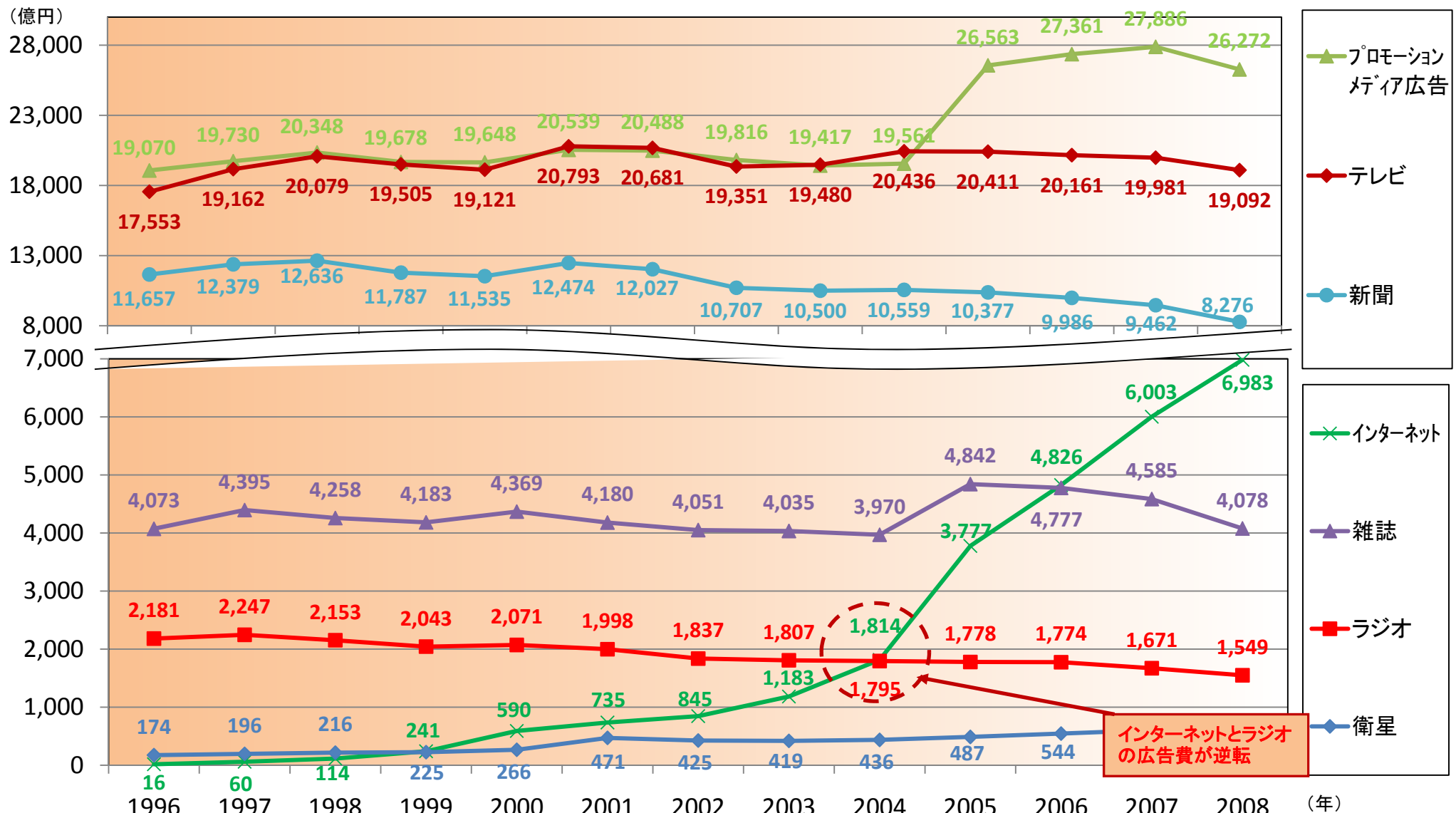


## 参考資料

ラジオと地域情報メディアの  
今後に関する研究会  
第1回会合(平成22年2月8日)

# 各メディアの広告費の比較(金額)

2004年度にインターネットとラジオの広告費が逆転。2006年度にインターネットと雑誌の広告費が逆転。



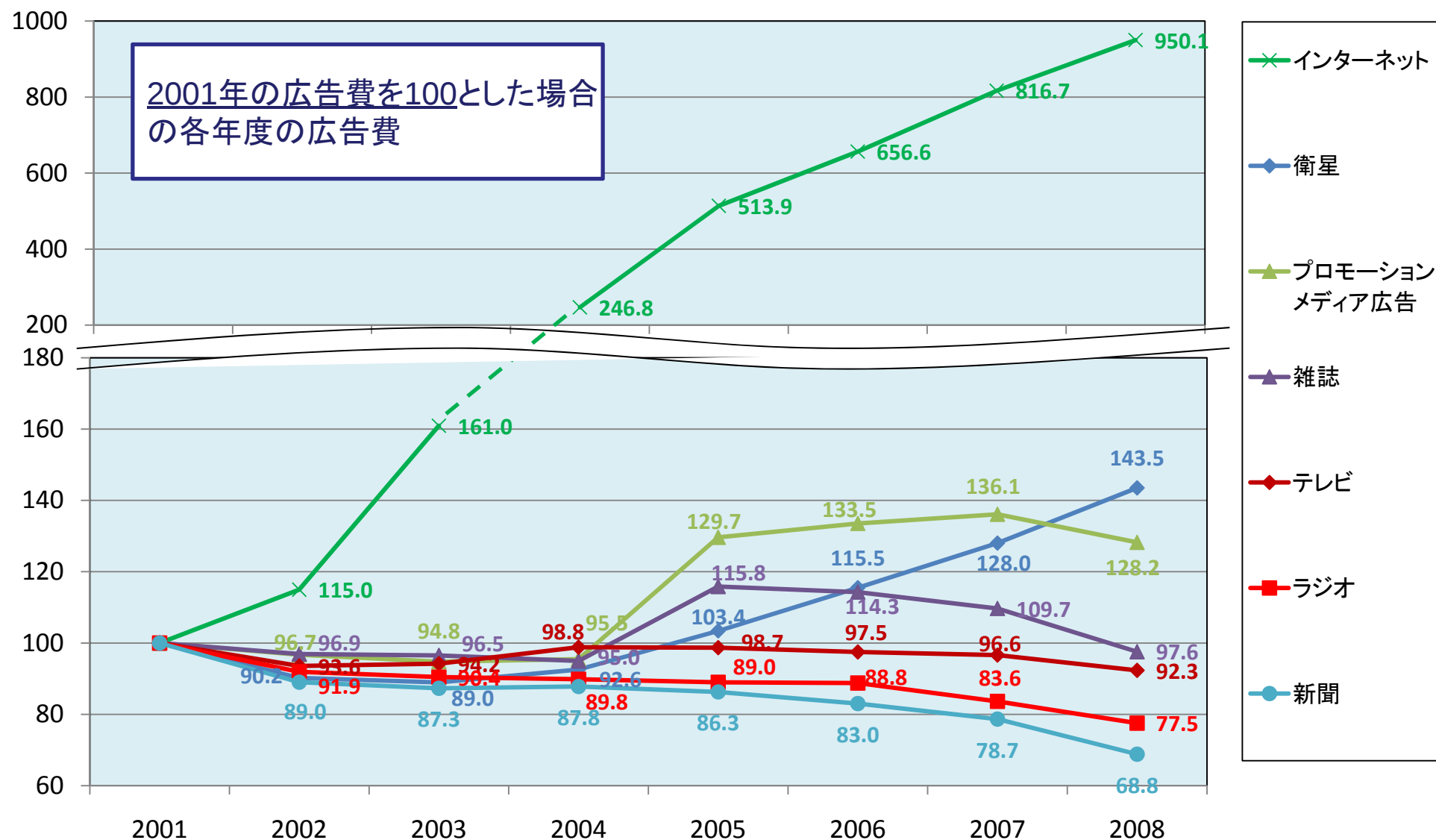
注1 プロモーションメディア広告…DM、フリーペーパー、屋外ビジョン広告などのマス四媒体(テレビ、新聞、雑誌、ラジオ)や衛星メディア関連、インターネット広告以外の広告。(04年まではSP広告)

注2 07年に05年まで遡って推定範囲の改訂を行っており、「雑誌」「インターネット」「プロモーションメディア広告」については、04年と05年は厳密には連続しない。

注3 衛星は衛星放送、CATV、文字放送等に投下された広告費

(出典:『情報メディア白書 2009』(電通総研)及び2008年の『日本の広告費』(電通)より作成)

