

KDDI 総研 R&A 誌は定期購読（年間 29,993 円）がおすすめです。お申し込みは、KDDI 総研ブックオンデマンドサービスまで。既刊の PDF 無料ダウンロードの特典もあります。

(<http://www.bookpark.ne.jp/kddi/>)

欧州携帯電話事業者、ローミングサービス強化に向けてアライアンス結成



欧州携帯電話事業者、ローミングサービス強化に向けてアライアンスを結成

🕒 記事のポイント

サマリー

仏・独・伊・西の最大手携帯電話事業者4社は、共同ブランド「Freemove」の下、多国籍企業ユーザー向けサービスを強化する。mmO2率いる「Starmap」も、ローミングサービスの充実により、ビジネスユーザーの獲得を図る。双方ともに、端末の共同開発や共同調達を通じてコストを削減する一方、Vodafoneへの対抗勢力として結集。

主な登場者

Orange T-Mobile TIM Telefónica Móviles Vodafone mmO2 Wind Amena Telenor Sonofon One sunrise

キーワード

FreeMove Starmap ローミング 3G UMTS

地域 欧州

執筆者 KDDI総研 調査2部 青沼 真美 (ma-aonuma@kddi.com)

2003年に発表されたヨーロッパの携帯電話事業者による2つのキャリア連合が、ここに来て具体化の動きを見せている。両陣営とも、企業ユーザーをターゲットにローミングサービスを充実させる方針を改めて打ち出しているが、これは、一社によるカバーエリアの広さとシームレスなサービス提供を武器に順調にユーザーを伸ばすVodafoneへの対抗勢力結成、と位置づけることができるだろう。本稿では、各キャリア連合の動向を概説する。

1 メガキャリア連合「FreeMove」

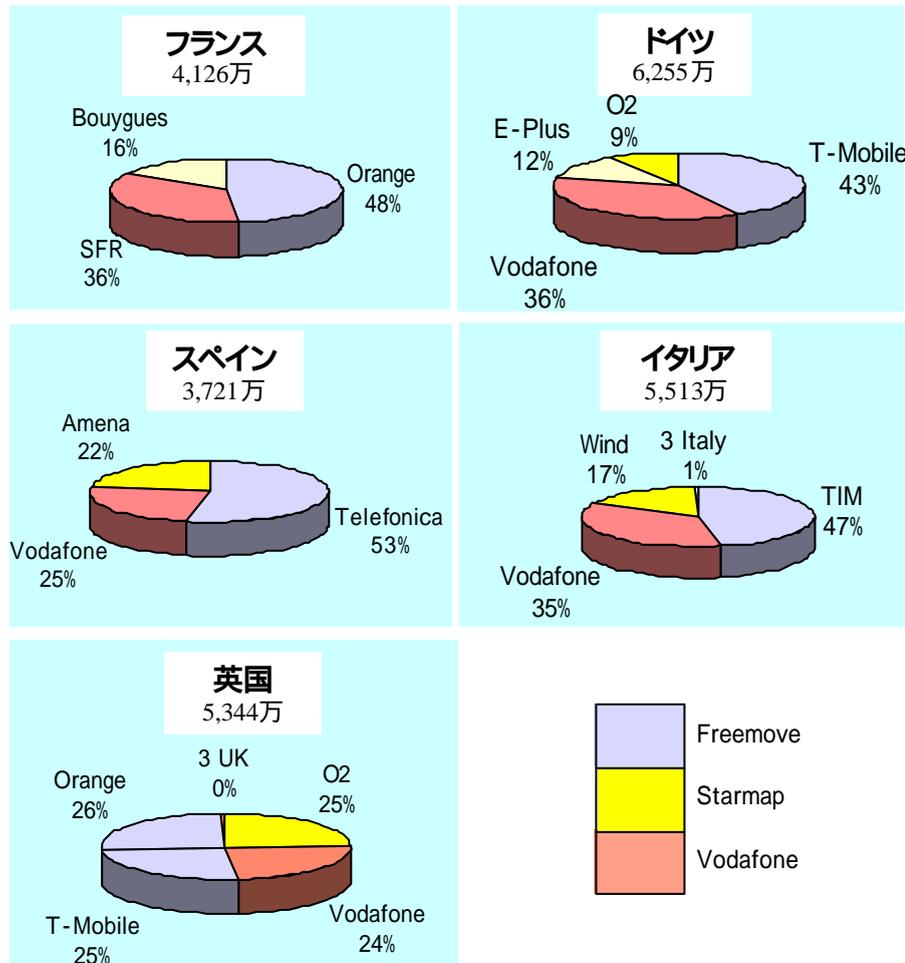
2004年3月29日、T-Mobile（独）、TIM（伊）、Telefónica Móviles（西）、Orange（仏）の4事業者がアライアンス「FreeMove」の結成を正式発表した。いずれも自国では最大事業者であり、4社のカバーエリアを合わせると、欧州では21の国・地域で1億7,000万のユーザーを擁するメガキャリア連合となる。なお、2004年内には新たなメンバーを迎える予定であり、T-Mobile USA等と交渉中と伝えられているが詳細は明らかにされていない。

