

通 信

【要約】

- 産業の動き：①移動体：2014年度、2015年度の移動体加入者純増数は、スマートフォンの普及拡大に一服感が出てくるも、MVNO普及等が底支えとなり高水準を維持する見込み。単価（ARPU）については音声通話の減少や割引プランの影響により2014、2015年度と引き続き減少する見込み。なお、新料金プランは短期的にはARPUにマイナスの影響なるも、上記の結果、加入の増加で単価下落をカバーする構造が継続、電気通信売上は緩やかに増加する見通し。②固定：ブロードバンド加入者数は、サービス卸の下支えもあり2015年度は微増となる見通しであるが、市場飽和や移動体による巻き取りの影響により、中長期的には縮小トレンドに変化はない見通し。
- 企業業績：①連結業績：2014年度は、KDDIの好業績が全体を牽引する一方、ドコモが新料金プラン導入の影響で減収減益となり、全体では増収減益の見込み。2015年度については、売上高の伸びは鈍化する一方、携帯販売費用の圧縮や新料金プランの影響が緩和されることから、増収増益の見通し。②設備投資：2014年度の設備投資は、固定における光アクセス網投資ニーズの縮小に加え、ソフトバンクの反動減の影響により減少。2015年度についてはLTE関連投資が一巡したキャリアが設備投資を抑制し始めることから、移動体も含めて縮小に転じる見通し。
- トピックス：中国移動、中国聯通、中国電信の3大キャリアは4G（LTE）の加入者を急速に伸ばす一方で、増え続ける設備投資負担が今後足枷に。一方で、ネットワーク整備が一巡し、既に国内事業が投資回収フェーズにある日系事業者は、将来的に中国キャリアとの買収競争が熾烈化する前に、自らの強みを活かした展開モデルを構築の上、より積極的な海外投資戦略を検討する必要がある

I. 産業の動き

1. 移動体通信：単価下落を加入純増で打ち返す構造継続、スマホ普及一巡もMVNO活況

2014年度はスマホ普及は一服するも、MVNO等の底支えにより高水準を維持

2014年度の携帯／PHS市場の累計加入者数は1億5,890万件、純増数は+934万件と、2013年度（+843万件）と比較して微増となる見通し。純増数が引き続き高水準で推移している要因としては、①スマートフォン等の音声端末に加え、タブレットやWi-Fiルーターなどの複数回線契約の増加、②法人回線需要、③通信モジュール契約数の堅調な推移などが挙げられるが、とりわけスマートフォンについては浸透率が5割を超え、純増鈍化傾向が見え始めた中、残る顧客の囲い込みを狙って各キャリアが販促強化に取り組んだこと、また2014年9月に「iPhone」シリーズの最新機種である「iPhone6」、「iPhone6 Plus」が発売されたことも、スマートフォンの純増数の増加に寄与したと考えられる（【図表19-1①、②】）。

