

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/>)

BT、FMC型サービス「Bluephone」に向けて Vodafone と提携



BT、FMC型サービス「Bluephone」に向けてVodafoneと提携

🕒 記事のポイント

サマリー BTは、固定系サービスと携帯系サービスの融合（Fixed-Mobile Convergence：FMC）を目指す「Bluephone」の実現に向けて、携帯電話網事業者のパートナーとしてVodafone UKを選定した。2003年夏より「Bluephone」プロジェクトの名のもとに行ってきた試験的運用を経て、2004年末までには本格的なサービスが開始される。

主な登場者 BT Vodafone UK Alcatel Ericsson Motorola T-Mobile O2 UK

キーワード モバイル FMC 無線LAN Bluetooth

地域 英国 欧州

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

IP技術や携帯電話の急速な普及によって、既存（incumbent）固定網事業者を取り巻く環境は非常に厳しいものとなっており、各社とも収益低下に直面しているのが現状である。

そのなかで、米国のAT&Tと英国のBTは、固定網事業者の逆襲ともいえるモバイル市場へのアプローチを、ともに5月18日に発表した。両社とも、過去にスピン・オフした携帯電話事業を鍵としてFMC（Fixed-Mobile Convergence：固定と携帯の融合）戦略を打ち出したわけだが、MVNOによる携帯電話事業再参入を発表したAT&Tに対して、2003年秋に既にMVNOとしての返り咲きを果たしたBTは、さらに一步先を行く方向性を提示している^①（脚注）。

本稿では、FMC実現に向けて大きな一步を踏み出したBTの動向を概説する。



^①（脚注）

AT&TについてはKDDI総研R&A 2004年7月号「AT&T、携帯電話事業に再参入」（青沼）を参照願いたい。

1 Vodafoneとの提携

2004年5月18日、英国の固定網事業者BTは、携帯電話事業者Vodafone UK（以下「Vodafone」）との提携を発表した。主な内容は、VodafoneがBTに対して今後5年間携帯電話（GSMおよびUMTS）網を提供する、というものである。

両者は、今回の提携関係構築を、FMCを実現する世界初のパートナーシップと表現しているが、上述したように、Vodafoneによる携帯電話網提供が主な提携内容ということであれば、実質的にはBTが2003年11月に開始したT-Mobile網をベースとしたMVNO（Mobile Virtual Network Operator：仮想携帯電話網事業者）としての形態とあまり変わらないようにもみえる。

しかしながら、今回BTが目指しているFMCサービス「Bluephone」（詳細は次節参照）は、携帯電話サービスの再販というよりは、あくまでも固定網の利用を喚起するものとして位置づけられている点で、従来のMVNO型サービスとは異なっている。Vodafone UKにとっては、新たな開発も視野に入れて、BTのニーズに応えるためのネットワーク/サービスを提供する必要があるため、より緊密な提携関係ということができる。

2 BTがめざすもの

2 - 1 Bluephoneとは

Bluephoneとは、その名前が示すとおり、Bluetoothによる無線アクセスを用いて固定網または携帯電話網に接続するサービスである。したがって、家庭内やオフィス、公共スペースなどBTの無線アクセスポイントのカバーエリア内では、Bluephone端末から発せられたトラフィックはBluetooth経由で固定網を伝送路として疎通される。また、カバーエリア外では携帯電話網に接続され、音声通話もデータ通信も通常どおり利用できる。言い換えると、Bluephoneは、ユーザが通信回線の違いを意識することなく、携帯電話タイプの電話端末だけで、固定系・携帯系双方の通信サービスを利用できることをめざすものである。

2 - 2 トライアルから本格提供へ

BTは、2003年にBluephoneプロジェクトを立ち上げ、自社社員と一部の企業ユーザ約50名を対象にした試験的運用を行ってきた。その際に使用されたのは、Bluephone用の対応ソフトウェアを搭載したSony Ericsson製の端末であった。BTは本格的なサービス提供に向けて、新たにプロジェクトに参画したAlcatel、Motorola、

BT、FMC型サービス「Bluephone」に
向けて Vodafone と提携

Ericssonなどとともに、固定・携帯ネットワーク間をシームレスにスイッチできる Bluephone用端末を開発していく。なお、BTは、現行の携帯電話（GSMやUMTS）端末と同程度の価格でBluephoneを販売する意向である。

