

NHKのネットへの取組む方向について

NHKのネットへの取組む方向について

今後向かっていく方向～概論～

- ◆ 完全デジタル時代における放送事業者の取り組み

世界がデジタル時代へ突入し、「新しい事業形態」が提案されてきています。放送事業者も新しい事業に取り組み始めている。

1. 世界がデジタル時代へ突入し、放送各社「新しい放送」形態を求められている。

各社はインターネットやモバイルを用いた事業を展開し、ニュース記事を中心に音声、映像を提供している。今後コンテンツを増やしていく動きがある。

→NHKでは、放送法の改正に伴い、番組アーカイブスのプロダクト提供、外国人向け放送放送の新たな取り組みを行っていく動き

2. 放送のデジタル化のなか、放送各社は事業の成長を求めている。

オンラインや特にモバイル部門に力を入れている企業が多く、投資資金も増加している。しかし、売上面では顕著な成果を上げていくのは難しい。放送の新しい展開は慎重論上である。

→既存のコンテンツ資産を活用し、新たな収入「収益」を獲得する型となる事業、「マスメディア」そのものの新たな役割の定着。テーマが求められる


→NHKは公共放送として、発展していくネット上で、新たな役割をどのように果たしていくか

NHKのネットへの取組む方向について


海外の放送局の取り組みの事例～BBC～

- ◆ BBCでは、iPlayerでのキャッチアップサービス展開にあたり、まず、YouTubeと提携し、YouTubeサイトに、BBCブランドの3つのチャンネルを設置からスタート

iPlayerの提供



YouTubeでのコンテンツ提供



「iPlayer」提供する番組を7日間コンテンツを見ることが出来る統合iPlayerプラットフォーム

Channel4では、40Dという名称で、両者のアプリケーションを統合

◆ ニュース「BBC World News」、エンターテインメント「BBC World Wide」、人気番組クリップ「BBC」の3チャンネルを展開


◆ YouTube内に設けるチャンネルから、自社のロゴや配信サービス「iPlayer」は自社サイトへのリンクを追加し、新たなユーザー獲得窓口として期待している。

NHKのネットへの取組む方向について

海外の放送局の取り組みの事例～Channel4～

- ◆ Channel4では、コミュニティサイトと連携した取り組みとして、myspaceとタイアップし、myspace MyFlashUpMoviesを立ち上げており、MySpace創業者は、Channel4の提供するプラットフォーム上で、10歳～34歳層を取り込むことを目指している。
- ◆ Channel4公式サイトでも提供している映像配信を支援する番組情報や、最も可能なChannel4のコンテンツをユーザーへ提供し、「FairHeart」番組コンテンツとダイレクトリンクしている点が特徴的。番組への展開に加えて、放送局が自社の特許リソースを他社へ提供することによる事業提携拡大の例である。

myspace MyFlashUpMovies サイト



Channel4の戦略ポイント


1. Nurture new talent and original ideas
新たな才能、オリジナルなアイデアを育てる
2. Champion alternative voices and fresh perspectives
革新的な意見、斬新な物の見方を提供することによって、革新的であること
3. Challenge people to see the world differently
人々へ世界を見る異なる視点を提供することを目指す
4. Inspire change in people's lives
人々の生活に変化を意味させる

NHKのネットへの取組む方向について

海外の放送局の取り組みの事例～ITV～

- ◆ TVでは2007年、視聴者へのサービス強化の一環として、各地域情報に特化した「iTV Local」をインターネットサイト上に立ち上げている。
- ◆ 元来、地方局を重視した放送局であり、ローカルコンテンツを多く提供しているが、新たに地域情報サービスを開発し、視聴者への取り組み、各地域ローカルコミュニティに向けた情報の相互共有を促進する提供を行うサイトを立ち上げている。

iTV Local



2007年まで2007年11月サービス開始

- ・地域に密着した広告掲載の新たな機会を提供（※電柱広告や新聞ちらしレベルの情報をオンラインで提供）
- ・地方新聞各社との連携による地域ローカル情報の見上げとサービス提供に関する提携を行う（※放送局以外の地域メディアとタイアップし、新たな時代におけるローカルメディアサービスの価値を再評価）
- ・今後、SNS連携等の付帯、サービス拡充も検討中

NHKのネットへの取組む方向について

海外の放送局の取り組みの事例～米国～

- ◆ 米国の放送局では、自社単体で行う「映像配信」サービスに加えて、多様な事業者と組んだサービス展開を行っている。たとえば、通信事業者やインターネット事業者と組んだ取り組みが代表的である。

