

モバイルTV

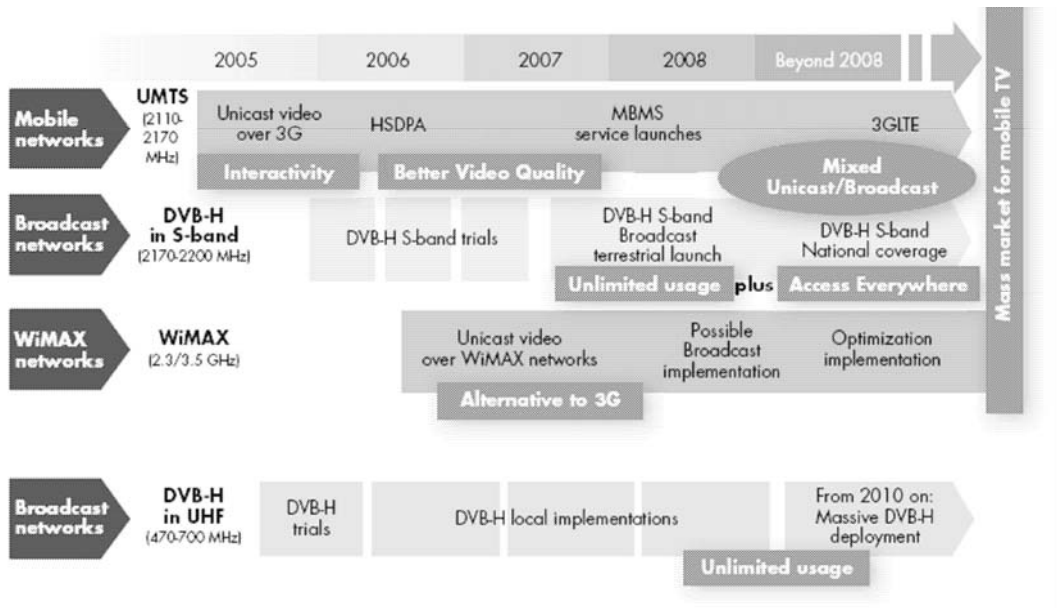
インフラストラクチャ、テクノロジー、グローバルスタンダード、トレンド&市場予測

本報告書の構成は以下の通りである。

モバイルTVレギュレーション	欧州連合 (EU) イタリア 英国 ドイツ フランス 北米 アジア太平洋地域
技術戦略	ユニキャスト3GとWiMAX技術 マルチキャスト3GとWiMAX技術 ブロードキャスト技術 DVB-H MediaFLO その他モバイルTVブロードキャスト技術 サテライト技術
モバイル・オペレーターの戦略	シンギュラー O2 オレンジ PCCW スプリント KDDI au NTTドコモ T-モバイル SKテレコム 3イタリア 韓国テレコム テレコムイタリア・モバイル ベライゾンワイヤレス ボーダフォン
市場規模推移と予測:2005~2011年	モバイルTVサブスクリイバー数 ユニキャスト/マルチキャスト対ブロードキャスト 地域別モバイルTVサブスクリイバー数 モバイルTVサブスクリイバー数 サテライ放送対地上波放送 技術別モバイルTVサブスクリイバー数

	アジア・環太平洋 西欧 北米 世界のその他の地域
モバイルTV市場の勝敗の行方	
主要プレイヤーの戦略と市場に対する見方	3 ビジョン アルカテル アルカテルモバイルTVのコンセプト DiBコム エリックソン ハリス IPワイヤレス MBMSアーキテクチャー ロジカCMG mBlox ノキア ノキアモバイルTVアプローチ ノキアN-92モバイルTV製品 ノーテル ノーテルのリッチメディアビジョン トンプソン UDキャスト

モバイル TV・イントロダクションのタイムライン 2005～2008 以降



目次

1. エクゼクティブ・サマリー
 - 1.1 イントロダクション
 - 1.2 グローバル・レギュレーション
 - 表 1-1: アナログTVサービスの停止時期
 - 1.3 モバイルTV技術
 - 表 1-2: モバイルTV技術
 - 1.4 市場戦略
 - 表 1-3: モバイルTVサービス
 - 1.5 モバイルTV市場予測
 - 図 1-1: ネットワーク別モバイルTVサブスクライバー
 - 1.6 結論と提案
 - 1.6.1 結論
 - 1.6.2 提案

2. モバイルTVレギュレーション
 - 2.1 イントロダクション
 - 2.2 欧州
 - 2.2.1 欧州連合 (EU)
 - 2.2.2 イタリア
 - 2.2.3 英国
 - 2.2.4 ドイツ
 - 2.2.5 フランス
 - 2.3 北米
 - 2.4 アジア太平洋地域
 - 2.5 デジタル・ディビデンド
 - 表 2-1: アナログTVサービスの停止時期

