

インタビュー特集



ラドビジョン・ジャパン株式会社 インタビュー

代表取締役 名倉 義幸氏

聞き手:CNAレポート・ジャパン 編集長 橋本啓介

1993 年イスラエル企業として設立。Video Over IP の製品を93年にリリースして以来、H.323 や SIP などIP関連の技術や、MCU、ゲートウェイなどの製品で市場をリードしてきた。ITU-T での標準化でも主導的な立場で参加している。ガリ・タマリ氏がCEO。同氏は4年間の在籍で今年いっぱい退任。TBU 部門と NBU 部門(インタビュー内参照)を統括してきた 2006 年1月よりボアズ・ラビブ氏が着任する。

ガリ・タマリ氏の4年間で同社は、1020 万 USD(約 12 億円)から 1910 万 USD(約 23 億円)へ売上を約倍に拡大させた。

退任の発表後ラドビジョンの株価は若干落ちたがそれは

同氏への市場の信頼が高かったという現れと見られている。米ナスダック市場前日の 15.60USD から 14.68USD へ若干落ちたが、その後 28 日の終値は、15.86USD と、後任のボアズ・ラビブ氏への期待感から、株価は値を戻した。米ナスダック市場へは 2000 年上場(IPO)した。

ラドビジョンは、従来テレビ会議専用端末のメーカーに対して MCU などインフラ製品を提供してきたが、昨年CEOガリ・タマリ氏が、デスクトップビデオコミュニケーションへのラドビジョンの将来の方向性を示し、マイクロソフトなどとの協業を強化してきた。来年早々ボアズ・ラビブ氏が後任として着任するが、その方向性は踏襲される。

以下インタビューにてでくる Web 会議システム Click To Meet は、もともと米 First Virtual Communications 社を今年の3月頃買収した結果取得した技術。買収に伴い FVC の主な幹部がラドビジョンへ移籍。

ラドビジョンの企業戦略担当上級副社長キルコカバレロ氏は、元 FVC 社 CEO。Click To Meet の前身は、90 年代に流行ったPCビデオチャットの CuSeeMe から来ている。

キルコカバレロ氏については、編集長橋本は、99年頃同氏が FVC 社在籍の時にアメリカで取材したことがある。同氏は、PCビデオについての将来ビジョンを語ったという記憶がある。彼はスイス出身だがアメリカに在住している。

2002 年冬に、ラドビジョン創業者兼 CTO(最高技術責任者)エリ・ドロン氏をラドビジョンの香港オフィスで取材したことがあるが、その時も日本での 3G への期待を述べていた。

編集長 橋本啓介

橋本:今回は取材に応じていただきまして有り難うございました。名倉さんは、ラドビジョン・ジャパンの代表に就任して1年ぐらいとお聞きしましたが、差し支えない範囲でご経歴、

今のラドビジョン・ジャパンについて簡単に教えてください。

名倉氏:まず私は、最初にずいぶん前ですがシスコシステムズに在籍しておりまして、その後IBMに買収された、H.323 や T.120 のプロトコルスタックを販売していた米データビーム社の日本カンントリーマネージャをしました。それからは、ネットワーク系やコミュニケーション系のアメリカ企業のスタートアップ企業のカントリーマネージャを何社かやってきて、1年前にラドビジョン社に入社しました。

当社は全世界で事業展開していますが、私は、日本全体を統括する立場です。アジア太平洋地域は、香港に本部がありますので、私は香港本部へ日本の事業についての報告をしています。

今までは、日本オフィスでもイスラエル人を中心におこなってきましたが、昨年の暮れから日本人の方に徐々に移行してきて、来年はより日本人を中心としたオペレーションになって

いく予定です。基本的にラドビジョン・ジャパンの役割は、各パートナー企業のマーケティングも含めた支援活動に注力していきます。

後でご説明しますが、来年1月よりパートナープログラムを開始しますので、それによりラドビジョン・ジャパンの役割も現在よりは大きくなっていきますので、エンジニアスタッフを増やしていく計画です。

