

広島経済大学 平成 21 年度 卒業論文

インターネット放送の普及

～より便利な生活に関する一考察～

広島経済大学経済学部

ビジネス情報学科

1814039

山崎 良介

論文要旨

目 次

1.はじめに.....	1
2.従来のメディアとインターネットの現状分析.....	2
2.1 従来のメディア	2
2.2 インターネット	12
2.3 従来のメディアとインターネットの比較.....	16
3.これからのメディアのあり方	18
3.1 メディアの移行	18
3.2 携帯端末の利用	エラー! ブックマークが定義されていません。
3.3 問題解決へ	19
4. おわりに.....	24
参考文献	25

1.はじめに

あなたはインターネットがない世界を想像することができるだろうか。携帯電話がない、パソコンがない、そんな世界で現代の人たちは生活することができるだろうか。おそらく生活することは不可能であろう。それほどインターネットは普及しており、一般的に利用されるようになってきた。それは、企業でも同じである。企業もインターネットがあることで仕事が成り立っているようなものだ。現在の個人でのインターネット利用者数は 9091 万人、企業では 99.0%の企業がインターネットを利用している。¹

このように現在では、インターネットが当たり前のものとなっているが、では私たちはどのような利用の仕方をしているのだろうか。総務省の調査によると、インターネットは企業や政府のホームページの閲覧やブログの閲覧などが 56.8%、個人のホームページの閲覧やブログ閲覧が 47.4%、商品・サービスの購入・取引などが 45.5%と多くのことに利用されている²。つまり、インターネットの利用方法はニュースを見る、テレビを見る、ラジオを聴く、本を見る、買い物をするなど、私たちが日常生活で行うことがほとんどである。それならば、全てをインターネットで統一すれば良いのではないだろうか。実際に、インターネットで統一しようと思えば出来ることである。現在ではパソコンでインターネットテレビを見ることが可能で、ラジオもパソコンで聞くことが可能である。その他にも、さまざまなことがインターネットで出来るようになってきている。

そこで、私はインターネット放送の素晴らしさを多くの人に知ってもらいたいと考えている。インターネットを媒体としたものを利用することで、従来のものよりも品質がよくなり、安価で利用することが出来る。例えば、インターネットラジオは従来のラジオに比べると、音質も良く、雑音が入らないなどのメリットがある。また、海外などの番組も聴くことが可能になり幅広い番組選択をすることができる。これは従来のラジオでは不可能なことだ。このように、インターネットを媒体とした放送を利用することで、より便利な生活をする事ができるのだ。そこで、どのようにしてインターネット放送を普及させていくかこの論文で考察していく。

本論文の構成は以下のとおりである。第2章では4大マスメディアである、テレビ、ラジオ、新聞、書籍・雑誌について詳しく考察し、現在の状況を調べていく。その後、インターネット放送とは何であるのか、また、どのようなものをインターネット放送と呼ぶのかを述べていく。その中で、従来のメディアとインターネット放送を比較し、インターネット放送にどのようなメリット・デメリットがあるのかを述べていく。第3章では、インターネット放送を世の中に広めるためには何が必要なのか論じていく。その中で出てきた問題点を、独自の方法で解決し問題解決へ導いていきたい。そして最後にこの論文のまとめを書き、今後のインターネット放送の未来像を示して終わりとする。

¹ 総務省 平成 20 年通信利用動向調査の結果より

² 同上

2. 従来のメディアとインターネットの現状分析

この章では、従来のメディアとインターネット放送の現状について考察していく。従来のメディアと言われて何が当てはまるかみなさんはわかるだろうか。また、インターネット放送と言われてどれがインターネット放送なのかわかるだろうか。そのような疑問をここで解説しそれらの現状を考察する。

2.1 従来のメディア

従来のメディアとは一体何を言っているのだろうか。それは皆さんが日常的によく使っているもののことである。例えば、テレビ、ラジオのようなものを指す。それ以外にも雑誌や書籍、新聞なども従来のメディアと言われる。他にも CD (Compact Disc)、手紙、電話、広告、電子掲示板などがある。その中のテレビ、ラジオ、新聞、書籍・雑誌の 4 つのメディアは 4 大マスメディアと言われており、現在のメディアを支えているものである。ここでは従来のメディアとしてこの 4 大マスメディアをとりあげ考察していく。

2.1.1 テレビについて

日ごろ、皆さんが利用しているメディアと言えややはりテレビだろう。テレビは小さな子どもからお年寄りの方まで幅広い人が利用している。そこでまず 4 大マスメディアの中の「テレビ」について考察していく。

● テレビの道のり

表 1 テレビの歴史

年	内容
1987	テレビジョンの画像を映し出すための「ブラウン管」がドイツの K.F.ブラウン氏によって発明される。
1935	ナチスドイツが世界に先駆けテレビジョンの定時放送を開始。
1941	アメリカで本格的なテレビジョン放送を開始。
1953	2 月 1 日午後 2 時より「NHK 東京テレビジョン」がテレビジョン放送を開始。 (初日の受信契約数は 866 件、受信料は月額 200 円)
1960	9 月 10 日、NHK と民放 4 局がカラーテレビの本放送を開始。(開始当初はカラー番組が 1 日 1 時間で白黒番組が主流だった)
1982	音声多重放送(二ヶ国語放送・ステレオなど)を開始。
1989	6 月 3 日、衛星(BS)放送を開始。
	10 月 1 日、「スペースシャワーTV」(音楽)、「朝日ニュースター」(報道)など多数の専門CS局が都市型 CATV 向けに放送・配信開始。
1990	NHK が中心的に開発をしてきた高精細度テレビ、ハイビジョンテレビの発売。
1993	「マルチメディア放送」を目的とした「CS」(通信衛星)放送事業者が衛星放送に参入。

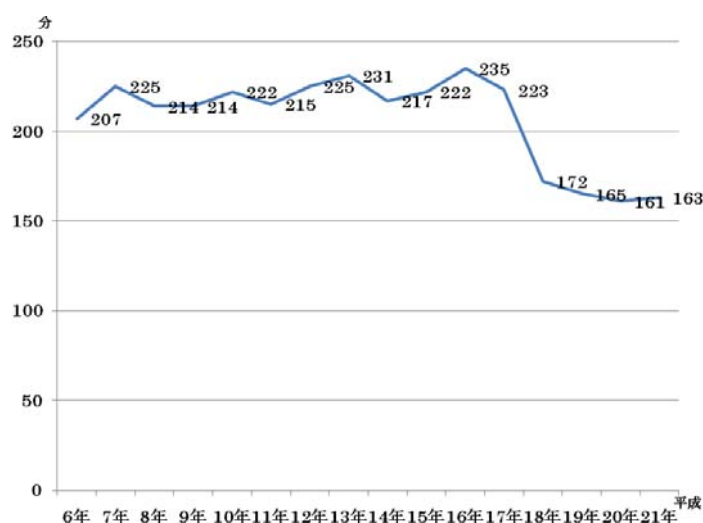
2000	「BSデジタル放送」の試験放送が東京キー局の各社によって開始される。同年 12 月より本放送開始。
2003	地上波デジタル放送の開始(東京・名古屋・大阪の 3 大都市圏)
2004	BS デジタル放送、地上波デジタル放送の全番組にコピーワンスの著作権保護技術を適用開始する。これにより録画後のコピーが 1 回と制限されてしまった。
2006	4 月 1 日、携帯端末向け地上デジタル放送「ワンセグ」が全国 29 都府県で本放送が開始される。
2007	9 月 30 日、NHK 衛星アナログハイビジョン放送(BS9ch)が終了。
2008	電子情報技術産業協会(JEITA)がダビング 10を開始する。これによって BS デジタル放送、地上波デジタル放送のコピーの制限が 1 回から 10 回までに変わった。
2010	600 メートル級首都圏・地上デジタル用の電波塔「第 2 東京タワー“すみだタワー” (仮称)」(東京都の墨田・台東地区)運用開始(予定)
2011	7 月 24 日、地上波アナログ放送の廃止(予定)

(出典:「テレビる毎日」より独自に作成)

表 1 を見ていくと、テレビ放送が開始されたのが 1953 年であり今から 56 年程前のことである。後に、カラーテレビ放送の開始や CS³、BS⁴放送が開始された。それと同時にテレビの需要も上がり、多くのテレビが販売された。その結果、現在のテレビの普及率は 99%を超えている⁵。つまりほとんどの人が所持しているということになる。

最近では技術も進歩し携帯電話でテレビを見ることが可能になった。そのため、どこにいて

図 1 テレビの視聴時間(時系列)



(出典:「NHK 放送文化研究所」より独自に作成)

もテレビを楽しむことができる環境ができている。そこで私は疑問が出てきた。昔に比べて人々は 1 日に何分間くらいテレビを視聴しているのだろうか。それを時系列で表したのが図 1 である。図 1 を見ると平成 16 年までは、1 日に約 200 分を超える視聴時間であった。しかし、現在は約 160 分しかない。特に平成 17 年辺りから急激に下降しているのが図 1 を見てわかる。テレビを見る機会は昔に

