

France Télécomのアフリカ進出動向

執筆者

KDDI総研 制度政策G 研究主査 服部 まや

🕒 記事のポイント

France Télécom（以下、FT）は、固定電話、インターネット、IPTVサービスに加えて、100%子会社Orangeを通じて携帯電話サービスを提供している。事業展開国は、本国フランスのほか、欧州とアフリカ・中東地域を中心に約30カ国に及ぶ。FTは2006年から国内固定電話を除く個人向けサービスのブランドを「Orange」に、法人向けサービスは「Orange Business Services」ブランドに統一した。

FTは従来からフランス語圏の国を中心にアフリカ通信市場に参入していたが、近年、買収や出資をさらに活発化し、アフリカへの進出を加速している。既存の出資先事業者の経営権掌握も進めており、アフリカでのプレゼンスの強化を図っている。FTのアフリカにおける進出国は、2009年6月末時点で免許取得段階も含め16カ国となっている。

サマリー

アフリカの通信事業はFTの売上全体に占める比率は少ないが、成長率は進出地域の中で最も高い。携帯電話加入者の増加率が高く、ブロードバンドの成長も期待されており、今後有望な市場であるとFTでは位置付けている。

FTは、2008年12月にコートジボワールにおいて「Orange Money」（モバイル決済サービス）を開始、2009年7月にボツワナで新しいタイプのプリペイド通話料割引サービス「Sesolo Zone」を開始するなど、アフリカ市場に各種新サービスを導入している。またアフリカ諸国でのブランド・キャンペーンの実施や各種スポンサー活動などにより、Orangeブランドの認知度向上に努めている。

本稿では活発化しているFTのアフリカ地域への進出動向とアフリカにおける事業戦略を概観する。

主な登場者 France Télécom Orange

キーワード 海外進出 モバイル ブロードバンド モバイル決済サービス CSR

地域 アフリカ コートジボワール ボツワナ 欧州

1 France Télécomの海外進出状況

1-1 「Orange」ブランドのグローバル展開

France Télécom（以下、FT）は、固定電話、インターネット、IPTVサービスに加えて、100%子会社Orangeを通じて携帯電話サービスを提供しているフランス最大の通信事業者である。FTは1990年代から携帯電話事業を中心に積極的に海外に進出しており、2008年末時点での事業展開国は、本国フランスのほか、英国、スペイン、ポーランド等の欧州、アフリカ・中東地域など約30カ国に及ぶ。FTによれば、同社は移動通信事業では欧州第3位、ブロードバンド事業では欧州第2位の事業者であり、世界でも有数の通信事業者の1つである。

FTは、統合通信事業者戦略の一環として、2006年にフランスと英国における同社の個人向けサービスのブランドを携帯電話のブランドであった「Orange」に統一した（ただし国内固定網についてはFTブランドを継続）^①（脚注1）。

FTは、その他の進出国においても順次ブランド変更を進め、現在ではほとんどの進出国において「Orange」ブランドを使用しており^②（脚注2）、2009年6月末時点で、FTグループ総加入者数（約1億8600万）のおよそ3分の2が「Orange」ブランドのユーザーとなっている。

法人サービスに関しては、「Orange Business Services」のブランドで国内外の企業向けに通信サービスを提供しており、フランスを含む世界166カ国・地域に拠点を置いている。



^①（脚注1）

FTは「統合通信事業者（Integrated Operator）」として、固定、携帯、インターネットの融合を目指し、2003年から2005年にかけて、携帯電話、ISP、法人通信等、全ての事業を本体に統合した。さらに2006年以降、ブランド統一の実施や融合サービス・端末の提供を開始した（当時のFTのブランド統一については、KDDI総研R&A2006年8月第2号『France Télécom、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』（服部）を参照）。

^②（脚注2）

携帯電話については、ベルギー（ブランド名「Mobistar」）、ルクセンブルグ*（同「VOXmobile」）、エジプト（同「Mobinil」）等で、「Orange」以外のブランドでサービスを提供している。固定電話サービスでは、フランス、ポーランド等で従来のブランドを継続して使用している（2009年6月末時点）。（*ルクセンブルグの「VOXmobile」は、2009年10月28日に「Orange」にブランド変更）

FTグループの企業概要を【図表1】に、事業展開国を【図表2】に示す。

【図表1】 FTグループの企業概要

社名	France Télécom SA
本社所在	パリ (フランス)
沿革	1991年に当時の郵便・電気通信省から分離して公社化され、1996年12月に株式会社となった。 (民営化は2004年9月)
主要株主 (2008年末)	フランス政府 (26.65%)
経営トップ (2008年末)	Didier Lombard (会長兼最高経営責任者)
連結売上 (2008年末)	534億8800万ユーロ (約7兆385億円) <small>☞(換算レート)</small>
総資産 (2008年末)	952億9500ユーロ (約12兆5399億円)
総従業員数 (2008年末)	18万6049人 (うちフランス国内 10万2250人)
総加入者数 (2009年6月末; グループ 連結)	○加入者総数: 1億8595万 (うちOrangeブランド加入者: 1億2450万) ・携帯電話: 1億2550万 (MVNOを除く) (表注1) ・固定電話: 4642万 (表注2) ・ブロードバンド: 1336万 (表注3) <欧州のブロードバンド関連データ> - livebox設置数: 840万 (表注4) - IP電話加入者: 710万 - IPTV加入者 (衛星含む): 267万

