



ネットワークの中立性について

日本テレビ放送網株式会社
第2 日本テレビ事業本部エグゼクティブ・ディレクター
土屋敏男

第2日本テレビの取り組み



リニューアル



2005年10月 インターネット動画配信サイト「第2日本テレビ」オープン

2006年 4月 本サービス開始

- ▶コンテンツ:オリジナルコンテンツや地上波番組連動コンテンツ、独自のニュース映像、投稿ビデオなど
- ▶ビジネスモデル:無料広告 / 有料課金
- ▶会員登録:入会・会費無料の会員制 (会員登録をしなくても視聴可能な動画も多数)
- ▶会員数:約57万人。 会員属性 男性:59%、女性41%

主なコンテンツ

1. レギュラー番組のVOD

「伊東家の食卓」「ズームイン!!SUPER」「3分クッキング」など

2. オリジナルコンテンツ

「Zassa(ザッサー)」「ショートフィルム」など

3. ニュース

「第2日テレ報道部」「タイムマシーン屋(過去ニュース)」

4. スポーツ

「高校サッカー」「箱根駅伝」「天皇杯レスリング」など

5. ドラマ

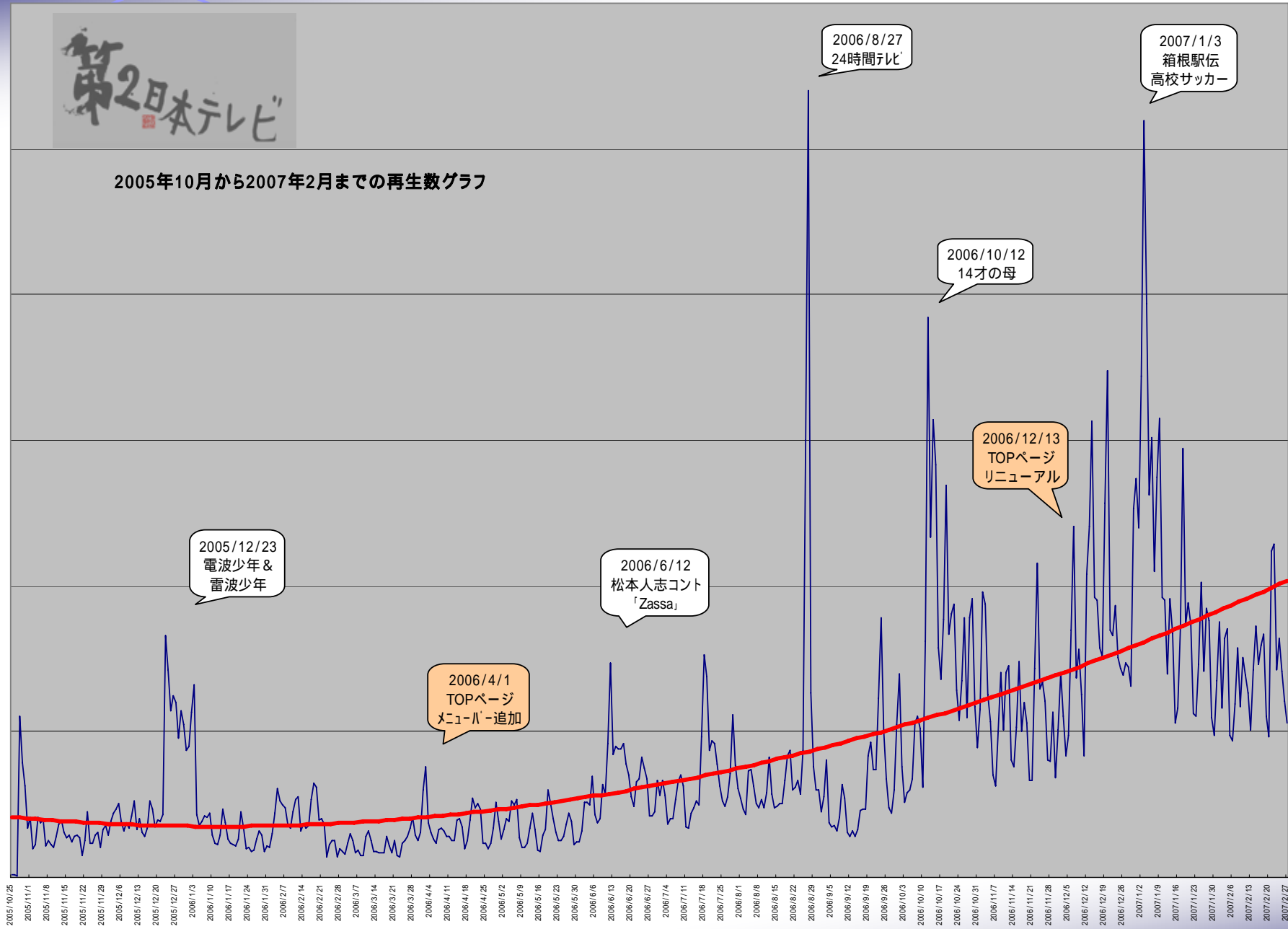
「14才の母」「ハケンの品格」等のメイキング・出演者インタビュー

6. 投稿ビデオ



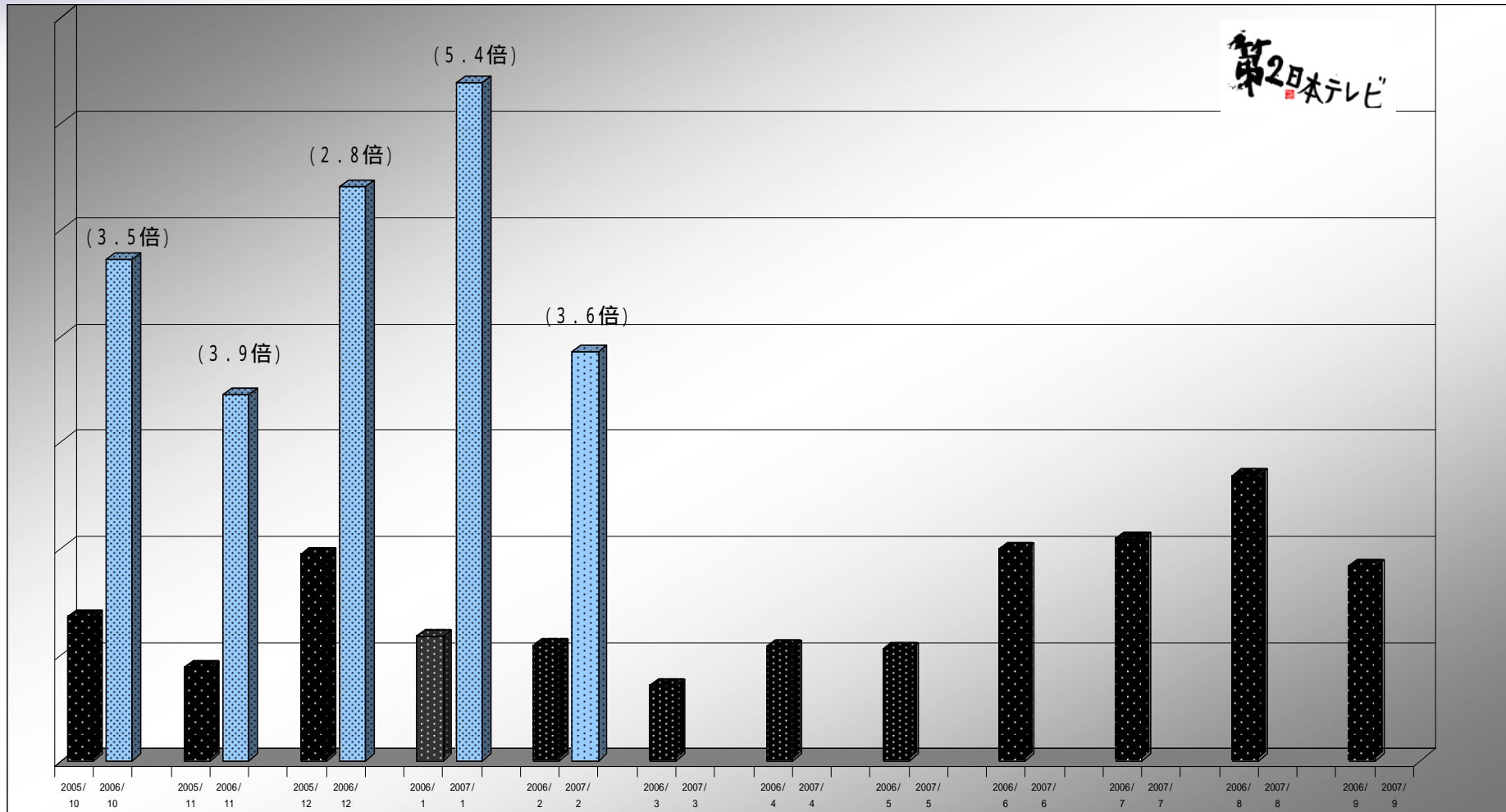


2005年10月から2007年2月までの再生数グラフ



第2日本テレビ 2005年10月から2007年2月までの再生数比較表

(前年同月比)



	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
