



NABSHOW と言えばアメリカの放送業界の最大の展示会である、その運営母体である NAB という組織は「National Association of Broadcasters」が正式名称で全米放送協会と訳するのが正しいだろうか。

その全米放送協会が主催の会合と展示会が大きくなったものと言うこのコンベンションのイメージなのであるが、最近では放送以外に隣接する映像業界の技術的な要素を急速にとり込んでおり、15年、20年前の NABSHOW を想像すると随分違ったものとなっている。

20年以上前は ONAIR 放送とケーブルテレビが凌ぎを削りながら、放送業界とし

て HDTV などの高品質放送への移行に躍りになっている時代であった。

その頃の NABSHOW では HDTV の覇権をめぐる展示や提案が数多く見られ、その後に来るデジタル化への波も感じられる転換の時期であった。

それ以前の NTSC 時代では日本も放送機器メーカーが圧倒的な覇権を握り、SONY か Panasonic かで世界の放送基準を策定しているような状態だった事は懐かしい。

しかし、この頃からケーブルテレビ業界がインターネットの接続サービスを更なる普及の目玉として開始し衛星や地上波などの ONAIR 系との差別化を計っていた。この動きが後のインターネット動画配信ブー

ムに繋がって行くのだから面白い。

その転換期においてデジタル HDTV はアメリカ、ヨーロッパ、日本に分裂し3つの方式が混在する時代が始まった。

勢いのあった日本の放送機器メーカーは丁寧に対応したと思うがデジタル化することにより技術の特殊性よりはチップの量産性にテクノロジーの主導権が移り、日本の半導体産業が体験した様なアジアメーカーの勃興によるマーケットの縮小に悩む事となる。

そしてネットの台頭である、NABSHOW では比較的早めにネットに関しては取り上げられていた。

これはケーブルテレビ局と空中波のテレビ局の戦いの延長線上と思われたからであろう。

しかし、ネットの台頭による放送業界の変化は早々には始まらなかった、それはネットが十分な映像の伝送帯域を持っていなかったからである。

しかし、ネットの伝送速度は次第に上がってくるので、NABSHOW では注意深く動向を見守っていたのである。

その後はビジネスとして YOUTUBE や Netflix が話題として取り上げられている。そこに携帯電話の伝送速度向上が混ざり合っ て 10 年前あたりではカオスの様な状態だった。

そして現在である、NABSHOW では IP

## 用語解説

### 「Mastodon」(マストドン)

2016 年秋ごろに公開され世界的に広がりつつあるツイッターによく似た SNS システムである。サービスではなくシステムなのはマストドンがオープンソースで公開されているソフトウェアであり誰でもサービスを立ち上げられる草の根 SNS だからである。

基本的にはサーバーを個人で立ち上げても、レンタルで借りても自分の手でサービスを開始できる。

この事から世界各地で多くの人々が自分のサービスを立ち上げている、この SNS システムが特徴的なのは立ち上げたツイッター的なサービスが、それぞれ緩やかに連携しているのである。

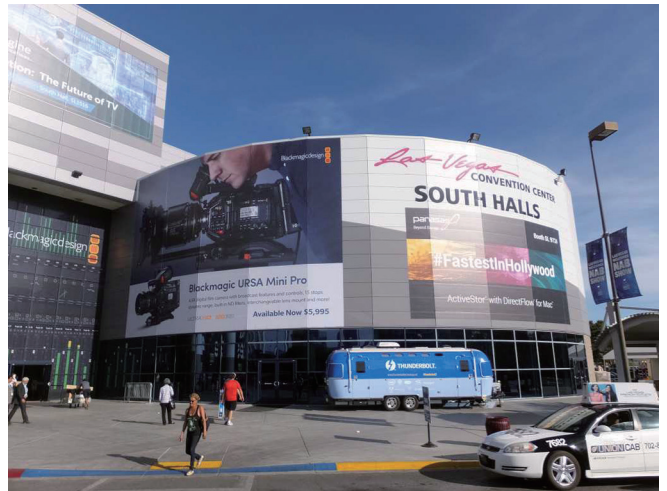
いろんな人が立ち上げたマストドンサーバーは、それぞれが接

続されその他のマストドンサーバーでの会話も流れ込んで来るのである。流れ込み方や会話の外への出し方は制御できるので小さな SNS を運営しつつ世界と繋がると言った一種のパソコン通信的な運用になるのである。

