

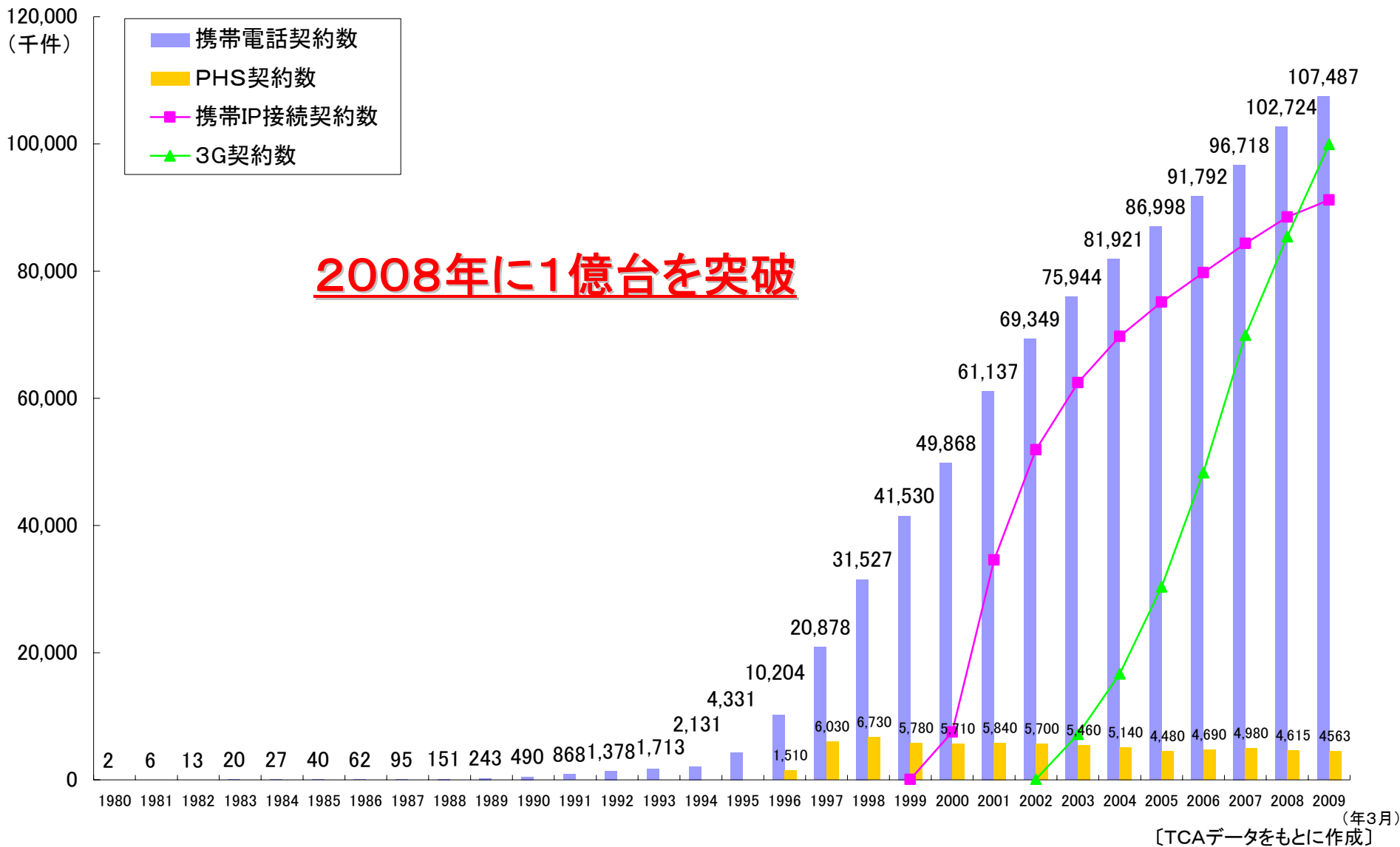
携帯向け映像配信ビジネスの現状と今後

一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム(MCF)

常務理事 岸原孝昌

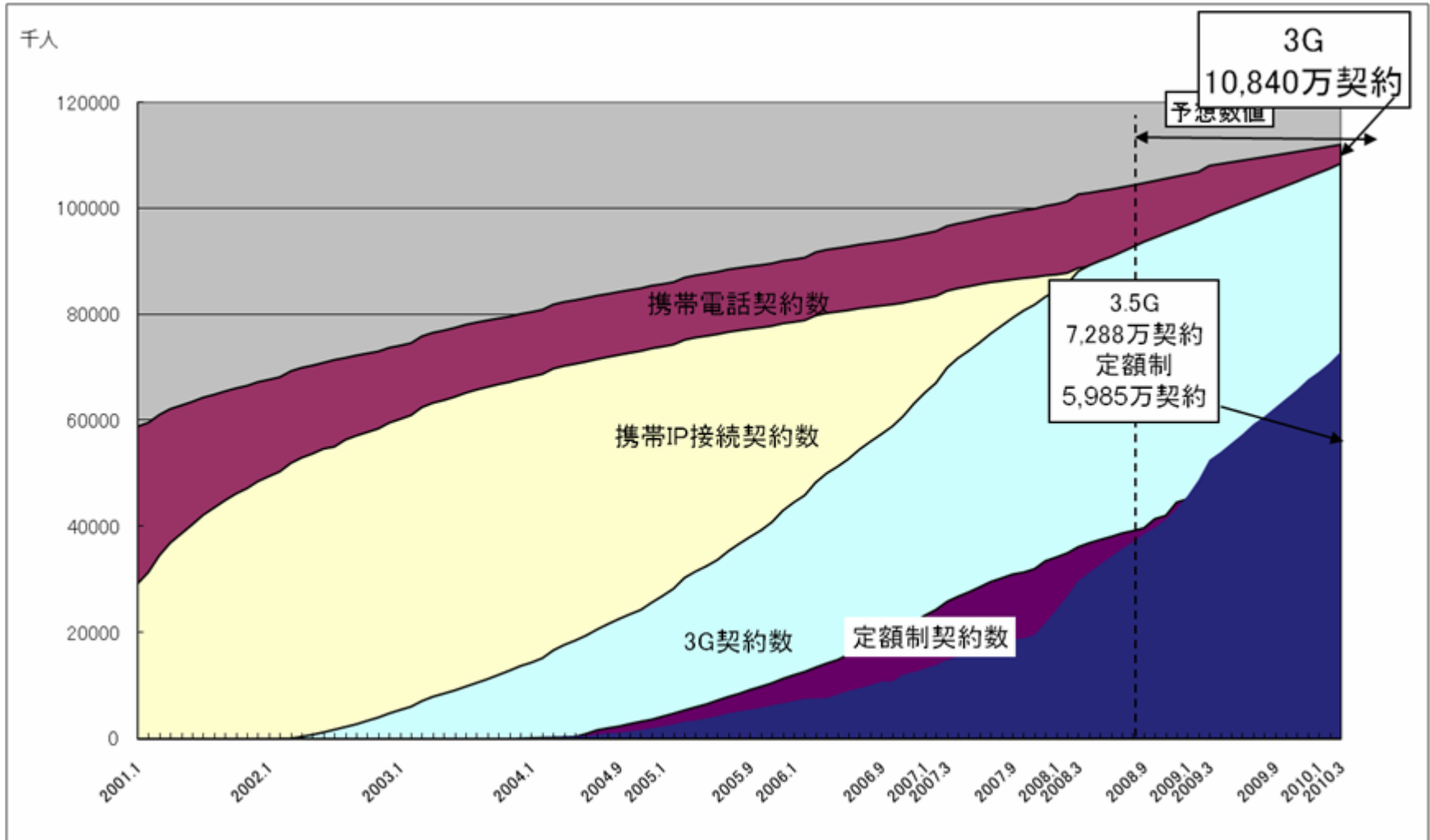
ケータイの普及とモバイルコンテンツの成長

携帯電話の普及

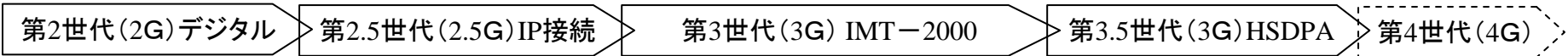


IP接続・3G・パケット定額制について

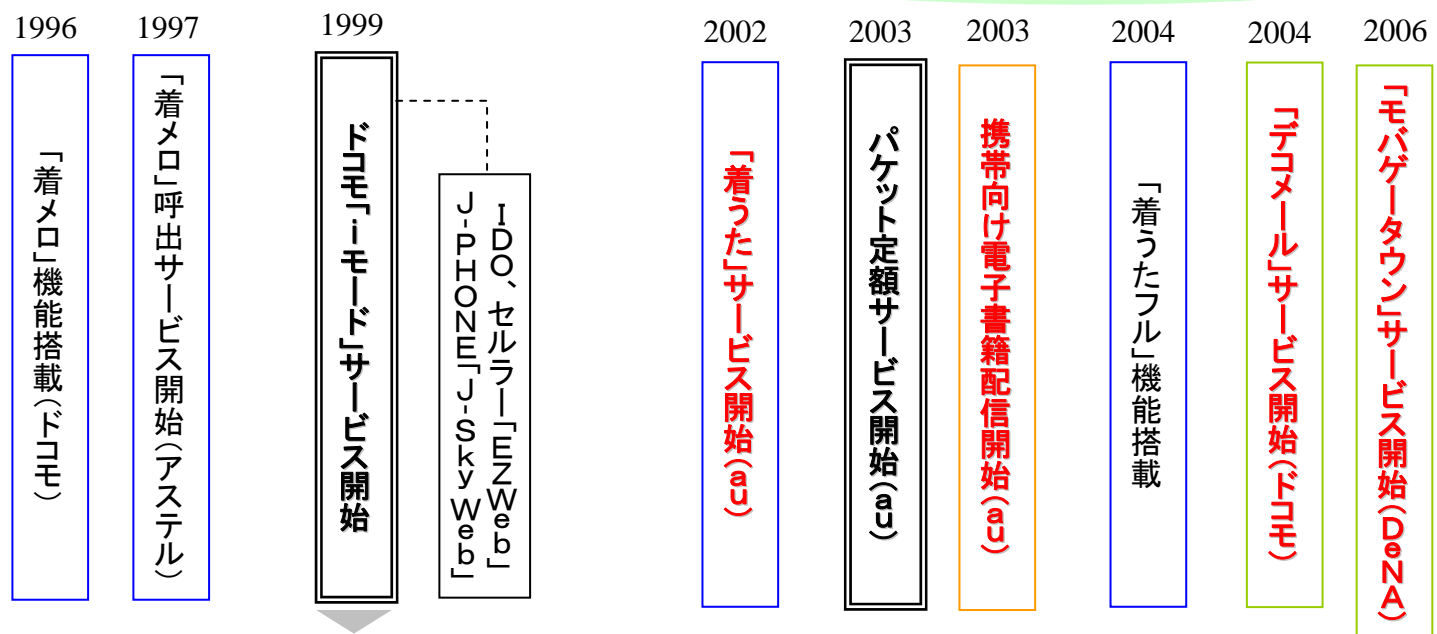
ケータイはハイスペック、パケット定額制は当たり前！



モバイルコンテンツ発展の経緯



音声、高速データ、映像伝送が可能に＝端末の高機能化



I DO、セルラー「EZWeb」
「J-PHONE」J-SkyWeb

携帯向けサイトの登場

- 着信音系
- ゲーム
- コミュニティ
- 占い
- 情報
- etc...

