

genius
今月のGな人

ソニー株式会社 テレビ・ビデオ事業本部
記録システム開発部門
AV商品技術開発部統括部長
宮原 秀彰さん



放送と通信が連携していくと、
家電には何が起こるのか—
人とコンテンツをつなぐ
＜エージェント機能＞の精度が、
メーカーには問われてくる。

2011年、地上波が全てデジタル放送に切り替わる。コンテンツの数は飛躍的に増え、アナログ放送時代には不可能だった新しい視聴体験が可能になり、その結果コンテンツのあり方さえ変えると言われている地上デジタル放送。この劇的な変化を、ホームエレクトロニクスメーカーは、どう観ているのか。いつの時代も、ユーザー視線でのモノづくりを徹底することで、世界市場を席巻してきたソニーさんに聞いてみました。

—2011年をどのような画期と捉えていますか。

地上波の全てがデジタル放送になると、週4,000程度であるテレビ番組が、週20,000番組にまで増えます。でも、それだけ選べる番組が増えても、それを選んで見る視聴者には、限られた時間しかありません。むしろ、番組が増えるほど、番組表から自分好みの番組を一つ一つ選び出すことは不可能に近くなってきます。そのとき必要なのは、視聴者とコンテンツをつなぐ＜エージェント機能＞です。私たちは、御社が提供するEPG(電子番組表)に、早くから注目し採用させていただきました。なぜ注目したかという、Gガイドは、視聴者とコンテンツをつなぐ＜エージェント機能＞のまさに先駆的なサービスだからです。

—その＜エージェント機能＞を、ソニーさんは商品においてどう具体化しているのでしょうか。

DVRの普及によって、「ゴールデンタイムの番組はきっと面白いから録画しておきたい」といったニーズだけではなく、「好きなあの俳優が出ている番組を録画しておきたい」といった新しい視聴者ニーズが生まれてきます。そこで、「スゴ録」では、好きな俳優の名前をキーワード登録して録画予約ができる「おまかせ・まる録」機能を、どのメーカーにも先駆けて開発、搭載し、おかげさまでユーザーの皆様にご支持いただいています。

そして、その先に私たちが考えていることは、エージェントとして、「いかにユーザーの視線に触れるコンテンツをリコメンデーションできるか」ということです。ただ番組表から好きな俳優に関する情報を機械的に拾うのではなく、検索語からユーザー個人の嗜好を反映し、検索結果に活かしていくような自己学習型のシステムを創っていくことです。それが、デジタル放送時代のユーザーニーズに応える＜エージェント

機能＞だと考えています。「スゴ録」に搭載されている＜おすすめ録画機能＞は、まさにそれを実現する機能です。



—時代が変わっても、「ユーザーの視線に触れる」というモノづくりを支えるポリシーは変わらない……ソニーさんらしいですね。

そうですね。私たちは、「ものを持つ喜び」が、人間が生きるうえでの「豊かさ」のひとつだと考えています。テレビ番組というコンテンツがある。それを見たい視聴者がいる。その両者を結ぶ＜エージェント機能＞として、御社が提供するGガイドがある。それは＜メタ視聴＞という新しい視聴体験を生み出すエンジンとなり、テレビに対する視聴態度を大きく変えていくでしょう。でも、そのときやはり、受信機や録画機といった「モノ」に対して「こだわりたい」「いいモノを持ちたい」という衝動は、本質的に変わらないはずですよ。

私どもでは、放送と通信の連携という現象を、それが視聴者というレイヤーで考えています。たとえば、Gガイドのようなコンテンツサービスが登場したとき、それを最もユーザーの視線にふれるカタチで送るためのハード側のインターフェースを考えるのが、私たちの使命です。これからの「スゴ録」の進化もその方向性の上にあるわけで、「おまかせ・まる録」のような機能をどこまで完成度を高めていけるかが、私たちの大きな課題だと思っています。

—本日は、いい話をありがとうございました。とても刺激になりました。

こちらこそ、どうぞよろしく申し上げます。

今月のGワード groovy word

SI (Service Information)

IT業界で「SI」というと「System Integration」のことだが、放送業界で「SI」というと「Service Information」を意味する。チャンネル名称、番組名称、番組内容、現在時刻などの番組を視聴するために必要な情報の総称である。このSIが放送波で送られることにより、電子番組表(EPG)が構成される。

せっかくなので、ややテクニカルな話をしよう。SIの中身は、それぞれの用途に合わせて区分されている。この中で、EIT(Event Information Table)と呼ばれるものが番組情報の中核であり、番組の名称や番組内容、放送日時など、番組に関連する情報そのものである。EPGは主にこの情報を用いて作成される。放送のデジタル化によって何が起こるか。その1つに「メタ視聴」と呼ばれる新しい視聴形態があるが、このSIが、何を見たいかという各個人の嗜好に合わせた主体的視聴を可能にするデータ(メタデータ)の基礎となるであろう。



