



2019年3月期

会社説明資料

株式会社アイ・ピー・エス

証券コード 4390

企業理念

OPEN DOOR

私たちは、いまだ誰も突破できていない障壁のある生活に密着した分野で、誰よりも先んじて事業機会を創造し、事業を展開し、産業構造を変え、あるべき社会を実現してまいります。

経営目標

「共生社会の実現」

少子高齢化の中では、移民の受け入れは不可欠であり、多様な価値が調和していく社会の実現を目指します。

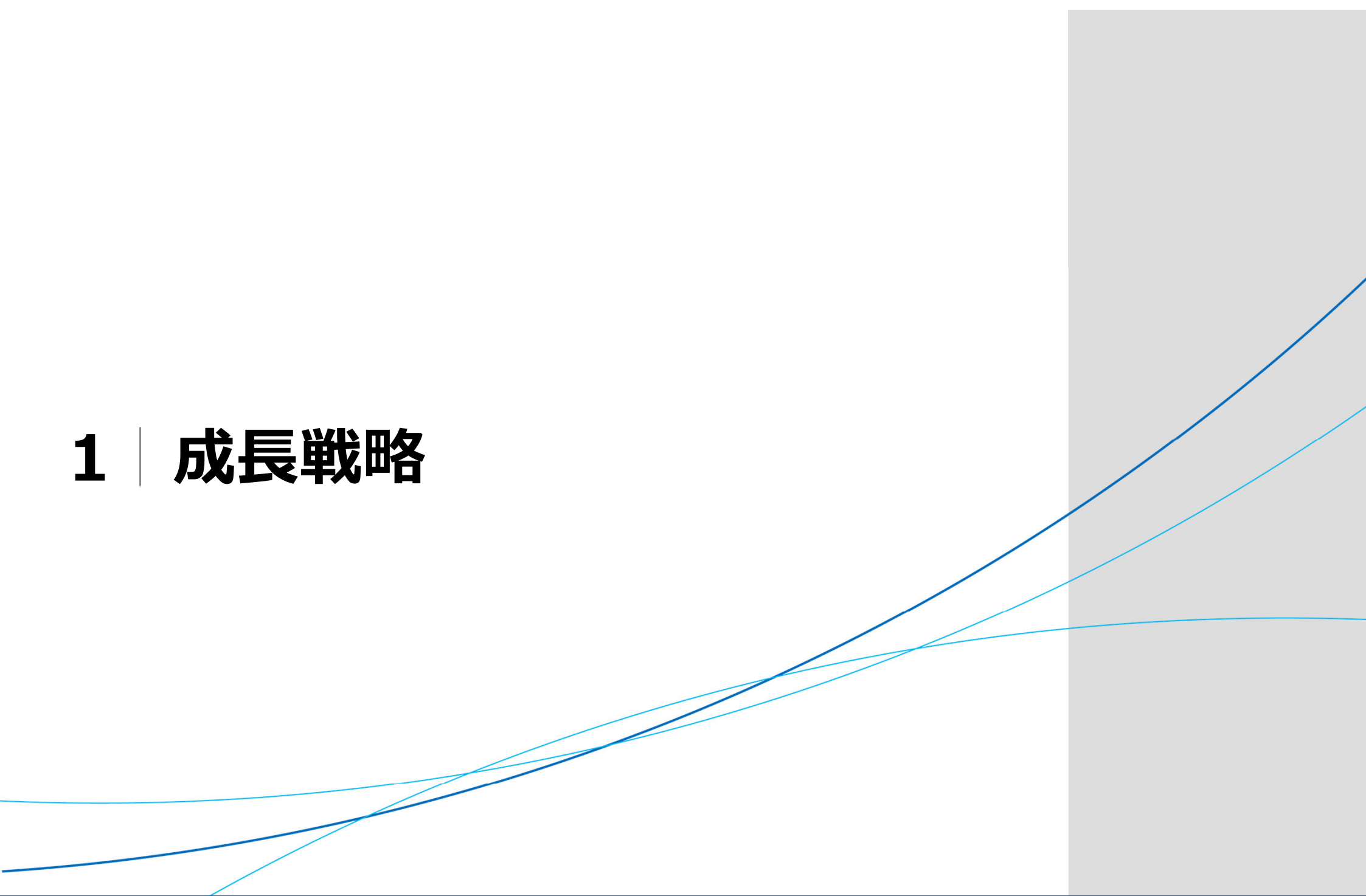


1 | 成長戦略

2 | フィリピン通信事業の市場環境

3 | 会社説明資料

1 | 成長戦略



家庭用ブロードバンドサービス

大手2事業者年間売上推移 (単位百万ペソ)

	2015	2016	2017	2018
PLDT	12,338	14,896	18,054	26,733
Globe	11,320	14,680	15,645	18,543
合計	23,658	29,576	33,699	45,276
	100%	125%	114%	134%

表 各社のアニュアルレポートに基づいて作成

1年でマーケット規模が、
700億円から1,000億円に急拡大
(1フィリピンペソ=2.2円)

- 主要都市中心のGlobe殿ではなく、PLDT殿の売上が拡大しており、全国的に需要が伸びている。
- 家庭用市場の担い手であるCATVも、同様にブロードバンドの需要が拡大している。

急拡大する家庭用ブロードバンドサービスの回線需要をどう取り込むか。

A: CATV事業者のサービスの競争力の向上

- **帯域を供給して、競争力を向上**
より多くの帯域を使って、大手事業者に品質で負けないサービスを提供させ、エンドユーザーを獲得させる。
- **光ファイバーを供給して、競争力を向上**
大手通信事業者のマニラでの光ファイバー化に備えて、マニラで敷設した自社サービス向け光ファイバーを、CATV事業者に提供。

B: より多くのCATV事業者へのサービスの提供

地方のCATV事業者と当社を結ぶ回線を整備して、各地のCATV事業者の需要を取り込む。

- **ルソン島内自社回線運用開始**
マカティーオロンガポ間の回線開通 沿線に15社
- **ミンダナオでの自社回線敷設**
沿線に130社

法人用ブロードバンドサービス

大手2事業者年間売上推移（単位百万ペソ）

	2015	2016	2017	2018
PLDT	21,410	22,815	26,240	28,037
Globe	7,698	9,873	10,288	11,782
合計	29,108	32,688	36,528	39,819
	100%	112%	112%	109%



法人は、既にインターネットも普及しており、飽和している。

それでも**年間10%程度の成長**を続けている。

帯域保証のサービスを必要とする顧客もいて、通信量の増加に従ってキャパシティを得る必要があることが理由

成長を持続する法人用ブロードバンドサービスに向けて

法人向けブロードバンドサービスの優位性

1) 冗長化されたネットワーク

サービスが止まることが許されないBPOにとって、従来の事業者の二重化されていないネットワークは不安。

2) 料金

大手通信事業者の1/2程度の料金設定

3) 大手2事業者ユーザーのリプレイス

通信事業者は、技術が優先し、営業が後回しになりがち。当社グループでは、コールセンター出身のアグレッシブな営業要員が日々訪問営業しています。

地権者と提携した回線敷設の推進

1) MACEA

MACEA（マカティ市のAyala財閥が持つ土地に建物を建てた大家の組合）と提携して、MACEAが進めているスマートシティ事業に参加。回線を敷設するためのダクトを共同で敷設。この工事（3期に分けて、工期3年間）により、Makatiにあるビルのうち、400棟と接続することが可能に。2019年1月より工事を開始。

2) 他の主要2地域

マカティと同様に、地権者との協業プロジェクトの形にして、他のCBD（商業地域）も協議中。鉄道を使ったサービス提供エリアの拡大。

マニラの通信インフラ整備の促進

マニラの通信インフラの整備を進め、通信設備を大手通信事業者・CATV事業者に提供。通信設備需要にディベロッパーとしてこたえる。

鉄道への通信設備の敷設

既に敷設を実施しているLRT-2号線のほか、他のLRT・郊外への通勤路線に、光ファイバー敷設のための、回線収容の設備の敷設を進めています。

1) 光ファイバーを敷設して、他の商業地域へのアクセスを確保

BPOのような低コスト運営が求められる事業の事業所は、主要CBD以外にあることも多く、鉄道によるアクセスが重要になります。

2) 光ファイバーを貸し出すビジネスの可能性

今のところ通信事業者・CATV事業者とも、光ファイバーが普及していない。(フレッツや電力系で、光ファイバーで接続された日本とは大違い)

ただ通信事業者は、5Gもあって、通信量が拡大するため、基地局と局舎を結ぶための市内の光回線を整備することは避けられない。

また同軸ケーブル(メタル)で提供しているCATV事業者は、富裕層などお金を払える顧客を失う恐れがあり、CATV事業者も光回線を導入することは避けられなくなりつつあります。

すでに2号線で、ロペス財閥傘下のCATV最大手SkyCable社に対して光ファイバーの長期リースを実現。

3) 携帯電話会社の設備などの敷設の可能性

当社はどの事業者とも分け隔てなく付き合っております。鉄道設備に次世代無線通信システムの基地局を置きたい、政府主導のWi-Fiを置きたいといった様々なニーズの実現に努めております。

地方の通信網整備

地方通信網の現状

- 携帯電話が圏外になる地域が多い。(マニラでも頻繁に出る)
- インターネットが高く遅い。
- まじめにネットワークを整備していないという一般的な評価。

大手2社に任せておけないというのが、世論であり、現大統領の考え。



大手2社はずしをして何が起きているのか？

- 1) チャイナテレコムがミンダナオの資本と提携して携帯電話会社を立上 (外資系通信事業者による浸食)
- 2) Facebookがフィリピンに上陸。(いわゆるGAFAの浸食)
敷設する米国-香港間の海底ケーブルをフィリピンに上陸させて、ルソン島北部の教育用のインターネットトラフィックを無償でつなげる。
- 3) CATVによる無線ブロードバンドサービス (CATVの浸食)
ミンダナオ島のインターネット環境整備の事業を、各地のCATV事業者に落札させて、Wi-Fiを各地で使えるようにしている。

主要事業者に代わって、通信サービスを提供しようとしているものが増えているが、これらの事業者には、通信設備を構築する免許がない。

中立的、既存客や古くなったネットワークを抱えていない、フットワークの軽い通信事業者として、外資系通信事業者・GAFAなどのサービス事業者・CATV等の放送事業者などの需要に対応した地方・都市部の回線整備・国際回線提供を進め、様々なニーズをマネタイズしてまいります。

市場規模

ブロードバンド市場規模 個人向け 1,000億円 / 法人向け 900億円 (注1)
個人向けは、3割増。法人向けは、1割増。 注1 大手2社合計 2018年の両社のアニュアルレポートから集計

フィリピンの固定通信トラフィックを囲い込む

より多くのCATV事業者との間で、より長期の卸契約を締結して、CATVを通じて大手2社の個人マーケットの通信トラフィック (2社合計1,000億円程度) を集める。

- 香港-マニラ間の国際回線を取得して、CATV事業者と共用
- 帯域保証など、サービス品質向上を図ろうとするマニラ地区のCATV事業者に対して、戦略的に低料金で提供。エンドユーザーを獲得を促進し、回線需要を喚起する。
- 大手通信事業者と提携して、マニラ-香港間の国際通信回線を地方のCATVに提供する。
- 最大手キャリアしかアクセスできなかった地域にアクセスするための回線をIVANが敷設し、CATV事業者を通じてトラフィックを集める。(ミンダナオ島内など)

大手2社が、携帯電話への投資を加速させざるを得ないタイミング (China Telecomの参入・5G) の中、法人マーケット (2社合計900億円程度)、特に収益性が高いマニラ都心部 (3市) で通信トラフィックを集める。

- 2018年に、Makatiの商業ビルオーナー組合と提携してMakatiエリアでのビルに回線を引き込む工事を開始。(2019年から2021年に4期にわたって開通) 2021年中には、Ortigasの主要部分・BGCに自社回線を敷設 (上記3地域で大手企業の本社所在地の半分を占める)
- 早期に営業を一巡させ、単価の高い顧客が多いビルから開通させ、収益体質にもっていく。 **シェア15%が目標**

マニラの通信インフラの整備を進め、通信設備を大手通信事業者・CATV事業者に提供。通信設備需要にディベロッパーとしてこたえる。

LRT2号線のほか、MRT 3号線の権利を取得し、大手携帯電話会社に設備を提供。ニーズが大きい鉄道回線の権利の取得を急ぎ、通信設備敷設を目指す。

現状は外資規制があるので、外資企業が参入することは難しい。

万が一外資規制がなくなっても、海外の同業他社が参入しようにも、参入をあきらめる市場に変えていく。

マニラの鉄道網を活用した通信インフラの整備を進め、通信設備を大手通信事業者・CATV事業者に提供。（注）
通信設備需要に、各社と中立的なディベロッパーとして設備のリースにこたえる。

1. LRT2号線のSkyCable社への長期リースを実現 2. 他の鉄道回線への展開

マニラ首都圏地域の主要都市を結ぶ光ファイバーを敷設。BPOが集まる地域（Cubao等）とMakatiを結ぶことが可能に。大手携帯電話会社に通信設備を提供。鉄道は沿線に多く人が住むので、5Gの小出力タイプの基地局を各駅及び線路内に設置

（注1）鉄道網や下水網など光ファイバーを敷設する場所はあるものの、他社設備に敷設する習慣がない国が多いし、競合事業者と通信設備の共用を行うことは少ない。

地方には中継通信を行うキャリアが1社しかなく、インターネットの料金が高止まりしている都市がある。
そうした都市には回線敷設の需要がある。

1. ミンダナオ開拓

①ダバオージェンサン

沿線のCATV事業者の需要を取りつつ、この地域でもサービス提供しているSkyCableに回線をIRUで提供

②ザンボアンガ・タンダグなど、最大手キャリアしか回線を敷設していない地域への回線敷設を進める。海外通信事業も収益見込める。

2. マカティー・オロンガポ間回線開通

周辺のCATV事業者を開拓予定（但し競合が買収したCATVの多い地域）

3. ブロードバンドサービスの卸

地方の有力企業に、個人向けブロードバンドサービスの設備を卸し、

通信需要を掘り起こす。 **ミンダナオの開拓と地方の需要の掘り起こし**

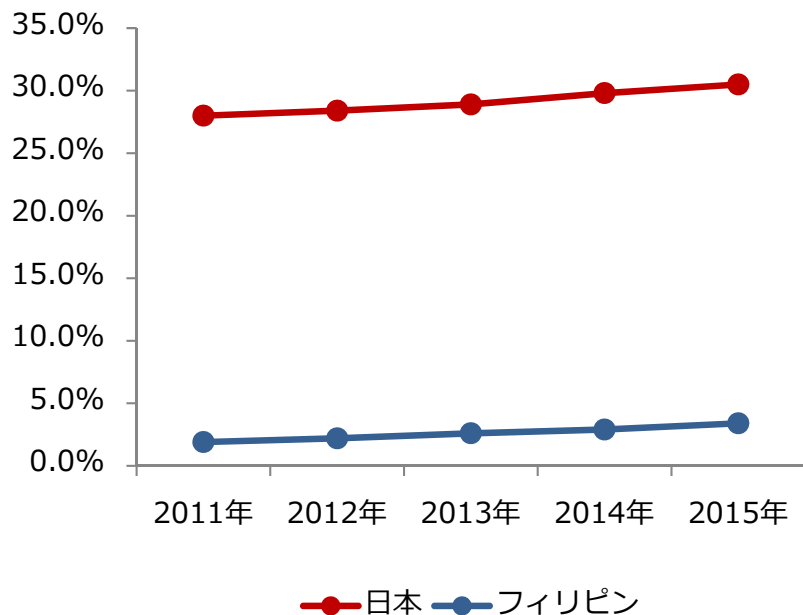
マニラ・地方ともに、**局地的に高い収益性が見込める通信設備構築の需要がある。**
こうした需要を探し、マネタイズすることに徹する。