# 各メディアの広告費の比較(伸び率)



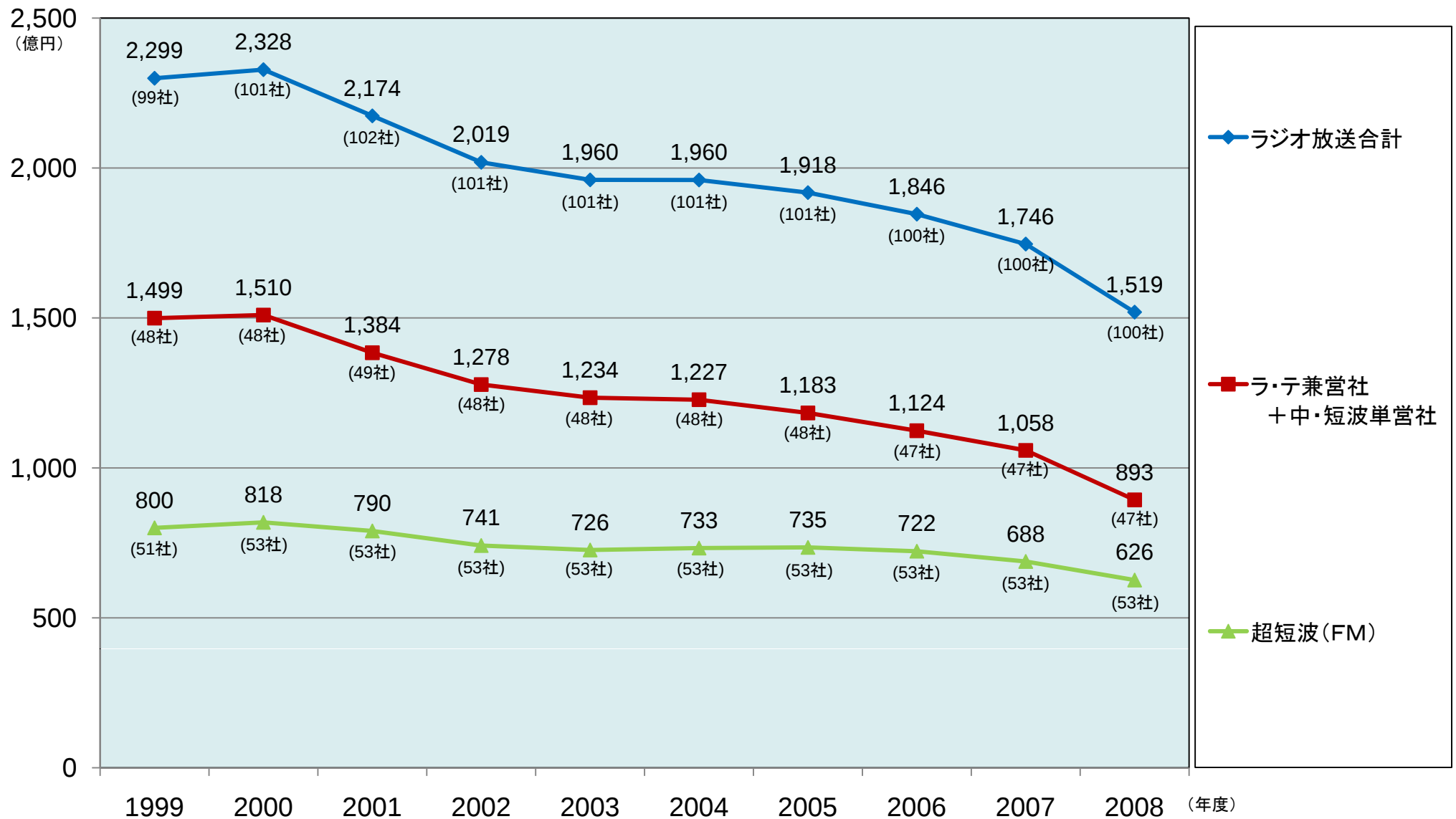
注1 衛星は衛星放送、CATV、文字放送等に投下された広告費

(出典:『情報メディア白書 2009』(電通総研)及び2008年及び2007年の『日本の広告費』(電通)より作成)

注2 プロモーションメディア広告…DM、フリーペーパー、屋外ビジョン広告などのマス四媒体(テレビ、新聞、雑誌、ラジオ)や衛星メディア関連、インターネット広告以外の広告。(04年まではSP広告)

## ラジオ関係

# ラジオ放送事業収入の推移



(注) ラテ兼営局については、ラジオに係る放送事業収入のみ算入している。

(出典: (社)日本民間放送連盟『日本民間放送年鑑』各年より作成)

# ラジオ放送事業者の規模

## ○ 売上高規模別分布(2008年度)

|        | 5億円未満 | 5～10億円 | 10～30億円 | 30～50億円 | 50～70億円 | 70～100億円 | 100～300億円 | 300～500億円 | 500～1000億円 | 1000億円以上 | 計   |
|--------|-------|--------|---------|---------|---------|----------|-----------|-----------|------------|----------|-----|
| 中・短波単営 | —     | 3社     | 6社      | 1社      | —       | 1社       | 2社        | —         | —          | —        | 13社 |
| FM単営   | 17社   | 20社    | 13社     | 1社      | 1社      | —        | 1社        | —         | —          | —        | 53社 |
| ラ・テ兼営  | —     | —      | 1社      | 6社      | 14社     | 5社       | 5社        | 1社        | 2社         | —        | 34社 |
| テレビ単営  | —     | —      | 8社      | 36社     | 18社     | 14社      | 8社        | 2社        | 2社         | 5社       | 93社 |

## ○ 資本金規模別分布(2008年度)

|        | 1億円未満 | 1～3億円 | 3～5億円 | 5～10億円 | 10～20億円 | 20億円以上 | 計   |
|--------|-------|-------|-------|--------|---------|--------|-----|
| 中・短波単営 | —     | 7社    | 5社    | 1社     | —       | —      | 13社 |
| FM単営   | 2社    | 4社    | 15社   | 24社    | 7社      | 1社     | 53社 |
| ラ・テ兼営  | —     | 16社   | 10社   | 3社     | 1社      | 4社     | 34社 |
| テレビ単営  | —     | 5社    | 28社   | 12社    | 20社     | 28社    | 93社 |

## ○ 従業員規模別分布(2008年度)

|        | 50人未満 | 50～100人 | 100～200人 | 200～300人 | 300～500人 | 500～1000人 | 1000人以上 | 計   |
|--------|-------|---------|----------|----------|----------|-----------|---------|-----|
| 中・短波単営 | 4社    | 7社      | 1社       | 1社       | —        | —         | —       | 13社 |
| FM単営   | 51社   | 1社      | 1社       | —        | —        | —         | —       | 53社 |
| ラ・テ兼営  | —     | 1社      | 25社      | 4社       | 2社       | 2社        | —       | 34社 |
| テレビ単営  | 2社    | 40社     | 40社      | 3社       | 2社       | 3社        | 3社      | 93社 |

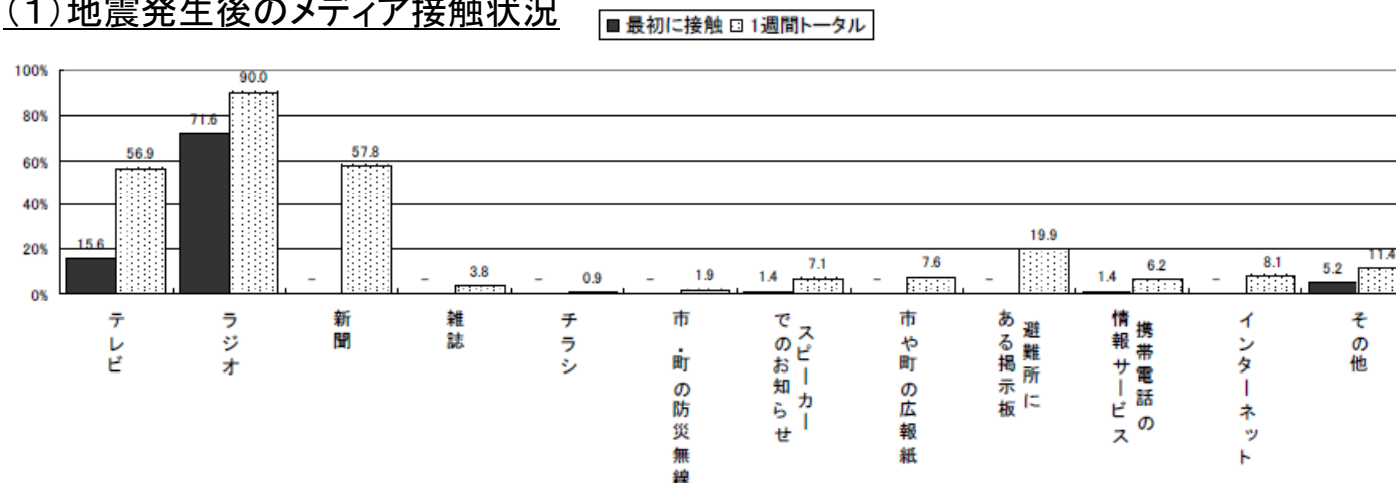
# 災害時等のラジオ

## ○ 放送事業者の義務

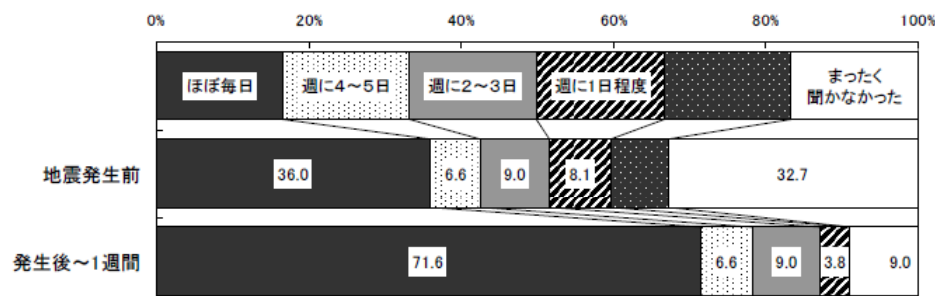
放送事業者は、国内放送を行うに当たり、暴風、豪雨、洪水、地震、大規模な火事その他による災害が発生し、又は発生するおそれがある場合には、その発生を予防し、又はその被害を軽減するために役立つ放送をするようにしなければならない。(放送法第6条の2)

## ○ 災害時のラジオの聴取状況(新潟県中越地震) ※ 在京ラジオ8社によるアンケート調査「災害時のラジオの聞かれ方についての調査」速報より

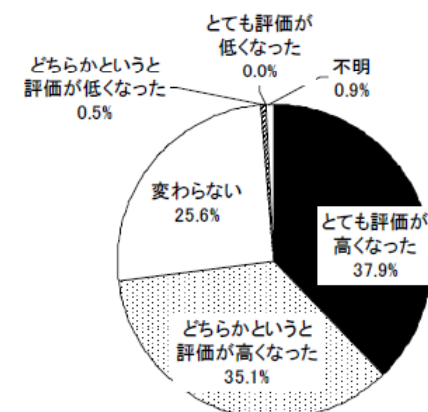
### (1) 地震発生後のメディア接触状況



### (2) 地震発生前後のラジオ聴取頻度



### (3) 地震発生後のラジオに対する評価の変化



# ラジオのローカル放送番組の比率

|             |             | AM    | FM    | (参考)テレビ |
|-------------|-------------|-------|-------|---------|
| NHK<br>(総合) | ローカル放送番組の比率 | 11.8% | 8.5%  | 12.8%   |
|             | うち、ニュース     | 5.2%  | 1.5%  | 3.8%    |
|             | うち、天気予報     | 2.8%  | 1.6%  | 0.3%    |
|             | うち、その他      | 3.9%  | 5.4%  | 8.6%    |
| 民放          | ローカル放送番組の比率 | 48.4% | 43.7% | 14.0%   |
|             | うち、ニュース     | 3.8%  | 1.8%  | 3.8%    |
|             | うち、天気予報     | 1.4%  | 0.9%  | 1.2%    |
|             | うち、その他      | 43.1% | 41.0% | 9.0%    |

