



Rich Content Delivery
Professional

『第45回Eビジネス研究会』
リッチコンテンツを利用した企業プロモーション

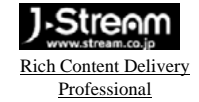
株式会社 JStream
取締役副社長 古株 均
Jan. 13 2005

- J-Streamの概要
- 市場について
- コンテンツ配信ビジネスのレイヤ
- Streamingは死んだ？
- 人は、どんなコンテンツにアクセスするのか
- プロモーション方法の変化と、情報収集
- 利用環境と求められるコンテンツ
- コンテンツとデバイス

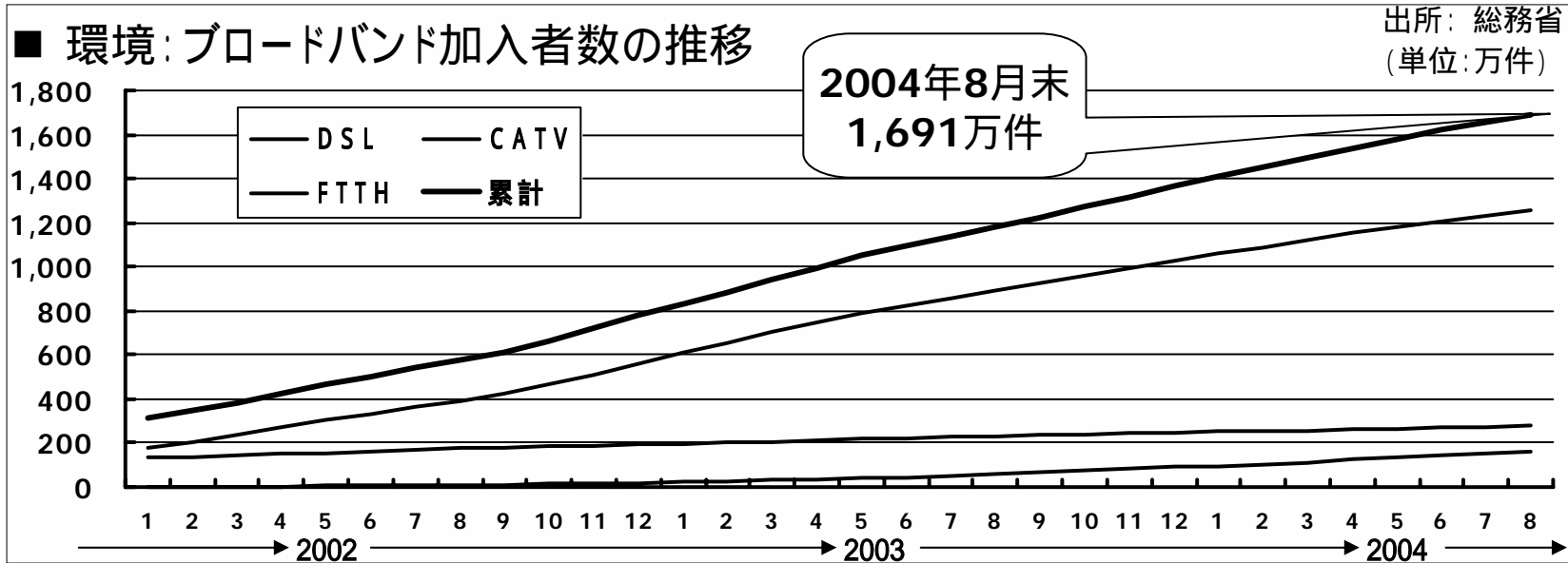
会社概要

- 社名 株式会社Jストリーム
- 英文社名 J-Stream Inc.
- 設立年月日 平成9年5月29日
- 会社所在地 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷3-25-18 渋谷ガーデンフロント10F
TEL : 03-4363-7000 FAX : 03-4363-7078
WebSite : <http://www.stream.co.jp/>
- 代表者 代表取締役社長 白石 清
- 資本金 21億3,650万円
- 主要株主
 - Transcosmos Investments & Business Development, Inc.
<http://www.transcosmos.com/group/>
 - 株式会社NTTPCコミュニケーションズ
