

ニュース項目

■ソニー、オールインワン型エントリーモデル PCS シリーズビデオ会議システム発売—マウス操作でビデオ会議とパソコン操作



PCS-TL30

ソニーマーケティング株式会社(東京都品川区)は、17.1 型ワイドディスプレイとカメラを一体化させたオールインワン型のビデオ会議システム「PCS-TL30」を12月1日から発売する。2Mbps までサポート H.323/SIP 対応。価格は、税抜き 30 万円。

「PCS-TL50と同じオールインワンタイプだがより小振りのコンパクトなボディ。PCS-TL50 を発売(2004 年 10 月)して以来、お客様から多様なフィードバックを頂いた。PCS-TL30 は、それらを盛り込んで開発された製品だが、基本的な機能と性能を十分に持ちながら、求めやすい低価格を実現した。パーソナルや少人数向けとして、より導入しやすくなったと自負している。また、マウスを標準装備し、ビデオ会議の操作もワンクリックで簡単にコールができるなど、ユーザーの使い勝手も向上した。」(ソニー株式会社 B&P 事業本部 商品企画・マーケティング部門 IPELA 企画マーケティング部 MK1 課 マーケティングマネージャー

村上浩一氏、同商品企画2課 プロダクトプランナー 打出浩一氏)

以下 PCS-TL50 と比較しながら、PCS-TL30 の特長を見ていく。

PCS-TL50 の 20 インチ画面と比べ、モニターは、17.1 インチワイド液晶ディスプレイを搭載。「PCS-TL50 は、テレビモニターとしての利用も意識した設計だが、PCS-TL30 は、PC のディスプレイの意識が強い。PCS-TL30 は、マウスを標準装備し、パソコンのディスプレイとして利用する場合に、本体の操作はもとより、接続されたPCの操作もマウスにて可能となっている。」(同 打出浩一氏)

前面上部中央には、130 万画素 CMOS カメラが搭載され、それを囲むエリアにマイクが内蔵されている。PCS-TL50 はマイクが両端に 2 個あったが、PCS-TL30 は、中央に1個あり指向性がある。その下に画面があり、またその下には、スピーカーやボタンなどが配置されている。

まずは PCS-TL30 のディスプレイについて。アスペクト比 15:9。解像度が 1280x768。発色数は、1670 万色。コントラスト比は、600:1、視野角は、176 度。通常のパソコン用ディスプレイとしても遜色はない。

次にカメラの特長としては、PCS-TL50 に比べ視野角が広がった。PCS-TL50 では、水平画角は約 70 度だったが、PCS-TL30 では、約 88 度。少人数で利用する場合でも、余裕を持ってカメラに映ることができる。

また、カメラレンズにも工夫がされており、PCS-TL50 よりも PCS-TL30 では映像の歪みを改善しておりより自然な映像となっている。PCS-TL50 は、CCD カメラ搭載だが、両者を比較しても体感的にはほとんど違いは見えない。PCS-TL30 のカメラプリセットは、6個まで。

内蔵のスピーカーは、豊かな音を再現する高音質バスレフ型スピーカーを搭載。

各種操作のためのボタン類は、PCS-TL50 では、横に配置

されていたが、PCS-TL30 では、前面右下に配列させた。ビデオ会議/PC 切り替えボタン、メニュー表示などのボタンがある。

ビデオ会議中は、各種インジケーターが画面内右下に表示される。マイク音レベル、ネットワークレベル、時間カウンターがあり、マイク音レベルは、相手に自分の音声が届いているかどうか分かり、ネットワークレベルは、ネットワークの状態を表示。時間カウンターは、会議時間を示す。



PCS-TL30 のユーザーインターフェイス(写真上)におけるメニューは、従来の階層型のメニュー構造ではなく、半透過カスケーディングメニューによる GUI(グラフィカルユーザーインターフェイス)を採用。メニューは、画面左下のアイコンをクリックすると、画面右方向へ半透明のメニューがスライドオープンし、各種設定項目が表示される。ビデオ会議画面を見ながらメニュー操作が可能。目的のメニューにすぐ行け、そして今メニューのどこを操作しているのかわかりやすい。

メニューには、ビデオ会議のコール、端末/回線の設定、IP 回線状況の表示などの項目があるが、たとえば、相手へコールする場合は、ソフトキーボードが画面に表示され直打ちで IP アドレスを入力し、ダイヤルボタンをクリックする。あるいは、サムネイル付きのアドレス帳(30 件まで)があるため、そのコール先をクリックするだけで相手へ発信する。ちなみに、ビデオ会議中は、メニューアイコンは、メニューバーの中に表示されており、そのメニューバーには、音声ミュートや PC データ画面送信ボタンが表示されている。メニューバーを非表示にすることも可能。

ビデオ会議中は、複数ある画面レイアウトから選べる。また、PCS-TL50 は、1 画面の中に 2 画面までの表示だったが、PCS-TL30 は 3 画面まで表示が可能。2 画面だと、データ共有した場合、相手の画面は見えるが自画面が見えない。しかし、PCS-TL30 にて 3 画面になることにより、相手画面、自画面、そしてデータ画面も見えることになる。

さらに、PCS-TL30 は、相手画面と自画面のズームインとズームアウト操作が行える。自画面については、逆光補正などの調整も行える。画面フレームにあるボタンをクリックすることにより操作が行える。

PC データを相手の端末と共有する場合で、こちら側から送信するためには、別売のオプションである、データソリューションモジュール(PCSA-DSM1、映像は XGA 対応)を購入する必要がある。受信するだけでは不要。データソリューションモジュールは、PCS-TL30 の背面に装着できる。価格は、PCS-TL50 の時の 25 万円から 15 万円に価格(税抜き)を下げた。参考に、PCS-TL50 では本体にデータソリューションモジュールを装着する設計にはなっていない。PCS-TL50 では、モジュールではなく、ボックス。



PCS-TL30 背面 左側の白い縦長のボックスがデータソリューションモジュール、この上背面全体を覆う目隠しのカバーを付ける、各ケーブル配線端子もある

後今回の特長としては、VESA マウントアーム規格(75 ピッチ)に対応しているため、可動アームを PCS-TL30 の背面に

取り付け、宙に浮かせてモニター部分を自由に動かせることもでき、置きスペースを節約できる。さらに、本体下部の円形台座が左右それぞれ 175 度回るようになっている。

PCS-TL30 のネットワーク対応については、H.323 と SIP に対応している。SIP は、オプションを別途購入(「PCSA-SP1」)。NEC の SIP テレフォニーサーバー「UNIVERGE SV7000」に対応。通信帯域は、64kbps から 2048kbps。最大 30 フレーム。映像コーデックは、H.261,H.263 など従来のもとと最新の H.264、そして MPEG-4 SP@L3 に対応。音声は、G.711、G.722、G.728、G.729、そして 14kHz のワイドバンド高音質の MPEG-4 AAC に対応。

PCS-TL50 と比較した場合、PCS-TL50 は、ISDN (H.320) に対応、また多地点接続装置(MCU)を内蔵しているが、PCS-TL30 は、IP のみで、また MCU 機能は内蔵していない。

通信系では、PPPoE、UPnP などサポート。UPnP 対応のルーターであれば、プラグアンドプレイにて PCS-TL30 をルーターに接続するだけで外部とビデオ会議が簡単に行える。ルーター設定の煩雑さがこれで解消する。