2 | フィリピン通信事業の市場環境

フィリピンでの市場環境（ブロードバンド環境）

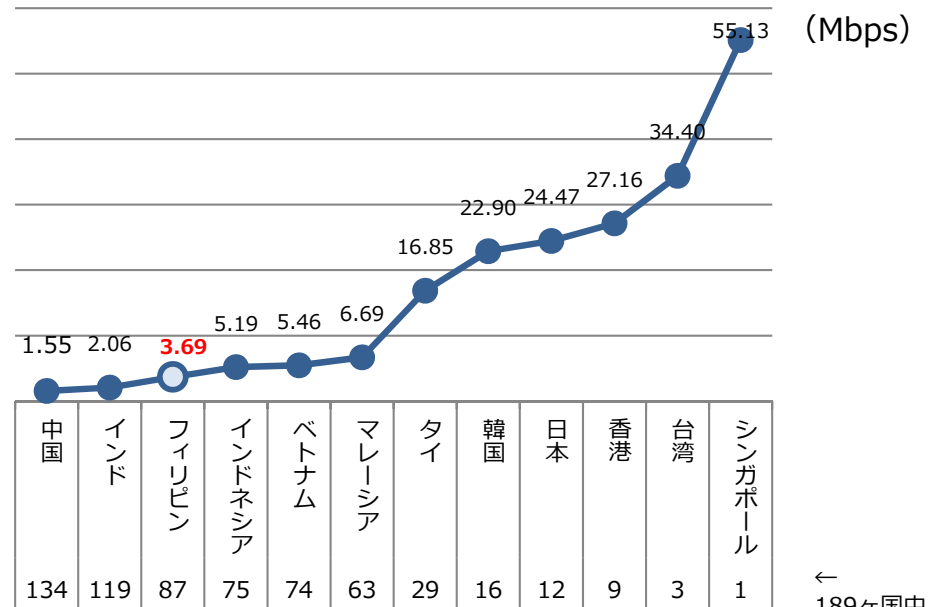


固定ブロードバンド普及率比較



出所) 総務省公表データをもとに作成

ASEAN主要国等とのインターネット速度比較



出所) Cable.co.ukの公表データ（2017年8月発表）をもとに作成

←
189ヶ国中
順位

- ブロードバンドの普及率は、日本の1/10程度（日本はNTT東西を中心に、CATVやauひかりがあるが、フィリピンは？）
但し2018年以降急速に伸びているので、成長はこれから。
- ダウンロード速度は、ASEAN主要国で一番遅い。
- インターネット速度の改善と適正な料金での提供は、国家的な課題になっている。
(当社グループがフランチャイズを取ることができた理由のひとつ。)

浮かび上がる疑問点

- ① なぜASEAN主要国の中で、特にインターネット速度が遅いのか？
- ② フィリピンの通信業界の市場環境はどうなっているのか？
- ③ 国は通信政策をどうしようとしているのか？

フィリピンの市場環境（海外キャリアのアジア進出）



1. アジアでの日本企業による通信事業進出の動き (ほぼ携帯電話事業しかない。)

国名	事業者	事業内容
フィリピン	NTTコミュニケーションズ株式会社・株式会社NTTドコモ	固定・携帯電話事業（2006年）
モンゴル	KDDI株式会社	携帯電話事業（1995年）
インド	株式会社NTTドコモ	携帯電話事業（2009年）
バングラディッシュ	KDDI株式会社	携帯電話事業（2009年）
ミャンマー	KDDI株式会社・住友商事株式会社	携帯電話事業（2014年）
カンボジア	三井物産株式会社	携帯電話事業（2017年）

2. 海外メガキャリアの動向 本国の低成長を見越して、新興国での通信事業に活路を求めている。

社名	進出国数	海外比率
Vodafone	40	88%
Orange(FT)	33	43%
Telefonica	24	76%
America Mobile	17	65%
Singtel	7	65%

引用：総務省 情報通信白書平成25年度版
図表1-2-2-25 通信事業者におけるグローバル展開モデル

■ フィリピン携帯電話市場の新規参入について（Third Telco）

今月（2018年11月）フィリピンで携帯電話事業者への新規参入の機会があったが、関心を締めているところはあったが、上記**日本企業・海外メガキャリアは参加すらせず**。チャイナテレコムのコソソーシアムが入札（翌月から米中対立）。

■ フィリピンの携帯市場の問題点

1. 既に**マーケットが飽和**している。（2社合わせると人口より多い契約数）。新規獲得がほとんどなく、リプレースのみ。
2. ARPUが300円以下（2Gの客が相当残っている）この客単価からすると、**5G携帯のユーザーがどの程度いるのか疑わしい**。

■ 現況と予測

海外のメガキャリアが興味を示さない市場に、中国系キャリアが追加されただけの状態。

今のままでは、競争相手が追加されただけで、既に厳しい大手2社の携帯電話の収益環境は、さらに悪化すると思えない。
収益源を固定通信に求める逆行した状況

ではフィリピンの国内の**事業環境**はどうか？

フィリピンの市場環境（プレイヤー）



通信業界の現状

PLDT

固定首位・携帯2位（58M契約数） Smart、Sun cellular、Digitel、などを買収

インドネシア サリム財閥傘下 NTTコミュニケーションズ殿・NTTドコモ殿も出資

Globe

固定2位・携帯首位（60M契約数） Bayantelなどを買収

フィリピン アヤラ財閥傘下 シングテルが2位

競合

競合

携帯通信：China Telecom

（現地資本が、休眠のフランチャイズを持つ企業を取得）
携帯周波数を割られるThird Telcoに選出
China Telecomが提携。Huawei主導で設備構築中

競合

固定通信：SKY Cable

マニラ・セブなどで70万世帯に有料放送とブロードバンドサービスを提供するCATV最大手。実質的にグローブに次ぐ3位の通信事業者。
かつて電力会社と同一財閥の傘下であったため、電柱を利用している上、光ファイバー化していないので、今後大きな設備投資の負担がかかる。

競合

中小

PT&T・Philcom・ETPI・Radius・Wificity・Convergeなど

地方の有力キャリアや携帯ライセンスをもつキャリア、先進的な都市型固定キャリアなどは大手2社に買収され、実力のあるキャリアは残っていない。ビール大手サンミゲル傘下のETPIがPLDT・Globeに共同して買収されようとして、フィリピン政府が阻止。新政権の下で、サンミゲルの手元にあった携帯周波数を取得できるキャリアの選別が今月行われた。

（上記5事業者は、マカティの法人向けで競合。ただConverge以外は、当社にマカティ地区の回線を卸提供している。）

フィリピンの市場環境（サービスごと）



収益性低	PLDT	Globe	固定電話	放置	特段新規参入者なし 新しいプレイヤーはいないし、 IP電話も普及しない。
	激減 携帯と比べて1/30以下の契約数 Globe 1.4M契約 PLDT 2.4M契約		携帯通信	競合	China Telecom (建設中) 携帯市場は巨大だが、ARPUからして、収益性が低い。 そうした中で、チャイナテレコムとPLDT・Globeが競う。
客単価 1か月280円～ ●売上4000億円 契約数は多い（118Mと人口なみ） 客単価が、日本と比べて低いのが問題					

収益性高	客単価1か月 2200円～（DSL） ●売上1000億円の市場規模 大きなマーケットだが、全国に点在 CATVに卸提供することで、 まとまった売上を1か所から 上げられる。	固定通信 データ （個人）	競合	SKYCableなどCATV・ 中小通信事業者 （Convergeなど） 	卸	個人マーケットで、CATV事業者は、各国で重要な枠割を演じているのに対し、フィリピンは、インターネット網に接続するための回線の提供が、大手2社しかできない状況が続き、競争が起きにくかった。
	客単価1か月 47,000円～ ●売上売上900億円の市場規模 大部分がマニラ首都圏地域の いくつかの都心に集中 日本と比べて単価が高い。 効率よく収益を確定できる。	固定通信 データ （法人）	競合	InfiniVAN・中小通信事業者 	卸	今までは、大手2社がほぼ独占（インターネットに接続するために必要な米国・香港向け回線を独占）ただ最近では、中小事業者も参入。もっともThird Telco対策もあり、大手2社は携帯事業に注力しており、法人向けデータサービスの対策に向けられていない。

では固定通信の**事業環境**はどうなのか？

固定通信について【1】最近の固定通信の流れ



通信の流れ

電話・FAX が **データ通信（インターネット）へ移行**
固定電話 が **インターネット電話・携帯電話へ移行**

従来の固定電話に頼った通信事業者は、存亡の危機。
多くはデータ通信（インターネットプロバイダー以下ISP）に移行。ただ伝送技術の発達で伝送容量拡大・飽和。事業者多く、各国ともISPは供給過多になりがち。

個人

インターネットという通信サービスを、CATV事業者が侵食する。
動画配信（OTT）という通信サービスが、CATVの領域を侵食する。

通信と放送の融合が世界的な流れ

さらにTV離れ、ネット依存というライフスタイルの変化

CATV事業者が、放送用のケーブルを使って、インターネットサービスを提供しようとする。

逆に、海外では、インターネットサービスの顧客囲い込みのため、通信事業者によるCATV事業者の買収の流れが定着。（その逆もある。）フィリピンでは、**大手通信事業者によるCATV買収ではなく、CATVや中小通信事業者がインターネット市場に参入できないように、大手2社が、自国のIXを機能させないようにしたり、海外でのピアリングを必要にしたりしている。**

CATV事業者は生き残るため、**通信事業者と提携してインターネット接続を提供する必要がある**。当社は、個人向けマーケットで競合しない通信事業者として、CATVにとって組みやすい存在。

法人

固定電話が通信の主たる手段だったときは、**国営の会社**が Nationwideのネットワークを作って（全国を対象）提供するのが普通だった。

そうした中で、**外資系通信会社**が進出してきた場合、同様に Nationwideのネットワークを作って収益を上げようとするのはまれである（携帯電話は別）。**収益性の高い都心部に限った回線網を作り、有名外資系企業が入る主要ビルを中心に、回線を引き込み、海外と結ぶ通信事業**を行う場合が多い。

起点・終点が国内で固定している通信で、伝送容量に限りがある時代あれば、NTTグループ殿のような事業形態に優位性がある。ただインターネットになると、**ベストエフォートでよいし、通信先も世界中**なので、**Nationwideのクローズドのネットワークを持つことで、優位性が生ずるわけではない。**

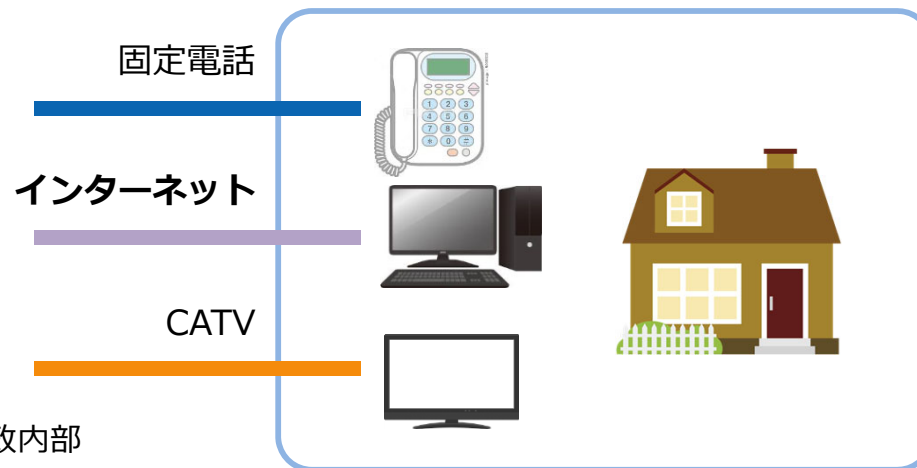
当社は、フィリピンの中でも、最も高い収益が見込まれる**3つの市にあるCBD（経済中心地）に限定して回線を敷設しビルに回線を引き込むこと**で、法人顧客を取り込む予定。

固定通信の歴史

1980年代以前



1990年代以降



インターネットの出現



■ 通信と放送の分離

- 放送（1対多数）と通信（1対1）は別物という、長期にわたる業界・行政内部での信仰。（特に携帯電話が普及する前）（それぞれ別の事業者が提供）
- 1）フィリピン：通信と放送のフランチャイズを、同一会社では持てない。
- 2）日本：所管官庁の局のフロアが違う。
- 回線容量や技術的なこともあり、通信と放送でネットワークが別に作られ、サービスを別々の事業者が提供しなくてはならないとすることに疑問はなかった。

インターネットが 変えたこと

- ①インターネットが生活に必須のものとなり、各家庭に回線を敷設する事業者（CATV・通信事業者）にとっては、インターネットが**新たな大きな収入源**になったこと。
- ②固定電話の機能が、IP電話に置き換わり、電話会社だけでなく、（データ）通信事業者でもCATV事業者でも 電話が提供可能になったこと。
- ③動画配信（OTTを含む）やSNSなどにより、CATV（放送コンテンツの配信）の需要を減少させ、CATV事業者にとってインターネット接続の売上が重要になったこと。

2000年代以降

大手通信事業者

(日本でいえば、例えばNTT東西殿)



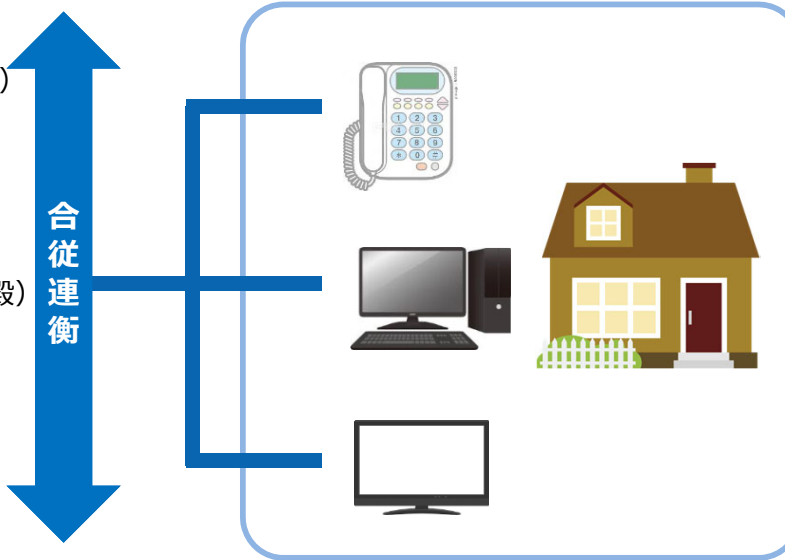
新興・外資 通信事業者

(日本でいえば、KDDI殿・電力系殿)