※ 「ローカル放送番組の比率」は、平成20年再免許時の資料による。

※ 「ローカル放送番組」は、「出演者、番組内容等からみて、当該放送事業者の存立の基盤足る地域社会向けの放送番組と認められるもの」をいい、自社以外が制作したものも含む。

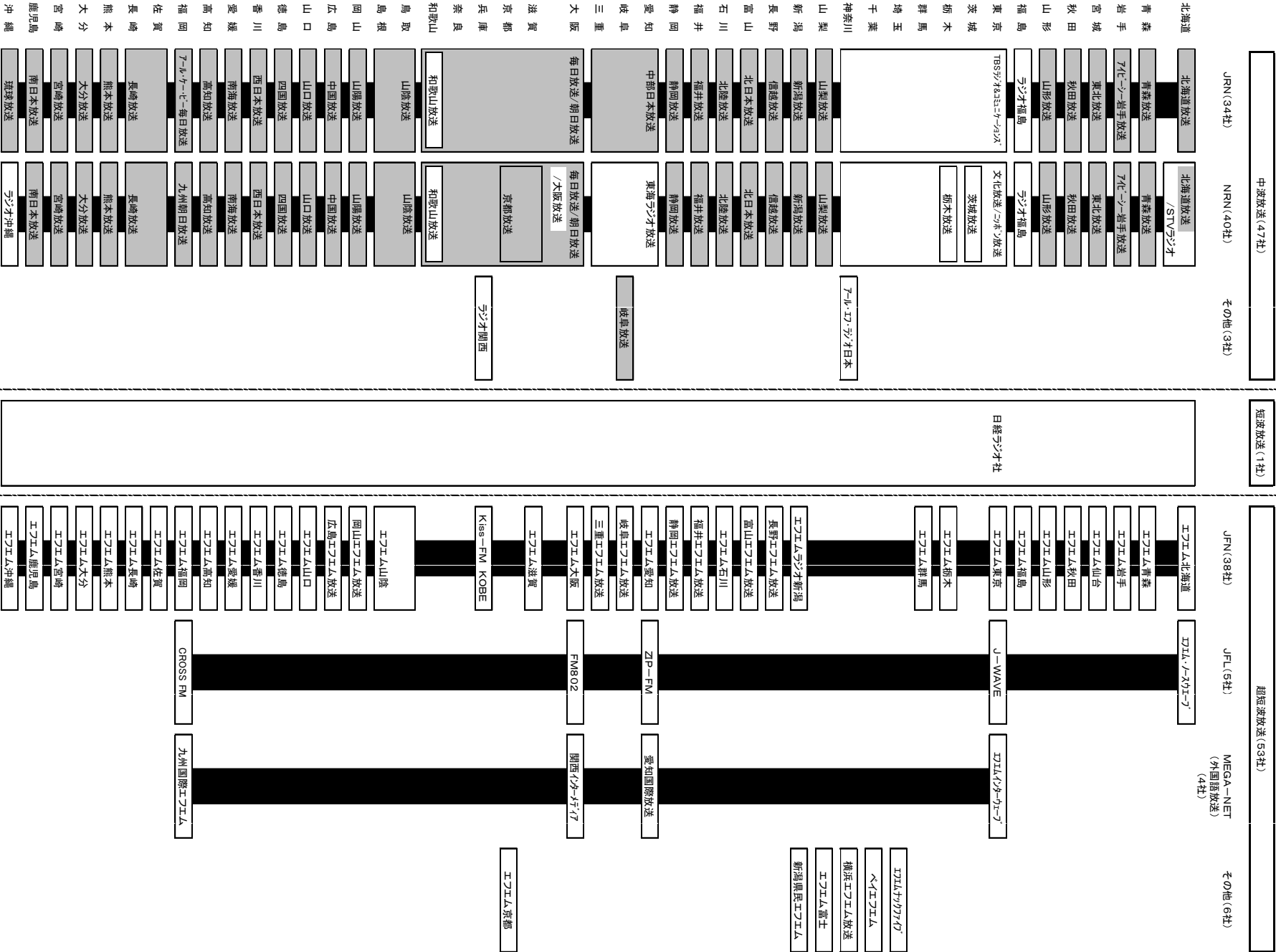
## ラジオ民放の自主制作番組の比率

|                |         | AM    | FM    | (参考)テレビ |
|----------------|---------|-------|-------|---------|
| 自社において制作する放送番組 | ①完全局制作  | 41.0% | 16.1% | 10.2%   |
|                | ②制作会社協力 | 6.6%  | 13.0% | 3.1%    |
|                | ③共同制作   | 0.6%  | 0.3%  | 0.7%    |
|                | ④制作委託   | 6.2%  | 24.7% | 1.7%    |
|                | ⑤再放送    | 0.2%  | 0.2%  | 1.1%    |
| 他から供給を受ける放送番組  |         | 45.4% | 46.4% | 82.9%   |

※ 平成20年再免許時の資料より作成。

地上系一般放送事業者の番組系列(中波・短波・超短波放送)

平成20年7月1日現在



ネットワーク図

テレビジョン放送兼営社(34社)

# ラジオ事業者の放送局運用状況

|      |             | 民放         | NHK        |      | 学園 | 合計     |
|------|-------------|------------|------------|------|----|--------|
| 音声放送 | 中 波<br>(※1) | 47社 261局   | 第 1        | 228局 | —  | 630局   |
|      |             |            | 第 2        | 141局 |    |        |
|      |             |            | 計          | 369局 |    |        |
|      | 短 波         | 1社 2局      | (国際放送用) 2局 |      | —  | 4局     |
|      | 超短波<br>(FM) | 県域・外国語放送   | 53社        | 284局 | 2局 | 1,036局 |
|      |             | コミュニティ(※2) | 225社       | 225局 |    |        |
|      |             | 計          | 278社       | 509局 |    |        |
|      | 計           | 326社 772局  | 896局       |      | 2局 | 1,670局 |

(参考)

|           |                                  |     |        |    |         |
|-----------|----------------------------------|-----|--------|----|---------|
| アナログテレビ放送 | 127社 8,090局<br>(うちVHF48社、UHF79社) | 総 合 | 3,347局 | 2局 | 14,707局 |
|           |                                  | 教 育 | 3,268局 |    |         |
|           |                                  | 計   | 6,615局 |    |         |
| デジタルテレビ放送 | 127社 2,867局                      | 総 合 | 768局   | 2局 | 4,430局  |
|           |                                  | 教 育 | 775局   |    |         |
|           |                                  | 計   | 1,561局 |    |         |

※1 混信対策FM局を除く。 ※2 コミュニティの局数は親局のみ。

出典：(社)日本民間放送連盟『民放便覧2009/2010』より作成(2009年4月1日現在)。

## ラジオ視聴時間(週平均・1日あたり)

|             |       | H16    | H17    | H18    | H19    | H20    | H21    |
|-------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ラジオ         | NHK計  | 14分    | 14分    | 13分    | 11分    | 13分    | 15分    |
|             | 民放計   | 24分    | 23分    | 21分    | 22分    | 20分    | 21分    |
|             | 総計    | 38分    | 37分    | 34分    | 33分    | 33分    | 36分    |
| (参考)<br>テレビ | NHK総計 | 1時間7分  | 57分    | 1時間    | 57分    | 59分    | 57分    |
|             | 民放総計  | 2時間48分 | 2時間46分 | 2時間43分 | 2時間41分 | 2時間46分 | 2時間46分 |
|             | 総計    | 3時間55分 | 3時間43分 | 3時間43分 | 3時間38分 | 3時間45分 | 3時間43分 |

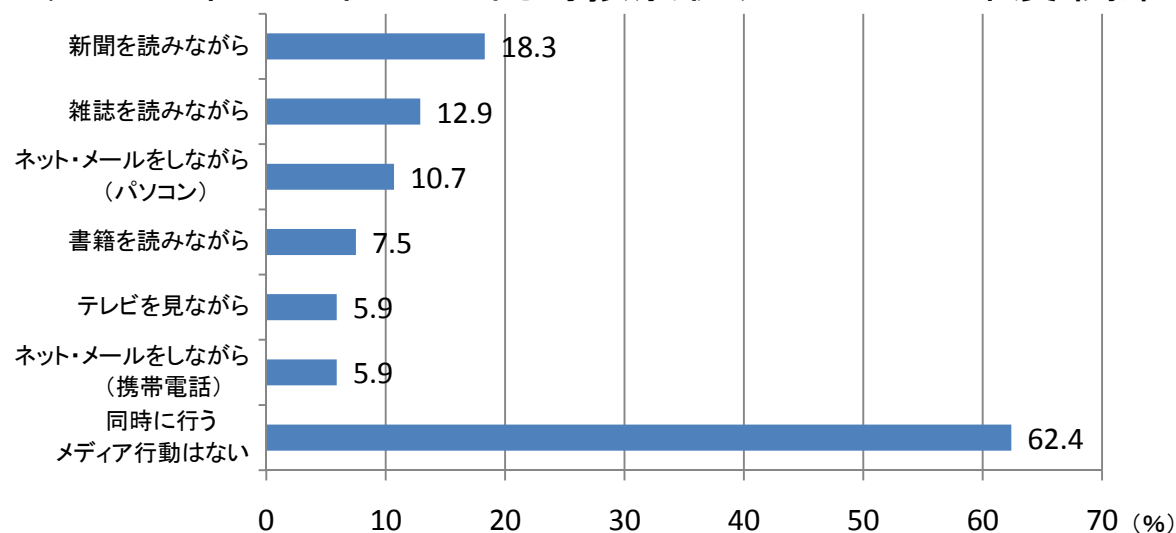
(NHK放送文化研究所「全国個人視聴率調査の結果(各年6月調査)」より作成)