³ Communications Satellite の略で通信衛星を利用した放送のことである。

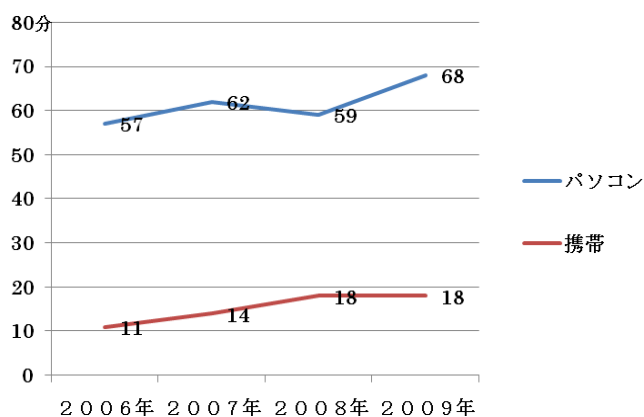
⁴ Broadcasting Satellite の略で衛星放送専用に設計・製作された人工衛星のこと。

⁵ 内閣府 消費動向調査結果より

比べると格段に増えてきているのに、なぜこのようなことになっているのだろうか。それについては次のような理由が挙げられる。

● テレビ離れが起きている？

図 2. ネットの利用時間(全体平均)



(出典:「メディア環境研究所」より独自に作成)

なぜテレビの視聴時間が少なくなってしまったのだろうか。理由としてはインターネットの普及が挙げられる。インターネットが一般的に普及してきてから、インターネットの利用時間が徐々に増加している。それは、図2を見ていただくとわかる。パソコンでインターネットする時間が増えると共に携帯電話でインターネットをする人も増えてきている。これが原因でテレビを見る時間が減少してしまったと考えられる。

インターネットが一般的に普及されてきた要因として Microsoft 社が TCP/IP スタック⁶を標準で搭載した Windows95 を発売したことが挙げられる。最初、インターネットは軍事目的で作られ利用されていた。その後インターネットは 1970 年頃から学術研究のために利用されるようになるのが中心になってきた。そのためインターネットを利用は増加すると思われたが、利用者は学者や技術者などが多かったためそこまで増加することはなかった。しかし Windows95 が発売されたことで利用者急上昇した。Windows95 は GUI(Graphical User Interface)⁷を利用しており専門的な知識を持っていない一般ユーザーでも簡単にインターネットを利用することができたのだ。インターネットの商品利用が開始された当初は、IP アドレス⁸・ドメイン名⁹などの割り当て業務を行うインターネットサービスプロバイダ (ISP) が少なく、利用料金が高かったため、利用する人が少なかった。しかしその後、徐々に ISP が増加してきたため、価格競争が起き、一般の人でも利用しやすい料金となった。また、大手企業や通信・コンピュータ関連企業が電話回線による DSL (Digital Subscriber Line)¹⁰を始めたことで、高速データ通信ができるようになった。そのため、利用できるデータ量が増加したのでインターネットにはより便利なサービスが普及した。その後、DSL では回線が追い付かなくなったため今度は ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) を始めた。ADSL とは非対称デジタ

⁶ インターネットおよび大多数の商用ネットワークで稼動するプロトコル・スタックを実装する通信規約の一式のこと。

⁷ 情報の表示にグラフィックを多用し、大半の基礎的な操作をマウスなどのポインティングデバイスによって行なうことができるユーザインターフェースのこと。

⁸ パケットを送受信する機器を判別するための番号で、IP で定義されている。

⁹ コンピュータネットワークにおいて個々のコンピュータを識別する名称の一部で、世界中で絶対に重複しないようになっている。通常、IP アドレスとセットでコンピュータネットワーク上に登録される。

¹⁰ 電話線を用いて高速データ通信を行う技術の総称。

ル加入者線の略で上りと下りの速度が違うというのが特徴である。一般の電話回線で利用しており電話回線との共有することができ、導入に大がかりな設置作業が必要ないため、コストも掛からない。そのため、飛躍的に普及が進んだ。そして、最後に光ケーブルが開始された。光ケーブルは光回線と言われるものを利用しており、高速かつ長距離のデータ伝達ができる。これらの普及があったため、インターネットの利用は徐々に広まり始めた。

また、昔に比べて高視聴率のテレビ番組が減ったというのも理由の1つになっているだろう。表2はテレビ視聴率30%以上のテレビ番組の数とその年の最高視聴率を表している表だ。いくつか視聴率30%以上の番組数が1桁の年があるが、1995年から2006年までは全体的に安定して10つ以上は取れている。しかし2007年と2008年は視聴率30%以上の番組が5つしかなく、最高視聴率も歴代と比較すると低いことがわかる。このような結果から全体のテレビ視聴時間が減少していることが言える。しかし、視聴時間が減少しているからと言ってテレビ離れが起きているとは限らない。テレビ離れに関してはさまざまな原因が取り沙汰されているが、事実と反する主張、客観的な裏付けを欠く主張、憶測に基づく主張が少ない。そのためまだ、テレビ離れが起きているとは言えないのである。

表2 テレビ高視聴率数(関東地区)

年	視聴率30%以上の番組数	最高視聴率
1995	21	50.4%
1996	21	53.9%
1997	12	50.7%
1998	17	60.9%
1999	6	50.8%
2000	16	48.4%
2001	7	48.5%
2002	30	66.1%
2003	6	46.9%
2004	14	39.3%
2005	11	47.2%
2006	14	52.7%
2007	5	39.5%
2008	5	42.1%

出典:「ビデオリサーチ」より独自に作成

2.1.2 ラジオについて

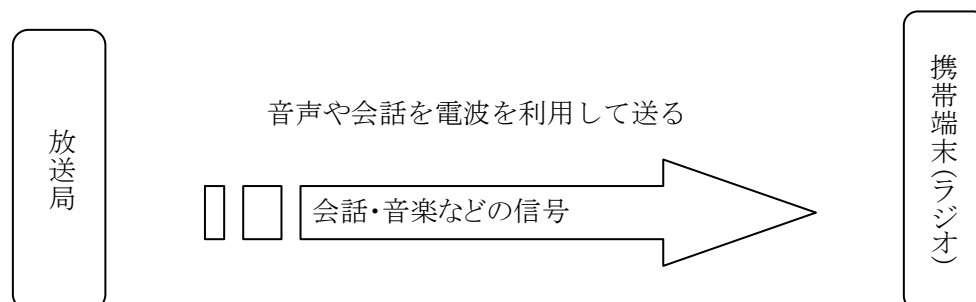
現在では他のメディアが進化してきたため、利用者が減少してきているメディアであるが、シンプルで便利なメディアなのがこのラジオだ。ここでは4大マスメディアの中の「ラジオ」について考察していく。

● ラジオ放送とは

ラジオ放送とは、会話や音楽などの信号を、電波を使って不特定多数の人に伝える放送のことである。このラジオ放送の送信システムはとても簡単な仕組みで、放送局が破壊されても、肩に担げる程度の大きさの小型送信機さえあれば放送が可能なのだ。受信側のラジオも簡単な仕組みとなっており、電波が到達する範囲、時間内であればいつでもどこでも聞くことができるのだ。

では、皆さんはどのような仕組みで行われているかご存じだろうか。

図3 アナログラジオ放送の仕組み



ラジオは変調といわれる情報の記録・伝送の情報操作の方式によって2つの種類に分けられる。1つは一般的に「ラジオ放送」と言われるものでデータをアナログ式の変調を行って放送する。この(アナログ)ラジオ放送では、地上の放送局から配信されている電波を捕まえることで、私たちがよく利用するFMラジオやAMラジオを聞くことが可能である。もう1つは「デジタルラジオ放送」と言われるものだ。こちらは前者とは違い、地上の放送局から電波を送信するのではなく放送衛星と言われる人工衛星を利用しデータをデジタル方式で変調して放送する¹¹。このデジタルラジオ放送ではCD並みの高品質・音声データを配信できるだけでなく、文字・写真などの静止画・簡易動画を含むデータを配信できることが特徴である。主にこの2つの放送方式を使いながらラジオ放送は成り立っている。

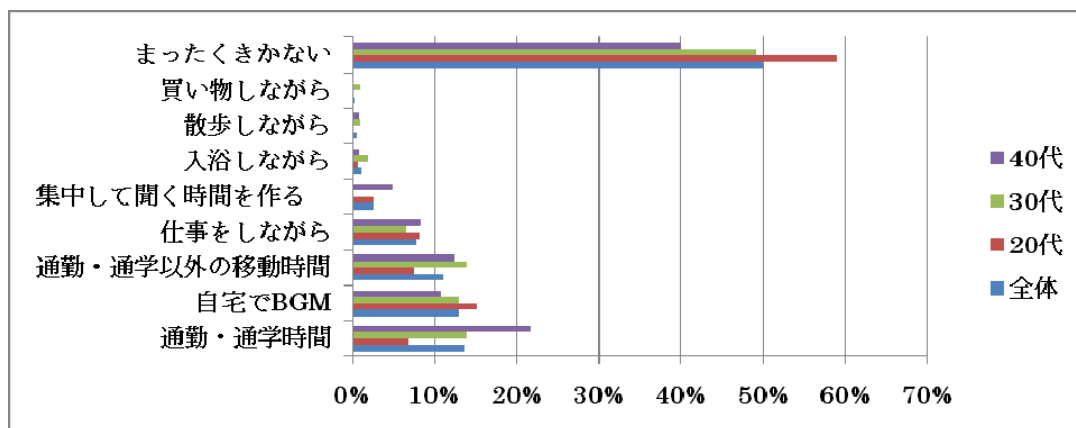
¹¹ 地上波デジタルラジオ放送もあるが日本では試験運用であり、2011年7月以降はデジタルマルチメディア放送へ移行する予定である。