また、混雑したネットワークの中でも、安定した会議を実現する自動レート制御機能及び自動パケット再送機能を搭載。

他では、遠隔カメラコントロール(H.281)、デュアルストリーム(H.239)、暗号化(H.235)をサポート。メモリーステックスロット、LAN、PC、マウス端子など搭載。PCS シリーズのビデオ会議システムは、ネットワーク経由で、TELNET や Web ブラウザ経由による遠隔ログインで端末操作ができる。

保守サービス関係では、価格は税抜き 30 万円だが、1 年間の保守サービスが自動に付く。テレフォンサポートデスク、「代替機先だしサービス」、「オンサイトサービス」なども含まれる。1 年経過後も、有償にて保守サービスに加入することが可能。

オプションについては、記述のデータソリューションモジュールと SIP 以外には、外部マイクを 2 機種用意。「PCS-A1」

は、無指向性、「PCSA-A3」は、指向性を持たせた設計。それぞれ税抜き 6 万円。

PCS-TL30 は、12 月上旬 シスコの SCCP(スキニー)対応。PCS-TL50(2005 年 6 月)と PCS-1(2005 年 7 月)はすでに対応している。対応製品名は、PCS-TL30 for Cisco CallManager となる。SCCP やユーザーインターフェイスなどの面においてシスコ仕様で再設計されている。販売は、ソニーブロードバンドソリューション株式会社が担当する。(CNA レポート・ジャパン Vol.7 No.5 2005 年 3 月 15 日)

【編集長橋本のコメント】

今回の発表にあたって、品川のソニーマーケティングで製品を拝見した。PCS-TL30 を見てまず思ったのは、デザインの洗練さ。ソニーらしいデザインという印象を持った。なるほど、ソニー自身がデザインに力を入れているということが伺える。今後はビデオ会議システムにおいても、単に価格や機能性能だけでなく、洗練されたデザイン力が問われてくるのではないかと思う。最近では、オフィスレイアウトを、仕事をしやすい環境に変える「オフィス革命」というのも企業では関心が高まっているという。そういった環境では、情報通信機器についても、機能、性能、価格だけでなくデザイン性も問われるのではないか。

また、マウス付きのビデオ会議システムは、業界では初めて。メニューの改善とマウスにより、PCS-TL30 の操作性は、従来のシステムと比べて格段に向上した。PC 画面としても使え、PC とビデオ会議の切り替えも簡単で、両者をマウスで一元的に操作が可能。今後は、VAIO デスクトップの PC と組み合わせた販売があると面白いかもしれない。

価格の面に目を転じると、PCS-TL50 と比較しても、若干一部の MCU 機能など拡張的な機能をのぞいて、機能、性能の仕上がりが非常によいにも関わらず、今回ソニーは、思い切った値付けをした。価格の割には、製品の機能や性能には妥協が見られないという印象を持つ。

編集長橋本としては、もう一声という気持ちが正直なところだが、価格設定がどう潜在的なユーザーの購買への行動パ

ターンに影響するか、ある程度見えてくるのではないかという気はする。企業導入のプライスポイントは、20万円ではないかという議論がこの業界であるためだ。加えて業界では、従来の開発販売体制では難しいという声もある。

しかし、今回ソニーが発表した PCS-TL30 の低価格化によって、今まで導入コストで導入に躊躇していた企業ユーザーにとって導入の敷居が下がるのではないか。たとえば、MCU 機能を内蔵した、PCS-TL50 と、そしてその他の拠点用に PCS-TL30 という組み合わせで導入というパターンが、今後増えるのかもしれない。

また、多地点接続の操作が難しいのではないかというユーザーの声には、たとえば、接続拠点データを保存したメモリーステックを PCS-TL50 のメモリーステックスロットに差し込めば自動で他の拠点にコールしてくれるので、非常に簡単に多地点のビデオ会議も行えるため、初めての人も使いやすいのではないか。

さらに、UPnP に対応しているため、たとえば、インターネットの光サービスと市販のルーターで事務所内のネットワークを設定しているところも多数あるかと思うが、ルーターが UPnP に対応していれば、PCS-TL30 をハブに差し込めばすぐネットワーク外部ともビデオ会議が簡単に行える。

ソニーとしては、映像コミュニケーションのさらなる普及に強い関心と意欲を持っていると今回の取材で感じた。

■NEC、最大 200 名大規模会議が可能な Web 会議システム「コミュニケーションドア／会議 SL」を発売

日本電気株式会社(東京都港区)は、最大 200 名大規模会議が可能な Web 会議システム「コミュニケーションドア／会議 SL」を 11 月 21 日から発売する。

コミュニケーションドア／会議 SL は、各自のパソコンから資料の共有や、アプリケーションを共有して、映像と音声にてネットワーク上でミーティングを行える Web 会議システム。

コミュニケーションドア／会議 SL の特長は、(1)同一の会議に最大 200 名の同時参加が可能な大規模会議対応

をしている。(2)グループウェア、チャットシステム、PDM(製品情報管理)システムなど他の業務システムとの容易な連携が可能。たとえば、同社のグループウェア「StarOffice21」との連携機能。施設予約機能、スケジュール機能との連携。(3)司会者が会議参加者の画面表示内容を遠隔地から一括制御する機能、発言者を切り替える機能などの効率的な司会者・会議運営機能。(4)SSL による通信の暗号化、(5)プロキシや NAT 環境への対応。(6)目的に合わせた画面レイアウトの変更、(7)電子メールによる会議開催通知機能など。

コミュニケーションドア／会議 SL の希望小売価格は、92 万円(税別)。今後 3 年間で 200 システムの販売を見込む。

また、コミュニケーションドアと、パイオニアソリューションズ株式会社(東京都渋谷区)のタッチパネル機能搭載の 50V 型プラズマディスプレイ「サイバーボード」の組み合わせソリューションも提供している。(2005 年 7 月発表)

■ラドビジョン・ジャパン、ファイヤ・ウォール越えソリューション「Pathfinder」を発表

ラドビジョン・ジャパン株式会社(東京都渋谷区)は、「Pathfinder(パス・ファインダ)」の販売を開始した。Pathfinder は、PC 及び従来型ビデオ会議システムなどのビデオ・アプリケーションを企業内及び企業間でファイヤ・ウォールを超えて利用するためのビデオ・アプリケーション用ネットワーク・アプリケーション・システム。H.323 に対応し、SIP についても対応予定。

機器構成は、1U のシャーシをプラットフォームとして、既存のネットワーク・システムにおける NAT ファイヤ・ウォールの機能を生かしたまま堅牢かつ低コストでセキュアなシステム構築ができる。さらに、障害検知機能によってネットワーク上の他の Pathfinder を自動検知して、最適なネットワーク経路を選択するという特長を持つ。

今日の企業内グループウェアは、簡単な操作でデスクトップビデオ会議が導入できる環境が整いつつある中で、ファイヤ・ウォール越えは不可欠な機能となりつつある。Pathfinder を導入後は、ビデオ会議主催者がファイヤ・ウォールを気に

せず、WAN ネットワーク上の複数の相手のスケジュールを確認し、会議に招待してデスクトップ音声ビデオ会議が可能になる。

最小基本構成モデルは、同時接続数 10 台、登録端末数 60 台。同時接続数 5 台、登録端末数 30 台を 1 単位として拡張できるライセンス・キーによって拡張可能。1 台の 1U シェーシで最大、同時接続数 25 台、登録端末数 150 台まで可能。それ以上の場合、カスケードすることで拡張可能。

ラドビジョンとしては、Pathfinder をコアとして、アプライアンス MCU である「INVISION」そして、Web 会議ソフトウェアである「Click To Meet」などと組み合わせることでビデオコミュニケーションがより身近に業務フローに組み込まれ、生産性の向上や迅速な意志決定ができる環境を積極的に提供していく。

