

KDDI 総研 R&A 誌は定期購読（年間 29,988 円）がお得です。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/>)

モバイルキャリア動向 Vol. 5
韓国 KTF



モバイルキャリア動向 Vol. 5 韓国 KTF

🕒 記事のポイント

サマリー

KTFは、政府系固定通信事業者KTの子会社として設立された、韓国第2位の携帯電話事業者である。KTFは、KTとの協力体制を強化しつつ、ユーザーの獲得を行っているほか、FMCサービスや放送コンテンツの提供を行っている。一方、KTFは国外へ向けて、特にアジア地域においてCDMA方式を採用する事業に対して、出資・支援を行っている。本稿では、以上のようなKTFの事業展開を概観し、その戦略を探る。

主な登場者 KTF KT SK Telecom LG TeleCom Skylife

キーワード CDMA2000 1x FMC 衛星DMB 衛星デジタル放送

地域 韓国

執筆者 KDDI総研 調査3部 穴田 香織 (ka-anada@kddi.com)

1 韓国携帯電話市場におけるKTFの位置付け

KTFは、政府系固定通信事業者であった韓国通信（現KT Corp. 以下「KT」）^①（脚注）の携帯電話事業部門として設立された携帯電話事業者である。そもそも、KTの携帯電話事業を担当していた子会社「韓国移動通信（KMT）」（800MHz帯）は、KTグループの市場支配力を抑制するという政府方針により、1994年、SKグループの傘下に入り、SK Telecom（以下「SKT」）となったという経緯がある。そして、1996年、



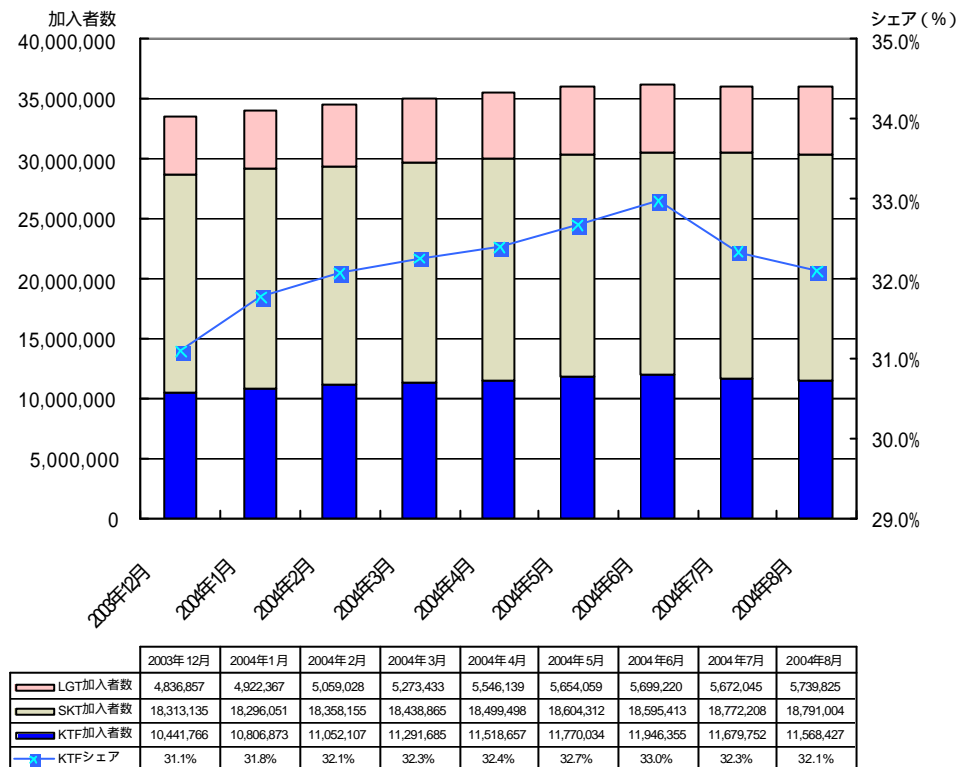
①（脚注）

KTIは、KTFの筆頭株主（46.90%）となっている。2004年8月現在、KTIは、市内電話事業で94.7%、ブロードバンド事業で51.0%のシェアを占めており、韓国の固定通信事業において支配的な地位を維持している。KTの市内電話料金は、ドミナント規制により認可制となっている。

