

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

2006 年 2 月 特集レポート

編集:editor@cnar.jp 広告:pr@cnar.jp 読者登録:<http://cnar.jp>

Copyright 2006 CNA Report Japan. All rights reserved.

特集レポート

マイクロソフト、ユニファイドコミュニケーショングループ コーポレート バイスプレジデント アヌープグプタ氏、同社が進めるユニファイド・コミュニケーションについてのビジョンを語る

マイクロソフトのコーポレート バイスプレジデント アヌープグプタ氏は、2月上旬東京を訪れ、都内マイクロソフトから Microsoft Live Meeting を利用して、同社が目指すユニファイド・コミュニケーションについてのビジョンを記者向けに Live Meeting によるプレゼンテーションでオンライン発表した。



都内マイクロソフト本社ビルにて、Live Meeting による記者向けのプレゼンテーションを行うグプタ氏（正面の PC 画面には Live Meeting でのプレゼンテーション画面が映っている）

同氏とその通訳の声は、発表資料と合わせて VoIP にてインターネットで配信され、多数の記者が参加。マイクロソフトによると、「今回の Live Meeting によるプレゼンテーションの様子は、他メディアからも高い評価を受けた。」という。

そのオンライン発表の前に、マイクロソフトの東京本社ビ

ルにて、CNA レポート・ジャパン編集長橋本は個別にアヌープグプタ氏に取材をする機会を得た。

まず、ユニファイド・コミュニケーションのビジョンを説明する前に、現在のトレンドについて同社の見方を披露した。

グプタ氏は、コミュニケーションツールと働き方のトレンドが、グローバルスケールでのオフショアリングやアウトソーシング、そして電気通信ネットワークの高度化やメール、VoIP、会議システムなどのツールなどが後押しをして、世界がフラット化していく中で変わりつつあることを指摘。

北米でベストセラーになっている、Thomas L. Friedman 著、The World Is Flat: A Brief History Of The Twenty-first Century を示し、世界のフラット化を紹介。（日本語版は3月に発行という。）

その著者のフリードマン氏は、その著で、「人々は、生来的な本質として、他の人と“コネクト”した状態を望む傾向がある。そういったところで、その人々に、他の人々とコネクトするための新たな方法やツールを与えた瞬間、人々は、いろいろな技術的なバリアを乗り越えようとする。従って、人々にコネクトしようとする生来的な本質を阻止することはできない。」と述べる。

それは、人々は、そういったツールをこの21世紀の初頭に情報通信の進展やインターネットなどのツールの力を個人レベルで得ることが可能になったからだと説明する。グローバル化は、コロンブスの新大陸発見による“国”のグローバル化に始まり、その後のイギリスの産業革命以降現代による“企業”のグローバル化を超え、2001年以降、“個人や小グループ”などのグローバル化が進んでいると、フリードマン氏はその本の中で指摘する。

このタイトルの由来になった話として、その本の中に出てくるインドのある企業には、40 台以上のデジタルスクリーンで世界各国いつでもビデオ会議で仕事出来る環境がある。そ

のことを同 CEO は、ビジネスのグローバル化と呼び、情報通信やさまざまなコミュニケーションツールによって、知的な仕事やリソースなどが世界どこからでも、即座に仕事やビジネスの遂行が可能になったと言う。同 CEO が言うには、アメリカよりもインドのバンガローではそれがよく見えるし、世界のビジネスの場や競争の場は、まさに“フラット化”していると言い切った。著者フリードマン氏は、その言葉に衝撃を覚えたと書いている。その CEO は、世界の動きはアメリカよりも、アウトソーシングやオフショアリングが進むインドの方がよく見えているという。インドの方がその情報経済の動きがよくわかっているというのは、「ドロッカーの遺言」(P.F. ドロッカー (著), 窪田 恭子 (翻訳), 2006 年 1 月 講談社)でも指摘されている。

つまり、ビジネス自体がグローバル化しているためにビジネス環境が変わってきているのだ。「企業自体がグローバル化の背景のひとつに、チーム、顧客、サプライヤー、パートナーが世界各地に分散している状況がある。そういった状況になると、これらのチーム、顧客、サプライヤー、パートナーを“つなぐ”必要性がある。それが当社の進めるユニファイド・コミュニケーションのコンセプトの背景にある。」(グプタ氏)

