

genius
今月のGな人

株式会社ACCESS
取締役副社長 兼 CTO
鎌田 富久さん

テレビ放送とインターネット。
相性が悪いとされてきた2つのインフラは、
どう交わっていくのか、いかないのか。

相性がいいのか、悪いのか。テレビ放送とインターネット。生活者にとってみれば、一見簡単に交わりそうなこの2つインフラは、現実として、連携も融合もほとんどされずに、十数年の歳月を過ごしてきた。しかし、今年に入り、インターネットが見られるデジタルテレビの普及や、携帯端末におけるワンセグサービス、EPG(電子番組表)を介したリモート録画予約サービスの普及等、テレビ放送とインターネットは急速に融合、連携の兆しを見せている。2011年に地上波放送全デジタル化という転機を迎えるわが国において、この2つのメディアはどこまで融合していくのか、いかないのか。デジタルテレビ向けのブラウザソリューション「NetFront®」の開発者である、株式会社ACCESS取締役副社長の鎌田富久さんに、うかがってみました。

ーデジタル化、ワンセグの開始など、今テレビ放送が大きく変わろうとします。この動きをどのように観ていますか？

率直に「おもしろい時代が来たなあ」と思っています。ワンセグや電子番組表のようなサービスが登場したことにより、テレビを視聴するという行為が時間と場所にとられないようになる。そうすると、ネットというインフラがキーになってくると私たちは思っています。具体的に申し上げますと、たとえば電子番組表の登場によって、録画スタイルが「選んでためる」から「ためて選ぶ」へシフトします。とりえずどんどん録画してしまい、後でその中から自分が見たいものだけを選んで見るーこの「選ぶ」プロセスにおいて、ネットというインフラがキーになってくると思います。なぜなら、「選ぶ」ためには、その基準となる「情報」が必要なわけですし、ネットというインフラは、ブラウザという機能によって欲しい情報を主体的にとっていくことができますし、メールという機能によって旬な情報を受動的に得ることもできるからです。

ーテレビ放送とインターネットの将来像をどのようにお考えですか。

そもそも、パソコンとテレビと、この2つのハードは、メディ

アとしての性質が大きく違います。前者は、使うときにしかスイッチを入れないし、基本ひとりで見る。後者は、見ていなくてもわりとだらだらとスイッチを入れておき、しかも大画面、大勢で見ることが出来る。この差は、かなり大きいと思います。言ってみれば、テレビというのは、家の中の誰も見られる「情報センター」であると考えられます。「情報センター」であるなら、そこに載るコンテンツサービスは、テレビ番組だけである必要はなく、番組表であってもいいし、インターネットであってもいいわけです。そうすると、生活者のテレビに対する接し方に「変化」が起きる、つまり、テレビが、passiveなインフラからactiveなインフラに変わっていくのです。

ー私たちIPGが提供するGガイドも、テレビにそういう変化を起こすツールだと考えているのですが、鎌田さんから見るとどうですか？

ユーザーの注意をテレビに引き込むツールとして、言い換えれば、テレビに対するactiveレベルを上げるツールとして、大きなポテンシャルを感じますね。ネットと連携していけば、さらに画期的なツールとして進化していくのではないのでしょうか。

ー冒頭で「おもしろい時代になった」とおっしゃっていましたが、起業して以来、この数十年を振り返ってみて、今という時代をどう感じられていますか。

「世界で通用する日本産ソフトウェアをつくりたい」という思いで、22年前に起業しました。日本は、ハードウェア作りでは常に世界をリードしてきました。家電においても、携帯電話においても、コンパクトなサイズと優れた機能を両立させることでは、世界最先端の技術をもっています。なのに、ソフトウェアでは、欧米にリーディングポジションを保たれてしまっています。でも、私は、日本がソフトウェア作りが苦手だとは決して思いません。チャンスをつかまえられなかっただけである、と。そこで、今は「大きなチャンス」だと思うのです。なぜなら、放送と通信の関係性が全世界的に大きく変わろうとしているわけで、そういう新しいコトが始まるときは、

