

総務省「ホワイトスペース特区」事業



宮崎ふるさと放送

地方新聞による総合地域メディアサービス
&
地域経済再生プロジェクト

宮日総合広告株式会社
(宮崎日日新聞グループ)

はじめに 新聞社によるメディアのハイブリッド化

1

- 当社はホワイトスペース特区で東セグを活用した地域活性化策を提案しています。新聞の伝達力・信頼力で蓄積したコンテンツを新聞、Web、ワンセグとハイブリッド化することで、デジタルデバイド、情報デバイドの大きい地域の活性化の道を一気に開くことができます。
- 九州の西は新幹線、九州自動車道が走る九州のメインストリートです。宮崎県が位置する九州の東は新幹線はなく高速道も貫通はまだ先です。そのか細い経済を口蹄疫が直撃、さらに地デジ元年の今年に至ってまた鳥フルが襲い、ショック状態です。霧島連山の一角・新燃岳噴火も広範囲な被害を出しています。
- 私たち地域メディアは、宮崎を外へ、外から宮崎へと人・情報・物の流れを起こし、「絆」というタスキをつないでいかなければなりません。
- 宮崎のデジタル活用はまだ緒に就いたばかりで、通信環境も限なく、とはなっていない。地域メディアとしてデジタル化の模索の途上、ワンセグ放送の優位性や活用方法を検討している最中に、ホワイトスペース特区の公募がありました。曲がり角で出会いがしらに。応募した次第です。地域活性化の手立てとしてワンセグ、マルチセグメントを活用した情報がデジタルメディアとしてシステムされ、各端末に送出することにより、放送が、既存のメディアともクロス、連携してハイブリッド化したメディアとして県在住者の手元に届き、地域再生を加速できるはずと、挙手に込めた思いです。

なにをやりたいのか。「宮崎ふるさとワンセグ放送」

2

- 端末が多く普及しているワンセグは、防災、観光、特産、イベント会場での情報伝達、イベント中継、安否確認など広範な情報を県民は無論、県外、外国からのお客様にも伝えることが叶います。
- 当社は1月9日、インターネットで第1回26市町村対抗駅伝を携帯回線を使い、インターネットで高画質中継する企画を成功させました。3時間余りの中継時間帯に30000以上のページビュー、遠くはニューヨークなど海外アクセス100件を含め8500人を超す人たちが視聴してくれました。スポーツが盛んな宮崎の地域活性化に向けた情報サービスが可能です。
- 市町村長も「自分たちの地域を外へ、県外から自分たちの地域へ」と人々が繋がり絆を深め、宮崎の活性化にこうしたデジタルメディアが大きい効果を持つことを実感し、評価してくれました。
- 電話、パソコン、画像キャプチャなどの機能を双方向で行えるハイブリッドメディア「スマートフォン」をとワンセグ放送と組み合わせることによりハイブリッド化することにより、新聞では伝えられなかった情報が発信でき、情報デバイドの大きい宮崎でも一気に格差を縮める可能性が生まれます。回線やアンテナさえあれば情報は駆け巡ります。

九州の西は裏通りと嘆いてばかりいずにホワイトスペースを活用できれば宮崎活性化、ひいては同じ環境に有る各地の地域活性化の道標になると信じてやみません。

宮崎ふるさとワンセグ放送とは

3

● 目的

一覧性を持ち、いつでも繰り返し読める厳選の情報をパッケージ、毎朝確実に戸別に届けるメディアとは、とりもなおさず新聞であるが、この利点をワンセグにも生かし、戸別を超え、個にリアルタイムに有効な情報を提供することを可能にするエリアワンセグ活用の「宮崎ふるさと放送」を実現したい。ホワイトスペース活用で宮崎経済の発展、雇用促進、人材育成に役立つ。新聞が持つ特性とワンセグ特性に当社のポータルサイトをハイブリッド化した新たなメディアを構築する

