

# CNALレポート・ジャパン

Conferencing industry News report, research & Analysis - CNA Report Japan

発行日：毎月 10 日・20 日・月末  
創刊日：1999 年 12 月 8 日  
編集 / 発行：橋本 啓介

テレビ会議・ウェブ会議・電話会議システム専門

2005 年 11 月 セミナーレポート

編集: [editor@cnar.jp](mailto:editor@cnar.jp) 広告: [pr@cnar.jp](mailto:pr@cnar.jp) 読者登録 <http://cnar.jp>

Copyright 2006 CNA Report Japan. All rights reserved.

## セミナーレポート

### マイクロソフト・リアルタイム・ コラボレーション (RTC) フォーラム

2005 年 10 月 25 日

主催：マイクロソフト株式会社

協賛：ポリコムジャパン株式会社 / 株式会社大塚商  
会、日本ユニシス株式会社、NEC インフロンティア  
株式会社、MCI ジャパン、日本ヒューレット・パ  
カード株式会社

協力：日経コミュニケーション

<http://itpro.nikkeibp.co.jp/as/rtc/index.html>



#### Microsoft Office Live Meeting 2005

マイクロソフト株式会社(東京都渋谷区)は、PCとインターネット接続だけでどこからでも利用することができるホスティング型 Web 会議サービス、「Microsoft Office Live Meeting 2005(以下、Live Meeting)」を 11 月 1 日より開始する。マイクロソフトでは、14 日間のフリートライアルも実施する。申込は同社ウェブサイトからオンライン申込をするとすぐアカウントがメールで発行される。

Live Meeting は、北米では 2005 年 3 月に開始しているサービス。インターネットの接続と PC、ブラウザ環境があれば簡単に利用できる。企業でのコミュニケーションだけでなく、遠隔授業、カスタマーサポート、セミナーイベントなど幅広いビジネスシーンで Live Meeting は利用できるとマイクロソフトでは見る。

日本が 10 月リリースになった理由としては、インフラの確認、日本語版などの調整で時間が必要だった。また、北米では、サービス開始後、利用状況は予想以上で、今後日本でもこういったサービスの認知が広まれば、普及に拍車がかかるのではないかとマイクロソフトとしては期待する。

#### 東京での記者発表会 & セミナー

今回発表にあたって、10 月 25 日午前東京都内で記者発表会が行われ、米マイクロソフト社 RTC インターナショナル部門 アジア・パシフィック、中国、日本 ゼネラル・マネージャベン・グラーツ氏と、マイクロソフト インフォメーションワーカービジネス本部 リアルタイムコラボレーション製品マーケティング マネージャ 越川慎司氏により、Live Meeting の日本リリースとマイクロソフトの RTC(リアルタイムコラボレーション)戦略について説明があった。

午後からは、株式会社日経BP(東京都千代田区)協力でマイクロソフト・リアルタイム・コラボレーション(RTC)フォーラムが開催され、RTC ソリューションのパートナー企業で、今回の RTC フォーラムの協賛会社である、ポリコムジャパン株式会社 / 株式会社大塚商会、日本ユニシス株式会社、NEC インフロンティア株式会社、MCI ジャパン、日本ヒューレット・パカード株式会社の展示と発表が行われた。

#### 午後のセミナーは盛況-定員 300 名を大幅に上回る

後日 CNA レポート・ジャパンがマイクロソフトの越川慎司氏

に取材したところ、「参加者は定員の 300 名を大きく上回り、数十件の契約も纏まり、多数のニュース媒体に好意的な記事が掲載され、成功裏に終えることができ、誠に光栄に思う。」と越川慎司氏は、結果に非常に満足。午後からも編集長橋本も参加したが大変な盛況だった。RTC への関心の高さが今回の結果に表れたのではないだろうか。

### Live Meeting の特長と機能

Live Meeting の大きな特長は、(1) マイクロソフト Office 製品との親和性が高いこと、(2) パートナー企業との強力な統合ソリューションが提供できること、(3) 他の競合サービスと比較しても安価なサービス価格設定を行ったこと。(4) 機能、キャパシティの面の充実など、「これらは同様な他社が提供する Web 会議競合製品に対して強力な差別化要因だ。」(同ベン・クラーツ氏、越川慎司氏)

