

入江構成員資料

～RADIO～
夢だけを語らず、過去に捕らわれず
**デジタル化時代における
音声メディアの将来像を考える**

03/19/2010

入江たのし

ラジオは周波数のみで構成されているので
時間を分母に持つ。

$$f = \frac{1}{t} (\text{hz})$$

人間の気配を時間で共有するストリーミングが特性

音だけだから、ながら聴取が可能。
音だけだから、見栄えを気にせず本音が語れる。
音だけだから、権利処理が容易。
音だけだから、機動力がある。
音だけだから、ネットとの親和性が高い。

現行のアナログ放送だって捨てたものではない

アナログ放送のサイマル化は必須

どんなに新しい受信機が出たとしても
ハードに合わせた番組ではなく、
あくまで音声放送を補完するものであるべき

とはいえ…

進化のないサイマルは無意味

番組とリスナーとの双方向のツールは
ハガキからFAX、メールへと変遷した。

そして番組内容も変わっていった。
リスナーからの上りは変わったが下りは？

ラジオの音質向上のためのデジタル化は必要だが、
新しいビジネスチャンスを得るためのデジタル化は、
中途半端な映像や不要なデータを送る事ではない。

リスナーにメリットのあるデータとは何か？
(番組内容の検索性、ポイント、クーポンなど…)
セールス・プロモーションと連動する広告主のニーズ
もともとラジオは聴いていてトクをするメディアである。

ラジオがデジタル化しても、 現行アナログ放送サイマル化は必須

あくまで、主となるのは音声によるラジオ放送
それを補完し、肉付けするのがデジタルの役目

デジタル化の選択はISDB方式でよいのか
ラジオではDAB、IBOCなど世界で普及している方式がある
ISDB方式は日本独自のもので世界水準では後発となる



テレビのISDB方式は中南米で採用された。
携帯、デジタル音楽プレーヤー、タブレットPCに付帯する形
また国際協力を通じて「進化するガラパゴス」を世界へ

国策としての規格推進ならば 普及に国が本腰を入れるべき

- 負担が大きくコスト回収に時間のかかる送信設備は別組織で
- 番組を制作し新しい広告モデルで営業する編成を地域に
- シンジケート番組制作やメディアレップなど外注組織の理活用
- 次世代地域ラジオで委託事業と受託事業に分離統合を推進
- 「県域」「マス排」という現行の許認可制度のあり方を見直す
- 地域情報の担い手に寄付する事で税制控除が受けられる制度

地域が本当に必要とするエンターテインメントを 発信していくのが変わらぬラジオの存在意義

地域文化を大切にするならば番組はブロックや県域単位なのか
もともとの「藩」や「天気予報の区割り」ではなのか
今後一層の議論が望まれる

Let's talk about
THE RADIO

ラジオについてもっと語りましょう