



特集

ポッドキャスト

クリエイター必見、マスコミ注視！
人類が手にするまったく新しいメディア

去年から、米国で話題になっていたポッドキャストが日本にも上陸を始めた。アップル社の発表によるとiTunes Music Storeへの登録はすでに15000タイトルを超え、週に1000タイトルの勢いで増殖中であり、7月にサービスインしたニフティでも予想を大幅に超えるコンテンツが集まってきているとのことだ。ここでは、ポッドキャスト発祥の地である米国事情を概観し、火がついた国内の最新動向取材した。新しいメディアが誕生しようとしている現場を見ていただきたい。

【  】 外村 仁、林 信行、大河原 克行、佐藤 真治、木ノ川 義英、レッドクルーズ、インターネットマガジン編集部

C O N T E N T S

34 ポッドキャストとは ~ iPod + Broadcasting ~

36 誕生物語 ~ 米国業界事情 ~

42 国内事情 ~ iTunes Music Store 前夜

47 国内事情 ~ 課題を残しつつ急速に普及
column iTunes + iPod はポッドキャストの夢を見るか

54 今後の可能性 ~ 人類が手にするまったく新しいメディア ~

56 ポッドキャストコンテンツの提供の仕方
column 技術から読み解くポッドキャストの本質

ポッドキャストとは ～ iPod + Broadcasting ～

編集部

ポッドキャストとは、「iPod」と「Broadcasting」を組み合わせた言葉で、一言でいうとiPodに対してインターネット経由でコンテンツ(音声ファイル)を提供する仕組みだ。クリエイターによる制作/配信からリスナーによる受信/視聴までが、驚くほど簡単に実現された仕組みである。

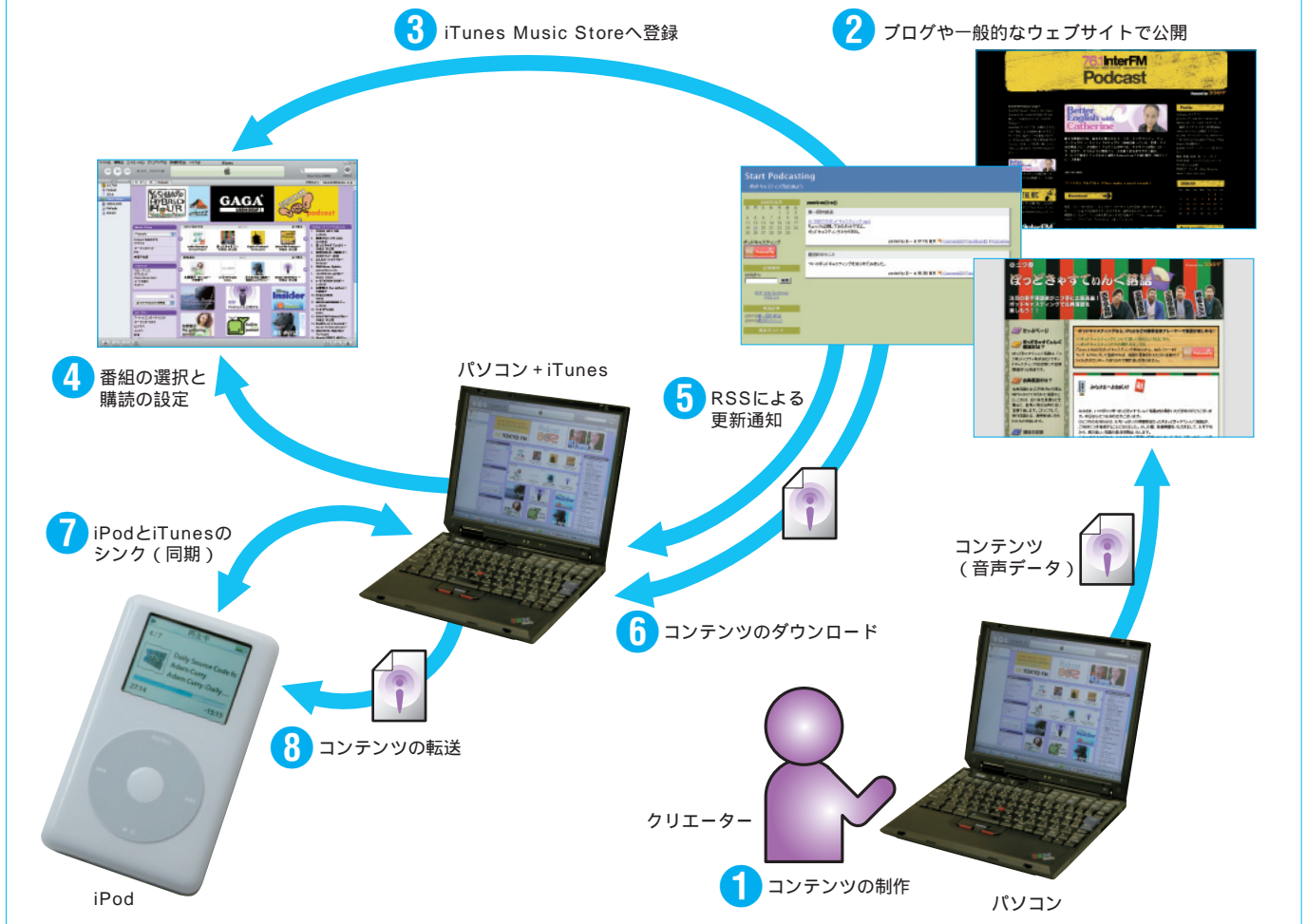
現在、名前の由来にもなったiPodと管理ソフト

ウェアのiTunesとの組み合わせがポピュラーな環境だ。ここでは、iPodとiTunesを使ったポッドキャストコンテンツの聴き方を解説する。

また、iTunes以外のソフトも数多くあり、それぞれ独自の機能や特徴を持つ(表1)。iPod以外のプレーヤーとなら、むしろ使いやすいかもれない。興味を持ったなら試してみてほしい。

ポッドキャストの仕組み

ポッドキャストでコンテンツが配信/受信される仕組みは、それほど複雑なものではない。しかし、各技術や仕掛けの組み合わせ方が非常に巧みで、インターネットの上で、コンテンツの発信者から受信者までが1本のラインで結ばれている。



ポッドキャストコンテンツの聴き方

1 <http://www.apple.com/jp/itunes/>
iTunesをiPodの付属CDまたはアップルのウェブサイトから入手してインストールする。

2 iTunesのソース一覧から「Music Store」を選ぶ。Music Storeが表示されたら、画面左側にあるジャンルから Podcasts をクリックする。

3 ポッドキャストディレクトリには「スタッフおすすめ」「新着追加」「Today'sトップ Podcasts」などのメニューがあるので、その中から聴きたいものを選ぶ。

4 どれかコンテンツを選べると、その番組ページが表示される。ここで、リストにあるエピソードを試聴できる。ポッドキャストとして購読するには、「登録」ボタンをクリックする。

5 ポッドキャスト購読の確認ダイアログが表示されるので、「購読」ボタンをクリックする。

6 コンテンツがiTunesの「Podcast」ソースに追加され、データ(エピソード)がダウンロードされる。

7 iTunesでエピソード更新のタイミングやどのようにダウンロードしてデータを蓄積するか設定できる。

8 iTunesとiPodのシンク(同期)を行うと、設定に従ってポッドキャストのコンテンツがiPodに転送される。

9 iPodをパソコンと接続して、コンテンツの転送を設定する。選択したものだけや未読のもの、最新のものなどに限定することも可能。

10 iPodとiTunesを定期的にシンクすることで、iTunesにダウンロードされたコンテンツが設定に従って追加更新される。

11 iTunesポッドキャストディレクトリに含まれていないものでも、RSSをiTunesに追加することで購読ができる(RSSファイルへのリンクをドラッグ&ドロップするだけでOK)。

表1 iTunes以外のポッドカスティング対応ソフト(アグリゲーター)

名前	概要	対応OS	価格	URL
doppler	プレビューで購読前に最新の番組をダウンロードして聴くことができる。	Win	フリー	http://www.blogcasting.jp/alligator/
iPodder	最小限の機能に絞ったツール。主要番組をディレクトリで表示。再生や転送機能はないが、ダウンロードしたファイルをiTunes、Windows Media Playerに登録して再生する。	Win/Mac	フリー	http://www.ipodder.org/
iPodderX	iPodderの機能拡張版。30日無料体験版。ウィンドウズ版はベータ版。	Mac/Win	24.95ドル/ 12.47ドル	http://ipodderx.com/
mypop	ニュース、ブログなどの更新情報をポップアップで通知する情報配信ツール。新たにポッドカスティングにも対応。	Win	フリー	http://www.mypop.jp/
NewsFAN	株式会社マキエンタープライズの国産シェアウェアソフト。日本語対応。3,990円(税込)1ユーザーから。14日間無料。Mac OS X用のRSSニュースリーダー。ポッドカスティングはもちろん、RSSとウェブビューブラウザー機能、翻訳、プレビュー、テキストの音声変換(英語のみ)ほか多彩な機能を持つ。	Mac	3,990円	http://www.makie.com/
PlayPod	IGG Softwareのシェアウェアソフト。16.99ドル。ダウンロードしたファイルをiTunesに自動登録、テキスト音声変換、プレビュー、スケジュール機能などを持つ。	Mac	16.99ドル	http://www.iggsoftware.com/
PodCast 野郎	RSSリーダーと音声ダウンロードの基本機能。更新状況に応じて音声ファイルをダウンロードしてiTunesプレイリストに登録。番組を選択してダウンロードできず、更新された番組を自動的にダウンロードする。	Win	フリー	http://buin2gou.nyaa.co.uk/
アグリゲーター	番組収集から音声の再生まで対応。MP3、MOV、MP4、WMA、WMVファイルをRSSフィードから受信・再生可能など。現在はベータ版。	Win/Mac	フリー	http://www.blogcasting.jp/alligator/

誕生物語 ～ 米国業界事情 ～

外村 仁

ポッドキャストのクライアントツールを「アグリゲーター」と呼ぶ。「情報を収集する」という意味からきており、特に最近ではRSSリーダーのことをこう呼ぶ。

ポッドキャスト黎明期

2005年6月28日、米アップルコンピュータはiTunes 4.9を発表した。この日は、世界のデジタル音楽市場をリードするiTunesアプリケーションが、ついにポッドキャストに正式に対応した日でもあった。それまで一部のマニアのものだったポッドキャストは、この瞬間から一気にメインストリームへと躍り出た。

ポッドキャストの誕生は、MTVのビデオキャスターだったアダム・カーリー氏とRSSの生みの親であるデブ・ワイナー氏の出会いから始まる。

米国生まれで欧州育ちのカーリー氏は、1987年から1994年まで米国の若者向け音楽番組MTVでビデオジョッキーを務めた人物であり、その後いくつかのインターネット関連の企業の設立にも携わった。ワイナー氏との出会いのあと、カーリー氏はiPodder.org(図1)を開始し、ポッドキャストコミュニティ形成のために奔走している。

彼は、まったくのプログラム未経験者ながら、iPodderと呼ばれる最初のアグリゲーターソフトやポッドキャスト用のディレクトリーシステムなど、ポッドキャストの配信と受信に必要なインフラを自ら開発した(本人の弁によれば、AppleScriptを学ぶことから始めたそうだ)。さらに、その開発の一部始終はポッドキャストで配信された。それが、現在も配信が続いていて、おそらく業界で最も有名なポッドキャスト「Daily Source Code」の名前の由来である。

その後2004年8月に、ニュースサイトthe INQUIRERがカーリー氏の活動を報道すると、比較的少数ではあったものの、ポッドキャストの配信に挑戦する人間が現れ始めた。例えば、米ウィスコンシン州に住む若い夫婦が始めたThe Dawn and Drew Showは、あっという間に世界

中にリスナーを得たうえ、今年5月にはスポンサーまで付くことになった。大人向けとはいえ、内容はたわいもない夫婦の日常会話が主の番組だが、歯に衣を着せない普段着の会話が多くのリスナーの心を惹きつけたといえる。

