

国内外における音楽・映像等のコンテンツの クラウド型サービスの動向

2012年1月23日

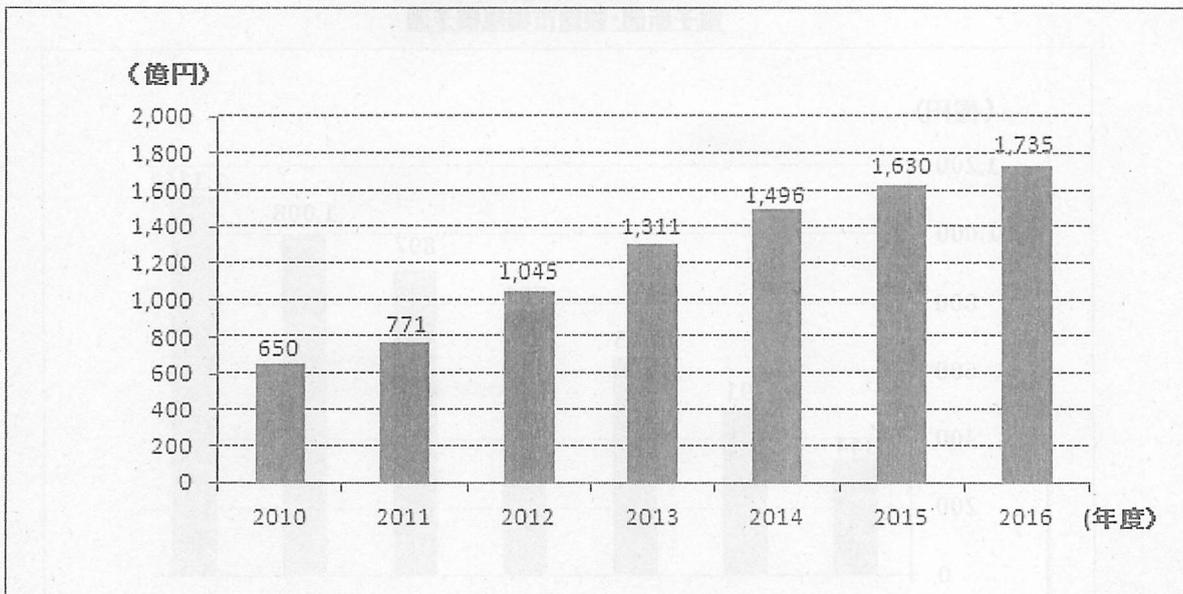
株式会社野村総合研究所
コンサルティング事業本部
ICT・メディア産業コンサルティング部
主席コンサルタント 桑津 浩太郎

〒100-0005
東京都千代田区丸の内1-6-5 丸の内北ロビル

◆電子書籍 最後のデジタル化コンテンツ(1)

端末本格普及をきっかけに2016年度には約1,700億円の市場となる

電子書籍市場規模予測



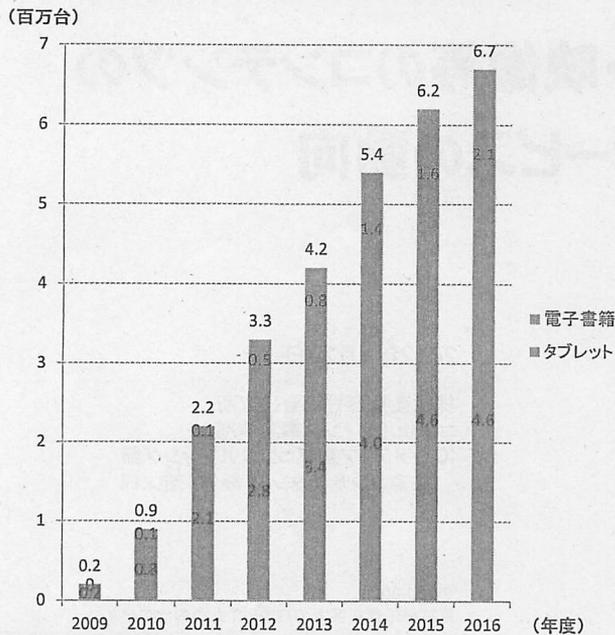
出所:NRI

◆電子書籍 最後のデジタル化コンテンツ(2)

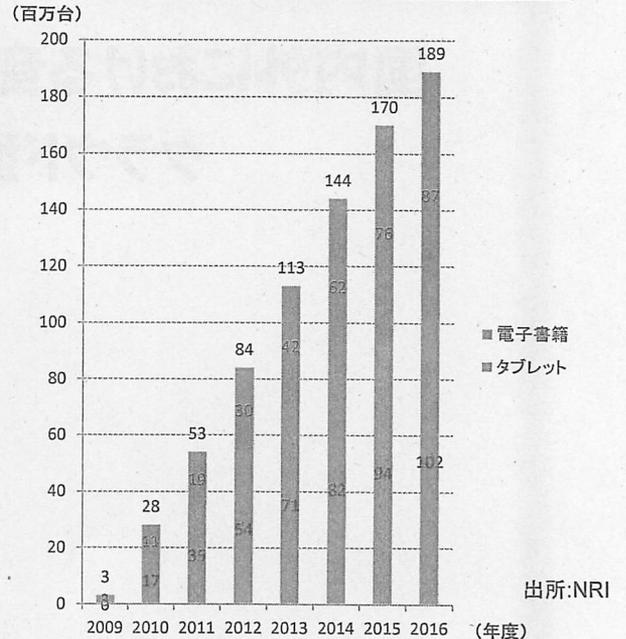
タブレットおよび電子書籍端末の販売台数は、今後急速に拡大し、2016年度には全世界で1億9,000万台、日本では670万台に達する。