「ケータイ小説」の誕生

「ケータイ小説」の書籍化→ヒット

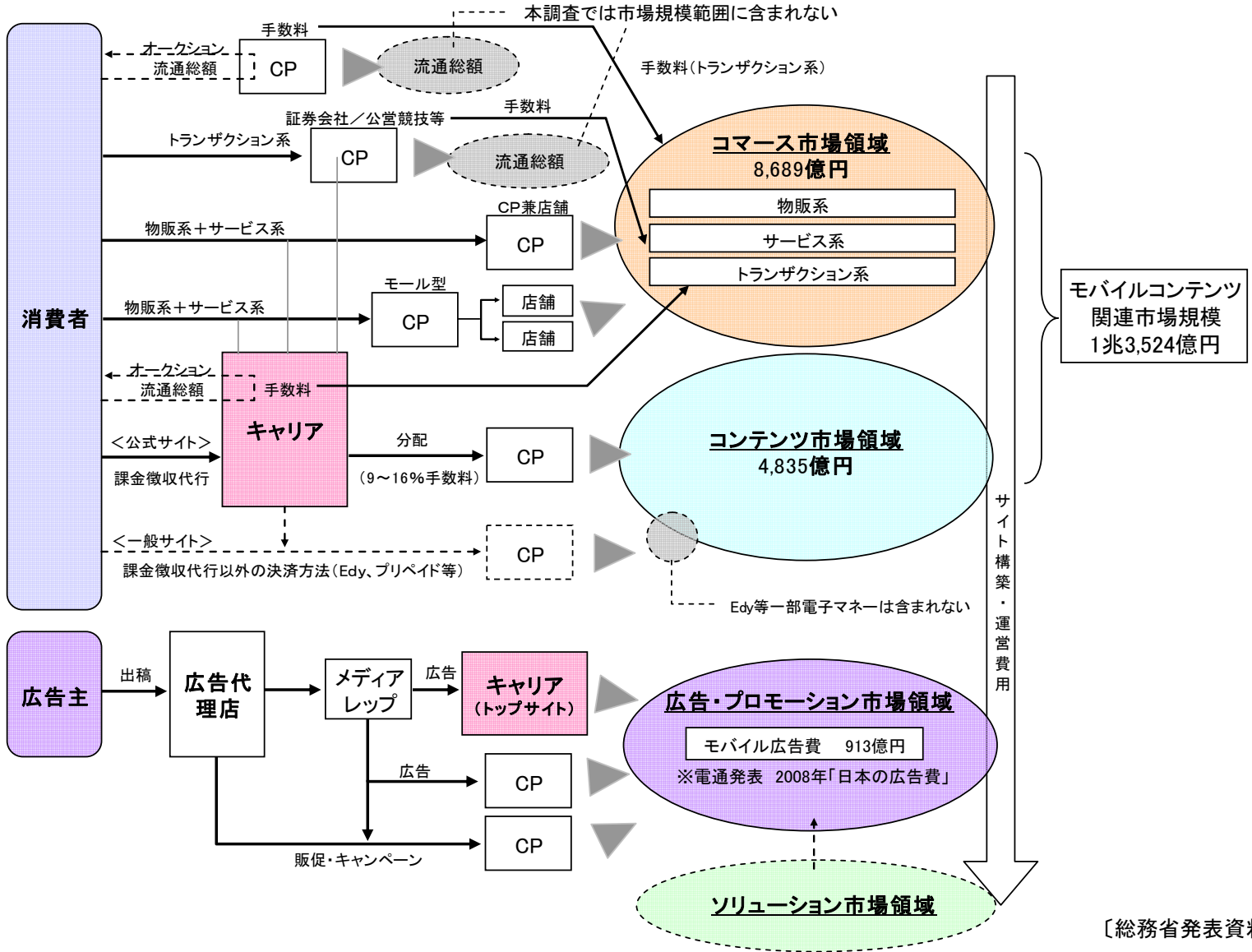
コミュニケーション系サービス流行

モバイルコンテンツ利用の普及

2009
モバイル動画元年？

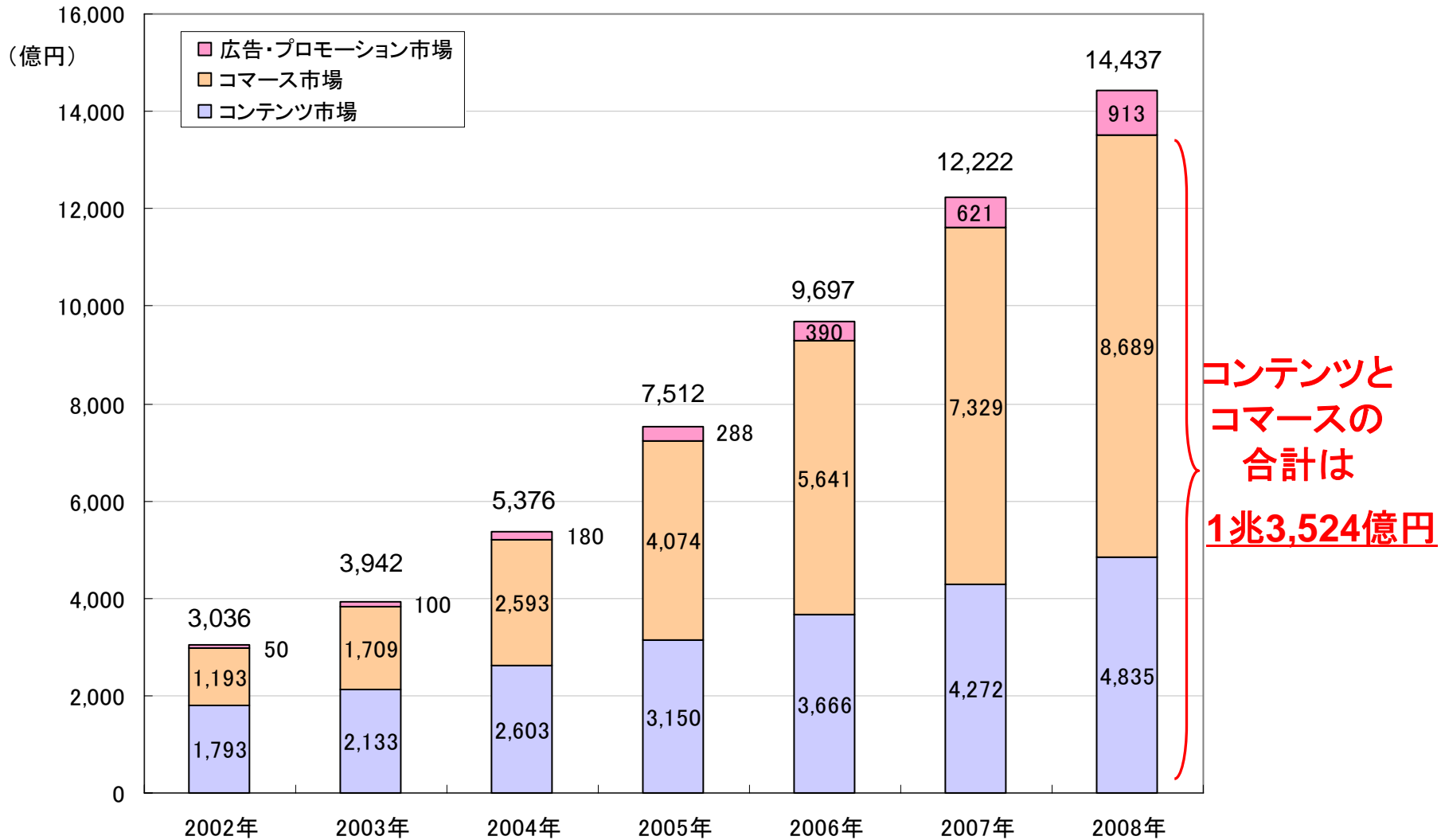
→ 端末の高機能化とパケット定額サービスの普及の相乗効果で、モバイルコンテンツが発展した

モバイルビジネスの構造



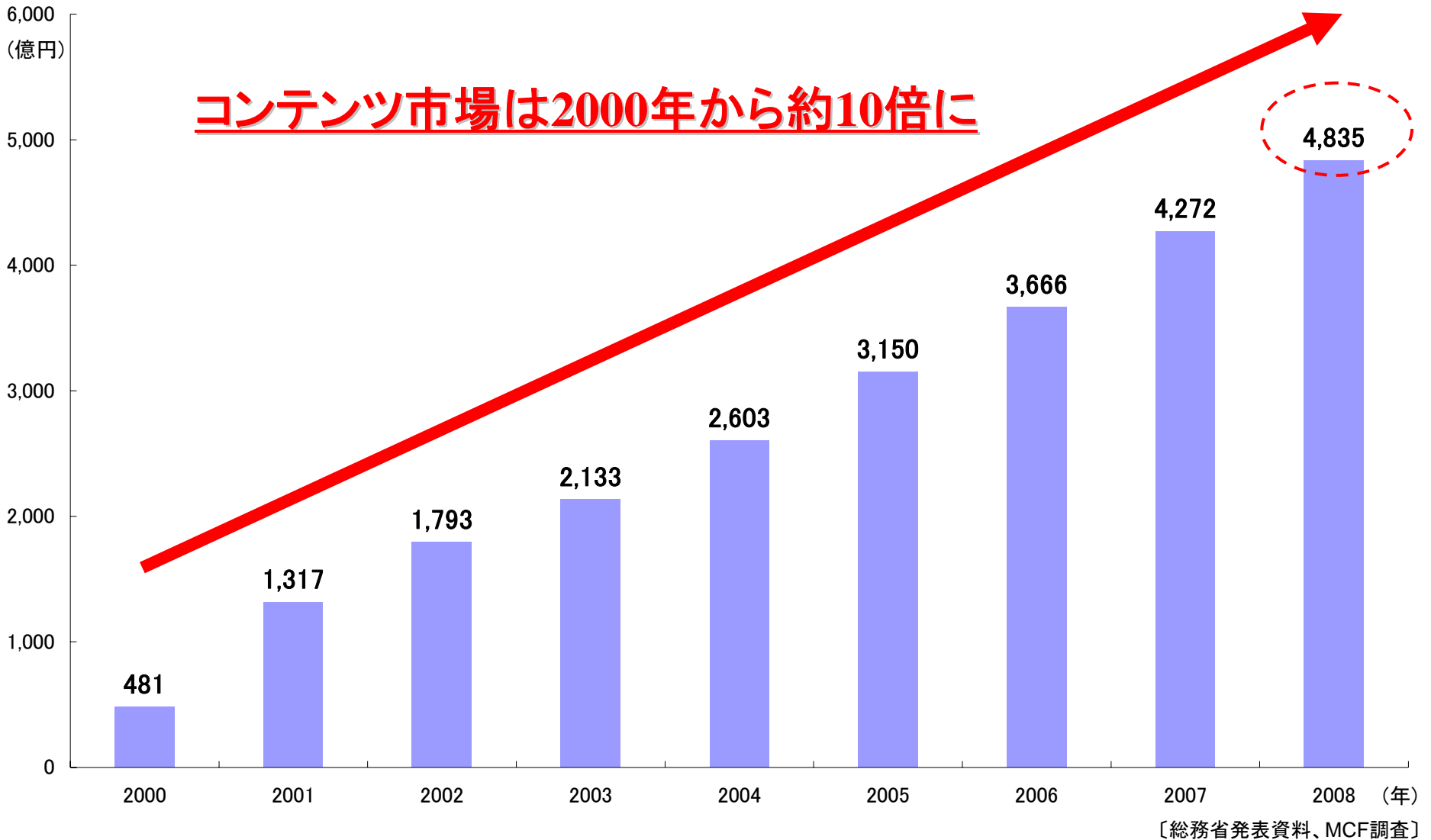
[総務省発表資料、MCF調査]

モバイルコンテンツ関連市場規模(広告含む)



[総務省発表資料、MCF調査]

モバイルコンテンツ市場規模



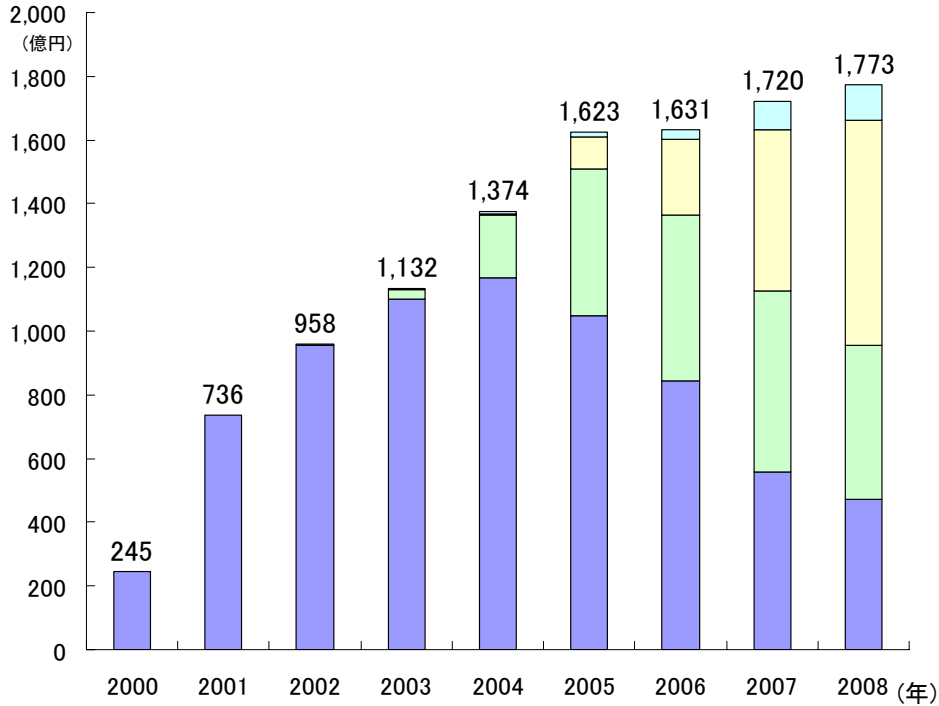
モバイルコンテンツ市場の内訳

コンテンツジャンルは多様に

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
着メロ系市場	245	736	957	1,101	1,167	1,048	843	559	473
着うた市場			1	28	199	463	522	568	483
着うたフル市場					2	99	237	506	707
リングバクトーン市場				3	6	13	29	87	110
モバイルゲーム市場	19	90	201	270	412	589	748	848	869
装飾メール市場					2	14	55	116	171
電子書籍市場					3	16	69	221	395
占い市場	36	53	70	87	103	123	158	182	200
待受系市場	84	119	154	189	225	236	248	227	229
きせかえ市場							3	23	64
天気／ニュース市場						51	63	73	78
交通情報市場						74	125	164	206
生活情報市場						27	45	54	77
アバター／アイテム販売市場							5	60	157
その他モバイルコンテンツ市場	97	319	410	455	484	397	516	584	616
モバイルコンテンツ市場合計	481	1,317	1,793	2,133	2,603	3,150	3,666	4,272	4,835