KTが新たに設立した携帯電話事業の子会社（1.8GHz帯）が、KTFである。

【図表 1】に示すように、2004年8月現在、韓国の携帯電話事業者3社のシェアは、首位のSKTが52.0%^①、KTFが32.1%、LG TeleCom（以下「LGT」）が15.9%となっている。本稿では、このような状況の下で展開されるKTFの事業の特徴に注目し、その戦略を探る。

【図表 1】韓国の携帯電話 3 社の加入者数と KTF のシェア推移



（各携帯電話事業者のMonthly Fact SheetsをもとにKDDI総研作成）



①（脚注）

首位のSKTの料金は、ドミナント規制により認可制となっているが、KTFとLGTは届出制となっている。

2 固定通信事業者KTとの協力体制強化

2 - 1 FMCサービスの提供による差別化

KTFは、グループ内に固定通信事業者KTを持つ強味を活かし、FMC (Fixed Mobile Convergence) サービスの展開によって、SKTに対抗しようとしている。

KTとKTFは、2003年2月からKTの無線LANサービスとKTFのCDMA2000 1xEV-DO (以下「EV-DO」)とのバンドルサービス(サービス名: NESPOT Swing)を提供している。ユーザーにとっては、それぞれの基本料金が10%割引になり、無線LANサービスの提供エリア内で接続した分の通話料金が安価になるという利点がある。また、2004年8月からは、一つの携帯電話端末で屋内ではBluetoothを介して固定電話回線に接続し、屋外ではKTFの携帯電話網に切り替わるOnePhoneサービス(サービス名: DU) ^{☞(脚注)}の試験運用が開始された。OnePhoneサービスも、屋内では固定電話料金が適用されるため、通話料金が安価になるという利点がある。

現在のところ、SKTやLGTは、FMCサービスを提供していないため、KTFはNespot SwingやOnePhoneサービスにより差別化し、ユーザーを増加させようとしている。

2 - 2 KTFの携帯電話販売を行うKT

KTは、KTFのPCS (Personal Communication Service) ^{☞(用語解説)}販売を行っている。具体的には、KTがKTFの携帯電話加入者の募集、端末販売を行っており、KTFの販売チャンネルとして機能している。【図表 2】に示すように、KTFの加入者全体におけるKTのPCS販売による加入者の割合は増加傾向にあり、2004年8月現在、19.2%となっている。