<http://www.nttpc.co.jp/>
 - リアルネットワークス・インク（米国）
<http://www.real.com/>
 - KDDI 株式会社
<http://www.kddi.com/>
 - 株式会社みずほコーポレート銀行
<http://www.mizuhocbk.co.jp/>
- 事業内容
 - (1) インターネットや携帯電話網等を利用した、映像/音声/画像データ等の配信サービス
 - (2) 映像/音声/画像データ等の配信に関連する各種ASPサービス
 - (3) 映像/音声データの配信に関連するソフトウェア・ハードウェア等の開発・販売
 - (4) インターネットを利用した配信に関するコンサルティングサービス

主な顧客



環境と市場の変化-1



■ 情報発信者の対応: 広告出稿大手200社 リッチコンテンツ利用度調査

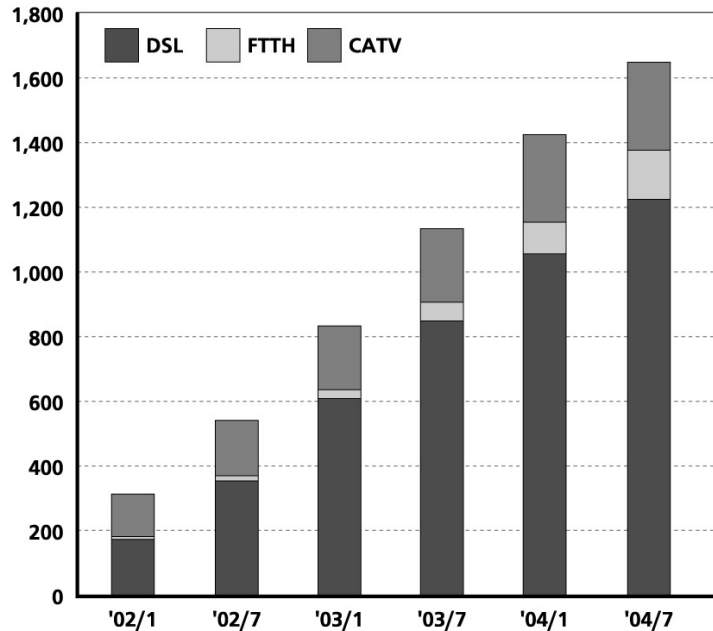
03年度 広告予算上位200社(日経広告研究所)を目視にて調査 (Jストリーム 調査期間:04年4月~5月)

	全体	トップページ	IR	採用	商品紹介	セミナー / 教育	CM	CS/FAQ	イベント・発表会	その他	
ストリーミング全体	123	4	31	6	66	7	72	1	13	31	
内訳	NB	83	2	16	1	36	1	42	1	9	18
	BB (128-1M)	123	3	31	6	66	7	71	1	12	31
	1M以上	51	0	1	1	30	1	20	0	1	7
Flash	178	77	36	71	132	12	12	9	26	82	

