

# 米キャリアの無制限プランと販売競争（第1回）

執筆者 KDDI 総合研究所 特別研究員 高橋陽一

## ▼記事のポイント

### <サマリー>

米国のワイヤレス市場では、今、「無制限プラン」がトレンドだ。旧無制限プランは 2010 年から 2011 年にかけて次々と廃止され、一旦は段階制プランが主流になったが、2012 年からまた無制限プランが勢いを盛り返し、2017 年には大手 4 社の無制限プランが出揃うとともに、これを武器にした販売競争が本格化した。

無制限プランの効果は特に Verizon の四半期決算で顕著に現れた。他社が無制限プランを復活・拡充して販売攻勢を強める中、唯一復活に慎重だった Verizon は 2017 年第 1 四半期にポストペイドの電話の顧客を大量に失ったが、続く第 2 四半期と第 3 四半期で劇的な回復に成功。その勝因としては、第 1 四半期半ばに復活させた無制限プランが大きく寄与していると言われている。

本レポートでは複数回にわたり、大手 4 キャリアの無制限データを中心とした料金プランの変遷や動向を概観するとともに、プランと併せて提供された端末の提供方法を含む販売促進施策にも触れながら、米国のワイヤレス市場における販売競争の最前線を紹介する。

本稿は本レポートの第 1 回目として、本レポートの全体像についての理解を助けるため、米ワイヤレス大手 4 社の無制限プランの略歴、効果、現時点の最新プランの内容等をかいつまんで紹介する。

### <主な登場人物>

Verizon AT&T T-Mobile Sprint

### <キーワード>

料金プラン 無制限プラン 段階制プラン シェアプラン 端末補助金 分割払い リース

### <地域>

米国

---

# US Mobile Carriers' Mobile User Plans and the Battle for Market Share

TAKAHASHI, Yoichi

*Research Fellow, KDDI Research Inc.*

---

## Abstract

"Unlimited Plan" is now a trend in the US wireless market. Older unlimited plans came to an end one after another in 2010 and 2011, followed by the temporary proliferation of tiered plans, but newer unlimited plans started gaining traction in 2012. All four major US carriers introduced their respective unlimited plans into the market and began a fierce marketing battle in 2017.

The effects of unlimited plans were obvious particularly, in Verizon's quarterly results. Among the carriers reviving and reinforcing their unlimited plans, Verizon alone was too cautious in reviving those plans and eventually suffered from significant losses in the post-paid phone customer market in the first quarter of 2017. However, Verizon dramatically regained customers in the subsequent 2nd and 3rd quarters, with much of the rebound widely attributed to reviving the unlimited plans in the middle of the first quarter.

This report, one of multiple installments, gives an overview of the history and trends of rate plans provided by four major US carriers, with a special emphasis given to unlimited data strategies. It also covers each companies' promotional activities, including the option of providing devices to further competition in the US wireless market. The first installment of this report briefly introduced the history, marketing strategies and aggressive competition between carriers. This latest update concentrates on the unlimited plans provided by the four major US wireless carriers, with a view to helping readers gain overall understanding of the report.

## Key Players

Verizon AT&T T-Mobile Sprint

---

## Keywords

rate plans unlimited plans tiered plans shared plans phone subsidies installments lease

---

## Regions

US

---

## 1 はじめに

米国のワイヤレス市場では、今、「無制限プラン」がトレンドだ。ついこの前までデータの月間上限が選べる「段階制プラン」やこれを家族などで分け合える「シェアプラン」がこれからの主流だともてはやされていたのがまるで嘘のようだ。

飽和状態に近いとされるスマートフォン（以下、「スマホ」）市場で、各社は顧客の維持・獲得に苦慮しているが、今のところ無制限プランを中心にした販売活動が最重要視されており、顧客の増減にも大きな影響を与えられている。

たとえば、Verizonは2017年第1四半期にポストペイドの電話で多くの顧客を失ったが、続く第2四半期と第3四半期で劇的な顧客回復に成功した、その勝因として、同第1四半期半ばに復活した無制限プランが大きく寄与していると言われている。

一口に「無制限プラン」と言っても、その内容は時とともに変化しており、またキャリアによってもそれぞれ違いがある。最近ではビデオの品質を落とすことを主な特徴とする「制限付きの無制限プラン」が出回っているが、これは真の無制限プランと言えるのかとの議論もある。

