

ブロードバンドとクラブイベントが合体 @NetHOMEのCEP TVに突破口を見た

倉園佳三(本誌編集長)

クラブイベントをブロードバンド配信

8月8日、ケーブルテレビ局を対象にブロードバンド接続サービスを提供する@NetHOMEが、ブロードバンドとクラブイベントの融合プロジェクト「CEP TV」を開始した。中目黒GTホールや渋谷SECOBARを中心に開催するリアルイベントを30分から1時間のテレビ番組やラジオ番組に編集し、バーチャルクラブとして@NetHOMEの会員向けサイトで公開する。7月から10月まで招待者限定のトライアルイベントを行い、そのフィードバックをもとに10月から本格始動する予定だ。

イベントの内容は2つのジャンルに分かれている。ハウス、ニュージャズを中心にクラブイベントの未来形を模索する「Nuphoria」と、ラテン系音楽プロデューサーDJ LAVAがプロデュースし、サルサ、ボサノバ、ジャズ、アフロキューバンを中心とする「Sonophoria」だ。どちらも音楽、映像、ファッション、アート、スポーツなど、さまざまな要素が混ざり合った「クラブコンプレックス」がテーマだ。

上質の音楽が聴ける無国籍空間

さっそく、8月17日に渋谷のSECOBARで開かれたNuphoriaを体験してみた。ランブデザイナーのTastuya Nakamuraが



8月17日に渋谷のSECOBARで開催されたNuphoria。
@NetHOME会員向けに8月23日より公開される予定。

創り出す光と、VJのMASAによる映像とが混ざり合っ、会場に入った瞬間から何かが起こりそうな予感がする。客層は大人が中心。日本人と外国人が半々で、ニューヨークのクラブに似た気分を楽しめる。この日登場した6人のDJも外国人が多く、かける音楽もまさに無国籍。11時過ぎに、最初のライブ演奏が始まった。元オーケストラデラルス、現在は熱帯JAZZ楽団で活動するKosmas Kapitzaのコンガと、CEP TVのエグゼクティブプロデューサーでもあるタケナカテイイチ氏のオルガンによるユニットだ。民族的なコンガのビートにジャズフレーバーたっぷりのハモンドオルガンが乗る。質の高い演奏をバックに、PONZIがライブペインティングを仕上げていく。Nuphoriaが目指す「クラブイベントの未来形」にふさわしいパフォーマンスだった。

マスメディアに対抗する意味で、音楽ならインディーズにスポットがあたることが多い。しかし、日本ではメジャーの二軍的なイメージを脱していないため「ブロードバンドでインディーズロックを配信」と言われても、またかと思ってしまう。CEP TVのリリースを見たときも同様の懸念があった。しかし、Nuphoriaで出会ったアーティストたちは明らかにマスと一線を画しながら、間違いなく一流だった。

日本初のキラーコンテンツ登場か

BMG、MTVなどのメジャーで音楽プロデューサーを務めたこともあるCEP TVのタケナカ氏は、プロジェクトの目的を「新しい音楽メディアを創り出すこと」と語る。

「現在の音楽産業は、マスメディアであり、パッケージを売るビジネス。ティーンエイジャーの“仲間と同じものを持ちたい”という意識から広がる。10代の好みに合

わないものは扱えない。しかし、世界中には多様な音楽があり、そのファンは確実に増えている。CEP TVは25歳から40代までの大人、それもマスではなく5万人から10万人をターゲットにする」

より具体的には、2つのことを実現させたいと言う。1つはリアルなイベントによってクリエイターの草の根的なネットワークを創ること。もう1つはクラブなどのアンダーグラウンドに転がる音楽の卵をブロードバンドでふ化させることだ。

「成功するブロードバンドコンテンツとは」と聞かれるたびに、私は次の条件を挙げてきた。マスメディアでは見られない、かつ上質のコンテンツ。特定のユーザーが熱狂的に支持するコンテンツ。広告モデルではなくユーザーから金を取るモデル。タニマチ的に番組を支えてくれるコミュニティー。グローバルな展開。そして最後に、数千人、数万人のユーザーでも利益を出せるように、低予算で制作できるコンテンツであることだ。

CEP TVがコンセプトどおりに進むならば、いつかこれらの条件をすべて満たしてしまうのではないか。特に、リアルイベントに重きを置いている点が秀逸だ。クラブの空間は、金を取れる機会でもあり、のコミュニティーを育む場所でもあるからだ。もちろん、課題も少なくない。先進的な試みにどれだけ大人がついてくるか、サイトで公開した番組でリアルイベントの迫力を伝えられるか、@NetHOMEの会員獲得にどれだけ貢献するか。しかし、10代の音楽ばかりの日本で、大人のためのとんがった音楽がインキュベートされるとしたら、これほど楽しみなことはない。その瞬間を確認するためにも、時間がある限りCEP TVに足を運ぶつもりだ。

