

2016年5月20日

ローカル局でのコンテンツ配信の挑戦

九州朝日放送
デジタルビジネス部
香月和宏

自己紹介

- 1994年 4月 KBC入社…技術職採用
- 2004年 4月 テレビ編成部へ
- 2006年 7月 東京支社テレビ編成部へ
- 2010年11月 朝日新聞社コンテンツ事業センターへ
- 2011年 4月 コンテンツ事業部へ

(社内からのどう思われているか)

変わり者・オタク・デジタル君・このジャンルはカツキだよ

KBCのネット配信ビジネスの概要

コンテンツリソース

・2次利用コンテンツ

既番組 → 完パケ、コーナー切り出し

素材 → アーカイブ素材、報道素材（加工してコンテンツ作成）

・配信のためのコンテンツ

国内外にウけるコンテンツ開発→アニメ等

地域ブランディングなどクライアント志向動画コンテンツ配信

配信ビジネス

・有料／無料配信 自社・他社のプラットフォームを利用

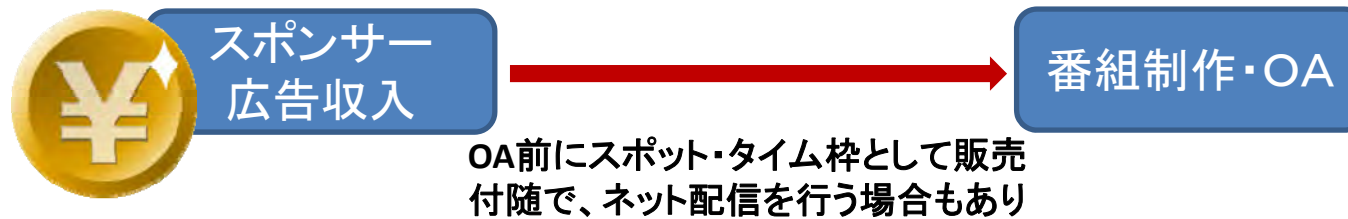
→ **配信自体での収益を最終目標としていない**

・プロモーションビジネス 自治体などのプロモーション動画配信サイトの構築

・マーチャン・ダイジングへ 拡散したコンテンツの商品化・および誘導

既存ビジネスとネット配信ビジネスの違い

放送ビジネス



コンテンツビジネス



コストを後回収のため、予算化が難しい
→しかもイベントと違いロングスパン

KBCのネット配信の目的

・新たなるコンテンツプラットフォームの構築

- テレビ・ラジオの電波以外での露出先の確保→多角化
- 魅力あるコンテンツが集まるブランディング

・コンテンツプロダクションとしての放送局の覚悟

- 現状以上にコンテンツを作り・外に出すための方法の模索
- 自社だけでダメならアライアンスも。

・コンテンツをマネタイズするための試行

- 配信での様々な収益模索
- 国内外番組販売・配信・パッケージ販売・マーチャンダイジング
・イベント・クライアント受注 など

KBCのネット配信の目的

キー局のネット配信状況



ファーストウィンドウをネット配信で

(ネットフリックス談)

フジテレビさんとは、1コンテンツプロバイダーとしてお付き合いさせて頂いています。

キー局ネットパートナー戦略



KBCのネット配信の目的

キー局のネット配信状況

スマホアプリ AbemaTV

AbemaTV



tv asahi



NHKサイト
TOPページ



2016.4.16時
キー各局・災害ライブ配信状況

LINE LIVE
(ライン ライブ)

LIVE



フジテレビ



ホウドウキョクTOPページ



フジテレビ
ホウドウキョク



YouTube

0テレ

日テレサイトTOPページ



TBS

TBSサイトTOPページ



tv asahi

テレ朝サイトnewsページ

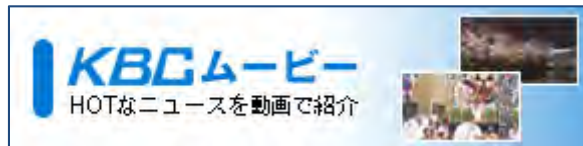


KBCの取り組み

多角的なプラットフォーム戦略

オウンドメディア

自社サイトに動画コンテンツを出さないと話にならない。



地域ニュースを無料で配信



自社番組などを有料配信

他社チャンネル

いろんなところにKBCコンテンツを露出させよう!



