



wainhouse
real.objective.insight.

テクノロジーベンダーの世界 で、ビデオ会議の適切なパート ナーを見

つける現代の職場の次の段階に向けて、ビデオ会議ソリューションを選択
するための実用的なフレームワーク

ホワイトペーパーのスポンサー：

logitech

昨日と今日：ビデオ会議が価値を提供

2020年にパンデミックが出現する前にも、ビデオ会議は現代の職場に不可欠なツールになっていました。ビデオ会議は、ビジネスレベルで、従業員の関与、コスト削減、および優れたコミュニケーションの促進など、組織の目標達成に役立つことが分かっています。個人にとっては、ビデオ会議は、会議に豊かさを加えることで生産性を高めるものとして認識されていました。1,400人が回答したWainhouse Researchによる調査では、ビデオ会議に対する一番の期待は、より効率的に作業ができるようになることでした。¹ 回答者が想像したことは、対面のやり取りによって、思慮深いコラボレーションを促し、コミュニケーションを明瞭にし、より実際的な人間のつながりを作り出すことでした。これらはすべて、会議を成功させる要素として考えられました。



エンドユーザーはビデオ会議から何を期待していますか？
2019年に実施されたWainhouse調査では、ビデオ会議に対するエンドユーザーの一番の期待は、より効率的に作業ができるようになることでした。

このより優れた会議への期待は、すべての作業空間に当てはまりました。パーソナルデスクトップから、AVデバイスを装備した会議室ベースのソリューションまで、ビデオ会議は、同僚がどこにいても、チームが会議の生産性を高めるのに役立っていました。しかし、ビデオ会議の真の潜在力は、2020年初旬に注目を集めました。

4月までに、COVID-19パンデミックの出現からわずか数週間で、ヨーロッパの在宅勤務人口は約5%から約40%まで増加しました（8倍の増加）。² 同様に、米国では、労働者の2/3以上が現在在宅勤務をしています。³ 幹部はビジネスを前進させようと努める一方で、従業員は同僚とのつながりを維持しようと努めていました。当然、世界はビデオ会議に変わり、未知の海域を航行しなければなりません。また、ビデオ会議の導入は、既に今日の企業で進んでいましたが、5~8年分加速されました。間違いなくビデオ会議は新たな時代に入り、重要性を持つようになっています。多くの企業にとってビデオは進化しており、ビジネスの自動化からビジネスへの実際の統合にまで及び、さらにビジネスそのものになっている場合もあります。

この期間中、貴社のビデオ会議ソリューションはどのように進みましたか？

エンドユーザーと予期しない使用事例の急激な増加によって、IT意思決定者（ITDM）は、自分が選んだビデオ会議ソリューションが現在の動的な状況にどのように適合するかを確認することができました。上手くいくソリューションもあれば、そうでないものもありました。多くのITDMにとって明らかになったことは、一部のベンダーは、ビジネスニーズが変更しがちである流動的な状況において価値を提供できないことでした。

しかしまだ希望はあります。Wainhouseは、この凝縮された変換の期間によって、ITDMは、ビデオ会議テクノロジーから必要とするものをより適切に定義できるようになったと考えています。理想的には、ベンダーはビデオの提供以上のことを行う必要があります。その代わりに、ベンダーは、信頼されるテクノロジーパートナー、つまり現代の作業体験の「ネクストノーマル」において企業が前進するのを支援できる者として、ITDMをサポートする必要があります。

ビデオ会議のテクノロジーパートナーとベンダーの違いは何でしょうか？最もシンプルな定義では、今は、ベンダーが単に基本的な仕様（例えば、ビデオとオーディオ、および特定のプライスポイント）を満たすだけでなく、むしろ高い目標に貢献する時です。

聞こえが良いですが、ITDMはどのようにこの高尚な特質に基づいて行動できるのでしょうか？これは、「ベンダーはビジネスの価値を生み出す必要がある」というRFPを追加して、実行可能な反応を受けることを期待するようなことではありません。この目的でWainhouseは、これらの大いなる理想を実際のかつ達成可能な現実に行き届くように、以下のフレームワークを作りました。