(表注1) MVNOの加入者数は379万

(表注2) 卸売を含む総回線数

(表注3) ブロードバンド加入者の内訳は、

ADSL: 1328万、FTTH: 6万、その他: 2万で99%以上がADSL
ダイヤルアップも含めたインターネット総加入者数は1400万

(表注4) 「livebox」はOrange専用のワイヤレス・ブロードバンドルーター

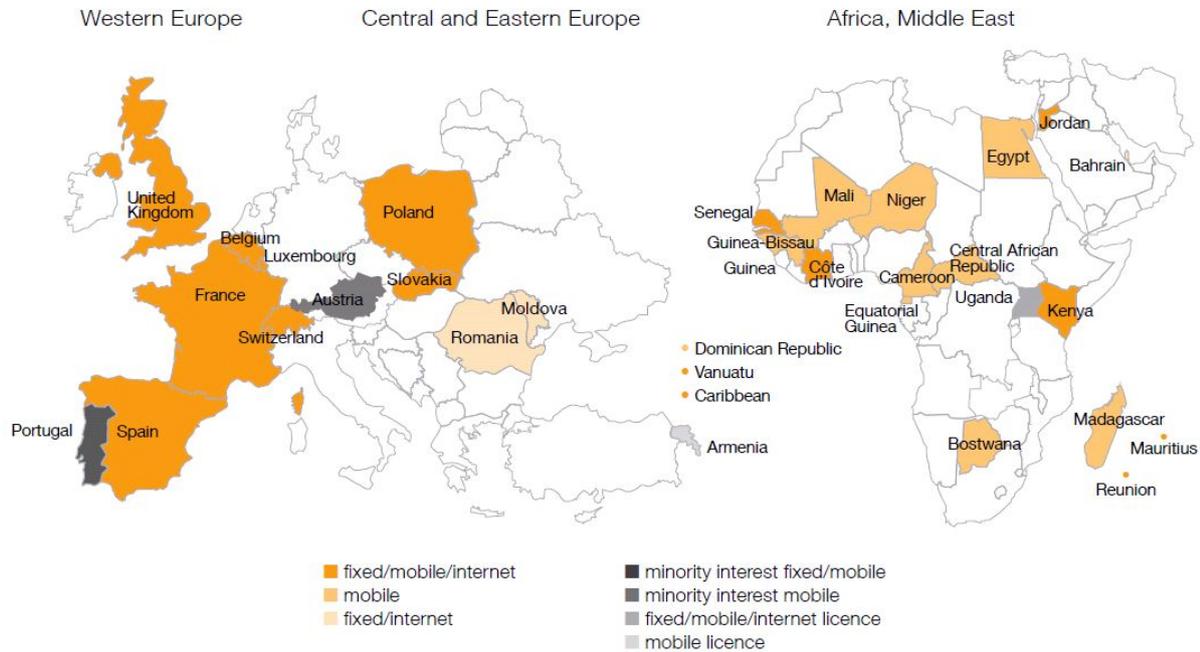
(FTホームページ、FT発表データ等をもとにKDDI総研作成)



☞(換算レート)

1ユーロ = 131.59円 (2009年10月1日東京市場TTMレート)

【図表2】 FTグループの事業展開国（2008年12月末時点）（表注）



（表注）「Orange Business Services」（法人サービス部門）を除く。

出典：FT資料（「2 minutes to know everything about Orange and the France Telecom Group in 2008」）

1-2 加速するアフリカ諸国への進出

FTは、従来から旧フランス植民地のフランス語圏アフリカ諸国（セネガル、コートジボワール、カメルーン等）を中心に通信事業（携帯電話がメイン）に参入しているが、近年、買収や出資をさらに活発化し、アフリカへの進出を加速している。

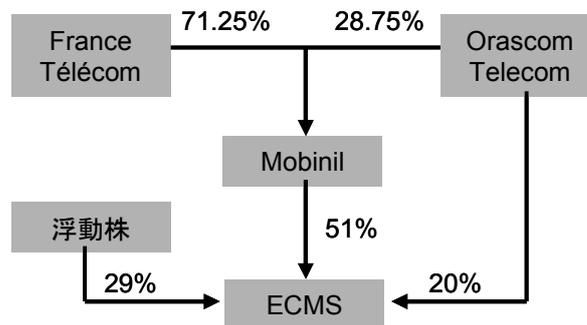
【図表3】に示すように、FTは2007年以降、ギニア、ギニアビサウ、中央アフリカ、ケニア、ニジェール、ウガンダの6カ国に新たに進出し、2009年6月には、チュニジアでも通信事業免許を取得したところである。これらの新規参入国にはフランス語圏だけでなく英語圏アフリカ（ケニア、ウガンダ）やギニアビサウのような旧ポルトガル領も含まれている。

FTはまた、セネガルやエジプトなど既存の出資先事業者についても経営権の掌握を進めており、アフリカにおけるプレゼンスの強化を図っている。

【図表3】 アフリカにおけるFTグループのM&A・免許取得関連の動き（2007年～）

年 月	概 要
2007年3月	セネガルSonatel（FTが42.3%を出資）を介して、ギニアビサウおよびギニアのGSM免許を取得（2007年サービス開始）。
2007年4月	中央アフリカ共和国のGSM免許およびインターネット免許取得（2007年12月GSMサービス開始）。
2007年11月	ニジェール共和国の固定・移動・インターネット事業免許をFT主導のコンソーシアムが取得（2008年7月GSMサービス開始）。
2007年12月	FT主導のコンソーシアムがTelkom Kenya（ケニアの既存通信事業者）の51%を取得（2008年9月GSMサービス開始）。
2008.年12月	Orange Uganda（ウガンダHits Telecom UgandaとのJV；FTが53%出資）を設立（2009年3月GSMサービス開始）。
2009年4月	セネガルSonatelの株式9.87%を取得する契約をセネガル政府と締結（買収が完了するとSonatelのFT持分は52.2%に増加する。しかしその後セネガル政府が売却を望まないと発表したため、契約完了が危ぶまれている）。
2009年5月	エジプトの携帯電話事業者ECMS（ブランド名Mobinil）（表注）の残り持分を買収する意向を発表。 （ECMSの株式取得をめぐるのはパートナーのOrascomとの間で係争が続いており、2009年9月時点でまだ決着がついていない）
2009年6月	チュニジアの固定・携帯電話（2G/3G）免許を取得（FTは現地の衛星・WiMAX事業者Divona Telecomとコンソーシアムを結成）。

