

今、ローカル局とケーブルテレビには 自社独自のWeb地域メディアが必要だ

鹿沼ケーブルテレビ（栃木県鹿沼市）がWebサイト上で動画配信などを提供する新しい地域メディア「ミルシカ」をスタートした。コミュニティチャンネルの動画配信などを提供するというもので、10月にトライアルを開始し、11月から本サービスを始める。既存のケーブルテレビ業界向け動画配信プラットフォームを使わず、あくまでも自社独自の新しい地域メディアとして立ち上げたことには、狙いと戦略がある。現在、ケーブルテレビやローカル局には、今後の生き残りをかけて個社のブランディングやビジネス展開が可能なネット上の地域メディア展開が必要だ。ケーブルテレビとローカル局への提言と、鹿沼ケーブルテレビの事例をレポートする。

新しいWeb地域メディアの要件

鹿沼ケーブルテレビが地域メディア ミルシカを開始した背景には、ケーブルテレビ事業者だけでなく地上波ローカル局にも共通する課題がある。若者のテレビ離れ、Netflix など OTT の利用拡大、NHK プラスや TVer など NHK とキー局のネット配信、そして地域で進む少子化と人口減少だ。

これらの課題に、ケーブルテレビとローカル局はどのように対応すればいいのか。その答えの一つが、鹿沼ケーブルテレビが開始したような独自の地域メディアを展開することだ。

もっとも、ケーブルテレビやローカル局が利用できる動画配信プラットフォームはすでにある。

まず、YouTube はコストをかけずに気軽に動画配信することができる。しかし Google の広告規定の範囲内では事業展開できず収益化が難しい。

ケーブルテレビ業界では、同業界のプラットフォームが提供する動画配信サービスもある。ハリウッド映画の VOD など豊富なコンテンツを提供できる優れたサービスだ。だが、同業界全体のブランディングには適しているが、ケーブルテレビ個社のブランディングや独自のサービス提供には限界がある。

ケーブルテレビ事業者が他のケーブルテレビ事業者に提供している動画配信サービスもあり、そこで広告収入を上げるといったビジネスも可能だが、やはり個社のブランディングを行なうメディアとしては限界がある。

地上波のローカル局も各系列の動画配信や動画投稿のプラットフォームを利用できるが、ニュースネットワークの権利が強く、各ローカル局のコンテンツをそこでビジネス展開するには制約がある。

ケーブルテレビやローカル局には、自社の今後の生き残りをかけて動画配信などで個社のブランディングやビジネスを展開できるミルシカのような地域メディアが必要だ。

新ビジネス展開の可能性

この新しい地域メディアでは、ケーブルテレビやローカル局がこれまでに築いてきた資産を活用していきたい。

両者はテレビ放送を基軸にした従来の地域メディアとしての展開を通じて、各地域で抜群の認知度と信頼度を獲得している。カメラや編集機などの放送用機材、スタジオなどの設備、撮影技術や編集技術

といった番組制作能力、これらのノウハウを持っている人材も大きな資産だ。

これらの資産を活用して、例えばケーブルテレビ事業者であれば、コミュニティチャンネルをPCやスマートフォンに配信することで、従来より若い年齢層の契約率向上や、従来の高齢者層の加入者も含めた解約抑制につなげることができる。コミチャンのライブ中継やVODをWebで広く配信することによって新規の加入につなげたり、契約者しか見られないコンテンツを配信することで契約者のステータスを上げ、解約抑制をしたりすることが可能だ。現在の契約者は高齢者層が中心だが、10年後を見据えれば次世代の契約者層である若年者層に対して今から訴求しておかなければならない。

従来のコミチャンにはなかった新しいコンテンツビジネスを展開することもできる。

地域ではさまざまなコミュニティが活動を行っている。例えばPTAや自治会、少年野球やバスケットボールなどのアマチュアスポーツ、塾、生け花などの教室、カラオケサークルなどがある。これらの地域コミュニティのメンバーや保護者のPCやスマホだけに動画などの情報を配信したいという需要は大きい。

これをネット事業者ではなく、地域住民から信頼されている地域メディアであるケーブルテレビやローカル局が、自社の設備やコンテンツ制作能力を活用して提供する。ケーブルテレビ事業者は映像制作から配信までを一貫して受注することで、新たな収益源にできる。PTAや自治会などで利用されれば、ケーブルテレビの新規契約のきっかけにすることも可能だろう。もちろん、このようなサービスを展開するためには、多チャンネル化と個人認証が必須となるが、放送では不可能な、限られたメンバーに限定してコンテンツを配信するための個人認証もネット配信では可能となる。