また、IT業界の有名人のインタビューやスピーチをまとめたIT Conversations(図2)も早くから多くのIT業界人に注目されている。アップルの共同創業者であるスティーブ・ウォズニアク氏のスピーチをはじめ、多くの著名人のインタビューや主要なITイベントでの講演、パネルディスカッションの様子などを録音して配信し続けているチャンネルだ。また、ポッドキャストがiPodにかかわったアイデアということで、アップルの最新動向を報道するThe MacCastやInside Mac Radioもその列に加わった。

大企業も徐々に対応を開始

このポッドキャストという新しい流行に素早く反応したのは、意外にも大企業であった。従来はラジオ放送局の顧客であった企業が、ポッドキャストを使って自らのメッセージを顧客に伝えようというのである。今年2月、米国3大自動車メーカーの1つであるゼネラル・モーターズは、すでに運用中であった企業ブログFastLaneのサイトを使ってポッドキャストの開始を発表した。このブログは同社の重役会メンバーを含む幹部が、製品やサービス、そして会社の方針などについて投稿することで、顧客との直接的な対話を行おうとしたものだった。そこでポッドキャストを使って会社の経営を支える人々が自らの肉声で語りかけることで、その対話をさらにパーソナルなものにしたいということだ。また、濃い対話を確立することで、マーケティングには欠かせな



図1 iPodder.org。見た目はシンプルだが、ポッドキャストコンテンツのディレクトリーとしてはiTunes以上の充実度を誇る。

<http://www.ipodder.org/>



図2 IT Conversations。スティーブ・ウォズニアク氏をはじめ、IT業界の著名人のインタビューやイベント講演の様子などを配信。業界の注目を集めている。

<http://www.itconversations.com/>

い顧客からのフィードバックを得たいというのが同社の期待だ。

同じメディアの映画業界は、プロモーションのためにポッドキャストを使い始めた。皮切りは、人気タレントのパリス・ヒルトンが出演する「House of Wax」で、今年4月に公開された。この映画の公開直前に、彼女自身がこの映画やその制作にかかわる逸話を語るポッドキャストを開始して話題をさらった。8月には、米国で最も保守的な会社の1つであるIBMさえも、投資家向けにポッドキャストを開始した。IBMの重役が同社の現状だけでなく、将来への展望を自ら話すことで、投資家の理解を深めていくことがその狙いと考えられる。ここでもパーソナルな対話が鍵となっていることは容易に想像できる。そして、商業利用を見込んでポッドキャストを支援する企業も、急激にその数を増やしている。

従来のラジオ放送業界の反応

一方、この状況に驚かされたのは旧来のラジオ放送業界である。米国では近年人工衛星を利用した新しいラジオ放送が、旧来の地上波AM/FM放送の市場を浸食し始めていた。象徴的な出来事は、米国のラジオ業界の一大スターであるハワード・スターン氏が衛星ラジオ業界の一翼であるシリウス社との独占契約を行ったことだろう。

スターン氏はニューヨーク州の片田舎のラジオ局でディスクジョッキーを始め、以降ワシントンDCやニューヨーク州のラジオ局を渡り歩いた。

彼独特の物言いがいるいな物議を醸し出す一方で、徐々に多くのリスナーに支持されるスターとして認められるようになった。ゆえに、2千万人ともいわれるリスナーを抱えるスター氏が地上波を離れるという決断は、地上波放送業界にとっては相当なショックだった。他方、現状で200万人程度の加入者しか持たない衛星ラジオ業界にとっては、彼の移籍を爆発的な推進力にしたいと考えていることが予想される。

そのような状況の中で次に現れたのが、インターネットメディアの強みを生かしたポッドキャストである。インターネットラジオは以前から存在していたが、商業的にはほとんどインパクトがなく、インターネットはラジオ放送の敵ではないと考えるラジオ業界人も少なくなかったはずだ。しかし、同じインターネットを使ってもポッドキャストは驚くべき速度で商業用メディアとして受け入れられ始めた異なるものだったのだ。

こうした動きに対して、米国地上波放送の業界団体NAB(National Association of Broadcasters)は、2800万ドル(約30億円)を投じて既存のラジオ放送のプロモーション活動を開始した。多くの魅力的なコンテンツを集中するという戦略で、ユーザーをつなぎ止めようとしているのだ。しかしその一方で、衛星ラジオ放送会社のXM RadioとAOLの提携、シリウスとアップルの提携交渉など、ラジオ業界には次々と地殻変動が押し寄せている。衛星ラジオ放送、そしてポッドキャストの爆発的な普及を目の当たりにして、地上波ラジオ放送ネットワークは変革を迫られていること

一説によると、世界初のラジオ放送は、1906年にカナダ人のレジナルド・フェッセンデンによって行われたとされる。それから100年が経ち、ポッドキャストインクが誕生した。

は誰の目にも明白だった。

そして、地上波ラジオ放送業界も、自らの事業の中にポッドキャストによる放送を取り入れるべく実験を開始することになった。まず、Infinity Broadcasting社は5月に、同社の所有するサンフランシスコの放送局KYCY-AMをポッドキャスト放送局KYOU Radioに転換していく方針を発表した。続いて、米国内に千を超えるラジオ局を抱えるClear Channel Communication社も、6月から同社のネットワークで放送されている人気番組を含めたポッドキャストを開始し、地上波ラジオ業界に大きな衝撃を与えた。

他の業界へも広がりつつある波紋

他の分野に目を向けてみよう。静かではあるが、教育業界でもポッドキャストに注目が集まっている。今までにもビデオやオーディオを使った教育プログラムというのは存在していたが、そのコストゆえに十分な市場規模のある分野に限られてきた。しかしポッドキャストのコンテンツ制作や配信コストの圧倒的低下ゆえ、限られた数のリスナーが対象でも十分に実現可能になってきた。9月26～27日には米デューク大学にて1回目となる教育用ポッドキャストのシンポジウムが開かれ、現実的な運用のアイデアが話し合われる予定だ。学生の間でもiPodの人気は高く、コンテンツを沢山かかえる教育界で急速に普及することは想像に難くない。

他方、ビデオやストリーミングなど新しいメディア技術の発展の陰に常に存在したアダルト向けコンテンツも、ブログに続いてポッドキャストにもやってきているようだ。Open Source Sexは性に関する話題を取り上げる娯楽目的の個人によるポッドキャストであり、iTunes Music Storeのポッドキャストディレクトリーで3位にランクインしたこともある。一方、同じ大人向けでも興味本位のいわゆるポルノものというも出てきている。今のところ、どのような形で受け入れられていくのかははっきりしていないが、この分野は他のメディアと同様に発展していくだろう。

新しい音楽のプロモーションは、旧来のラジオ局(特にFM局)に課せられた大きな役割の1つであった。ポッドキャストはその分野でも新し

い役割を担い始めている。

従来、FM局で流される音楽はその放送局が自らのリスナーを想定して選択する。一方、レコードレーベルは大きなマーケティング費用をかけて、放送局の必要に応じた音楽の発掘とプロモーションを行う。レコードレーベルとラジオ局はお互いに協力し合うことで、激しい競争の中でビジネスを成り立たせてきたのである。しかし、ポッドキャストという低配信コストのメディアにより、まったく別の経済が成り立ちうる。例えば、ポッドキャストの制作者が、レーベルに属さないいわゆるインディーズ系のミュージシャンの音楽を直接リスナーに届けることが可能になる。IndiePodcasting.com(図3)はまさにそんな理想を実現しようとする会社の1つだ。前述のアダム・カリー氏は「ポッドキャストの制作者が安心して使える音楽を供給する」というコンセプトでPodsafe Music Network(図4)を立ち上げているが、目指す所は非常に似通っている。音声コンテンツには音楽が付きものであることから、ポッドキャスト制作にとってこれらの新しいエコシステムは不可欠なものであろう。

ポッドキャストのインフラ

ポッドキャストのリスナーは、アグリゲーターと呼ばれるソフトウェアを使ってポッドキャストの番組を購読(ダウンロード)する。

現在、数の上で最も普及しているものは、バージョン4.9からポッドキャストのアグリゲーター機能が備わったアップルのiTunesだ。しかし、使い方によっては他のアグリゲーターを検討する価値があるかもしれないし、今後もiTunesにはない特徴を持ったアグリゲーターが登場するはずだ。iTunes 4.9以前に最もポピュラーなアグリゲーターであったiPodderは、アダム・カリー氏のコンセプトを忠実に具体化したツールで、Mac OS X、ウィンドウズ、そしてLinuxと主要なプラットフォームすべてをサポートしている。

現在、数的にはiTunesには敵わないが、例えばP2Pで知られるBitTorrentを使ったポッドキャスト配信に対応するなど、常に最新の機能を搭載して業界の水先案内役としての地位は揺るがない。また、iPodderの機能拡張版の例として、



図3 IndiePodcasting.com。インディーズミュージシャンが提供している最新の楽曲情報を、ポッドキャストで試聴できる。

<http://www.IndiePodcasting.com/>



図4 Podsafe Music Network。ポッドキャスト制作者(ポッドキャスター)向けに、番組内で使用できる音楽を無料で提供している。

<http://music.podshow.com/>

PodNovaと呼ばれるアグリゲーターがある。PodNovaは、iPodderのコードをベースにしてOPMLのサポートを追加することにより、クライアントソフトとしてのPodNovaと、サーバー上のディレクトリーとのインテグレーションを効率よく行える。

他方、リスナーが聴きたい番組を容易に探し出せなくては、ポッドキャストが目指す理想的なパーソナルメディアは実現できない。ここでもカリー氏が開発して運用を続けるipodder.orgが重要な役割を果たしている。ipodder.orgは現在のところ、世界のポッドキャスト番組を最も多くリストしているサイトである。このシステムは、純粋にポッドキャストのリストを管理するための最小機能で作られており、洗練されたユーザーインターフェイスなどはあえて提供せず、逆に世の中の多くのディレクトリーサービスが、このサイトが管理するデータを元にして、多様なサービスを提供できるような仕組みになっている。その代表的な例はPodcastalley.comで、リスナーから多大な人気を集めている。このサイトでは、ポッドキャストのリストだけでなく、内容のレビュー、投票による人気ランキング、カテゴリーに基づく分類、単語による検索など、きめ細やかな情報サービスを提供している。またこのエンドユーザー向けのサービスの背景には、iPodderのディレクトリーサービスが大きな役割を果たしているという事実にも注目しておきたい。

コンテンツの制作側にも目を移そう。ポッドキャスト制作者は音声の録音を行い、ミックスダウン、そして最終的に音声ファイル(多くはMP3形

式だろう)を作成する必要がある。これらの作業はすでに比較的安価に入手できる機器、PC、そしてソフトウェアを使って実現できる。iPodを含む携帯型のデジタル録音機を使えば、いつでもどこでも録音が可能である。ソフトウェアは音楽制作用のものを使う制作者が多かったが、徐々にポッドキャストに特化した編集ソフトウェアも登場し、より効率の良い作業が可能になってきた。

その音声ファイルを用いてポッドキャストの配信を行うためには、フィードのためのXMLファイルをRSS 2.0またはAtomの規格に従って記述する必要がある(57ページも参照)。そして、そのXMLファイルとMP3ファイルをウェブサーバー(HTTPサーバー)にアップロードしなければならない。リスナーはそのサーバーから必要となるデータを購読し、音声ファイルをダウンロードする。このプロセスを容易に実現するために、最も複雑な作業とされているXMLファイルの自動生成を謳ったホスティングサービスが、米国では相当数出現している。ブログのホスティングシステムを流用したものから、ポッドキャスト専用のもので、実にさまざまなサービスが利用できる。最近では、アップルの発表した拡張ポッドキャストに対応したサービスも登場した。

そのさまざまなサービスの中で注目すべき一例を挙げると、Googleに買収されたBloggerの創業者であるエバン・ウィリアムズ氏が設立したOdeo社だろう。Odeo社は、制作のための編集ツール、ディレクトリー、ホスティング、そしてアグリゲーションと、ポッドキャストに必要な機能をすべて

