

地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討について
報 告 書(第1版)

平成22年3月

地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討会

はじめに

地域社会は、ブロードバンド整備やICTの進展を背景に、その利活用を図ることで、地域活性化や人づくりをはじめとした地域力を高めることができる時代を迎えようとしている。

また、昨年12月22日に総務省から発表された「原口ビジョン」の「緑の分権改革」推進プラン～地域からの成長戦略～においても、地域資源を活用できる仕組みと地域の協働により「絆」を再生するというキーワードと「地域の自給力と富を創造する力を高め、地域力を高める社会」への転換が盛り込まれている。

「地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討会」では、この地域力を高める方策として、ブロードバンド環境における地域コンテンツの継続した流通促進をテーマに、人、インフラなど地域資源の活用と協働のもと、地域活性化や人づくりに資する地域コンテンツ流通モデルの在り方について検討、検証をしてきた。

実証実験は、ブロードバンド環境を有する愛媛県松山市、徳島県徳島市、兵庫県等において実施し、地域コンテンツを生産、流通、消費の3つのフェーズに捉え、3つのフェーズを循環する地域コンテンツ流通システムの検証を行うとともに、地域住民や地域メディアの方々に参加をいただき、視聴や配信などを通して得られた感想や動機付けの有無などを収集し、地域コンテンツがもたらす効果を測定した。

報告書では、実証実験の結果を踏まえ、地域コンテンツを継続的に流通させるための仕組みづくりを提案するとともに、地域的・社会的効果を取りまとめた。

さらに、地域コンテンツを地域資源として、さまざまな分野において継続的に流通させることにより、地域活性化や人づくりに役立つ可能性を外観することができた。

また、地域コンテンツとそれに関わる地域や人を成長させながらコンテンツ流通を継続拡大することができる環境をシナジーメディア（プラットフォーム）と捉えるに至った。

地域コンテンツの利活用における可能性や期待が高まるなか、今後、地域コンテンツに携わることで、人の心が豊になり、絆が再生され、さらには地域力が高められることを期待している。

この報告書が、地域コンテンツで地域活性化、人づくりを目指される皆さまの一助となれば幸いである。

最後に、本報告書の作成にあたり、「地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討会」構成員、協力団体から多くのご支援をいただいたことを紹介させていただくとともに、この場をお借りしてお礼申し上げます。

地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討会 座長 山本 耕司
(四国大学 教授)

地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討に関する報告書 目次

はじめに	
1 地域コンテンツに関する取り組み経過 1
2 地域コンテンツ流通モデル化に関する調査検討の経過等 2
(1) 目的	
(2) 調査検討の目指すもの	
(3) モデルフィールド選定	
(4) 調査検討内容	
(5) 地域コンテンツ流通モデル提案及び報告書の作成	
(6) 調査検討会実施体制	
(7) 活動期間・スケジュール	
3 実証実験の実施 19
(1) 実証実験の実施にあたって	
(2) 実証実験結果について 25
ア 映像制作研修会について	..26
イ Mobile WiMAX とスポットワンセグを用いた移動体におけるサイネージ実証実験	...37
ウ ライブコンテンツのマルチユース・マルチウィンドウ実証実験	..56
エ 汎用性のあるIPTVサーバを用いた実証実験	..62
オ エリアワンセグ・スポットワンセグ実証実験	..81
カ iSCSI技術を用いたネットワークストレージの高速化について	..100
キ ポータルサイト(HINT)実証実験	..106
ク 番組流通実証実験	..123
4 地域コンテンツ流通の効果と継続に向けて 150
(1) 効果検証(コミュニティの活性化)	
(2) 各フェーズの課題(継続的な流通のための課題)	
(3) 生産・流通フェーズの課題解決策の考察	
5 今後の展望と課題 165
(1) 地域コンテンツの継続的な流通を目指して	
(2) 地域コンテンツを継続的に流通させるための方策(提案)	
(3) 地域コンテンツ流通の効果	
(4) まとめ～シナジーメディアの構築に向けて～	
資料編 別冊

1 地域コンテンツに関する取り組み経過

**2 地域コンテンツ流通モデル化に関する
調査検討の経過等**

1 地域コンテンツに関する取り組み経過

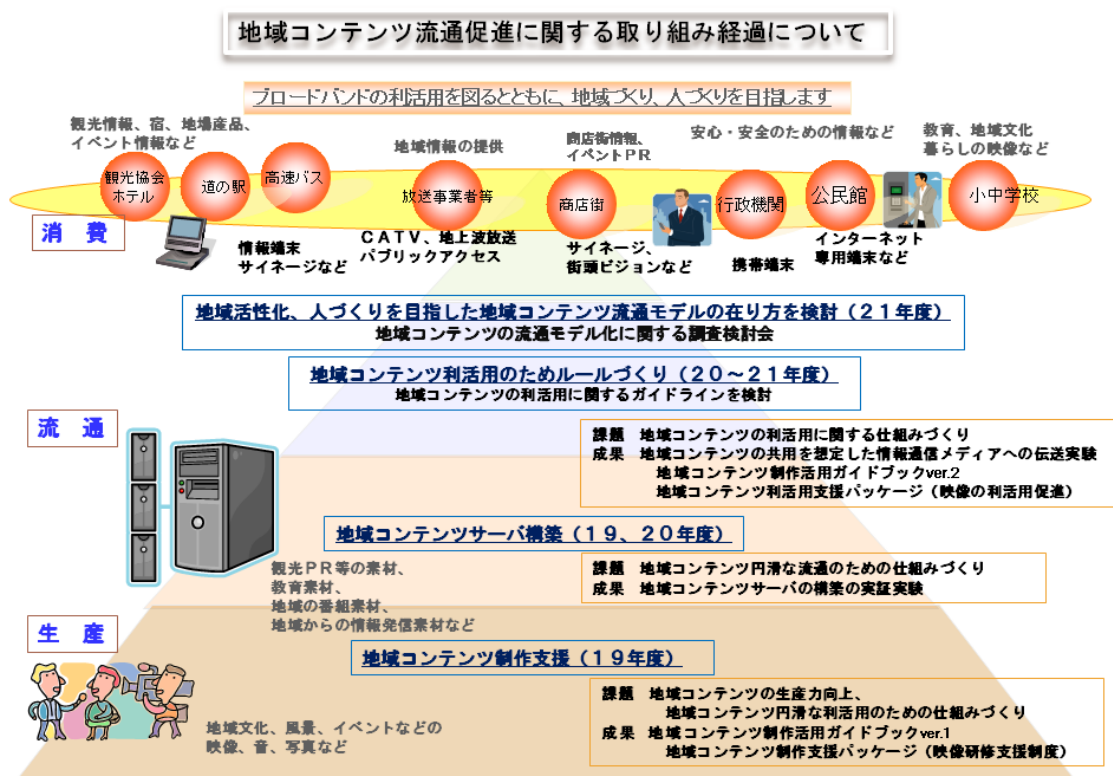
地域コンテンツは、地域の情報発信や地域文化を継承するための財であり、制作過程においては、地域の魅力や資源の再発見や地域コミュニティの再生に繋がることも期待できる。さらに、動画コンテンツの需要や関心度が高まるにつれ、地域コンテンツの生産や利活用に対するニーズも高まってくることが予想される。

