

# 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

Vol. 12 No.6 2010年3月31日号

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 2010 CNA Report Japan. All rights reserved.

## インタビュー特集

「バウンダリーチーム・イノベーション  
境界を超えた知識創造の実践」(翔泳社)  
出版記念インタビュー



著者：日本大学商学部・大学院商学研究科教授

児玉 充 氏

聞き手：CNAレポート・ジャパン 橋本啓介

日本大学商学部・大学院商学研究科教授。情報通信分野での実務経験(21年間)を経て2003年4月より現職。

専門分野は、戦略経営とイノベーション、ICT戦略。『イノベーションの実践理論』(共著、白桃書房、2006)ほか『Boundary Management』(Springer、2009)など海外著書も多数。

橋本：企業のイノベーションに関する書籍を今回出版されましたが概要についてお聞かせ

ください。

児玉氏：グローバル化が進む中で、企業が永続的にリーダーシップを維持しつづけながらビジネス展開を行っていくためには、競争優位性を持った新製品やサービス、あるいは新たなビジネスモデルを常に開発し続けていかなければなりません。

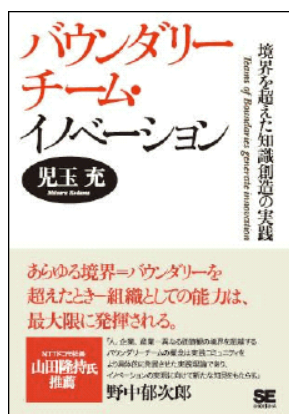
そのためには、イノベーションを組織の中で継続的に実現していく必要があります。

そこで、本書では、ICTの活用も含めたバウンダリーチームという観点から、多数の企業事例の研究を通して、企業のイノベーションの可能性を考察し、企業のイノベーション戦略に関するフレームワークや実践的洞察を提示しています。また事例においては、ソニーでのビデオ会議を活用した考察も入っています。

橋本：イノベーションの継続的実現が競争優位性の源泉になるということですが、そのためにはバウンダリーチームという考え方が重要になってくるということでしょうか。

児玉氏：バウンダリーとは、部門間や組織間の違いなどを指す「境界」や「制約」という意味ですが、このバウンダリーを如何に企業がマネージ(manage)していくか、実はこの考え方は、イノベーションを継続的に実現していく上で重要な鍵になると考えています。

[マーケティング・商品企画]～[開発・設計]～[製造・生産]といった異なった部門間、もしくは、本社、支社、営業所などの地点間などに存在する「組織バウンダリー」や、社員個々人の専門分野の間の「知識バウンダリー」は、業務の分業化と専門化を加速させ、その結果、セクショナルリズムや部門別縦割り主義の誘因となっている面がありま



す。

しかしながら一方で、これらのバウンダリーという要素は、技術革新とか新しいアイデアへつながるイノベーションを起こすきっかけとなる面も併せてもっている点を見逃してはいけません。

つまり、イノベーションは、同じ部署や同じ専門を持った同質的な人達の集まりから生じるよりも、むしろ、バウンダリーが大きい集団の方が生まれやすいということなのです。

技術革新や新しいアイデアは、特に異質な人間から構成されるチームの方が生まれやすい、とこれまでの既存の学術研究が指摘しています。また、それに加え、NTT ドコモの「i モード」、任天堂の「DS/Wii」、ソニーの「PlayStation」などは、そういった横断的な連携の具体例として挙げられるでしょう。

従ってこの本では、部門間を越えて結成されるバウンダリーチームがどのようにイノベーションを起こしていくのか、成功した企業の事例を交えながら、そのメカニズムと、実現するためのポイントや注意点などを考察しています。

**橋本：バウンダリーチームではどういったプロセスでイノベーションが実現していくのでしょうか。**

児玉氏：イノベーションは、異なった人間あるいは組織・部署が、バウンダリーチームとして連携し、発想、アイデア、インスピレーションを含めた「知識」を、個人・集団・組織全体の各レベルにおいて、相互に作用させるプロセスの中から生み出されます。

ただ、その知識には、「暗黙知」と「形式知」という考え方があります。暗黙知は、個人的且つ主観的で言語化や伝達が困難な知識を指しますが、たとえば、信念、イメージ、直観、熟練、ノウハウなどがそれにあたります。

一方で、形式知には、企業内部に蓄積されたマニュアルやデータベースなどの文書類、企業外部に公表された特許や論文などが該当します。

形式知は、視認できる物理的なモノの形のためわかりやすいですが、そのみを活用するだけでは十分ではありません

ん。むしろ、形式知に加え、物体として視認できない個々人の思考の中にある暗黙知を如何に引き出し、他の異質な人達との暗黙知と相互作用させるかにイノベーション創出の大きな可能性があると考えています。

