

5キャリアがシェアを奪い合う ケータイ普及率100%を超える香港

わずか700万の人口に対して移動体キャリア5社がしのぎを削る香港。通話料金引き下げによる顧客獲得も限界に近づき、各キャリアは次の一手を模索している。

文 山根康宏(携帯電話研究家)

1997年にイギリスから中国に返還された香港。その後も中国本土とは政治、経済が分離された特別行政区として独立性を保っている。

香港の人口は約700万。これに対し携帯電話加入数は07年8月末でなんと991万に達した。これには未開通プリペイド回線が約90万含まれており、アクティブ回線数は約900万。普及率は約130%となり、先進国の中でも常に上位に位置している。

移動系キャリアの数が5社と対人口比率が高いのも特徴で、各社が生き残りをかけて激しい競争を繰り広げている(写真1)。近年は事業環境の変化により、合併や海外との提携など業界再編の動きも進んでいる。

通信方式はGSMが主流だが、04年から開始されたW-CDMAも普及率20%と少しずつ移行が進みつつある。一方、一時期は数十万の加入者がいたCDMA(IS-95)は、対応端末の少なさから現在は数千まで減少しており、今年11月には打ち切られる

山根康宏(やまね・やすひろ)氏



香港在住の携帯電話研究家。アジアをはじめ海外市場を日々ウォッチし、雑誌やオンラインメディアを中心に関連記事・コラムを多数執筆している。
HP: <http://www.yamane.hk>

予定だ。

しのぎを削る5キャリア

まずは、移動体キャリアの現状を順番に見ていこう。

ハチソン社は、06年4月まで長らく携帯電話シェアトップの座にあった。現在の加入者数は約230万。04年に香港で初めてW-CDMAサービスを開始し、以来顧客のW-CDMAへの移行を推し進めてきた。その結果、同社顧客のW-CDMA加入率は香港キャリアの中でトップとなる約4割まで増加している。また、香港唯一のCDMAキャリアでもあったが、W-CDMA開始後はCDMAを安価な料金体系によるベーシックな音声主体のサービスのみに変更している。前述した通り、免許の切れる今年11月



写真1 キャリア同士の競争は激しく、ショップが隣同士に数件並ぶことも珍しくない。左からPCCWモバイル、ニューワールド、ハチソン、スマートン

で終了する予定だ。

さて、そのハチソンに変わり06年4月からシェアトップの座に立ったのが、加入者数約260万を誇るCSL-ニューワールドである。同社は、ビジネス顧客に強いシェア2位のCSLと、固定通信・移動通信の双方を所有するシェア3位のニューワールドが合併したもので、移動、固定、インターネットのトリプルプレーヤー化を図り事業の拡大を目指している。合併後もブランドは2社別々のままであるが、サービス内容は徐々に統合が進んでいる。CSLはGSMとW-CDMAを、ニューワールドはGSMのみをサービス中だ。

シェア3位のピープルスは06年に中国の移動体キャリア「中国移动(チャイナモバイル)」に買収され傘下企業となった。加入者数は約150万。かつて英国の植民地であった香港では、政経分離の下で中国とは異なるキャリアが通信事業を展開している。

しかし返還後は、チャイナモバイルのピープルス買収のほか、中国聯通(チャイナユニコム)がMVNOとして香港市場に参入するなど中国の通信キャリアが市場参入を試みている。

なお、香港の3G免許はオークションにより4社が取得したが、ピープル

スは取得できなかった。同じく3G免許を持っていなかったニューワールドはCSLと合併し3G事業の展開に期待が持てるようになった。香港で唯一3G免許を持たないピープルスがGSM/EDGEサービスを今後どのようにアップグレードしていくのが注目されている。

加入者数約110万のスマートンは04年12月に英ボーダフォングループと排他的な契約を結び、資本関係の無いサービスだけの提携を行っている。それにともないIC(コーポレートアイデンティティ)も変更され、現在はダブルブランドとなるスマートン・ボーダフォンの名称で事業展開すると共に、ショップなどもボーダフォンの赤をイメージしたものに変更した。モバイルコンテンツサービスでは日本の技術を取り入れるなどして他社より充実した内容を提供すると同時に、06年6月に香港で最初にHSDPA通信を開始するなどモバイルインターネットサービスにも力を入れ始めている。

さて、シェア最下位から攻勢をかけるのはPCCWモバイルである。同社は固定系キャリアトップのPCCWがGSMキャリアの旧サンデイ社を06年に買収して携帯市場に参入したものだ。W-CDMAサービスの開始時にはファーウェイ製の端末を独占提供し、端末と料金をともに半年間無料にするという思い切った戦略で顧客の大幅増加を図った。だが、ブランド力が弱かったためか20万人程度の利用者しか集められなかったようである。しかしその後は移動系と固定系ショップを融合し、モバイルと固定電話、ADSL、インターネットTVな



写真2 家電店店頭で携帯電話の展示が目立つのは日本と似ているが、単体で購入できる点が大きく異なる



写真3 携帯販売小売店が多数入った通称「携帯ビル」内にはいつも多くの客でこった返している



写真4 店舗のショーケースには端末のみが整然と並べられている

どとの融合サービスを提供することで着々と加入者を獲得している。サンデイ時代の加入者数は70万前後だったが、現在は約110万にまで増加を果たした。

なお、07年10月に行われたCDMA 2000の免許オークションでは、同社が免許を落札し、08年11月から主要交通拠点(空港、鉄道沿線、トンネル内)および香港の中核地域での事業開始が予定されている。

また香港ではほかにも前述したチャイナユニコムを含む7社がMVNO事業者として存在し、主にモバイルプリペイドサービスを提供している。

香港ではMNOは回線の一部を開放することが義務づけられており、例えばW-CDMAの場合は30%までの回線をMVNOに貸し出さなければならないと定められている。MVNOの事業展開を行いやすい環境が整っており、これがさらに香港のモバイ

ル市場の競争性を高めていると言える。

回線契約と端末販売が分離

香港はGSM、W-CDMA、CDMA各サービス共にSIMカード方式が採用されており、ケータイ端末と回線契約の販売が完全に分離されている。香港で販売されている端末には、ごく一部を除き基本的にSIMロックがかかっておらず、日本のようなキャリア専用端末はほとんど存在しない。

これは、各キャリア間のサービスに大きな差異が無いこと、キャリアの提供するコンテンツサービスが専用端末を必要としないこと、そしてメーカー端末のほう为数が豊富で機能や価格のバリエーションが広いからである。利用するキャリアに応じて端末を選ぶ、という発想は香港の消費者には無いのだ。

さらに、香港は都市国家であり、