

営業概況

本章では、各サービスの営業概況をはじめ、特長や基本戦略について解説しています。また別添のファクトブックでは、地域別データなどより詳細なデータを掲載しています。併せてご参照ください。

26 数値でみるサービス別営業概況

28 各事業解説

28 ケーブルテレビサービス「J:COM TV」

30 高速インターネット接続サービス「J:COM NET」

31 固定電話サービス「J:COM PHONE」

32 番組供給事業

33 トピックス



数値でみるサービス別営業概況

1. ケーブルテレビサービス

利用料収入

当期のケーブルテレビサービスの利用料収入は、前期比214億78百万円(16%)増加の1,559億3百万円となりました。増加額のうち、既存連結子会社分は54億59百万円、新規連結子会社分は160億19百万円となっています。

ホームパス世帯数、加入世帯数

当期末におけるケーブルテレビサービスのホームパス世帯数は、前期末比35万2,300世帯(3%)増加の1,259万3,800世帯、加入世帯数は、前期末比4万1,600世帯(2%)増加の259万8,600世帯となりました。また、デジタルサービス「J:COM TVデジタル」の加入世帯数は、前期末比35万1,400世帯(18%)増加の234万8,400世帯となり、当期末のデジタル化率は、前期末の78%から90%に達しました。今後、デジタル化率が100%となれば、アナログ放送に充てている帯域を活用できるようになります。これにより、ハイビジョン番組やVODサービスなどのデジタルサービスをさらに拡充することが可能となります。

* ネットワークが敷設済みで、J:COMサービスの提供が可能な世帯数

ARPU

当期のケーブルテレビサービスのARPU(加入世帯当たり月次収益)は、前期比111円(2%)増の5,471円となり、過去5年間で見て平均成長率は3%と、加入世帯数と併せて堅調な伸びとなっています。これは、VODサービスやHDRなど、デジタルサービスの利用が順調に増加したことなどによります。なお、VODサービスにおけるコンテンツ購入数は、前期比166万件(25%)増加の841万件、売上高は30億円を突破しました。HDRについては、その高い利便性とコストパフォーマンスの良さから、当期末の累計契約数は前期末比9万300件(22%)増加の49万5,100件となりました。

平均月次解約率

当期のケーブルテレビサービスの平均月次解約率は、前期比0.1ポイント増の1.1%となりました。これは、景気悪化の影響に加え、大手通信事業者などとの競争が激化したことが背景です。これに対して当社グループでは、関東地域において高速インターネット接続および固定電話サービスに、地上デジタル放送の再送信サービスを加えた新たなトリプルサービスを導入しました。また関西地域においては、価格競争力のあるトリプルサービスを導入したことや、地域特性に合ったチャンネルを追加投入したことなどが奏功し、当期の後半から解約率が改善傾向にあります。

2. 高速インターネット接続サービス

利用料収入

当期の高速インターネット接続サービスの利用料収入は、前期比100億46百万円(14%)増加の835億25百万円となりました。増加額のうち、既存連結子会社分は59億56百万円、新規連結子会社分は40億90百万円となっています。

ホームパス世帯数、加入世帯数

当期末における高速インターネット接続サービスのホームパス世帯数は、前期末比35万2,300世帯(3%)増加の1,259万3,800世帯、加入世帯数は、前期末比9万8,100世帯(7%)増加の158万4,900世帯となりました。超高速の160メガから1メガまで幅広いメニューを提供することにより、多様なニーズに対応できていることが成長の背景にあります。なお、160メガ超高速インターネット接続サービスの当期末の加入世帯数は、前期末比7万6,200世帯(71%)増加の18万3,900世帯となっています。

注) 営業概況において記載の「新規連結子会社分(買収による影響額)」について、当社では被買収企業の買収後最初の3ヶ月間の損益をベースに、比較する期間の買収による影響額を算定し、それを除いた増減額は既存連結子会社における変動額としています。

ARPU

当期の高速インターネット接続サービスのARPUは、前期比149円(3%)減の4,454円となりましたが、新規連結子会社を除く既存連結子会社では前期比57円(1%)減の4,546円となりました。160メガ超高速インターネット接続サービスの加入世帯数は大きく伸びたものの、バンドル化の進展に伴う割引料の影響によるものです。

