

日. CATV에 더욱 熱을려

—西武와 東急의 競爭尖化—

CATV(Cable TV)는 소위 뉴 미디어의 본령이다. 즉 1本の 케이블로써 數十채널의 映像 情報을 흘려 보낼 수 있기 때문이다. 雙方向의 通信도 可能하며 마이 라이프 重視의 미디어 時代의 強力한 媒体가 되고 있다. 이것은 實用化에 있어서도 여러가지 問題를 제기하고 있으나 電鐵·流通·廣告業界등으로 부터의 進出도 盛行하고 있다. 이것은 CATV의 利點이 높아지고 있기 때문이다. 日本에서는 最近 속명의 라이벌이라고 할 수 있는 西武와 東急이 CATV의 세계에서 새로운 競爭의 불꽃을 튀기고 있다.

시작이 앞선 것은 西武側으로서 昨年 11월에 西武鐵道는 西武케이블비존(資本金 3億圓)을 설립하였다. 이미 西武는 東京都内 7個所의 프린스 호텔 周邊住民 約6,000家口에 대하여 難視聽對策으로서 共同안테나로 부터 同軸케이블을 통해 TV放送을 再配信하고 있다. 이施設을 그대로 利用해 30채널의 프로그램을 高田馬場의

센터로부터 電電公社의 回線을 통해서 各호텔의 서브 센터에 傳達해 그 곳으로부터 各家庭에 分配할 計劃이다. 來年부터 開始할 目標로 郵政省에 開局을 申請中이다. 프로그램은 西武그룹 이외에 널리 募集할 計劃이다. 有料서비스를 기본으로 하여 廣告는 아직 넣을 것 같지 않다. 10年後에는 西武沿線을 포함하여 周邊 250万世帶의 約1割의 加入이 될 것으로 보여진다. 回線料金, 케이블의 敷設등에 1家口當 10万圓이 들 것으로 보며 10万 家口만의 料金を 받을 수 밖에 없기 때문에 最低 100億圓의 初期投資가 必要하며 그것은 增資와 借金으로서 充當 할 것이라고 同社 幹部는 밝히고 있다.

또한 이것을 본 東急에서도 가만히 있을 수 없어 서둘러 今年 3월에 그룹 8個社로서 東急有線 TV(資本金 3億圓)을 설립하고 東急沿線地區를 대상으로 한 CATV會社를 지난 5月末에 郵政省에 許可 申請하였다. 구체적인 計劃은 추진됨에 따라 차차 드러날 것이지만 先發 西武에 대한 對抗 프로젝트로서 추진하는 것이 歷然하다. 이 2個社밖에는 없으나 相模鐵道도 今年 여름에 CATV會社를 설립할 예정이다. 또한 小田急電鐵도 研究會를 發足시켰다. 關西에서는 阪急電鐵도 意欲을 보이고 있다. 電鐵業界가 가지고 있는 利點을 나타내고 있는 이 CATV에는 文字를 同軸케이블과 光화이버 케이블을 가진 有線을 통하여 TV画像을 보내는 방송으로 되어 있다. 無線電波에 의한 방송과 달리 채널數를 많이 가지고 있다. 거기에 端末側과 雙方向으로서 정보를 傳하는 通信棧能을 가지고 있는 것이다. 지금까지 CATV는 빌딩과 山으로 막히어 電波가 잘 전달되지 않는 地域에의 難視聽對策이 主目的이었다. 그러나 지금은 앞의 말한 棧能을 살린 都市型 CATV가 注目되고 있는 것이다. 그러나 쓰는 方法 보다도 場所의 확보가 先決問題이다. 이것은 郵政省이 CATV局의 設置는 1個地域에 1個企業의 地域獨占을 허용하는 지도행정을 펴기 때문이다. 自社沿線의 지역을 빨리 先占하지 않으면 他社의 攻勢를 받기 때문이다. 그러나 郵政省에서도 간단히 開局申請을 허가하지는 않는다. 그것은 計劃이 재대로 추진되지 않으면 문제이며 却下되어도 体面 損傷이 되기 때문이다. 電鐵會社

가 防衛的인 움직임이 보이고 있음에 反하여 積極인 공세를 취하고 있는 것이 丸紅이다. 그 第一彈이 今年여름 名古屋에 유니-, 中日新聞과 合作으로서 CATV會社를 만드는 계획이다. 그것은 中京의 10万 家口地區를 선정하여 그가운데 5万 家口를 加入시켜 오는 85년에 開始를 목표하고 있는 것이다.

