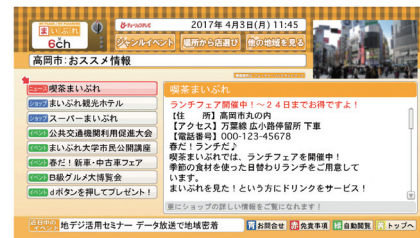




「今後の強力な武器」 データ放送を強化



データ放送版「まいぶれ×6ch」。県内各地域に展開する地域情報サイト「まいぶれ」の情報を地域別に放送。受信機に設定されている郵便番号で受信機ごとに表示が異なる

Hybridcastやネット接続による4K動画配信にも期待

メディアキャストのクラウド型「DataCaster Cloud M3」導入で

地域情報提供強化を図るローカル放送局やケーブルテレビ局における貴重な情報ツールとして、データ放送が活用される例が増え始めている。中でも「データ放送先進局」として知られる富山県のチュールリップテレビ（TUT）は昨年、（株）メディアキャストのクラウド型データ放送ソリューション「DataCaster Cloud M3」を導入。系列システム+ローカル局システムを加えたデータ放送の新たな形として、期待と注目を集めている。チュールリップテレビはクラウド型導入以前から、本線番組の視聴者層の拡大などデータ放送の成果を積み重ねてきた。さらにクラウド型導入によって、Hybridcast、4K動画配信、視聴ログの活用など、収益と共にさまざまな効果につながるデータ放送の強化を狙う。同局のデータ放送担当責任者を取材した。



笹倉弘行
（株）チュールリップテレビ
編成技術局長



橋本 歩
（株）チュールリップテレビ
編成技術局部長
（編成担当）



黒崎 亨
（株）チュールリップテレビ
編成技術局副部長
（番組宣伝、WEB、データ放送担当）



立花淳夫
（株）チュールリップテレビ
編成技術局
（番組宣伝、WEB、データ放送担当）

再浮上してきた 「データ放送の可能性」

BMLベースのデータ放送が開始されて約15年が経過しているが、現在のように定着するまでが順風満帆であったと言えないのは周知の事実だ。

「放送と通信の融合」が強く掲げられていた当時、通信サービスでは「i-mode」などのコンパクトHTMLが爆発的な広がりをみせていたこともあり、データ放送はワンセグ放送と並び、放送における新たな収入源として強く期待されていた面があった。

一方、早期に単独のビジネスモデルが描けなかったこと、そして規格や技術の難解さなどから思うように活用が進まず、専用スタッフの確保や「テレビ画面の一部を使う」仕様もあって、データ放送は徐々に敬遠されるようになっていく。特にローカル放送局では、独自設備を持たずに「キー局任せ」のデータ放送を開始した局が多く、現在でもその状況が続いているケースも多い。

潮目が変わり始めたのは、データ放送の持つ地域情報提供力に全国のケーブルテレビ事業者が注目し始めてからだ。地方自治体を含む地元団体との連携強化はもちろん、契約数向上や解約防止に向けた独自サービスであり、競争が激化する通信事業者との差別化を図る上でも欠かせないツールとして、積極的に採用されていった。

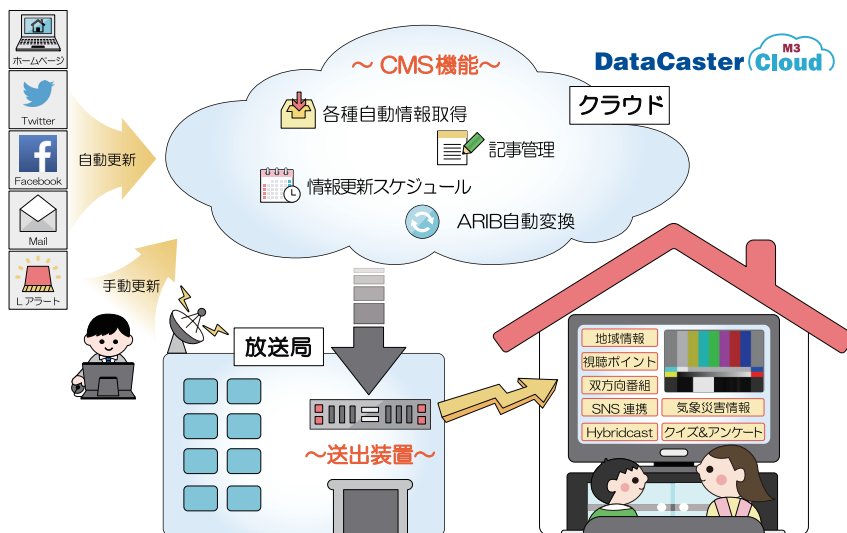
そうした動きと呼応したわけではないが、2011年の完全にデジタル化以降、民放キー局も朝の情報番組などでデータ放送を活用したクイズやゲーム、視聴ポイントなどを採用するようになり、視聴者獲得においても効果が目立ちはじめた。

