

## ●越年取材レポート

●レポート：吉井 勇・本誌編集長  
●画面データ提供：NHK

紅白アプリ、YouTube、niconico、Twitter、Instagram、LINE、Yahoo!、ストリーミング配信

# ネットでも楽しめる “紅白コラボ”拡大

「紅白歌合戦」という舞台は緊張が半端じゃないようだ。初出場の歌手の中には歌詞が飛んだケースもあったほどで、やはり66回も続いてきた大みそかの定番たる重圧なのだろう。「ザッツ、日本！ザッツ、紅白！」をテーマに掲げた第66回は、4度目となった紅白アプリを軸に、YouTube、niconico、Twitter、Instagram、LINE、Yahoo!、ストリーミング配信と実に多彩なネット展開が仕込まれていた。これらのデジタル展開について、制作局第2制作センター エンターテインメント番組部チーフ・プロデューサーの渋谷義人氏、デジタルコンテンツセンター副部長の石田康之氏、同センター副部長の笹原達也氏に、取り組みのねらいや手ごたえをシステム面も含めて聞いた。

### 13年前、第53回で 初のデータ双方向を活用

紅白という舞台で緊張するのは出場する歌手ばかりではない。番組を制作するためのスタッフたちも同じだ。特に、新しいサービスを始める場合、「伝統の紅白に問題を起こしてはならない」という責任感が圧倒する。その現場の緊張感を本誌は14年前に取材している。それを伝えた2003年3月号から少し引用する。

記事のタイトルは「“お茶の間審査員”BSデジタル投票4万5,336票!!」で、「4万5,336——この数字は、放送史に残る数字になるだろう」という書き出しで始まる。この第53回は、中島みゆきが黒四ダムで『地上の星』を歌い、それが音楽チャートでトップに駆け上ったというエピソードがあった。

この時、伝統の紅白で初めてBSデジタル放送が備えるデータ双方向のリターン機能を使って、視聴者が審査投票したのである。BSデジタル放送は2000年12月にスタートしているの、2年を経た後で取り組んでいる。担当者は2年と



紅白のデータ放送を表示した画面で、出場歌手の情報コメントも楽しめる

いう時間について、「まだ双方向機能を活かした番組づくりの経験がなく、ノウハウも確立できていない段階で、いきなり紅白という伝統ある番組で採用するのは無謀だと考えたからです」と述べており、この2年間に双方向番組や双方向投票を通して技術ノウハウ、演出経験を積んできたことで「踏ん切りをつけること



視聴者審査と会場審査の結果を示す画面