



KDDI 総研 R&A 誌は定期購読（年間 27,468 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/>)

米国における Push-to-Talk サービスの動向

米国におけるPush-to-Talkサービスの動向

🕒 記事のポイント

サマリー

Nextelが長年にわたって独占してきた米国PTTサービス市場に、2003年以降、Verizon Wireless、Sprintといった大手携帯電話事業者が参入した。強力なライバルの出現により、Nextelは脅威にさらされるとの見方もあったが、後発事業者のPTTサービスは、通話品質や接続時間・通話伝送の遅延といった点で、ビジネス利用には耐え難いものであったこと、また、ターゲットとなる顧客セグメントの絞込みなどマーケティング戦略にも失敗があったことなどから、いずれもNextelと競合できるようなレベルには至っていない。

本稿では、競合事業者参入後の米国PTT市場について概説すると共に、米国以外の市場におけるPTTサービスの導入状況についても簡単に紹介する。

主な登場者 Nextel Verizon Wireless Sprint

キーワード モバイル PTT (Push-to-Talk)

地域 米国

執筆者 KDDI総研 政策研究グループ 山條 朋子 (to-yamajo@kddi.com)

1 米国PTT市場概観

米国におけるプッシュ・トゥ・トーク (Push-to-Talk、以下「PTT」) [\(用語解説\)](#) サービスは、長年にわたってNextelが独占的に提供してきたが、2003年夏以降、Verizon



[\(用語解説\)](#) Push-to-Talk (PTT)

PTTとは、携帯電話端末に独自の仮想番号を付与し、あらかじめ定められたユーザーグループ内では、ボタンを押すだけでトランシーバーのように通話できるサービス。

Wireless、Sprintといった大手携帯電話事業者やベンチャー企業が、相次いでPTTサービスを開始した。

当初は、Nextelのカバレッジや音質、料金などに不満を持つ顧客が、新規PTT事業者に乗り換えるケースもあったが、後発事業者のPTTサービスは、VoIP技術を応用したものであり、通話品質や接続時間・通話伝送の遅延といった点で、ビジネス利用には耐え難いものであったことから、新規事業者は、いずれもNextelと競合できるようなレベルには至っていない（【図表1】参照）。

また、Cingular Wireless、AT&T Wireless^{（脚注1）}なども、2003年当時はPTT市場への参入を表明していたが、現在までのところサービスを開始しておらず、最近ではPTTについて言及もしていない。

【図表1】米国の主なPTTサービス事業者

事業者	サービス名	開始時期	PTT加入者数
Nextel	“Direct Connect”	1996年	約1,530万人（2005年3月末） *全加入者の90%以上
Verizon Wireless	“Push to Talk”	2003年8月	約10万人（2003年8月） *以降、加入者数の発表なし
Sprint	“Ready Link”	2003年11月	27万5,000（2004年5月） *全加入者数の1～2%
ALLTEL	“Touch2Talk”	2004年1月	不明
FastMobile ^{（脚注2）}	“fastchat”	2003年5月	不明

（各社ホームページ、発表資料等をもとにKDDI総研作成）



（脚注1）

2004年10月、Cingular Wirelessによる買収が完了。

（脚注2）

移動体通信網を利用して、音声・テキスト・画像の統合的なインスタントコミュニケーションサービスを提供するシカゴのベンチャー企業。同社の“fastchat”は、アプリケーション利用によるCingular Wireless、T-Mobile USAの加入者向けサービス。

2 主要PTT事業者の現況

2-1 Nextel

Nextelは、元々、SMR (Specialized Mobile Radio) ^{☞ (脚注)} と呼ばれる業務用無線事業者であったが、1996年、Motorolaの開発したSMRネットワーク用のデジタル方式通信方式、iDEN (integrated Digital Enhanced Network) を導入し、企業顧客を主なターゲットに、PTT・携帯電話・テキストメッセージを統合したサービスの提供を開始した。

