

# モハンマド・シャクリ氏 | アルパリオン 戦略&マーケティング担当副社長 WiMAXで成功モデルが変わる

この6月に地域WiMAXの免許付与が実施され、日本でも年内に商用サービスが始まる見込みだ。WiMAX専門ベンダーであるアルパリオン本社副社長のモハンマド・シャクリ氏と日本法人社長の雨宮利弘氏に話を聞いた。



アルパリオン本社の戦略&マーケティング担当副社長モハンマド・シャクリ氏(左)と日本法人社長の雨宮利弘氏

シャクリ氏はWiMAXの標準化団体「WiMAXフォーラム」のボードメンバー兼マーケティンググループ議長も務めています。WiMAXの現状はどうなっていますか。

シャクリ 300超の事業者がすでに商用サービスを始めており、WiMAX業界はまさに商用化の時代に入ったと感じています。年末までに100の製品がWiMAXフォーラムの認証を受ける予定であり、これによりいっそう商用展開が加速することは間違いありません。大変なスピードでWiMAXは広まっており、素晴らしい立ち上がりだと思っています。

ただ最近「LTEに押され気味なのではないか」という声も多く聞か

れますね。

シャクリ それは、現実を反映していないマーケティングサイドからのノイズです。LTEはまだ標準化作業中の規格であり、商用サービスが始まるまでにはあと2~5年かかります。一方のWiMAXといえば、実際にインフラが敷設され、商用サービスも提供されているわけですから、同じ次元で比較することはできないと思います。そもそもWiMAXの存在がなければ、LTEがここまで注目を集めることもなかったでしょう。

WiMAXがさらに飛躍するために克服すべき課題はありますか。

シャクリ 大きく2つの課題があります。1つは、まだ大手の携帯電話事

業者に採用されていない点です。WiMAXと3Gは補完関係にありますので、ぜひWiMAXコミュニティに参加してほしいと考えています。

もう1つは、「いかにデータ通信から収益を上げていくのか」というビジネスモデルの問題です。WiMAXは今、数多くの新しいアプリケーションや新しい端末を世の中に対して問い、何が一体うまく行くのかを見極めようとしている段階にあります。

## オープンモデルが他社との違い

WiMAXフォーラムの創設メンバーであるアルパリオンは、WiMAX機器において世界一の販売実績を持つそうですね。

シャクリ 我々に関しては、ワイヤレスブロードバンドの世界におけるシスコのような存在という説明が適当かもしれません。当社は、アクセス部分に焦点をおいたOFDM技術のリーダー企業であります。

競合他社と比較した場合の特徴は主に2つあります。まずは、製品の品質が高いことです。WiMAXの商用製品を提供できるベンダーはまだ少ないのが現状ですが、当社がモバイルWiMAXの商用製品を初めてリリースしたのは実に2年前のことでした。今年6月、10製品8企業が2.5GHz帯プロファイルに対するWiMAXフォーラム認証を初めて取得しましたが、基地局で認証を受け

たのはサムスン、モトローラ、仏Sequans Communications、そしてアルパリオンの4社です。業界のリーダーを自負する我々としては、面目躍如だったと感じています。

もう1つの特徴は、オープンなインターネットモデルを採用していることです。展示会で当社のブースをご覧くださいと、シスコ、ジュニパーネットワークス、伊藤忠テクノソリューションズ(CTC)などパートナーの製品が多く、一体どこのブースが分からないほどです(笑)。自社の世界にこだわる他社とは違い、我々はオープンなパートナーモデルを重視しています。

日本では6月、CATV事業者を中心とする42事業者に対して、2.5GHz帯の固定系地域バンドのライセンスが付与されました。これに伴い、地域WiMAX市場が活性化していますが、どう取り組んでいますか。

雨宮 地域WiMAXのライセンスを取得された42社のうち、いくつかの事業者に興味を持っていただいております。話を進めています。私たちが成功するうえでは、それぞれの国のローカルなパートナーとの協業が欠かせません。地域WiMAXのインテグレーションではCTC、ASNゲートウェイでは日立コミュニケーションテクノロジーと協業しています。

## 一般消費者向けはタフな市場

シャクリ氏も先ほどWiMAXの課題の1つとして、そのビジネスモデルを挙げられましたが、WiMAXサービスの事業性について疑問符を投げかける業界関係者は少なくありません。WiMAXフォーラムでは、どのような



アルパリオンのIEEE 802.16e(モバイルWiMAX)準拠システム「BreezeMAX」。同社製品は全世界で200を超える商用WiMAXネットワークで稼働しているという

議論がされているのでしょうか。

シャクリ 世界的に見れば、3G事業だけで利益を上げている携帯電話事業者はごくわずかです。WiMAXはこうした教訓から、3Gとはまったく異なる市場へのアプローチ方法をとっています。

WiMAXコミュニティでは、3つのセグメントにWiMAX市場は分かれると考えています。1番目は消費者向けのパーソナルブロードバンドです。

ノートPCや各種モバイル端末など、いわゆる組み込み端末向けの市場ですね。

シャクリ ええ。端末がうまく行けばお金になりますが、全国展開が必要であり、かなりタフな市場です。

2番目は、有線ブロードバンドの代替となるプライマリブロードバンドの市場です。光ファイバーのない国や地域は少なくありませんから、この市場には大きなビジネスチャンスがあります。

3番目は公共・安全の市場ですが、ここもしっかりとしたニーズがあるセグメントです。

雨宮 WiMAXではないのですが、この間、沖縄の離島に当社の無線ブロードバンド機器を納入しました。住民の方からいろいろなお話をお聞き

しましたが、例えば西表島では子どもたちが名作の本を読めるようになったそうです。生徒6人のその小学校には図書館がありません。しかしインターネットが学校に入ったことで、Web上で公開されている小説などを読めるようになったのです。このような場所は日本にはあまりないかもしれませんが、他にも高齢の方向けの公共サービスなど、さまざまなニーズがあるはずですよ。

ニーズは確かにあると。しかし、採算性の問題は残りますね。

シャクリ 事業が成功するための基礎的なファクターの1つが、「コアテクノロジーが安価なこと」です。だからこそWiMAX業界はエコシステムの構築に大きな力を注いできたのであり、年末から来年初めに出荷されるWiMAX/Wi-Fi対応チップの価格は10ドルを切る見込みです。また現状でも、まだボリュームが出ていないにもかかわらず、WiMAX対応データ通信カードの価格は3Gの半額です。これほど安価にコアテクノロジーを提供できるとなると、成功モデルそのものも変わってきますよね。WiMAX事業というのは、「従来のテレコムビジネスとは異なるインターネットビジネスなのだ」という認識が今後広がっていくと思います。