HuaWave

ファーウェーブ

2014/04
ISSUE 13
www.huawei.com/jp

Feature Story

モバイル社会の牽引役は通信事業者か、OTTか

端末ではローコスト・スマホが主役に、ウェアラブルが台頭

Feature Story

「つながる」未来の実現と愛されるブランドを目指して

ファーウェイのグローバル端末戦略

Special Interview

日商エレクトロニクス株式会社
代表取締役社長CEO　河村八弘氏に聞く

日本の企業ICTに新たな価値をもたらす「目利き力」

ファーウェイとのパートナーシップでイノベーションをともにリード

Ecosystem

企業文化を共有し、より価値ある製品を生み出す

ファーウェイとインテルの戦略的パートナーシップ

Voice from Operators

成熟したLTE市場でユーザー体験の向上を目指す

PCCW-HKT

Perspectives

ウェアラブル時代の新たなビジネス・モデル

モバイル・ブロードバンドが実現する新たな産業革命

ファーウェイ・テクノロジーズ輪番CEO兼取締役副会長
胡 厚崑（ケン・フー）

今年2月、スペイン・バルセロナで開催されたMWC（Mobile World Congress）2014に合わせて、ファーウェイは『Broader Way』と題するフォーラムを開催しました。今回のHuaWaveは、同フォーラムでファーウェイの輪番CEO兼取締役副会長、胡厚崑（ケン・フー）が行った基調講演の抄訳をもって巻頭のごあいさつとさせていただきます。

ICTはすべての産業の変革を誘引する触媒

今年のMWCは「Creating what's next（次なるものを創造する）」をテーマに開催されました。では、「次なる大きな展開」は一体どんなものなのでしょうか。私は、それはICTが牽引する新たな産業革命だと考えています。

この新たな産業革命において、ICTは今後もデジタル世界と現実世界の融合をリードしていくでしょう。ICTはもはや効率を高めるツールであるだけでなく、すべての産業の変革を誘引する触媒です。ICTインフラストラクチャは電気や道路のように私たちの社会に不可欠なものとなり、その整備が国や経済の競争力を決定づけることになります。インターネットとICTの利用がビジネスにおける思考の基盤となり、お客様をあらゆるビジネスの中心に据えること、お客様の体験に注力することがこれまで以上に求められます。こうした新しいマインドセットにより、教育や運輸、金融といった従来からの産業

編集部より

今年もファーウェイはMWCにネットワーク（表紙写真）、端末の両部門のブースを出展し、たくさんの方々にご来場いただきました。この場をお借りして、お越しいただいた皆様にあらためて御礼申し上げます。今年は会場を飛び出して、バルセロナ市の中心にあるカタルーニャ広場でもイベントを開催し（写真上）、ファーウェイの最新端末製品を展示したほか、中国の伝統音楽などのステージ・パフォーマンスを行いました。好天がつづいた会期中、大勢の市民や観光客が足を止めてくださり、ファーウェイ・ブランドを広く知っていただくよい機会となりました。

さて、新年度を迎え、今年もファーウェイ・ジャパンに新卒社員が入社しました。今号のファーウェイ・ピープル（p.30）では、昨年当社初の新卒採用で入社した社員たちが今年の新人へメッセージを送っています。この1年で社会人として、ファーウェイの一員として大きく成長した彼ら。ICT業界の未来を担う人材を育てていくことはファーウェイの使命であり、喜びでもあります。彼らの今後の活躍に、どうぞご期待ください。

HuaWave ファーウェーブ 2014/04 ISSUE 13

TABLE OF CONTENTS

輪番CEOからのごあいさつ
モバイル・ブロードバンドが実現する新たな産業革命
ファーウェイ・テクノロジーズ輪番CEO兼取締役副会長 胡 厚崑 …… P1

Feature Story
モバイル社会の牽引役は通信事業者か、OTTか
端末ではローコスト・スマホが主役に、ウェアラブルが台頭 …… P2

Feature Story
「つながる」未来の実現と愛されるブランドを目指して
ファーウェイのグローバル端末戦略 …… P6

Special Interview
日商エレクトロニクス株式会社 代表取締役社長CEO 河村八弘氏に聞く
日本の企業ICTに新たな価値をもたらす「目利き力」
ファーウェイとのパートナーシップでイノベーションをともにリード …… P8

Ecosystem
企業文化を共有し、より価値ある製品を生み出す
ファーウェイとインテルの戦略的パートナーシップ …… P12

にも新たな風が吹き込まれつつあります。

モバイル・ブロードバンドの発展における課題

この新たな産業革命では、モバイル・ブロードバンドがきわめて重要なインフラストラクチャとなります。しかし、その発展にはいまだいくつかの課題があります。

ひとつめの課題は、モバイル・ブロードバンドへの投資を促進するような規制環境を整えることです。過去20年の間に、世界各地で通信業界の民営化と消費者の利益保護が大きく前進しましたが、今後は投資家の利益と消費者の利益のバランスに配慮した規制が求められます。さらに、デジタル社会におけるバリュー・チェーンの変化に合わせて、ベンダー、コンテンツ・プロバイダー、消費者間のより合理的な価値分配と費用分担を促すことも必要です。

2つめの課題は、モバイル・ブロードバンド・ネットワークの構築と運営にかかるコストをどのように削減するかです。ネットワークの構築にはまず帯域の取得に多額なコストがかかり、これが新規参入のハードルを上げ、市場の競争を妨げています。加えて、地域ごとに帯域の利用方式が異なることも費用増加に拍車をかけています。そのため当社では各国政府に対し、より健全な周波数割り当て方法を策定して周波数の利用効率を高め、帯域取得の費用を削減できるように働きかけています。

また、用地取得と工事の費用も大きな負担です。電波塔や送電線などの工事を分担してコストを削減するため、官民が連携をとってより合理的な規定や標準を定め、業界をまたがる協力体制を築く必要があります。

さらに、ネットワーク機器やソリューションにおけるイノベーションを通じた総コストの削減も求められます。単一のプラットフォームで2G、3G、4G技術に対応するファーウェイのSingleRANソリューションや、帯域リソースの効率的な利用を可能にするキャリア・アグリゲーション、サービス提供とトラフィック負荷の分散を自動化するSDN（Software Defined Networking:ソフトウェア定義ネットワーク）など、新たな技術によるコスト削減が期待されています。

3つめの課題は、業界の枠を超えた協力体制を築き、技術を幅広く応用することです。モバイル・インターネットの可能性を最大限に生かし、すべてが距離を感じさせることなくつながりあうためには、これまでのような業界ごとの縦割りの運営を見直し、他の業界とフラットな関係で協力していかなければなりません。また、デバイス、ネットワーク、クラウド間の連携も必要です。

世界をもっと「つなげる」ために

モバイル・ブロードバンドを原動力とするこの産業革命の立役者たりえることは、ファーウェイにとって、たいへんな名誉です。当社はこれからもイノベーションとオープンな協力を続け、持てる知識とグローバルで得た経験を生かして通信業界全体の発展に貢献していきます。そして、世界を「つなげる」ことで人々の生活を豊かにするという目標に向けて、たゆまぬ努力をしていく所存です。

Voice from Operators
成熟したLTE市場でユーザー体験の向上を目指す
PCCW-HKT …… P15

Perspectives
ウェアラブル時代の新たなビジネス・モデル …… P21

HUAWEI Global Nodes & Links　世界のファーウェイから
人材育成とパートナーシップで拡大する ファーウェイ・ロシア …… P24

HUAWEI Japan Device Update
ますます広がる豊富なラインナップ
ファーウェイ・ジャパンの端末最新情報をご紹介します …… P26

HUAWEI Global Highlights
ファーウェイ グローバル ハイライト …… P28

HUAWEI Japan Highlights
ファーウェイ ジャパン ハイライト …… P29

Profiling HUAWEI People in Japan
ファーウェイ・ピープル …… P30

Roaming China
漫遊中国 …… P32

HuaWave 第13号 2014年4月1日

発　　行：華為技術日本株式会社『HuaWave』編集部
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-5-1
大手町ファーストスクエア ウエストタワー12階
T　E　L：03-6266-8008（大代表）
発 行 人：閻 力大（エン・リダ）
編集責任：華為技術日本株式会社 広報部
制　　作：有限会社 アイラック
デ ザ イ ン：有限会社 レベルフォーデザイン

©華為技術日本株式会社
（本誌掲載の写真・記事の無断転載および転写を禁じます）
HUAWEI、HUAWEIロゴ、記載されているすべてのHUAWEI製品およびサービス名は、中国およびその他世界各国におけるHUAWEIの登録商標または商標です。本誌にて掲載されているその他すべての製品およびサービス名は、関連するロゴも含めて、各会社の商標である場合があります。

【免責事項】
本誌の情報は、各国における取材をもとに、世界の通信ネットワークの情報を提供することを目的に作成されています。情報の内容には万全を期していますが、その内容を保証するものではありません。当該情報に基づいて被ったいかなる損害についても、華為技術日本株式会社は一切の責任を負うことはできません。

R100 古紙パルプ配合率100%再生紙を使用
Waterless Printing Naturally
PRINTED WITH SOY INK

モバイル社会の牽引役は通信事業者か、OTTか

端末ではローコスト・スマホが主役に、ウェアラブルが台頭

『Mobile World Congress（MWC）2014』が今年も2月24日から4日間、スペイン・バルセロナで開催された。通信業界最大のイベントとあって今年もさまざまなニュースが発表され、今後のトレンドが垣間見えた。ネットワーク、端末の両面から振り返ってみたい。

取材・文　末岡洋子（ICTジャーナリスト）

Mobile World Congress 2014

旗ふり役は通信事業者からOTTへ

会場を『フィラ・グラン・ヴィア』に移してから2度目の開催となった今年のMWC。8万5,000人が参加し、8つのホール（合計面積9万8,000平方メートル）で1,800社以上が自社技術を展示した。

今年の最大のトピックは、Facebookの共同創業者兼CEOマーク・ザッカーバーグ（Mark Zuckerberg）氏の基調講演だったように思う。12.3億人のユーザーを誇るFacebookではモバイルからのアクセスが9.5億人を占めており、モバイルの重要性が増している。初日24日の夕方の基調講演に登壇したザッカーバーグ氏は、自身がエリクソンなど数社と取り組んでいる途上国におけるネット普及の取り組みInternet.orgについて対談形式で語った。

「世界の3分の2の人が日常的にネットにアクセスできない。この問題を根本的に変える必要がある」とザッカーバーグ氏。「まだ接続していない人を接続する」ことは通信事業者のテーマであり、GSMAの大きなスローガンとなっている。これまでのMWCで、世界の通信事業者や端末メーカー、通信インフラ・ベンダーのトップが代わる代わるステージに立っては、これをテーマに議論してきた。この日、グレーのTシャツを着た若き億万長者ザッカーバーグ氏がスーツ姿の通信業界のベテラン勢に向かって、「(ユーザーに)データ・プランを使いたいかと聞いてもダメ。Facebookを使いたいかと聞けば"イエス"と答える」と言ってのけたのは、衝撃的であり、推進役が通信事業者からOTT(Over The Top)に変わったことを印象づけた。

折しもFacebookは前の週にSMSの代用となるモバイル・メッセンジャー・アプリWhatsAppを総額190億ドルで買収すると発表したばかり。WhatsAppの共同創業者兼CEOジャン・コウム(Jan Koum)氏はザッカーバーグ氏と同じ24日の午前中の基調講演に登場し、今年前半までに音声サービスを開始することを発表した。

これらOTTプレイヤーと通信事業者の対立はここ数年のテーマだが、世界の通信事業者は既存の売上を守るのに必死で、根本的な手を打てずにいるようだ。WhatsApp、Skype、BlackBerry Messenger、FacebookなどのOTTサービスは、すでにSMSのトラフィックを上まわっている。通信業界はGSMAが中心となってチャットやファイル共有のための共通プラットフォームjoynを立ち上げたが、今年はjoynという言葉すら聞こえてこない。2010年に立ち上がったアプリストアのWholesale Applicationsといい、joynといい、業界の取り組みがうまくいかない前例が増えている格好だ。

主役交代は、ザッカーバーグ氏の講演会場の雰囲気からも感じとれた。同じくOTTであるグーグルのエリック・シュミット(Eric Schmidt)会長がMWCに初登場した2010年には、聴衆の通信事業者から「グーグルは自分たちが投資した無線インフラにただ乗りするのか」「ダムパイプに変えるつもりなのか」といった声が上がり、ステージと会場との間に張りつめた空気が流れる一幕もあった。ザッカーバーグ氏の基調講演でもQ&Aはあったが、ダムパイプの話が出ることもなく、和やかな雰囲気のまま45分の基調講演を終えた。

ネットワークはより高速、高キャパシティに

ネットワーク側では、通信インフラ・ベンダー各社がブースを構えて最新技術を展示し、増えつづけるトラフィックとサービス要求への対応策を提案した。

ファーウェイ、エリクソン、NSNのブースはいずれもVoLTE技術を展示していた。VoLTEは韓国で2013年にスタート、今年は米国でサービス開始が予定されており、日本も年内と言われている。通話品質の向上だけでなく、IPベースとなることでさまざまなWebサービスとの連携も期待される。ファーウェイはW3Cのリアルタイム・コミュニケーションAPI『WebRTC』とVoLTEを接続する『WebRTC Gateway』を既存装置への追加機能として展示。『WebRTC』は、SIPの知識がないウェブ・アプリ開発者でもアプリを通信事業者のサービスと接続できるようにするものだ。

LTEの加入者数は世界で2億人に達し、新たに出荷されるスマートフォンの半分以上がLTEに対応するなど、LTEは安定した普及期に入った。一方で、スマートフォンの普及によりトラフィック対策のニーズも高まっており、高帯域化と高密度化によるキャパシティ・アップなどのアプローチで

初日に基調講演を行ったFacebookのマーク・ザッカーバーグ氏

対応していくというのがインフラ・ベンダーと通信事業者の解だ。

高帯域化ではキャリア・アグリゲーション(CA)の3バンド構成となる「3キャリア・アグリゲーション」が展示されていた。ファーウェイは韓国のLGユープラスと共同で、850MHz帯、2100MHz帯、2600MHz帯(各20MHz)の3つをアグリゲートして450Mbpsのスループットを実現するデモを行い、4Kのハイビジョン映像を4本同時に配信する様子を見せていた。4Kテレビの普及を支えるインフラとして、DSLが主流の欧州などでLTEを利用できるというユースケースを示した形だ。NSNはスプリントと共同でキャリア・アグリゲーションを用いたTD-LTE高速化をデモ、下り最高速度2.6Gbpsを達成していた。

高密度化のためのスモールセルもキーワードのひとつだ。中でも設置が難しい屋内は課題となっており、エリクソンは直径10cmと手のひらに載る屋内用超小型基地局『Radio Dot Systems』を披露。ファーウェイはマルチバンド・マルチモード対応屋内ソリューション『LampSite』をテレノール・ノルウェーとともに商用化したことを発表し、さらに屋外向けにはバス停などに簡単に設置できるマルチモード・スモールセル『AtomCell』を展示していた。

