

地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討会 報告書(案)の概要①

○地域コンテンツの流通モデル化に関する実証実験結果

実証実験は、愛媛県松山市を中心に、生産、流通、消費の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等の検証として、映像制作研修会、IPTVサーバを用いた配信実験、MobileWiMAXとスポットワンセグを用いたサイネージ実験、番組流通実験等を行うとともに、地域住民や地域メディアの方々に実証実験に参加をいただき、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として測定しました。

地域コンテンツ流通による効果

★コミュニティの活性化

- ・映像制作研修会を通じて仲間づくりに繋がった。
- ・映像制作研修会でのノウハウが「他の人への技術伝授」に効果的

★地域再発見

- ・映像制作研修会を通じて地域の知らなかった魅力を認識した。
- ・地域コンテンツの視聴により、地域への関心が高まる

★地域活性化

- ・地域コンテンツの視聴により、行ってみたい、興味がわいたなどの動機付けに繋がる。

実証実験結果からの主な考察

★地域コンテンツは、従来メディアの地域情報(情報の鮮度や「お徳感」を重視)と異なり、「作って楽しい」、「見て楽しい」という単純な楽しみが、人の繋がりを形成し、地域を元気にする重要な役割を果たしている。

★地域コンテンツの視聴機会(露出)を増やすことにより、消費者(視聴者)が地域コンテンツの魅力を感じ、自ら制作したいと感じる「潜在的生産者」の増加が見込まれる。

★地域コンテンツを手軽に制作・配信できれば、消費者(視聴者)が新たな生産者となっていく。

地域コンテンツの継続的な流通(生産、流通、消費)が地域づくり、人づくりに役立つ

地域コンテンツを継続的に流通させるための課題解決のポイントと、地域コンテンツの利活用に繋がる具体的な仕組み(メディアパッケージ、地域メディアセンター等)を提案

地域コンテンツの流通モデル化に関する調査検討会 報告書(案)の概要②

継続的な地域コンテンツの流通のための課題解決ポイント

○手軽なコンテンツ制作の実現

- ・インターネットを活用した「手軽な発信」とノウハウを確立

○地域内連携による制作の活性化

- ・情報発信の目的が明確な団体との連携
- ・情報発信ニーズと地域コンテンツ利活用ニーズのマッチング

○映像制作研修会の活性化

- ・インターネットを活用した映像制作研修会の開催
- ・映像制作研修会の受講生が講師へ
- ・恒常的な研修環境の実現

○手軽なメディアの利用

- ・CATV、ポータルサイト、商店街ビジョン、街角端末などの利用

○訴求力のある情報インフラの活用

- ・番組枠確保等のための責任の所在を明らかにした運営管理組織の確立

メディアパッケージ イメージと効果



配信のための
フォーマット

- ・時間尺(例:15分)
- ・構成例 タイトル:15秒、あいさつ45秒、コンテンツ紹介13分以内、感想など45秒、エンドタイトル15秒
- ・条件 商業性の有無
- ・その他



配信先
地域メディア

- ・CATV自主チャンネル 毎週水曜日 19:00~19:15
- ・デジタルサイネージ 毎日 毎正時~15分間
- ・スポットワンセグ 毎日 常時リピート

効果

- ・視聴機会の拡大→地域コンテンツへの理解度アップ
- ・手軽な配信枠の確保→制作モチベーションのアップ
- ・新たな生産者(制作者)の増加

地域メディアセンター イメージ

地域メディアセンター

継続的な地域コンテンツ流通のために、生産、流通、消費ごとのシーンに関わる仕組みの連携や人の交流ができる施設や団体(人)を想定

地域メディアセンター

想定される役割など

- ▶地域コンテンツ制作支援
- ▶地域コンテンツ制作環境の提供
- ▶映像制作研修会の開催
- ▶地域コンテンツのプロデュース
- ▶利用分野、配信先の把握
- ▶地域コンテンツの利活用・配信先の検討、調整
- ▶地域コンテンツ管理
- ▶人的交流の場
- ▶制作者と地域メディアとの交流の場



地域コンテンツを継続的に流通させるためのプラットフォームの構築

ハード面や技術的ノウハウばかりでなく、地域コンテンツ制作支援、地域コンテンツのプロデュース、地域コンテンツ管理、人的交流など地域コンテンツ流通に係わるトータル的な機能