



米業界初のデータシェアプラン – Verizonの戦略と背景

執筆者

KDDI総研 特別研究員 高橋陽一

🕒 記事のポイント

サマリー

Verizon Wirelessが米業界初のデータシェアプラン「Share Everything Plan」を開始した。これは音声とテキストが無制限、データは月々の上限をユーザーが選べ、これを端末10台まででシェアできるというもの。

複数の端末を持ち、音声やテキストを多用し、データは少ししか使わないようなユーザーにとってはメリットがあるが、スマートフォン1台の場合や複数台でもデータ利用の多いユーザーにとっては不利となる。

データをシェアできるというコンセプト自体は歓迎されているものの、それにより値上げになるケースが多いためか、ユーザーからの否定的な反応が目立つ。さらに以前から無制限データプランを使っている既存ユーザーにとっては、機種変更の際に無制限データの特権放棄をせまられることになったため、対象ユーザーからの不満も多い。

このようなユーザーの反応に対し、Verizonはあくまでもユーザーにメリットのあるものだとして訴求し、新プランへの移行を積極的に勧奨している。ユーザーとVerizonとの間に大きな感覚のずれがあるのだろうか。否、Verizonはこのようなユーザーの反応を見越した上で、あえてこのプランを断行した、そしてそれを断行せざるを得なかった、というのが本稿の主題だ。

本稿では、この新プランの内容を分析し、それに対するユーザーの反応やアナリストの評価などからうかがうことのできる、Verizonの戦略と背景に焦点を当てる。

主な登場者 Verizon

キーワード Share Everything Plan データシェアプラン 周波数不足 VoLTE

地 域 米国

Title	America's First Shared Data Plan: Background and Strategies of Verizon's Latest Pricing
Author	TAKAHASHI, Yoichi Research Fellow, KDDI Research Institute
Abstract	Verizon Wireless launched the industry's first shared data plan, the "Share Everything Plan," which gives users unlimited talk, unlimited text, and tiered data pools shareable up to 10 devices. The new plan will typically benefit those multi-handset users who talk and text a lot, even though they only have limited data usage. On the other hand, this plan will increase costs for those with a single smartphone, or for those who use a considerable volume of data. While most of the users welcome the concept of 'sharable data', apparently many of them are having a negative reaction to the new plan because it will force them to pay more. In addition, many of those who are currently in the grandfathered unlimited data deal are unhappy because they will be forced to make a tough decision when upgrading their handsets in the future; to either choose a subsidized handset, or forfeit the unlimited data option. Despite such negative responses, Verizon seems to be confident of the benefits to users, and is continuing to aggressively encourage users to migrate to the new plan. Does this mean that there is a huge gap in of thinking between users and Verizon? No. Verizon fully expected such user reactions and dared to push the new plan, and they have reasons underpinning this policy – this is the main thesis of this report. The report gives an analysis of the new plan, as well as deductions from user responses and analysts' comments, before proceeding to focus on Verizon's strategies and their backgrounds.
Keyword	Share Everything Plan data share plan spectrum deficit VoLTE

1 はじめに

Verizon Wirelessは、6月28日、米国で業界初となるデータシェアプラン「Share Everything Plan」を開始した。月々のデータ許容量を家族で共有できる料金プランだ。月々の利用枠を家族で分け合える、いわゆる「ファミリープラン」は、これまでは音声とテキスト（SMS）にはあったが、データにはなかった。これをVerizonが初めて導入した。

新料金プランについてVerizonは、ユーザーが待ち望んでいた画期的なプランだと自信を見せる。一方、ユーザーからは、こんなプランを待っていた、といった歓迎の声があまりないどころか、これはひどい、狂気の沙汰だ、というような激しく否定的な声が多数寄せられている。Verizonの感覚とユーザーの感覚はそれほど大きくずれているということだろうか。

2 Share Everything Planの概要

この新しい料金プランは、音声とテキストが無制限で使え、データは月々の許容量を1GBから10GBまでの中から選ぶことができ、端末を10台まで同じアカウントに登録してデータ許容量をシェアすることができるというものだ。

プランの名称が「Share Everything Plan」となっており、何でもシェアできるということになってはいるが、音声とテキストは無制限に使えることからシェアする意味はなく、意味があるのはデータのシェアだけだ。

月々に支払う料金は端末ごとにかかる「月額回線アクセス料」と音声、テキスト、データのサービス利用にかかる「月額アカウントアクセス料」からなる。

端末ごとにかかる「月額回線アクセス料」は端末の種類（スマートフォン、ベーシックフォン、モバイルホットスポット、タブレット等）によって異なっている。

【図表1】 端末ごとにかかる料金 (端末1台につき)

端末の種類	月額回線アクセス料
スマートフォン	40ドル
ベーシックフォン	30ドル
モバイルホットスポット、USBモデム	20ドル
タブレット	10ドル

(表注) スマートフォンが少なくとも1台はある場合。スマートフォンがない場合は後述(図表3および図表4)。

(Verizonのパンフレット等の情報をもとにKDDI総研で作成)

図表1のとおり、スマートフォンは40ドルなのに対し、タブレットが10ドルと非常に安くなっているのが特徴的である。タブレットを追加しやすくしているようだ。ただし、Verizonはこの新プランの開始に合わせてタブレットの割引販売（販売奨励金付）をやめてしまった^④（脚注1）。今後タブレットはすべて定価販売となり、2年契約のしほりもなくなった。

サービス利用にかかる月額アカウントアクセス料は、月間のデータ量によって以下のように6段階のプランが用意されている。

【図表2】 サービス利用にかかる料金 (1アカウントにつき)

