

地方の活性化とユビキタスネット社会に関する懇談会

**放送・通信のハイブリッドで目指す
ユビキタスネットによる
地方活性化の視点**

2007年3月5日

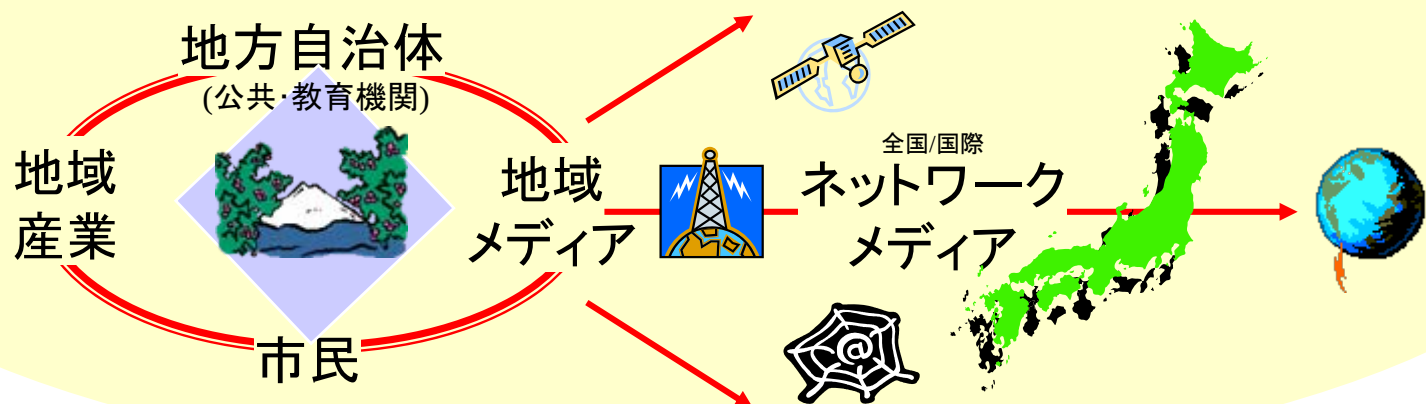


本日の発表内容

放送・通信のハイブリッドによる ユビキタスネットワーク利活用

- 1.「TV放送」は多くの人々が、毎日・長時間触れているメディア
- 2.「ユビキタスネットワーク」が新しい活用を提供
 - >いつでも・どこでも大容量データにアクセスできる
 - >検索などの機能とともにより深い情報を提供できる
 - >自由なアクセスを通じて、市民がコンテンツ作りに参加できる
 - >予約・購入・決済などすぐれた利便性を提供できる

「地域コンテンツを核に、ネットワークを通じて全国/世界発信」 地方の産業・観光活性化,文化振興に活用



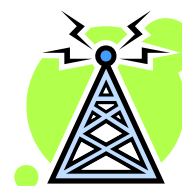
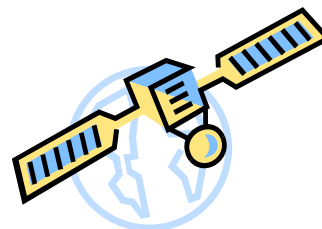
放送・通信のハイブリッドによる
ユビキタスネットワーク利活用

～地域産業・観光活性化,文化振興の視点から～

- 1.情報発信の地域間格差
- 2.地方コンテンツ制作～当社の事例
- 3.展開アイデアおよび二次活用
- 4.実現へむけた視点

ユビキタスネット時代のテレビ

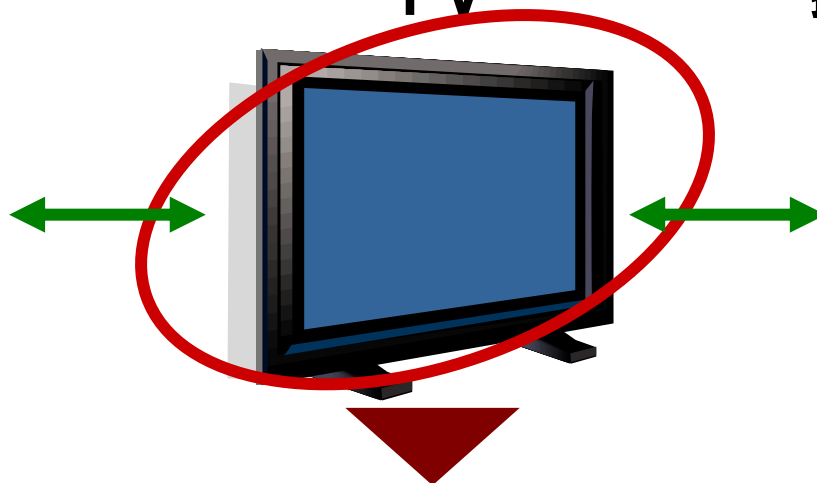
FTTH/CATV/衛星/無線などを組み合わせ、
パソコン・TV・電話などあらゆるデバイスを接続したユビキタスネットが実現



