

「放送・通信連携を活用した地域の放送コンテンツの
発信（ロコちゃん）に関して」
～ 概要～

2016年10月20日

dentsu

株式会社 電通

目的

全国の各地域が保有しているコンテンツを、インターネット上のポータルサイトを通じた地域内外の多様なデバイスへの発信に関し、効果的な発信手法及びその効果の検証を行うことを目的に実施。



背景

- ① 2008年をピークに人口減少側面に入った我が国で、特にその様相が顕著な地方経済において人口減少克服、地方創生を成し遂げるための取り組みが必要
- ② 2014年12月「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に伴うアクションプランとして「地方がもつコンテンツ」を国内外に発信
- ③ 特に、昨今のブロードバンド普及、Wi-Fi環境の向上、携帯電話回線の高速化、次世代スマートテレビ・スマートフォン・タブレットの普及を考慮し、それら端末でアクセス可能な情報発信サイトを検討



「地方創生」を目的に地方を知ってもらうコンテンツの接触環境を作る

概要①

地域経済の活性化や地域の生活環境の向上に資するために、地上ローカル局の動画素材を集約し、日本各地の観光・グルメ・名産品等を紹介するポータルサイト「ロコチャン」を構築。

【画面構成】

画面構成は、**地域情報発信のポータルであることが一目でわかるように**、

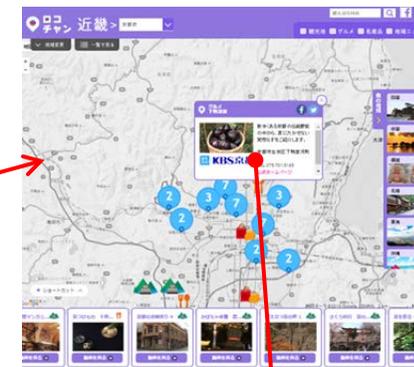
①日本地図上に各エリアを明確に区分し、関心のあるエリアに利用者がすぐに辿り着けるよう、利便性を提供することを第一の目的とした。

②各エリアのページでは、**Googleマップと連動**し、ピンポイントに映像情報の場所が特定でき、その地域に初めて訪れた人にも便利に利用できるつくりを目指した。

