

MCCA
 ～宮城コンテンツクリエイターズ協会～
 総会

「WEB2.0ネクスト時代におけるデジタルコンテンツの未来」
 ～Google,SNS,Youtube,Second lifeにおけるイノベーション～

2007年3月23日 16:00-17:00
 MCCA総会 講演

瀧澤 勇人 (taki@ngo.ne.jp)

お話ししたいこと

コンテンツクリエイターの時代が
 ついにやってきた！



1. WEB2.0とは (おさらい)

ウェブ2.0



ウェブ技術の高度化にともなう一連の効果を象徴する現象用語 (バズワード)

様々な定義、常に変化
 →曖昧模糊

1. WEB2.0とは



集合知
 ユーザー参加型
 ロングテール
 AJAX
 リッチクライアント
 永遠のベータ版
 RSS
 マッシュアップ
 ・
 ・

1. WEB2.0とは (おさらい)

構成要素と代表的なサービス Tim O'reilly氏の論文

1. Folksonomy: ...Flickr, はてなブックマーク
階層分類でなく、ユーザーの手で自由に分類する思想, タグ付
2. Rich User Experiences: ...Gmail,GoogleMap,goo地図
AJAX,DHTML,Greasmonkey, ページ上の直感的操作
3. User as contributor: ...PageRank,Amazonレビュー
ユーザー体験の蓄積
4. Long tail: ...Google Adsense, アマゾン
ユーザーセルフサービスの提供でロングテールを取り込む
5. Participation: ...ブログ,mixi
ユーザー参加型開発、CGM, UCC(ユーザー生成コンテンツ)
6. Radical Trust: ...Wikipedia, はてなダイアリーキーワード
進歩的性善説、知のオープンソース
7. Radical Decentralization: ...Winny,BitTrent
進歩的分散志向、ネットワークの外部性

1. WEB2.0とは (おさらい)

バブルマップ



参考: <http://kosmar.de/archives/2005/11/11/the-huge-cloud-lens-bubble-map-web20/>

1. WEB2.0とは

百式の田口さん

●●●●サイト



1. WEB2.0とは

「ウェブ進化論」梅田望夫さん

考えるのではなく、見て触って
感じろ



2. WEB2.0の本質

大きなポイント

WEBが

単なる壁新聞ページじゃなくなった



2. WEB2.0の本質

何が変わったのか

「双方向でリアルタイム」

ユーザーが
口コミ情報を入力したくなるような
魅力的なWebサイト



2. WEB2.0の本質

WEB2.0サービスをしている企業



参考: <http://flickr.com/photos/stabilo-boss/101793494/>

2. WEB2.0の本質

WEB2.0サイトを提供している企業

成功？

儲かっているところは意外と少ない



2. WEB2.0の本質

ネットビジネスの収益構造

1. ユーザー課金
2. 手数料
3. 広告料収入



2. WEB2.0の本質

WEB2.0サイトビジネスモデル

1. ユーザー課金 なし
2. 手数料 なし
3. 広告料収入 **あり**



WEB2.0サイトの収益は、
広告料収入が主

2. WEB2.0の本質

ビジネスモデル例： Google AdSense
(コンテンツマッチ リスティング広告)
少額のクリック課金による広告収入

- 1つ1つは少額
- 大量のアクセス



→広告をなるべく多くの場所に表示する

2. WEB2.0の本質



WEB2.0サイト 収益をあげる方法

いかにたくさんのユーザーを集めるか

ユーザー数が収益に直結
(ユーザー数 = 収益)

2. WEB2.0の本質

ユーザー数と収益



平均CTR●% 1クリック●円

- ・1日1000アクセスで、いくら？
- ・1日1万アクセスでは？

2. WEB2.0の本質



1,000アクセスで、1日●円

10,000アクセスで、1日●円

→ ペイする？

2. WEB2.0の本質

Web2.0企業のビジネス

薄利多売

(薄く広く、量を稼ぐ)

