

Newsletter

株式会社日立ソリューションズ <http://www.hitachi-solutions.co.jp/>

今月号のキーワード

ホワイトスペース、ワンセグ放送、コミュニケーション、防災、エンターテインメント、サービス向上

パイオニアとして国内トップの実績を有する エリアワンセグソリューション(エリア放送)

地域コミュニティーメディアとしてワンセグを使った配信サービスが注目される中、総務省は2009年12月に「新たな電波の活用ビジョンに関する検討チーム」を設立し、ホワイトスペース^(*)の活用方法を検討してきました。2012年1月には情報通信審議会にて一部答申が行われ、2012年4月からホワイトスペースを活用したエリア放送の制度が施行されました。そして、今年4月、制度の試験運用が終了し、本格運用が始まりました。

日立ソリューションズは、2007年からいち早くエリア放送に取り組み、国内トップとなる30以上の先行事例の実績をつくるとともに、放送局やITベンダー、総務省と協力して制度化に貢献してきました。ビジネスソリューション事業部 ビジネス・プラットフォーム本部 映像ビジネス推進部 渡邊 浩史より、エリアワンセグ(エリア放送)事業についてご紹介します。

*1: テレビ放送のために割り当てられているが時間的・地理的・技術的な理由から利用されていない周波数帯域のこと

【エリア放送とは】

エリア放送とは、半径200～300m程度のエリアに限定して放送を行う新しいメディアサービスです。エンターテインメントや防災などを目的に、スポーツ施設や駅、繁華街、コンサート会場、観光地をはじめ、さまざまなエリアでのサービスが期待されています。

スポーツ施設、駅、ビル街、繁華街、音楽、観光地、地域イベントなど、様々なエリアでのサービスが期待されている

- 半径200m～300mで視聴可能
- 今だけ、ここだけ、の配信映像



エリアワンセグの特長

- 市販のワンセグ機能付携帯、スマートフォンで視聴可能。
- エリアに特化した独自の放送ができる。
- セグメント化された群集に適切なコンテンツを提供できる。
- ローカルエリアと結びついているため、行動誘引をしやすい。
- Webとの連携によって、ユーザー行動やリアクションのログを取得できる。
- 通信とは違い、一斉同報型の放送であるためアクセス集中による配信遅延もなく、人が多く集まる場所や災害時の配信に適している。



日立ソリューションズ
ビジネス・プラットフォーム本部
映像ビジネス推進部
第1グループ

渡邊 浩史

1. エリアワンセグソリューションのきっかけ

2007年に「何か新しいことに挑戦したい」と考えていた中、まだ国内で数件しか事例のなかったエリアワンセグのことを知ったのがきっかけです。ワンセグという広く一般に普及していて、かつ、皆が持ち歩く携帯端末を対象としていること、エリアを特化することで視聴者の属性がカテゴリ化でき、通信負荷なく一斉同報できることといった特徴に、非常に可能性を感じて、新規事業としてまずは実証実験から始めました。制度がないのはもちろん、先行事例もなく、技術的にも未知の分野でしたが、2008年に岩手県平泉で実験を行ったIBC岩手放送様など、たくさんの人との縁にも恵まれ、多くの実績を作ることができました。

2. さまざまな実証実験の実施

事例が全くないという状況からスタートしましたので、2007年から2008年までは、主に技術的検証を目的に、鈴鹿サーキットやIT ProEXPOといった展示会、テレビ局のイベントなどで実証実験を行っていきました。既存の地デジ用の機器を組み合わせる基本的なエリアワンセグの放送システムを組み上げたり、ワンセグ携帯で受信できるようにするための設定ファイルの記述を検証したり、実験用免許の取得手続きなどを試行錯誤で行ってききました。特に、限られた電波出力でどこまで受信エリアを確保できるかというアンテナ設計の部分で非常に苦労しました。2008年8月の読売テレビさまと実施した「わくわく宝島」実験では、会場エリアの形状が複雑で、電波を行き渡らせるためにアンテナを細かく調整する必要がありました。イベント間近で受信エリアが狭いことが分かり大問題となり、アンテナの本数や向きなどを夜中までスタッフで議論したこともありました。結果的に無事にイベントを終了した時には、皆で抱き合って喜びましたね。おかげさまで今ではかなり高い精度で、目視で電波の届く範囲を予想することができます。笑