# ラジオの聴取場所等について

## ○ ラジオの聴取場所 <2008年度/関東地区>

|    |        | 自宅     | 職場・学校  | 電車の中  | 車の中    | その他   | 不明    |
|----|--------|--------|--------|-------|--------|-------|-------|
| 男性 | 10～19歳 | 89.3 % | —      | —     | 7.1 %  | —     | 3.6 % |
|    | 20～34歳 | 25.0 % | 10.6 % | 1.5 % | 58.3 % | 4.6 % | —     |
|    | 35～49歳 | 19.3 % | 10.9 % | 2.5 % | 65.8 % | 1.5 % | —     |
|    | 50歳以上  | 38.6 % | 12.9 % | 2.6 % | 40.8 % | 4.7 % | 0.4 % |
| 女性 | 10～19歳 | 87.9 % | —      | 3.0 % | 9.1 %  | —     | —     |
|    | 20～34歳 | 43.2 % | 3.6 %  | —     | 53.2 % | —     | —     |
|    | 35～49歳 | 35.7 % | 2.8 %  | —     | 59.4 % | 1.4 % | 0.7 % |
|    | 50歳以上  | 69.2 % | 5.8 %  | 0.5 % | 22.6 % | 1.9 % | —     |

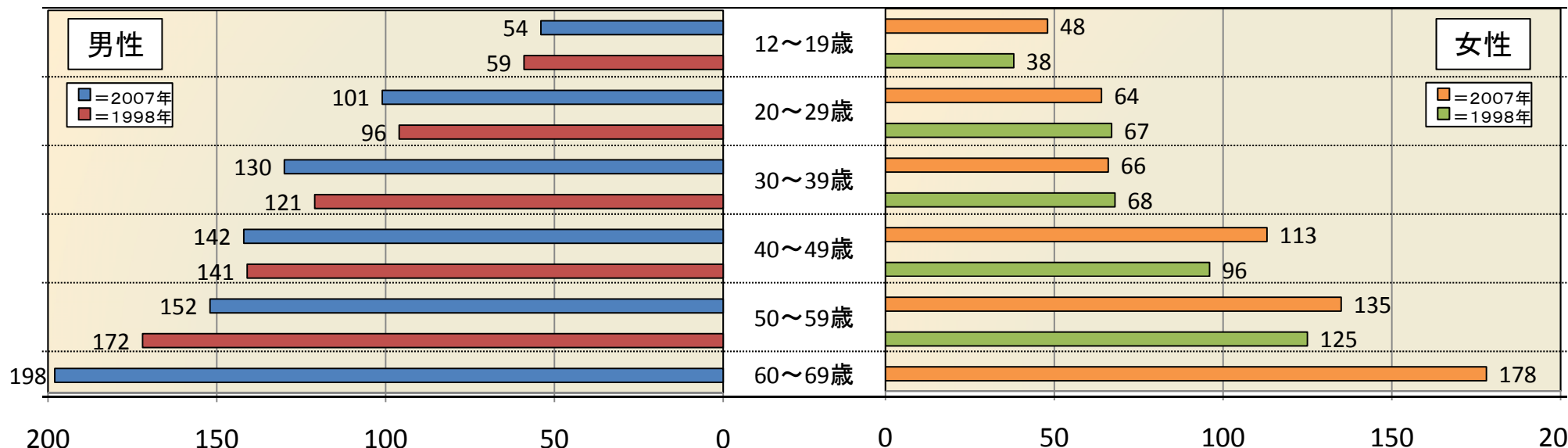
## ○ ラジオと他メディアとの同時接触状況 <2008年度/関東地区/10～69歳男女個人>



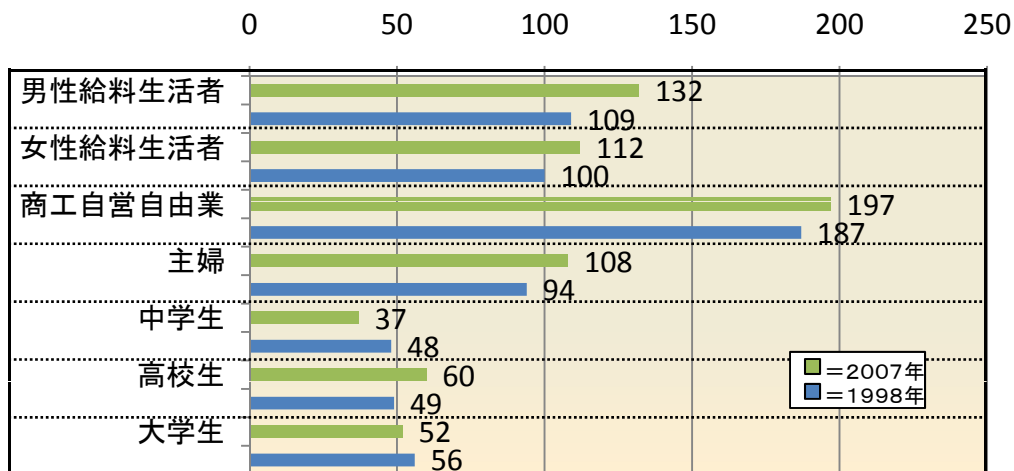
出典：両資料とも(株)ビデオリサーチ『MCR(関東地区)2008』を  
基に電通総研作成資料を引用

# ラジオの聴取時間について(性別、年齢別、職業別)

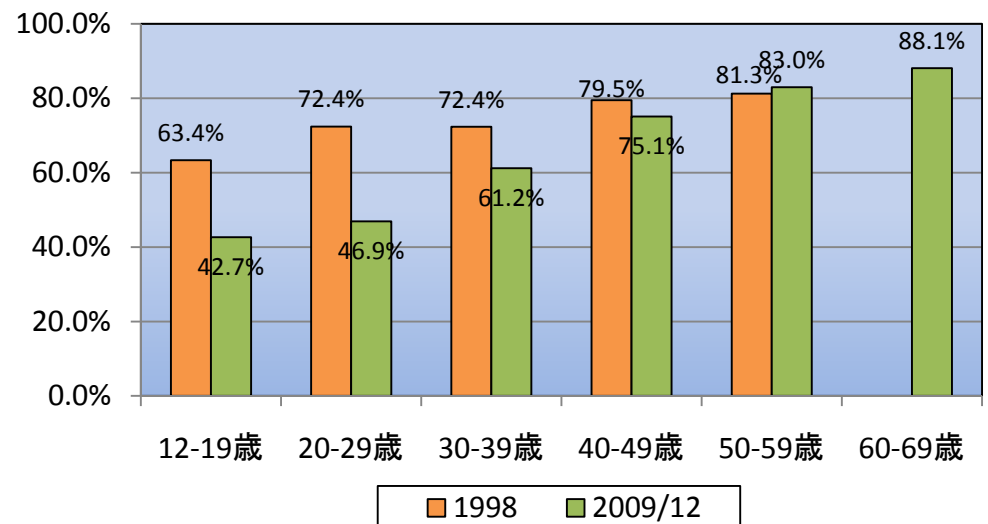
○ 性別、年齢別の1日あたり平均のラジオ聴取時間(単位:分) <2007/首都圏>と<1998>の比較



○ 職業別の1日あたり平均のラジオ聴取時間(単位:分) <2007/首都圏>と<1998>の比較



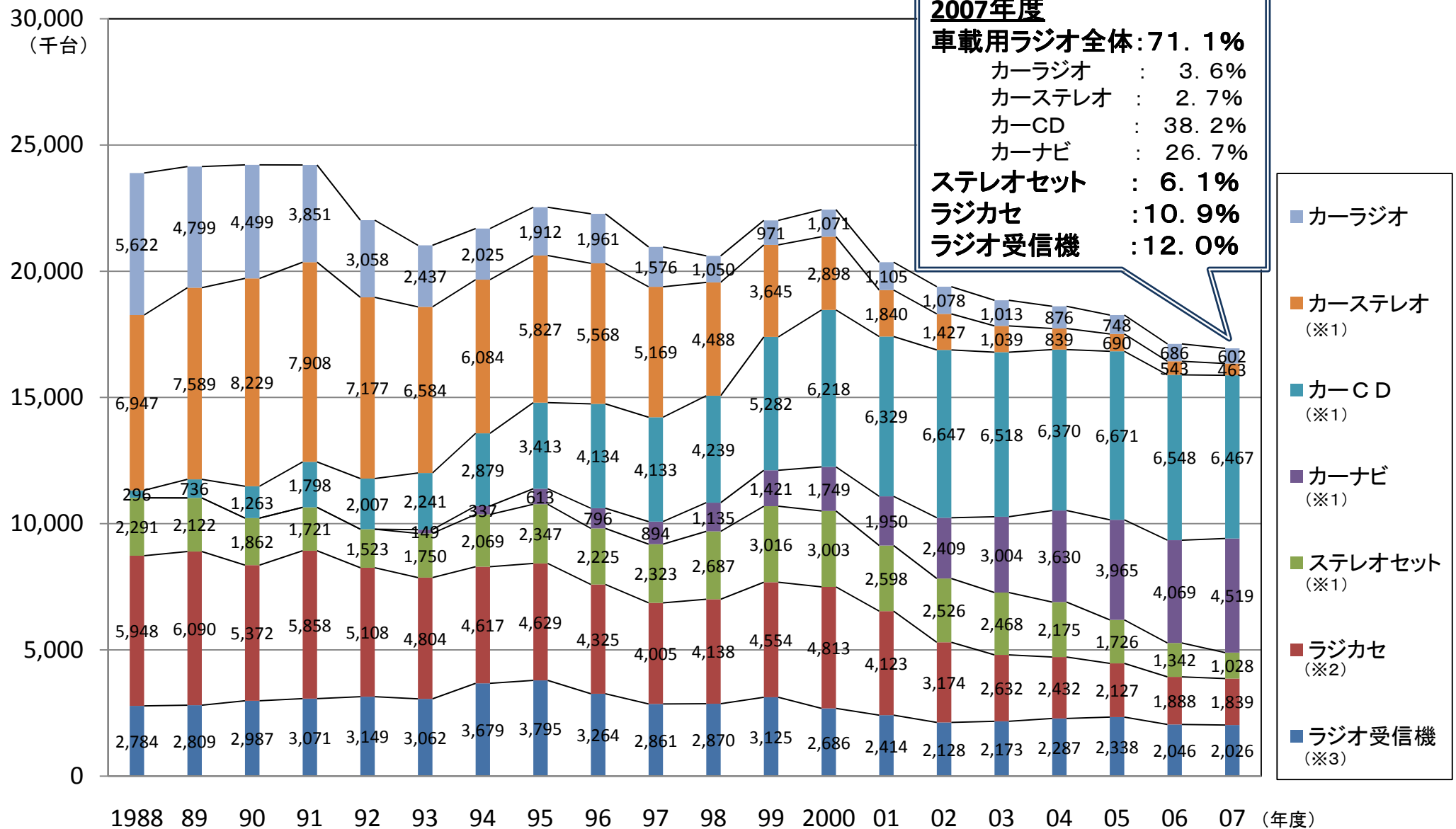
○ ラジオ到達率の比較 <2009/首都圏/12月>と<1998>の比較



※ 聴取時間とは、ラジオ接触者の1人1日あたりの聴取分数。ラジオ到達率とは、1週間に5分以上ラジオを聞いた人の割合。また、本資料のラジオ到達率については、元データの男女のそれぞれの数字の平均することを出している。

