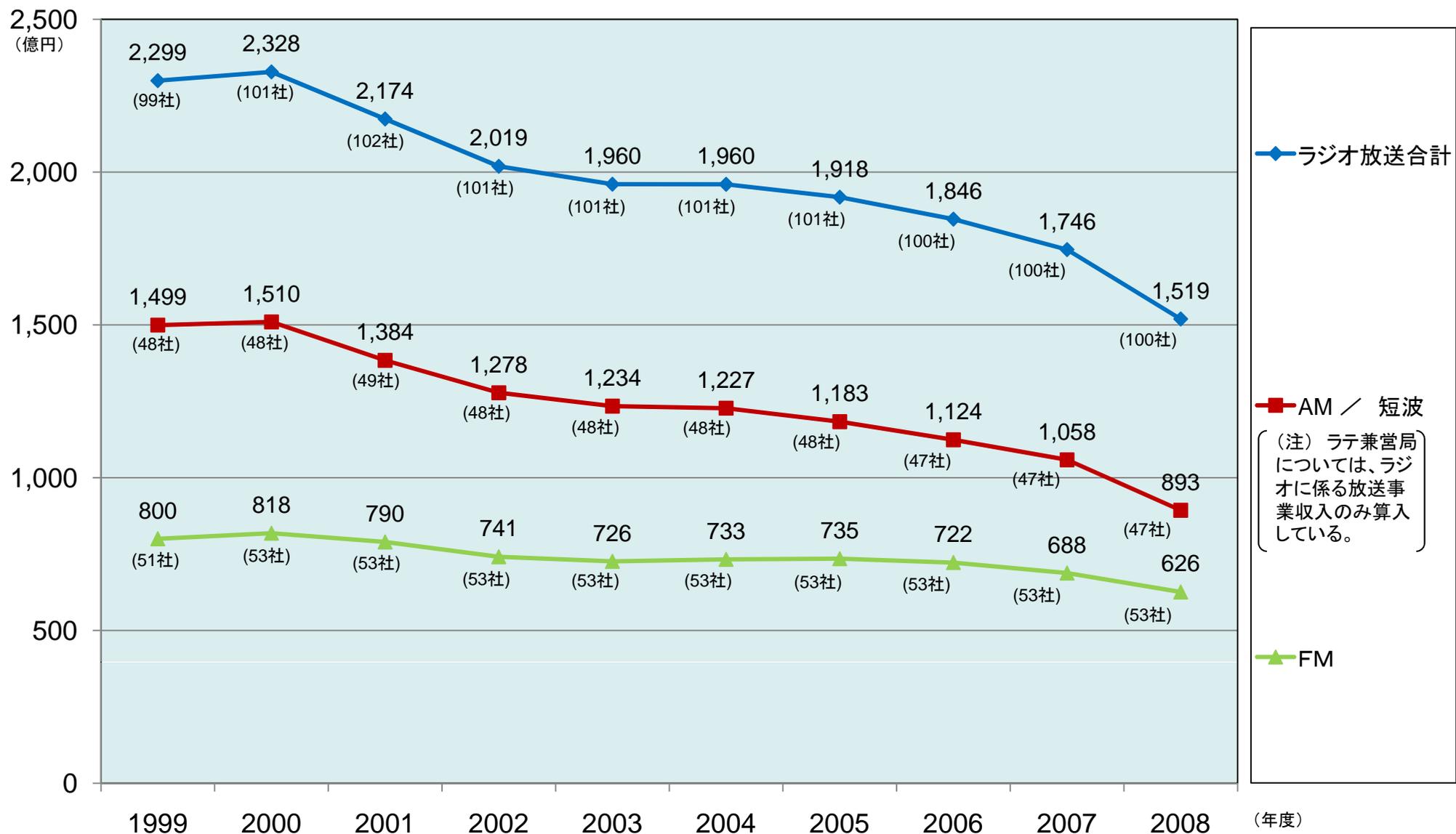