やや先祖がえりした様な感じではあるが、巨大な SNS サービスが中央主権的にデータを抱えている事による不安や不満に対する答えの一つと考えると非常に面白い。

ネットを小さなコミュニティから立ち上げた上で、世界と繋がる事の出来る非常に面白いサービスと言えるのではないだろうか。

現在日本では急速に広がりつつあり、今後の動向に注目したい。



送信の話が普通になり、IP 送信関係のサーバーやエンコーダーが花盛りである。

この様に時代の変化に敏感に対応している NABSHOW であるが、日本では IP 送信への対応にもややアレルギー的なものを感じたり、空中波を重視する傾向が強く変化への対応が後手後手に回っている印象である。

このあたりのこだわり生き残りを優先する嗅覚などは、やはり民間主導の気運の強いアメリカだからなのだろうか。

そして近年の対応で NABSHOW が見せた機運はデジタルシネマへの対応であろう。アメリカの映像産業において最も巨大で強力なのは映画産業である、ハリウッドと呼び表される映画業界は独自のルールで廻っており他者の介入を良しとしない極めてクローズドな産業である。

そもそもはフィルム（アナログの撮影フィルムの意）の規格が合って成り立っているように思われるが過去にも様々なフィルムフォーマットを映画製作スタジオが各自独自に提案し受け入れられたものが残って行くと言う歴史を繰り返している業界である。

意外と規格化を話し合う文化が無く常にデファクトスタンダードによって革新を遂げてきた産業ともいえる、この映画産業が規格を遵守する NAB や SMPTE と意見が合うはずも無く、デジタルシネマは映画業界の中で自由に発展しようとしていた。

しかしデジタル化の進んでいる放送系機材を使用する事が多く、海外にも同一のフォーマットを普及させる為に NAB との協業が必要になった時期に、忽然として NABSHOW に「Digital Cinema Summit」の名称でカンファレンス・セミナーを開始した。

このセミナーは DCI「デジタルシネマ・

イニシアチブ」が主催しており、この団体は 2002 年に発足し映画製作会社大手 6 社で構成されていた（Disney、Fox、Paramount、Sony Pictures、Universal、Warner）。

DCI が策定したデジタルシネマのフォーマットを報告し、その後のロードマップを公開すると言うだけのカンファレンスであったが効果は絶大で肥大に放送業界の大手企業が巻き込まれていった。

また、このチャンスの登場した新規メーカーも多い、デジタルシネマカメラの RED 社は典型だろう。

この様にして映画までを巻き込んだ映像業界の変革を間近で見る事の出来る NABSHOW というカンファレンスがリブートした訳である。

それでは今年の NABSHOW はいかがであろうか、昨年辺りから「Digital Cinema Summit」の名称ではなく「Future of Cinema」と言う様にセミナーのお題も変わり DCI の関与の流れが薄まって来た様である。

特に今年は DCI の影を感じる事は無く、デジタルシネマのフォーマットの技術革新は一段落したようである。

また、デジタルシネマの制作に関係する新規技術も昨年ほどの熱意を持って紹介されおらず、こちらも一段落といった感じである。

その中ではライトフィールド技術が、それなりの注

目を集めていた。しかし未だトレンド入りするには早いのかも知れない。

また VR、AR は注目度は高いのであるが、直接放送と関係が薄いため興味を持って見守っていると云った感じだった。

やはり VR や AR は商売には繋がらないと言う判断がある様に感じた、放送業界の人はやはりコンテンツ制作が商売として確立している事が前提でしか物を考えない様で、これが映画業界関係者となると更に極端で VR、AR 映像はおまけ映像でプロモーション専用だと考えているのではないかと思うぐらい現実味を感じられなかった。

やはりコンテンツがチケットとして直接的な収入になる業界はリアリストである。

VR、AR 業界は数多くの従来型のコンテンツ制作の業界のサポートを取り付ける為には製作から回収までのエコシステムのサイクルの確立が急務であると感じさせられたのである。今後の VR、AR 業界の動向に注目したい。

**Yoshishige Matsuno**  
VFX スーパーバイザー

## 映像スタジオ施工

多様化するデジタル映像環境に対応、映像スタジオ施工なら豊富な実績、直営システムに依る徹底したコストダウンを実現する

Takahashi Construction Co., Ltd.

SOUND PROOF

匠の技をスタジオに

MA室ブース各種 編集室

新設、リニューアルに関わらず何でもご相談ください。

一級建築士事務所

高橋建設株式会社

本社 〒216-0032 神奈川県川崎市宮前区神木1-7-8

TEL044-853-0547 FAX044-852-1588

(社) 日本ボストプロダクション協会会員 / (社) 日本商業スタジオ協会会員  
(社) 日本音響学会会員

http://www.takahashi-kensetsu.co.jp  
info@takahashi-kensetsu.co.jp

～映像・音響専門で

39年～

(映像・音響・防音・建築・設計・施工)