- ラジオの現状分析

ラジオ放送には大きく分けてアナログラジオ放送とデジタルラジオ放送の 2 つがあるが、ここではアナログラジオ放送の話を中心的にしていく。デジタルラジオ放送は日本にも存在するがあまり普及されていないからだ。

では、昔から利用されているラジオであるが、利用者はラジオをどのような時に聞くことが多いのか。次の図 4 を見てみよう。

図 4 ラジオ放送をどんな時に聞くことが多いですか？



出典:「株式会社アイシェアの調査」より独自に作成

図 4 を見てみると「通勤・通学時間」が最も多いことがわかる。他にも「自宅で BGM」、「通勤・通学以外の移動時間」などがあげられている。このグラフを見てわかることは、ラジオの魅力は「ながら聞き」ができることである。「ながら聞き」とは、他の作業をしながら聞くことができるという意味である。つまりラジオは、ラジオをメインで聞くということはあまりなく、他のことを行いながら聞いているということになる。これは従来のメディアの中でも珍しいものだ。

また、年代によってラジオを聞く時に違いが出てきている。年代が高くなるにつれて「通勤・通学時間」を利用してラジオを聴く割合が増えており、逆に「自宅で BGM」として」と回答してくれた人は若い年代が多くなる傾向がみられた。

このようにラジオは幅広い年代層に聞かれている。しかし、その一方で半分程度の人がラジオを全く利用していないというのもまた事実である。

2.1.3 新聞と書籍・雑誌について

ここでは、4 大マスメディアのうち残る 2 つの「新聞」と「書籍・雑誌」について考察していく。これらは昔から利用されており、情報を得るための手段としては最も古くから存在するものだ。これらの現状はどうなっているのだろうか。そこでここでは新聞と書籍・雑誌に分け、その現状について考察していく。

● 新聞について

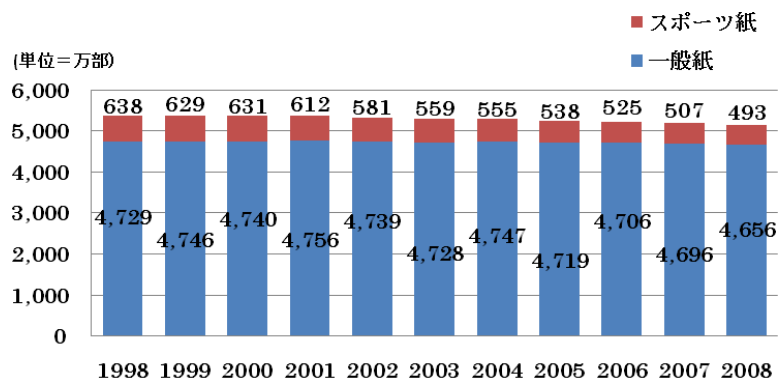
新聞の現状を知るために

1998 年から 2008 年までの新聞の発行部数を調べてみた。この 10 年間で新聞の発行部数はどう変わってきたのか。それを表しているのが図 5 だ。図 5 を見てみると少しずつであるが新聞の発行部数は減少しているのがわかる。特に変化が激しいのはスポーツ新聞だ。1998 年では 638 万部発行していたものが 2008 年には 493 万部と 100 万部以上減少していることがわかる。率にすると約 23%も減少している。一方、一般紙の方は 1998 年では 4729 万部発行していた物が、2008 年では 465 万部と多少減少している程度で、変化はあまりない。

では、なぜ新聞の発行部数は減少してしまったのか。それは読者需要が減ってしまったからである。インターネットが普及するまでは身近なニュースや新しい情報などは、新聞やテレビ、ラジオなどで入手するのが一番簡単な方法であった。また、新聞では幅広い情報を手に入れることができるためとても重宝されていた。そのため、社会人はもちろん学生などの多くの人が新聞を読んでいた。しかし、携帯電話やインターネットが普及し始めてからは変わってしまった。インターネットや携帯電話などは、新しい情報をテレビや新聞よりも速く手に入れることができる。しかも、日本の情報だけでなく、海外の情報を手に入れることができる。そして、新聞にはなかった機能として、昔の情報もすばやく手に入れることが可能なのだ。そのため、新聞を利用する人が減り、発行される部数も減少したと考えられる。

それではなぜ、スポーツ新聞のみが大幅に減少したのだろうか。それはスポーツ新聞の情報は一般紙の情報よりも必要性が低いからである。一般紙の方には社会や政治、経済の状況を知るために必要な情報が書かれているため、多数の人が必要として購入する。そのため、経済が不況の時でも需要の減少があまりなく、発行部数の減少にも繋がらない。しかし、スポーツ新聞はスポーツやエンターテインメント情報などが中心であるため、一般紙と比較すると情報の価値が低いのであろう。そのため、経済が不安定になってしまうと、スポーツ新聞の経費が削減されてしまう。そのため、

図 5.新聞の発行部数



発行部数は朝夕刊セットを1部として計算。
各年10月、新聞協会経営業務部調べ。

出典:「新聞協会経営業務部」調査より独自に作成

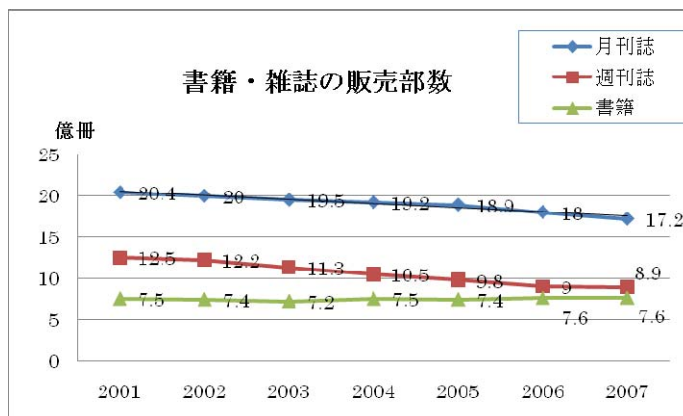
発行部数が減少してしまっている。その結果、全体としての新聞の発行部数も減少している。

● 書籍・雑誌について

情報収集の中でも質の高い情報を得ることができるのが書籍・雑誌である。テレビ・ラジオ・新聞などはインターネットの影響を大きく受けていたが書籍・雑誌はどうだろうか。ここでは書籍・雑誌の販売部数を見て考察していく。

右の図 6 は書籍・雑誌の販売部数を表している。図 6 を見てみると、月刊誌と週刊誌は、新聞同様年月と

図 6 書籍・雑誌の販売部数



出典:Garbagenews.com より

ともに販売部数が減少してきている。そんな中、書籍の販売部数は減少していない。むしろ 2001 年と 2007 年を比較してみると約 1 億冊程度販売部数が増えていることがわかる。

書籍が販売部数を維持できた理由として次の 2 点が挙げられる。1 つ目はベストセラーと呼ばれる書籍だ。書籍といってもさまざまであるが、インターネットコンテンツを元にした書籍がベストセラーになったことが販売部数を維持できた要因の 1 つである。その例としてあげられるのが、「電車男」や「今週、妻が浮気します。」である。特に「電車男」は書籍だけでなくドラマや映画になるほど人気であった。また、「ハリー・ポッター」などの人気シリーズや、田村裕の「ホームレス中学生」のようなベストセラー書籍が継続的に生まれたことも書籍販売部数の維持に繋がったといえる。¹²表 2 を見てみると、「ハリー・ポッター」シリーズは 2006 年度に 3 位、2008 年度に 1 位に入るなど、毎年ベスト 10 に入るほど販売されている。他にもリリー・フランキーの「東京タワー オカンとボクと、時々、オトン」など、人気を呼んだものも多くある。

表 3 書籍販売ランキング(年間)

	書名	著者	出版社
2005 年			
1	頭がいい人、悪い人の話し方	樋口裕一	PHP研究所
2	香峯子抄	池田香峯子 述 主婦の友社 編著	主婦の友社
3	さおだけ屋はなぜ潰れないのか？	山田真哉	光文社
2006 年			
1	国家の品格	藤原正彦	新潮社

