

報告書骨子(案)

ラジオと地域情報メディアの今後に関する研究会
報告書骨子(案) 0528-4版【校了】見出し

- 副大臣のこたば
- 座長のこたば
- はじめに
- 目次
- コラム目次
- 提言

- ラジオ論
 - 概要
 - 課題整理
 - ラジオの弱さ
 - ラジオの強さ
 - 重要因子の選定
 - 提言
 - 提言: 現存するリスナーは大事にすべきである
 - 提言: ラジオ局を地域情報メディアの担い手として残すべきである
 - 提言: ラジオは、大きくは次の3つに類型化できる
 - 提言: 地域情報メディアならば、ある事業者がサービスを提供するエリア(事業区域)は、通勤圏、経済圏や現在の聴取者環境などを考慮して、地域毎に柔軟に設定できるべきである
 - コラム: IPサイマルラジオ
 - Radiko紹介
 - Radikoトピック

- ラジオ論からV-Low論へ
 - 前説
 - デジタルラジオをV-Lowでやるとしたら、「デジタルラジオはどうあるべきか」
 - 提言: 「未来のラジオ」のミッションステートメント
 - 災害時にもっとも頼りになる存在
 - 空気のように、よりそうメディア (Pervasive Media)
 - 地域社会/経済/生活の発展と向上を牽引する
 - V-Lowでデジタルラジオをやるとしたら、「V-Lowはどうあるべきか」
 - 提言: V-Lowの放送区域は県域+ブロックのハイブリッドにすべきである
 - 提言: V-Lowの「ラジオサイマル」を認めるべきである
 - 提言: V-Lowにラジオ用セグメントを作るべきである
 - 提言: V-Lowの放送区域(免許)と事業区域とは、分けて考えるべきである。
 - コラム: 放送エリア百花繚論

- V-Low論
 - 前説
 - デジタルラジオを含むV-Lowのイメージ
 - 見出しや構成のあり方から、社会現象をイメージし、それを共有する。
 - ラジオ特集 なにしらラジオ好きなもので。⑤ 2013/9/1
 - デジタルラジオを含むV-Lowの「骨格」は？
 - 生活者にとってV-Lowとは？
 - V-Lowの事業基礎
 - 放送区域と帯域
 - 補足資料あり
 - 世帯聴取カバー率とハード費用イメージ
 - 費用負担の考え方
 - そんなV-Lowのプレーヤーは？
 - V-Low本体
 - V-Lowホワイトスペース
 - ラジオ局のガラガラボン
 - ラジオのお隣さん
 - 第三種のプレーヤイメージは？
 - 置局後でない、放送区域の想定が難しいため、イメージは限定的となる
 - 第四種のプレーヤイメージは？
 - 提言: V-Lowシミュレーション
 - そんな骨格のV-Lowの肉付け(サービス)は？
 - V-Lowのサービスシーンは？
 - 観点
 - シーン
 - コラム: 感性マーケティングとラジオ
 - 補足資料あり
 - そんなV-Lowのセグメント利用目的は？
 - そんな肉付けのV-Lowの端末とその普及とは？
 - 前説
 - V-Low端末の普及の基礎情報
 - コラム: 「ありきたりな」V-Low端末のイメージ
 - V-Low普及分析
 - 携帯電話相乗り
 - タブレット端末相乗り
 - 車載端末相乗り
 - 電子教科書相乗り
 - 安心安全端末として
 - コラム: 「ありきたりな」V-Lowハード会社のイメージ
 - ホワイトスペースをコミュニティ放送に(も)利用するならば、V-Lowとの連携は？
 - V-Lowシミュレーションを実現するための課題一覧

- 最後に
- 付録: 研究会実施報告
- 付録: 用語集

ラジオと地域情報メディアの今後に関する研究会
報告書骨子(案) 0528-4版【校了】

副大臣のこたば

座長のこたば

はじめに

ラジ研とは

この報告書の対象読者とねらい

対象読者

ラジオ局

総務省

地方自治体

聴取者

端末メーカ

広告媒体としてラジオを考えている企業/組織

地域情報メディアに新規参入を考えている企業/組織

ねらい

実施報告は付録に置いて、提言を先頭に置いています。
お急ぎでない方は実施報告からじっくり読むことをお勧めします。
提言は、「ラジオ論」「ラジオ論からV-Low論へ」「V-Low論」に分かれています。
要約版の紹介

謝辞

目次

コラム目次

IPサイマルラジオ

放送エリア百花繚論

感性マーケティングとラジオ

「ありきたりな」V-Low端末のイメージ

「ありきたりな」V-Lowハード会社のイメージ

提言

概要

葉の項目は研究会内発言を中心に収集。
文末(数字)は原案作成チームの管理番号です。

課題整理

ラジオの弱さ

ラジオの強さ

受信環境

都市部の受信環境の悪化がラジオ離れの一因との指摘がある。AM放送については、ビル陰、高架下、ビル・マンション屋内での難聴取、電化製品による雑音などの問題がある。FM放送については、建物の壁が厚くなったり、窓ガラスがシールド化されることにより、建造物内の受信電界強度のレベル低下が近年顕著となっている。また、日本海側では、外国波の混信により、夜間にAMの聴取が困難な地域が多い。(5-1)

送信設備

AMの送信設備の更新については、設備一式及び代替地取得等で数十億円が必要である。将来的に更新が経済的に可能なかどうかという問題がある。(5-1)
民放AMの親局の送信アンテナは、共用することが難しい。また、送信アンテナ更新には、莫大な費用と長期の更新期間が必要である。(6-6)
民放FMの親局・中継局の送信鉄塔は、その9割程度がNHK・TV、民放TV局との共建。2011年7月のアナログテレビ終了に伴い、民放FM局の費用負担が飛躍的に上昇する。(6-6)

ラジオを知らない世代出現

日本の10~20代のラジオ聴取未経験者は40%程度、英国の5%程度、米国の1%程度と比べ、際だって大きく、若者のラジオ離れが深刻である。(6-6)
デジタル時代の音声コンテンツは高音質、ステレオが当たり前だが、特にAM放送は音質の問題を抱える中、若者層への訴求力に欠ける面がある。(5-1)

受信端末の魅力低下

デジタルAV機器全盛の中で、チューニングが必要なメディアは敬遠されつつあるのではないかと考えられる。こうした中で、アナログ受信機の発売や普及が将来的に困難となる可能性もある。(5-1)
携帯電話/ワンセグの普及によって、移動時のハンディな情報源が増え、ラジオの携行利用が減じた可能性がある。

