

バハレーン通信部門における自由化政策と市場への影響（分析レポート）

著者	齋藤 純
権利	Copyrights 日本貿易振興機構（ジェトロ）アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
雑誌名	アジ研ワールド・トレンド
巻	186
ページ	37-44
発行年	2011-03
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	http://hdl.handle.net/2344/00004295

バハレーン通信部門における自由化政策と市場への影響

齋藤 純

はじめに

石油・天然ガスに依存するGCC諸国経済にとつて、経済の多角化の進展は積年の課題である。特に、石油資源が稀少なバハレーンでは喫緊の問題であり、イスラーム金融を含む金融部門やアルミニウム精錬等の産業にこれまで力を注いできた。しかし、バハレーンの国内市場は矮小であるために大規模な需要も望めず、石油関連の資金面の制約により、周辺産油国で行われているようなオイルマネーによる大型開発プロジェクトを立ち上げることも困難である。マクロデータからも、バハレーンは他のGCC諸国と比較すると低成長を続けており、二〇〇〇年代のいわゆるオイルブームによる産業育成効果も十分にあつたとは言いがたい。

一般的にGCC諸国の企業は、資産規模が十分ではないために大型の投資を行うことが困難であり、企業部門の成長に関しての課題は多い（齋藤 二〇〇九）。しかし、そのなかでも近年、バハレーンをはじめとしてGCC諸国の通信関連産業が活況を呈しており、都市部のいたる所で携帯電話などの通信関連サービス窓口に人だかりができていることを目にするところができる。通信関連産業が急成長している要因を挙げるとすれば、通信関連産業は製造業等と異なり、労働力や固定資本、技術を海外から直接安価な価格で買付けることが比較的容易であることである。したがって、労働力や固定資本、技術が稀少なGCC諸国は、豊富な資金によってこれらの生産要素を海外から調達すること

が可能である。

実際に二〇〇〇年代に入ってから、バハレーンをはじめとしてGCC各国でそれまで国営の通信企業による独占を続けてきた通信部門を市場開放するようになってきた。その結果、この時期に通信企業の新規参入が頻繁に発生している。オイルブームで得られた豊富な資金によって、新規通信企業を立ち上げることが容易になったことが原因として考えられる。

本稿では、バハレーン通信関連産業の拡大の要因を政府による競争的な市場環境の整備と企業自身の経営努力にあるものと考え、バハレーン政府による通信関連政策の変遷と通信市場の現状を整理し、そしてバハレーン通信産業の課題を提起したい。

第一節では、バハレーンでこれ

まで行われてきた通信部門の自由化政策についてまとめ、通信市場の概要を述べる。第二節では、通信産業の特殊性と自由化の意義について理論面から整理し、その後、バハレーン通信市場の拡大と市場構造、通信費用の変化から、通信自由化政策の成果を分析する。最後に、バハレーン通信部門の特徴を整理したあとに、残された課題について提起したい。

一. バハレーンの通信事業の自由化

バハレーンの通信産業は、一九八一年に国営通信企業バテルコ(Bahrain Telecommunications Co.: Bateco)が設立されたことから本格的に発展を始める。湾岸諸国の通信会社としては、一九七六年にアブダビで設立されたエティサフト(Emirates Telecommunications Corporation)に次いで長い歴史を有している。バテルコは設立以来、固定電話を始め携帯電話、国際電話、携帯電話、インターネット、データサービス等、バハレーンにおけるすべての通信事業を独占してきた。

バテルコの所有構造を見ると、政府系投資会社ムタラカ持株会

社 (Bahrain Mumtalakat Holding Co.)^(注)が三六・七%、公的社会保険機関 (General Organization for Social Insurance) が一〇・六四%、年金基金 (The Pension Fund Commission) が九・八七%というように、株式の過半数を政府系機関が保有しており、実質的に国有企業になっている (表1)。

しかし、二〇〇二年に通信事業の自由化とそれによる経済の活性化を目的として、通信法 (the Telecommunications Law) の整備と通信産業を監督する通信監督庁 (Telecommunications Regulatory Authority: TRA) の設立を契機に、通信市場の開放が開始される。二〇〇三年七月に決定された通信産業計画 (Decision No.33 of 2003 Regarding the National Telecommunications Plan Approval) は、経済自由化の一環として通信産業を中心的な産業として据え、それまで独占的な地位を占めていたバテルコの独占を解消し、競争的な通信市場の構築と民間企業の成長を目的としている。まず、二〇〇三年にバハレーン政府は、クウェート資本の国営企業ゼイン (Mobile Telecommunications Co.: Zain)

