



上智大 音教授とビジョントーク

3月末に次々と放送を開始したBS放送の3局。BS松竹東急、BSよしもと、BSJapanext (インタビュー順) のトップに、それぞれの“新しき”ビジョンを上智大学・音好宏教授が訪ねて聞いた熱いビジョントーク。



BS松竹東急

「銀座の街」のように 奥深く楽しめる チャンネルを目指す



コアなファン層から支持

音 開局後の手ごたえはどうか。

橋本 認知度をもっと高めていく必要があるものの、映画、歌舞伎などの舞台、そしてオリジナルドラマに対

するコアなファン層を中心に好感触を得ている、という印象です。思いがけず、字幕付きのアニメ番組への反応があったり、逆に狙っていた部分のリアクションが薄かったりとさまざまですが、まずは無事に船出ができたのではないかと考えています。

音 特徴的なコンテンツが多く集まった印象です。編成上の狙いを伺います。

橋本 個別の番組はもちろん、編成そのものが「商品」です。好きな時間に好きなコンテンツと触れるネット配信と異なり、放送におけるプライムタイム編成はエンターテインメントを担うBS松竹東急というブランドを広く知っていただくための看板です。現時点でコアなファン層に喜ばれていることはありがたいことですが、編成の意図として、ある種のブランドイメージの確立まで進んでいるかと問われれば、まだまだでしょう。

音 最も苦勞するのは認知度向上です。

橋本 すでにある地上波やBS民放各局のようにマスメディアとして認識されるまでには時間がかかるでしょうが、その時間をどれだけ早めることができるかが重要です。幸い、5月からラテ欄で紹介してくれる全国紙や地方紙もあり、EPGを含めて「何が放送されているのか」を周知する努力を強めていきたいところです。

音 私も見ていますが、人気海外ドラマや時代劇の旧作など、今も楽しめる作品が多いですね。

橋本 『奥様は魔女』や『必殺仕事人』、『大江戸捜査網』といった昭和の作品が人気を集めています。このことから改めてエンタメビジネスの奥深さを感じます。常に新しいものを追い求めて時代をリードする力が求められる一方、過去の作品を掘り起こすことで現代に新たな発見をもたらすこともあります。当初はモノクロ作品だった『奥様は魔女』がすべてカラー化され、改めて当時の優れたセンスや時代の先取り感に気付かされます。過去を知ること、新たな挑戦へとつなげていく。これもまた、エンタメの役割のひとつと考えています。

BS無料放送としての位置付け

音 橋本社長ご自身は有料放送 (WOWOW) から全国一波の無料放送へ転身されたわけですが、そこで感じる違いはありますか。

橋本 BS放送の成り立ちを考えれば、有料・無料に限らず「地上波のワンモア」だと思います。視聴者から見た立ち位置は、さほど変わらないのではないのでしょうか。一方、特定のコンテンツを求めて最初からコアなファン層が集う