

KDDI 総研 R&A 誌は定期購読（年間 29,988 円）がお得です。お申し込みは、KDDI 総研ブックオンデマンドサービスまで。既刊の PDF 無料ダウンロードの特典もあります。

(<http://www.bookpark.ne.jp/kddi/>)

KT のホームネットワークサービスにおける映像配信サービスの展開



KTのホームネットワークサービスにおける映像配信サービスの展開

🕒 記事のポイント

サマリー

韓国最大手の固定通信事業者KTは、情報家電などとの連携によりホームネットワークサービスの実現を目指す次世代のプロードバンドサービス「Home N」の試験サービスを2004年6月に開始した。KTは、Home Nの初期段階において、VODによる映像配信に最も重点を置いており、試験サービスでの経験を踏まえ、2005年以降にホームネットワークサービスを本格展開する予定である。本稿では、KTが提供するHome Nの概要を述べるとともに、試験サービスの重要メニューとして提供される映像配信サービスのコンテンツを中心に解説した。

主な登場者 KT KTH Skylife

キーワード ブロードバンド 放送 コンテンツ ホームネットワークサービス

地域 韓国

執筆者 KDDI総研 調査2部 齋藤 豪助 (gosuke@kddi.com)

1 KTが提供する新サービス「Home N」の概要

1 - 1 「Home N」のサービスメニュー

KTは、2004年6月より、同社の次世代のプロードバンドサービスである「Home N」の試験サービスを開始した。

Home Nは、同社のVDSL経由で、Home Viewer（遠隔カメラ監視サービス）やVOD

による映像配信などを提供するサービスである^④（脚注¹）。

Home Nの試験サービスでは、ユーザーの宅内にHome Gateway（図表1中央）^⑤（脚注²）と呼ばれる装置を設置し、この装置にTVやパソコン、USBカメラを接続することで、家庭用のTVを共通のプラットフォームとした様々なサービスを利用することが可能となる。なお、Home Nでは、今のところ音声サービスは提供されていない^⑥（脚注³）。

試験サービスは、2004年9月現在、ソウル周辺の20地域に限定して実施されており（2004年の下期中には55地域へ拡大される予定）、ブロードバンド接続以外に、以下のサービスが提供されている（一部予定）。

VODによる映像配信サービス

映画、アニメ、地上波放送番組などの映像コンテンツをVOD方式により、ストリーミング配信するサービスである。Home Gatewayに家庭用のTVを接続することで、PCではなくTV上での視聴が可能となり、DVDレベルの画質と音響を実現している。

デジタル衛星放送サービス



④（脚注¹）

Home Nは、4Mbpsの帯域を必要とする映像配信サービスを行う理由から、KTのブロードバンド接続サービス「Megapass」のVDSL（下り13～52Mbps / 上り1.5～2Mbps）ユーザーのみを利用対象としている。2004年9月現在のKTのVDSL加入件数は、180万4,718件（KTの全ブロードバンドユーザーの30.0%を占める）である。2004年3月時点でKTは、2004年末までに、10万件のHome Nの加入件数を目指すと発表していたが、2004年10月の段階で試験サービスを行っている状況を考えると、10万件の目標達成は困難であろう。

⑤（脚注²）

Home Gatewayは、Samsung製、LG製の2種類が用意され、価格は32万ウォン（30,880円）～36万ウォン（353,190円、DVDプレイヤー内蔵型）である。どちらもIEEE802.11bの無線LAN機能が搭載されており、Home Gatewayを無線LANのアクセスポイントとしたインターネット接続の利用も可能である。なお、次のURLから、両社のHome Gatewayの仕様書が入手可能である。< http://www.homen.co.kr/service/product_info.php >（換算率：100ウォン＝9.65円（2004年10月1日東京市場TTMレート））

⑥（脚注³）

KTは、2004年6月より、家庭用のIP電話サービス「All Up Ace」を商用化している。しかし、KTは、音声サービスの収入減につながるIP電話サービスの能動的展開については本来消極的であるとされ、「All Up Ace」を「Home N」に組み入れることで、いわゆる“トリプルプレイサービス”（「映像配信」、「ブロードバンド接続」、「音声」の三つのサービスをバンドルしたサービス）をHome Nに包含する意向はないとみられている。

