iPG interactive Program Guide

G PRESS

2008. January / Vol.57

© 2008 Interactive Program Guide Inc. all rights reserved

genius
今月のGな人

株式会社WOWOW
編成局　プロモーション部長
山本 均さん

「選ばれるチャンネル」になるために。

放送のデジタル化に伴い、テレビが多チャンネル化する一方、視聴者に与えられた時間は1日24時間と変わらない。まして、パソコンや携帯電話といった強力なライフメディアの台頭により「テレビ離れ」という現象が危惧される昨今、各テレビ局は「選ばれるチャンネル」になるべく、コンテンツ開発においてますます激しい凌ぎを削る時代を迎える。「テレビは見られて当然」というかつての常識は、もはや通用しない時代となりつつある。
そんな中、今から17年も前にわが国でいち早く「有料放送」を開始したWOWOWは、「選ばれるチャンネル」という道を模索しつづけてきた。今や240万世帯に支持されているWOWOWの開局当時からコンテンツ開発に携わってきた山本均さんに、お話をうかがってみました。

―「テレビ ＝ 無料」という意識が定着している日本において、お金を払ってでも見たいと思うコンテンツとは、どのようなコンテンツなのでしょうか。

いわゆる「リッチコンテンツ」「キラーコンテンツ」と呼ばれるコンテンツで、私たちが開局当時からずっと追及してきたものですが、実は、そんなにたくさんあるわけではありません。結局、映画、スポーツ、音楽、海外ドラマ、加えて最近ではアニメ…だいたいそんなところです。これは、日本に限らず、世界的にそうです。

―映画、スポーツ、音楽、海外ドラマ、アニメは、今やさまざまなメディアで、しかも世界中のものが見られるようになりました。そうなると、WOWOWさんとしても新たな差別化を図っていかなくてはなりませんよね?

そのとおりです。視聴者にとっての問題は、「見たいコンテンツをどこでどうやって手に入れるか」です。その手段のひとつに、WOWOWという選択肢を入れてもらえるかどうかが重要なのです。だから、ただ「いいコンテンツを流して見せる」だけではダメで、「見せ方」が問われてきます。

―その「見せ方」の面で、WOWOWさんが今までこだわってきたことは何ですか。

ひとつには、「まだ日本人が知らないリッチコンテンツをいち早く届け、ブームの火種を育む」といったことでしょうか。たとえば、セリエＡの放送をいち早く行ったのはWOWOWでしたが、当時はまだイタリアのサッカーの試合を見たいという人はごく僅かしかいませんでした。それがその後、（三浦）カズ選手がセリエＡに行き、続いて中田選手が行ったことでブームに火がつき、今や、「欧州のサッカーの試合＝リッチコンテンツ」という認識が日本でも定着しました。映画も同様のことが言えます。映画館以外で映画を観るとしたら、かつては限られた地上波テレビ番組としての放送を待つよりほかありませんでした。だから、映画のよさを知らずに生活している人々、あるいは映画を観たくても東京の単館でしか上映されていないコアな作品を観る機会をもてなかった人々がたくさんいました。そこへ、WOWOWが、四六時中映画を放送しました。そのことによって、「映画って素晴らしい」と認識する人々が量的にも質的にも増えたことは確かだと思います。つまり、知られざるリッチコンテンツをどう発掘しどう発展させていけるか、ということに力を注いできたわけです。ただ、これからは、それだけではダメだと思っていますが。

―WOWOWさんも「変わらなくてはいけない」ということですか？

もちろんです。「キラーコンテンツを探してきて、流す」という従来のフロー型コンテンツばかりやっていてはダメです。「選ばれるチャンネル」になるためには、WOWOWにしかないものを持たないといけません。その一策として、『ドラマW』のようなオリジナル・コンテンツの開発も積極的に行っています。加えて、先ほど申し上げました「見せ方」の工夫も重要でして、その意味で、御社の提供する『Gガイド』には大いに期待していますし今後も連携していきたいと思っています。デジタル化の時代になると、「タイムシフト視聴」「高画質高音質視聴」という２つの新しい視聴スタイルが生まれます。そしてこのことは、私たちWOWOWにとっては追い風だと思っています。なぜなら「録画してまで見たいコンテンツ」や「高画質と高音質で見たいコンテンツ」は、まさにWOWOWが提供しつづけてきたコンテンツだからです。たとえば、映画やドラマでいえば、WOWOWでは「ノーカット放送」で見ることができます。今、家電は驚異的な進歩をとげていますから、とてつもない高画質・高音質映像をリビングで体験することができます。そのクオリティが上がれば上がるほど、「せっかく見るならノーカットで見たい」となるはずです。

