

米Macromedia COO

B r i a n A l l u m

# ブライアン・アラム



interview



マルチメディアからeビジネスへ  
戦略を転換したマクロメディアの全貌

FlashやShockwaveプラグインで一般ユーザーにもなじみ深い米マクロメディア社がいま大きく変わろうとしている。3年前に打ち出したeビジネスにフォーカスした戦略「eBusiness Infrastructure」がようやく成熟し、マルチメディアオーサリングツールのベンダーからウェブソリューションベンダーへと脱皮しようとしている。Director8とFreeHand9の発表に合わせて来日した同社のCOO、ブライアン・アラム氏にマクロメディアの新戦略の全貌を聞いた。

聞き手：藪 暁彦  
Photo: Watari Tokuhiro

☞：現在多くのオーサリングツールが発売されていますが、マクロメディアのシェアはどれくらいなのかを教えてください。

アラム：マクロメディアは、ウェブ関連の製品ではかなりのシェアを持っています。たとえば、DreamweaverはHTMLを使ったウェブ制作ツールでは5割以上のシェアを持っています。ウェブ制作のプロの75パーセントが、マクロメディアのツールを最低1つは持っている。Flashプレイヤーは9割のウェブ利用者が所有しています。弊社の顧客の多くはクリエイターだと思われがちですが、実は今日ではeビジネスを実現しようとしている一般の企業が中心です。

DreamweaverはASPやeコマースシステムの開発環境としても採用されているように、弊社のツールはウェブ制作のプラットフォームなのです。たとえばオラクル、アレイア、ブロードビジョンなどはDreamweaverをフロントエンドとして使うことを推奨しています。

☞：eBusiness Infrastructure戦略を打ち出すことになった背景を聞かせてください。

アラム：弊社はすでに成功していますが、さらなる飛躍を求めて、現在顧客が直面している問題の解決にフォーカスしています。これまで多くの企業は単に「乗り遅れる」というあせりからウェブに着手していました。しかし、これからのウェブはeビジネスの重要な手段であり、弊社の顧客もウェブ利用者のニーズに応える商品情報やサービスの提供を望んでいます。顧客満足度を上げるウェブサイト作りが求められているのです。

弊社の役割は魅力的で効果的なウェブサイトを作るためのソフトウェアを提供することです。弊社は、そうした顧客の要望に対応しようと努力していますが、急激に変わりつつある顧客ニーズに対応するには、弊社の技術ラインナップも複雑化、拡大化せざるを得ません。そこで打ち出したのが「eBusiness Infrastructure戦略」なのです。

☞：顧客のニーズとは具体的にはどのようなものですか。

アラム：弊社が調査した結果、顧客のニーズには4つのポイントがあることがわかりました。1点目は、コンテンツ自体が高い付加価値を持たなければいけないということです。ウェブサイトには、従来の「文字中心」の静止した情報に替わって、高品質な商業レベルの情報が掲載されるようになります。特に必要とされるのが「動き」です。2つ目は、PC以外の携帯端末やインターネット端末を意識したウェブサイトの構築。3つ目は掲載される内容が個々のユーザーのニーズに応じてパーソナライズされたものであること。4つ目はウェブサイトの構築手法自体が変わりつつある現状に対応していることです。今まではプロの制作者数人が力技で作業してきました。しかし、次世代のウェブサイトは複雑なので、今後はいろんな部署の人間がかかわる大きなチームで作業を進めなければなりません。こうした変化への対応が求められているのです。

☞：eBusiness Infrastructure戦略というのは、こうしたニーズを満たすための仕組みだと考えてよいのでしょうか。

## ウェブ制作ツール会社から ウェブ上の「ソリューション」提供会社へ。

アラム：大規模なウェブサイトを作るには、複数のメーカーのツールや技術を使わなければなりません。それらをまとめてウェブサイトを構築する作業は並大抵のものではありません。そこでマクロメディアは複雑な作業工

程を「Web Content Life Cycle」というシンプルなフローにまとめました。

まず最初はコンテンツ制作です。ここで、ウェブページを制作します。次は工程管理です。ここで、たくさんあるページの制作工程を管理して、1つのサイトとしてまとめて上げていきます。その次は配信です。作ったコンテンツをウェブサーバーにアップロードし、エンドユーザーはサーバーにアクセスしてその情報を閲覧することになります。最後はユーザーのアクセス履歴の記録や分析です。分析結果に応じてサイトの更新をします(図1)。

