



欧米のFMCサービスの動向

執筆者

KDDI総研 制度政策G 研究主査 山條 朋子
研究主査 服部 まや
研究員 菅谷 知美

🕒 記事のポイント

2004年から2006年前半にかけて、各国の通信事業者によるFMC (Fixed-Mobile Convergence) サービスが相次いで登場した。「BT Fusion」、KTの「OnePhone」などが代表例として挙げられるが、これらは1台の携帯電話端末を固定電話網と携帯電話網の両方で利用するワンフォン型のサービスである。

一方、携帯電話による固定の代替を狙ったFMS (Fixed-Mobile Substitution) 型のサービスは、1990年代後半から、主にドイツで提供されているが、こちらは市場シェアの低い中小・新興の携帯電話事業者が、固定トラフィックの取り込みを狙って開始したものである。

サマリー これまでのところ、FMCサービスで大きく成功している例は見当たらず、既にサービスを中止したり、戦略の見直しを余儀なくされた事業者も一部存在する。

本稿では、米国、英国、フランスおよびドイツのFMC (FMS、バンドルを含む) サービスの現状を紹介する。主に取り上げるサービスは次のとおりである。

- ・ 米国 : T-Mobile@Home、Sprint AIRAVE
- ・ 英国 : BT Fusion
- ・ フランス : Unik (Orange)
- ・ ドイツ : Genion (O2 Germany)

主な登場者 T-Mobile USA Sprint Nextel Verizon Wireless BT FT Orange
O2 Germany E-Plus KT

キーワード モバイル FMC FMS バンドル ワンフォン 音声定額料金プラン

地域 米国 英国 フランス ドイツ

はじめに

2004年から2006年前半にかけて、各国の通信事業者によるFMC（Fixed-Mobile Convergence：固定・携帯の融合）サービスが相次いで登場した。代表的なものとしては、2004年7月に韓国のKTグループが開始した「OnePhone」、2005年6月に英国BTが開始した「BT Fusion」などが挙げられる。両社のサービスはいずれも、1台の携帯電話端末を固定電話網と携帯電話網の両方で利用する、いわゆる「ワンフォン型」のFMCサービスである。

一方、携帯電話による固定の代替を狙ったFMS（Fixed-Mobile Substitution）型のサービスは、ワンフォン型のFMCが登場するより早く、1990年代後半から2000年代初め頃にかけて、ドイツ、カナダ、オーストラリア等で開始された。FMS型のサービスは、ワンフォン型FMCのような携帯と固定（ブロードバンド）の連携サービスではなく、主に市場シェアの低い中小・新興の携帯電話事業者が、固定トラフィックの取り込みを狙って始めた一種の料金戦略である。

最近では、かつてのブームのときほど、FMCに関する目立ったニュースなどは見かけなくなったが、各国の事業者の多くは、現在も引き続きFMCを事業戦略の1つに掲げており、サービスのアップグレードや提供地域の拡大などを図っている。

本稿では、米国、英国、フランスおよびドイツの市場における主なFMCサービス（FMS、バンドルを含む）の現状について概説する。参考までに各国の通信市場基礎データを【図表1】に示す。

【図表1】米国・イギリス・フランス・ドイツの通信市場基礎データ

	米国	イギリス	フランス	ドイツ
人口（2007年）	3億114万人	6097万人	6357万人	8259万人
固定通信サービス収入 （表注1）（2007年） （換算率）	約1291億ドル （約11兆5841億円）	約233億ドル （約2兆907億円）	約213億ドル （約1兆9112億円）	約295億ドル （約2兆6470億円）
移動体通信サービス 収入（表注2）（2007年）	約1512億ドル （約13兆5672億円）	約413億ドル （約3兆7058億円）	約315億ドル （約2兆8265億円）	約278億ドル （約2兆4945億円）
ブロードバンド加入者数 ／普及率（2008年6月）	7500万 25.0% （OECD第15位）	1671万 27.6% （OECD第11位）	1670万 26.4% （OECD第13位）	2162万 26.2% （OECD第14位）
携帯電話加入者数／ 普及率（2008年6月）	2億6235万 85.0%	7370万 120.8%	5544万 89.6%	9906万 120.1%

（表注1）音声、インターネットおよび映像サービス収入の合計（卸売サービスを除く）。

（表注2）音声およびモバイルデータサービス収入の合計。

（データ出典）Pyramid Research、OECD Broadband Statistics、Informa Telecoms & Media



（換算率）

1USドル=89.73円（2009年2月2日東京市場TTMレート）

1 米国

1-1 FMCサービス概観

米国のFMCサービスは、これまでのところ、固定電話と携帯電話をセットにしたバンドル型のサービスが主流となっている。

ベル系地域電話会社（以下、「RBOC」）のVerizon Communications（以下、「Verizon」）とAT&T Inc.（以下、「AT&T」）は、それぞれ傘下の携帯電話会社とともに、固定電話（市内、長距離）、携帯電話に加え、ブロードバンド、さらには映像サービスもオプションでセットにできるパッケージプランを提供している。RBOCのうち、Qwest Communications International Inc.（以下、「Qwest」）は、携帯電話事業を持たないため^{④（脚注1）}、Verizon Wirelessとの契約により同社のサービスを再販している（【図表3】参照）。また、米国のブロードバンド市場で、RBOCと並んで大きなシェアを持つCATV事業者は、CATV、ブロードバンド、IP電話をセットにした「トリプルプレイ」に力を入れているが、これに携帯電話サービスをプラスした「クワトロプレイ」や、モバイルとCATVの融合サービスについては、今のところまだ本格的な提供には至っていない^{④（脚注2）}。