2020年商用化の"5G"に向けた動きがスタート

今年のMWCでは、5Gの声があちこちで聞かれるようになった。2020年に商用

化と言われている次世代技術で、具体的な標準化作業はこれから。現在は各社が案を出している段階だ。2018年までに5Gの研究開発に6億ドル（約612億円※1）を投資するというファーウェイのブースでは、『5G HyperService Cube』としてスループット、遅延、リンクを3軸とした多面的なオーバービューを見せており、速度（最大10Gbps）、遅延（1ミリ秒以下）などの要件を検討していることを示した。

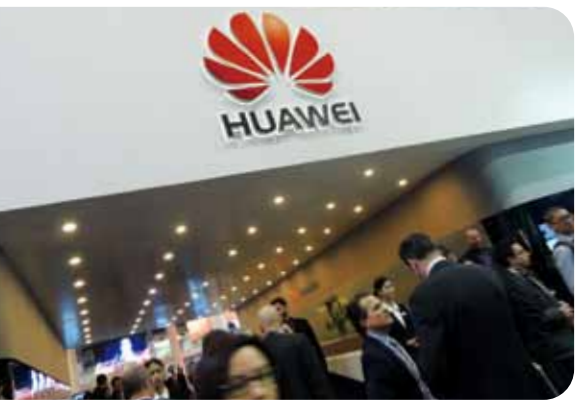
24日、EUの欧州委員会デジタル・アジェンダ担当コミッショナー、ネリー・クルース（Neelie Kroes）氏がエリクソン、NSN、オレンジ、アルカテル・ルーセントの代表者とプレス向けに発表会を開き、5Gの研究に追加で5,000万ユーロ（約70億円※2）を投じることを発表した。クルース氏は「欧州は無線業界でリーダーだった。GSM標準を発明し、デバイスでも世界を独占した。だが現在は遅れをとっており、西（米国）と東（アジア）にリードを許している」と危機感をあらわにした。欧州のLTEの人口カバー率は2割強で、日本と韓国はもちろん米国にも大きく遅れをとっている。

NFVが実用段階に

無線の技術革新に合わせて、仮想化技術を使うクラウドがネットワークの世界にもやってきている。仮想化技術を用いて、EPC（Evolved Packet Core）などのコア・ネットワーク機能を汎用サーバー上で動かすNFV（Network Function Virtualization）は各社で展示されていた。ファーウェイのブースでは、OpenStackベースの仮想化OS『FusionSphere』を利用したソリューションや、ETSI（European Telecommunications Standards Institute:欧州電気通信標準化機構）で標準化が進んでいる協調レイヤー技術でグラフィカルなUIによる簡便な運用を実現するMANO（Management and Orchestration）などを展示。こうしたソリューションでネットワークのオペレーションを効率化するとともに、機器とオペレーションの両面でコストや時間の削減が図れるという。

NFVはハードウェアとサービスの分離を実現するため、ベンダーにとっては事業モデルが変わることになる。各社はソフトウェアやサービスへのフォーカス、システム・インテグレーションの需要などを商機にしていくようだ。

仮想化が実用化に入りつつあることを思わせるのが、会期中に発表されたスペインのテレフォニカによる仮想化プロジェクト『UNICA』だ。オープン・アーキテクチャを利用して自社通信インフラの仮想化を進め、コスト削減や効率化の改善を図る狙いで、新しいインフラの30%を2016年までに仮想化することを計画している。同社はファーウェイとUNICAに関する今後の協業についての覚え書き（MoU）を締結、両社はすでにPoC（Proof of Concept:概念検証）試験を終えており、今年6月に商用展開を開始する予定となっている。



最終日まで招待客で大盛況だったファーウェイのネットワークのブース

ウェアラブルの波

イベントの“華”といえる端末。今年はスマートフォンのローエンド化、多様化するAndroid、ウェアラブルがポイントだろう。

アップルのiPhoneが2007年に登場して以来、過去8年の間にiPhoneと同じようなフォームファクターを持つ端末を各社がAndroidで投入した。だがハイエンド側ではすでにひとつの完成型に到達した感があり、次の大きなイノベーションを提示できていないように見える。細かなスペックで競ったり、曲がる画面を出してみたり、というのがメーカーのアプローチだが、果たして消費者をエキサイトさせることができるのか——。

こうした現状から見ると、ウェアラブルは新しい使い方を提案する流れとして期待できる。ファーウェイは開幕前日の23日に同社初のウェアラブル端末『TalkBand B1』を発表。Bluetooth 4.1でスマートフォンと接続するリストバンド型の端末で、1.4インチの画面を持つ本体を取り外してヘッドセットとしても利用できるというユニークなアプローチだ。ファーウェイはこのほかにも『MediaPad』タブレットなど4つの新製品を発表しており、これらを展示したファーウェイの端末ブースは人のにぎわいもさることながら、すっかり上位ベンダーとなった余裕が感じられた。

ウェアラブルでは、サムスンもMWCの直前にスマートウォッチ『Gear 2』（『Tizen OS』ベース）を発表し、ブースではこれらスマートウォッチとスマートフォンとの連携を見せていた。ソニーモバイルも1月にCESで発表した『SmartBand』を展示し、スマートフォン側のアプリにデータを送って移動や出来事などの活動記録を残すという使い方を提案した。

ウェアラブルの当面の課題は、ユースケースの提示だろう。なぜウェアラブルを持つ必要があるのか、どんなことができるのか、消費者にメリットや魅力を感じてもらうためにベンダー側は新しいライフスタイルを見せていく必要がある。これにどれぐらいの時間を要するのかによって、市場の速度は大きく左右されそうだ。

ファーウェイの『TalkBand B1』。黒い本体部分をリストバンドから取り外すとヘッドセットに

吸引力を失ったハイエンド、ローエンドに大きなフォーカス

スマートフォンでは、会期中サムスンが次期フラッグシップ『Samsung Galaxy 5S』を、ソニーモバイルもフラッグシップ『Xperia Z2』を発表したが、より関心を集めたのはローエンドだった。

たとえばノキアは初日、Androidを土台とする『Nokia X』プラットフォームを発表、これを搭載した3機種を披露したが、そのうち2機種は100ユーロ（約1万4,000円※2）を切る価格設定となっている。ノキアのAndroidはグーグルがオープンソースにしているAndroid（「Android Open Source Project」）をフォークしたもので、同社のWindows Phoneスマートフォン『Lumia』に似たタイル・インターフェイスを持つ。アフリカやアジアなどの新興市場はもともとノキアが得意とする市場。同社がAndroid戦略で牙城を守れるかが注目される。

ローエンドでは、今年はレノボの存在感がアップしたことを感じた。PCベンダーの同社は、PC市場の縮小を受けて『PC Plus』戦略のもと、モバイルに大きなフォーカスをしている。すでに中国などアジア諸国でスマートフォンを投入し、高い需要に支えられて2013年第4四半期にはサムスン、アップル、ファーウェイに次ぐ4位、シェアは4.6%となっている（Gartner調べ）。同社は1月、モトローラをグーグルから取得することを発表。今後ハイエンドと成長国市場への拡大に向け、本格攻勢に入ったことを裏付けた。今年はホールの一番奥という場所にもかかわらず多くの来場者を集めていた。

健闘するFirefox OS 25ドルスマホも登場

端末側のもうひとつのトピックがOSだ。Androidのシェアは昨年8割近くに達しており独占状態だが、スマートフォン全体のパイが広がるのを好機に、「Android以外の選択肢を提供する」とローエンドで名乗りを上げているのがモジラの『Firefox OS』だ。会場ではホール間の連絡通路に大きな縦幕をかけるなど、Firefoxのテーマカラーであるオレンジ色をあちこちで見かけた。

モジラのブースでは、会期中に発表されたファーウェイ初のFirefox OSスマートフォン『Y300』やZTEの最新作を見ることができた。Firefox OS端末は現在3メーカーから提供されているが、MWCでは新たに6機種が加わった。アルカテルはタブレットも投入予定という。

モジラはMWCで新たに通信事業者3社と提携を発表したほか、中国の半導体メーカー、スプレッドトラムと提携し、同社のチップを利用したFirefox OSスマートフォンのターンキー・ソリューションを開発することを発表した。最も安いもので25ドル（約2,550円※1）で販売が可能になるという。この「25ドルスマホ」はメディアの大きな関心を集めた。

開幕前夜の23日に開催されたモジラのプレス向けイベントでは、日本でFirefox OSを展開すると1年前に発表したKDDIが「2014年度中に端末を発売する」という計画をあらためて表明。また、楽天とリクルートがそれぞれ『楽天ゲートウェイ』『Cameran』のFirefox OS向けアプリを披露した。

新OSとしては、2013年のMWCでFirefox OSのほか『Tizen OS』、『Sailfish OS』、『Ubuntu』が顔を揃えたが、1年が経過したところでFirefox OSが頭ひとつリードしている状況だ。一方で、Windows PhoneのようにマイクロソフトとノキアがでもAndroidとiOSの牙城はいまだ崩せていないという事実もある。アップルとAndroid端末ベンダーが次のイノベーションに行き詰まってきたように見える中、消費者が今度こそ新しいOSに関心を示すのか、今後も注目と言えるだろう。

ここ数年の主流だった「黒くて全画面の平たい端末」は曲がり角を迎えた。今年のMWCで、ウェアラブル、「第3のOS」、ノキアのAndroidフォークのような動きなどを見ながら、端末が再び面白くなってきていることを実感した。

Firefox OSのスマートフォンを展示していたモジラのブース。常時にぎわっていた

Profile

末岡 洋子（すえおか ようこ）

ICTを専門とするフリーランス・ライター／ジャーナリスト。ウェブ・メディアの記者を経てフリーとなり、現在は『ITmedia』『ASCII.jp』『マイナビニュース』などで執筆。欧州のICT事情に明るく、モバイルのほかオープンソースやデジタル規制動向などもウォッチしている 。

※1 1米ドル102円換算　※2 1ユーロ140円換算

「つながる」未来の実現と愛されるブランドを目指して
ファーウェイのグローバル端末戦略

Colin Giles

コリン・ジャイルズ
ファーウェイ端末事業グループ 上級副社長

西オーストラリア大学電子工学科卒業、ロンドン・ビジネス・スクール シニア・エグゼクティブ・プログラム修了。携帯端末のセールスとマーケティングにおいて25年のキャリアを持ち、うち19年間はアジア太平洋地域と中国を担当してきた。ノキアのアジア太平洋地域のマーケティング総責任者として同社の台湾進出を成功させたのち、ノキア・チャイナ社長、ノキア本社のセールス担当上級副社長を含むセールスおよびマーケティングの上級職を歴任し、リテール、通信事業者、法人、オンラインなどあらゆるチャネルを通じたセールス管理で実績を積む。2013年7月より現職、現在はリテールとオープン・チャネルの開拓を統括している。ノキア在職中の2008年にCBN Asiaより「CEO's Choice of the Year」を、2009年に中国経済や社会に優れた貢献をした外国人に対して贈られる「Friendship Award」を受賞。また、2008年の北京オリンピックでは聖火リレーのランナーとして万里の長城を走った。

不可能を可能に――ICTがもたらす新たな価値

ICTにおけるイノベーションは、日々急速な勢いで進んでいます。世界がより「つながった」ものになるにつれ、次々と新たなデバイス、機能、ソフトウェアが生まれています。自動車、家電製品、医療機器、金融サービス、さらには腕時計までもがクラウドとつながり、その「つながった」世界の中心にスマートフォンがあります。

ICT業界の発展は、この新しい世界で製品やサービスによってどのような価値をもたらすことができるかにかかっています。それを決めるのはお客様であり、お客様がそうした価値を受け入れるかどうかがICTの未来を左右するのです。

どの企業が生き残れるかもまた、お客様次第です。お客様は、信頼できる企業の製品、愛着を感じ、生活の一部になるようなブランドを求めています。ファーウェイのコンシューマー向け端末事業が今後成功するためには、お客様にファーウェイのファンになってもらうことがなによりも重要です。

ファーウェイは、テクノロジーの恩恵を世界中のより多くの人々にもたらすことを大きな目標としています。その根底にあるのは、テクノロジーは人間のためのものであり、人々がその可能性を最大限に発揮できるようにするだけでなく、不可能をも可能に変えるためのものだという信念です。

ファーウェイはICT業界で25年間にわたってネットワーク事業に携わり、献身的で高い技術力を持つエンジニア・チームによって140以上の国々で通信インフラを構築してきました。ネットワーク事業で長らく実績を積んできた一方、ファーウェイがコンシューマー向け端末事業を本格化させたのは最近になってからのことです。

私は2013年7月にファーウェイに入社しましたが、ここでなら自分の25年間におよぶ携帯端末のセールスとマーケティングという専門性を生かした貢献ができると感じたことが入社を決めた大きな理由でした。スマートフォン市場という大海に乗り出したファーウェイの成功に、チームの一員として寄与したいと思ったのです。

最高のユーザー・エクスペリエンスを実現する

ファーウェイはこれまでに、さまざまなジャンルの優れたコンシューマー向け製品を世に送り出してきました。スマートフォン、タブレット、モバイルWi-Fiルーターなど多岐にわたる

製品ラインナップにより、ファーウェイは徐々に業界とメディアの注目を集めるようになっています。

昨年ファーウェイは、スマートフォン・メーカーで世界第3位にランクインし、主要メーカーの中でも出荷台数の前年比増加率が最も高いメーカーとなりました。モバイルWi-Fiルーターでは世界市場シェア6年連続No.1、日本市場シェア4年連続No.1を維持しており、日本ではデジタルフォトフレームでも2年連続でトップシェア・メーカーとなっています。また、キッズ向け携帯電話やdtab、タッチスクリーン搭載のモバイルWi-Fiルーターなど、日本の市場ニーズに合わせた独自の製品も提供しています。グローバルのスマートフォン・フラッグシップ・モデル『Ascend』シリーズでは、高い防水機能のほか、世界最薄、最速、最大スクリーン・サイズといった業界トップクラスの性能を誇る機種を次々に投入しています。

どの製品も、最高品質のユーザー・エクスペリエンスを実現し、人々の生活を豊かにすることを主眼につくられたものです。ファーウェイをコンシューマー・ブランドとして確立するには、こうした優れた製品を提供することに加え、お客様により近づき、親しみを感じてもらえるようにならなければなりません。

ファーウェイをもっと知っていただくために

端末事業グループの上級副社長として、現在私はチャネル販売管理、リテール、サービスを統括しています。端末事業グループは、テクノロジーの恩恵を世界中のあらゆる人々にもたらすという目標のもと、ユーザーが家庭、オフィス、車の中など、いつでもどこでもつながった生活を楽しめるようになるための新製品を生み出すことにフォーカスしています。