月間データ量上限	月額アカウントアクセス料
1GB	50ドル
2GB	60ドル
4GB	70ドル
6GB	80ドル
8GB	90ドル
10GB	100ドル

（表注） いずれも音声とテキストは無制限。月間データ量上限を超過すると1GBあたり15ドルの追加料金がかかる。モバイルホットスポット機能付きの端末は特別な追加料金なしにその機能を使用できる。ただし、その場合のデータ使用量は月々のデータ量のカウント対象となる。

（Verizonのパンフレット等の情報をもとにKDDI総研で作成）

データ量の最低が1GBで50ドルと高めに設定されているが、2GB以降は2GBにつき10ドルの割合で増え、比較的安めになっている。旧プランでは無制限データでない場合は2GBで30ドル、5GBで50ドル、10GBで80ドルという料金設定だったので、データ量が少ない場合は新プランが割高との印象が強い。

また月々のデータ許容量が10GBでは足りない場合は、2GBごとに10ドルの単位で最大20GBまで上限を設定することができる^⑤（脚注2）。



④（脚注1） それまでは、VerizonはiPadに関しては定価販売していたが、その他のタブレット（Motorola Droid XYBOARD、Samsung Galaxy Tabなど）については2年契約付きの割引販売も行っていた。

⑤（脚注2） 最大20 GBという注記は特に見当たらないが、Verizonの社内の取扱いでそうになっている旨、phonearena.comが社内関係者からの情報として伝えている。
http://www.phonearena.com/news/Verizon-axes-top-shared-data-tier-is-making-a-heavy-internal-push-to-promote-Share-Everything-plans_id31590/

同一アカウントに登録できる端末の名義は家族に限定されてはいない。親類や友人や赤の他人の端末を登録することも可能である。

図表1と図表2の料金を合計したものが月々の支払額となる。たとえば、スマートフォン2台、ベーシックフォン2台、タブレット1台の合計5台を4GBのプランで使う場合は、次のとおり月々の支払額は220ドルとなる。

月額回線アクセス料 40ドル x 2台 + 30ドル x 2台 + 10ドル x 1台 = 150ドル
 月額アカウントアクセス料 (4GB) = 70ドル
 月額料金合計 = 220ドル

以上はスマートフォンが少なくとも1台含まれる場合の料金だが、スマートフォンを使わない人のために、モバイルブロードバンド用プランとベーシックフォン用プランも用意されている。

モバイルブロードバンド用プラン（データオンリープラン）は、モバイルホットスポット、USBモデム、タブレットが使用できる。音声とテキストは含まれず、データのみが想定されている。

【図表3】モバイルブロードバンド用プラン

端末の種類	月額回線アクセス料	月間データ量上限	月額アカウントアクセス料
モバイルホットスポット、USBモデム	20ドル	4 GB	30ドル
		6 GB	40ドル
タブレット	10ドル	8 GB	50ドル
		10 GB	60ドル

（表注）上限を超過すると1GBにつき15ドルの追加料金がかかる。モバイルホットスポット機能付きの端末は特別な追加料金なしにその機能を使用できる。ただし、その場合のデータ使用量は月々のデータ量のカウント対象となる。

（Verizonのパンフレット等の情報をもとにKDDI総研で作成）

月間のデータ許容量は4GBからとなっているが、データ使用にかかる月額アカウントアクセス料はスマートフォン用のプランに比べて40ドル安くなっている。すなわち、音声とテキストの部分の40ドルとして計算しているようだ。上限を超過した場合の追加料金はスマートフォンの場合と同額に設定されている。

スマートフォン用プランと同様、左側の月額回線アクセス料と右側の月額アカウントアクセス料を合計したものが月々の支払額となる。たとえばタブレットを4GBで利用すると月々の支払い額は40ドルとなる。旧料金プランでは2GBで30ドル、5GBで50ドル、10GBで80ドル、上限超過時は1GBにつき10ドルという料金設定だったので、2GBでは旧プランの方が安い、4GB以上では新プランの方が安くなる。ただし上限超過時の追加料金は新プランの方が高くなる。

ベーシックフォン用プランは端末の種類がベーシックフォンしかないので料金表上の月額回線アクセス料は端末1台あたり30ドルの1種類だけとなっている。月額アカウントアクセス料は以下のとおり2種類用意されている。

【図表4】 ベーシックフォン用プラン

端末の種類	月額回線アクセス料	月間上限	月額アカウントアクセス料
ベーシックフォン	30ドル	音声: 700分 テキストとデータは完全従量制	10ドル 上限超過時 音声: 45セント/分 テキスト: 10ドル/1000通 データ: 1.99ドル/MB
		データ: 300 MB 音声とテキストは無制限	40ドル 上限超過時 データ: 15ドル/300MB

(Verizonのパフレット等の情報をもとにKDDI総研で作成)

ただし、データ300MBのプランは、月額回線アクセス料に10ドル上乗せすることで、スマートフォンを追加することも可能。

なお、上記の月額料金の他に一時金として、新規加入の場合にはアクティベーション料が35ドル、アップグレード（機種変更）の場合は30ドルの手数料がかかる。このアップグレード手数料は他社では既に導入済みだが、Verizonは最近まで取っていなかった。2012年4月22日に導入された。

3 新料金プランの制約

この新料金プランは新規ユーザーでも既存ユーザーでも利用可能だが決して強制ではない、とVerizonは強調する。しかし新規ユーザーの場合はこのプラン以外にはプリペイドしかないの、事実上強制となる。既存ユーザーの場合、追加料金や契約期間の変更なしにこの新プランに移行できるが、何も変更せず、既存の料金プランを継続することもできる。