ケーブルテレビの従来の放送では、ネットワークIDが最大2つしかないためコミチャンの多チャンネル展開は不可能だ。ローカル局では1チャンネルの中でさらにその一部に過ぎないローカル番組の編成

の中で、自社独自のコンテンツビジネスを展開しなければならない。それに対してWebでの動画配信は、いくらでもチャンネル数を増やすことができる。

ケーブルテレビ事業者やローカル局が本気で展開するWeb上の地域メディアには、大きな可能性が広がっている。

プラットフォームに必要なこと

ただし、Webサイト上で自社独自の新しい地域メディアを実現するためには、動画配信プラットフォームが既存のプラットフォームにはない要件を備えている必要がある。

第1は、ケーブルテレビ事業者やローカル局が個社のブランディングができること。従来のケーブルテレビ業界の動画配信プラットフォームや地上波の系列プラットフォームとは異なり、個社独自の地域メディアの名称やユーザーインターフェイスでサービス提供することは、地域メディアのブランディングでは重要だ。

第2は、高機能でありながら、比較的小規模なケーブルテレビ事業者やローカル局でも少人数のスタッフで運用できるような、管理画面などの使い勝手の良さ。

そして第3は、動画配信だけでなく地域情報のポータルサイトとして多様なサービスの提供に対応できる拡張性だ。まずはユーザーにわかりやすい動画配信からスタートし、その後ユーザーからの動画投稿、契約者や会員など特定のメンバー限定で配信するための認証機能、さらに地域メディアの収益化を拡大できる多様なサービスでの決済機能なども提供できる必要がある。

鹿沼ケーブルテレビによる新しい地域メディアミルシカの開始は、これらの要件が揃ったプラットフォームの採用により可能になったと言える。ケーブルテレビ事業者やローカル局の生き残りがなかったがWebサイト上の新地域メディアがどのような成果を上げられるか、ミルシカの展開に業界の注目が集まっている。

事例レポート 鹿沼ケーブルテレビ

地域メディア「ミルシカ」をスタート 将来を見据え動画配信など新サービスを提供 システムにはメディアキャスト「POSCASt (ポスカス)」を導入

鹿沼ケーブルテレビ(栃木県鹿沼市)は11月、自社独自の新しい地域メディア「ミルシカ」をWebサイト上で開始した。コミュニティチャンネルの動画配信からスタートし、今後さまざまな地域情報提供サービスに拡大していく予定だ。すでに10月からトライアル運用を始めていた。システムには、Inter BEE 2023にも出展されるメディアキャストの「POSCASt (ポスカス)」を採用した。鹿沼ケーブルテレビ取材し、ミルシカを立ち上げた狙いと戦略、システムにPOSCAStを導入した理由をレポートする。POSCAStの機能や特長についてはメディアキャストの担当者にも聞いた。

(取材・文: 渡辺 元・本誌編集長)

ネット加入者をテレビ加入者へ 地域情報アプリの普及促進も狙い

ミルシカを開始した目的について、鹿沼ケーブルテレビ株式会社 代表取締役社長 田濤広行氏は「コミュニティチャンネルの動画配信は、私が社長になった3年前に掲げた目標です。ケーブルテレビの一番の売りはコミチャンです。スタッフは一生懸命コミチャン番組を制作しています。しかしケーブルテレビの加入者しか視聴することはできません。せっかく作ったコミチャンをテレビに加入していないインターネット加入者の方々にも見ていただきたいと思います。それによってテレビ加入につながるという効果も期待できます」と語る。

鹿沼ケーブルテレビがすでに運用している地域情報アプリのダウンロード数の増加につなげたいという狙いもある。同社の地域情報アプリはユーザーのスマホで利用できるもので、アプリ上にミルシカへのリンクを張ったアイコンを設置し、簡単な操作でミルシカを利用できるようにした。地域情報アプリでは、災害情報やごみ出しなどの生活情報を提供している。このアプリにミルシカの動画配信機能が加わる形にして、地域情報アプリの媒体価値を高め、ダウンロードにつなげる。地域情報アプリもメディアキャストが提供しているため、ミルシカとの連携も容易になっている。