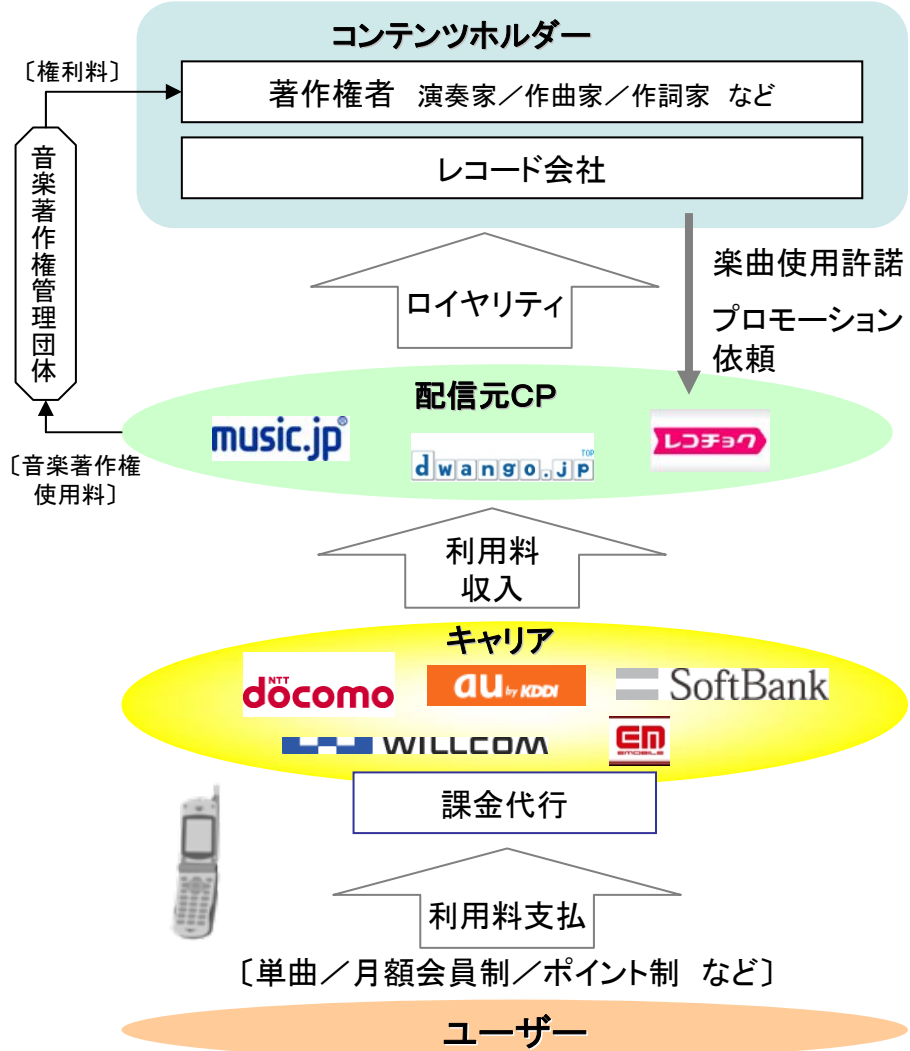
着信音系コンテンツについて

■着信音系モバイルコンテンツ市場規模



[総務省発表資料、MCF調査]

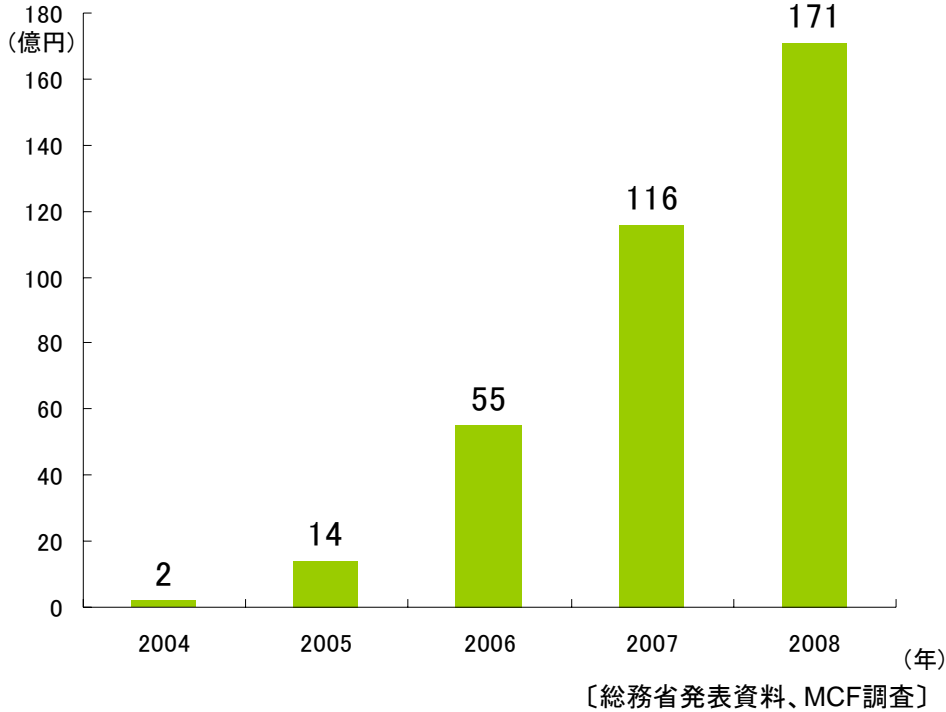
■ビジネスモデル



モバイルコンテンツの代表格

装飾メールコンテンツについて

■装飾メールコンテンツ市場規模



新しいコミュニケーション手法

■アイフリークのデコメ素材(例)

【チビデコ】



【テンプレート】



【ミニイラスト】



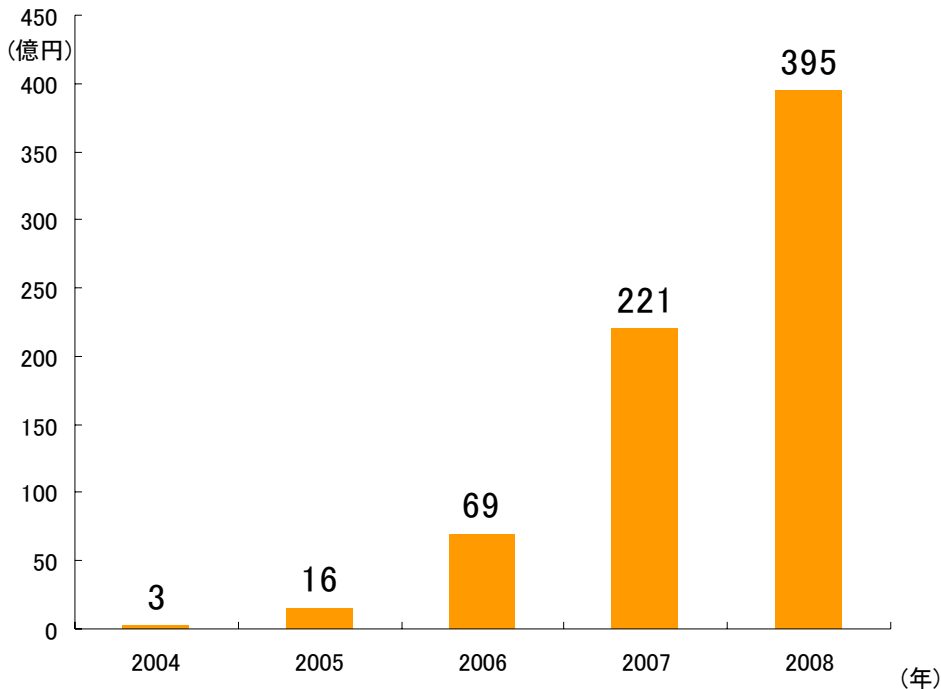
【絵文字】



〔株式会社アイフリーク 素材提供〕

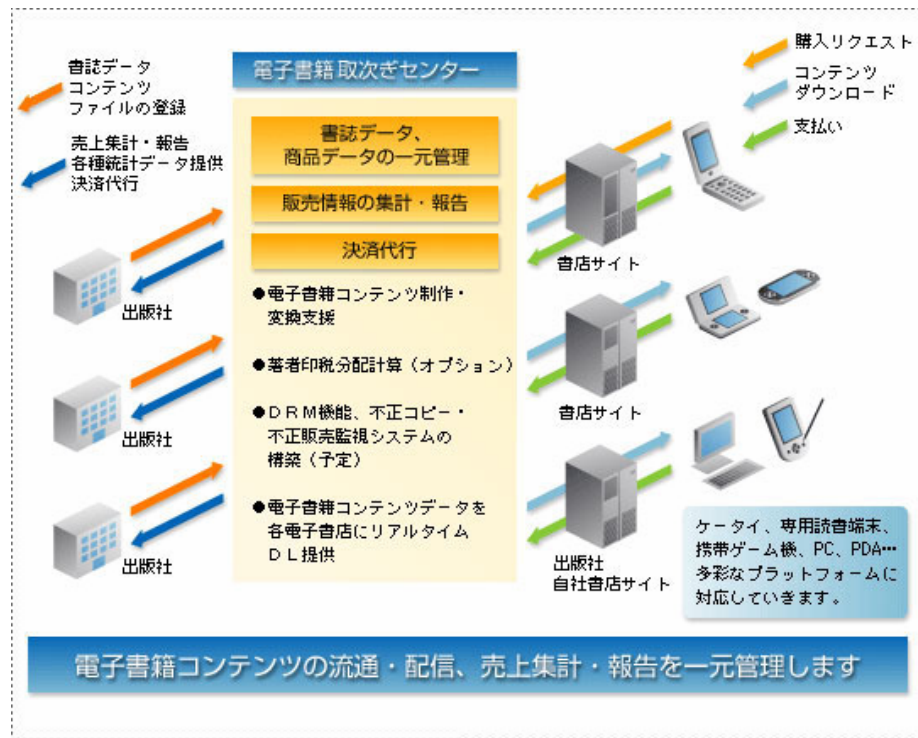
電子書籍コンテンツについて

■携帯向け電子書籍市場規模



[総務省発表資料、MCF調査]

■MOBILE BOOK. JPのプラットフォームビジネスモデル



[株式会社モバイルブック・ジーピーホームページより]

市場が大きくなり、商流スタイルも定着してきている！

映像コンテンツ配信の中での
モバイル動画配信ビジネスの現状

動画配信ビジネスの現状

■ 動画配信サービスの現状

テレビ向け有料モデル

テレビ端末の通信接続に課題

アクトビラ
100万接続(09年5月)
コンテンツ=2次利用中心

**NTTぷらら
「ひかりTV」**
55万契約(09年3月)
コンテンツ=2次利用中心
一部自主制作

携帯向け有料モデル

携帯端末向け有料モデル

BeeTV
70万人(09年8月)
コンテンツ=一次利用
オリジナルが中心

短期間にどれだけ加入者を増やせるか？

パソコン・テレビ端末向け

パソコン向け無料モデル

無料にこだわらず

新GyaO
約1700万人利用
コンテンツ=2次利用中心

ニコニコ動画
1410万会員(09年9月)
コンテンツ=投稿中心
生放送を実施ほかクライアントチャンネルも充実

インフラ費として有料化を促進

モバイル・携帯端末向け

携帯端末向け無料モデル

QTV
コンテンツ=二次利用中心
完全無料
ケータイ専門放送局

無料モデル

『日経コミュニケーション(2009.6.15号)』を一部修正し作成

➡ 動画配信ビジネスは無料から有料へ向かっている！

モバイルで展開されている動画配信の現状



➡ モバイルでの動画配信はキャリア、放送局、CPから展開されている

キャリアが展開する動画配信サービス ①「BeeTV」〈NTTドコモ〉

■BeeTVのラインナップ

20番組以上、200タイトル以上

The screenshot shows the BeeTV 'LINE UP' interface. At the top left is the BeeTV logo. To the right is a hexagonal menu with categories: DRAMA, MUSIC, COMEDY, TALK, VARIETY, and ANIMATION. Below this is a grid of program thumbnails organized by day of the week (月, 火, 水, 木, 金, 土, 日). Each thumbnail includes a program title, a small image of the cast, and a brief description. For example, on Monday, there are programs like 'ムーロク 吉方神起直 (仮)', '週刊 小島智昭', '前田×デーブの 芸能都市伝説', 'ムーロク 藤原中津 (仮)', and '和岡アキ子 最強バトル!'. The grid continues through the week with various shows like 'ジャマ×ジャマ ホンジャマカ', '高田スザンヌ', and '40女と90日で結婚する方法'.

