

News Release (ご参考)

* 下記は 2008 年 1 月 22 日配信のデロイトトウシュートマトの
グローバルニュースリリースを翻訳し、一部解説を加えたものです。

2008 年 2 月 25 日

監査法人トーマツ

広報室：百瀬 旬

Tel:03-6400-5676

Email: press-release@tohatsu.co.jp

デロイトトウシュートマト調査レポートより 2008 年メディア業界の主なトレンドを分析

- インターネット広告の前に立ちはだかる問題
- 従来型テレビとインターネットテレビの共存共栄
- 映画館の事業多角化

2008 年 1 月 22 日- デロイトトウシュートマト(本部: ニューヨーク)の TMT (Technology, Media, Telecommunications) グループは、2008 年のメディア業界予測レポート“Media Predictions : TMT Trends 2008”を発表した。同レポートは、インターネット広告が 2008 年、消費者が抱く反感と規制当局の監視の結果として、多数の課題に直面するであろうと予測している。

2008 年度の予測レポートでは、その他様々な話題を取り上げている。例えば、家庭内で使用されるメディア機器から排出される二酸化炭素量の増加やインターネットテレビと従来のテレビとの補完関係の深化、オンライン上の著作権侵害の減少と偽造コンテンツの増加、また、映画館の事業の多角化などである。

主要なトレンドは以下の通りである。

インターネット広告の前に立ちはだかる問題

ネット広告が誕生してから今年で 15 年目を迎える。最初のバナー広告が販売されて以来、ネット広告は 420 億ドル産業にまで成長した。しかし、ネット広告は 2008 年、数々の障害に直面する可能性がある。障害の 1 つとしては、ネット広告そのものに対する反感の増大であり、また、オンライン行動の追跡に対する反発が高まる恐れもある。2008 年の広告業界は自らの主張を説明することが求められるだろう。インターネット広告は例えば無料コンテンツの提供といった形でエンドユーザに報いているということを伝えなくてはならない。また、広告業界は規制の動きを注視しなければならない。ネット広告は順調に拡大すればするほど、規制当局の監視対象になるだろう。そして、インターネット広告業界は 2008 年、従来型のメディア・フォーマットとの競争激化に備える必要がある。

エンドユーザの潜在ニーズあるいは嗜好に合った情報を提供するといった、いわゆる“気が利いた”サービスの提供には、そのユーザの希望や嗜好の傾向を理解する必要がある。インターネットという相手の顔が見えないコミュニケーション環境においてこれらの傾向を理解するには、ユーザのオンライン上での行動履歴(プライバシー情報になるが)の必要性は否めない。インターネット利用に精通したユーザは、一定のメリットが得られるという期待の反面、プライバシー情報の扱い方に対して脅威を抱きはじめている。国内においてもプライバシーマーク制度や個人情報保護法など、プライバシー情報の扱い方に関するルールが運用されているが、プライバシー情報に対する感度が高くなってきているエンドユーザに対してそれらの取り扱いの適切さをわかりやすく説明する工夫がこれまで以上に重要になってくると考えられる。

従来型テレビとインターネットテレビの共存共栄

2008 年もテレビの消滅は近いと予測されるだろう。しかし、従来型テレビ業界は今後 1 年を通じて、全般に好調とみられている。従来型テレビの先行きにインターネットテレビが貢献する確率も高い。こうした結果は、一部の著名評論家がインターネットテレビを従来型テレビの直接の競争相手とみなしていることを踏まえると、非常に意外に思われるかもしれない。しかし、インターネットテレビは、その質、一連のコンテンツ形式および視聴者が従来型テレビとはかなり異なる、まったく別の媒体であるように見受けられる。従来のテレビ局は、オンラインチャンネルと視聴者を奪い合うのではなく、オンラインチャンネルによっていかに放送コンテンツを補完または補足することができるのかを考えるべきである。インターネットテレビ局は、従来のテレビ局に勝つことよりも、従来のテレビ局にとっての新たな流通チャンネルとなる役割を果たしたほうが有利であると気付く可能性がある。

インターネットによる動画配信が人気を集めているという現象を見ると、画面サイズこそ異なるが、動画をみるという観点ではテレビもインターネットも同じように見えることからテレビがインターネットに置き換えられていくように思われるのかもしれない。しかし、エンドユーザの生活動線の視点からみると、これらの位置づけは、根本的に異なる。テレビは不特定多数に配信されたものを“受動的”に見るという意識であり、インターネットは自分の希望に即した情報を探し出して見るというエンドユーザの“能動的”意識である。コンテンツ内容も、自ずと、マス向けと各種嗜好を持つユーザセグメント向けの性格を持つであろう。ビジネスモデルにおいても、マス向けであることによって成り立つテレビの広告モデルは、嗜好によってユーザが分散する各セグメント向けコンテンツにおいて十分に機能することが難しく、新しいモデルへの試行が続けられていくであろう。このようなテレビとインターネットの性質の違いを踏まえて互いのビジネスの発展を考えていくことが重要になると考えられる。