さらに2013～2014年にかけてNHK、在京民放各局がHybridcastを開始したことで、その前段であるデータ放送の価値が改めて目立ちはじめた。将来のテレビへのネット回線接続を前提としたサービスがより具体化したことで、現時点でできること、放送局が持つ強みかつ重要な放送技術として再び認知が広がった、とも言える。

ローカル放送局が 考えるべきことは

NetflixやAmazonなど映像配信事業者によるサービスの活発化により、テレビの役割が単なる放送受信機に留まらなくなってきたこともまた、放送を起点とするデータ放送が不可欠な存

【図】「DataCaster Cloud M3」の概要



在となってきた要因の一つだ。

2003年当時と同様、あるいはそれ以上に「放送局による通信技術の活用」への意識が高まりを見せる中で、民放キー局はHTML5技術を駆使したWebやスマホ活用の視聴者参加型番組、ネット経由でのVODや同時配信の可能性、さらにはHybridcastを活用した4K映像配信まで模索する動きを見せており、ローカル局もまた、従来のビジネスモデルだけに頼らない新たな展開を考える時期に来ている。

多くのローカル民放各局は、今後5年以内にマスター設備更新が控えており、ファイルベース化や4Kへの対応が主な検討材料となっているが、同時にデータ放送、そしてHybridcastについても視野に入れておく必要があるだろう。

前述したとおり、前回のマスター設備更新時において「キー局任せ」の体制を敷いた局は、過去10年間、データ放送の新たなチャレンジをほとんど行うことができなかったと言っている。そして次の10年間でその対応を怠ることは、通信サービスのさらなる台頭が懸念される中、致命的なダメージにつながりかねない恐れもある。

そうした中で注目されるのが、平成新局の一つで、JNN系列内で規模の小さな局の一つであるチューリップテレビの取り組みだ。2011年の段階で独自のデータ放送を開始できる設備を整え、2013年に地域情報サイト「まいぶれ」（株）フューチャーリンクネットワーク）と提携

し収益構造を確立。2015年にはHybridcastの実証実験（総務省スマテレ・アプリ効果検証事業）を行い、2016年にクラウド型の最新型データ放送ソリューションを導入した。

まさしく「データ放送先進局」と呼べるチューリップテレビは、どのようにして「先進局」となったのか。その足跡を追いつつ、今後の展開を探ってみる。

チューリップテレビ 「データ放送先進局」の歩み

チューリップテレビがデータ放送への取り組みを検討し始めたのは2010年。完全にデジタル化のタイミングを見据え、デジタル放送ならではのサービスを模索したことに始まる。

「完全にデジタル化に合わせて、視聴者の皆様にはテレビを買い替えていただきました。ならば放送局も、デジタル放送らしいサービスを積極的に実施すべき、と会社に提案しました」（黒崎亨・（株）チューリップテレビ 編成技術局副部長）

その結果、データ放送設備を自主放送が付加できる段階に上昇させた上で、「技術者でなくてもWeb更新のような感覚で誰でも簡単に操作できる」（黒崎副部長）メディアキャストのオンプレミス型データ放送設備「DataCaster M3」を導入、2011年から自社制作番組での番組連動データ放送を開始。また、地元の行政情報提



「視聴ポイント」付与が視聴者層の拡大などの効果をもたらしている。対象番組放送中に「ポイントをとめる」ボタンを押すと、受信機のNVRAMにポイントを蓄積。貯まるとプレゼントに応募できる



Hybridcast版「まいぶれ×6ch」βバージョン。HTML5により地域情報サイト「まいぶれ」と同一イメージに。画像中心で視聴者の関心を惹きやすく、リモコンで操作できる「まいぶれ」を目指した。将来的には4K動画配信の入口とする 것도検討している

供をトライアルで実施し、高い評価を得た。

地域情報のさらなる強化を目指して2013年から開始したのが、地域情報サイト「まいぶれ」と連携したデータ放送「まいぶれ×6ch」だ。「まいぶれ」の活用自体はTOKYO MX、千葉テレビなどがすでに行っていたが、いずれも独立系U局。ネットワーク局の取り組みとしてはチュリップテレビが初めての例となる。

「まいぶれ」を採用したのは、何よりも人的リソースとコストをかけずに地域情報を提供できるサービスだったことが大きい。チュリップテレビは決して大きな放送局ではない。社員数も全体で70人程度であることに加え、デジタル放送化によって設備整備費用や各種作業が増大したことを踏まえ、「いかに人数とコストをかけず、良質なサービスを提供するか」を追求する必要があったのだ。そうした条件に照らし合わせて「まいぶれ」は最適だった。

