

GyaO事業について

USEN

2008年3月25日
株式会社USEN

- 1-1. 会社概要
- 1-2. 当社事業の変遷
- 2-1. GyaOの概要と提供価値
- 2-2. GyaOの特徴
- 2-3. GyaOの沿革
- 2-4. ユーザー属性
- 2-5. ジャンル別視聴傾向
- 2-6. 動画配信市場の動向
- 2-7. GyaOのコンテンツ戦略
- 2-8. 自主制作番組の取り組み
- 2-9. 製作委員会への出資や放送番組との連動事例
- 3-1. コンテンツ取引市場に関する弊社意見

1-1. 会社概要



商号	株式会社 USEN
設立	昭和39年9月7日(創業:昭和36年6月)
資本金	634億6百万円(平成19年8月期)
売上高	単体:1,052億26百万円(平成19年8月期) 連結:3,012億38百万円(平成19年8月期)
従業員数	単体:4,021人(平成19年8月期) 連結:9,863人(平成19年8月期)
事業所数	181ヶ所
上場取引所	大阪証券取引所 ヘラクレス(コード:4842)

6つの主要事業

放送事業

市場シェア80%という世界最大規模の有線放送サービス。同軸ケーブルと通信衛星を用いて音楽・情報などを提供する「USEN440」「SOUND PLANET」、移動体向け衛星放送「モバイルUSEN」等を展開しています。



カラオケ事業

業務通信カラオケ機器の保守・販売や、カラオケルームの運営を行う事業。グループ会社の(株)BMBとのシナジーにより、市場シェアは業界トップクラス。また、本格的な海外進出も始まっています。



ブロードバンド事業

フレッツ回線をインフラに個人宅向け・事業所向けISP、を提供。驚異的な低価格と豊富なコンテンツで、ユーザー数は急増しています。



映像・コンテンツ事業

USENグループ各社のリソースを有効活用し、映画、音楽、スポーツ、またはオリジナル番組など、あらゆるエンターテインメントコンテンツを多様なメディアを通じて提供しています。



