ネット TV 時代のコンテンツビジネス研究

── 地上波テレビからインターネット TV へ ──

小　倉　　淳*

1. はじめに

2011 年 7 月 24 日の地上デジタルテレビ放送の完全移行を受け，いよいよ各種メディアが完全デジタル化に移行を完了する節目の時を迎えた。50 年以上のテレビを中心とした「アナログコンテンツ」から，インターネットも含め「デジタルコンテンツ」に完全に様変わりし，地上波を中心としたテレビ放送から，光ファイバーと Wi-Fi の普及による高速通信への劇的なシフトが明らかになった。文字情報から画像情報に，そして，動画情報へと変遷を遂げてきたメディアは，あらゆるジャンルのメディアにおいて，動画情報を軸とした「マルチメディアソース」が伝達される時代となり，コンテンツの新たな可能性が広がりをみせている。それに伴い，インターネット・メディアの研究がより肝要な時代を迎え，インターネットテレビの研究，更には，そのコンテンツ制作の研究，配信システムの研究，実践を開始する段階を迎えた。本研究ノートでは，本年度より開始したこの「インターネットテレビ」に関する研究の立ち上げから初期段階の試験的番組配信の進捗状況をまとめることで，今後の研究指針を明らかにすると共に，論文としての帰結をその目標とした経過の報告を行うものである。

2011 年 11 月 30 日受付
* 江戸川大学　マス・コミュニケーション学科教授　テレビメディア論

2. テレビ放送の大きな節目「地上波テレビのデジタル完全移行」

2011 年 7 月 24 日，日本中がまるでお祭り騒ぎの様にこの日を迎え，鳴り物入りで地上波テレビのデジタル完全移行が実施されたことは記憶に新しい。1953 年 2 月の NHK（日本放送協会）の開局により華々しくスタートを切った日本のテレビ放送が，58 年の時を経て初めて迎えた大きな区切り，転換点，それが「地上波テレビのデジタル完全移行」と言えるのではないだろうか。しかしながら，この「地上波テレビのデジタル完全移行」で受信する側である視聴者にはどのようなことが実際に起きたのであろうか。実感として得た利点は「映像が綺麗になった」以外には全く無いと言っても過言ではない。総務省が「2011 年を目処に地上波テレビをアナログからデジタルに変換したいと考えております」と発表して以降，家庭用テレビ受像機の家電レベルでの変革競争が始まった。大型のブラウン管テレビ受像機から，薄型の液晶やプラズマテレビの家電メーカー開発競争が激化し，2003 年の地上波デジタル放送の一部開始を経て，結局は 1 億台を超えるテレビ受像機が買い替えられることになった。こうした買い替え需要が，低迷する日本経済のカンフル剤として作用したことは周知の事実ではあるが，2011 年 7 月 24 日を境に，その買い替え需要は急激に冷え込み，今や日本の家電メーカーの足を引っ張る最大の要因とさえ考えられている。この買い替えに日本の

家庭が支払わなければならなかった金額は，1世帯辺り100,000円前後とも言われている。2011年8月に株式会社メディアインタラクティフが，家族を持つ男女524名を対象に「地デジに関する行動調査」をテーマに東京で実施したインターネットリサーチによれば，今回の地デジ移行について，「満足」という回答は50.6%と半数に及んだが，「不満」という答えが14.4%，「どちらとも言えない」との回答を加えれば，実に49.4%が満足していないことになる。満足の理由として，多く挙げられたのは「映像が綺麗」という意見で，「地域情報などがすぐに得られる」，「dボタンが面白い」などの意見はあったものの，不満な意見としては「費用負担を強制された」，「特に変化が無いのに手間がかかった」など，半ば強制的な実施に対して不満が大きかったと分析できる。そもそも，何故情報を受ける視聴者がこの買い替えを負担しなければならなかったのだろうかと疑問さえ浮かびかねないのが今回の地デジ化という見方も出来る。

この疑問に立ち向かうには，半世紀に渡って一般家庭に普及，浸透し続けて来たテレビ放送というものがもつ「放送」という情報伝達形態の特殊性を考える必要がある。

ラジオ放送のスタートに代表される「放送」という媒体が登場するまでは，新聞，雑誌，書籍などの紙による媒体がマスメディアの中心としてその覇権を独占して来た。こうした紙媒体は，文字情報を中心に紙面を構成し，印刷したものを配布，販売する形式であり，情報を受信する側は，文字を解読する能力さえ有していれば，他に準備しなければならない条件は存在しなかった。ところが，「放送」というマスメディアは，受信する為に，受信機というものを，受信する側が用意しなければならない媒体なのである。「放送」とは，その文字が表す通り，「送り放つ媒体」であって，受信者が「送り放たれた電波」を受信する準備ができて初めて成立するマスメディアなのである。その特徴は，「テレビは無償で見られる」と表現される様に，一度受信機を購入してしまえば，表面上，「情報に対する購入費」を負担すること無く，日々情報の受信が行えるというものである。その特徴に60年近く慣らされて来た我々情報の消費者が，地上波テレビのデジタル移行という「システムの大転換」に伴い，2011年7月24日という「転換日」を一斉に通過することになり，ほとんどの人々が「地デジ対応テレビ受像機の必然的購入」を経験せざるを得なくなったと分析できるのである。