平均月次解約率

当期の高速インターネット接続サービスの平均月次解約率は、景気の低迷や競争激化の影響があったものの、前期と同水準の1.2%となりました。

3. 固定電話サービス

利用料収入

当期の固定電話サービスの利用料収入は、前期比43億63百万円(10%)増加の483億8百万円となりました。増加額のうち、既存連結子会社分は29億28百万円、新規連結子会社分は14億35百万円となっています。

ホームパス世帯数、加入世帯数

当期末の固定電話サービスのホームパス世帯数は、前期末比74万600世帯(7%)増加の1,213万3,800世帯、加入世帯数は、前期末比19万3,300世帯(12%)増加の176万3,100世帯となりました。国内の一般加入電話が減少を続ける中、当社グループの固定電話サービスは、経済的な料金設定と利便性がお客さまの支持を獲得し、加入世帯数は順調に増加を続けています。

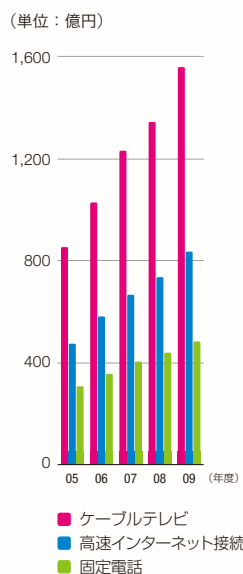
ARPU

当期の固定電話サービスのARPUは、前期比179円(7%)減の2,366円となりました。また、新規連結子会社を除く既存連結子会社では前期比164円(6%)減の2,381円となりました。これは通話料収入の減少およびバンドル化の進展に伴う割引料の増加によるものです。

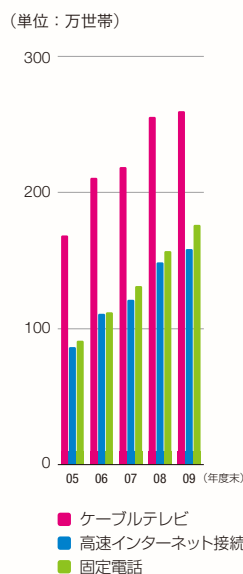
平均月次解約率

当期の電話サービスの平均月次解約率は前期比0.1ポイント増加とやや上昇したものの、0.8%の低水準を維持しています。

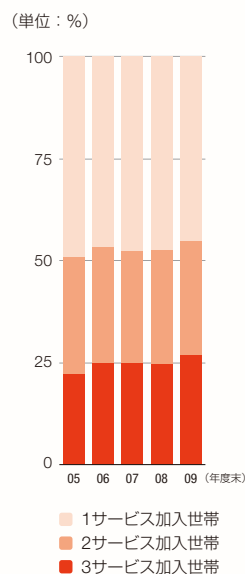
利用料収入



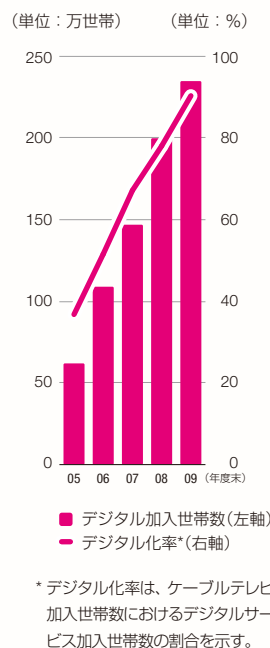
加入世帯数



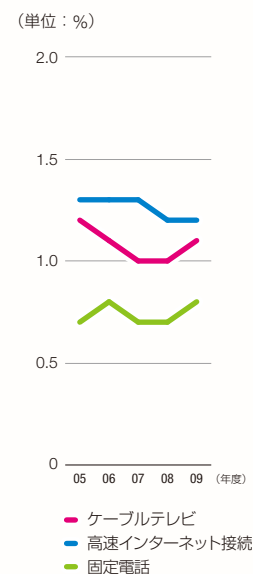
加入サービス数別の世帯構成比



J:COM TV デジタル



平均月次解約率



ケーブルテレビサービス「J:COM TV」

業界における位置づけ*

「業界のリーディングカンパニー」

J:COMの業界シェアは、有料多チャンネル放送市場において約23%です。また、同市場の63%を占めるケーブルテレビ業界においては約36%と、業界トップに位置しています。

