interview

UUNET会長 兼 MCIワールドコム副会長

John W. Sidgmore

ジョン・シッジモア

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

アジア・太平洋戦略の重要拠点は世界第2位の通信市場である日本。

98年、PSINetによる国内ISPの買収、BTコミュニケーションズ・サービスとMCIワールドコムの日本での第一種免許取得など、米国のスーパーISPの日本進出が話題になった。そして99年2月、MCIワールドコム傘下の米国最大手ISP「UUNET」が日本に上陸。日本ネットスケープ・コミュニケーションズ株式会社の代表取締役社長も務めた杉山逸郎氏を代表取締役社長に迎え、2月25日にユーユーネットジャパン株式会社を設立した。今回、日本法人の設立発表にあたって来日したUUNET会長ジョン・シッジモア氏をはじめとする首脳陣に、同社の日本での戦略を聞いた。

聞き手：インターネットマガジン編集部
Photo: Nakamura Tohru

🎙：UUNETは米国では「ファシリティーベースのISP」として認識されていますが、日本でも同様に、自前の回線を持つ第一種電気通信事業者としてやっていくと考えていいのですか。

シッジモア：米国だけでなく国際的に、MCIワールドコムとUUNETはトップブランドとして認知されています。もう少し細かく言えば、MCIワールドコムの傘下にUUNETという別のブランドがあるわけですね。日本のインターネット市場においても同様に、この両方のブランドを維持し、ファシリティーベースのISPとして活動していきます。昨年、MCIワールドコムは日本でも第一種通信事業者の免許を取得しました。現在、MCIワールドコムの持つ回線を中心に、光ファイバーによるインフラを立ち上げている最中です。

🎙：具体的には日本でのバックボーンはどのように確保するのでしょうか。OCNや他の専用線を仕入れるだけでは競争力を持たないでしょう。都内に建設中のMCIワールドコムの回線だけでは全国展開はできません。自前の回線を持った日本の第一種事業者を買収するなどの戦略はありますか。

シッジモア：現時点では自社のみの展開になるでしょう。しかし、基本的には米国をはじめとする諸外国で行ってきた戦略をそのまま日本にも適用しようと計画しています。UUNETのブランドの下でMCIワールドコムを中心としたインフラ作りを進める形になるでしょう。これまでも多くの企業を買収してきましたが、日本でもその機会があれば積極的に評価したいと考えています。いずれにしても、回線の確保はもっとも重要な課題として積極的に取り組むつもりです。

シェルダン：付け加えると、MCIワールドコムの光ファイバー網や施設は全面的に使っていきます。また、「NTT」、「日本テレコム」、「TTNET」など、自前の回線を持つ日本のキャリアも提携先の候補になるでしょう。もちろん、UUNETのサービスに適した回線であるか、価格は適切であるかなどを踏まえたうえでの選択になります。

🎙：名前の挙がった日本テレコムなどとはすでに具体的な話をしているのですか。

シッジモア：日本テレコムとは以前からベンダーとカスタマーとしての関係が続いています。日本テレコムの回線をUUNETが使ったり、UUNETが日本テレコムに回線を提供したりといった関係もあります。このような取引はごく普通のものだと思います。現時点では、どこかと提携するといった特別なパートナーシップの計画はありませんし、近々、日本のキャリアのどこかと新しく組むといったこともまだ決めていません。シェルダンが述べたようにNTTや日本テレコムとは通常の関係をすでに持っています。今後も自前の回線を作りながら、そういった企業との関係を作っていきたいと思っています。いまは、UUNETとMCIワールドコムの1本でやっていくことを考えています。

🎙：ではUUNETのパートナーになり得る企業の条件とはどのようなものでしょうか。

シッジモア：提携の条件を公式化しろと言われても難しいですね。課題の1つとして言えるのは、当社が考えている提携の基準は非常に高いものであるということです。このため、すべての条件をクリアする企業を探すのは難しいでしょう。それぞれのキャリアを評価させていただく場合に「どのような能力を持っているか」を重要視します。たとえば、QoSを十分に保証してくれるか、しっかりと決意を固めてUUNETにコミットしてくれるかといった項目ですね。また、これまでの典型的な例として、私どもが資本を投入できないような地域でアクセス回線を提供してくれる企業を提携先として考えてきました。これも非常に重要な要素です。

🎙：具体的には、アクセス回線は日本のキャリアと提携し、幹線は自前で持つという戦略になるのですか。

シッジモア：まさにそのとおりです。つまり、私どもはバックボーンベースのISPであると言えるわけです。当社がアクセス回線を持

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

アジア・太平洋戦略の重要拠点は、世界第2位の通信市場である日本。

っていない場所では他の企業に依存することになります。しかし、これは日本に限ったものではありません。これまで進出してきたすべての国で、アクセス回線を得るための提携は行ってきました。インフラに関しては、最初は少ない数の回線からスタートして徐々に強力な形にしていきます。

