

低価格戦略を企業向けでも貫く 口コミ評価が販促コスト削減に寄与

ぷららネットワークスが運営する「ぷらら」は、2002年6月末現在、約157万人の加入者を抱えている。フレッツ・ADSL対応インターネット接続サービスを月額850円という“低価格”で提供し、個人ユーザーを中心にシェアを伸ばしてきた。中小企業やSOHO向けにもオリジナルドメイン取得やダイヤルアップ接続に対応した1650円の「ビジネスセット」を投入、法人ユーザーの獲得に力を注いでいる。

ISP市場は、昨年6月に発表されたヤフーBBのADSL参入をきっかけに低価格競争へと突入した。そしてISP各社は、競争力を保つため他社より1円でも安いサービスを提供する消耗戦を繰り返してきた。そうした中、真正面から“料金の安さ”を売りにシェアを伸ばしてきたのが、NTT東日本のグループ企業、ぷららネットワークスである。

同社の提供するインターネット接続サービス「ぷらら」は、コンシューマー向けパソコン誌が今春実施したプロバイダー総合ランキングで1位に選出されるなど、サービス品質でも高い評価を得てきている。ユーザー数は2002

年6月末現在、約157万に達している。ぷららネットワークスはこれまで、NTTグループのISP6社「ぷらら」のほか、NTTコミュニケーションズ「OCN」、ドコモAOL「ドコモAOL」、NTTコミュニケーションズ「InfoSphere」、NTT-ME「WAK-WAK」、ドリームネット「Dream-Net」の中でも、主にダイヤルアップIP接続ユーザーを軸に個人向けサービス市場を開拓してきた。

現在では、ADSLやFTTHに対応しブロードバンド市場にシフト。主力の個人向けサービスとしては、NTT東西が提供する「フレッツ・ADSL」対応の「フレッツ・ADSLセット」を月



ぷららネットワークス取締役、営業部長の沼尻孝氏

ぷららネットワークスが個人向けサービスに力を入れてきた背景には、同社設立の経緯が関係している。同社は、1995年12月にNTT(現NTT東西地域会社)セガ、ソニー、日本ビクター、ヤマハの5社によって設立された「ジーアールホームネット」が前身で、社名が示す通り家庭内でのネットワークサービス事業展開を使命としていた。

それが昨今、ADSLの登場によって定額の常時接続サービスが普及し、これまで専用線型IP接続サービスやATMで占められていた法人市場でも、ADSLの“速い・安い”を武器にぷららネットワークスが利用増を見込めるチャンスがめぐってきたというわけだ。

IP電話でも法人向けメニュー

ぷららネットワークスの法人向けサービスをみていこう。

法人ユーザー数や売り上げ全体に占める法人の構成比は非公開だが、サービスプランでは個人向けのフレッツ・ADSLセットに、オリジナルドメイン取得やダイヤルアップIP接続も可能な

月額1650円(1年契約の一括払い)からの「ビジネスセット」プランが好調だという。同セットでは、外出先での接続環境に関係なく利用できるビジネスユースを想定し、ダイヤルアップIP接続にも対応している。そして、社内にいる時と同じIDとパスワードを外出先で共有できることも大きな特徴だ。

さらに、この6月には、昨年12月からぷらら個人ユーザー限定サービスとして提供してきたIP電話サービス「ぷららフォン」を、「ビジネスぷららフォン」として法人ユーザー向けにも提供を開始した。“Phone to Phone型”のサービスで、既存の電話機から通常の通話同様に発信できるものだ。ユーザーは「009191」の事業者識別番号を始めにダイヤルするだけで利用できる。料金体系はぷららフォンと同じ全国一律20円/3分を打ち出している。

同社ではこの他にも、サーバーの設置・運用を代行する「ハウジングサービス」(256kbpsで月額10万1000円、4分の1ラックで月額5万8000円から)とその保守監視サービス、インターネット環境にホームページ容量を追加した「ぷららオフィスパック」(5MBで月額3400円から)などを提供している。