* 有料多チャンネル放送市場は、CATV加入世帯数、スカパー JSAT (株) 加入件数、IPTV加入世帯数の合計として定義しています。なお、それぞれの統計の出所については、P3をご参照ください。

J:COM TVの特長

「先進的でありながら最も身近な存在」

J:COM TVの最大の特長は、先進的なデジタルサービスをいち早く展開していることです。そのサービスの一つが「J:COM オン デマンド」。レンタルショップに行かなくても、自宅にいながら好きな時間に見たいコンテンツを楽しむ人気の高いサービスです。当社グループはタイトル数や視聴可

能世帯数で業界最大手のポジションを築いています。さらに、日本で初となる3DコンテンツのVOD配信も開始しました。専用のメガネを使って、高画質・高音質のハイビジョン番組を3Dでも楽しむことができます。またHDRでは、これまでの「見る・録る」といった機能にDVDレコーダーを追加した「HDRプラス」、さらにブルーレイにも対応した「ブルーレイHDR」など、幅広いニーズに応えられるラインナップとなりました。

また、お客さまのニーズに合わせたコンテンツも配信しています。例えば関西地域では、同地域のお客さまの嗜好に合わせ、韓流エンターテインメントの総合チャンネル「KNテレビジョン」や、娯楽映画の総合チャンネル「V☆パラダイス」の配信を開始しました。このほか、テレビ放送で見逃した番組を視聴できる「見逃し視聴」サービスのVOD配信を開始しました。フジテレビのバラエティ番組やアニメ、テレビ朝日の最新ドラマなど、当期に5チャンネル増加し、現

VODサービスの一例



3Dコンテンツ

©オリビエデジタルコミュニケーションズ株式会社



J:COM オン デマンド

J:COM TVサービスラインナップ

J:COM TV デジタル

67チャンネル以上の多彩なラインナップ。ハイビジョン対応チャンネルも32チャンネルをご用意。オンデマンド放送ではいつでも好きなタイトルをご覧ください。

J:COM TV デジタル+ HDR

J:COM TVデジタルのサービスに加え、録画もできる専用チューナー「HDR」をご用意。見る・録る が便利にご利用いただけます。

J:COM TV デジタルコンパクト

お気軽に低価格でデジタル放送をお楽しみいただけます。

在6チャンネルまで拡大しています。

一方でこうしたサービスは、「地域密着」を理念とする企業として、一人ひとりに丁寧に説明しながら提供していくことが大変重要だと考えています。当社グループには、カスタマーセンターやウェブサイトだけでなく、約2,400名の戸別訪問営業員や全国85ヶ所のジェイコムショップなど、お客さまとの多様なタッチポイントを有しています。これらの資産を最大限活用し、高品質のサービスを提供していることが、お客さまからの強い支持につながっています。

基本戦略

「さらなる差別化を推進」

個人の趣味・嗜好はこれまで以上に多様化しています。そのため、スポーツ、映画、海外ドラマ、ニュースなど幅広い

ジャンルの専門コンテンツを楽しめる有料多チャンネル放送サービスに対する潜在的なニーズは、まだまだ大きいと見えています。こうした潜在ニーズを捉えるため、映画スタジオやライセンス保有者との関係の一層の強化を図り、J:COMならではのコンテンツの提供に注力していきます。

また、視聴形態の多様化にも対応するため、「ビックベリック」と呼ばれる各ジャンルの人気チャンネルを中心にパッケージ化した商品から、初めてのお客さまでも気軽にご利用いただける新商品「地デジ・BSパック」や「ビデオ・オン・デマンド」を導入する予定です。今後は、視聴形態の変化に対応したパッケージをターゲットごとに組成し、アプローチを図っていくことがビジネスチャンスにつながると考えています。

多彩なチャンネル群



© 1986 Columbia Pictures Industries, Inc. All Rights Reserved.