四国総合通信局では、四国コンテンツ連携推進会議(平成19年度設立)と連携し、地域コンテンツの魅力と可能性に着目し、その利活用を図る仕組みづくりを検討することで、地域づくり、人づくりを目指す活動を進めてきた。

平成19年度には、コンテンツの生産力を向上させ、さらに生産したコンテンツを地域で安心して円滑に利活用するための仕組みづくりとして「地域コンテンツ制作活用ガイドブック」の作成、コンテンツ制作のeラーニング教材の制作活用、地域コンテンツサーバの試作機の構築等を行ってきた。

平成20年度には、四国内の地域メディアやデジタルサイネージ機能をもつ団体等を対象に、地域コンテンツの利活用に向けたニーズや方針、対応等についての実態調査を行い、地域コンテンツの生産から利活用先までのルールや留意点などを盛り込んだ「地域コンテンツ制作活用ガイドブック(更新版)」を作成したところである。

さらに、平成21年度は、総務省の地域情報化施策「地域情報化の推進方策に関する調査研究」を活用して、こうした仕組みを実際のフィールドに導入を行うとともに、地域コンテンツを継続的に流通させる仕組みづくりと地域活性化と人づくりに役立つ地域コンテンツ流通モデルの在り方について、ICT利活用方策のひとつとして、具体的な検討と検証を行うこととなった。



四国総合通信局、四国コンテンツ連携推進会議のコンテンツに関する取り組み資料

2 地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討の経過等

地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討は、実施主体である「地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討会」において取組の方向性や実施内容等について計画検討を行った後、実証実験等において具体化を図った。

なお、地域コンテンツは、地域に特化した情報や話題等を、地域住民や団体等が主体となって制作し、地域のメディア等（インターネット、放送事業者等）を通じて、地域内外に配信・放送されるデータとして捉えた。特に今回の調査検討会では映像を中心に検討を行った。

(1) 目的

地域映像の流通促進をテーマとして地域づくり、人づくりに資する地域ICTの利活用方策について検討するものであり、ICTによる地域課題の解決や活性化を目指すためのひな形として、また成果展開を図ることによるユビキタスネット社会の早期実現に向けた具体的な方策として取りまとめることとする。

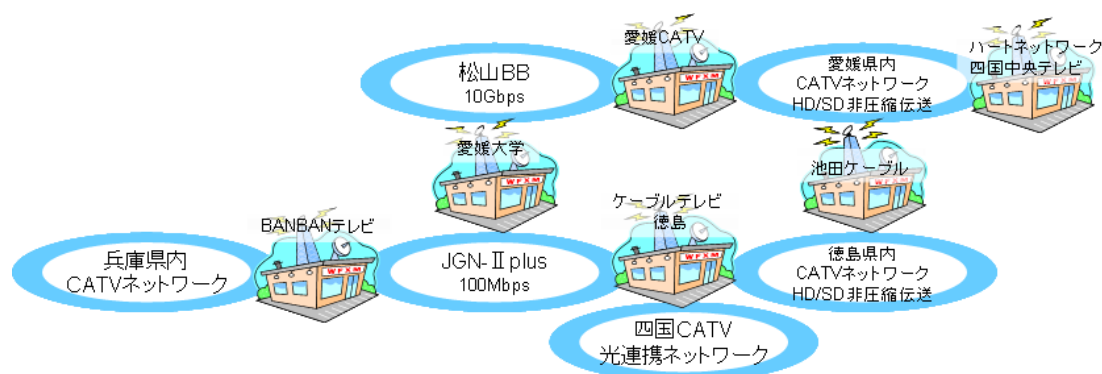
(2) 調査検討の目指すもの

地域コンテンツを継続的に流通させる仕組みづくりについて検討するため、ブロードバンド環境を有する地域において実証実験を行い、その課題や方策について検証し、地域活性化や人づくりに資する地域コンテンツ流通モデルの在り方について提案する。

(3) モデルフィールド選定

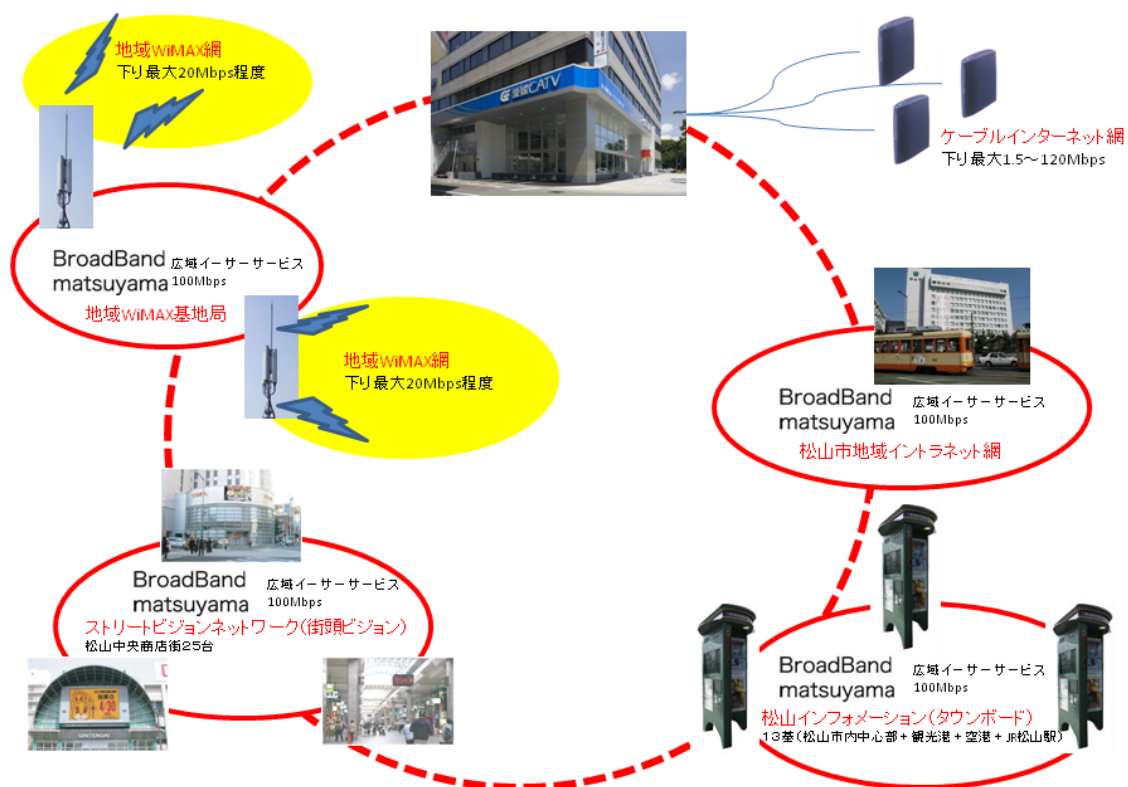
本調査検討を実施するにあたりフィールド選定条件として、ブロードバンド環境と既に稼働している多種の映像出力メディアを持つ地域であることとした。これは、本調査検討の効率的かつ効果的な実施を目指すものであり、かつ内容や組成等について検討し、調査検討の実効性を高めるために立ち上げた本会設置準備会（資料編 資料1）の意見を反映したものである。

