

日本の携帯電話産業 についての分析

グループC班

汪	小芹
荒木	翔太郎
鄭	徳勇
沈	彦赫
馮	葱

1. 目的について

- 日本の携帯電話会社は多種多様なサービスを顧客に対して提供している。



- 新しいサービスの実現に向けた取り組み
- 各社がシェア拡大するための戦略



日本の携帯電話産業の将来についての方向性と今後のビジョンを予測する。

2. 携帯電話産業の全体現状

携帯電話産業では常に新しい技術進歩が求められる

端末ライフサイクルが極めて小さい

市場規模に比してメーカーの数が多い

端末の高機能化が世界に比べて格段に進んでいる

- ・国内市場を重要視している。
- ・市場での優位を確保するためや、販売促進のための費用を負担する。



国内メーカーと国内キャリアがリスクをシェアするケースが多い



国内メーカーが国内キャリアに依存する体質を作るひとつの原因とする

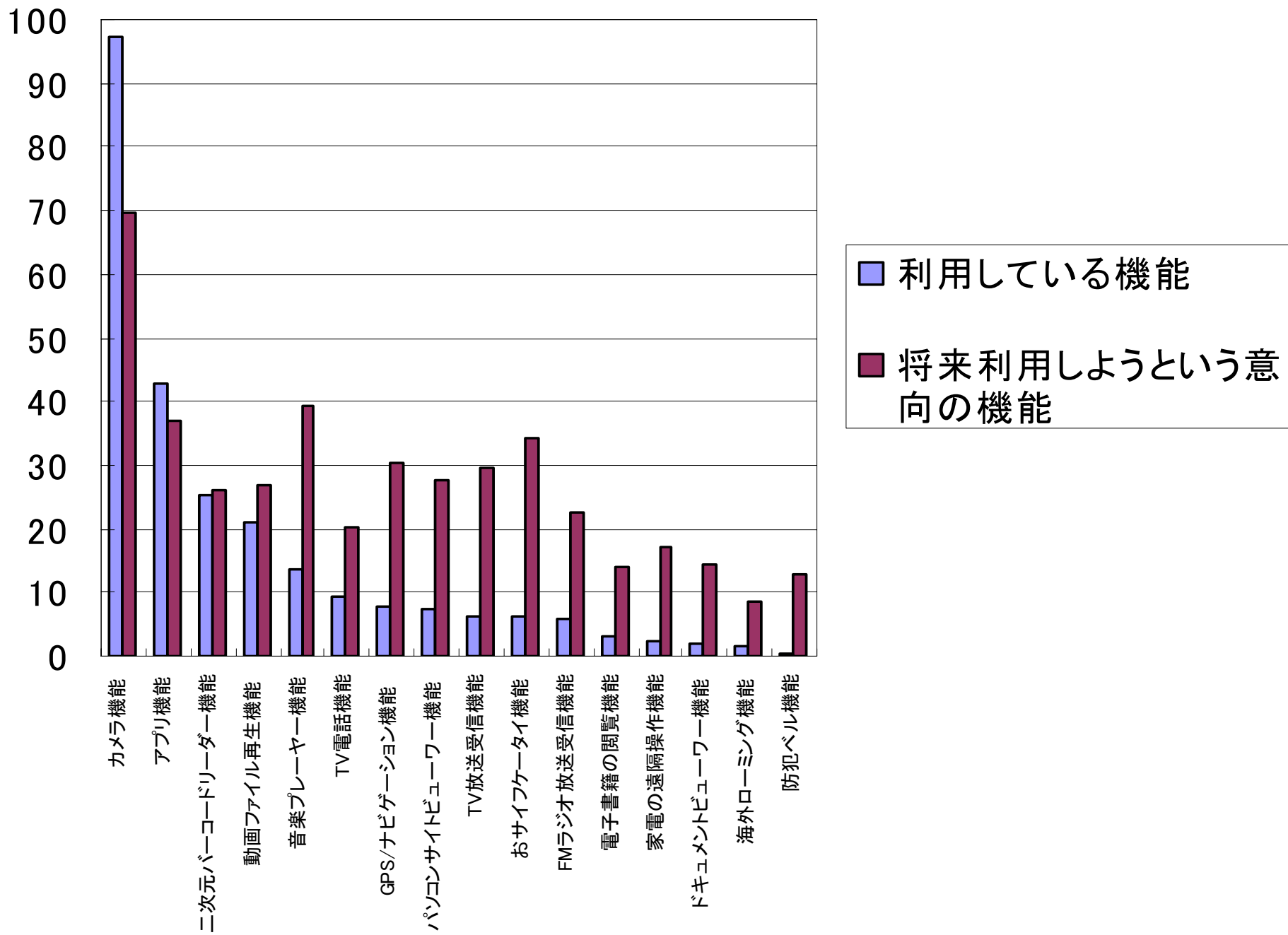
国内メーカー
松下電器産業
NEC
富士通
三菱電機
日立製作所
カシオ



- コアデバイスや基本ソフトウェアの共通化に向けて更なる提携強化の動きが活発している

現代の携帯電話の機能

- 電子メール機能
- 携帯インターネット機能
- カメラ機能
- 音楽プレイヤー機能
- ゲームなどのアプリ機能



各携帯会社の歴史・現状

Docomoの場合

1992年にNTTの移動体通信部門が独立して営業

2007年3月での市場シェアは54.5%



事実上寡占化が進んだ国内の携帯電話市場
で過半数のシェアを握る



Docomo の現時点の具体的な戦略

マルチメディア化

FOMAサービスを元で、
さらに高度で多様なサービスを開発・提供

ユビキタス化

単純な通信インフラから
iモードサービス(ITインフラ)へ拡大する。