スポーツ分野のスポンサーシップも重要なブランディング戦略の一環。今年1月には英国のアーセナルFCとパートナーシップを締結し、同チームの公式スマートフォンパートナーとなった

ファーウェイのこうした目標についてより広く知ってもらうため、近年はエンターテイメントやスポーツの分野でのスポンサーシップにも力を入れています。昨年は特にサッカー・チームとの提携を進め、ドイツのボルシア・ドルトムント、イタリアのACミラン、英国のアーセナルFCといった世界的なチームとパートナーシップを結びました。

次のステップは、広告やプロモーションを通じてお客様との関係をさらに深めることです。そのために、SNSや動画といったデジタル・メディアを活用し、ファーウェイのメッセージを伝えるとともに、お客様のことをよりよく理解していきたいと考えています。また、デジタル・メディアはこうした活動のROIを測定するツールとしても有用であり、ファーウェイのような新興ブランドにとっては強い味方です。

同時に、より多くの人々にファーウェイ製品を使っていただけるよう、販路の拡大にも注力しています。ファーウェイはこれまで世界中の主要通信事業者のお客様に製品を提供してきました。今後もこうした関係を大事にしつつ、グローバルではオープン・マーケットでの販売やオンライン販売など多様なチャネルを開拓することで、ファーウェイのプレゼンスを高めていきたいと考えています。

「つながる」未来へ

4G LTEネットワークの普及とともに、「つながる」生活を享受する機会はますます増えていきます。ファーウェイはエンド・ツー・エンドの通信ソリューション・プロバイダーとしてLTE構築をリードしており、その実績を生かし、デバイス、ネットワーク、アプリケーションのすべてを統合したより快適なユーザー・エクスペリエンスを実現することを目指しています。ファーウェイ製品をご利用のお客様は、いつでもどこでも、リッチなオンライン・コンテンツを好きなだけ楽しむことができるようになるでしょう。

テクノロジーによって不可能が可能になり、誰もが制限も境界もなく自由に「つながる」こと——それがファーウェイの目指す未来なのです。

MWC2014では「ネットワークにつながる500億台目の端末をつくる（Building the 50-Billionth Connected Device）」と題したセッションに登壇し、業界各社のリーダーと端末市場の未来について議論した

MWC2014で発表した7インチ・タブレット『MediaPad X1』は薄さわずか7.18mm、重さは缶ジュース1本ほどの239gと超軽量で、本体の80%をディスプレイが占める大画面を実現（写真は記者発表で同製品を紹介するファーウェイ端末事業グループCEOのリチャード・ユー）。MWCではこのほかに、前面に搭載したステレオ・スピーカーで多様なコンテンツを楽しめる8インチ・タブレット『MediaPad M1』、ファーウェイ初のウェアラブル端末『TalkBand B1』（p.21参照）、カラフルなミッドレンジ・スマートフォン『Ascend G6』、LTE Category 6対応超高速モバイルWiFiルーター『E5786』を発表した

日商エレクトロニクス株式会社 代表取締役社長CEO 河村八弘氏に聞く

日本の企業ICTに新たな価値をもたらす「目利き力」

ファーウェイとのパートナーシップでイノベーションをともにリード

2013年6月、ファーウェイ・ジャパンは法人向けICTソリューション事業を本格展開するにあたって、日商エレクトロニクスと戦略的パートナーシップを締結したことを発表しました。ファーウェイがグローバルに展開する法人向けICT製品・ソリューションの販売、導入、アフター・サポートまで、全面的な協力体制を構築するとともに、日本市場のニーズに根ざした製品やソリューション、サービスを共同で企画・開発し、日本のICT産業のさらなる活性化に貢献することを目指しています。今回のSpecial Interviewでは、日商エレクトロニクス代表取締役社長CEO河村八弘氏に、先端技術を世界から日本に紹介してきた同社の強みと、ファーウェイとのパートナーシップへの期待についてお話をうかがいました。

HuaWave編集部

日商エレクトロニクス

1969年、日商岩井株式会社（現・双日株式会社）のエレクトロニクス部門の分社化により設立。1985年に米国法人を設立し、米国をはじめ世界の最先端技術やビジネスモデルを発掘することで競争力あるユニークな製品・サービスを提供しており、国内初のビジネス具現化の実績も数多い。2013年6月、同社からEMCジャパン、イノパスソフトウェアを経て復帰した河村氏が代表取締役社長CEOに就任。技術者としての長年の経験と米系企業で磨いたビジネスへの視点を生かし、事業拡大に向けた体制強化を推進している。

目利き力と技術力で企業ニーズに合ったソリューションを提供

編集部:日商エレクトロニクスはIT専門商社として45年間にわたり世界各国から最新のテクノロジーを日本市場に導入されてきました。昨年6月に代表取締役社長CEOに就任されて以降、さらなる成長のためにどのような取り組みをされているのでしょうか。

河村氏:当社はディスク・ドライブやメモリーといったデバイスの輸入代理からスタートし、シリコンバレーを中心としたスタートアップ企業の革新的な技術を日本に展開していく過程で、数ある新技術の中から日本のお客様に価値のあるソリューションを見つける「目利き力」を養ってきました。社内には、そうした目利きの社員たちがそれぞれに新しいテクノロジーを発掘し、自ら提案してビジネスを立ち上げることができるような風土がDNAとして根づいています。

ただし、個々の事業規模を拡大するためには個人の力だけでは限界があり、組織力での販売も必要になってきます。そこで昨年後半からは、さまざまなトレーニングの実施や部署の垣根を超えたチームづくりを通じて、営業・マーケティング・技術部門が一体化した組織営業ができる体制を強化してきました。また、直販のお客様については定期的なプロファイリング・セッションを行い、弊社の強みをお客様のビジネスにどのようにリンクさせていくかを継続的に検討しています。

編集部:企業向けICTは急速な勢いで変化を続けていますが、その中で目利き力を持つ御社ならではの付加価値をどのように提供していこうとお考えですか。

河村氏:海外の革新的な技術をいちはやく日本国内に持ち込み、お客様のニーズに合ったソリューションとして展開することが当社の強みです。市場の動向を見据えた上で、今後は「ソーシャル」「モバイル」「ビッグ・データ」「クラウド」の4分野に注力してソリューションを展開していく計画です。これまで弊社のお客様は通信事業者やサービス・プロバイダーが中心でしたが、近年はOTTのお客様からの需要も高まっており、求められるソリューションも変わってきました。また、OTTではスピードが重視されるため、より迅速な対応ができなくてはなりません。われわれの価値は、お客様のビジネス・ニーズに合った技術を見つけ出し、最適な形でタイムリーに提供する技術力にあると考えています。早くて新しいだけではなく、安心感をもって製品をお使いいただきたい——そのためには技術力による裏付けが不可欠です。

日本のベストプラクティスをアジアで展開

編集部:近年はアジアでの事業展開にも力を入れられていますが、海外事業においてはどのような戦略をお持ちでしょうか。

河村氏:2011年にベトナム、2012年にインドネシアで事業を開始しましたが、現在、全社的に次の成長戦略を策定する中で海外展開の位置づけについても見直しているところです。先述したモバイルやクラウドといった分野では、市場ニーズとしてはグローバルで大きな差はありませんが、東南アジアは日本と比べて技術レベルに数年ほど隔たりがある。そこで、ある程度の規模があり、かつ発展の余地がある新興市場において、日本で成功したベストプラクティスを展開することを目的としています。今後はベトナム、インドネシア以外の国々への進出も検討しています。中国市場はいまのところ視野に入れていません。技術レベルという点では中国はかなり先進的で、日本とほとんど変わらないと考えています。

編集部:日本での経験を生かせる市場にフォーカスされているのですね。一方で、日本とは違った新興市場ならではのチャレンジもあるのではないでしょうか。

河村氏:そうですね。実務上の手続きが国によって大きく違うことに加え、ガバナンスに対する考え方も異なります。苦労もありますが、親会社である双日のサポートを得ながら、それぞれの市場に適応していく努力を続けています。

新たな価値を生み出すパートナーシップ

編集部:御社はこれまでに数多くの企業とパートナーシップを結んでこられましたが、パートナーを選ぶ際にはどのようなことを基準としていますか。

> 日商エレクトロニクスには、
> 目利きの社員たちが新しいテクノロジーを発掘し、
> 自ら提案してビジネスを立ち上げられる風土が
> DNAとして根づいています。

単に商品を横流しするようなやり方ではわれわれの価値を発揮できません。パートナーの持つ新技術と当社の強みをかけあわせてともにビジネスをつくっていくことが理想です。

河村氏:ひとつには、そのときの時流と今後の発展の方向性に合った技術を持っているかどうか、そうした技術をこれから開発していくR&Dリソースが十分にあるかどうか、といったことが判断材料になります。また、相互に信頼関係を築き、長く付き合っていけるかどうかも重要です。単に商品を横流しするようなやり方ではわれわれの価値を発揮できませんから、パートナーの持つ新技術と、それを日本のお客様のニーズに合った形で提供するという当社の強みとをかけあわせてWin-Winの結果を生み出し、ともにビジネスをつくっていけるようなパートナーシップが理想です。

編集部:御社とファーウェイは、昨年6月に戦略的パートナーシップを締結し、ICT製品・ソリューションの販売や導入のみならず、開発段階から密接に協業していくことを発表しました。ファーウェイをパートナーとして選んでくださった決め手は何でしたか。

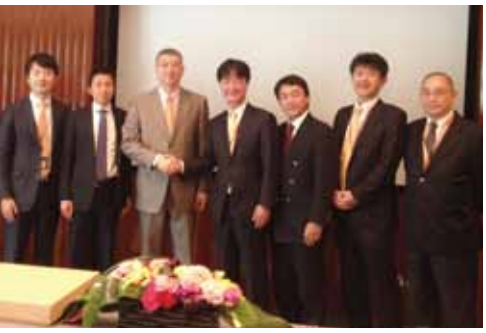
河村氏:ファーウェイは売上規模4兆円超のグローバル企業であり、法人向けビジネスでも世界で確かな実績があります。また、強力なR&D機能と高い技術力も大きな魅力です。日本市場へのコミットメントも非常に高く、日本のお客様に必要とされる製品やサービスをつくりだすために開発段階から協業したいという姿勢を見せてくれたことで、この会社となら日本に合ったものづくりを一緒にやっていける、日本市場に新しい価値をもたらすことができると思い、提携を決めました。

編集部:昨年11月には深圳本社にもご訪問いただきました。その際の印象はいかがでしたか。

河村氏:とにかく広大なキャンパスに圧倒されましたね。また、私は技術畑の出身で、約30年のキャリアを通じて多くの企業と仕事をしてきた経験から品質については厳しい目を持っていると自負していますが、本社で開発・製造の現場を見せていただき、ファーウェイの品質管理のレベルの高さに感銘を受けました。経営層の方々をはじめお会いした社員の皆さんは士気が高く、パワフルでドライブ力がある会社だとも感じました。

編集部:最後に、ファーウェイ製品の今後の展開と、弊社とのパートナーシップへの期待についてお聞かせください。

河村氏:まずは日本市場におけるファーウェイのブランディングという目的も兼ねてPCIe SSDカード『ES3000』の取り扱いを開始しました。また、先ほど述べた4分野のインフラ機能を果たすコンバージド製品として『FusionCube』を位置づけています。今後は社内にファーウェイ専門部隊を設置し、販売展開を強化していく計画です。ファーウェイの製品はコモディティではなく最先端のものなので、日本市場の要件に合わせたチューニングやカスタマイズが必要になりますが、開発段階の協業によってきめ細かい対応が可能となり、お客様のビジネスに直結する価値を生み出すことができると期待しています。日本市場でともにイノベーションをリードするパートナーとして、いままでにない革新的なソリューションを日本のお客様にご提案していきたいですね。



昨年11月には中国・深圳のファーウェイ本社を訪問し、両社幹部どうしの交流を深めた。河村氏（中央）とファーウェイ法人向けICTソリューション事業担当 常務取締役兼社長（CEO）ウィリアム・シュー（左から3人目）、ファーウェイ・ジャパン専務執行役員 法人事業本部長 鐘開生（Zhong Kaisheng／左から2人目）

技術者としての30年あまりの経験から品質については厳しい目を持っています。ファーウェイの開発・製造の現場を見せていただき、品質管理のレベルの高さに感銘を受けました。

FusionCube

コンピューティング、ストレージ、ネットワーク機能を統合したコンバージド・インフラストラクチャ製品。システムの一元化および優れた省電力性能により、オペレーション・コストを大幅に軽減する。12Uサイズのエンクロージャで最大16ノードのサーバー・ブレードおよび4つのスイッチ・モジュールを実装でき、512個のCPUコア、12TBのメインメモリ、240TBのストレージおよび14.4Tbpsのネットワーク・ファブリックを統合的に提供する。さらに60エンクロージャまで拡張可能であり、20ラックスペースで30,720個のCPUコア、720TBのメインメモリ、6PBのストレージまでリニアにスケールアウトできる。

ソフトウェアにおいては、コンピューティング、ストレージ、ネットワーク・リソースの仮想化と統合管理、各リソースのディスカバリとプロビジョニングの自動化、効率的なユニファイド・オペレーションを実現する『Huawei FusionSphere』クラウド・オペレーティング・システムとして統合。業界トップクラスのサーバー仮想化性能を誇る『FusionCompute』およびSANストレージを不要とする分散ストレージアーキテクチャ『FusionStorage』により、インフラコストを大幅に削減し、アプリケーション・パフォーマンスを大きく向上する。さらにOpenFlowやVXLAN、NFV技術をベースにネットワーク仮想化を実現する『FusionNetwork』によるSDN 環境のサポートや、OpenStackをはじめとするオープンなクラウドプラットフォームAPIにより、外部のベンダーが提供するクラウド・ソリューションやサービスとの連携や統合も可能となっている。

2013年には米国の調査会社フロスト＆サリバン（Frost & Sullivan）より「Product Innovation Award in Cloud Infrastructure」を受賞した。

Tecal ES3000

小型（フルハイト／ハーフレングス）、大容量（800GB、1.2TB、2.4TB）、高IOPS（Input/Output Per Second）（4KBブロック、ランダムリード最大770K IOPS、ランダムライト最大630K IOPS）、最大3.2GB/sの高スループットを誇る高性能PCIe SSDカード。標準添付される管理ツールでSSDデバイスのタイプ、容量、バージョンや摩耗、不正ブロック情報を照会することで、容易な保守を実現する。大容量キャパシタによる電源保護機能、ハードウェアで実装されたECC機能とRAID5エンジンによる二重の誤り検出・訂正メカニズム、データ・エラーを事前に防ぐScrubbingエンジンを採用したほか、Flash Chipへのアクセスチャンネルで RAID-5アルゴリズムによりパリティによるデータ保護を行い、複数のチップに障害が発生した際にもデータを保護するなど信頼性を維持。また、TRIMおよび高度なウェアレベリング・アルゴリズムをサポートし、復旧効率を高め、書き換えによる劣化を低減して寿命を延ばす。