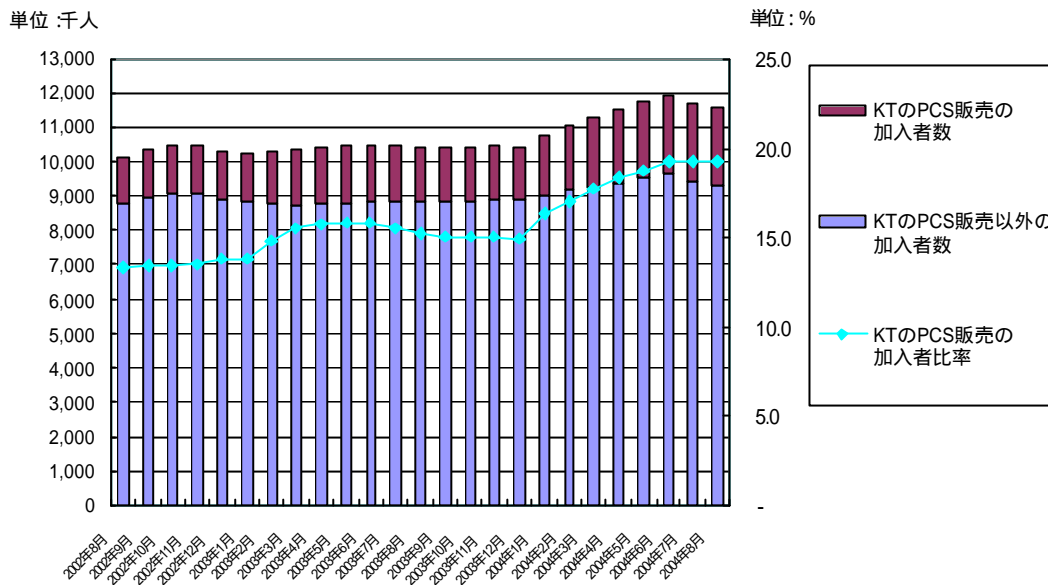
^{☞(脚注)}

KDDI総研R&A2004年8月号「KT、FMCへの取組みを本格化」(穴田)も参照されたい。

^{☞(用語解説)} PCS (Personal Communication Service)

韓国では、800MHz帯の携帯電話をセルラー電話、1.8GHz帯の携帯電話をPCSと呼んでいる。

【図表 2】KTF 全加入者数における KT による PCS 販売の比率



(KTFのMonthly Fact SheetよりKDDI総研作成)

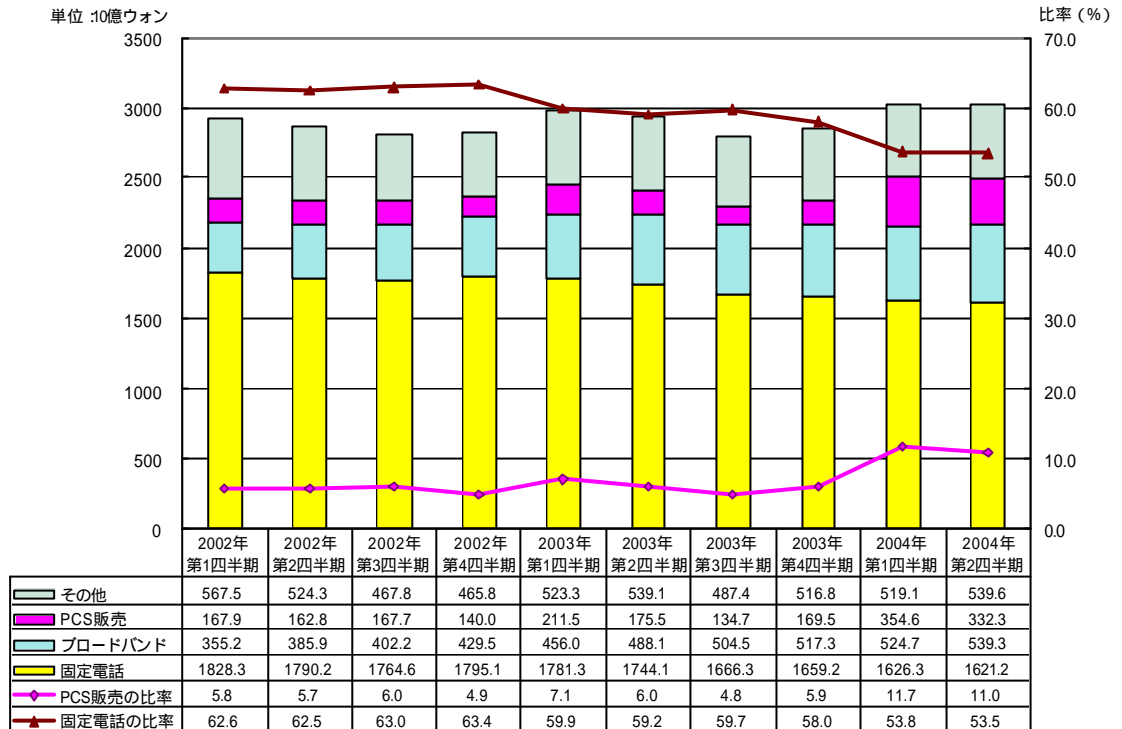
一方、【図表 3】に示すように、KTの収益全体に占めるPCS販売の比率も増加傾向にあり、2004年第2四半期には11.0%となっている。KTは、FMCサービスの提供やPCS販売を、減少傾向にある固定電話事業に代替する事業として位置付けている。KTは、2010年には総売上高目標27兆ウォン（約2兆6,055億円）^{※（換算率）}のうち10兆ウォン（約9,650億円）を、KTFの携帯電話事業や、グループ会社でインターネットポータル事業を担当するKT Hitelに関連する事業からの売上とする計画を明らかにしている。今後、KTの事業において、KTFの携帯電話事業やそれに関わる事業の割合が拡大していくものと思われる。