グローバル化

外国の企業と連携し、第三世代移動通信システム
やモバイルマルチメディアサービスを
を海外に展開させる

Docomoの中長期戦略

- コアビジネスの基盤強化による競争力の向上
- 製品差別化を狙った商品・サービスの提供
- 高品質、安心サービス、利用しやすい料金プラン
- 総合競争力の強化で、ブランド力を高める

更なる収入の
拡大と創出

—携帯機能を高め、
お客さんにもっと利便性
の高い商品を提供する。

—携帯の付属価値を作りだす。

コスト削減

—業務プロセスを見直し、
端末調達コスト、
ネットワークコストを低減する。

—代理店手数料の効率的運用
などの事業効率化。

Docomoのメリット

- 各年齢層、職業に向けた端末機のラインナップ
- 電話機能を越えた機能の充実
- シェア数が半分を占める
- 最近では端末のデザインを重視

Docomoのデメリット

- コストがやや高い
- あまり个性的かつ独特なコンセプトモデルが少ない

各携帯会社の歴史・現状 auの場合

1953年 国際電信電話会社として設立

1973年 国際ダイヤル通話と市外電話サービスの開始

1989年 携帯電話(ハンディフォン)サービスを開始

1997年 国内通信事業に参入

auの現在までの経路. 2

1999年 携帯電話向けインターネット接続サービスEzwebの開始

2000年 全国統一の移動体ブランド「au」創立

2001年 第3世代携帯電話サービス(CDMA20001×)の提供

そして...

2005年 au携帯電話の全国累計契約者数が2000万を突破

au の現時点の具体的な戦略

機能面での戦略

「EZweb」機能を利用して
au端末にGPS機能を搭載し、
「EZナビウォーク」やカーナビのような機能を持つ
「EZ助手席ナビ」といった、GPSを利用したサービスの提供

