

Masanobu Suzuki vs Keiichiro Tsukamoto

NTTコミュニケーションズ 鈴木正誠社長

◎ インタビュー

聞き手 インプレス社長 塚本慶一郎

text: 先田千映
Photo: Watari Tokuhiro

インターネットの登場によって通信業界はそれ以前と大きく様変わりした。だが、裏を返せばインターネットの普及は、通信業者の努力の結果とも言える。1996年には、非常に低価格の常時接続回線サービスであるOCNをスタートさせたNTT(99年のNTT再編成時にOCN事業はNTTコミュニケーションズに継承される)は、それまでの常識を打ち破った。これ以降、日本のインターネットは加速していく。そして、OCNは日本のISPトップブランドの1つとして現在もその地位を築いている。一方、従来の長距離通信に加えグローバルなインターネット事業の拡大のために米VERIOを買収するなどグローバルなインフラ企業としての顔も持つNTTコミュニケーションズ。その素顔に迫るべく、鈴木正誠社長に話を伺った。

使っている人の方が
大きな事を考えている

塚本: 私にとって、NTTコミュニケーションズといえば、やはりOCNのサービスがスタートしたときの印象が鮮烈ですね。「これでいよいよ日本のインターネットも本物になるな」と思った記憶があります。鈴木さんご自身とインターネットの出会いとはどのようなものだったのでしょうか。

鈴木: 94年頃 いわゆるインターネットのはしりの時期というか、今のインターネットを形づくる基礎ができてきた頃ですね

私は法人営業にいたのですが、新しい技術やサービスに関心がありまして、シリコンバレーに行っはいるんな人に会っていたんです。ちょうどCU-SeeMeが出てきた時に、カリフォルニアの小学校で使われている様子を見に行っただけですが、そこで「どう? Joinしない?」と誘われましてね、子どもたちとカメラを通していろんな話をしたわけです。子どもというのは、こういうものにすごく反応がいいんですね。

「これがこれからのクラスルームなんだな」という感じで、ガツンと殴られたような衝撃を受けました。まさにイチコロでしたね(笑)。当時の私の仕事は法人営業が中心でしたが、「これからはこっちもやらにゃいかんな」と思いました。

塚本: インターネットの存在が電話会社の収入構造を変えるまでの存在になるとは当時から予測されていたか。

鈴木: その当時はさすがに思い至りませんでした。学校でインターネットを使うことの重要性については強く感じましたね。そこで日本に帰って、翌年に筑波大の附属高校など、4つの高校にCU-SeeMeを試験的に導入したのですが、アメリカンスクールの子が「昨日ドイツの友達と作った曲を聴いてよ」と世にも不思議な音楽を聴かせてくれたときには驚きましたね。

何かと人に教えていただくことの多い私ですが、子どもたちには本当に教えられません。実際に使っている人は、こちらの思惑なんかを飛び越えてもっと大きな事を考え

「実際に使っている人は
もっと大きな事を考えている」

CU-SeeMe

1992年から米コーネル大学で開発が始まったインターネットビデオ会議用ソフトウェア。ブラウザにおけるMosaicのように先駆的かつ画期的なクライアントソフトウェアとして喝采を浴びた。インターネット上のリフレクターサーバーを介して複数のユーザーの同時参加が可能。教育用として学校での利用が急速に進んだが、のちに米ホワイトバイソフトウェア社に権利が売却され、さらに同社がファーストヴァーチャルコミュニケーションズ社と合併して運営はクイックネットテクノロジーズ社に委譲と、運命の転変に翻弄された。そのため、さまざまな異なるバージョンが存在し、互換性がないなどの問題が起きている。

ているものなのだという身を沁みて
思い知らされました。

ギャランティードの通信会社と ベストエフォートのインターネット

塚本：その後96年の12月にOCNがスタートするわけですが、そこに至るまでにはどのようないきさつがあったのでしょうか。

鈴木：そもそも通信というものに対するわれわれの考え方が当時はまったく違って
いたんです。通信たるもの「ギャランティ

ード(保証されている)」で「セキュア」なサービスでなければいけないと考えていたところに「ベストエフォート」などと言われても、「そんなもの、通信会社のやることか」という意識も社内には結構ありました。

あとはまあ、実際「インターネットなんてパソコン通信とどこが違うんだ」という人もいましたしね(笑)。私自身もその違いを説明するのにもどかしさもありました。先に可能性のあるものを今説得して推進することの難しさを知りましたね。

