



BIGTOPには、MUSIC、VIDEO、MOVIE、PLAYSTATION、MORE INFORMATION、MAGAZINE、GALLERY、DEAR BIGTOPの8つのコーナーが設けられているが、稼働中なのはMUSIC、PLAYSTATION、DEAR BIGTOPの3つ。一般紙の報道では「CDの新譜や新作ゲームソフト情報を紹介し、将来的には映画や過去のタイトルをデータベースとして提供していく予定」とある。

最近では、多くの企業が広報宣伝の一環として、インターネットを利用し始めている。実際のビジネスとインターネットをどうい形で結びつけていけるのかを探るための、本格的な実験プロジェクトも始まっている。それらの企業が一刻も早く手に入れようとしているのが「どんな情報を」「どういう形で」流していけばいいのかということ。いってみれば、インターネットというオープンで双方向性のネットワークメディアの中で「どこまで見せ、どこを隠すか」という、ノウハウともいべきものである。

そんな中、音楽という純然たるソフトウェアビジネスに関わり、従来のメディアで築き上げてきたノウハウが十分にあるSME

3月15日から、ソニー・ミュージックエンタテインメント (SME) はWWWによる情報提供サービス「BIGTOP」をスタートさせた。BIGTOPとはサーカス小屋の意味。ピエロのキャラクターが総合エンタテインメントの案内役を演じている。

レポート 喜多充成

では、インターネットという新しいメディアでそれらをどう活かそうとしているのか？サーバーが稼働を始めてまもない3月17日に同社を訪れてインタビューした。

1日目だけで1000件以上のダウンロード

ジーンズにセーターというカジュアルな服装で現れた川村直樹さん (SR制作管理本部・企画推進部) は、このプロジェクトの中心人物。少々興奮気味のような様子。

「とにかく驚いています。まさか1日目だけで1000件以上のダウンロードがあるとは思いませんでした。スタート前に“見通し”を聞かれて『始まってみないと分かりませ

んが、半年か1年後を期待していただきたい』と社内には説明していました。それがこれほど出足が早いとは、上司もびっくりです」

昨年の暮れに米国ソニー社が「Sony Online」として音楽情報の提供に絞ったサービスをスタートさせている。新譜案内ばかりでなく、アーティストの略歴や過去のアルバムまで網羅している、評判のサイトである。その開設がアナウンスされた昨年9月ごろからSMEでもサーバー構築の検討を始め、どうせやるならと、ゲームや映画も巻き込んでグループの共同プロジェクトという体制が組まれた。サーバーに盛り込むべきコンテンツに関しては、グループ各社の



素材の蓄積が十分にある。HTML化は専門集団（ソニー本社）がバックアップしてくれることになった。

そして各社がデータを持ち寄り、実際に編集作業が動き出したのは今年に入ってから。作業量も膨大、時間もない、予算も十分とはいえない額。川村さん自身も約3か月間、休日返上の大車輪でこれにあたった。

「写真はプロモーション用の写真のポジフィルムをもらってくれば、取り込むのは簡単。文章もニュースリリースはワープロで書いているわけですから、それを編集すればいい。音楽だってCDで出しているわけですから、デジタルデータになっている。じゃあそれらを切り貼りすれば完成かという、それだけで済むはずはないんです」

「音がいい」といってもらえるのがいちばん嬉しい

じつは、川村さんは過去にCD-ROM作品の制作に関わっていたという。新しいメ



SR制作管理本部
企画推進部の川村さん



ディアに合わせた新しいタイプのソフトウェアを制作するバイオニアとしての苦労を重ねてきている。予算はなくとも作品の品質には妥協しないという信念で、録音からトラックダウンから何から何まで自分でこなし、賞を取った作品もあるという。

「CD-ROMの制作に関わっていた時期は、倍速ドライブがようやく出回り始めたころでした。ドライブの遅さに泣かされましたが、それがためにユーザーにストレスを与えてはいけないということに気を使っていました」

「インターネットの場合も同じで、例えば作る側の人間は高速なマシンと太い回線でやっても、個人を対象とするならそうでなくとも十分に楽しめるよう、小さいサイズでクオリティの高いものを出さなければいけません。細かい話ですけど、画像ファイルはページの下部にはなるべく置かない（画面からは切れているのでダウンロード中の様子が見えない）などの約束事も、製作しながら分かってきたことですね」

「提供したファイルは、アナログ回線でダ



ウンロードする人を想定したデータ量に収めています。興味をもって来て、じゃあというんで3分かけてダウンロードしたものが『何だこれ』じゃ、申し訳ないですからこのあたりは作り手の“良心”とでもいってあげよう。

また、サウンドのファイルサイズを小さくするノウハウにかけても、よそには負けない自信があるという。ただ、そのノウハウに関しては、

「どこをどうすればというのは……内緒です。人には教えられません」(笑い)