Data Watching

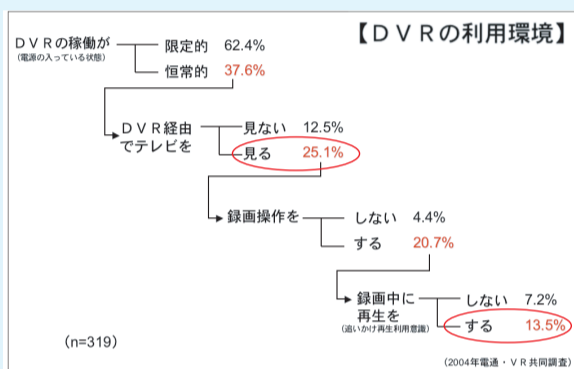


「DVRによるCM認知への影響」を徹底検証

前号にひきつづき、DVRによって生じるテレビ視聴の変化が、広告ビジネスにどのように影響を与えるかを検証します。今回のテーマは、DVRと視聴率の関係。放送ビジネスの基盤として機能している視聴率調査方法を検証することで、DVRの普及によるCM認知への影響を考察してみました。

●録画機がテレビ視聴に与える影響の考え方

DVRはユーザの日常的なテレビ視聴行動にどの程度溶け込んでいるのか、2004年のビデオリサーチ社との共同調査でDVRの稼働状況をユーザに問うことで明らかにしようとしたものが「データ1」である。比較的ハイスペックな機種種のユーザを選定し、最も「追いかけて再生」を行いやすい環境（「恒常的にDVRを利用する」、



「データ1」

「ライブ視聴をDVR経由で行なう」など)にあるDVRユーザを抽出したところ、最もタイムシフト視聴モードに入りやすい環境でDVRを利用している層は、DVRユーザ全体の25%程度に留まった。一般化はできないが、DVRを所有していてもその機能の全てを使こなしているユーザは限られていると思われる。

●タイムシフト視聴とテレビ視聴率の関係

DVRによって生じるテレビ視聴の変化が現行テレビ広告ビジネスにどのような影響を与えるかを検討する前提として、放送ビジネスの基盤として機能している日米英の視聴率調査方法がどのようなものかを表したものが「表1」である。英国ではVTRの録画再生分を加算した視聴率もライブ視聴率とは別に集計・配信されている。米国ではVTR録画分を(録画のみで再生に至らなくても)ライブ視聴率に加算して集計・配信している。また、米英両国ともDVRの再生視聴への対応を始めている。一方、日本ではライブ視聴のみを番組視聴と定義しているため、録画された番組は視聴率調査の対象から外れている。

【日米英の視聴率調査】

	日本	米国	英国
調査会社	ビデオリサーチ社	Nielsen Media Research	BARB (AGB-NMR受託)
V T R			
録画の測定	あり(番組単位で測定)	あり	あり
再生の測定	なし(再生時間のみ測定)	なし	あり
視聴率加算	視聴率には加算しない	番組録画は再生しなくても視聴率に加算	放送から164時間以内の再生番組再生(放送から164時間以内)は視聴率に加算

DVRの測定

- DVR所有世帯はパネルに含まれる。
- 視聴率の対象となるのはライブ視聴のみ。
- 「Live」(ライブ視聴)、「Same Day」(同日内再生)、「Live Plus」(7日以内の再生)の3種類の視聴率を算出。
- 2005年末からDVR再生視聴を測定開始。
- 録画機により視聴定義が異なるという課題が残る。
- 「録画視聴率=ライブ視聴率+7日以内再生」というVTRルールを基本に、DVR対応を進める。
- 「VOSCAL」(Viewing on the Same Days as Live: 同日内再生)概念を提案。
- 2005年9月からDVR再生視聴を測定開始。

「表1」

いちばん思い出に残っている テレビ番組

Vol.2

「サンデープロジェクト」

テレビは私の生活にとって欠かせないもの。したがって「思い出」というよりは、現在進行形で語らせて頂きます。少し前まで、休日はサッカーやジョギングと、身体を動かす欲求が優先でしたが、最近は家でんびりしたいと思うように。朝起きて、新聞を読んで、朝飯を食べて、ソファに横になって、「サンデープロジェクト」を観るときが、至福の時。もともと政治に興味があるわけでもなく、経済に強いわけでもないですが、ビジネスに直結する話が多かったり、同世代の企業家が語ったりと、等身大の世界があるような気がします。田原氏の突っ込みに対して、もっともらしく語るゲストの語に、「そんなことはないだろう」、「本当にわかってしゃべってるのかよ」と思ったり、「うーん、なるほど」と納得したり。生放送という環境と過激な出演者の発言に、自分の感情が掛け算されて、気がつくソファから身を起している時もあります。変化の時代といわれるなか、自分自身を持ちながら、それに対応するのが理想的。そんな刺激材料になってくれている番組ではないかと思えます。テレビっ子の私にとって、テレビ番組とは、単なる情報源ではなく、理想や憧れを見せてくれる、語り尽くせぬ影響力を持ったものですね。