塚本：それはまた、なぜ？

鈴木：インターネット自体、これまでとはまったく別のアーキテクチャーで動いているものですからね。「NTTが手を出したりしたら、かえって発展を阻害するのでは？」という声もあったんです。とはいえ、少しずつ考えを同じくする仲間も増えてきて、「ベストエフォート」ということに対して、「有限のリソースでやろうとすれば仕方ないことだし、テクノロジーが進展すれば、そのうちこれも制約条件ではなくなっていくんじゃないか」と楽天的な考え方をするようになっていったんです。根が楽楽家なもので、将来はいつも明るいと思うようにしているんです(笑)。

現に今ではバックボーンやラストワンマイルのキャパシティが上がって、ベストエフォートといってもギャランティードに近い品質を出せるようになってきましたから



Tier 1

tierとは「階層」のこと。Tier 1と呼ばれるISP(またはキャリア)に厳密な定義は存在しないが、複数の国で事業を行っていること、物理的な回線やファシリティを自前で持っていること、大陸間の海底ケーブルを所有または共有していること、他のTier 1キャリアと相互に無料で接続し合っていることなどが条件として挙げられる。広帯域幅のバックボーンを世界規模で保有しているため、上流のISPに回線品質を依存することがない。世界でもAT&T、ケーブル&ワイヤレス、BTなど米英企業を中心としたわずか15社がTier 1と呼ばれている。NTTコミュニケーションズはVERIO社の買収・合併により、日本で唯一のTier 1 ISPとなった。

ね。すでに利用者は快適にやりたいことを実現する環境を手に入れつつあります。1つ1つやるべきことをやる積み重ねの上に、本当に快適な環境を築けるのだと思います。

通信会社からグローバルなインターネット会社へ

塚本: OCNのこれからの展開についてもお聞かせください。

鈴木: インターネットというのは、グローバルかつ瞬時に情報が行き来する仕組みとしてはほかにはないほど有効な通信手段です。インターネットの数ある特性の中でもこの「グローバルである」という点に私は注目しています。

すでにこの会社が始めて間もない頃に「われわれの使命とは何だ?」「それはグローバルIPカンパニーになることである」という方針は決まっていたのですが、今後は自前でバックボーンを持つ Tier 1 のISPとして、また、世界各国にデータセンターをもっているという強みも活かして、この世界でのプレゼンスを確固たるものにしていきたいですね。

塚本: ガートナーによる格付け評価でも「アジアに本社のあるキャリアで唯一『グローバルキャリア』としての可能性をもつ」とされていますね。



鈴木正誠(すずき・まさのぶ)

NTTコミュニケーションズ株式会社代表取締役社長

1965年、日本電信電話公社入社後、同企業システム通信本部、第二営業部、国際本部部長などを経て1999年より現職。

「NTTが手を出したりしたら 発展を阻害するのでは？」

個電(CoDen)というコンセプト

NTTコミュニケーションズは個人の生活にフォーカスした通信サービスを昨年来「CoDen」というブランドで提供している。スケジュールや家計簿などのアプリケーションも用意されているオンラインストレージや、OCNユーザーを対象にウイルスチェックやホームページ作成機能などを加えたパッケージ、ホットスポットの利用をセットにしたパッケージなどがある。



「なぜみんな携帯の
小さな画面に逃げ込むのか」

鈴木：そういう会社が日本に1つくらいはあってもいいんじゃないかと思えます(笑)。ただ、もちろんグローバルというだけではありません。OCNは国内の個人ユーザーのサービスプラットフォームとして410万人にご利用いただいています。当然、電話のユーザーはそれよりもはるかに多いのですが、今後は電話とOCN、この2つを1つのサービスにインテグレートするような試みをしていきたいと考えています。VoIPもその1つです。要は、着実にベースを広げていくという仕事ですね。

某事業者さんのようにウサギのような勢いがあるというのも素晴らしいことですが、われわれはカメで行きます(笑)。

塚本：一方、ビジネス向けサービスの事業展開についてはいかがですか。

鈴木：ビジネスにお使いいただくインターネットは、もう1つの柱として考えています。回線に始まって、ホスティング、コンテンツデリバリーネットワーク、課金や認証など、ビジネスの土台になるサービスを各レイ

ヤーで提供しておりまして、これらをまとめてパッケージとしてもご用意しているのですが、お客様によってどの部分を利用していただいてもいい。そういうアンバンドルなサービスのあり方を貫きたいと思っています。

「通信会社からインターネット会社になるんだ」「サービスの中味をそっくり入れ替えるつもりでやろう」という強いメッセージを社員にも伝えてますよ。日本の会社の社長というのは、あまり強いことを言うと嫌われるんですが(笑)。

塚本：株主からの風当たりは強くありませんか(笑)?