OPML:アウトラインプロセッサマークアップ言語。いろいろなウェブサイトを一覧にして表現する規格で、ウェブブラウザの「ブックマーク」が標準化されたものと考えると理解しやすい。

拡張ポッドキャストとは、アップルiTunesでのコンテンツ・管理に対応した、独自拡張のポッドキャストデータ。チャプターの設定などができる。

詰め込んだ欲張りなサービスを提供するとされている。すべてのインフラを1社でまかなうという野心的なサービスではあるが、現在のところ、編集ツールはまだ未完成だ。全部の機能が協調して動作するころには、非常に洗練されたサービスを提供できるようになると期待される。

ポッドキャスト業界団体

こうしたインフラやツール提供会社の多数の登場を受け、今年4月にロサンゼルス(Guerrilla Marketing International社とJackstreet Media社)が中心となり、商業目的のためのポッドキャスト(Nanocast)業界を推進する業界団体として、International Nanocasting Alliance(INA)が設立された。設立はメディア業界を中心としたメンバーによって行われ、海外からのアドバイザーも加わっている。

ポッドキャストの商業的な成功には、いくつかのハードルを乗り越える必要があり、このような業界団体が果たす役割は大きいと思われる。INAは6月にポッドキャストのための商業的な標準を確立するためのイニシアチブをとることになった。当初から100社以上の企業がその標準のサポートを表明しており、ポッドキャストの商業利用に大きな注目が集まっている。

進化の先 モバイルと動画

デジタルカメラの出現によって写真の撮り方や使い方が大きく変わったように、超小型のデジタルレコーダーによって音声の録り方や使い方が大きく変わってもまったく不思議ではない。デジタル化することによって、情報の記録密度が高まる。すなわち、必要な機器は非常に小さく、軽く、そして大容量になる。それが、非常にモビリティ(可搬性)の高いメディアを実現する。そのモビリティを考慮すると、デジタル音声は携帯電話や自動車の中に取り込まれていくことは、先を行く動画や静止画の市場を見れば、ごく自然のことだと感じられる。

ケータイ先進国の日本を見れば、ケータイにデジタル音声の再生/録音機能が標準装備されるのはそれほど遠いことではない。その時期が訪れ

れば、ケータイを使って録音、編集、配信、そして再生を実行できるようになり、モバイルキャストの時代が到来する。iPodの生みの親であるアップルはそのような使い方の可能性を考えたのか、米モトローラ社とともにiPodと同様の機能を持ち、iTunesと連携するケータイ端末「ROKR」をリリースした(58ページ参照)。

一方、旧来のラジオ放送を楽しむ場所の代表であった自動車内にもデジタル音声メディアが到来するだろう。米国の高級車市場では、すでに衛星ラジオ装置は標準的なオプションになっている。加えて昨年以來iPodを接続するアダプターをオプション設定する自動車メーカーは後を絶たない。私自身を含めてかなりの数のユーザーが、移動中の車内でポッドキャストを楽しんでいるようだ。これまでラジオが果たしてきた音声メディアの機能をポッドキャストが乗っ取った形である。しかし今のところ、データ転送のためにiPodとPCを接続する手間は必要とされる。将来的には、自動車の中に取り付けるデジタル音声プレーヤーを開発し、無線LANなどでのコンテンツへの接続を可能にすれば、既存のラジオ放送システムを超える利便性が得られよう。

ポッドキャストは、音声をまとめてデジタルデータとして格納しておき、必要なときにそのデータを音声に戻して再生する。そういった蓄積型放送メディアを考えたとき、音声の次に動画がやってくることは十分に予想される。もちろん、ネットワークの構造、著作権、コストなど、実現までのハードルはいくつも存在する。しかしながら、より個人の要求に忠実なパーソナルメディアの発達のためには、蓄積型システムの持つ低配信コストは不可欠なのではないだろうか。すでに企業、もしくは団体によるインターネットを使った蓄積型動画の配信システムの実験が行われている。その1つでNPOのParticipatory Culture Foundation(PCF)は今年8月、Mac OS X上で動作する蓄積型動画配信システムDTVを発表した(図5)。PCFはレコードレーベルによる音楽ビジネスの寡占に反対するNPOのDownhill Battleから派生した団体である。現在はベータ版の配布を行っており、ウィンドウズ版も近く公開の予定である。

このDTVは、ポッドキャストのアグリゲーターとほぼ同じ機能を果たす。つまり、DTVを



図5 Odeo。まだ未完成で開発途中ではあるが、ポッドキャストの検索や作成などのすべてのサービスを提供する。

<http://www.odeo.com/>

使って自分の見たいチャンネルを登録しておく、RSSフィードを使って自動的に新しいコンテンツをダウンロードする。ダウンロードが終われば、ユーザーはDTVを使ってそのコンテンツを再生することができる。これが、ソニーのPSPのようなポータブルビデオプレーヤーとの連携を可能にすればVideocastingの出来上がりだ。このような動画の配信システムが今後テレビと融合していくことで、長い間待ち望まれたインターネットテレビが、本当に使い勝手がよく低コストなものとして実現する可能性は十分にある。これがポッドキャストの台頭の先に透けて見える。

また、ポッドキャストが極めて低コスト配信であることは、ある特定の少数ユーザーに対してだけコンテンツ配信が可能であることも意味する。例えば、ある企業の社員だけに特化した放送を行うことで、社内のコミュニケーション向上に利用できる。インターネットに対するイントラネットであると考えればよいだろう。教育機関では学校どころかクラスやグループの単位でも利用が可能になるはずだ。音声という、強い個性を持つメッセージを送ることで、リスナーに非常に強い印象を残せる。メッセージが強ければ、その結果は良いフィードバックとなって現れ、インタラクティブ性はさらに高まるはずだ。

これら多様なポッドキャストの応用が現実化していくためには、録音、編集ツール、アグリゲーター、ホスティングを含むインフラツールのさらなる進化が不可欠である。その進化に貢献するために、我々もCalifornia Castingというサイト



図6 California Casting(開発中の画面)。オープン・個人・アイデアをキーワードに、シリコンバレーと日本のコラボレーションでシステム開発・情報発信がなされている。

<http://www.cacasting.net/>

で、ポッドキャストのホスティングに関する実証実験を開始した(図6)。

ブログに始まったパーソナルメディアは、ポッドキャストという音声メディアに波及し、今後は動画によるビデオキャストの出現も予想されている。もしかしたら、これら以外にもパーソナルメディアの一角をなす別のメディアが現れるかもしれない。これらの個別のメディアは、ユーザー自ら参加することで加速度的に発達し、これまでにない独自の世界を作り上げていこう。しかし、本当のパーソナルメディアの力はこれらのメディアが互いの強さを引き出し、弱さを補完し合うことで発揮される。安価で強力なパーソナルメディアが複数出現することにより、マルチメディアの意義や、MITメディアラボのネグロポンテ教授が唱えた「インダストリーコンバージェンス」の意味を、再び深く考える必要に迫られそう。

外村 仁(ほかむら ひとし)

元アップルコンピュータ(株)マーケティング本部副本部長。シリコンバレーでの創業経験を持ち、現在First Compass Groupでインキュベーションとコンサルティングを行う。

hitoshi@firstcompass.com

文中で紹介したウェブサイト

the INQUIRER <http://www.theinquirer.net/>
 The Dawn and Drew Show <http://www.dawnanddrew.com/>
 The MacCast <http://www.maccast.com/>
 Inside Mac Radio <http://www.insidemacradio.com/>
 Open Source Sex <http://violetblue.libsyn.com/>
 Participatory Culture Foundation (PCF) <http://participatoryculture.org/>

国内事情 ~ iTunes Music Store 前夜

林 信行

ストリーミング放送から
キャストイングへ

米国では昨年から注目を集めているポッドキャストイングだが、日本で本格的に注目され始めたのは、8月4日のiTunes Music Store Japanの発表からだ。しかし、それまでの日本にポッドキャストイングがなかったかという、そういうわけでもない。そもそも日本では、ポッドキャストイング以前から音声コンテンツについては積極的な取り組みがよく見られた。

1990年代中頃は、RealAudioなどのストリーミング技術を使ったインターネットラジオ放送に大きな注目が集まった。日本では米国などに比べて本物のラジオ放送の免許が取りにくい、インターネットを使えば周波数の割り当てや免許を気にせずに、好きな放送局を持てる。この機会に、放送局や出版社などが飛びついた。

インプレスの「インプレスラジオ」(図7)やアスキーの「ラジ@」など、IT系出版社などを中心にした実験的ラジオ放送局が数多く立ち上がった。

インターネットを使った新しいラジオ放送の可能



図7 インプレスラジオ(現在はimpressTVに発展)。当時はこのほかにもIT関連の出版社やラジオ局が音声ストリーミング番組を提供していた。

性については、ラジオのパーソナリティーを務めるモーリー・ロバートソン氏も早くから注目していた。同氏は1997年から何回か、中国やモロッコから個人で実況番組を放送する試みを行った。現地で録音して編集した音声ファイルをReal Audio形式で書き出し、音響カプラーやモデムを使ってサーバーにアップロードしていた。

同氏は当時を振り返って、ストリーミング放送は「プレーヤーの設定も難しいうえに、パソコンを使わないと聞くことができず、聴取可能なリスナーの数が少なかった」と告白している。

インターネットのラジオ放送から、この聴取の難しさを取り払い、iPodに入れて外出中でも聴ける身近さを加えたのが、2004年中頃に米国で誕生したポッドキャストイングだ。

国内でもこの頃から、欧米インターネット事情に精通したユーザーたちがポッドキャストイングを話題にし始めていた。しかし、この時点でポッドキャストイングの配信をするのは簡単ではなかった。というのも、当時のブログシステムのほとんどが、まだポッドキャストイング配信に必要なRSS 2.0のEnclosureタグ仕様をサポートしていなかったからだ。インターネットの最新トレンドに敏感なプログラマーやハッカーたちが日々、RSS 2.0やEnclosureタグ仕様について、情報や意見の交換を行っていた。

2005年に入ると、米国でMovable TypeでEnclosure付きタグを書き出せるようにする「MT-Enclosure plugin」や無料サービスの「Feed-Burner」が登場する。日本でもこれを使ってポッドキャストイングの配信を試す人が始まった。また同じ頃、日本でもポッドキャストイングに対応した3つのホスティングサービスが産声をあげる。「ケロログ」「デジオ」「Seesaa Blog」の3サービスだ。



図8 ケロログ。声のブログ=ボイスブログとしてサービスを提供。2004年末には開発者向けという形でポッドキャストのホスティングサービスを始めていた。

<http://www.voiceblog.jp/>



図9 デジオ。もともとはMP3形式の音声ファイルを掲載するだけのサイトだったが、すぐにポッドキャストにも対応した。

<http://dedio.jp/>

日本にポッドキャストを 広めた3つのサービス

「ケロログ」は、大阪のボイスバンクが2004年秋頃から開発を始めたサービスだ(図8)。同社もともとVoiceXMLなどを活用したソリューション開発に取り組んでおり、2004年6月には電話とパソコンを利用して「声のホームページ」をつくる「声記」というサービスを始めている。

ポッドキャストのホスティングサービスを目指した「ケロログ」は、2004年末に会員数を絞った開発者向けリリースを行い、2005年2月末にベータサービスを、4月に本サービスを開始した。

パソコンで録音したファイルを掲載するだけでなく、電話で残したメッセージをポッドキャストで公開することも可能になっている。代表取締役の木ノ川義英氏によれば、留守番電話の気軽さを再現することで「声で番組を配信する」ことの敷居の高さを拭うことも目的だったという。

