

ブロードバンド時代のデジタルコンテンツ・ビジネス

映像コンテンツ流通を中心に

【要 旨】

1. “2005年に世界最先端のIT国家となる”との基本戦略を掲げた2001年1月の「e-Japan戦略」以降、IT戦略本部を中心に各種施策が計画・実施されてきた。ブロードバンド・インターネット接続など高度情報ネットワークの整備に伴い、ネットワーク上を流通するコンテンツの重要度が増している。本稿では、ブロードバンド時代のデジタルコンテンツ・ビジネスについて、映像コンテンツの流通を中心に展望するものである。
2. 日本のブロードバンド加入数は2003年3月末時点で約940万契約に達し、その後も急速な増加が見込まれている。なかでもxDSLは、新規事業者の参入による低価格サービスが浸透するとともに高速化が急速に進み、大幅な伸びを見せている。一方で、FTTHは高い性能に見合うコンテンツ・サービスが見当たらないことから、利用者の伸びは限定的となっている。ブロードバンドの世帯普及率を海外と比較すると、韓国との差は大きいものの米国の普及率を上回っており、国際的に見ても相応の水準に達している。今後も高速化が予定されるインフラ整備の順調な進展に対し、その利用（加入率）は高いといえず加入を促進するコンテンツ流通の充実が求められている。
3. インターネット上の日本発コンテンツ（jpドメイン）は、HTML（文字など）や静止画像が中心であり、ブロードバンド化の効果は既存コンテンツ・サービスのダウンロード時間短縮化という面が強い。インターネットで日常的に利用されているサービスは、電子メールや情報検索、ネットショッピングなどが中心であり、音声・映像サービスなどは低い利用水準となっている。しかし、それらのサービスに対する潜在的ニーズは強く、今後の利用を促すような新たなサービス展開が期待されている。
4. ブロードバンドに適したコンテンツ・サービスの現状を概観すると、音楽については1999年末から、複数方式による配信がレコード会社により行われていたが、2002年8月に大手レコード会社17社が高度なコピーコントロールを可能とする新たな方式を採用したことで、規格が統一された。また、この規格に対応したAV機器も発売が開始され、著作権保護とユーザーの利便性確保という試みとして今後の展開が注目される。一方、米国・韓国などで先行するオンラインゲームは、ゲーム専用機とパッケージが主流の国内ゲーム市場において新たなエンタテインメント・コンテンツとして注目されており、2001年後半よりサービス開始が相次いでいる。
5. 映像コンテンツについてみると、その既存流通市場は、二次流通市場が一次流通市場の2割弱の規模となっている。二次流通市場では約80%を映画ソフトが占め、地上波テレビ番組は残りの20%程度となっている。映画ソフトの二次流通は一次流通の約3倍と再利用が進んでいるのに対し、地上波テレビ番組の二次流通は低位にとどまっている。

映像コンテンツ流通では、これまでもビデオレンタルや衛星放送・CATVによる多チャンネル化によって新たな流通経路が創られ、それぞれの特性を活かしたサービス展開により発展してきた。近年では、個人向けDVD販売市場が、機器の普及とDVDパッケージ価格の低下により急速に立ち上がってきており、ブロードバンド・インターネット映像配信事業（以下、BB映像配信事業）は、このような環境のなかに参入していくことになる。

6．BB映像配信事業では、「映像をPCで視聴すること」に対して疑問が投げかけられるが、最近ではテレビ機能付PCの販売拡大やホームサーバー機能を持つ録画機器の登場により、テレビでもPCでもテレビ番組やBB映像配信を視聴できるようになりつつあり、両者の差は小さくなってきている。

BB映像配信事業には、コンテンツの利用拡大を図るコンテンツホルダー（映像資産保有者）や自社サービスの高付加価値化を図る通信事業者などが様々な目的で参入し始めており、その裾野は広がりつつある。ただし、BB映像配信を事業として確立していくには課題も多く、現状では、将来ブロードバンド人口（市場）が更に拡大した時に備えた試験的な事業進出という意味合いが強い。

7．BB映像配信の事業モデルを確立するためには、ブロードバンド人口（市場）の拡大に加え、著作権処理、ネットワークの安定性確保、不正コピー防止といった課題の解決が不可欠である。著作権については、関係者間で処理ルールが協議されており、早期の解決が期待される。ネットワークの安定性確保は、伝送品質管理が可能な閉じたネットワーク（CDN：コンテンツ・デリバリー・ネットワーク）の活用により安定性を確保できるが、アクセス範囲の制約や広域化する際のコスト増大などの課題が残る。不正コピーの防止については、DRM（デジタル・ライツ・マネジメント）システム導入により高レベルのコピー防止を施すことが可能であるが、導入コストの高さなどが課題となっている。また、専用端末（セット・トップ・ボックス）と衛星放送の視聴管理技術（CAS：コンディショナル・アクセス・システム）を活用した有線放送サービスを開始している事業者もでてきており、安定性・安全性の確保とコスト抑制を目指した様々な展開がなされている。

このように、本格的なブロードバンド時代に向けた様々な取り組みが行われており、ユーザーの利便性が高められるようなコンテンツ・サービスの拡充と事業モデルの確立によって、映像をはじめとするコンテンツ産業やインフラを提供する通信産業がブロードバンド・インターネットを通じて、更に活性化していくことを期待したい。

ふじのき けんいち
[担当：藤ノ木 健一]

1. インフラの発展と利用状況

- ・“2005年に世界最先端のIT国家となる”との基本戦略を掲げた「e-Japan戦略」(2001/1)以降、高度情報ネットワークの整備が進み、今後はネットワーク上を流通するコンテンツの重要度が増している。
- ・本稿では、ブロードバンド時代のデジタルコンテンツビジネスについて、映像コンテンツを中心に展望するものである。
- ・日本のブロードバンド加入数は、xDSLを中心に約940万契約(2003/3)に達し、その後も急速な増加を続けている。
- ・FTTHはその高性能に見合うサービス展開が十分にされておらず、利用者の伸びは限定的である。
- ・世帯普及率(ブロードバンド加入数合計/世帯数)では、韓国との差は大きいものの米国の普及率を上回っており、国際的に見ても相応の水準である。
- ・着実に進展しているインフラの整備に対し、利用(加入率=加入数/加入可能数)は低位に留まっている。
- ・今後、各アクセス手段は更に高速化される予定であり、利用を促進するコンテンツの充実が一層求められる。

