iPG interactive Program Guide

G PRESS

2007. August / Vol.52

© 2007 Interactive Program Guide Inc. all rights reserved

genius
今月のGな人

ソネットエンタテインメント株式会社
取締役 執行役員
会田 容弘さん

TVをもっと面白くするために。

規模、サービス内容ともに多種多様なインターネットサービスプロバイダ。料金プラン含め基本サービスの質が均一化しつつある現在、それぞれがオリジナリティを出していかないといけない時代へ突入した。そこで、今月のインタビューテーマは、インターネットサービスプロバイダにとって、放送と通信の連携はどのような意味をもっているのか、について。「テレビ王国」はじめＴＶ番組コンテンツに力を入れ、また弊社のサービス『Ｇガイド』に対してもアライアンスを積極的に検討いただいているソネットエンタテインメント (So-net)様に、お話をうかがってみました。

―プロバイダが混在する現在、So-netとしては、どのような点を差別化のポイントとしてユーザに訴えていこうとしているのでしょうか?

答は明快でして、ソニーグループの一員として、「エンタテインメント」をお届けすることが私たちの使命であると考えています。エンタテインメントとは、人々に「楽しみ」を与え、その結果、生活や人生に「感動」をもたらすものです。このことを追求してきたメーカーがソニーであり、そこが、白物家電メーカーとの最大の違いです。ですから、私たちは、「人々にエンタテインメントをお届けする、インターネットサービス部門担当」なのです。昨年、社名を「ソネットエンタテインメント株式会社」と変えたのも、ひとつには、それを明確にするという意図があります。

―現在、So-netがテレビコンテンツに力を入れているのも、エンタテインメントに特化していきたいという意図、そして、テレビや録画機器のメーカーであるソニーのグループ企業であるということが大きいわけですね?

「エンタテインメント」という点ではおっしゃるとおりですが、必ずしも、ソニーがテレビや録画機器のメーカーだからテレビコンテンツに力を入れているというわけではありません。もちろん『テレビ王国』にある録画予約機能などはハードと連動したサービスですが、ネットビジネスの場合、ハードビジネスに比べて、よりユーザオリエンテッドに考えていかないといけません。So-netは、『Web2.0 Salon』というウェブサービス用のオープンスペースを開設していて、その中に『Blog Keyword Visualizer(ブログキーワードビジュアライザー)』というサービスがあります。ブログの中でどういうことが話題になっているのかをビジュアル化するというサービスなのですが、そこでランキング上位にあがってくるものの多くが、「テレビ」に関することなのです。オンラインの世界でトップ項目にあがってくるコンテンツがオフラインのコンテンツである、という事実は、興味深いことです。それだけ「テレビ」というコンテンツが奥ゆきの深いものであるということ。だから、私たちはテレビコンテンツに注目しているのです。

―テレビコンテンツに力を入れたことによって、御社が掲げる「トップニッチ戦略」がよくドライブされているように思います。それは、やはり、ソニー遺伝子の寄与するところが大きいのではないでしょうか?

そうだと思います。たとえば、『テレビ王国』の録画予約機能は、毎月800万件ものトランザクションがあるのですが、ハードとの連携なしには語れません。確かに、一度利用すると「圧倒的に便利」なので、コンシューマのハートを掴むことができているのだと思います。また、『テレビ王国』の特徴的なサービスのひとつに利用者の特性を学習してその人の嗜好にあった番組を推薦する「レコメンド」があります。これは『Voyager Engine』という国内インターネットEPGとしては初の本格的レコメンデーションエンジンを独自開発し、提供しているのですが、ソニーの技術とSo-netがもつリッチなユーザデータとが融合してはじめて可能になるサービスです。

―結果、ユーザにとっては「TVがもっと面白くなる」わけですよね。その点、私たちが提供する『Gガイド』が求めている結果と、まったく同じです。

だからこそ、私たちは御社(IPG)と積極的に提携していきたいと考えているわけです。手法は違うだけで目指している方向は同じである、と。これからの時代、ユーザに選ばれないものは淘汰されていく、ユーザの心を動かしてはじめて「価値あるもの」といえる、そういう時代です。「テレビの視聴体験を豊かにする」ことを使命として掲げている御社も、そこに異論はないのだと思います。いろいろなチャレンジはあると思いますが、一緒に「テレビをもっと面白く」していきたいと思っています。