ムービープラス
「スタンド・バイ・ミー」
2010年5月より放送



© Getty Images

ゴルフネットワーク
「日本プロゴルフ選手権大会 日清カップヌードル杯」
2010年5月15日より放送



© NHK

チャンネル銀河
大河ドラマ「風林火山」
2010年7月より放送



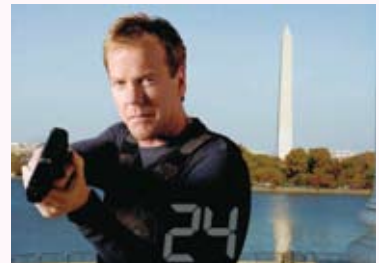
© パナソニック/集英社・東映アニメーション

アニマックス
「ドラゴンボール」
2010年5月10日より放送



BLACK EYED PEAS, MTV VIDEO MUSIC AWARDS JAPAN 2009&C. © MTV JAPAN

MTV
「MTV VIDEO MUSIC AWARDS JAPAN 2009」



© 2008-2009 Twentieth Century Fox Film Corporation

FOX
「24」

高速インターネット接続サービス「J:COM NET」

業界における位置づけ*

「インターネットサービス(CATVアクセス)のトップ企業」

インターネット接続サービスに占めるCATVアクセスサービスのシェアは2009年12月末時点で14%ですが、そのシェアは年々上昇傾向にあります。J:COMはCATVによるインターネット接続で、シェア37%を占める業界最大手に位置しています。

* 業界統計の出所：総務省報道資料「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表」より(2009年12月末現在)

J:COM NETの特長

「幅広い品揃えと充実のアフターフォロー」

J:COM NETでは、伝送速度(下り最大速度)別に160メガ、40メガ、12メガ、1メガの4コースを提供しています。ラインナップを充実させることで、動画やゲームなど大容量コンテンツの利用が多いお客さまから、メールの利用が中心のお客さままで、幅広いニーズに対応しています。

お客さまは、自分の利用目的に適したコースを選択できることに加え、当社グループが強みとするきめ細かいサポートを受けることができるというメリットがあります。

例えば、パソコン初心者のお客さまには、インターネット接続まで簡単にセットアップできるスタートキットが好評です。さらに、「J:COM NETサポートセンター」では、お客さまと同じ画面を見ながら説明する、質の高いアフターフォローを提供しています。また、「迷惑メール撃退サービス」や、メール・サイトの「ウイルススキャンサービス」など、充実したセキュリティサービスを追加料金なしで利用できます。

基本戦略

「多様化するニーズに対応したラインナップ」

これまで160メガ、30メガ、8メガのコースを提供してきましたが、多様化するニーズに対応するために、当期からラインナップを拡充しています。特に、新たに投入した12メガコースは、ADSLからの切り替えを検討しているお客さまを取り込むうえで、大きな武器となります。今後、当社グループでは、①豊富なコース、②充実のセキュリティサービス、③J:COM TVなど他サービスとのパックによる価格メリット、などを訴求しながら、さらなる加入獲得を図っていきます。

セキュリティサービスを追加料金なく提供

迷惑メール撃退サービス 広告メールなど、メールサーバー上で自動的に判定したり、任意の条件を設定して、迷惑メールの受信を回避。	メールウイルススキャンサービス メール添付ファイルがウイルスに感染していた場合、これを検出して削除。	ホームページウイルススキャンサービス ホームページの画像やファイルなどのウイルスをチェックして、感染している場合は警告画面でお知らせ。
ペアレント・アイ お子さまに見せたくないサイトの閲覧を制御したり、利用時間を制限可能。	総合セキュリティーソフト「マイシールド」 インターネット接続を監視してパソコンへの不正アクセスや不正侵入を防止。	スパイウェア対策 個人情報の外部流出を引き起こすスパイウェアを見つけたして削除。 フィッシング詐欺対策 フィッシング詐欺の疑いがあるホームページへの、個人情報の流出を回避。

J:COM NETサービスラインナップ

J:COM NET ウルトラ160Mコース	下り160Mbps*、上り10Mbps*
J:COM NET 40Mコース	下り40Mbps*、上り2Mbps*
J:COM NET 12Mコース	下り12Mbps*、上り2Mbps*
J:COM NET 1Mコース	下り1Mbps*、上り512Kbps*

