

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 定期レポート

Vol. 8. No.25 2006 年 9 月 30 日号

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

Copyright 2006 CNA Report Japan. All rights reserved.

ニュース項目

VTV ジャパン、アエスラ社テレビ会議システムの拡販体制構築。中小企業へのテレビ会議浸透へ期待



VTV ジャパン東京本社と大阪営業所を結んだデモ。ディスプレイ上部に、VEGA X5 (左) と VEGA X3

VTV ジャパンは、インターネットが一般に普及した 1995 年に設立。1995 年貸テレビ会議室サービスから事業を始め、翌年テレビ会議システムの販売を開始、現在までに、複数のテレビ会議メーカーのシステムを取り扱うようになり、テレビ会議システム専門の国内で主要な販売会社として成長してきた。栢野氏は、企業向けソフトウェア販売会社などのサラリーマンを経て VTV ジャパンの設立初期に同社の社長に就任。当初数人の社員から始めた事業を今では約 20 人の企業規模、売上も 9 億円程度に成長させてきた。

「テレビ会議システムは、大企業においてはかなり浸透してきたという実感を持っている。企業の通信インフラがインターネットIPへ移行してきたことによって、中小企業においても同じように浸透していくと期待している。」と、VTV ジャパン株式会社 代表取締役社長 栢野正典氏は語る。

インターネットIPが広がる中で、テレビ会議システムは主に大企業に浸透してきている実感を持ちながら、VTV ジャパン

のビジネスモデルを考えた場合、ある意味で限界を感じ始めていたという。

「VTV ジャパンは、マルチベンダーとしてスタートし、テレビ会議のソリューションプロバイダーを目指してきた。それにより、我々の販売方法も、大規模案件への傾斜が強くなって来ました。つまり、多地点接続装置が含まれるようなインテグレーション案件や、テレビ会議システムの運用管理まで含めた案件などへの対応が主となって来たということです。その弊害という訳ではないのですが、小規模導入などの案件に対応していくことに対して、今までのビジネスモデルに限界を感じ始めていた。」(同 栢野氏、以下「」は同氏を表す。)

つまり、中小企業への浸透は、より安価に、シンプルに、そしてパッケージ化した提案を行えるビジネスモデルが必要という考えに至ったという。そういったタイミングに、イタリアのテレビ会議メーカーアエスラ社との出会いがあったという。「テレビ会議市場の世界4大メーカーは、ポリコム、タンバーク、ソニー、アエスラだが、アエスラ社の製品は、デスクトップのテレビ電話から、セットトップ、そしてルームタイプなど幅広く、しかも廉価で品質の高い製品ラインナップを持っている。アエスラ社の製品に当社の感じていた限界を打ち破る可能性を感じ、アエスラ社と 2004 年 7 月に販売契約を日本国内で初めて締結した。」

アエスラ社と締結後、アエスラ社のテレビ会議システムの国内販売は順調に拡大し、日本国内市場でも世界市場と同様4大メーカーの一角を占めるまでになったという。また、今年4月には、既存製品の後継機種となる、X シリーズを新製品として日本市場に初めて投入した。「X シリーズは、VEGA X3 と VEGA X5 の 2 機種あり、映像や音質などの基本性能は変わらないが、X5 は拡張性が高く、自動トラッキングや多地点接続機能(オプション)を内蔵している。さ

らに今回、工業プロダクトデザインで世界的に著名なパオロ・ヴィラ氏に、X シリーズのデザインを依頼。機能や性能と製品自体のプロダクトデザインのバランスが取れた製品に仕上がった。また、価格も手ごろで、VEGA X3 を中心に X シリーズの販売は好調だ。」



VEGA X5

そして、2006 年 5 月には、アエスラ社と VTV ジャパンが協同で、aeコミュニケーションズ株式会社(エーイーコミュニケーションズ)を設立。aeコミュニケーションズは、VTV ジャパンの子会社となり、代表取締役には栢野氏、取締役には、VTV ジャパンの坂本修次氏、そしてアエスラ社 CEO マルコ・ビエツツオリ氏が名を連ねる。

「aeコミュニケーションズ設立の意図については、アエスラ製品の拡販だけでなく先ほどの限界をクリアする意味でも子会社の設立を考えた。棲み分けとしては、VTV ジャパンは、今までどおり複数のテレビ会議メーカーの製品を扱いながら、プロジェクトベースの案件や大型の案件、テレビ会議に関するより専門的な知識が必要とされる案件により特化したビジネスモデルを作る。それに対して、このaeコミュニケーションズでは、中小企業への浸透を目指す、テレビ会議システムをいかにパッケージ化しシンプルな導入を可能とするかにフォーカスして製品のディストリビューションのビジネスモデルを作る。アエスラ製品のマーケティングを行い、販売チャネルの立ち上げ、そしてその管理がビジネスの中心となる。社

