

通信事業者 FTTHへの決断

NTTがついにFTTHサービスの本格普及に踏み切った。歯止めのかからない固定電話の減収を前に、何としても次の収益源としてブロードバンドビジネスを育てなければならないからだ。NTTに対抗する形で電力系各社とUSENの積極攻勢も始まった。ADSLサービスを急激に伸ばすソフトバンクBBともども熾烈なブロードバンドユーザー獲得競争が始まった。パート1では主要キャリアの戦略の現状を紹介し、パート2では市場における実際の販売手法をクローズアップする。
(本誌・藤田 健、伊藤秀樹)

電話時代に代わる光時代の到来 企業の存亡賭けた加入者争奪戦

4月23日、NTTは副題を「レゾナントコミュニケーション環境の早期実現に向けて」とする「NTTグループ3カ年経営計画(2003～2005年度)」を発表、その中で、「光アクセスサービス(FTTH)をブロードバンドの本命と位置付け、販売拡大に全力を傾注する」と宣言した。05年度末までの3年間でFTTHを現状の20万回線から500万増の520万回線にする、そのためには開通期間の短縮など具体的な加入促進策を積極的に進めていくことを表明したものだ。

NTTがFTTHの普及を急ぐ背景には、IP電話の登場による固定電話需要の大幅減少がある。5月13日発表の03年度グループ決算でNTTは史上初の減収に見まわれた。東西地域会社は固定電話収入を中心に4130億円もの減収となった。和田紀夫社長は昨年来「固定電話収入は今後5年間で1兆円の減収となる」とし、減収分をブロードバンド事業で補うとしているが、減収には歯止めが掛からない状況に入っている。

急激に落ち込む固定電話の収益をカバーするには、ブロードバンド事業を早急に立ち上げなければならない

い。むろん、NTTはメタリック回線から光ファイバー回線への切り換えを早くから目標としてきた。だが、それは、「03年県庁所在地で開始、料金は1万～1万3000円(00年9月発表)」という、極めて緩やかな移行計画であり、電話収入の急激な落ち込みは想定していないプランであった。

このプランをズタズタにしたのが、ソフトバンクBBによる低価格ADSLサービス「Yahoo! BB」の登場と、そのトリガーとなったIP電話サービス「BBフォン」の急速な浸透である。

Yahoo! BBはすでに254万回線を数え、216万人もがBBフォンを利用しているが(4月末現在)、来年3月までには400万回線を突破する計画だ。すると、少なくとも340万もの加入電話が確実に減る計算だ。「ADSLは傍流の技術、むしろFTTHを遅らせる弊害がある」と一貫して否定的だったNTTの虚を衝いてあつと言う間にブロードバンドシェア 1の座を占めたソフトバンクBBのADSL事業を早急に押さえこまない限り、NTTの未来はないことになる。「ブロードバンドとIP電話は固定電話事業を侵食する」というジレンマの前にいつま



NTTの和田社長は、「NTTもブロードバンド事業では挑戦者の1人」と繰り返し強調する

でも逡巡することはもはや許されない事態に立ち至ったのだ。

NTTがFTTHに舵を切り換えたのは、ソフトバンクBBの影響だけではない。100Mbpsのスピードを持つ光ファイバーアクセスは現段階では究極の通信回線であり、いったん導入すると他社への移行はまず考えられない。そこで、東京電力がソフトバンクBBにも刺激され、FTTHサービス「TEPCOひかり」で猛攻勢をかけ始めた。もともと張り巡らせた光ファイバーケーブルを活用した高速通信は電力系通信会社の数少ない売り物であった。電力系もFTTHで勝ち残らない限り、NTTの対抗軸どころか会社としての存続が問われることになる。関西では、すでに関西電力系のケイ・オプティコムとNTT西日本との間で激しい値下げ競争の只中に入っている。

一次苦戦が伝えられ、資金問題も取り沙汰された有線ブロードネットワークス(USEN)も、光通信、ブロードバンド市場の将来性に着目したベンチャーとして存在感を發揮してきた。マンション市場に特化した営業戦略で成果を上げ、申し込みベースで10

レゾナントコミュニケーション
2002年11月にNTTグループが発表した「光」新世代ビジョンの中核をなすキーワード。人、企業などあらゆるものがブロードバンドネットワークで結びつき、共鳴(レゾナント)しながら進歩する新世代のコミュニケーションのこと。これを実現するネットワークを「RENA (REsonant communication Network Architecture)」という

Photo Colage/ Daddy's Home