

## CNAレポート・ジャパン インタビュー特集

### ライフサイズコミュニケーションズ インタビュー



**ライフサイズコミュニケーションズ社(米国)**  
**ロブ・ヒュー氏**(前列中央)  
ワールドワイドセールス担当上級副社長  
**ウィリアム W ユー氏**(前列右)  
アジア太平洋担当セールスディレクタ  
**ディビット・マキャン氏**(後列左)  
セールスエンジニア

#### 株式会社日立ハイテクノロジーズ

**近藤 忠雄氏**(前列左)  
情報・デジタル家電営業本部  
IT システム部ネットテクノロジー課 課長  
**柳瀬 和宏氏**(後列右)  
情報・デジタル家電営業本部  
IT システム部ネットテクノロジー課 係長

聞き手: CNAレポート・ジャパン編集長 橋本啓介

**橋本:** LifeSize Communications は新興のビデオ会議・音声会議メーカーですが、設立経緯、事業ビジョンなどご紹介ください。

**ヒュー氏:** LifeSize Communications 社は、もともと 2003 年 1 月に、ポリコムからスピンアウトした創業者 2 名 Craig B. Malloy 氏と Michael Kenoyer 氏が KMV Technologies 社 (Keynoyer Malloy Video=KMV) を設立したのが始まりです。KMV Technologies 社では、2 年間かけて製品の開発を行ってきました。その間我々は、製品のコンセプトすら全く情報を開示していませんでした。現在の LifeSize Communications の社名には、昨年 5 月に変更しました。

**橋本:** Craig B. Malloy 氏と Michael Kenoyer 氏について、また事業ビジョンについて教えてください。

**ヒュー氏:** Craig B. Malloy は、ポリコムが買収した、ViaVideo 社(設立 1996 年、ポリコム買収は 1998 年)の創業者。ポリコムが 1998 年にビデオ会議製品を販売開始する上で大きな影響力を与えました。Michael Kenoyer は、1985 年の VTEL の創業者でもあり、ViaVideo の共同創業者でもある方です。ビデオ会議を開発する ViaVideo 買収後、両者はポリコムに在籍し、同社のビデオ開発に影響がありました。

Craig B. Malloy と Michael Kenoyer が考えたビデオ会議システムのあり方は、廉価なビデオ会議ではなく、解像度のより一層の進化が必要だと考えたわけです。つまり、ハイデフィニション(以下、HD)ということです。

両者が ViaVideo を設立した時(1996 年)は、ビデオ会議の普及を阻害していた要因は、価格と簡単に使えるかどうかという 2 点だと見ていました。

現在では、ビデオ会議の価格は、普及を阻害する要因としては問題ではなくなったと見ています。寧ろ普及を加速させていくためには、映像と音声のクオリティの向上が重要な鍵を握っていると確信しています。

我々LifeSize社の原動力は、従来のビデオ会議と我々が提唱するHDを融合させるところにあり、これらの融合によりビデオ会議が新たな進化を遂げると考えています。

創業者は、ビデオ会議の普及にはこのことが非常に重要だという確信をもって会社を設立したわけです。そして我々としては、後発ということもあり、事業的にある一点に絞り、また厳選された優良なチャネルパートナー（販売会社など）との協業によるビジネスモデルで、事業を成功に導きたいと強く思っています。

我々が出す製品は、従来の製品と同じくらのコストで10倍もの解像度を提供することになります。無論、クオリティだけでなく、簡単に使える、セットアップが簡単、他の機種との互換性、IP/ISDN相互接続なども製品を開発する際には、十分考慮して開発しています。

#### 橋本:社員数、資本金はどのくらいでしょうか。

**ヒュー氏:**現在社員数は、80名ほどで、今後営業とマーケティングの陣容を拡大していく予定ですが、今はエンジニアが大半です。我が社の社員は、ハードウェア部門もソフトウェア部門もポリコムやVTELなどビデオ会議の業界から入社した経験豊富で能力の高い社員を、また業界外からも、たとえば、アップルコンピュータやティボリーなどの社員を採用しており、業界内外の優秀な社員を集めています。

