

企業研究

東日本電信電話株式会社 (NTT東日本)

マンション市場での取り組み強化により年間150万回線の新規契約を目指す

「Bフレッツ」の月次純増数は、2004年度の時点ですでに「フレッツ・ADSL」を逆転、2005年度には年間100万の新規契約を達成した。2006年度はさらに年間150万契約を目標に、マンション市場での販売を強化する。

光IP電話が新規契約を牽引

2005年度の100万契約達成の大きな牽引力となったのは、まず「ひかり電話」とのセット割である。2005年3月時点でのサービスエリアは1都1道4県であったが、半年後にはBフレッツのほぼ全域をカバーするまでに拡大した。エリア拡大と連動して、メディアや販売店等において「トリプルプレイ」という言葉を一般消費者に訴求したことも大きかっただろう。こうしたマス広告により、光ブロードバンドの認知度が2005年度一年間で飛躍的に向上した。2005年度のBフレッツの新規契約者の属性値は公表されていないものの、都市部と地方に大きな差はなく、ほぼ全域において好調であったという。また、料金や手続きの面でも、「プロバイダーセット」が10社に拡大し、ユーザーの選択肢が広がったこと、そして煩雑な手続きがなくなったことが評価されたと考えられる。

集合住宅向けのメニューを拡充

2005年は、マンション市場が大きく拡大した年でもあったという。そこでNTT東日本では、今年4月に「Bフレッツ マンションタイプ」に新プランを2つ投入した。1つは集合住宅内の複数のユーザーで1Gbpsを共同利用する「プラン2ハイパー」、もう1つは6ユーザー以上で契約可能な「ミニ」である。特に「ミニ」は、従来の「プラン1」よりも2ユーザー少なく、アパート等の小規模な集合住宅を取り込むことを狙いとしている。今年はこの「ミニ」に

よるマンション向け契約数の伸びが注目されることである。

ブロードバンド初心者の取り込みを強化

新しい顧客層へのアプローチとして、2006年の1月には小学館の女性ファッション雑誌「CanCam」とのコラボレーションにより、撮影風景や人気モデルの素顔などを期間限定でネット配信した。この若い女性層に対する光ブロードバンド映像の訴求が予想以上の反響を得たことから、今年も他社コンテンツとのコラボレーションが展開されると見られる。

また、ユーザーサービスの質を向上させることも本年の課題になっているようだ。インフラおよび体制の整備に伴い、申し込みから開通までのスピードアップを図るほか、初心者層の増加

に対応して、ユーザーの使用環境全般のサポートにも注力するという。4月にはコールセンター事業や訪問サポートで実績のあるキューアンドエーとの資本提携も発表されており、ワンストップサービスの提供に向けた取り組みがすでに始まっている。

放送と通信の融合に向けて

映像系に関しては、今年力を入れると考えられるのが、「4th MEDIA」と「スカパー!光」である。後者については、スカパー!グループとNTT東西による運営会社を2005年12月に設立、テレビ番組の再送信サービスの受託販売に向けてこちらもすでに始動している。

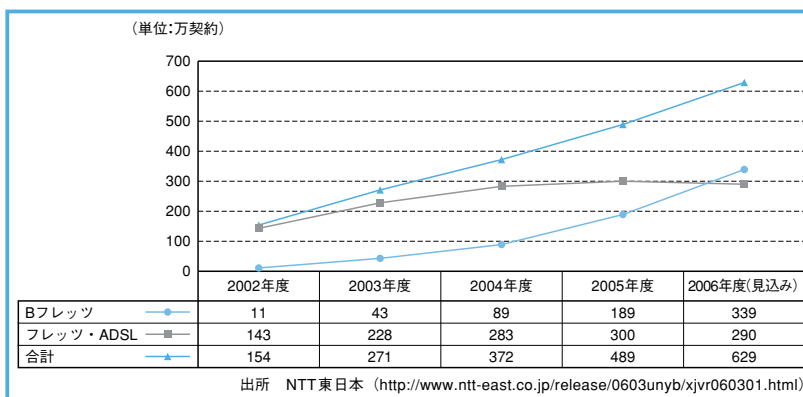
(取材・文 柏木 由美子)

■ 資料4-1-6 「Bフレッツ マンションタイプ」のラインナップ (2006年5月現在)

	通信速度	提供条件	月額利用料
マンションタイプ	ミニ	最大100Mbps (最大100Mbpsの加入者 光ファイバーを複数の ユーザーで共用)	同一の集合住宅で 6ユーザー以上の契約が 見込まれる場合
	プラン1		2,900円(税込み3,045円)
	プラン2	最大100Mbps (最大1Gbpsの加入者 光ファイバーを複数の ユーザーで共用)	同一の集合住宅で 8ユーザー以上の契約が 見込まれる場合
	プラン2ハイパー		2,500円(税込み2,625円)

出所 NTT東日本 (<http://www.ntt-east.co.jp/release/0604/060410a.html>)

■ 資料4-1-7 「Bフレッツ」および「フレッツ・ADSL」の契約数の推移





[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