

顧客情報を活用した複雑なポリシー設定が柔軟に 加入者中心のサービス制御でCS向上

パーソナライゼーションに注目が集まるなか、カナダのブリッジウォーター社が日本に上陸した。サブスクリバースセントリックなサービス制御を実現する同社ソリューションについて解説する。

文◎藤井宏治(ジャーナリスト)

近年、通信事業者、特に携帯電話事業者の間で関心が高まっているのが、サービスのパーソナライゼーション(個別化)だ。

加入者の登録情報や蓄積された行動履歴などに基づき、ユーザー毎にカスタマイズされたサービスを提供するもので、NTTドコモの「iコンシェル」がその典型。顧客満足度(CS)のいっそうの向上、さらには新たな収益源を生み出す可能性を持つものとして期待を集めている。

ところで、iコンシェルは個々のユーザーに合わせた情報サービスを提供するものだが、パーソナライゼーションの対象となり得るのは、何も情報の中身(コンテンツ)だけにはとどまらない。他にもパーソナライズできる要素はあるはずだ。実際、海外では、ネットワークリソースの割り当てや通信料金などをユーザー毎にカスタマイズして提供するサービスがすでに始まっている。

こうしたパーソナライゼーションを柔軟に実現するためのソリューションを展開しているのが、カナダのオタワ市に本拠を置くブリッジウォーターシステムズである。同社が掲げるコンセプトは「サブスクリバースセントリック(加入者中心)なサービスコントロ

ール」。今年10月にIT商社のマクニカネットワークスと提携し、今から日本でのビジネスを本格化させる。

加入者情報を集中管理

ブリッジウォーターは、通信事業者向けAAAサーバーとPCRF(Policy and Charging Rules Function)で高い実績を持つ企業で、世界30カ国120社の通信事業者を顧客に持つ。

AAAサーバーとは、通信事業者などのIPネットワークにおいて認証(Authentication)・認可(Authorization)・課金(Accounting)の機能を担うもの。簡単にいえば、正しいユーザーか認証し、どのサービスを利用できるかを認可し、どれくらいサービスを使ったかを課金するものである。また、PCRFはIMSを構成する要素の1つで、QoS制御のポリシーと課金ルールを担当している。

同社製品の特徴は、こうした標準的な機能を備えるだけでなく、パーソナライゼーションのための基盤にもなることである。ブリッジウォーターのAAAサーバーは前述の認証・認可・課金に加えて、複数のデータベースに分散する加入者情報を集中管理する機能と、サービス制御のポ



ブリッジウォーターシステムズのエド・ゴネク社長兼CEOと日本でのパートナーであるマクニカネットワークスの宮袋正啓氏代表取締役社長

リシー設定とそれを実行する機能を備えている。さらに、IMSベースのネットワークのポリシー制御と課金を担うPCRFと連動することで、IMSサービスのパーソナライゼーションも可能にしている。加入者に関するさまざまな情報を活用し、文字通り「加入者中心」のサービスコントロールを実現できるのである。

重要顧客に帯域を優先割当

それでは、ブリッジウォーターのソリューションでは、具体的にどのようなことが可能なのか。まずはパーソナライゼーションに利用できる加入者情報について見てみよう。同社のソリューションで統合的に扱えるのは、①ユーザーのID、事前に設定した内容やユーザープロフィールなどの「静的な情報」、②どの端末を利用してあるか、今どこにいるかといった「動的な情報」、③課金情報やユーザーの行動履歴などの「蓄積された情報」である。これらの加入者情報を条件にポリシーを設定し、個々のユーザー

