

CATV網を使った「まちづくり・生活づくり・ものづくり」実験、*Virtual N-TOWN*

村岸 由紀、草間 幸男

[muragishiy@noa.nttdata.jp](mailto:muragishiy@noa.nttdata.jp)

NTTデータ通信株式会社 第三公共システム事業部 地域情報システム開発  
〒220-81 横浜市西区みなとみらい2-2-1、横浜ランドマークタワー44F

住宅・都市整備公団港北開発局とNTTデータ通信株式会社は、横浜市の港北ニュータウン（都筑区）を舞台に、450 MhzのCATVを利用し、3次元CGを使った統合型生活情報サービス実験を行う。高度情報化実験として、過去最大級の1000世帯を対象に、平成9年4月から2年間実施する計画である。高度情報化時代のまちづくりにふさわしい情報サービスのあり方を探る実験である。このサービス実験の社会へ投げかける提案と、サービス内容を説明する。

*Virtual N-TOWN*, A LIFE INFORMATION SERVICE EXPERIMENT OVER CATV NETWORK,  
DESIGNED TO CREATE COMMUNITY, LIFESTYLES, AND PRODUCTS.

Yuki Muragishi, Yukio Kusama

The Third Public Administration Division,  
NTT Data Communications Systems Corporation

The Kohoku Development Bureau of the Housing and Urban Development Corporation and NTT Data Communications Systems Corporation will undertake an integrated lifestyle information services experiment using three-dimensional computer graphics. The experiment will be conducted over 450-Mhz cable TV in the Kohoku New Town Complex, Yokohama. Using the community medium of cable TV, the experiment will attempt to bring together a large variety of life information services under *Virtual N-TOWN* service. Involving 1,000 households and thus the largest project of its kind in history, the experiment is scheduled to begin in April, 1997, and running for two years. The experiment will seek means of providing information services appropriate to creating a community in the advanced information society.

## 1. はじめに

### Virtual N-Town 実験とは

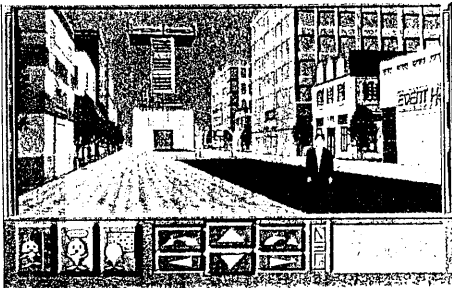
当実験は、住宅・都市整備公団と私ども、NTTデータ通信株式会社の共同でおこなうCATVマルチメディア生活情報サービスです。平成6年から検討してきた実験です。実験開始は、平成9年4月からで、2年間行います。

実験場所は、横浜市都筑区、港北ニュータウンの1000世帯対象であり、マルチメディア実験としては、過去最大級の規模です。

モニターの家庭では、TVに、無料貸与のセットトップボックス(STB)を接続し、住民一人一人がICカードを挿入してサービスを楽しんでもらいます。画面の3次元のまちCG上で、利用者が固有キャラクターとして登場します。

画面の中の3次元のまちに並んだ店舗内で、企業、団体にサービスを提供してもらいます。

サービスは、商業物販系としては、百貨店、旅行代理店、専門店、スーパーマーケット、園芸、DIYなど、商業情報系として、天気予報、CDショップ、出版など、教育娯楽系として外国語会話、カルチャーセンター、ゲームセンターなどを予定しています。公益系として介護情報、回覧板、住宅案内も検討しています。



図：画面（3次元のまちと利用者）

## 2. コミュニティメディア、CATVの優位性を生かしたサービス

CATVの特徴は、以下の3点があげられます。

1) 大容量で、コミュニティの単位であること

インタラクティブなサービスをマルチメディアを駆使したわかりやすい表現形式で、提供可能なメディアです。

2) その対象者が家庭の主婦、高齢者など幅広いこと

インターネットが20代から30代の男性中心のオフィス・研究室型メディア<sup>\*1</sup>といえるのに対し、CATVは家庭へダイレクトにつながる生活メディアといえます。その対象は、高齢者から主婦、子供まで到達できます。

3) CATVの発展も目覚ましいこと

この5年間で100局から201局<sup>\*2</sup>へと倍増しています。その主役は、多チャンネルですが、双方向サービスへの動きが活発になってきています。

Virtual N-Town は、こういったCATVの優位性を最大限利用し、これまで、情報化が到達しづらかった住民にわかりやすい表現で情報発信をすることができ、住民からの自己発信をも可能としました。

そして、新たに「電子のまち」を通じたコミュニティ形成の促進を狙う、こういった相乗効果を期待できるメディアはCATVだけであり、今回の生活情報サービスの最適メディアとして選択しました。

<sup>\*1</sup> インターネットユーザー調査：1995年10月24日から11月2日2560人対象。男性93.2%、女性6.8%、20歳から34歳が65%以上、サイバースペース・ジャパン調査

