INTERACTIVE PROGRAM GUIDE INC.

G PRESS

2006. June / Vol.38

© 2006 Interactive Program Guide Inc. all rights reserved

genius
今月のGな人

株式会社プレゼントキャスト
代表取締役社長
石川 豊 さん

2006年4月、民放キー局5社とdentsuをはじめとする広告会社が、新会社「プレゼントキャスト」を立ち上げた。ーその業界初の試みには、どんな意図が託されているのか。

「TVをもっと楽しむインターネット」をコンセプトとした、テレビ局コンテンツポータルサイト『DOGATCH』が、先日(6月1日)オープン。よく見ると、そこには、新会社「プレゼントキャスト」が仕掛ける<放送と通信の連携>の青写真が見えてくる。電通出身である石川豊氏がその舵取りを担う点も、興味深い。彼らは、どんな新しいビジネスモデルを描き、どんな新しいビジネスチャンスを生もうとしているのか。石川豊社長ご本人にうかがってみました。

-プレゼントキャストを設立した目的を教えてください。

2005年の8月に、dentsuと在京5局の中で話が出たのが発端です。インターネット利用者が、2004年で8000万人、その契約世帯の約半数がブロードバンド接続という環境の中で、付随する広告市場も2005年で2800億円、毎年50%ずつの成長率。2010年には6000億円市場と予測されています。その中で放送と通信をどう連携させていくか…は、放送局にとっては大きな課題です。VOD事業、モバイルコンテンツ等に対する積極的な取り組みは、そのひとつの答えでもあります。ただ、やはり、放送局の事業の中心は<地上波>です。この<地上波>を軸に据えた「放送と通信の連携」を実現することが、放送局にとっての基本姿勢です。それをやろうとして作ったのが「プレゼントキャスト」です。

-その会社のトップを放送局ではなく、電通テレビ局出身の石川社長に任されたことには、どんな意図があるのでしょうか。

そのひとつには、電通をはじめとする株主の広告会社は、すべての放送局に対して中立的なポジションにいる企業であるということがあります。そしてまた、広告会社は、地上波放送を軸としてテレビ局と視聴者、広告主と消費者の間で新しいビジネスを開拓していかなくてはいけない使命を、放送局とともに共有しています。つまり、私たちがやろうとしていることは、たとえば無料コンテンツの配信そのものをメインとするインターネット会社のビジネスとは、まったく性質が違うわけです。あくまでも地上波のオンエア・VOD事業・イベントなど放送局が発信するコンテンツが主役であり、その主役をもっと楽しく面白く盛り上げ、視聴者・消費者の利便性を高めるためにインターネットという通信メディアと「連携」することに主眼を置いています。そう、大事なのはこのまさに「連携」という点。だから、放送局だけではなく、電通のような広告会社が絡む必然があるのです。

-その「放送と通信の連携」を具現化するのが、ポータルサイト『DOGATCH』なのですね?

そうです。この『DOGATCH』は、サービス展開の軸としているキーワードが、「旬とルーツ」ということです。「旬」は今、トレンド。「ルーツ」はそこを深く掘り下げること。旬を伝えるのは放送メディアの真骨頂であり、ルーツを伝えるのが通信メディアの真骨頂です。たとえば改編期で新しいドラマが始まるときに、視聴者がその番宣、製作者のコメント、メイキング、ダイジェスト等を比較することができるとすれば、地上波で放映される番組の楽しみ方が何倍にも膨れあがるはずです。そして、それを可能にするアプリケーションが、EPG(電子番組表)です。EPGは、コンテンツナビゲーターとして機能するだけでなく、それがあるからこそコンテンツ周辺の「ルーツ」を伝えることが可能になる。ですから、EPGの機能は、『DOGATCH』のサービスの心臓部といえます。

-『DOGATCH』のプレ・サービス・サイトのオープンを、4月でなく6月にした意図は何ですか?

FIFAワールドカップに合わせるためです。FIFAワールドカップは、それ自体がキラーコンテンツであると同時に、『DOGATCH』のコンセプトを象徴的に体験できるコンテンツであることが、そのいちばん大きな理由です。まず『DOGATCH』のEPGで、見たい試合番組を検索する。そして、その試合の見どころに関する各局解説者のコメント等を見る。地上波でのオンエアを観る。その後、4分程度の試合ダイジェストを見る。『DOGATCH』のFIFAワールドカップコーナーはこのような視聴スタイルに対応できるように構成されています。ーそういう、ひとつの放送を重層的に体感できる、いわば「予習ができて復習もできる」といった新しいテレビ視聴スタイルを、一人でも多くの視聴者に体験していただきたい。それによって今秋の本格オープン前に一人でも多くの方に登録会員になっていただきたいという狙いがあります。

