

ハリウッドで鍛え上げた技術で 新世代メディアへの準備は万全

新世代光ディスクドライブを搭載したパソコンが発売され、ハイビジョン対応のDVカメラが販売好調と、いよいよハイビジョン映像の編集をパソコンで行える環境が整ってきた。そんな状況の変化をソフトベンダーはどうとらえているのか。ソニック・ソリューションズの照井公基社長に聞いた。

構成・本文：三浦優子／撮影：高嶋一成



**機能拡充は上限まで到達している
次の目標は簡単にできる映像編集**

三浦 HD DVDやブルーレイディスクといった新世代メディアやハイビジョン撮影に対応したDVカメラなど、映像編集ソフトにも新しい波が起きている。

照井社長 (以下、照井) 新世代メディアやハイビジョンへの対応には自信があります。当社はこれまでの2年間、ハリウッドの技術者や企業と共同で次世代フォーマットに関する研究活動を続けてきました。

当社のビジネスには、コンシューマ向けのパッケージやパソコンメーカーへのOEM供給などのビジネスのほかに、ハリウッドなどプロフェッショナル向けのビジネス、「ウインドウズ Vista」に導入されるDVDライティング技術に代表されるようなライセンスビジネスの3つがあります。ハリウッドのプロと仕事をするためには新世代メディアに対する研究は欠かせない。すでに世界初のプロ用HDオーサリングシステムも提供しています。

三浦 ハリウッドのプロに支持されているということですか？

照井 元々ソニック・ソリューションズは、ルーカスフィルムからスピンオフして誕生したメーカーなんです。同じタイミングでもう1社、ルーカスフィルムからスピンオフしているんですが、それが現在のピクサー。そういうバックグラウンドもあって、ピクサーをはじめとするハリウッドからの支持が高いんです。



ただ、マーケットを加速化させるためには、我々メーカーもこれまでとはちがうソフトを作ることも必要だと思っています。昨年12月に「イージー・メディア・クリエーター」を発売しましたが、この製品は非常に多機能なソフトなんです。リリース後、社内でのソフトを見直して「機能として必要なものはすべて用意できた」という印象を持ちました。「ユーザーのために機能を増やす」としながら、作り手の「エゴ」が理由で機能が増えることだけは避けなければなりません。多機能で統合されたソフトでも、ユーザーが使いこなせなくては意味がないからです。そこで現在の弊社のチャレンジは、多機能を実現していきながらいかに使いやすいソフトに仕上げるか、に集約されます。

三浦 これまでは、バージョンごとに機能の拡充に力が入られてきました。その方針を変更するのですか？

照井 さまざまな機能を付け加えてきた結果、もう化け物といったくらいあらゆる作業をこなせるソフトになってしまった。内包する機能をすべて使

ているという点では、バージョンアップの売り上げは大きいものの件数はそう多くない。売り上げという点ではコンシューマビジネスが欠かせません。ハリウッドで支持される技術をコンシューマの皆さんに提供するということが、当社のモットーでもあります。

三浦 コンシューマ向けビジネスは、新世代メディアの登場でどう変わると見えていますか？

照井 思い返すとDVDディスク

マーケットも開花するまでに時間がかかっている。新世代メディアもビジネスが活性化するまでには少し時間がかかると思っています。

また、マーケットを加速化させるためには、我々メーカーもこれまでとはちがうソフトを作ることも必要だと思っています。昨年12月に「イージー・メディア・クリエーター」を発売しましたが、この製品は非常に多機能なソフトなんです。リリース後、社内でのソフトを見直して「機能として必要なものはすべて用意できた」という印象を持ちました。「ユーザーのために機能を増やす」としながら、作り手の「エゴ」が理由で機能が増えることだけは避けなければなりません。多機能で統合されたソフトでも、ユーザーが使いこなせなくては意味がないからです。そこで現在の弊社のチャレンジは、多機能を実現していきながらいかに使いやすいソフトに仕上げるか、に集約されます。

三浦 これまでは、バージョンごとに機能の拡充に力が入られてきました。その方針を変更するのですか？

照井 さまざまな機能を付け加えてきた結果、もう化け物といったくらいあらゆる作業をこなせるソフトになってしまった。内包する機能をすべて使



照井 公基氏
ソニック・ソリューションズ 代表取締役社長

なしている人はそういないと思います。新世代メディアに備えようとしている今、ユーザーにそれらを手に入れていただくためには、我々が「使ってみたい」と思ってもらえるような創造的なソフトを提供しなければなりません。

三浦 新たな製品に加え、新世代光ディスクドライブが登場すること、さらにビジネス拡大につながるのではないですか？

照井 新たなメディアが登場する時期は、ビジネス拡大のチャンスとなる時期でもあります。しかし、競争が激化し、過去の経験からみてもメーカーの淘汰といったことが起こりかねない時期でもあります。だからこそ、これまでとはちがうソフト作りが必要になってくる。また、ライティング事業が当社の中心であることに変わりはありませんが、それ以外のジャンルでも製品ラインを拡充し、新しいユーザーを獲得していかなければならないと考えています。