

Mr. Tedの アメリカ最新メディア速報 38

レポート: テッド若山 Ted Wakayama

米国放送業界アナリスト、NSIリサーチ代表

好評連載の「アメリカ最新メディア速報」の今回は、NABレポートの一つに加わってもらった。本誌NABツアーでは、各社の訪問ブースツアーに通訳として若山氏に協力してもらった。

今月は、昨年のNAB直後、放送界に衝撃を与えたHarrisの放送事業撤退というニュースのその後である。NAB 2013会場で新生Harrisはブースを構え、4K Readyをアピールするなど、健在ぶりをアピールしていた。それを通してアメリカ地上波局の抱える問題も整理してもらった。

Harrisの買収・売却歴

放送機器メーカーとして著名であり、初めてデジタルテレビ放送の実証をしたことでも知られるHarris Corporationは、昨年のNAB総会の直後に放送機器事業部を売却し、放送市場から完全に撤退することを発表した。そして、今年のNABの2カ月前に、HarrisのBroadcast Communications部門は、プライベート・エクイティ会社のGores Group社に2.25億ドルで売られた。

Harrisは、1895年に印刷機メーカーとしてスタートし、1960年代から1970年代に買収で急激な成長をする。当時の同社の買収にはGeneral Electric社の放送機器部門、双方向無線のRF Communications社、そしてデータプロセッシング会社のUCC Communicationsが含まれており、これらの分野がその後のHarrisの中心事業となる。1983年には印刷機部門を手放し、Harrisはオールメディア（印刷）からニューメディア（通信と放送）への脱皮を完了させる。

Harrisは放送のデジタル化に向け、1990年代末から2000年代

にInnovation Telecommunications Image and Sound、Leitech Technology、Optimal Solutions、Encodaなど、多くの会社を買収している。Harrisの放送事業のピークは、アナログ停波の1年前の2008年度（7月締め）で、売り上げは全社売上の12%を占める、6.4億ドルであった。しかし、2009年度から売上は大きく減少をする。2010年度には4.8億ドルに減り、2011年度からは、放送部門はIntegrated Network Solutionsの一部となり、2013年に売却される。

Harrisは、放送以外でもさまざまな事業の買収、売却を行っている。1980年代には3Mのコピー事業を買収し、Lanier Worldwideをつくり、GEの半導体事業も買収している。そして、どちらの事業部門も1999年に売却している。放送機器事業も、これらと同じ運命である。Harrisの事業の中心は通信で、特に軍事、政府関連が主要な顧客である。インフラ系には強く、放送のデジタル移行では儲けることができたが、デジタル移行後の放送メディアの変化には付いて行くことができなかった。

Harrisの放送事業は売却後もHarris Broadcast Communicationsの名前で事業を続けているが、経営はGores Groupに移っている。Gores Groupは、成熟した産業の企業を買収、再建し、売って儲けることを専門にしているプライベート・エクイティである。同社が現在持っている会社には、CD流通の最大手のAlliance Entertainment、それにSiemensが2006年に手放したSiemens Enterprise Communicationsなどがあり、再建し売った会社には電子決済のVeriFoneが含まれる。

地上波局が抱える問題

Harrisが放送のデジタル化という大きなインフラの変更に目を付けたのは成功であったが、送信がデジタル化することで、新たな方向に進むことには対応できず、オールメディアの事業として手放すことになってしまった。これは、Harrisの失策だけではなく、NABが代表をしている地上波放送局が抱える問題でもある。

NAB展示会での基調講演において、NABゴードン・スミス会長は会員である地上波局に対して、先進的に技術を取り入れることを求めた。スミス会長は、「我々は一団となり新しい技術を受け入れ、それを行わない場合の結果を自覚する時が来た。我々の将来は、この先々、価値のあるコンテンツをいかなるプラットフォームにも配信できる技術を革新、誘発させることにある」と



NAB2013の展示ブースに登場した新生Harris

Harrisの放送事業



語った。

アメリカの地上波局は幾つもの大きな課題を抱えており、このメッセージはその解決を求めている。地上波局の問題は、コンテンツ事業者がインターネット配信という新たなメディアに熱を上げることから始まった。数年前まで、Disney、Foxなどのコンテンツ会社は地上波を軸とした垂直統合を求め、地上波ネットワークを手に入れ、地上波局も手中に収めてきた。コンテンツ事業者は、地上波局に投資をし、NABの大きなスポンサーでもあった。コンテンツ事業者は1つの会社が保有することのできる地上波局の上限の引き上げのために大きなロビー活動を行っていた。しかし、そのような活動は現在ではなく、逆にコンテンツ事業者は地上波局の保有を減らしている。彼らの関心は、インターネットを使った映像コンテンツの配信をいかにコントロールし、儲ける仕組みをつくるかに変わっている。

