

2015年のライフスタイルを変える 放送・通信連携サービスとスマートTV

久保田 啓一

日本放送協会 放送技術研究所

2011年12月26日

放送の将来像

20年後

より自然な立体像
身体への負担の少ない
空間像再生型立体テレビ

10年後

あたかもそこにいるような
高い臨場感
スーパーハイビジョン

2年後

放送・通信連携で
身近で新しい放送サービス

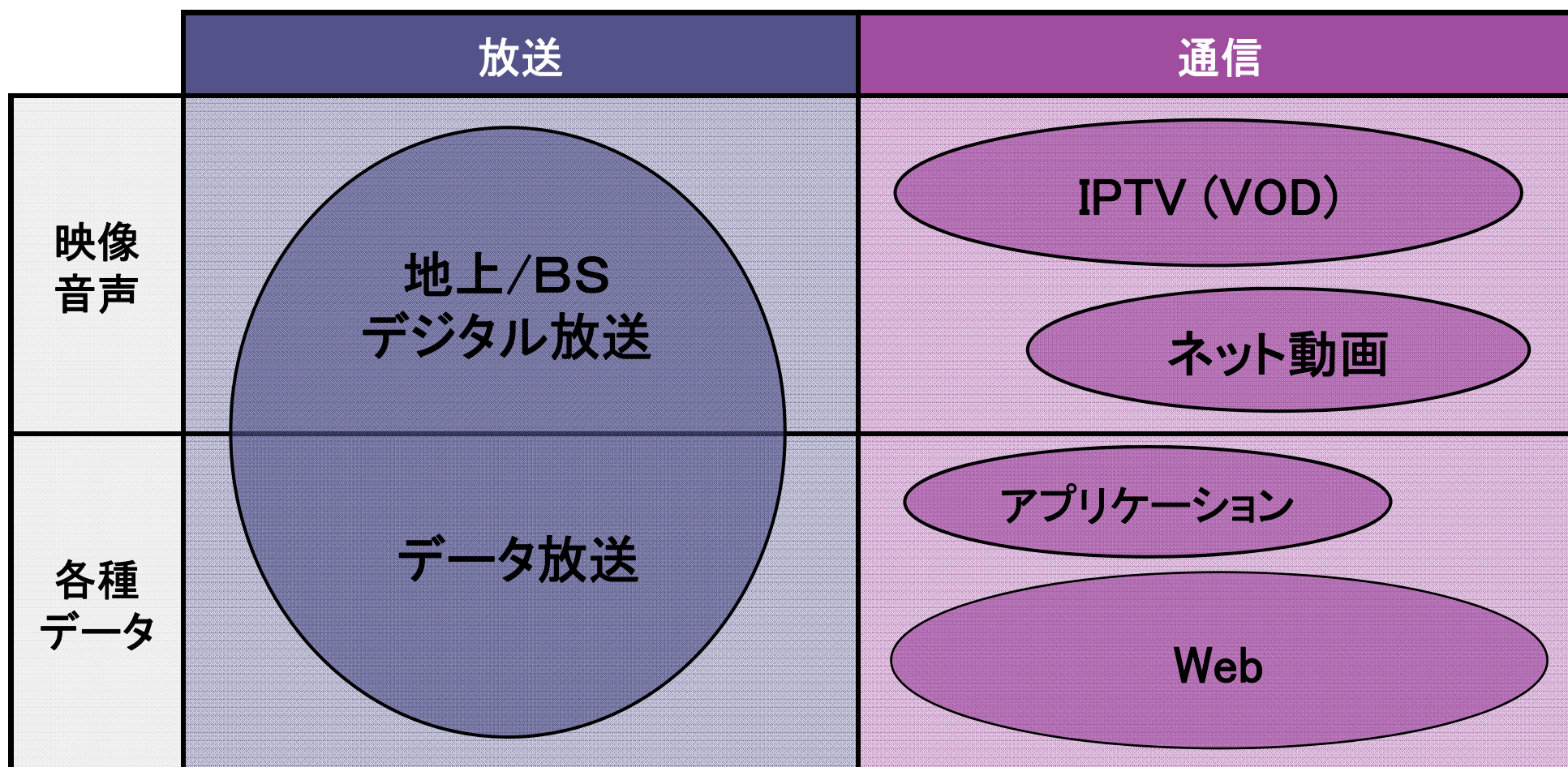
**Hybrid
Cast**

明日も、20年後も

すべての人にとって
より身近でやさしい放送
人にやさしい放送

デジタル放送でライフスタイルは変わったか

- 残念ながら、デジタル放送でライフスタイルは変わらなかった。
- しかし、デジタル放送とハードディスクレコーダーが結びつくことで、ライフスタイル(=視聴習慣)は変わった。