● 背景

宮崎県ではNHKおよび民放2局と3つのケーブルテレビで宮崎県をカバーしているが、チャンネル数の多い他県に比べ情報量格差は極めて大きい。2011年7月の地上デジタル放送完全移行は格差解消の地平を切り開くものではあるが、いわゆる個に対する情報伝達が課題となるデジタル時代にあっては回線インフラなど整備が未達の宮崎にあっては格差がさらに拡大する恐れも否定できない。新聞社としても戸別から個別へのベクトルが大きくなる中、デジタル対応が急務である所以である。地元の身近な情報源として信頼を得て来た取材力と信頼度、伝達力を県内向けだけでなく訪問者や県外の個への確に伝えることをも可能にするホワイトスペース活用に挑戦する時にありホワイトスペースはまさに地域こそが挑戦しなければならない事業である。

● 事業内容

宮崎ふるさと放送は、新しい既存放送メディアを侵さないメディアを目指す。身近な情報を外部でも見れるコンテンツ制作を行い、県内の情報インフラとして地域経済の活性化や防災情報等により県民の安全に寄与する。個に届くのであるから受益者は県民だけにとどまらない。宮崎は自然観光以外に各種スポーツのキャンプやゴルフ、マラソン等スポーツで訪れる観光客も多く、所有率の高い携帯電話のワンセグ放送で観光客、スポーツ観戦に特化したコンテンツ制作を目指す。

● 期待される効果

他県から来た観光客、スポーツ観戦客に対して県内情報をマルチセグメント放送(タバセグ)で流すことにより、スポーツの見所を紹介すると同時に、宮崎市等市街地中心部への誘致や物産品紹介を行うことにより経済効果が期待できる。また県内住民だけでなく観光客に対しても緊急の災害情報を提供し観光客も安心のまちづくり実現可能となる。

地方新聞として、紙面以外の情報提供による将来的デジタル化の段階的な実験として、電子ブックだけでなく、ワンセグ放送、デジタルサイネージ、ポータルサイトなどメディアミックスによる、各地方新聞の先駆けとしての役割に期待ができる。

宮日総合広告(宮日グループ)の役割

4

- 口蹄疫、鳥インフルエンザからの復興事業
- 雇用、経済の活性化
- 教育、子育ての支援
- 過疎化、少子高齢化の対策
- 地域防災からの県民への安心・安全の伝達
- 観光・物産品の誘致、アピール
- 交通インフラ(新幹線、高速道路)に匹敵する情報インフラの整備
- 地方新聞メディアとしてのデジタル化の先駆

宮日グループでは、県内の上記課題を情報として報道し伝達してきました。時代の流れにより、新聞の購読者の減少、メディアのデジタル化が進め中、それらに遅れをとること無く、常に県民にどのように情報を伝えるかを考え設備、組織、人員を補強しメディアとしての役割を担ってきました。地上デジタル放送がはじまる本年、新聞社としての新しいメディアは必要不可欠と考え、設備の検討だけでなく、技術員の補強、協議会や協力会社との提携を進めて参りました。

新しい時代の新しいメディア企業としてのスタート元年で、ホワイトスペース特区によるワンセグ(マルチセグメント、東セグ)放送は当社に取っても、宮崎県にとっても重要な事業と言えます。

事業体制

5

● 体制図

県内

宮崎ICT&グリーンイノベーション推進協議会

事業企画立案・事業評価

宮崎公立大学

人材育成・学術的利用

ステラジャパン

番組企画制作

県内民間企業ほか

・観光、物産紹介利用検証
・ミヤチク、シーガイアリゾート、宮崎交通、山形屋、中心地活性化協議会

宮日グループ

宮日総合広告

事業主体者 企画・運営

宮崎日日新聞

ニュースリソース

宮崎CATV

スタジオ・コンテンツ制作支援

FM宮崎

電波管理支援・コンテンツ制作支援

県内自治体

防災利用検証・観光利用検証
・日向市、宮崎市、綾町ほか

県外

デジアサ

放送技術支援・コンテンツ支援
朝日放送100%子会社

イマジカグループ

コンテンツ供給支援

先行モデル

(例 日本空港ビルデングなど)

