

ブロードバンド時代の通信と放送

インターネットを使ったテレビ放送の実現を目指す団体「ワールドワイドビジョンイニシアティブ」(WWVi)は2月26日、「インターネット時代の通信と放送」をテーマに国際シンポジウムを開催した。コンテンツのあり方から周波数の割り当て問題まで幅広い内容で行われた討議のなかからこれからの通信と放送の関係や将来像に迫る。

林 岳里

photo:Watari Tokuhiko

通信および放送業界の現状

CATVやADSLといったブロードバンドの普及により、インターネットが“放送”としての地位を確立してきたが、既存の放送業界との関係はどのように変わっていくのだろうか。また、放送、通信業界はそれぞれどう進化していくのだろうか。シンポジウムのキーノートスピーカーを務めたコロムビア大学教授のエリ・ノーム氏が最初に現状を次のように分析した。

まず、放送業界についてみると、次世代型放送の手段は高画質を極めるHDTV系と、インタラクティブ性を重視するインタラクティブTV系でいくつもの方式があり、どの方式もそれぞれ一長一短はある。HDTVで先行するアメリカにおけるビジネスの不調から高画質はそれほど求められていないとも言われるが、急速なDVDの普及をみてもわかるように高画質なメディアに対するニーズは確実にある。しかし、HDTVなどの高画質な方式は膨大な製作コストがかかるうえに、さまざまな技術的問題を抱えているほか、国際標準が無いのが大きな問題であるとした。

いっぽうインターネット系の放送については、リアルやウィンドウズメディアなどいくつかのプレイヤー規格が乱立し、1つのフォーマットで対応できないことが最大の問題だとした。それと同時にコンテンツ自体はすでに多くのサイトで提供されているが、実はまだ多くの家庭がナローバンドによるインターネット接続であるため、放送を見る環境としては未整備であることのほか、配信コストが掛かる割に、まだ確固たるビジネスモデルが存在しないことなども不安材料であるとした。

今後、インターネットTVが収益をあげるた

シンポジウムの前イベントとしてポップ・ジェームズと松居慶子のライブがストリーミング放送された。



めにはVOD(ビデオオンデマンド)、インタラクティブ性、課金できるコンテンツ、世界規模のサービスの4点が重要で、これらの実現がテレビの世界に対抗するカギであるとした。

なお、米国でリードしていたコンテンツ提供者であるPseudoやDenの倒産、POP.comの不調などの原因として、早期の段階であまりにも多くのユーザーを期待しすぎた点をあげた。しかし、ビジネス手段ではなく表現手段として考えればまだまだ新しい方法はあり、成功の可能性は大きいとした。

次に株式会社ビットメディア社長の高野雅晴氏が国内の放送業界の動向を語り、「昨年末のBSデジタル放送開始に続き、2001年末から2002年初にはBML3をベースとするCS放送(CS110度)が始まり、新たに18社が参入する予定だが、これは民放キー局やBSの

データ放送事業者、スカパー系列企業などがメインで本当の意味での“新しい動き”は少ない。本当に放送がIPテレビなどかかわってくるのは、2003年に地上波デジタルの時代がやってくるころになるだろう」とした。

これからの通信と放送の姿

いっぽう、株式会社アスキー取締役副会長の西和彦氏は「距離の克服と時間の節約」と題してこれからの放送と通信の融合像について語った。

これまでおもにパソコンの世界で展開してきた各種のウェブサービスは、iモードの登場により、携帯電話へと広がってきたが、今年5月にスタートするIMT-2000では動画サービスも携帯電話で実現する。その先の第4世代

コロムビア大学教授のエリ・ノーム氏。



株式会社ビットメディア社長の高野雅晴氏。



株式会社アスキー取締役
副会長の西和彦氏。



音楽プロデューサーの
松居 和氏。



の携帯電話ではVoice over IP やXML over IP も実現するだろうと語り、通信とインターネットをIP上で融合する一例を示した。これと同様に携帯電話以外の世界でも、いずれはインターネットと放送が融合した「Tモード」とでもいうべき商品が出てくるだろうと語り、たとえば新聞の広告を切り抜くように、テレビを見ている時に広告にチェックマークを付ければ「今日のテレビの面白い情報」という形で保存され、メールで受信できるような「融合サービス」の可能性を示した。