Live Meeting 2005 の機能としては、パワーポイントなどの資料共有、アプリケーション・デスクトップ共有、共有資料の書き込みができるアノテーション、チャット、参加者からのフィードバックを得るための投票、座席表(ムードインジケーター、参加者が会議の速度や理解度について発言者にフィードバックを表示する)、会議内容の記録、Live Meeting サービスの会議予約管理やサービス管理、メールで参加者へリマインドする電子メール招待状などの機能が提供されている。7カ国語に対応。

サービス契約すると専用のポータルサイトが作られる。ユーザーはIDとパスワードを持って指定された URL へアクセスし、会議の事前予約や、即時会議を行える。アクティブディレクトリーと連携させてシングルサインオンで入ることが出来る。

また、会議を行うには、ブラウザを立ち上げると自動的にコンソールがインストール。その後 Live Meeting が利用できる。越川氏によると、Live Meeting の起動は早いという。



ベン・クラーツ氏

越川慎司氏

会議の予約は、Microsoft Office の Outlook や Exchange との連携からも行える。Outlook の予定表などから会議を予約し、相手の名前を入力すると電子メールで相手に会議への招待メールを送ることができる。招待を受けた人は、メール本文内の URL をクリックするだけで会議に参加できる。

あるいは、エクセルやパワーポイントなどの Microsoft Office からの会議開始もシームレスに可能となっている。パワーポイントのスライドに埋め込まれている Live Meeting のタブをシングルクリックすると、スライドの共有となり、Live Meeting のホスティングサーバーに自動でアクセスし会議を開くことも可能。

会議中には、パワーポイントなどの資料を共有し、音声で説明しながら共有した資料に注釈やテキストを書き込みができる。資料に書き込みなどを行う場合は、操作の権限を持っていないとできない。

Live Meeting は、Microsoft Office との親和性が高いため、たとえば、パワーポイントのアニメーションも表示できる。

そして、共有時に書き込んだものを含めて、その共有資料を PDF ファイルとして保存ができ、参加者に配布できる。つまり簡単な議事録として使用できる。

資料共有だけでなくアプリケーションの共有も可能だ。たとえばパワーポイントのソフトを参加者と共有していた場合、その参加者の PC にパワーポイントのソフトがなくとも、参加者側の PC 画面にリアルタイムに表示ができ、相手に操作の権限を渡せば、相手にそのアプリケーションの操作をさせることが

できる。「実際のところ画面イメージを送っているだけなので、共有できないアプリケーションはない。サポートやトレーニングなどで使えるのではないか。」(同 越川慎司氏)

### Live Meeting サービスの提供方法

Live Meeting サービスの提供は、オフィス製品と同じくボリュームライセンス方式をとる。ライセンスモデルは、サービスライセンス、ネームドユーザーライセンス、ルームアドオンサービスの3通り。

- (1) サービスライセンス。月額基本料金。サービス利用者全てに基本的に掛かる費用、電話の基本料と同じ考え。
- (2) ネームドユーザーライセンス、会議を開く権限。1ライセンス持っていれば最大 15 人の会議が無制限に行える、
- (3) ルームアドオンサービス、15 人では、足りない場合の、許容量に応じてライセンスを追加できる。50 ルームアドオンから最大 2000 人参加可能なルームアドオンまで提供。

たとえば、5ネームドユーザーライセンスを申し込んだ場合(つまり、15 人収容の会議が開催できる契約アカウントが 5 ライセンスの場合)月額料金は、サービスライセンス料金が、27,400 円+ネームドユーザーライセンス(3,000 円x5 ライセンス)=42,400 円となる。

### Live Meeting の事例

記者発表会では、Live Meeting の利用事例もいくつか説明があった。あるコンビニエンスチェーンでは、Live Meeting の導入により非常に高い投資効率の効果があったという事例や、顧客サポートで社員の製品トレーニングでLive Meetingを導入したことにより、対応する製品が増えても、効率的かつ効果的にトレーニングが行えるようになり、顧客満足度も上がったという事例など、Live Meeting の優位性が紹介された。(写真右下:



### RTC フォーラム会場:午後の部)

また、自社の事例として、マイクロソフトでは、同社 CFO(最高財務責任者)から、出張が 5 回ある場合は、その内出張は 4 回にして、残り1回は Live Meeting で行うようにと社内通達があった。実際に会うことも必要なため全てを Live Meeting にすることはできないが、それでも 80 億円出張費の削減が行えたという。

### RTC-コミュニケーションの統合

#### インフォメーションワーカーの生産性の向上

今回は、Live Meeting が発表されたが、Live Meeting、Live Meeting、Microsoft Live Communication Server(以下 LCS)、Office Communicator(以下 Communicator)はそれぞれマイクロソフトの RTC の製品の一部として扱っている。

