

2008 Study Tour 中華電信(CHUNGHWA TELECOM) 訪問記録

概要

日時： 2008/09/15(Mon), 10:00-12:00

場所： 中華電信オフィス

21-3 Hsinyi Road, Section 1, Taipei, Taiwan

担当者： 通信部門、マーケティング部門、広報部門、企画部門の担当者、計 5 名

議事： 会社紹介、質疑応答

中華電信の紹介

- 台湾のブロードバンドマーケットにおいて、今最も伸びているのは FTTx。DSL の普及はかなり進んでいる。
- 通信業界は規制産業だが、毎年のように規制が緩和されている。
- テレコムサービスの普及率では、Mobile が一番。100%を超えており、2 台以上保有している人がいることが分かる。普及率は Mobile、ブロードバンド、固定電話、インターネットの順。
- ビジョンは「Focus on Core Business and Create Values」「Create Values for Employees, Customers, Shareholders, and Society」
- CHT の年間売上げは NT\$197.4bn
- 従業員数 24,567 人 (2008 年 7 月時点)。その 28.5%が固定網に、24.6%がデータ通信に、35.9%がモバイルに従事している。
- 海外拠点はタイ、ベトナムにある。
- 台湾におけるフルサービス提供企業としては No.1 であり、さまざまなサービスを展開している。
- サービスの例。ADSL、WLAN、FTTx、IP-VPN、IPTV、SMS、Mobile Internet、3G WCDMA、3.5G HSDPA、など。
- 売上比率で見ると、インターネット&データサービス 24.6%、モバイル 35.9%、固定電話 28.5%である。
- 株主構成で見ると、外国株主 44.8%、政府 35.6%、国内 19.6%。TSE と NYSE に上場している。
- Financial Result を見ると、EPS が安定していることが分かる。
- 売上比率はここ数年で変わってきており、2000 年には固定電話 64%、モバイル 23%、インターネット&データサービス 11%だったものが、2007 年には固定電話 30%、モバイル 37%、インターネット&データサービス 25%になっている。
- NGN Service Provider、Corporate Governance Awards 2007 などを受賞。
- 企業戦略
 - Deliver High Quality Service
 - Explore Business Alliance Opportunities
 - Improve Operational Efficiency and Cost Control
 - Maximize Shareholder's Value
 - Focus on Core Businesses
- オペレーションの優先順位は、創造的であること、環境に配慮して炭素を出さないこと、コアビジネスにフォーカスすること、の順である。
- Do the right thing at the right time with the right people.

- ・ モバイルサービスでは 2008 年以降、HSUPA、LTE の展開へ。
- ・ 結論
 - テレコムのビジネスパラダイムは、ネットワークやサービス、ひいてはカスタマー・セントリックに移行しつつある。
 - そこでの勝者は、「IT とコミュニケーションの統合 (ICT)」「固定網と移動網の収束 (FMC)」を受け入れたプレーヤーであろう。

質疑応答

Q. PHS を提供しているか？ 提供しているなら、データ通信も扱うのか？

A. 提供している。ただし、ちょっとしたトラブルが先日あった。PHS では音声通信が主であり、病院内での通話等に使われている。

Q. 2003 年にモバイルのユーザ数が落ち込んでいるのは何故か？

A. 当時、2 回線保有していたユーザが 1 回線に統合したから。その後、契約者数は増加している。台湾では 2 つの携帯電話、2 つの SIM を持っているユーザも多い。

Q. 3G での FMC の普及が日本よりも遅いように見えるが？

A. 290 万人が 3G の加入者で、その 70% が 3G の携帯を持っている。

Q. 2G と 3G で価格は違うのか？ ターゲットとする顧客は？

A. 価格差は小さい。ターゲットとするのは第一に企業ユーザ、第二に若年層である。

Q. WiMAX のライセンスは取得しているのか？

A. No。まず、第一ステージとして、技術的な評価を行う予定である。ライセンスフィーも発生するが、昨年は 6 つの事業者がライセンスを取得した。政府としても、6 つの実証実験に取り組んでいる。

Q. タイとベトナムへの進出について

A. それらの国にはオフィスを構えている。他にもジョイントベンチャーとして、NTT との海底ケーブル関連企業があるが、まだ始まったばかり。

Q. 固定網のシェアが非常に大きい？

A. 他に 3 つの固定網を提供する企業があるが、確かにシェアは大きい。彼らは、長距離電話網の売り上げが小さく、企業に特化している。いずれにしても、固定網の時間課金は、利益が薄い。

Q. モバイルのメインターゲットと、主なアプリケーションは？

A. 小さな企業がメインターゲット。アプリケーションはモバイル・インターネットと、ring back tone が最もポピュラー。

Q. E コマースについてはどうか？ 例えば、Felica チップ内蔵端末などは？

A. いくつか実験しているところである。しかし、NFC のチップ内蔵端末は持っていない。

Q. 日本では IPTV が苦戦している、台湾ではどうか？

A. 最大の競争相手はケーブル TV である。

Q. 中華電信は多くのコアビジネスを持っているが、コアの中のコアと言えるビジネスはどれか？

A. 難しい質問だが、全てのコアビジネスはコアの中のコアと言ってよい。我々は通信業者なので、これらのビジネスは全て重要である。

Q. 日本にはモバイルの公式サイトがある。しかし、それ以外のサイトもだんだん増えてきて、境界があいまいになった。台湾の状況は？

A. 公式サイトはあまり使われていない。携帯電話での e コマースは、台湾では始まったばかりなので、そういう現象は見られない。

Q. 株主に占める外国人の比率は？ 彼らはどのように振舞うか？

A. 半分くらいの株式は、外国の投資家が所有している。彼らは、将来の戦略と分配金について興味を持つことが多い。我々の多くの剰余金を、株主に移転するように求められる。

Q. Mobile と PC からトラフィックの比率は 15:85、日本では、台湾では？

A. 台湾のケータイはメッセージとかがメインなので、比率は小さい

Q. 3G サービスにはインターネットサービスついていますが、どのように使われているか？

A. 基本的には、音声通話に使われているが、写真を送ったり、社内の公文書を発信したりしている。10% くらいのトラフィックはモバイルのオフィスアプリケーションである。

Q. スマートフォンのデータ通信は人気があるか？

A. 基本的には電話として使っている。GPS は有用なアプリケーションだと認識されている。

Q. 日本では中高生の SNS (モバゲーのこと) が流行しているが、携帯環境での SNS 利用状

況は？

A. 台湾では、大学生から SNS を利用するのが一般的であるが、台湾での携帯インターネットは高額であるため、利用することは少ない。

以上