

## 進むコミュニケーション機能のサービス化

## CaaSが企業ネットへ浸透

Communication as a Service(CaaS)が着実に企業に浸透している。通信ベンダーやSler/Nlerには、この流れに順応しビジネスを転換することが求められる。

文 坪田弘樹(本誌)

コミュニケーションの分野でも、「所有から利用へ」の流れが顕著になってきた。

Communication as a Service(CaaS:カース)という言葉をご存知だろうか。まだ一般的とは言えないが、IP電話やWeb会議などのコミュニケーションツールをネットワーク越しに利用するクラウド型サービス、あるいはそうした利用法を指す言葉である。

今後どのようにしてCaaS、つまりコミュニケーション分野におけるサービス化が進んでいくのか。また通信ベンダーやSler/NlerがどのようにCaaSをビジネスに取り込んでいけばいいのかを本稿では展望していくことにする。

まず、現状を確認するとともに、

サービス化が受け入れられやすいソリューションは何かという点を抑えておこう。

## 自営型を大きく凌ぐ成長率

現状、ユーザー企業は新たに導入するソリューションについて、積極的にサービス型での導入を検討し、また実際に選択している。電話のように、すでに企業に広く浸透した自営型システムをサービス型に置き換えるのは簡単ではない。だが、Web会議やインスタントメッセージングなどのツールを新たに導入する場合には、サービス型を選ぶケースが確実に増えている。

2007年から「国内ユニファイドコミュニケーション市場」について調査を行っているIDC Japan。同社は09

年の調査に当たり、IPテレフォニーやIP会議システム、メッセージングといった「UCアプリケーション」について、ASP/SaaS型のサービス分野を独立した調査項目とした。その結果からはサービス型の成長率の高さがはっきりと見て取れる。

コミュニケーションズ リサーチマネージャーの眞鍋敬氏は、「特に大きな伸びを示しているのがWeb会議とコンタクトセンター向けアプリケーションだ」と語る。

会議システム全体の伸びが8%程度であるのに対し、ASP/SaaS型会議サービスは08年から09年で16%成長と、全体の2倍の成長率を示した。また、IPコンタクトセンターは全体の伸びが4.7%であるのに対し、サービス型のそれは28%という。

CaaSが選ばれる理由は明らかだ。

サービス化が即、トータルコストの削減につながるとは限らないが、初期投資額を抑えて導入リスクを軽減



高い成長率を誇るWeb会議サービスは、現時点でCaaSの“代表選手”と言える。左から、ブイキューブの「V-CUBEミーティング」(5月17日より「nice to meet you」からブランド名変更)、マイクロソフトの「LiveMeeting」、シスコシステムズの「WebEx」