▶コンテンツ内容

- ・ドラマ、音楽、お笑い、アニメ、バラエティ、など30秒から10分程度の番組を配信
- ・バラエティー、アニメ、ドラマなど一次コンテンツを制作し配信。
- ・音楽や海外ドラマ以外はオリジナルを中心に編成。

[エイベックス通信放送(株)宣材資料より]

キャリアが展開する動画配信サービス ①「BeeTV」〈NTTドコモ〉

■事業概要



Bee Platform

BeeTVというモバイル放送局をコアに、オリジナルコンテンツを開発、その著作権を確保した上で携帯配信にとどまらず、ヒット作のDVD化や書籍化などマルチユース展開へとそのビジネス領域を広げてゆきます。



[エイベックス通信放送(株)宣材資料より]

■視聴方法



NTTドコモ
ビデオクリップ
対応機種
※パケット定額
サービス加入



月額情報料315円で
全番組見放題

キャリアが展開する動画配信サービス ①「BeeTV」〈NTTドコモ〉

■BeeTVの収益分配モデル

Good Share™

Good Share™は、コンテンツビジネスにおける理想をかたちにした、BeeTV独自の、収益分配モデルです。

出演料

+

ケータイ配信印税

月会費(税別300円)からキャリア手数料36円(12%)を除いた残額(264円)に会員数を乗じた総売上の11%を上限として、月額分配原資とし、これを各番組の視聴占有率に応じ、キーキャスト・キースタッフに対して定められた料率に従い分配いたします。

月額分配原資 = 【月額会費300円 - キャリア手数料36円(12%)】 × 会員数 × 11%(最大値)
 視聴占有率 = 各番組ごとの「総視聴回数」 ÷ 全番組の「総視聴回数」

マルチユース印税

DVD化などマルチユース展開を行った場合においても、上記ケータイ配信印税と同様に、各収益に対して最大11%を上限として、キーキャスト・キースタッフへの印税を分配いたします。

各番組のキーキャスト・キースタッフへの月次分配額

各番組分配額	月額分配原資 (総売上の最大11%)	×	視聴占有率	=	1番組あたりの 分配原資
キーキャスト・ キースタッフ分配額	1番組あたりの 分配原資	×	キーキャスト・ キースタッフ分配率	=	キーキャスト・キースタッフ 配信印税分配額

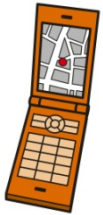
※キーキャスト・キースタッフの決定及び分配率・分配方法の設定はエイベックス通信放送株式会社が行います。

[エイベックス通信放送(株)宣材資料より]

キャリアが展開する動画配信サービス ②「選べるかんたん動画」〈ソフトバンク〉



■視聴方法



ソフトバンク
対応機種
※パケット定額
サービス加入

40コースから
希望のコース
を選択

【選べる11ジャンル40コース】

S-1バトル	プロ野球	海外サッカー	国内サッカー	格闘技	大相撲
芸能ニュース	韓流エンタメ	コスメ	グルメ&レシピ	占い	

視聴するには？

1. メールが届く

選んだコースの更新情報がメールで届く

2. 画像をクリック

メール中の画像をクリックする

3. 動画を満喫

1分30秒程度のコンパクトな映像が楽しめる

2コース目まで無料
3コース目以降
525円/コース

[ソフトバンクモバイル ウェブサイトをもとに作成]

➤コンテンツ内容

- ・スポーツ情報、芸能ニュース、お笑いバトル「S-1」など、**携帯向けにオリジナル編集した**動画を配信

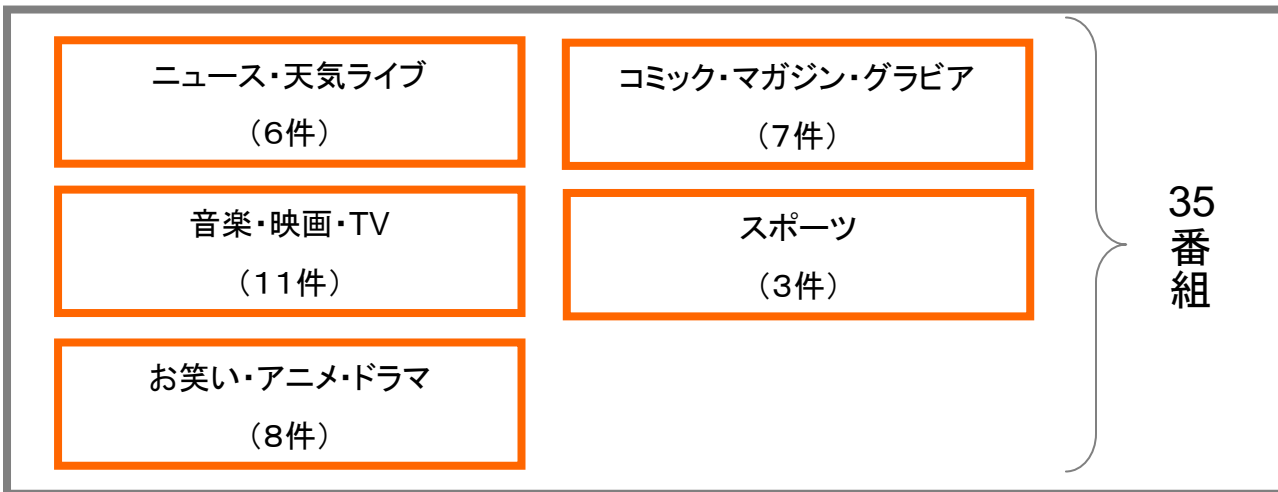
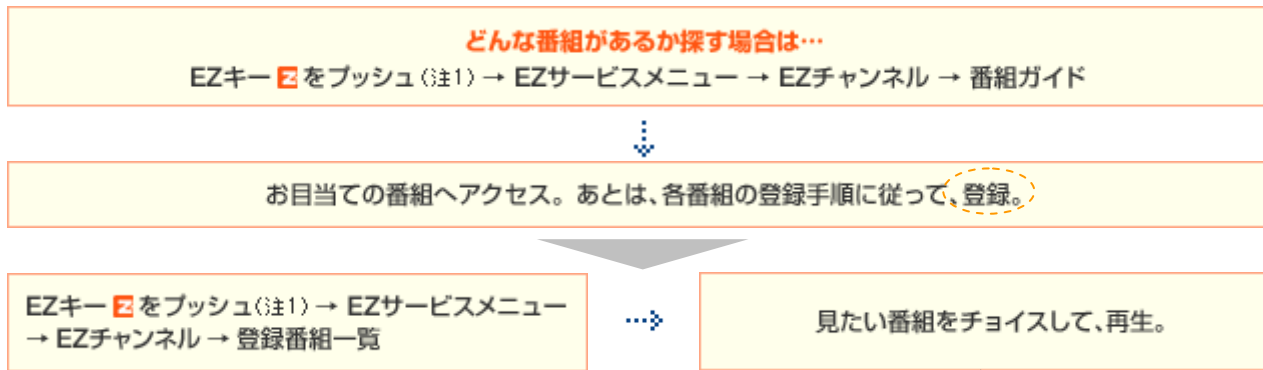
キャリアが展開する動画配信サービス ③「EZチャンネル」「EZチャンネルプラス」



■視聴方法



au対応機種
※パケット定額
サービス加入を
推奨



・番組が自動配信される
EZチャンネルプラス
315円/月
(通信料金)
・EZチャンネル
一部有料チャンネル

[au by KDDI ウェブサイトをもとに作成]

➤コンテンツ内容

・情報番組、映像作品など主に**オリジナル制作**した動画を配信

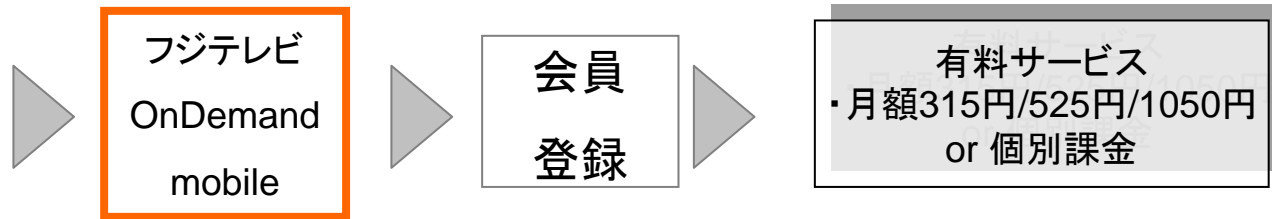
テレビ局が展開する動画配信サービス ①フジテレビOnDemand

■視聴方法



モバイルサイトにアクセス

※ドコモでしか視聴できない動画がある、auでは長尺の作品に対応していないなど、キャリアによって視聴環境が異なる



▶コンテンツ内容

・フジテレビの番組、映像コンテンツを配信
(放送中のドラマ、お笑い番組など)



・一部、同サイト限定企画として、テレビドラマのスピンオフドラマ(サイドストーリー)
をオリジナル作成して配信

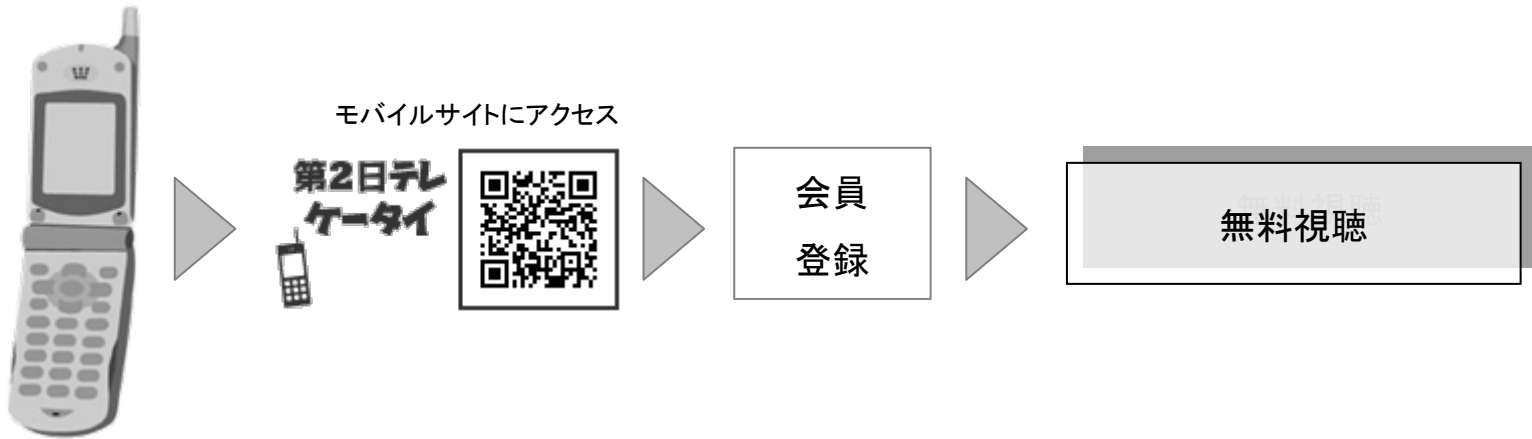


「ブザー・ビート」のスピンオフ「Shower Beat」など

[フジテレビ ウェブサイトをもとに作成]

テレビ局が展開する動画配信サービス ②第2日本テレビ

■視聴方法



キューピー3分クッキング

伊藤家ランド

新作ドラマ

・・・etc

▶コンテンツ内容

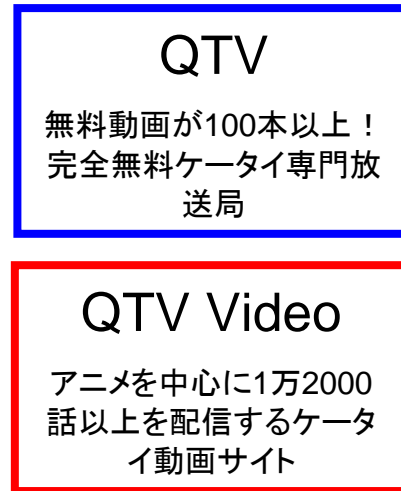
- ・日本テレビの番組や、番組に関連する映像コンテンツを配信
(ニュース、放送中の番組の次回予告、番組の一部など)
- ・一部、同サイト限定企画として、**オリジナルのインタビュー等**を配信

このほか、テレビ朝日もドコモ向けにドラマや特撮などを有料配信する「テレ朝動画」のサービスを提供

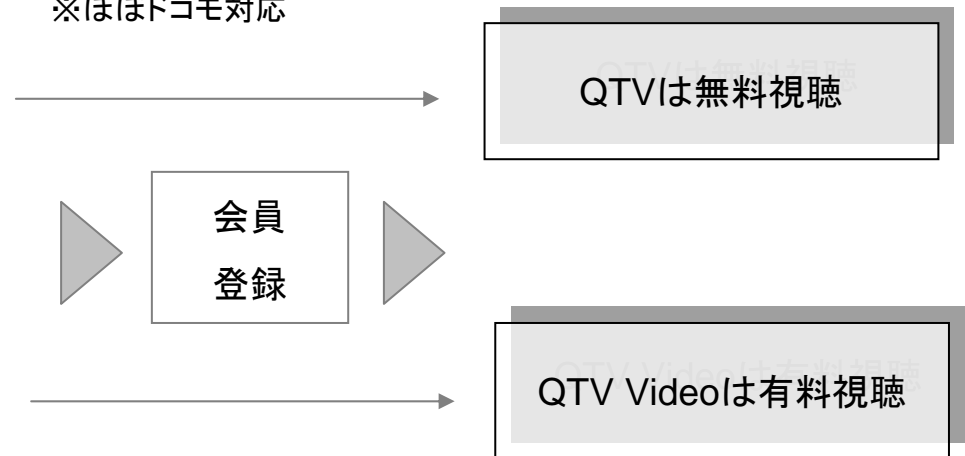
CPが展開する動画配信サービス ①「QTV」<フロントメディア>

■視聴方法

モバイルサイトにアクセス



※ほぼドコモ対応



▶コンテンツ内容

- ・ケータイ動画サイトの先駆け
- ・ニュース、音楽、アニメ、映画・ドラマなどのコンテンツを調達し、本編を中心に配信
- ・二次利用作品がほとんど

CPが展開する動画配信サービス ②「魔法のいらんどTV」〈魔法のいらんど〉

ケータイ小説からケータイドラマへ！



月間:35億PV

利用者数 :600万/月



- 完全無料で1日1話のみ配信。
- 再生期限(1日間)を設ける
- 見逃した分は公式サイトへ

集客

有料・公式版



- ドコモ、auの公式サイト
- 無料版では見れない過去分も全てDL可能。

〔魔法のいらんど資料より〕

CPが展開する動画配信サービス ②「魔法のいらんどTV」〈魔法のいらんど〉

■ケータイドラマ作品概要

4月配信
「teddy bear」(90分)

配信時期:2008年4月1日～4月30日
※1日1話ずつ配信

主演:桐谷美玲、賀来賢人



原作:べあ姫

主題歌:リサハリム(ポニーキャニオン)「切ないぐらい、愛してた。」

ドラマの総再生回数
は**170万回**
を突破!