本レポートでは大手4キャリアの無制限データを中心に料金プランの変遷や動向を概観するとともに、プランと併せて提供された端末の提供方法を含む販売促進施策にも触れながら、米国のワイヤレス市場における販売競争の最前線を紹介する。

なお、無制限プランには大きく分けて、段階制プランが主流になる以前に各キャリアが提供していたもの（以下、「旧無制限プラン」）と、段階制プランが主流になった後に復活したものがあるが、本レポートでは後者の無制限プランを中心に論じる。

また、料金プランがカバーするサービスには音声、テキスト（SMS/MMS）、データがあるが、段階制プランが主流になった時点でも音声とテキストは無制限で使えるのが通例であり、段階制というのはデータに関してのことである。後に復活した「無制限」でもデータが主役であることは言うまでもない。

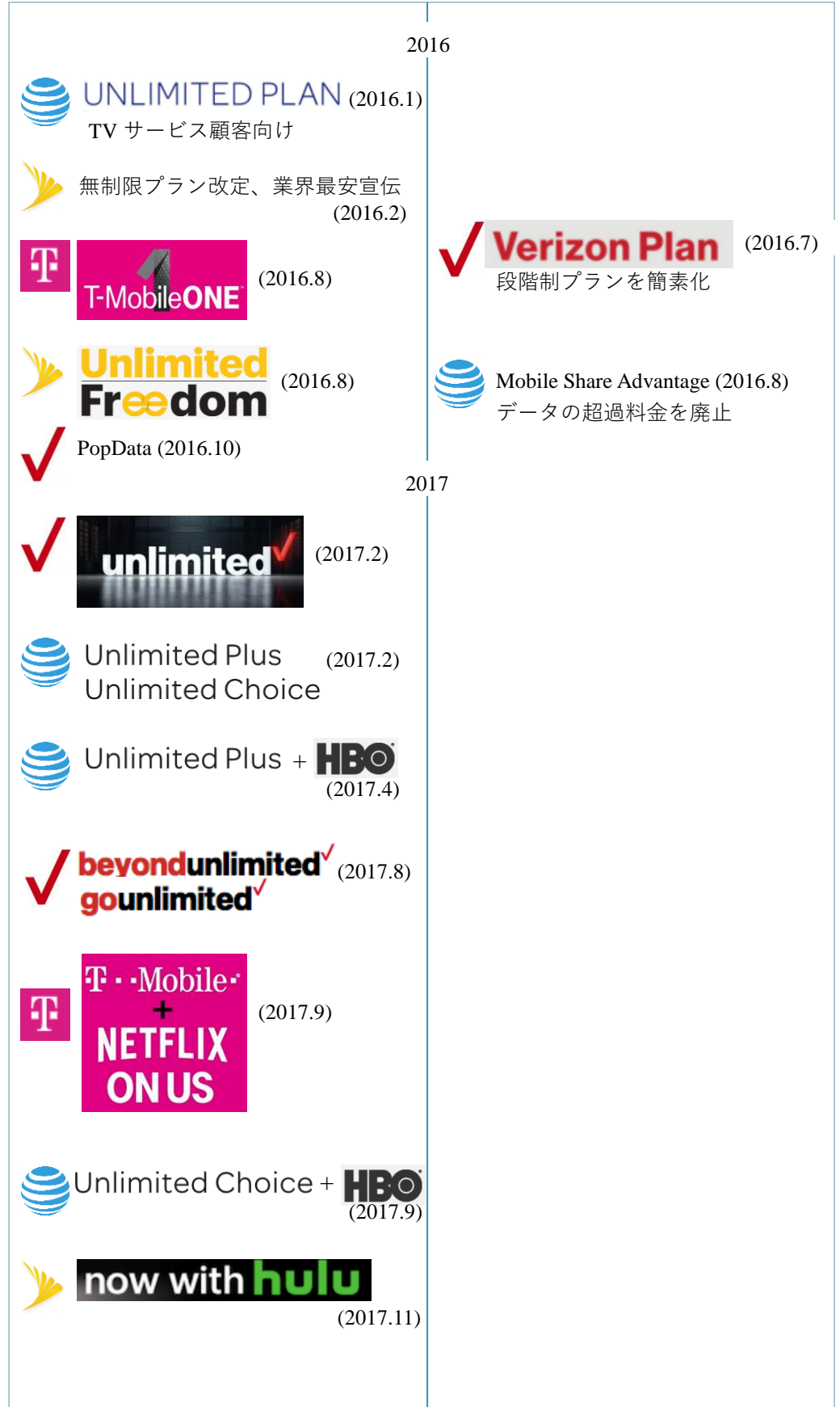
本稿は本レポートの序章として、まずは全体像についての理解を助けるため、レポート全体の概要をかいつまんで紹介することとし、各社の無制限プランの変遷、効果、各社の最新（2017年12月時点）の無制限プランの内容等をカバーしている。

