

防災・生活情報アプリ(コミュニティアプリ)の概要

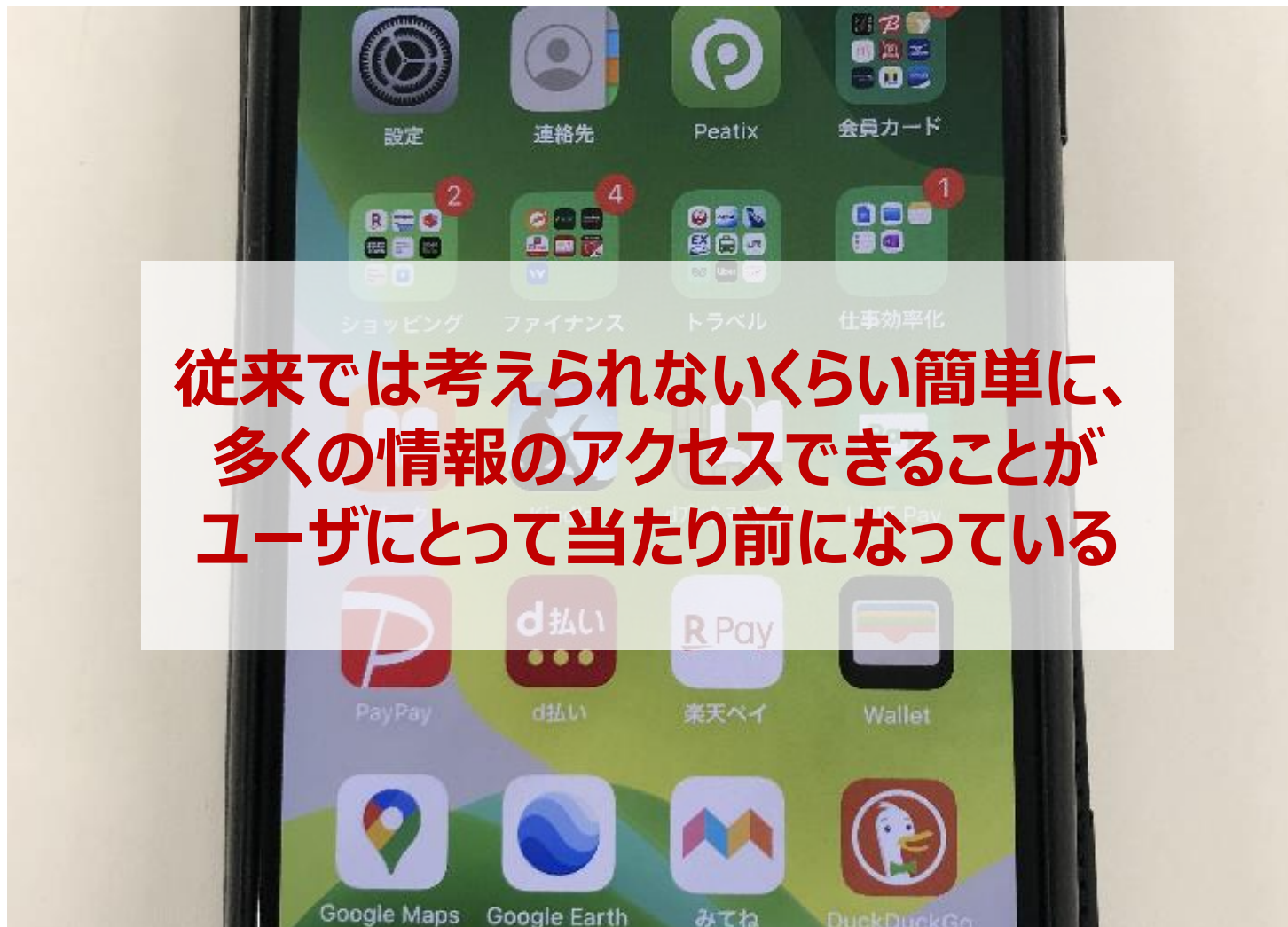
2020年4月1日

(一社) 日本ケーブルテレビ連盟

企画部

熊谷

1. 地域メディアにおける本格的なアプリ活用の必要性



従来では考えられないくらい簡単に、
多くの情報のアクセスできることが
ユーザにとって当たり前になっている

スマホ保有 : 30代で9割以上、50代でも7割以上
アプリ起動回数 : おおよそ60-80回/日

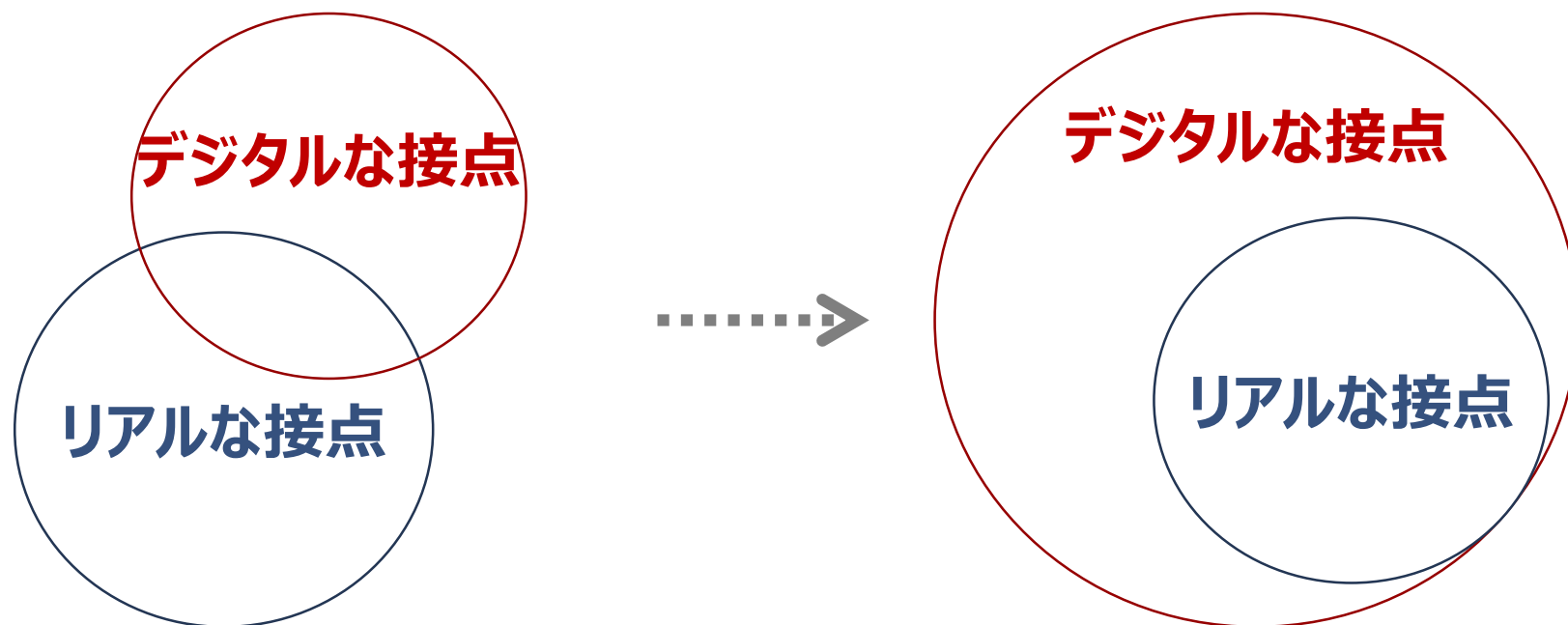
B2Cビジネスにおける流れ：OMO On-line Merge with Off-line

顧客接点の基本がデジタルに！（高速、高頻度）

ユーザ動線は デジタルの接点 → リアルの接点へ

いままで

スマホ普及後



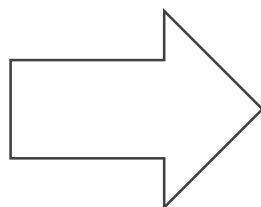
デジタルチャネルの利点は、頻度の高い情報発信、
低コストでの申込みなどの手続きなど。
例：銀行、学習、クーポン、コミュニケーションなど

スマホでの全国のニュース等は、1分もあればすべての分野を眺められる

ちょっと前

検索
(探す)

ブックマーク
(URLを覚えておく)



いまのユーザにとっての当たり前

キュレーション
(まとめてみられる)