企業文化を共有し、より価値ある製品を生み出す

ファーウェイとインテルの戦略的パートナーシップ

2012年9月、上海で開催されたHCC2012においてファーウェイとインテルは戦略的パートナーシップについての包括協定を締結した。写真は協定に調印するインテル本社副社長兼インテル・チャイナ社長の楊叙（Yang Xu）氏（前列右）とファーウェイ法人ビジネス事業グループIT製品部門担当社長の鄭葉来（Zheng Yelai）（前列左）

ファーウェイはあらゆる事業においてさまざまなパートナー企業と協業し、互いの強みを生かしながらWin-Winの関係を築いている。長年にわたりコンピューティング技術のイノベーションに注力し、あらゆる機能を集約した小型で高性能のデバイスを生み出し続けてきインテル（Intel）もまた、ファーウェイの重要なパートナーの1社だ。ファーウェイとインテルは10年以上にわたり通信ネットワーク、サーバー、ストレージ製品など多岐にわたるプラットフォームで幅広く協業してきた。2012年9月には、上海で開催されたHuawei Cloud Congress 2012（HCC 2012）において、両社は新たにIT製品とソリューションにおける3年間のグローバル戦略パートナーシップ契約を締結した。

『ICT Insights』（ファーウェイ・エンタープライズ刊）編集部

10年来の協業

今から10年以上前、ファーウェイはインテルに対し、サーバー事業における協業を打診した。インテルのファーウェイ担当グローバル・ビジネス部門ディレクターである方粤生（Fang Yuesheng）氏は、同社のアジア太平洋地域・米国担当者とともに初めてファーウェイ本社を訪れたときのことをよく覚えていると語る。

「社内で分析を重ねた結果、われわれはファーウェイが将来を見据えたビジョンと世界トップレベルの技術力を持ち合わせていると結論づけました。当時ファーウェイは、汎用コンピューティングは近いうちにネットワークや通信の技術と統合されると予測しており、そうした事態に備えた自社製品や技術、人材の強化に着手していたのです」

インテルと協業を開始してから2011年に法人向けICTソリューション事業を正式に立ち上げるまでの10年間、ファーウェイのサーバー事業は拡大と縮小を繰り返してきた。ファーウェイが苦境を乗り越えながら成長する過程を間近に見てきた方氏は、インテルとファーウェイが通常のチップ・メーカーとシステム・ベンダーの関係を超えた協業体制を築けたことが成功につながったと認識している。

「当時は米国のサーバー・メーカーがチップ構造とボード設計技術を主導しており、中国を含むそれ以外の国のベンダーは電力消費や放熱機能など実装レベルの問題にフォーカスしていました。しかし、ファーウェイは自社製品に対するエンド・ユーザーの要件により細やかに対応するため、チップの論理回路を最適化することに腐心していたのです。ファーウェイがサーバー事業で頭角を現したのは、こうした姿勢によるところが大きかったと思います」

共通する企業文化

方氏はファーウェイとの頻繁なやりとりを通じ、2社には高い技術力やチャレンジ精神などの多くの類似点があることを実感して

いる。両社とも、積極的で献身的な取り組みという企業文化を共有していると言う。

「個人的な経験から、才能ある献身的な人材をこれほど多く集めることはファーウェイにとって容易ではなかったと思います。難しい課題に直面しても決してあきらめないファーウェイの姿勢は賞賛に値します。インテル同様、ファーウェイの見事な成功は偶然ではないことは一目瞭然です」

インテル本社副社長兼インテル・チャイナ社長の楊叙（Yang Xu）氏もまた、「ファーウェイとインテルは長年、同じ方向性で企業文化を共有して成長してきました。両社とも優れた製品と技術を生み出すという目標を持っています」と述べている。

さまざまな分野での協業実績

方氏は「HCCで締結された協定は、氷山の一角に過ぎません。水面下では幹部レベルから設計者レベルまで、製品や技術における共同作業が日々進んでいます」と語る。

サーバー分野では、ファーウェイのハイエンド・サーバー『Tecal』シリーズにインテルの『Xeon®』プロセッサーを搭載するなど、両社の最先端の技術を結集して次世代製品を生み出している。

ファーウェイのコンバージド・インフラストラクチャ製品『FusionCube』（p.11参照）の開発においても、インテルとの密接な協業が重要な役割を果たした。『Xeon®』プロセッサーを採用したほか、ソフトウェアの面でもクラウド・オペレーティング・システム『FusionSphere』においてインテルからの技術的なサポートを得ている。

また、SDNとNFVの分野でも両社はタッグを組んでいる。「ファーウェイはSDNとNFVにおける業界のリーダーです。この領域でファーウェイと協業することは当社にとってたいへん有意義だと考えています」と方氏は言う。ボーダフォン（Vodafon）をはじめ世界各国の通信事業者に導入されているファーウェイのSDNおよびNFV製品は、開発段階でインテルのDPDK（Data Plane Development Kit:データプレーン・デベロップメント・キット）を採用している。

また最近では、タブレットとUltrabook（インテルが提唱する薄型軽量ノートパソコン）の今後の市場展開や使用環境、必要なソフトウェアなどについて両社の経営層間で意見交換が行われた。

ファーウェイとインテルは長年、
同じ方向性で企業文化を共有して
成長してきました。
両社とも優れた製品と技術を
生み出すという目標を持っています。

今年2月に発表したファーウェイのラック・サーバー『RH8100 V3』（写真左）、『RH5885H V3』（中央）、ブレード・サーバー『E9000』のコンピューティング・ノード『CH242 V3』には、最高水準のパフォーマンスを実現するインテルの『Xeon® E7 v2』プロセッサーを採用。製品の発表に先立ち、インテルは『RH5885H V3』が整数演算のSPECint*_rate_base2006ベンチマークおよび浮動少数演算のSPECfp*_rate_base2006ベンチマークにおいて世界記録を達成したことを明らかにした。

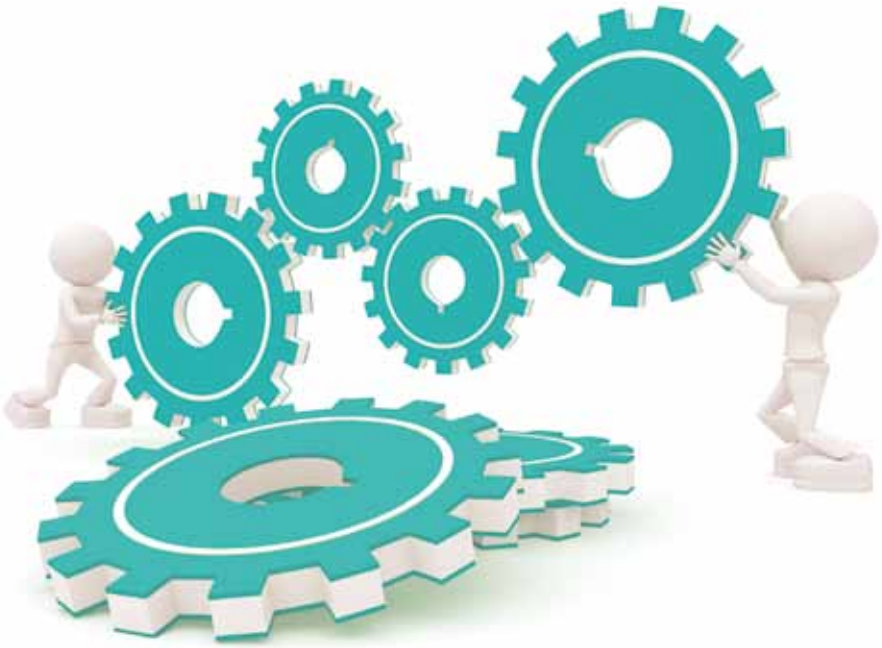
※Intel、Intelのロゴ、Xeon、Xeon Insideは、米国およびその他の国におけるIntel Corporationの商標または登録商標です。

ファーウェイはSDNとNFVにおける
業界のリーダーです。
この領域でファーウェイと協業することは
当社にとってたいへん有意義だと考えています。

より多くのお客様へ、ともに先進的なソリューションを

ファーウェイはこの20年間、通信事業者や大手インターネット企業との大口直接取引を中心に事業を展開してきた。いずれも、短い納期やカスタマイズされたソリューションを必要とするお客様である。

法人向け事業を本格化させたファーウェイにとって、あらゆる企業規模の何千ものお客様に対応することが新たな課題となっている。とりわけ、販売代理店やシステム・インテグレーターとのパートナーシップを開拓し、良好な関係を築いていくことが、最も重要かつ時間のかかる仕事だ。ネットワーク事業で5,000台販売した機器も、法人市場ではファーウェイ単独で5台売れればいいほうだろう。



HCC2012で新たに締結された戦略的パートナーシップにより、ファーウェイはインテルの見識と経験を生かし、欧州など新たな市場に参入するにあたって直面する言語や文化の壁を克服することができる。

今後の展開について、楊氏は次のように述べる。

「マイクロ・サーバーやモジュール型コンピューティング・センターなど、インテルは多くのプロジェクトでファーウェイと協力し、今後2年間で予測される市場の需要にともに対応していく計画です。ソフトウェア分野では、ファーウェイのオープン・ソース・クラウドOSとストレージ・ソリューションの統合における協業を予定しています。両社には数千という新たなお客様にそれぞれ特定の要件を満たす製品を提供するという共通の目標があります。われわれはファーウェイが次なる成功に向けて進んでいることを確信しています」

成熟したLTE市場で ユーザー体験の向上を目指す PCCW-HKT

人口700万人の香港で、携帯通信会社5社と10個のLTEネットワークによる加入者獲得の競争が繰り広げられている中、PCCW-HKTは他社を一歩リードしている。同社のワイヤレス担当上級副社長であるヘンリー・ウォン（Henry Wong）氏は、「広域Wi-Fiカバレッジ、RAN（Radio Access Network：無線アクセス・ネットワーク）共有、強力なバックホール（FTTS）プロビジョニング、3Gと4Gの料金プランの整合性を取ることが成功の鍵だ」と語る。

『WinWin』（ファーウェイ刊）編集部
Julia Yao、Linda Xu

PCCW-HKT

香港に本社を置き、同地を中心に世界各国でブロードバンド、固定電話、モバイル、IPTVサービスを手がける通信事業者。2000年にPCCWによるHKT（香港テレコム）の買収によって設立。従業員数約21,500名。

飽和が進んだ市場

ファーウェイ:2013年に香港ではLTEに関して主にどのような進展がありましたか。

ウォン氏:香港ではここ2年間データ・トラフィックが毎年倍増しています。OFCA（Office of Communications Authority:通信事務管理局）は2009年に2600MHz帯で3つのLTE FDDライセンス、2012年に2300MHz帯で3つのLTE TDDライセンス、2013年には2600MHz帯でさらに4つのLTE FDDライセンスを発行しました。過去数年の間にOFCAが開放したLTE FDD、LTE TDD両ネットワークの新スペクトルは合計230MHzになります。これらの新スペクトルに加え、香港の通信事業者はGSMサービスの需要が減ったことを理由に、LTEサービス向けに既存の1800MHz帯をリファームしています。香港のLTE市場はたいへん成熟しており、9個のLTE FDDネットワークと1個のLTE TDDネットワーク、合計10個のLTEネットワークがすべて商用運用されています。携帯電話市場は飽和状態で、普及率は2013年4月に220%を超えました。

ファーウェイ:PCCW-HKTはLTEデータ市場で、3Gと比較してどのような戦略を取っていますか。特に価格設定に関する戦略についてお聞かせください。

ウォン氏:3Gを利用中のお客様には、価格は3Gのままで最高のモバイル・ブロードバンド・サービスを受けていただきたいというのが当社のマーケティング戦略です。当社の3Gと4Gの価格は基本的に同じです。3Gの料金プランを支払っていたユーザーは、4Gで追加料金を取られることはありません。たとえば10GBの固定月額料金を支払っている場合、このパッケージをそのまま4Gに適用します。お客様は4G対応の携帯端末を使いはじめると、すぐさま4Gサービスを利用できるようになります。香港の現在の4Gサービス普及率は市場のLTE携帯端末の普及率と連動しています。現時点ですでに4Gサービスを利用しているユーザーはおよそ10～20%です。

当社は無制限データ利用プランを廃止し、すべてのパッケージにデータ量による段階的な価格設定を設けています。初期のころは5GBが最も人気のサービスでしたが、現在では10GBを利用する人が増えています。加えて、150Mbpsのデータ速度を可能とするCat 4（Category 4）対応のスマートフォンを

当社の3Gと4Gの価格は基本的に同じです。
3Gの料金プランを支払っていたユーザーは、
4Gで追加料金を取られることはありません。
お客様は4G対応の携帯端末を使いはじめると、
すぐさま4Gサービスを利用できるようになります。

商用化したのに伴い、最近80GBのプランを提供しはじめました。LTEの速度が増すにつれ、ユーザーのデータ消費量も増加していくでしょう。それに応じて、当社は大容量データ向けのより高額なプランを設定し、ARPU（Average Revenue Per User:加入者1人あたりの売上）を増加させる計画です。

ファーウェイ:PCCW-HKTのLTEネットワークの現状と次の展開を教えてください。

ウォン氏:当社は2012年4月に2600MHz帯を利用したLTEネットワークを商用化しました。また2013年初め、LTE用に1800MHz帯をリファームし、現在ではLTE1800をカバレッジ・レイヤー、LTE2600をキャパシティ・レイヤーとして香港全域にLTEカバレッジを提供しています。2600MHz帯には20MHz幅があり、LTE搬送波全体で150Mbpsの速度を実現しています。また、CSFB（Circuit-Switched Fallback:回線交換フォールバック）も装備し、2012年から本番運用しており、現在VoLTE（Voice over LTE）サービスの商用化に向けて準備を進めているところです。

ファーウェイ:香港の都市部は地球上で最も人口密度が高いエリアと言えます。そこで、御社はスモールセル計画をどのように進めているのでしょうか。またスモールセルをネットワークにどのように統合して膨大なデータ量に対応しているのかをお聞かせください。

ウォン氏:現在当社は3Gカバレッジの補完のために600のフェムトセルを配備しています。しかし、フェムトセルはマクロセルに干渉するという欠点があり、キャパシティ拡大には不向きです。一方、スモールセルはHet Netアーキテクチャでキャパシティを拡大する要素として重要な役割を果たします。スモールセルを配備する技術的な課題のひとつは、広域に汎在するファイバー・バックホールです。バックホールのプロビジョニングを合理化するため、当社はバックホールのアーキテクチャを市内交換局を中心に再設計しました。具体的には、エッジ・ルーターを市内交換局に集中させることで、スモールセル接続のための集合ハブとなるようにしました。これにより、メトロIPネットワークを経由してコア・ネットワークに接続するまでのファイバー距離を最短化することができました。同様に、この設計によって市内交換局はBBUホテルとしても機能します。