## 2 無制限プランの変遷

旧無制限プランをAT&Tが2010年6月に、T-Mobileが2011年5月に、Verizonが2011年7月にそれぞれ廃止してから、米国のワイヤレス市場は、一旦、段階制プランが主流になった。無制限プランはそのまま消え去る運命かと思われたが、大方の予想に反して復活を果たした。

【図表1】 大手4社の無制限プランとその他の主要な販売施策の動き





## 2-1 T-Mobileの無制限プランの変遷

無制限プランにおける競争激化の火付け役であるT-Mobileは、2011年5月に旧無制限プランを廃止した後、2012年8月に無制限データを復活し、「Unlimited Nationwide 4G Data」プランを発表、同9月から実施した。

無制限の音声とテキストをカバーする既存のプランと組み合わせることで、オール無制限のプランを月70-90ドルで提供した。当時無制限プランを月109.99ドルで提供していたSprintに対抗し、大きな料金差で競争を仕掛けてきた。

T-Mobileは発表文書の中で、スマホへの依存度がますます高まる中、消費者が求めているのは4Gの高速データが無制限に使えることであると、他社の高い料金、複雑なプラン、ネットワーク混雑によるフラストレーションを解消すると宣言した。

2013年3月にはLTEの開始とiPhone 5の取り扱い開始を機に、従来の通信キャリアとの訣別を意味する「アンキャリア (un-carrier)」施策を開始。手始めに端末補助金と2年契約を廃止して、「Simple Choice」プランを導入した。音声とテキストは無制限、データも無制限ではあるが高速データの上限が選べるというもの。高速データを含むオール無制限を月70ドルで提供した。

T-Mobileの「アンキャリア」は他にもさまざまな施策を打ち出して市場を変革したが、2013年7月に「アンキャリア」の第2弾として発表した「JUMP!」も大胆な施策の一つ。これは半年毎に端末の買い換えを可能にするオプションで、契約後2年間は端末を買い換えることができないというそれまでの常識を覆した。

2014年12月に「Simple Choice」を値下げして、オール無制限2回線を月100ドルで提供。その発表の際にT-Mobileは、消費者の81%が「キャリアのデータプランはわかりにくい」と答え、75%が「シェアプランで家族のデータ使用量を気にするのはこりごり」と答えているとの調査結果を紹介し、他社の料金プランを痛烈に批判した。

2015年11月には「アンキャリア」の第10弾として「Binge On」を発表。これはビデオの品質を落とす代わりに無制限に、すなわち高速データの使用量にカウントされずに視聴できるようにするオプション。ネットワークの負荷を軽減しながら無制限プランを提供することを可能にするもので、「制限付き無制限プラン」の先駆けとなり、その後の無制限プランの展開に大きく貢献することになる。

2016年8月には「アンキャリア」の第12弾として、ビデオの品質を落としたオール無制限の新プラン「T-Mobile ONE」を開始、さらに同12月にはビデオの品質を落とさない追加オプションの「T-Mobile ONE Plus」を開始して現在に至る。

## 2-2 Sprintの無制限プランの変遷

無制限に対する「忠誠度」ではSprintに勝るものはない。他社が次々と無制限データを廃止する中、Sprintだけはこれを維持し、他社との差別化要素と位置付けた。

2013年7月、同社は無制限プランを刷新し、「Unlimited, My Way」と「My All-in」を導入。オール無制限で月80ドル、月5GBまでのホットスポット（テザリング）付きは月110ドルで提供した。