¹² 紀伊國屋書店売り上げランキングより

2	ハリー・ポッターと謎のプリンス	J.K.ローリング 松岡佑子 訳	静山社
3	東京タワー オカンとボクと、時々、オトン	リリー・フランキー	扶桑社
2007 年			
1	女性の品格 装いから生き方まで	坂東眞理子	PHP研究所
2	ホームレス中学生	田村 裕	ワニブックス
3	鈍感力	渡辺淳一	集英社
2008 年			
1	ハリー・ポッターと死の秘宝	J.K.ローリング 松岡佑子 訳	静山社
2	夢をかなえるゾウ	水野敬也	飛鳥新社
3	B型自分の説明書	Jamais	文芸社

(出典:「TOHAN」より独自に作成)

また、書籍の販売部数を維持できているのはベストセ

表 4 2008 年コミック売上ランキング

ラーの存在によるばかりではない。漫画の売上も販売部数の維持に貢献しているのだ。例えば週刊少年ジャンプに掲載されている「ONE PIECE」という漫画のコミックが 2008 年では一番多く販売されていることが表 3 より読み取れる。この漫画は単行本

順位	書名/著者名	推定売上部数
1	ONE PIECE 50/尾田栄一郎	1,678,208
2	ONE PIECE 51/尾田栄一郎	1,646,978
3	NANA -ナナ- 19/矢沢あい	1,645,128
4	ONE PIECE 49/尾田栄一郎	1,544,000
5	NANA -ナナ- 19/矢沢あい	1,431,335
6	のだめカンタービレ 20/二ノ宮知子	1,209,551

(出典:「ORICON STYLE」より独自に作成)

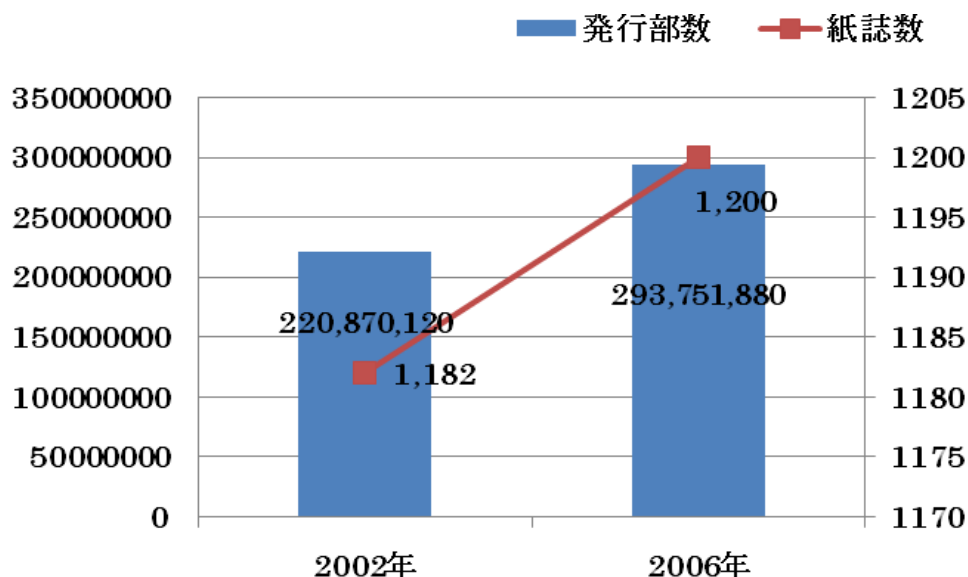
売上が史上最速で 1 億部を超え、年発売の第 56 巻では初版発行部数 285 万部、累計発行部数 1 億 7600 万部となっている。また、他の漫画も 100 万部以上の販売をしていることがわかる。つまり、漫画も書籍の販売部数維持に貢献しているのだ。

雑誌も販売部数を維持するために多くの対策を行ってきた。雑誌に付録などを付けるなどして、付加価値を加え売り上げ増加の効果を狙った。しかし、効果は一時的なものでしかなく、減少を止めるまでには至らなかった。雑誌販売の減少の原因としては、フリーペーパー・フリーマガジン¹³の普及があげられる。日本生活情報紙協会の調査によると、フリーペーパー・フリーマガジンの発行部数は、2002 年では 2 億 2 千万部ほど発行されていたのが、2006 年には 2 億 9 千万部と約 7 千万部増加した(図 7 より)。フリーペーパー・フリーマガジンが増えることで、今まで雑誌からしか入手できない情報が、無料かつ手軽に手に入るようになったからだ。フリーペーパー・フリーマガジンの情報は一般に販売されている雑誌と比較すると、情報の量が少なかったり、価値が低かったりする。

¹³ 広告収入を元に定期的に制作され、無料で配布される雑誌のこと。

しかし、無料で手に入ることから多くの人が利用するようになった。そのため、雑誌などの販売部数が減少してきたのだ。

図7 フリーペーパーの発行部数・紙誌数



(出典:「日本生活情報誌協会」より独自に作成)

また、他の原因として考えられるのはインターネットと携帯電話の普及があげられる。インターネットが普及するまでは、専門的な知識は書籍・雑誌でなければ得ることができなかった。そのため、書籍・雑誌を購入する人がおり、読む人も多くいた。しかし、インターネットが普及してから変わってしまった。インターネットでは常識的なことから専門分野の知識までさまざまな情報が飛び交っている。そのため、昔では書籍・雑誌を購入しなければ得ることができなかった知識を、今ではインターネットを利用することにより無料で情報を得ることができるようになった。つまり、書籍・雑誌からしてみると、競合する相手が増えてしまったため、需要が落ち込んでしまったのだ。

以上の理由より書籍・雑誌の販売部数が減少していったと考えられる。

2.1.4 従来のメディアのまとめ

このように従来のメディアの現状にはかなり厳しいものがある。ことにインターネットが及ぼした影響はかなり大きなもので、マスメディアにとっては大きな痛手となっている。テレビはテレビ離れが起きてしまう状況である。新聞は需要者の減少により販売部数の減少が起きてしまっている。そして書籍・雑誌も全体の販売部数は減少している。また、減少していない書籍でも、少子高齢化が進んでいる日本で、今よりも販売部数を上げるのは難しいだろう。なぜなら、子どもの数が減少してしまうことで今まで子どもが購入していた漫画の売り上げも減少してしまうからである。さらには、親が子どものために購入していた本や雑誌なども売れなくなってしまう。そのため、現状のままをキープしてしまうと今以上の売り上げを望むことは難しいだろう。

ではこの現状を打破するためにも何か対策を考えなければならない。このままでは、インターネットに飲み込まれてしまう。

2.2 インターネット

2.1 節は従来のメディアの代表として 4 大マスメディアをとりあげ、テレビ、ラジオ、新聞、書籍・雑誌について詳しく考察してきた。ここでは、今後のメディアとして最も期待の高い「インターネット」について考察していく。

2.2.1. インターネットについて

最初インターネットは、軍事的に利用されそれから学術的に使われていたものを、私たちのようなごく普通の人々が使えるようにしたものである。しかし、なぜこれほどインターネットの利用が増えてしまったのだろうか。それには次の理由が挙げられる。

前にも述べたが Microsoft 社の Windows95 の発売が大きく影響している。Windows95 が発売されるまではインターネットの利用は少なく、仕事で利用する人が中心であった。しかし、一般のユーザーが Windows95 でインターネットを利用することが可能になったため、この年から利用が増加し始めた。その後、インフラを整え、大手企業や通信・コンピュータ関連企業が ADSL や光ケーブルによる接続を始めてから、インターネットの利用は一気に広まったのだ。

そして現在もインターネットの利用者は増加している。インターネットを使える媒体とインターネットの情報量が日々増えているからである。現在、パソコンはもちろん、携帯電話、PS3、PSP、Wii などさまざまな端末でインターネットを利用することが可能になった。そのためインターネットは私たちの生活に常で利用されるようになり、今や生活の中で必要不可欠なものと変わりつつある。

以下ではインターネットの現状について見ていく。

- 利用者と利用時間

図8はインターネット利用者数及び人口普及率の推移を表しているグラフだ。導入初期の平成9年では1000万人程度の人しか利用していなかったのが、10年程度で約9000万人の人がインターネットを利用している状況となった。それほどインターネットは私たちの生活の一部になりつつある。

図8.インターネット利用者数及び人口普及率の推移(個人)