また、現在会社の資本金としては、3850万USD(約46億円)。設立後から2回の増資をベンチャーキャピタルや機関投資家から行い、その資金を開発に投下してきました。我々のHD事業のビジョンに大いに賛同していただきました。

#### 橋本:なぜ、クオリティが普及のポイントになるのでしょうか。

**ヒュー氏:**私自身、このビデオ会議業界に17年間従事してきました。その間確かにビデオ会議の映像技術がどんどん進化してきたのは事実ですが、映像の解像度における進化はゆっくりとした感があります。解像度については一昔前とあまり変わりません。

そういったことから、同じ部屋にいるようなバーチャルな環境をビデオ会議がつくるということを考えた場合、現在のシステムでは、映像と音声ともにまだ物足りないというのが実情じゃないでしょうか。

私自身は長年販売の業務に携わってきましたが、以前の会社では、ビデオ会議は出張を置き換えるものとして販売してはならないということをお話していました。どうゆうことかと言うと、出張を置き換える目的でビデオ会議を導入したユーザーは、満足していないという結果がわかったからです。つまり、ビデオ会議によるフェイスツーフェイスは、物足りないというユーザーが感じたからです。たとえば、ボディランゲージや目の動きとか、目を開けているのかどうか分からないなど、実際のビジネスミーティングから考えると、ビデオ会議のフェイスツーフェイスは不自然です。使う側からするとストレスになります。

私の経験から、3つのお話をしましょう。

あるアメリカの超大手小売業のCIOが、黒いタオル、Tシャツ、ハンカチをビデオ会議でどのように見えるか試したいということがあったのですが、ビデオ会議では解像度的には一番よい4CIFでやってみても、縫い目など細かいところまで見えなかったということがあり、また別の話で、タイの企業の社長が、取り扱い製品であるぬいぐるみがちゃんと見えるか、確かめたいというのがあって、デモを行ったのですが、映像の品質に落胆して導入には至らなかったという経験を持っています。彼としては、タイの本社から中国の工場まで製品を見に行かないとやっぱり無理なのかという感じでデモルームから出て行きました。

また、タオルバイヤーは、タオルメーカーのところまで出張せずにタオルの生地などがどのような感じか見ることができないとビデオ会議は使えません。

こういった例から言えるのは、映像や音声のクオリティのよ

い製品であれば、ビデオ会議の環境は非常に改善されるということを示唆しています。

高解像度による映像のクオリティの重要性はおわかりいただけたと思います。こういったことが我々の問題意識の根底にあるわけです。

ハイデフェニションによって、今までの問題を解決できるようになったと我々は信じています。

**橋本: 2年間の開発期間、開発内容については徹底的に開示しない方針をとられました。**

**ヒュー氏:** それは、事業戦略的に非常に重要だったからです。将来市場に打って出た時に、他の考えられる競合に対して差を付けておかなければならないからです。開発は徹底的にトップシークレットなみ行われました。

製品が発表される前日でも、業界では LifeSize は、1000ドルを切る廉価なビデオ会議を発表するのではないかとまことしやかに噂されましたが、実際のところ業界の“期待”を裏切った格好になったわけです。

ハイデフェニションについては、当社は他社を先駆けて現在市場をリードしています。また、市場では新参者ですので、経営は選択と集中を重視した事業・販売展開を行っています。こちら辺については後で詳しくお話致します。

**橋本: 現在専用端末系のメーカーでは、HD がトレンドになってきています。スタートアップ企業としては、ある意味でブランディング戦略において今までのところは成功と言えるのではないのでしょうか。**

**ヒュー氏:** 確かにその通りだと思います。スタートアップ企業は、マーケティングコストも限られている状況ですので、市場に認知されるのは非常に大変です。そういった中で、短期間で効率的に当社が市場で認知された面はあったと感じています。

また、それに加えて、我々がハイデフェニションを出した

タイミングもよかった。たとえば、日本もアメリカも、ハイデフェニションのプラズマディスプレイなどは消費者市場でも人気です。

**橋本: LifeSize 社が販売する製品の特長についてお話しください。**

**ヒュー氏:** 我々は、ハイデフェニションにフォーカスした製品を提供していますので、よりよい映像と音声を実現しています。我々が提供しているハイデフェニションは、H.264 を使って提供しています。また、国際標準に準拠している、H.323 と SIP に対応したスタンダードの製品ですので他メーカーのものと通信はできます。