（出典）韓国ATLAS Research

Skylife[☞]（用語解説）によるデジタル衛星放送の受信サービス。2004年11月初旬に開始される予定である。

リアルタイムインターネット放送サービス

IPマルチキャスト方式によるリアルタイムインターネット放送サービス（地上波放送の再送信サービス）。2004年内に試験サービスが開始される予定である[☞]（脚注）。

生活情報サービス

地域のニュースや商店街情報などを と同様、VOD方式により、ストリーミング配信する地域の情報提供サービス。

SMS（Short Message Service）

付属のリモコンや無線キーボードを使用することでTV画面上に文字を入力し、携帯電話とメッセージのやりとりを行うサービス。

Home Viewer（遠隔カメラ監視サービス）

USB接続型の小型カメラをHome Gatewayに接続することで、インターネット経由で外部のパソコンやPDAから、小型カメラを操作し、宅内の遠隔監視を行うサービス。携帯電話を利用するHome Viewerの拡張サービスも現在検討されており、2004年下期中に開始される予定である。



[☞]（用語解説） Skylife（スカイライフ）

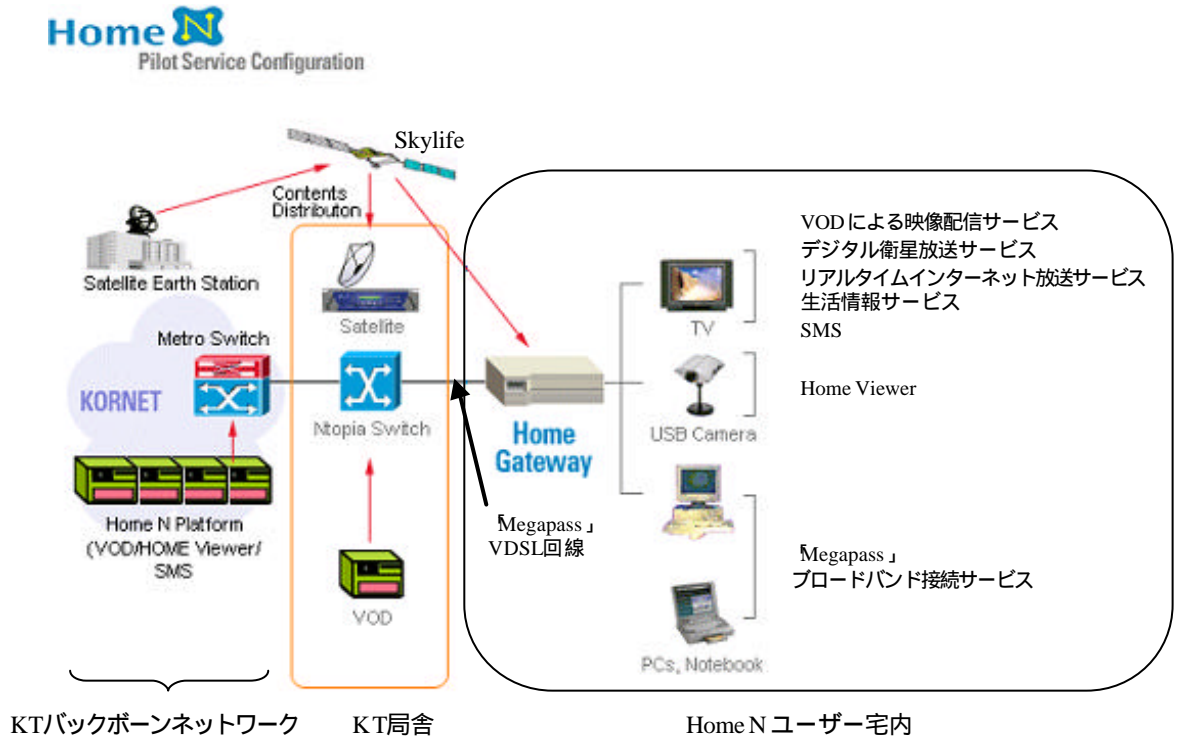
Skylifeとは、KDB（Korea Digital Satellite Broadcasting = 韓国デジタル衛星放送）のブランド名称で、日本でいうスカパーフェクTV!の位置付けにあたる。2001年1月、韓国唯一のデジタル衛星放送事業者として設立された（2003年12月現在、KTは27.4%の株を所有する筆頭株主である）。2002年3月1日より本放送が開始されており、2004年6月現在の加入件数は、139万5,517件である。