そのほか、ライブ放送、遠隔地からインターネットでコンテンツを伝送するTS over IP方式、Webサイトのニュースや視聴者からの投稿写真をリアルタイムに反映するデータ放送などにいち早く取り組んできました。

3. 技術検証後の取り組み

技術的にある程度課題をクリアした2008年終盤以降は、エリアワンセグのビジネス可能性を検証することを主目的にし、実証実験を行いました。どんな場所がエリアワンセグに向いているか、どんな人たちが視聴してくれるか、視聴者を獲得するための手法などを、Jリーグや東京国際女子マラソン、プロ野球、繁華街、大学、そして1年間の常設実験として渋谷駅前近辺で行った「渋谷ワンセグ」など、多種多様なエリアでフィールド検証してきました。結果として、「ワンセグを見るスペース・時間があり、共通の目的をもった人が集まっていて、かつ、事前に告知が可能なコンタクトポイントがある」という条件を満たすことで、視聴者が獲得できるという結論に至りました。視聴者が獲得できることで、事業としての可能性が出てきます。

4. 「ホワイトスペース特区」などの環境の変化の影響

2010年9月から、総務省「ホワイトスペース特区」として、湘南ベルマーと共同で、Shonan BMWスタジアム平塚内のエリアワンセグ「ベルセグ」を開始しました。私たちが初めて、企画からコンテンツの制作・配信までをお客様と一緒にに行ったプロジェクトです。これまでの実証実験の集大成として取り組み、おかげさまで毎試合10～20%の想定視聴率を獲得することができました。「ベルセグ」は2012年のエリア放送制度化に伴い、湘南ベルマーレの正式サービスとなりました。サポーター向けの特別コンテンツや実況中継で、チームとサポーターをつなぐツールとして好評をいただいております。業界ではエリア放送の代名詞的取り組みと言われるくらい地位を築いています。

5. 市場の展望と意気込み

2012年4月に総務省でエリア放送が制度化されて以来、イベントなどのエンターテインメントに加え、防災や地域コミュニティなど、その活用の用途が広がっています。特に、インターネットが不通の環境でも情報提供できるエリア放送は、災害時のインフラとしてお客様の関心が高まっているようです。

また、今年4月からの制度の本格運用に伴い、免許の最長期間が1年から5年に延長されますので、事業機会の広がりに期待しています。私たちの強みは、エリア放送のパイオニアとして培った国内トップの実績とノウハウであり、システム構築や免許取得手続きといった開局に必要なものをワンストップで提供できるだけでなく、映像編集やデータ放送のコンテンツ制作や、SIerとして周辺システムや他のソリューションとの連携までも実現できることです。今後もお客様と一緒に時代を先取りするようなビジネスを創出し、付加価値の高いサービスをエンドユーザーの方々に提供していきます。

■ さまざまな用途で利用されるエリア放送



お客様に導入後の感想をお伺いしました。

(エンターテインメント)

湘南ベルマーレのエリア放送「ベルセグ」

湘南ベルマーレ 広報 遠藤 さちえ様

Jリーグ公式戦のホームゲーム開催時にShonan BMW スタジアム 平塚の観客席にて、選手の特別インタビューや、サッカーのテクニック講座、サポーター向けのオリジナル実況中継などを配信しています。これらは無料で視聴することができます。



・導入して良かったと思うことを教えてください。

私たち自身が情報発信の機会を持つことで、サポーターに選手のことをより深く伝えることができ、また、新たなことにチャレンジしているという姿勢を社会に広くPRすることができます。サポーターにとってはスタジアム内限定の選手の貴重な情報などを無料で得ることができるので、クラブと来場者にとってメリットあるツールだと思っています。

