

「ケーブル技術ショー2013」から見たもの データ放送の可能性からみる 今実現できるワンステップ上の高度化



既存技術を活用した最新事例の数々が展示された

次世代に向けて、ケーブルテレビの飛躍を約束する新たなソリューションが多数展示された「ケーブル技術ショー2013」。そしてスーパーハイビジョンの動向、ソーシャルテレビへの取り組みなど、最先端技術を紹介するセミナーなども多数開催された「ケーブルコンベンション2013」。両イベントを通じて、次世代への期待感が大きく膨らんだ人も多いのではないだろうか。しかし、その次世代ケーブルテレビの完成系までにはどれだけの時間が費やされるのだろうか…。ひょっとすると、今の技術革新の速さを考えると、現在提案されている技術が次世代で主流になっているかさえわからない。ならば、既存技術でワンステップ上の高度化を図るのが、得策ともいえるだろう。そこで、データ放送による新たな可能性を示した(株)メディアキャスト(東京・渋谷区、杉本孝浩社長)の展示から“今できること”を考えてみたい。

チャンネル誘導で 見たい番組を見逃さない

データ放送をけん引してきた(株)メディアキャストは、今回の展示でも多数の事例を紹介していた。

データ放送と言えば、地域情報をテキストで提供するのが主な役目。メディアキャストのブースでは、「チャンネル誘導機能」という新

たな事例が展示され、注目を集めていた。

現在、ケーブル局は複数のコミュニティチャンネルを運営。複数所有することで、情報量のアップが図れるが、情報が分散することも想定される。この「チャンネル誘導機能」はコミチャンの画面上に他のチャンネルへの誘導画像をポップアップ的に露出し、リモコン操作でそのチャンネルへすぐに移動できる仕組み。導入局であるYOUテレビ(株)からも、「観たい番組を見逃さない」と好評を得ているという。

ケーブル局はコミチャンでショッピング系チャンネルのパートタイム配信を行なっているケースも多く、即座にテレビショッピング番組へと誘導できるのも視聴者&ケーブル局にとって有益なことのように思える。一部の地上波やBS放送で実施されているものだけに、複数チャンネルを運営するケーブル局としても、必要不可欠なソ

リューションのように思えた。

今後、ケーブル局が取り組みたいのがモバイル端末への情報提供や連携サービス。そこでフックになるのがデータ放送だろう。データ放送の地域情報をスマートフォン等へ配信できれば、どこでも閲覧可能になり利便性は格段に上がる。商店街の情報等を外出時にも知ることができれば、地域の商店街の活性化にも貢献できるし、災害時でも避難場所への誘導などで効果を発揮するツールになる。ブースでは、ケーブルステーション福岡の事例が紹介されていたが、これはメディアキャストの「DataCaster M3」で実現したもの。

他メディア、視聴者、コンテンツ さまざまな連携が可能

連携という切り口でいうと、ラジオ連携ソリューションも目を引いた。ラジオはケーブルテレビ同様、地域密着のメディアで親和性



注目された「チャンネル誘導」と「スマホ連携」

が高く、ケーブル局にも有益に違いない。展示ブースでは、(株)長崎ケーブルメディアの実際の事例が紹介されていた。長崎ケーブルメディアでは、地元AMラジオ局のNBCラジオと提携し、第2コミチャン「ながさきnow」でNBCラジオを聴取できるようにした。データ放送画面でリモコンの黄色ボタンを押すと、音声は通常音声からNBCラジオに切り替わる。ブースを訪れた人々からは、「こんなこともできるんだ」との声が多く聞かれ、人気を集めた事例の一つだった。