内で検討した結果、VTV ジャパンの社内でそれを行うよりは、ビジネスモデルやブランディング戦略からして、別会社として設立したほうがよいと判断した。」

VTV ジャパンとしては、タンバーク、ソニー、ポリコムなどの製品を扱っているが、案件毎にタンバーク製品がよければタンバーク製品を提案し、アエスラ製品がよければアエスラ製品を提案するというアプローチを取り、それに対して、aeコミュニケーションズは、アエスラ製品のみということになるが、直販は行わず販売会社パートナーを通して製品自体の流通を促進していくことに力を入れる。ただし、インテグレーションが関係してくる場合は、VTV ジャパンがサポートすることになる。

栢野氏によると、aeコミュニケーションズでは、販売チャネルをいかに効率よく作り、その販売チャネルに属する販売会社同士が同じ案件でバッティングをしないようにマネージメントしていくのかも大きなテーマだという。

「ビジネスを行っていく上で、違うメーカーの陣営とぶつかり、そこで付加価値をお互いに出し合って勝負するのは当然のことだが、ただ、同じメーカーの販売会社同士がぶつかりあうのは出来る限り避けるべきではないかと思う。そのため、そういった問題が起こらないように、メーカーだけでなく、販売会社にとってもお互いの利益を守っていけるビジネスモデルを作り上げたいと考えている。その方が、両者にとって長い目でビジネスができると思っているからだ。」

そのためには、当然としてaeコミュニケーションズの販売会社に当るパートナーの棲み分けが必要になってくる。aeコミュニケーションズでは、3種類の販売パートナーシップを全国に構築していく。アエスラ製品の輸入窓口については従来通り VTV ジャパンが引き続き行う。さらに、保守サポートについては、国内有数のサポート会社へ委託を行い、VTV ジャパン、ae コミュニケーションズ、サポート会社の3社体制でのフォーメーションをとる。

構築する販売パートナーの体制は、(1)アライアンスパートナー、(2)エリアパートナー、(3)バーチャルパートナ

一の3種類となる。

まずは、アライアンスパートナーについては、全国展開ができる、キャリア、ISP、機器販売系の販売パートナーを考えている。単にアエスラの製品を販売するのではなく、たとえばキャリアや ISP であれば自社のネットワークやヘルプデスクとパッケージ化して付加価値を高めた形で販売ができる企業とパートナーシップを組みたいという。「アライアンスパートナーへは、テレビ会議システムの販売ビジネスモデル作りからお手伝いさせていただき、お互いのノウハウを持ち寄り、協同で新たなパッケージ製品の開発を行えればと思っている。」



VEGA X5 内蔵 MCU による多地点接続制御画面

エリアパートナーは、基本的に県単位での販売会社を考えており、そのエリアを1社に委託するという形式になる。ただ、東京、大阪圏については、VTV ジャパンがエリアパートナーとなる。東京と大阪をテリトリーとしたい場合は、VTV ジャパンの代理店になる形を取る。「地方に根をはって事業を行っている企業や、自分たちのビジネスモデルを作っていくという積極的な企業、2次、3次販売会社での限界を感じている企業などに、エリアパートナーになってもらい一緒に市場を開拓していきたいと考えている。」

アライアンスパートナーとの違いは、全国展開かその地域単位のビジネス範囲かの違いとともに、アライアンスパートナーがオーダーメイドとすれば、エリアパートナーは既製品販

売のモデルという点で異なる。

バーチャルパートナーについては、教育や医療分野に特化したパートナーを想定している。テレビ会議システムは企業への浸透から、教育や医療分野への広がりを見せている。「未開の分野も多く、新しい市場を開拓していくのが、バーチャルパートナーとなる。」

「アエスラ製品を販売するにあたって販売パートナーができる限りお互い競合しないようなパートナーモデルを構築し、パートナーと当社がウィンウィン関係でビジネスができればと考えている。ひとつの製品を販売していく上で最善のモデルに挑戦するというのが、aeコミュニケーションズへの役割のひとつと考える。つまり、従来の単なる機器販売のモデルから、新たな販売モデルを作りたい。アエスラ社も積極的に支持してくれている。このモデルが効果を出せば、他の国々へも水平展開が行えるのではないかと考えている。」