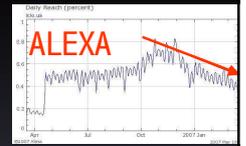
2. WEB2.0の本質

米国の兆候

ALEXA分析

Digg, del.icio.us, Flickr, myspace

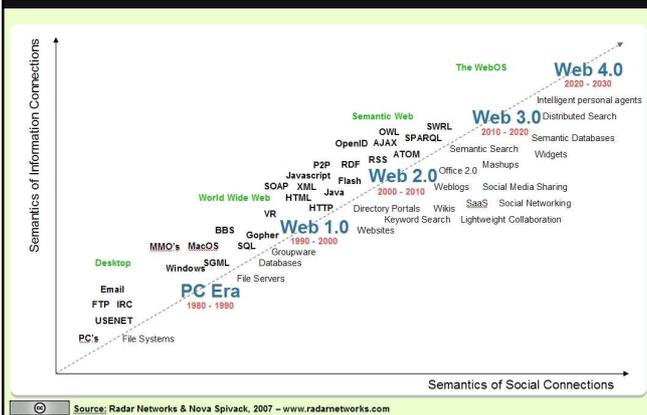
トラフィック下降現象



Web2.0ブームが終わりつつある

参考: <http://zen.seesaa.net/article/36479418.html>

3. WEB2.0から 次のネクスト時代 WEB3.0 WEB4.0



3. WEB2.0から 次のネクスト時代 WEB3.0 WEB4.0

WEB3.0 WEB4.0の時代
= シンクライアントの時代

常時高速ネットワーク
+
ブラウザ
だけでOK

3. WEB2.0から 次のネクスト時代 WEB3.0 WEB4.0

ウェブOS

Webブラウザ上でデスクトップ環境を実現

Craythur

YouOS

Desktoptwo

eyeOS

Glide

gooラボ ウェブデスクトップ(3/20)



参考: <http://d.hatena.ne.jp/NGC2237/20070106>

3. WEB2.0から 次のネクスト時代 WEB3.0 WEB4.0

Google Docs & Spreadsheets

3/16 日本語版スタート

複数のメンバーと一緒にドキュメントを
作成、共有、編集が可能



3. WEB2.0から 次のネクスト時代 WEB3.0 WEB4.0

イーアクセス
3月31日から
EMモバイルブロードバンド



定額の高速データ通信サービス開始

受信最大通信速度 3.6Mbps
送信最大通信速度 384kbps
定額 5980円



3. WEB2.0から 次のネクスト時代 WEB3.0 WEB4.0

先行きは誰もわからない

3年前には、
Youtube(2005.2) はなかった



4. コンテンツビジネス 最近の動向

コンテンツビジネス



- ・ SNS
- ・ ブログ
- ・ 動画

4. コンテンツビジネス 最近の動向

SNS = mixi



まったりとした つながり

mixiカウンター 1000万超え
(SNS統計ページ 2007.3.23)

mixi.jp	10575220	+21727	前日
カフェスタ	1727705	+0	前日
gree	650650	+0	前日
キヌガサ	54780	+19	前日

4. コンテンツビジネス 最近の動向

SNSの乱立



ターゲットを絞ったSNS

地域系 ペット系 ●●系

オープンソース 誰でも作れる

4. コンテンツビジネス 最近の動向

ブログ



日々の日記 感じたこと

(続けるのが大変・・・)

4. コンテンツビジネス 最近の動向

gooリサーチの調査結果

ブログ作成経験があるアンケート回答者

30%の人がすでにブログをやめている



4. コンテンツビジネス 最近の動向



日経BP社

「個人ブロガーの活動実態調査」
アフィリエイトを利用しているも、
6カ月間収入が「ない」36%
500円未満が30%

1万円以上の収入を得ているブロガーは1割にも満たない。

4. コンテンツビジネス 最近の動向

ブログで生活できるのは少数



4. コンテンツビジネス 最近の動向

「アジャイルメディア・ネットワーク(AMN)」



「アルファブロガー」と呼ばれる人気ブロガーをネットワークして、ブログに広告を配信する日本初のブログネットワーク運営会社(2/22)

4. コンテンツビジネス 最近の動向

米国



ブログネットワークが急成長

「Federated Media Publishing」
月間3億PV、売上1000万ドル超

既存マスメディアを凌駕しつつある

4. コンテンツビジネス 最近の動向

【従来のブログ】

個別 テキスト中心



ネットワーク

テキストから**動画**へ



お茶の間の中心メディアへ



4. コンテンツビジネス 最近の動向

動画と言ったら、

やっぱりYoutube

Google

16億5000万ドルで買収



4. コンテンツビジネス 最近の動向

動画共有サイト乱立！

YouTube以外に

Google Video

Metacafe

Dailymotion

jumpcut

Ameba Vision (日)

Askビデオ (日)

...