<sup>\*2</sup> 郵政省報告：CATV局数201局、加入世帯数260万世帯、1995年4月

### 3. まちづくり、ものづくり、生活づくりへの4つの提案

#### 1) 21世紀への新しい「都市基盤」の提案です。

施設の整備が終わると、文化・行政・娯楽・商品などのさまざまな情報が都市を包み込みます。こういった情報入手行動そのものが、住民にとっては、自分自身の発信そのものです。そのような住民と地域の生活分野の情報化を、マルチメディアの技術を駆使して、都市レベルで具現化していく、これが *Virtual N-Town* の狙いです。

#### 2) 現実の街、生活とリンクするメディアサービスの提案です。

この *Virtual N-Town* 上で、自分の住む「地域」の情報に触れる機会が増える、また、近所の人と出迎え、コミュニケーションの頻度が増します。このように、自分の街の雰囲気や常々感じることができ、より身近に自分の街を意識します。すなわち、ニュータウンへのふるさと意識を醸成でき、まちづくりの第一歩が培われます。

また、出店する店舗がこのサービスで、住民の嗜好やライフスタイルを把握し、店舗構成やMDに反映することもでき、これまでにない新しい現実の街とリンクした役割

#### 3) まちづくり、ものづくりと連携するインタラクティブマーケティングの提案です。

住民の嗜好、ライフスタイルを把握し、実際の店舗の商品構成 (MD) や販売促進への反映、住民との共同の商品企画作業をメディア上で行うことができます。また、街の実際の施設計画、サービス計画のわかりやすい説明や、計画への住民の意向の反映を行っていくことも可能です。

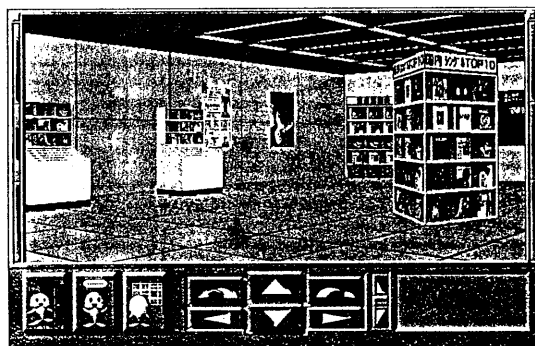
#### 4) 住民と企業が一緒に「まち」づくりを行うサイバータウンの提案です。

この「まち」自体も、インタラクティブマーケティングを生かした改善を常に行っていきます。参加企業との「まち」づくりをおこなっていく仕組みは検討中ですが、最も重要なしくみの一つと考えています。

### 4. サービス提供の考え方

*Virtual N-Town* では、家庭で、パソコンをいじったことのない住民にも楽しんで利用したくなるさまざまなしくみを用意しました。

#### 1) 操作する事自体を楽しんでもらえるユーザーインターフェース



図：画面 (店舗内部)

キーボードを利用しない機器構成です。住民は、STBに内蔵したマイクを通じて声による情報発信してもらいます。3次元のまちCGに、利用者が固有キャラクターで登場、利用者同士で会話もできます。

#### 2) 電子ならではの、面白さ、利便性を持ちます。

目的の情報まで一気にたどり着くワープ機能や、店内も3次元でウォークスルーできます。

「まち」の至る所で、アドバード (広告鳥) やアドビー (広告蜂) が広告情報を抱えて飛び回り、捕まえると広告が飛び

出します。

3) 人の手によるきめ細やかな情報提供  
コンシェルジュ(案内人)を配置し、あ  
いまいなニーズに的確な情報案内をし  
ます。

住民の情報制作編集の場、「N-Town工  
房」をエリア内に設置します。ここには、  
「インストラクター」が情報制作のお手  
伝いをします。

4) 住民が自己のパーソナリティに合っ  
た情報を獲得できます

Virtual N-Town のインタラクティブマー  
ケティングが働き、さまざまな情報提供  
主から送られてくるのは、自分の嗜好、  
ライフスタイルにあった情報ばかりと  
なります。

5) インタラクティブマーケティングを  
利用した新しいものづくりへの参画

住民と企業共同でのものづくりの実践が  
可能です。POSとは、現時点で何が売  
れているかを知るシステムです。ここで  
は、イーソーダー型の商品サービス、  
住民アドバイザーによるコンサルティ  
ングなどを通じて、住民と共同でのもの  
(商品)づくりが初めて実現します。

6) 住民・企業・「まち」のコミュニケ  
ーションを盛んにします

フォーラムを設置し、住民にテーマに対  
しての意見や要望を発言してもらいま  
す。また、「まち」にはメッセージボッ  
クスがあり、住民から店舗、店舗から住  
民にメッセージを渡すことができます。