今後の抱負については、「当社では、テレビ会議システム市場での4大メーカーの専用端末製品を扱ってはいるが、映像や音声の品質など大差が無くなってきている。今後はマルチベンダーという考え方は捨てる。寧ろ重要なのはお客様へどういったソリューションを提供できるかということ。当社はそこを追求していきたいと考えている。また、今後テレビ会議とウェブ会議のインテグレーションも増えてくると思われる。そういった方面でも、当社は当社としての視点を持って取り組んでいきたい。インターネットによって会議システムの可能性は広がってきた。今後さらなる市場拡大が期待できると考えている。その市場拡大のプロセスの中で当社としても一翼を担いたいと考えている。」

(関連記事:CNAレポートジャパン Vol.6 No.11 2004年7月15日、Vol.8 No.8 2006年3月20日、Vol.8 No.15 2006年5月30日)

タンバーク、アバイア社 IP テレフォニーソリューションに準拠

タンバーク日本支社(東京都中央区)発表によると、同社のビデオ会議端末と多地点接続装置が、アバイアの IP

テレフォニーソリューションに準拠した。

今回の準拠によってアバイア社の「Avaya Communication Manager 3.1.2 IP テレフォニーソフトウェア」とタンバーグ社のビデオ会議端末などの互換性がとれた、両社の音声と映像を統合したソリューションを提供することが可能になった。

今後もタンバーグ社は、アバイア社の互換性評価システムである DeveloperConnection プログラムのメンバーとして、アバイア社エンジニアが実施する両社製品の活発的な検証作業を通して、相互運用が可能な統合ソリューションを提供していく考え。

ヤマハ、会議室環境に合わせた音響環境をダイナミックに学習調整し高品位な音声会議を実現する音声会議端末を本格販売開始



プロジェクトフォン

ヤマハ株式会社(静岡県浜松市)の音声会議システム「プロジェクトフォン」は、当初の4月の製品発表とサンプル出荷開始以来、フィードバックを元に製品の最終調整を行い、5月より本格出荷を開始した。プロジェクトフォンは、SIP をベースとした4拠点多地点音声会議が可能な通信機能を内蔵したブロードバンドや企業内 LAN と接続可能な IP 音声会議システム「PJP-100H」、そして USB とアナログ入出力のインターフェイスを持つ会議用マイクスピーカークの「PJP-100UH」の2機種。側面に 32 個(16 個x2 列)の直列に配置されたアレイマイクと、底面には、12 個のアレイスピーカを内蔵。

従来の音声会議システム端末にはない数のマイクとスピー

カーが内蔵されているが、ヤマハとしては本格的な音響環境を実現するという強い意志の現れとみてもよさそうだ。同社サウンドネットワーク事業部によると、国内外の販売パートナーの開拓を積極的に進めていく考えだ。

PJP-100H は、IP 電話会議端末として使い、PJP-100UH は、前者とは違い通信機能はないが、Web 会議システム、PC ソフトフォンや Skype などと組み合わせ高品質なマイクスピーカー機能として使える製品。「プロジェクトフォンは、長年の AV 音響技術とネットワーク技術を融合した製品だが、両者の違いは、通信機能があるかないかの違いで、基本的な音響システム性能については両製品とも同じ。」(ヤマハ サウンドネットワーク事業部 営業部、以下「」は同部を表す。)

ヤマハは、“音のヤマハ”として、また、ルーターなどのネットワーク機器では市場で実績がある。同社では、音声会議システム市場には初めて参入するが、従来の音声会議システム端末には応用されていなかった音響技術も投入し従来製品と差別化を図りたい考え。

「従来の音声会議システムでの問題、たとえば、双方向会話時の相手の音声が聞きづらい、出だしが欠ける、声が途切れる、ハウリングが起こる、会議室内の物音等周囲の余計な音が気になる、相手に伝わるなどのユーザー側に音に関するストレスがあった。音のヤマハとして強みを持つ当社としては、プロジェクトフォンがこれらの不満を解消する新たなソリューションを提供するものと自負している。」

特長の一つめとしては、適応型エコーキャンセラー。「従来の音声会議端末では、エコーキャンセラー機能があっても、単純に声の大きい方のマイクを優先し、小さい方のマイクをオフにすることでエコーを消去するサブレッサー方式が採用された製品が多かったが、この方式であると、会話の切り替わりで、音切れが発生したり、同時に2人が発言できなかつたりと、ウィークポイントがあった。そこで当社としては、それを克服するため、新たに適応型エコーキャンセラー方式を採用した。」

