

# 「ウェブメディアの登場と拡散」

船津稔(GAME Watch編集部)

## ■ ネット媒体の登場

- インターネットの登場と共にニュースの配信もスタート。当初はインターネットによるニュースの配信はWEB配信だけでなくメール配信などでも重要な要素として行なわれていた。
- 当初は紙媒体への露出が中心で、インターネット媒体に関する認知度、重要性についてはメーカー側も認知していなかった。

### インプレスにおけるWEB媒体の誕生

- ・INTERNET Watchの創刊は1996年2月
- ・PC Watch創刊は1996年7月

## 「GAME Watch」創刊

・GAME Watchの創刊は2000年12月。当初は編集者3人でスタート。

### ・創刊当時の記事

Microsoft、「Wing Commander」で有名なDigital Anvilを買収  
2001年にXbox用タイトルを発表

ワンダースワンカラー発売!!

プレイステーション2の2001年注目タイトルを一挙発表。ビッグタイトル続々  
「鬼武者」、「決戦II」、「電車でGO!3」

# ■ 2000年代の簡単な流れ (1)

- 2000年 3月 4日 プレイステーション 2発売
- 2000年12月 GAME Watch
- 2001年 1月31日 セガ、Dreamcast製造中止
- 2001年 3月 電撃オンライン
- 2001年 7月 ファミ通.com
- 2000年 3月10日 Xbox発表
- 2001年 5月29日 スクウェア、「ファイナルファンタジーXI」について言及
- 2001年 9月14日 ゲームキューブ発売
- 2002年 2月22日 Xbox発売
- 2002年 8月15日 「ラグナロクオンライン」β2を本格始動
- 2002年11月26日 スクウェアとエニックスが合併

※各媒体の表記は現在バックナンバーが公開されている年代から引用

# ■ 2000年代の簡単な流れ (2)

- 2003年 2月14日 ゲームボーイアドバンスSP発売
- 2004年 1月 4Gamer.com
- 2004年12月 2日 ニンテンドーDS発売
- 2004年12月12日 PSP-1000発売
- 2005年 5月 2日 バンダイ・ナムコ9月統合を発表
- 2005年12月10日 Xbox 360発売
- 2006年 9月 GameSpot  
(現在、朝日インタラクティブ)
- 2006年11月11日 プレイステーション 3発売
- 2006年12月 2日 Wii発売
- 2006年12月12日 「ドラゴンクエストIX」発表
- 2009年11月11日 PSP go発売

※各媒体の表記は現在バックナンバーが公開されている年代から引用

# ■ WEB登場当時のデザインと現在のデザイン

- ・1996年当時は大きな画像データをインターネットでやりとりすることが現実的ではなかったため、テキストデータが主流を占めていた。

- ・現在ではブロードバンド環境も整い、静止画だけでなくハイビジョンデータのやりとりも行なうことができる。手間暇さえかければデザインされたページレイアウトも可能。

# ■読者層

ユーザー層: 男性が圧倒的多数。ただし、あくまでもアンケート結果などによる。例えば、女性向けのイベント記事などは、女性が検索して読みに来るといった例も見られる。

年齢層: 高い。紙媒体よりは圧倒的に高い。30歳台前後が中心。

→ いろいろな理由が考えられるが、インターネットを使用して積極的に情報にアクセスする層がここに集まっているという見方も。弊社媒体の特徴としてはアーリーアダプタ層の読者、技術者なども多い。

読者層の変遷というにはわりと固定的。GAME Watchでは語尾の表現なども含めて、年齢層は高めに設定、編集している。

## ■ 紙媒体とWEB媒体での記事の作成の違い

- 紙の雑誌の場合、台割りが存在し、どれだけの面積でどれだけの情報を伝えるかということが優先される。WEB上では書きたいだけ書くことができるが、どの時点で配信するかとの戦いとなる。編集の方向性は若干変わるが、どの情報を取捨選択するかは編集側のセンスといえる。
- 企画記事とは別にニュースの執筆も求められるため、純粹な編集だけでなく、実質的には記者としての能力も求められる。
- 紙ほどの自由度は望めないことが多い。もしくはそれだけの自由度を得るためにはお金と時間のコストが掛かる。



# ■WEBならではの記事

- ムービーデータの掲載

当初はWEBラジオの運営などが行なわれていた。技術として音声データのタイムラインとURLデータを同時に配信するといった技術なども用いて、一定時間ごとに音声データの話題の変化に合わせて自動的にホームページが切り替わるといった付加価値の付いたラジオの配信などを行っていた。

動きを伝えることができるという点ではこれ以上のものはない。さらにムービーだけでなくFLASHなどを使った立体的、体験可能な記事の作成が可能に。→ただしコストがかかる。最近ではPSP用の体験版の配信アドも行なわれている。

# ■ 紙媒体の時代と違った悩みも.....

- その昔、WEB媒体には素材を出せないと言うことがあった。  
理由: 権利関係などが理由。現状では解消されつつある。
- 1度掲載したら際限なく広がる。掲載する側はセンシティブにならざるを得ない面もある。
- iPhone、Androidなど新プラットフォーム、RSS配信、Twitterなど新技術への対応
- ユーザーの情報発信とメディアの関係  
紙媒体が中心の時代、ユーザーが情報を発信する場合、同人誌として展開するか、媒体側と企画的な繋がりでアピールするかなど方法が限定されていた。  
  
→ 現在ではWEBで簡単にホームページを開設でき情報を発信することができる。  
若年層のライター、記者の志望者が減ったという印象を受ける。
- さらに、メーカー側がダイレクトに情報を配信できる時代  
  
→ 任天堂・岩田氏の基調講演が即座にアップされる。  
→ メーカーの公式ページがニコニコ動画に作られ配信される。など

## ■ 媒体として“なに”で売り上げを立てるか？

- 紙媒体の場合、極論してしまえば雑誌を販売すれば売り上げは立つが、WEB媒体の場合は基本的に無料で運営を行なっているため、広告収入・アフィリエイトなどに頼るしかないのが現状。
- 一部媒体などで課金を行なうなどのテストが行なわれているが、現状では芳しくない。
- 広告表現についても悩ましい点はある。

ご静聴ありがとうございました。



<http://game.watch.impress.co.jp/>