

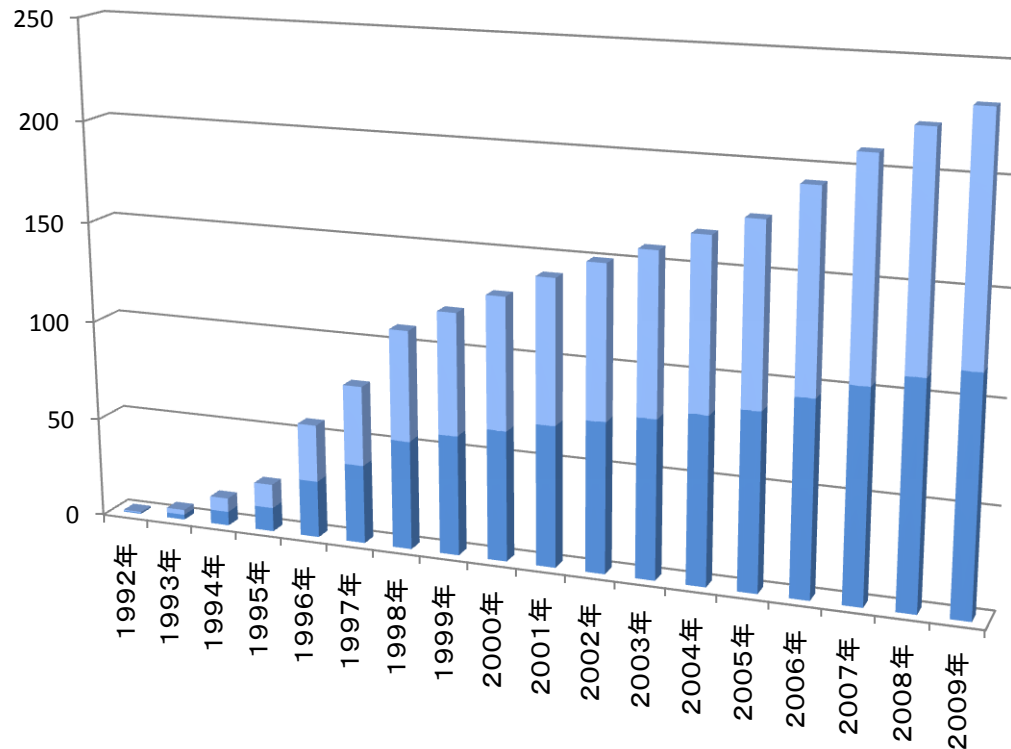
新たな電波の活用ビジョンに関する検討チーム【資料】

コミュニティ放送と地域の活性化



木村太郎

コミュニティ放送の普及



234局(09年末現在)

