



総務省のコンテンツ流通促進の政策

2009年11月20日

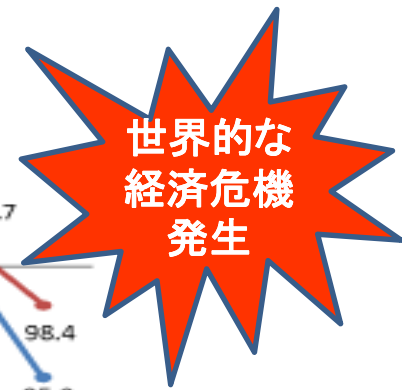
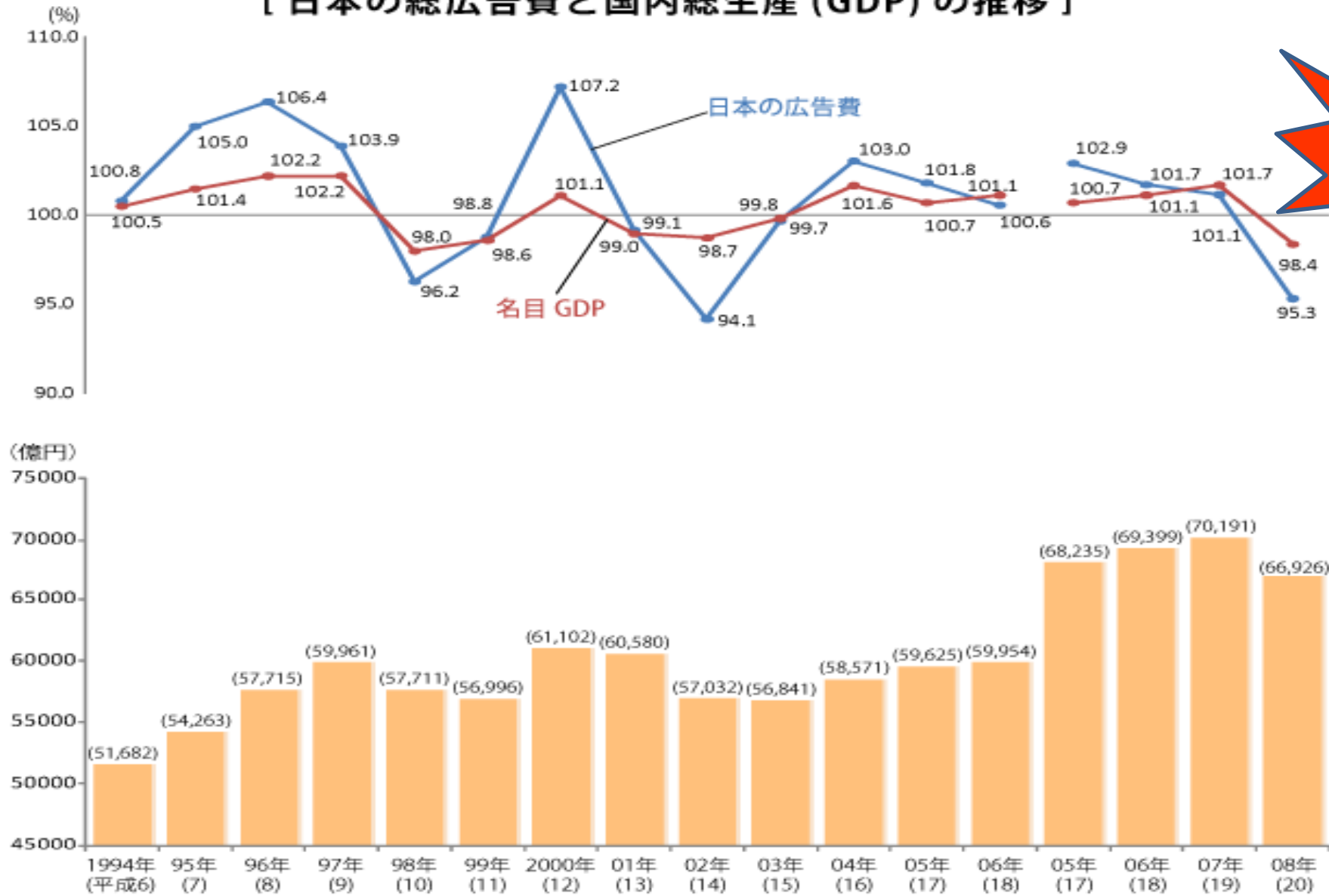
総務省 情報流通行政局 情報通信作品振興課



