

TBSの動画コンテンツ流通促進に関する取組み ～動画配信サービス「TBSオンデマンド」「News i」の事例を中心に～

(株)TBSテレビ

デジタル放送企画室長 井川泉
メディアビジネス局 TBSオンデマンド事業戦略統括 高澤宏昌

はじめに



TBSテレビは1999年に「News i」を通じ、いち早く動画ニュースの無料配信を開始し、また、エンターテインメントコンテンツに関しては「トレソーラ」の取り組みを経て「TBS オンデマンド」にて、有料動画配信に積極的に取り組んでまいりました。

以下、それぞれのサービスのご説明を通じ、
動画コンテンツ流通へのTBSの取り組みの現状及び将来についてご報告致します。

TBSの有料動画配信サービス 「TBSオンデマンド」 事業概要

TBSオンデマンドとは？



「TBSオンデマンド」は、TBSが運営する有料動画配信サービスです。ドラマ・映画・アニメ・音楽などTBSが持つさまざまなジャンルの人気番組ばかりを配信しています。
<http://tod.tbs.co.jp/>



TBS 動画配信事業の歩み 「トレソーラ」「TBS BooBo BOX」等



- 2001年9月・・・ブロードバンド事業検討社内プロジェクト「プロジェクトBB」発足
- 2001年12月・・・『猪木軍vsK - 1最強軍』 有料配信実験(自社サイト)
* 権利処理、配信・課金委託事業者との契約などを体感
- 2002年1月・・・フジテレビ・テレビ朝日と共同で株式会社トレソーラ設立 2002年秋・2004年春、2回の実証実験を実施
- 2005年11月・・・有料動画配信サービス「TBS BooBo BOX」がスタート
- 2008年9月・・・コンテンツ強化の上、名称変更
「TBS BooBo BOX」 「TBSオンデマンド」に



- 2009年2月・・・地上波放送中の「ラブシャッフル」「ザ・イロモネア」を「TBSオンデマンド無料見逃しサービス」としてPC向けに広告付き無料配信
- 2009年4月・・・「高校教師」など、「TBSライブラリー番組」の本格配信を開始
- 2010年3月・・・「ヤンキー君とメガネちゃん」「IRIS」など地上波放送中ドラマの見逃し配信開始。
- 2010年4月・・・2009年度通期で単年度黒字化(放送局運営の動画配信サービスとして初の快挙。)
- 2010年6月・・・iPhone向け配信開始
- 2010年9月・・・Android搭載端末向け配信開始。
- 2010年10月・・・「クローン ベイビー」をJ:COMオンデマンドで先行配信開始(連続ドラマを有料で先行配信するのは国内初)
- 2010年10月・・・モバイル向け自社配信サイト「TBSオンデマンド モバイル」開始
- 2011年2月・・・PlayStationStoreで日本で初めて見逃し配信を含む地上波ドラマの配信を開始
- 2011年4月・・・2年連続で通期黒字を達成
- 2011年4月・・・Video On Demand powered byQriocity (“キュリオシティ” ビデオオンデマンド)」で、地上波ドラマの配信サービスを開始
- 2011年8月・・・「インターネットTV上で民放キー局 5社と電通が共同でVODサービスを推進」と発表
- 2011年11月・・・Android向け自社配信サイト「TBSオンデマンドAndroid」開始
- 2011年11月・・・NTTドコモが11月中旬より開始した新サービス「dマーケットVIDEOストア powered by BeeTV」にコンテンツ提供を開始

TBSオンデマンドの目標



「TBSオンデマンド」事業として収益化・黒字化
→2009年度通期で国内初の達成(2010年度も2期連続で達成)

放送局自ら積極的にVOD配信を行い、
テレビ番組ネット視聴のニーズに応える。

「見逃し配信」「地上波の先行配信」など多彩なウィンドウ
テレビ・PC・携帯・スマートフォンなど多彩なデバイスへ配信。

TBSの60年にわたる膨大な番組アーカイブスの有効活用。

権利者の許諾を受けた「正規版」コンテンツの流通促進による、
動画配信市場の健全性確保。

(参考)TBSオンデマンド無料見逃しサービス(トライアル)



