

第一章 エグゼクティブサマリー

1.1 オンライン・コンテンツ配信サービスの構造と本調査研究の範囲

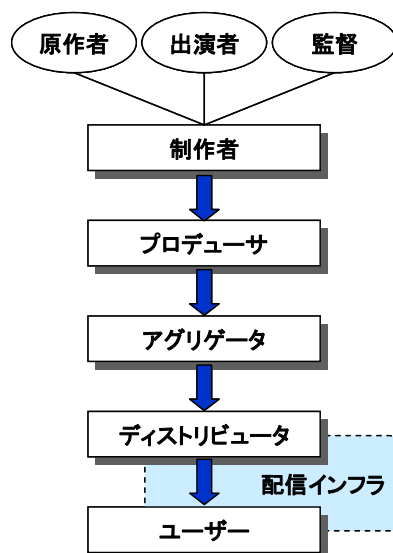
1.1.1 オンライン・コンテンツ配信サービスの構造

映像業界において、コンテンツの制作から消費にいたる各段階には次のようなプレイヤーが存在している。

コンテンツの実際の制作を行う制作者、コンテンツの企画と制作の依頼、および管理を行うプロデューサ、コンテンツの収集と流通を担うアグリゲータ、コンテンツを消費者に届けるディストリビュータ(配信事業者)、配信事業者が利用する配信インフラ、そしてコンテンツを視聴するための端末とユーザー(消費者)である。

この様子を図表 1.1.1-1 に示す。

図表 1.1.1-1 映像業界のプレイヤー



出典：平成 15 年度経済産業省委託調査

株式会社 日本総合研究所「映像アーカイブの利活用に関する調査報告書」

既存の映像業界およびオンライン・コンテンツ配信サービス業界の構造を、上記のプレイヤー分類に即して記した表を図表 1.1.1-2 に示す。

オンライン・コンテンツ配信サービスにおいては、制作者、プロデューサ、アグリゲータが提供するコンテンツを、オンライン・コンテンツ配信サービスプラットフォーム、および電子決済プラットフォームからなる配信インフラを利用して、コンテンツ配信事業者がネット家電の利用者に届け、ユーザーはネット家電端末を利用してコンテンツの視聴を行う。

図表 1.1.1-2 映像業界のプレイヤー構造

名称	放送業界	映画業界	アニメ業界	オンライン・コンテンツ 配信サービス業界
制作者	専門制作会社	映画事業者	アニメ制作会社	
プロデューサ	放送局プロデューサ	映画事業者プロデューサ	アニメ制作会社	
アグリゲータ	放送局番組編成局	映画事業者 映画買付事業者	映画買付事業者 放送局番組編成局	
ディストリビュータ	テレビ放送網	配給事業者	配給事業者 テレビ放送網	コンテンツ配信事業者
インフラ	地方放送局、放送設備	映画館、シネコン	地方放送局、放送設備 映画館、シネコン	配信プラットフォーム 電子決済プラットフォーム
ユーザー	視聴者、観客			ネット家電端末利用者

出典：平成 15 年度経済産業省委託調査

株式会社 日本総合研究所「映像アーカイブの利活用に関する調査報告書」をもとに CIAJ で構成

既存の映像業界における課題には次のようなものがある。

既存コンテンツをオンラインに流すには著作権の問題があるほか、放送局や映画のクリエイターが下請けの位置にとどまっており、独自コンテンツを作る資金がないという問題も存在している。クリエイターが独立して自由な作品を作れる環境が望ましい。コンテンツはアニメ業界からも提供されているが、まだオンラインでコンテンツをうまく流す仕組みができていない。

配信事業者が利用する配信インフラには、コンテンツの配信を行う配信プラットフォームと、課金・決済を行う電子決済プラットフォームが存在する。

このうち、配信プラットフォームについては、配信フォーマットの不統一や、コンテンツへのアクセス性を高めるためのメタデータの不統一、コンテンツの不正コピーに対処するための DRM(デジタル著作権管理)の不統一や配信システムに関する問題がある。

これらの問題に対処するため、各配信事業者は、現状では STB(セットトップボックス)を利用し、ストリーミングや VOD(ビデオ・オン・デマンド)によってコンテンツの提供を行っており、多少の実績が出てきている。

課金・決済のための電子決済プラットフォームについては、次のような課題がある。従来のコンテンツ配信事業では月額固定制や、高額の商品に対してはオンラインのクレジット決済が多く、ユーザーにとって選択性の高い、即時で個別コンテンツの課金・決済の効率的な仕組みは存在していなかった。またクレジット決済には加入者の年齢制限が存在し、未成年を対象とする市場には適合していない。オンラ

イン・コンテンツの単価は数十円から数百円、高くともたかだか3千円程度に収まっているが、このような小額課金・決済を行うための、廉価で効率的な小額課金・決済の仕組みの開発が強く望まれる。

家庭においては、従来パソコンがオンライン・コンテンツの受信端末として機能してきている。しかし、放送、映画を初めとする既存のコンテンツ業界からは、DRMの不統一の問題もからんで、パソコンが不正コピーのツールとみなされており、オンライン・コンテンツビジネスに対して既存コンテンツが提供されにくい状況を作ってきた。

今後はパソコンよりネット家電の需要がのび、家庭においてオンライン・コンテンツを視聴する装置はパソコンからネット家電に移行していく。すなわち、オンライン・コンテンツが家庭内で自由に消費され、オンライン・コンテンツビジネスが拡大していくためには、オンライン・コンテンツとネット家電端末とを結ぶ、利便性・多様性のあるサービスプラットフォームを普及促進させる必要がある。

1.1.2 本調査研究の範囲

オンライン・コンテンツの配信を行うプラットフォームには、前述のとおり、配信プラットフォームと電子決済プラットフォームの2種類がある。このうち配信プラットフォームについてはVOD、ストリーミング配信などで多少の実績が出てきていることから、本報告書においては、最大の課題である小額即時決済を行うための電子決済プラットフォームを中心に論じることとする。

配信プラットフォームについては、この他、効率的なストリーミング配信、端末蓄積配信、端末蓄積配信を利用した超流通配信などに関する課題もあるが、これらについては別途検討することとしたい。

本報告書では、オンライン・コンテンツ(コンテンツ産業)とネット家電端末(情報家電産業)とを、国際競争力のある新産業として育成する環境を整えることを目的として、第三章、第四章において小額即時決済プラットフォームについて記述し、第五章でコンテンツ制作・流通環境改善策について記述した。また第六章ではオンライン・コンテンツビジネスにおけるビジネスモデルの提案を、第七章では事業化を推進するための課題と提言を行っている。

図表 1.1.2-1 に、オンライン・コンテンツ配信サービスの構造、本調査研究の範囲を示す。

図表 1.1.2-1 オンライン・コンテンツ配信サービスの構造、本調査研究の範囲