データ放送強化がもたらした放送サービス全体への効果

「まいぶれ×6ch」自体の収益は、定額制を選択したこともあり、今のところ収益構造として大きく寄与しているというわけではない（レベニューシェアを選択することも可能だが、チュリップテレビは定額を選択）。データ放送で大きな収益を上げることを望まず、少額でも長期的に収益を上げながらチャンネル接触率も上げることを重要視しているわけである。その効果もありJNNデータバンクの数値でも全国平均より高い「データ放送接触率」を誇っており、その要因に「充実した地域情報コンテンツ」が挙げられるのは間違いのないだろう。

では、その高いデータ放送接触率が生んでいる効果とは何か。最も大きいのは「本線番組への誘導」だ。チュリップテレビでは、データ放送移行の際に時折、番組宣伝やイベント告知のページを挟み込む。いわゆるスブラッシュと呼ばれる手法だが、そもそも「利用する」目的で立ち上げているデータ放送だけに視聴者側の画面集中度は高く、告知として高い成果が見込まれる。

「データ放送での番宣、EPGの充実、ドラマにはドラマの番宣告知、ネットのスポーツ番組にローカルのスポーツ番組の告知を打つなど、「テレビ」の中での宣伝を充実できる自社メディア（オウンドメディア）中心の宣伝活動を行っています」（黒崎副部長）

もう一つ、より強い視聴誘導効果を生んでいるのが「視聴ポイント」だ。特定番組を見ながらデータ放送を立ち上げ、プレゼントに応募できるポイントを一定時間の視聴で付加するという仕組みだが、これにより、本来とは異なる視聴者層の開拓に成功しているという。

ポイントを付加する番組はその都度変化することに加え、対象番組によって付けられるポイントの量も異なる。例えば高齢者向けの番組に高いポイントを付加することで若者呼び込むこともできれば、若者向け番組に高齢者を呼び込むこともできる、というわけだ。

実際、ポイント目的で異なる視聴者層が動いたとみられるケースはたびたび確認されるようで、編成側も本腰を入れて「どの番組に何ポイントつけるか」を検討しているという。

「きっかけはポイント獲得でも、そこに接点を作ることで引き続き視聴していただけるという効果が出ています。また、家族の誰かがポイント集めをすることで、それが他の家族の興味を引くケ

ースなどにも期待しています」（橋本歩・（株）チュリップテレビ 編成技術局部長（編成担当））

チュリップテレビでは、視聴ポイントによって視聴率が上がり、広告クライアントに対する営業価値を高めることに大きく期待している。すでにプレゼント応募などの状況から手応えを掴んでおり、近い将来のさらなる発展への道筋として今後も力を入れていくという。

クラウド化によって新たなメリットが生まれた

2016年夏、チュリップテレビはデータ放送設備をこれまでのオンプレミス型から、メディアキャストのクラウド型データ放送ソリューション「DataCaster Cloud M3」に切り替えた。これはチュリップテレビが今後予定しているマスター更新を見据えたものだ。マスター更新の前に一足早くクラウド化し、最新のマスターとデータ放送設備が連携して、より強化したデータ放送サービスを提供していく。

クラウド型の「DataCaster Cloud M3」は、オンプレミス型の「DataCaster M3」の全機能を継承しているが、「DataCaster M3」を構成する送出装置、監視装置、運用装置のうち、CMS（Content Management System）機能やARIB変換機能などの運用装置が担っていた機能をクラウド上で処理する。運用機能をクラウド化するメリットとしては、放送局の固定資産を減らすことによる減価償却の効率化や省スペース・省電力などが挙げられるが、サービス面から見て大きなメリットとなるのが「情報取得先を簡単に増やせること」だ。

「データ放送に掲載する情報を取得する際、外

部との回線接続は必須。オンプレミス型では、情報連携先が増えるたびに現場に来て作業する必要がありましたが、運用設備がクラウドに置かれたことで、情報連携先の追加についてメディアキャストに要望すれば、同社が東京から作業してくれます(立花淳夫・(株)チューリップテレビ編成技術局(番組宣伝、WEB、データ放送担当))

また、例えば富山県内の行政情報を取り扱うことになれば、各自治体などの行政機関などとも連携を図る必要が生まれる。その際、従来のオンプレミス型であれば各所とVPNをつなぐ必要があったが、現在の仕組みであれば、チューリップテレビがVPNをつなぐのはメディアキャストのクラウドとの間の一本のみで済む。局内ネットワークへの外部からのアクセスが一本化されるため、ネットワークセキュリティのリスクを抑えられる。

