

CNAレポート・ジャパン

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

創刊：1999年12月

発行日：毎月15日・月末

取材・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

2010年2月ラドビジョンインタビュー

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

Copyright 2010 CNA Report Japan. All rights reserved.

インタビュー特集

RADVISION Japan インタビュー 3回シリーズ
第2回目



RADVISION Japan 株式会社
営業統括部長
後藤 光治 氏

聞き手：CNAレポート・ジャパン 橋本啓介

後藤 光治氏は、2010年1月1日にラドビジョンジャパンに入社。ラドビジョンの日本市場におけるチャンネル開拓および支援、マーケティングを統括する。

後藤氏は、ラドビジョンジャパンに入社する前は、シスコシステムズ合同会社において、2001年からエンタープライズおよび公共セクター向けのハイタッチセールスを担当。この間、メーカー、サービス業、放送、ヘルスケア、文教などさまざまな業種の顧客への提案から導入、サポートにおいて実績がある。とくにヘルスケア分野における、電子カルテや、無線 LAN を使用した構内通信網の構築、遠隔医療、僻地医療などの医療の ICT 化に取り組んだ。2001年明治大学卒業。

橋本：後藤さんは、ラドビジョンに入られたばかりだそうですが、こういったところを気に入られて入社されたのでしょうか。

後藤氏：私のテレビ会議との初めての出会いは小学校の時でしたが、上野にある NTT で ISDN によるテレビ会議の実演を見たときでした。遠隔地の人と画面を通して対話ができる点に大変興味を持ったと同時に、そういった技術がすでに実現されていることに子供ながら大いに興味したものでした。

前職であるシスコシステムズでは、営業畑でしたので、ルーターから、スイッチ、ユニファイドコミュニケーション、ビデオ会議とさまざまな製品を取り扱う機会がありましたが、映像コミュニケーションについては常に興味をもって見ていました。

ここ何年かでブロードバンドインターネットも普及しはじめ、映像を使ったアプリケーションが増えてきました。今後コミュニケーションも IP 化はますます進展するでしょう。私は、その中で映像を使ったアプリケーションは重要な位置をしめるのではないかと考えていました。

そういったことを思っていたところ、小学校の頃の体験もあって、ラドビジョンの人達に会う機会があり、ラドビジョンのビジネスや今後のビジョンに共感するものがあったので、是非入社したいと思いました。

橋本：実際に入社されてどうですか。

後藤氏：ラドビジョンは、シスコシステムズほど大きな会社ではありませんが、世界の多くの国に拠点があり、グローバルにビジネスを展開している企業です。1992年に設立され20

年弱ですが、ビジュアルコミュニケーション業界におけるリーディングカンパニーです。社内的にも国毎や地域毎の縦割りの組織ではなく、前回第1回目(1月15日号掲載)の宮沢のインタビューでもあったように、グローバル企業であっても、非常にフレンドリーで横の連携がとれたチームワークがしっかりした企業という印象です。国や地域が違い物理的に離れていても、横のつながりを保つ上でビジュアルコミュニケーションシステムが貢献している。そういったことを日々実感しています。

ラドビジョンは、世界的に展開していますが、日本では、実はまだまだ認知が完全に行き渡っていない課題を持っています。

私の立場としては、グローバルで培われたラドビジョンの技術や製品を、日本の市場の皆様にもっと広く知っていただきたいと考えております。就任早々ですが、まず販売パートナーの開拓やマーケティング活動を積極的に展開していきたいと考えています。

橋本：販売パートナー関連は後でお伺いするとして、営業統括部長というと、NBU部門の責任者にあたるわけですね。

後藤氏：その通りです。ラドビジョンは、技術のライセンスビジネスを主軸としたTBU(Technology Business Unit)部門と、MCUなどのインフラ装置製品のマーケティングおよび販売展開を行うNBU(Networking Business Unit)部門からなりますが、私は、日本におけるNBU部門の責任者になります。

ラドビジョンで提供している製品として、「SCOPIA Elite」や「SCOPIA 100/400/1000」といったMCU(多地点接続装置)、ISDNや3G携帯とIPを接続する「SCOPIA Gateway」、コールの制御を行う「ECS Gatekeeper」などのインフラ装置系の他、ビデオ会議ネットワークの運用管理を行うシステムである「iView Suite」があります。その他、PCで動作するクライアントシステム「SCOPIA desktop」やハードウェア型でサ

