



米国における移動体通信市場の競争評価 —FCC「移動体通信競争報告書」にみる寡占化と高速化—

一般財団法人マルチメディア振興センター（FMMC）
情報通信研究部 主席研究員 田中 絵麻

概要

米国では、連邦通信委員会（FCC）の「国家ブロードバンド計画」に基づき、移動体通信分野で世界を牽引するとの目標が掲げられ、移動体通信用の周波数帯割当が拡大された。また、大手事業者による中小事業者の買収・合併が次々と承認された。結果的に、移動体通信市場の寡占化が進展しているものの、移動体通信網への投資は拡大、LTE方式の全国網整備がほぼ完了し、加入者数も順調に増加している。また、事業者間のサービス競争の結果、移動体通信料金の多様化が進み、さらにサービスが利用しやすくなっている。本稿では、FCCによる「移動体通信競争報告書」の内容に基づき、2000年代後半から2010年代前半にかけて、モバイル・ブロードバンドの普及が拡大、かつ速度が高速化した要因として、設備競争とサービス競争の両面が寄与したと考えられると指摘する。

1. 米国の移動体市場動向—FCCの「移動体通信競争報告書」から

(1) 「国家ブロードバンド計画」と移動体通信市場の変化

2010年3月にFCCが「国家ブロードバンド計画」を公表してから5年が経過し、米国の移動体通信市場の変貌は著しい。なかでも、モバイル・ブロードバンドの人口普及率が急拡大し、ITU統計によると、2009年末には40.5%であったものが、2013年末には93.6%となっている。モバイル・ブロードバンドのなかでもLTE方式の加入が拡大、2014年末には、1億7,219万加入となった。3G方式への加入はLTE方式への加入が増加するなか減少傾向にあるものの、同年末現在で、1億2,425万加入である。3GとLTEを合わせたモバイル・ブロードバンド加入率（全移動体通信サービス加入に占める割合）は、92.4%となった。また、スマートフォンの普及も急拡大し、調査会社のcomScoreによると、2014年6月現在では、13歳以上の移動体通信サービスの加入者のうち、71.6%がスマートフォン利用者となった。2000年代後半には、欧州や日本や韓国と比較して、モバイル・ブロードバンドの普及や高速化が遅れていた米国が、約5年で巻き返しに成功したと言えよう。

「国家ブロードバンド計画」の方針に基づいた移動体通信市場にかかる主な施策としては、①移動体通信用（モバイル・ブロードバンド用を含む）の周波数再編の後押し、②移

動体通信事業者間の買収・合併（M&A）の承認、が挙げられる。同計画では、2015年までに300MHz幅分を、2020年までに500MHz幅分を移動体通信用に割り当てるとした。同計画と前後して、規制当局は、大手の移動体通信事業者による小中規模のキャリアの買収¹や周波数の買収・交換²を次々に認可した。その結果、移動体通信向けの周波数帯は、全国サービスを展開する大手4社への集約が進展した。さらに、2015年1月には、高度無線サービス（AWS）向けの周波数帯のオークションを実施、主な落札事業者は、AT&T、ベライゾン・ワイヤレス（Verizon Wireless）、衛星放送事業者のディッシュ（Dish）、T-モバイル US（T-Mobile US）であり、総落札額の約448億9,945万ドルのうち、大手事業者の落札額合計は403億8,889万とその大部分を占めた³。また、FCCでは、2016年にも放送事業者が保有する周波数帯を回収して、オークションを実施する予定であり、さらに移動体通信用に割り当てられる周波数が増える見込みである。

（2）FCCによる移動体通信競争報告書の分析

FCCでは、周波数帯は移動体通信市場を構成する一要素として位置づけ、保有周波数帯以外にも様々な観点から競争状況について分析を行っている。この移動体通信市場の競争状況に関する分析としては、1995年に第1次が発行された「移動体通信競争報告書」（以下、報告書と略す）を公表、2014年12月には最新版の第17次報告書を公表している。同報告は「1934年通信法」第332条の規定に基づき、議会に対して行われるもので、移動体通信市場の主な動向や競争状況について、多面的に分析している⁴。そのため、「移動体通信競争報告書」は、現状の米国の移動体通信市場の競争状況を把握するためにも、また、規制当局における見方やその変化を知るうえでも重要な資料である。

なお、同報告書の近年の項目を比較すると、第14次と第15次の目次構成はほぼ同様であったものの、近年の急速な市場が変化を反映して、第15次から第16次、また、第16