* ベストエフォートサービスであり、通信速度を保証するものではありません。

固定電話サービス「J:COM PHONE」

業界における位置づけ*

「加入電話サービス業界でのプレゼンスが向上中」

総務省の統計によれば、加入電話の契約数の減少が続く中で、IP電話の契約数は2008年12月末の1,959万から2009年12月末には2,231万へと増加しています。J:COM PHONEの主力サービスであるIP電話サービスへの加入世帯数も、2008年12月末の58万から2009年12月末には85万へと大きく増加しています。

* 業界統計の出所：総務省報道資料「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表」より(2009年12月末現在)

J:COM PHONEの特長

「高品質な電話サービスを割安な料金で提供」

J:COM PHONEの主力サービスであるIP電話は、一般の加入電話と比べ経済的であることに加え、①一般の加入電話と同等の音質、②電話番号を変更せずに利用可能(ナンバーポータビリティ)、③110や119など緊急通報に対応、などを特長としたプライマリーIPという電話サービスです。

このほか、オプションサービスで一般電話への通話料金が全国一律でお得になり、J:COM PHONE加入者同士なら

10,500円(税込)分の通話料が無料となる「とくとく・トーク」(別途有料)なども提供しています。

基本戦略

「IP電話への切り替えを促進し投資効率を向上」

競争力ある価格体系に加えて、品質面でも一般の加入電話と同等なプライマリーIP電話は、ニーズの高さから今後も着実に拡大していくと見えています。当社グループでは現在、従来の回線交換技術を用いたレガシー電話サービスと、インターネットの基本技術であるIP (Internet Protocol) 上でやり取りするIP電話サービスの2サービスを提供しています。しかし、投資効率を高め競争力を強化していくためには、大型交換機が不要なIP電話サービスへの切り替えが必要です。今後も、他サービスとのパックによる価格メリットなども訴求しながら、プライマリーIP電話への切り替えをさらに進めていきます。

便利なオプションパック(別途有料)

リレーフォン かかってきた電話を指定した電話番号に転送。	リレーフォンセレクト 指定した番号からの電話を転送・着信。	キャッチコールディスプレイ 通話中にかかってきた別の電話の番号を表示。	番号お知らせリクエスト 非通知の発信者に、番号通知でかけるようにアナウンス。
キャッチコール 通話中にかかってきた別の電話への応答が可能。	番号ゲットミー 最後にかかってきた電話番号を音声で通知。	番号ディスプレイ かけてきた相手の電話番号をディスプレイに表示。	迷惑番号ブロック 登録した番号からの電話を拒否。最大50件まで登録可能。

番組供給事業

番組供給事業については、金額的な重要性に乏しいため、当社グループの場合、単一での開示となっています。

業界における位置づけ

「業界のリーディングカンパニー」

J:COMは国内最大の番組供給事業統括運営会社(MCO)として、17の専門チャンネルに出資・運営しています。番組購入・制作・編成から、ケーブルテレビ・衛星放送・IPマルチキャスト放送などへの番組供給も行っています。

出資先は、スポーツでは「J SPORTS」や「ゴルフネットワーク」、映画では「ムービープラス」、経済ニュースでは、「日経CNBC」など、各ジャンルにおいて「Must-watchチャンネル」と呼ばれるキラーチャンネルが中心となっています。

環境認識と基本戦略


「番組供給事業者間の合従連衡を促進」


番組供給事業者は全国で200社以上と推定され、そのほとんどが中小規模の事業者です。これに対し当社グループは、国内最大級の番組供給事業と国内最大のケーブルテレビ事業を併せ持つ企業として、中小の番組供給事業者がひしめく業界構造を変革すべく、同じジャンルで競合する番組供給事業者間の合従連衡を促していきたいと考えています。

「ジャンルのNo.1である、あるいはNo.1になりうるチャンネル」に出資・運営するという基本戦略のもと、当社グループはコンテンツの質を直接コントロールし、より魅力のある番組を供給できる「総合メディア・サービス・カンパニー」としての事業基盤の確立を目指していきます。