毎にカスタマイズされたサービスを提供できる。

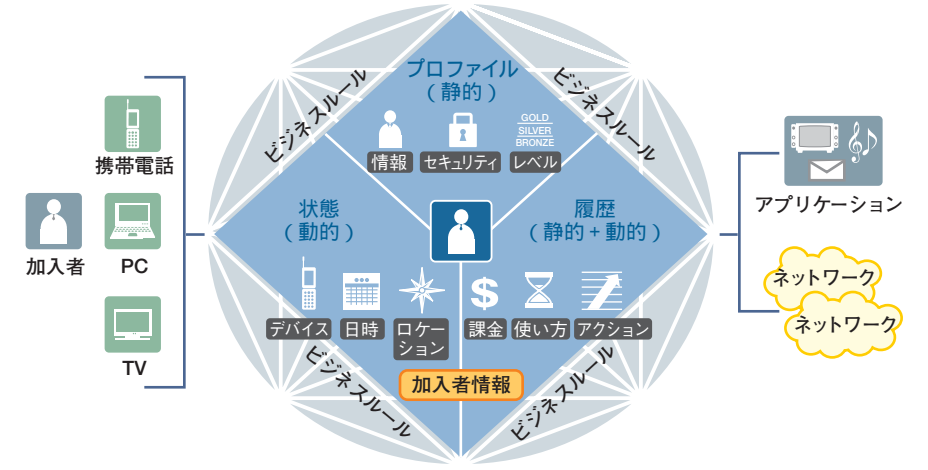
例えばプレミアム契約の有無という「静的な情報」を条件に組み入れ、「あるユーザーがプレミアム契約を結んでいる場合に、週末のみゲームをダウンロードし放題にする」といったポリシーが設定できる。

また、プリペイドの残高という「動的な情報」を組み入れ、「あるユーザーが音楽配信サイトでミュージックビデオをダウンロードしようとする際、料金が加入者のプリペイド残額を超えている場合は、そのユーザーのアクセスを支払い手段選択画面にリダイレクトする」といったポリシーの設定も可能だ。

大事な点は、こうしたポリシーを柔軟に設定でき、迅速にサービスを展開できることだ。エド・ゴネク社長兼CEOは「従来実現できなかったエクスペリエンスを加入者に提供できるようになり、新たな収益の創出にもつなげられる」と語る。

同社のソリューションを使って、加入者中心のサービスコントロールを行っている例としては、まず香港の携帯電話事業者スマートン・ボーダフォンが挙げられる。スマートン・ボーダフォンはHSPAサービスにおいて、プレミアムプランに契約したユーザーに対して帯域を優先的に割り当てているほか、大口の企業ユーザーなどの重要顧客にも帯域を優先的に割り当てているという。また、WiMAXと3Gとのシームレスサービスを提供している米スプリント・ネクステルは、このソリューションを使って、1日単位でサービスを利用できる

図表 サブスクリバースセントリックなサービスコントロールのイメージ



料金プランを実現している。

着メロの収入が倍増

ゴネク氏は、高いパフォーマンスと信頼性、拡張性もブリッジウォーターの優位性として強調する。

例えば、同社製品は米国トップの携帯電話事業者ベライゾン・ワイヤレスに採用され、8000万ユーザーの月300億ものトランザクションを処理しているという。また、「AAAサーバーを当社製品にリプレースしたことでパフォーマンスが8倍に向上し、結果的に着メロの利用者が増加して収入を倍増させたオペレーターもいる」そうだ。

同社のAAAサーバーは移動通信事業者の間で広く導入されており、特に「CDMA2000/EV-DOオペレーターの約65%に採用され、WiMAXでもトップの座を占めている」という。また、PCRFでもシェア約15%と1位を確保している。

さらに、CDMA2000、GSM/W-CDMA、WiMAXなどのシステム毎にラインナップが整備されており、そ

れぞれについて他ベンダー製品との相互接続性が検証されていることも同社製品の大きな特徴である。

今年2月には、新たにLTE向けのラインナップを発表。これは実績のあるPCRFに、①LTEで顧客情報管理を担うHSS(Home Subscriber Server)と②既存の3GのAAA/HSS/HLRなどとの間で情報の橋渡しをする「Subscriber Data Broker」の2つの新製品を加えたもの。②は既存の3G網とLTEを共通運用する際に重要な役割を果たすものである。「LTE向け製品では、米国と日本市場を重視している。非常にいいポジションにあるWiMAXのように、LTEでも成功を取めたい」とゴネク氏は意気込む。

海外での成功には、モトローラやアルカテル・ルーセントといった大手ベンダーがチャネルパートナーになったことが貢献したが、日本でも同様の戦略だ。マクニカネットワークスの宮袋正啓代表取締役社長は「まずは国内大手ベンダーに採用を働きかけていきたい」と話す。