既存の勢力図が書き換わる時だからです。だから、私は、今は「20年に一度のチャンスの時代」だと思っています。

ーお忙しいところ、興味深い話をいただき、ありがとうございました。

今月のGワード groovy word

WebブラウザとBMLブラウザ

パソコンでデータ放送コンテンツを閲覧するためのアプリケーションソフトを「webブラウザ」と呼ぶのに対し、デジタルテレビ等でwebページを閲覧するために必要なアプリケーションソフトを「BMLブラウザ」と呼ぶ。webブラウザの代表例としては、Microsoft社のInternet ExplorerやMozilla社のFirefoxなど、BMLブラウザは、デジタル放送対応テレビやワンセグ対応携帯電話に搭載されており、代表例としては、左記のACCESS社が開発したNetFront®DTV Profileなどがある。BMLとは、Broadcast Markup Languageの略で、ARIB(社団法人電波産業会)によって策定された、XMLベースのデータ放送向けのページ記述言語。従来の動画と音声による放送に、双方向性やインターネットとのリンクを提供する技術。webブラウザの場合、インターネットからHTMLファイルや画像ファイル、音楽ファイルなどをダウンロードし、レイアウトを解析して表示・再生することができ、フォームを使用してユーザがデータをwebサーバに送信したり、JavaScriptやFlash、およびJavaなどで記述されたアプリケーションソフトを動作させたりすることもできる。一方、BMLブラウザの場合、データ放送を制御する性質上、webページの記述言語のHTMLをXML対応にした「XHTML」という言語をベースに、動画・音声の制御を中心とする拡張が図られている。JavaScriptの標準規格であるECMAScriptに対応し、動的なコンテンツを記述することもできる。



Data Watching



パネル広告の詳細閲覧状況を徹底検証③

前回、前々回に引き続き、実際にGガイドを利用している人たちを対象に、パネル広告がどのような意味や価値をもっているかについて検証します。

●パネル広告詳細閲覧率

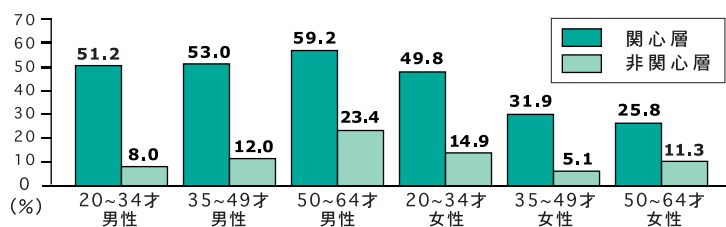
データAは、パネル広告商品に関心がある人(関心層)とない人(非関心層)の詳細閲覧率の違いを示したグラフ。パネル広告商品の関心層スコアが非関心層を

大きく上回っている点は、どの属性にも共通しており、パネル広告商品への関心の有無が詳細閲覧率に大きく影響していることが判ります。このことは、パネル広告が、主体的に接触される広告メディアであることを顕著に示しているといえます。

●魅力を感じるパネル広告の情報内容

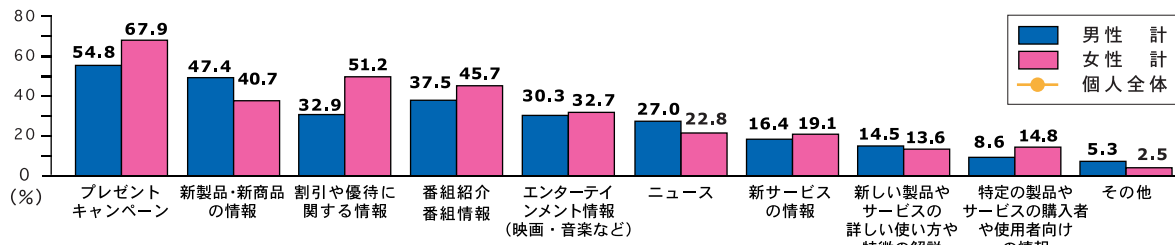
どんな種類のパネル広告に魅力を感じるかを男女別に示したのが、データB。「プレゼントキャンペーン」がトップ、次いで「新製品・新商品の情報」。性別で大きく差が出ているのが、「プレゼントキャンペーン」と「割引や優待に関する情報」で、女性のスコアが男性に比べ、かなり高くなっています。このことから、パネル広告は、キャンペーン告知や旬の情報のリリースに適した広告メディアであることがうかがえます。

データA 【詳細閲覧率：広告商品への関心有無別ターゲット比較】



※スコアは調査対象21素材の平均値
 ※詳細閲覧率：詳細画面を「全部読んだ」+「一部読んだ」のスコア
 ※関心ありのN=0の素材は集計対象から外して算出

データB 【魅力を感じるGガイド上の広告の情報内容】



出典：IPG「Gガイド 広告調査レポート」(2005年11月調査、N=314) (調査機関：ビデオリサーチ)

いちばん思い出に残っている テレビ番組

Vol.7

「傷だらけの天使」

テレビとは、大衆時代の申し子であり、大衆を映し、また大衆を作ってきたスーパーメディアだと思えます。「傷だらけの天使」はそんな大衆時代の最中、昭和49年に日テレで放送されました。登場人物全員の個性の強さと、市川森一さん他による劇場性の高いシナリオ、井上堯之バンドの主題歌など、どこをとっても魅力的なテレビ史に残る名作だと思えます。当時小学生ながら、この番組だけは親に頼んで、遅くまで起きて毎回欠かさず見ていました。学校でもショーケン(萩原健一)や水谷豊のモノマネが流行りました。その後も再放送される度に、主人公の無鉄砲な生き様に対する憧れとカタルシスを胸に、何度も繰り返し見てきました。時代は移り変わりましたが、今でもテレビからはたくさんの刺激を受けています。特にオリンピックやWBCなどで自分と同じ日本人が世界を舞台に戦い、トップに立つような場面では、いつも大きな感動とモチベーションをもらっています。



