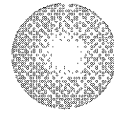
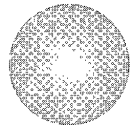


ブロードバンド時代の ビジネスモデルは何か

(株) テラメディア 宍戸 周夫 shishido@dance.plala.or.jp



Column 現代・コンピュータ市場

ブロードバンドの進展・普及によって、通信と放送の融合が進むといわれている。しかし、ここにきて若干様相が変わってきた。放送業者と通信事業がお互いの事業領域に進出できるというような単純なものではなく、この市場に生き残りをかけ、さらには新たな主役の座を狙うという動きだ。思いもかけなかった分野から、ブロードバンド時代を担う“ニューキャリア”が登場する可能性が出てきた。

■相次ぐコンソーシアムの 旗揚げ

今年の全米放送協会展(NAB 2001, ミラスベガス, 4月23日~27日)に参加した人によると、その路線が、従来のような放送業者を対象とした展示から、通信業者主体の展示へと変わってきたらしい。MPEG over IPなど、IP(インターネット・プロトコル)網を使ってストリーミングを行うソリューションが目立っていたという。

よく指摘される「放送と通信の融合」というような曖昧なものではなく、「ブロードキャストからブロードバンドへ」という形に、その流れがはっきりしてきたというのだ。放送、通信という限られた市場だけでの主導権争いではなく、ブロードバンド時代の新たなニューキャリアの姿の模索が始まったようだ。

そのNAB 2001の初日、日本企業を中心としたある記者会見がNAB会場近くのホテルで開催された。主催したのは、NTTコミュニケーションズ、三菱商事、大日本印刷、日本SGI、そして米オープン・ティー・ビー(Open TV Inc.カリフォルニア州)の5社。発表内容は「情報の融合に

おけるビジネス検討会の旗揚げ」だ。日本ではそれほど大きな話題にはならなかったが、会場には米大手マスコミも含め、約200人の記者が集まり、大きな関心と呼んだ。

この検討会には、NTTコミュニケーションズ、三菱商事、大日本印刷という、日本の通信、商社、印刷業界を代表する大手企業がブロードバンド時代に新たなビジネスモデルを模索するという狙いがある。そして、日本SGIと米国のインタラクティブTVとメディア・ソリューション会社であるオープン・ティー・ビーは、そのプラットフォーム作りを担う。

さらに、似たような発表会が日本でもあった。5月24日、アスキーが都内のホテルでアットホームジャパン、ニフティ、NEC、有線ブロードネットワークスの4社と共同して、ブロードバンド向けコンテンツ事業「enban.net(エンバンネット)」を開始すると発表した。

enban.netはエンターテインメントに特化したコンテンツ配信サイトで、オリジナルのゲーム、インターネット・ラジオ番組、デスクトップアクセサリ、マンガ、イラストな

どのコンテンツを提供する。

enban.netが提供するコンテンツは、1.5Mbps以上の帯域を必要とするストリーミングビデオや、1話当たり20~30MBのダウンロードが必要なゲームなど、ADSLや光ファイバーといったブロードバンド・ネットワークを前提としたものになっている。

配信コンテンツはその内容により有償と無償のものに分かれているが、提携4社のうち、アットホームジャパンの「@NetHome」、ニフティの「@nifty」、有線ブロードネットワークスの「BROAD-GATE01」の会員は、enban.netの有償、無償のコンテンツすべてを利用できる。

■オールドエコノミーの生き 残り作戦

いずれの共同記者会見も、ブロードバンド時代に向けて新しいビジネスモデルを模索し、そのブロードバンド時代での生き残りをかけたものといえる。

その背景にあるのは、ブロードバンドの進展によって従来の放送と通信の垣根が取り払われ、巨大な新イ

インタラクティブ・マーケットが出現するという時代の流れだ。すでに放送分野では、BS(放送衛星)、CS(通信衛星)に続いて地上波放送やケーブルテレビ(CATV)のデジタル化が進んでいる。通信分野においても、NABで明らかになったようにIPを中核とする映像ストリーミングが現実のシステムとして実現されようとしている。