KBC公式チャンネル

2012年1月～ 現在1131動画をアップロード。

国内

テレ朝動画、GYAO!、楽天ShowTime、U-NEXT、アクトビラ、ドガッチ、ビデオマーケット、ひかりTV、TSUTAYA TV、GIGA.TV、ムービーフル、DMM.COM、アクセルマーク、LEONET、ビデックスJP、コロチャン…

海外

Viki(中国・韓国以外)、ChannelJ(韓国)、搜狐sohu(中国)、ビリビリ動画・テンセント(中国、香港、台湾)、PBS(タイ)、DYNIT(イタリア)…

KBCの取り組み

地方創生に即した地域発信メディアとしての取り組み

取り組み事例①

福岡恋愛白書・全世界ほぼ同時配信2014年3月～ “FUKUOKA”を広める

「福岡恋愛白書」とは、2006年から年1回制作している、福岡を舞台とした実際のラブストーリーを元にしたドラマ
Love Stories from Fukuoka ※自治体やフィルムコミッションと連携し、多くの地元ロケーションでの撮影を慣行



KBCのOA直後に海外の配信サイトを通じて全世界配信を行った。

【2014年3月21日の場合】福岡恋愛白書9
米国の動画配信サイト「Viki（ビキ）」
中国の動画配信ポータルサイト大手「搜狐（ソウフ）」
韓国の動画配信「FunnyJAPAN（ファニージャパン）」
（現在は、ChannelJ）
※Vikiは、中国・韓国・日本以外の全世界配信



現在、福岡恋愛白書の認知度が上がり海外15か国以上で番組販売、配信を行っている。

KBCは、国際ビジネス部を2014年4月に立ち上げ、フランス、シンガポール、香港、韓国のコンテンツマーケットにて自社番組販売のセールスを行っている。

Details

CATEGORY	Drama
DURATION	2011 - Distance of Strap (26min) / Fireworks Bridge (33min) 2012 - Touch Your Smile (43min) / Poem of First Love (32min) 2013 - Meg and Ai-kun (55min) 2014 - Look Up at the Sky (50min) 2015 - When the Tenth Bell Tolls (51min)

Love Stories from Fukuoka is a popular romantic drama series produced annually for more than 10 years by Kyushu Asahi Broadcasting (KBC), based in Fukuoka Prefecture. Each stand-alone episode is based on a true story contributed by the viewers. The series has attracted a following for casting budding actors and members of idol groups such as AKB48 in leading roles, and for featuring scenic spots and tourist destinations in Fukuoka.

KBCの取り組み

地方創生に即した地域発信メディアとしての取り組み

取り組み事例①



KBCオンデマンド

自社の有料動画サイトは、ブランディングに必要なだ。



&他社VODサイト

多角的プラットフォームの露出が、地域に貢献する



KBCの取り組み

地方創生に即した地域発信メディアとしての取り組み

取り組み事例②

もちろん地元番組を全国へ

“九州”を広める



やっとですが、27年続いている深夜の地元情報番組（九州ブロック番組 ドオーモ）の全国配信！

→日々のローカル情報が詰まった、生情報番組をネット配信するのは、大変（権利処理が…）

でも、全国に広まれば、地域貢献にも繋がる



権利処理体制を確立

東京支社に権利処理の担当部署を新設。NHKやキー局などの権利処理を手掛ける専門企業と連携し番組の権利処理を行い、ネット配信。

※地域向けの情報番組の質を落とすことなく、ネットでの全国配信を行う体制作り

KBCの取り組み

地方創生に即した地域発信メディアとしての取り組み

ネット展開を目的とした クリエイター発掘番組 「クリエイティブ・ディグ」

めんたいバニー
(声:サイバーコネクトツ
社長 松山洋)



元HKT48
菅本裕子(ゆうこす)

クリエイター都市・福岡、創業特区・福岡→ さまざまな
クリエイターやクリエイティブ作品を紹介し、クリエイター
の発展に寄与することを目的とした、福岡発信番組
→毎月最終週の日曜深夜2時10分～(30分)
→放送直後からネット配信展開



クリエイティブディグが果たす役割

- 役割① **クリエイターの発掘**
地域に眠るクリエイターの発掘・啓蒙
- 役割② **産学官の連結**
シナジー効果を発揮した地域の総合的な強化
- 役割③ **クールジャパンの推進**
経済産業省が進めるクールジャパンを番組が体現
- 役割④ **コンテンツの海外展開**
番組販売を通してコンテンツを国内外に展開

KBCの取り組み

地方創生に即した地域発信メディアとしての取り組み

地域文化紹介コンテンツ

5D ARCHIVE DEPT. とは

(ファイブディー アーカイブ デパートメント)
地域の残したい文化や産業の工程から発せられる“音”と“映像”に、地元の若いパフォーマーやアイドルがコラボするミュージック・ビデオ。CGキャラクターが案内役として、WEBや海外のイベントで拡散している。



What is 5DAD?

The "5D Archive Dept (5DAD)" project is all about capturing and preserving everyday scenes and cultural aspects in wonderful video images for future generations to see.

