

# 特集 3 商・材・研・究

## MFP(複合機)

# 社内FAX通信費削減で注目 VoIP提案に必須の商材へ

オフィスの省スペース化ニーズから生まれたMFPが、社内ネットワークのインフォメーションサーバーとしての役割を担い始めた。外線IP網でのFAX通信対応が今後の重要課題で、メーカー各社は実現に向けて検討を開始した。

オフィスでの普及率がほぼ100%に近づき、リプレース需要が中心となっているビジネスFAX。このため、情報通信ネットワーク産業協会(CIAJ)の予測によれば、2003年度の市場は前年度比2%増の3211億円となるものの、2004年度からは微減傾向に転じると見られている。

そうした中、需要を伸ばしているのがMFP(Multi Function Peripherals: 複合機)だ。10年前にFAXとコピー機の一体型として登場したMFPは、現在ではプリンター、スキャナー等も統合し、文字通りの多機能機に発展している。こうした

一体化のコンセプトが、オフィススペースとコスト削減に悩む中堅・中小企業を中心に受け入れられて急速にリプレース導入が進み、ビジネスFAX全体に占める割合も、2002年度の63.8%から2003年度には71.7%、2004年度には77.4%にまで達すると予測されている。

さらに、インターネットの普及とオフィスのネットワーク化の進展により、オフィスには紙文書と電子データが混在するようになり、MFPにもネットワークへの接続が求められるようになった。ネットワーク対応の流れは、オフ

イスのLANに繋いでPCとの連携で文書管理や情報共有を行うものと、インターネットFAX機能により、イントラネットを通じた拠点間FAX通信を行うことで通信コスト削減を狙うものの2つに大別される。

ここでは、これらのニーズに対する主要MFPメーカーの取り組みを順に見ていこう。

### 総合的な付加価値を提供

のオフィスネットワークへの対応を重要視した製品展開で目を引く取り組みを行っているのは、東芝テックとムラテック販売だ。

東芝テックでは、「Net-Ready MFP」というコンセプトを打ち出している。画像情報通信カンパニーNet-Ready MFP事業統括部事業企画部の湊敏彦部長が「単体FAX、コピー

機からデジタル複合機へと変化する中で、お客様からの問い合わせも、製品のみについてではなく、トータルでどういうメリットや業務改善がみられるのかという内容に変わってきた」と説明するように、製品単体の販売だけではユーザーへの訴求力は乏しくなっている。

他方でインターネット/イントラネットの普及により、情報を扱う量が飛躍的に上がっている。そういう中でそれらの情報をオフィスネットワーク上で管理・共有する仕組みが求められるようになり、MFPがインフォメーションサーバー的な役割を担うようになった。だが、それだけでは不十分で、PC等の他のネットワーク機器やユーザーが抱えている問題を解決するアプリケーションソフトウェアとの連携も必要になる。そうした部分も組み合わせた総合的な付加価値でユーザーニーズに応えていこうというのがNet-Ready MFPの考え方だ。

そこでMFPのアーキテクチャを全面的に見直し、新アーキテクチャ「e-BRIDGE」を開発した。従来、機能ごとに分かれていたアーキテクチャを統合することで各機能の連携を強め、使い勝手を向上させるとともに、

アップデート時等の運用の手間も一度で済むようにした。さらに、ドキュメントのファイリングやグループウェアの連携等、アプリケーションソフトとの親和性も実現した。

湊部長はさらに、「総合的な付加価値提供の実現には、製品面だけでなく、ソリューション提案も重要になる」と強調する。

MFPの業務での活用方法はユーザーごとに違い、多岐にわたる。ニーズが多様化していく中でいかにして多彩なソリューションを揃えてそれに対応するかが重要なポイントになる。「e-BRIDGEはある意味、土俵でしかないの、ソリューションの充実こそが最も重要になる。当社だけでなく、グループ各社と連携をとって東芝グループの総合力で品揃えをしていきたい」という。

### 全操作をWebブラウザで

ムラテック販売は、インターネットFAX、PC-FAX送受信、ネットワークスキャナー、ネットワークプリンターを一体化した「インフォメーションサーバー@Web」というMFP「ファブリコ」シリーズのネットワーク拡張キットを提供中だ。当初はオプションのみの対応だったが、現行の毎分25枚コピー

の「V-2200」シリーズと同18枚の「V-1200」シリーズからは「Isモデル」としてラインナップに加えた。

最大の特徴は、本体にWebサーバー機能を搭載し、すべての設定・操作をクライアントPC側の汎用Webブラウザで行えるようにしたことだ。これにより、通常のインターネットを見るのと同じ感覚で利用できるように使い勝手を向上したほか、PCごとに専用ソフトウェアをインストール、アップデートする導入および運用の手間も省いた。

販売本部販売企画室の木村昌浩室長は、「当社は30年以上FAXを扱ってきた背景もあり、文書管理ソリューションに重点を置いている他社とは違い、FAXをいかにして活用していくかに重点を置いた開発を行った」と説明する。折りしも環境問題への意識が高まっている中で、従来のように受信した文書をすべて印刷するのでは、オフィスのペーパーレス化は実現できない。Isモデルでは、PCを利用したFAXの送受信はもちろんのこと、社内で閲覧・掲示が必要な文書もWeb化して共有したり、外出先からWebページを開く感覚で受信FAXを確認できるようにするなど、ペーパーレス化を実現しつつFAXによるコミュニケーションの向上も図っている。

今後はユーザーの一層の使い勝手向上ニーズに応える方針。2004年1月末から2月上旬にかけて新しいネ

図1 MFPの市場推移とビジネスFAX全体に占める割合

