

# 株式会社毎日放送 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」  
毎日放送資料

---

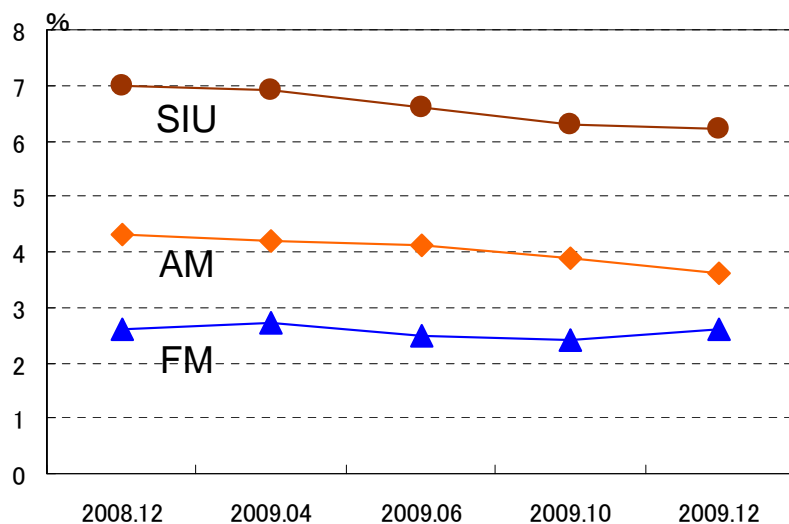
---

2010年4月16日  
株式会社毎日放送

# 毎日放送のラジオ事業

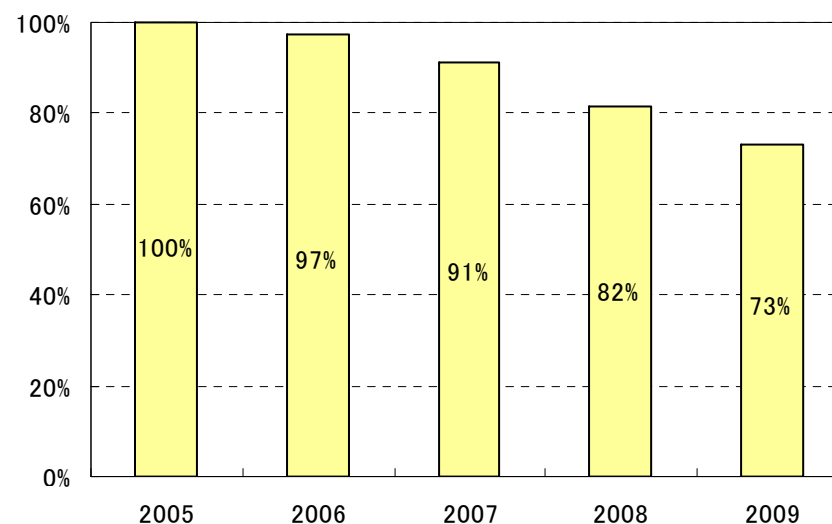
- 1951年9月1日、日本最初の民放ラジオ局として大阪で開局
- 以来、創業時のパイオニア精神を持って放送事業に取り組み、来年60周年を迎える
- 自社編成率は92%（2010年4月編成）

関西ラジオ圏調査(5~29時)



在阪局のSIU低下は特にAM局の減少  
FM局は大きな減少は見られない

MBSラジオ営業収入推移



2005年度を100として比較  
ラジオ広告費の減少傾向が顕著

# 中波ラジオの課題

## 聴取環境の問題

- ・都市部の受信環境悪化によるラジオ離れが進んでいるのではないか
- ・ビル陰、高架下、ビル・マンション屋内での難聴取、電化製品による雑音などの対策が困難

## コンテンツの課題

- ・デジタル時代の音声コンテンツは高音質、ステレオが当たり前だが、AMはモノラル放送で雑音問題を抱える中、ラジオ離れを防ぐための若者層への訴求番組にも注力

## 受信機の問題

- ・チューニングが必要なメディアが敬遠されつつあるのではないか
- ・デジタルAV機器全盛の中で、アナログ受信機の発売や普及が将来も担保されるか、大きな不安材料

