

藤井 亮介² 今飯田 哲² 岩崎 建樹³ 小川 健一³ 原田 茂男³

²三菱電機(株) 情報技術総合研究所, ³三菱電機(株) デザイン研究所

1. はじめに

当社では以前よりテレビなどの放送システムの送出系、受信系の開発を行っている。昨今放送のデジタル化が現実のものとなりつつあり、放送局、受信機メーカーのほか、放送広告主などが放送のデジタル化に大きな関心を示している。これは主にハイビジョン放送などの新しい表現手段に対する期待と、多チャンネル化に対する期待である。本稿では多チャンネル化を取り扱う。多チャンネル化では、次のような利点と問題点が考えられる。

利点

- ・ 放送内容製作者の表現の機会が増加する。
- ・ 周波数などの放送資源への低コスト使用ができる。
- ・ 視聴者の嗜好により木目細かく対応できる。

問題点

- ・ 放送内容製作コストの圧迫
- ・ 放送内容品質の粗悪化

本稿では問題点を採り上げそれに対する提案を行う。放送内容製作では一般に対象視聴者群を想定する。

例えば観光案内番組を例に採ると、放送内容の趣旨は観光客誘致となる。観光スポットを紹介する内容とする手法が一般的である。家庭でこの放送内容を見て旅行先を決定する状況を考慮して資金力のある壮年者層を対象視聴者と設定することが多い。

子供や老人など非対象視聴者に対して旅行への参加を要求して説得する場合には対象視聴者が独自に情報収集して利点を説明する必要がある。これは放送内容を別途製作していることに相当し、放送内容製作者が請負うことのできる作業である。

2. 問題

多チャンネル化により放送可能な番組枠は増える

が、広告主から放送内容製作者へ流れる資金が番組数に比例して増加するとは考えにくい。なぜならば図 1 に示すように広告を見る人間の数もしくは番組を見る人間の数(総視聴者数)が増えるわけではないからである。番組数が 3 倍になったとすると、一つの番組及びそれに付加される広告を見る人間の数は 3 倍に希釈されると考えられるので、広告効果という視点で見ると、番組数が 3 倍になった場合には 3 番組に対して従来通りの広告効果が期待されると考えられ、3 番組に対して従来通りの資金が投入されると考えるべきである。

しかし、番組数が 3 倍になると、1 放送内容製作費が不変であるとする、放送内容製作の作業量は 3 倍になる。

これは放送内容製作コストが圧迫されることを意味するが、その結果、放送内容の質が低下することが心配されている。もし放送内容の質が低下すると、放送視聴者は放送視聴以外の時間消費形態へ移行し、広告効果は更に希薄となり、広告資金が更に圧迫されることになる。この意味で多チャンネル化初期に製作費が圧迫されてもなお質の低下を起ささないような放送内容製作手法が少なくとも一時的には必要である。

番組枠が 3 倍になって、放送内容の増産が出来ない場合には、3 倍になって空いた番組枠に対して再放送を充てる事態も考えられる。この場合には、放送内容の質の低下はないと考えられるが、多チャンネル化のメリットがなく、視聴者は受信機の買い替えを渋り、放送業界でも放送設備の更新費用に対する利益がない。

¹ An Economic Contents Creation Method for Diversified Broadcast

² Ryousuke Fujii, Satoshi Imaiida, Information Technology R&D Center, Mitsubishi Electric Corp.

³ Tatsuki Iwasaki, Ken-ichi Ogawa, Shigeo Harada, Industrial Design Center

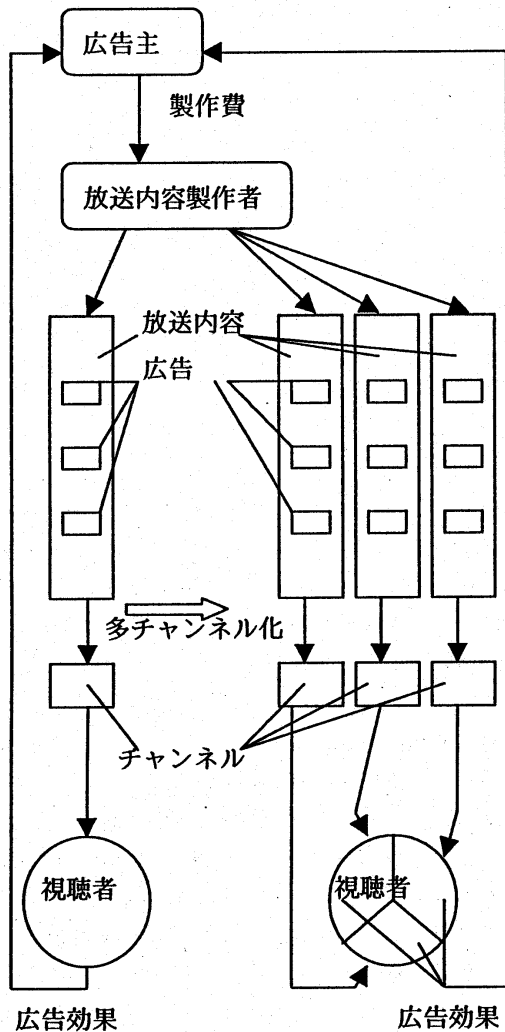


図 1 多チャンネル化時の放送内容製作費

3. 解決方法

3 番組作成と 3 回再放送との中間に位置する手法として、1 番組を 3 形態に編集するという手法が考えられる。

編集が異なるが同一番組であること条件は例えば先に挙げた観光案内番組の場合、どの編集を視聴しても視聴後共通で紹介された観光スポットへ旅行したくなるという番組の意図が伝わることである。

この場合、番組の企画、取材は 3 形態を通して共通なので、この部分でコストダウンが可能である。次に 3 形態への編集もしくは企画立案作業のうち 3 形態編集仕様部分は 3 番組製作では存在しな

った作業であるが、この作業は連続的に減少させることができ、この作業を無しにすると 3 回再放送という形態に縮退する。この場合には上述したように放送内容製作費用としては従来の 1 番組作成の費用と同等である。

3 形態への編集を時間的にずらして行う形態も考えられる。アレンジ、焼き直しと呼ぶことができる。このようにすると 3 形態編集にかかるコストを初回放送まで抑制し、初回放送での反響を見て 3 形態編集の実行を決定することができる。

4. まとめ

多チャンネル化、デジタル化により視聴者により多彩な放送内容の供給ができるとされる反面、放送の質の低下を抑制するための具体的な手法について裏付けがあまりなされていない。

本稿で提案する手法により、単に再放送で番組枠を埋めることで取敢えず多チャンネル放送、デジタル放送を開始するとしても、多チャンネル放送ならではのメリットを持つ放送内容製作への橋渡しが可能となる。

複数の放送内容を作成するのではなく、企画と取材を共通化して多形態編集により、より幅の広い視聴者層に放送内容を供給することにより、放送内容製作コスト抑制と放送内容の質低下抑制を実現し、デジタル放送、多チャンネル放送の開始が可能となる。

当社のようにテレビなどの受信設備や局内設備を供給する立場からは多チャンネルから各視聴者の嗜好にあった放送内容を選択する手法や、多チャンネル放送内容製作のための希薄需要抽出などの課題にも取り組んでいるが、今や送信機と受信機を製造すればよいという時代ではなく、放送内容製作業界と意識合わせを行いながらサービス形態にまで踏み込んだ放送形態を提案する必要がある。

なお、本研究は通信・放送機構の委託研究「ユニバーサル型デジタル放送受信システムの研究開発」に基づく。