(出典: ㈱ビデオリサーチ『ラジオ年報』各年より作成の電通総研「情報メディア白書」各年及び ㈱ビデオリサーチ「2009年12月度首都圏ラジオ調査」より作成)

# ラジオの国内出荷台数の推移



## ラジオ以外の音声メディア機器等の出荷台数

(千台)

|                         | 2003   | 2004   | 2005   | 2006   | 2007   |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| CDプレーヤ                  | 1,722  | 1,305  | 770    | 744    | 647    |
| デジタルオーディオプレーヤ           | —      | —      | 6,114  | 6,484  | 6,190  |
| テレビ <sup>(※1)</sup>     | 8,769  | 8,817  | 8,407  | 8,246  | 9,274  |
| DVDプレーヤ <sup>(※2)</sup> | 5,382  | 7,573  | 6,955  | 5,737  | 5,600  |
| パソコン <sup>(※3)</sup>    | 10,578 | 11,765 | 12,860 | 12,089 | 9,301  |
| 携帯電話                    | 49,843 | 44,088 | 46,923 | 47,120 | 49,549 |
| (参考)ラジオ受信機              | 2,173  | 2,287  | 2,338  | 2,046  | 2,026  |

※1 CRT(ブラウン管)、液晶、PDP(プラズマ)のカラーテレビの合計。

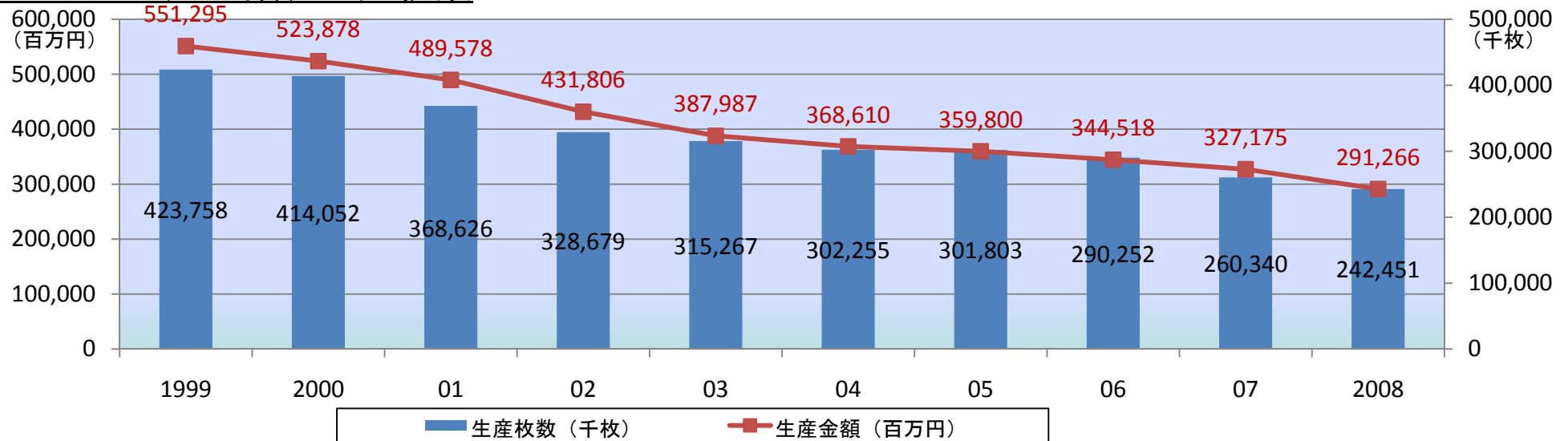
※2 ポータブル、据置型、録再機、再生機の合計。

※3 ノート型、デスクトップ型の合計。

(出典: JEITA『2008民生用電子機器国内出荷データ集』を基に作成)

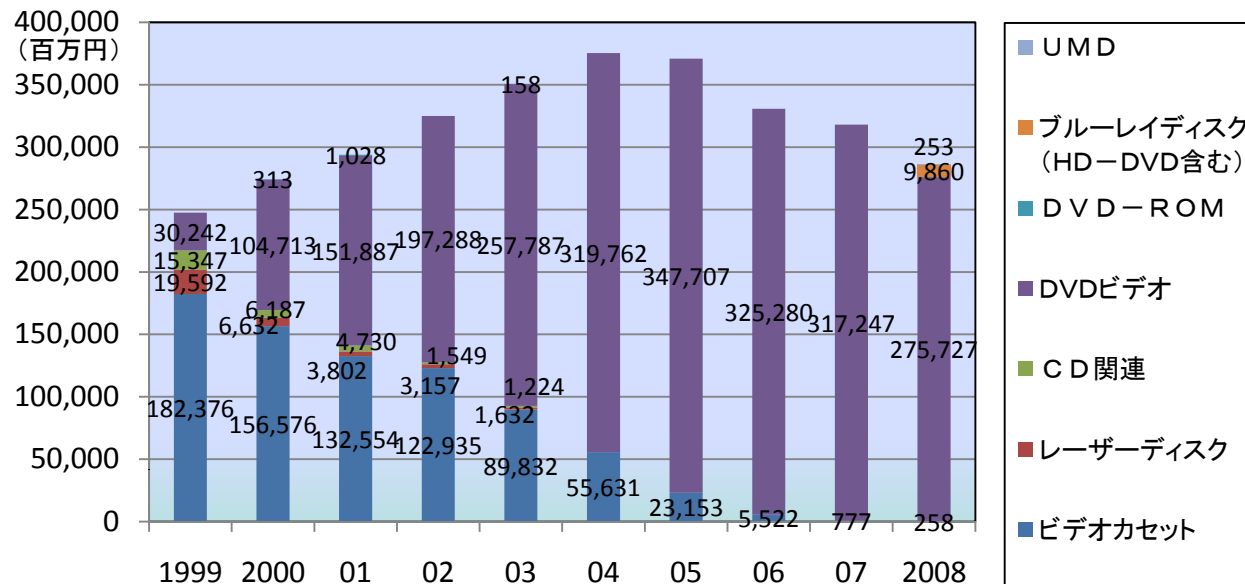
# パッケージメディアの状況

## ○ CD生産金額、生産枚数

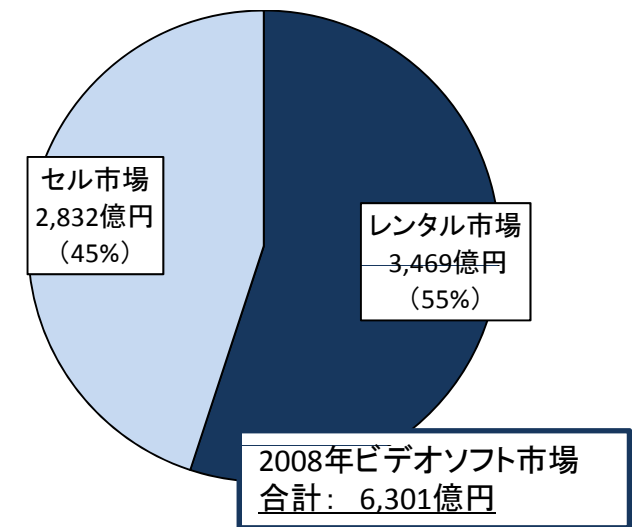


(出典: (社)日本レコード協会の統計資料を基に作成)

## ○ ビデオソフト売上金額



## ○ ユーザーが購入とレンタルに費やす総額の比較



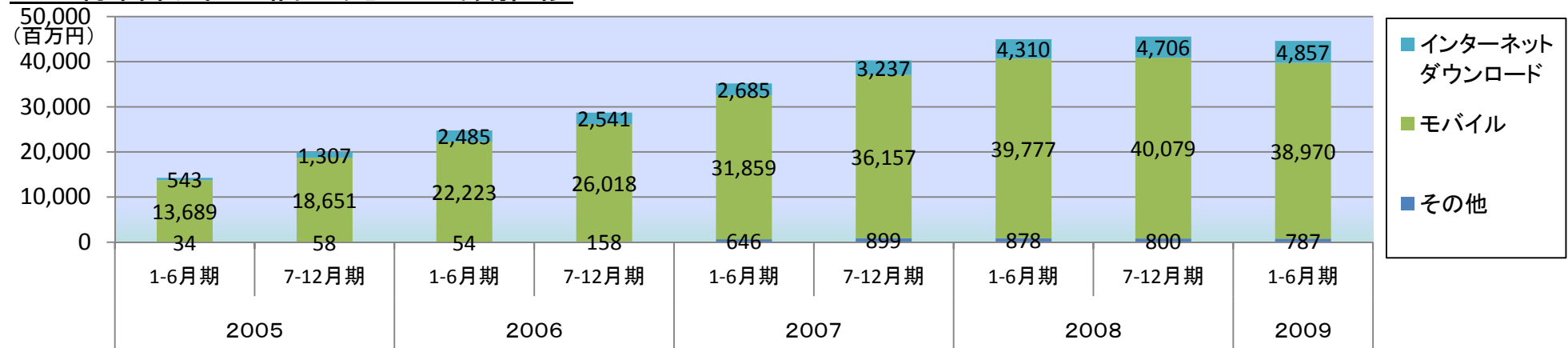
※ CD関連とは、CD-G、CD-ROM、CD-I 等、主にカラオケなどのコンテンツが記録されたCD規格のもの。DVD-ROMとは、主にプレイステーション2などのゲーム機対応のソフト。UMDとは、プレイステーションポータブル用のソフト。