ムソン電子のディスプレイにビデオ会議機能を組み込んだ「VC240」も提供しています。自社製品として販売しているのはもちろん、シスコシステムズなどにOEM供給も行っていきます。たとえば、SCOPIA Eliteなどです。

従って、日本国内においてこれらの販売促進を図っていくのが私の仕事になります。

橋本：MCUなどの製品は、他社メーカーでも開発、販売されていますが、ラドビジョンはそれらのメーカーとはどのような点で違いますか？

後藤氏：その点はよく誤解されているところです。市場では、端末メーカーもMCUを提供していますが、彼らとは、そもそもビジュアルコミュニケーションへの取り組み方やビジネスモデルが違うのです。

端末メーカーは、ビデオ会議を行う端末という視点から端末から、インフラ製品までを開発していますが、それに対して、私たちは、ビジュアルコミュニケーション全般を包括したプラットフォームソリューションを提供しています。ここが立場の基本的な違いです。

橋本：もう少し詳しく説明してもらえますか。

後藤氏：ビジュアルコミュニケーション全般を包括したプラットフォームソリューションとは、ユーザのさまざまなビジュアルコミュニケーションのニーズにお応えできるソリューションを提供しているということです。

つまり、私たちは、ビデオ会議もそうですが、前回のインタビューでも紹介されました、ビデオコールセンターや、警備、掲示板、映像配信など、ビジネスのさまざまなシーンにおいてビデオを使ったアプリケーションを可能にするソリューションを提供しています。

そのアプリケーションを実現するプラットフォームが「SCOPIA」になります。従来のシステムでは、アプリケーション毎に別々のシステムで構築されていましたが、SCOPIA

は、音声、映像、データを全てプラットフォーム上に統合していますので、ユーザはビジュアルコミュニケーションをさらに有効活用できると考えています。

こういった点は、他のビデオ会議端末メーカーではできないところだと思います。

橋本：しかし、他社メーカー製品でもカスタマイズでさまざまなビジュアルコミュニケーションソリューションを提供できそうですが。

後藤氏：たしかに、端末メーカーの人達も可能かもしれませんが。しかし、基本的には、端末メーカーの人達はやはり自社の端末の接続を想定して、インフラ装置の製品開発をしていますので、他社の端末あるいはインフラ装置との連携というのは、丁寧にはサポートされていない場合があるのです。たとえば、異メーカー端末間の接続などです。国際標準とはいえ、まだまだ実際の使用現場では、難しい面があります。

しかし、一方で当社は、インフラ装置という視点から開発していますので、インフラ装置に接続する端末については、メーカーを問わず幅広くサポートしています。これは、SCOPIA の強みのひとつと考えています。

また次回詳しいお話がでてくるかと思いますが、当社の H.323 や SIP 開発ツールキットは、開発者の間ではデファクトスタンダード的なシェアを持っていますので、相互接続の点においては、他社に比べ一日の長があります。

ですから、ユーザは、メーカーを問わず好きな端末を混在して使用することができますので、端末選択の自由度がありますし、既存のビデオ会議システム端末の資産を有効活用できるメリットがあります。

映像、音声、データを包括的にプラットフォームとして提供している点、そして、相互接続性に強みを持つ点といったところに、当社を選択するメリットがあります。

橋本：なるほど。

後藤氏：加えてもう一点。今後は、インターネットの普及とともにパソコンの性能も向上し、ワイヤレス環境も充実してくると思います。ビジュアルコミュニケーションの可能性は固定のネットワークだけでなく無線まで継ぎ目なく広がるということです。

今後のコミュニケーションは、ますますコモディティ化する IP に統合され活用されていくでしょう。メーカーとしての課題は、そういったネットワークにどんなアプリケーションを開発していくかが市場での競争力を左右するのではないかと考えています。

ひとつの有望な可能性としては、パソコンを使ったビデオ会議が挙げられると当社では考えています。

橋本：SCOPIA Desktop のことでしょうか。

後藤氏：当社は、インフラ装置を主軸としたメーカーではあるのですが、今後のデスクトップでのビデオ会議の広がりを見越して、H.264/SVC と HD に対応した「SCOPIA Desktop」を販売しています。やはり、ビデオ会議の裾野の広がりになるのは、デスクトップ環境でのビデオ会議を如何に充実させるかにあるからです。

もちろん、専用端末を全拠点に設置するという方法もありますが、HD 端末を含め、まだまだコスト的に難しいという認識が一般的にあります。

一方、クライアントソフトウェアである SCOPIA Desktop は、MCU への同時接続数に応じて費用がかかるライセンス方式を取っており、インストールするクライアント数が増えればライセンス料が加算されるという形ではありません。