いくつかの選定候補の中から、放送局、CATVをはじめ街角ビジョンやタウンボードなど多種多様な映像メディアが存在している愛媛県松山市を本調査検討に適したフィールドであると判断した。



(松山市及び広域ネットワークの概要図)

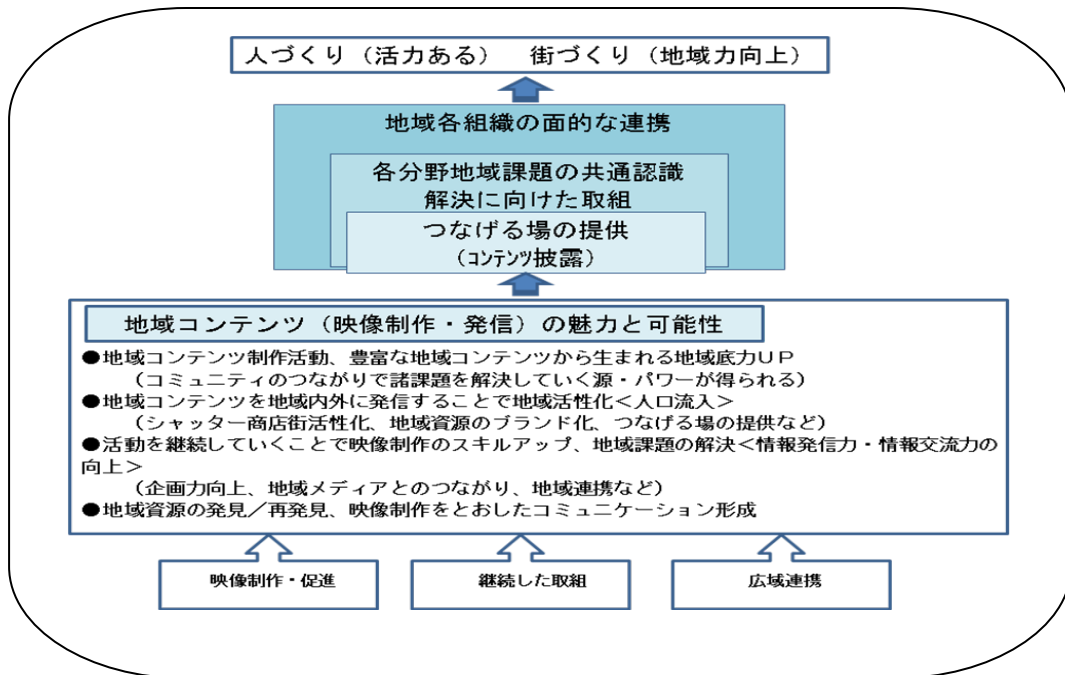
実験に使用した松山市内の主なネットワーク状況



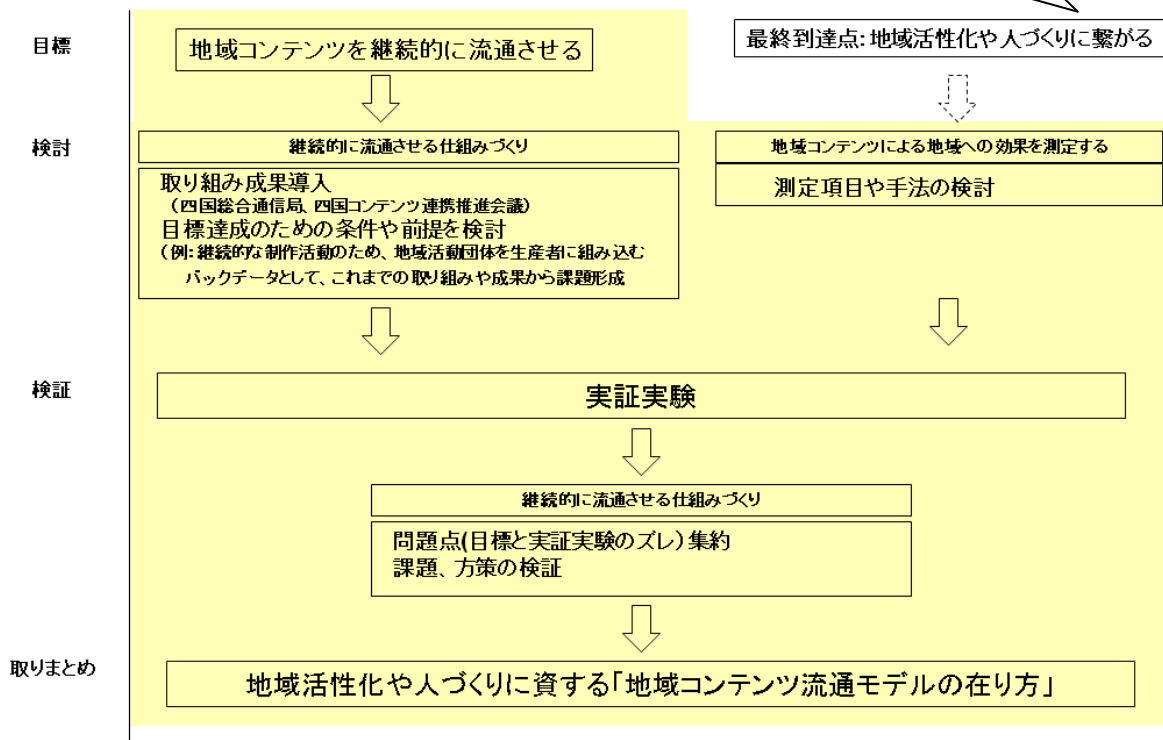
(松山市内のネットワークの概要)

(4) 調査検討内容

本調査検討は、地域コンテンツ流通モデルを構築することが「地域の活性化や人づくりにつながる」という最終到達点を意識しながら、「地域コンテンツを継続的に流通させる」仕組みづくりという目標を設定。その目標の実現に必要な仕組みづくりとその効果を測定できる手法等について検討・検証を行い、地域活性化や人づくりに役立つ地域コンテンツの流通モデルの在り方を提案する手順で実施することとした。