出典: (社)日本映像ソフト協会「ビデオソフトの売上金額の推移表」及び「2008年のビデオソフト市場規模の推計」より作成

# パッケージメディアの状況

## ○ 有料音楽配信の売上金額推移

(出典：(社)日本レコード協会の「有料配信売上実績」各年を基に作成)



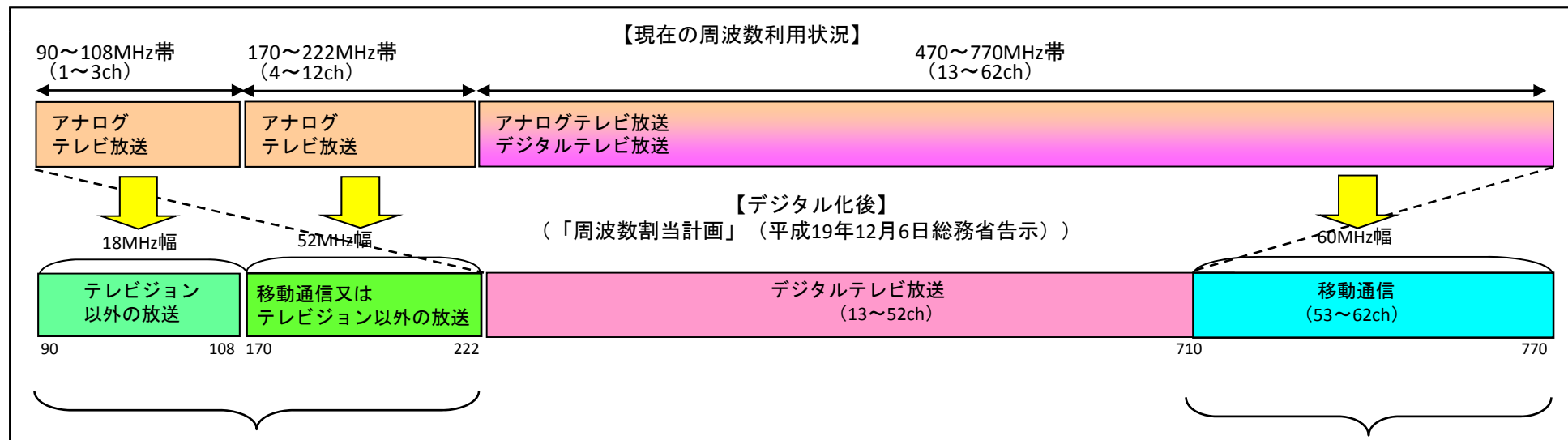
## ○ 2009年1－6月期の販売数量、販売金額

| 形態            |                   | 数量（千回）  | 前年同期比  | 金額（百万円） | 前年同期比  | 構成割合   |
|---------------|-------------------|---------|--------|---------|--------|--------|
| インターネットダウンロード | シングル              | 20,740  | 112.3% | 3,165   | 112.0% | 7.1%   |
|               | アルバム              | 1,200   | 114.3% | 1,437   | 112.5% | 3.2%   |
|               | 音楽ビデオ             | 822     | 111.7% | 255     | 122.6% | 0.6%   |
|               | その他               | 0       | 0.0%   | 0       | 0.0%   | 0.0%   |
|               | 合計                | 22,762  | 112.4% | 4,857   | 112.7% | 10.9%  |
| モバイル          | Ringtunes(※)      | 81,072  | 83.9%  | 8,571   | 78.7%  | 19.2%  |
|               | Ringback tunes(※) | 55,472  | 119.3% | 4,797   | 124.0% | 10.8%  |
|               | シングルトラック(※)       | 69,407  | 98.2%  | 23,817  | 102.0% | 53.4%  |
|               | 音楽ビデオ             | 4,003   | 86.4%  | 1,419   | 104.3% | 3.2%   |
|               | その他               | 982     | 91.8%  | 368     | 121.5% | 0.8%   |
|               | 合計                | 210,937 | 96.1%  | 38,970  | 98.0%  | 87.3%  |
| その他           |                   | 30      | 428.6% | 787     | 89.6%  | 1.8%   |
| 総合計           |                   | 233,729 | 97.5%  | 44,614  | 99.2%  | 100.0% |

※ Ringtunesは楽曲の一部を提供しているもの(ex.「着うた」等)、Ringback tunesは電話の掛け手が聞かための音楽を提供しているもの(ex.「メロディーコール」等)、シングルトラックは楽曲の全体を提供しているもの(ex.「着うたフル」等)。なお、itunesについては、インターネットダウンロードの項に計上されている。

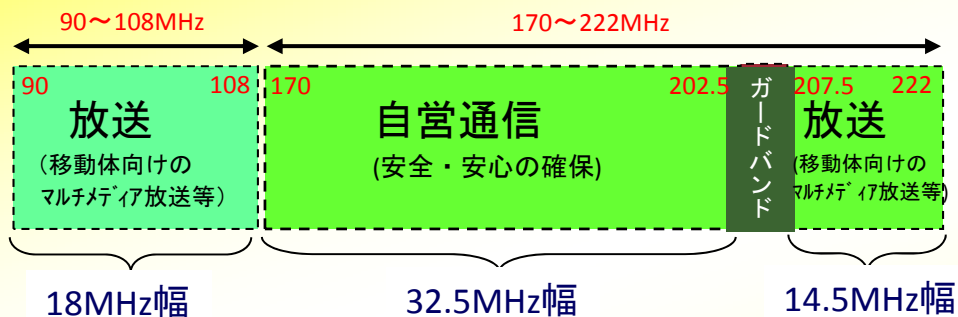
# 携帯端末向けマルチメディア放送関係

# デジタル移行完了後の空き周波数の有効利用について



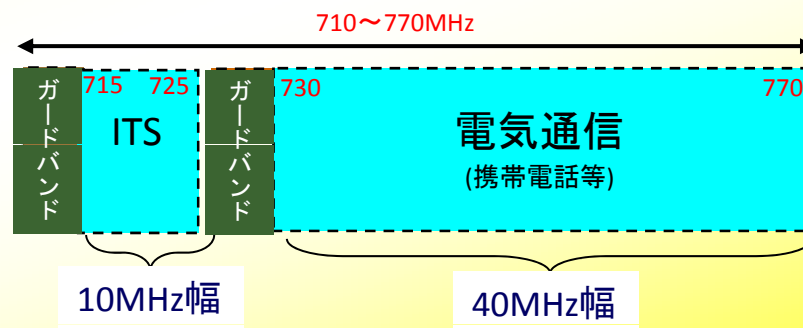
『「電波の有効利用のための技術的条件」のうち「VHF/UHF帯における電波の有効利用のための技術的条件」に対する一部答申』  
(平成19年6月27日 情報通信審議会答申)