これからのテレビ
WOWOW

―「選ばれるチャンネル」になるためには、コンテンツだけではなく、周辺のシステムやハードとの連携も考慮に入れていく、ということですね。

そのとおりです。とはいえ、やっぱり最後はコンテンツでしょうね。繰り返しになりますが、WOWOWならではのコンテンツをどう開拓、開発していくかです。たとえば、先日、東京と大阪で公演された三谷幸喜さんの演劇がありましたが、人気のためチケットはまず手に入りません。こういうのをハイビジョンで全国放送するのが、WOWOWならではのコンテンツだと私は思っています。WOWOWは、「全国一波」であることも大きな強みです。東京や大阪など一部の大都市でしか見られないリッチコンテンツを、全国津々浦々に届けることができる。その結果、加入者に対してリッチな視聴体験を届けると同時に、文化育成にも貢献していく。そういうことが、私たちの使命だと思っています。

―本日は、貴重なお話をありがとうございました。

今月のGワード groovy word

5.1chサラウンド

サラウンドとは、サラウンド・サウンドの略で、映画館やビデオゲームなどで臨場感ある音響効果を再現するために開発された音声出力システムの一つである。ステレオ(2ch)より多く、3チャンネル以上のものをさし、基本といえるのが5.1chである。「5.1chサラウンド」では、聴者の正面/右前/左前/右後/左後/低音出力用サブウーファースピーカー(通常正面)の6ヶ所から出力され、サブウーファーは出力音域が限られているため0.1chとカウントされる。通常のステレオ出力よりはるかに立体的で臨場感のある音響環境が実現できる。
この「5.1chサラウンド」が、DVDやデジタル放送、ゲームなどに応用され、家庭でも体感できるようになった。臨場感が得られるよう、音声編集のプロセスにおいて完全に独立した5chの音声が録音され、出力される。5.1chに対応したホームシアターセットを使用することで、再現が可能になる。5.1chサラウンド方式には、『ドルビーデジタル』や『DTS』等いくつかの方式がある。

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、G-GUIDE、Gガイドモバイル、G-GUIDE MOBILE、およびGガイド関連ロゴは、米Gemstar-TV Guide International, Inc.および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。

いちばん思い出に残っている テレビ番組 Vol.22

「まんが どうして物語」

どうしても番組の名前が思い出せませんでした。そしてテレビ番組は生活の中にしっかりと組み込まれていたことに気づきました。新聞のテレビ欄は学校の時間割の延長だったのです。だからきっと最初から名前はどうでもよく自然に見ていたのです。

『まんが どうして物語』そんな愚直な名前だったのかと驚かずにいられません。しかし間違いなくこの番組です。検索でやっと見つけたキャプチャーの画像でナレーターの声の質感がよみがえります。

「宇宙」をテーマにした放送が一番印象に残っています。

©TBS・DAX

僕に宇宙の大きさを感じさせてくれたのは親でも先生でもなくあの謎の怪獣とおねえさんです。

小学校1、2年だったと思うのですが、かなりのインパクトで宇宙のやばい大きさを感じ取りました。今でも僕の宇宙観の基準になっているかもしれないと少し不安になります。

他にも、中学生の時に大好きだった深夜番組の『アインシュタイン』とか“Nスペ”こと『NHKスペシャル』とかまじめな番組が好きだったのに立派な大人になれなかったのが不思議で番組に関わられた方々に申し訳ない気がしてきます。

