

ソーシャルメディアとの融合で変わるテレビの世界
「ソーシャルテレビ・アワード 2014」
大賞は『THE MUSIC DAY 音楽のちから』(日本テレビ)に決定
各賞に『王様のブランチ』『テラスハウス』『おやすみ日本 眠いね!』
『トーキョーライブ24時 ~ジャニーズが生で悩み解決できるの!?~』

日経デジタルマーケティング／日経エンタテインメント！

日経BP社(本社:東京、社長:長田公平)は2014年7月23日、「ソーシャルテレビ・アワード 2014」を発表しました。このアワードは、ソーシャルメディアとテレビが急接近する動きのなかで、その連携や複合的活用先進的な取り組みをしたテレビ番組を表彰するものです。今年で3回目となります。

スマートフォン片手にテレビを視聴し、気になる情報を検索したり、ソーシャルメディアを通じて友だちと番組の感想を交わしたり——。そんなテレビの視聴スタイルが一般的になりました。先行する米国では、今年のアмериканフットボールNFLの優勝決定戦「スーパーボウル」で、Twitter上に、昨年を上回る2490万件もの投稿がなされました。

日本のテレビ局でも、こうした双方向性、即時性を持つソーシャルメディアやスマートフォンを活用する動きが年々広がっています。新たな事業モデルの開発に結びつけようという模索も始まっています。

テレビとインターネットという2大メディアの相乗効果による互いの活性化は、我が国産業の成長へのきっかけを作ると同時に、文化面への影響も大きいものがあります。ソーシャルテレビ・アワードはその連携の未来形を示す番組を表彰し、両業界の発展に寄与することを目的としています。

ソーシャルテレビ・アワード 2014では、以下の通り、大賞など4つの賞を選定し発表しました。ソーシャルメディアに関するデータの分析結果などを基に、選考委員会にて各賞を決定しております。

【大賞】…『THE MUSIC DAY 音楽のちから』(日本テレビ)

【日経デジタルマーケティング賞】…『王様のブランチ』(TBSテレビ)

【日経エンタテインメント！賞】…『テラスハウス』(フジテレビ)

【特別賞】…『おやすみ日本 眠いね!』(NHK)

【特別賞】…『トーキョーライブ24時 ~ジャニーズが生で悩み解決できるの!?~』(テレビ東京)

発表贈賞式は、7月23日(水)17時30分より、六本木アカデミーヒルズ49(東京・港区)にて開催しました。日経デジタルマーケティングと日経エンタテインメント！は、今後ともソーシャルテレビの発展に向けて情報発信を続けてまいります。

選定理由は別紙をご覧ください

「モバイル&ソーシャルWEEK 2014」公式サイト: <http://mobile-social.jp/>

●リリースに関するお問い合わせ先

日経デジタルマーケティング(電話03-6811-8173)

※取材のお申し込みは、日経BP社コーポレート管理室・広報(電話03-6811-8556)にお願いいたします

選考方法と各賞の選定理由

選考に当たっては、2013年6月～2014年5月に在京キー局（NHK、日本テレビ、テレビ朝日、TBSテレビ、テレビ東京、フジテレビ）で放送された国内地上波番組などの中から、各局の自薦と選考委員の推薦により38番組を選定しました。それら番組が持つソーシャルメディアの公式アカウントのファン数やフォロワー数（注1）、ネット上での番組に関するクチコミ件数（注2）を調査し数値化。これに加えて視聴者アンケート（注3）を実施し、ソーシャルメディア、スマートフォン、データ放送を活用した番組参加の比率なども調査しました。

一方、この38番組について6人の選考委員が番組企画の先進性、各局から提供されたデータなども考慮して、最終的な受賞番組を選定しました。選考委員はアジャイルメディア・ネットワーク取締役CMOの徳力基彦氏、日経エンタテインメント！の連載「テレビ証券」を主宰するメディアプランナーの草場滋氏、日経デジタルマーケティング編集長の杉本昭彦、同副編集長の安倍俊廣、日経エンタテインメント！編集委員の品田英雄、同編集部の木村尚恵です。

