

K-tai Streaming is coming!?

携帯電話ストリーミングがやってくる!?

映画予告CMはアリか？

アネハ:これまで、この連載では「パソコンにおけるストリーミング」の話ばかりしてきましたが、われわれはもっと異なる端末にも広がりがあるからこそストリーミングというメディアに注目しているという部分があります。だから、以前も話したようなストリーミング専用再生機といったものにも興味を持っているワケです。

タケサト:去年、某社の専用再生機が販売停止になった際には時期尚早と言われましたが、ストリーミングというコンテンツが単にパソコン向けで終わるのか、それ以上のものなのかということは「メディア」として考えた場合、大きく異なります。昨年末からはFOMAのiモーション(A)、auともにMPEG-4による映像配信を開始しましたが、携帯電話についても忘れるわけにはいきません。そこで、今回は「携帯ストリー

ミングにはどんな可能性があるか」について語っていききたいと思います。

アネハ:さっそくauとFOMAの端末を使っている試してみたのですが、正直言って私は戸惑っています。現状のコンテンツはニュースや映画の記者発表会、映画の予告、CMといったものが多いのですが、「どうしてこれを携帯電話で見なきゃいけないの」と悩んでしまうものばかり……。

タケサト:私はコンテンツの種類としては「アリ」だと思います。映画館に行った時、すでに目的の映画が始まっていたら、隣の映画館で上映している映画の予告編を見に行くかどうかを考えるとといった使い方もできますし、単に電車の中や駅のホームで短いニュースを見るのもアリでしょう。あまり難しいことを考えずに、「ちょっとした空き時間にチラリと見る」という使い方には向いていると思います。

アネハ:なるほど……。私にはどうしても

「携帯 = 便利」でないという意味がないように思えるんですよ。だから「有用なコンテンツはないものか」と探してしまいます。

古いニュースなんか見たくない

タケサト:たしかにそれも1つの方向性ですが、予告編などは割と有用だと思いませんか。要はまだ仕組みとして生まれたばかりなので、提供する側が「どこでどう使うと便利」ということをイメージできていないだけでしょう。とはいうものの、コンテンツ自体に中途半端なものが多いのも事実です。せっかくリアルタイム性の高い携帯電話で見られるのに、携帯用のニュース映像は古いトピックばかりでタイムリーなものがまったくないのですから……。

アネハ:ニュースは特に更新が遅いですよね。駅の売店で「巨泉、辞任!」っていう新聞の見出しが目についたら、その場で大橋巨泉の会見を見たくなる。そこで見られ



Aneha Yasushi
アネハ ヤスシ

いい年をしてプログラミングの勉強など始めようとしてウキウキしている。今回は三日坊主になるかどうか……。技術が進化して入り口もいろいろあるのに、なぜ「C」から入ろうとしているか、自分でもよくわからない……。



Hayashi Takesato
ハヤシ タケサト

ちょっと前まで遅くにあったブロードバンドが急に身近な話になってうれしい反面、現状にとまどっていたり。そして、長い間取り組んできたSMILの書籍もいよいよクライマックスに突入。お楽しみに!

www.takesato.com/smil/

アナハ's Recommend アナハノオススメ

有線ブロードと楽天によるストリーミングサイト。単にメジャーなコンテンツを配信するだけでなく、バレンタイン企画として「愛のメッセージ」を流すサービスもある。ひよっとするとこの手のサービスはイケルかもしれない。



ShowTime(ショウタイム)
www.showtime.jp

ば「携帯らしい」と思います。家に帰ってテレビを見るまでのつなぎ的な役割としての需要はあると思います。1週間後じゃダメ。重要なのは更新頻度です。

タケサト: だから、コンテンツそのものがテレビと同じでもいいと思うんです。たとえば、テレビを見たくても仕事でなかなか見られない人はたくさんいるわけですから。画質、音質の悪さを補うだけの価値というのは、やはり重要です。そのためにも、少なくともニュース系ではリアルタイム性を大事にしないといけませんよね。

ヒントは「iエリア」

アナハ: では、エンターテインメントの分野について考えましょう。ここでも私は、「携帯電話でどこまで娯楽として楽しめるか」と素朴な疑問を持ってしまいます。

タケサト: いや、きちんとした品質であれば、私はアリだと思います。ただ、iモード

の場合、容量制限のため、どれも15秒程度で、しかも画質がお粗末なものが多い。これではエンターテインメントにはなりません。作る側の技術の問題という部分もかなりあるように見受けられました。