図表1-1 e-Japan戦略におけるコンテンツの位置付け

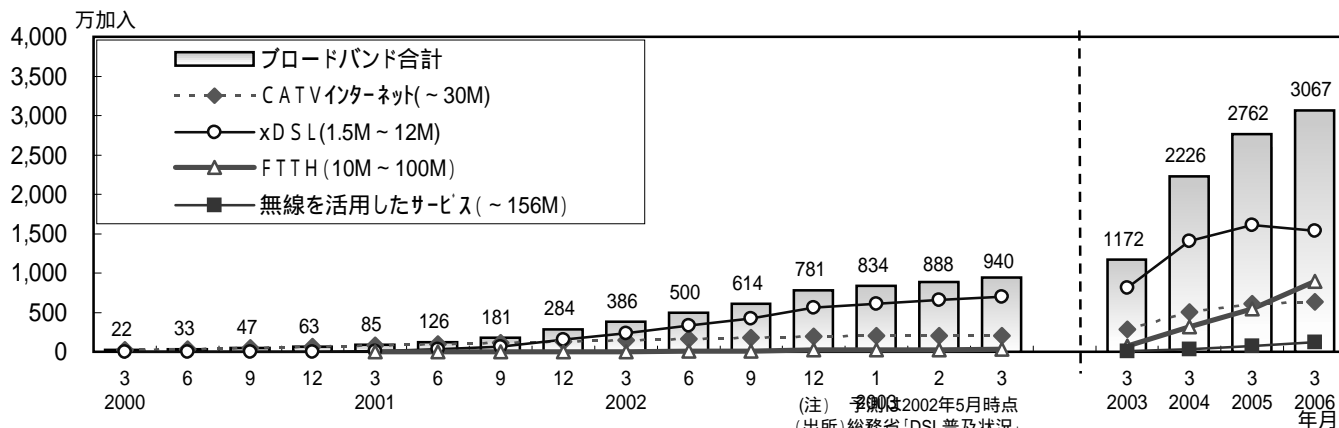
「e-Japan戦略」(2001/01)“2005年に世界最先端のIT国家となる”

【目標】 2005年度までのインターネット接続可能世帯数を 高速:3千万世帯、超高速:1千万世帯 以上とする。
(2001/4:FTTH試験中、DSL570万回線、CATV1900万世帯)

	e-Japan重点計画(2001/03)	e-Japan重点計画2002(2002/06)
重点政策分野	世界最高水準の高度情報ネットワークの形成 教育及び学習の振興並びに人材の育成 電子商取引の促進 行政の情報化及び公共分野における情報通信技術の活用の促進 高度情報ネットワークの安全性及び信頼性の確保 横断的課題(研究開発、デジタルディバイド、国際貢献、新たな課題(以上共通)、国民の理解(2002より追加))	
コンテンツ関連の位置付け	[本文・基本方針中の記述] 「～知的財産権の適正な保護及び利用等の施策を推進～」(上記 関連)	[本文・基本方針中の記述] 「～多様なビジネスモデルの展開への支援(中略)、自由かつ公正な競争環境整備の促進～」(上記 関連) 「～教育用コンテンツの充実・普及～」() 「～ネットワーク上を流通するコンテンツの飛躍的な増大を目指して知的財産権の適正な保護・利用のための環境整備を行う～」() 「デジタルコンテンツの流通促進」()

(出所)IT戦略本部資料

図表1-2 ブロードバンドアクセス加入実績と予測



(注) 予測は2002年5月時点
(出所)総務省「DSL普及状況」
(株)情報通信総合研究所「インターネットの普及予測について」

図表1-3 アクセス手段別の料金推移

回線種類	商品名	下り最高速度	2000/12	2001/12	2002/12
CATVインターネット	J-COM@NetHome	0.8M	¥6,500		
		2M		¥5,800	
		8M			¥5,800
ADSL	フレッツ・ADSL (NTT東)	1.5M	¥5,600	¥4,300	¥4,000
		8M		¥4,500	¥4,050
	Yahoo!BB	8M		¥3,143	
		12M			¥3,543
FTTH (NTT東)	ベーシックタイプ	100M		¥14,900	¥12,900
	ファミリータイプ	10M		¥8,400	¥8,400
	ニューファミリータイプ	100M			¥10,400

注)
ISP(インターネット接続)料金込み
NTT東ISPは“ぶらら”
月額レンタル料金込み
CATVはTV加入者の追加料金

(出所)各社資料より政策銀作成

図表1 - 4 日米韓のブロードバンド世帯普及率

単位：万世帯、万契約

	日本	米国	韓国
世帯数	4,678	10,471	1,608
(時点)	2003/3	2002/6	2002/10
世帯普及率	20.1%	13.4%	58.9%
契約数計	940	1,398	948
CATV	207	916	312
DSL	702	440	531
FTTH	31	1	105
その他	-	43	

注) 世帯数(時点)
 日本(2000/10)、米国(2000/3)、韓国(2001/12)
 米国「その他」は「Satellite or Fixed Wireless」
 韓国「FTTH」、「その他」は「LAN」、「Satellite」の合計

(出所)総務省「国勢調査」、「DSL普及状況公開ページ」、
 U.S.CensusBureau「CurrentPopulationSurveyReports」、
 FCC「FCC Releases Data」、MIC「The Status of Korea's
 Broadband」、Korea National Statistical Office

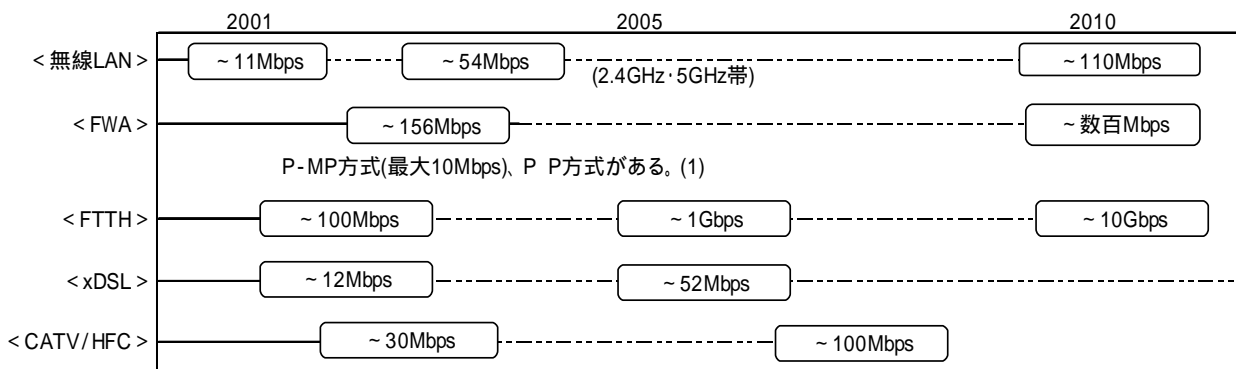
図表1 - 5 ブロードバンド・インフラの整備・利用状況

	xDSL	CATV	FTTH
NTT回線数 / 一般世帯数	5,074万回線	4,678万世帯	4,678万世帯
加入可能数(2002/秋)	3,500万回線	2,300万世帯	1,600万世帯
加入可能カバー率	69.0%	49.2%	34.2%
加入数(2003/3)	702万回線	207万世帯	31万世帯
加入率	20.1%	9.0%	1.9%

