

SPOTLIGHT

TSUTAYA TV 全面リニューアル
店舗との連動にハリウッドも期待

TSUTAYA TV

代表取締役社長 中西 一雄 氏

1963年生まれ。2001年マスタインドパートナーズ入社。03年トップ・パートナーズ代表取締役社長就任（現任）。10年3月より現職。



デジタルテレビ向け動画配信サービスのTSUTAYA TVは、アクトビラからのリンクを利用していたこれまでのアクセス方法を見直し、機器メーカーのポータル画面から直接サービスにアクセスできるように対応を進めてきた。

2010年8月に各メーカーが順次対応を進めた結果、9月1日には一通りの作業が完了した。国内の主要テレビメーカーがそろって対応したことから、デジタルテレビ向けVODサービスを提供する主要事業者という立場が確立されたと言える。

これに合わせてレンタル/ダウンロード販売料金の一斉値下げを実施し、TSUTAYA TVをリニューアルオープンした。2011年7月のアナログ停波に向けて拡大するデジタルテレビ市場に対し、改めてTSUTAYA TVをアピールする準備が整った。

初期の段階からデジタルテレビ向けの動画配信サービスに取り組んできたTSUTAYA TVが今回リニューアルした背景と、同サービスの今後の事業方針について、TSUTAYA TVの中西代表取締役社長に聞いた。

（聞き手は本誌記者、西畑浩憲）

——9月1日以降、各家電メーカーのテレビやレコーダー機器のインターネットアクセス画面から直接リンクして、利用者の導線を多様化する仕組みに完全に移行した。

中西 現在ビデオ・オンデマンド（VOD）事業者のほとんどは赤字を続けている。しかし、こうした環境下においてもTSUTAYA TVは単体で成立する事業として育てたいと思っている。そこで各家電メーカー機器のポータル画面メニューにTSUTAYA TVの入り口が設置されるスタイル（ダイレクトリンク）に移行することで、いろいろな独自の戦略を展開したいと考えた。今後の事業展開を考慮し、移行期間に一時的にアクセスが減ってTSUTAYA TVにとってマイナスになることも覚悟した上で移行を図った。

その後各家電メーカーと交渉を進めた結果、TSU-

TAYA TVにアクセスする方法を用意してもらう手はずも整った。9月以降は多くの機種で、機器メーカーが提供するポータル画面から直接TSUTAYA TVにアクセスできる体制が整った。今回はアクセス方向の変更と料金改定を合わせた全面リニューアルとなる。

——このタイミングでのリニューアルには、過去最大規模と言われる年末商戦までに対応機器を市場投入したい考えがあったのか。

中西 リニューアルが9月になった直接のきっかけは、やはり各家電メーカーの機器からのダイレクトリンクへの移行だ。TSUTAYA TVはデジタルテレビ向けのサービスではあるが、本質はインターネットサービスである。パソコンでインターネットを利用するときは、リンクをたどって様々なWebサイトのコンテンツを利用できる。デジタルテレビでも、パソコン同様のWebサーフィンとまではいかなくとも、様々な入り口からTSUTAYA TVにアクセスできるようにしたかった。

今はとにかく入り口を広げている段階だが、将来的には様々なサービスで互いに行き来しながら利用できるような使い方を実現したい。9月というリニューアルのタイミングは、結果的にはCEATEC JAPANでサービスをアナウンスしやすく、また年末商戦に向けたキャンペーンも打ちやすくなり、良かったのではないかと。

——メーカーや機種によってアクセス方法が異なる。対応できずに取りこぼす結果となってしまいうユーザーがいるのではないかと。

中西 今後発売される新機種では、メーカーのポータル画面メニューにTSUTAYA TVの入り口が設置されるスタイルが多くなる。旧機種は、アクトビラのトップページから一度メーカーのポータルサイトに移動し、そこからTSUTAYA TVにアクセスするものや、ブックマークしたTSUTAYA TVのリンクからアクセスして利用するものなどがある。