ただし無制限データプランを利用している既存ユーザー^④（脚注）が機種変更する場合には難しい決断が強いられる。無制限データを引き続き使いたければ端末を定価で買わなければならないとの新たなルールが導入されたからだ。たとえば、2年契約だと199.99ドルで購入できるiPhone 4S 16GBの定価は649.99ドル、同じく2年契約で199.99ドルのGalaxy S III 16GBの定価は599.99ドル。端末を定価で購入したくな



④（脚注） Verizonは2011年7月7日に無制限データプラン（月額30ドル）を廃止し、それ以降新規ユーザーは段階別データプランを選ぶしかなくなったが、それまで無制限データプランを利用していた既存ユーザーは引き続き同プランを継続できることになっている。

い場合は、この新料金プランを選択しなければならず、それは無制限データの権利を放棄することを意味する。ユーザーとしては悩ましい選択だ。

4 Verizonのプロモーション

Verizonはこの新料金プランの詳細を2012年6月12日に正式発表した^④が、その骨子は2月には既に打ち出していた。Verizon CommunicationsのEVP兼CFOのFran Shammo氏が2012年2月27日に開催されたドイツ銀行主催のコンファレンスで、ファミリーデータプランを年央までに導入することを明らかにしている。その際に同氏は、新たな料金プランを導入するメリットとして、今まで以上に多くの端末が安価に接続できるようになると述べている^④（脚注）。

詳細発表時のVerizonの訴求ポイントは次の4点だ。

- ◎ 通話が無制限に利用できる。もう超過分数を心配する必要がない。
- ◎ ショートメッセージが無制限に利用できる。テキスト、写真、動画も送り放題。
- ◎ データがシェアできる。上限は必要なだけ選べ、端末10台まで共有できる。
- ◎ モバイルホットスポット機能は対応端末であればどれでも追加費用なしに利用できる。

6月12日付けプレスリリースの中で、Verizon Wirelessの販売最高責任者兼副社長のTami Erwin氏は、「顧客が求めているものを、業界で初めて提供する」と述べ、「Share Everything Planはワイヤレスサービスの新たな標準。シンプル – 顧客は音声やテキストをどうするかを考える必要がなくなった。便利 – 1つのデータプランを端末10台までシェアできる。そして安心 – 全米一信頼性の高いネットワークでいつでもどこでも3G/4G端末が接続できる」と説明する。

同氏はまた、「このプランを生み出すにあたっては、顧客がワイヤレスサービスプランに何を求めているかを聞き出した。また、テクノロジーを考慮し、顧客が日々の生活の中でそれをどのように使っているかを考慮した。そして、テクノロジーの進歩を考慮し、顧客が将来ワイヤレスをどのように使うかも考慮に入れた。Share Everything Planはそのリサーチの所産」であり、「顧客のワイヤレスサービスに対する考え方を大きく転換するもの」とも述べている。

また新プランの実施日（6月28日）に合わせてホームページを更新し、次のような新料金プランの宣伝を前面に出した（写真1）。



④（脚注）

http://news.cnet.com/8301-1023_3-57387708-93/verizon-to-offer-shared-family-data-plan-by-midyear/?tag=mncol;txt

【写真1】 ホームページのShare Everything Plan



(Verizon Wirelessのホームページより)

ホームページには動画も埋め込まれており、以下のようなメッセージを伝えてVerizonの先駆的役割を強調する。

- ◎ 2010年には米国で初めて4G LTEネットワークを開始した。
- ◎ 2011年には初めてのLTE対応スマートフォンを開始した。
- ◎ また最初のLTE対応タブレットも開始した。
- ◎ そして今、もう一つの初めてが始まった。
- ◎ Share Everything Planだ。

さらに新プランの開始に合わせ、これを告知するテレビCM^(脚注)の放映も開始した(写真2)。CMの内容は6月12日の発表内容と同様、新プランのメリット4点を訴求するものだ。

【写真2】 Share Everything Planのテレビ広告



(YouTubeより)



(脚注) <http://youtu.be/rDnBi3bxilc>

これまで新機種やネットワークの宣伝の一部に料金プランの告知を挿入することはあったが、料金プランだけに特化したCMはあまりなかったように思う。

テレビCMにより活発なプロモーションを行う一方、Verizon社内では、顧客を新プランに移行させるよう社員にプレッシャーがかかっているとの情報もある^④（脚注1）。それによれば、顧客を新料金プランに移行させることに成功した社員は、多額の報奨金がもらえるとのことだ。新料金プラン普及のために、これまでになく力を入れている様子がうかがえる。

5 ユーザーの反応

新料金プランの良さを盛んに宣伝し移行を促すVerizonに対し、ユーザーの反応は驚くほど否定的なものが多い。Verizon Wirelessのコミュニティページに寄せられたユーザーの声をいくつか紹介する^⑤（脚注2）。

- アイデアとしては良いが、無制限の通話とテキストが必ず付いてくるのは残念。通話500分のプランも用意してほしい。
- 現在スマホを家族で4台使っており、通話700分、テキスト無制限、データ14GBまで使える。データシェアプランにすると、同じ値段で使えるデータが8GBに減ってしまう。6GBの損！
- SprintかRepublic Wirelessに変えようと思う。忠誠に報いてくれないキャリアに固執することはない。技術は進歩してコストは安くなっているのだから、データプランの料金も安くなるはず。
- 現在3台をVerizonで使用中。プリペイドや社員割引^⑥（脚注3）なども併用して月額123ドル。新プランにすると現状より10ドル以上高くなるのでキャリアを変える。SprintにするかAT&Tにするかわからないが、Sprintの古いNextelタワーを全部4Gに変えればVerizonより大きな4Gネットワークになるのだからかなり強くなるのではないか。
- 通話分数にもっとオプションがあればいいのに。ないのはVerizonの都合ではないのか。時間帯や曜日などで別々に通話料を計算する必要がなくなるだろうから。