-よくわかりました。本日はお忙しい中、ありがとうございました。

こちらこそ、ありがとうございました。今秋の本格オープンに、ぜひ期待してください。出来たてほやほやの会社ですので、何とぞ、皆様のご指導、ご鞭撻をお願いいたします。

DOGATCH!!

http://dogatch.jp

テレビをもっと楽しむインターネット『DOGATCH』とは民放テレビ在京キー局5社と電通など広告会社4社の共同出資により、本年4月3日に設立された株式会社プレゼントキャストが運営するブロードバンド動画配信ポータルサイト。ユーザー登録は無料、サイト内の動画も全て無料で視聴することができます。6月1日にオープンしたプレ・サービス・サイトでは、「2006 FIFAワールドカップドイツ」全64試合について、地上波で試合がOAされる前には各局人気サッカー解説者等による見どころ解説、地上波でのOA後にはハイライトシーンをそれぞれダイジェストで観ることができます。動画配信前に動画の長さに応じて最長30秒のCMが挿入されます。今回開催のワールドカップ以外に、「2002 FIFAワールドカップ韓国・日本」「FIFA コンフェデレーションズカップ2005」についてもハイライトシーンを観ることができ、「2006 FIFAワールドカップドイツ」の対戦表からも、対戦国の注目選手や各国のサマリー、上記2大会でのその国の試合のハイライトシーンが観られる等、地上波でのOAを何倍も楽しめるような工夫が凝らされています。本格オープンは今秋の予定です。

NEWS!

VOD navigated by EPG

去る6月1日、東京赤坂の全日空ホテルで『DOGATCH』のプレ・サービス・サイトのサービスインセレモニーおよび記者発表会が開かれました。当日は株式会社プレゼントキャスト（以下、プレゼントキャスト）の代表取締役社長石川豊氏、Vice President黒崎太郎氏（日本テレビ放送網株式会社より出向）らの挨拶をはじめ、プレゼントキャストに共同出資している民放テレビ在京キー5局の社長挨拶VTRの放映、各局サッカー解説者によるトークショーと、盛り沢山の内容でオープンを祝しました。

左から、森アナウンサー（日本テレビ）、高畑アナウンサー（TBS）、石川社長、サッカー解説者金田氏（TBS）、風間氏（フジテレビ）、川添氏（テレビ朝日）

その中で、石川社長は「『DOGATCH』の柱は、各放送局のVOD事業へのポータル機能と、地上波放送番組へのnavigationとなるEPG機能である」と言及。テレビを視聴する人々の、過去、現在、未来の窓としてEPGが機能するであろう、とEPGへの期待を窺わせました。また第二部、サッカー解説者の金田喜稔氏、風間八宏氏、川添孝一氏による「2006 FIFAワールドカップドイツ」に向けてのトークショーでは、過去の試合がダイジェストで集約して視聴できること、限られた時間でも試合オンエアへの予習・復習が効率的にできることなど『DOGATCH』ならではの魅力に高い評価の声があがっていました。会見終了時には、プレゼントキャストとIPGから「Gガイド」をオンライン対応に拡張させたオンライン動画コンテンツガイド機能を開発し、『DOGATCH』内で展開する検討を開始したと発表がありました。

EPG機能には、IPGが家電機器や携帯電話で展開している「Gガイド」のオンライン・バージョンを採用

いちばん思い出に残っている テレビ番組 Vol.4

「世界ふしぎ発見」

思い出に残るテレビ番組は「世界ふしぎ発見」でしょうか。超長寿番組で、今もまだまだ現役なので「思い出」にふさわしいかどうかは別ですが。平日ゴールデンの番組に接触しづらい環境の中では、土曜日の21時という時間帯は、1週間が終わり、部屋もきれいに掃除され、まだもう1日休みがある、という至極のダラダラ時間です。番組の内容も、ミステリーハンターがただ各国の未知の世界を報告するだけでなく、歴史を紐解いたり、映画の世界を紹介してくれたり、と、楽しくて少し博学になった気分も味あわせてくれます。それに、実はミステリーハンターのファッションをチェックしてしまっています。「奥地にゆくのに、その格好はないだろう」とか、「今はそんな着方が流行ってるのか」とか、カジュアルファッション中心の私としては、雑誌等よりもよほど原寸大で参考になります。テレビというのは、ダラダラ視聴のあとに旬なネタを仕入れてるかもしれない、ちょっとおいしい空気みたいなメディアですよね。PCと一体化すれば、検索も注文も、なんだってできますし…ということで今後のテレビがいろいろな意味で楽しみです。

電通 テレビ局 スポット業務推進部　小川 比佐子

読書タイム　夢十夜　［第四夜］

夏目 漱石

広い土間の真中に涼み台の様なものを据えて、その周囲に小さい床几が並べてある。台は黒光りに光っている。片隅には四角な膳を前に置いて爺さんが一人で酒を飲んでいる。肴は煮しめらしい。