に携帯電話のライセンスを許可し、二〇〇四年には固定電話、国際電話等についても複数の企業にライセンスを付与している。さらにバハレーン政府は、インターネットについて、二〇〇四年にインターネット・エクステンジ (Bahrain Internet Exchange: BIX) を設立して、バハレーン国内におけるインターネット環境の整備に向けて積極的に取り組んできている。

政府の通信産業自由化政策の結果、二〇一〇年三月時点で合計一九社の企業が通信事業を行っている (表2)。多くの通信事業会社はバハレーン地場資本によるものであるが、サウジ・テレコム (Saudi Telecom: STC) などサウジアラビア資本やゼインなどクウェート資本による企業などGCC域内からの参入が目立ってきている。バハレーンでは、固定電話、国際電話、インターネットの分野では多数の通信事業会社の参入が認可されつつある。一方で、携帯電話

表1 バテルコの上位株主

Bahrain Mumtalakat Holding Co.	36.67%
Amber Holding Ltd.	20.00%
General Organization for Social Insurance	10.64%
The Pension Fund Commission	9.87%

(出所) バハレーン証券取引所資料より筆者作成。

表2 バハレーンの通信事業会社

	国内 固定 電話	国際 電話	携帯 電話	インター ネット	リース	その他 データ 通信
Batelco	○	○	○	○	○	○
Zain-Bahrain	○	○	○	○		○
STC (Viva)			○			
2Connect	○	○		○	○	○
Etisalcom	○	○		○	○	○
Kalaam Telecom	○	○		○	○	
Kulacom Communications S.P.C.	○	○		○		
Light Speed	○	○		○	○	
Mena Telecom	○	○		○		
Northstar Communications		○		○		
Nuetel Communications	○	○		○	○	
Rawabi Telecommunications & Software	○	○		○	○	
Business Communication Networks		○				
Elephant Talk		○				
Orbit				○		
Viacloud		○				
Ascentech Telecom		○				
BT Solutions LTD					○	○
EQUANT EGN BV						○
合計	10	15	3	12	8	8

(出所) TRA [2010] などより筆者作成。

話市場については十分に市場が開放されているとは言えず、二〇一一年一月時点で、バテルコ、ゼイン、サウジ・テレコムの子会社ヴィヴァ (Viva) の三社間での複占市場になっているのが現状である。

通信産業の自由化は、多数の新規通信企業の参入を喚起しただけでなく、既存企業バテルコにも変革をもたらした。アブダビのエティサラトをはじめとして他のGCC諸国の国営通信企業が顧客

獲得と利潤拡大のために積極的に海外進出を図ったのに対応して、バテルコもヨルダン・クウェート・エジプト・イエメン・サウジアラビアなどの中東諸国に加え、インドなど、アジア諸国へも関連子会社や現地企業との合併事業という形で進出に乗り出している。

その結果、バテルコの近年の企業業績は目覚ましい。二〇〇六年に総資産二二七万米ドルから二〇〇九年には一七八万米ドルへと四〇%の拡

大し、総資産利益率でみた収益率も二〇〇六年から二〇〇九年にかけて一三・八%から一八・六%と他のGCC通信大手企業と比較しても高い収益を上げている。

以上からパハレーン政府は、GCC諸国のなかでも比較的早期から通信事業の自由化を開始し、その結果、固定電話事業や携帯電話事業等、分野ごとに市場開放の進展に差が見られるものの、最大手通信企業パテルコを中心として活発な通信市場が育成されつつある。

二. 通信産業の成長と自由化政策の成果

市場の活性化と海外投資の導入は、新興市場国の経済開発にとって、その成長速度を加速させる重要な要因のひとつである。しかし、経済発展初期段階においては、労働・資本・資金・技術などの不足から、多くの産業部門で限られた資源を効率的に活用するためにいわゆる政府主導の経済開発が効果的なケースが多い。その中でも、通信産業は装置産業であり、参入するにあたって大規模な設備投資が必要になるなどの特性を持つ。そして多くの場合、通信産業は政

