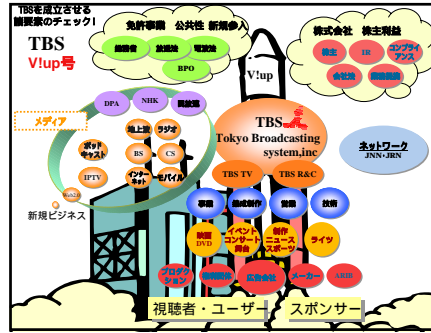


## 放送新時代に向けた TBSの取り組み

株式会社 東京放送  
経営メディア本部  
メディア推進局 総合企画部  
吉田 尚子



## 放送局を取り巻く課題

- 2011年7月24日  
地上デジタル放送への完全移行
- 伸び悩む広告収入  
放送外収入の拡大  
コンテンツマルチコースの拡大
- 新しい視聴形態への対応
- 新しい伝送路への対応  
新着サービスの開発・事業化

## TBS webサイト

- 1994年 開発局設立  
民放で初めて、TBS webサイトを開設。  
「ニュース配信」と「会社情報」の掲載を  
主な目的としてスタート。
- 1999年 web広告の営業を開始。

## TBSwebサイトのビジネス

- 大きな二本の柱**
- Web広告ビジネス  
<http://www.tbs.co.jp>
  - コンテンツビジネス

## TBSホームページの動画展開

- 動画ニュース「News-i」
- 動画有料配信「TBS BooBo BOX」
- 動画ポータルページ「DOUGA 6.1ch」
- 動画芸能ニュース「DUNK」
- プロ野球のweb配信「ハスタWAVE」
- モバイル端末へ動画ニュース配信

## 「どうする? 有料動画配信」

有料動画配信は現状では良いビジネスであるが  
課題は多いかつあり、序章も成長しつつある

ビジネスをスタートさせ、本格化の時代に備える

### 有料動画配信事業の課題および方針

質性コンテンツ不足  
法制度整備を見守りつつ、過去番組の著作権クリアに取り組む  
オリジナルコンテンツの制作に力を入れる  
配信コストの負担大  
新しい配信技術の研究や自社内システムの構築に取り組み  
視聴者層との交渉を取り進む  
ビジネスチームが未確立  
ユーザーのニーズを把握し、ビジネスチームの修正・確立を図る

## テレビ局のモバイルサイト

### テレビ 携帯運動

- 地上波番組内の効果的に告知
- テレビを見ながら参加可能なクイズや相性診断
- プレゼント応募や意見の投稿
- モバイルショッピングへの誘導

### 動画配信

- 映像コンテンツの有効活用

## TBS企業理念

「最強」のコンテンツを創り出す  
「最良」のメディアを目指して  
~人と社会とつながる企業へ~

「最強」のコンテンツとは・・・  
多くの方に支持され、有益で良質な、時代を超えて心に燃る番組・  
イベント・商品の意味します。

「最良」のメディアとは・・・  
視聴者・聴取者に裏付けされる企業体であることを意味します。