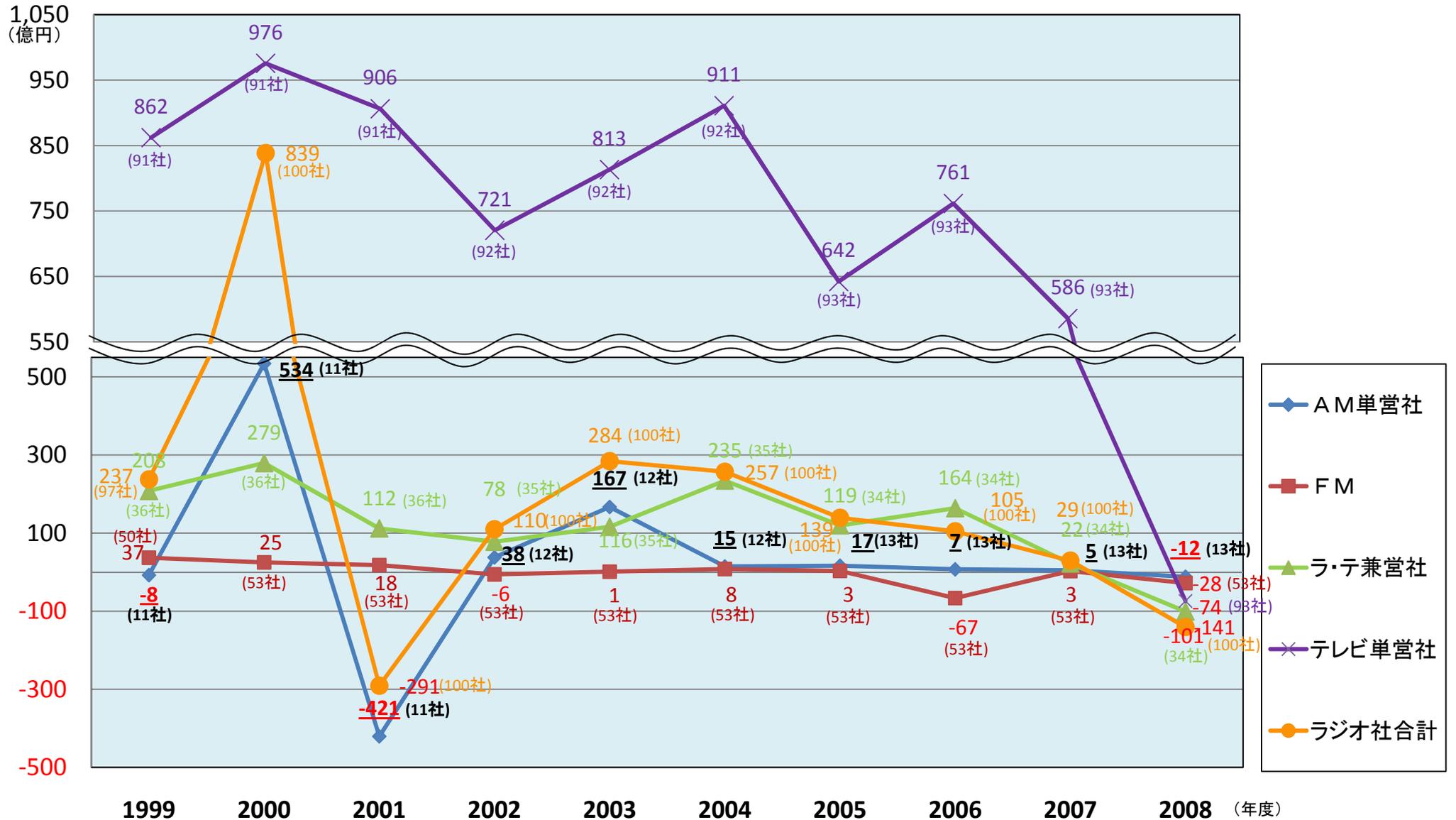
参考資料

1 ラジオ事業の状況

営業収益の推移(ラジオ放送事業収入に限る)