1, 情報通信産業の市場構造の変化

日本の広告費と国内総生産の推移

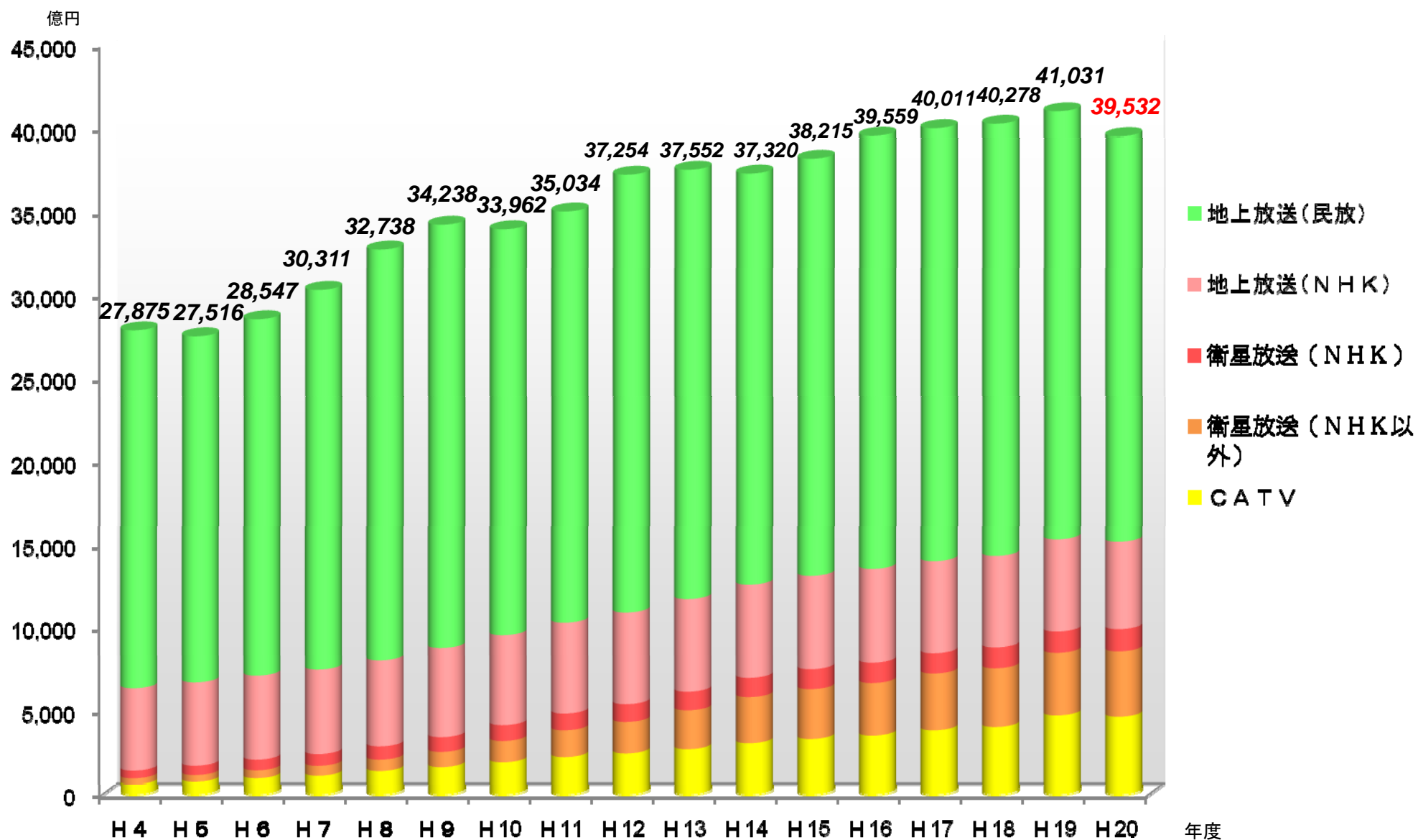
【日本の総広告費と国内総生産 (GDP) の推移】



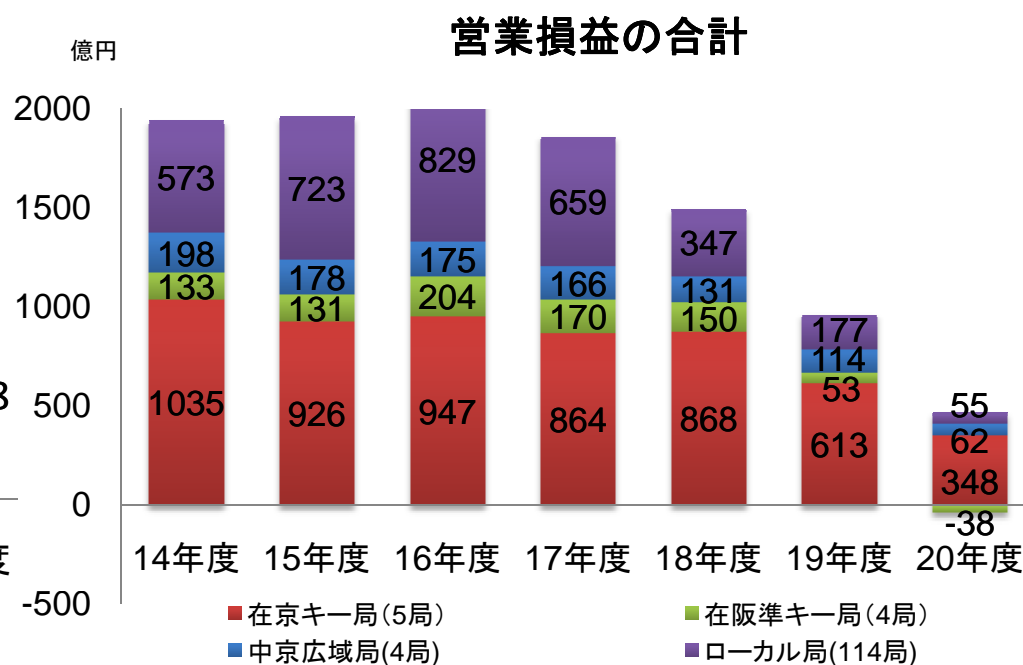
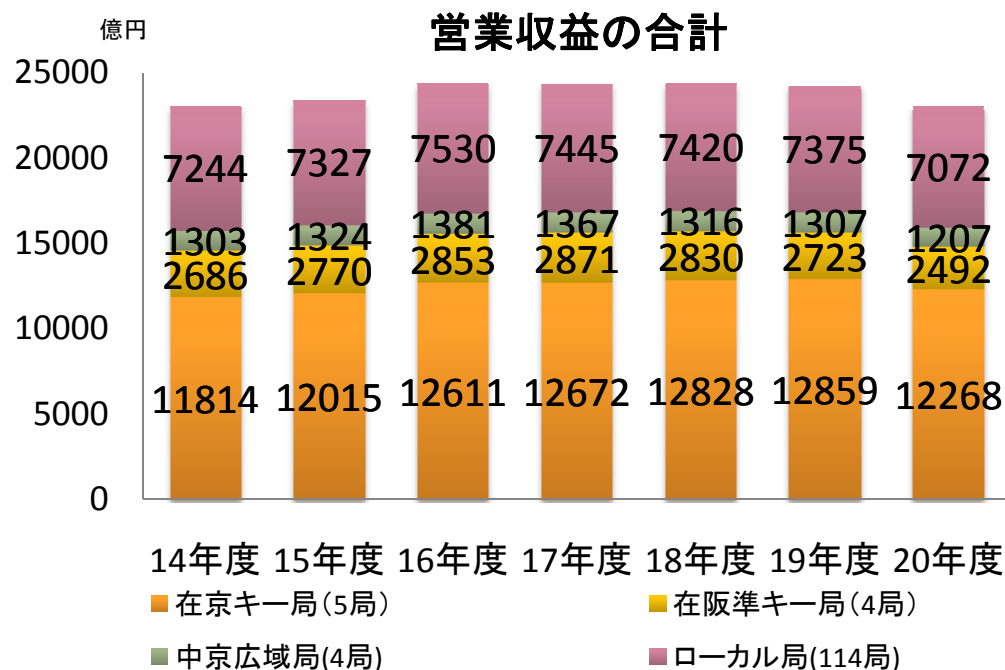
・出典: 電通「2008年日本の広告費」より
 ・国内総生産は内閣府「国民経済計算年報」および「国民所得統計速報」による。いずれも暦年の資料。
 ・2007年に「日本の広告費」の推定範囲を2005年に遡及して改訂。

改訂
 出典: 電通「日本の広告費」

放送メディアの市場規模及び営業収益の推移



地上系一般放送事業者(テレビジョン放送)の営業収益



年度		H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20
キー局 (5局)	営業収益	11,814(2,363)	12,015 (2,403)	12,611 (2,522)	12,672(2,534)	12,828(2,566)	12,859(2,572)	12,269(2,454)
	営業損益	1,035 (207)	926 (185)	947 (189)	864(173)	868(174)	613(123)	343(69)
準キー局 (4局)	営業収益	2,686 (672)	2,770 (693)	2,853 (713)	2,871(718)	2,830(708)	2,723(681)	2,492(623)
	営業損益	133 (33)	131 (33)	204 (51)	170(43)	150(38)	53(13)	-38(-9)
中京広域局 (4局)	営業収益	1,303 (326)	1,324 (331)	1,381 (345)	1,367(342)	1,316(329)	1,307(327)	1,207(302)
	営業損益	198 (50)	178(45)	175 (44)	166(42)	131(33)	114(29)	62(16)
ローカル局 (114局)	営業収益	7,244 (64)	7,327 (64)	7,530 (66)	7,445(65)	7,420(65)	7,375(65)	7,062(62)
	営業損益	573 (5)	723 (6)	829 (7)	659(6)	347(3)	177(2)	55