府資本による産業立ち上げが行われる。

本節では、政府主導によりスタートしたパハレーン通信産業が二〇〇〇年代に入って、市場開放を行い、その効果がどのように現れたかについて議論を整理したい。まず、通信産業の特殊性と自由化の意義について整理したうえで、自由化政策以後のパハレーンの通信サービスに対する顧客の変化、通信費用の変化などの観点から分析を試みる。

(1) 通信産業の特殊性と自由化の意義

通信事業は公益事業としての性格を有しているために、国民の日常生活に不可欠な財・サービスを安定的に供給する必要がある。したがって、公益事業としての通信部門は、その公共的義務を果たすために市場独占もしくは、参入規制等による保護の対象となりやすい(春名二〇〇九)。一般的に、固定的資本設備を多く必要とする通信事業では事業者の健全な発展と通信事業の安定的継続のために当局による規制が行われる。さらに通信業のような固定資本設備を多く必要とする産業は、平

均費用低減産業という性格を持ち、また重複投資による資源の浪費回避のために、参入には規制当局による許可制が採用されるケースが多い。その結果、通信事業者に適正な利潤を保証することになる。同時に、他企業による参入が規制される代わりに、既存企業には種々の規制が設けられる。

GCC諸国のように潤沢な財政状況にあり石油収入を公共サービスに振り分けている国々では、通信サービスを低価で適正な価格で安定的供給することによって、自国民に対して安価な通信インフラを提供することとなり、社会福祉政策という面から社会的安定にもつながる。その結果、他の新興国と比較して、通信料金、市場シェアに関する厳格な規制が通信事業者に課せられている。

つぎに公益事業への参入自由化もしくは市場開放の意義をまとめよう。公益事業の監督当局が民間企業に公益事業を任せるのは、国営企業に備わっていない経営効率性を自由化の対象となる公益事業の経営に導入することが主要な目的である。その一方で、民間企業にとっては、公益事業を担うことによる利潤の確保が重要な課題とな

る。GCC諸国における通信関連産業は監督当局による認可制になっており、実質的に複占市場もしくは寡占市場になっている。通信産業のような通信料金等の価格の設定に応じて、基地局や携帯端末の小売店、インターネット通信網など生産規模の設定が比較的容易な場合には、ベルトラン型価格寡占モデルのように複数の企業間で価格競争が行われる。

通信産業のひとつの特徴として、近年の技術進歩が速いことが挙げられる。ある先進企業が一時的に先進的な技術・サービスを開発したとしても、後発企業もその企業戦略に即時に対応してサービスを展開していきやすい。結果、企業間で提供される財・サービス間に大きな違いはなく、基本的に同質財と考えられる。また、依然としてGCC諸国における通信関連産業は成長過程にあり、今後の人口増加も見込まれるために需要が拡大することが予想される。それに対して、今後も域内で外資系通信会社の参入と同時に既存の通信企業も需要に応じて通信サービスの生産が可能であると考えられる。このような場合、複数の企業間でベルトラン・ナッシュ均衡に

よる価格が決定され、それぞれの企業の利潤も確保される。また、同時に企業と消費者の厚生も含めた社会的厚生も競争市場と等しくなる。したがって、既存企業による独占市場を開放し、新規参入企業と競争させることによって社会的厚生が向上することになる。

(2) 拡大するバハレーン通信産業

近年拡大を続けるバハレーンの通信産業を観察すると、携帯電話市場の規模の拡大が顕著であることに気がつく。二〇〇九年のバハレーンの通信部門の収入は八億九六〇〇万米ドルであり、GDPに占める比率は四・七%である。二〇〇四年から二〇〇九年にかけて収入は年率八・二%で増加しており、その市場規模は増加の一途を辿っている。二〇〇九年のバハレーンの通信部門の収入は八億九六〇〇万米ドルのうち、固定電話部門六・〇%、携帯電話部門四八・三%、インターネット部門六・〇%、国際電話部門三六・一%、リース一三・六%となっており、携帯電話部門と国際電話部門が通信部門の中で大きな割合を占めている。