・「ベルセグ」の課題と今後の期待をお聞かせください。

運用面で、番組撮影のために時間を割くことがなかなか難しいことが課題です。

今後は、「ベルセグ」をサポーターとのコミュニケーションツールから地元企業などの広告媒体に発展させることを期待しています。



(防災)

埼玉スタジアム2002のエリア放送「埼玉スタTV」

埼玉スタジアム2002公園管理事務所 森田 隆文様

埼玉スタジアム2002は63,700席を有する大規模スタジアムです。災害時に観客の安全を確保するため、エリア放送が活用されています。イベントの開始前には避難経路や建物の内部の構造を楽しくわかりやすく案内するとともに、災害が発生した場合には避難経路や交通機関の詳細情報を提供します。

・導入して良かったと思うことを教えてください。

イベント主催者などの方々から「スタジアムでこんなことが！」と、いい意味で驚きをもって迎えられています。また、来場者には認知度がまだ低い中でも、新しいツールとして興味を持たれていると手ごたえを感じています。導入時は、大規模試合での防災対策やPRツールとして捉えていましたが、最近では身近なコミュニケーションとしても有効ではないかと思っています。

小学生のサッカー大会などで、チーム紹介を放送した際は大好評でしたよ。

・「埼玉スタTV」の課題と今後の期待をお聞かせください。

まだ始まったばかりですので、まずは視聴者の獲得とエリア放送を活用したビジネスモデルの構築が課題です、そのためには、視聴者が見たいと思う番組と主催者が利用しやすいサービス体系が欠かせません。今後も日立ソリューションズと力を合わせ、「埼玉スタTV」をスタジアムの付加価値の高いサービスとして成長させていきたいです。

(教育)

筑波技術大学で手話や字幕の情報配信

筑波技術大学 産業技術学部 加藤伸子 教授

聴覚障害者向け授業において「情報保障」^{(*)2}を実現するため、エリア放送を活用しています。既存の「遠隔情報保障システム」^{(*)3}のデータを2次利用し、画面の映像部分に手話通訳映像や講義映像、字幕部分に文字通訳情報を配信します。

^{(*)2}: 情報伝達が困難な者に情報が伝わることを保障すること。聴覚障害者に対しては手話通訳や文字通訳等の方法がある。

^{(*)3}: 遠隔地の情報保障者(手話通訳者や文字通訳者)に授業等の映像と音声を送信し、そこで情報保障内容(手話や文字通訳情報)を付加して現地に戻す仕組み

・導入して良かったと思うことを教えてください。

聴覚障害者の座席を特定せず、不特定多数に対して安定した情報保障を提供できるようになったことや、学生が持参する携帯電話やニンテンドーDSなどで授業の受信が可能になったこと、構内LANや携帯電話網などが利用できないような非常時での情報保障が可能になったことなどです。学生からも、「手元で見られるのでノートをとりやすくなった」、「楽しく授業に参加でき、授業の理解度が深まった」と、好評です。

・エリア放送の課題と今後の期待をお聞かせください。

申請手続きなどの免許制度の簡略化や、一時設置や電波共用など柔軟な運用を可能とするハードウェアの整備が課題だと考えています。また、今後は、災害時に広く利用できる制度や体制の整備、同一システムを国内外で

利用可能な多言語対応が実現すると、さらに有益なツールになると思います。



■ 日立ソリューションズの実績

08年08月 読売テレビ わくわく宝島（京橋）
08年08月 読売テレビ ロック・フェス（泉大津）
10年08月 関西大学（吹田市）

08年04月 姫路菓子博（姫路城）

07年05月 フラワーフェスティバル（広島）
08年03月 みやじま雑めぐり（宮島）
08年11月 さよなら広島市民球場（広島）
09年04月 広島新球場オープニング（広島）

