

日経 IT 時評

携帯電話の番号ポータビリティ導入へ ユーザーのメリットを第一に

2004 年 4 月 5 日

会津 泉

自分が使っている携帯電話の会社を変えたいと思ったことはありますか？ いままで使っている番号が変わることに不便を感じて、思いとどまったことはありませんか？ 携帯の会社を変更しても、いまの番号をそのまま継続して使えば、気に入る料金やサービスを提供する会社への「乗り換え」は簡単になる。

総務省では昨年 11 月から「携帯電話の番号ポータビリティの在り方に関する研究会」を開き、その導入の是非や実現方法について、NTT ドコモ、KDDI (au)、ボーダフォン、ソニーの 4 事業者に学識経験者、利用者らが加わって検討を続けてきた。その結果、「番号ポータビリティ」制度を 2006 年から導入することをめざすことで、ほぼ結論がまとまった。

現在、総務省のホームページに報告書の原案が公開され、「パブリック・コメント」として一般からの意見を募集している。読者の皆さんも、よろしければ、ぜひ一言お寄せいただきたい。

私もこの研究会に「利用者側からの意見を」と求められて参加した。利用者にとっては利便性が向上し、競争の促進が期待されるなど、マイナスがほとんど考えられないこの制度だが、事業者側は一社を除いて慎重な姿勢が目立ち、対照的な姿勢だった。

番号ポータビリティのメリットは

利用者にとってメリットはいくつかある。会社を変えても自分の番号が継続して利用できれば、その度に新しい番号を知らせる必要はなくなる。名刺を印刷し直す必要もない。古い番号にかかる電話を取り逃がす心配もない。もちろん、番号は変更したければそれも可能だ。気に入ったサービスや料金体系を出している会社へ乗り換えるのに抵抗がなくなる。選択の幅が広がる。

より大きなメリットは、競争の促進だ。乗り換えが容易になるのだから、シェアの奪い合いも促進される。料金の値下げ、新しい機能の提供など、利用者側にメリットの大きい競争の進展が期待される。

本当にニーズはあるのか

諸外国では、すでにこの制度を導入したところが多い。欧州では 1999 年に英国とオランダが導入したのをはじめ、EU 諸国は軒並み導入が終わっている。米国は FCC (連邦通

信委員会)の決定に電話会社が抵抗したが、昨年11月から導入されている。アジアでも、シンガポールがいち早く1997年に、香港は1999年にそれぞれ導入し、韓国も今年初めに導入した。日本では、最短でも2006年導入と、おおきく遅れをとりそうだ。

しかし、諸外国の例をみると、必ずしも広く利用されないという懸念もある。香港では全ユーザーの実に86%の人がすでに利用したというが、これは例外的だ。欧州では高いところでノルウェーが15%、デンマークが11%、英国やオランダが5%、低いところでは1、2%程度の国もある。アメリカでも、導入後の混乱が報道されている。新旧の切り替えに、数日から一週間もかかる国がある。これでは不便でどうしようもないだろう。手数料が高いことも影響する。日本で、利用者は番号ポータビリティを本当に求めているのだろうか。

利用者の意向を調べるアンケートを、携帯事業者4社が共同で実施し、総務省も独自に行った。2つのアンケートの結果は、設問の条件によって微妙に異なったが、無条件の場合で40%から50%の人が、手数料がかかる場合でも30%前後の人が、番号ポータビリティ制度を利用したいと回答した。

私も、ウェブを使って小規模なアンケートをしてみた。145件の回答中、「番号が変わらなければ現在の会社から契約変更を考えますか」という設問に、37%が「考える」、25%が「やや考える」と答え、利用意向は過半数を超えた。手数料がかかる場合でも、そのうちの76%の人が「考える」、または「やや考える」と答えた。

面白かったのは、「契約変更を考えない」と回答した人でも、自由記入のコメント欄には「現在の事業者で満足しているから。もし他に満足できる事業者があれば変更する」と、料金その他、状況の変化があれば考えを変える人が出る可能性が示されたことだ。現状を固定したままでアンケートをしてもあまり意味がなくて、利用者は状況の変化に敏感に反応するものと思われる。