※（換算率）

100ウォン = 9.65円（2004年10月1日の東京市場TTMレート）

【図表 3】 KTの収益と PCS 販売比率の推移（2002年第1四半期～2004年第2四半期）



（KTのホームページをもとにKDDI総研作成）

3 放送コンテンツの強化

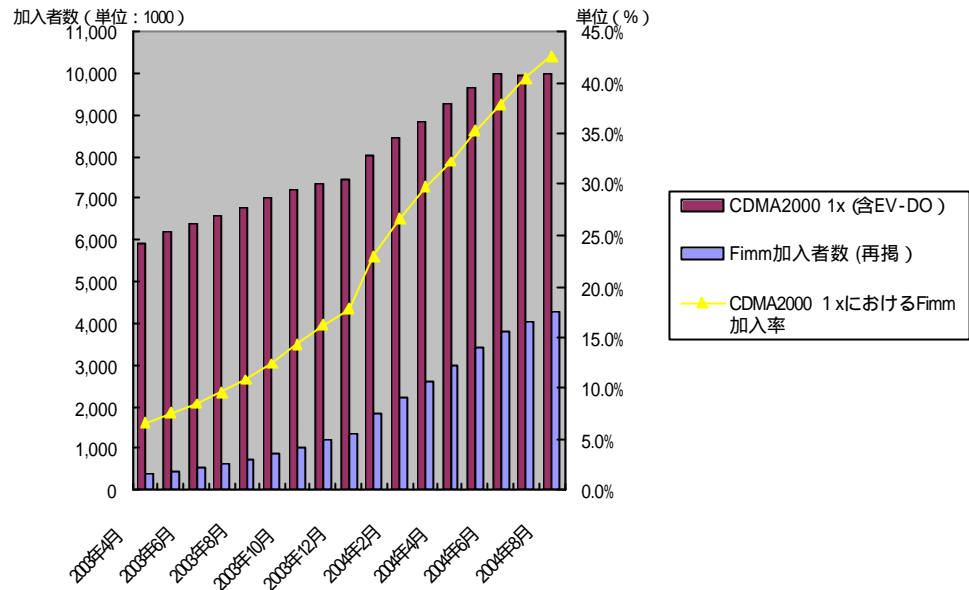
3 - 1 コンテンツ戦略

KTFは、2000年5月からCDMA2000 1xサービスを開始し、その後、2002年5月からEV-DOサービスを開始した。そして、2003年3月から、CDMA2000 1xやEV-DO向けのコンテンツサービス「Fimm (First in Mobile Multimedia)」を開始した。「Fimm」では、テレビ放送、VOD (Video On Demand)、映画、MOD (Music On Demand)、ゲーム、交通情報の他、携帯電話の待ち受け画面、着信時の画像および音楽（着信メロディ）などのコンテンツが提供されている。

【図表 4】に示すように、KTFのCDMA2000 1xサービス加入者における「Fimm」の加入者の割合は増加傾向にある。KTFは、CDMA2000 1xからEV-DOへの移行を促進するため、また、データARPU増加のためにも「Fimm」のコンテンツを拡充しようとしている。そして、「Fimm」のコンテンツのなかでも、特にユーザーニーズの高い地上波放送、VODなど放送関連分野の拡充に重点を置く意向である。

KTFは、放送コンテンツとして、韓国の地上波放送（KBS、MBC、SBS）を再送信あるいはVODで配信する「Fimm Live TV Channel」を提供している。これに対してSKTの放送コンテンツは、テレビ番組や映画をモバイル用に短く編集しているという点で異なっている。

