

MWC Barcelona2026

調査報告書

(サンプル)

2026年3月16日

OSS BroadNet Inc.

目次

1. 全体傾向	6
2. 第一日目 (3/2)	10
2.1 Baicells Technologies	10
2.1.1 企業概要	10
2.1.2 展示内容・考察	10
2.2 Net Cracker	12
2.2.1 企業概要	12
2.2.2 展示内容・考察	12
2.3 富士通株式会社	13
2.3.1 企業概要	13
2.3.2 展示内容・考察	13
2.4 Ericsson	15
2.4.1 企業概要	15
2.4.2 展示内容・考察	15
2.5 NVIDIA	19
2.5.1 企業概要	19
2.5.2 展示内容・考察	19
2.6 楽天グループ株式会社	20
2.6.1 企業概要	20
2.6.2 展示内容・考察	20
2.7 JAPAN Pavilion	21
2.7.1 ブース概要	21
2.7.2 展示内容・考察	21
3. 第二日目 (3/3)	22
3.1 Huawei Technologies Co. Ltd	22
3.1.1 企業概要	22
3.1.2 展示内容・考察	22
3.2 ZTE Corporation	25

3.2.1 企業概要	25
3.2.2 展示内容・考察	25
3.3 Samsung.....	27
3.3.1 企業概要	27
3.3.2 展示内容・考察	27
3.4 HONOR.....	28
3.4.1 企業概要	28
3.4.2 展示内容・考察	28
3.5 Xiaomi H.K. Limited.....	30
3.5.1 企業概要	30
3.5.2 展示内容・考察	30
3.6 MediaTek Inc.....	31
3.6.1 企業概要	31
3.6.2 展示内容・考察	31
3.7 Qualcomm Technologies, Inc.	32
3.7.1 企業概要	32
3.7.2 展示内容・考察	32
3.8 Nokia Solutions and Networks Oy.....	34
3.8.1 企業概要	34
3.8.2 展示内容・考察	34
3.9 NTT DOCOMO, INC.....	35
3.9.1 企業概要	35
3.9.2 展示内容・考察	35
3.10 KDDI.....	36
3.10.1 企業概要	36
3.10.2 展示内容・考察	36
3.11 GSMA.....	38
3.11.1 団体概要	38
3.11.2 展示内容・考察	38
3.12 Call.io.....	40
3.12.1 企業概要・考察	40

4. 第三日目 (3/4)	42
4.1 Amazon Web Services, Inc.	42
4.1.1 企業概要	42
4.1.2 展示内容・考察	42
4.2 Infosys Limited	44
4.2.1 企業概要	44
4.2.2 展示内容・考察	44
4.3 Google, LLC	45
4.3.1 企業概要	45
4.3.2 展示内容・考察	45
4.4 Microsoft	47
4.4.1 企業概要	47
4.4.2 展示内容・考察	47
4.5 Vodafone	49
4.5.1 企業概要	49
4.5.2 展示内容・考察	49
4.6 Telefónica SA	51
4.6.1 企業概要	51
4.6.2 展示内容・考察	51
4.7 Deutsche Telekom AG	53
4.7.1 企業概要	53
4.7.2 展示内容・考察	53
4.8 Orange	55
4.8.1 企業概要	55
4.8.2 展示内容・考察	55
4.9 Twilio Inc.	57
4.9.1 企業概要	57
4.9.2 展示内容・考察	57
4. 10 4YFN	58
4.10.1 展示概要	58
4.10.2 展示内容・考察	58

5. その他	60
5.1 スペイン Rodalies（通勤電車）への試乗	60
5.2 バルセロナ旧市街ツアー & ガウディ建築鑑賞（オプションアクティビティ）	62

購入者の属する組織内での報告以外の目的での本書の複製・配布・流用・加工を禁じます。
表現の簡便の為、本書中に登場する各企業様の社名への敬称は、全て省略しております。
同様の理由から、各社の登録商標・商標への®または TM マークの付記は、全て省略しております。

1. 全体傾向

2026年も例年同様、スペイン・カタルーニャ州バルセロナ市内の Fira Gran Via で MWC2026 が開催され、約 3,000 の会社・団体が出展した。2026年のテーマは、「The IQ Era (知能の時代)」であり、サブテーマとして以下の6つが掲げられた。