(注) 「NTT回線数」：加入電話のみ(ISDN含まず)NTTアンニュアルレポートより(2002年3月末)
 「一般世帯数」：国勢調査より(2000年10月1日現在)
 「加入可能数」：総務省推計。また、技術的要因等によりサービスの提供が不可能な場合がある。
 「加入可能数DSL」：DSLサービスが提供されている東・西NTTの収容局における住宅向け回線数(光化しているものを除く。)の合計
 「加入可能数CATV」：CATVインターネットを行っている事業者のケーブルテレビ視聴可能エリアの世帯数(2001年12月末現在)
 「加入数」：総務省資料「DSL普及状況公開ページ」より

(出所)IT戦略本部「e-Japan重点計画2002」に加筆

図表1 - 6 ブロードバンド・アクセスの高速化ロードマップ



注) 無線LAN: 無線ローカルエリアネットワーク
 FWA: 加入者系固定無線アクセス
 FTTH: 加入者系光アクセス
 xDSL: 加入者系銅線高速アクセス
 CATV/HFC: 加入者系同軸ケーブルTV網アクセス/光・同軸ケーブルTV網アクセス
 (1)P-MP(1対多)方式、P-P(1対1)方式

(出所)光産業技術振興協会資料に加筆

2. ブロードバンド・インターネット利用の現状

・インターネット上の日本発(jpドメイン)コンテンツは、HTML(文字など)や静止画像が中心。ブロードバンドの効果は、既存コンテンツ・サービスのダウンロード時間短縮化という面が強い。

・インターネットで日常的に利用されるサービスは、電子メールや情報検索、ネットショッピングなどが中心であり、音声・映像サービスなどの利用水準は低い。

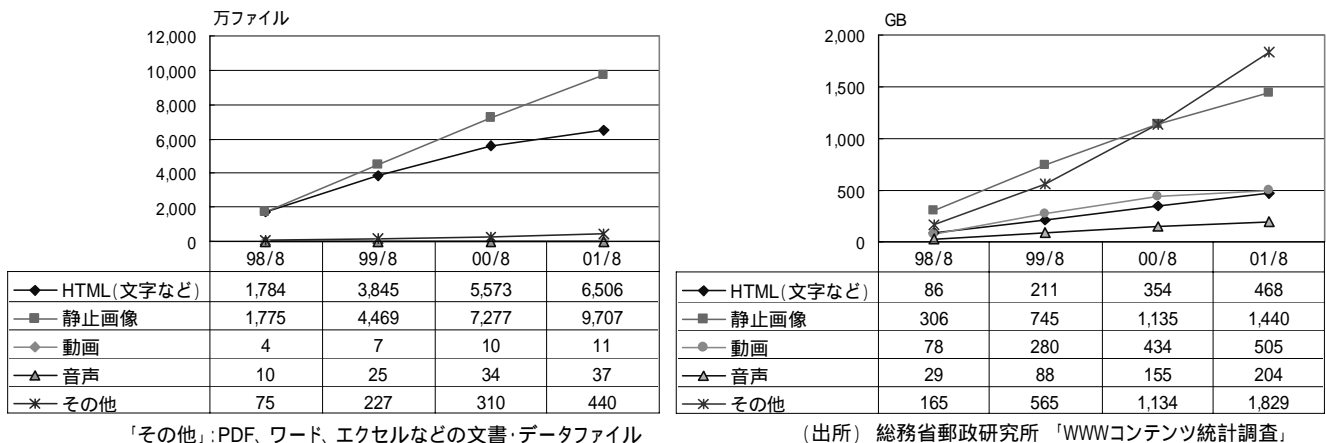
・しかし、それらのサービスに対する潜在的ニーズは強く、今後の利用を促すサービス展開が期待される。

・ブロードバンドに適したサービスの現状を以下で概観する。

・音楽は2000年頃から複数方式による配信が行われていた。2002年8月に、高度なコピーコントロールが可能な方式を大手17社が採用したことで規格が統一された。この規格に対応したAV機器も発売が開始され、著作権保護とユーザーの利便性確保という試みとして今後の展開が注目される。

・米国・韓国で先行普及しているオンラインゲームは、ゲーム専用機とパッケージが主流の国内ゲーム市場において新たなエンタテインメントコンテンツとして注目され、2001年後半からサービス開始が相次いでいる。