5DAD presents video clips from Fukuoka Prefecture, located in the southern island of Kyushu, featuring a five-dimensional perspective that adds the elements of "sound" and "time" to our three-dimensional world.

The video clips open with young performers listening to the sounds of our ancient culture – it could be the clackety-clack of a weaving loom or the sound of swirling water making Japanese paper. The clips go on to showcase dance performances inspired by such sounds, along with precious traditions and cultural aspects that we hope to pass on to the future.

Our cute CGI navigator is Garnet Hibiki, a girl from the future.
From character design to CGI and music, everything is produced by creators from Fukuoka.



5DAD

検索

KBCの取り組み

地方創生に即した地域発信メディアとしての取り組み

取り組み事例④

●テレビ放送（九州朝日放送）：2014年7月7日（月）～11日（金）深夜26時55分～58分（日により時間が若干前後します） ※その後、不定期に深夜枠にて放送。

●WEBサイト：<http://www.kbc.co.jp/web/5dad/>
日本語サイト、英語サイト の2か国語展開

●YOUTUBE：<https://youtu.be/YiC2lr6VCjU>
九州朝日放送公式YOUTUBEより展開。多言語字幕対応。

●イベント展開：

① 第15回JAPAN EXPO（ジャパンエキスポ）<http://nihongo.japan-expo.com/>

2014年7月2日～6日：フランスパリ・ノール・ヴィルパント展示会場にて日本のPOPカルチャー（漫画、アニメ、ゲーム、音楽、ファッションなど）と日本伝統文化を展示ブースや、さまざまなステージなどのイベントなどで紹介する。26万人が来場し、その中の福岡県・福岡市が共同で展開する福岡ブースにして、5DADの動画を上映、チラシを配布。（福岡ブースには約8000人が来場）

② HYPER JAPAN 2014（ハイパージャパン）

<https://www.facebook.com/hyperjapan>

2014年7月25日～27日：イギリス ロンドン・アールズコートワンにて開催される日本のアニメ・ゲーム・漫画などの見本市。福岡市が出展した福岡ブースにして5DADを上映、チラシを配布。3日間で8万人の来場、福岡ブースは1400人の来場。

③ Japan Content Showcase 2014 <http://jcs2014.com/>

2014年10月21日～23日：東京のお台場にあるホテルグランパシフィックにて開催される映像・音楽・アニメーションの国際見本市を集約した、コンテンツの垣根を越えたアジアを代表するコンテンツマーケット。世界各国の映像コンテンツのバイヤーとの商談などが主な目的で、ここで各国のバイヤーに5DADを各地域で放送してもらおうよう商談。

→ フランスの放送チャンネル「NoLife」にて放送決定（2015年4月予定）

④ Anime Festival Asia 2014 <http://animefestival.asia/afa2014/>

2014年12月5日～7日：アニメ・フェスティバル・アジア（AFA）はメイン会場のシンガポールをはじめとして東南アジア地域複数ヶ所で開催される一連のアニメイベント。シンガポール会場にて、福岡市が委託するブースにて、5DADを上映、チラシを配布。9万人の来場。



JapanExpo2014（福岡ブース）

KBCの取り組み

地方創生に即した地域発信メディアとしての取り組み

●5DAD受賞履歴

①全映協グランプリ 2014 地域振興コンテンツ部門 優秀賞

http://www.zeneikyo.jp/grandprix/grandprix_2014.html

②第15回文化庁メディア芸術祭 エンターテインメント部門 新人賞

<http://j-mediaarts.jp/>

文化庁メディア芸術祭 国立新美術館 展示 : 2015年2月4日～15日まで、東京六本木にある国立新美術館にて、メディア芸術祭の授賞式(2月3日)と合わせて、各受賞作品の展示が行われた。