【図表 4】 KTF の CDMA2000 1x と Fimm の加入者数および Fimm 加入率



(KTFのMonthly Fact SheetsよりKDDI総研作成)

3 - 2 放送コンテンツの拡充

2003年11月、SKTは「TU-Media」を設立し（出資率30%）、衛星DMB（Digital Multimedia Broadcasting）事業を行うことを明らかにした。衛星DMBとは、衛星を使って携帯端末に多チャンネル放送、音声、データ放送を配信するもので、2004年11月のサービス開始に向けて準備が進められている^{☞（脚注）}。衛星DMBの利用には、専用の携帯電話端末が必要となるが、月額利用料のみで無制限に放送を楽しむことができる。衛星DMBの月額利用料は、12,000ウォン（約1,158円）から15,000ウォン（約1,448円）になる予定である。

SKTの衛星DMBに対抗するため、KTFは2004年4月から、KDB（Korea Digital Satellite Broadcasting：韓国デジタル衛星放送、以下本稿では呼称「Skylife」を使用）で放送されている番組を、Fimmのコンテンツとしての提供を開始した。そして、料金面でも対抗するため、2004年7月からは、月額14,000ウォン（約1,351円）でSkylifeを無制限に視聴できる「Fimm Skylife無制限プラン」を開始した。SKTの衛星DMB



☞（脚注）

2004年10月6日、放送委員会は、衛星DMBを通じた地上波放送の再送信を許可しないことを明らかにしたため、衛星DMBのサービス開始は、予定していた2004年11月よりからさらに遅れる見込みである。一方、日本のモバイル放送は、2004年10月20日、サービスを開始した。

開始を機に、定額で利用できる放送コンテンツを軸に、ユーザー獲得戦が繰り広げられる可能性がある。

3 - 3 韓国衛星デジタル放送 (Skylife) への参加

KTFが、Fimmの放送コンテンツにおいてSkylifeを活用しているのは、KTFがKTとともにSkylifeに出資しているという背景がある。Skylifeは、2001年1月、韓国初のデジタル衛星放送プラットフォームとして、放送、通信、新聞などのメディア関連企業が100社以上参加するコンソーシアム形式で設立された衛星デジタル放送の事業体である。KTはこのコンソーシアムの筆頭株主（出資率27.43%）となっており、以下、韓国の放送事業者であるKBS（韓国放送公社）（同10.70%）、同じく放送事業者MBC（文化放送）（同6.42%）に次いで、KTF（同2.38%）も出資している。

Skylifeは2002年3月から本放送を開始し、KBSやMBCなど地上波テレビの再送信のほか、映画、アニメ、外国チャンネル等、テレビ放送84チャンネル、音声放送60チャンネルを提供している。

また、Skylifeは、2003年5月から韓国初の双方向テレビサービス「SkyTouch」を開始した。SkyTouchでは、天気予報、占い、英会話、ゲーム、幼児番組などを、双方向性を活かした形で提供しており、リモートコントローラーによる文字メッセージの送受信が可能となっている。SkyTouchの視聴料は、18,000ウォン（約1,737円）で、専用STB（Set Top Box）が必要となる。

Skylifeは、将来的には、SkyTouchの双方向性を活かし、番組とテレビバンキングやテレビショッピングなどのサービスを合わせて提供したいと考えている。SkyTouchにおけるテレビバンキングなど双方向型のサービスは、KTFが提供するモバイルバンキングやモバイルコマースと連携することで、KTFにとって新たなサービス展開につながる可能性もある。

4 顧客満足度重視のマーケティング

4 - 1 参加型マネジメントへの転換

KTFは、2003年7月から、「顧客満足度重視」に力を入れており、顧客満足活動を強調した「Good Time Management」というマーケティングを展開している。KTFのCSO（Chief Strategic Officer）であるNam Joong-sooによれば、KTFが重視するのは、ユーザーをどのくらい獲得したかではなく、ユーザーがどのくらい満足したかであるという。