同時にこのプランを選択すると生涯無制限を保証するとも発表した。これはSprintの無制限プランの経歴の中ではおそらく最も大胆な施策と言える。無制限は消滅し全キャリアが段階制プランに移行すると思われていた中で、この発表は衝撃的だった。ところがCEOが交代して方針が変わり、この「生涯無制限保証」は1年あまりで事実上終了する。

2014年8月、Sprintは新しい無制限プラン「Simply Unlimited」を開始した。オール無制限で月60ドルと、これまでの同等プランよりも月額で20ドルも安くした。ただし、これを選ぶと「生涯無制限保証」が適用されないという大きなデメリットが付随していた。

なお、この新プランでは端末補助金が適用されないので、顧客は「Easy Pay」により分割払いをするか、定価で一括払いをするか、既存の端末を持ち込むかの選択肢から選ぶ必要があった。

その後、AT&Tが限定的ながらも無制限競争に参入する2016年1月までは、SprintとT-Mobileの間で無制限プランの販売競争が繰り広げられることとなるが、Sprintが仕掛けた目新しい施策としては、端末のリース提供がある。

2014年9月、SprintはiPhone 6用の料金プランとして、オール無制限で月50ドルの「Simply Unlimited Plan」を発表すると同時に、端末の提供方法としてリース方式を他社に先駆けて導入した。

リースは利用者にとって月々の支払額を低く抑えることができ、端末の税金（消費税）がかからないなどのメリットがあり、事業者側にも業績評価の際に有利になるといったメリットがあることから、一種の奇策と考えられ、T-Mobileも後に追随した。一方これは、実態以上に業績をよく見せようというごまかしに過ぎないとの批判もある。リースの詳細は次回で紹介する。

無制限プランの将来に関しては、Sprintは、「無制限はいつまでも続かない」と事あるごとに公言していた。無制限プランに対して確固たる信念を持っていなかったばかりか、いつかやめると決めていたというのが実情だった。

たとえば2015年5月のコードコンファレンスでは、マルセロ・クラウレCEOが、「無制限プランはSprintにとって今のところいい結果をもたらしてはいるが、だからと言って将来いつか廃止することをやめにしたわけではない」と述べている。

当時Sprintに対抗して無制限プランを提供していたT-Mobileは、将来無制限をやめるといような動きは特に見せていなかったが、業界にはT-Mobileもいずれやめざるを得ないだろうという見方や、無制限プランはいずれ消滅するとの見方が優勢だった。

少なくとも今のところは、その見方は外れたようだ。Sprintは未だに「無制限プラ

ンをやっばりやめないことにした」と宣言してはいないが、無制限プランの拡充や販促を活発化させており、今更やめるような雰囲気ではなくなっている。

2015年6月、Sprintは新しい無制限プラン「All-In」を開始した。月80ドルで音声、テキスト、高速データがオール無制限のプラン料金と端末代金のリース料も含まれるというもの。その内、リース料が20ドルを占めるので、オール無制限プランの部分が60ドルということになる。

2016年2月にはオール無制限で3GBのホットスポットが付いて、スマホ1回線が月75ドル、2回線で月120ドル、3回線目以降は1回線につき月30ドルというプランを発表して業界最安を大々的に宣伝した。4回線目を無料にするプロモーションも実施した。

2016年8月には無制限プランを刷新し、「Unlimited Freedom」を開始して現在に至る。

## 2-3 AT&Tの無制限プランの変遷

---

AT&Tは旧無制限プランを廃止した後、Verizonが導入した「シェアプラン」に同調して「Mobile Share Plan」を2012年7月に開始。2013年12月には2年契約の縛りのない「Mobile Share Value Plan」を導入するなど、しばらくは段階制のシェアプランを中心とした販売活動を展開した。

2016年1月、AT&Tは限定的ながらも無制限プランを復活させた。同社のTVサービスの加入者を対象に、ワイヤレスサービスの新しい無制限プラン「AT&T Unlimited Plan」の提供を開始した。DirecTVとの合併のメリットを活かした、初めてのワイヤレスとTVサービスの抱き合わせ提供となった。

この無制限プランの料金はスマホ1回線で月100ドル、2回線目以降は1回線につき月40ドルと、先行2社より高めに設定されたが、ビデオの品質を落とさないことを訴求したり、4回線目を無料にしたりするなどして販売促進を図った。