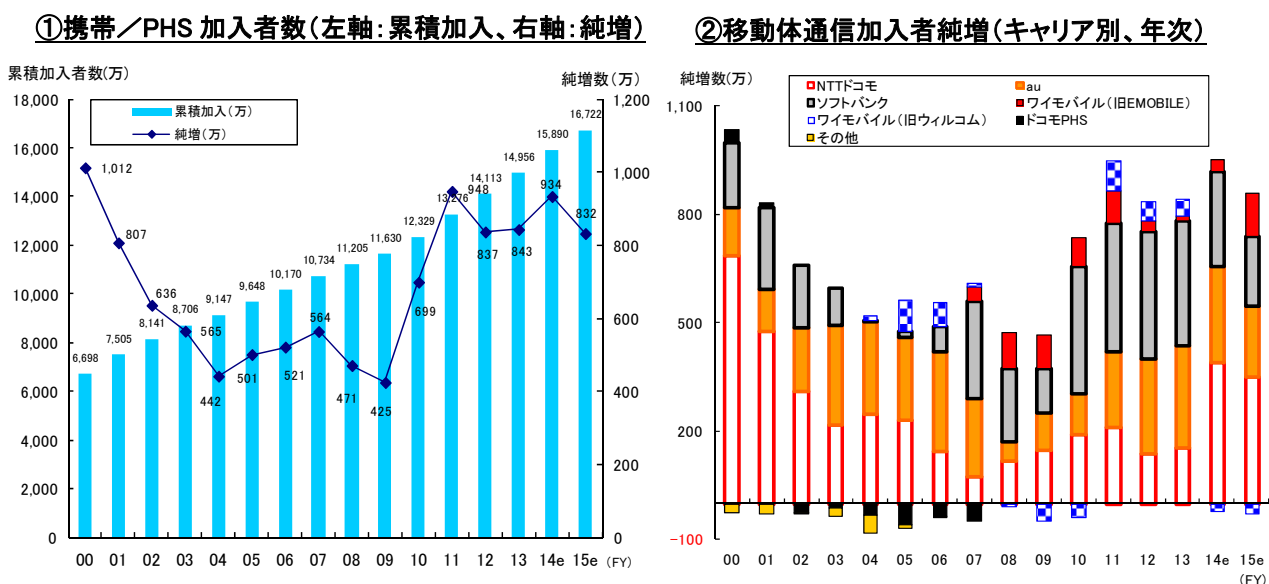
2015年度の純増数については+832万件と、2014年度(+934万件)と比較して微減となるが、引き続き堅調な推移を予想する。スマートフォンの加入者数については2015年度から鈍化傾向が強まると想定される一方、2014年9月末でのMVNOの契約者数は1,986万件(2014年3月比+453万件)と堅調に増加している状況。2014年4月に大手小売事業者であるイオンから発売された「イオンのスマートフォン」、同年6月に関西電力の通信子会社ケイ・オプティコムから発売された「mineo(マイネオ)」、同年10月に楽天のグループ会社を通してサービスが開始された「楽天モバイル」など、MVNOとして各社が提供する通信サービスの認知度が向上し、スマートフォン加入者の裾野拡大に貢献。また、タブレットなどの複数回線需要や通信モジュール、法人回線需要も引き続き純増数を底支えする見通し。

今後のMVNO 戦略の方向性

2014年より総務省においてMVNO活性化の議論が行われており、主要3キャリアのスマートフォン料金の高止まりにスポットライトが当たった影響等を背景として、「SIMカード型」の契約回線数が堅調に増加しており、特に大手通信事業者やISP事業者であるNTTコミュニケーションズ、インターネットイニシアティブ、ビッグロブ等が市場を牽引している。

また、政策面の動きとして、総務省は現在MVNO関連の政策として「SIMロック解除の推進」「MVNOへのネットワーク開放のさらなる促進」等を進めているが、MVNOは認知度の向上と共に激しい価格競争が一気に進展した結果、MVNO事業単体での採算性は厳しい状況にあると想定され、今後のMVNO戦略の方向性としては、バンドル商材あるいはマーケティングツールとしての活用が見込まれる。

【図表19-1】携帯／PHS加入者数の推移



(出所) 電気通信事業者協会資料および各社IR資料よりみずほ銀行産業調査部作成

単価（ARPU）は音声の低下が大きく、下落傾向が継続

単価面については、スマートフォンユーザーを念頭に置いた新たな料金プランの導入や付加価値サービス¹へのキャリアの積極的な取り組みを背景に、データ・付加価値ARPU²が堅調な伸びを見せる一方、音声ARPUが下落する構図が続き、2014年度の総合ARPUは4,403円（前年度比▲84円、▲1.9%）となる見込み（【図表19-2】）。