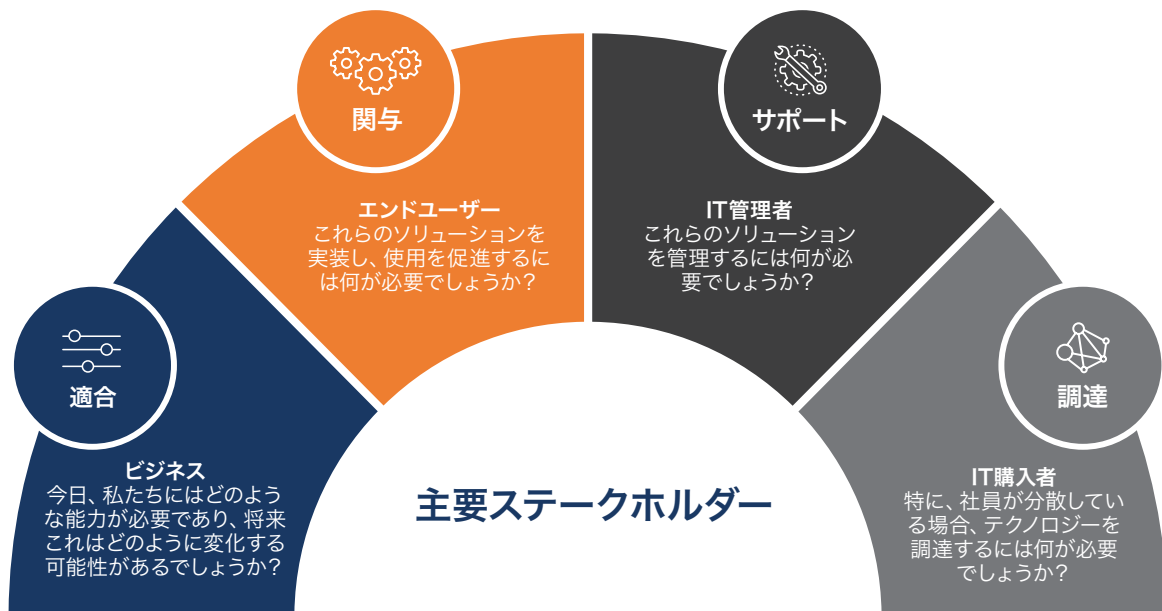
ビデオ会議ソリューションを選択する際の、 主要ステークホルダー フレームワーク

すべての組織は異なりますが、Wainhouseの体験では、ベンダーの選択における最初のステップは、時間とエネルギーをより詳細な分析に集中させる前に、一連の効率的な最初の検証によってオプションをフィルターすることです。この目的で、Wainhouseは、ビデオ会議ベンダーが書類上の基本仕様を満たす場合と、ベンダーがこれらの既知の要件を上回り、信頼されるパートナーのように行動する場合をITDMが理解できるように、主要ステークホルダー フレームワークを考案しました。

これを達成するために、私たちのフレームワークを利用して、4人の主要ステークホルダーのニーズに関連して、ビデオ会議ベンダーの能力を評価することができます。私たちは、各グループに対して中核となるテーマを特定し、ビジネスニーズを評価できるように一連の質問を提案します。フレームワークを考察するときは、即座の反応の表面下を探り、ベンダーがステークホルダーに追加の価値を提供する方法の例を見つけることをお勧めします。

最も重要なことは、私たちは将来の職場を念頭に置いて、このフレームワークを構築しました。そして該当する場合は、COVID-19がこれらのステークホルダーにどのような影響を及ぼすかについても指摘します。

4人のステークホルダーと彼らの中核となる属性は以下の通りです：ビジネスとその適応ニーズ、エンドユーザーとその関与する願望、IT管理者とそのサポート要件、およびIT購入者とその調達作業。



このフレームワークの唯一の目的は、ビデオ会議テクノロジーを最初にフィルターすることのみであることを覚えておいてください。しかし、ベンダー候補がこれらの要件を上回ることが分かった場合は、恐らくさらなる調査が必要になるでしょう。



ステークホルダーとしてのビジネス – 現在貴社のビジネスにはどのような能力が必要ですか？

将来それはどのように変化する可能性がありますか？この質問は、運営の変更に適応する際のビジネスニーズに対処することを目的として、パートナーのポートフォリオの機能に焦点を当てたものです。ITDMが、ベンダーが小、中、大会議室用のソリューションを提供しているかどうかのみを考慮していたのはそれほど昔のことではありません。当時は、傑出したベンダーはリモート作業空間にも対処できました。しかし現在では、将来のハイブリッド作業空間のオプションを含める必要があります。これは、従業員がオフィスに戻るにつれて発展し続けます。

