

## Y世代をターゲットに Myspace が全面リニューアル！

～今後はミュージシャンに加え、最新カルチャー情報を発見できるユーザーのプロモーションにも注力～

音楽・エンタメ系ソーシャルメディア「Myspace」を運営するmyspace株式会社（東京都渋谷区、代表取締役社長 大薗 淳司、以下 myspace）は、この度世界的なリニューアルに伴い、ウェブサイト「Myspace（<http://jp.myspace.com>）」のβ サイトと新機能を公開いたしました。また、この公開に合わせて新しいブランドロゴを使用し、テキスト表記も「MySpace」から「Myspace」に変更します。



新しい Myspace は、“ジェネレーション Y”と呼ばれる 1975 年～1989 年生まれの世代をターゲットにしています。日本におけるこの年代は、携帯電話やインターネットの普及、ゲーム機の進化と共に成長してきました。そして、この世代は、これからの 10 年間であらゆる分野において明確に牽引していくでしょう。Myspace は、彼らが魅力的と感じるリッチコンテンツや新機能を提供し、それをキッカケに生まれるコミュニケーションを応援し、最新のリアル・カルチャー・トレンドが発信されるソーシャル・エンターテインメント・サイトとして、日本でのポジションを確立していきます。

さらに、これまではミュージシャンをはじめとする“表現者”に焦点を当ててきましたが、今後はその表現者たちが生んだコンテンツの中から、新たなカルチャー・トレンドを発見できるユーザー、誰も知らなかったクールな事に気付けるユーザー、すなわち“キュレーター”にも焦点を当て、積極的にプロモーションしていきます。そのため、今回のリニューアルでは、自分の求めるコンテンツをより簡単に見つけることができ、同じことで楽しめる人々が世界中でどんどん繋がれるよう、各種機能で大幅な見直しを行っています。今回のリニューアルについて、Myspace CEO のマイク・ジョーンズは次のようにコメントしました。

### ■機能面での主な変更点

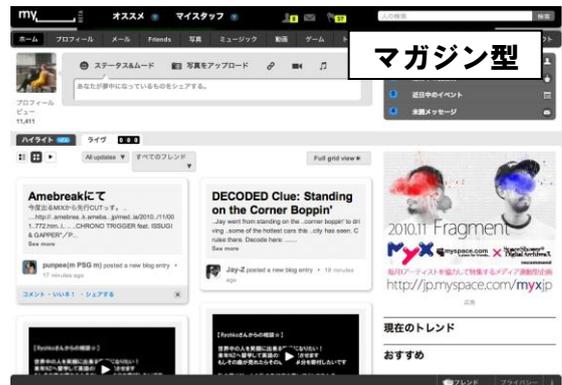
- ・インターフェースを見やすく、楽しく一新
- ・独自レコメンド・エンジンを新開発
- ・検索機能と周辺機能の強化
- ・Myspace プロフィールをヴァージョンアップ

「これは我々にとって、エキサイティングなターニング・ポイントの始まりと言えるでしょう。新しい戦略は、Myspace ならではの強み——ソーシャルへの深い理解、充実したリッチコンテンツ、そしてユーザーが発するリアルタイムのカルチャー・トレンドを展開する能力——を活かすこと。Myspace のユーザーは、自らの興味を表現し、好みや知識を共有し、アップカミングなサブカルチャーを発掘しています。我々のユニークさは、そういった人たちがそれぞれに持っている情熱でサイトが成り立っていることにあるのです。今回のリニューアルは、始まりにすぎません。我々はコンテンツ面でも、システム面でもこれからさらに成長し続けるでしょう」

# 新機能紹介

## ■ インターフェースを見やすく、楽しく、使いやすく改善

Myspace の新しいユーザー・インターフェースは、自分が興味を持っているコンテンツに対して、世界中のユーザーがどのような反応をしているのかを、ひと目で楽しく閲覧できるようになっています。具体的には、ログイン後のホーム画面に3種類の表示方式(リスト型/マガジン型/プレイヤー型)を採用。リスト型は、Twitter や Facebook などでもおなじみの他のユーザーによって共有された情報が縦にテキスト形式で流れていくもの。マガジン型は、共有された情報が雑誌感覚に次々とレイアウトされた形で表示されるもの。そして、プレイヤー型では、ユーザーのフレンドがアップした動画コンテンツやオススメした動画コンテンツが自動的に次々と再生されます。

