



篠原聡兵衛 著

『モバイル・ブロードバンドの普及要因
—多国を対象としたパネルデータ推定—』

名古屋大学大学院法学研究科教授 林 秀弥 はやし しゅうや

本書は、経済協力開発機構(OECD)34か国を対象にモバイル・ブロードバンド(通信速度1Mbps程度以上である第3世代携帯電話(3G)及び第4世代携帯電話(4G)をいう。)の普及要因を探り、今後の途上国における普及や、東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年にもわが国で導入が予定される第5世代移動通信システム(5G)の普及のカギを探ろうとする研究書である。

電気通信市場では、規模の経済性、ネットワーク外部性、情報の非対称性により、いわゆる「市場の失敗」が発生しうる。それ故、わが国を含めほとんどの国において、過去、電気通信市場は国等が独占してきた。その後1980年代に各国で政策が変更され、公的規制の見直しを行い、電気通信市場は独占から競争に移行した。わが国では1985年の出来事であり、「通信自由化」と呼ばれる。こうした独占からはじまり政策により通信会社間に競争が導入されてきた経緯は、加入電話等の固定通信だけでなく、本書に関わる携帯電話でも同様である(本書第3章)。

2000年以降は、電話からインターネットの時代となり、それに伴いブロードバンドの普及が各国の政策当局における喫緊の課題となった。すなわち、米国、EUで打ち出された政策では2020年までに速度100Mbpsのブロードバンドをそれぞれ1億世帯、域内全体で50%の家庭に普及させることが目標とされたが、その際、モバイル・ブロードバンドは、光ファイバー等による固定ブロードバンドと比べ、エリア展開に要するコストが安価で期間も短く重要な役割を果たすことが認識された。しかしながら、2012年末時点におけるモバイル・ブロードバンドの人口普及率は、先進国で構成されるOECDですら平均75.9%であり、人口が10億人を超える中国とインドでは24%、8%とそれぞれ低いままであった。

このような問題意識を背景に、本書は、モバイル・ブロードバンドの普及のための効果的な政策を実現可能とするため、その普及要因を経済学的視点から定量的に特定しようとする。す

なわち本書では、対象国をOECD34か国、対象期間を2000年から2012年までと設定し分析を行った結果、モバイル・ブロードバンドの普及要因が、それぞれ①スマートフォン(Android、iPhone)の導入、②携帯電話会社間の競争(携帯電話会社の市場シェアから算出したハーフィンダール・ハーシュマン指数(HHI)を代理変数としている)、③携帯基地局間を結ぶ光ファイバーの普及、であることを特定している(本書第5章)。

特に2000年代半ば以降から短期間で広く国民に普及したスマートフォンは、普及に成功したイノベーションの代表例といわれる。本書では、イノベーションの普及理論の観点から、これを①イノベーションの属性、②需要サイドの影響、③供給サイドの努力といった観点から論じ、スマートフォン等をモバイル・ブロードバンドの普及要因として定性的に抽出している(第4章)。このスマートフォンの導入が、モバイル・ブロードバンド普及に与えた影響は、消費者の肌感覚では当然のことと受け止められようが、それを経済学的な視点から定量分析した先行研究は他にあまり例がないように思われ、貴重な文献であるといえよう(先行研究については本書第2章を参照)。

本書は、OECD諸国を比較分析することにより、スマートフォンが導入された時点でHHIが低く携帯電話会社間の競争が進展しているOECD加盟国では、逆に同時点でHHIが高く携帯電話会社間の競争の進展が遅れているOECD加盟国よりも、その後のモバイル・ブロードバンドの普及が速いことを指摘している。これは、モバイル・ブロードバンドの普及にとって携帯電話会社間の競争が重要であることを示唆する。さらに近年、諸外国で課題となっている携帯電話会社間の企業結合は、モバイル・ブロードバンドを普及させるためには抑制的であるべきであり、統合により特定の携帯電話会社にシェアが集中しないことが市場の活性化にとって望ましいことを指摘している(第6章)。本書の分析は、モバイル・ブロードバンドや今後の5Gの普及という観点からみた場合、通信当局の政策判断に、あるいは通信市場の競争政策一般に対して一つの示唆を与えるといえよう。電気通信政策と競争政策に関心のある読者に、ぜひ一読をお薦めする次第である。

(勁草書房、2017年8月20日、184頁、4,000円+税)