1280x720 の解像度を出すには、1Mbps の回線速度が必要ですが、エンタープライズの顧客にとって、1Mbps は、現実的になってきているのではないかと思います。

しかし、まだ、1Mbps を使うのは難しいという企業も確かにあります。そういった企業向けには、それ以下の帯域でも、従来のビデオ会議よりもより高画質の映像を提供できる準備ができています。たとえば、768kbps では、1024x576 の解像度、512kbps では、848x480 の解像度。最近では、512kbps でのテレビ会議も多いと思いますが、その帯域でも非常にきれいな映像が提供できます。512kbps にネイティブワイドスクリーンを使えば、綺麗な映像は可能です。

また、我々の製品は、より大きなハイデフェニションディスプレイであれば、非常に力を発揮します。我々のアメリカ本社のショールームでは、70 インチのデジタルハイビジョンのディスプレイがありますが、そういった大型ディスプレイが我々の HD の強みです。従来のビデオ会議であれば、大型ディスプレイに表示すると映像が粗くなり、実用的ではありませんでした。大型ディスプレイだと、表示される人間の映像サイズは、実際の人間のサイズに近づきますので、我々は、自社を、“LifeSize”と呼んでいるわけです。この社名に我々のビジョンが込められています。

さらに、音声では、業界初の 22Khz のワイドバンドに対応し

ていますので、音声のクオリティは従来の製品よりも大変向上しています。

**橋本:**それぞれの製品のご紹介ください。

**ヒュー氏:**我々は、LifeSize Room、LifeSize Phone、LifeSize Exec、LifeSize Networker、LifeSize Control の製品を順次発売していきます。発売は全世界同時を予定しております。



#### LifeSize Room

LifeSize Room は、ルームタイプで、LifeSize Exec はディスプレイ(17インチ)とHD対応カメラなど内蔵した一体型のタイプです。これらは、H.323 と SIP に対応し、帯域は5Mbpsまでサポートしています。また、多地点機能を内蔵していますので最大8拠点を接続した会議が行えます。デュアルストリームにも対応しているため、資料などを共有したデータ会議も行えます。この製品の出荷は、2006年第一四半期になります。

LifeSize Phone は、単体のIPとアナログ回線対応の音声会議端末として使えますが、またLifeSize Roomとバンドルしていますので、LifeSize Roomのスピーカーマイクとしても使えます。MPEG-4 AAC アルゴリズムを採用して最大22kHzの音域までカバーしたワイドバンド型の音声会議端末です。円盤形をした独特の形で、その周りに円形状にマイクを配置。ビームフォーミング機能により、今までより集音範囲も広がります。こちらはすでに販売しております。

LifeSize Networker は、低価格のISDN/IPゲートウェイ装置です。4回線のBRI(NTT INS64に相当)と2回線のPRI(INS1500に相当)に対応。また、LAN(10Mbps/100Mbps)とV.35をそれぞれの口を1個ずつ装備しています。他社の同様製品よりも低コストで提供します。シングルユーザーバージョンは、2006年第一四半期、マルチユーザーバージョンは、第二四半期出荷を予定しております。

LifeSize Control は、マルチベンダ環境を想定したビデオ会議端末を管理運営するためのシステムです。当社製品以外にも、ポリコム、タンバーク、ソニー、ラドビジョン、コーディアンなど他社製品混在のネットワーク環境でもシームレスに使えます。

当社製品は、多数の言語に対応しています。日本語、英語、中国語(簡体/繁体)、韓国語、ドイツ語、スペイン語、フランス語、ノルウェー語などサポートしています。今後拡大する予定です。