## 送信設備更新問題

- ・中波の送信設備更新時期には設備一式及び代替地取得等で数十億円必要
- ・4～5年先の話ではないが、この先避けて通れない重大な経営問題

# ラジオ事業のメディア戦略

大きな課題を抱えていながら、ラジオ事業はまだまだ可能性を期待  
昨今の難局を乗り越えるため、様々なメディアでの取り組み実施

## Webラジオ

- ・MBSのホームページ上で、権利クリアできた番組を、オンデマンド方式やポッドキャスト方式で公開
- ・国内だけでなく、海外の在留邦人のリスナーにも好評

## IPサイマルラジオ

- ・2007年から大阪独自で有線ラジオ放送法に則ったIPv6マルチキャスト方式のIPラジオ再送信実験を実施
- ・その好結果を経て、2010年3月15日に東阪13社と電通でIPサイマルラジオ配信を開始し、予想を超える好反響
- ・アクセス数増加の対応には経費増が必須、遅延問題もあり、放送波の優位性を再認識

## デジタルラジオ

- ・2003年10月よりデジタルラジオ推進協会(DRP)で、東京・大阪での実用化試験放送を実施
- ・アナログテレビ終了後の跡地で、デジタル音声放送の帯域確保を想定
- ・新たなデジタル音声サービスを検証
- ・特に、大阪では在阪会員各社が連携、共同で様々なコンテンツを開発検証

# Webラジオの取り組み

MBSのホームページ上で、権利処理できた番組を  
オンデマンド方式やポッドキャスト方式で公開

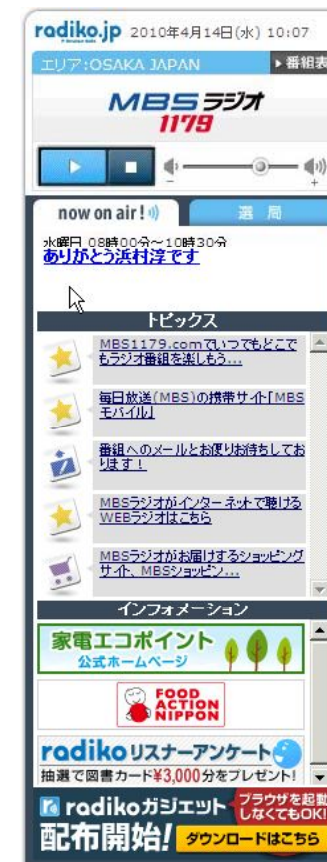
The screenshot shows the top navigation bar with links for '番組サイト一覧', 'メールアドレス', '番組表', 'ポッドキャスト', 'WEBラジオ', 'アナウンサー', and 'MBSモバイル'. The main banner features the text 'ありがとう浜村淳です' and lists the hosts: 渡辺 たかね (土), 大内 真紀 (木・金), 桜井 一枝 (月～水), and 浜村 淳. Below the banner is a 'CONTENTS' sidebar with links for 'プロフィール', 'ありがとう写真館', '番組からのお知らせ', and '番組コーナー'. The main content area is titled 'インターネット配信' and includes a '当日の番組を聴く' button with Windows and RealPlayer icons, and a '番組インフォメーションを聴く' button.

This screenshot shows the 'MBS RADIO ポッドキャスト1179' page. It features a navigation bar similar to the first screenshot. The main header has the 'Podfit' logo and a button for 'ポッドキャストへのご意見・ご要望はこちらまで'. The 'プログラム' section highlights the 'Podfit -ポッドフィット-' program, describing it as a fitness-focused show. It includes a '試聴する' button and a list of '【新着情報】' (New Information) items, such as '【第10回】クールダウン ウォーキング後には必ずクールダウンしましょう。' and '【第9回】バリエーションウォーキング～全身を使ったウォーキング～リズムに合わせて歩いてください。'.