業務用システム事業

ホテル等の管理システムの開発、ホテル・病院・ゴルフ場等の自動精算機等の製造・販売を行っており、業界で確固たる地位を築いております。



人材サービス事業

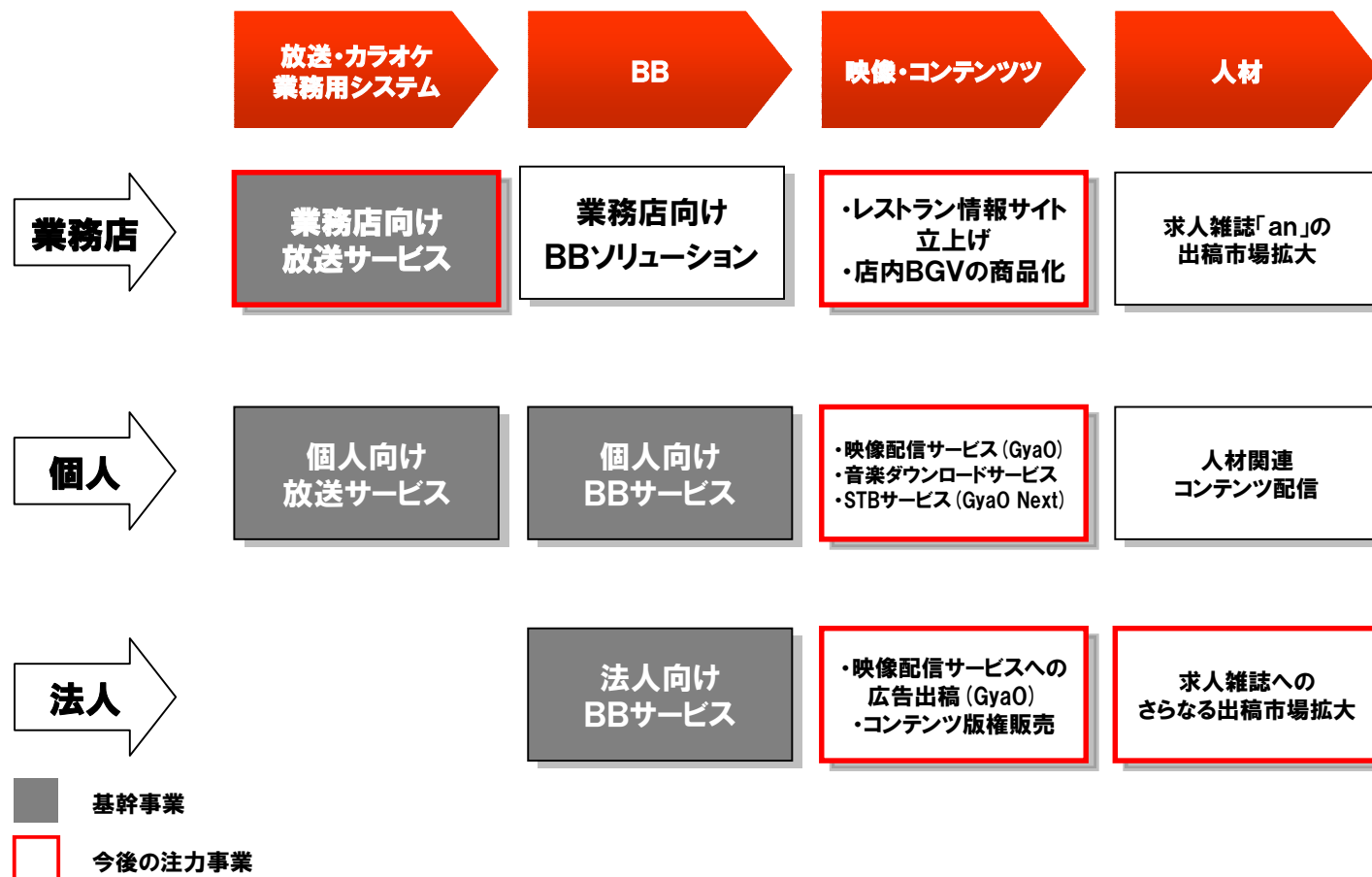
「DODA」「an」等のブランドパワーを生かした人材紹介、人材派遣を展開。さらに転職情報、アルバイト情報を「GyaO」で提供する「シゴトGyaO」、「バイトGyaO」を開設しました。