## VHF帯【2011年7月25日から使用可能】



注：ガードバンドは、いずれも5MHz幅。

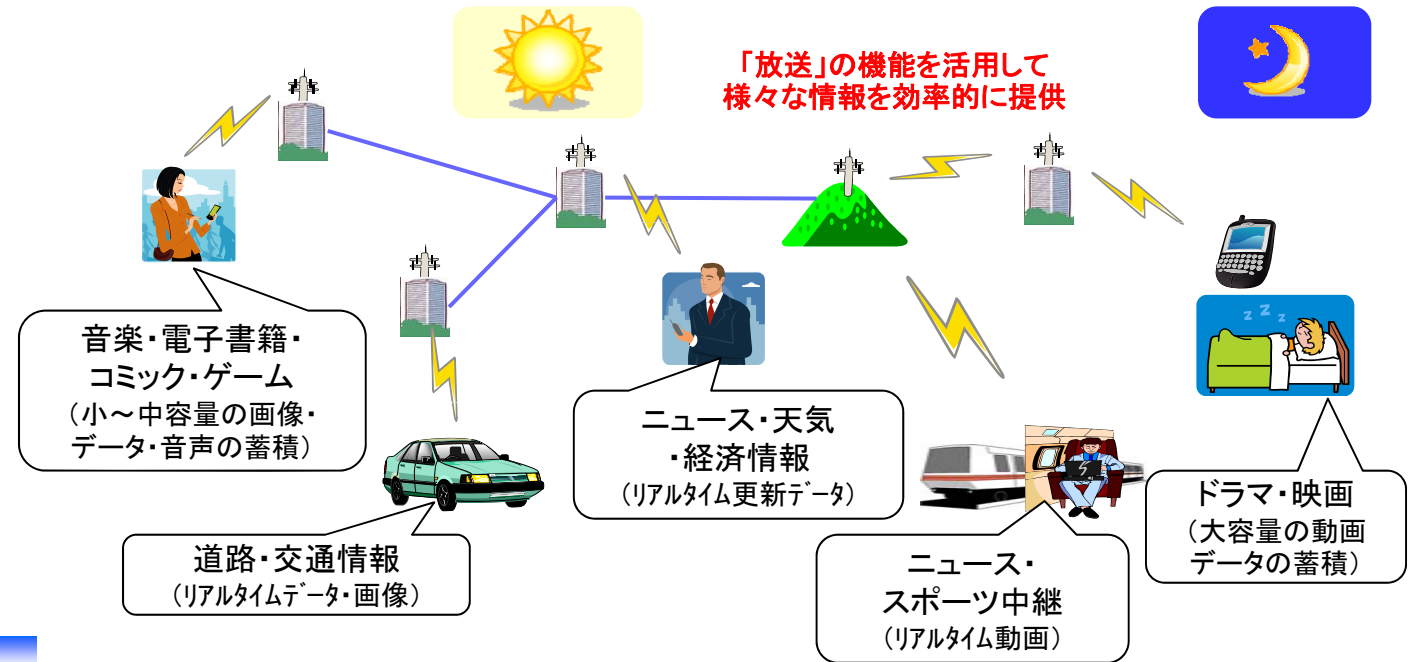
## UHF帯【2012年7月25日から使用可能】



# 携帯端末向けマルチメディア放送のイメージ

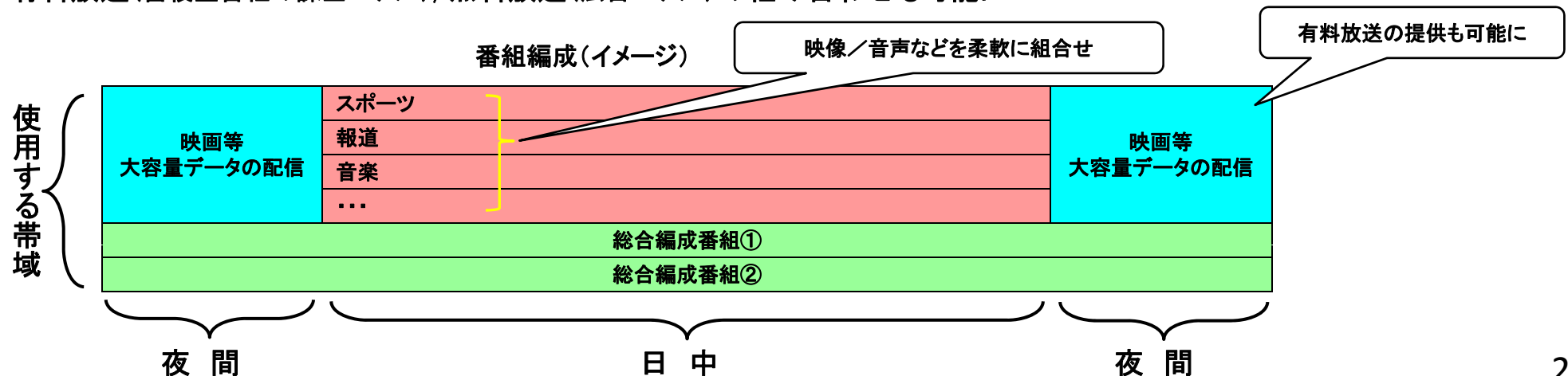
## ①受信端末のイメージ

- ・携帯電話端末
- ・モバイルパソコン
- ・カーナビ
- ・ゲーム機
- ・携帯音楽プレイヤー 等



## ②放送番組内容のイメージ

- ・時間帯やコンテンツの容量によって、画像/音声/データなど多様な情報の柔軟な組み合わせを可能に
- ・有料放送(蓄積型番組の課金モデル)/無料放送(広告モデル)の組み合わせも可能に



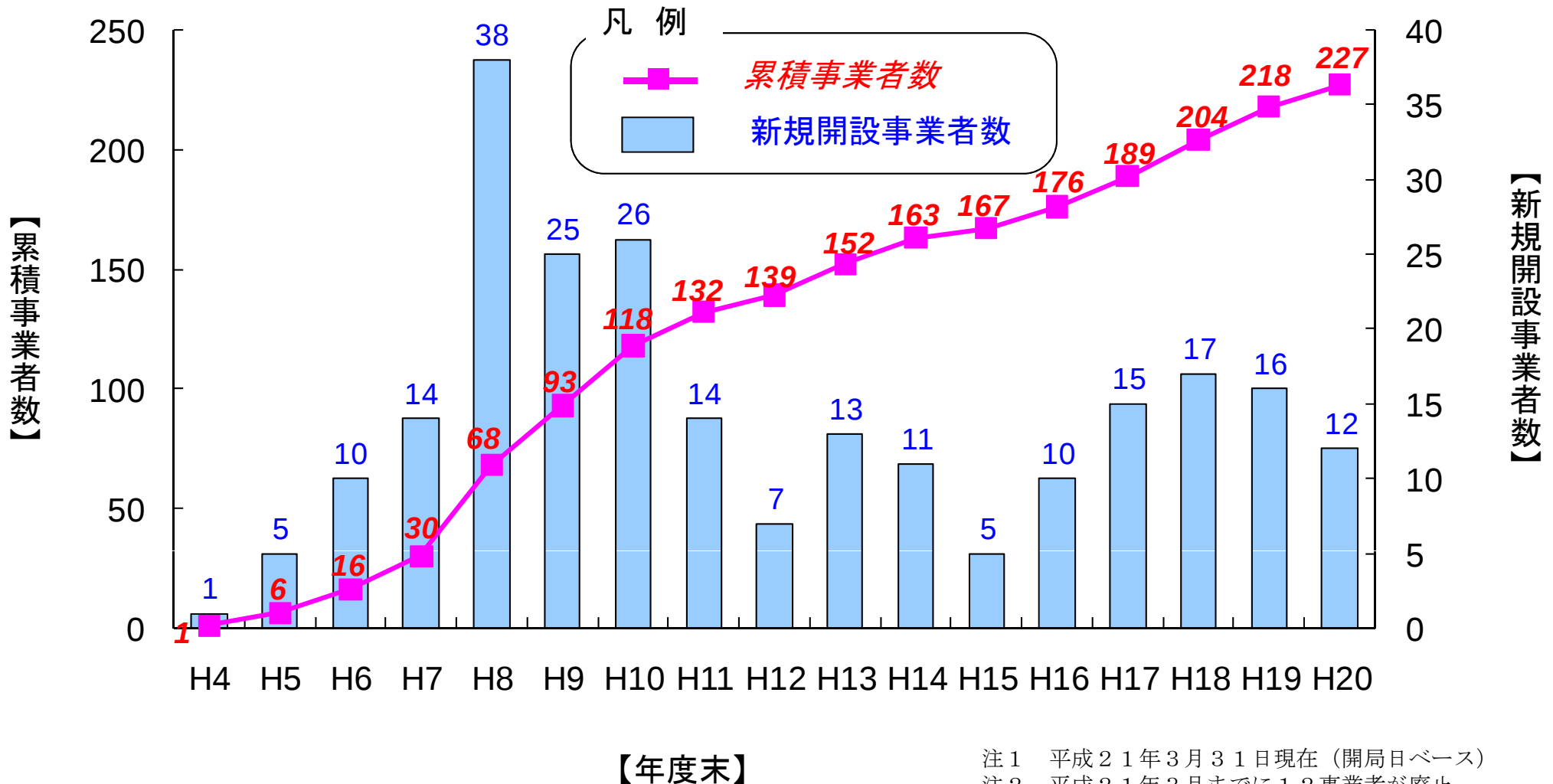
# コミュニティFM関係

## コミュニティ放送の主な沿革と経緯

| 年 月            | 事 項                   |
|----------------|-----------------------|
| 1992（平成 4）年 1月 | 制度創設                  |
| 同年12月          | 初のコミュニティ放送局が開局        |
| 1994（平成 6）年 5月 | 1地域1社制限の緩和、初の業界団体が設立  |
| 同年 6月          | 免許処理の迅速化、免許申請の簡素化     |
| 同年10月          | コミュニティ放送局が10局突破       |
| 1995（平成 7）年 3月 | 空中線電力の上限値を1Wから10Wへ緩和  |
| 同年 4月          | 定期検査実施周期を1年から5年へ延長    |
| 同年 6月          | 市町村出資比率制限の撤廃          |
| 1998（平成10）年10月 | コミュニティ放送局が100局突破      |
| 1999（平成11）年 3月 | 空中線電力の上限値を10Wから20Wへ緩和 |
| 2006（平成18）年12月 | コミュニティ放送局が200局突破      |

# コミュニティ放送局の普及

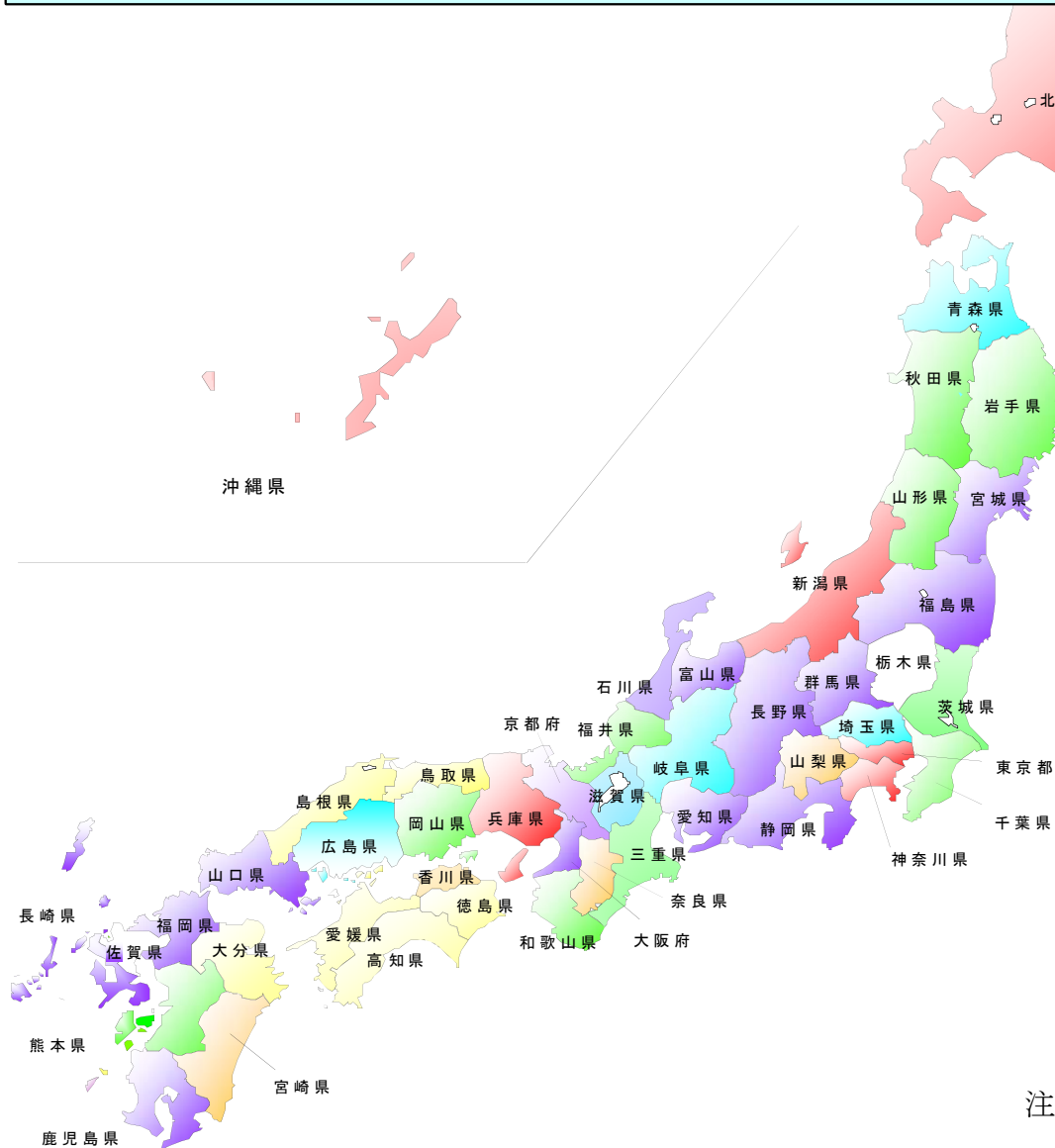
- 平成4年度以降、数次の規制緩和や大規模災害の発生等に併せて、順調に全国へ普及。
- 経済情勢等に応じて新規開設数は大きく変動しているものの、近年は毎年コンスタントに10局強が開設。