（表注）：FTグループはECMS（Egyptian Company for Mobile Services）に51%を出資する持株会社Mobinil Telecommunicationsの71.25%を保有（ECMSのFT持分は36.4%）。Mobinilの残り28.75%はエジプトOrascom Telecomが保有（OrascomはECMSの20%も直接保有しており、ECMSのOrascom持分は合わせて34.6%）。



（図出典：FTプレスリリース2009.4.5）

（各種資料をもとにKDDI総研作成）

2009年6月末の時点でアフリカにおけるFTの進出国は16カ国（免許取得段階も含む）となっており、そのうち7カ国でFTグループ傘下の事業者が携帯電話市場でシェア第1位を占めている（【図表4】参照）。

【図表4】 アフリカにおけるFTグループの進出国（表注）

国名	人口	普及率（%）			FTグループの提供サービスと 出資先事業者	携帯市場 シェア	シェア 順位
		携帯 電話	固定 電話	インターネット（ブ ロードバンド）			
エジプト	8153万	53.21	14.73	15.42 (0.94)	<携帯(W-CDMA/GSM)> ECMS(ブランド名 Mobinil)	44%	第1位
セネガル	1221万	41.94	1.95	8.35 (0.39)	<固定、インターネット、携帯(W-CDMA/GSM)> Sonatel(ブランド名 Orange)	66%	第1位
コートジボ ワール	2059万	54.22	1.73	3.21 (0.05)	<固定、インターネット>・Côte d'Ivoire Telecom <携帯(GSM)>・Orange Côte d'Ivoire	39%	第1位
マリ	1271万	27.51	0.65	0.98 (0.04)	<固定、インターネット、携帯(GSM)> Orange Mali(Sonatel子会社)	77%	第1位
カメルーン	1909万	29.90	1.04	2.93 (NA)	<携帯(GSM)> Orange Cameroun	37%	第2位
ケニア	3877万	43.25	0.65	8.67 (0.05)	<固定、インターネット、携帯(GSM/CDMA)> Telkom Keyna(ブランド名 Orange)	3%	第3位
マダガスカル	1911万	20.01	0.86	1.65 (0.03)	<携帯(GSM)、インターネット> Orange Madagascar	49%	第1位
ボツワナ	192万	88.98	7.41	4.16 (0.19)	<携帯(GSM)> Orange Botswana	41%	第2位
モーリシャ ス	128万	81.64	28.48	29.69 (5.71)	<固定、インターネット、携帯(W-CDMA/GSM)> Mauritius Telecom(携帯子会社 Cellplus) *インターネット・携帯はOrangeブランドで提供	57%	第1位
ギニア	983万	29.78	0.52	0.92 (NA)	<携帯(GSM)> Orange Guinée(Sonatel子会社)	21%	第3位
ニジェール	1470万	11.60	0.18	0.54 (NA)	<固定、インターネット、携帯(GSM)> Orange Niger	9%	第4位
中央アフリ カ	434万	11.36	0.29	0.44 (NA)	<携帯(GSM)、インターネット> Orange Centre Afrique	25%	第3位
赤道ギニア	66万	52.18	1.64	1.82 (0.03)	<携帯(GSM/CDMA)、インターネット> ・Orange Guinée Equatoriale(GETESA) (現在、1事業者のみ)	100%	第1位
ギニアビサ ウ	158万	28.05	0.29	2.35 (NA)	<携帯(GSM)> Orange Bissau(Sonatel子会社)	12%	第3位
ウガンダ	3166万	26.99	0.53	7.90 (0.02)	<携帯(GSM)> Orange Uganda (2009.3月)	0.6%	第3位
チュニジア	1017万	81.64	12.18	27.53 (2.24)	<固定、携帯> 2009年6月、免許取得 (現地企業とコンソーシアム結成)	・	
<参考> 中東における進出国							
ヨルダン	614万	88.05	8.46	24.46 (2.09)	<固定、インターネット、携帯(GSM)> Orange Jordan (Jordan Telecom Group) (Jordan Telecom はバレーンで、子会社 Lightspeed Communicationsを通じて固 定・インターネットサービスを提供)	30%	第2位

国名はFTの重要業績評価指標（2009年第1四半期）の掲載順。人口、普及率、携帯市場シェアは2008年末のデータ

（表注） このほかに、フランスの海外県（脚注）であるレユニオン（Réunion）もアフリカ（インド洋上）に位置しており、子会社のOrange Réunionが、固定電話、インターネットおよび携帯電話（GSM）サービスを提供している。

（FTホームページwww.francetelecom.com/en_EN/group/global_footprint/）ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database（2008年版）、Informa Telecoms & Media “Global Mobile”（2009.6.2）等をもとにKDDI総研作成



（脚注）

フランス共和国には本土以外に、4つの海外県（かつ地域圏）、4つの海外自治体、ニューカレドニア（独自の位置付け）と仏領南北極地方（定住者なし）がある。このうち海外県は、グアドループ、ギアナ、マルティニークおよびレユニオンである。（参考：在日フランス大使館ホームページ「フランスの統計資料 2008年版」）