CATV事業者

(日本でいえば、例えばJ:COM殿)



■ 通信と放送の融合

伝送技術の発達で、回線の伝送容量が増大。電話・放送・インターネットが一本の回線で提供できるようになった。電話事業者とCATV事業者が提供していたサービスは、IPを通じて、それぞれがすべてを提供可能に。(この現象を日本では、Triple Playと呼んでいます。)

■ 生存のための競争

通信事業者と放送事業者が併存している意味はない。**ブロードバンド (ISP) を提供し、相手のサービスも巻き取った事業者が生き残ることができる。**

例 日本：NTT東西殿 「フレッツ・テレビ」
通信がCATVに浸食した例
地上波・BS・有料チャンネルのコンテンツをそのままNTT東西のファイバーを使って配信。
⇒ CATVやスカパーの放送機能を通信が巻き取っている。

■ 何が起きているのか

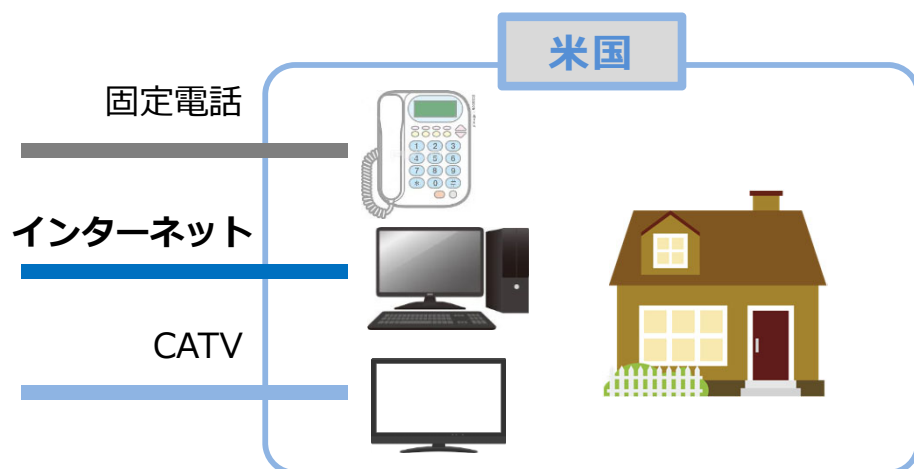
通信事業者と放送事業者が、お互いに他事業者がもつ顧客を獲得し、**特定地域での投資の一本化**を狙う。(通信と放送の設備が共通化)

欧州・米国とも、**通信事業者が、CATV事業者を買収する流れが強くなっている。**

CATV事業者も生き残りのため、高速ブロードバンドに積極的に取り組むほか、他のCATV事業者を買収するなどして大規模化が進みつつある。

例	米国：AT&T CATV事業者TCIを買収。 (現Liberty Mediaとして独立)	オランダ：Altice Europe 5か国で、CATVから携帯までカバー。売上3,479百万ユーロの放送通信複合体	日本：J:COM殿 (日本) KDDI殿と住友商事殿が買収	フィリピン：Converge クラークの通信事業者から出発してCATVを買収。個人向けISP中心。Third TelcoはKorean Telecomと組むも、撤退
---	---	--	---	--

固定通信はISP中心。通信事業者にとっては、CATV事業者を傘下に置いて、ブロードバンド (ISP) の顧客を獲得しないと、市場として魅力がないというのが世界の流れ。CATVが民族資本のみ保有可能なフィリピンは、外資大手にとって魅力がないし、**CATV事業者にとっては、適正な料金で、ブロードバンド (ISP) が提供できないことは死活問題**である。

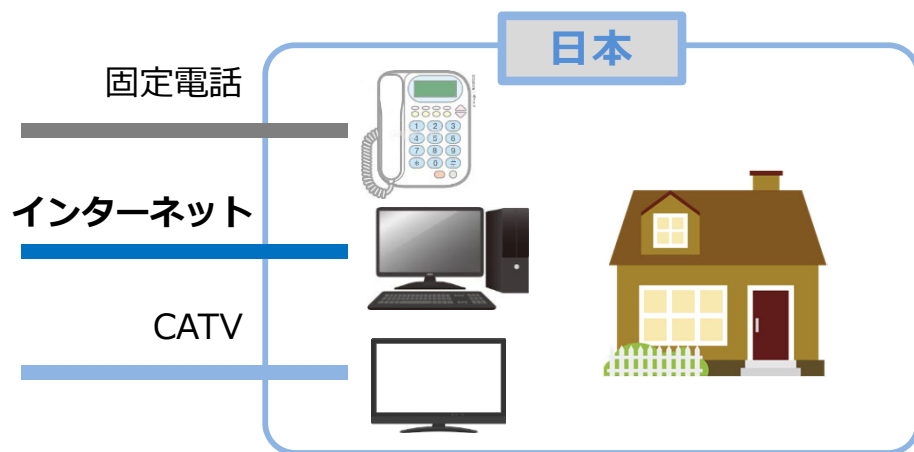


米国のシェアは、6割以上がCATV事業者

CATV 63,614,199世帯
通信事業者 34,048,612世帯 (注)

回線の他社への貸し出しの料金が高いので、各家庭まで回線を持っているところしか、安く提供できない。だからCATVでも収益化できる。**米国では、各家庭までの回線を持つことに意味がある。**

注：2018年11月Leichtman Research Group, Inc. (LRG)社のプレスリリース、「About 580,000 Added Broadband in 3Q 2018」から引用



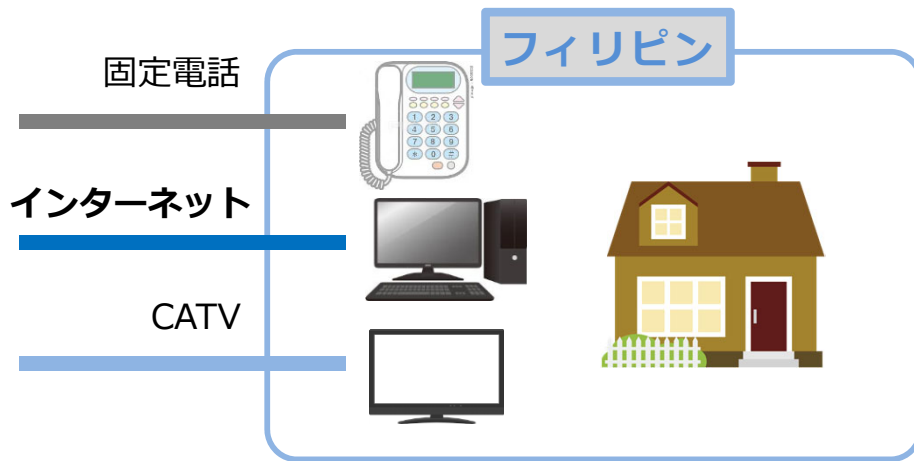
NTT回線を使っている例
 ソフトバンクのYahooBB (メタル回線)
 OCN・Biglobe・SonetなどのISPサービス

日本は、通信事業者が9割を占める

7割近くがNTT東西経由。残りは電力系 (auひかりも元東電)。ISP事業者は、NTT東西の光ファイバー (フレッツ) を、約款で決められた料金で仕入れることができる。総務省の認可事項だから、適切な料金。

各家庭まで回線がなくても、NTT東西から借りてISP事業者はサービスを提供できる。**日本は、通信事業者が各家庭に回線を引いたりする意味がない。CATV事業者の持つ家庭までの回線を持つことの優位性がさほどない。**

フィリピンは、NTT・総務省の組み合わせがなく、またCATV普及率などアメリカに近いので、CATV中心になるはず。しかしそうもいかなかったことに着目したのが、当社海外通信事業の起こり。

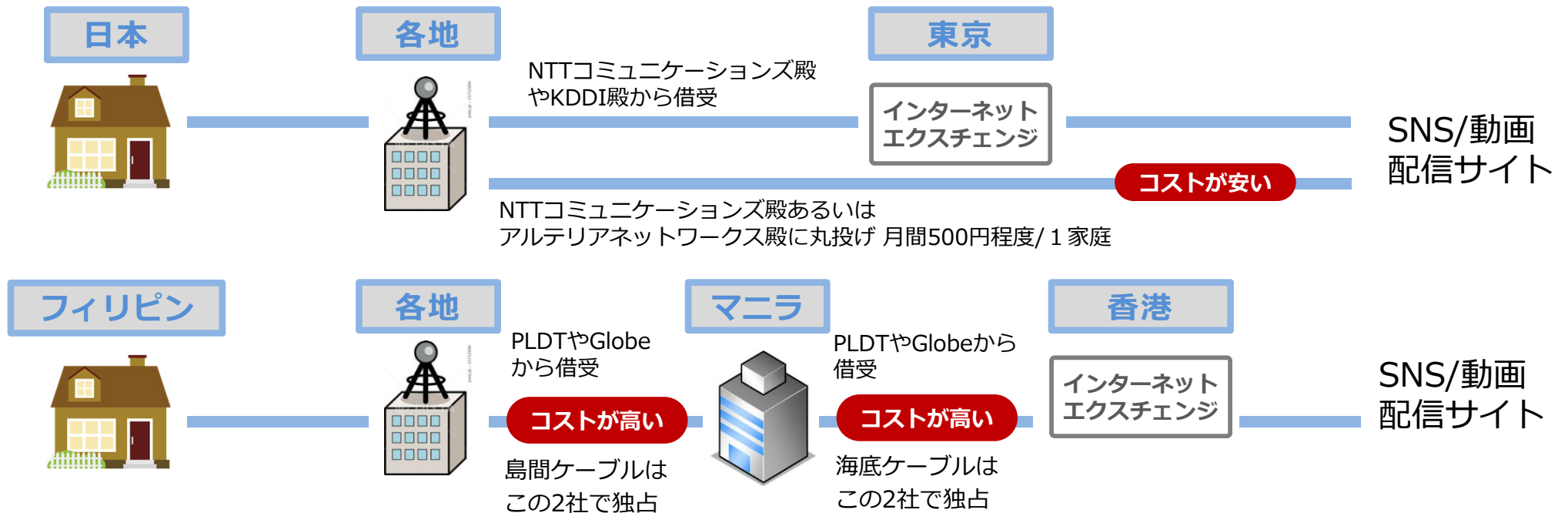


フィリピンのCATV普及率は21%

自由放任ゆえに、収益性の観点から、放送局がテレビ塔の場所を決めることができる。それゆえ難視聴地域が多く、CATVが普及。

米国と同じく、地域密着のCATV事業者がシェアをとってもおかしくない環境だが、下記の通り長い間苦戦。

フィリピンのCATVによるブロードバンドサービスが広がらない理由（当社海外通信事業の存在意義）



固定通信について【6】法人向け固定通信の例

日本での固定通信 (ISPの基本形)

ISP事業者は、NTT東西殿の回線と自社ISPサービスを組み合わせて提供。(注1)

例) かつてのソフトバンク殿のADSLサービス(ラストワンマイルを自社敷設せず、NTT東西殿の回線を利用。)

したがって多くのブロードバンド (ISP) 事業者は、自社で回線を敷設する必要はない。回線敷設が不要なので、参入のコストが低く、プレイヤーが多い。

ただ都市部の法人を顧客とした、NTT東西殿に頼らず自社で固定回線を敷設しているモデルが、日本にもある。(1990年代後半の事業モデル)

外資系モデル

法人向けサービス提供のため、外資系事業者は、主要ビルに自社で回線を敷設して、国際回線と組み合わせた法人向けサービスを提供している。

Worldcom 殿 (現Verizon殿)

都営地下鉄を中心に回線を敷設し、中央区・新宿区などで主要ビルに回線を引き込んでいる。外資系で初めて、回線を敷設することができる第1種電気通信事業者となった。

KVH 殿
(現Coltテクノロジーサービス殿)

地下鉄などに回線を敷設し、港区などを中心に主要ビル・データセンターに回線を引き込んでいる。低レイテンシー(遅延が少ない)な国際通信回線とくみあわせることで、金融機関向け通信事業者のジャンルを作った。南米・欧州の都市でも東京と同様の事業展開を行い、新しい固定通信の事業モデルを作ったと言われる。その後KVHを買収したColtは、かつてロンドンに上場していた。(親会社を買収し上場廃止)

都市型固定通信モデル

自社で利用するほか、他の通信事業者に貸し出すことも事業としている都市型固定通信モデルもある。(キャリア's キャリア)

丸の内ダイレクト
アクセス殿

大手町・丸の内・有楽町エリアに自社の光ファイバーネットワークを保有し、同エリアの約7割のビルに敷設している。テナントのほか、電気通信事業者にも回線を貸し出している。三菱地所殿・丸紅殿が株主。

グローバルアクセス殿
(現アルテリアネットワークス殿)

丸紅殿がかつて主要株主であった、国際通信回線事業者アジアグローバルクロッシングの日本国内のネットワークを担当する事業者。東名阪を結ぶ中継回線と地下鉄を活用した都市内の主要ビルを結ぶ光ファイバーネットワーク、日本橋等にデータセンターを構築。現在はマンションへの光ファイバー網にも注力している。

法人トラフィックを集める方法

- ① 大きなビジネスエリアにある主要ビルに回線を自社で敷設、
 - ② 商業地域間は、地下鉄(鉄道)に光ファイバーを敷設して、ネットワークセンターと接続する。
- 上記は、優良大口法人顧客に絞った固定通信サービスを提供するキャリアの世界的な定石である。当社の事業モデルは、こうした他社の方策に影響を受けている。

注1: 電力系殿やKDDI殿の回線で行う場合もある。

= 障壁1 = 外資規制（公益事業）

公益産業は、外資の保有割合は4割まで。

憲法上、外資が単独で過半数を持ってない仕組みなので、信頼出来てかつ資金を持っている現地資本と提携する必要がある。

海外のメガキャリアにとって、外資側が過半数を取れないのでは、重要な投資を単独で決定できないことを意味し、大規模な事業の場合参入は難しい。

結果として小規模資本の通信事業しかできないため、メガキャリアの進出の機会は実質的になかった。（外資が過半数を取れない国共通の問題。ITバブル・リーマンショックなど外資撤退のタイミングごとに、各国は外資規制を緩和している。）

= 障壁2 = フランチャイズ

公益産業は、国家が本来やるべき、民主的プロセスで参入の可否が決められるべきという考え方から、フィリピンは、**当該企業が公益産業を行うことを許可する法律を作るシステム**になっている。名の知れた海外のメガキャリアだからといって、外資系キャリアには選挙権がないので、国会議員の賛成票を単独で集めることは難しく、現地資本との提携は不可欠である。

= 障壁3 = 外資規制（マスメディア）

外資はマスメディアを保有できない。（0割）

ケーブルテレビはマスメディアの一つなので、外国資本は、ケーブルテレビ事業者の株式を保有できない。

最近はやりの、CATVと通信を両方やっている固定通信主体の外資系通信事業者にとっては、CATV事業者を傘下におけないフィリピン市場は、それほど魅力がない。

まとめ

既に飽和気味の携帯電話市場がChina Telecom進出で、さらに競争激化することが見込まれる中、新たなライセンス付与は期待できない。また**固定通信事業者の稼ぎどころのCATVは、外資による取得が禁止**されているし、マニラ近辺のCATV事業者のトラフィックは既に当社が困り込んでいる。よって固定通信だけの参入も考えにくいし、携帯電話市場も飽和しているので、**メガキャリアの進出の余地はない**と考えている。

個人トラフィック

- ① SKYCableを含めたマニラ周辺のケーブルテレビ会社（17社）とはすでに取り済み。**フィリピン最大のCATV局SKYCableのトラフィックの過半数を獲得。**
- ② 2018年3Qより、ビサヤ・ミンダナオ地域の主要都市にあるCATV事業者に、10–15年の長期契約で回線提供を開始。
- ③ ミンダナオ地域に自社ネットワークを敷設。順次拡大し、ダバオ-グアム間の回線の提供を進める。
PCTA（フィリピンCATV協会）のフィリピンIX構想を支援するために同協会と提携。

SKY Cable



SKYCable：マニラ・セブ・ダバオでCATVを提供するフィリピン最大のCATV事業者。視聴世帯は、70万世帯以上と言われフィリピン全体のCATV市場の約半数を占める。フィリピンを代表する財閥の1つで、サトウキビ農園に始まり、放送メディア、最近は高速道路などのインフラに強いLopez財閥の中核企業である。

法人トラフィック

フィリピンを代表する都心部マカティ市で、中小事業者8社がかつて敷設した回線を利用して、主要ビルにいる法人に対してインターネット接続サービスを提供中。

マカティ市：マニラ地域を代表する都心で、都心部の大部分をスペイン財閥であるAyala財閥が所有

当社グループは、Ayala財閥傘下の、ビルオーナーの組合である、Makati Commercial Estate Association, Inc (MACEA)と提携して、2019年から通信回線設備を敷設中。

今後新規参入事業者による、独自回線敷設が事実上困難に。

まとめ

欧米の固定通信企業が、これから手順を踏んで合法的に参入できるようになる頃には、大手事業者以外の事業者のトラフィックは、多くが当社グループを経由する形になっており、市場は既に魅力がなくなっていると読んでおります。

3 | 会社説明資料

会社名
(英文社名)

株式会社アイ・ピー・エス
IPS, Inc.