作業空間は、急速な変化が可能な唯一のエリアです。デバイスが他のUC投資とどのように動作するかを理解する必要もあります。また、ベンダーが1つのビデオ会議サービスに縛りつけて、将来ソリューションを変更するオプションを制限する場合があります。



会話のトピック

ベンダーは、グループスペース、ハードルーム、ホームオフィス、モバイルなどの様々な作業空間をサポートするポートフォリオを提供しますか？

VCデバイスは現在使用中のUCソリューション内で動作しますか？

VCデバイスは、単一のビデオ会議サービスまたはUCスイートと連携していますか？

別のVCサービスまたはUCスイートに変更するプロセスはどのような内容ですか？



ベンダー (要件を満たす)

ベンダーは一般的な作業空間に対応しているが、他の領域の製品が欠如している。現在使用中の製品を新しい作業空間に組み込む

現在使用中のUCスイートで動作するが、UCスイートによって認定されない可能性がある。

ハードウェアが単一のビデオ会議サービスに制限されている。
ベンダーが、VCサービスの変更を許可しない。



パートナー (要件を上回る)

自宅、オフィス、ハイブリッドおよびモバイル専用の製品がある。

ソリューションパートナーとして、UCスイートによって認定されている。

パートナーのハードウェアは1つのVCサービスですぐに利用できるが、ユーザーが選んだ場合は他のVCサービス向けにプロビジョニングできる。

重要なポイント — 適切なスペースに適切なソリューションを提供するために、対費用効果の高い会議室とデスクセットアップソリューションのポートフォリオを探しましょう。低コストのビデオソリューションのみを重視する場合、組織全体で拡張できない場合があります。ハイエンドソリューションの機能はすべての場所に必要ないかもしれません。また、すべての作業空間に対して使用すると、浪費につながる場合があります。ITDMはまた、VCサービスの「ロックイン」に注意する必要があります。この場合、デバイスは制限されたビデオ会議サービスでしか動作しません。



UCの柔軟性が必要ですか？

2019年に実施されたWainhouseによるIT意思決定者の調査では、ほとんどの大企業は、自社環境内で3社以上の会議ソリューションベンダーを利用していると回答しました。



ステークホルダーとしてのエンドユーザー - これらのソリューションの使用を促進するには何が必要でしょうか？

この一連の質問はエンドユーザーに焦点が当てられ、このグループを関与させる方法と、ビデオ会議テクノロジーの導入を加速する方法に対処します。多くの場合、これは結局、ソリューションがエンドユーザーにとって親しみやすいかどうか焦点になります。



会話のトピック



ベンダー (要件を満たす)



パートナー (要件を上回る)

エンドユーザーはブランドにどの程度なじみがありますか？

エンドユーザーは、このベンダーの他の製品を直接体験したことがありますか？

初めてのユーザーが使用を開始するには、どの位のトレーニングや指導が必要ですか？

エンドユーザーは、様々な会議条件に合わせてオーディオまたはカメラを調整するために、何をする必要がありますか？

会議室内には、エンドユーザーがビデオ会議の通話をコントロールするために利用できるデバイスにはどのようなものがありますか？

それらのデバイスは親しみやすい、または威圧的ですか？

- エンドユーザーはそのブランドを知っているかもしれないが、他の作業領域ではそれを使用していない。
- 例えば、大会議室でしかそのブランドを見かけない。

- ユーザーインターフェース(UI)は会議室ソリューション独自であるため、理解するためにトレーニングが必要である。
- ベンダーは、室内またはオンスクリーンの指導により、指導を強化している。

- ベンダーの製品は、通話中の手動調節オプションを提供する、または自動調節テクノロジーを利用するが、それは会議参加者に対して目立つ。
- 例えば、カメラ調節がスムーズでない、マイクレベルにむらがあるなど。

- 会議室コントロールが、リモコンなどの単一オプションに限られている。
- 多くの場合、リモコン駆動の動作がすべてモニター上で会議室全体に可視になるため、リモコンを操作している人が緊張状態になる。

