

「インターネット放送局「足利テレビ」による市民目線の動画情報発信」

実施団体：NPO法人コミュニケーション・ラボ（実施エリア：栃木県足利市を中心とした両毛エリア）

栃木県足利市は、東京に近く（電車で70分）、県庁所在地の宇都宮に遠い（電車で90分）という地理特性上、足利地域の住民はよく東京に関心を持ち、東京のメディアを視聴するという点、また足利地域は、地域情報を住民に伝える手段が多くない点などから、住民が地域の情報に触れる機会が少なく、地域に関する認知度が低いという課題を抱えている。情報を伝える仕組みが少ないために起こる地域情報の認知度不足を解決し、足利地域の活性化を目指す。そのために、Ustream等の動画配信技術を活用した地域密着インターネット放送局を開局し、歴史と文化のある足利地域の情報をインターネット動画を使って、広く市内の人へ伝える仕組みづくりを実施する。また、現実社会とインターネットの相乗効果により、ヒト・モノ・情報が効果的に「つながる、つたえる、つくりだす」環境をつくり、そこで生まれるサイクルを活用して、足利地域の活性化を促進させる。

地域課題

- 栃木県はコミュニティFM放送局*が開局していない全国唯一の県であり、地域情報を地域のメディアから受け取る機会は限りなく少ない。
- 足利地域の情報を伝える仕組みが少ないため、地域情報の認知不足が生じている。
- ソーシャルメディアの普及率が低いため、インターネットのみを用いた情報配信では、情報が伝わらない一定の層が存在する。

*コミュニティFM放送局：市町村単位の小規模なFMラジオ放送であり、平成4年に当時郵政省が制度化した。細かい地域情報の提供、住民参加型の番組制作を通じて地域の活性化を図るねらいがある。

<事業の経緯・背景>

目的・目標

- 動画配信技術を活用したインターネット放送局を開局し、足利の情報を市内外に配信する仕組みを構築する。
- 人が行き交う商業施設に、地域のヒト・モノ・情報のハブとなる拠点を作る。現実社会とインターネットの相乗効果によりヒト・モノ・情報が効果的に『つながる つたえる つくりだす』環境を造り、そこで生まれるサイクルを活用して、足利地域の活性化を促進させる。

いつでも、どこでも、だれでも足利地域の細かい地域情報を受け取ることができるメディア

足利地域のサークル活動紹介、お店紹介、イベントの告知、ライブ中継などの地域情報を配信

---事業の経緯・背景を教えてください。

足利地域には、あしかがフラワーパークの大藤、史跡足利学校、足利銘仙等々、とても魅力的な地域資源がたくさんあり、各地で一年中楽しいイベントが開催されています。しかし、足利は東京に近く（電車で70分、車で70km）、宇都宮に遠い（電車で90分、車で60km）という地理特性上、足利地域の住民は東京に興味・関心を持つ傾向にあるため、東京のメディアを頻繁に視聴しています。さらに、栃木県は、コミュニティFM放送局が開局していない全国唯一の県であるため、足利地域の住民は、地域情報を地域メディアから受け取る機会がとても少ない状態でした。実際に、SNS等を通じて知り合った地域住民の交流会を開催した際に、同じ足利住民であっても、場所や職業によって情報格差が生じていることを感じることは多くありました。いつでも、どこでも、だれでも足利地域の細かい地域情報を受け取ることができる地域メディアの存在が必要であることを強く感じました。

そこで、NPO法人コミュニケーション・ラボは、UstreamやYoutube等の動画配信技術を活用して、歴史と文化のある足利地域の地域情報をインターネットで配信する「足利テレビ」を開局しました。



NPO法人 コミュニケーション・ラボ
事業ご担当者のみなさま
(左) 増子 春香氏
(中央) 山田 雅俊氏
(右) 小野 哲哉氏

---足利テレビの開局は、どのような効果をもたらしましたか。

足利テレビは、NPO法人コミュニケーション・ラボが運営する「足利を動画化する」インターネットテレビです。足利テレビはインターネットに接続されたパソコン、スマートフォンがあれば世界中どこからでも視聴することができます。足利テレビの開局により、足利地域のサークル活動紹介、お店紹介、イベントの告知、ライブ中継など、細かな足利の情報を足利市内外の方に配信できるようになりました。

---足利テレビの放送内容について詳しく教えてください。
最も反響が大きかった放送は、足利花火大会の中継と、足利市長選挙公開討議会録画の公開があります。足利花火大会については、足利出身で現在は首都圏に住んでいる方や、外出が不自由な高齢者等に大変喜ばれました。足利市長選挙公開討議会録画の公開については、平日夜間開催であったこともあり、当日の参加者が約650名であったところ、足利テレビによる視聴者数は約1700名となりました。これらの放送は、まさに足利テレビにしかできない放送回であったと思っています。その他には、足利市出身のメンバーがいる音楽バンドが「自分たちのことをもっと足利の人たちに知って欲しい」という想いから、足利テレビに出演したことがあります。足利テレビへの出演がきっかけとなって、地域ミニコミ誌に掲載されたり、足利商工会議所主催イベントに出演されたりと活躍の場を広げるきっかけとなりました。