新料金は短期的にはARPUにマイナスの影響

2014年6月以降、大手キャリア3社が導入した携帯電話の新料金プランは、音声通話の完全定額と、データ通信の利用量（パケット通信量）に応じて通信料金が段階的に設定されたパケットパックから構成されるものであるため、まずは通話利用が多く、新料金にメリットを感じる加入者層の移行が起こりやすい。実際に2014年度に想定以上の移行が進んだドコモにおいては、音声ARPUへのマイナスの影響が顕著となっている。

データ通信利用の多い加入者取り込みが鍵

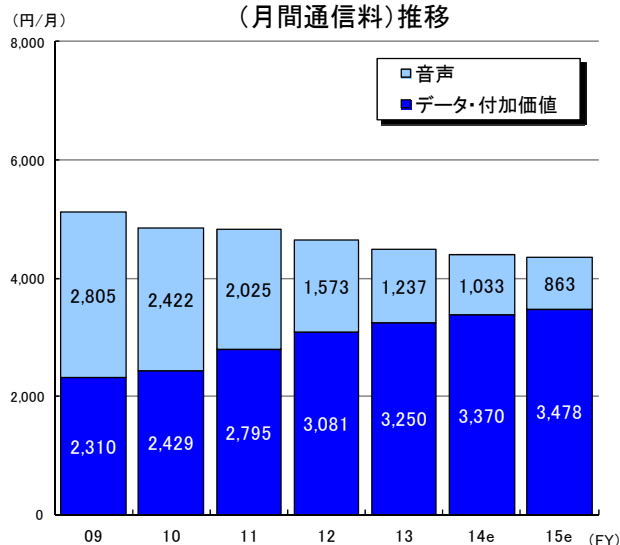
2015年度の総合ARPUは、各キャリアが新規契約や機種変更契約、MNP利用の際に提供する月額利用料金割引サービスに加えて、新料金プランの影響により前年度比▲62円、▲1.4%の4,341円と引き続き減少を予想する。現状、新料金プランは音声ARPUにマイナスの影響を与えているが、当該プラン導入に対する評価はデータ通信利用の多い加入者（家族）をいかに移行させることができるか、また移行した加入者（家族）のデータ通信利用量を増やすことができるかにかかっている。2014年12月にKDDIが開始した家族間でデータ容量を贈ることができる「データギフト」のように、今後様々なサービス改良が進み、データARPUの上昇、ひいてはARPU反転に結び付くことが期待される。

移動体電気通信売上は緩やかに拡大が継続

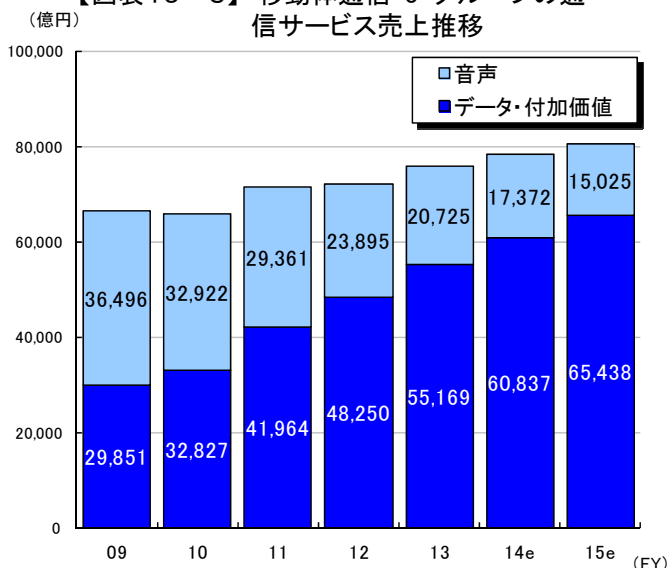
2014年度の移動体における電気通信売上は、ARPU下落の影響を加入者の伸びで打ち返す結果、7兆8,208億円（前年度比+3.0%）を見込む（【図表19-3】）。続く2015年度についても同様の構造が継続し、売上高は8兆462億円（前年度比+2.9%）を予想する。

