

インターネット放送を利用した観光情報発信を考える

松本 恭幸

近年のブロードバンド・インターネットの急速な普及にともない、各地の地域情報サイトでは、地域の観光情報を映像でストリーミング配信するウェブキャストの取り組みが徐々に増えてきた。本稿ではこうしたインターネット放送を利用した観光情報発信について、いくつかの事例をもとに今後の可能性について考えてみたい。

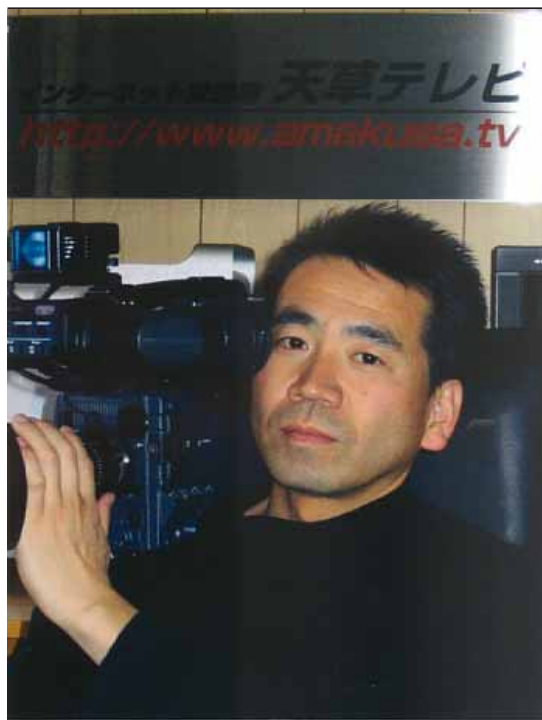
1. 先駆けとなった天草テレビ

インターネット放送による観光情報発信の先駆けとなったのは、2001年3月に開局した天草テレビ(<http://www.amakusa.tv/>)だろう。

天草テレビは、かつて電通グループのセールスプロモーション会社の電通プロックスにいた金子寛昭が、1998年に退社して地元(熊本県本渡市)に戻り、天草エアラインを経て2000年に独立して立ち上げた、日本で最も初期のインターネット放送局である。スタート時期が早かったことや、映像番組のレポートを担当する初代の女子アナに、地元の85歳の女性を起用したある意味でミスマッチの面白さにより、(財)インターネット協会編『インターネット白書2001』インプレスを始め、IT関連の雑誌、新聞、テレビのニュース等、様々なメディアで紹介されて、多くの人に知られるようになった。

天草テレビでは、天草地域の様々な話題を紹介する数分から数十分の番組を随時サイトにアップし、会員が有料(月額315円)で視聴出来るようにするとともに、併せてこうした映像に惹かれてサイトを訪れた

ユーザーに対し、地元の飲食店、宿泊施設、レジャースポット、特産品等を紹介するコーナーを無料(広告ベース)で提供するビジネス・モデルを構築している。現在、金子以外にスタッフは、広告営業を行うパートの女性が5人おり、また2代目の女子アナとして、地元で農業を営んでいる88歳の女性と、英会話学校の講師をしている24歳のアメリカ人女性の2人が、サイト上にアーカイブされた番組の中でレポーター役を務めている。



天草テレビ代表 金子寛昭氏

天草には、天草ケーブルネットワークという地元のCATV局があって、そこではコミュニティ・チャンネルで様々な地域情

報を番組にして放送しており、地元の観光情報を紹介する天草観光協会のサイト (<http://www.amakan.ne.jp/>) もある。

だが「CATVは地元の加入世帯しか視聴することが出来ないのに対し、天草テレビは全国どこからでもアクセスすることが出来、実際に会員の内、九州在住の人は1割程度で、後は首都圏を始めとする全国各地に散らばっている」(金子)という。また観光協会のサイトでは、飲食店や宿泊施設の情報を全て横並びで紹介することしか出来ないが、天草テレビでは、ユーザーによる人気投票ランキングを行うことで、観光協会とは差別化している。