■タブレットやや優勢の日本 対 電子書籍端末健闘の海外

日本のタブレット/電子書籍販売台数予測



全世界のタブレット/電子書籍販売台数予測

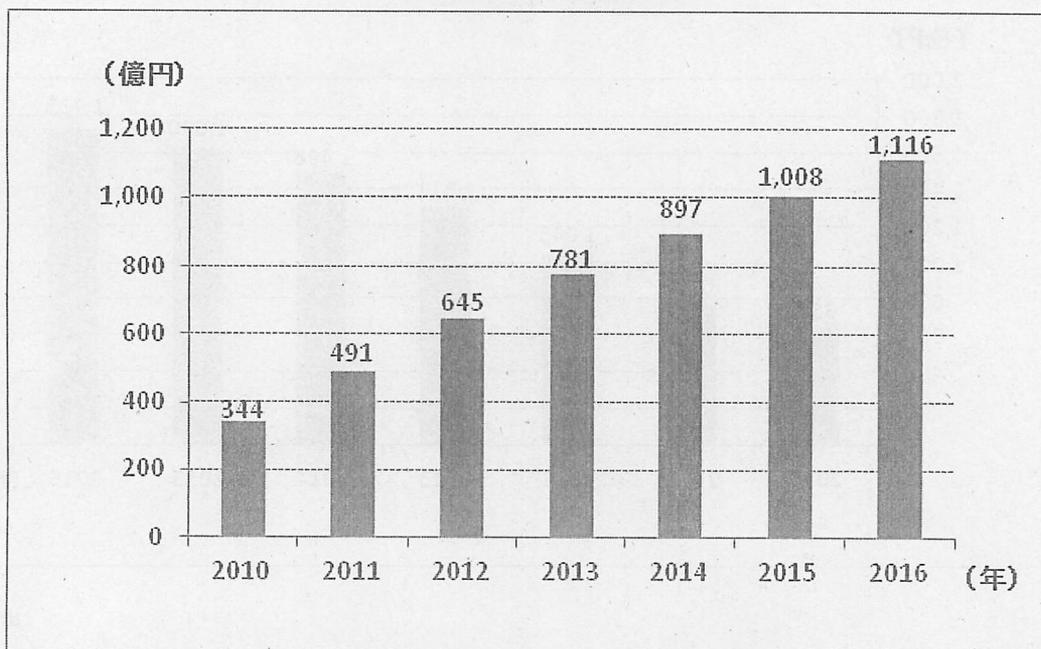


出所:NRI

◆電子書籍 電子新聞・雑誌市場 緩やかな立ち上がりへ

法人向け有料記事データベースの市場から、消費者向けの記事配信市場にシフトし、2016年には1,100億円市場に達する

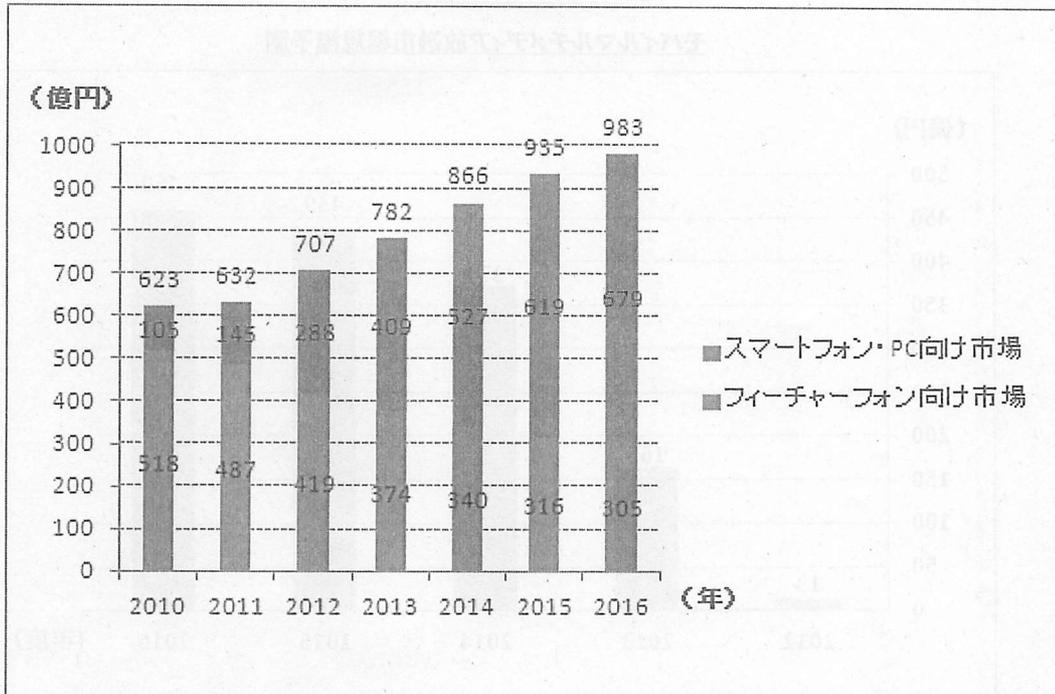
電子新聞・雑誌市場規模予測



出所:NRI

◆音楽配信市場動向 最初のデジタル化コンテンツ市場はクラウド、スマホで再成長の可能性も…
 定額制クラウド配信ビジネスモデルの躍進により、
 再び2012年度から成長し2016年度には約1,000億円市場となる