**橋本：形式知よりも暗黙知の方が、イノベーションにより影響を与えるということでしょうか。**

児玉氏：この点については、本書でも引用していますが、米国バックマン研究所 CEO のバックマン氏も、以下のように指摘しています。「形式知を整理しても企業の力学は変化しない。(中略)私はバックマン研究所に存在する膨大な知識は実はアソシエーツの頭の中に存在するということに気が付いた。(中略)どのようにすれば人々を(中略)会社組織を越えて必要な所へ必要な時に、彼らが持つ知識を進んで移動させるように仕向けられるかを学ぶ必要があったのである。」

データベースのような静的な形式知だけでなく、個々人のスキルやノウハウといった暗黙知の触発・共有から、継続的に新たな形式知を生み出していくための暗黙知と形式知とのダイナミックな相互作用が必要となります。

**橋本：そうすると、その次にはそのための相互作用の“場”が必要になるということでしょうか。それはどのように実現するのでしょうか。**

児玉氏：本書でも事例の中で紹介されていますが、ICTがその“場”を提供する役割の一端を担っています。その場とは、バウンダリーチーム形成の基礎となります。

このような場は、電子メール、掲示板、ウェブ、ブログ、グループウェア、データベース、ビデオ会議システムなどの ICT ツールの能動的な活用により、距離や場所に関係なく、関係者あるいは部署間に作られます。

そして、この場を通して、人々や組織がもつ形式知や暗黙知は、伝達、共有、交換されることで暗黙知と形式知との循環(相互作用)が形成され、イノベーションにつながっていくのです。

革新的な企業は、ICTの能動的活用により暗黙知と形式知とをダイナミックに循環させ、バウンダリーチームを効率的に社内形成し、新しいイノベーションを起こす取り組みを積極的に行っています。

ただ、ICTを活用する上で大切なことは、人の思考と行動にICTの活用形態をフィットさせていく点がポイントです。

**橋本：**この本では、さまざまなICTツールが事例の中で考察されていますが、その中で、ビデオ会議などの映像コミュニケーションツールは、どのようにバウンダリーチームの中で活用できそうですか。

**児玉氏：**ICTツールは、前に述べたようにさまざまなツールが存在しています。テキストを主体としたメールや掲示板、あるいはグループウェアがありますが、一方で、音声や映像、データなどの組み合わせより包括的な意思伝達をリアルタイム行える映像コミュニケーションツールもあります。昨今では、テキストのみのコミュニケーションの限界性が指摘されており、映像コミュニケーションツールが企業では注目されています。やはりテキストのみでは難しい、中身の充実した伝達、交換、共有が行えるからです。

そのため、ICTツールは、ダイナミックなバウンダリーチームを実現するには、大変適したツールだと言えます。

**橋本：**先生は、この映像コミュニケーションツールの最近の進化についてどのように見られていますか。

**児玉氏：**私は、1990年代からNTTやNTTドコモでの映像コミュニケーションの商品企画・開発を含め、映像コミュニケーション分野に長年従事してきましたが、この間の技術の進化を振り返りますと目覚ましいものがあります。

ブロードバンドなどの通信環境の発展と映像・音声符号化技術の格段の進歩により、ビデオ会議、Web会議、携帯テレビ電話などのツールが製品として洗練されコンパクトになってきた他、性能も高機能化、低価格化、操作環境の簡易化や充実化が急速に進展しています。これにより、利用形態が多様化し、ビジネス市場だけでなくコンシューマ市場に

も浸透しつつあるのが現状だと思います。

それに加えて、映像コミュニケーションツールだけでなく、IP電話や携帯電話、スマートフォンなど多様な端末のシームレスな連携も、たとえば、ユニファイドコミュニケーションという形で実現しつつあります。

映像コミュニケーションは、組織間の壁を打ち破るツールです。先ほど述べましたセクショナルリズムや部門別縦割りを乗り越えるためには、部門間同士の意思疎通の促進が必要ですが、映像コミュニケーションは、時空間を越えた知識の共有、活用、創造を促進するバウンダリーチームのイネイブラー(enabler)となりえます。

この様に考えますと、映像コミュニケーションツールの進化や普及は、イノベーションの創出において大きく貢献していると思います。

**橋本：**本書では、沢山の企業の事例が紹介されていますが、その中でビデオ会議の活用事例としてソニーが取り上げられています。

**児玉氏：**詳しい説明は本書に譲りますが、ソニーは、自らビデオ会議の開発企業でもあり同時に、大規模なユーザでもあります。

この会社では東京本社を基点に世界の各拠点を結ぶ大規模なビデオ会議ネットワークが構築されています。トップマネジメントからミドルマネジメントやスタッフ層まで、世界のどこかで日々終日ビデオ会議を使っているヘビーユーザ企業で、常時接続による“場”の共有も行っています。

もちろん、「スピード経営」や「経営の効率化」の他、イノベーションに最も関係する「創造的経営の推進」のためにも活用されています。横断的なクロスファンクショナルなチームを構築し、その中でビデオ会議システムは、新商品や新しいビジネスモデルを作り出すための推進力になっています。