こうしたインターネットによる地域情報番組の有料配信は、おそらく天草テレビのように内容がユニーク(ITとはミスマッチな面白さを演出する80代、あるいは日本語の堪能なアメリカ人の女子アナによるレポート)で話題性があり、多くのマスメディアに取材を通して露出することで、無料での宣伝効果が期待出来るという特殊な条件が揃って、始めて可能となるものだろう(天草テレビの後に誕生したインターネット放送局で、地域情報番組を有料で配信しているところはほとんどない)。

けれども商業ベースでのサイト運用ではなく、地域プロモーションのため無料配信でもかまわないのなら、熊本県球磨郡山江村が運営する山江村民テレビ (<http://www.ystv.jp/>) のように、全国各地から多くの視聴者を集め、2003年度の(社)デジタルメディア協会主催第9回AMDアワードのリージョナル賞に選ばれたところもある。

ただ今日、映像制作に必要なハード、ソフトの価格は劇的に下がり、物理的には個人で映像制作することが可能になったものの、まだインターネット上で不特定多数の人達に視聴してもらうのに必要な一定のクオリティ以上のユニークな番組を制作するスキルを持った作り手は(特に地方では)少なく、このことが天草テレビや山江村民テレ

ビのようなインターネット放送局が、ごく限られたものしか存在しない大きな理由となっている。

2. 携帯電話への配信に向けて

天草テレビとほぼ同時期に、全国各地の住民が制作した地域の映像素材を、放送局(地上波、衛星放送、CATV)やブロードバンド・サイト事業者等に仲介して配信するシンジケーション・ビジネスをスタートし、現在は次世代携帯電話向けの配信に大きく方向転換しようとしているオーエン (<http://www.oen.co.jp/>) という会社がある。

オーエンは、かつて香川県高松市に本社のある日本テレビ系列の西日本放送(RNC)にいた東浩司が2000年に退社し、翌2001年1月に設立した会社である。東はRNC時代に『ズームイン!!朝!』の制作に関わる中、全国から映像素材を集めるのにかなりのコストがかかっているのに注目し、「地上波デジタル放送のスタートに向けて、放送局はよりいっそうのコスト削減を求められるようになる中、番組ではなく映像素材なら、アマチュアの人達の制作したものを利用するようになるのではないかと考えた。そして東自身で全国各地を回って、各地域に住む一定のクオリティの映像素材の制作が可能なアマチュア制作者300人程が参加するネットワークをつくり、彼らに1テーマ3分間の素材を制作してもらい、それをアーカイブして放送局やブロードバンド・サイト事業者に販売する「個夢劇場」(<http://www.comgeki.com/>) という事業をスタートした。

だが東の思惑とは裏腹に、放送局は制作プロダクションにより低価格で映像素材の発注を行い、また多くの事業者が試みたブロードバンド・インターネットでの映像コンテンツの課金ビジネスは成功せず、オーエンのビジネスは根底から戦略の見直しを迫られることになる。

そうした中で東が次に目をつけたのは、

次世代携帯電話向けの映像配信だった。携帯電話の場合、インターネットと異なり、有料コンテンツの視聴も一般化している。ただし各地域の映像素材を単に携帯サイト上にアーカイブしただけでは、誰も視聴しようとしないうらう。

そこでオーエンでは、次世代携帯電話の普及を進める某携帯キャリアと提携して、(観光客向けの観光情報も含めた)地域情報と地域の(主に癒し系の)映像素材を自動的に組み合わせて配信する携帯放送を企画し、2005年度からサービスを開始する予定である。

「こうした携帯放送は、東京のような大都市で行うのではなく、高松規模の地方都市で行うことで、かえって地元の誰もが知っている大型小売店、あるいは観光ガイドブックに載っている飲食店、アミューズメント・スポット等のクーポン付き広告を取りやすく、またタウン誌等の他媒体とも提携しやすいというメリットが生まれる」(東)という。



オーエン代表 東浩司氏

現在、携帯電話の世界では、jigブラウザのようなPCサイトの閲覧が可能なブラウザも生まれ、将来、もしそこにプラグイン機能も加わるようになることまで考えるなら、携帯電話向け有料コンテンツ配信市場がどうなるか予断を許さないが、ただオーエン

の進める携帯放送は、次世代携帯電話のコンテンツ・ビジネスにおいて大きな可能性を秘めており、今後の展開に注目したい。

3. 地域ポータルの魅力化のために

これまで見てきたようにインターネット放送を利用した観光情報発信は、映像制作に必要なハード、ソフトの低価格化によって、(番組ではなく地域を紹介するウェブ・コンテンツとしてなら)個人による制作が容易となり、全国各地で一定のクオリティの地域映像を制作することが可能なアマチュア制作者も増えてきたが、ブロードバンド・インターネットによる有料でのビジネス・モデルは未だほとんど確立されておらず、商業ベースで採算を確保するのは非常に難しい状態である。そのため今後、地域の観光情報を配信するインターネット放送局は、天草テレビのような例外を除くと、自治体が地域の活性化と観光プロモーションを目的に無料で行うケースが中心となる見通しである。おそらく商業ベースでの映像配信の取り組みは、オーエンのように既にコンテンツ課金ビジネスの成立している携帯電話向け配信(携帯放送)へと向かう可能性が高いらう。

だが映像配信が中心のインターネット放送局ではなく、地域ポータルサイトをより魅力的なものにするため、映像コンテンツを有効に活用するという形なら、インターネット放送を利用した観光情報発信は、商業ベースでも十分に成立し、大きな役割を担うのではないらうか。実は天草テレビもオーエンの目指す携帯放送も、映像単独での課金収入によって成立しているのではなく、映像と連動した広告収入とセットでトータルに採算を確保するビジネス・モデルである。そしてこの地域ポータルサイトでの映像配信は、映像コンテンツはサイト全体をプロモーションする一つの素材として位置付けて(広告収入のみで)無料提供し、ただそうした映像コンテンツがあることで、サイトにより多くの集客を確保する

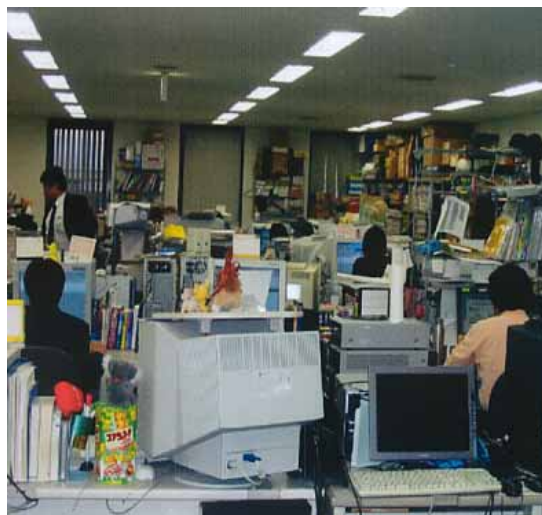
(あるいはアクセス・プロバイダ事業も併せて行っている場合は、それを売りに加入者を獲得する)発想である。

こうした地域ポータルサイト内で観光情報を始めとした映像コンテンツ配信を行っているのが、福岡県と大分県を中心に地域ISP(インターネット・サービス・プロバイダ)事業を併せて展開するコアラである。コアラは地域ISPとして、両県でそれぞれ約5000人、他の地域も含めて1万人以上の会員を抱えているが、近年ではビジネスの比重を徐々に地域ポータルサイト事業に移しつつある(地域ISP事業からの収益は、全体の半分程度)。

コアラはもともと1985年5月に大分県地域経済情報センターを事務局に大分パソコン通信アマチュア研究協会として誕生したパソコン通信ネットワーク(地域ISP事業は1994年から)で、1993年に会員数2000人に達した際、運営を会員の創意を得て意志決定するのではなく、運営委員会を設け、そことコアラ会員が利用契約を結ぶ任意団体ニューコアラを立ち上げた。そしてそのニューコアラが、ユーザー・サポートに必要な資金、人材面での拡充、安定化を図るため、2000年にISP事業等の収益事業部門を移管するべく、新たに立ち上げたのが株式会社コアラである(ニューコアラの方は、この後も非営利の地域活性化のための活動を行う団体として、今日に至るまで存続)。

なおこれに先立って1997年には、福岡市天神に情報ステーションが開設され、1998年から福岡県でも地域ISP事業を開始していた。そして福岡と大分を拠点に今日、天神コアラ(<http://tenjin.coara.or.jp/>)、大分コアラ(<http://www.coara.or.jp/>)という2つの地域ポータルサイト事業も併せて展開し、地域コンテンツによる地域活性化を目指している。またかつてコアラ事務局で活動していたメンバーが三重に移り住み、コアラのブランドで立ち上げた地域ポータルサイトとして、三重コアラ(<http://icap.coara.or.jp/>)がある。あと他に大