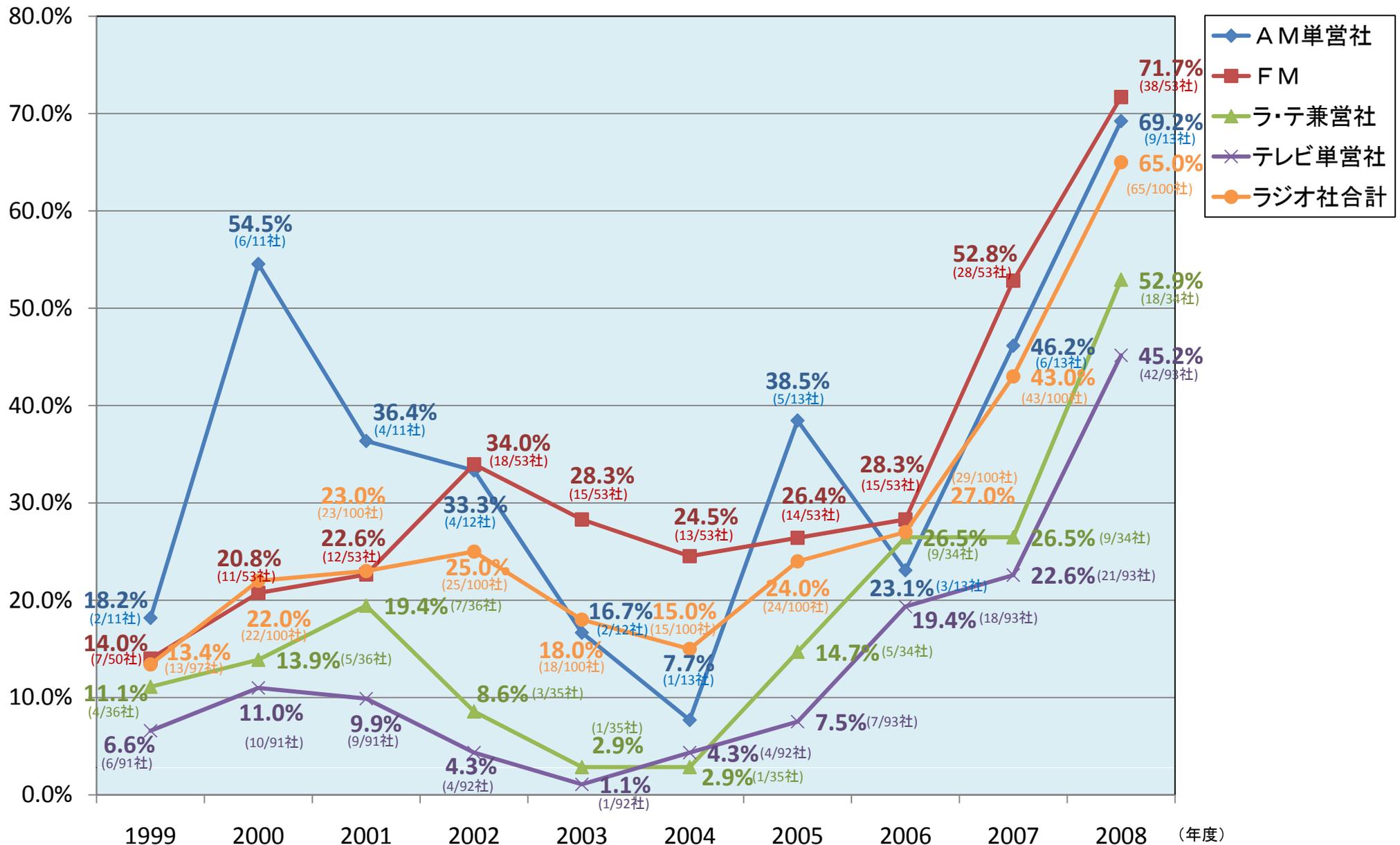


当期利益の推移(地上系放送市場)



