

つくばフォーラム2014 基調講演・特別講演レポート

黒岩 正信

KUROIWA Masanobu

日本メックス(株)
(本誌編集企画小委員長)



2014年10月16日～17日で行われたつくばフォーラム2014が開催され、初日の午前中に例年通りつくば国際会議場において、基調講演、特別講演が行われました。今年のテーマは、「柔軟で使いやすい、進化するアクセスネットワーク」で、展示会場の構成と解説が主催者のNTTアクセスサービスシステム研究所の天野所長からありました。

NTTが今年5月に発表した「光コラボレーションモデル～新たな価値創造への貢献～」で示された従来のB2C事業モデルからB2B2C事業モデルへビジネスモデルへの移動期を迎えている。

そこで、共催団体各社およびNTTグループ各社との連携と共創によって利用しやすさを支え、新たな領域へ進化するアクセスネットワークの実現に向けた共有の場として開催するということでした。

【基調講演】

「NTT東日本のネットワーク事業戦略」

講師：東日本電信電話株式会社代表取締役副社長
ネットワーク事業推進本部長
株式会社エヌ・ティ・ティエムイー
代表取締役社長
岡 政秀氏

皆さんにお約束した光加入1千万を昨年の10月に達成したので、NTTが5月に発表した「光コラボレーションモデル」の事も含めて、ご説明したい。NTTが東西に分社して15年が経過して、不動産賃貸収入も含んで平成26年度は過去最大の営業利益になりそうである。収入構造を見ると、音声収入は0.5兆円で分社直後の2兆円から1.5兆円の減収になっている。



IP収入が平成23年以降音声収入を越えて伸びて来ましたが伸びは鈍化傾向にある。この15年でやってきたことは、光エリア拡大（平成25年末エリアカバー率99%）と販売拡大である。モバイル端末の普及に伴い固定電話の廃止が増加していることもあり、フレッツ光加入者純増は平成25年44万、平成26年30万である。これからは収支構造の転換を図り、B2CからB2B2Cへ事業モデルを転換するとともに、保守サービス、バックボーンNW、クラウド・データセンタなどの3分野を推進していきたい。

業務のOS化、拠点の統廃合、NWシンプル化などでコスト削減を行うとともに、業務の複合化で生産性向上にも取り組んで行きたい。Wi-Fiまで1Gbpsの高速無線LANを整備し、複数デバイスを同時接続できるようにしたい。ビジネス市場は中小が73%である。中小企業には、IT専任者がいないので、遠隔でのサポートサービス（オフィスまるごとサポート）を考えたい。大規模ユーザーへの戦略としては、高品質、高価格のサービスを考えていきたい。設備投資は平成26年度で3,200億円であったが次年度以降少しずつ投資抑制をしていく。トータルコストもいろんな施策で削減していきたい。ビジネス開通力（大規模ユーザーの全国支店・多拠点を同時開通するなど）を強化するため、コンビニなどPTでやってきた部分を7月に組織化（ビジネスコーディネート部門）し、コーディネートマネジメントする部門を作った。「光コラボレーションモデル」はNTTが今年の5月13日に発表したものである。世界初の光アクセス「サービス卸」で様々なサービスプレイヤーを通して個々のお客様にサービスを提供していくもので、B2B2C事業モデルへの転換で今後の取り組みの中心となるコンセプトである（図-1）。

プラグイン型の小型ONU（光を電気変換する終端装置）を開発中でありニーズが大きいので、サービス

も拡大していくと期待している。平成22から故障修理の生産性向上に取り組んだ結果、平成25には2.5倍になった。所内系のオンサイト業務も生産性向上に取り組んでいるところである。ネットワークもシンプル化していくことを考えており、旧世代伝送網をIP網に統合することでネットワークコストは低減できると考えている。すでに他のキャリアは相互にIP接続しようとしている。

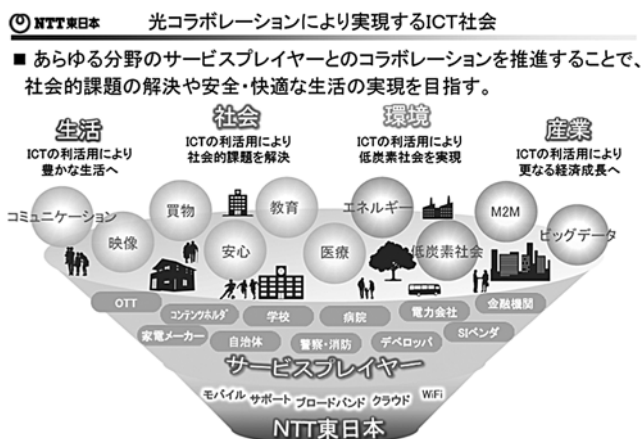


図-1 NTTの光コラボレーションモデル

【特別講演】

「NTTドコモが目指すスマートライフビジネスの世界」

講師：株式会社NTTドコモ取締役常務執行役員

スマートライフビジネス本部長

ライフサポートビジネス推進部長

中山 俊樹氏

現在のモバイルのシェアは、ドコモ45%、au29%、ソフトバンク26%という状況でスマートホンが約8割になろうとしている。今年の6月1日に料金体系を改定して、音声定額、パケット従量制ということにして、映像なども楽しんでもらえるようにした。その後の4か月で1千万加入がこの料金体系に切り替えてもっている。2014年度に約4万のLTE基地局を増設



して、95,300のLTE局を持つことになり、受信時最大速度、LTE無線容量もアップしているので、お客様に満足いただけるネットワークに進化している(図-2)。ドコモショップは2,400店あり、「人が主役の世界」のライフスタイルのサポート拠点にしていきたい。東レと提携して、電極入りのシャツを作っており、ヘルスマonitoringをウェアラブルな形で提供していきたい。

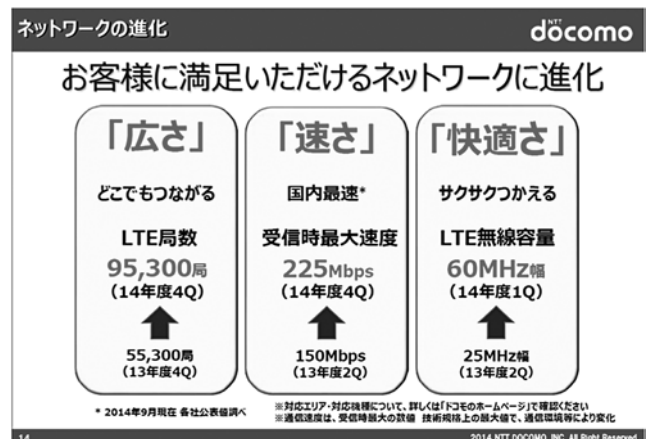


図-2 NTTドコモのネットワークの進化

NTTの「光コラボレーションモデル」の構想に沿って、従来のドコモ加入者中心のB2CからB2B2Cへの事業モデル転換を意識して、他サービス、他キャリアとのコラボレーションも推進していきたい。

最近の取り組みとして、「gacco」があります。これは学生だけでなく一般の人でも無料でパソコンやスマートホン、タブレットによりオンラインで無料受講できるサイトで、NTTドコモとNTTナレッジ・スクウェアが共同で提供するサービスです。(講師を後日確認しましたが、有名大学の教授が多数対応されていて、内容も多岐にわたっていましたので、私も参加してみようかと思いました。)またM2M(Machine to Machine or Man to Machine)やIoT(Internet of Things:モノのインターネット)などの取り組みも行っています。

以上をスライドで説明されて、「NTTドコモが目指すスマートライフビジネスの世界」は動画で紹介されました。