¹ デジタルコンテンツや決済業務、生活支援サービス（安心・安全、ヘルスケア、コマース）など

² ARPU（Average Revenue per User/Unit）：1契約あたりの月間平均収入

【図表19-2】移動体大手3グループのARPU
(月間通信料)推移

【図表19-3】移動体通信3グループの通信サービス売上推移



(出所)【図表19-2、3】とも、各社IR資料よりみずほ銀行産業調査部作成

(注1)一部みずほ銀行産業調査部推計

(注2)大手3グループはNTTドコモ、KDDI(au+旧 tuka)、SB移動体通信事業

(注3)ARPUの定義について2011年度以降に各キャリアで変更があった影響から、2011年度以降のARPU及び通信サービス売上推移は前年度との間で非連続となっている

2. 固定通信：ブロードバンド純増数は微増となるも減速トレンドは不変

2014年度、
2015年度は底
堅い動きも中長
期減速トレンド
は変わらず

2014年度のブロードバンド累積加入数(FTTH、ADSL、CATV計)については、引き続きFTTHが全体を牽引するも純増数は小幅な伸びにとどまり、累積加入数は3,632万件(前年度比+47万、+1.3%)となる見込み。続く2015年度については2015年2月にNTT東西より提供開始予定の光回線サービス卸³の影響により3,696万(前年度比+65万、+1.8%)と、2014年度の純増幅を上回ると予想する。

スマートフォンやタブレットなどのモバイルブロードバンド端末の普及拡大の影響を受け、中長期的なトレンドとしては固定ブロードバンド需要の縮退を予想するが、近年はKDDIが積極的に展開している「auスマートバリュー」⁴や、NTT東西によるフレッツ長期契約割引など、各社が展開するバンドル施策や長期割の浸透、またWi-Fiを絡めた解約防止策などが一定の効果を挙げていることから、純増数は伸び悩む一方で底堅い推移を続けており、2014年度もその傾向は続くと思われる。

NTT東西が光
回線サービス
卸の提供開始
見込

2015年度については、これまでNTT東西が「フレッツ光」として利用者に直接販売してきた光回線について、2015年2月より卸販売を開始することを予定しており、既に複数の事業者が取り扱いを表明している。今後、キャリアやCATV事業者、ISP事業者、更には通信以外の業種から参入する各事業者がサービ

³ これまでNTT東西が「フレッツ光」として利用者に直接販売してきた光回線について、卸販売の形態で提供するサービス

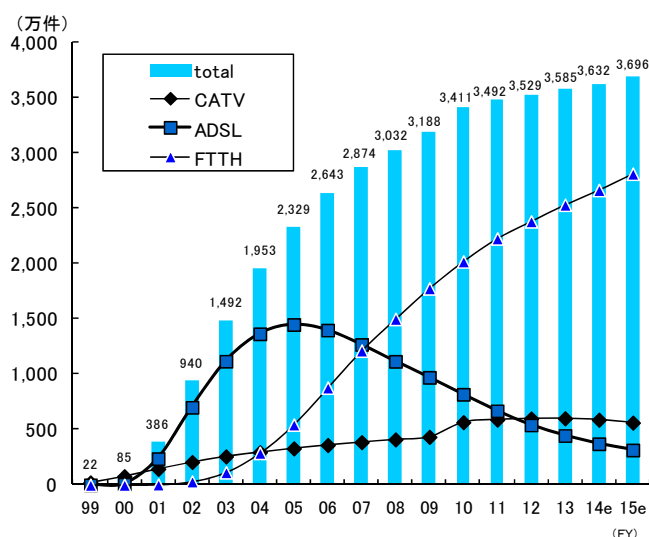
⁴ 同社の指定する固定インターネットと固定電話を使用する契約者等に対し、世帯内の家族が利用するスマートフォンのデータ定額料金を割引くプラン