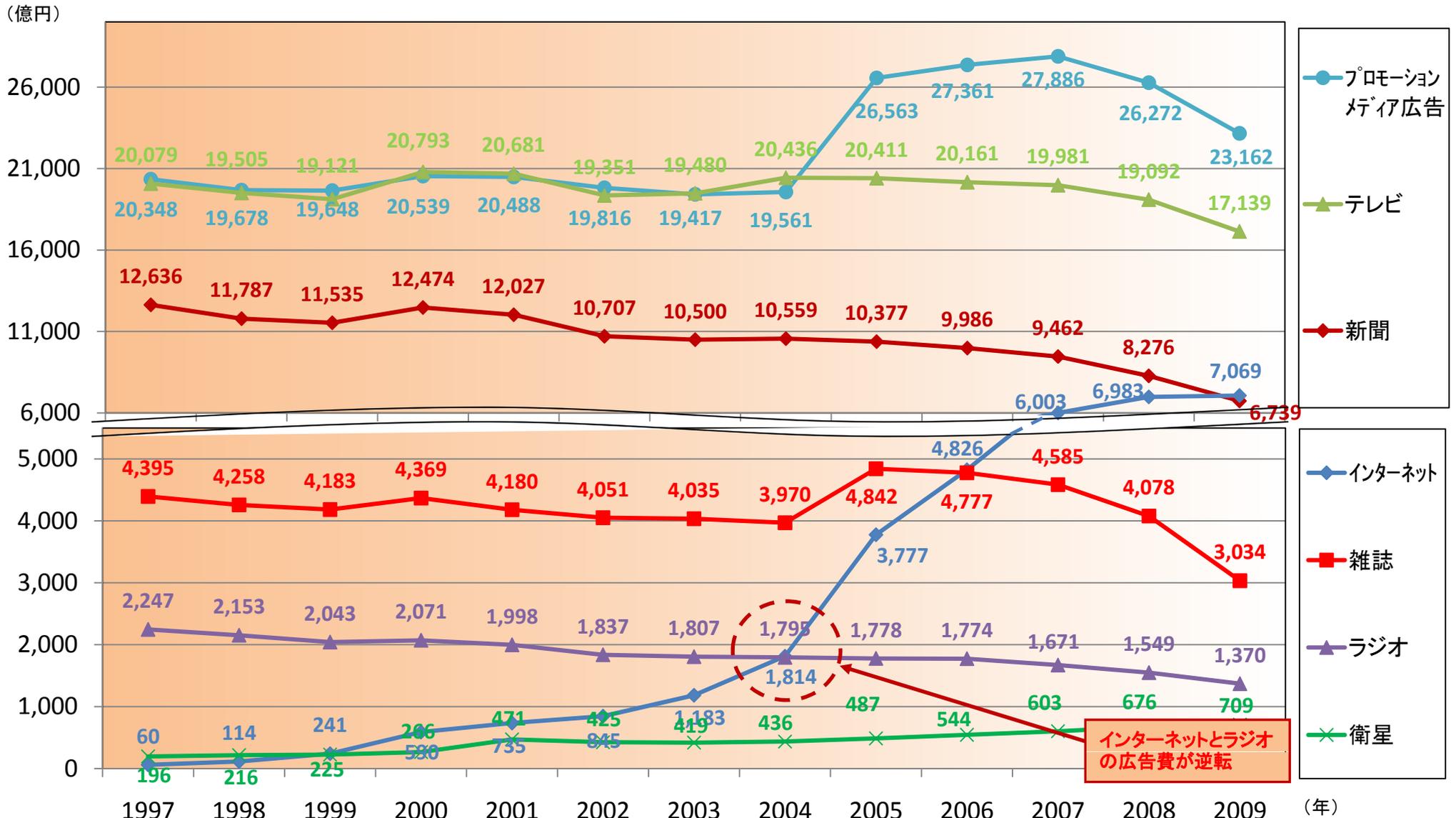
※TBS、TBSラジオアクト・コミュニケーションズについては2002年度から、札幌テレビ、STVラジオについては2005年度から、それぞれテレビ単営社、中波放送単営社として集計