「ザ・イロモネア」

2009年2月3日~3月28日
「TBSオンデマンド」で
初の広告付き無料見逃しサービス
2番組 **トライアル** 配信

<http://www.tbs.co.jp/minogashi09/>



金曜ドラマ「ラブ・シャッフル」



配信サイトは
TBSホームページ
テレビドガッチ
Yahoo! JAPAN

TBSオンデマンドの特徴（コンテンツ）



TBSが持つさまざまなジャンルの番組を「有料」で配信。

エンターテインメント総合編成。多くのジャンルを配信。

地上波ドラマの見逃し配信や、国内初となる地上波先行配信も。

TBSオンデマンドの特徴 (商品・価格)



2012年2月時点で、番組数は700タイトル・3622本。

ジャンル別の内訳: ドラマ1753本、バラエティ333本、音楽113本、スポーツ131本、アニメ386本、映画134本、ドキュメンタリー203本、韓流・華流569本

参考: 2011年2月時点で、487タイトル・2001本(うちドラマ943本)

2010年2月時点で、309タイトル・1153本(うちドラマ420本)

ストリーミング形式、一部ダウンロード形式。中心価格は1話315円。約8日間視聴できる。

お得な全話セット・複数話セットもあり。(約半額に)

TBSオンデマンドの特徴 (多くの配信先)



- 多くの配信事業者と提携(国内最大 49ブランド) 2012年1月現在
- どんどん拡大中!
- TV-VOD(12)、PC(9)、MOBILE(自社配信 + 16)
- SMARTPHONE(自社配信 + 10)

TBSオンデマンド モバイル
<http://tod-m.tbs.co.jp/>

TBSオンデマンド モバイルとは?
 ドラマからアニメ、音楽、映画などなど、数多くの番組を好きな時に楽しむことができます。TBSのケータイ向け動画配信サービスです。

見逃しても、もう一度見たくても大丈夫!

「TBSオンデマンド」の番組は、下記パートナーサイトでもお楽しみいただけます。

テレビで見る (ISサービス)	COM かんぽTV	BS100%	OUUガリ	MOVIE SPLASH	UUPRITYV	satTV
パソコンで見る (ISサービス)	goo	OCN	ShowTime	Gyo! ストア	DMM.com	テレビドキュン

ケータイで見る (ISサービス)

スマートフォンで見る (ISサービス)

Grid of QR codes for services including: テレビドキュン, VideoUnleash, VIDEO, MOVIE FULL, BEST HIT, LISMO Video Store, MOVIE 6, ShowTime BOX, Gyo! ストア, DMM.com, Video Unleash.

TBSオンデマンドの特徴（マルチユース）



TBSペイテレビ事業部で

CS「TBSチャンネル」「TBSニュースバード」・VOD「TBSオンデマンド」
有料メディア3媒体を一括運営して効率化。

CSとVODでコンテンツの企画・制作や、編成・調達の一体化。

地上波・BS・CSなど、TBSグループ全体のコンテンツを、
どのようにウィンドウコントロールしていくかを考え、運営。

TBSオンデマンドの特徴（権利処理）



「放送番組は権利のかたまり」

すべての番組で、オンデマンド配信にあたって、放送とは別に改めて1番組ごとに権利の許諾とりつけ作業をしている。

「実演」「脚本」「原作」「音楽」等、各権利者団体との協議・許諾を経て、団体経由で一括処理。一部に個別権利処理あり。

権利者への配分は、売上げグロス(情報料収入)に対するレベニューシェアモデルが基本。

ゴールデン・プライムタイム番組中心の「見逃し配信」



TBSピクチャーズ(TBS出資製作映画)の配信



映画「秘密」



映画「おくりびと」



TBSライブラリー番組(過去の名作)に強いニーズ



「高校教師」「オレンジデイズ」「風雲！たけし城SP」等、かつてゴールデン・プライムタイムで放送されたライブラリー番組の本格配信。今後も高視聴率・大人気ドラマ・バラエティの配信を予定。



アニメ「けいおん！」シリーズが爆発的な売れ行き



TBSオンデマンドの販売状況



「ドラマ」「アニメ」「映画」「音楽」がジャンル別の売上げTOP4

「見逃しドラマ」の売上が好調(「SPEC」「JIN」「メリは外泊中」など)

ライブラリードラマの中で最も売れたのは「オレンジデイズ」「高校教師」

売上げ比率はTV-VOD(STB)経由が圧倒的 (TV:MOBILE:PC = 7:2:1)