1953年2月，日本放送協会のテレビ放送開始によって産声を上げたテレビ放送は，同年8月の日本テレビ放送網開局とともに民間テレビ放送という宣伝媒体が，広告メディアとして常に右肩上がりの発展を遂げ，開局初年度，僅か1億円の広告費が5年後には238億円に達し，10年を過ぎた1964年には，東京オリンピックの開催に伴い1,000億円を突破した。1975年にはそれまで広告費のトップを走って来た新聞を抜き去った民放テレビが締める広告費の扱いは，4,200億円を超え，1985年には，ついに1兆円を突破する爆発的な成長を遂げ，さらに2000年には，日本全体の広告費の拡大とともに，2兆円を超えるに至った。ところが，2004年，右肩上がりの成長拡大が終わりを告げ，以後，右肩下がりの縮小傾向に陥り，2010年現在，1兆7,000億円台にまでその広告費が減少している。奇しくも，2003年12月，総務省の施策により地上デジタル放送の第一歩が記されたその翌年から，地上波テレビのマスコミ業界に於ける一人勝ちに翳りが見え始めたと振り返ることが出来る。

一方，インターネットの普及は，21世紀に入り，日本国内でも政府によるe-Japan計画による追い風の影響を受け，電通の調査によれば，2004年にはインターネット利用者が7,730万人を超え，人口の60．6%が利用するに至り，そのうちの実に47.8%がブロードバンドを利用している実態が明らかになった。翌2005年には，インターネット広告費は2,800億円を突破し，前年比154.8%という目覚ましい伸びを示している。その一因をなしたインターネット上の動画放送がこの年から始まり，2006年には，現在では日常的に利用されているYouTubeがアメリカでスタートを切っている。2009年にはインターネット広告費が

7,000 億円を突破し，特に動画によるインターネットの利用率が急激な上昇傾向を示しており，2010 年には，FaceBook に代表される SNS の利用拡大により，インターネット広告費は 7,700 億円を上回る勢いを示しており，この 5 年間で実に 4 倍以上に膨らんで来ていることが明らかになった。

1998 年には僅かに 1,700 万人にも満たなかった日本のインターネット利用者が 2000 年には 4,700 万人を超えた。しかし，地上波テレビ放送の視聴者数に比較すれば，まだまだ，テレビ業界が脅威を感じるに至らない状況下にあった 2000 年，インターネットに対する警戒心の低さやある種の驕りからテレビ業界のインターネットに対する姿勢は非常に排他的で高圧的なものであった。筆者自身が在職していた日本テレビに於いても，テレビ局全体はもちろん，各番組のホームページに対する動きさえも非常に鈍く，その展開に窮することさえも日常的であった。僅か 1%であっても，関東地区全体で 40 万人もの人々が見た計算になるテレビ視聴率から考えれば，ネット上のホームページで 10,000 ビューを超えたと伝えられても，比較にならないスケール感にテレビ制作者の対応は冷ややかなものであった。

ところが，先に述べたここ 5 年間のインターネット利用動向を目の当たりにすれば，地上波テレビとインターネットの利用状況が急速に接近してくることは予想に難くない。さらに言えば，インターネット環境に於けるインフラの整備が進み，ブロードバンドの急激な普及が進んで来ている状況下に於いて，2008 年以降の動画再生回数の爆発的増加を鑑みれば，地上波テレビに対峙するインターネットテレビの台頭も火を見るより明らかと言えよう。しかしながら，各テレビ局のインターネットへの対応拡大は思ったよりも緩慢であり，一方，インターネット上に於ける動画配信には，まだまだ，そのクオリティを追求する姿勢に勢いが感じられない。

そこで，2012 年以降，急激に拡大する可能性が大きい，インターネットテレビに於けるコンテンツ配信のビジネス化を念頭に，インターネットテレビの可能性を研究することで，次世代型のメディアのあり方を提唱して行きたいと考え，本研究を開始するものである。

3. 研究開始にあたり

4 月，インターネットテレビの研究に当たり，学内における使用可能な機材の検証を E 棟テレビスタジオを中心に実施した。開学当時，最新の機材を揃えてスタートした E 棟テレビスタジオも 20 年の時を経て，機材のメンテナンス，部品の交換などをスタジオ設計施工業者の依頼したものの，撮影機材に関してはすでに部品交換の耐用年数を経過しており，スタジオ全体のメンテナンスによる使用も断念せざるを得なかった。また，機材の売却による新規機材購入の見積もりを買い取り業者に依頼したものの，残念ながら耐用年数を過ぎた機材がそのほとんどを締めることから下取り価格がつかず，廃棄以外に処理方法がない状態であった。さらに，学内インターネットシステムを検証した結果，学内から対外的な動画のネット配信を行うことに関しても，セキュリティやポート設定等の問題や機材の状況から断念せざるを得なかった。