100%の利用者を引き継げるとまでは言えないが、99%は大丈夫だと考えている。今回のリニューアルによ

り、アクトビラを経由する必要があったこれまでと比べて、直接TSUTAYA TVにアクセスできるようになる利用者も多い。全体としてはサービスへのプラス要素の方が大きいのではないかと。家電メーカー各社は8月以降順次TSUTAYA TVへのアクセス方法を変更している。既にその成果も出ており、8月のTSUTAYA TVのアクセス数と新規登録者数は、対前月比でどちらも約5倍のペースで増加している。

<1話当たり124円のダウンロード販売も>

——リニューアルと合わせてコンテンツの販売価格も見直した。

中西 これまでに実施した割引キャンペーンなどの効果を分析し、作品の稼働率が高まる価格設定に見直した。具体的には、HDTV映画のレンタル価格を新作450円、準新作400円、旧作350円に下げた。これまではいずれも525円だった。

またダウンロード販売の強化を目的に、テレビ番組のパック商品で1話当たり124円の価格設定を導入した。同じ作品のVODレンタルを1話250円で提供しているので、借りるよりも買う方が安い価格設定になる。この価格で提供する作品は全体の一部になるが、「HEROES」などの人気作品も含んでおり、順次作品数を増やす予定だ。同様に映画のダウンロード販売も、新作で2880円～（旧価格3675円）、旧作で1880円～（旧価格2480円～）に値下げした。3980円のブルーレイコンボ（同じ作品のブルーレイディスクとDVDディスクをセット販売するパッケージ）に対応する価格体系として2880円にした。

ハリウッドスタジオのHDTV作品を、最大2回までメディアにコピーできる権利を持つダウンロード販売サービスを提供しているのは、世界でもTSUTAYA TVだけだ。今回の価格改定でその強みを出していきたい。ダウンロードサービスをまず使ってもらい、microSDカードに書き出してスマートフォンやPDAなどの携帯情報端末で見るような使い方を、もっと身近にしたい。

——価格設定やサービスの機能面で、ハリウッドスタジ

オ各社との交渉は苦労したのではないかと。

中西 パッケージ市場が縮小する中、ハリウッドのスタジオもこうした新しい売り方に注目している。我々の強みは動画配信サービス（デジタル）とDVDレンタルのTSUTAYA店舗（フィジカル）との連動をいろいろ仕掛けられる点にある。ハリウッドのスタジオ各社には、デジタルとフィジカルをうまく組み合わせて、利用者が所有しやすいテレビシリーズのパックを展開しようという交渉を約1年前から続けてきた。

例えば最新シーズンのパッケージリリースに合わせて、旧シーズンをTSUTAYA TVで値下げして提供したり、パッケージ販売と同じウィンドウでダウンロード販売やVODレンタルを解禁したりなど、店舗との連動手法はいろいろ考えられる。こうした強みを生かしながら、テレビ番組と映画のみならず、様々な商品を広く売っていきたい。

<パッケージと近づくVODレンタルのウィンドウ>

——作品の配信ウィンドウは、パッケージの販売やレンタルのウィンドウと近づいているのか。

中西 徐々にパッケージと同じタイミングでのダウンロード販売やVODレンタルを認めるスタジオが増えていく。現在TSUTAYA TVで作品の扱いがあるすべてのハリウッドスタジオが、パッケージ販売と同じタイミングでのダウンロード販売を認めている。パッケージと同日のVODレンタルについては2社が認めており、年内にさらに2社が加わりそうだ。今後1年以内にはすべてのハリウッドスタジオが、VODレンタルについてもパッケージと同じウィンドウ展開を認めることになるのではないかと。

——今後の事業展開は。

中西 年末商戦で対応機器を購入する利用者が、TSUTAYA TVに魅力を感じてもらえるよう、着々と品揃えの強化を進める。また、まだTSUTAYA TVを利用したことのないユーザーに気軽にサービスを体験してもらえるように、対応機器の購入者にTSUTAYA TVで利用できるポイントを付与するキャンペーンも検討している。■