



Philips FW-i1000

www.audio.philips.com/fw1000/fw1000.asp

インターネットラジオ 新時代への胎動

インターネット家電のなかでも先陣を切って普及すると目されてきた、ストリーミング対応のオーディオ機器。普及を阻んできた壁を乗り越えるべく、いくつかの製品を参考に最新のネットラジオ事情を探る。

林 岳里 (はやしたけさと) takesato.com



Kerbangoのインターネットラジオ。56kbpsモデムを内蔵し、ラジオ局リストをダウンロードして利用する。ラジオ局のデータはマッキントッシュ用ソフト“iTunes”などでも利用されているが、サービスはまもなく終了する。

本格派インターネットラジオついに登場

ストリーミングサービスを提供するサイトは続々と登場し、質、量ともに向上している。インターネットラジオ局に加えて、CATVやADSLなどのブロードバンドユーザーに向けて300kbps以上のビットレートでエンコードされた映像を配信する“インターネットテレビ局”も急増中だ。しかし視聴にはすべてパソコンの操作が必要だ。マウスで画面をクリックしてボタンを操作する煩雑さやパソコンの音源は、快適に音楽を楽しむにはふさわしくないということが、ストリーミングの普及を阻む要因だった。

そこで登場するのがインターネットに接続でき、スピーカーを用意すればパソコンを使わなくてもネット上にあるラジオ局にチューンできる

インターネットラジオ専用のオーディオ機器だ。昨年発売され、本誌でも何度か紹介したKerbangoのネットラジオ(写真左)などもっともポピュラーな例であろう。

いち早くネットラジオの世界に躍り出たKerbango社 は3Com社の一部門として買収されたが、不況の影響を受けて部門ごと解散してしまった。パソコンの価格と大差ないことや、使いやすさを売りにできない未成熟さが原因だろう。またネット家電の定着には回線インフラの充実や魅力あるサービスの提供など、多くの課題が示されたともいえる。こうしたなかで、独自の手法で定着を図る新世代のストリーミング対応オーディオ機器が生まれてきた。

www.kerbango.com

ホームルーターを通してインターネットへ
ストリーミング対応コンボ

まずはイーサネットポートを備えたストリーミ
ング対応コンボ、“FW-i1000”(210ページ写
真上)だ。フィリップスはiM Networksと
いう会社からシステムライセンスのOEM供給を
受けている。コンテンツを配信するシステム部
分を担うiM Networks社は、“iM Radio”と
呼ばれるストリーミングサービスを提供してい
る。ストリーミングによる受信はAM、FMのよ
うに既存のラジオの一部としてIM(インターネ
ットモジュレーション)として組み込まれてい
る。この製品ではジャンル、言語、地域の3つ
のBandが用意されている。最大1000局まで
対応しており、2001年8月現在で600以上の
ステーションが楽しめる。

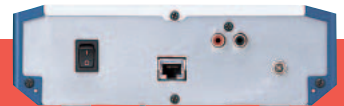
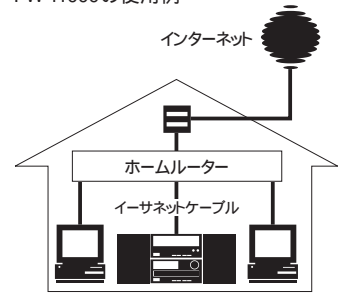
FW-i1000は今秋にも北米地域で販売される
予定だが、ネットラジオ単体で製品化されるこ
とも望まれる。

今回はチューナー部分のみのサンプル機を借
りてテストを行った。背面(写真右)にはデス
クトップPCのようにイーサネットポートが用意
されており、ケーブルを接続すると自動的にサ

ーバーから最新のメニューをダウンロードして、
あとは好きなステーションにチューンする仕組
みだ。DHCPのほか、固定IPやプロキシーも設
定できる。FW-i1000と比べるとグラフィック
イコライザーなどが省略されたシンプルなフロ
ントだが(写真右下)、ジャンルとステーション
がディスプレイに表示される。実際にテストし
てみたところ、ISDN接続(64kbps)では曲が
途切れてしまった。ステーションやジャンルの
切り替え時に10秒前後のもたつきが感じられ
る。次に、筆者の自宅でCATVによるテストを
したところ(推奨スループット下2.73Mbps)
こちらは問題なく曲が配信された。

ステーションによっては接続時に時間がかか
るところもあったが、一度セッションが確立さ
れれば切り替え時にもたつくこともない。ソニ
ーのパソコン用スピーカー“SRS-Z750PC”を
接続してチェックしたが、音質は通常のイン
ターネットラジオより若干良く感じられた。マシ
ンの内部からノイズを拾いやすいパソコンより
も、専用の機器を使ってサウンドを出力してい
るので、音質面は今後さらなる向上が期待でき
そうだ。