¹ 主なモバイル市場でのM&Aとして、ベライゾン・ワイヤレス（Verizon Wireless）によるオールテル（Alltel）買収（2008年承認）、スプリント・ネクステル（Sprint Nextel）とクリアワイヤ（Clearwire）の合併（2008年承認）、AT&Tによるネクストウェーブ（Nextwave Wireless）の買収（2012年承認）、T-モバイル USによるメトロPCS（MetroPCS）の買収（2013年承認）、AT&Tによるリーブ（Leap Wireless International）の買収（2014年承認）、AT&Tによるクリケット（Cricket）の買収（2014年承認）が挙げられる。その他、日本のソフトバンクによるスプリント・ネクステルの買収も2013年に認可しているが、これは市場シェアの再編は伴わない。

² 主に、AT&Tによるクアルコム（Qualcomm）の保有する周波数帯の買収（2011年承認）、AT&TからT-モバイル USへの周波数帯の譲渡（2012年）、ベライゾン・ワイヤレスによるSpectrumCo（ケーブル事業者の合併企業）からの周波数帯買収（2012年に認可）、ベライゾン・ワイヤレスからT-モバイル USへの周波数売却（2012年承認）がある。

³ Gigaom、2015年1月30日記事より

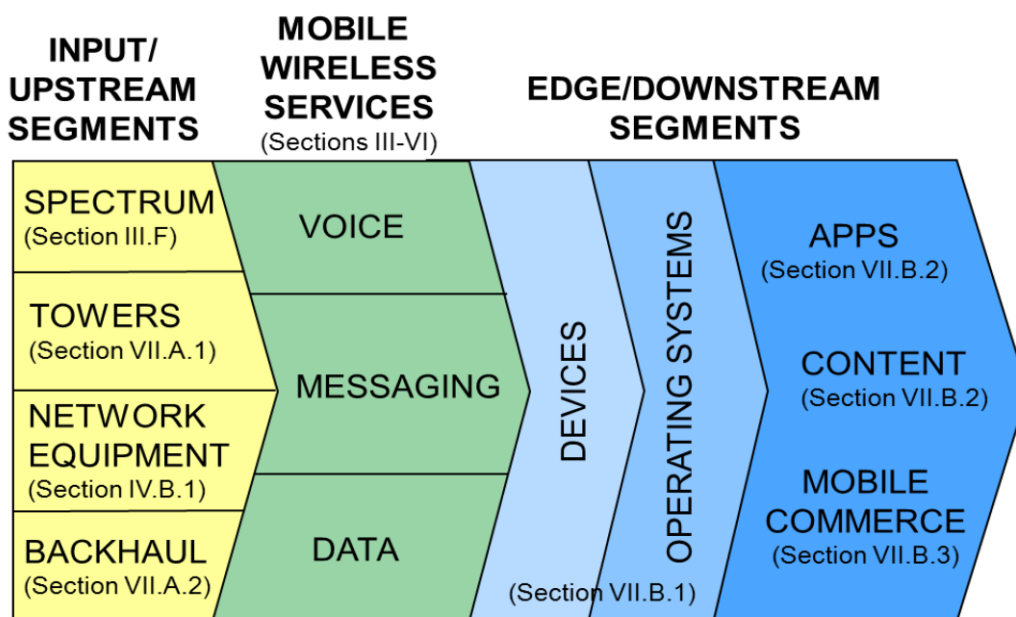
（<https://gigaom.com/2015/01/30/att-verizon-dish-were-the-big-spenders-at-4g-auction/>）。

⁴ 47 U.S. Code § 332（<https://www.law.cornell.edu/uscode/text/47/332>）。

次から第 17 次にかけて、構成や項目に変化が見られる。

第 16 次報告書においては、移動体通信市場を構成する各要素が有機的な生態系（エコシステム）となっているとの観点を提示し（図-1）、その上で、個別要素の競争状況を分析している点が注目される。具体的には、図 1 に示すように、移動体通信を構成する供給側である投入・上流部門（Input-Upstream Segments）とモバイル・サービス部分（Mobile Wireless Services）と、末端・下流部門（Edge-Downstream Segments）に分けて、市場の状況・競争状況を分析している。このうち、投入・上流部門とモバイル・サービス部分は、主に移動体通信事業者が提供している。つまり、投入・上流部門の市場競争分析は、設備競争の分析、モバイル・サービス部分の市場競争分析は、サービス競争の分析と見ることができる。また、第 16 次では、移動体通信市場の概観、移動体通信分野のエコシステム、事業者の行動、市場成果、消費者行動、異なるサービス間の競争（インターモダル競争）、都市部・地方比較や国際比較等、項目が多岐に亘っており、移動体端末市場やモバイル OS 市場も含めた関連分野についても分析が加えられている。

図-1 FCC によるモバイル・エコシステムの概念図



出所：FCC、第 16 次報告書、p.32.