つまり、MCU への同時接続数へのライセンスのみですので、そのユーザの会社の社員が 500 名であっても、1000 名であっても、全ての社員にソフトウェアを無償で配布できるということです。無償でビデオ会議端末を取得するようなものです。

この環境が整っていれば、全社員がいつでも必要なときにすぐビデオ会議が行えますし、また、大規模展開も低コ

ストかつ迅速に実現することが可能です。さらに、社員の出張やテレワーク時のコミュニケーションツールとしても容易に活用できます。加えて、外部の取引先などの一時的なゲストにも対応できます。

橋本：クライアントソフトウェア以外にも、御社ではサムソン電子と共同でVC240を昨年後半発売しました。ラドビジョンとしては、ハードウェア端末を発表したのは初めてだと思います。

後藤氏：SCOPIA Desktop や VC240 を発売したのは、当社からもビデオ会議を行う端末をいくつか出すことで、MCU などのインフラ装置の利活用を進めたいという考えがあるからです。

この VC240 は、他社の同様な専用端末とくらべ 1/4 から 1/3 の価格で提供します。役員の方が自席に一台ずつ設置でき、電話をするような感覚でビデオ会議が行えます。またパソコンのモニターとしても使えますので便利です。

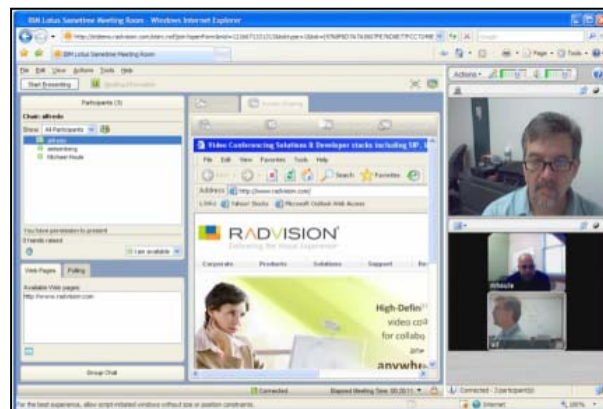


VC240(ラドビジョン資料)

この製品のポイントは、従来のビデオ会議端末のエントリー価格帯ながら HD に対応していること、また、H.264/SVC に対応していること、そして、パソコンのモニター(23.6 インチワイドスクリーン)としても活用できるところにあります。またデータ会議の H.239 については、近日対応する予定です。

VC240 の価格は、33 万円(税別)です。ビデオ会議の裾野を広げる一環としてこの製品をリリースいたしました。今

のところこの価格帯でこれだけの機能と性能を実現しコストパフォーマンスに優れた製品は市場には見当たらないと思っています。



SCOPIA Desktop 画面例 (ラドビジョン資料)



プレゼンス情報画面例 (ラドビジョン資料)

橋本：SCOPIA Desktop は、確か以前は、Click To Meet と呼ばれていたと記憶していますが。

後藤氏：その通りです。SCOPIA Desktop は、以前は、「Click To Meet」という製品名で知られていました。この製品は、宮沢さんが以前在籍していたファーストバーチャル社(First Virtual Communications)が H.323 対応ソフトウェアとして開発していたものですが、2005 年 3 月に当社がその会社を買収し、デスクトップ向けのソフトウェア製品としてラインナップに加えました。今は、ユーザーインターフェイスなども刷新し H.264/SVC と HD にも対応させた新しいクライアントソフトウェアに進化しています。

橋本：ビデオ会議システムは、製品としてはだいぶ進化してきていると思いますが、どんどん使いこなす企業もある一方で、二の足を踏んで導入を見合わせたり、使いこなせずに埃がかぶる企業もあるようですが、何が問題だと思えますか。

後藤氏：たとえば、株式会社シード・プランニングの市場調査データを見ますと、2008年の市場規模は、ビデオ会議が約98億円、Web会議は、約58.5億円で、2018年には、それぞれ約392億円、約1,080億円と見込まれています。昨今活発になっている業界内の提携やM&Aを考え合わせますと、今後、会議システム市場の伸びはますます加速すると信じています。