2 FTグループのアフリカ事業概要

2-1 アフリカ通信市場の概況

アフリカ諸国では固定電話はあまり普及しておらず、固定電話普及率は、モーリシャス（28.5%）、エジプト（14.7%）、チュニジア（12.2%）など一部の国を除けば1桁台であり、FTが主に進出しているサブサハラ・アフリカ地域（サハラ砂漠以南）では1%以下の国も多い。

またアフリカにおけるインターネットの普及率は世界で最も低いレベルにある。固定電話と同様、地域により状況が異なるが、サブサハラ・アフリカでは特に普及が遅れている。ほとんどがダイヤルアップ接続で、ブロードバンド普及率に至っては1%にも満たない状況である^④（脚注）。

一方、固定電話の普及していないところでは携帯電話が主要な通信手段となっており、ここ数年で急激に携帯電話の普及が進んでいる。Global Mobile誌の統計データ（2008年第4四半期）によると、2008年末のアフリカの携帯電話加入者数は約3億8千万（普及率：約38%）となり、増加率35%以上と大きく伸びている。

アフリカ諸国の中で最も加入者数が多いのがナイジェリアで、6300万を超えている。次いで南アフリカ（4760万）、エジプト（4380万）、アルジェリア（2710万）、モロッコ（2270万）と続いている。ナイジェリアは2008年に加入者を大きく増やして南アフリカに替わって首位に立った。南アフリカの普及率は97%超で飽和状態に近くなっているのに対し、ナイジェリアの普及率はまだ40%を超えたところであり、今後も成長傾向にある。その他に、ケニア、タンザニア、スーダン、ガーナ、コートジボワールの各国で加入者数が1000万を超えている（【図表5】参照）。

アフリカの携帯電話市場には、仏FT、英Vodafone等の欧州事業者、中東のZain（クウェート）、Etisalat（UAE）などの外資が積極的に参入しているほか、MTN（南アフリカ）などアフリカ資本の事業者も他国市場へ進出している。



④（脚注）

参考資料：ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database（2008年版）、African Economic Outlook 2009（OECD）等

【図表5】 アフリカの携帯電話加入者数上位10ヵ国（2008年12月末）

国名	総加入者数	対前年増加率	普及率
ナイジェリア	63,007,020	51.39	41.12
南アフリカ	47,573,860	14.13	97.34
エジプト	43,801,000	42.95	53.21
アルジェリア	27,122,880	-1.60	78.27
モロッコ	22,688,000	14.02	71.31
ケニア	16,926,220	46.81	43.25
タンザニア	12,686,290	50.51	30.19
スーダン	12,388,900	53.40	31.03
ガーナ	11,572,280	50.99	47.85
コートジボワール	10,755,550	44.69	54.22
アフリカ全体	378,667,220	35.47	37.73

(Informa Telecoms&Media “Global Mobile” (2009.6.2) のデータをもとにKDDI総研作成)

2-2 FTグループのアフリカ事業売上 ～売上全体に占める割合は小さいが、成長率は高い～

【図表6】は2008年のFTグループの地域別売上を示したものである。FTの主要な市場は欧州であり、フランス、英国、スペイン、ポーランドの4ヵ国で全体の7割以上である。中でもフランス国内の売上が最も多く全体の43%を占めている。

主要4ヵ国を除いた欧州（ルーマニア、スロバキア、モルドバ、ベルギー等）、アフリカ・中東地域（アフリカと中東は1つの地域セグメントになっている）およびそれ以外の国・地域（バヌアツ、ドミニカ[☞]（脚注）など）はすべて「その他の地域」に分類されている。

2008年の「その他の地域」の売上の割合は全体の15%であるが、増加率は最も大きい。なお売上の90%近くが携帯電話事業である。アフリカ・中東地域に関してみると、2008年の売上は約37億ユーロで、FTの売上全体に占める比率は約7%であるが、2005年（21億ユーロ）からの3年間で76%増と大きな伸びを示している（【図表7】）。

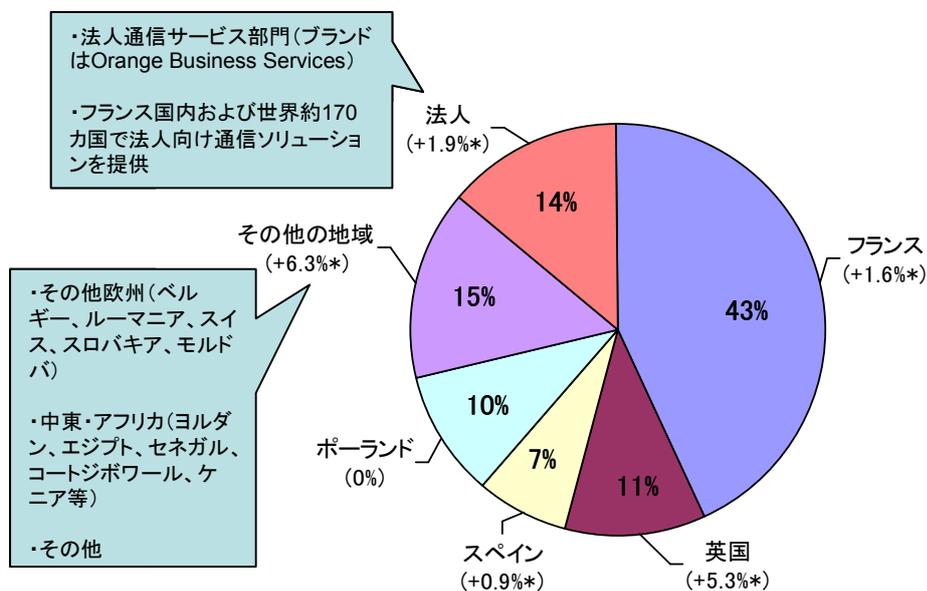


☞（脚注）

ドミニカ共和国では100%子会社Orange Dominicanaが携帯電話サービスを提供していたが、2009年9月にカリブの大手携帯電話事業者であるDigicelがOrange Dominicanaを買収した（出典：Digicelプレスリリース2009.9.14）。