株式会社電通
 第18営業局 営業部 アカウント・ディレクター
 山崎 富美雄



夢十夜

[第七夜]

夏目 漱石

何でも大きな船に乗っている。

この船が毎日毎夜すこしの絶間なく黒い煙を吐いて浪を切って進んで行く。凄じい音である。けれどもどこへ行くんだか分からない。ただ波の底から焼火管のような太陽が出る。それが高い帆柱の真上まで来てしばらく掛っているかと思うと、いつの間にか大きな船を追い越して、先へ行ってしまふ。そして、しまいには焼火管のようにじゅっというてまた波の底に沈んで行く。そのたんびに蒼い波が遠くの向うで、蘇枋の色に沸き返る。すると船は凄じい音を立ててその跡を追かけて行く。けれども決して追つかない。

ある時自分は、船の男を捕まえて聞いて見た。

「この船は西へ行くんですか」

船の男は怪訝な顔をして、しばらく自分を見ていたが、やがて、

「なぜ」と問い返した。

「落ちて行く日を追かけるようだから」

船の男はからからと笑った。そして向うの方へ行ってしまった。

「西へ行く日の、果は東か。それは本真か。東出る日の、御里は西か。それも本真か。身は波の上。カジ。流せ流せ」と囁いている。舳へ行って見たら、水夫が大勢寄って、太い帆綱を手繰っていた。

自分は大変心細くなった。いつ陸へ上がれる事か分からない。そしてどこへ行くのだから知れない。ただ黒い煙を吐いて波を切って行く事だけはたしかである。その波はすこぶる広いものであった。際限もなく蒼見える。時には紫にもなった。

ただ船の動く周囲だけはいつでも真白に泡を吹いていた。自分は大変心細かった。こんな船にいるよりいっそ身を投げて死んでしまおうかと思った。

乗合はたくさんいた。たいていは異人のようであった。しかしいろいろな顔をしていた。空が曇って船が揺れた時、一人の女が欄に倚りかかって、しきりに泣いていた。眼を拭く手巾の色が白く見えた。しかし身体には更紗のような洋服を着ていた。この女を見た時に、悲しいのは自分ばかりではないのだと気がついた。

ある晩甲板の上に出て、一人で星を眺めていたら、一人の異人が来て、天文学を知るかかと尋ねた。自分はつまらないから死のうとさえ思っている。天文学などを知る必要がない。黙っていた。するとその異人が金牛宮の頂にある七星の話をして聞かせた。そうして星も海もみんな神の作ったものだと云った。最後に自分に神を信仰するかと尋ねた。自分は空を見て黙っていた。

或時サローンに這入ったら派手な衣裳を着た若い女が向うむきになって、洋琴を弾いていた。その傍に背の高い立派な男が立って、唱歌を唄っている。その口が大変大きく見えた。けれども二人は二人以外の事にはまるで頓着していない様子であった。船に乗っている事さえ忘れていたようであった。

自分はますますつまらなくなった。とうとう死ぬ事に決心した。それである晩、あたりに人のいない時分、思い切って海の中へ飛び込んだ。ところが——自分の足が甲板を離れて、船と縁が切れたその刹那に、急に命が惜しくなった。心の底からよせばよかったと思った。けれども、もう遅い。自分は厭でも応でも海の中へ這入らなければならない。ただ大変高くできていた船と見えて、身体は船を離れたけれども、足は容易に水に着かない。しかし捕まえるものがないから、しだいに水に近づいて来る。いくら足を縮めても近づいて来る。水の色は黒かった。

そのうち船は例の通り黒い煙を吐いて、通り過ぎてしまった。自分はどこへ行くんだか判らない船でも、やっぱり乗っている方がよかったと始めて悟りながら、しかもその悟りを利用する事ができずに、無限の後悔と恐怖を抱いて黒い波の方へ静かに落ちて行った。

※次回「第八夜」

事業開発ユニット 石野 秀紀



現在、SI配信とGガイドモバイルの担当をしています。SI配信契約では、全国の放送局と接点を持てたことが本当にうれしかったです。SI利用により、今までのアナログ番組表よりも情報量が増えることになるので、1ユーザとしても非常に魅力を感じていますし、また、流動編成にも対応していて、申し分なしです。これにGガイドならではの情報を付加することによって、テレビを見ることが、より一層楽しくなるようがんばります。実は、Gガイドモバイル担当でもあるものの、個人持ちの携帯電話はドコモのD502i、7年前の端末を今でも大切に使っています。