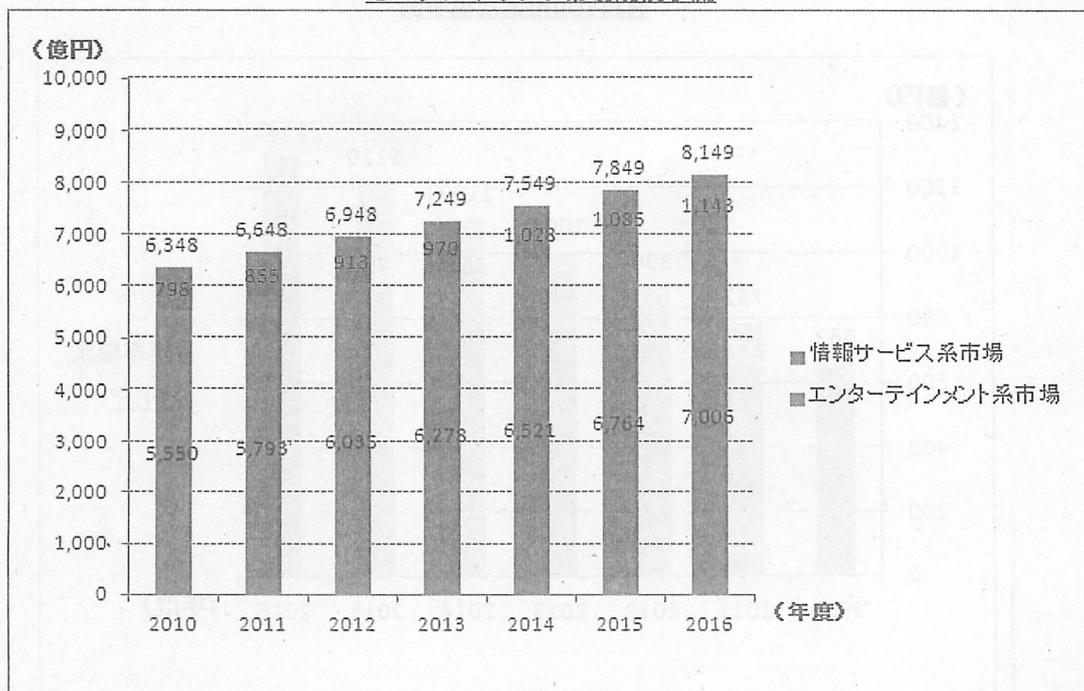
音楽配信市場規模予測



出所:NRI

◆モバイルコンテンツ市場動向 スマホ普及による緩やかな成長が続く…
 コンテンツ消費量が多いスマートフォンの普及により、
 2016年度には8,000億円市場となる