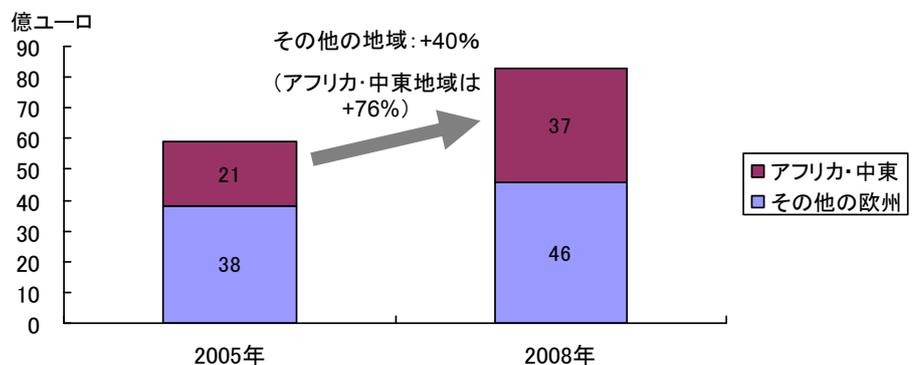
また、FTが2009年7月に発表した2009年上半期の業績によると、グループ全体の売上は254億5800万ユーロで前年同期比0.5%減（比較可能ベース）となり、景気後退の影響等で売上が落ち込んだ地域が多い中、フランス国内とアフリカ・中東地域に関しては2009年に入ってから増加傾向にある。対前年同期比で、フランスの売上は1.5%増、アフリカ・中東地域の売上は5.8%増であった。特に、エジプト、マリ、ボツワナ等アフリカ諸国の売上が伸びているのが目立つ。

【図表6】 FTの地域別売上（2008年）



(FTの2008年度業績発表資料等をもとにKDDI総研作成)

【図表7】 「その他の地域」（アフリカ・中東/その他欧州等）の売上の伸び



(FTの2008年度業績発表資料等をもとにKDDI総研作成)

2-3 加入者の増加傾向 ～「モバイル」と「ブロードバンド」への期待～

FTのアフリカ・中東事業は携帯電話が中心であり、売上・加入者数ともそのほとんどが携帯電話事業のものとなっている。

【図表8】にFTのアフリカ・中東地域における携帯電話加入者数を、【図表9】に固定電話回線数およびインターネット加入者数を示す。

FTのアフリカ・中東地域の携帯電話加入者数は2009年6月末に約3700万となり、前年同期に比べ30%以上増加した。中でもセネガル（33%増）、マリ（32%増）、カメルーン（32%増）、エジプト（30%増）が大きく伸びている。新規参入市場である中央アフリカやギニア、ギニアビサウの加入者数も、サービス開始以来伸びてはいるが、これらの国は市場自体も小さく、Orangeが大きな市場シェアを獲得するには至っていない。

【図表8】 FTのアフリカ・中東地域における携帯電話加入者数（表注）

国名	携帯電話加入者数		対前年 増加率
	2008.06	2009.06	
エジプト（71.25%で比例連結）	12,481,000	16,282,000	30%
セネガル	3,042,000	4,038,000	33%
コートジボワール	3,422,000	4,020,000	17%
マリ	2,367,000	3,114,000	32%
カメルーン	1,827,000	2,408,000	32%
ケニア	—	697,000	—
マダガスカル	1,655,000	2,135,000	29%
ボツワナ	620,000	714,000	15%
モーリシャス（40%で比例連結）	224,000	238,000	6%
ギニア	398,000	615,000	55%
ニジェール	—	275,000	—
中央アフリカ	70,000	157,000	124%
赤道ギニア（40%で比例連結）	102,000	120,000	18%
ギニアビサウ	41,000	88,000	115%
ウガンダ	—	182,000	—
ヨルダン	1,543,000	1,613,000	5%
アフリカ・中東地域合計	27,792,000	36,696,000	32%
その他の地域合計	49,233,000	59,125,000	20%
<参考> FTグループ全体	114,380,000	125,501,000	10%

表注：FTの100%支配下でない事業者の財務・営業データは連結持分に応じて比例連結されている。従って事業者の加入者総数とは一致しない場合がある（上記ではエジプト、モーリシャス、赤道ギニアの各国のデータ）。

（FTの重要業績評価指標（2009年第1四半期）をもとにKDDI総研作成）

固定電話に関しては、回線数は横這いであるが、インターネット加入者数は年間40%以上増加しており、今後はブロードバンドの成長が期待されている。

【図表9】 FTのアフリカ・中東地域における固定電話・インターネット加入者数

	国名	加入者数		対前年 増加率
		2008.06	2009.06	
固定電話 回線数	セネガル	255,000	241,000	-5%
	コートジボワール	262,000	275,000	5%
	マリ	1,000	1,000	0%
	ケニア	—	453,000	—
	モーリシャス	133,000	132,000	-1%
	ヨルダン	529,000	506,000	-4%
	アフリカ・中東地域合計	1,180,000	1,608,000	36%
	<参考> FTグループ全体	46,662,000	46,424,000	-1%
インター ネット 加入者数	セネガル	44,000	57,000	30%
	コートジボワール	30,000	42,000	40%
	マリ	—	8,000	—
	ケニア	—	10,000	—
	モーリシャス	24,000	24,000	0%
	カメルーン	—	3,000	—
	ヨルダン	85,000	119,000	40%
	アフリカ・中東地域合計	183,000	263,000	44%
<参考> FTグループ合計	13,462,000	14,027,000	4%	

(FTの重要業績評価指標(2009年第1四半期)をもとにKDDI総研作成)

3 アフリカにおけるFTの事業戦略

アフリカ・中東地域の通信市場は、売上高に占める比率は低いものの最も高い成長率を示しており、今後も他の地域を上回るペースで成長を続けると見込まれていること、また景気後退の影響も他の地域に比べ少なかったことなどから、高い潜在力を秘めた有望な市場であるとFTでは位置付けている。

近年のアフリカ新規市場への参入に当たっては、FTは地元事業者との合弁事業設立等により事業免許を獲得するケースが多く、サービスの立ち上げから関わるという傾向が見て取れる。

また、すでに進出しているアフリカ諸国においては、各種新サービスの導入やブランド認知度の向上施策などにより、市場での優位性を維持・強化することを図っている。FTが他の地域に先駆けてアフリカで導入したサービスの事例として、コートジボワールの「Orange Money」と、ボツワナで開始された「Sesolo Zone」を、

次いで、ブランド認知度向上施策の概要を以下に紹介する。

3-1 アフリカ市場における新サービスの導入

3-1-1 「Orange Money」（携帯電話による支払・送金サービス）

アフリカでは（他の開発途上国同様）銀行口座を持っていない人が多く、携帯電話を利用した決済サービス（モバイルペイメント・サービス）が普及し始めている。アフリカにおける携帯事業者によるモバイルペイメント・サービスとしては、Safaricomの「M-PESA」（ケニア、タンザニアで提供中）、Zainの「ZAP」（ケニア、タンザニア、ウガンダで提供中）、MTNの「MTN MobileMoney」（ウガンダ、ガーナで提供中）などがあげられる。

Pyramid Research社によれば、アフリカにおけるモバイルペイメント・サービスは今後5年間で大きく成長すると予想されており、モバイルペイメントの決済総額は2008年の30億米ドル（約2700億円^{④(換算レート)}）から2013年には130億米ドル（約1兆1700億円）に急増する見込みだという^{⑤(脚注)}。

FTの携帯電話子会社Orangeもモバイルペイメント・サービスに着目し、2008年12月、コートジボワールにおいて「Orange Money」を開始した。このサービスはBNP Paribas銀行（フランスに本拠を置く大手銀行）との協力によるもので、BNP Paribasのコートジボワール子会社であるBICICIが電子マネーを担当し、Orange Côte d'Ivoireがサービスのプラットフォームとマーケティングを担当している。

「Orange Money」では、以下のようなサービスが提供されている：

- ・ 「Orange Money」アカウントへの入出金（10万CFAフラン^{⑥(脚注)}：約2万円まで）
- ・ 「Orange Money」加入者間の送金



^{④(換算レート)}

1米ドル=89.83円（2009年10月1日東京市場TTMレート）

^{⑤(脚注)}

参考資料：Pyramid Points: "Nokia and Its New Cash Machine: Mobile Banking"
(<http://www.pyramidresearch.com/points/item/090901.htm>)

^{⑥(脚注)}

CFAフラン（セーファーフラン）は、西アフリカ、中部アフリカ地域の旧フランス植民地を中心とする多くの国で用いられる共同通貨。西アフリカ諸国中央銀行発行（BCEAO）のものと中部アフリカ諸国銀行発行（BEAC）のものと2種類がある（コートジボワールでは前者を使用）。現在では、基軸通貨をユーロとしており、1ユーロ=655.957CFAフラン。（出典：Wikipedia）

1ユーロ=655.957CFAフラン。（出典：Wikipedia）

日本円への換算レート（2009年10月14日時点）は、1 CFA BCEAOフラン= 0.20193円（<http://ja.exchange-rates.org/>）である

- ・ プリペイド通話料の購入（200～1万CFAフランまで）
- ・ 請求書の支払い

Orangeの加入者であれば、銀行口座を持っていなくても「Orange Money」のサービスを利用でき、利用開始に際してデポジットは不要である。Orange Moneyアカウントへの入金は無料だが、出金および送金は金額に応じて手数料がかかる（【図表10参照】）。



（ロゴ出典：www.orange.ci/omoney/）

【図表10】「Orange Money」の手数料（単位：CFAフラン）

金額	手数料	
	送金	出金
5 – 5,000 (1~1,000 円)	250 (約 50 円)	200 (約 40 円)
5,005 – 25,000 (1,001~5,000 円)		500 (約 100 円)
25,005 – 50,000 (5,001~10,000 円)		1,000 (約 200 円)
50,005 – 75,000 (10,001~15,000 円)	500 (約 100 円)	2,000 (約 400 円)
75,005 – 100,000 (15,001~20,000 円)		

（Orange Côte d'IvoireのホームページをもとにKDDI総研作成）

送金手続きは、まず、#144#を入力し、メインメニューから「送金」を選び、指示に従って必要な情報（送金先、金額等）を入力した後、暗証番号を入力する。送金が完了すると確認メッセージと残高がSMSで送信される仕組みとなっている。