またその中で、ビデオ会議(専用端末)とWeb会議(PC会議)がお互いに組み合わせて使われる使用が増えていくのではないかと見えています。

しかし、残念なことに、まだまだ本格的に活用しているユーザー企業は少ないのは否めない。それは使うまでのハードルが高いからと考えます。

橋本：まだまだ導入のハードルが高いということですね。具体的にはどんなところでしょうか。

後藤氏：ビデオ会議のデメリットは、とくに、HDに対応した端末はまだまだ高価であるという点。そして、また高価であるが故に、多数の拠点に設置するとなると、その高価な端末を拠点毎に置いていく計算になるため、トータルの導入コストはとて大きくなる。企業にとっては、全社展開を躊躇せざるをえないかもしれません。

また会議室に設置される端末であるため、使える人も使う機会も限られるかもしれない。因って、全体的な社内での利用率はあがらなくなる可能性があります。

こういったところがビデオ会議の問題点じゃないかと私たちは思っています。

一方、Web会議は、既存のパソコンを使えるということや

コストが安いといった理由などから、ビデオ会議よりは、ハードルは低いと思われます。ビデオ会議よりも歴史は短いですが、急速に拡大しているのはそういった理由があるからじゃないかと思えます。

しかし、ハードルは低いとは言え、HDを初め画質や音質のレベルはPCのCPUの影響もあってまだまだ不十分であるということは否めません。そのため高品質な映像と音声を全社展開といった導入では、規模が大きくなれば大きくなるほど、厳しくなるのではないかと考えます。

ビデオ会議もWeb会議もそれぞれ一長一短があり、導入に際しては検討が難しい場合があると思えます。

そこで、私たちのSCOPIA MCUやDesktopは、そういったところに焦点をあて問題を解決しました。HDに対応した高品質なDesktopのライセンスは、先ほどもご説明しましたが、無償で全社員に配布できます。今まで限られた人しか使えなかった環境を、誰もが簡単に使える環境にかえてくれる切り札だと私たちは考えています。やはり、潜在的に使える人達の母数を増やさない利用率も上がらないと考えるからです。

橋本：話は変わりますが、販売パートナーについて伺います。現在国内のどのような企業と提携をされていますか。

後藤氏：当社のパートナーは、NBU部門とTBU部門でそれぞれ分かれています。このインタビューでは、私が担当しているNBU部門のパートナー企業様についてご説明いたします。

NBU部門のパートナー企業様は、ネットワンシステムズ株式会社、安川情報システム株式会社、日本ビジネスシステムズ株式会社、株式会社エム・ビー・アイ、サクサ株式会社、VTVジャパン株式会社、ネットワンパートナーズ株式会社の7社様です。また、グローバルパートナー企業様として日本アイ・ビー・エム株式会社があります。

橋本：代理店の仕組みについて教えてください。代理店になるためには認定技術者制度があるそうですね。

後藤氏：今ご紹介しました企業様は、当社にとっては、1次代理店様になりまして、販売やマーケティング、技術サポートを行っていただいています。共同で提案活動や技術対応、セミナーをおこなったりもします。

まず一次代理店になっていただく中で、一番大事なことは、技術サポート対応ができるということです。その技術サポートは、当社の指定する技術トレーニングを経てサーティフィケーションを取得していただくことで認定技術者として認定いたします。

また1次代理店に加え、販売活動のみを行う2次代理店様も当社製品の販売を行って頂いております。

今後もこれらのパートナー企業様と協力して日本市場の拡大を図っていくとともに、新たなパートナー企業様も開拓していき、近い将来 20 社まで増やすことができると考えています。また、その中で VC240 については、量販店様でもお取り扱いしていただければと期待しています。

橋本：最後に何かメッセージがありましたらどうぞ。

後藤氏：当社の製品は、専用端末、パソコン、携帯テレビ電話、映像配信などあらゆるビジュアルコミュニケーションを SCOPIA というプラットフォームに統合しているため、相互接続性や端末選択において幅広いサポートがされています。またアプリケーションを簡単に開発できるツールキットなども提供していますので、関連のソリューションを包括的に提供している点に当社の強みがあります。また、シスコシステムズ、アルカテルルーセント、IBM Lotus、マイクロソフトなどのユニファイドコミュニケーションとも連携ができるようになっています。

今回は、技術ライセンスやツールキットを担当している TBU 部門の日本での責任者に登場していただきます。

橋本：ありがとうございました。

(第 2 回目終わり)

【連絡先】

RADVISION Japan 株式会社

〒110-0016 東京都台東区台東 1-32-8 清鷹ビル 3 階

TEL.03-5816-8950

e-mail: mgoto@radvision.com

WWW. <http://www.radvision.jp/>