JPNIC 2020 member

JPNIC会員 企業紹介

「会員企業紹介」は、JPNIC会員の、興味深い事業内容・サービス・人物などを紹介するコーナーです。

ユーザーと社会を〝やさしく〟つなぎたい
～コンシューマーの視点をいつまでも忘れずに～

BIGLOBE

受付前のスペース。床の線は航空路、椅子は島を表しています。

ビッグローブ株式会社

住　　所：〒140-0002
　　東京都品川区東品川4-12-4 品川シーサイドパークタワー
設　　立：2014年7月
代 表 者：代表取締役社長 有泉 健
従業員数：約500名（2020年7月時点）
U R L：https://www.biglobe.co.jp/

事業内容 https://www.biglobe.co.jp/outline
■ インターネット等のネットワークを利用した情報サービスの提供および、これに付帯または関連する一切の業務

今回は、パソコン通信時代から34年にわたりコンシューマー向けサービスを主力に事業を展開されてきた、ビッグローブ株式会社を取材しました。同社は分社や独立を経て今ではKDDIグループ傘下となっていますが、みなさんがよく知る「BIGLOBE」ブランドの下、一貫してインターネットに関わる総合的なサービスを提供されてきています。

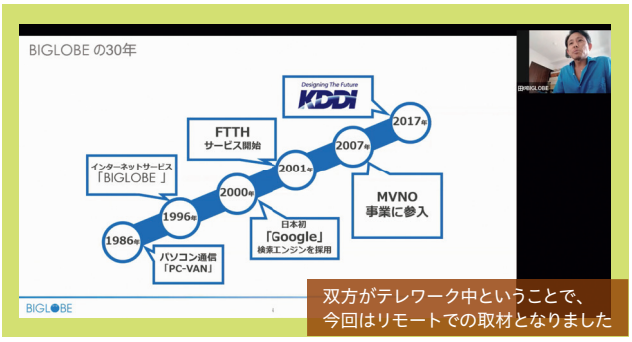
今回は、新型コロナウイルス感染症を受けた政府の緊急事態宣言が解除された直後ということで、本コーナー始まって以来の完全リモートでの取材となりました。当日は、高宮展樹氏と田中秀宗氏、永野小織氏の３人にお話をうかがったのですが、インターネットサービスの老舗とも言える印象とは異なり、とても柔軟に時代の流れに合わせて新しいことに取り組み続けていることが随所に感じられると同時に、その根底にある変わらぬ想いもうかがうことができました。

コンシューマー向けを主力にさまざまなサービスを展開

◉ まずは貴社の成り立ちについて教えてください

ビッグローブ株式会社
経営管理本部
総務部 広報グループ
田中 秀宗 氏

田中：当社の始まりは、1986年4月に日本電気株式会社（NEC）がサービスを開始した、パソコン通信の「PC-VAN」にまで遡れます。インターネット接続サービスを「mesh」として始めたのは1995年の2月で、翌1996年7月には総合インターネットサービスとして、今に繋がる名称の「BIGLOBE」をスタートさせました。その後も成長を続け、2000年には日本で初めてGoogleの検索エンジンを採用したほか、2001年にはFTTHサービスを開始するなどサービスを拡充、2006年7月にはNECから分社してNECビッグローブ株式会社となり、2007年にはMVNO（仮想移動体通信事業者）事業に参入しました。その後、2017年にKDDIグループ入りして、現在に至っています。



双方がテレワーク中ということで、今回はリモートでの取材となりました

◉ 現在はどのような事業を展開されているのでしょうか？

田中：先ほどお話ししたように、当社にはパソコン通信時代から培った30年以上の経験とノウハウがあります。それらを武器に、固定回線とモバイル回線を核としたインターネットサービスプロバイダー事業を展開しています。固定回線は、ビッグローブ光やauひかり、フレッツ光といった光回線をはじめとしたサービスで、モバイル回線の方はいわゆる格安SIM、格安スマホといったサービスです。格安SIMやスマホは今一番注目されているサービスで、メディア等で当社が取り上げられることも多いです。今、若い人が「BIGLOBE」と聞いて真っ先に思い浮かぶのは、ここだと思います。

