

PART 2 ビジネス上の課題と対策

旺盛な工事需要にもかかわらず 旨みにとぼしい施工ビジネス

ブロードバンドマンションに秘められた巨大なチャンスを手中に収めるべく、参入各社が積極的なビジネスを進めているのはパート1で述べた通り。しかし、実際の現場に目を向けてみると、さまざまな課題が浮かび上がってきており、参入各社は試行錯誤を繰り返していることも事実だ。

低料金実現には加入者獲得必須 ボーダーラインは30世帯

まず、ブロードバンドマンションビジネスを展開するISP事業者のビジネスモデルをみていこう。

ISP各社の収益源となっているのは、加入者から支払われる月額利用料金である。これは基本的に、

- ・機器やネットワーク工事などの初期費用
- ・インターネットへ接続するための回線費用
- ・保守管理费用
- ・ISP側の収益

の合計を、想定される加入者の数で割った金額から算出される。

現状では、月額利用料金はどの程度の額が設定されているのか。ファミリーネットジャパン(FNJ)のサービスを例にとってみよう。

同社が提供しているサービスの種類は、①新築マンション向けメニュー、②既設マンション向けの組合一括加入、③既設マンション向けの個別加入――の3つ。

①では、利用者が支払うアクセス料金は毎月徴収される管理費に含まれており、2800円前後が設定されている。②はマンション居住者全員が加入する

ことを前提に提供されるサービスで、初期費用は2万5000円、月額使用料は2980円。③は利用を希望するユーザーのみが費用を負担するもので、初期費用2万5000円、月額使用料は3980円となっている。

最も高額な③でも、一般的なブロードバンドサービスと比較して遜色のない料金設定だ。

しかし、こうした「低料金」を居住者に提示しつつ、サービスを採算ベースにのせるためには、一定数以上の世帯の加入者を集めることが必須となる。

例えば、①と②では、全世帯加入を条件にすることで、月額料金を低めに抑えても収益をあげることが可能となる。さらに①では、初期に発生した設備投資等の費用をマンションの分譲価格に含めることができるので、月額の使用料を下げて、十分に採算が合う。

課題となっているのは、③の既存マンションにおける個別加入のケースである。加入者数が少ない場合、回線費用や機器コストの面から採算が合わないケースが出てくるためだ。

例えば、FNJでは1マンションあたり30世帯以上の加入希望があった場合を目安にサービス提供を行っているが、「実際に、管理組合から引き合いをもらったものの、加入者数が少ないためにお断りしたことも多々あった」(秋山リーダー)という。

こうした課題を抱えるのはFNJだけではない。「30世帯以上の加入が採算ベースにのるためのボーダーライン」は業界の共通認識となっている。そこで

サービス提供各社は加入者増を実現するための取り組みを展開している。

例えば大京では、マンションの集会室を借りてインターネット体験会などを行い、居住者に高速インターネットを体感してもらうことでサービス加入を促している。さらに、居住者向けのサービスとして子供向け情報教育最大手のフューチャーインスティテュートと業務提携し、マンション集会室を利用した「パソコン教室」も開講し、住人のリテラシー向上を図っている。パソコン教室は都内を中心に今年度10拠点、3年後には全国に拡大し、100拠点で開講する計画だ。

線材・機器のコストを抑え 中小規模物件にも対応

しかし、30世帯加入を収益のボーダーラインとすると、現在の日本のインターネット利用率32%をそのままマンションに当てはめてみた場合、95世帯以上の規模の大型マンションしか対象にならず、まして30世帯以下の物件は論外ということになる。これは極論すぎるとしても、中小規模マンションの場合ではサービス提供が難しいのは事実だ。

こうした課題に対し、パワーバンドコミュニケーションズは機器や回線敷設コストを抑えることで、加入条件のハードルを下げることに成功した。同社の森正彦COO兼オペレーション事業部長は、「マンションへの引き込みには敷設の容易な同軸ケーブルを利用するとともに、HomePNA用機器についても低価格なポート数の少ない製品を採用し、加入者増に際しては機器追加で対応する。これによって、マンション1棟当たり3世帯～4世帯の加入でも、十分採算ベースに到達する」と言い切る。