KTFでは「Good Time Management」を遂行するにあたり、社員を「Good time creators」、コールセンターの職員を「Good time supporters」と位置付け、コミュ

ニケーションの質の高さを維持するため、オペレーターのモニター制度の実施やユーザーからの意見やアイデアの収集を積極的に行っている。これらの実施により、KTFは商品やサービスの提供に重点が置かれていた従来のマネージメントから、個々のユーザーの意見や体験を尊重する「参加型マネージメント」への転換をめざしている。

このような活動の結果、KTFは、2003年12月、Far Eastern Economic Review (FEER) In Asiaが主催する「Top 200 Company in Asia」の「ユーザーニーズへの対応推進部門」において1位に選ばれた。また、2004年4月には、「National Customer Satisfaction Index (全国顧客満足度指数)」の携帯電話部門において1位となった。KTFは、これらの受賞によって、顧客満足活動に対する評価の高さをアピールするとともに、活動を強化しようとしている。

4 - 2 リテンションのための顧客満足活動

KTFは、「Good Time Management」の開始から1年後にあたる2004年7月からを、「Good Time Management 第2フェーズ」と位置付け、活動をさらに強化した。第2フェーズにおいてKTFは、カスタマーサービスの質をより向上させるために、販売代理店のスタッフに対してユーザー対応に関するトレーニングプログラムを実施している。またCRM (Customer Relationship Management) を強化するため、KTF販売店やメンバーシップ店でのユーザーからのクレームや相談に関して、解決手法のモニタリングを行っている。

このように、KTFが、2004年7月から顧客満足活動を重視し始めたのは、以下の2つの背景による。第一に、2004年7月1日から開始されたMNP (Mobile Number Portability) によって、KTFから他社への移動が可能となり、以前に増して既存ユーザーのリテンションが重要になったこと、第二に、KTFが、端末補助金 (インセンティブ) の支給行為により営業停止となったことが挙げられる。韓国では、端末補助金の支給が禁止されているが、完全に遵守されず、MICは、携帯電話事業者3社とKTFのPCS販売を行うKTに対して、営業停止命令を下した。これにより、KTFは、2004年7月21日から8月19日までの30日間、KTは2004年7月21日から8月9日までの20日間の営業停止^④(脚注)となった。KTFは、営業停止期間中、新規ユーザーを獲得できないため、改めて既存ユーザーに対する顧客満足活動に重点を置くことになったと言える。



④ (脚注)

これに対して、LGTの営業停止期間は2004年6月21日から7月20日までの20日間、SKTについては、2004年8月20日から9月28日までの40日間となった。

5 アジア地域を中心に推進するCDMA陣営づくり

5 - 1 KTFの海外事業展開

KTFの「Annual Report 2003」によると、KTFは、海外への事業展開について次の3段階で進める計画を立てている。すなわち、第1段階（1999年～2003年）は、CDMA2000 1x（EV-DO）サービスのコンサルティングなどを通じて、インド、インドネシア、ベトナムを含むアジア地域で足場をつくること、第2段階（2004年～2006年）では、技術やサービス面での支援を通じてアジア地域での地位を確立し、米国や欧州の事業者とも協力関係を構築すること、そして、第3段階（2007年以降）は、日本、中国、韓国という東アジア地域においてリーダーとなることである。

【図表 5】に示すように、これまでKTFは、中国、台湾、インド、インドネシアなどの携帯電話事業者とCDMAネットワークの構築に関する提携、あるいは携帯電話事業者に対する技術・サービス支援を行ったきた。

例えば、KTFはインドネシアのPT Mobile-8 Telecomに対して、1,000万ドル（約11億円）を出資しているほか、ネットワーク管理センターの設立や、CDMA技術に関するコンサルティングについて、1,300万ドル（約14億3千万円）の契約を締結した。なお、KTFはPT Mobile-8 Telecomに対するコンサルティングについて、Samsung Electronicsと提携し、一部共同で行っている^①（脚注1）。また、2004年8月、KTFは台湾の携帯電話事業者VIBO Telecom（威寶電信）^②（脚注2）とCDMA2000 1x EV-DO技術をベースとしたモバイル・アプリケーションの開発や提供に関する契約を、1,500万ドル（約16億4千万円）^③（換算率）で結んだ。



