



## Chapter 1

# 身近になったCD-ROMの メディア特性を再検証

利用者が急増するインターネットを活用しない手はない。  
あらゆる情報を世界中から収集できるインターネットの前に、  
もはやパッケージ・メディアは不要なのか？  
CD-ROMのこれまでと今、そしてこれからの可能性を探った。

### ●インターネットとの組み合わせで 双方向性を獲得したCD-ROM

現在、販売されているコンピュータの中で、CD-ROMドライブの付いていない機種を見つけるのはほぼ不可能に近い。面倒な手続きは不要。セットするだけで音楽や画像が現れるCD-ROMは、コンピュータ・ユーザーにとってまだまだインターネットよりも近い存在だ。このCD-ROMは、マーケティング・メディアとしてどのような可能性を持っているのだろうか。

CD-ROMが誕生したのは1990年代になってから。650MBという大容量の情報を収録できるメリットを生かしたCD-ROMの辞書や百科事典、また、ゲームソフトが相次ぎ発売されたが、当初は1枚が1万円以上もする高価なものだった。

徐々にユーザー数が増え、販売チャネルが確立し、制作コストが下がってくると、次にCD-ROMは“安くて手軽”なパッケージ・メディアとして注目されはじめた。盤そのものとプレス代だけを考えれば、そのコストは現在、1枚当たり100円を切ることから、コンピュータ・ソフト・メーカーがデモ版を収録したCD-ROMをパソコン雑誌に添付するなど、プロモーション・ツールとしての無料配布が瞬く間に一般化していった。“オマケ”として配布するのは、提供側から見ても物流コストがかからないというまい方法。これにより、大量のCD-ROMが市場に流通することになった。

インターネットが急速な勢いで普及する中、ここ数年は通信ソフトやブラウザを組みこんだCD-ROMが数多く出回っている。これにはインターネット・プロバイダーやインターネットにホームページを開設している企業が、ユーザーを自社のサーバーに誘導するためのツールとして活用している例や、リアルタイムに情報を付加することによってCD-ROMに収録されたコンテンツの魅力をより高めている「Curio City」や「People Space」のような例がある。逆にホームページへのアクセス・データをもとにして、ニーズのある人に対して、動画などのよりクォリティの高い情報を収めたCD-ROMを送り、質問や問い

合わせをホームページで受け付けるといった活用方法もあるだろう。

インターネットとの組み合わせによって可能性を広げたCD-ROMだが、マーケティング・メディアとしての評価はいまひとつ。広告業界から「インターネットがこれだけ普及した今、CD-ROMを使うメリットはほとんどない」という声が聞こえているのも事実なのだが…。

### ●CD-ROMは過渡的なメディアなのか？

CD-ROMが登場してからこれまで、その最大のメリットとして挙げられてきたのが容量の大きさ。インターネットから画像や動画をダウンロードするには、かなりの忍耐を強いられるのが現状だ。CD-ROMはこれを補完するのに最も適したメディアとされている。実写による映像や作りこんだコンテンツはCD-ROMで、刻々と変わる情報はインターネットで提供するという活用方法が典型的なパターン。レスポンスが遅いというばかりでなく、ユーザーの通信環境がさまざまに異なるため、インターネットでは発信側が意図した通りに画像などの情報が再現されているとは限らない。この点でも、CD-ROMをはじめとするパッケージ・メディアの利用価値は高いと言える。アナログのビデオなどと異なり、画面から直接、インターネットにジャンプすることもできるので、双方のスムーズなメディア・ミックスを設計しやすいことも魅力だ。

だが将来的には、DVDがCD-ROMにとって替わる可能性は高いと言われている。DVD-ROMはCD-ROMと同じ直径12cmの形態でありながら、基本となる片面1層方式のディスクで4.7GB、最も容量が大きい両面2層方式では17GBという膨大な量のデータの収録が可能。コンピュータ・データを納めたCD-ROMのほか、音楽CD、映像だけを納めたビデオCD、音楽とコンピュータ・データによる画像を組み合わせたCDプラスなど、“CD”の規格に合致するものならすべてを再生できるCD-ROMドライブの普及と歩調を合わせてCD-ROMが普及

してきたように、DVDドライブがパソコンに標準装備される頃にはDVDソフトが巷にあふれているのだろうか。早くからこの分野に関わってきた広告代理店の専門家は、「DVD-ROMもCD-ROMもプレス代はほとんど変わらない。そう考えると、CD-ROMがもてはやされるのはせいぜいあと数年では」と見る。

CD-ROMの対抗馬はDVDだけではない。美しい映像を追求するのであれば、「資本力のある企業なら、自社で衛星デジタル放送の1チャンネルを確保するのが最善の方法ではないか」という意見も聞かれる。