[☞]（脚注）

リアルタイムインターネット放送（地上波放送の再送信）については、韓国においても、権利処理や制度上の問題から実現が難しいようで、KTは、2004年内のサービス開始予定と言及するにとどまっている。

KTのホームネットワークサービス
における映像配信サービスの展開

【図表1】 Home Nのサービス構成図



[KT作成資料に一部加筆]

KTは、2005年以降、試験サービスで提供される ~ のサービスメニュー（図表1）に加え、情報家電の遠隔操作、ガス・電気・水道メーターの遠隔管理・検針などのサービスを提供していくことで、Home Nをホームネットワークサービスとして発展させていく計画である。しかし、KTは、Home Nの初期段階にある現在においては、VODによる映像配信に最も重点を置く意向を示しており、試験サービスでは、VODによる映像配信が最も充実した内容になっている（VODのコンテンツについては後述する）。

1 - 2 Home Nの料金

Home Nの試験サービスを受けるためには、基本料金16,000ウォン（約1,544円）と初期費用24,000ウォン（約2,316円）が必要となる（図表2）。試験サービス中、各VODサービスや地域情報サービスは、無料で視聴することができる。KTは、試験サービスを通じ、技術的な問題点を解決するとともに、ユーザーのコンテンツに対する嗜好性や市場の動向を見極めつつ、2005年以降のHome Nの本格展開に向け、価格設定を行っていくとしている。

【図表2】「Home N」の料金体系

区分		料金
VOD	月額基本料	16,000ウォン（約1,544円）/月
	PPV（Pay Per view）	試験サービスのため無料
	パッケージ	試験サービスのため無料
Home Viewer		4,000ウォン（約356円）/月
SMS		20ウォン（約1.93円）/メッセージ
生活情報		試験サービスのため無料
初期費用		新規加入：24,000ウォン（約2,316円） KTユーザー：16,000ウォン（約1,544円）

（出典）Home Nホームページ

（図表注）上記VODの月額基本料は、Home Nの基本料であり、ブロードバンド接続サービス「Megapass」のVDSLの料金が別途必要となる。

2 「Home N」で提供されるVODコンテンツ

Home NのVODコンテンツは、映画やアニメなど常時300～400程度のコンテンツが用意されており、毎週50～60程度ずつ更新されている^④（脚注）。図表3は、2004年10月第1週（10/1～10/7）のVODコンテンツの一覧である。この週のVODコンテンツの総数は524本となっている。

日本では、通信事業者がVOD方式の映像配信サービスを行う場合、千単位でVODコンテンツがそろえられるケースがあり、そのようなコンテンツ数でもサービスが軌道に乗っているものは少ない。こうした日本での実情を考えると、試験サービスとはいえ、VODコンテンツの総数が524というのは、やや少ない印象を受ける。しかし、特筆に値するのは、KBS（韓国放送公社）やSBS（ソウル放送）と提携することで、地上波で放送中の人気ドラマやドキュメンタリー番組がHome NのVODサービスとして提供されている点である。こうした地上波番組のVODコンテンツは、地上波での放送後12時間以内に視聴することが可能で、事実上リアルタイム放送に近いサービス内容となっている。このように複数の地上波放送局の番組がVOD映像配信サービスとして提供されているのは、今のところ、韓国ではHome Nのみである。

MBC（文化放送）やEBS（韓国教育放送公社）も今後、Home Nへのコンテンツ提供を検討しており、これが実現されれば、全ての地上波放送局の人気番組がHome Nで視聴することが可能となり、Home Nの商品価値はさらに高まるものと思われる。KTは、地上波放送事業者との協力体制を築き上げることで他の映像配信サービスとの差別化を図っており、現状、Home Nの一番の“売り”は、人気地上波番組の12時間以内のVOD配信ということになるであろう。