橋本:ラドビジョンの事業内容について教えてください。

名倉氏:ラドビジョンは、テクノロジーをライセンスする側面を持った部分と、そのテクノロジーを使った製品展開をするという、大きく分けて2つの事業の柱があります。この点については、当社は、他社と比べてもユニークな会社ではないかと思っています。

事業部門としては、前者のライセンス部門が TBU (Technology Business Unit)と呼び、後者の製品部門を NBU (Network Business Unit)と呼んでいます。TBU では、テクノロジーのライセンスについては、国際標準ベースの技術を普及させるという視点での技術ライセンスを行っています。また、NBU では、当社ではテレビ会議の専用端末を開発する予定はありませんが、各メーカーなどが提供するエンドポイント端末の相互接続のところを保証していくような製品を作っていく

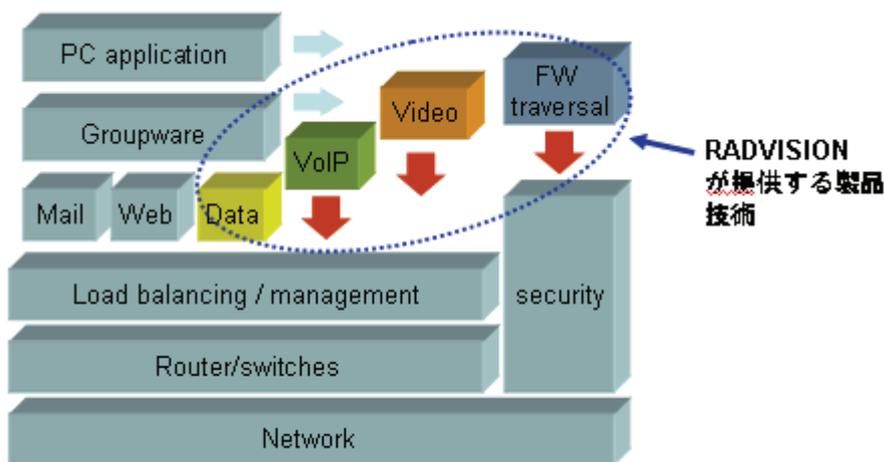
という考えで事業を行っています。従って、MCU 製品を中心に、IP、ISDN などいろいろなネットワークを跨ぐようなゲートウェイなどの製品を提供していこうというのが事業の軸になります。

ワールドワイド売上ベースでは、

NBU の部門が7割、TBU 部門が 3 割となっていますが、日本では、両者半々という状況で、今後 NBU 部門の事業が拡大すると期待しています。

橋本:まず TBU 事業は具体的にはどのような事業展開でしょうか。

名倉氏:まず、TBU の部門では、技術としては、SIP、3G、H.323などのプロトコルスタックなどを開発ベンダーなどへ提供



しています。現在世界で約500社。日本では、約100社にライセンスを行っています。

SIP系、あるいは、3Gのテクノロジーを求めている開発ベンダーが多く、開発用プロトコルスタックツールを多数ライセンスしています。H.323とSIPの関係ですが、ベンダーからの要望としては、SIPが多くH.323との主従が逆転してきており、H.323は付帯的にサポートするというものが多くなっています。

さらに、開発ツールをサポートするものとして、プロラボというエミュレーターや試験装置の提供も行っています。プロラボには3G用があります。通常3Gの端末ですと、端末数が数千とか数万台とかになりますので、しっかりと動作検証を行うのが難しくなります。それをサポートするのが3Gプロラボですが、海外では注目を集めて利用いただいています。

橋本：NBU事業は具体的にはどのような事業展開でしょうか。

名倉氏：また、もう一方で、そのライセンス技術を使って製品展開も行っています。それがNBUの事業です。NBUでは、MCU、ゲートウェイ、ゲートキーパー、運用管理システムなどのインフラ製品を提供していますが、製品ブランド



の主軸としては、INVISION(インビジョン)、SCOPIA(スコープア)、Click To Meet、そして最近発表しました PathFinder などがあります。(写真上： **INVISION**)