1-2. 当社事業の変遷



音楽有線事業からスタートし、現在は既存ネットワークを活用するメディア企業となった。



2-1.GyaOの概要と提供価値



GyaOは視聴者、広告主及びコンテンツホルダーを満足させる提供価値を創造するメディアである。



対視聴者

- 完全無料のブロードバンド放送
- 多種多様なコンテンツ
- ビデオ・オン・デマンド

対広告主

- TVでは届かない層へのリーチ
- 性別・地域・職業等に応じた広告属性配信が可能
- 顧客DBによる広告・販促の測定

対コンテンツホルダー

- 全国の視聴者に対するプロモーション露出
- 顧客DBによる視聴者の分類
- 新たなウィンドウでの販売機会による収益の向上

2-2.GyaOの特徴



◇番組視聴は一切、課金しない**完全無料モデル**

◇男女・世代・居住エリア・職業によって異なるCMを配信する**属性配信が可能**

◇TVはHDレコーダーなどでCMカットが可能だが、GyaOは**CMカットが出来ない**

◇TVが『ながら視聴』であるのに対し、GyaOは『**前のめり(専念)視聴**』のため
CMの**認知度が高い**

◇TVCMのように**時間の制約がない**ので、15秒・30秒尺にとらわれず
様々なバリエーションのCM放映が可能

2-3. GyaOの沿革



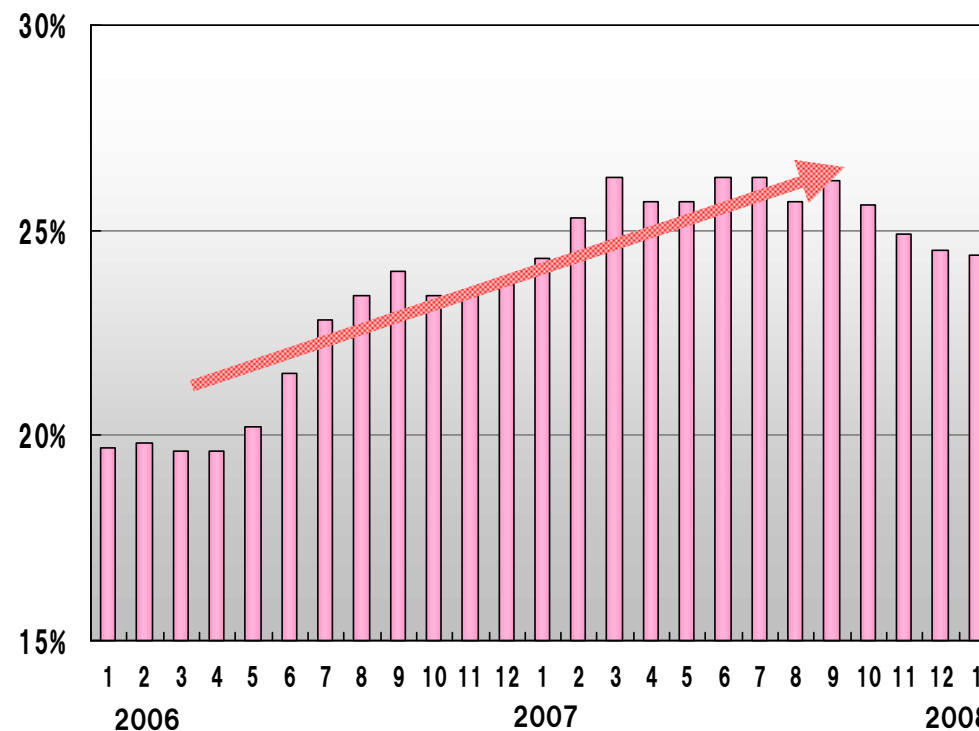
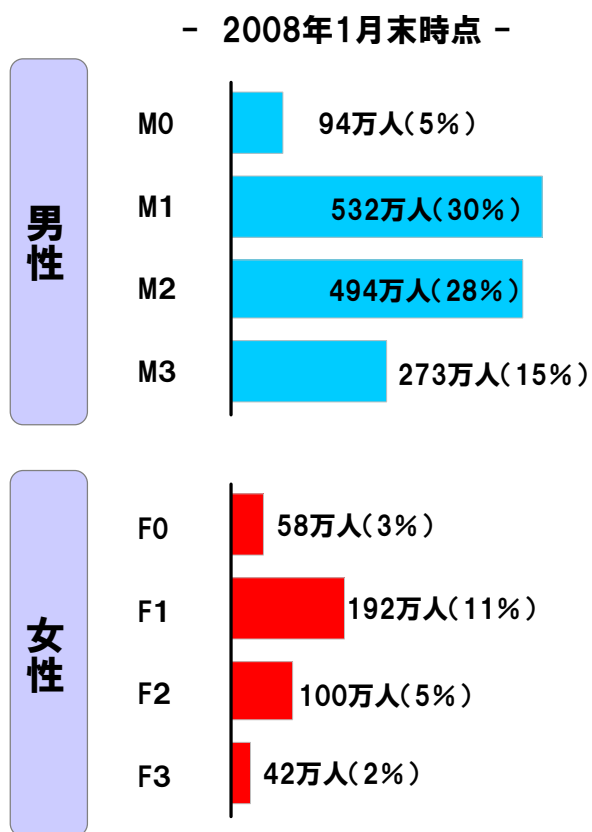
- 2005年04月 サービス開始（開始当初のコンテンツ数150→現在のコンテンツ数26,000）
- 2005年06月 サッカー ユベントス F.C. × 横浜F・マリノス戦ライブ配信
