

「チャンスをつかむ」ITビジネス情報紙

**2008 6/16** Vol.1239

発行所: 株式会社ZONIC 〒113-0022 東京都文京区本郷4-11-15 五層目 TEL: 03-5263-5126 FAX: 03-5263-5127 E-MAIL: zonic@zonic.co.jp  
 編集所: 〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1 10F TEL: 03-5263-5126 FAX: 03-5263-5127 E-MAIL: zonic@zonic.co.jp  
 印刷所: 〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1 10F TEL: 03-5263-5126 FAX: 03-5263-5127 E-MAIL: zonic@zonic.co.jp  
 発行: 毎月16日発行 定価: 1,000円(税別) 送料: 別途見積り

購読申込: 〒113-0022 東京都文京区本郷4-11-15 五層目 TEL: 03-5263-5126 FAX: 03-5263-5127 E-MAIL: zonic@zonic.co.jp  
 購読料: 1,000円(税別) 送料: 別途見積り

購読申込: 〒113-0022 東京都文京区本郷4-11-15 五層目 TEL: 03-5263-5126 FAX: 03-5263-5127 E-MAIL: zonic@zonic.co.jp  
 購読料: 1,000円(税別) 送料: 別途見積り

# BCN

BUSINESS COMPUTER NEWS

## ネットワーク関連の海外メーカー

ワールドワイドのネットワーク関連製品メーカーが日本の通信事業者やISP(インターネットサービスプロバイダ)をユーザーとして獲得することに力を入れている。NTTグループが掲げるNGN(次世代ネットワーク)が

物、今後も莫大な投資が継続されることを見越してビジネスチャンスと捉えているようだ。メーカー各社とも日本進出に向けた販売代理店網の構築を積極、新規参入を図ろうとする企業も増加している。

# 虎視眈々

## 日本の通信事業者を取り込め!

### NGN投資をチャンスに変える

このほどマレーシアで開催されたネットワーク関連製品メーカーが主催するイベント「NetEvents」で、各社が日本市場をビジネス拡大の柱に据えようとしていることが明らかになった。同イベントは、業界であがっている課題を参加企業がぶつければならぬ討論する場で、10年以上の歴史をもつ。参加メーカー各社は、このイベントで話し合ったことを生かし、製品開発やビジネス拡大につなげるケースが多い。

今回は、ワールドワイドで注目される次世代ネットワーク網をテーマにパネルディスカッションや討論を実施するケースが多く、メーカー各社は特にアジア地域の通信事業者向けビジネスに意図があると思えていた。そのアジア地域のなかでも、市場開拓をするうえでの有望国として持ち上がったのが日本。すでに日本市場に参入しているメーカーでは、NTTをはじめBBTやソフトバンクモバイル、Y!Pなどをユーザーとして獲得することに力を入れているところが少なくない。

米ヒューレット・パッカーでは、今年秋からネットワーク事業の拡大に向け、エンタープライズに加えて通信事業者に対する製品・サービス提供も積極。日本を含めたアジアパシフィックのプロセッサネットワークをコアビジネスでマーケティングディレクターを務めるアモール・ミトラ氏は「その意図が日本で、いかにソリューションを提供できるかにかかってくる」と断言する。ワールドワイドのなかで、日本人は販売代理店網構築に長けている。これまでは、法人市場で展開が中心だったが「通信事業者の分野でも販売代理店を確保したい」と考えを述べ、具体的なことは今後話していくが、「法人市場での実績は累積する。アプリケーション分野でパートナーシップを築めるような案を講じる」としている。

米ネットワークシステムでは、「FBB-TT」と呼ばれる技術をスイッチに搭載、同技術は、仮想コネクタの性能向上が可能で次世代エッジイーサネットサービスで活躍するといわれる

2007年のアジア地域によるイーサネットサービスの状況 (通信事業者を中心に市場が伸び、日本が市場の中心に)

地域	市場シェア (%)
日本	37%
中国	21%
インド	11%
韓国	10%
台湾	10%
香港	7%

「VPLN」との相互接続が特徴で、サービスプロバイダが既存のネットワークを維持しながら次世代ネットワークを構築できる。ワールドワイドで、すでに事業者が試験運用での採用に動きをあげているという。アジアパシフィックのフィールドマーケティングマネージャーであるアン・ロン氏は、「NTTにも話を持ちかけた」としており、日本の通信事業者にアプローチしていることを示唆。米国本社でサービスプロバイダのマーケティングディレクターを務めるピーター・ランカ氏は、「今年10月までには10社が参入する」と自信をみせている。

まだ日本に参入していないメーカーは、NGNが生み出すビジネスチャンスを見すまいと、事業着手を検討している。米レッドバック・ネットワークスは、携帯電話メーカーであるエリクソン傘下に収まったことで通信事業者への販路開拓が期待。この機会を生かしてエリクソンの各拠点でビジネスを予ける計画。マーケティングディレクターのダウ・ウィルズ氏は「エリクソン日本法人を通じて、日本市場の進出を促したい」と意向を示す。同社は昨年、日本ユニコムと締結することでNGN案件に参入、もう一歩のところで参画には踏み切らなかったものの、「日本でのビジネスの仕方を学ぶことができた」と、一定の成果をあげたことを強調している。【1面につづく】

ネットワーク関連ベンダーが日本の通信事業者向けビジネスの拡大を狙っている。さらに、ワールドワイドの業界団体がアジア地域 (APAC) を中心に参加企業を拡充する動きも出てきている。アジアのなかでも、とくに日本企業の参加を呼びかけることに力を注いでおり、すでにメンバーに加わった通信事業者もいる。

**ネットワークベンダー**

**業界団体がAPACで勢力拡大へ**

**日本キャリアの参加も相次ぐ**



マレーシアで開催された「NetEvents」では、ネットワーク関連ベンダー各社が通信事業者のマーケットにビジネスチャンスが見込めることを討議していた

近くなってMEFに参加しているからだ。

標準的なグローバルネットワーク構築を目指す「MSF (マルチサービスフォーラム)」では、「GMI」と呼ばれる検証実験を実施している。昨年にNTTが同実験に参加。「NTTはアプリケーションサービス配信の点で実験参加したことにメリットを感じている (NTTが) 今年から来年にかけて、サービス強化に向けたインフラ増強の可能性がある」(クリスティン・ス・ゼネラルテクニカルコーディネーター)とみている。

ベンダーや業界団体が日本市場でビジネスチャンスがあると捉えているのは、NTTグループのNGNをはじめ日本の通信事業者が他国と比べてネットワークインフラの増強を図っているからにはかならない。なかでも力を注いでいるのは、回線サービスの付加価値と位置づけるコンテンツ配信の部分。そういった点では、アプリケーションを含めたネットワークインフラの提案により、どのベンダーもビジネス拡大を図ることができる可能性を秘めていることになる。

イーサネット・サービスを提供する「MEF (メトロイーサネットフォーラム)」は、アジア地域での知名度向上に力を入れている。参加企業の増加が最大の狙いだが、「グローバルで共通したサービス提供に取り組んでいきたい。そのためには、(これまでの体制である) 欧米のベンダーだけでなく、アジア地域で参加を表明するベンダーを増やすことが重要」と、ケビン・バーチョンCOOは強調する。そのことを裏づけるように、「日本でのセミナー開催による当団体の知名度向上や、参加に向けたアジア地域の企業との話し合いを進めるなど、具体的な取り組みを積極的に行っていく」(ナン・チェン会長)。実際、NTTやKDDIなど大手通信事業者が最