法人向けサービスとしては、インターネット接続やモバイルはもちろん、クラウドホスティングやメールサービスも提供しています。法人向けでは、昨今の新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、特に在宅勤務支援の引き合いが多くなっています。

売り上げの割合で言えば、個人のお客様が大半で、法人はまだ一部にとどまります。ただ、これからのニューノーマルを踏まえて、法人向けを伸ばしていきたいと考えています。「ピンチをチャンスに」、ではないですけれど、このような事態でもビジネスチャンスとしてとらえるという意味もありますが、何よりも災害とも言えるこのような状況に対して当社としてどう社会に貢献できるかという観点で、社長の指示の下で全社一丸となって、より多くの方々にネットワークサービスを提供していくつもりです。

◉ 我々にはBIGLOBEと言えばISPのイメージが強いのですが、今の若者にはスマホの会社だというのは少しびっくりしました。事業的にはどのような展開をされているのでしょうか？

田中：市場でのシェアで言うと、独自サービス型SIM事業者の中では6番手で、百数十あるMVNO事業者の中では大手の一角を占めています。サービス面では、マルチキャリアやiPhone対応、シェアSIM等一通りのことはやっていますが、一番ユーザーにわかりやすく、メディアにも取り上げてもらっているのは「エンタメフリー・オプション」ですね。これは、音声通話SIMの場合は月額480円（データSIMの場合は月額980円、ともに税別）のオプション料金を支払えば、YouTubeやAbemaTV、Google Play MusicやApple Music、Spotify、radiko、dマガジン、Facebook Messenger等をはじめとする、動画や音楽、電子書籍などの全部で21種類のサービスが、データ容量を消費することなく利用できるというものです。格安SIMでありながら動画などが見放題ということで、お客様からご好評をいただいています。特に、YouTubeが対象に入っている点が非常に好評ですね。また、格安SIMの利用経験が少ない方向けに、最初のハードルを下げるためのキャンペーンも積極的に展開していて、年齢層の若いユーザーが以前も今も確かに多いのですが、ご年配の方のお申し込みも増えてきています。

新型コロナウイルスの影響でサービス需要にも大きな変化

◉ 今回は貴社もJPNICもテレワーク下ということでリモートでの取材ですが、テレワークの急速な普及は顧客需要にも影響が出ているのでしょうか？

ビッグローブ株式会社
法人事業本部
永野 小織 氏

永野：法人向けでは2月～3月辺りで、テレワーク導入に関連する需要が急増しています。それを受けて「BIGLOBE Style」というオウンドメディアで、当社で働いている社員の実態をご紹介するとともに、「BIGLOBE biz.」というブログは、テレワークに関する実践的な情報提供を行っています。我々自身もテレワークで勤務していますので「実際にテレワークをやってみた」といった記事や、ZoomやGoogle MeetやSkypeといったサービスが、実際にどのぐらい通信量を使うのかといった記事を公開しています。また、中小企業向けに「BIGLOBEハンジョー」というメディアがあるのですが、こちらでは新型コロナウイルス感染症の助成金情報をまとめていて、いつ、いくら貰えるのかといった情報等の提供をしています。

サービス面では、テレワーク導入支援として、法人モバイル初期費用無料のキャンペーンを実施しているのですが、当初は4月～5月の2ヶ月の予定が大変ご好評をいただいたため、急遽8月2日までに延長しました。実際、スタートした4月は音声SIMやスマートフォン・ルータといった端末の申し込みが普段の3倍以上という、これまで見たこともないような数字になっています。