当期利益赤字社比率の推移(地上系放送事業者)



各メディアの広告費の比較(金額)

インターネット広告費が2004年にラジオの広告費を、2006年に雑誌の広告費を、2009年に新聞の広告費を逆転。



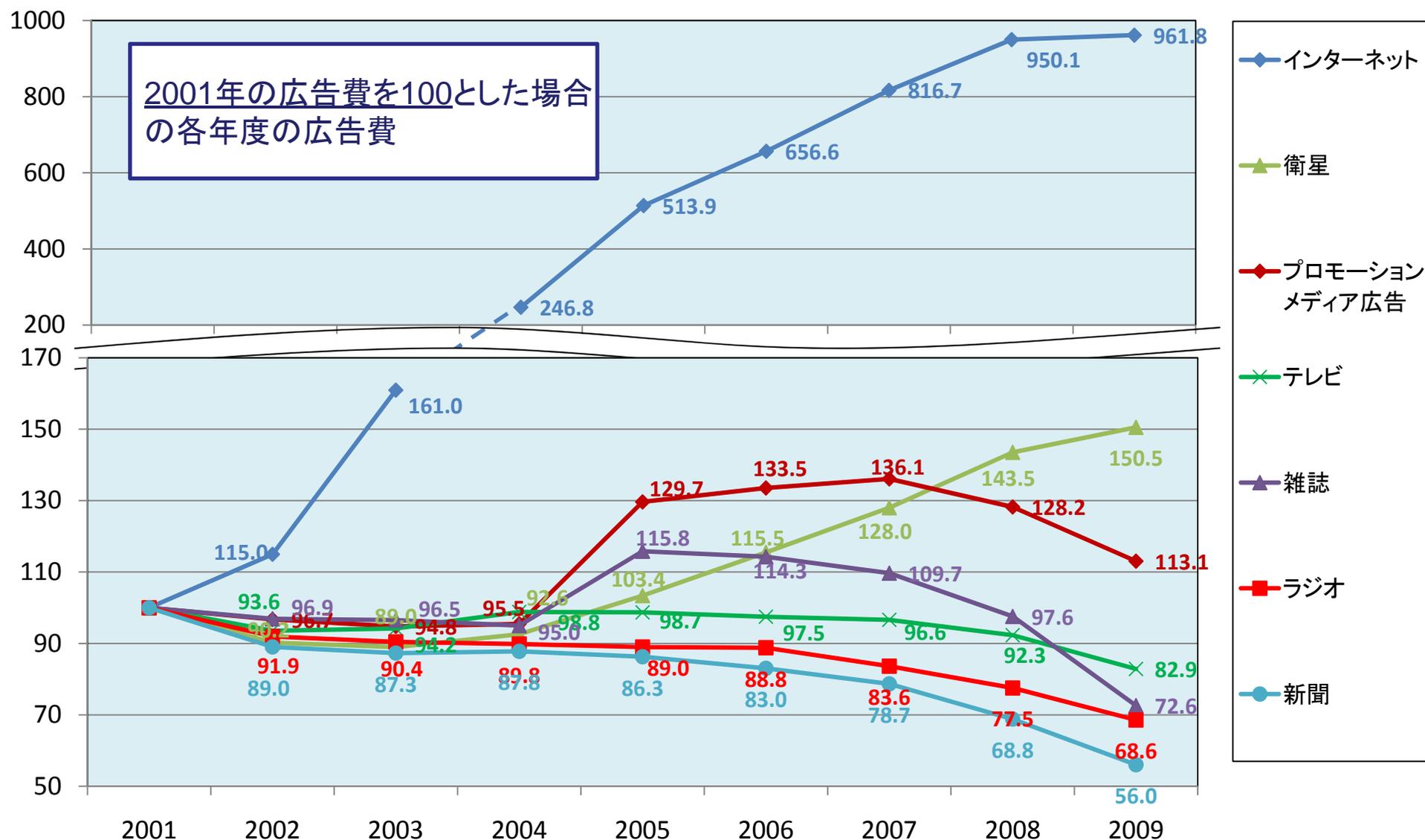
注1 プロモーションメディア広告…DM、フリーペーパー、屋外ビジョン広告などのマス四媒体(テレビ、新聞、雑誌、ラジオ)や衛星メディア関連、インターネット広告以外の広告。(04年まではSP広告)