2008年に入って、Sprint Nextel（以下、「Sprint」）、T-Mobile USAといった携帯電話専業の事業者が、固定電話回線の代替を意識したサービスを相次いで開始するなど、FMCを巡る新たな動きが出てきている。以下、本章では、これら携帯電話事業者によるFMCサービスを紹介する。



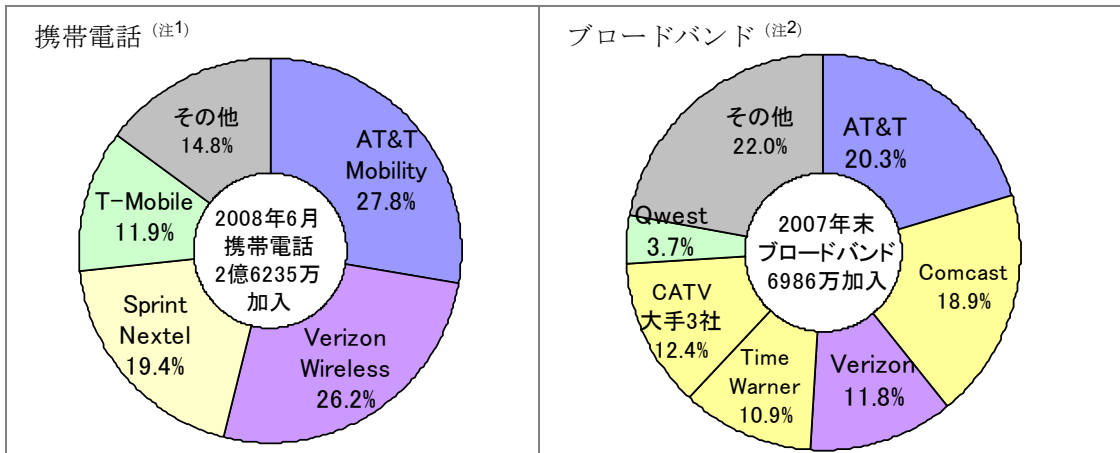
④（脚注1）

Qwest は、かつてはMNO（Mobile Network Operator）として固定電話の自社営業区域内（西部・中西部14州）で携帯電話サービスを提供していたが、財務状況改善のため、2003年にVerizon Wirelessに周波数免許および関連設備等を売却し、MNOからMVNO（Sprintの回線を利用）に移行した。2008年5月、Qwestは、Verizon Wirelessとの契約により、同社の携帯電話サービスを自社顧客に再販することとし、Sprintの回線を利用したMVNO事業は、2009年以降継続しない方針を明らかにした。

④（脚注2）

Comcast、Time Warnerを含む大手CATV事業者4社は、2005年11月、SprintとJVを設立し、モバイルとCATVの新たな融合サービスの提供計画を進めていたが、一部地域でサービスを開始したものの、2008年4月に提携を解消した。

【図表2】米国の携帯電話・ブロードバンド加入者数シェア



(注1) 2Gおよび3Gの合計

(注2) DSL、FTTH、ケーブルモデム接続の合計

(出典) Informa Telecoms & MediaおよびGlobal Insight

【図表3】RBOCのバンドル料金プラン (2008年12月現在)

サービス名	事業者		サービス内容 (表注1)			
	固定	携帯	固定	ブロードバンド	携帯	映像
AT&T Double/ Triple/ Quad Pack	AT&T	AT&T Mobility	◎	○	○	○ DirecTV
Verizon Freedom Bundles	Verizon	Verizon Wireless	○	○	○	○ FiOS TV (表注2) DirecTV
Qwest Choice Bundles	Qwest	Verizon Wireless	◎	○	○	○ DirecTV

(表注1) ◎は必須加入の意。Verizonでは、2008年から固定電話なしのバンドルも可能となった。また、Qwestでは市内通話は必須だが長距離通話はオプションとなっている。

(表注2) VerizonがFTTH上で提供する自営の映像サービス。2005年9月よりテキサス州など一部地域で提供開始。

(各社ホームページの情報に基づきKDDI総研作成)

1-2 かけ放題のIP電話サービス ～T-Mobile@Home～

Deutsche Telekom傘下で、加入者数シェア第4位の携帯電話事業者T-Mobile USAは、2008年7月、米国内かけ放題のIP電話サービス「T-Mobile@Home」を全米で開始した^①（脚注1）。

「T-Mobile@Home」は、一定の金額以上の音声料金プラン（個人プランは月額39.99ドル以上、家族向けプランは月額49.99ドル以上）に、月額約10ドルを追加することで、米国内宛のIP電話を無制限に利用できるようになるというサービスである^②（脚注2）。「T-Mobile@Home」を利用するには、DSL、ケーブルモデムなどの固定ブロードバンド回線（事業者は問わない）と専用のルーター（【図表4】参照）が必要となる。加入者は、専用ルーターをブロードバンド回線と接続し、一般の固定電話機を装着することによって、IP電話を利用する。現在加入している固定電話の番号は、そのままIP電話に移行して引き続き利用することができる。

【図表4】専用ルーター「T-Mobile @Home Hiport Wireless router」



* 2009年1月現在、期間限定キャンペーンとして39.99ドル（2年契約）で提供中（定価144.99ドル）

（画像出典）T-Mobile USAホームページ

T-Mobile@Homeは、家庭の固定電話を完全に手放して、携帯電話だけを利用するには抵抗があるというユーザーを主なターゲットにしている。T-Mobile USAは、本サービスの開始を発表するプレスリリースの中で、米国の家庭では、固定電話サー



①（脚注1）

T-Mobile USAでは、T-Mobile@Homeの全国展開に先駆け、2008年2月からダラスおよびシアトルにおいて試験的にサービスを提供していた。

②（脚注2）

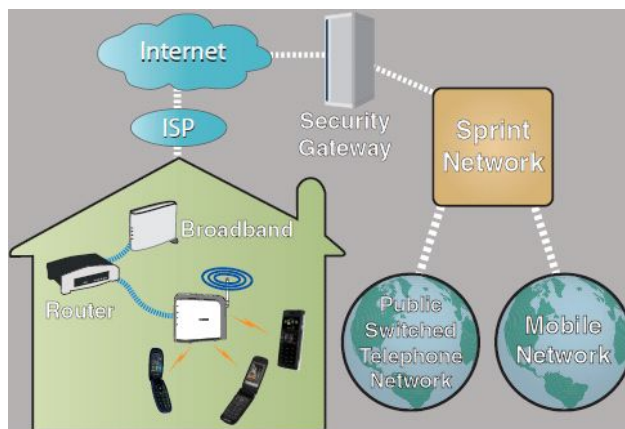
IP-IP通信のようにかかけ放題となる通話の宛先を限定するものではなく、米国内であれば相手先は限定しない。

ビスの月額料金が平均65ドルにもものぼっているとの調査結果を引用し[☞] (出典)、「もっと安い料金で固定電話を利用したいと考えるユーザーにとって、T-Mobile@Homeは最適のソリューションである」とアピールしている。

1-3 フェムトセルを利用したFMC ～Sprint AIRAVE～

第3位の携帯電話事業者Sprintは、フェムトセルを利用した「Sprint AIRAVE」のサービスを2008年8月から全国で展開している[☞] (脚注)。このサービスは、Samsung製の超小型基地局を屋内に設置してブロードバンド回線と接続することにより、電波の届きにくい場所でも携帯電話を利用できるようにすることが狙いである。超小型基地局の価格は1台99.99ドル、月額利用料金は4.99ドルで、通常の携帯料金プランに加算される。さらにオプションで毎月10ドル（個人加入の場合）を追加することにより、小型基地局のカバレッジ内（約5,000平方フィート＝約465平方メートル）から発信する米国内宛の通話がかけ放題となる。Sprintの携帯電話端末（CDMA2000 1x対応）であれば機種は問わず、1台の基地局で同時に3台までの携帯電話が利用できる。（【図表5】参照）。

【図表5】「Sprint AIRAVE」のサービスイメージ図



(出典) Sprint AIRAVE User's Guide



☞ (出典)

T-Mobile USAが引用しているのは、米大手リサーチ会社Scarborough Researchが、2007年2月から9月にかけて実施した消費者サーベイの結果。

☞ (脚注)

デンバー、インディアナポリス、およびテネシーの一部地域においては、2007年9月から試験的に提供していた。

■ Verizon Wireless もフェムトセルを開始

Sprintに続いて、業界最大手のVerizon Wireless[☞]（脚注）も、2009年1月26日からフェムトセルを利用した屋内用の超小型基地局「Verizon Wireless Network Extender」の販売を開始した。サービスの概要は、Sprintの「AIRAVE」とほぼ同様であるが、Verizon Wirelessの場合、小型基地局を約250ドルで購入するだけで、月々の追加料金はかからない（【図表6】参照）。なお、Sprintでは有料オプションとなっている米国内のかけ放題サービスは、Verizon Wirelessのサービスでは特に用意されておらず、ユーザーが加入している音声料金プランの料金が適用される。

【図表6】 SprintとVerizon Wirelessのフェムトセルサービスの概要

	Sprint「AIRAVE」	Verizon Wireless 「Network Extender」
宅内小型基地局の価格	99.99ドル	249.99ドル
月額利用料金	4.99ドル（表注1）	不要
米国内かけ放題プラン （オプション）（表注2）	<ul style="list-style-type: none"> 個人加入（単回線）：月額10ドル 家族加入（複数回線）：月額20ドル 	—
加入条件等	<ul style="list-style-type: none"> 音声料金プランに加入 固定ブロードバンド回線を利用（DSL、ケーブルモデム） CDMA2000 1x対応の携帯端末を利用 	

（表注1）携帯電話の音声サービス料金プランに追加。

（表注2）宅内基地局のカバレッジ内から発信した通話に適用される。

（各社ホームページの情報等をもとにKDDI総研作成）

米国では、携帯電話事業者のサービスエリア内であっても、地形、建物の構造等の理由で、電波が十分に届かず、通話がつながりにくい不感地帯が少なからず存在することから、フェムトセルを利用した屋内小型基地局は、一定のニーズが見込められると思われる。また、専用のデュアルモード端末への切り替えが必要となるワンフォン型FMCに比べると、端末の機種を問わないという点において、フェムトセルサービスの方が消費者にとって利便性は高いと言えるだろう。



