

# 「これからのテレビ」を巡る 動向を整理する

～2013年1月～5月～

メディア研究部 村上圭子

ポスト地上デジタル化、ポスト還暦の「これからのテレビ」を巡る動向は、2013年に入りますます活気を帯びてきている。こうした現状を的確に認識するには、多様な事業者がテレビを巡り熾烈な争いを展開しているという流れと、総務省の「放送サービスの高度化に関する検討会（以下、高度化検討会）」を軸とした、オールジャパンでテレビ産業を国の成長戦略や国際戦略の中に位置づけようという流れの、並行して進む両極の流れを意識しながら整理していくことが不可欠である。

5月31日の高度化検討会では、4K/8K（スーパーハイビジョン）、スマートテレビ、ケーブル・プラットフォームの3側面から、今後の取り組みに向けた体制やロードマップが示された。これを受け、放送・メーカー・通信の事業者の思惑は今後どこまで調整可能で、関連事業者の結集はどの程度行われるのか。そしてそのことは、テレビの将来に、そして視聴者に、社会にどのような意味を持ち得るのだろうか。

本稿は、通信と放送が本格的に融合していく中、これからのテレビがどのような姿になっていくのかを継続的に研究するための作業の結果報告である。今回は、13年1月から5月までの最新動向を整理、論考した。

## はじめに

デジタル化とインターネットの社会基盤化は、放送サービスを取り巻く環境を大きく変化させた。現在、多様な事業者が多様な取り組みを通じてテレビという存在にアプローチしてきており、そのことは、視聴者のテレビに対する画一的なイメージや視聴行動を分散化させるのみならず、既存のビジネスモデルや制度、概念そのものをも壊しかねないほどの事態となっている。

こうした中、テレビ産業を国の成長戦略や国際戦略の中に位置づけ、関係事業者一丸となり、オールジャパンでサービス高度化に取り組んでいこうという流れも加速化している。

上記のような、いわば“分散”と“集中”ともいえる両極の流れの只中に、今のテレビは存

在している。どちらの方向に向かうのか、その姿はなかなか見えない。それが故に、現状を的確に認識し、説得力を持って今後の展望を提示する研究が今ほど求められる時はないと思うのだが、こうした研究は殆ど見当たらない。

そのため著者は、2012年から主に国内におけるテレビに関連する新たな取り組みや出来事、議論のレビューを通じ、その方法論を探ってきた<sup>1)</sup>。具体的には、本誌13年3月号において、12年の1年間のテレビを巡る最新動向から6つのキーワードを抽出、その定義とそれに基づく分類を通じ、現状把握と論点整理を試みた<sup>2)</sup>。13年に入り、テレビを巡る動向はますます活気を帯びてきているため、引き続き整理、分類作業を続け、定期的にその成果を本誌で報告していこうと考えている。今回、本稿

で報告するのは、13年1月から5月までの動向（年表作成は編集作業の都合上4月まで）についてである。

まず、事態の変化に合わせ、キーワードの一部見直しと再定義を行ったので、それについて言及する。その後、新たなキーワードによって行った整理と分類結果を提示する。最後に、これらの結果と、5月31日に終了した総務省の高度化検討会のとりまとめを踏まえ、今後提起されてくるであろう論点を提示する。

## 1. キーワードの再定義

12年の1年間を整理する際に用いたキーワードは、「マルチデバイス化」「ソーシャル化」「スマートテレビ化」「タイムシフト・VOD化」「高画質化」「多チャンネル化」の6つであった<sup>3)</sup>。「マルチデバイス化」については、デバイス間で同コンテンツが見られる「マルチスクリーン化」と、放送事業者が、番組やCM中にスマホなどのモバイル端末を同期させて何らかのサービスを仕掛ける「セカンドスクリーン化」の小項目も設けた。

表1は、13年の動向を整理するにあたり、見直したキーワードと新たな定義をまとめたものである。変更したのは「マルチデバイス化」と「スマートテレビ化」の2点である。

前者においては、新たな小項目として「宅外化」を加えた。「宅外化」は、“自宅以外で、スマホやタブレットなどのモバイル端末を通じてデジタルテレビのコンテンツを視聴することができるサービスの展開”と定義した。宅内においては、これまでも家庭内無線LANなどを通じてテレビからコンテンツを別デバイスに転送して視聴するサービスが存在しており、そ

れについては「マルチスクリーン化」と位置づけてきた。しかし、13年1月以降、宅外のスマホから自宅のテレビやデジタル録画機にリモートアクセスできるサービスが相次いで登場し、こうしたサービスがユーザーの新たな視聴形態を形成する可能性があることから、新項目として設定することとした。