トピックス

1995年 1月阪神淡路大震災

1995年 3月10Wに増力

1999年 3月20Wに増力

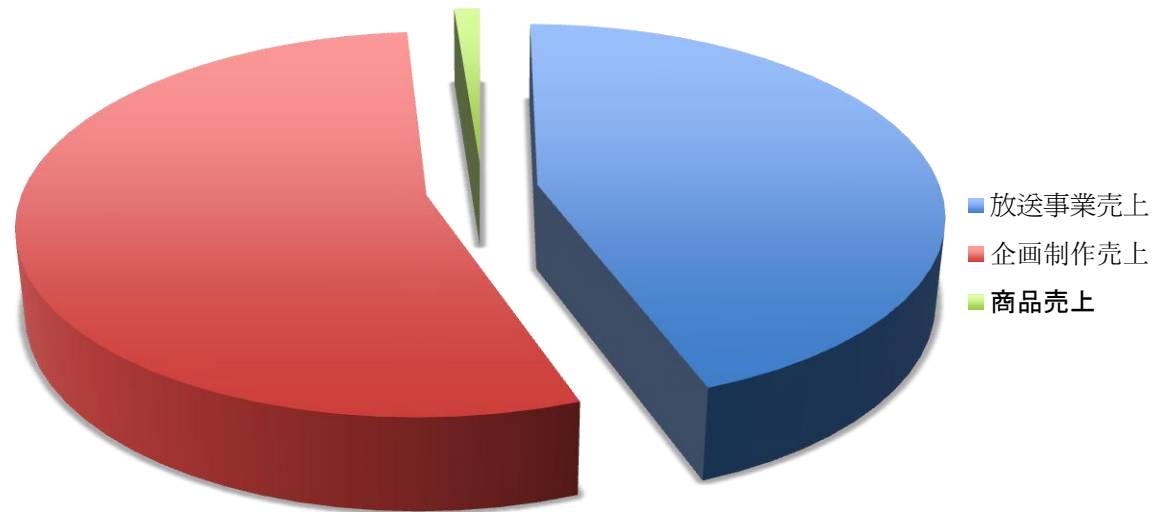
2004年10月中越地震

コミュニティ放送の規模

- 株式会社 資本金最大3億円(函館 FMいるか)
最小2000万円(神戸 FMわいわい)
平均8000万円
- NPO 多摩レイクサイドFMなど13局
- 対象地域 最大 世田谷区(861606人)の一部
最小 熊本県小国町(8996人)の一部
- 従業員数 社員 数人
DJ 最大100人+(神戸 FMわいわい)
- 三セク(地元自治体が議決権の10%以上を保有するもの)
FMあやべ(60%)など44局

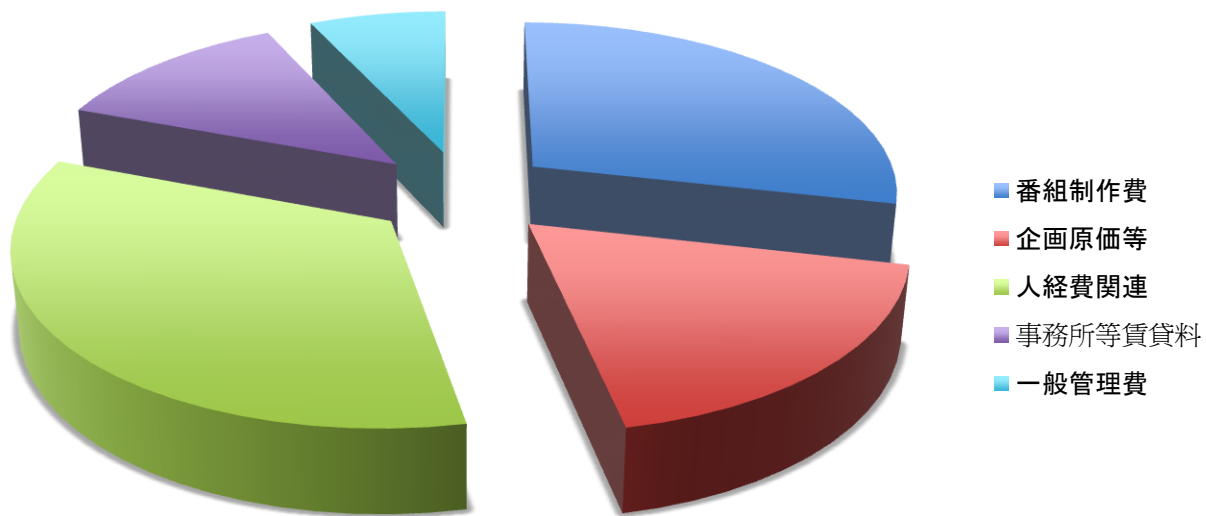
コミュニティ局の経営

- 平均営業収益 1.05億円(08年度219局平均)



内訳は湘南ビーチFMの場合

- 平均営業費用 1.04億円(08年度219局平均)



内訳は湘南ビーチFMの場合

コミュニティ放送と地域活性化

(SCRA加盟社へのアンケート)



小田原

市役所内に放送局があり、市街地活性化の情報発信の基地と位置づけられている
市役所主催のイベントのプロデュース
地元商店街のイベントのプロデュース
東京の出版社と連携して有休農地の再利用活動



帯広

コンビニと協力して十勝産小豆を使ったパン、十勝産ミルクを使ったシュークリームなど地場食材を使った商品開発と販売
中学、高校への「出張授業」
クラシックからロック、ポップスなど多彩なイベント開催
(地域情報を住民にシャワーのように伝えることと、地域外への発信が大事)