着うた配信で
15万DLを記録!

5月配信
「泣き顔にKISS」(90分)

配信時期:2008年5月1日～5月31日
※1日1話ずつ配信

主演:小林美幸、谷口賢志



原作:ツムギ

主題歌:GOLLBETTY(トイズファクトリー)「Crystal」

6月配信
「幼なじみ」(90分)

配信時期:2008年6月1日～6月30日
※1日1話ずつ配信

主演:田中あさみ(C)、村井良太



魔法のいらんど(うた)での
着うた先行配信で、絢香、
MISIAらを抑えて
2週連続1位!!

原作:banbi

主題歌:Foxxi misQ(よしもと R & C)「Say you luv me～魔法のコトバ～」

CPが展開する動画配信サービス ②「魔法のいんどTV」〈魔法のいんど〉

「恋空」ケータイドラマ化

〈2008年8月テレビドラマ化〉

毎週土曜日 夜7時58分 TBS系にて放送
全6回

〈ケータイドラマ〉

- ①テレビドラマと同時並行での進行
- ②ドラマと同じ主役キャストの出演
- ③テレビドラマでは描かれなかった原作小説からのエピソードをドラマ化
- ④毎週テレビ放送が終了と同時に更新、配信開始



CPが展開する動画配信サービス ②「魔法のいらんどTV」〈魔法のいらんど〉

ケータイドラマのDVD化

ケータイ配信した作品を長編編集し、DVDとして発売
→「魔法のいらんどDVD」としてアスミック・エース様よりシリーズ発売中

魔法のいらんどDVD ぞくぞく登場!

<p>胸きゅんドキドキストーリーも! 泣ける切ないラブストーリーも!</p> <p>teddy bear 2008/12/19 発売 → リリース情報を チェック!</p> <p>DVDを購入</p>	<p>幼なじみ 2008/12/19 発売 → リリース情報を チェック!</p> <p>DVDを購入</p>	<p>+アナザーストーリー-</p> <p>SixDays 2009/3/13 発売 → リリース情報を チェック!</p> <p>DVDを購入 new</p>	<p>恋愛約束 2009/3/13 発売 → リリース情報を チェック!</p> <p>DVDを購入 new</p>
---	--	--	--

某レンタルチェーン導入実績(角川エンタテインメント販売)

- 1:明日への遺言
- 2:グーグーだって猫である
- 3:Teddy bear
- 4:幼なじみ
- 5:恋愛約束
- 6:Six Days
- 7:のだめカンタービレ 巴里編

発売記念
劇場公開イベント
も実施

CPが展開する動画配信サービス ③「ニコニコ動画モバイル」〈ニワンゴ〉

■視聴方法



モバイルサイトにアクセス



ニコニコ動画モバイルのご紹介
ケータイでもニコニコ動画！

ヒマな時に！ちょっとした待ち時間に！友達との話題作りにも！
いつでもどこでもニコニコ動画！

会員登録



無料視聴

プレミアム会員
・525円/月
・1680円/90日

→アクセス集中時の優先再生、長時間動画の投稿、生放送への優先参加等が可能に

➤コンテンツ内容

300万タイトル以上の動画が視聴可能

- ・様々なジャンルのコンテンツが投稿される
- ・公式チャンネルにおいて、テレビ番組等の二次利用も行われている
- ・一般ユーザーからの投稿はオリジナルコンテンツが基本
- ・放送局や各企業、団体による公式チャンネル、動画では、二次利用と一次利用の双方が含まれる
テレビ視聴につなげるための告知用途が多い。
- ・ニコニコ生放送では、『とりあえず生中(仮)』などオリジナル生番組も配信

無料会員 1410万人

有料会員 50万人

モバイル会員 391万人

モバイルを利用した映像コンテンツ配信の現状(まとめ)

- ◆動画配信全体の流れは、「**無料から有料サービス**」へ、「**PCからモバイル**」へと拡大してきている
- ◆モバイル動画配信が**ファーストウィンドウ(一次利用)**にサービスを展開する動きが出始めている
- ◆権利者への**新しい収益分配モデル**がモバイルから動き始めている
- ◆モバイルの特徴を生かしたマルチユース(ケータイ小説⇒モバイルドラマ⇒DVD等パッケージ化⇒PC配信等)展開が模索されている
- ◆通信キャリア各社のスペックによって動画コンテンツを視聴できる、できないに差があるのが現状である

著作権集中処理と新しい視聴環境について



一般社団法人 著作権情報集中処理機構の設立

【設立に至る経緯】

実務上の音楽著作物使用実績報告・請求システムの処理能力の限界がきており、これらを解消するため、権利者と利用者との間では大量な利用実績データを効率的に処理して権利者への分配に正確に反映するための方策や、包括請求使用料の管理団体比率の取り扱い等について2007年から具体的な検討・協議を重ねてきた。

デジタルコンテンツ配信における市場拡大を目指すため、著作権情報処理フローの再構築(CDPR: Copyright Data Process Re-engineering)を行い、コンテンツプロバイダー及び著作権管理団体双方の円滑な処理を推進するための共通インフラとして、一般社団法人 著作権情報集中処理機構を設立することとなった。

2009年3月設立

【事業目的】

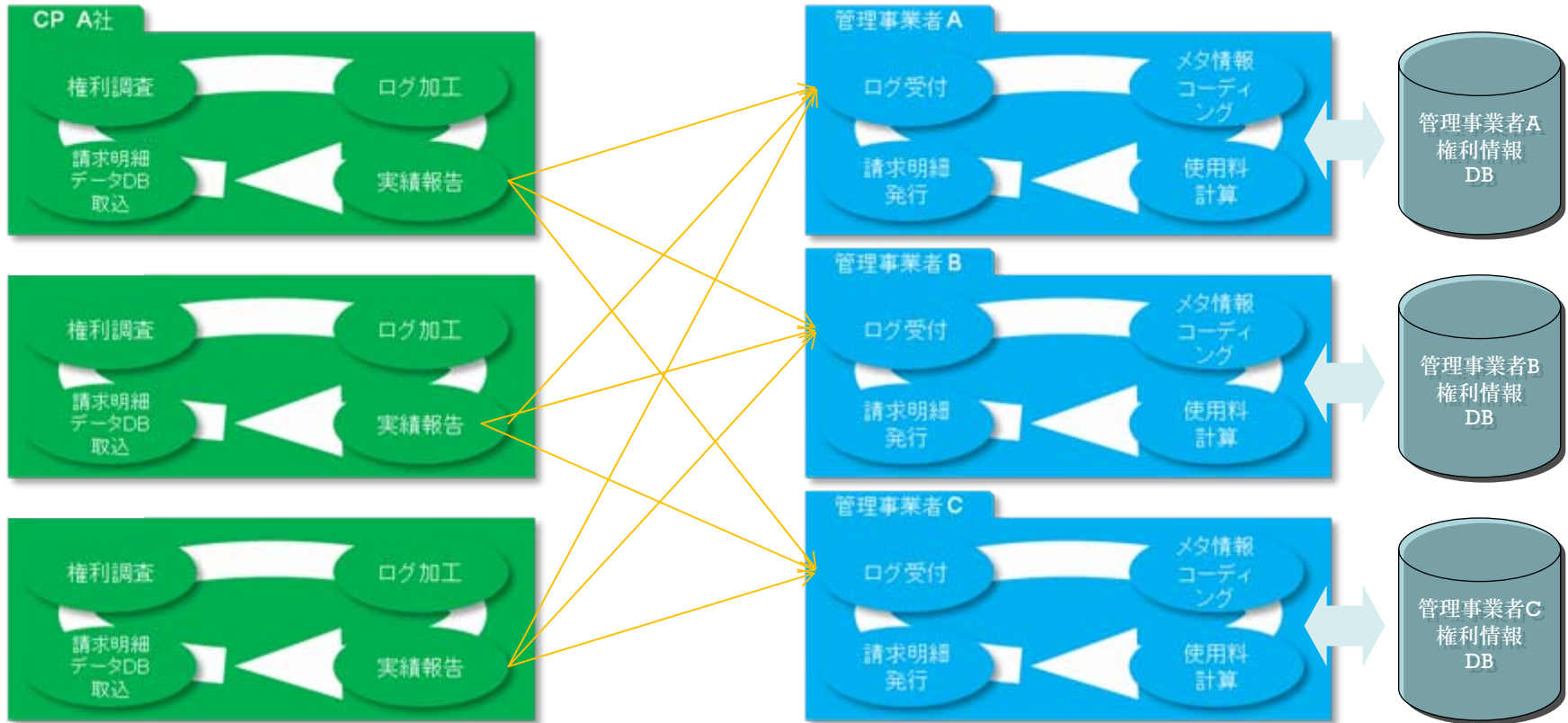
著作物等の利用者及び権利者との連携の下に、著作物等の利用状況及び権利関係に関する情報を収集して整理し、その成果を関係者に提供することによって、著作物等の適正かつ円滑な利用を促進することを目的とする。複数の権利者と利用者である配信サイト間で発生する膨大な音楽利用に伴う権利処理業務を一元化する画期的なシステムにより、将来に向け無限に広がるコンテンツ流通を支える。

【事業概要】

- フィンガープリントを活用した利用楽曲IDの特定と、権利者への利用実績報告データの作成などを行う。
- 著作権等の権利関係に関する情報のハブとなるデータベースを構築する。
- その他、上記に関連する事業を行う。

音楽著作権集中処理システム"Fluzo"の運用へ

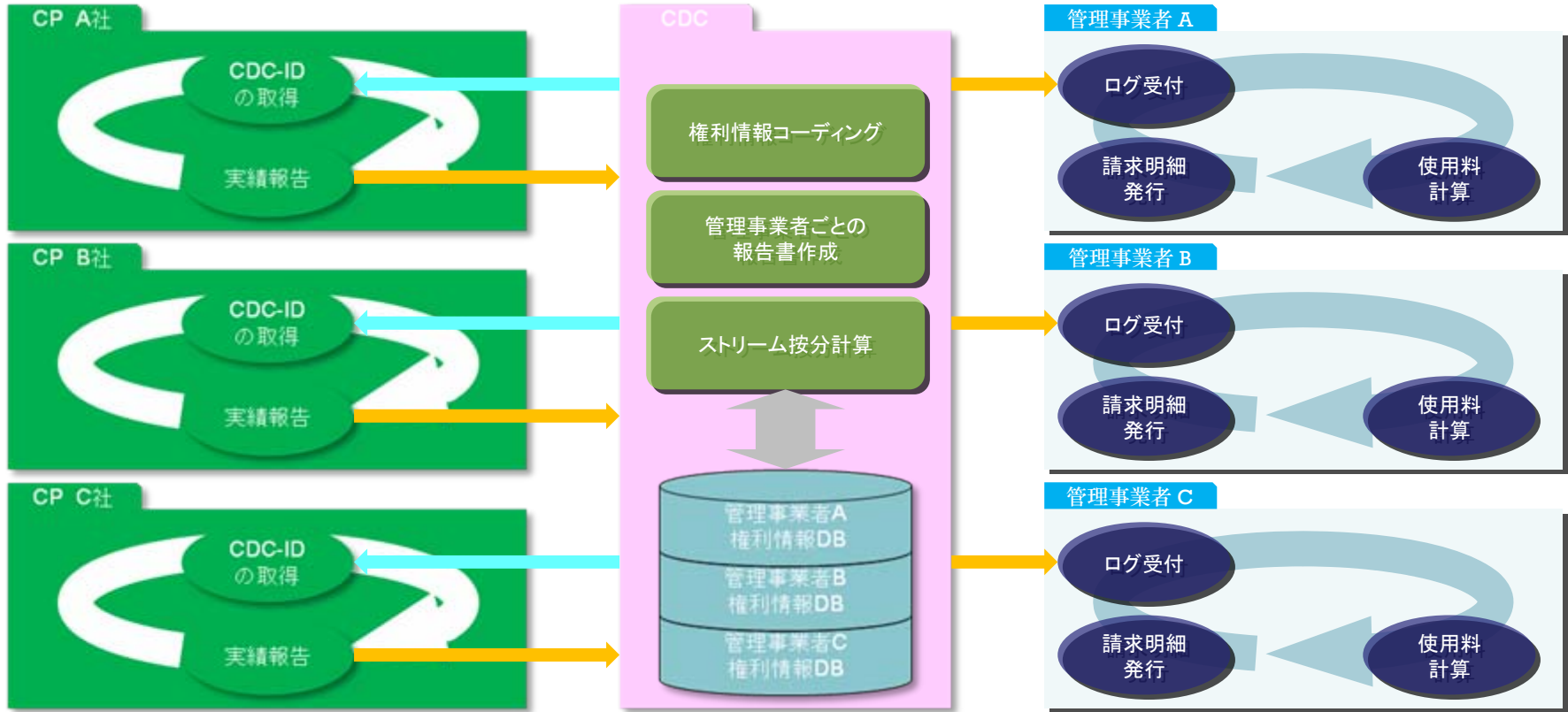
著作物使用実績報告業務の概念図(現状)



