

Love Story of Mobile and TV...

「数千万人がテレビを持ち歩く時代」がやってくる

# 日本テレビ ワンセグプロジェクト

「テレビ×モバイルコンピューティング連携」で  
今までのモバイルの**不可能を可能に!**

# 内 容

- 1、ワンセグとは？
- 2、端末普及状況、コンテンツ内容
- 3、ワンセグだからできること。
- 4、新型セールスプロモーションツールとして。



そもそも  
**ワンセグ**とは  
なにか？



**携帯端末向けの地上デジタル放送のこと！**

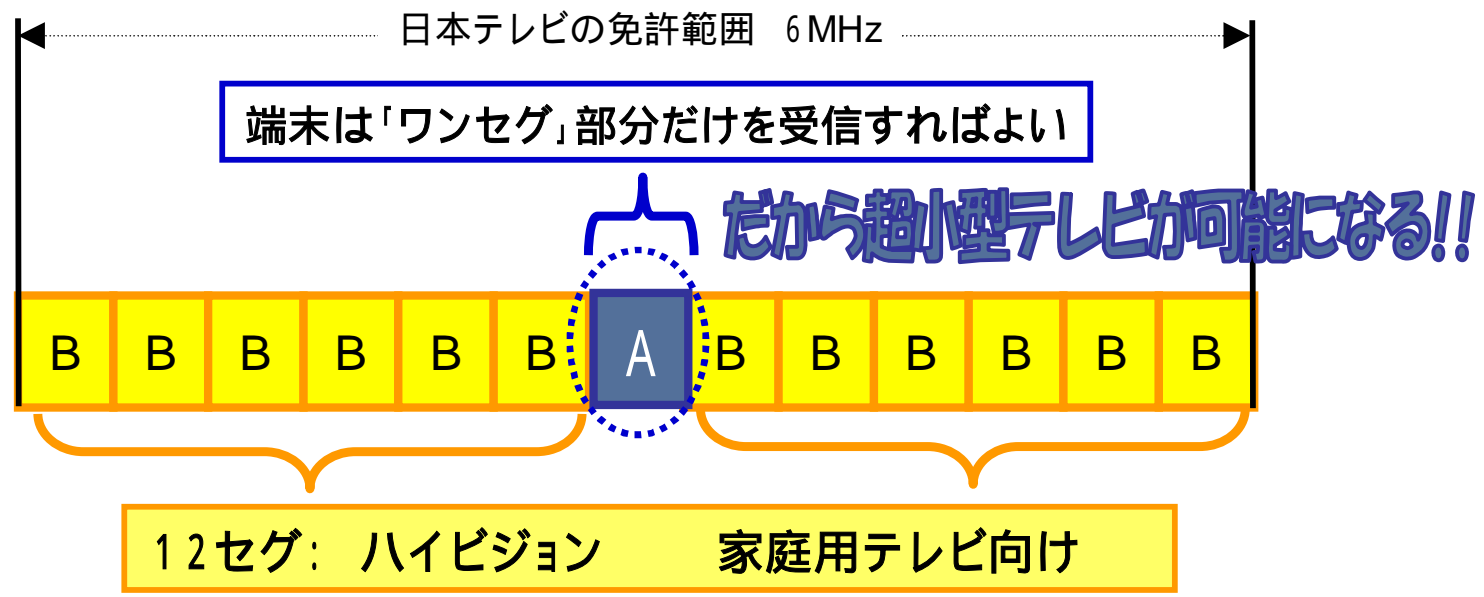
これさえあれば... **ふと暇になった時などいつでも  
テレビを見ることができるようになるのです。**



なんで  
**ワンセグ**  
と言うのでしょうか?

この名前にもサービスの秘密が隠されています。

「セグ」とは「セグメント」の略。  
地上デジタル放送では、1チャンネルを13個に分割して放送します。  
この分割された部分を**セグメント**といいます。



# そして..ワンセグには恵にとがたくさん!!

## 恵にと-その1

なんてたって...

**画像がキレイ!!**

モバイルの常識から逸脱してます。  
移動しても乱れません。

## 日テレワンセグTOP画面



## 恵にと-その2

お家じゃなきゃ見れなかった  
番組が見られる!!

外出時のふと暇な時にもテレビ...



## 恵にと-その3

世界初!!

インターネットとの連携を  
意識したデジタル放送!!

## 恵にと-その5

そして究極.. **お金がかからない!!**



# ワンセグは何ができるメディア？


「モバイル型放送サービス」の  
特色を活かすにはどうしたらいいか？




# 日テレワンセグ 発想の原点 テレビ×モバイル 連携の真髄


A Wonderful Love Story of  
TV & Mobile


テレビとケータイのそれぞれの特性を分析すると、  
テレビ = 'Push' + 'Mass' media

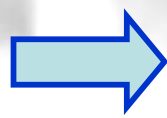
 得意な点: 同報性。ユーザー側操作不要。

 苦手な点: 属性・位置別差し替え。On Demand。課金。  
情報量に限界あり。

ケータイ = 'Pull' + 'Personal' media

 得意な点: 属性・位置別差し替え。On Demand。課金。  
情報量は無尽蔵。

 苦手な点: 同報性。ユーザー側のクリック回数多い。

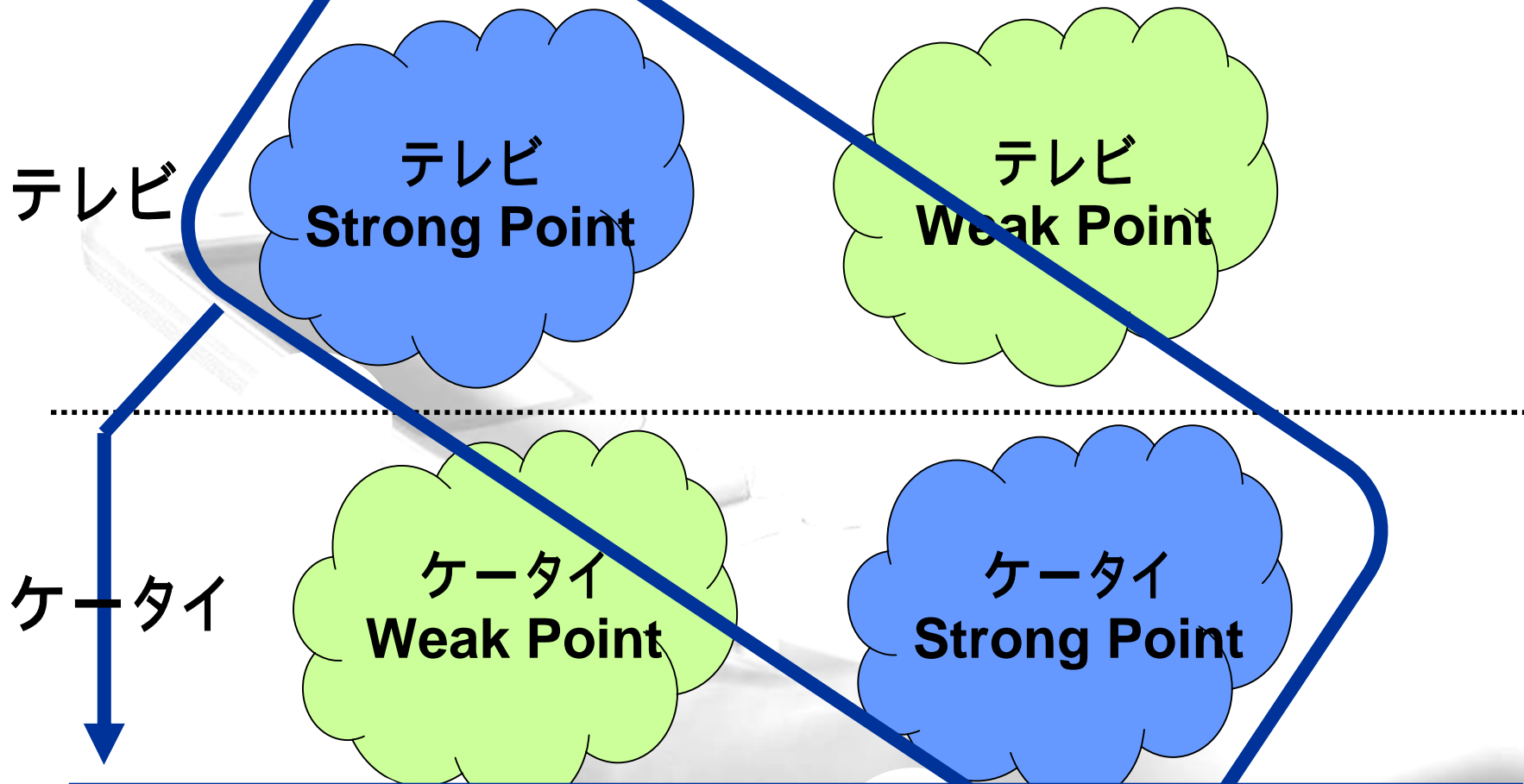


テレビの「得意」はケータイの「苦手」  
テレビの「苦手」はケータイの「得意」



# テレビとケータイは完全なる 補完関係！！

A Wonderful Love Story of  
TV & Mobile



テレビとケータイはお互いに補完関係。  
この2つを組み合わせ、**モバイルでの「不可能」を「可能」に！**





# ワンセグ 基本機能

TV & Mobile  
A Wonderful Love Story

テレビ電波  
放送コンテンツ  
Push+Mass (One Way)

PUSH!!

テレビ映像  
画面

PULL!!

モバイルインターネット  