Orange Moneyアカウントへの入出金は、「Orange Money」認定代理店で取り扱う。Orange Money認定代理店は、Orange Côte d'Ivoireのショップ、Côte d'Ivoire Telecom（FT傘下の既存事業者）のショップ、BICICIの支店、代理店等で、2009年9月時点で約100箇所あり、今後拡大していく計画だという。

FTの資料によれば「Orange Money」はサービス開始から6ヵ月後の2009年6月末の時点で約3万ユーザーを獲得している。Orangeは、コートジボワールに続いて、アフリカの他の進出国でもサービスを開始する計画であり、まずセネガル、マリなどOrangeが市場でリードしている国からサービスを導入していく予定である。

3-2-2 ボツワナの「Sesolo Zone」（トラヒックに応じた通話料割引サービス）

Orange Botswanaが2009年7月に開始した「Sesolo Zone」（現地言葉で『ボーナス・ゾーン』の意味）はプリペイド型の新しい通話料割引サービスである。当初

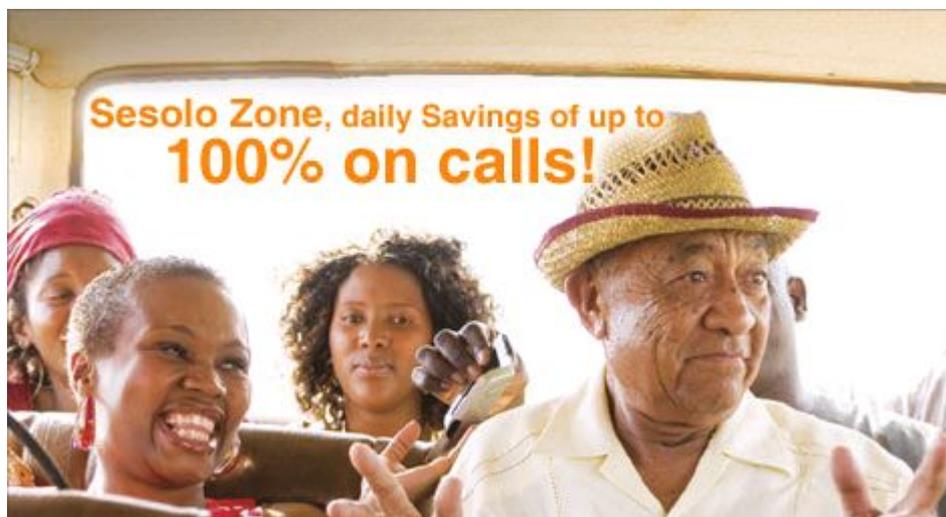
は大都市近辺から開始され、順次サービスエリアを拡大していく予定である。

「**Sesolo Zone**」は、特定エリアのネットワーク容量の負荷に応じて通話料が割引かれ、トラフィックが少ない時ほど割引率が高くなるというもので、**5%**から最高**100%**までの割引がある。通話料の割引は**Orange**ユーザー間の音声通話にのみ適用され、**SMS/MMS**の利用やインターネットへのアクセスについては適用外となる。

「**Sesolo Zone**」への加入は無料で、携帯電話から**135**をダイヤルするだけでよく加入手続きも簡単である。「**Sesolo Zone**」に加入しているユーザーは、携帯電話のセルブロードキャスト（携帯電話網のセル内への同報通信）などで事前に設定しておく。すると、「**Sesolo Zone-50%**」といったように、現在地のエリア（基地局）におけるその時点のトラフィックに応じた割引率が携帯の画面に表示される。

この種の割引サービスは**Orange**として初めて導入したサービスである。このサービスの導入により、ユーザーにとって通話料が安くなるというメリットがあるだけでなく、事業者側もトラフィックに応じて割引率を変更することでユーザーの通話パターンが変わるため、ネットワークの輻輳を避けることができるという。

【図表11】「**Sesolo Zone**」を紹介する**Orange Botswana**のホームページ



(出典 : www.orange.co.bw/offers/sesolozone.php)

3-2 Orangeブランドの浸透

アフリカ携帯電話市場でのOrangeのブランド価値の評価はMTNなどの競合他社に遅れをとっている^④（脚注）。

FTは、アフリカ地域での「Orange」ブランドの浸透とイメージアップを図るため、2009年5月にアフリカ諸国においてブランド・キャンペーンを開始したほか、2009年7月にはアフリカ・サッカー連盟（CAF : Confédération africaine de football）の公式スポンサーとなる契約を結んだ。

Orangeは従来からアフリカのサッカー振興に力を入れており、すでにコートジボワール、カメルーン、セネガル、ギニア、ボツワナの各国ナショナルチームのスポンサーとなっている。また「Orange基金（Fondation Orange）」を通して教育・文化活動を支援するなどの社会貢献活動も積極的に行っている（【コラム】参照）。

3-2-1 汎アフリカ・ブランドキャンペーンの展開

FTの携帯電話子会社Orangeが2009年5月からアフリカで展開しているブランド・キャンペーンの対象国は、セネガル、マリ、ニジェール、ギニア、ギニアビサウ、コートジボワール、カメルーン、中央アフリカ共和国、ボツワナ、ケニアの10カ国である。英語圏では、『together we can do more』、仏語圏では、『plus loin ensemble』がビジョンとして使用され、「共有」、「コミュニティ」、「相互理解」などが強調されている。全てのキャンペーン対象国で、同一のテレビ・コマーシャル、出版物、ポスターなどが使われている。

Orangeは2008年下半年から2009年第1四半期にかけて欧州各国で順次ブランド・キャンペーンを展開したが、10カ国にもわたる大規模なキャンペーンは今回のアフリカが最初である。アフリカでのキャンペーンは1年間実施されることになっている。