- 2005年06月 視聴登録者数100万人突破
- 2005年07月 プロ野球 横浜ベイスターズ主催試合ライブ配信
- 2005年12月 視聴登録者数500万人突破
- 2005年12月 「FUMIYA FUJII COUNTDOWN PARTY 2005-2006」ライブ配信
- 2005年12月 NTT東日本と提携し「フレッツ・スクウェア」向けにコンテンツを配信する「GyaO on FLET'S」開始
（NTT西日本向けは2006年07月開始）
- 2006年01月 オリジナルドラマ『歌で逢いましょう♪』放送開始
- 2006年02月 社団法人デジタルメディア協会主催
「デジタル・コンテンツ・オブ・ジ・イヤー'05／第11回 AMD Award」大賞受賞
- 2006年04月 プロ野球 千葉ロッテマリーンズ主催55試合ライブ配信
- 2006年06月 視聴登録者数1000万人突破
- 2006年09月 20世紀フォックスと配信ライセンス契約締結
- 2006年10月 吉本興業と提携し新チャンネル「ヨシモト∞(無限大)」開設
- 2006年12月 映画「ミッドナイト・イーグル」パートナーズに出資。GyaOでの配信権を取得
- 2006年12月 MGMと配信ライセンス契約締結
- 2007年01月 オリジナルドラマ「マンハッタン・ダイアリーズ」放送開始
- 2007年05月 映画「象の背中」製作委員会に出資。GyaOでの配信権を取得
- 2007年07月 視聴登録者数1500万人突破
- 2007年07月 ワーナー・ブラザーズ テレビジョンと配信ライセンス契約締結
- 2007年10月 アニメ「機動戦士ガンダム00(ダブルオー)」の配信を開始
- 2007年12月 新チャンネル「ハリウッド・シアター」開設

