

米国における通信事業者とCATV事業者の激しい戦い

米国のCATV事業の規模は、わが国とは比較できないほど大きい。最近は多少減少傾向にはあるが、それでも加入者数は約7千万に達し、ほとんどのオフィスや家庭に接続可能となっており、申し込みがあればすぐに開通できる体制が整備されている。しかし、その米国のCATV事業者も、最近は厳しい競争に巻き込まれようとしている。

それはFCCの政策の転換によるものである。米国では1996年電気通信法において、ローカル通信の競争促進のため、「リセール」と「アンバンドリング」という方法を導入した。しかし、この政策が広帯域等の高度サービスの全国への早急な普及を阻害していることが明らかになった。すなわち、既存地域事業者は、せっかく多額の建設資金を投じて光ファイバー等の広帯域設備を建設しても、それを規制で定められた格安料金でライバル参入事業者によるリセールやアンバンドリング要請に応ずる義務を課されるため、設備投資を積極的に行わない結果となってしまったのである。

そのため、FCCは2003年の第3次市内競争規則で光ファイバーの加入者回線を、アンバンドリングの対象から外し、さらに2004年の第4次市内競争規則では、「競争事業者は自前設備による競争参入を本筋とする」という決定を行った。周知のように、このFCCの大変心の大波をまともにかぶったのはローカル市場への進出を開始していた長距離通信事業者であった。結局、長距

離通信事業者は地域通信事業者の軍門に降り、今や通信業界はAT&Tとベライゾンの2強時代に入った。両者合わせた売上高や時価総額は、実に通信産業全体の7割を占める。

このように、業界再編を終えた通信事業者は、再編で浮いたコストを家庭への光ファイバーの敷設に向けて、TVサービスを開始し、CATV事業者との競争時代に突入した。

AT&Tは、テキサス州サン・アントニオにおいて、TVと高速インターネットを組み合わせたサービスを「U-verse」と名付けて開始した。このサービスの特徴はFTTN（Fiber to The Node）として、顧客の近隣のノードまで光接続を延長し、それから先はメタリック回線を使うVDSLで接続する方式を採用している点である。AT&Tは年末までに同サービスの提供地域を全米の15～20市場に拡大し、2008年までには1900万世帯（AT&T現在地域電話サービスを提供している13州の約半分の世帯数）で利用できるようにする計画である。AT&Tとしては、その30%の570万世帯がU-verseと契約することを期待している。

ベライゾンは2005年末からテキサス州ダラス近郊でTVサービスをFIOSと名付けて開始し、2006年にはニューヨーク、フロリダなど6州に提供地域を広げている。ベライゾンはオール光ファイバーのFTTP（Fiber to The Premises）方式を採用しており、AT&Tに比べると1世帯当たりのコストは高いが、高速通信が可能である。このサービスへ

の投資額は180億ドルを計画しており、この投資額でカバーされる世帯数は1900万～2000万世帯と見られている。

以上のように、通信会社が光ファイバーという武器を使って、いわゆるトリプルプレイ（固定電話、携帯電話、高速インターネット）から、TVを加えたクアドラプル・プレイを狙って顧客の囲い込みに力を入れており、これを迎え撃つCATV業界では、最大手のコムキャストがCATVと電話・ブロードバンドを組み合わせた割安なセット料金を設定するなど、サービス拡充を急いでいる。

基本的にCATVの回線は、光ファイバーと同軸ケーブルとを組み合わせたHFC（Hybrid Fiber Coax）方式を採っており、光ファイバーに対抗して広帯域、高速にするための技術開発が進められている。

わが国では、NTTなど通信会社はADSLから光ファイバーへシフトして、ブロードバンド化を進めており、NTTは、2010年までに3000万加入の光化計画を進めているが、米国と違ってTVとのセット販売をしているわけではない。

わが国では、固定電話、高速インターネット、TVのセットサービスをトリプルプレイと称しているが、放送法や著作権の問題から、通信会社自らがこのサービスを提供することは難しい。このままいくとわが国と米国の通信会社の事業形態が大きく異なっていくことになる。果たしてこれを看過すべきかどうか、大きな課題である。