

Case Study

支部ケース・スタディ

東海支部

東京駅と伊豆の物産店を双方向リアルタイムWeb映像で結んだキンメダイ等現地直売会

(株)伊豆急ケーブルネットワーク



コンテンツ事業部 担当部長

岩本 互

JR東日本様のご相談から、Web会議アプリによる直売会を企画

夏も終わりの昨年8月25日、それは突然やってきました。JR東日本様から「電車を使用した『鮮魚輸送』の実施が決まっているが、コロナ禍においてもイベント会場でも他に何かできないかな？」とのご相談を頂きました。ちょうど弊社では、通信回線を使用した動画配信についての事業化を模索している所であり、これを盛り込んでご提案したところ、それに飛びついてくれたのです。

開催日は1カ月後の9月26、27、28日の3日間。今回弊社で出した提案は、東京駅で開催される観光物産展「伊豆美味しいもん市」の一環として、物産展会場と伊豆東海岸を通信回線で結び、海産物、特産物を紹介するとともに、その日の朝獲れキンメダイを、Web会議アプリを使って直売しようというものです。とはいえ、さあ、どうする。イベント開催まであと1カ月。何のノウハウもない上、ましてやWeb会議アプリなんて今まであまり使ったこともない。それでも現地からの生レポートや物産品のVTR制作は日常業務範囲の中なので、お手のもの。一番の問題はWebを使った動画の配信をどうやって実施するか。幸いにも2年前、JCTAで取り組んでいます「インハイTV」のライブ配信のお手伝いをさせて頂いた経験と実績からヒントを得て、まずは必要となる動画配信機材をベンダーさんからお借りし、試してみるところから始めました。



東京駅に掲示した「伊豆美味しいもん市」ポスター

やってよかった配信テスト。さまざまな回線トラブルを事前に解決

あれこれ考え、配信方法はどうにかまとまり、結果LTE回線でYouTubeを使用してのライブ配信にすることにしました。とまあ、ここまでは良しとして、「後は事前取材や当日の配信内容とスケジュールをしっかりとすれば大丈夫だな」と高を括っていました。ところがです。「ライブ配信するのは良いのですが、現地のLTE環境は大丈夫ですか？」とスタッフから直球の質問。そういえば勝手に大丈夫だと決めつけていましたが、いざそう言われると急に不安に駆られ、予定していなかった事前の配信テストをやっぱり実施することにしました。中継する場所は東伊豆町稲取の漁協直売所、そして下田市の道の駅と水産会社様店舗の計3カ所。この3カ所のLTE回線環境の良し悪しが、生配信の鍵を握ります。

イベント当日まであと10日。配信テストの日がやってきました。まずは稲取漁協直売所。回線良好、特に問題なし。「さあ、次は下田の道の駅。まあ、ここも大丈夫だろう」と現地から生映像を配信してみますが、映像がカクカクしてしまい、どうにも回線が良くない様子。どうやらここは山かげにある地形からLTE回線が不安定な場所らしく、「何か代わりとなる回線はないか。道の駅の通信回線は借用できないか」と交渉しますが、やはり施設内ネットワークの中に、よその回線を入れるのは難しいとのこと、借用は断念。仕方なく何とか一番安定している場所を動きながら1点1点探して、ようやくその場所を見つけ、少しビットレートを下げて配信することにしました。

この後の水産会社様店舗も場所が近所だったため、やはり同様の回線状況。仕方なくこちらでは水産会社様のご厚意で、店舗用の通信回線をお借りすることが出来ました。今考えると、このテストを実施せず、当日を迎えていたらと思うと、ゾッとしました。