コンテンツを取り巻く環境の変化

放送のデジタル化

- 高品質／大容量／同報配信
- 安定かつ低コスト
- 高い普及率

ブロードバンドの普及

- 全国で3000万契約以上
- 番組・動画のオンデマンド視聴
- パーソナライズ

コンテンツ配信インフラの進化

インターネット技術と文化の発展

- クラウドコンピューティング
- ソーシャルネットワーク
- ユーザー制作コンテンツ

ネットアクセス端末の多様化

- スマートフォン、タブレット端末
- モバイルPC
- ホームネットワークによる端末間連携

視聴者嗜好・視聴形態の多様化

多様な選択肢により、ユーザー主導のコンテンツ利用環境に

世界の放送事業者はどこに向かうのか

■ BBC

- 2016年度までのBBCの改革目標「質の向上優先」
- インターネット経由での見逃し番組サービス「iPlayer」
 - 2007年正式サービスを開始
 - 2010年度、月間平均視聴回数が1億を大きく上回り、116億本を超える番組が視聴される
 - 2011年、欧州、豪の16カ国で、iPad、iPhone、iPod Touch 向けに提供
 - 国内版は無料、海外版は有料
- IPTVサービス「YouView」の推進
 - BBC、BTなど、7者の放送事業者や通信事業者によるIPTVオンデマンドサービス
 - 2012年開始予定



<http://www.bbc.co.uk/iplayer/tv>

■ NBCU

- ネット動画配信会社に出資し、サービスを展開
 - NBCUなどが共同出資して2007年にネット動画配信会社Hulu立ち上げ
 - 当初は、広告収入によって無料で動画を配信
 - 2010年からは、幅広いコンテンツを提供する有料サービスも開始
 - 2011年9月、日本向けにHuluが有料サービス開始

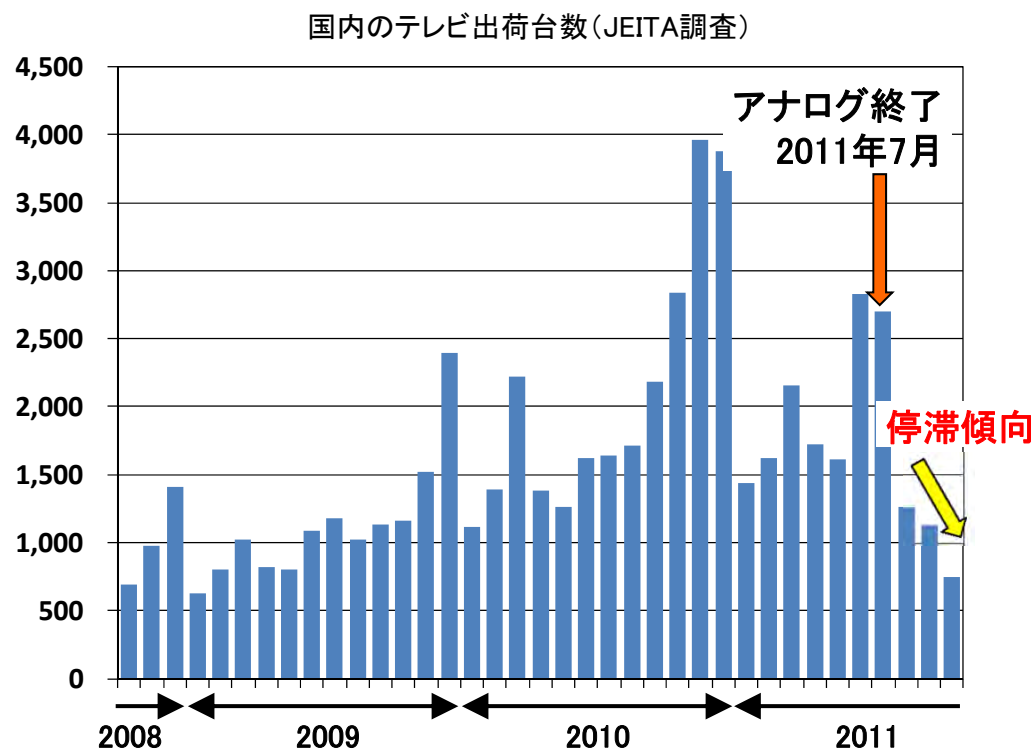
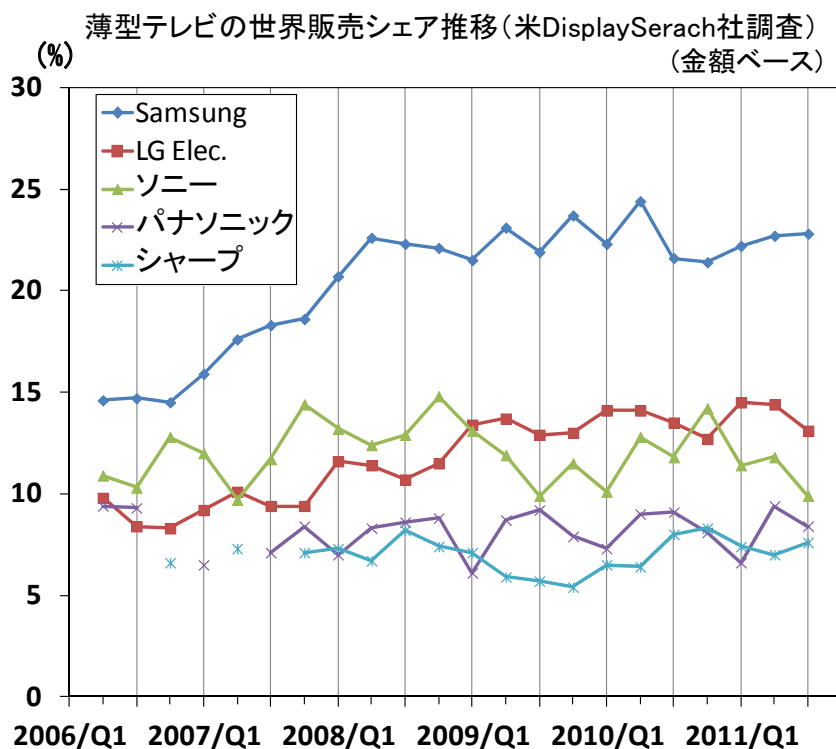
■ PBS

- 2005年より、PBS Kids Sproutを立ち上げ、子供向け番組(PBS Kids)の放送の他、VODサービスも実施

テレビメーカーの現実

- 薄型テレビのコモディティ化に伴い韓国メーカーが世界市場でシェアを伸ばしており、我が国のテレビ産業は押されつつある。

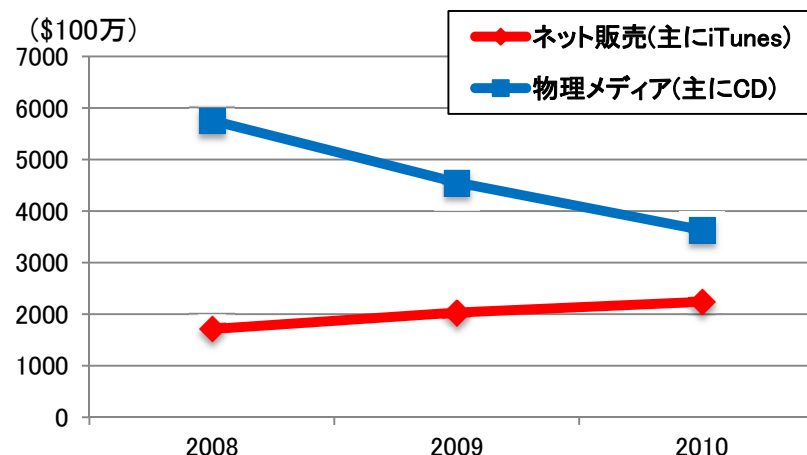
- 国内市場でも、2011年7月のアナログ放送終了以後、販売台数が停滞する傾向。



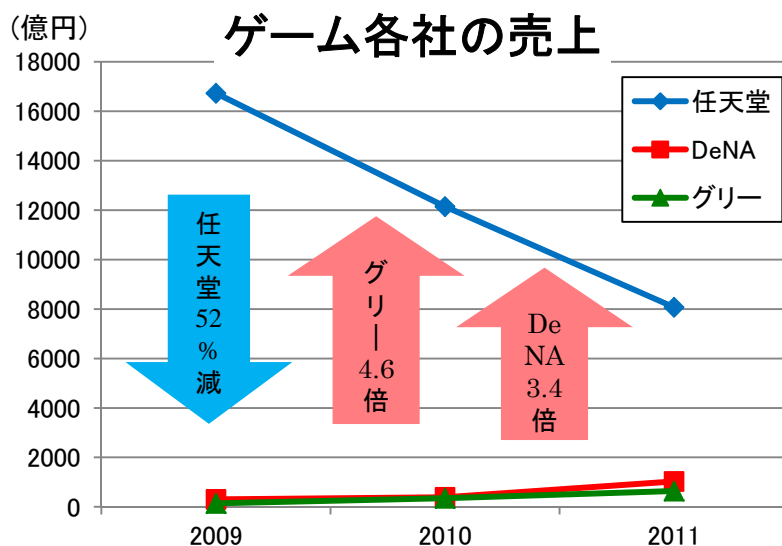
メディア・コンテンツ産業の現状

- 音楽はネット販売に移行中
 - iTunesがけん引、CD販売は減少傾向
- 電子書籍
 - Amazon書籍販売で電子書籍が紙を上回る
- ゲーム
 - ソーシャル化・スマート化で産業構造に変化

音楽コンテンツ販売の変化

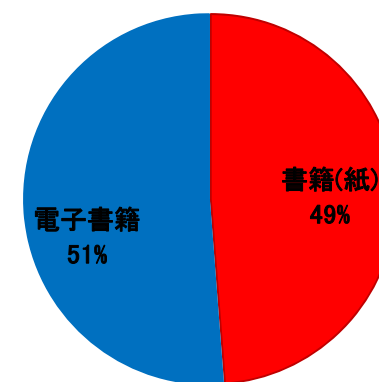


Source: RIAA Year-End Shipment Statistics(2008-2010)



Source: Yahoo!ファイナンス/東洋経済新報社 単独決算(2009・2011)

Amazon書籍販売本数



Source: 2011年4月度 米国Amazon.com報道発表(有料販売本数)

人(=行動データ)が集まるところにお金が集まる

dentsu  Video Research Ltd.