欧州携帯電話事業者、ローミング
サービス強化に向けてアライアンス結成

「FreeMove」構想は、2003年4月にT-Mobile、TIM、Telefónica Móvilesの3社がアライアンス結成として打ち出したもので、その後7月になってOrangeの参加が発表された。構想発表から約1年がかりで始動に至ったわけであるが、今後は各社の独自ブランドと並行して共同ブランド「FreeMove」を展開することになる。また、相互のカバーエリアを補完しあって実質的な市場規模を拡大し、当面は欧州地域における多国籍企業をターゲットとしたビジネス市場でのシェア拡大をめざしていく。具体的には、今後3年間は「FreeMove」としての共同入札によって、毎年5%ずつ企業ユーザーからの受注額を増やす、という目標を掲げている。

当初はGSMでのローミング強化となるが、4社ともに、2004年末までには3Gサービスの開始を控えており、3Gでのローミング強化をにらんだ動きと位置づけられる。

【図表1】 欧州主要国市場における「FreeMove」キャリアの競争状況
(2004年2月1日現在)



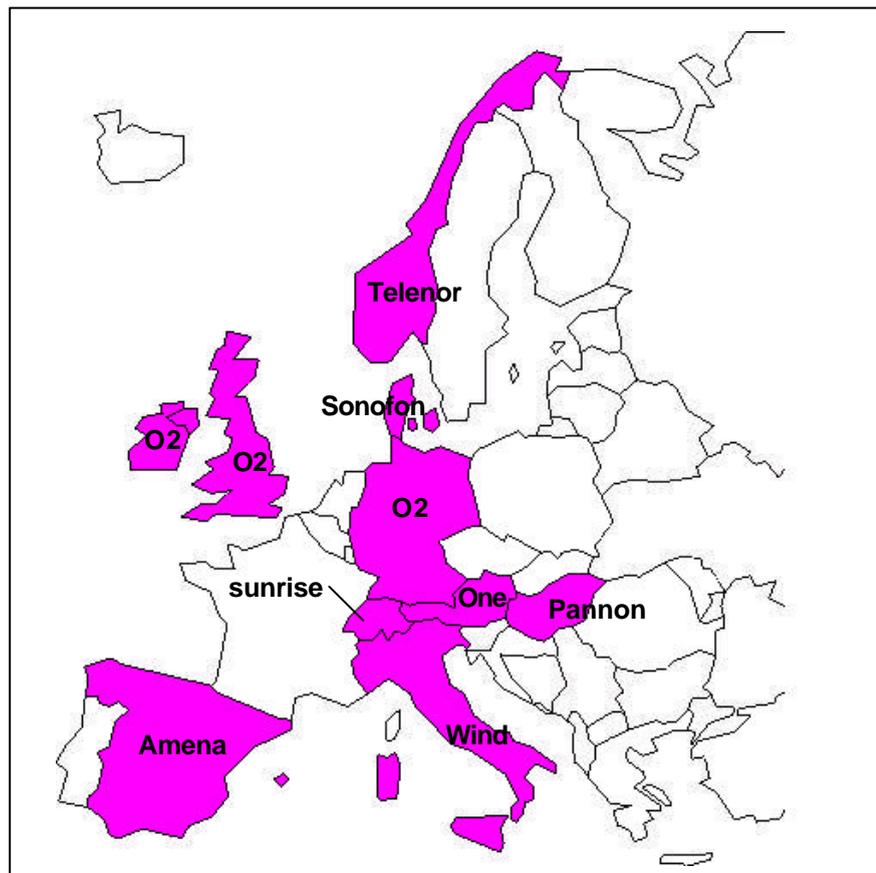
(Mobile Communications (2004.3.2) によりKDDI総研作成)

