

# 環境対応はグローバルベンダーの責務 顧客の心がわかる「日本の会社」に

世界No.1の携帯電話機メーカーであるノキアのインフラ部門と総合電機メーカーのシーメンスの通信インフラ部門が統合し、昨年4月に発足したノキアシーメンスネットワークス(NSN)が日本での事業展開を本格化させている。日本法人社長としてその陣頭指揮を執る小津泰史氏にNSNの日本戦略をたずねた。

9月に富士通が御社の製品を用いてNTTドコモのスーパー3G(LTE)のコアネットワークの一部を受注したと発表しました。昨年末にはパナソニックモバイルコミュニケーションズと共同でドコモのLTE基地局を受注されています。緒戦はかなり好調といえますね。

小津 当社は必ずしもLTEを機に日本での事業展開を本格化させたというわけではなく、ノキア時代から当時のポータフォン、現在のソフトバンクモバイル様に、W-CDMAのネットワークを提供しています。

現在は「Flexi BTS」という小型で消費電力の少ない最新鋭の基地局装置を納入していますが、運用コスト(OPEX)の大幅な低減を実現できることで高い評価を頂いています。

もちろん他の事業者にもこうした製品をお使い頂きたいのですが、インフラビジネスは他の事業者にご提案してすぐに採用いただけるというものではありません。これまで懸命にアプローチをしてきて、ちょうど技術の切れ目であるLTEで参入できた。現状はこういうことだと思えます。

ソフトバンク様、ドコモ様に加えて、またLTEだけでなく弊社製品をオペレーター様にご納入し、事業貢献するのが私どもの夢です。

## 3GとLTEを同一ハードで

御社のLTE製品の強みはどこにあるのでしょうか。

小津 基地局に限って言えば小型化・省電力化に加えて、もう一つソフトウェアの変更だけでGSMからW-CDMA、さらにはHSDPA/HSUPA(HSPA)にまでグレードアップができ、中長期的な設備投資を大幅に抑えられることが大きな強みとなっています。

来年初頭から半ば頃に出荷が予定されている後継製品Flexi BTSの「バージョン2」はHSPA +、そしてLTEにも対応が可能です。開発中のドコモ様向けの基地局にもこの製品と同じアーキテクチャーが用いられています。

ソフトバンクのように、HSPA +を導入してその後LTEへの移行を考えている事業者には大きなメリットのあるシステムですね。逆に直接LTEを導入する事業者にはさほど魅力がないのではありま

せんか。

小津 決してそうではありません。LTE基地局としてのFlexi BTSの最大の魅力は初期出荷時点から量産価格での提供ができることなのです。

Flexi BTSバージョン2は、LTEだけでなく、世界中の事業者のW-CDMA/HSPAネットワーク、さらにはW-CDMAの移行を控えたGSMのネットワークにも導入されることになります。数が出れば価格もこなれます。特にFlexi BTSではその回路の大半にASICではなくメーカーと共同開発した最新鋭のDSPを用いていますから、量産により劇的なコスト低下が見込めます。これは当然、製品価格に反映されることになります。

日本でのビジネスを国内ベンダーと共同で展開しているのはなぜなのか。

小津 当社の強みは世界標準に準拠した高品質な製品を安価に提供できることです。他方、日本市場の細かなニーズへの対応は私どもの比較的弱い部分ですが、これをそのままにしておいたのでは日本のお客様の事業に貢献できません。そこで日本のベンダーと補完関係のパートナーシップを構築しているのです。

提携はドコモとのビジネスに限定したものでしょうか。

小津 パナソニック様との協業では、ドコモ様向けのビジネスを共同でやらせて頂きますが、将来的にはグローバルでの展開も考えています。具体的な内容はこれから両社で議論することになりますが、日本のメーカー様と事業者様と共同で培ってきた様々な技術をぜひ世界に展開していきたいと考えています。

Flexi-BTSは小型化・低消費電力化でCO<sub>2</sub>削減にも貢献



2キャビネット型の旧世代の大型BTS

この新世代Flexi-BTSは、コンパクトながらもその能力はバックの大型BTSに匹敵、壁面設置も可能としている

NSN自身も日本での体制を強化されていると思いますが、

小津 もちろんです。日本での業務は主に営業と保守サービスですが、特に後者について強化を図らなければならないと考えており、年末までに人員を3割増しにすることを目標に採用を進めています。

私は、日本のNSNは「外資」ではない、日本のオペレーターの気持ちがかかる「日本の会社」であるべきだと考えているのです。そこで採用面でも、英語ができなくても日本のお客様を理解できる方には積極的に来て頂くようにしています。すでに当社の社員の9割が日本人なのです。

## 消費電力を7割削減

先般NSNは環境対応を重視した事業戦略を打ち出されました。これは何を狙ったものなのでしょうか。

小津 CO<sub>2</sub>の排出規制はあらゆる産業にとって喫緊の課題となっています。モバイルのネットワークでは消費電力の85%がネットワーク機器、その半分が基地局で費やされています。その意味で携帯電話インフラの3分の1のシェアを持つNSNは大きな責任を負っている

いえ。同時に省電力化はオペレーターのOPEX低減にも大きく寄与することになります。

無線基地局の消費エネルギーを70%削減できると発表されています。何がこれを可能にしたのですか。

小津 方策は1つだけではありません。私どものFlexi BTSでは従来機種より3割の省電力化を実現しています。また小型の基地局をアンテナの直近に設置できるため伝送ロスが少なく、空調設備も不要なので、さらに消費電力を抑えられます。

これに加えて重要なのが各基地局のトラフィックをモニターし、通信が少ない時間帯には一部の基地局の運用を止めるなどの制御を行うシステムを実用化、トータルでの消費電力をも削減するという手法をとっていることです。これらを組み合わせることで大幅な省エネとCO<sub>2</sub>排出削減を実現しようとしているのです。

日本市場での当面の目標はどこに置いているのでしょうか。

小津 日本で事業を展開している外資系ベンダーの中でトップになることです。売り上げや利益はもちろんですが、何よりも顧客満足度でトップに立つことが重要だと考えています。

ノキアシーメンスネットワークス  
代表取締役社長  
Yasushi Ozu

日本及び米国の複数のIT企業に20年以上勤務しIT、モバイルソリューション、コアネットワーク等の研究開発に携わる。2006年ノキアジャパンに入社、ネットワーク事業部長を務める。07年4月、ノキアシーメンスネットワークスの発足にともない日本法人社長に就任

ノキアシーメンスネットワークス株式会社  
TEL: 03-5232-7100  
www.nokiasiemensnetworks.com/jp