# IPサイマルラジオの取り組み

関東7社、近畿6社と電通による「IPサイマルラジオ協議会」の配信実験  
「radiko」のHPや各局HPからアクセス可能



# デジタルラジオ実験番組例①

## ■「オレたちの時代」(シリーズとして放送) 【制作】毎日放送 【製作著作】DRP

60年代、70年代、80年代生まれのタレントをキャスティング。

そんな3人がテーマを決め、各年代生まれの出演者たちが体験した時代背景を通して、子供時代に流行った遊び、学校給食、当時の風俗などそれぞれの思い出を、当時の画像を交えながら語る、ジェネレーションギャップを楽しむトークバラエティトークがメインだが、画像付データ放送連動番組を検証



## ■「海と空に向かって走れ！！」 【制作】毎日放送 【製作著作】DRP 【機器協力】ピクセラ

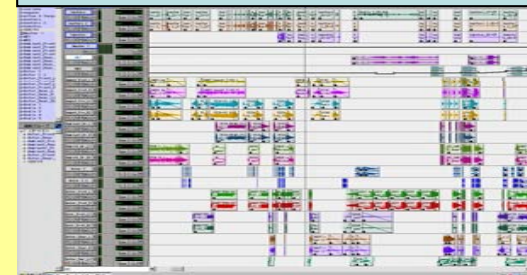
1セグメントでの5.1chサラウンド放送の実験番組(5.1chサラウンド対応の車載端末も意識)サラウンド音響効果をフルに生かし、16QAMを使用、帯域的にも問題なく、クリアーで臨場感あふれるドラマに仕上がった

収録風景



サラウンド放送の収録のため出演者の立ち位置にはかなり気を使い、移動を含めて無理を聞いてもらった

効果音のみで20以上のトラックを使用





# デジタルラジオ実験番組例②

## ■「アナウンサー三都物語」

【企画】毎日放送 【制作】朝日放送 【製作著作】DRP

【技術協力】KDDI(受信端末はPDAタイプの受信機を使用)

京都、大阪、神戸出身の会員各局のアナウンサー3人がそれぞれの土地の観光スポットや隠れた穴場情報を紹介(主音声は日本語、副音声は英語、2カ国語をテキスト表示)

HPへのリンクなど、緊急災害時用コンテンツとしても想定し、通信との連携を検証

日本語



英語



地図情報

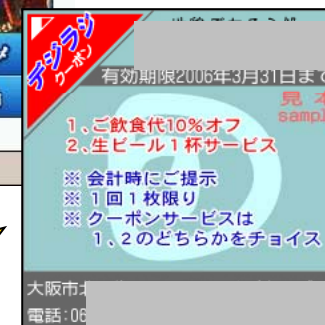


LINK



観光情報等、自治体との連携も想定

クーポン等のダウンロード



データ画面を利用した多言語情報や地図情報

# V-LOW帯マルチメディア放送①

## 聴取環境

- ・V-LOW帯でのデジタル化はアナログに比べ、遥かに受信環境の改善がはかれることに期待
- ・簡便な操作の受信機、安定した受信状態、クリアで高音質という良好な環境に期待

## コンテンツ問題

- ・1セグメント方式で、複数の音声放送を中心とし、画像表示や5.1chサラウンド、データ放送、更に未放送時間を利用したダウンロードやサイネージなど、デジタル技術による新たなサービス
- ・日常生活に溶け込んだ、身近なメディアであるラジオの特性を利用し、娯楽と生活情報、そして安心安全情報の新たなメディアとして普及するためにも、既存放送事業者が長年培ってきたノウハウと信頼を生かしたコンテンツ開発
- ・アナログと同様のコンテンツはサイマル放送ということではなく、市場形成過程や受信機普及において、V-LOW帯での総合編成チャンネルをアナログでもサイマル放送するという考え方も