このソニーの事例では、グループ企業であるソニーマーケティングの導入から利用促進までの経緯も詳しく説明

されています。ソニーマーケティングの詳細は、同じく本書に譲りますが、簡単に説明しますと以下の通りです。

この会社では、全国の拠点に約 140 台ビデオ会議システムをトップダウンで導入しました。実は導入当初は利用率が低かったのですが、本社の総務部門が中心となって、社内での利用が促進されるためのさまざまな施策を4つのステップに分けて展開しました。

まずは体感するための勉強会や新たな会議スタイルの提案といった社員の間でのビデオ会議に対する認識を改める取り組みから始め、その後、活用マニュアルの配備や自主学習システム、社内コールセンターなど体制を整え、社員が安心してビデオ会議が実施できるような環境を整備していきました。これらの施策を全社展開することで最終的には稼働率は90%まで向上したそうです。

このソニーの事例は、バウンダリーチームを実現した成功事例として今回本書の中に加えさせていただきました。これからビデオ会議などの活用を考えている企業の方には参考になる事例かと思えます。

**橋本：その他の企業事例にはどういったところがありますか。**

**児玉氏：**本書では、ビデオ会議だけでなく、さまざまな ICT ツールの活用も含めイノベーションを実現した企業事例を複数考察しています。先ほどのソニー以外では、NTT ドコモ、任天堂、パナソニック、キヤノン、シャープ、ファナック、トヨタ、イビザ、三菱商事、IBM ビジネスコンサルティングサービス、クアルコム、e シリコン、TSMC の事例を紹介させていただいています。

これらの企業では、さまざまなバウンダリーを克服・超越したバウンダリーチームが、多様な知識をダイナミックに共有・統合し、新製品やサービス開発、新ビジネスモデルの開発といったイノベーションを実現しています。

そういった各企業の事例考察を通して、本書から何らかの参考になる情報や知識、知見を得て、皆さんの“イノベーション志向”に貢献ができればと思っています。

**橋本：ありがとうございました。**

#### ～書籍紹介～



バウンダリーチーム・  
イノベーション  
境界を超えた知識創造の実践

著者：日本大学商学部・

大学院商学研究科教授

児玉 充氏

[kodama.mitsuru@nihon-u.ac.jp](mailto:kodama.mitsuru@nihon-u.ac.jp)

出版社：翔泳社（2010/3/17）

四六版：528 ページ 2,600(本体)円＋税

ISBN978-4-7981-2053-9

アマゾン：<http://www.amazon.co.jp/dp/4798120537/>

- 
- 第1部 「バウンダリーチーム」がイノベーションを先導する
  - 第2部 市場&技術間のバウンダリーの克服  
[事例:NTTドコモ、任天堂]
  - 第3部 組織間/人間間のバウンダリーの克服  
[事例:パナソニック、キヤノン、イビサほか]
  - 第4部 技術間/サービス間のバウンダリーの克服  
[事例:シャープ]
  - 第5部 場所間のバウンダリーの克服 [事例:IBCS、ソニー]
  - 第6部 企業間のバウンダリーの克服  
[事例:三菱商事、米国クアルコム、台湾 TSMC ほか]
  - 第7部 バウンダリーイノベーションの本質

#### 【本書推薦の言葉】

「人、企業、産業…異なる価値観の境界を超越するバウンダリーチームの概念は実践コミュニティをより具体的に発展させた実践理論であり、イノベーションの実現に向けて新たな知見をもたらす。」

**一橋大学 名誉教授 野中郁次郎**

「目標に向かって人が結束するところに知恵と力が生まれ、これがたゆまぬイノベーションを生み出す。」

**株式会社 NTTドコモ 代表取締役社長 山田隆持**

「本書は知の創造に向けての新たな洞察を多くのビジネスパーソンに提供するであろう。」

**パナソニック株式会社 代表取締役専務 桂靖雄**

(インタビュー終わり)

## 製品・サービス動向-国内

### NJC コミュニケーションズ、IP ネットワーク対応の音声会議サービスと、Web 会議サービスのリニューアルを発表

NJC コミュニケーションズ株式会社(東京都港区)は、音声会議サービス「recipe(リサイプ).音声会議」を 2009 年 12 月 16 日、また、同社で提供している Web 会議サービスをリニューアルした「recipe.見える会議」を 3 月 1 日に、それぞれ発表した。

カメラ映像やデータ共有機能は必要がないという声があり、今回音声に特化したサービスをリリースした。

recipe.音声会議は、IP ネットワークを使用した音声会議サービス。通話には、専用端末を使用するため、大規模な IP 電話システムの構築やパソコンの設置は必要がない。

サービス利用にあたっては、1拠点あたりの月額固定利用料を 3,000 円で提供する。初期費用はかからない。利用にあたっては、環境構築費用ならびに別途音声会議用装置の購入が必要だが、パソコンでの音声会議も可能という。