FW-i1000の使用例



サンプル機の電源スイッチは背面にあり、他
にネットワーク用のEthernetポートと出力端
子としてオーディオピンプラグ(R/L)、ACア
ダプター用のDC INコネクタがある。



OEM用サンプル機のフロント部分。

iM Networksは、すでに1年以上前から「PCコンパニ
オン」と呼ばれる、パソコンと一緒に使うタイプの
ネットラジオ“iRhythm”にもiM Radioのサ
ービスを提供している。パソコンのUSB
端子にベースユニット(無線レシー
バー:写真右下)を付けて、専
用の無線リモコンである
“iRhythm Remote Tuner



Hardware”から操作する。パ
ソコン本体にはiM Networks社
のウェブサイトが無償で提供され
ている“iM Radio Tuner
Software”をマシンにインストールし
ておく。画面上でもソフトを操作できるが、コ
ントローラーでボリュームの調整やラジオ局のチュ
ーニングをする操作感はまさに普通のラジオそのものだ。

iRhythm iM Radio Tuner

2000年6月に発売。当初Sonicboxという製品名で発売され、現在はAcer社から米国を中心に販売されている。価格は74ドル95セント
(Amazon.comによる販売価格)。左側にA~Yの25ジャンルから選ぶ“band”ボタンのほか、ボリューム、再生、一時停止、ミュートなどの
ボタンがある。お気に入りの登録や、最大1ジャンルに32個登録されているラジオ局(ステーション)から選択するつまみなども用意されている。



▼ 広告タイプ

単純に番組の中で広告を入れたり、プレイヤーソフトやウェブページにバナーを表示させたり、する。現状のラジオにもっとも近い収益の上げ方。



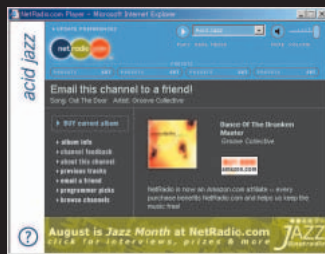
RadioVH1
www.vh1.com



1Groove.com
www.igroove.com

▼ コマースタイプ

ラジオ番組の内容と関連した商品を掲載して販売リンクさせる。CD、DVDなどの音楽系にはじまり、あらゆる商品が対象となる。



NetRadio.com
www.netradio.com



i-Radio
www.i-radio.fm

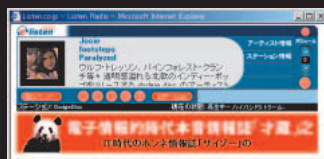
従来のネットラジオの展開

▼ プロモーションタイプ

レーベルが所属アーティストの紹介などを目的として行う。ポータルサイトのキラーコンテンツとして行う。



@MUSICRADIO
atmusic.avexnet.or.jp



リッスンラジオ
www.listen.co.jp/radio.xtp

広告モデルの効率性を高める iM Networks の工夫

さて、製品をひとつと紹介したところで、インターネットラジオの展開と課題を大まかにまとめてみよう。左の図のように、サイトごとに微妙に異なるものの、複数の企業の連携によって作られているタイプが多く、この3つのカテゴリーをクロスさせたサービスも多い。

しかし、いずれのタイプでも、ウェブサイトには比ると倍以上のコストがかかるストリーミングコンテンツの配信を商業メディアとして維持するためには、単に収益を確保する仕組みを作るだけでは不十分だ。広告を中心としたビジネスモデルの場合は、視聴者のプロフィールを限定するなど、効果的に販売に結びつけるバックエンドの仕組みが重要になる。コマースサイトやプロモーションタイプも同様で、サービスの効率を上げ、収益を最大化するために配信ターゲットを明確にするという課題が生まれる。

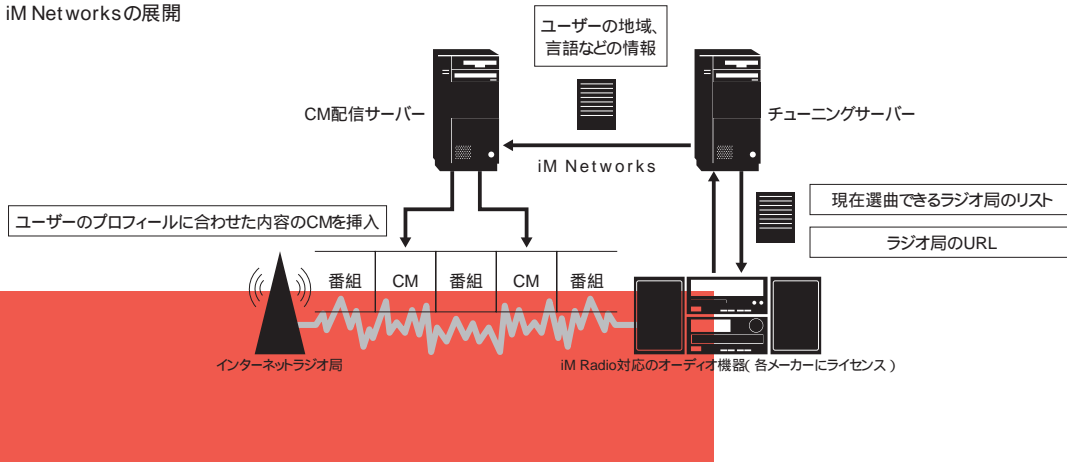
iM Networks 社の提供する iM Radio では IP ベースで地域を判別して、必要に応じて地域ごとに広告を差し替えるシステムが用意されている(213ページ上の図を参照)。地域の特定やユーザーのプロファイリングが可能になることで、マスをターゲットにしているこれまでのラジオの広告ビジネスから、ターゲットを絞った効果的なマーケティングツールへの移行が初めて可能となる。また、ユーザーにとっても、自分と関係のない広告を受け取るよりも必要な情報が盛り込まれている広告が配信されることによって必要な情報にアクセスできる確率は高まる。結果として発信者と受け手の両方にメリットのあるサイクルが作り上げられるのである。