PCCW-HKTは香港で最大手のWi-Fiプロバイダーです。1万2,000以上のWi-Fiホットスポットを持ち、屋内・屋外の両方で最良のWi-Fi体験をユーザーに提供しています。

Wi-Fiとモバイルのシームレスな統合

ファーウェイ:PCCW-HKTは広域かつ信頼性の高いWi-Fiネットワークを自社の強みとされていますが、御社顧客のWi-Fi体験は競合他社のものとどう異なるのでしょうか。また、その背後にある主要な技術イノベーションを教えてください。

ウォン氏:PCCW-HKTは香港で最大手のWi-Fiプロバイダーで、モバイル・ネットワーク用のセル・サイトは約2,000ですが、Wi-Fiホットスポットは1万2,000以上も持っています。バス停、地下鉄(車内Wi-Fiアクセスを含む)、フェリー、大型ショッピング施設、レストラン、カフェ、大学など人々が集まる施設の屋内・屋外をカバーし、最良のWi-Fi体験をユーザーに提供しています。

当社はWi-Fiネットワークに長らく携わってきました。特にモバイル・ネットワークとWi-Fiの統合に力を入れており、2008年にはEAP-SIM認証を利用してモバイルとWi-Fiシステムを統合しました。これにより、ユーザーはSIM認証に基づきシームレスにWi-Fi認証ができます。2011年には、Wi-Fiネットワークへのアクセス向上を目的にHotspot 2.0（Wi-Fiへの認証とローミングを自動的に行うための仕様）のトライアルを数回実施しました。2013年7月には802.11acも商用化し、これまでで最大の速度をユーザーに提供しています。また現在、新たなゲートウェイを用いてWi-Fiとモバイル・ネットワーク間でデータ・セッションを統合する機能を実装しており、これによりユーザー・プレーンとコントロール・プレーンがモバイル・ネットワークと統合することになります。2014年にはANDSF（Access Network Discovery and Selection Function：アクセス・ネットワーク発見選択機能）を実用化し、QoS（Quality of Service：サービス品質）制御のもとでモバイル・サービスとWi-Fiサービスへのシームレスなアクセスを提供できると見込んでいます。

ファーウェイ：Wi-Fi向けの料金設定はどのようになっていますか。またWi-Fi運用から得た利点は何でしょうか。

ウォン氏：Wi-Fiネットワークへの投資は安価ではありません。Wi-Fiアクセス・ポイント機器は高額ではありませんが、Wi-Fi提供のためのバックホールがたいへん高価なのです。基本的にWi-Fi料金は携帯料金に組み込まれており、これが当社のサービスのセールス・ポイントになっています。当社にとっての利点はWi-Fiにトラフィックをオフロードできることです。ユーザーはどれほど高速で大容量のサービスでもいずれトラフィックを使い果たしてしまいますが、Wi-Fiでネットワーク容量を最大化することで、ユーザーに最適なモバイル・ブロードバンド・サービスを提供することができます。さらに、Wi-Fiを配備することは将来的にスモールセル開発の道を拓くことにもつながります。

効率的なリソース分配を可能にするRAN共有

ファーウェイ：PCCW-HKTとハチソン（Hutchison）は2600MHz帯のLTEネットワークを共有していますが、LTEではネットワーク共有が可能となる一方、QoSモデルが3GPPにより定義されていないため、通信事業者の中にはQoSが課題となっているケースもあります。PCCW-HKTは、この点に関していかがですか。

ウォン氏：当社のMOCN（Multi-Operator Core Network：マルチオペレーター・コア・ネットワーク）RAN共有アーキテクチャでは、

MOCNアーキテクチャを利用した
ファーウェイのネットワークでは、
無線リソースが柔軟に割り当てられるため、
各通信事業間で無線リソースを分けあって
最大限に活用することができます。

従来のネットワークは異なる技術を
お互いに閉じた形で採用していました。
現在はアーキテクチャの統合が進み、
これまでとは違ったソリューションが
必要とされています。

ネットワークを共有しているのはRANのみです。MOCNアーキテクチャでは事業者ごとに別々のEPC（Evolved Packet Core:進化型パケットコア）を利用できるため、各社がそれぞれにスイッチング基盤やHLR（Home Location Register:ホーム・ロケーション・レジスター）／HSS（Home Subscriber Server:ホーム加入者サーバー）の加入者データベース、QoS制御のためのPCRF（Policy and Charging Rules Function:ポリシーと課金ルール機能）を装備できます。MOCNアーキテクチャにより、各社独自のサービス・アプリケーション開発やプロビジョニングの実施、料金プランの設定が可能になるのです。MOCNアーキテクチャを利用したファーウェイのネットワークでは、無線リソースが柔軟に割り当てられるため、eNodeBの無線リソースを各社で分けあうことができます。たとえば、ある事業者の加入者1人がセルの無線リソースを使い果たし、データ率がピークに達したとしても、他の事業者の別のユーザーが同じセルに入ってくると、自動的に50／50のリソース共有に切り替わります。そのため、ユーザーはフェア・ユース・ポリシーを享受し、各通信事業者は所有する無線リソースを最大限に活用して、運用と無線リソースの活用を公正に保つことができます。したがって、MOCNが配備されている環境ではQoSの問題はないと言えます。

ファーウェイ: MOCN RAN共有の技術サポートのほかに、御社はファーウェイのエンド・ツー・エンド・ソリューションに対してどのような期待や要望をお持ちでしょうか。

ウォン氏:当社はこれまで、MSC（Mobile Switching Center:移動通信交換局）、EPC、PCRFなどの2G、3G、LTEネットワークにファーウェイのエンド・ツー・エンド・ソリューションを装備してきました。従来のネットワークは異なる技術をお互いに閉じた形で採用していましたが、現在はさまざまな帯域での異なる技術どうしのスペクトル・リファーミング、2G/3G/LTEネットワーク全体でのリソースの蓄積、IPコアやIP-RANバックホールの共有、さらにMOCN RAN共有などにより、ネットワークの統合が進みつつあります。アーキテクチャが統合されると、これまでとは違った技術ソリューションが必要となります。たとえば以前の障害管理方法では、あるiManager M2000が2Gのみを監視し、別のiManager M2000が3Gまたは4Gのみを監視していましたが、現在はiManager M2000一台で統合ネットワークを監視しています。障害管理にはさらに、構成管理、トラブルシューティング、障害復旧のために、ネットワークのコンポーネントをより詳細に特定する機能が求められます。ネットワークのアーキテクチャが変化している状況を考えると、エンド・ツー・エンド・ソリューションをどのように適用していくかについて新しいアプローチが必要です。ファーウェイにはぜひそれを期待したいですね。

ウェアラブル時代の新たなビジネス・モデル

MWC2014で発表したファーウェイ初のリストバンド型ウェアラブル端末『TalkBand B1』。Bluetooth™ 4.1でスマートフォンやタブレットに接続し、本体から取り外せるヘッドセットにより最長7時間の連続通話が可能なほか、歩行数や消費カロリー、睡眠時間などのライフログを記録する

ウェアラブル・テクノロジーはインターネットのビジネス・モデルを変え、私たちが日々インターネットにアクセスする具体的な方法を変える。五感を補い、視覚、聴覚、記憶などの身体的な制限を克服することで、人類がその可能性を最大限に生かせる未来が訪れるだろう。

ファーウェイ2012ラボ メディア・テクノロジー・ラボ 張夢晗（Zhang Menghan）、王戎（Wang Rong）
『WinWin』Special Edition「Connecting the 4.4 billion unconnected」（ファーウェイ刊）より

より自然なコミュニケーションの実現

通信の究極の目的は、すべての人々が物理的な制約なく自由に、いつでもどこでも手軽にコミュニケーションできるようにすること、すなわち「通信をフェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションと同じぐらい自然なものにすること」だ。だが、現状のコンピューターやスマートフォンは技術的な限界や人工的なデザインのために直感的な操作性に欠けており、タッチスクリーンやアイコンなどに不慣れな人たちは「インターネットは苦手だ」と思ってしまう。とりわけ、高齢者や障害のある人たちにとっては、使いづらい機器が多い。ハードウェアやソフトウェアを設計する技術者と一般ユーザーの間には大きなギャップが存在しているのだ。

特別なニーズを持つユーザーを想定した端末機器も出まわってはいるが、携帯電話の場合はその多くがポケットやカバンの中にしまわれたままで、ユーザー・データの収集も十分にできていない。こうした現状は、ウェアラブル・テクノロジーの登場によって一新するだろう。携帯電話とは違い、ウェアラブル機器は人体に密着し、ユーザー・データを正確かつ長期間にわたって収集することができる。現在はまだ単に機器が作動して情報を収集するという受動的なやりとりが中心だが、技術が進歩すれば、いずれは機器

がユーザーの行動をより能動的に学習し、操作性を高めるといった使い方も可能になるだろう。

次なる成長へ

ウェアラブル・テクノロジーは萌芽期にあり、スマート・ウォッチやリストバンドなどの製品は真にインタラクティブな機器と呼ぶにはほど遠い。しかし、先行するこうした製品は今後の方向性を示唆している。マイクロソフトが最近発表したような音声入力による自動翻訳は、音声情報をテキストにしてディスプレイに表示することができる。同様に、もしグーグル・グラスが視覚情報を音声化できるようになれば、視覚障害のあるユーザーにとって便利な機能となるだろう。

これらは始まりに過ぎず、私たちの生活が本当の意味で変化するのはさらにその先だ。現在は、サイバー空間での営みと現実の日常生活はある程度分離されている。スマートフォンの画面を見るためにはいまやっていること（車の運転や歩行など）を中断し、画面上で用事を済ませてから、元の活動に戻る。だが、人間の五感を補うウェアラブル・テクノロジーははるかに直感的に利用できるため、オンラインの世界の機能や情報を現実の生活体験の中に持ち込むことが可能になる。

コスト構造の変化

このような技術の登場により、通信事業者のビジネス・モデルにも変革が求められる。ウェアラブル・テクノロジーが普及すれば、データは空気のようなものとなり、これまでのように「500MBで30ドル」といったような課金制度は通用しなくなる。ではどうすればよいのか？ その答えはウェアラブル・テクノロジーを取り巻くエコシステムにある。

現在のインターネットはコンテンツの消費が主な用途のひとつとなっており、ユーザーはホーム・ビデオを見るような感覚で最新のハリウッド映画をオンラインで視聴するが、そのためにはHD動画を配信できるだけの十分な帯域が必要とされる。コンテンツ配信に要する帯域分に関するコストをコンテンツ・プロバイダーが自ら負担することもあるが、ほとんどの場合、通信とコンテンツの料金を支払っているのはユーザーだ。

一方、ビッグ・データの重要性がうたわれる中、コンテンツ・プロバイダーはより多くのユーザー・データを求めている。ユーザーにとって価値があるのは自分たちがダウンロードする下りデータだが、コンテンツ・プロバイダーにとってはユーザーから上がってくる上りデータがきわめて貴重な情報となる。グーグルはユーザーの検索データの分析だけで多大な利益を上げているが、それは氷山の

ウェアラブル・テクノロジーが普及すれば、データは空気のようなものとなり、これまでのように「500MBで30ドル」といったような課金制度は通用しなくなる。

**コンテンツ・プロバイダーにとって、
下りデータが水だとすれば、
上りデータは金脈である。
ウェアラブル・テクノロジーは、
それを掘り起こすのに最適なツールなのだ。**

一角に過ぎない。コンテンツ・プロバイダーにとって、下りデータが水だとすれば、上りデータは金脈である。ウェアラブル・テクノロジーは、それを掘り起こすのに最適なツールなのだ。

人体ネットワークの可能性

ウェアラブル・テクノロジーと五感を持ったネットワークの登場にともない、BAN（Body Area Network）というコンセプトも提案されている。BANは、人体に取り付けられたさまざまなセンサーによってユーザー・データを収集するネットワークだ。ウェアラブル機器はネットワークそのものとして、あるいはそのコントロール・センターとして機能する。

BANのセンサーはIoT（Internet of Things:モノのインターネット）の延長であり、ネットワークの中のノードといえる。これらのノードは複数のインターフェースを通じてメインのネットワークと接続するとともに、オフライン時には独立したクローズドなサブネットワークの役割を果たす。これは「浸透型ネットワーク」とも呼べるもので、私たちの生活の隅々に徐々に入り込んでくるだろう。浸透型ネットワークは、ユーザーの手をわずらわせることなく、それどころか気づかれることすらなく、貴重なユーザー・データを大量かつ長期にわたって収集し、蓄積することができる。

現在インターネット上のユーザー・データはほとんどがテキスト・ベースで、音声と画像が若干あるのみだ。こうしたデータの中には有用な情報が多く含まれており、これらのデータを活用するためのデータ・マイニング技術も数多く開発されている。しかし、こうした情報よりもさらに重要なのは、脈拍や血圧、気温、外的環境など、ユーザーが提供する手段を持たないデータであり、これらを活用すれば医療、交通、公共の安全といった用途に役立てることができる。BANはこうした情報を収集するのに最適なツールだ。たとえば、犯罪現場を目撃したときに、ささやくだけで警察を呼び、それを合図に通報者が装着しているメガネ型デバイスが周囲の状況を自動的にスキャンして目撃情報を記録するといった使い方が考えられる。

新たな収益モデル

とはいえ、コンテンツ・プロバイダーにとって価値ある情報はやはりユーザーの嗜好に関するものだ。ネットワーク上にデータがあふれ、コンテンツ・プロバイダーがそのデータにアクセスするために通信事業者に料金を払うようになれば、ユーザーに課金されるインターネット使用料はさほど必要なくなり、いずれは完全になくなるかもしれない。

しかし、他のプレーヤーが先にデータを入手してしまうようでは、こうした事態は実現しない。世界最大のOTTであるグーグルが提供するブロードバンド・サービス「グーグル・ファイバー」は、通信事業者を完全に中抜きにしてユーザー・データを収集する試みだ。中小のコンテンツ・プロバイダーはいずれ、サービスを提供するためにネットワーク上のデータにアクセスしたいと、通信事業者の協力を求めるようになるだろう。彼らがグーグルと競争するためにはそれ以外に道はない。これはインターネット企業の収益モデルにも類似している。無料のサービスを提供し、広告とユーザーの行動データ収集から利益を得るのである。

ウェアラブル・テクノロジーは私たちがインターネットにアクセスする方法に変化をもたらし、このイノベーションは、ICTに革命を起こす。ユーザーと端末とのやりとりがより便利になり、さらに多くのソースから情報が得られるようになって、インターネット使用料がゼロに近づいていく日も遠くない。ウェアラブル機器が人間の五感を補完し、身体的な弱点による限界を克服し、思い通りのライフスタイルをかなえる、無限の可能性を持った「つながる世界」の扉がまもなく開かれる。

