

山陰ケーブルビジョン(株)

見た目の面白さとコンテンツ強化



島根・松江市をエリアに事業を展開し、地元では「マーブル」の愛称で親しまれている山陰ケーブルビジョン(株)(島根・松江市、進藤正英社長)。同社では2008年3月より開始したデータ放送を、13年3月にリニューアルした。その狙いはどこにあるのだろうか。

進藤正英氏 代表取締役社長(右)
山田勝美氏 番組編成課 課長

アイコンが回転表示されるデザイン

山陰ケーブルビジョンでは2013年3月にデータ放送をリニューアル。デザインおよびコンテンツを一新し、好評となっている。リニューアルの大きな特徴は、デザインの一新とコンテンツ強化だ。

リニューアル後のデザインはL字画面の左にコンテンツアイコンが並び、これが回転するように次々と表示される。L字下部には天気情報や翌日のごみ収集情報など、生活に密着した情報が並ぶ。「メニューをアイコン化することで見た目も面白くて見やすく、またモバイルに馴染んだ若い人たちにも受け入れられやすくなる。地上波にはないデザインなので、差別化もできる」と進藤社長はデザイン変更の狙いを語る。本線映像の見やすさを追求した結果、アイコンは映像にオーバーレイ表示させず、L字表示を採用することとなった。データ放送はコミュニティチャンネル「マーブル11ch」を選択すると自動的に立ち上がるため、視聴者も使いやすい。

コミチャンへの接触も向上

コンテンツは天気や交通情報、電車の時刻表、イベント情報など、一気に11コンテンツも追加。しかしほとんどが自動更新となり、更新のためのマンパワーはむしろ省力化されている。

新規追加コンテンツで人気なもの1つがごみカレンダー。自分の住むエリアを設定しておく、ごみ収集情報がデータ放送画面右下に表示されるようになる。朝に行われるごみ収集後には翌日のごみ収集情報に表示が切り替わるため、使い勝手が良いと評判だ。

また松江市内の3つのスーパーマーケットの特売情報も毎日更新でデータ放送に掲載。いちいちチラシをチェックせずともテレビ画面ですぐに特売情報をチェックできるとあって、主婦を中心に人気を集めている。

デザインやコンテンツの強化により、データ放送の利用者やコミチャンへの接触は増加した。「リニューアル後に視聴者アンケートをとったところ、約半数がデータ放送を認知しており、データ放送利用者は30%増加し、コミチャンへの接触向上にもつながった。一方でリニューアルに対するクレームは一切なく、松江市からはごみ収集などに対する問い合わせが減ったとい



アイコンが回転表示し、ごみ収集・天気情報がポップアップ



スーパーの特売情報も提供

う話を聞いている」(山田氏)。

今後の強化ポイントについては「定点カメラによる道路情報を提供したい」(山田氏)という。松江市は市の中央を南北に分ける形で大橋川という川が流れている。このため市内を南北に移動する際には、大橋川に架かるいくつかの橋を通る必要があり、この橋が渋滞ポイントとなっている。そこで定点カメラで渋滞が起こりやすい地点の映像を提供し、渋滞状況を伝えていく。その他福祉情報やバス運行情報、PM2.5情報、釣り情報など住民のニーズが高い情報をまとめ、「住民の方々が今のデータ放送を使い慣れた頃を見計らって、新たなコンテンツを投入する」(進藤氏)考えだ。