2 マイナー連合「Starmap」

2004年2月23日、O2各社率いる携帯電話事業者9社が共同ブランド「Starmap Mobile Alliance」(以下「Starmap」)を発表した。「Starmap」陣営は、2003年10月1日、企業ユーザー向けサービスの強化を目指したアライアンス結成を表明しており、今回の発表に先立って、既に定額制のローミング料金の一部導入など実質的なサービス提供を開始している。

当初の参加事業者は、O2(英、独、アイルランド)、Amena(西)、Wind(伊)、Pannon(ハンガリー)、Telenor Mobile(ノルウェー)、One(オーストリア)、sunrise(スイス)の9社であったが、4月1日にデンマークのSonofonが参加して10社体制となっており、総ユーザー数も4,600万強に上っている。また、フランスのBouygues Telecom、オランダのKPN、米国のCingularなどが「Starmap」への参加について交渉中と報じられている。

【図表2】 「Starmap」参加キャリア



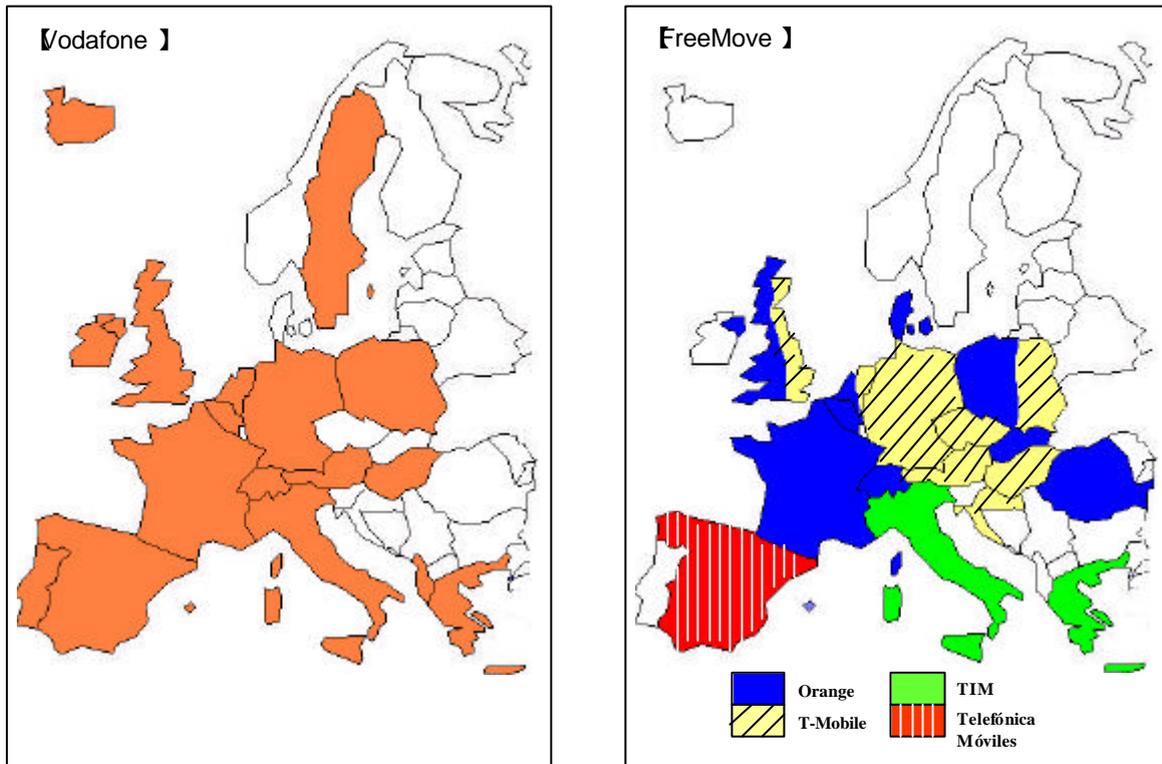
(KDDI総研作成)