足利テレビ 生放送、番組収録の様子
ユニークな方々が出演したり、楽しい放送を心掛けています。

サークル活動の紹介

お店・新製品の紹介

circle

shop

event

live

www.ashikaga.tv

イベントの告知・紹介

生放送

足利テレビ

<利用者の声>

足利テレビのPRになるし、足利の活性化に繋がるため、二次利用は大歓迎です。

SPOT3の展開により、インターネットと現実社会の融合を実現しました。

<足利テレビ視聴者の声> (足利花火大会)

現在は足利市外に住んでいるため、ここ数年足利花火大会に行くことが出来ていませんでしたが、今年は足利花火大会のインターネット中継が足利テレビで放送されていたため、視聴することができました。数十年ぶりに足利花火大会を観ることができ、嬉しく思いました。来年の足利花火大会は、帰省してもう一度足利花火大会に行きたいと強く思いました。

<足利テレビ視聴者の声> (市長選挙公開討議会)

足利市長選挙公開討議会への参加を希望していたのですが、平日の夜開催ということもあり、残念ながら参加することができなくなってしまいました。しかし、足利テレビで足利市長選挙公開討議会録画の公開がされていたため、討議会の様子を動画で視聴することができました。各候補者の政策や考えを自分の目と耳で確認することができて、とても助かりました。

<足利テレビ運営者の声>

足利テレビが独自に放送した映像の権利はどうなっているのか、また他者が二次利用することによる収益はあるのかといった質問を受けることがあります。足利テレビは「知れば町が好きになる」をモットーに、今までに無かった、足利地域のサークル活動紹介、お店紹介、イベントの告知、ライブ中継など、細かな足利の情報を足利市内外の方に配信することを目的としています。よって、二次利用は歓迎ですし、今までに足利テレビの映像の権利を謳ったことは一度もありません。映像の二次利用は、足利テレビのPRにもなるし、足利の活性化に繋がるため、今後も促進していきたいと思えます。

足利テレビには、いい意味でこだわりがありません。例えば、動画の配信方法はUstreamを採用しています。あるとき突然Ustreamの仕組みが変わり、動画の再生前にCMが入るようになったため、録画番組の公開をUstreamより視聴しやすいYoutubeへ切り替えました。自分たちがやりたいこと、自分たちに求められていることを明確に理解しているため、目的が達成できれば手段は何でも構わないというスタンスです。

足利テレビはインターネットテレビですので、facebookやtwitter等のSNSとの親和性を強く感じています。利用者の層が重複しているため、SNSを用いたPRは、どんなに優れた紙媒体のチラシを掲示・配布するよりも、視聴数の向上に繋がるPR手法となります。

足利テレビがインターネットテレビであることによるSNSとの親和性の高さについては、先ほど述べました。しかし、これは足利テレビが配信している地域情報について、SNSを含むインターネットを全く利用しない一定の層に対しては、全く届いていないということでもあります。この課題を解決するために、インターネット（バーチャル）と現実（リアル）を繋げる、物理的な拠点の必要性を強く感じました。そこで、車社会の足利地域で人が行き交う場所は商業施設であると考え、市内の大型商業施設の敷地内に、地域のヒト・モノ・情報のハブとなる拠点（SPOT3）をつくりました。

--SPOT3について詳しく教えてください。

SPOT3は、足利市内の大型商業施設「あしかがハーヴェストプレース」の敷地内に存在し、市民の方々が自由に協働作業をしたり、ソーシャルカフェを開催したりすることができるスペースとなっています。足利テレビのスタジオも併設されています。

コミュニケーション・ラボは、SPOT3でFacebook、twitter講座を開講しています。講座を開講することで、SPOT3のPRにもなるし、Facebook、twitterの普及率が向上すれば、足利テレビ利用者の裾野が広がると考えています。その他には、週次や月次で交流会を開催しています。テーマを設けて、話し合ったり、足利の方々どうしの「交流」を目的にしています。この交流会の中で、足利テレビへの出演を募集して、実際に出演して頂いた方がたくさんいます。

ある日、足利テレビでミュージシャンのライブを放送している時、SPOT3の向かいのスポーツジムで行われていたダンススクールを終えた多くの子どもたちが、SPOT3内に入ってきて、音楽に合わせて踊り出すといったハプニングがありました。まさに、SPOT3の主目的である「ネットとリアルの融合」を表す印象的な出来事であり、とても楽しい放送回となりました。



SPOT3のイメージ図

導入効果 (アウトカム) と導入規模 (アウトプット)

導入効果 (アウトカム) ※

導入規模 (アウトプット)

- 顧客** インターネット環境があれば世界中どこでも細かな足利の情報を受信することが可能となった
- プロセス** SPOT3の展開により、ネットと現実社会を融合し、サービスの提供範囲が広がった

生放送の総視聴者数	: 5032名
生放送の総視聴時間	: 1930時間
録画放送の総視聴者数	: 15400名
(※2010年7月～2011年8月)	