コンテンツ流通支援

B.b.design

機器運用支援・エンジニアリング

NPO法人 中央コリドー
情報通信研究所

コンサルティング

当社が取り組む事業の特徴と強み

6

● 事業の特徴

1 宮崎ふるさと放送で

- ①エリアの特性に応じ多彩な情報、データ、映像等を届ける
 - ②視聴は、携帯電話、モバイルPC、スマートフォンなどで受信できるため不特定だが広範な視聴者に情報提供ができ、県内だけでなく来県者へのサービスも可能となる
 - ③AR(拡張現実)技術を重ねればオリエンテーリングなど教育は無論、観光、イベントに地域の歴史や産物などの学習効果、興味をもたせるなど多角的価値をアップできる
- など多様な効果が期待できる。

地域のヒト・モノを重層的な認知の場に出せ、地域が発信力を自律的に持てるとも言える。

● コンテンツ力は新聞社グループの強み

- 1 取材力や企画力などコンテンツの素材制作力
- 2 広告の営業力(地域企業や商品やサービスなど商材制作力)
- 3 地域イベントの主催、支援
- 4 グループ内にCATVやFMなど放送会社があり、情報を多角的に伝達可能
- 5 協議会を中心とした放送技術チーム、コンテンツ制作チームの充実
- 6 47NEWS(全国地方紙47紙で組織するニュースサイト)一員として全国へ発信力を持つ

★事業モデルイメージ図

【地方新聞による総合地域メディアサービスと地域経済再生プロジェクト】

新聞の持つ信頼性とネットワークを活用し新しい報道とエンタテインメント配信を行い、情報提供と広告のビジネスモデルを立ち上げ地域経済の再生を行う。



★自主制作

宮日の通常ニュースから天気予報までこれまでの紙面から写真や動画を使った分かりやすいニュースの提供。

★新広告メディア

これまでのマスメディアからパーソナルに向けたCMの開拓

高齢者支援
子育て支援
(健康・生涯学習)



★リアルタイム情報

- ・映像のライブ配信
- ・文字情報などのリアルタイム配信

ニュース/天気のお知らせ



定点カメラによる危険区域の監視・農作物、畜産の監視

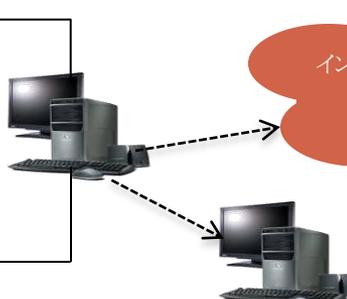
役所やテレビ局と連携した防災情報の迅速な配信



中継車からの映像伝送によるスポーツ&イベントライブ中継

コンテンツサーバー
アーカイブサーバー
Web配信サーバー

ライブ配信サーバー
映像フォーマット変換
高圧縮エンコー

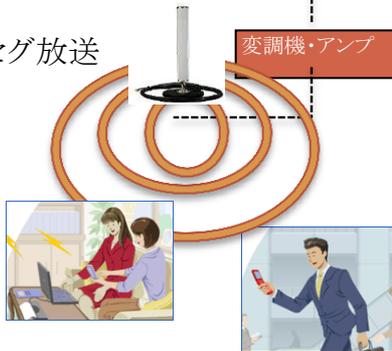


インターネット

放送送出サーバー

③エリアワンセグ放送

繁華街や観光地、駅、空港などが集まり対流する場所で携帯電話をワンセグ利用し観光案内や情報を提供するとともに地域店舗やイベントの案内を行う。



①県内施設(デジタルサイネージ)

