



Deutsche Telekomの完全子会社 congstarのバンドルサービス

KDDI総研 主幹研究員 河村 公一郎 (ko-kawamura@kddi.com)

1 はじめに

DTは2007年7月17日、同社が第2ブランドと位置づけるサービス "congstar" を開始した。ドイツでは、E-PlusのSimyo、O2のTchivoなど、競合他社のディスカウントブランドが市場を牽引し始めているが、これに対抗するものである。

例えばcongstarでは、固定電話・携帯電話あての携帯通話が定額制で、競合他社の定額より安い。一例を挙げると、congstarが月85€^①(約14,180円)^②であるのに対し、E-Plusのそれは月90€(約15,000円)である。

congstarでは、「D2やE-Plusなど、動きがより素早い携帯電話事業者のために近年失ったシェア^③を奪い返すため」という点が意識されており、congstarはブロードバンドも組み合わせたバンドルサービス(FMC系サービス)であるが、主眼は携帯電話市場に置かれている。

バンドルの対象として固定系ブロードバンドサービス(DSL)が含まれるため、前提としてユーザはDTの加入電話回線を引き込む。DTにとっては、携帯にシフトするユーザ傾向があるなか、NCCより料金が安いゆえにユーザに敬遠されつつある固定電話の低落傾向に歯止めをかけ、逆転させようとする試みでもある。

なお正確には、DTにとってディスカウントサービスの第一弾は2007年春に出した



^①(脚注1) 後述の図表2における、congstar携帯電話タリフのエキストラの定額通話の合計金額。

^②(換算レート) 1€= 166.85円(2007年7月2日東京市場TTMレート)

^③(脚注2) Global Mobile誌(2007.6.27)によれば、ドイツにおける2007年3月末現在の携帯電話加入数(シェア)は、DTのT-Mobileが32,571,000(39%)、英Vodafone Group PLC傘下のD2が27,612,930(33%)、オランダKPN傘下のE-Plusが12,091,560(14%)、スペインTelefonica傘下のO2が11,184,000(13%)。

18歳から25歳の青年をターゲットにした "Max Young" で^①(脚注1)、congstarは第二弾である。

2 congstar社について

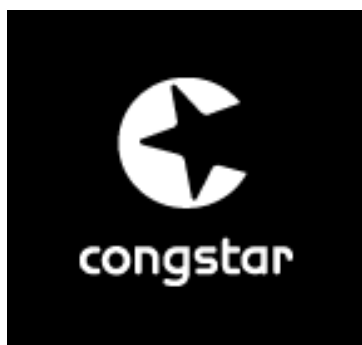
congstarは、DTの100%子会社congstar GmbH^②(脚注2)によって提供されている。図表1に同社の基礎的情報の一部を示す。

図表1 congstar社の基礎的情報

項目	内容
社名	congstar GmbH
ホームページ	http://www.congstar.de/
所在地	Anna-Schneider-Steig 8, D-50678 Koeln (ケルン)
創業年	2007年
株主	DT (100%)
経営トップ	Dr. Alexander Lautz、Dr. Olaf Bader (両者ともManaging Director)
主要サービス	全ドイツを対象としたDSLと携帯電話のバンドルサービス (インフラはDTのものを借用)

(同社ホームページの情報等をもとにKDDI総研で作成)

写真1 congstarのロゴ(参考)



出典：congstarのホームページ



^①(脚注1) Max Youngは、月25€ (約4170円)の定額で、DTのT-Mobileあて携帯通話、DTの加入電話あて携帯通話がかけ放題となる。

^②(脚注2) GmbHは、Gesellschaft mit beschaenkter Haftung (有限責任会社)の略。

3 congstarの特徴とターゲット層

サービスの具体的な内容は第4項で記述するが、DTはcongstarを、「セルフサービスレストランのような場所で、自分に合うように複数のファストフード（fastfood）を組み合わせることで食事をエンジョイできるようなサービス」とも表現している。考え方はこうしたレストランと同じで、美味しいこと、速くできること、リーズナブルであること、としており、ユーザはcongstarのホームページ画面上で好みの組み合わせを注文できる。