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 2010』(電通総研)及び2009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 2010』(電通総研)及び2009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

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 (※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 (FM)	県域・外国語放送	53社 284局	525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 (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)。

2 地域情報、リスナー、端末

ラジオのローカル放送番組の比率

		AM	FM	(参考)テレビ
NHK (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た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。

ラジオ民放の自社制作番組の比率

		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	40.9%	16.0%	9.2%
	②制作会社協力	6.6%	12.5%	2.8%
	③共同制作	0.6%	0.4%	0.7%
	④制作委託	6.3%	23.6%	1.6%
	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%	47.3%	84.6%

※1 平成20年再免許時の資料より作成。

※2 自社において制作する番組

- ・「自社において制作する放送番組」とは、自社が「制作著作」となるもの。
- ・「制作著作」とは、発意と責任を有し、制作に必要な手配をするものとしての権利と責任の主体の表示とする。
- ・「自社において制作する番組」は、下記により区分する。
 - ①完全局制作……番組の企画および制作スタッフが自社社員により構成されている番組
 - ②制作会社協力……番組企画又は制作において、外部制作会社が相当程度協力していることが認められる番組
 - ③共同制作……自社と外部制作会社が共同して番組を制作し「制作著作」が自社および共同制作者である外部協力会社の表記がなされる番組
 - ④制作委託……自社の委託により外部制作会社が一括して制作する番組
 - ⑤再放送……上記①～④のうち再放送の番組

※3 第1回研究会【資料1-3】参考資料から若干の数値変更を行っている。

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	13分	14分	12分	14分	15分	15分
	民放計	21分	23分	21分	22分	23分	20分
	総計	34分	37分	34分	35分	38分	35分
(参考) テレビ	NHK総計	1時間10分	1時間9分	1時間4分	1時間5分	1時間6分	1時間3分
	民放総計	2時間51分	2時間52分	2時間54分	2時間48分	2時間45分	2時間51分
	総計	4時間01分	4時間1分	3時間58分	3時間53分	3時間51分	3時間55分

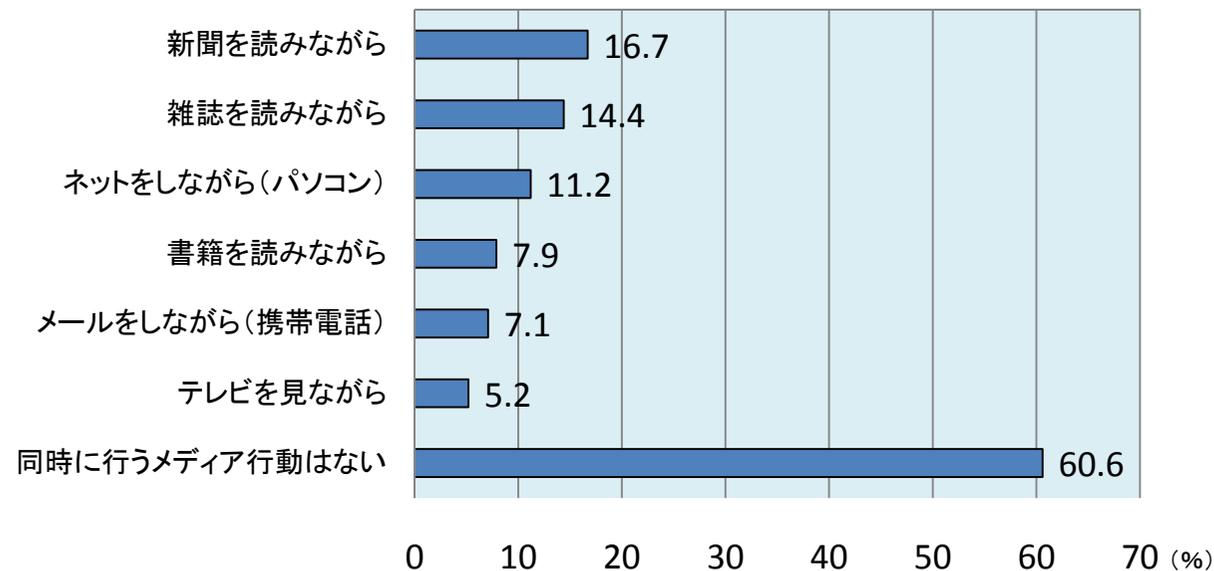
(NHK放送文化研究所「全国個人視聴率調査の結果(各年11月調査)」より作成)