上記の結果から，まずは，ネット配信用新規 URL を取得することから本研究をスタートする運びとなった。

4. 新規メディアの開設

インターネットテレビの研究開始にあたり，動画配信を実施するために，地上波テレビの放送局にあたるプラットホーム的配信メディアの開設を実施した。

地上波テレビの放送とインターネットテレビの配信に於ける最大の相違点は，番組視聴範囲の違いにある。地上波テレビ局は，放送法に基づく免許事業という企業特性と電波による放送範囲の限界という物理的特性から非常にドメスティックなメディアであり，視聴範囲は国内の一定地域に限定されている。しかし，インターネットテレビは，インターネットを介しての番組配信と言う特性か

ら日本国内に留まらず，世界中に同時に配信することが可能であり，視聴範囲は無制限と言っても過言ではない。このことから，「日本を世界に発信して行く Media HUB」との位置づけにより「www.jplive.tv」という URL を取得し，その表示を『JPLIVE.TV』と表すものとした。これは，「日本の今を世界に伝えて行く」という考えから命名したものであり，学外に私費を投じて設立した「コンテンツビジネス研究所」によってクオリティをコントロールし，運営を行うものとして開設したメデイアである。また，“Media HUB”という表現を使用した背景には，放送という一方的に発信するメディアに対し，インターネットテレビはその通信という特質から双方向メディアであることに重きを置き，HUB 的位置づけを重視した扱いを表現しているものである。この『JPLIVE.TV』の中に「Student LIVE」を開設することによって，学生達の研究参加の場を提供し，更には江戸川大学から発信して，日本中，更には世界中の大学や学生達との連携や相互発信を可能にする“Media HUB”に発展させたいと考えている。

5. コンテンツ制作基地

私的研究機関「コンテンツビジネス研究所」を開設する運びとなった。インターネットテレビで発信する映像コンテンツを制作し，そのクオリティコントロールと運営を行うために築地に研究所兼スタジオを開設し，番組制作と生配信を行う施設を作ることで，本研究の目的のひとつである「配信コンテンツのビジネス化」を検証して行く礎とすることにした。本研究所内スタジオを LIVE 配信の基地とするにあたり，HD カメラ 3 台によるスイッチングシステムとワイアレスマイクロフォンを含む音声機材，更には地上波テレビクオリティを担保するための照明機材とスタジオセットを最低限確保し，更には，ネットでの生配信を可能にするコンピューターシステムを揃え，学生達の活用，研究実施前に，専門家の手を借り，セッティングと撮影実験配信を繰り返し行うこととなった。9 月より，配信番組のレギュラー化を図り，2011 年 11 月実施予定とした江戸川大学学園祭に於ける「江戸川ガールズコレクション」の生配信の実施組立てと，ゼミ学生による事前取材を交えた生配信番組「edocam」制作配信に向けての準備を行う上で，ウェブシステム管理を株式会社シェアリングス，ウェブ配信管理を株式会社 TIME-SHIFT，番組制作技術管理を株式会社 J-CREW，番組制作演出管理を番組ディレクター中島麗氏にそれぞれ協力依頼し，クオリティ管理と学生の研究指導を実施した。こうした専門家達の協力を得ることで学生達の卒業後の就職支援の一助とする試みも同時に実施し，株式会社シェアリングスに 2012 年度入社で本学学生を 2 名採用して頂く運びとなったことを加えて報告しておく。

さらに，11 月より学術情報部に籍を置く本学マスコミュニケーション学科デジタル編集コースの谷川正継講師が自ら参加の意向を表明し，「ソーシャル・メディア・タイム＝ソメタイム」という番組制作及び生配信を実施。SNS の初心者向けに声優さんを出演させての番組配信も開始した。

当初，番組生配信のシステムとして早稲田大学インキュベーションセンターの園田智也教授にご指導を仰ぐことで，園田智也教授ご自身が開発された「UTAGOE 配信システム」を有償低価格にてご提供頂く形で『JPLIVE.TV』の配信を開始したが，Ustream の利用汎用性の向上や有用性を検証した結果，11 月末日をもって「UTAGOE 配信システム」の使用を休止する判断となった。

6.「江戸川ガールズコレクション」生配信

2011 年 11 月 3 日，本学内第 2 体育館で実施された「第 2 回江戸川ガールズコレクション」を『JPLIVE.TV』の「Student LIVE」にて生配信を実行するために，本企画の立案者である本学社会学部経営社会学科ファッションビジネスコース中口哲治教授，会場内映像制作を担当されるメディアコミュニケーション学部マスコミュニケーション学科放送コース内藤和明教授，さらには，当日イベント内での出演アーティスト「JAMOSA」LIVE の実施協力を頂いた株式会社ベイエフエム

営業部関根氏との事前打ち合わせを重ね，出演者サイドの了解と技術的に配信可能な状況の確認を行った。当日は，本学ゼミ生4人も含め，配信のため番組演出中島氏，配信技術サポート株式会社 TIME-SHIFT 大淵氏，金子氏，JPLIVE. PRODUCTS 小倉氏の支援協力を受け，午前9時より配信準備を行った。