☞（脚注）

Verizon Wirelessは、2009年1月9日、業界第5位のALLTELの買収を完了した。ALLTELの加入者数を足すとVerizon Wirelessの加入者数は8,000万以上で、AT&T Mobilityを抜いて加入者数第1位となった。

2 英国・フランス

2-1 FMCサービス概観

英国およびフランスでは、大手事業者のBTおよびFTを始め、複数の事業者がFMCサービスを提供している（【図表7】参照）。本章では、BTおよびFTの携帯電話子会社Orangeが提供しているワンフォン型FMCサービスの現況を紹介する。なお、BTの「BT Fusion」およびOrangeの「Unik」はいずれも、UMA/GAN[☞](用語解説)技術により、ネットワークの自動切換えと通話のハンドオーバーが可能となっている。

【図表7】英国・フランスの主なFMCサービス

国	事業者	サービス名	サービスタイプ	サービス開始
英国	BT (表注1)	BT Fusion	ワンフォン型FMC	2005年6月
	Orange UK (FT)	Unique	ワンフォン型FMC	2006年11月
	Vodafone	Vodafone at Home	バンドル (携帯電話+DSL他)	2007年1月
フランス	Neuf Cegetel (表注2)	TWIN	ワンフォン型FMC (ハンドオーバーなし)	2006年6月
	Orange France (FT)	Unik	ワンフォン型FMC	2006年10月
	SFR	SFR Happy Zone	FMS	2007年3月

(表注1) 携帯電話サービスはBT Mobile (Vodafone UKの携帯電話網を利用するMVNO)。

(表注2) 携帯電話サービスはNeuf Mobile (MVNO ; ホストNWはSFR)。なお、Neuf Cegetel が2008年9月にSFRに買収されたことにより、2008年10月8日以降、Neuf Mobileへの新規加入受付は行っていない。

(各社資料をもとにKDDI総研作成)



☞ (用語解説) UMA/GAN

「UMA (Unlicensed Mobile Access)」は、無線LANやBluetoothなど電波免許を必要としない無線通信を使ってGSMなどの携帯電話網に接続する技術。UMA対応端末は、屋外では携帯電話網を、無線LAN圏内では無線LANを利用して、音声通話やデータ通信を行うことができる。また、ネットワークは自動的に切り替わり、通話や通信が途切れることなくシームレスにハンドオーバーできる。2006年、「GAN (Generic Access Network)」の名称で3GPP (3rd Generation Partnership Project) により標準化され、2008年2月、3G (lu-interface) 仕様が追加されている。

2-2 「BT Fusion」

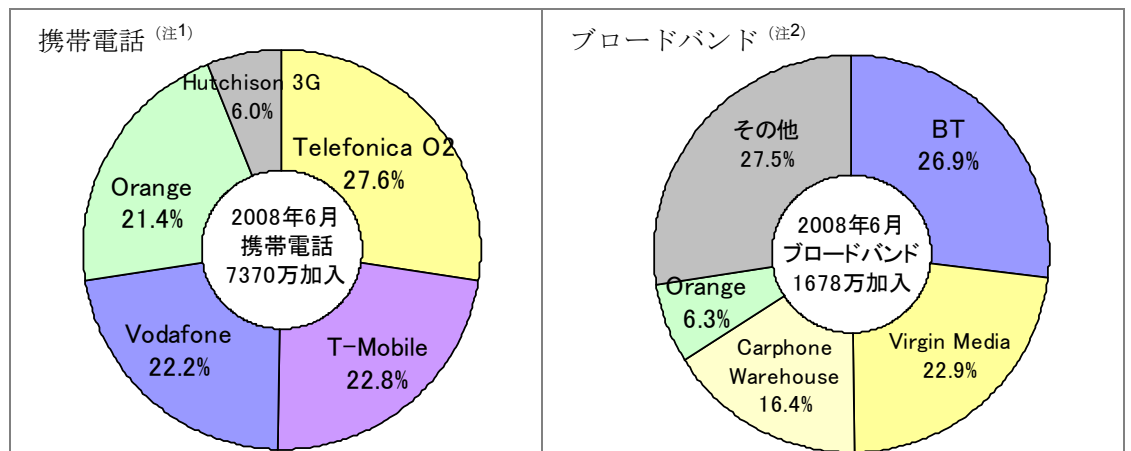
英国のBTは、2005年6月15日、「世界初のFMCサービス（"world first combined fixed and mobile phone service"）」と銘打って、ワンフォン型の「BT Fusion」サービスを開始した。サービス開始当初は、パイロットユーザーを対象とした限定的な提供であったが、BTは、2006年に入ってBT Fusionのマーケティングを強化し、Fusion対応端末の追加、料金プランの刷新などを行った。2007年には、BTの公衆無線LANサービス「BT Openzone」でもWi-Fi接続を利用できるようにするなど、さらなるサービスの拡充が図られたが、加入者数は期待されたほどは伸びず、結局、BTは、2008年2月、コンシューマー向けの営業活動を中止した。BT自身は加入者数を明らかにしていないが、英The Daily Telegraph紙によると、コンシューマー・法人を合わせた総加入者数は、2008年2月の時点で約45,000人であったという。

■ 企業向けの「BT Corporate Fusion」

一方、2006年にスタートした法人ユーザー向けの「BT Corporate Fusion」は、現在もサービスが提供されている。加入者数、サービスの詳細等は不明だが、従業員が社内でも外出先でも1つの電話番号・1つの留守番電話を使えることによって、より迅速に連絡がとれること等を売りにマーケティングが行われている。