端末面での戦略

他のメーカーで活躍していたインダストリアルデザイナー
を引き抜き、端末メーカーと協力して魅力的な
デザインの端末を顧客に提供

便利性での戦略

契約する携帯会社を変えても以前使用していた携帯電話の番号をそのまま使用できるシステム。

また携帯各社導入の合意、
TD-CDMAの導入など

料金面での戦略

学生向けに仕向けられた戦略。

学生の場合基本料金が半額になり、家族全員がauを契約すれば家族割引という割引料金体制

auのメリット

- モバイルコンテンツの充実
- 地域によって、携帯代がかなり安くなる
- 電波が通じやすい
- 端末機がデザイン重視

auのデメリット

- あまりビジネス向けではない
- 海外で使える機種が少ない
- 検索サービスがgoogleのみ

各携帯会社の歴史・現状

ソフトバンクの場合

1991年 当時の日本テレコムが主体となり、東京デジタルホン、東海デジタルホンおよび関西デジタルホンを設立

1994年 日産自動車がつーカーグループと同時に、NTTドコモ、DDIセルラー・IDOグループに次ぐ携帯電話事業の第3勢力として事業開始した。

1996年 日産と日本テレコムとの共同出資で、旧デジタルつーカーを設立し、つーカーグループと合同で全国展開が行われた。

2006年 ソフトバンクモバイル株式会社が誕生

ボーダフォンから ソフトバンクに変化してから...

ボーダフォンを買収で、
買収金額約1兆7500億円+ボーダフォン日本法人から引き継ぎ



ボーダフォンの保有する約60MHzという周波数を獲得



ソフトバンク・グループが持つ様々な情報を携帯電話向け放送
サービスとして提供している。



ヤフーのサービスをソフトバンクの携帯電話にも提供



ヤフーのポータルサイトの広告料収入を利用し
携帯電話サービス料金の値下げを実施している。

ソフトバンクの現時点の具体的な戦略

「販売奨励金で値引きする前の価格」では
ユーザーの金銭面での負担が大きくなってしまふ

割賦返済額の一部をソフトバンクモバイルが負担する
サービスの提供

例 7万4640円の端末代を24回払いで毎月返済する場合

このサービスに加入していない場合...

毎月3110円を支払う

このサービスに加入している場合...

