

文：高瀬徹朗 Takase Tetsuro

本誌放送アナリスト・ワンセグウォッチャー

最近、テレビを視聴していると「特番が多い」と感じる。いや、あの「3.11」に震災関連特番を多く組むことは問題ない。ただ、通常1時間の番組を2時間に拡大して翌週お休み→別のレギュラー特番というパターンの多さには辟易する。並びの2番組ともに視聴習慣があれば話は別だが、片方しか興味がない場合はたまらない。そもそも、視聴習慣のある番組でも基本は1時間なら1時間で十分と感じてしまう。友人知人もおよそ同様のことを感じているようだが、果たしてこれらは少数意見なのだろうか。放送局の考えを聞いてみたい。それではチェック、スタート。

TOKYO MXが電子チラシ配信サービス「まちダネ Shufoo!」スタート

拡大などの操作性も上々

東京メトロポリタンテレビジョン (TOKYO MX) が12セグ非連動データ放送サービスで展開する地域情報サービス「まちダネ」に3月1日、新たなコンテンツが加わった。電子チラシ配信サービス「まちダね Shufoo!」だ。

昨年6月に開始された「まちダネ」は、データ放送のエリア選択機能を活用して視聴者の生活圏にマッチした地域イベント情報や店舗のセール情報をエリア別に届けるサービス。今回始まった新サービスは、その内容に電子チラシを加えたものだ。

配信されるチラシは、凸版印刷が運営する電子チラシのポータルサイト「Shufoo!」に掲載された流通各店舗のチラシなど。情報は毎日更新され、テレビ画面上でチラシの中身を確認できるというものだ。

早速、中身を見てみることにしよう。dボタンでデータ放送画面を立ち上げたら、トップメニュー最上部「まちダね Shufoo!」を選択。通信回線がテレビに接続されていない場合は、この時点から先へと進めない仕様となっているようだ。

遷移先は電子チラシページのトップ。画面左側に当日のチラシ枚数、右側にチラシ一覧が表示されている。ちなみにチェック当日(3月14日)のチラシは12枚。一覧はトップ5件が表示されているが、十字キーで送ることができる。一覧のひとつにカーソルを合わせ、決定ボタンを押すと先進む。

いよいよチラシ本体のページ。最初は全景が表示されているが、当方のテレビ(32型)では



トップ画面 当日届いたチラシ枚数と一覧が表示されている



電子チラシ 部分拡大で文字を読む仕組み。右側には、どの部分を拡大しているかのエリアナビを表示

ほとんど中身を確認できないレベル。決定ボタンを押すと部分拡大され、上下左右キーで表示位置を変えながら中身を読んでいく。

部分拡大は3回分まで進めるようだ。正直、1度目のズームでも文字をすべて読み取るのは厳しい。画面右側には「エリアナビ」が用意されており、部分拡大した際にチラシのどの部分をズームしているのか、がわかりやすい仕組みとなっている。

拡大から元のサイズに戻す際には青ボタン、ページをめくる場合には赤ボタン、一覧に戻る場合は緑ボタンと操作に色ボタンをうまく利用している。拡大と上下左右の使い勝手も含め、操作に慣れるのにさほど時間はかかるまい。

チラシの内容もさまざま

チラシはスーパーマーケットなどの小売店が中心のようだが、某食品メーカーのプレゼントキャンペーン、さらにはパチンコ店の新台入荷情報まである。現状、必ずしも所在地付近の情報に限定されていないのはおそらく、チラシ絶対数の問題だろう。

「他の地域を見る」から居住地以外を選んみると、届いている枚数に多少の増減があった。一部のメニューは重なっているの、チラシを出

している側が表示エリアを選択できる仕組みになっているものと見られる。つまり「全エリア向けチラシ枚数+エリア限定チラシ」の構成で、後者の枚数によって増減が出るというかたちだ。

通信を利用はしているが、画面遷移はそう重くはない。放送経由とは比べるまでもないが、データ放送としては軽快と言えるレベルだろう。ページ内に「決定ボタンでチラシを拡大できます」「右ボタンで次にめくる」など操作情報が書き込まれている点も好印象だ。

これまでにないユニークなサービス(少なくとも地上放送局レベルでは)であり、特に放送エリアの限定される独立系UHF局の取り組みとしては起死回生レベルのデータ放送運用になり得るだろう。

後はこの先、この下地をどう発展させていくか。正直、エリア内のチラシを見るだけであれば新聞折り込みの代用でしかなく、またよほどのことがない限り居住地以外のチラシに興味を持つことはない。

ここからいきなりショッピング系に発展するのはハードルが高いので、まずは電子チラシ閲覧に何らかのインセンティブを持たせることあたりから始めるのが妥当か。いずれにせよ、今後の更なる発展に期待がかかるところだ。