- Intelligent Infrastructure (インテリジェント・インフラ) : 自律的なネットワーク運用
- ConnectAI (コネクト AI) : AI と接続性の融合
- AI 4 Enterprise (エンタープライズ向け AI) : 企業活動への AI 適用
- AI Nexus (AI ネクサス) : AI エコシステムの連携
- Tech4All (すべての人にテクノロジーを) : 市場&世代横断的・包括的な技術革新
- Game Changers (ゲームチェンジャー) : 産業構造を変える新技術

2026年の参加者総数は10万5千人であり、昨年の10万8千人から微減した。原因は恐らく、直前の2月末に米国支援の下に起きたイスラエルによるイラン空爆の報復として、イランから中東湾岸諸国へミサイルが発射された結果、カタール、ドバイ、アブダビ等の主要な中東ハブ空港経由便で欠航が相次いだことによるものだ。

しかしながら、筆者が会場内を歩いた実感としては、今年のMWCは記録的な動員数であった昨年に勝るとも劣らない高い熱気に包まれていた。出展企業ブースでは、4YFNスペース内におけるイスラエル系各ステーションの無人状況の異様さが特に目を引いた。同紛争の早期沈静化を心より祈念する。

昨年までのMWCでは、2023年後半のChatGPTショックを端緒とした生成AI関連の展示が主流であったが、今年のMWCでは生成AIのブームは一巡し、続く切り口として「エージェントAI」を主たるテーマとした展示内容が花盛りであった。

特に、2026年初頭に発表されたAnthropic社のAIであるClaudeのB2B向け機能の拡充、具体的には同社のCo-WorkやOpen Canvas等が異例の大ヒットを記録。長らくSaaSのメジャープレイヤーであったIBMやAdobe、Salesforce等の株価が2月に急落したことを受け、業界内では「MWCの裏テーマが昨年の“Software eats the world”から今年は“AI eats SaaS”に変わりそうだ」等の下馬評が流れる中での各社の奮闘であった。

本報告書の論旨からは些か脱線するが、Claude新機能の特筆すべき点は、従来企業が月額固定のサブスクリプションとして費用化していた既存ERP等SaaS各社の諸サービスを、エージェントAIが必要な時に必要な回数だけAPIを呼び出すことによる従量制課金形態に転換できる点にある。そうなると、従来サブスクリプションで潤っていた各企業の先行きが不透明になるのではとの思惑から、企業価値の暴落を招いたのである。

エージェント AI の浸透による従来サブスクリプションビジネスモデルの変質は、近い将来、我が国のケーブル業界にも及ぶ可能性がある。エージェント AI の導入効果としては、従量制課金形態による OPEX 削減という直接的な恩恵に加え、従来型 SaaS のネックであった ERP 等汎用ソフトの導入・移行時の開発投資 (CAPEX) が、必要機能を取捨選択した上で簡単な API 呼び出し処理を記述するだけの作業で済むことから、桁違いに下がるという点大きい。この影響により、各社のレガシーな基幹系システムの置換・統廃合が一気に進むことも考えられる。

昨年の MWC でも顕著であった、5G や Open RAN 等のハードウェア・通信技術から AI 等のソフトウェア・応用技術への展示傾向のシフトは今年も続いていた。欧州の二大巨人であるエリクソン (Ericsson) やノキア (Nokia) 、およびテレフォニカ

(Telefónica) やオランジュ (Orange) 等の通信キャリア各社においても、昨年のトレンドであった AI や産業用途での 5G 応用に加え、今年ではエージェント AI を活用した B2C ユースケースの応用展示が花盛りであった。

昨年エリクソンが強調していた自社発ベンチャー企業の Aduna 社によるアライアンス活動は、主軸が 5G クラウドから、エージェント AI を呼び出し元とした GSMA 標準ネットワーク API の応用ユースケース展示へと変質していた。最もマネタイズしやすく、かつ利用シーンを想像しやすいユースケース例として、スマートフォン側に常駐したエージェント AI による消費者のショッピング活動の支援・代行デモが、エリクソンの完全子会社であるボナージュ (Vonage) 社の CPaaS 活用例として展示されていた。具体的には、欲しい商品の検索・比較、最安値店舗での購入、購入商品の保証登録、各種クーポンの獲得・管理などを行う機能である。

Vonage に限らず、今年ではノキアやドイツテレコム (Deutsche Telekom) 、オランジュ、テレフォニカ、ボーダフォン (Vodafone) 等の主要通信キャリアで、ほぼ同様のショッピングユースケースのデモ展示が見られた。