地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討 実施フロー図



ア 地域コンテンツを継続的に流通させる仕組みづくり(検討)

四国総合通信局及び四国コンテンツ連携推進会議のこれまでの取組を通して、「生産(制作)」、「流通(蓄積・流通)」及び「消費(利活用)」のそれぞれのフェーズにおける懸案事項が明らかになってきた。本調査検討においては、地域コンテンツの継続的な流通を目指すため、フェーズ毎の懸案事項を紐付けした地域コンテンツを循環させる実証実験を行うことが必要と考えた。

以下、懸案事項、目標達成のための問題提起、要因、課題を整理する。

<生産フェーズ懸案事項>

受講生が集まらない、受講する時間がない、講師の手配が難しい、研修用機材・資料がない、研修できる施設・設備がない、制作時間がない(映像の制作に手間がかかるイメージ)、発表や活用する機会がない、制作目的が明確でない、テーマや制作対象が分からない、著作権など権利処理のことが分からない、効果、メリットが感じられない、地域での理解が得られにくい、興味がない

<流通フェーズ懸案事項>

マルチユースの環境がない、地域コンテンツが集まらない(利活用先のアクセスがない、一般のアクセスが少ない)、著作権等への担保がない、モジュール化・標準化などへのニーズに対応できない、視聴環境・アクセシビリティの確保が難しい、運営管理する主体・経費の目処がたたない、サーバの運用や管理ノウハウがない、サーバの構築や設計の経費がかさむ、制作者と利活用者との橋渡しが難しい、地域コンテンツのニーズや必要性が理解できない

<消費フェーズ懸案事項>

制作者

利活用先が分からない、配信してもらえる地域コンテンツの条件が分からない、地域コンテンツを作っても配信してもらえない

流通(蓄積)

コンテンツ制作者と利活用者との繋がりが無い、地域コンテンツを円滑に流通できる主体や機能が無い

地域メディア等

地域コンテンツが不足している、相応しい地域コンテンツが少ない、対象者のニーズをリアルタイムに把握できない、継続配信ができる仕組みが無い、継続配信ができる地域コンテンツが無い、コンテンツへの理解不足(配信の効果が見えない、配信のメリットが見えない)、権利処理の担保が無い、利用契約等の手続きが煩雑

(ア)「地域コンテンツを継続的に流通させる仕組みづくり」の目標設定

<生産フェーズ>

A 問題点

地域コンテンツ制作力不足

B 要因

・制作能力・制作意識の不足

→研修会について現状では活性化されているとはいいがたい状況にある。以下に課題を列挙する事でその現状と傾向に充てる。

・講師の絶対数が少ないために開催事例が少ない。(受講者が講師へ)

- ・研修環境が整っていない。(支援パッケージの活用)
- ・継続的な開催につながる環境の不足。(活用メディアの整理、発信願望と発信能力の紐付け)
- ・動画作成が難しい。・制作能力・制作意識の不足

C 課題

- (能力)
 - ・制作能力向上を目的とした研修環境の整備
- (意識)
 - ・地域コンテンツの魅力と可能性についての理解の場の提供
 - ・地域コンテンツ発信願望の把握
 - ・配信環境拡大(=視聴機会の拡大)による作る喜びの実感
 - ・制作活動を促進するための仕組みについての企画提案(制度創設など)
 - ・継続した制作活動を行うための効果的な体制についての企画提案(地域連携)

D 成果等の導入

http://www.soumu.go.jp/soutsu/shikoku/con-shikoku/report/for_creator.html

- ・地域コンテンツ制作活用ガイドブックVer. 2 (資料編 資料2)の活用
- ・地域コンテンツ制作支援パッケージの活用

<流通フェーズ>

A 問題点

ワンソース・マルチユース環境の遅れ

B 要因

- ・メディアごとのポリシーの違いによる受け入れの差異
- ・メディアごとの受け入れフォーマットの差異
- ・経費、主体が不明確
- ・流通の方法がわからない

C 課題

- ・メディアごとのポリシー、フォーマットの差異の把握及び共用事項の整理
- ・メディア受入可能枠(開放度)の把握及び地域へのPR
- ・プラットフォーム(携帯向けPF、パソコン向けPF、TV向けPF)の提供やポータルサイト同士の連携の促進
- ・流通ルートの設定と維持

D 成果等の導入

- ・地域コンテンツ制作活用ガイドブックVer. 2(セルフチェックシート)等の活用
- ・地域コンテンツ利活用支援パッケージのベースとなっている「地域コンテンツの利活用に関する調査(四国総合通信局 平成20年度実施の調査)結果」の活用
- ・平成19年度の実証実験「ブロードバンド社会における地域コンテンツの利活用、流通促進を図るための情報通信システムに関する検討」の成果諸元等を反映した地域コンテンツサーバの構築 <http://archive.ict-tokushima.jp/plumi/>