単位:億円、()内は1社平均当たり

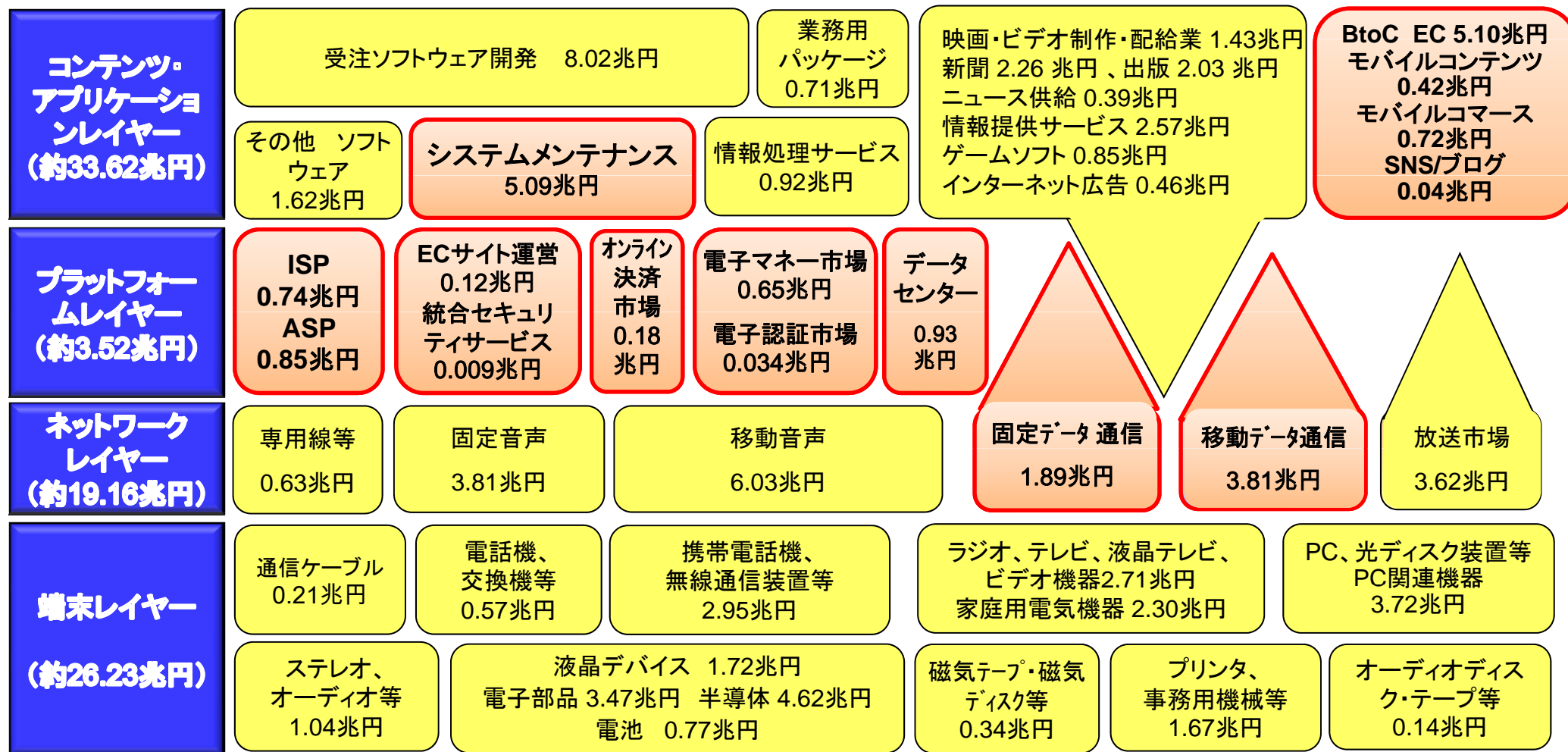
※ 出典:総務省報道発表等を元に作成 4



情報通信産業のレイヤー別市場規模

○日本の情報通信市場を垂直的レイヤー構造で捉え、レイヤー毎に平成19年時点の市場規模を推計
 ○コンテンツ・アプリケーションレイヤー（約33兆円）が最大となっている。

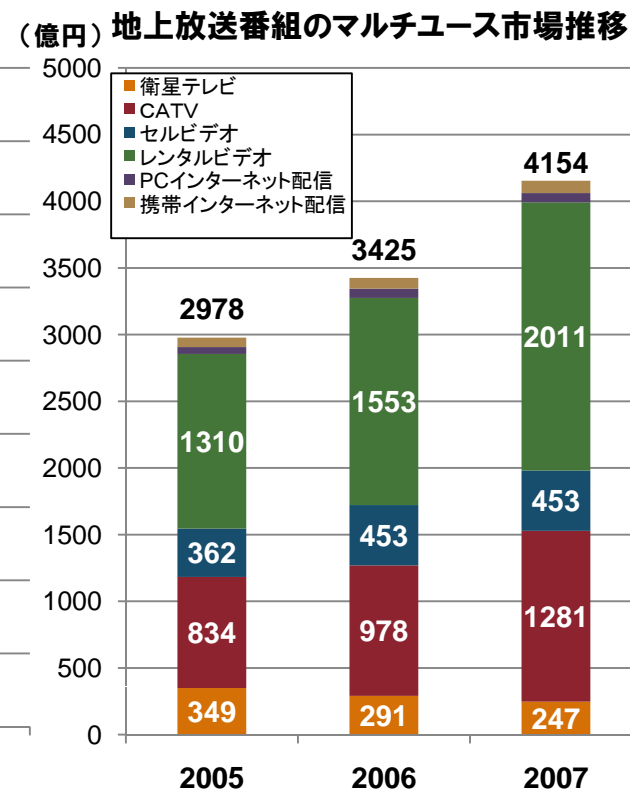
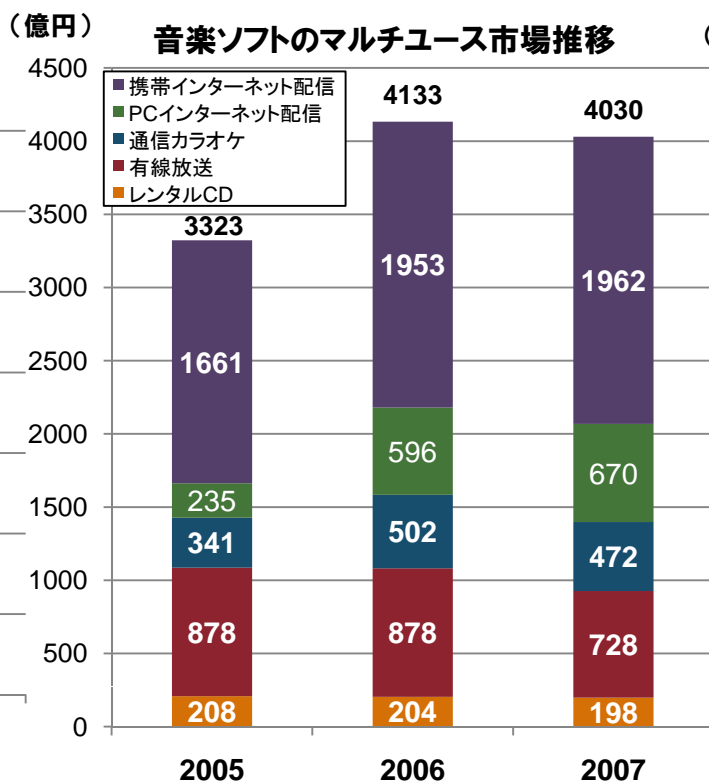
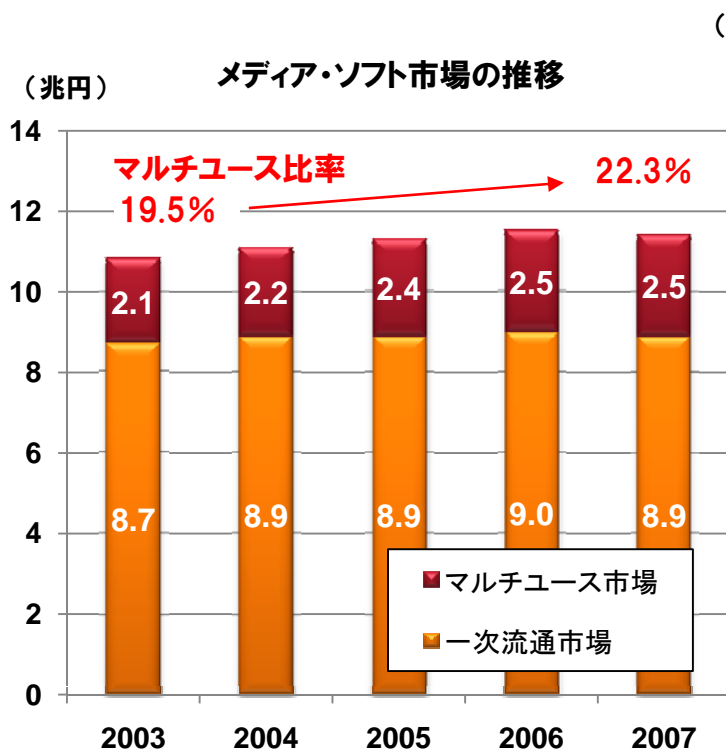
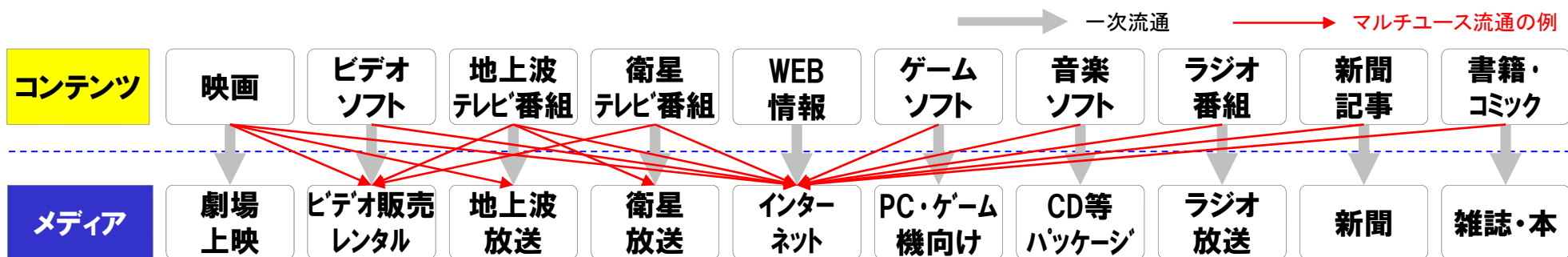
※橙色セクター部分は、平成17年～19年の年平均成長率が10%超の分野



