

ロングラインと

ニュービジネス

の展開……………30

Telecom Italia と海外事業

—南米に強く、
EC圏も手堅く—

田村紀雄

東京経済大学名誉教授・社会学博士

技術の国

—ダビンチ、マルコーニ、
オリベッティ—

イタリアは、この一年、世界の眼を集めた。オリンピック主催国、サッカー・ワールドカップの優勝、「ダビンチ・コード」etc. というわけではないが、オリンピック直後の比較的シーズンオフの時期に、イタリアを踏査した。ローマからポローニア、ヴェネツィア、ミラノへ約2週間。官庁、大学、博物館、文書館、それにワイナリー。

目的のひとつが、ダビンチの活躍した時代から500年を記念して建設された博物館。情報技術の粋で固められている。ダビンチからして、交通・通信、情報の技術的發展にめざましく寄与した。

イタリアは、フィリップスやアルカテルのような巨大な通信メーカーも、ATTやC&Wのような情報通信のメガ企業もないが、通信技術への貢献は歴史的だ。マックスウェル（電磁波理論）、ヘルツ（周波数に名が残る）にならんで、イタリアではマルコーニ、アントニオ・ムッチチの名が浮かぶ。電話開発のA. ムッチチへの顕彰運動が近年盛んだ。

このイタリアのものづくりの伝統は、たしかにダビンチ以来なのだが、ダビンチ博物館に集積している情報通信機器のプロトタイプやモデルのヤマをみても、その感はさらに深い。マルコーニの無線通信機、オリベッティのタイプライター、楽器、時計、カメラ、オルゴールその他多数。これらはいずれも今日の通信事業の基幹部分なのである。

たとえば、オリベッティを考えてみよう。ワープロや

PCのワードが普及した現在でも、オリベッティを愛している人は結構多い。私もこの30年間ほとんど使わないのに、そのポータブルを捨てがたく、書斎の隅にある。電気通信ビジネスでも、日本で普及しなかったがテレックス通信の端末は、タイプライターだ。

そのオリベッティ、イタリアの代表的な電話会社「テレコム・イタリア」グループ(TIG)の子会社である(第1図)。一時は、アメリカの電話会社に支配されたが、イタリアに取り戻した形だ。技術をもっている生産拠点は、いつでも生き残れる代表的な例だ。技術を独占して高収益をあげても、次の世代の技術開発を疎かにしていたため、歴史から消えた企業が多い。オリベッティはインクジェット、デジタルプリントシステム、ゲームや宝くじ金融システム、電話機器修理などの分野で技術革新を続け、生き残ったばかりか、オリベッティ・グループとして2005年度は、売り上げは4億5,200万ユーロを記録している。

TIGがオリベッティを活用しているのは、その技術だけではない。オリベッティの名で、長年、全世界の人々に親しまれてきたブランドと、その販売、サービス網を手に入れたことだ。テレコム・イタリアが、ほとんど全世界に営業拠点をもてたことにも一理ある。

第1図 職人芸の情報機器
イタリアの生んだタイプライターのプロトタイプ



(出典: Museo L. da Vinci)

第2図 M.T. フロペーラ
(Telecom Italia 会長)



出典：同社

ファッションとデザインの国、ベネトンも「ケータイ」も……

それでは、「テレコム・イタリア」の現況はどうか。ヨーロッパ第2位の堂々たる会社。M.T. フロペーラ会長（第2図）のもと、2005年度の売り上げ299億ユーロ。同年にメディア企業との合併もあり、順調そのもの。もともとは独占的な国営企業だったが、民営化された。一私企業となると、国家の保護の上に胡座をかいているわけにゆかぬ。そこで、合併、リストラ、新事業、さらに大規模な機構改革が行われた。

従来の回線提供業務の高収益化（インターネットや移動電話サービス）、アプリケーションの統合、新しいビジネスへの参入などだ。この新規事業は「Telecom Italia」の頭文字をとって、TIBCO社としている。同社のホームページでは「TIBCOのソリューションを使用すると、企業の競争力が高まる」と宣伝している。しかし、これはTelecom Italiaの本来の仕事ではない。