また、バハレーンにおける通信

産業は新たな雇用吸収先としても期待されている。二〇〇三年の通信事業の自由化以来、通信関連部門の労働者は一八〇八人(二〇〇三年)から二五〇〇人(二〇〇九年)と約三八%拡大しており、そのうち約八五%を自国民労働者が占めている。バハレーンの労働人口に占める自国民の割合は、未だ二割以下であることと比較すると、バハレーン通信部門は自国民の雇用吸収力を持つ部門として今後も注目値する。

つぎに契約者数の推移を部門別に比較する(図1)。固定電話の契約者数は一七万五〇〇〇人(二〇〇二年)から二二万九〇〇〇人(二〇一〇年第三四半期)と拡大しているものの、対人口比率は二〇%前後で伸び悩んでいる。

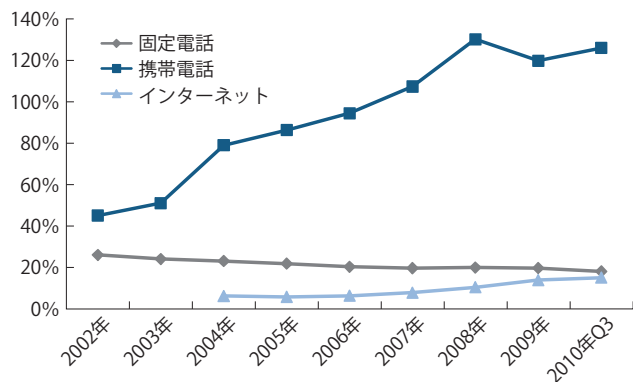
インターネットについては、近年ブロードバンド契約者が急拡大し、ダイアル・アップを含めた契約者数は五万一〇〇〇人(二〇〇四年)から一八万八〇〇〇人(二〇一〇年第三四半期)と成長しているものの、対人口比率は二〇%以下と依然として成長の余地を残している。インターネットは、バテルコをはじめ二社がサービスを提供している。二〇〇九年末時

点で、対人口比率の一四%がブロードバンドを利用し、ブロードバンド利用者のうち三八%が一MB/s以上の高速通信サービスを利用している。

最後に、携帯電話の契約者(ポストペイドとプリペイド加入者の合計)は三〇万一〇〇〇人(二〇〇二年)から一五五万五〇〇〇人(二〇一〇年第三四半期)と成長しており、対人口比率は二二%を超え成長する通信市場のなかでも中心的な役割を担っている。バハレーンにおける携帯電話市場は市場規模としては必ずしも大きくないが、携帯電話の普及率をみるとGCC諸国のなかでもUAEに次いで高い水準になっている(表3)。

GCC諸国において第二携帯電話ライセンスが付与され、携帯電話市場の自由化が行われたのは、二〇〇三年にバハレーン、二〇〇四年にサウジアラビア、二〇〇五年にオマーン、二〇〇六年にUAE、二〇〇八年にカタール・クウェートの順であり、バハレーンが先駆けとなって二〇〇三年から二〇〇

図1 バハレーンの通信サービス契約者比率の推移



(出所) TRA資料より筆者作成。
(注) 比率を計算する上で利用している人口統計は中央情報局 (Central Informatics Organization) のものを利用。

八年に一齐に携帯電話市場の開放が行われた。その効果は二〇〇三年時点で携帯電話の普及率の低かったサウジアラビアとオマーンで顕著であり、五年間で大きく普及率が改善している。

また、UAE、クウェート、バハレーンは自由化前から携帯電話の普及率は相対的に高かったものの、UAE、バハレーンのみがさらに普及率を大きく増加させている。バハレーン、UAEにおいては携帯電話料金が相対的に低く、一人の利用者が複数の携帯電話

表3 GCC諸国の携帯電話契約者比率の推移

	2003年	2008年	増加率 (2003-2008年)
UAE	78.9	208.7	21.5
パハレーン	63.7	185.8	23.9
サウジアラビア	32.2	142.9	34.7
カタール	51.5	131.4	20.6
オマーン	23.5	115.6	37.5
クウェート	56.1	99.6	12.2

(出所) International Telecommunication Union [2010] より筆者作成。
(注) 比率を計算する上で利用している人口統計は世界銀行の統計を利用。

表4 固定電話料金の推移

(単位: USD/PPP per month)