メディア価値の構造的低下

民放ラジオの収入は、長期的なマイナス局面にある。営業利益、当期利益は全体としてマイナスの水準に入りつつある。(6-6)
広告モデルが広く届けることなく、広告を見た人にどれだけ売れたかによって変わってしまったこと、テレビコマーシャルと戦わなければならないというラジオを取り巻く構造的な問題がある。(3)

災害時の価値低減兆候

地域によっては、平時の自治体情報の発信は、広報誌とホームページによる直接発信にシフトした。放送区域と、防災を担う市町村というエリアがアンマッチしていることが一因。

音だけの優位性

音だけだから、ながら聴取が可能、見栄えを気にせず本音が語れる、権利処理が容易、機動力がある、ネットとの親和性が高い。(3-2)
テレビや雑誌と異なり、ラジオは「早送り」で聴けないメディア。聴き手が、その時間分、送り手の話に耳を傾けなくてはならない分、他のメディアにはない利点がある。(1)

コミュニティとの親和性

ラジオは人と人をつなぐ、非常に重要な媒体である。(1)
音だけだから、ながら聴取が可能、見栄えを気にせず本音が語れる、権利処理が容易、機動力がある、ネットとの親和性が高い。(3-2)
ラジオは地産地消のメディアである。(5-4)
ラジオは暮らしのメディアである。地域報道、暮らしの情報、地域の話、自治体の広報、地域の文化を伝え、人と人を繋ぐメディアである。(6-3)

人に優しい

「テレビや新聞は目が疲れる」という高齢者が多い。ラジオは高齢者にやさしいメディアである。(3-1)
ラジオは、人間の気配を時間で共有するストリーミングが特性のメディアである。(3-2)
ラジオは長年の歴史の中で築き上げた成熟したメディアである。聴くだけのメディアだが、聴いて得るメディア。人間が発し、人間が想像するメディアである。(4-5)

根強い聴取者

2001年と2006年を比べ、ラジオの行為者率は若者を中心に若干減っているが、平均聴取時間は減っていない(むしろ増えている)。(6-5)

若年層も、「音」は聴く

ラジオを聞いていない若者も、インターネットラジオやポッドキャストは聞いている。「音声メディア」はまだまだ可能性を秘めているのではないかと。(6-6)

ラジオ論

災害時の実績

電池だけで動き、輻輳なく情報を届けることができるなど、災害時の情報収集・提供手段として有用である。
1995年の阪神・淡路大震災では、テレビより詳しい地域密着の情報を流し、被災者から、地震直後から最も頼りになった情報源として高く評価された。

2004年の新潟県中越地震においても、被災者が最初に接触したメディアは圧倒的にラジオであった。
震災時にもラジオ局は懸命に放送を継続し、ラジオという地域の安心・安全のための公器を守る使命感と責任感を有する。

音声メディアには、音声メディアならではの価値がある。
アナログAM・FMであるということに起因して、受信・設備・端末問題が発生している。
昔と比べると、他のメディアとの厳しい競争にさらされて、経営が弱体化している。
地域毎やラジオ局毎に、地域との関わりやビジネスの形に違いがある。
昔は、防災時に強いメディアとして確固たる位置を占めていた。
しかし、今は、それがゆらぎつつある。

重要因子の選定

提言

理由メモ 「ラジオの弱さ」が課題として顕在化している中で「ラジオの強さ」を理解している人々は、ラジオ局がラジオとして存続するならば重要である。

理由メモ 大規模災害時にラジオが果たしてきた実績。ラジオはそれを今後も担うべき。
音声メディアの「軽量さ」が持たらず地域情報メディアエコシステムとして価値がある。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

提言

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

提言

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

提言

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

提言

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

提言

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

提言

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

提言

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

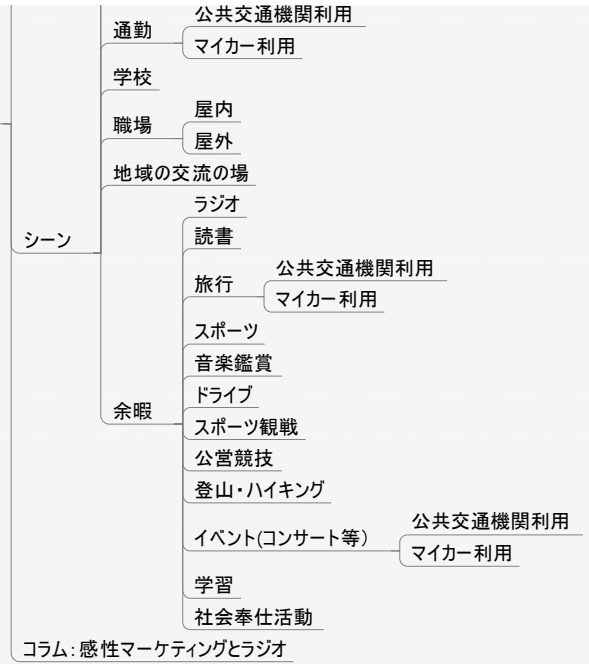
理由メモ 同しラジオでも、首都圏と地方では役割やコンテンツがずいぶん異なる。
これは地域情報メディアとして望ましいことである。