株式会社 乃村工藝社
CCカンパニー クリエイティブ統括部 デザイン１部
＋ VINTA（デザインユニット） **中村 寿考**

読書タイム 芥川の事ども〈一〉

菊池寛

芥川の死について、いろいろな事が、書けそうで、そのくせ書き出してみると、何も書けない。

死因については我々にもハッキリしたことは分らない。分らないのではなく結局、世人を首肯させるに足るような具体的な原因はないと言うのが、本当だろう。結局、芥川自身が、言っているように主なる原因は「ボンヤリした不安」であろう。

それに、二、三年来の身体的疲労、神経衰弱、わずらわしき世俗的苦労、そんなものが、彼の絶望的な人生観をいよいよ深くして、あんな結果になったのだろうと思う。

昨年の彼の病苦は、かなり彼の心身をさいなんだ。神経衰弱から来る、不眠症、破壊された胃腸、持病の痔などは、相互にからみ合って、彼の生活力を奪ったらしい。こうした病苦になやまされて、彼の自殺は、徐々に決心されたのだろう。

その上、二、三年来、彼は世俗的な苦労が絶えなかった。我々の中で、一番高踏的で、世塵を避けようとする芥川に、一番世俗的な苦労がつきまとっていったのは、何という皮肉だろう。

その一の例を言えば興文社から出した「近代日本文芸読本」に関してである。この読本は、凝り性の芥川が、心血を注いで編集したもので、あらゆる文人に不平なからしめんために、出来るだけ多くの人の作品を収録した。芥川としては、何人にも敬意を失せざらんとする彼の配慮であったのだ。そのため、収録された作者数は、百二、三十人にも上った。しかし、あまりに凝り過ぎ、あまりに文芸的であったため、たくさん売れなかった。そして、その印税も編集を手伝った二、三子に分たれたので、芥川としてはその労の十分の一の報酬も得られなかったくらいである。

しかるに、何ぞや「芥川は、あの読本で儲けて書斎を建てた」という妄説が生じた。中には、「我々貧乏な作家の作品を集めて、一人で儲けるとはけしからん。」と、不平をこぼす作家まで生じた。こうした妄説を芥川が、いかに気にしたか。芥川としては、やり切れない噂に違いなかった。芥川は、堪らなかったと見え、「今後あの本の印税は全部文芸家協会に寄付するようにしたい」と、私に言った。私は、そんなことを気にすることはない。文芸家協会に寄付などすればかえって、問題を大きくするようなものだ。そんなことは、全然無視するがいい。本は売れていないのだし、君としてあんな労力を払っているのだもの、グズグズ言う奴には言わして置けばいいと、私は口がすくなるほど、彼に言った。

彼が、多くの作家を入れたのは、各作家に対するコムプリメントであったのが、かえってそんな不平を呼び起す種となり、彼としては心外千万なことであったろう。私が、文芸家協会云々のことに反対すると、彼はそれなら今後、印税はあの中に入れてある各作家に分配すると言い出したのである。私は、この説にも反対した。教科書類似の読本類は無断収録するのが、例である。しかるに丁重に許可を得ている以上、非常な利益を得ているならばともかく、あまり売れもしない場合に、そんなことをする必要は絶対にないと、私は言った。その上、百二、三十人に分配して、一人に十円くらいずつやったくらいで、何にもならないじゃないかと言った。私が、そう言えばその場は、承服していたようであったが、彼はやっぱり最後に、三越の十円切手か何かを、各作家の許にもれなく贈ったらしい。私は、こんなにまで、こんなことを気にする芥川が悲しかった。だが、彼の潔癖性は、こうせずにはいられなかったのだ。

この事件と前後して、この事件などとも関連して、わずらわしい事件が三つも四つもあった。私などであれば「勝手にしやがれ」と、突き放すところなどを、芥川は最後まで、気にしていたらしい。それが、みんな世俗的な事件で、芥川の神経には堪らないことばかりであった。