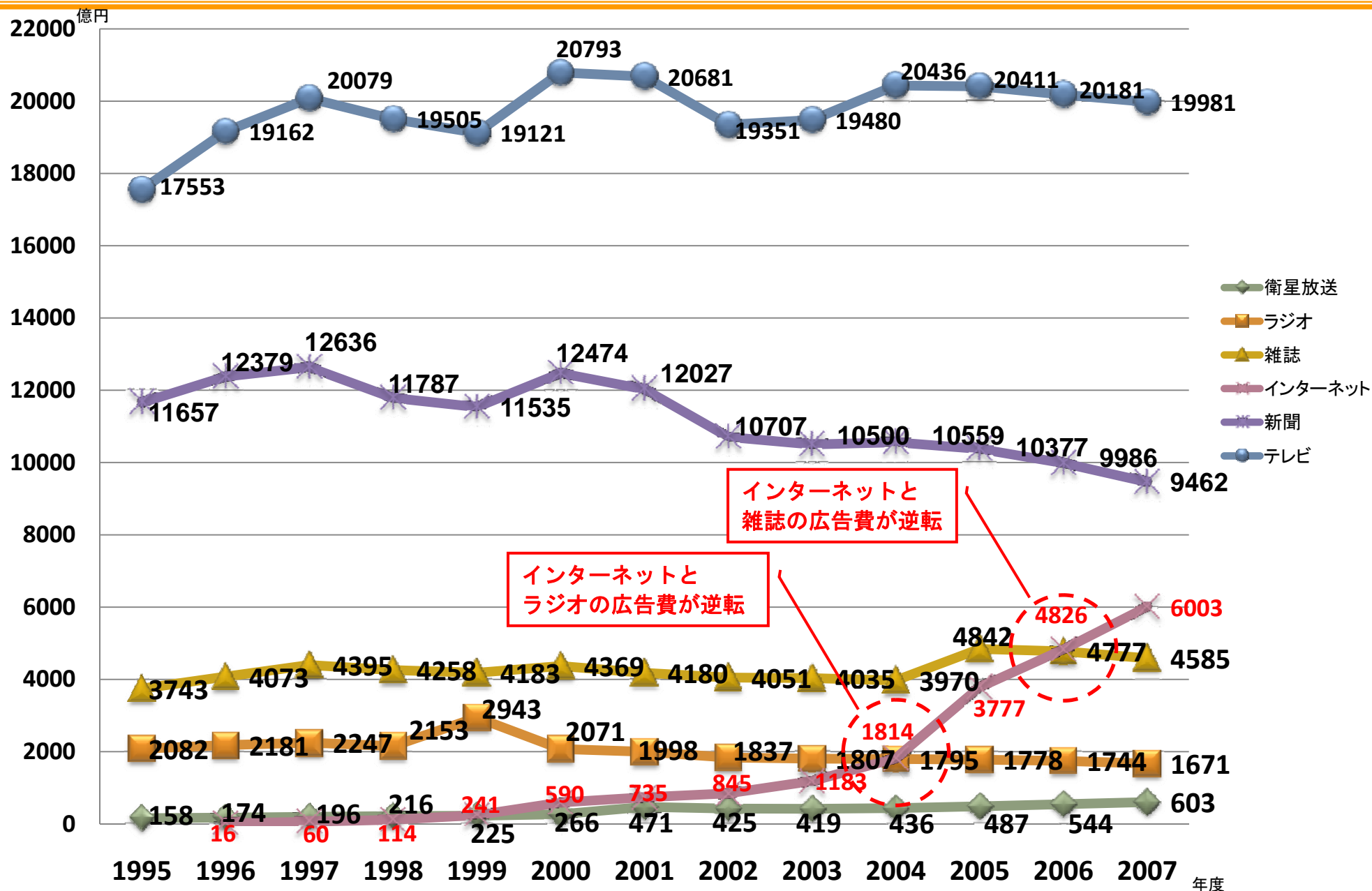


コンテンツのマルチユース化

- コンテンツ市場の拡大と共に、コンテンツのマルチユース化が進展。



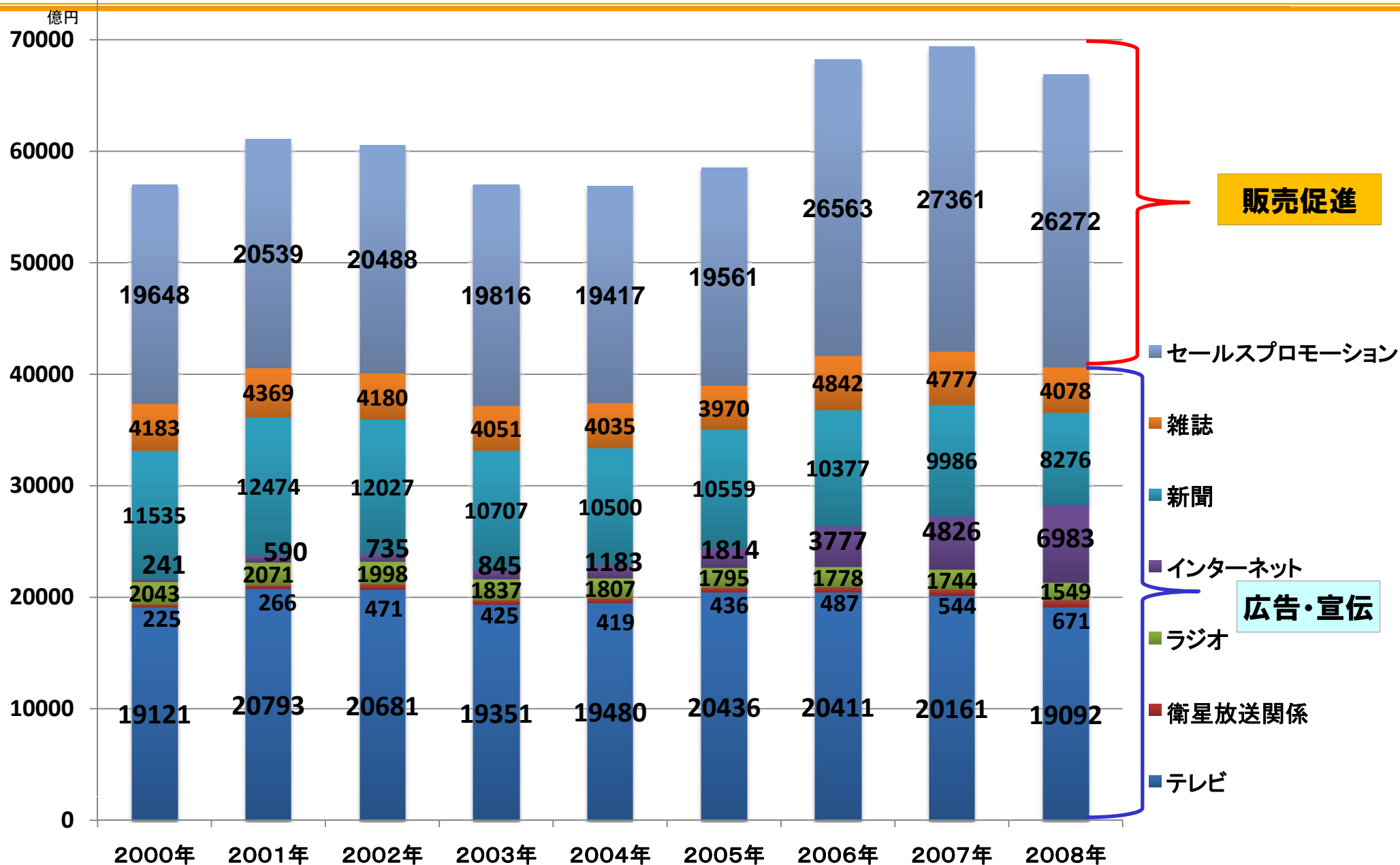
メディア別広告費の推移



(注1)「インターネット」、「雑誌」の広告費については、2005年度から広告費推定範囲が拡大されたため前年以前とは数値が不連続。

(注2)衛星放送は衛星放送、CATV、文字放送等に投下された広告費。

日本における広告費の推移(1999年～2008年)