デジタルラジオを含むV-Lowの「骨格」は？



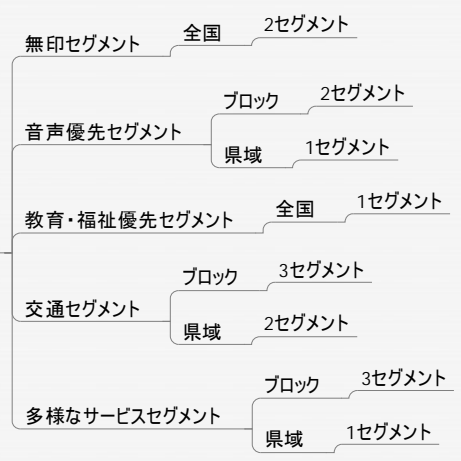
そんな骨格のV-Lowの肉付け(サービス)は？

V-Lowのサービスシーンは？



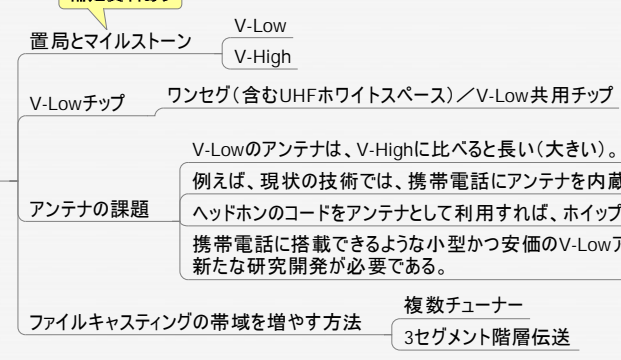
そんなV-Lowのセグメント利用目的は？

補足資料あり



前説

補足資料あり

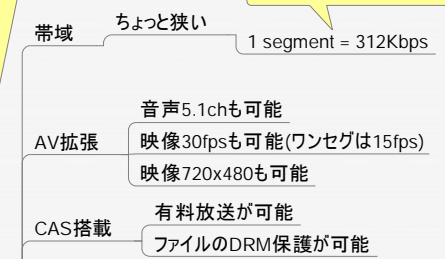


V-Low端末の普及の基礎情報

まずワンセグでできることはすべてできると考える 1 segment = 416Kbps

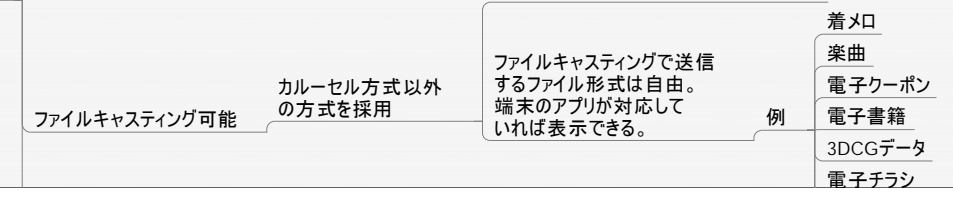
「可能」というものは、やらなくてもよいということでもある

伝送パラメータによって増減あり。



コラム: 「ありきたりな」V-Low端末のイメージ

差異は？



V-Low論

提言: V-Lowシミュレーション

ECC搭載想定 電子番組表(EPG)の進化形を搭載。

イメージ 現存するワンセグ携帯電話にて、V-Lowサービスも利用できるイメージ。

端末普及 ニーズが高ければ、携帯電話には標準搭載される
公共性および安心・安全があるならば、携帯電話搭載のニーズは高い

置局進行との兼合い ワンセグと類似な状況と想定される。
すなわち、置局進行と端末普及の地域分布はマッチしない。
ワンセグのときの課題の抽出と対処案の立案が必要。

イメージ i-Pad、Android系やKindleなどのタブレット端末にてV-Lowサービスが利用できるイメージ。
外部I/Fを有する端末の場合、内蔵ではなく外付けチューナの可能性もある。
同報性のあるファイルの配信にはV-Lowを利用する。

端末イメージ補足 ハイテンションライフ型 液晶 例えば、i-PadやAndroid系
スロウライフ型 電子インク 例えば、KindleやLifePad

端末普及 端末メーカー型 タブレット端末の商品力や販売するメーカーの推進力に依存する。

サービス事業者型 サービス事業者のサービスの魅力と推進力に依存する。
ただし、サービスとセットなので、端末自体は無償配布も可能。
例えば、新聞などが想定される。

置局進行との兼合い 通信機能を装備しているため、置局が置いつかない部分は通信代替も可能。ただし、通信アクセスする台数をうまく制御しないと、通信設備費用が重くなる。

イメージ 現存するカーナビにて、V-Lowサービスも利用できるイメージ。
音声メディアとしてラジオは今まで以上にドライバーリスナーを獲得する。
各種道路情報がV-Lowサービスによって提供される。
テレマティクスは、お隣さんであるラジオの持つ情報と連携して進化する。
ITSとの連携にも可能性がある。

端末普及 いわゆるカーナビの販売台数とほぼ等しくなる。

置局進行との兼合い 「車載端末向け相乗り」以外の端末モデルの場合においては、道路で途切れなく聴取できることを目指した置局とはならない。
よって車載端末向けには、高速道路などに沿って途切れなく聴取・受信できるようにするための対処が必要。

イメージ タブレット端末のイメージをベースに、学校教育用のカスタマイズがなされたもの。

「光の道」と補完しあう。 基本 インタラクティブなものは通信。
それ以外はV-Low。
「光の道」にて学校と放送局も接続し、通学路の児童・生徒への安心・安全情報や、災害時の学校発情報などもV-Lowで送信できるようにする。

学校教育用教材は、DRMで保護して配信。 児童・生徒・学校関係者の端末では無償で閲覧可能。
一般人は購入可能(有償)。

端末普及 2015年に小中学校に導入のため、非常に速やかに進む。
ただし、初期モデルには、時期的にV-Lowチップは内蔵不可能。

置局進行との兼合い 2015年の段階では、V-Lowはあまねく届いてはいないため課題がある。
2020年の、「電子教科書インフラ整備完了」をV-Lowとしても目標とする。

緊急警報放送(EWS)
緊急地震速報
防災行政無線の代替や連動 防災行政無線の内容はテキスト情報をファイルキャストで受ける。
テキスト情報には対象地域のIDが含まれている。
端末の地域設定とIDを付き合わせて、必要な情報だけ表示/再生する。
表示→液晶付き。
再生→テキスト読上げ機能付き。
障害者向けの機種には双方装備が望ましい。