当日は，本学A棟スタジオ常設の最新映像システムを会場内に移設して使用したことから，ハイクオリティでの配信実施のために，Black Magic 社製の最新機器，Ultra Studio 3D を当日初めてセッティングしての使用となったために，配信準備を完了するまでにかなりの時間を要することになった。また，江戸川ガールズコレクションのステージがスタートしてからの本番配信に際し，学内 LAN の使用がポートの関係も含め微妙であったために私物の WI-MAX を使用せざるを得なかったことから，度々配信が中断するハプニングも発生し，緊張を強いられる生配信作業となった。2時間に及ぶステージ準備段階及び，本番ステージの配信の分析等は，次回研究ノートに記載する予定である。

7. 本学ゼミ生配信番組「edocam」

本番組企画は，2011年度専門ゼミの担当学生15人による番組制作を行い，事前に，本学関連情報の取材を行い4本のスタジオサブ上げ VTR で制作し，スタジオでは司会者の進行に従い担当者がレポートを行う情報番組形式で生番組を制作した。取材した本学関連情報は，「江戸川大学女子バスケットボール部の活躍」，「bayfm 学生レポーター奮戦記」，「江戸川ガールズコレクションの裏側に密着」，「小倉淳教授出演レギュラー番組『つながるセブン』潜入レポート」の4本とした。下記に学生の担当表と当日台本を転載しておく。

＊＊

小倉ゼミ　JPLIVE.TV　1時間番組

放送日時：11月22日（火）

内　容

○江戸川ガールズコレクション　【20分】

○J：COM　小倉先生に密着　【10分】

○bayfm「シラスゴ」番組ができるまで　【10分】

○女子バスケット部　【10分】

○スタジオトーク　【10分】

＊江戸川ガールズコレクション　撮影日時：11月3日

《事前準備（3日来られない人）》　渡部　湯浅　樋口　岡田　高野　小林　河井

《当日活動（3日来ることできる人）》大倉　栗原　池田　宮澤　濱迫　竹尾

＊J：COM　小倉先生に密着

《担当》　大倉　湯浅　栗原　樋口舞　宮澤　小林　濱迫　河井　竹尾

＊bayfm「シラスゴ」番組ができるまで

《担当》　岡田　木村　高野　池田　宮澤　竹尾

＊女子バスケ部密着

《担当》　大倉　渡部　栗原　樋口　濱迫　小林　早川け

＊スタジオ

《担当》　構成　全体チーフ：岡田

サブリーダー＆SW：高野

アナウンサー：渡部・湯浅・樋口・栗原

カメラマン：濱迫・河井・小林

MIX：木村　FD：宮澤　D：池田　AD：竹尾・早川

＊＊

小倉ゼミ 1 時間番組

edocam

時　間	カット割	内　　容
00：00〜	② ①　小林 ②　固定 ③　河井	「タイトル（誰かの声で）」音声素材①　スーパー：「edocam」 湯浅・渡部　「こんにちは」（固定 MC 2 人で） 湯浅　「この番組は，千葉県流山にある江戸川大学の学生がお送りします。」 渡部　「江戸川大学は，社会学部とメディア・コミュニケーション学部の 2 学部からなっている設立から 21 年目の大学です。」 湯浅　「本日は，その江戸川大学でマスコミを学ぶ私たちで 1 時間の番組を皆さんにお伝えします！」 各自自己紹介を挟んで…（湯浅→渡部）
	③→①	スーパー：湯浅　知里　スーパー：渡部　優子 ［尻：〜よろしくおねがいします。］ 渡部　「私たちは現在大学で，番組の制作やアナウンサーになる為の技術などを学んでいます。学生たちだけで様々な制作に関わって番組をつくったりイベントを立ち上げたりたくさんの活動をしているんです。」
	②	湯浅　「今日はそんな私たちマスコミ学科，小倉ゼミの学生たちで江戸川大学の学生たちが日々取り組んでいること，江戸川大学のこんなところを見て欲しい！　『**エドキャンピックアップ**』を紹介いたします！」 渡部　「夢に向かって熱く取り組む学生たちが，大学の教授，学校風景など徹底的に密着！　リサーチ！」 湯浅　「今日ご紹介するラインナップはこちら！」（フリップを出す）←フリップ内容にも軽く触れて 渡部　「ん〜なんでしょう？　気になりますね！」 湯浅　「では，『エドキャンピックアップその一！』栗原さ〜ん！」
	③	
	①	スーパー：栗原　由季 栗原　「『ラジオに潜入！学生リポーターに密着！』は，普段絶対に見ることができないラジオの番組ができるまでの生放送の現場に密着！　どんな風に台本ができるのか？　現場の雰囲気はどんななの？　『エドキャンピックアップその一！』は，ラジオの生放送に出演し，奮闘する江戸川大学の学生に密着！」
03：00〜		VTR 1　bayfm 密着素材
13：40〜	②	（スタジオに戻ってコメント） 湯浅　「柳衛さんからすごい熱意が伝わってきましたね。さて，次はどんなアツい学生が登場するのでしょうか？　樋口さ〜ん！」
	③	
	①	スーパー：樋口　　舞 樋口　「今，一番注目してほしい江戸川大学の女子学生は…そう！　女子バスケットボール部です。『エドキャンピックアップその二！』は，インカレ出場に向けて，燃えている彼女たちに密着！」
15：10〜		VTR 2　女子バスケ部密着素材
23：35〜	②	（スタジオに戻ってコメント） 渡部　「目標に向かって頑張る女子って素敵！　私も日々美しくなれるよう努力しているんですよ。」

