

宮崎ケーブルテレビ(株)

発信媒体をどれだけ増やせるか



宮崎市・西都市など2市2町をサービスエリアとする宮崎ケーブルテレビ(株) (宮崎・宮崎市、井上敬雄社長、以下MCN)は、発信メディアの強化・拡大を進めている。その一環として、全国のケーブルテレビ局として初となる地域密着型エリアマーケティング「まいぷれ宮崎」を今年1月から開始した。

池田寛和氏 制作局 局長

最新のお役立ち情報を

MCNが(株)メディアキャストのデータ放送システム「DataCaster M3」を採用し、データ放送を開始したのは12年5月。自社サービスやキャンペーン&イベント情報、自社取材によるグルメ情報、自治体情報(宮崎市・西都市・国富町・綾町)、休日当番医、映画情報、防災情報などを提供している。池田局長は、「最新の地域のお役立ち情報を発信していくことに力を注いでいます。データ放送の情報が日々更新されることで、視聴者のコミチャンへの接触度も高まります」と、データ放送の狙いと効果を説明する。

細やかな情報更新の狙いには、もう一つの目的がある。それは災害時における情報発信への認知だ。日々更新し、視聴者のコミチャンへの接触を上げることで、データ放送に防災情報があることを自然と認識してもらえるようになる。「MCNは自治体と災害協定を締結しています。日頃から慣れ親しんでもらえれば、災害時にもケーブルテレビで必要な情報がすぐ引き出せるようになります」と語る。ケーブルテレビとしての使命がデータ放送にはある。

新たな収益モデルにも

MCNは今年1月、地元のフリーペーパーの老舗、(株)パームス企画、(株)フューチャーリンクネットワーク(FLN)とコラボし、ケーブル局初となる地域密着型エリアマーケティング「ま

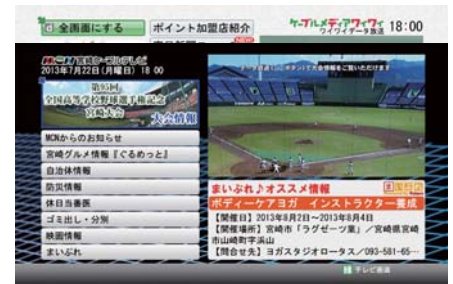
いぷれ宮崎」を開始した。

「まいぷれ」とは、FLNが03年から開始した地域密着型情報サイト。FLNが地元の千葉県船橋市の地域情報サイトの開発・運営で得たシステムや運用ノウハウ、ビジネスモデルを全国各地の企業や団体にフランチャイズ形式で提供。現在全国156エリアでサイトが展開されている。その情報を「DataCaster M3」の自動更新によってデータ放送でも提供している。

「競合他社との差別化において、地域貢献度の向上が何よりも大切。また、MCNファンの拡大のためにも日頃からコミチャンやデータ放送を視聴して頂く習慣をつけたい思いが強くなりました。そこでコストメリットも期待できる「まいぷれ宮崎」を開始しました」(池田氏)。

「まいぷれ」の特長は地域情報の充実はもちろん、データ放送が新たな収益モデルにもつながる点だ。パームス企画発行のフリーペーパー月刊『パームス』は発行部数14万部を超える人気媒体。その人気媒体と10万を超える世帯で視聴可能なデータ放送のコラボは大きなメリットになる。「まいぷれ宮崎を自社制作の生放送番組『てげテレ』で紹介し、認知度向上に努め、少しずつ浸透しはじめました」と池田局長は言う。

また、MCNは現在、全国高校野球選手権宮崎大会の模様をデータ放送で提供。MCNと(株)ケーブルメディアワイワイ、BTVケーブルテレビ(株)の3社は地元民放(宮崎放送)の協力を得て、宮崎市内のサンマリスタジアム宮崎で行われる予選の模様を共同制作・生中継している。MCNとワイワイでは、その試合の状況をリアルタイムでデータ放送でも提供。中



データ放送トップ画面



「まいぷれ宮崎」の画面



高校野球の画面

継されていないもう一つの会場(アイビススタジアム)の試合の状況も提供している(詳細はケーブルメディアワイワイを参照)。

「これから大切なのが発信メディアをどれだけ増やせるか。地域で選ばれる会社を目指し、より多くの情報を発信し、地域とともに番組を作り続けていきます」と池田局長は言う。その言葉を裏付けるように、MCNでは『てげテレ』内でのTwitter連携や公式Facebookページの活用いち早く着手。また、『てげテレ』を中心としたアーカイブ作品をYouTube公式チャンネルへ掲載し、発信力の強化に努めている。そして、今後はデータ放送を活用した地域番組の高度サービスも研究していると言う。