なお、クラウド上の運用システムから送られてくる情報はチューリップテレビ側に設置した「DataCaster Cloud M3」のハードウェアでキャッシュされているため、仮にネットワークトラブルなどが発生した際も、そのキャッシュからデータ放送向け情報を送出することができる。情報更新は止まるものの、放送法上の事故に該当

する状況は避けられる仕組みだ。「DataCaster Cloud M3」はすべての機能をクラウドに上げず、送出装置と監視装置を放送局側に設置するため、このようなバックアップ機能が可能になる。

「DataCaster Cloud M3」はHybridcastをはじめとする将来サービスへの対応が容易である点も見逃せないポイントだ。チューリップテレビが2015年に実証実験を行っているのは前述のとおりだが、Hybridcastによる「まいぶれ×6ch」を考えた際、高画質の商品写真などを掲載できるようになる意義は大きい。チューリップテレビはデータ放送がHybridcastや4K動画コンテンツの配信などの次世代放送の入口になると期待している。それだけにデータ放送に取り組んでいて良かったという思いとHybridcastへの関心は高く、それを実行に移すインフラとしても運用機能のクラウド化は有利に働くことになるだろう。

将来に向けて アドバンテージをとる

JNN系列の中でも「若い」存在であり、富山県内でも最後発にあたるチューリップテレビ。「データ放送で先行することで、アドバンテージをとりたい」(笹倉弘行・(株)チューリップテレビ編成技術局長)という言葉からもわかるとおり、新規サービスに対して前向きとなる動機がある。

例えば、自治体などの行政機関がデータ放送による行政情報発信を検討する際、チューリップテレビは最もその任を受けやすい体制が整っている、と言えるだろう。自治体は災害情報については放送局を選ばず提供を目指すことになるだろうが、平時の情報提供も含めた「データ放送の見せ方・使い方」という面において、先行した分のアドバンテージが確実に存在するためだ。

そんなチューリップテレビが現在、将来のサービスとして最も注目しているのがデータ放送を活用した「視聴ログ」への対応だ。「DataCaster Cloud M3」は視聴者が本線映像を見ているときに、dボタンを押さなくても自動的にデータ放送を立ち上げ、イベントメッセージの強制発火機能によって視聴ログを取り続けることができる。

「現行の法律では、放送事業者が視聴ログをとって活用することは認められていませんが、その規制が緩和されそうな流れがあります。そう



チューリップテレビの放送センターで運用中の「DataCaster Cloud M3」。黒崎氏が示しているのは送出装置、監視装置で、CMSなどの運用機能はクラウドから提供されている

なった際、立ち遅れることなく対応していきたいと考えています」(笹倉局長)

視聴者動向を直接検知できる視聴ログの活用が認められれば、レコメンドやターゲット広告など可能になるサービスは多い。ただし、それを実行に移すためには下準備が必要で、すべての放送局が即時対応できるわけではない。

現状では、各系列で定めているデータ放送運用に関するガイドラインは、イベントメッセージの強制発火機能などローカル局による高度なデータ放送活用が想定されていないものが多い。これは策定時期が地デジ開始時期と早かったという事情もあるが、今後のローカル局のデータ活用の妨げになる可能性もある。各系列によるHybridcast運用も含めたガイドラインの見直しが期待される。



これまでの積み重ねがあるからこそ、できることが増える。そして、これからも将来に向けて積み重ねていく。チューリップテレビのデータ放送活用にはローカル放送局の、そして放送サービス全体における「在るべき姿」が示されている。



日本有数のデータ放送専門会社、メディアキャスト

データ放送システムメーカーとして先進的な存在ともいえる(株)メディアキャスト(杉本孝浩代表取締役)は2003年設立。データ放送関連システムの開発・販売・保守、データ放送用番組の制作などを行っている。従来のデータ放送だけでなく、Hybridcastや2018年開始予定のBS4Kデータ放送までの制作環境から送出、運用までを総合的に提供できる国内唯一の専門会社だ。

「DataCaster M3」などメディアキャストのデータ放送製品は、NHK、民放キー局、地方局、ケーブルテレビ局、コンテンツ制作会社などで多数採用されている。新製品のクラウド型データ放送ソリューション「DataCaster Cloud M3」は、チューリップテレビなどで運用実績がある。今後全国の放送局で相次ぐ地デジマスター設備の更新に合わせて、データ放送設備も最新の「DataCaster Cloud M3」に入れ替え、今後のデータ放送の高度化、Hybridcastや4K映像配信に対応するケースが増える見込まれる。

■お問い合わせ先

株式会社メディアキャスト

〒141-0022 東京都品川区東五反田5-25-16 HF五反田ビルディング3階
TEL: 03-5449-6701 FAX: 03-5449-6702 <http://www.mcast.co.jp/>