通常時は据置き利用/被災時は携帯利用 EWSは据置き利用時のみ。

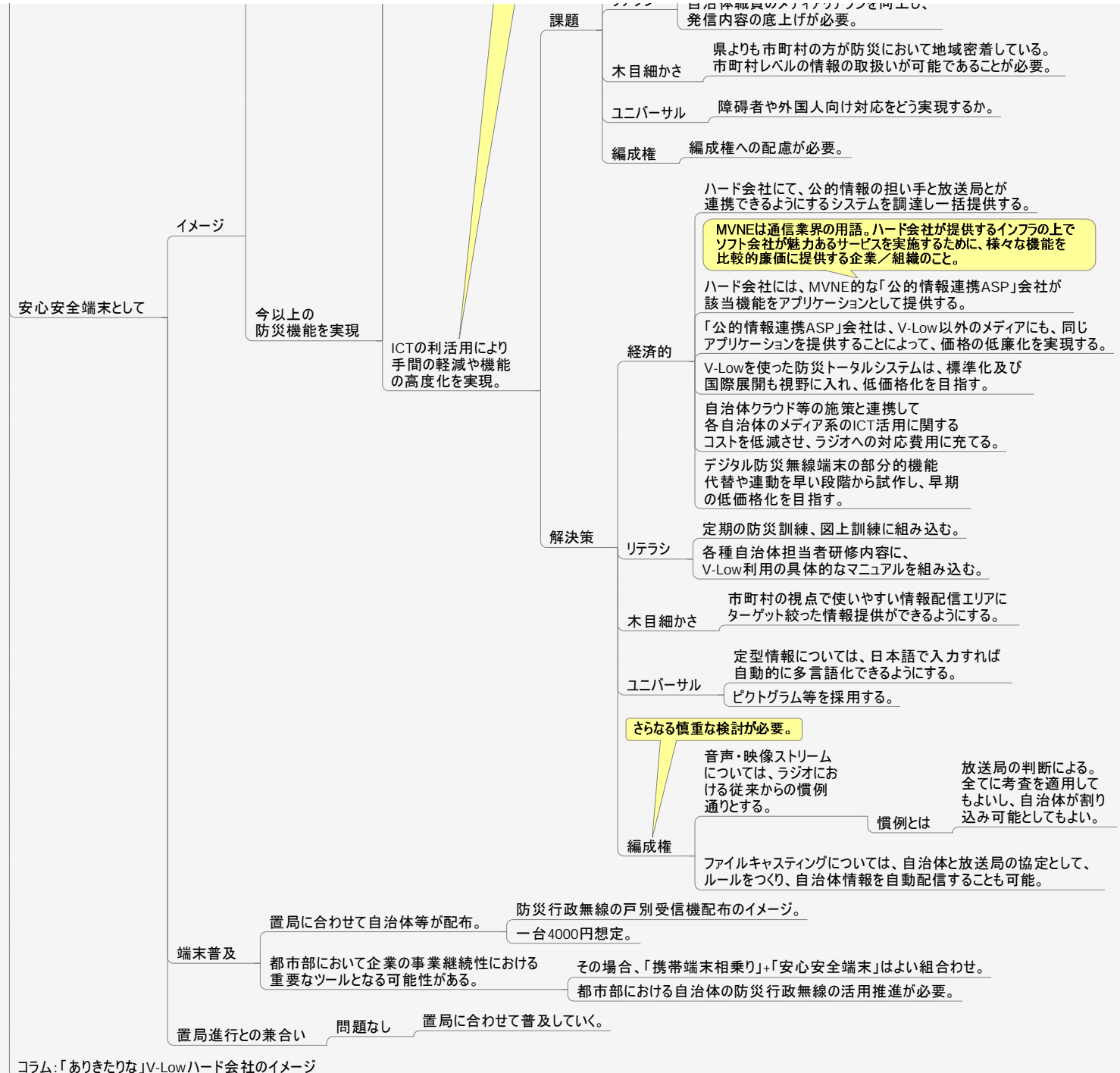
まず、同じ地域に居ることのできることを大事にする。
次に、隣接する地域との互助関係を築く。
向き合いとしての公的情報の出し手側(自治体、ライフライン事業者等)の進化も必要。
それは逆に放送事業者側の進化も必要とする。

経済的 財政が厳しい自治体は、新しい情報発信のための投資が難しい。
ソフト会社も個々に防災情報システムを構築するのは費用負担が重い。

リテラシ 自治体職員のITリテラシを向上し、有事のIT対応力が向上することが必要。
自治体職員のモチベーションを向上

そんな肉付けのV-Lowの端末とその普及とは?

V-Low普及分析



ホワイトスペースをコミュニティ放送にも利用するならば、V-Lowとの連携は？ 電子コンテンツ表(ECG)による帯域またぎ連携の実現。

端末のユーザーインターフェイスは、通常メーカーの商品企画であるため、全ての端末で同じということは困難である。
また、完全に規格化してしまうと端末の商品開発競争により向上する可能性を消すことになるので好ましくない。
競争を妨げずに、ユーザの利便性を損なわないような適度な規格化を模索する必要がある。

V-Lowシミュレーションを実現するための課題一覧

最後に

ラジ研以降の取組みへの送り事項的

残課題

付録:研究会実施報告

- 第一回
- 第二回
- 第三回
- 第四回
- 第五回
- 第六回
- 第七回
- 第八回

付録:用語集

なにしろラジオ好きなもので⑤

デジタルラジオ10万台プレゼント！

030 「凡デジタルラジオ考」

ラジオはもっとできる子だと思っている。

034 BRUTUS RADIO SHOW DAY SIDE

01 1億人のラジオブルーナス、始まる。

1億人のv-lowサービスが始まった／チャンネルはそのままに！ いつもラジオが聴こえている／iPad・iPhone・iPod・walkman・Kindle・PC・CATV…いつもどこでも”偏在”ラジオ／発信にはもう飽きた。今夜は人の話を聴こう／ラジオは言葉と音楽だけあればいいのだ！ と決めつけてかかる／天災に備えながら、ラジオが”本当の友達”と思える10の理由

02 あの頃に戻ろう！ V-” Slow” lifeが新しいのだ。

『ウォールデン森の生活2013』ソローのようにメディアと付き合う／v-” Slow” lifeは地産地消の「エコ」ひいき／放送＞通信？ 新端末Life Padでラジオが見る夢を考えてみた／朗読と本。解説と新聞。音声文字放送の午後が心地いい／アンチTOKYO？ クールLOCAL！ 自分の街の声が聞こえる／呼びかける。問いかける。そして答える…デジタルラジオは人間に一番近い道具／日々に、時間に、生活によりそうメディア／だからラジオは「流れていればいい」

03 コミュニティ放送、ひとりラジオ局、続々オープン。

鴻巣市民は全員がラジオパーソナリティ／自分の部屋で夜遊び。DOMMUNEで始まる15万人ダンス／USTREAMはラジオの敵？ でもユーザーには頼もしい味方です／革命ラジオ局宣言。ラジオ業じゃない強さは無敵なのだ／HONDAが大学生のUSTREAMをスポンサード？／番組が多すぎる！ パーソナル番組編成サービスが始まった／コミュニティ新宿ラジオがゴールデン街化！ 実はアジア語学講座に使えます／OTTAVA、Suono Dolce、A&G。地域じゃなくてターゲット限定ラジオは雑誌と競いあう

04 雑誌・出版とデジタルテレビの新しい動きにヒントをみつけた！

広告と”課金”が両輪の雑誌にラジオの未来を探してみた／391回分！ 松本人志・高須光聖「放送室」有料ダウンロード始まる／ヒトモノコトの編集。そしてそれを届けること／v-lowで、電子ブルーナスデビュー／デジタルテレビは広告＋コンテンツ販売で離陸！

051 BOOK IN BOOK

What I heard, 100 Great Desital Radio Shows Reviewed

デジタル放送開始から新しい実験が続々！ 最先端の新機軸ラジオ番組ベスト10／6ジャンルベスト100番組を全国からセレクト／変わらない放送もなぜだかオモシロイ／ラジオ好きな人2013。イン