一方の「デジオ」の出発点もポッドキャスト以前に遡る。「デジオ」は、漫画家兼映像作家のタナカカツキ氏が始めたウェブサイトで、最初はただ同氏がDVカメラで録音したMP3ファイルを毎日掲載しているだけの日記的なサイトではなかった。サイト名の「デジオ」は「でっちあげラジオ」の略で、個人ウェブサイトで公開される「ラジオ風ひとりしゃべり音声ファイル」を指していたという。その後、同じような番組を持つとする有志が続々と登場し、そうしたデジオ番組のポータ

ルサイト、「デジオの宇宙色々」がスタート(図9)。それに合わせて同社では、誰でも簡単にデジオ放送を始められるように「簡単デジオツール」というブログサービスの提供を始めた。そこへポッドキャストの波がやってきた。

「簡単デジオツール」の開発者たちは、2005年早々に同サービスをポッドキャストのEnclosureタグに対応させた。これに合わせて「デジオの宇宙色々」でも「簡単デジオツールで配信している番組のみポッドキャストに対応」したことを謳った。

シーサーの「Seesaa Blog」は、その名のとおりブログサービスとしてスタートしている。会社規模が小さい分、小回りが効き、インターネット上で新しい面白そうなトレンドがあると、その機能をすぐに自社開発して取り込んでいた。そんな会社にとってポッドキャストも無視できないトレンドの1つだった。そこで同社では2005年2月に、RSS 2.0への正式対応を果たし、「Pod Cast」という新カテゴリーを設置する。このカテゴリーのRSSを購読することでポッドキャスト放送が聞けるという仕組みを用意した。

同社ではその後も、文字として打ち込んだブログ記事を音声合成の機械読み上げ音に変換するサービスなど、新しいサービスを積極的に展開する。これにより話すのが苦手な人でも、テキストをコンピュータに読み上げさせる形でポッドキャストに参加できるようになった。また4月には、ポッドキャスト番組の購読や試聴ができ

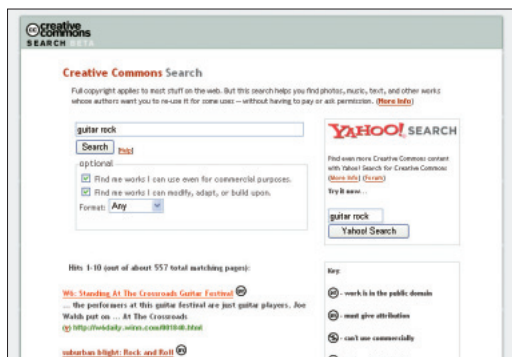


図 10 Creative Commons Search。クリエイティブ・コモンズで提供されているコンテンツ(音楽を含む)を検索できる。

<http://search.creativecommons.org/>



図 11 GarageBand Users Club。Macの作曲ソフトGarageBandで作った音楽を提供。非商用利用なら再利用可能なものが多い。

<http://gbuc.net/>

る無料ソフト「RSS対応ラジオ」の配布を開始するなど、ポッドキャスト普及に尽力した。

黎明期は個人番組が主体

米国では早くからラジオ局や企業、政治家もポッドキャストに目を付けていたが、日本で黎明期のポッドキャストを支えたのは熱心な個人ユーザーによるミニコンテンツだった。

国内でポッドキャストに真っ先に飛びついたのは、自分でラジオ番組を持ってみたいと思っていた層や、それまでつけていたブログ(日記)を声でも発信したいと思う個人ユーザー層だった。

ここで問題になったのが、楽曲の利用だ。ラジオ放送を模倣するからには、当然、番組中で曲を流したい。しかし、ポッドキャスト番組中での楽曲利用については、業界でもまだはっきりとしたルールが決まっていない。

社団法人日本音楽著作権協会 JASRAC は、これは「ダウンロード配信」にあたるという見解を示しているが、これに準じて楽曲を提供するとなると聴視者の数に比例して増える使用料を払わねばならず、これはかなりの高額になる可能性もある。そこで注目を集めたのが、新しい著作権の枠組みの「Creative Commons」と、アップルが提供する Mac 付属の作曲ツール「GarageBand」だ。

当時、既に米国の Creative Commons や米 Yahoo!社が無料で利用できる音源の検索を可能にしていたため、初期のポッドキャスト配信

者の多くがこれに群がった(図 10)。

一方、Mac を使うユーザーは、GarageBand で自分の声を録音し、同ソフトにあらかじめ用意されたループ(音の素材)などを組み合わせて凝った番組を製作し始めていた。

やがて、GarageBand ユーザーが集う GarageBand User Club が、メンバーが公開した登録曲を Creative Commons で公開し始める(図 11)。多くの曲がウィンドウズでも再生可能な MP3 形式で提供されたため、ウィンドウズを使うポッドキャスト制作者たちからも重宝されるようになる。

また最近では「Podsafe」な曲、つまりポッドキャストで流しても安心な楽曲を紹介するウェブサイトが日米でいくつか立ち上がり始めている

企業の参入を阻んでいた障壁

一方、2005 年初期の時点で、日本の企業やラジオ局の中にもポッドキャストに関心を寄せる人はいた。しかし、事業として見てみると、やはり著作権関係の問題が大きな障壁として立ちはだかっていた。

番組中で使用する楽曲の問題もあったが、日本では外部のプロダクションに依頼して作らせているラジオ番組なども多い。こうした会社と交わす契約書で、再放送や再配信をする場合の権利などが明文化されていないことも多く、権利関係が複雑だったのも大きな要因だといわれている。それに加えて、ラジオ局では番組がそのままパソコ

ンに蓄積されるというポッドキャストの蓄積型放送という仕組みに対しての抵抗感が強かったという(モーリー・ロバートソン氏談)。このため、蓄積されないストリーミング放送には寛大な番組でも、ポッドキャストについては難色を示すことが多かったという。

もっとも、これはかなりインターネットに精通した人の話で、2005年初めの時点では、ラジオ業界でもほとんどの人は「ポッドキャスト」という言葉もその中身も知らないのが現実だった。ラジオ局の運営者たちも、政府も後押しする地上デジタルラジオ放送にはそれなりの関心を示したが、それだけにポッドキャストには取り組んでいる余裕はなかったというのが実情だろう。

そうした状況に一石を投じたのが2月8日のライブドアによるニッポン放送株取得騒動だ。ライブドアの最終目標はフジテレビジョンの獲得だったが、その一方で、ニッポン放送の資産を活用し、インターネットを使ったラジオ放送にも取り組む意思も表明していた。

堀江貴文社長は買収直前の2月4日に自身のブログで、ライブドアが提供する「ねとらじ」を近々ポッドキャストに対応させる計画も発表していた。「ねとらじ」は、同社が提供していた個人でのストリーミングラジオ放送を可能にするサービスで、国内では最大規模の利用者を抱えている。ラ

イブドア騒動が連日報道される中、ポッドキャストなどの新トレンドがテレビや雑誌でも少しずつとりあげられるようになり、それに合わせて番組配信に乗り出す個人も急速に増え始めた。

冒頭で紹介したモーリー・ロバートソン氏も、4月頃から自身のブログにMP3ファイルを掲載し、手探りながらポッドキャストに乗り出した。

ニフティの参入で勢いづくポッドキャスト

2005年春頃になると、ブログサービスなどを提供するISPの側でも、ポッドキャストに注目せざるを得なくなってくる。そんな中、もっとも早く大胆な行動に乗り出したのがニフティだった。同社は7月7日、「Podcasting Juice」というウェブサイト立ち上げ、ポッドキャストの番組紹介とポッドキャスト配信ツール「Podfeed」の無償提供を始めた。どちらのサービスも、当時の日本では切望されていたものだ。

春以降、ポッドキャストに対応したブログサービスは少しずつ増え始めていたが、面白いコンテンツを見つけるには、こうしたサービスのポータルサイトを1つ1つ見て回らないといけない。

6月末には、アップルがポッドキャストの番組紹介機能と購読機能を搭載したiTunes 4.9を

表2 ポッドキャストコンテンツを提供するポータルサイト。ポッドキャストが注目を集めるのに伴って、ポータルサイトもさまざまなものが登場してきている。

サイト名	概要	URL
pcas.jp(ピーキャスト)	アクセラートジャパンが開設したサイト推薦方式のポータル。PCとケータイに対応。各端末に対応した音声ファイルに変換してくれるので、ポッドキャストをケータイでも楽しめる(FOMA、au WIN、Vodafone 3Gに対応)	http://pcas.jp/
OTO33	ユーザーによる番組投稿を集めたポータルサイトで、ブログを持っていないユーザーでも音声ファイルの公開ができる。カテゴリ別以外に、お気に入りユーザーのRSSも購読できる。現在MP3ファイルのみ対応で、1ファイル4MBまでの制限あり。	http://www.oto33.jp/
PODCAST navi	スタッフが話題の番組を選択。25に分けられた番組カテゴリーは、コメント付きで内容を確認しやすい。審査が必要だが個人で登録することもできる。	http://www.podcastnavi.com/
Podcasting Juice	企業と提携したポッドキャストを中心に、独自の番組も配信。無料サービスの配信ツール「Podfeed」を利用すると、ブログにポッドキャスト用のバナーを設置してランキングに参加できる。	http://www.podcastjuice.jp/
podcast.jp	ポッドキャストを誰でも手軽に行えるのを目的とした、無料、容量無制限のポッドキャスト対応ブログサービス。誰でも登録してオンラインラジオステーション(ブログ)を開設できる。	http://podcast.jp/
Seesaa	テキストを合成音声のファイルに変換する機能がある。音声ファイルはアップしてブログにリンクを張ると自動的にRSSを出力してくれる。その他、タグを埋め込むだけで設置できるMP3再生機能を持ったRSSラジオやオリジナルのRSSリーダーを用意している。	http://blog.seesaa.jp/
ケロログ	ボイスバンク運営の音声再生可能なブログ。録音機材が無い人でも、電話で音声録音できるサービスを提供。企業がスポンサーとなる番組サイトの構築やポッドキャストサイトの開発なども行う。	http://voiceblog.jp/
デジオの宇宙色々	200以上の個人配信の番組が登録されていて、トップページにはサイトがずらりと並び、最近更新された内容を5つまで一覧表示。	http://dedio.jp/
ねとらじ	ストリーミングとポッドキャストの2種類の放送に対応したライブドアのネットラジオ。ラジオNIKKEIやライブドア動画ニュースの音声版、アーティストの番組を配信。制作者向けにフリーのツールを紹介し、ポッドキャスト利用法を解説している。	http://top.ladio.livedoor.com/

Podcasting Juiceの「ジュース」は、ジュークボックスのジュークからきているという。ジュークだと普通すぎるので、「似た感じでフレッシュさのある言葉」として、ジュースになったんだとか。

リリースしていたが、当時はまだ日本向けのコンテンツはほとんどなかった。

そんな中、ニフティが始めた「Podcasting Juice」では、誰もが簡単に番組を登録できた。また日本語の番組だけに絞った人気ランキングも表示されるために面白い番組が見つけやすく、聴視者を一気に増やすのに貢献した。一方、配信ツールのPodfeedも番組の増加に貢献した。

ポッドキャスト対応ブログが増えていたとはいえ、世の中のほとんどのブログサービスは、まだRSS 2.0のEnclosureタグに対応していない。Podfeedは、そうしたブログの更新状況を

チェックし、RSS 2.0を生成してくれるサービスだ。つまり、ポッドキャストに対応していないブログサービスでも、このサービスを併用することで、配信が可能になったわけだ。

Podcasting Juiceは後発ではあるが、ポッドキャストそのものの啓蒙にも大きく貢献した。InterFMなどのラジオ局や雑誌『SOTOKOTO』を巻き込んだオリジナルコンテンツを提供して、目立つバナーを用意したのもうまかった。夏以降、このバナーが著名ブログに次々と貼り出されたこともポッドキャストの聴視者を増やすのに大きく貢献したはずだ。

column

インフラを提供してブームを仕掛ける～ニフティ～

取材：編集部

ポッドキャストというものが米国でブームになっていると知り、今年に入ってから具体的な企画の検討を始めました。ニフティでは、これまでブログの「ココログ」を提供してきましたが、そのブログの進化形としてポッドキャストをとらえています。まずはコンテンツがないことには始まらないと考え、配信の仕組みを提供することにしました。また、一般ユーザーの注目を集めるためには、著名人によるメジャーなコンテンツが必要だということで、大手ラジオ局や出版社、タレントの方に企画を持ちかけました。ココログをスタートしたときに、眞鍋かをりさんなどに書いていただいて注目を集めることができましたが、それと同じ手法です。