# コミュニティ放送局の普及状況



平成21年3月31日現在、45都道府県で227局が開局・運用中。



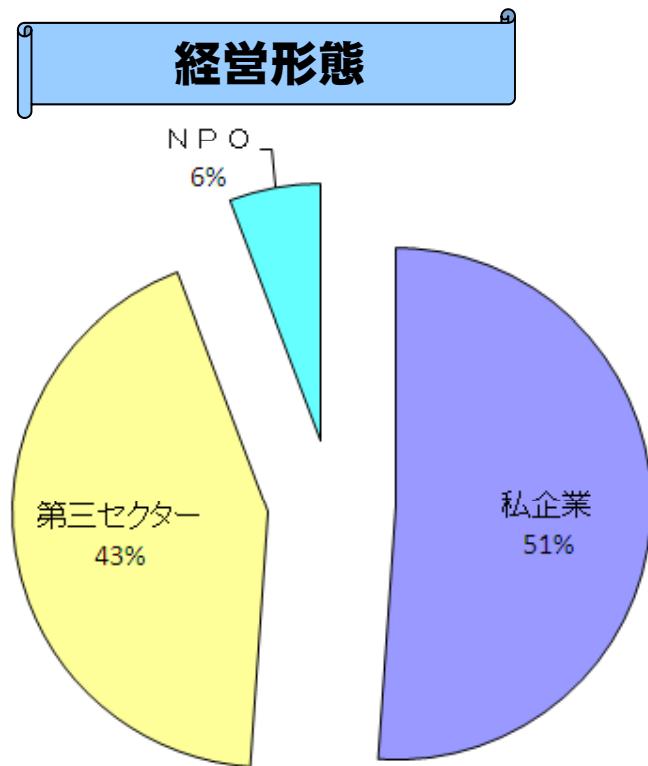
## 凡 例

|                                                                                               |          |          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| <span style="display:inline-block; width:20px; height:15px; background-color:red;"></span>    | 開局数10局以上 | 【 6 都道県】 |
| <span style="display:inline-block; width:20px; height:15px; background-color:purple;"></span> | 同5～9局    | 【14 府県】  |
| <span style="display:inline-block; width:20px; height:15px; background-color:cyan;"></span>   | 同4局      | 【 5 県】   |
| <span style="display:inline-block; width:20px; height:15px; background-color:green;"></span>  | 同3局      | 【11 県】   |
| <span style="display:inline-block; width:20px; height:15px; background-color:orange;"></span> | 同2局      | 【 4 県】   |
| <span style="display:inline-block; width:20px; height:15px; background-color:yellow;"></span> | 同1局      | 【 6 県】   |

注 平成21年3月31日現在の各都道府県における開局状況

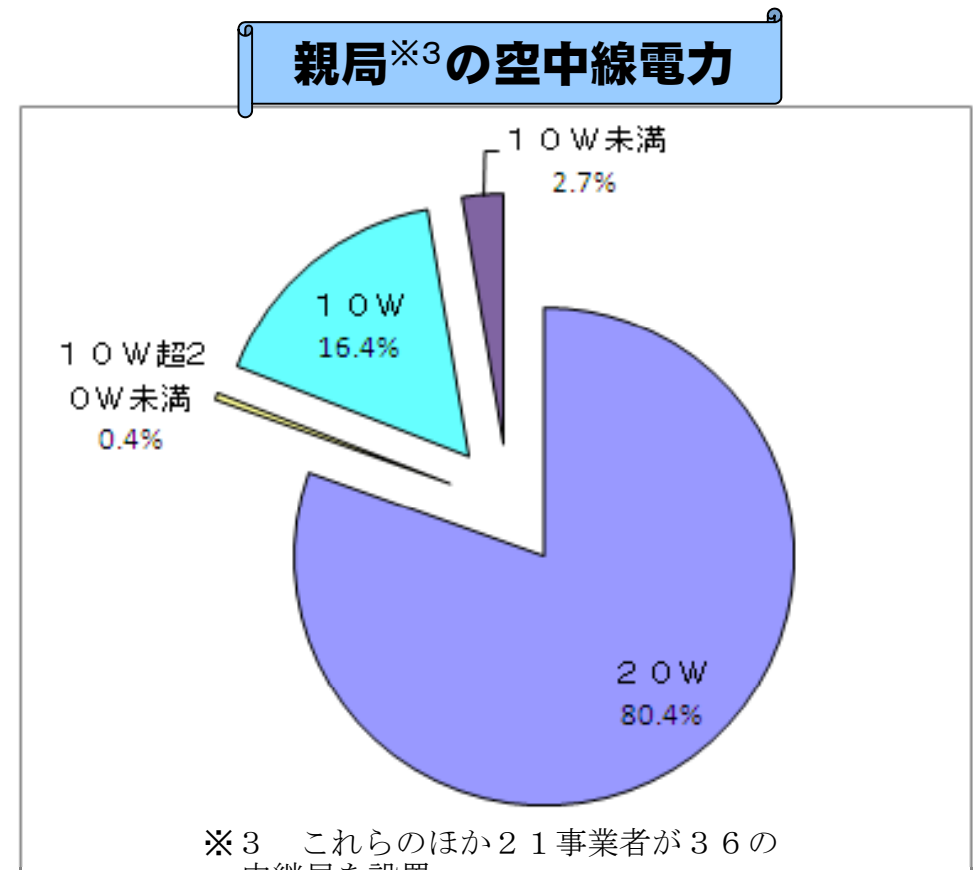
## コミュニティ放送局(全国平均)(1/2)

- ✚ コミュニティ放送局は、経営やネットワークの形態、規模も様々。
- ✚ 最近は、NPO(特定非営利活動法人)による設立も多い。



※1 地方公共団体が1%以上の出資又は出えんを行っている民法法人及び商法法人

※2 特定非営利活動促進法(平成十年三月二十五日法律第七号)に基づき設立された法人



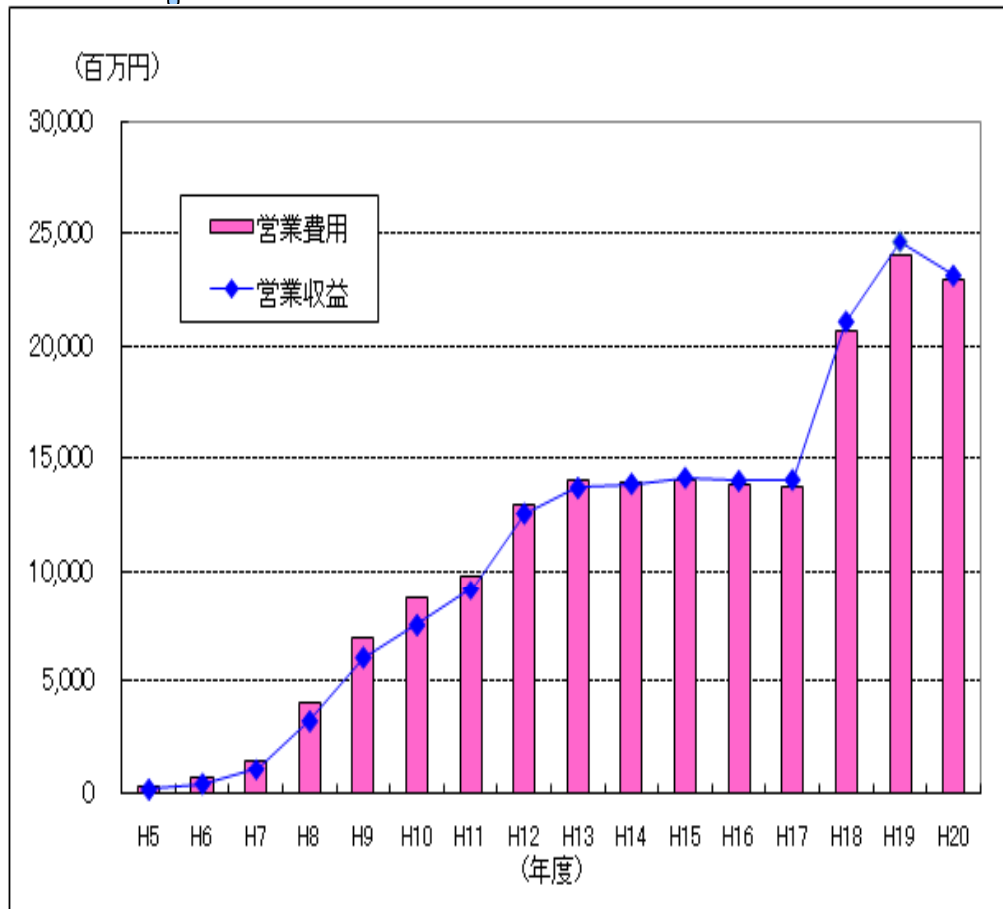
※3 これらのほか21事業者が36の中継局を設置

注 平成21年3月31日現在における225事業者の状況

# コミュニティ放送局の経営状況

20年度のコミュニティ放送事業者の営業収益は減収、営業費用はここ数年増加傾向に推移していたが減少。営業損益、経常損益が減少、当期損益がマイナスとなった。

## 営業費用及び営業収益の推移



## 営業利益、経常利益及び当期利益の推移