音声会議サービスは、多くの場合一般の電話回線を使用しており、サービス利用料金の他、アクセスポイントまでの通話料金がかかるが、それに対して、この recipe.音声会議は、IP ネットワークを使用し利用料金は定額のため、月額料金以外の費用はかからない。

一方で、「recipe.見える会議」は、「recipe.meeting(リサイプミーティング)のリニューアルされたサービス。操作性と画質を向上させたという。

recipe.見える会議は、サーバ/クライアント型サービスとは異なる P2P(ピアツーピア)型を採用している。またセキュリティの面では、通信は暗号化に対応しているとともに、LAN 内や VPN 内限定で利用できる機能も搭載している。今までのサービスに比べ画質を強化したという。

月額料金は、定額制で 5,250 円~/1ライセンス。最低 5 ライセンスより利用可能。ホームページより 2 週間の無料お試しサービスを受け付けている。

同社では、recipe.見える会議のユーザ数について、3 年

後までに 3,000 アカウントの加入を目指す。

### ジャパンメディアシステムの Web 会議システム、HD 対応や録画機能拡張など機能追加した新しいバージョンを発表

ジャパンメディアシステム株式会社(東京都千代田区)は、Web 会議システム「LiveOn(ライブオン)」ASP 版 Ver8.0、イントラパック版 Ver8.0i を 3 月 17 日より販売開始した。

今回の新バージョンでは、映像と音声の質のさらなる向上と、機能などを追加することで使い勝手の向上を行った。詳細は以下の通り。

- (1) HD 画質までの解像度の追加。既存の 640x480 までの解像度に加え、720x480、800x600、960 x 720、1280x720 にも対応した。ただし、ASP 版はオプション機能になる。また利用しているデバイスがこれらの解像度をサポートしている必要がある。
- (2) 個別音量表示、参加者ごとの個別音声制御機能追加。自己画面および相手画面にて、参加者の音声入力状況がグラフ表示され、またその参加者の音量調節も行える。
- (3) アンケート機能。Web 会議中の意見を集計可能なアンケート機能を追加。
- (4) 単一ウィンドウモード改良。各画面をひとつのウィンドウ内に表示する単一ウィンドウモードを利用時に、議長のホワイトボード及び資料共有の画面移動を他参加者へ反映するように改良した。
- (5) 多人数モード改良。多人数モードの会議室において、単一ウィンドウモードと参加者の映像を簡単に配置可能な自動整列モードの利用を可能にした。
- (6) 録音録画機能拡張。会議中の録音録画可能な範囲を Web 会議部分からデスクトップ画面全体に広げた。
- (7) AdminTool 機能拡張。AdminTool から入室中の参加者を強制退室させる機能を追加。

LiveOn は、Web ブラウザ上で動作し、URL にアクセスするだけで簡単に使用できる。資料共有、ホワイトボード、会議開催メール、録音録画機能の他、音声と映像の送受

信において自動的に最適なデータ量を検出して通信を行う点などが特長。また自社開発のため、サポート体制の他、充実したオプション機能やカスタマイズにも対応していると同社では説明する。

### シー・エス・イーとブイキューブ、文教向けビジュアルコミュニケーションシステムを発表

株式会社シー・エス・イー(東京都渋谷区)と株式会社ブイキューブ(東京都目黒区)は、技術提携を行い、次世代文教向けビジュアルコミュニケーションシステム「Cast@cademy(キャスト・アカデミー)」を3月3日より販売開始した。

できるのが特長と両社は説明する。またそのためのカスタマイズなどにも対応する。

Cast@cademy は、遠隔授業に最適な「セミナールーム」、打合せや面談に最適な「ミーティングルーム」の他、スケジューラーや掲示板機能も搭載する。セミナールームでは、最大 300 人への同時配信に対応している。ライブ配信の他、録画も可能で、オンデマンド配信にも対応している。

資料配付やアンケート機能も提供している。参加者への資料配付は、ファイルストレージに資料をアップロードし、配布先を選ぶだけで配布できる。一方、アンケート機能では、記述式や選択式のアンケート設定が可能。加えて、ア



Cast@cademy 画面(左) スケジュール画面(中) 予約画面(右) (シー・エス・イー、ブイキューブ資料)

Cast@cademy は、教育現場での利用ニーズに特化し、打合せ、面談、ライブ授業、録画授業の配信ならびに管理をひとつのシステムで実現する教育ソリューションシステム。シー・エス・イーは、文教向けの ICT ソリューションサービスを提供・実績があり、Cast@cademy は、今回ブイキューブの「nice to meet you」の基本技術を文教向けに発展させたシステムとなる。

E ラーニング、授業やセミナーなどの教育コンテンツの配信・運営・管理の他、生徒の就職指導や面談、メンタル診断などを遠隔で行ったり、または、教員と生徒で履修計画や学内情報の共有を行ったり、さらに、ファカルティ・ディベロップメントを目的とした教員活動への活用など、教育現場で必要なすべてのコミュニケーションをオンライン上で手軽に実現