08年06月 フォーミュラニッポン（美作）

07年11月 フォーミュラニッポン（鈴鹿）
08年05月 フォーミュラニッポン（鈴鹿）
08年07月 フォーミュラニッポン（鈴鹿）

08年04月 フォーミュラニッポン（御殿場）

08年06月 IBCラジオ平泉ウォーク（平泉）

08年09月 フォーミュラニッポン（菅生）

08年05月 フォーミュラニッポン（もてぎ）
08年08月 フォーミュラニッポン（もてぎ）

12年09月～ 埼玉スタジアム2002公園
「埼玉TV」運用開始

08年01月 丸の内地下防災（東京）
08年01月 日経ITPro EXPO（台場）
08年03月 ファッションショー（六本木）
08年10月 日経ITPro EXPO（台場）
08年11月 東京国際女子マラソン（国立）
08年12月 東京競馬場（府中）
09年03月 六本木HYDEチャンネル
09年03月 LUXトライアル
10年01月 渋谷ワンセグ
10年07月 テレビ局イベント（台場）
11年6月～12年7月 筑波技術大学（ホワイトスペース特区）
12年12月～ 筑波技術大学（運用開始）

09年05月 千葉ロッテマリーンズ（千葉）

08年11月 Jリーグ 横浜F・マリノス（横浜）
09年01月 横浜中華街
09年02月 平塚商店街
10年9月～11年11月 湘南ベルマーレ（ホワイトスペース特区）
12年7月～ 湘南ベルマーレ「ベルセグ」正式サービス開始

TOPICS

富永 由加里執行役員が J-Win 個人賞のリーダー・アワードを受賞

3月15日、当社の執行役員 富永 由加里は、企業におけるダイバーシティ・マネジメントの促進と定着を支援するNPO法人 J-Win主催の「2013 J-Win ダイバーシティ・アワード」において、個人賞の「リーダー・アワード」を受賞しました。

自らパイオニアとしてキャリアを切り開き、ロールモデルとして次に続く女性社員を勇気づけてきたことや、担当事業を国内トップシェアに育て上げるとともに、社内の女性リーダー育成に注力してきたこと、そして日立グループ国内初の女性執行役員に就任後は、セミナーでの講演などを通じ、女性社員の活躍を広く支援し、女性管理職のグローバルな交流も促進していることが評価されました。

「大学生と考える未来のワークスタイル」 を開催

当社は5月～7月、立教大学経営学部 BLP（ビジネスリーダーシップ プログラム）と協力し、BLP Action Learning の授業を行っています。受講する学生の方々が日立ソリューションズの社員とチームを組み、「ITのひらく未来～私たちが考える未来のワークスタイル～」について考えていきます。

当社は、学生と未来のワークスタイルを考えることで、社員がダイバーシティを体感し、未来をつくるソリューションの提供を目指しています。



商 号	株式会社日立ソリューションズ
本社事務所	本社 〒140-0002 東京都品川区東品川四丁目12番7号 Tel:03-5780-2111(大代表) 本社別館 〒108-8250 東京都港区港南二丁目18番1号
URL	http://www.hitachi-solutions.co.jp/
設立年月日	1970年9月21日
従業員数	15,452名（2013年3月31日現在、連結）
事業内容	業務コンサルティングからITコンサルティング、システム設計、保守、システム運用まで、システム構築のライフサイクルを一括してサポートするワンストップサービスを提供
主要製品	機密情報漏洩防止ソリューション「秘文」、就業管理システム「リシテア」、指静脈認証システム「静紋」、Juniper Networks製品、電子ドキュメントータルソリューション「活文」、インタラクティブホワイトボード「StarBoard」、エンタープライズ型地理情報システム「GeoMation」、JP1ソリューション 他
認証取得	ISO9001、ISO14001、ISO27001、プライバシーマーク
主な国内グループ会社	(株)日立ソリューションズ東日本、(株)日立ソリューションズ西日本、(株)日立ソリューションズ・ビジネス、(株)日立ソリューションズ・ネクサス、(株)日立ソリューションズ・サービス

ニュースレター、転載、取材に関するお問い合わせ

Tel:03-5479-5013 [広報・宣伝部:安藤、横田]

E-mail:koho@hitachi-solutions.com

* 記載されている会社および製品名は各社の商標または登録商標です。

発行日 2013年7月24日

Copyright © 2013 Hitachi Solutions, Ltd. 4