Bluephoneの試験サービスは2004年夏には1,000人規模に拡張される予定であり、最終的には2004年末までの本格的サービス開始が見込まれている。BTでは、Bluephone（端末およびサービス）による売上として、2005年までに3億ポンド（約630億円）^①（換算率）を見込んでいるほか、今後5年以内には年間10億ポンド（約2,100億円）を売上げるサービスに成長するとの期待を表明している^②（脚注1）。

BTがBluephoneのビジネスモデルとして描いているのは、携帯電話ユーザを梃子（てこ）に固定網の利用を喚起し、新たな収入源を確保することであり、訴求ポイントは、携帯電話に比較して高い品質や、安い料金水準となる^③（脚注2）。また、携帯電話利用者にとっても、モビリティや既存のサービス（SMSやモバイルデータなど）という利便性を損なうことなく通信費を削減することができることから、Bluephoneに勝算あり、との結論を導き出したものと考えられる。世界初のFMCサービスと謳われているBluephoneであるが、その成否は、携帯電話ユーザを想定どおりにうまくBluephoneに移行させることができるかどうかにかかっているといえよう。



①（換算率）

1ポンド = 201.00円（2004年6月1日付け東京市場TTMレート）

②（脚注1）

BTの2003年度の業績は、総売上が187億2,700万ポンド（約3兆7,641億円）であり、5年間で売上全体の約5%を占める規模に成長させる意気込みをみせている。

③（脚注2）

市内通話料金を比較した場合、BTの固定網サービスでは、割引サービスを適用しない平日昼間の時間帯でも5ペンス/分（約10.05円）であるのに対して、BTが2003年秋にMVNOとして開始した携帯電話サービス「BT Mobile Home Plan」の場合には、10ペンス/分（約21円）となっている。なお「BT Mobile Home Plan」については、執筆者コメントを参照したい。

3 PartnerとしてのVodafone

最後に、BTがFMC戦略における携帯電話事業者のパートナーとしてVodafoneを選定した背景を考えてみたい。

3 - 1 海外展開

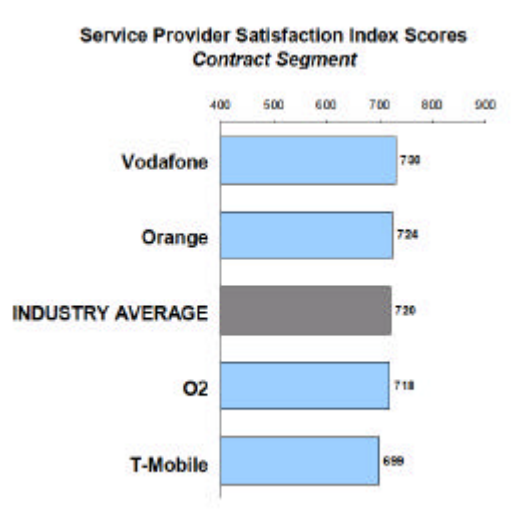
今般発表されたプレスリリースにおいて、BTは「英国における通信を変える」ものとしてBluephoneを位置づけている。固定網サービスで欧州主要国を中心とした海外展開を進めているBTにとって、英国での成否如何では海外でもBluephoneサービスを提供していくことは十分考えられる。従って、海外展開を念頭におくと、ほぼ欧州全域でサービス提供を行っているVodafoneの優位性は高いといえるだろう。

3 - 2 ユーザ評価

ネットワーク利用という観点であれば、既に2003年11月にMVNOとして市場参入した際にBTはT-Mobileをビジネスパートナーとして選定したわけだが、今般のBluephoneについてはVodafoneが選定されている。

5月24日に発表された、米国の調査会社JD Power and Associatesによる英国携帯電話サービス事業者の顧客満足度に関する調査結果は、T-MobileとVodafoneとの比較において、非常に興味深いデータを提示している。【図表1】のとおり、加入型サービスについてユーザの満足度が最も高かったのはVodafoneであり、逆に最も低かったのはT-Mobileである。