フルーエンサー30人のラジオ愛が止まらない／転勤してでも聴きたいローカルラジオがある／広島から全国に広がった47の『秘密の音園』。各県代表の「うたがうまい選手権」全国大会開催／ゆるキャララジオが全国一斉に始まった

076 BRUTUS RADIO SHOW NIGHT SIDE

05 ラジオ以上、テレビ未満がおもしろい。新時代のラジオ番組を深追いしてみる。

新しいことにすぐ飛びつく。ラジオの強みはそこじゃないか／聴けば、たまってくる？」ポイント制で駒込・霜降銀座が大賑わい／伊勢丹メンズ館ラジオショッピングに「行列」ができている／バスケ、ホッケー、公営競技。デジラジでスポーツが100倍おもしろくなる／東京ドームラジオ開局、さらにJリーグラジオ37局同時オープン／v-lowがドライブを変えた！／今までのと同じなんて我慢できない！ 20代の注目ラジオ人が考えていること

06 マーケティングな大人たちもラジオを聴き始めている！

リーチとフリークエンシーなんてもう古い！ レレバンシーを知っていますか？／このタイミングで、この人に、こう言われたら「たまらない」広告／見えるラジオ広告傑作選／不特定多数ではなく、テイストを共有する「この人たち」に語りかける／最初から「リアルタイムメディア」でしたけどナニカ？／夏フェス参加100万人がラジオを手放せない理由／イベントとラジオの祝福された結婚／地下鉄中吊り広告と地下鉄ラジオで認知度倍増！

07 v-lowチップが端末をグンとおもしろくした。

PCはなくなる、と決めつけてみよう／おやすみクラシック、おはようロック。v-lowチップ入り枕が大人気／東急ハンズ防災セットがv-lowチップ採用第1号／それでも携帯電話とラジオをくっつけたい理由／10万人から10円集める集金システム。これってビジネスチャンスじゃないか／海賊ラジオも聴ける？ 中国製v-low端末がおもしろい／無料配布のタブレットで中学生がラジオを聴き始めた／新聞社の無料端末で電車の混雑が緩和？

100 Stay Tuned! デジタルラジオ最新コラム

地域貢献のNPOになったラジオ局が現れた！／聴くことが”動物保護”につながる。CSRを知っていますか？／各社新ロゴマーク対決に勝利したのは？／全国にお試しラジオ。Radikoの実験はまだまだ続く／テキスト配信付きNHK語学講座が大人気／フリーペーパー配信放送で地方雑誌カルチャーが変わる／アナログ放送を探す旅が鉄道ファンに大流行／デジタルラジオ深夜便、寝てもスイッチを切らない人が急増