マンションのみならず周辺住民もターゲットとすることで、この課題を解決しているのがワイヤレスインターネットサービスだ。マンションの屋上に設置した

無線基地局からワイヤレスによるインターネットアクセスを提供し、マンション内の加入者が少ない場合でも対応できるような態勢をとっている。

加えて同社では、ネットワーク工事の際の材料費や工事手法を改善することで、1提供エリアあたりの採算ラインを下げる取り組みも並行して進めている。

無線を活用した周辺住民へのサービス提供はFNJも行っている。その第一弾として、今年3月から東京都足立区・荒川区の2物件の周辺住民に対してサービスを開始している。

狙いはアプリケーションの提供 VoIPも有効なサービスに

ブロードバンドマンションに向けてビジネスを展開するキャリア・ISP各社の真の狙いは、実をいうとマンション居住者からの接続料金の増収にあるわけではない。各社がターゲットとして見据えているのはコンテンツやアプリケーションサービスなのだ。多数の住人が居住するマンションは、一定数のまとまった需要が存在することから、コンテンツサービス提供のための格好のターゲットとなるためだ。

実際にブロードバンドマンションに向けて、アプリケーションやコンテンツサービスの提供も始まっている。

つながりネットコミュニケーションズは、「マンション生活のIT化」をキーワードに、居住者に対して多様なコンテンツ・アプリケーションサービスを提供している

現在提供されているサービスの代表例としては、棟内の共用施設の予約状況認や、管理組合からのお知らせ、理事会や総会の議事録などをネットワーク上から閲覧することができる「マンションコミュニケーションパック」がある。居住者間のコミュニケーションの円滑化を図るものとして好評を得ているという。

また、生活情報として、マンション周辺地域のイベントやレストラン情報な

主なマンション向けインターネットサービスの料金			
事業者名	新築	既築	備考
ファミリーネットジャパン	2800円	①組合一括加入：2980円 ②個別加入：3980円	既築では初期費用2万5000円を徴収
ワイヤレスインターネットサービス	3980円		初期費用は2万5000円+標準工事費(8000円～)
パワーバンドコミュニケーションズ	4300円		初期費用：1万5000円
IPレボリューション	4900円		別途端末使用料発生(1200円)、初期費用は3万円程度
スーパーリージョナル	2980円		初期費用2万5000円

どを配信する地域ポータルサイト「まちぷら」の提供も進めている。

つながりネットコミュニケーションズ・企画コンテンツグループの百瀬久子シニアマネージャーは、「現在これらのサービスを試験的に提供しており、そこから収益をあげられるような仕組みを検討している」と語る。

将来的にはe-ラーニングやエンターテインメントなどのコンテンツサービスも提供していく考え。その際にはコンテンツプロバイダーとの提携も進めていくという。2005年には、新築、既築合わせて60万世帯(約1万5000棟)にサービスを提供し、接続料収入とアプリケーション・コンテンツサービスの両方で350億円の売り上げを目指す。

ブロードバンドによる広帯域を生かしたアプリケーションサービスを提供しているのがNTT-MEだ。金田本部長は、「ブロードバンド時代のキラーアプリケーションは映像や音楽などのコンテンツサービスだけではなく、高速ネットワークを活用したコミュニケーションにある」と強調する。

その代表的なものとして「VoIPサービス」をあげており、具体的なサービスの第一弾として開始されたのが、「WAKWAKピアル」である。

これは、NTT-MEのブロードバンド・

インターネット接続サービスと高品質かつ格安のVoIP電話サービス「WAK-WAKコール(Love ME Callから名称変更)」をセットにしたもの。VoIP電話サービスを利用する場合、初期費用負担は一切不要。通話料金も、国内通話の場合で、東京・関東・甲信越エリアで16円90秒、240カ国との通話が可能な国際電話も、米国との通話を例にとると1分あたり18円で利用できる。

手始めにNTT-MEは、東急コミュニティーと提携し、同社が管理する東京都江東区のマンション居住者向けに、今年8月6日からサービス提供を開始。2004年までに、全国のマンション居住者へサービス提供を拡大していく計画を立てている。

FNJも、こうしたNTT-MEのサービスを取り込みアプリケーションメニューの拡充を図っていく計画である。

また、映像・音声・データを利用して、複数人によるビデオチャットや、麻雀／将棋／囲碁／カードゲームなどを楽しめる「WAKWAKパーティ」などの新たなコミュニケーションサービスも用意しており、ブロードバンドマンション向けに順次提供していく構えだ。

また、NTT東日本では「インターネットマンションKIT」をリリースしており、インターネットとの常時接続サービスや構内ネットワーク構築に加え、オー