設置予定場所

- ①会社ロビー
- ②空港・駅
- ③繁華街
- ④観光施設
- ⑤公共施設
- ⑥商業施設

例



会社ロビー



宮崎駅・宮崎空港



宮崎県庁・観光地内を行う

★県内にデジタルサイネージを設置しニュースや広告、イベントの案内を行う

②自宅(ポータルサイト)

県外への情報発信

(観光誘致、物産の紹介・販売)



自宅では、ポータルサイトでショッピング(eコマース)やビデオオンデマンド、ブログ、Twitterなどで情報を楽しむ。



コンテンツサービス形態

8

● マルチセグメントを利用したサービス形態

チャンネル	タイトル(内容)	制作者(コンテンツ供給元)
1CH	宮日ニュース(トピックス、天気、防災)	宮崎日日新聞
2CH	宮日ニュース(スポーツ)	宮崎日日新聞
3CH	自治体情報チャンネル(観光、防災)	各自治体
4CH	観光、物産情報チャンネル	宮崎コンベンション協会、自治体
5CH	大学チャンネル(大学紹介、ガイダンスほか)	宮崎公立大学
6CH	エンタテイメント(映画、ドラマ、バラエティーなど)	イマジカ
7CH	タウン情報(中心市街地情報、まちかど情報)	宮日総合広告
8CH	民間利用(商業用)	宮日総合広告、各民間企業
9CH	民間利用(商業用)	宮日総合広告、各民間企業
10CH	FM宮崎 (ラジオとのメディアミックス)	FM宮崎
11CH	イベント用	宮日総合広告、各イベント従事者
12CH	イベント用	宮日総合広告、各イベント従事者
13CH	イベント用	宮日総合広告、各イベント従事者

取り組む技術

9

● ハードウェアとコンテンツ制作

マルチセグメント、東セグに向けたシステム、端末と組織(人材)の構築

☆ハードウェアの選定

- 1 各送出機器の比較(マルチセグメント、東セグ機器のメーカー折衝、選定)
- 2 送出地域(アンテナ設置場所)各箇所計測の実施
- 3 データ放送機器の選定
- 4 無線技術士の育成(スタート時はFM宮崎の協力)
- 5 スタジオの設置(効率的にバーチャルスタジオの利用実験)
- 6 受信端末の検討(マルチセグメント対応機)

☆コンテンツ制作

- 1 報道、制作技術、編集機器の選定(ノンリニア編集機、AV機器の選定)
- 2 データ放送、BML技術者の育成
- 3 スタジオ設運営と技術者育成(スタート時は宮崎CATV、B.b.designの協力)
- 4 番組編成と放送倫理、著作権の試行

事業スタッフ

10

● 現有人材の活用と他社協業と新規人材の育成

経営・企画 編成・営業	経営 企画 編成 営業 コンテンツ供給	社内 社内 社外(ステラジャパン、宮崎CATV) 社内 社外(宮崎ICT&グリーンイノベーション推進協議会) 社内 社外(宮崎日日新聞、宮崎CATV、イマジカ、宮崎公立大学、日本空港ビルディング ほか)
制作チーム	プロデューサー ディレクター 撮影制作 編集 スタジオ	社内1名 社外2名(ステラジャパン、AZ) 社内1名 社外2名(ステラジャパン、AZ) 社外ロケ班(カメラ、音声、照明)2チーム(B.b.design、AZ) 社内1名育成 社外2名(宮崎CATV、B.b.design) 社外(宮崎CATV)
技術チーム	送出機管理 アンテナ管理 データ放送 ソフトウェア開発 Web連携	社外2名(FM宮崎)、同時新規社員の育成 社外2名(FM宮崎)、同時新規社員の育成 社内1名育成、社外1名(B.b.design) 社外2名(B.b.design) 社内1名育成、社外3名(ステラジャパン、CIジャパン)

