

テレビ放送とモバイルの「いれとこどり」で 利用者の心をつかむワンセグコンテンツ!

効果を上げたモバイルはこれ!

業種 **放送サービス**

活用分野 **ワンセグ向けコンテンツの提供**

テクノロジー **ワンセグ対応携帯電話**

ケータイでテレビを楽しめる。2006年4月にスタートした地上デジタル放送のモバイル端末向けサービス「ワンセグ」は、すでに約500万の端末が普及し、身近なテレビ視聴手段として利用が進んでいる。

日本テレビ放送網は、このワンセグサービスの立ち上げに際して、放送事業者側の取りまとめ役として標準規格策定などにも積極的に携わってきた。メディア戦略局モバイル事業部兼経営計画室IR部の佐野徹氏は、「デジタル放送とモバイル通信を融合した従来にないサービスモデルを作り出したいと考え、端末側に求められる要件、特にブラウザの仕様に関する要望を整理し、議論に参加しま

した」と、当時を振り返る。

そして、キャリア各社から投入されたワンセグ対応端末の性能を最大限に生かすサービスとして開発されたのが、「日テレワンセグ」である。

▶ **放送・通信それぞれが得意な情報を最適な形で組み合わせ画面に表示**

「日テレワンセグ」の最大の特徴は、テレビ(放送)とケータイ(インターネット通信)がそれぞれに持つ強みを組み合わせることによって、互いの弱点を補完できる高付加価値のコンテンツ提供を実現している点にある。

「つまり、同報性に優れユーザー側の操作も不要なプッシュ型の放送コンテンツと、利用者の位置や属性に応じた差し替えやオンデマンド/検索が容易に行えるプル型のケータイ向けコンテンツをミックスして、最適な形で画面に表示しているのです」と、佐野氏は説明する。

例えばプロ野球中継では、得点経過や投球カウント(SBO)などのリアルタイムな情報は一斉同報が得意な



「放送と通信を融合させた画期的なサービスを実現できた」

日本テレビ放送網 メディア戦略局モバイル事業部兼経営計画室IR部 佐野徹氏

放送コンテンツとして、選手の名鑑や成績ランキングなどのデータベース情報は、ユーザー側の操作によって通信側のコンテンツとして端末にデータを送っている。

この他にも、動画・テキスト・静止画を組み合わせたニュース報道、災害時の緊急情報提供など、放送と通信を融合させた多彩なコンテンツが提供されている。

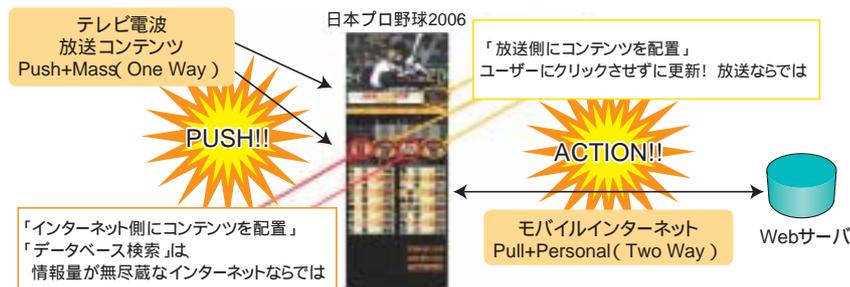
▶ **おサイフケータイとも連携し 広告分野へのサービス展開も**

佐野氏は、「日テレワンセグ」の今後の展開について「そもそもは適性の異なる放送広告とインターネット広告について、うまく連携させられる方法を見つけました」と、広告分野へとサービスを拡大していく考えを示唆する。

実際、同社ではすでに、リクルートとの提携によるグルメ番組をトリガーとするクーポンサービスの提供や、NTTドコモと共同での「おサイフケータイ用クーポン」の開発なども行っている。

ワンセグケータイは、企業のプロモーション・マーケティング用ツールとしても注目されることになりそうだ。

「日テレワンセグ」で実現したテレビ放送とモバイルコンピューティングの連携機能



Profile

日本テレビ放送網株式会社
http://www.ntv.co.jp/

本社所在地 東京都港区東新橋1-6-1

設立 1952年10月

資本金 185億7599万7144円(2006年3月31日現在)

事業内容

放送法によるテレビジョンの放送事業、放送番組の制作・販売、出版物の発行・販売、文化事業、その他放送に関連する一切の事業