		2008年	2009年	2010年
固定電話 (50回以下/月)				
パハレーン	Batelco	25.39	25.53	25.48
UAE	Etisalat	21.38	21.49	21.48
サウジアラビア	STC	38.23	34.37	34.38
カタール	Qtel	25.77	26.52	27.34
オマーン	OmanTel	39.75	43.17	44.19
OECD平均		33.82	31.02	34.91
アラブ平均		47.26	45.63	43.92
固定電話 (50-100回以下/月)				
パハレーン	Batelco	32.09	32.27	32.42
UAE	Etisalat	24.48	24.58	24.57
サウジアラビア	STC	46.5	43.02	43.03
カタール	Qtel	26.87	28.64	30.23
オマーン	OmanTel	50.31	55.01	56.31
OECD平均		45.93	41.32	45.45
アラブ平均		60.27	56.86	55.45
固定電話 (100回以上/月)				
パハレーン	Batelco	74.75	75.17	75.54
UAE	Etisalat	61.17	61.52	61.5
サウジアラビア	STC	101.04	78.7	79.86
カタール	Qtel	60.55	65.32	69.43
オマーン	OmanTel	115.25	111.02	113.65
OECD平均		77.75	69.21	75.72
アラブ平均		139.25	125.76	123.91

(出所) TRA資料より筆者作成。
(注) クウェートのゼインのデータは入手できなかった。

サービスを利用している可能性が示唆される。

(3) 自由化後の通信費用の変化

パハレーンは二〇〇三年から他のGCC諸国に先駆けて、それまでの国営通信企業バテルコによる独占的市場を自由化し、競争的な市場環境の構築を行ってきた。その結果、パハレーンの通信産業に競争原理が導入され、新規参入企業との競争にさらされて、市場の構造と通信費用の変化が起こったことが予想される。以下では、固定電話事業、携帯電話事業、インターネット事業の三事業に着目し、市場開放後の通信費用の変化

を見る。

とところで固定電話、携帯電話、インターネット利用料金全般に言えることではあるが、一般的に、GCC諸国の通信費用は低く、他のアラブ諸国の平均の約五割、UAEやパハレーンなどでは、OECD諸国よりも通信費用が低く設定されている。もちろん、国によって通信サービスの質やサービス内容は異なるため、一様に比較することは困難であるが、筆者がGCC各国で通信サービス各種を利用した実感や、現地の日本人ビジネスマンの感想からも、サービス面で大きく不具合を感じることは少ない。

パハレーンにおける固定電話事業の市場開放は二〇〇四年に行われているものの、二〇〇九年の通信部門の収入のうち、固定電話部門は六・〇%を占めるに過ぎない。

しかし、GCC諸国のなかでも固定電話の通信費用は相対的に低いグループに属しており、他のGCC諸国と同様に二〇〇八年から二〇一〇年にかけて大きな料金の変動は見られない。アラブ諸国の平均料金が二〇〇八年から二〇一〇年にかけて低下傾向にあるのに対して、GCC諸国では価格競争がすすんでおり、底打ちの状況にあることが伺える。(表4)

の状況を見ると、二〇〇九年に「ミーナ通信 (Mena Telecom)」、二〇一〇年に「クラコム・コミュニケーションズ (Kulcom Communications S.P.C.)」、「アラブ通信 (Rawabi Telecommunications & Software)」が固定電話業に進出するなど、活発な市場環境が形成されつつある。パハレーン国内における固定電話の契約者は、二〇〇二年の一七万五四四六回線から二〇〇九年第二四半期の二二万九七六七回線と増加傾向にある。しかし、国内電話利用者一人当たりの収入(一月当たり)は二〇〇七年の七・八BDから二〇〇九年第二四半期に七・三BDと収益も低下傾向にある(TRA [2010])。もともと小さな市場に比して多くの企業が競争しており、過当競争の状態である可能性が予想される。パハレーンの固定電話市場には、他の湾岸諸国からは通信料金設定が高いクウェートのゼインとサウジアラビアのSTCのみ参入を許可しており、エティサラトやキューテルのような通信料金で競合するような企業の参入は認めていない。

つぎに、パハレーン通信産業のなかでも中心的な部門である携帯電話事業について見てみたい。パ

ハレーンの第一携帯電話会社バテルコは、GCC諸国の他の通信企業と比較すると必ずしも資産規模としては大きくないものの、安定的に高い収益率を上げており、提供しているサービスも比較的良質であるとされている。バハレーンの携帯電話市場には、二〇〇三年にクウェート資本のゼイン、二〇〇九年にサウジアラビア資本のヴィヴァが参入しており、競争的な市場が形成されている。