表1 新キーワード&再定義

	キーワード	内容
1	マルチデバイス化	多様なデバイスの展開
	・マルチスクリーン化	デバイス間で同じものが見られる
	・セカンドスクリーン化	デバイスに紐づいたサービス展開
	・宅外化	自宅以外でテレビが見られる
2	スマートテレビ化（連動）	ネットとつながり放送をより楽しむ
	（非連動・マルチタスク）	ネットとつながりテレビをより幅広く活用
3	タイムシフト・VOD化	リアルタイム外のコンテンツ視聴の広がり
4	ソーシャル化	テレビの周りに広場ができる
5	高画質化	画面が美しくなる

また、「セカンドスクリーン化」については、12年はサービスを仕掛ける主体を放送事業者に限っていたが、メーカー各社においても、テレビにスマホを連動させてリモコン活用するサービスが広がってきていることから、主体を定めず、広く“デバイスに紐づいたサービス展開”と再定義した。

次にスマートテレビ化についてである。12年の段階では、総務省が基本戦略の中で示した、“放送・通信の連携機能、多様なアプリ・コンテンツの提供機能、端末間連携機能の3つの基本機能を兼ね備えたテレビの開発に向けた取り組み”と定義していた。しかし13年に入り、“テレビをネットとつなげることで、放送自体をより楽しめるアプリやリッチコンテンツなどを提供する”「放送連動型」と、“テレビをネットとつなげることで、テレビ自体を放送だけな

く、より幅広い用途に活用する”「放送非連動型(マルチタスク型)」を切り分けて考えるべきであると考え、2つに分けて定義することとした。

また「多チャンネル化」については、BS新規開局や地デジ化後のNOTTV開局など、12年に特徴的な動きだったため、13年のキーワードからは除外することとした。

## 2. 2013年1月～5月の主なポイント

### 1) 1か月ごとの動向整理

ここでは表2に沿って、月ごとに主だった動きをまとめておく。

1月は3つの動きを挙げておきたい。1つ目は、4K/8Kが国の成長戦略と位置づけられたことである。年頭のNHK会長会見や総務省情報流通行政局長の業界新年会の挨拶で、既に放送開始スケジュールの前倒し方針は示されていたが、決定的だったのはCES<sup>4)</sup>において、4Kなどの高画質化がグローバル市場におけるトレンドであることが確認されたことであろう。ここからオールジャパンで取り組もうという気運が急速に高まり、月末の大臣会見となった。2つ目は、先にも述べたが、デジタルテレビコンテンツの宅外視聴サービスの相次ぐスタートである。これまでは、デジタルテレビのコンテンツは、宅内の同一サブネット内に限り、DTCP-IPという著作権保護技術を用いることを条件に、別デバイスに対するマルチスクリーン視聴サービスが展開されていた。しかし、その保護技術がDTCP+として、宅外リモートアクセス対応にバージョンアップされたということで、その技術が活用されたサービスが発表されたのである。また、その後は、全く別の著作権保護技術が搭載された宅外視聴チューナーがソフトバ

ンクBBからも発表された。このサービスでは、チューナーを自宅のテレビにつなぎ、スマホなどを予め認証させておけば、海外でも自宅で見られるテレビと同じコンテンツがスマホでリアルタイム視聴できるという。こうした宅外視聴はARIB<sup>5)</sup>の運用規定では認められていないため、これまでアナログ出力で行われる海外サービスなどいくつかのサービスがあったが、それほど大きな動きとはなっていなかった。また、既存の県域放送モデルを阻害するとして、事業者間で、技術的には可能でも自粛されていたという側面もあったであろう。しかし今回、こうしたサービスが相次いで発表されたことをきっかけに、他のメーカーも追随して「宅外化」に乗り出すこととなった。3つ目は通信3キャリアによるスティック型VODサービスが出揃ったことである。いずれも、モバイル端末向けに展開する定額VODサービスを、テレビ端子にスティックを差し込むだけでテレビスクリーン上でも楽しむことができるというものである。各社それぞれ特徴あるコンテンツを提供するVODプラットフォームを構築しており、この動きは、放送非連動型(マルチタスク型)スマートテレビ化を加速させる動きと位置づけられよう。