設 立

1991年10月

本社所在地

〒104-0045 東京都中央区築地4-1-1 東劇ビル8階

事業内容

海外通信事業：フィリピンのCATV事業者等に国際通信回線を提供

フィリピン国内通信事業：フィリピン国内での法人向けISPの提供・その他フィリピン国内での通信サービスの提供

国内通信事業：日本国内での通信サービスの提供

在留フィリピン人関連事業：日本国内での在留外国人向け求人サービスの提供など

医療・美容事業：フィリピンでの医療・美容サービスの提供

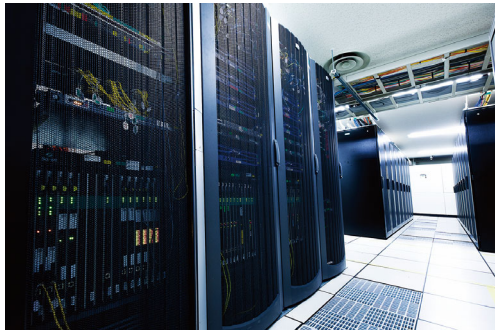
グループ企業

連結子会社(特定子会社)

KEYSSQUARE INC.

Shinagawa Lasik & Aesthetics Center Corporation

InfiniVAN, Inc.



1998年

国内通信事業

1. コールセンター向けサービス
2. MVNO事業者向け通話サービス

もともとは、在留フィリピン人向け国際電話サービスを提供。在留外国人向け国際電話サービスで業界の中心的な位置にあった。

2012年 国内法人向けサービスに転換



2012年

海外通信事業

1. ケーブルテレビ事業者向けに、香港等までの国際通信回線を提供

2015年

フィリピン国内通信事業

2. (InfiniVAN社による) マニラ商業地域での、法人向けインターネット接続サービス




2010年

医療・美容事業

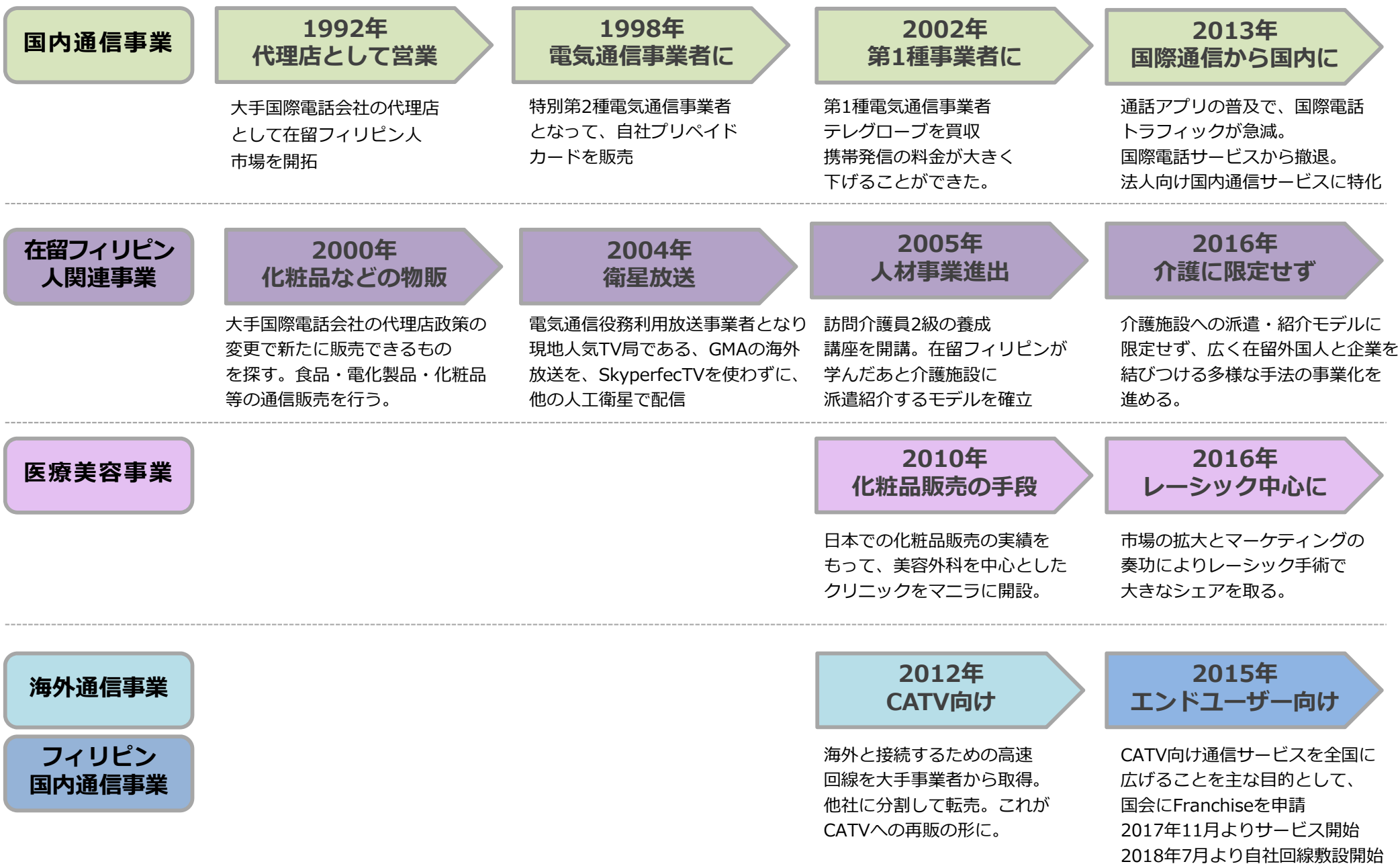
1. フィリピン国内2か所で、近視矯正（レーシック）美容外科を運営



1992年

在留フィリピン人関連事業

1. 介護施設等への在留フィリピン人の人材紹介・派遣
その他人材関連事業
2. 在留フィリピン人向けに、マニラのコールセンターを通じて、多様な生活商材・情報を提供



1991年10月 大阪で、人材関連事業を行うことを目的として会社設立（International Placement Serviceの略称）シンガポール等からプログラマーを連れてくるビジネスモデル。ただバブル崩壊で、人材需要が減少。

社長が前職で経験していた電話会社の代理店となる。（国内・国際の両方やったが、国際電話の販売代理店で落ち着く）

1992年以降 法人と在日外国人をターゲットにして販売促進活動を行うものの、電話会社の意向もあり、在日外国人をターゲットにした営業に切り替える。

“営業は外注”という通信業界の特徴

通信大手は、営業を外注する。個人顧客の具体的な獲得のようなことは、主流ではない。（但しCM制作などは本社の仕事）大手通信事業者は、多くの国で、もともと国営企業だったので（またそのOBを雇って、2番手以下の通信事業者はできているので）、通信技術の研究・国策に沿ったネットワークの構築をどう作るかなど、**短期的な収益よりも大事なことがあるという組織になりがち**である。（公益産業の宿命）

営業代理店や届出事業者（大手キャリアのサービスを、自分の名前で提供する通信事業者。ネットワーク設備は持たない。例えばMVNO等）が、大手キャリアの意向に沿って、具体的に顧客を獲得し、短期的な売上を作っている。

例）NTTドコモ殿 直接自社で運営しているドコモショップはない。（例外 一部100%子会社が運営）

例）KDDI殿 au ショップ 地域の旗艦店を直営にしているが、その他は代理店

例）通信営業代理店 光通信殿（9435）・ティーガイア殿（3738）等

当社のDNAは、営業代理店であり、届出事業者（免許は登録事業者だが）としてのビジネスが主流である。

営業が前面に出た通信事業者であり、業界でも異色である。

当社沿革【2】 <創立期の在留外国人マーケット>



1990年代、在留外国人マーケットは、下記の3つに在留韓国人マーケットを加えると、全体の8割を占めると言われた。

在留中国人マーケット

ボリューム大きくて最後までやっていたが、商才にたけた留学生などから、起業する方が多く、競争激しい。⇒ **中国市場は卸売のみ。事実上撤退。**

在留ブラジル人マーケット

在日ブラジル人が、当初から新聞（求人広告）や食材などを把握しており、日本人が商売をする優位性がない。⇒ **浜松などに支店作ったが、撤退。**

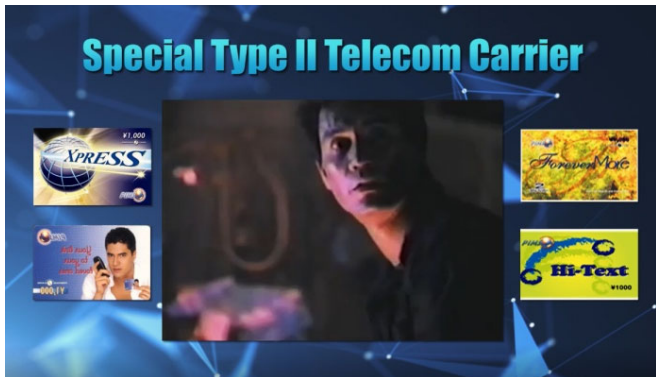
在留フィリピン人マーケット

ピーク時、年間8万人がエンターテイナーとして入国していた。ビザが3か月もしくは6か月で短期。また長期に滞在しているフィリピン人の多くが、日本人の配偶者。商売人が、**日本に住み着いて商売をするマーケットではない。**

競争が少なく、消去法的に、在留フィリピン人マーケットで生き残る。

在留フィリピン人に国際電話だけでなく、色々なサービスを提供する会社に。





1992 在留外国人マーケットに特化して、国際電話の顧客開拓を開始。
 在留フィリピン人の顧客獲得を開始。日曜日の教会、閉店後のフィリピンパブなどを巡回して営業。
 全国各地で、フィリピンの歌手を呼んでコンサートを開催して申込書を集める。（国際デジタル通信株式会社殿の営業代理店）

1998 国際電話用プリペイドカードを販売開始（特別第2種電気通信事業者となって、第二電電殿と国際デジタル通信殿から卸売りを受けて提供）。フィリピン食材店・教会・フィリピンパブなどで販売

1999 マニラにコールセンターを開設 マニラから電話でも、プリペイドカードなどを販売

アップセルのため、プリペイドカードだけでなく、食品や化粧品も取り扱い。

2002年頃には、当時香港でもプリペイドカードの販売をしていたので、日本からフィリピンまでの電話のおおよそ半分に当たるボリュームを取り扱い。



しかしここから厳しくなります。





2005 入管法改正。エンターテイナー向けの興行ビザが事実上出なくなり、フィリピンパブの多くが閉店

日本人との（元）配偶者 15万人	エンターテイナー 5万人	その他 2万人
---------------------	-----------------	------------

新しく日本人の配偶者になる方が、少なくなるので、市場が拡大するイメージがもてない。

在日フィリピン人に、国際電話を提供するだけ、化粧品などを販売するだけでは、今後先細りであることが明らかに。

2000 マイクロソフトからMSN Messenger Serviceがリリースされる。

2004 Skypeがリリースされる。

自宅のPCを使って、インターネットカフェにいるフィリピンの家族とコミュニケーションするのが増えてきた。

フィリピン人に国際電話カードを売るというモデルが、将来成り立たなくなることは明白に。



現国内通信事業は、国際電話から日本のコールセンター向けにソリューション（格安フリーダイヤルとCTIソフト）を提供する事業に業態転換。





介護施設への人材紹介・派遣

2005 在留フィリピン人向けに旧法のホームヘルパーの資格を取得できる講座を開講。奉仕の精神につながる職種として、看護・介護の仕事に多くのフィリピン人が世界中で携わっていることに着目しました。5000名以上の方が修了し、各地の介護施設で働いております。「クローズアップ現代」、「WBS」、その他多くのメディアで取り上げられました。ただ今では、外国人を直接採用することに事業者の抵抗がなくなっていることもあり、厳しい環境にあります。



医療・美容事業

2010 当社は、在留フィリピン人のし好に合わせて開発させた化粧品を、販売しておりましたその販売をフィリピンで行うに際して、ブランディングの一環としてマニラに美容外科とレーシックを行う医療機関を設置しました。美容外科の業界は競争が激化していますが、レーシックはおおよそ7割のシェアを獲得しております。