・iSCSIを活用した地域コンテンツ広域共用サーバの構築

<消費フェーズ>

A 問題点

- ・地域コンテンツの需要と供給の実態が不明
- ・効果的、継続的な運用方法が示されていない
- ・地域コンテンツへの理解不足

B 要因

- ・地域コンテンツを活用する意識レベルの格差
- ・統一フォーマットにより蓄積したコンテンツの流通経路が未開拓

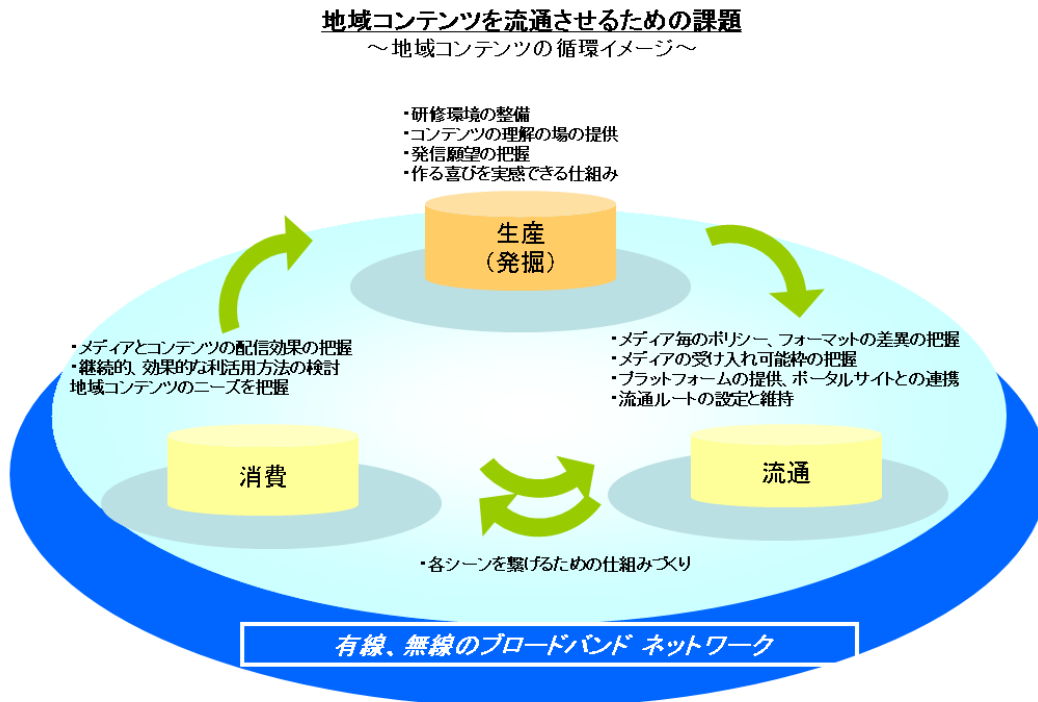
C 課題

- ・メディア特性と地域コンテンツ配信効果(有効配信距離、対象者)
- ・継続的、効果的な利活用方法の企画、手法検討
- ・求められる地域コンテンツ(広域連携含め)の検討

D 成果等の導入

- ・地域コンテンツ利活用支援パッケージの活用
- ・地域コンテンツ利活用調査結果の活用

なお、調査検討を進める中で得られた利活用及び継続な流通を阻害する幾つかの問題点に焦点を当てて、さらなる課題があれば、その対応策を検討する。



(イ) 地域コンテンツによる地域への効果測定

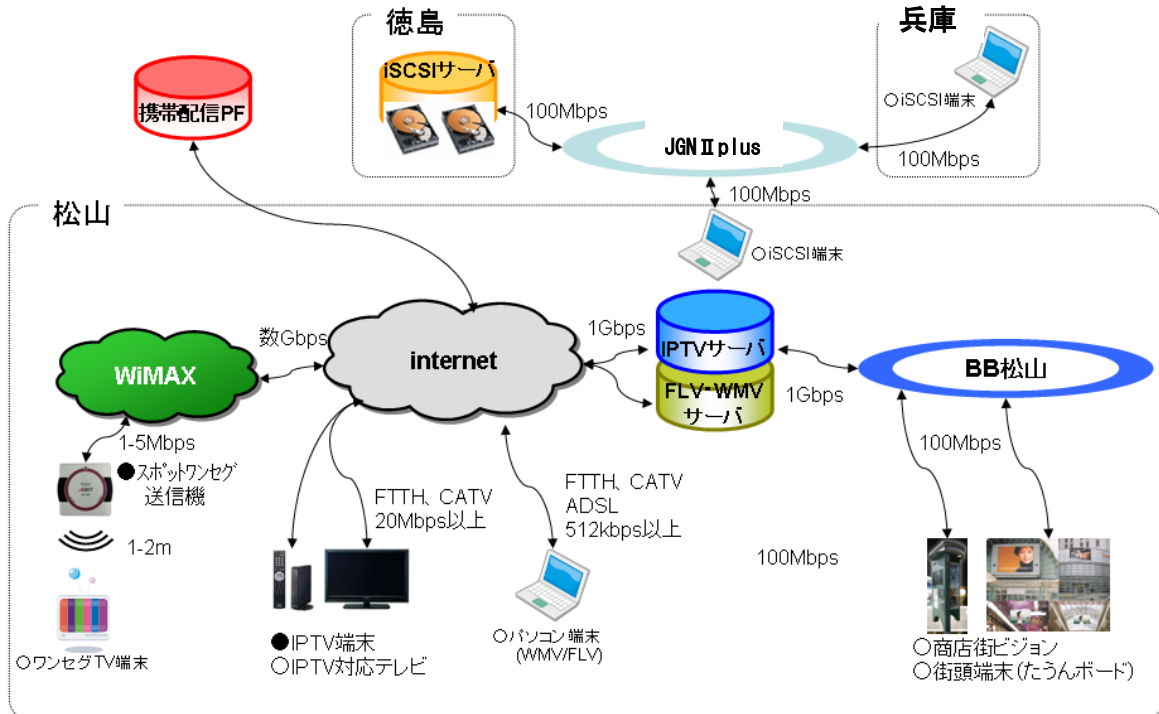
上記(ア)の目標設定に併せて、地域コンテンツを継続的に流通させるためには、流通に係わる住民、団体、地域へのメリットや効果を明らかにすることが重要である。

実証実験では、地域コンテンツを継続流通させるシステム等の実験と並行しながら実施する地域コンテンツの関係者を対象にしたアンケートやヒアリングの収集データ等について、地域コンテンツに係わることや継続流通させることから発生する効果や期待値として捉えることとする。

(ウ) 有・無線一体による流通システムの構築検討

CATV 或いは地域 WiMAX 他、有・無線により構築されるいくつかの既設ブロードバンド環境を活用したネットワークを構築する。その上で、デジタルサイネージ(街角ビジョン、街頭端末等)、ワンセグ放送など、今後地域メディアとして利活用が期待されるメディアを活用したモデル配信システムを構築する。

併せて、これらの地域コンテンツを蓄積、管理及び広域連携の中でコンテンツ共有を可能とする地域コンテンツサーバの構築、そのネットワーク化を図り最適なシステム環境を検証する。



【主な流通システムの構築内容】

モデル化(既設メディアの効果的な利活用)に向け検討したNW構築(ハード)マンパワーを含むソフト設計

- 汎用性のある IPTV サーバを用いた実証実験
 アクトビラに対応したサーバーを設置し、まつやまインフォメーションやCATVの動画を配信する。
 利用形態 スケジュールによる配信、ライブによる配信、VOD対応
- 携帯電話、パソコン端末向けサーバ用いた実証実験
 ICT 地域経済活性化事業設備を利用し携帯電話、パソコン端末向けに動画を配信する
 (FLV、WMV、3GPP、3GPP2)
- Mobile WiMAX とスポットワンセグを用いた移動体におけるサイネージ実証実験市内電車
 の中に 3.5inc のモニタを設置し動画を配信する
- iSCSI サーバを用いた広域連携コンテンツ交換実証実験
 iSCSIサーバを設置し、JGN- II plusを用いて各地のコンテンツ交換PF や動画ポータルサイトとコンテンツ交換実証実験を広域で行う
- ワンセグを使ったイベント開催
 エリアワンセグ・ワンセグをメインに CATV やインターネットなども活用したイベントを開催し地域コンテンツ配信に関する有用性を測定する

イ 効果測定の考え方

地域コンテンツの流通に関わる団体や個人に対して、地域コンテンツの制作、利活用、視聴などによる印象や感想、動機付けの有無などについてアンケート、ヒアリング等により収集することとした。

<生産フェーズ>

研修受講者に対してヒアリングを実施する。ヒアリング項目は、制作の目的、研修内容への要望、利用メディアに関する要望、継続的な制作支援要望などを盛り込み、これらの結果を分析することで、今後の継続的かつ活発な地域コンテンツの流通に必要なエッセンスを抽出する。