「弊社は今後地域人口の減少によってユーザー数が減少していくという課題に直面しています。そのため



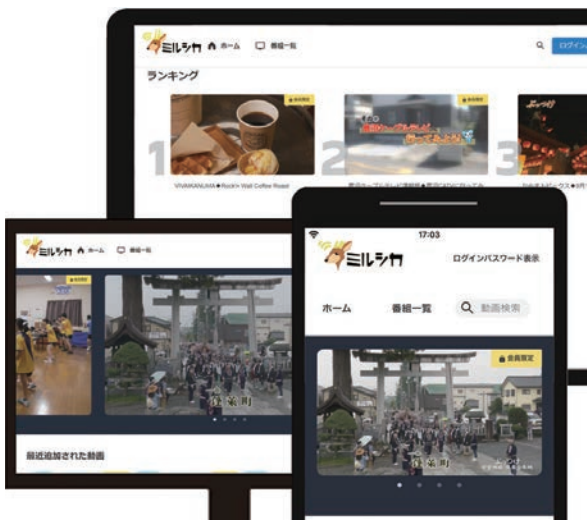
鹿沼ケーブルテレビ株式会社
代表取締役社長 田濤広行氏



鹿沼ケーブルテレビ株式会社
統括本部長 野口重彦氏

社員に対して声を大にして言っているのは、『その地域になくてはならない会社にならなくてはいけない』ということです。そうすればお客様が離れていくことはありません。そのためには地域貢献をしていくことが必要です。弊社のSDGsの目標の中でも、『持続可能な地域づくりに貢献する』という目標を掲げています。弊社は地域の情報メディアとして地域に貢献していきます。災害情報などの地域情報をコミチャンで放送するだけでなく、地域情報アプリでスマホにも情報発信します。地域情報アプリの普及促進にも取り組んでいます。鹿沼市の3万6,000世帯が『1軒につき1ダウンロード』をしていただくことを目標にしています」(鹿沼ケーブルテレビ 田濤社長)。

地域情報アプリとミルシカの連携は、この目標の実現に向けた取り組みでもある。同様の地域情報アプリを運用している地域は多いが、多くの地域ではアプリのダウンロード数を伸ばすのが困難であるこ



鹿沼ケーブルテレビの地域メディア「ミルシカ」のTOP画面。同社独自サービスとしてデザインされている

とが課題になっている。「地域情報アプリのダウンロードを増やすために、ミルシカとの連携は期待できます」(鹿沼ケーブルテレビ 田濤社長)。

ミルシカでは、学校の運動会や高齢者のカラオケ大会など、地域のイベントを取材した番組も多く配信していく予定だ。これらのイベントの参加者は番組を見たいが、これまではテレビでしか見るができなかった。今後は地域情報アプリからミルシカに遷移すれば、スマホでも視聴できる。「地域情報アプリでは、災害情報や防犯情報、生活情報、ライブカメラ映像、行政情報など、市民生活の情報源として提供を行なっています。近年自然災害が増えていることもあり、多くの方々に地域情報アプリをダウンロードして活用していただきたいと思います」(鹿沼ケーブルテレビ株式会社 統括本部長 野口重彦氏)。災害時に情報源として使いこなしてもらうためにも、平時からさまざまな地域情報を提供しているこの地域情報アプリを利用し、使い慣れてもらうことは大事だ。

コミチャンのライブ配信や新サービス展開にも活用

鹿沼ケーブルテレビから情報を提供するだけでなく、市民から動画投稿によって情報を寄せてもらう取り組みも同社は開始する予定で、そのためにも動画投稿機能を持ったミルシカは適している。「ミルシカはまずはコミチャンの

動画配信からスタートしますが、次のフェーズとしては逆にユーザーさんからの動画投稿を始めたいと思っています。災害時には弊社が取材するだけでなく、ユーザーの方から自宅付近の河川の状態や道路の冠水状況などの災害情報を集めて提供することができます。平時には、ペットの動画や面白動画などを投稿していただき、コミチャンに活用します」(鹿沼ケーブルテレビ 野口統括本部長)。

さらに、コミチャンのライブ配信や動画配信をする番組の制作受注など、新しいサービスにもミルシカを活用していく考えだ。

鹿沼ケーブルテレビはコミチャン制作に力を入れており、学童野球やお祭り、地域のイベントなどを取材した特番を毎月1番組は制作・放送する取り組みを10年近く継続している。ミルシカでは、この特番をテレビに加入していないインターネット加入者にもライブ配信することなどを計画している。「特番などコミチャン番組をミルシカに定期的にアップしていきます。従来のコミチャンでもライブ放送はよく視聴されます。今後はミルシカでもライブ配信を行ないます」(鹿沼ケーブルテレビ 野口統括本部長)。