①（脚注1）

2004年6月、KTFは、Samsung Electronicsと東南アジアを中心とした海外市場におけるマーケティングに関して提携を結んだ。両社は、KTFのモバイルインターネットサービスとSamsung Electronicsの付加サービス（保留音、Ring Back Toneなど）を組み合わせるマーケティングを行う。

②（脚注2）

VIBO Telecomは、2002年2月、W-CDMA（2GHz帯）方式で3G免許を取得し、携帯電話事業に参入した新規事業者である。しかし、2004年4月、すでにCDMA2000 1xのサービスを提供しているAPBTと提携すると同時に、CDMA2000方式の採用を明らかにした。

③（換算率）

1ドル = 110.13円（2004年10月1日付東京市場TTMレート）

【図表 5】KTFの海外事業展開

国	携帯電話事業者	提携・支援の内容
中国	China Unicom (中国聯通)	Liaoning (遼寧) 地区でのネットワークの最適化に関するコンサルティング契約。Guangdong (広東) 地区における「Ring Back Tone」技術の支援。
	China Mobile (中国移動)	China Mobileユーザーが、KTFの専用端末によって韓国で携帯電話が利用できるサービスを提供。
台湾	Asia Pacific Broadband Telecom (APBT: 亞太行動寛頻電 信)	CDMA2000 1Xネットワークソリューションビジネスの提供に関して支援。
	VIBO Telecom (威寶電信)	CDMA2000 1x EV-DO技術をベースとしたモバイル・アプリケーション (Fimm) の開発や提供に関する契約 (1,500万ドル)
インド ネシア	PT Mobile-8 Telecom (KTF出資1,000万ドル)	CDMA2000 1xに関わるマーケティングやビルディング全般に関するコンサルティングに関する契約 (1,300万ドル)
インド	Reliance Infocomm	CDMA2000 1xのコンサルティングに関する契約 (265万ドル)。無線エンジニアリングに関する技術支援。

(各種資料をもとにKDDI総研作成)

5 - 2 KTFによる海外事業展開の位置付け

KTFによる携帯電話事業者との提携および携帯電話事業者に対する支援は、KTFのサービス展開という点では、CDMA方式を採用する事業者との国際ローミングサービスの拡充に寄与する。しかし、それだけでなく特に東南アジア地域については、KTグループ傘下のKTF Technology^④(脚注)の携帯電話端末供給先としても狙っている。

これに対してSKTも、中国、ベトナム、モンゴルなどの携帯電話事業者に対して提携・支援を行っている。2004年2月、SKTは、中国でChina Unicomとのジョイン



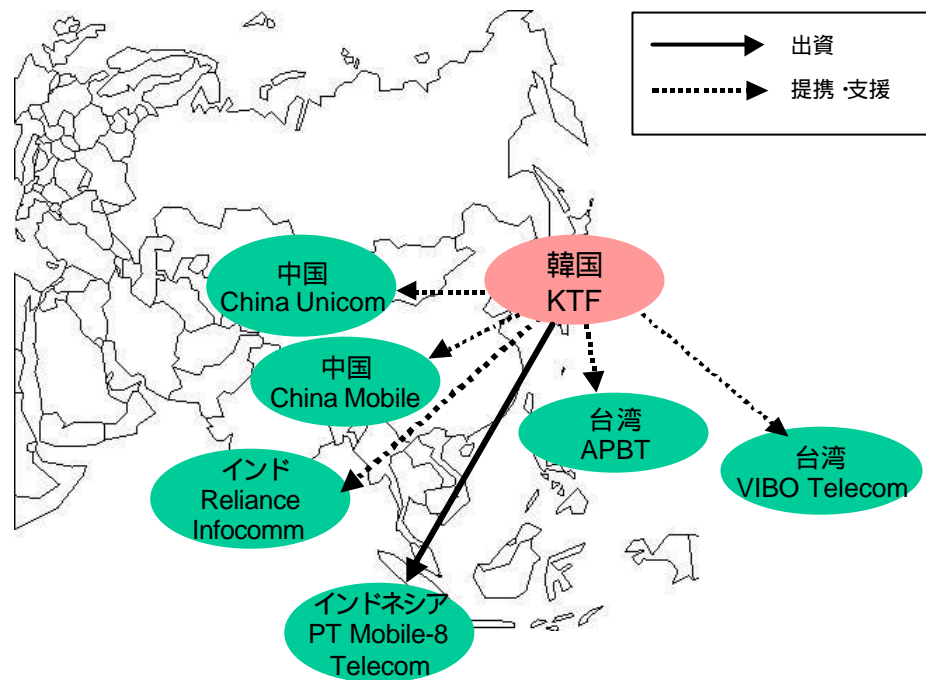
④ (脚注)