事業ターゲットとしては、企業向けとサービスプロバイダー、通信事業者を見えています。まず、企業向けには、導入が簡単なオールインワンのネットワークアプライアンス製品をご提案させていただき、サービスプロバイダーあるいは通信事業者向けには、SCOPIA を中心に展開していくことを

考えています。

INVISION は、多地点接続機能(MCU)を持ち、H.323、SIP プロトコルをサポートし、H.320 のゲートウェイ機能やゲートキーパー機能、会議端末や会議予約運用管理の機能もオールインワンで内蔵しています。



(写真左は **SCOPIA1000** 12U 型アプライアンス 18 スロット。別に、SCOPIA400 2U 型アプライアンス 4 スロットもある。)

SCOPIA については、従来の当社製品である ViaIP の部分を継承しているところがあるのですが、大きくは3Gのゲートウェイモジュールが大きな特長のひとつとしてあります。もうひとつは、ViaIP は、モジュールの組み合わせが、4スロットしかなかったのですが、SCOPIA では、18 スロットが使えるようになります。さらに、IP バックプレーンは内蔵スイッチをもっていますが、冗長化を取っているのも特長です。サービスプロバイダーや通信事業者では、信頼性、冗長性が取れる、パフォーマンスが高いというのは重要なポイントです。

そして、ソフトウェアベースの Web 会議としては、Click To Meet に注力していく考えです。Click To Meet は、マイクロソフトの Live Meeting をサポートしていますので相互にビデオコミュニケーションができます。



PathFinder

PathFinder については、これは NAT/ファイヤ・ウォール越えの機能を持たせた製品です。企業にビデオコミュニケーション

ョンを設置する場合、NAT/ファイヤ・ウォール越えの問題は必須で、PathFinder はこの問題を解決いたします。さらに、最近 NAT/ファイヤ・ウォール越えの技術が標準化されましたのでそのプロトコルもサポートしていきます。

Click To Meet については、国内で100社以上導入。それ以外の製品では、70 社から 80 社導入いただいています。

橋本:御社の MCU の強みについてはいかがでしょう。

名倉氏:ハードウェアベース、ソフトウェアベースを含めて MCUが各社から出ていますが、完全なピュアなIPネイティブで機器の構成ができるのがまずひとつの我々の強みです。

2つ目は、ゲートキーパー、H. 323、SIPの機器をマネージする部分の製品が非常に強力なものがある、これとMCUとの組み合わせというのが使う側から見ると、非常に重要なポイントですので、この辺がラドビジョンの強みと思っています。

また、それに加えて、恐らく単にボックスを右から左へ売るといった商売では、このビジネスでは多分うまくいかないと思います。従いまして、お客様のご要望を伺った上で、お客

様のニーズにあった形でカスタマイズがソースコードレベルでできるというのは、もう一つのラドビジョンとしての強みです。

橋本:最近テレビ会議のハイデフィニション化(HD)が言われていますが、御社製品での対応予定は。

名倉氏:HDについては、来年以降には対応していきますが、コミュニケーションツールとして、画質がいいからテレビ会議を使うかということについては、懐疑的です。お客様から今のところ、ご要望は伺っていませんが、当座、HD のご要望は、極々特殊な用途に限られているのではないのでしょうか。

いずれにしても、今はそれよりも、簡単確実にカンファレンスが設定できて、かつ柔軟にいろいろな端末とのコミュニケーションが図れるというのがもっとも大事なことであって、その後に画質と音質が来ると思っています。音声と画質どっちという話では、コミュニケーションの70%は音でコミュニケーションを取ります。従って、まず音質があって、そしてHDの画質の順と見えています。

橋本:御社の製品を使った特長的な利用方法についていくつか教えてください。

名倉氏:デスクトップでのビデオコミュニケーションを使った製造業や量販店、海外での例をご紹介します。まず製造業では、海外へ工場を出しているなど、社



内や関連会社間での情報のやりとりが非常に頻繁になってきていますが、その際にテキストベースのメールのコミュニケーションは、リアルタイム性がないですし、テキストで書かれていますので、含まれる情報も限られます。それに比べて、映像を使ったコミュニケーションですと、顔を見ながら話をする、そして資料も共有するという方法でリアルタイムに情報のやりとりを遠隔地との間で行えば、開発の工程を短縮したりすることができるメリットがあります。ここでは、開発をよりスムーズに、短期間にすすめられるためのツールになっています。