インターネットだけでなく、さまざまなデジタル技術が地上波局に対する挑戦をもたらしている。その1つがDVRである。DVRは広告スキップを容易にし、地上波の大きな収入源である広告の価値を下げている。特に、DISH Networkの新しいDVRのHopperが持つ自動広告スキップ機能は大きな挑戦であり、裁判でその合法性が争われている。広告収入が減少する中、多チャンネル事業者から徴収している再送信料が地上波局にとって重要な収入源になっている。しかし、これにも大きな挑戦がある。Aereoは地上波局には無断で、地上波放送をインターネットで再配信している。視聴者一人ごとに1つのアンテナを使うことで、著作権の侵害はないと主張している。裁判所がこれを合法と判断すれば、多チャンネル事業者はAereoのような技術を取り入れ、地上波放送局の再送信料収入はなくなる可能性がある。News Corp (Fox) の社長はNABの講演で、もしもAereoが合法となった場合、地上波から撤退するかも知れないと語っている。

インターネットだけでなく、さまざまなデジタル技術が地上波局に対する挑戦をもたらしている。その1つがDVRである。DVRは広告スキップを容易にし、地上波の大きな収入源である広告の価値を下げている。特に、DISH Networkの新しいDVRのHopperが持つ自動広告スキップ機能は大きな挑戦であり、裁判でその合法性が争われている。広告収入が減少する中、多チャンネル事業者から徴収している再送信料が地上波局にとって重要な収入源になっている。しかし、これにも大きな挑戦がある。Aereoは地上波局には無断で、地上波放送をインターネットで再配信している。視聴者一人ごとに1つのアンテナを使うことで、著作権の侵害はないと主張している。裁判所がこれを合法と判断すれば、多チャンネル事業者はAereoのような技術を取り入れ、地上波放送局の再送信料収入はなくなる可能性がある。News Corp (Fox) の社長はNABの講演で、もしもAereoが合法となった場合、地上波から撤退するかも知れないと語っている。

地上波局に求められる変化をリードする力

Aereoのサービスはテレビではなく、タブレットでの視聴を前提としている。タブレットが映像コンテンツの視聴デバイスになっていることも地上波局への脅威である。チューナが付いているテレビが映像コンテンツ消費のデバイスである限り、地上波の影響はある。しかし、タブレット、他のIPベースのデバイスでの映像コンテンツの消費が増えることで地上波局の影響力は弱まってくる。タブレットでの視聴のために、地上波局はATSC M/H(A/153)を使ったモバイルDTVのサービスを始めようとしている。しかし、

この規格は携帯電話での視聴を前提にしたものであり、本格的なサービス開始以前からすでに陳腐化している印象がある。

現状では、屋外でタブレットを使いIPベースのビデオを見るために必要とされる程のモバイル通信帯域はない。しかし、FCCはモバイル通信向けの帯域を増やそうとしている。これが、地上波局にとって最も大きな脅威である。FCCは、地上波局に自主的に帯域を返還させ、放送帯域の再編成を行い、モバイル通信の帯域を増やすことを狙っている。帯域を返還しても、他局のサブチャンネルを使い放送を続けるとのことであるが、多分、地上波のチャンネル数は減るであろう。また、放送局数が減ることで、彼らを代表するNABの力も弱まる。そして、新たな帯域により、モバイル通信の容量が増えることで、IPデバイスでの映像コンテンツの視聴がさらに増えていくことになる。

技術、そして市場の変化を無視することは選択肢の1つではない。地上波局は新しい技術を取り入れ、自らが変化を誘導していく必要がある。しかし、これは容易なことではない。NABでは多くの先端技術が展示された。これらの技術は地上波局のコストを下げ、新たな方向に進むのを可能にすると同時に、インターネットベースの競合が地上波と同じような事業に素早く、低いコストで参入することも可能にする。地上波がニューメディアとして残るには、技術を取り入れるだけでなく、変化をリードしていく必要がある。Harrisの放送事業は、デジタル移行後のためにさまざまな会社を買収していたが、デジタル移行後の変化のリーダーシップを取ることができず、成長がなくなった事業として売られてしまった。

スミス会長は基調講演で、地上波放送の将来に楽観的であるとも語った。果たして、来年のNABでも楽観視的でいられるだろうか。あるいは厳しい警告のメッセージにのただろうか。



さまざまな場で繰り広げられる議論こそNABの魅力



売却とNAB(地上波局)の課題