加入者を限定していることでも示されているように、まだ全面的に無制限プランに重心を移したのではなく、2016年8月には「Mobile Share Advantage」を導入し、データの超過料金を廃止するなど、段階制プランの拡充にも力を入れている。

2017年2月、AT&Tは新たな無制限プラン「Unlimited Plus」と「Unlimited Choice」を導入し、同社のTVサービスの顧客に限定せず、全顧客に提供することにして現在に至る。

## 2-4 Verizonの無制限プランの変遷

---

Verizonは大手4社の中で最も無制限プランの復活に慎重だった。旧無制限プランを廃止してから、2012年6月に発表した「Share Everything Plan」により、業界としては初めての「シェアプラン」を導入した。



このプランはVerizonにとってはネットワークへの負荷を軽減するとともに増大が見込まれるデータ利用量を収入増に結びつけることのできる画期的なものであり、他社もおそらく追随するだろうと考えての自信策だった。

2016年1月にAT&Tが限定的ながらも無制限プランを復活させた際にも、Verizonはこれに動じず、「無制限プランの復活はありえない」と公言していた。2016年7月には「Verizon Plan」を導入して段階制プランの簡素化を図った。

Verizonは2016年9月の時点でもまだ無制限プランを受け入れない姿勢を示していた。投資家向け会合でCFOのFran Shammo氏が「結局、顧客は無制限プランを必要としない」と述べていたが、顧客純増数は心許ない事態となっていた（図表2参照）。

2016年12月には、2ドルで30分または3ドルで60分無制限データが使える「PopData」を導入して、無制限プラン復活の片鱗を見せた。「とうとうVerizonも無制限プランを採用、ただし1時間だけ」などと業界誌でも皮肉混じりに報じられた。

この「PopData」は他社の無制限プランへの対抗というよりは、一時的に無制限データを必要とするユーザ向けに、公衆Wi-Fiを使うより高速で安全な接続を提供しようという意味合いが強い。

Verizonはまた、他社の無制限プランを批判し、「制限付きの無制限プランに騙されてはいけない」と顧客に注意喚起し、Verizonはビデオの品質を落としたり、速度を制限したりするようまねはせず、他社より速くて信頼性の高い「プレミアム」ネットワークを提供すると宣伝した。

これに対して業界では、「デタラメとしか言いようがない」、「そんなに信頼性の高いネットワークなら無制限プランを提供できるはず」、「顧客から既に高い料金を取っているのに、その上さらに料金を絞り取ろうとしている」などの批判の声が上がった。無制限プランを望む顧客の声は大きかった。

Verizonが本気で無制限プランの復活に踏み切ったのは、2017年2月のこと。同年第1四半期の顧客流出が異常に多いことを危惧し、同四半期の半ばに無制限プランを復活し、「Verizon Unlimited」を導入した。

これまでさんざん他社の「制限付き無制限プラン」を貶してきただけあって、この無制限プランはスマホ1回線が月80ドルで、ビデオの品質を落とさず、10GBのホットスポットが付いてくるなど、なかなかの好条件で概ね評判は良かった。

ところが、無制限プランを復活してから、Verizonのネットワークの速度が低下したとの声が聞かれるようになった。T-Mobileのジョン・レジャーCEOも2017年第1四半期の決算発表で、Verizonのネットワークが無制限を導入してから14%遅くなり、今やAT&Tよりも遅くなったと紹介した。