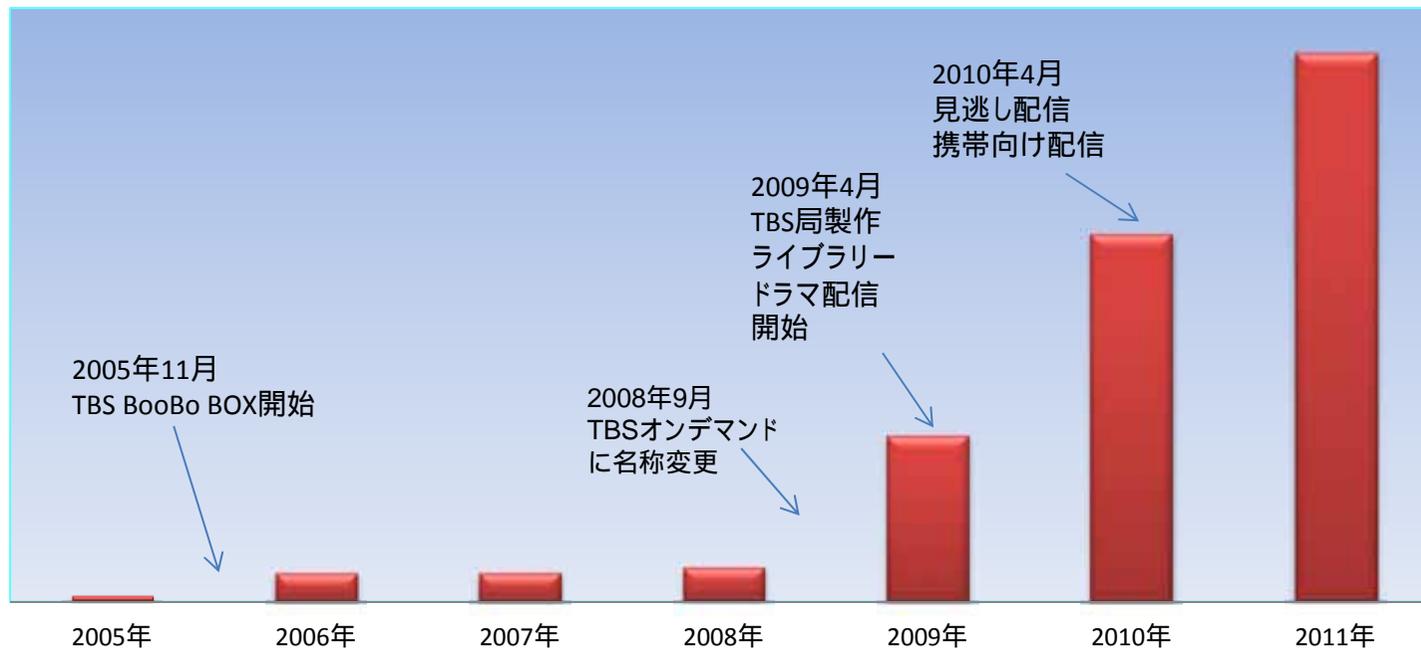
MOBILEでの販売が好調。すでにPCを上回る。

売上推移 / 放送局運営の配信事業で初の通期黒字化達成 (2009年度)



- ・放送局運営の配信事業で初の通期黒字化達成 (2009年度)
- ・早期黒字化達成の要因 地上波コンテンツの権利処理が進み、本格配信開始。
- ・自社配信をせず、自社で技術インフラをもたないBtoB中心の事業構造も奏功。

TBSオンデマンド売上推移 (年度累計) 2011年度は予測値



今後「TBSオンデマンド」に期待されるコンテンツ・ターゲットは？

「TBSライブラリー番組」について、ドラマジャンル以外の配信は？
(バラエティ、秀作ドキュメンタリー、音楽番組等)

古い作品の権利処理データの収集、洗い出し

オリジナル番組制作など、さらなるコンテンツ強化

スマートフォン (iPhone,iPad,Android等) やスマートTV 新たなデバイスへの対応をより強化。

ストリーミング配信のみならず、ダウンロード配信やEST (Electronic Sell-Through ダウンロード売り切り販売) への本格対応。

ダビング・エンコードコスト等、ランニングコストの低減 →
エンコードファイル形式の業界標準化はいつ？

TBSオンデマンド 今後の課題と取り組み



見逃し番組配信への対応をさらに強化。

配信パートナーのさらなる拡大。

海外配信の拡大検討。(cf.2011年末地上波TBS放送 シンガポール・日本共同制作ドラマ「ムーンケーキ」を2012年1月1日より海外配信開始)