固定電話事業の減少分を補う仕事も盛んだ。TIGの最新の株主報告書によると総収入のうち、通常の加入回線の占める割合は59.5%（2005年度）、移動体通信が43.3%で、わずかの差しかない。これは各国共通である。イタリアでは特に移動体の伸びは、前年度に比べて2.2%もポイントが上がっている。オリベッティは、売り上げ、比率とも、やや下降している。これはオリベッティが世界で持っている権益の一部を、その国の業者

に売り渡して、スリム化した結果である。グループ全体の売り上げは第1表のとおりだ。

通常の加入回線が大きく増えるということは、いずれにしても考えにくい。飽和状態だ。イタリアも国内の加入回線は、わずかであるが減少している。2005年末には、1年前に比べ90万回線ほど減少している。全体の3.6%である。それでは、どこで収益を上げるのか。

- ① BB化である。ブロードバンドは、1年で259万回線分（58.5%）も増大させた。在来事業の高度化だ。
- ② 海外へのアクセスラインの飛躍的増大である。1年間で1,150万回線（29.1%）の増加だ。これはEU加入の大きな効果と考えられる。
- ③ 新しい「ケータイ」機器（第3世代のUMTSなど）、IPTVの端末などの開発。そこは、デザインの国、見た目もすばらしい。

「milano design 2006」はじめ、産業デザインのプレゼンには、中国から多数のビジネスマンが押しかけていた。さて、

キービジネスの移動体通信は堅実だ。この1年に実に23.2万（8.8%）加入の増加だ。特記しておきたいのは、加入者は2004年度に、移動体通信が地上回線加入を抜き去っていたことだ。この開きはさらに広がっている。これも、各国共通である。

EU成立で人々の往来が自由になり、移動、移住が激しくなった昨今、移動体通信の比重、役割は想像以上である。国際列車の中で、国境を無視した会話が大声で響きわたっていることなど、島国日本では考えにくい（第3図）。さらには、南米やアフリカでの産業展開がある。特に南米は強い。アルゼンチンなどイタリア系移民が多く、通信に限らずあらゆる分野で、イタリア系移民が活躍しており、父祖の国のビジネスや文化と、固く結びついている。

ヨーロッパの多くの国や中国など海外に長年多数の移民を送り出しており、それらが、それぞれの移住先で、しっかり「地の塩」になっている。海外に移住した子孫をどんどん日本へ、目先の労働力不足解消だけを目的に、呼び戻しているのところがう。

Telecom Italiaで注目したいのが、メディアを子会社に持つことである。

イタリアでは、通信と放送との融合の第一歩が、早くもスタートした感がある。

テレビのチャンネル「La7」と「MTV」は、テレビ中継網を通じてコンテンツが制作され、放送されている。サテライト経由のデジタルTVの「ペイ・パー・ビュー」（一本一本の契約切り売り放送）

第1表 テレコム・イタリア グループの部門別収入

		Wireline	Mobile	Media	Olivetti	Other Activities	Adjustments and Eliminations	Total Group
(millions of euro)		(1) (2)		(1)	(4)	(2) (3)		
Revenue	2005	17,802	12,963	180	452	1,680	(3,158)	29,919
	2004	17,431	11,712	168	590	1,635	(3,244)	28,292

（出典：同社株主報告書）

の運営、AP Com による TM News (イタリアの代表的ニュース通信社) など、放送の手段からプログラム内容まで、相当包括的である。これも日米にまだないビジネス・モデルといえる。

「メディア・ビジネス・ユニット」の雑多な事業をこの1年整理した結果テレビ放送とニュースサービスに集約された。たとえば、このユニットは、コールセンター、テレマーケティング、電話販促などの事業は、Com data 社に売却した。EU圏の拡大と整備、長距離通信網の拡充と通信料金の低下によって、コールセンターやテレマーケティングの仕事は、イタリア国内だけで、いわんやテレコム・イタリアが行っている理由はなくなったのである。いわば、もっともグローバル化したサービス業務だ。これは各国に共通する。