図表2 - 1 日本発コンテンツのファイル数/データ量の推移



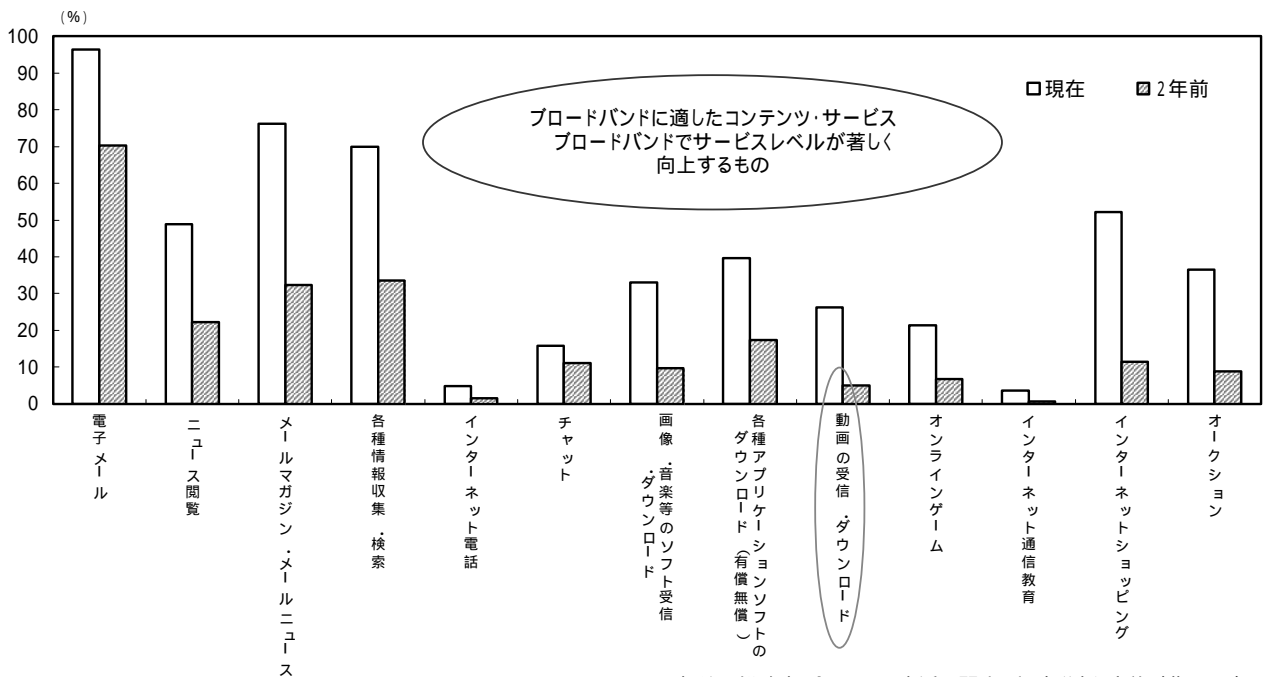
図表2 - 2 伝送速度と利用可能なコンテンツ例

コンテンツ 伝送速度	メール web閲覧	静止画像	テレビ会議	通常の テレビ映像	高精細度映像 のライブ映像
6.4K		-	-	-	-
600K			-	-	-
1.5M				-	-
8M					-
100M					

スムーズな利用が可能
となるコンテンツの例

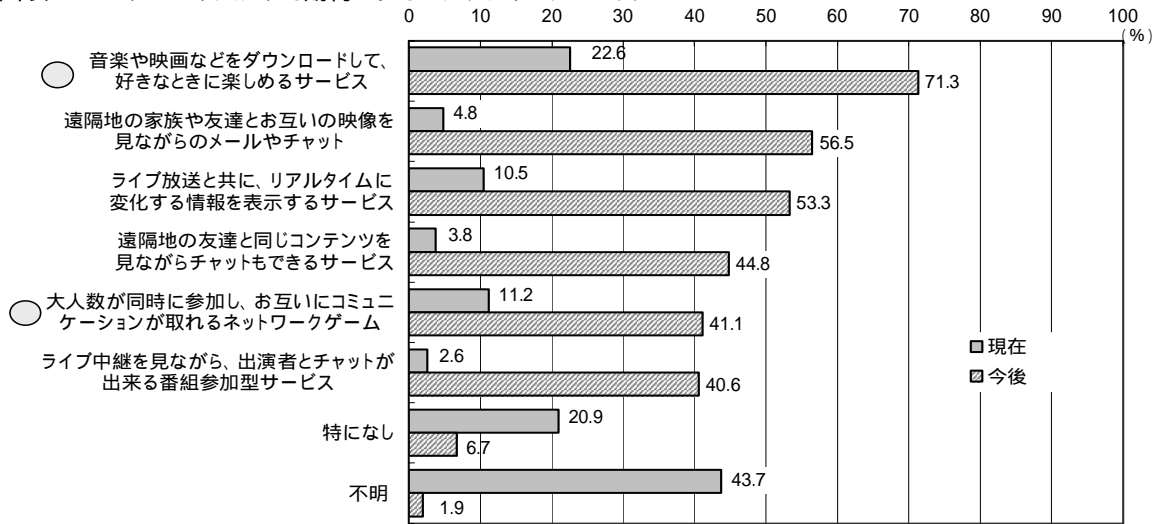
(出所) 総務省「情報通信白書2002」に加筆

図表2 - 3 インターネットで日常的に利用されているサービス



(出所) 総務省 「ITと国民生活に関する調査分析」実施時期2002年3月

図表2-4 ブロードバンドで期待されるコンテンツ・サービス



(注)複数回答 (出所)総務省「ITと国民生活に関する調査分析」実施時期2002年3月

図表2-5 国内大手レコード会社の音楽配信事業

開始時期	運営事業者	出資会社	配信方式	料金	支払方法	録音		備考
						録音メディア	制限	
2000/5~ MQ 2002/8~	レーベルゲート	SCN, エイベックス, SME, 日本コロムビア, ビクターエンタテインメントレコード会社17社	・レーベルゲートMQ	-	・クレジットカード ・ISP ・電子マネー	・MD ・マジックゲートメモリスティック	・PCからMD/マジックゲートメモリスティックへのコピー回数制限あり ・CDからも楽曲を録音できるがMDへの録音のみ可能	各レコード会社のサイトにリンクし、配信技術・決済機能を提供
1999/12~	ソニーミュージックエンタテインメント	ソニー	・レーベルゲートMQ	210円/1曲	・レーベルゲート経由決済	・レーベルゲートMQ対応機器	・レーベルゲートMQに準拠	・Windows Media Technogeis方式は99/12~02/6で終了 ・LabelGate方式は00/2~02/9で終了
2000/4~	エイベックス	上場会社	・レーベルゲートMQ ・WindowsMedia Technologies	210円/1曲	・クレジットカード ・ISP ・電子マネー ・ネット銀行	・レーベルゲートMQ対応機器 ・WindowsMedia Audio対応専用機器	・レーベルゲートMQに準拠 ・サイト対応3機種	
2000/8~	ビクターエンタテインメント	日本ビクター	・レーベルゲートMQ ・WindowsMedia Technologies	350円/1曲	・クレジットカード ・ISP ・電話料金決済	・レーベルゲートMQ対応機器 ・WindowsMedia Audio対応専用機器	・レーベルゲートMQに準拠 ・WMA対応機器	
2001/12~	ユニバーサルミュージック	ビベンディ・ユニバーサル	・レーベルゲートMQ	300円/1曲	・レーベルゲート経由決済	・レーベルゲートMQ対応機器	・レーベルゲートMQ対応機器	・Windows Media Technogeis方式は01/12~02/12で終了