バーチャルな世界と現実が緑に包まれる日 オンラインゲームは世界に自然を取り戻すか

西田隆一(本誌デスク)

国際NGOのバックアップで実現

オンラインゲームをプレイすることで地球上のどこかに静かな森林が戻るかもしれない。ファッションブルな若者たちで賑わう神宮前にオフィスを構えるゲームクリエイター集団「フォトン」は、オンラインゲームを通じて環境問題に取り組むプロジェクトを始動させた。

『リズムフォレスト』と名づけられたプロジェクトは同名のゲームを中心に活動が展開される。このゲームではログインしたユーザー同士が音楽を奏でると、プレイ中のゲーム空間に樹が生えて育っていくというシミュレーションが実現される。ゲームをプレイする世界中のユーザーは互いにコミュニケーションをとることで、ゲーム空間の中で植林活動を体験するという仕掛けになっている(右下画像2点がゲームの画面)。そしてもっとも重要なのは、このゲームから得られた収益が実際に植林活動の資金として寄付され、現実の世界でも樹が植えられていくことだ。つまり、ユーザーはバーチャルな体験を通じて世界各地に森林を取り戻す手助けをすることになる。

実を言うとこの活動を全面的にバックアップしているのが、国連のカテゴリー1に属し、世界各地で植林活動を行う国際NGO「オイスカ・インターナショナル」(以下、OISCA)である。ゲーム収益はOISCAに寄付されてさまざまな場所の植林活動に充てられる。そもそもフォトンの生い立ちもOISCAに関係しているのだと言う。

「僕らがフォトン設立したのは、“戦わない殺さないゲーム『HIKARI』”を作るためです。“殺す”行為や“戦う”行為はゲームで普通になされていますが、子どもたちのリアリティーはゲームから入ってきています。少年犯罪がゲーム体験が原

因だと言われることもあるように、ゲームの体験による影響は子どもにとって大きいんですね。だから、もっと違った形で体験を与えられるようなゲームを作りたかったのです。このメッセージに賛同していただいて会社を設立する際に出資をしてくれたのが、OISCAの設立からの顧問を務める奈良毅さん(現株式会社フォトン会長)なのです(株式会社フォトン代表取締役 渡邊英徳氏)

SIGGRAPHでも高い評価を得る

彼らの思想には、ゲームを単純なエンターテインメントとして捉えずに、現実世界を映すもう1つの世界として捉える傾向がある。たとえば、リズムフォレストの基となった『リズムエンジン』(本誌2002年7月号CD-ROM収録)はゲーム空間で時空を超えてほかのユーザーと音楽を奏であう、言葉を使わない「コミュニケーション」が主題となっている。ゲームというよりもアートとしての評価が高かったが、これに植林のアイデアとゲーム性を足したのがリズムフォレストになる。

「リズムフォレストではユーザーは誰と音楽のセッションをしたかがわかるようになり、セッションをした相手にセッションをした内容の評価を与えることができます。た

だ、この評価も点数で表すような競争優位をあおるものにはしたくないのです。音楽を使っているのも、殺したり戦ったりするのは違ってさまざまな文化を持つ人々とコミュニケーションをとることで、ほかの楽しみを広げていってほしいからです(同社アートディレクター 浅田真理氏)

またサウンドデザインを担当する同社デザイナーの川上英伸氏も「コミュニケーションのとり方は人によってさまざま。ユーザーによっておのおのが違う楽しみ方ができるようなゲームにしたい」と語る。

リズムフォレストは7月に米国のサンアントニオで開催されたコンピュータグラフィックスとインタラクティブ技術の祭典「SIGGRAPH」で発表し、大きな評価を得たと言う。まだ詳細は発表されていないが、プロバイダーとの提携も進められており、このゲームをプレイできる日は近そうだ。

リズムフォレスト
Jump www.photon01.co.jp/reg/forest/



写真左下はフォトンのメンバー(左から川上氏、浅田氏、渡邊氏)。オフィスの中は緑に囲まれていた。

EDITOR'S
EYE
03

9月からスタートするBBケーブルTVに見る ブロードバンド時代の「通信」と「放送」

三柳英樹(本誌デスク)