3 アライアンスの背景

3 - 1 Vodafoneへの対抗 ~カバーエリアと加入者数~

図表3は、「FreeMove」とVodafoneのサービス提供エリアを示したものであるが、1社で「FreeMove」陣営とほぼ同じエリアをカバーするVodafoneの強みがみとれる。通信アクセスの確保と、シームレスなサービスに対するニーズが高い企業ユーザーにとっては、やはりVodafoneの訴求力は高いといえよう。

【図表3】 Vodafoneと「FreeMove」4事業者のカバーエリア



(Mobile Communications (2004.3.2) によりKDDI総研作成)

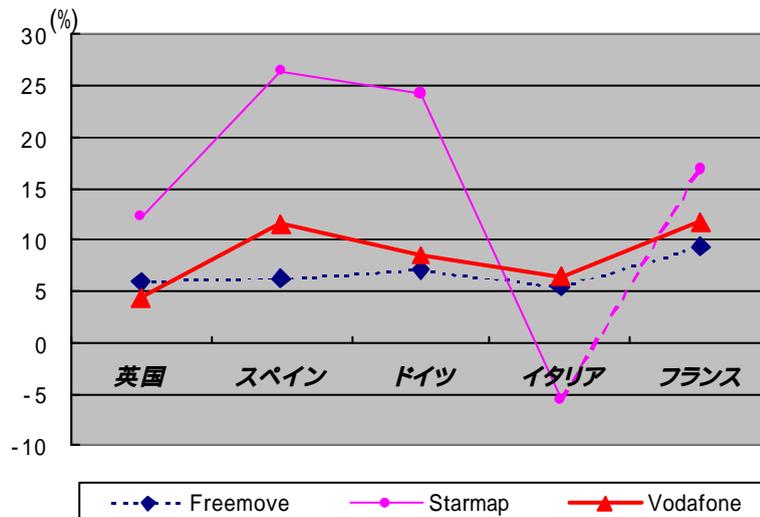
一方、加入者数を見ると、Vodafoneはベルギー、アイルランド、マルタなど比較的小国では最大事業者であるものの、主要国では図表2に示したとおり、第2位の事業者に留まっている。また、本国の英国では2003年8月以来、第4位(3G

を除くGSM/PCS4事業者のなかで最下位)の事業者に甘んじており、これを見る限りは爆発的に加入者を獲得しているわけではない^{※(脚注)}。

ただ、図表4に示したとおり、Vodafoneは「FreeMove」4事業者よりも概ね高い成長率を維持している。市場シェアの関係から、純増数を比較した場合には「FreeMove」陣営の方が多くなるものの、全体的な勢いはやはりVodafoneの方が強いといえるだろう。その意味でも、首位を走る4事業者にとっての「FreeMove」結成は、忍び寄るVodafoneの足音に対する防御策となっている。

特に、欧州地域においては自国以外でのサービス提供を行っていないTelefónica Móvilesや、自国以外の事業展開がギリシャのみに留まっているTIMにとっては、欧州各国に拠点を置く企業ユーザーを取り込むためには、アライアンスによるカバーエリア拡張が不可欠となっている。今後は、どの事業者を新たに加え、カバーエリアをどのように広げていくのか、注目される。

【図表4】 主要国における各アライアンス陣営の加入者数ベース年間成長率
(2003年～2004年)



(表注) Starmapについては、参加交渉中のBouygues Telecom(仏)のデータを暫定的に使用。

(Mobile Communications(2004.3.2)によりKDDI総研作成)