鈴木：いやいや、「どんどんやれ」という風に応援していただいております(笑)。

新しいライフスタイルは
家電ではなく個電から生まれる

鈴木：先ほど、会社設立当初からグローバルIPカンパニーたることを目指していたと申し上げましたが、昨年からはもう一歩進めて「グローバルIPソリューションカンパニー」という言葉を会社の基本方針として設定いたしました。

世の中「ソリューション」流行りですが(笑)ではソリューションという言葉が入ったから何が違うのかと言うと、個人向けの事業であれば新しいライフスタイルを楽しんでいただけるように、ビジネス向けの事業であれば新しいビジネスモデルを実現していただけるような、そういう発想でサービスを作っていくということなんです。

塚本：新しいライフスタイルを提案するようなサービスというのは具体的にはどのようなものなのでしょうか。

鈴木:たとえば家庭用の電話です。最近「イエデン」と言うようですが、昔は文字どおり家電でしたよね。お母さんが一家のCIOとして情報の流れを管理していたというような笑。

一方現在、せっかくブロードバンドの時代になったのに、なぜみんな携帯の小さな画面に逃げ込むのかというと、それはやはり携帯電話がパーソナルなものだからだろうと考えたんです。だからインターネットも個人にフォーカスした仕組みに、家電から個電に変えていかなきゃいけない。その発想から始まったのが、2月18日にスタートする「ドットフォンパーソナル」というテレビ電話サービスです。

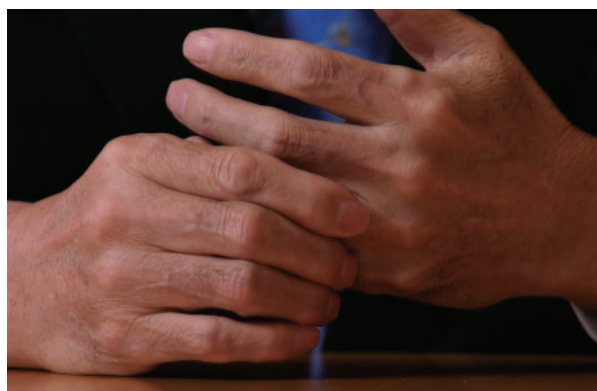
塚本:サービス内容はどのようなものになるのでしょうか。

鈴木:「パーソナル」という言葉どおり、家族のメンバーの1人1人に050で始まる電話番号をもっていただいて、その番号を入力すると余計な操作なしにビデオチャットができるというものです。普通にVoIPとしてもご利用いただけますが、そこまでならおもしろくありません。このサービスではコラボレーション作業をさせていただけるようにホワイトボードが用意されています。文字を書きながら顔を見て話をさせていただけるということです。

インターネットはビッグテクノロジー
その領域はものすごく広い

塚本:ところで、インターネット関連の事業を展開するうえで、NTTグループ内での役割分担のようなものはあるのでしょうか。

鈴木:いえいえ(笑)。インターネットの世界はそんなに小さなものじゃないという風



に私は思うんですよ。生活からビジネスまでを変える力を持ったビッグテクノロジーですから、その領域というのはものすごく広い。みんな創意工夫でやっていけば、重複することはあってもマネでなければ、長い目で見たときにはグループ全体のキャパシティを上げていく結果になるのだと思いますね。

塚本:最後に今後の夢についてお聞かせください。

鈴木:分散化の重要性が語られるようになって久しい昨今です。たしかにデバイスが高機能化するに従って分散化の方向に向かうのはそれはそれで正しいことなのですが、ただ、やはり情報というものは保存と管理が必要です。あまり分散しすぎると、企業でも個人でも情報の管理や保存が大仕事になってしまいます。そこで、経済的に安全に、そして集中的に管理できるようなプラットフォームづくりというのをわれわれがやっていきたいな、という風に考えています。

塚本:今日は親しみやすいお話をありがとうございました。

インタビューを終えて

塚本慶一郎

正直な話、インタビュー前後では会社の印象が180度変わってしまった。簡単に言うと、結構やんちゃな会社なのである。アジア唯一の大型キャリアへの地歩を固める一方で、話題のTD-CDMAの実験を某社に先行してやっていたり、家電メーカー側との動きを見せたり、端末/エンドユーザー側の準備もちゃっかりやっている。バックボーン側と端末側両方に目を配っている。鈴木さんのいう「グローバル」という言葉の意味はかなり深いと見た。



[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の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