一方、第 17 次報告書では、「移動体通信市場における競争のダイナミクス」を分析視点に置き、各社の加入者数のほか、無線網の高速化、価格レベル、非価格競争の面からみた市場競争を重点的に分析した内容となっている。第 17 次報告書では、設備を保有する事業者間で価格競争が発生していることを、各社の料金プランの推移の詳細まで踏み込んで分析している。これらの報告書のデータをみると、米国の移動体通信市場では、設備面での寡占化・高速化とサービス競争による価格低下や料金プランの多様化の両方が同時に起

きていることが分かる。そこで、本レポートでは、2000年代後半から2010年代前半にかけての米国の移動体通信市場の発展要因について、FCCの「移動体通信競争報告書」の分析や統計データに基づいて、設備競争とサービス競争、またそれらの相互作用の面から考察する。

2. 寡占化する移動体通信市場—加入者数と市場集中度、周波数保有

(1) 加入者数ベースと市場集中度による寡占化

現在、米国の移動体通信市場で設備を保有してサービスを提供しているのは、全国でサービスを提供する4社（ベライゾン・ワイヤレス、AT&T、スプリント、T-モバイル US）と、一部地域でサービスを提供する3社（USセルラー（US Cellular）、NTELOS、シンシナティ・ベル（Cincinnati Bell））と、その他小規模事業者となっている。各社の加入者数と収入ベースでみた市場シェアは表-1のとおりである。

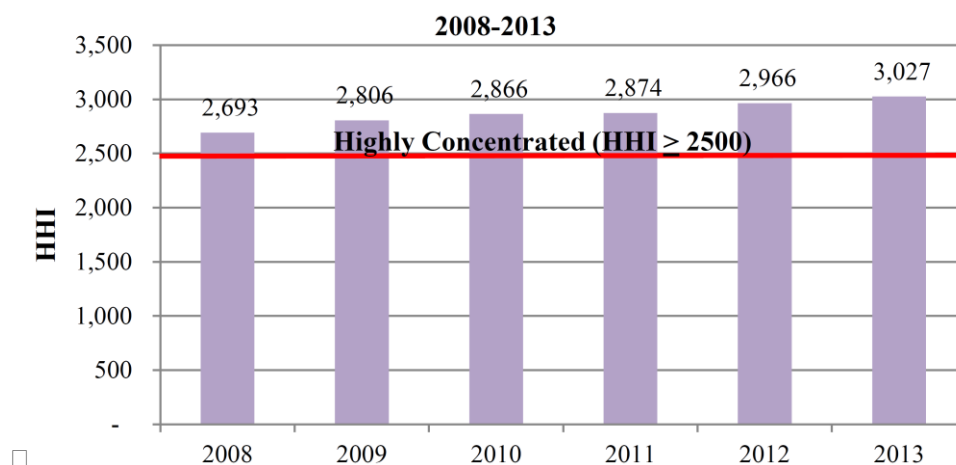
表-1 加入者数と収入ベースでみた市場シェア

事業者名	加入者数（市場シェア） （2014年6月現在）	収入ベースの市場シェア （2013年末現在）
ベライゾン・ワイヤレス	1億2,962万（36.6%）	36.5%
AT&T	1億1,654万（32.9%）	33.9%（リープ1.4%含む※）
スプリント	5,408万（15.3%）	15.5%
T-モバイル US	5,054万（14.3%）	10.9%
USセルラー	465万（1.3%）	1.9%
NTELOS	46万（0.1%）	0.2%
シンシナティ・ベル	28万（0.1%）	0.1%
その他	—	1.0%
合計	3億5,417万	—

出所：FCC第17次報告書、p11、p.16より作成。

FCCでは、収入ベースでの市場シェアを元に、市場の集中度の指標であるハーフィンダール・ハーシュマン指数（HHI）を算出している。なお、HHIは、各社の市場シェアを二乗した数値を合計して求められる。図-2は、米国の移動体通信市場のHHIの推移（設備ベースの事業者）である。

図-2 米国の移動体通信市場の HHI の推移



出所：FCC 第 17 次報告書、p.17.