こうしたサイクルを繰り返すことによって情報が更新され、サイトの質が上がっていくのはいうまでもありません。このサイクルはリアルタイムではありませんが、弊社の最新技術を使えば、そのサイクルタイムを短縮できます。そして、訪れたエンドユーザーのニーズに合わせてパーソナライズされた情報を提供できるようになります。

なお、昨年10月にアンドロメディア社を買収したことで、eビジネスサイトの構築に欠かせない、よりリアルタイムなパーソナライゼーションや分析などを行うソリューションも弊社の製品ラインナップに加わりました。

☞:各作業サイクルでどのように個々のツールが使われるのかについて詳しくお聞かせください。

アラム:まず、コンテンツ制作の部分では、従来の弊社の代表的な製品をすべて活用することになります。その次の工程管理の部分では現在開発中のソフトウェア「Project Whirlwind」が、重要なコンポーネントとなります。この製品は今年中に出荷できる予定です。

配信を行うウェブサーバーについては、市場に出回っている他社のサーバーと弊社のソリューションが互換性を持って動くようにしています。bea社やブロードビジョン、IBMとパートナーシップを結びました。

最後に記録、分析ではアンドロメディア社を買収したときにラインナップに追加したAriaという製品を使います。これはリアルタイムでアクセスを追跡するシステムで、アクセス履歴やどういったユーザーがどのようなページにアクセスしたか、何を見たかなどをリアルタイムに確認できます。今までこうしたツールはリアルタイムではありませんでした。

アンドロメディア社の買収でもう1つラインナップに加えたのが、LikeMindsです。

これはAriaの記録を分析して個々のユーザーに合った情報をリアルタイムで作り上げるパーソナライゼーションシステムです。

マクロメディアは魅力的なグラフィックを作る卓越した技術を持っています。こうしたツールで、より購買意欲やブランドイメージを高めるコンテンツを作り、再生環境ではShockwaveやFlashを使ってエンドユーザーに閲覧してもらうことになります。

こうしたソリューションを導入すれば、より複雑でより魅力的なウェブサイトをこれまでより簡単に構築できます。そして、このサイクルの繰り返しにより毎回コンテンツが改善されていく。これが一番重要なことなのです。

弊社は、いま、ウェブ制作ツール会社から、ウェブ上のさまざまなソリューションを提供する会社に生まれ変わりつつあります。ウェブソリューション市場は急激に伸びているからです。パーツを提供するベンダーはたくさんありますが、コンテンツ制作から配信、工程管理、記録や分析、パーソナライゼーション、再生環境にいたるまで、すべてのソリューションを持っているのはマクロメディアだけです。

☞:作業サイクルを完結するソリューションを提供するためにウェブサーバーを開発しようというプランはないのでしょうか。

アラム:ウェブサーバーを開発するメーカー各社との協調によって、そうしたメーカーの技術を採用し、共存していくのが弊社の戦略です。

サーバーメーカーはたとえばデータベースや基幹システムといったバックエンドのシステムとウェブ配信を、どのように密接に組み合わせるかに注力しています。それに対して、弊社の観点はユーザーの「ウェブ体験」をどう改善していくかにあります。まったく違う分野です。そこで弊社は、効果的なウェブ体験を実現する部分に力を注ごうというわけです。

しかし、ウェブサーバーに付加するサーバーテクノロジーの開発、販売はしていません。ウェブサーバーの機能を拡張するGeneratorという製品です。Generatorは、



ブライアン・アラム

米マクロメディア社 取締役副社長兼COO。カナダのケベック州モントリオール生まれ。クイーンズ大学卒業(ビジネス&コマース専攻)。DEC社、シリコングラフィックス社(現SGI)を経て1996年にSGIの子会社Alias Wavefront社の社長に就任。ワールドワイドなセールスのエキスパート。



# n A I I u m ブライアン・ア

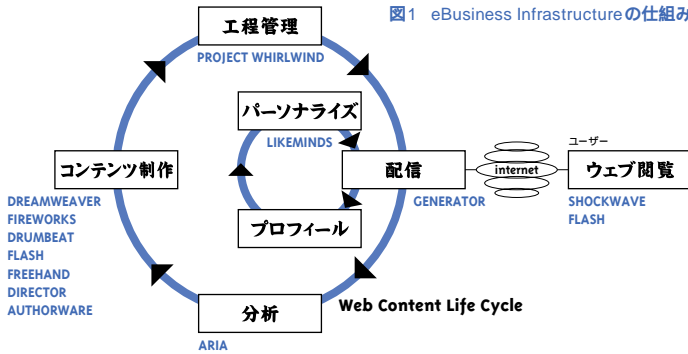


図1 eBusiness Infrastructureの仕組み

データベースなどリアルタイムに変化する情報を元にして、Flash プレイヤーで再生するウェブグラフィック、アニメーションをその場で作るグラフィック生成サーバーです。これは他社のウェブサーバーと組み合わせるためのもので、

