

MVNO と 3 大 キャリア の これ から

1 . 目 的

いまやスマートフォン・インターネットは生活に浸透し欠かせないものとなっている。しかし、自宅のインターネット回線は毎月 5,000 円前後なのに対し、スマートフォンは 1 台 8,000 円近い金額がかかっていた。そんな中登場し、次第に広まりつつあるのが「格安 SIM」こと MVNO である。なぜこんなに安いのか。その価格の安さに隠れたデメリットなどを調べる中で、「そもそもなぜキャリア（MNO）はライバルを増やす行為を望んでするのだろうか。」という疑問が沸き立ちました。そんな疑問を解決し、今後の 3 大キャリア（MNO）の戦略について論じることが本論文の目的である。

2 . MVNO（格安 SIM）と MNO（3 大キャリア）の説明

MVNO とは何なのか。MNO とは何なのか。単語の意味やモバイル通信サービスの提供に関わる仕組みの概要を解説し、MVNO と MNO の関係を整理する。また、MVNO（格安 SIM）の登場した理由と事業者数の推移など、モバイル通信市場の現状に関しての解説も行う。

3 . MVNO（格安 SIM）と MNO（3 大キャリア）の比較

MVNO と MNO のサービス内容を様々な観点から比較を行う。比較項目としては「サービス料金」、「通信品質」、「価格対通信品質の費用対効果」が主となっている。また、MVNO の登場により各 MNO の業績変化なども検証する。MNO の今後の戦略を考える上での情報源・前提条件となる。

4 . MNO（3 大キャリア）のこれからの戦略

MNO は MVNO に対してどのような戦略を取ればいいのかをこれまで整理してきた情報を基に考察する。MNO の取るべき戦略の概要を明確にすることを目的とする。SWOT 分析を用いて MNO と MVNO の持つ強み、弱み、外部環境を改めて整理し、MNO の有利となる戦略立案の緒とする。SWOT 分析の結果と、市場成長など、外部環境の変化、ターゲットとなるユーザー層を織り交ぜ実際に MNO のとり得る有力な戦略を具体化させる。

5 . ま と め

これまでの情報収集と考察を行った筆者が考える今後の MNO の戦略を改めてまとめる。現状の MNO に可能で MVNO の追随の困難なマーケティングを具体例を用いて解説し、MNO の長所を再度明確にする。当論文の主要要素となる MVNO と MNO の比較から分かる MNO の長所と、MNO のこれからの戦略を改めてまとめ上げることで論文全体の総括を行う。