※導入効果はバランス・スコアカードの視点（「財務の視点」「顧客の視点」「業務プロセスの視点」「学習と成長の視点」）を用いて記載しています。バランス・スコアカード：組織の業績・効率を計測する評価手法であり、事業のパフォーマンスを4つの視点によって評価・分析する手法。

<事業成功のポイントと今後の課題・展望>

アクセス解析を行い、良い結果をもたらす要因が明らかとなれば、次の放送から採用します。我々の活動をより多くの方に知ってもらい、期待に応え、サービスの質を向上させていきたい。

事業成功のポイント

事業成功のポイントは、足利テレビの放送に係るアクセス解析をしっかりと行っている点だと思います。アクセス数の増減や多い少ないといった数値に対して、必ず要因を明らかにするようにしています。良い結果をもたらす要因が明らかとなれば、次の放送から採用しますし、悪い結果をもたらす要因が明らかとなれば、次の放送から見直します。放送のスタイルにこだわらず、常に見直しを行っている点が、事業成功のポイントだと思っています。

もう一つの事業成功のポイントは、「続けること」だと思います。足利テレビ開局当時は、放送100回を目標に、ゲストなし・ネタなしという日であっても毎日放送を続けました。続けなければわからないこと、見えてこないことがたくさんあると思います。Ustreamを活用した動画の配信はコストが掛からないため、コストの掛からない仕組みを採用したことで、続けることができたと思います。

今後の課題と展望

今後の課題は、①スタッフの確保、②持続可能な事業にするための資金繰りがあります。①スタッフの確保については、SPOT3で行っている様々な活動の中で、スキルや実績を問わず、我々の考えに共感し、熱意のある方を積極的に募集していきたいと考えています。②持続可能な事業にするための資金繰りについては、現在の主な収益項目は会員費、寄付、足利テレビへの出演料であるため、足利テレビを含むコミュニケーション・ラボの活動をより多くの方に知ってもらい、期待に応え、サービスの質を向上させることが、それぞれの収益項目の額を向上させる方法だと思っています。

今後の展望については、今年度より足利商工会議所へ加入し、今までより踏み込んだ形で協働を推進していきたいと考えています。また、足利市、足利観光協会とも連携をとりながら足利の活性化にむけて活動していきたいと考えています。

導入概算費用等

本システムを導入した場合の概算費用

- ・導入費用：0円
- ・運用費用：0円

※開局当初、撮影に使用するカメラやパソコンは個人のもを使用し導入費用を極力掛けないようにしました。また、動画配信および公開はUstreamやYoutubeといった公開型の無料動画配信技術を採用しています。寄付や放送委託を受けて徐々に機材を充実させています。



無料動画配信技術・個人資産を活用することで、導入費用を極端に抑えることに成功した。

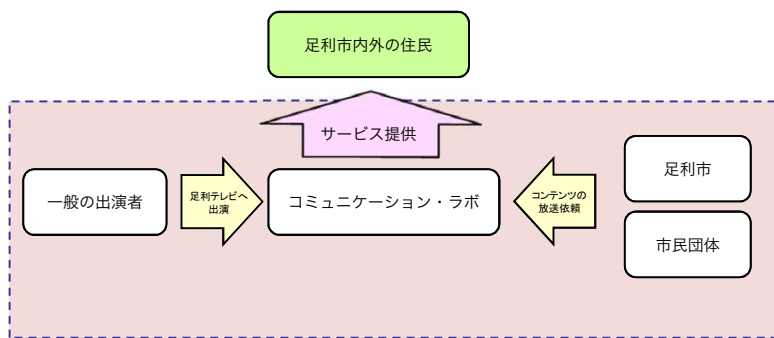
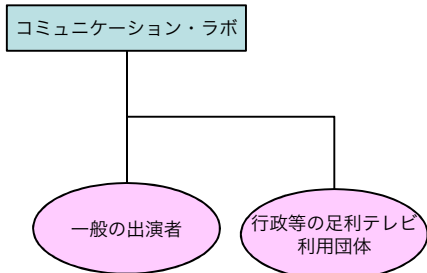
事業実施体制

事業主体 : NPO法人コミュニケーション・ラボ
サービス : 足利市内外の住民
提供対象

事業実施体制

事業実施相関図

凡例
□ : 実施主体等 ○ : 協力団体



<事業主体の横顔>



NPO法人コミュニケーション・ラボ
本社：栃木県足利市朝倉町3-23-4
N2ビル1F C号室

「街を今より知ることで、街の可能性は広がっていく」をビジョンに栃木県足利市を拠点に両毛エリアで情報に特化した中間支援センターを目指していきます。

<本件に関する問い合わせ先・導入検討・視察の相談先>

NPO法人 コミュニケーション・ラボ
TEL 050-3635-0326

E-mail:info[atmark]ashikaga.tv

スパム対策としてメールアドレスを一部変更して記載してあります。eメールを御送付の際は、「[atmark]」を「@」に変えてご利用ください。

調査協力：宇都宮大学 陣内 雄次 教授