2005年	第2日本テレビ ランドオープン											
2006年	地上波でじバカ &14才の母	投稿 Hiro-BURN	第2回 TOPページ リニューアル				第1回 TOPページ リニューアル		松本人志 オリジナルコント 「Zassa」	女子アナ 第2期募集	24時間 テレビ	
2007年				箱根駅伝 高校サッカー ハケンの品格	次長課長 +社長							

現状と課題

放送コンテンツのネット展開は 始まったばかり

企画段階からの取り組み

放送番組の企画開発・決定から制作のプロセスの中で、インターネット配信等のマルチユース展開を前提とした諸交渉・作業を行うこと。

関連業界の合意形成

新たなマーケットづくりへ向けて、関係業界における合意・ルール作り。

放送コンテンツがYoutubeなどだけで見られる
“正規版がなく海賊版だけがある状態”を解消しなければならない

今後への提言

ネット上のコンテンツ市場“賑わい、活性化”
のためには、テレビ局の制作力、映像資産
の参入を促進すべき

本格的なネット上のコンテンツ市場流通が
形成された後、改めて議論されるべきでは
ないか？

付記

インターネットの特性である『国境を越える』
を使って日本のテレビコンテンツは
国内流通だけではなく
海外への進出を視野に入れるべきである

国際的に通用するのはアニメ・ゲームだけではない

テレビコンテンツの売り上げ 国内:海外 = 100:1

BBCがYoutubeと提携を発表「英国の優れたコンテンツを、世界中の新しい視聴者に配信する」

日本のテレビコンテンツはハードソフト一体による制作過程によって、高いレベルにある

世界トップレベルのテレビコンテンツをインターネットを使って世界へ