3. 技術戦略 1
 - 3.1 概要
 - 3.2 3GとWiMAX技術
 - 3.2.1 ユニキャスト3GとWiMAX技術
 - 表 3-1: 2G、3G、それにWiMAX技術
 - 3.2.2 マルチキャスト3GとWiMAX技術
 - 3.3 ブロードキャスト技術
 - 表 3-2: モバイルTVブロードキャスト・スペクトラムオプション
 - 表 3-3: ブロードキャスト・モバイルTVサービスとトライアル
 - 図 3-1: RAIのDVB-H ブロードキャストネットワーク・アーキテクチャー
 - 3.3.1 DVB-H
 - 3.3.2 MediaFLO
 - 3.3.3 その他モバイルTVブロードキャスト技術
 - 3.4 サテライト技術
 - 3.5 モバイルTV技術の選定
 - 図 3-2: ユニキャスト対ブロードキャスト

4. モバイル・オペレーターの戦略

4.1 概要

4.1.1 モバイル・オペレーターによる技術選択

4.1.2 モバイル・オペレーター・ビジネス・モデルの選択

4.1.3 戦略の選択

図 4-1: モバイル・オペレーターのTVサービス戦略

4.2 3G戦略

表 4-1: 3GモバイルTVサービス

4.2.1 シンギュラー

4.2.2 O2

4.2.3 オレンジ

4.2.4 PCCW

4.2.5 スプリント

4.3 地上波ブロードキャスト戦略

表 4-2: 地上波ブロードキャスト戦略

4.3.1 KDDI au

4.3.2 NTTドコモ

4.3.3 T-モバイル

4.4 サテライトだけをベースとした戦略

表 4-3: サテライトだけをベースとしたモバイルTVサービス

4.4.1 SKテレコム

表 4-4: TU Media のサービス状況

4.5 ハイブリッド戦略

表 4-5: サービス・プロバイダーが提供する3Gと地上波放送モバイルTV

4.5.1 3イタリア

4.5.2 韓国テレコム

図 4-2: 韓国テレコム

4.5.3 テレコムイタリア・モバイル

4.5.4 ベライゾンワイヤレス

4.5.5 ボーダフォン

5. コンテンツ戦略

5.1 概要

5.1.1 ユーザー経験

5.1.2 個人化

5.1.3 広告を超えたビジネス・モデルの構築

図 5-1: 双方向性とグループが価値を高める

5.1.4 ユーザー需要と料金

5.2 モバイルTVブロードキャストネットワーク

表 5-1: モバイルTVブロードキャストネットワーク

5.2.1 アーキバ

5.2.2 ユテルサット

5.2.3 ハイワイヤ

5.2.4 モービTV

- 5.2.5 MediaFLO USA
- 5.2.6 メディアサット
- 5.2.7 MFD・
- 5.2.8 モデオ (クラウンキャッスル)
- 5.2.9 RAI
- 5.2.10 ROK TV
- 5.3 コンテンツを作成する企業
 - 5.3.1 TVニュースと天気予報コンテンツ
 - 5.3.2 スポーツ・コンテンツ
 - 5.3.3 TVエンターテインメント・コンテンツ
 - 5.3.4 映画コンテンツ
 - 5.3.5 ユーザー生成コンテンツ

- 6. 市場規模推移と予測：2005～2011年
 - 6.1 予測の方法
 - 6.1.1 仮説
 - 6.1.2 タイムライン
 - 図 6-1： モバイルTVイントロダクションのタイムライン
 - 6.2 世界市場の予測
 - 図 6-2： モバイルTVサブスクライバー数 ユニキャスト/マルチキャスト対ブロードキャスト
 - 図 6-3： 地域別モバイルTVサブスクライバー数
 - 図 6-4： モバイルTVサブスクライバー数： サテライ放送対地上波放送
 - 図 6-5： 技術別モバイルTVサブスクライバー数
 - 6.3 アジア・環太平洋
 - 図 6-6： 技術別ブロードキャスト・モバイルTVのサブスクライバー数
 - 6.4 西欧
 - 6.5 北米
 - 図 6-8： 技術別ブロードキャスト・モバイルTVのサブスクライバー数
 - 6.6 世界のその他の地域
 - 図 6-9： 技術別ブロードキャスト・モバイルTのサブスクライバー数

- 7. モバイルTV市場の勝敗の行方
 - 7.1 モバイル事業者
 - 7.1.1 結論と推奨事項
 - 7.2 モバイルTVブロードキャストネットワーク
 - 7.2.1 結論と推奨事項
 - 7.3 モバイルTVサテライトネットワーク
 - 7.3.1 結論と推奨事項
 - 7.4 コンテンツ製作者
 - 7.4.1 結論と推奨事項
 - 7.5 広告主
 - 7.5.1 結論と推奨事項

- 8. 主要プレーヤーの戦略と市場に対する見方

表 8-1: インタビューを行った主要プレーヤーのリスト

8.1 3 ビジョン

8.2 アルカテル

図 8-1: アルカテルモバイル TV のコンセプト

8.3 D i B コム

8.4 エリックソン

8.5 ハリス

8.6 I P ワイヤレス

図 8-2: MBMS アーキテクチャー

8.7 ロジカ CMG

8.8 mB l o x

8.9 ノキア

図 8-3: ノキアモバイル TV アプローチ

図 8-4: ノキア N-92 モバイル TV 製品

8.10 ノーテル

図 8-5: ノーテルのリッチメディアビジョン

8.11 トンプソン

8.12 UD キャスト

Appendix A: 報告書に記載されている企業リス

Appendix B: グロサリー