マスの視聴データ

Google

検索キーワードに表れる
ユーザーの興味データ

amazon 

Eコマース(書籍)の
購買履歴データ

facebook

人のつながり(ソーシャルグラフ)と
その上を行きかう
コミュニケーションデータ

■ 次のフロンティアは・・・

- 個人に紐づいた視聴行動データ

➡ 放送・通信融合によって人(=行動データ)が集まる場を作る

放送・通信融合の現状

■ 放送・通信融合サービスの試行錯誤

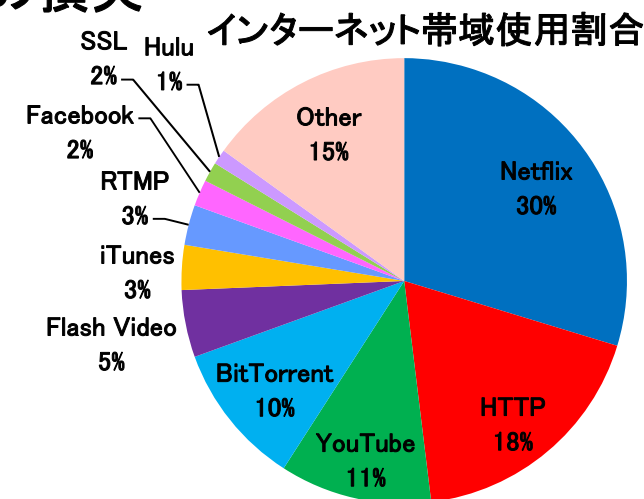
- アクトビラ 売上2.9億円 最終赤字7億円 (2010年度決算)
- NHKオンデマンド、民放各局のVODサービスも本格的普及はこれから
- ロジテック社はGoogleTVの販売不振で1億ドル超の損失

■ 一方で、成功例も出始めている

- ニコニコ動画事業の売上100億円超、黒字化
- Netflixはネット帯域の約3割を占めるまでに成長

■ 新たな試み

- 次期AppleTV、電通VOD、Hybridcast (NHK)



Source: Sanvine Network Demographics
North America, Fixed Access(Downstream), Peak Period,
Top Applications by Bytes(2011, Spring)

勝者はまだ決まっていない



多様化するテレビの機能



放送事業者主導

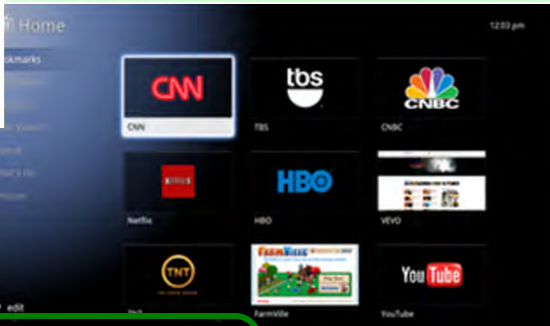
放送からVODへの連携

欧州各国



英国 (2012~予定)

