

「マスメディアの未来（後編）」

拝復

GW 真っ盛り、皆様以下がお過ごしでしょうか？私？暦どおりはおろか、休日にも仕事をしています。今回は大型の休みを取りにくかったようですね。こうして連休の合間にメールを差し上げてもお返事が帰ってきます^^；。個人的にはやっとなんか「花粉」の季節が終わってくれた事が非常にうれしい。

さて今回で最終回の「マスメディアの未来」です。前・中編では主に新聞と言うメディアにスポットを当てました。今回はテレビが主役です。「テレビ」と言う言葉が表すものはかつては単純



でした。首都圏で言えばキー局がそれでした。現在では衛星波が加わり、スカパー、さらにはケーブルテレビが加わりました。ケーブルテレビを導入している家庭はおおよそ 2800 万世帯。テレビを見ている世帯の 6 割近くに達しています。既に日本では多チャンネル時代に突入しています。これに現在ではワンセグ放送(地上波の再放送)が加わりました。推定ではワンセグ放送を受信可能な携帯端末は 3000 万台。いずれほとんどの携帯電話でテレビ(地上波デジタル)を視聴する事が可能になります。

現在テレビ局が困っている問題は、

視聴者の視聴態度の変化です。

- ① 「ながら視聴」の増加 ケータイとの競合の中で若年層を中心として急増、CM は見ない
- ② HDD 付レコーダーの普及で「タイムシフト視聴」が増加、CM はスキップ

この変化はテレビ局の経営にとっては非常に大きい、なぜなら両方の問題とも肝心の「コマーシャル」をちゃんと見てくれない視聴者が増えているからです。現在の地上波の会社の収入はそのほとんどを CM の放映料でまかなっています。

これに加えて

- ③徐々にですが世帯視聴率が落ちていると言う事実があります

テレビが普及した昭和 30 年代から思えば、約 50 年間、**広告主→代理店→テレビ局→視聴者**は非常に優れたビジネスモデルでした。ある大手の代理店の方のお話、「**広告代理店に不況はないんですよ、どこかが悪くなっても必ず勢いのある業界があるんです**」、なるほど、そう言えば現在は消費者金融の CM をほとんど見なくなりましたが、パチンコの CM はやたら多い。代理店に不況がなければテレビ局にも不

既にリクルートの人気企業ランキングの 100 位にも入っていません(T_T)→



況はない。事実テレビ各局の一人当たりの年俵はダントツで高い！フジテレビなんか平均で 1300 万円！（平均ですよ）。今はテレビ局と広告代理店がおおよそ、「初めて困った」事態です。



閑話休題、(テレビ局の平均給与のあまりの高さに我を失いました) (笑)。CM の効果ダウンはゆっくりと進み、徐々にテレビ局の経営を圧迫します。しかし本質的な変革ではない。

新聞の時と同様にテレビもインターネットに取り込まれると言うのが最大のインパクトです。黒船です。

この方今どうしてるんでしょう？粉飾決算はよくないけど、期待しました→



「放送と通信の融合」、かなり古い言葉になってきました。ホリエモン  がこの言葉をかざしてフジ

 テレビを支配しようとした楽天  が TBS を取り込もうとした。が、一向に前に進みません。既存テレビ局の抵抗があまりに強く、新興勢力が資金面で十分な体力を持ち合わせていないからです。


前号でこんな言葉をご紹介しました。

「既存の企業は秩序崩壊技術が本当の危機になるまで、何も手を施さない。本業に固執するあまり、新しいビジネスチャンスを失う」 Harvard Business Prof.Gilbert

テレビも同じ徹を踏むのでしょうか。例によって「最速シナリオ」から検討します。

<最速シナリオ>



201×年、グーグルゾン  は日本における「**E-プラットフォームビジネス**」の開始を宣言した。このプラットフォーム上では**あらゆるメディアが同列に扱われる**。次ページの図を参照してください。これは元電通総研社長の藤原治氏が「ネット時代、10年後新聞とテレビはこうなる」の中で主張されている、メディアの未来図です(図の作成者は筆者です)。