ラドビジョン・ジャパンは、初年度としては、120 セットを目標に販売。予定販売価格 300 万円から。また、今回の Pathfinder の日本市場投入に併せて、ネットワーク・セキュリティ構築のノウハウをもった SI パートナーを新規開拓する方針。

ラドビジョン・ジャパン株式会社は、イスラエルのラドビジョンの日本法人。

【編集長橋本のコメント】

NAT/ファイヤ・ウォール越えの問題は、インターネットにおける H.323 ビデオ会議が広がるにつれて企業では非常に大きな問題になった。その後各社からさまざまな関連の対応製品が出てきた。しかし、メーカー毎に違う方式のため、標準化の必要性が出てきて、今年 ITU-T において標準化(H.460.18 と H.460.19)がなされた。ラドビジョンの技術は、その標準化に大きく貢献している。

■トーマンサイバービジネス、プレゼンスや H.264 に対応した最新版「Visual Nexus v 3.0」を販売開始



Visual Nexus v 3.0 ユーザーインターフェイス

トーマンサイバービジネス株式会社(東京都港区)は、同社が開発する多地点テレビ会議システムの最新バージョン「Visual Nexus(ビジュアルネクサス)v. 3.0」の販売を 11 月 7 日に開始。

Visual Nexus v 3.0 では以下の機能を追加した。(1)相手の状況をリアルタイムで把握することのできる「プレゼンスシステム(在席確認)」を搭載。リアルタイムで相手の状況がわかるため、その相手とタイムリーにコミュニケーションが取れる。「競合製品の中には同様な機能を持っているものもあるが、ポリコムやソニー、フレッツフォン等の H.323 端末を呼び出したり、ステータスを一覧表示したりできるのは Visual Nexus ver3.0 だけ。」(トーマンサイバービジネス)、(2)テレビ会議専用端末などに採用されている映像に関する国際標準 H.264 に対応。(3)PC 上のドキュメント等のデータ共有機能の向上。マイクロソフト PowerPoint 以外にも Word と Excel で作成されたデータにも対応。ペンスツールやテキストツール、図形描画ツールなどで書き込みができるようになった。(4)レコーディング(録画)機能。クライアント側でミーティングの様態を録画・再生できる。データはクライアント PC の HDD に保存。専用のプレイヤーで見る。(5)「Visual Nexus ミーティングマネージャ」。操作画面(GUI)を Windows ユーザーにとって一般

的で馴染みやすいものに全面変更。

Visual Nexus v 3.0 は、企業ユーザーをターゲットに、社内プロジェクトチームなどによる 3~4 名での打ち合わせから同時に 2500 拠点をつないだ大規模なオンライン会議まで対応している。今後、Visual Nexus v 3.0 を中小企業から大企業まで幅広く提案していく。

Visual Nexus は、2003 年 6 月発売。H.323 テレビ会議クライアント技術「e-Conf」を持つフランステレコムと共同で開発。トーマンサイバービジネス Visual Nexus の販売代理店の中で、沖電気ネットワークインテグレーション株式会社（東京都江東区、前株式会社アイピー・ネット）では、Visual Nexus をアプライアンスサーバー化した製品「Visual Nexus VOCS シリーズ」、その他では「Visual Nexus VoIP 連携ソリューション」、「テレビ会議お手軽パック」などを提供している。また、株式会社アールネットコミュニケーション（東京都新宿区）は、Visual Nexus の技術を使った「多地点ビデオ会議接続サービス」を提供中（10 月 30 日同社ホームページに情報掲載）。その他の代理店としては、NTT アドバンステクノロジー株式会社（前株式会社 NTT-ME、東京都豊島区）などがある。（Visual Nexus 発表 CNA レポート・ジャパン Vol.5 No.7 2003 年 4 月 15 日号その他）

■LifeSize の販売代理店各社、日本国内での販売開始

LifeSize Communications の日本代理店各社、日本での販売開始を発表。株式会社日立ハイテクノロジー（東京都港区）、プリンステクノロジー株式会社（東京都千代田区）、株式会社東和エンジニアリング（東京都台東区）は、米の新興テレビ会議・音声会議メーカーの LifeSize Communications 社と販売代理店契約を締結したと 11 月 1 日各社から発表があった。

LifeSize Communications 社のビデオ会議システムは、H.323 通信（H.264）で 1Mbps の帯域を使った場合 1280x720 の高解像度（ハイデフィニション）を実現する。また音声会議システムについては、CD 並の 22kHz をサポー

ト。「LifeSize Room（ルームタイプ）」「LifeSize Exec（オールインワン一体型）」、「LifeSize Phone（音声会議）」、「LifeSize Networker（IP/ISDN ゲートウェイ）」、「LifeSize Control（マルチベンダ対応運用管理システム）」を順次発売する。（CNA レポート・ジャパン Vol.7 No.9 2005 年 5 月 15 日）

■日立ハイテクノロジー、MCU 専門メーカー英コーディアン社と国内販売提携

株式会社日立ハイテクノロジー（東京都港区）は、英国 Codian 社（コーディアン）と国内販売代理店契約を締結した。

Codian 社は、高性能なビデオ会議多地点接続装置（MCU）、ビデオ会議録画・配信サーバー、ISDN/IP ゲートウェイのビデオ会議関連のインフラ製品を開発する企業。各ポート 4Mbps まで対応した広帯域対応、画面分割、異速度通信といった高機能を標準搭載しながらも低価格を実現。ビデオ会議に関する通信方式は、各社ビデオ会議メーカーから出ているものは、全て対応するようにしているという。また、4Mbps で接続しながら最大 40 カ所での同時接続が可能。ハイデフィニション対応の MCU もリリース予定。

日立ハイテクノロジーは、販売目標は年間 120 システム。1999 年より MCU を販売し今まで国内大手企業を中心に 260 ユーザーにシステム構築、提供してきた。

■ラドビジョン・ジャパン、国内販売体制の強化を図るため Partner Program の実施を発表

ラドビジョン・ジャパン株式会社（東京都渋谷区）は、同社の製品を扱う国内での販売体制の強化を図るため、Partner Program（パートナープログラム）を実施、運用することを発表した。

ラドビジョン・ジャパンは、今後のターゲット市場としてテレビ会議システム以外の分野への積極的な展開を計画している。既に 3G、Microsoft LCS との連携ソリューション、ファイヤ・ウォール越えソリューション「Pathfinder」を発表、さらに来年にかけて新たな製品群を市場投入するため、以下の分野でのパートナーを新規開拓する。

(1)Linux または Windows サーバーをプラットフォームにして Active Directory などの Directory services に関するコンサルティング及びシステム・インテグレーションを行うことができるパートナー、(2)ネットワーク機器をベースとして、セキュリティ機能の構築ノウハウを持ったコンサルティング及びシステム・インテグレーションを行うことができるパートナー、(3)サービスプロバイダー、コンテンツ・プロバイダーに対するビジネス・コンサルティング及びシステム・インテグレーションを行うことができるパートナー。

パートナープログラムは、2006 年 1 月より実施され、(1)プレミア・パートナー(認定サポート・エンジニアが 2 名以上)、(2)ゴールド・パートナー(認定サポート・エンジニアが 1 名)、(3)オーソライズド・パートナー(認定サポート・エンジニアは不要)の3つのグループ分けとなる。