^④（脚注1）

http://www.phonearena.com/news/Verizon-axes-top-shared-data-tier-is-making-a-heavy-internal-push-to-promote-Share-Everything-plans_id31590/

^⑤（脚注2） https://community.verizonwireless.com/community/wireless_services

^⑥（脚注3） Verizonの社員割引プログラムに参加している企業の従業員がVerizonのサービスについて最大25%の割引が受けられるもの。

- 家族や一人で何台も持っている人にはいいが、独身で1台しかない場合にはどうすればいいのか。プリペイドを使えということか。
- 社員割引は新しいデータシェアプランには適用されないことがわかった。4台追加しないと既存のプランより有利にならない。有利になっても70ドル余計に払うことになる。
- 今はどのキャリアに関しても忠実ではいられない。忠実でも何のメリットもなくなっている。
- 新料金プランはひど過ぎる。スマホ2台で2GBなんか普通なら1-2週間で使い果たしてしまう。
- 夫婦でスマホ2台と古い携帯2台をファミリープランで使用中。Wi-Fiを使うのでデータはほとんど使わない。新プランでは今までより月75ドル高くなる。これはおかしい。こんな夫婦の状況に適した別のプランを用意してもらえないのなら、契約期間満了後はキャリアを変える。
- スマホ1台追加すると月40ドルかかるというのは高過ぎる。タブレットと同じ10ドルでいいではないか。同じデータを使うのに端末の違いが何の意味があるのか。
- 現在携帯5台、通話1400分、スマホ2台（1台は2GB、1台は無制限）、テキストは無制限、通話とデータに15%割引が適用され、月200ドル払っている。勧められたプランは10GB、通話とテキストは無制限で、月270ドル。これがお得だというのはふざけている。シェアすれば安くなると思っていたのに、通話とテキストが無制限になる代わりに高くなるなんて馬鹿げている。
- 契約期間が終わったらキャリアを変える。独身でスマホ1台。新プランは今までより最低月15ドルは高くなる。データを十分なものにすれば25ドルも高くなる。無制限データが使えなくなるのは痛い。無制限通話とテキストは何の役にも立たない。
- 冗談だろう。現在スマホ2台と携帯2台を無制限データで使って月185ドル。新プランの4GBにすると、月230ドル。こんなプランで得になる人がいるのか。これが間違いでないならSprintに変える。
- Android端末を使う場合、Googleのサーバーに行くデータは月々のデータ量にカウントしないでほしい。Android端末を使うとGoogleサーバーとつないで同期することが必須になっているので。このデータトラフィックは端末の使用に付随するものだから、Verizonが吸収すべきではないか。さらに使わなかったデータを翌月に持ち越せるロールオーバーも導入してほしい。
- 1GBで月50ドルは高過ぎる。
- Verizonはもうやめた。サービスがどんどん悪くなって料金がどんどん高くなるのにはもう耐えられない。

- 本体を定価で買って既存の無制限データを維持したとしても、Verizonはスロットリングで制限するだろうから無駄だ。
- キャリアを変えたいが、AT&Tも既に同じようなことを計画しているし、他のキャリアもきっと同じだろう。
- 馬鹿げている。現在月70ドル払っている。新プランで同じ内容のサービスを利用しようとするれば最低110ドルになる。50%以上値上げして何の追加的メリットもない。
- アップグレード手数料が30ドルかかるというのはひどい。
- 新プランにすると現状より月42ドル高くなって、データは無制限ではなくなり2GBまでになってしまうとは、何て貪欲な会社なのだろう。
- 金を儲ける必要があるのはわかるが、新プランは馬鹿げている。データ利用がトレンドなら少なくとも消費者の予算に収まるようにすべきだ。1GBで50ドルとか2GBで60ドルなんて言語道断。新プランを考えた人の頭の構造はどうなっているのだろう。
- 現在4台使っていて、データシェアプランを待ち望んでいたが、通話量は多くないし、通話とテキストが無制限のプランに変えるメリットはない。今までとサービス内容は変わらず、単に月50ドル以上値上げになるだけだ。
- Verizonは気が狂っている。少ないものに多くのお金を支払う特権を与えますだと。
- スマホ2台と旧式携帯1台使用中。新プランは約25%の値上げとなる。通話とテキストのヘビーユーザーならメリットがあるだろうが、そうでなければ決断のときだ。2年契約の期限が終わったらキャリアを変える。Verizonを10年以上使ってきたが、もう終わりにする。
- このクソプランにはうんざり。Verizonは毎週ユーザーに新しい仕打ちをしている。もうたくさんだ。現在スマホ1台と旧型携帯（データは使っていない）2台使用中。スマホはやめて旧型携帯だけでもいいくらいだ。プリペイドを真剣に考えよう。
- 現在スマホ4台と普通の携帯1台を使用中。スマホは2台が無制限データ、1台は4GB、1台は2GB。もし新プランにして8GBのデータにしたら、月50.86ドルの値上げになる。Verizonはもうやめようと思う。スマホ2台は息子夫婦のだからそれぞれのプランに入ってもらふことにする。自分の3台は2012年12月と2013年8月までの契約。12月までは我慢して、それから別のキャリアに移る。今まで高く払いすぎていた。Verizonは今までと同じかそれ以下のサービスにどうやって高い料金を払わせるかということしか考えていない。
- このクソのような新プランを考えた人を解雇して、もっとましなことをしてほしい。