【項目候補】

《基本項目》

- 地域への貢献度や自分へのメリットに関する感想
 - ・人的交流の有無
 - ・地域への関心度の変化
 - ・地域活動への参加の可能性
 - ・スキルアップへの期待度
- 制作能力向上の環境作りについて
 - ・気軽に制作できる環境とは
 - ・制作したいときに制作できる環境とは
 - ・参加しやすい研修のシステムとは
- 制作目標の有無、その他
 - ・情報の発信、配信へのニーズ
 - ・作品の発表の場に対するニーズ

- ・継続制作の可能性

《研修内容等》

- ・理解度
- ・ガイドブックの内容
- ・開催案内方法
- ・開催時期、時間帯、場所
- ・参加費用(支出できる額など)

<流通フェーズ>

地域コンテンツサーバの構築・運営主体やサーバを活用する団体等を対象に地域コンテンツの蓄積、流通シーン上で、地域活性化に結びつく効果や可能性を測定する。また、広域での地域コンテンツ流通では、情報交流力を高め観光人口流入などに結びつく地域活性化を目的とする地域コンテンツ共用の可能性について効果測定を実施する。

【項目候補】

- 地域コンテンツの生産と消費(利活用)を繋ぐ仕組み
 - ・継続的な運用を確保するためのポイント
 - ・地域コンテンツと地域メディアとの親和性
 - ・地域コンテンツのコーディネート機能などの必要性
 - ・地域コンテンツのマルチユースの必要条件
 - ・流通に相応しい地域コンテンツの分野、型式(ファイル形式、尺、著作権処理)などについて
 - ・メディアポリシーの要否
 - ・イニシャルコストや実施主体の想定
 - ・使用機材等(サーバ及び各メディアを含む)
 - ・運用管理の方法
- その他
 - ・広域共用システム的环境イメージ
 - ・汎用性の高いネットワーク及びシステム構築イメージ
 - ・YouTube 等との差別化、または選択肢としての検討

<消費フェーズ>

地域コンテンツの利活用者(地域メディア)を対象に地域コンテンツを利活用する上で、地域活性化に結びつく効果や可能性を測定する。

A 地域コンテンツの利活用者に対するアンケート&ヒアリング調査

【項目候補】

- 地域コンテンツの配信効果
 - ・地域イメージの醸成の可能性
 - ・地域活性化や人づくりに資する地域コンテンツとは(分野、利活用イメージなど)

- ・地域コンテンツに対するニーズ
(イベントをはじめ、配信場所、シーンごとの親和性や相応しいテーマなど)
- ・配信に相応しいコンテンツの諸元(各メディアや利活用シーンに応じた時間尺、編集方法など)
- ・住民とプロ・マスメディアの制作したコンテンツの違い(小規模、感覚性、属人性、専門性など)・その違いは視聴者に受け入れられるか)

○継続的な配信について

- ・継続的な配信方法
- ・継続的な提供(利活用)に関する留意点など

B 地域コンテンツを視聴したイベント参加者や日常的に配信している地域コンテンツを視聴している住民等を対象に、視聴した感想や地域コンテンツに関する期待等のアンケート調査を実施する。

【項目候補】

○地域コンテンツの配信効果(視聴の感想)

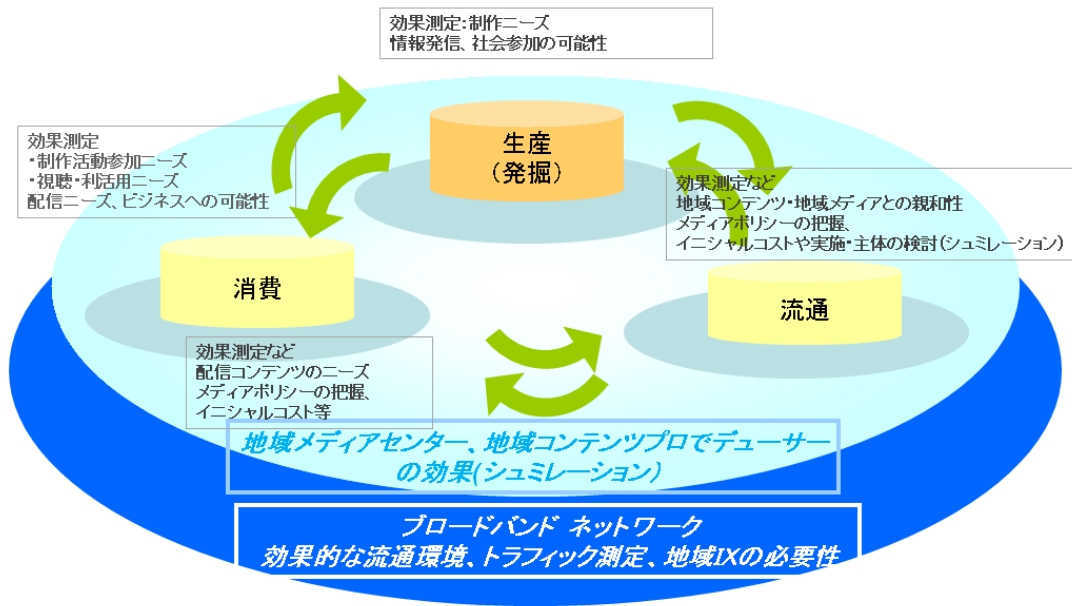
- ・地域イメージの醸成の可能性
- ・地域コンテンツに関する視聴ニーズ(ニーズの有無、適したメディア、視聴したいメディアなど)
- ・マスメディアとの違い(小規模、感覚性、属人性、専門性など)
- ・地域活性化への可能性
- ・地域イメージの醸成の可能性
- ・YouTube 等との比較
- ・視聴者ニーズ(内容、視聴しやすいコンテンツ)
- ・配信場所、利用シーン等のニーズ
- ・視聴したことによる行動(移動、販促など)や意向の有無など
- ・地域メディアと地域コンテンツのマッチング