Huawei Global Nodes & Links

世界のファーウェイから

人材育成とパートナーシップで拡大する ファーウェイ・ロシア

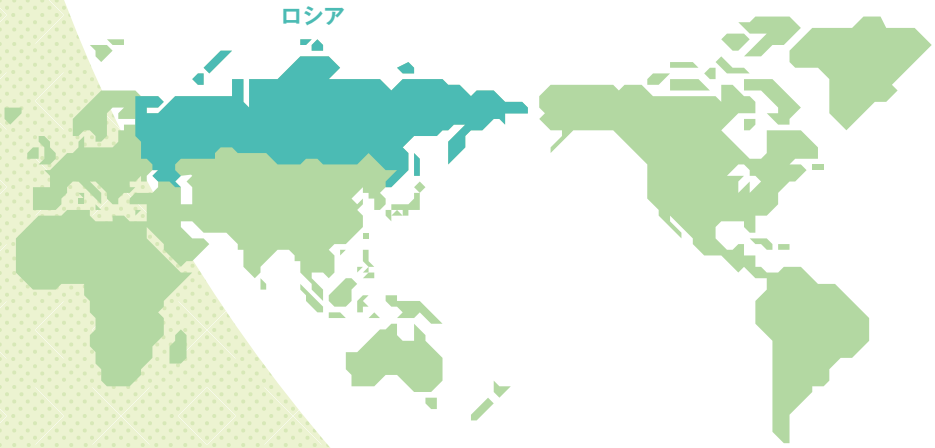
ファーウェイは140以上の国々に事業拠点を持つグローバル企業です。このコーナーでは世界中に広がるファーウェイのビジネス・ネットワークの中から毎回ひとつのオフィスを紹介し、各国でファーウェイがどのようにビジネスを展開しているのか、また現地との文化交流の様子などを、各地の広報部員によるレポートでお伝えします。今回は、ファーウェイの最初の海外拠点であるファーウェイ・ロシアを、同社の広報部マネージャー、タチアナ・フォミチェワ（Tatyana Fomicheva）がご紹介します。

ファーウェイ・ロシア

設立：1997年
所在地 ： モスクワ、サンクトペテルブルク、ニジニ・ノヴゴロド、サマーラ、カザン、ウファ、ロストフ・ナ・ドヌ、クラスノダール、エカテリンブルク、ノヴォシビルスク、ウラジオストク（計11か所）
従業員数：約1,740名（2014年1月現在）

ロシアの通信事情

固定電話加入者数・普及率：4,290万人・30.06%
携帯電話加入者数・普及率：2億6,189万人・183.52%
インターネット普及率（利用者ベース）：53.27%
固定ブロードバンド加入者数・普及率：2,066万人・14.48%（ITU調べ、2012年現在）
主要通信事業者：MTS（Mobile TeleSystems）、メガフォン（MegaFon）、ヴィンペルコム（VimpelCom）、ロステレコム（Rostelecom）、Tele2、ヨタ（Yota）



海外進出という挑戦

1997年、ファーウェイ・ロシアはファーウェイ初の海外オフィスとしてモスクワに開設されました。当初はわずか3名の従業員で、現地企業との共同出資で工場を設立するところからスタートしました。ソ連崩壊後の混乱と1998年の財政危機を受けて経済が停滞する中、無名の中国企業が従業員の平均年齢26歳という若く小さなチームで、大手企業ばかりの通信業界に新規参入するのは、かなり無謀な挑戦でした。

しかし、地道な努力によりお客様にファーウェイの技術力をわかっていただくことで少しずつ信頼を築き上げ、15年余りで着実に事業を拡大。現在、従業員数は1,740名（うち85%が現地採用）、国内11都市にオフィスを構えるほか、各地にサービス・センターや倉庫、研究開発拠点などを有しています。

通信インフラの急速な発展に寄与

ファーウェイ・ロシアは国内の主要な通信事業者と緊密に協業を行うことにより、同国の通信インフラを発展させ、通信サービスへのアクセスを向上してきました。

2010年からは最大手のMTSとともにロシア極東地域の通信設備のアップグレードを進めています。これは国内最大規模のモダナイゼーション・プロジェクトで、同地域内の3G基地局を923から2,051にまで増やし、既存設備をアップグレードしたことで、カバレッジ・エリアを3倍に拡大し、通信品質を大幅に向上させました。

2011年には、ロシアの3大通信事業者（MTS、ヴィンペルコム、メガフォン）が共同でチタ―ハバロフスク間の2,165キロメートルを結ぶアムール幹線道路沿いの携帯通信網の整備に着手し、ファーウェイは300以上の基地局向けに無線伝送装置を提供しました。これにより、道路の全行程で携帯通信が可能となったほか、15万人以上の周辺住民も3Gを含む

1 2011年に開催された通信オリンピックで優秀者にメダルを送るロシア情報技術・通信省顧問のセルゲイ・ミシェンコフ氏
2 メガフォンのLTE-Aネットワークは2月にモスクワで正式にサービスを開始し、その模様はバルセロナのMWC会場に中継で発表された。写真右端はサービス開始に立ち会ったニコライ・ニキフォロフ情報技術・通信大臣

通信サービスを利用できるようになりました。

LTEの発展においても当社は重要な役割を果たしています。2010年にロシア初のLTEネットワークの提供を開始したヨタは、2012年、ファーウェイを主要パートナーとして、モスクワなど5都市でWiMAXネットワークを完全にLTEへ移行させました。さらに同年、ヨタとファーウェイはモバイル通信では世界最速の300Mbpsを実現する世界初のLTE-A商用ネットワークを構築しました。このネットワークはその後ヨタのネットワーク部門を買収したメガフォンが引き継ぎ、今年2月にソチ・オリンピック会場でのフィールド・テストを経て、モスクワで正式にサービスを開始しています。

多角的な事業展開でロシア市場に根差す

2001年にモスクワにオープンしたR&Dセンターでは、約100名の専門家がメディア（動画、3Dなど）、通信（無線、光など）、情報技術（クラウド、セキュリティなど）の3分野で数年内の実用化を視野に入れた革新的な技術を研究開発しています。

同じく2001年、当社はモスクワ通信情報工科大学と共同で、通信業界で活躍する人材を育成するトレーニング・センターも開設しました。同センターではこれまでロシアとCIS（独立国家共同体）の主要な通信事業者の従業員1万5,000人以上が通信システムの設計や運用など最新技術のトレーニングを受けています。

2010年には法人向け事業もスタートし、政府機関や金融部門のお客様にソリューションを提供しています。また、2011年に開始した端末事業では、「ファーウェイ」という発音がロシア語では難しいこともあってブランディングに苦心しましたが、スマートフォンの普及にともない徐々に認知度とシェアを高めています。

ロシアの将来を見据えた人材育成

教育が重要な課題となっているロシアで、ファーウェイは教育機関との連携を通じたICT人材の育成に力を入れ、若者たちに専門教育の機会を提供し、通信業界の発展に寄与することを目指しています。

ファーウェイは世界各地で高等教育機関とHANA（Huawei Authorized Network Academy）というパートナーシップを構築し、ICTのさまざまな分野におけるプログラムを実施しています。2012年、ロシアで最初のHANAをサンクトペテルブルグ・ボンシェ＝ブルイエビッチ通信大学とモスクワ工科大学で立ち上げ、最新の通信機器を提供してトレーニングを行っています。

また、新卒採用にも積極的に取り組んでいます。2011年にはキャリア・フェアに参加した学生に在学のまま現場で技術研修を受けてもらい、学位取得後、あらためて社員として採用するという試みを実施しました。今後も国内の教育機関と人材面で協力を続け、夏季インターンシップなども検討していく予定です。

ファーウェイにとって海外市場へのデビューの場となり、会社として大きく成長するきっかけを与えてくれたこの国に、これからも事業と人材育成を通じて感謝の気持ちを表していきたいと考えています。

3 4 自然災害の被災地支援にも積極的に取り組んでいる。2012年に集中豪雨による大規模な洪水に見舞われたロシア南西部のクリムスク市では、被害にあった幼稚園2園の園舎再建のために100万ルーブル（約300万円、1ルーブル3円換算）を寄付するとともに、従業員による募金活動も行った

タチアナ・フォミチェワ
（Tatyana Fomicheva）

ファーウェイ・ロシア
広報部マネージャー

通信業界を専門とするジャーナリストからPRへ転身し、2011年にファーウェイに入社。ファーウェイとはジャーナリスト時代から交流があり、国内のオフィスに取材に訪れたこともあった。ICTの知識とメディアでの経験を生かし、ファーウェイの革新的な技術やグローバルな事業展開について情報を発信する仕事にやりがいを感じている。深圳の本社をはじめ、北京、上海、香港など中国各地に出張する機会も多く、これまで知らなかった中国について理解を深めるとともに、本社や各国の同僚から多くを学ぶことが自身の成長につながっている。

HUAWEI Japan Device Update

ますます広がる豊富なラインナップ。
ファーウェイ・ジャパンの端末最新情報をご紹介します。

スーパーフォーミュラ参戦チーム『DANDELION RACING』とスポンサー契約を締結

ファーウェイ・ジャパンは、全日本選手権スーパーフォーミュラシリーズに参戦する『DANDELION RACING（ダンディライアン レーシング）』を保有する有限会社ダンディライアンと、スポンサー契約を締結しました。

1989年に設立されたDANDELION RACINGは、1999年よりフォーミュラニッポン（現スーパーフォーミュラ）に参戦、2004年にシリーズチャンピオンを、2012年にはチームチャンピオンを獲得。今年度はF3や米インディーカーシリーズで活躍した武藤英紀選手、F3からステップアップした野尻智紀選手の2選手でシリーズに挑みます。

ファーウェイは「進化へのさらなる挑戦」に挑む同チームとのスポンサー契約により、常に業界をリードする「技術革新」に取り組むファーウェイの姿勢をアピールするとともに、幅広い世代から支持を集めるレーシングスポーツをサポートすることで、さらにブランド認知拡大を図ります。

「本契約により、“ICT 業界”と“レーシングスポーツ”という異なる分野で、常に進化に挑み続ける2つの組織の強力なパートナーシップが実現します。また、子どもの憧れでもあるレーシングスポーツをサポートすることをきっかけに、未知の可能性にあふれた若い世代に、夢を与える活動などに取り組んでまいります」と、ファーウェイ・ジャパン端末事業部長の呉波（Wu Bo）は述べています。

ファーウェイのロゴが入った車両は3月2～4日に鈴鹿サーキットで開催された公式テストにて初お目見えしました。今後のレース日程は左記のとおりです。HuaWave読者の皆様も、ぜひ応援をお願いいたします。

今後のレース日程

第1戦： 4月11～13日 ／ 鈴鹿サーキット（三重県）
第2戦： 5月16～18日 ／ 富士スピードウェイ（静岡県）
第3戦： 7月11～13日 ／ 富士スピードウェイ（静岡県）
第4戦： 8月22～24日 ／ ツインリンクもてぎ（栃木県）
第5戦： 9月12～14日 ／ オートポリス（大分県）
第6戦： 9月26～28日 ／ スポーツランドSUGO（宮城県）
第7戦：11月 7～ 9日 ／ 鈴鹿サーキット（三重県）

『Wi-Fi STATION HW-01F』が世界で権威のあるデザイン賞「iFプロダクトデザイン賞」と「レッドドット・デザイン賞：プロダクトデザイン」をダブル受賞

3月22日にNTTドコモから発売された『Wi-Fi STATION HW-01F』が、世界3大デザイン賞のうちの2つ、ドイツのハノーバー工業デザイン協会による「iFプロダクトデザイン賞」とノルトライン・ヴェストファーレン・デザインセンターによる「レッドドット・デザイン賞：プロダクトデザイン」をダブルで受賞しました。

初心者でも簡単に利用できるよう、スマートフォンやタブレットなどさまざまな家電で浸透しつつあるタッチパネルを採用し、優れた操作性を実現した『Wi-Fi STATION HW-01F』。初めてモバイルWi-Fiルーターをお使いになるお客様に向けて、実用的な機能重視の通信機器としての側面だけでなく、ファッション小物として持ち運びやすいコンパクトなボディと、アクセントのフロントパーツのヘアライン加工、またモバイルWi-Fiルーターとしては目新しいオレンジとホワイトの2色のカラーバリエーションを揃えるなど、デザイン性にもこだわっています。使いやすさと洗練されたデザインが高く評価され、今回の受賞につながりました。

Wi-Fi STATION HW-01F

reddot award 2014 winner

鮮やかな動画が24時間楽しめるコンパクト・タブレット『MediaPad 7 Youth』を発売

MediaPad 7 Youth

ファーウェイが株式会社ジュピターテレコム（以下、J:COM）に提供した、手軽に動画が楽しめる7インチのコンパクト・タブレット『MediaPad 7 Youth』が2月1日に発売されました。

『MediaPad 7 Youth』は、コンパクトなボディで、外出先から就寝前まで24時間、あらゆるシーンで優れたユーザー体験を提供するマルチなタブレット。Android 4.1、1.6GHzデュアルコア・プロセッサ、7インチの静電容量型10点タッチスクリーン搭載により、滑らかな操作感でゲームがプレイできるほか、フルHDビデオで映画やドラマが鮮やかな画面で楽しめます。

アルミニウムを採用したスタイリッシュでコンパクトなボディは、外出先への持ち運びはもちろん、家庭でも、リビングからベッドルームまで、好きなときにいつでも気軽にインターネットが楽しめます。また、ケーブルテレビ用セットトップボックス連携（ケーブルDLNA）に対応し、ライブ放送や、録画番組をタブレットでもお楽しみいただけます。

J:COMは、新しいセットトップボックス『Smart J:COM Box』の提供開始を記念して、『MediaPad 7 Youth』10万台無料キャンペーンを実施しています。

※1 Smart TV Boxを利用する「スマートお得プランEX」「スマートセレクトEX」もキャンペーンの対象です。

5月6日までにスマートテレビサービス「スマートお得プラン」「スマートセレクト」にご加入いただいた方に、タブレットを初期費用・月額料金すべて無料でご利用いただけるキャンペーン※1です。詳細はキャンペーンサイト（http://smart.jcom.co.jp/）をご確認ください。

デジタルフォトフレーム部門で2年連続トップシェア『dtab』は「価格.comプロダクトアワード2013」で銅賞を受賞

dtab

PhotoVision TV 202HW

ファーウェイ・ジャパンは、株式会社BCNが発表した「BCN AWARD 2014※1」にて、2013年に続き、デジタルフォトフレームの年間販売トップシェアメーカーであることを表す「最優秀賞」を受賞しました。2009年に初めてデジタルフォトフレームを発売してから、ファーウェイ・ジャパンは最新の通信機能や動画再生、フルセグ視聴、防水対応などにより製品を進化させ、トップメーカーとして常に市場をリードしてきました。これまでに、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクモバイルの3社にデジタルフォトフレームを提供しています。