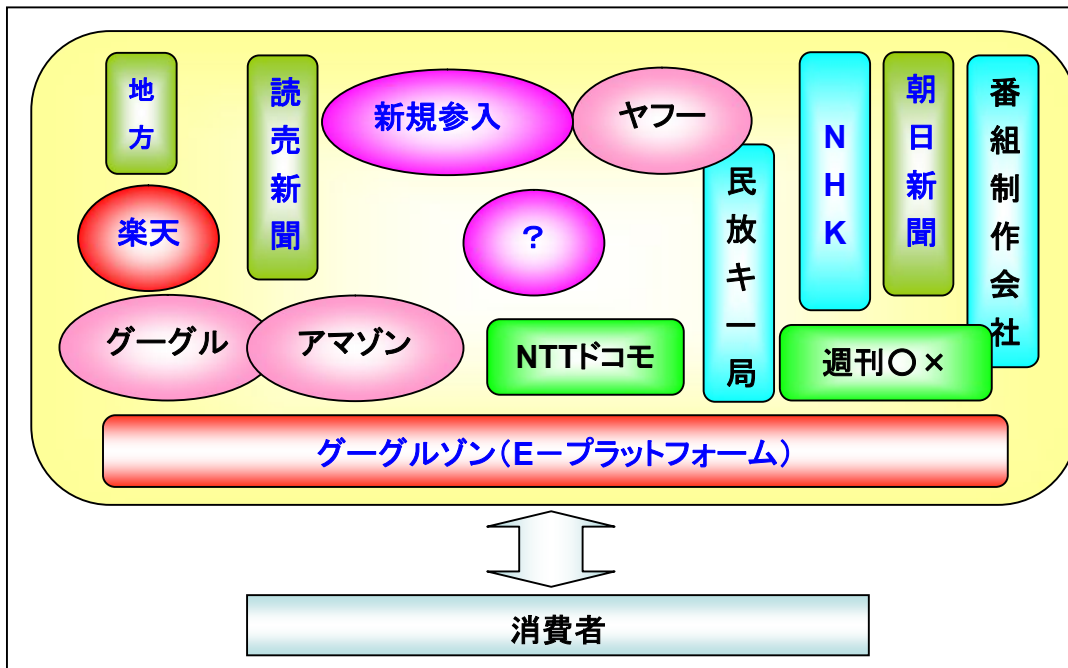
ここで言う**メディアとは「プラットフォーム」のこと**です。このプラットフォーム上であらゆるコンテンツがフラットに並べられます。前号で Y 新聞が紙のメディアを発行するのを停止、と言うニュースをお伝えしましたが、**テレビ局も同じ運命をたどる事になります**。ただし、新聞社はもともとコンテンツ制作を自ら手がけてきたのでコンテンツプロバイダーとして生き残っていく事が可能でした。**テレビ局は悲惨でした。何しろ自分たちで作っている番組なんかなかったのです**。テレビ局の放送免許にあぐらをかいて、番組制作は「番組制作会社」に下請けに出していました(事実です)。自主制作の番組などほとんどなかったのです。「報道ステーション」作っているのは古館さんの会社です。久米さんの時代もそうでした。

放送免許が意味を持たない時代にテレビ局の存在意義はほぼなくなりました。だって何にもしていなかったのですから (笑)。こうしてテレビ局は姿を消し、かつて低賃金での労働を強いられた、**「番組制作会社」がコンテンツプロバイダーとして「小額課金」をビジネス**

AD さん、ようやく「ワーキング・プア」から脱出です。マジ→



スモデルとして新しい時代を生き残ることになりました。



どうですか？^^；。まず、こうなるまでに既存業界(テレビ局)は必死の抵抗をするでしょう。番組制作会社を自社に取り込むか、資本による系列化を計ろうとするはずですが、**コンテンツプロバイダーの取りまとめ役としての生き残りにビジネスモデルを変更する**と思います。いずれにしても現在のような業容を保つことは非常に難しくなるでしょう。NHKは別です。この会社(?)だけはコンテンツを自分で作っています。これからの時代に「受信料ビジネスモデル」がどれだけもつか分かりませんが、とりあえずNHKだけはコンテンツプロバイダーとして生き残っていく事が出来ます。報道、ドキュメンタリーに関して言えば世界でも冠たるクオリティを誇っています。「小額課金モデル」で唯一生き残っているのがNHKだと私は思います。後はやる気の問題ですよ>NHKさん(笑)

まあ、テレビ局がどうなろうとそれほどたいした問題ではありません。問題は次世代にもっともよく見られるコンテンツは何かと言うことです。

結論から言うと、多分、**今のテレビ局が流している番組と大差ない**のではないかと思います。なんだかんだ言って、「テレビ」は日本最大の娯楽です。野球が見たければ球場まで行かなくても見る



←相変わらず巨人を応援しています(T_T)