法人には中小企業のお客様が多いのですが、これまで自分の端末を仕事にも使っていたものの、遠隔会議などでも多用することから仕事用のSIMを新規に申し込まれるお客様が多いようで、SIMの容量もこれまでよりもかなり大きなプランが売れています。新規だけではなく、既存のお客様が容量変更をされるケースも増えていますね。今は5月末で緊急事態宣言が解除されたことから少し落ち着いてきています

が、そういった引き合いから少し遅れて、今は学校などからモバイルを導入したいという話が増えてきています。

田中：また、SIMなどの繋ぎたい方向けのサービス以外にも、繋がっている方向けのサービスにも力を入れています。具体的には基幹業務のテレワーク対応として、先日弥生シリーズや奉行シリーズとクラウドホスティングを組み合わせたサーバパックの提供を開始しました。会計／販売管理や財務会計をクラウド上で運用でき、テレワークでも基幹業務を行えます。今のような環境下でも業務をしっかり回していけるということで、こういったより上のレイヤのサービスもご好評をいただいています。

◉ 世の中全体が新しい標準に対応しようとしている最中ですが、サービス提供側の視点で、今後について何か感じるところはありますでしょうか？

永野：先ほど3月以降に多数の申し込みがあったという話をしましたが、一方で解約されるお客様も出てきています。おそらく、もう本当に非常用ということで利用された方々で、営業部門の分析でも1割ぐらいは数ヶ月程度の短期利用を前提とされているようです。ただ、それ以外の方は長期的な利用も考えてらっしゃるとも思われ、今後出社する社員の数を増やしていっても完全には元に戻らないんじゃないかとか、やはりセキュリティその他を考えても業務用は個人端末とは別に用意した方が良いなどの理由で、今後も需要は増えていくと見ています。

田中：安倍首相もテレワークがキーになると言っている通り、これがもう世の中の常識になっていくんだと思っています。先日、株式会社日立製作所が在宅勤務5割を目標に掲げて新しい働き方に取り組むと発表されましたが、緊急事態宣言終了後すぐの発表なので相当準備されていたんだと思います。経団連なども力を入れていますし、大企業などでは今後1～2年はこういった動きが続くのではないでしょうか。中小企業でも、今は必要に迫られて対応しているという感じでしょうが、そういった大企業などの動きを受けて、徐々に新しいワークスタイルが浸透していくのではと考えています。

テレワークへの取り組み

◉ 貴社自身もテレワークを積極的に進められていますが、導入はスムーズに行えたのでしょうか？

ビッグローブ株式会社
執行役員 基盤本部
副本部長
高宮 展樹 氏

高宮：育児中の社員などをテストケースとしてテレワークを導入し、オリンピックまでには全社的に対応できるようにと地ならしをしていましたが、新型コロナウイルスの関係でそのタイミングが前倒しになりました。準備をしていたから移行自体は素早かったのですが、こういう状況でもなければここまで一気にということはなかったかもしれません。

永野：法人営業部門は、今は全員在宅勤務なのですが、元々外に出る機会が多い部署ということで最初は少しバタバタしてしまい、少し人が手薄になってしまう場面もありました。今はすべてメンバーが自宅から問題なく対応できるようになっていますが、お客様に直接会って商談というのができないので、そこはちょっと苦労しています。ただ、当社はWebからの問い合わせを受けて、そのフォローアップから申し込みというお客様もかなり多く、こちらはこれまで通り上手く回っています。

高宮：新型コロナウイルスとの共存・共生に向けてテレワーク中心の業務にシフトしています。緊急事態宣言下では従業員の9割がテレワークを実施、宣言解除後も「解除されたから出社ではなく」可能な業務は引き続きテレワークで進めています。全体としては若干緩和した程度で、従業員の健康第一の観点で、現時点では出社が必要な業務もテレワーク化できるように調整しているところです。ただ、通信事業者なのでインフラ部門など、どうしても24時間365日運用業務などの対応が必要という部分もありますし、コールセンター業務もあります。こういったライフライン維持に関する業務については出社しての勤務になっており、そのような場面での感染回避が課題です。これからはウィズコロナでのあるべき姿を見据えて、業務体制をシフトさせていく必要があると考えています。