レコメンド
(オススメされる)

全国ニュースのアプリなどの普及で、地域の中小店舗などの情報

広告

ユーザ行動

全国チェーンの
広告、クーポンが
溢れている

(例 100万円で2000人に届ける)



仕事を終えて
30分余裕があると、
コンビニによって帰る



広告出稿費用
のハードルを下げ、
地域広告を増やす

(例 5千円で10人に届ける)



地域のイベントや店舗の
情報が届いていれば
空いた時間に参加できる

取組むべき施策

生活に必要な地域情報をまとめてみられるアプリ(=コミュニティアプリ) ユーザーとの日々の接点を持つ

情報のニーズ ←

生活環境・暮らしを構成するレイヤー

全国・グローバル

パッケージ化された全国ニュース
例 Yahoo! ニュース等

既存の大手事業者多数。
全国ニュースは、最適化されたUI
にパッケージ化され、毎日閲覧する
メディアとなっている

ローカル

パッケージ化された生活情報

防災情報、学校・自治体情報等
の生活に必要な情報を最適なUI
にパッケージ化し生活圏メディアと
する

パーソナル

パッケージ化された
個人のバイタル情報
※ケーブルID推進委員会にて検討

ヘルスケア・医療市場の変革期が
始まっている。各自のバイタル情報
のパッケージ化の重要性も高まる

第4レイヤー コミュニティ・文化・生きがい

住民のより高次のニーズ(社会活動への参加等)に対する
サービスの提供

第3レイヤー 生活のタスク (家事等)