←この人を見ない日はない(笑)。

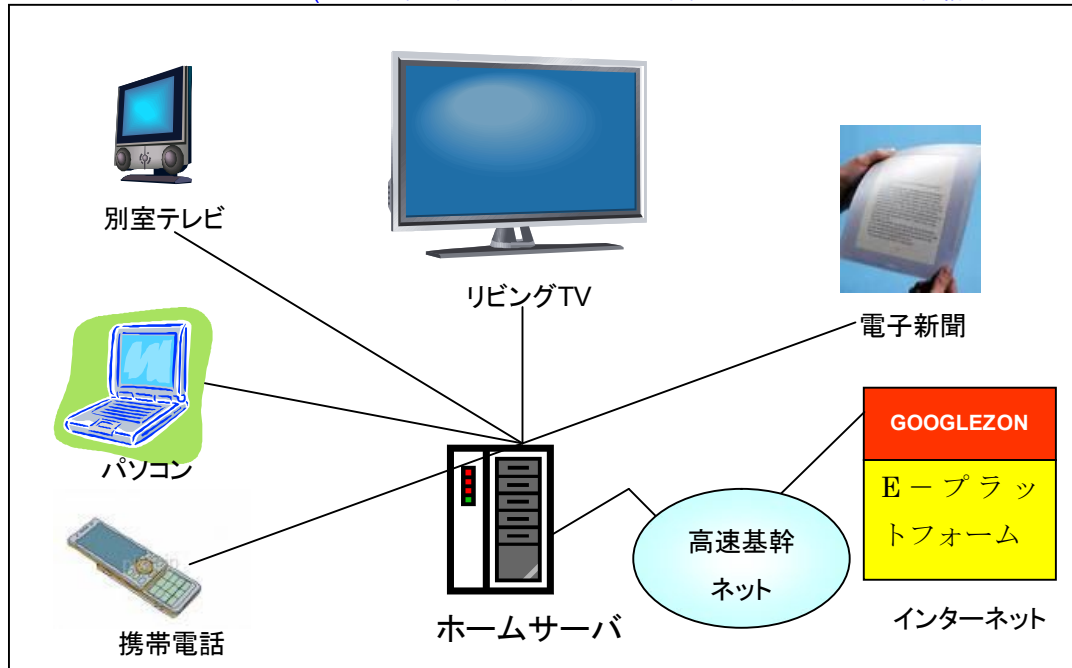
事ができる。おバカな話を聞いて一日のストレスを解消する。好きな歌手をコンサートに行かずに見ることが出来る。非常に優れているのですよ。ちょっと教養を高めようと思えばNHKのドキュメンタリーを見れば良い。

ただし肝心な事は、**次世代は時間の拘束と無関係になる**ということ。見たい時に見たいコンテンツをプ

プラットフォームからもって来る。唯一の例外はスポーツでしょうか。だって見る前にニュースで結果を知っちゃったらつまらないですよ。ニュースは随時最新のニュースを聞けばいいのです。「IWWIW」です。

さて、このプラットフォーム型のメディア再編は本当に順調に進むのでしょうか。ネットの基幹部分を超高速通信網で覆いつくす計画は近々実現します。問題は別のところにあります。家庭内の環境整備です。

ホームメディアの未来図 (どこかで見た絵ですよ。でもこの結論に到達するまでには結構考えました)



この形が現在のところ E-プラットフォームが家庭に入ってくる時の現実的な姿ではないかと思っています。事実こうした製品は世の中に出回りつつあります。例えば日本電気のホームサーバ「LUi」http://121ware.com/loi/?=0804_121top。ところがこれ、難しすぎる。おそらく一般の顧客でこれを自宅に導入して自分で上記の設定をできる人はほとんどいないでしょう。ソフトウェア上の制約も多いし、著作権の整備もされていない。価格もまだまだ高い (30 万円以上)。

さて最後の結論です、このホームサーバが家庭に入る現実的な価格となり、ユーザーインターフェースが画期的に向上する、事を条件にして 2015 年^^;に E-プラットフォームは実現します。広告はどうなるのか? 私にはわかりません^^;。不況知らずの業界関係者にお任せします (笑)。

三回シリーズの「メディアの未来」は一応完結。次回は 5 月中順。ではでは～ (^ ^) / ~ ~ ~

ブログも毎日更新しています! (週休二日で) (笑)。 <http://rresearch.blog103.fc2.com/>

株式会社アール・リサーチ Tel : 047-342-3181 mail : ryubon@kkd.biglobe.ne.jp

※昨日はロンドンから問い合わせがありびっくりしました。World Wide Web を実感^^