◉ 今回の件を契機にさらに体制の見直しを進められるということですね。テレワークの推進以外には、どんな取り組みをされているのでしょうか？

田中：「働き方改革」にも積極的に取り組んでいて、自由で柔軟な社風が特徴です。先ほど出た「BIGLOBE Style」に登場する社員がインタビューに答えている内容を紹介すると、「社外勉強会の開催や登壇の機会がある」「再入社しても温かく迎えられる」「副業が認められている」「ママプロジェクトで活躍できる」「知人・友人をスカウトできる」というコメントがあり、お題目だけではなくて本当に自由で柔軟ということがわかっていただけるかと思います。社として、新しい働き方に積極的にチャレンジしています。

高宮：また、これまでは東京と大阪に基盤を分散させるなど、ディザスタリカバリ対策は採っていましたが、今回は世界中で外出ができないといった事態になりました。さすがに、そういう想定まではできていなかったというのが正直なところです。今回のようなことにも今後は適応していって、より強固な体制を作っていかないといけないと考えています。

これからのエンジニアに大切なのは柔軟・迅速に対応できる能力

◉ 「BIGLOBE Style」で新入社員の方のオンライン歓迎会の様子を拝見しました。インターネット関連の企業はたくさんある中で、貴社を志望される方はどこに魅力を感じて応募されてくるとお考えでしょうか？

高宮：新入社員を面接していて感じるのは、自分の成長に繋がるという点を重視している人が多いということです。当社は、インフラの下の方から上の方まで自分の手を動かしてやっている部分が多い会社です。技術を学んで、それを実際のサービスにまで持っていきたい、そういう気持ちを持った若い人には魅力を感じてもらえているようです。ネットワークも、全国規模で設計・構築・運用に関われます。もちろん、こういった業務は大変な部分も多く、若い人はまだそういった苦労について実感が無いだけかもしれません（笑）。ただ、このような仕事にやりがいを見い出して一緒に働こうと思ってくれるのは、とても嬉しいことですね。また、BIGLOBE Styleで紹介されているような当社のオープンな雰囲気も、共感してもらえて志望に繋がっているのかなと思います。

⊙ 入社された社員の方は、どのように育成されているのでしょうか？

高宮：当社では、基盤を運用する若手の育成に力を入れています。今回の新型コロナウイルス感染症などがまさにそうですが、不確実な外部環境の変化に柔軟・迅速に対応できるエンジニアの育成をめざしています。これまではネットワーク開発とソフトウェア開発でエンジニアが分かれていましたが、現在は両方ができるように、固定回線やモバイルのネットワーク開発とソフトウェア開発の部門間を、若手社員にどんどんローテーションしてもらっています。入社後の配属でも、以前とは異なり今は「どこを希望しても良いけど、全部回ってもらうからね？」と説明してます。一通り全部経験してもらった後で、改めてキャリアを考えてもらうようになっています。

新技術への取り組みは、お客様やインターネット全体のため

⊙ 貴社はIPv6対応に積極的ですが、新技術への取り組みについて聞かせてください

高宮：このところお客様のトラフィックは、毎年1.4倍ぐらいの勢いで伸びていっています。それに対して、IPv4のPPPoE接続では網終端装置で輻輳が起こりやすく、お客様の通信が遅くなってしまうため、IPv6網を強化してそちらへのオフロードを推進しています。IPv6網に移行してもらうことで、我々としても需要増にキャッチアップできるし、お客様にも快適にネットワークを使っていただけます。

このIPv6へのオフロードにあたっては、既存のMAP-E方式に加えて、新たにNAT64/DNS64方式を商用導入しました。MAP-Eではお客様宅内に専用ルータが必要なのですが、NAT64/DNS64を導入することで、お客様宅内への専用ルータ不要でIPv6接続が利用できるようになりました。

