

# 光で再び競争を迎える 日本の通信事業者動向

中島昌彦●株式会社IRIコマースアンドテクノロジー

## ADSLの普及でインターネット接続の高速・低価格競争が終焉 光の時代は動画配信まで含めたより高度なサービス競争に突入

2004年初めの国内ブロードバンドの状況を一言で表すと、実にいろいろなインフラが居場所を求めてもがいていた状態だといえる。ブロードバンド回線として代表的なものはADSL、光、CATVであるが、もっともシェアを確保しているのはまちがいなくADSLである。

積極的な低価格とマス広告を使って一般利用者にターゲットを絞り込んでサービスを投入したYahoo!BBにより、ADSLはブロードバンドの代名詞として定着した。しかも、ブロードバンド環境は「安い」「高速」という2つのキーワードで語られたため、日本のブロードバンドサービスは価格競争と速度競争を余儀なくされたともいえる。ただ、その競争も2003年に一段落し、2004年はブロードバンドをどう使うかという活用面にフェーズが移りつつある。

### 2003年後半から光サービスが伸びる

Yahoo!BBは低価格・高速のブロードバンドとしてインターネット業界に参入した結果、既存事業者も低価格と高速というキーワードに反応してさまざまなサービスを開発してきた。これが2003年の特徴である。Yahoo!BBの低価格サービスに対応し、全国系のADSLホールセラーならびに地域電力会社がこぞって投入したものは、既存の1.5Mbps設備を利用した1Mbpsの通信速度に限定した低価格サービスである。ISPによっては1,000円台と思い切り安価に設定したことで、ダイヤルアップで十分というYahoo!BB会員予備軍の一般ユーザーを先に取り込んだ。ところが、一方のYahoo!BBはさらに安いサービスに追従するようなことはせず、逆に通信速度を上げて料金も高い高付加価値のメニューを追加した。この結果、現在、ADSLサービスの低価格化には歯止めが効かなくなった状態になっている。

低価格とは逆に、NTT地域会社やusen、東京電力などは、どちらかというとADSLよりも高品質な光サービスを中心にユーザーにアプローチした。光サービスを提供する各社は、ADSLが根本的に持つ回線品質の差による不平等がないという部分、そして、上り帯域も十分に確保できるといった部分をアピールし、不平等なADSLサービスに不満を感じているユーザーが敏感に反応した。これにより、2003年後半より光サービスの加入率は上昇している。なお、30Mbpsサービスを提供するCATVインターネットも回線品質に依存しない

ので、接続が安定しないADSLユーザーは光サービスやCATVへ乗り換えるという図式ができてきた。

### 安定して「つながる」から安心して「利用する」へ

2003年は各社の努力により、インターネット利用者はブロードバンドに移行できた。ところがこれから先、さらにブロードバンド加入者を増やすためには、より高速の回線にどうやってシフトしてもらうか、もしくは、もっと裾野の広いユーザーに加入してもらう方法を考える必要がある。今、キャリアに求められているものは、高速なインターネットではなく、高度なサービスも含めた利用手段である。

実際、Yahoo!BBは、ADSLサービス=インターネット接続+IP電話という図式を提供した。ADSLというサービスは、ただ単に速いインターネット接続ではなく、加入者どうしの電話料金が無料になるIP電話という具体的で身近な利用手段を加えたわけだ。

IP電話であれば、1Mbps程度の通信速度があれば十分にインターネットと共存できる。エンドユーザーにとって、IP電話はADSLへの加入を動機付けるサービスとなった。ところがさらに高速な光サービスを普及させるには、IP電話以上の大きな動機がないと、利用者はなかなか動き出さない。

今、光サービスを手がけている各社が利用者への強い動機付けとして模索しているものは、動画を主体としたサービスだ。ADSL時代はインターネットとIP電話であったが、光サービス時代はインターネットとIP電話に、動画という要素が加わる。ただし、動画といってもそれはVoD (Video on Demand) サービスだけを指すわけではない。IPテレビ電話であったりテレビ会議システムであったりと、広義の意味で動画を送受信することが光サービス加入への動機付けになると考えられている。また、動画に限らず、思い立ったときにはすぐにダウンロード購入できる楽曲配信や、リアルタイムな反応が求められるオンラインゲームといったものも、光サービスへの加入を動機付ける要因として検討されている。

### 動画のサービスはすでに成功事例もある

実際、NTTはフレッツスクウェアを通して、動画配信による課金を積極的に実施している。また、usenや東京電力は、関連会社を通して無料や有料のコンテンツ配信に参入し

ており、光サービス会社は、これからやってくる超高速インターネット時代に向けて、動画配信に関するプラットフォームを持ち、ホスティングや課金代行、配信サービス自体の販売というビジネスを育てようとしているわけだ。