チャンネル別視聴可能世帯数

				
チャンネル名	ムービープラス	LaLa TV	アクトオンTV	ゴルフネットワーク
視聴可能世帯数 ¹	783万世帯	651万世帯	388万世帯	719万世帯
出資比率	100.0% (連結)	100.0% (連結)	90.00% (連結)	89.41% (連結)

				
チャンネル名	J SPORTS ²	チャンネル銀河	ディスカバリーチャンネル	アニマルプラネット
視聴可能世帯数 ¹	789万世帯	308万世帯	697万世帯	573万世帯
出資比率	80.5% (連結)	76.0% (連結)	50.0% (持分法)	33.3% (持分法)

				
チャンネル名	AXN	キッズステーション	日本映画専門チャンネル	時代劇専門チャンネル
視聴可能世帯数 ¹	656万世帯	805万世帯	647万世帯	673万世帯
出資比率	35.0% (持分法)	15.0% (その他)	9.99% (その他)	9.99% (その他)

		
チャンネル名	日経CNBC	アニメシアター X
視聴可能世帯数 ¹	743万世帯	10万世帯
出資比率	9.75% (その他)	12.28% (その他)

*1. 2009年11月末現在。

*2. J SPORTSは、「J sports ESPN」「J sports 1」「J sports 2」「J sports Plus」のチャンネルを供給。

出所:各チャンネル集計データ

CSチャンネル総加入世帯数ランキング

順位	チャンネル名	総加入世帯数	集計日
1	スペースシャワー TV	8,182,300	09/9末
2	アニマックス	8,165,796	09/9末
3	キッズステーション	8,022,927	09/10末
4	J sports ESPN・1・2・Plus*	7,885,000	09/11末
5	ムービープラス	7,834,457	09/11末
6	スーパー!ドラマTV	7,625,300	09/9末
7	日経CNBC	7,426,067	10/1/1
8	MTV	7,402,700	09/11末
9	チャンネルNECO	7,360,129	09/11末
10	ファミリー劇場	7,180,200	09/10/1
11	ゴルフネットワーク	7,112,043	09/11末
⋮			
13	ディスカバリーチャンネル	6,967,644	09/11末
⋮			
19	時代劇専門チャンネル	6,701,118	09/10末
20	AXN	6,565,970	09/11末
⋮			
22	LaLa TV	6,511,706	09/11末
23	日本映画専門チャンネル	6,382,144	09/10末
⋮			
25	アニマルプラネット	5,726,818	09/11末

■ J:COMが出資・運営する専門チャンネル

* J sports ESPN・1・2・Plusの総加入世帯数は4チャンネル合計の数字

出所:「B-maga」2010年1月号

トピックス

収益源の多様化に向けた取り組み

■ 新たな収益源の育成・強化

当社グループでは、ケーブルテレビ、高速インターネット接続、電話以外からの収益を拡大することで、さらなる成長と安定的な経営基盤の構築を図っています。その一環として、お客さま基盤と自社媒体を組み合わせた広告事業の強化を進めています。

■ 広告としての価値が大きいJ:COMの媒体

当社グループは、327万世帯のお客さまの基盤がありますが、ファミリー層が多く、比較的所得水準が高いことが特徴として挙げられ、広告主にとっても、魅力的なお客さま層を有しています。さらに、コミュニティチャンネル「J:COMチャンネル(視聴可能世帯数:約850万世帯)」、ビデオ・オン・デマンド「J:COM オン デマンド(利用可能世帯数:146万世帯)」、「インタラクTV (利用可能世帯数:約170万世帯)」

誌「J:COM Magazine(月間発行部数:約210万部)」など、多彩な自社媒体を保有しています。お客さま基盤にこれらの媒体を組み合わせ、広告効果を最大化する新たなクロスメディア広告を展開し、広告事業の拡大に取り組んでいます。

■ J:COMならではの効果的な広告手法

近年、広告主の間では、広告対象者を絞り込んだ「ターゲティング広告」やコンシューマーと双方向でつながる「インタラクティブ広告」などが注目されており、大きな期待が寄せられています。その点、当社グループは、専門チャンネルを有しています。さらに、「J:COM オン デマンド」や「インタラクTV」など双方向サービスも提供しており、地域ごとのお客さまの関心やニーズに合わせた広告を、さまざまな情報発信ツールに掲載することができます。当社グループではこのメリットを正しく広告主に訴求し、店舗やレストランなどの地域限定の広告の獲得を加速させていきます。