パソコン



TV



携帯電話・固定電話



※TVは1日平均4時間、国民の多くがもっとも接触するメディア。

他のデジタル機器より、相対的に操作は簡単。

※特にデジタル化により、ユビキタスネットとの親和性大

※放送やVOD・モバイルサービスの並立による多様な利用シーン

情報発信の地域間格差

ユビキタスネットワーク整備によるハード格差解消とともに
「情報発信強化」によりソフト面での地域間格差を埋める努力が必要

図 20 一人当たり情報流通量の地域間格差

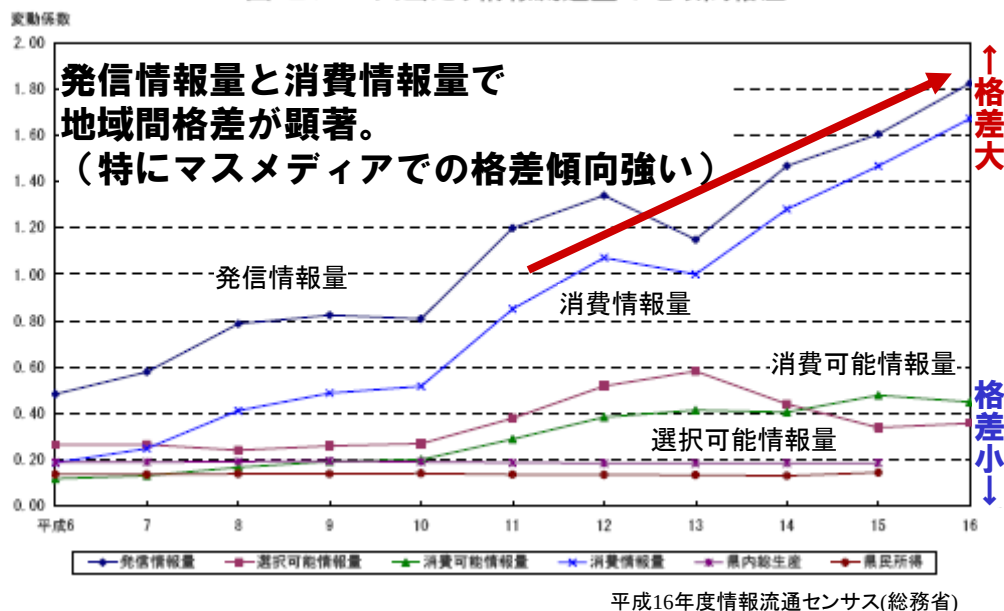


図 27 一人当たりマスメディア情報量の多い都道府県(平成 16 年度)
電気通信系マスメディア



- ・新聞社/出版社/キーテレビ局/制作会社などが東京に集中。
- ・「地方局」や「CATVコミュニティチャンネル」で作られた地域コンテンツが、地域外に配信される機会が少ない。
- ・情報発信への取り組みによって”地方間”の差も広がる可能性。

地方活性化へむけて

**地域メディアと地域コンテンツを核として
地域外への情報発信強化**

地域内外の市民参加の仕組みづくり

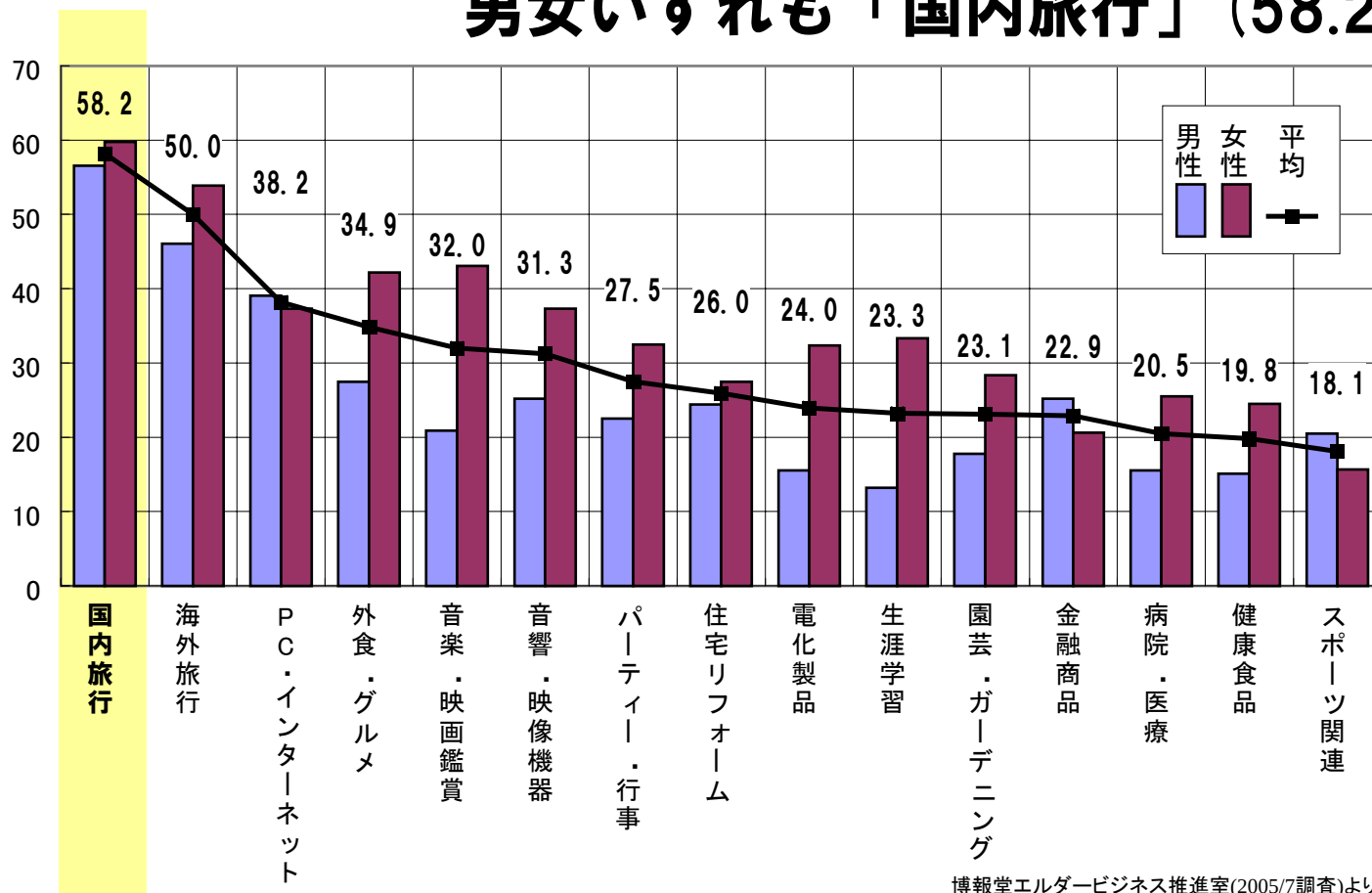
**ユビキタスネットワーク機能を活用した
ユーザーの利便性向上**



「地域産業・観光活性化,文化振興」

「団塊」パワーで国内観光が活性化？

団塊世代が退職後「お金をかけたいこと」のトップは
男女いずれも「国内旅行」(58.2%)