携帯電話の利用頻度ごとの月額利用料金を企業別に示したのが表5である。アラブ諸国のなかでもGCC諸国の携帯電話料金は低く、OECD諸国とほぼ同じ水準にある。固定電話利用料金と同様に、UAEの携帯電話料金の価格優位性が抜きんでており、さらにドバイ資本のディーユーの近年の優位性が顕著である。バハレーンの携帯電話料金は、UAEとクウェートに次いで比較的低いグループに分類され、いずれの利用頻度帯でも二〇〇八年から二〇一〇年にかけて料金が低下傾向にあることが特徴的である。

バハレーン携帯電話市場では、一月に五〇回以下、五〇〜一〇〇回しか使わない比較的低利用頻度の

表5 携帯電話料金の推移

(単位：USD/PPP per month)

		2008年	2009年	2010年
携帯電話 (50回以下/月)				
バハレーン	Batelco	14.12	14.20	13.48
	Zain	22.76	13.26	12.49
UAE	Etisalat	10.68	10.68	10.37
	du	9.84	10.51	8.44
サウジアラビア	STC	15.56	17.04	18.37
	Mobily	15.74	13.99	16.60
クウェート	Zain	12.27	11.63	11.50
	Wataniya	15.47	14.66	14.22
カタール	Qtel	17.68	17.36	18.06
	Vodafone	—	—	14.61
オマーン	OmanMobile	15.14	14.45	15.37
	Nawras	15.63	15.39	15.32
OECD平均		17.08	12.77	12.53
アラブ平均		26.35	25.13	23.11
携帯電話 (50-100回以下/月)				
バハレーン	Batelco	29.60	30.28	30.42
	Zain	28.65	28.89	28.21
UAE	Etisalat	27.14	28.42	27.75
	du	27.67	27.07	19.17
サウジアラビア	STC	46.15	45.52	45.53
	Mobily	39.46	39.43	39.45
クウェート	Zain	26.63	40.16	24.14
	Wataniya	44.66	42.31	35.83
カタール	Qtel	43.47	42.48	43.58
	Vodafone	—	—	23.41
オマーン	OmanMobile	38.72	37.97	40.27
	Nawras	35.93	34.91	35.74
OECD平均		32.44	24.51	24.53
アラブ平均		54.44	55.62	41.71
携帯電話 (100回以上/月)				
バハレーン	Batelco	50.78	51.29	51.55
	Zain	48.33	48.71	44.12
UAE	Etisalat	41.05	42.34	41.35
	du	44.32	42.95	35.49
サウジアラビア	STC	71.98	70.95	70.97
	Mobily	59.82	59.77	59.79
クウェート	Zain	43.28	48.35	47.22
	Wataniya	64.52	61.13	58.61
カタール	Qtel	64.30	56.78	57.44
	Vodafone	—	—	45.18
オマーン	OmanMobile	58.40	57.15	58.50
	Nawras	56.47	55.09	56.39
OECD平均		51.03	37.77	34.70
アラブ平均		85.08	85.41	66.90

(出所) TRA資料より筆者作成。

低い利用者にとっては、バテルコとゼインの利用料金の格差は大きくない。一方で、一〇〇回以上のヘビー・ユーザーにとってはゼインのコスト面での優位性は大きくなる。携帯電話の利用頻度の高い現地タクシー・ドライバールやビジネスマンに筆者が聞き取った内容からは、バテルコは固定電話の時代から使っていたので継続的に携帯電話も利用すると同時に、通信サービスの質はやや落ちるものの料金の安さからゼインの携帯端末も利用しているというユーザーを多数見つけることができた。

一月に五〇回以下のライト・ユーザーを対象としたサービスについては、UAE、クウェートと同様にバハレーンでは、熾烈な価格競争が行われ、その結果通話料金が低下している。しかし、サウジアラビア、オマーンでは市場開放による価格競争が起きていないと読み取ることができない。一方で、一月に五〇回以下、五〇〜一〇〇回利用するミドル・ユーザーと一〇〇回以上のヘビー・ユーザーにとっては、バテルコとゼインの通信料金の差が拡大傾向にある、価格競争による価格差の縮小が観察されていない。