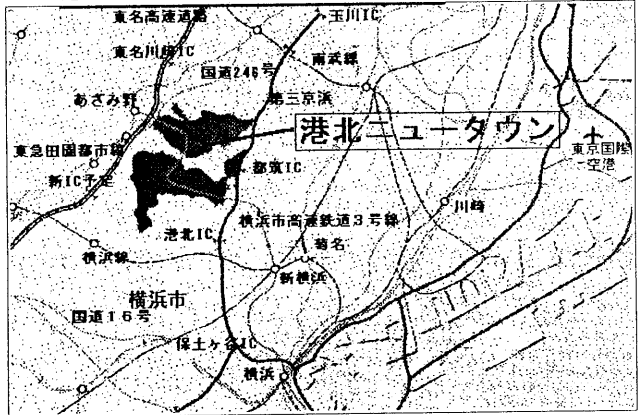
7) 利用しやすい決済機能をもった実用  
に限りなく近い実験であること

ICカードとネットワークのセキュリ  
ティを高めることで、オンライン決済を  
実現します。銀行振込とクレジットが利  
用できます。このカードは、現実の街で  
も利用可能な使いやすい決済カードで  
す。

7) 刻々と変化する「まち」です。

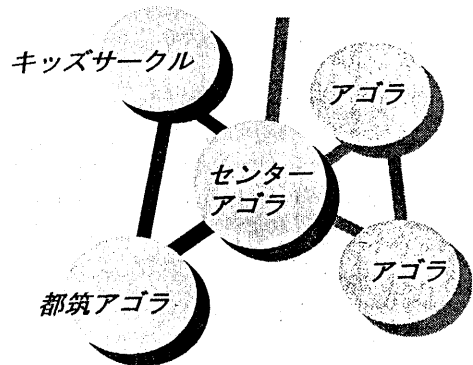
四季ごとに、まち並が変わります。タイ  
ムサービスなど、生き生きとした情報更  
新が行われます。住民が「まち」に登場  
しますから、人気のあるイベント、店舗  
に賑わいが生じます。

## 5. 港北ニュータウンとは



東京と横浜の中間に位置する計画人口  
30万人のニュータウン。横浜市の副都  
心として期待されるエリアで、成長を続  
ける第四山の手の中核エリアとしても  
注目されています。自然環境と調和した  
開発の結果、豊かな住環境に加え、国内  
外大手30余社が研究所、オフィスを構  
えるなど、業務既往も集積しています。  
まもなく、商業集積地域も立ち上がり、  
いよいよ横浜副都心の姿を現します。

## 6. Virtual N-TOWN のグランドデザイン



広場（アゴラ）を構成単位として、「まち」が形成されます。一つ一つのアゴラが個性を持ちます。「まち」はアゴラ自体の拡大と、新しいアゴラが誕生することで、成長を続けます。

実験開始時には、3つのアゴラを形成するつもりです。

#### 1) センターアゴラ

商業一般サービス。オンライン百貨店など物販や、音楽などの情報サービスなどの店を並べます。

#### 2) 都筑アゴラ

港北ニュータウンに根ざしたサービスを中心に提供します。コミュニティセンターや、実際に港北ニュータウンに店を構えるオンラインスーパーマーケットなどが並びます。

#### 3) キッズサークル

特に、子供向けのサービスを集めます。子供服や、おもちゃ、教育のお店が並びます。

## 7. 今後の計画

現在、「まち」に店舗を構えて情報提供する企業、団体を募集しています。秋からは、モニターを募集します。まち開きは、来年4月です。

今後の課題としては、

#### 1) 住民、企業、とのまちづくりのしくみづくり

店舗の個性を伸ばしながら、また、「まち」も充実していく、住民のライフスタイルに合わせて「まち」も変わっていくだけでなく、住民が「まち」へ口をだしやすいしくみが必要です。口を出すことで、「まち」への愛着をまし、自分だけでなく、「まち」を向上させる意識がはたらきます。

#### 2) 情報の鮮度を高めるしくみ

情報更新のタイムリーなしくみとして、「マークダウン」機能を持ちますが、天気予報サービスのような、鮮度の高い情報サービス企業を誘致するほか、個人からの情報発信を促すしくみをさらに検討します。

#### 3) 実験エリアではなく、遠隔地からの情報更新のしくみ

企業のオフィスから情報の作成、変更、受発注管理をおこなえるしくみが望まれます。

#### 4) 住民にとっての利用価値

この情報サービスへの対価をどれだけ認めてもらえるか、来るべき事業化に耐える料金以上の価値ある情報サービスをつくる必要があります。

#### 5) 電子の「まち」にあった情報のしくみ

現実の物販の代替サービスでは、現実のショッピングを越える魅力は望めません。電子だからこそ、情報の見せ方、検索の仕方を考える限り試していきます。素材感のある商品の組み合わせのシミュレーションをメディアでおこなってから店にいかないか？など、現実の店との役割分担を探っていく実験でもあります。

## 8. おわりに

2月の報道発表以来、数多くの問い合わせをいただき、反響の高さにプロジェクトメンバー同うれいしい悲鳴をあげています。世界で初の、まちづくり、生活づくり、ものづくりサービス、*Virtual 町Town*、これは社会システムの提案です。今後にご期待ください。

# 参考資料 バーチャルNタウン 利用図

