## モバイルの達人

石川温

「日経TRENDY」編集記者を経てジャーナリストとして独立。国内外のモバイル業界を取材。写真も筆者。

# 新たな顧客獲得策探る携帯各社

## 楽天のMNPの方法に異議あ

携帯通信キャリア各社の決算会見が行われた。料金の引き下げ競争が続くなか、顧客の奪い合いが過熱している。市場の流動性は高まったのだろうか。各社は新たな顧客獲得策を発表したものの、楽天モバイルの戦略に異議を唱える動きも表面化している。

6月には楽天モバイルがKDDIのローミング（乗り入れ）接続エリア内でもデータ通信が使い放題になる「Rakuten最強プラン」をスタートした。7月にはNTTドコモが少ないデータ通信容量で安価な「irumo（イルモ）」を開始している。

顧客獲得が好調だとアピールしているのがソフトバンクだ。競合する3つの携帯通信キャリアすべてに対し「番号持ち運び制度（MNP）」を利用した転入の契約が上回っている状態だという。大型ショッピングセンターなどで出張販売する戦略で顧客獲得がうまくいっているようだ。

一方で楽天モバイルやNTTドコモの新料金プランに対しソフトバンクの宮川潤一社長は「競争環境が大きく変わるようなものではない」としている。KDDIの高橋誠社長も「いまの段階で大きな影響は出ていない」と話す。

高橋社長によると、ドコモのプランとKDDIでは通信容量が異なるうえに一部は高速通信規格「5G」に非対応であるため、混雑時のネットワーク制限があるなど比較が難しいという。「楽天モバイルの新プランも大きな影響はないのではないか」と語る。

楽天モバイル自身は新プランの投入に手応えを感じているようだ。3月末に457万件だったユーザーの契約数は7月現在で491万件にまで増えた。22年にゼロ円で維持できるプランを廃止して以降ユーザーの流出が止まらなかったが、ようやく500万件まで目前に来ている。

ただ楽天モバイルとしては800万～1000万件の契約獲得が損益分岐点としており、三木谷浩史会長は2000万契約を目指している。当然のことながら目標達成にはほど遠いのだが、とりあえずは反転攻勢に持ち込むことができたようだ。

島田明NTT社長（左上）、高橋誠KDDI社長（右上、KDDI提供）、宮川潤一ソフトバンク社長（左下）、三木谷浩史楽天モバイル会長

少ないデータの通信容量が選べるNTTドコモの新料金プランirumoの手応えについて、NTTの島田明社長は「まだまだ様子を見ないといけない」と気を引き締めている。ドコモからはMNPによる契約獲得の数字がプラスに効いていると聞いていると話す一方で、新料金プランのirumoは競合キャリアのサブブランドへの対抗を意識して運営しているとして「どういう効果が出るか注目している」と述べた。

これまでソフトバンクであれば「ワイモバイル」、KDDIは「UQモバイル」といったように、この2社はそれぞれのサブブランドが新規の顧客獲得をけん引してきた。安価なプランでありながらキャリアショップで店員のサポートを受けられ、安心して契約できるという点が評価されているのだ。

ドコモはサブブランドとして「ahamo（アハモ）」を投入していた。表向きはオンライン専用プランという位置づけであったため、どうしてもショップでのサポートを求めるユーザーの流出に歯止めをかけられなかった。

これに対してirumoは、ショップでのサポートがあるという点をアピールしている。なんとかワイモバイルやUQモバイルへの流出を止めたいという狙いがあったのだ。

だ始まったばかりだが、とりあえずドコモの新料金プランの効果は出始めているようだ。

■市場の流動性高めたい狙いが

携帯キャリア間の値下げ競争は2020年から始まった。どちらかというと政権の圧力による「値下げ」の面が強かった。省としては顧客の流動性を高めて、引き続き料金を下げたいという狙いがあったのだ。

そんななか、5月にMNPのワンストップが始まった。これまでスマホを契約している携帯通信キャリアを乗り換える場合、番号を使い続けたいユーザーは、契約している携帯通信キャリアに解約の連絡をしてMNPを使うための手続を行ってもらう必要があった。しかし既存のキャリアにとってはポイントを付与するなどして引き留められるなど、引き留めが優遇されていた。

キャリアを乗り換えるのに既存の契約していたキャリアにいちいち解約の手続をするのは面倒だ。そこで、新たに契約したいキャリアに「解約きが完結する」という一般的なワンストップ入が進められてきた。

ただ5月24日にはMNPのワンストップ、オンライン契約しかない。また契約中の既存のウェブサイトでの手続をしなくてはならな

## SDGsの現場から

# 働きがい向上にも注力

（総合）

人々の暮らしに密接に携わる山田工務店がSDGs（持続可能な開発目標）に取り組むきっかけとなったのはリクルートに参加する学生からの質問でした。近年の就職活動の潮流であるSDGsへの取り組みは同社にとって、改めて企業活動とSDGsを結びつける契機となりました。

静岡県焼津市に本社を構える同社は「はっぴい」という言葉を中心に「社員満足」「顧客満足」「パートナー満足」の柱を企業理念に掲げ「多くのお客様に『はっぴい』を届けられるような会社を目指して住宅の提案、開発・販売からリフォームまで幅広い製品の提供をしています。

同社はSDGs全17目標のうち7つの目標に賛同し「住まいづくりを通じて多くのお客様の豊かな暮らしと地域の幸せの実現、さらに地球規模への配慮に貢献していきます」と宣言しました。

事業内容の1つである高品質でリーズナブルな住宅の提案や子育て世代客へのニーズに合わせた「子育て世代応援住宅」の事業展開は、SDGs目標11「住み続けられるまちづくりを」の目標達成に貢献します。また「まちかどモデルハウス」では展示後のモデルハウスを販売して資源削減につながり、SDGs目標11に加え12の「つくる責任つかう責任」にも尽力しています。

ZEH（ゼッチ）の普及目標にも同社は意欲的に取り組みます。「省エネ」と「創エネ」を組み合わせ、1年間のエネルギー消費量ゼロ以下を目指した住宅を指します。

政府主導による新築注文住宅の過半数でゼロエネルギー化を推進する取り組みで、山田工務店は2023年までに15件の普及目標の達成に向けて進みます。

さらに同社ではスタッフ全員、パートナー全員が仕事を通じて生きがいや満足を感じられるような環境づくりも進めます。社内における女性活躍機会の推進や社員の表彰制度を採用し、目標の4・5・8にあるような「質の高い教育」と「ジェンダーレスの実現」、従業員全員の「働きがい」と健康の保持増進にも取り組み続けています。

さらに「献血サポーター」として年2回の献血活動や医療機関・福祉施設への寄付活動を実施することで、SDGs「すべての人に健康と福祉を」与える3の目標達成にも貢献してきました。これらの取り組みの結果、22年3月9日に「健康経営優良法人2022（中小規模法人部門）」として認定されました。

SDGsには今後も取り組むと代表取締役の山田耕治氏は語ります。断熱性の高い住宅の建築、開発を進め、SDGs13の目標にある「気候変動に具体的な対策を」につながるような活動にも貢献していく予定です。

## 省エネ・創エネ住宅を提案

ランドマーク税理士法人代表・税理士 清田 幸弘氏

横浜農協に9年間勤務。資産税専門の会計事務所勤務の後、1997年、清田幸弘税理士事務所設立。その後、ランドマーク税理士法人に組織変更し、現在14の本支店で活動中。TKC全国会会員。