ンケート設定には、自動点数表示も可能だ。その場合、選択形式試験の設定に点数を設定する。

利用予約機能については、カレンダー形式のスケジュール設定方式を採用しており、予約画面でミーティング、セミナー、公開セミナーを選択するようになっている。また利用者アカウントを持たない人へも招待は可能だ。

Cast@cademy は、既に学内にある学生管理システムや学習管理システム(LMS)などとのシステム連携に対応しているため、カスタマイズも可能。

シー・エス・イーは、創業昭和 46 年。以来 40 年間にわたり独立系のソフトハウスとして金融、メーカー、官公庁、自治体などあらゆる分野におけるソフトウェアの開発実績を重ねてきたという。文教向けには、学生証 IC カード化を始めとする出欠管理などのシステム化に対してソリューションを提供してきた。またセキュリティ分野においても、自社開発製品「SECUREMATRIX」などを提供、システム

インテグレーションから運用サポートまでワンストップで対応する。社員 940 名。国内外に拠点を持つ。

### ポリコムジャパン、マイクロソフトユニファイドコミュニケーション環境向けのビデオ会議のインテグレーションを拡張

ポリコムジャパン株式会社(東京都千代田区)は、マイクロソフト社の、「Microsoft Office Communications Server」との連携ソリューションの強化、並びに、「Microsoft Exchange Server」との連携による新たなビジュアルコミュニケーションソリューションの追加を発表した。(3月4日)

今回のポリコムとマイクロソフトとのアライアンスおよび統合の強化は、ポリコムのオープン・コラボレーション・ネットワーク戦略(POCN)に基づくもの。マイクロソフトをはじめとする POCN パートナーとの活動を推進することで、ユニファイドコミュニケーションとコラボレーションの統合ソリューションを提供する。

まず、Microsoft Exchange および Microsoft Outlook との連携ソリューション「Polycom Conferencing Add-in for Outlook (ポリコム コンファレンシング アドイン フォー アウトルック)」の提供について。

このソリューションは、このアドインを組み込んだ Outlook で会議出席依頼を作成する際に、ビデオ会議予約アイコンをクリックすると、ビデオ会議のアクセス情報やリンク、あるいはダイヤルイン情報(ゲートキーパー情報など)を自動的に挿入することができる仕組みを提供する。

また、これにあわせて Polycom HDX シリーズに、「スマートルーム機能」が追加される。このスマートルーム機能は、Polycom HDX ビデオ会議システムの Microsoft Exchange 上の予定を、そのビデオ会議システムの画面上に表示できるようする機能。これにより、「join now(参加する)」ボタンを選択するだけで会議に出席できるようになる。

次に、Microsoft OCS との連携ソリューションの強化については以下の通り。

(1) 「Polycom DMA(Polycom Distributed Media

Application)」の拡張性、信頼性、冗長性をマイクロソフト環境にも適用する。Polycom DMA は、複数の Polycom RMX リアルタイムメディア会議プラットフォーム間でのビデオ会議通話のリソースの仮想化を行い、通話をインテリジェントにルーティングできるネットワークアプリケーション。Polycom RMX の設定や更新も可能で、ビデオ通話の効率、信頼性、パフォーマンスを向上し、IT 部門の管理要件を軽減できるという。

(2) Polycom CMA(Polycom Converged Management Application)で、Microsoft OCS 環境にある Polycom HDX ビデオ会議システムのネットワークを管理、あるいは、プロビジョニングできるようになった。

(3) Polycom HDX ビデオ会議システムが SRTP(Secure Real-Time Transport Protocol)に対応することで、認証、信号方式、メディア暗号化といったシステム規模のセキュリティを提供する。

(4) Polycom HDX ビデオ会議システムのユーザインターフェイスの改良によって、Polycom HDX シリーズビデオ会議システムの画面上で、同一ユーザの Microsoft Office Communicator クライアント上のコンタクト先(コンタクトグループも含む)とそのプレゼンス情報を確認して連絡をすることができるようになる。

(5) Polycom HDX ビデオ会議システムおよび Polycom RMX リアルタイムメディア会議プラットフォームは、Interactive Connectivity Establishment(ICE)に準拠する。この ICE は、SIP ベースの NAT/ファイアーウォール越えの方式である標準規格。

今回発表された Polycom Conferencing for Outlook ソリューション、および、Microsoft OCS 向けに強化されたポリコムのソリューションは、2010 年第二四半期に出荷予定。

(次のページへ続く)

## 事業動向-国内

ラドビジョンジャパン、CIAJ イベントに出展、  
BEEHD や video IP-PBX などを展示RADVISION Japan 展示ブース、4 台の VC240 による接続デ  
モや BEEHD 用の DSP を展示

RADVISION Japan 株式会社(東京都台東区)は、一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会(CIAJ)が3月11日に都内で開催した「フォーラムプラザフェスティバル 2010」に出展。このイベントでは、ICTを活かした環境への取り組みをテーマに、セミナーや出展企業による展示会が行われた。