「BT Corporate Fusion」は、2008年12月現在、英国以外に、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、ベルギー、オランダ及びスイスでも提供されている。2008年7月、BTは、アジア、太平洋地域の多国籍企業向けにも「BT Corporate Fusion」のサービスを提供する計画を発表、今後、オーストラリア、香港、シンガポール等への展開が予定されている。

【図表8】 イギリスの携帯電話・ブロードバンドの加入者数シェア



(注1) 2Gおよび3Gの合計

(注2) DSL、FTTH、ケーブルモデム接続の合計

(データ出典) Informa Telecoms & Media

2-3 Orangeの「Unik」

「Unik」は、Orange（France Telecomの携帯電話子会社）が2006年10月に開始したワンフォン型FMCサービスで、Orangeの携帯電話サービスの有料オプションとして提供されている。また、Orangeは、本拠地フランスのほか、英国、スペイン、ポーランドの各国で「Unik」を提供中である^{☞（脚注1）}。

「Unik」オプションを利用するためには、ユーザーがOrangeの携帯電話サービスとFTのブロードバンドサービス（ブランド名Orange）の両方に加入していることが必須条件であり、さらにUMA対応の「Unik」端末の購入と「Livebox」（FTのワイヤレスブロードバンドモデム、月額レンタル料：3ユーロ）が必要となる。またOrangeのブロードバンドに加入していないユーザー向けに、ADSLとIPTV及び「Unik」をセットにした「Net et Unik」というオプションも用意されている。

「Unik」端末は、家庭では自動的に無線LAN経由でLiveboxに接続されてIP電話として機能し、屋外ではGSM携帯電話として利用できる。また外出先でも、「Orange WiFi」^{☞（脚注2）}のホットスポットや友人・知人宅のLiveboxを介して、IP電話として利用することができる。IP電話として利用する場合、通話がかけ放題となるのが「Unik」のセールスポイントのひとつとなっている（ただし「Unik」オプションの種類によりかけ放題となる対象・時間帯が異なる^{☞（脚注3）}）。

コンシューマー向けサービスからスタートした「Unik」であるが、徐々にビジネス向けにもサービスが展開されている。2006年12月に中小企業を対象とした「Unik for Business」が開始され、2008年7月には大企業向けのFMCソリューションとして「Unik for Corporate」が発表された。なお、法人向けサービスはOrange Business Servicesが提供している。



☞（脚注1）

2006年11月に英国（サービス名：「Unique」）、2007年2月にスペイン（サービス名：「Unico」）、2007年4月にポーランド（サービス名：「Unifone」）でサービスを開始した。

☞（脚注2）

Orangeの公衆無線LANサービス。フランス国内のホットスポット数は約3万。

☞（脚注3）

Unikオプションはユーザーが加入している料金プランに応じて4種類あり（月額料金は4ユーロ、5ユーロ、12ユーロ、20ユーロ）、かけ放題となる対象がそれぞれ異なる。20ユーロ/月のオプションでは、Livebox経由で発信されるほぼ全ての通話（国内の固定電話およびOrangeの携帯電話宛、北米・欧州諸国への国際通話）・インターネット接続が、時間帯にかかわらずかけ放題となる。

■ 3G対応の「Unik」 端末登場

「Unik」 端末は、当初2Gのネットワーク上でしか利用できなかったが、2008年9月、Orangeは3G UMAプラットフォームの開始を発表、これに対応する新たな「Unik」 端末として、「Samsung SGH-P270」および「Sony Ericsson G705u」を2008年11月から提供している。

さらにOrangeは、2008年11月には、3G UMA対応の「Unik」 端末上で、HD (High Definition) モバイルTVサービスを提供すると発表した。HDモバイルTVサービスでは60以上のチャンネルが視聴可能であり、WiFiのカバーエリア内では20チャンネルに無制限にアクセスできる。このサービスは、新たに導入されたUMA 3G対応の「Unik」 端末である「Sony Ericsson G705u」 および「LG Secret KF757」 の2機種で、2008年12月から利用可能となっている。

Orangeでは、3G対応の3機種（【図表9】 参照）を含め、10種類以上のUnik端末を提供している（2009年1月時点でOrange Franceのウェブサイト上で販売されているもの）。

【図表9】 3G対応「Unik」 端末

LG Secret KF757	Sony Ericsson G705u	Samsung SGH-P270
		
<p>HD TV対応 (モバイルTV専用ソフトウェア Orange TV Player内蔵)</p>	<p>HD TV対応</p>	<p>HD TV非対応</p>