ラジオの聴取場所等について

○ ラジオの聴取場所 <2009年/関東地区>

		自宅	職場・学校	電車の中	車の中	その他	不明
10～19歳		77.8 %	—	1.6 %	19.0 %	1.6 %	—
男性	20～34歳	28.2 %	8.1 %	2.4 %	58.9 %	1.6 %	0.8 %
	35～49歳	21.2 %	6.1 %	1.7 %	67.6 %	2.8 %	0.6 %
	50歳以上	38.9 %	7.7 %	3.6 %	43.9 %	4.6 %	1.4 %
女性	20～34歳	40.2 %	8.2 %	—	47.4 %	4.1 %	—
	35～49歳	40.5 %	9.5 %	0.7 %	48.0 %	0.7 %	0.7 %
	50歳以上	69.9 %	4.8 %	0.5 %	22.6 %	2.1 %	—

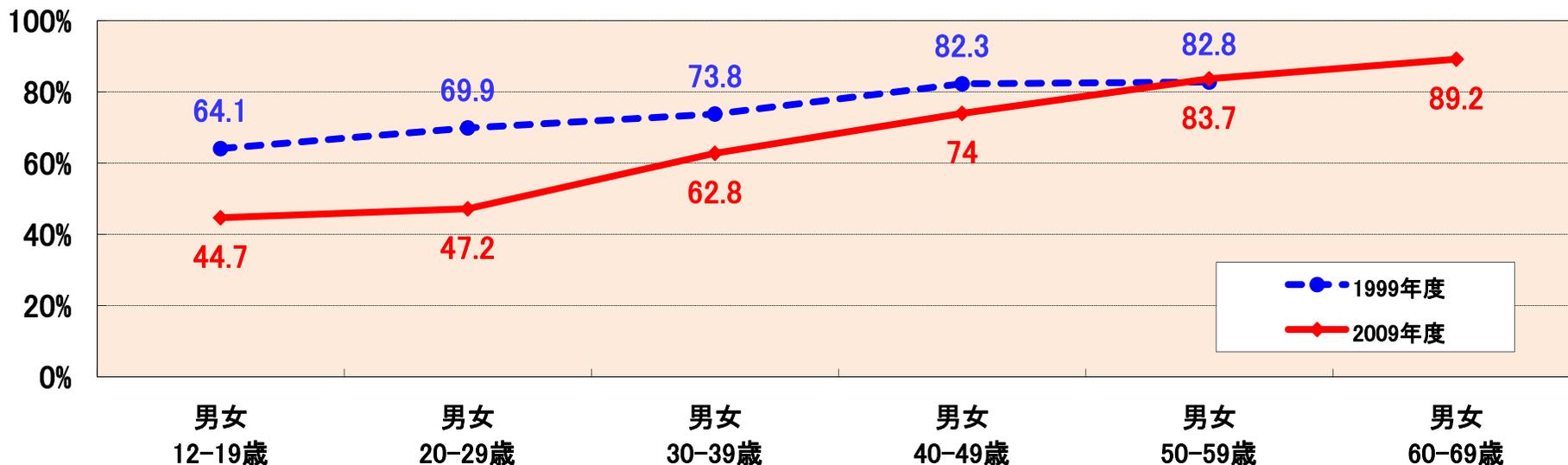
○ ラジオと他メディアとの同時接触状況 <2009年/関東地区/10～69歳男女個人>