コストとメリットは

研究会の議論では、導入コストが問題になった。電話会社側の試算では、初期投資額が、利用者が10%で900億円、50%だと1400億円、ランニングコストは年間13億円から47億円と見積もられた。いずれも4社の合計額である

しかし、たとえばイギリスでは、システム構築は10年間の総額でわずか15億円だったという。日本ではシステム開発に450億円、設備費に467億円と見積もられている。オランダやスウェーデンでも総額30数億円から100億円程度で、日本の数字とは大きな差がある。なお、米国では業界団体が1000億程度と見積もっている。

問題はメリットだ。研究会では、期待される効果を金額換算で試算した。その結果、番号ポータビリティを利用する人への直接効果が、番号告知の費用削減を中心に約37億円から855億円(法人の利用率によって異なる)、利用者以外の間接効果として、継続することのインセンティブの充実や機種変更費用の値下げなどで2000億円から2850億円、競争促進によって実現が期待される通信料金の値下げ分が約2700億円、合計して最大6000億円以上の便益が見込まれるとした。

この数字が正しければ、費用を大幅に上回るメリットがあることは間違いない。こうした試算には「数字のマジック」の要素があるから、そのまま信じることは危険だが、それでも、社会的に大きなメリットがあるとの結論を覆すことは難しい。

電話会社側は、新しい機能や料金を打ち出すことで、競争相手から顧客を奪いやすくなる。もちろん、両刃の刃で、自社の顧客も奪われやすくなる。競争の激化が期待される。

事業者の本音は：価格破壊競争への恐れ

当初抵抗の姿勢が強かった事業者側も、客観的な数字による比較を行った結果、番号ポータビリティの実施に反対は唱えなくなった。すでに大きなシェアをもつところは、他社に奪われるのを阻止したいから、この制度の導入に反対するのは当然といえば当然だ。しかし、状況が変わって、他社にシェアを奪われたら、あるいはそうなりかけたときには、この制度は自社の武器になる。実際、市場では昨年から au が快進撃を続け、純増ベースではドコモを上回り続けているので、かりにドコモがシェア 2 位に転落したら、この制度はドコモに有利になる可能性が高い。

電話会社側が本音の部分で恐れているのは、新規参入によって市場全体の「秩序」が乱れ、大幅な価格破壊が起きることだろう。ブロードバンド市場では、ソフトバンク BB による大胆な低価格路線が市場規模を大幅に拡大したが、既存の事業者は利益が出ない構造になったと批判する。同様の事態が携帯市場に起きることを恐れているのだ。

これは、現在の携帯電話事業の利益額をみれば容易に想像がつく。NTT ドコモは税引前利益で毎年 1 兆円をあげている。au はここ 2 年、営業利益で 5000 億円の大台をキープしている。売上総額に対してドコモで 20%、au では 30% を超える高い利益率だ。4 社で巨額の利益を出している「おいしい」市場の構造が、新規参入で破壊されることはうれしくない。

裏返せば、日本の携帯電話は、現在の料金が高すぎるということだ。総務省は諸外国のデータと比較して必ずしも高くはないとするが、条件の異なる「料金表」の一部で比較することは現実的ではない。利用者側の生の声をこそ聞くべきだろう。実感でいえば、日本の携帯の料金は明らかに高すぎる。事実、私が行った小規模アンケートでも、実に 81% の人が「高い」と回答し「安い」と応えたのはわずか 4%、「どちらともいえない」が 15% だった。

携帯市場は技術革新が激しく、3G、4G と開発費用もかかり、今後の市場動向への不安はあるが、それでも、現在の料金の高さを容認する理由になるとは思えない。その意味でも、番号ポータビリティ制度の導入は、こうした既存の高値安定の秩序に挑戦する新規参入を呼び込むものとして、おおいに歓迎したい。それによって市場がいっそう活性化し、利用者が増え、新しいサービスが次々に展開するという「好循環」を生むことが期待されるからだ。それは、電話会社にとっても、長期的には決してマイナスとはいえないだろう。利用者が喜ぶ市場を創ってこそ、事業者も長く栄えるからだ。