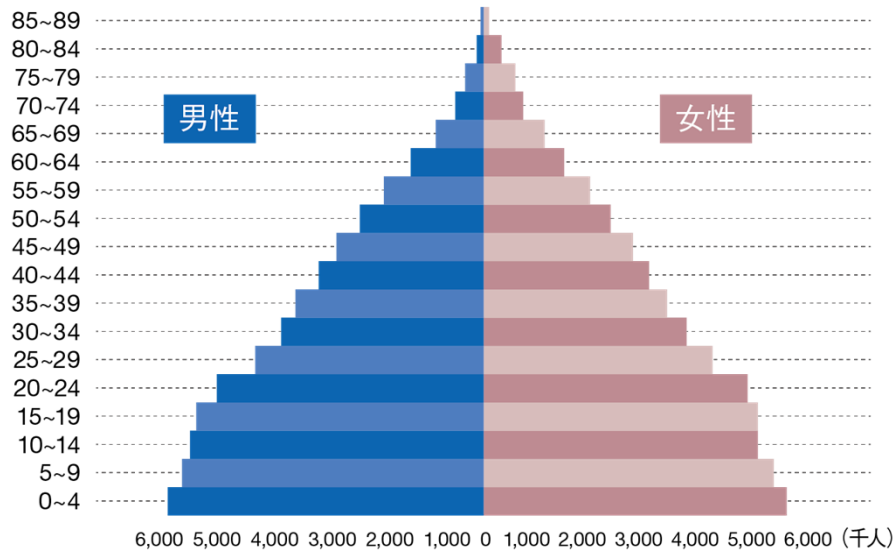
海外通信事業 ▶ 現在の基幹事業に

2012 フィリピンは、地上波デジタルの方式を日本方式としましたが、政府関係者・日本企業は、多くの放送関係者と会っておりました。当社もそうした動きの中で、CATV事業者やその業界団体と関係を構築しました。ブロードバンドがCATV事業者の収益の柱になっている国が多い中、仕入れのコストが高すぎて収益を十分に上げできていませんでした。当社ではCATV事業者に国際通信回線を提供して、CATV事業者が通信事業者に対抗できるブロードバンドサービスを提供できるようにしております。

フィリピンの成長性 (1)

人口ピラミッド(2015年)

平均年齢24歳 (日本: 約46歳) (出所国連, 中央値ベース)



出所) 2018年4月IMFデータをもとに作成

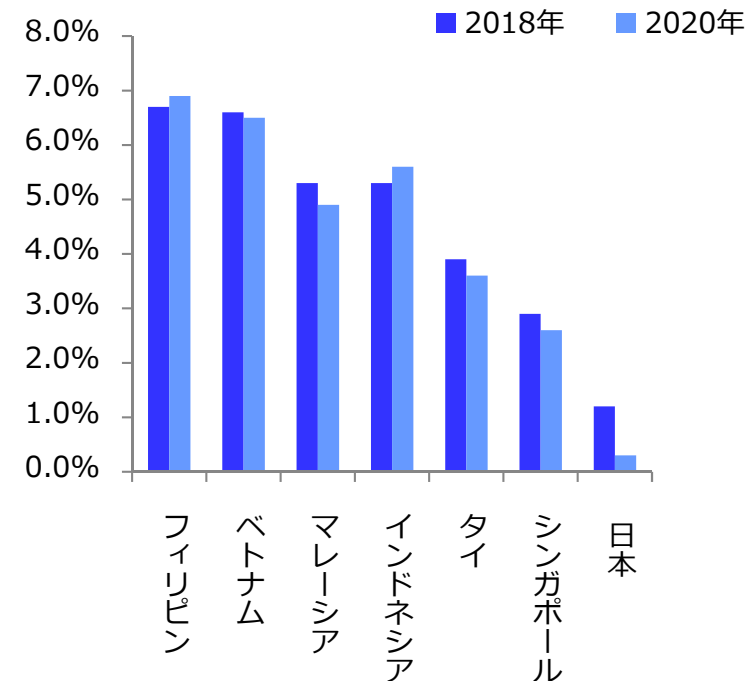
下記の表のとおり、下記の通り他のASEAN主要国よりも、人口の増加が見込まれ、経済成長を支えるものとされております。

	人口増加率 (2017)	2017年人口	2050年推定人口	推定期間中変化率 (2017-2050)
フィリピン	1.5%	104,918	151,293	144%
米国	0.6%	324,459	389,592	120%
日本	▲0.2%	127,484	108,794	85%
シンガポール	0.1%	5,709	6,575	115%
インドネシア	1.1%	263,991	321,551	122%
タイ	0.3%	69,038	65,372	95%

出所 World Population Prospects The 2017 Revision United Nations Department of Economic and Social Affairs 世界銀行 DataBank Micro Data

2018年/2020年予想GDP成長率 (ASEAN主要国)

1人当たりGDP(2017年) 2,976米ドル (出所IMF)



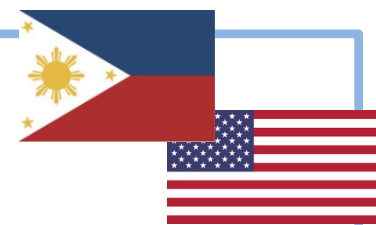
2019年の予想は、5% - 6%台と引き続き高水準

出所) International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2018をもとに作成

フィリピンの成長性（２） <英語と出稼ぎ>



フィリピンは米国の元植民地なので公用語は英語。
（朝刊は英語 / 役所の書類も英語 / 議会の演説も英語）
理科などは、小学校から英語で教育される。



正しい文法で話すことができるかはともかく、フィリピン人の多くは日常英会話ぐらいはできる。

自由放任社会ということもあり、格差は激しく、海外に職を求める人が多く、海外で多くの人が働き、家族に送金している。

- 船員（日本郵船殿などは、商船大学を開設）
- エンジニアリング会社 スタッフ（日揮殿は、設計・トレーニング拠点を設置）
- エンターテイナー（日本 後述 今は難しい）
- 看護師（中近東・米国・カナダなど）
- メイド（香港・中国） 介護（台湾）
- ホテル等サービス業スタッフなど（各地）
- 建設作業員（中近東）



英語が公用語だから、海外でも仕事ができる。

外国の永住権を持っている方を含めると、
約1割のフィリピン人が海外で働き、一族の生活を支えていた。

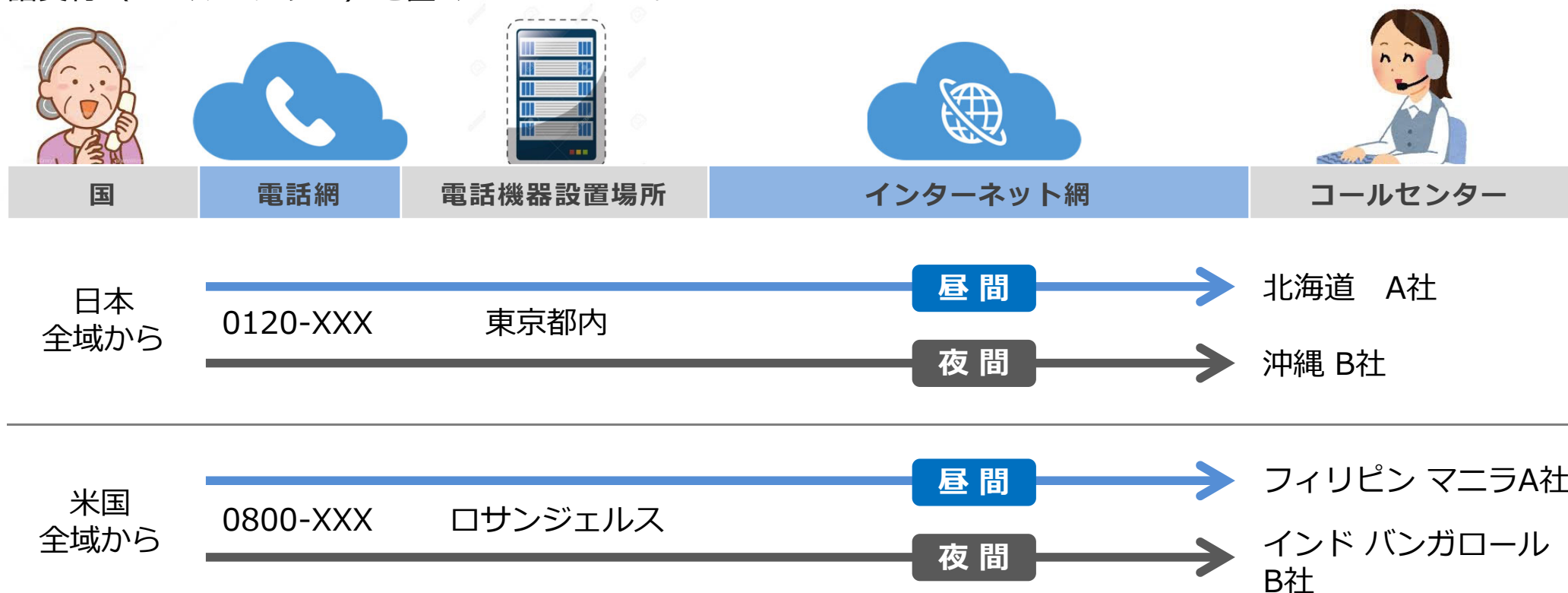
フィリピンの成長性 (3) <通信の変革>



1990年代後半

インターネットが普及

電話 = 音声、インターネット = データの関係が崩れ、なんでも（音声も）インターネット網で伝送可能に。
日本でも、インターネットを経由させれば、長距離電話代がかからないので、人手の確保ができる全国各地に電話受付（コールセンター）を置くことが可能に。



米国では、コールセンターがフィリピンやインドに移管

英語圏の企業は、人件費の安いフィリピンやインドなどに、コールセンター業務を移管。他の業務の委託も進む。

BPO (Business Process Outsourcing)がフィリピンの主要産業に。

フィリピンの成長性（４）＜BPOの発展＞



2010年以降

世界各国の主要な金融機関（ドイツ銀行・HSBC等）がマニラにバックオフィス業務を集結。各社の世界中の社内システムの開発・運用、ネットワークの監視バックオフィス業務を行う部門を、マニラに集結させている。

2018年

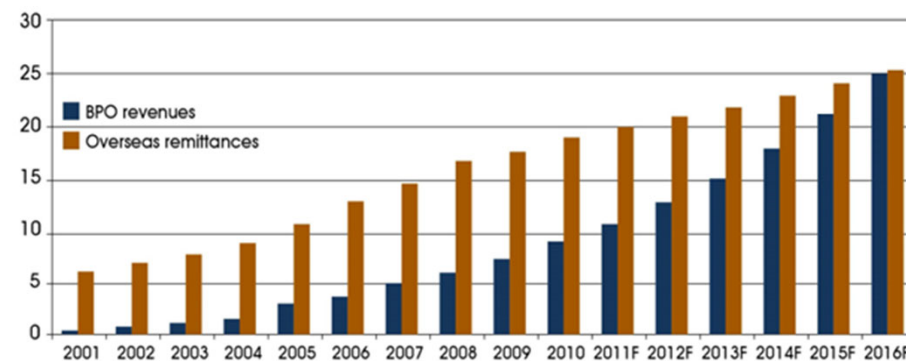
BPO産業の売上額が、出稼ぎ者からの送金額を上回る。

英語ができる人材は不足気味。特にマネージメントできる層は、海外に出る必要が全くないぐらいの売り手市場。

人材難で、BPOも地方への展開が始まる。ただ国内通信コストが高すぎるので、『通信コストが高いが人件費は安いケニア』など、BPOのニーズを奪われるリスクも出てくる。（繊維製品の製造委託と同様、委託先は移る）

人件費が上がっている今、インターネット料金の高さが競争力維持の政治的課題になっている

The Philippines BPO and Overseas Remittances Should Each Grow to \$25 Billion
In billions of dollars



Source - CLSA Asia-Pacific Markets, BSP, Business Processing Association of the Philippines (BPAP)