- エンドユーザーは、様々な作業空間で見かけたり使用したりするため、そのブランドを知っている - オフィス内、リモートワーク時の両方で。

- パートナーのデバイスは、ユーザーが選んだビデオ会議サービスに対してネイティブのユーザーインターフェースを利用する。
- 会議の開始やコンテンツ共有などのタスクのワークフローがデスクトップと会議室での使用事例において共通しているため、結果として、会議室ソリューションにはトレーニングがほとんど/まったく必要ない。

- パートナーのデバイスには、自動的に調整される「スマート」テクノロジーが組み込まれている。
- 例えば、スムーズな移動で室内のグループを自動フレーミングするカメラ、または全員の声を均等に伝えるビームフォーミングマイクなど。

- 会議リーダーは、会議を管理するためのいくつかのオプションから選択できる。例えば卓上コントロールでは、会議室全体で目立たずに会議を管理することができる。

重要なポイント – ここでは、ビデオ会議ハードウェアの親しみやすさが、基本的な期待です。デバイスがなじみがあり、その仕組みが直観的であることを期待します。また会議室ソリューションは、システムをコントロールする方法が十分にある必要があります（卓上コントロールやパーソナルデバイスの使用など）。

より重要なことは、異なるビデオ会議スペース間で、ワークフローとユーザーインターフェースが似ていることです。デスクトップから会議室、モバイル作業空間まで、優れたテクノロジーパートナーは共通のインターフェースを提供するため、エンドユーザーはテクノロジーを自信をもって利用することができます。

COVID-19のコンテキスト – 従業員がハイブリッドの作業環境でオフィスに戻ると、安全性と衛生面への注意が増加します。会議室では、共有の表面に触れる必要性を減らすインテリジェントカメラや音声コントロールなどのデバイス機能を通してこれを実現できます。これらの機能がステークホルダーにとって重要な場合、親しみやすさの基準も満たしていることを確認してください。



従業員の関与は重要か？

ノースカロライナ大学の Kenan-Flagler Business Schoolが実施した調査によると、従業員関与が平均を上回る組織では、従業員関与が平均的な企業と比較して、3年間にわたり収益が2.3倍増加しました。



ステークホルダーとしてのIT管理者 – これらのソリューションを管理するには何が必要でしょうか？

これは、おそらく丹念に考案した要件リストを準備している1人のステークホルダーです。このため、当社の早期の検証フレームワークは、IT管理者の特定のニーズを深く掘り下げることを意図していません。むしろ、ベンダーが運用の継続性をより確実にする方法と場合に焦点を当てています。ベンダーと作業して独自のソリューションをサポートする際には、隠れたコストも考慮する必要があります。



会話のトピック



ベンダー (要件を満たす)



パートナー (要件を上回る)

| | | |
|--|--|---|
| <p>ベンダーは、ネイティブツールでモニタリングと管理を提供できますか？</p> <p>ベンダーのツールは他の管理ソリューションで動作しますか？</p> | <ul style="list-style-type: none"> モニタリングは可能だが、従属状態に制限がある場合がある（オンプレミスソリューションのみなど）。 モニタリングには、機能の有効化や、対応デバイス数の拡張のために費用が必要な場合がある。 | <ul style="list-style-type: none"> モニタリングは、オンプレミスハードウェアに対する他の従属関係なしで、クラウドベースなどの便利な形態で可能である。 機能は無料で利用できる。 パートナーの管理ツールには、他の管理ツールで動作させるためのAPIがある。 |
| <p>ハードウェア交換の保証条件はどのような内容ですか？</p> | <ul style="list-style-type: none"> ベンダーは1年以下の期間、ハードウェア交換を提供する。 | <ul style="list-style-type: none"> ベンダーは、1年間を超えてハードウェア交換を提供する。 |
| <p>デバイスを管理する場合、どの程度の物理的な保守が必要ですか？</p> | <ul style="list-style-type: none"> デバイスには、ITスタッフが直接実施する必要がある管理手順がある。例えば、接続の確認や、周辺機器のインベントリなど。 | <ul style="list-style-type: none"> デバイスは、すべてのステータスをリモート管理コンソールにレポートすることができ、必要な変更に対処するのに十分なりモート機能がある。 |
| <p>ベンダーサポートが必要な場合、それは有料サービスですか？サポートには時間的または地理的制約はありますか？</p> | <ul style="list-style-type: none"> ベンダーはサポートを提供するが、詳細なトラブルシューティングには追加の保守契約が必要な場合がある。 地理的範囲または営業時間の制限は、サポートサービスの価格にかかわる場合がある。 | <ul style="list-style-type: none"> 地理的に制限されず、サービス契約に縛られない無料サポートを提供する。 |