テレビ60年を迎えた2月は、総務省と経済産業省(以下、経産省)の2つの動きを挙げておきたい。まず総務省ではICT成長戦略会議<sup>6)</sup>がスタートし、高度化検討会は8つある分科会のうちの1つとなった。そして放送サービスの高度化については、国の新産業創出戦略と位置づけられた。一方、経産省からは「次世代テレビに関する検討会報告書～5年後のテレビのあり方～<sup>7)</sup>」が発表された。報告書には、4K/8Kや放送連動型スマートテレビなど、総務省の検討会で議論されている内容が盛り込ま

表2 これからのテレビを巡る最新動向〈2013年1月-4月〉

日時	事業者	内容	マルチデバイス化	マルチスクリーン化	セカンドスクリーン化	・宅外化	スマートテレビ化(連動)	スマートテレビ化(非連動)	ソニーシャトル	高画質化
1月4日	放	NHK会長 ハイブリッドキャスト13年に番組試行 スーパーハイビジョン(8K)16年に実用化試験放送開始検討へ					○			○
1月8日	メ	CES開幕 米国の大画面志向なども受け4Kの展示増。有機ELも含め、高画質+大画面に力点。	○	○				○		○
1月9日	メ	Smart TV Alliance(LG、東芝などで設立されたアプリ開発共通エコシステム構築目指す団体)にIBMとパナソニックなど加入し11社に						○		
1月10日	放	NHK「NHK オンデマンド」PC利用の直接提供型無料登録会員100万人突破したと発表						○		
1月15日	メ	12年度補正予算として、次世代高画質放送実現に向け、技術検証のテストベッド構築費31億円計上								○
1月15日	通	KDDI「Smart TV Stick」販売発表 HDMI端子への接続でスマホ向けコンテンツをテレビ視聴 スマホと共通auID	○	○				○		
1月16日	メ	アイ・オー・データ機器 DTCP+のリモートアクセス機能に対応したNAS(ネットワーク接続型HDD)発表 宅外マルチスクリーン視聴可能	○	○				○		
1月22日	通	NTTドコモ「dstick」販売発表 HDMI端子への接続で、スマホ向けコンテンツをテレビで視聴実現	○	○				○		
1月22日	メ	NEC Wi-Fiテレビチューナーとタブレットのセットモデル販売発表	○	○				○		
1月23日	メ	(社)デジタルライフ推進協会 DTCP+による宅外遠隔視聴サービスの開発、提供を発表 リモートアクセスガイドラインも策定	○	○				○		
1月23日	メ	パナソニック DTCP+に対応したNAS販売発表	○	○				○		
1月25日	通	ソフトバンクBB 宅外でテレビ視聴や録画視聴を楽しめる「エリアフリー 録画対応デジタルTVチューナー」販売開始	○	○				○		
1月25日	公	ITU 次世代動画圧縮規格として、H.265(HEVC)を承認 M-PEG2の4倍、H.264の倍の圧縮性能を持つとされる								○
1月25日	メ	パナソニック 最大6チャンネル(BS・CS含む)、最大16日保存の全録機能録画機の販売発表								○
1月29日	公	総務省 4K放送開始を2016年から2年前倒しの2014年に。総務省の成長戦略として位置づけるとの大臣会見								○
1月31日	ネ	Hulu 関西テレビ及びMBSと提携 2局のテレビドラマが視聴可能に							○	
1月31日	放	スカパーJSAT社長 決算説明会で「空き帯域を活用して4K放送の早期実現に努めたい」と意欲示す								○
2月1日	放	NHK&日テレ テレビ60年記念コラボ番組「60番勝負」2夜連続放送 投票システムも開発	○	○						○
2月1日	放	フジテレビ セカンドスクリーン用アプリ「フジテレビアプリ」を無料提供開始 番組連動、アプリポータルとしての機能も	○	○						○
2月5日	公	ディスプレイサーチ 4Kテレビ 全世界で13年に50万台超、14年に200万台超、20年に700万台超 中国、追って米国がけん引								○
2月6日	通	KDDI&JCOM CATVの通信網でHD、4K、8Kの3つを同時に伝送する映像圧縮技術を発表								○
2月14日	通	エイベックスとソフトバンクの合弁会社 ドラマやアニメ、音楽などのコンテンツ見放題アプリ「UULA」開始								○
2月14日	ネ	YouTube クリエイターの活動を支援するため、無償利用できる撮影スタジオや編集設備を日本で初オープン								○
2月16日	ケ	NHK CATV 設備を使用したSHV信号の複数送波伝送実験成功 H.264で圧縮、複数チャンネルで分割送出し受信機で同期合成								○
2月21日	通	ソフトバンク「SoftBank SmartTV」提供開始 スティック接続で「GyaO!」「UULA」など4サービス視聴実現。月額490円								○
2月22日	通	総務省 ICT成長戦略会議スタート 放送コンテンツ流通促進、放送サービス高度化を新産業創出戦略として位置付け	○	○						○
2月23日	公	KDDI ブルレイで受信、録画した番組をアナログ出力し、ネット経由でスマホなどに配信する「Remote TV」発売	○	○						○