放送事業者のアプローチ	アプローチ概要	取り組み(例)
◆ 自社単体でのアプローチ	◆ 独自の配信サービス展開	◆ ABC
◆ ユーザーコンテンツの投稿受付	◆ 視聴者からのコンテンツ受付を行い、場合により、番組への取り込みを行う	◆ ABC 5 6社 ◆ CNN ◆ ABC / iCloud
◆ 通信キャリアと組んだアプローチ	◆ 放送局は、コンテンツプロバイダーとして、コンテンツを通信キャリアへ提供	◆ Verizon / Flash TV ◆ AT&T / Ustream ◆ Verizon Wireless / V-Cast
◆ 有料動画配信/共有サイト	◆ インターネットサイト事業者によるサイトへ映像コンテンツを提供し、新たなユーザー獲得チャネルとして活用	◆ YouTube
◆ ユーザーコンテンツのアプローチ	◆ 放送局は自ら発表を行い、複数のメディア事業者と共同でのプラットフォームを提供展開	◆ Hulu ◆ Yahoo

NHKのネットへの取組む方向について

海外の放送局の取り組みの事例～hulu～

- huluはYouTubeに類似し、NBC、News Corporation等、ジョイントベンチャーにより立ち上げられたコンテンツ共有プラットフォームであるが、多くのメディア企業が参画することにより、結果的にある程度定着したコンテンツプラットフォームへと成長を見ている。
- YouTubeを参画した関係の取組としてTime Warner、Verizon等による米国Vcast、欧州ではZattoo、取組みが見られる。

運営主体
コンテンツ提供会社はシンジケートサイトと広告収入をシェア。
シンジケート会社 広告収入の70%
シンジケートサイト 広告収入の10%
Ad 広告収入の20%程度

サービス提供
観客が視聴するコンテンツは、1日100個程度のCATVネットワークの人数を超過するに及ぶ。Sony Pictures Televisionと放送局の権利を、大衆娯楽会社(Warner, MGM, Sony Pictures, Universal Studios)の提携や Entertainment Networks, Home Shopping Entertainment(OWN)のコンテンツも提供される。

注目ポイント
Netflixと類似したプラットフォームとして、高い評価を受けている。NBC Universalのコンテンツプラットフォームとして、高い評価を受けている。NBC Universalのコンテンツプラットフォームとして、高い評価を受けている。

出典: <http://www.hulu.com> ©2007 NBCUniversal Entertainment Group. 以上各権利者の同意を得て掲載。

NHKのネットへの取組む方向について

海外の放送局の取り組みの事例～CNN～

- CNNはアメリカのケーブルテレビ向けニュース専門局、デジタル化の取り組みを行っており、それにより収入が増加している。
- CNNにおけるデジタル化のポイントは、無料、有料両方を駆使してコンテンツ配信を、無料配信は各モデルへ切り替え、結果として、広告モデルへと転じたことにより、収入を拡大する効果となった。

Time Warnerの収入、設備投資による増上広告収入を大きく上回っている。また、特に電通のデジタル契約の成長が著しい。

Category	2004	2005
Subscription	1,542	1,626
Equipment	2,704	1,987
Capital Expend.	744	272
Total Revenues	11,801	12,712
Advertising	663	274
Total	12,464	12,914

CNNの収入と費用

Time Warner傘下と設備投資費による収入が広告費を大きく上回っている。また、広告収入の増加は、主に広告空間の拡大によるものと推察されている。(Source: CNN)

Category	2004	2005
Revenue	12,464	12,914
Advertising	663	274
Capital Expend.	744	272
Equipment	2,704	1,987
Subscription	1,542	1,626

出典: 日本経済新聞社 ©2007 NHK. 以上各権利者の同意を得て掲載。

NHKのネットへの取組む方向について

海外の放送局の取り組みの事例～まとめ～

- 従来の放送局の取り組みより、デジタル時代の放送各社アプローチは、3ステージに分けて見られる。
- 日本より若干先行し、米国の多くの事業者は、「第2ステージ」に差し掛かり、実サービス展開を遂げた多様なメディアのあり方を模索していると考えられる。

第1ステージ
「メディアとしての存在」
新しいメディアの登場。従来の放送局の延長線上で、従来のサービスを提供する。新しいメディアの登場。従来の放送局の延長線上で、従来のサービスを提供する。

第2ステージ
「メディアとしての存在」
新しいメディアの登場。従来の放送局の延長線上で、従来のサービスを提供する。新しいメディアの登場。従来の放送局の延長線上で、従来のサービスを提供する。