米国では、HHI が 2,500 以上の場合に高度に集中している（Highly Concentrated）とみなされるが⁵、移動体通信市場はこの状態にあたる。なお、2004 年時点では、HHI は 2,450 であったが、その後、集中度が年々高まった⁶。

(2) 周波数保有にみる寡占化

米国では、移動体通信サービスに利用可能な周波数帯としては、700MHz 帯のほか、セラー向け、特別モバイル無線（Specialized Mobile Radio：SMR）向け、ブロードバンド PCS（Broadband Personal Communications Service）向け、高度無線サービス（Advanced Wireless Service：AWS）向け、H ブロック（1900MHz 帯）、無線コミュニケーション・サービス（Wireless Communications Service：WCS）向け、ブロードバンド無線サービス（Broadband Radio Service：BRS）向け、教育ブロードバンド・サービス向け（Educational Broadband Service：EBS）等があり、合計 580.5MHz 幅が割当てられている。また、割当方法や時期によって、周波数免許の地域区分（地理的範囲）の設定方法が異なっている⁷。そのため、どの事業者がどの程度の周波数帯を保有しているかを比較する際には、各社が保有する周波数帯の 1MHz 当たりがカバーする人口（MHz×人口）を合計した指標（MHz・POPs）が用いられる。図-3 は、事業者別の MHz・POPs である。

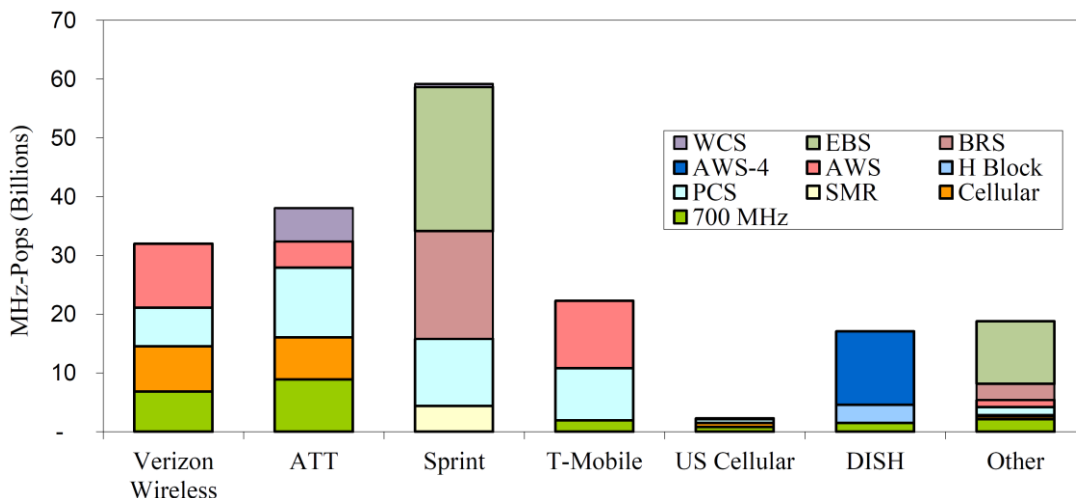
⁵ U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission (2010) Horizontal Merger Guidelines 及び野木村忠邦(2013)「米国の 2010 年司法省・連邦取引委員会「水平的合併ガイドライン」の概要」政経研究、第 49 巻第 3 号、pp.19-47 を参照。

⁶ FCC 第 16 次報告書、p.19。ただし、2004 年の HHI は算出方法が異なる。

⁷ FCC ウェブページより各地域区分が確認できる。

(http://wireless.fcc.gov/services/index.htm?job=wtb_services_home)

図-3 事業者別の MHz-POPs (10 億) (2014 年 6 月現在)



出所：FCC 第 17 次報告書、p.53.

図-3 から、大量の周波数帯を保有していたクリアワイヤを買収したスプリントの MHz-POPs が最も大きく、続いて全国レベルで事業を展開している AT&T とベライゾン・ワイヤレス、T-モバイル US が続いている。第 16 次報告書では、メトロ PCS、リーブ、クリアワイヤの MHz-POPs も推計されていたが、第 17 次報告書では、買収先の事業者の MHz-POPs に算入されている。なお、一部地域でサービスを提供している US セルラーの MHz-POPs は小さい。注目されるのは、AT&T が、2014 年 5 月に買収合意を発表したディッシュが AWS 向けの周波数帯を多く保有している点である。規制当局が買収を認可した場合、この周波数帯を AT&T が獲得することが想定され、保有周波数帯ベースでもさらに寡占化が進展する可能性がある。

