

急進が続くアフリカ移動体通信市場

(財) マルチメディア振興センター 情報通信研究部 上席研究員

黒川 綾子

1 2010 年もサブサハラを中心に携帯加入者が大幅に増加

2010 年 9 月、アフリカ大陸の携帯電話サービス加入者は 5 億を超え、世界全体の加入者シェアでは 10% に達した。この 1 年間の加入者増加率は 18% で、この分野では世界で最も高成長が続いている市場といえる¹。

アフリカ諸国では、政治・経済事情により有線インフラの構築が困難な地域が多いことから、長く地域住民が通信サービスの恩恵を受けられずにいたが、2000 年前後から携帯サービスの加入者が増加し始め、2009 年には普及率の平均が 50% に近づいた。2010 年以後も、人口が多く（大陸別では世界第 2 位の約 10 億）かつ若年層が高い割合を占めること、2000 年代の GDP 成長率がおおむね世界平均を上回り、今後も経済成長が続くと見込まれることから、加入者数はさらに増加し続けると予測されている。

なお、アフリカ経済においては、北部のイスラム圏 5 か国及び南アフリカと、他のサブサハラ地域の「南北格差」が長期的な問題として挙げられる。2009 年も、人口では大陸全体の 2 割程度の上記 6 か国が、GDP の 50% 以上を占めている。ただし、移動体通信市場においては、これらの国では普及率が既に 100% 前後に達していることもあり、近年の成長の中心はサブサハラ諸国で、サブサハラの携帯加入者の大陸全体に占める割合は、2007 年の 52% から、2010 年後半には 62% まで伸びている²。

2 外資中心の市場

アフリカ諸国では、1990 年代から徐々に通信市場の自由化、国営事業者の民営化が進み、2010 年現在、エチオピア等の数か国を除き、移動体通信市場はほぼ自由化されている。旧国営事業者が民営化の際に外資の誘致を活発に行ったためもあり、アフリカ 54 か国の市場で、シェアの上位を占めるのは圧倒的に外資が多く、複数の多国籍事業者が進出している国も珍しくない。アフリカで子会社の設立や買収活動を活発に実施している事業者には、旧宗主国の地縁を生かした欧州系の Vodafone や Orange のほか、南アフリカの MTN やエジプトの Orascom 等、地域経済で中心的な役割を果たす国の事業者がある。

また、2010 年から、アフリカ外の新興経済地域の事業者による既存グループの買収活動が活発化している。2010 年 3 月、インドで最大手の総合通信事業者 Bhati Airtel は、クウェートの Zain から、アフリカ部門の株式の 100% を取得、同 11 月には各社のブランド名を Airtel に統一した。また、ロシアの Vimpelcom は、2010 年 10 月、Orascom 株式 51% の取得につき、同社との合意が成立したと発表した。

¹ TeleGeography 資料

² ITU 統計及び TeleGeography 資料

アフリカの主要移動体通信事業者

事業者名	参入開始年	参入国数	本拠地	主なブランド名	加入者（百万）*	シェア*
MTN	1994	15	南アフリカ	MTN	89	18%
Vodafone	1994	8	英国	Vodafone Vodacom	82	17%
France Telecom	1997	16	フランス	Orange	44	9%
Airtel	1998	17	インド	Airtel	36	7%
Orascom	1998	6	エジプト	Djezzy Tunisian Telecel	22	4%
Etisalat	1999	10	UAE	Etisalat Moov	12	2%
MIC	2006	7	ルクセンブルク	Tigo	12	2%

*2009 年末

出所：各社サイト及び TeleGeography 資料

3 モバイル・マネー・サービスが急速に普及

アフリカ諸国でも、この数年で 3G サービスや BlackBerry を中心とするスマートフォン
の導入を開始する事業者は増えている。ただし、インターネット接続やモバイルテレビと
いったデータサービスは、ルーラル地域がカバーされていないことと、料金が高額である
ことから、利用者は加入の 1 割に満たず、9 割超が通話+SMS のみのプリペイドユーザで
ある。

最近注目を浴びているサービスに、モバイル・マネーがある。2007 年にケニアの
Safaricom (Vodafone 系列) が開始した「M-PESA」は、爆発的な成功を収め、2010 年 9
月にはサービス登録者が加入者の約 80% の 1,350 万で、一年間の手数料収入は 76 億ケニ
ア・シリング(Ksh、約 94 億円)と、Safaricom の売上高全体の 1 割に達している³。「M-PESA」
は銀行支店数が少ない非都市部でも、また銀行口座を持たない低所得者層にも利用可能な
小額決済サービスである。SIM カードの M-PESA 機能により、送金・支払手続きが画面上
で行われるという簡便さ、また現金の受渡しを行う代理店が、地元商店等への委託により
全国 2 万 3,000 か所に置かれていることで、ケニアの人々の金融サービスへのアクセシビ
リティは飛躍的に高まり、別居している家族への送金や、公共料金の払込が安全確実に出
来るようになった。

³ Safaricom 「Half-Year Results Presentation, 10th November 2010」

「M-PESA」への登録は、対応 SIM カードの所有者であれば、契約の種類に関わりなく代理店での ID カード提示により無料で行われる。登録後は、Safaricom から配布される 4 桁の PIN コードと登録ワードにより、送金、支払、貯金等が可能になる。一度の送金の上限は 3 万 5,000Ksh、1 日の取引額の上限は 7 万 Ksh とされている。送金の受取手は、M-PESA の登録者でなくても、取引通知 SMS と ID カードを代理店で提示すれば、現金を受け取ることができる。

他の大手事業者も 2008 年ごろから同様のモバイル・マネー・サービスを提供してきたが、「M-PESA」の成功に触発されてサービスの大幅な拡充に着手している。Orange は 2008 年にコートジボワールで開始した「Orange Money」のサービス範囲を 2010 年にはセネガル、マリ、ケニア、ニジェール、マダガスカルに広げ、数年後には参入国すべてでサービス利用を可能にするとしている。また南アフリカ、ウガンダなど 8 か国で「MTN Mobile Money」を実施してきた MTN は、2010 年 11 月、中東を含む 21 か国の参入地域全体で、同一ブランド加入者間の国際送金を可能にするシステムの構築のため、国際決済サービス業者 Western Union と提携したと発表した。

4 今後の展望

加入者の増大が著しいアフリカ移動体通信市場であるが、成長の中心であるサブサハラ地域は、国民の平均所得が世界でも低く、契約の中心が「プリペイド+通話+SMS」である状況は、短期的には変化がないと思われる。実際、大陸でシェア 1 位を占める MTN についていえば、全体の売上高は顕著な増大を示しながらも、ARPU は下降傾向にあり、同社の成功の要因が、「浅く広いサービス」の徹底にあることがうかがえる。

これらの地域の住民にとって、携帯電話を持つ目的は、モバイル・マネー・サービスに見られるように「安価な料金で生活上の様々な便宜が図れる」ツールを入手することと考えられる。特に通信料金の低い SMS で何ができるか、への関心が高く、南アフリカやケニアでは、SMS を通じた政府のキャンペーンや選挙情報の伝達の例が報告されている。アフリカに参入した事業者にとって、成長の契機は住民がどのような情報を入手したいと考えており、どのような地域ネットワークを通してそれを伝達するか、を的確につかむことにあると考えられる。