

## 「映像表現新時代のビジネスと仕事の革新」

（株）イメージプレゼンテーション 代表取締役 島津 健氏

### テレビ局が変わるとしたら

テレビというメディアは、デジタル化へ移行しているが、基本的にはその枠組みは変わらないし、テレビ局自体が変える意思に乏しい。唯一変わる可能性があるとしたら、我々の仲間が昔テレビ局に提案して却下された案に乗る場合である。テレビを見ながら常時接続でホーム・ページが見られる。そういうパソコンはあるが、それはあくまでテレビをパソコンで見られるというものである。

なぜテレビ局が提案を却下したかという、視聴者を囲い込みたかったからです。テレビを見てもらいたいのに、ホーム・ページにいかれては困る。視聴率が下がるから。郵政省の保守性も影響したと思います。しかしテレビ局がそちらの流れを採用するならば依然としてテレビが大きく変わるチャンスはある。技術的にはぜんぜん難しいものではありません。

資本がある大企業がブロードバンド時代に活路を見出すのは当然だが、ある特定のマーケットのために、ある特定の映像・動画情報を配信するビデオ・ジャーナリストや配信会社のようなビジネスにもチャンスがある。そのような小さいけれども高収益なビジネスが花開いてくることに期待している。

### シリコン型+携帯電話の雑誌は登場するか

学生の頃、就職活動の時にあるレコード会社の面接で、「レコードはチューインガムのように薄く小さくなってキオスクで売られるようになる。さらにレコード店はなくなって、通信販売でレコードが売られるようになるだろう」という話をしたところ、面接官の方に鼻で笑われてしまいました。CDもMDもない時代でした。レコードからカセット・テープにダビングしてウォークマンで聞いていた時代である。

ところが同じことを考える人がいて、ソニーが見事にそれをつくってくれた。ネット・ウォークマンである。小さなメモリー・スティックを指すと音楽が聴ける。まだキオスクで売られていませんが、それはメディアがまだ高いからである。一番安いゾーンでも3千円から5千円する。

でもいつか安くなる。メモリー・スティックが100円くらいになると、そこに広告が載り、雑誌のようなコンテンツを組み込んで、キオスクで売られる。または、無料で配られる。人々はそれを携帯電話に差し込んでコンテンツを楽しむ。一種のシリコン型の雑誌ができてくるのではないか。