3. 設備投資により高速化するモバイル・ブロードバンド網

(1) 設備投資拡大とモバイル・ブロードバンド網の高速化

設備を保有し、全国レベルでサービスを提供する 4 社の移動体通信事業者は、通信設備への投資を拡大している。移動体通信市場全体でみた資本投資 (Capital Expenditure: CAPEX) は、2009 年には 207 億ドルであったが、2010 年には 230 億ドルに増加、2011 年以降も表-2 に示すように増加傾向にあり、2013 年には 325 億 7,700 万ドルに達している。そのうち、全国サービスを提供する 4 社の CAPEX の合計が全体に占める割合は増加しており、通信設備への投資をけん引していることがわかる⁸。

⁸ なお、FCC の第 17 次報告書によると、業界団体の CTIA のデータの CAPEX は、周波数取得費用は含まれておらず、運用中のシステムや設備に対する資本支出の合計となっている。

表-2 移動体通信市場における CAPEX の推移 (100 万ドル)

	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年上半期
ベライゾン・ワイヤレス	8,973	8,857	9,425	5,325
AT&T	9,764	10,795	11,191	6,562
スプリント	2,416	4,884	6,833	2,473
T-モバイル US	2,729	2,901	4,025	1,887
CAPEX 合計	26,071	29,641	32,577	16,534
4 社の CAPEX 合計の割合	91.6%	92.6%	96.6%	98.3%

出所：FCC 第 17 次報告書より算出、p.151.

表-3 は、主要事業者のモバイル・ブロードバンドの人口カバレッジの推移を示している。2009 年 11 月現在と比較して、各社の人口カバレッジは改善しており、AT&T とベライゾン・ワイヤレスは 100% 近く、スプリントは約 90%、T-モバイル US も 80% 近くになっている。これは、各社が取得した周波数帯を利用するモバイル・ブロードバンド網の設備投資を行った結果であると推測される。

表-3 モバイル・ブロードバンドの人口カバレッジの推移

	2009 年 11 月	2010 年 8 月	2011 年 4 月	2012 年 1 月	2012 年 10 月	2014 年 1 月
AT&T	67.9%	73.1%	88.3%	92.8%	94.9%	97.8%
ベライゾン・ワイヤレス	85.3%	86.4%	95.4%	95.7%	96.1%	96.8%
スプリント	72.6%	76.6%	88.4%	87.6%	88.0%	89.3%
T-モバイル US	42.8%	58.8%	68.7%	72.8%	75.3%	78.8%
メトロ PCS	—	—	19.9%	23.2%	34.7%	—
クリアワイヤ	—	—	34.8%	33.6%	33.7%	—
リープ	25.3%	26.1%	29.6%	29.5%	29.9%	—
US セルラー	8.5%	9.6%	13.0%	13.2%	13.8%	—

出所：FCC 第 17 次報告書より算出、p.153.

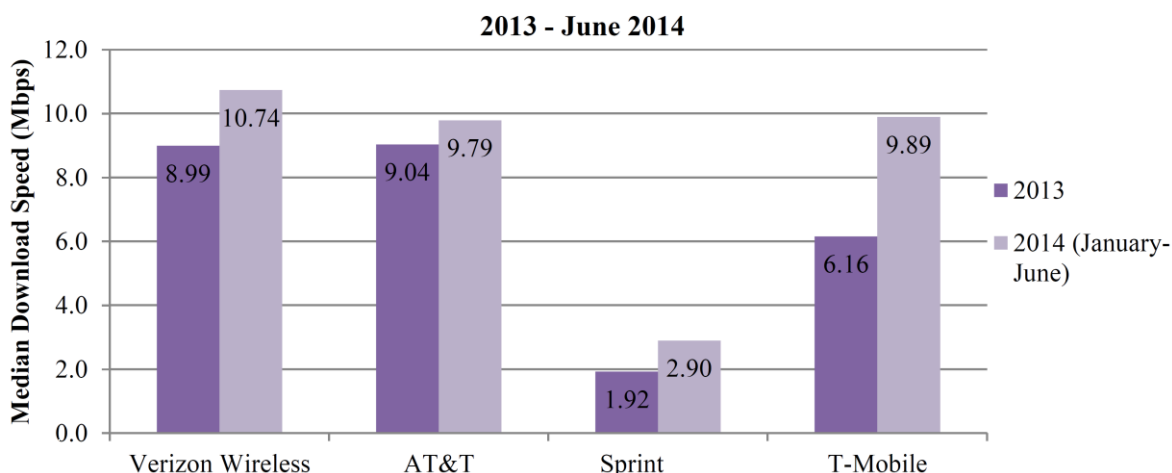
通信方式別でみると、2014 年 1 月現在、3G もしくは LTE 方式の人口カバレッジは 99.7%、LTE 方式のみでも 98.5% に達している。また、3G もしくは LTE 方式の地域カバレッジは 70.2%、LTE 方式のみでは 54.4% である⁹。