この展示会において、RADVISION Japan は、2つのソリューションを展示&デモ。ひとつめは、HD 双方向ビデオ通信機能に対応した組込機器開発者向けのソリューションである「BEEHD」、またもうひとつは、IP-PBX 拡張によるビデオスイッチングソリューション「video IP-PBX(仮称)」。

BEEHD は、テキサス・インスツルメンツ社(TI 社) DPS(DaVinci, DM6467)に最適化されたターンキー型の開発ツールキット。同社のオールインワンビデオ会議システム「VC240」が開発例という。この VC240 は、TI 社製 DSP と、カメラやディスプレイパネルなどを組み合わせることで開発されている。

「HD に対応したビデオ通信機能を、さまざまな端末へ簡単に組み込みができる点が強み。また TI 社以外にもインテル社チップに最適化された開発ツールも提供しているため多様な端末開発ニーズに対応している。」(RADVISION

Japan)

一方、video IP-PBX は、端末間のビデオ通話の発信、着信、接続、転送、保留などを制御する SIP サーバ。「従来の IP-PBX は、音声処理に特化していたが、この当社の IP-PBX は、ビデオ通話も処理出来る点が強み。当社の長年のビデオ会議の技術やノウハウも活かされている。」(RADVISION Japan)

この video IP-PBX は、発着信など基本的な通信制御機能の他、グループ呼出しといった付加機能も提供する。

グループ呼出では、任意の複数端末をグルーピングしておき、そのグループに対して一意の番号をシステムにおいて設定しておくことで、その番号に着信があるとグルーピングされたそれらの端末が、一斉もしくは指定順に鳴動するという仕組み。

「このグループ呼出は、多数のオペレータが対応しているコールセンターなどで便利な機能だと思う。また、これによって、オペレータは、地理的に別々のところにおいても問題ない。あたかもひとつのセンターにいるかのように着信処理が行えるからだ。」(RADVISION Japan)

また複数の video IP-PBX がネットワーク上に点在している場合、お互いを連動させることで、あたかもひとつの video IP-PBX のように動作させることもできる。これにより、より大規模な IP-PBX としての通信処理が行えるとともに、それぞれの IP-PBX がもつリソースをひとつに集中して管理運用できるため、無駄なく効率よく活用できるようになるという。

「当社の SCOPIA MCU では、iView という管理ソフトによりバーチャル MCU という機能を提供しているが、それに似た機能だ。分散管理していると、リソースなどに無駄や非効率な部分が出てくるが、複数の video IP-PBX を設置している場合、このバーチャル機能によって、最大限に活用していただけるようになる。また、集中管理によって、障害などの発生時に迅速な対応も行える。」(RADVISION Japan)



## 事業動向-海外

### ジュニパーネットワークスとポリコム、サービスプロバイダー向けのマネージドビデオ会議サービスソリューションで提携

Juniper Networks(ジュニパーネットワークス)社とポリコム社は、共同でサービスプロバイダー向けのマネージドビデオ会議サービスソリューションを提供することで提携したと発表。ポリコムとして今回の提携は、ポリコム・オープン・コラボレーション・ネットワーク(POCN)の取り組みの一環となる。(3月8日)

この両社が発表したマネージドビデオ会議サービスソリューションは、統合ネットワークを介して品質保証されたマネージドビデオ会議サービスを検討しているサービスプロバイダー向けに提供する。

このソリューションでは、ジュニパーネットワークスが提供するネットワークインフラストラクチャシステムに、ポリコムのテレプレゼンスおよびビデオ会議システムが組み合わされている。

ポリコムからは、ビデオ会議システムやインフラ製品が提供されるが、ジュニパーネットワークスから提供されるのは、具体的には、ネットワークアプリケーションプラットフォームの「Junos Space」、ポリシーサービスや認証サービスなどの契約者向けサービス、3D ユニバーサルエンジルータ「MX シリーズ」、ルーティングとセキュリティを提供するサービスゲートウェイ「SRX シリーズ」が含まれる。

ネットワークリソースの自律制御や、ポリシーと認証サービスをリアルタイムでやりとりする Junos Space と Junos OS を、「Polycom DMA」ネットワークアプリケーションと組み合わせることにより、ビデオ会議のニーズに応じて、動的にビデオとネットワークのリソースの組み合わせを配分できるようになる。

このソリューションは、サービスプロバイダーにとって拡張性に富み、収益性に優れたサービスモデルを提供できると両社は説明するがその理由として。

(1)このソリューションを使用することで、サービスプロバイ

ダーは、既存のネットワークの性能を最大限に活用できるため、サービス提供で発生するコストの削減が可能である。

(2)サービスプロバイダーが提供する、他のアプリケーションが共存する統合ネットワーク上で、ビデオサービスの品質をより正確に制御し、提供できるようになる。

(3)顧客の導入を全社的にサポートできる上に、ビデオ会議に関する初期費用の削減や運用コストの予測が可能のため、顧客に安全な企業コラボレーションを実現し、迅速な投資効果をもたらすことができる。