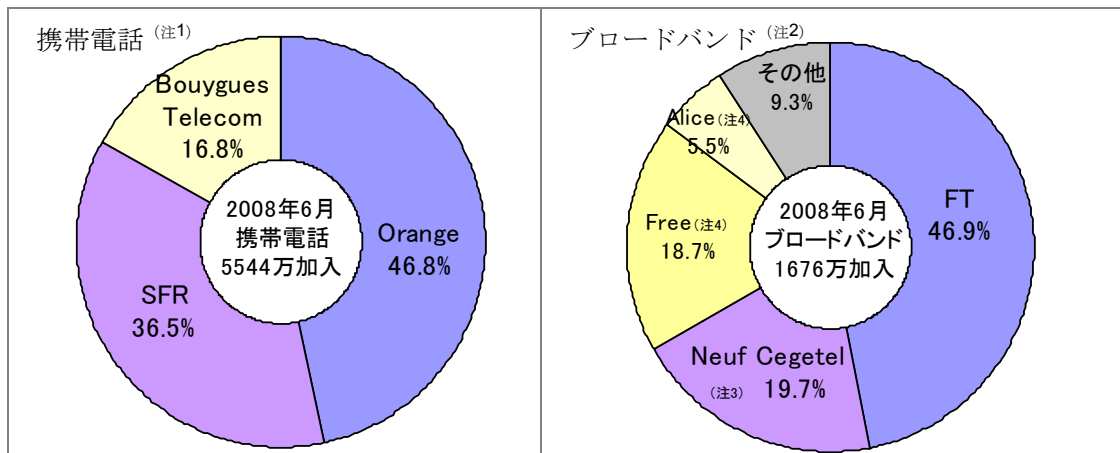
(出所：Orange Franceのウェブサイトwww.orange.fr)

■ 100万を超えた「Unik」ユーザー

Orangeによると、2008年11月の時点で「Unik」ユーザーはフランス国内で100万以上、国外も含めると130万以上となり、ワンフォン型FMCサービスとしては比較的成功していると言われる。その理由として、FTがフランス国内のブロードバンド市場で50%近いシェアを占め（【図表10】参照）、「Livebox」が普及していること（2008年9月末時点で国内設置台数は約630万台、欧州全体では750万台）、IP電話として利用する場合の通話料が安いこと、さらに対応端末の機種が多いこと等があげられている。

Orangeによれば、「Unik」ユーザーはオプションを利用する前より世帯当たりARPUが増加し、解約率も低くなっているという。また通話のハンドオーバーはほぼ100%成功しており、ユーザー満足度も高いとのことである（脚注）。

【図表10】 フランスの携帯電話・ブロードバンドの加入者数シェア



(注1) 2Gおよび3Gの合計

(注2) DSL、FTTH、ケーブルモデム接続の合計

(注3) 携帯電話事業者SFRが2008年9月にNeuf Cegetelを買収。買収後は「Neufbox de SFR」のブランドでブロードバンドサービスを提供。

(注4) Freeは2008年8月にAliceを買収。

(データ出典) Informa Telecoms & Media



(脚注)

Orangeのプレゼンテーション資料による（UMA Today webcast「UMA & Femtocells : Complementary Technologies」：
http://www.umatoday.com/podcast/Orange_UMAToday_webinar_081120.pdf）。

3 ドイツ

3-1 FMCサービス概観

ドイツでは、携帯電話事業者がFMCサービスに積極的に取り組んでおり、シェア第1位のT-Mobile、同第2位のVodafone D2、同第4位のTelefonica O2 Germany（以下「O2 Germany」）の3社が、固定の代替を狙ったFMSサービスや携帯電話とDSLなどをセットしたバンドルサービスを提供している（【図表11】参照）。以下、本章では、FMSサービスの現況を紹介する。

【図表11】ドイツの主なFMCサービス

事業者	サービス名	サービスタイプ	サービス開始
O2 Germany (注1)	Genion	FMS	1999年7月
Vodafone D2	Vodafone Zuhause	FMS	2005年6月
T-Mobile	T-Mobile@Home	FMS	2006年1月
Vodafone D2 (注2)	Zuhause DSL	バンドル (携帯電話+DSL他)	2006年9月
O2 Germany	O2 DSL	バンドル (携帯電話+DSL 他)	2006年10月
Deutsche Telekom (DT)	Congstar (注3)	バンドル (携帯電話+DSL 他)	2007年6月

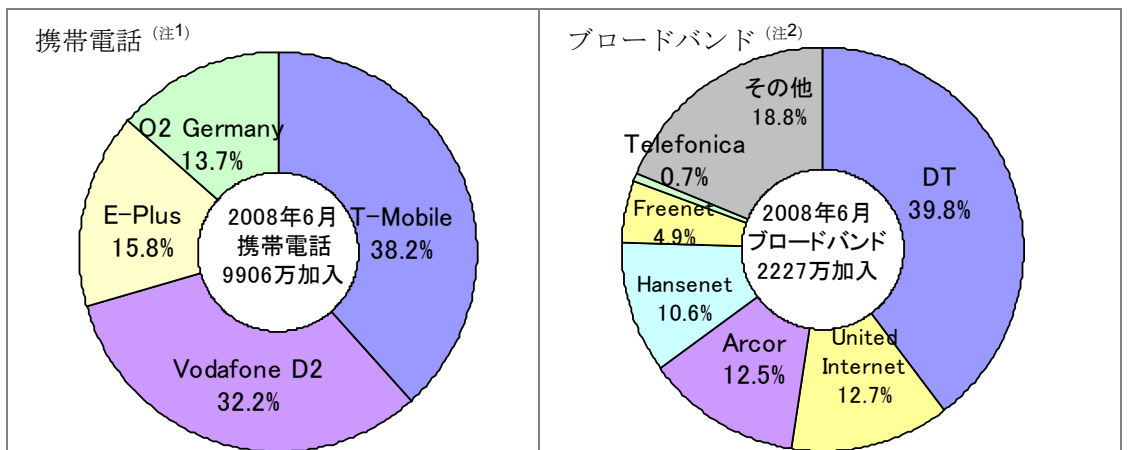
(注1) 2006年3月よりスペインTelefonica傘下。

(注2) 2008年5月、英Vodafoneは独固定通信Arcorへの出資比率を74%から100%へ引き上げ。

(注3) DTの若年層向けサブブランド。バンドルだけではなく単体でもサービスを販売している。

(各社資料をもとにKDDI総研作成)