④（脚注）

英国Intangible Business社による携帯電話事業者のブランド価値ランキングによると、Orangeのブランド価値は世界で第6位、欧州では第3位であるが、アフリカでは、①MTN（南ア）、②TELKOMSEL（ケニア）、③Vodacom（南ア）がトップ3となっており、Orangeは7位までに入っていない（出典：The World's Most Valuable Mobile Telecoms Brands 2008 : <http://www.intangiblebusiness.com>）。

3-2-2 アフリカ・サッカー連盟とのスポンサー契約締結

Orangeは、2009年7月に、今後8年間にわたりアフリカ・サッカー連盟（CAF）の公式スポンサーおよびメディアパートナーとなる契約を締結した。

CAFが主催する主要な大会[☞]（脚注）には、例えば「Orange Africa Cup of Nations」などのように「Orange」の名が付けられる。

Orangeはアフリカで行われる主要なサッカー試合の放送をアフリカ各国において携帯電話サービス上で提供するとともに、フランス国内における「Orange Sports」での放映権（4年間）も獲得した（「Orange Sports」はスポーツ専門有料チャンネル。FTのIPTVサービス「TV d'Orange」と携帯電話の両方で放映される）。

このパートナー契約は、アフリカや欧州市場におけるOrangeブランドの認知度を高めると同時に、FTが重点分野とするコンテンツ戦略の推進につながるものとされている。2010年には南アフリカでサッカーのワールドカップが開催される予定であり、ますますアフリカのサッカーに対する注目が集まるものと思われる。

【コラム： Orange基金を通じたアフリカにおける社会貢献活動】

FTは「Orange基金（Fondation Orange）」と名づけた社会貢献活動を世界各国で実施しており、欧州、アジア、中東、アフリカの約30ヵ国において各種の非政府機関や現地NGO等と協力して、健康・教育・文化に重点を置いた活動を行っている。Orange基金は1987年に設立され20年以上の歴史を持っている。

FTはアフリカにおいてもOrange基金を通じた各種の活動を行っており、以下に最近の活動例をいくつか紹介する。

- ・ギニア：NGO「ヘレンケラー・インターナショナル」との協力による子供たちへのビタミン配布活動
- ・エジプト：ユニセフ、Mobinilとの協力による「子供のケア」プロジェクト、カイロにおける青少年教育プロジェクト
- ・コートジボワール：女子教育プロジェクト
- ・ニジェール：女子教育プロジェクト など

Orange基金の詳しい活動内容は以下のFTのサイトで紹介されている。
[\(http://www.orange.com/en_EN/corporate_philanthropy/\)](http://www.orange.com/en_EN/corporate_philanthropy/)。



☞（脚注）

該当する大会は、①Africa Cup of Nations (CAN)（2年毎に開催）、②African Nations Championship (CHAN)（2年毎に開催）、③African Youth Championship (U-20)（2年毎に開催）、④CAF Champions League（毎年開催）、⑤Confederation Cup（毎年開催）⑥CAF Super Cup（毎年開催）の6つ（出典：FTプレスリリース2009.7.27）。

📖 執筆者コメント

2010年は、2000年8月にFTが英国Vodafone傘下の携帯電話事業者「Orange plc」を買収してから10年目の節目にあたる。FTが2006年から統一ブランドとして採用した「Orange」は、もはやFTの代名詞ともなりつつあるようだ。

FTの主要市場である欧州各国の売上は、フランス国内を除いて減収傾向にある。その背景としては、景気後退に加えて、市場が飽和状態であること、携帯電話市場における競争激化から通信料が低下していること、EUの規制に基づき携帯電話接続料や国際ローミング料金の引き下げが実施されたことなどがあげられる。欧州での減収を補う意味でも、成長性の高いアフリカ市場が果たす役割は大きく、FTは今後も携帯電話市場を中心にアフリカへの投資を継続していくと考えられる。

一方、欧州でも最近になって大きな動きが見られた。2009年9月8日、FTとドイツのDeutsche Telekomは、両社の英国における携帯電話事業（Orange UKとT-Mobile UK）の統合に向けて交渉を開始したと発表したのである。両社は折半出資の合弁会社を設立する計画で、新会社の加入者数は2840万、市場シェアは37%となり、英国最大の携帯電話事業者が誕生することとなる。両社は11月5日に最終合意書に署名したが、統合の実現に当たっては両国の競争当局の承認を得る必要があり、今後の動向が注目される。

📖 出典・参考文献

- ・ FTホームページ (www.francetelecom.com/en_EN/)
- ・ 「2008 Registration Document / France Telecom」
- ・ FT業績発表資料
- ・ 各事業者のホームページ
- ・ KDDI総研R&A 2009年2月号「ケニア、タンザニア、ウガンダ及びスーダンの携帯通信市場について」（恵木真哲）
- ・ KDDI総研R&A2008年4月号「中東携帯キャリア（Zain、Etisalat、STC）の海外展開状況について」（恵木真哲）
- ・ KDDI総研R&A2008年9月第2号「南アフリカ共和国の電気通信市場の現状について」（恵木真哲）
- ・ Totale Telecom記事 (www.totaltele.com/) 等

【執筆者プロフィール】

氏 名：服部 まや (はっとり まや)

所 属：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

最近の主な調査レポート：

- ・ 欧米のFMCサービスの動向 (R&A 2009年2月号)
- ・ スペインにおけるMVNOの参入動向 (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～ (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～ (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 (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～ (R&A 2006年7月第1号)