メニューについて工夫を凝らし、各々の販路を駆使して販売活動を展開すれば、固定ブロードバンド（FTTH）純増数の新たな底支え要因となることが期待される。

サービス卸は
固定 BB の
ARPU 減少要因
となる恐れも

他方、新規参入事業者のメインターゲットが未加入者ではなく、既加入者となれば、卸販売の開始は固定ブロードバンドの裾野拡大よりも既加入者を巡る囲い込み競争の激化という形で市場に影響を及ぼすことも想定される。特に、各事業者から提供されるサービスメニューがセット割など料金面からの訴求を前面に押し出すものとなれば、囲い込み競争は値引き競争・インセンティブの金額競争に繋がり、結果として固定ブロードバンド業界全体の収益性低下を招く恐れもある（【図表 19-4】）。

【図表 19-4】固定ブロードバンド回線数



(出所) 総務省資料より

みずほ銀行産業調査部作成

(注) CATV インターネットについては一部の事業者の契約数について、過去に遡って集計方法が変更されたため、2009年度以降の契約数が前年度との間で非連続となっている(2009年3月末における加入者数+96.2万の修正)。

II. 企業業績

(1) 連結業績：
2014年度はKDDI
が業績牽引、ドコ
モが落ち込み

2014年度の業績については、スマートフォンの普及拡大に一服感が出てきたことや、3社が揃って導入した新料金プランも短期的には減収要因として作用することなどのマイナス要因も見られるが、通信 ARPU が前年同期比で増加に転じ、数量と単価の両面で好調であった KDDI が全体を牽引したことに加え、ソフトバンクが 2013 年度に子会社化した Brightstar 等が通期で計上される影響から、売上高は 19 兆 5,634 億円 (前年比+1 兆 1,115 億、6.0%) となる見込み。一方で、営業利益についてはドコモにおける新料金プラン導入の影響による 1,200 億円の下方修正が響き、2 兆 4,802 億円 (前年比▲677 億、▲2.7%) と減少に転じる見込み（【図表 19-5】）。

キャリアは投資
回収フェーズに
移行

2015 年度については、売上高 19 兆 8,343 億円 (前年比+2,709 億、1.4%)、営業利益 2 兆 6,901 億円 (前年比+2,099 億、8.5%) と増収増益を予想する。売上高については 2014 年度と同様、スマートフォンの普及拡大が一服し、端末販売ペースの鈍化などから増加幅は縮小する見通し。営業利益については、総務省における政策議論の影響もあり、これまでキャリア各社の収益を圧迫してきた MNP (モバイルナンバーポータビリティ) 等を巡る過剰なキャッシュバツ

ク競争が2014年度に入ってから沈静化しており、2015年度についてもキャリア各社の携帯販売費用が抑制されると想定されること、また新料金プランの影響も徐々に緩和されると思われることから、堅調な推移を予想する。

なお、リスク要因としてはNTT東西による光回線サービス卸の提供開始が挙げられる。これまで「auスマートバリュー」としてセット販売を先行して提供してきたKDDIに加え、ドコモ、ソフトバンクも本格的にモバイルとFTTHのセット販売を開始する見通しであるが、ひとたびセット割に加入したサービス利用者の解約率は大きく下落することから、キャリア各社は加入者の囲い込みを図るべく激しい販促競争を繰り広げる可能性がある。モバイルと同様、過度なキャッシュバック競争を回避できるかが2015年度の業績を左右する鍵となろう。

NTT東西については音声収入の剥落、FTTHの伸び悩みにより売上減少のトレンドにあるが、コスト削減への取り組みが順調に進展しており、2014年度、2015年度と減収ながら増益を予想する。

【図表19-5】大手3グループの企業業績概要

【実額】		連結		
	単位	13fy (実績)	14fy (見込)	15fy (予想)
売上高	億円	184,519	195,634	198,343
営業利益	億円	25,479	24,802	26,901