反応も、ラジオ局とそれ以外ではけっこう異なっていました。ラジオ局の方は、ポッドキャストをよく理解していて、インターネットの活用自体にも積極的でした。ただ、もともと放送事業を



突如スタートしたポータルPodcasting Juice。配信ツールのPodfeedも提供する。
<http://www.podcastjuice.jp/>

されていますから、著作権の問題やリスナーが存在しているか分からないという状況のために慎重でした。それ以外は、逆に一から説明する必要がありました。そのあとは交渉にも時間はかからず、面白そうだと積極的にご協力いただきました。

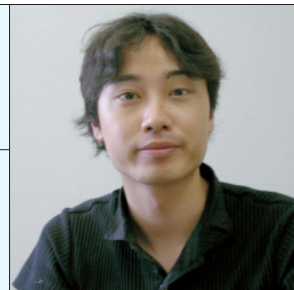
社内で企画を立ち上げるにあたって、いちおう年内に数万規模の市場になるだろうと予想はしました。ただ、それ以上に新しいビジネス

の可能性も期待できるということで、テストマーケティング的にJuiceをやってみようということになりました。

Podfeedは、ブログを持っていれば利用できますが、今後はココログ自体でもポッドキャストをサポートしていく予定です。その場合、より簡単に配信できるような機能を盛り込むことも考えています。Podfeedのほうも、引き続き無料で提供していく予定です。どの時間にどんなコンテンツにリクエストがあるかといったユーザーのログが採れますから、これは弊社にとっても価値があります。広告媒体として、企業からの問い合わせがけっこうありますし、自らも番組を立ち上げたいという企業も多いです。現在、可能性がありすぎて逆にフォーカスしきれないのですが、ビジネスになりそうな手ごたえは感じています。

コンテンツを有料課金で提供することも、「有料でも聴きたい」というユーザーの方もいますので可能性はあります。ただ、課金のためにDRMなどを使うと、使い勝手が落ちてしまいますので、どういうやり方がよいのかを考えているところです。

RSSを応用したビジネスはまだまだ可能性ががあります。iTunesは、実は日本で一番多く利用されているRSSリーダーという見方もできます。テキストも画像も動画も扱えますし、課金のシステムもある。大きな可能性を秘めていると思いますよ。



ニフティ株式会社
サービスビジネスグループ
コンシューマメディア部
清水 孝治 氏

国内事情 ~ 課題を残しつつ急速に普及

林 信行

iTunes Music Store Japanの登場

7月初めのPodcasting Juiceの開始から、8月初めのiTunes Music Store Japanの発表までの1か月間で、日本の状況は大きく変わり始めた。

アップルとの水面下の交渉があったのか、7月末から8月初めには、人気ウェブサイトの「ほぼ日刊イトイ新聞」、B'zや倉木麻衣らが所属する大手レーベルのBeing、吉本興業、TOKYO FM、映画配給会社のGAGAが立て続けにポッドキャストでの番組配信を発表している。

8月4日のiTunes Music Store Japanの発表は、日本の音楽業界とIT業界が注目するイベントになった。iTunes Music Storeは既に世界的に成功していたが、日本では計画はあるとしながらもなかなかサービスが始まらなかった。新聞や雑誌は、連日、著作権団体や音楽レーベルによる陰の圧力を報じていた。そんな中、ついに実現した国内サービスの開始だ。おまけに発表の講演を行うアップルのスティーブ・ジョブズCEOも、すい臓がんをわずらい国内のプレスの前に姿を現すのは1年半ぶり、大聴衆の前での講演となると2002年のMacWorld EXPO/Tokyo以来となる。



図12 8月4日、iTunes Music Store Japanの発表を行ったスティーブ・ジョブズ氏は、1万のポッドキャストコンテンツも用意したことを発表した。

発表会場となった東京国際フォーラムには、日本中から約2000名のマスコミと音楽及びコンピュータ業界関係者が招待されたが、彼らの関心は否が上にも高まっていた。

この注目が集まる講演で、ジョブズ氏はポッドキャストも、しっかりと時間を割いて紹介した(図12)。

新しいiTunes Music Storeの一機能として、ポッドキャストの番組検索や購読機能も組み込まれていることを強調し、さらに同サービスに合計1万のポッドキャスト番組が登録されていることも発表した。

ジョブズ氏は登録されているポッドキャスト番組の例として、東京のinterFMやJ-Wave、大阪のFM802、ラジオNIKKEI、吉本興業、SOTOKOTO、海外番組ではDisney、BBC、CNNなどのメジャーブランドを中心に紹介した。

以前からポッドキャストを知っている人は、日本では著作権の問題から個人放送しか行われていないというイメージが強く、動向を無視している人も増えていただけに、この発表が持つインパクトは大きかった。

広がりを見せ始めたポッドキャスト

iTunes Music Store Japanのデビュー後は、ポッドキャスト番組の数がさらに勢いよく増え始めた。

個人放送はもちろんだが、ローカルラジオ局なども次々とポッドキャストに乗り出した。また缶コーヒーの「ジョージア」(図13)がポッドキャストを使ったマーケティング展開を開始したり、ISPとラジオ局、ISPと有名人のコラボレーションによる番組も増え始めた。さらにポッドキャ

米調査会社のフォレスター・リサーチは8月10日、2010年までの米デジタル音楽市場の予想を発表。その中でポッドキャストは、1230万世帯(全世帯の11%)で利用されるという調査レポートを発表している。



図 13 缶コーヒーのジョージアは、ポッドキャストिंगを使った商品プロモーション番組の Dream Navigator を開始した。

<http://dream-navigators.cocolog-nifty.com/>

스팅動向が進んでいる海外企業と提携する企業も少しずつ登場し始めている。

ストリーミング放送やウェブコンテンツの制作、ウェブホスティングなどを行う J ストリームは、米国 Vocal Space 社との提携を発表した。Vocal Space のサービス「Audio Blog」(図 14)は、ポッドキャストが広まる以前から音声ブログのサービスを提供していた草分け的存在で、電話から声を録音して公開できる mobcasting などのサービスも提供していた。両者は 11 月頃に試験サイトを開設して、2006 年 1 月頃から本格的なサービスを開始する予定だ。

ラジオ NIKKEI や IneterFM、J-WAVE など大手ラジオ局の中には、1 社で複数の番組を提供するところも少なくない。もっとも、こうした状況がいつまで続くかについては疑念を抱く人も多い。

ラジオ局が行っているポッドキャストににしても、今日では著作権や広告の関係から、ラジオ用に作られた番組をそのまま再配信することは難しい。テレビやラジオで放送される広告は、放送される地域なども指定した形で提供されている。このため同じ広告がスポンサーが意図しない地域で流れることは好ましくないのだ。

つまり、ラジオ局が行っているポッドキャストも、ほとんどはオリジナルのものが、それなりに編集で手を加えたものになっており、それなりの労力がかかっている。

しかし、それにもかかわらず、現状ではポッドキャストに広告を打つスポンサーはまだ少ない。また、今のところ有料番組を配信するため



図 14 米国でいち早く音声ブログに取り組んでいた Audio Blog。提携した J ストリーム社は同サービスの課金システムにも期待する。

<http://www.audioblog.com/>

の課金の仕組みも用意されていない。

ポッドキャスト課金と広告モデル

先の J ストリームと Audio blog の提携も、この課金の部分に目を付けたものだ。具体的な方法は明かされていないが、J ストリームでは、通常の無料放送に加え、小説、ニュース、落語など有料コンテンツの配信も予定しているという。

一方、この有料配信の仕組みをいち早く提示しているのがオーディオブックの会社として有名な米 Audible とケロログを運営していたボイスバンクの 2 社だ。

Audible は、もともとベストセラー書などの朗読コンテンツなどオーディオブックを中心に発売していたが、米 Wallstreet Journal 紙などの新聞や、FORTUNE、New Yorker といった雑誌の朗読コンテンツの配信を始めると、これが大きな人気を呼んだ。それ以来、同社では人気ラジオ番組などを加えた購読型番組の拡充に力を入れている。

Audible の購読型コンテンツはもともと RSS などを使っておらず、ユーザーが配信日に手動でダウンロードをするという形式になっていたが、最近ではユーザーごとに購読している新聞や雑誌の更新状況をひとまとめにした RSS を提供しており、これを iTunes などに登録することでポッドキャストと同様の手軽さで最新番組を聞くことができる。ただし、iTunes Music Store では、こうした購読型コンテンツの販売はまだ米国

でも実施されていない。

まだあまり表立った動きはしていないが、Audibleは既に日本法人も作っている。iTunes Music Storeで提供されているオーディオブックは、すべてAudible Japanが提供しているものだ。

今後、Audible Japanが公式のウェブページを開設するか、Audibleの購読型コンテンツがiTunes Music Storeでも販売可能になったあかつきには、ポッドキャスト放送と課金システムが結びつくことになりそうだ。

一方、ボイスバンクでは「アリゲーター」と呼ばれる独自のクライアントソフトを用意して、課金システムを作ろうとしている。

アリゲーターはもともとiTunesなどと連携してWindows Media以外のダウンロードデータは外部プレーヤーを使って再生する仕組みになっている。そのため音声だけに限らず、動画やPDFなど、その他のデータ形式も織り交ぜた課金機能付き情報配信システムとして使うことができそうだ。

代表取締役社長の木ノ川氏は、デジタルデータだけでなく「実際に手で触れるブックレットなども織り交ぜ、アーティストのプロモーションなどを展開していきたい」と抱負を語っている。

一方、無料で質の高い放送を持続していくには、広告も必要だ。これについてはスポンサー探しも重要だが、そもそもポッドキャストの広

話題のiPod nanoが発表されたのは、9月7日(58ページ参照)。以前から任天堂がゲームボーイ・マイクロを9月13日に発売すると発表されていた。miniの次はmicroときそうなのだが、nanoとなったのは意識しているのだろうか。

column

iPodの販売にも大きな影響を与えるポッドキャスト~アップル~

取材：大河原 克行 フリーランスジャーナリスト

ポッドキャストの動向で見逃せないのがiPodの動きだろう。米アップルコンピュータ副社長のグレッグ・ジョスウィック氏は、「ポッドキャストの利用が拡大すれば、それは、iPodの売れ行き拡大に直結する。iPodそのものの利用価値が高まることになる」と語り、iPodによるポッドキャストの利用拡大に期待する。「つい最近までは、ポッドキャスト配信サイトは3000程度だったが、わずか数か月で約1万5000にまで拡大している。平均すれば、1週間に1000サイトが誕生している計算だ。また、ポッドキャストの利用者は、すでに700万ユーザーに達しているという報告もある。この勢いは、ますます加速することになるだろう」とジョスウィック氏は見る。

特に今回発表したiPod nanoは、その小型軽量の開発コンセプトを大命題とし、従来製品にはない携帯性を持たせたのが特徴。ポッドキャストの利用促進にも大きく寄与するのは明らかだ。

米国での製品発表では、同社のスティーブ・ジョブズCEOが、ジーンズのコインポケットからiPod nanoを取り出して聴衆を驚かせてみせたが、それだけの携帯性の実現はそのままポッドキャストの利用シーンを広げることにつながるといえる。

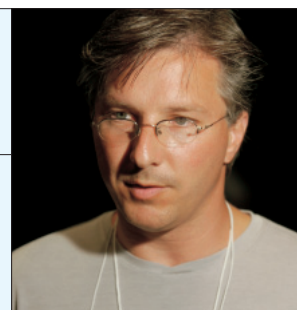
nanoのネーミングは、ナノテクノロジーの「ナノ」を由来としたもの。「スモールとか、マイクロというレベルの小形化を目指したものではなく、それを遙かに超える小さいものを目指して開発した。これだけの小形化を実現したにもかかわらず、既存のiPodで実現した機能