―ありがとうございます。私たちも期待に沿えるように頑張ります。せっかくですので、私たちに期待することや、注文などありましたら、今ここで忌憚なくおっしゃってください。

本当に「忌憚なく」申し上げていいのですね(笑)。…大きく２つほどあります。ひとつは、もちろん現段階では難しいのは承知ですが、＜過去ログ＞を盛り上げてほしいです。限定的であってもいいので。なぜなら、＜過去ログ＞は、確実に「ＴＶをもっと面白く」し、かつ「次の視聴を盛り上げる」ことに寄与するはずですから。放送局との調整が必要でしょうが、合意点を見出しながら、御社と弊社と協働で進めていきたいことのひとつです。もうひとつは、＜番組表の多様化＞です。現在は、スタンダード番組表のみですが、将来的には、「人気番組表」とか、あるターゲットに特化した「レコメンド番組表」とか、究極的には「マイ番組表」といった様々な番組表を、御社と協働で作っていけたらと考えています。これが実現できれば、番組表というものが、単なる「情報ツール」ではなく「ユーザの心を動かすコンテンツ」に進化するはずです。

―貴重なお話、ありがとうございました。私たちも思いは同じですので、今後もパートナーとしてよろしくお願いいたします。

こちらこそ、よろしくお願いいたします。

今月のGワード groovy word

フォークソノミー

ウェブサイト上で、写真や映像や文書などのコンテンツの投稿者や閲覧者が、投稿されているコンテンツなどに「タグ（tag)」を自由に追加し、分類し、検索などに役立てる＜Web2.0 的＞システムのことを「フォークソノミー(folksonomy)」という。民衆や大衆を表す「folks（フォーク)」と分類学を表す「taxonomy（タクソノミー)」という２つの単語を組み合わせた造語。
フォークソノミーによるタグ付けは、インターネット上の情報の集合体の中から目指す情報や隣接した情報を、より探しやすく、見つけやすく、たどり着きやすくするために考え出された検索手法。これにより、従来では、サイトの作者や管理者自身のみが行い閲覧者が関わることのできなかった「分類作業」が、万人に開かれ、エンドレスかつオープンなもの、共同作業可能なものになった。
フォークソノミーがよく発達したサイトでは、ユーザにわかりやすいようユーザ自身が考えた言葉による分類がなされ、情報へのアクセスがしやすいものとなっている。その代表的なウェブサイトとしては、多くの人々が写真を共有するサイト「Flickr」と、多くの人々が興味あるブログ記事やニュースへのリンクを共有するソーシャルブックマークサイトがある。

G-PRESSは、Gガイド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。

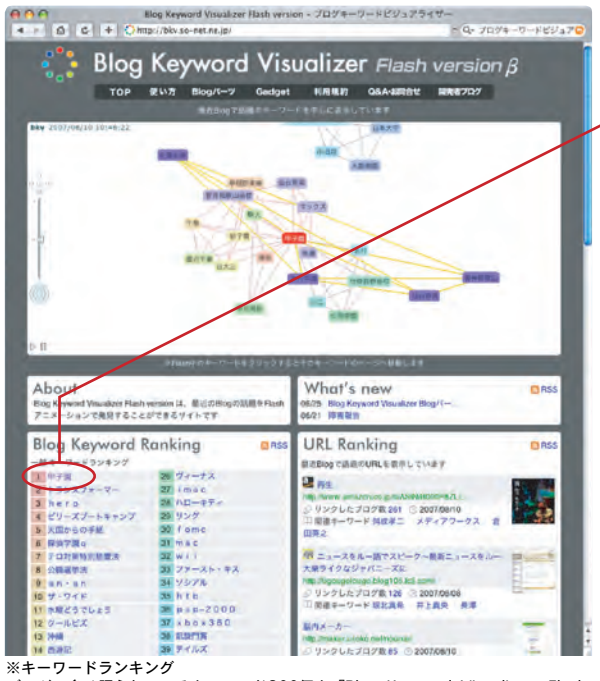
『Gガイド』は、Gemstar-TV Guide International, Inc.またはその関連会社の日本国内における登録商標です。
記載されている会社名、製品名は各社の商標、または登録商標です。