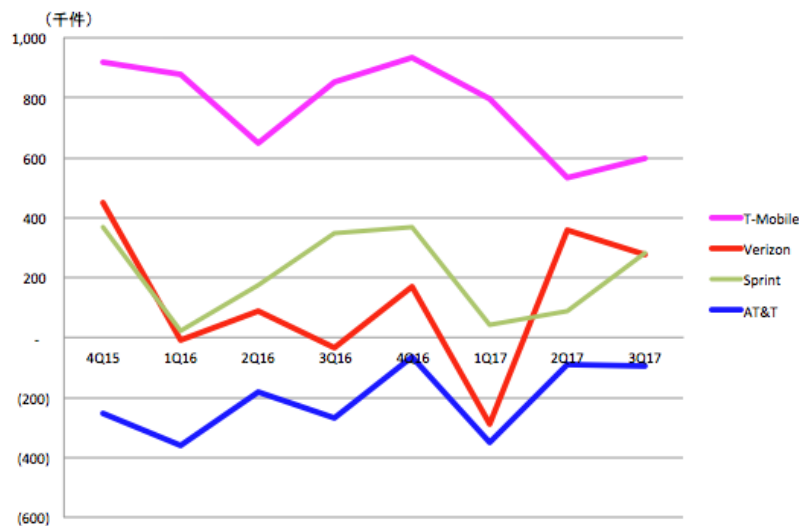
その後、結局Verizonも「制限付き無制限プラン」を導入することとなる。2017年8月に無制限プランを刷新（一部の業界誌によれば改悪）し、「Go Unlimited」と「Beyond Unlimited」という2種類のプランを導入して現在に至る。

### 3 無制限プランの効果

無制限プランの導入効果は、特に2017年に入ってからVerizonの四半期決算における顧客純増数に顕著に現れた。

毎年第1四半期はポストペイドの電話（スマホとフィーチャーフォンを含む）の顧客純増数でT-Mobileが独り勝ちをする傾向にあり、T-Mobile以外のキャリアにとっては「魔の四半期」と言えるが、2017年の第1四半期も例外ではなかった。

【図表2】 ポストペイド電話の顧客純増数推移



（出所）各社の決算発表資料を元にKDDI総合研究所作成

Verizonは28万9,000件の純減と大きく落ち込んだ。AT&Tも34万8,000件の純減と、Verizonよりも悪かったが、AT&Tは他の四半期も多かれ少なかれ純減を維持していたのでそれほど意外ではなかったが、Verizonの落ち込みようは尋常ではなかった。

この落ち込みにいち早く気づいたのは、当然ながらVerizon自身だった。同社は同第1四半期の半ばの時点で39万8,000件の純減が判明したことで危機感を募らせ、同四半期半ばの2月に無制限プランを復活させた。

無制限プランの導入効果はてきめんで、同四半期の後半は10万9,000件の純増となり、トータルで30万件弱の純減にとどまった。もし無制限プランを導入していなかったら、さらに純減が悪化して、4社中最悪の数字を記録していた可能性がある。

### 4 無制限プランの現状

2017年に大手4社の無制限プランが出揃ったことで、これを武器にした販売競争が本格化した。最近の主な特徴としては「制限付きの無制限プラン」と「映像系スト

リーミングサービスの特典」が挙げられる。

## 4 - 1 T-Mobileの無制限プランの現状

---

T-Mobileの現行の無制限プランは「T-Mobile ONE」が基本で、スマホ1回線で月70ドル、2回線で月120ドル、3回線で月140ドル、4回線で月160ドルというもの。

主な特徴は、ビデオがDVD品質（480p）となる、税金やサーチャージなどの付加的な料金が込みになっている、50GBを超えると混雑時には速度が制限される場合がある、2回線以上の顧客にはビデオストリーミングの「Netflix」が無料になる特典が付くなどがある。

さらに追加オプションとして、「T-Mobile ONE Plus」と「T-Mobile ONE Plus International」を用意している。

「ONE Plus」は1回線につき月10ドルをプラスすることで、ビデオがHD品質（1080p）になる、10GBまでの高速ホットスポットが使える（10GBを超えると3G速度となるが無制限に使える）などのメリットが受けられる。

「ONE Plus International」は1回線につき月25ドルをプラスすることで、「ONE Plus」のメリットに加えて70対地以上への国際通話が無料、メキシコ・カナダでもオール無制限が利用可能、海外でのデータローミングが2倍速などのメリットが受けられる。

その他のユニークな施策としては、55才以上の顧客向けに「Unlimited 55+」というプランを提供している。これは2回線で月60ドルと、極めて低廉な料金に設定している。ただしNetflixが無料になる特典は適用されない。

## 4 - 2 Sprintの無制限プランの現状

---

Sprintの現行の無制限プランは「Unlimited Freedom」で、スマホ1回線が月60ドル、2回線目は月40ドル、3回線目以降は1回線につき月30ドルが加算される。