マイクロソフトは、ビジネスのグローバル化とそれがワークフローに与える影響に、新たなビジネスチャンスを見ているようだ。



都内マイクロソフト本社ビルにて、アヌーブグプタ氏（左）とCNA レポート・ジャパン編集長橋本

グプタ氏がこの本を私に話した理由は、恐らくマイクロソフトが提唱する「The New World Of Work」ビジョンに影響を与えたものと推察できる。The New World Of Work によって、新たにソフトウェアベースのツールを得たインフォメーションワーカーが、より高付加価値な仕事へとフォーカスできる環境を整えることが可能だと言っている。この点については後述する。

VoIP、電話、インスタントメッセージング、ウェブ会議、ビデオ会議などのコミュニケーションツールは日進月歩進化して、ビジネスでそれぞれ使用されて来た。今ブロードバンド化を背景に IP や SIP をベースに統合されてきているとグプタ氏は説明する。

「これからは、人々の個人の生産性だけでなく、分散したチームとしての生産性をいかに高めていくかということが企業の課題になる。」(グプタ氏)

「これからの仕事は、単純にオフィスで実施されるわけではなく、さまざまな時間帯を超えて、24時間、一週間を通して、そして、さまざまな境界を越えて、そしてお客様とパートナーと対話をしていくということになる。その際に、単純に、デスクトップ上のコミュニケーションツールを使うだけでなく、携帯電話やモバイルデバイスも必要になる。それらが全て統合される必要がある。」(グプタ氏)

ユニファイド・コミュニケーションが示す統合とはどのようなことを指しているのか。「今まで、コミュニケーションは、番号やアドレスで人とコミュニケーション(number centric, address centric)を取ろうとしてきた。これからは、人にフォーカスをした(person centric)コミュニケーションツールの提供をマイクロソフトが行っていきたいと考える。それが、ユニファイド・コミュニケーションのソリューションで、さまざまなコミュニケーションツールの“グルー(接着剤の意味)”の役割を果たすといえる。」(グプタ氏)

つまり、今までは、ある人にコンタクトを取るのに、携帯電話番号だったり、メールアドレスだったり、自宅の電話番号だったり、インスタントメッセージングだったり、それらの連絡先番

号などを別々に管理し、その都度携帯に電話したり、メールを送ったりしていた。これは非常にストレスだと同氏は言う。

つまり、今まで番号やアドレスで追いかけて人とコミュニケーションを行っていた。人とのコミュニケーションの入口が、番号やアドレスだったということ。人へのコミュニケーションの“入口”が、いままでいろいろあったが、この考えを変え、“人”という“入口”にひとつに絞り、そこからコミュニケーションに入っていくというスタイルのソリューションを提供していくことを考えているようだ。それがユニファイドの意味合いの一つだ。

さらに突き進めて言うと、マイクロソフトからすると、さまざまなコミュニケーションツールを、ユニファイドすることが、分散したチーム(組織など)、顧客、クライアントとのコミュニケーションと生産性の向上には必須だということだ。

マイクロソフトが発行している、「Digital Workstyle: The New World of Work (A Microsoft White Paper)」によると、インフォメーションワーカーは、今後付加価値を創造していく点に一層フォーカスしていくべきと見る。今まで付加価値を生まないものあるいはルーティン的なものが、インフォメーションワーカーの生産性を阻害し、インフォメーションワーカーの仕事の負担が増大していると現状を分析する。マイクロソフトは、その問題を解決するには、ソフトウェアが非常に重要な役割を果たすと考え、そのためのソリューションを提供していくことが書かれている。新たなデジタル時代の働き方を示したのが、The New World of Work (ニューワールド・オブ・ワーク)という言葉だが、情報の洪水 (Information Overload)、コミュニケーション方法のあり方、プレゼンスの活用、チーム(組織間)コラボレーションなどの切り口から、今後のインフォメーションワーカーの働き方についてのビジョンを提示している。

上記のホワイトペーパーから敷衍して考えると、インフォメーションワーカーが、さまざまなコミュニケーションツールを別々に管理するということは、生産性を阻害すると見ると考えられる。マイクロソフトが提唱するユニファイド・コミュニ