123社(6割)の企業がストリーミングを利用しており、すべてブロードバンド配信

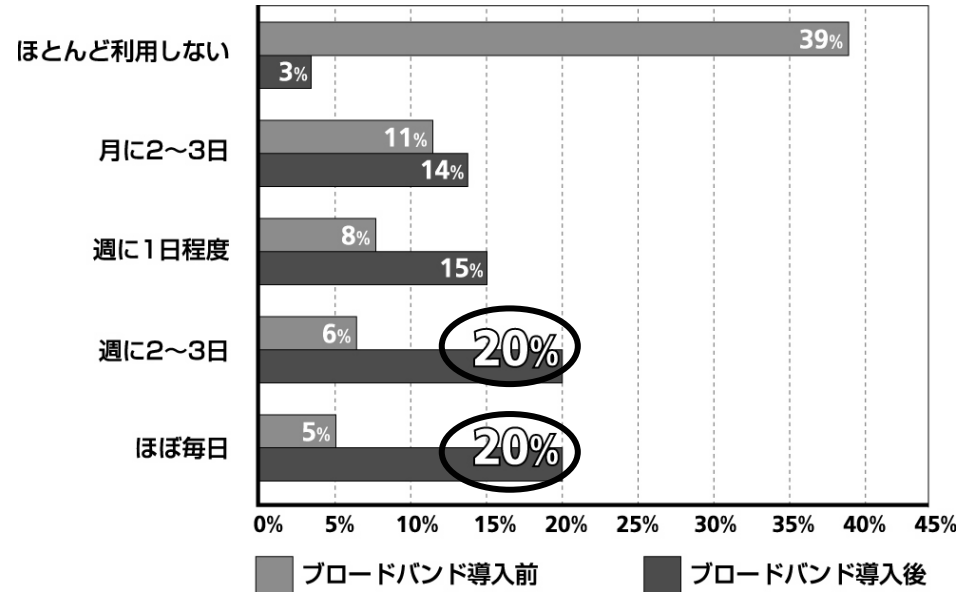
環境と市場の変化-2

【単位：万加入】



- ブロードバンドユーザの推移

総務省による「インターネット接続サービスの利用者数などの推移」より
CATVはダイヤルアップユーザを含む加入数であり、必ずしも「人数」とは一致しない



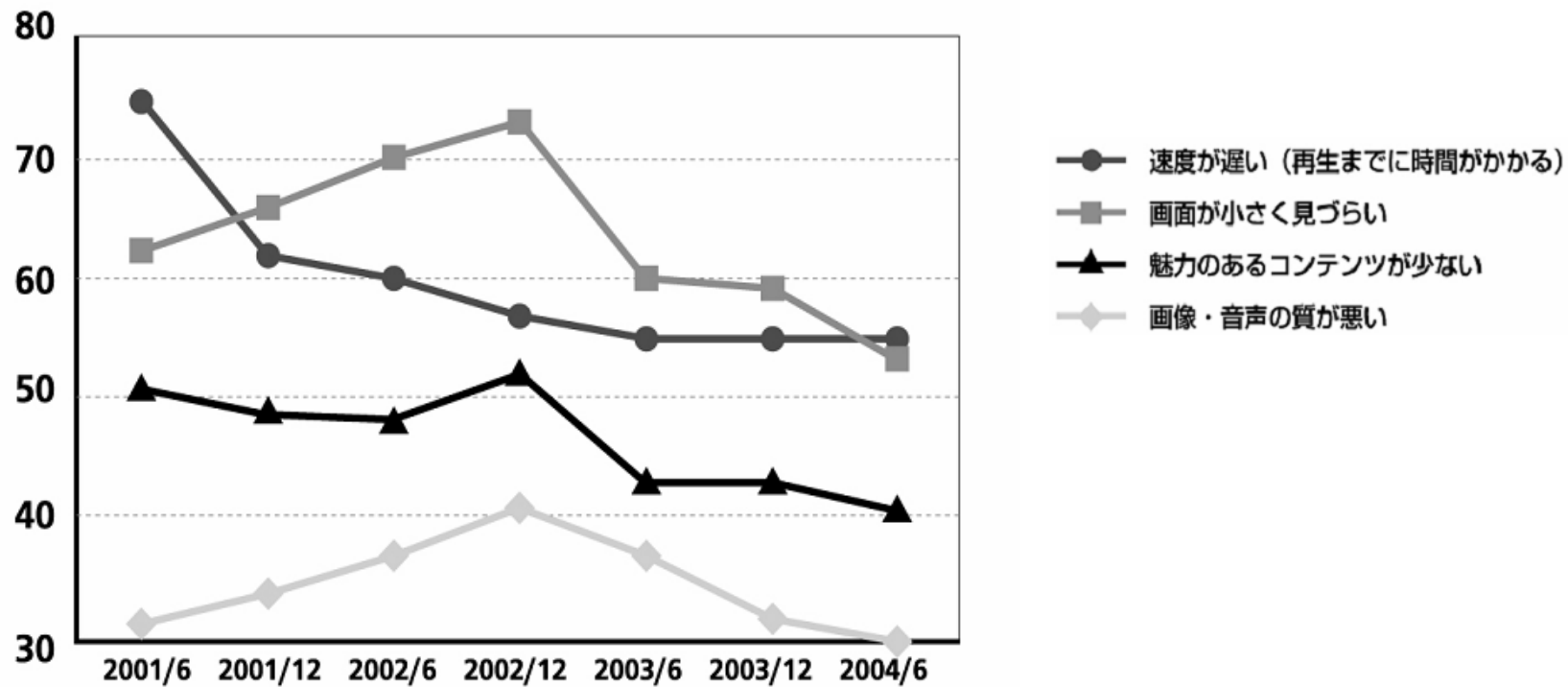
- ブロードバンド導入前と導入後のストリーミング映像利用頻度

スカイライトコンサルティング「ストリーミング調査2003」より

2003年6月に実施 サンプル数は2061人

- 週に2日~3日ストリーミングサービスを利用するユーザの合計は40%と非常に高い数値となっている

環境と市場の変化-3



- ・ ストリーミングに対する不満の変化
スカイライトコンサルティング「ストリーミングユーザ調査」(2004年)6月より

コンテンツ配信ビジネスのレイヤ

Original Rights Holder	Internet Broadcasting Service B2C	Client Management Syndication Stream AD Insertion eCommerce, EPG Reporting
	Business Communication B2B B2E (IR, Press Conference, Help Desk)	
	Personal Communication	
	Marketing (Sales Promotion)	INDEX, Searching Access Control, DB Authorization, Billing
	Encoding	

Content Creation (Video, Audio, Text, Graphic, Game, Program, Web)

Delivery Architecture (Real, WMT, QT, MPEG, Flash, HTTP ,)

