

めにフリーダイヤルやキャッチホン、ダイヤルQ2(電話をかけることで天気予報や占いなどの情報サービスを受けられる仕組みで、利用時間に応じて情報料が電話料金に上乗せされるもの)、テレホンカードなど新たな商品や、「テレジョーズ(夜間・休日の通話を対象とした割引)」、「テレワイズ(市外通話料金の割引)」、「テレチョイス(特定の市外局番への通話料金の割引)」などのサービスを開発し、将来を見据えたデジタル化・ISDN化へ投資を強化していく。

なお、1980年代末から1990年代にかけて、米国は日本の産業保護政策と市場閉鎖的な体質に異議を唱え、特にハイテク・通信分野における技術標準や市場アクセスの問題について、日本政府とNTTと交渉を行った。米国は、グローバルな通信ネットワークの相互接続性及び国際標準の採用を重視し、米国製の先進技術を搭載する交換機を日本市場に導入することが、自国企業の海外進出を促進するための重要な手段であると位置付けた。一方、NTTが長期間にわたり開発してきた技術は、国際標準との整合性と互換性に課題を抱えていた。NTT内部では、技術的優位性の維持と国際標準への対応という、相反する課題が議論され、1990年代後半の外圧と政府方針の転換を踏まえ、国際競争力を高めるための必要なステップとして、米国製交換機の採用を決定した。

(3) ISDNとマルチメディアへの布石

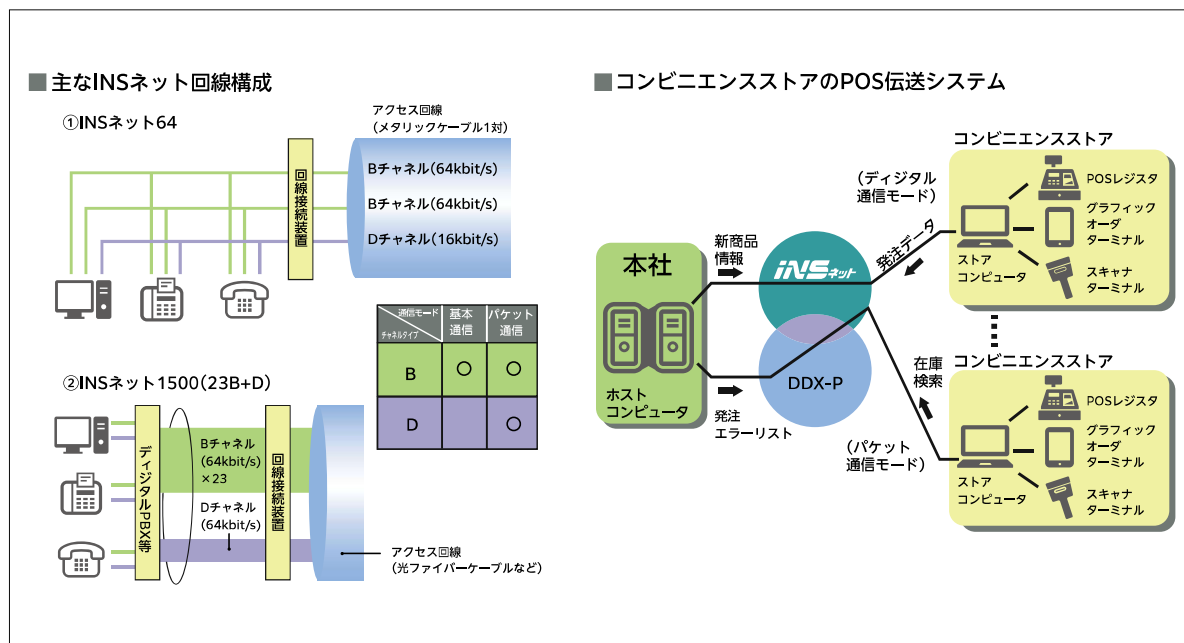
同じく1980年代後半から1990年代にかけて、NTTが推し進めた重要施策の一つがISDN(Integrated Services Digital Network)の導入であった。電話回線を使用した「INS ネット64」、光ファイバーを使用した「INS ネット

1500」を独自ブランドとして展開し、音声以外のデータや映像を同じ回線で扱えるようにするものだ(INSはInformation Network Systemの略)。ISDNは加入者宅にデジタルターミナルを設置し、デジタル信号で通信を行うため、アナログ電話にはない多様なサービスが可能となる。法人分野においても、例えば、企業のPOSシステムではISDNを介してレジデータを本部に送信し、リアルタイムの売上分析を可能にした(図表1-1-4)。通信カラオケでは、従来CDやレーザーディスクで配達していた新曲データをISDN経由で送信できるようになり、店舗の人気曲データの集計も自動化が可能など、ビジネスモデルを一変させた。また、静止画や簡易動画のやりとりもISDNが普及することで身近になり、マルチメディア通信の先駆けと評された。

また、NTTが提供していた「一般専用線」(アナログ)に加え、「高速デジタル専用線」(SD/Super Digital)の需要が急増した(図表1-1-5)。企業がオンラインで本社～支店間を結び、銀行業界や製造業ではリアルタイム処理を求められるようになったからである。NTTはデジタル専用線のメニューを拡充し、競合他社の値下げ攻勢にも対抗する形で法人向け市場に営業した。これら専用線はやがて企業LANやWANに統合され、90年代中盤にイントラネットという形でパソコン通信やファイル転送が爆発的に普及していく下地が整った。NTTにとっては電話に次ぐ重要収益源として定着するが、一方で一般加入電話に比べて市場規模が大きく伸びたわけではなく、依然として「NTT＝電話会社」のイメージが強い時代が続いた。

固定電話が主役だった通信市場において、やがて大きな存

図表1-1-4 ▶INSネットサービスとPOSシステム



出所：NTT『NTTの10年1985→1995 サービス・技術編』(1996年7月)をもとに作成