ストリーメディアブースター

Escape from no-killer contents world

キラーコンテンツ不在からの脱出

我彼の違いを認識せよ

アネハ：今回は「ストリーミングってそもそもなんなんだ？」ということについて考えてみませんか。単にストリーミングを技術面で定義するのは簡単なんですが、その技術を使ったさまざまなコンテンツも含めてすべて一語でくくってしまうことが、ユーザーだけでなくコンテンツ提供者の誤解を招いている一因じゃないかと思うんです。そうしたことをクリアにしつつ、ストリーミングにおいて求められるコンテンツとはなにかを探っていきたいなと。

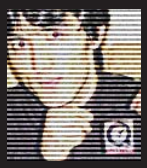
タケサト：たしかに“技術”と“コンテンツ”をまとめて語るのは、たとえば“電波”を使うからといってテレビとラジオと無線通信を一緒にするくらい乱暴な話ですよね。そこで、とりあえず現在“ストリーミング”という言葉でくくられている内容を右ページの表Aのように3つに分類してみました。

アネハ：配信や表現の話は単に“手法”の違いに過ぎないので、ここではおいといて、これらのコンテンツについて「ストリーミング」ならではの特徴が生かし切れているのかについてはキチンと検証したいですね。まず、この中で一番ストリーミングの特徴を出せそうに見えるのは、ネット放送局だと思いますが、いまいちブレイクしていない。その理由はなんでしょうね。

タケサト：たしかに大ブレイクはありませんが、そもそもストリーミングはテレビのようなマスをターゲットにしたメディアではないので、それとは分けて考えないといけません。一部の人だけにでも、すごく受けているならストリーミングとしては成功かもしれませんし。ただ、現状では、最初からテレビ的なマスを狙っているのにうまくいかないケースのほうが多いようですね。つまり、うまくいかない要因はストリーミングというメディアの特徴をうまく表現しきれていないからだと思います。

アネハ：本来はテレビのできないことをできるのがストリーミングの良いところなのに、テレビの代用品として捉えているところに、いろいろな問題や矛盾があると思います。見る側は当然しっかりしたコンテンツを見たい。となると、テレビの焼き直しや映画の予告編のように、テレビ局や制作会社が作り込んだ既存のテレビ的番組のほうが、安心して見られるのかもしれません。しかし、それをそのままストリーミングに持ち込んでも、テレビより画質も音質も悪いので同じ土俵では勝てるわけがない。もっとストリーミングならではの特性を活かさないとマズイですよね。

タケサト：昨今のいわゆる“ブロードバンドブーム”によって「これからはテレビではなくストリーミングだ！」という取り上げられ方をしたのも一因ですね。ストリーミングでありさえすればなんでもOK！との誤



Aneha Yasushi
アネハ ヤスシ
QuickTime 3ガイドブック著者。ストリーミングを推進するかと思えば、「QuickTimeはストリーミングより偉い」と言い出すなど、最近、言動が一致しないことが多い。常に旧型iBookを携帯し、体力づくりに励んでいる。前田日明崇拝者。

Hayashi Takesato
ハヤシ タケサト
7月まで教えていた鎌倉女学院の生徒のストリーミング作品が一般公開されます。ストリーミングをまったく知らなかった高校生20名が鎌倉をテーマに取り組みました。よかったらどうぞ。
www.kamajo.ac.jp

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

Aneha's Recomend
アネハノオススメ

ネット上でショートフィルムを募集し、公開するサイト。常に楽しいコンテンツをアップロードしている。ストリーミングとは何かを考えるため、あえてQuickTimeのダウンロードコンテンツを選んでみました。

The New Venue
Jump www.newvenue.com

解が実に多い。私が最近いいと思うのは「i-Radio」(次頁：B)というネットラジオです。これはパリに留学中の加藤紀子が自宅で録音しているトーク番組やCharaが好きな曲を紹介しながらトークする番組で、有名アーティストの曲も聴けるなど、ストリーミングならではのニッチ感とメジャー感のバランスが微妙に取れているんです。番組で流れた曲のCD情報がウェブで見られて、すぐにオンラインでタワーレコードから買えるという仕組みもよくできている。

アネハ：素材がメジャーでも、テレビやラジオと差別化する余地は十分にあるということですね。ただ「テレビでできないこと」だけをやるのでは、一部の人しか楽しめない、つまり多くの人にとってはつまんない番組になる危険があります。テレビ的な見せ方や楽しませ方と同時に、ストリーミングのニッチ感やお金をかけない日常感、手作り感を共存させることが大事ですね。