当社グループのフィリピンでの通信事業について <サービスの種類>

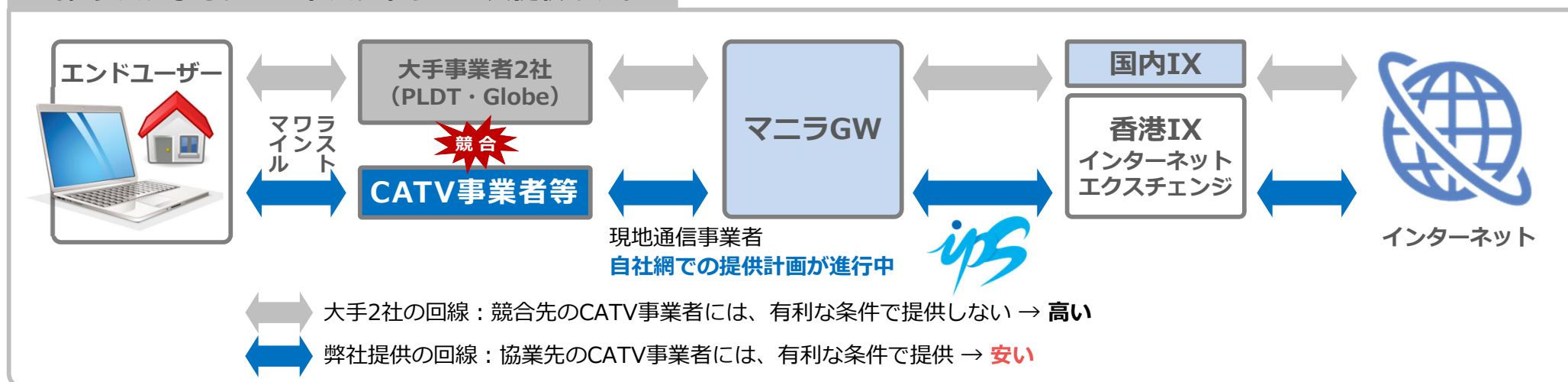


当社グループでは、フィリピンで2つのセグメント・3種類のサービスで通信事業を行っております。

海外通信事業 ケーブルテレビ事業者（ISP事業者）向け国際通信サービス

当社は、ISPサービスを提供するケーブルテレビ事業者に対して、マニラから香港までの国際通信回線を提供しております。

当社参入によるブロードバンドサービス提供の流れ



フィリピン国内通信事業 法人向けインターネットサービス

マニラ首都圏地域のマカティ地区・オルティガス地域で、法人向けにインターネット接続サービス（ISP）を提供しております。

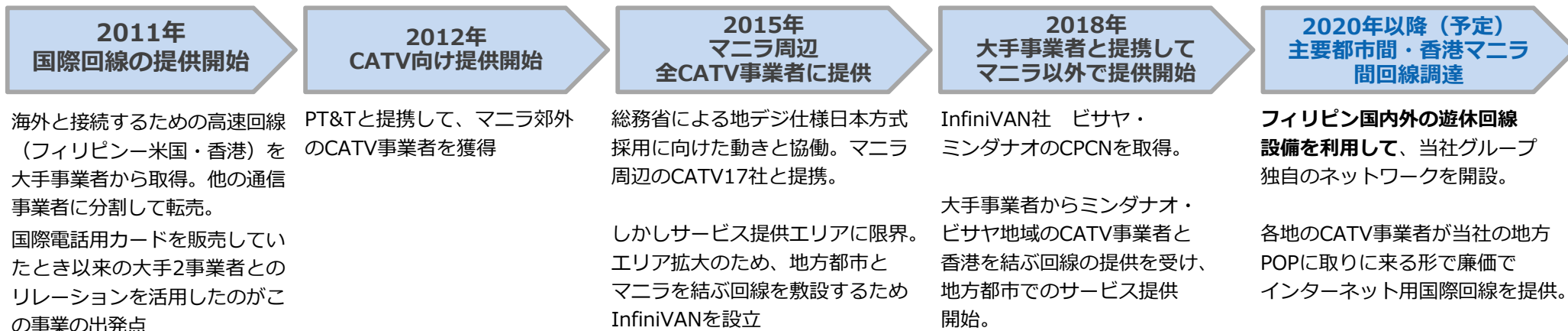
フィリピン国内通信事業 国内通信サービス（事業者向けサービス）

マニラ首都圏地域内・ミンダナオ地域内で回線設備を構築し、通信事業者・CATV事業者に対して長期でリースしております。

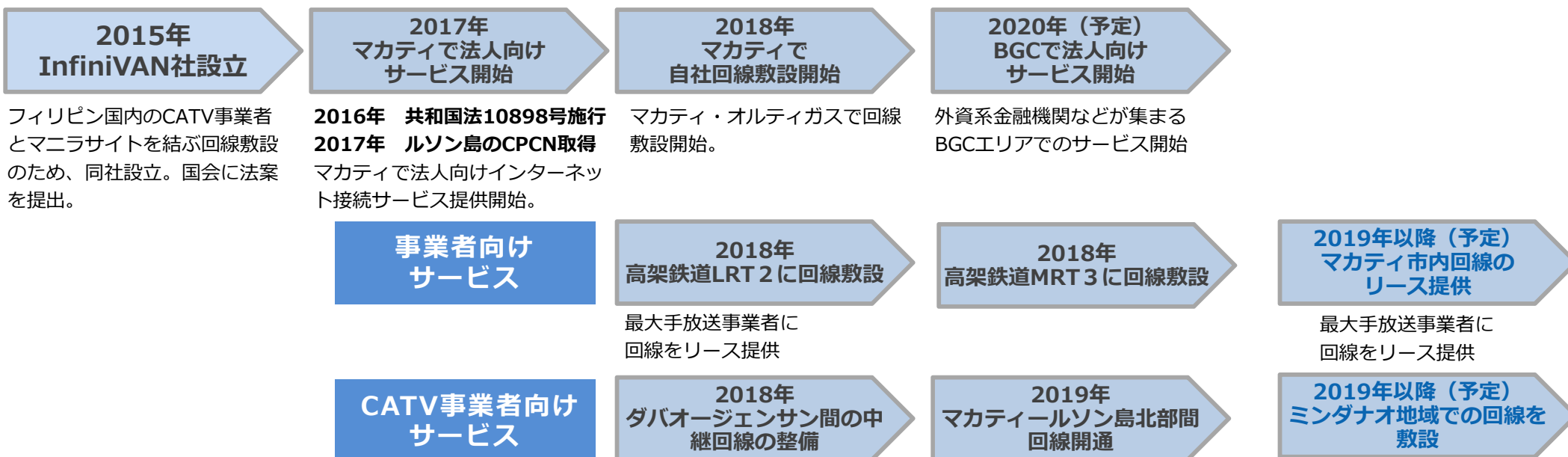
当社グループのフィリピンの通信事業について <沿革>



海外通信事業 CATV事業者向けサービス



フィリピン国内通信事業



ケーブルテレビ事業者（ISP）向け国際通信サービス

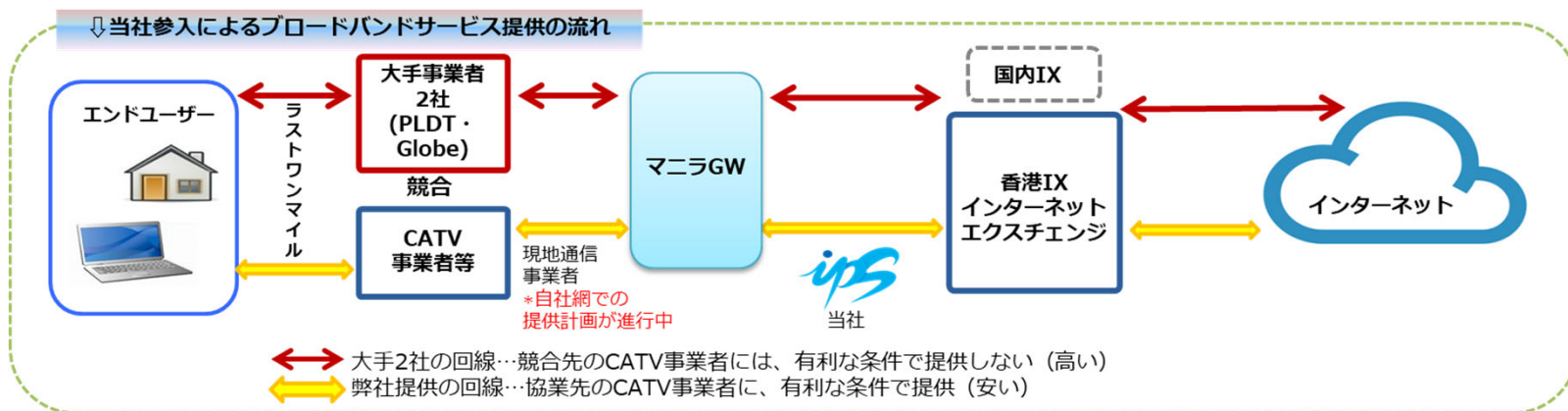
当社は、ISPサービスを提供するケーブルテレビ事業者に対して、マニラから香港までの国際通信回線を提供しております。

■ ニーズがある理由

- ①CATV事業者にとって、TV離れの傾向の中では、インターネット接続サービスは重要な収入源。
- ②フィリピンは、英語圏であるため、インターネット接続サービスを提供するには、海外のサーバーに接続しないといけない場合が多いこと。フィリピン国内で接続できない場合は、香港までの回線を用意する必要があること。例えばyoutubeもすべてのコンテンツがフィリピンのサーバーになく、香港にあるサーバーと接続する必要がある。
- ③国際通信回線と接続するための回線（地方→マニラ、マニラ→海底ケーブルの陸揚局）を大手2社で寡占。競合となるCATV事業者にも適正価格で卸してこなかったために、ケーブルテレビがアメリカとは異なり、競争力のあるサービスが提供できてこなかったこと。

■ マニラ周辺のケーブルテレビ事業者17社全社に、PT&T社等を通じて、国際回線サービスを提供しております。

大手2社の国内専用線を調達すると高すぎてビジネスにならないため、これまでマニラ周辺に限定され、その他の地域のCATV事業者はほとんど開拓できていませんでした。



海外通信事業 CATV事業者向け国際通信回線サービス（2）



2018年第3四半期に、ビサヤ・ミンダナオ地域にあるCATV事業者・地域内通信事業者（Paptelco）に対して、インターネット接続のための国際通信回線を大手事業者と提携。

今後地方のCATV局事業者・Paptelco（市内電話をおこなう通信事業者）に対して、回線の長期リースを実現してまいります。

当社がターゲットとしている事業者数は、全国で250社ほど。

ただ引き合いのある事業者に対して提供しようにも、提携事業者が設備を持っておらず、リードタイムが掛ることが判明。

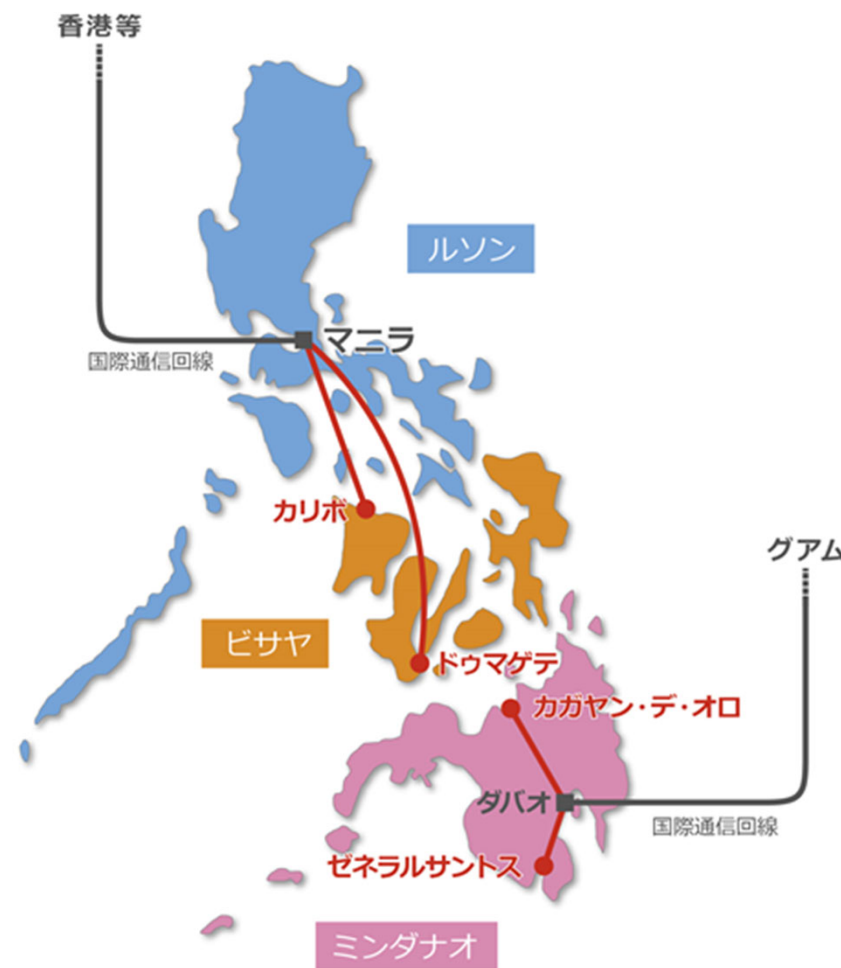
2018年第4四半期については、1件もサービス開通ができなかった。

2019年度予算にあたっては、リードタイムに余裕を持たせて計画している。

また自社回線敷設を通じて、CATV事業者との接続を進める。（2019年ミンダナオ地域。2020年ビサヤ地域の一部）

取引CATV事業者数推移

	2017 ・4Q	2018 ・1Q	2018 ・2Q	2018 ・3Q	2018 ・4Q
マニラ首都圏・マニラ郊外	17	17	17	17	17
それ以外	3	3	3	7	7
合計	20	20	20	24	24



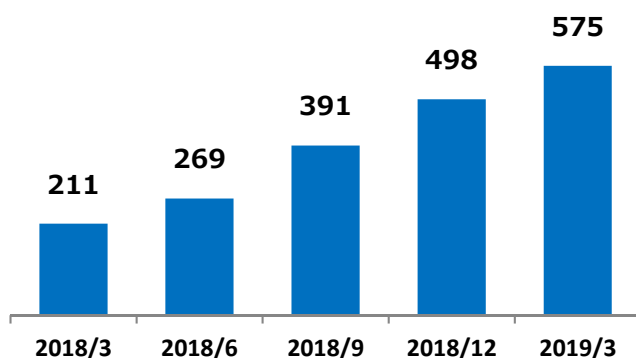
フィリピン国内通信事業 法人向けインターネットサービス（1）



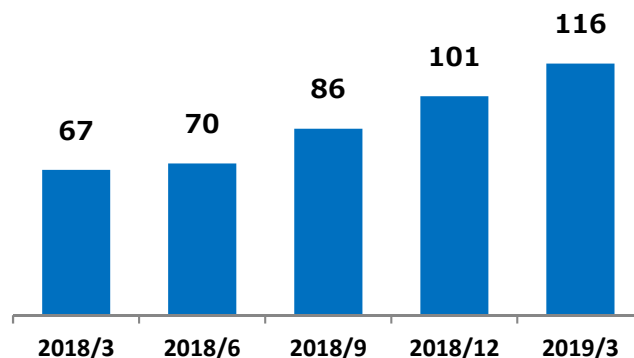
サービス内容

マニラ首都圏地域のマカティ地区・オルティガス地域で、法人向けにインターネット接続サービスを提供しております。料金は、下記の通り競合大手2事業者の1/2 - 1/3を目標にして、料金設定をしております。

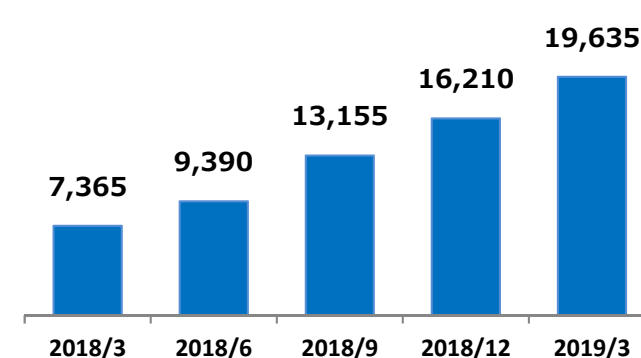
法人顧客数（単位：社）



ビル数（単位：棟）

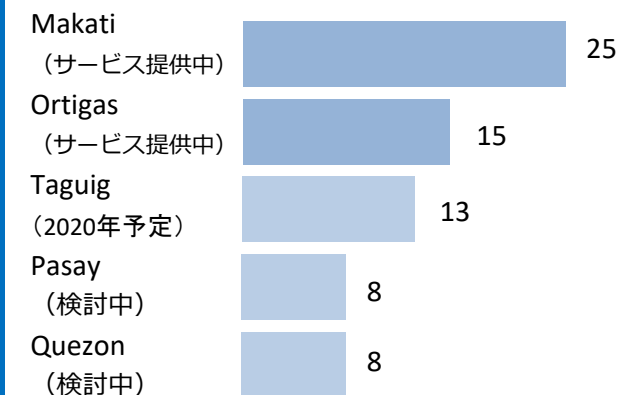


開通済み帯域量（単位：mbps）



法人向け	InfiniVAN	A社例	B社例
Standard	420USD (帯域保証あり) 帯域保証 20M 月間リミットなし	1155USD (帯域保証あり) 帯域保証 20M 月間リミットなし	815USD (帯域保証なし) 最高速度 50M (実勢 2 - 3 M) 月間リミット300G
Premium	750USD (帯域保証あり) 帯域保証 30M 月間リミットなし	2310USD (帯域保証あり) 帯域保証30M 月間リミットなし	1425USD (帯域保証なし) 最高速度 100M (実勢 5 M) 月間リミット 1T

フィリピントップ100企業 本社所在地ランキング



データ引用：マカティ市ウェブサイト

強み1. 市場開拓 戸別訪問営業の徹底

- 法人を対象とした営業代理店から出発した沿革
- 当社が長期間雇ってきたスタッフは、英語力や学歴ではなく、収益を上げる能力を評価されてきたもの。
- フィリピンは格差社会。学歴・職歴最優先で、官僚組織化した大手キャリアは、営業社員が、自らどぶ板営業をするわけではない。
学歴・経歴をほとんど重視しない当社は、スタッフは抵抗なく、全員アポなし訪問営業を実施。
- ビル管理会社・オーナーとの交渉から、そのビルのテナントからの申込書取得までを、一人の専任スタッフが担当。同時並行で話を進めるなど、サービス開通の最適化を図っている。