【増減率】		連結		
	単位	13fy (実績)	14fy (見込)	15fy (予想)
売上高	%	8.8%	6.0%	1.4%
営業利益	%	12.8%	-2.7%	8.5%

(出所) 各社IR資料よりみずほ銀行産業調査部作成

(注1) 2014年度、2015年度はみずほ銀行産業調査部推計

(注2) 連結はNTT連、KDDI連、SB移動体(2013年度よりワイモバイル含む)、SB固定通信事業の単純計。

NTT連及びドコモは米国基準、SB移動体及び固定通信事業は国際会計基準、KDDIは日本基準

(注3) 2013年度はKDDIによるジュピターテレコム連結子会社化の影響が売上高+3,490億円、営業利益+633億円含まれる。また、ソフトバンクについては2013年度決算より国際会計基準の数値を採用している

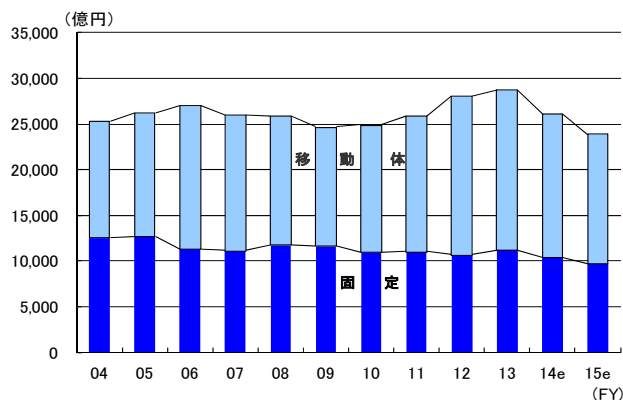
(2) 設備投資：
2015年度以降、
移動体含め減少
フェーズに

2014年度の設備投資は、移動体及び固定合計で2兆6,096億円と、前年度比▲2,667億、▲9.3%の減少を見込む(【図表19-6】)。内訳を見ると、移動体についてはドコモ、KDDIが2013年度並みで推移する見込みであるものの、ソフトバンクについては2012年度、2013年度と基地局整備を前倒しで行ってきた反動減が見込まれることから、全体で1兆5,700億円(前年度比▲1,861億、▲10.6%)となる見込み。固定については、光アクセス網投資の縮小傾向が継続していることに加え、2013年度のKDDIにおけるジュピターテレコム連結子会社化による増加という特殊要因も剥落することから、1兆396億円(前年度比▲806億、▲7.2%)を見込む。

2015年度についても移動体及び固定合計で2兆3,908億円と、前年度比▲2,188億、▲8.4%の更なる減少を見通し。内訳としては、固定が9,708億円(前年度比▲688億、▲6.6%)と引き続き減少トレンドにあることに加えて、これまで固定の減少を打ち返してきた移動体についても、各キャリアのLTE関連設備投資が2014年度までに一巡し、今後は投資水準の抑制に向かうと想定される

ことから1兆4,200億円(前年度比▲1,500億、▲9.6%)と減少する見通し。

【図表19-6】大手3グループの設備投資額



(出所) 各社 IR 資料よりみずほ銀行産業調査部作成

(注1) 一部みずほ銀行産業調査部推計

(注2) 移動体は、ドコモ、KDDI、SB 移動体通信事業、イー・アクセス(2014年度以降はワイモバイル)の単純合計。固定は、NTT 持株、東西、コム、KDDI(固定部門、J:COM 含む)、SBTM(2011年度以降は SB 固定通信事業)の単純合計