は一切削っていない。iPod用に開発された1000種類以上の周辺機器も使える。ナノという名前に相応しい製品が完成したといえるだろう。これによって、これまでiPodに触れてこなかった人たちにも、利用してもらえるようになるだろうし、既存のiPodユーザーももっと気軽にiPodを持ち歩いてもらえる」と同氏。

このiPod nanoの携帯性とポッドキャストの組み合わせによって、携帯音楽プレーヤーの新たな使い方が提案されるといっても過言ではないだろう。そして、同社は、ポッドキャストの標準的ツールに、iPodを位置付けたい考えを示す。

ジョスウィック氏は、「アップルジャパンのワーキングチームが、ポッドキャストの促進に向けて、日本のエンターテインメントリーダーたちと話し合いを進めている。これによって、さらにユニークなコンテンツが登場することになるだろう。アップルとしても、ポッドキャストの普及を支援する体制を整えており、この動きをさらに積極化させたい」と語る。

ポッドキャストの浸透が、iPodの普及戦略にも大きな意味を持つのは間違いない。アップルは、iTunes Music Storeによる音楽配信サービスを強化する一方で、ポッドキャストにも力を注ぐ姿勢を見せ、すでにそのための一手を打ち始めている。



米アップルコンピュータ
iPodプロダクトワールドワイド
プロダクトマーケティング担当
バイスプレジデント
グレッグ・ジョスウィック氏

告はどうあるべきかという議論もある。

米 Castfire 社は、ポッドキャストに音声広告を出したいスポンサーと、ポッドキャスト番組のマッチングを行うサービスだ。同サービスに登録すると、自動的に番組の最初と最後に広告が挿入され、ダウンロード数に応じた報酬がペイパルや小切手で支払われるという仕組みだ。

日本でもこれと同等のモデルや RSS そのものに広告を織り交ぜるモデルなどの議論は見かけるが、具体的な動きはまだ顕在化していない。

切望されるガイドラインづくり

今日のポッドキャストには、番組中の音楽利用など著作権関係の取り決めや、内容について

のガイドラインもまったくなく、ほとんどが放送者の自主規制に委ねる形になっている。これも今後大きな問題に発展していきそうだ。

まず著作権、とくに番組中の楽曲使用について、米国では米国音楽著作権団体「ASCAP」がポッドキャストに配慮して、年間 250 ドルの価格で、ネットで 60 秒未満の音楽を自由に流せるという音楽許諾契約を用意している。また全米レコード協会(RIAA)も楽曲利用についての取り組みを検討している。一説によれば、アップル社が iTunes Music Store で販売している曲についてはポッドキャストの中で 30 秒まで利用できるように話をまとめているという情報もある。

いずれにせよ、米国ではポッドキャストの活性化が音楽業界そのものも繁栄させるという考

column

大手ラジオ局が模索するネットの活用 ~ TOKYO FM ~

取材：編集部

TOKYO FM が行っているポッドキャストは現在 2 つあります。1 つは 8 月 1 日からスタートした「Honda SWEET MISSION」です。本田技研さんがスポンサーで、ラジオ番組として月～金曜日に放送されていますが、その番外編として土曜日にポッドキャストのコンテンツを配信しています。目的はラジオ放送のプロモーションですが、新しいことに挑戦したいといった気持ちもあります。もう 1 つは「なんだ礼央化 RADIO!」という、ミュージシャンの土屋礼央さんの番組です。これは JFN(全国 FM 放送協議会) 加盟の 38 局が共同で制作しているウェブサイト「Reco」の中にあるコンテンツで、ラジオ放送ではなくウェブだけで展開しており、ストリーミングとポッドキャストで提供しています。Reco はネットとラジオの融



「Reco」内にある「なんだ礼央化 RADIO!」
<http://reco.jfn.co.jp/>

合と相乗効果を狙ったもので、より積極的にネットを活用していこうという試みです。

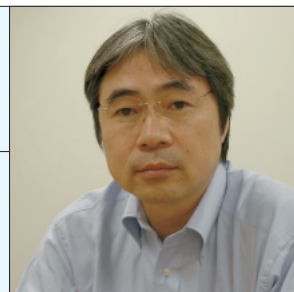
いずれもラジオ放送、ストリーミング、ポッドキャストのコンテンツはそれぞれ別でオリジナルのものです。

ラジオ放送のコンテンツを流用するというのは、まだいろいろと解決していかなければならないことがあります。例えば、タレントサイド

の見解などです。また、番組を作る側としては、リアルタイムで放送するものとそうでないものでは楽しみ方や面白さが異なります。リスナーのシチュエーションに合わせると、別の作り方になってきます。

ポッドキャストはまだ始まったばかりで、ビジネスになるのかどうかについても现阶段では何ともいえないというのが正直なところです。ただ、ネットの活用には大きな可能性を感じています。例えばライブストリーミングですと、同時に聴ける人数は限られますが、リスナーの参加意識というものは非常に高く、ラジオ放送を超えるものがあります。メールなどがリスナーからリアルタイムでパーソナリティーに届くなど、リスナーとより密接な関係を築けるメディアです。

現在、ウェブやポッドキャストのアクセス数など、視聴データを分析し始めているところです。そのデータを元に媒体資料としてまとめ、例えば CM 広告のようなものが成り立つのか、クライアントへの提案なども検討しているところです。



株式会社エフエム東京
クロスメディア事業局 専任局長
田村 光広 氏



図 15 FlipClip。国内で動画ブログのホスティングサービスをいち早く提供した。ケータイで撮影した動画をメールで投稿できる。

<http://www.flipclip.net/>

え方で、楽曲を完全な形ではなく時間を決めて抜粋することや曲の部分だけを特定して再生できないようにすることを条件に、音楽の再配信についても柔軟な姿勢を見せようとする動きが出てきている。Podsafeと呼ばれる、ポッドキャストで使っても大丈夫な音楽を集めたサイトもこの動きの1つだ。

これに対して、日本では今のところ目立った動きはない。JASRACにしても、前述のように「ポッドキャストはダウンロード配信」であるとの見解を示しているが、決定的なものではない。

しかし、こうした状況を変えようとする動きが企業の側から出始めている。8月頃から、著作権関連の問題や番組内容に関するガイドラインの提案を行う「ポッドキャスト協会」を発足させようとする緩やかな動きもある。順調に進めば、ボイスバンクを事務局に、GMOメディア、NTTレゾナント、ニフティなど十数社が参加する見込みだ。

音声番組を超えて

多くの企業が音声番組の流通手段としてのポッドキャストに注目する中、いくつかの企業は次の動きに注目し始めている。

まずは番組を聴くために使うデバイスについての動きだ。日本だけに限らず海外でも、他社の音楽プレーヤーはポッドキャスト対応に消極的だ。iPodを連想させる「ポッドキャスト」という名前も要因の1つなのかもしれない。その代わ



図 16 モビゾー。こちらもケータイ動画のメール投稿が可能な動画ブログホスティングサービス。自分のブログに動画コンテンツを組み込めるようになる。

<http://www.movizo.com/>

り、iPodderなどのソフトを使うことで、これらのデバイスでも番組を聴くことができる。

しかし、今後もっとも注目されているのが、ケータイでの利用だろう。米国では9月にモトローラ社のiTunes Mobile内蔵ケータイ「ROKR」が発表されたが、日本ではピーキャストが、国内の3Gケータイを使ってポッドキャストを聴けるようにするサービスを開始している。原理は簡単で、ポッドキャストの番組内容を、3Gケータイの音声ファイルに変換して提供するというものだ。

一方、コンテンツにしても、音声だけでなく動画を使った番組配信に対応したサービスがいくつか登場し始めている。

ブイキューブ・ブロードコミュニケーションが提供するFlipClip(図15)や面白法人KAYACが提供するモビゾー(図16)は、どちらもケータイなどで撮影した動画を簡単に投稿できる動画ブログサービスになっている。ブロードバンドインフラの充実やカメラ付きケータイの普及度を考えると、日本はこうした動画ポッドキャストでは米国の数歩先を行ける可能性も高い。

さらに、ポッドキャストやiTunes Music Storeの仕組みを電子書籍の流通システムとして活かしたいとするボイジャーなど、情報流通の仕組みに見立てて、音声以外のコンテンツ配信に使う企業も少なくない。

ポッドキャストは今後、音声番組という枠組みを超え、低コストの新しいコンテンツ流通手段として普及することになるのかもしれない。

vlog(ビデオブログ)やビデオキャストは、密かな注目を集めている。FireANTといった定番ソフトも登場してきており、魅力的な携帯プレーヤーが登場すれば一気に爆発する可能性もある。

人気のポッドキャストコンテンツ

iTunes Music Store の Podcast Directory で視聴ランキング上位のものをはじめ、ラジオ局が提供するもの、ニュースなど、人気のポッドキャスト番組を集めてみた。

