

## 総務省がSIMロック解除を要請！

酒井 寿紀 (Sakai Toshinori) 酒井 IT ビジネス研究所

### ソフトバンクが猛反発

総務省は、4月2日に「携帯電話端末のSIMロックの在り方に関する公開ヒヤリング」を開催した。SIM (シム、Subscriber Identity Module)カードとは、携帯電話端末の中に入っているICカードで、日本の携帯電話では、他社のSIMカードと差し替えることができないようにロックされている。このSIMロックを今後どうするべきかという話である。

このヒヤリングで、総務省のSIMロック解除の要請がおおむね合意され、報告を受けた原口総務大臣は喜んだと報道された。携帯電話事業者の中では、ソフトバンクが最も強硬に反対したが、強制ではなく、事業者の自主性にゆだねるとの総務相の言葉を引き出して、最終的には納得したようだ。

この問題は、2007年9月号の本コラムで取り上げたように、2007年に「モバイルビジネス研究会」で議論され、2010年に問題を先送りすることになったものだ。<sup>(1)</sup>

そもそも何が問題で、どうあるべきなのだろうか？ 振り返ってみよう。

### そもそもSIMは何のため？

SIMカードには契約者を特定する番号が記入されていて、これによって全世界の携帯電話が識別できる。このSIMカードを差し替えることによって、1つの携帯端末を別の通信事業者の回線で使うことができる。

この機能を使えば、普段使っている端末を海外でも使える。国内でも、より安い通信事業者に容易に乗り換えられる。ただし、同一通信方式の事業者間でないと乗り換えはできず、例えば、NTTドコモとKDDIの間での乗り換えはできない。また「iモードメール」など、通信事業者が提供しているメールのアドレスは変わってしまう。

また、この機能を利用すれば携帯端末の選択肢が広がる。必要に応じて、通話とショートメッセージしかできないシンプルで安い端末から、新発売のスマートフォンまで、通信会社との契約を変更せずに自由に切り替えられる。

このようにSIMカードを自由に差し替えられる端末を「SIMフリー」、差し替えを禁じたものを「SIMロック」という。SIMロックは、パソコンのネットワークの世界で言えば、パソコン、通信回線、コンテンツについて、すべて同一の企業から提供を受けなければならないようなものだ。抱き合わせ販売の最たるものである。

### 海外では？

ヨーロッパや日本以外のアジア諸国ではSIMフリーの端末が普通だ。2,000円台の、通話とショートメッセージしかできないものから、数万円のスマートフォンまで、SIMカードのないSIMフリーの端末を買うことができる。端末メーカーが販売しているものの中から気に入った

ものを選べばよい。一般の電気製品と同じだ。これらの端末に通信事業者から別途購入したSIMカードを挿せば携帯端末として使える。

米国など、海外にもSIMロックされた端末もある。また、アップルのiPhoneは、多くの国で日本と同様にSIMロックされたものしか販売されていない。

このように、海外ではSIMフリーが一般的だが、SIMロックが法的に禁止されているのはシンガポールぐらいで、その他の国では企業が自主的にSIMフリーを採用している。

### 望ましい姿は？

では、どのような市場形態が、ユーザーにとっても、企業にとっても望ましいのだろうか？

ユーザーにとっては、自分に合った端末が自由に選べ、それが安い通信回線でもどこでも使えることが望ましい。

端末メーカーにとっても、自社独自の特長ある端末を開発して、全世界で販売するためには、基本的にはSIMフリーが望ましいはずだ。現に、Symbian、Windows Mobile、AndroidなどのOSを使ったスマートフォンにはSIMフリーのものが多い。

通信事業者は、安く、高速で、信頼性が高く、サービスエリアが広い回線を提供することをコア・コンピタンスにするべきだ。人気端末の独占販売権を獲得し、SIMロックをかけて自社の通信網でしか

使えないようにして差別化を図るのは、一時的な事業戦略としてはよくても、ユーザーの利便性をそこなう。自社の通信網の弱みを他社の人気端末の強みで補おうとしても、長期的な事業の発展は望めないだろう。

SIMフリーは、原口総務相も言うように、政府が強制すべき問題ではない。本来企業が自主的に採用すべきものだが、日本の情報通信機器メーカーの団体である情報通信ネットワーク産業協会の見解が、SIMロック解除に対してきわめて後ろ向きなのが気になる。

総務省としては、まずは通信事業者がSIMカード単体を販売するように導くことだろう。そうすれば世界中のSIMフリーのスマートフォンが日本に上陸し、ユーザーの選択肢が増えるとともに、通信事業者の通信料収入も増大する。もちろん、中国製や台湾製の安い端末もどんどん入ってくるだろうが、通話とショートメッセージだけでいい人も多いはずだ。日本の端末機メーカーにとっては歓迎できない事態かもしれないが、日本の市場が海外並みになるだけなので、これに対応できなければ海外への進出などおぼつかない。

- (1) 「携帯電話ビジネスの課題は？」, OHM, 2007年9月号, オーム社  
(<http://www.toskyworld.com/archive/2007/ar0709ohm.htm>)