

# 放送と通信・連携の切り札 ワンセグはブレイクするのか？

2008年3月24日  
朝日放送 技師長室  
デジタルメディア担当部長  
小林慎一郎

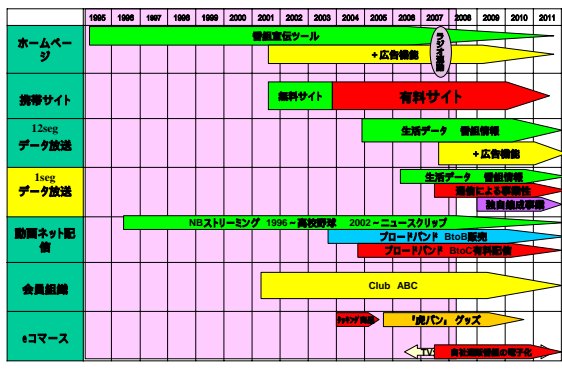
そもそも放送って何？

- 娯楽メディア？
- 情報メディア？
- 報道メディア？
- 広告メディア？
- 文化メディア？
- コミュニティ・メディア？
- デジタル・メディア？
- 公共メディア？
- 単なる銭儲け？

“デジタル的なもの”の粋を集めたワンセグを語る前に...

## デジタル社会に放送局は どう対応して来たのか？

### (例)朝日放送のデジタルサービスの変遷

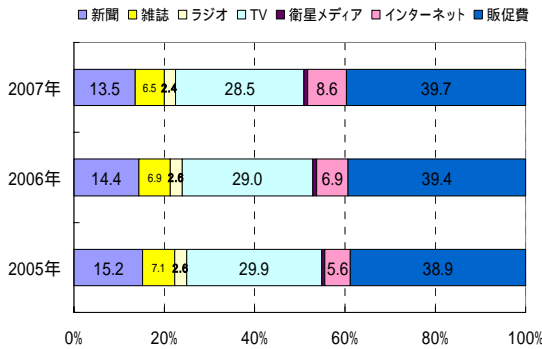


### メディアとしての放送の機能

- 流す 映画 海外番組
- 創る ドラマ ヴァリエティ 音楽番組
- 伝える 報道 スポーツ 広告
- 交わす リスナー、視聴者との交感
- 売る(?) 物販

デジタルの  
有効性

日本の総広告費の直近3年間のシェア推移(総額ほぼ7兆円)



ラジオ、テレビ含めて放送業界は膠着状態

WHY?

地上系放送事業者は既存のビジネスモデルを伸張させることには長けているが、新しいビジネスモデルを育成する能力が希薄

放送はデジタル化されたが...

- コンテンツもオペレーションも伝送波も受信端末もデジタル化された
- しかし、肝心のビジネスモデルである広告の機能や指標は従来同様に番組本編の合間に流されるCFによる訴求のみ



最大の課題は広告のデジタル化

そんな状況の中、  
さてワンセグの今後は？

編成状況

2006年4月1日放送開始以来、現在までは放送法により、12セグ放送との音声サイマルが義務付けられている



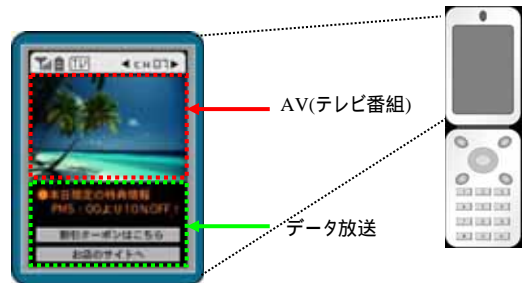
放送法が改正され、サイマル制限が緩和され、ワンセグ独自編成が可能となる

ワンセグの強みと魅力

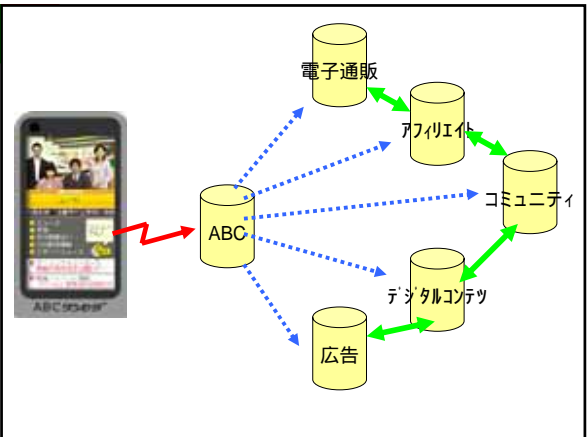
## ワンセグの価値

- 人々は日本中どこでもテレビを視られる  
人々は常にワンセグ携帯を所持している
- 人々はいつでもテレビを視られる  
人々は常にワンセグ携帯を所持している
- ワンセグ携帯は常に通信に繋がっている
- TV番組と同時に別の情報や広告の表示が可能
- 地域情報を全国ネット番組と同時に表示できる
- 全国情報をローカル番組と同時に表示できる
- 視聴時間が減少傾向にあるM1、F1、Tの視聴を喚起