ケーションは、コミュニケーション方法のあり方、プレゼンスの活用、チーム(組織間)コラボレーションの問題を根本的に解決するための“フル”ソリューションとして位置づけられていると思われる。

コミュニケーションの入口を、“人”とするとなると、“人”の動きがまずわからないといけない。そうなると、その人の動きがわかるためには、“プレゼンス”という考え方がそこに入ってくる。“プレゼンス”は、一般的に、“オンラインでの在籍確認”といった感じの日本語で訳されているが、さまざまなコミュニケーションツールが、ユニファイド(統合といったような意味)される場合、このプレゼンスが非常に重要な役割を担うことになる。これが、コミュニケーションツールのユニファイドたらしめるポイントになるからだ。



Live Meeting による記者向けのプレゼンテーションから

プレゼンスは、人の動きがわかるコミュニケーションの入口的な役割だ。プレゼンスによって、相手が現在どのような状況で、現在コンタクトが取れるか、そして相手のスケジュールなどもわかるような仕組みを提供している。相手がどのような状況かというのは、つまり、相手が現在パソコンを通してインターネットに接続されているのか、ということから始まり、現在会議中で忙しいのか、時間が空いているのか、電話に出られる状況なのか、などがリアルタイムにわかる。

「コミュニケーションのユニファイド化とそれを可能とさせるプレゼンスの機能は非常に重要で、チーム間や組織間で良

好で迅速なコミュニケーションを取る上で前提条件だ。」(グプタ氏)

グプタ氏は、取材の中で、ユニファイド・コミュニケーションの重要性を説明しながら、実際にどのような使い方があるか簡単に説明した。

「たとえば、一例として私宛にメールが送られてきたとする。そしてその人がプレゼンス情報で、現在コンタクトできる状況がわかると、私はひとつクリックをするだけで、相手とインスタントメッセージングや電話が行える。そしてもう一回クリックすると、資料共有などが行えるウェブ会議も出来る。つまり、いままでは電話をするにも、相手の電話番号を確認するという“手間”があったが、このプレゼンスから始まるコミュニケーションの仕組みを使うことによって、そういった煩わしい手間もなく、その時に最適なコミュニケーションツールをクリックという簡単なパソコン操作で選択して、その相手にすぐにコンタクトができるということだ。」(グプタ氏)

また、簡単にコンタクトできるためには、Microsoft Office ソフトなど以外にも企業の CRM システムなどのアプリケーションなどにユニファイド・コミュニケーションの機能を組み込む必要もあると加える。

コミュニケーションを開始するその“ワン・クリック”は“どこから”でも可能という。グプタ氏は、アウトルック 2003 やシェアポイントポータル、Office Communicator の例を説明しながらそのように言う。

アウトルックからは、メールだけではなく、インスタントメッセージング、電話、ウェブ会議などが即座に使用できるし、シェアポイントポータルでは、作成された電子ドキュメントのファイルを見ることによって、誰が作成したかということがわかるだけでなく、その人のプレゼンス情報も即座にわかる。そしてそこからシングル・クリックだけで、電話、メール、インスタントメッセージング、あるいはウェブ会議が開始できる。

「これらの機能は将来の話ではなくすでにマイクロソフトから一部実現しており提供されている。」(グプタ氏)

さらに、Office Communicator については、「パソコンをソフトフォンとして使える。たとえば携帯電話だと日本からアメ

リカまで通話すると通信料金が高いが、私はこのヘッドセットを使い Office Communicator でアメリカの同僚や家族などとコストがかからずに通話 (VoIP) ができる。今後は、音声だけでなく、ゲートウェイを含めた多地点でのビデオ会議ができるソリューションや、ウェブカメラ「RingCam」のリリースも検討あるいは予定している。」(グプタ氏)

多地点でのビデオ会議や RingCam の詳細については検討、あるいは予定しているというところだが、同社の事業としては、会議システム系については、今まで踏み込んだことの無い事業分野とみており、有望な事業機会と見ていることだ。次のバージョンではシステム導入向けの、MCU を含めた何らかの製品がでてくるようだが、それと、パートナー企業の製品とのシステム上での連携も考えている。

それは、同社のウェブ会議の本格的端緒ともなった、ウェブ会議 ASP サービスを提供していた米 Placeware 社の買収 (2003 年初め頃) がある。その後その Placeware のウェブ会議システムをベースに開発した Microsoft Live Meeting がある。