さて、伊豆からの回線テストも終わり、後は東京駅物産展会場の回線を残すのみ、こちらは駅構内のFree Wi-Fiを使用する予定で、特に回線環境に問題はないだろうと思っていましたが、またまた、ところがです。なんとこちらのFree Wi-Fiは60分間使用制限ありの回線だという情報が入りました。「え、まさかそんな。こっちも…」あと、もう一山越えなければならぬ困難が現れたと思うと、少し気持ちが折れそうになりました。でも、若いスタッフ達がいてくれたお蔭で、いろいろと対策を出してくれました。結果、パソコンを2台使用し、時間を確認しながら交互に回線をスイッチし、入れ替える方法をとりました。もしも途中で回線が切れてしまったら最悪の状況です。この危機も若いスタッフ達に助けられました。これを機に、弊社ライブ配信業務を受注した際には、必ず配信する場所でのテストを欠かさず実施することにしました。

地元の観光や名産・特産品を現地から東京駅へ生配信

前日の回線チェックも問題なく終え、いよいよ本番の日がやってきました。各日のプログラムは午前中が伊豆各地からの生レポートを2回、そして午後はWeb会議アプリを使用してのキンメダイ双方向オンライン直売会。午前中のレポートは事前取材の名産特産品紹介VTRをベースに、初日のゲストは東伊豆町のひがしいず女子の皆さん、2日目は下田芸者の皆さん、そして3日目は下田市観光協会長さんらによる地元の観光や名産・特産品のPRを現地から生配信しました。こちらは片方向ということもあり、特に大きな問題もなく3日間ともクライアント様にご満足いただいた内容で実施することが出来ました。



下田市道の駅より生配信。ゲストに下田芸者の皆さんが登場



直売方法の説明パネル

そして肝心の双方向オンライン直売会。こちら事前のチェックも万全で回線は問題なし。「さあ、たくさんキンメダイを販売していきましょう！」と意気込んだのですが、いざ始めますと、東京駅物産展会場の大型モニターの前にお客様が、まばら。スタッフがお声掛けをして、各現地にいるMCがお客様と水産会社様との双方向のやりとりをフォローしながら、恐る恐る直売会が始まりました。参加頂いたお客様は仰々しいカメラの前で商品のやりとりをするのは最初、少し戸惑い気味でしたが、始めてみると、料理方法や保存の仕方など、思ったより言葉のやり取りが進み、特に映像による朝獲れキンメダイの新鮮さや、色合いなどが表現できていて、参加者から「すごく新鮮そうですね!」「今さっき獲れたんですか」などの会話も聞こえてきました。また会話のやりとりの遅延も殆ど感じられず、Web会議アプリを利用した事が功を奏しました。

さまざまな課題が見え、今後の事業展開へ

それらをまとめてみて、今回実施したこの双方向直売会という新たな取り組みは、概ね成功したと考えています。

唯一の課題としては、直売会の時間設定が3日間とも2時間という長丁場で、東京駅イベント会場で直売参加希望のお客様を、大型モニターまで如何に連れてくるかでした。

次回実施する場合は、物産展会場にイベント用ステージを設け、そこに大型モニターを設置し、あくまでもイベントの1コーナーとして客寄せのクイズやアトラクションなどを双方向で行いながら最終的に直売会に持っていくようにするか、あるいは競りで販売をするような形で多人数参加型でいくかではないかと思いました。またせっかくWeb会議アプリを利用しているので、販売店舗を水産会社だけでなく、あと1店舗増やして、地元農家さんの採りたて野菜などを同時に販売するなんていうのも良いのではと感じました。



水産会社からの直売映像



東京駅の直売モニター

双方向直売会での様子



東京駅での直売会場

こうしてバタバタしながら3日間のイベントが終了しました。いろいろと困難もありましたが、終わってみると、配信業務に対する実績が出来ましたので、自信が持てました。そして改めてこの配信業務の肝となるのは、現地の回線状況の確認が「絶対的に必要である」ということ。それに気付かされただけでもこの業務が出来、とても良かったです。

おかげさまで今回の実績が買われ、この後、また別の配信業務を続けて2回も頂くこととなり、弊社の新たな業務拡大に繋がりました。