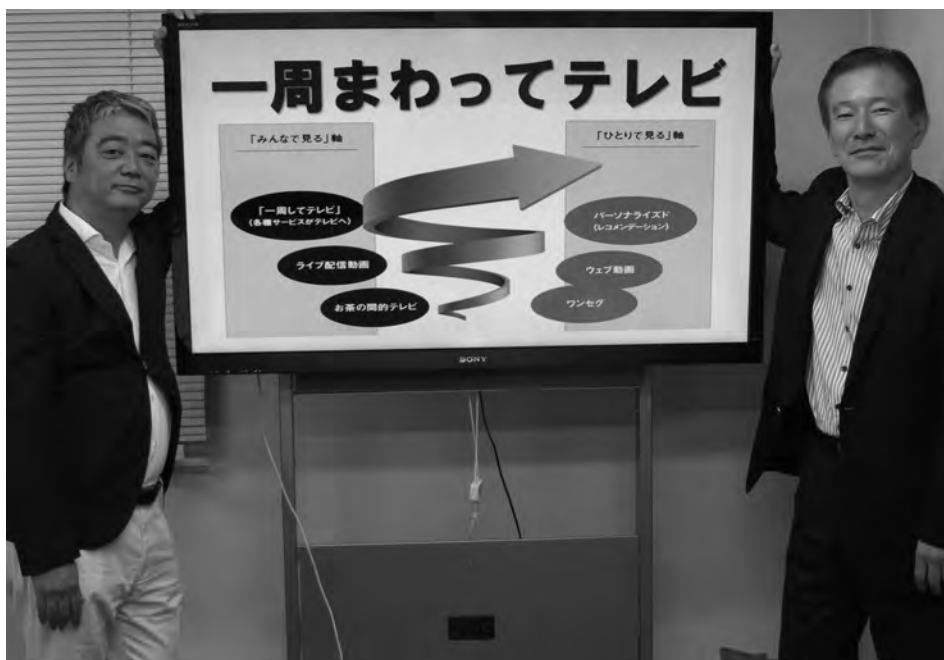


第1回ゲスト 境 治氏 メディアコンサルタント、株式会社OSzero 代表取締役

# 視聴の「積分」論

放送業界では技術進化に伴い事業モデル議論が盛んに行われている。放送事業者に限らず、コンテンツサービス事業者は悩ましい時を迎えているが、電通総研の奥律哉氏が提唱する「一周まわってテレビ論」が一石を投じている。そこで「一周まわってテレビ論」の奥氏とゲストの対談シリーズを企画。第1回は、Huluのシステムリニューアルで発生したトラブルをわかりやすく解説したコピーライター、メディアコンサルタントとしても活躍する株式会社OSzero代表取締役の境治氏を迎えた。

(構成・文:古山智恵・本誌編集部)



第1回ゲストのメディアコンサルタントの境治氏(写真左)と奥律哉氏

## 「一周まわってテレビ」にハマっています

境 「一周まわってテレビ論」はわかりやすいですね。

奥 放送局は六十数年、テレビ放送波を使ってテレビ受像機に向けて電波を送り、番組と広告を出してきたわけです。ところがここ数年、TVerを含め放送局はインターネット(以下、ネット)を活用して、スマートフォン(以下、スマホ)やPC、タブレットを前提にした新しいサービスの普及・啓蒙にあたっています。dTVやDAZN、スポナビ、AbemaTV、Hulu、NETFLIXなど、さまざまな新しいサービスはマルチデバイス対応ですが、テレビに

対応するものもあって、そういう場合は意外とテレビで見られています。また、テレビに対応してなくても、Google Chromecast、Miracastを使ってテレビ受像機で見ることができます。テレビ受像機の20~30%はネットと結線していて、その半分のテレビ受像機でネット動画サービスを利用していることが電通総研の調査でわかっています。さらに、同じサービスでもテレビ受像機を使って視聴したときの方が視聴時

### 境 治氏

株式会社OSzero代表取締役／コピーライター／メディアコンサルタント  
東京大学文学部卒業後、1987年に広告代理店I&S(現I&SBBDO)に入社、コピーライターとなる。1992年、日本テレビ巨人戦中継「劇空間プロ野球」の新聞広告「巨人を観ずに、めしが食えるか。」でTCC(Tokyo Copywriters Club)新人賞を受賞。翌年独立し、フリーランスとなる。2006年、株式会社ロボットの経営企画室長に就任、プロダクション経営の制度再構築を担う。2011年、株式会社ビデオプロモーションのコミュニケーションデザイン室長に就任。2013年7月、再びフリーランスになる。

### 奥 律哉氏

株式会社電通  
電通総研 メディアイノベーションラボ統括責任者 兼  
メディアイノベーション研究部部長  
1982年電通入社。ラジオ・テレビ局、メディアマーケティング局などを経て現職。主に情報通信関連分野について、ビジネス・オーディエンス・テクノロジー視点から研究開発を行う。著書に『ネオ・デジタルネイティブの誕生～日本独自の進化を遂げるネット世代～』2010年3月(共著、ダイヤモンド社)、『情報メディア白書2017』2017年2月(共著、ダイヤモンド社)などがある。総務省「放送を巡る諸課題に関する検討会」構成員、放送批評懇談会 企画事業委員会委員。