両社は、2010 年中ごろに提供開始する予定。

## 導入・利用事例

### リージャス、東京、シドニー、シンガポールにて新たにテレプレゼンスシステム導入

ワークプレイスソリューションをワールドワイドに提供するリージャス(Regus)は、東京、シドニー、シンガポールの3ヶ所のリージャスビジネスセンターにテレプレゼンス専用会議室を導入することを発表した。東京においては、日本リージャスの大手町ファーストスクエアセンターに導入する。(3月3日)

これらのテレプレゼンス専用会議室は、昨年4月発表の、ケーブル・アンド・ワイヤレスのビデオ会議通信ソリューションを使い、リージャスのビジネスセンターにテレプレゼンス専用会議室を開設する、ケーブル・アンド・ワイヤレスとリージャスの取り組みの一環。ケーブル・アンド・ワイヤレスは、ポリコムをパートナーに選定し、「Polycom RPX」を導入した。

リージャスのテレプレゼンス専用会議室は、同社のウェブサイトにて予約や利用状況確認を行える。

リージャス・グループは、ワークプレイスソリューションを提供する世界最大のサービスオフィスプロバイダー。78 各国、450 都市の 1,000 ヶ所を越えるリージャス・グループの施設を利用する顧客は、毎日 50 万人以上いるという。1989 年ベルギーのブリュッセルに創設。日本法人は、日

本リージャス株式会社(東京都港区)。

日本リージャス株式会社

<http://www.regus.co.jp/>

\*関連記事: Vol.11 No.9, 2009年5月15日号 4p-5p

市場動向

米 Wainhouse Research 社、2009 年第 4 四半期及び通年のワールドワイドテレビ会議市場統計を発表

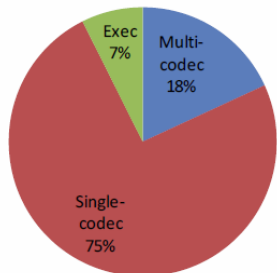
下記表およびグラフは、Wainhouse Research 社が作成、The Wainhouse Research Bulletin(Vol.11 #6, 2010/3/10)に掲載されている。

|                         | Sequential Growth | Annual Growth |
|-------------------------|-------------------|---------------|
| Group System Revenues   | 6.2%              | -7.3%         |
| Infrastructure Revenues | 22.5%             | 27.7%         |
| Total Group Units       | 5.3%              | 0.8%          |

上表は、専用端末(GSR)売上、インフラ製品売上(IR)、専用端末出荷台数(TGU)それぞれの前四半期(第3四半期)からの増減(SG)と、前年(2008年)からの増減(AG)をパーセンテージで表示した表。それによると、専用端末は、前期よりも6.2%増だが、前年よりは、7.3%減少している。また端末台数ベースでは、前四半期より5.3%増だったが、前年よりは、微増で0.8%だった。一方、インフラ製品については、前期から22.5%増、前年から27.7%増となった。WR社は、一言、「2009年は、増減入り交じった結果(mixed results)」とコメントしている。

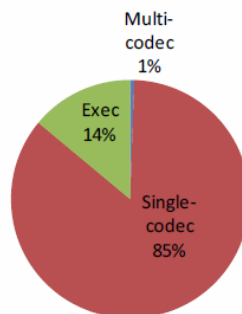
一方、WR社は、第四四半期の売上と台数、2009年通年の売上と台数の円グラフをそれぞれ掲載。

Q4 Group Revenues



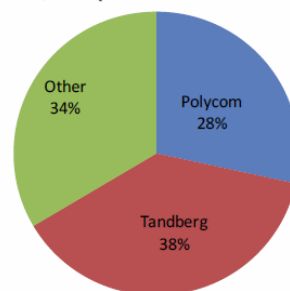
専用端末第4四半期の売上は、シングルコーデック搭載の端末が、75%、マルチコーデック系端末が、18%、デスクトップ端末が、7%であった。

Q4 Video System Units



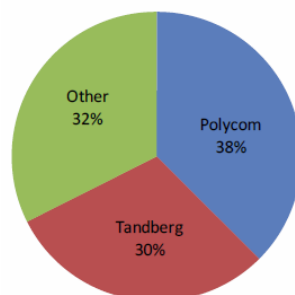
専用端末第4四半期の端末台数は、シングルコーデック搭載の端末が、85%、マルチコーデック系端末が、1%、デスクトップ端末が、14%であった。

Q4 Endpoint Revenues



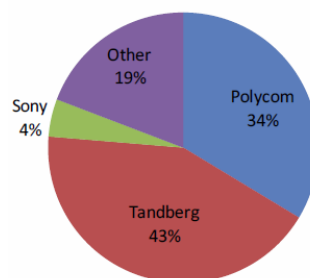
専用端末第4四半期メーカー毎の売上ベースのシェアは、ポリコムが28%、タンバークが、38%。その他が、34%。

