

特集

# 1

# 直収電話

# 崩せるかNTT独占

## 60000万回線

直収電話競争がいよいよ本格化してきた。日本テレコムに続きKDDIも開始し、NCCのサービスが出揃った。対するNTT東西は値下げで迎え撃つ。光IP電話も控えるなか、競争は短期決戦。NTTが独占してきた基本料市場をどこまで崩せるのか。(本誌・藤田 健)

# NTT

# おとくらイン

# CHÖKA

## NTTの危機感と対抗策

### 05年度250万回線減を覚悟 安心・安全の訴求で防戦

「最終マイルン競争」 KDDIでは、直収電話サービス競争にこのスローガンを掲げ、社員の士気を鼓舞している。

かつてのマイルンは、中継回線を巡る市場争奪戦だった。だが今回は、ユーザー宅やオフィスまでの加入者回線が戦場である。ここを握れば、基本料収入がNCCに入るばかりか、固定電話と各種付加サービス、さらにブロードバンドサービスや携帯電話との連携など、あらゆる通信サービスを自由に提供できることを意味する。獲得したユーザーを丸ごと自社やグループのサービスで囲い込めるのだ。

しかも、キャリア各社は光ファイバー網を利用して光IP電話をはじめとした通信サービスも開始している。直収電話で獲得したユーザーをそのまま光サービスに移行させるため

のルールを敷き、今後何十年にもわたって自社ユーザーとする戦略だ。

勝負は短期決戦。日本テレコムの宮川潤一取締役常務執行役は「直収電話サービス競争の激戦期間は長くて1年」と語る。2005年度の1年間をどう戦略で戦い抜くかが、キャリアビジネスのすべてを決定づけるといっても過言ではない。

他方、NTTサイドは、マイルンを「第一次大戦」、直収電話を「第二次大戦」と呼び、総力戦として戦いに入っている。

### 1兆8000億円に挑むNCC

NCCが直収電話サービスに踏み切るきっかけになったのは、NTTが下した交換網への接続料値上げだ。03年度から、多数の中継電話キャリアが接続するZC局(市外中継交換局)への接続料が、3分4.78円から

5.36円へと大幅に上がった。これに対しNCC各社は行政訴訟まで起こしたが、値上げの認可が取り消されることはなかった。

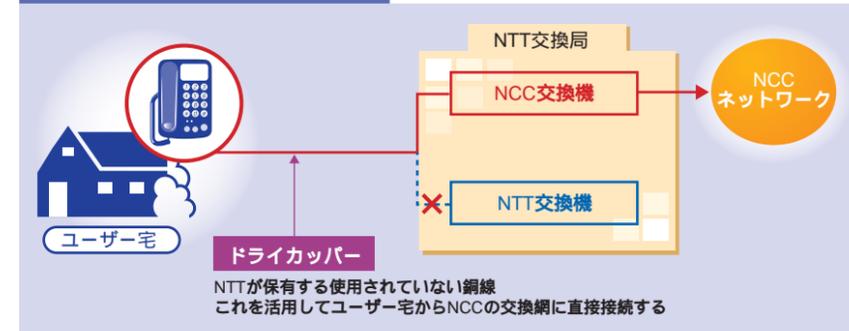
「このままでは中継電話事業が成り立たなくなる」 各社が危機感を募らせていたまさにその時、一筋の光が差し込む。総務省の指導により、NTT東西のドライッカーの月額利用料が引き下げられたのだ。それまでの1900円前後からNTT東は1385円、西は1453円に値下げした。当時の加入電話の月額基本料は住宅向け3級局で1750円。つまり1700円前後のNTT東西の基本料よりも安価で直収電話サービスを提供できるようになったのだ。

1兆8000億円にも上る基本料市場は、これまでNTTがほぼ独占してきた。いくらマイルン競争が過熱し、通話料が安くなっても、NTTの固定電話事業が大きな減収とならなかったのはこのためだ。その意味でNCCサイドの基本料市場への参入は、「コペルニクス的転回」といえるだろう。NTTグループのある幹部も「ここに戦争を仕掛けた孫さんは、実にいい目をしている」と敵ながら立派という評価だ。

### NCC直収の影響は250万以上

だが、必ずしも日本テレコムなどNCCの思惑通りにはいかなかった。NTT東西が「聖域」と呼ばれてきた基本料に手をつけ、値下げに踏み切

図1 直収電話を実現する仕組み



#### 直収電話

NCC各社がNTT局舎内に自前の交換機を設置し、ユーザー宅まではNTTのドライッカーを借りて自社の交換網に接続して提供する。NTTに依存しない電話サービス。番号ポータビリティが可能で、ユーザーにとっては加入電

話の電話番号をそのまま継続して使用できる。また、転送・保留などの付加機能、110番や119番などの緊急電話通報が可能など、加入電話と同等のサービスが利用できる

#### ドライッカー

電気信号が通っていないメタル回線。つまり、NTT東西が敷設したが、実際には使用されていない回線のこと。ADSLサービスを提供する際に用いられてきた。利用料が値下げされたことで、直収電話サービスでも利用され始めた