VOD+アプリサービス



各種アプリサービス
+ ネットコンテンツの検索

ネット企業主導

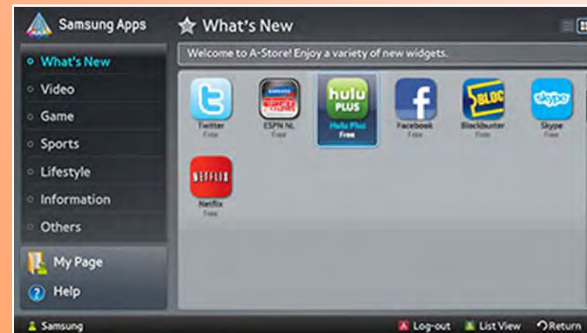


メーカー主導



国内メーカー
共通仕様

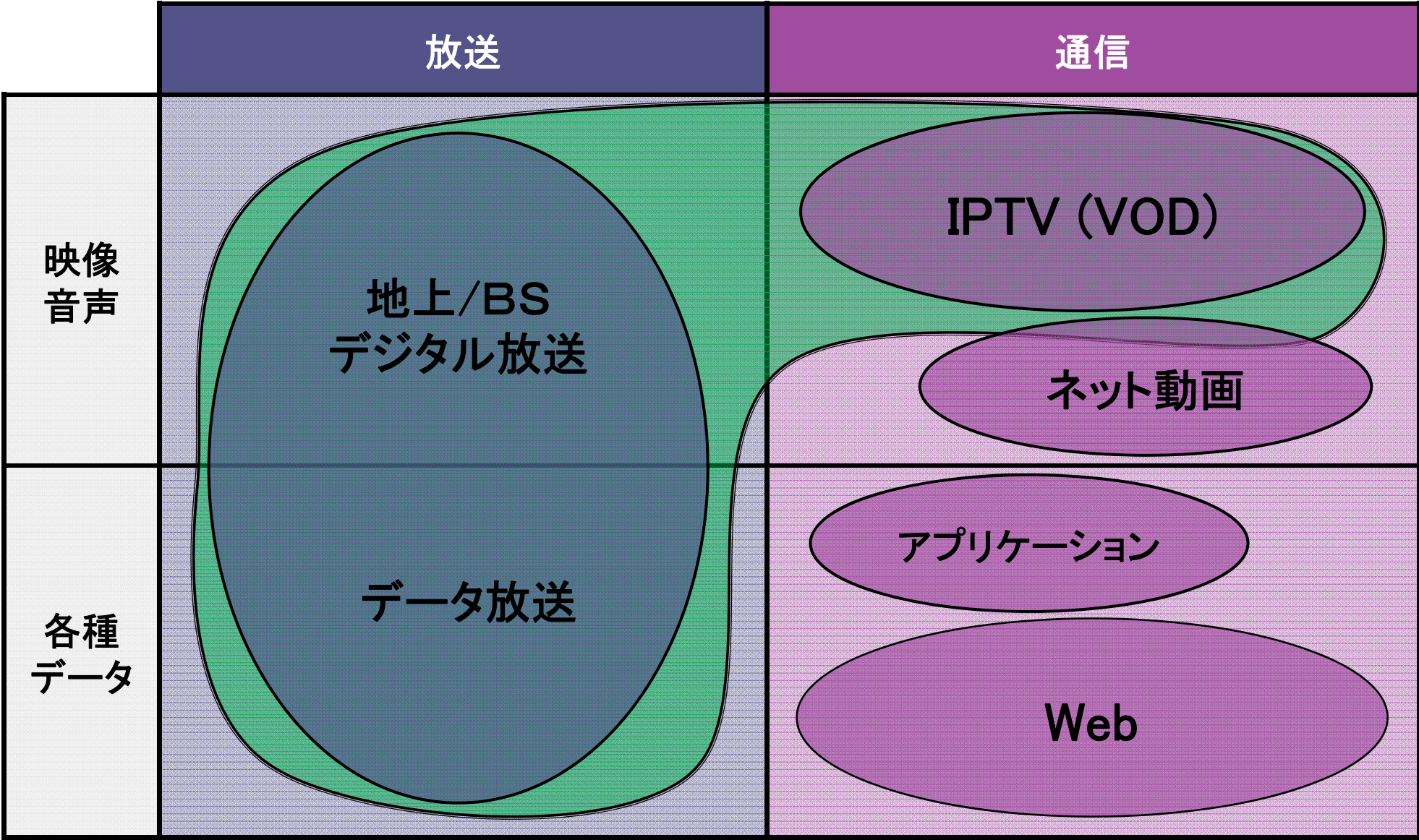
VOD+データ放送との連携



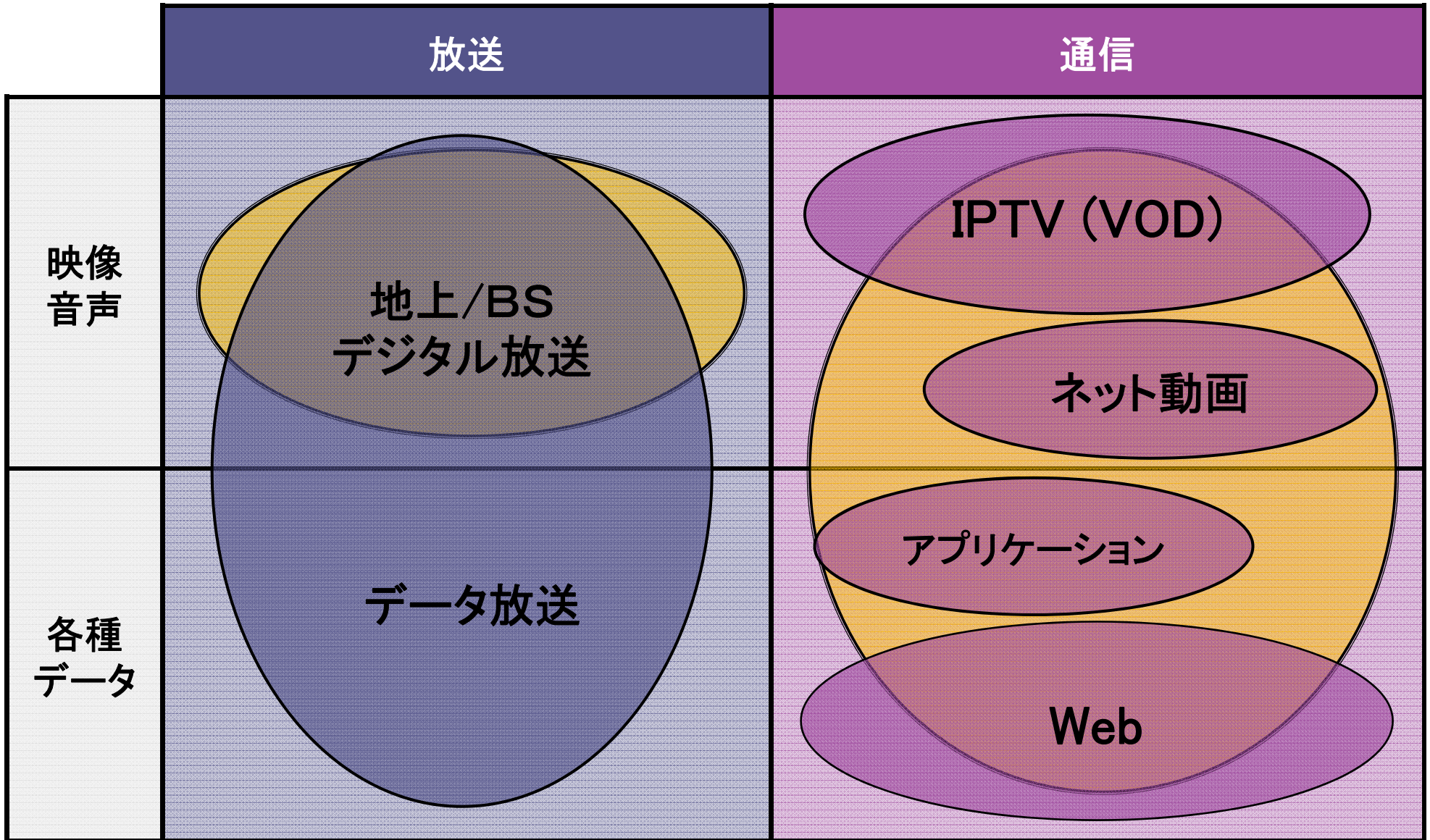
メーカー
独自仕様

各種サービスプロバイダが
VODやアプリを提供

アクトビラ、YouView、HbbTVの世界



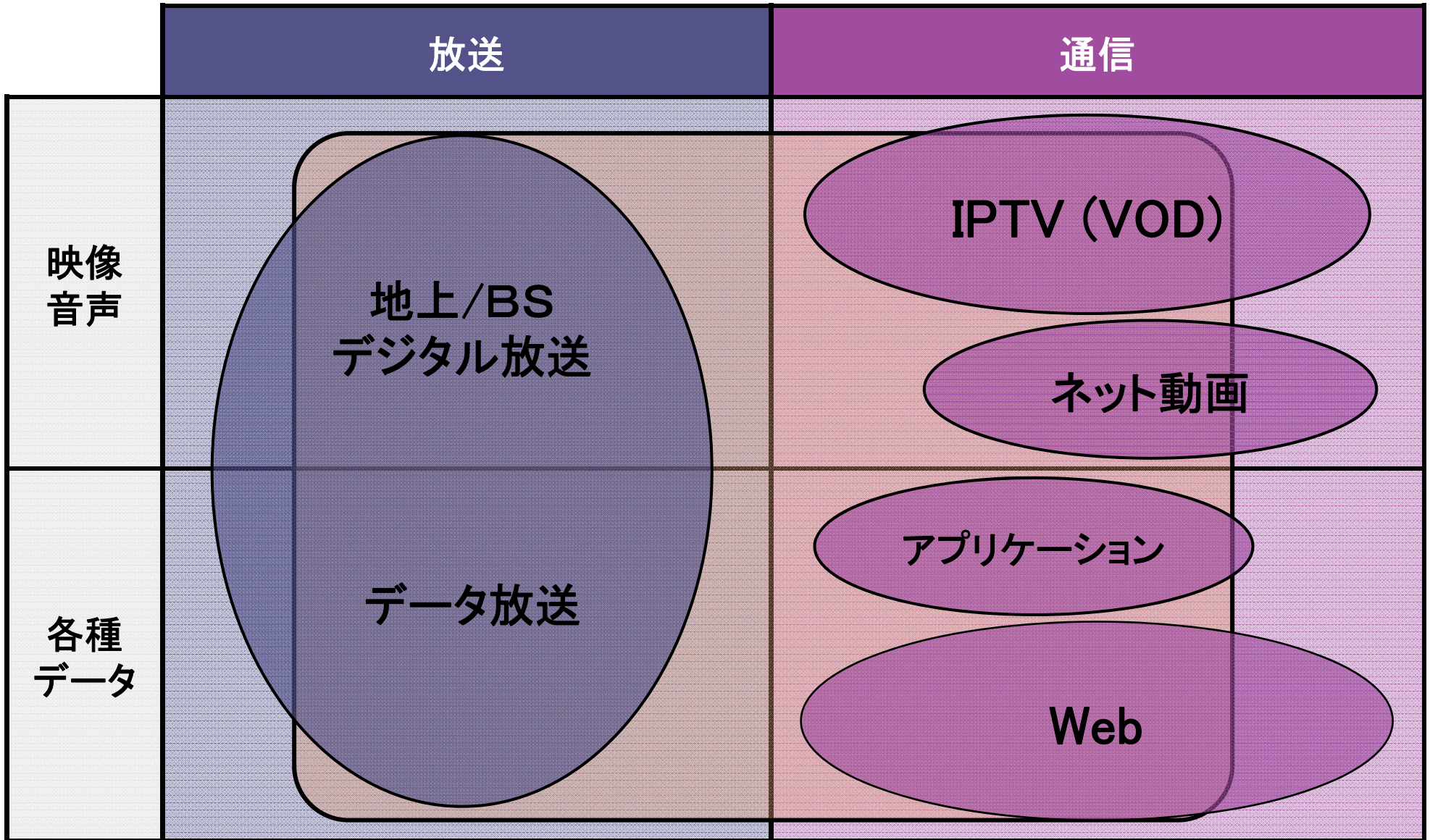
第1世代スマートTV (GoogleTV...)の世界



放送・通信コンテンツサービスの方向性



第2世代スマートTV (Hybridcast) が目指す世界



Hybridcast とは

放送コンテンツを中心とした新しい放送・通信連携サービス



Hybridcast の特長とサービス例

特長

- 放送とネット双方の特長を活かし、情報とコンテンツの価値を高める
- 緊急時の画面制御、放送コンテンツの保護や認証など、安全・安心のための機能を実装
- アプリケーションによる柔軟で拡張性のあるサービス提供が可能
- サードパーティーがアプリを開発して提供することも可能

サービス例

- 通信からのコンテンツを合成して、放送番組をより面白く、分かりやすく見る（多言語字幕やマルチビューなど）
- 通信ならではのパーソナルなサービスや視聴者同士がコミュニケーションを取れるサービスと、放送の連携（番組推薦やSNSなど）
- 携帯端末やタブレット等の情報機器端末をテレビと連携させセカンドスクリーンやリモコンとして利用する
- 安全・安心情報を確実に視聴者に届ける