その上、家族関係の方にも、義兄の自殺、頼みにしていた夫人の令弟の発病など、いろいろ不幸がつづいていた。

それが、数年来萌していた彼の厭世的人生観をいよいよ実際的なものにし、彼の病苦と相俟って自殺の時期を早めたものらしい。

そういう点で、彼の「手記」は、文字通り信じてよく、あれ以上いろいろ憶測を試みようとするのは、死者に対する冒涜である。あの中の女人が、文子夫人でないとしても、その女人との恋愛問題などがある程度以上のものであるはずなく、ただあした女人も求むれば求め得られたという程度のものだろう。あの「女人云々」について、僕宛の遺書には、その消息があるなどと、奇怪な妄説をなすものがあったが、そういう妄説を信ずる者には、いつでも自分宛の遺書を一見させてもいいと思っている。僕宛の遺書は僕に対する死別の挨拶のほか他の文句は少しもない。

芥川の「手記」をよめば、芥川の心境は澄み渡っていい、落ち付き返っていい、決して生々しい原因で死んだのでないことは、頭のある人間には一読して分るだろう。芥川としては、自殺ということで、世人を駭かすことさえも避けたかったのだ。病死を装いたかったのであろう。

＜続く＞

Gモバ検索ワードランキング

G-Guide Mobile

Gガイドモバイル登録利用者数（2008年1月11日現在） 2,250 万人突破!

Gモバの「ここがスゴイ!」～ワンセグ連動機能～

Gガイドモバイルは、昨今需要の高まるワンセグ視聴をより強力にサポートします。ワンセグ視聴時の選局や、ワンセグ視聴予約機能、ワンセグ録画予約機能に対応。Gガイドモバイルを使えば、場所・時間を問わず、それぞれのライフスタイルに合わせて、「自由自在に」テレビ視聴を楽しむことができます。

※写真はイメージです。
※文中のワンセグ連動の各機能は、NTTドコモ・ソフトバンクのワンセグ対応機種のうち各携帯電話機種の機能に依存いたします。
※au携帯電話向けのワンセグ連動機能はｌ'auoneテレビ」にて提供しております。

「Gガイドモバイル」がプリインストールされていない方のダウンロードや、アプリ起動、詳しい対応機種などは、ごちらをご覧ください。
携帯→http://ipg.jp/k/

『Gモバ検索ワードランキング』

（2007年11月1日～11月30日調べ） from Gガイドモバイル

rank	keyword	score
1	チュートリアル	3,825
2	小栗旬	2,020
3	ＥＸＩＬＥ	1,871
4	嵐	1,328
5	赤西仁	1,245
6	新垣結衣	1,127
7	関ジャニ∞	1,076
8	ＫＡＴ－ＴＵＮ	1,070
9	アニメ	936
10	堀北真希	931
11	次長課長	863
12	Ｌ'Ａｒｃ～ｅｎ～Ｃｉｅｌ	766
13	大塚愛	730
14	Ｈｅｙ！Ｓａｙ！Ｊｕｍｐ	663
15	トリック	647
16	Ｍｒ.Ｃｈｉｌｄｒｅｎ	638
17	麒麟	636
18	倖田來未	607
19	中川翔子	604
20	コブクロ	594
21	結界師	555
22	大泉洋	495
23	バレーボール	491
24	ＳＰ（エスピー）	443
25	上戸彩	423
26	有閑倶楽部	408
27	小島よしお	408
28	徳井義実	403
29	ダウンタウン	388
30	ドラマ	384

I am IPG

運用管理ユニット **小高 正**

私は、ＩＰＧで日々の運用を担当しています小高（こたか）と申します。Gガイドの放送が開始した当初から運用に携わっています。今日Gガイドの放送が障害もなく運用出来ているのもホスト局様の運用をご担当いただいている方々のご協力のおかげによるものと感謝致しております。アナログ放送でのGガイドは2011年に終了を迎えようとしておりますが当初から関わって来た一人として寂しい思いもいたします。（時の移り変わりを感じております。）地上波デジタル放送でのGガイド放送が新たに開始いたしました。ホスト局の皆様、末永くお付き合いの程よろしくお願いいたします。

G-PRESSは、GGUIDE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。
production : Japanissimo Inc.