映画コンテンツについては、韓国でのビデオ（家庭視聴用）の発売日に近い時期でのVOD配信が実現されており、10月第1週の番組表では、ハリウッドや韓国製の映画が新旧あわせて86本提供されている。なお、上映中の映画については、可能な限り早期にVOD配信の提供ができるよう努力すると、Home Nのホームページに記述があるものの、現在、Home Nにおいて、上映中映画のVOD配信は行われていない。韓国においても、コンテンツの市場への流通において、上映中の映画をいきなりVOD配信することは、今のところ難しいといえよう。



④（脚注）

Home Nにおける各VODコンテンツは、毎週金曜日に更新され、その内訳は、映画が5～6本程度、子供向け番組が10本程度、ドラマ／放送番組が30本程度、女性向け／音楽番組が5～6本程度となっている。なお、以下のURLから週単位のVOD番組プログラムをダウンロードすることができる。

< http://www.homen.co.kr/schedule/week_list01.php >

【図表3】「Home N」のVODコンテンツ（10月第1週）

ジャンル		コンテンツ数	コンテンツの概要
映画	アクション/SF	29本	韓国製映画中心に構成され、一部ハリウッド映画や邦画もある。
	ドラマ	25本	アクション/SF同様に、韓国製映画中心に構成され、一部ハリウッド映画や邦画もある。
	クラシック	12本	「ライムライト」や「エデンの東」などハリウッド映画の名作・旧作中心に構成される。
	コメディ	11本	韓国製コメディ映画中心に構成。
	大人向け	9本	18歳以上向けのアダルトコンテンツを中心に構成。
映画 合計		86本	
アニメ	5作品	68番組	日本製、韓国製アニメーションなどで構成される（1番組 25分程度）。
アニメ 合計		68番組	
子供向け	21作品	149番組	多数の童話系、教育系、語学系コンテンツで構成される（1番組 10分～25分程度）。
子供向け 合計		149番組	
女性向け/音楽	趣味/教養	54番組	手芸、園芸、旅行記番組などで構成される。（1番組 10分～50分程度）
	健康/美容	51番組	健康、美容関連の番組などで構成される。（1番組 30分～60分程度）
	教育	52番組	親向けの子育てHow To系コンテンツ
	音楽	44番組	映画音楽やクラシック音楽中心に構成。
女性向け/音楽 合計		201番組	
地上波放送	KBS（韓国放送）	6番組	KBSの人気ドラマ中心に構成。「不滅の李舜臣」、「フルハウス」など
	SBS（ソウル放送）	5番組	SBSの人気ドラマ中心に編成。「パリの恋人」など
	時事・教養	4番組	KBS、SBSの時事・教養ジャンルの番組中心に構成。
	芸能・娯楽	5番組	KBS、SBSの芸能・娯楽ジャンルの番組中心に構成。
地上波 合計		20番組	

[Home NのホームページよりKDDI総研作成]

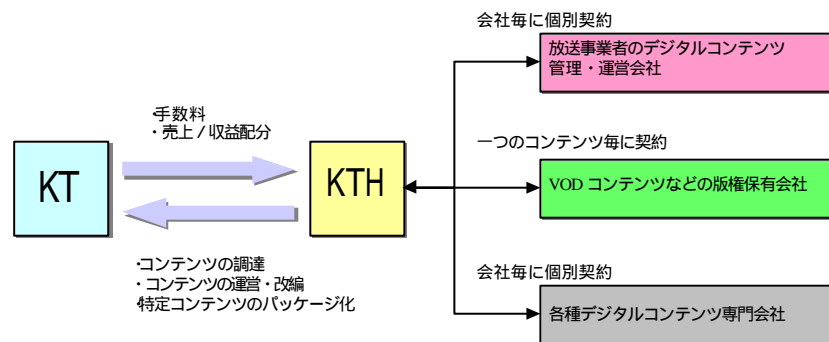
【コラム】 KTのコンテンツビジネス専門子会社「KTH」

多数の映像系コンテンツを取扱うサービス分野に固定通信事業者が進出する場合、いかに優良なコンテンツを適正価格で調達するか、ということが重要な課題となるであろう。

その課題に対し、KTは、コンテンツについてノウハウの少ないKT本体ではなく、「KTH (Hitel)」^{※(脚注)}というコンテンツ専門子会社にKTグループ全体のコンテンツ調達を一元化させる戦略をとっている(図表4)。