(注)配信事業を行っている大手レコード会社の一部を整理したもの(出所) 各社資料より政策銀作成

図表2-6 国内のネットワークゲーム事業

	ゲーム名	提供会社	会員数	サービス開始時期		月額料金	支払方法	特徴
				無料	有料			
ソフト有料型	ファイナルファンタジー	スクウェア	出荷本数 PS2 21万人 (2002/9末) 損益分岐 会員数20万人弱	PS2版 2002/5/16発売 PC版 2002/11/7発売 購入から1ヵ月は無料	購入から2ヶ月目以降	基本1280円 オプション毎100円 (キャラクターなど)	・クレジットカード ・電子マネー ・ISP課金	PS2版7800円 PC版オープン価格 56Kbps以上 追加ディスク発売予定
	ガンダムネットワークオペレーション	バンダイ	出荷本数 4万本超 2.5万人 (2002/11/1)	2002/4/1~ 初期退会可能期間 入会から10日間	2002/4/1~	基本 900円 (クレカード) 3000円/3ヵ月一括 (コンビニ) オプション 500円	・クレジットカード ・コンビニ支払	PC用オープン価格 (店頭予想価格8800円) サーバー15台 (2002/11) (約3.8万人収容可能) 28.8Kbps以上 ポットPC対応予定
	エバークエスト日本語版	SCN	無料期間中は利用者を限定 (約2万人)	2002/12/16~ (ダウンロード)	2003/2/5~ (パッケージ)	1480円	・クレジットカード	PC用4980円 28.8Kbps以上 米国発 (米国: 約33万人、全世界約43万人)
ソフト無料型	ボトリス	バンダイゲームベンチャー	無料期間中 38万人 (2002/11/30)	2001/10/1~	2002/12/23~	500円 3ヵ月一括 = 1200円	・クレジットカード ・電子マネー ・銀行振込	無料サービスは試版として提供 アナログ回線対応 韓国発 (CCR社) ネットカフェ対応
	ラグナロクオンライン	ガンホーオンラインエンタテインメント	10.6万人 (2002/12/1)	2001/11~	2002/12/1~	1500円	・クレジットカード ・電子マネー	56Kbps以上 韓国発 (韓国約250万人) (グラヴィティ社) ネットカフェ対応
	リネージュ	NCジャパン	有料化以前 15万人	2001/9~	2002/2~ (登録後15日間無料)	1400円 時間・期間割料金あり	・クレジットカード ・電子マネー	256Kbps以上 韓国発 (全世界約600万人) (NCソフト社) ネットカフェ対応

(注)ネットワークゲーム事業を行っている企業の一部を整理したもの(出所) 各社資料より政策銀作成

3. 映像コンテンツ流通の現状

- ・映像コンテンツの既存流通市場(2000年度)を見ると、二次流通市場は一次流通の2割弱の規模である。
- ・地上波テレビ番組は一次流通では80%を占めるが、二次流通では20%に留まる。一方、映画ソフトは一次流通では5%に過ぎないが、二次流通では80%を占めている。
- ・これまでもビデオレンタルや衛星放送・CATVによる多チャンネル化によって新たな流通経路が創られてきた。各経路とも特性を活かしたサービス展開により消費者の効用を高め、発展してきている。近年ではDVDの普及とパッケージの価格低下により、個人向けパッケージ市場が急速に立ち上がっている。
- ・ブロードバンドインターネット映像配信事業(以下、BB映像配信事業)は、このような環境のなかに参入していくことになる。

図表3 - 1 コンテンツと流通メディア

コンテンツ	第1ウィンドウのメディア (1次流通市場)	第2ウィンドウ以降の主要メディア (2次流通市場)	コンテンツ	第1ウィンドウのメディア (1次流通市場)	第2ウィンドウ以降の主要メディア (2次流通市場)
映画ソフト	劇場上映	ビデオ、衛星放送、CATV、テレビ放送	衛星テレビ番組	BS、CS放送	(ビデオ、CATV、テレビ放送)
ビデオソフト	ビデオ販売、レンタルビデオ	(衛星放送、CATV、テレビ放送)	CATV番組	CATV放送	(ビデオ、衛星放送、テレビ放送)
テレビ番組	地上波テレビ放送	ビデオ、衛星放送、(CATV)			

()内は、現状では流通メディアとして明確な市場を形成していないもの、あるいは実態把握が困難なもの

(出所) 総務省郵政研究所「メディア・ソフトの制作および流通実態に関する調査報告書」

図表3 - 2 映像コンテンツの主要メディア市場規模(2000年度)

【市場規模】

単位:億円

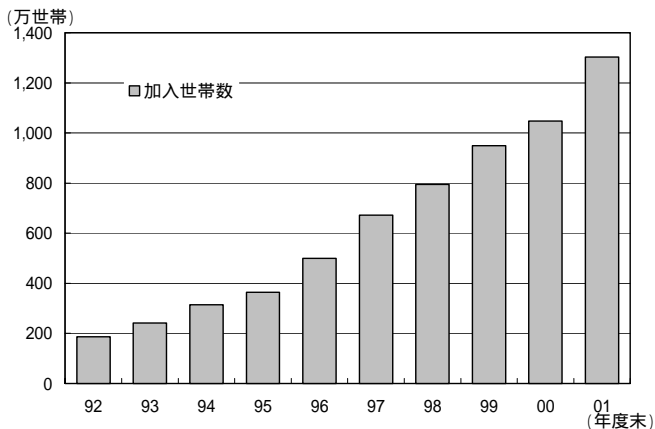
	劇場上映	ビデオ販売	レンタルビデオ	地上波放送	衛星放送	CATV	合計
映画ソフト	1,708	718	2,336	1,099	577	324	6,763
ビデオソフト	-	731	1,350	-	-	-	2,081
地上波テレビ番組	-	203	498	27,544	184	-	28,428
衛星テレビ番組	-	-	-	-	1,421	-	1,421
CATV番組	-	-	-	-	-	1,970	1,970

は1次流通市場

1次合計 = 34,724億円 2次合計 = 5,939億円

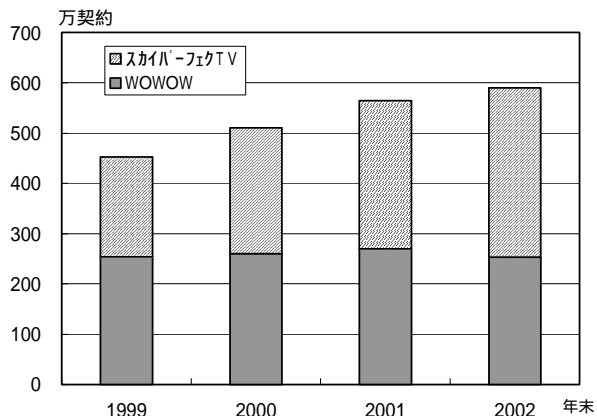
(出所) 総務省郵政研究所「メディア・ソフトの制作および流通実態に関する調査報告書」