4. コンテンツビジネス 最近の動向

mixiも動画共有を開始

そういえば、
Gyaoなんていうのもあった・・

Watchmeワッチミーはどうなった？



4. コンテンツビジネス 最近の動向

動画共有サイト収益

- | | |
|-----------|----|
| 1. ユーザー課金 | なし |
| 2. 物販手数料 | なし |
| 3. 広告料収入 | あり |



4. コンテンツビジネス 最近の動向

動画共有サイトのゴール！？

たくさんのユーザーから投稿
を集めて

- M & A 売却？
- 広告収入？



4. コンテンツビジネス 最近の動向

SOX法など 上場が難しくなってきた

M&Aで買収されるのが成功の一つ



4. コンテンツビジネス 最近の動向

日本のメディアの接触時間



1日あたり

テレビ視聴時間

1時間～3時間未満 4割

ネット閲覧時間

1時間～3時間未満 4割

(2006.4.13 インフォプラント)

4. コンテンツビジネス 最近の動向

情報収集に役立つメディア



インターネット 88.1%

テレビ 48.4%

新聞 34.2%

雑誌 17.7%

ラジオ 10.3%

(2006.3.24 インフォプラント)

4. コンテンツビジネス 最近の動向

動画共有サイト



実際には

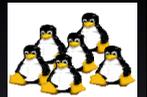
著作権違反の投稿も多い

指摘を受けて削除する

イタチごっこ

4. コンテンツビジネス 最近の動向

先行している韓国でも



「User Created Contents」

じゃなく

「User Copied Contents」

4. コンテンツビジネス 最近の動向

韓国TV業界



投稿サイトと共存探る

5分未満ならコピー動画OK

(PandoraTV : 放送局と、口頭合意)

4. コンテンツビジネス 最近の動向

ソウル放送 (SBS)



「NeTV」

自社ドラマの再放送VOD

予告編の動画

ユーザーが自由に編集し転載

できるツールを提供

4. コンテンツビジネス 最近の動向

動画投稿サイト「PandoraTV」
現在 120万人の会員
月間 5万件の動画投稿
1億回の視聴
100万件に及ぶコメント
約40%が、オリジナル映像



参考: <http://it.nikkei.co.jp/internet/special/youtube.aspx?n=MMIT1000006112006>

4. コンテンツビジネス 最近の動向

遅れて日本
動画を投稿する敷居が
低くなった

携帯
デジカメ
mpeg4カメラ (Xacti)



SAIYO Xacti

5. 新たな広告媒体

広告付きプリント写真「プリア」
大容量ネットアルバム
高画質ネットプリント
→すべて無料



5. 新たな広告媒体

無料コピー機「タダコピ」

用紙の裏に広告
コピー代が無料に

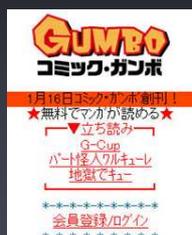
大学で人気



参考: <http://www.asahi.com/national/update/1023/TKY200610230233.html>

5. 新たな広告媒体

無料のマンガ誌
「コミック・ガンボ」
WEB版も開始



5. 新たな広告媒体

広告媒体の拡大

あらゆるものが広告媒体に
(あらゆるものがタダに?!)



広告クリエイターの
活動の場が拡大



6. WEB2.0 ネット時代の新たなサービス

字幕.in

YouTube動画にブラウザ上から字幕を作成できるサービス



一つの映像に対して、何パターンものセリフを割り当てて楽しめる

6. WEB2.0 ネット時代の新たなサービス

パソコンなくても、Wiiで観られるYoutube動画

- Rimo
- oreseg
- gdgd.tv
- DARAO



6. WEB2.0 ネット時代の新たなサービス

3D仮想空間

- Second life
- splume(和製)
- Home (PS3版Second Life)



ゲーム内広告
RMT (リアルマネートレード)
→ビジネスチャンス

最後に

これからは

個人が動画を配信する時代

まさしく
コンテンツクリエイターの時代



最後に

コンテンツクリエイター

まずは、身近な動画を作って
Youtubeに公開



そして、
MCCA事務局をsecond life内に!
「MCCA2.0」