重要なポイント – 管理ツールから、サポートサービスやハードウェア交換まで – すべてが包括的な保守プログラムの一部です。IT管理者ニーズを示すための効率的な手段としてこのセクションを使用して、VCへの投資を最善にサポートしてください。

COVID-19のコンテキスト – パンデミックの結果として、リモートワークの展開と、会議室増加の可能性と共に、ビデオ会議の範囲が幅広く分散することを予測してください。パートナー保守プログラムは、包括的であるだけでなく、展開場所に関係なくすべてのデバイスがアクセスできる必要があります。



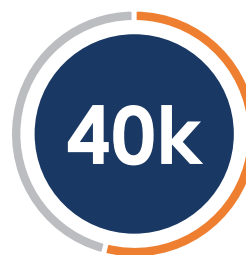
ステークホルダーとしてのIT購入者 – 分散した社員にとっては、テクノロジーを調達するには何が必要でしょうか？

価格や条件のほかに、理想的なビデオ会議パートナーは、様々な購入チャンネルを通して調達可能であり、分散した労働力に到達できるソリューションを提供できる必要があります。これは、エンドユーザーが多数の国にいる、または同じ敷地内の多数の異なるビル内にいる場合が該当します。

|  会話のトピック |  ベンダー (要件を満たす) |  パートナー (要件を上回る) |
|--|---|--|
| 製品は、エンドユーザーがいる場所で利用可能ですか？ | <ul style="list-style-type: none"> ベンダーには、可用性に関して地理的制限がある。 多層販売または追加送料により、製品をすべての地域に配送する。 | <ul style="list-style-type: none"> パートナーには、ビジネスの範囲に合う十分な製品販売チャンネルがある。 |
| IT購入者のベンダー管理戦略をサポートする、多様なチャンネルオプションはありますか？ | <ul style="list-style-type: none"> 1種類の販売パートナー(例えば、VAR)を通してのみ入手可能。 | <ul style="list-style-type: none"> 多種の購入チャンネルを通して入手可能である – VAR、システムインテグレーター、専門のオンライン小売業者、消費者または生産消費者の小売チャンネルなど。 |

重要なポイント – 必ず、すべての地理的地域でデバイスを簡単に調達できるようにしてください。IT購入者は調達戦略を用意している可能性が高いこと、および多様な購入オプションと配送能力を持つパートナーは、このステークホルダーの目標の達成を支援できることも覚えておいてください。

COVID-19のコンテキスト – COVID19はリモート労働力の途方もない増加を促すだけでなく、Wainhouseは、企業がまた、サテライトオフィスを利用してオフィスの密度を減らし、安全なハイブリッドの作業環境をサポートしている証拠を目にしました。



40K リモートは常に在宅勤務を意味しますか？

日本では、国土交通省が実施した4万人の調査の結論によると、リモートワークをする人々にとって最も一般的な場所はサテライトオフィスでした。

ロジクール:信頼されるビデオ会議パートナー

主要ステークホルダー フレームワークに基づいて、Wainhouse Researchは、優れたビデオ会議テクノロジーパートナーの1社としてロジクールを見なしています。要するに、ロジクールには、いくつかのホームオフィスを持つ小企業、または何千もの会議室を持つグローバル企業であっても、あらゆる規模のビジネスをサポートできる幅広いポートフォリオがあります。そのソリューションは価格が手頃で拡張可能であるだけでなく、卓越したオーディオとビジュアルビデオ体験も提供します。

Wainhouse Researchはこの記事で提示されたフレームワークを通してロジクールのテストを実施、以下に挙げられた主な重要点を見つけました。



適応能力 – ロジクール ビデオ会議ソリューションは、組織のニーズの変更に対応できる

ロジクールは長年にわたり、個人とグループのビデオ会議の使用事例の両方を理解していることを示しています。ロジクールのデバイスは、プラットフォームに依存せず、様々なビデオ会議サービスで構成することができます。さらに、ロジクールによって、エンドユーザーは、既になじみのあるUCワークフロー内で作業することができます。新しい使用事例(リモートワークなど)が現れたり、新しいUCスイートを考慮したりする度に、新しいハードウェアを「フォークリフトで運ぶ」必要はありません。