インターネット上の著作権侵害は減少するも偽造コンテンツは消滅せず

世界のブロードバンド接続件数が着実に伸びることに伴ってネット上の著作権侵害も増えており、接続スピードの高速化で映画、テレビ番組およびソフトウェアの著作権侵害も可能になった。しかし 2008 年は、教育による啓蒙活動と、ブロードバンド・アクセスの拒否という形での処罰ならびに罰金という 2 段階の対策が奏功し始めることで、ネット上の著作権侵害対策の効果が現われてくるだろう。しかしながら、ネット上のある著作権侵害の事件への対応が奏功したとしても著作権侵害全体に対する戦いが沈静化する見込みはまだ薄い。メディア業界は、海賊版に対する正規版の競争力を大幅に高める方法を模索する可能性がある。

映画館の事業多角化

近年、映画館は好調を維持している。興行収入は 1990 年代半ばから 2006 年まで毎年増加を続け、2006 年の世界の興行収入は合計で 250 億ドルに達した。今後も 2 桁成長が予測され、先行きの見通しも明るい。映画館は過去 10 年間、その形態をわずかにしか革新してこなかった。しかしこうした順調な時期こそ、映画館は、その形態に改めて新機軸をもたらす方法を見直すのに最適なタイミングであるとも考えられる。デジタル方式の映画館登場がもたらしうる最大の変化は、映画制作会社とはほぼ無関係なところで生じるかもしれない。2008 年には、しかるべき設備を備えた映画館が、スポーツ行事からコンサートに至る様々な映写イベントに着手する可能性がある。映画館はこれまで、主要なスポーツイベントやコンサートに観客を奪われていたのである。

このリリースに関するその他の情報、レポートはwww.deloitte.com/predictions2008/から入手することができます。

Note:

2008年版各業界予測レポートは、デロイトのメンバーファームのクライアントとの対話や、デロイトのメンバーファームに所属する6,000名を超えるTMT業界専門のパートナー、ディレクターおよびシニアマネジャーによる情報提供、業界アナリストとの討論、ならびに世界の主要なTMT企業の幹部へのインタビューから得られた、内部および外部からの情報をもとに作成されました。

Deloitte(デロイト)とは、スイスの法令に基づく連合組織体であるデロイトトウシュトーマツ、そのメンバーファームおよびその関係会社を指します。デロイトトウシュトーマツは、卓越したプロフェッショナルサービスとアドバイスを提供する世界各国のメンバーファームおよびその関係会社による組織体で、140カ国以上で遂行されているグローバルな戦略を通じ、クライアントサービスに注力しています。世界中で約150,000人の優れた「知的資本」といえる人材により、Deloitteは4つの専門分野(監査・税務・コンサルティング・ファイナンシャル アドバイザリーサービス)で、世界の大企業の8割以上、全国規模の大企業、公的機関、地域顧客およびグローバルな成長企業にサービスを提供しています。サービスは連合組織体としてのデロイトトウシュトーマツそのものによって提供されるものではなく、また、規制上あるいはその他の理由によって、一部のメンバーファームおよびその関係会社は、上記の4つの分野のサービスを全て提供していない場合があります。

デロイトトウシュトーマツ(スイスの法令に基づく連合組織体)と、そのメンバーファームおよびその関係会社は互いの作為または不作為について責任を負いません。このように、連合組織体であるデロイトトウシュトーマツは、「デロイト」「デロイト&トウシュ」「デロイトトウシュトーマツ」あるいはその他の関連名称のもとで業務を行なう相互に独立した別々の法的存在である各メンバーファームおよびその関係会社によって構成されています。

TMT グループについて

デロイトトウシュトーマツの TMT グループは急成長するテクノロジー企業を顕彰する「テクノロジー Fast50」と「テクノロジーFast500」プログラムを運営しています。TMT グループは世界中のテクノロジー、メディア、テレコミュニケーション分野の企業にサービスしてきた経験豊かなスタッフで構成されています。私たちの顧客はソフトウェア、半導体、ケーブル、メディア、出版、コミュニケーション・プロバイダー、ネットワークワーキング、ワイヤレス、コンピュータとその周辺機器、それらの関連事業にわたっています。

TMT スペシャリストは、ビジネスが成長して行く各段階でこれらの企業が直面する課題を理解し、成功に向けて支援することをその責務と考えています。デロイトトウシュトーマツはテクノロジー、メディア、テレコミュニケーション企業の各顧客に、戦略面、金融面、実務面の支援を提供するリーダーです。