分県由布院町の由布院観光協会と提携して立ち上げた「ほっこりゆふいん」(<http://yufuin.coara.jp/>)というサイトもある。



天神コアラのオフィス

そしてブロードバンド・インターネットに対応した地域ポータルサイトとしてのコアラの魅力を高めているのが、「天神エスプレッソ」(<http://www.espre.jp/index.html>)や「COARA TV」(<http://rnews.coara.or.jp/jnews/luna/html/set.html>)のような映像コンテンツである。「天神エスプレッソ」は、映像付きで天神の様々な情報を配信する電子新聞で、また「COARA TV」は、コアラが独自に制作した地域の様々な映像番組を、バルーンシステムというプッシュ型映像配信機能を利用して見せるサイトである。

4. 映像での観光情報配信の意味

コアラ代表取締役社長の尾野徹によると、「コアラは福岡、大分両県でのブロードバンド・インターネット環境を普及させるため、2000年に株式会社化した後、大規模なインフラ構築の先行投資を行ったが、これによってブロードバンド向け映像コンテンツの配信を、他に先行して行うことが出来た。けれども映像コンテンツ自体での採算確保は困難で、たとえば『天神エスプレッソ』は九州電力が、福岡の音楽関連情報を映像で

発信する『福岡音楽ポータルサイト』(http://www.fukuokamusic.jp/index_j.html)は福岡市がスポンサーとなり、それぞれ資金提供を受けて運営している。ただしいつまでもスポンサーに頼れないので、今後はその配信システムを外販することで、独自に収益確保していくことを考えている」という。

このようにインターネットを利用した映像コンテンツ配信は、今のところビジネスとして採算に合わないが、それでもコアラが力を入れる理由として尾野は、「地方文化の情報発信拠点を自負するコアラがやらないと、インターネット上を流れる映像情報は地方発のものがなくなり、全国規模の大手ポータルサイトによって東京から発信されるものだけになってしまうから」と語る。そして「インターネットでの映像配信は、CATVのように完成された番組を放送するのは異なり、各地域の市民が手軽に映像で情報発信することが出来る。今後、そうした特色を活かして市民の投稿による映像掲示板等を設けることで、新しいマーケットを開拓出来るのではないか」(尾野)と考えている。

その中で映像による観光情報の提供についても、「エンターテインメント系の情報に比べると、(自治体等がスポンサーとならない限り)収益確保が難しいが、ブロードバンド・インターネットの環境が当たり前のものとなる中、コアラが開発した宿予約システムに、将来的にブログや地図情報システムとともに、映像情報も連動させていきたい」(尾野)という。コアラのサイト以外にも、有志と共にITにより大分県の観光をPRすることを事業目的としたNPO法人観光コアラを2003年11月に立ち上げ、観光情報を発信する市民の育成活動にも取り組んでおり、「この中から映像で各地域の観光情報を発信する人材も育てて欲しい」と期待している。

こうしたインターネットを利用した映像での観光情報発信に対するコアラの取り組



コアラ代表 尾野徹氏

みと、前に紹介したオーエンの携帯放送の取り組みの根底に共通するのは、インターネットや携帯電話での映像配信を、既存の放送とはまったく別のものと考え、プロが制作した番組ではなく、一般の市民(アマチュア)が制作した一定のクオリティの映像を、サイト内の他の情報と有機的に連動させることで、不特定多数の視聴者に関心を持って見せることが出来るという発想である。確かにコスト面の問題さえクリアされれば、観光スポットの魅力をテキストや画像以上にリアルに伝えることの出来る映像は、大きな効果を発揮するものと思われる。

ただしその成功は、インターネットや携帯電話を地域メディアとして活用し、そこに観光も含めた地域の魅力を伝える情報を映像にして発信することで、観光振興と地域の活性化を実現する担い手としての市民を、どれだけ育成して確保することが出来るのかにかかっているだろう。今後のオーエンやコアラによるこうした地域の映像情報発信者の育成に、ぜひ注目していきたい。