番組名	内容	URL	iTunes で公開 (9/19現在)
777@nifty Radio	ニフティのバチスロ・パチンコ総合情報コミュニティ。最新機種や攻略情報、MC宮本賢二が実戦する「昼休み1時間実戦」などを配信。	http://777nifty.cocolog-nifty.com/777nifty_radio/	
ABC News Nightline	ABCのニュース番組「Nightline」をポッドキャストで配信。世界のニュースを届ける。	http://abcnews.go.com/Technology/podcasting/	
Airtist-Debut	オンキヨー株式会社が運営。インディーズレーベル所属アーティストの楽曲と情報を配信。所属アーティストのライブイベントの様子や、Artist-Debut.netに登録されている楽曲を紹介する。	http://www.voiceblog.jp/artistdebut/	
BeachFM Podcasting	早くからインターネットラジオを取り入れている湘南BeachFMで放送中の4つの人気番組を、4人のDJがそれぞれ放送。今年の8月からポッドキャストをスタートしている。	http://podcast.beachfm.jp/	
bonobos オフィシャルブログ	2001年結成のバンド bonobos メンバーブログ。メンバー5人による露出トークをポッドキャストで配信している。	http://www.bonobos.jp/	
CNN News Update	米国を中心に世界のニュースを配信。放送内容はもちろん英語。	http://www.cnn.com/	
English as a Second Language Podcast	英会話を学び、楽しみたい人のための英語教育放送。	http://www.eslpod.com/	
e-STATION SHUFFLE TASK BAR	J-WAVEで放送中の「e-STATION SHUFFLE TASK BAR」のポッドキャスト版。渡辺祐とみんしるがDJを務める。	http://www.j-wave.co.jp/original/estation/	
GOOD MORNING TOKYO J.LEAGUE FROM THE PITCH	「J-WAVE GOOD MORNING TOKYO」ナビゲーターのジョン・カピラが最新サッカー情報をピックアップ。	http://www.j-wave.co.jp/blog/fromthepitch/	
Honda SWEET MISSION	月曜から金曜まで TOKYO FM で放送中の「Honda SWEET MISSION」の番外編、土曜版を配信。世界のOLの生活を3人の探偵がレポート。	http://blog.excite.co.jp/sweetmission/	
i-morley	J-WAVEのDJも務めるモーリー・ロバートソンの番組。これまでラジオ放送でさまざまな実験をしてきた彼が、河野麻子とともにお届けする。	http://morley.air-nifty.com/movie/	
InterFM Podcast-Better English with Catherine	使える英語だけをコンセプトに、世界リアルな英語フレーズをストーリーの中で分かりやすく紹介。美、料理、癒しといった、女性の快適な生活のための情報をお届け。「nana」はフランス語で「女の子」の意。	http://podcast.interfm.co.jp/catherine/	
nana-life	Q&AサイトOKWebのコミュニティから生まれた書籍「教えて下さい!!」を機械合成音声で朗読。全文を複数回に分けて毎日更新して配信している。	http://www.nana-life.com/	
OKWeb ウェブサービス	株式会社ライツスケールによる日本人アーティストの紹介と、楽曲の一部試聴。「Bonnie Pink」「TITAN Go KING's」「SXSW2005」などの楽曲を提供。	http://service.okweb.jp/community/webservice/	
Podcast Music Japan	有名アーティストが登場するFM802の番組をダイジェストで配信。	http://www.podcastmusicjapan.com/	
Podcast802	朝日美穂がDJを担当する「クジラノイズ」をはじめ、音楽番組やドキュメンタリー、アーティスト番組など、カテゴリ別に6つの番組を放送。	http://funky802.com/podcast802/	
radio Bonanza	ココロラのジョージア期間限定サイト。8/31まで毎日更新。オリンピック女子柔道金メダリスト谷亮子などのトップランナーをゲストに迎えて夢について熱く語る。	http://www.radiobonanza.com/	
Radio GEORGIA Special Dream Navigators	ライブハウス、新宿マーズ提供の番組。ラップ、ポエトリー・リーディング、アジテーション(演説)など「言葉」を操るアーティストによるパフォーマンス・バトル! アーティスト同士の白熱したパフォーマンスバトルをポッドキャストで配信。	http://www.podcastjuice.jp/ssws/	
Shinjuku Spoken Word Slam	番組からピックアップした音楽を紹介。音楽ダウンロードライフのヒントに。	http://www.j-wave.co.jp/blog/tokiohot100/	
TOKIO HOT 100	デジタル音楽放送局、MUSIC BIRD/SPACE DIVA 提供のラジオ番組「XCool(エクスクール)」をポッドキャストでそのまま配信。さまざまな業界のトップランナーをゲストに迎えてトークを送る。	http://xcool.cocolog-nifty.com/	
XCool	湘南BeachFMのポッドキャストの1つ。犬天国の湘南を愛犬と歩いて見つけたペット事情。シリコンバレーから発信する日常会話うりリアルな情報が満載。日米文化の比較から、米文化が見えてくる。	http://podcast.beachfm.jp/dog/	
犬と歩けば(湘南BeachFM PodCasting)	オンライン英語リスニングのポータルサイト。ビジネス英会話からジョークまで、さまざまな英語表現をダウンロードして学べる。	http://englishvitamin.com/podcast/	
英語リスニング.com	マイクを持ってアフリカや東欧父などへ行き、動物や虫の鳴き声、木を切り倒す音などの自然の音を収録。フィールドレコーディング講座では音質の違いを解説。radio Bonanzaの番組の1つ。	http://www.eigolistening.com/	
クジラノイズ	ミュージシャン、作詞家、プロデューサーでもあるサエキけんぞうが、まっつう、妹ミズマの2人と渋谷のど真ん中から最新情報を配信。	http://www.radiobonanza.com/program2/	
サエキけんぞうのポッドハンター	タレント・放送作家として活躍中のダンカンが監督に初挑戦した映画「七人の弔い」のスペシャルプログラム。監督をはじめ出演者が映画の魅力や撮影秘話をインタビューで語る。	http://www.saekingdom.com/	
七人の弔い 独占インタビュー	公開中、公開予定の作品の最新映画情報、取材模様やイベント後日談などをお届け。	http://7tmurai.cocolog-nifty.com/interview/	
シネマ People	スローライフを提案する雑誌、快適生活「ソトコト」で連載中のCD企画「Radio SOTOKOTO」を放送。魅力あふれた地球の広さ、世界各地の支局からソトコトなニュースを届ける。	http://c.gyao.jp/	
ソトコト	niftyの運営する人気情報サイト「デイリーポータルZ」ラジオ版。スタッフが独自の取材を行い、気になること、?と思うような小ネタを提供。	http://www.sotokoto.net/	
デイリーポータルZラジオ	街頭インタビューで米国直輸入の英語をお届け。英語と日本語訳を交えて単語を解説。	http://dpz.cocolog-nifty.com/dpr/	
日常英会話(ビデオ)	YAMAHAの送る音楽コミュニティ「プレイヤー王国」オリジナル作品の公開や紹介をしている。公開されている作品の中から、ダウンロード可能な作品をポッドキャストで聞ける。	http://www.station81.com/	
プレイヤー王国	小田急相模原から音楽とお笑い配信する放送局。2000年開局のポッドキャスト対応放送で、クログロフが人気の時事情報をメインに展開するお笑いポッドキャスト「ボイスブログ君」を制作。	http://players.music-eclub.com/players/podcast/	
ボイスブログ君	近日開局予定の放送を先行テスト配信中。地域や分野別の話題、市民の作る特別番組まで。	http://www.voiceblog.jp/askw1974/	
ポートサイド・ステーション	注目の若手落語家がポッドキャストで古典落語の高座を開催。	http://portside-station.net/	
ぼっどきゃすていんぐ落語	白雲山善巧寺の僧侶の朗読によるポッド説法を配信。仏の心の教えを僧侶が伝えるポッドキャスト説法。	http://www.podcastjuice.jp/rakugo/	
ポッドキャスト説法	編集長「糸井重里」が送る無料新聞。楽しいことならなんでもチャレンジ。みうらじゅんほか、有名人も多数出演している。オリジナルグッズや書籍販売も。	http://www.zengyou.net/podcast/	
ぼぼ日刊イトイ新聞	シンガーソングライターでピアニストの矢野顕子がリハーサル現場や楽屋風景を声を届ける。	http://www.1101.com/	
矢野顕子 the gathering special	InterFMで放送中のよしもとハイブリッドアワーがインターネットに進出。TVでは見られない笑いを配信。	http://www.thegathering.jp/podcast/	
よしもと・ハイブリッド・アワー	ライブドアの「ねとらじ」でマーケット、株式、フットサル情報や、ライブドア堀江社長も登場した「週刊!木村剛」を配信している。	http://radiozz.com/	
ラジオNIKKEI		http://pod.ladio.livedoor.com/mystation/?lid=nikkei_radio	

iTunes + iPod はポッドキャストイングの夢を見るか

佐藤 真治

一躍ポッドキャストイングの標準ツールとなった iTunes と iPod について、現在の機能や改善点、そして将来への期待について考察してみた。

iTunes では、音楽データの延長線上に考えることでポッドキャストイングをサポートし、操作性も踏襲した。しかし、ユーザーから見れば必ずしも通常の楽曲と同じように使われるとは限らないため、ユーザーインターフェイスに細かい不整合も見受けられる。必ずしもベストな視聴環境を提供しているとはいえないのだ。

まず、大きく欠けているのは、「流し続ける」というスタイルのサポートだろう。ラジオやテレビといった既存のメディアが持つメリットの1つは、「視聴者が情報を受動的にも受け取ることができる」点であり、能動的な行動を要求するメディアとは一線を画している。タイムシフト / オンデマンドというラジオにはないメリットがある反面、現状の iTunes + iPod には、ラジオが供給してきたこのメリットは(今のところ)ない。

1つのポッドキャスト番組が終わると、iPod はリストの次のファイルを再生する。聴き手にとってはこれが番組表であり、その使い勝手に大きく影響を与える。現在の iTunes は、iPod に番組を転送する際、必ずしも時系列に沿って番組を並べるわけではない。同じポッドキャストからの番組を並べてしまう。ユーザーが新しい番組だけを聴きたい時には、1つの番組が終わるたびに、次にどれが新しいのかを探す必要がある。iPod 上で番組の並び順をカスタマイズできれば、ユーザーの使い勝手は飛躍的に向上する。

いつでもどこでもを標榜するポッドキャストイングであるから、単に聴けるというだ

けでなく、好きなタイミングでの再生 / 中断も必須の機能だが、この点は非常に良く設計されている。個々の番組について中断した位置を記憶しており、番組を再生すると中断した位置から再生を開始する。しかし、iPod 自体はそのような機能は持っておらず、再生中のコンテンツを一時停止することだけに限られる。つまり、他のコンテンツを再生してしまうと、一時停止は解除され、元の場所には戻れない。一方、特定の番組を再生したかどうかは iTunes、iPod ともにきちんと記憶しており、iTunes と iPod の間でもきちんと同期が行われる。

当然だがハードディスクの容量には限界があり、iTunes にも iPod にも無限にダウンロードし続けることはできない。つまり、ある時点で蓄積された番組を削除する必要に迫られる。現在の iTunes でも自動削除の機能を提供している。自動削除の設定は、再生していない番組、最新の番組、もしくは最新の番組(2 ~ 10個まで)を残すという非常に単純なものだ。番組の配信時間から一定の時間以内の番組を残す程度の選択は与えられるべきだろう。また、ユーザーの要求を考えるとチャンネルごとに違った削除ポリシーが欲しくなりそうだ。内容を聞きながら、その場で自動削除不可を簡単に指定できる必要もあるだろう。このあたりは特許の問題も絡むかもしれないが、TiVo やその他のデジタルビデオレコーダーに学ぶことができるだろう。

音声だけの番組は、ビデオコンテンツに比べるとサイズは遥かに小さい。しかしながら、リスナーの数に比例してそのデータの転送量が增大する。ユーザーの数が増えれば、そのサーバーへの負荷は非常に高いも

のとなる可能性がある。ユーザーごとの転送コストを下げるという目的で、一部では P2P を使ったポッドキャストイングの可能性も模索されている。

iPodder などのアグリゲーターは、BitTorrent を通した番組の取得をサポートしている。P2P 技術が不法コピーを助長したという事実から、市場が P2P 技術自体を不法なものとして捉えがちである。しかし、P2P は同時に非常に効率のよい情報の伝達を可能にする技術でもある。ポッドキャストイングのような安価なパーソナルメディアにとって、効率の良い配信システムは必須である。そこで、ポッドキャストイングがこれまで日陰者扱いされてきた P2P にとってのキラーアプリとなる可能性も考えられる。その観点から iTunes の P2P に対する動向にも注目したい。

もともとジュークボックスと呼ばれていた iTunes には、E コマースサービスの iTunes Store も統合され、次にポッドキャストイングが追加された。使われ方が少しずつ異なるものを1つに束ねていくために、シンプルで統一感のあるユーザーインターフェイスを維持するのが徐々に難しくなっている。今後も新機能や新しいメディアの扱いの追加が予想される iTunes だが、ユーザーインターフェイスの整理はアップルの魂ともいえる部分であり、今後も非常に重要な課題となるだろう。使い勝手では定評のあるアップルが Podcast コミュニティをどのような方向に導き発展させていくのか、iTunes + iPod の動向から目が離せない。

佐藤 真治(さとう しんじ)

アップルコンピュータの本社 R&D 部門で次世代 OS の開発に従事した経験を持つ。California Casting の開発リーダー。

shin@firstcompass.com

今後の可能性～人類が手にする まったく新しいメディア～

木ノ川 義英 ボイスバンク代表取締役

現在、iPodのラインナップは、120曲のiPod Shuffleから1万5000曲のiPodまでである。デジタル音楽プレーヤーの容量を大々的に「曲数」で表現したのは、アップルが最初ではないだろうか。ビットレートによって収録曲数は異なるため、他社はあくまでもバイト数であったが、それをあえて単純化して売り文句にできたのは、いかにもアップルらしい。

なぜポッドキャストか？

近ごろ話題のポッドキャスト。音声ブログを提供するケロログを運営していて、次のような考えを持った。

インターネットは、コンテンツがなければただの回線であり、パソコンはただの箱でしかない。そこにコンテンツがあるからユーザーは楽しむことができる。

iPodという大容量の保存機械には、大量のデータが保存できる。広告では「1万曲という膨大な数の音楽を持ち運べる」という宣伝文句を掲げている。しかし、1万曲詰め込んでいるユーザーはそれほど多くはないだろう。1万曲という安心感をユーザーは買い、そこに空きスペースがあり、コンテンツを渴望する潜在意識があったのではないだろうか。そしてポッドキャストという楽しみ方が生まれた。

新たなインターネットの利用スタイルとして、必然的に時代が要求していた中に、iPodがうまく浸透した。1万曲の余りスペースを、ニッチコンテンツへの「期待感」が埋めたのかもしれない。

