



アナログの経験をデジタルに活かす

アナログ時代に見出された問題点

“e放送”を展開していくうえでの問題点は、これまでのアナログのデータ放送によって見出された。第一にコンテンツやサービスの内容が挙げられる。事業者が有料サービスを選択するのなら、利用者が「これでデータを見るしかない」「これでデータを見るのが一番手取り早い」と思うような内容、「どうしても見ておきたい、知りたい」情報を提供することが必要になる。広告放送を選択する場合には、スポンサーがデータ放送を広告媒体とすることに対して何らかのメリットを感じる。たとえば、広告効果を明確に把握することができる、あるいはダイレクトマーケティングが可能になるなどが必要だ。アナログでサービスを提供している段階では、どの事業者もデータ放送に取り組み始めたばかりであり、コンテンツにはどのようなものがふさわしいのか、サービスとしてどのような使い方が考えられるのかという点については試行錯誤の状態にあつたため、明確な答えを見出すまでには至っていない。

第二点として、受信機の普及が挙げられる。有料放送にしても広告放送にしても、受信機が普及していることが大前提であることに変わりはない。一定の利用者を確保できなければ、事業として継続していくために必要な収入(利用料や広告料)を確保できないからだ。アナログのデータ放送では複数の規格が併存しており、複数のデータ放送を受信する場合にはそれぞれの規格に対応した受信機の購入が必要になる。これは、視聴者に過剰な負担を強いることを意味する。視聴者としては、流されているデータやサービスがよほど利用価値のあるものでなければ、わざわざデータ放送専用の受信機(しかも他のデータ放送サービスは受信することができない)を新たに購入するとは考えにくい。この教訓を活かすためにも、“e放送”を実現するデジタルデータ放送では規格が統一され、しかも受信機としては全国的に普及するであろう専用のテレビを利用することが必要である。

第三点としては、データ放送を利用してもらうために、番組情報をどうやって視聴者に告知するかという問題がある。この点については、EPG(電子番組案内)の導



入により、リモコンなどで簡単に情報検索ができる仕組みが求められるという結論になる。

e放送に向けて

現在行われている地上波のデータ放送は、基本的には電波の隙間を使ったものであり、アナログ時代ならではの方式といえる。放送がデジタル化されてしまえば、同様のもしくはそれ以上のサービスが、広帯域の電波を有効活用することによって実現されることになる。今のところは、さまざまな規格が乱立している状況があるが、いずれデジタル放送時代になれば、わざわざ統一するまでもなく、自然と相応の方式に収斂していくことになる。

地上波民放がデータ放送に取り組んだ理由としては、何よりデジタル放送時代における新たな放送サービスのあり方を探るということに尽きるようである。放送がデジタル化される時代の到来に備えて、どのようなソフトやサービスが可能であるのか、それは広告放送でいけるのか有料放送とすべきなのか、視聴者の反応はどのようなのか、双方向機能を活かしたサービスにはどのようなものが考えられるのかなどなど、いろいろなことを模索したというわけだ。

デジタル放送時代には、現在のチャンネル免許でなく、帯域免許の方式になることから、各放送事業者は与えられた帯域を使って、放送サービスのほかにも通信サービスに近いものまで展望した“e放送”サービスを提供していくことが可能になる。帯域の有効活用こそが重要になってくるということだ。



[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