博報堂エルダービジネス推進室(2005/7調査)より

団塊世代は
幼少期を地方で過ごし、
進学・就職時に都市へ移った
比率が高い。

団塊世代は
「仕事」も「趣味」も「ボランティア」も。
すべてを続けたいという
“生涯現役”志向が強い。

理想的な引退後の
ライフスタイルは
「楽しく、体にやさしい、知的な生活」



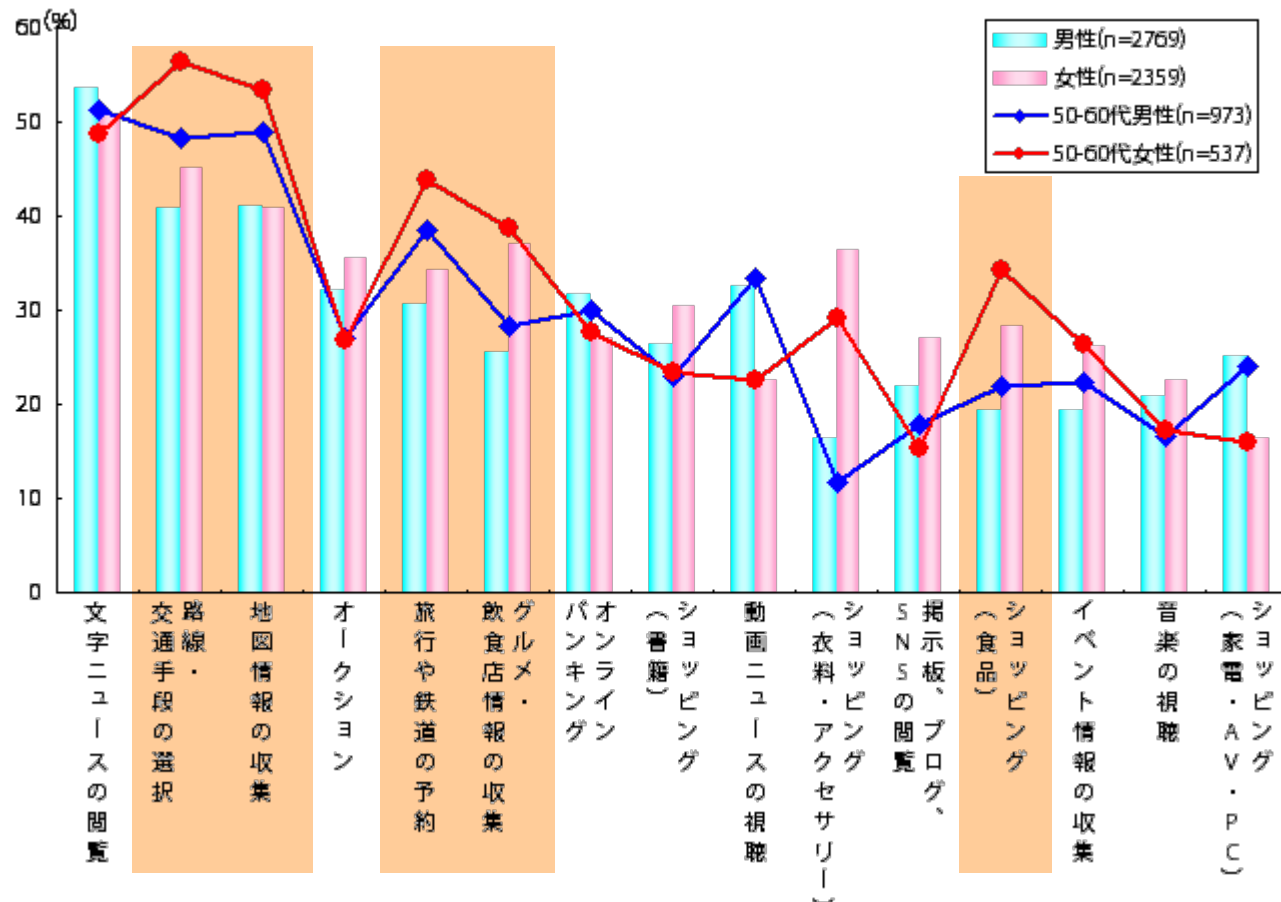
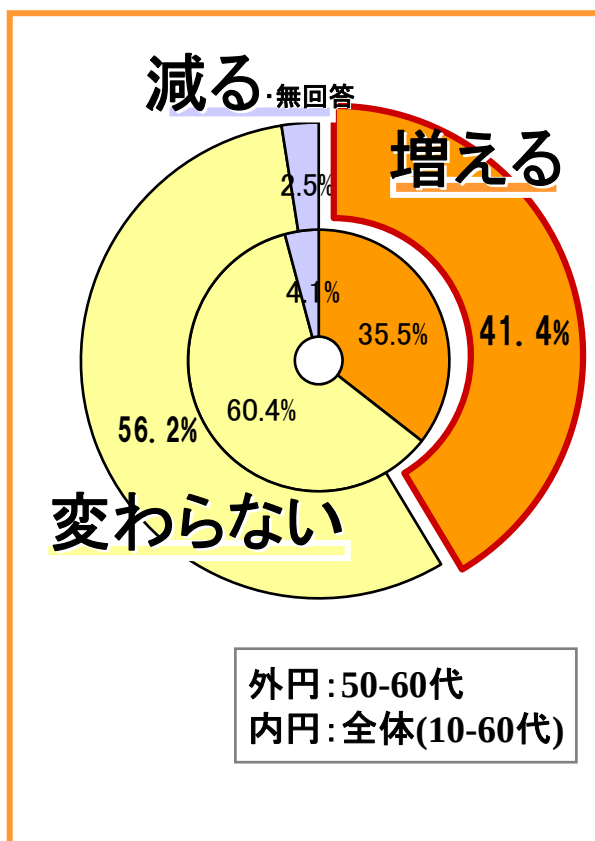
地域外からの訪問客として、
また地域内リーダーとしても期待される世代

「団塊」世代はネットをフル活用

旅行・レジャー情報は「インターネットで。」という流れ

今後、あなたがパソコンからインターネットを利用する機会はどのように変わるとお考えですか？（ひとつだけ）

あなたご自身の利用方法について、今後、どのような時に、パソコンからインターネットにアクセスすることが増えると思いますか。（いくつでも）



日経リサーチ・データシグナル「シニア世代のインターネット利用はレジャー関連で増える見込み」
(2006/11調査)より

都心では県産品ショップが賑わい

銀座わしたショップ



京都館



香川・愛媛せとうち旬彩館



いきいき富山館



かごしま遊楽館



表参道新潟館



花まるっ秋田ふるさと館



北海道どさんこプラザ



地域観光コンテンツの出発点



「人」「風土」「歴史」「産品」



地方コンテンツ制作～当社グループ事例

ヒストリーチャンネル™



THE HISTORY CHANNEL.

歴史の旅、未来への旅

***日本で唯一の歴史エンタテインメントチャンネル**
***2000年設立。2001年放送開始**

- ・米国[A&E Network]との共同事業。エミー賞をはじめ数々の有力テレビ賞を受賞した番組を放送。
- ・全世界130カ国、2億3000万人が、各国の「ヒストリーチャンネル」を視聴。
- ・日本独自編成。国内作品・オリジナル制作番組等を通じて日本の歴史・文化・風土をテーマに、新鮮な視点を提供。視聴者の知的好奇心を満たす。
- ・2カ国語放送に積極的取り組み。

各地の歴史や風土をテーマに、オリジナル番組を制作し放送

ナツコ～沖縄密貿易の女王



東シナ海を小さな船が波を切って進んでゆく。その船先には、一人の女性が立っている。スカートをひるがえしたその姿は威風堂々としていた…。第27回講談社ノンフィクション賞受賞作品の映像化。