【図表1】 英国携帯電話事業者に関する顧客満足度（加入契約型）

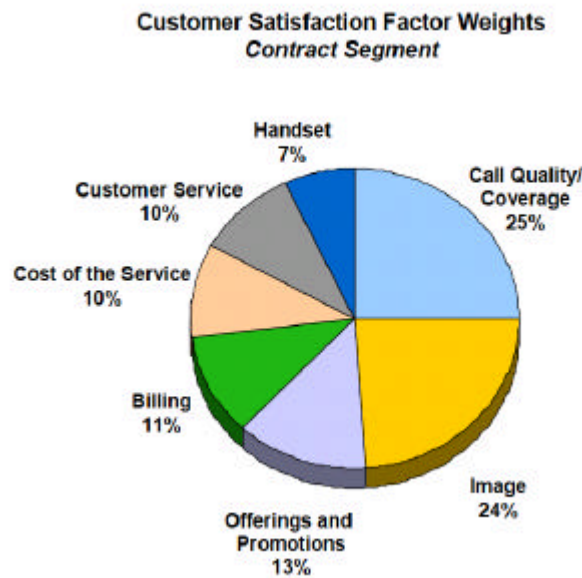


(出典) JD Power and Associates 2004 UK Mobile Telephone Customer Satisfaction Study

BT、FMC型サービス「Bluephone」に
向けて Vodafone と提携

今般の提携関係は、ネットワーク提供を超えて新たな開発を視野に入れたものと位置づけられているため、単純にサービス品質だけを比較することはできない。とはいえ、生き残りを賭けたFMC戦略を推進するBTにとって、自社に起因しないマイナスポイント、すなわち、利用する携帯電話網の品質低下がもたらすプロジェクト全体への悪影響をできるだけ小さくとどめる必要がある。その意味でも、【図表2】のとおり、サービス品質や提供エリア、そしてブランドイメージで評価されているVodafoneとの提携という選択は、BTにとって当然の判断といえるだろう。

【図表2】 英国携帯電話ユーザ（加入契約型）が事業者選定時に重視するポイント



(出典) JD Power and Associates 2004 UK Mobile Telephone Customer Satisfaction Study

📖 執筆者コメント

2001年9月、BTは移動体通信部門であったBT Wirelessを株式会社化して社名を「mmO2 plc.」と変更した。同年11月にはmmO2が完全に分離されており、BTは携帯電話市場から姿を消すことになった。

しかしながら、2002年にはmmO2傘下のO2 UKが提供するネットワークを利用して、MVNO型サービスを企業ユーザ向けに開始、2003年11月には、T-Mobileのネットワークを利用したコンシューマ向けサービス「BT Mobile Home Plan」を、特にフ

ファミリー層をターゲットとして開始した^④（出典）。このサービスでは、契約時に登録した固定電話番号宛ての通話については、最初の2分間が無料になる点が最大の特徴とされていたが、サービス開始後約半年間で獲得した加入者は、企業ユーザが113,000、コンシューマーユーザが60,000となっており、立ち上がりはあまり芳しくない。実際、BTもこのサービスの立ち上がりの遅れを認めている。

同じMVNOとして先行しているVirgin Mobileの場合には、特定の若年層にターゲットを絞った明確なマーケティング戦略を打ち出し、1999年のサービス開始以来、すでに400万を超える加入者を獲得している。上述したJD Powerの調査において、Virgin Mobileはプリペイド型サービスについて、携帯電話網事業者である4社を抑えて、最も顧客満足度の高い事業者として評価されており、MVNOという事業形態ではなく、他の事業者との差別化においてどれだけ魅力的なサービスを提供できるのかがポイントといえるだろう。

特に、英国における携帯電話の人口普及率が約92%（2004年4月末現在）と、ほぼ飽和に達している現状では、9割のユーザにとっては、すでに契約している事業者のサービスと比較してBTのサービスが魅力的でない限り、BTに移行することはない。その状況で、登録された固定電話宛ての通話が最初の2分間は無料、というサービスがどれだけ訴求力をもっていたのか、疑問符がつくところである。

なお、BTは、mmO2やT-Mobileとの現行契約が満了した時点で、携帯電話網についてはVodafoneとの契約に一本化していくことを明らかにしており、ここからも、Bluephoneを前面に押し出していく意向がうかがえる。その意味でも、高品質と低料金を武器にして携帯電話ユーザの固定網回帰を図るBluephoneが、BTの救世主となるのかどうか、また、業績不振にあえぐ固定網事業者にとっての新たなビジネスモデルを提示することになるのかどうか、今後のBluephoneの動向に注目したい。

📖 出典・参考文献

BTホームページ <http://www.btplc.com>

Vodafoneホームページ <http://www.vodafone.co.uk>

Total Telecom ホームページ <http://www.totaltele.com>

JD Power and Associatesホームページ <http://www.jdpower.com>

その他各種報道資料



^④（出典）

KDDI総研R&A 2004年1月号「British Telecom、英国携帯電話市場に再参入」（白井）