大賞は『THE MUSIC DAY 音楽のちから』（日本テレビ）です。本番組は「音楽で人をつなぐ」を合言葉に、日本人に力をくれた名曲を紹介する12時間の生中継特番。2014年も7月12日に放送されましたが、今回対象となったのは今年の放送です。生放送中に「音ゲーLIVE嵐feat.You」を実施。嵐が『A・RA・SHI』を歌うのに合わせて、データ放送、スマートフォン／PC経由で、リアルタイムで音楽ゲームを提供しました。これにより、日本全国の視聴者が一斉に同じリズムをきぎむという一体感を生み出し、最終的に137万人超の参加者を集めました。ソーシャルテレビの仕組みづくりから多くの視聴者を巻き込んだという実績までを含めて高く評価し、大賞といたしました。

『THE MUSIC DAY 音楽のちから』（日本テレビ）

放送日：2013年7月6日 10:30～22:54

総合司会：櫻井翔／司会：羽鳥慎一／進行：徳島えりか（日本テレビアナウンサー）／ナビゲーター：榎太一（日本テレビアナウンサー）／コーナーMC：関ジャニ∞

総合プロデューサー：高谷和男（日本テレビ）／デジタル施策プロデューサー：原浩生（日本テレビ）、海野大輔（日本テレビ）

日経デジタルマーケティング賞には、『**王様のブランチ**』（TBSテレビ）、日経エンタテインメント！賞には、『**テラスハウス**』（フジテレビ）を選出しました。

『**王様のブランチ**』は日本全国の食、本、映画といった様々なジャンルの最新トレンドを、ランキングや特集形式で届ける情報番組。約4時間半の生放送中に紹介する「ヒト・モノ・コト」に関する350～400のアイテム情報を、スマートフォン用アプリ「TBSぶぶたす」を介して、視聴者の手元のスマートフォン／タブレットPCなどにリアルタイムで表示。1タップで詳細情報が閲覧できるほか、ネットでの購買に結びつけました。視聴者が、テレビで気になった商品をすぐに購入できるという、テレビとネットの連携が目指す1つの姿を具現化しているところを評価して、日経デジタルマーケティング賞としました。

『王様のブランチ』（TBSテレビ）

放送日：毎週土曜9:30～

司会：谷原章介、本仮屋ユイカ／出演：LiLiCo、パンサー、森星、鈴木あきえ、ブランチリポーター／アナウンサー：国山ハセン（TBSテレビ）、笹川友里（TBSテレビ）

プロデューサー：高橋一晃（TBSテレビ）／メディアプロデューサー：安江圭（TBSテレビ）

●リリースに関するお問い合わせ先

日経デジタルマーケティング（電話03-6811-8173）

※取材のお申し込みは、日経BP社コーポレート管理室・広報（電話03-6811-8556）にお願いいたします

『テラスハウス』は、海辺の一軒家で共同生活をする6人の男女を映し出すリアリティショー。Twitterのフォロワー数が50万を超え、その伸び率は前年比4倍。Facebookの「いいね！」数も15万を超え、そのファン数は今回審査対象になった全38番組でNo.1。オンエア中の1分あたりの平均ツイート数もピーク日には2000に迫る多さ(38番組中2位)。放送とソーシャルメディアの相乗効果でエンタテインメント性を高め、それを番組の求心力につなげるという施策を評価して、日経エンタテインメント！賞としました。

『テラスハウス』(フジテレビ)

放送日: 毎週月曜23:00~(2013年10月14日以降)

出演: 菅谷哲也、島一平、島袋聖南、平澤遼子、保田賢也、フランセス・スィーヒー(2014年5月末時点) / YOU、トリンドル玲奈、徳井義実、山里亮太ほか

企画: 太田大(フジテレビ) / チーフプロデューサー: 松本彩夏(イースト・エンタテインメント) / プロデューサー: 鈴木康祝(イースト・エンタテインメント) / 演出: 前田真人(イースト・エンタテインメント)

さらに特別賞として、『おやすみ日本 眠いいね!』(NHK)と『トーキョーライブ24時 ~ジャニーズが生で悩み解決できるの!?~』(テレビ東京)を選出しました。

『おやすみ日本 眠いいね!』は、誰もが抱えている「あすへの不安」に向き合い、安心して眠れるようなトークや企画を展開する深夜の不定期生放送番組。視聴者が、安眠できそうな度合いが高まったときに押す、テレビリモコンとスマートフォンの「眠いいね!」ボタンの数が一定数を超えると番組が終了します。今年5月に第7回を迎え、「眠いいね!」数が前回の倍以上となる「130万眠いいね!」を獲得。ソーシャルテレビとしては“老舗番組”と言えますが、視聴者に番組終了時間をゆだねるという斬新な企画が支持され、参加者が大きく増えていることを評価して特別賞を授与いたしました。