10月8日にはトライアルとして鹿沼秋まつりの長時間のライブ配信を実施した。この祭りは鹿沼の今宮神社の例大祭で、ユネスコ無形文化遺産に登録されている伝統行事だ。26台の屋台が街を曳かれていく。屋台は江戸時代後期の作品から昭和に作られたものまでさまざまだが、鹿沼だけでなく全国の宮大工が彫刻を施したもので、祭りは多様な宮大工の技術を見ることが出来る貴重な機会にもなっている。夕方、たくさんの提灯を灯した26台の屋台が鹿沼中心部の交差点に集まりお囃子の競演を一斉に行ない、大勢の観客と



今年10月、5年ぶりに開催された鹿沼秋まつりは大勢の観客で盛り上がった。ミルシカでは長時間のライブ中継を配信した

今、ローカル局とケーブルテレビには 自社独自のWeb地域メディアが必要だ

もに興奮に包まれる「ぶっつけ」で祭りはフィナーレを迎える。実行委員会の発表では、例年2日間で30万～40万人の観客が訪れるという。鹿沼は日光にも近く、祭りには外国人観光客も多い。今年はコロナ禍による中止を経て5年ぶりに開催された。

鹿沼ケーブルテレビでは、毎年鹿沼秋まつりのライブ中継を1日約7時間にわたりコミチャンで放送し、人気番組になっている。今年はコミチャンと同じ内容をミルシカでもライブ配信で試験的に提供した。「ミルシカでのライブ配信は、将来的にビジネスにしていきたいと考えています」（鹿沼ケーブルテレビ 田濤社長）。

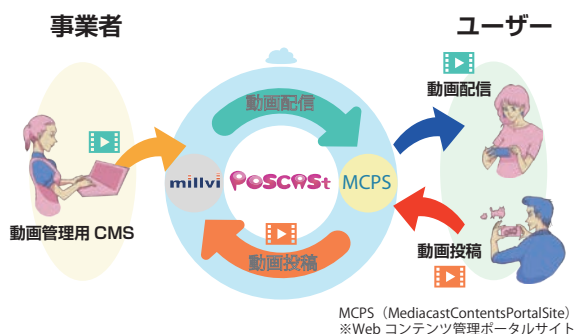
ライブ配信だけでなく、自社のスタッフや機材、スタジオなどの設備を活用し「お客様から番組の制作を弊社が請けて、それをミルシカで配信するといったビジネス展開にも期待しています」（鹿沼ケーブルテレビ 野口統括本部長）。

地域メディアのブランディングに適した メディアキャストの「POSCAST（ポスカス）」

以上のような動画配信や地域情報ビジネスの目標をミルシカで実現していく上で、鹿沼ケーブルテレビが導入した POSCAST の動画配信・投稿機能の果たす役割は大きい。

POSCAST の動画投稿・配信機能は、地上波民放でも多くの実績を持ち国内 700 社以上の導入実績のある株式会社エビリーが提供しているクラウド動画配信システム「millvi（ミルビィ）」をベースに開発されており、その信頼性はもちろんのこと、特に CMS（Contents

【図】メディアキャスト「POSCAST」の仕組み



Management System) の操作性の高さが特徴だ。動画配信機能では、再生機器やトラフィックに合わせて最適なフォーマットやビットレートで配信する。「事業者側がコミチャン番組を配信する場合は、EDIUS から MP4 で出力し、CMS の管理画面でその動画を選んでアップロードするだけという簡単な操作です。ユーザー側画面では、『ランキング』や『最近追加された動画』『ジャンルから動画を探す』といった機能が用意され、ユーザーが動画を選びやすくなっています」（株式会社メディアキャスト コンテンツ開発部 部長 岩西敦司氏）。

ミルシカを鹿沼ケーブルテレビが自社の地域メディアとしてブランディングし、ビジネス展開していくためには、独自のサービス名と Web サイトのデザインで提供していくことも大事だ。POSCAST はケーブルテレビやローカル局などの利用メディアが「POSCAST」というサービス名称ではなく、それぞれのメディアの独自のサービス名と Web サイトのデザインで展開できるようにしているのが特徴だ。

