

# 存在感強める外資インフラベンダー 日本に注力する3つの理由

日本の通信インフラ市場における外資ベンダーの存在感が強くなっている。

顕著なのが移動通信分野だ。なかでも900MHz帯のネットワーク構築、2GHz帯へのLTE導入などで積極的な設備投資を進めるソフトバンクモバイルは、外資ベンダーを積極的に活用している。

同社の基地局装置の大半は移動通信インフラで世界トップのエリクソン、第2位のノキアシーメンスネットワークス(NSN)の2社の手によるものだ。下り最大110Mbpsの高速通信を売り物とするソフトバンク系Wireless City PlanningのAXGP網では、華為技術(ファーウェイ)と中興通訊(ZTE)の中国ベンダー2社が基地局装置を、コアネットワークをエリクソンが担う。

また、今年3月にLTEサービスを開始したイー・アクセスのネットワークは、エリクソンとファーウェイが構築している。今年サービスが始まるKDDIのLTEシステムでは、NECとともに米モトローラ(現NSN)が基地局装置を受注している。前倒しで整備が進められているNTTドコモのLTEでも基地局調達ベンダーにエリクソンとNSN(パナソニックとの共同受注)が食い込む。基地局装置での海外ベンダーのシェアは実に7割を超

えるといわれる。

外資の攻勢は移動通信分野にとどまらない。

日本メーカーが強みを持って来た交換・伝送機器分野でも、エリクソンや仏アルカテル・ルーセント、米テラプス、シスコシステムズなどの企業の動きが活発になっており、高度サービスの要となるBSS/OSSでは、通信ベンダーだけでなく、米ヒューレットパッカード(HP)などのITベンダーも日本の通信事業者向けビジネスの強化に動き出している。

## 先端市場としての魅力も

日本で外資ベンダーのビジネスが活発化してきた背景には、3G(第3世代携帯電話)を機に、日本独自の技術規格から世界標準規格への転換が進んだことがある。これにより、海外からの参入のハードルが大きく下がったのだ。

加えて、スマートフォンの本格的普及が始まり、これに伴う爆発的なトラフィックに対応するため、LTEへの移行をはじめ日本の通信事業者の設備投資を加速させる動きによって非常に魅力的な市場となってきたのである。

NSN日本法人の小津泰史社長は「日本の通信インフラ市場は米国に次ぐ第2位の規模。移動通信で世界

市場の12%、固定通信で18%に相当する。極めて魅力的な市場だ」と見る。

外資ベンダーが日本市場に力を入れるもう1つの理由として挙げられるのが日本市場の「先進性」。「LTEなどの先端技術が日本では非常に早い段階で商用化される。日本で製品を出すことにより、世界市場での先行者利益が得られる」というのだ。

3番目に、「日本の通信事業者の品質や性能への要求水準は非常に高いので、これに対応することにより、製品品質やサービスを向上させられる」利点もあるという。この見方は、エリクソン・ジャパンのヤン・シグネル社長、ファーウェイジャパンの閻力大(エン・リダ)社長にも共通する。

折りしも、日本の通信事業者は、スマートフォン／タブレットとそのトラフィック対策、アップル、グーグルなどOTT(Over The Top)との競争と「土管化」の危機、オールIPネットワークへの転換など大きな構造転換に直面している。

こうした日本の通信事業者の課題に対し、グローバル市場で経験と実績を持つ外資ベンダーはどのような提案とビジネス展開を行おうとしているのか――。

主要外資ベンダーの日本市場戦略を追った。