



# 情報通信 事情

JETRO



## インド チェンナイ

### BOP層実態調査レポート

インドは、携帯電話契約数で世界第2位、インターネット利用者数で世界第3位である。2011年12月現在、インターネット契約者は1億2,100万人を超えている。また、事業者間の競争が激しいため、料金は世界で最も低水準にある。

2001年末に4,100万回線だった電話契約件数は、2012年5月末に9億6,090万回線に達している。契約件数の増加のほとんどは携帯電話で、2012年5月末時点で9億2,937万回線であった。これほどの急成長が可能になったのは、政府が様々な建設的な決定を下し、官民両部門が協力し、情報通信機器市場への容易なアクセスと、手頃な価格で消費者にサービスを提供する枠組みを提供した結果である。

インドの情報通信部門は大きな成長を遂げたとはいえ、地方と都市の間に未だにある程度のデジタルディバイドが存在する。しかし、政府と通信事業者の努力もあって、この2年間にデジタルディバイドは縮小している。

下の表は、2012年5月末現在の情報通信契約データである。

情報通信契約				インターネット(2012年)
項目	無線	有線	合計	
契約者数(100万人)	929.37	31.53	960.9	一般家庭のアクセス比率 10.2%(~1億2,100万)
純増数(100万)	8.35	-0.36	7.99	ブロードバンドアクセスの比率 1.18%(~1,431万)
月間増加率(%)	0.91%	-1.13%	0.84%	サービスプロバイダー総数 155
都市部契約者数(100万)	596.98	24.22	621.21	
都市部契約者純増数(100万)	2.53	-0.24	2.29	
月間増加率(%)	0.43%	-0.99%	0.37%	
地方部契約者数(100万)	332.38	7.31	339.69	
地方部契約者純増数(100万)	5.81	-0.12	5.69	
月間増加率(%)	1.78%	-1.58%	1.71%	
情報通信普及度	76.68	2.6	79.28	
都市部	162.57	6.6	169.17	
地方部	39.35	0.87	40.21	
都市部契約者の比率	64.24%	76.82%	64.65%	
地方部契約者の比率	35.76%	23.18%	35.35%	

出所: インド電気通信規制庁 (TRAI)

JETRO



## 固定/携帯電話

インドでは、固定電話より無線電話が普及している。無線電話の急速な成長に伴い、有線の成長は停滞した。しかし、ブロードバンドインターネットの普及に伴い、通信事業者は有線サービスにおいてある程度の成長を見込んでいる（ブロードバンドは有線電話とセットになっている）。国営通信サービスプロバイダーBSNLは、地方部に最も深く食い込んでいる。

※ブロードバンドは、通信速度256kbps以上のインターネット接続と定義される。

携帯電話通信サービス事業者 上位5社(単位:100万人)		インターネット接続業者 上位5社(単位:100万人)	
1.	Bharti (181.28)	1.	BSNL (12.64万)
2.	Reliance (153.05)	2.	RCIL (3.57万)
3.	Vodafone (150.47)	3.	MTNL (2.54万)
4.	Idea (112.72)	4.	Bharti Airtel (1.38万)
5.	BSNL (98.51)	5.	You Broadband (0.42万)

出所: TRAI

## サービスの提供拡大

インド電気通信規制庁 (TRAI) によれば、インドの農村の91%に、少なくとも1社の事業者が参入している。全体では、3社の事業者がサービスを提供している農村が51%、4社の事業者がサービスを提供している村が31%となっている。政府は地方部での普及度改善に向けた計画を検討している。

貧困層 (BOP) 市場向けの課題:

- **機器を手の届く価格にすること**: 携帯電話機は1,000ルピー (約18米ドル) 以下で入手できるとはいえ、貧困層と地方の世帯にとってはまだ高価である。
- **有用な携帯電話用アプリケーションの開発**: 地方部の識字率は非常に低いため、現地語でコンテンツを開発し、使いやすいアプリケーションを設計することが重要である。現地語で地域の天気予報や穀物の市場価格を提供するアプリケーション等の開発が、地方での普及を促すだろう。
- **使いやすさと価格**: 貧困層と地方の消費者は金額に見合う価値かどうかを判断基準とするため、使いやすく安い利用料金の端末を選ぶ。この層にとっては、付加価値サービスは最優先事項でない。



## 顧客の意見と考え方

貧困層の消費者は低価格の携帯電話機とサービス(低料金の通話とメール)を強く求めている。漁民は携帯電話とGPSを利用しているが、仕事をサポートするアプリケーションや、漁民も農民も利用できる気象情報のアプリケーションがあればありがたいと思っている。

インドの情報通信普及度は高く、多くの人々が恩恵を受けている。多くの世帯が1台の電話を所有し、これを家族全員が使用している。携帯電話の共有に関するデータはないが、固定電話や携帯電話をコミュニティが共用する例は知られている。携帯電話の普及に伴って、携帯電話の充電が、何らかのバックアップ電源(変換機/発電機等)を持つ地方の小規模事業者のビジネスチャンスになっている。

## インタビュー結果

P氏 (Mammallapuram在住)

P氏は、27年にわたって漁業に従事している。海上での自分の位置を判断したり、魚が採れる場所や危険な場所のマーキングするためにGPS機器を利用している。漁師仲間の一人が携帯電話にGPSアプリケーションを入れたが、役に立たなかったため、別のGPS機器を購入しなければならなかった。漁師たちは積極的に携帯電話を使用し、他の漁民に適切な最新情報を提供している。

P氏はGPS機器の恩恵を受けており、携帯電話にも同様に役立つ機能がついていればと考えている。



S氏 (チェンナイ市Alwarpet在住)

S氏は、この2年間、お茶とコーヒーの販売を営んでいる。移動販売のため、路上販売だけでなく、営業地域のオフィス客にも商品を販売する。メール機能のついたベーシックな携帯電話を使用し、顧客からの出前注文を受けている。移動が楽で簡単に利用できるため、顧客獲得とサービス提供に役立っている。これは携帯電話がなければできないことである。

Sh氏は、携帯電話を使い始めてから顧客が増えたという。

JETRO

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。