

放送と通信のハイブリッド・サービス

All in one personal tv “Sezmi”

文：今和泉 仁 (Imaizumi Hitoshi) (株)NHKエンタープライズ 国際事業・業務主幹

このシリーズでは2010年1月に開催されたCES2010での展示と、その後の月刊ニューメディア社主宰の西海岸ツアーで訪問した企業に関連して、「Connected TV」をテーマに3回の連載でお伝えしてきた。最終回の第3回は、放送と通信のハイブリッドサービスを計画しているSezmi社について紹介したい。

Sezmiの概要

Sezmiとは、地上波デジタル放送の帯域のうち、HDやSDの通常の放送では使われない帯域を放送事業者から借り受けて、それを地域のDSLやWiMaxなどのISPの回線と結び付けてユーザーの受信機にパーソナライズドなコンテンツを蓄積させ、視聴可能にするというサービスである。地上波(Over-the-Air)とケーブルTVとインターネットをひとつのシステムで利用可能にしようという画期的なサービスだ。



Sezmi のシステム一式が入った箱

2009年4月のNABでは送信系のパートナーであるHarris社のブースでひっそりと展示されていただけであったが、今回、ツアーの訪問先の1社としてサンフランシスコ空港近くのベルモント市にあるSezmi社を訪問することができた。

Sezmiは、訪問当時、ロサンゼルスエ

リアで1,000人規模のベータテストを行っていたが、2010年2月18日、正式なサービスを開始し、STBをBest Buyなどの量販店で販売し始めている。



アンテナ部

SezmiのSTBは、四角いボックス型のアンテナ部分(Smart Reception System)と、いわゆるSTB型の受信機部分(Sezmi Digital Media Player)、それと独自デザインのリモコンからなっており、写真のような箱に入れて販売されている。Best Buyのオンラインショップでの価格を見てみると、小売価格は299ドルに設定されている。

アンテナ部分は地上波デジタルの電波を受け、通常の各放送局の放送を受信するほか、それらの放送局から借り受けた帯域でSezmiが独自に放送している(SezmiではPrivate Broadcastと呼んでいる)コンテンツを受信し、IPに変換してSTBに送り込んでいる。STB側には、通常のインターネットに

接続するイーサネットのコネクタのほかに、アンテナ部分から同じくイーサネットに接続するコネクタが用意されている。

通常の地上波のチャンネルに加えて、Sezmiがライセンスを受けているCNNやESPNなどのメジャーなケーブルネットワークのチャンネルはPrivate Broadcast部分で伝送される。それ以外の、VOD系のコンテンツなどはPrivate Broadcast部分でファイル伝送されてSTBのHDDに蓄積される。放送系で送れない、よりニッチなコンテンツはブロードバンド経由でHDDに送られてくる。

Sezmiのサービス内容

Sezmiのサービスは、二つのパッケージに分かれている。月額4ドル99セントのSezmi Selectと、月額19.99ドルのSezmi Select Plusだ。Sezmi Selectでは、地上波の各チャンネルに加えて、ハリウッドのメジャースタジオからSezmiがアグリゲートした映画やテレビ番組のVOD、YouTubeなどのインターネット上のサービスが利用できる。SezmiのWebサイトによれば、ロサンゼルス地区で地上波デジタル放送として受信できるチャンネルは、エスニックチャンネルなどを含める

と60チャンネル近くに上る。Sezmi Select Plusでは、これらに加えてCNN、Bravo、MTV、Discoveryなど、主要なケーブルネットワークの15のチャンネルが視聴可能だ。

ケーブルTVのサブスクリプション料金が月額40ドル以上になることが平均であることを考えると、半額以下の月額20ドル弱で主なチャンネルが視聴でき、しかもケーブルに接続しなくてもデジタル放送によって良好な画質で視聴できる上に、TiVoのような高性能のSTBが付いているということで、ある種のユーザーにとっては非常にアピールする内容となっている。



5色のボタンが付いたリモコン。各色に家族のメンバーをアサインできる

リモコンには5色のボタンが付いており、家族一人一人をそれぞれのボタンにアサインすることができる。自分のメニューにいくと、My Shows、My Movies、TV Listing、On Demandなどのメニューが用意されている。My ShowsやMy Moviesは、自分が録画した番組や映画を選択して視聴することができるエリアであり、TV Listingは番組表、On Demandはネットワーク経由でオンデマンドで視聴できるコンテンツを選ぶエリアだ。これらのメニューは各ユーザーで共通だが、その中でリスティングされるコンテンツは家庭内のユーザーごとにカスタマイズされたものが表示されるようになっている。デザインも変えることができ、Sophia's SezmiとかAnthony's Sezmiといったタイトルも表示される。



右側がアンテナ部と接続するイーサネット端子。中央がインターネット接続用のイーサネット端子

これらは、リモコンの色ボタンを押すことによって、瞬時に別なユーザーのメニューに切り替えることができる。TiVoともひと味違うリアル・パーソナライズドTVが実現されている。

Sezmiは成功するか？

2月に全米展開を発表したばかりのSezmiだが、評論家の間では早くも成功を危ぶむ声も聞かれる。299ドルのSTBを購入しなければならないこと、ケーブルTVの半額とはいっても、最も人気のあるESPNやHBO、Showtimeなどのケーブルネットワークが含まれていないこと、さらにブロードバ

ンド接続のためには別にISPに加入しなければならないことなどがその理由だ。ケーブルTVだけでなくIPTVや衛星放送などのマルチチャンネルサービス事業者がひしめいている中で、Sezmiのような新参者が成功を収めるのは確かに難しいだろう。

しかし、地上波放送の空きスペー

スを利用するというアイデアや、ブロードバンドとのハイブリッド・サービスであること、パーソナライズされた経験を提供するユニークなインターフェースなど、評価すべき点も多い。「トリプルプレイ」サービスを提供することのできない中小の電話会社と組めば、成功するチャンスもあるというアナリストもいる。日本でもIPDCフォーラムが、IPによって通信、放送の区別なく、あらゆるデジタルインフラでのコンテンツデリバリーができるような



Sezmi のインターフェース

将来像を検討すべきだとして、総務省などに働きかけをしている。Sezmiと非常によく似たサービスモデルである。そうした意味でも、すでに75億円近くをつぎ込んだというSezmiが成功するのかどうか、今後の動きが注目される。