また、当社製品は、箱から出して15分もあれば、セットアップができ、たとえばビデオ会議のコールができるくらい簡単です。



#### HD対応カメラ

**橋本:**今回HD対応のカメラ開発で苦心されたようですが。

**ヒュー氏:**HDビデオ会議のためには、HD対応のカメラ、ディスプレイ、そしてビデオ会議自体のコーデックが必要です。

HD対応のカメラは、市販されていますが非常に高価です。

また、ビデオ会議のカメラには、パンチルトズーム機能がカメラに必要ですが、ハイデフェニションにも対応だとすると、そのカメラだけで我々のビデオ会議製品が購入できるくらいと言っても過言ではありません。ですので、レンズは某レンズメーカーに、イメージセンサーは、別の某メーカーに委託しましたが、当社で自社開発を致しました。

開発期間が2年かかったという理由のひとつは、比較的 low コストで、パンチルトズーム機能をもった HD 対応のカメラを開発するのは非常に大変だったということです。

HD 対応のディスプレイについては、1280x720 ネイティブ解像度のディスプレイが推奨ですが、当社ウェブサイトにも推奨機種リストが掲載されておりますのでご参考いただければと思います。

**橋本:** 御社製品で MCU は、内蔵ですが、個別の MCU 製品を自社開発する予定はありますか。

**マキャン氏:** 今のところありません。数拠点用の MCU 内蔵の製品は当社から販売しますが、それ以上の規模の多地点会議用の MCU については、当社と提携した英の MCU メーカー Codian 社(コーディアン)の製品を基本的には推奨します。Codian 社の MCU は、近いうちに H.264 や、我々の HD にも対応した MCU をリリースする予定です。



でも使えないかと関心が高いです。

また、軍事用の戦車に HD ビデオ会議を搭載できないかと、ある政府機関からの問い合わせも来ています。

(写真中央: LifeSize Exec)

製造などの企業ユーザーはもとより、教育、医療、エンターテインメントなど、より高精細なビデオ会議を求めるユーザーです。製造業では本社と工場での間で使い製造工程中の仕掛品などを見せたりすることで打ち合わせを行ったり、教育でいくと、チェロのトレーニングを行うのであれば、先生の指使いが非常に重要です。従来のビデオ会議では難しいですが、HD 対応のビデオ会議であればそれも可能になります。

その上、医療分野は非常に有望な市場と見ています。医学部や病院などからすでに引き合いが来ています。仮注文もヨーロッパの病院から 20 台すでに来ております。アメリカの大規模病院グループでは、現在 70 台のビデオ会議システムが稼働しているそうですが、部内ミーティングの目的でしか使っていません。その病院の情報システム担当の方によると、ビデオ会議は遠隔医療ではまだ使えるほどの映像クオリティが進歩していないと見ているからです。先生の指がどう動いているのか見えないからです。それで、HD が実現すれば遠隔医療でも使えるのではないかとということで、我々の製品に高い関心を寄せていらっしゃいます。また、医学生向けの教育

**橋本:** 御社の販売戦略について教えてください。

**橋本:** 御社のターゲットとするユーザーを教えてください。

**ヒュー氏:** 当社では、他のビデオ会議メーカーとは違った方法で、ディストリビューションとリセラーとのチャンネルパートナー

**ヒュー氏:** 当社のターゲットとするユーザーですが、金融、

関係を構築しています。既存メーカーのディストリビューションとリセラーの数は非常に多い。北米だけでも100社はあるという。そういった状況では、同じ製品を扱う販売会社同士がバッティングしてチャンネルコンフリクトを起こす、また、販売会社は、売ってもあまり利益があがらないという構造的な問題が発生します。ビデオ会議はまだ日用品ではないのです。今の状況は必要以上でビジネス的にあまり意味がないように見えます。

我々はそれとは反対に、経験のある優秀なチャンネルパートナーを厳選しています。そして各国の市場の規模に応じて、各国でのパートナーの数は1社から数社程度に限定している。限定することによって、チャンネルコンフリクトを防ぎ、それぞれのパートナーがしっかりと利益があがるようにしたい。そして共に市場拡大で協力したいと思っています。

ワールドワイドでは、現在は、33社パートナーがいるが、最終的には、38社から40社が最適数と考えています。その中で、アメリカは世界でももっとも大きい市場であるため、9社パートナー、アジアは、10社あります。中国に2社、日本は、日立ハイテクノロジーを含め3社。他では、韓国、オーストラリア、台湾などにもすでにあり、またインドも予定しています。1国に複数パートナーがある国は、アメリカ、中国、イギリス、日本です。市場規模で1位から4位までの市場です。