いずれのパートナーもラドビジョンから IP コミュニケーションに関する最新技術動向やセールス及び技術トレーニングの支援を受けることができる。

■タムラ製作所、4拠点の多地点会議が行える高音質 SIP 対応 IP 音声会議端末



TM200IP

株式会社タムラ製作所(東京都練馬区)は、4拠点の多地点会議が行える高音質 SIP 対応 IP 音声会議端末「TM200IP」を開発。「弊社は、ブロードバンド時代に“いい音”を生かす製品を模索してきた。」(タムラ製作所 ブロー

ドコム事業部ネットワーク統括部担当課長 新美篤司氏)

TM200IP の特長としては、(1)通常の音声 3.4kHz の倍の 7kHz のワイドバンドコーデックを使った高音質通話、音声コーデックについては、7kHz のワイドバンド、G.711u-law、G.729 に対応。(2)会議サーバーが不要な4地点マルチポイント通話、(3)PCを音声会議端末に接続することによる簡易な端末操作と機能の拡張、(4)小型軽量なため持ち運びが簡単。(5)シルバー、ブルー、ピンク、グリーンの4色のカラーから選べ、外部マイクをオプションで提供。外部マイクは集音範囲を広げるために使う。

TM200IP は、その端末自体が会議サーバーの機能を持ち、4地点マルチポイント(多地点)通話が会議サーバーなしで行える。会議サーバーを介在させたマルチポイントの音声会議だと、サーバーを介するというワンクッションが入るため、その分パケットデータの処理に時間がかかり音声通話にディレイ(遅延)を生じる。端末に会議サーバーの機能を搭載することにより、その問題を解決し快適に音声会議ができるようにした。

マルチポイントでの会議を行う場合、各端末はピアツーピアの関係で、どの端末からも新しい端末を招待することが可能。

つまり、4端末での会議の場合、A端末からB端末をコールし接続、そしてC端末をコールし接続、その後最後にD端末をコールし接続することによって4拠点のマルチポイントの接続環境が作れる。「この方式では、A、B、C、Dのどの端末が接続断となっても、その他の端末でマルチポイントの環境が維持できる。この点は他社製品との違い。」(同 新美篤司氏)

また、TM200IP は、外付けのPCを接続し、PCのブラウザで、TM200IP の初期設定、電話帳登録、コールなどが行える。PC のブラウザで操作するため、特別のソフトウェアは必要がない。TM200IP ヘューザーログインをすることによって各機能を利用することができる。

タムラ製作所は、創業時からよい音にこだわり続け、音声のプロにも認められる技術を積み重ねてきた。この技術を

VoIP へ応用し、高音質の音声会議端末を開発した。タムラにしかできないこと、タムラだからできること、つまりオンリーワンの企業コンセプトから“いい音”の製品として実現したのが今回の IP 音声会議端末。「今後も販売路の開拓を行っていく。音声会議は単品で売るというよりは、ネットワークインテグレーションの中で提供できる付加価値と見る。」(同事業部ネットワーク統括部営業グループ次長 渋谷 加津美氏)

タムラ製作所は、1939 年設立。本社は、東京都練馬区。社員数は、日本、アジア、欧米を合わせ 6758 名。世界各地に拠点を持つ。売上約 760 億円。同社の事業は素材開発から製品開発まで行っており、電子部品関連、電子化学材料・はんだ付装置関連、情報機器関連の事業からなる。今回の TM200IP は情報機器関連事業の一つ。また、デジタル音声機器は、テレビ局やラジオ局などで導入されている。医療機関向けの携帯電話抑止装置なども開発している。

■オサムインビジョンテクノロジー、NTT サーバースペース研究所開発の高音質の音楽圧縮技術「TwinVQ」を採用した電子会議システムを販売

株式会社オサムインビジョンテクノロジー(京都府京都市)は、音質に重点を置いた、資料共有などが行える電子会議システム「VQS コラボシステム」の新バージョンを提供している。

VQS コラボシステムの特長は、(1)NTT サーバースペース研究所で開発された、高音質の音楽圧縮技術「TwinVQ」を採用。(2)映像圧縮技術に、国際標準の H.263+を採用。狭帯域でも高画質映像が可能。(3)VQS コラボルームソフトを使うことにより、ネットワークの負荷分散と多地点接続サーバー不要で多地点・複数会議を実現、(4)オサムインビジョンテクノロジーが運営管理する「VQS コラボ管理サーバー」と連携することにより固定 IP アドレスを必要としない。(5)ひとつの会議室に 30 人が参加できる。また帯域と PC の性能により最大 6 名までが同時に発言が

できる。(6)Web カメラの代わりにビデオ映像を配信し、複数のカメラの切り替えが行える。(7)手書きデジタルペンに対応したホワイトボードでメモを書く感覚で資料共有が行える。ゼブラインク株式会社(東京都新宿区)の手書きリンク・手書きダイレクトに対応。(8)音声と映像の暗号化には、「Camellia」を採用。NTTと三菱電機が開発したアルゴリズム。

VQS コラボシステムは、通常の「会議版」と、教育向けに特化した「個別指導版」がある。個別指導版は、一人の講師が最大4人までの生徒を個別指導できる。また、今後教材メーカーと連携して手軽にインターネットを利用して授業ができるパックを提供する予定。

■ラドビジョン CEO Gadi Tamari 氏が今年いっぱい退任、後任は TBU と NBU 統括ジェネラルマネージャー Boaz Raviv 氏

イスラエルのラドビジョン社は、同社 CEO の Gadi Tamari 氏が 2005 年 12 月 31 日をもって退任すると発表。来年 2006 年 1 月からは、同社でテクノロジービジネス部門(TBU)とネットワークビジネス部門(NBU)を統括しているジェネラルマネージャーの Boaz Raviv 氏(45 歳)が就任する。

Boaz Raviv 氏は、2000 年にラドビジョン社に入社し、まずは、TBU 部門のジェネラルマネージャーとして同事業部門を統括。2004 年からは、NBU 部門も統括することになった。ラドビジョンの事業の柱は、2事業。TBU と NBU。その両部門を統括してきた。

Gadi Tamari 氏は、ラドビジョンに CEO として 4 年間在籍(2001 年 6 月)。その間ラドビジョンの売上は 1000 万強 USD(約 12 億円)から 1900 万強 USD(約 23 億円)まで増加し倍にした。Gadi Tamari 氏は、30 年間の IT 及び通信事業分野でのキャリアを持つ。ラドビジョンに入社する前は、ルーセントテクノロジー社の OpenNet Softswitch インターナショナル事業担当副社長だった。

ショートニュース項目

◆ポリコム国内一時代代理店のプリンステクノロジー株式

会社(東京都千代田区)は、Polycom Global Partner Conference 2005 において、優秀な販売会社に贈られる「No.1 Reseller 2004 Japan」を受賞。

◆ソニーマーケティング株式会社(東京都品川区)は、薄型モニターを利用したビデオ会議時に、ビデオ会議システムを設置可能な専用スタンド「PCSA-STG50」(写真左)を新発売。価格は税抜き98,000円。材質について、

シェルフは、MDF ボード、支柱は、アルミニウム、脚部はスチール。外形寸法は、約 850(幅)×1,018(高さ)×395(奥行)mm。質量は、約 12kg。色はシルバー。PCS-1、PCS-11、PCS-G50、PCS-G70S で利用できる。

インタビュー特集(1)

ウェブエックス・コミュニケーションズ インタビュー



シエンホワ ルイ氏

ウェブエックス・コミュニケーションズ

副社長兼アジア太平洋・日本 本部長

代表取締役 田野 豊氏

ウェブエックス・コミュニケーションズ・ジャパン株式会社

聞き手: CNA レポート・ジャパン編集長橋本

WebExは、ウェブ会議市場では老舗であり、リーディング

企業である。1996年 Subrah S. Iyar 氏と Min Zhu 氏によって設立された。もともと Silver Computing, Inc.として設立されたが、その後いくつかの社名変更を経て、1999年12月に WebEx, Inc.の社名になった。2000年には、今の WebEx Communications, Inc. の社名に落ち着いた。