Pull+Personal (Two Way)

Internet  
Server

「テレビ」と「モバイルインターネット」  
が直接相互に作用する動作を可能に!

+

全キャリア・メーカーが  
同じスペックで一斉搭載!



TV & Mobile  
A Wonderful Love Story

# コンテンツ事例について

「ワンセグならではの」とは何か？



# 放送と通信の連携 真髓の事例をお見せします。

on the way to home

今日のジャイアンツ、  
今どうなってるかな??

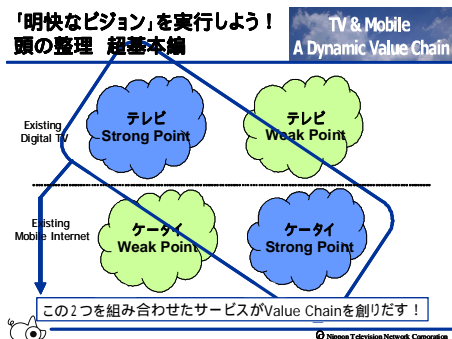


取扱注意資料

©Nippon Television Network Corporation

# 放送と通信の連携 真髓の事例をお見せします。

## 「日本プロ野球2006」



放送・通信の双方の  
得意点を活かす！

「モバイルインターネット側  
にコンテンツを配置」  
データベース検索  
はインターネットならではの。

野球中継画面

【先発投手 巨・パウエル 広・】

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	R
CARP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GIANTS	0	0	0	0	0	0	3			3

選手名簿 現在の対戦 ランキング 他球場情報

	打率		打率
緒方	.324	1 川中	.375
前田	.156	2 小坂	.241
新井	.206	3 二岡	.275
嶋	.290	4 李	.389
栗原	.281	5 高橋由	.371
倉楚	.250	6 山田	.000
山崎	.167	7 阿部	.516
黒田	.000	8 清水	.179
		9 パウエル	.000

ページトップへ  
放送局トップへ  
日テレメニューへ

「放送側」にコンテンツを  
配置」  
ユーザーにクリック  
させずにコンテンツ更新！  
放送ならではの。

今まで不可能だった  
ことを実現！

大好評です!!



