



## 慶應義塾大学ビジネス・スクール

# 株式会社OPTiM

### ユビキタスネットワーク時代に向けた動画広告ビジネスへの挑戦

5

「インターネット革命と呼ばれるコミュニケーションの革命によって我々はこれまでにない生活を手に入れつつあります。これまでコミュニケーションを取る事の出来なかった人々の間でコミュニケーションが生まれ、これまでより遥かに効率のよいコミュニケーションが実現できるでしょう。ただ、その革命は未だ発展途上の段階であり非常に大きな可能性と共に、危険性をはらんでいる事も事実です。現在、さまざまに取り沙汰されています、著作権保護問題、倫理問題、クラッキングに対する問題など、まさに現在のインターネットは無法地帯です。このままでは我々はせっかく手にしかけている最高のツールを十分に活用できずに終わってしまう可能性すらあるのです。弊社はこのような状況の中、特に著作権保護に焦点をおき、正当な権利者の権利と利益を保護するための技術、ビジネスモデルを次々に世界に送り出して参ります。今後、インターネットの世界に素晴らしいコンテンツで溢れかえる時代のフレームワークを創る事、それが我々 OPTiM がインターネット革命において果たすミッションであると考えています。」(OPTiMのWebサイト <http://www.optim.co.jp/> より)

10

15

2002年8月、株式会社OPTiM（以後、OPTiM）の代表取締役菅谷俊二氏は、このミッションを実現するために事業展開をどのように行うべきなのか思案していた。OPTiMの主力製品は、デジタル財をダウンロードするときの待ち時間にインタラクティブな動画広告を配信するシステムである「i7 EmotionTransporter」（以後、i7ET）と、ストリーミング映像再生の際に発生するデータバッファリング待ち時間にインタラクティブな動画広告を配信する「i7 StreamingSpot」（以後、i7SS）であった。これらの製品は、大手レコード会社、放送局、大手ストリーミング配信企業にも続々と採用されつつあった。ブロードバンドの普及が急激に進む中で、映像を中心としたデジタルコンテンツの市場は今後ますます拡大すると期待されていた。しかし、デジタルコンテンツの普及には、著作権を巡る問題が立ちはだかっていた。その問題を解決する手段としてもインターネット広告の収益モ

20

25

30

このケース教材は、慶應義塾大学大学院経営管理研究科國領二郎教授の指導のもと、同博士課程の飯盛義徳が開発した。この教材は、実践的経営学のディスカッション教育のためのものであり、特定の個人や団体の意志決定の成否等を判断したり、評価するものではない。なお、このケースを開発するにあたっては、菅谷俊二氏から事業展開についての資料提供、取材に多大なるご協力をいただいた。ここに感謝したい。(第1版：2002年9月作成)