モバイルコンテンツ市場規模予測



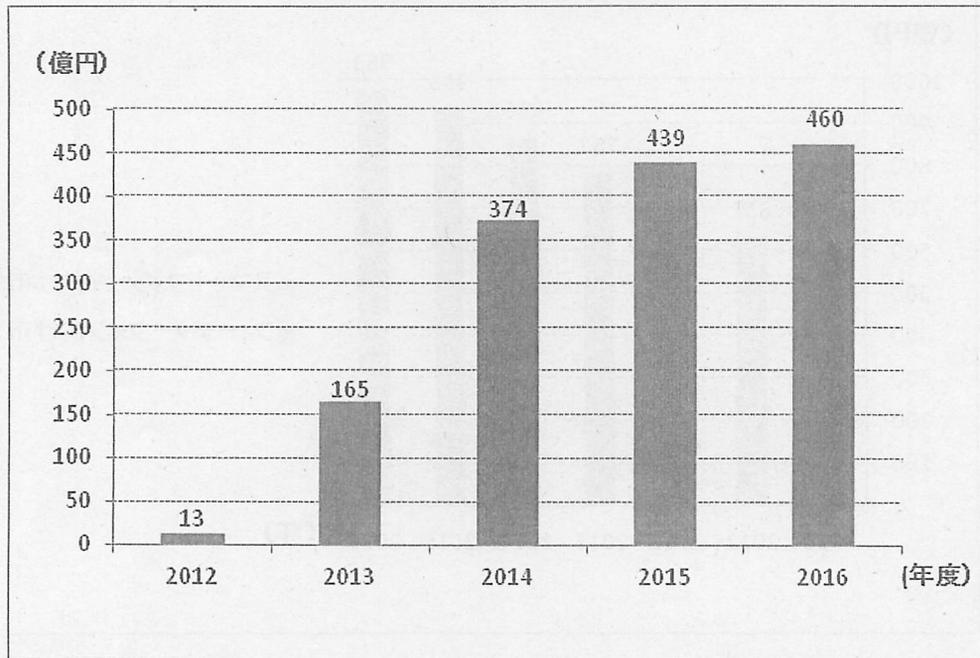
出所:NRI

◆モバイルマルチメディア放送市場

期待のニューフェースであるが、スマホ・コンテンツ市場での立ち位置確保が課題

モバイルマルチメディア放送(NTTドコモのmmbi)市場ポテンシャルは、2016年度において460億円規模

モバイルマルチメディア放送市場規模予測



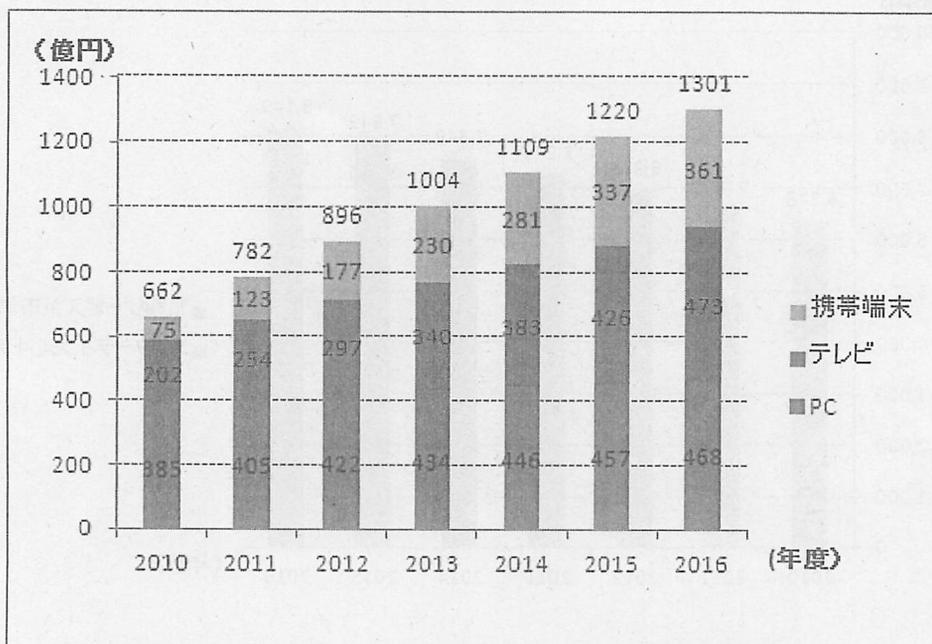
出所:NRI

◆有料VOD市場動向

伸び悩んでいた市場。無料サービスによる伸び悩みから、携帯端末向けが牽引へ

スマートフォンと無線インフラの整備により、携帯端末向けVODが成長し、2016年度には1,300億円市場となる

有料VOD市場規模予測



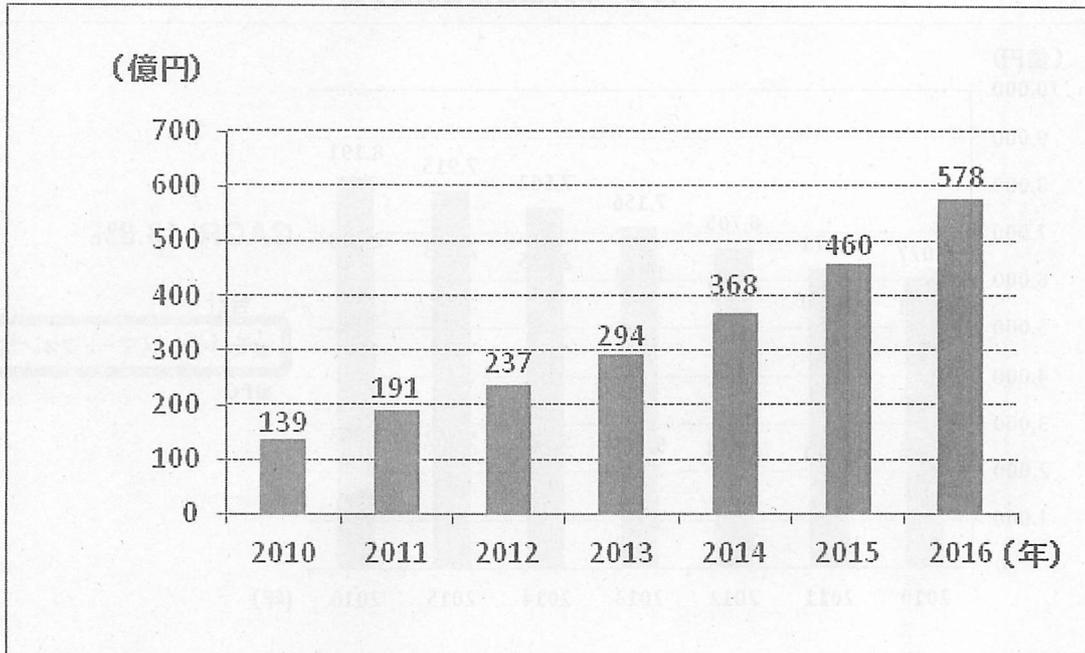
出所:NRI

◆ソーシャルメディア市場

成長傾向は続くが、市場のプレゼンスに比較すると、収入規模は小規模。

市場は着実に成長し、2016年には580億円市場に達する

ソーシャルメディア広告市場規模予測