また、「データバンク」事業も、「Cantrale dei Bilanci」社に売却した。かわりに「Virgilio」(経済web) や、「Elefante TV」などへの投資を行った。TV局への投資は、いうまでもなく「トリノ・オリンピック」や「サッカー・ワールドカップ」を控えて、スポーツ番組を強化し、

海外へも中継するためであった(第4図)。

TIG は、「勢力圏」下の外国や、主要都市との国際通信を手がけているが、いくつかの国の電話会社に出資、技術援助、サービス提供で結びつきをもっている。その「勢力圏」が南米だ(第5図)。

たとえばボリビア。「Entel Bolivia」。人口700万人そこそこの、経済的に立ち遅れて、内戦も長かった国だが、なんといってもカトリックである。言語もスペイン語。ケチュアやアイマラといった先住民族のことが併存しているが、イタリアとは深い関係だ。この電話会社に投資して、地上回線の増設、移動体通信(2005年には144万加入、前年比26.3%増)、フリー・ダイヤルアップ・インターネット、付加価値通信の導入によるイエローページ案内の高度化などを達成させた。圧巻はテレコム・イタリアの100%子会社のボリビア国際電話会社「ICH」の同国への大きな投資である。EUの諸国との通信の機会向上に資した。

アルゼンチン。「テレコム・アルヘンチーナ」の株の約14%は、「テレコム・

第4図 TIM社のメディア事業案内書 ニュース、スポーツと幅広い…



イタリア」が「ノルテル投資」会社等を通じて握っている。アルゼンチンは、むろんローマ・カトリック。スペイン語が共通語だが、国民の出身国ではイタリアが肩をならべる。1980年代に思いきった行政改革と規制緩和を実施して、国営企業を民営化した。アルゼンチン人にいわせると、「軍隊と国会を除いて、全部切り売りした」と酷評だが、この経済改革によって、国内経済も伸び、隣国ウルグアイ、ブラジル、パラグアイと4国で「メルコスルー」(南米のEU)を実現、今年、新たにベネズエラを加えて、世界有数の自由市場を実現させることができた。その最貧国に近いパラグアイの地上加入回線の増設のために「テレコム・アルヘンチーナ」は、この1年で3,600回線を増設(合計348万回線に)させ、移動体通信も56.8%増というから、「テレコム・イタリア」は、この国へも強い影響を及ぼしていることになる。

ブラジル。いうまでもなく南米随一の大国。「ブラジル・テレコム」(BTG)を「テレコム・イタリア」は、「ソルパート」投資グループを通じて38%所有する。BTGは同国の「リージョン2(地方)」(パラナ州など10州)、人口の23%を占める4,300万人に総合的な通信サービスを提供する。そのうち101万人には、BBサービスが行われている。ブラジルは、移動体通信・ロングライン事業が、いずれも複数社存在するため、政府規制庁(ANATEL)は、そのオーバーラップ部分の解決の指導に乗り出している。

第3図 「ケータイ」ショップはどこにでも…



撮影：筆者(ローマ)

