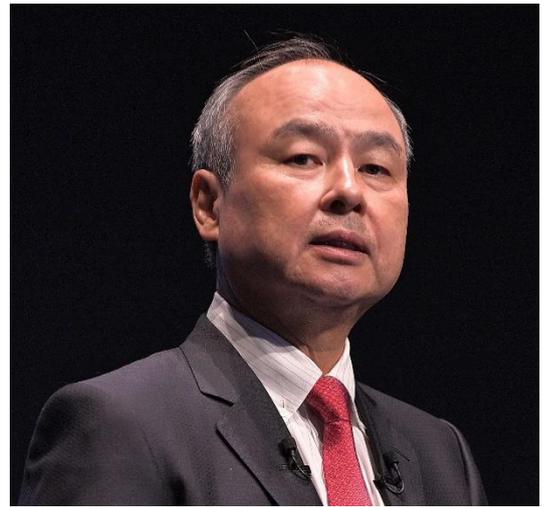


アントレプレナーの生き方（4）～孫正義氏 その2～

1990年7月、孫氏は事業のグローバルな展開を見据えて、株式会社日本ソフトバンクからソフトバンク株式会社(現 ソフトバンクグループ株式会社)に社名を変更しました。この時期のソフトバンクは、米国で誕生した事業を続々と日本に持ち込んでおり、その一環として、現地のインターネット関連企業に関する情報収集や戦略的投資を目的に、米国法人 SoftBank Holdings Inc.を設立しました。

また、日本におけるインターネットビジネスへの本格的な展開を図るため、米国 Yahoo!Inc との共同出資により、1996年に日本法人ヤフー株式会社(現 LINE ヤフー株式会社)を設立しました。孫氏はこの1996年を「インターネット元年」と位置付け、Yahoo!JAPANを筆頭に、インターネットに関する事業や子会社を次々に立ち上げていきます。「モバイルインターネット時代が来る」と確信していたソフトバンクは、2006年にボーダフォンの日本法人を買収し、移動通信事業に大きな力を注いでいくのです。



孫 正義氏
【提供 ソフトバンクグループ株式会社】

さて、孫氏とソフトバンクが行ってきたことを振り返るためにも、ここで現在の5Gまでに至る通信業界の30年間の歩みを簡単に記してみたいと思います。

1980年代中頃まで、電話といえば固定電話であり、現在のように電話機を携帯するという概念自体想像し得ない時代でした。しかし、ごく限られた人々の間で車載電話機(自動車電話)によって移動しながら電話をするという体験が始まると、1985年、ついに肩から掛けるバッグのような「ショルダーホン」が日本に誕生します。



携帯電話写真

【提供 ソフトバンク株式会社】

百科事典やアタッシュケース並みのサイズはもちろん、重量も3キロ近くあり、これを持って電話しながら気軽に待ち合わせができるような代物ではありませんでした。また、この頃の通信システムのことを1G(第1世代移動通信システム)と呼びます。

そして1990年後半には、常時接続が可能となるADSLが普及し始めます。いわゆるブロードバンド時代が幕を開け、インターネットが社会に急速に広まっていくと、やがて写真の送受信も当たり前になりました。なお、1999年の国内インターネット人口普及率は21.4%です。2000年には、GoogleやAmazonが日本でサービスを開始しました。

そんな中、ビー・ビー・テクノロジー株式会社(現 ソフトバンク株式会社)が2001年、ADSLを使ったブロードバンド総合サービス「Yahoo!BB」を開始しました。これ以降、ソフトバンクはそれまでのPCソフトウェアの卸売・出版事業から通信事業に本業の軸足を移すこととなります。なお、この頃には、3G、すなわちモバイルデータ通信時代に突入しています。光ファイバーによる光通信サービスが普及し始め、国内のインターネット需要もさらに加速し、2003年には64.3%の普及率を記録するまでになりました。日本では2007年にYouTube、2008年にはFacebookとTwitter(現 X)のサービスが開始されました。ソフトバンク「iPhone3G」の日本での販売を開始したのもこの年です。

2010年になると、「3.9G」と呼ばれる3Gを高速化したシステムにより、高速モバイル通信が可能となります。通信速度が固定通信のADSL並みになり、固定とモバイル通信速度の差が縮まりました。その後の「4G」では、キャリアアグリゲーションなどの様々な拡張技術によって、超高速モバイル通信が実現されました。

