

## HTML導入でリッチな放送を実現する米国電子商取引のプラットフォームに

情報家電がいよいよ表舞台に立とうとする今、日本でも、家庭用のインターネット端末としてテレビが熱い視線を浴びている。しかし、欧米における放送の進化に比べれば、まだまだ格差が生じていることを指摘せねばならないだろう。最大の格差は、コンテンツの面で現れてきている。すでにアメリカでは、HTMLファイルのデータ放送とインターネットを組み合わせた多彩な表現形態のコンテンツが、週2000時間にわたって放送されている。

たとえば、データ放送の帯域の隙間に、ホームページのファイルを埋め込んで一緒に配信してしまうタイプの番組がある。テレビの映像部分のサイズを小さくして中心におき、その周囲を囲む形でインターネットのコンテンツが表示されるようなイメージである。インターネットのコンテンツを、テレビ映像の上にかぶせることもできる。あるいは、映像の周囲にデータ放送のメニュー画面があり（文字で表示されているイメージ）、ボタンを押すとインターネットに接続されて指定のホームページを探し、テレビ画面の一部にホームページを表示させるなど、その表現力は多彩だ。コンテンツを供給しているのはディスカバリーチャンネル、ニュースのCNN、ワーナーブラザーズ、ディズニーといった名だたるメガメディアである。

### ニュービジネスを生む端末に

アメリカのデータ放送は、インターネットのコンテンツと融合している点で大きな特徴がある。そこには多彩なビジネスモデルが生まれる可能性がある。

たとえばショッピングのデータ放送として、テレビを見ていない夜中に、商品のビデオカタログを2時間分配信しておく。朝、その商品ビデオカタログを見る人に用意されているのは、自分が関心ある商品のみを選んでビデオを見ることができる

検索機能である。その商品に興味があれば、商品購入のボタンをクリックしてメーカーのサイトに飛び、インターネットショッピングに切り替わる。

あるいは配信するデータ自体に、インターネットの著作権保護技術や決済技術を搭載させることもできる。すなわちテレビは、インターネットの電子商取引の仕組みを取り入れることによって、家庭の中におけるインターネットプラットフォームとなりうるのである。

### コンテンツをパーソナライズ

注目すべきは、アメリカの場合は、放送の技術仕様がインターネットを受容するオープンなシステムになっていることである。データ放送の表示規格自体がHTMLの拡張で進んでいるために、インターネットの規格やビジネスモデルを受け入れやすい。これがATVEF（Advanced Television Enhancement Forum）の仕様であるコンテンツメーカーだけでなく、テレビとインターネットを接続するセットトップボックスの主要メーカーWebTV、OpenTVもこの標準規格を採用している。

また、採用されるメディアフォーマットもさまざまな方式が選択できるため、コンテンツ製作側から見れば参入しやすい。インターネットビジネスを展開している企業から見れば、手持ちのコンテンツ資産やインフラ資産を展開しやすいからである。逆にデータ放送で培った技術とコンテンツ資産をインターネットに還元することもできる。そのため、企業にとってデータ放送用のコンテンツにコストをかけるインセンティブが生じるのである。

テレビがインターネットと融合した電子商取引の端末となれば、当然そこにはパーソナライズという概念が持ち込まれるだろう。表の映像と平行して、裏ではスポーツ好きの人には「スポーツ関連の番組」、

流行に遅れたくない人には「視聴率15%を超えそうな番組」を、それぞれハードディスクに保存させる。ユーザーは自分の好みで番組を設定し、関連ウェブデータも見ることができる。映像を見るだけという単純なレベルから、テレビはすでに脱却しつつあるのである。

（古川 享 米国マイクロソフトコーポレーションバイスプレジデント）

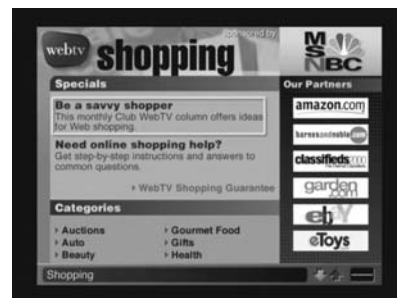


写真1 WebTVのオンラインショッピングトップページ。すでにアメリカではテレビが有力な家庭の電子商取引端末となりつつある



## [インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

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、データ、URL、名称など)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・図の作成者、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掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したり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される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期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。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。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

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