クリエイターが活躍できる ニッチコンテンツの土台

インターネットにおいては、一般的な放送で視聴できるコンテンツと同じものを提供する必要はない。既存の放送では商業的に成り立たないが、ユーザーコミュニティが存在するようなニッチマーケットに向けたコンテンツ配信の仕組みがポッドキャストだといえる。

iPodをパソコンとつなぐと、自動的にiTunesと同期をとってコンテンツが更新される。ウェブサイトをつづつ巡回してネットラジオ番組を聴くこと

は難儀だが、ポッドキャストはこれを驚異的に簡略化した。この、送り手から受け手までが非常に洗練された仕組みはテレビやラジオにも匹敵するが、そのコストは比べ物にならないくらい低い。さらに放送と違って免許も必要ないため、クリエイターにとって非常に強力なツールとなる。

ユーザーにとっては時間の節約と、ラジオ放送と違って場所を超えたコンテンツの確保ができる。またクリエイターにとっては即座にかつユーザーに対してダイレクトに番組を提供でき、放送の制約を受けない自由なスタイルが可能になる。

文字のメディアでは、すでにブログなどで多くのクリエイターが活躍している。音声や映像を得意とするクリエイターたちは、自分たちなりの情報発信を渴望していたが、ポッドキャストによって新たな活躍の場を見いだせるのではないだろうか。ポッドキャストは、より信頼性のある(と感ぜられる)「声による安心感を得た情報メディア」としての面も持っている。聴く側にとっては、人間味を感じる「声」のナマ感。クリエイターにとっては、ナマ感が出るがゆえの自覚や責任。今後はSNS化、コミュニティー化する方向での番組形態が増えてくるのではないかと予想する。

ここでは、クリエイター同士のCGM(Consumer Generated Media)もキーワードになる。ケロログユーザーであれば音声と音楽の、今後の映像を考えれば構成作家と映像クリエイターのコラボレーションによるコンテンツ制作だ。

クリエイターにとっては、ポッドキャストはビジネスチャンスも秘めている。シェアウェアと同じように、リスナーにとって魅力的なコンテンツであれば、お金を払ってでも聴きたいと思うだろう。ポッドキャストによってコミュニティーが形成できれば、コンテンツに対するドネーション(寄付)文化が成立し、自分がひいきにするクリエイター

に会費を払って視聴するというスタイルも成立するだろうし、そうなってほしいと願っている。

番組が面白いからユーザーが集まる。ユーザーが集まるからスポンサーが付く。この基本的なことが、もう一度見直される機会となるかもしれない。

画期的だった音声データへの見出し付け

ポッドキャストにおいて画期的だったのは、音声データにRSSで「見出し」を付けたことではないだろうか。音声データは、聴いてみないと中身はわからない。しかし、ブログのように、記事のタイトル、概要、日付の情報を保持し、enclosureタグでファイルが保存された場所を指定するRSSフィード(XML)を発行すると、音声ファイルのファイルネームは記事のタイトルに書き換えられ、ポッドキャストのアグリゲーターソフトにダウンロードされた各番組(エピソード)は何時のどんな番組(エピソード)なのかをわかりやすく示してくれる。

ウェブページという視覚的なものから、目に見えない「音声」を聴くというスタイルの変化は、インターネットにとっては大きな変革といえるだろう。

RSSを使って音声ファイルに見出しを付け、更新された情報としての音声ファイルを自動的にダウンロードし、持ち歩いて聴く。こうしたスタイルにおいては、視覚的なウェブページは必ずしも重要ではない。ましてRSSを一度登録してしまえば、ウェブページを見に行かなくても済む。ウェブブラウザまでもが変化していくことになるかもしれない。

課題として、RSSは独自に拡張されているものもあり、まだスタンダードがない。例えば、W3Cなどで標準化されると作り手にはやりやすくなると感じている。

ポッドキャストに限らず、「RSSを利用したリッチメディアコンテンツの配信モデルにおけるタグの付け方」として、音声だけでなく、映像などのメディアファイルをenclosureタグで関連付けて配信する際のタグ付けの指針ができれば、将来デジタル放送やカーナビ、ケータイでのコンテンツ利用を加速することが期待できる。RSSというオーブ



図17 KYOU Radio.com。VIACOMの小会社にあたるInfinityが運営している。サブネームは「オープン・ソース・ラジオ」。

<http://www.kyouradio.com/>

ンな技術が自由な開発を促し、低コストの仕組みが実現した。したがって、iPodに限定してしまう必要もない。我々は、「ブログキャスト」と呼んで、さらに幅広い使い方をイメージしている。

ポッドキャスト誕生の地で起きている胎動

この原稿を、私は米国で書いている。サンフランシスコにあるラジオ局「KYOU Radio.com」では、クリエイター(ポッドキャスター)たちが作ったコンテンツをラジオで放送している(図17)。トークショーが中心だが、近い将来、音楽著作権の使用料を放送局が支払い、優良なコンテンツやクリエイターを支援することを予定しているという。KYOUのスタッフから、こんなコメントを聞いた。

「これまでの数十年間、ラジオは競争をしてこなかったが、ポッドキャストのおかげで競争せざるを得なくなった。今では、ラジオ局同士だけではなくインターネットやポッドキャスト、そして衛星ラジオなどが出現し、さらなるコスト削減とコンテンツの品質向上が求められている。我々は変わらなければならない。ポッドキャストのコンテンツを集めることはテストケースだが、それは投資に値する」

まだポッドキャストは始まったばかり。これからの仕組みやシステムの登場、そして、より良い文化としてのインターネット利用が広がることを期待したい。

KYOU Radioの「オープンソースラジオ」には、クリエイター(ポッドキャスター)はKYOUに提供した作品を他局にも提供したり、自分で配信してもよいという同局のスタンスが表れている。

ポッドキャストコンテンツの提供の仕方

編集部

ポッドキャストの魅力は、誰でも簡単かつ低コストでコンテンツの発信ができる点だ。ウェブサイト(ブログ)を持っていれば、すぐにラジオ局が開設できる。ここでは、ニフティの「Podcasting

Juice」で提供されている配信用サービス「Podfeed」の使い方、さらに自分の番組を iTunes Music Store内のポッドキャストコーナーに追加するための登録方法を解説する。

ニフティ「Podfeed」の設定

1 <http://www.podcastjuice.jp/> Podcasting Juiceのトップページにある「Podfeedで今すぐ配信!」ボタンをクリックする。

2 URLの入力欄にブログのURLを入力し、「利用規約に同意し、コードを作成」をクリックする。

3 表示されるパナーのデザインを選び、生成されたコードをコピーして自分のブログのサイドバーに貼り付ける。

4 ブログによって異なるが、Seesaa ブログでは管理者画面で「自由形式」のコンテンツを選びHTML編集モードにして貼り付ける。

5 コードをブログの記事に貼り付けたら、ブログにRSSパナーが表示されているのを確認する。

6 音声ファイル(MP3など)をアップロードし、1行目にアップロードした音声ファイルへのリンクを書いた記事を投稿すると完了だ。

iTunes ポッドキャストディレクトリへの登録

1 iTunesの「Music Store」内でジャンルから「Podcast」を選び、さらに「Podcastを送信する」をクリックする。

2 登録するポッドキャストのRSSファイルのURL入力画面が出るので入力する(「Podcasting」ボタンをクリックすると表示されるページのURLなどで注意)。Apple IDでのサインインを求められるので、未登録の人は設定が必要。

3 配信される内容を確認したら送信ボタンを押す。あとは、アップルによる審査に通るのを待つことになる。

技術から読み解くポッドキャストの本質

レッドクルーズ株式会社

ポッドキャストを支える主要技術に、RSSのエンクローズ機能というのがある。RSSとはサイトの更新情報を記述するXML形式の書式である。一般のRSS情報配信では「見出し」と「リンク先」を記述してきたが、RSS 2.0では新たにマルチメディアファイルへのURLを記述する「エンクロージャー(enclosure)」という要素が加わった(図参照)。ポッドキャストでは、この「エンクロージャー」要素にMP3など音声ファイルのURLを記述し、音声データの更新のユーザーへの自動通知を実現している。

ユーザーがお好みのラジオ番組をiTunesなどの専用ソフトにあらかじめ登録しておけば、番組が更新されたときに自動的にパソコンに最新の音声ファイルをダウンロードしてくれる。このように、ユーザーが番組の更新をいちいちチェックする煩わしさから解放されるのは、裏でRSSが動いているからだ。

RSSのエンクローズ機能は、すでに日本でも音楽ビジネスでの新曲試聴や英会話レッスンの日替わりコンテンツといった活用事例がある。また、企業IRや広報リリースの更新情報をPDFファイルで配信するといったことにも応用できる。マルチメディアファイルに限らず、一般的なExcelやPowerPointなどのファイルでもよいし、企業内におけるウェブベースのスケジュール管理/共有、さらにソフトウェアアップデートの配布など、実にさまざまな可能性が考えられる。もちろん、こういった場合、新たなウイルス対策や、いかがわしいサイトのRSSを登録するといったリスクをユーザーが認識することも必要になってくる。

Yahoo!が使っているMediaRSS(mRSS)

は、RSS 2.0を拡張したものだ。動画や音楽はよく「ブロードバンド向け」「ナローバンド向け」などと帯域と画質によって分けて提供されているが、そういった複雑な記述はもともとRSSにはない。Yahoo!ではこれを独自に拡張して、ビデオ検索などの自社サービスで利用している。Yahoo!が買収した人気の写真共有サービスのFlickrにもこのmRSSが使われている。画像のサムネイルや画像へのURLが記述されている点が独自拡張だ。この拡張された要素を利用して、新しいスタイルの写真の楽しみ方を実現するRSSリーダーをサードパーティーが開発することもできる。エンクロージャーは、今後は画像や動画が対象のものも増えていこう。

RSS 2.0の仕様はすでに成熟して固まっているため、今後は独自の拡張を施されながら普及していくことになるだろう。しかし、独自拡張も度が過ぎるとオープンなRSSのよさが薄れ、エンドユーザーの使い勝手も落ちてしまう。かつてのブラウザ戦争のような独自拡張によるシェア争いは、

ユーザーにとって望ましいものではない。コンテンツシンジケーションの別の技術にAtomがある。8月に、Atom 1.0がIETFにおいて承認されたというニュースもあったが、世界的なマーケットでの実際の普及率は、RSSが圧倒的だ。当初、blogger.comでAtomのみ配信していたGoogleも、その後のGoogleNewsではRSSにも対応した。また日本では、RSS 1.0がブログのデファクトスタンダード(初期に最も普及したMovableType系がRSS 1.0を採用していたためだと思われる)になっている。海外ではRSS 2.0が必要に応じて独自拡張されながらもますます普及し、今後はエンクローズ機能の応用も進むだろう。

投資関連情報を配信する株式会社フィスコは、為替、債券、金融ビジネスのホットなトピックのRSS配信の一部をPDF形式で行っている。[http://market.fisco.co.jp/update/Flick\(フリッカー\)](http://market.fisco.co.jp/update/Flick(フリッカー)): <http://www.flickr.com/> RSS 2.0の仕様は、知的活動の成果を再利用しやすくするためのライセンス体系を提案するクリエイティブ・コモンズで公開されている。

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
- <rss version="2.0">
- <channel>
  <title>エンクロージャーのサンプル</title>
  <link>http://www.example.com/</link>
  <description />
- <item>
  <title>enclosure 1</title>
  <link>http://www.example.com/enclosure1</link>
  <description>enclosure test.</description>
  <enclosure url="http://www.example.com/enclosure1.mp3" type="audio/mpeg"
length="1000" />
</item>
- <item>
  <title>enclosure 2</title>
  <link>http://www.example.com/enclosure2</link>
  <description>enclosure test.</description>
  <enclosure url="http://www.example.com/enclosure2.mp3" type="audio/mpeg"
length="2000" />
</item>
</channel>
</rss>
```




[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