スマートフォン常駐のエージェント AI コンシェルジュ方式は、消費者が多種多様なアプリを個別に起動したり、多数の販売サイトをブラウジングしたりする煩雑な操作から解放され、音声やチャット等の自然言語による対話形式で、買い物等の日常行動をストレスなく完結できる点が最大のポイントである。今後は、かつての Web 検索エンジン各社によるポータルサイトのポジション獲得争いのように、端末デフォルトのエージェント AI の分野においても、通信キャリアやメーカー各社間での覇権争いが熾烈化していくのかもしれない。

特にドイツテレコムは、昨年の MWC から他社に先駆けて AI 搭載スマートフォンの切り口によるブランディング戦略を強く打ち出しており、一歩先を走っている印象だ。今年では「T-Phone」ブランドの下、自社の AI 搭載スマートフォンの取り扱いを、他事業者や流通業者に対しても積極的に売り込んでいた。

我が国のケーブル業界においても、MVNO による無線通信事業が拡大基調にある現在、自社ならではの長と独自色を強調できる貴重なブランディング機会として、CPaaS や各キャリアのネットワーク API と組み合わせた AI 搭載スマートフォンの検討・商品化などは、非常に興味深い試みと言える。

ショッピングユースケースのもう一つの実現方式としては、エージェント AI をクラウドのコールセンター側に配置した AI オペレーターであり、これもスマートフォン常駐方式と併せて展示する企業が多かった。従来型の AI エージェントと異なる点は、単なるカスタマーサービス（CSR）の AI 化による人件費削減に留まらず、複数事業者のエージェント AI 同士が自律的に対話を行い、消費者が望むサービスを提供するネットワーク API を、自社内だけでなく提携する他社の API も含めて自律的に探し出す点にある。この方式であれば、B2C 加入契約の裏側で実行される事業者間の B2B 処理は、API 呼び出し単位の従量課金の方が合理的であり、今年初頭の Anthropic ショックも決して他山の石ではないことが容易に想像できる。

さらに、AI オペレーターの概念を発展させ、スマートフォン側との役割分担ではなく、全ての AI 処理を網側に置く AI アシスタント概念を提唱する Call.io の展示内容も、ネットワーク API への別方向からのアプローチとして興味深いものであった。

ネットワーク管理分野へのエージェント AI の応用では、事業者やメーカーの各社から様々な方式やサービスの提案がなされていた。各社とも、昨年までのコンセプト展示から、「自社ではこのように実装した」という具体的な事例紹介にシフトしており、ネットワーク管理・監視業務への AI 応用による品質向上、ダウンタイム削減、人件費削減が、通信業界全体として実用化・普及段階に入りつつある印象を受けた。具体的には、ネットワーク API を介したネットワークスライシングの動的呼び出しの実例としてのスポーツライブ中継でのカメラ切り替えデモや、AI によるネットワーク障害の自律検知および自己復旧動作などである。ただし、収益性の視点で見れば、前述の AI コンシェルジュほどの直接的なインパクトはなく、品質向上による解約防止や運用コストの削減が主目的であり、ARPU 向上に直結する具体的な提案の本格化は、もう少し先になりそうな印象であった。

一方、独自の中華標準を推進するファーウェイ（Huawei）および同社の関係・協力企業各社は、今年も例年通りホール 1 の広大な展示スペースにおいて、アプリ開発・クラウド基盤からコアネットワーク、基地局、端末、センサー類に至るまで、ハード・ソフト共に中国勢陣営で揃える垂直統合型の展示であった。

ただし、昨年の顕著な傾向であった、AI からクラウド基盤、データレイク、プログラム開発環境までを全て中国系ベンダーで統一し、欧米の主要 IT ベンダーや業界標準のオープンソースを過度に排除するような対決姿勢は相当緩和されていた。各ステーションの展示パネルには、欧米系のオープンソース名称が目立たない形で散見された。

6 月に開催予定の MWC 上海での同社の展示方針がどのようになるか、注視したい。

昨年からの潮流である、グーグル（Google）、AWS、マイクロソフト（Microsoft）等の IT プラットフォーマー、インテル（Intel）、デル（Dell）等のサーバーメーカー、クアルコム（Qualcomm）、メディアテック（MediaTek）等の半導体メーカーの存在感は今年も増しており、各社とも AI の応用事例展示に工夫を凝らしていたが、説明内容は生成 AI からエージェント AI へと明確にシフトしていた。