Data Watching

So-netが開発した『Blog Keyword Visualizer』とは

web2.0 関連サービスを育てる場として、So-net が昨年より提供している『Web2.0 Salon』。そこに、『Blog Keyword Visualizer』というユニークなコンテンツがあります。今月は、このコンテンツに注目してみました。

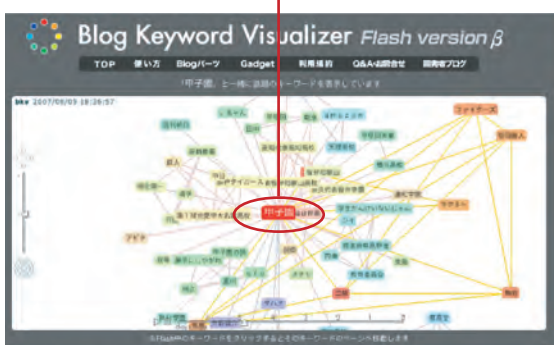
ブログユーザたちがそれぞれの思いで書いたさまざまな記事に対して、So-net が開発した“「固有表現」の自動抽出処理”を行い、その結果をもとに「固有表現」間の関係を Flash® 上でビジュアライズするツール。それが、『Blog Keyword Visualizer』です。
「固有表現」とは、人名や場所、組織名などといった固有名詞だけでなく、次から次へと生み出される時事単語や映画、ドラマ、楽曲のタイトルなどの名称を含みます。So-net で開発したシステムでは、従来だと人手により辞書登録作業を行わないと適切に抽出することができなかった新しい固有表現までも、文章構造解析により自動的に抽出することが可能です。これによってユーザは、現在のブログでのホットな話題の傾向をビジュアルかつ直観的に把握することができます。



※キーワードランキング
ブログで多く語られているキーワード200個を、『Blog Keyword Visualizer Flash』のトップページに登場頻度順にランキングで掲載(30分に1回更新)。

ブログで語られたキーワードランキングから、注目したいキーワードをクリック。

選択したキーワードを中心として、関連のあるキーワードを周囲に表示。同じブログ記事中に書かれたキーワード同士が線でつながって表現。



※ランキングからユーザが興味を持ったキーワードを選択すると、その言葉を中心として関連のあるキーワード群を集中的に表示。

※「Flash」は、アドビシステムズ社の米国およびその他の国における登録商標です。 ※資料提供:ソネットエンタテインメント株式会社

いちばん思い出に残っている テレビ番組 Vol.18

「冗談画報」

毎週、推薦人の推薦を受けた様々なエンターテナー達が、ライブハウスを模したスタジオで、その芸や楽曲を披露するエンタテインメントバラエティー。この番組に当時出演した人たちの多くは、その後の各分野でメジャーになっていきましたね。印象的だったのは、米米 CLUB の「収納ダンス（sure dance の替え歌）」のライブと、ワハハ本舗の赤塚不二夫合唱団。今思い起こしてみても、そうとうにインパクトがありましたね。その前から楽曲とその存在は知っていたのですが、この番組で初めて“動く”米米 CLUB をみました。「収納ダンス」は、ビデオに録画して何回も見て歌詞を暗記してカラオケでオリジナル歌詞を無視して歌ってた記憶があります。僕は、わりとこういう「マニアックな路線」の番組が好きでした。同じ頃にＮＴＶ系列で放送していた『コサキン勝手にごっこ』という番組があり、当時流行し始めたホームビデオの投稿コーナーがあったんです。工業高校の情報処理の学科にいた僕は、部活で自主制作映像を作り、この番組に投稿応募して３回 ONAIR されて、ペア・ハワイ旅行をもらいました！ 部員で行けるわけがなかったので、そのとき新婚だった先生にプレゼントしましたけどね。
その頃の印象的な出来事って、何らかテレビに絡んだ出来事が多かったように思います。