1999年第三四半期の売上は、40万USD(約5000万円)だったが、その後急速に事業が拡大し、売上も右肩上がり一直線で伸び、2005年第三四半期の売上は、7860万USD(約93億円)を計上。フロスト&サリバンの統計調査だと、Web会議市場の67%を占める。ユーザー顧客数も全世界で12000社以上。日本は500社だがこれから事業が拡大してくると見る。

現在、WebExの事業は黒字にて推移しているが、事業の開始当初非常に大きなマーケティングプロモーションに打って出たことがあった。その金額は忘れた(どこか探せば出てくると思うが)が相当額の広告費(スポンサー)をスーパーボールにつき込んだのだ。つまりマーケティング的に大きな賭に出た。業界はそのころ、WebExのその“賭け”について非常にあぶない賭だと見る趣があったが、寧ろ逆にそのマーケティングが功を奏し、幅広くWebExを知らしめる端緒となった。その後のWebExのマーケティングを見ていると非常に特徴的なところがある。

WebExは、ウェブ会議サービスプロバイダーとして一般的に認知されているが、同社としては、それよりも寧ろ、“企業が抱えるさまざまな問題をウェブ会議という切り口から解決する”という意識が強いような感じがする。そこが他のWeb会議事業者と一線を画すところでもある。そのため、同社では、MeetingCenterを始め、トレーニング向けのTrainingCenter、イベント向けのEventCenter、サポート向けのSupportCenter、セールス向けのSalesCenterなどを、企業の業務に併せたサービスラインナップを揃えている。最近では、中小企業、個人向けのサービスも発表した。

WebExという私の一番古い記憶は、Subrah S. Iyar氏が、1999年アメリカカリフォルニア州アナハイムで開催された会議システム専門の展示会「TeleCon West」で講演したことだ。編集長橋本がその講演セッションに参加(確か基調講演だっ

た)したが、Subrah S. Iyar 氏の Web 会議への熱い思いを語っていたのが印象的だった。そのときの同氏の熱弁の光景はまだよく覚えている。

今回のインタビューは、ウェブエックス・アジア太平洋・日本副社長 兼 アジア太平洋・日本 本部長シェンホワ ルイ氏と、ウェブエックス・コミュニケーションズ・ジャパンの代表取締役である田野豊氏にお話を伺いする。ルイ氏の IBM や富士通を皮切りにさまざまなソフトウェア産業で 20 年以上の経験と実績のある同氏は、APSモデルがソフトウェア産業の将来の方向性ではないかと見ている。同氏の経験に基づく ASP モデル論、そして、WebEx の ASP 事業モデルの強み、日本を含めたアジア太平洋地域の事業展開、新サービスの予定等お話を伺う。

橋本:ルイさんへご質問ですが、今までのお仕事の実績からすると、IBM や富士通、Cullinet Software などの IT 企業でデータベース、ビジネス・アプリケーション・ソフトウェア、E ビジネス・アプリケーション・ソリューションなどをやってこられたようですが、WebExは、コミュニケーションに特化した事業です。



ルイ氏(写真左):なぜ、WebEx に来たかという、WebEx は ASP モデルのソフトウェア提供を行っているからです。ソフトウェア産業にとって、ASPビジネスモデルは、ソフトウェア業界の“次の波”といわれています。私自身 WebEx に来てコミュニケーション分野における新しいコンセプトを

学びました。この WebEx に入社してから経験するいくつかの技術は初めて接するものでした。これも WebEx に“惹かれた”理由の一つ。自分の視野を広げ、自分の経験にプラスになると思いました。また、入社して2ヶ月ぐらいですが、WebEx での仕事は、活気があって毎日が楽しいです。

橋本:ASPビジネスモデルは、ソフトウェア業界の“次の

波”といわれているというのは？

ルイ氏:以前の長年のソフトウェア業界での経験から私は、今後のソフトウェア産業が進んでいく将来の方向性は、ソフトウェアをASPベースで提供するビジネスモデルではないかと確信しています。というのも、通常ソフトウェアライセンス購入というのは、購入後のメンテナンス、カスタマーサポート、ソフトウェアのアップデートを伴うため、非常に煩雑でありまたコストは高いとユーザーには認識されているからです。

だからこそ、ユーザーは、ソフトウェア自体を所有はしないが、使用料金を支払うことにより必要な時に使用することができるという ASP サービスを今後はより求めていく傾向があるのではないだろうかと思っています。ASP サービスにより、ユーザーは、ソフトウェア所有に関わる高い導入コストを省くことができ、さらにそのソフトウェアも所有しなくてよいためランニングコスト的にも低減できるし、管理の煩雑さもない。

WebEx は、オンラインミーティングサービスを提供しているが、ASP サービスにて提供されているため、ソフトウェア自体は当社でメンテしている。月払いの費用でお客様にサービスを提供し、お客様は、多額の初期投資もなく、さらにもっとも重要なことは、ソフトウェアのメンテやアップグレードなど煩雑な管理は一切する必要がない。ASPサービスモデルは、お客様の理にかなっている。それが当社のユーザー数のコンスタントな拡大に現れています。

橋本:御社は、どのようなサービスを提供しているのでしょうか。

ルイ氏:当社では、MeetingCenter、TrainingCenter、EventCenter、SupportCenter などのオンラインミーティングサービスをお客様の業務や利用用途にきめ細かく合わせて提供しています。たとえば、社内外ミーティング、社員教育・訓練、サポート業務、社内や取引先などへのオンラインプレゼンテーションなどです。

MeetingCenter は、それ自身が単体のミーティングサービスとして提供されているだけでなく、TrainingCenter、EventCenter、SupportCenter などのサービスのベースとなる

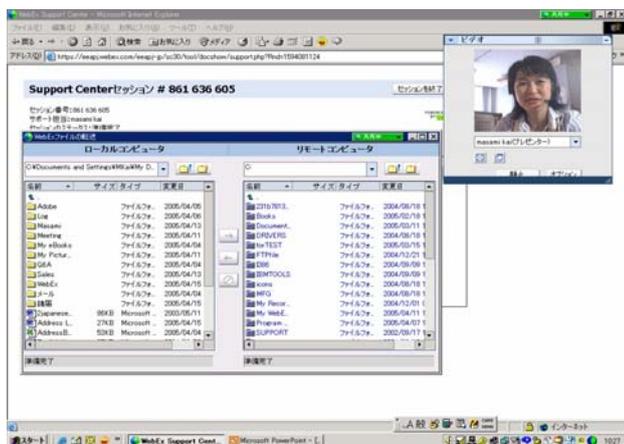
機能も提供しています。

それぞれがどのように使えるのか若干の例を紹介させていただきます。まずは、TrainingCenter サービスは、本社、支店など遠隔地間を結び社内トレーニング、教育訓練などでの用途に対応しています。

EventCenter は、外国などにある支社や支店の社員や、取引先、パートナーへ効果的に情報を提供したり、インタラクティブにオンライン上でやりとりしたりできるサービスです。

SupportCenter は、企業のサポートセンター業務に対応したサービス。たとえば、東京本社、大阪、九州、札幌、に支店があり、全拠点でのソフトウェアアップグレードを行う必要がある場合、通常はCDなどの媒体を郵送して各所でアップグレードの作業を行ったりすることが多いと思いますが、この SupportCenter があると、東京本社から各支店をオンラインで接続し、リアルタイムで画面を共有しながらアップグレードファイルを送り、その場で作業を行うことができるので、都度毎各所まで出張する手間と時間が省けます。