第3ステージ
「メディアとしての存在」
新しいメディアの登場。従来の放送局の延長線上で、従来のサービスを提供する。新しいメディアの登場。従来の放送局の延長線上で、従来のサービスを提供する。

出典: 日本経済新聞社 ©2007 NHK. 以上各権利者の同意を得て掲載。

NHKのネットへの取組む方向について

人々のメディア利用スタイルと「情報空間」との関わり方

メディアの利用スタイル	利用スタイルの概要	「情報空間」との関わり方
A. 新たなメディア登場スタイル	・ 従来メディアにない新しいメディアの登場 ・ 従来のメディアと併存して存在する ・ 従来のメディアと併存して存在する	・ 新たなメディアの登場による「情報空間」の拡大 ・ 従来のメディアと併存して存在する
B. 新たなメディアとの関わり合いスタイル	・ 従来のメディアと新たなメディアとの関わり合い ・ 従来のメディアと新たなメディアとの関わり合い	・ 従来のメディアと新たなメディアとの関わり合いによる「情報空間」の拡大 ・ 従来のメディアと新たなメディアとの関わり合い
C. コンビニエンスで使い分けスタイル	・ 従来のメディアと新たなメディアとの関わり合い ・ 従来のメディアと新たなメディアとの関わり合い	・ 従来のメディアと新たなメディアとの関わり合いによる「情報空間」の拡大 ・ 従来のメディアと新たなメディアとの関わり合い
D. 従来メディアの活用スタイル	・ 従来のメディアの活用スタイル ・ 従来のメディアの活用スタイル	・ 従来のメディアの活用スタイルによる「情報空間」の拡大 ・ 従来のメディアの活用スタイル

出典: 日本経済新聞社 ©2007 NHK. 以上各権利者の同意を得て掲載。

NHKのネットへの取組む方向について

人々のメディア利用スタイルと「情報空間」との関わり方

～(参考)BBCのユーザースタイルの捉え方～

- BBCでは、新たな時代のユーザーのあり方として、4つのモデルスタイルを提唱している。

1. アンドロイドを代表するAmeのスタイル
新しいテクノロジーを積極的に取り入れる。新しいテクノロジーを積極的に取り入れる。

2. アンドロイドを代表するAmeのスタイル
新しいテクノロジーを積極的に取り入れる。新しいテクノロジーを積極的に取り入れる。

3. デジタルネイティブを代表するDigiのスタイル
デジタルネイティブのスタイル。デジタルネイティブのスタイル。

4. シンボリックを代表するSymのスタイル
シンボリックのスタイル。シンボリックのスタイル。

出典: 日本経済新聞社 ©2007 NHK. 以上各権利者の同意を得て掲載。

NHKのネットへの取組む方向について

NHKIにおけるさまざまな萌芽の紹介～ネットトライアル局～

ネットトライアル局の目的

新しい時代の「NHKの価値観」を伝えること、地域放送とインターネット、それぞれの強みを最大限に活用して「新しい価値」を創出すること。「地域の価値」を最大限に活用すること。

各局のサービス

- 山形局: 「地域の価値」を最大限に活用して「新しい価値」を創出すること。
- 山形局: 「地域の価値」を最大限に活用して「新しい価値」を創出すること。
- 山形局: 「地域の価値」を最大限に活用して「新しい価値」を創出すること。
- 山形局: 「地域の価値」を最大限に活用して「新しい価値」を創出すること。

出典: 日本経済新聞社 ©2007 NHK. 以上各権利者の同意を得て掲載。

NHKのネットへの取組む方向について
NHKにおけるさまざまな萌芽の紹介～テレビ遊び パフォー！～

テレビ遊び パフォー！
(放送時間 GTV 水曜 0:10-0:40)

視聴者が自分のパフォーマンスを動画や静止画、テキストで発表。ネットでも、放送者たちがコメントするコーナーを設けコミュニケーションが活発です。

- ◆ NHKの投稿サイトを活用した番組。
- ◆ 投稿されたパフォーマンスを見るのは一般オーディエンスだけではなく、各ジャンルの第一線で活躍するパフォーマーやクリエイター「マスター」たちが投稿をチェックし「コロシアム」というパフォーマンスには、じつじつと激励メッセージのアドバイスが飛ぶ。
- ◆ webにアクセスするオーディエンスの支持を測り、マスターたちをとうなづけた、才能あふれるパフォーマーはTVへ進出！「放送NHKのパフォー！スタジオ」に出演するチャンスがゲットできる。