適応型エコーキャンセラー方式は、プロジェクトフォンが設置される周囲環境と回り込みの音をシステムがリアルタイムに学習、不要な音を消すフィルターの設定をダイナミックに変動させ、信号処理を通してエコーを消去する仕組み。「会議室の音響環境に合わせて、プロジェクトフォンがリアルタイムに学習し、瞬時にその環境にシステムを自動調整するため、ユーザーは音響環境に配慮することもなく、常に音途切れのない、双方向の会話が行える。」

会話のサンプルを使い音声品質を確認するための製品デモを行ってもらったが、音声の途切れがないことが確認できた。「音声会議で、声だしの部分が聞こえないということは、聞いている側ではストレスになるが、当社の製品では、その点聞き取りやすくクリアに会話が進められる。」

次の特長としては、合計 32 個 (16 個x2 列) 内蔵ビームステアリングマイク。多数のマイクをアレイ状に配列することで多彩なマイクモードが実現可能。マイクモードは、会議参加者の使い方によって、收音範囲を変更させる機能。

プロジェクトフォンは、横長の会議卓などに設置できるが、その周りに多人数の会議参加者囲むように座っている場合は、その参加者全体の音声を拾うカバー範囲の広い「ゾーンモード」が使われる。また、話者の方向を自動的に検知、追尾する「追尾モード」や、特定の方向だけの音声を收音する「スポットモード」を持つ。

追尾モードやスポットモードは、より指向性を高めて話者にフォーカスし、收音範囲以外の不要な音の入力を最小化するため、相手にはフォーカスした人の声のみ伝わる機能。「ゾーンモードは、会議室での使用に、スポットモードは、たとえば、オープンスペースやパーティーションで区切られた場所などでの使用用途に最適ではないかと考えている。」

本体底部に配置された 12 個のアレイスピーカもこのプロジェクトフォンの特長のひとつだ。この 12 個のスピーカの周波数特性や底部に配列されることによって、中低音の聞きやすい音の環境を作り出している。(スピーカのサイズは全て一緒。配置間隔が異なっており、外側のほうはスピーカ間の距離が広がっている。) 底部に配列されたことも音響効

果を高める上でも重要な仕組みだ。スピーカから出てくる音は、まず会議卓に反射し、話者頭部へ音が集中するように設計されている。

このスピーカ配列には、音再生の指向性を持たせる機能も内蔵されており、スピーカからの音が会議室内に拡散反射するのを最小限に抑え、参加者のみに適切な音量で音声を反射させることが可能ということ点がひとつのポイント。

「上部方向へ音が出ていくスピーカ構造であると出てきた音は、天井など話者とは関係のないところへ反射していき、結果として室内で音が反響する可能性があるため聞きづらくなるが、それに対してプロジェクトフォンのスピーカ構造では、そのスピーカからの音をダイレクトに耳あたりに反射させ顔のところで広がるため、より自然に聞きやすくなる音を実現している。」

その他、プロジェクトフォンが提供する機能としては、(1)カメラとの連動。プロジェクトフォンの話者位置検出機能をカメラと連動させることで、映像とマイクの自動話者追尾が同時に行える。対応のカメラは、キヤノンの「VC-C50i」。カメラは、プロジェクトフォンとシリアルインターフェイスを通して接続。プロジェクトフォンのマイク部向かって発声すると、その方向にカメラが自動で追尾フォーカスすることができる。たとえば、この機能は、カメラ自動追尾ができるウェブ会議に応用できる。

(2) 拠点音分離モード。この機能は、通信機能の内蔵した PJP-100H のみに対応。プロジェクトフォンの 32 個のスピーカを使い、拠点毎の音声アウトの場所を変えて出すことが可能。プロジェクトフォンを使い多地点間の音声会議を行っている時に、プロジェクトフォンに向かって右側スピーカは、A 拠点、中央のスピーカは、B 拠点、左側のスピーカは、C 拠点と、別々の方向から耳元に届くように聞こえる。「音声会議時に多地点であっても、音が混ざらず聞き取りやすい利点がある。」