2005年3月末現在、Nextelの総加入者数は約1,700万人で、そのうちの90%以上がPTTサービスを利用している。同社のPTTサービスは、【図表2】に示す3種類があるが、主に利用されているのは、1対1で通話する”Direct Connect”で、PTTコール全体の約95%を占めている。一方、1対多の”Group Connect”は、日常的な利用というより、災害、緊急時など「いざというときの連絡用」と位置づけているユーザが多いようである。

【図表2】 NextelのPTTサービス

サービス名	主な内容
“Direct Connect”	<ul style="list-style-type: none"> ホームエリア ^(表注1) 内のNextel加入者との間でのみ利用可能。 最も安いPTTのみの料金プランは月額\$35.99。
“Nationwide Direct Connect”	<ul style="list-style-type: none"> 全米のNextel加入者との間でPTT通話が可能。 Direct Connect加入者は、付加料金 (1分10セント×通話参加者数) で利用可能 (追加契約不要)。定額プランの場合、月額\$10～20。
“Group Connect”	<ul style="list-style-type: none"> 1対多 (最大20) のグループ通話が可能 ^(表注2)。 1分10セント×通話参加者数。定額プランの場合、月額\$10～20。

(表注1) 加入者が主に利用する地域として契約時に指定する。

(表注2) 21以上100人までのグループを設定する場合は、“Talkgroup”という別のサービスを申し込む。

(NextelホームページをもとにKDDI総研作成)



☞ (脚注)

SMRサービスは、タクシー無線に代表される1対複数の同報通信型無線通信サービスで、運輸業、サービス業といった企業が主な利用者である。

Nextelの顧客をセグメント別に見ると、最も多いのが建設、運輸などのいわゆるブルーカラー職種・業種を中心とする中小企業で、全加入者の半数以上を占めており、次いで個人（事業主）・SOHO、政府・大企業（それぞれ全加入者の20%程度）となっている。

同社は、今後、従来の主要顧客である中小企業に加え、成長が期待される市場として、政府・公的機関、警察・公安、若年層、高齢者層にも力を入れていく考えを示している。中でも、政府・警察・公安は、2004年に25%もの高い伸び率となっており、最有望市場としてマーケティング活動も重点的に行われている。

■ Boost Mobile

Nextelは、傘下のMVNO、Boost Mobileにより、一般コンシューマ層へのPTTサービス拡大も図っている。

Boost Mobileは、2001年にオーストラリアで設立された事業者で、2002年に米国（California及びNevada）に進出、2003年にNextelの一部門となった。同社のPTTサービスは、プリペイド式料金（1日につき1.5ドル）という手軽さと、10代から20代の男性に的を絞った独自のブランド戦略が功を奏し、2002年9月のサービス開始から2年余りで、約150万人の加入者を獲得している。

【図表3】 Boost Mobileの人気端末 “Tattoo”
(Motorola製)



(出典) Boost Mobileホームページ

2-2 Verizon Wireless

2003年8月、当時業界最大手のVerizon Wirelessは、PTTサービス”Push to Talk”を導入し、新規PTT事業者として一番に名乗りを上げた。サービス開始直後には、10万人のPTT契約者を獲得したとの発表があったが、その後現在まで、契約者数も含め”Push to Talk”に関して、公式な発表は一切行われていない。

2003年発売時のプレスリリースでは、一般的なビジネス・ユーザを対象としており、特定の業種・職種などは挙げられていない。販売代理店などの関係者によると、Nextelと同じブルーカラー層をメインターゲットに想定していた模様だが、技術面、料金面でNextelと競合するに十分なレベルではなかったため、(Nextelから)顧客を獲得するには至らなかった。