左 日本より派手な、
営業数字管理ボード

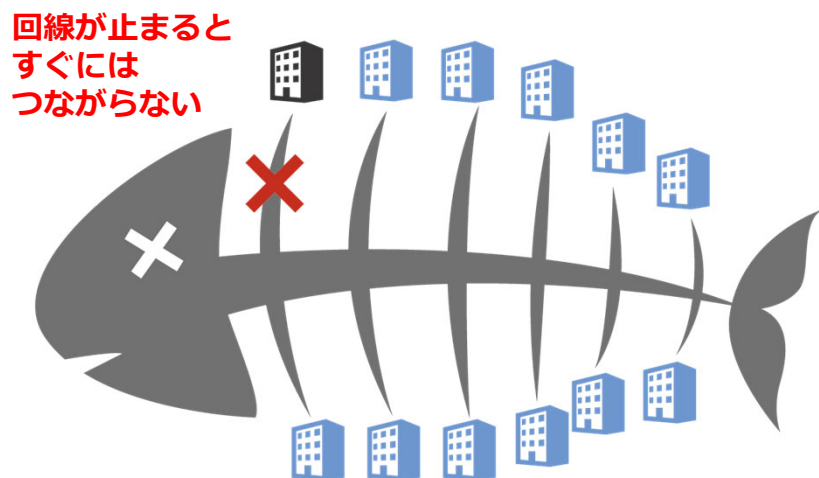
右 成約の場面 1名以外は、
会社支給のポロシャツで営業。

強み2 冗長性の確保

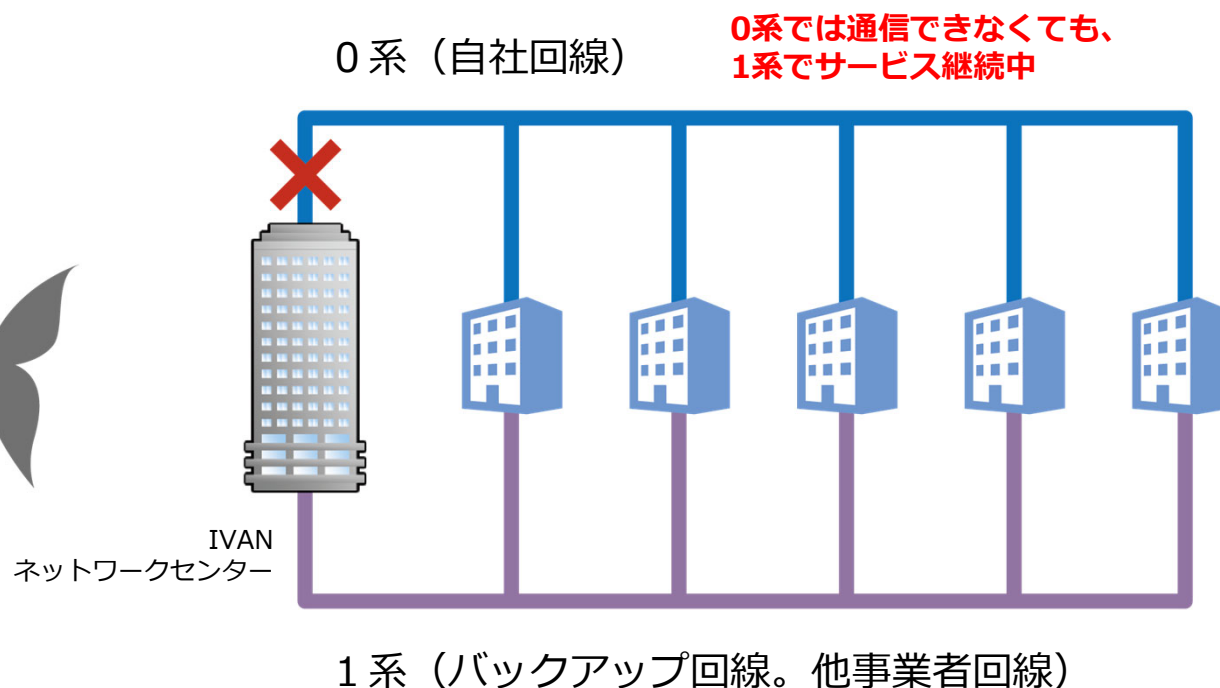
大手事業者の場合、週末回線が止まると、週明けまで回線が復旧しないことがあるので、コールセンターなどは、PLDTとGlobeの2社のサービスを入れているといったケースもあります。

当社が敷設しているMakati地区は、1系統を自社敷設・バックアップは他社敷設で1系統は電柱を使用しないルートを通すようにします。

■フィッシュボーン (フィリピンの一般的なネットワークモデル)



■当社ネットワークモデル（Makati市）



フィリピン国内通信事業 法人向けインターネットサービス（４）



強み3 収益性の高い地域に限定

現在マカティ地域とオルティガス地域でサービスを提供中。

合わせて両地域で、自社回線を敷設し、（他社回線+自社回線で）冗長を実現している最中。

2019年度にケソン市のBPOが集積するアラネタ地域と、既に敷設した鉄道を使って当社拠点を接続してサービス開始予定。それにより高単価が見込まれるBPOのお客様を獲得する予定

2020年度にフォート・ボニファシオでのサービス開始を実現するため、都市間の幹線道路の許認可取得中。

アジア開発銀行やビール飲料最大手サンミゲルの本社を中心に、BPOなどの事業者が集まる。当社グループの拠点



フィリピンを代表する都心。外資系のフィリピン拠点・上場企業の本社集まる。



計画

住居のほか、数多くのBPOが集まる。トラフィックを集めるという点からは非常に効率的なCBD。



計画

マカティから移転してきた大手企業のほか、外資系金融機関のバックオフィス業務・IT関連業務を行うセクションが集積。



フィリピン トップ100企業 本社所在地ランキング

Makati	(サービス提供中)	25
Ortigas	(サービス提供中)	15
Taguig	(2020年予定)	13
Pasay	(検討中)	8
Quezon	(2019年予定)	8

データ引用：マカティ市ウェブサイト

InfiniVAN社は、鉄道や幹線道路に光ファイバーを敷設し、通信事業者などに貸出しをはじめております。

当社の強みは、CATV最大手のSKYCable社（世帯数70万世帯以上）を顧客に抱えていること。同社は実質的にPLDT・Globeに次ぐ通信事業者といえます。

同社は、同軸ケーブル（メタル）で放送・インターネット接続サービスを行ってありますが、光ファイバーへの置換がこれから進み、当社の回線設備の最大の需要家になることが見込まれます。同社との間で、すでにいくつか回線リースの長期契約を締結しております。

また5G通信普及に向けて、新たな基地局を数多く人が密集する地域に設置する必要があります。当社では携帯電話事業者に対しても、通信設備の設置場所の提供などを行う予定です。

鉄道

InfiniVAN社が、LRT 2 に光回線を敷設。SKYCableなどの事業者に対して光ファイバーの15-20年でのリースを実施
他の鉄道路線に光ファイバー・5G基地局・ほかの無線通信設備を設置することで収益をより大きくする計画も進行中

足回り回線

当社拠点とCATV事業者の拠点を結ぶ回線をIVANで提供しております。

- ミンダナオ島（ダバオ-ジェネラルサントス）
- 北部ルソン島（マニラ-オロンガポ）

2019年ミンダナオ各地にネットワークを広げる予定です。

幹線道路・高圧線・国際回線

現在関係各所と回線の敷設を折衝中。同様に事業者に対して光ファイバーを15-20年でリースする予定

Wifi サービス

当社では、下記でWifiサービスの提供を計画しており、下記の場所に、機器を設置しております

- NAIA（マニラ国際空港ターミナル）
- カローカン市市庁舎（マニラ北部）

通話の
流れ
日本国内



当社
交換機



海外

国際電話モデル

1998年 フィリピン向け通話1分200円以上だった時、1000円で8分話せるカードを、フィリピン食材店・教会の前で販売。あわせてコールセンターでも販売し、当社国際電話カードは、フィリピン通話市場をリードしたサービス。当時フィリピンの人気俳優だったRichard Gomez氏などがイメージキャラクター。

秒課金のきっかけ

お客様の端末から当社の交換機までは、旧第二電電を利用。事業開始数年で、DDIのフリーコールユーザーとしては、日本で2番目の規模に。（2000年頃）

このプリペイドカードサービスで利用していた国内電話サービスの仕入条件を活用して、コールセンター事業者提供しているのが、国内通信事業の主力サービスである**秒課金サービス**です。

フィリピン事業のきっかけ

当初は、国際デジタル通信殿 KDD殿（現KDDI）からフィリピンまでの通話を仕入れて、フィリピン各地につないでおりました。その後、フィリピンの主要事業者と直接接続し、自社カードのトラフィックだけでなく、香港などで他の海外事業者からフィリピン向け通話を卸売してトラフィックを集めるようになった。日本からフィリピンに発信されているのが、月間5000万分と推定されている中、約3000万分をフィリピンに運んでおり、世界で2番目の事業者とされたことがあります。（2002年）

これが当社のフィリピンの通信業界での知名度の高さとなり、**フィリピンでビジネスを始めるきっかけ**となりました。

ただ海外側でのインターネットの普及で、チャット・スカイプなどにより、通話需要は激減。**2012年国際電話のリテールマーケットから撤退。**（一部中国向け事業者への卸売りのみ継続）

市場の変化への対応

当初は、固定電話や公衆電話が中心だった国際電話市場でも、携帯電話からの発信のニーズは大きくなりました。（2001年頃から。）しかし当社に、国内区間を提供しているKDDI殿は、携帯各社が指定した料金でしか販売できないルールになっており、携帯各社と相互接続して、仕入れ料金の引き下げと料金の設定を自社ですることができるようにしないと生き残れない状況にあった。

そこで2002年当社は、かつて世界最大の海底ケーブル網を誇っていたカナダの国際通信事業者テレグローブ社が経営破綻した際に、日本現地法人であり、旧第1種電気通信事業者であったテレグローブジャパンを買収。（0031/0032のプリフィックスコードを取得）

その後携帯電話事業者等と相互接続を実施して、在日外国人向け国際電話事業者として再建。この頃多くの第2種事業者が携帯発信の需要を取り込めず、淘汰された。当社はこの国際電話の仕組みを、インバウンドなどの需要を持つ中国系の事業者提供している。またプリフィックスコードはMVNO事業者向けサービスでも活用している。

当社交換機

ユニークなサービスのきっかけ

米国のプリペイドカード事業者向けに開発されたサーバーベースの交換機。大手事業者が使っていたものと比べると強固とはいえない。ただ①料金設定など、サービス条件を柔軟に交換機に反映できる。②サーバーベースなので、メモリ等の追加により処理量を増加させることができるという特徴をもつ。

大型交換機は限定的に用いて、残りはサーバーベースのIP交換機を採用。トラフィック量が短時間に急増することが想定される電話投票、業界慣習上特殊な動作が求められるMVNO事業者向けサービス等を実現。

サービス誕生の背景

- 自社サービス・再販サービス・代理店など多様な販売品目
- BPO大国フィリピンでのコールセンター運営経験



コールセンターの多様な需要に対応



米国企業から電話受付業務を受託している、フィリピンのコールセンター事業者の多くが、このシステムを採用。当社は、日本国内での販売代理権を取得し、コールセンターに提供しております。（日本語化などは当社で行っております。）

現在コンタクトセンターで主流になりつつある**チャットへの対応・チャットとAIへの対応**も進めております。

秒課金

1秒単位で課金される着信課金サービス※（通常、携帯電話発信は1分毎の課金・固定電話3分毎の課金）。当社名義の大手2社の回線をお客様の拠点に引き込み、お客様に利用していただきます。日本の固定電話の網使用料（通話ごとの料金+秒ごとの料金の組み合わせのため、短時間の通話の方が割高になります。なお携帯電話の網使用料は、秒ごとのみです。）の体系が、通話時間比例とは言い切れない形になっているので、こういう料金体系で卸を受けている事業者は少ないです。この料金体系で提供する事業者は、コールセンター市場では珍しく、名義にこだわらないお客様から切り替えていただいております。

※ 着信課金サービス：着信者が料金を負担する通話サービスのこと。いわゆるフリーダイヤルのことです。

当社秒課金について【1秒課金1分2.4円と3分課金で1分2.4円の比較】

通話時間10秒の場合（営業電話を掛けてすぐに切られるようなケース）1秒課金（0.04円×10）0.4円 3分課金の場合7.2円 短時間の場合、相当な差がでます。

当社サービス

MVNO事業者の端末から、格安な料金で通話できるサービス。
当社は、MVNO事業者に対して、通話サービスを卸売りしております。

背景

MVNO事業者の通話サービスは、D社が、MVNO事業者に対して1分あたり28円で卸提供し、1分40円でエンドユーザーに提供することになっております。（原価は8円ほど）⇒業界のルールにより、MVNO事業者は、1分40円を下回って販売することはできません。

大手3社がかけ放題や割引をしている中で、MVNOは1分40円でしか売れないとなると、MVNO事業者の通話サービスの競争力はなくなる。

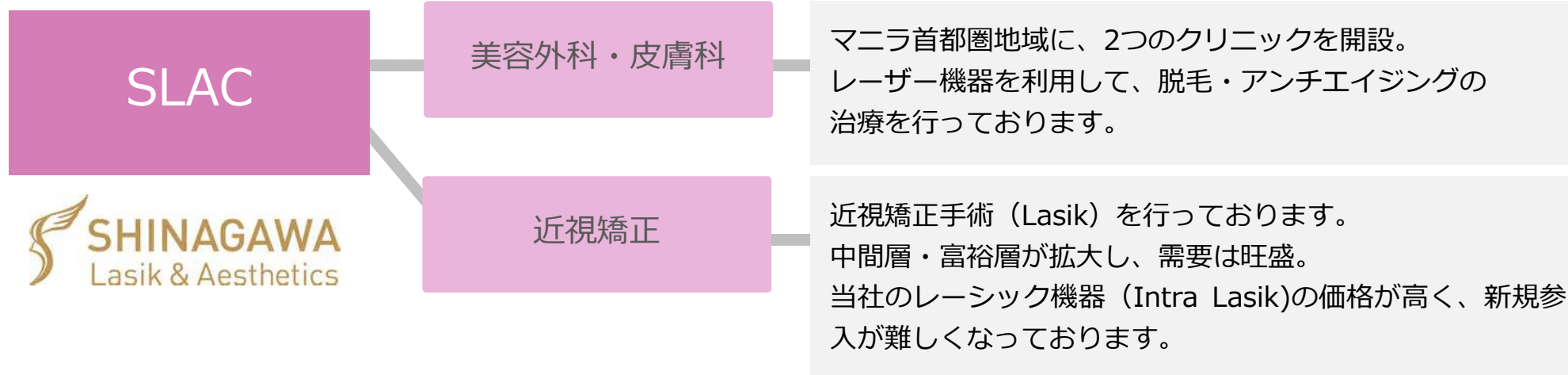
⇒MVNO事業者が、自由に料金を設定できる通話サービスにニーズがある。

⇒当社が取得しているPrefix番号と小回りの利く交換機との組み合わせで、MVNO事業者が自由に料金設定できるサービスを実現。

競合 (他にライセンスを 持っている事業者)