“未編集”の魅力を活かせ！

アネハ：ところで、先日のテロ事件では、もっとストリーミングが注目されるかと思ったのですが、CNNやABCをはじめ、どのテレビ局もずっと中継し続けていたこともあってインターネット自体あまり注目されなかったですね。

タケサト：あの時のテレビの情報量は圧倒的でした。事件直後にストリーミングだけで得られた情報というのは、僕の場合、定点のライブカメラ「TIMES SQUARE CAM」(次頁：C)で人があわただしく移動しているのが見えたことぐらいですね。

アネハ：テレビ局の編集力にはかなわないか。しかし、それは、逆に「編集されていない」ことがストリーミングの武器になり得るともいえないですか。テレビ局の編集が常に「真実」だとも限らないわけですし、「TIMES SQUARE CAM」のようなコンテンツのほうが真実という意味では近い気がします。また、こうした未編集コンテンツはテレビで放送しても支持が得られないですから、その意味でも“ストリーミングならでは”の特徴が活かせると思います。

タケサト：たしかに「編集」という誰かのフィルターをとおさない生の情報を見られるのは大きなメリットですね。事件直後にこのカメラを見ていたらサイレンの音まで聞こえてきて、テレビとは違う臨場感がありました。すべて未編集がいいとは思いませんが、ストリーミングは完全ノーカットがやりやすい「テレビとは異なる性質のメディア」であるとの認識は大切ですね。淡々と事実を映像や音声で伝える定点観測という分野はテレビとの差別化を図る1つの大きなヒントと言えそうです。

ダウンロードじゃいけないの？

アネハ：いま、世の中には「プロモーショ

●内容で分類	
既存コンテンツの再利用	テレビ番組や映画、音楽、ビデオパッケージなど、既存の作品の全部、または一部を再利用して配信する。
自主作品系	ビデオレターやホームビデオなどの個人作品や、自主制作映画、CG、音楽などをアーティスト自身が自己表現や宣伝の手段として活用。
ネット放送局	インターネット専用に新たに独自のコンテンツを作成して配信する。
教育系	企業や教育機関の通信教育、社内研修など、従来はビデオテープや放送が担っていた機能にインタラクティブ性を追加して進化したもの。
メディアライブラリー	さまざまな映像、音声のデータベース。
プロモーション系	CMや映画の予告編、ミュージッククリップなど、企業活動の宣伝手段の一環として配信。
会社広報	株主総会中継や、企業活動、採用活動の広報など、企業による投資家、一般消費者向けの広報番組を配信。

●配信方法で分類	
ライブ	ある決まった時間帯にコンテンツが生中継で配信される。
オンデマンド	いつでも好きなときにコンテンツを再生できる。

●インタラクティブ性で分類	
垂れ流し	コンテンツを選択したら、あとは一定のコンテンツが自動的に再生されるのみ。
インタラクティブ	再生中にキー入力やクリックをすることでなんらかの異なる反応を返す。

A

“ストリーミング”の分類

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

Animal Planet「panda video cam」
animal.discovery.com/cams/pandavidr.html

Takesato's Recomend
タケサトノオススメ
見たい時にパンダはそこに居ないかもしれないけれど、会えたときにデスクトップから小さな感動が生まれる。日本全国の動物園や水族館関係者の方々、一緒にストリーミング配信してみませんか？

ン系」の番組もかなり多いですよね。ストリーミングによるプロモーションの効果が果たしてどの程度なのかはともかく、本来の目的よりも単に「ストリーミングもやってます！」というアピールのほうが大きい気がします。まあ、それも立派なプロモーションなんですが……。

タケサト：難しいのは“ミドルバンド”な環境下ではユーザーへの負担も考えないといけないことです。たとえばビデオクリップの前後にCMを流す手法はネットの場合、ユーザーの負担があるのであまり何度も繰り返すと嫌われやすい。一方、映画の予告編を流すサイトなどはテレビや映画館のCMと違って、オンデマンドで何度も観られる点にメリットが感じられます。映画ファンに向けたプロモーションとしては成功していると思います。

アネハ：でも、「ストリーミングじゃなくダウンロードだったらもっといい」と思うことも多いですね。広帯域になればダウンロード時間も短くなるので、ストリーミングでなくてもストレスなく見られますから。再生時間の短いコンテンツをアドレスの変更やネットワーク障害などでも見られなくなる不確実なストリーミングにするのはナンセンスじゃないかと。