図表3 - 3 自主放送を行なうCATVの加入世帯数推移



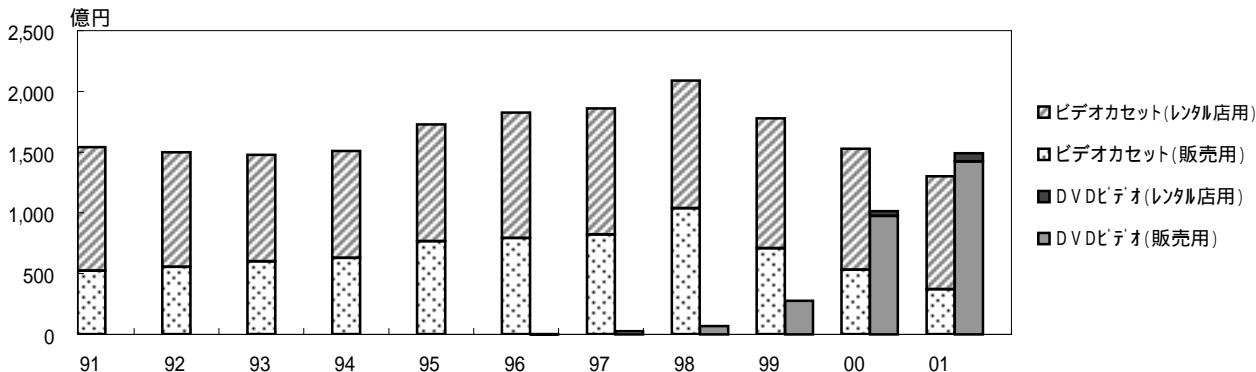
(出所) 総務省「ケーブルテレビの現状」

図表3 - 4 衛星放送加入者の推移(除くNHK)



(出所) 各社資料より政策銀作成

図表3 - 5 パッケージメディアの推移(売上高)



(出所) (社)日本映像ソフト協会

4. 新たな流通経路としての映像配信事業

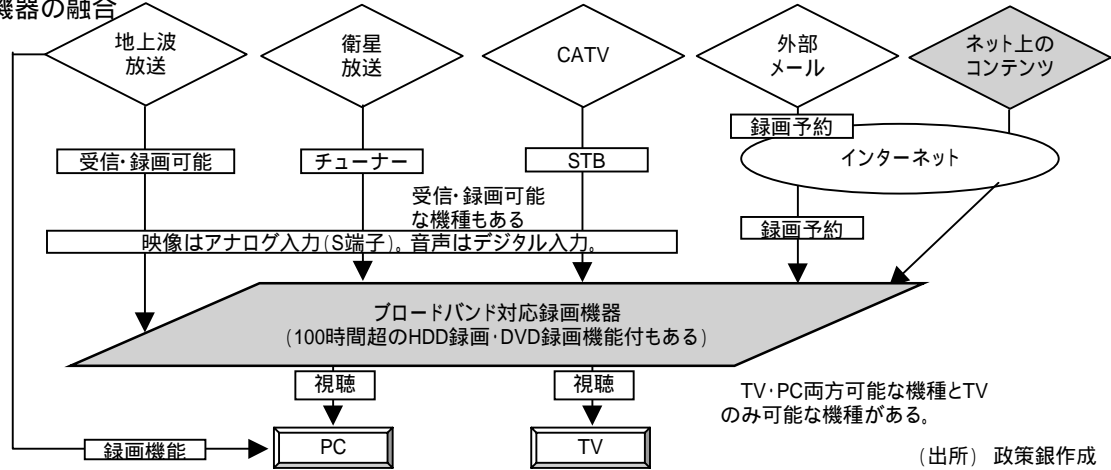
・最近ではTV機能付PCの販売拡大やホームサーバー機能を持つ録画機器の登場により、TVでもPCでもBB映像配信を視聴することができるようになりつつある。

・BB映像配信では、「好きな時に好きな作品」を視聴するVOD(ビデオ・オン・デマンド)が実現でき、現状のサービスでもVODが中心となっている。また、双方向性などの特性を活かした新たなコンテンツの一次流通としても期待されている。

・BB映像配信事業には、コンテンツ利用の拡大を図るコンテンツホルダー(映像資産保有者)や自社サービスの高付加価値化を図る通信事業者などが様々な目的で参入している。

・現状では事業として確立するには課題も多く、コンテンツホルダー側の参入は、ブロードバンド人口(市場)が拡大した時に備えた試験的な意味合いが強い。

図表4-1 PCとAV機器の融合

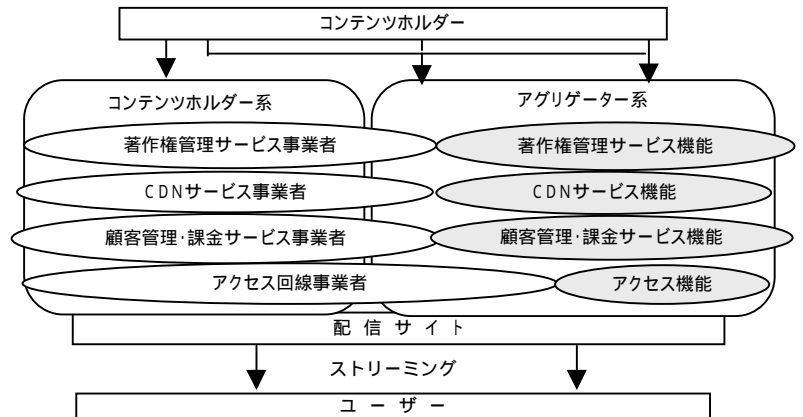


図表4-2 ブロードバンドインターネット映像配信機能の整理

	インタラクティブ(双方向性)	非インタラクティブ
1次利用	双方向性を利用した新規映像コンテンツ 例:多展開ドラマ	新規映像コンテンツ 例:オリジナル作品
2次利用	素材利用 旧作品と双方向性を利用した新規映像コンテンツ 例:ゲーム、マルチビュー番組	旧作品を利用した新規映像コンテンツ 例:続編、別バージョン
	マルチユース(再利用)	他メディアで1次流通した映像コンテンツ 例:VOD