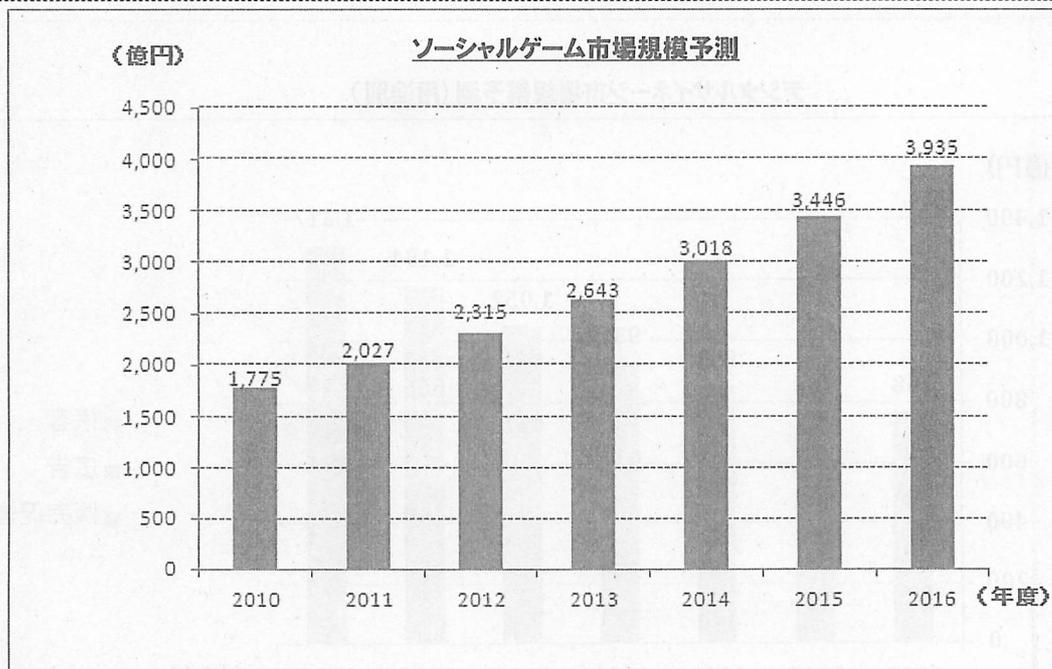


出所:NRI

◆ソーシャルゲーム市場動向

既存ゲームコンテンツ市場からのシフトとスマホ普及によって成長維持。

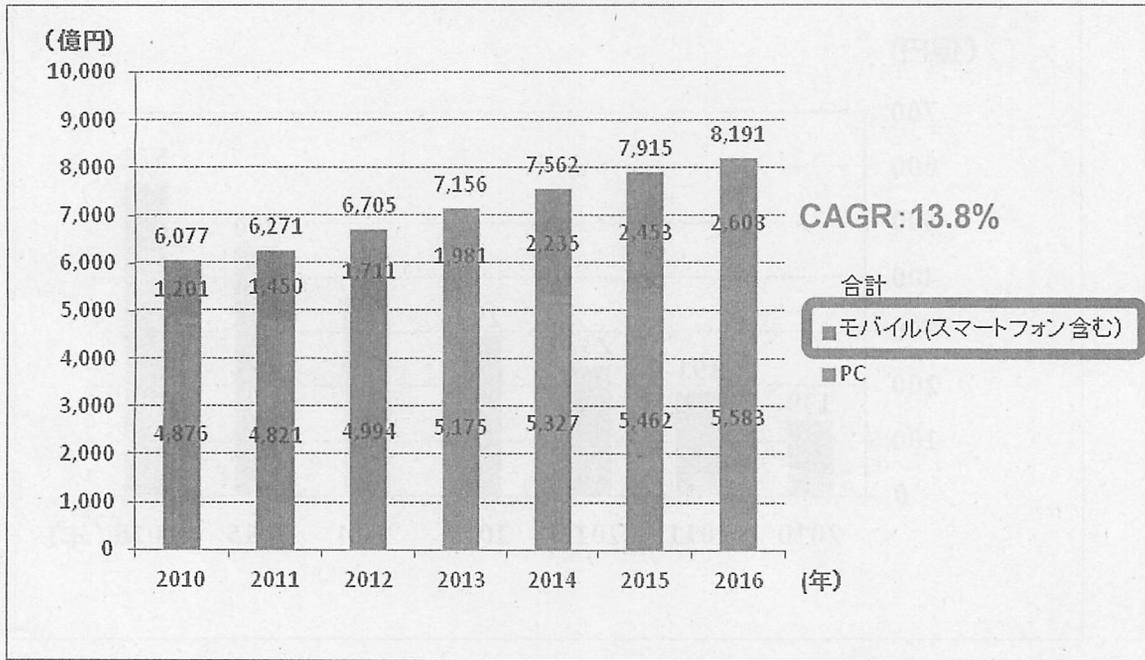
プレミアム型のビジネスモデルが定着し2016年度には約4,000億円の市場規模となる



※プレミアム型ビジネスモデル:基本サービスを無料で提供し、高度や特別な機能について料金を課金するビジネスモデルのこと出所:NRI

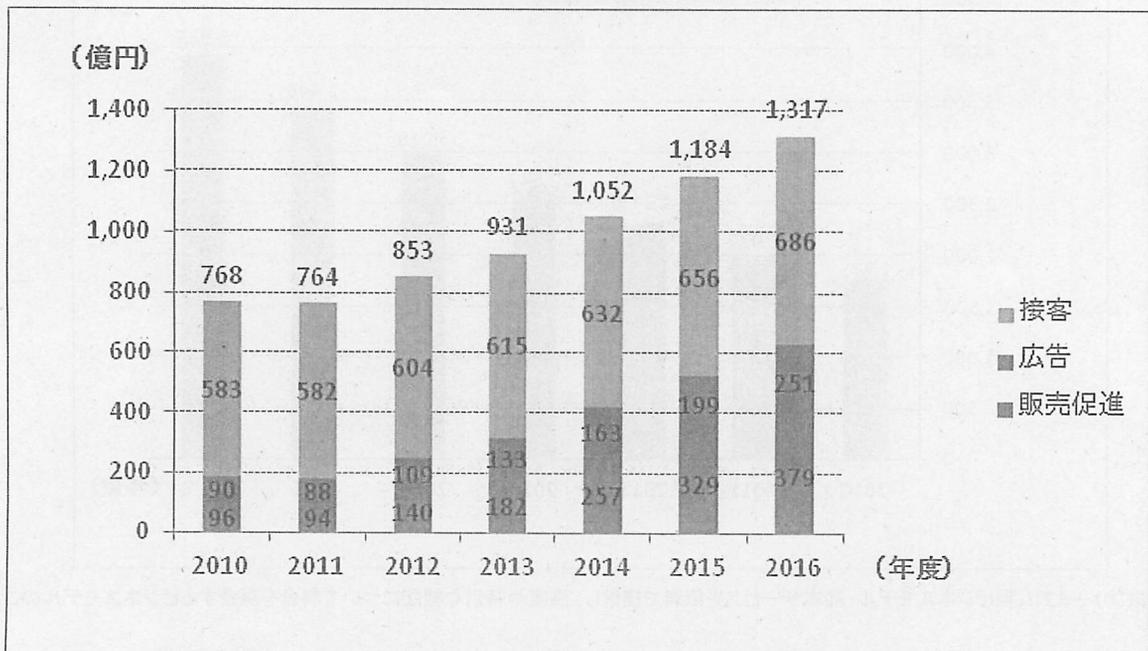
◆インターネット広告市場 コンテンツ市場の「伴走市場、背景市場」も、スマホで再成長。
 スマートフォンを中心としたモバイル広告市場の成長が著しい
 PC向けも合わせて、2016年には8,200億円市場に達する

インターネット広告市場規模予測

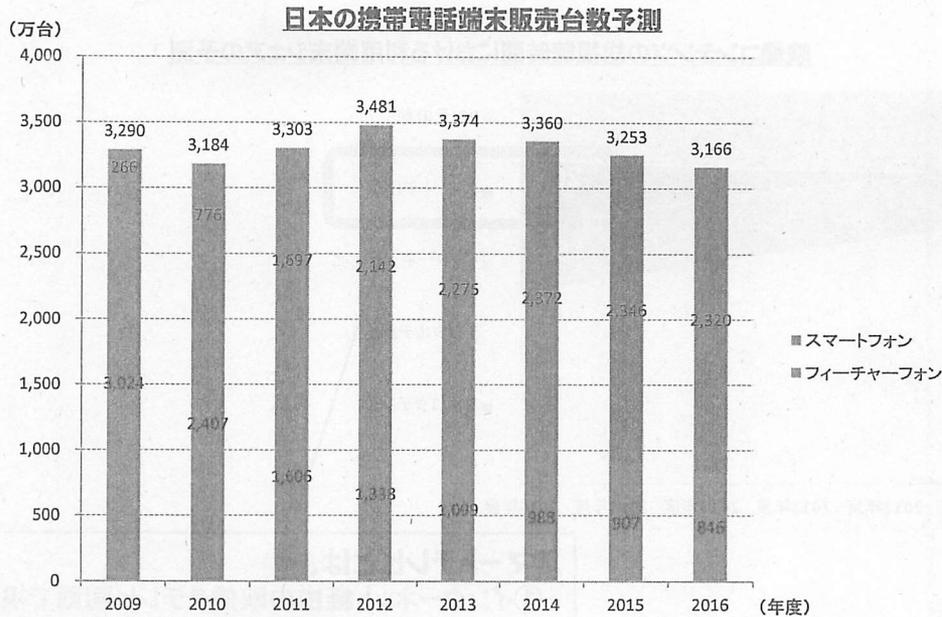


◆デジタルサイネージ市場 全体に拡大するも、販促分野が急増へ
 繁華街や電車内の「広告」や小売店舗での「販促」用途での利用が拡大し、
 2016年度に1,300億円市場に成長する見込み