	③	湯浅　「次はそんな女の子必見の『エドキャンピックアップ』です！　栗原さ〜ん！」
	①	栗原　「私が今着ているこの洋服，この冬のトレンドを集めたものなんです！　女子としては，人気のトレンドはいち早くチェックしたいですよね。『エドキャンピックアップその三』は，おしゃれに敏感な女子・男子注目！『江戸川ガールズコレクション』です。」
25：30〜		VTR 3　エドコレ密着素材
40：30〜	② ③	（スタジオに戻ってコメント） 渡部　「江戸川ガールズコレクション盛り上がっていましたね！」 湯浅　「実は私もガールズコレクションの MC として会場を盛り上げたんです！　MC はすごく大変で，いろんな事に気を配って目が回っちゃいました！」 （湯浅，司会者としての感想・反省・周りの反応など…） 渡部　「MC として現場を仕切ることはすごく大変そうですよね。MC を任せられて現場をうまく進められるようになることはアナウンサーを目指す私たちにとっても憧れなんです！」 湯浅　「アナウンサーといえば TV 局の顔！　普段どんな仕事をしているのか？　裏側の世界が気になりますよね。続いては，アナウンサーの世界の裏側に興味ある人必見！の　『エドキャンピックアップ！』。樋口さ〜ん！」
	①	樋口　「アナウンサーの裏側，皆さん興味ありますよね？！　実は，我が江戸川大学には現役アナウンサーの先生がいらっしゃるんです。最後の『エドキャンピックアップ！』は，現役アナウンサー小倉淳教授が出演されている J：COM の番組『つながるセブン』に密着！
43：00〜		VTR 4　つながるセブン素材
57：30〜	② ① ②	（スタジオ戻ってコメント） →（全体の感想） 湯浅　「皆さんに江戸大の気になる『エドキャンピックアップ！』をたくさん紹介してきましたが，いかがだったでしょうか？」 渡部「今回，私たちが紹介したい江戸川大学のポイントを皆さんにお伝えして参りましたが，私たち自身取材していく中で改めて江戸川大学の良さを確認できてとても楽しかったです！」 湯浅　「江戸川大学にはまだまだみなさんにお伝えしたい『エドキャンピックアップ！』がいっぱいあります！」 渡部　「これからもこの番組で随時紹介していきたい思います。」 （カメラ引きで） 最後 4 人で　「ではまた〜。」
60：00〜		終わり

当日役割　カメラ：河井・小林・大倉
D：池田
AD：濱迫・竹尾・木村・早川
FD：宮沢
TK：岡田
SW：高野
アナウンサー：湯浅・渡部・栗原・樋口

生配信当日は，番組演出サポート中島氏，技術サポート J-CREW 鈴木氏とマスコミュニケーション学科 4 年徳山氏，さらに配信技術サポート JPLIVE.PRODUCTS 小倉氏の 4 名のご協力を頂き，下記のスケジュールで番組配信を実施した。

2011 年 11 月 22 日

13：30	サポートスタッフ 4 氏集合 ゼミ学生 10 名集合 スタジオ機材，配信機材セットアップ開始
14：30	ゼミ学生 3 名集合 （サブ上げ VTR 班第 1 陣）
15：00	ゼミ学生 2 名集合 （サブ上げ VTR 班第 2 陣）
15：15	リハーサル開始
15：45	配信開始時刻を 10 分遅らせることを決定
15：55	配信時刻を更に 5 分遅らせることを決定
16：15	スタジオ生配信番組「edocam」スタート
17：18	配信終了
17：30	機材撤収開始
18：00	反省会

上記タイムスケジュールでの進行はいくつかのトラブル発生が原因となった。

1. サブ上げ VTR の書き出し時間の読み間違い

サブ上げ用 VTR の編集作業の残りを配信当日の朝にも実施した班がいくつかあり，その最終作業である完パケ VTR のデータ書き出し作業の必要時間を事前に確認していなかったために，集合時刻の 13 時半に間に合わず，配信ぎりぎりのスタジオ入りとなってしまった。

2. リハーサル作業の遅れ

当日のリハーサルスケジュールを整理していなかったために，リハーサル手順に明らかな間違いが生じ，時間内にリハーサルが終了しなかったために本番開始を遅らせざるを得なくなった。

3. 配信手順の確認不足

ネット配信のリハーサルをこの日までに重ねて来たにも拘らず，本番直前になって配信担当が混乱状態に陥るハプニングから配信スタンバイの完了が本番直前までずれ込んでしまった。

上記の混乱はあったものの，各人の頑張りにより，とりあえず，生配信番組を完了することが出来た。以下にゼミ生何人かの配信後記を転載する。

アナウンサー担当：樋口

［edocam］　今回，私はアナウンサーとして番組に出演した。カメラやマイク，音響機器の接続等，知識がない中ではあったが，中島さんや小倉ゼミのメンバーの指示や助言を受けながらできる限り準備を進め，本番に挑んだ。事前に声出しをしたつもりでも自分の思うように声が出なかったり，緊張から顔が引きつったりと，やはりカメラの前に立つのは覚悟を要することだと感じた。アナウンサーとしてカメラの被写体になるのは久し振りだったが，良い緊張感を味わえたことが心に残っている。

また，今回初めて生放送というものを体験して一番感じたのは，やり直しがきかないことの厳しさだ。これはどの役割を担っていたとしても共通することだが，たとえ自分の中で気に入らないことがあったとしても，時間を戻すことはできない。視聴者は放送された内容そのままを受け取ってしまう。今回は江戸川大学の情報番組として放送を行ったが，たとえばニュース番組等で誤った情報を放送し，取り返しのつかないことになってしまう可能性もあるのだと思うと，生放送を行うということがいかに責任重大なことであるか，考えるきっかけになった。

そして，今回の番組内での一番の反省点は VTR に入る前に動いてしまったことである。基本中の基本であるため，同じことが起こらないよう気をつけたい。

全体の反省点としては，番組の放送を行うということは常に時間との戦いなのだという自覚が足りなかったと感じた。たとえ本番までに満足のいく編集ができていなかったとしても，本来は本番の時間をずらすなどということは許されないため，そのままで行うしかない。期限を延ばすことはできないのだから，まだ大丈夫，まだできる，という考え方をしてはならない。今回の edocam を通して，生放送を行うことに対する自覚をしっかり持ちたいと考えた。

また，連絡の伝達が十分にできていなかった部分もあったため，個人間だけでなくゼミのメンバー全員にきちんと連絡が行き届き，一人一人が状況を把握している状態にできるよう皆で協力していきたい。

それから，次に小倉ゼミで番組を作る機会があれば，ナレーション，もしくはまたアナウンサーに挑戦したいと考えている。

配信マスター担当：大倉

1. 私は VTR①「ラジオに潜入！　学生リポーターに密着！！」の編集に携わっていました。今まで編集はサブ程度でしかしていなかったのですが，今回はメインにやらせてもらいました。分からないことはたくさんありましたが皆に力を借り形にできました。完璧に出来たとは言えないものの，完成時の達成感をとても感じました。

2. 私は番組を配信する作業をやらせていただきました。配信は番組を放送するうえでコアなポジションであり，責任の大きい仕事です。配信にあたっては順番通りに操作をすれば良いのですが，予期せぬアクシデントが多々起るためそのアクシデントに冷静に対応せねばなりません。しかしながら私はまだまだ冷静な対応が出来ないので，皆さんの力をお借りしていました。放送開始後は配信中の音チェックをしました。音の強弱，音が割れていないか，BGM の挿入など行いました。

3. 感想・反省

反省点はたくさんあります。まず 1 番に上がるのは放送 1 時間前に到着し，リハーサルの時間を取れなかったことです。皆の気持ちも落ち着かなかっただろうし，放送中止にまでなりかけてしましました。とても反省しています。VTR が取り込めないというアクシデントが起こった時，もっと迅速に対応していれば，あれほどばたばたとすることもなかったのだと思います。

そして配信時，今までいろいろのことを教わりましたが，半分も教わったことを活かせませんでした。何度もアドバイスを頂いて行なっていました。もっと自分の力で自分が思ったことを行動にしたいです。

4. 次回希望する役割

次回も編集と配信を行いたいです。今回よりもっと満足できるような，視聴者の方にも飽きずに見てもらえるような映像を作りたいと思っています。そして本番時には，配信作業，本番の音映像チェックなど，もっと皆に正しい指示が出せるくらいにまでなりたいです。そして安心して任されるくらいにまで成長し，スムーズに作業できるようになりたいです。

カメラマン担当：濱迫

今回，事前準備での役割はまず，外ロケ班として企画立案や撮影を進めてきました。最初の予定では幼稚園の一日密着の企画を進めていましたが途中でスケジュールと合わなくなり女子バスケットの企画に切り替えました。このときみんなが幼稚園の企画に的を絞っていたのでそれがダメになった時の第二候補も挙げておけばもっとスムーズに切り替えられたと思います。また，撮影に入る前にどのように選手たちを撮ればカッコよく見せたりできるのか，迫力のあるシーンを見せれるのか，事前にバスケットの映像などを見ておけばよかったなと感じています。撮った映像を見ると少し単調に撮りすぎたと思いました。

1. 11 月 22 日，本番

事前のリハーサルに参加できなかったので本番当日は早く来てカメラや照明のセッティングを行いました。鈴木さんや中島さんにアドバイスをいただきながら進めていきました。VTR の仕上がりが遅れるハプニングもありましたが，その遅れをリカバリーできるような準備をもっと早くするべきだったと思います。（照明をつけてのカメラのホワイトバランスや演者さんのリハーサル）事前準備をした上での反省は，余裕をもって VTR を完成させること。そのために自分ももっと編集に時間をさくこと。当日，遅刻者を出さないこと。これができればもっとまとまりのあるいいチームができると感じました。

2. 生放送での役割

生放送での主な役割は AD，カメラマンでした。本番になるにつれてピリピリとした空気の中，演

者さんの表情も硬くなっていたので表情を柔らかくするようにおしゃべりなどをしていました。

3. やってみての感想と反省

実際に生放送をやってみての率直な感想は楽しかったの一言に尽きます。ハプニングや放送時間が遅れるなどの失敗もありましたが全部ひっくるめて楽しいと感じました。みんな一人一人に役割があってその役割をこなさなければチームとして機能しないことはアメフトでも同じことが言えるので，一人が困っていたらその分をカバーしあうことでチームとして成り立っていることに今回の生放送で改めて感じて，勉強になりました。またみんなとやりたいと思っています。

4. 次回希望する役割

次回希望する役割も技術職がやりたいです。もっとカメラや照明，編集に詳しくなって，次に何をするべきか考えて行動ができるようにしたいと思います。また，みんなをリードできるようにしたいです。

サブリーダー＆SW担当：高野

①　事前準備での自分の役割

事前準備では，bayfmチームでの構成・取材・編集を担当，エドコレチームでの構成，あと番組全体の構成を担当しました。

bayfmチームでは，事前に今回密着させていただく柳衛さんにコンタクトをとりインタビュー風景を撮らせていただいたり，番組ディレクターさんへのインタビュー内容を考えたり，取材当日は自分が参加させていただいているラジオの現場に直接行き取材をしてきました。

エドコレチームではコーナーの構成・台本を作成し，事前取材で打ち合わせの様子などを撮影に行きました。番組全体の構成は，岡田と話し合って決めて台本を作成しました。各チームのリーダーたちにも話を聞き，番組構成の意図を伝えられるよう努めました。他，番組内で使うフリップ，カンペなどの用意を担当しました。

②　生放送での役割

11月22日の生放送では，スウィッチャーを担当しました。木村と協力して行って私は映像を，木村は音声を。主にカメラのカットを割る作業，VTRを出す作業，スーパーを入れる作業をしました。

③　やってみての感想と反省

まず，事前の準備の甘さをとても感じました。VTRを使った構成が中心だったので，追撮を後日することもできなかったので，それぞれの撮影日の為の準備がもっと必要だったと思いました。後になって編集を始めてから，そのことを痛感しました。チームごとにもっと話あうことが必要だった気がします。また，事前準備でのそれぞれの役割などをもっと明確にすべきだったとも感じています。個人個人で認識していたつもりだったとしてもそのことが全体に伝わっておらず，連絡の行き違いなどが生じました。エドコレ当日の撮影がそうでした。ゼミ全体で動いていてたくさんの人がいたことで，私自身他のメンバーに頼り，甘えてしまっていて自分の仕事をやりきらなかった部分もあったと思います。その点，本当に申し訳なかったと感じています。

編集作業が始まってからは自分にできることが限られていたので，出来る限りのことはしようと思い早めに大学に行って作業に参加するように心がけていました。その時に，一緒に構成を担当した岡田が残れなかったり講義の関係でいなかったこともあって，構成内容や当日の流れについて皆から尋ねられることが多かったのですが，うまく答えられなかったり把握しきれていないことがありました。今回はサブチーフとしての役割を担っていましたが，全体を把握して人を動かすことの難しさを本当に感じました。自分だけが動くのではなく，構成の意図をわかってもらい自分たちの気持ちを率直に伝えることが，チームで動く上で非常に重要だとも思いました。当日は，あれだけ間に合うのかと聞かれていたのにも関わらず，間に合わせることができず本当にすみませんでした。ばたばたと本番が始まることになってしまい，皆で準備万端で落ち着いた気持ちで臨めなかったことが残念です。アナウンサーの人達には，私たちが予定通りにVTRをあげられなかったことで，心配をかけてしまったと思いますし影響を与えて

しまったと思います。それなのに本番では自分たちの役割をしっかりとはたしてくれていたので，とても感謝しています。今回の活動で以前よりもゼミの皆と話す機会が増えましたし，仲良くなれたようなそんな気もしました。いい経験ができました。

④　次回希望する役割

構成かアシスタントディレクターがやりたいです。

今回生放送でスウィッチャーをやらせていただき，本番は少し失敗してしまったのですが楽しかったのでまたやってみたいです。

リハーサル，当日でお世話になりました中島さんと鈴木さんにも，サポートしてくださり，たくさんのことを教えていただき本当に感謝しています。ありがとうございました。

機会ありましたらお伝えいただけると嬉しいです。

自分たちだけででも作品が作れるような行動力を今後はもっと身につけたいと思います。ご協力いただき，見守っていただき，本当にありがとうございました。

全体チーフ＆TK担当：岡田

1：事前準備での自分の役割

私は高野と一緒に全体の構成を担当しました。ラジオでやっている事とは違い，視覚も使って情報を伝えるので，どういう風にカメラを動かすかなども考えました。それぞれのVTR素材をどういう風な流れでつなげれば，見ていて違和感がないかという事やそこに持っていくまでの大まかな会話なども作るのは難しかったですし，工夫もしました。（エドコレのところではアナウンサーにファッションのトレンドを伝えさせるなど）

2：生での役割

TKを担当しました。

時間のずれを作ってはいけないし，行動の中心になるんだという気がして常に緊張していました。VTRの時間がずれてしまっていた事や，「あと何分だ？！」と聞かれてすぐに答えられなかったので逆算に強くならないと厳しいなと感じました。ただ，あの現場では大きな声をはれる事が出来たので，勢いで乗り切れたという気もします。中島さんにも「もっと本番前に，本番を想定した練習をして来れたらよかったかもね」とアドバイスを頂きましたがたしかに，時間どおりに行っているという成功パターンの練習しかしていませんでした。

本番の日は朝からVTRが上がらないという崖っぷちのハプニングがあるなどして，バタバタしていて落ち着きが取り戻せず，結局アワアワしたまま本番を迎える形になりました。どんな事態になっても落ち着いて自分の仕事を全う出来る事を課題とします。

3：やってみての感想と反省

TKの事は上で書いた事が主なのですが，構成としてはもう少し貫き通す部分があってもよかったのではないかと思っています。原稿合わせの時，アナウンサーにあれよあれよと構成や演出を変えられてしまった部分があり，個人的には悔しい思いをしています。言葉遣いや，文章はアナウンサーが読みやすいように変えてもらっても構いませんが，他の部分は高野と自分が責任を持って作り上げたものだったので，変更されて腑に落ちない点もあり，アナウンサー勢に負けてしまったなあと反省しています。

しかし，構成という役割は非常に気持ちのいいポジションだなと感じました。当たり前ですがカメラ，各チーム，スイッチャーなどすべての人たちが私たちの作った原稿通りに進めていくのでやりがいを感じられたし一から番組を組み立てて，どんなカラーの番組にするのかを決められるので楽しかったです。

あと全体の反省ですが，各チームが連絡を取り合えたら良かったと思います。ホウレンソウがしっかり出来てなかったのでいろいろなミスにつながったり，トラブルの原因になったので。VTRもハプニングを想定しないで作業しており，実際には放送ぎりぎりにVが到着するという事態になっていたので余裕を持って作ろうと思いました。反省点も多くありますが，今回の構成とTKは，やりきったという充実感を感じました。

4：次回希望する役割

構成を希望します。

本番ではスイッチャーもやってみたいと思っています。

8. 生配信番組実施による成果と課題

今回,「江戸川ガールズコレクション」のイベント生配信と本学ゼミ生制作による60分の生配信番組「edocam」を実施したことで，いくつかの成果と課題を得ることが出来た。

① 放送と違い，インターネットによる生配信でイベントや番組を制作する際の問題点として，技術的な不安定要素があげられる。ブロードバンド環境の進化により，HDクオリティでの配信が可能になったとは言え，テレビ放送レベルの配信の安定感や画像クオリティの平準化には解決しなければならない技術的問題が多々あり，撮影機材と配信機材との相性や連携も含め今後検証しなければならない課題がある。

② UEAGOEとUstreamの双方を利用しての配信を3ヶ月に渡って実験したことで，著作権関係の処理も含め，次世代の配信プラットホームとしてのUstreamの有用性が明らかになり，先進的ではあものの，その認知度を含め，ネット利用者の周知がなされていないUTAGOEシステムを利用することによる配信の周知不足が否めないことから，視聴数を稼ぐことの難しさが浮き彫りになった。

③ 配信前の視聴誘導の重要性

配信前に番組配信を知らせる宣伝活動をどのように実施することがより有利に配信に繋がるのかを，その宣伝方法も含めて検証することが重要であり，この点に関しては，分析の結果も踏まえて，LIVE配信の事前告知をどのように行うかを検討しなければならない。

④ コンテンツのビジネス化の検証

インターネットテレビでコンテンツを配信することにより，今後，現状の地上波テレビ局を凌駕するビジネスモデルを構築できるかどうかも課題としては非常に大きく，広告収益の可能性や番組販売の方向性，さらには，番組内での物販の可能性も検証して行く必要性があると考えられる。

9. 今後の研究の方向性

本年4月に研究実施を決め，実際に研究の準備まで5ヶ月を要したこともあり，本研究を本格的に行う形が整うのは2012年に入ってからになると考えるが，現在のマスコミを中心とした社会情勢やインターネットを取りまく，インフラの整備を含めた躍進の可能性を鑑みても，本研究の課題は大きく，また，研究を進めて行くことで，新たなメディアの可能性を拓き，更なる雇用の創出に繋がる可能性は非常に高いと考えられる。本学学生の卒業後の進路にも良い影響を与えられるとの確信が得られたことで，さらに来年度も本研究を進めて行きたいと考える。