そして2020年以降、いよいよ5Gの時代が到来し、私達の日々の生活は一層快適で便利なものとなっています。

さて、この通信業界の歩みの中で、Yahoo!BBによるブロードバンド事業への参入は、孫氏にとって巨大通信企業NTTを相手にした大きな戦いでした。孫氏は、当時日本のインターネットを取り巻く環境は、先進国の中で最も「遅く」「高い」と感じていました。NTTとしては光ファイバーこそがブロードバンドの本命だと考えていたため、ADSLの普及には消極的でした。そうした状況を見て、孫氏はADSL事業参入を決め、しかも価格破壊にも挑みました。当時のADSLサービスの価格の相場は月額5,000円から6,000円程度でしたが、Yahoo!BBは月額2,280円でしかも通信

速度も NTT 東日本の 5 倍以上を宣言。さらに街頭で通信モデムを無料配布するというキャンペーンを全国展開する等、大きな話題をつくりました。

そうして Yahoo!BB を成功させた孫氏でしたが、次なる目標は、「ガラケー」と呼ばれた携帯電話全盛期の日本において iPhone を発売し、スマートフォンを根付かせることでした。なぜソフトバンクが米国 Apple 社の iPhone を日本で販売することが可能になったのかについては、有名なエピソードがあります。

ある時、孫氏が Apple 本社に赴き、スティーブ・ジョブズ氏を訪ねました。孫氏は Apple 社の携帯音楽プレーヤー「iPod」と日本の携帯電話を組み合わせたスケッチを見せ、「こういうものを Apple で作って欲しい」と言ったそうです。それに対してジョブズ氏は、「スケッチの出来は褒められない。すでに考えているし、誰にも言っていないのにこれを持ってきたのは君が初めてだ」と、返したそうです。そして、2007 年 1 月、「アップルは電話を再発明する」と言ってジョブズが世界に紹介したのが、初代 iPhone でした。この初代 iPhone は通信規格の関係で日本では使用できませんでしたが、翌年発売された「iPhone3G」を日本で販売したのが、他ならぬソフトバンクだったのです。iPhone の登場によって、携帯電話は、通話はもちろん、音楽も検索もアプリもできるインターネットマシンとなったのです。

このように、ソフトバンクは通信事業を中心としたビジネスで情報社会をリードして来ましたが、孫氏はそれに満足せず、先端技術をさらに活用していくことによる通信事業を超えた新たなステージへの進出を目指し、近年では投資家としての側面を強めていきます。2017 年には、AI を活用して次世代のイノベーションを起こすであろう企業やプラットフォームビジネスへの投資を行うべく、「ソフトバンク・ビジョン・ファンド」も立ち上げました。2024 年 3 月末時点で、ソフトバンクグループの時価総額は約 13 兆 2 千億円、通信事業会社のソフトバンクの時価総額も約 9 兆 2 千億円に上っています。

そして、そのソフトバンクも積極的に事業を展開しています。

2019 年 11 月、ヤフーの親会社でソフトバンクの子会社である Z ホールディングスと、日本を代表する SNS を運営する LINE の経営統合が発表されました。LINE は国内だけで 9,700 万人を超える月間利用者がおり、広告やコマース事業なども展開しています。一方のヤフーは、検索やニュース配信などのサービスを手がけ、月間利用者はおよそ 8,500 万人。両者が統合することで、検索や SNS、ネット販売、金融など、様々なインターネットサービスを一手に担う巨大グループが生まれたのです。

もともとヤフーという会社は、Yahoo!ID に紐づける形で、「出会う(メディア、広告)」、「調べる(検索、コマース)」、「買う(カート)」、「支払う(ウォレット)」、「利用する(サービス、コンテンツ)」といった一連のユーザーアクションに対し、100 を超えるサービスを提供するところに特徴があります。そこに LINE での各種サービスが加わることで同一の ID に紐付けられることになり、国内だけで 1 億人規模のユーザーを抱える、日本では最大級のビッグデータの基盤が形成されるのです。集客面では、利用者を Yahoo!ショッピング、Yahoo!フリマ、ZOZOTOWN などのサイトへ送信することによって、電子商取引を拡大しました。

次号では、孫氏が今最重要だと考えている「情報革命の主役」について迫っていきます。