デジタルサイネージ市場規模予測(用途別)



◆コンテンツ市場の背景、注目要素 スマホシフトによるコンテンツ市場押し上げ
日本の携帯電話販売台数は、スマートフォンへの買い換え需要が下支えする。
スマートフォン販売比率は、2016年度には73%に達する。



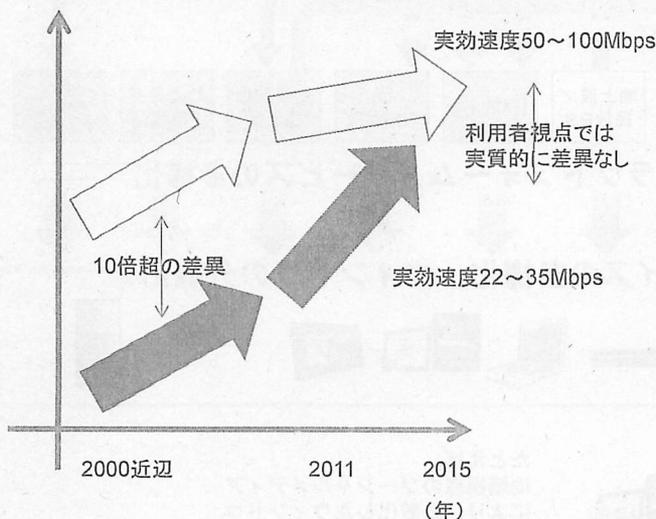
※スマートフォン: 通信事業者が技術仕様を策定していない、いわゆるオープンOSを利用した端末
タブレット端末、モバイルWiFiルータ、データカード、M2M(モジュール)など、「携帯電話」以外の端末は含まず

出所: NRI

◆コンテンツ市場の背景、注目要素 スマホがPCと電話の壁を無くし、LTEが固定、移動の壁を無くす。

2011年はLTE (Long Term Evolution) の普及により、固定と移動の一体化がさらに進展。
利用者ニーズでの一体的な利用だけでなく、供給側でもネットワークを一つにする動機が強まる。

LTEの普及による固定と移動の一体化

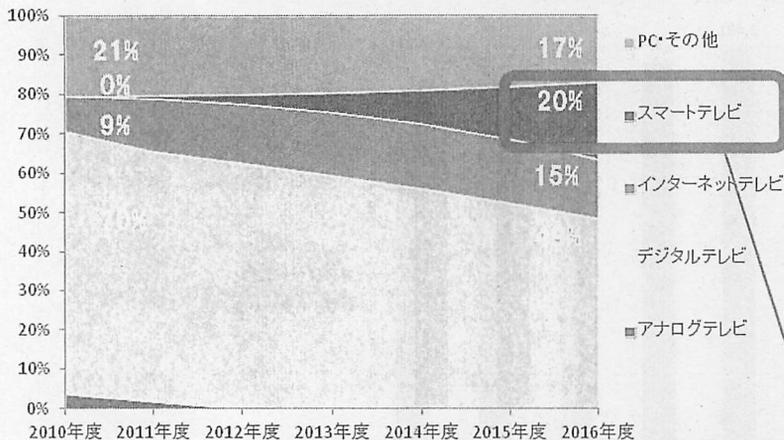


- 画面サイズ、利用環境に差異はあるが、伝送速度、データ量に実質的な差異がなくなる。
- 利用者視点では、固定と移動体の区別がなくなる。
 - 従来からのFMCではなく、MM、MFCも現れる。
- 通信事業者視点でも、ネットワークを別々に構築、運用することの非経済性が浮き彫りになる。

◆コンテンツ市場の背景、注目要素

地デジ機器更新の余波で3年間はテレビ機器市場は低迷
 テレビのスマート化の胎動期「ポストスマホはテレビ」仮説への注目
 2016年度には、総映像視聴時間の20%が、スマートテレビ経由となる

映像コンテンツの総視聴時間における利用端末シェアの予測



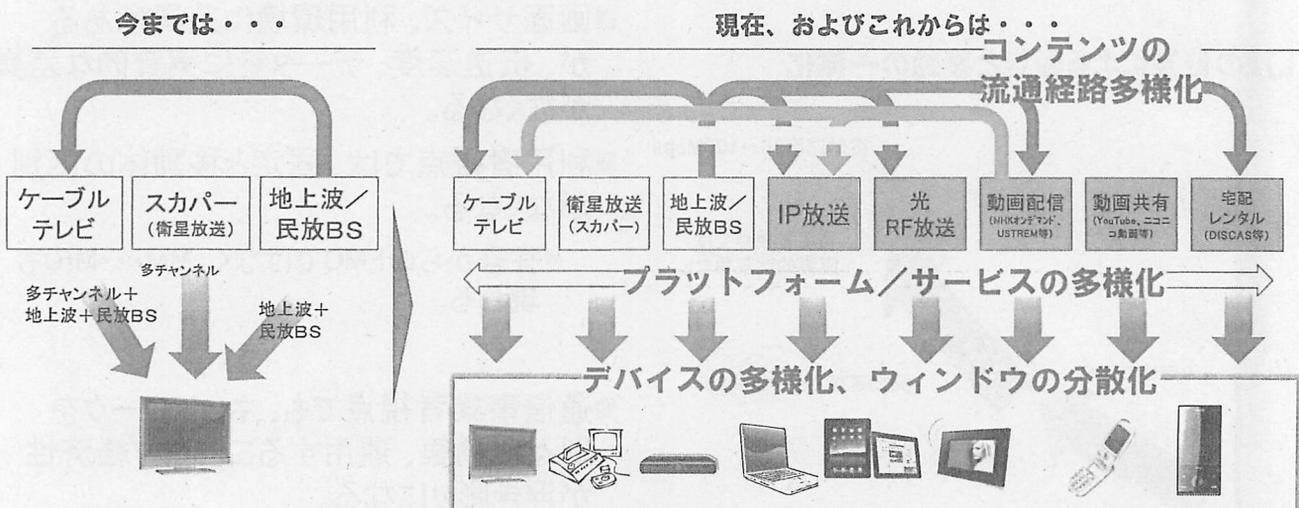
スマートテレビとは、

- ①インターネット経由の映像をテレビ画面で視聴できる
かつ
- ②高い処理能力を持つCPUを搭載し、スマートフォンのように
ゲーム等のアプリをテレビで利用できる機能を保有する
テレビ端末、またはセットトップボックス等のテレビ周辺機器