(出所) 東映アニメーション(株)ヒアリング等基に政策銀作成

図表4-3 ブロードバンドインターネット映像配信事業の構造



(出所) 政策銀作成

図表4-4 ブロードバンドインターネット映像配信事業の整理

分類(目的)	サイト	運営事業者	主要出資者	開始時期	配信コンテンツ		料金		
					ジャンル	月額定額	PPV		
コンテンツホルダー系	パッケージとの連動	東映特撮BB	東映	上場企業	2002/7~	特撮	基本料500円	(7日間) 100円~	
		バンダイチャンネル	バンダイチャンネル	バンダイサンライズ	2002/11~	アニメ		(7日間) 100円~	
		東映アニメBB	東映アニメーション	上場企業	2002/12~	アニメ	1000円		
	配信への対応	chance@トレゾーラ	トレゾーラ	TBS	2002/9/1~11/30までの期間限定	ドラマ、バラエティ、アニメ、音楽など	1000円		
		日テレチャンネル	日本テレビ	上場企業	2001/9~	スポーツ	500円・800円		
		テレビ東京	テレビ東京ブロードバンド	テレビ東京 NTT東日本 日本経済新聞	2001/6~	スポーツ、情報	500円/250円		
	衛星放送への対応	スカパーBB	スカイパーフェクトコミュニケーションズ	上場企業	2002/8~	ドラマ、映画 スポーツなど	加入料1000円 基本料300円 基本パック980円	追加コンテンツ 月額200~600円 日額100~300円	
		WOWOW	WOWOW	上場企業	2001/12~	ドラマ、映画 スポーツなど		(1日間) 100円~	
		加入者獲得	BB@nifty	@nifty	富士通	2000/11~	スポーツ、映画、アニメ、音楽、教育、キッズなど	300円/500円	定額・PPVともにあり。 金額は多様なコンテンツのポータルサイトのため、特定困難。
			OCN Broadband Media	OCN	NTTコミュニケーションズ	2001/6~			
BROBA	NTTB		NTT	2002/4~					
A!!	A!!	ソニー 東京急行電鉄 関西電力 伊藤忠商事	2001/1~						

(出所) 政策銀作成

4. 新たな流通経路としての映像配信事業

・BB映像配信の事業モデルを確立するためには、ブロードバンド人口(市場)の拡大に加え、著作権処理 ネットワークの安定性確保 不正コピー防止といった課題の解決が必要である。

・著作権処理は、処理ルールについて関係者間で協議が行われており、早期の解決が期待される。

・ネットワークの安定性確保は、伝送品質管理が可能な閉じたネットワーク(CDN:コンテンツ・デリバリー・ネットワーク)の活用により安定性を確保できるが、アクセス範囲の制約やコスト面などの課題もある。

・不正コピー防止の確立は、DRM(デジタル・ライツ・マネジメント)システム導入により高レベルのコピー防止を施すことが可能であるが、導入コストの高さが課題となっている。

・また、専用端末(セット・トップ・ボックス)と衛星放送の視聴管理技術(CAS:コンディショナル・アクセス・システム)を活用した有線放送サービスを開始している事業者もでてきており、安定性・安全性の確保とコスト抑制を目指した様々な展開がなされている。

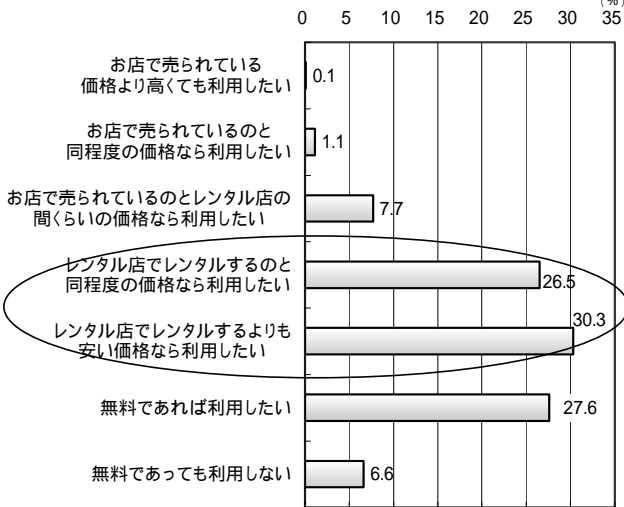
・このように、本格的なブロードバンド時代に向けて、様々な取り組みが行われており、今後の展開が期待される。事業モデルの確立と提供コンテンツ・サービスの拡充によって、ユーザーの利便性が高まり、映像市場とブロードバンド・インターネットが更に活性化していくことを期待したい。

図表4-5 ブロードバンドインターネット映像配信の評価

		コンテンツ面	インフラ面
メリット	事業者	・マルチコースの新規利用先 ・コンテンツ利用率・回転率の上昇	・回線利用(データ通信量)の拡大
	ユーザー	・映像コンテンツの選択肢拡大 ・VODの実現(好きな時に好きなものを) ・映像コンテンツの操作性(タイムシフトなど)向上	・PCや通信機器、AV機器利用の効用拡大 ・選択の拡大(地上波・衛星・CATV・ネットなど)
課題	事業者	事業モデルの確立(価格設定、コスト抑制など) 煩雑な権利処理作業	マス向けでは放送メディアにコスト優位性 配信システムの安定性確保 権利者から信頼されるコピー防止技術の確立 (安全な個人認証・課金システムの確立)
	ユーザー	・著作権に対する意識向上	・不安定な伝送実効速度 (ベストエフォート型サービス)

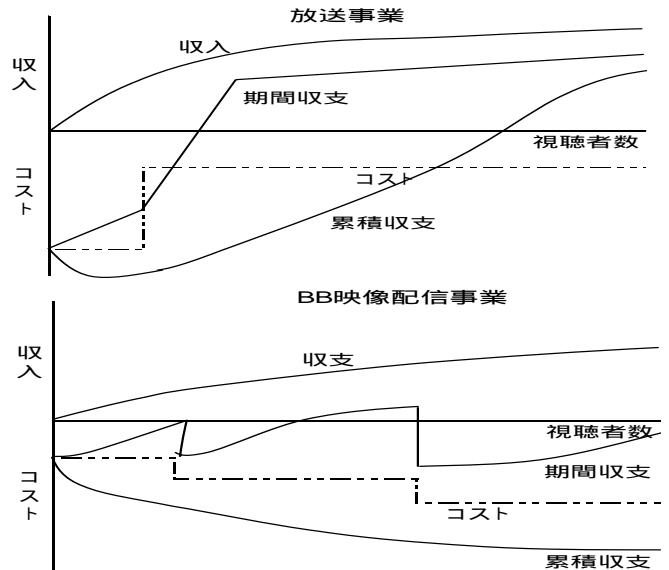
(出所) 政策銀作成

図表4-6 映像コンテンツに対する支払い金額の意向^(%)