- まずアップグレード手数料30ドルの導入。そしてこの新プラン。Verizonに搾り取られるのはもうこりごり。7回線全部解約して他のキャリアに移るぞ。実に貪欲な会社だ。もし新プランにしたら、スマホ4台と旧式携帯3台今までよりずっと高い料金を支払うことになる。しかも社員割引がなくなる。この新プランは大きな失敗作だ。他の忠実な顧客もこの詐欺に気づいて船から飛び降りることを祈る。
- 問題は無制限の通話とテキストに余計にお金を払ってもいいという人はいないということ。私なんかテキストサービスを無効にしている。実はこの新プランの発表前まではVerizonの大ファンだった。どこに行ってもカバレッジは拔群だしカスタマーサービスの対応も良かった。だからと言って、少ないものに高いお金をふっかけられてまで従順に使い続けるということにはならない。時代を追うごとに技術が進歩して値段が高くなるものって、他に何があるだろう。あるとすれば、それは時代を逆行している。
- 顧客満足のためには、無制限データを使い続けたければ端末を定価で買えというだけでなく、別のオプションも必要。Verizonはそれを切り捨ててしまった。
- 50ドルで1GB。端末10台まで使えるといっても、シングルベッドに10人で寝るようなもの。現在30ドルで2GBまで使っている。50ドルで1GBとか70ドルで4GBなんて使う人がいるだろうか。

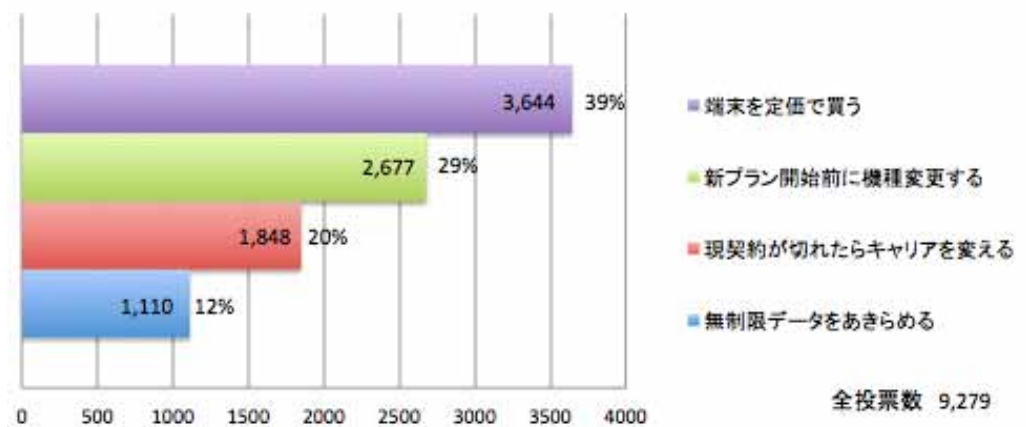
このように否定的なコメントはきりが無いほど寄せられているが、概して不満なユーザーほど声高に叫ぶということもあるため、実際にどの程度のユーザーが満足しているのか、いないのかについては確証がない。事実、肯定的なコメントもあるのでいくつか紹介しておきたい。

- ◎ 今までスマートフォンを使いたいがデータはいらない、音声、テキスト、メールだけでいいというユーザーがたくさんいたはず。Verizonはそのようなユーザーの要望に応えただけ。
- ◎ 月40ドルで音声とテキストが無制限というのは高くないと思う。
- ◎ データが1GBで50ドルというのは高いが、1GBだけを使うユーザーはいないはず。2GBで60ドル、4GBで70ドル、6GBで80ドルと、使えば使うほど単価は安くなる。
- ◎ 今まで30ドルしか払わずに20GB、30GB、40GBなど大量のデータを使っていた「データ食い虫」がいなくなるのはいいことだ。
- ◎ 3-5人家族で音声、テキスト、メールしか使わないような家族にとっては最高のプランだ。
- ◎ 新プランは理にかなっている。既存ユーザーのほとんどにとっては値上げとなるだろう。文句を言って他社に移るユーザーもいるだろうが、他社から来るユーザーもいるだろうからトントンだ。

- ◎ 貧しい大家族で今までVerizonを使うなんて夢だったユーザーにとって、今までよりずっと安くVerizonが使えるようになった。
- ◎ 私の場合は新プランにすると安くなる。個人事業を営んでおり携帯2台とデータカード2枚を使っている。今までは個別にデータプランに入っていた。データをシェアできて、エアカードかモバイルホットスポットかを気にせず、単にプールされたデータを使うだけというのがいい。

ここで興味深いデータを1つ紹介しておきたい。Share Everything Planの開始前にAndroid情報サイトのDroid Life^④（脚注）が既存の無制限データプランの利用者に対し、新プランに対してどう対処するかについて投票を募ったものだ。

【図表5】 無制限データ利用者の意向



（Droid Lifeの情報を基にKDDI総研で作成）

それによると、39%のユーザーが、端末を定価で買ってでも無制限データプランを維持したいとの意向を示している。無制限データをあきらめるというユーザーは12%にとどまった。それほど無制限データプランはユーザーにとって価値あるものだ。ユーザーにとって価値あるプランとは、逆にキャリアにとっては重荷であり、何とかしてやめさせたいプランでもある。

6 Verizonの戦略と事情

ここで、新料金プランの内容や、それに対するユーザーの反応、アナリストの評価などを参考にして、そこからうかがうことのできるVerizonの戦略や、このプランを導入せざるを得なかった背景などに焦点を当てる。