第5図 Telecom Italia の海外「勢力圏」

出典：同社株主報告書

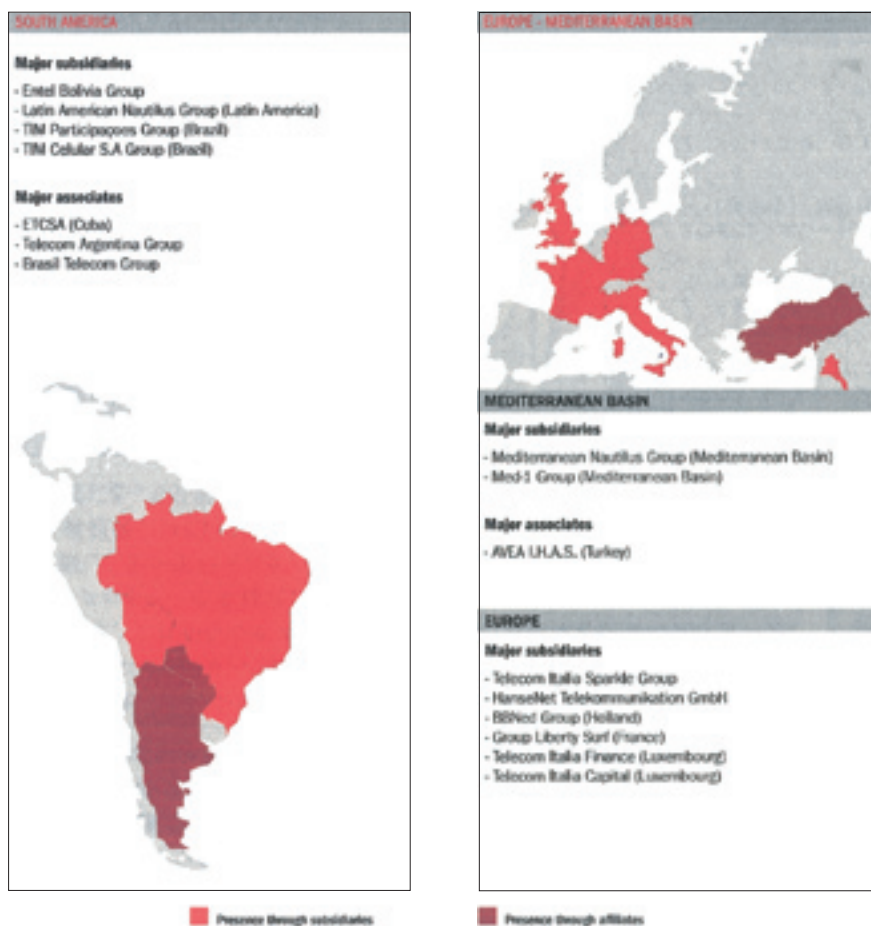
これは、規制緩和の揺り戻しとも見られる。ベネズエラとならんで市場自由化へのブレーキと、アメリカが気をもんでいる動きだ。引き続き複数企業が激突している日本、EU、米国とは異なる。

人口減を補う観光客と移民

イタリアでの通信企業の台風の眼は、やはり移動体通信である。それもEU圏でまず直面する。英国バーミンガム大学のS.リトルチャイルド教授の研究に、EU各国の移動体通信の1分あたりの収入比がある。ドイツ35（セント）、スペイン27、UK22、フランス17（因みに日本は32）、フィンランド16。また1か月あたりのユーザーの使用時間は、フィンランド258（分間）、フランス225、スペイン135、イタリア120、ドイツ76（因みに日本は154分）。電話は安くなれば利用時間が長くなる、という法則があったわけで、イタリア人よりフランス人の方が2倍、お喋りというわけでもない。

移動体通信の普及は、今後は必然的に「公衆電話ボックス」の使用低下につながるという法則がある。維持コストと、一部の外国人による電話カード偽造に手を焼いた日本などが、一斉に撤去した時期があった。しかし、イタリアは、通信省（IMC）の行政指導（ユニバーサル・サービス）により、各都市の鉄道中央駅（セントラレ）には必ず設置することが義務づけられている。イタリア国鉄は存外に几帳面、かつ合理的な運賃で、日本国同様、庶民の足になっているから、この措置は歓迎されている。イタリアで感心したひとつに、この公衆電話ボックスがある。さすが「ベネトン」などのデザイン国、駅等に並ぶ公衆電話のインダストリアル・デザインはすばらしい（第6図）。機能的には、いまひとつだが。

「イタリア・テレコム」やイタリアが直面している大きな問題は移民である。EUの中がフリーパスになったこと、



地政学的に北アフリカやアルバニアからの移民の多いこと。

さらに無数の観光客（狭いイタリアには、世界遺産が四十数箇所もある）の通過。これらが様々な社会問題を孕みつつ、実は、電話産業、特にロングラインと移動体通信

を支えている、ということ。VodafoneとTIGが凌ぎを削りつつ、新しい移住者、留学生、単身赴任者へ、固定式電話に加入することなく、移動体通信の

第6図 斬新なデザインの電話ボックス



撮影：筆者（ヴェネツィア）

購入を促進させての下支えである。この新ユーザーが、今後のイタリア通信事業の将来を左右することになる。

（たむら・のりお）