人々の生活に必要な健康・医療、教育、福祉等の生活
タスクの支援サービス

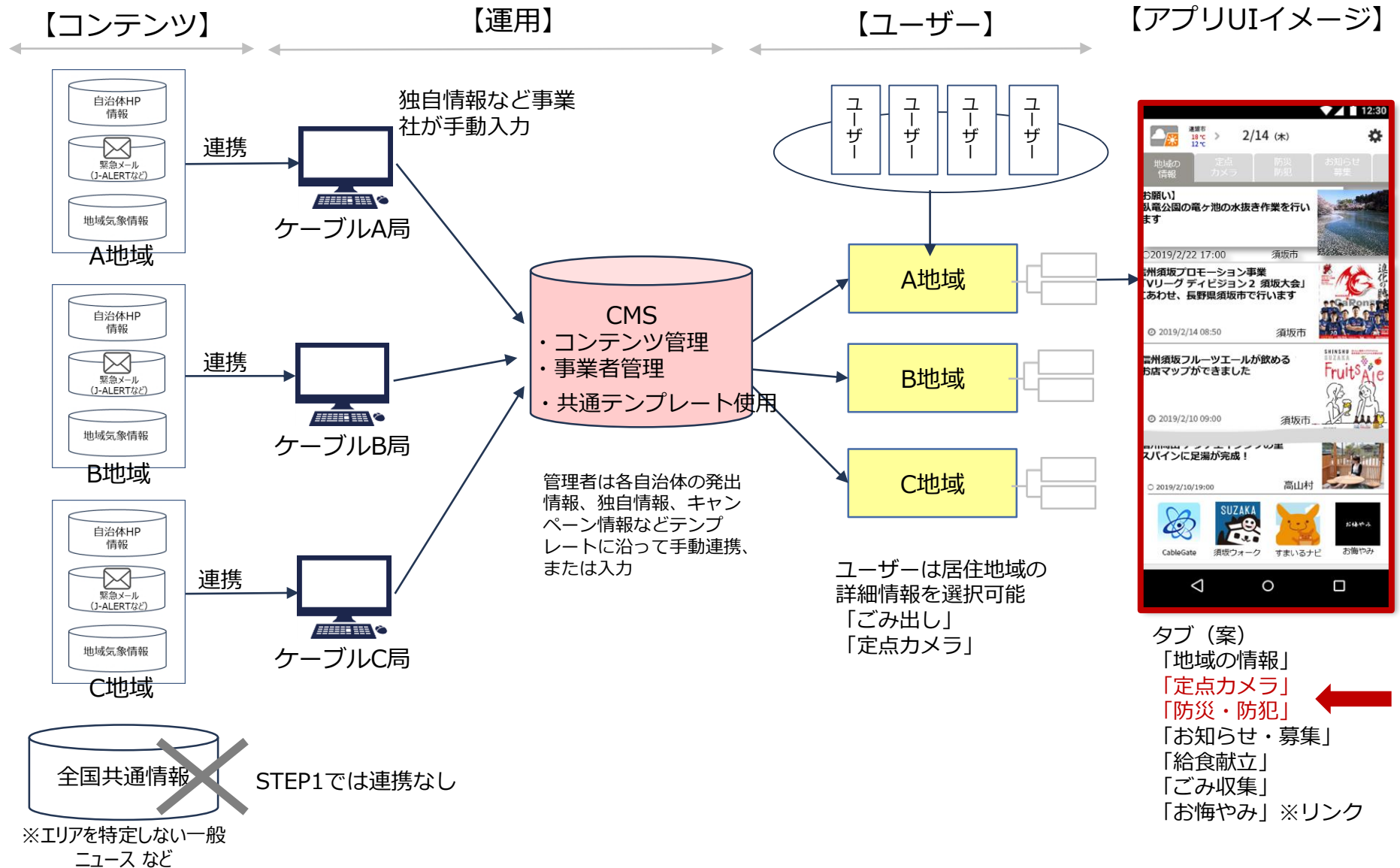
第2レイヤー 住居機能のインフラ

通信、エネルギーなどのインフラ整備と同インフラを活用し
た防災・防犯など公共サービス

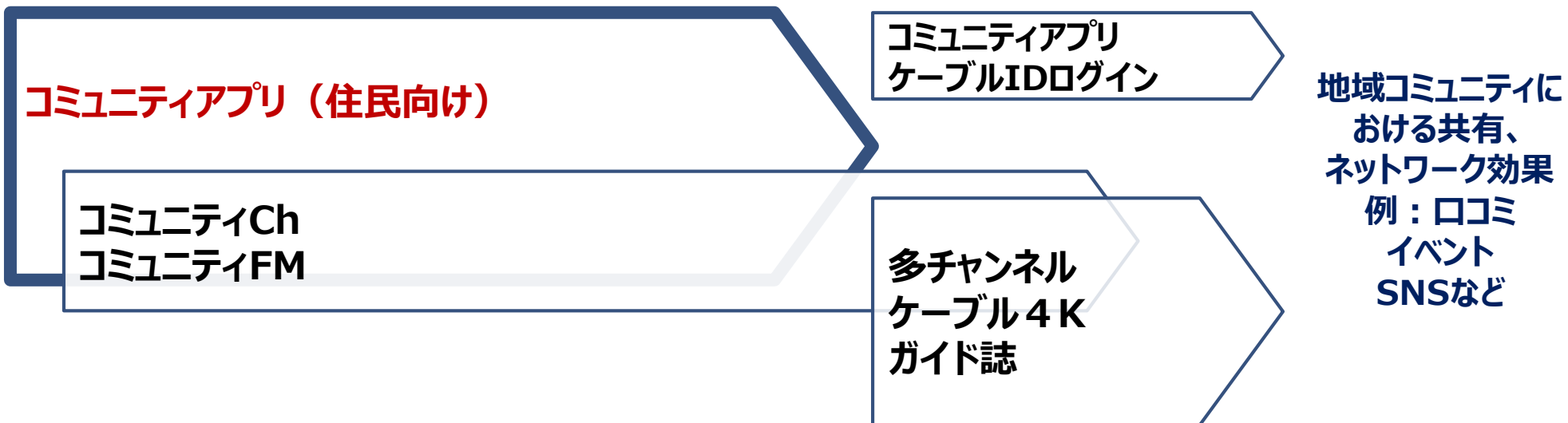
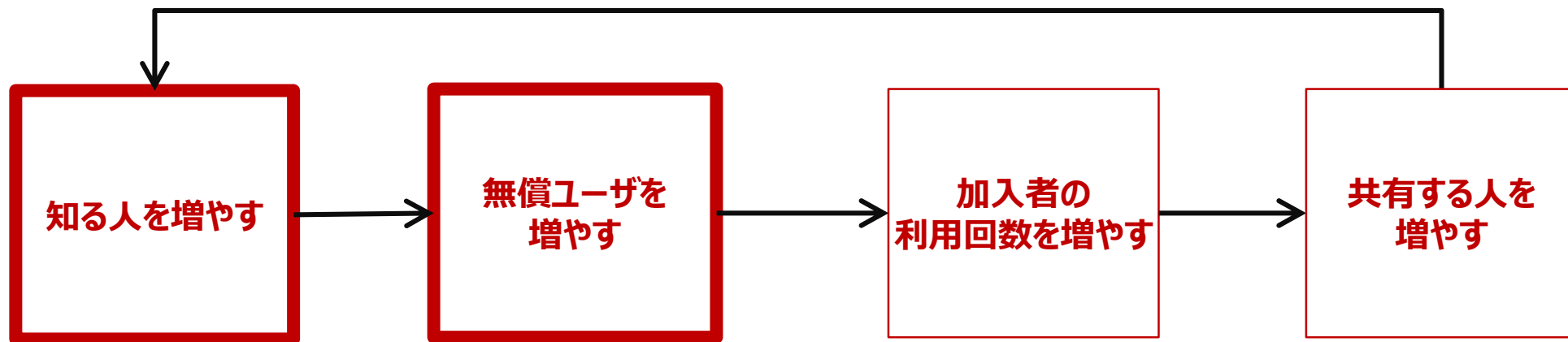
第1レイヤー 行政・地方創生・街づくり