こうしたさまざまなコンテンツ配信にキャリアとISPがチャレンジした結果、利用者が敏感に反応したものがある。たとえば、キャリアや主要ISPが有料配信したガンダムシリーズは、Mbpsクラスの高品質な動画に加え、1本見たら続きが見たくなるシリーズを売り物にすることで利用者が受け入れた。また、インターネット配信は品質が悪いというイメージに対して3Mbpsで5.1ch音声と高品質ストリーミングを配信した。しかも、ストリーミング配信ならば、見たいときにすぐ見られるというレンタルビデオにない特徴を押し出したことが、課金への敷居を徐々に下げている。

もうひとつ、インターネットならではのニッチな配信も新たなビジネスチャンスをもたらした。2004年の春に突然人気が高まった韓国ドラマ。テレビ放送でも見られず、レンタルビデオショップでも在庫がないために、ネットワークを通じた有料課金視聴に利用者が流れた。usen系のショウタイム、ソニー系のAIIは、共に韓国ドラマによるアクセスアップが続いており、人気コンテンツナンバーワンの座を保っているという。わずかではあるが、動画の成功事例が少しずつ出始めており、こうした成功要素の積み重ねは利用者のネットワーク視聴のイメージを塗り替えていくことになるだろう。

### 放送への意欲が高いインフラ事業者

ところで、放送とネットワークの融合というテーマも、光サービスを提供する各社が継続して模索しているサービスのひとつだ。NTTやKDDI、地域電力会社系といったインフラ会社は、ことさら放送にかかる意欲は高い。

放送とネットワークの融合は、2つの側面から語られる。それは、難視聴エリアにおける番組の光ファイバー配信と、ローカルの独自放送の光ファイバー放送だ。前者であれば、KDDIがすでに集合住宅向けサービスという位置付けで一部放送局の配信を別料金で開始した。また、ケイ・オプティコムもK-CATの放送内容を光ファイバーを使い配信している。

後者の独自放送の配信は地方自治体を主に実例が出つつあるものだ。まず、光ファイバーをエリア内全域に張り巡らし、住民へのインターネット接続インフラを整えると共に、緊急放送や町村会議の映像を番組として配信する。こうした動きは、キャリア系会社をはじめとして、該当地域のケーブル会社やISPが深く関与しており、過疎地域では国の補助金を受けながら自治体主導で光ファイバを導入し、キャリアやISPにインフラを貸し出すというスタイルとなる。

放送と通信の一本化は、光サービスだけの話ではない。ソフトバンクはビービーケーブルという子会社経由でADSL回線へ放送サービスの一本化を、スカイパーフェクト・コミュニケーションはオプティキャストという子会社を経由して、usenや地域CATV会社と提携し、スカパーの配信を光ファイバーやケーブルに一本化する事業を手がけている。放送と通信の一本化への流れは、光サービスだけのトピックではなく、ブロードバンド一般に共通して適用できるトピックといえる。

### ソフトバンクも参入、集合住宅は光が標準導入

最近の傾向として、大規模新築分譲集合住宅では標準的にインターネットサービスが提供されるようになってきている。これらのネットワークは、建築会社のネットワーク部門を預かる子会社が運営していたり、集合住宅専門の通信設置会社がインターネット事業にも参入することで対応しているケースが多い。また、首都圏においては、usenが長谷工コーポレーションやSo-netと提携した強みを生かして、2004年4月時点で集合住宅だけでも13万を超える個人契約数につなげた。

首都圏では集合住宅の比率が高く、戸数も多いために、集合住宅でのトラフィックを流すには光サービスの導入が必須だ。このため、首都圏の集合住宅は、比較的急ピッチでインターネットサービスの導入が進むとみられている。この流れを読み取り、ADSL主体で運営していたソフトバンクも、2003年の中頃より集合住宅向けに光サービスを使った実験接続を続けてきた。同社は2004年の夏より集合住宅向けの光サービス事業へ参入するとみられており、集合住宅への光サービスの導入はさらに強まるとみられている。また、同社は2004年5月末に法人に強い日本テレコムを買収を発表し、従来の個人向けサービスのみならず、法人サービスについても積極的に手がける方針を明確にした。この買収により、ソフトバンクは法人・個人を問わずに、多数の利用者を確保する強力な通信キャリアとなった。これは国内に新たな巨大キャリアが誕生したともいえ、今後、日本テレコムとYahoo!BBが持つネットワークリソースは統合化され、強力なシナジーを生み出すと見られている。

光化の流れが強まると、NTT以外に唯一ラストワンマイルを押さえている各地のCATV会社も改めて脚光を浴びることになる。短時間で光サービスを各地に展開するには、ケーブル会社が敷設した光ファイバーを借り受ける方法がもっとも手っとり早い。また、光サービスの本格化に向けて、CATV会社自体が光サービスを提供する可能性もある。いずれにしても、日本国内では機運が高まれば、比較的早期に全国的に光サービスへのシフトが始まることだろう。



## [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)