

特集 40万m²時代 データセンター を迎えた 生き残りの条件

IT(情報技術)革命の起爆剤として大きな期待が寄せられているインターネットデータセンター(IDC)の需要が本格化している。新たなビジネスチャンスを見込んで、一斉に市場参入した各IDC事業者は、サーバーの場所貸しサービスから包括的ソリューションサービスの提供へと動きを強める。顧客獲得に向けた具体的な営業手法と今後の市場の方向性のポイントは何か。パート1で、第2ステージを迎えたIDC市場の動向と競争構造の変化、パート2では、各事業者の現状と営業戦略、パート3では、ユーザーの視点と今後の事業課題を探る。

PART 1 市場動向と競争構造

3年後3500億円市場の創造へ 2001年、転換期が訪れたIDC

サービス価格より信頼性重視

「データセンターに対する評価がはっきり見えてきた」。データセンターの市場競争で勝敗を決するユーザーの選別基準がサービス価格差よりも信頼性、すなわちWebサーバーの安定稼働が判断の決め手になっている実態を、ある業界関係者が実名をあげて指摘する。

2002年日韓ワールドカップ(W杯)入場券のインターネットによるオンライン販売受け付けを手がけたPSINetのデータセンター。今年2月25日に発売開始され、申し込みサイトへのアクセスが集中しシステムがダウン、インターネットによる受け付けを一時中断した。サーバーのトラブルがデータセンターの命取りになる怖さを業界関係者に知らしめた出来事だった。

ドットコム企業系ユーザーをターゲットに提供してきたデータセンターサービス「データホテル」を運営するオン・ザ・

エッジは2000年7月、システム障害が発生、完全復旧までに1週間もかかった。

逆に、一様に高い評価を得ているのは、国内通信網を掌握しているNTTコミュニケーションズ(NTTコム)、外資系で欧米地域の通信インフラをおさえ、精度の高いサービスを展開するユー・ユー・ネット・ジャパン、インターネット技術に定評のあるインターネットイニシアティブ(IIJ)など。ネームバリューへの信頼は根強いものがある。

データセンターからIDCに進化

もともとデータセンターはメインフレーム中心の基幹システムをアウトソーシングするコンピューター施設だった。しかし、今回取り上げるのは、企業やISPのインターネット事業向けにWebサーバーなどのハードウェアを設置する場所を提供し、高速なインターネットバックボーンと接続して管理・運営する施設、