

ホワイトスペース特区
「サーキット集客効果向上と
周辺地域への消費活動促進を
目的としたエリア放送」
実施報告

東通

エリア放送の事業計画

1. 富士スピードウェイでの来場者サービス

大型ビジョンや場内FMでは届かない、新しい映像情報サービス。画面は小さいが個人が端末を持ち、場内のどこでも視聴できる。

2. 地域情報メディアとして

ー 災害対策

地方自治体の広報手段として。

ー 地域振興

富士スピードウェイの行き帰りや宿泊に伴う、地域経済への貢献。CMなど。

→御殿場市などを想定

3. 新たな雇用創出

ー 放送局が増える → そこで働く人材が必要

ー 地域の活性化 → 地域の雇用にも良い影響を

実験試験局による実施

- 2011年8月～2013年2月まで2回の実験試験局免許により実施
- 出力 10mW 物理チャンネル 28ch
64QAM + 16QAM フルセグ放送
- ワンセグの映像ビットレート
 - 2サービスの場合 200kbps + 100kbps
 - 1サービスの場合 256kbps

1. 場内映像のサイマル
2. ラップタイム

☆実験試験局ではCMを流せない



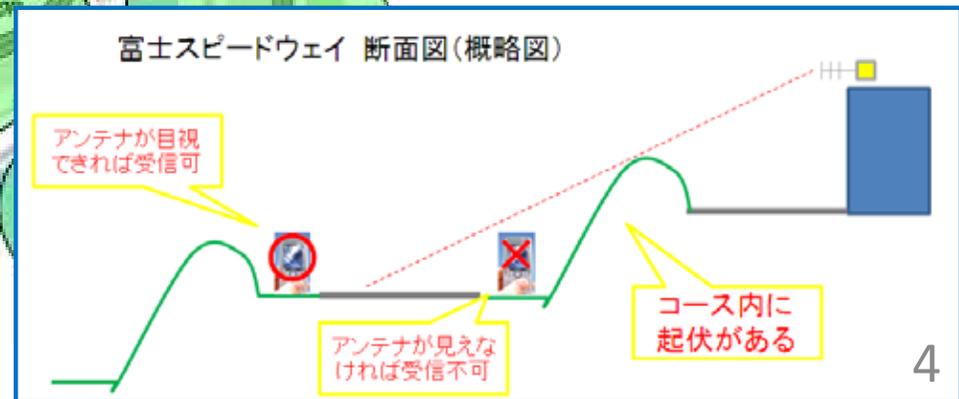
富士スピードウェイの来場者サービスとして実施する
広告によるビジネスモデルの検証は断念

富士スピードウェイの環境

- 立地条件による不感地帯



- 森による遮蔽
- 高低差による遮蔽
- 反射波が期待できない



ワンセグの利用方法の特徴

- アマチュアカメラマンがタイミングを計る
コース内各所の撮影ポイントではワンセグの映像から車の位置を推測する
- ラジオとして聞く
 - 場内のスピーカーよりクリア
- データを見る(マルチスクリーン)
 - ワンセグ2サービス放送でラップタイムを提供



大型ビジョンがあるメインスタンドでも需要がある
＜データを見たい＞
＜実況音声をクリアに聞きたい＞

地上一般局へ

- 設備の総入れ替え
 - 隣接チャンネルだったため変更が必要に
- エリアが広すぎる
 - 10mWが標準だがエリア構築にはもっと出力がほしい
 - メーカーも10mW基準の機器を開発。
 - 数を増やすか、出力を増やすかの選択肢に影響
- スペクトルマスクを満たすためのフィルターが高価
 - 送信点1カ所につき数百万円
- 特定ラジオマイク等に対する懸念
 - 「放送を中止させられるのではないか」という不安

この設備費用の捻出が最大の課題！

今後の運用について、再検討

今後の課題

- 確実に使えるチャンネルの確保
- 広域に対応する設備投資
 - 富士スピードウェイでのエリア設計
 - 各レース場では広さが違う
 - 設備投資の差、来場者(予算)の差
 - 地方自治体となると、さらに広域に
- 広告収入 ……来場者サービスだけでは厳しい
 - レース関連スポンサー
 - そもそも多額の費用をかけてレースをスポンサードしている
 - 別途放送に費用を出してもらえるメリットを出す
 - 地域関連
 - 立地条件として人の少ない郊外型
 - 来場者の導線を考えた、地域との連携を模索する

設備投資の回収が
数年で可能か？