- ※権利調査は多大な労力を必用とするが、CP各社がほとんど同じ作業を繰り返している
- ※CPは各管理事業者別に実績報告データを切り分けて、それぞれの管理事業者に実績報告を行っている
- ※無許諾使用リスク増減はCP担当者の能力と努力に依存し、管理事業法がある限り構造的改善は不可能
- ※管理事業者も受け取った報告ログに権利管理情報等をコーディングする作業が膨大でパンク状態



CDCシステム利用後の効果



※CDC-IDを活用することで、CP側の権利調査・請求明細データのDB取り込みが不要になるとともに、管理事業者側のコーディング作業も不要となる

※無許諾使用についてはCDCよりCPに対してアラートを発する為、無許諾使用リスクが大きく改善される

※ストリーム配信サイト使用料の按分計算もCDCで行うことができる



CDCシステム活用のメリット1

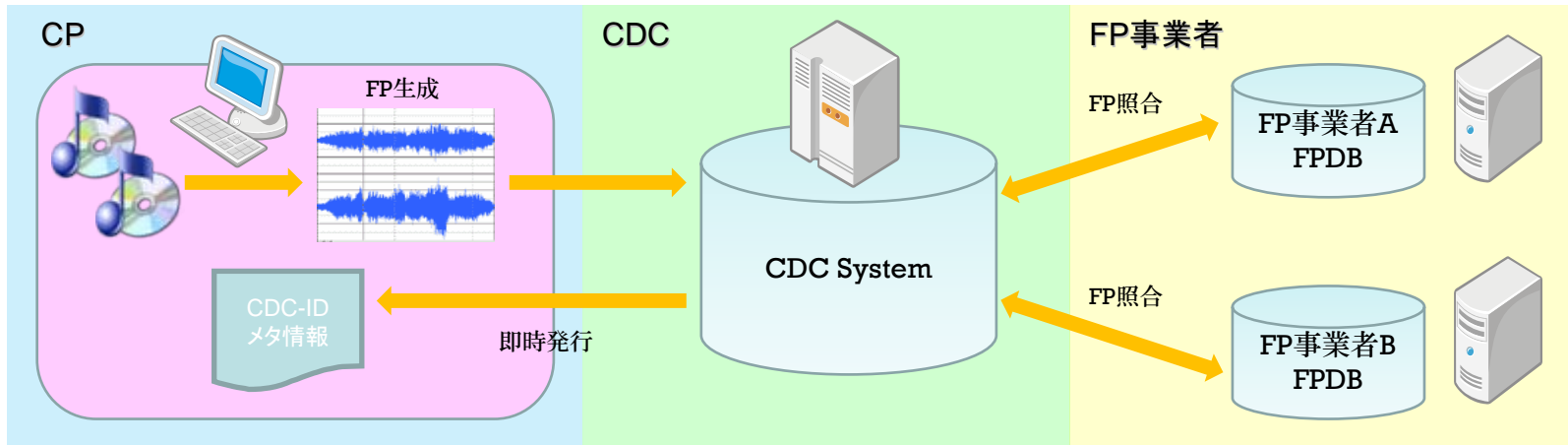
1. 利用楽曲の権利情報、管理事業者コード付与作業の効率化

① Finger Print（音紋認証）を用いた楽曲の特定

- FPを用いることによる作業の効率化、スピードアップ
- 複数楽曲からFPを取得し、一括で検索する機能も実装

② 楽曲を特定するCDC-IDの即時発行

- 何度もDBを調べることなく、CDC-IDを即時発行
- CDC-IDの取得により、その後の管理事業者コードの特定が不要



CDCシステム活用のメリット2

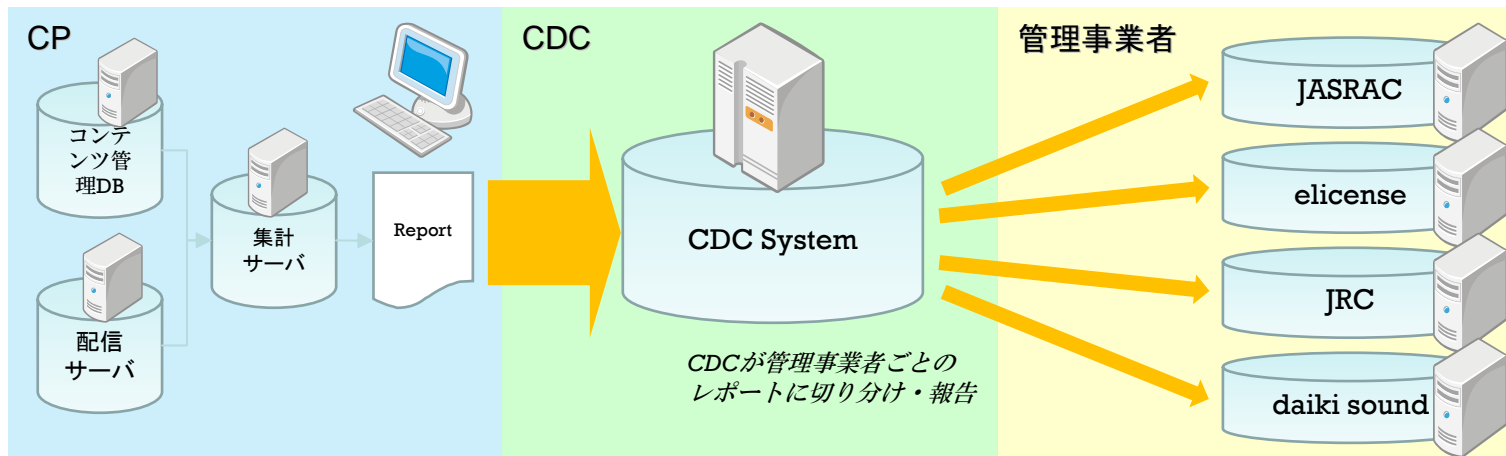
2. 管理事業者への報告業務にかかる作業負担の軽減・報告漏れの回避

① CPはCDCに一括報告するだけ

・CDCが管理事業者ごとの利用実績報告書を作成&報告

② 報告漏れの回避

・CPからの報告データに基づき、未許諾配信に対しアラート



CDCシステム活用のメリット3

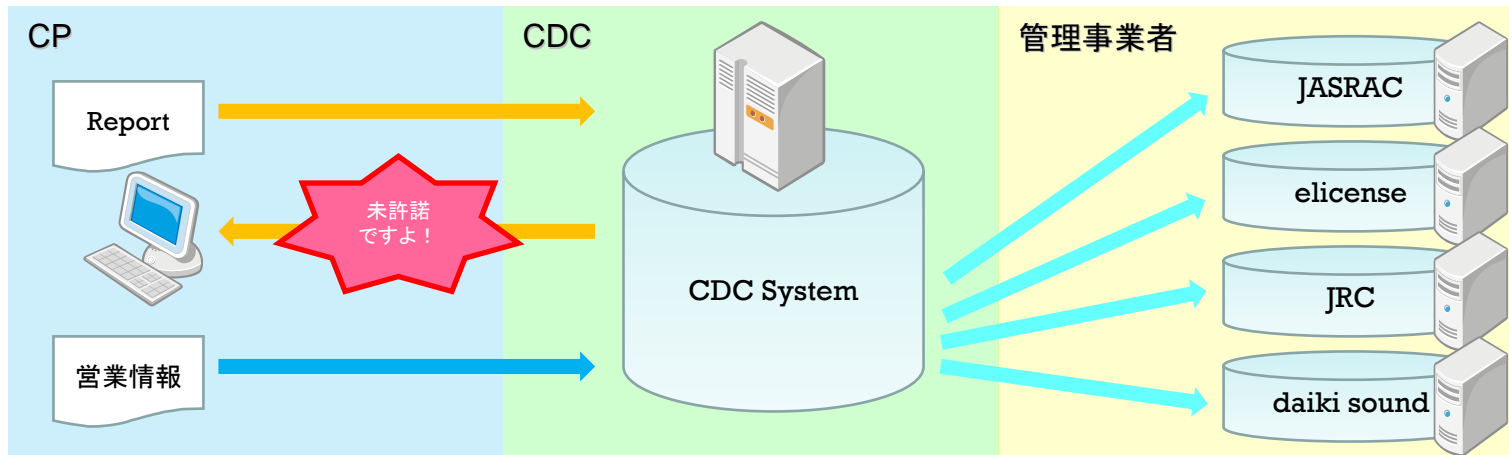
3. リスクヘッジ

① 未承諾配信の回避

- CPからの報告データに基づき、未承諾配信に対しアラート
※CDC利用管理事業者に限ります

② 営業情報提供の回避

- サイト規模、会員数などのマーケットデータをCDCにのみ提出

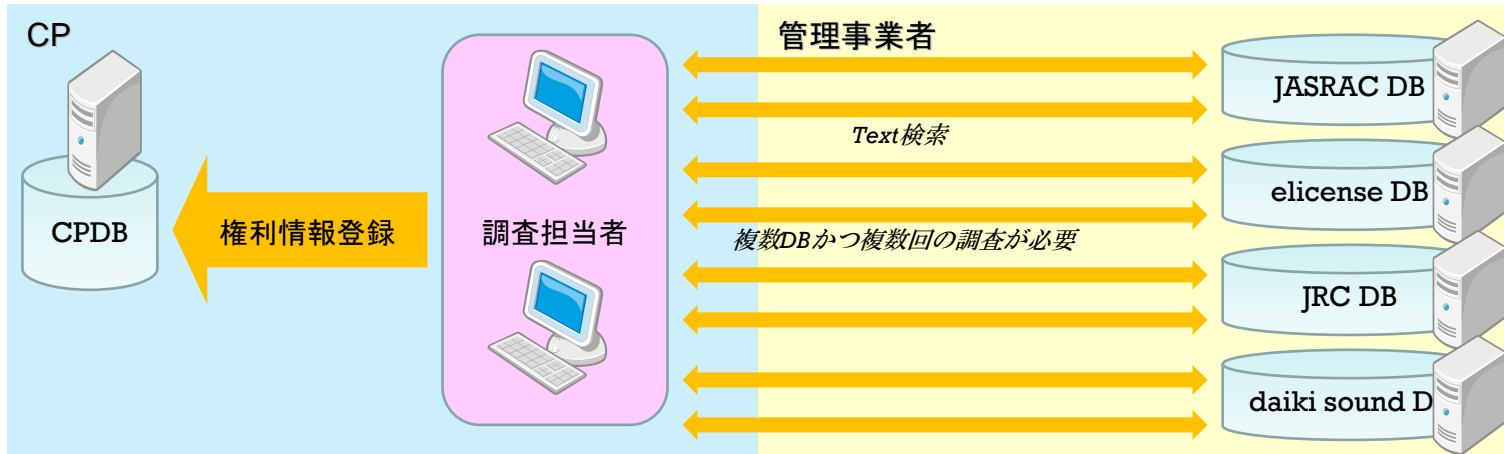


利用状況に応じて
管理事業者ごとに按分して報告

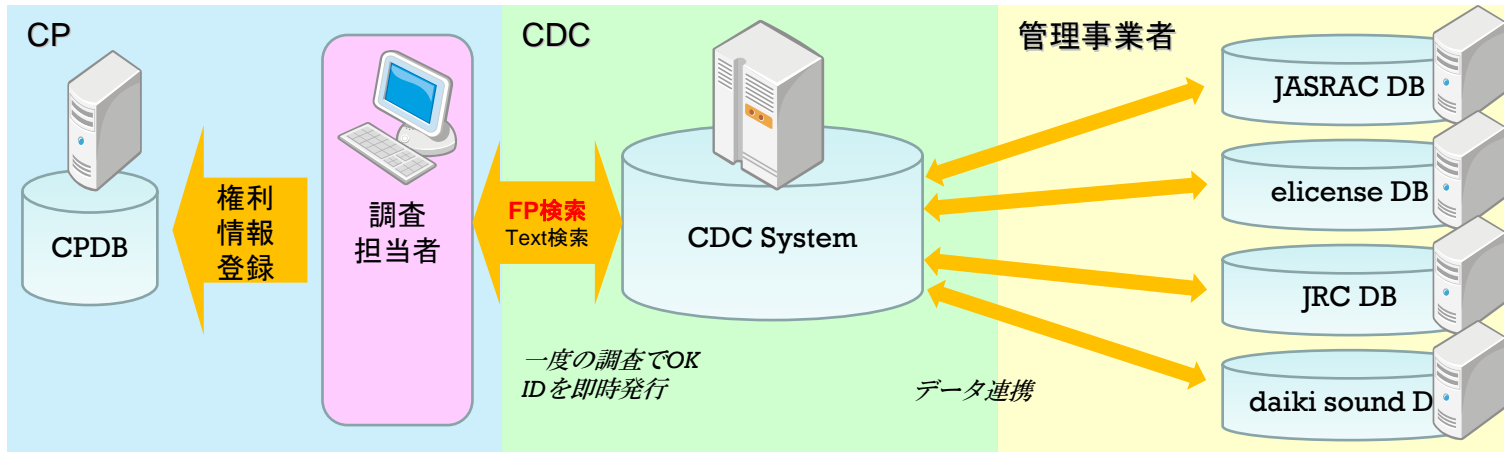


権利管理情報調査

【現状】

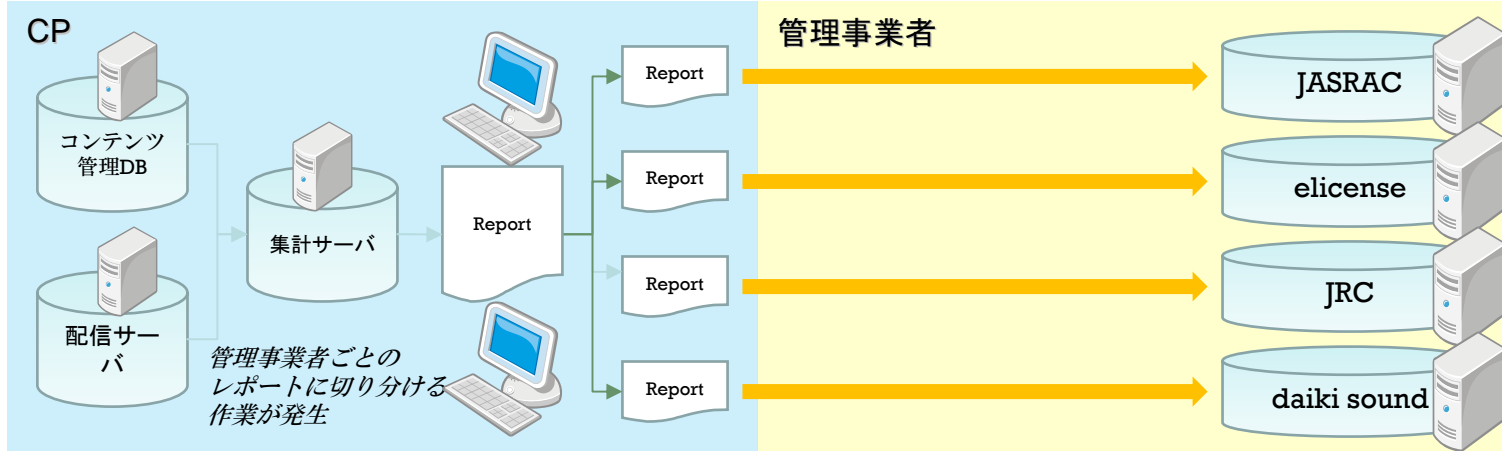


