

地域情報を提供するデータ放送 地域との密着度を高めるもの



ケーブルデータ放送が開始され始めてから約4年が経過した。開始当初はその利点は理解されながらもデータ放送システムは高価で、規格も難解ということから敬遠されがちであった。しかし、急速なシステムの低価格化と操作性の飛躍的な向上により多くのケーブルテレビ局がデータ放送サービスを開始してきており、今では必須サービスのひとつになった。今後さらにデータ放送を使ったケーブルテレビの地域貢献が加速されていくと思われる。そこで、ケーブルデータ放送の潮流と今後の可能性について、ケーブルデータ放送のリーディングカンパニーである(株)メディアキャスト(東京・渋谷区)代表取締役の杉本孝浩氏に伺った。

各地で活用され始めた データ放送

6月24日(木)～26日(土)に池袋サンシャインシティで開催された「ケーブルテレビショー2010」では多くのベンダーからデータ放送事例が紹介されていた。推定ではあるが現段階で独立系ケーブル局では約50～60局、大手MSOを含めると約100局近くのケーブル局がすでにデータ放送を開始しているとみられる。

これはシステムが安価になってきたことに加え、ケーブルテレビの特長を最大限に活かせるメディアツールであることが認知されてきたこと、そして昨年度の総務省によるICT関連の交付金が効果的に活用されたことから、山間部の公設公営系ケーブル局はもちろん、都市部の民間系ケーブル局でもデータ放送が開始されてきている。またその背景には今まで気象チャンネルや行政チャンネルなど多くのチャンネルを有してきたケーブル局が、デジタル化に伴いネットワークIDが1つしか付与されない状況から、それらの情報をコミチャン内のデータ放送に集約し視聴者へ配信する手段として

活用されていることも挙げられる。複数のネットワークIDが付与されればさらなるデータ放送の使い方が考えられるが、現段階においてデータ放送はケーブルテレビのデジタル化には必須サービスとなってきたことは間違いないだろう。

コンテンツ面においてもNHKや民放を追いかけるのではなく、地域に密着した情報に徹し、ケーブルテレビならではの特長が活かされている。ケーブルテレビショー会場での立ち話ではあるが、「なぜ我々の地域だけテレビでごみカレンダーが見られないのか?」と視聴者から質問されるケースがあって急ぎでデータ放送開始を決断したケーブル局もあり、今後さらにケーブルデータ放送は普及していくものと思われる。

地域の特長を活かした コンテンツ群

前述で述べたとおり、ケーブルデータ放送のコンテンツはNHKや民放との差別化を図るために徹底的に地域に密着した情報に特化している。このことは、BSや地上波が広域な範囲を対象としているのに対し

て、ケーブルはあくまで地域という狭域な範囲を対象としており、差別化というよりは自然な流れであろう。そのコンテンツは「暮らしの情報」「行政情報」「防災/防犯」「健康/福祉」「回覧板」「気象/交通」などが主流だが、さらに地域性やケーブル局の母体によってもさまざまである。

「ケーブルテレビショー2010」でのメディアキャストのブースでは多くの事例が紹介されていたが、上段に民間系ケーブル局、下段に公設公営系ケーブルの事例が紹介されており、トップ画面の表現方法の特長が歴然である。



ケーブルテレビ2010に出展したメディアキャスト

下段の公設公営系ケーブルの場合はコミチャンにチャンネルを合わせるとデータ放送トップが表示され、高齢者にも使いやすいように文字やボタンも大きく、「暮らしの情報」「行政情報」「防災/防犯」「健康/福

社」などを中心としたコンテンツが主流であるのに対し、上段の民間系ケーブルの場合は広告主などへの配慮もありコミchan映像を前面に押し出し、映像を見なくても気にならない程度にさりげなく超L字風にデータ放送を表示させ、いつでもデータ放送に遷移できるような工夫が施されている。

地域の特長を活かしたコンテンツとしては、民間系で人口密度の高い都市圏を中心とした配信エリアである東京ケーブルネットワーク(株)では通勤通学の際の視聴者の交通情報(鉄道/渋滞)への関心に応えているほか、都内お出かけ情報や上野動物園便りなども特長的な事例と言える。一方、島根県出雲市のひらたCATV(株)では沿岸地域特有の海上予報/警報の配信や、映画『RAILWAYS』で話題となった一畑電車の時刻表を掲載するなど地域色が活かされている。香川県坂出市の香川テレビ放送網(株)では香川県警が配信する「安全・安心ヨイメール」を自動的に取得し、犯罪情報や防犯対策情報をデータ放送画面にタイムリーに表示し、地域内の連絡網として使われているようだ。

