



総合エンタテインメントチャンネル MTVジャパン 視聴可能世帯数 650 万を突破

MTVジャパン株式会社は、当社が運営する総合エンタテインメントチャンネル“MTV”の視聴可能世帯数が、2007年1月末現在で650万世帯を突破し、6,547,300世帯に到達したことを発表いたしました。

視聴可能世帯数の順調な増加を支えた要因には、斬新なアイデアに溢れるイベントの開催や、音楽を中心に、多様化する日本の若者のエンタテインメントカルチャーを捉えたコンテンツ提供が挙げられます。

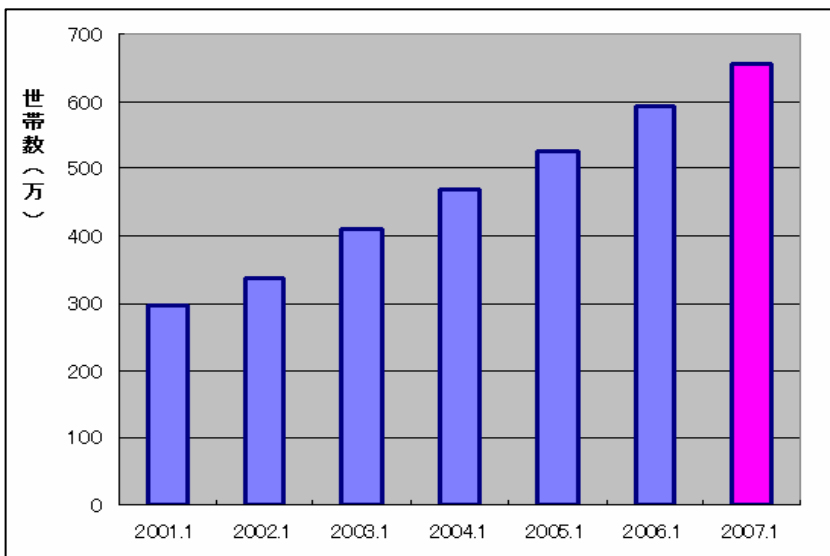
2006年5月に開催5回目を迎えた、日本最大級の音楽授賞式「MTV VIDEO MUSIC AWARDS JAPAN」の成功や、10月にハロウィーンを演出コンセプトにおいた「MTV Mergic Jam」ライブイベントの実施、開局以来初となった、10代の一般学生達が舞台演出からステージ出演にまで関わる本格的な授賞式「MTV STUDENT VOICE AWARDS」など、イベント開催は、MTVへの興味喚起と視聴促進に大きく貢献しました。

さらに、人気アーティストが最新ファッションアイテムを紹介するMTVのウェブコンテンツ「MTV Fashionista」や、MTV視聴者の投票により選定された最新映画の人気予告篇がMTVのウェブとモバイルサイトで視聴できる動画配信サービス「MTV トレーラーパーク」の開始など、音楽以外のエンタメコンテンツ展開もMTVへの認知向上に繋がりました。

また、若者との接点を最大限に活用したリーチ拡大においては、2006年8月に、MTVネットワークスの子供向けエンタテインメントブランドであるニコロデオン(Nickelodeon)と、デジタルメディアブランドの「FLUX®」(フラックス)の2ブランドとの事業統合合意により、各ブランドの資産およびプラットフォームを最適に活用していく体制が整ったことは、MTVの今後の成長における重要なステップとなりました。同年11月からは、MTVの放送に加え「FLUX®」(フラックス)の携帯サイト、PC向けブロードバンドにおいて世界的に活躍する国内外のアーティストの日常に迫る番組配信を開始するなど、相互のプラットフォームを活かしたコンテンツ連動を推進しております。

今年1月1日に開局7年目を迎えたMTVジャパンは、日本の若者に多大な影響力を持つメディア・ブランドの確立に向けて、世界162カ国に渡る海外ネットワークの強みを活かし、ターゲットである若者の視聴意向を捉えたコンテンツ開発・提供に尽力して参ります。

(右図参照:MTVジャパン開局以来の視聴可能世帯数 推移)



● このリリースに関する報道関係の方からのお問い合わせ先:
MTVジャパン(株) TEL:03-5114-1118 (広報部直通・月～金) 神本/内田
E-MAIL: pr@mtvjstaff.com