◆コンテンツ市場の背景、注目要素

テレビの新たな立ち位置、強みの再確認

今後、視聴環境はさらに分散(散乱)。次世代TVは、ネットに散乱したウィンドウを、再び集約させる方向へ。たとえば、地域ソーシャルメディアはCATV事業者が、散乱したウィンドウをTVに一部、再統合させるためのアプローチ。



地域コンテンツはリビングに再集約を

たとえば、
 地域視点のソーシャルメディアにより、分散化したウィンドウを再集約させたい。
 「秘密のメールはTVで見たくないが地域のイベント、コンテンツは、リビングルームで！」

米国では、ゲーム機やSTBを通して、テレビの画面でネット動画を見るユーザーも多い。

- 動画をテレビの大画面で視聴したいユーザーも多い。
- 既に普及しているWiiなどのゲーム機端末を利用して、テレビ向け動画配信を利用するユーザーが拡大。
- Netflix社の発表によれば、ユーザーが最も利用する端末は、ゲーム機(特にX-BOX360)と言われる。

Netflixの視聴端末の動向(Netflix社発表資料より)

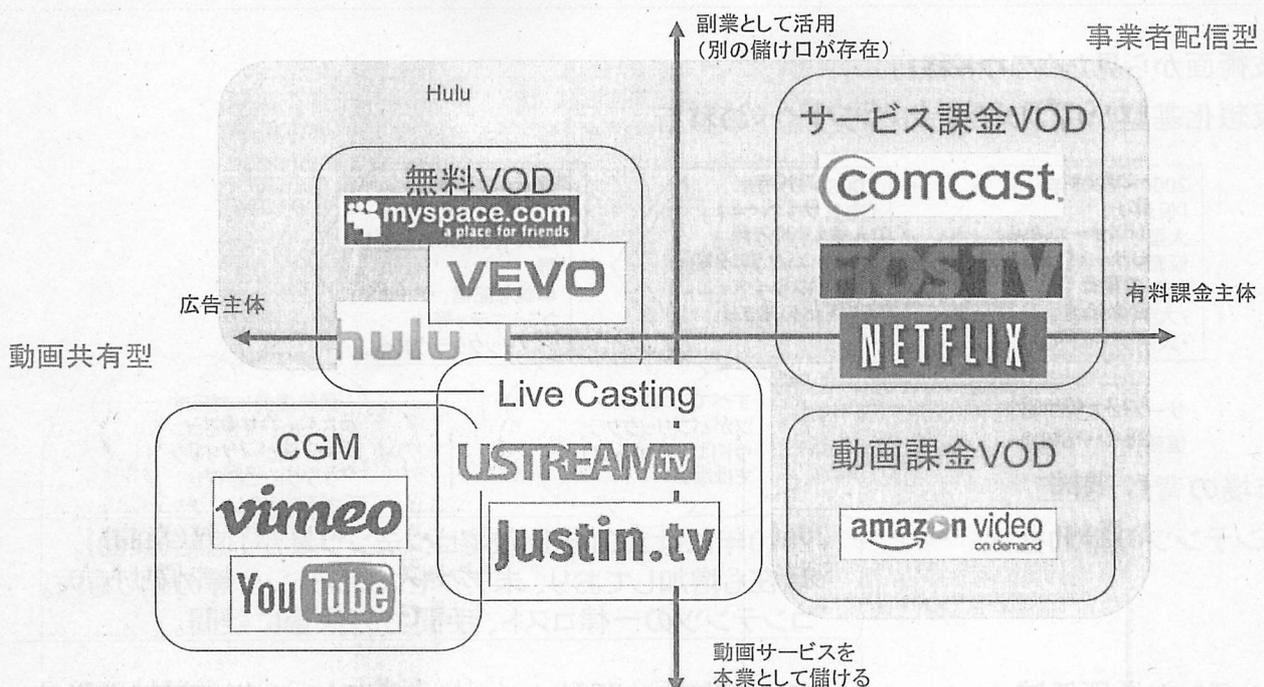
ゲーム機向け配信も多い

iPadよりもAppleTVでの動画視聴が多い



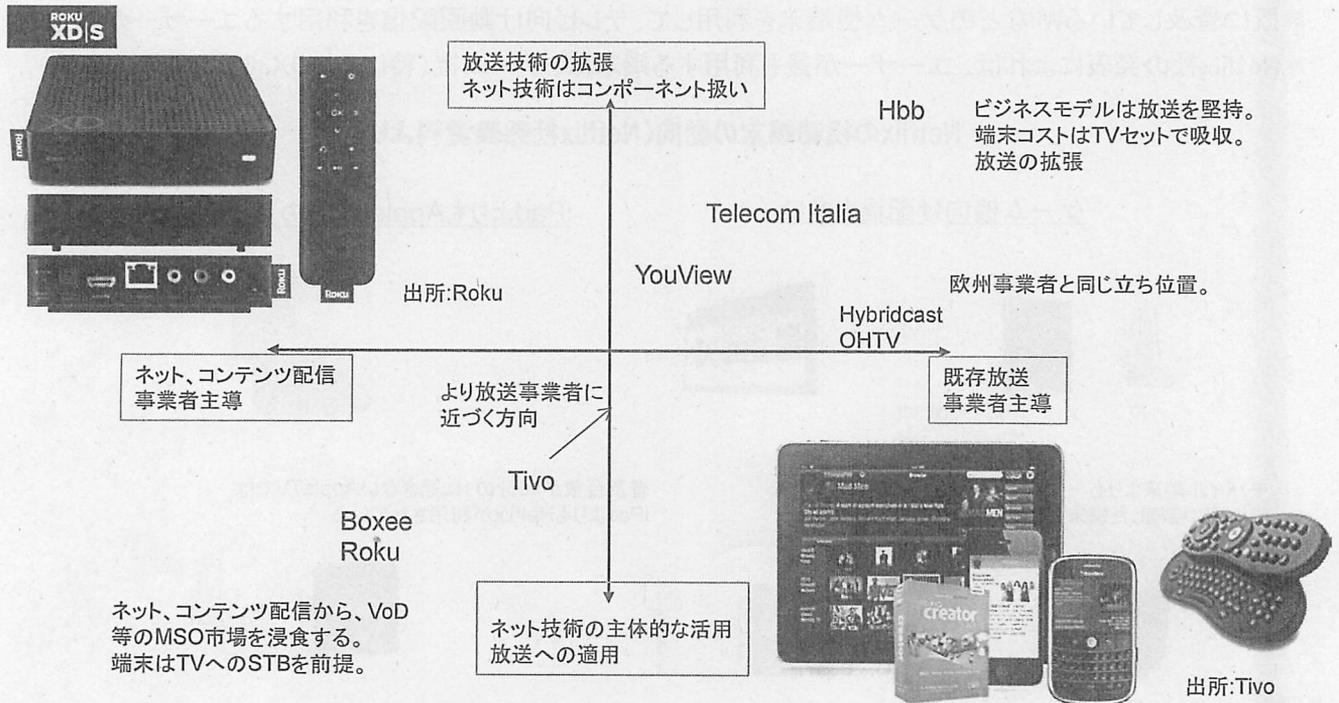
ネット動画サービスにおけるビジネスモデルマッピング

事業者配信型と動画共有型では、目的に応じてビジネスモデルが明確に異なる。



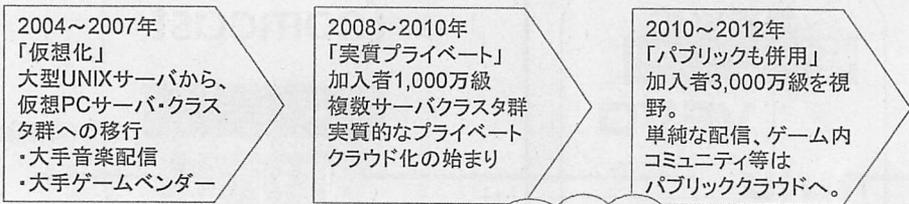
米国市場では有料コンテンツ配信に重点。

一方、欧州市場では既存テレビの高度化に重点が置かれており、独立したサービス、専用端末ではなく、既存テレビ受像機の更新時に、追加機能として実現するモデルが指向されている。日本市場は、その中間に位置する。