【利用後】

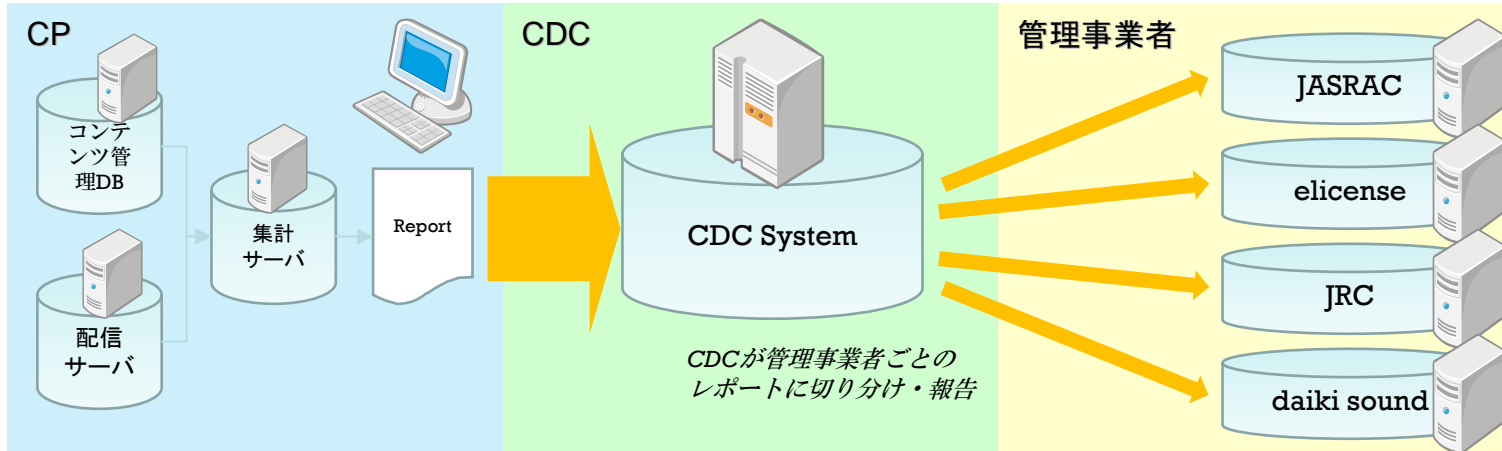


利用実績報告

【現状】



【利用後】



モバイルオーディオ推進協議会の設立

MAPI モバイルオーディオ推進協議会

設立趣意と活動方針

携帯電話やポータブルオーディオ機器で音楽を楽しもうとしても、現状は利用者にとって満足できる環境にはありません。

利用者が購入した**高品質な音楽を、いつでも、どこでも、簡単に良質なオーディオ環境で視聴できる**、つまりホームオーディオやカーオーディオ等の多様な機器で、携帯電話やポータブルオーディオ機器に配信された音楽が楽しめるという環境を実現することが、利用者の利便性を高め、ひいては関係業界全体の市場を拡大することにつながると考えます。

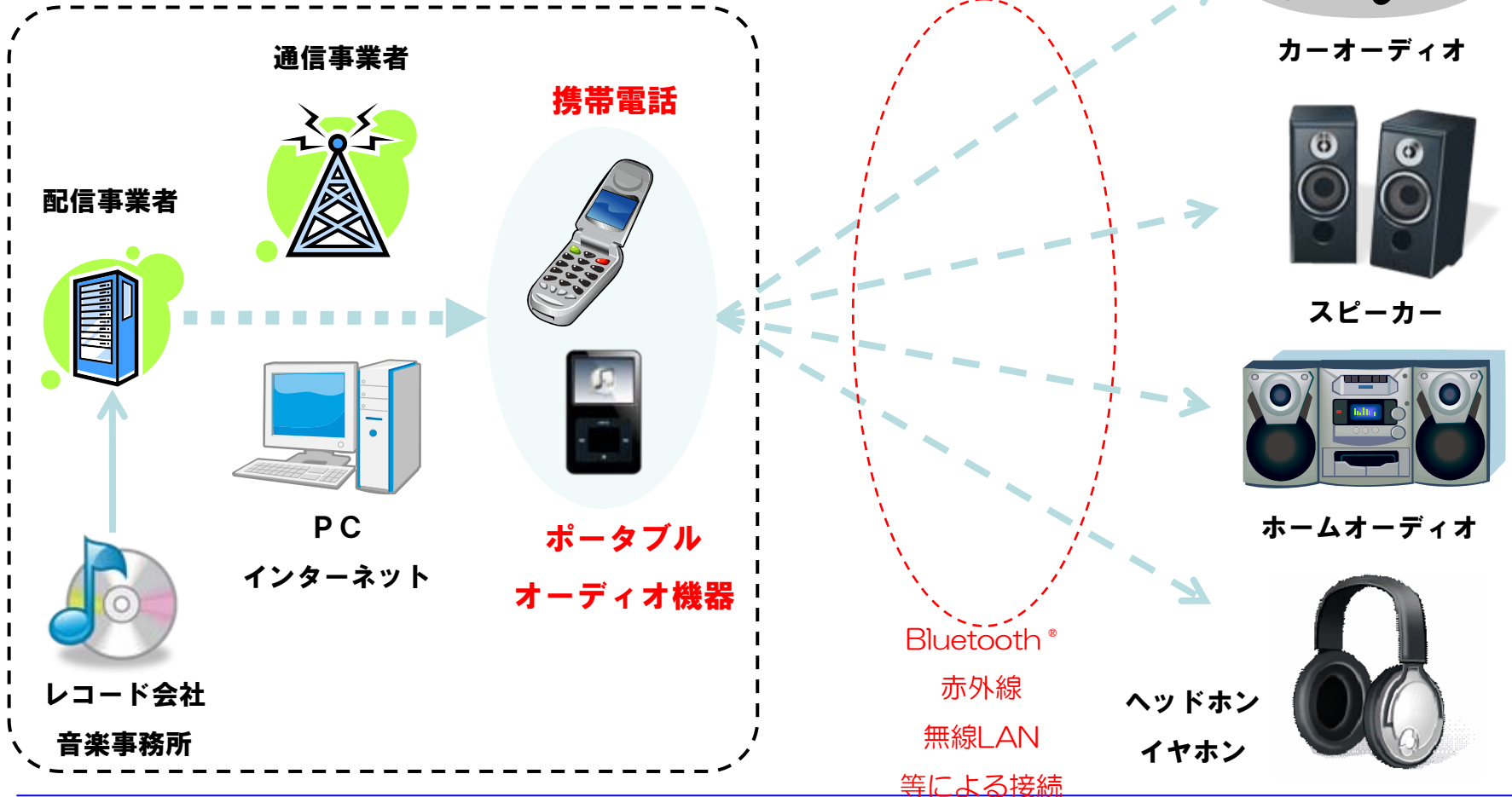
この目的を実現するため、オーディオ業界、モバイル業界、音楽業界、車載機器業界など業界を横断した組織として、ここに『**モバイルオーディオ推進協議会(MAPI)**』を設立いたしました。

社団法人日本オーディオ協会(JAS)
社団法人日本レコード協会(RIAJ)
一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム(MCF)
モバイルコンピューティング推進コンソーシアム(MCPC)
〈協力団体:一般社団法人JasPar〉

モバイルオーディオ推進協議会のコンセプト

これまでは、
携帯電話やポータブルオーディオ機器で
楽しむしかなかった。

携帯電話やポータブルオーディオ機器を
HUBとした展開により、
様々な機器で、いろんな場所で
再生できるようになる。



今後のモバイルを活用した映像コンテンツ 配信ビジネスについて

携帯端末向けマルチメディア放送について

◆前提

- ・地上アナログ放送の跡地を利用したマルチメディア放送サービスの免許申請

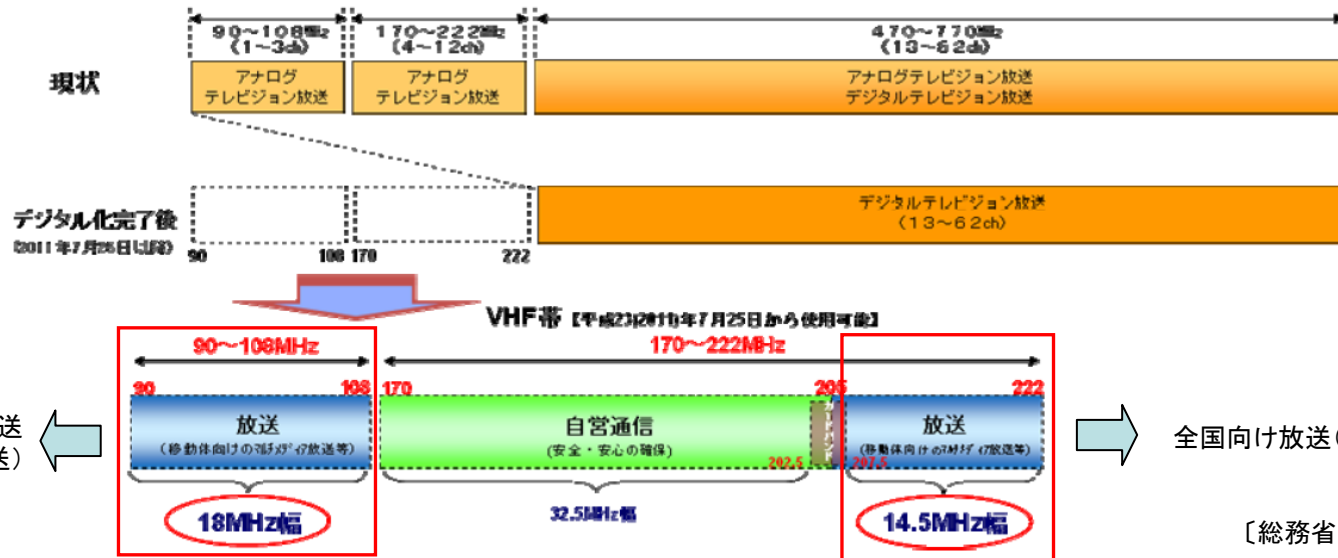
◆マルチメディア放送とは・・

- ・地方ブロック向け放送、全国向け放送ともに「音声」が中心ではあるが、「簡易動画」、「ダウンロード放送」等を組み合わせた新しい放送サービスを実施することが免許取得には有意事項

◆周波数帯域の割り当て

- ・V-LOW: 18MHz (90MHz～108MHz) = 地方ブロック向け放送 (デジタルラジオ放送)
※デジタル新型コミュニティ放送は各地方ブロック内で申請があれば検討
- ・V-HIGH: 14.5MHz (207.5MHz～222MHz) = 全国向け放送 (マルチメディア放送)