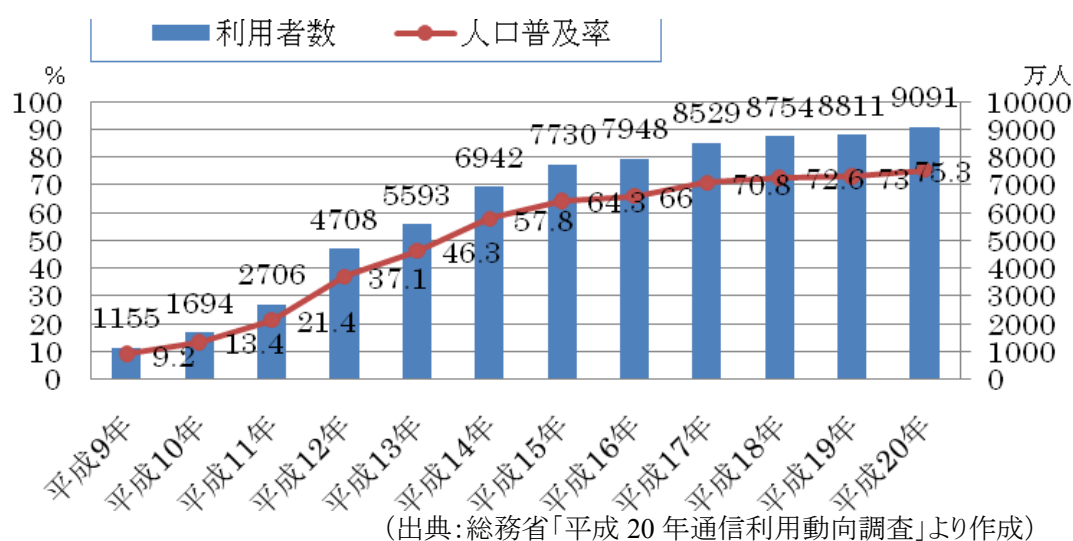
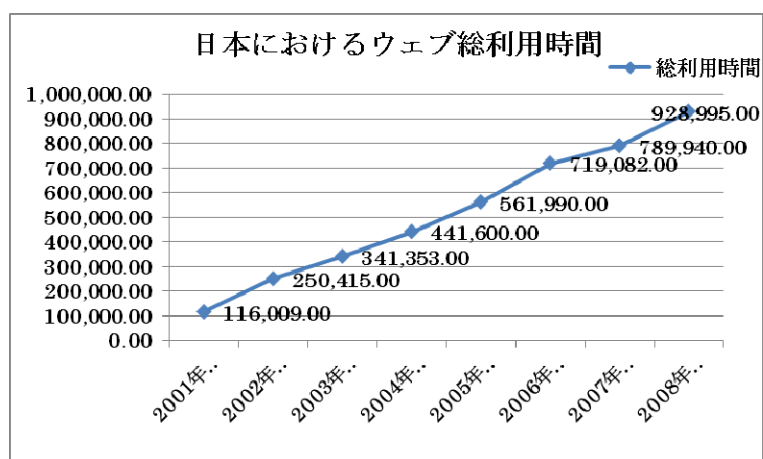


図9 日本におけるウェブ総利用時間

また、増加したのは利用者数だけではなく、インターネットの利用時間も増えた。図9は日本のウェブ利用時間を現したグラフである。2001年と2008年のウェブの総利用時間を比較してみると約8倍になっている。つまり、多くの人が長時間ウェブを利用するようになったということだ。ウェブ総利用時間が延びた理由として、ストリーミング¹⁴や



出典:ネットレイティングス株式会社

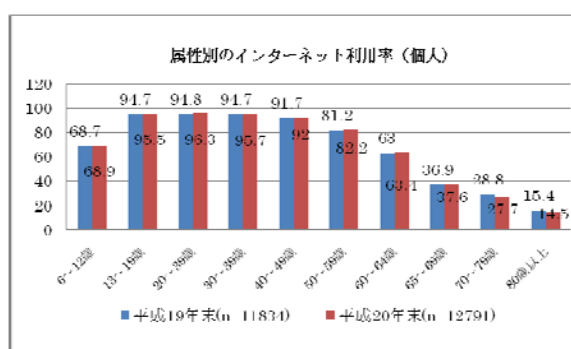
インターネット利用動向調査「NetView」より作成

¹⁴インターネットなどのネットワークを通じて映像や音声などのマルチメディアデータを視聴する際に、ダウンロードするのではなくデータを受信しながら同時に再生を行なう方式。

Flash¹⁵などのリッチコンテンツや、Ajax¹⁶などクリックを減らす技術が普及したからだ。ストリーミングを利用することで1ページ辺りの滞在時間が延びた。また、Flash などを使うことにより、滞在時間を増やすだけではなく、ユーザーに興味を与える役割になっている。例としてあげられるのが検索サイトの Yahoo!だ。Yahoo!の右にある広告が Flash である。その広告を見るだけでもウェブの利用時間が増え、気になって広告をクリックすることでまた利用時間が増えるという策略だ。このようにして、ウェブの総利用時間が延びていったのである。

- 世代別利用者

図 10 属性別のインターネット利用率



(出典:総務省「平成 20 年通信利用動向調査」より
独自に作成)

インターネットを利用する人が増え、私たちの生活の一部になっているのはわかった。しかし、インターネットが全ての人に利用されているかというそうではない。

左の図 10 は平成 19 年度と平成 20 年度の世代別のインターネット利用率のグラフである。これによれば 90%を超えているのが 13~49 歳までの層となっている。そして 65 歳以上になってしまうと 40%を下回るという結果が出ている。つまり、インターネットというものは比較的若い人たちが利用しているということになる。そして実際

にもインターネットのコンテンツも若い人向けのサービスが中心となっていると言えるだろう。

このように、インターネットというものは全世代で同じように利用されているわけではない。しかし、高齢者の方がインターネットを必要としているかとなると話は別だ。高齢者の方がどうしてもインターネットが必要となれば、それなりに利用環境を改善していかなければならないし、サービスも多様化していく必要があるだろう。だが、実際には高齢者向けのサービスやインターネットを使える媒体(パソコンや携帯電話など)の普及はあまり進んでいない。おそらくそれは、高齢者の方々が必要ないと考えられているからであり、もしくは、他のメディアで十分であるということで利用していないのであろうと私は考えている。しかし、今後はインターネットが今以上に普及され利用されるようになると考えられるため、現状のままでは問題だ。そのため、高齢者の方でもインターネットを利用できる環境、設備をしていかなければならないであろう。

¹⁵音声や動画、ベクターグラフィックスのアニメーションなどを組み合わせて作成された Web コンテンツ。

¹⁶Web ブラウザに実装されている JavaScript の HTTP 通信機能を使い、Web ページのリロードを伴わずにサーバと XML 形式のデータのやり取りを行なって処理を進めていく対話型 Web アプリケーションの実装形態。

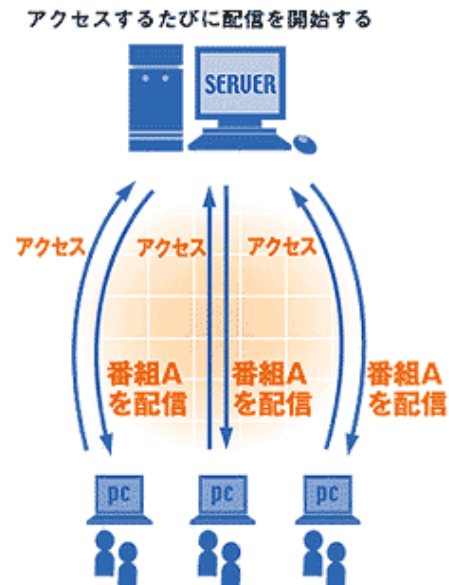
2.2.2 インターネット放送とは

図 11 ブロードキャスト配信システム



(出典: インターネット放送の仕組みより)

図 12 ビデオ・オン・デマンド



(出典: インターネット放送の仕組みより)

インターネット放送とは、動画像、音声などのデータをインターネットを通じて放送するサービスのことである。つまり、従来のメディアであるテレビ、ラジオ、新聞、書籍・雑誌などをインターネットを媒体として放送していくということだ。インターネット放送には図 11 のようなテレビ番組のように時間を決めてリアルタイムにデータを送信するタイプ(ブロードキャスト配信システム)と、図 12 のようなサーバーに蓄積してあるデータをユーザー側の要求に応じて送信するもの(オンデマンド型)の 2 種類がある。インターネットテレビの現状は、動画視聴に必要な環境に偏りがあるため、推奨ブラウザにおける対応ウェブブラウザの拡大や、より多様な視聴環境に対するアクセシビリティ面での対応が必要である。そのためか、利用しているユーザーは少ないと考えられる。

YouTube¹⁷やニコニコ動画¹⁸、GyaO¹⁹(ギャオ)のような動画を扱うサイトの場合は、大容量のデータを扱うようになる。そのため、1 回 1 回ダウンロードしてはユーザー側のパソコンに負担がかかってしまう。そのため、動画を扱うようなサイトの場合、ストリーミングと言われるパソコン側には保存されない方法でデータのやり取りを行っている。

インターネット放送の特徴は、衛星放送などと比べると、低コストで全世界を対象に情報を配信

¹⁷インターネットで動画共有サービスを行っているサイト。

¹⁸ニワンゴが提供している動画配信関連サービスのことで、「ニコニコ動画モバイル」と呼ばれる携帯電話端末向けにもサービスを提供している。

¹⁹株式会社 USEN が提供した ISP やネットワーク事業者を問わずに利用できる無料のパソコン向けインターネットテレビ放送(パソコンテレビ)サービスのこと。

できるグローバルメディアであることである。インターネット放送を閲覧するためには受信側は、データフォーマットに対応した受信ソフトと、圧縮して送信されてくる動画像や音声を復元するためのコーデックを持つ必要がある。インターネット放送に対応した代表的なソフトウェアとしては、米リアルネットワークスの「Real Player」、米マイクロソフトの「Windows Media Player」、米アップルコンピュータの「QuickTime」などがある。これらのソフトウェアは現在のパソコンでは OS に付属していたり、プリインストールされているため、基本的には通信環境さえ整っていればインターネット放送を見ることが可能である。