主な特徴としては、ビデオがHD品質、音楽の速度は最大1.5Mbps、ゲームの速度は最大8Mbps、1回線につき10GBまでのホットスポットが使える、23GBを超えると混雑時には速度が制限されることがある。

さらにビデオストリーミングの「Hulu」が無料で視聴できるという特典がある。これは期間限定とされているが、特にいつまでとは明記されていない。

他の3社と違って、Sprintはビデオの品質を落とした廉価版のプランは用意していない。それでも料金は最安のレベルを維持していることから、「The BEST Unlimited」と宣伝している。

### 4 - 3 AT&Tの無制限プランの現状

---

AT&Tの最新の無制限プランは「AT&T Unlimited Plus」と「AT&T Unlimited Choice」の2本建てとなっている。

「Unlimited Plus」はスマホ1回線で月90ドル、2回線で月145ドル、追加は1回線につき月20ドルが加算される。ビデオはHD品質、1回線につき10GBまでのホットスポットが使える。22GBを超えると速度が制限されることがある。

「Unlimited Choice」はスマホ1回線で月60ドル、2回線で月115ドル、追加は1回線につき月20ドルが加算される。ビデオはDVD品質。データの速度が最大3Mbpsに制限される。

どちらのプランも、有料TVネットワーク「HBO」のビデオストリーミングサービスが無料で利用できるという特典が付いている。

また、いずれかのプランを選択すると、同社の映像系サービス「DirecTV」や「DirecTV Now」の月額料金が割引になるというプロモーションも随時行われている。

### 4 - 4 Verizonの無制限プランの現状

---

Verizonが復活させた無制限プラン「Verizon Unlimited」は、その後「改悪」され、最新の無制限プランは「Go Unlimited」と「Beyond Unlimited」の2種類となった。

「Go Unlimited」はスマホ1回線が月75ドル、2回線で月130ドル、3回線で月150ドル、4回線以上になると1回線あたりの料金が月40ドルとなり、最大10回線まで同一アカウントに登録できる。ビデオはDVD品質、ホットスポットは速度が600kbpsになるが無制限に利用できる。データ利用量にかかわらず混雑時には速度制限がかかることがある

「Beyond Unlimited」はスマホ1回線が月85ドル、2回線で月160ドル、3回線で月180ドル、4回線以上になると1回線あたりの料金が月50ドルとなり、最大10回線まで同一アカウントに登録できる。ビデオはHD品質、ホットスポットは高速で15GBまで使え、それを超えると速度は600kbpsになるが無制限に使える。22GBを超えると混雑時には速度制限がかかることがある。

他の3社とは異なり、映像系のストリーミングサービスが無料で視聴できるといった特典はない。

### 4 - 5 各社の無制限プランの比較

---

各社の無制限プランの主な特徴を比較すると、概ね図表3のとおりとなる。

【図表3】各社の無制限プランの比較

	プラン名称	月額料金 1回線/4回線	ビデオ 品質	ホットス ポット	速度 制限	映像系 特典
		\$70/\$160	DVD	3G	50GB超	
		\$80/\$200	HD	>10GB 3G		
		\$60/\$160	HD	10GB	23GB超	
	Unlimited Choice	\$60/\$155	DVD	なし	3Mbps	
	Unlimited Plus	\$90/\$185	HD	10GB	22GB超	
		\$75/\$160	DVD	600kbps	混雑時	なし
		\$85/\$200	HD	>15GB 600kbps	22GB超	なし

## 5 おわりに

各社はネットワークの負荷やデータ利用からの収益確保などを考慮して、旧無制限プランから段階制プラン/シェアプランへの移行を試みたものの、結局顧客が求めているものは無制限プランだとの認識を新たにし、無制限プランに回帰した。

ところが、無制限プランでは特にビデオ視聴によるデータ利用量の増大のためにネットワークの負荷やそれに伴う品質低下が問題になる。いかにして無制限プランを効果的・効率的に提供して顧客の維持・獲得につなげるかに各社は苦慮している。

今のところ、Sprintを除く3社がビデオの品質を落とす「制限付き無制限プラン」を提供し、Verizonを除く3社が「映像系ストリーミングサービスの特典」をネタに顧客獲得を図っている。この2施策が無制限プランを武器に顧客を維持・獲得する手段としては、現時点での最有力候補と見られる。

### 【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。