また、ご参考までにイギリスでは、競合製品を扱っているトップ5の販売会社の3社が我々と販売提携をいただいています。

#### **橋本:アジア太平洋地区での状況を教えてください。**

**ユ一氏:**アジア太平洋地区の本部として香港オフィスを4月に開設したところで現在は、チャンネルパートナーの開拓に力を入れていると同時にお客様からの関心も高まっているという実感を得ています。この地区でも、北米や欧州と同じくらい非常に太く強いパイプをチャンネルパートナーと組んでいきたいと考えています。

また、チャンネルパートナーを開拓するにあたって、ビデオ会議システムの経験が長い優良な企業との提携に絞っています。また、優良だけでなく、その企業が我々と同じビジョンを共有できるかという点も非常に重要です。これらの優良なパートナーと我々がお互いプラスになるような関係を築いていきたいと考えています。

市場の状況としては、一例として韓国を見ると、この国は既知のとおり、ブロードバンドの先進国であり、また、HDに親和性のあるプラズマディスプレイを開発しているメーカーもあります。韓国はすでに我々の技術や製品を受容できる準備ができて市場であると見ているので今後の展開に期待しています。

市場に我々の製品を提供していく上で、チャンネルパートナーをベースに、ある特定のマーケットセグメントにアプローチすることも考えています。たとえば、日立ハイテクノロジーは、直接にユーザーに販売することもあると思いますが、ある特定分野のマーケットセグメントに強みを持っているので、そのアプローチも有効な販売展開です。

**橋本:ビデオ会議の歴史は、映像クオリティの向上へのチャレンジの歴史でもありました。今回御社では、HD対応のビデオ会議システムリリースしたわけですが、次は何を考えていらっしゃるのでしょうか。**

**ヒュー氏:**今の段階では可能性レベルの話になりますが、今よりもより解像度の高い製品を開発することは考えられます。あるいは、より少ない帯域でも現在のHDの解像度を提供できる製品を開発するという方向性もありえます。また、無視できない音声品質の向上もあります。音声端末自体今後ステレオになる、あるいは、今後新たな製品を開発していく中で、現在使っているMPEG-4 AACアルゴリズムよりもベターなものが出てくれば採用する可能性も十分ありえます。

いずれにしても、会議システムを使うユーザーの方の使う環境をベターにしていくことが我々のミッションです。

**橋本:**最後に、日立ハイテクノロジーズの近藤さんからひとこと抱負をお伺いしたいと思います。

**近藤氏:**LifeSize の製品は、従来の停滞しているビデオ会議市場に新しい需要、マーケットを創出できる製品になると見えています。6年にわたり、ビデオ会議ビジネスに関わってきましたが、高画質、高音質は本質的な顧客ニーズで、真に実現している LifeSize の製品に大いに期待しています。また、日立ハイテクノロジーズのMCU 扱いの経験、市場における経験、マーケットにおけるプレゼンスは、LifeSize の日本進出に大きく貢献できていると思っています。新しい出会いに、興奮している次第です。

**橋本:**有り難うございました。

**【連絡先】**

株式会社日立ハイテクノロジーズ  
情報・デジタル家電営業本部  
IT システム部ネットテクノロジー課  
電話 : 03-3504-7447  
FAX : 03-3504-5194  
WWW: <http://www.hitachi-hitec-vc.com/>  
メールアドレス: [marketing@nst.hitachi-hitec.com](mailto:marketing@nst.hitachi-hitec.com)

LifeSize Hong Kong Limited  
William W. Yu  
Director of Sales, Asia Pacific  
TEL: 852-8239-3695  
FAX: 852-3016-6797  
E-mail: [wyu@lifesize.com](mailto:wyu@lifesize.com)  
WWW: <http://www.lifesize.com>

**【インタビュー取材・編集】**

CNAレポート・ジャパン 編集長 橋本啓介  
Email: [k@cnar.jp](mailto:k@cnar.jp)  
WWW: <http://cnar.jp>