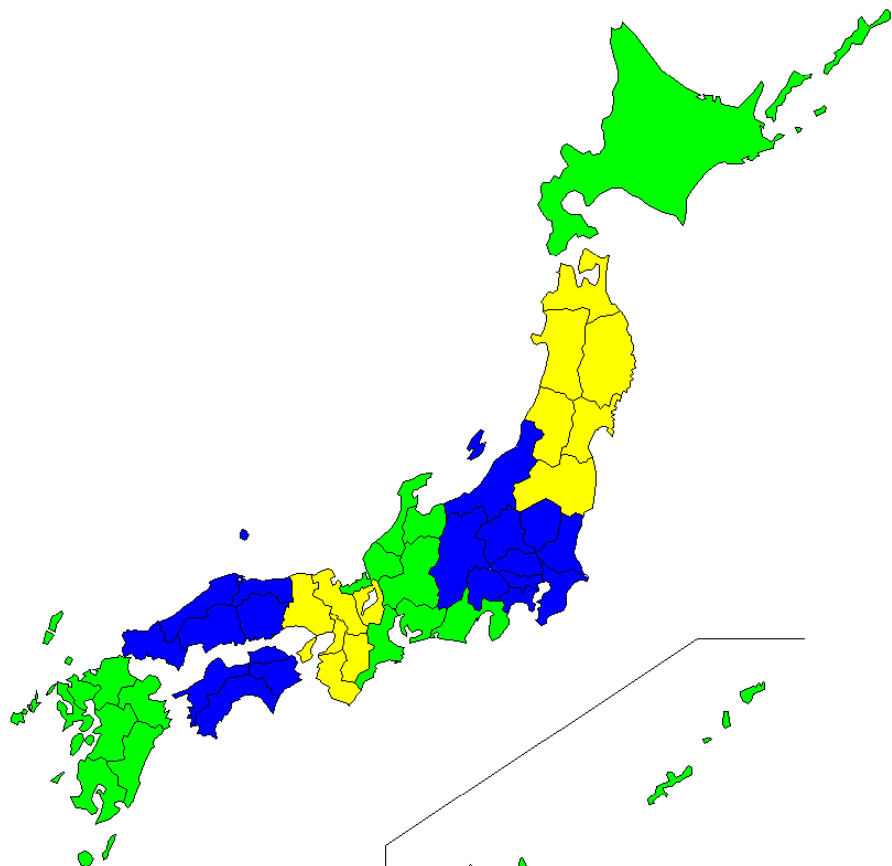
106 ラジオの言葉

「星空を想像させたい時、星座まで特定しない方がいい」

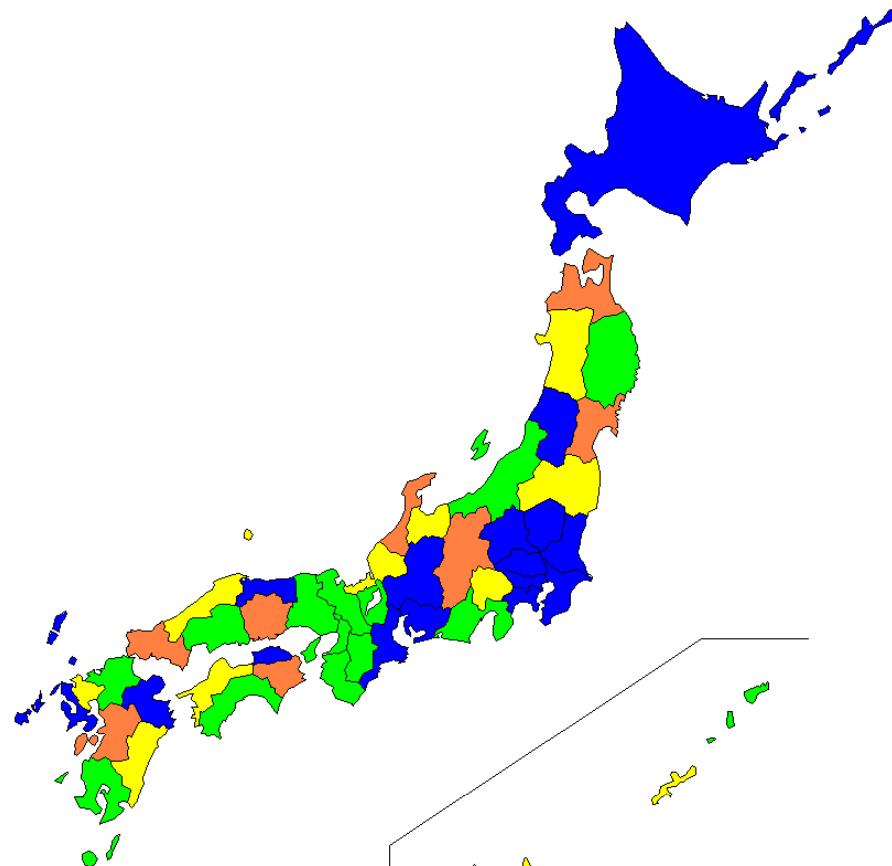
130 次号予告「なにしろラジオ好きなもので⑥」

マルチメディア放送 (V-LOW帯) の配色イメージ

地方ブロックごとに配色



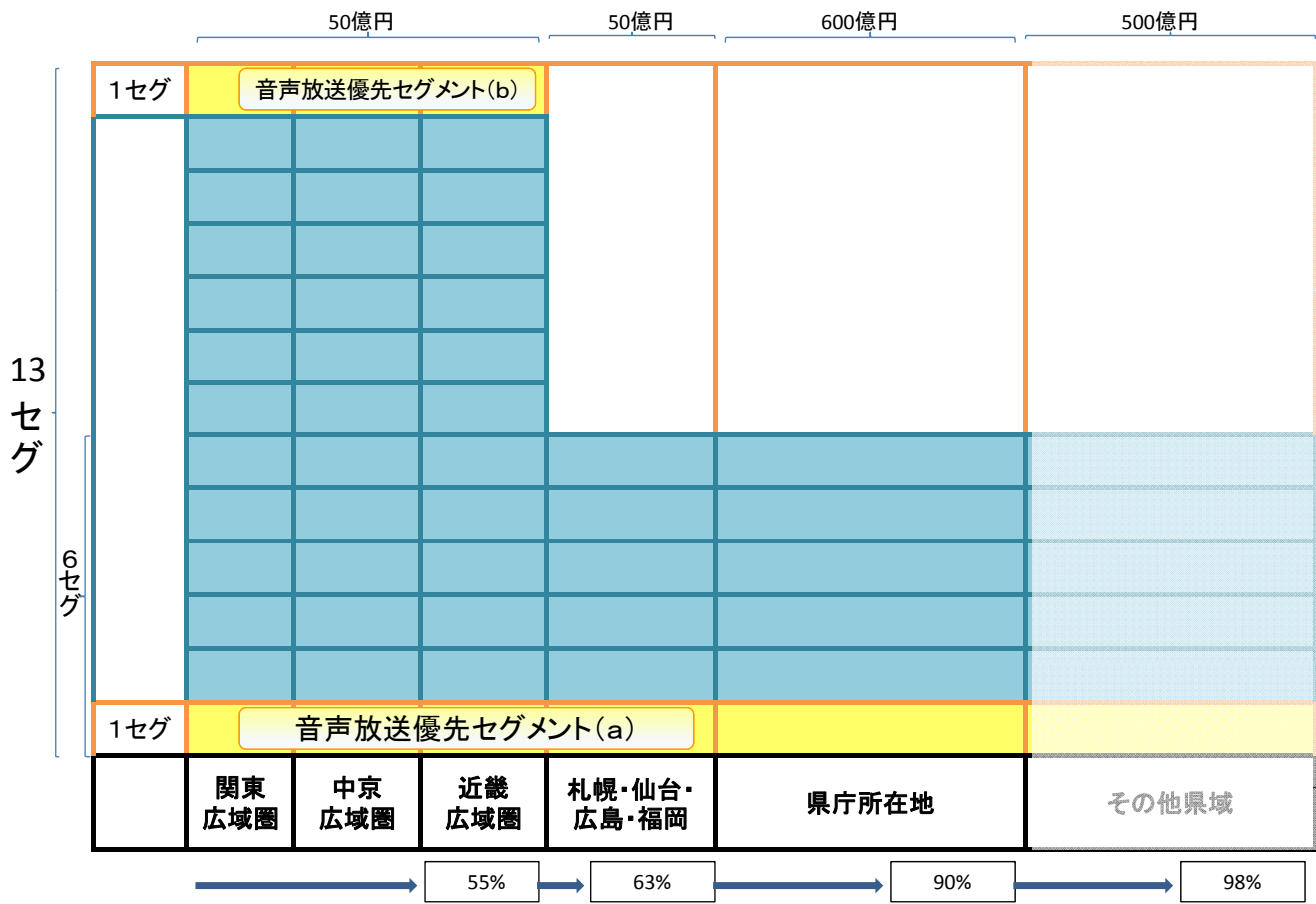