🎙：日本では全国規模でアクセス回線を持っているのはNTT以外にありません。それともCATVや加入者系無線を使うのか、どのような選択肢を考えていますか。

シッジモア：世界中にどのようなローカルアクセスのためのインフラがあるかは十分にリサーチして、それぞれのメリットについても十分に評価しています。アクセス回線のための技術も、CATVに限ったものではありません。無線、衛星、xDSLなどさまざまな技術を活用しようと考えています。しかし、近々ということでは、全国にアクセス回線を持っているNTTに依存することになるでしょう。こういったケースは米国でも英国でも同様にありました。UUNETは米国で自前のアクセス回線を多く持っていますが、やはり補完的には地域の電話会社に依存しています。

🎙：xDSLに関してはNTTによる局舎のアンバンドル化が進んでいないなど、さまざまなハードルがあります。この点に関して不満はありますか。

シッジモア：その質問に答えるチャンスをいただいて感謝します。日本だけでなく世界中で同様の問題があると思います。アンバンドル化を進めて、ユーザーの手に多様なアクセスの手段を提供することが結果的には国益につながると信じています。これが実現すれば、エンドユーザーは新しいインフラや新しいサービスを低いコストで利用できるようになります。私たちの業界においてISP各社が本当の意味で競争力を持つためには、家庭と企業の両方にアクセスを提供できる「マルチプロバイダー」でなくてはなりません。しかし今日、ほとんどの国では企業にアクセスを提供できる競合他社は多くありますが、コンシューマー向けにアクセス回線を提供できる競合他社はほとんどありません。その理由は、もちろん、一部の電話会社の管理下にアクセス回線が置かれているからにほかなりません。

🎙：ユーユーネットジャパンの当面のターゲットはAOLやMSNなどの米国進出企業ではないかと言われていますが。

シッジモア：特定の国籍を持った企業にターゲットを絞るということはありません。名前の挙がったAOLは特別な関係を結ばせていただいている1つの例です。世界中で最大のお客様ですし、すばらしいパートナーシップができ上がっています。どの国に進出する際にもこのような形のパートナーシップは常に存在しています。

🎙：ずばり、OCN対策はあるのでしょうか。

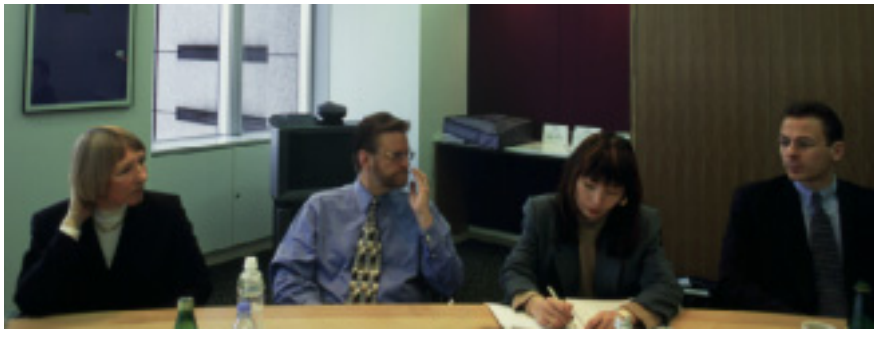
シッジモア：（笑）

シェルダン：OCNと当社の大きな違いは、クオリティーを維持するのにどれだけ多くのコストをかけているかという点です。私どもは決して「チープ」なサービスは提供しません。ローコストであっても実用性に乏しいサービスも提供しません。UUNETはミッションクリティカルなアプリケーションを使いたいと考えている顧客に、高品質なサービスを提供することに焦点を絞っています。この点でOCNやその他の競合他社と市場における差別化を図れると考えます。

🎙：シッジモア氏は高い品質を確保するためには、IPテレフォニーや動画などの使用には高い課金をし、テキストデータのやり取りなどには安い課金をするといった料金体系の見直しが必要だとしていますが、日本にもこのような課金モデルを導入しますか。

シッジモア：私どもは、1つのサービスにいくつかの異なる課金システムを取り入れることを前向きに評価してきました。たとえば、ローカルコンテンツにアクセスする場合とインターネットにボイスデータを流すような場合とで課金を変えるといったサービスベースのシステムについてです。しかし、公正な見方をすると、現在のインターネットの基本的なモデルにおいては、定額性の料金システムと使用状況に応じた課金モデルとを混在できるとは考えにくいのです。おそらく、来年あたりまでは既存の請求スタイルが続いていくと思います。というのも、課金システムの種類があまりに増えてしまっては、サー

2月に来日したUUNETの首脳陣。右から、UUNETアジア・パシフィック社マネージング・ディレクターのマーク・シェルダン氏、1人はさんでジョン・シッジモア氏、英UUNETインターナショナル社シニア・バイスプレジデントのパット・チャップマン・ピンチャー氏。



インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

ビスを提供する側にとっても利用する側にとっても、請求の仕方やそれを管理する方法が非常に複雑になってしまうからです。

🎙：そのような課金システムの多様化に伴って、将来的にはワンストップショッピングのようなものも考えていますか。

シッジモア：今年中に始まるような話題ではないですね。ただし、複雑な課金を1つの領収書にまとめるというのではなく、さまざまなサービスをこちらでバンドルパッケージ化して、顧客には1つの価格で提供するという方向は大いにありえると思います。どちらにしても、課金システムをすべて単純化し、簡略化することが求められているのは間違いありません。通信の世界では、課金をすること自体に非常に多くのコストがかかってしまうものです。インターネットを利用して電子的に課金を行うといった手段も考えられます。そのほかにも革新的なシステムがこの数年のうちに多く登場することでしょう。

🎙：99年度の日本での投資規模と売上目標はどのくらいになりますか。

シッジモア：売上目標の数字は公表していません。また、どの国にどれだけの投資をするかの具体的な数字も公表していません。トータルな出資で見ると、MCIワールドコム全体の1999年度の投資予定額は65億米ドルです。このうちの50パーセント弱にあたる30億米ドルが米国内外のインターネット事業、および米国外での国際事業に投資されます。今年はアジア・太平洋地域を重要な拠点として焦点を絞っていきます。なかでも、世界第2位の通信市場である日本を特に重視しています。具体的な数字は出せませんが、国際事業の投資予定額30億ドルの中からかなりの額が日本に投資されると考えていただいて間違いありません。

🎙：日本の市場と欧米の市場とを比較して、価格、規制、消費者の意識など、何が違うと感じますか。

UUNET会長兼MCIワールドコム副会長であるジョン・シッジモア氏。
1989年、通信業界最大手の独立系ソフトウェア会社CSC Intelicomの社長兼CEOに就任。1994年、UUNETの社長兼CEOに就任。1998年9月、ワールドコムによるMCI買収により、MCIワールドコムが設立、同社の副会長を兼任。バックボーン需要は3か月半で倍増するという「インターネット需要倍増予測」や「IPコックローチ論」でも有名。

シッジモア：日本の場合、他の国と比較しても技術志向と情報志向の強い国だと思います。インターネットも日本では非常に急速に受け入れられました。UUNETは90年の初めに日本を訪れています。当時はまだ私どもが日本でサービスを提供するという段階ではありませんでしたが、IIJや他のISPとこの早い時期にインターネットでの非常にすばらしい関係を結ばせていただきました。これは一般的な課題になるのですが、通信の世界にははっきりとした比例関係が存在しています。つまり、回線使用料やコミュニケーションにかかるコストが下がれば、インターネットのサービスに対する需要がぐんと伸びていくという比例関係があるのです。これまでUUNETが進出してきたすべての国で、コミュニケーションの価格が下がると同時にインターネットが普及してきています。私が見る限り、日本ではこれから同様のことが起ころうとしています。この意味で、日本のポジションはヨーロッパの一歩後をいっているという感じでしょうか。

🎙：UUNETは米国ではボイスデータ・インテグレーションによって世界をボーダレスにつなぐ「スーパーISP」として認識されています。今回の進出によって日本もこのネットワークに加わったと考えられますか。

シッジモア：スーパーISPというのは非常にかっこいい呼び方ですね。とても気に入ってしまいました。音声とデータの統合という動きはこれからの数年間でますます進んでいくことでしょう。おもに企業レベルでの統合が進むと考えられます。しかし、日本も含めて音声主流のこれまでの回線からインターネットにすべて移行してしまうにはもう少し時間がかかると思います。

🎙：スーパーISPの特徴であるIXを経由しない「プライベートピアリング」によるネットワークの構築は日本でも行いますか。

シッジモア：日本でのプライベートピアリングがどのようなものになるかは現段階では発表できません。ピアリングのポリシーはそれぞれの企業や国家によって異なり、それに公的な意向が反映されて動いていくものだと考えています。もちろん、私どもはすでに68に及ぶプライベートピアリングを世界各国で行っており、米国および主要国でのピアリングに関する指針も持っています。おそらく、日本でのピアリングポリシーがどのようなものになるかは3か月以内に発表できると思います。

🎙：ありがとうございました。

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

［インターネットマガジン　バックナンバーアーカイブ］ ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D（株式会社インプレスから分割）が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン　バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

http://i.impressRD.jp/bn

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容（技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど）は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者（執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など）が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元（株式会社インプレスR&D）、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D（当時は株式会社インプレス）と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先
株式会社インプレスR&D
All-in-One INTERNET magazine 編集部
im-info@impress.co.jp

Copyright © 1994-2007 Impress R&D, an Impress Group company. All rights reserved.