2月26日	放	日テレ テレビ音声認識技術を活用したテレビCM連動スマホ広告のキャンペーン開始(～3月14日)								○
2月28日	公	総務省「放送サービスの高度化に関する研究会」第2回 番組連動をスマートテレビの要件に、8Kは20年に放送実現へ向けた道筋を								○
2月28日	公	経産省「次世代テレビに関する検討会報告書～5年後のテレビのあり方～」発表 EMS表示やメタデータ標準化、レコメド中核などを提唱								○
3月1日	公	総務省「放送コンテンツ流通の促進方策に関する検討会」第2回 権利処理の集中管理促進に向けた議論								○
3月7日	ケ	東京デジタルネットワーク STBとタブレットの連携で宅内視聴や予約録画可能な「タブレットTV」サービス開始発表	○	○						○
3月8日	放	テレビ東京&プレゼントキャスト 音声認識「Click AD」活用し、視聴メール貯め特典へつなげる。「FOOT×BRAIN SOCIO」スタート	○	○						○
3月13日	放	テレビ朝日 番組リアルタイム連動企画などのセカンドスクリーンサービスを「テレ朝リンク」と名称決定	○	○						○
3月15日	放	日本テレビ&読売新聞社「ジャイアントLIVEストリーム2013」展開 巨人軍主催の全72試合をネット有料配信								○
3月18日	放	テレビ東京 経済報道番組に特化した見逃し見放題サービス「テレビ東京ビジネスオンデマンド」を月額500円でスタート								○
3月18日	放	TBSテレビ スマホ公式有料ポータルサイトサービス開始 番組連動企画も	○	○						○
3月18日	公	IPA(独 情報処理推進機構) スマートテレビの脆弱性検出に関するレポート発表 4機種に10件の脆弱性								○
3月21日	ネ	ドワンゴ&キタラス ニコニコ生放送 パナソニックのテレビとレコーダー、任天堂のWii U向けのアプリのバージョンアップで視聴可能に	○	○						○
3月22日	放	日本テレビ「金曜ロードSHOW!」の「ハリウッド・ポスター祭り!」でオンエア→オフエア&次のオンエアへつなぐしかけ								○
3月26日	放	NHK 8Kによるドラマショートムービーを世界で初めて制作 5月のカンヌ映画祭で上映へ								○
3月26日	公	総務省「次世代衛星放送テストベッド事業」提案受け付け開始 4K/8Kなどの放送サービスの早期実現目的へ								○
3月27日	メ	ガラボン ワンセグレコーダー「ガラボンTV 参照機」発売開始 8チャンネル同時録画24時間2週間録画 SNSにも対応 スマホ視聴可能	○	○						○
3月29日	公	IPTVフォーラム 次世代テレビの放送通信連携システム仕様「HTML5ブラウザ仕様」を公開 名称をハイブリッドキャストに								○
4月1日	放	mmbi「NOTTV」開局1年、契約者数は68万件あまりで目標の100万件に届かず 33都道府県で放送開始								○
4月2日	メ	パナソニック「新型スマートビエラ」発表 画面分割のマイホーム機能や音声認識リモコン(ネット利用にも対応)、顔認識機能などが搭載	○	○						○
4月3日	メ	LG 12年6月から第2弾「LG Smart TV」発表 リモコンのボイスサーチ、ジェスチャー操作、セカンドディスプレイ機能搭載	○	○						○
4月4日	メ	パナソニック 外出先のスマホでの録画視聴を可能にする、DTCP+対応動画転送アダプター(ブルーレイにUSB接続)発表	○	○						○
4月11日	放	TBSテレビ&BS-TBS「THE 世界遺産」を4Kカメラで撮影 レギュラー番組で4K制作は日本初 放送はHVにダウンコン								○
4月11日	メ	ソニー 4Kテレビを84V型に加え、65V型、55V型を発売発表 全製品「TV SideView」(高機能リモコン)にも対応								○
4月15日	通	Wi-Fi Alliance「Miracast」の普及報告 対応機器間はWi-Fiなしでも連携 スマホのコンテンツをワイヤレスでテレビスクリーンに	○	○						○
4月16日	通	TSUTAYA.com&NTT東日本、動画配信サービスをテレビ視聴できる「TSUTAYA Stick」発表 フレッツ契約者に先行販売	○	○						○
4月17日	メ	アクトビラ VODの購入・視聴をスマホ、タブレット(Androidのみ)でも可能にするマルチデバイスサービス開始								○
4月17日	通	NTTぶらら「ひかりTV」Android OS搭載次世代チューナー提供発表 ゲームとアプリマーケット開始 ソーシャルVODも								○
4月22日	公	JEITA(電子情報技術産業協会) 薄型テレビの出荷台数 前年比34.7%の576.6万台								○
4月23日	メ	シャープ「スマホライフAQUOS」発表 スマホ画面をテレビに映し出す、スマホ画面との2画面表示のスマホスクリーンサービスも	○	○						○
4月24日	放	NHK「NHK オンデマンド」をPCやスマホなどで視聴できるアプリ公開								○