わが世界遺産

“熊野三山の参詣道”や“太古の森・屋久島”、平安時代の美の象徴“厳島神社”など、日本にある世界遺産の歴史と意義を、そこに暮らす人々の視点を通して描き、世界遺産の真の魅力、そして未来に残すべきものとは何かを探る。



ものの怪のすむ国



おどろおどろしい典型的な妖怪像では描き切れない「ものの怪」の正体や、「ものの怪」を生み出した人間の内面に迫る。
第46回日本紹介映画・ビデオコンクール（後援：外務省、朝日新聞社）奨励賞受賞

ほっこり～美しき祇園の世界



現在、祇園にあるお茶屋は約90軒、舞妓、芸妓もあわせて90人ほど。その限られた空間で繰り広げられる伝統美の世界を、歴史ある京都の風景とともに、ハイビジョン撮影の美しい映像でお送りする

さらばサムライ

今から140年ほど前まで、生活の中に息づいていた「武士道」。侍が姿を消した時、武士道も失われてしまったのか？そもそも“侍”とは？



いとしき知床～わが世界遺産Ⅱ～



40年以上にわたって知床の四季を撮り続けてきた写真家、知られざる流水下の世界を写す写真家、そして、2005年に創設された斜里高校写真部の生徒たち…。知床に魅せられ、フィルムに焼き付け続ける彼らそれぞれの視点を通して、知床の自然遺産、また、そこに生きる人々の思いをハイビジョン撮影の美しい映像で描く。

ウチナーの遺産 ～沖縄・世界遺産を巡る～



日本、中国、東南アジア諸国と交流しつつ、独立王国として独自の発展を遂げた琉球王国の歴史を、世界遺産に登録された文化遺産を巡りながら紐解く。

「まるごと小京都」ご紹介



まるごと
小京都
LITTLE KYOTOS



※英語二カ国語版サンプルを制作

まるごと小京都/小京都の詩^{うた}

岐阜県・郡上八幡
岩手県・遠野
兵庫県・龍野
三重県・伊賀上野
山形県・酒田
長野県・飯山
岡山県・備中高梁
茨城県・古河
栃木県・栃木市
愛知県・犬山市
栃木県・足利市
岐阜県・高山市
福井県・小浜市
山口県・萩市
鳥取県・倉吉
島根県・松江
埼玉県・小川
神奈川県・湯河原
愛媛県・大洲
高知県・中村
栃木県・佐野
長野県・松本
岡山県・津山
広島県・尾道
埼玉県・嵐山
新潟県・加茂
福井県・大野
富山県・城端
長野県・飯田
宮崎県・日南

熊本県・人吉
佐賀県・伊万里
鹿児島県・知覧
島根県・津和野
福岡県・甘木
青森県・弘前
秋田県・角館
山形県・山形
佐賀県・小城
高知県・安芸
岩手県・盛岡
石川県・金沢
大分県・日田
兵庫県・篠山
愛知県・西尾
山口県・萩
山口県・山口
秋田県・湯沢
広島県・竹原
宮城県・村田
兵庫県・出石
宮城県・岩出山
大分県・杵築
岩手県・水沢

全国55カ所の
「小京都」でシリーズ化

各地区 4分15秒x5本

- ・「小村寿太郎」生誕150周年／ポーツマス講和100周年の記念番組
- ・日南市－宮崎放送 (MRT) －ヒストリーチャンネル・ジャパン 3者の共同企画

「小村寿太郎」企画に関する協業体制



自治体

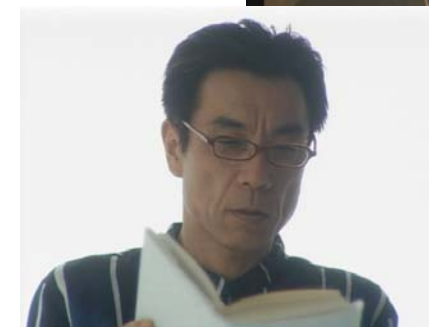
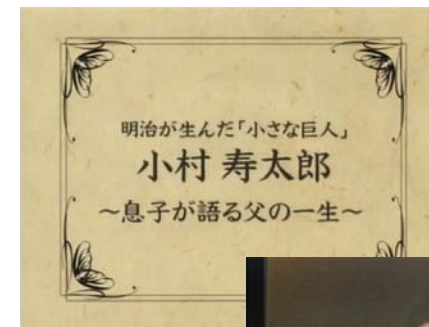
- ・制作費出資
- ・PRや教育への自由利用

地域メディア

- ・映像ライブラリの提供
- ・放送スポンサー獲得
- ・地域内の番組放送
- ・県域新聞での広報・記事

CS局

- ・番組企画・制作費出資
- ・番組制作
- ・全国への番組放送



【今後・強化していく方向性】

放送と通信のハイブリッドによる映像コンテンツの多重利用

地域観光コンテンツ動画制作

**地域メディアと全国ネットワークメディアがコラボレーション
地域映像コンテンツを制作し、全国へむけて発信！**

「作る」

- ・地域自治体・地域産業・地域メディアと、ネットワークメディアが協力・連携
- ・インターネット配信や二次利用・三次利用を見越した権利許諾の事前獲得

「配信する」

- ・地域内での放送・配信による地域情報の充実(コミュニティ意識の醸成にも)
- ・全国ネットワークでの放送・配信により、地域外へ広く情報発信
- ・ネットワークやモバイルによる配信で「いつでもどこでも」視聴可能に

「活用する」

- ・放送コンテンツとともに、地域市民・視聴者を巻き込んだコンテンツの多重利用(風物・食・文化・言葉etc...)

展開アイデア1～観光情報発信2.0

映像コンテンツをブロードバンドネットワークを通して配信
市民参加も得ながら、観光おトク情報や口コミ情報を提供

地域外では..

地域観光情報提供の”Web2.0化”

地域内では..

興味をもって..



番組見て興味が出てきたな。
来月、花火大会あるらしい
けど家族で行っても大丈夫
かな？..SNSで質問してみよう？

旅行後や利用後は..



地元の方にとってもお世話になりました。特に、ガイドさんには...

美味しかったあのお菓子、
また手に入るかしら？

観光情報(テキスト)

地域紹介動画

地元おトク情報SNS

観光口コミ投稿
(文字・写真etc..)

ボランティアガイド
紹介・仲介

eコマース

地元産品販売／観光紹介・仲介

JIMOトク派員(仮) blog

観光・イベント情報などを地元市民の立場から発信



今日は旬の地元の
食材をお料理して
みました。例年より
2週間くらい早く
食べ頃になって..

ボランティアガイド

地元の生活感覚を込めて教えてもらえる

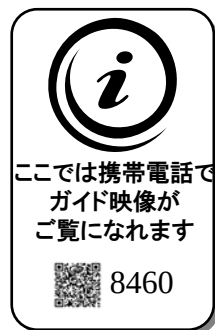


展開アイディア2～ケータイガイド

携帯電話データ配信(+GPS)を組み合わせれば、
「地域観光」の新しい楽しみ方も提供可能

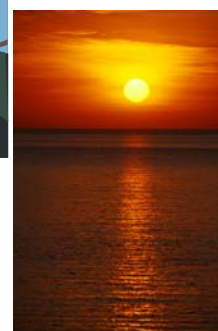
ケータイ
オーディオ&ビジュアル
観光ガイド(無料・有料)

美術館・博物館のオーディオガイドが人気...



趣ある建物だなあ...?

公園奥に立つ五重塔は、室町時代の創建...



夕日を見に来たらあいにく曇り...

天気の良い日の
日没風景をお楽しみ下さい...



この地域に住む
野生ヤマネコです

本物はめったに見られないから
なあ。



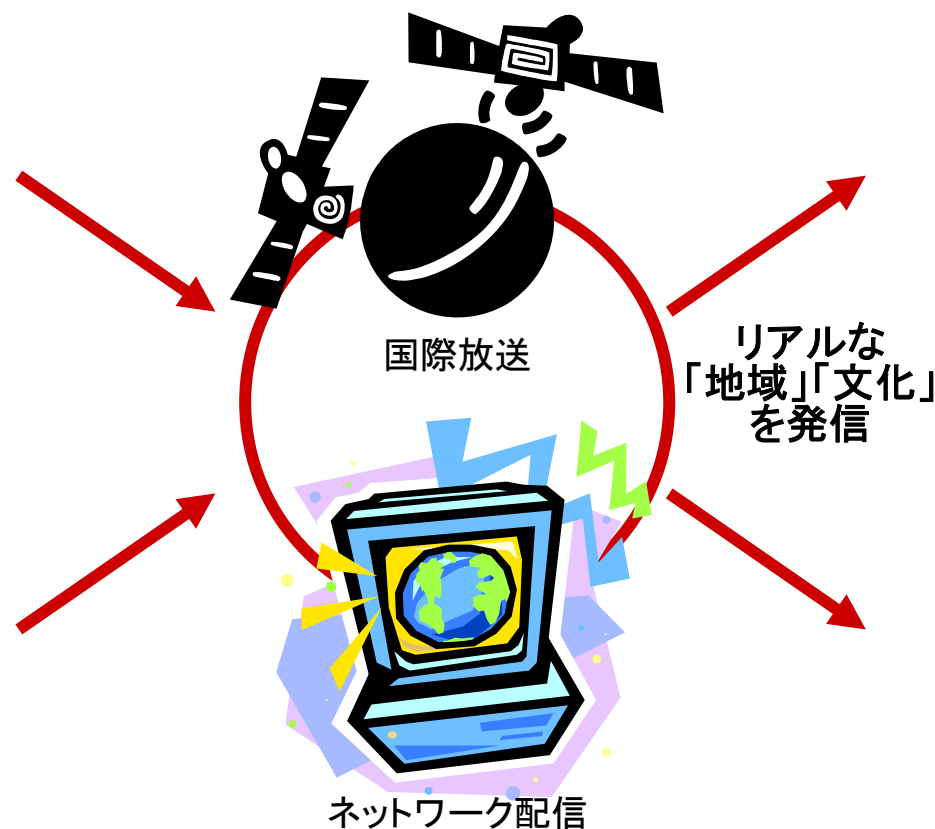
※クーポン発行やスタンプラリー等の応用も可能

二次活用～国際放送/海外配信

各地域での連携をすすめて地域シリーズ化、
国際放送や海外むけブロードバンド配信などで積極活用。
ネット情報サイトの総合化や英語化も組み合わせ
「地元発・日本文化&観光情報」を発信

