

# ラジオと地域情報メディアの今後に関する研究会（第5回会合） 議事要旨

## 1 日時

平成22年4月16日（金）17時30分～19時30分

## 2 場所

総務省8階 第1特別会議室

## 3 出席者（敬称略）

（構成員）

上滝徹也（座長）、石井彰、伊藤恵、入江たのし、太田滋、芝勝徳、田中耕一郎、西田善太、舟橋洋介、三浦佳子

（総務省）

内藤総務副大臣、山川情報流通行政局長、久保田審議官、武田情報流通行政局総務課長、大橋放送政策課長、田中放送技術課長、武居放送政策課企画官、荻原地域放送推進室技術企画官

（事務局）

情報流通行政局放送政策課

## 4 配布資料

資料5-1	株式会社毎日放送	説明資料
資料5-2	南海放送株式会社	説明資料
資料5-3	株式会社エフエム福岡	説明資料
資料5-4	株式会社エフエム北海道	説明資料
資料5-5	太田構成員	資料
参考資料1	ラジオと地域情報メディアの今後に関する研究会（第4回）議事要旨（案）	

## 5 議事概要

### （1）開会

### （2）事業者等によるプレゼンテーション

- 株式会社毎日放送からは、中波ラジオの課題やIPサイマルラジオの取組み、V-Low帯マルチメディア放送についてプレゼンテーションが行われた。
- 南海放送株式会社からは、ローカル兼営局のAMラジオ経営状況、四国エリア内の連携についてプレゼンテーションが行われた。
- 株式会社エフエム福岡からは、ローカルラジオの新たな取組みとして福岡ユビキタス特区での実証実験等についてプレゼンテーションが行われた。
- 株式会社エフエム北海道からは、ローカルラジオ局の現状と経営上の課題、収益

戦略についてプレゼンテーションが行われた。

- 太田構成員からは、「熱量」をキーワードとした新しいラジオの広告モデルやそれを実現するデジタルの可能性等についてプレゼンテーションが行われた。

### (3) 意見交換

- 事業者、太田構成員によるプレゼンテーションを踏まえ、意見交換を行った。主な発言は以下のとおり。
  - ・ラジオ収入減少の理由として、経営努力やインターネット広告への対応が不十分であったとの意見がある。それに対して各社どのように考えているのか。
  - ・営業担当と話をする、スポンサーはリーチがきちんと測れるインターネットの方にお金をシフトしてきていると実感。危機を感じているので、リスナーと向き合った色々な広告の手法を現場で研究している。
  - ・ローカルの営業ではインターネットに負けている感じは全くなく、むしろテレビの新局との競合が問題。制作段階でも2人役、3人役でやっていたものをワンマンでやっているのが現状。それでも、制作プログラムが劣化したということもなく相当努力はしている。もう一押し何かやらなければいけないという部分については真剣に考えている。
  - ・インターネットが入ってきたころから何か感じが違ってきていたが、リーチを稼いでスポットを投入するという従来の広告手法を漫然と行っていた。3年くらい前から急に経営状況が悪くなり、経費削減にあわてて走っているというのが現状。テレビの真似事をしていたのが原因。そのため、今はラジオの新しい切り口として、かつて番組でインタビューをしたことのある九州各県の匠と言われる人達の集いのお手伝いを各県持ち回りで取組んでいる。
  - ・中央と少し違う事情として、ローカル放送では10年も20年も前から広告を出すと商品がいくつ売れるのかという直接的な効果を求められる。昨今はテレビとラジオの広告単価がほとんど同じになってきている。かつては経営のことをあまり考えなくて済んだのが放送局の実態だったが、今後は制作費カットを始め、賃金体系や就業規則を変えるなどに切り込んでいかなければならない。まさに経営努力の真っ最中。
  - ・県域ごとの営業が厳しくなっていて、四国4県で番組制作、共用をしているとのことだが、その厳しさの原因は四国に限らないメディア自体の課題にあるのか、それともメディアだからではなく四国という経済圏の課題にあるのか。
  - ・各県が別々にスポンサーに営業するよりも、四国4県の人に届くという方が営業的なパワーとして説得力がある。
  - ・四国というエリアが一体的な経済圏だから価値が高まっているのか、それとも単に費用一元化したというだけの話か。
  - ・費用一元化でスタートしていて、副産物として営業提案が増えてきている。
  - ・放送対象地域の地域割について、ブロック単位という考え方と、3大都市圏とその他の県域という2つの考え方がある。南海放送としては中国・四国ブロック