コンテンツ市場、基盤のクラウド移行 (1) 【大手プロバイダーはクラウドを使わざるを得ない状況】
 ・コンテンツの量的増加、世界市場向けスケラビリティ、単価の低減を背景に、グローバル大手事業者は、技術(仮想化)、コンテンツ種別(トレーラ、販促向け等)等のクラウド化対応を進めている。

- 技術面から見たクラウド移行
- 仮想化基盤からプライベートクラウドへの移行



サーバコスト40%減
信頼性もやや減少?

- 市場の背景、要因
- コンテンツの量的拡大

コンテンツ単価低減

すべてのコンテンツがパブリッククラウドに移行する訳ではない

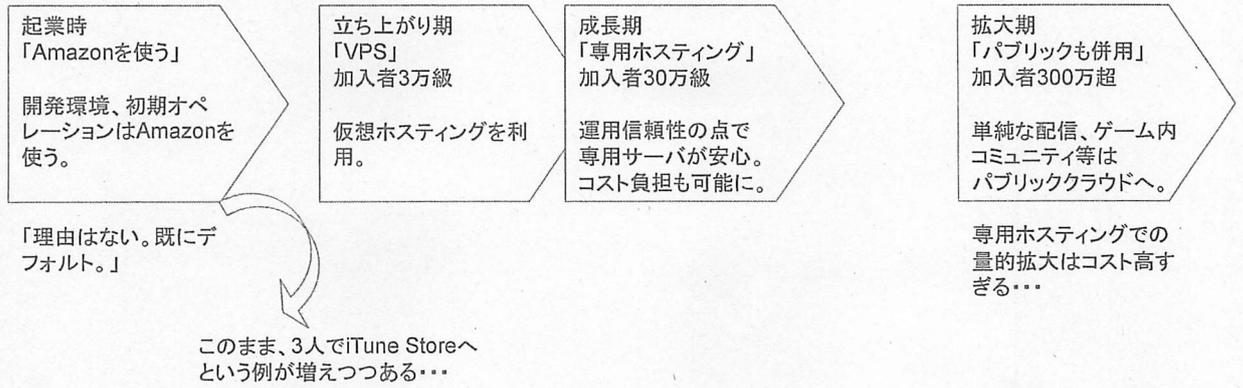
量的爆発に対応するため、流せるコンテンツはパブリッククラウドに移行せざるを得ない

2010年には2001年比較でコンテンツ量が1億倍(楽曲)。現在も増加しており、未アクセスコンテンツ等の偏りも大。コンテンツの一律コスト、手間での保管に疑問。

新興国等の市場拡大により、楽曲コンテンツ単価は2001年比較で1/100近い水準に低下。

クラウド移行(2) 【クラウド環境でのコンテンツビジネス・ライフサイクル形成】
一方、ネットベンチャーは、クラウド環境から生まれて、クラウド環境へ帰るサイクルに。

- 企業成長サイクル面から見たクラウド移行
- ネットベンチャー、起業におけるクラウド利用の浸透
- 現在の典型的なネットサービス等の立ち上げ例



- 新たな誕生するコンテンツ、ネットサービス事業者は起業段階から、クラウド利用であり、世界市場等への展開時に、「専用ホスティング」(機器を占有)を最終段階と見なさない例が一般化しつつある。