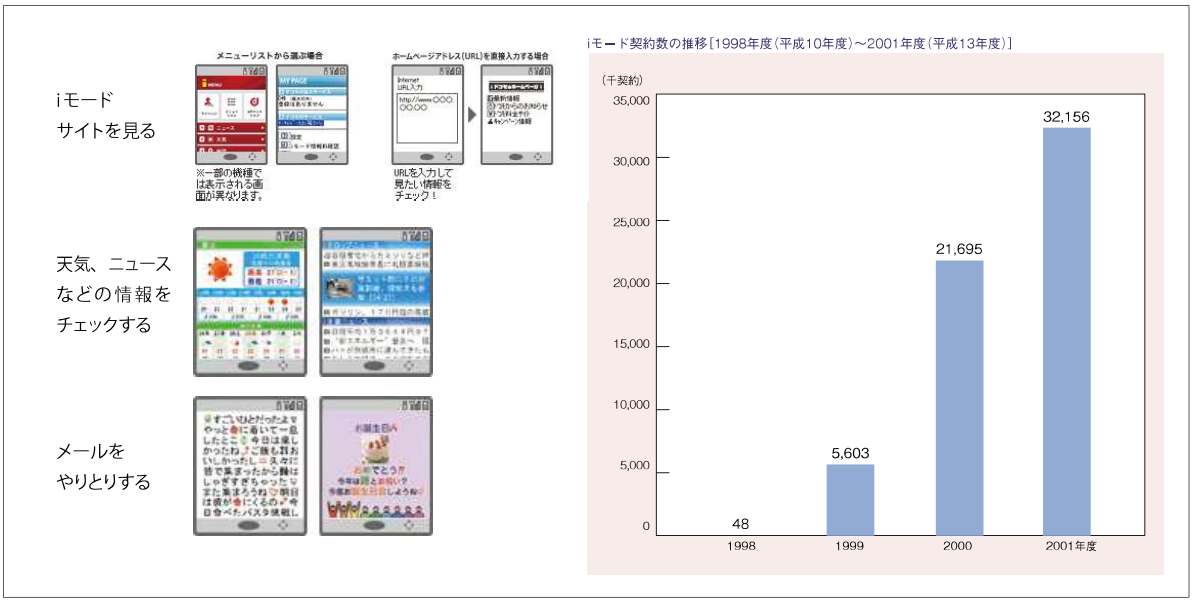
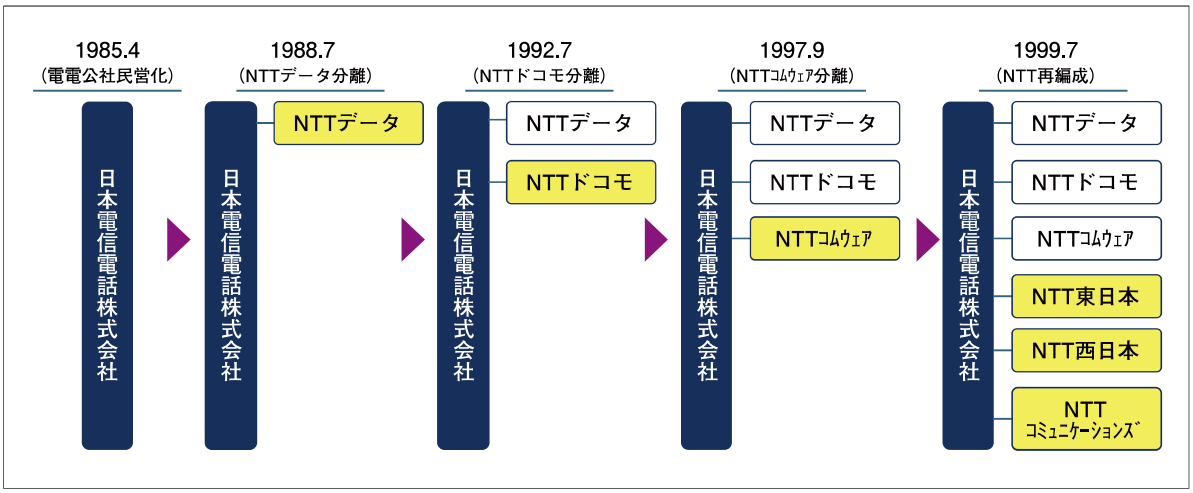
図表1-1-7 ▶ i モードの概要と当初の契約数推移




出所：NTTドコモ公式サイト及びNTT『NTTグループ社史［1995-2005］』（2006年3月）をもとに作成

図表1-1-8 ▶NTT再編成の概要




出所：総務省 情報通信審議会 公正競争ワーキンググループ第1回会合「電気通信事業分野における公正な競争の確保の在り方について」（令和6年1月24日）をもとに作成

アであり、キャリアが構築したコンテンツポータルサイトを通じて企業やコンテンツプロバイダーがビジネスを展開する新生態系を築いた。一方で、ここで醸成された独自仕様はのちにスマートフォンが世界標準となり、市場を席巻した際、日本独自のガラパゴス化を招く一因にもなるが、それは後の節で触れる。

### (5) NTT再編（1999年）とNTT東日本・西日本、NTTコミュニケーションズの誕生

電話・インターネット・モバイルと多様なサービスを抱えるNTTは、1999年7月に大きな組織再編を行う。純粋持株会社（日本電信電話／持株会社）を頂点に据え、地域の固定通信を担当するNTT東日本・NTT西日本（以下、「NTT東西」）、長距離・国際や法人向け事業を担当するNTTコミュニケーションズに再編成するのである。加えて、NTTデータやNTTドコモなどは既に上場企業として独自路線を歩む形が固められており、「NTTグループ」という集合体が成立した（図表1-1-8）。

この再編の狙いは、競争政策上の要請（大きすぎるNTTを地域分割する）への対応と、事業領域を明確に分けて各社が戦略的に事業を展開できるようにすることにあった。NTT東西は地域通信のユニバーサルサービスを担い、NTTコミュニケーションズは法人市場や国際通信で奮闘し、NTTドコモはモバイル事業を、NTTデータはITサービス事業を追求する。こうした体制変更は、その後のブロードバンド革命や海外進出において大きな役割を果たしていく（NTT再編の詳細は第4章第1節で解説する）。