

# 株式会社J-WAVE 説明資料

# 「ラジオと地域情報メディアの今後に関する研究会」用資料

2010年3月31日

J-WAVE

1. ラジオにおける新たな取り組み
  - ① 新たな聴取者の開拓
  - ② インターネットとの連携
  
2. ラジオの意義
  - ① 公共的役割
  - ② 制度の在り方
  
3. V-Low への期待
  - ① 新たなサービス
  - ② 提供方法、提供地域
  
4. その他研究会で挙げられた論点への意見
  - ① 音声のメディアの意義
  - ② 災害への対応
  - ③ 地域密着性
  - ④ 番組制作の在り方、広告の在り方、収入源

## 1. ラジオにおける新たな取り組み

### ①新たな聴取者の開拓

#### ☆自社として

- ・キャンペーン、話題性づくりを、他媒体へ打ち出しリーチ拡大をめざす努力。

#### ☆ラジオ他社と組んで

- ・民放連101社ラジオキャンペーン、在京 R5 社キャンペーン、全国民放 FM53 局同時ナマ放送など。

#### ☆聴ける環境拡大への努力

- ・radiko、iPhone アプリなどデ PC や SMART PHONE USER へのサービス。
- ・FM ケイタイの普及など。

### ②インターネットとの連携

#### ☆2006 年 インターネットラジオ『Brandnew-J』スタート～

オリジナル番組サービスなど開始。

#### ☆今後も「番組 WEB や BLOG、Podcast サービス」、「ラジオ + twitter + Ustream 番組展開など新たな展開があれば、いち早く対応していく予定。



- ・ラジオはあらゆるデバイス(PC・携帯・iPhone、iPad・カーナビゲーションなど)に接続可能な「リアルタイム・メディア」。
- ・ネット社会では今ツイッター、Ustream など「リアルタイム」ということを強調しているが、ラジオはもともと「生放送」を中心の「リアルタイム・メディア」。
- ・したがってラジオは新しく発生しているリアルタイム web との親和性は非常に高く、今後はさらに連携を深めていくと考える。

## 2. ラジオの意義

### ① 公共的役割

☆長年の歴史の中で築き上げた成熟したメディア。聴くだけのメディアだが、聴いて得するメディア。人間が発し、人間が想像するメディア。

☆災害時の対応もラジオならではのものを提供。

J-WAVE の場合は、ラジオ他社とのネットワーク、ライフラインとのネットワーク、緊急地震速報などで最低限の情報網を構築。災害直後は正確な情報提供に努める～その後、地域に密着した安心情報、安否情報を提供～その後、心のケアの音楽を提供する方針。

### ② 制度の在り方

☆コンテンツのマルチユース化を図るため、あらゆる受信端末への配信および再生が可能となるような対応策が必要と考える。

ゆえに著作権制度のさらなる緩和を望みたい。

☆さらに「マス排」の緩和など経営体力の弱いラジオ社、特にラジオ単営社の経営体力強化策や税制面の優遇措置等も望みたい。

### 3. V-Low への期待

#### ① 新たなサービス

- ☆「音声放送」を基本とし、 実用化試験放送の実績でもある「デジタルラジオ」が望ましい。
- ☆インターネットではできないモノ(コンテンツ)をサービスする必要がある。
- ☆アナログ放送を継続しつつ、ハイブリッドでデジタル化するのが望ましい。



- ・デジタル化されたラジオ放送は、あらゆるデバイス(PC・携帯・iPhone、iPad・カーナビゲーションなど)の中でとても簡易なソフトウェアで聴取できることになるのでは。

#### ② 提供方法、提供地域

##### ☆ 提供方法

- ・会員化した月額制の有料モデルも考えられる。つまり「無料、有料、両面」での提供が考えられる。
- ・これまでの放送は不特定多数に向け番組(コンテンツ)を配信するもの  
→これからは特定多数向けの放送もあるのかもしれない。(一人一人の顔が見える放送⇒会員制?)

##### ☆ 提供地域

- ・エリアについては 首都圏は広域性を加味し、地方は県域など、日常の生活圏や商圏と一致させる事が望ましいと考える。
- なお、昨年示された「地方ブロック」では、日常の生活圏や商圏と比べ、広域すぎるエリアだと思われる。

## 4. その他

- ① 音声メディアの意義  
→TVや新聞を見る、でもラジオは「聴く」メディア
- ② 災害時の対応  
→前述の通り。
- ③ 域密着性  
→ラジオ編成の基本は、ローカル性、地域性にある。
- ④ 組制作の在り方、広告の在り方、収入源  
→番組制作は、やはり手作り感が重要。  
→ラジオの広告主は、局とリスナーとのマッチングを重要視している。  
→ラジオ広告収入以外の、その他事業収入の安定化が肝要。



- ・ラジオの聴取人数低下の一因は高層ビルや家屋のコンクリート化による難聴取。
- ・ラジオのニーズは高い。(IP サイマル、BNJ の反響)
- ・今後もマルチキャスト化を推進し、「リアルタイムに情報更新される優良コンテンツ」を配信していくことでより社会の中での重要性を増すことができると思う。
- ・そしてツイッターや Ustream を包括した形でインターネットと連携して発展し、今まで以上に大きなコミュニティに発展するチャンスがあると思う。
- ・さらに受信状態の整備、改善が早急に望まれる。  
各家庭にラジオ受信機はあるが、高層マンションなどによって受信状態が年々悪化。また街中でも、高層ビル内、高層ビル陰、地下街、地下鉄など電波の入りづらい場所が多く存在。
- ・聴きづらいからということによってラジオ受信機は追いやられ、忘れられているのではないか。
- ・これらの受信状態の整備、改善への努力はそれぞれがやっているが、大掛かりなものは国策にお願いせざるを得ないと考える。

以上