ハードとサービスを結ぶためのシステム作り

もともとストリーミング対応のオーディオ機器は、インターネット家電のなかでも先陣を切って普及が進む分野になるという期待が寄せられてきた。しかし確立されていないインターネットアプライアンスの市場は折からの不況も相まって、その将来性が疑問視されている。

そもそもストリーミングはリビングの主役であるテレビの座を奪うためだけでなく、多くのコンテンツを楽しむために発展してきた。コンテン

iM Networksの展開



つごとに異なるフォーマットが使われ、バージョンアップすることも多いインターネットの世界では、ある特定のシステムを採用してしまうと汎用性が失われてしまう恐れがある。そのため、汎用性や利便性で優位に立つパソコンと競争できるネット家電を作り出せるかどうかは、特にストリーミング対応オーディオの分野では重要な問題として取りざたされてきた。

今回紹介したiM Radioの仕組みを提供するiM Networks社は、あくまでもサービス提供に注力したものであって、ハードウェアの設計、製造、販売やコンテンツを制作するインターネットラジオの部分はそれぞれの専門企業に任されている。iM Networks自身はマーケティングに集中できるようにしており、広告代理店などと協力してグローバルなマーケットを確立しようとしている。インターネット家電が製品としての使い勝手や魅力を高めるためには、大手メーカーのブランド力や機器そのものについての高い技術力がどうしても必要となる。こうした背景から、今後は新しい製品カテゴリーが確立されるにあたって、製品とコンテンツ、あるいは製品とサービスを結びつけるシステム作りが重要になってくる。iM Networksはその核の部分にいち早く着目してサービスを展開しようとしているのである。

製品の登場も本格化

「融合」がネット家電の起爆剤

ソニーによる500ドルのネット端末「e Villa」やマイクロソフトのXboxなどのゲーム機もまた、インターネット家電の持つホームサーバー

としての可能性を持っている。プレイステーション2などはリアルプレイヤーを搭載し、ストリーミングプレイヤーの部分をオーディオ機器と争う。とはいえ、パソコンとの激しい競争は避けられないうえに、テレビのようにインターネット上の動画コンテンツを楽しむにはまだ帯域幅が不足しているなど、課題も多い。

そんななか、MD、DVDに続くヒット商品が生まれてこない日本の家電メーカーにとって、インターネットラジオに対応したオーディオ機器は大きなチャンスだ。今後はプリントサーバーや無線LANのトランスミッターなどさまざまな機能を搭載して、ルーターが家庭におけるブロードバンドの要へと変化するかもしれないし、携帯電話やカーステレオなどにもネットラジオの機能が相乗りするようになる可能性すら考えられる。ブロードバンドコンテンツの主役がまだ登場していないいま、コンピュータから家電までさまざまな業界がインターネットアプライアンスへシフトする開発競争が始まった。

本稿の執筆中にエリクソン社もiM Networksのライセンス供給を受けて、ストリーミング対応ラジオを2002年春に欧米の一部で販売すると発表した。また同時期にBOSEからもパソコンに接続するタイプのネットラジオが登場する。

いま電波による地域制限のないストリーミング対応ラジオが、ネット家電の先鋭として再び評価されるときがやってきた。それは成功するか否かというレベルにとどまらない。多くのメーカーやコンテンツ提供者を巻き込み、さまざまな機器との競争や融合を伴って、新しい生活スタイルを生み出す予兆なのである。



iM Networks社のウェブサイト。iM Tuner用ソフト（CD-ROM収録先：Win Sonicbox）のダウンロードも可能。
www.imnetworks.com



エリクソンもiM Networksのライセンスを結び、インターネットラジオを送り出す。
www.ericsson.com



BOSEによる「Wave PC」。オーディオ機器メーカーがこぞストリーミング対応製品を投入する時期が到来した。
www.bose.com/home_audio/interactive_systems/wave_pc/



[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