

飛躍する台湾産業



## 通放融合と通信環境の向上で台頭する台湾ニューメディアサービスの動向

世界各国で新しいメディアサービスが次々と生まれている。背景には、通信と放送の融合の進展や、ブロードバンド通信速度の向上などがある。米国では、3大放送局とDVDレンタル業者がネット動画配信サービスのHuluとNetflixをそれぞれ展開、英国と日本の公共放送局、BBCとNHKもそれぞれiPlayer、NHK on demandを提供している。台湾でも軌を一にして、新たなメディアサービスが台頭し始めている。本稿では、近年の台湾における代表的なニューメディアサービスを紹介するとともに、日本企業にとっての商機を検討する。

### 壹電視 (Next TV)

#### — 壹傳媒のコンテンツ配信サービス

「壹傳媒(Next Media Ltd.)は、香港のアパレルブランド佐丹奴(GIORDANO)の創始者である黎智英氏が創立したメディア企業で、香港証券取引所に上場している。台湾では2001年に週刊誌の「壹週刊」(発行部数は約9万部)、2003年に日刊紙の「蘋果日報」(発行部数は約49万部)、2006年にMRT(台北METRO)利用者向けのフリーペーパー「爽報」を発行したのに続き、2009年にはテレビ事業に乗り出し、「壹電視」を立ち上げた。

壹週刊と蘋果日報は台湾で高いシェアを占めるが、センセーショナルな報道スタイルが論議を呼んでいる。このため、テレビ事業の管轄機関であるNCC(国家通訊傳播委員会)が壹電視への放送ライセンスの発行を渋り、ケーブルテレビや中華電信のIPTV(MOD)での放送ができなかった。

そこで、壹電視はまず2010年7月にインターネットでの試験放送を始め、同年12月にセットトップボックス(STB)の無料配布を始めた。ユーザーはSTBをインターネット(2Mbps以上の環境が必要)とモニターに接続することにより、P2P方式で壹電視の2種類のリニアチャンネル(ニュース番組と娯楽番組)及び、国内外の映画やドラマなどをオンデマンド方式(無料、或いはpay-per-viewによる課金方式)で視聴できる。壹電視は第一段階として100万台のSTBの配布を計画しており、ユーザー数は既に約40万世帯に達している。このほか、壹電視はスマートフォン対応のアプリケーションも推進しており、視聴者が壹電視のコンテンツへアクセス可能なデバイスの拡大を進めている。

一方、放送ライセンスの取得を巡って論議を呼んでいた壹電視新聞台(ニュースチャンネル)が、ついに今年7月にライセンスを取得し、8月から中華電信MODで放送を始めている。壹電視はSTB方式により認知度を高めてきたが、台湾の有料テレビプラットフォームは依然としてケーブルテレビと中華電信MODが主流であり、壹電視はライセンスの取得後、ケーブルテレビ事業者や中華電信と積極的に放送交渉を進めている。前述の通り、壹傳媒は台湾の雑誌・新聞事業で成功を収めており、テレビ事業の動向も注目に値する。

また、壹傳媒の取り組みは、台湾のテレビコンテンツ全体の水準向上につながる可能性もある。台湾では、少数のケーブルテレビ事業者による独占やチャンネル数の多さから、番組の制作コストは下がらざるを得ない状態であり、現在、ケーブルテレビ向けの連続ドラマ1話分の制作コストは約100万円に過ぎない。これに対し、壹電視は1話当たり約600万円を投じている。これにより質の高いHD(High Definition、高画質)コンテンツが供給されるようになり、他の番組制作事業者もより多くの制作コストをかける、という良性競争が生まれることが期待される。壹電視の戦略は“Content is king”という考えが台湾でも広がり始めていることを示している。

#### CatchPlay—ビデオオンデマンドサービスを展開

CatchPlayは2007年に創業され、映画配給やDVD販売・オンラインレンタルサービスからスタートした。2009年からは中華電信MODでビデオオンデマンドのサービスを、2010年からは一部のケーブルテレビ事業者のプラットフォームにおいて、pay-per-view課金方式によるオ