※ 放送事業者: 放 メーカー: メ 通信事業者: 通 ネット事業者: ネ 国や機関: 公 ケーブルテレビ: ケ

れつつも、エネルギーマネジメントシステムなどのホームターミナル機能や高齢者の見守り機能など、放送非連動型スマートテレビ化に力点が置かれた内容であった。

3月は放送事業者の動きが目立つ月であった。まず、東京キー局によるセカンドスクリーンアプリがここにきてほぼ出揃った。また、テレビ東京と日本テレビからは、それぞれ局の独自色を生かしたVOD・ストリーミングサービスがスタートした。また、この月のもう1つの大きな動きは、IPTVフォーラム<sup>8)</sup>から、放送連動型スマートテレビの技術仕様が公開されたことである。技術仕様の名称には、これまでNHK放送技術研究所が開発してきた「ハイブリッドキャスト」が用いられることになった。放送と通信を連携させるシステムやHTML5<sup>9)</sup>のブラウザに関する統一規格が示されたことで、放送事業者とメーカーが放送連動型スマートテレビの普及に向け、足並みを揃えて取り組む第一歩が示されたといえよう。

4月にはメーカーの新製品発表が相次いだ。まず目立ったのは、各メーカーから、音声認証やジェスチャー反応対応の高機能リモコンが登場したことであった。また、メーカーによってこれからのテレビに向かう方向性に違いが見えてきたということも特筆すべき動向であった。具体的には、新製品のコピーを「あなたに合わせてテレビが変わる!？」とした生活家電主軸のメーカーであるパナソニックと、「目に見えるすべてを、4Kに。」という、関連会社に映画やエンターテインメント企業を持つソニーとの違いが対照的であった。特にパナソニックは今回、家族それぞれが自らの画面を設定でき、そこに自分の好きなネットコンテンツなどを予め表示させられるというカスタマイズ機能の充実を新製品の

売りにしてきた。放送関係者の間では、テレビコンテンツがフルスクリーンで視聴してもらえないのでは、とか、どんなネットコンテンツがテレビコンテンツと画面上で同居しているか把握できず困るなど、この機能に対する批判の声も少なくないというが、パナソニックは、こうした声がかかることも想定した上で、それでも敢えてこの新製品を出してきた意図があると思われる。

5月の動きについては、表にはまとめられていないが、2つほど触れておきたい。1つ目は、初のフルセグ受信可能なスマホが発表されたことである。これには3月から運用が始まった「コンテンツ保護専用方式<sup>10)</sup>」という新たな著作権保護方式が搭載された。この方式はB-CASのようにICカードを使用して暗号を解く仕組みではなく、ソフトウェアでそれを実現するため、モバイル端末への対応が期待されていた。6月から各メーカーで販売が始まる予定である。受信状況などは実際に発売されてみないと分からないが、ワンセグよりはるかに画質がきれいなこうした機種が普及していけば、テレビそのものの「宅外化」を推し進める大きな流れとなる可能性もある。もう1つの動きは、31日に総務省の「放送サービスの高度化に関する検討会」が終了し、検討結果がとりまとめられたことである。本稿に関連するとりまとめの主なポイントとして、以下の3点を挙げておきたい。1点目は、新たに「次世代スマートテレビ」というキーワードが登場したことである。これは“放送リソース(放送番組又は放送番組の関連情報)を使って新たなテレビ視聴を可能とするアプリケーションを、テレビ上やテレビに紐づけられたモバイル端末上で動作するテレビ”と定義され、放送非連動型スマートテレビの“次”の世代のテレビとの位置づけが示された。とりまとめで

は、この次世代スマートテレビの普及こそが、日本のICT産業の国際競争力強化、関係業界全体の活性化につながる、と記されている。2点目は、4K/8Kのロードマップが衛星・ケーブルテレビ・IPTVに対し具体的に提示されたことである。また望まない視聴者に対応機器の買い替え負担を強いることは避けるべきとの文章も盛り込まれた。3点目は、この4K/8Kと次世代スマートテレビは一体となった受像機として普及促進させていくことにごそ意義があると強調されたことである。グローバル市場における商品差別化が強く意識されている。この点については、検討会のやり取りで、多くの構成員がその重要性を繰り返し述べていたのが印象的だった。

## 2) 事業者別の取り組みの力点

次に、13年1月から4月までの動きを事業者別の取り組みの力点という視点で整理する(表3)。

まず放送事業者のセカンドスクリーン化への取り組みだが、13年に入り東京キー局を始め各局とも急速にその取り組みを進展させてきたといえる。また、このセカンドスクリーン化については、メーカーも、スマホ向けのアプリなどで独自のリモコン機能を搭載するなど、積極的に乗り出し始めてきている。こうした両者の取り組み加速化の背景には、セカンドスクリーンを自らがコントロールすることで、新たなビジネスを仕掛けていこうという両者の思惑が見え隠れしている。

一方、通信事業者は、これらのセカンドスクリーン化の動きとは逆で、“モバイルファースト・テレビセカンド”というべき発想の取り組みを進めてきている。具体的には、モバイル上のあ

らゆるコンテンツをテレビスクリーンで楽しむマルチスクリーン化、自宅のテレビコンテンツを自宅外でリモートアクセスして視聴できる宅外化に力を注いでおり、この動きは今後さらに加速していくと思われる。

このほか、4K/8Kの高画質化については、放送事業者、メーカーに加えて、ケーブルテレビ事業者が、伝送実験などに積極的に取り組んでいる姿が目立った。また、放送連動型スマートテレビ化については、まだ準備段階であるため目立った取り組みはなされていないが、高度化検討会のとりまとめを受け、今後、どこがどう動いていくか、注目される。

また、本稿であまり言及していないネット事業者についても一言だけ触れておきたい。多様なVODプラットフォームが構築され、テレビ以外の映像コンテンツの存在感が高まりを見せる中、YouTubeが無償でクリエイターの活動支援に乗り出したという動きには注目しておきたい。これは、ソーシャル化における視聴から創造への拡張であり、また、プラットフォームが自ら制作部門を抱えるという動きの先駆けと思われるからである。

表3 事業者別の取り組みの力点(13年1月-4月)

事業者	マルチデバイス化	・マルチスクリーン化	・セカンドスクリーン化	・宅外化	スマートテレビ化(連動)	スマートテレビ化(非連動)	タイムシフト・VOD化	ソーシャル化	高画質化
放送事業者	●		●					●	●
メーカー	●		●			●			●
通信事業者	●	●		●		●	●		
ケーブルテレビ事業者	●								●
ネット事業者	●							●	

### 3. ポスト高度化検討会の論点

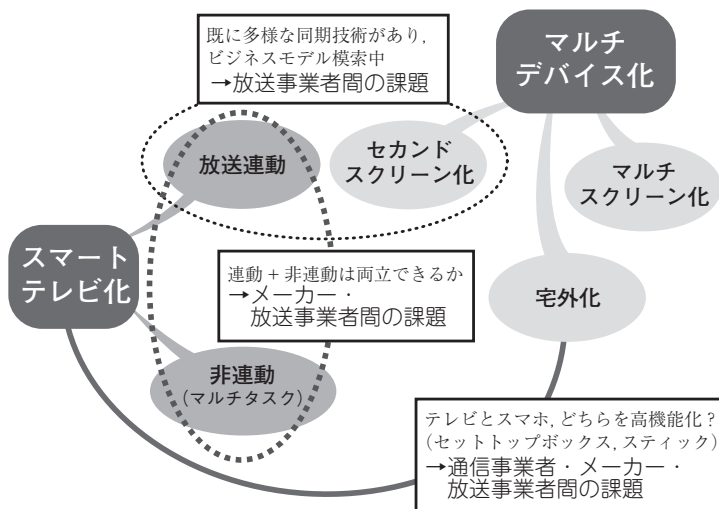
「はじめに」でも述べたように、今のテレビは、2-2) で見たような多様な事業者の多様な取り組みという流れと、高度化検討会を軸としたオールジャパンでの取り組みという流れの、この両極の流れの只中に存在している。この“分散”と“集中”の両極の流れは、高度化検討会のとりまとめ以降、どのように展開していくことになるのか、それに伴う課題は何か、ポスト高度化検討会の論点ということになる。検討会終了直後の執筆時点(6月1日)ではその辺りはまだ全く見えない。そのため、現時点で考えられる論点を見取り図(図1)として提示し、今後の動向を見極めるための座標軸としておきたい。

