

情報通信審議会情報通信技術分科会
電波有効利用方策委員会

第1回 放送グループ資料

ユーザーニーズの調査結果とコンテンツの多様性



2007年3月8日

メディアフロージャパン企画株式会社

市場ニーズに関する調査結果①

■メディアフローに関する調査

◆調査サンプル

◆調査方法

- ◆ セントラル・ロケーション・テスト（CLT）

首都圏の携帯高ARPU層

227人

- ◆ インターネット調査

日本の人口のデモグラフィックな構成比に応じた全セグメント

3000人

◆実施時期

- ◆ CLT調査

2006年9月30日～10月3日

- ◆ インターネット調査

2006年10月1日～10月3日

◆属性

- ◆ CLT調査

性別：男性 44.1%/女性 55.9%

年齢：19歳以下 2.2% / 20～35歳 49.3% / 36～59歳 45.8% / 60歳以上 2.6%

- ◆ インターネット調査

性別：男性 50.5%/女性 49.5%

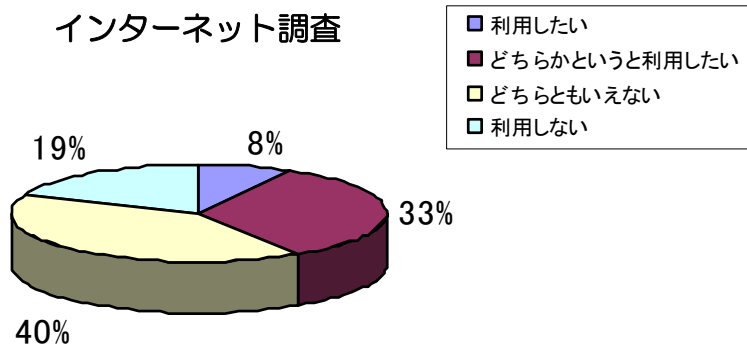
年齢：19歳以下 8.8% / 20～35歳 34.4% / 36～59歳 53.2% / 60歳以上 3.6%

市場ニーズに関する調査結果②

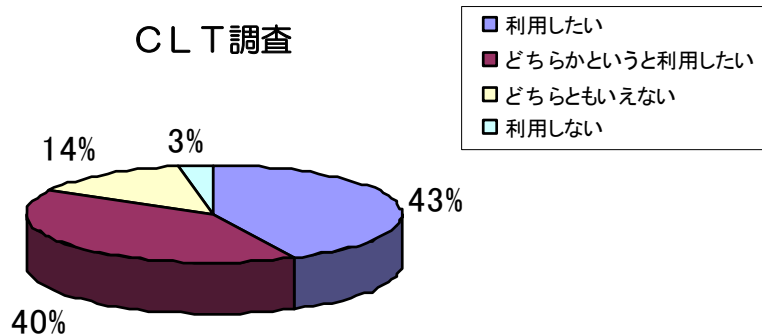
メディアフローサービスを利用したいと思いませんか？
(モバイル向けデジタル放送の利用意向)

サービス全体で選べるラインナップとして、最低限必要と思われるチャンネル数をお答えください。(CLT調査)