(3) プロジェクトフォンの連結接続。(現在は PJP-100UH のみ対応。近日中に PJP-100H もファームア

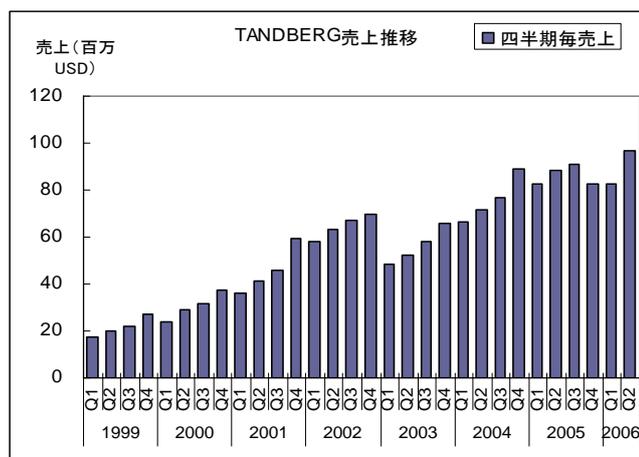
ップで対応予定。)プロジェクトフォンの音声 IN/OUT を接続していくことで最大4台のプロジェクトフォンを連結させることができる。連結させることによって、広い会議室であっても、拡張スピーカーマイクとして利用できる。「たとえば、広い会議室やコの字の会議卓に合わせて接続して使用することも可能だ。」

(4) 音声 IN/OUT を使い、外付けマイク+スピーカと接続しての使用方法も可能だ。その場合(PJP-100H でも使用可能。)プロジェクトフォンに、音声 IN 側に、マイクアンプを通して卓上マイクなどを接続。そして、音声 OUT にスピーカの接続も可能だ。

業績発表 2006 年 4 月-6 月期

NASDAQ 等上場企業の業績をレポートします。

TANDBERG 社 (ノルウェー)



テレビ会議メーカー大手タンバーク社の第二四半期の売上は、四半期としては過去最大の 9650 万 USD(約 113 億 2600 万円)を記録。また、同四半期のビデオ会議端末出荷台数は、9,148 台を記録し出荷台数においても過去最高の四半期となった。

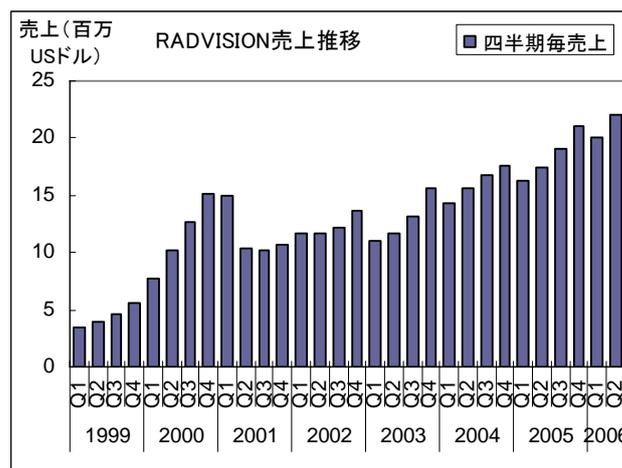
売上構成としては、全体の売上の 74%がビデオ会議端末、12%がネットワーク機器(MCUなど)、13.9%がサービスによるものとなった。

地域別では、米州、欧州中東アフリカ、アジア太平洋と各

地域顕著に事業が拡大しているが、第二四半期では、全体の売上のうち、米州は、52.8%、欧州中東アフリカは、33.3%、アジア太平洋は、10.4%の結果となった。とりわけ、北米とアジアが全体の割合の中で、前四半期から拡大している。

同社 CEO Fredrik Halvorsen 氏によると、「当社の業績にとって、非常に良い結果となった。事業の効率的な運営とともに販売案件の積極的な開拓などが功を奏して売上拡大につながった。今後としても、さらに営業部門と R&D 部門において積極的に投資を行い、技術的なリーダーシップを維持拡大しながら長期的で且つ持続的な成長を目指したい。」とコメントを出している。

RADVISION 社 (イスラエル)



多地点接続装置やインフラ装置などを開発するイスラエルのラドビジョン社の第二四半期の売上は、四半期としては過去最高の 2200 万 USD(約 26 億円)を記録した。

同社の事業は、ネットワーク機器製品事業の NBU 部門と技術ライセンス事業を主体とした TBU 部門からなるが、NBU 部門としては、1600 万 USD(約 18 億 9000 万円)、TBU 部門は、600 万 USD(約 7 億 1000 万円)。

同社 CEO Boaz Raviv 氏によると、多地点接続装置および予約管理システムである「SCOPIA v.5」と、「iView マネージメントアプリケーション」が期待通り市場に浸透してきたということ。NBU 関連でのテレビ会議専用システム向けビジネス売上で、2005 年同四半期に比べ 33%の増、第一