『おやすみ日本 眠いいね!』(NHK)

放送日: 2013年9月21日(土)、2014年5月8日(木)放送

出演: 宮藤官九郎、又吉直樹ほか

プロデューサー: 河瀬大作(NHKエデュケーショナル) / ディレクター: 神原一光(NHK)、森あかり(NHK) / システム: 塚浩晃(NHK) / デザイナー: 今雪るり(NHK)

『トーキョーライブ24時 ~ジャニーズが生で悩み解決できるの!?~』は、ジャニーズ事務所のタレント5人が、2週間にわたって日替わりで視聴者の悩みを解決する生放送番組。データ放送やLINEを使った双方向企画を実施しました。アシスタントにテレビ東京のキャラクター「ナナナ」を起用し、番組OA期間に合わせてテレビ東京の公式LINEアカウントからナナナの無料スタンプを配信。初日で約300万ダウンロードに達するなどソーシャルメディア上で大きな話題となりました。選考対象の全38番組中で、視聴者アンケートに基づく話題度が最も高かったこともあり、特別賞としました。

『トーキョーライブ24時 ~ジャニーズが生で悩み解決できるの!?~』(テレビ東京)

放送日: 2014年3月31日~4月11日(月~金、平日のみ)計10回放送

出演: 松岡昌宏(TOKIO)、堂本剛(KinKi Kids)、相葉雅紀(嵐)、安田章大(関ジャニ∞)、小山慶一郎(NEWS)、ナナナ(声: 博多大吉)

企画: 藤島ジュリー景子 / 演出・プロデューサー: 佐久間宣行(テレビ東京) / プロデューサー: 石井成臣(テレビ東京)、水野亮太(テレビ東京)、都志修平(ジャニーズ事務所)、飯田進(花組)

※本アワードの結果は、日経デジタルマーケティング9月号(8月25日発行)、日経エンタテインメント!10月号(9月4日発売)に掲載予定です。

●リリースに関するお問い合わせ先

日経デジタルマーケティング(電話03-6811-8173)

※取材のお申し込みは、日経BP社コーポレート管理室・広報(電話03-6811-8556)にお願いいたします



- 注1…6月9日時点のTwitterのフォロワー数、Facebookの「いいね！」数、LINEの「友だち」数を調査。データ協力:ユーザーローカル
- 注2…各番組に関する分平均ツイート数を調査。データ協力:ネット上でのテレビ番組の盛り上がり分かる情報サイト「テレビジン」
- 注3…視聴したことがある番組についてソーシャルメディア上で話題になっているのを見たり、書き込みをしたりしたことがあるかなどを調査。インターネット調査を、2014年6月10～11日に実施。調査対象者数は1500人。アンケート協力:マクロミル

主催媒体

【日経デジタルマーケティング】

「日経デジタルマーケティング」はマーケティング戦術と企業戦略をつなぐ専門情報メディアです。平日、毎日更新するサイト(<http://digital.nikkeibp.co.jp/>)、月刊誌、セミナーという3つの形態で情報を提供しています。デジタルマーケティングを活用した事例研究のほか、広告の最新テクノロジー動向なども紹介しています。

【日経エンタテインメント！】

「日経エンタテインメント！」は、流行に敏感で知的好奇心が強く、トレンドをリードする人たちのためのエンタテインメント情報誌。映画・テレビ・音楽・本を中心にアニメ・マンガ・ゲーム・ネットなどのジャンルもカバー。エンタテインメント分野のヒットのオモテと裏の両方を深く解説しています。

本リリースのお問い合わせ先

このリリースに関するお問い合わせは、日経デジタルマーケティング(電話03-6811-8173)に、取材のお申し込みは、日経BP社コーポレート管理室・広報(電話03-6811-8556)にお願いいたします。

「モバイル&ソーシャルWEEK 2014」公式サイト: <http://mobile-social.jp/>

●リリースに関するお問い合わせ先

日経デジタルマーケティング(電話03-6811-8173)

※取材のお申し込みは、日経BP社コーポレート管理室・広報(電話03-6811-8556)にお願いいたします