こうした中で「情報の融合におけるビジネス検討会」は結成された。これに参加した各社の思いは、ブロードバンド時代の主導権争いというより、むしろ生き残りである。

NTTコミュニケーションズには、これまでのような一方の電話というビジネスモデルだけでいいのかというジレンマが出てきた。すでにインターネット・プロバイダ・サービスは手がけてはいるものの、さらに新しいインタラクティブ・マーケットでもコンシューマーへのアプローチを考えなくてはならない。

三菱商事もそうだ。商社にも、いわゆる仲介ビジネスだけでは立ち行かなくなるという懸念がある。e-マーケットプレイスのような仮想空間に集まってくる顧客データを集めて、より精度の高い効率的なビジネスを展開する必要がある。

大日本印刷も、印刷、出版事業という枠組みだけでは新しい時代に生き残れる見通しはない。多くの出版事業者を支えているという立場から、放送・通信の融合したインタラクティブ・マーケットに向けて主導的立場を確立したいという目的を持っている。

enban.netを立ち上げたアスキーの思いも同じだった。発表会で挨拶したアスキーの鈴木憲一社長はこのように述べている。

「enban.netは、私たちの本業であったアナログ主体の出版ビジネスを、いかにデジタル時代に生かしていくかという課題へのひとつの答

え。アスキーが持っているエンターテインメント、IT関連、教育関連など多くの資産を活用することで、新たなデジタル・コンテンツ分野に進出していきたい」。

アスキーは「月刊アスキー」の出版事業者としてスタートした。その後、パソコンソフトを手がけ、さらにその時代時代に沿った形で事業領域を拡大してきた。そして今まさに、enban.netで新たなブロードバンド時代に生き残りをかけてきた。

■ニューキャリアの姿を模索する

これらの企業が、コンソーシアム形式で何を行おうとしているのか。アスキーたちの方向ははっきりしている。

enban.netが配信予定の主な番組としては、「ゲームチャンネル」(Windowsゲーム情報とオリジナルゲーム)、「声優チャンネル」(インターネット・ラジオや声優関連の音声、画像コンテンツの提供)、「ラジオチャンネル」(インターネット・ラジオ番組)、「マンガチャンネル」(人気作家のマンガやイラスト)、「読み物チャンネル」(アイテムやアニメ、ビデオ、ゲーム業界関係コラム)など。音声、画像情報、ビデオ、ゲームなどを、2002年3月までに会員10万人に配信するという。

これに対して、「情報の融合におけるビジネス検討会」の方は、まだ具体的な事業内容は出ていない。しかし、そのテーマはクリアになっている。

同検討会は、自らを放送と通信が融合して誕生する新たなインタラクティブ・マーケットに向けその環境整備やビジネスモデルを検討するコンソーシアムと位置づけ、その活動目的として①ブロードバンドにおけるIP映像ストリーミング開発、②デジタル放送のインタラクティブ・コンテンツの開発、③デジタル放

送とIP映像ストリーミングの融合、④モバイルにおけるインタラクティブ・サービスの開発、⑤VoIP映像とインターネットの融合、の5つを掲げている。

また、顧客データベースに基づいたWeb広告の挿入を行う機能を開発、あわせてコンテンツ・ビジネスにかかわる機能サービスも随時検討する。同時に、インタラクティブ・サービスの展開によって蓄積される顧客データを活用し新たなビジネスを創造するためのマーケティング活動も行う。2001年末までに具体的な事業化計画が明らかになる。

一方で、こうしたコンソーシアムには、プラットホーム・ベンダの主導権争いという様相もある。インタラクティブ・マーケットに対しては、既存のコンピュータやネットワーク企業も生き残りをかけている。

「情報の融合におけるビジネス検討会」における日本SGIの役割は、Webを使ったインタラクティブ・サービスを実現するためのマルチ対応コンテンツ・ファクトリーの開発。コンテンツ提供者から提供されるコンテンツを、顧客データベースに基づき顧客が利用するインターネットや光ファイバー、CATV、モバイルなどのアクセス・ネットワークのプロトコルに対応させ、同時にネットワークの状況を把握しながら自動的にエンコーディングを行う。

このコンソーシアムの旗揚げは、既存の産業が新しいブロードバンド時代に生き残りを図ると同時に、通信と放送が融合したインタラクティブ・マーケットにおいてすでにその主導権争いが始まったということを示している。そして、こうした主導権争いの中から、通信や放送といった分野を越えて、新時代を担うニューキャリアが登場する可能性がある。

(平成13年5月25日受付)