

特集

1

動き出した 放送・通信 融合ビジネス



総務省が地上デジタル放送のIP再送信を積極推進、楽天・TBS問題の勃発……。言葉だけが先行していた感もあった「放送・通信融合」だが、ここに来て事態は大きく動き出した。放送・通信融合ビジネスの全体像を探る。(本誌・太田智晴)



揺れる放送事業

IP再送信は2008年にスタート 四つ巴の“テレビ争奪戦”

通信事業者の念願だった地上デジタル放送のIP再送信問題が、いに決着した。だが、喜んでばかりはいられない。放送・通信融合ビジネスは、ネットベンチャーなども巻き込んだ四つ巴の戦いとなる。

7月下旬、大手経済紙の第1面を飾った記事が、通信・放送の両業界を騒然とさせた。条件不利地域という限定付きながら、IPマルチキャストによる地上デジタル放送の再送信を総務省が認めるというのだ。

「地上放送はトリプルプレイサービスの普及に欠かせないキラーコンテンツ」——。これは多くの関係者に一致する意見だ。総務省の決断に、通信業界は喝采を送った。

だが、驚くのはまだ早かった。7月29日、総務省の情報通信審議会が発表した第2次中間答申は、報道内容よりも、さらに踏み込んだものだった。「条件不利地域」という限定は外れ、すべての地域において「光ファイバー等の通信インフラを積極的に活用すべき」と明記されたのである。

変化は民放キー局にも訪れている。

日本テレビ放送網は、インターネット上で映像コンテンツを有料配信するVOD(ビデオ・オンデマンド)サービス「第2日本テレビ」を10月28日からスタートさせる。「ただ一方的に電

波を送り出して見ていただくというビジネスから、追いかけていく」。久保伸太郎社長は記者会見の席上で、こう意気込んだ。第2日本テレビは、番組の視聴料収入と広告収入で運営される。

トリプルプレイ事業者やISPへの番組提供も進展してきた。7月、フジテレビは「フジテレビ on Demand」の名称で番組提供を開始。TBSも10月12日、VODサービス「TBS BooBo BOX」を11月1日から開始すると発表し、先行2社を追従する。

企業の広告費はGDPと連動しており、インターネット広告の著しい伸びを考えれば、地上放送局の広告収入が今より増えることはないと思われる。

また、家庭用ハードディスクレコーダーによるCMスキップという、地上放送局のビジネスモデルを根幹から揺るがしかねない問題も顕在化してきた。

ネット進出は、このような状況に立たされている民放にとって、唯一とも

いえる収益拡大のチャンスだ。「番組コンテンツのネット配信に消極的」と批判されてきた民放キー局だが、“攻めの姿勢”へと確実に変わり始めた。

さらに10月13日、またもや激震が走った。TBSの筆頭株主に躍り出た楽天が、同社に経営統合を申し入れたのだ。今後、放送・通信・ネットの3業界が入り乱れ、放送ビジネスの勢力図が大きく塗り変わる可能性も出てきた。

期待されながらも、なかなか進展しなかった「放送・通信融合ビジネス」——。しかし今、ようやく巨大な山が動き出そうとしている。

Part1では、まずIP再送信の概要と影響を把握し、次に放送・通信融合ビジネスを巡る主導権争いの焦点に迫る。

英断の舞台裏

ビッグサプライズとなった第2次中間答申。英断の背景にあるのは、地上デジタル放送の普及促進にかける総務省の並々ならぬ決意だ。

地上放送のデジタル化は、u-Japan計画の中核を担う一大国家プロジェクトである。従来の地上アナログ放送が完全に停止するXデーは2011年

IPマルチキャスト

IPネットワーク上で指定した複数の相手に同じデータを送信するための仕様。送信が1回で済むことから伝送効率に優れる。放送は英語でブロードキャストというが、これは不特定多数にデータを送信することを指す