公設公営系では、青森県田子町ではにんにくをはじめとする農産/畜産関連の市況情報や営農情報への住民の関心に応じて、高原野菜の産地である長野県南佐久郡南牧村では農業気象や山間部という地理的な観点から浸水/土砂災害情報に

重点が置かれている。同様に岐阜県郡上市では岐阜県がTVCMLフォーマットで配信している雨量や土砂災害情報を10分ごとにデータ放送へ表示し防災面で大きく寄与している。

これら事例から、地域特有なさまざまな角度から直接的にも間接的にも、ケーブル局はデータ放送により少しずつ地域に貢献し始めていることが伺える。

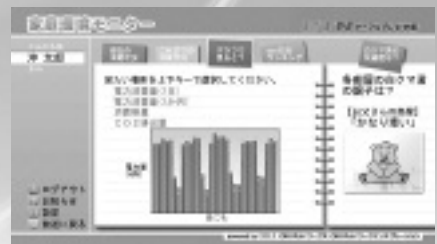
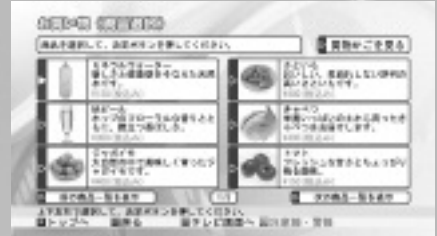
通信機能を使った展開へ

昨今、家電メーカーや通信事業者、家電量販店などでのテレビへのネット接続に関する積極的なCMやキャンペーンを目にする。PLCだけでなくすでにWiFi機能も搭載したSTBも出現しており、2011年以降はテレビへのネット接続率が急速に高まることが予想される。そのなかで「ケーブルテレビショー2010」では通信機能を使ったさまざまなデータ放送コンテンツアプリケーションが紹介されていた。まだトライアル段階ではあるが「ショッピング」「住民アンケート」「公共施設予約」「安否確認メール」「スマートメーカー」「在宅健康相談」「オススメ番組紹介」など、バックエンドでは高度なIT技術とBML技術を駆使しながら視聴者にはその技術を感じさせずにシームレスにテレビでサービスが受けられるような工夫が施されていた。

たしかにまだテレビのネット接続率は低いですが、視聴者がテレビにネット接続するのを待つとかネットへの接続率が高まってからサービスに対応するのでは遅い。まずは通信機能を使って視聴者に対して魅力のあるデータ放送コンテンツアプリケーションをいち早く提供し、そのコンテンツサービスを受けるために視聴者がテレビへのネット接続をしていくという循環をケーブルテレビ自らが形成することが重要であろう。

通信を使ったデータ放送は今まで放送と通信の両事業を営んできたケーブル局にとっては最も特長を活かせるサービスだ。通信機能を使って、地域の特色やニーズに

対応したさまざまなサービスアプリケーションが誕生することが期待される。



これから期待されるアプリケーション。ショッピング(上)とスマートメーター

データ放送で地域貢献を

多数のケーブル局で開始され始めたデータ放送だが、まだトライアル段階だといえ、視聴者のデータ放送(Dボタン)に対する認知度が低いことは否めない。今後、ケーブル局としては随時視聴者のニーズに耳を傾けて、データ放送画面への誘導方法や表現方法、そして通信機能を含めたコンテンツの充実化を図るべきだろう。そして試行錯誤を繰り返しながら、地域との密着度を高め、地域へ貢献していくメディアとして成長していく必要がある。難視聴対策から始まりブロードバンド化によって大きく発展を遂げたケーブルテレビは、2011年のフルデジタル化を目前に控え大きな選択を迫られていると言える。

「チャンスはピンチの顔をしてやってくる」という言葉がある。今までPCや携帯電話を使いこなすユーザー限定のサービスを、どこよりも早く老若男女問わず幅広い層に向けて、しかもテレビ画面上でサービスが受けられる環境を実現することこそが、ケーブルテレビの使命である地域貢献へとつながるであろう。そして、地域と共に発展していくことがケーブルテレビの最大のチャンスとも言える。



東京ケーブルネットワーク(株)のトップ画面



ひらたCATV(株)のトップ画面