まず1つ目の論点として考えられるのが、2つの異なるスマートテレビ化の今後についてである。高度化検討会では、放送連動型を次世代スマートテレビと位置づけ、オールジャパンで取り組んでいく方向が示された。では、次世

代として扱われなかった放送非連動型スマートテレビは今後どうなっていくのだろうか。両者は併存したままいくのか、それとも連動機能を組み込む形で、非連動型も次世代スマートテレビへと変えていくのか。

現時点では、スクリーンを可能な限り放送目的で使いたい、そのために有利な放送連動型を推し進めたいと考える放送事業者と、スクリーンの放送外活用を通じ、家電としての付加価値をできるだけつけたい、もしくは視聴ログデータを自ら保持することで新たなビジネスモデルを構築したいなどと考えるメーカーとの間で、見解に相違があることは間違いない。今後、両者でどのような議論がなされていくのか。また、メーカーはどのような立ち位置で次世代スマートテレビに臨んでいくのか。検討会では、次世代スマートテレビは4K/8Kと一体化した受像機として普及させるとの方針を打ち出しているが、そうであればなおさらメーカーの立ち位置は難しいのではないかと推察するが、その辺りにも注目して今後の議論を見ていきたいと思う。

図1 ポスト高度化検討会の論点



2つ目の論点として考えられるのが、次世代スマートテレビを推進することは、果たして放送事業者にとって本当に商機となるのか、という論点である。放送事業者、特に無料広告モデルで成り立ってきた地上波民放事業者としては、できる限りリアルタイムの放送に視聴者を惹きつけておきたいというのは当然のことであるため、その機能を強く打ち出す放送連動型の次世代スマートテレ

ピに対し、これまで表立った批判は出ていない。5月30日から行われたNHK技研公開でも、民放各社は対応したアプリを展示しており、その数は12年の技研公開の時より量も中身も充実していた。しかし一方で、民放各社では既に、今のテレビに対応する様々な技術を活用したセカンドスクリーン化に積極的に乗り出しているという事実は前述した通りである。同期技術については、次世代スマートテレビにひけをとらないレベルにあるものも少なくないという。新たな受像機がどこまで普及するのか見えない中でどこまで積極的に次世代スマートテレビに関わるべきか、とか、そもそもセカンドスクリーンでのマネタイズの可能性すら見えていない中で時期尚早ではないか、など、社内では消極的な声が聞こえる民放事業者も多いと聞く。5月31日の高度化検討会最終回のやり取りの中でも、“無料広告モデルの民放にとって、マネタイズの部分で不透明”（民放幹部），“広告の新しい形を作るためには新しいアイデアが必要”（慶應義塾大学・村井純教授）といった意見が出されていた。

検討会のとりまとめでは、視聴者の安心・安全の確保とオープンな開発環境整備という2つの理念を原則とするため、アプリ開発者は登録制とするという。そして、放送事業者はその中から、自ら選択した開発者に放送番組の関連情報を提供し、アプリ開発を進めてもらうという体制が示された。この体制で、無料広告モデルを補完する新たなビジネスモデルをどう構築できるかが、今後の最大の論点となっていくであろう。

関連情報（メタデータ）については、既に放送事業者以外の会社が数多く存在しているということは、指摘するまでもない事実である。

この現実をどう整理していくのか。また、登録制という、一見するとネット文化に馴染まない枠組みに対し、どれだけユニークで新規性のあるアイデアを持ったアプリ開発者が参入してくるのか、なども重要な論点であると思われる。その点にも留意しながら引き続き動向を見つめていきたい。