○視聴者から制作者への変化

- ・制作意向
- ・発信したいメディアについて
- ・制作したい内容やテーマ
- ・発信したい意図
- ・制作支援

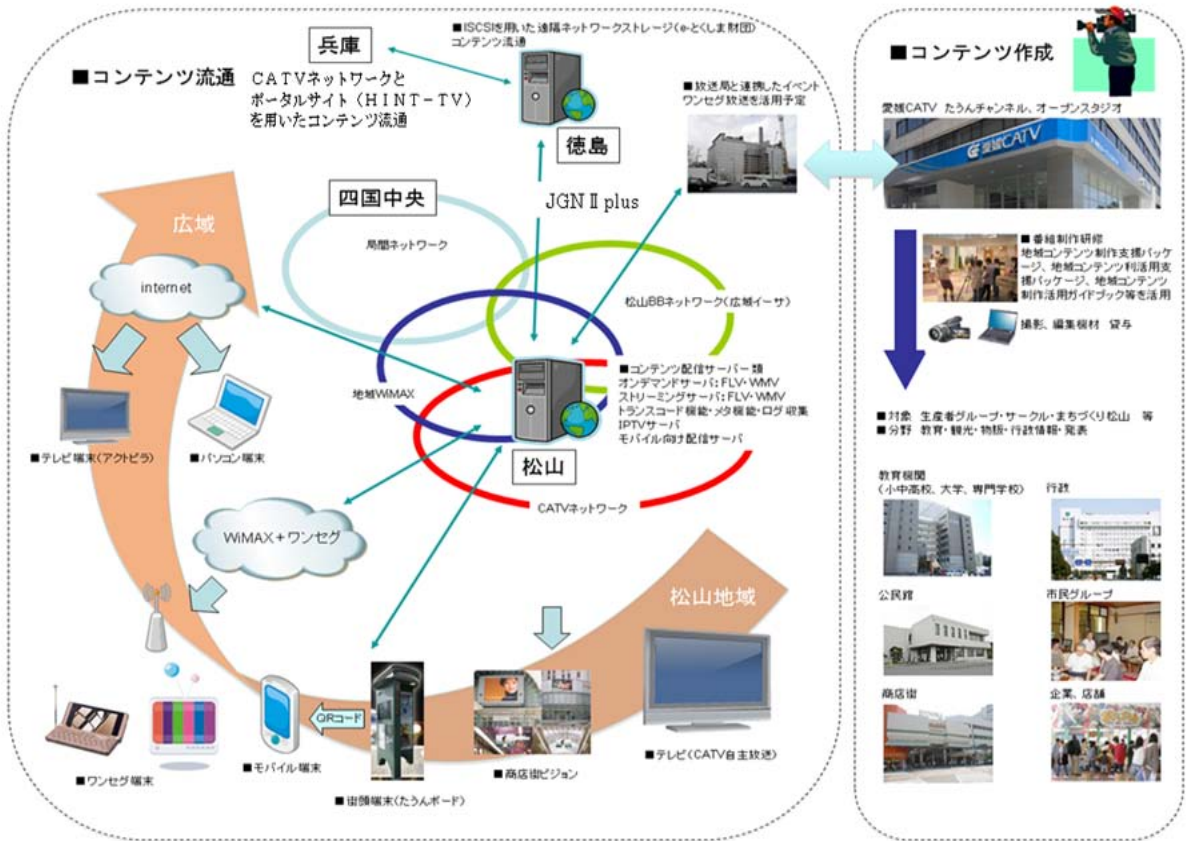
今回の効果測定は、アンケートやヒアリングが中心であり主観的な回答が含まれるため、回答数を増やすことで、客観的なデータとしての取扱いを検討する。

地域コンテンツ流通に関する実証実験における効果測定(イメージ)



ウ 実証実験内容

実証実験システムイメージ図



(ア) 流通モデル構築実験及び地域活性化の可能性の効果測定

<生産フェーズ>

映像制作研修会の開催(ガイドブック、支援パッケージ等の成果導入等)

○対象者の選定

学生、生産者(まちづくり)グループ、一般市民(町民)を対象とする。また、老若男女を問わず、かたよりのない開催を目指すとともに実験的なカテゴライズを盛り込むこととする。

- ・学生:将来的な人材育成という観点で選定。地域紹介(第三者制作手法)制作者自身の地域発見を目指すと同時に興味の発見を導き継続的な発信につなげる。
- ・生産者:ビジネスへの効果測定の観点から選定。生産者(主体的制作手法)自らのビジネスへの効果を狙った制作を通し情報発信と地域経済の運動性を実感することで継続性のある発信につなげる。
- ・一般市民:地域の魅力を発信する観点から選定。また、市民(町民)(主体+第三者制作手法)個々の発信願望の集合体が地域全体の魅力を伝える原動力になり得るかの検証。発信者は、自らの作品を視聴してもらえることの喜びと制作を切っ掛けとして人、地域とのつながりなど思いがけない効果を実感することにより、継続的な発信につなげる。

《効果測定の方法》

研修会参加者ヒアリング調査

具体的なヒアリング項目等は、前項ウ(効果測定の考え方)を踏まえ、構成員等に対し提案、意見集約・反映を行う。

目標数 50～100サンプル

<流通フェーズ>

《システム構築の内容》

- 継続した地域コンテンツ提供や収集が可能な体制(地域連携)について検証を行う。
- 広域サーバの構築は、現在の技術、フリーソフト等を活用する。
- 地域コンテンツサーバ及びiSCSIを活用した地域コンテンツ広域共用サーバを構築する。(サーバ構築、運営、管理の経費等が賄える方法として、現在ある施設、設備等の資源を活用)
 - ・地域コンテンツの蓄積、閲覧、ダウンロード等を行う。
 - ・伝送時間の測定
 - ・ファイル変換機能の確認
 - ・適正な地域コンテンツ(ファイル形式、時間尺、活用しやすいポイントなど)の検証
 - ・構築や運用経費の精査
 - ・相応しい流通環境(ネットワーク、地域IXの親和性について検討、必要な回線速度、トラフィック占有率、最適な伝送速度)
 - ・地域コンテンツ共用システムのカスタマイズ方法
 - ・必要経費(サーバ等の構築、継続運用等を想定した運用、管理などの経費)

《効果測定の方法》

地域コンテンツの流通・蓄積を行う主体に対するヒアリングを実施

具体的なヒアリング項目等は、前項ウ(効果測定の方法)を踏まえ、構成員等に対し提案、意見集約・反映を行う。

○各メディアのポリシー及びフォーマットを把握するためのヒアリング調査

・共用可能な事項を整理

→メディア毎の一覧表作成→受入可能枠におけるマッチングを分析

・既存メディア(BC、CATV、大型ビジョン、タウンボードなど)との親和性などについてヒアリング→CATV、大型ビジョン、タウンボード、ワンセグ、IPTV など

○継続的な運用を確保するためのポイント

・地域コンテンツのコーディネート機能の必要性

・地域コンテンツのマルチユースに関する必要条件

・継続的な運営方法(経費手当などの目処)

<消費フェーズ>

地域コンテンツ流通モデルに関する実証実験

(リピート/ライブ系)

○まちかど大型ビジョン

・まちづくりや商店街の活性化等で構築したインフラ(デジタルサイネージ)を活用

○まちかど端末

・まちづくりや商店街の活性化等で構築したインフラ(デジタルサイネージ)を活用

○ワンセグ(電車、イベントの2シーンで配信)

・Mobile WiMAX とスポットワンセグを用いた移動体におけるサイネージ実証実験
配信対象(端末):ポータブルワンセグテレビ

・地域イベント開催に併せたワンセグによる配信

○CATV 自主チャンネル(例:パブリックアクセスの試行など)