また、ファーウェイ・ジャパンがNTTドコモに提供したタブレット『dtab』が、株式会社カカクコムが発表した「価格.comプロダクトアワード2013※2」のタブレットPC（端末）・PDA部門にて銅賞を受賞しました。『dtab』は日本の市場ニーズに応える製品として開発したもので、多くのお客様から高い評価をいただき、ファーウェイとしては初の「価格.comプロダクトアワード」受賞となりました。

ファーウェイ・ジャパンは、今後も革新的な技術で優れたユーザー体験を提供し、日本のお客様に支持していただける製品を展開してまいります。

※1 「BCN AWARD2014」は、BCNが集計する全国の主要な家電量販店、パソコン専門店、ネットショップの実売データに基づき、2013年1月1日から12月31日の期間における販売台数累計第1位のメーカーを表彰する賞です。
※2 「価格.comプロダクトアワード」は、ユーザーから寄せられたクチコミ情報や製品レビューなど、ユーザーの感想をもとに、本当に支持の高い製品を選出する賞です。

端末に関する情報は、Twitter、Facebook、LINEでもご覧いただけます。

Twitter：@HUAWEI_Japan_PR　Facebook：ファーウェイ・ジャパン/HUAWEI JAPAN　LINE：ファーウェイ・ジャパン/@huawei-japan

HUAWEI Global Highlights

ファーウェイとテレフォニカ、UNICA仮想化インフラストラクチャのPoC試験を完了

2014年2月24日、テレフォニカと共同で、同社の将来のICTインフラとなるUNICAインフラストラクチャ・プロジェクトのPoC（Proof of Concept：概念検証）試験を実施し、第2フェーズを完了したことをMWC 2014で発表しました。

このPoC試験では、仮想データセンターの運用保守、SDN、通信事業者サービスのクラウド展開、OpenStackへの準拠などを網羅する188件のテストなどが実施され、ファーウェイのvIMS（Virtual IP multimedia Subsystem）とVAS（value-added service：付加価値サービス）クラウドがこのプラットフォーム上で検証されました。その結果、UNICAインフラストラクチャにより、各地に分散したデータセンターの一元的な管理、部門間・運用統制室間で効率的にデータを共有するための仮想データセンターの実現、通信事業者サービスと社内アプリケーションの迅速な提供が可能であることが確認されました。

ファーウェイは24日の発表に続き、26日にはテレフォニカ最高技術責任者のカエターノ・カルバホ（Cayetano Carbajo）氏、OpenStack財団エグゼクティブ・ディレクターのジョナサン・ブライス（Jonathan Bryce）氏らをゲストスピーカーに招いてオープン・クラウド・サミットを開催し、キャリア・クラウド分野における最新の業界動向を業界関係者と共有しました。

2月24日に行われたテレフォニカ、ファーウェイ両社首脳によるMOU調印式。写真左より、テレフォニカ　グローバルCTOのエンリケ・ブランコ・ナダレス氏、ファーウェイ取締役副会長の胡厚崑（ケン・フー）

2014年1月15日

2013年度業績見通しを発表

2013年度の業績見通し（未監査※1）を発表しました。ファーウェイの最高財務責任者（CFO）孟晩舟（キャシー・メン）は、同社の2013年度の全世界売上高が2,380億元～2,400億元（約4兆1,198億円～4兆1,544億円※2、前年比8%増）に、営業利益が286億元～294億元（約4,951億円～5,089億円※2、前年比43%増）に達する見通しであることを発表しました。また、経営構造を簡素化し、事業運営の効率を向上させた結果、営業活動によるキャッシュフローと負債比率も安定的に推移しています。

※1 数値はすべて監査前の速報値。
監査後の決算は2014年第2四半期に発表予定。
※2 1人民元＝17.31円で換算（2013年12月31日現在）

2014年2月21日

SDNとNFVソリューションのトップ・サプライヤーとして評価

米国の調査会社カレント・アナリシスが実施したSDNとNFVに関する調査において、ファーウェイは通信事業者各社よりSDN・NFVソリューション分野のトップ・サプライヤーとして評価されました。世界各地の通信事業者のCTOやCMO（最高マーケティング責任者）など幹部約100名から回答を得た今回の調査で、ファーウェイは複数の分野で高く評価され、通信事業者がSDNソリューションの購入を最も望むベンダー（69%）、購入を検討中あるいはすでに購入済みであるベンダー（79%）として首位となりました。ファーウェイが2012年に発表したSoftCOMソリューションは世界中の通信事業者に採用され、効率性向上やコスト削減といった課題に対応し、クラウド時代に仮想化やICTのコンバージェンスが進む中で新たなビジネス・チャンスを生み出しています。

2014年2月24日

テレノール・ノルウェー、ファーウェイのLampSiteソリューションを導入

テレノール・ノルウェーとともに、同社のオスロ本社ビル内のモバイル・ネットワーク・カバレッジを強化するため、ファーウェイの『LampSite』屋内スモールセル・ソリューションを導入したことをMWC 2014で発表しました。今回の導入はノルウェーにおける大規模なLTEネットワークの展開を大きく前進させる重要な転機であり、ファーウェイのLTE向け『LampSite』ソリューションが商用ネットワーク上で活用された初のケースとなります。

2014年2月26日

チャイナ・モバイルと画期的な『CloudEdge』ソリューションを発表

MWC 2014において、チャイナ・モバイルと共同でvEPC（virtualized Evolved Packet Core）とMANO（Management and Orchestration）を採用した仮想IMS（IP Multimedia Subsystem）のデモを実施しました。これらはファーウェイの『CloudEdge』ソリューションが提供する機能の一部で、通信事業者の円滑なクラウド移行をサポートし、クラウド化が提供する価値をモバイル・ブロードバンドに活用できるよう支援するものです。

その他の主なニュース

2014年 2月17日	ペルー全国をカバーするモバイル・ネットワーク構築プロジェクトにおいて1万セット以上のアクティブ・アンテナユニット（AAU）を提供
2014年 2月17日	光ファイバー網上で40Gbpsを実現する次世代通信技術『TWDM PON』のプロトタイプを発表
2014年 2月18日	テリアソネラ、銅線上で1Gbpsのデータ通信速度を実現するFTTdp/G.FAST技術を用いたフィールド・トライアルをヘルシンキの商用ネットワーク上で実施
2014年 2月24日	ファーウェイのU-LTEソリューション、携帯電話事業者に新たなビジネス機会を創出
2014年 2月25日	韓国LGユープラスと共同で3キャリアを束ねた世界初のキャリア・アグリゲーション・デモをMWC2014において実施、450Mbpsのデータ通信速度を達成
2014年 3月 3日	ファーウェイ、第5世代携帯電話の業界団体5GPPPの主要メンバーに、100Gbpsを超えるデータ通信速度の達成をMWC2014で発表
2014年 3月 6日	ボーダフォンより、同社の欧州・アフリカ15か国における無線ネットワーク拡張5か年計画「Project Spring」の第1フェーズを受注

HUAWEI Japan Highlights

2014年2月7日

慶應義塾大学環境情報学部に研究・実験用機材を寄贈

村井純学部長（写真右）とファーウェイ・ジャパン代表取締役社長・閻力大（Yan Lida）

慶應義塾大学の湘南藤沢キャンパス内にある環境情報学部（学部長：村井純教授）にファーウェイの最新インテリジェント・スイッチ製品『CloudEngine 6800』ほか一式を研究・実験用機材として寄贈しました。ビッグデータやクラウド時代のICTインフラを支える基幹通信網やデータセンターなどでは非常に高い運用性能が必要とされます。同学部では今回寄贈した機材を次世代高速通信網の構築に関する高度な研究に活用していただく予定です。ファーウェイはこうした最先端機器の寄付をはじめ、さまざまな形で高等教育機関と連携し、ICTにおけるさらなるイノベーションの実現に貢献していきます。

2014年2月12日

社員向け「日本語教室」「中国語教室」を開始

中国語教室の授業風景

ファーウェイ・ジャパン翻訳センターの主導による「異文化交流プロジェクト」の一環として、社員を対象とした日本語教室、中国語教室を開始しました。いずれも翻訳センターのスタッフが講師となり、10数名の受講者が週1回、終業後に90分間の授業を受けています。言語だけでなく互いの文化や慣習についても理解を深め、業務内外でのコミュニケーションの円滑化に役立てることを目標としています。

2014年2月18日

SDN Conference 2014にて講演

東京ミッドタウンにて行われた『SDN Conference 2014』において、ファーウェイのソリューション&マーケティング部SDNチーフ・プラニング・オフィサー田勇（Tian Yong）が、「SDNベスト・プラクティスから考察するネットワーク再定義」と題する講演を行いました。ファーウェイのSDN戦略やアーキテクチャ、SDN分野における業界への貢献を紹介し、SDNの主要テクノロジーとビジネス・バリューについて、サービス・チェーン、インターネット・データセンター、WAN、モバイル・バックホールなどにおけるSDNのベスト・プラクティスに対する考察を交えながら解説し、多くの来場者の関心を集めました。

2014年3月7日

オーライソフトウェアと合同セミナーを開催

ファーウェイ・ジャパン法人ビジネス事業本部は、ビデオ会議システム領域のパートナーであるオーライソフトウェア株式会社と共同で『One Teamセミナー』を開催しました。このセミナーは両社がパートナーシップを深化させ、目標を共有するひとつのチームとしてともに市場を開拓していくことを確認するものです。セミナーではビデオ会議システムの市場動向に関して情報交換し、今後の販売戦略を明確化しました。

2014年4月16日～18日

『第14回光通信技術展（FOE2014）』に出展

東京ビッグサイトで開催される『第14回光通信技術展（FOE2014）』に出展いたします。今回は初のブース出展となり、「Lighting the Next」をスローガンに、LTEフロントホール、4K動画配信、次世代光通信の領域におけるファーウェイの製品とソリューションをご紹介します（ファーウェイ・ジャパンブースNo.東4ホール 21－45）。詳細はFOE2014のウェブサイト（http://www.foe.jp）をご覧ください。

2014年5月28日～30日

『ワイヤレスジャパン2014』にて講演

東京ビッグサイトにて開催される『ワイヤレスジャパン2014』において講演を行う予定です。講演内容は、近日中に当社ウェブ・サイトおよびワイヤレス・ジャパン公式サイト（http://www8.ric.co.jp/expo/wj/）にて発表いたします。

2014年6月10日～13日

『Interop Tokyo 2014』に出展

幕張メッセで開催される『Interop Tokyo 2014』に出展する予定です（出展期間は11日～13日）。ShowNet、展示および講演内容などについては近日中に発表いたします。

ファーウェイ本社およびファーウェイ・ジャパンの最新情報は
www.huawei.com/jp/about-huawei/newsroom/index.htm でご覧いただけます。
また、ファーウェイ・ジャパンのCSR活動を紹介する小冊子
「サステナビリティ・レター～私たちができること～」もあわせてご参照ください。

Profiling HUAWEI People in Japan ファーウェイピープル

Name
金 銀実（Jin Yinshi）

吉林省出身。電気通信大学大学院情報システム学研究科修了。無線基地局のパラメータ設定を担当。

Q 入社を決めた理由は？

国籍、年齢、経験を問わず、やる気のある人にはチャンスをくれる会社だと感じたからです。会社の期待に応え、ともに成長していきたいと思いました。

Q 入社後に想像と違っていたことは？

入社前は「努力すれば評価されるだろう」と思っていましたが、会社で重要なのは努力よりも能力。努力しても成果を出せなければ評価は低くなります。もちろん努力も必要ですが、それによって能力を向上させることが必要なのだと痛感しました。

Q 仕事でやりがいを感じるのは？

自分の仕事によって、人々がつながっていると感じたとき。毎日新しいことに挑戦し、新しい知識を身につけること。

Q 初任給は何に使いましたか？

バドミントンのラケットを買いました。会社のバドミントン・サークルにも入っていて、毎週プレーしています。

新入社員へのメッセージ

経験がなければわからないことがたくさんあるのは当然です。問題を分類して、誰に、何を、どのように聞けばいいのか整理しておき、積極的に質問することで、自ら学ぶ機会をつくることが大切だと思います。

Name
村瀬 真悟（むらせ しんご）

神奈川県横須賀市出身。上智大学大学院理工学研究科修了。ネットワーク機器導入時の初期不良検証を担当。

Q 入社してよかったと感じることは？

グローバルに成長している企業で最新の通信技術に関わることができるのはとても刺激的です。特に日本は世界でも非常に質の高い通信環境が求められるため、常に高品質で最先端の機器が導入され、エンジニアとしてスキルアップできる環境があると感じています。

Q 仕事を通じて学んだことは？

技術的な問題について本社のR&D担当者とやりとりする機会が多く、緊密なコミュニケーションの重要性を学びました。こうしたやりとりを通じて、通信技術に関する知識もさらに深めることができます。また、チームワークを強く意識するようになり、チームで連携して問題を解決することが大切だと実感しています。

Q 初任給は何に使いましたか？

両親に焼肉をごちそうしました。残りは新しい通勤バックや財布を買ったり、引越し費用に充てたりしました。

新入社員へのメッセージ

自分の仕事がどのような役に立つのかを常に考えながら仕事をすると、目的が明確になり、モチベーションを上げることができると思います。自分自身の成長について長期的な視野で考えることも必要ですね。

Name
鄧 平（Deng Ping）

江蘇省出身。早稲田大学大学院経済学研究科修了。マルチベンダー統合テストのサポートを担当。

Q 入社を決めた理由は？

中国でICT分野で最も影響力と将来性のある企業とされているファーウェイが、日本ではあまり知られていないことを残念に思っていました。ファーウェイ・ジャパンが現地化強化の一環として新卒採用を開始したと聞き、留学生として両国を知る強みを生かし、日本社会とファーウェイとの信頼関係を築くことに貢献したいと思い、入社を決めました。

Q 仕事を通じて学んだことは？

社内共通語は英語なので、日々の仕事を通じて英語力をレベルアップしています。また、グローバルな社内環境で多様なバックグラウンドを待つ方々との交流を通し、物事を多角的に分析し、相手の立場になって考える力を身に付けました。私は文系出身ですが、自社製品の特性をお客様にきちんと伝えられるよう、技術に関しても勉強しています。

Q 初任給は何に使いましたか？

自分とファーウェイの成長を記録しておきたいと思い、一眼レフカメラを買いました。

新入社員へのメッセージ

社会人になって、自分自身の行動は会社の評価につながるという責任感を感じるようになりました。たいへんなことはたくさんありますが、それを経験するからこそ人間力を磨き、成長していけるのだと思います。

**2013年度から新卒採用を開始したファーウェイ・ジャパンは、
今年も4月1日に新たな新卒入社社員を迎え入れます。
今回のファーウェイ・ピープルでは、社会人2年生となった昨年の新卒入社社員から
後輩となる今年の新入社員へのメッセージを語ってもらいました。**

Name
川上 かおり（かわかみ かおり）

岐阜県高山市出身。電気通信大学大学院情報システム学研究科修了。基地局建設工事の進捗管理や破損物品の交換などを担当。

Q 入社を決めた理由は？

大学院在学中にブルガリアに留学した経験から、グローバルな環境で仕事をしたいと思うようになりました。選考の過程で製品の品質の高さやグローバル企業としての将来性、ダイバーシティに富む社風を知り、ここでしかできないことをやってみたい、ここでならいまよりも成長できると考え、入社を決めました。

Q 仕事でやりがいを感じるのは？

新しい仕事に次から次へとチャレンジさせてもらえ、新しいことを覚え、さらにそれに関わるお客様や社内の方々とつながりができることにとてもやりがいを感じます。自主性を重んじ、ミスがあってもフォローしてくれる上司のもとで働けるのはとても幸せなことだと感じています。

Q 初任給は何に使いましたか？

留学から戻って以来2年間テレビのない生活をしていたので、初めての液晶テレビを買いました。

新入社員へのメッセージ

部門をまたいで仕事をする機会が多いので、社内ネットワークを積極的につくることが大切です。いままで知らなかった人や物事を学ぶきっかけにもなり、自分自身の糧にもなります。新卒組でもぜひ飲みに行きましょう!