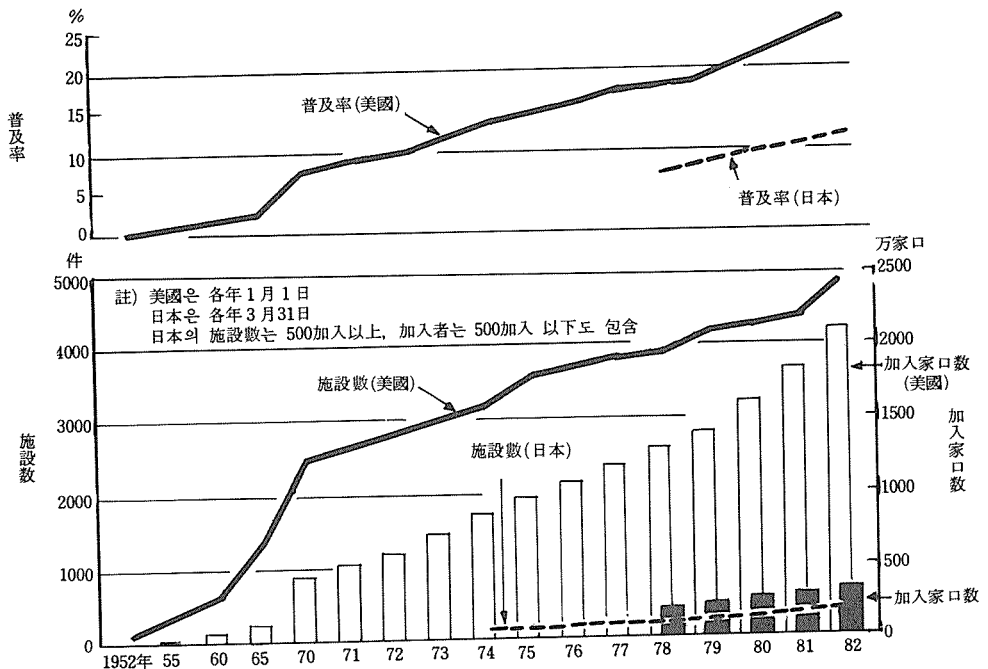
이러한 最初의 것은 光케이블을 써서 30채널로서 간단한 雙方向 棧能을 가진 것이다. 물론 有料로서 廣告도 넣을 예정이다. 名古屋 이외에도 東京과 橫濱등에도 근거지 企業과 合作을 통하여 開局을 준비하고 있으며 全國的인 展開를 시도하고 있다. 무엇이나 새로운 公사가 필요하며 5万 家口로서도 차차 80億圓이 投資되어야 할 것이라고 同社 總合開發室은 밝히고 있다. 丸紅은 이것과 併行하여 CATV局에 프로그램을 공급할 프로그램 提供회사 的인 設立준비위원회를 갖출 것이다. 이것은 丸紅을 위시하여 博報堂, 東北新社의 출자가 결정되고 있으며 數個社가 參加할 豫定이다. 將來에는 이것이 全國네트의 核心이 될 것이다. 丸紅의 計劃이 新聞에 밝혀지고 부터 他社에서도 이와 비슷한 움직임이 보이고 있다. 三菱商事와 日商岩井등은

뉴 미디어의 研究에 본격적으로 들어갈 豫定이다. 三井物産은 테리톤이라는 캐나다에서 實用實驗中인 画像情報서비스 시스템의 판매에 나설 것임을 發表하였다. 3年前부터 뉴 미디어에 착안하고 한걸음 앞선 丸紅에 各社가 맹추격중이라고 하여야 할 것이다. 또한 CATV의 기능과 쓰는 방법은 流通業界에도 강한 觀心을 불러 일으키고 있다. CATV 가운데 하나의 채널을 써서 集中的으로 상품정보를 보내는 것은 간단하다. 또한 거기에 雙方向 通信을 덧붙인다면 가정에서도 언제나 注文할 수 있는 Home Shopping이 가능하여지기 때문이다.

CATV는 이밖에도 電話線과 家庭用TV를 연결하면 画像情報 서비스의 CAPTAIN도 雙方向 通信도 할 수 있다. 放送의 電波에 새로운 情報를 흘려 보내면 文字多重放送도 片方向으로는 商品情報도 흘려 보낼 수 있기 때문이다.