④（脚注）

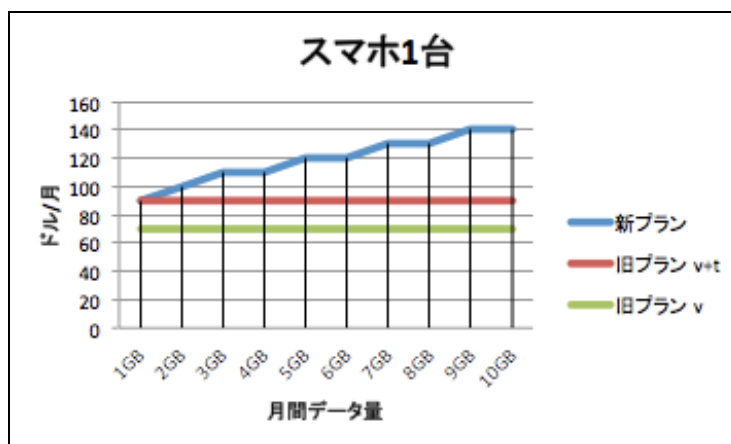
<http://www.droid-life.com/2012/06/13/wednesday-poll-upgrading-phone-now-buying-later-at-full-price-or-giving-up-unlimited-data/>

6-1 ユーザーをふるいにかける

新料金プランに対するユーザーの不満のほとんどは、サービス内容は変わらないのに支払額が高くなるというものだ。もちろん使い方によることは想像に難くないが、具体的にどのようなユーザーが悪影響を受けるのかを分析してみた。

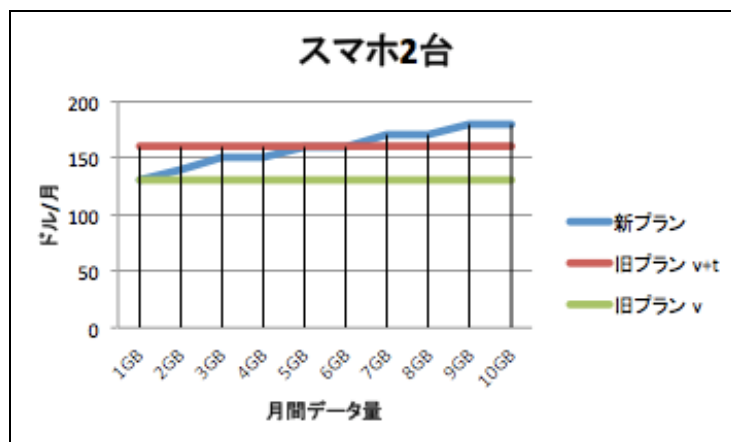
スマートフォンの台数に着目して新プランと旧プランで料金を比較してみると、以下のとおりとなる。なお、比較対象とした旧プランは、無制限データプランを利用し、音声とテキストを最低限で利用していた場合（旧プラン v+t）と音声のみを最低限で利用していた場合（旧プラン v）の2通りとした。

【図表6-1】スマートフォン1台の場合



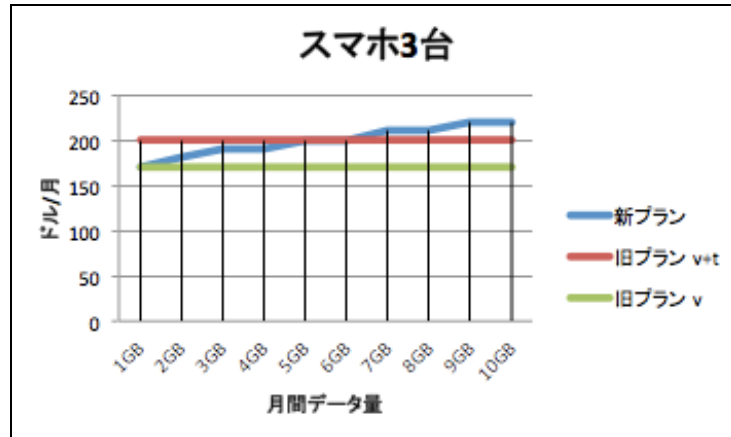
(筆者作成)

【図表6-2】スマートフォン2台の場合



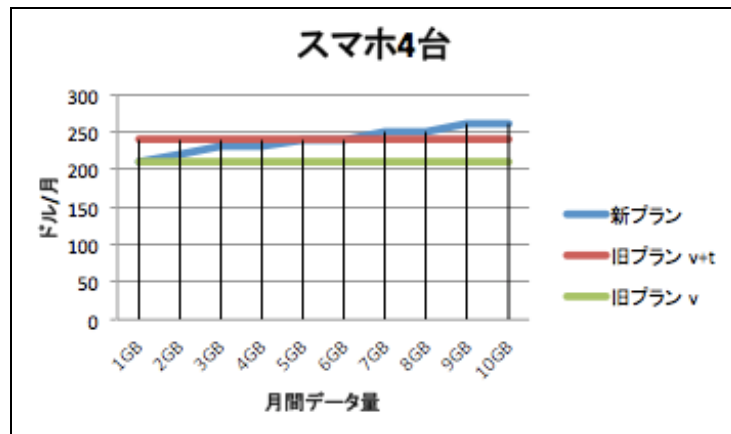
(筆者作成)

【図表6-3】スマートフォン3台の場合



(筆者作成)

【図表6-4】スマートフォン4台の場合



(筆者作成)

上記より、スマートフォン1台の場合と、複数台でもテキストを契約せず、音声のみを最低限で使っていた場合は、新プランにすると同じか値上げとなり、決して安くなることがわかる。また、スマートフォンを複数台持ち、音声とテキストの両方を最低限のプランで使っていた場合は、スマートフォンの台数に関わらず6GBを超えると新プランの方が割高になることがわかる。

ここから、Verizonがターゲットとして捉えている顧客として、スマートフォン複数台を持ち、データ量は月間6GB以内であるユーザー層が浮かび上がる。このような使い方をしているユーザーを囲い込もうとの戦略がうかがえる。逆に言えば、スマートフォン1台だけのユーザーや、データを月間6GB以上使うヘビーユーザーは新プラン導入により流出してしまう可能性があるということであり、また流出してもいいとVerizonが判断したとも言える。