3110円から最大2220円
値引きできる。

ソフトバンクの現時点の具体的な戦略

auの学割に対抗し
安売り戦略月額980円の
ホワイトプランの実施

学生や他の客層ターゲット
に向けた効果を得ている。

ニュースのお知らせ
企業情報の公開、
製品の紹介
充実のネット機能

ソフトバンクのメリット

- ホワイトプラン等の激安戦略
- パソコンに近い機能の充実
- 海外でも使える機種が多い
- ユーザー同士のみ存在するシステム

ソフトバンクのデメリット

- 電波の通じが悪い
- 使いやすさではやや劣る

我々が考える各社のポジション

Docomoの場合

リーダー

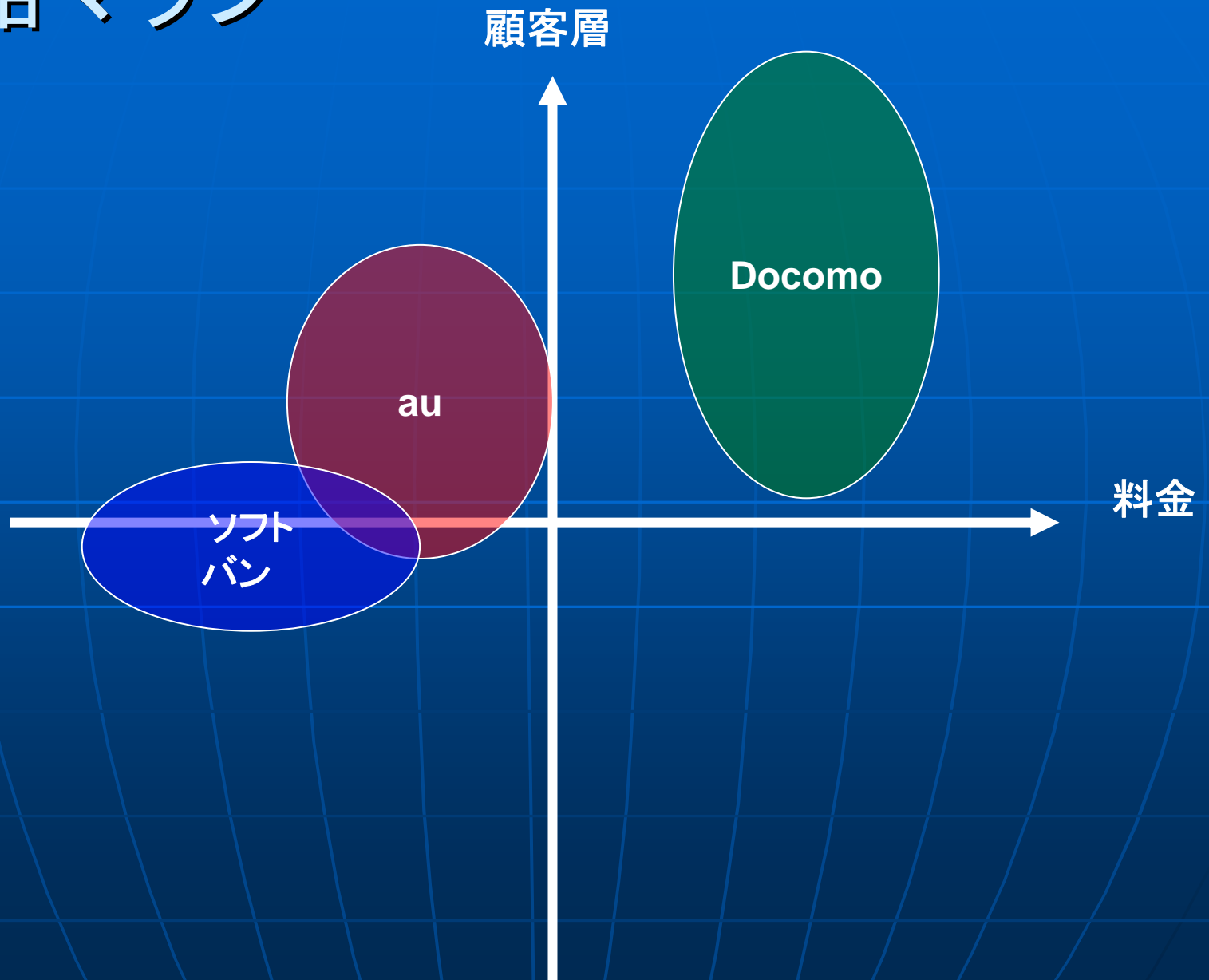
auの場合

チャレンジャー

ソフトバンクの場合

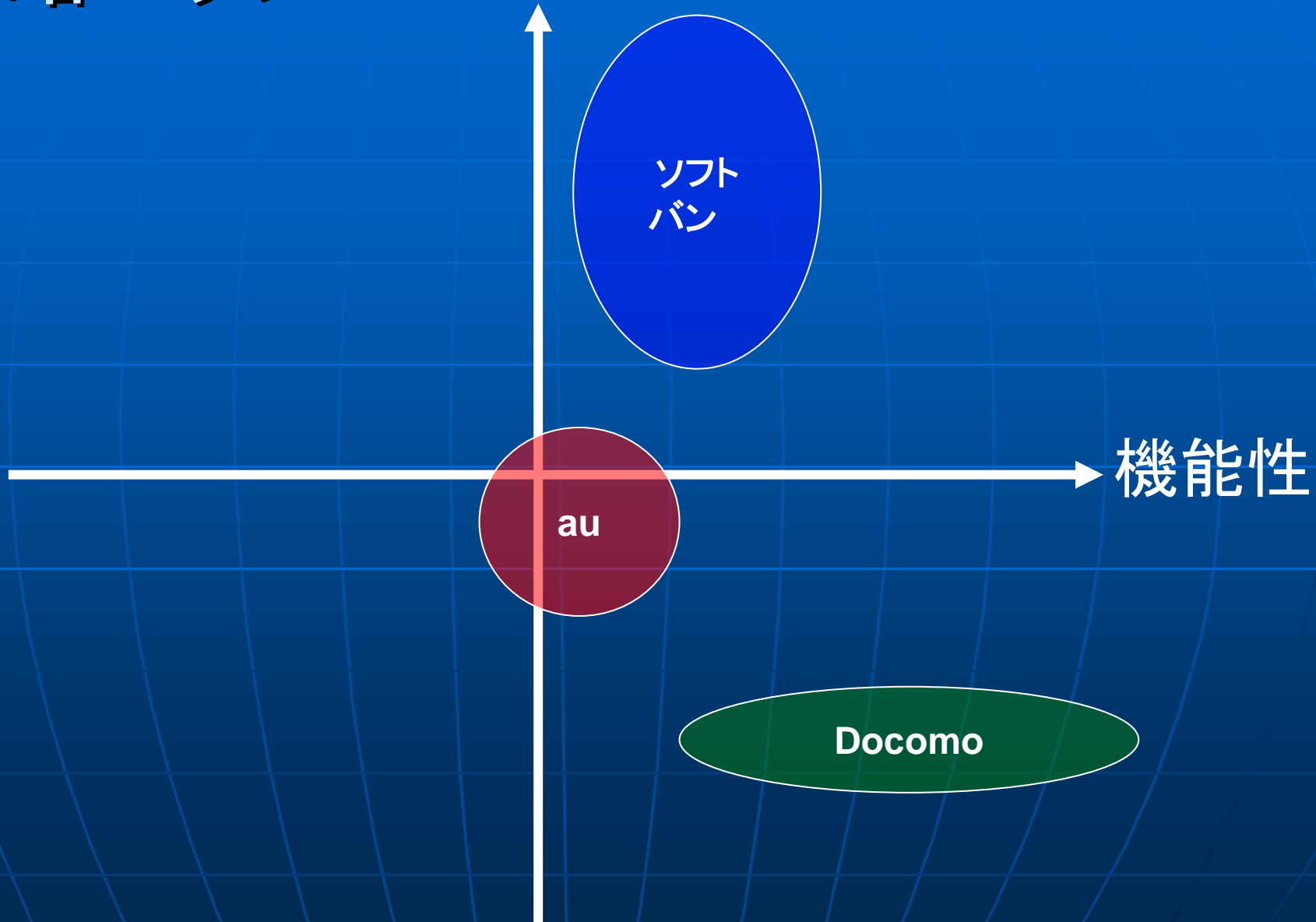
チャレンジャー

戦略マップ



戦略マップ

好感度



機能性

ソフト
バンク

au

Docomo

4. 今後の動向

Docomoの場合

- 携帯電話と固定電話の融合
- パケット通信速度の高速化
- 通信方式を欧州方式にすることによって、海外でも使用可能になる

auの場合

- ネットサービスが無料となる。
- 家電製品の操作機能との融合
- au独自の銀行の設立

ソフトバンクの場合

- より低コストで携帯端末からインターネットができるようになる
- デジタルカメラ、ビデオに匹敵するくらい同じ性能をもつ機能の設置

海外市場開拓はどのようなのか？

- 主要国ではおおむね日本以上に携帯電話が普及しており、いまの時点での進出は遅い
- 携帯電話が非常に高機能化しており第3世代に順調に移行している日本は世界では特異な市場であり、海外市場は勝手が違う