スタート時は社外の専門会社に委託し、社内の人材育成と新卒者等の育成により社内の割合を増やしていく。

コンテンツ例（スポーツ放送）

11

- 宮崎では、春先にプロ野球のキャンプ、プロサッカーリーグのキャンプからアマチュアスポーツのキャンプがあり、秋から冬にかけてはプロゴルフやマラソン、駅伝が盛んに行われます。シーズンを通して温暖な海では、サーフィンなどのマリンスポーツが行われています。スポーツをやる人から観戦する人まで、多くの県内、県外の方が宮崎を訪れます。

それらスポーツ選手、観戦者に対して効率的、かつ魅力的にスポーツ観戦ができ、宮崎の良さや物産、市街地への誘致に、端末（携帯電話）が普及しているワンセグ（マルチセグメント）を利用していく。

更に、小中学生の野球やサッカーの試合や音楽会など、これまで一般放送では見れなかったコンテンツをワンセグ放送とWebをミックスして報道し県内の子育てやスポーツ育成に役立てていく。

コンテンツ例(まち・むらパーソン100人のイチ押DJ)

12

宮崎県内26市町村には“博士”とっていい達人がいる。
樹木の達人、川魚、海の魚の達人、竹細工達人、観天望
気の達人、星空達人、スピリチュアルの達人。

こうした達人100人を「ふるさと放送」のキャラクターにして
保育園から市民大学、あるいは出前講座でホテルに出向
きふるさと放送を行う。

いわば「絆」番組。この達人がさらに野菜達人や調理達人な
ど地域の旨食を届ける

東セグならではのイベントが重なっても視聴者がチャンネルを
選べる多点生放送を実現

広告、協賛、支援で経費を捻出。

達人雇用で「地道な努力に日が当たる」気運ややる気を地域に醸し
出す

コンテンツ例(出来旨(できうま))

13

- 日本空港ビルディング社など先行モデル先との協業による、羽田空港、宮崎空港でのサービス、宮崎の中心市街地再活性化、これまでに無いイベント会場での情報提供
- 宮崎の出来たて、作りたてのホットな食を紹介生産、加工場雇用、休耕地解消などへ結びつける。出来旨はWebポータルサイトe風とも連動。通販も行う。出来旨は出来たてが命。従ってその日のうちに届く距離に宅配する期間も距離も限定し、冷たいものは冷たく 温かいものは温かくを届ける。

事業スケジュール

14

● 事業スケジュール

スタート時(2011年4月～6月)

- ・4月上旬 電波調査
- ・4月中旬 機器選定
- ・4月下旬 協議会の実施
- ・5月中旬 テスト機器設置
- ・5月下旬 ワンセグテスト放送の実施
- ・6月上旬 協議会の実施(テスト放送の課題抽出)
- ・6月下旬 ワンセグテスト放送の実施
- ・6月中旬 各自治体との利用調査(防災、高齢者)
- ・6月上旬 スタジオ報道テストの実施
- ・Web連携
- ・コンテンツ制作
- ・BML制作

運用時(2011年7月～12月)

- ・7月上旬 東セグ機器選定
- ・6月上旬 東セグ端末調査・アンケートの実施
- ・6月下旬 東セグテスト(トライアル)放送の実施
- ・9月上旬 協議会の実施(媒体・広告収益の方法)
- ・10月上旬 学園祭ワンセグ放送の実施
- ・11月上旬 ゴルフ東セグテスト放送の実施
- ・12月上旬 イベント東セグテスト放送の実施

成果報告時(2012年1月～3月)

- ・3月下旬 成果報告
- ・3月上旬 協議会の実施(まとめ)
- ・2月上旬 プロスポーツキャンプの東セグ放送の実施
- ・2月上旬 マラソン東セグ放送の実施
- ・1月上旬 駅伝東セグ放送の実施