次に、量販店でのケースをお話いたします。量販店ビジネスというのは、製品の数が多岐にわたり、価格競争が激しいために、値付けが非常にシビアな世界だと認識しています。

こういった時にいかに情報を、ハイラーキーを持たずによりフラットな形で情報伝達して、各店舗の価格情報だとか売れ線情報を皆で共有する必要があります。当社ではそういったお客様にデスクトップ型の Web 会議システムを使っています。

家電量販店、化粧品、薬品などの取り扱い商品が多いところ、あるいは多店舗展開をしている販売ビジネス形態をとっているところでは非常に便利なツールだと考えます。たとえば、ドラッグストアチェーンでは、こういったツールを使う中で、トップの考え方、価格付け、製品のポジション情報、より速くフラットに全店舗に情報を伝えるツールとして使っています。

海外では、例としては、香港では、ハチソン3Gが既に携帯電話を使ったマルチポイントのサービスを提供しています。さらに、ヨーロッパの3G通信事業者で何社かサービスを提供しているところもあります。

余談ですが、3G展開を考えた時に、普及する、しないの分岐点が利用者に対する課金の仕組みがどうであるかに影響されるのではないかと見えています。

つまり、ユーザーからみて従量課金ではなくフラットレートでやっているところは、ビデオとかストリーミング系のサー

ビスは利用しやすいわけですが、従量課金かフラットレートかで、料金設定のやり方で普及の度合いが変わってくるのではないかと考えています。

橋本: パートナープログラムを来年1月から開始するようですが、概要について教えてください。

名倉氏: 現在、マクニカネットワークス、ネットワン、NTT-AT、KDDI の4社が当社の販売パートナー企業ですが、来年1月からパートナープログラムを実施していく予定で、新たなパートナーの発掘も行っていきます。

今回実施するパートナープログラムは、大きくわけて、3通りあります。それらは、「プレミア」、「ゴールド」、「オーソライズド」となります。今後新たにパートナーになるであろうところも含めて、いずれかでポジショニングをさせていただき、それに応じて我々のサポートなり、支援活動を提供していく考えです。

プレミアパートナーには、販売からしっかりとお客様のサポートまでを提供できるパートナーを、ゴールドパートナーには、同じく販売していただきますが、プレミアほどサポートが提供できないところになっていただければと、そして、最後にオーソライズドパートナーは、サポートできる人材をアサインできないが、ラドビジョン製品をお客様に提案できるところにパートナーになっていただければと思っています。