電通 テレビ局 ローカル業務部 部長 高柳 徹也

読書タイム

夢十夜

【第二夜】

夏目 漱石

こんな夢を見た。

和尚の室を退がって、廊下伝いに自分の部屋へ帰ると行灯がぼんやり点っている。片膝を座蒲団の上に突いて、灯心を掻き立てたとき、花のような丁子がぱたりと朱塗の台に落ちた。同時に部屋がぱっと明るくなった。

襖の画は蕪村の筆である。黒い柳を濃く薄く、遠近とかいて、寒むような漁夫が笠を傾けて土手の上を通る。床には海中文殊の軸が懸っている。焚き残した線香が暗い方でいまだに臭っている。広い寺だから森閑として、人気がない。黒い天井に差す丸行灯の丸い影が、仰向く途端に生きてるように見えた。

立膝をしたまま、左の手で座蒲団を捲って、右を差し込んで見ると、思った所に、ちゃんとあった。あれば安心だから、蒲団をもとのごとく直して、その上にどっかり坐った。

お前は侍である。侍なら悟れぬはずはなからうと和尚が云った。そういつまでも悟れぬところをもって見ると、御前は侍ではあるまいと言った。人間の屑じゃと言った。ははあ怒ったなど云って笑った。口惜しければ悟った証拠を持って来いと云ってふいと向をむいた。怪しからん。

隣の広間の床に据えてある置時計が次の刻を打つまでには、きっと悟って見せる。悟った上で、今夜また入室する。そうして和尚の首と悟りと引替にしてやる。悟らなければ、和尚の命が取れない。どうしても悟らなければならぬ。自分は侍である。

もし悟れなければ自刃する。侍が辱められて、生きている訳には行かない。綺麗に死んでしまおう。

こう考えた時、自分の手はまた思わず布団の下へ這入った。そうして朱鞘の短刀を引き摺り出した。ぐっと束を握って、赤い鞘を向へ払ったら、冷たい刃が一度に暗い部屋で光った。凄いの手元から、すうすうと逃げ去るように思われる。そうして、ことごとく切先へ集まっ

て、殺気を一点に籠めている。自分はこの鋭い刃が、無念にも針の頭のように縮められて、九寸五分の先へ来てやむをえず尖っているのを見て、たちまちぐさりとやりたくなった。身体の血が右の手首の方へ流れて来て、握っている束がにちゃにちゃする。唇が顫えた。

短刀を鞘へ収めて右脇へ引きつけておいて、それから全伽を組んだ。——趙州曰く無と。無とは何だ。糞坊主めとはがみをした。

奥歯を強く咬み締めたので、鼻から熱い息が荒く出る。こめかみが釣って痛い。眼は普通の倍も大きく開けてやった。

懸物が見える。行灯が見える。畳が見える。和尚の葉巻頭がありありと見える。鰐口を開いて嘲笑った声まで聞える。怪しからん坊主だ。どうしてもあの葉巻を首にしなくてはならぬ。悟ってやる。無だ、無だと舌の根で念じた。無だと云うのにやっぱ線香の香がした。何だ線香のくせに。

自分はいきなり拳骨を固めて自分の頭をいやと云うほど擲った。そうして奥歯をぎりぎり噛んだ。両腋から汗が出る。背中が棒ようになった。膝の接目が急に痛くなった。膝が折れたってどうあるものかと思った。けれども痛い。苦しい。無はなかなか出て来ない。出て来ると思うとすぐ痛くなる。腹が立つ。無念になる。非常に口惜しくなる。涙がほろほろ出る。ひと思に身を巨巖の上におぶつけて、骨も肉もめちめちめに砕いてしまいたくなる。

それでも我慢してじっと坐っていた。堪えがたいほど切ないものを胸に盛れて忍んでいた。その切ないものが身体中の筋肉を下から持上げて、毛穴から外へ吹き出よう吹き出ようとするけれども、どこも一面に塞がって、まるで出口がないような残刻極まる状態であった。

そのうちに頭が変になった。行灯も蕪村の画も、畳も、違棚も有って無いような、無くて有るようになって見えた。と云って無はちっとも現前しない。ただ好加減に坐っていたようである。ところへ忽然隣座敷の時計がチーンと鳴り始めた。

はっと思った。右の手をすぐ短刀にかけた。時計が二つ目をチーンと打った。

※次号「第三夜」

運用管理ユニット/ディレクター 岩崎 真治

I am IPG



私のEPG人生は、1997年に始まりました。当時は衛星放送でのサービスでしたが、「なんと便利な代物だ」と感動した気持ちは今も変わりません。便利なものは、やはり使われるものなのか、確認用として自宅に設置しているGガイド対応HDDレコーダは、妻のほうがヘビーユーザと化しています。結果、会社でも家でも、「ここをこうするともっと便利になる」、「こんな機能があらうれしい」との改善要望を聞くはめになっていたりします(笑)。より使いやすくすることで、GガイドがEPGの集大成となれるよう、精鋭揃いのIPGで努力していきます!