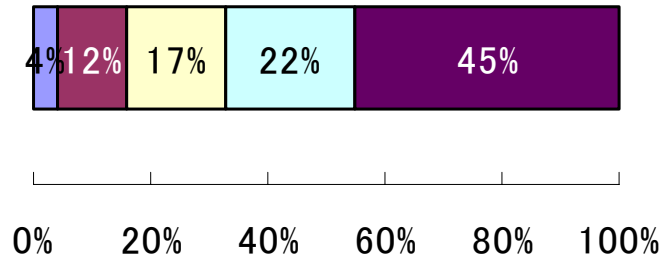
インターネット調査



CLT調査

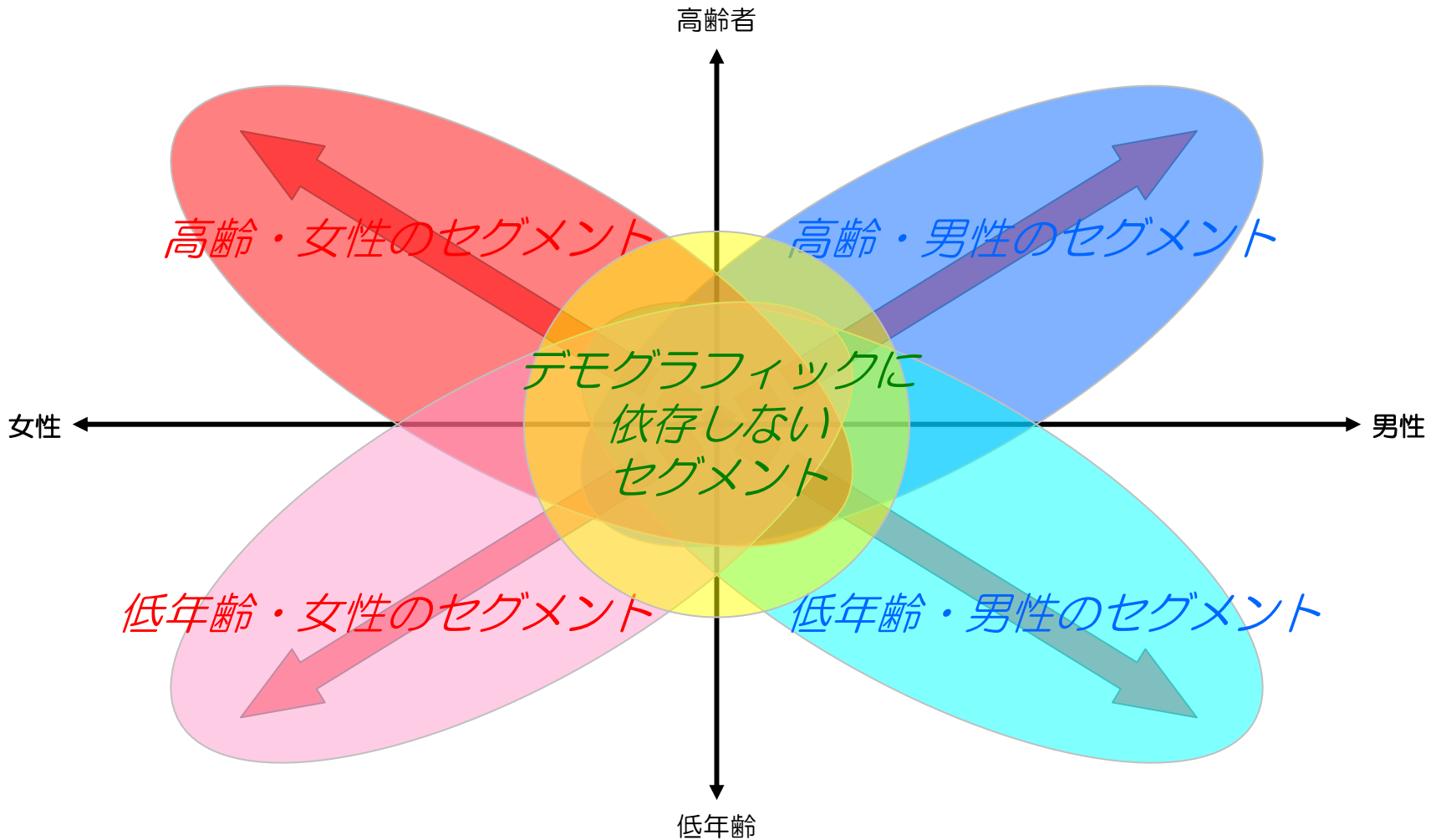


5ch以下 6ch~10ch 11ch~20ch
21ch~30ch 31ch~



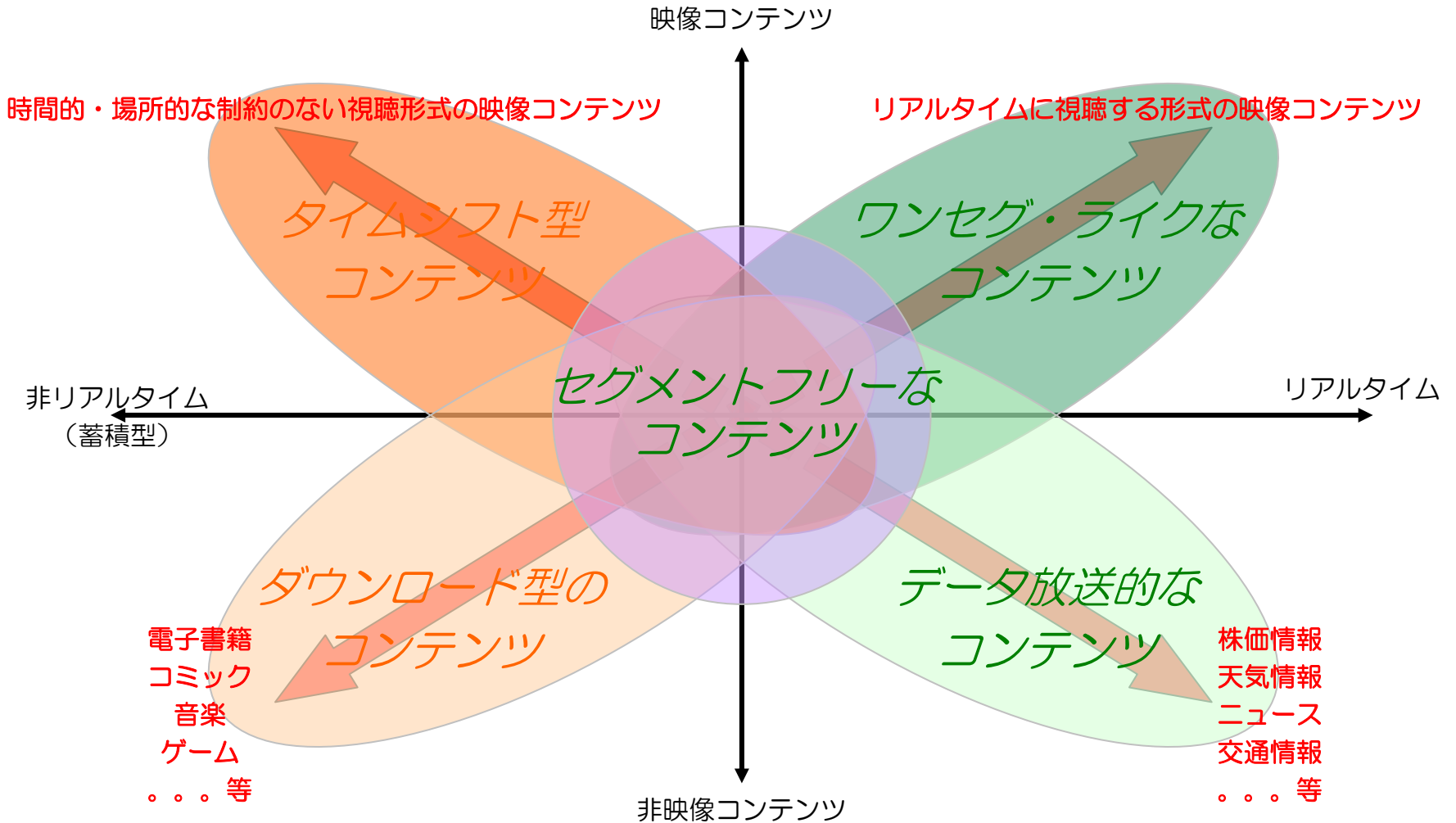
コンテンツの多様性

— デモグラフィックによるマーケットセグメントと多様性 —



コンテンツの多様性

— コンテンツに関するセグメント例と多様性 —



所要チャンネルの算定

- 今回の調査では、一個人としての多チャンネル視聴ニーズとしては、いずれも20～30チャンネル程度は潜在的に存在しているとの結果が読み取れる。
- デモグラフィックによるマーケットセグメントや、提供コンテンツに関するセグメントを考慮すると、上記のような一個人の視聴ニーズを広くカバーすることにより、デジタル放送（マルチメディア放送・デジタルラジオ）の市場規模を最大化することが可能となる。
- 多様なマーケットセグメント及び提供コンテンツセグメントを考慮すると、少なくとも一個人ニーズの4～5倍程度の潜在需要を想定することが可能。
- これにより、80～150ch程度、すなわち少なくとも100ch程度のコンテンツを提供しうるだけの帯域が必要となると想定される。