既存の大手通信企業が独占していた市場に新規参入した通信企業の経営戦略は大きく分けて三つであらう。第一には低品質低価格戦略、第二には高品質高価格戦略、第三に商品差別化戦略である。たとえ、通信事業のなかでも相対的に巨額の初期投資が必要ではない携帯電話事業でも、国内に散在する利用居住エリア全体をカバーするような安定的な基地局網を形成するには時間を必要とする。したがって、基本的に新規参入する携帯電話企業は、小規模な基地局ネットワークを形成しながら既存の大手企業との市場競争を行わなければならない。結果的に、高品質の携帯電話サービスを提供することは基本的に困難であり、低価格戦略もしくは追加的なサービス

を付加させるなどによる商品差別化戦略を選択せざるを得なくなっているのが実情である。

実際、携帯電話の利用頻度の高い利用者を顧客とする新規参入携帯電話企業が、既存の大手通信企業から市場シェアを獲得するために、商品の差別化を行うことはしばしば見られる現象である。パハレーンでは、表5で明らかに変わったようにミドル・ユーザーからヘビー・ユーザーを対象とするサービスでは価格による競争が行われていない。パハレーンでは他のGCC諸国の携帯電話市場と同様に、通常の通話・メールサービスに追加して、^{ひい}鬚のサッカーク・チームの試合情報を配信するサービスやボイス・メールサービスなど多種多様なオプションを追加する差別化戦略が見られる。上述のデータは、こういった商品差別化戦略を裏付けているかもしれない。

最後に、インターネット通信料金について比較を行いたい。各国で利用できるADSLの通信速度の基準が異なるため、単純比較は困難である。そこでMB/sを基準に低速度通信と中速度通信に分類し、各国毎に居住者の利用料金を比較したものが表6である。

表6 インターネット通信料金の推移

(単位: USD/PPP per month)

		2008年	2009年	2010年
低速度ブロードバンド (1MB/s以下)				
パハレーン	64/256B	41.31	41.54	41.74
UAE	64/256B	38.03	30.79	30.78
サウジアラビア	128/256B	-	66.95	68.14
カタール	128/512B	73.25	-	-
オマーン	128/512B	53.38	57.64	59
欧州平均	-	33.71	29.82	40.42
アラブ平均	-	147.96	137.08	105.64
中速度ブロードバンド (1-4MB/s以下)				
パハレーン	256/1024B	161.9	162.8	102.67
UAE	256/1024B	92.47	92.54	92.5
サウジアラビア	256/1024B	-	129.46	93.98
カタール	128/1024B	109.88	75.33	78.37
オマーン	128/1024B	-	83.68	85.66
欧州平均	-	40.81	37.66	33.07
アラブ平均	-	264.83	150.55	135.11

(出所) TRA資料より筆者作成。
(注) クウェートのデータは入手できなかった。

まず固定電話、携帯電話と同様にGCC諸国の通信費用の低さが指摘できる。アラブ地域のなかでは、特に低速度通信では六割から七割ほど通信料金が低い。欧州平均と比較しても、パハレーンではほぼ同水準の低コストで通信サービスを提供している。特にパハレーンの中速度通信では料金が低下傾向にあり、UAEの低速度通信とカタールの中速度通信と同様に、自由化による通信費用の低下もしくは効率的な通信サービスの提供が可能になりつつある。一方で、パハレーンの低速度通信については、サウジアラビアの低速度通信、UAEとオマーンの中速度

通信と同様、顕著な料金の低下が見られず、市場開放による価格低下効果は現れていない。

●まとめ

マナマの中心地である「パハレーン門」の並びにはバテルコ・タワーが大規模な支店を構え、周囲一〇〇メートル以内にゼイン、ヴィヴァの支店が集中し、「パハレーン門」の内側には携帯端末とSIMカード、携帯関連アイテム(カバーやデコレーション等)などを扱う小売店が所狭しと軒を並べている。また、人が集まる夕時には、各携帯電話会社のスタッフが大量の携帯端末を抱え、人垣のなかで活発な値引き合戦が行われている。こうした通信企業間の熾烈な競争は他のGCC諸国でも観察されることであるが、その成果が利用者の便益と通信企業の安定的な成長に繋がっていかどうかについてはさらなる分析を必要とする。