Hybridcast は何を実現するのか

豊かに

- 様々なプレーヤーが独自にアプリを開発し、多彩なサービスを提供
- 番組に多国語音声や手話CG等を追加して誰でも楽しめる



便利に

- 放送・ネットの多種多様なコンテンツが視聴可能に
- セカンドスクリーンでより見やすく・使いやすく



みんな

- ソーシャルネットと放送番組が連携
- ネット上の友達と会話しながら番組視聴



安全・安心

- 重要な情報を確実・速やか・正確に
- 災害時の安否・ライフライン情報を情報フィルタリングやSNSを活用して適確に提供



HTML5をベースとしたオープンプラットフォーム

公開APIによりアプリケーションが放送と通信のコンテンツを利用可能



放送コンテンツ

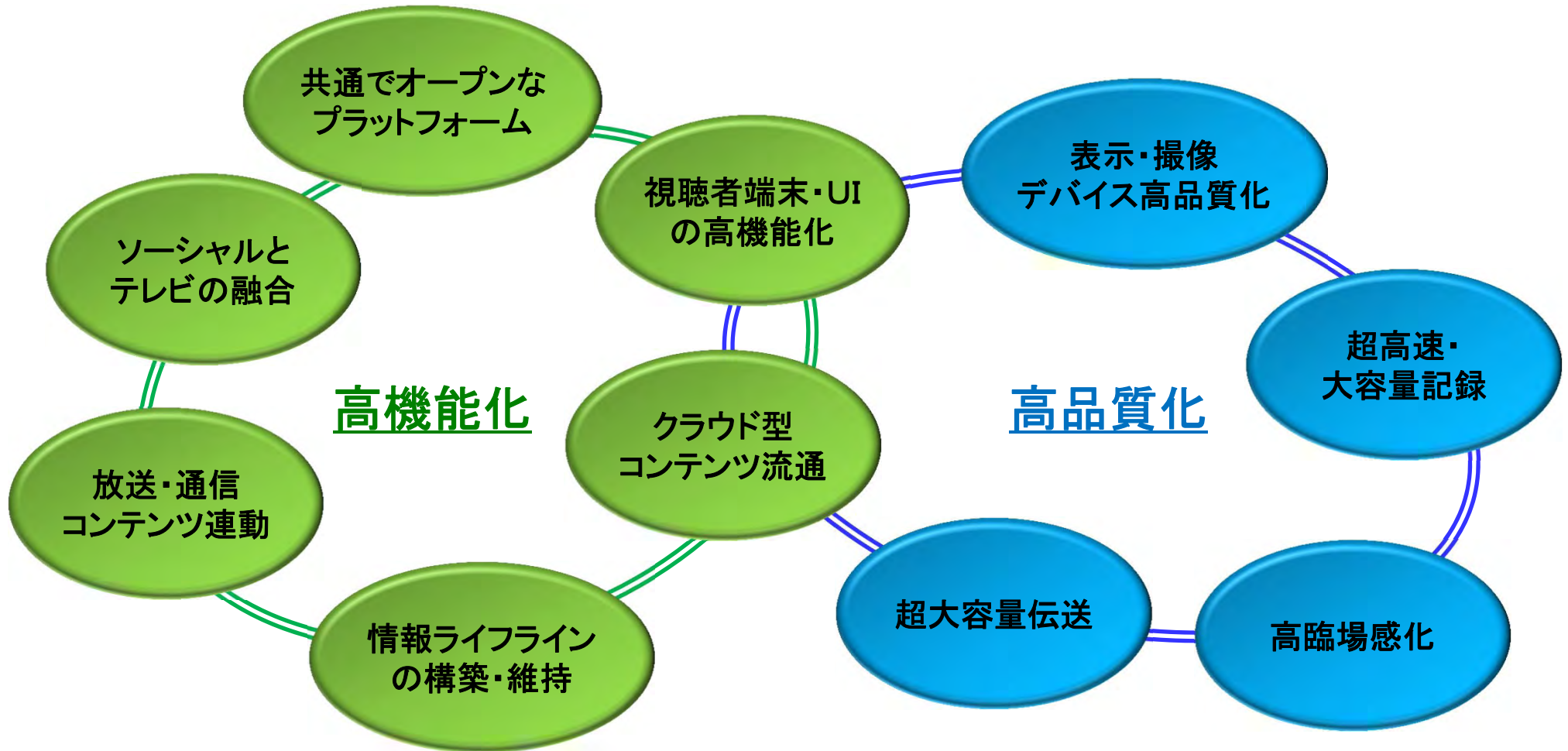


Hybridcast受信機

