

高コスト構造のコンテンツ配信 料金値下げの切り札“CDN”の価値

ブロードバンドのインターネットアクセス環境が徐々に普及してきているが、依然として“有料”のコンテンツ配信サービスは苦戦を強いられている。現在のインターネット網で流せるコンテンツのクオリティもさることながら、“無料”で楽しめるテレビ放送番組と比較した場合、価格面における競争優位性の確保が困難とされているからだ。有料コンテンツ市場を立ち上げるべく、高コスト体質のインターネット網を見直す動きが始まっている。

現在、ブロードバンドのアクセス回線市場の急激な拡大に伴い、コンテンツ流通量は飛躍的に拡大している。情報通信総合研究所の調べでは、国内通信ネットワークの情報流通量は、2000年度約42万テラバイト(1.5Mbpsのストリーミング視聴の約7万年分に相当)から2003年度には約15倍の610万テラバイトへと急増すると予測されている。これにはブロードバンドの進展が大きく影響するとしており、2003年度にはブロードバンドによる情報流通量が全体の約82%を占めるという。

ブロードバンドコンテンツ配信ビジネスは、2つのコンテンツ流通の代替

手段として期待されている。1つはCD-ROMやDVD、VHSなどパッケージメディアの代替、もう1つは地上波やBS/CSなど放送メディアの代替である。代替するか否かは、ユーザーがスイッチするための動機付けの有無とその大小、そして配信コストからみたビジネスモデルの成立の可否にかかっているといえる。

通信コスト>CDコスト

パッケージビジネスの代替として注目されているブロードバンドコンテンツビジネスには、ゲーム配信、音楽配信、ビデオ配信ビジネスなどがある。

ねもとまさひこ
根本昌彦
DSE戦略マーケティング研究所
取締役 ITビジネス部マネージャー

日本大学文理学部卒業後、富士経済、アドバンス・マネジメントを経て、2000年11月DSE戦略マーケティング研究所にてITビジネス部を創設、現職に就任。情報通信産業全般の調査・分析およびIT関連企業のコンサルティングなどを手掛ける。

同ビジネスの最大の問題点は著作権管理にあったが、昨今の著作権管理技術の向上によりクリアされようとしている。米国ではNapster問題等のP2P無料ファイル交換事件以降、音楽配信事業、映画ビデオ配信事業にコンテンツプロバイダーが積極的な姿勢をみせている。特に映画では、配信事業会社としてソニーやAOLタイムワナーがMovielink、ディズニー、FoxがMovies.comを旗揚げしている。

しかし、配信ビジネスに関してのより詳細なことは何も決定していない。コストに問題があるためだ。CATV配信や衛星放送配信に比べて、ブロードバンド配信は現状で1MB当たりのインフラコストが4.25倍にもなるという。これでは採算が合わない。

こうしたことから、ゲーム配信にしても今のところは大容量データはDVDで販売し、必要に応じて変化するデータのみをブロードバンドで配信する方法がとられている。音楽配信はデータ量が少なく最も期待されているが、現状ではCDからCD-Rへの違法コピーが流行し、音楽コンテンツビジネス自体が低迷する中で配信ビジネスは小規模なままである。

DSE戦略マーケティング研究所では、パッケージとブロードバンドの配信コストを比較した(図1)。1995年当時ではパッケージが1MB当たり6.9円だったのに対し、ネットワークは30.5円であった。これが2000年にはパッケージが4.5円に対しネットワークが13.6円、2005年には3.0円ずつに並び、ブロードバンドによる大容量化と低価格化がパッケージ配送とのコスト差を縮小していくこととなる。

今後、ブロードバンド配信の主力回線が超高速の20Mbps以上を保障するFTTHやVDSL、無線LANとなれば、コンテンツ容量に応じた配信コストが急激に下がり、2006年以降ネットワークがパッケージメディアを完全に代替する可能性が出てくるであろう。