## ワンセグの最強ポイント テレビ番組とデータ放送

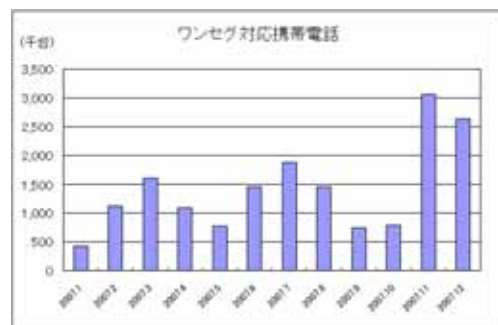


ワンセグは放送と通信の連携の切り札  
Broadcasting    Communication



## ワンセグの普及

## 新規携帯電話の50%超がワンセグ



## ワンセグ携帯は世帯ベースなら50%普及

~2006年12月	3,409
2007年1月	431
2007年2月	1,120
2007年3月	1,607
2007年4月	1,093
2007年5月	777
2007年6月	1,468
2007年7月	1,869
2007年8月	1,467
2007年9月	746
2007年10月	795
2007年11月	3,054
2007年12月	2,635
累計	20,473
(単位:千台)	

## 普及は全く問題ない!

累計出荷台数	
ワンセグ携帯	20,473
車載用ワンセグ受信機	1,085
ワンセグ内蔵PC	152
計	21,710
2007年12月末現在	単位:千台

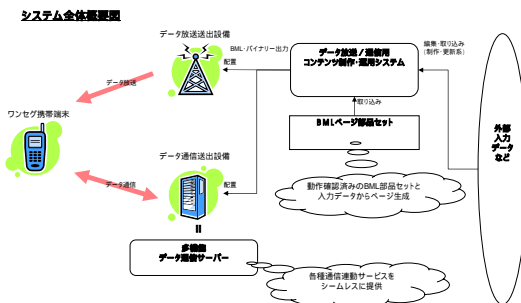
## 広告のデジタル化へ向けて

- CM連動型データ放送付と番組へのトライアル

## ワンセグは補完メディア!?

- マクロに視ればワンセグは12セグ放送の補完的存在である
  - \*補完の意味するところは様々
    - 従来はTVを視られなかった場所、時間でも視聴可能
    - 従来は果せなかった番組編成(野球完全中継)
    - 既存の番組を解体再構築したコンテンツの提示
    - TV番組から通信世界へのストレスフリーな遷移
- その鍵を握るのはデータ放送。その生成~運用は可能な限りコンパクトでイージーであるべき

## データ放送 / 通信用コンテンツ制作・運用システム開発



## 主な特徴

- BMLの記述をすることなく、高品位コンテンツをプログラムレスで制作可能
- 各放送局・系列毎の個別仕様に合わせたコンテンツを自動生成
- 直感的かつ効率的に画面編成を変更できるユーザーフレンドリーなオペレーション

### いろいろな局面で様々な取組み

- ワンセグデータ放送における共通バナーCM規格を実験運用(在京民放キー局)
- クーボンの自動配布(ワンセグ見るだけでOK)
- クイズ番組に生で参加
- 音楽番組で音楽ファイル直販
- 視聴番組のブックマーク機能~配信
- 成果報酬型広告の体系化

現時点のワンセグに関するあらゆる取り組みは実験~トライアルベース

### ワンセグ携帯データ放送の利用

【各種調査によるデータ放送の表示】

常に表示させる人	1割程度
時々表示させる人	3割強
あまり表示させない人	3割強
全く表示させない人	2割弱

### ワンセグの重要課題

視聴者を縦画面に誘導



### 新機能

d:画面を縦にして  
データ放送から  
クーポンGet!



### 独自編成のワンセグを純編成的に考察すると...

- いつ何をやっているのかを認識させることが先決
- そのためには判り易い編成が必須
- どこから視ても楽しめる内容・構成
- 短時間視聴でも満足感
- ターゲットを絞るなら徹底的に
- アーカイブのセンス良い活用も有効
- ライフスタイルに染み込んで行ける構造(仕掛け)
- 理想形は ワンセグ視聴 生活文化

しかし、現状は既存のビジネスモデルの呪縛から逃れられていない

スポンサー競合  
視聴率問題  
権利問題

## まとめ

- 放送産業は今後は“放送”だけで成長は見込めない
- ワンセグ普及は順調で、今後もますます拡大
- しかし、利用の実態は有意な事業性を生み出すレベルにない
- ワンセグ専用番組が間もなくサービス・イン
- 一気に様々なトライアルとストーリーが動き出す
- より多くの人々がワンセグの世界に触れ、その価値を享受する可能性はある
- そのためには放送事業者の意識改革が必須

ありがとうございました

朝日放送 技師検査  
デジタルメディア担当部長  
小林慎一郎