

3

ビジュアルコミュニケーション市場は今後どうなる？

導入規模・利用シーンがさらに拡大

08年以降の不況下でも順当な成長を続けてきたテレビ会議・Web会議市場。テレビ会議についてはHD映像への対応と端末の低価格化が進んだ。Web会議についてはASP/SaaS型のサービスが市場を牽引。中堅・中小企業でもビデオを活用してコラボレーションを効率化できるようになった。

移動・出張費の削減、意思決定の迅速化といった効果も、すでにユーザー企業に浸透している。裾野の広がりを背景に、今後も有望市場の1つであることに変わりはないだろう。

持ち運べるテレビ会議に注目

2011年の注目点としては、次の3つを挙げたい。

1つ目は競争の激化だ。アバイアがテレビ会議システムを発表し、シャープがクラウド型でテレビ会議・Web会議を提供する新会社iDeepソリューションズを設立したのはじめ、この市場への参入が相次いでいる。テ

レビ会議・Web会議の選択肢は増える一方だ。ただし、「市場はまだ拡大している最中で相当に余力がある」とIDC Japanの眞鍋氏は話す。価格競争が激化する状況にはまだ遠く、新規参入ベンダーも含めて市場開拓がさらに進む1年となりそうだ。

2つ目は、テレビ会議の差別化要因が変化している点だ。各社の新製品はほぼHD対応となり、端末価格も低廉なものが並ぶ。ハード面では差別化が難しい状況で、映像データの圧縮率を高めることでネットワーク帯域を節約し、運用コストをより低くする方向へと競争のポイントが移ってきている。大規模な事例も増えてきており、より費用対効果を高めるうえで、ますます重要になるだろう。

なお、利用の裾野が広がっていることもあり、リモコンの操作性、会議予約の簡便さなどITリテラシーを問わないユーザーフレンドリーな作りも従来以上に重要だ。

3つ目の注目ポイントは多地点接続

サービスだ。高価な多地点接続装置(MCU)を自社に導入する必要なく、クラウド型でその機能を利用できるサービスが増えている。NTTビズリンクやKDDI、ソフトバンク等が提供されており、SD・HD端末の混在環境で使用できるものや、端末もレンタルできるものなどさまざまな形態がある。導入コストを抑えるために利用するユーザーが増えるだろう。

最後に、テレビ会議のスタイルの変化についても指摘しておきたい。従来は会議室に端末を据え置き、利用者はテレビ会議室を予約し、時間が来たら参加者が集まって利用していた。こうしたスタイルではなく、より柔軟に使える製品が増えてきている。モニターにカメラなどを一体化させ、持ち運びできる可搬型の端末だ(写真)。いつでも空きスペースに持って行って少人数の打ち合わせ等でも使えるため、コラボレーションの効率化により高い効果を発揮する。

ノートPCでWeb会議を使えば、これまでも同様のスタイルは可能だったが、一体型の専用端末ならばLANにつないで電源を入れるだけですぐに使える。IDCの眞鍋氏は「従来はあくまで『会議の延長』だったテレビ会議が、可搬型の端末の登場で、より多様なシーンで使われるようになるだろう」と予想している。

ビデオを活用するシーンは、「テレビ会議室」を飛び出して拡大するばかりだ。それとともに製品・サービスも多様化する。ユーザーの課題に応じた適切な商材を選べるか、Sierには“目利き”としての能力がさらに問われることになる。



持ち運べる一体型端末の例。左は、ブイキューブのWeb会議「V-CUBEミーティング」をタッチパネル型PCにプリインストールした「V-CUBE センター」(2010年12月発売)。カメラ内蔵で、マイクはUSBで接続する。電源を入れるだけですぐにWeb会議ができる。右は、ソニーの「PCS-XL55」(2011年1月発売)。21.6型モニターにカメラ・マイクを内蔵している