※ 2007年に広告費の指定範囲が2005年に遡及して改訂されている。

※ 出典：(株)電通2009年1月23日報道発表、(株)電通「2008年日本の広告費」等を元に作成 8



2, 地域からの映像の発信

放送事業者におけるブロードバンド上のコンテンツ配信の取組



	NHKオンデマンド	フジテレビ on Demand	第2日本テレビ	TBS オンデマンド	テレ朝動画	あにてれしあたー
提供主体	日本放送協会 (NHK)	フジテレビ	日本テレビ	TBS	テレビ朝日	テレビ東京
開始時期	2008年12月	2005年7月	2005年10月	2005年11月	2009年6月	2006年12月
受信端末	パソコンor テレビ(専用受信機)	パソコンor テレビ(専用受信機)、携帯電話	パソコン	パソコンor テレビ(専用受信機)	パソコンor 携帯電話	パソコン
サービス内容	<ul style="list-style-type: none"> ・NHK放送番組の一部を視聴可能。配信番組はニュース・ドラマ・ドキュメンタリー・歌番組・教養番組・趣味実用系番組など。 ・料金は現在3体系(NHK受信料と別立て) <ol style="list-style-type: none"> ①単品販売(1本105円～315円税込)ニュース番組を除く、「見逃し番組」と「特選ライブラリー」に適用。 ②パック販売(本数や内容で単品販売より15%～25%程度割引)シリーズ毎やジャンル別等複数番組に適用。 ③月間見放題(1470円)。 	<ul style="list-style-type: none"> ・フジテレビの地上波放送やCS、BS放送にて放送中の番組や過去放送した番組を動画配信 ・提携配信事業者を介して、パソコン、テレビで1話100円から購入可。全話パック料金や月額見放題プランも存在。 ・2008年11月に「いつでもTVどこでもTV」を開始。地上波コンテンツを拡充し、月9ドラマや人気バラエティ番組などを配信。また、ダウンロードサービスでは一部のコンテンツを視聴機関無制限で配信。 	<ul style="list-style-type: none"> ・オリジナルコンテンツや地上波番組連動コンテンツ、ならびに独自のニュース映像などを配信。 ・2008年10月に登録不要の完全無料サービスに移行。クロスメディア広告展開のプラットフォームメディアとして広告機能を強化。 	<ul style="list-style-type: none"> ・2009年4月、地上波でヒットした連続ドラマ等を中心に「TBSライブラリー番組」を配信開始。 ・価格は1話300円(7日間)から全話セット1980(14日間)など。提携配信事業者を介してパソコンで視聴、もしくは、専用受信機を介してテレビで視聴することもできる。 ・毎月3～5作品程度を追加し、最終的にはドラマ以外にも含め、常時100作品(500話～1000話)規模の配信を予定している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地上波レギュラードラマを、放送終了直後から有料配信 ・BS朝日、CSテレ朝のスポーツ中継番組をノーカット配信 ・アーカイブは、2000～2007年の特撮ヒーロー番組8作品計395本など400本超を配信。 ・単品105円・262円(7日間視聴可能)や全話パック1575円(配信期間終了まで視聴可能)など。 ・PC向けはユーザー認証と課金機能を搭載した「Flash Video課金配信システム」を独自開発。 ・NTTドコモ動画配信対応携帯向けは、高画質で長時間の動画配信可能な携帯アプリを導入。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自社放送アニメやOVA(オリジナル・ビデオ・アニメーション)を配信。 ・1話105円～(複数話単位の購入もあり)。 ・一部無料配信も実施。 ※2009年1月から海外のサイトであるクランチロール(Crunchyroll)にて「NARUTO」など、いくつかの番組をテレビ放映1時間後から海外向けに、広告なしで有料配信。

「IPTV(インターネットプロトコルテレビジョン)」の概要



(1)「IPTV」について

- ① インターネットを用いて、ハイビジョンで製作された放送コンテンツを含め、高品質の映像コンテンツを配信するサービスの総称。
- ② NGNサービス（通信事業者の中ではNTTが平成20年3月から開始。）において、最も期待されるアプリケーションの一つ。また、放送コンテンツの「マルチユース」先としても、今後有力な媒体。



(2)「IPTVフォーラム」について

【参考】主なサービス事業者：ひかりTV(NTTぷらら)、acTVila 等

- ① 平成18年10月、「市販のテレビ」に、「IPTVサービスの受信機能」を「標準実装」することを目的として、「通信」「放送」「家電」の各事業者が共同で任意団体設立。「統一技術規格」を策定。
- ② 約1年半の作業を経て規格案策定の目処がつき、通信事業者、家電メーカー、放送事業者など15社によって2008年5月「有限責任中間法人 IPTVフォーラム」（理事長 村井純 慶応義塾大学教授）を設立
(平成20年12月、一般社団法人化)

平成21年10月現在、会員数は正社員54社、協賛会員20社でIPTVサービスの発展に向け技術の標準化や広報普及活動中。欧米企業は、すでに複数の規格化団体を設立して活動中であるが、日本では本法人が初めて

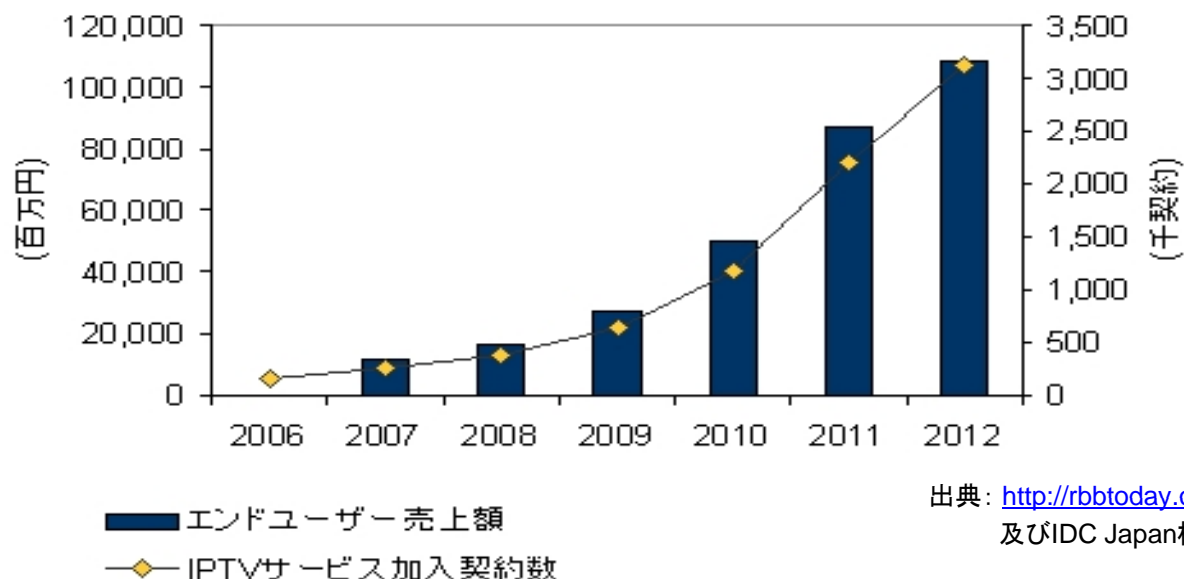
我が国におけるIPTVサービスの展開予測



国内IPTVサービス市場、2012年に加入契約数313万・売上1,085億円～IDC Japan予測

○国内のIPTVサービス市場の2007年の分析と2008年～2012年の市場予測を発表。これによると国内IPTVサービス市場規模は2012年に加入契約数313万、エンドユーザー売上金額1,085億円に達すると予測されている。