広域圏を考慮し
都道府県ごとに配色



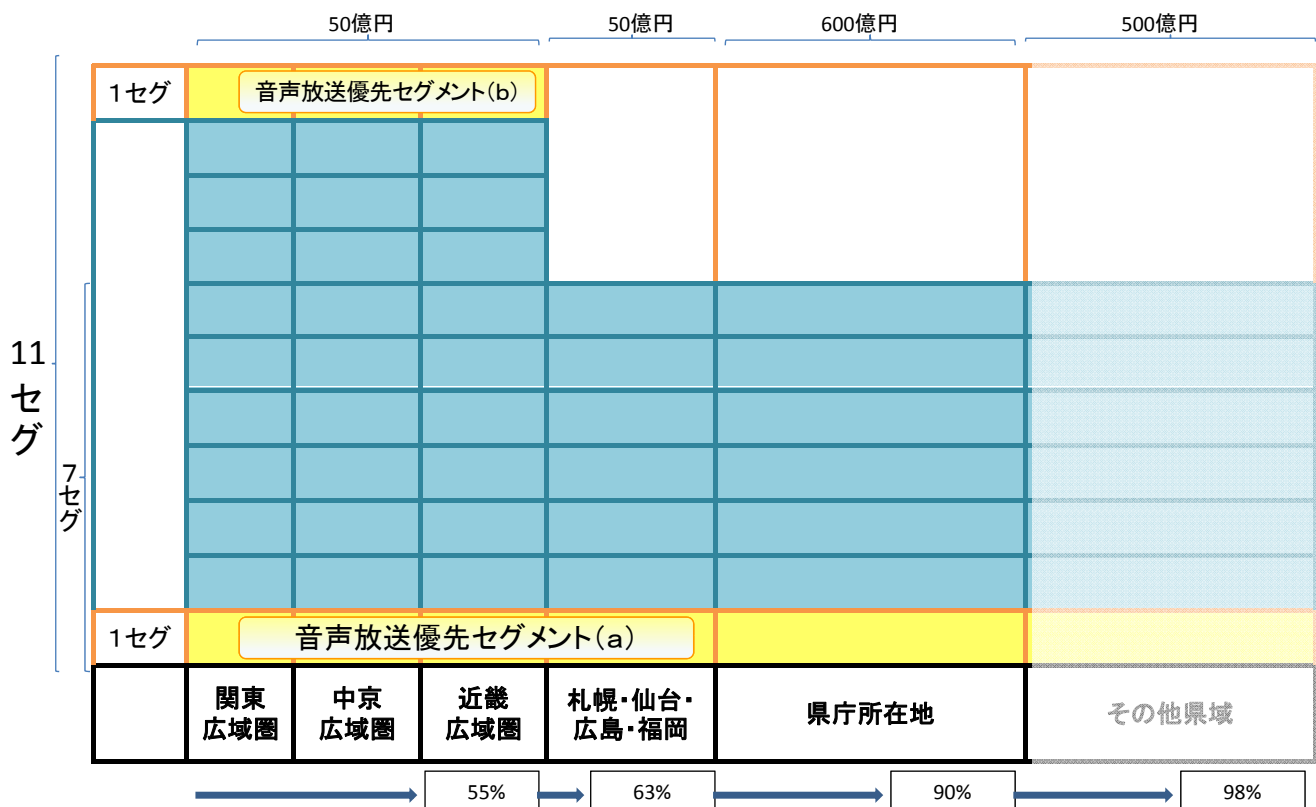
留意事項

- 配色内のチャンネル幅や実際のチャンネルの割当等については、別途、詳細な検討が必要。

V-Lowセグメントの利用目的設定(広域13セグ、県域6セグ)



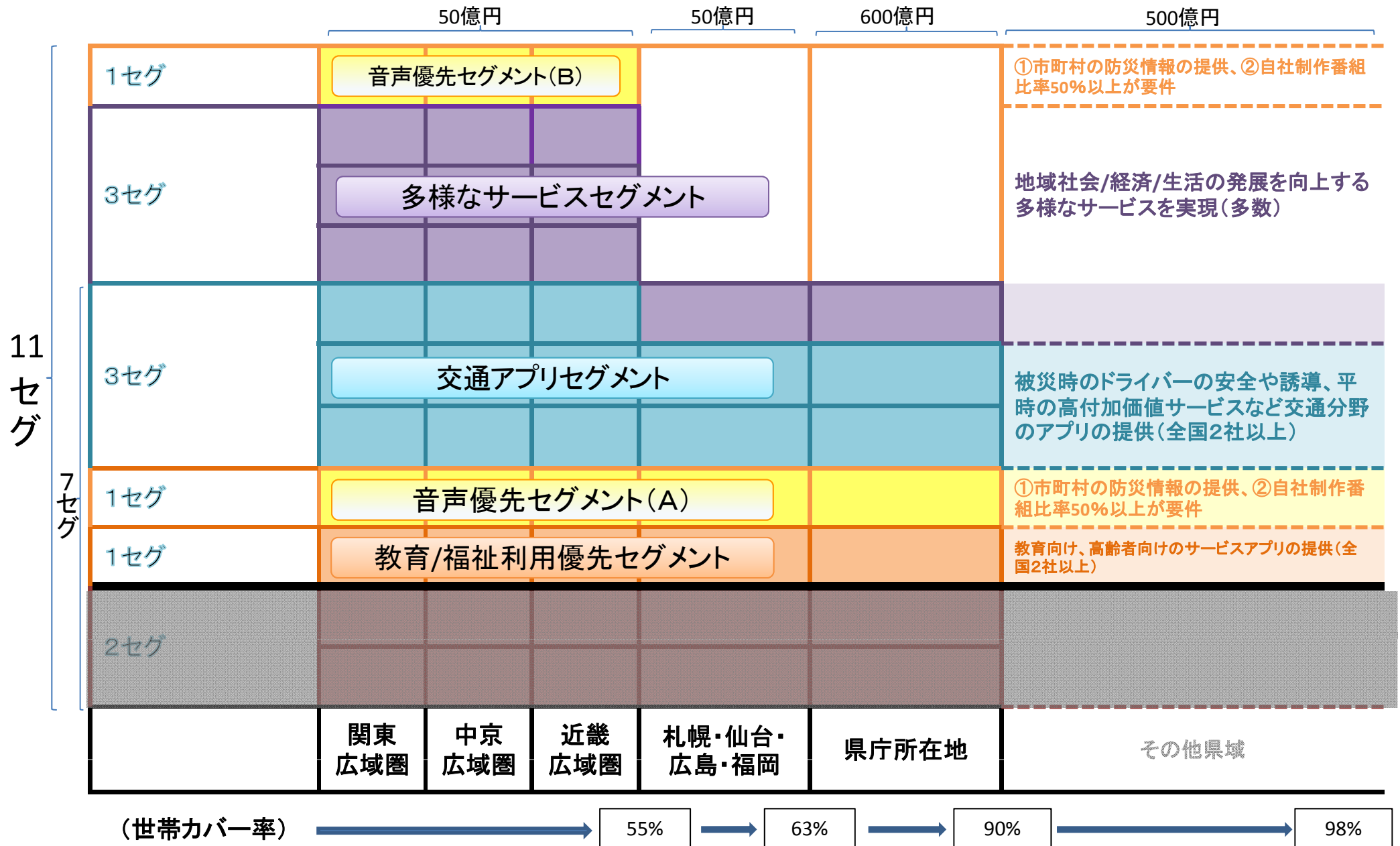
V-Lowセグメントの利用目的設定(広域11セグ、県域7セグ)