また、現在MP3のダウンロードが流行っているのは「すぐに聴きたい」というニーズにこたえるものだったからだとし、これと同様の流れが映像の世界でも出てくるだろうとした。そ

して、そのサービス形態については見たい番組をすぐに見られるデジタルテレビ放送とインターネットによるMPEGのダウンロードの組み合わせという形になるだろうと語った。ストリーミングではなくデジタルビデオチューナーとダウンロードを複合したサービスになると予想した点が興味深い。

なお、コンテンツについては音楽プロデューサーの松居和氏が「これまではインフラがあってはじめて伝えたい情報を作っていくという姿勢があった。そのために、日本ではアーテ

ィストが非常に育ちにくい状況が生まれてしまった。今後ブロードバンドは制作側の気持ちを直接反映するニッチなマーケットの受け皿になるだろう」と語った。また、「ハードウェアなどのシステムが普及すれば、よいコンテンツに対する強いデマンドが起り、企業からもビジネスになるセンス良いコンテンツが増えるだろうが、同時にニッチな部分も育てていかないとアーティストが情熱を持ってコンテンツを作れなくなってしまうことにも理解が必要だ」と指摘した。

I N T E R V I E W

アーティスト自身が 積極プロモーションする時代に

1月19日には前イベントとしてボブ・ジェームスと松居慶子のフォーバンド(連弾)ツアーの様子がストリーミングで生中継され反響を呼んだ。ともに個人サイトを開設し、積極的に情報発信する2人にネット時代のアーティストのありかたやイベントの感想を聞いた。 原 雅明

「これからはレコード会社に任せきりにするのではなく、ウェブを活用してアーティストが積極的にプロモーションをかけていく時代だと思う。今回のツアーは画期的かつ斬新なものだから、気合いを入れて写真を撮ったり日記をつけたりしたよ。この期間中、ホームページヒット数も上がったしね。」そう語るボブのホームページ [Jump01](#) のツアー日記と写真は相当な充実ぶりだ。また、ウェブキャストの反響は松居のホームページ [Jump02](#) にも寄せられたという。「コンサートを行ったその日のうちにファンから演奏に関する感想が送られて

くるのはうれしいですね。そういった意味でもホームページはとても重要な場所です。私の友人は「会場とストリーミングの両方で楽しみたいから、前半は家で見て後半は会場で見た」と言っていました(笑)。

ボブはNapsterによって低音質のまま安易に自分の音楽が聴かれてしまうことを残念だとしながらも「もっともサンプリングされたアーティストBEST5」のなかに入っていて驚いたよ。先日、ヒップホップのイベントとスムーズジャズのイベントが同じ建物で行われたときにヒップホップのおにいちゃんたち

に「Hey! Yo!! アンタ、ボブ・ジェームスカい?」と言って囲まれたんだ。彼らは僕の音楽を許可なくサンプリングしてるけど、音楽に対してはきちんと敬意を払っているのがわかったから安心したよ」と語った。

こうしたある種の寛容さが、ボブがいまも支持され、アグレッシブに活動を続けられる秘密なのだろう。最近、某スクラッチDJとも共演したという彼のような飽くなき新しいことへの挑戦の姿勢がブロードバンド時代にはアーティストにとって求められるのかもしれない。

当日の様子はインターネットを通じて全世界にストリーミングで放送された。



BOB JAMES
(ボブ・ジェームス)
ピアニスト/作曲家。過去12回にわたり米グラミー賞にノミネートされ、アルバム『ワン・オン・ワン』、『ダブル・ビジョン』においては受賞の栄誉に輝く。写真家、デジタルアーティストとしても名高い。
[Jump01](#) www.bobjames.com



松居慶子
(まつい・けいこ)
ジャズピアニスト。96年にアルバム『ドリームウォーク』が米ビルボード誌のコンテンポラリージャズチャートで3位、全米FMチャートで1位を記録。2000年、2001年米スムーズジャズ賞連続受賞の快挙を達成。
[Jump02](#) www.keikomatsui.com





[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