その後、Verizon Wirelessは、呼設定及び通話相手呼び出し時間の短縮など技術面での改良を図り、2005年2月、“Push to Talk”の料金体系を変更[☞](脚注1)、PTT対応端末を3機種追加して再発売している。Verizon Wireless自身は、再発売後のマーケティング戦略についての正式な表明は行っていないが、同社のテレビ広告、端末の無料キャンペーン、料金プラン等から推測すると、企業向けのソリューション・サービスというよりは、個人で携帯電話を購入し、プライベート・仕事の両方に利用する、いわゆる「ビジネス・コンシューマー」を主なターゲットに販売していくものと考えられている。

2-3 Sprint

Verizon Wirelessに続き、2003年11月には、SprintがPTTサービス“Ready Link”を開始した。2004年5月の同社発表では、その時点での“Ready Link”契約者数は、約27万5,000人となっており、アナリストらによると、全加入者数の1~2%程度(約26万~52万)[☞](脚注2)と推計されている。

サービス開始当初、Sprintが想定していた主なターゲットは、中小企業のうち、Nextelの主要顧客からややはずれたグレーカラー層(IT管理者、コンピュータサービス等)及びホワイトカラー層であった。ところが、これらセグメントの顧客には、PTTサービスに対するニーズがほとんどなく、また、Sprintの従来の販売網は、一般消費者向けの小売店舗が中心であったため、ビジネス顧客をうまく扱うことができず、PTT契約を伸ばすことが出来なかった。

一方、当初期待していなかった一般消費者には比較的受け入れられており、ティーンズのチャットの利用、家族間の連絡といった新たなPTT利用シーンを開拓することにある程度成功している。



☞ (脚注1)

それまでは、通常の携帯電話の料金プランにPTT(通話時間無制限)を付加すると1ヶ月30ドルだったが、1ヶ月10ドルに引き下げた。

☞ (脚注2)

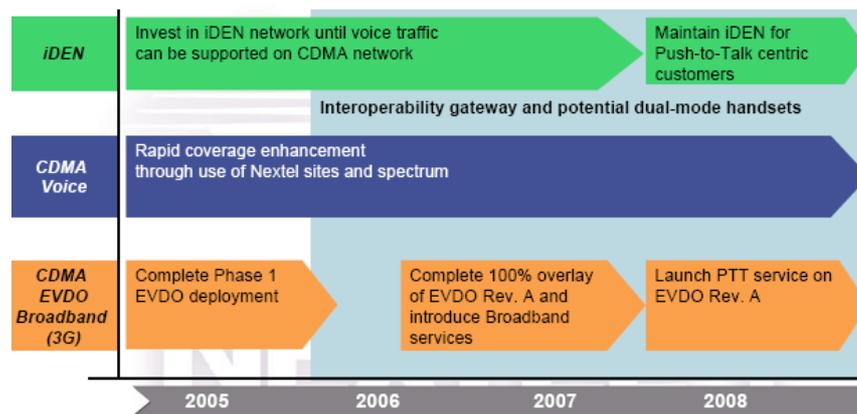
Sprintの携帯電話総加入者数は、2005年3月末現在で約2,600万、その内訳は、直販1830万、卸売り430万、アフィリエイト(関連会社)340万となっている。

2-4 今後の見通し

2004年12月、SprintとNextelが合併に合意したことが発表され、2005年後半には、新会社Sprint Nextelが誕生する予定となっている^{☞(脚注1)}。新会社によるPTTサービスの展開については未確定の部分が多いが、現時点で両社は、次のような方針を示している。

- 2006年以降（合併完了後）、ゲートウェイを設置して、CDMAとiDENの相互接続を実現^{☞(脚注2)}。CDMA/iDENデュアル端末の導入も検討。
- 2007年までNextelの現行ネットワークであるiDENにも投資を継続。
- 2008年、EV-DO Rev.A^{☞(用語解説)}上でのPTTを導入。その後も既存のiDEN顧客（警察等中心）のサポートは継続予定。

【図表4】 Sprint Nextelのネットワーク統合スケジュール



(出典：Sprint Nextel Merger Announcementホームページ)



☞(脚注1)