本稿では、通信産業の自由化が早期から行われ、近年通信部門の急拡大が顕著なパハレーンを中心に、自由化政策の成果について分析を行った。その分析結果は以下の通りである。第一に、パハレーンの固定電話事業について、市場規模は縮小傾向にあるものの、すでに数多くの新規参入企業が市場競争を繰り広げており、残されているパイは少ない。長期的に安定的な固定電話サービスを提供するために企業間の整理統合による利益確保が必要となりうる。

第二に、携帯電話事業については、通信産業のなかで収益性の観点からもっとも魅力的な市場である。本稿では、通信産業の自由化が早期から行われ、近年通信部門の急拡大が顕著なパハレーンを中心に、自由化政策の成果について分析を行った。その分析結果は以下の通りである。第一に、パハレーンの固定電話事業について、市場規模は縮小傾向にあるものの、すでに数多くの新規参入企業が市場競争を繰り広げており、残されているパイは少ない。長期的に安定的な固定電話サービスを提供するために企業間の整理統合による利益確保が必要となりうる。



SIMカード小売店の携帯電話SIM価格

り、参入企業の経営戦略次第では利益を確保することができる。しかし、過度の価格競争は企業の収益構造を圧迫し、利用者にとって安定的な通信サービスの提供が困難になるケースも起こりうる。今後、バハレーンの携帯電話市場がさらに拡大し、利用者の利用頻度が拡大していくとすれば、利用頻度の低い利用帯で行われている価格競争が困難な状況になっていくことが予想される。

第三に、バハレーンのインターネット通信市場については、低速度通信において利用料金が硬直的で価格競争の余地が残されている。低速度通信では、効率的な通信サービス提供のためにさらなる競争的な市場整備が必要である。一方で、中速度通信については、利用料金が低下傾向にあり、市場競争が推進されている可能性が認められる。バハレーンのインターネット通信市場をさらに拡大して行くためには、高速度通信を可能とするための積極的な設備投資を行い、新規参入企業を増大させることももうひとつの課題となると考えられる。

GCC諸国の通信産業の自由化は二〇〇〇年代に入ってから開始

され、バハレーン・UAEを先頭に現在進行中である。特にバハレーンは二〇〇九年に第三携帯電話会社であるヴィヴァの参入を認め、さらなる市場開放に努めている。その結果、各通信企業の支店や小規模の小売店で、携帯電話端末・SIMカードともに熾烈な競争が行われており、活況を呈している。人口の希少性から製造業等の労働集約型の産業が育成しにくいGCC諸国にとって、通信産業は魅力的な産業であり今後も成長が期待される産業である。

しかし、規制なき過当競争は各企業の収益を圧縮し、持続的な経営を危険にする可能性がある。通信産業はインフラ産業という面も持つており、必ずしも完全な自由競争が適しているとは限らない。矮小な国内市場を持つ新興市場国にとって、競争的な市場整備と適切な規制による監督は重要な課題であり、バハレーンの通信市場の今後の成果は監督当局の手腕にかかっている。

(さいとう じゅん／アジア経済研究所 中東研究グループ)

《注》

(1)ムムタラカ持株会社はバハレーン政府により二〇〇六年に設立された投資会社である。バハレーンの脱石油経済の推進を主な投資目的としている。

(2)GCC諸国の大手通信企業の二〇〇九年の総資産利益率はそれぞれ、エティサラト(二二・四%)、ディーユー(二・八%)、ゼイン(三・四%)、サウジ・テレコム(九・九%)、キューテル(三・三%)である。なお、二〇〇六年から二〇〇九年にかけては新興のディーユーを除いて、収益率は低下傾向にあったが、バテルコについては比較的収益率の低下幅は小さく、安定的な収益を上げている。

《参考文献》

① 齋藤純「二〇〇九」『湾岸諸国の産業構造と企業の資金調達構造』土屋一樹編『中東における民間企業の成長と課題』(調査研究報告書)

② 春名章二「二〇〇九」『産業組織論』中央経済社

③ International Telecommunication Union [2010] "Information Society Statistical Profiles 2009,"

International Telecommunication Union

④ Telecommunications Regulatory Authority (TRA) [2009] "The Telecommunications Law of the Kingdom of Bahrain," Telecommunications Regulatory Authority.

⑤ [2010] "Telecommunications markets indicators December 2010," Telecommunications Regulatory Authority.