中津市

地元の食文化「唐揚げ」をPRする「からフェス」を開催
地元出身アマ・バンドのライブ演奏
一般市民のモデルによるブライダルショーの開催



野々市町

年間500時間以上の町広報番組を放送
新旧町民融和のために地域の歴史番組を放送
情報紙を町内全戸に配布



藤沢市

藤沢市民祭り、茅ヶ崎アロハマーケット等のPR
地元名産品のプレゼント



新潟市

地域密着型の若者向け月間フリーペーパーの発行など



仙台市

仙台市各区の町造り委員会制作番組の放送など



盛岡市

岩手大学の学生による地域に根ざした番組の制作と放送



高松市

市内全小学校に配布する子ども新聞の制作、発行
地元商店に対する格安CMの提供、販促の手伝い



水戸市

こども参加番組
JC、若手市議会議員による「街づくり」番組の放送



徳島市

商店街から商店主が放送する番組
地元文化のコスプレ・アニメのイベントの共同開催
防災ラジオカーの製作

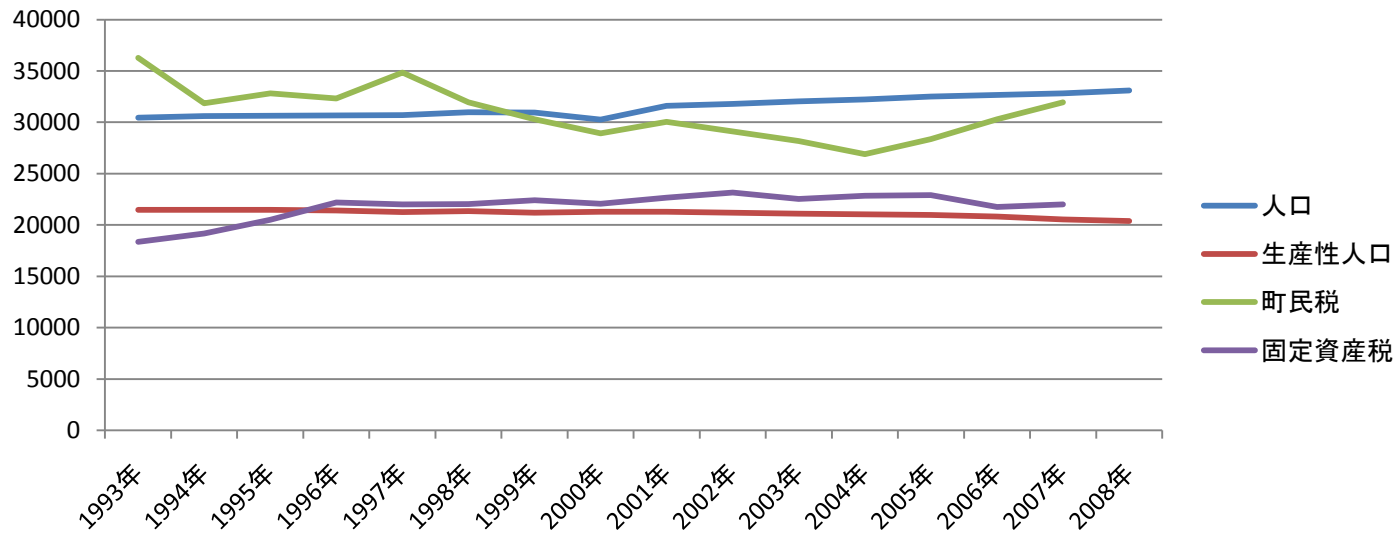


田辺市

商店街にサテライト・スタジオ設置
地元リスナー参加番組の
地元高校生競作「4時からハイスクール」の放送

葉山町の場合

湘南ビーチFMの放送開始(1993年)以来の変化



- 人口が10%増
- 生産性人口を確保
- 町民税が回復
- 固定資産税(地価)の上昇

湘南ビーチFMの取り組み 地域の「ブランド化」

- 東京よりスマートな放送
洋楽中心、ヒップホップを禁止
「シーブリーズ」のような音楽を
「波情報」「風情報」など
葉山のライフスタイルを反映した番組
- 放送と連動した地域マガジンの発行
特集テーマ「スイーツ」「パン」「自転車」
「フォーマル」「鎌倉時間」「湘南ロケ地」etc
- 葉山でしかあり得ないイベントの開催



<葉山ブランド>のイベント

シャンパンとドレスコードのあるイベント



湘南スタイル誌に紹介されたクラシックコンサート(年二回)

客を誘いたくなるようなイベント



ヨットヤードでのポップ/ロック・フェス(年一回)



葉山マリーナでのジャズライブ(月一回)

情報発信の多角化

- インターネット放送
著作権団体との合意を経て
2006年4月より放送開始、
現在35局が放送中
- iPhoneアプリの活用
GPSとの連動
地元情報提供
地元名産品の物販
Now OnAir情報と楽曲販売



新地域放送の課題

- 放送免許のあり方

行政区域単位の免許の限界を越えられるか
有効な出力を確保できるか

- 事業者のあり方

収入を確保できるか
コストをどう抑えるか

- コンテンツ

地域の文化的資産を掘り起こすことができるか

- 双方向の可能性

上り回線をどうする

- 受信機の普及

携帯、フォトフレーム等を利用できるか