インターネットラジオはインターネットを媒体として音声や音楽などを聞くことができる。従来のメディアであるラジオとの違いは、通信媒体の違いである。従来のメディアである(アナログ)ラジオ放送は電波を利用し、ユーザーにサービスを提供しており、インターネットラジオ放送はインターネットを通信媒体としてユーザーにサービスを提供している。これもインターネットテレビ同様、世の中に広まっていないため利用している人は少ない。

新聞や書籍・雑誌も現在では電子化にされる電子書籍をして扱われるようになってきている。例を挙げて見ていこう。新聞では「日経テレコン 21」がある。日経テレコン 21 は日本経済新聞デジタルメディアが提供する会員制のビジネス情報サービスだ。170 を超える新聞・雑誌の記事情報、国内 120 万社、世界 5,000 万社の企業情報や人事情報をはじめ、幅広い分野で信頼性の高い情報を提供している。書籍で言えば「電子書店パピレス」がある。電子書店パピレスは日本最大の電子書籍販売サイトがある。このサイトでは掲載冊数が 13 万冊以上で小説、漫画、写真集、雑誌などが携帯で見ることが可能である。また他にも株式会社イーブックイニシアティブジャパンが運営している「ebook Japan」がある。こちらも電子書籍を販売しており、パソコンでダウンロードすることでいつでも閲覧が可能である。このように、新聞、書籍・雑誌も現在では電子化されるようになってきている

2.3 従来のメディアとインターネットの比較

インターネット放送と言っても従来の媒体を変えるだけでどのような違いが出てくるのだろうか。ここでは従来のメディアとインターネット放送の比較をしていく。

1 つ目の違いとして品質が上げられる。ここではラジオを例に挙げて考えてみる。今まででは電波を利用していたため同じ情報を同じタイミングで流しても品質に差が出てしまうことが多かった。例えば、ラジオを聞いているとしよう。電波を受信しやすいところはあまり雑音も入らずラジオを聞くことが可能であろう。しかし、電波を受信しにくいところでは雑音が多く入り、ラジオを聞いていても何をしゃべっているかわからないという状況が生じる。これが現在までのメディアであった。それがインターネットラジオで聞くと変化があるのがわかる。インターネットを媒体としているため雑音などが入ることがない。また、データの容量を大きくすることで CD 並みの音質を出すことも可能になってくる。これはラジオだけで言われることではない、テレビでも言えることである。テレビも電波を媒体としていたので、品質には差が出てしまう。しかし、インターネットテレビでは高画質・高音質の番組を視聴することができるのだ。

また新聞、書籍・雑誌では大きなメリットが出てくるのだ。今まで新聞、書籍・雑誌で問題となっ

きていたのが品の劣化である。紙という媒体を利用しているためこれだけは避けて通ることはできない。しかし、電子化にすることで劣化をなくすることができる。つまり、どれだけ昔に発売されたものでも一度電子化にしてしまうことで、同じ品質を半永久的に保つことが可能になってくるのだ。

そして 2 つ目はメディアの利用範囲が広がることである。従来のメディアは電波や紙などを使い情報を提供していたため、利用できる範囲が限られていた。そのためユーザーは視聴したい番組や見たい雑誌などがあっても見るできないということがあった。しかし、インターネットを媒体としたインターネット放送を利用することでその問題点は解消される。地域ごとのローカル番組でも視聴から世界の番組を視聴することが可能になる。また、新聞、書籍・雑誌は地域ごとの書籍もインターネットを利用すれば見るようになる。さらに在庫切れで販売することができなくなるという状況もなくなる。

このように、インターネット放送は従来のメディアと比較すると便利になるだけでなく品質向上の役割も果たしてくれる。高品質なものを安価で提供することが可能になるのがインターネット放送のメリットであると言えるだろう。

3. インターネットを中心に

3 章からはインターネット放送をより利用してもらい、最終的には統一していくためにはどうすればいいのかを考察していく。そしてインターネット放送に統一する際に出てくる課題についての答えを述べていく。

3.1 インターネット放送で統一していく

インターネット放送で統一することでどのような効果が生まれてくるのだろうか。この節ではどのようなメリットがあるのかを考察していく。

3.1.1 メディアの融合

従来のメディアに頼るのもいいがこれからは新たなメディアを作り出すためにインターネット放送に移行していくべきである。ところで、どうしてインターネット放送で統一することで新たなメディアが作り出せるのだろうか。それは媒体を統一することでそれぞれのメディアのメリットを生かすことができるからである。従来のメディアでは、電波、紙、CD、インターネットなど放送する媒体がバラバラだったため良いところがあっても利用することは難しかった。例えばラジオの最後で「詳細はホームページで。URL は <http://〇〇〇>」という事を耳にしたことはないだろうか。しかし、これを聞いてインターネットへ接続する人は少ない。インターネットに接続しない理由は手間がかかったり、URL 聞き逃したりなどがあるからだ。このように従来のメディアでは他のメディアを利用することは難しい。しかし、インターネットラジオで放送すれば、このような問題はなくなる。まず、インターネットラジオでチャンネルを合わせると、インターネットラジオが流れるだけでなく、そのラジオ番組名とホームページの URL が表示されるようにする。そして詳細をインターネットラジオをホームページから聞けるようにすれば、ホームページの情報も見ることが可能かつラジオも聴くことができるようになる。また、インターネットラジオで聞いていた曲をすごく気に入る、欲しいと思った時も、流している曲の販売を行えるようにショッピングサイトの URL を張っておけばすぐに購入することができる。

このようにしてインターネット放送を利用すればメディアの融合も簡単にできる上に他のサービスも利用することができる。

3.1.2 どのように普及させていくのか

ここではどのようにしてインターネット放送を普及させていくのかを考えていく。

・電子書籍

電子書籍を普及させるために、どのような携帯端末が存在しているのかをアピールしなければならない。そのため、まずは電子書籍の宣伝から始めるべきである。現在、電子書籍を利用できる携帯端末としてアマゾン・ドット・コム「キンドル」という端末が電子書籍のシェアを握っている。「キンドル」とはアマゾン・ドット・コムが販売している電子ブックリーダーのことで PC を使ってダウンロードする必要がなく、どこにいても 1 分以内に岩津の本が EV-DO を介して送られてくるというものだ。現在では Kindle DX と言われる PDF リーダーを標準搭載しているものも発売されており、より便利になってきている。

多くの人に知ってもらうことができれば、次はコンテンツの増加だ。現在の電子書籍がダウンロードすることができるのは数少なく、利用できるサイトも少ない。サイトが少なければ種類も偏っておりユーザー側からして見れば利用しにくいと思われる。もし、数少ないサイトのコンテンツや機能などが充実していればいいのだが、現在のサイトは満足できるサイトとは言い難い。そのため、まずはサイトの改善が必要だ。では、どのようにして改善をしていけばいいのだろうか。まずはサイトの数を増やすことが必要になる。現在では電子書籍をダウンロードできるサイトは少ないため、ユーザーはサイトの選択ができず、不満があっても同じサイトからしか利用ができないという状況だ。その不満をなくすことがこれからの課題になってくるはずだ。そしてそのあとに、コンテンツを充実させていく。それによって、ユーザーはサイトの選択をすることができるようになる。さらに、提供者側もユーザーを獲得するために競うあうことで、よりいいサイトを作り上げることができる。

・その他のインターネット放送

電子書籍は専用機を利用して普及させていくことができる。では、インターネットテレビやインターネットラジオはどのようにして普及させていけばいいのであろうか。やはりパソコンを基本として考えていくことになる。現在のパソコンはインターネットテレビやインターネットラジオを見たり聞いたりするためのものではないため、使い勝手があまりよくない。そのため、余計な機能を省いたものを作ればいいのではないだろうか。そうすることで、媒体の大きさを小さくすることができるだけでなくシンプルかつ使いやすいものができるだろう。このようにしてテレビやラジオに代わる新しい媒体を作り上げていく必要があるだろう。そして、インターネットをどこにいても繋ぐことができるようにインフラを整えていく必要がある。ではどのようにしてインフラを整えていけばいいのであろうか。それは次のようにして考えていきたい。

3.2 問題解決ために

3.2.1 エリアは WIMAX でカバー

現在のメディアの中心は 4 大マスメディアと言われるテレビ、ラジオ、新聞、書籍・雑誌である。これらのメディアはどこでも見る・聞くことを可能にするため、インフラが整っている。しかし、インターネットと言えば普及はしてきているがインフラが不十分。山間部などはインターネットを繋ぐことが難しく利用が困難なところがある。ではどのように対処していけばいいのだろうか。