ADSLを使った「ケーブルテレビ」

ソフトバンクグループのクラブビットは7月24日、同社の100%子会社であるビー・ビー・ケーブル(以下BBケーブル)が、総務省に提出していた電気通信役務利用放送法に基づく有線放送事業者としての登録を完了したことを発表した。また、9月からYahoo! BBのユーザーを対象に、有線放送サービス「BBケーブルTV」(仮称)を提供することも合わせて発表した。少々わかりにくい話だが、簡単に言えばADSLであるYahoo! BBの回線を使って、ユーザーにケーブルテレビと同様に放送サービスを提供しようというものだ。

予定されているサービスは、13チャンネルの番組がセットトップボックス(STB)につないだ普通のテレビで見られるもので、契約料は1万円、利用料は月額2,500円となっている。また、こうした放送に加えて、ビデオオンデマンド型のコンテンツ配信サービスも提供するという。サービスエリアは9月の段階では東京23区内のみだが、12月からはさいたま市、千葉市、横浜市、2003年3月からは札幌市、名古屋、京都市、大阪市、神戸市、福岡市へとエリアを拡大していく予定となっている。各チャンネルの構成、放送される番組内容や、放送の画質やビットレートといった、サービスの詳

細については現在のところ明らかにされていない。

申請の理由は「広帯域」だから？

Yahoo! BBのユーザーであれば、その回線で放送も楽しめる。ユーザーにとっては実に楽しいサービスだが、このニュースには1つ疑問点がある。BBケーブルは、なぜ有線放送事業者としての登録が必要だったのだろうか。こうした形のサービスは、決してBBケーブルが初めてではない。STBで家庭用テレビにストリーミング配信をするという形は、たとえばNTT-MEの「WAKWAKステーション」のような製品として以前から存在している。この種のサービス事業者が、前述のような申請をしたという話も聞いたことがない。

登録の真意を同社に尋ねてみたところ、登録申請を行ったのは、1つには放送事業者として登録されたことで、放送事業者としての信用が得られること。そしてもう1つは、提供するサービスが「申請が必要なサービス」と判断したため、という回答が得られた。この「申請が必要なサービス」の意味はおそらく、同社の放送サービスがかなり広帯域なものであることを意味していると思われる。というのも、電気通信役務利用放送法の施行規則によると「伝

送速度が4Mbps以下の放送」の場合には、この法律の適用外とされているからだ。

依然として残る「通信」と「放送」

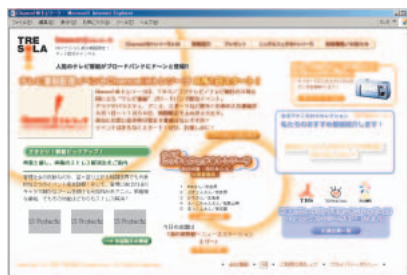
電気通信役務利用放送法は、通信衛星や光ファイバーといった「通信」回線を使って、放送サービスを行う事業者のための規則などを定めたものだ。以前から言われている、通信と放送が融合した形のサービスを想定した法律だと捉えることもできるが、逆に言えば今回のBBケーブルのように、4Mbps以上のストリーミングを行いたいとなると、この法律に基づいて「放送事業者」として登録申請をしなくてはならない、という法解釈も成り立つ。むしろ、放送や通信といった既存の概念が残っていることのほうに疑問を感じてしまう。

TBS、フジテレビ、テレビ朝日という東京キー局の民放3社によって設立された「トレソラ」も、この9月から各社が過去に放送したテレビ番組を配信するサービス「Chance!@トレソラ」を開始する予定だ。毎週50~60本のコンテンツ、しかも過去にテレビ局で放送されたコンテンツを配信するサービスだ。しかし、このサービスの帯域は500kbps程度だから「放送」にはあたらない、という解釈になってしまうのだろうか。ADSLの通信速度は最大12Mbpsにまで上昇した。FTTHサービスであればさらに広帯域が必要なコンテンツでも、問題なく配信できるだろう。こうした状況において、果たして放送と通信を区別することに意味はあるのだろうか。

ADSLで広帯域の放送サービスはどこまで可能なのか。4Mbps以上のコンテンツ配信には総務省への登録が必要なのか。どちらの意味でも今後とても興味深いニュースだ。



ADSLを使った「放送サービス」が始まる。
www.clubbits.co.jp



放送局の側もコンテンツ配信に積極的だ。
www.tresola.com

EDITOR'S
EYE
04

Napster後遺症?! 過度な喧伝が本来の輝きを曇らせる P2Pに見る“つながり”を欲する動機の根

藤井貴志(本誌副編集長)