そのために...

海外への市場展開での動向

- ・通信方式をGSM方式へ変更により、海外でのインターネットを使用可能にする
- ・仮想移動体通信事業者(MVNO)となり、既に3月から、海外旅行者・出張者ら短期滞在者向けのプリペイド(前払い)式のサービスの実施
- ・日本向けの格安国際通話の提供
「着メロ」など日本人向けのコンテンツ(情報の内容)の提供
- ・携帯電話を使ったネットオークションや金融決済などの新サービスをグローバルな形で手掛けていくことが可能

国内市場の次の収入源は...

- ライトユーザーの増加と料金低下が減少傾向
- パケット定額制の普及で中長期的に頭打ち

収入を伸ばす






そのためには



他の収入源の確保が必要である

我々が考える他の収入源候補

- 電子マネー、クレジットカード機能の利用料  Docomoの
おサイフケータイ等
- コンテンツからの収入  auの
「auBooks」等の
電子商取引サイト
- メディアからの収入  auやソフトバンク
ウォークマンケータイ
iPod機能搭載携帯

参考文献

- http://www.nikkeibp.co.jp/style/biz/feature/news/060316_softbank/index3.html 日経BP統合
- <http://www.nttdocomo.co.jp> NTTドコモ
- 「日経ビジネス」2006.3.27
- 「東洋経済」2006.8.5
- http://www.venturenow.jp/news/2005/01/14/1700_009007.html 「ベンチャーニュース」
- <http://mb.softbank.jp/mb/> ソフトバンクモバイル
- <http://www.au.kddi.com/> AU by KDDI