

## ビジュアルコミュニケーションシステム

## スマホ連携で現場支援など新用途

拠点の会議室を結ぶツールとして発展したビジュアルコミュニケーションシステム。タブレット／スマートフォン連携で営業や現場支援にも活用可能となり、今後は拠点のない企業にも提案できる商材となる。 文◎藤田 健(本誌)

長年、会議室同士を結んだ1対1の会議用途が主流で、その目的も「出張コストの削減」と「移動時間の節約による業務効率化」の2つが中心で伸びてきたテレビ会議／Web会議システム市場。シード・プランニングが今年3月に発表した調査によると、2010年の両システムの国内市場規模は183億円で、2011年には約200億円になったと見られる(図表1)。

現在も会議室での利用が中心というのがベンダー各社の見方だが、2010年頃から会議室以外での利用を求めるユーザーが増え始め、「会議室から外へ」の動きが始まっている。理由としては、会議室への導入がほぼ一巡し、ベンダー各社がさらなる拡販のために、机上に設置する

パーソナル端末を投入するなど、他の利用シーンを訴求するようになったことに加え、既存ユーザーも会議室利用の利便性を認識した上で、社内でのあらゆる業務シーンでの活用の可能性を模索し始めたことがある。

そうしたなかで発生した昨年3月11日の東日本大震災。震災直後、固定電話も携帯電話も不通になるなかで、インターネットやVPNで結んだテレビ会議／Web会議システムを利用して、被災地の状況や社員の安否確認を行った企業が多かった。また、避難場所にシステムを設置し、医師が医療相談を行うなど、被災者対応にも多く用いられた。

日立製作所情報・通信システム社

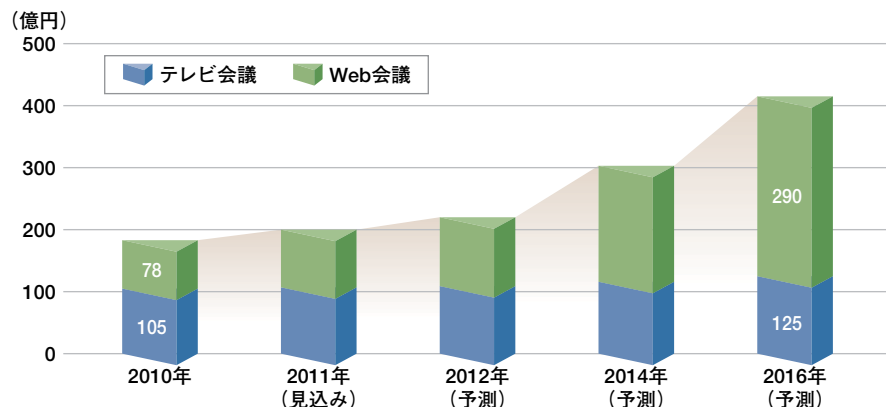
通信ネットワーク事業部ハードウェア開発本部ハードウェア設計第四部主任技師の青木泰氏は、福島市に本店を置く東邦銀行の事例をこう説明する。「震災直後でも9割くらいの支店とつながり、状況の把握に努め、原発に近い支店では行員の青ざめた表情を見て閉店を指示するなど、迅速な判断が下せた」。同行は本店に対策本部を設置して「Woolive」を常時接続して対応を実施し、4月1日には平常営業に戻せたという。

この事例に代表されるように、震災時にテレビ会議／Web会議が有効に機能したという話は多く語られ話題となった。

シスコシステムズ・コラボレーション事業第二営業部営業部長の南部武志氏も「震災を契機に企業の考え方が変わってきており、日常業務での利用だけでなく、BCP(事業継続計画)対応も考えながらコミュニケーション環境の改善をするためにテレビ会議／Web会議の導入を検討するようになってきた」と語る。実際、震災後に「在宅勤務(テレワーク)」をキーワードに、社員が自宅にいてもコミュニケーション効率を落とさずに業務を遂行するために導入するケースが着実に増えているという。

また、「案件の大型化」も増えている。「これまで一部の部署や支社が独自に導入するケースも多かったが、震災後は全社規模で導入する企

図表1 国内テレビ会議/Web会議市場予測



出典:シード・プランニング