

高品位なサービスでブロードバンドの トッププロバイダーを目指すNTTぷらら

インタビュー

「ぷらら」の更なるCS向上と、 「ひかりTV」によるIPTVの 成功モデル確立に注力

インターネット接続サービス「ぷらら」に加え、2008年に新たなIPTVサービスとして提供開始した「ひかりTV」でも市場で高い評価を得ているNTTぷらら。IPTV事業の成功モデル確立に向けて、市場を牽引し続けている同社の最近の取り組みについて、板東浩二社長にうかがった。

「ひかりTV」は約100万人の 顧客基盤を確立

—はじめに、2008年に国内初の本格的IPTVサービスとして提供を開始して以来、市場を牽引し続けている「ひかりTV」の展開状況からお聞かせください。

板東 「ひかりTV」の展開にあたっては、2つのステップがあると考えています。第1ステップは、サービス開始から本年3月末までの約2年間であり、第2ステップは本年4月以降です。第1ステップでは、まず基本サービスを拡充していくことを最大の狙いとして取り組んできました。具体的には、地上デジタル放送のIP再送信サービスの提供やチューナーにおける録画機能の追加等です。とにかく、他の映像サービスに対して、基本的なサービスや機能面でキャッチアップしていく。その上で、100万人規模の会員を集めて、顧客基盤を確立することが一番の狙いでした。

—ほぼご計画通りですか。

板東 地デジのIP再送信サービス

については、ほぼ政令指定都市への展開が完了し、本年4月1日には17都道府県に拡大します。これにより、「フレッツ光」提供エリアの約7割をカバーする予定です。

要望の多かった録画機能については、チューナーに市販の外付けハードディスク（HDD）をつないで簡単に録画できる機能を、本年1月より提供しました。地デジや多チャンネル放送のハイビジョン映像（HD）を、1万円程度のHDDで約140時間録画できることからご好評いただいております。弊社でも外付けHDDを販売していますが、わずか1ヶ月あまりの間に1万台以上販売するなど、非常に反響が大きいですね。

ひとつだけ当初の見込みから遅れている、BSデジタル放送のIP再送信サービスですが、技術的な問題はクリアしていますので、こちらも近い将来には開始できると思います。

このように、サービスや機能面の拡充はほぼ計画通り進んでおり、おかげさまで会員数も2009年12月末で83万を突破しました。本年3月末には100万会員を突破すべく、目



(株)NTTぷらら
代表取締役社長
板東 浩二氏

下全力で取り組んでいるところです。今後も引き続き普及拡大を図るためには、いかに「ひかりTV」のコンテンツの良さをお客様に知っていただきご利用いただくか。我々としても、更なる努力が必要と感じています。

—例えば、どのような点があげられますか。

板東 テレビサービス（多チャンネル放送）はHDの30チャンネルを含め70チャンネル以上、ビデオサービス（VOD）も10,000本以上をそろえており、すでに膨大な映像コンテンツを提供しています。これまでも、検索機能を改善することで利便性の向上を図ってきましたが、今後はお客様が見たいコンテンツをいかにうまく推奨し、容易に選択していただけるようにするかが大きな課題です。

光ユーザー比率が5割を超えた インターネット接続サービス「ぷらら」

—会員数が300万を突破し、各調査会社の顧客満足度調査で高い評価を

獲得するなど、インターネット接続サービス「ぶらら」も順調のようですね。

板東 ISP事業で取り組むべき施策は明確で、新規の光会員を獲得し光会員比率を更に上げることと、セキュリティサービス強化の2点です。

1つ目の光会員比率については、現在303万人の会員のうち174万人が光会員であり、比率は50%を超えています。「ひかりTV」をはじめとした光回線ならではのサービスをご利用いただくためにも、光会員の比率を更に上げていくことが重要です。

2つ目は、インターネットユーザーの裾野が急速に拡大する中、全てのお客様が安全・安心にインターネットをご利用いただくため、セキュリティサービスの強化を図り、結果的にCS（顧客満足度）の向上を図ることに注力しています。ISP事業は、料金もサービス内容も他社との差異化が難しくなっていますので、優位性をキープするためにも、顧客満足度を高く維持し続ける取り組みは不可欠です。幸いJ.D. パワーの顧客満足度調査で、ADSL部門では4年連続No.1の評価をいただきました。また、ブロードバンド情報サイト“RBB TODAY”が実施している調査でも、2年連続でISP部門のNo.1プロバイダに選ばれました。なお、「ひかりTV」についても、TV部門（西日本）におけるベストテレビ第1位の評価をいただき、「MM総研大賞」の家庭向け映像配信部門で、将来性と操作性が高く評価され、最優秀賞を受賞しています。

これらの評価を維持できるよう、更なるCS向上に向けた取り組みを推進していきます。

「ひかりTV」でIPTVの成功モデル確立を目指す

——「ひかりTV」の第2ステップでは、どのような展開をお考えですか。

板東 第2ステップの大きな狙いは映像ビジネスのマーケット拡大です。約100万人の顧客基盤をベースに、そのうえでIPTVならではの新しいサービスを早い時期に提供していきたいと考えています。

——新サービスとしては、どのようなことをお考えですか。

板東 例えば、近々提供を予定しているHDD内蔵チューナーについては、外出先からも携帯電話で録画予約ができる機能を提供するなど、モバイルとの連携による新たなサービスも検討しています。また、将来的には録画した映像を他の部屋のTVでも視聴することができるようにするなど、様々なサービスの広がりも考えられます。

さらに、IPTV、ISP、IP電話の3つのプラットフォームを自社で保有し事業展開している強みを活かして、映像、データ、音声の連携サービスも考えています。例えば、海外のIPTVサービスでは、TVを見ているときも、メールの受信や電話の着信をTV画面に表示させることを既に実現しています。

——第2ステップの期間はどの位を想定されていますか。

板東 概ね3年程度と考えていま

す。この期間に、とにかく日本のコンテンツ市場を含めた映像ビジネスのマーケット拡大を図っていきたいと思っています。現在、各社が映像事業を拡大し、新たなビジネスを立ち上げようとしています。複数の事業者が市場全体を喚起することで、マーケットの拡大がより図られると考えています。

——最後に、今後の抱負をお聞かせください。

板東 TVの歴史を振り返ると、1953年にTV放送が始まり、約10年後の東京オリンピック時にはすでにカラー放送が始まっています。この10年間は飛躍的な進化を遂げましたが、その後はBS放送やCS放送の開始、2000年にやっとデジタル化されたという状況で、あまり進化していないように感じます。現在のTVの進化は、これまでの進化とは決定的に異なり、片方向で配信された放送を受信するだけでなく、光のインフラにTVがつながることで、双方向で情報をやりとりできるようになりました。このインパクトは非常に大きく、ここに大きなビジネスチャンスがあると考えています。人材を育成し、映像事業の運営に適した体制を構築しつつ、同時に新たなサービスを提供する難しさはありますが、まだ確立されていないIPTVの成功モデルを「ひかりTV」で是非とも確立したいと思っています。

——今日は有り難うございました。

（聞き手・構成：編集長 河西義人）