【図表12】ドイツの携帯電話・ブロードバンド加入者数シェア



(注1) 2Gおよび3Gの合計

(注2) DSL、FTTH、ケーブルモデム接続の合計

(出典) Informa Telecoms & Media

3-2 FMSサービス

一般に、FMSサービスとは、「ホームゾーン」と呼ばれる特定のエリア内の携帯電話料金を固定電話並みに低く設定したサービスで、携帯電話事業者による固定トラフィックの取り込みを狙った料金戦略の1つである。

ドイツ初のホームゾーン型サービスは、業界第4位のO2 Germany（当時はViag Interkom）が1999年7月に開始した「Genion」である。「Genion」の利用にあたって、加入者は、まず自宅、職場、大学などの住所を登録する。その住所から半径2kmの範囲が固定電話並みの通話料で電話をかけられるホームゾーンとなる。また、加入者には、指定したホームゾーンの市外局番を持った固定電話番号が付与され、「Genion」の加入者がホームゾーン内にいるときには、この固定電話番号宛にかかってきた通話は、携帯電話で着信することができる。この場合、発信者には、固定電話番号宛の安い通話料金が適用されることから、発信者にとってもメリットが享受できるような仕組みとなっている。なお、「Genion」の加入者がホームゾーン内にいないときに、固定電話番号宛に着信した場合には、【図表13】のような対応が可能である。

【図表13】 Genionの固定電話番号^(注)への着信（加入者がホームゾーン内にいない場合）



(注) ドイツでは、固定電話と携帯電話の電話番号体系は異なる。

(出典) O2 Germany

「Genion」の加入者は順調に増加し、サービス開始後6年半で約370万に達した。2006年第1四半期には、O2 Germanyの新規ポストペイド加入者のうち、67%は「Genion」の加入者であった。また、O2 Germanyのポストペイド契約1件当たりの月間平均通話時間（Minutes of Use、以下「MOU」）は、他社と比較してもはるかに長くなっている（【図表14】参照）。

【図表14】 ドイツの携帯電話事業者のMOUの推移

	05年3月	06年3月	07年3月	08年3月
T-Mobile	59分	62分	65分	-
Vodafone D2	77分	89分	112分	119分
E-Plus	71分	95分	126分	142分
O2 Germany	121分	127分	129分	147分

(Informa Telecoms & MediaのデータをもとにKDDI総研作成)

■ 競合サービスの登場と音声定額料金プランの導入

好調であった「Genion」だが、やがて、上位2社のT-MobileおよびVodafone D2も、

「Genion」と類似のホームゾーン・サービスを開始した。Vodafone D2の「Vodafone Zuhause」（2005年6月開始）、T-Mobileの「T-Mobile@Home」（2006年1月開始）は、サービス開始から2年足らずで、それぞれ約240万、約185万の加入者を獲得した。一方、競合するサービスが相次いで登場したことで、2006年以降、「Genion」の加入者数の伸びは鈍化した。

さらに、2006年の後半になって、T-MobileおよびVodafone D2が音声定額料金(Flat rate) プランを相次いで導入し、FMS型サービスに取って代わるようになった。O2 Germanyも、定額制の要素を加えた新たな「Genion S」、「Genion M」、「Genion L」プランを開始したが、「Genion」の加入者数は、2007年第3四半期の415万（うち170万はS/M/Lプラン）以降、発表されていない。

「Genion」に代表されるようなドイツのFMSサービスは、加入者増加という点では一定の成果を挙げたが、音声定額料金プランが主流になる前の過渡期のサービスと位置づけるのが適当と考えられる。

【コラム】ドイツの携帯電話事業者による音声定額料金プラン

ドイツの携帯電話市場では、現在、すべての事業者が音声定額料金プラン（Flat rate）を提供しているが、その先駆けとなったのはシェア第3位のE-Plusである。同社の格安サブブランドである「BASE」は、2005年7月、E-Plusの加入者および固定電話網への通話（ドイツ国内通話に限る）がかけ放題となる音声定額料金プランを開始し、2007年3月までに約85万の新規加入者を獲得した。この料金プランの導入後、E-PlusのMOUは、O2 Germanyに追いつく勢いで成長している（【図表14】参照）。

E-Plusの成功に追随しようとするかのように、2006年末には、他の事業者3社も、すべて音声定額料金プランを導入した。

音声定額料金プランの加入者の多くが2年契約の更新時期を迎えた2008年には、各社とも顧客の囲い込みを狙って、拡大型の定額料金プランを新たに導入し、大々的な宣伝活動を展開した。拡大型の新料金プランでは、自社携帯電話網および固定電話網に加え、他社携帯電話網への通話もかけ放題の対象となる。このほか、ホームゾーン・サービス用の固定電話番号が、O2 Germanyのプランでは無条件に含まれ、T-MobileやVodafone D2のプランでは希望により無料で追加できるようになっている。

