

◎ 様々な業種のコラボによるサービス構築を

ネットアンケートで認知率19・7%にとどまる

「スマートTV」でシンポジウム28日開催

NPO法人ブロードバンド・アソシエーションは28日、「スマート時代の映像配信ビジネスの課題を考える」と題したシンポジウムを、東京・原宿のニコニコ本社スタジオで開催し、ニコニコ生放送でも生配信した。デバイスやサービス・ビジネスにおける展望・課題をテーマとしたセッションでは「スマートTV」を取り上げ、これまでのようなテレビ局・メーカー以外の事業者も巻き込んでサービスを構築すべきという方向性で議論がまとまったが、終了後に行ったネットアンケートでは、50%が「スマートTVに期待できない」と回答する結果となった。

同会では、まず「スマートTV」の定義から討論に。スマートフォンやタブレット型端末のモニターが大型化してリビングで共用するものといった考えから、端末間のスムーズな連携が可能なもの、さらには「スイッチを入れても地上波は映らず、メニュー画面出てきたり、レコメンドが働いて提案されるのも良い」（ニワンゴ杉本誠司社長）といったイメージまで提示された。ただ、総務省の竹村晃一コンテント振興課長は、省内では「モヤモヤしていて、まだ（定義）できていない」とした。

ビジネス化の可能性として、日テレ系のフォアキャスト・コミュニケーションズ田村和人常務は、放送連動サービスの分かりやすい事例としてEコマースやソーシャル連動を挙げた。NTTふらら沼尻孝取締役サービス本部長兼営業本部長は「テレビの機能が高まることでテレビへの回帰に結びつくのでは。市場を広告収入だけで捉えずに、流通が活発になることによる市場拡大に期待している」としたが、一方でオープン化した際にアマゾンなどの米国企業に市場を独占されてしまうという懸念も。杉本氏は、従来のテレビに関わる企業だけではなく、ネット事業者なども巻き込んだ、日本企業のプロジエクトの早急な立ち上げを求めた。こうした、様々な業種が協業してのサービス構築の考えに、全パネリストが賛同。竹村氏は「スピード感を持って取り組むことが必要」としたが、NHK元橋圭哉経営企画局専任部長は「サービスが乱立してしまつては育たない。標準化との兼ね合いも大事」と付け加えた。

この模様を配信したニコニコ生放送では、アンケートを2問実施。討論開始前に行った「スマートTVを知っているか」との問いに、「知っている」は19・7%にとどまり、「よく知らない」「知らない」の合計は80・3%にも上った。また、討論終了後には、スマートTVへの期待感について尋ねたが、「かなり期待している」「展開によっては期待できる」の合計は39・8%となり、「全然期待できない」は50・2%、「どちらとも言えない」は10・0%という結果となった。

現状ではまだ認知度が低く、具体的な定義も固まっていない段階。今後の普及に向けては、生活を便利するようなユーザーの満足度を高めるサービスを打ち出すなど、盛り上げていく必要があるようだ。