SprintとNextelの合併についての詳細は、KDDI総研 R&A 2005年4月号「モバイルキャリア動向 Vol.10 SprintとNextel、合併で合意」を参照。

☞(脚注2)

“Direct Connect”と“Ready Link”の相互接続については言及していない。“Ready Link”のサービスを継続するかどうかについても未定とされている。

☞(用語解説) EV-DO Rev.A

2004年3月に制定された規格で、従来2.4Mbpsだった通信速度を3.1Mbpsに高速化する。また、マルチキャストサービスやパケットの帯域保証(QoS)を実現する。

一方、Verizon Wirelessは、今後のPTTサービス展開予定についても特に明言はしていない。2005年2月の再発売の状況をみている段階と思われるが、その後、加入者数が増加したとの情報もないことから、当面は、サービスメニューの一つとして組み込んでおく、という消極的な位置づけに落ち着くのではないかと考えられる。

3 米国以外の市場におけるPTTサービス

米国以外の市場でも、PTTへの注目度は高く、2004年から2005年にかけて、欧州、アジア・オセアニアの事業者がサービスを開始している（【図表5】参照）。

しかし、どの事業者も加入者数を積極的に発表しておらず、またマスコミでもほとんど取り上げられていないところをみると、当初期待されたほどには普及が進んでいないことがうかがえる。

【図表5】米国以外の市場におけるPTTサービス

国名	事業者	サービス名	開始時期	加入者数
オーストラリア	Telstra	“Push to Talk”	2004年6月	不明
	Optus	“Push to Talk”	2005年4月	不明
ニュージーランド	Telecom New Zealand	“Push 2 Talk”	2005年初	PTT対応端末約25,000台販売（2005年2月）
台湾	中華電信	“一按通”	2004年10月	1万人未満（2004年12月）
インド	Tata Teleservices	“Push-to-Talk”	2004年5月	不明
英国 フランス	Orange	“Talk Now”	2004年	不明
カナダ	TELUS Mobility [☞] （脚注）	“Mike’s Direct Connect”	2000年	約81万人（2005年3月）
		“Instant Talk”	2005年1月	不明

（各社ホームページをもとにKDDI総研作成）



☞（脚注）

TELUS Mobilityは、2000年にiDENによるPTTサービス（“Direct Connect”）を提供するClearnetを買収、2005年1月からは、CDMA 1Xネットワーク上のPTTサービス（“PCS Instant Talk”）も提供している。

📖 執筆者コメント

PTT後発事業者に共通する問題として、ターゲットとなる顧客セグメントの絞込みが十分でないという点が挙げられ、これが各社が加入者を思うように獲得できず苦戦している原因の一つではないかと考えられる。

オーストラリアのOptusを例にとると、2005年4月のサービス開始時のプレスリリースでは、PTTについて「若者向けの新しいコミュニケーションツール」とアピールしているにもかかわらず、ホームページのPTTに関するサイトでは、建設現場や運輸サービス業での利用例が紹介されているなど、ちぐはぐな印象が否めない。

但し、Sprintのように、狙っていたビジネス・ユーザは取り込めなかった代わりに、当初想定外であった一般消費者に裾野が広がるといったケースもあり、対象をあえて絞り込まず、広く網をかける作戦が功を奏することもあるかもしれない。

さて、携帯先進国といわれる韓国では、まだPTTは導入されていない。韓国ではニーズのないサービスと見ているのか、それとも、十分な戦略を練った上で満を持して投入するつもりなのか、気になるところだが、画期的なサービスを次々に打ち出してきた韓国の携帯事業者が、新たなPTT市場の開拓に成功すれば、世界的なPTT熱が再燃するきっかけとなることは間違いないと思われる。

📖 出典・参考文献

ENOTECH Consulting社調査報告
Total Telecom (<http://www.totaltele.com/>)
EMC World Cellular Database
各事業者ホームページ
「KDDI総研R&A」各号