橋本: 販売パートナー企業との取り組みや今後の新規のパートナー企業の開拓についてはいかがでしょうか。

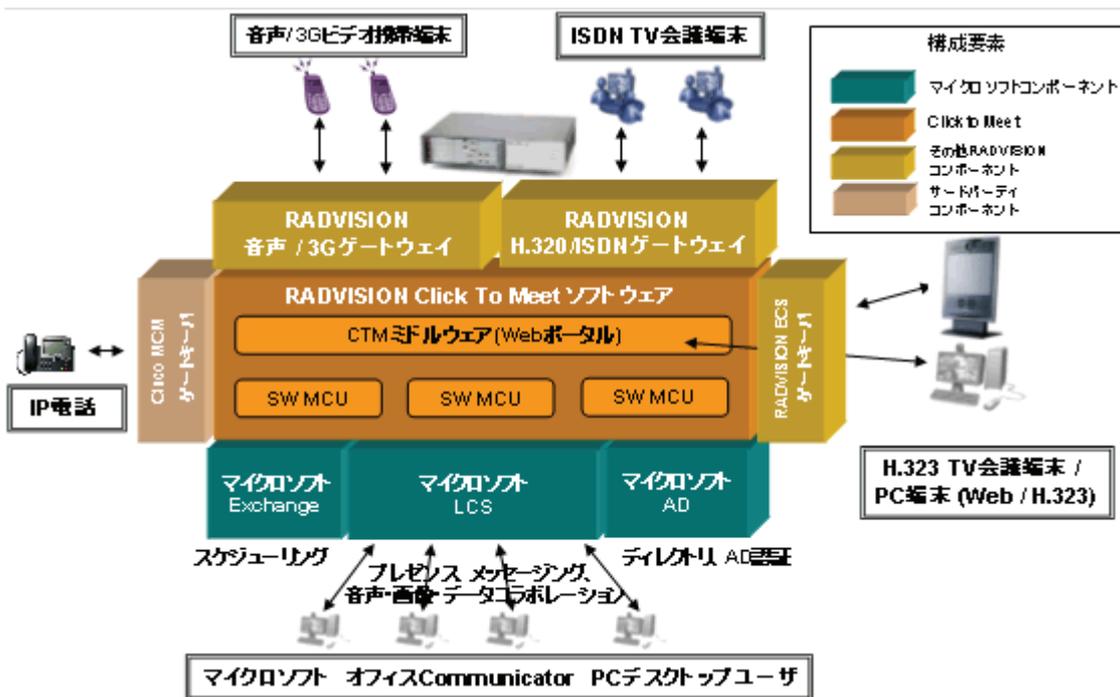
名倉氏: パートナー企業とは、一般セミナーを共同実施したりしてラドビジョンの名前をより認知していただくブランディング活動や、技術トレーニング、ユーザーのスキルアップのための情報提供やセミナーなどのトレーニング支援活動などを一緒に行っていく考えです。

さらに、今後新たなパートナー企業開拓の話では、当社製品の INVISION を、従来のテレビ会議製品という位置づけで

はなく、ビデオのソリューションとか、ネットワークアプライアンス製品を扱っていただけるネットワークベンダーやネットワーク Sler など、さらに、マイクロソフトのアクティブディレクターを扱える Sler ともお話をさせていただければと思っています。

給します。

OEMではないですが、ソニーは端末を開発していますので、当社がインフラ製品などを提供するというアライアンスもあります。



橋本：今後の御社での事業戦略、展開について教えてください。

名倉氏：今後の事業展開については、いくつかありますが、(1)3Gとデスクトップビデオの連携、(2)ストリーミング、(3)コンタクトセン

橋本：シスコシステムズ、マイクロソフト、ソニー、アエスラなどと事業協業をされていますが、事業の状況についてお願い致します。

名倉氏：マイクロソフトとの関係は、Microsoft Live Communication Server と Click To Meet など当社製品の連携で協業しております。今後コミュニケーションはデスクトップ型が広がると当社は見っていますが、マイクロソフトも同じマーケットに注目していると思います。

OEM 関係では、シスコシステムズとアエスラがありますが、シスコシステムズとは、引き続き MCU などのハードウェアベースの OEM 供給を継続します。また、アエスラについては、端末は、アエスラが開発することになりますが、その他の MCU、運用管理システム、ゲートウェイなどは当社から供

ター、(4)WiFi 無線LAN、(5)4G携帯での SIP、などをご説明致します。

まずは、その前に、今後事業戦略あるいは展開において柱となる考え方ですが、“入出力装置”にあたる端末については、テレビ会議の専用機ではないマーケットをアプローチしていきたいと考えています。つまり、専用のテレビ会議端末をその入出力装置として位置づけることはあまり考えていませんが、汎用的な入力装置である、たとえば、ウェブカメラ、あるいは普通のビデオカメラである場合等、いろいろな入力装置を考えています。

それでは、ひとつずつ順を追って説明させていただきます。まずは、3Gとデスクトップビデオの連携ですが、携帯電話事業者の3Gのインフラが整ってきた段階で新しいサービスを検討しなければならないわけですが、我々のもつ特長は、3G、

デスクトップPC、ルームタイプ型のテレビ会議との間のカンファレンスができるということですので、そういったところから新しいサービスが生まれてくる可能性があると思っています。そういった可能性について、現在携帯電話事業者と検討しているところです。