ハード費用の負担について(傾斜配分シミュレーション) 0521版

	人口 (千人)	人口 (千人)	人口比率 (%)	ブロック内 人口比率 (%)	参考:ラジオ民放 事業収入 (億円)	事業収入 比率 (%)	世帯聴取カバー率90%:ハードを15年償却						世帯聴取カバー率98%:ハードを15年償却					
							東名阪11セグ、その他7セグ			東名阪13セグ、その他6セグ			東名阪11セグ、その他7セグ			東名阪13セグ、その他6セグ		
							セグメント 数	負担係数(%)	事業費負担 (億円/年)	セグメント数	負担係数(%)	事業費負担 (億円/年)	セグメント 数	負担係数(%)	事業費負担 (億円/年)	セグメント数	負担係数(%)	事業費負担 (億円/年)
北海道		5,601	4.4%	100.0%	59.49	3.03%	7	0.00626	2.02	6	0.00731	2.02	7	0.00626	3.51	6	0.00731	3.51
東北		9,575	7.5%	100.0%	106.89	5.45%	7	0.00159	0.07	6	0.00186	0.09	7	0.00159	0.13	6	0.00186	0.15
青森	1,423			14.9%			7	0.00154	0.07	6	0.00179	0.08	7	0.00154	0.12	6	0.00179	0.14
岩手	1,375			14.4%			7	0.00263	0.12	6	0.00307	0.14	7	0.00263	0.21	6	0.00307	0.25
宮城	2,355			24.6%			7	0.00127	0.06	6	0.00148	0.07	7	0.00127	0.10	6	0.00148	0.12
秋田	1,134			11.8%			7	0.00135	0.06	6	0.00158	0.07	7	0.00135	0.11	6	0.00158	0.13
山形	1,208			12.6%			7	0.00233	0.11	6	0.00271	0.12	7	0.00233	0.19	6	0.00271	0.22
福島	2,080			21.7%														
関東・甲信越		47,129	36.9%	100.0%	1020.67	52.01%			16.97			16.97			29.51			29.51
茨城	2,972			6.3%														
栃木	2,015			4.3%														
群馬	2,021			4.3%														
埼玉	7,071		88.4%	15.0%			11	0.02963	1.36	13	0.02507	1.15	11	0.02963	2.37	13	0.02507	2.01
千葉	6,074			12.9%														
東京	12,659			26.9%														
神奈川	8,830			18.7%														
山梨	880			1.9%			7	0.00098	0.05	6	0.00115	0.05	7	0.00098	0.08	6	0.00115	0.09
長野	2,189		11.6%	4.6%			7	0.00245	0.11	6	0.00286	0.13	7	0.00245	0.20	6	0.00286	0.23
新潟	2,418			5.1%			7	0.00270	0.12	6	0.00315	0.15	7	0.00270	0.22	6	0.00315	0.25
東海・北陸		18,184	14.2%	100.0%	216.89	11.05%			6.55			6.55			11.39			11.39
静岡	3,797			20.9%			7	0.00425	0.20	6	0.00496	0.23	7	0.00425	0.34	6	0.00496	0.40
富山	1,110			6.1%			7	0.00124	0.06	6	0.00145	0.07	7	0.00124	0.10	6	0.00145	0.12
石川	1,172		38.0%	6.4%			7	0.00131	0.06	6	0.00153	0.07	7	0.00131	0.10	6	0.00153	0.12
福井	819			4.5%			7	0.00092	0.04	6	0.00107	0.05	7	0.00092	0.07	6	0.00107	0.09
岐阜	2,105			11.6%														
愛知	7,308		62.1%	40.2%			11	0.00803	0.37	13	0.00679	0.31	11	0.00803	0.64	13	0.00679	0.54
三重	1,873			10.3%														
近畿		20,881	16.3%	100.0%	251.54	12.82%			7.52			7.52			13.07			13.07
滋賀	1,389			6.7%														
京都	2,643			12.7%														
大阪	8,815			42.2%			11	0.01486	0.88	13	0.01257	0.58	11	0.01486	1.19	13	0.01257	1.01
兵庫	5,590			26.8%														
奈良	1,416			6.8%														
和歌山	1,028			4.9%														
中国・四国		11,717	9.2%	100.0%	120.24	6.12%			4.22			4.22			7.34			7.34
鳥取	604			5.2%			7	0.00088	0.03	6	0.00079	0.04	7	0.00088	0.05	6	0.00079	0.06
島根	737			6.3%			7	0.00082	0.04	6	0.00096	0.04	7	0.00082	0.07	6	0.00096	0.08
岡山	1,955			16.7%			7	0.00219	0.10	6	0.00255	0.12	7	0.00219	0.17	6	0.00255	0.20
広島	2,875			24.5%			7	0.00321	0.15	6	0.00375	0.17	7	0.00321	0.26	6	0.00375	0.30
山口	1,483			12.7%			7	0.00166	0.08	6	0.00193	0.09	7	0.00166	0.13	6	0.00193	0.15
徳島	805			6.9%			7	0.00090	0.04	6	0.00105	0.05	7	0.00090	0.07	6	0.00105	0.08
香川	1,009			8.6%			7	0.00113	0.05	6	0.00132	0.06	7	0.00113	0.09	6	0.00132	0.11
愛媛	1,460			12.5%			7	0.00163	0.08	6	0.00190	0.09	7	0.00163	0.13	6	0.00190	0.15
高知	789			6.7%			7	0.00098	0.04	6	0.00103	0.05	7	0.00098	0.07	6	0.00103	0.08
九州・沖縄		14,684	11.5%	100.0%	187.01	9.53%			5.29			5.29			9.19			9.19
福岡	5,054			34.4%			7	0.00585	0.26	6	0.00659	0.30	7	0.00585	0.45	6	0.00659	0.53
佐賀	863			5.9%			7	0.00096	0.04	6	0.00113	0.05	7	0.00096	0.08	6	0.00113	0.09
長崎	1,466			10.0%			7	0.00164	0.08	6	0.00191	0.09	7	0.00164	0.13	6	0.00191	0.15
熊本	1,836			12.5%			7	0.00205	0.09	6	0.00239	0.11	7	0.00205	0.16	6	0.00239	0.19
大分	1,206			8.2%			7	0.00135	0.06	6	0.00157	0.07	7	0.00135	0.11	6	0.00157	0.13
宮崎	1,148			7.8%			7	0.00128	0.06	6	0.00150	0.07	7	0.00128	0.10	6	0.00150	0.12
鹿児島	1,743			11.9%			7	0.00195	0.09	6	0.00227	0.10	7	0.00195	0.16	6	0.00227	0.18
沖縄	1,368			9.3%			7	0.00153	0.07	6	0.00178	0.08	7	0.00153	0.12	6	0.00178	0.14
	122,170		100.0%			100.0%		0.11285	46.00		0.11483	46.00		0.11285	80.00		0.11483	80.00

V-Lowのセグメント利用目的イメージ



置局とマイルストーン