その中で、5DADの映像上映の他に大川組子の展示も行った。

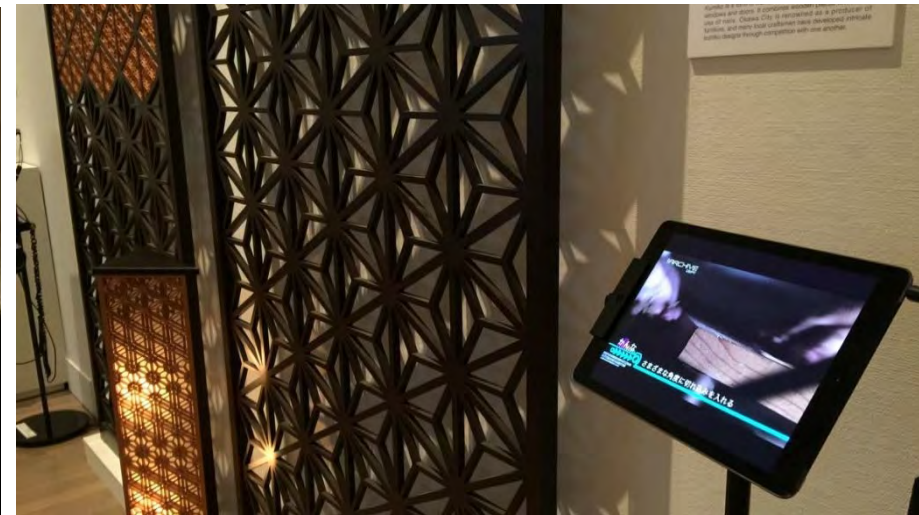
今後：海外でのコンテストにエントリー予定。



第18回

文化庁
メディア芸術祭

18th JAPAN MEDIA ARTS FESTIVAL



KBCの取り組み いつかはご当地アニメへ

国内外に受けるコンテンツ制作

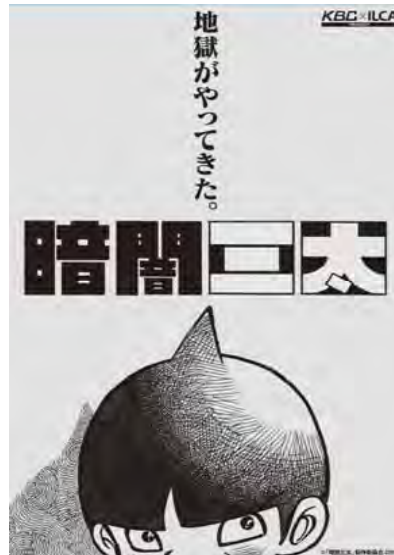
どこにでもウけるコンテンツを地方局から

第1弾

2015年7-9月
本編尺 3分 ×全13話

暗闇三太

1960年代の白黒実写映像を活用し、
昭和のアニメーションを再現した手法で制作。
KBC所有のアーカイブ映像を活用！



第2弾

2015年10-12月
本編尺 3分 ×全13話

こわいぼん

実写映像をもとにアニメを作り上げる
「**ロトスコープ**」を活用して制作。
テーマは「緊張×スタイリッシュ」な演出！



KBCの取り組み いつかはご当地アニメへ

アライアンスを組んだコンテンツ制作

組み方によっては、大きい放送局に負けないコンテンツも作れるかも…



放送局とのアライアンス実績のあるCGプロダクションILCAとの共同制作



→OA前から、中国、イタリアに番組が売れる。



今期のホラーアニメ「こわぼん」ってどう？…中国ネット界では大反響？？

© 2015年11月02日 18:40 | サブカルチャー

まとめサイトにもデータ～

<購入>

●イタリア DYNIT

地域: イタリア・サンマリノ・ヴァチカン・モンテカルロ・カントンティチーノ

●中国 bilibili(ビリビリ動画)

地域: 中国本土、香港、マカオ、台湾

<交渉中> 2014年10月MIPCOMでの商談にて～

●アルゼンチン NONSTOP tv

範囲: ラテンアメリカ(メキシコ=アルゼンチンなど)

●ドイツ KSM Film

他、アフリカTAFSIRI・アメリカpiamonte groupも引き合いあり。



2016年7月からの次回作も

KBCの取り組み

地方創生に即した地域発信メディアとしての取り組み

代理店タイアップ ロコちゃん


総務省補正予算で電通が、地方局コンテンツプラットフォームを実験的に展開。

日本各地の観光・文化・グルメ・地域ニュースを
全国の地元放送局の動画で紹介！



KBCは、人気番組「笑顔まんてんタビ好き」のミニコーナー「タビ好き紀行」(3分)を再編集(MA)し提供

今後地方コンテンツを集めたプラットフォームは増える！？

博報堂DY  ニッポンナビちゃん

GYAO



KBCのネット配信事業の課題

・ 配信自体では儲からない!?

- 配信が目的ではなく、その後どうしたいかをまず明確に
- 配信プラットフォームとの付き合い方を戦略的に
- 地域創生に即したコンテンツの場合、プラットフォームの優位性と継続性のある企画を持って地元企業とタイアップ

・ 2次利用の再編集・権利処理の作業は?

- 2次利用するコンテンツに対しての制作現場の理解
- 権利処理は、ノウハウ蓄積型作業（他局に聞いてもダメ）

・ より良いコンテンツを作るためには…

- 回収が後回しになるコンテンツの予算をどうするか
- コンテンツ制作のアライアンス・出資先などの全国・世界を相手にする人材・体制づくり

地元を世界に！

ご清聴ありがとうございました

九州朝日放送

デジタルビジネス部

香月和宏

katsuki@kbc.co.jp