6-2 音声収入減に対する株主の不安を解消する

Credit Suisseのアナリスト、Jonathan Chaplin氏は、この新料金プランが「VoIPのようなソリューションの普及による音声・テキスト収入の落ち込みに対する投資家の不安を解消する」と指摘する。

現状ではほとんどのユーザーが契約更新の度に音声を安いプランに変更している。そのため音声収入が年々減少している。これは業界全般の傾向であり、VoIPや代替手段への移行が避けられない時代の流れであることから、ある程度やむを得ないものといえる。その代わりデータや他のサービスで補えれば会社としては問題ない。

ただ、音声収入が減少していることで、将来本当に大丈夫なのかと心配する声が後を絶たない。特に株主や投資を考えている人たちに不安を与えることは好ましくない。

そこで新料金プランを導入し、音声収入を固定にしてしまった。音声の利用がいくら減っても収入は減らないようにした（加入者が減れば別だが）。しかも独立した収入項目ではなく、テキストやデータと一体化してしまった。これで音声収入が年々減っていくような不安材料は少なくとも外見上は見えなくなった。株主対策は万全だ。

6-3 料金値下げ競争に終止符を打つ

新料金プランに関しては、利用者の否定的な反応とは裏腹に、業界には拍手喝采の歓迎ムードもあるとWall Street Journalが指摘する。ここ数年厳しい料金競争が続いてきたからだ。Credit SuisseのJonathan Chaplin氏は、米国のキャリアは料金値上げに関して、互いに信号を出し合いながら他社に追随すべくうまくやっていると評価する。料金競争は「もうたくさん」と言っているのがわかる。互いに潰し合うのではなく、既存の顧客から価値を吸い取るという、共通の目的に集中しつつあるように見えるという^④（脚注）。

これはユーザーからすればあまり歓迎できない話だが、過大な料金競争がキャリアの業績悪化を招き、市場におけるプレーヤーの減少やサービス悪化につながり、結局はユーザーに悪影響を与えるという可能性も排除できないことから、それを抑制する方策もある程度は必要といえる。

新料金プランは、これまでユーザーが待ち焦がれてきたデータをシェアできるというコンセプトを導入し、そのメリットを大々的に打ち出しながら、複雑な体系にして目立たないように実質的に値上げを行い、他社の追随を誘う有効な手段といえる。もう料金競争は終わりにしよう、との信号を競合他社に送っている。



④（脚注）

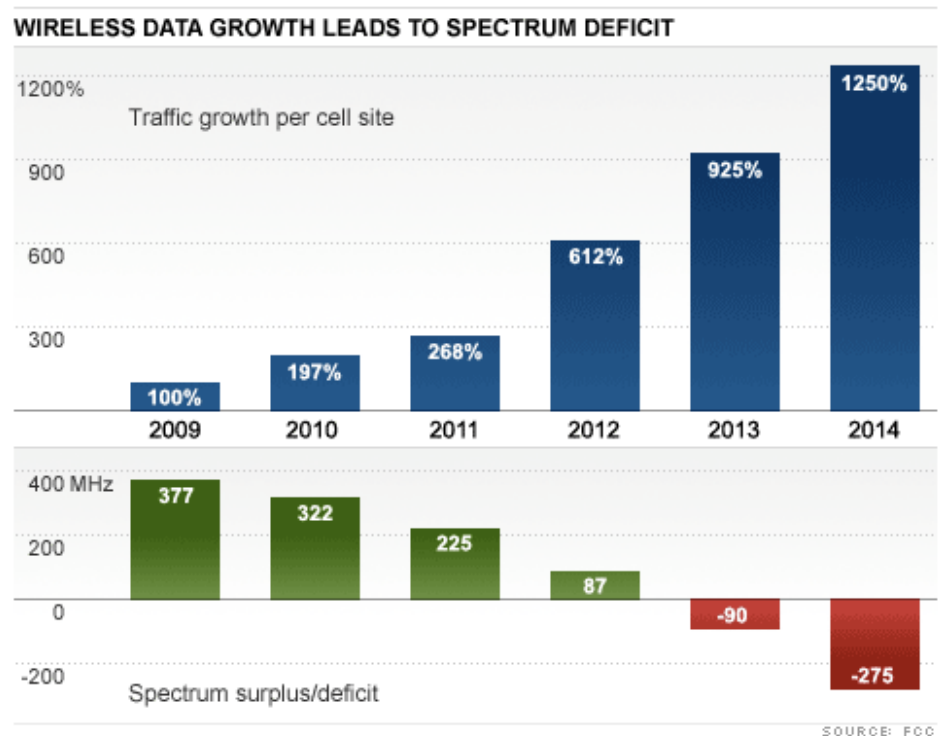
<http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303901504577462241394886300.html>

6-4 周波数不足に対応する

増大するデータ需要に対して、Verizonとしてはもちろん設備を拡充して対応するつもりはあるものの、Verizon自身の努力では如何ともしがたい問題もある。それは周波数不足の問題だ。

米国の周波数不足は深刻だ。CNN Moneyが2013年に米国の周波数需給は赤字（供給不足）になるとするFCCの予測を紹介している^④（脚注）。

【図表7】米国のトラフィック増と周波数不足の予測



（出典）FCC

モバイルデータが年々倍増に近い伸びを見せていることが示されている。特にiPhoneは従来の携帯に比べて24倍もデータを使う。iPadにいたっては122倍だという。AT&Tは2007年にiPhoneの販売を開始してから、モバイルデータトラフィックが20,000%増えたそうだ。「20,000%」というのは驚くべき数字だ。

それに応じて周波数の余裕はどんどんなくなっており、2013年には90MHzの赤字、2014年には275MHzの赤字が予想されている。周波数は有限な資源なのでそう簡単に増やすこともできない。需要の増大は取得コストの高騰をも意味する。できるだけデータ需要を抑えるとともに、コストに見合った収入をいかに確保するかが深刻