<参考：ドイツの携帯電話各社の音声定額プランとその開始時期>

2005年7月	E-Plus「BASE」の音声定額プラン（月25ユーロ）
2006年9月	Vodafone D2「SuperFlat」
2006年10月	T-Mobile「MAX」
2006年11月	O2 Germany「Genion S/M/L」
2007年8月	O2 Germany「Genion XL」（月80ユーロ→月75ユーロへ値下げ）
2008年3月	T-Mobile「MAX L」（月79.95ユーロ）
2008年4月	Vodafone D2「SuperFlat XL」（月79.95ユーロ）

📖 執筆者コメント

BT Fusionと共に、ワンフォン型FMCの代表的事例として注目を集めたのが、韓国KTの「OnePhone」であるが、こちらも思うように加入者が獲得できず（2006年3月末で約19万加入）、開始からわずか2年後の2006年春頃には、事実上サービスを停止している。「OnePhone」の普及が進まなかった主な原因としては、①固定-携帯間のネットワーク自動切換えと通話のハンドオーバーが実現できなかったこと、②合算割引が適用されないこと[☞]（脚注）、③対応端末の数が少ないこと、等が挙げられる。KTの「OnePhone」に限らず、FMC、特にワンフォン型のサービスがユーザーに受け入れられるためには、上記の問題点が解決されることが必要であろう。

さて、そのKTだが、2009年1月20日の理事会で、傘下の携帯電話事業者で業界第2位のKTFと合併することを決議した。両社の合併には、韓国放送通信委員会（KCC）による認可が必要だが、実現すれば売上高19兆ウォン（約1兆2255億円）[☞]（換算率）の総合通信事業者が誕生することになる。

KTは、KTFとの合併により「固定・移動体の融合事業をリードするグローバル事業者となることにより、韓国のIT産業が再び跳躍する契機となる」として、合併の正当性を主張している。これに対し、SK Telecomなど競合事業者は、固定通信市場におけるKTの支配力が携帯電話市場でも行使される恐れがあるとして、反発を強めている。

📖 出典・参考文献

KDDI総研R&A

- ・ 2004年7月号「BT、FMC型サービス「Bluephone」に向けてVodafoneと提携」
- ・ 2004年10月号「固定電話代替を狙うO2 Germanyのサービスについて」
- ・ 2005年8月号「BT、FMC型サービス「BT Fusion」を開始」
- ・ 2006年7月第1号「世界のFMC動向シリーズNo.1（英国）
～BT Fusionの最近の動向～」
- ・ 2006年8月第1号「世界のFMC動向シリーズNo.2（ドイツ）
～Deutsche TelekomとVodafoneのサービスを中心に～」
- ・ 2006年9月第1号「世界のFMC動向シリーズNo.3（韓国）
～KT、OnePhoneの事業戦略見直しへ～」



☞（脚注）

2007年7月のドミナント事業者のバンドルサービス規制緩和により、10%以下の割引が認められるようになったが、その時点では、KTは「OnePhone」のマーケティングを中止していた。

☞（換算率）

100ウォン＝6.45円（2009年2月2日の東京市場TTMレート）

- ・ 2006年12月第2号「世界のFMC動向シリーズNo.4 (フランス)
～France Telecomなど数社が「ワンフォン」サービスを開始、
SFRは「ホームゾーン」サービスの提供へ～」
- ・ 2007年8月号「Deutsche Telekomの完全子会社 congstarのバンドルサービス」

各国の通信事業者各社のホームページ

【執筆者プロフィール】

氏名：山條 朋子 (やまじょう ともこ)

所属：KDDI総研 調査1部 制度政策グループ

専門：欧米を中心とした主要国の通信制度・政策およびモバイル市場に関する調査研究

最近の主な調査／レポート：

欧米のMVNO市場動向および規制状況に関する調査

米国のMVNO最新事情 (KDDI総研R&A 2008年9月第1号)

米国携帯電話市場の動向 ～FCC年次報告書より～ (KDDI総研R&A 2006年12月第1号)

世界のFMC動向シリーズ No.2 (ドイツ)

～Deutsche TelekomとVodafoneのサービスを中心に～ (KDDI総研R&A 2006年8月第1号)

主な著作：日本記号学会編「ケータイ研究の最前線」(共著) 慶應義塾大学出版会、2005年

Email : to-yamajo@kddi.com

氏名：服部 まや (はっとり まや)

所属：KDDI総研 調査1部 制度政策グループ

専門：欧米を中心とした諸外国の通信市場に関する調査研究

最近の主な研究テーマ/レポート：

・ スペインにおけるMVNOの参入動向 (KDDI総研R&A 2007年9月号)

・ 世界のFMC動向シリーズ No.4 (フランス) ～France Télécomなど数社が「ワンフォン」サービスを開始、SFRは「ホームゾーン」サービスの提供へ～
(KDDI総研R&A 2006年12月第2号)

・ フランスのMVNO～多様な企業が次々と新規参入～ (KDDI総研R&A 2006年11月第1号)

・ France Telecom、コンバージェンスサービス提供へ向けてサービスブランドを「Orange」に統一 (KDDI総研R&A 2006年8月第2号)

・ 世界のFMC動向シリーズ No.1 (英国) ～BT Fusionの最近の動向～
(KDDI総研R&A 2006年7月第1号)

Email : xma-hattori@kddi.com

氏名：菅谷 知美 (すがや ともみ)

所属：KDDI総研 調査1部 制度政策グループ

専門：欧米を中心とした主要国の通信市場に関する調査研究

Email : xto-sugaya@kddi.com