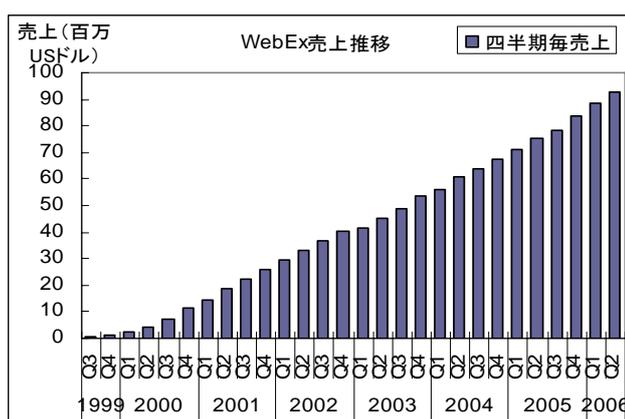
四半期に比べ 66%増を達成した。その売上の中には、昨年の米国防省関連(DISA)の大型入札(シスコシステムズ、Northrop Grumman 社経由による受注)などが、ラドビジョン社の第二四半期の売上に貢献したという。

また、デスクトップテレビ会議システムの「ClickToMeet」の売上も好調で、その内、米陸軍向けの「陸戦向けリアルタイムカンファレンスシステム(BVTC、Battlefield Video Conferencing)構築での受注や、ユニファイドコミュニケーションでの重要なカンファレンスシステムとしても提供されている。また、マイクロソフトの RTVideo コーデックや、ハイデフィニションのサポートなどがある。Click To Meet は、韓国で大型受注があった。

3G関連は2005年の第二四半期比で11%増の売上。欧州中東アフリカやアジア圏の携帯電話事業者あるいは、アプリケーションサービスプロバイダー向けなどへの売上からなる。

TBU 関連では、SIP サーバーツールキットのライセンスングが力強い成長を見せたという。その他では、3G-324M ツールキット、324M ProLab テストツールなど。3G 系では、中国の Quanta Computer 社がツールキットを導入し、今後の 3G 系の開発に活用するという。3G 端末のテスト分析ツールである「ProLab スイート」の日本での受注なども含まれる。

WebEx Communications 社 (アメリカ)



米ウェブ会議 ASP サービス大手 WebEx Communications 社の第二四半期の売上の売上は、四半期として過去最高 9290 万 USD(約 110 億円) の売上を記録。2005 年第二四半期の 7530 万 USD(約 89 億円)から 23%の増。

利用法人顧客契約数(毎月定額利用料を支払う企業の

み)は、25,100、登録ユーザー数は、190 万ユーザーへそれぞれ増加。毎月定額で利用する割合は全体の 73%、利用毎に支払う方法は、27%。定額で利用するユーザーが多い。

国際事業の売上は、前四半期の 12%から今四半期は、15%へ増。欧州、アジアとも好調だった。

セミナー・イベント情報

TANDBERG プライベートセミナー H.323 と Security について

日時: 10月4日(水) 15:00~17:00

場所: TANDBERG 日本支社 4F セミナールーム

主催: TANDBERG 日本支社

詳細・申込:

<http://www.tandbergjapan.com/services/training.html>

Acrobat Connect Professional(旧 Breeze)実感 ハンズオンセミナー ~簡単 Web 会議編~

日時: 2006年10月06日(金)

場所: アドビシステムズ セミナールーム (東京・大崎)

主催: NJC ネットコミュニケーションズ株式会社

アドビシステムズ株式会社

詳細:

<http://www.netcoms.ne.jp/topics/seminar061005.html>

BizInnovation 2006

ビジュアルコミュニケーション Autumn 2006

日時: 2006年10月18日(水)-20日(金)

場所: 東京ビックサイト

主催: 日経 BP 社

*BizInnovation 2006 の特設イベントとして開催。

詳細・申込:

<http://expo.nikkeibp.co.jp/biz/vc/index.shtml>

編集後記

日々CNA レポート・ジャパンへのご協力、ご支援ありがとうございます。今号もお読みいただきましてありがとうございました。

CNAレポートサイトへのスポンサーシップ(ロゴ、広告文字掲載)、会議システムに関する講演、社内勉強会、コンサルティング、セミナー企画など募集しております。よろしくご検討いただければ幸いです。

今後とも何卒よろしくお願い致します。

編集長 橋本