爺さんは酒の加減で中々赤くなっている。その上顔中沢々して皺と云う程のものはどこにも見当らない。只白い髯をありたけ生やしているから年寄と云う事だけは別る。自分は子供ながら、この爺さんの年は幾何なんだろうと思った。

ところへ裏の筧から手桶に水を汲んで来た神さんが、前垂で手を拭きながら、「御爺さんは幾年かね」と聞いた。爺さんは頬張った煮しめを呑み込んで、「幾年か忘れたよ」と澄ましていた。

神さんは拭いた手を、細い帯の間に挟んで横から爺さんの顔を見て立っていた。爺さんは茶碗の様な大きなもので酒をぐいと飲んで、そうして、ふうと長い息を白い髯の間から吹き出した。

すると神さんが、「御爺さんの家は何処かね」と聞いた。爺さんは長い息を途中で切って、「臍の奥だよ」と云った。神さんは手を細い帯の間に突込んだまま、「どこへ行くかね」と又聞いた。

すると爺さんが、又茶碗の様な大きなもので熱い酒をぐいと飲んで前の様な息をふうと吹いて、「あっちへ行くよ」と云った。

「真直かい」と神さんが聞いた時、ふうと吹いた息が、障子を通り越して柳の下を抜けて、河原の方へ真直に行った。

爺さんが表へ出た。自分も後から出た。爺さんの腰に小さい瓢箪がぶら下がっている。肩から四角な箱を腋の下へ釣るしている。浅黄の股引を穿いて、浅黄の袖無しを着ている。足袋だけが黄色い。何だか皮で作った足袋の様に見えた。

爺さんが真直に柳の下まで来た。柳の下に子供が三四人居た。爺さんは笑いながら腰から浅黄の手拭を出した。それを肝心綯の様に細長く綯った。そうして地面の真中に置いた。

それから手拭の周囲に、大きな丸い輪を描いた。しまいに肩にかけた箱の中から真鍮で製らえた飴屋の笛を出した。

「今にその手拭が蛇になるから、見ておろう。見ておろう」と繰返して云った。

子供は一生懸命に手拭を見ていた。自分も見ていた。

「見ておろう、見ておろう、好いか」と云いながら爺さんが笛を吹いて、輪の上をぐるぐる廻り出した。自分は手拭ばかり見ていた。けれども手拭は一向動かなかった。

爺さんは笛をぴいぴい吹いた。そうして輪の上を何遍も廻った。草鞋を爪立てる様に、抜足をする様に、手拭に遠慮をする様に、廻った。怖そうにも見えた。面白そうにもあった。

やがて爺さんは笛をぴたりと已めた。そうして、肩に掛けた箱の口を開けて、手拭の首を、ちょいと撮んで、ぽっと放り込んだ。

「こうして置くと、箱の中で蛇になる。今に見せてやる。今に見せてやる」と云いながら、爺さんが真直に歩き出した。柳の下を抜けて、細い路を真直に下りて行った。自分は蛇が見たいから、細い道を何処までも追いて行った。爺さんは時々「今になる」と云ったり、「蛇になる」と云ったりして歩いて行く。仕舞には、

「今になる、蛇になる、きっとなる、笛が鳴る、」

と唄いながら、とうとう河の岸へ出た。橋も舟もないから、此処で休んで箱の中の蛇を見せるだろうと思っていると、爺さんはざぶざぶ河の中へ這入り出した。始めは膝位の深さであったが、段々腰から、胸の方まで水に浸って見えなくなる。それでも爺さんは

「深くなる、夜になる、真直になる」

と唄いながら、どこまでも真直に歩いて行った。そうして髯も顔も頭も頭巾もまるで見えなくなってしまった。

自分は爺さんが向岸へ上がった時に、蛇を見せるだろうと思って、蘆の鳴る所に立って、たった一人何時までも待っていた。けれども爺さんは、とうとう上がって来なかった。

※次号「第五夜」

営業企画ユニット　辛島ジェニファー

I am IPG

こんにちは、営業企画ユニットの辛島ジェニファーです。IPGを紹介されたとき、未知の業界ということもあり、何が何だか分かりませんでしたが、テレビやCMは子供のころから大好きでしたので、IPGで頑張ってみようと入社を決めました。7ヶ月後の今、まだまだ勉強不足ではありますが、Gガイドをとても身近なものに感じられるようになり、いろんな刺激を受けながら、毎日楽しく仕事をさせていただいています。IPGへの入社は何かの縁だったのではないかと感じます。最近、運動不足を痛感しスポーツクラブに入会しましたが、なかなか行けないので早速、解約を決意しました。こんな運動不足な私ですが、今後ともよろしくお願いいたします。

G-PRESSは、G-GUIDEを提供する株式会社インタラクティブ・プログラム・ガイド(IPG)が制作・発行しています。

『Gガイド』はGemstar-TV Guide International, Inc.またはその関係会社の日本国内における登録商標です。