

## 第2章 インターネットサービスプロバイダー

### 個人向けプロバイダー

## 統合・提携でメガコミュニティ化が進む コンテンツ、広告、手数料が勝負

### ナローバンドユーザーも増えている

2001年から2002年は個人向けインターネット環境が“ブロードバンド”にむかって大きく方向を変え始めた年である。その牽引役となったのは、言うまでもなくADSLだ。2001年3月には7万の加入に過ぎなかった利用者が1年後の2002年3月には240万加入を超える勢い。この快進撃はその後も衰えておらず、毎月30万加入のペースで増え続けている。

ただ、ブロードバンドという言葉が一種のブームのように扱われている関係で、ADSLの増加率ばかりが話題になるが、ナローバンド（ダイヤルアップ接続）の利用者もこの1年で1.9倍と、依然伸び続けていることも忘れてはならない（資料4-2-1）。ナローバンドからブロードバンドへ乗り換える利用者がいる一方で、ダイヤルアップ接続の利用者としてプロバイダーに新しく加入する人数もまだまだ衰えていないということなのだ。それは総務省の統計によるブロードバンドとナローバンドの利用者の数を見てもわかる。これだけブロードバンドが話題になっているにもかかわらず、ブロードバンド利用者は、2002年3月末時点でナローバンドの5分の1だ（資料4-2-2）。ただ、この数字は今後確実に増えていくことは間違いないだろう。このようにインターネットの個人利用者

を取り巻く環境は大きく変化しようとしている。そんな時代にあって各プロバイダーはさまざまな方法で生き残りをかけた道を歩み始めている。

### 会員資産の確保で生き残る

プロバイダー事業を語る時必ず言われる言葉に「儲からない」「淘汰される」というのがある。確かにある面は当たっている。一説には接続事業で利益を出しているプロバイダーは半分程度だと言われている。その論理の根底には「プロバイダーは設備産業」という考え方がある。プロバイダーは会員にサービスを提供するためにアクセスポイントやサーバーなどの設備を保有またはリースしている。これらの設備は会員の増加に合わせて随時補強、増設する必要がある。つまり、会員は増加するが、同時に固定費も増加するという側面がある。その一方で相次ぐ値下げ競争で1利用者から得られる売り上げは減少し続けている。プロバイダーは設備産業であり、会員が増えても儲けが出にくいと言われる理由はここにあるのだ。では、そのような状況の中、プロバイダーが大幅に淘汰されたのかと言うと、一部には、廃業・統合などにより表舞台から名前を消したプロバイダーはあるが、業界全体を見るとインターネットの普及

に後押しされる形で粛々と業務を遂行している。また、多くのプロバイダーで売り上げは毎年伸び続けている。

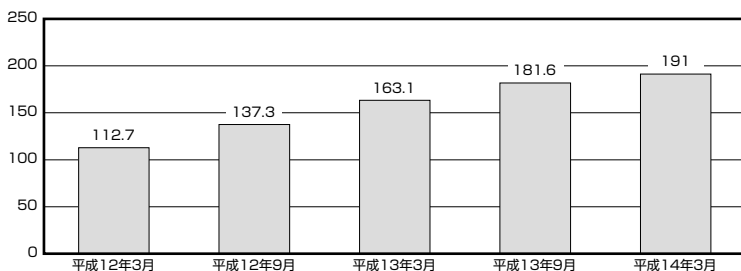
「儲からない」「淘汰される」と言われ続けているプロバイダー業界だが、プロバイダーには一度手に入れた会員資産から安定した収入を得られるというメリットがあるのだ。競争の激化という厳しい状況は続くものの大きな失敗（雪印食品のように利用者を裏切る行為）でもしないかぎり、突然会員がいなくなって売り上げがなくなるという事態は起こりえないだろう。このような安定収入は減価償却が終了した設備から確実な利益を生む。つまり、固定費を発生させて経営を圧迫しかねない資産が安定収益を確保するための優良資産に変わるのだ。

このように会員資産から一定の売り上げを確保することで、環境の変化に迅速に対応しながら事業の見直し・再構築を怠りさえないければ、プロバイダーは確実に生き残っていける商売であることもまた確かなのだ。

### コンテンツ販売の確保も

接続事業からの売り上げはプロバイダーにとって大きな柱であり生き残るための重要な収入源であることは確かである。だが、それだけに頼っていたのでは事業の

資料4-2-1 大手プロバイダーに聞いたダイヤルアップによるインターネット接続サービス加入者数の推移（指数）



（注）単位は指数。数値は、平成11年12月末における大手プロバイダー15社の加入者数（1059万人）を100とした指数。  
出所 総務省資料を元に筆者作成

資料4-2-2 ブロードバンド回線契約者数とナローバンドの利用者数の比較

ブロードバンド	ADSL	2,379,000	3,861,400
	CATV	1,456,000	
	FTTH	26,400	
ナローバンド			20,230,000