P2Pの本質を覆う市場の声

NTT東日本は7月31日、コンテンツの流通にP2Pの仕組みを使ったパーソナルポータルプラットフォーム(仮称)を発表、アリエル・ネットワークは8月19日、P2Pグループウェア「Ariel AirOne」の版を公開した。さらに、不要になった本をP2Pで共有できるboohoowoo.comなるサービスも登場した(有限会社バイオス、7月15日)。このように新製品や新サービスが続々と登場しているP2Pに関して、最近の出来事をまとめながら考えてみたい。

P2Pの本質は「インターネット上でいかに適切なノードを見つけるか」、つまりモデルウェアに組み込まれた(Peerを探するための)Discovery Protocolにある。ところが1999年1月に登場したファイル共有サービス「Napster」が、こうしたP2Pの技術オリエンテッドな側面を包蔵してしまう。

いまだに付きまとう負のイメージに対する危機感から、P2P業界ではコストダウンや不可分散といった御利益を過剰に声高に謳う傾向があるように見える。確かにデータとしてはよくできているものばかりだ。一例を挙げると、NapsterのシステムをP2Pではなくクライアント/サーバー型のシステムで構築していたら、回線コストやハードウェア代などを含めて13兆円(!)以上の費用がかかるという試算がある。「それはすごい」と思う人もいるだろうが、P2Pでないナップスターが13兆円もの管理コストを要する規模のサービスにはなるはずもなく、結局はマーケティングやアナリストらによる“理屈のあとづけ”という印象を受ける。一方、「P2Pこそ究極の個人メディアだ」「Power-To-The-Peopleの時代」といった論調も、大上段に構え過ぎた理屈でしかなく、P2Pに参加する企業やユーザ

のモチベーションを的確に突いたものではない。もっとほかにアナリストやマーケティングからの理屈を超えた「何か」がある気がしてならない。

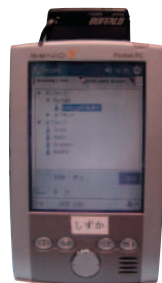
つながりを欲する「人間のPeer」

7月に出た糸井重里氏の新著『海馬』(池谷裕二氏との共著)を読んだ。「脳」という言葉に象徴されるように、コンピュータやコンピュータネットワークは人間の頭脳や体にたとえられることが多い。インターネットと同じように生き物の脳も、神経細胞同士つながり、連絡を取り合うことでネットワーク(神経回路)を作っている。

Peerにあたる個々の細胞が記録できるデータ容量は驚くほど小さく、細胞同士が互いに結び付きネットワークを密にすることでそれをカバーしあっているという。結び付くにあたっては、1000億個にもものぼる神経細胞の中から「適切な相手」を見付けなければならない。つながる相手を間違えたら脳の神経回路が機能しなくなるばかりか、神経回路を作り損じた神経細胞自身も死んでしまう。このような細胞死は「アポトーシス」と呼ばれている。コミュニケーションの相手を間違えたら「ジ・エンド」なのが、人間の脳のすごいところだ。

理屈も欲望もない意思の存在

このように、つながりを求める理屈を超えた動機付けは確かに存在する。そこには何の思惑もない。まして欲求にまかせて行動しているわけでもない。もっともっと深いところ、人間の意識などが到底およびないDNAの意思である。ここにP2Pのレトリックの一端があるかもしれないなどと考えていた矢先、東京ビッグサイトで開催



ネットイヤーグループのP2P型インスタントメッセンジャーのデモ(上)、手持ちの書籍の情報をやり取りする「boohoowoo.com」(下)

されていた「ワイヤレスジャパン」に足を運んだ。編集部が校了期にあたる時期は取材とはいえ長時間編集部を留守にするのはリスクが高い。それでも行くと決めた理由は、ネットイヤーグループが開発したPDA(PocketPC)を使ったP2Pのインスタントメッセンジャーを見ることもあるが、何といても同社P2P事業部の川崎裕一氏(P2Pコミュニティー「Jnutella.org」ファウンダー)から届いた以下の潔い私信だ。

「まだまだ利用用途も現実から遠くて、ビジネスモデルも荒い(ない……)なのですが、～(以下略)」

マーケティング担当者なら口が裂けても言えない台詞だ。これが理屈を超えた心底からの一言のかどうか確かめる術はないが、少なくとも「これによって通信コストが削減できます」などと言われていたら、決してビッグサイトまで足を運ばなかっただろう。



[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