(注3) SB 移動体通信事業及び固定通信事業については2012年度より日本会計基準から IFRS に変更

Ⅲ. トピックス 中国経済・中国企業の動向を踏まえた日本企業のあるべき戦略

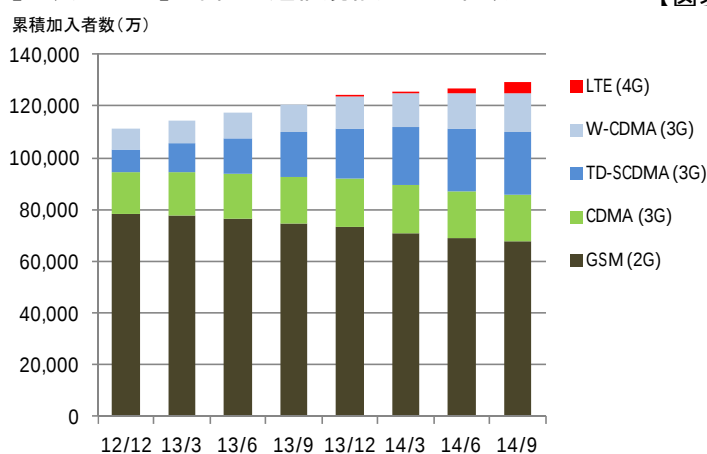
～通信産業～

中国は大手通信
キャリア3社の
寡占市場

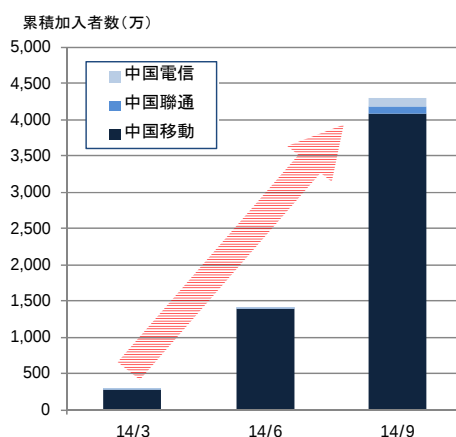
2014年9月末時点での中国における携帯電話の累計加入者数は12億9,439万件、普及率は92.77%であり、国有系の手通信キャリア3社、中国移动(China Mobile、以下「中国移动」)・中国联通(China Unicom)・中国电信(China Telecom)が市場を寡占している。キャリア3社の中でも、中国移动は世界最大のキャリアであり、累計加入者数は8億892万件に上る。

中国においてもスマートフォンの急速な普及により、データ通信量が急速に増加しており、2013年度までは各社とも2Gから3Gへの切り替え需要の獲得にしのぎを削っていたが、2013年12月に中国政府が「TD-LTE」規格の4Gライセンスを通信3社に交付した後、各社は4Gのサービス展開にシフトし、中国移动を中心に4G加入者を急激に伸ばしている(【図表19-7、8】)。

【図表19-7】中国の通信規格別加入者数



【図表19-8】中国のキャリア別LTE加入者数

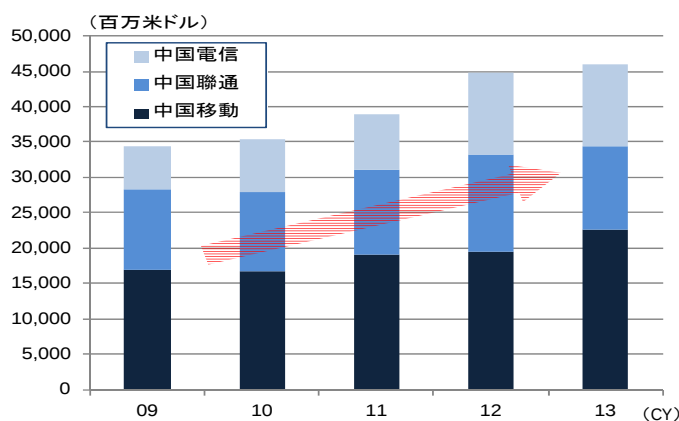


(出所) 【図表19-7、8】とも、Ovum データベース(©Ovum 2014. All rights reserved) よりみずほ銀行産業調査部作成

4Gの商用化により、各社とも設備投資負担増加

一方で設備投資に目を転じると、我が国のキャリア3社がLTE関連投資を2014年度までに一巡させ、今後は投資回収フェーズに入るのとは対照的に、中国のキャリア3社はLTE関連投資の途に就いたばかりであり、今後もサービスエリアの拡大と増え続けるトラフィック収容のため、設備投資負担は増え続けることが想定される（【図表19-9】）。