国内IPTVサービス市場 加入契約数およびエンドユーザー売上額 実績と予測、2006年～2012年



(参考) 世界のブロードバンド回線数は4億2,900万、IPTV加入者は2,400万

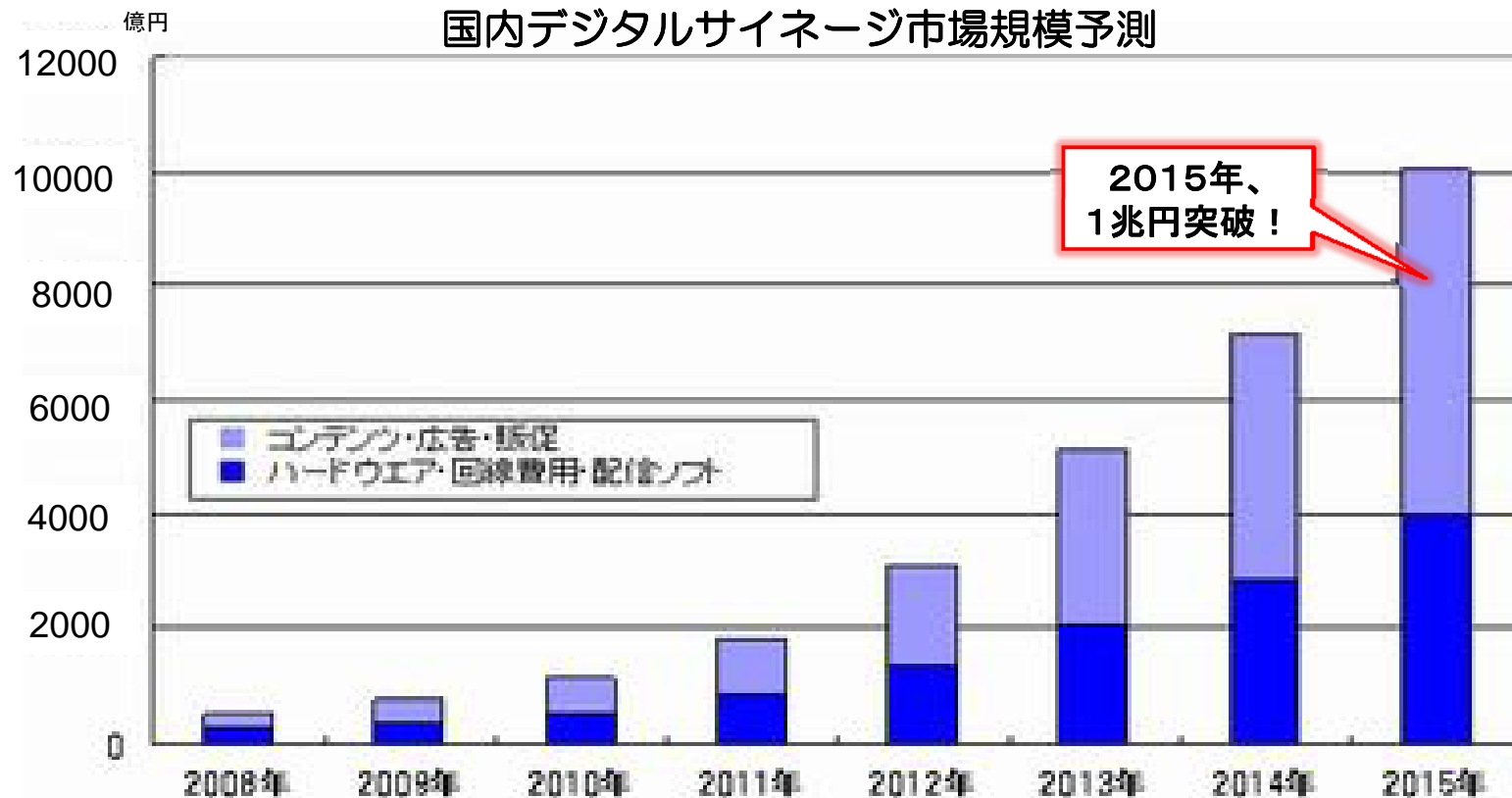
世界約200の通信機器、コンピュータ、ネットワーク、サービスプロバイダーで構成するブロードバンド・フォーラムは、6月16日、2009年第1四半期の世界のブロードバンド普及状況を発表した。全世界では、2009年1月から3月の間にブロードバンド回線数が1,660万増加し、4億2,900万となった。しかも増加の速度は以前よりも早くなっているという。今四半期の増加率が高い国としては、インド(13.4%)、ウクライナ(15.2%)、エジプト(10.6%)が挙げられている。IPTVの加入者は全世界で2,400万に達した。主要な市場は、西欧(1,140万)や北米(440万)で、特に北米では前年比で94%増となっている。ブロードバンドの接続技術別では、DSLが主流で約65%、ケーブルモデムは約21%、光ファイバーが約12%となっている。

➡ 今後、国内外でIPTV市場が拡大し、**世界的に急速な普及**が見込まれている。



「デジタルサイネージ」について

- ①屋外・店頭・公共空間・交通機関など、あらゆる場所で、ネットワークに接続したディスプレイなどの電子的な表示機器を使って情報を発信するシステム。
- ②ディスプレイの発展、デジタルネットワークや無線LANの普及とあいまって、施設の利用者・往来者に深く届く新しい広告/コンテンツ市場が形成される。
- ③テレビや新聞、不特定多数の人を対象にしたマスメディア広告とは異なり、設置場所によりセグメント化されたターゲットに見てもらふことができ、広告としての効果が高くなると注目されている。



海外への地域情報発信事例



- 北海道テレビ放送は局製作の放送番組「北海道アワー」(北海道の自然文化を紹介)を東アジア向けに放送
- 「北海道アワー」の放送後、台湾からの観光客が増加し、観光産業へ大きく貢献。

※北海道アワー(「JET-TV」):北海道を紹介する1時間の情報番組。1997年から再放送も含めて延べ3000時間近く放送。

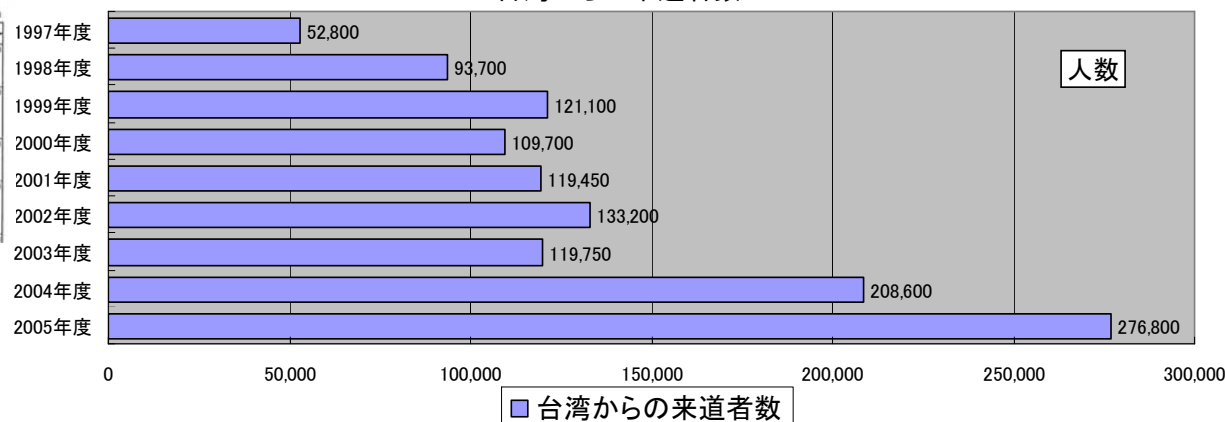
- ・ アジア地域を対象とした衛星放送事業者(JET-TV)の放送時間枠を確保し、北海道の自然等を伝える放送番組を提供。
- ・ 現在、台湾地区で週3時間程度、香港・シンガポール・マレーシア他で週12時間程度放送中。

