

# 視聴者ニーズへの継続的対応と 効率的なコンテンツ運用が データ放送成功への秘訣



杉本孝浩氏 (株)メディアキャスト代表取締役

2008年6月19日(木)～21日(土)に東京ビッグサイトにて「ケーブルテレビショー2008」が開催された。各ブースではさまざまな機器やシステムが展示されていたが、中でも地域情報に焦点を置いたデータ放送関連で、ホームページと連動したデータ放送システムや複数局でのコンテンツ連携、そして各種事例紹介などの展示が多く見られた。

激動の時代を迎える今後のケーブルにとって不可欠なサービスとも言えるデータ放送、ケーブル事業者がデータ放送を始めるにあたりシステム面やコンテンツ面でのポイントと、今後の動向について業界唯一のデータ放送専門会社である(株)メディアキャスト(東京・渋谷区)代表取締役の杉本孝浩氏にうかがった。

## 継続した コンテンツ充実化が重要!

IPTV統一規格やWindows Vistaの地デジ対応など、2011年の放送の完全デジタル化に向けて放送と通信の融合も最終局面を迎え、今後ケーブルテレビ業界にも大きく影響を与えることが予想される。この激動の時代を乗り越えるには、地域に密着したケーブルテレビだけが持ち得る地域情報を、データ放送を使って視聴者へ配信することが、他メディアとの差別化を図る重要なポイントとなる。



「DataCaster suite」のデータ放送画面

そのためには番組映像制作と同様に、ケーブルテレビ局自らがデータ放送コンテンツの企画・制作・編成を行い、今後の視聴者の動向と共に試行錯誤を繰り返しながらコンテンツの充実化を図っていくことが必須になるであろう。また自局でのデータ放送コンテンツの企画・制作が難しい場合には、地域情報の生かし方を知り得ている地元の企業と連携することが、データ放送を成功させる重要

な要素となる。

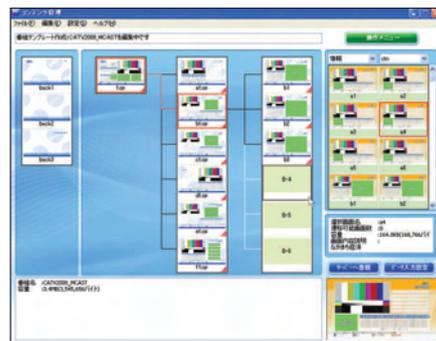
それを実現するためには、データ放送に関する特別な知識を必要としない、簡単で自由にコンテンツの制作や編成を可能とするシステムが要求される。

## 自局にて簡単に自由に コンテンツ制作が行えるのが鍵!

現在、データ放送業界で懸念されている問題として、帯域設計までも考慮したデータ放送コンテンツを構築・運用できる人材が不足していることが取り上げられている。そして今後もその傾向が続くと考えられ、全国に400社あるといわれるケーブル局にとっても、これは重要な問題になってくる。

メディアキャストの「DataCaster suite」には、80種類のBML画面テンプレートが搭載されている。それらのBML画面テンプレートは、各社のデジタルSTBでコンテンツの動作検証が施されており、動作保証されている点が大きなメリットといえる。また特定の情報用テンプレートという使用方法ではなく、1枚のテンプレートで、天気情報や行政情報、店舗情報などさまざまな情報で利用できる設計になっている。「DataCaster suite」は、それらの画面テンプレートから利用したい画面を選択し、ドラッグ&ドロップするだけでデータ放送コンテンツを構築できることが大きな特長で、その

データ放送コンテンツを構築する場合も、難解なTS帯域の設計などを意識する必要もなく、システムが自動的に帯域設定を行なっている。メディアキャストでは、ケーブルテレビならではの画面テンプレートをシステムバージョンアップと共に追加配布していく予定である(さらには、ユーザーの要望に沿ったコンテンツを準備することも可能だ)。



番組テンプレート構築ツール画面

これら機能により自局で自由に簡単にデータ放送コンテンツの構築が行え、運用開始後のコンテンツ制作費などのランニングコストを抑えることにもつながる。また、データ放送の特別な知識を必要としないため、地元の企業と連携したデータ放送の運用も可能となる。当然、サービス開始時には想定していなかった季節限定コンテンツや地域イベントコンテンツなどが発生した場合なども、自局で容易にサービスの追加が行えるようになり、導入後のコンテンツの充実化を簡単に行うことができるメリットもある。

## 情報の取捨選択が必要!

データ放送コンテンツを検討する際に、ホームページの情報をそのまま持ってきたという相談が多い。確かに、データ放送を開始するには、ホームページの情報をそのまま利用するのが簡単ではある。ただし、データ放送で扱える情報量は、データ放送の操作レスポンスと反比例の関係となる。また、ホームページは不特定多数を対象にした情報であり、データ放送は視聴者を対象としているもの。それゆえ、データ放送で視聴者が知りたい情報は何かをしっかりと検討し、情報を取捨選択することが重要となる。さらに、利用したい情報を検討することで、CMS (Contents Management System) の必要性を検討する材料にもなるだろう。

## コンテンツ連携で効率化を図る!

データ放送を開始するにあたり必ずしもCMSは必須の機能ではないが、CMSを使うとデジタルコンテンツの連携を図ることができる。例えば、ホームページや文字放送、L字放送などと連携を図ることで一度の情報入力でもクロスメディア的に運用することが可能になる。特にまだデジタル契約をしていない視聴者が多い現段階で、文字放送、L字放送なども併用する局では効果的である。