# V-LOW帯マルチメディア放送②

## 受信機の普及

- ・ ISDB-Tsb方式により、ワンセグとの共有受信機に期待
- ・ マーケット創造のために受信機の普及が第一優先
- ・ 簡便な操作性を有した、ワンセグやV-Hとの共用受信機が普及の鍵で、メーカーやキャリアとの連携が必須
- ・ モバイル機器や車載端末が主体と考えるが、家庭内のAV機器やPC接続のUSBタイプの受信機などにも期待
- ・ 新しい放送メディアの普及、また受信機の開発・普及のためにも、DRP会員社として共にデジタルラジオのノウハウを培ってきたNHKとの共存体制は必須

## 送信設備の問題

- ・ V-LOW帯への参入には委託事業への設備投資や運用費用に加え、受託事業への大型投資が発生
- ・ アナログ事業と新規事業との並列は大きな負担で、受託への大型出費は避けたいが、ハードとソフト事業は相関関係にあり、関与のあり方が問われる

# V-LOW帯マルチメディア放送③

## ブロック単位の事業

- ・ラジオの持つ地域性は必須であり、文化圏、商圈、通勤圏などを勘案したエリア展開が必要ではないか
- ・V-LOW帯マルチメディア放送も音声放送中心のパーソナルなメディアと捉えており、地域に根ざした番組づくりや信頼性のある地域情報の発信が必要ではないか
- ・近畿の既存局は広域と県域が混在しているが、V-LOW帯でのビジネスでは、既存エリアとイコールでない場合も想定されるのではないか
- ・既存県域局が同等の県域エリアを希望するケースやブロックを希望し、広域でのビジネスが可能となるケースなどが想定されるが、限られたV-LOW帯域において、地域ごとの事情を勘案した割り当てになるかどうか

## 事業性の検討

- ・音声放送分野の無料と有料のハードルはまだまだ高いのではないか
- ・当面は得意分野である広告放送事業を主体に、補完として新規の通信的サービスの事業を展開
- ・ユーザーに魅力的な有料コンテンツの開発は必須
- ・放送と通信でのコンテンツ相互利用に関する様々な制度の緩和に期待

# V-LOW帯マルチメディア放送参入について

委託事業	<ul style="list-style-type: none"><li>• 近畿地区では、昨年の参入希望調査に向けて、近畿2府4県のブロックに帯域が割り当てられることを想定</li><li>• 1セグメント方式での参入を目指す在阪ラジオ4社(毎日放送、朝日放送、大阪放送、FM802)が中心となり、近畿圏ラジオ5社(ラジオ関西、京都放送、和歌山放送、関西インターメディア、エフエム京都など)と共同で、委託放送事業社(仮称:近畿デジタル放送株式会社)を設立する計画で調査表を提出</li><li>• 希望セグメント数は5セグメントで、参加9社のアナログ番組と新規サービス複数を想定(MBSは1セグメント運用を想定)</li><li>• 新規サービスは各社独自の運用に加え、相互協同運用のものも想定</li><li>• 中波ラジオ事業は、収益の悪化に加え、送信設備更新や代替地取得問題があり、将来的に存続が困難との社内意見も多く、音声放送事業をV-LOW帯に移行することも検討課題</li></ul>
受託事業	<ul style="list-style-type: none"><li>• 受託事業は全国規模での投資額が高額と想定されるため主体となることが困難と判断</li><li>• 当初、近畿ブロック内での受託事業社設立も想定したが、全国展開や受委託ともにNHKの参入なくして成立せすと判断、受託事業参入についての協議は想定</li><li>• 新たな放送メディア普及には、まずマーケット創造が第一、当初は東名阪などの大きな市場で事業化、状況を見ながら全国展開という無理のないシナリオが希望</li></ul>