ぷららネットワークスが法人向けサービスに注力するのは、日中の通信トラフィックを上げる狙いもある。

同社取締役・営業部長の沼尻孝氏は、「ダイヤルアップ接続が主だったころ、テレホーダイに加入する個人ユ

ーザーが多い当社のトラフィックのピークは、深夜11時から午前2時ごろだった。真夜中のピークに合わせて作ったインフラ設備を、日中の時間帯でも有効活用しようと本格的な法人向けサービス展開が始まった」と話す。昼夜を通じ、ISPのリソースを個人と法人でバランスよく活用すれば、結果的に両サービスの低料金の実現や品質アップに結び付くという。コンシューマー専用のプロバイダーのままでは勝ち残れないわけだ。

安さ+品質で代理店の信頼確保

差別化ポイントである低料金サービスはどのように実現しているのか。

1つには、他のISPにみられるような派手なテレビCMや雑誌広告、店頭でのCD-ROM配布といった広告宣伝にコストをかけない営業方針がある。

また、コスト負担の大きいWebコンテンツの提供についても、現在のところは特定のコンテンツを1社で独占したり、オリジナルコンテンツを自社開発するようなモデルではなく、コンテンツホルダーとのレベニューシェアによる協同提供をメインに行っている。

例えば、ポータルサイトの運営に関しては、2000年7月にマイクロソフトと提携し、ぷららネットワークスのポータルサイトをマイクロソフトの「MSN」に統合し、逆にマイクロソフトが抱えていたインターネット接続ユーザーをぷららに移管することで合意。ぷららネットワークスはISP事業

Company Profile

代表取締役社長：板東浩二
本社：〒170-6014 東京都豊島区東池袋3-1-1 サンシャイン60 14階
資本金：78億1000万円(NTT東日本が71.6%、残りをセガ、ソニー、日本ビクター、ヤマハなど15社が出資している)
従業員数：100名
事業内容：第二種電気通信事業および関連情報通信システムの開発など
URL：http://www.plala.or.jp/



ぷららホームページ

に専念すると発表している。

そしてもう1つ、販売代理店に支払う会員獲得報酬(インセンティブ)を抑えていることも値下げに貢献している。

販売店側の視点にたってみると、仮にインセンティブの比率がサービス料金の比率と同等としてみた場合、個人向けで月額850円から提供しているぷららのインセンティブは、月額2000円で提供している他のISPを大きく下回ることになる。それでも、販売店にとって低料金で顧客満足度の高いぷららをお客に勧めることは、インセンティブの獲得以上にお客からの信頼獲得にプラスになると受け止められたようだ。

沼尻取締役は、「最近では、大企業の支店や営業所などで、インターネット接続の足回りとして当社のサービスを利用していただけるケースが増えてきている。広告宣伝にお金をかけなくても、ユーザーや第三者の評価が支えとなって毎月一定規模の加入を見込めるまでになった。今後も料金・品質面を維持することで、法人市場では自営業や小規模事業者層などを面的に取り込んでいきたい」と意気込みを語る。

(田中大介)

ビジネスセット 基本サービス			
利用料金(1ID)	6カ月契約コース	10,500円(月額換算1,750円)	
	1年契約コース	19,800円(月額換算1,650円)	
ハウジングサービス			
		初期費用	月額基本料金
接続サービス	256kbps ~	100,000円	101,000円/月~
設置サービス	1/4ラック	58,000円	58,000円
	1ラック	200,000円	200,000円
ぷららオフィスパック			
		初期設定費用：15,000円	
		1年契約コース(1ID)	
オフィス5(ホームページ容量5MB)		40,000円(月額換算約3,400円)	
オフィス10(ホームページ容量10MB)		52,000円(月額換算約4,400円)	
オフィス50(ホームページ容量50MB)		76,000円(月額換算約6,400円)	

額850円で、マンションタイプの「Bフレッツ」対応の「Bフレッツ・マンションセット」を月額1200円から提供している。フレッツ・ADSLセットについては、常時接続のフレッツ・ADSL対応サービスとしては業界最安値(6月末現在)の価格設定となっている。