CMSを選定する際には、データベース機能を搭載した数千万級の大規模なCMSから数万円レベルのCMSもあり、用途に沿って最適なCMSを選択することが重要であろう。またCMSを導入する際には、必ずといっていいほど独自の機能を追加するケースが多いため、気軽に相談に応じてくれる地元の企業に、CMSの構築を依頼するのもいいだろう。

## 広域でのコンテンツ連携!

従来ケーブルテレビでは、複数局間でのヘッドエンドの共同利用や地域内各局によるネッ

トワーク連携、MSO各社が共同コンテンツ運用するなどにより、コスト負担軽減や効率化を図ってきた。

同様の連携は地上テレビ局でも行われており、系列局間でデータ放送設備の共同利用を行っている。これはデータ放送がスタートした当時、BMLコンテンツを制作・運用できる人材が少ないこと、コンテンツ制作システムや送出設備などが高価なこと、系列局で統一したコンテンツを利用することから行われた手法である。その結果、地

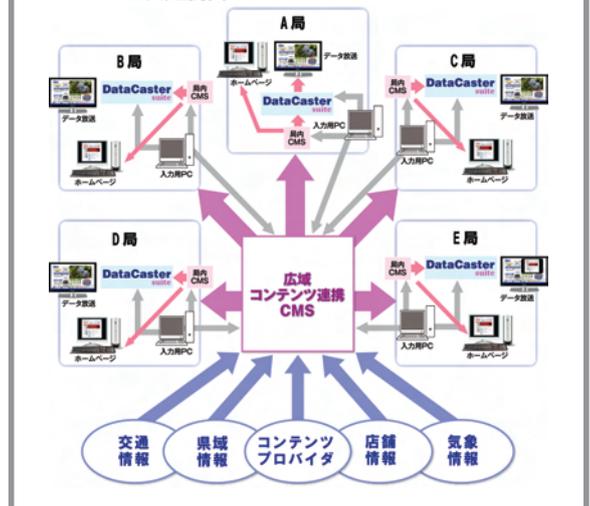
方局における独自コンテンツ制作や番組編成など、自由度が大幅に制限されるという問題点が浮き彫りになった。最近では、「DataCaster suite」のように安価で容易にコンテンツ制作を可能とするデータ放送設備が登場したことで、その連携方法

も変わってきている。広域コンテンツ連携では、データ放送の画面デザインや構成、番組編成は各ケーブル局が行い、テキストや画像などの情報コンテンツのみをCMSに集約し、複数局で利用する仕組みである。この方式により、各局の独自性を確保したまま、地域情報の提供を強みとしているケーブルテレビにとって、地元の情報だけではなく近隣各局の地域情報も提供できるような柔軟な連携も可能となる。

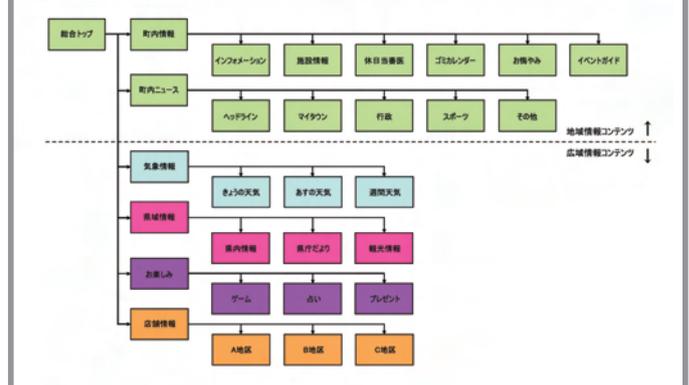
ケーブルテレビショー2008では、会場外のデータセンターに設置されたCMSに情報コンテンツを集約し、そのCMSから各ケーブル局と見立てた会場内の各ブース(メディアキャスト、ブロードネットマックス、富士通ネットワークソリューションズ、ミハル通信、東海ビデオシステム)に情報コンテンツを一斉配信し、各ブースではホームページとデータ放送コンテンツが連動した放送を行なった。

今後のケーブルテレビに必須のサービスツールであるデータ放送は、インターネット等を

### コンテンツ広域連携図



### 広域連携コンテンツ例



使った通信系補完サービスではなく、コミュニティチャンネルの一部としてテレビで放送するものである。従ってコミュニティチャンネルの映像番組と同様に、データ放送も自局で企画・制作・編成・運用することが非常に重要で、必要に応じてCMSを使って通信系と連携し効率化を図ることが今後の成功のポイントといえる。また、ケーブルテレビ業界でのデータ放送は、まだ試行錯誤しながらサービスを行う段階であり、サービス開始時に完成されたコンテンツを目指すのではなく、まずはできることから始め、視聴者の反応や意見を聞きながら、地域のケーブルテレビとして最適なコンテンツが何かを見極め、少しずつコンテンツの充実化を図ることが重要であろう。

### (株)メディアキャスト

〒150-0044 東京都渋谷区円山町5-3 玉川ビル5F  
TEL.03-5728-4663  
<http://www.mcast.co.jp/>  
[info@mcast.co.jp](mailto:info@mcast.co.jp)

注)こちらは『B-maga』08年7月号に掲載されたものです。