2-4.ユーザー属性

累計視聴登録者数は1800万人を突破
 視聴登録者全体の男女比率では女性は2割強だが、女性比率は増加傾向。

【累計視聴登録者数の男女比率】

【月間視聴者数に占める女性比率推移】



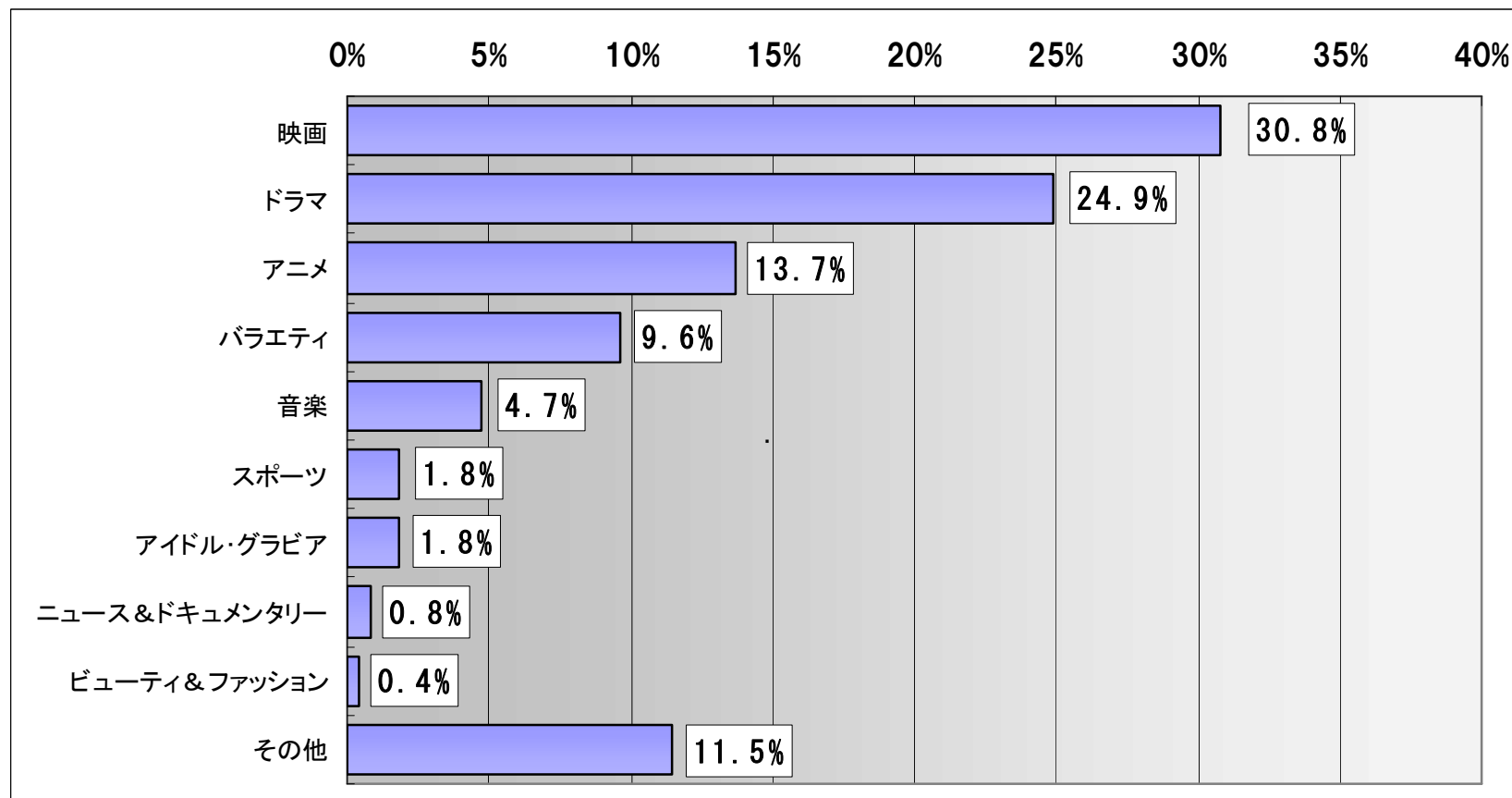
M:男性 F:女性 0:~19歳 1:20~34歳 2:35~49歳 3:50歳~