情報配信するためのサーバー技術ではなく、より魅力的なウェブ体験を提供するためにビジュアル化したり、最新情報を提供したり、より臨場感のある内容にしたりする。そうした部分をカバーする技術を提供していくのが弊社の方針です。

☎: こうしてお話をうかがうと、Director を開発された当時も今も基本的な姿勢に変わりはないようですね。

アラム: そのとおりです。Director に関して1つ言えるのは、現状のインターネットはバンド幅に制約があります。そこで、いまFlash 技術が大活躍しているわけですが、今後はDirector も重要なコンポーネントになってくると思います。なぜなら、ブロードバンドのサービスが世の中に出回ってくるからです。ブロードバンドにはファイルサイズの制約がないので、よりリッチなコンテンツをDirector で作り、Shockwave プレイヤーで再生できるようになります。Director は、最強のマルチメディア開発環境です。インターネットの世界でも、もっと使われるようになるでしょう。Director は、Flash 以上に魅力的な体験をインターネットに持ち込めると確信しています。

☎: Director8の機能をフルに生かすにはどれくらいの帯域が必要なのですか。

アラム: ここで問題なのはバンド幅ではなく、プレイヤーのダウンロード時間です。Flash プレイヤーのサイズは140K バイトくらいですが、Shockwave は2M バイト近くある。そのため、なかなかダウンロードしてもらえません。ブロードバンドのサービスが普及すれば、その問題は解決されます。コンテンツ自体にはバンド幅の問題はありません。今のバンド幅でもShockwave のコンテンツは問題なく配信されています。

ただし、ブロードバンドが入ってくると、ビデオが入ったコンテンツをより配信しやすくなります。弊社のツールを使って作るコンテンツは今の次元と次の次元では違うものになるでしょう。

☎: eBusiness Infrastructure戦略に基づく製品がすべて姿を見せるのはいつ頃ですか。

アラム: 現在、Project Whirlwind 以外の製品はすべて揃っています。ただし、それも、年末までには用意できるでしょう。すでにProject Whirlwind に含まれるコンポーネントをいくつか発表していますし、4月にロサンゼルスで開かれたインターネットワールドでは、Dreamweaver Objects for Aria を発表しました。これは、Aria が取った記録をDreamweaver を使ってウェブページに追加するためのコンポーネントです。こうしたものを随時発表し、年内にはすべてのコンポーネントを揃える予定です。ただし、今のところは英語環境のみです。日本語環境については、現在日本を含むワールドワイドなプランを決めている最中です。まだスケジュールはいえませんが、そう先のことで

はありません。アンドロメディア社の買収は、昨年12月末に成立したばかりです。開発を始め、ビジネスプランを立て始めたのはそこからです。まず、北米市場に向けての開発やビジネスを進めています。もちろんその次は日本です。年内には大枠の話ができるようになるでしょう。

☎: コンテンツ制作ツールでは、すべての製品が出揃ったと考えていいのでしょうか。

アラム: 北米に関しては、すべて販売されています。日本でも、ほぼすべての製品が発売されています。まだ発売していないのは、Drumbeat とCoursebuilder です。Drumbeat も、数か月前に買収したばかりの会社の製品ですから。

弊社では、常に新しいツールやソフトウェア、テクノロジーの買収は念頭においていますが、現状のラインナップを見る限り欠けている部分はないので、いまのところ具体的な買収プランはありません。

☎: 新戦略はパソコン以外の家電、携帯端末、携帯電話などにも広げていくとのことですが、具体的にはどうするのでしょうか。

アラム: 弊社でもそれは戦略的に重要であると認識し、いくつかの発表をすでに行っています。たとえば、昨年11月にノキアとWML (Wireless Markup Language) 対応のDreamweaver を開発することで合意しました。また、Flash プレイヤーはDreamcast、WebTV、@HOME Excite の端末などにすでに搭載されています。今後も数多くの携帯端末や携帯電話の開発メーカーが、Flash 技術を採用するでしょう。

現在、市場は急激に変わりつつあります。もちろん従来の顧客も大切にしていきたいですが、市場に乗り遅れてはなりません。弊社の顧客は従来マルチメディアの分野で仕事をしてきましたが、たぶんこの分野でも活躍するでしょう。そのためにも、新しいソリューションを提供しなければいけません。それが私たちの役目だと考えています。

☎: ありがとうございます。 ●●



## [インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

**株式会社インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

[im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)