

1999年後半から市場活発化

1999年後半から、ストリーミング市場は急激に活発化している。ジェイストリームのデータでは、1998年から1999年にかけて日本におけるストリーミングコンテンツ数は約4倍に増加。これは一時的な現象ではなく、2000年以降もこの傾向は続くと思われる。

その理由としてはエンターテインメントのプロモーションを中心に利用されていたストリーミングが、企業活動の中でIR（投資家向け広報）・企業PR・商品説明・セミナー中継などの企業活動に定期的、継続的に利用されるようになったこと。また、RealSystemG2、Internet Explorer5 (Windows Media Technologies)、QuickTime4と3大ストリーミングアプリケーションが発表され、新機能や新形式をサポートしたことで、利用者のニーズが高まったことが挙げられる。

有料情報ビジネス化の兆し

ストリーミングビジネスには次の2つのタイプがある。

①ストリーミングを利用したビジネス

もともとエンターテインメント系ではストリーミングを商品のPRに利用するところが多かった。特に、音楽業界ではCD販売やダウンロード販売でストリーミングを「試聴用」としてほぼすべての楽曲に対応させている。

また、前述のように企業のストリーミング利用が増えている。現状のストリーミング技術の限界（画質が悪い、画面が小さい）をスライド資料と組み合わせるなどして補い、効果的なプレゼンテーションとして活用している。

そのほか、ストリーミングの魅力的なコンテンツを集めて（または利用して）サイトの集客力を上げるために使っているところもある。例としてはポ

ータルサイトにストリーミングサイトの検索機能を取り入れたり、オンラインショッピングや検索エンジンサイトを統合した「e-sekai」^{Jump01}で、コンテンツの1つとして秋元康氏による1日1分、365日完結のミステリードラマを放送したり、コミュニティサイト「Jside.com」^{Jump02}でのタレントによるライブチャットなどが挙げられる。

このほか、渋谷にあるQFRONTというビルにできた、インターネットライブ中継専用の貸しスタジオといったストリーミング関連ビジネスもある。

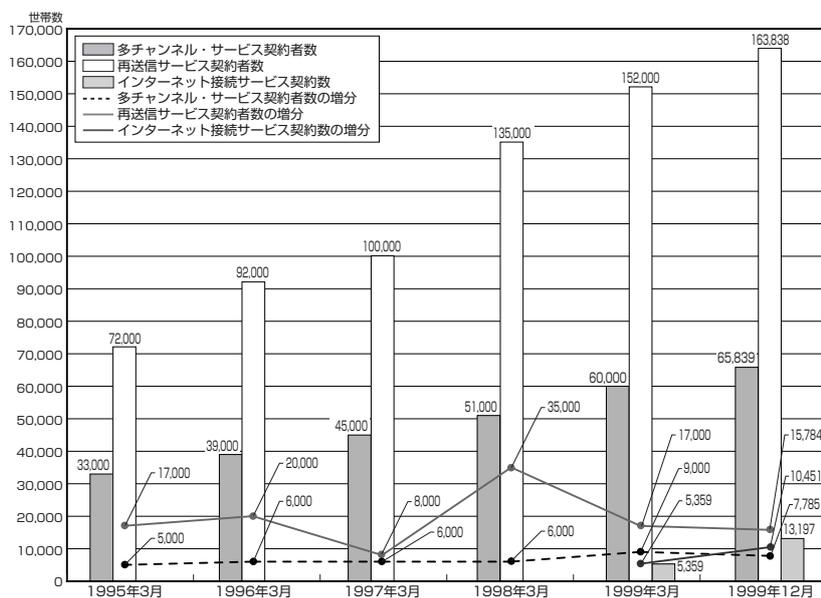
②コンテンツ販売ビジネス

現在、ストリーミングによる販売はごく一部の「お宝コンテンツ」に限られている。ダウンロードであれば、時間さえかければいくらでも高画質のものを提供できるが、ストリーミングでは時間をかけてもユーザーの接続環境によって一定の画質を維持できない。一般家庭のユーザーが56.6kモデムかISDN接続であることを考えると、コンテンツ自体に非常に高い価値がない限り有料では売れない。現状ではテレビ番組の未放映物、レアな映像、テレビとは異なるアングルでの映像、一部の人しか見られなかったコンサートなどの数少ないコンテンツしか売れないのである。

しかし、接続料金の低廉化・定額化はすでに実施されはじめており、また、回線の高速化も徐々に進んでいる。CATVインターネットや衛星インターネットなど、既存の電話回線を利用しない方法やADSL等の新技術を用いたものなど、多数の広帯域ISPが利用者にも広がる見込みもある（資料2-4-17）。パソコンのフルスクリーンに現在のテレビ並の映像が届けられる日は近い。

（白石清 株式会社ジェイストリーム代表取締役社長）

資料2-4-17 東急ケーブルテレビジョンの加入者の推移



注) 「多チャンネル・サービス」とは地上波放送以外の番組プログラムを視聴するための有料サービスで、「再送信サービス」とは主に地上波放送の難視聴対策に活用するサービスのこと

出所 東急ケーブルテレビジョンの資料を元に作成

^{Jump01} <http://www.e-sekai.com>

^{Jump02} <http://www.jside.com>



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp