

# 接続料を巡り意見が対立 NCCは1分岐での貸し出しを要求

2006年上期終了時点で国内FTTH市場に占めるNTT東西のシェアは66%に達した。特にこの1年で他社との格差が開きつつある。これに対して各競争事業者は、総務省に対して公正な競争条件の整備を強く求めている。

国内FTTHサービスの加入者は、2006年9月末現在で約715万加入となった模様だ(図1)。このうち、NTT東日本が260万5000、NTT西日本が211万8000を占め、東西合計で472万3000加入となっている。シェアで見れば実に66%に達している。05年9月末時点での両社のシェアは59%であり、この1年で競争事業者との差がどんどん開いている。

NTT東西のFTTHサービスは決して順風満帆だったわけではない。東京や大阪など大都市圏の集合住宅向けサービスでは先行するUSENに圧された。地域別では、関東では東京電力の「TEPCOひかり」が「100Mbps占有型」をセールスポイントに、誰もが口ずさみやすいメロディーの歌をテレビCMで流す戦術な

どでユーザー数を伸ばしていった。関西ではFTTHサービスの黎明期から、ケイ・オプティコムとの激しい競争を強いられた。

特に関西地区では、一時期ケイ・オプティコムがかなりの勢いで加入者を増やしていた。きっかけは光IP電話だ。同社は04年9月に戸建て住宅向けでは業界初となる「eo光電話」を投入。「eo光ネット」とセットで月額5200円という低料金を打ち出し、ADSLユーザーの巻き取りを狙った。

「電話」という分かりやすいサービスを軸に据える戦略は功を奏し、半年で9万もの加入者を増やすという、当時としては異例の加入増となった。そして、総務省が発表した05年3月末のFTTHシェアで、NTT西が滋賀、奈良、和歌山の3県で50%を

切るという結果になった。この時「NTTがFTTHサービスで負けた」というニュースが衝撃的に伝えられたことは記憶に新しい。

## NTT東西の反攻始まる

だがケイ・オプティコムの田邊忠夫社長は当時、「データは一時的なもので気にしていない。NTT西日本と当社を例えるなら『巨象と蟻』である。彼らが本気になってヒト・モノ・カネを『フレッツ光』に集中させたら、われわれはすぐに劣勢に立たされる」と語っていた。

その危惧は的中した。NTT西は05年5月に戸建て住宅向けの「ひかり電話」サービスを開始することでケイ・オプティコムに追随。8月末の累計100万加入突破を契機に「No.1プロードバンドはフレッツ光」というキャッチコピーを掲げ、シアトル・マリナーズのイチローと女優の長澤まさみをイメージキャラクターとして大々的なプロモーションを開始した。

一方、NTT東日本も05年2月に戸建て住宅向け「ひかり電話」を投入するとともに、従来からのCMキャラクターである人気グループのSMAPを通して、光時代の到来を積極的に

図1 主要FTTHキャリアの加入数