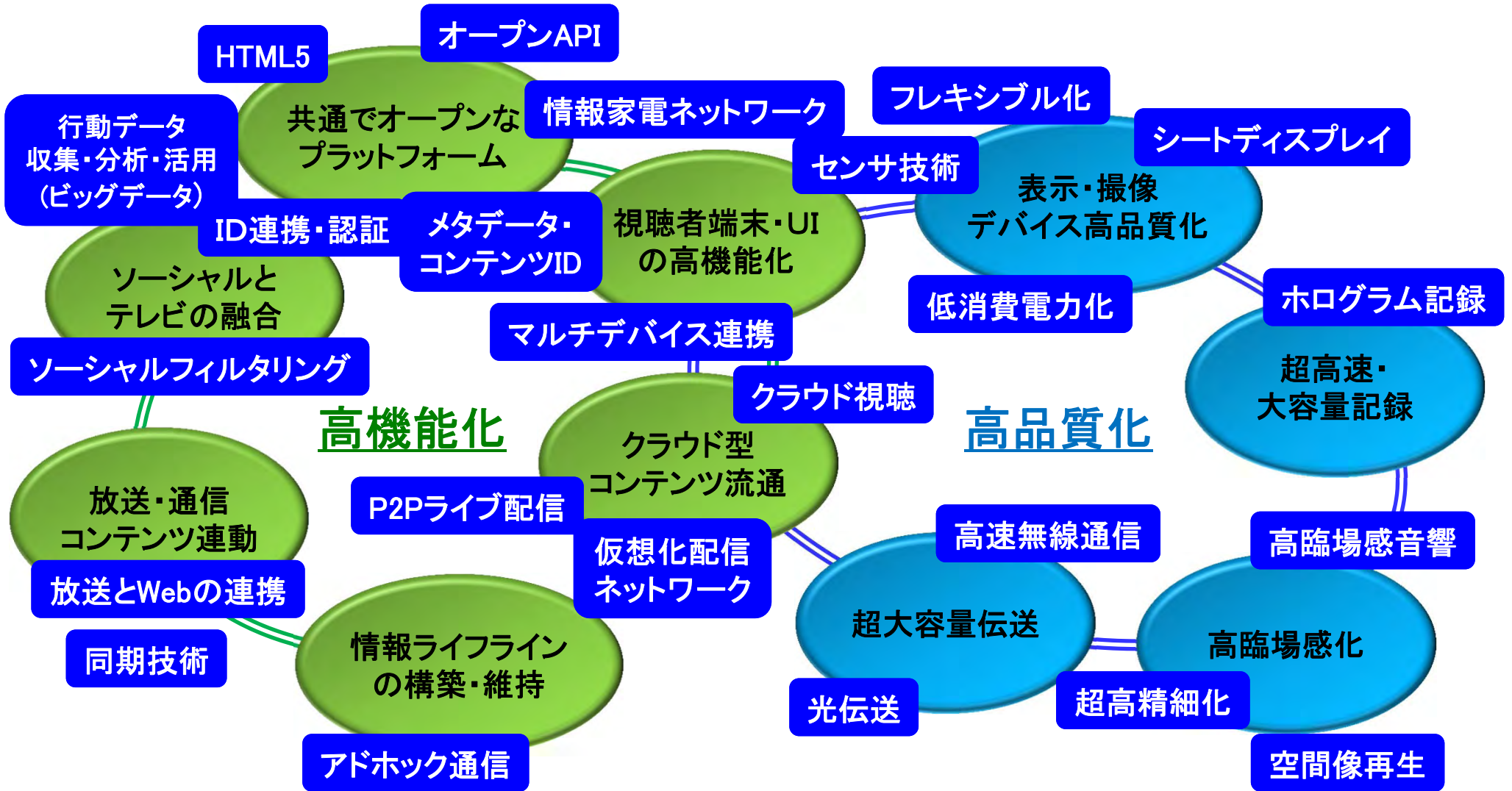


ネットコンテンツ

これを実現するための要件



これを実現するための技術要素



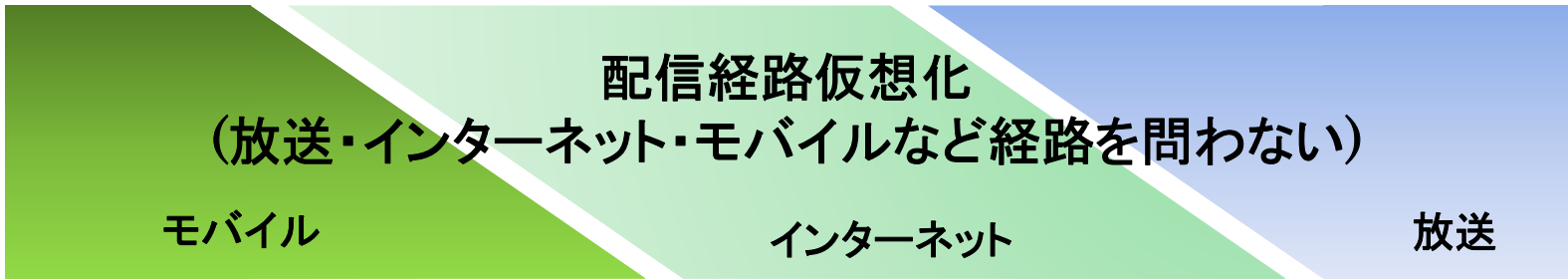
2015年・融合後

コンテンツ種類間の縦割が崩壊し、連携・浸食・融合が進む

メディア

スマート端末群

流通
チャンネル



コンテンツ

デジタルコンテンツ・サービス
(テキスト、音声、動画、インタラクティブ)

2015年のテレビと社会



まとめ

- ようやく環境が整ってきた放送・通信融合
- いまだ方向が明確になっていない次世代「高画質＋スマートTV」
 - 連携・融合技術
 - 高画質・高品質化技術
 - ユーザーライフスタイル変革技術

第2世代スマートTVと放送・通信融合サービス・コンテンツで新たなライフスタイルの創造へ