3つ目は、自宅にあるテレビ受像機と、スマホなどのモバイル端末のどちらを高機能化させていくのか、という論点である。この論点については、自宅のテレビ受像機そのものを高機能化することを前提としていた高度化検討会ではあまり議論されなかったが、筆者は重要な論点であると捉え、前回の論考でも詳しく触れている<sup>11)</sup>。1月から展開されている通信事業者のサービスのよう、モバイル端末とテレビ受像機を同一IDで管理し、サービスや課金を共通のプラットフォームで行う方法は、ユーザーから見ると、これまでのモバイルサービスの延長にテレビがあるという位置づけで馴染みやすい。しかし、セットトップボックス型であってもスティック型であっても、これらのサービスには、次世代スマートテレビが提案してくるであろう、放送と連動した新たな視聴体験が提供されるアプリの展開は今のところ考えられていない。

今後、こうしたアプリに対し、どれだけのユーザーのニーズが喚起されていくのか。それによって、仮にテレビを高機能化するとしてもモバイル端末経由で実現できるもので十分と感ずるか、それともやはり自宅のテレビ受像機そのものを高機能化したほうが魅力的であると感じるか、ユーザーの動きが見えてくるであろう。しかし、その結果が見えてくるには、まだ少し時間がかかりそうである。



## 4. おわりに

高度化検討会のとりまとめの中で、4K/8Kの基本的な考え方について、下記のような記載がなされている。「放送を早期に実現し、新たな放送コンテンツとサービスの創造を通して、国際社会における映像文化発展を牽引していく」。この文言を普遍化すると、まずハードが先行し、次にそれに対応するコンテンツとサービスが創造され、それらを通じて役割が具現化される、となるであろう。放送の歴史とはこれまでも、そしてこれからもこのような道筋を辿って発展していくのだ、という発想は、高度化検討会がスタートした12年11月の第1回会合で、何人かの構成員が発した言葉にも滲み出ている。

一方、事業者の動向を見ても、ビジネスの商機があると感じると、多くの事業者が雪崩を打ったように同様のサービスを展開しているが、その多くが、デジタル化、ネットの社会基盤化の中で何ができるか、というハード先行の発想であることが多いように感じる。また、こうしたハード先行の発想で、放送の果たしてきた役割や、ビジネスモデルの背後に横たわる公共性・公益性を、ユーザーのニーズというビジネスの論理で乗り越えていこうという動きも増えてきている気がする。

ハードを上位概念に、そこからコンテンツ・サービス・役割を設計する、という発想から解放されたところに、これからのテレビの真の可能性があるのではないかと、というといささか暴論が過ぎるかもしれないが、いずれにせよ、この4つの概念をバランスよく論じていくことが、これからのテレビを考えていく上で求められていくのではないかと思う。

また、こうした産業論、ビジネス論の陰で、

メディア論、社会論があまり見えてこないということも気になっている。しかしこれは、最新動向やシンポジウムなどの議論のレビューというこの研究手法の弱点であるかもしれない。今後検証していきたい。いずれにせよ、個々の事業者が生き残りに必死になっている現状では、前者に比重が置かれるのが現実であろうし、そこに産業やビジネスと乖離したメディア論や社会論を持ち込んでも、絵に描いた餅にすぎないことも理解できる。この点においても、産業・ビジネス・メディア・社会の軸をバランスよく論じていくことが、これからのテレビを考えていく上で求められていくのではないかと思う。

では、これらをバランスよく論じるということとは果たしてどういうことなのか、そのための研究手法や視点としてはどのようなことが考えられるのか、今後の課題としたい。

(むらかみ けいこ)

### 注：

- 1) 13年からは、これまでの『放送研究と調査』の「国内の動き」「メディアフォーカス」、『映像新聞』『日経ニューメディア』『日刊合同通信』に加え、『ITpro』（日経BP社）、『AVWATCH』（インプレス）も加えた
- 2) 村上圭子『「これからのテレビ」を巡る動向を整理する』『放送研究と調査』2013年3月号
- 3) 前掲 63～67 P
- 4) 毎年1月にアメリカ・ラスベガスで開かれている、世界最大の家電見本市のこと
- 5) 社団法人電波産業会。放送技術の標準規格や運用規定などを策定している
- 6) 情報通信技術（ICT）を日本経済の成長と国際社会への貢献の切り札として活用する方策等を様々な角度から検討するため、総務大臣が主宰した会議
- 7) [http://www.meti.go.jp/meti\\_lib/report/2013fy/E002491.pdf](http://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2013fy/E002491.pdf)
- 8) IPを使用した動画配信の仕様の標準化を行う一般社団法人の標準化団体
- 9) 次世代のウェブページ記述言語。多様なデバイスへの拡張が可能
- 10) [http://www.trmp.or.jp/new\\_method/](http://www.trmp.or.jp/new_method/)
- 11) 前掲 68～69 P