

予測

映像コミュニケーションは本格普及期に入るか？

2

不況も追い風に急成長の条件揃う

IDC Japanが2009年5月と8月に実施した調査によれば、国内企業のIT投資マインドには若干の改善傾向が見られるという(図表)。

08年度と比べた09年度の投資額、09年度と比べた2010年度の投資額(見込み)のいずれも、8月調査では5月に比べて「増加する」の回答比率

が上昇している。ポジティブに捉えれば、誰もが問答無用に財布の紐を絞る時期は過ぎたと言えるだろう。

09年、企業の意識は徹頭徹尾「コスト削減」に向かった。その傾向は2010年も続くが、1つ重要な要素は、支出を絞る形でのコスト削減がすでに限界に近づいていることだ。その

先を目指すには「コストを下げるために投資する」しかない。映像コミュニケーションは、そうした期待に応えることができる。

「分かりやすさ」は最大の武器

IDC Japanの眞鍋敬リサーチマネージャーは、次のように語る。

「厳しい環境の中でも、ビデオの市場はおそらく10%程度伸びている。その理由は、コスト削減効果、業務時間短縮などの効率改善効果が分かりやすいことだ」

加えるならば、専用機型のビデオ会議だけでなくPCを使ったWeb会議サービスなど、導入・利用形態のバリエーションが増えたことも大きく影響しているだろう。数多くのプレイヤーが参戦し、製品・サービスの選択肢は飛躍的に増えた。

同氏はまた、プレゼンス管理やメッセージングに対する関心度が高まっていることも指摘。「プラットフォーム構築が済み、そこでどのようなアプリを利用するのかを模索するユーザーが増えている。業務効率の向上を真剣に検討し始めたユーザーの要望に応えられる提案が今こそ必要」と分析する。

映像コミュニケーションは、まさにその条件に合致する。さらに、形態の多様化、価格・ネットワーク料金の低廉化で、オフィス内に限らない利用シーンの広がりも期待できる。災害・パンデミック対策等を含めたBCM(事業継続管理)への関心の高まりも追い風となるはずだ。

映像コミュニケーション市場が本格的に普及する条件は揃っている。

図表 IT投資の増減に関する調査結果

