

## 予備プログラム

### 日本標準時 (JST)

08:15	参加者登録
09:05	開会の挨拶
09:10	<p>成長のための規制</p> <p>2022年に日本のコンテンツの海外販売は4.7兆円に達しました。これは、鉄鋼業界の5.1兆円、半導体業界の5.7兆円と比較され、日本はアニメやマンガなどの日本のコンテンツの輸出をさらに支援し、成長の勢いを維持する計画を発表しています。日本はこの目標をどのように達成し、デジタル化やコンテンツ制作の収益性、業界における労働条件や人材育成などの課題にどのように対処するのでしょうか？</p>
09:25	<p>日本のストリーミングの可能性を解き放つ</p> <p>世界第3位の経済規模を誇る日本の定額制動画市場は、現在年間46億米ドルの収益を上げています。日本のストリーミング市場は活気に満ちていますが、多くのサービスが提供されており、他の多くの市場と比べても競争が激しいです。しかし、米国の86%の家庭がストリーミングサービスに加入しているのに対し、日本の家庭の半数以上がいまだに1つのストリーミングサービスにも加入していません。世界的なチャーン率や収益性の課題に直面している中、日本のストリーミング市場はどのように発展するのでしょうか？国内および国際的なプラットフォームが果たすべき役割は何でしょうか？</p> <p><b>Speakers:</b> <b>Yu Sasamoto</b>, CEO of Japan and Asia, <b>DAZN</b> <b>Shinjiro Ninagawa</b>, Executive Managing Director / Chief Operating Officer, <b>TVer INC.</b></p> <p><i>With</i> <b>Louis Boswell</b>, CEO, <b>AVIA</b></p>
09:55	<p>2024年 APAC ビデオトレンドと展望</p> <p>ストリーミングからリニア有料テレビや広告まで、アジア太平洋および日本における最新のビデオトレンドと開発の概要。</p> <p><b>Vivek Couto</b>, Managing and Executive Director, <b>Media Partners Asia (MPA)</b></p> <p><i>With</i> <b>Louis Boswell</b>, CEO, <b>AVIA</b></p>



10:25	<p><b>クラウドを活用したストリーミングの最適化</b></p> <p>ストリーミングおよび放送会社は、コスト効率に重点を置きながら収益性を向上させるという大きなプレッシャーに直面しています。クラウドの力を活用して、どのようにしてこれを達成し、より質の高いサービスを提供し、効果的にスケールアップできるのでしょうか？さらに、視聴者の嗜好をより深く理解し、よりカスタマイズされた体験を提供するために、クラウド技術がどのようにセキュリティの向上やデータの分析を支援できるのでしょうか？</p> <p><b>Takashi Ito, APJ Lead, Compute Technology Product, Akamai Technologies</b></p> <p><b>Session Sponsor:</b></p> 
10:45	<p>コーヒーブレイク</p>
11:10	<p><b>との対話</b></p> <p>日本の主要なメディア幹部の一人との対話で、彼のビジョンや会社の戦略的計画、ビデオ業界の未来、新たな機会、そして克服すべき重要な課題について話を伺いました。</p>
11:35	<p><b>有料テレビの変革 – 価値の再定義、新しいビジネスモデルと戦略</b></p> <p>日本の伝統的に安定していたリアペイテレビ業界が進化し、若い世代がますますストリーミングを受け入れる中で、従来のメディアプレイヤーはどのようにしてバリューチェーンにおける役割を再定義し、ビジネスモデルを変革し、戦略を転換しているのでしょうか？</p> <p><b>Speakers:</b> <b>John Flanagan, Senior VP and MD, A+E Japan &amp; SEA</b> <b>Tomokazu Hori, Deputy Group President, Media Business Group, Media Business Unit, SKY Perfect JSAT Corporation</b></p> <p><i>With</i> <b>Jessica Fuk, Research Analyst, APAC Online Video, S&amp;P Global Market Intelligence</b></p>
12:05	<p><b>プレミアムビデオ広告市場の変化と次のステップ</b></p> <p>ビデオ業界は過去 10 年間で大きな変化を遂げました。ここ数年で、CTV（コネクテッドテレビ）および OTT（オーバー・ザ・トップ）業界は、従来の予約ベースのモデル</p>



	<p>からプログラマティック広告へどのように進化してきたのでしょうか？現在の状況はどうなっており、ブランドセーフティや測定がなぜこれほど重要なのでしょうか？今後の課題や成長の機会は何ですか？</p> <p><b>Nao Tsuchiya, Senior Manager of Digital Ad Technology, Fuji Television</b></p> <p><i>With</i> <b>Madoka Hull, Sr. Account Executive - Japan, Publica</b></p> <p><b>Session Sponsor:</b>  publica by IAS</p>
12:35	<p><b>海賊版対策の戦いに勝利する</b></p> <p>日本のアニメは長い間、海賊版の被害を受けており、実写コンテンツへの投資が増加する中、その問題はさらに深刻化する可能性があります。現在の海賊版の状況はどのようなもので、コンテンツを保護することがどれほど重要か、これまでに行われた対策と今後必要な対策とは何でしょうか？他の市場での経験から学べる教訓はありますか？</p> <p><b>Speakers:</b> <b>Takero Goto, Representative Director, Content Overseas Distribution Association (CODA)</b> <b>Shoji Motooka, Senior Manager, Anti-Piracy and Copyright Protection Unit, NHK (Japan Broadcasting Corporation)</b></p> <p><i>With</i> <b>Tatsuya Otsuka, Deputy Senior Director of International Affairs, Content Overseas Distribution Association (CODA)</b></p>
13:00	<p><b>ネットワーキングランチ</b></p>
14:00	<p><b>アドレスサブル TV: スポットではなくオーディエンスを購入する</b></p> <p>テレビチャンネルはコンテンツに多くの費用を費やしていますが、広告料金や収益はそれに見合って増加していません。アドレス可能なテレビ広告は、テレビが他のメディアとより効果的に競争できるようにする決定的な違いをもたらすのでしょうか？</p> <p><b>Nick Chuah, Managing Director, APAC, INVIDI</b></p> <p><b>Session Sponsor:</b>  INVIDI</p>