都市計画、地域づくりの基本的方針の策定

防災生活情報アプリ（コミュニティアプリ）のシステムを業界連携で運用



ユーザーの動線イメージ（案）



2. アプリによる防災情報の提供

地域の放送通信事業者として、FTTHや無線ネットワーク（ローカル5G,地域BWA)を活用し、防災監視カメラの映像や水位計情報を住民向けに放送・配信することが可能



河川、ハザードエリアを水位計、4K定点カメラで監視 → 一元管理



+



ローカル5GのFWAサービス顧客ニーズの多様化に対応するとともに、引き込み線のコスト低減へ

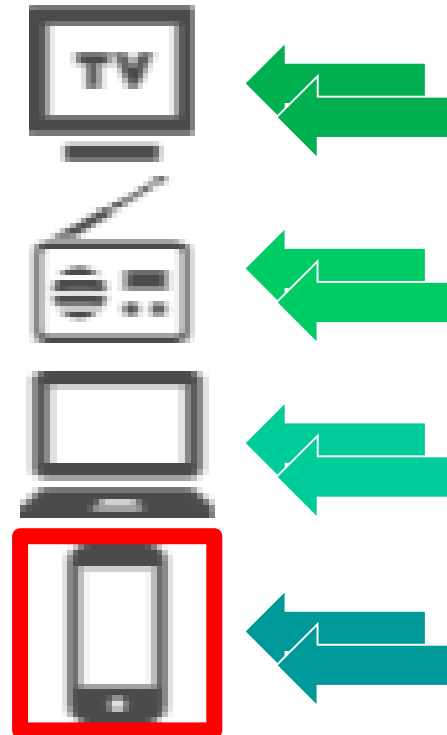
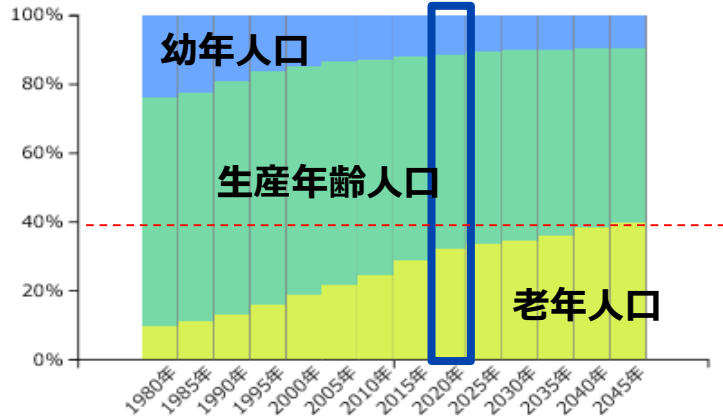
地域メディアであるCATV事業者の住民へのリーチ例



- サービス提供エリア : 栃木市内全域100%近く
- コミュニティ視聴可能世帯 : 約52,000世帯
- 有料サービス加入率 : 約50%
- 有料テレビ加入率 : 約40%

