



“e放送”への序曲

民放キー局のインターネット戦略

ここ数年の間に、テレビ局のインターネットへの取り組みが、ずいぶん活発になってきたと実感している。ホームページはたいへん充実してきており、テレビ局にすれば、番組表の掲示から個別の番組について詳細な宣伝を行える場所として重宝されている。

これまで視聴者には、学校や職場でもおもしろいと評判の連続ドラマなどを見ようと思っても、途中からではストーリーが分からないといったネックがあった。最近ではホームページさえ見れば、前回までのあらすじが載

っているので、再放送を待たずに済むようになった。これまでのテレビ局のホームページは「番組補完型」が中心であり、視聴者の番組に対する意見を募集する「受動的な対応」の場として始まったが、最近では視聴者がテレビ局に対してアクションを起こす場、言い換えれば「番組参加型」という能動的なものに変わってきた。

現にバラエティー番組では、「視聴者がホームページに書き込んだコトが番組中で使われる」といった形態も珍しいものではなくてきた。

キー局だけに限ったことではないかもしれないが、テレビ局各社がインターネットへの取り組みを積極化させている要因は、“e放送”時代をにらんで放送と通信の融合によって生まれる「双方向サービスを充実させていくにはどうすべきか」という模索の意味合いが強いのではないだろうか。

テレビ局はこれまで、視聴者に向けて一方的に番組を送るだけだったが、インターネット事業に取り組むことによって、視聴者の反応がリアルタイムでつかめるようになった。そうした情報を番組作りに活かし、サービスを高度化させていく道もあるだろう。

“e放送”ビジネスのポイントは、視聴者にテレビを見てもらうだけでなく、積極的に使ってもらえるようにすることである。視聴者からのリターンチャンネルをどうしたら増やせるか、どうしたら活用できるのか、今のところ、そういった疑問の解答を求めようとするれば、おのずとインターネット事業に力が入るものである。



写真提供 / BS4：トマデジ

“e放送”ビジネスへの布石

視聴者に対して、料理番組ならばレシピを、またそれが食べられる店の地図を情報で流すといったことは、“e放送”時代になればあたりまえのことである。そういった情報発信については、なるべく早い段階から取り組んでいなければ、いざという時には間に合わない。今のうちからデータベースを構築することが重要になる。そのために、各局ごとにいろいろと工夫を凝らしているというわけだ

テレビ局が取り組んでいるインターネット事業の多くが“e放送”ビジネスへの布石であるとしても、採算をまったく度外視するわけにはいかない。何らかの収入の道を探ろうとすれば、現状ではパナー広告を取り入れていくことになるだろう。

さらに、ホームページへの注目度を高めるために、ストーリー展開を募集し、「ハッピーエンドにしてほしい」という声が多ければハッピーエンドにしたり、若者があまり見ながらない時代劇のなかで、番組を見ていないと絶対に答えられないクイズなどを設定したりと、各局ともさまざまな取り組みぶりを見せている。

また“e放送”時代のキラーコンテンツの1つと言われるショッピング事業にも積極的に取り組んでいるが、インターネットに取り組んだ経験からすると、テレビ番組と連動させた商売のほうが上手くいくという教訓を得たようだ。インターネットと“e放送”では答えは違ったものになるかもしれないが、試行的な取り組みから得られた教訓も重要なものであることは間違いない。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp