



## 沸騰する映像コミュニケーション市場

# 今こそ“ビデオ”は売れる

数百台の案件も珍しくない。ビデオ会議市場では今、案件の大規模化が進んでいる。手軽さを武器にWeb会議もユーザーを拡大。不況も追い風に映像コミュニケーションが売れる時代がやってきた。 文 坪田弘樹(本誌)

ブロードバンド時代、NGN時代のキラーアプリケーションと長らく期待されながらも、なかなか火がつくまでには至っていなかった「映像コミュニケーション」。それが今、ようやく「熱い」時期を迎えている。

この市場は、専用ハードウェアを用いるいわゆる「ビデオ会議」と、市販のWebカメラやマイクをPCに接続するだけで手軽に導入できる「Web会議」が、それぞれ独自に発展。ターゲット、利用シーンともに両者は大きく異なり、ここ数年はWeb会議が

その手軽さを武器にユーザー数を大きく伸ばしてきた。

そうした映像コミュニケーション市場に今、大きな変化が出てきている。震源は、これまで比較的静かだったビデオ会議のほうにある。

### 「端末数百台も珍しくない」

ポリコムジャパンのマーケティング部・シニアマネージャーである青木律子氏は、現状を次のように語る。

「数年前までは、端末数十台規模でも『大規模案件』と言っていたが、

最近は数百台クラスも珍しくない」

他ベンダーも同様のようだ。

高精細な映像を売りにHD(ハイディフィニション)対応に特化した製品ラインナップを揃えるライフサイズ・コミュニケーションズ(本社:米テキサス州オースティン)。2006年に国内販売を開始した同社は、HD対応の低価格機を次々と市場に投入している。その日本法人でカンントリーセールスマネージャーを務める小幡修氏は「大規模案件が増え、さらに低価格化によって中小企業へと裾野も広がっている。どちらもバランスよく伸ばしていきたい」と語る。

同社と国内総販売代理店契約を締結する日立ハイテクノロジーズのIT