オンラインの映画配信サービス「CatchPlay.TV」の提供を始めている。さらに、2011年にはクラウドサービス「CatchPlay.me」を始め、ユーザーは月額使用料を支払うことで各種デバイス上で無制限のコンテンツ視聴が可能となっている(現在は約2,500時間分のコンテンツを配信中)。「CatchPlay.me」は今年7月に始まったばかりであり、現在のところユーザー動向ははっきりしない。ただ米国に目を向けると、CatchPlayと同じくDVDレンタル事業から起業し、ビデオオンデマンドのサービスを始めたNetflixは、月額使用料が8.99ドルとケーブルテレビや衛星放送よりも安く、且つコンテンツが若者の好みに合致したため、大成功を収めている(\*2011年5月時点の会員数は約2,500万人、日平均のトラフィック量は米国全体の22.2%を占める)。米国では、これに危機感を持ったケーブルテレビ事業者が「TV everywhere」(ケーブルテレビコンテンツのオンライン配信サービス)を提供することで、視聴者離れを阻止しようという状況が生まれている。

米国のトレンドを見ると、映画は伝統的に最も重要なコンテンツの一つであり、有料であっても視聴者を得ることが可能である。Netflixと同様のサービスを提供するCatchPlayが米国と比べてマーケットが小さい台湾において成功するか、今後の動向が注目される。

## ニューメディアサービスの展望と 日本企業の商機

台湾の有料メディアサービスは長らくケーブルテレビの独占状態にあったが、中華電信MODの市場参入以来、視聴者の選択肢は少しずつ広がってきている。海外の事例からもわかる通り、ニューメディアサービスの成功の鍵は、一定の顧客基盤に基づく視聴料収入に加え、スポンサーからの広告収入をどこまで伸ばせるかにかかっている。つまり、ニューメディア事業者は、視聴者に「料金を支払っても見たい」と思わせるようなコンテンツを制作し、視聴者を集めた上で広告収入を伸ばすことが求められている。ただし、マーケットが小さい台湾では、事業者はこうしたビジネスモデルを確立するまでにある程度の時間をかけることが必要となる。

一方、日本のコンテンツ事業者や通信インフラ企業にとっては、台湾のコンテンツプラットフォームの多様化は商機であると言える。良質なコンテンツのほか、著作権管理技術や異なるプラットフォーム間での信号変換技術、3D映像技術、スーパーハイビジョン技術などのノウハウは、台湾のニューメディア事業者が求めているものであり、提携の余地は大きい。

(陳效儀:h2-chen@nri.co.jp)

表：台湾の代表的なニューメディアサービス

サービス名(事業者)	ユーザー数	サービス概要	料金体系
壹電視/壹網衆(壹傳媒)	約40万人	・STBの設置及びネット接続でチャンネル視聴 ・VODサービスが利用可 ・その他、PCでも視聴可能	・無料・有料VODサービスによる映画・ドラマ配信 ・広告収入による無料のライブ放送チャンネル
TVBSオンラインライブ放送(TVBS)	—	・TVBSのニュース番組をオンライン配信 ・PC、携帯、タブレットPCで視聴可	・月定額46元、5ヶ月で230元
f Mtv(年代電視台)	登録会員145万人	・ライブ放送、動画シェア、VOD ・TVBS、中天、年代、東風民視新聞、華視などのライブ放送チャンネル	・Pay-per-view&月定額(99元、268元、368元)
Hichannel(中華電信)	登録会員約140万人	・主にVideo On Demand、Live Channelsの2チャンネル	・ライブ放送視聴：一部無料。課金方式は月額99/188/288元 ・VOD：一部無料。課金方式は1回20-50元、月額99/188/288
Catchplay(Catchplay)	—	・オンラインDVDレンタル ・Internet TVによるVODサービス ・MOD、凱擘PPV月額利用、中嘉數位電視bbTVによるSVOD月額動画サービス等と提携	・オンラインDVDレンタルの月額利用料は、99~399元 ・Cathyplay.tv有料サービスは1チャンネル99元、月額199元、3ヶ月499元、半年899元