Week/Day	5/25 (Sunday)	5/26 (Monday)	5/27 (Tuesday)	5/28 (Wednesday)	5/29 (Thursday)	5/30 (Friday)	5/31 (Saturday)	LA	NY
00:00	新新樂劇自製劇集 Design and Creative Lottery Market	北海道風情畫(181) Hokkaido Hour	懷美的台灣(12) You Meet Taiwan	黃金娛樂線 Golden Variety	日本 Easy Go (9) Japan Easy Go	週上週台灣(14) Me Report in Taiwan	週上週台灣(14) Me Report in Taiwan	1A	1NY
01:50	幸福家庭計畫(74) Happy Family Program	東京尋蹤(12) Tokyo Searching	尋找旅遊踪跡(5) Nature Film Spring	YAH! Channel Hour 龍鳳呈祥	實用旅行英語(1)(1)(2) Practical English in TV	拉斯維加斯拉斯維加斯 High Life in Las Vegas	週上週台灣(14) Me Report in Taiwan	1A	1NY
02:00	賺錢達人(DOLLAR 88) Money Making DOLLAR 88	5星級旅遊情報(24) 5 Stars Spring Hotel	24小時旅遊資訊 24 Hours For Travel	週上週台灣(15) Me Report in Taiwan	週上週台灣(16) Japanese Style	週上週台灣(16) Japanese Style	週上週台灣(16) Japanese Style	1A	1NY
03:40	週上週台灣(120) Me Report in Taiwan	小京都風味美食(5) Little Kyoto Cuisine	阿拉斯加極光夜空 Alaska Northern Lights	週上週台灣(15) Me Report in Taiwan	週上週台灣(16) Japanese Style	週上週台灣(16) Japanese Style	週上週台灣(16) Japanese Style	1A	1NY

「北海道風情畫」
Hokkaido Hour



台湾からの来道者数



(北海道経済部観光入込客数調査)

☆数ある旅行先の中から北海道を選んだ理由	☆北海道の観光情報の入手手段
1 観光地として魅力的(25.3%)	1 雑誌(22.2%)
2 北海道旅行の評判が良い(18.5%)	2 テレビ(21.0%)
3 北海道の知名度が高い(15.7%)	3 旅行会社(19.2%)
4 飛行機の直行便があり便利(12.9%)	4 インターネット(15.5%)
5 治安が良い(7.7%)	5 新聞(12.7%)

(平成17年度訪日外国人来道者満足度調査より(台湾)) 15



3, 総務省のコンテンツ流通促進の政策



1. 製作力の強化

- ・番組製作者や放送事業者のコンテンツ製作力の再生・強化

- ・取引適正化ガイドラインの策定
- ・良質なコンテンツの表彰、番組制作者の育成（ATP賞、AMD賞）
- ・地域コンテンツの海外展開に関する実証実験（平成22年度予算要求）

2. 新たな流通経路の開拓

- ・収益性の高いビジネスモデルの在り方の検討
- ・新たな流通プラットフォームの普及・展開

- ・IPTVを活用した再送信などの技術確立に係る実証実験（平成22年度予算要求）
- ・IPTVサービスの広報普及促進
- ・マルチワンセグ放送の実証実験（コビキタス特区）

3. コンテンツ流通の円滑化

- ・著作権処理の効率化を目的とした体制整備の支援
- ・不正流通対策による流通促進

- ・コンテンツ取引市場形成に関する実証実験
- ・デジタル・コンテンツの流通促進に関する調査研究
- ・放送コンテンツの権利処理一元化の促進に向けた実証実験（平成22年度予算要求）
- ・コンテンツ不正流通に関する共同監視・通知システムの検証（平成22年度予算要求）

4. 海外展開

- ・放送コンテンツの海外展開
- ・日本のソフトパワー発信

- ・放送コンテンツの海外発信の推進
- ・外国人向け映像国際放送の推進



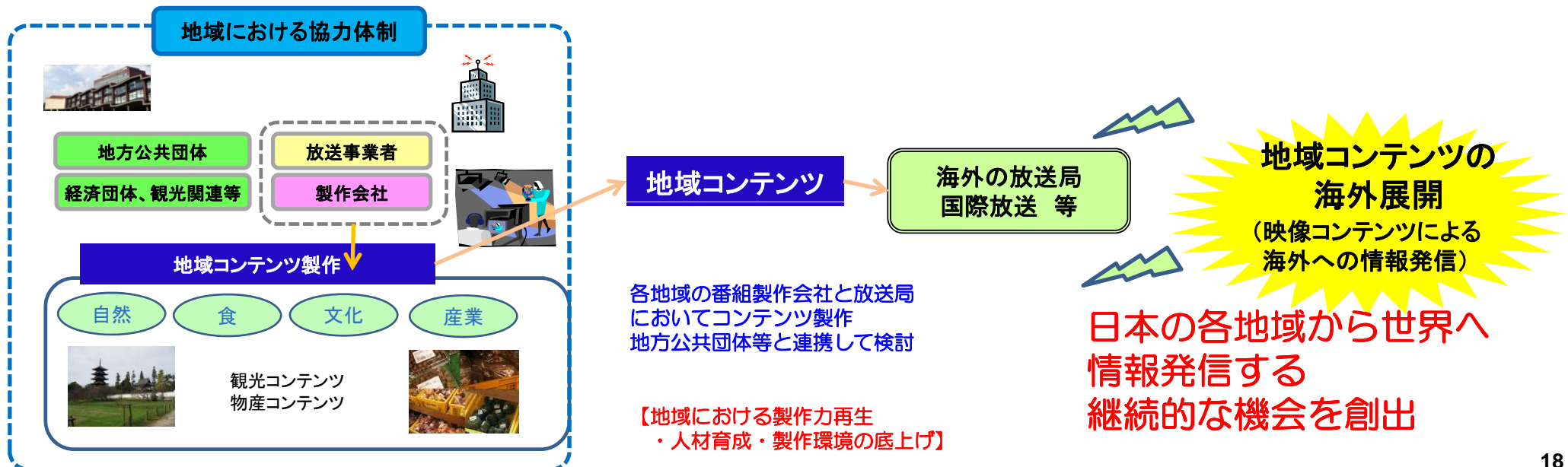
施策の概要

地域の放送局や番組製作会社等が地方公共団体と連携して各地の物産・観光資源等を紹介するコンテンツを製作することを支援し、それらのコンテンツを海外の放送局等を介して継続的に世界へ発信する機会を創出することにより、地域コンテンツの海外展開の取組を促進。

施策の効果

- (1) 地域の物産・観光資源等地域の魅力を紹介するコンテンツを継続的に製作・発信する機会とノウハウを創出し、新たな流通経路を開拓することにより、経済情勢等の影響を受け**疲弊している地域のコンテンツ製作力を再生・強化**
- (2) 各地域の物産・観光資源等の地域情報を映像コンテンツにより効果的かつ継続的に世界へ発信することにより、**観光客誘致、地域の物産販売を促進し、地域経済を活性化**

地域で製作されたコンテンツを**海外の放送局等を介して世界へ配信**





施策の概要

- (1) 条件不利地域でのIPTVによる地上波デジタル放送のIP同時再送信の実施
- (2) IPTVにおけるコンテンツ配信技術の確立による2次利用の推進

施策の効果

- (1) 地上波デジタル放送が直接受信できない条件不利地域等においても、IPTV技術を導入し、地上波デジタル放送のIP同時再送信の実現に向けた環境整備。
- (2) コンテンツ配信側の圧縮方式や番組情報・再生時間などのラベルデータ構造を共通化したコンテンツ配信技術の確立し、標準化することにより、IPTVによるコンテンツの2次利用(マルチユース)を促進する。

(1) 全国あまねく高画質な地デジ放送を送信するために必要な補完的措置としてIPTVを活用

(2) コンテンツ配信側の圧縮方式や番組情報・再生時間などのラベルデータ構造を共通化したコンテンツ配信技術の確立

<平成20年度~22年の3カ年計画>
地デジのIP同時再送信のための技術実証を実施



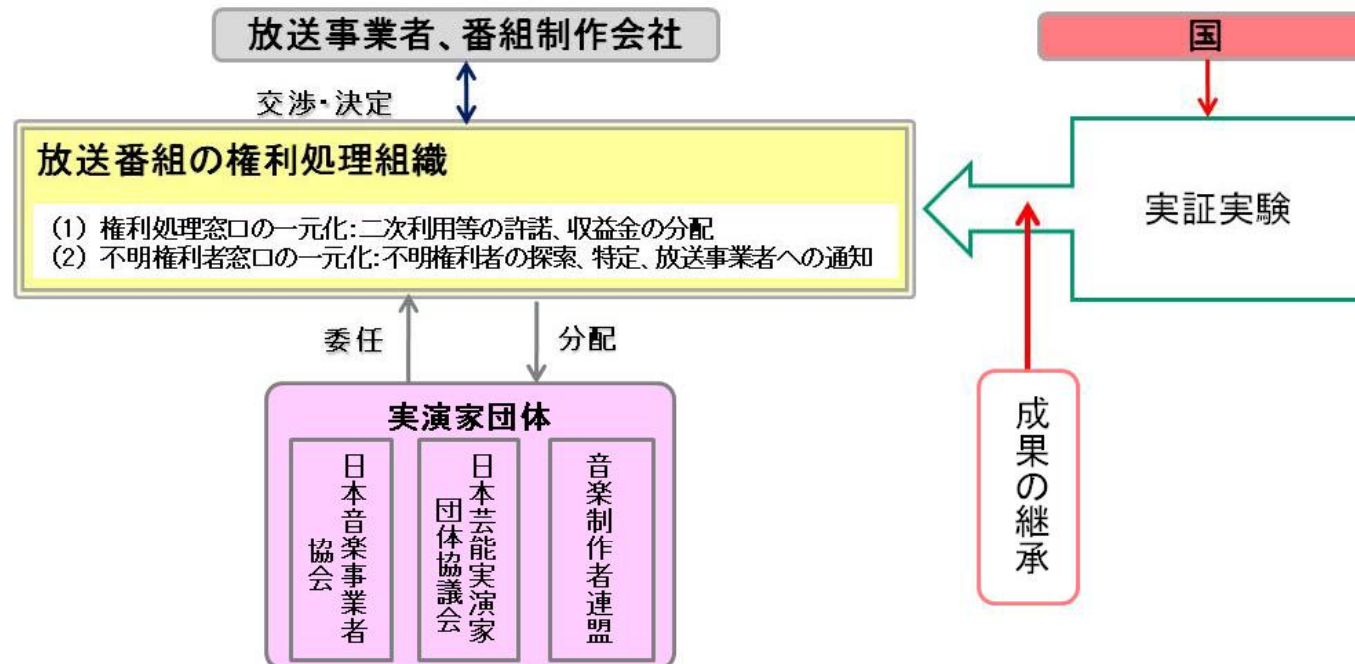


施策の概要

- (1) 実演家団体等の協力を得て、「権利処理窓口の一本化」と「権利処理作業の効率化」の効果、「不明権利者探索」の手法を検証する実証実験。
- (2) 「一般社団法人映像コンテンツ権利処理機構」との連携の下で実施。

施策の効果

- (1) 「権利処理窓口の一元化」: 権利処理の **受付窓口を一元化することにより二次利用者の権利処理の煩雑化を解消**
- (2) 「不明権利者窓口の一元化」: **不明権利者探索業務の一元化を図り、二次利用の円滑化を実現**
→ 権利処理業務に関する時間とコストを大幅に削減し、**インターネット等による放送コンテンツの二次利用促進**を図る。



コンテンツ不正流通に関する共同監視・通知システムの検証の概要

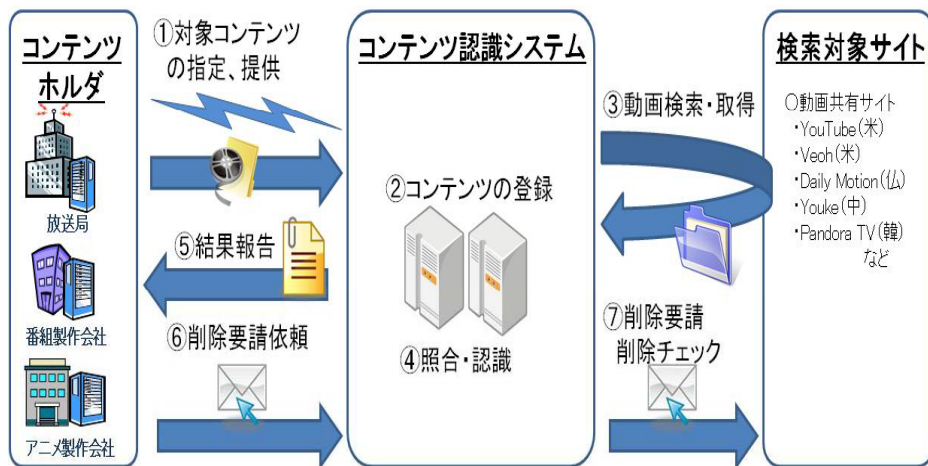
施策の概要

- (1) 権利者等の許諾を得ずにP2Pファイル交換ソフト、動画投稿サイト等で流通(不正流通)する**放送コンテンツを抑止するためのシステムを検討**する実証実験。
- (2) 放送事業者・通信事業者・権利者団体等からなるコンテンツの**不正流通共同監視体制の在り方等の検証**を実施。

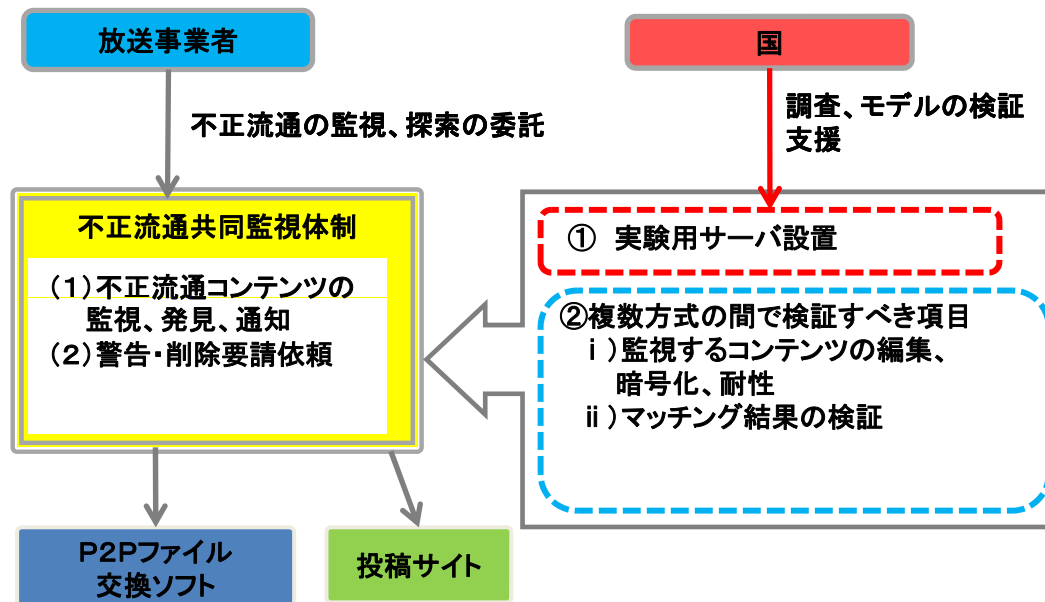
施策の効果

本実証実験により、技術面・体制面において効果的な不正流通対策が可能となり、デジタルコンテンツの保護を通じて**著作権の保護に配慮したインターネット上でのコンテンツの活用が実現される。**

(1) 不正流通の対策に係る技術の実証実験の実施



(2) 不正流通を共同監視する体制の在り方に関する検討の実施



※P2P等サイトへの違法コンテンツ投稿者への削除要求及び警告を実施するためのシステム等についての技術的要件の検討や複数の不正流通監視システムの有効性に関する評価及び比較検証を実施。