



インターネット視聴者の囲い込み

有料サイトはなりたつが

テレビ局のインターネット事業がうまくいっている証拠というほどでもないが、有料サイトの利用者が多いようだ。つまり、テレビ局のサイトには有料でも手に入れたい情報があるということだ。もしくは、有料でも参加したいゲーム感覚のサイトが人気を呼んでいるのかもしれない。

たとえば、TBSはドラマとして人気を博し、映画にもなった『ケイゾク』という刑事物を使った有料サイトを展開していた。3部構成になっており、第1部は無料体験版、第2部と第3部の利用料が300円+ となっている。基本的に600円で刑事物のゲームが楽しめることになっており、隠れた楽しみを発見しようと思えば、+ が課金されるというものだ。

また、日本テレビでも人気番組『ウッチャンナンチャンのウリナリ!!』をネタにして、放送時間の都合でカットされてしまったシーンや番組の裏側など、テレビ放送では見ることのできない未公開部分をインターネットで公開している。料金は500円で、1回支払えば1か月間は何回でもアクセスできるようになっている。

課金方法にもいろいろあるが、コンビニなどで売っているプリペイドカードを使うケースが多いようだ。

インターネットはテレビと競合するのか

「インターネットとテレビは競合するのか」テレビ局にとって、答えに窮する難問のようである。確かに、ユーザーはインターネットを利用しているときは、テレビ番組は見えていないだろうから、1日の「可処分時間」に限りがある。そうなれば、インターネットとテレビは確実に競合することになる。

ただ、競合するとわかっていても、テレビ局がインターネット事業に取り組んでいるのは、「テレビ局として提供できる情報サービスとは何か」を模索しているのと同じように、何とかお互いの相乗効果を発揮させることにより、テレビ番組の魅力を高めようという狙いがあるに違いない。

むしろ、どうせ競合するのだから、他の事業者に視聴者を奪われるよりは、みずから取り組んでいくことにより、テレビとインターネットの双方を使って顧客の囲



写真提供 / BS11デジタル

い込みをしていこうという発想が強いのだと思われる。

インターネットとテレビの関係は、融合する面と競合する面があり、単純に割り切れるとは思えないが、「e放送」が本格化すれば、いずれ同様の問題に直面することは確かである。行き着くところは、「PCとテレビの、どちらが使いやすいのか」ということになるのだろうが、従来型のテレビ番組を放送しているだけでは勝ち目がないことは事実だろう。

インターネットとテレビは融合するのか

「インターネットとテレビは融合していくのではないか」との意見もある。ただ、いまひとつピンとこないのは、両者の性格があまりに違っているからである。画面とユーザーの距離でたとえるならば、テレビは「3メートルのメディア」で、インターネットは「30センチのメディア」と言えるが、その違いは大きいはずだ。

映像や情報の入手だけならテレビでいいのかもしれない。しかし、メールのやり取りにテレビの画面は大きすぎる。PCのモニターと同じ大きさのテレビなら30センチのメディアとして使えるが、それならわざわざテレビを使うまでもなく、最初からPCを使えば済む話だ。

これまで、「インターネットのできるテレビ」として売り出されたものは、テレビとしての機能をフルに引き出すことに重点が置かれていたので、比較的大画面のものが多かった。つまり3メートルのメディアのまま、インターネットも楽しんでもらおうとしたのである。

最近ではインターネットは、携帯電話などのモバイル機器を通じて使われており、30センチよりもさらに目に近いメディアとなりつつある。また携帯電話でテレビ放送が見られるようになる時代も近づいており、「3メートル」のほうも縮まりそうではあるが。



[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