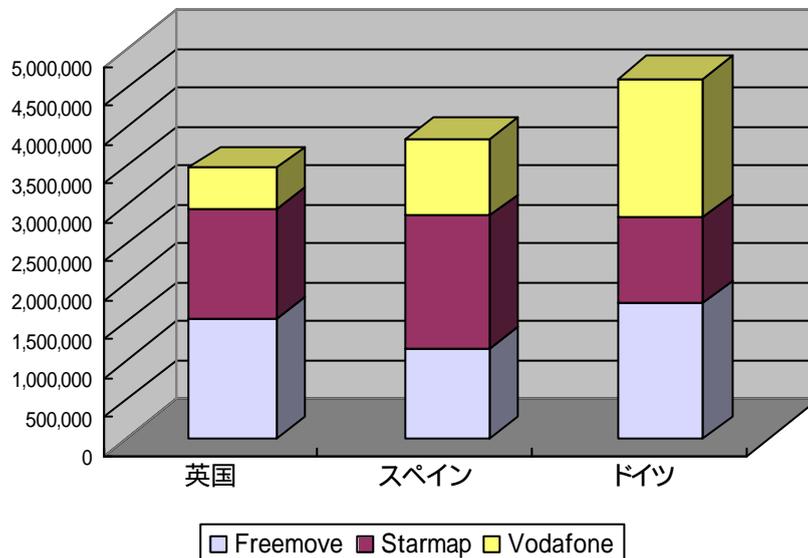


※(脚注)

主要5カ国(英独仏伊西)における平均携帯電話普及率は85%を超えており、成長の余地があまり残されていない点を勘案する必要はある。

図表5に示すように、「Starmap」陣営は、英国、ドイツそしてスペインでの成長率が際立って高い。純増数をみると、ドイツでは約109万で3位であったものの、スペインでは約170万を獲得した。2位のTelefónica Móvilesに60万以上の大差をつけて首位となっている。また、英国では、FreeMove陣営の純増数がOrangeとT-Mobileの2社の合計であるため、実質的にはmmO2の快進撃が光っている。中小規模事業者によるキャリア連合のため、比較的な地味な印象を受ける「Starmap」ではあるが、共同ブランドによってさらなる攻勢をかけていくのか、興味深いところである。

【図表5】 3陣営の純増数比較（2003年～2004年）



(Mobile Communications (2004.3.2) によりKDD総研作成)

3 - 2 企業ユーザーに対するシームレスなサービス提供

企業ユーザー向けサービス強化に向けて、「FreeMove」陣営は「Virtual Home Environment」、 「Starmap」陣営は「home-away-from-home」というコンセプトを打ち出した。これは、海外でも携帯電話を利用できる、というレベルに留まらず、ローミング中の着信番号表示やユーザーが通常利用しているアクセス番号でのボイスメール利用など、「自国にいるときと同じように」サービスを利用できるという、シームレスなローミングサービスをめざすものといえる^④（脚注）。



④（脚注）

Orangelは、グループキャリア間のローミングの場合には、着信番号表示させるサービスを提供している。

「FreeMove」は、電話端末やSIMカードの書き換え、プリペイドカードの充填も4社横断的に行うほか、海外でも母国語で情報・照会サービスを受けられるよう体制を整えていく方針を明らかにしている。

当面は音声サービスとSMSのローミングが中心となるが、両陣営とも、3Gの立ち上がりを受けて、共同ブランドのデータカード発売や、GPRS/UMTSのデュアルモードでのデータ通信サービスの提供などによって、データローミングも充実させていく意向である。

国際ローミングサービスの充実によるビジネスユーザーへの訴求は、非常に興味深いポイントである。企業ユーザーによるローミング利用の頻度の高さ、そして、全般的なARPUの高さを掛け合わせると、日本においても大いなるビジネスチャンスとして捉えることができるだろう。