【図表19-9】中国3キャリアの設備投資額



（出所）各社IR資料よりみずほ銀行産業調査部作成

中国移動は投資負担重い中でも海外展開を積極化

中国国内では外資による通信サービス事業への参入は制限されている一方、中国移動は中国での事業多様化戦略（ネット関連ビジネス等）に加え、2014年6月にはタイ財閥であるCPグループ傘下でタイ3位の携帯電話会社トゥルー・コープ（True Corporation）の株式18%（約900億円）を取得するなど、増え続ける設備投資負担に苦慮しつつも、海外での事業拡大（通信事業者や通信関連事業者等への投資）の動きも積極化させている。

日系事業者は機先を制する必要性あり

このような動きの背景には、アジアの通信事業者の多くは近い将来において自国でのオーガニックグロースが困難となることが想定されることから、中国移動も含め海外事業の拡大を積極化している一方、投資機会は既に限定的という事情がある⁵。斯かる状況下、中国移動等が将来的に4Gの設備投資負担から解放され、巨大な国内市場から生まれる余剰キャッシュを海外投資に回す局面が来れば、いよいよ熾烈な買収競争が繰り広げられるものと考えられる。既に述べたとおり、中国国内通信サービス市場への参入は事実上困難であることに鑑みれば、中国キャリアは我が国キャリアにとって、海外市場（主にエマージングマーケット）における手強い競合相手と捉えることができるだろう。

既に国内市場が余剰キャッシュを生み出す局面に入っている我が国のキャリアは、斯かる時間軸も考慮しつつ、より積極的な海外投資戦略を検討する必要があるが、アジアにおける投資機会が限定的であることを考慮すれば、今後はアジア以外の地域においても中国キャリア等との競合は避けられない。例えば、移動体・固定通信市場のシェアの大半をAmerica Mobileグループが握る

⁵ 例えば、アジアの通信会社の多くは、既に外資と提携していたり、政府やソブリン・ウェルス・ファンド(SWF)等から多額の出資を受けている

自らの強みを活かした展開モデル構築が一層求められる

メキシコでは近年通信規制改革が進行中であり、今後外資⁶による市場参入も進むと思われるが、既に中国電信をはじめとする中国勢が無線網整備に係るプロジェクトに積極的に乗り出しているとの報道もある。

今後、我が国のキャリアがアジアや南米、更にはアフリカなどのエマージングマーケットへの進出を検討する際には中国キャリアとの競合も考慮し、勝ち抜いていかなければならない。但し、我が国のキャリアはエマージングマーケットにおいて求められる低 ARPU／ローコストのオペレーションについて必ずしも強みを持つ訳ではないため、例えば 2G から 4G へのネットワーク高度化を計画している地場キャリアと共同でオペレーションを行い、その果実は分け合う一方、上記によって築いた現地事業基盤を活用したアプリケーションサービスの提供や、法人向けサービスの展開でマネタイズを行うなど、日系企業の強みを活かした海外展開方法の工夫が一層求められるだろう。

（電機・IT・通信チーム 中村 伊佐夫）

isao.a.nakamura@mizuho-bk.co.jp

（電機・IT・通信チーム 小川 政彦）

masahiko.ogawa@mizuho-bk.co.jp

⁶ 2014年11月、米 AT&T はメキシコの移動体通信市場第3位のキャリアである Iusacell の買収を発表、続く2015年1月には第4位のキャリアである Nextel Mexico の買収を発表している

©2015 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされま
すよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申
上げます。

本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊
行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。