我々のサービスの長は、単に各オンラインサービスを提供するだけでなく、導入時にお客様へトレーニングサービスを行ったり、お客様が実際にオンラインミーティングを行ったりする際に我々がサポートする仕組みを合わせて提供していますので、初めての方でも簡単に導入しやすいと評判ですし、それが我々の強みの一つでもあります。



WebEx SupportCenter

橋本:さまざまなオンラインミーティングサービスが提供されていますが、その中で、お客様の個別の案件に合わせて提供するサービスのカスタマイズを行うこともあるのでしょうか。

ルイ氏:カスタマイズ対応も、我々の強みの一つですが、我々のお客様に合わせて MeetingCenter などのカスタマイズを行うこともあります。

まず、そういったご要望がお客様からあった場合は、我々のパートナーからフィードバックしてもらいます。そしてそのフィードバックされたものに基づいて、我々が技術的な対応を行います。細かい例では、たとえば日本のお客様ですが、自社のロゴを入れたいとか、ユーザーインターフェイスを多少変えたいとかのご要望に対応しております。

思い出してください。我々のサービスは、ASP サービスです。MeetingCenter などのソフトウェア自体は、我々がホスティングしているため、お客様は技術的なことについては考えなくてもいいわけです。

橋本:最近北米にてより低コストの中小規模企業向けのサービスを発表されましたが、アジア太平洋地域ではいつ頃開始の予定でしょうか。

ルイ氏:このサービスは、WebExOne というサービス名です。2ヶ月前に、Intranet.com 社を買収しましたが、その会社が提供するサービスを、WebExOne と商標変更し、当社から WebExOne というサービス名で、まず北米でサービスを開始した次第です。

WebExOne サービスは、以前 Intranet.com 社が提供していたサービスを継続して提供するとともに、当社の既存の WebExMeeting Center などのモジュールを組み込んでいます。サービスのターゲットとしては、中小企業で、アジア太平洋地域では、ローカライズの作業がこれからですので来年 2006 年中開始になると思います。

橋本:Webカンファレンスというのは新しいコンセプトで、北

米で生まれたものですが、アジア太平洋地区市場にはどのように浸透させていく考えでしょうか。

ルイ氏: Web カンファレンスというのは、確かに北米で生まれた技術です。

我々がサービスをアジア太平洋地区に提供する際には、まずオーストラリアからサービスを始めます。というのも、オーストラリアとアメリカは、西欧文化を共有した国ですから、ユーザーが新しい技術に対して取る行動パターンは、オーストラリアとアメリカは共通するものがあるためです。

アジア圏である、日本、中国、韓国はオーストラリアなどとは違います。つまり、人々のミーティングに対する行動様式が違うのです。日中韓のこれらの国々の人達は、必ずしもアメリカやオーストラリア人と同じ方法でミーティングを行っているわけではありません。

具体的に言うと、アジア圏の国々は、会議室に全員が物理的に集合してミーティングを行うというのが普通だと思いますが、逆にアメリカは、会議室に集まるというよりは、それぞれの自席から会議に参加するというのが一般的です。

つまり、これらの違いは、それぞれの文化に根ざした行動様式の違いを表しています。そうすると、文化や国によって、WebEx のサービスに求めるユーザーのニーズは変わってきます。その違いは、単に西洋人とアジア人だけの違いだけでなく、アジア人同士、アジアの国同士でも違いがあります。香港は、たとえば、東京や台湾と違うと認識していますので、それぞれの市場をセグメント化し、最適なサービスを提供しています。



田野氏(写真左): ルイさんのコメントに補足しますが、日本企業に我々のサービスを提案する場合、ミーティングというよりは、トレーニングとか、サポートでの利用という方向で説明したほうが、WebEx のサービスをわかっていたかきやすいということがあります。

橋本: アジア太平洋地域では、どのくらいのパートナーがありますか。

ルイ氏: WebEx のアジア太平洋地区でのパートナーは、20社ほどあります。パートナー収益は、全世界平均よりも大きいです。我々のパートナーにしっかりと利益が入るビジネスモデルを考えています。

日本では、アイ・ティ・フロンティア(三菱商事と日本 IBM ジョイントベンチャー)、NTTコミュニケーションズ、NTTアドバンステクノロジー、セイ・テクノロジーが我々の重要なパートナーです。

Salesforce.com との関係は、今後日本だけ(NTTコミュニケーションズのカスタマコネクトサービス)でなく、他のアジア太平洋の国々へも展開できればと思っています。Salesforce.com は、オンデマンド CRM では、業界 No.1 の企業で我々の重要なパートナーの一つです。また、NTT アドバンステクノロジーでは、我々のサービスをベースにした TOCSR を展開しています。

田野氏: 我々が持っている Web によるオンラインミーティングを広く普及させていく点では、パートナー開拓に力を入れています。今各企業とお話をすすめているところですが、正式にパートナーということになれば、そういった中で、具体的な提携あるいはバンドルサービスなども出てくることになると思います。具体的にははっきりした段階で改めて皆様にご案内したいと考えております。

橋本: 今後の WebEx のアジア太平洋地域における事業展開についてお願い致します。

ルイ氏: 短期的と長期的にわけてお話致します。

短期的にはアジア太平洋地区では、オーストラリアは最大の市場です。というのも、収益、市場の成熟度、Web カンファレンスの認知度という点からです。しかし、長期的に見た場合、日本、中国、韓国がアジア太平洋地域ではもっとも大きな、また戦略的にも重要な市場となっていくのではないかと我々は見ています。

人口や経済規模などの要素から市場のポテンシャルを考

えた場合、オーストラリアは、人口は約 2000 万人足らずです。他のアジア諸国とくらべ人口規模は小さいです。加えて日本は経済大国ですし、中国は経済が急速に拡大しています。

橋本:新興の、最近話題になるインドについてはどうですか。インドの会議サービス企業を買収したことがありますか。

ルイ氏:インドは WebEx にとって無論戦略的に重要な市場ですが、私の担当するアジア太平洋地域事業の管轄には入っていません。インドでは、WebEx が Cyberbazaar(サイバーバザー)社を買収(2003 年 12 月)、その会社のサービスと WebEx の統合やインドでの個別の事業案件などの理由があり、インドは単独で統括されています。

インドはポテンシャルがある重要なマーケットですが、どのように売上を上げていくかという課題があります。中国や韓国などと比べ、インド市場で受け入れられるサービスのプライスポイントは相対的に低いですが、市場のポテンシャルを示す要素はいろいろとありますので、我々としてはこの市場に注視していくのは間違いありません。

橋本:最後に田野さんから今後への抱負をお願い致します。

田野氏:WebEx は世界の Web カンファレンス市場でのリーダーであるだけでなく、日本市場でもトップシェアを獲得している企業です。

Web カンファレンスと言ったら、誰もが最初に頭に浮かべるデフォルトのサービスが WebEx になるように努力して行きたいと思います。

2006年が WebEx ジャパンにとってとても大事な年になる事は間違いありません。これからは今まで以上にボーダレスな時代になって行きます。これからのビジネスに要求されるのは軽やかなフットワークです。その要求に世界の何処からでも対応できるサービスが WebEx です。WebEx を電話や e メールのようにビジネスシーンにおいて