またモバイルに関しては、MVNO基盤のNFV（Network Functions Virtualization）も進めています。当社ではauとドコモの二つのMVNOサービスを提供していますが、これまでそのインフラはP-GW（Packet Data Network-Gateway）やキャリアグレードNAT（CGN）などにはすべてアプライアンスとしてハードウェア製品を利用していました。現在これらに代わり、NFVを導入して汎用サーバの上にソフトウェアで機能を実現しました。これにより、サービスに応じて必要なものを必要なだけ、オンデマンドで提供できるようになりました。

⊙ 新しい技術をどんどん取り入れて、しかもそれを他社に隠して優位性を保つのではなく積極的に情報公開されていますが、どういう背景があるのでしょうか？

高宮：別に新しい技術が好きなだけではないんですよ。当社が自主開発に力を入れているのも、自分たちが汗をかくことでお客様に快適な接続環境を提供できて、しかもそこにコストメリットもあるのなら、ぜひチャレンジしようという考えです。NAT64/DNS64も、既存のMAP-E方式に比べコストメリットがあります。

また、情報公開については、業界的にDDoS対策とか障害対応とか、横のつながりで対応できることや知見を共有することでみんなが幸せになれることがたくさんあります。持ちつ持たれつで、お互い協力し合っていくことが大事だと考えています。なにせ、インターネットはASの繋がりで全体ができあがっていますからね。

⊙ 貴社の取り組みに対して、JPNICが何かお役に立てることはあるでしょうか？

高宮：検索するといろいろな情報を提供してくれていて、ありがたいですね。一方で、IPアドレスやAS番号の管理主体として重要な役割を果たしていますが、それを知っているのが我々のような会社でもネットワーク管理に携わる一部のメンバーぐらいというのが少し残念です。

また、当社も実は若手が多いなんてことはなく、業界を見渡してみても、例えばInteropやInternet Weekでもおじさんが目立ってくるようになりました。JPNICも苦労していると思いますが、我々も一緒になって、インターネットを支えていただける若手の裾野を広げていきたいと考えています。

⊙ 最後になりますが、あなたにとって「インターネット」とは？

高宮：お客様と私たちを優しくつなぐ、プラットフォームでしょうか。当社は経営理念として「つながる歓び、つなげる喜び」を掲げていますが、そこに「人・企業・社会をやさしく繋いで、新たな価値と豊かな社会を創造する」という意味を持たせています。「やさしく」というのは、「安心」とか「ガチガチ」とかみたいな法人向けな観点だけではなく、コンシューマーを大事に考えているということで、そこにビッグローブの価値があると思っています。

会社ではなく個人としての「インターネット」でしたら、私の社会人人生そのものでもあります。インターネットはネットワークがどこまでも繋がって、溢れんばかりの情報が流れていて、それを受け手側が取捨選択しています。また、可能性に満ちていて、新しい技術は常にインターネットを通じて提供されてきました。そこにとても魅力を感じて、これまでずっと関わってきています。

また元々はNECですので、ビッグローブへの異動で初めてコンシューマー向けサービスに関わりました。法人向けが主体のNECでは異質とも言えるサービスでしたが、これをきっかけにコンシューマービジネスの面白さに目覚め、随分と成長させてもらったと考えています。

田中：個人としてなら、私は自分のリアルな人生をすごく重要視していて、インターネットはそれを支えてくれるものです。20年前なら、イタリアの田舎町を旅行しようとしたら事前に地図を印刷して準備しないとホテルにも辿り着けませんでしたが、今ならGoogleマップで事足ります。考えられないぐらい、人生を豊かにしてくれました。仕事としても関わっていますが、人生のパートナーですね。

“大地(Daichi)”と名付けられたワーキングスペース