実際に鹿沼ケーブルテレビでは、視聴の「見る」と鹿沼の「鹿」を組み合わせ、「見るしかない」もかけた「ミルシカ」という名称で展開している。既に運用中の地域情報アプリのデザインでも、「コミチャン配信のボタンを TOP 画面に配置することができました。POSCAST は汎用的なプラットフォームとしてではなく、弊社に特化してカスタマイズしたプラットフォームとして運用できるので、ユーザーさんからわかりやすく、鹿沼ケーブルテレビの動画配信サイトだということが一目瞭然です」（鹿沼ケーブルテレビ 野口統括本部長）。カスタマイズには柔軟に対応でき、「よくあるようなデザインの画面にはならないように、画面のイメージカラーを変えるなど、サイトの雰囲気を変えることが可能です。スマホやタブレットなど各端末に最適な画面も用意してあります」（株式会社メディアキャスト コンテンツ開発部 西ヶ谷 蓮氏）。

ID・パスワード入力なしで自動認証 特定メンバーのみへの配信も可能

鹿沼ケーブルテレビが目指したミルシカによるインタ

インターネット加入者を対象にしたコミチャンの動画配信では、同社のインターネット加入者であることを自動的に判別する POSCAST の認証機能が役立っている。「弊社のインターネット加入者の方のみに配信するためには、認証機能が必要です。しかし、さまざまなプラットフォームを比較したところ、ユーザーが入力した ID とパスワードで管理するものばかりでした。ユーザーが弊社のインターネット回線に接続しているかを自動的に識別できる POSCAST は、ユーザーが ID とパスワードを入力する必要がないために認証が非常に簡単です。お客様が使いやすいプラットフォームであることが採用の大きな決め手になりました」(鹿沼ケーブルテレビ 田濤社長)。

ミルシカで地域情報アプリのダウンロード数を増やすという目的に関しては、特定のコンテンツに対応したキーワードを入力したユーザーのみがそのコンテンツを視聴できるという、POSCAST の認証機能が活用されている。地域情報アプリをケーブルテレビ加入者以外にも広くダウンロードしてもらうためには、市民の生活に役立つ多様な分野の動画を配信するのが効果的だが、一方でプライバシー保護の観点からそれぞれの動画に対して特定のメンバーだけが視聴できるような設定が必要となる。例えば PTA や学校の運動会、自治会などに関連した動画を配信する場合、生徒の保護者や自治会など限定された特定のメンバーだけが視聴できる設定にしなければならない。「POSCAST の特徴として、コンテンツごとにキーワードを設定できます。例えば小学校の運動会を撮影した動画の場合、学校からその動画に対応したキーワードを保護者に連絡すれば、ケーブルテレビ加入者以外でもそのキーワードを入力した方のみ動画を視聴できるようになります」(鹿沼ケーブルテレビ 田濤社長)。

幅広いユーザーにミルシカを利用してもらうため



株式会社メディアキャスト コンテンツ開発部
部長 岩西敦司氏



株式会社メディアキャスト コンテンツ開発部
西ヶ谷 蓮氏



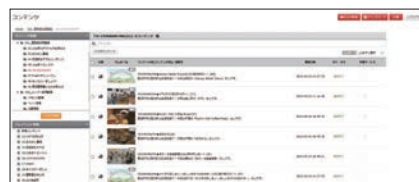
株式会社メディアキャスト 営業企画部
佐野達郎氏



インターネット加入者のユーザー画面では、ID パスワードを入力しなくても自動認証で動画が視聴できる状態になっている



小学校の運動会の動画などは、フォームにキーワードを入力すると視聴できるようになる



動画配信・投稿サービス「POSCAST (ポスカス)」のミルシカの動画投稿管理画面。投稿された動画はフォルダに分類されている

には、POSCAST の動画配信がブラウザベースになっているという特徴も効果的だ。ユーザーはスマホや PC の OS の種類に関係なく、ブラウザで動画を視聴できる。「アプリによる動画配信ではなく、ブラウザでアクセスできるのは、他のアプリ型のプラットフォームより便利です。弊社の Web サイトにリンクを張ることも簡単にできますし、他の Web サイトにミルシカへのリンクを張ってもらうことも可能で、ユーザーを広げやすいシステムです」(鹿沼ケーブルテレビ 野口統括本部長)。

簡単にライブ配信を実現 配信や広告ビジネスの展開も

ユーザー側からの動画投稿と、事業者側による動画管理がしやすいという特徴も「POSCAST 導入の一つの決め手になっています」(鹿沼ケーブルテレビ 野口統括本部長)。ユーザーから投稿された動画がそのまま POSCAST で配信される心配はない。「ユーザーが投稿した動画は、CMS の管理画面に内容別に並ぶフォルダに一旦保存され、そこから配信する動画を選んで配信の操作を行ないます」(メディアキャスト 西ヶ谷氏)。