もう一つが視聴者との連携。「DataCaster M3」では、視聴者参加型のコミチャンを実現している。

現在、FacebookやInstagramなどが人気だが、そんな感覚でデータ放送を楽しめるという。それが佐野ケーブルテレビ(株)で行われている。このサービスでは、番組ガイド誌やHP等に専用のQRコードを掲載。そのQRコードをスマートフォンや携帯電話のカメラで読み取り、専用サイトへアクセス。撮影した画像をメールサーバーに送信、その画像を佐野ケーブル側でデータ放送画面にアップし、更新・表示する。投稿される画像は、家族や子ども、友だち、自慢のペットなどで、これらにちょっとしたコメントを添えて投稿する。テレビがちょっとしたソーシャルメディアに早変わりするイメージだ。企業や店舗ならば、広告としても活用可能だ。そして、コンテンツという側面では、データ放送による高校野球中継の即時配信も注目されていた。甲子園をかけた熱戦は地域のカラーコンテンツ。これをデータ放送でスコアボードはもちろん、学校紹介などまで提供する。このほか、エリアマーケティング&収益につながるものと期待が高い「まいぶれ」のデータ放送との連携なども展示された。これらの他メディア、コンテンツ、視聴者との連携は、興味深いものだった。

ユーザーフレンドリーな インターフェイスを構築

このようにメディアキャストのブースを見ると、データ放送の拡張性の高さに目を見張る。



災害続きな日本だけに必須サービスだ

しかし、これらも使われなければ意味がない。いかに使いやすさを追求するかがカギになる。

メディアキャストのブースでは、ユーザーフレンドリーな画面構築の展示がなされていた。

展示されていた(株)ケーブルテレビ可見のデータ放送では、朝(6時~9時)、お昼(12時~13時)、夕方(17時~19時)の忙しい時間帯には、本線右上に「時刻」「天気予報」「警報・注意報」「鉄道運行情報」をオーバーレイ表示させ、データ放送に入らなくても最低限の情報を一目で得られるようにしていたほか、各種データ放送のコンテンツをアイコン化し、コミチャンにチャンネルを合わせると画面の左にオーバーレイで表示。このオーバーレイ表示はリモコンの上下ボタンでスクロールが可能で操作は簡単。一方の山陰ケーブルビジョン(株)はオーバーレイ表示ではなく、L字表示を採用。データ放送はコミュニティチャンネル「まーブル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ものとなっていた。いずれも即座に情報を得られ、データ放送へすぐに誘導できる。使い勝手の良さは格別だった。

もう一つ忘れてはならないのが、「SparkMUX」だ。これは、J-ALERT(全国瞬時警報システム)の緊急情報(地震や津波、国民保護情報)を即座に文字スーパーとして送出する装置。第一報を文字スーパーで提供するとともに、その後の関連情報を随

時データ放送で連携配信することもできる。地震や水害等が頻発している今、「なくてはならないサービス」として注目を集めていた。

時代のトレンドに対応し 既存技術を活用した高度化

Hybridcastを始めとするSmart TVやOTT、VOD、4K/8K、など、次世代サービスの動向を注視し試行することは重要なことだ。ただ、地デジ対応受信機のあまねく普及に約10年の時間を費やしたことを考えると、これらの魅力的な次世代サービスにも相当の時間を要する可能性は大きい。そして、その時代の到来時には、経験したことがない熾烈な争いが繰り広げられることも想定できる。ならば、今やることは何か?それは、来るべき将来に向けての備えと今あるものを上手く活用して即座に対応すること。

まず思いつくのが、上記のような取り組みということになる。しかもスマートフォン等のトレンドを上手に活かしながら地域における放送情報サービスの基盤を確立することは、ケーブルテレビにおける次世代サービスへのステップといえるのかもしれない。

今回の展示を終え、メディアキャストも「ケーブルによる地域データ放送は飛躍的な発展を遂げており、老若男女問わず使ってもらうための工夫やアイデア等により、すでにデータ放送は視聴者へ深く浸透してきています。データ放送を使った収益モデルによる地域活性化や、基幹放送としての義務とも言える防災や減災へも強力なメディアとしてもデータ放送は利用されてきており、今まさに最も注目されるメディアツールとして位置付けられています」と説明する。

「今後もケーブルと共に地域における情報配信を考え教えていただきつつ、そのニーズに即したデータ放送を中心としたさまざまな技術を提供します」と語り、ケーブルの地域情報メディアとしての基盤作りに貢献しくとともに、次世代サービスへの架け橋になり得るような技術開発を進めていくと抱負を語る。

未来の入り口は現在にある。

Ⓜ