^④（脚注） http://money.cnn.com/2012/02/21/technology/spectrum_crunch/index.htm

な問題だ。Share Everything Planがその解決策だ。

これはVerizonだけでなく、業界全体としての深刻な問題だ。他社も追随することが業界を守ることになり、最終的にはユーザーを守ることにもなる、との大義名分が成り立つ。Verizonは業界全体のために、そしてユーザーの利益のために、自らの顧客や収入を失うリスクを賭けて新プランを導入したのだ。

6-5 VoLTE時代に対応する

音声収入の減少に対して何らかの手を打たないといけないというのは、別に株主対策にとどまらず、通信事業者としてまた通信業界として抱えている深刻な問題だ。その大きな原因がVoIPだ。

IPネットワーク上で音声を流すのはVoIPとしてかなり前から一般的になっている。Skypeが代表的だ。これは伝統的な音声サービスを脅かすものだが、これまでは品質的に不十分だったこともあり、既存のサービスに完全にとって代わるほどではなく、それほど急を要する深刻な問題とは捉えられていなかった。

ところが、LTEネットワークでデータのみならず音声も流せる時代が見えてきた。Voice over LTE (VoLTE) により高品質の音声通話が近いうちに可能になる見込みだ。しかもこの秋に発表されると見られているiPhone 5はLTEに対応すると噂されている。もしiPhoneでVoLTEができるようになったら事情が変わってくる。

Investors Business DailyはVerizonのShare Everything PlansがAppleのVoLTE対策だと論じるCitigroupのアナリスト、Simon Weeden氏のレポートを紹介する [\(脚注\)](#)。

それによると、通信事業者でない多数の事業者がVoLTEの提供を準備している。たとえばAppleは、iMessageという無料テキストアプリを既に提供しているが、これを拡大して音声通話も可能にしようとしている。他の事業者も同様のサービス提供を予定している。

これが導入されると、音声はすべてデータに吸収される。もはや音声サービスには将来はない。データサービスから利用に応じた収入が得られるよう、早急な対策が必要だ。VerizonのShare Everything Plansはそれを見据えた対抗策だ。



(脚注)

<http://news.investors.com/article/616126/201206260837/verizon-data-sharing-plan-apple-voip-calls-smartphones.htm>

6-6 もし他社が追随しなかったら

Verizonの新料金プランについては、業界では他社も追随するだろうとの見方が大勢を占める。ただし今のところ同様のプランを導入する予定と公言しているのはAT&T（8月下旬に導入すると発表している）だけで、SprintやT-Mobileは追随の動きを見せていない。

もし他のすべてのキャリアが追随すれば、Verizonの目論みどおりとなる。ユーザーはデータ利用を控えるか、高額な支払いを受け入れざるを得ないこととなる。周波数不足の問題も緩和され、周波数や設備の確保・増強に伴う応分のコストをユーザーに負担してもらえる。VoLTE時代になってもキャリアは安定した収入を確保することができる。

もし他のすべてのキャリアが追随しなかったらどうするか。その場合、Verizonの新プランで値上げとなったユーザーが出て行ったまま帰って来ず、新たなユーザー獲得もままならない状況となる可能性がある。が、もしそうなったとしてもVerizonは心配していない。

まず、Verizonの見込みによると、流出するユーザー数はそう多くはない。Verizonのユーザーの月間データ利用量の平均は1GBから2GBの間だ。大部分のユーザーはそれほど多くのデータを使っていないので、新プランになっても影響はないかメリットのあるユーザーだ。

流出したユーザーのほとんどはスマートフォン1台で使っている手間のかかるユーザーやデータ量を月々6GB以上使っているヘビーユーザーだ。利幅が小さくデータを使いまくってネットワーク混雑させるユーザー層だ。そのようなユーザーは他社に引き受けてもらうことにする。Verizonとしては手間がかからず利幅も大きく、データをあまり使わない優良顧客だけを相手にすればよい。

そうするとそのうち他社は品質悪化、収益悪化で持ちこたえられなくなるだろう。その時まで少し我慢すればいいだけだ。

7 おわりに

Verizonが導入したデータシェアプランの影響はまだはっきりとは現れていない段階であるが、本稿では現時点までに得た情報に基づき、新プランの内容を分析するとともに考えられるVerizonの戦略や背景事情をできるだけ掘り出してみた。

すべてはVerizonの筋書きどおりとの想定のもとに、多少過激とも思えるコメントを紹介したり論理を展開したりしたところもあるが、今後の議論の活性化のためにはそれもいいかもしれない。

情報は「生もの」であり、少し時間が立つと状況ががらりと変わってしまい、陳腐化してしまう可能性がある。こうしている間にも何か新しい動きや情報が出ているのではないかと、内心ビクビクしている。

本稿が今後の展開を見守る上で多少なりとも参考になれば幸いである。また本稿をネタにして議論を広げ、深めていただき、通信業界の将来についての新たな見方ができたり、諸問題についての解決策が見つかったりという、「予期しない発見」があることも願っている。

【執筆者プロフィール】

氏 名：高橋 陽一（たかはし よういち）

経 歴：KDD（現KDDI）にて海外通信事情の調査、サービス企画、海外の通信事業者との交渉、法人営業等を担当した後、1995年よりカリフォルニア支社（ロサンゼルス、サンフランシスコ）勤務。1999年より外資系通信事業者の日本オフィスに勤務。2006年より日本のIT企業にて米国現地法人の設立、運営等を担当。2010年4月よりKDDI総研にて特別研究員として、海外の通信市場・政策動向の調査分析に従事。2011年9月よりサンフランシスコ在住。