このあたりがソフトビジネスのプロたるところなのだろう。

「なかでも『音がいい』といってもらえるのがいちばん嬉しい。音のデータは素材そのままではなく、コンピュータのモニタースピーカーでいちばんよく聞こえるよう、相当に補正を加えてあります」

ミキシングエンジニアが数億円の機材が詰まったミキシングルームにニイキュッパのラジカセを持ち込んで最終チェックをするという話を聞いたことがある。重要なことは最終的なユーザーにどう聞こえるかであって、そうすればいいことは素人でも分か



サーバーアドレス

URL <http://www1.sony.co.jp:80/InfoPlaza/SME>

SonyDriveは、ソニー（日本）のサーバー

SonyOnlineは米国ソニー社のサーバー



BIGTOPのアーティストインフォメーション

るのだが、どこをどういじれば「パソコンのモニタースピーカーでいい音」になるのが実際に経験していないと分かりようもない。それをここではきっちりとやってのけている。

じつは、取材前のメールのやりとりで「オフィス撮影は厳禁」と知らされたときには地下のフロアに通された。通常こういうふうに通されれば、やりたくないなあという気持ちになるものだが、ことソニー・ミュージックエンタテインメントに関しては、そんな気にはならなかった。通されたミーティングルームは著名作家のイラストやオブジェが置かれたゴージャスな部屋。

エントランスにいたガードマンもにこやかにあいさつしてくれる。隠すところはちゃんと隠しているのだろう、見せるところにもきちんとして手をかけている。これが音楽という形のないものをビジネスとして扱ってきた「洗練」とでもいうべきものなのだろうかと思った。

まったくのプロモーション目的

さて、実際にアクセスしてみると、ビデオクリップやサウンドクリップの量は豊富で、1つダウンロードしてみるとついつい次

も聞きたくなるよう、うまく構成されている。音質も8~11KHzのサンプリング周波数とは思えないレベルである。

当然、いずれもっと回線が太く料金が安くなれば、インターネットが商品そのものの流通手段になるという将来像は容易に描ける。今回のサービスもそこまで想定したものなのかどうかを聞いてみたら、ここはきっぱりと否定された。

「まったくのプロモーション目的で、ここでいくら儲けようとは考えていません。我々にとってはプロモーションのチャンネルが1つ増えたということにすぎません」

現在のインフラでそれを考えるのは時期



DEAR BIGTOPは、アンケートコーナー

PLAYSTATIONのことが何でもわかる



近日発売予定のCDを紹介



近日発売予定のゲームを紹介

尚早にすぎるときっぱり見切りつつ、それでいて現在のインフラでも十分楽しめるだけのチューニングを施す。これは同じことの裏表ではないか。すなわちメディアの特性を踏まえつつ、作品を商品として多くの人に供給するうえで、当然踏まえなければいけないことであり、もっといえばプロとアマの最大の違いがこの点に凝縮されている、といえるのではないか。

「アンケートの返りもすさまじい」と川村さんは語る。BIGTOPのコーナーの1つ、DEAR BIGTOPはアンケートのコーナーで、このサーバーにアクセスした人がその感想を書き込むことができるようになっている。また、PLAY STATIONのコーナーにもゲームに関するアンケートがある。これらのアンケートに、予想以上の書き込みがあるという。

例えば、ゲームソフトであれば発売直前のもので翌月以降の発売予定に分類し、少なくとも1か月に一度は更新しながら、

個々のソフトについてのアンケートをとるシステムができあがっている。

「これだけ細かいアンケートは従来の手段では不可能でした」と川村さんがいうのもうなずける。今後ここで得られたデータは単なる人気投票から戦略的なマーケティング資料に成長し、同時にそれを活用するノウハウが蓄積されていくことだろう。

「インターネットはどうしても組織の中の人が使っているというイメージがありますよね。ところがCDもゲームソフトも買ってもらうのは個人です。なんとかそこまで届いてくれないものかと思っていましたが、フタを空けてみると予想以上に個人のアクセス、つまりネットワークサービスプロバイダのドメインが多かったのです。これ、おそらくアナログ電話回線を経由してのアクセスが大部分を占めるのだらうと思います。まさにその層の人達に見てもらおうと、素材の加工に手間暇かけましたから」

自分でやるだけのことはやった

川村さんの話をうかがっている間に、この会社での組織と個人の関係について考えさせられた。グループ全体の支援を受けてこのプロジェクトが実現できたのは確かだが、BIGTOPは、まぎれもなく川村さん個人の「作品」ともいえるものである。ここでは、個人のクリエイティブな活動を企業が支えるという、一般の企業では望んでも得られぬ環境がある。

SMEでは、今期、ここまでで最高の利益を達成する見込みだ。「時間が無い、予算がないことをクオリティの低いわけにはできない。だから自分でやるだけのことはやったつもりです」

インターネットの世界で、川村さんのようなプロフェッショナルが数多く活躍してくれることを望むばかりである。



[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