

親日国トルコの情報通信概況



外務省 在トルコ日本大使館 一等書記官 **江原 真一郎** (えばら しんいちろう)

1. はじめに

「トルコ」と聞いて、親日国、魅力的な観光地（イスタンブール、カッパドキア等）、美味しい食事（ケバブ等）といった良い印象を抱く方もいれば、ここ数年のトルコの状況（混迷を続けるシリア情勢、テロやクーデター未遂事件等）から、危険な国という印象を持つ方もいるだろう。当地に居住している筆者からすると、トルコは大変な親日国で住みやすいと感じており、これまでの日常生活で恐怖を感じたことはない。実際、2016年のクーデター未遂事件後の治安当局の権限・対策が強化された結果、治安情勢も改善基調にあり、首都アンカラでは2年半以上テロは起きていない。

本稿では、当地居住者から見た観点を交えつつ、トルコの情報通信分野に関する状況を紹介する。

(本稿は筆者の個人的な見解である。)

2. トルコ経済

歴史的に親日国であるトルコの長所として、平均年齢31.7歳の若くて豊富な（8000万人）人口構成、勤勉で質の高い労働力、EUとの関税同盟を有し、優れた地理的利便性、中央アジア・中東・アフリカにおける豊富なビジネスネットワークを有するといった様々な点が挙げられる。これらは、「国内消費市場としての魅力」、「製造・輸出拠点としての魅力」、「日本企業の第三国進出のパートナーとしての魅力」という言葉に集約されるだろう。ちなみに、トルコの2017年の成長率は、

前年のクーデター未遂事件の反動等により7.4%と、G20各国では最高の成長率を記録している。

一方、トルコは様々な問題を抱えていることも事実である。トルコ経済は、慢性的な経常赤字（エネルギーの輸入、高付加価値製品の輸入依存等）を抱え、高い外貨依存度、高インフレ率（トルコリラ安による輸入価格の上昇）、中銀の独立性への懸念（エルドアン大統領周辺からの利下げ圧力）等の問題がある。対外関係で言えば、シリア情勢を巡る欧米やロシアとの複雑な関係、また最近ではトルコ在住の米国人牧師拘束問題を巡り、米国が対トルコ制裁に踏み切った影響を受け、年初から対ドルで約4割下落するなど、不安定な面も多々ある。

このように、トルコは政治・経済とも様々なことが目まぐるしく動き、ボラティリティの高い市場ではあるものの、中長期的には有望な国だと考えている。

3. トルコ情報通信概況

トルコは、建国100周年に当たる2023年に向けた目標「VISION 2023」の中で、高速ブロードバンドの基盤整備の推進（1Gbps以上の高速ブロードバンド利用世帯数1400万世帯以上）といったハード面の目標だけでなく、技術開発地域（テクノパーク）からの輸出拡大等を含む研究開発の強化（研究開発の総支出額を2023年のGDP比で3%以上）、ICT関連製品及びサービスの国内調達比率50%以上といったソフ



■ 図. トルコの地政学・戦略的重要性



ト面の目標も掲げている。

こうした目標に関するトルコ政府の主な狙いは、中進国の罫から脱却を図るべく、海外企業を誘致し、付加価値の高い商品・サービスをトルコから輸出すること、また国内技術レベルを向上（技術移転）させ、関連製品の国内生産化を進めることである。特に近年では、国内生産化の重視傾向が顕著である。実際、トルコ政府による調達案件では、国内生産を入札条件に課す案件も増えている。また、自動車、通信衛星、鉄道車両等を国内生産するといった計画が発表されるなど、あらゆる分野で国内生産が1つのキーワードとなっている印象がある。

以下が、現在のトルコ情報通信市場状況である。

3.1 通信分野

(1) 移動通信

携帯電話の人口普及率は2017年末時点で96.4%（7790万人）となり、国民1人が携帯電話を1台所有する状況。トルコではレジャー施設が少ないためか、日本人以上に携帯電話での会話が日常の楽しみの一つであり、トルコ人にとって携帯電話は欠かせないものとなっている。

2016年4月にサービスが開始されたばかりの4.5G（LTE-A）サービスには、携帯電話契約者数の82.9%が加入しており、超高速大容量通信サービスの利用率が高い。携帯電話事業者は長年3社体制（シェアはTurkcell4割／Avea3割／Vodafone3割）のまま。近年は、携帯電話番号ポータビリティ（MNP）により、Turkcellの加入者数は微減傾向が続いている。

また、MVNOについては制度自体存在するものの、（事業者が支払うべき金額を含め）公正な競争環境条件の整備が十分ではないことから、実際に事業を展開している企業は少なく、現状活発とは言えない状況。

(2) 固定通信

固定ブロードバンドの契約数は、2017年末時点で1190万件。うち、73%がDSL（デジタル加入者線）、20%が光ファイバでの契約。契約数の増加率（対前年末比）で見ると、DSLは11%、光ファイバは21%となり、光ファイバ契約数の増加率が高く、近年この傾向は変わっていない。また、ブロードバンド市場におけるシェアの67%はTurk Telekom（旧国営企業）が提供するサービスである。同社のシェアは徐々に低下しつつあるものの、未だ大半のシェアを占めている。

現在トルコでは、Turk Telekomを中心に光ファイバが敷設されている状況。なお、固定電話の契約数については、携帯電話契約者数の増加を受け、年々減少しており、2017年末時点で1131万件。

(3) その他

トルコのSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の利用率*は、2018年1月時点で63%（日本：56%）、その利用時間*は1日平均2時間48分（日本：48分）と非常に長い。トルコ人は携帯電話で撮った写真（自撮り含む）をSNS上で共有することも多く、SNSの利用が生活の一部となっている印象がある。

3.2 放送分野

トルコのテレビ視聴方法の約8割が衛星放送によるもので、地上放送による視聴割合は低い。また、地上デジタル放送（採用方式：欧州方式）への移行もあまり進んでいない上、地上アナログ放送の終了時期も未定という状況。

放送コンテンツについては、トルコのTV番組の輸出総額は350百万ドルを超えており、米国に次ぐ世界2位と言われている。これまで140か国以上で放送されるなど、大きな成功を収めている。その理由として、コンテンツ制作の質が高く、キャストの容姿も多様であること、またイスラム教の方にも配慮された演出にリメイクされることもあり、世界各国の視聴者に受け入れられやすいと言われている。

昨今、日本のドラマをトルコがリメイクした作品がトルコ国内で人気を博した上、同作品が第三国でも放送されヒットするなど、日本発トルコ経由でコンテンツの普及が進むといった新たな潮流が生まれつつある。

なお、現在のエルドアン大統領政権は、トルコ建国時に国是に掲げられた「世俗主義（政教分離）」から「イスラム回帰」に傾いており、こうした影響を受けてか、2017年4月には、友人や結婚相手を探すといったデート番組の放送が突如禁止（トルコの伝統と文化にそぐわないため）されるといった動きがある点は留意が必要。

4. おわりに

本稿では、トルコの情報通信概況について紹介した。複雑な政治・経済情勢のもと、激動の渦中にあるトルコ経済が今後どのように発展していくのか、注目していきたい。

* 出展：We Are Social and Hootsuite（GLOBAL DIGITAL REPORT 2018）