이러한 새로운 媒體는 販賣채널로서 각각 쓰여짐에 따라 Home Shopping이 현재 급성장하고 있는 通信販賣와 카탈로그販賣의 延長線에 있는 것이므로 業界의 주목을 받고 있는 것은 당연하다.

10年 以上の 差가 있는 美日 CATV 普及度



無店舖販賣의 최대 메이커로 있는 후지산계 리빙 서비스는 장래 실용화되었을 때 可能性을 찾기 위하여 今年 1月 뉴 미디어 委員會를 설치하였다고 同社는 말하고 있다. 西武流通 그룹은 西武 鐵道와 별도로 東急은 그룹內에서 검토를 시작하였다. 勿論 모든 상품이 Home Shopping 으로 變한다는 것은 아니다. 왜냐하면 商品을 손으로 만져보고 선택한다는 Shopping 의 즐거움이 없어지기 때문이다. 최근의 통신판매에는 生活에 필요한 情報性있는 상품, 실용품을 손쉽게 구하려는 傾向이 있다. 高級品은店頭에서 實用品은 카탈로그로서 나누어져 Home Shopping 시대가 다가온다는 것은 확실하여지고 있다. 중요한 것은 支拂시스 流通시스템과 탭에 이어 家庭內에서 즉시 결제할 수 있는 Home Banking 과의 결합이 이상적이나 이러한 것보다는 금융기관에 맡길 수 있다. 家庭으로부터 CAPTAIN 등을 통하여 殘高照會와 拂込하는 것은 기술적으로는 가능하나 사용빈도가 적고 수수료가 적어 그러한 시스템에 많은 투자를 할 수 없다는 것이 銀行側의 立場이다.

□多様化하는 廣告 미디어

CATV의 영향을 받은 業界의 하나가 廣告이다. 실은 十數年前에도 美國에 자극되어 第1次 CATV 利點이 논의되었으나 最大의 電通에서는 그때부터 스태프를 投入하여 조사연구를 하였다.

CATV의 채널이 쓰여질 수 있다면 商品情報 그것을 프로그램화할 수 있는등 廣告의 表現이 넓어지게 된다. 生活提案, 文化提案을 스폰서를 붙여 내볼 수 있게 된다. CAPTAIN으로 画面廣告의 中개, 画面製作 등의 일을 할 수 있다. 가격면으로 보더라도 싸기 때문에 대량 판매 체질에만 맞는다는 문제는 있으나 매스미디어 없이 뜻밖에 히트情報가 나올 수 없기 때문이라고 의욕을 보이고 있다. 다만 미디어 多様化에의 對應밖에는 없으나 상품이 中品種, 中量生産이 되기 위하여는 메이커와 消費者를 연결하는 情報流通 루-트의 細分化가 이루어져야 한다. 그러므로 일방적인 자극밖에는 없는 매스컴보다는 보다 個性的이고 미디어사이즈를 대상으

로한 廣告의 효율화를 구할 수 있게 된다. 그道具로서 뉴 미디어가 使用되는 것이라라고 말하는 關係者도 있다. 한편 CATV의 제일큰 경쟁 상대방인 放送局은 아주 냉담한 반응을 보이고 있다. 그것은 民放은 제일 큰 잇점을 가지고 있으며 TV視聽時間을 경쟁자를 육성하는데 보낼 수는 없으나 先發者로서 長點을 살려 나갈때 그렇게 큰 問題는 안되는 것으로 본다는 말도 나오고 있다.

이에 比하여 CATV와 文字多重放送, 또한 画面의 鮮명한 高品位 TV 등의 機械販賣를 겨냥하는 家電業界는 거의 必死的이다. VTR 에서 다스 失機한 松下電器는 OA 와 함께 뉴 미디어를 2大目標로 삼고 있다. 또한 東芝도 하드웨어의 準備는 갖추었다. 이후 需要의 増大를 기다리고 있다는 姿勢를 보여주고 있다. 이와같이 全 産業이 CATV 등의 뉴 미디어에의 可能性에 강한 注目을 쏟고 있으며 情報蒐集도 盛行하고 있다. CAPTAIN SYSTEM에의 情報 제공자가 261個社에 이르러 電電公社가 이번 가을부터 三鷹地區에서 시작하는 INS의 실험에 참가 희망이 쇄도하고 있는 것도 어떻게 보면 現場의 情報를 얻고 싶은 때문이다.