また、2週間以上前に通告すれば、毎月、月末時点で解約できる（＝契約期間の縛りは無し）。

congstarのPRのキャッチフレーズは現地語で“Du willst es, du kriegst es!”（君が欲しいサービス、それは求めれば得られる！）となっており、ステレオタイプなサービスではないことを強調している。2人称親称 du が使われている点は、サービスの内容や価格に敏感でそれらを吟味する層^①（脚注1）をターゲットとして意識していることを窺わせる。青年層に限らず、いわば通信オタク層、換言すれば、サービス内容をよく比較してDTの競合企業を選んできたような顧客層をターゲットにしていると言えるだろう。

4 congstarの具体的な内容

congstar社は、同サービスはバンドルサービスであるものの、複雑ではなくわかりやすいと訴求している。

図表2にサービス内容の一覧を示す。繰り返しとなるが、全てにおいて、最低利用期間の拘束はなく、2週間以上前に解約予告すれば月末時点で解約できる。ユーザの任意による組み合わせが可能で、申し込みや内容の変更、解約はウェブ（www.congstar.de）上、もしくはコールセンターへの電話（ホットライン：01805 5075）^②（脚注2）で実行できる。「エキストラ」は補完オプションメニューである。

携帯通話（congstar携帯電話タリフ）においては、月額加入基本料はない。これは特記すべき点と思われ、固定網への加入で月額基本料が徴収されるため、携帯電話ではあえてそうした料金項目を建てないとの発想であろう。



^①（脚注1） congstarのプレスリリース（2007.7.17）は一例として、「私生活上の変更（最初の就職、引越し、学業の継続など）を前にして、リーズナブルで広範なサービスメニューからの選択を自身の需要に応じて行おうとするユーザ層」を挙げている。

^②（脚注2） ドイツの固定加入電話網からコールする場合は有料（14セント/分）。

図表2 congstarの内容一覧

congstarサーフパッケージ		金額	
設定一時金	49.99€ (8340円)		
DSL 2000 (注1)	14.99€ (2500円) / 月 (注2)		
エキストラ (オプション)	DSL 6000 (注3)	追加で 2.99€ (500円) / 月	
	DSL 16000 (注4)	追加で 4.99€ (830円) / 月	
	定額通話DSL (注5)	追加で 7.99€ (1330円) / 月	
	congstar DSL-Box (注6)	49.99€ (8340円)	
	DSL-Boxの発送	9.99€ (1670円)	
congstar携帯電話タリフ		金額	
スターター 一式 (注7)	19.99€ (3340円)		
月額加入基本料	なし		
月額最低支払料金	なし		
通話およびSMS (注8)	0.19€ (32円) / 分		
SMS (注9)	0.19€ (32円) / 通		
エキストラ (オプション)	定額 通話	congstarフラット	追加で 4.99€ (830円) / 月
		固定電話フラット	追加で 9.99€ (1670円) / 月
		E-Plusフラット	追加で 14.99€ (2500円) / 月
		O2フラット	追加で 14.99€ (2500円) / 月
		Vodafoneフラット	追加で 19.99€ (3340円) / 月
		T-Mobileフラット	追加で 19.99€ (3340円) / 月
	定額 SMS	congstarフラット	追加で 4.99€ (830円) / 月
		E-Plusフラット	追加で 9.99€ (1670円) / 月
		O2フラット	追加で 9.99€ (1670円) / 月
		Vodafoneフラット	追加で 9.99€ (1670円) / 月
		T-Mobileフラット	追加で 9.99€ (1670円) / 月

(表注1) スプリッター(下り速度 2048kbps、上り速度 192kbps)、Eメールボックス(3つのメールアドレス / 250MBのメモリー域)を含む。

(表注2) DTの加入電話契約が前提となるため、そのためのコストはこれとは別に発生。

(表注3) 下り速度 6016kbps、上り速度 576kbps

(表注4) 下り速度 16,000kbps、上り速度 1024kbps

(表注5) 公衆インターネット経由のVoIPである。ドイツの全加入電話網向け通話に適用(除: 特殊呼び出し番号、サービス呼び出し番号)。携帯電話網へのコールは17.9セント/分から、外国へのコールは19セント/分から、の従時間制。

