

Title	マルチメディア放送の多角的利用への理解を促すための広報活動戦略
Sub Title	Strategy of public relations activity to promote multilateral utilization of multimedia broadcasting
Author	新志, 有裕(Shinshi, Arihiro) 中村, 伊知哉(Nakamura, Ichiya)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2011
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	<p>2011年7月の地上デジタル放送移行に伴う周波数再編により、空き地となった周波数を活用する「携帯端末向けマルチメディア放送」の立ち上げが総務省の政策として進められている。しかし、通信インフラを活用した大容量の動画配信ビジネスに代表されるように、デジタルコンテンツをめぐる各サービス間の競争は厳しさを増しており、マルチメディア放送はサービス開始前から厳しい状況に置かれている。</p> <p>マルチメディア放送の特徴として、従来型の放送コンテンツ（動画）だけでなく、電子新聞や電子出版、音楽、ゲームなど、これまでの放送にはないコンテンツを多角的に配信する水平分離型のサービスが可能であるが、これまでの議論において、放送は放送、出版は出版という別々の文脈で認識されることが多く、垂直統合型の発想が色濃く残っている。</p> <p>そこで、本稿では、他のサービスにはない、マルチメディア放送の多角的利用に向けて、2011年の「地上デジタル放送移行」と2010年の「電子出版元年」という2つの大きなムーブメントにまたがる形で展開してきた広報活動戦略の独自性と妥当性について明らかにしたい。当初はKMDが設立した「AMIOフォーラム」の内部に各プレーヤーを集めて議論を活性化させる活動を展開する戦術を採用した。</p> <p>しかし、マスメディアのデジタル化にはしがらみも多いため、自らの団体にプレーヤーを集めるだけでなく、電子出版など様々な業界団体と連携を図る戦術に転換し、幅の広い活動を展開することができた。</p> <p>これらのアプローチの有効性について、業務の評価、露出の評価、目標達成度の評価の3点から分析する。</p>
Notes	修士学位論文. 2011年度メディアデザイン学 第168号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002011-0168

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

2011 年度 修士論文

マルチメディア放送の多角的利用への
理解を促すための広報活動戦略



KEIO MEDIA DESIGN

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

新志 有裕

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士（メディアデザイン学）授与の要件として提出した修士論文である。

新志 有裕

指導教員：

中村 伊知哉 教授

岸 博幸 教授

審査委員：

中村 伊知哉 教授 (主査)

岸 博幸 教授 (副査)

徳久 悟 特任講師 (副査)

マルチメディア放送の多角的利用への 理解を促すための広報活動戦略

内容梗概

2011年7月の地上デジタル放送移行に伴う周波数再編により、空き地となった周波数を活用する「携帯端末向けマルチメディア放送」の立ち上げが総務省の政策として進められている。しかし、通信インフラを活用した大容量の動画配信ビジネスに代表されるように、デジタルコンテンツをめぐる各サービス間の競争は厳しさを増しており、マルチメディア放送はサービス開始前から厳しい状況に置かれている。

マルチメディア放送の特徴として、従来型の放送コンテンツ（動画）だけでなく、電子新聞や電子出版、音楽、ゲームなど、これまでの放送にはないコンテンツを多角的に配信する水平分離型のサービスが可能であるが、これまでの議論において、放送は放送、出版は出版という別々の文脈で認識されることが多く、垂直統合型の発想が色濃く残っている。

そこで、本稿では、他のサービスにはない、マルチメディア放送の多角的利用に向けて、2011年の「地上デジタル放送移行」と2010年の「電子出版元年」という2つの大きなムーブメントにまたがる形で展開してきた広報活動戦略の独自性と妥当性について明らかにしたい。当初はKMDが設立した「AMIOフォーラム」の内部に各プレーヤーを集めて議論を活性化させる活動を展開する戦術を採用した。

しかし、マスメディアのデジタル化にはしがらみも多いため、自らの団体にプレーヤーを集めるだけでなく、電子出版など様々な業界団体と連携を図る戦術に転換し、幅の広い活動を展開することができた。

これらのアプローチの有効性について、業務の評価、露出の評価、目標達成度の評価の3点から分析する。

キーワード

マルチメディア放送、水平分離、地上デジタル放送移行、電子書籍元年、AMIOフォーラム

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

新志 有裕

Strategy of public relations activity to promote multilateral utilization of multimedia broadcasting

Abstract

MIC (Ministry of Internal affairs and Communications) tries to start up the mobile multimedia broadcasting with frequency reorganization by the shift to terrestrial digital broadcasting in July 2011. But bulk movie distribution business by telecommunication infrastructure has been growing up, and multimedia broadcasting faces severe competitions before starting services.

Multimedia broadcasting can't distribute only existing movie contents but also new various contents, for example digital newspaper, publishing, music and game. This is the example of horizontal media separation. But throughout the past discussions, digitization of broadcasting and publishing media was discussed individually. And the idea of vertical media separation still exists.

So for the multilateral utilization of multimedia broadcasting, this thesis verifies the uniqueness and validity of public relations (PR) strategy by the convergence of big movements, "the shift to terrestrial digital broadcasting (2011)" and "the first year of digital publishing (2010)". Firstly the PR project team adopted the tactics of gathering various players within the AMIO forum.

But for digitization of mass media, the various fetters existed. So PR project team didn't only gather various players within AMIO forum, but also cooperated with the external organizations. The tactics was changed. And AMIO forum could develop the PR activities widely.

I want to estimate the validity of these approaches from the point of view of work, exposure and achievement of their goal.

Keyword:

Multimedia broadcasting, horizontal media separation, the shift to terrestrial digital broadcasting, the first year of digital publishing, AMIO forum

Graduate School of Media Design, Keio University

Arihiro Shinshi