KTF Technologyは、2001年10月に設立されたKTFの子会社 (出資率57.4%) で、携帯電話端末の製造を行っている。

トベンチャー企業UNISK[☞](脚注1)を設立した。また、ベトナムのS-Telecom[☞](脚注2)に対しては、CDMA方式のサービス提供について技術支援を行っている。

このように、KTFとSKTによって展開されているCDMA陣営との提携・支援は、CDMA陣営の拡大という意味では、共通の目的に向っていると見えよう。KTFやSKTによるこうした提携・支援の動きは、今後も継続的に行われると思われる。ただし、KTFとSKTは、2003年12月よりW-CDMA方式によるサービスも開始しており、今後、CDMA陣営とW-CDMA陣営の両方の一員として、どのような海外事業展開を行っていくのか注目に値する。

【図表 6】KTFの海外事業展開



(各種資料をもとにKDDI総研作成)



☞ (脚注1)

UNISKは、約600万ドル(約6億5,487万円)で設立された。China UnicomとSKTの持ち株比率は、それぞれ49%、51%である。

☞ (脚注2)

S-Telecomは、Saigon Postelの100%子会社である。2000年、Saigon Postelは、SLD TelecomとBusiness Cooperation Contract(BCC)の契約を締結した。SLDは、「SK Telecom」、「LG Electronics」、「DongAh Elecomm」の3社が出資する韓国資本の会社である。詳細は、KDDI総研R&A2004年9月号「ベトナムSaigon Postel系S-Telecomの携帯電話事業S-Foneの動向」(河村)を参照されたい。

 執筆者コメント

KTFは、KTとの連携によってユーザーを獲得し、サービスの差別化を行っていることが特徴である。今後も、KTFを含むKTグループが提供するサービスとして、FMCサービスやバンドルサービスを拡充していくと思われる。このようなKTFの事業展開は、同じ会社に携帯電話事業と固定通信事業を有しており、ドミナント規制を大きく受けていないKDDIにとって、FMCサービスやバンドルサービス提供の点で参考となるだろう。今後、固定・無線・携帯・放送の融合が加速度的に進められようとしている韓国において、グループ内に携帯電話事業・固定通信事業をもち、衛星デジタル放送事業にも参入しているという強味を活かして、KTグループがどのようにユーザーを獲得していくのか、日本の場合と比較しながら、その動向に注目したい。

 出典・参考文献

KTFのホームページ <http://www.ktf.com/>
KTのホームページ http://www.kt.co.kr/kt_home/index.html
SKTのホームページ <http://www.sktelecom.com/>
LGTのホームページ <http://www.lgtelecom.com/eng/index.jsp>
Skylifeのホームページ <http://www.skylife.co.kr/index.html>
モバイル放送株式会社のホームページ <http://www.mbco.co.jp/>
韓国ATLAS Research各種報告書
財団法人国際通信経済研究所 <http://www.rite-i.or.jp/kenkyuin/hoka/repo040922.html>
Total Telecom
朝鮮日報報道資料
KDDI Korea報告書