地域住民向けサービス

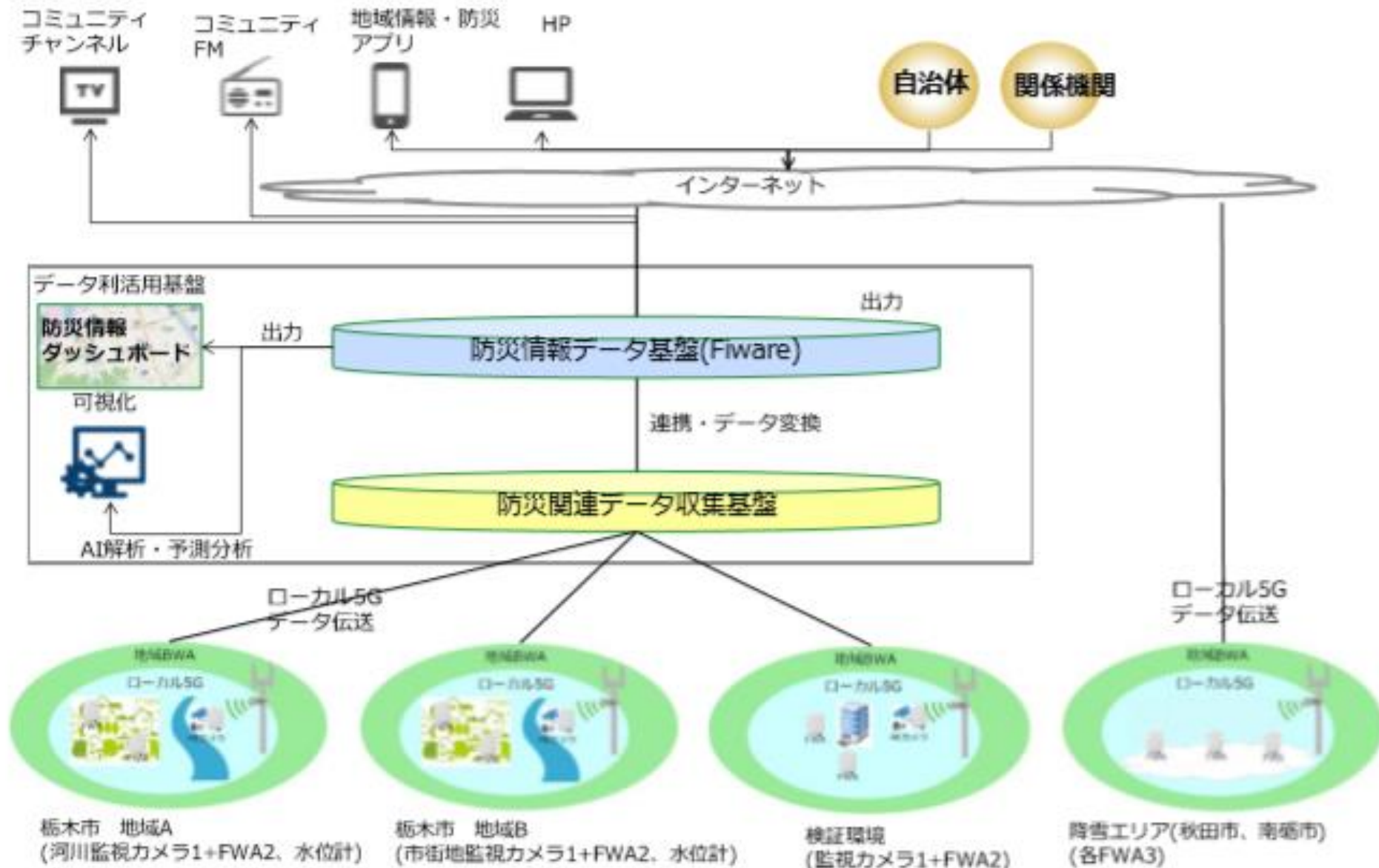
- コミュニティFM : 栃木市内全域
- 地域内アプリ : 検討中



複数メディアで素早く住民に届く



4 Kカメラ、水位計情報の住民への配信 システムイメージ例





**住民が毎日使うコミュニティアプリで
防災情報を配信！**