⁹ FCC 第 17 次報告書、p.31。

(2) モバイル・ブロードバンド・サービスの高速化

FCC では、2012 年 9 月に、より詳細なブロードバンドの普及状況を把握するための「ブロードバンド・アメリカ計測プログラム」を拡大すると発表、モバイル・ブロードバンドの速度も計測することとした。同プログラムで取得されたデータによると、米国では、上述のようにモバイル・ブロードバンドのカバレッジが拡大しているばかりではなく、高速化も進展している。

図-4 事業者別のモバイル・ブロードバンドのダウンロード速度の中央値



出所：FCC 第 17 次報告書、p.98.

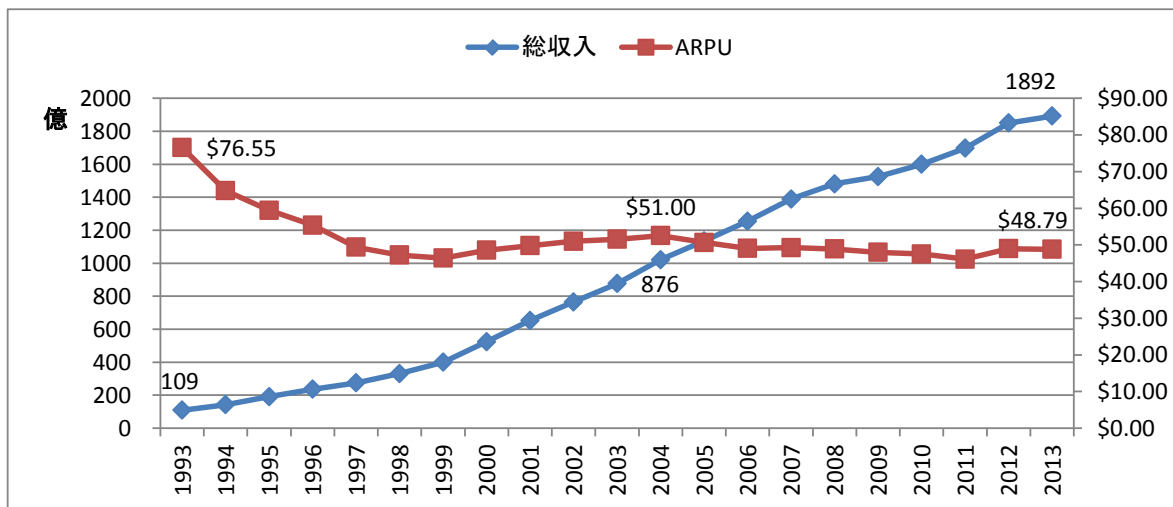
図-4 に示すように、2013 年から 2014 年上半期にかけて、各社のモバイル・ブロードバンドのダウンロード速度は高速化しており、なかでも T-モバイル US が 2013 年の 6.16Mbps から 2014 年上半期には、大手 2 社と同等レベルの 9.89Mbps にまで改善している。アップロード速度も改善しており、2013 年から 2014 年上半期にかけて、ベライゾン・ワイヤレスは 4.14Mbps から 5.37Mbps（中央値）、AT&T は 3.86Mbps から 4.55Mbps、スプリントは 0.67Mbps から 0.89Mbps、T-モバイル US は 1.76Mbps から 4.16Mbps になった。

4. モバイル・サービスの価格競争—ARPUの状況と多様化する料金プラン

(1) ARPU（加入者一人当たり月収入）の状況

上述のように、移動体通信事業者各社は、ブロードバンド・サービスの高速化やカバレッジの拡大を図っているものの、加入者一人当たり月収入（ARPU）は横ばい傾向にある（図-5）。言い換えれば、消費者側は、ほぼ同様の料金でよりよいサービスを利用できるようになっていると言えよう。