KTは、通信と放送の融合につながるサービスにおいて、コンテンツ分野が一番重要な競争要素と考えており、KTHにコンテンツビジネスのノウハウを集中的に蓄積し、KTHをグループの総窓口としたコンテンツの調達体制を構築している。このように、KTは、KTHを前面に出す戦略をとることにより、KTグループのスケールメリットを活かし、各コンテンツプロバイダーとの交渉を優位に進め、コンテンツ配信市場における影響力の拡大を狙っている。

【図表4】 KTのコンテンツ調達の流れ



[KT作成資料に一部加筆]



※(脚注)

KTH (=KT Hitel) は、KTが66%出資するKTの子会社で、もともとパソコン通信事業を手がけていた。しかし、インターネットの爆発的な普及による事業環境の変化により、2002年頃より、コンテンツビジネスを中心とした事業への転換を行い、KTグループへのコンテンツ調達を統括している。同社の運営するポータルサイト「Paran」(2004年7月開設)は、韓国国内の5大スポーツ紙の芸能・ニュース記事のコンテンツ配信をほぼ独占供給できる契約を各社と交わしており、高い人気を得ることに成功している。

📖 執筆者コメント

試験サービス中のHome Nは、VOD方式の映像配信にサービスの主眼が置かれているが、あくまでもKTが目指すのは、ホームネットワークサービス市場である。KTが2004年8月に発表した「Home N 事業計画」によると、2008年に家庭向けサービス市場^(脚注1)は87兆ウォン(約8.4兆円)まで拡大すると予想されており、そのうちIPv6などの通信技術の向上や情報家電の普及により、5.5兆ウォン(約5,300億円)がホームネットワークサービスの市場になると予想している。

KTは、他社に先駆けてホームネットワークの初期市場に参入することで、この分野でシェア51%を獲得し、2008年までに2兆7,500億ウォン(約2,650億円)の売上を達成する目標を掲げている。2003年のKT単体の総売上が、11兆5,746億ウォン(約1兆1,169億円)であることを考えると、総売上の約24%をホームネットワークサービスから稼ぎ出すことになる。2003年のブロードバンドサービスの売上が1兆9,659億ウォン(約1,897億円)であるので、既存ブロードバンドユーザーがある程度Home Nへ移行したとしても、かなり挑戦的な目標数値と思われる。

KTは、ホームネットワークサービスの初期市場を獲得していくにあたり、まずは、娯楽/教養分野の映像配信サービスに重点を置き、ユーザーを囲い込んでいく計画である。その際、重要なのは、いかに良質な映像配信サービスをユーザーへ提供できるかにかかってくるだろう。

現状KTは、Home Nの試験サービスを通じ、地上波放送事業者との協力体制を固め、地上波放送番組のVODサービスの提供に努めている。韓国はCATVの普及率が非常に高い地域であり^(脚注2)、こうしたなか、CATVのサービス内容と重複する通信事業者の映像配信サービスがどの程度ユーザーに受け入れられていくのか、今後も継続的に注視していく必要があるだろう。



^(脚注1)

家庭向けサービス市場とは広義に、医療サービス、防犯・警備サービス、ホームショッピングサービス、インターネットバンキングサービス、教育サービス、教養・娯楽サービス、通信サービス、放送サービスなど、多角的なサービス全てを含んだ市場を指しており、この中には、通信ネットワークを経由しないサービスも含まれている。

^(脚注2)

NHK放送文化研究所発行の「世界の放送2004」によると、韓国のCATV普及率は70%(2003年)となっている。この数値は、CATV大国といわれる米国の69%(2003年)を上回る数値となっている。

 出典・参考文献

KDDIコリア定常調査報告書

韓国電子新聞各関連記事

KTのホームページ (http://www.kt.co.kr/kt_home/index.jsp)

Home Nのホームページ (<http://www.homen.co.kr>)

NHK放送文化研究所編、2004.3、「NHKデータブック 世界の放送2004」、NHK出版

KDDI総研R&A2004年10月号「韓国ハナロテレコムのプロードバンド戦略」(河村)

韓国ATLAS Research作成報告書

各種報道資料 (韓国語)