NHKのネットへの取組む方向について
NHKにおけるさまざまな萌芽の紹介～ケータイの活用～

着信御礼「ケータイ大喜利」
NHK総合 毎月第1、第3土曜深夜放送

- ◆ 生放送中に届く大喜利のお題に対してテレビの前の皆さんは思いいついた「答え」をケータイで投稿。
- ◆ 日本全国から寄せられる投稿は数十万本！！
- ◆ 採用された作品は、スタジオで読まれ、スタジオを爆笑させるたびにスターが昇格。

携帯サイト「ETV cafe」

- ◆ 教育テレビ50周年に向けて、若年層にも親しみのあるメディア「ケータイ」にチャンネルの 프로모ーションサイトをオープン。気軽立ち寄って、教育番組の情報を得てもらおう。
- ◆ 毎日届出されるクイズ(ユーザーごとにランダムで違う5問)を提供。「身よりの一言」では、自分より様々な人物に出会えます。ユーザーごとに、ランダムで人物が変わる。
- ◆ ケータイというメディアを通して、教育テレビの認知度を高め、番組視聴に誘導することが目的。
- ◆ 6月8日現在、1日平均約20万ページビューを記録。これはNHK旗本オンラインの中で、常時トップの天気予報を抜くアクセス数

NHKのネットへの取組む方向について
NHKにおけるさまざまな萌芽の紹介～クロスメディア展開～

由 テレビ×ラジオ×テキスト×ネットのクロスメディアによる英語講座

ラジオ、テレビ、テキスト、ネットの4つのメディアを組み合わせ、それぞれの強みを活かした英語講座を展開。ラジオの音声、テレビの映像、テキストの学習資料、ネットの動画や音声配信を組み合わせ、学習者の理解を深め、学習効果を高める。

NHKのネットへの取組む方向について
動画アプリ「Mojie」～(株)インデックスとの共同開発～

- ◆ 2007年12月から(株)インデックスと共同開発した携帯電話向けの動画視聴アプリ「Mojie」。
- ◆ テレビ番組が字幕放送で用いるテキストをメタデータとして活用し、「検索」「読む」「見る」の3機能により、携帯電話を通じて番組をオンデマンドで楽しむことができる。NHKの資料に関する技術情報や知識などの提供を行い、株式会社インデックスが設計・制作を提供。
- ◆ インデックスのエンターテインメント系モバイルサイト「道楽MUSICサーチ」上で視聴可能。配信コンテンツはNHKの「みんなのうた」「ロコモーションビデオ」、「まよの料理レシピーズ」、「今日からマ王」の3つ

Mojie サービス概要図

(1) メタデータ技術構築
「番組メタデータ」を構築

(2) 読むモード機能
音声データをダウンロード

(3) 見るモード機能
動画をストリーミングで配信

NHKのネットへの取組む方向について
NHKが公共放送として求められること①

◆ 今後とも「公共放送」の存在価値を高めていくため、第2ステージにおける「利用スタイル」を「安心・信頼」にどのようにつなげていくかが課題。

◆ 第2ステージに際しては、「公共放送」として、多様なメディア媒体、情報提供手段を、「視聴空間」における「質」の提供と、「新たな情報空間」における新たな価値を公共放送が提供する。このような方法・高度が必要が検討されている。

現在のNHK

第1ステージ
「放送スタイル」そのものを「安心・信頼」に提供すること

第2ステージ
「放送スタイル」そのものを「安心・信頼」に提供すること

第3ステージ
「放送スタイル」そのものを「安心・信頼」に提供すること

NHKのネットへの取組む方向について
NHKが公共放送として求められること②

◆ 「次世代融合メディアサービスへの飛躍」を目指し、今後展開に取組むべきことは、メディアの集約である。どのようにならざるべきか、どのような「価値」とどう提供し、かつ、どのようにつなげていくかが課題。

今、市場に求められていること

「信頼的な価値」
ネットワークが「サービス」の取次ぎサービス
「安心・信頼」の提供が求められる

「安心・信頼」
ユーザーが安心して利用できるサービス
「安心・信頼」の提供が求められる

「安心・信頼」
ユーザーが安心して利用できるサービス
「安心・信頼」の提供が求められる

NHKに求められるアクション

第1ステージにおいて
「安心・信頼」の提供が求められる

第2ステージにおいて
「安心・信頼」の提供が求められる

第3ステージにおいて
「安心・信頼」の提供が求められる