Q4 Endpoint Units

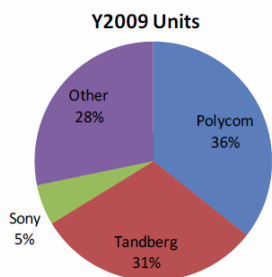


専用端末第4四半期メーカー毎の端末ベースのシェアは、ポリコムが38%、タンバークが、30%。その他が、32%。

Y2009 Revenues



専用端末2009年通年メーカー毎の売上ベースのシェアは、ポリコムが34%、タンバークが、43%。ソニーが、4%、その他が、19%。



専用端末 2009 年通年  
メーカー毎の台数ベースの  
シェアは、ポリコムが 36%、タ  
ンバーグが、31%。ソニーが、  
5%、その他が、28%。

オリジナル英語版:[Volume 11 Issue #06 Mar-10-10](#)



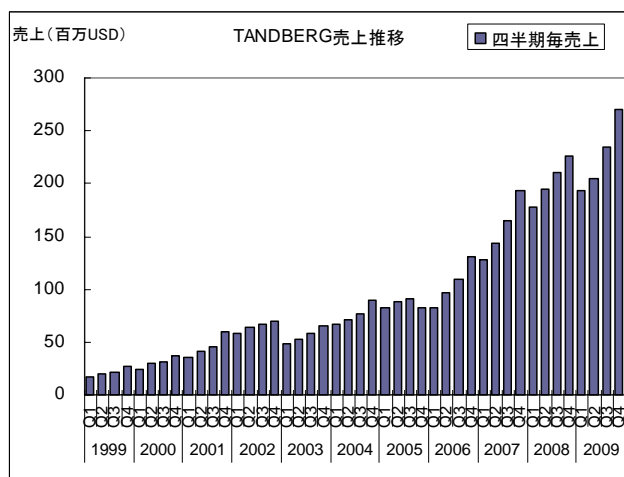
Wainhouse Research, LLC

<http://www.wainhouse.com>

## 業績発表-海外

2009 年第四四半期

タンバーグ (ノルウェー、米国)



タンバーグ社は、2009 年 12 月 31 日を決算日とする第4  
四半期の決算報告を発表した。(2 月 23 日)

当期の売上は、2 億 7000 万 USD で、前年同期の 2 億 2255  
万 USD と比較して 20% 増となり、タンバーグワールドワイド全  
地域において過去最高の売上となった。粗利益率は、65.3%  
(前年同期は、66.6%)。営業利益は、6000 万 USD、前年同

期比で 14% 増。営業キャッシュフローは、3 億 660 万 USD。  
有利子負債はない。自己資本比率は、64.0%。

2009 年通年では、9 億 260 万 USD、前年の 8 億 880 万  
USD と比較して 12% 増。営業利益は、通年で 1 億 9380 万  
USD。

ビデオ会議端末販売台数については、19,289 台で、前  
年同期の 17,584 台から増加した。

2009 年を通してタンバーグは、引き続き従業員を新規  
雇用し研修を行い、またチャンネル別の研修プログラムと最  
新技術を駆使した 29 ヶ所のデモンストレーションセンター  
の活用でパートナーの事業拡大を支えてきた。また、米国防  
省 (DoD) の Joint Interoperability Test Command (JITC) 認定を取  
得したことも、ビジネスの拡大に結びついたという。

さらに、今期には、シスコのスリースクリーンテレプレゼ  
ンスの相互接続や、「Microsoft Office Communicator R2」  
との HD による相互運用も実現、今後は、グローバル・ビ  
デオ・コミュニティという誰もが高品質な映像にアクセスで  
きるシステムの構築を計画しているという。

## セミナー・展示会情報

< 国内 >

コスト削減、業務効率化、パンデミック対策にも有効  
早分かり！Web 会議導入の秘訣 & 事例セミナー  
ASP 型 Web 会議システム国内シェア No. 1 のブイキュー  
ブが Web 会議システムの選び方のポイントや活用事例  
を紹介

日時: 4 月 7 日 (水) 14:30~16:45 (受付開始 14:15~)

4 月 27 日 (火) 14:30~16:45 (受付開始 14:15~)

会場: 中目黒 GT プラザホール (東京都目黒区)

主催: 株式会社ブイキューブ

メディア協力: ソフトバンク

<http://www.sbbbit.jp/eventinfo/10443/?ref=100325ev>

## 編集後記

今回もお読み頂きまして有り難うございました。

3 月 18 日、19 日米テレスパンパブリッシング社がラスベ  
ガスで開催したセミナーのセミナー報告 (翻訳) を 4 月 15  
日か 30 日号で掲載する予定です。セミナー総括が  
Youtube で配信されています。

<http://www.youtube.com/watch?v=TmaKQay02yU>

次回も宜しくお願いします。

(橋本啓介)