※弊社調べ

2-5.ジャンル別視聴傾向

ジャンル別では映画・ドラマ・アニメの人気が高い。

【2008年1月視聴時間 ジャンル別比率】



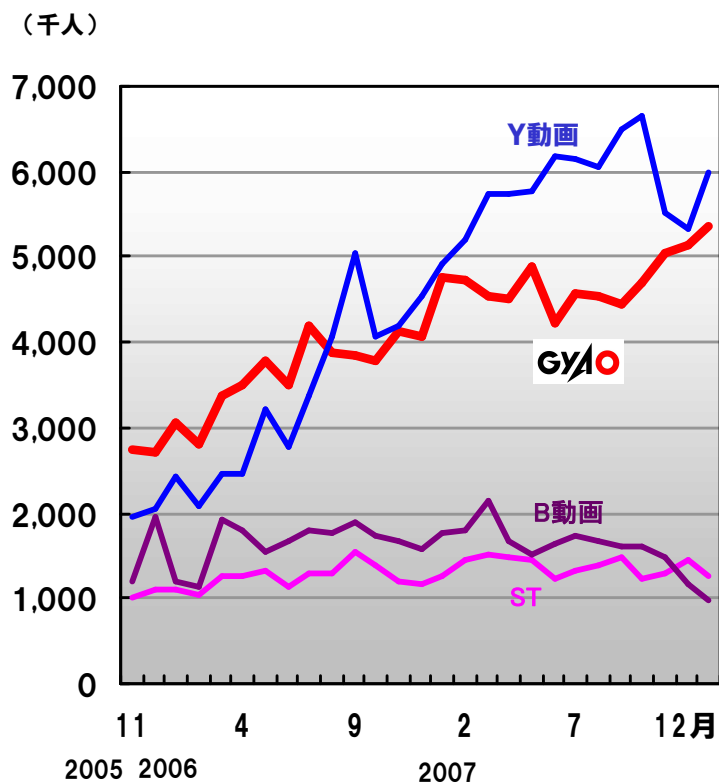
※弊社調べ

2-6. 動画配信市場の動向

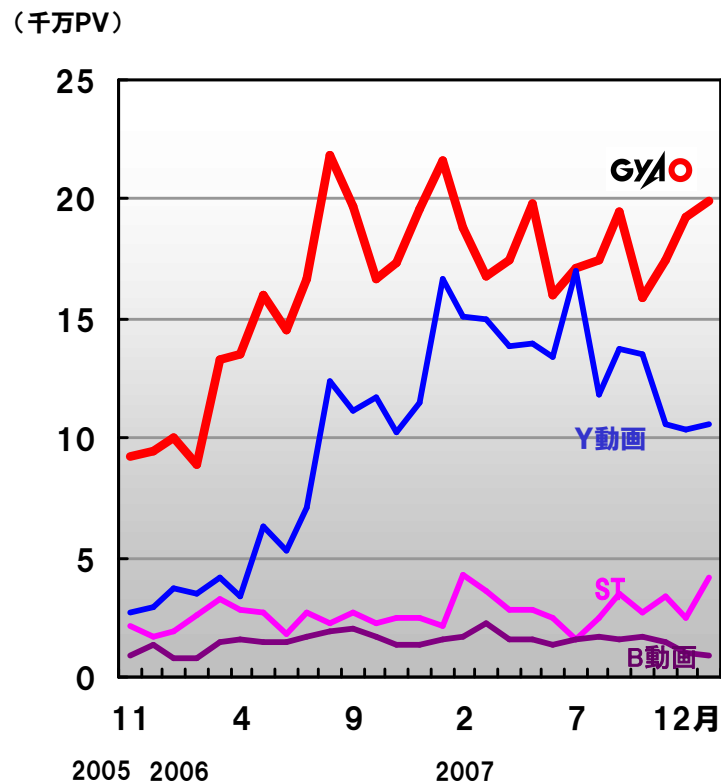


【 利用者数の比較 】

※サイト訪問者のユニークユーザー



【 PV(ページビュー)での比較 】

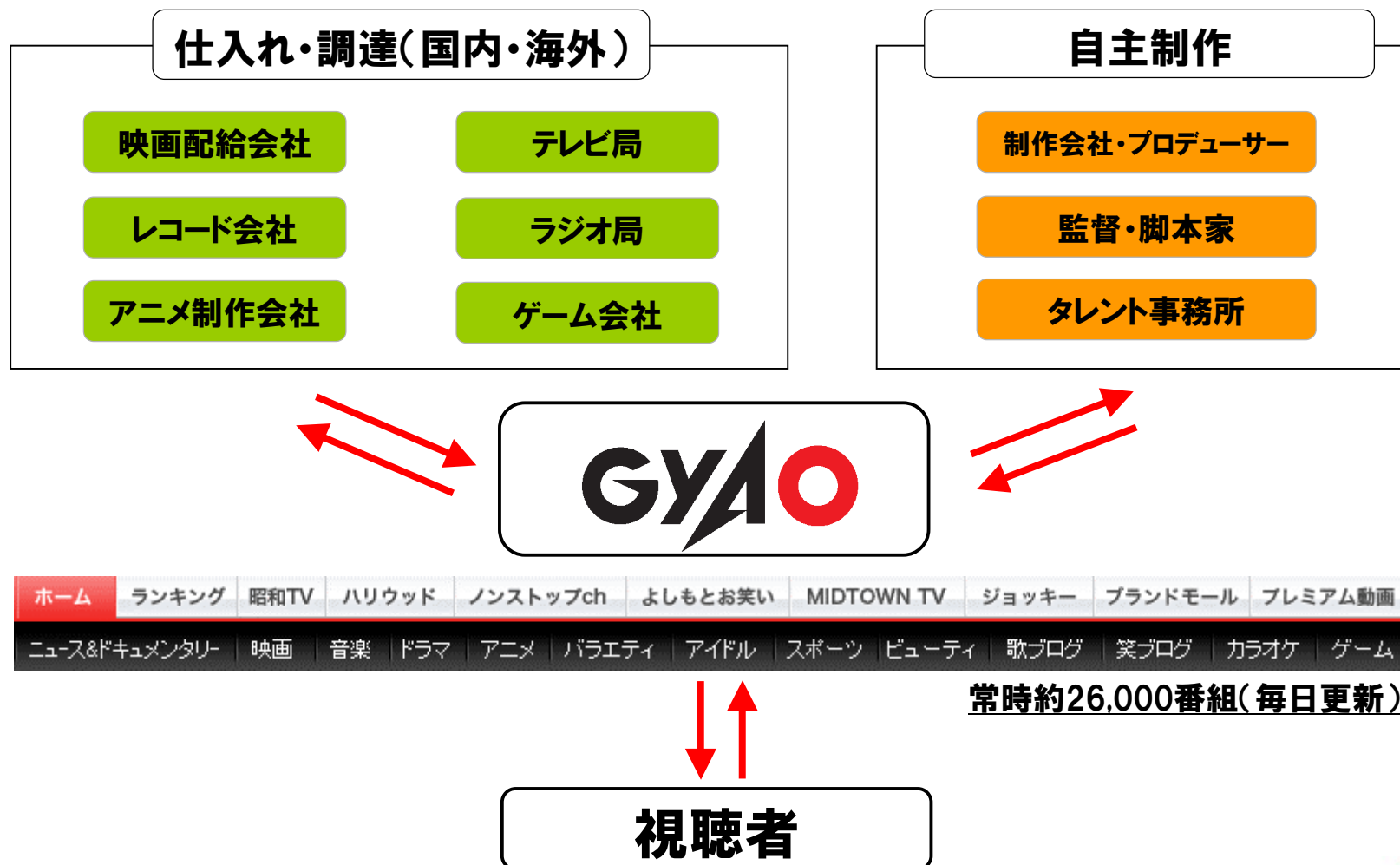


※出所：2008年1月 NetRatings

2-7.GyaOのコンテンツ戦略



GyaOは国内・海外の様々なコンテンツホルダーから仕入・調達した番組と自主制作番組で編成し、頻繁に番組の更新を行っている。



2-8.自主制作番組の取り組み



GyaOは番組の自主制作にも取り組んでおり、生放送番組を配信している。

【自主制作番組の事例】



月～金曜日 12:15～13:00

東京ミッドタウン 自社スタジオから生放送

週間視聴者数:9万人

豪華MCがエンタメ番組を生で発信
ライブ放送および過去3週分をアーカイブ放送

- (月) アジアンビューティーボーイズ
- (火) えみりの美女☆ラボ
- (水) 音楽番組を板尾創路
- (木) ○○あい☆コラ! 生やぐち
- (金) キネマルネットサンス あ～や城



月～金曜日 22:00～25:00

東京ミッドタウン 自社スタジオから生放送

週間視聴者数:9万人

MCとゲストによるトーク中心の1時間番組
小島よしお・鳥居みゆき等を、他にさきがけて
紹介し、ブレイクのきっかけとなった。

2-9.製作委員会への出資や放送番組との連動事例



GyaOは製作委員会への出資や放送番組との連動も行っている。

【製作委員会への出資事例】

【放送番組との連動事例】

映画「ミッドナイト・イーグル」

「ミッドナイト・イーグル」パートナーズへの出資