大規模配信なら放送優位

では、放送メディアの代替手段としてはどうだろうか。ブロードバンドのアクセス回線は、2003年で1000万世帯、2005年では1800万~2000万世帯が加入すると予測されている。これは、CSデジタル放送加入世帯数やBSデジタル放送加入世帯数、2003年に東名阪から開始される地上波デジタル放送加入世帯数を上回り、家庭用デジタルネットワークインフラにおいて、ブロードバンド通信は放送メディアを凌ぐインフラ規模となる。これに企業用、学校用のブロードバンドアクセス回線数を足せば放送を凌駕する規模となる。

その結果、今後の放送コンテンツは

表1 ブロードバンド通信と放送メディアのコスト比較

	ブロードバンド	CS放送	地上波アナログ放送
1チャンネル当たり顧客数規模	1人~100万人	10万人~100万人	1000万人~2000万人
月間インフラコスト	2500円~2億5000万円 (規模に比例する)	1000万円 (規模に対して一定比率)	1億円 (規模に対して一定比率)
1人当たりコスト	2500円	10円~100円	5円~10円
適性ユーザー数	1万人以下	10万人	1000万人
配信コスト(2時間映画)	1500円	150円	50円

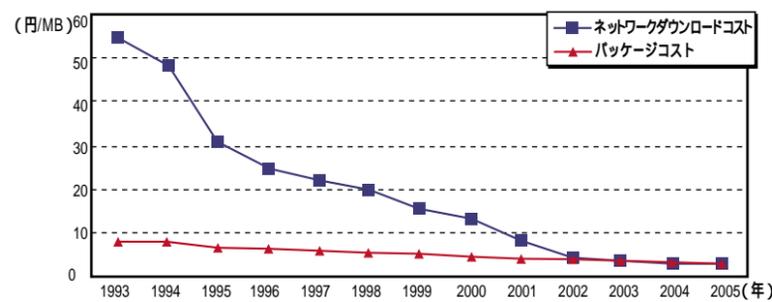
ブロードバンド回線を経由した配信ビジネスでも手がけられるとして注目されており、地上波キー局やBS放送局、CS放送局がブロードバンドコンテンツアグリゲーター事業を展開している。では、放送コンテンツはブロードバンド回線経由で配信できるのだろうか。

表1に示したように、ブロードバンドとCS放送、地上波アナログ放送のコストを比較すると、放送メディアは1WAY型であり常時一斉配信が可能である分だけ規模の効果が大きい。つまり、CSデジタル放送の場合、1つのトランスポンダ当たりの年間使用料は約1億2000万円であるから、月間では約1000万円となる。従って、視聴者が10万人よりも100万人のほうがコストメリットが大きく、その場合1ユーザーあたり10円となる。また、地上波アナログ放送も同様に月当たり約1億円のコストとして、1000万~2000万ユーザーが視聴すれば1ユーザーあたり5円~10円となる。

一方でブロードバンド回線の場合、1人当たりのインフラコストが月額2000円~3000円(平均2500円)かかるため、規模に応じてコストも拡大する。また、1人当たりの配信コストはブロードバンドが1500円、CS放送が150円、地上波放送が50円となり、ブロードバンドは現時点においては大規模配信には適さないメディアということになる。特に地上波放送、CS放送のコンテンツ配信経路として、ブロードバンド回線をそのまま経由することはビジネスモデル上破綻する可能性を秘めている。ブロードバンド加入者数の勢いに飲まれて、放送メディア事業者が軽々しくブロードバンドにスイッチングすることは望ましくない。

放送メディアとの比較でブロードバンドを捉えるならば、ブロードバンドに適正なコンテンツのユーザー規模は1万人以下である。つまり、地上波放送やCS放送などの適性規模の10万人から1000万人規模のコンテンツビジネスではなく、ニッチ市場のコンテン

図1 ネットワークダウンロードコストとパッケージコストの比較



(単位: 円/MB)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ネットワークダウンロードコスト	54.5	48.4	30.5	24.7	21.9	19.4	15.2	13.6	8.4	4.2	3.6	3.3	3.0
パッケージコスト	7.8	7.7	6.9	6.5	6.0	5.5	5.0	4.5	4.2	3.8	3.6	3.2	3.0