

ビデオコミュニケーション市場が飛躍のときを迎えている。

テレビ会議／Web会議はここ数年、HD画質への対応と、端末(会議専用端末、Web会議で用いるPC用カメラ等)の低廉化を後押しに普及スピードが加速。特に、クラウドの利点を押し出したWeb会議サービスの市場は高い成長率を誇っている。

企業の経営環境の変化も大きく影響している。長引く不況による効率化へのニーズに加え、グローバル化や事業継続対策の推進に伴って、拠点や人的リソースの配置は分散傾向にあり、これも企業の関心をビデオ会議に呼び込む引き金となっている。

加えて、高品質な映像と音声を伝送するためのネットワークの進化、コストダウンもテレビ会議／Web会議の市場拡大の追い風だ。

「ISDNとSD画質」で始まったテレビ会議が、こうした背景を経て「IP網+HD画質」の段階へと移ったのが、これまでの市場の動きだ。HD対応を端緒として2007年頃から始まったビデオコミュニケーション市場の拡大。そして今、さらに大きな変化が始

まろうとしている。

新市場を作る2つの要素

きっかけを作ったのは、スマートデバイスとクラウドだ。

テレビ会議／Web会議のベンダーは長らく、会議以外の利用シーン開拓を重要方針として位置付けて取り組んできた。“会議システム”ではなく、業務そのものを支援する“コミュニケーション・コラボレーションツール”としてビデオの活用を促す——。スマートフォンとタブレット端末は、この狙いにまさに適合する。撮影、伝送、表示、そして通話と必要な機能がすべて揃ったこのデバイスならば、ビジネスの現場にビデオコミュニケーションを無理なく持ち込める。

そして、使われる場所と用途、端末の多様化を助けるのがクラウドだ。そもそも、初期投資や運用コストの抑制といった点でクラウドはメリットをもたらす。それに加え、機能をデータセンター内に集約し、ネットワーク越しに多様な端末からそれを利用できるクラウドの自由度も、ビデオコミュニケーションの普及に

貢献するはずだ。

シード・プランニングが今年3月に発表した市場調査においても、この2つの要素が市場を大きく成長させると分析。他のコミュニケーションツールとの融合も経て、新たな市場が形成されるとしている(図表)。

ただし、テレビ会議／Web会議のベンダーにとって大きな好機が訪れる一方で、市場環境は激変する。新規プレイヤーの参入はすでに数年前から活発化しており、クラウド事業者や通信キャリアも有力な法人向けサービスとして注力。競争は今後も激化する一方だ。

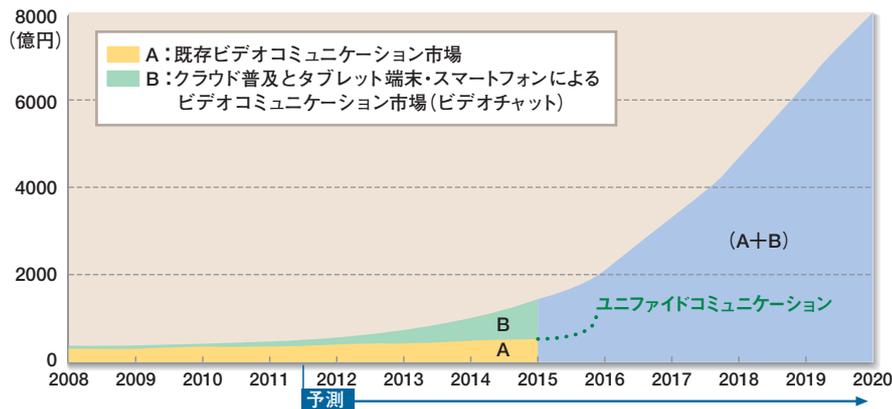
テレビ会議ベンダーにとっては、専用端末とインフラ機器を販売してきた既存のビジネス構造を大きく変えることにもなる。エンドポイントの多様化やクラウド対応といった市場の拡大要因に即したかたちで、事業戦略も変化せざるを得ない。

Web会議ベンダーも影響を受ける。これまでは端末・導入形態の違いから差別化できていたテレビ会議との明確な垣根は無くなる。ユニファイドコミュニケーションを志向し、製品／サービス間の連携に注力するベンダーも増えており、両者の競合／協調関係は変化していくはずだ。

市場そのものが拡大する一方で大きな転換も迫られるベンダーは今後の成長をどのように描いているのか。また、通信キャリアは法人向け事業において、ビデオコミュニケーションをどのように位置付けて取り組んでいるのか。

複数の視点から、ビデオコミュニケーションの現状と展望を見ていく。

図表 ビデオコミュニケーション市場規模イメージ(国内)



出典:シード・プランニング「ビデオ会議／Web会議の最新市場動向調査」(2012年3月)