そこで活躍してくれるのが WiMAX (Worldwide Interoperability for Microwave Access) だ。WiMAX とは無線通信技術の規格のひとつであり高速通信 (光・メタル) 回線の敷設や DSL 等の利用が困難な地域での接続手段として期待されている。WiMAX の通信距離は 2km~10km とされており、無線 MAN や無線 WAN に相当するものである。

しかし、現在の WiMAX は利用できる範囲に問題がある。次の図 13 を見てほしい。

図 13 WiMAX のエリア



(出典:UQ Communications より)

図 13 は WiMAX の利用範囲を示している図だ。これを見ていただいてもわかるように現在 WiMAX の利用可能な範囲は狭い。この範囲では山間部どころか街中から少し離れた場所でも利用することができない。そのため、WiMAX

のみでインターネットを普及させるのは難しいと予想される。ちなみに図 14 は広島県で WiMAX が利用できる範囲を表している図だ。オレンジ色になっているのが 2000 年 9 月末時点でのサービスエリア、黄色になっているところが 2009 年 12 月末までに拡大予定のサービスエリアだ。現在では広島市内であればどこでも WiMAX を利用することができる。しかし、市内から離れ山間部の方へ移動してしまうと利用することができない地域が多くある。このように WiMAX の普及が不十分な状態だ。そのためまずは WiMAX のエリアを拡大するためにアンテナの増設が必要だ。

図 14 WiMAX のエリア(広島県)



(出典:UQ Communications より)

しかし、このままでは WiMAX のアンテナを増設している間は何もすることができなくなってしまう。そうならないためにアンテナ増設の間は携帯電話を利用したサービスを利用するのがいいだろう。

現在 au が発売している携帯電話「biblio」がある。これは無線 LAN 経由でインターネットにアクセスすることができる「Wi-Fi WIN」なのだ。この Wi-Fi WIN は従来の au 網ではなく無線 LAN アクセスポイントと固定ブロードバンド回線を利用するサービスだ。無線 LAN を利用するとパケット料金が課金されないほか、最大 54Mbps の高速でインターネットにアクセスすることができる。また、EZweb 内の着うた／着うたフル／着うたフルプラスといった音楽コンテンツや、100M バイトクラスの大容量 LISMO Video、EZ ブックで配信される電子書籍のダウンロードなどが快適に行うことができる。さらに対応する PC サイトビューアー (Opera Mobile 9.5) を使えば、Flash Video を採用した「YouTube」など動画共有サイトにも、au 端末からアクセスできるようになる。テレビを視聴する際はワンセグを利用する。この技術を利用することで au 携帯の電波が届く範囲であればインターネットができるようになる。つまり、インターネット放送が利用できるということになるのだ。そして今は利用できる媒体が携帯電話であるがそれをパソコンにすれば現在と変わらないようなインターネットが利用できるようになるのだ。問題としては通信速度が現在のインターネットの通信速度と比較すると遅いということだ。しかし、それは技術が進化することでカバーすることができるので特に問題ないと考えられる。このようにしてインターネットを普及させていきたい。

また、モバイル WiMAX というものも利用していく。モバイル WiMAX は固定式、又はほとんど移動しない用途での無線ネットワーク・システムの規格である WiMAX が元となって策定された。そのため主要な部分が同一である。しかし WiMAX と異なるは、移動体通信を想定した無線ネットワーク・システムの規格の 1 つということだ。通信距離は WiMAX より短く 1km～3km であるが、高速移動体にも対応している。通信距離が狭いと言っても、無線 LAN に比べると広く、移動するたびに逐次ホットスポットなどを探す必要がある無線 LAN よりも、通信の利便性が高いと言える。この 3 つの技術を利用することでインフラを整えていく。

3.2.2 幅広い年層に利用してもらうために

インターネット放送を利用してもう時に考えなければならないのが、「情報格差」である。今従来のメディアを利用している人の中で大きな情報格差を感じて利用している人は少ないはずだ。つまり、従来のメディアでは情報格差が少なく、老若男女が同じように利用できているということになる。しかし、インターネットは少し異なる。前章でも書いたがインターネットを利用している年齢層のほとんどが 10 代～40 代の人だ。60 歳以上の人になると利用している人が減少してきており、80 歳以上は全体の約 15%しか利用していない。これでは仮にインターネット放送が利用可能になっても利用できる人が少ないと予想される。そのため、ここで誰でも利用できるような媒体を考える必要がある。

ここでは 2 つの案が考えられる。1 つは従来の媒体を再利用しパソコンとして利用することだ。今のようにキーボードとマウスを使ってパソコンを操作しようと考えたと、どうしてもお年寄りの方や子どもには難しい。そこで、今まで使い慣れているものを利用することが 1 番なじみやすいと考えられる。例えばインターネットテレビは液晶テレビを使って視聴するということだ。そうすれば操作はリモコン

でできるし、従来のものと何の変化もないので使いやすいと考えられる。

もう一つはインターネット放送専用の媒体を作ることだ。本来パソコンというのは動画を見ること

写真1

15.VAIO パーソナルコンピュータ Lシリーズ



(出典:「SONY make.believe」より)

や音楽を聞くことを目的として作られているわけではない。そのため、多くの機能が含まれており複雑になっている。ならば、インターネット放送に特化したものを作ればいいのではないだろうか。例えば画面は壁掛けのディスプレイの使用し、インターネットテレビを見る、インターネットラジオを聞く、電子書籍を見る、新聞を見る、その他テレビの機能を含めたサービスのみを利用可能なものにする。操作はタッチパネルかリモコン操作で行うようにする。タッチパネルは壁掛けの画面にタッチができるようにするか、専用のデバイスで操作するかのどちらかがいいだろう。ディスプレイ自体にタッチして操作するならばいい例がある。SONY が発売したパソコンの VAIO L シリーズだ(写真 1

)。このパソコンはマウスやキーボードの操作はもちろん、タッチパネル機能搭載で画面に触ることで操作ができるのだ。さらに地上・BS・110 度 CS デジタルチューナーが付いているためテレビを見ることができ、操作はリモコンでできると現段階のものの中では私の理想と似ている商品である。ただ違うのは地上波デジタル放送でテレビを視聴するという 1 点である。地上波デジタル放送からインターネット放送にすることで、インターネットに統一されパソコンのコストも下がりより多くのユーザーに利用してもらうことができる商品になるだろう。

また、この例えばカラオケ店に置いてあるような電子目次本(デンモク)のようなもので操作するようにする。画面は操作をしやすいように B5 サイズくらいの大きさに設定し誰でも簡単に操作することができるようにしておく。操作はペンタブかタッチパネルで動かせるようにすることで簡単かつ自由に操作できるようになる。このようにすることで若者はもちろんお年寄りにも操作をしやすいようなものを作り上げていく。そうすることで今以上に多くの人に利用してもらうことができるようになる。

3.2.3 その他問題点

インターネットを通じて一番の問題になってくるのが著作権である。著作権とは音楽や絵画、映画などの表現によって自らの思想・感情を創作的に表現したものを自由に利用できる権利のことである。つまり、著作権がないと、作られた作品を自由に利用することができないのだ。この著作権問題はインターネットの中では大きな問題として取り上げられている。どうしてこれほど問題になっているのか。理由は次のようなことが挙げられる。

インターネットというのは元々自由にやり取りすることを目的と作られたものなのでまずは簡単

に複製を作ることが可能なこと。インターネットで使われているものはデジタルデータだ。デジタルはコピーやアレンジが簡単でコストも安いという性質を持っている。また、コピー後も質の劣化はない。そのため誰でも簡単にオリジナルと同じものを複製することができる。そのため、データをなくすことができず、インターネット上に出てきたら削除するという作業を繰り返していかなければならない。

2 つ目の理由として法律が曖昧になってきていることだ。まず、メディアの法律には放送法と情報通信法案というものが存在する。放送法とは放送・日本放送協会・放送事業者の規律に関する内容を規定する日本の法律である。これによって従来のメディアである、テレビ・ラジオは成り立っていた。それに対して情報通信法案とは日本において、放送と通信の融合などの見地から立法が検討されている法案で、総務省・情報通信政策局が2006年8月に設置した通信・放送の総合的な法体系に関する研究会の中間提言において提唱されているものである。これによって主にインターネットのルールが定められている。しかし、現在の状況はこの放送法と情報通信法案の境が無くなってきている。ならば、放送法と情報通信法案を融合させて新しい法案を作成すればいいのではないだろうか。中途半端に法律を分けていることで現在では多くの問題が発生している。新しい法案を作成することで今まで問題になってきたことが解決されるようになるだろう。例えば著作権問題だ。作品の著作者に許諾を得てからインターネットに載せることで著作権の侵害はなくなる。データが不正にコピーされたり加工されたりするかもしれないが、それは法律で対策をしていく。このようにして、新たに法律を作成することで、対策方法を導き出せるはずだ。