ここがポイント

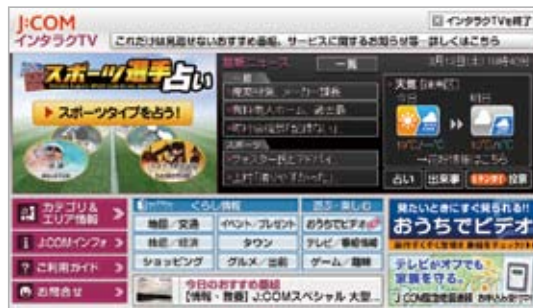
J:COMチャンネルとは

J:COMチャンネルは、生活に役立つ情報などをお届けする情報チャンネルです。J:COM対応済みの建物にお住まいの方なら、デジタル11チャンネルでどなたでも無料でご覧いただけます。①各局ごとに制作した地域密着のローカル番組、②近隣局ごとに制作したエリア番組、③J:COMグループの全48局で同時に見られる全国番組の3種類の番組を放送しています。また、鮮度の高い情報を毎日お届けするために、2009年以来、生放送番組の強化を進めてきました。2010年4月からは、視聴者参加型の生放送番組「つながるセブン」の放送を開始しています。なお、コミュニティチャンネルで全国統一の生放送を行うのは、ケーブルテレビ業界で初めての取り組みです。

J:COMが持つ媒体の一例



J:COMマガジン



インタラクTV



J:COMチャンネル

トピックス

“光ファイバー + 同軸ケーブル”の安定したネットワーク

■ 信頼性の高いJ:COMのネットワーク

J:COMのトリプルサービスはまず、「ヘッドエンド」と呼ばれる伝送装置から「光ケーブル」を経由して、お客さま宅の近くにある「ノードアンプ」と呼ばれる信号変換装置へ送られます。そして「同軸ケーブル」をとお客さまのもとに届けられます。

当社グループのネットワークの特長は主に3つあります。1つ目は、これらの設備を自前で持ち、設計から構築、運用まで自ら手掛けていることです。2つ目は、バックアップ体制です。光ケーブルの幹線部分は、万が一の事態に備えて「二重化」しています。3つ目は、監視体制です。ネットワーク全体を24時間365日監視し、異常や障害が発生した場合に迅速な復旧が可能となっています。さらに、お客さま宅にある「端末」も異常・障害の監視をしており、これは大手通信事業者にもない当社グループならではの強みと言えます。

■ 放送・通信の複合サービスに最も適したネットワーク

通信事業者が主に提供するFTTH（光ファイバー）サービスは、基本的に「1対1」を前提とした通信型ネットワークを使用しています。一方、当社グループのネットワークは、「1対

多」を前提とした放送型と、「1対1」の通信型のネットワークを組み合わせたハイブリッドネットワークです。提供するサービスに応じて使い分けることで、J:COMのトリプルサービスを安定的に供給することが可能です。通信型のネットワークだけを見ても、当社グループは大手通信事業者のネットワークと同等以上です。J:COM NETで提供している160メガ超高速インターネット接続サービスにおける実効速度（下り）は、FTTHサービス（100メガ）以上となることを実証しています。

■ さらに付加価値向上を可能とするJ:COMのネットワーク

当社グループではアナログからデジタルへの移行を推進しており、2009年末現在のデジタル化率は90%となりました。このデジタル化率が100%となれば、アナログ放送に充てている帯域を活用することができ、デジタルサービスをさらに拡充することが可能となります。具体的には、ハイビジョン番組のさらなる導入、VODタイトルや3Dコンテンツの拡充、超高速インターネット接続サービスの強化などを図ることができます。また将来的には、テレビやパソコン、携帯電話などの端末における技術が進歩し、J:COMネットワークにつながることでさらに付加価値の高いサービスが提供可能になると考えています。

J:COMのネットワーク(サービスの流れ)