出所 総務省資料を元に筆者作成（2002年3月末発表）

さらなる発展は望めない。そこで、大手・中堅プロバイダーを中心に非接続事業からの売り上げを確保するための努力が続けられている。非接続事業とは「コンテンツやサービスの販売」「広告収入」「オンラインショッピングの取り扱い手数料」の3つ。実は、各プロバイダーともブロードバンド時代こそこの分野の売り上げを大きく伸ばすチャンスと見ているのだ。ブロードバンドは個人利用者に“常時”と“高速”という新しい接続方法をもたらす。これらはインターネットの利用スタイルを大きく変える可能性を秘めている。インターネットが生活に密着した形で利用されることになるのだ。そうすると、リアルワールドで消費・流通しているお金の幾ばくかがネットにも流れ込んでくる。接続サービスという形で会員を組織化して囲い込んでいるプロバイダーとしては喉から手が出るほど欲しいお金だ。このように非接続事業からの売り上げを高めて経営を安定させるやり方は米国のAOLにそのお手本を見ることができる。AOLの場合2001年度の売り上げの約57%が非接続事業からのものだ。この数字はTime Warnerと合併後のものなので日本のプロバイダーと単純比較することはできないが、豊富なコンテンツを持つ@niftyですら「非接続事業からの売り上げは全体の15%程度」（ニフティ宮坂修史社長室長）という水準に留まっている。今後この比率をどこまで高められるかがプロバイダーにとっての課題と言える。ただ、ブロードバンドが普及したから非

接続事業売り上げの比率が自動的に上昇するというものではない。AOLの例は、一定規模の会員資産があってこそ成り立つものなのだ。AOLが現在のような接続事業脱却型の経営形態を実現したのは会員数が1000万人を超えた時点からだと言われている。属する人の数が1000万人を超えるとそのコミュニティは“メディア”として機能し始める。自社会員によって組織された“メディア”をフルに利用することで、コンテンツ販売・企業からの広告・販売手数料などの売り上げを伸ばすという戦略だ。日本のプロバイダーでも「会員1000万人」は1つの目標でもあり、大手プロバイダーはこの目標を達成すべく努力しているのである。

### 会員1000万人を目標に統合、提携

「会員1000万人」はプロバイダーにとって1つの目標ではあるものの、日本という限られたパイの中で会員を奪い合う現状では、それを達成するのは容易なことではない。目標達成前に体力が尽きてしまう可能性もあり得る。そこで、最近になって各プロバイダーが模索し始めた戦略に「統合」と「提携」がある。NTTは2002年4月に発表した3か年計画の中で、グループ企業が運営・出資している6つのプロバイダーを統合する方向で検討するとしている。この統合が実現すると会員数500万人超えのプロバイダーが誕生する（資料4-2-3、4-2-4）。数々の逆風の中で生き残りを模索する巨大通信

企業のNTTにとって、プロバイダー事業も効率化を進めなければならない重要な事項なのだ。

その一方で「提携」という、幾分緩やかな方法で連合を模索する動きもある。2002年4月末、DION（KDDI）、ODN（日本テレコム）、BIGLOBE（NEC）、Panasonic hi-ho（松下電器）という4大プロバイダーがブロードバンドサービス事業において提携（メガコンソーシアムの設立）すると発表した（資料4-2-5）。これらプロバイダーはこのコンソーシアムを通して「共同投資によるブロードバンド新サービスの共同開発」「PC向けコンテンツサービスの共同展開」「ノンPC機器向けのコンテンツサービスの共同展開」「コミュニケーションサービスの普及促進」「マーケティングサービスの共同展開」を行うという。つまり、コンテンツやサービスなど非接続事業の部分を共同で展開することでスケールメリットを生かそうという目論みだ。これらプロバイダーの会員を合計すると約1000万人弱になり、念願の1000万コミュニティが実現することになる。コンソーシアムでは、他のプロバイダーにも参加を働きかけるとコメントしている。

このように、日本のプロバイダーも統合・提携という道を歩むことで、メガコミュニティ化が進むだろうと思われる。生き残りをかけたプロバイダー戦国時代は終焉を告げ、融合と協調の時代の幕が開けたのだ。

（山崎潤一郎 有限会社インサイドアウト代表）

資料4-2-3 主要ISPのインターネット接続契約数実績

（単位：千）

	1998年		1999年		2000年		2001年	
	契約数	構成比	契約数	構成比	契約数	構成比	契約数	構成比
@nifty	480	6.2%	3,450	23.2%	4,020	17.9%	5,270	18.0%
BIGLOBE	2,660	34.6%	2,790	18.7%	3,432	15.3%	4,048	13.9%
DION	78	1.0%	441	3.0%	1,689	7.5%	2,074	7.1%
OCN	505	6.6%	1,192	8.0%	1,870	8.3%	2,834	9.7%
ODN	74	1.0%	417	2.8%	1,405	6.3%	1,870	6.4%
So-net	420	5.5%	780	5.2%	1,178	5.3%	1,343	4.6%
その他	3,465	45.1%	5,833	39.1%	8,830	39.4%	11,767	40.3%
合計	7,682	100.0%	14,903	100.0%	22,424	100.0%	29,206	100.0%

出所 ECR, 2002/2

資料4-2-4 NTTのグループ企業が運営・出資するプロバイダー

OCN	NTTコミュニケーションズが運営
InfoSphere	NTTPCコミュニケーションズ
ぶらら	NTT東日本が出資するぶららネットワークスが運営
WAKWAK	NTT-ME
ドリームネット	NTTドコモとNTTデータが出資
ドコモAOL	NTTドコモが出資

出所 筆者作成

資料4-2-5 メガコンソーシアムを構成するプロバイダー

DION	KDDI
ODN	日本テレコム
BIGLOBE	NEC
Panasonic hi-ho	松下電器

出所 筆者作成



## [インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ [iwp-info@impress.co.jp](mailto:iwp-info@impress.co.jp)