株式会社 AXN ジャパン

ユーザーフレンドリーと情報量の融合を。
エンタテインメントの最先端企業が選ぶ、顧客満足向上のためのビジュアル施策

全世界が注目する 2 大映像エンタテインメント・アワード「ゴールデン・グローブ賞授賞式」「エミー賞授賞式」を独占放送し、「HAWAII FIVE-0」「NIKITA / ニキータ」をはじめ、「CSI：」シリーズ、「グレイズ・アナトミー」などの全米大人気作をオンエアする AXN はソニー・ピクチャーズ エンタテインメント グループの海外ドラマ専門のエンタテインメント・チャンネル。日本では 1998 年から放送を開始した。

一般視聴者（BtoC）と放送プラットフォーム事業者（BtoB）両方のビジネスを展開する AXN にとっては、情報の質と共に、その早さや豊富な選択肢はまさに命であり、特にオンラインにおいてその要請は顕著であるという。今回は同社マーケティング部のアシスタントマネージャーとしてオンラインを統括する、三入淳平（さんにゅう・じゅんぺい）氏にお話をうかがった。

三入 淳平 氏
マーケティング部
アシスタントマネージャー

「実際の情報に触れるとき、やはりビジュアルは、強いですよ」

AXN は現在、ゲッティ イメージズの 'Connect' API を利用し、自社の情報サイト上で「フォトギャラリー」を見せたり、「ベストドレッサー対決」などのコンテンツを展開している。

'Connect' API はゲッティ イメージズの 1 億 2000 万枚におよぶイメージコンテンツ・データベースに瞬時にアクセスし、検索を行って好きなコンテンツを自社のプラットフォーム上で利用できる仕組みだ。ゲッティ イメージズが 2012 年から提供を開始し、Naver まとめやサイバーエージェント社がそれぞれのサービスとくみあわせて展開している。

そもそも 1 枚の写真にはメタデータなどの様々な情報が紐づいておりデータ量としては膨大になる上、それらを検索するためのデータベースをスクラッチから構築するのは並大抵のことではないが、それを API を使ってストレスなく実現するのが 'Connect API' の強みである。

'Connect' ウェブサイト（英語）
https://api.gettyimages.com/

1ヵ月半のリードタイムでエキサイティング かつ満足度の高いサービス提供が可能に。

日々、最適なプロモーションや耳目を集める仕掛けに敏感でアンテナを張り巡らせているオンライン担当者として、三入氏がゲッティ イメージズのサービスを知ったきっかけは、知人の紹介だったという。タイミングとしてはエンタテインメント関係者ならずとも一般にも注目度の高い年初のドラマ・映画のアワード、ゴールデン・グローブ賞であったそうだ。

この授賞式の模様を日本で独占放送する AXN にとって、プロモーションでいかにこのアワードを盛り上げるか、毎年頭を悩ませていると三入氏は語る。

「弊社のビジネスにはいくつか、シーズンに大きく影響されるイベント関連のものがあります。特にゴールデン・グローブ賞は、年初なので担当者としては力が入ります。海外ドラマに興味のある方も、そうでもないけれども海外のスターが好きな方も、その両方の方々により多くのコンテンツを見ていただき、情報に触れていただきたい。このときにやはりビジュアルは強いな、と実感していましたので、ゲッティ イメージズのコンテンツには非常に魅力を感じました。　セレブリティに強い、というのも競合との差別化において、有利だと感じた点です」

とはいってもゲッティ イメージズのサービスを知ったのは 12 月、ゴールデン・グローブ賞授賞式は 1 月。新しいサービスを理解して新システムを導入し、実際のプロモーションを開始するのにリードタイムは 1 ヶ月半。この状況に、担当者として不安はなかったのだろうか。

「もちろん試行錯誤もありましたし、テストをしながら進めるところもあります。ただ、実際サービスを利用するにあたってはそう時間は必要ではありませんでしたね。むしろ API なので、サービス自体をどう自分たちで展開するのか、そちらが試されているという感じです。まだサービスインしてから間がないですが、コメントなどでポジティブな反応も返ってきていますし、これが実際のトラフィック増につながるように、施策を考えるのが僕たちマーケティングのこれからの課題ですから」

ビジュアルの向こうにあるストーリーを伝える、ワクワクするサイトを創り上げたい。

ゲッティ イメージズのコンテンツの強さを「見たことのないようないろいろな写真があることや、紋切り型ではない表現」と分析する三入氏に、ゲッティ イメージズへの要望についてうかがってみた。

「これからはよりコンテンツそのものやその扱いに独自性が求められると思いますので、ゲッティ イメージズさんにはセレブリティとのパスの太さという強みを活かして、セレブの持つファクト以外にももっとつっこんだ切り口のコンテンツを期待します。例えばレッドカーペットのバストショット、スポット写真のほかにもそれぞれがしているアクセサリーや靴、かばんを丁寧に撮っていただくなど。

ゲッティ イメージズはビジュアルの向こうにあるストーリー性を提供してくれそうな予感がしますね。期待しています」

BtoB から BtoC まで、ニーズも層も違うターゲットの往来するポータルサイトをいかにユーザーフレンドリーなものにし、かつ情報量を十分に伝えるか。ビジュアルの強みを十分に知り尽くした AXN の次の一手が、どうビジュアライズされるのか、注目だ。

‘Connect’ API のテストアカウントをご希望の方は、
下記ウェブサイトよりお申し込みください。
http://welcome-to-gettyimages.jp/connect-test

会社概要

AXN は株式会社ソニー・ピクチャーズ エンタテインメントがお届けする海外ドラマ専門のエンタテインメント・チャンネル。

企業情報

会 社 名：株式会社 AXN ジャパン（英語名：AXN Japan Inc）
U R L：http://axn.co.jp/
住　　所：〒 105-0022　東京都港区海岸 1-11-1 ニューピア竹芝ノースタワー
設　　立：2003 年 8 月 1 日
役　　員：代表取締役社長　滝山正夫
　　取締役副社長兼ゼネラルマネージャー　小澤浩子
　　取締役　アンディ・キャプラン、ジョージ・チェン、加藤徹、小早川浩