

地域によるニーズや利用条件の違いの整理

- ・大都市圏と地方都市、町村部（観光地）では有効な電波の使い方には大きな差があると考えられる。
- ・背景として、地域住民の生活圏の広さ、日常的な住民の移動手段・移動範囲の違いがある。
- ・観光地では、地域住民だけでなく、地域を訪れる観光客への情報提供が重要だが、観光客は地域内での行動や移動手段が地域住民とは異なっている。
- ・一方、共通の背景として、高齢化、子育ての重視といった社会的状況や、地元商店等が有効に利用できる広告メディアの不在といった情報流通環境の共通課題がある。

大都市圏

- ・公共交通機関
- ・徒歩、自転車
- ・街中に人が滞留
- ・未知のお店が大半
- ・店舗の入れ替わりが激しい
- ・個人の移動範囲が広い
- ・県を超えた移動も当たり前
- ・行政区より鉄道路線等が生活圏

地方都市、郡部

- ・自家用車での移動が主
- ・街中に人がいない
- ・お店は大体分かる
- ・店舗の入れ替わりは少しずつ
- ・個人の移動範囲が狭い
- ・日常生活圏は県内の一部地域

観光地（観光客）

- ・公共交通機関を利用
- ・地域内を回遊
- ・未知のお店が大半
- ・個人の移動範囲は狭い
- ・外国人が多い（多言語）
- ・観光客に地域を知ってもらいたい

共通の背景要因

- ・人口の高齢化 → 公共交通機関の復権？
- ・子育ての重視 → 子供づれ向け情報などの潜在ニーズ
- ・地域の商店と住民を結ぶメディアの不在
(従来メディアは生活圏とカバーエリアが一致しない)
- ・防災情報、安全情報の連絡ニーズ（防災無線では伝わらない）

大都市圏でのニーズ仮説と利用イメージ例

ニーズの特徴（想定）

- ・ 街中にいる人、商店等の数が共に多いので、「そこに来た人に自分のことを知ってもらいたい」ニーズが強い。
- ・ コミュニティ内の人をつながりが希薄なため、人間関係を補完・補強する情報提供ニーズが強い。
- ・ 人々の移動範囲が広いため、有効な情報伝達には広範囲でのメディア連携が必要になる。公共交通利用が活発なので、交通機関と連携した情報提供が有効。

大都市圏での電波利用イメージ（例）

分類	テーマ	概要
イベント	地域イベント映像の中継	地域のお祭り、行事等の映像をリアルタイムに地域内に配信。普段つながりの薄い人にも関心を持ってもらい、イベント参加者を増やす。
交通機関	バス・電車内広告	・走行中のバス・電車車両内限定で周辺店舗等の広告を提供。 ・停留所、駅毎に広告が入れ替わり、映像で店を知ることができる。
	バスゲーム	子供向け、観光客向けに、路線バスを乗り換えながら市内を移動し、地域の歴史等を学べるプログラムを提供。そのガイドとなるコンテンツをバス内ディスプレイや携帯端末向けに提供する。
	交通ターミナル向け放送	駅構内、バス停、空港での放送型サービス 時刻表、運行情報、混雑情報、編成番号などの車輛情報等 周辺情報、観光情報、行き先空港の気象情報 利用者に向けたエコポイントの提供(公共交通機関利用促進)
地下街、商店街	ショッピングモール、地下街、テーマパーク等での情報提供	ショッピングモール、地下街、テーマパーク等での情報提供 ・イベントガイド、会場ガイドの提供 ・地図の提供 ・待ち行列の順番や呼び出し情報の提供
	リアルタイム価格比較	各ショップが徒歩圏内のエリアに常に価格情報を送信していて、買い物する人はそれを常時受信しながらどの店に行くかを決定する。(モバイル端末で行くべき店へナビゲートする)
	待ち合わせ支援ワンセグ放送	ハチ公、モヤイ像、アルタ前など、待ち合わせの人に向けた地域限定ワンセグ放送 ・イライラしている気持ちを落ち着かせる心温まるショートフィルム、街の最新情報を紹介する情報バラエティー番組、etc ・飲食店チャンネル、映画館チャンネルなどを用意し、飲食店の情報や、その街で上映中の映画情報や予告編、さらにそれぞれの割引券を提供 ・番組の連動データ放送画面から、携帯電話の通信機能を使って、そのままお店を予約したり、映画の席を確保したりできる。
地域コミュニティ	掲示板サービス(地域コミュニティ向け情報提供)	・ユーザから通信でアップロードされたテキストや写真のスライドショーを小地域向けに放送し、街頭端末、店内端末等で表示する。 ・「みんなで使えてみんなが受信できるデジタルサインージ」