地域映像
コンテンツ
(共通テーマ&シリーズ化)

地域観光情報
発信サイト
海外観光客
誘致サイトへの情報提供



海外観光誘致の成功事例（北海道）

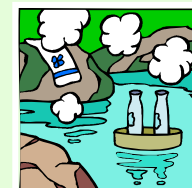
（国内旅行でも「旭山動物園」が人気）



衛星放送をきっかけに 台湾・アジア観光客が増加



- ・衛星放送 [JET-TV] で「北海道アワー」放送（北海道テレビ・60分x週1）
- ・TVドラマ「すずらん」、映画「ラブレター」
- ・物産品ショップ・イベント現地開催
- ・直行便の就航



南半球・オーストラリアで 「ニセコ」リゾートブーム

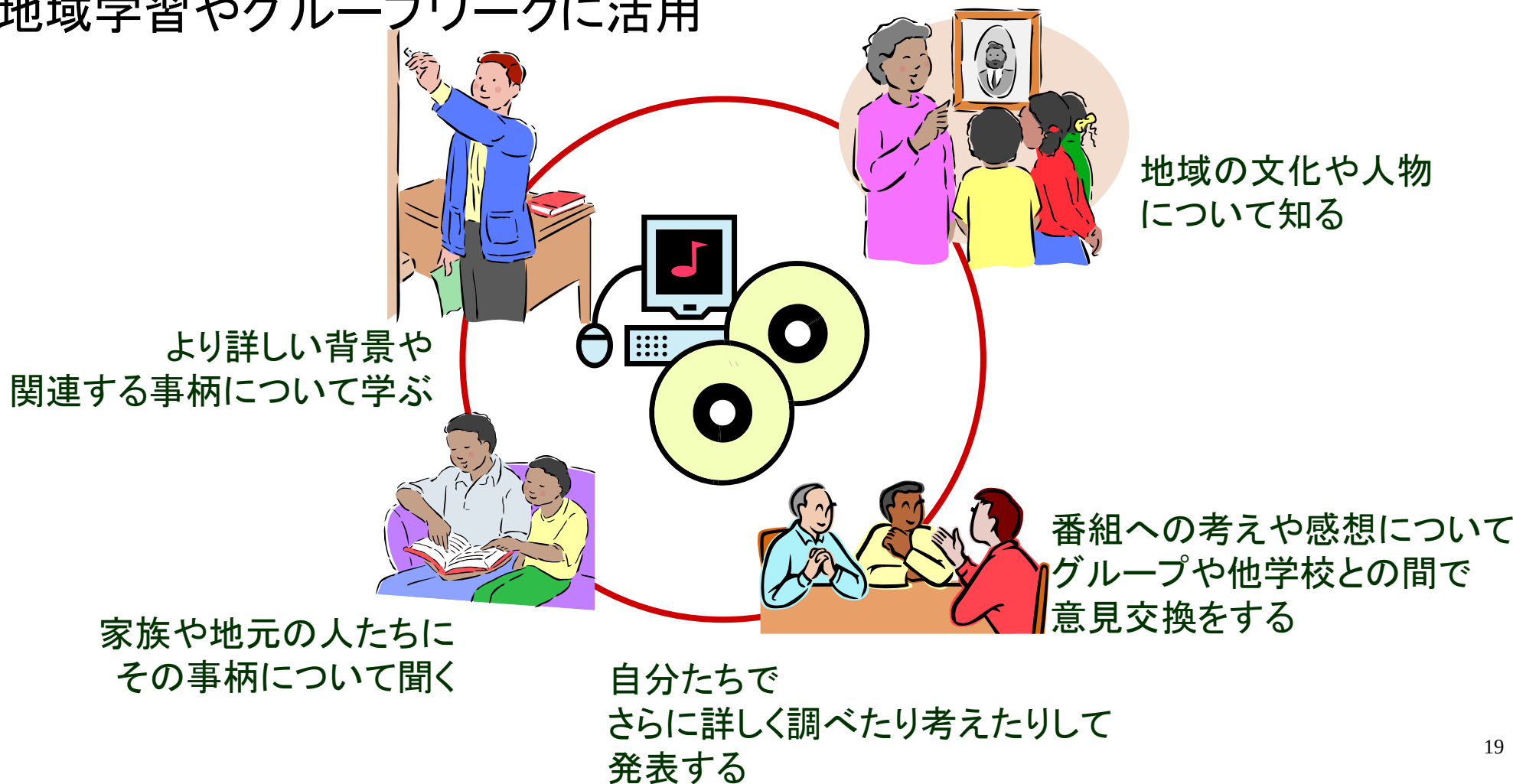


- 「南半球の夏が北海道の冬」「パウダースノー」
- ・スキーヤーたちの口コミが、ブームの火付け役
 - ・滞在型リゾートとしての発展
「オーストラリア村」
→中長期のリゾート開発への取り組み