(出所) 総務省郵政研究所
「パソコンやインターネット上の不正行為とセキュリティーに関する意識調査」

図表4-7 放送メディアとインターネット配信のコスト概念図



(出所) 政策銀作成

図表4-8 映像コンテンツ(TV番組)の権利処理

放送局(民放・NHK)が制作した「テレビ放送を初期目的とした映像ソフト」(著作権法上の位置付けは放送事業者)

形態	利用	テレビ放送(再放送)					ビデオソフト			インターネット	
		権利	団体協約			権利	団体協約			権利	団体協約
			地上波	衛星利用	CATV		市販	レンタル	業務用		
原作	日本文芸著作権保護同盟										×
脚本	日本脚本家連盟										×
	日本シナリオ作家協会					民放のみ	民放のみ	民放のみ			×
作詞・作曲	JASRAC					×	×	×			×
監督	日本映画監督協会	×				×					×
メインスタッフ	なし	×				×					×
実演家	日本芸能実演家団体協議会		×	×	×	×	×	×			×
レコード製作者	日本レコード協会					×	×				×
レコードの実演家	なし					×	×				×

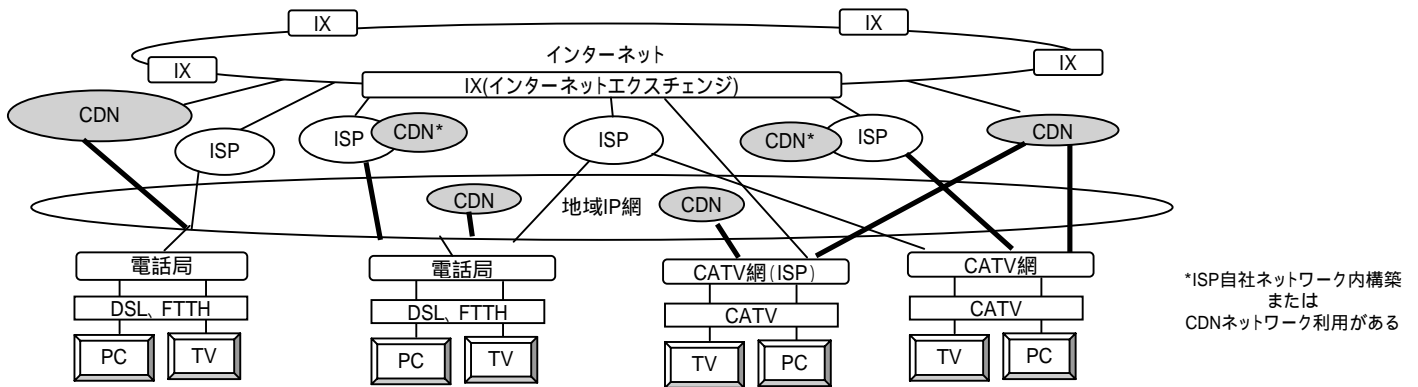
注1 は権利処理が必要であり、かつ団体協約が存在しないもの

注2 団体協約では使用料率のみを定めており利用毎に許諾が必要であるが、利用を拒否する権利者はいないため、交渉の手間はかからない

(出所) 経済産業省文化情報関連産業課「コンテンツ産業の現状と課題」

図表4 - 9 インターネットを経由しない安定したネットワーク構築(CDN)

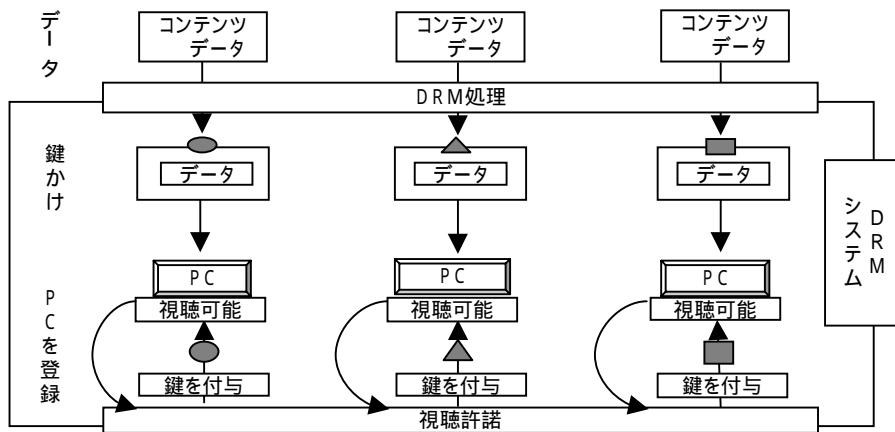
*CDN:コンテンツ・デリバリー・ネットワーク



(出所) 政策銀作成

図表4 - 10 著作権管理・コピー防止技術(DRM)

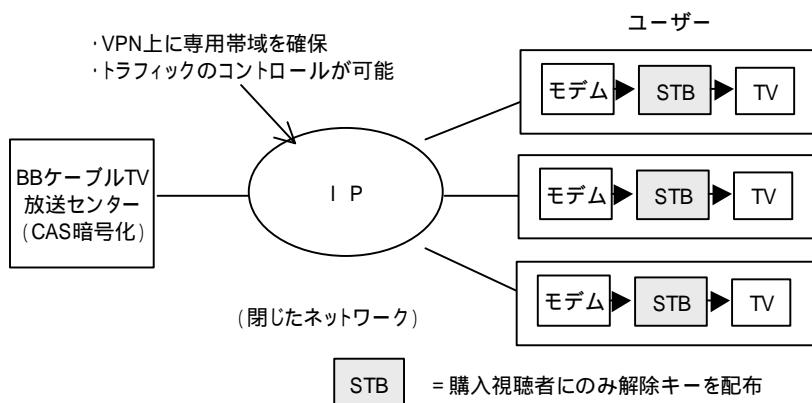
*DRM:デジタル・ライツ・マネジメント



(出所) 政策銀作成

図表4 - 11 専用端末と既存技術を活用した著作権管理・コピー防止技術

*CAS:コンディショナル・アクセス・システム



(出所) 会社資料に加筆