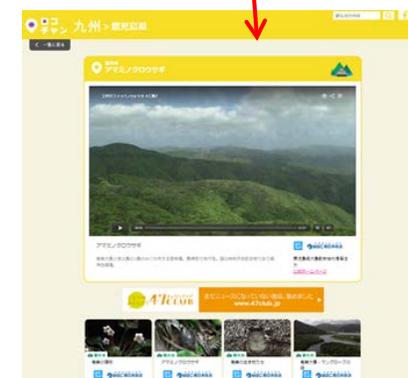
トップ画面



地図画面



動画画面



【システム構築】

サイト運営：株式会社プレゼントキャスト

対応機種：PC（サイトURL <http://lococh.jp>）／スマートフォン（通信事業者問わず利用可能／Android4.0以上、iOS7及びiOS8）

動画のファイル形式：mp4

動画ビットレート：3Mbps

サイト掲載動画数：地方局から500以上を集約し掲載

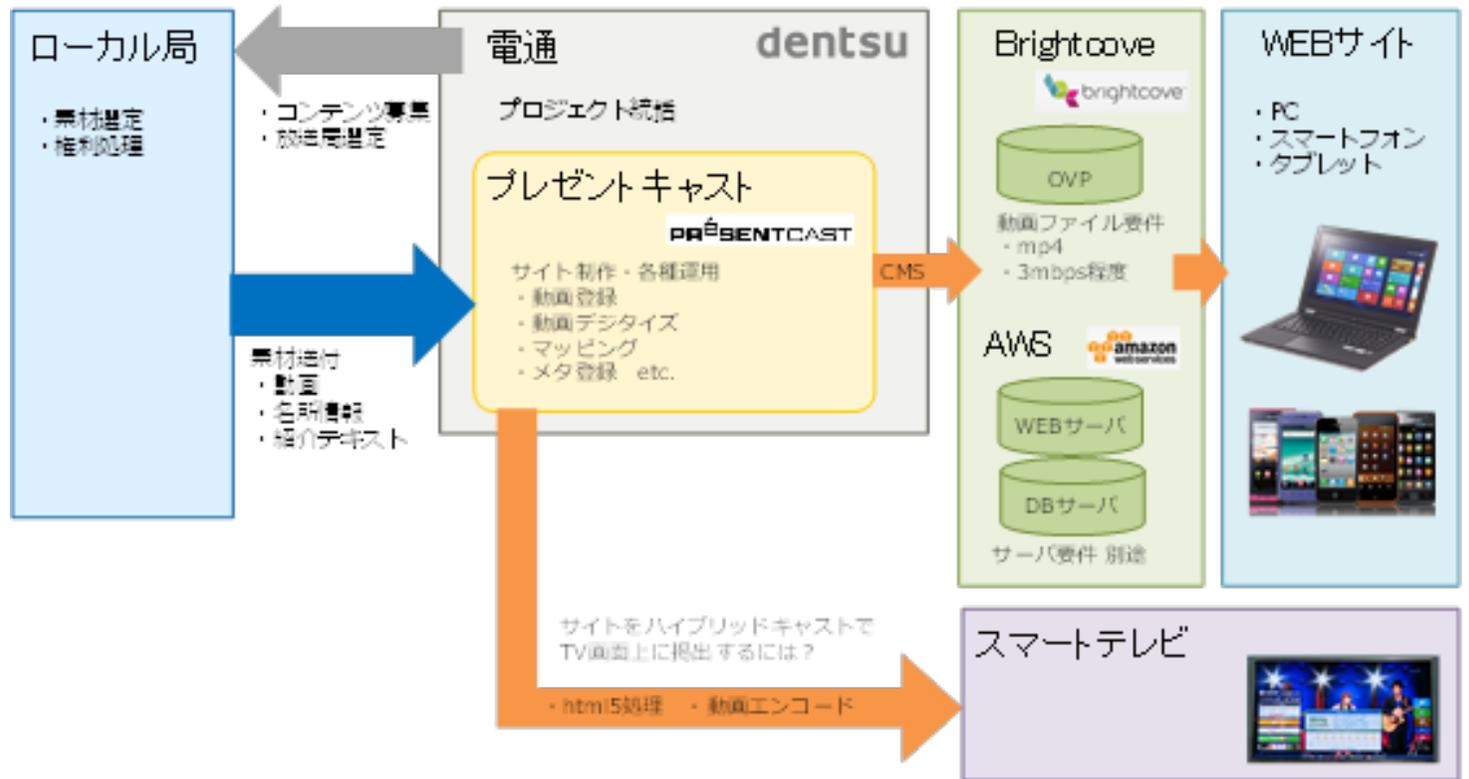
利用料：無料

システム運用は、

民放と弊社を含む広告会社
が出資しております
プレゼントキャスト社に
委託。

同社は

- ①「TVer」や「gorin.jp」の運用も行っており、民放動画に関する知見が充実
- ②常に民放様より動画運営の委託作業がありスケールメリットが効く



ご参加いただきました放送局様

弊社からローカル局様へのご案内により

対象112局中 82局のご応募をいただきました。(全局からキー局・準キー局除く)
内容確認の結果、40局様よりコンテンツをお預かりし、サイトへの掲載をいたしました。

【コンテンツ集約】

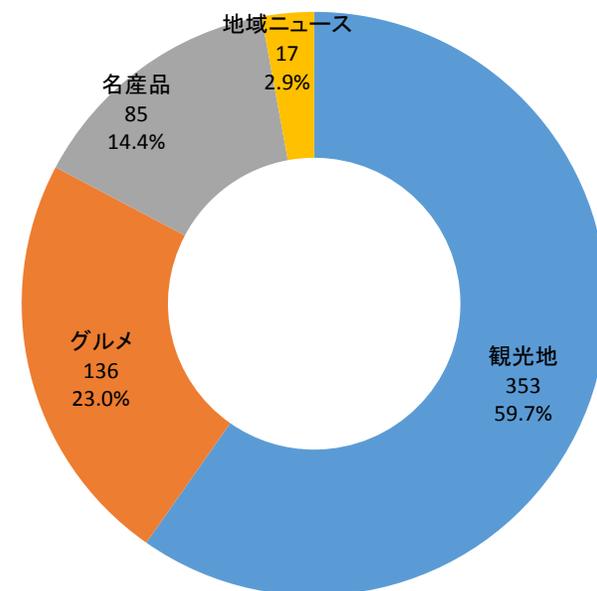
<応募局 = 82>

系列	応募局数	応募率
全局	82	73.2%
NTV系列	18	72.0%
TBS系列	21	84.0%
CX系列	16	64.0%
EX系列	15	71.4%
TX系列	3	100.0%
独立局	9	69.2%

<掲載局 = 40>



<掲載本数 = 591本>



概要②（広報）

ローカル動画の視聴広報の目的

- ① 動画コンテンツの純粹広報 = まずは局が放送以外に出していなかった素材を中心に見ていただく
- ② 視聴者の局動画視聴傾向を見極める = 今後のビジネスモデルの検証資料

【周知広報】

「ココチャン」を広く周知させるために、大手媒体を選定したWeb広告や最新のコンテンツレコメンドエンジン、地上ローカル局の協力によるパブリッシング広告を実施いたしました（実施期間：2015年8月24日から2016年3月11日）。

リスティング 広告	バナー広告	キュレーショ ン広告	コンテンツレ コメンド広告	パブリッシン グ広告
Yahoo! Google	ADJUST Facebook*	Antenna* Gunosy SmartNews	Outbrain	25局 ・番組内告知 ・HPバナー
2015年8月24日 ～12月31日 2016年1月12日 ～3月11日	2015年8月24日 ～12月31日* 2016年1月12日 ～3月11日	2015年8月24日 ～8月31日 2015年8月24日 ～9月13日*	2016年1月12日 ～3月31日	2015年8月24日 ～2016年3月31 日

まとめ

成果のポイント

- ・ ロコチャンプラットフォームに全国の中から40局・591素材を掲載し、地域の情報を他の地域からもアクセス可能としつつ、映像素材そのものを資産化するための課題を整理し、地域の拠点の一つとしての地上ローカル局の活性化のために行ったことは

- ① 放送局様が汎用されていないコンテンツの再価値化（マルチユース）
- ② 系列を越えて多くのコンテンツを集めることによる話題性や価値の集束化
- ③ 放送局様がお持ちの課題の顕在化

■ サイト運営によってわかったことを、あえて申し上げるならば

広告からは



サイト誘引を広告で行うという事は、**時間とコスト**がかかるという認識
消費者側がサイトを探していくというより、

- ・ まとめサイトで情報を手早く出す
- ・ 偶然見ているサイトに出ている情報（広告でも）の方に食いつきやすい

サイトでのアクセス解析からは



「ロコチャン」としてローカル動画サイトを運用したが、

- ・ 動画をサイトで見てもらうにはその導線管理戦略が必要（どこから入りやすいか）
- ・ 視聴者側は動画は好きだが、探すきっかけ作りが難しいので、**彼らの行動導線にコンテンツ側が入っていく仕掛け作り**をしないと視聴されない
- ・ 視聴行動を促すためのメタデータ運用にもコスト・テクニックが必要