株式会社 電通テック
プロモーションデザイン本部
ｅプロモーション／コンテンツ開発事業部
ｅプロモーション事業推進部
内田　正史

読書タイム

トロッコ〈一〉

芥川龍之介

小田原熱海間に、軽便鉄道敷設の工事が始まったのは、良平の八つの年だった。良平は毎日村外れへ、その工事を見物に行った。工事を―といったところが、唯トロッコで土を運搬する―それが面白さに見に行ったのである。

トロッコの上には土工が二人、土を積んだ後に佇んでいる。トロッコは山を下るのだから、人手を借りずに走って来る。煽るように車台が動いたり、土工の袢天の裾がひらついたり、細い線路がしなったり―良平はそんなけしきを眺めながら、土工になりたいと思う事がある。せめては一度でも土工と一しょに、トロッコへ乗りたいと思う事もある。トロッコは村外れの平地へ来ると、自然と其処に止まってしまう。と同時に土工たちは、身軽にトロッコを飛び降りるが早いか、その線路の終点へ車の土をぶちまける。それから今度はトロッコを押し押し、もと来た山の方へ登り始める。良平はその時乗れないまでも、押す事さえ出来たらと思うのである。

或夕方、―それは二月の初旬だった。良平は二つ下の弟や、弟と同じ年の隣の子供と、トロッコの置いてある村外れへ行った。トロッコは泥だらけになったまま、薄明るい中に並んでいる。が、その外は何処を見ても、土工たちの姿は見えなかった。三人の子供は恐る恐る、一番端にあるトロッコを押した。トロッコは三人の力が揃うと、突然ごろりと車輪をまわした。良平はこの音にひやりとした。しかし二度目の車輪の音は、もう彼を驚かさなかった。ごろり、ごろり、―トロッコはそう云う音と共に、三人の手に押されながら、そろそろ線路を登って行った。

その内にかれこれ十間程来ると、線路の勾配が急になり出した。トロッコも三人の力では、いくら押しても動かなくなった。どうかすれば車と一しょに、押し戻されそうにもなる事がある。良平はもう好いと思ったから、年下の二人に合図をした。
「さあ、乗ろう！」

彼等は一度に手をはなすと、トロッコの上へ飛び乗った。トロッコは最初徐ろに、それから見る見る勢よく、一息に線路を下り出した。その途端につき当りの風景は、忽ち両側へ分かれるように、ずんずん目の前へ展開して来る。顔に当る薄暮の風、足の下に躍るトロッコの動揺、―良平は殆ど有頂天になった。

しかしトロッコは二三分の後、もうもとの終点に止まっていた。
「さあ、もう一度押すじゃあ」

良平は年下の二人と一しょに、又トロッコを押し上げにかかった。が、まだ車輪も動かない内に、突然彼等の後には、誰かの足音が聞え出した。のみならずそれは聞え出したと思うと、急にこう云う怒鳴り声に変った。
「この野郎！　誰に断ってトロに触った？」

其処には古い印袢天に、季節外れの麦藁帽をかぶった、背の高い土工が佇んでいる。―そう云う姿が目にはいった時、良平は年下の二人と一しょに、もう五六間逃げ出していた。―それぎり良平は使の帰りに、人気のない工事場のトロッコを見ても、二度と乗って見ようと思った事はない。唯その時の土工の姿は、今でも良平の頭の何処かに、はっきりした記憶を残している。薄明りの中に仄めいた、小さい黄色の麦藁帽、―しかしその記憶さえも、年毎に色彩は薄れるらしい。

※続く

バイスプレジデント　事業開発担当　**日比野　雅史**

I am iPG

ＩＰＧに入社して早1年。徒然なるままに日暮し、心も体もリフレッシュしたあと、業務に埋没しておりましたら、あっという間に過ぎてしまいました。今までテレビ関係に２度ほど従事しましたが、新しい世界、新しい人間関係、新しい知識、全てが刺激になっています。担当は通信利用のＧガイドですが、自分が如何にアナログ人間だったか（今もそう？）痛感しております。サービスという名の生き物は無限大に成長していくことを実感するとともに、番組表という一つの言葉が、ここまで可能性が広がるかと、日々Ｇガイドの変化を楽しむ毎日です。溢れる情報の中、取捨選択を消費者が迫られる時代ですが、まずＧガイドを見ていただけるように充実させていきたいと思います。

production : Japanissimo Inc.