例えばグーグルは、来場者の撮影画像を生成 AI が様々なテーマで加工し、印刷してプレゼントするアイキャッチャー的な展示を行っていた。担当者に本展示の新規性を尋ねたところ、「特段新しくはない。単なる生成 AI だ」という率直なコメントがあった一

方で、他のエージェント系 AI 系のステーションでは一転して熱のこもった説明が行われていた。強調したい対象技術が明確に移り変わっている印象を受けた。

AWS は、昨年展示されていた自社の独自のスマートホームサービスのその後の進展を確認するために立ち寄ったが、今年はスマートホーム展示自体がなく、一般的に自社の独自サービスよりも、パートナー各社や事業者のサービスを後方支援するクラウド基盤としての事例展示に回帰している印象であった。

マイクロソフトは、通信事業者向けの AI プラットフォーム「Microsoft IQ」を中心に据えた展示を行っており、同社らしいソフトウェア技術志向の内容であった。

スマートフォン展示では、ZTE 傘下のヌビア (Nubia Technology) の新機種「Nubia Neo 5 Max 5G」が印象深かった。同機種は、同社のフラッグシップ端末

「REDMAGIC」が牽引するゲーミングスマホ市場のミドルレンジを狙った新製品である。ゲーマー用の拡張アクセサリ類が豊富に揃っており、高価なゲーミング PC を使わずとも、比較的手頃な価格のスマートフォン環境で、本格的な大型ゲームを楽しめる。PC 離れが進む若年層を主なターゲットとした製品であり、AI エージェントの活用方法もゲームの設定支援が主で、高齢層が求めるようなお任せコンシェルジュ系とは明確に方向性が異なる。全世代向けの汎用性を追求して高額になりがちな iPhone や Galaxy 等とは一線を画した、目的特化型の設計思想が、ゲームをしない筆者にとっても非常に印象的であった。

アイキャッチャーとしては、今年の流行なのか、昨年まで多く見られたコネクテッドカー由来の派手なスポーツカー展示は影を潜めた。代わりに、スマートグラスを筆頭とするウェアラブルデバイスや、滑らかな動きが特徴の最新型自律歩行 AI ロボット（二足あるいは四足）の展示が多数見られた。しかしながら、説明員に「これのどこに 5G/6G 通信やネットワーク API が使われているのか」と踏み込んだ質問をすると、「本デモはエッジ AI 内での完結した処理であり、次世代通信機能とは直接の関係はない」といった、各社の苦笑混じりの回答が目立った。デジタルツインのフィジカル部分を担うロボットであれば、通信技術との連携も提案できるはずであり、来年のさらなる工夫に期待したい。

4YFN は、昨年に引き続き地元スタートアップの存在感が高く、宿泊ホテルで視聴した地元チャンネルでも積極的に取材・配信されていた。今年の 4YFN へのカタルーニャ州からのスタートアップ出展社数は 44 社で、カタルーニャ企業全体が本会期を通じて期待するビジネスボリューム（投資調達額含む）は約 2,310 万ユーロ（約 37 億円）と予測されており、2025 年比で 2% の増加とのことだ。MWC のバルセロナ開催 20 周年という節目にふさわしい、官民一体となった地元活性化活動の成果と言える。

MWC の地元経済への貢献度や企業の成約見込みの高さは、日本の技術系展示会でも積極的に見習うべき点であろう。

5. その他

5.1 スペイン Rodalies（通勤電車）への試乗

スペイン国鉄（Renfe）は、スペイン最大の鉄道会社としてローカル線から高速鉄道「AVE」までを網羅する広大なネットワークを運営している。

2026年現在、カタルーニャ州の近郊鉄道「ロダリアス（Rodalies）」の運営は、スペイン政府とカタルーニャ州政府の合意に基づき設立された新会社「Rodalies de Catalunya SME, S.A.」が担っている。この新会社は Renfe が 50.1%、カタルーニャ州政府が 49.9%を出資する構成となっており、Renfe の子会社という位置付けながら、より地域に密着した運営体制へと移行している。なお、線路や駅舎などのインフラ管理は、引き続きスペイン政府系の ADIF（鉄道インフラ管理機構）が管轄している。