次に、ユニファイド・コミュニケーションを使ったコミュニケーション円滑化には、インテリジェンスも必須だとグプタ氏は言う。インフォメーションワーカーは、仕事の量もさることながら、さまざまなミーティングに出席する忙しい場合が多い。そういった時に、インフォメーション・エージェント・ソフトウェアを活用することにより、そのソフトウェアが、そのインフォメーションワーカーの賢い秘書的な役割を果たすことも可能だ。

「たとえば、私がミーティング中に、電話がかかってきたとする。それが誰からか知らない人からであれば、留守番電話に切り替わるが、上司からの連絡となると、やはり会議を中断し電話にでるということが可能になる。その判断は、インフォメーション・エージェント・ソフトウェアが行うことになる。非常にインテリジェントな機能だ。」(グプタ氏)

ユニファイド・コミュニケーションでは、コミュニケーションツールに対するインテリジェンスはもとより、パソコンだけでなく、電話、携帯電話など全てのツールを使うことによって、コミュニケーションを時や場所 (職場、出張中、家庭など) にとらわれずに行っていけるという環境が提供できること (Universal

Availability)と一言で言えそうだ。

ユニファイド・コミュニケーションは、また単に円滑なコミュニケーションを可能とするだけではなく、企業の通信インフラのコストの削減と運用の効率化と柔軟性(TCO:Total Cost of Ownership)も可能とする点は、忘れてはならない重要な点だとグプタ氏は力説する。

「企業では、電話用、メール用、ビデオ会議用などさまざまなシステムが別々に運用されている。その上、お互いのシステムをどう相互運用させるかという問題もある。つまり、それぞれ違ったコミュニケーションの方法に対応したソリューションが使われている現状が企業にはある。我々は、さまざまなコミュニケーションツールをシンプルにかつ直感的なシングルインターフェイスとその操作環境を提供するだけでなく、その設置、運用管理、そしてセキュリティの確保を一元統合化することによって、コミュニケーションの円滑化と効率化が実現するだけでなく、企業にとって重要な TCO の削減も見込めると考えている。その結果、通信インフラ基盤の運用ポリシーも簡便になるし、システム間の相互運用に対する負担も相当軽減できるはずだ。」(グプタ氏)

パートナーシップはマイクロソフトにとって非常に重要な意味を持つ。マイクロソフトは、パートナー企業との連携を重視した企業だというのは、機会ある度に、ビルゲイツ氏などが言っている。

パートナー企業を重視したビジネス展開では、たとえば会議システム業界では、ポリコム、タンバーク、ラドビジョンなどとソリューションの提携を行っているし、CSP 事業者(ビデオ会議や電話会議、ウェブ会議サービスを提供している企業)としては、Microsoft Office Live Meeting で MCI や BT などとも協力している。「最近、ある会議システム関係の企業のトップと会う機会があったが、非常に有意義なミーティングが持てた。今後も関係を強化したいと考えている。」(グプタ氏)

グプタ氏は、この取材でマイクロソフトにとってのパートナーシップの重要性(Partner Centric)を、力を込めて説明していた。

「当社のユニファイド・コミュニケーションは、既存の企業通信インフラを使いながら単にツールとして安価に提供するだけでなく、拡張性のある API などを提供した開発プラットフォームとしても提供していく。そうすることによって、我々のパートナー企業やシステム開発の企業などが、ユニファイド・コミュニケーションプラットフォームをベースに、より機能の豊富な、そしてユーザーニーズにマッチするカスタマイズのソリューションも開発できる機会がこれによって提供されることになる。

これから製造業や金融業などいろいろな業種業態向けのソリューションが開発されるだろう。今後ユニファイド・コミュニケーションを巡る事業機会は相当大きいと当社では見ている。

今後、日本でも、パートナー企業との関係を構築そして強化しながら共同でソリューションを提供していきたい。今各企業と協力関係についていろいろとお話しているところだ。

マイクロソフトとしては、このユニファイド・コミュニケーションに今後コミットしていく。それは、我々は、このユニファイド・コミュニケーションが次の世代の生産性を劇的に向上させるソリューションと信じているからだ。」(グプタ氏)

(特集レポート終わり)

取材・編集：CNA レポート・ジャパン
編集長 橋本 啓介