次に、ストリーミングですが、現在当社では製品としての提供はしておらず、基本的にお客様のご要望ベースで作って提供していますが、来年ストリーミングをマネージするための製品を2006年6月ぐらいまでに発表します。これは、PCや3Gを考えているコンテンツプロバイダーをターゲットに提案させていただく考えです。

コンタクトセンターについては、ストリーミングと合わせてソリューションを提供していくことを検討しています。コンタクトセンターの案内は現在音声案内ですが、技術的にはその音声案内の部分を、映像音声案内というビデオクリッピングにすることは可能ですので、ストリーミングの一アプリケーションのひとつとして捉えています。

仕組みとすれば、ユーザーからは、PCもしくは3Gでコンタクトセンターにコールすると、ビデオクリップが流れたり、映像のコマーシャルが流れたりすることができるわけです。そこで、たとえば、1番か2番を音と映像で示してそれを選択すると、オペレーターへ接続される流れです。無論オペレーターもお互いの顔を見ながらお話ができるというようなことが実現できます。そのビデオコミュニケーションのインターフェイスが当社の Click To Meet になります。

WiFi(ワイファイ)つまり無線LANですが、WiFiのサービスが今後世界的に普及していきますので、WiFiを使ったWiFiフォン、アクセスポイントの設置、それに関連するいろいろな機材が出てきますので、そういったところで我々の提供するSIPプロトコルを組み込んでいただきたいと思います。

橋本:WiFiについてももう少しお話していただけますか。

名倉氏:その先にあるのは、そういったWiFiフォンなどの機

器とNBUのコンセプトである、つまりマルチポイントでエンドポイントを選ばないというのがありますが、将来的にはそれらを統合するというビジョンを持っています。こういったWiFi関連でもパートナー企業を探したいと思っています。

また、ワイヤレスの関連として、将来的な話ですが、3G携帯の次世代4Gになると、IPマルチメディアシステムが4G携帯技術のコアになる予定です。そこでキーとなるのがSIPです。ですので、今SIPプロトコルのマーケットでシェアを取ることが次世代の4Gにもつながってくると見えています。

橋本:今後の抱負をお聞かせください。

名倉氏:ラドビジョンとしては、エンタープライズ向けにワークフローの中に、ビデオコミュニケーションを取り入れていただくための、製品なりソリューションを提案していきたい。具体的に言えば、ある会社と関連会社があった場合、今まで電話でコミュニケーションをはかっていたのを、皆さんPCを持っていますから、インスタントメッセージを使い相手の状況をプレゼンス機能で確認した上で、ワンクリックで電話をかけるがごとく簡単に相手との間で、ビデオコミュニケーションができるというようなそういったインフラを、企業の中にカルチャーとして根付かせたいということを考えています。

当社では、1年ぐらい前からそのようなことを言っています。浸透するのに時間がかかりますし、それを裏付けるための技術とか製品がともなわないと変わりません。

そういった意味で、今回Click To Meetのウェブの製品が加わり、来年にかけてそれをマイグレーションしていきますので、今の話は、かなりリアルティのある話になると思っています。

橋本:ビデオコミュニケーションのカルチャーを根付かせるためにはどうしたらよろしいでしょうか。

名倉氏:使うことによる有意性をきちっと説明するためのマーケティング的なプロモーションが必要です。企業のバックボア

ンで潤沢なバックボーンを設置していますが、そこでは、メール、ファイルが多く、そのバックボーンをもっと有効活用する余裕はあると見ています。ですので、それをどうやってマネージして、ビデオコミュニケーションのインフラとしても、それを活用していくかというところまで含めて我々がいろいろと情報発信をしていくのが、大事だと思います。

橋本: 有り難うございました。

【連絡先】

ラドビジョン・ジャパン株式会社
代表取締役 名倉 義幸
東京都渋谷区神山町 31-7 ラーレス神山 102
TEL.03-3468-0421 FAX.03-3468-0423
e-mail : ynakura@radvision.com
WWW: <http://www.radvision.com/japan/>

【インタビュー取材】

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