ロダリアスは、バルセロナ都市圏を網羅する通勤電車「Rodalies」と、カタルーニャ全域を結ぶ中距離地域鉄道「Regional」の2層構造で構成される。計19の運行系統を持ち、多くの路線がバルセロナ市中心部の地下トンネルを経由。メトロ（TMB）やカタルーニャ公営鉄道（FGC）と共通の運賃制度（ATM 統合システム）に組み込まれている。カタルーニャ州全土で203の駅を擁し、総線路長は約600km強、うちバルセロナ近郊区間だけでも約467kmに及ぶ。主要ターミナルは、サンツ駅、グラシア通り駅、カタルーニャ広場駅、フランサ駅、エル・クロット駅などである。

今回の視察ツアーでは、バルセロナ中心部から離れた郊外のベッドタウン、グラノリユース・センター駅（ゾーン4）付近に宿泊した。中心部に比べ治安は良好であったが、近隣の商店街では英語がほとんど通じず、スペイン語圏における言語の壁を改めて実感する機会となった。実体験としての公共交通機関の現状は、駅や車内は比較的清潔に保たれており、不審者の姿も少なく、市民が安心して利用できる環境であった。駅前には無人レンタサイクルや駐輪場が整備され、車内にも自転車置き場が設けられるなど、マルチモーダルな移動への配慮が見られた。また、滞在期間中はゾーン4までの10回乗車券（※Renfeによる公共交通無償化施策の一環と思われる）が配布されており、展示会場への往復や自由行動時の移動に非常に重宝した。一方で、運行管理の精度には課題も散見された。運行スケジュールは概ね大まかで、電光掲示板の到着予測時間も正確性に欠ける場面があった。特に3月5日には移動中に緊急停車が発生。車両内に約20分間閉じ込められた末に最寄駅で強制下車となり、代替便の到着も遅れたため、やむを得ず雨天の中を徒歩でメトロ（TMB）の駅まで移動し、集合場所へ向かうという事態に見舞われた。

MWC終了後の3月6日から8日にかけては、遅延もなく円滑な運行が確認された。イベント開催時などのピーク時における対応マニュアルの整備と、異常時の情報提供の迅速化が、今後のロダリアスの大きな改善課題であると感じられた。



図 116 AEROPORT 駅構内



図 1157 車両内の次駅サイ
ネージ表示



図 1148 車内風景



図 1179 駅構内の予想到着所要時間のサイネ
ージ表示

5.2 バルセロナ旧市街ツアー&ガウディ建築鑑賞（オプションアクティビティ）

本視察ツアーでは自由行動日を利用し、バルセロナの歴史とガウディの建築美を凝縮して体験するオプションアクティビティを企画・催行した。午前中は現地ガイドの案内で旧市街（バリ・ゴシック）の迷宮のような街並みを散策し、昼食には活気あふれるボケリア市場（サン・ジョセップ市場）で地元の食材を楽しんだ。

午後は、アントニオ・ガウディが手がけた世界遺産の数々を地下鉄と徒歩で巡った。特に2026年は、ガウディ没後100年の節目であり、サグラダ・ファミリア大聖堂の主要な塔（イエスの塔）が完成し、ついにその全容が整った歴史的なタイミングでの訪問となった。



図 110 市街散策スタート



図 11911 レストラン Els 4Gats



図 1182 レストラン内観



図 1223 ローマ時代の水道橋遺構



図 1214 カペリャンス通りのキスの壁

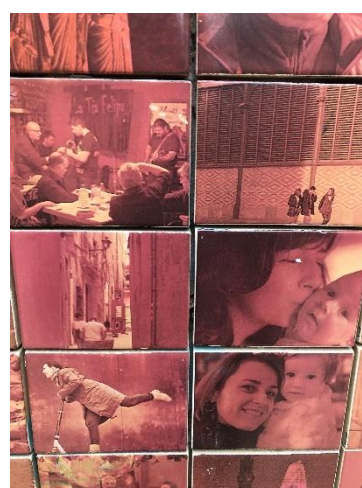


図 1205 「キスの壁」拡大



図 1266 エバ広場のピカソ



図 1257 セントジョージ教会



図 1248 ペドラルベス宮殿公園モチーフ



図 1279 同宮殿公園パティオ



図 128 同宮殿公園広場



図 121 古代ローマ遺構石柱



図 13122 カサ・バトリョ



図 1303 グエル公園



図 1294 サグラダ・ファミリア

参加者のY氏のご厚意によりボケリア市場で食した串焼きが大変に美味であった事、現地ガイドのAlba Shaw 女史のホスピタリティに絆された事、何れも得難い旅の貴重な体験であった。蛇足ながら敢えて以上への感謝を申し添える形にて、本稿の筆を置かせて頂く。

2026年3月11日 宮副 英治 記