無くってはならないサービスに育て上げて行きたいと考えています。

橋本:有り難うございました。

【連絡先】

ウェブエックスコミュニケーションズジャパン株式会社
〒105-0001 東京都港区虎ノ門 2-7-16 ビュロー虎ノ門 604
電話:03-5501-3272 FAX:03-5501-3273
WWW: <http://www.webex.co.jp>
メール: japaninfo@webex.com

インタビュー特集(2)

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ー
ディビット・マキャン氏(後列左)
セールスエンジニア
近藤 忠雄氏(前列左)
株式会社日立ハイテクノロジー

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)

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 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

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 年間従事して来

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わからないなど、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が一番よい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考えています。

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来ています。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ィ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、多点機能の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。他社の同様の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

低コストで、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薦ですが、当社ウェブサイトにも推薦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薦します。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。

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:当社のターゲットとするユーザーですが、金融、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。

橋本: 御社の販売戦略について教えてください。

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ネルパートナー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。

(写真中央: LifeSize Exec)

橋本: アジア太平洋地区での状況を教えてください。

ユー氏: アジア太平洋地区の本部として香

港オフィスを開設したところで現在は、チャ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ズは、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せん。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 TV 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、TV 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

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
WWW: <http://www.lifesize.com>

海外レポート

2005 PUG Annual Conference レポート



**POLYCOM
USER GROUP**

2005 PUG Annual Conference

場所: Pointe South Mountain Resort

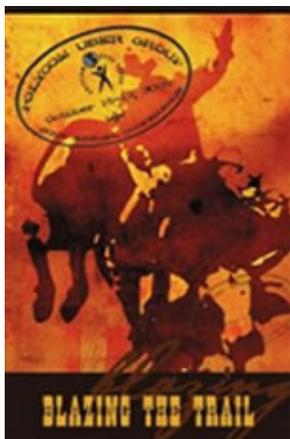
会期: 2005 年 10 月 15 日 ~ 10 月 19 日

WWW: <http://www.pug.com/>

ポリコムユーザーグループ(PUG)が開催する年1回のカンファレンス参加のためアメリカ アリゾナ州フェニックスを10月中旬訪問した。

ポリコムユーザーグループは、ポリコムの製品を使用しているユーザーからなる任意団体。2002年に設立。今年のPUGの代表は、米ファイザー製薬のToni Alonso氏。また、PUGの幹部には、ゴールドマンサックス、アメリカンエキスプレス、JPモルガン・チェース・アンド・カンパニー、ネブラスカ大学などに現在勤務している人達からなる。彼らは、ボランティアによる活動で、ポリコム製品のヘビーユーザー。このビデオ会議を広めていこうという考えをもち、本業の忙しい合間をぬって

この PUG の活動を行っている。しかし、通常業務は、PUG 事務局がハンドリングしている。



PUGは、現在ポリコム製品を使用している 2500 名の会員からなる。会員は、個人会員と法人会員、アライアンス会員からなる。個人会員で年間 99USD、法人会員で 1000USD、アライアンス会員は、750USD か 2000USD となっている。PUG CONNECTIONS の定期発行、

SIGs(政府、医療、教育)分科会、会議システムを使った遠隔セミナーの実施、Polycom Learning Center コースの特典割引、そして今回の年1回開催される PUG Annual Conference への参加割引などがある。また、会員同士の交流の場、またはポリコムへのユーザーフィードバックのための機関としての役割がある。

PUG の年間予算は、2500 万円ぐらいとのこと。今後は、メンバーシップの強化、紹介メンバー人数によって会費の特典を提供。Voice of People の役割を果たす。

最近では、アメリカだけでなく、欧州でも毎年2月に開催されている。今後は、アジア開催なども考えているという。

編集長橋本は、今年初めて PUG のカンファレンスに参加した。今までなかなか行く機会がなかったが、ポリコムジャパン、PUG事務局、米ポリコムのご協力により、参加するに至った。今年は第4回目という。PUG カンファレンスは、毎年西海岸か東海岸と交互に開催場所を変えて行っていて、昨年はフロリダで開催し、来年はフロリダにまた、戻るようだ。

今年の開催場所は、Pointe South Mountain Resort ホテル(写真右上)で開催された。同ホテルのカンファレンスビルや大型テントで行われた。

今年のテーマは、Blazing the trail(先駆者となる)。今年の参加者は、440名だという。PUG 会員の参加費と一般参加費は、PUG 会員が約600USD、一般が約1000USDということを見ると結構な数の来場者だと思う。ただ、その費用

の中には、セッションの参加費だけでなく、朝の軽食、しっかりとボリュームのある昼食、そしてレセプション、資料一式が含まれている。夜は、レセプションやカラオケ大会、そして最終日は午後からジープツアーやゴルフツアーなど盛りだくさん。



参加者でスーツを着ている人はほとんどいなく、参加者は、みなラフなビジネスカジュアルで参加している。PUG カンファレンスは、半分まじめで半分はお遊び、楽しく交流しましょうという面もあり。そしてポリコム CEO ロバートハガティ氏以下各ビデオ、音声、ネットワーク、マーケティングなどのトップが来ていたが、PUG 会員とは、非常にカジュアルにイコールな感じで話しをしたりしている光景をみると、非常にアメリカらしいという感じがする。日本では真似は無理じゃないか。

PUG カンファレンスは、基調講演、テーマ毎のセミナーセッション、スポンサーパートナーのプレゼンセッションなどと同時並行して、35社出展による展示会も行われた。ポリコムのパートナー企業などだ。15日、16日はチュートリアルコースが開催されて、IP 入門やビデオ会議入門、ポリコム製品入門などが行われていた。

PUG カンファレンスは、まず 10 月 17 日朝、PUG 代表の Toni Alonso 氏の開会の挨拶から始まり、その後、ポリコム CEO ロバートハガティ氏の基調講演だったが、その前に西部劇の寸劇が演壇のある舞台で始まり、寸劇の最後に西部劇の格好で、ポリコム CEO のロバートハガティ氏がピストルを持って出場、悪役を退治するという内容だったと思う。

その後、西部劇の格好のまま、基調講演を始め、ハガティ氏は、ポリコムの市場での優位性を説明しながら、ポリコム製品をいくつかピックアップしてそれらの特長などを紹介した。



ピストルを構えて悪人をやっつけるポリコム CEO ロバートハガティ氏同氏の基調講演直前の西部劇の寸劇で(PUG 事務局 写真)

ハガティ氏の講演が終わると、マイクロソフトの特別講演で、The future of Integrated Communications と題してマイクロソフトの Zig Serafin 氏から、マイクロソフトの LCS や LiveMeeting などの紹介があった。講演の最後には、先日 10 月 25 日にマイクロソフトと日経BP社が開催した RTC フォーラムで紹介された、ビデオが会場で流れた。空港で立ち往生したビジネスマンが遠隔会議で同僚と遠隔ミーティングをし、そしてセミナー会場にいわずだった講演を、遠隔ミーティングで行うという内容。

その後は、17 日、18 日、19 日の 3 日間、午前は最初に基調講演があり、その後ブレイクアウトして、テーマ毎のセッションや各スポンサー企業のプレゼンテーションなどがあった。

18 日は Alan Parisse 氏の基調講演で、セールスマン心得十箇条みたいな話。19 日は、TeleSpan Publishing のエリオットゴールド氏と JHT Conferencing Consultancy 社の Joyce Thompson 氏による、ビデオ会議利用事例を 10 紹介する内容の基調講演があった。そのうちの一つにポリコムの VSX シリーズのビデオ会議を使った、韓国と北朝鮮に分断された家族がビデオ会議で何十年ぶりか再会する話が紹介され会場も涙で濡れた。