タケサト：私も本音を言えば予告編はダウンロードにしてほしいですね。手元にファイルがあったほうがうれしいですから。ただ、それによって著作権という新たな問題点がでてくる。今後、ファイルの著作権管理機構がしっかりすれば、主流はストリーミングではなくダウンロードに移行するかもしれません。あるいは急速に帯域が増えて“ミドルバンド”な状態が解消されれば、ストリーミングでもぜんぜん問題はないのですが……。いずれにしろ、当面はダウンロードとストリーミングはコンテンツの特性を理解して使い分けることがキーですね。

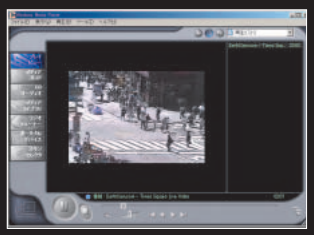
インタラクティブがウケないワケ

アネハ：いわゆる“インタラクティブなコンテンツ”とはなにかについても話したいですね。私自身も、「クリックすると開く、動く」という仕組みは面倒に感じています。インタラクティブな仕組みのなかで効果的にストリーミングを活用するのならいいのですが、現状では余計な手順を踏ませるだけのものが多い気がします。ちょっと飛躍しますが、DVDなどには物語のストーリーや視点を切り替えられるという「インタラクティブ」も存在しますよね。これは制作者側から見ると、アートが成立しにくくなる仕掛けだと思うんです。なかにはそれでもアートにしてしまうすごい人もいますが、私は基本的には「アート＝作者の押し付け」でいいと思っています。でも、ほしいものがアートではなく情報だとすると違ってきます。あら

B

i-Radio
www.i-radio.fm

C



TIMES SQUARE CAM
www.earthcam.com/usa/newyork/timessquare/

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

D

CNN
Jump www.cnn.com

E

アサヒコム
Jump www.asahi.com

ゆる角度からアクセスできたほうがいいはずです。そのために存在するインタラクティブなら大歓迎です。ところが現状では、逆に「インタラクティブな仕掛け」で自己主張しちゃって、情報にアクセスしにくいコンテンツがある。それは主張する部分が違うんじゃないかと思います。

タケサト：教育モノで指導が受けられるとか株主総会で質問をやりとりできるとか、“機能”を重視したコンテンツにはインタラクティブな仕組みは効果的ですね。また、たとえば映画の予告編なら映画の公式サイトだけでなく、サントラの視聴や購入ができるECサイトなどへもリンクを用意するとか、映画の詳細情報はデータベースから簡単に入手できるというような“横のつながり”を複数の専門サイトの連携によって提供するような方向も、今後のインタラクティブのありかたの1つだと思います。今後の展開が期待されるウェブサービスのように、ストリーミングサイトもメディアと情報やサービスを関連付けて、より便利なサービスを提供することが大事ですね。

カンファレンス系はキラーコンテンツ？

アネハ：ところで私、実は10月にアメリカで開催されるQuickTime Liveに行く予定だったのですが、例の同時テロ事件で延期になってしまいました（参：D、E、F）。

タケサト：9月のReal Conferenceは事件を考慮して「オンライン参加」ができたので、私は日本から会の模様を見ました。一部の例外はあったもののキーノートをはじめ、ほぼすべてのセッションが300kbpsのビデオで生中継されたうえ、メールやAOLメッセンジャーで質問できたのがよかったですね（参：G）。放送時間が日本の深夜だったので途中でバッファリングが起こらなかったのもラッキーでした。

アネハ：質問までできるなら文句ないですね。テロ事件後にオンラインカンファレンス関係の企業に注目が集まっているのも納得です。実は私はかねがね、こういったカンファレンスの中継こそがストリーミングのキラーコンテンツだと思っているんですよ。

タケサト：移動に時間をかけずにリアルタイムな情報を得られるのは大きな利点です。ただ、一部のセッションは急遽配信されなかったり、遅れたりしたので、パソコン前での時間の無駄はありましたが……。

アネハ：今後はそういったことの通知方法も含めて詰めていかないといけない時代になりそうですね。いずれにしても、特定の目的やニーズを持った人のための放送をワールドワイドに送るのに向いているメディアだということは確認できました。業界のイベントだけでなく宗教や趣味、政治、アダルトなどなど……考えればいろいろな可能性があるような気がします。

F

QuickTime Live!開催延期
Jump www.apple.co.jp/quicktimelive/

G

Real Conference 2001
Jump www.realconference2001.com

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

［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的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

Copyright © 1994-2007 Impress R&D, an Impress Group company. All rights reserved.