새로운 産業과 비즈니스가 붐을 이루고 있는데 CATV가 이렇게 주목되는 것은 첫째로 美國에서의 急成長에 있다. 美國의 CATV는 당초 難視聽 對策用으로서 스타트 하였으나 電波에는 拮抗이 없는 放送으로서 또한 More Channel 로서 유저가 急增하게 되었다. 그것은 70年代 後半에 들어 衛星通信의 利用이 自由化된데 따라 獨自의 프로그램을 地方의 CATV局에 配送할 프로그램 제공업자가 출현하였다. 同時에 CATV局도 林立하였다. 月10弗 前後의 基本서비스와 個別로 特定채널과 契約할 有料서비스와 연결시켜 視聽者를 끌게된다. 그 가운데 CATV의 보급에 불을 당긴 것은 HBO(Home Box Office=타임의 子會社)의 有料劇映畫 配給의 成功에 있다. 月10弗 전후의 싼 요금으로서 映畫를 볼 수 있다는 것은 영화를 좋아하는 美國人 마음을 이끌게 되어 75年の 開始 이래 7年間に 900萬家口의 가입자를 획득하였다. 이렇게 됨으로서 한편으로는 日本에서는 CATV는 育成될 수 없다 라는 견해가 널리 침투하였다. 그

것의 첫번째 이유는 이미 空中波의 방송이 충실하여 집에 따라 美國과 같이 料金を 내면서 까지 More Channel을 찾지 않을 것이라는 點이다. 또한 日本人은 로칼리티에의 關心이 약하므로 CATV를 地域 미디어로서 사용할 수 있을까 하는 點이다. 현재 있는 有線TV網 가운데 自主放送을 흘러 보내는 것은 72個國이며 内容도 빈약하지 않은 것이 그 증거가 되기 때문이다.

○郵政省도 前進姿勢

그러나 博報堂이 말하고 있는 情報를 中心으로 한 産業構造로 경제가 커져 변화가 일고 있다는 크나큰 背景도 있다는 점도 있다. 매스컴 時代로부터 미디어時代로 옮겨 가고 있다는 것이며 細分化된 大量的 정보를 要求하는 욕구에 맞는 미디어가 각광을 받고 있는 時代라는 것이다. 奈良縣東生駒에서 하이 오피스라는 先驅的인 雙方向 CATV의 실험을 계속하고 있는 映像情報 시스템開發協會의 當務者는 知的 興味로부터 情報化社會를 論하는 時代를 거쳐 事業家가 일에 대하여 어떤 豫感과 熱意를 보이는 時代로 변하였다고 할 수 있다.

한편 行政사이드의 자세가 변화를 보이고 있다는 점이다. 즉 지금까지는 公務所에서 NHK

옹호의 자세가 강하며 電電公社의 INS와 CATV의 조정이라는 문제가 있으나 郵政省이 열심이 다라는 見解도 있다. 이러한 모든 것이 보급에 의 하나의 촉진제가 되며 變化를 보이고 있다.

또한 NHK에도 지금의 체제에 어떤 變化를 찾는 의식이 나오고 있다. 지금까지는 NHK는 有線TV가 있는 곳에는 料金徵收의 손을 뻗는 것을 反對하였으나 최근에는 그것도 없어졌다. CATV側은 NHK의 요금징수를 하청받아 마진을 얻고 利用者의 CATV料金を 싸게할 수 있게 될 것이다. NHK도 확실히 收入을 얻게 될 것이다. 이러한 3者의 이해관계 일치도 촉진제로 보는 업계 견해도 있다.

CATV가 새로운 産業으로 뿌리를 내리기 위하여는 무엇보다도 亦是 유저의 확보와 더불어 郵政省의 方針이 문제인데 지금까지 原則적으로 禁止하고 있는 雙方向通信을 具體的인 計劃이 있다면 검토하겠다는 정도로 變化가 보인다. 같은 雙方向畫像 미디어에서도 CAPTAIN은 静止畫로서 매력에 덜하다. 文字多重은 지금의 TV를 補完하고 雙方向CATV는 모든 것을 統合한 本格 뉴 미디어로서 곧 많은 視聽者에게 선을 보이게 될 것이다.