エリオットゴールドの基調講演

基調講演後のテーマ毎のセッションでは、各個別の 20-30 人規模のカンファレンスルームで、IP ネットワークの構築、マネージドビデオサービス、会議システム導入の ROI、NAT ルーターとビデオ会議、ISDN ビデオ会議でのトラブルシューティング、リアルタイムアプリケーションの QoS について、ビデオ会議を使ったトレーニング、製造業流通でのビデオ会議利用事例、NAT/ファイヤ・ウォールの問題、大規模のビデオ会議ミーティング運用方法、VoIP と SIP 入門、ユニファイドコラボレーティブコミュニケーション、多地点ビデオ会議の効果的方法、医療/教育分野でのビデオ会議事例、多地点接続装置(導入かサービス利用か)、ビデオ会議とストリーミングのインテグレーション、ビデオ会議のハイデフィニション化とは、など数多くのトピックスでセッションが行われた。

17 日の午後には、ポリコムの各ビデオ、音声、ネットワークなどの幹部のエグゼクティブパネルディスカッションが行われ、ユーザーとの意見交換が行われた。製品や製品サポートなどについての質問があったが、概して今年は来場者の発言がおとなしいとのこと。同セッションに参加していた TeleSpan Publishing のエリオットゴールドによると、今までの PUG カンファレンスでは結構厳しい意見のやりとりなどがでていたが、今年は大人しいという。エリオットゴールドによると、ユーザーとの厳しい意見のやりとりがポリコムを強くしてきたのだという。拍子抜けしたそうだ。



エグゼクティブパネルセッション

いずれにしても、今年の PUG では、ポリコムビデオ会議製品について重要な発表があった。Viewstation、iPower、VSX シリーズの製造ライフサイクルについての今後の対応だ。

意見交換の最後には、PUG 代表の Toni Alonso 氏が、ユーザーはビデオ会議を、テレビと同じように扱いつつある。フェイズアウトする製品であっても 12 年くらいはサポートを続けて欲しいというような発言内容だった。ポリコムとしては、トータルで 7-10 年は対応するがという発言はポリコム幹部からあったが、実際のところ、技術革新が激しいビデオ会議でライフサイクルは、他の技術製品と同様短くなりつつあるのが現状だと思うが 12 年は厳しい感じもする。

今年は厳しい意見がなかったということだが、何もユーザーとポリコム側が敵対しているわけではなく、会場にいてポリコムの人達と、PUG 会員の様子を見ているとそういった感じではなく、ここに来ているポリコムユーザーは、やはりポリコム製品に変な言い方だが愛着があり、ポリコムに市場のリーダーであってほしいと考えている人が多いということだ。そうでなければ、わざわざ飛行機で全米から参加してこないと思う。お互い信頼関係ができてから対等に意見を交換している。ポリコム側も相手がユーザーだからといって畏まっているわけではない。

参加者の中には、今まで競合メーカーの製品を使いつ

ていた学校ユーザーが、ポリコム製品は本当にいいのかということを確認に来たという人もいた。または自分がかかえる会議システムに関する問題を解決しに来た人もいるし、さらには、他のユーザーと交流したい、意見交換したいという人もいた。

あと、トピック毎のセッションのひとつに、今専用端末メーカーで話題になっている、ビデオ会議のハイデフィニション化 (HD) についてのセッションがあった。



展示ホール

そのセッションは、米調査会社 Wainhouse Research 社の Ira M. Weinstein 氏、Richard Norris 氏が発表。Ira M. Weinstein 氏は、「HD は今後のビデオ会議の方向性だとは思いますが、HD の導入コストは現状ではまだ高い。帯域も数メガ使うので現段階では企業では実用的ではないのではないかと。また、HD 対応のカメラ、ディスプレイなどそろえないといけない。おそらく当面は、医療や遠隔教育など、高精細画像が求められる限られたアプリケーションでの需要じゃないか」と述べる。

さすがに関心の度合いが高いのか、トピック毎のセミナーセッションは、ホテルのカンファレンスルームで行われたが、HD セッションは、30 人部屋で、参加者で一杯だった。

後、気になったのは、PUG のスポンサー企業の一社で、ストリーミングサーバーなどを開発する Starbak Communications 社紹介のセミナーセッション。発表をしたプロダクトマネージャーが今後のロードマップに若干触れ、ポッドキャストイング

に対応を考えているという。つまり、ストリームする映像データを iPod ビデオで視聴できるということだ。

また、今回の PUG カンファレンスの間に、ポリコム MGC シリーズが HD に対応したという発表を行った。また、展示会の会場のポリコムブースでは、HD のデモを行っていた。編集長橋本が見たところ、2Mbps でのデモだったが、カメラは HD に対応していないので、本当の HD のデモではないとは説明を受けた。HD のカメラを準備できていれば HD の完全なデモを見られた。(ポリコム説明員)それでも映像はそれなりに綺麗だったという印象がある。今回は、MGC のみだが、端末は、VSX8000 シリーズが 2006 年初め頃には対応する予定と思われる。



ハイデフィニションビデオのデモ (ポリコムブース)

とにかく、今回初めて参加してよかったと思っている。PUG は、ポリコムの市場での強さの一因だと思う。ポリコム自身も PUG を重視しているというのはよくわかるし、PUG と連携して市場を開拓していこうというのが参加してよくわかった。

PUG は、今後アメリカ、ヨーロッパだけでなく、南米やアジア、太平洋などの各地域で、グローバルな活動を行っていきたくて代表の Toni Alonso 氏が、PUG 紹介のセッションで力強く言っていた。日本でもいつか開催されることを期

待するが、日本版に若干アレンジしないといけないかと思う。

この度の取材では、ポリコムジャパン、PUG 事務局、米ポリコムの関係の方々には大変お世話になった。改めてこの場でお礼を申し上げたい。今後も機会があれば是非参加してみたいと思う。

当日の写真などは、以下の URL で参照できる。参加者が楽しそうにしている写真が沢山ある。

<http://www.pug.com/events.asp>

セミナー情報

▶誰でも簡単に Web コミュニケーション 新バージョン Breeze 5 のご紹介

日時:2005年11月16日(水)14:00-17:00(受付開始 13:30)

場所:マクロメディア株式会社 大会議室

主催:株式会社アイ・ティ・フロンティア

協賛:マクロメディア株式会社

詳細:

<http://www.itfrontier.co.jp/solution/39/865/001028.html>

▶HATSセミナー2005

開催日:平成17年11月17日(木)13時30分~17時

会場:霞ヶ関ビル 33階 東海大学校友会館 望星

主催:HATS 推進会議

協賛:(社)情報通信技術委員会(TTC)

情報通信ネットワーク産業協会(CIAJ)

詳細・申込:

http://www.ciaj.or.jp/content/plessrelease05/050928_2.html

編集後記

CNAレポート・ジャパンは、通常一冊あたり、5~7ページが平均ですが、前号と今号と相当なページ数になってしまいました。ちょっとした時間に読んでいただくには、5~7ページぐらいが適当なページ数と思っています。今号は、23ページでしたが、今後10ページを超えることが続く場合は、現行に月2回発行を月3回に変更することも検討したほうがいいかも考えています。そうすることによって、1冊あたりのページ数を減らすためです。その方が読みやすくなるかと思いました。

CNAレポート・ジャパンは、広告も募集しております。是非ご検討お願い致します。

次号もインタビュー特集、また、業績発表もレポートします。

CNAレポート・ジャパン 編集長 橋本 啓介 k@cna.jp
(Vol.7, No.20 2005年11月15日号終わり)
次号は、2005年11月30日の発行を予定しております。