



(57) テレビを持ち歩く

中国版ワンセグ「CMMB」

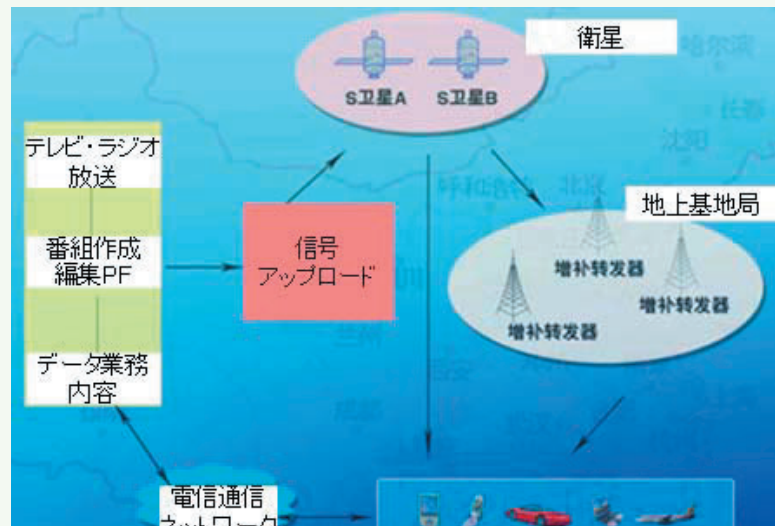
野村综研(上海)咨询有限公司

中国独自の第3世代(3G)携帯電話規格「TD-SCDMA」の試験サービスが開始され、中国携帯電話業界の3G時代が始まった。そんな中、モバイル向けテレビ放送が「3Gサービス」の目玉サービスとして大きく注目されている。北京五輪期間中、「CMMB(中国モバイルマルチメディア通信業界基準)」は中国で最も成熟したモバイル放送技術として、2000万人近くのユーザーに携帯電話やバスタクシーなどで利用され、固定テレビなみの放送品質であると好評を浴び、話題となった。

 CMMBはChina Mobile Multimedia Broadcastingの略称である。携帯電話や携帯情報端末(PDA)、MP3/MP4プレーヤー、デジタルビデオカメラ、デジカメ、ノートパソコンなどのモバイル端末向けに開発された放送技術であり、放送衛星と地上基地局によって端末に放送信号が伝送される=図、CMMB公式サイトから。送信原理は一般テレビとほぼ同じで、「持ち歩くテレビ」技術である。

CMMBは全国ローミングでき、現在は全国37都市でサービスが提供され、将来は320数都市でサービス予定である。コンテンツとしては、25チャンネルのテレビ放送と30チャンネルのラジオ放送を提供している。現在はまだテスト段階のため無料で放送しているが、順調であれば2009年から商用化予定である。

北京五輪での実績によってCMMBの商用化が期待されているが、まだまださまざまな問題を抱えている。CMMBは本当に成功できるのだろうか？



◇CMMB商用化の問題点

1) ライバルの存在

通信政策を担う工業・情報化部とチャイナモバイルの全面的な支援を受けているTD-SCDMA技術向けのモバイル放送技術「TD-MBMS」が強力なライバルとして挙げられる。TD-MBMSはテレビ放送だけでなく、通信ネットワークを利用するためインタラクティブな番組選択・予約等の機能も持っている。また電信部門主導の技術であるため、中国携帯電話向けのモバイル放送市場において、TD-MBMSが優位に立つことが予測できる。

先にサービス展開が進んでいるCMMBを制限するため、工業・情報化部はCMMB搭載の携帯端末の発売を拒否したが、国家広電総局はモバイルテレビ放送のコンテンツ管理・提供者でもあるので、電信部門も完全にCMMBを拒絶することもできない。モバイルテレビの最大市場である携帯電話市場でCMMBがどれほど存在感を出せるのかは、工業・情報化部と国家広電総局の交渉次第だとも言える。

(次ページに続く)