CDN (Multi-ISP Support, Multi-Output Device Support ,)

Back Bone (NTT , KDDI, ODN, SoftbankBB,)

Access Line (Flets , DION, eAccess,)

ストリーミングは死んだ？

- リッチインターネットアプリケーション？
MINI NYSE Perfect Suit Factory
- リッチコンテンツのプロモーション主体は，Flashへ
ユーザはバッファリングが大嫌い
複数コンテンツを扱う・同期を取るのがラクチン
The Terminal VOLVO RENAULT F1 Team
電通 So-net SHARP JT J-Stream
- 長尺コンテンツ，低加工度のコンテンツは，ひきつづきStreaming
ユーザのコンテンツに対する引きが大事
とにかく，ユーザはちゃんと見えればOK スキー場Liveカメラ
RIA SEGA channel

社会

- IPネットワークが全ての電子表示デバイスの基本となる
- ユビキタスとブロードバンドは「あたりまえ」

有料コンテンツ

- 売れる条件は今だけ，ここだけ，あなただけ．内容は儲かる，便利で楽ちん，楽しい，の3つ
- オンラインで映画が見れると，レンタルビデオ店にいかなくてもよいけど パソコンで映画観る？
- コピーをすると値打ちの無いコンテンツとDRMが必要なコンテンツ
- DRMをかけて，VODをやるとコスト的にあわない？

デジタルコピー

- DVDのリージョンコード，マクロビジョンは簡単に外れる
- ブラウザはコピーを許すデザイン？

サービスを開始するには

- 表示デバイスとプラットフォーム特性を，ユーザの利用環境にあわせ，よく考えること
 - コンテンツとサービスがますます重要に
 - PCがIPチューナーになると
 - 地上デジタルが始まると携帯でTVを見るかも
 - では，モバイル放送はどうなる
 - デバイスは，仕事/PC，家庭/テレビ，移動中と屋外/携帯電話
-
- 景気が悪くても技術は進歩する．情報家電マーケットはどうなる
 - 全世界の誰もが同じスタートライン上にいる