アナハ: たしかに画質や音質の問題も大きいでしょう。ただ、私としてはアイデアが品質を補ってしまえるようなコンテンツを期待しているんです。「画質は粗いけど、役に立ったな」というもの。もっと携帯電話ならではの機動力を生かしたアイデアに期待したいのです。

タケサト: たとえば、iモードには「iエリア」(B)という、基地局ごとに周辺の地域情報を提供するサービスがあります。どこに行っても、その地域の情報がすぐに手に入るわけです。そこから「ぐるなび」や「シネマぴあ」、天気予報や交通情報などで、より詳細な情報を調べることができます。映像とこうしたコンテンツをうまく組み合わせれ

ば、「携帯ならではの」情報を提供できると思います。

アナハ: そういった地域情報は非常に有効ですね。たとえば、道案内でも普通の地図じゃなくて、実際の目線で目的地まで行けるようなムービーを用意する。これは携帯ストリーミングならではのものです。静止画でもいいのかもしれませんが……。

タケサト: 下手に粗いムービーを見せるくらいなら、静止画のライドショーでもいいと思いますよ。それでも十分に役立ちますから。要はテキストだけでは表現できない何かをきちんと取り込むことが重要なのだと思います。

発信ツールとしての携帯

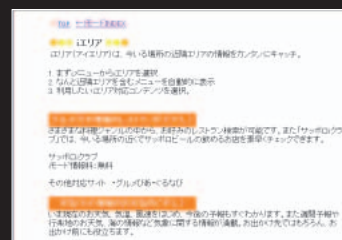
アナハ: それから、携帯電話の利点の1つに「すぐに発信できるツールだ」ということがあります。現状のコンテンツにはあまりソソられないんですが、発信ツール

A



iモードコンテンツ例
www.nttdocomo.co.jp/p_s/imode/im/contents/

B



iエリアサービスの概要
www.nttdocomo.co.jp/mc-user/i/iaarea.html



TV@nifty:CM探偵倶楽部
<http://nifty.tv.nifty.com/cm/>

Takesato's Recommend
タケサトノオススメ
 やっぱりCMギャラリーを見るなら料金を気にしないでいつなぎっ放しのパソコンで。権利関係で掲載期間が限定されたり、差し替えられたりするかもしれないけれど、気兼ねなく何度でも見られるのがいい。あなどれない「ローカルCM自慢」は今後が楽しみ。

としてはソソられます。テレビ電話、もしくは一対一ではないコミュニケーションを生み出すことも可能だと思うのです。

タケサト: 以前もここでとりあげたように、一般ユーザーが撮影したムービーをアップロードしてストリーミングするというサービスは存在します。それを携帯電話で送れるようになったらスゴいですね。日常持ち歩く機器で、普通の人々がスクープを撮影することになるかもしれません。

アネハ: たとえば埋もれてしまいそうな小さな事件を投稿できるページがあって、それを地域ごとに見られるとしたら、ニュースとしてもコミュニティとしてもおもしろいですよね。携帯電話を持っていればだれもがレポーターになれるわけです。旅行に行った先の景色をその場から知人にストリーミング配信するというのも悪くない。写メール(C)の延長線上ですね。

タケサト: 携帯電話ならパソコンのように複

雑でないの、誰でも簡単に映像コミュニケーションが実現できそうです。

携帯CDNに注目

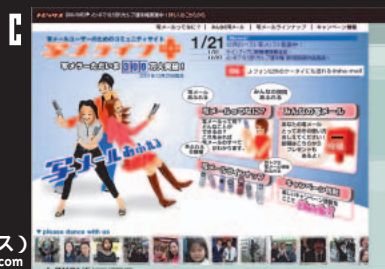
アネハ: とここで、年末にデジコン(株)が行ったFOMAの配信実験デモ(D)は興味深かったですね。パケットではなく「ユーザーが携帯電話からある番号にかけると、人気バンドのライブがストリーミングで見られる」という64kbpsの回線交換を利用した配信システムでした。この場合、接続できるユーザー数は電話の回線数しかありませんが、予想外のアクセスは起こらないので、帯域保証できるうに課金もできるというメリットがある。画質も音質も思いのほかキレイで、動きもなめらかでした。インターネットではありませんが、一種のCDNといえるかもしれません。