### ●ユーザー自らが検索する意味

現時点でCD-ROMがほかのメディアに対して優位性を誇っている理由、とりわけマーケティング・メディアとして見逃せないポイントとして、「大容量」「低コスト」「操作の容易性」、そして「配布がしやすいこと」に加え、ユーザーが自らの意志で行動を起こさない限り先には進めないという意味においての「インタラクティブ性」が挙げられよう。

インターネットの場合には、ネット上に存在する情報量が多すぎても膨大なために、ほしい情報があってもそこまでたどり着けないケースも十分想定できる。幸運にも目指すサイトを探し当てることができても、快適とは言い難いレスポンスの遅さに辟易して、求めていた情報を手に入れる前にパソコンの電源を切ってしまうかもしれない。

これに比べれば、あらかじめ絞りこんだ、それも自分が興味のあるテーマの中から情報を選び出すのはさほど大変な作業ではない。スイッチを入れれば自動的に映像や音楽が流れるテレビなどとは異なり、逐一指示を出さなければ次へ進めないCD-ROMは「面倒だ」という指摘もある。が、一方で、自ら選り取った情報が記憶に残りやすいのは事実だろう。

インターネットが百科事典だとすれば、CD-ROMはあらかじめ明快な切り口でテーマを絞りこんだ専門書だ。興味のない人にはハナから相手にされないが、マニアにとっては手放せない愛蔵書となる可能性は大いにあり得る。この場合、果たしてDVDほどの容量が必要だろうか？ また、インターネットにどんなに大きな「店舗」を構えようとも、客が来てくれないことには何の意味もなさない。自社のホームページに客を呼びこむ、いわば「チラシ」の役割を担うメディアとしても、CD-ROMは大きな役割を果たし得る。

さらにそこで満足を覚えた人々から、同じ趣味嗜好を持つ人々への波及効果も期待できるが、この場合にもCD-ROMという「モノ」の存在によって、歪みのない情報を幅広く伝えられるというメリットが見逃せない。「かたちがある」がゆえに、紙メディアと同じような「回し読み」効果が期待できるのだ。

### ●CD-ROMの効果的な活用方法

多くの情報を収録でき、検索も容易なCD-ROMは、通信販売のカタログとしても打ってつけのメディアである。紙と比べて低コストで制作できる上、配送料金も安く済む。デジタル・メディアの特性を生かし、定番商品に関しては同じデータを流用することができる。利用者には、たとえば同じTシャツを「パーシク」「スポーツ」「綿素材」などの複数の切り口から検索できる、インターネットと組み合わせることによって商品を選んだらそのままオンラインで注文できるなどのメリットを提供することが可能になる。

たとえばコンピュータのマニュアルを繰るのが「面倒」と感じたことのある人は多いに違いない。この「マニュアル」や、金融取引に必須の「約款」など、緊急に知りたいことがあるが、すべてを読んでいる時間がないという人にとって、必要事項を網羅したパッケージ・メディアが手元にあつたら心強いに違いない。お客様に一切、検索の手間をかけたくないということなら、商品やサービスの営業担当者がお客様を訪問する際にCD-ROMを持参して、プロモーション・ツールとして利用する方法がある。またCD-ROMは、社内資料のファイルとしても利用価値が高いだろう。

ある音楽ソフト提供会社では、契約歌手の歌、顔写真、プロフィールなどを収録した、いわば「歌手のカタログ」とも言うべきCD-ROMを制作。著作権が絡むために一般生活者に配布することはできないが、テレビ局などへのプロモーション・ツールとして活用しているという。

オンラインで音楽やCGなどのいわゆる「コンテンツ」を販売することはもちろん可能なのだが、決済のセキュリティとともに著作権の保護が、いまだ解決しない問題として残されている。むしろオンラインで即時に提供可能な「コンテンツ」こそ、オンラインではほんの「さわり」(サンプル)だけを提供するに止めて、購入希望者に著作権をクリアした完成品としての「かたちある」CDを別途送付するというのが現時点では最も有効な方法である。

最近ではCD-ROMを自分で編集・制作するためのCD-Rという機器が一般生活者に向けて販売されていることから、DVDなどの棲み分けを図りながら、CD-ROMがより身近なメディアとして定着していくという見方もできる。

レコードが音楽CDにとって替わってから、およそ10年。CD-ROMドライブ付きのパソコンがオフィスに家庭に次々と設置されている現在、マーケティング・メディアとしてのCD-ROMの寿命は尽きたと結論するのはまだ早い。パソコン・ユーザーの拡大によって、ようやく「使える」メディアに成長したCD-ROMをどう活用していくかは、むしろ今後の課題と言っていいだろう。