

# 1 新たなビジネスモデルの構築

## 1-1. B2B2Xモデルの推進による新市場開拓

### (1) 産業構造を変革するプラットフォームをめざして

NTT東西は積極的に光ファイバーの敷設を推進し、世界最高水準の光アクセスインフラを構築した。しかし、2010年代に入り、光サービスの成長は鈍化し、期待されていた固定・移動融合サービスも十分に成熟するには至らなかった。また、日本社会におけるICTの利活用は、多くの課題解決に向け期待されながらも、進展が遅れている状況にあった。

こうした背景のもと、NTT東西は多様なプレイヤーによる新たな価値創造を支援し、ICT市場の活性化を促進するとともに、社会課題の解決や日本の産業競争力向上に貢献することを目的に「光コラボレーションモデル」を導入

した。2014年5月に発表し、2015年2月より本格的にサービスを開始した。このモデルでは、ISP事業者や携帯電話事業者が、NTT東西から卸提供される光アクセスサービスを自社の通信サービスと組み合わせ、自社ブランドとして提供する形態を採用した。これに伴い、コンピューターメーカーが機器やメンテナンスサービスとセットにする形態や、一般企業が自社サービスとの連携を図り、会員化やサービス品質向上の手段として活用するケースも増加した。

現在、NTT東西が提供する光アクセスサービス（相互接続による提供を除く）のうち、光コラボレーションモデルを通じた契約数は1,707万件に達し、アクセス総提供数2,350万件の約73%を占めている（2024年9月末時点）。

こうした取り組みに象徴されるように、近年のNTTグループの重要な戦略として「B2B2Xモデル」がある（図表2-1-1）。これはNTT（左のB）が多様なパートナー（中央のB）と組み、エンドユーザー（X）に対して新しい価値を提供し

図表2-1-1 ▶ B2B2Xモデル



出所：NTT「NTTグループ中期経営戦略『Your Value Partner 2025』」（2018年11月16日）