マイクロソフトとして、今後のトレンドは、コミュニケーションの統合と見る。電話、Web 会議、インスタントメッセージ、携帯電

話など多様化そして複雑化している現状をどのようにシンプルに統合していくかというのがマイクロソフトの目指すべき方向性と考えている。

つまり、Office System、電話システム、業務アプリケーション、Live Meeting、LCS などが統合されていることから、いろいろなところからコミュニケーション

がスタートできるということ。たとえば、Office System と電話システムのつなぎとして LCS を導入する。プレゼンス機能(在席確認)を Microsoft Office からスタートし会議ができる。LCS のクライアントである Communicator(9 月発表)のプレゼンス機能からオンラインの人を Live Meeting へ参加させることも可能。

もっと具体的に言えば、通常相手にコンタクトをとるために

は、相手の電話番号、携帯番号、メールアドレス、自宅の電話番号などさまざまな情報を知っていないといけない。これを全て覚えておくのは大変だ。このマイクロソフトの RTC によって、相手がどの媒体(電話やメールなど)を現在使っているかを考えなくてもいい。プレゼンスで相手を選べば自動で相手にコンタクトができる。

「マイクロソフトから提供する Web 会議は、コミュニケーション統合の接着剤として、インフォメーションワーカーのサービスとして利用してもらうことによって、インフォメーションワーカーの生産性を格段に上げるものと見る。」(同 越川慎司氏)

「Web 会議への急激な需要が高まっている。また、それに併せて RTC の分野への顧客からの需要がある。今後も需要が拡大すると見込む。RTCのキーポイントは、音声、ビデオ、データの統合だ。それらを統合することにより、コストの削減、時間削減、仕事とプライベートの料率等、いろいろなシーンで利用できるのではないか。この RTC は、マイクロソフト Microsoft Office の利用者と同じくらいの数の人が将来利用するようになるだろう。従って、マイクロソフトとしては、RTC 分野に対して重点的に投資を強化、また、開発には多くの人材を投入して顧客ニーズに合った優れたソフトウェアを提供していく。」(同ベン・グラーツ氏)

#### **Live Meeting-ホスティング管理、通信会社、ISP へ展開**

Live Meeting サービスは、マイクロソフトのホスティングサービスであるため、実際のホスティング管理は、マイクロソフトが行う。今後、通信会社、ISP などのプロバイダーがそのホスティング管理を行う可能性もある。あるいは顧客のネットワーク内に設置しホスティングを行うこともロードマップ上で検討されているという。現在、通信会社では、MCI、BT、Intercall など電話会議サービスを提供しているところが Live Meeting をサービスエンジンとして Web 会議機能を提供している。

#### **パートナー企業戦略-マイクロソフトとしては重視**

パートナー企業との関係については、今後も強化していくという方針をあらためて示した。「パートナーとの強力な統合ソリューションを数多く作っていききたい。たとえば、精細なビデオが必要なユーザーもいると思う。マイクロソフトとしては、ビデオは提供しないので、必要であればポリコムやラドビジョンの製品とマイクロソフト製品を統合したソリューションを顧客に提供する。」(同 越川慎司氏)

2005年3月に北米で開催された RTC のリリースイベントでもビルゲイツ氏とアヌープ グプタ氏(「Real-Time Messaging and Platform Group」担当コーポレート バイス プレジデント)は、パートナー協力企業との関係強化の重要性を述べている。

「マイクロソフトは、パートナー志向の強い企業で、パートナーと組むことによってさまざまな顧客のニーズに対応できると考える。たとえば、マイクロソフトの仕事が1とした場合我々のパートナー企業の仕事は8つあるようなものだ。売上もパートナー企業が寧ろ多い。製品のディストリビューションであれ、ソリューションを作り上げて顧客に提供する場合など。そして、ネットワーク通信の接続などパートナー企業の力を借りなければならない場面もある。」(同 ビルゲイツ氏)

「マイクロソフトのコアコンピテンシーは、ソフトウェアだ。ソフトウェア開発に注力してきたが、それをマーケットや顧客に展開した場合、さまざまな顧客ニーズがありカスタマイズが必要となってくる。我々のパートナーはさまざまな顧客ニーズを理解している。だから、我々のビジネスを広げていく意味でもパートナーシップは重要だ。」(同 アヌープ グプタ氏)

編集:CNAレポート・ジャパン編集長  
橋本啓介