出資者:ユニバーサル・ピクチャーズ・ジャパン・松竹・US
EN他
配給:松竹

アニメ「機動戦士ガンダム00(ダブルオー)」

2007年10月からMBS・TBS系列全国ネットで放送
製作:毎日放送・サンライズ
テレビ放送の1週間後からGyaO上でも配信

映画「象の背中」

「象の背中」製作委員会への出資

出資者:産経新聞社・松竹・テレ朝日・ジェネオンエンタ
テインメント・ポニーキャニオン・電通・扶桑社・USEN他
配給:松竹

アニメ「ドルアーガの塔～the Aegis of URUK～」

2008年4月からテレビ神奈川他で放送
制作:GONZO
第1話をテレビ放送と同日同時刻にGyaO上でも配信

3-1. コンテンツ取引市場に関する弊社意見



- 弊社は、永年の有線放送事業で培ったコンテンツホルダーや権利者団体との強固な関係を生かし、2005年4月にGyaO事業を開始しました。
- 弊社自身も、番組の自主制作や製作委員会への出資を積極的に進めており、子会社のギャガ・コミュニケーションズによる映画制作、ユーズミュージックに所属する各アーティスト(例:アンダーグラフ)等を育成・保有するコンテンツホルダーの立場でもあります。
- 事業開始以来、弊社は、国内外の様々なコンテンツホルダーとコンテンツ調達交渉を行い、ネット上での動画配信サービスを普及させてきました。
- その結果、消費者がネット上で動画を観る習慣が根付いてきていると考えています。中でも、人気の高い映画・音楽・ドラマ・アニメについては、更なる消費者のニーズがあると推察します。
- コンテンツ取引市場のデータベース構築に関しては、登録すべき情報の内容や公開・活用方法、コスト負担の問題など、利害関係者間での深い議論が必要です。
- しかし、コンテンツ制作者等が、コンテンツ取引市場を通じてコンテンツマルチユースを進める意向があるのであれば、弊社としては、コンテンツ調達チャネルの拡大にもつながることであり、トライアルへの参加を前向きに検討したいと考えます。