図-5 移動体通信サービスの総収入と ARPU の推移（1993 年から 2013 年）



出所：FCC 第 17 次報告書、p.116 より作成。

ただし、全国サービスを提供する大手サービス事業者と一部地域向けサービスを提供する事業者の間では、料金の動きに違いが見られる。表-4 は、設備を保有する移動体通信事業者の近年の ARPU（推計）の推移である。表-4 に示すように大手 4 社の ARPU はベライゾン・ワイヤレスとスプリントのようにほぼ横ばいか、AT&T や T-モバイル US のように減少傾向にある一方で、一部地域でサービスを提供する事業者の US セルラーや NTELOS では 50 ドルを超えており、増加傾向にある。

表-4 設備を保有する移動体通信事業者の ARPU（推計）の推移（ドル）

	2011 年 第 4 四半期	2012 年 第 4 四半期	2013 年 第 4 四半期	2014 年 第 2 四半期
AT&T	47.04	46.94	47.58	43.91
ベライゾン・ワイヤレス	46.55	47.57	47.5	46.96
スプリント	43.08	43.37	44.83	43.55
T-モバイル US	44.29	40.24	36.91	36.17
US セルラー	49.74	50.89	50.21	53.27
メトロ PCS	40.55	40.86		
リープ	42.39	40.69	45.55	
NTELOS	48.57	52.78	54.11	52.21
シンシナティ・ベル	43.26	43.28	41.35	42.81

出所：FCC 第 17 次報告書、p.2.

(2) 多様化する料金プラン—各社の加入契約プランとプリペイド・プラン

第 17 次報告書では、各社の新料金プランや販売促進策が時系列で整理されており、事業者間での価格競争が発生、価格低下につながっているとしている。大手事業者はそれぞれ、月の加入契約（Postpaid）プランとプリペイド・プランの両方での価格値下げや、加入者の引き留め・引き抜きのためのプロモーションを打っており、料金低下と料金プランの多様化が同時に発生している。表-5 は、主な移動体通信事業者の契約料金プランである。表-5 に示すように、スマートフォン向けの料金プランは、T-モバイル US が 50\$ と最も低くなっており、価格競争のもとで加入者数を伸ばしている¹⁰。

表-5 主な移動体通信事業者の契約料金プラン（2014年6月時点）

事業者	端末タイプ	料金プラン名※	プラン内 データ 通信容量	通話／テ キスト・メ ッセージ	データ 通信 料金	音声＋ テキスト＋ データ通信
AT&T	携帯端末	AT&T Mobile Share®	300MB	\$20	\$20	\$40
	スマートフォン	Value Plans with Unlimited Talk & Text	1 GB	\$40.00	\$25	\$65
ベライゾ ン・ワイ ヤレス	携帯端末	More Everything Plan	700分	\$30	\$5	\$35
	スマートフォン		1GB	\$40	\$40	\$80
スプリン ト	携帯端末	Unlimited My Way	無制限	\$50	\$10	\$60
	スマートフォン		1 GB	\$50	\$20	\$70
	携帯端末	Framily Plan	1 GB	\$55	—	\$55
	スマートフォン		3 GB	\$55	\$10	\$65
T-モバイ ル US	携帯端末	Simple Starter Plan	500 MB	\$40	—	\$40
	スマートフォン	Simple Choice Plan	1 GB	\$50	—	\$50
US セル ラー	携帯端末	Shared Connect Plans	300 MB	\$30	\$40	\$70
	スマートフォン		1 GB	\$40	\$40	\$80

出所：FCC 第 17 次報告書、pp.138-140 より作成。

プリペイド・プランについては、各社はさらに低価格の料金プランを提供している。また、各社は、買収したプリペイド事業者や契約している MVNO については、サブ・ブランドとして、別体系の料金プランを提供している。これについて、FCC では、ハイエンド向けとローエンド向けの料金体系が分かれているのは妥当であるとしている。なお、契約

¹⁰ 各社の事業戦略については、拙稿、「モバイルキャリアの MVNO をめぐる事業戦略」『日本データ通信』No.201, 2015年1月号、pp.21-23 を参照。

料金とプリペイド料金の差としては、プリペイド料金のほうが選べる端末が少ない、サービス範囲が狭い（加入している事業者のネットワーク利用のみが料金に含まれる等）、データ伝送速度が遅いことが挙げられている。表-6は、各社のプリペイド・プランの一覧である。表-6に示すように、プリペイド・プランでは、加入契約よりも低水準の料金が提供されており、その料金の種類も多い。