Name
森 彩人（もり あやと）

大阪生まれ、千葉育ち。芝浦工業大学大学院電気電子情報工学専攻修了。ネットワーク機器の点検検証を担当。

Q 入社を決めた理由は？

ファーウェイを初めて知ったのは、あるニュース番組でアフリカの携帯基地局をつくるプロジェクトを紹介していたときでした。本当に必要とされているところにその土地のニーズに合わせたソリューションを提供し、困難に立ち向かっていく姿勢に共感し、自分もそうした企業の一員になりたいと思い、入社を決めました。最新の技術に日々触れることができるのも魅力でした。

Q 仕事を通じて学んだことは？

学生のころは何事も気合いと根性で乗り切ることが多かったのですが、長期的に考えるとそれだけではだめだということに気がつきました。いまでは常に「大事なことは何なのか」をよく考えてから行動するようになりました。

Q 初任給は何に使いましたか？

身近な人に日頃の感謝を表したいと思い、両親、妹、祖父母の家族全員を連れて食事に行きました。

新入社員へのメッセージ

仕事は自発的にやるほど面白さがわかるもの。いかに面白がれるかを考えるのは楽しいことです。ファーウェイは、工夫を認めてもらえたり、意見が言いやすい職場です。1年目だからと臆せず、思ったことや意見を伝えていきましょう。

Name
劉 亦晨（Liu Yichen）

上海出身。早稲田大学大学院基幹理工学研究科修了。ネットワークの改善・拡張時の製品導入を担当。

Q 入社してよかったと感じることは？

多様なバックグラウンドを持つ社員の皆さんと一緒に仕事ができることです。また、入社後の研修が充実していたこともよかったです。社外研修で社会人としてのマナーや現場実務を学んだ後、中国本社の指導員による遠隔講義と本社のトレーニング・センターでの研修を受け、通信技術の基礎とファーウェイ製品について3か月間じっくり学ぶことができました。研修で得た知識はその後の業務にとても役立っています。

Q 仕事を通じて学んだことは？

物事に対する責任感が強くなったと思います。些細な不注意でも深刻な障害につながることがありうるので、すべての言動に責任感を持ち、慎重に仕事を進めるようにしています。

Q 初任給は何に使いましたか？

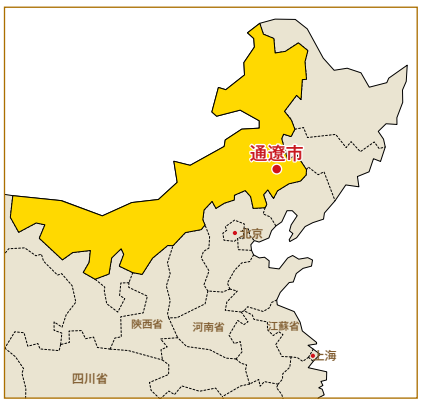
母のお気入りのレストランで両親に食事をごちそうしました。あとはスーツや革靴などを購入しました。

新入社員へのメッセージ

最初は覚えることが多くてたいへんですが、先輩や同僚に積極的に質問して知識を身に付けていけば、仕事を楽しめるようになります。お客様から感謝の言葉をいただけると、この仕事をしてよかったなと実感しますよ。

Roaming China

漫遊中国



通遼市近郊に広がる草原（撮影:Ann Lee）

My Home Town in China

モンゴル族と漢民族の文化が融合する街

内モンゴル自治区通遼市（つうりょうし）

包 紅征（Bao Hongzheng）
日本語翻訳センター　首席通訳

フリーランスの通訳者として国際会議やニュース番組など多岐にわたる現場で経験を積む。2012年10月にファーウェイ・ジャパンに入社し、初めて「会社員」となる。日本語、中国語ともに速く、正確で、わかりやすい同時通訳は社内外から高く評価されており、重要な会合やイベントにはなくてはならない存在。一男一女の母でもある。

地球のてっぺん、内モンゴル

内モンゴル自治区は日本の3倍の面積があり、西は甘粛省（かんしゅくしょう）から東は黒竜江省（こくりゅうこうしょう）まで8つの省と接しながら東西に長く伸びています。その南東部に位置する通遼市が私の故郷で、北京の大学に入学するまでここで育ちました。

内モンゴル自治区という名称ながら、現在は住民の8割近くが漢民族ですが、私自身はモンゴル族です。中でも通遼は地理的に東北各省に近く、2つの民族文化が融合している地域です。市の中心部は東京郊外のような街並みですが、少し足を延ばせばそこは草原や砂漠。内モンゴルの人が他省の人に自己紹介するときに「地球のてっぺんから来ました」と表現することがあります。私も北京で出会った友人に「馬に乗って来た」と言って真に受けられたことがありますが（笑）、実際には鉄道の幹線が集まるハブでもあり、近隣の大都市にアクセスしやすいところです。

自然が生んだ豊かな食文化

内モンゴルはソバの実の産地としても有名です。日本にも多く輸出されており、麺にして温かいスープに入れたり、クレープのような生地にして焼いたりと、ソバを使った料理は重要な食文化の一部となっています。

酪農も盛んなため乳製品も豊富で、牛乳を煮詰めて固めた奶豆腐（ナイドウフ）と呼ばれるチーズなどが特産品です。牛肉や羊肉もよく食べますが、我が家では母の意向で食卓にほとんど登場せず、私が初めて羊肉を食べたのは北京に出てきてからでした。

左）ソバ作りの技術は自治区の無形文化遺産にもなっている
右）奶豆腐

ファーウェイとの運命の出会い

子どものころ日本のドラマやアニメを見て日本にあこがれ、高校と大学で日本語を学びました。その後来日して通訳の仕事をはじめ、フリーで国際会議や法廷などで通訳していました。

ファーウェイでの仕事も最初はフリーで引き受けたのですが、これが私にとって生涯忘れることのできない体験になりました。2011年3月11日、ファーウェイ・ジャパンの幹部社員が熱海で宿泊研修を行い、通訳として同行していたとき、東日本大震災に遭遇したのです。地震発生後の混乱の中、社員たちは夜遅くまで会議を続け、東京のオフィスと連絡しながら震災対応の指揮を執っていました。プロの通訳として声の使い方には常に気を付けているのですが、このときばかりは途中で声を枯らしてしまいました。ファーウェイ社員の仕事への献身的な姿勢とパワーに圧倒され、この会社は何か違うぞと、強烈な印象を持ちました。

会社のために、社会のために

その後、縁あって社員として翻訳センターで働くことになりました。あの震災時の体験が、長年のフリーランス生活に終止符を打つという決断を後押したのだと思います。根っからの自由人で、会社組織に所属するつもりはなかったのですが、ここでならいままでにない貴重な経験ができそうだと思ったのです。フリーの通訳者は幅広い知識が求められますが、ひとつのテーマを深掘りすることはなかなかなく、これを機に通信という業界を深く掘り下げてみることも自分の成長につながると考えました。

いまでは通訳の仕事だけでなく、社員向け異文化コミュニケーション講座（p.29参照）の企画など、社内の日中交流を促進する活動にもかかわるようになり、企業の一員として会社のために、さらには社会のために何ができるかを考えられるようになってきました。ファーウェイに入社して、フリーでは得ることのできなかった広い視野を持てたことに深く感謝しています。

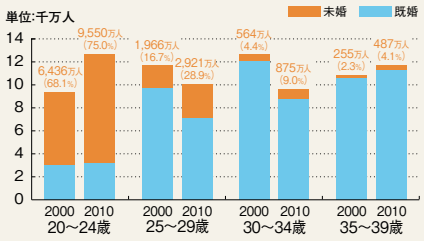
昨年ファーウェイ・ジャパンが復興支援の一環として岩手県山田町の子どもたちにタブレットを寄贈した際に通訳した縁で、同町の震災遺児に個人でクリスマス・プレゼントを贈呈。写真はお礼に贈られた手作りの貝細工と手書きのカード

Did you know? データが語る中国のいま

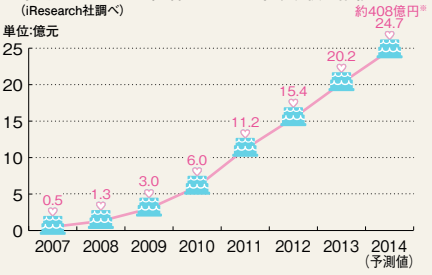
この十数年、経済の発展とともに大きな変化を遂げてきた中国社会。
その現状を物語るさまざまなデータを通して、中国のいまを切り取る。

結婚事情の変化 進む晩婚化、ネット婚活が人気

■中国の年齢層別未婚者数・割合
（第五次・第六次全国人口普査をもとにした概算値。既婚者は離婚・死別含む）



■中国のオンラインお見合いサービス市場規模の推移
（iResearch社調べ）



中国ではここ数年晩婚化が進んでおり、30歳近くまで結婚しない「剰男（シェンナン）」「剰女（シェンニュ）」（剰は売れ残りの意）と呼ばれる人たちが増えてきている。左のグラフからは、10年間で20～30代の未婚者が人数、割合ともに増加していることがわかる。

晩婚の背景には高学歴化や家族観の変化などさまざまな要因があるが、豪華な披露宴や映画スターのような写真撮影をする「派手婚」ブームで結婚にかかる費用が増加していることもそのひとつ。中国では結婚するには男性が家を所有していることが必須条件とされるため、男性の負担はとりわけ大きい。ある試算では、中国国内で結婚に最もお金がかかる都市はファーウェイ本社の所在地でもある深圳で、披露宴や新婚旅行のほかに家や車の購入費も含めて合計208.2万元（約3,435万円※）は必要だとされている（新浪女性 http://eladies.sina.com.cn/qg/2011/0808/14541084211.shtmlより）。

こうした中、生涯のパートナーを見つける方法も変化してきている。中国ではもともとお見合い結婚が主流で、最近では大都市の公園で未婚の子を持つ親たちが集い、たがいにプロフィールを見せ合いながら息子や娘を売り込む「代理お見合い」が話題になった。一方、婚活サイトによる「オンラインお見合い」も盛んで、その市場規模は8年間で50倍近く拡大している。ちなみに、結婚相手として「ファーウェイ・ブランド」はかなりの人気で、ファーウェイ社員限定のお見合いサイトもあるという。

※1人民元16.5円換算

おもてなし in China

おもてなしの文化は日本の誇り —— とはいえ、友人やお客様をもてなす心は万国共通です。中国では特に、ともに食卓を囲んで交流を深めることを大切にします。おいしい料理やお酒を楽しみながら、心を開き、お互いにわかりあう。そうしたシーンで知っておくとちょっと役に立つ、中国流おもてなしマナーをご紹介します。

◆お酒編

日本と同じく、中国でも飲みニュケーションは互いの距離を縮める大事な手段です。日本とはちょっと違うお酒にまつわる中国の風習を知っておけば、お酒の席をよりいっそう楽しめることでしょう。

宴がはじまったらまずは乾杯。日本では最初に全員で乾杯するだけのことが多いですが、中国では宴会の最中にもひっきりなしにそこここで乾杯をします。特に、目上の人や地位の高い人には全員が個別に乾杯をしにいくのが礼儀。大きな宴会では乾杯のためにずらっと行列ができるほどです。この場合、グラスの位置は同じ高さではなく、目下の人が少し低い位置でグラスを合わせて乾杯をします。

また、特に招かれた席では手酌はしないほうが無難です。中国語ではお酒を自分で注ぐことを「自満（ズマン）」と言い、「自慢」と同じ発音になることから嫌われる行為とされていますが、なによりもお客様への気遣いが足りないというホストのメンツにかかわります。

円卓で魚料理が出てきたときに、魚の頭と尾の向きに座っている人（通常は主賓と招待者）が乾杯をしてお酒を飲むという余興もよく行われます。これは魚頭酒、魚尾酒と呼ばれ、主賓と招待者が魚の中でいちばんおいしいとされる頭（主に目玉）としっぽをつまみにお酒を楽しめるという趣向です。また、お酒を飲ませたい人の方向に頭と尾が向くようにテーブルを回したり、ルーレットのように回転させて止まった位置で頭と尾が向いた人がお酒を飲んだりすることもあります。この魚頭酒、魚尾酒の際には独特の乾杯の音頭があり、さまざまなバリエーションがあります。

日本では中華料理には紹興酒というイメージがありますが、紹興酒は浙江省紹興市でつくられる黄酒（米やキビからつくる醸造酒）の一種で、中国全土で一般的というわけではありません。4,000年以上もの歴史を持つ黄酒ですが、現在は中国国内の酒類生産量の4%を占めるにすぎず、白酒（穀類やイモ類を原料とする蒸留酒）のほうが多く飲まれています。また、ビールは常温で飲むことが多く、生ビールよりも瓶ビールの方が好まれますが、最近ではワインの人気も上昇していますが、中国でワインといえば赤ワイン。白ワインやスパークリングワインはあまり見かけません。

飲み過ぎたときには、アルコールの吸収を抑えるタンニンを多く含んだ中国茶をどうぞ。烏龍茶などの青茶や普洱（プーアル）茶などの黒茶は消化を助けるはたらきもあるので一石二鳥です。

HuaWave編集部おすすめのレストランで、中国流おもてなしを体験!

黄酒や白酒の豊富な品揃えとこだわりの本場中国料理が自慢の隠れ家レストラン『黒猫夜』。ほかではなかなかお目にかかれない珍しい地酒や郷土料理をお楽しみいただけます。HuaWaveでは読者の皆様のさらなる満足度向上のため、読者アンケートを実施しています。ご回答くださった方の中から抽選で3組6名様に、『黒猫夜』銀座店のディナーコース（1人1万円相当）をお楽しみいただける食事券を差し上げます。応募方法など詳しくは別紙アンケートをご覧ください。

『黒猫夜』銀座店 TEL 03-6280-6464

東京都中央区銀座7-8-15第二新橋会館8F
営業時間 月～金11:30～14:00、18:00～24:00
土18:00～24:00