タケサト: URLを打ち込む必要がないので、ユーザーインターフェイスの面から見

ても優れています。これならだれでも容易に使える。携帯ストリーミングにおける1つの理想的な方法かもしれませんね。

アネハ: 「このサービスにだったらお金を払ってもいいかな」と思いました。

タケサト: 重要ですね。CMだけで200円も取られたり、せっかくお金と時間をかけてダウンロードしたのに再生回数の制限があったりするのでは納得できません。また、単にパソコン用のコンテンツを焼き直しただけでは携帯ユーザーの心は掴めない。「ユーザーがどう使うか」を具体的に絞り込んでイメージする必要があります。先程のiエリアのように地域という観点で絞り込むのも1つのアイデアです。画像については、小さい画面で見られることについてイメージしなければならない。「小さいから粗くてもいい」という妥協はダメです。もう少し「使っている自分」をイメージしてコンテンツを作ってほしいものです。



写メライフ+(プラス)
www.shi-mail.com



デジコン(株)が行ったFOMAのライブ配信実験デモ画面

BOOSTING PERSON

パケットビデオ・ジャパン株式会社

プレジデント 齋藤忠久

www.packetvideo.co.jp

モバイル動画の2つの可能性

携帯電話やPDAなどで使われるワイヤレスストリーミングの世界。これまでは未来の物語のように語られていたことが昨年から実用サービスとして一般に提供されはじめている。1998年の設立以来、一貫してモバイル環境でのMPEG-4によるストリーミングに注目し、開発を行ってきたパケットビデオの社長に、このモバイル向け動画コンテンツのありかたについて話を聞いた。

「モバイル環境での動画の使われ方は大きく2つに分類できます。1つは“動画そのものに価値があるもの”で、ライブのように動画を見ること自体が目的となります。2つ目の用途は動画自体に意味があるのではなく“動画を使うことによって、さらに付加価値の高いサービスを提供できるもの”です。単に映画の予告編を見せるのも、モバイルならではの特徴である“どこでも、いつでも、だれとでも”という条件を満たしている情報と連携させたほうが望ましいというわけです。たとえば、映画の予告編と携帯電話の位置情報をマイクロペイメント(課金)アプリケーションと結び付けます。すると映画を見たいと

思ったら、まず携帯電話で予告編を見て、おもしろいと思ったら、次に映画館を検索します。すでに携帯電話に位置情報があるので、近くの映画館が自動的にリストアップされるし、何時からやっているのかといったことや混み具合もわかります。もちろん、その場で指定席を予約することもできます。そういう使い方ができるようなプラットフォームを私たちは提供したいと考えています」

なるほど、現状のサービスでは動画を有効に活用した例は少ないが、単に動画を取り入れるだけではなく、そのほかの情報と如何に組み合わせるかが重要になるというわけだ。すでに実際のビジネスとして運用できるシステムは用意されているから、あとはコンテンツプロバイダーが実際のサービスを“いつ始めるか”にかかっているようだ。

ケータイセキュリティー

「いっぽう、“携帯電話ならではの動画コンテンツ”を考えた場合、正直なところ多くのものがPCやテレビでもいいのではと思ってしまいが、その点はどうだろうか。

「ブロードバンド環境なら、大画面の映像や高音質なサウンドを提供することもできま

すが、必ずしも携帯で同じものを提供する必要はありません。携帯で見るべき理由、つまりそのサービスを使いたいと思う付加価値を提供できれば、質はそれほど重要ではありません。携帯電話ならではの価値があればユーザーは対価を支払います。たとえばセキュリティーなどの用途はその1つの例です。ある区域に人が入るとフラグがあがって携帯電話に連絡するようなシステムを組み、これまでならば警備員などが絶えずモニターの前に座って監視しなければならなかったものが、外部にいてもすぐに対応できるようになるとか、帰宅時に家の前に不審者がいないかどうかを携帯電話から定点カメラでチェックできるようなサービスがあれば便利です。すでに、日本以外の国でもワイヤレスストリーミングの技術的な話そのものについては関心度は下がってます。それよりも、その技術を使って何ができるのかという提案の段階に興味は移っていますね」

ハードウェアやインフラを考えると、ワイヤレスストリーミングが“手軽に使えるサービス”になるまでにはまだ時間がかかるように思えるが、ビジネス面での用途にはかなりの可能性が眠っているようだ。(タケサト)



携帯ストリーミングには
映像と情報のリンクが不可欠

Photo: Watari Tokuhiro



[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