事業計画

15

● 事業収支

摘要	項目	第1期 (2011/4~2012/3)	第2期 (2012/4~2013/3)	第3期 (2013/4~2014/3)	第4期 (2014/4~2015/3)	第5期 (2015/4~2016/3)
準備金		7,000,000				
借入金	(銀行、国金、他)	0				
国庫金	(補助金、交付金)					
売上高	サイト広告1(月 50/30x8)	34,800,000	34,800,000	34,800,000	34,800,000	34,800,000
	ワンセグ広告2(月 1x30)	3,600,000	5,400,000	8,100,000	12,150,000	14,580,000
	会費(年 6,000円/1人)	18,000,000	30,000,000	60,000,000	90,000,000	120,000,000
	フリーペーパー広告	0	36,000,000	43,200,000	51,840,000	51,840,000
	その他(イベント、物販)	20,000,000	30,000,000	39,000,000	46,800,000	56,160,000
	売上高合計	83,400,000	136,200,000	185,100,000	235,590,000	277,380,000
売上原価	制作費(2012年フリーペーパー)	24,000,000	36,000,000	43,200,000	51,840,000	62,208,000
	外注費(コンテンツ月 100)	12,000,000	14,400,000	17,280,000	24,000,000	24,000,000
	イベント外注、物販仕入れ	14,000,000	21,000,000	27,300,000	32,760,000	39,312,000
	フリーペーパー印刷費	0	24,000,000	26,400,000	29,040,000	31,944,000
	宣伝広告	2,400,000	2,880,000	3,456,000	4,147,200	4,976,640
	売上原価合計	52,400,000	98,280,000	117,636,000	141,787,200	162,440,640
粗利益		31,000,000	37,920,000	67,464,000	93,802,800	114,939,360
販売費	一般管理費(人件費)	18,000,000	24,000,000	30,000,000	35,000,000	40,000,000
	間接費(各経費)	6,000,000	9,000,000	13,500,000	16,200,000	19,440,000
	設備費(リース料)	2,400,000	2,880,000	3,456,000	4,147,200	4,976,640
	経費合計	26,400,000	35,880,000	46,956,000	55,347,200	64,416,640
営業利益		4,600,000	2,040,000	20,508,000	38,455,600	50,522,720



第1回

宮崎県市町村対抗駅伝競走大会

大会概要

出走者一覧

大会運営

兼 53 回宮崎県駅伝競走大会



1月9日(日)午前 10:30 分より大会の様様をライブストリーミング放送します！

宮崎県市町村対抗駅伝競走大会は、宮崎県駅伝の伝統を継承し、ジュニアの育成と駅伝王国宮崎の復活を期し併せて県内各市町村のさらなる交流の促進。県民スポーツの信仰をはかることを目的として開催されます。



まだ知らない「楽しさ」が、
星の数ほど。



PHOENIX
SEAGAIA
RESORT



宮崎総合広告株式会社

COPYRIGHT © HIYAZAKISOUSOUKOKUKOKU INC. ALL RIGHTS RESERVED

Twitter search bar

残り 00 文字

つぶやく

皆さんの応援ツイート

 **athleticsch** 千原台ゴール1時間10分24秒
#kumamoto #ekiden
about 1 hour ago

 **athleticsch** 2位信愛3位文徳4位有明5位
中央6位開新の順でゴール #kumamoto
#ekiden
about 1 hour ago

 **jurists2000** いよいよ次は男子。KGとワ
ロルが楽しみ RT @athleticsch: 千原台
ゴール1時間10分24秒 #kumamoto
#ekiden
about 1 hour ago

 **athleticsch** 熊本県高校駅伝男子スタート
なう。気象状況、晴れ、気温16.3℃、湿
度56%、北北西の風0.5m #kumamoto
#ekiden
41 minutes ago

 **athleticsch** 1区 3km通過 先頭集団は九
学鎮西千原台郷工文徳湧心館
#kumamoto #ekiden
33 minutes ago

 **athleticsch** 1区 5km15:15九学郷工千
原台鎮西 #kumamoto #ekiden
27 minutes ago

twitter

Join the conversation