- でも愛媛県でもなく、四国で一つという地域割を希望しているのか。
- ・希望は別にないが、今のミックスしたような形は悪くないと思っている。
  - ・全国の放送対象地域を一律にブロックと決めるのが、地方主権の時代に馴染まない。四国は四国、北海道は北海道、東北はもしかしたら6県まとまるかも知れないし、うちは単独でやるというのであればそういう形のエリアの考え方がいいのではないか。
  - ・当初のブロック案は技術的なことで分かれたと聞いている。そのブロック案について、意見募集があったのでそれについて議論をしていたというのが流れだろう。
  - ・南海放送が非常時の災害放送協定を結んでいるのは愛媛県だけかそれとも中国地方や九州側の県ともこういった放送協定が結ばれているのか。
  - ・愛媛県だけだと思う。基本的には電波が飛ぶところがカバーエリアになるが、地域への責任感というのは各局各県での責任になっていると思う。
  - ・営業範囲は800万人を見ていてそれと災害報道等における地域の責任論は別と考えてよいか。
  - ・ローカルのラジオは事情が少し違い、商売敵はチラシ業者だったりする。愛媛県全体でなくて松山市だけとか、宇和島市だけでいいというスポンサーに営業している。大分県や山口県や広島県にもたまたま聞こえるというのはあくまでもプラスアルファなところでしかない。
  - ・北海道にはラジオ局が4局あるが、これから先のV-Lowも含めた新しいデジタルメディアを考えた時に経営統合の必要性についてどのように考えているか。
  - ・それぞれのラジオ局の個性によってリスナーが違っている。別のパイをうまく統合するということを誰でも考えるが、経営統合ということを考えていくと、人員の問題、持株比率の問題をクリアするなど難しい問題は山積している。実現するかどうかはきちんと考えて練り上げていかなければならない。
  - ・通常は、放送波で流す情報は不偏不党である必要があるなど言論の自由に制度上の制限を受けるというか、制度上の求めによって言論の多様性を確保するという位置付けもあるが、新聞にはそういった制限がない。エフエム福岡のユビキタス特区でのPSPへの電子新聞配信実験では、そういったメディアの違いについて議論があったのか。
  - ・特区のため全然議論していなかったが、本放送が始まれば新聞に限らずメディアごとの制度上の違いをどうしていくかの議論は出てくると思う。
  - ・FM局は自社でアナウンサーや報道記者を持たないという形でスタートした経緯があるが、自ら地域情報を集めてこない限り、結局インターネットに載っている情報、新聞の情報を二次利用しなければならないことを危惧している。それについてどう思うか。
  - ・FM局のほとんどが報道セクションを持っていない。自分たちで地域の情報を収集するために人を雇うことは現状では困難。ユビキタス特区の船舶サイネージでは、地元企業と一緒にコンテンツを制作している。色々な会社と連携をとりな

がら一次情報ではないにしても新鮮な情報を提供するようしなければならないと考えている。

- ・船舶サイネージのコンテンツは毎日変わるのか。また、収益源はどのようなものを予定しているか。
- ・ニュース等は毎日変わるが、観光情報に関しては実験という性質もあって大体2カ月に1回くらい。将来的にはサイネージがビジネスとして軌道に乗れば毎日でも可能。収益源は今のところ実験なので持ち出しだが、将来的には広告費が一番分かりやすい形だと思う。
- ・アナウンサーやきちんとしたコンテンツ編集能力があることが放送局が船舶サイネージをするメリットだと考えて良いか。
- ・そう思う。販売までできればと思っているが、ビジネスの仕組みはまだ深く考えていない。
- ・今はAMとFMはそれぞれの電波の特性を活かしてすみ分けができていますが、V-Lowになると全部同じになってAMとFMという区分けがなくなる。それが今後の経営のあり方等にどう影響を与えるのか。また、太田構成員から「熱量」やIPとの連携など様々な「できる」ことと、これらを踏まえて新しいプロモーション、新しい広告を模索していくべきだという提案があった。それを踏まえて、V-Low 参入にあたっての各社の思いを聞きたい。
- ・IPサイマルラジオで、AMとFMが同じ状況、環境で聴けるようになって一体どういう番組でAM、FMの特徴が出せるかが改めて浮き彫りになっている。恐らくV-Lowで音質や受信状況がAM、FM、新規も全く同じになると、その中でどういう強みを出した番組を開発するかが多分勝負になる。ひとつはパーソナリティ、アナウンサーが強み。それと阪神タイガースの試合等のキラーコンテンツの放送権をどうやって確保していくかということライバルの放送局といろいろ激しくやっていく。そのあたりがキーワード。また、デジタルの波を使った新たなサービスでは、広告放送が中心になると思うが、二次的な新たな収益源は絶対に見つけないと維持できない。
- ・近年若いリスナーが減って地元では主にFMがAM化してきている。ワイド番組を聴いているとほとんど変わらない。V-Lowが始まって、アナログAMとアナログFMとデジタルA局という3つがエリアに並立するという事は考えづらい。決着の付き方がどうなるかということに興味。また、喫緊の課題はラジオ受信機が減っていることだが、V-Lowでもスタートの時点で同じことが危惧される。新しいビジネスについて、AMは喋り手のパワーに拠るところが大きい。電波がアナログからデジタルになったところで、いい結果は出ない。新しく映像などの付加価値がつけられるということを知ってはいるが、そこは稼ぎと投下コストの兼ね合いで徐々にやっていけばいい。頭からあれもこれもというのは非常に危険が多い。あきらめではなく、前向きに一步一步という意味で考えている。
- ・V-Lowだけでなく、IPラジオが普及してきた段階で今の総合編成そのものの見直しを迫られる時期が来ると思っている。アナログも当分は頑張っていかないと

いけないが、当然 V-Low では違った編成が並んでくる。また、放送波を使ったビジネスについて、九州は昔から一体感があるのに加え、地域を挙げて中国、韓国等に目が向いている状況なので、V-Low で放送だけではない新しいビジネスチャンスが生まれるのではという期待をもっている。

- ・喋り手も含めた制作者として異なる人間が関わっている限りすみ分けは可能と思う。また、V-Low で音声を乗せるだけのサイマルではつまらない。新しい畑があるのであれば、そこに新しいものが生まれていくはずであるし、異なる文化がぶつかりあうことによって新しいものが生まれるということが必要。ただ、これが果たしてビジネスモデルとして大都市圏ではできてもローカルで通用するのかということは常に見つめなければならないポイント。ラジオというのは地域の人々と共に考えて直接的に訴えることができるメディア。
- ・会議の時間が短い。2時間半なり3時間にできないか。傍聴者から質問を受けるとかの工夫はできないか。

## 6 今後のスケジュール

- 第6回会合は、5月10日（月）に開催する。
- ラジオ放送事業者との意見交換と構成員によるプレゼンテーションを予定。

以上