3 - 3 新しい料金体系 ~ローミングをよりシンプルでより安く~

「FreeMove」はメンバー間のローミングトラフィックについて、今後3年間に音声トラフィックは毎年10%増、GPRS（データ）トラフィックは倍増、という意欲的な目標を掲げている。2003年については、4社間のローミング利用分数は10億分(約1,902年に相当)と発表されているが、これは4社の総ユーザー1億7000万人が毎日1分ずつローミングを利用したに過ぎない。ここから判断する限り、現状ではローミングはそれほど利用されていない、といえる。

利用を妨げている最大の原因は、ローミング料金の高さと料金体系の複雑さである。「FreeMove」発表に際して、Telefónica MóvilesのCEOである Antonio Viana-Baptista氏が「ローミングは高い、という認識を変えたい。」と述べているとおり、料金値下げによる利用喚起は事業者にとっての課題となっている。

また、現状では、ユーザーの契約形態が加入型かプリペイド型か、個人契約か法人契約か、適用国を限ったローミングに限定されているか、どの料金プランを契約しているか、などの契約条件によって、異なる料金が適用されている。そのため、ユーザーにとっては、きめ細かいサービスでもある半面、契約内容が複雑になりすぎて管理コストが増加する、という弊害も生じている^{☞(脚注)}。



☞(脚注)

例えば、「FreeMove」4キャリアでは、法人ユーザーがEU加盟国間のローミングを主に利用するという前提でオプションプラン等を契約した場合には、発信料は0.59ユーロ(約75円)/分~1.1ユーロ(約141円)/分、着信料は0.28ユーロ(約36円)~0.81ユーロ(約104円)とバラつきがみられる。

換算率は、1ユーロ = 127.84円(2004年4月1日付東京市場TTMレート)を使用。

このため、両陣営ともに、メンバー間共通タリフのように、よりシンプルな体系でより低い水準の料金を導入する意向である。「Starmap」は、上述したとおり、一部分ではあるがローミングサービスに定額制料金を導入しており、これを拡げていくものと思われる。一方、「FreeMove」も、企業ユーザー向けに利用状況・料金の詳細を報告するサービスを開始するほか、早ければ5月中旬にもシンプルかつより低水準のタリフを発表する予定である。

共同ブランドを冠したアライアンス関係を明確に打ち出し、メンバー間におけるローミング利用の浸透を狙っているが、ここでもどれだけ多くのパートナーを獲得できるかが、勝負の鍵を握るものと思われる。

3 - 4 端末共同開発 ～コスト削減と競争力強化～

「FreeMove」は、2005年末までには各社の携帯電話端末の25%程度を共同ブランドとして調達する計画を打ち出した。既に、SiemensとMotorolaとは優先供給契約を締結しており、2004年は600万台の共同調達によってコストを約10%削減できる、と発表している。今後は、他の端末メーカーともより密接な関係を築いていく意向を表明しているほか、「FreeMove」としての共同技術/端末開発プロジェクトを通じて、開発コストをさらに10%程度削減する目標を掲げている。また、「Starmap」陣営も3G端末やスマートフォン端末を共同開発していく計画を表明している。

共同調達や共同開発の背景には、上述したコスト削減に加えて、ユーザーニーズを直接反映した魅力的な端末を開発するという狙いがうかがえる。日本とは異なり、主としてメーカー主導型での端末開発が行われている欧州では、端末メーカーがユーザーをセグメント化して市場ニーズを拾い上げ、ニーズにあった端末を開発し、それを事業者に売り込む、というビジネスモデルが通例となってきた。しかしながら、事業者にとっては、大規模発注と引き換えに、開発段階から顧客のニーズを反映させるよう端末メーカーに要求することが可能になる。すなわち、共同調達によって、ユーザーオリエンテッドな最新機種をいち早く市場に投入できるほか、魅力的な端末供給によって、新規ユーザー獲得や既存ユーザーの囲い込みという観点から、競合事業者との差別化を図ることも可能になるだろう。

3Gサービスの本格的な立ち上がりを控えて、今後は事業者と端末メーカーとの関係がより密接になるものと思われる。ひとり勝ちが続いていたNokiaにも翳りが見られており、他のメーカーにとっては、事業者からのニーズに迅速かつ柔軟に対応することで、新たな飛躍に向けての足がかりを築くことができるのではないだろうか。

4 アライアンスの位置づけ ～2004年の動き～

「FreeMove」陣営は、2003年3月にアライアンス結成を発表した当初から、あくまでも既存の各社のサービス・ブランドの補完を目的とした業務上の関係強化にすぎず、株式持合いなどのより深い結びつきを目指すものではないことを強調していた。

特に「FreeMove」の場合には、自国でのドミナント事業者による合併・JV設立となることから、EU競争法に抵触する可能性が確実である一方、新たな組織体制を整備している間に市場が先行し、逆に競合事業者に対して格好のビジネスチャンスを与える可能性も十分考えられる。従って、両陣営とも、アライアンスとはいっても、1990年代後半に各社の親会社・グループ会社（旧国営固定通信事業者）が華々しく打ち上げ、結果的に頓挫した「キャリア・アライアンス」（France Télécom、Deutsche TelekomとSprintが掲げた「GlobalOne」、BT、MCIとTelefonicaによる「Concert」など）とは異なり、独自性と機動性を保ちながら協力関係を強化する、という現実的な解となっている。

しかし、現実的な解とはいいいながらも、経営スタイルが異なる企業の連携であるため、一企業として一貫性のある迅速な経営判断を下す立場にあるVodafoneとの差を縮めるのは一筋縄ではいかない、と見ることもできよう。特に、メンバー間で直接競合している市場（OrangeとT-Mobileが進出している英国やオランダなど）の場合、共同ブランドとして受注したとはいえ、実務レベルでの二者間の駆け引きが続くことは十分考えられる。従って、各事業者の独自路線と、パートナーシップのバランスを取るための調整が不可欠であり、アライアンスの成否は、調整部隊が有効に機能するかどうかにかかってくるのかもしれない。同時に、パートナー企業内部でのコンセンサスを、いかに早く、いかに細部にまで浸透させるかが、成功の鍵を握ることになるのではなかろうか。

「FreeMove」、「Starmap」、Vodafoneグループという3陣営を軸として、TeliaSoneraやTele2など、まだどこにも属していない事業者がどの陣営につくのか、それとも、新たな陣営が敷かれるのか、また、キャリア連合に対してVodafoneがどのような戦略を打ち出してくるのか、2004年は各陣営の動向に注目していきたい。

📖 出典・参考文献

Financial Times (2004.3.30)
FreeMoveホームページ (<http://www.freemovealliance.net>)
Starmapホームページ (<http://www.starmapmobile.com>)
Global Mobile (2004.4.7)
Total Telecomホームページ (<http://www.totaltele.com>)
その他各種報道資料

【コラム】ビジネスユーザー向けケータイ端末とは？

2004年2月にカンヌで開催された3GSM World Congressにおいて、OrangeのCynthia Gordon氏は、現在販売されている携帯電話端末について「メーカー側があまりにも多くの機能を搭載するため、不要な機能のために価格が高くなっている」という企業ユーザーからの不満を紹介した。さらに、「メーカーの眼が市場規模が大きいコンシューマに向いているため、ほぼ全てのハイエンド端末にカメラ機能が搭載されているが、企業ユーザーにとってカメラは必須機能ではない」と指摘、ビジネスユーザー特有のニーズに対応した、ユーザーオリエンテッドな端末開発の重要性を強調した。

今般発表された「FreeMove」による共同調達は、ユーザーニーズに即した端末開発の一環といえるだろう。そこで、ユーザーオリエンテッドな携帯電話端末といった場合、どんな端末を想像されるだろうか。ケータイをPCのような使いたい、あるいは、ケータイとPDAを一体化したい、というような、より高度なニーズもあるだろうが、一介のビジネスユーザーとしては、音声、メールとインターネットアクセス、という最低限の通信機能に、音声メモ機能を加えた程度の極めてシンプルな端末で十分満足できるのでは、とも思っている。果たして、読者諸氏の理想のケータイ端末とはどのようなものだろうか。