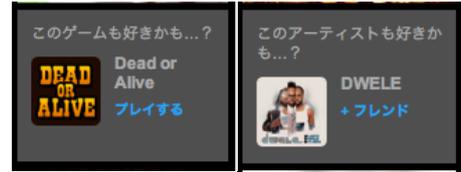


さらに、Myspace 内のすべてのページで表示されるヘッダー部には、精度の高いレコメンドが常にチェックできる「オススメ」タブと自分に届いたメールの確認やアップロードしたコンテンツなどがひと目で確認できる「マイスタッフ」タブを常設。また、Myspace 内での活動(リンクの共有や投稿、フレンド数など)に応じて付与される“Myspace の称号”機能とも言える「バッジ」など、コンテンツを提供する“表現者”とそれを自分の感性に応じて見つける“キュレーター”の関係性がより円滑になるようになっています。



## ■ユーザーの行動を細部まで学習するレコメンド・エンジン

ユーザーがより自分の趣味／趣向にあったコンテンツを簡単に見つけられるように、レコメンド・エンジンを新開発しました。このエンジンには、「ユーザーのログイン後の行動(「閲覧や視聴したコンテンツの種類は何だったのか?」、「そのコンテンツ発見のきっかけとなったユーザーは誰だったのか?」、「どこで発見したのか?」)を学習するアルゴリズムがプログラムされており、驚くほどの精度でオスメを表示することができます。ユーザーが好きなコンテンツを閲覧したり、自分と同じような趣味のユーザーとフレンドになったりすると、さらに高い精度で満足度の高いコンテンツを表示してくれます。



## ■より軽く、使い易くなった Myspace プロフィール

今回のリニューアルに先駆けて、Myspace プロフィールも新しくなっています。これまでの Myspace プロフィールでは、カスタマイズの自由度が高すぎるためにページデザインは難解になり、ページ速度も遅くなってしまいがちでした。この度リリースされた最新版では、各ユーザーで共通のフォーマットを提供することで、カスタマイズは格段に簡単になり、ページもよりスピーディーに表示できるようになりました。さらにアーティスト用の Myspace プロフィールは、最大で 25 曲まで楽曲を表示できるようになっています。



## ■検索と周辺機能を強化 & 携帯対応について

ユーザーが自分の興味あるアーティストやコンテンツをより見つけやすくするために検索と周辺機能を強化しました。新検索エンジンを採用したことで、より高い精度で Myspace 内の楽曲検索、動画検索、画像検索などが行えます。さらに、これまでの検索機能では、コンテンツのリンクを表示するのみでしたが、新しくなった検索機能では検索結果の画面から直接楽曲の試聴や動画の閲覧が可能となり、よりダイレクトに目的のコンテンツを見つけていることが可能になりました。

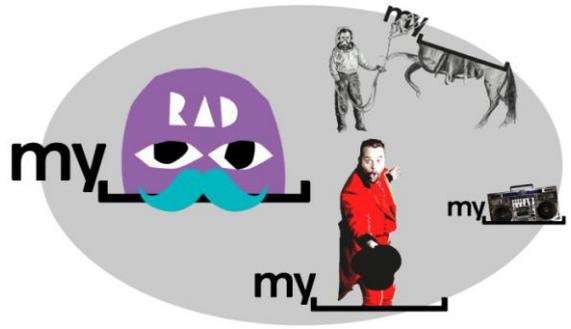


再生ボタンを押すと、新しい検索画面で楽曲の試聴を直接行うことが可能。

また、携帯対応については、現在日本国内からも日本語翻訳版をご利用いただいている US 版 Myspace モバイルも近日リニューアル予定です。年内には、iPhone & アンドロイド用新アプリのリリースも予定しています。

## ■ユーザーそれぞれの「表現」をイメージした新しいブランドロゴ

今回のサイト・リニューアルと同時に、日本でも新デザインのブランドロゴも公開されました。新しいブランドでは、“space”の部分を表示せず My\_\_\_\_\_と表記します。この部分は“ユーザーそれぞれが自分を表現できる場所”というイメージを具現化させたもので、右の写真のようにユーザーそれぞれがブランドロゴを自由にカスタマイズすることができます。



【Myspace とは】 <http://jp.myspace.com/>

「Myspace」は、2004年1月にUSでスタートした音楽・エンタメ系ソーシャルメディアです。

現在、登録ユーザー数2億人以上で、日本を含む、27以上の国と地域、15以上の言語でサービスを展開。全世界で数百万組を超えるアーティストや多くのクリエイターが、『プロフィールページ』を軸として積極的にプロモーション活動やファンとの交流を行っています。

日本では2006年11月に「MyspaceJapan」をスタート。同年12月にアーティスト登録の受付を開始して以来、国内最大規模となる13万組以上のアーティストが『プロフィールページ』を開設。メジャーなアーティストだけでなく、Myspaceをきっかけに有名になったアーティストも多数参加しています。また、ユーザーが楽しめるコンテンツの開発・提供や、日本の音楽を世界市場へ送り出す「SYNC MUSIC JAPAN」プロジェクトにも積極的に取り組んでいます。