3.2.4 宣伝は従来のメディアとインターネットを

様々な問題点はこれまでのところで解決していくと思われる。さてここからはどのようにして多くの人にインターネット放送を知ってもらうかを考えていく。多くの人に知ってもらうためには宣伝が必要になる。そこでどのように広告したらいいのか。まずは、従来のメディアを使い宣伝するのがいいと考えられる。インターネット放送を普及させるために従来のメディアを利用するのはおかしいとは思わなければならない。インターネット放送を普及させるために従来のメディアを利用するのはおかしいとは思わなければならない。インターネット放送を普及させるために従来のメディアを利用するのはおかしいとは思わなければならない。インターネット放送を普及させるために従来のメディアを利用するのはおかしいとは思わなければならない。

なぜ従来のメディアでの宣伝が必要なのだろうか。それはインターネットを利用しているユーザーに対して、多くの宣伝をしても大きな効果が生まれないと予想されるからだ。インターネットを利用しているユーザーは、インターネット放送があることを知っている人が多い。そのため、最初に宣伝してもあまり効果がなく、インターネット放送を利用する人が増加するとは考えにくい。しかし、最初に従来のメディアで広告することでインターネット放送を知らない人にも存在を知らせることができる。例えばテレビで CM を流してできるだけ多くの人に見てもらおう。雑誌でインターネット放送の特集を組んでもらいどのようなものがあるのかを知ってもらおう。新聞に記事を書いてインターネットについて知ってもらおう。このようにできる限り宣伝をしてインターネット放送について知ってもらおうようにする。そして興味を持った人はサイトに訪問させるという考えだ。そうすることで新規ユーザーを獲得する確率は上がると考えられる。

このようにしてまずは多くの人にインターネット放送の存在を知ってもらうことが必要だ。そして、徐々にユーザーを増やしていくという考えだ。

4. おわりに

これまでに様々なことを述べてきたが、インターネット放送が普及されるのは時間の問題であろう。その理由はインターネットの進化が速いからである。インターネットが利用されるようになり早十数年。約 10 年前まではサイトの数はあまり多くなく、インターネットで動画を見ることも現在のようにスムーズに視聴することができなかった。だが、今は違う。動画を見ることはもちろん、テレビやラジオ、書籍まで読めるような時代になってきている。そのため数年後にはインターネット放送を中心とした世の中ができていないと私は予想する。

そんな世の中にするためにも現在行うべきことは私が述べたようなことが必要になってくる。まずはインフラの整備。これがなければインターネット放送は成り立たないというくらい重要なポイントだ。このインフラの整備を早い段階で取りかかる必要があると私は考えている。そして、インターネット放送をより多くの人たちに知ってもらうため多くの宣伝を行うこと。まだまだ知らない人が多いため宣伝は必要不可欠となってくる。最後に、コンテンツとサイトを充実させていくことだ。いくら興味を持った人が増加したとしても、サイトの数が少なかったり、コンテンツが不十分であると利用者は増加しない。また、1つのサイトが市場を占めていると競争が無くなり、コンテンツが充実しなくなってしまう。そのような事態を防ぐためにもサイトの増加は必要になってくる。それに加え法律も考え直す必要があるのではないだろうか。現在の法律ではインターネット放送を利用するには少々不便なことが多い。そのため、新たに法律を考案することで、インターネット放送を今以上に便利で使い勝手がいいものに変えていくことができるはずだ。

このようにして、私はインターネット放送が世の中に普及していけばいいと考えている。

参考文献

書籍

[番号] 著者名(出版年),『書籍名』, 出版社

- [1] 西正(2001),『図解 インターネット放送』, 東洋経済新報社
- [2] ユータック(2002),『自分で作るインターネット放送局』, カットシステム
- [3] 増田若奈(2001),『Web 動画配信のしくみがわかる』, ディー・アート
- [4] 高橋和之,松井茂記(2001),『インターネットと法』, 有斐閣
- [5] 藤原治(2007),『ネット時代 10 年後、新聞とテレビはこうなる』, 朝日新聞社
- [6] 歌田明弘(2007),『ネットはテレビをどう呑みこむのか?』, 東京アスキー
- [7] 斉藤考(2002),『イラスト・図解 LAN のしくみがわかる本』, 東京技術評論社
- [8] 笠野英松(2002),『ネットワーク技術 基礎』, 東京技術評論社
- [9] 小泉修(2002),『図解でわかるネットワークのすべて』, 東京日本実業出版
- [10] 青木利晴(1995),『インターネット&情報スーパーハイウェイ マルチメディア発展へのシナリオ』, 東京オーム社

雑誌

[番号] 著者名(出版年),「論文名」,『雑誌名』巻号, 記載ページ

- [1] 日経 BP 社(2009),『日経パソコン』,〇〇,

新聞記事

[番号] 『見出し(シリーズ名など)』, 新聞名, 日付(朝刊 or 夕刊 or なし), 記載ページ

(例)

- [1] 『携帯や TV 向け雑誌コンテンツ 端末別に自動再編集 シャープなど共同研究』, 日経産業新聞, 2009 年 07 月 11 日, 13 面
- [2] 『携帯に動画 低コスト配信 角川モバイルシステム提出』, 日経産業新聞, 2009 年 07 月 11 日, 13 面
- [3]

インターネット

[番号] ページ名, URL

- [1] 日本を守るのに右も左もない | ネットの可能性～発信媒体として広まるのか？
<http://blog.trend-review.net/blog/2009/02/001036.html>
- [2] テレビ資料室:テレビの歴史年表 | テレビる毎日
<http://cozalweb.com/ctv/shiryo/rekishi.html>
- [3]
<http://daigan.dir.st/cs/blogs/blog/archive/2007/07/22/2722.aspx>
- [4] テレビの歴史年表
<http://homepage1.nifty.com/samito/TVhistory.htm>
- [5] インターネット利用者が 9000 万人を突破
<http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/Research/20090408/328037/>
- [6] 携帯フィルタリング利用率は小学生で 57.7%、総務省調査
http://k-tai.impress.co.jp/docs/news/20090626_297068.html
- [7] マガジンサーチ
<http://magazine.jp.msn.com/Magazine.aspx>
- [8] ネットの 1 か月あたり利用時間
<http://www.gamenews.ne.jp/archives/2007/03/111727.html>
- [9] まだまだ多い? 意外な多さ?? ブラウン管テレビ利用率は約半数
http://www.gamenews.ne.jp/archives/2008/09/post_3956.html
- [10] テレビ視聴時間の推移をグラフ化してみる
http://www.gamenews.ne.jp/archives/2008/12/post_4268.html
- [11] 「ニコ動」平均利用時間は、yahoo!や mixi を上回る
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0709/21/news084.html>
- [12] インターネット動画がビジネスを変える
http://www.jagat.or.jp/story_memo_view.asp?StoryID=8704
- [13] 出版物はどのくらい発行されている・・・
http://www.jagat.or.jp/story_memo_view.asp?StoryID=11723
- [14] 総務省 情報通信統計データベース
<http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp/>
- [15] メディア利用時間
<http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp/whitepaper/ja/h17/html/H2701300.html>
- [16] インターネットラジオ|Brandnew
<http://www.j-wavemusic.com/>
- [17] PC 処世術—通信速度を考える
<http://www.kt.rim.or.jp/~abemo/pc/2004TRR.html>
- [18] 新聞の発行部数と・・・
<http://www.pressnet.or.jp/data/01cirsetai.html>
- [19] インターネット放送とは (Internet broadcasting) :-IT 用語辞典バイナリ-
<http://www.sophia-it.com/content/インターネット放送>
- [20] 総務省

- <http://www.soumu.go.jp/>
- [21] 統計局ホームページ
<http://www.stat.go.jp/>
- [22] あなたの常識を覆す統計雑学: 日本のテレビ普及率は 72%
<http://toukeiunchiku.seesaa.net/article/22905215.html>
- [23] PC からのネット利用時間、盛り返す 博報堂 DY 調査
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0906/23/news085.html>
- [24] 博報堂 DY メディアパートナーズ メディア環境研究所
<http://www.media-kankyo.jp/>
- [25] Garbagenews.com
<http://www.gamenews.ne.jp/>
- [26] Video Research Ltd.
<http://www.videor.co.jp/top.htm>
- [27] 日本著者促進センター: ベストセラー 月間
http://www.1book.co.jp/cat_33.html
- [28] 名言、読書、おすすめの本紹介サイト
<http://www.shifukunokotoba.com/index.html>
- [29] TOHAN
<http://www.tohan.jp/>
- [30] 「インターネットラジオ」視聴者の中心は 20 代？
<http://release.center.jp/2009/04/2202.html>
- [31] ORICON STYLE
http://www.oricon.co.jp/music/special/081215_01_06.html
- [32] 過去の視聴率データ | ビデオリサーチ
http://www.videor.co.jp/data/ratedata/b_index.htm
- [33] 日経メディアマーケティング株式会社
<http://www.nikkeimm.co.jp/>
- [34] UQ WiMAX | 全国展開計画
<http://www.uqwimax.jp/service/area/map.html>

その他(自分用なので気にしないでください)
バイオの WiMAX 内蔵モデル発売日決定
<http://sony-neta.blog.so-net.ne.jp/2009-07-08-3>