今後これらの課題に取り組み、
より魅力的な「TBSオンデマンド」へ

TBSの「民放VOD」への取り組み



- ・「民放VOD」 民放キー局 5 社と電通が共同で取り組む新しいVODサービス。
- ・インターネットTV上のサービス。スマートフォン等、マルチデバイスにも広げる。
- ・テレビの価値の向上、テレビ番組の視聴層拡大が主目的。
- ・2012年春開始予定。ブランド名等、詳細は6社で調整中。
- ・「TBSオンデマンド」は配信可能な全てのコンテンツを民放VODに提供予定。

ご参考(2011年8月3日付共同リリース)

民放キー局 5 社と電通が共同でVODサービスを推進

日本テレビ放送網・テレビ朝日・TBSテレビ・テレビ東京・フジテレビジョン(以下、民放キー局 5社)と電通は、今後普及が予想されるインターネットTV 1 上において、民放各社が主体となった有料課金型のVOD(ビデオ・オン・デマンド)サービスを共同で推進していくことに基本合意しました。

テレビ受像機の機能が多様化する中、民放キー局5社と電通は、地上波放送でのリアルタイム視聴 2 を促進し、番組視聴時間を拡大する民放独自のVODサービス(以下、民放VOD)の提供を、2012年度から2014年度を本格運用に向けた準備期間として位置付け、その導入を計画 3 しています。

この民放VODは、テレビの価値を向上させるという共通認識のもと、視聴者により多くのテレビ番組への視聴機会を提供することで、テレビ番組の視聴者層を拡大し、テレビ番組のファンを増やそうとするものです。

既存のインターネットTV上でのVODサービスは、VODタイトルをメニュー等から検索するユーザーインターフェイスが主流であるのに対し、民放VODは、簡単で誰でも使いやすいユーザーインターフェイスを開発し提供することを検討しています。

なお、動画視聴の可能なデバイスの普及や、生活者のライフスタイルの多様化に対応するため、この民放VODを、インターネットTVだけではなく、スマートフォン・タブレット端末などマルチデバイスにも広げ、リアルタイム視聴に繋げる流れを作り出すことにより、テレビの価値の最大化を図っていきます。

- 1: インターネットを通じて動画視聴が可能なテレビ受像機
- 2: 現在放送中の番組をライブで視聴すること
- 3: サービス開始時期は6社で検討中

「News i」等、TBSニュースコンテンツ動画配信の歩み



1999年:他局に先駆け、民放初の無料動画ニュースサイト「TBS News i」開始(自社サイト)。

2001年:Yahoo!BBの動画ニュースとしても配信開始。その後複数ポータルでの配信も開始。

2003年:有料モバイルサイト「TBSニュース&ライブ」開始。

2003年:News iのJNN配信局(TBS,MBS,HBC,SBS,SBC,RCC,RKB)による外販ハンドリング会議。JNN各局エリア展開。

2009年9月:YouTube上にTBSニュースオフィシャルチャンネル開設 News iコンテンツを配信開始。

2010年10月:TBSニュースFacebookページ開設 News iコンテンツを配信開始。

2010年10月:NTTドコモ社の新サービス「SPモード」向けにNews iコンテンツを配信開始。

2011年3月:東日本大震災時緊急対応としてCS「TBSニュースバード」のUstream・YouTube上での同時再送信。

まとめ



インターネットインフラの整備、権利処理の円滑化により、「TBS オンデマンド」の例のように、この3年間で地上波コンテンツの配信が質・量ともに飛躍的に向上。

放送局は、今後も、インターネットやデジタル技術の発展を利用し、自社の保有する動画コンテンツを死蔵せず、積極的に活用していく必要がある。

同時に、「ネット上での番組の円滑な利用(コンテンツ流通)」と「権利者の保護」「利益の適正な配分」を両立する新たなルールと運用が求められている。

「TBS オンデマンド」は実務を通じて「エンターテインメントコンテンツの流通促進」「適切な権利処理」「利益の適正な配分」を日々実行している。

「News i」等TBSのニュースコンテンツ群も、インターネットやデジタル技術の発展を活用し、さらに先進的かつ、迅速・正確・幅広い情報発信に努める。

今後とも、TBSは実務を通じて「コンテンツ流通の良き実例」を目指し、努力してまいります。

ご清聴ありがとうございました。