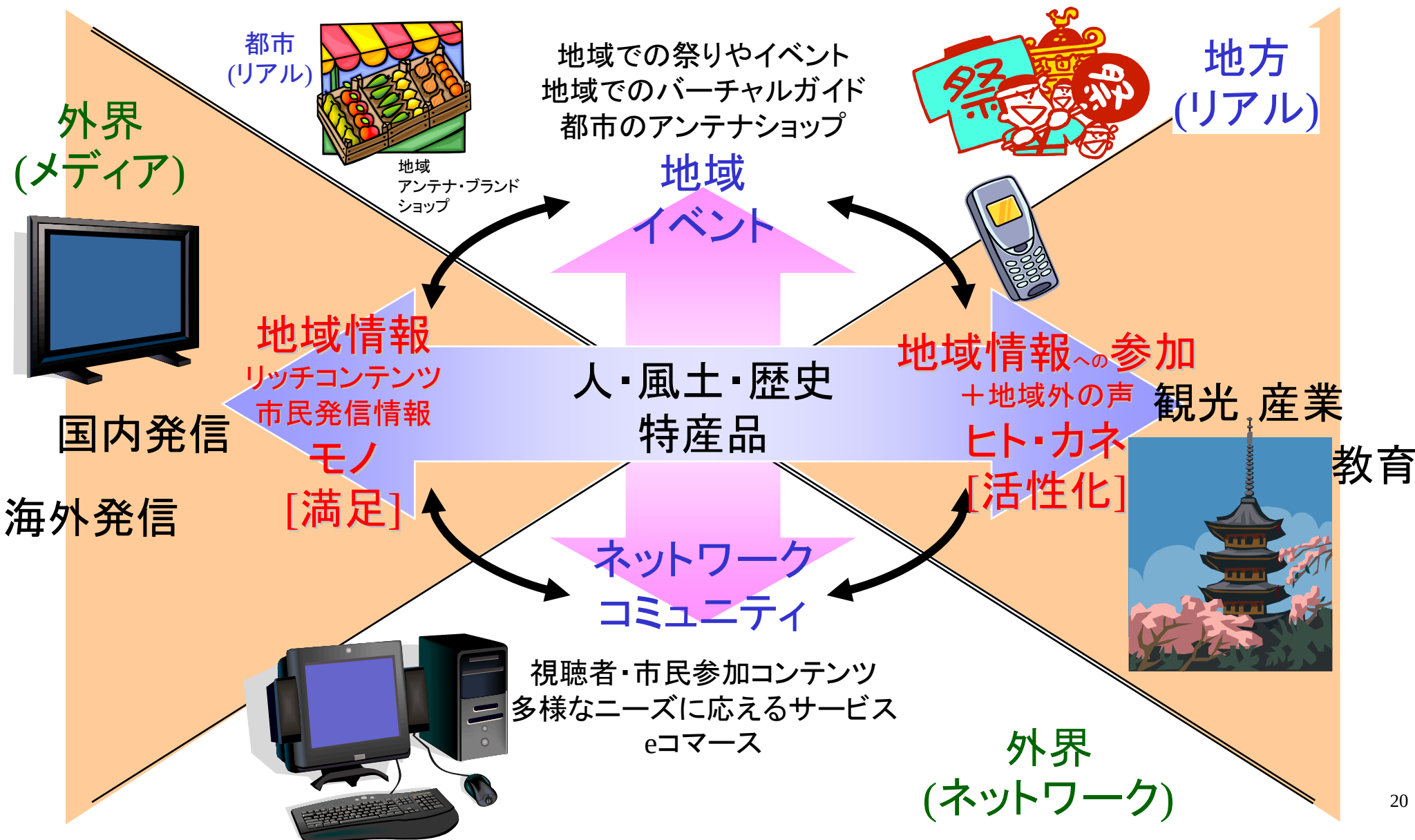


二次活用～地域教育

地域コンテンツを教育に。
コンテンツを教育シーンでの視聴・利用を通して
地域学習やグループワークに活用



地域映像コンテンツ+ユビキタスネットワーク 情報をきっかけに地域内外をむすびつける



実現へむけた視点

※モデル地区でのトライアル

- 地域を核にした協業のしくみづくり
- サービス運営のノウハウ蓄積と成功事例の創出
- 活用効率や事業採算性についての検証

※地域間の拡大／ネットワーク化と協調による効率化

- 情報サイト共同開発や運営による効率化
- 統一ブランドによる効率化 (ex.”道の駅”)

※メディア発信力／ユーザー利便性の強化

- 地域メディアやマスメディアとの連携強化
- ユーザー利便性の向上 (旅行&地産品ポイントシステムなど)