14:15	<p><b>アニメのルネサンス</b></p> <p>世界のアニメ市場は 2023 年に約 3 兆円に成長し、2030 年までに 8 兆円に達すると予測されています。業界報告によると、収益の半分以上が日本国外からのものです。アニメブームは今後も続くのでしょうか？その持続可能性と成長の勢いを維持するために何が必要でしょうか？</p> <p><b>Speakers:</b> <b>Makoto Kimura</b>, Founder, <b>BLUE RIGHTS Co., Ltd.</b> <b>Dennis Yang</b>, CEO &amp; Founder, <b>Studio 76</b></p> <p><i>With</i> <b>Gregory Ho</b>, Snr. Advisor, <b>AVIA</b></p>
15:00	<p><b>プレミアムビデオインベントリの価値向上</b></p> <p>国際的なストリーミングサービスが日本での広告機会にますます注目している一方、国内市場もデジタルマーケティング担当者にますます多くの選択肢を提供しています。日本のマーケティング担当者は、インタラクティブ広告の可能性を最大限に活用する準備ができていますでしょうか？また、プレミアムと非プレミアムのインベントリに違いを見出しているのでしょうか？国際的なストリーマーによる大規模な投資は、CTV 広告の景観をどのように変え、業界はプレミアム広告インベントリの価値を高め、ストリーミング広告の市場をどのように成長させる必要があるのでしょうか？</p> <p><b>Kenichiro Ohta</b>, Senior Director, Business Development, <b>Magnite</b></p> <p><b>Session Sponsor:</b> <b>Magnite</b></p>
15:30	<p><b>コーヒーブレイク</b></p>
16:00	<p><b>日本のエンターテインメントの台頭</b></p> <p>日本の観光、食文化、文化は長年にわたり強力なグローバルな魅力を持っていますが、日本のコンテンツにとっての本当の機会とは何でしょうか？国際的なストリーマーによって推進される J ドラマの台頭が見られ始めていますが、J ドラマや他のジャンルがアニメのように国際的に人気を博すためには何が必要でしょうか？J コンテンツがその最大の可能性を引き出すためには、克服しなければならない主な課題は何でしょうか？</p>
16:45	<p><b>国際成長戦略：TVING のアプローチ</b></p>



	<p>韓国の主要な OTT プラットフォームである TVING は、グローバル展開を強化するという野心的な目標を追求しています。TVING はオリジナルコンテンツの国際展開に向けて、どのような戦略を実行しているのでしょうか？</p> <p><b>Min Sun Hong, Chief Content Officer, TVING</b></p>
17:15	<p>閉会基調講演: レガシーリニア、未来のストリーミング、そしてぶつかり合う現在</p> <p>生存と収益性を目指す競争の中で、レガシーメディアの巨人たちは、この移行期間にビジネスモデルをどのように進化させているのでしょうか？リニアビジネスの範囲内外でどのような成長機会を見出しているのでしょうか？</p> <p><b>Speakers:</b> <b>Kaz Sasajima, General Manager, Media Business Division, JCOM Co., Ltd.</b> <b>Alexandre Muller, MD, APAC, TV5MONDE</b></p> <p><i>With</i> <b>Louis Boswell, CEO, AVIA</b></p>
17:45	閉会の挨拶とカクテルレセプション

## リード スポンサー



中華人民共和國香港特別行政區政府  
文化體育及旅遊局  
Culture, Sports and Tourism Bureau  
The Government of the Hong Kong Special Administrative Region  
of the People's Republic of China



## ゴールド スポンサー



Magnite



## シルバースポンサー

# Japan In View

29 October 2024 | Andaz Tokyo Toranomon Hills

 [www.avia.org](http://www.avia.org)

**avia**  
ASIA VIDEO INDUSTRY ASSOCIATION



メディアパートナー

**BROADCAST & CABLESAT**

**content**asia

**C21Media**

**JUMPSTART**

**media partners asia**



**televisionAsia**  
*plus*

イベントや団体のサポート



Disclaimer: The Cultural and Creative Industries Development Agency of the Government of the Hong Kong Special Administrative Region provides funding support to the project only, and does not otherwise take part in the project. Any opinions, findings, conclusions or recommendations expressed in these materials/events (or by members of the project team) are those of the project organisers only and do not reflect the views of the Government of the Hong Kong Special Administrative Region, the Culture, Sports and Tourism Bureau, the Cultural and Creative Industries Development Agency, the CreateSmart Initiative Secretariat or the CreateSmart Initiative Vetting Committee.

免責聲明：香港特別行政區政府文創產業發展處僅為本項目提供資助，除此之外並無參與項目。在本刊物 / 活動內（或由項目小組成員）表達的任何意見、研究成果、結論或建議，均不代表香港特別行政區政府、文化體育及旅遊局、文創產業發展處、「創意智優計劃」秘書處或「創意智優計劃」審核委員會的觀點。

Programme as of 3 October 2024 (subject to change). More details can be found at [https://avia.org/all\\_events/japan-in-view-2024/](https://avia.org/all_events/japan-in-view-2024/)