既存のアナログ電話機あるいはISDN電話機、既存電話番号が継続利用できる。なお、定額通話DSL顧客は、もう一つ別の呼び出し番号も取得する。

(表注6) DSLモデム機能と電話機能を内蔵する無線LAN用ルータ。PCが非接続状態でもIP電話が可能。写真2参照。

(表注7) SIMカードの商品発送とアクティベーション。

(表注8) ドイツ国内のあらゆるネットワーク宛の値段。(定額制(エキストラ)以外の場合)

(表注9) 同上。

換算レート: 1€ = 166.85円(2007年7月2日東京市場TTMレート)

(出典) congstarのホームページ

写真2 congstar DSL-Box



出典: congstarのホームページ

5 第2ブランドとしてのcongstar

DTの第1ブランドは、幾つかあるTで始まるブランド[☞](脚注)のことであるが、DTは”congstar”を、今後の第2ブランドであるとしている。

TはTelekomのTで、かつてDBPT(Deutsche Bundespost Telekom)と言われた公社時代のイメージが継承されており、品質やカバレッジなどの手堅さを訴求しているとも考えられる。DTが筆頭株主であるハンガリーの支配的事業者Magyar Telekom(マジャール・テレコム)にもドイツ同様Tで始まるブランドを使わせている。米国の携帯電話事業者T-Mobile USAのブランドイメージも決して悪くなく、信頼性のあるドイツ系資本であることを感じさせる。

他方、Tで始まるブランドには旧会社の鈍重なイメージもどことなく残る。コンシューマ層は法人よりもブランドイメージに左右されやすいので、コンシューマ向けの人気ブランドの確立は重要で、今般のcongstarの打ち上げは、DTが新たなブランド戦略に動いたと見ることができよう。

📖 執筆者コメント

congstarというブランド名は英語系と思われる。congstar社に確認していないため確たることは言えないが、cong.は英語ではcongregation(集合)の略形であるので、サービス要素をユーザのニーズに合うように集め寄せて提供できる点をアピールしているのではないだろうか。

同サービスは2007年7月17日に開始されたばかりであるので、成長するかどうかは今後を注視する必要があるが、congstar社の経営トップAlexander Lautz氏は、2010年末までに年間10億ユーロ(約1670億円)を売り上げる目標を立てている。

2007年9月からはcongstarブランドのハンドセットも市場に出されることになっている。

欧州の特徴の一つは、EU域の政治経済統合推進を背景に、各国の主要事業者が他国に攻め込んでいる点である。例えるなら、韓国のKTが日本市場へ、日本のNTTが韓国市場に攻め込むといった構図が当たり前になっている。

その結果、DTのT-Mobileと英国Vodafone Group PLC傘下のD2のドイツ市場における加入数ベースシェアは比肩する程になっている。欧州統合には、各国の旧来の支配的事業者を安穏とさせ置かないものが原理的にある。

「必要は発明の母」というが、これになぞらえ競争は発展の母というならば、EU域のこうしたダイナミズムには国家的見地に立った場合、ある種羨ましいものがある。



[☞](脚注) 具体的には、T-Mobile、T-Online、T-Systems(法人系サービス)など。

EUの主張は、政策や規制の方面でも、域内の社会経済発展のために競争を促進させる方向で維持され、域内一国の主張よりも重みを増していくであろう。

 出典・参考文献

- ・ Deutsche Telekomのホームページ (<http://www.telekom.de>)
- ・ congstarのホームページ (<http://www.congstar.de/>)
- ・ 情報サービスTotal Telecomのホームページ (www.totaltele.com)
- ・ informa telecoms & media, Global Mobile誌 (2007.6.27)

【執筆者プロフィール】

氏 名：河村 公一郎 (かわむら こういちろう)

所 属：主幹研究員

専 門：アジアやロシアの通信市場・業界に関する調査研究

最近の主な研究テーマ/レポート：

インドの電気通信業界概況

中国の携帯電話メーカ、通信機器メーカについての調査研究

東南アジアの通信事業環境調査

ロシアの通信市場概観

Email : ko-kawamura@kddi.com