- **ロジクールにはビデオ会議ソリューションの幅広いポートフォリオがある** – ホームオフィスからハドルルーム、デスクトップから役員室まで、ロジクールには様々な使用事例向けのビデオ会議ソリューションがあります。Wainhouseは、個人とグループの使用事例の包括的な範囲だけでなく、ロジクールが専用パソコンベースの会議とBYODビデオ会議ソリューションの両方を提供していることに感銘を受けました。
- **品質について称賛を受けた、大規模なパートナーのエコシステム** – ロジクールは長年にわたり、Microsoft、Zoom、およびGoogleなどの業界リーダーに対して大きい影響力を持っています。これらの信頼される関係によって深い業界知識がもたらされ、これによってロジクールは、同様のパートナープログラムを提供する他社よりも、さらに優れたビデオ体験を提供することができます。
- **様々なオペレーティングシステムとビデオ会議サービスで動作** – ロジクールのビデオ体験は、1つのオペレーティングシステムに縛られません。MacOS、iOS、Windows 10、およびAndroidなどのトップソフトウェアとサービスプラットフォームに対応し、ユーザーが選んだOSやプラットフォームをサポートします。



エンゲージメント – ロジクールのポートフォリオは、エンドユーザーにとって信頼できるブランド名です

ロジクールの傑出した点の1つは、そのブランドが組織のすべてのレベルで知られていることです。エンドユーザーは、楽しく使用でき、自分のニーズ(優れた照明、カメラアングル、およびノイズリダクションなど)に対処するブランドを探しています。ロジクールは、ユーザー満足度を企業ニーズに結び付けるわずかなビデオ会議パートナーの1つです。

- **エンドユーザーの期待を満たす、または上回る** – 多くのエンドユーザーが毎日の作業でビデオ会議ソリューションを使用するにつれ、ユーザーは、ソリューションが欠点がなく、快適で、すべての作業場所(自宅、オフィス、およびリモート)で精通したものであることを期待します。ロジクールは独自のオーディオとビデオテクノロジーをパッケージ化し、これらすべての使用事例で一貫して高品質の体験を提供します。
- **ロジクールは機能の代わりに体験を提供** – Wainhouseは、ロジクールは製品機能に集中する代わりに、ビデオコラボレーションを絶えず改革し、すべての企業と個人にとって自然かつ親しみやすく感じる体験を生み出し続けていると思っています。例えば、これは自動フレーミングに関するものではありません。つまり、エンドユーザーが、多数のカメラオプションを調整する必要なく、目の前の会議に集中するのを可能にするRightSenseテクノロジーです。
- **設置が簡単なデバイスは、結果として親しみやすくなる** – ロジクールは、設置が簡単で、すぐに使える会議製品というアイデアを心に刻んでいます。その結果、ITにとってはスムーズな設置が可能になり、エンドユーザーにとっては楽しい体験になります。複数の取り付けオプションと目立たないケーブル管理機能によって、デバイスを室内に便利に設置でき、ミニマルかつクリーンな外観になります。



サポート

サポート – ロジクールはビデオ会議デバイスの複雑でない性質によって、IT管理者は高品質のサポートを提供できます

ハイブリッドワークは、ITが、自分が把握している会議室やオフィスと、把握していない家庭環境とワークステーションの両方をサポートすることを意味します。ロジクールは、従業員が簡単に導入でき、エンジニアが簡単にサポートできるように製品を設計します。

- **ロジクールSyncは、使いやすいリモートを提供** – Syncは、ITスタッフが会議室、デバイス、およびソフトウェアのプロビジョニングと管理をどこからでも実行するのを可能にする優れたツールです。Wainhouseは、このツールの、ビデオ会議プラットフォームに依存しない能力も気に入っています。これによって、デバイスを包括的に管理することができます。
- **ロジクールは無料のグローバルサポートを提供** – 多くのビデオ会議パートナーがこのようなことを断言できる訳ではありません。私たちの観点からは、つまり、状況によってリモートITスタッフまたはエンドユーザーがデバイスのトラブルシューティングを行う必要がある場合、ロジクールは、いつでも、世界中どこでもアクセス可能なサポートを彼らに提供することができます。