地方都市等でのニーズ仮説と利用イメージ例

ニーズの特徴（想定）

- ・ 車社会の特徴を踏まえたニーズ整理が必要。
- ・ 普段、人がいる場所が比較的限られる。大学、ショッピングセンター等。
- ・ お店の基本情報の利用ニーズはさほど強くないが、割引やイベントなど、リアルタイム性のある情報を住民に上手に伝える手段がなく、こうした情報の利用ニーズは高い。
- ・ 外国人の住民が増加し、日本語以外での情報提供ニーズや住民交流のニーズがある

地方都市等での電波利用イメージ（例）

分類	テーマ	概要
競技施設・遊園地	スポーツ会場内限定のライブ中継	地域スポーツ大会、地域プロスポーツ等の実況中継アナウンスの提供。会場施設の中と周辺で受信でき、アナウンスを聞きながら観戦ができる。 <ul style="list-style-type: none"> ・順位表や戦績、選手データなど競技データの提供 ・他会場で開催中の試合経過を配信 ・リプレイ映像配信 ・マルチビュー映像ストリーミング配信
大学	大学キャンパス内での情報提供	大学キャンパス内での情報提供 <ul style="list-style-type: none"> ・イベントの情報、休講の情報 ・食堂の混雑状況 ・図書館の新着図書情報 地域住民向けの情報提供サービス <ul style="list-style-type: none"> ・講義や講演会の内容を映像で視聴できる
地下街、商店街	限定広告・クーポン配信	<ul style="list-style-type: none"> ・各お店の利用圏内の住民の携帯端末に電子クーポンをプッシュ型で配信 ・クーポンを持ってお店に行けば、割引サービスや、時間限定サービスなどを受けられる。 ・ワンセグの録画、データ放送やダウンロード放送(お店のCMとクーポンをセット)で実現 ・商業スペースの近隣の駅やバス停、カフェなどで広告・チケットを配信する。
	エリア限定プログラム	ショップ等の近くを通過すると、各ショップ固有のプログラムを自動ダウンロードする。そのプログラムは、指定されたエリアの中だけでトリガー信号を受けると起動して、様々なサービスを提供する。
地域コミュニティ	海外からの留学生、在日外国人の支援	今後ますます増えるであろう留学生や在日外国人向けの生活情報や、交流支援情報を小地域単位で提供する。
	救急医療情報	「これからすぐに受診ができる近場の医療機関(担当医師の専門等も取得可能)」の情報を外出中等でも取得できる

観光地でのニーズ仮説と利用イメージ例

ニーズの特徴（想定）

- ・地域の人たちには、単なる観光情報提供ではなく「この地域のことを知ってもらいたい」というニーズが強い
- ・地域住民との交流も含めた「体験型観光」をサポートする情報提供のニーズが強い
- ・外国人観光客が増えており、景観を損なわずに多言語情報提供できるしくみが求められている。

観光地での電波利用イメージ（例）

分類	テーマ	概要
競技施設・遊園地	近傍ナビゲーション	最寄駅まで来たら、モバイル端末で自動的にナビゲーションが始まる。(徒歩の場合) あと〇kmというところまで近づいたら、目的地(スタジアム等)までマイカーを自動運転してくれる。駐車場の空きもあらかじめ検索・予約して、そこに自動的に止まる。
美術館・博物館・映画館	美術館、博物館、映画館等での情報提供	・美術館や博物館で、展示品を紹介する映像・情報を配信 ・個々の展示品のエリア毎にコンテンツを変更
災害、防災情報	ローカル気象情報放送	ローカル気象情報専門チャンネル ・その地域に密着した気象情報のみを放送 ・データ放送を想定 ・その地域の降雨レーダー情報や気象警報を常時放送
観光	リアルタイム観光情報提供	紅葉シーズンに「今空いている見ごろなエリア」、テーマパークの「今並ばずに楽しめるアトラクション」、その地域の商店の「タイムセール」など、リアルタイムな観光情報、お得情報をエリア限定で配信する。高速道路のインターチェンジやサービスエリア、駅、空港、港で提供。
	外国人向け情報提供	海外からの観光客のために、携帯端末等に現在位置に応じた観光案内情報を多言語で提供する。看板などを作る必要がなく、景観保護にもつながる。
	観光スポットなどでの映像配信	観光スポットや名所に関する映像や番組、名店などを紹介した映像などを配信。各所の情報看板から携帯端末に案内映像を取り込み、歩きながら見どころに来ると再生が始まる。