・CATV自主チャンネルの地域コンテンツ配信

○IPTVによる地域コンテンツ配信

○インターネット (HINT ポータルサイト、携帯電話等からの地域コンテンツ配信)

《効果測定の方法》

A 地域コンテンツの利活用者へのアンケート及びヒアリング実施

具体的なアンケート項目等は、前項ウ(効果測定の方法)を踏まえ、構成員等に対し提案、意見集約・反映を行う。

○地域コンテンツの利活用者に対するアンケート&ヒアリング調査

○各メディアのポリシー及びフォーマットを把握するためのヒアリング調査

・共用可能な事項を整理

→メディア毎の一覧表作成→受入可能枠におけるマッチングを分析

- ・既存メディア(BC、CATV、大型ビジョン、タウンボードなど)の運用実態ヒアリング
→CATV自主CH開放、大型ビジョン、タウンボード配信
- ・新メディア(WiMAX、ワンセグなど)の方向性、活用方法ヒアリング
- ・メディア特性から検証(BC、CATV、サイネージ、インターネット他 5種類)
- ・今後発展が期待でき、他の市町に既設或いは新設されるメディアの活用方法

B 視聴者に対するアンケート等実施

○アンケート調査

具体的なアンケートの設計と作成は、前項ウ(効果測定のかえ方)を踏まえ、構成員等に対し提案、意見集約・反映を行う。

- ・回収目標 500+100(IPTV)
- ・Webアンケート及びペーパーにより実施

C その他の効果測定方法

○数値データの収集

ポータルサイト、まちかど端末などのログ機能等を活用する

- ・視聴履歴の収集
- ・視聴数の高いコンテンツの数値化
- ・クーポン券やポイントシステムを活用した視聴後の行動把握
- ・特定の配信コンテンツによる行動把握
- ・メディアごとの有効配信距離と視聴形態の変化
- ・関係経費(配信に関わる経費等)
- ・視聴数の高いコンテンツの数値化
- ・関係経費(配信に関わる経費等)
- ・HINTポータルの視聴者に対するパブリックコメント

(イ) イベント関連(既存集客イベントとの連携)

○「しまウォーク(まつやま2dayウォーク)」(平成21年10月月25日)

イベント主催者:松山市、南海放送株式会社

実験場所:松山市中島緑地公園

実験概要:エリア・ワンセグ実験

素材伝送:愛媛CATV本社~中島大浦間のWiMAX網を利用して素材伝送

対象者:200名程度(参加者600名のうち、約3分の1がワンセグ携帯所有と推測)

コンテンツ:事前に収録したコンテンツ(会場(スタート/ゴール)の案内、ウォークのコースガイド、中島の見所・景勝地等、イベントに関する情報やお知らせ)を繰り返し再生

調査内容:スポットワンセグエリアの検証と電波伝搬調査、ワンセグ携帯の普及率調査、イベント終了後のアンケート調査、イベントワンセグの効果、コンテンツに対する意見

○「まちづくりライブ」(平成21年11月8日)

実験概要:

- ・携帯電話、パソコン端末向けサーバ用いた実証実験
- ・パソコン向けに中継映像をライブ配信(フラッシュ形式)
 - 愛媛 CATV <http://www.e-catv.ne.jp>
 - まちづくり松山 <http://home.e-catv.ne.jp/machi-matsuyama/>
 - 愛媛美少女図鑑 <http://www.bishoujo-zukan.jp/ehime/>
 - 松山インフォメーション <http://info-matsuyama.lg.jp/>
 - HINT-TV <http://www.hint.ne.jp/kobe/>
- ・WiMAX と組み合わせ商店街より中継(フラッシュ形式)

《効果測定の方法》

○アンケート調査

具体的なアンケートの設計と作成は、前項ウ(効果測定の考え方)を踏まえ、構成員等に対し提案、意見集約・反映を行う。

(ウ) 仕組みづくりのシミュレーション

実証実験では検証できない事項で、継続的なコンテンツ流通に有効と考えられる仕組みについて、シミュレーション及び流通モデルへの組み込みについて検討する。

<生産フェーズ>

○制作活動を促進するための仕組みについて企画提案(制度創設など)

- ・研修会実施を促進する法人機関(NPO 法人、機構)の設立の検討
- ・利活用に関する地域コンテンツ・メディアパッケージ(仮称)の仕組みづくり検討
(地域コンテンツの制作から利活用まで一体的に支援を行うための仕組み)

○継続した制作活動を行うための効果的な体制について企画提案(地域連携)

- ・継続的な研修センター・メディアプラザ(仮称)の検討
- ・研修リーダーの育成の検討
- ・地域コンテンツプロデューサ(仮称)について役割と育成を検討

<流通フェーズ>

○継続的、効果的な流通方法について企画、手法検討

- ・地域コンテンツ・メディアパッケージ(仮称)の検討

<消費フェーズ>

○地域開放型メディアの在り方について検討

- ・地域コンテンツ・メディアパッケージ(仮称)の検討
- ・地域コンテンツ・プラットフォームの役割、シミュレーション

(エ) その他

○地域コンテンツホルダーの調査など

- ・地域コンテンツの提供元、収集先ともなる自治体、放送事業者、学校などへの利活用可能な地域コンテンツの調査を検討
- ・継続的なコンテンツ制作者や団体の把握と利活用の可能性を検討

エ その他

地域コンテンツ流通モデルの構築を検討した仕組みや条件等について、実証実験を通して明らかになった問題点を整理し、地域コンテンツ流通モデルの課題として整理、報告書に反映する。

(5) 地域コンテンツ流通モデル提案及び報告書の作成

調査検討環境、実施結果及び収集したデータの分析をとおして、継続的に地域コンテンツを生産・流通・消費していく上で明らかになった課題や改善点を反映した仕組みを取りまとめ、地域づくり、人づくりに役立つための地域コンテンツ流通モデルを提案する。

今後、調査検討のフィールドとなった地域が情報化計画等を作成する場合の資料として、また地域コンテンツによる地域づくり、人づくりを目指している他の自治体等へも広く活用できる報告書として作成する。

(6) 調査検討会実施体制

本調査検討の実施については、地域住民を含めた産学官の連携等を基本に組成する。

特に、継続的な事業展開を意識した検討と実施が必要なことから、地域映像にかかる制作、利活用、ブロードバンドネットワークに関する専門的知識や実績を持つ方々を中心に組成した。

組織名：「地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討会」

座長：四国大学 経営情報学部 山本 耕司 教授

構成員等：資料編 資料3

事務局：四国総合通信局情報通信部情報通信振興課

開催要綱：資料編 資料3

(7) 活動期間・スケジュール

活動期間：平成21年10月14日（本調査検討会、第1回会合開催日）から
平成22年3月31日まで（平成21年度事業）

スケジュール：下表のとおり

地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討 スケジュール計画