楽天殿（IJJ殿、Sonet殿など）、ソフトバンク殿（Biglobe殿など）、
NTTコミュニケーションズ殿（今はなし）

事業内容



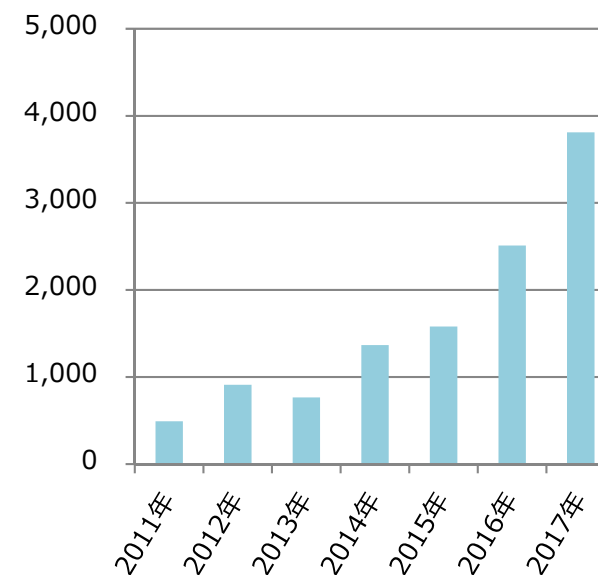
マニラ首都圏地域で、近視矯正手術と美容外科を行うクリニックを運営しております。

フィリピン人の好みに合わせた化粧品を日本で販売してきた経験を生かして、2011年それをフィリピンで展開することを計画。ブランディングの観点から美容外科を開設。併せて眼科も開設。

2016年後半から、近視矯正手術数が急速に伸びはじめ、今ではこの事業の主力サービスとなっております。（フィリピン国内での施術数では、70%以上のシェアを持っているというデータがあります。）

レーシックは、手術は、片眼で、2つの施術をし、1分ほど、両眼で3分ほどで終了します。（個人差はあります。）きわめて短時間で手術が完了するので、現状の2クリニックで、お客様のニーズに対応できます。

昨年より、白内障治療も提供しております。



近視矯正手術（Lasik）の年間施術件数

マーケティング



当社が長い時間をかけて構築してきた芸能人を中心にしたShowbiz人脈を活用。レーシックの体験談を有名人にSNSであげていただくことを中心とした、デジタルマーケティングが主力となっております。（有名ブロガーや女優のLasik体験動画などは、youtubeにアップしております。体験談は、クリニックのサイトにあります。<http://shinagawa.ph/>）

富裕層マーケティングに向けた銀行、高級ショッピングモールなどとも、積極的に提携しております。

インバウンドを確実に拾うため、Webコンテンツの効果測定、問い合わせから施術の完了まで徹底した工程管理を行い、より高確度での売上計上ができるように改善を継続しております。



フィリピン最大の商業銀行BDOと提携したキャンペーン広告（2018年）

体験いただいた方：例1

体験いただいた方：例2



Megan Young
ミスワールド2013フィリピン代表 世界大会優勝
女優・モデルとして活躍 SNSのフォロワーは
200万人以上



Nelson Canlas
主要地上波放送局GMA Networkの
フラッグシップニュース番組「24Oras」アンカー

在留フィリピン人関連事業 事業内容



「共生社会の実現」 少子高齢化の中では、移民の受け入れは不可欠であり、多様な価値が調和していく社会の実現を目指します。

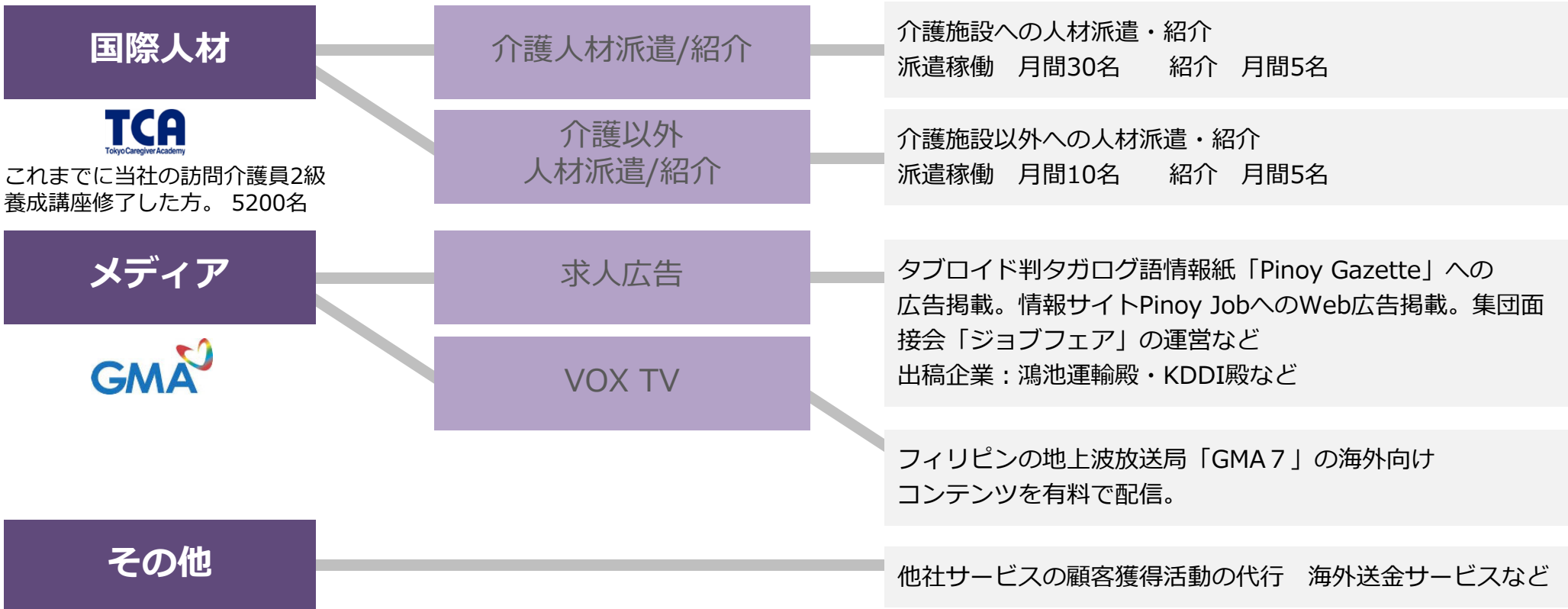
在留外国人数

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
フィリピン人 (※1)	198,869	202,229	202,497	204,160	202,985	209,183	217,585	229,595	229,595	260,553
外国人総数 (※2)	2,163,479	2,140,337	2,095,154	2,050,995	2,033,656	2,066,445	2,121,831	2,232,189	2,382,822	2,561,848

在日フィリピン人の数は、安定的に伸長
帰化者も含めると30万人以上と言われる。

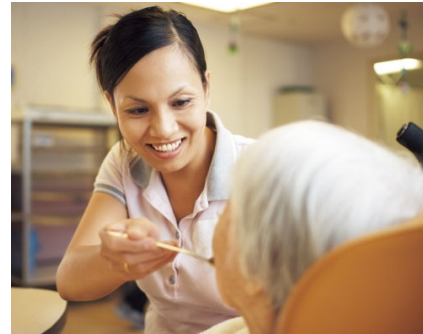
2018年 法務省入国管理局 在留外国人統計から引用

事業内容



事業内容

在日フィリピン人を介護スタッフとして養成し、介護施設に派遣・紹介を行っております。（現在は、人材派遣・紹介のみです。）



背景

在日フィリピン人の方に、介護スタッフの適性を有する人が多いと考えております。

- ① 介護は、キリスト教の奉仕の精神になじみやすく、この仕事に宗教的意義を見出している人が多いこと（多くのフィリピン人がカトリックであり、世界中で看護師として活躍している理由としてもよく挙げられています。）
- ② 大家族で育っており、お年寄りの世話を小さい頃から行っていた人が多いこと
- ③ フィリピンから中近東・台湾・オーストラリア・カナダ等に、多数の介護士が出稼ぎにでており、介護の仕事が身近であること



2005年当社は、東京都中央区に訪問介護員2級の養成講座を開講。Caregiverとは、フィリピン英語で介護士のこと。これまでに当社の訪問介護員養成講座修了した方は、5200名以上。各地の介護施設で活躍しております。ただ昨今の人手不足のため、介護業界でないとフルタイムで働けないといった環境ではなくなり、2014年休講。最盛期は、フィリピン人採用の先駆者として、「クローズアップ現代」・「WBS」など多くのメディアで取り上げられました。

現在の状況

人手不足により、既に求人事業所が、外国人採用に対する抵抗がなくなったり、直接採用する手法を確立するなど、当社が仲立ちする需要は減少する傾向。現在月間30名程度の人材派遣実績（紹介5名程度）

TCA CAREGIVER MANNER 10 かじょう

- 1 ぜったいに、ちこくはしません。
We always come to work on time.
- 2 いつも、せいけつできちんとしたふくそう、メイクをします。
We maintain a simple, neat, and decent appearance at work.
- 3 わからないことがあれば、かならずしつもんです。
We always ask questions when we do not understand the instructions.
- 4 ミスをしたらすぐあやまり、そのミスからまたべんぎょうします。
We are always humble enough to apologize and learn from our mistakes.
- 5 ケアとやさしさ、たすけるころをもっとしごとをします。
We foster a working environment filled with caring, kindness, friendliness, and helpfulness.

TCA Tokyo Caregiver Academy 03-3552-5971

- 6 フィリピン・ホスピタリティをもつプロのかいごしとして、ほごりをもってしごとをします。
We take pride in our being Filipino and in our being able to give the highest level of hospitality.
- 7 いつも、しよばのルールときそくをまもります。
We always follow the company rules and regulations.
- 8 ほかのスタッフをおもいやり、くにへかえるときにはしよばにめいわくをかけないようにします。
We always follow the company's vacation policy so we do not cause trouble for our co-workers.
- 9 いつも、りょうしゃさまとかいしゃのためにこうどうします。
We are loyal to Rlyo-sha sama and our employer.
- 10 プロとしてこうどうし、すべてのしごとにせっきよくてきにチャレンジします。
We are committed in pursuing excellence, as proud professional caregivers.

TCA Tokyo Caregiver Academy 03-3552-5971

TCAでは、フィリピンの方が、その長所や持ち味を生かしたまま、日本の文化と調和して、介護現場で活躍できるように、文化理解の教育内容を常にブラッシュアップしてまいりました。

TCAでは、フィリピンの人事教育の手法を取り入れ、重要なことをクレド（約束）にして、講義の前に必ずこの10か条を読み合わせしてまいりました。

在留フィリピン人関連事業 在留外国人向けジョブフェア（合同面接会）

介護業界に限定せず、外食産業など人手不足を解消するために、大口の外国人採用を考えている企業に向けた、在留外国人と求人企業のための集団面接会を、定期的を開催しております。

内 容

日本での就労が可能な外国人求職者向けの合同面接会。

在留フィリピン人求職者に加え、留学生など、多国籍の方々（英語のfacebookを見て来場されるので、英語圏であるスリランカ・ネパールの方なども多い）が多く来場されます。

就労資格を有する在日外国人を、当社で呼び込みます。

15社程度がブースを開設し（50万円）、各回約250～300名の労働意欲のある求職者が来場。

本年は、東京（年間4回）だけでなく、フィリピン人が多い名古屋（年間2回）でも実施。

クライアントは、牛丼・ハンバーガーなどの外食事業者、ホテル、介護事業者など。

ジョブフェアをはじめとした、求人メディアサービスの今後の展開

- ①スリランカ・ネパールなど英語圏出身者への求人広告サービスの拡大
- ②大手外食などに対する個別の合同面接会を随時開催
- ③成功報酬型求人広告の提供（申込人数に広告料が連動するもの）



1. フィリピン人IT技術者の人材紹介

かつてリクルート殿と提携して行いましたが、終了いたしました

英語ができるIT技術者の需要は欧米だけでなく、アジア諸国にもあり、供給側の求める条件と日本企業とのマッチングが難しかった印象があります。

2. 介護分野のフィリピンからの送り出し・人材紹介。

1) 介護人材養成のため、大学と提携

この4月の法改正で、介護が在留資格に含まれることとなりました。

当社では、以前より、在留資格が広がった時点で、フィリピンからの人の受け入れを検討できるように、フィリピン女子大学など看護学科をもつ大学と提携してまいりました。

2) 課題

現在は、英語でのコミュニケーションが活かせるシンガポールや香港と比べると、日本という市場は、求職者からそれほど高い評価を得ていません。

先日看護学校のインターンの話がありましたが、シンガポールや香港の病院などは積極的に受け入れているが、英語によるコミュニケーションを前提になっています。

看護介護の分野は人手が不足している国が多くインセンティブが大きいところもある中で（将来移住できるビザを出す国もある）、より魅力的な条件で受入をしてもらう事業者を、日本で見つけることは難しいのが現状です。

だからといって日本語不要として受け入れ、介護業務をってもらうというのは、利用者のことを考えると、もちろん難しい。

こうした中では、日本人が足りない分を補うというのでは、日本語が大きな要素となるため、お互いにニーズがあわずうまくいかないという印象です。

ただ看護介護の分野で、海外で受け入れられているのは、英語だけでなく、宗教や大家族を背景にしたホスピタリティが理由とよく言われます。

（他の分野は、インドなど他の英語を公用語にしている国も大きな割合を示していますが、看護師やホテルのスタッフといった分野は、フィリピン出身者が大きな割合を占めております。）

商社の方など、海外経験が豊富な方から、フィリピンの方に介護されたいと以前そういう話はよく頂いており、日本人が主体ではなく、適性をもつフィリピン人が、介護の実務をやる施設を作ってほしいといった話はよく出てきました。

当社が介護事業を行うにはノウハウがないので難しいですが、介護事業者と提携して、利用者も介護事業者もフィリピン人スタッフもみんな少しずつ譲り合って、ホスピタリティ溢れる介護施設を作って、外国人主体の介護による成功例を作ることが構想しております。

今後在留外国人が増えてきた時は、転職の市場もできると考えており、そうした中で、人材紹介を行うビジネスができるようになることに備えて、本事業を行っております。



提携先：フィリピン女子大学

在留フィリピン人市場の開拓

当社はマニラに設けたコールセンターで、他社の国際電話の代理店として利用促進業務を開始して以来、在留フィリピン人マーケットで、化粧品などのプロダクトの販売・衛星放送サービス等の販売、積極的な求職者の開拓などを行ってきました。最近では、他社のプロダクト・サービスを、委託を受けてコールセンターを通じて、販売促進を行っております。

- 携帯電話 (K社・S社)
- MVNO携帯電話 (H社子会社)
- 海外送金サービス (S社・A社)



VOXTV

当社は、旧宇宙通信株式会社殿（現スカパーJSAT株式会社殿）の人工衛星を利用して、フィリピンの人気地上波放送局GMAと提携し、2004年から同放送局の放送コンテンツを配信しております。衛星放送の最盛期で20,000世帯以上の方が視聴されておりました。（現在は、衛星放送ではなく、VOXTVとして、インターネットを使った配信に切り替えております。）このサービスを日本で独占して行うことの意味は大きく、フィリピン国内の**放送関係や芸能関係**に大きな人脈を構築でき、**医療・美容事業のユニークな広告宣伝活動・CATV事業者の開拓等**にもつながっております。



顧客獲得を兼ねてGMAのTV番組スタッフの訪日

本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

《IRに関するお問い合わせ先》

株式会社 アイ・ピー・エス
〒104-0045 東京都中央区築地4-1-1
東劇ビル8階

TEL: 03-3549-7719 FAX: 03-3545-7331