# 放送と通信の連携 真髓の事例をお見せします。

@railway station

寝坊した...



取扱注意資料

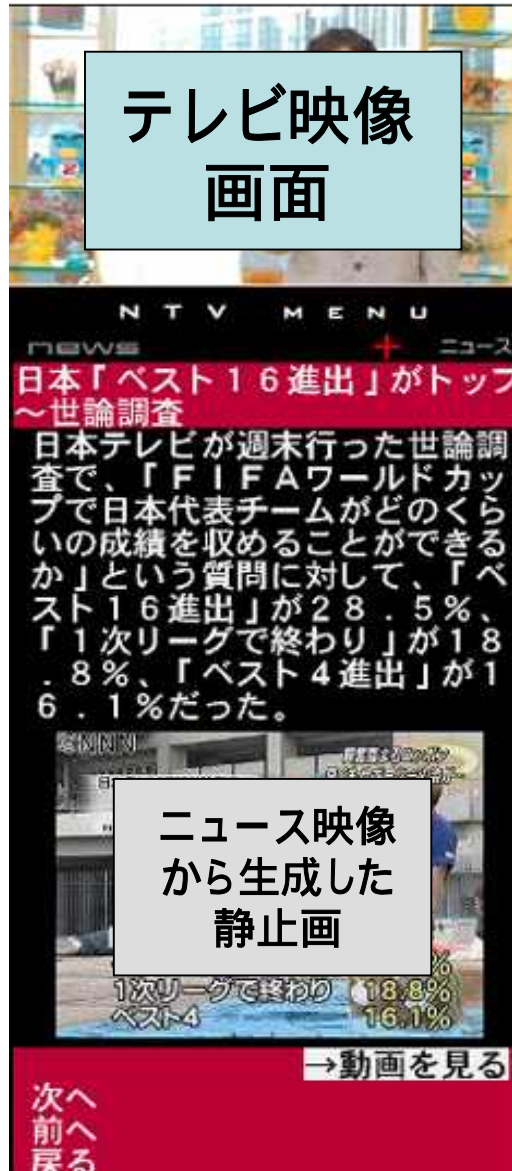
©NipponTelevisionNetwork Corporation

# お時間のないあなたにも...

TV起動  
ボタンで、  
→  
即起動



日テレワンセグ  
TOPページ



報道局に24時間飛び込んでくる  
ニュースを...



項目別に整理、静止画生成、  
動画のエンコード、URL整理  
リンク配置作業などを経て...



いつでも、どこでも、見られる  
「テキスト+静止画+動画」  
の Powerful ニュースサービス  
が実現！ しかも無料！！

これも大好評です!!

テレビ局ならではの！



# 放送と通信の連携 真髓の事例をお見せします。

@Shibuya

ハケンの品格、  
今再放送やって  
んだよね。

そんな時間家にいねーって

私のケータイ、テレビ  
ついてるよ！



TV & Mobile  
A Wonderful Love Story

# ビジネス展開について





# 日テレワンセグが開発 ⇒ ワンセグを究極のモバイルマーケティングツールに。



広告メディアとしての価値はどうか？

TV & Mobile  
A Dynamic Value Chain

このメディアは外で見る。  
ということは、購買直前の「背中の一押し効果」あり！

コンビニで、「どのお茶にしようかな？」  
スーパーで、「どの洗剤にしようかな？」

リーセンサー効果活用による、  
「選択のお手伝い！背中の一押し」  
が可能になるのでは。。。



# リーセンサー効果による セールスプロモーション費の活用

TV & Mobile  
A Dynamic Value Chain

## リーセンサー効果って何？

‘Recency Effect’ = (心理学用語) ‘親近性効果’



「市場の中にいる消費者」に「直接的に」働きかけることで「ダイレクトに購買につなげる」広告展開。

- ・宅内テレビCMでブランディング効果
- ・ワンセグで‘リーセンサー効果’  
立体的広告手法の確立  
新広告商品の開発が可能なのでは？