鹿沼ケーブルテレビが注力するミルシカでのライブ配信の使いやすさや準備の容易さも、POSCAST の特徴だ。「ライブ配信用の機材は、わずらわしい準備が

今、ローカル局とケーブルテレビには 自社独自のWeb地域メディアが必要だ

不要です。弊社のセンターの調整室でライブ配信する動画の信号をプログラムアウトとして1本のSDI-HDMI変換ケーブルで出力し、株式会社Cerevoのライブ配信機器『LiveShell W』に入力するだけで、弊社のインターネット回線を使って配信できます。スタッフ1名だけでも対応可能です」(鹿沼ケーブルテレビ野口統括本部長)。CMS管理画面に事前にライブ配信の設定を登録しておき、ライブ配信の際は「『開始』『終了』を押すだけです。かなり楽な運用で配信できます。『明日の〇〇時からライブ配信があります』といったメッセージをユーザー用画面に表示して、視聴を促すこともできます」(メディアキャスト 岩西部長)。

そして最も重要なのは、POSCASTは単なる映像配信・投稿システムではないということだ。動画配信・投稿機能とともに搭載しているWebコンテンツ管理ポータルサイト「MCPS (MediacastContentsPortal Site)」のシステムが、映像配信以外にも機能拡張することを可能にしている。ケーブルテレビ事業者やローカル局に、多様な機能を持つ地域メディアとしてのポータルサイトを提供するのが、POSCASTのコンセプトなのだ。

具体的には、MCPSが搭載しているマーケティングエンジンによって、特定のメンバーに限定した配信や広告ビジネスを展開できるようになる。動画配信・投稿のマネタイズを可能にする機能を担っているエンジンだ。「決済機能も提供できます。動画コンテンツを販売するなど、将来的なビジネスでは決済機能が必要です。既存の顧客管理システムや営放システムをカスタマイズすると数百万～数千万円の費用がかかります。それに対してMCPSのマーケティングエンジンは、低コストで決済機能を導入できます」(メディアキャスト 西ヶ谷氏)。

11月に幕張メッセで開催されるInter BEE 2023で、メディアキャストはPOSCASTを紹介する。同社は昨年のInter BEEで初めてPOSCASTを紹介したが、今年は新しくバージョンアップで加わった会員管理機能や決済機能など新しい機能も見せる。来場者が実際に画面を操作してみることもできるようにする。「POSCAST

は単なる動画配信・投稿のシステムではなく、コミュニティのさまざまな情報を提供できるシステムです。ケーブルテレビ事業者やローカル局の皆様には、POSCASTでコミチャンのVODにとどまらない、新たな地域メディアを立ち上げていただけたらと思います」(株式会社メディアキャスト 営業企画部 佐野達郎氏)。

インターネットサービスも差別化 若年層の加入者開拓にも期待

ミルシカのサービス開始は、鹿沼ケーブルテレビのインターネットサービスの差別化にも効果を上げそうだ。鹿沼市の全3万6,000世帯のうち、同社は1万3,000世帯のインターネット加入世帯を獲得している。エリア内の総世帯数に占めるインターネット加入者の割合は高いが、競合する通信事業者との差別化が課題になっている。「これまでケーブルテレビのインターネットは地域密着のサポートを売りにして差別化してきましたが、現在はそれだけではお客様に契約していただけません。それが、弊社のインターネットに加入していればコミチャンの動画配信を視聴できるということで差別化できるようになりました。他社のインターネットよりも有利なポイントが一つ増えたわけです」(鹿沼ケーブルテレビ 田濤社長)。

さらに、ミルシカは鹿沼ケーブルテレビの将来にとっても大きな役割を果たしそうだ。同社は加入者の解約率が比較的安く、長期間にわたって契約を継続する加入者が多い。しかし、加入者の中で高齢者の割合が高いことは、他のケーブルテレビ事業者と同様だ。今後を見据えて、若い世代の加入者を増やしていくことが必須の課題になっている。「若い世代の方たちにも受け入れられていくようなコミチャンの運用、施策を考えていかなければなりません。テレビ放送だけに固執してはいけません。Web配信にも注力していかなければ、加入者は離れていってしまいます。テレビ放送と動画配信を両輪で回していきたいと思います。ケーブルテレビを利用すればどのようなメリットがあるのか、ということをお客様にわかりやすく伝えられるようにしていきたいと考えています」(鹿沼ケーブルテレビ 野口統括本部長)。