＜参考＞地上デジタルテレビジョン放送の完全移行に伴う周波数の再分配



携帯端末向けマルチメディア放送について

◆サービスエリア

<地方ブロック向け放送＝V-LOW>

- ・日本を7ブロックに分割し、ブロック毎に独自サービスを展開

想定されている区分け⇒北海道、東北、関東甲信越、東海北陸、近畿、中国四国、九州沖縄

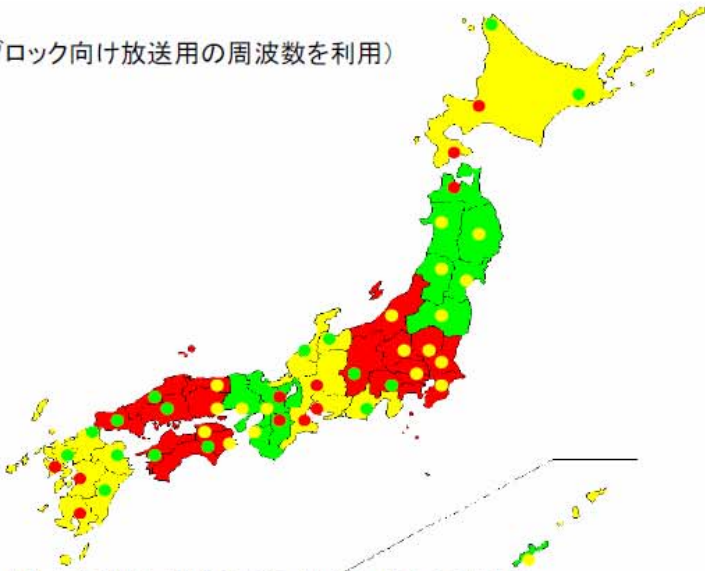
<全国向け放送＝V-HIGH>

- ・全国で同じサービスを展開

地方ブロック向け放送＝V-LOW

【イメージ図】

(地方ブロック向け放送用の周波数を利用)



注1 上記図のセルの大きさは、実際の放送エリアを示すものではない。

注2 上記図のセルの位置は、実際に有効利用可能な場所を示すものではなく、実際には個々に検討が必要。

全国向け放送＝V-HIGH

(全国向け放送のネットワークを利用)

(全国向け放送で複数の周波数を用いる場合に実現の可能性)



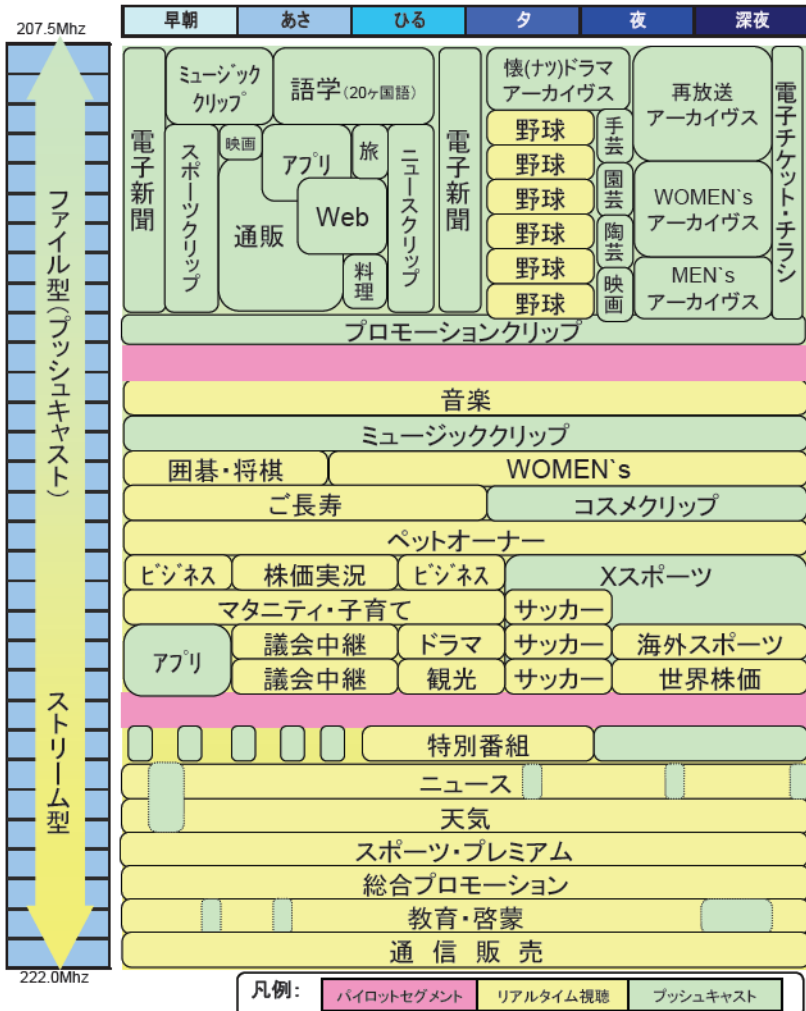
⇒ 全国で1つの周波数のみを利用する場合には、対応不可能。

[総務省資料を一部修正]

携帯端末向けマルチメディア放送について

◆全国向け放送のサービスイメージ

【マルチメディア放送におけるVHF-h帯域利用イメージ】



- ✓ ISDB-Tmmモバイルマルチメディア放送では、リアルタイム視聴やファイル配信など多種多様なサービスの提供が可能。
- ✓ プッシュキャストでは、ビデオ、音楽、電子書籍、電子雑誌など多様なコンテンツを自動的に端末にダウンロードするサービスを提供。

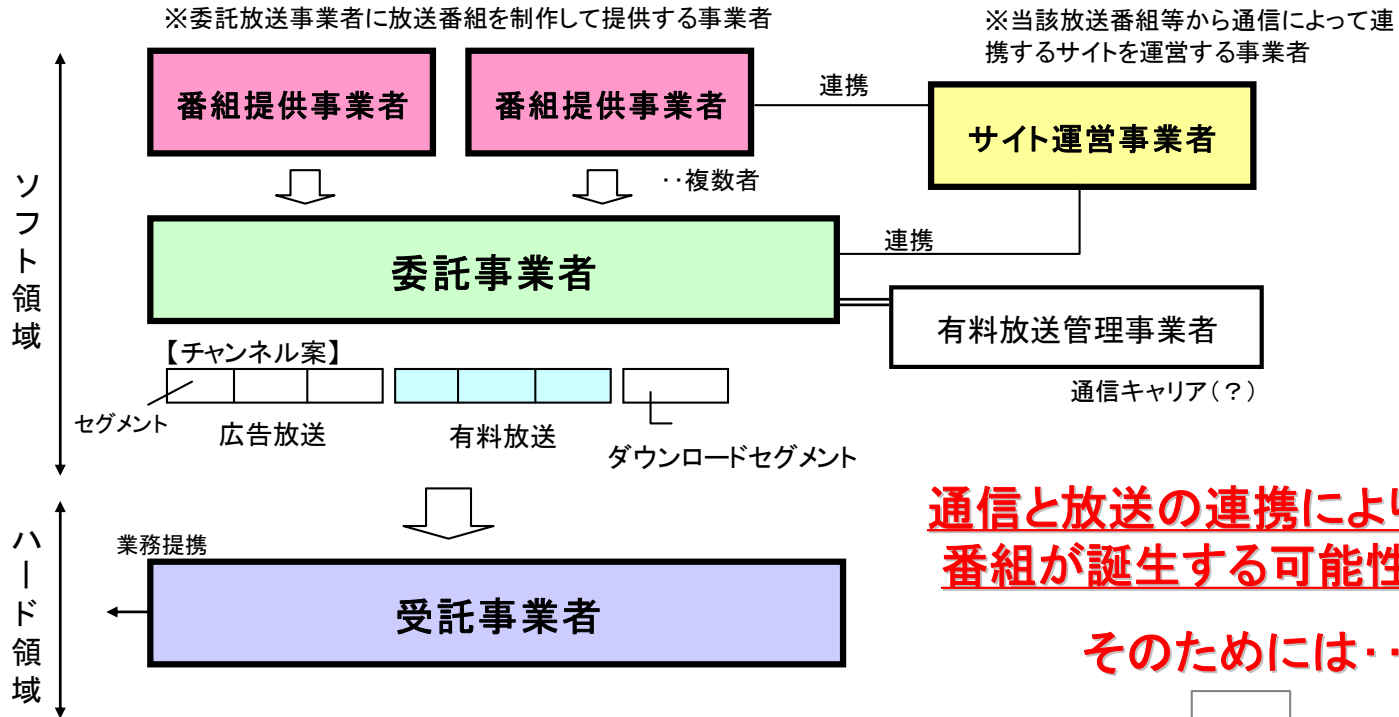
凡例: パイロットセグメント リアルタイム視聴 プッシュキャスト
 ※プッシュキャストは一定期間内の再送を前提。

[総務省資料より]

通信と放送が融合した映像配信モデルとは・・・

携帯端末向けマルチメディア放送の実現に向けた基本的方針のMCFパブリックコメントより

◆マルチメディア放送のプレイヤー構造



通信と放送の連携により多様な番組が誕生する可能性がある

そのためには・・・

- ・国際標準の記述言語であるHTML等の制作環境の実現
- ・リンクに関する制限の公平・公正なるルールの方策
- ・委託事業者、有料放送管理業務と番組提供事業者、サイト運営事業者との間の公平なガイドラインの方策

今後の検証項目

権利関連

- ・著作権使用料に関する規程
- ・出演料、原盤使用料等隣接権に関する規程
- ・番組原盤に関する規程

コンテンツ制作関連

- ・番組のフォーマット開発
- ・番組関連のコンテンツ開発

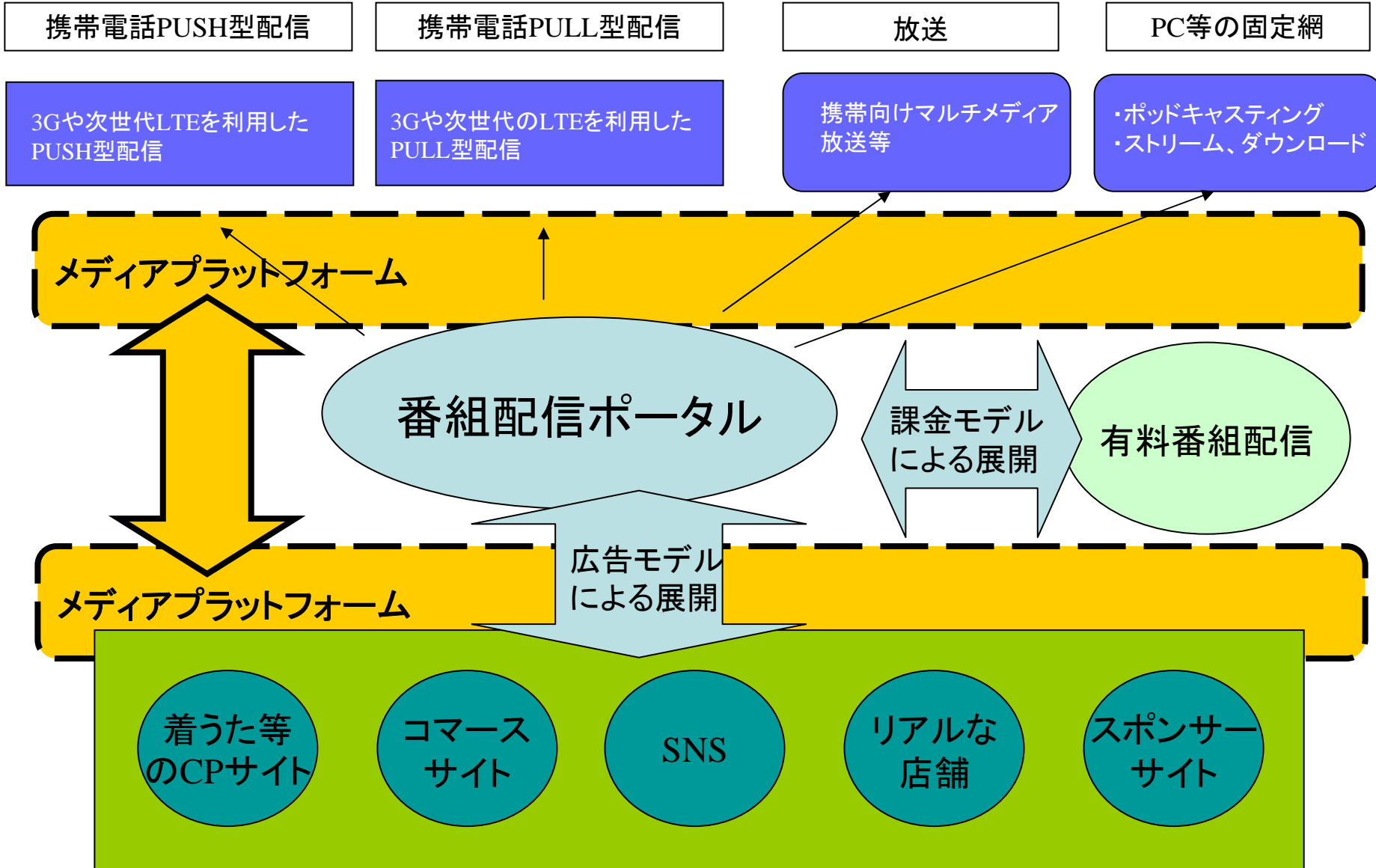
ビジネスモデル関連

- ・放送と通信が融合した番組コンセプトの設定
 - PUSH型、PULL型、広告モデル、課金モデル
- ・複合型ビジネスモデルの開発
 - キャリアメニュー、アーティストサイト、コンサート、物販、SNS等

広告モデル関連

- ・広告コンセプトの策定
- ・広告素材のフォーマット策定
- ・広告手法の開発

想定されるプラットフォーム



ユーザーインターフェースの考え方とビジネススキーム