表-6 主な移動体通信事業者のプリペイド料金プラン（2014年6月時点）

事業者名	プリペイド・プラン名	料金※
AT&T	GoPhone Monthly Smartphone Plans	60\$/月、40\$/月、25\$/月
	GoPhone Basic and Messaging Phone Plans	45\$/月、25\$/月、2\$/日、10¢/分
	Cricket Smartphone and Basic Cell Phone Plans	60\$/月、50\$/月、40\$/月、25\$/月
ベライゾン・ワイヤレス	Verizon Allset Smart Phone Monthly Prepaid Plan	45\$/月
	Verizon Allset Basic Phone Monthly Prepaid plan	45\$/月、35\$/月
	Verizon Wireless Pay-as-you-go Plans	1.99\$/日、99¢/日、従量制
スプリント	Sprint Prepaid Monthly Smartphone Plans	60\$/月、45\$/月
	Sprint Prepaid Monthly Basic Plans*	50\$/月、35\$/月
	Boost Mobile Monthly Prepaid Plans	60\$/月、50\$/月、40\$/月
	Boost Mobile Daily Prepaid Plans	3\$/日、2\$/日
	Boost Shrinking Payment Plan (毎月5ドルずつ支払額が下がる料金プラン)	60\$→45\$/月、55\$→40\$/月、 50\$→35\$/月、45\$→30\$/月
	Virgin Mobile Beyond Talk Unlimited Plans (Android 端末向け)	50\$/月、40\$/月、30\$/月
	Virgin Mobile PayLo Talk & Text Plans (Android 端末非対応)	40\$/月、30\$/月、20\$/月
T-モバイル US	T-Mobile Monthly and Daily Prepaid Plans	80\$/月、70\$/月、60\$/月、50\$/月、40\$/月、 35\$/月、30\$/月、3\$/日、2\$/日
	MetroPCS Monthly Prepaid Plans	60\$/月、50\$/月、40\$/月
	GoSmart Monthly Prepaid Plans	45\$/月、35\$/月、25\$/月
	T-Mobile Pay-as-you-go without Data (従量制)	100\$、50\$、30\$、10\$
US セルラー	US Cellular Simple Connect Smart Phone Monthly Prepaid Plan	60\$/月、50\$/月
	US Simple Connect Cellular Basic Phone Monthly Prepaid plan	40\$/月

※端末により適用される料金が異なるほか、含まれる通話無制限の有無やデータ通信量等は異なる。

出所：FCC 第17次報告書、pp.144-147より作成。

5. 移動体通信市場における市場競争の進展と今後の展望

本稿では、多面的な分析を加えている FCC の「移動体通信競争報告書」に基づいて、市場の寡占化とサービス競争に焦点を当て、「国家ブロードバンド計画」以降の市場変化の要因について考察した。

本稿でみたように、米国では、全国でサービスを提供する大手の移動体通信事業者による市場の寡占化が進展している。ただし、「国家ブロードバンド計画」のもと、M&A や周波数取引が承認され、大手事業者への移動体通信向けの周波数帯の集約が進展したことで、設備競争も誘発された点が注目される。設備を保有する事業者が 4 社に集約され、各社が設備競争を行ったことで、モバイル・ネットワークを高速化するための設備投資が拡大、LTE 方式の全国網整備がほぼ完了した。加えて、設備面での差別化が難しくなったことで、料金やサービス品質等の面でのサービス競争も活性化した。このように、図-1 の設備部分とモバイル・サービス部分の両方での競争が進展したことが、米国のモバイル市場の高速化に影響を与えたと言えよう。

なお、最近の移動体通信市場の動きとしては、Google が、MVNO への参入を計画していることが、2015 年 1 月の報道で明らかになった¹¹。新たなプレイヤーが MVNO 市場に参入することで新サービスが市場に投入されると見られる。また、設備を保有する移動体通信事業者も、今後成長が期待される M2M (Machine-to-Machine) や IoT (Internet of Things) 分野への取り組みを強化しているところである。こうした動きから、冒頭で示した図-1 の末端・下流部門と、本稿で分析した投入・上流部門やモバイル・サービス部門での相互参入が今後さらに進むと予想される。第 17 次報告書においても M2M や IoT の将来性について市場が注目していると言及、M2M 接続数も AT&T では 1,470 万に達しており、法人向けに加えて住宅向け市場のサービスが増加しつつあるとしている¹²。こうした IoT の接続数の増加が予想されるなか、米国の移動体通信市場の今後の変化も注目される。

¹¹ Fiercewireless 記事より。

(<http://www.fiercewireless.com/story/reports-google-wants-become-mvno-sprint-t-mobile-spur-lower-prices-and-bett/2015-01-22>)

¹² FCC 第 17 次報告書、p.8.