調達

調達 – ロジクールでは、世界中100を超える国に製品在庫があり、3,000を超える再販業者により販売されています

多くのIT購入者は、調達が最も容易なビデオ会議パートナーの1社としてロジクールを見なしています。調達オプションのテストにおいて、Wainhouseは、確認したすべての国と地域で、ロジクール ビデオ会議ソリューションの購入オプションを見つけることができました。

- **ロジクールでは、ほぼすべての場所で製品在庫がある** – 製品は、トップティアのパソコンメーカーとの戦略的パートナーシップを通して、世界中100以上の国に分散しています。
- **複数チャネルを通じた製品のアクセシビリティにより、貴社の調達戦略を満たすオプションを入手できる** – 製品は、小売店、DMR、およびVARなどの多数のチャネルを通して販売されています。

要約および次のステップ

この主要ステークホルダー フレームワークの唯一の目的は、ビデオ会議テクノロジーを最初にフィルターすることのみであることを覚えておいてください。一例としてロジクールを通して分かったように、Wainhouseは、大きいビジネス目的と目標を達成するのを支援できるビデオ会議パートナーを見つけるための効率的な手段として、このアプローチをお勧めします。

この貴重な情報を考慮すると、以下を行うことが重要です。

- これらの4人のステークホルダーをこのプロセスの早期に関与させる
- 状況に合わせて、調査目的の質問を追加する
- 貴社のビジネス目標と目的を達成するのに役立つビデオ会議パートナーを、次のレベルのベンダーレビュープロセスに含める。

ロジクール ビデオ会議ソリューションに興味がある場合は、<https://www.logicool.co.jp/vc>でリソースとサポートを入手して、そのプロセスを開始することができます。

¹ Wainhouse Research, 2019年10月

² 「Living, working and COVID-19:First findings – April 2020」 欧州生活労働条件改善財団 (2020年5月6日発行) <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2020/living-working-and-covid-19-first-findings-april-2020>

³ 「Remote Work Increasing Exponentially Due to COVID-19」 Netskope (2020年3月16日発行) 、<https://www.netskope.com/blog/remote-work-increasing-exponentially-due-to-covid-19>



ロジクールについて

ロジクールは、人々の生活に日常的に関わる製品を設計し、ユーザーが気に入るデジタル体験に結びつけます。35年以上前、ロジクールは人々をコンピュータでつなぎ始め、音楽、ゲーム、ビデオ、コンピューティングを通じて人々を結びつける製品をデザインするマルチブランド企業となりました。ロジクールのブランドには、**ロジクール**、**ロジクールG**、**ASTRO Gaming**、**Streamlabs**、**Ultimate Ears**、**Jaybird**、および**Blue Microphones**があります。Logitech Internationalは1981年に創設された、スイスのローザンヌに本社を置く、スイス連邦の株式公開企業であり、スイス証券取引所(SIX:LOGN)とNASDAQ Global Select Market(LOGI)に上場しています。logicool.co.jp、会社のブログまたは@Logitechをご覧ください。

WAINHOUSE RESEARCHについて

Wainhouse 提供深入的研究和分析, 可帮助您清晰地了解☐公空☐通信和☐作的市☐、技☐和服☐。Wainhouse 分析☐均☐企☐☐音、☐☐、☐☐☐作以及流☐用程序、服☐和☐☐的行☐☐家。我☐的☐☐知☐得到世界上最全面的数据集和模型之一的支持。我☐的☐域☐☐知☐和市☐数据相☐合, 可提供深入的☐☐、企☐☐解和客☐的☐品☐估, 以☐建行☐的当前状☐和☐期方向。内容和其他☐☐信息可在 <https://insight.wainhouse.com/> 和 www.wainhouse.com/intro ☐得。

著者について

Craig DurrはWainhouse Researchの上級アナリストで、会議室コラボレーションテクノロジーとソリューションを専門としています。彼は、市場のサイジングと予測、製品とサービス評価、市場トレンド、およびエンドユーザーとバイヤーの期待に関する調査を提供します。Craigは、製品開発、戦略的プランニング、P&L管理、価値命題の定義、およびセキュリティ、SaaS、およびユニファイドコミュニケーションサービスのビジネス開発に関連するリーダーシップの役割を19年間務めてきました。Craigには、Poly、Dell、Microsoft、およびIBMでの勤務経験があります。Craigの連絡先：cdurr@wainhouse.com。