



NEWS RELEASE

報道関係各位

2015年11月30日
株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

第12回メディア環境研究所フォーラムにてこれからのメディアビジネスを考察するコンセプトを発表

「トランスフォームするメディアビジネス」

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所(本社:東京都港区、所長:三神正樹)は、生活者の新たな欲求の高まり、サービスや技術の登場により、今後大きく変わることが予想されるメディアビジネスの変化を「トランスフォーム」と捉え、その要因と対応するアクションについて、第12回メディア環境研究所フォーラム(11月17日 都内にて開催)で発表しました。

①メディアビジネスは今後、新たな欲求の高まりや技術の登場により、大きく変容＝トランスフォームしていく

メディアビジネスは生活者の新たな欲求の高まり、サービスや技術の登場により、今後大きく変わっていくことが予想されます。徐々に変わっていく地続きの変化とは質の異なる、高次元に突入するような変化が、一気に、非連続に起こるのではないかと考察し、まったく別の形に変わってしまうことを意味する変容＝「トランスフォーム」と、これからのメディアビジネスの変化を捉えました。

②トランスフォームをもたらす3つのキードライバーは、「ファストな情報欲求」、「自由度の高いメディアサービス」、「メディア空間を拡張させるデバイス」

トランスフォームをもたらす3つのキードライバーは、モバイルシフトによって加速する生活者の「ファストな情報欲求と行動の高まり」、今年続々と登場した音楽、映像などの定額制配信サービスに代表される「自由度の高いメディアサービスの台頭」、IoT(Internet of Things)の進展によって、家電やロボットなどがメディア化する「メディア空間を拡張するデバイスの登場」です。

③3つのキードライバーに対して求められるアクションは、それぞれ「圧縮する」、「もてなす」、「融合する」

トランスフォームが起こる際に、メディアビジネスに関わる企業はどのようなアクションをすべきでしょうか。生活者のファストな情報欲求と行動の高まりに対しては、情報を「圧縮する」、自由度の高いメディアサービスの台頭に対しては、生活者を「もてなす」、メディア空間を拡張するデバイスの登場に対しては、「融合する」という3つのアクションが必要になってくると考えました。

④トランスフォームに対するアクションのベースは、メディアビジネスが本来持つコアバリュー

「圧縮する」のベースになるのは、情報を短尺化したり、テキストや動画を組み合わせるといった情報の編集力、「もてなす」のベースになるのは、生活者にどのようなコンテンツをどのタイミングでどの尺で届けるかといったコンテンツ開発力、「融合する」のベースになるのは、さまざまなデバイスに提供していく情報の信頼性。トランスフォームに対するアクションのベースは、あくまでメディアビジネスがこれまで培ってきたコアバリューにあると考えます。メディアビジネスはまったく異なるものにとって代わるのではなく、本来のコアバリューを活かしながら変容を進めていくと思われます。

●トランスフォームをもたらす3つのキードライバーとメディアに求められるアクションの関係

	1	2	3
トランスフォーム をもたらす キードライバー	ファストな 情報欲求 ↓	自由度の高い メディアサービス ↓	メディア空間を 拡張させる デバイス ↓
メディアに 求められる アクション	圧縮する	もてなす	融合する
各キードライバーの背景と アクションのポイント	<p>メディア環境研究所「メディア定点調査2015」(東京地区)によると、メディア総接触時間383.7分のうち「携帯・スマートフォン」「タブレット端末」といったモバイルが100.9分を占め、構成比26.3%と初めて1/4を超えました。モバイルが手元にある生活者は、常にファストな情報欲求と行動が高まっていると言っても過言ではありません。</p> <p>そのような生活者に対して、情報を圧縮してモバイルで接触してもらい、詳細情報は別のメディアに「送客する」といったアクションをとることが必要になってきます。まず、「圧縮した情報」で生活者との接点をつくるのが大切です。</p>	<p>メディア環境研究所が実施した「定額制動画配信サービス市場構造調査※」と「定額制サービス利用者インタビュー」という2つの調査からは、自分のライフスタイルに合わせて様々な作品を自由な時間、デバイス、場所で接触している生活者の姿が見えてきました。</p> <p>新しいメディア接触スタイルを持つ生活者は、これまで捉えづらかったとされる若年層が多く、メディアサービスの「体験品質」を重視する傾向が見られます。モバイルに限らず、これからのメディアサービスは、「もてなす」という意識からその価値をつくるのが重要です。</p>	<p>IoT (Internet of Things) の進展によって、家電やロボット、車などがインターネットにつながり、メディア空間は拡張。家庭内空間、移動空間、公共空間と「融合する」時代が、近い将来訪れると考えられます。様々な商品開発も進行中で、あらゆる場所にスクリーン型のデバイスが登場。センサーを搭載することによって、情報を発信するだけでなく、データを収集する機能をも併せ持つようになると、収集されたデータを活用したり、それに合わせて情報を発信するなど、企業と生活者とのコミュニケーションも大きく変化していくことが予想されます。</p> <p>スクリーンは増えるだけでなく、相互につながっていくという、これまでとは次元の異なる変化が起こるため、「融合する」という意識で生活者とのコミュニケーションや接点を設計することが大切です。</p>

※「定額制動画配信サービス市場構造調査」は、2015年11月18日 リリース発表

●「圧縮する」「もてなす」「融合する」という3つのアクションは相互に作用しながら、新たなビジネスをつくっていく

「圧縮する」「もてなす」「融合する」という3つのアクションは、別々に進行して、それぞれの市場をつくっていくのではなく、相互に作用しながら、新たなメディアビジネスをつくっていくと思われれます。例えば、「圧縮する」で生みだされたコンテンツが、新しいスクリーンやデバイスに入って「融合」していったり、「もてなす」という発想で「圧縮」された情報が、「融合」されたスクリーンで体験できたりなど、常に3つのアクションは連動していくのです。

■ お問い合わせ先 ■

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報室
メディア環境研究所

山崎 山崎
新美 吉川 加藤

03-6441-9347
03-6441-9713