出典：両資料とも(株)ビデオリサーチ『MCR(関東地区)2009』を
 基に電通総研作成資料を引用

ラジオの到達率、聴取時間について

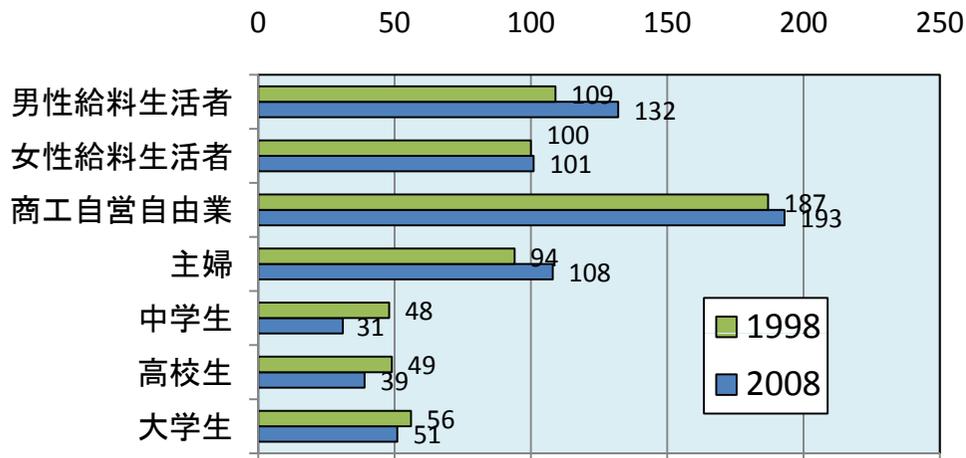
○ 全局リーチ(1週間5時～5時)(株ビデオリサーチ「首都圏ラジオ調査」より)



※1:各年度とも6回の調査結果の平均値 ※2:1999年度の調査対象は男女12～59歳
 ※3:全局リーチとは、1週間に5分以上ラジオを聞いた人の割合。

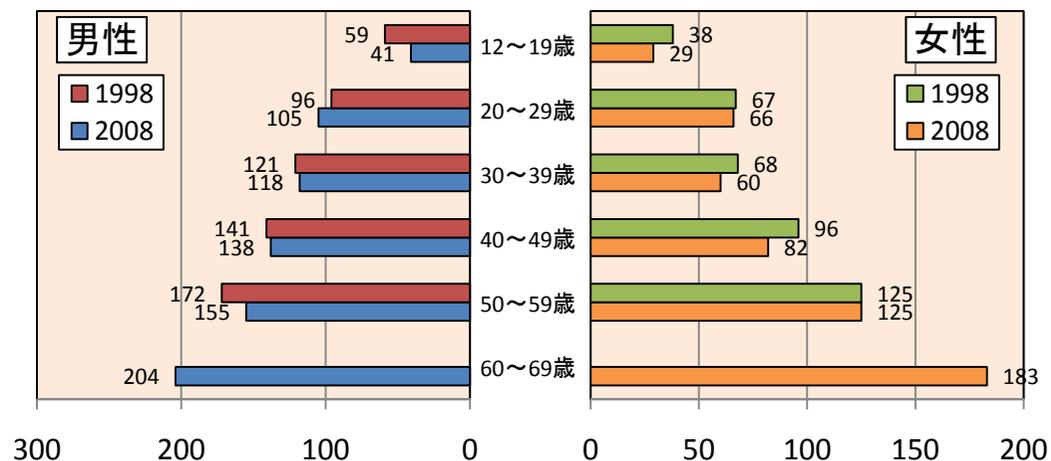
(出典:研究会第4回(株)ビデオリサーチ説明資料より作成)

○ 職業別の1日あたり平均のラジオ聴取時間(単位:分) <2008/首都圏>と<1998>の比較



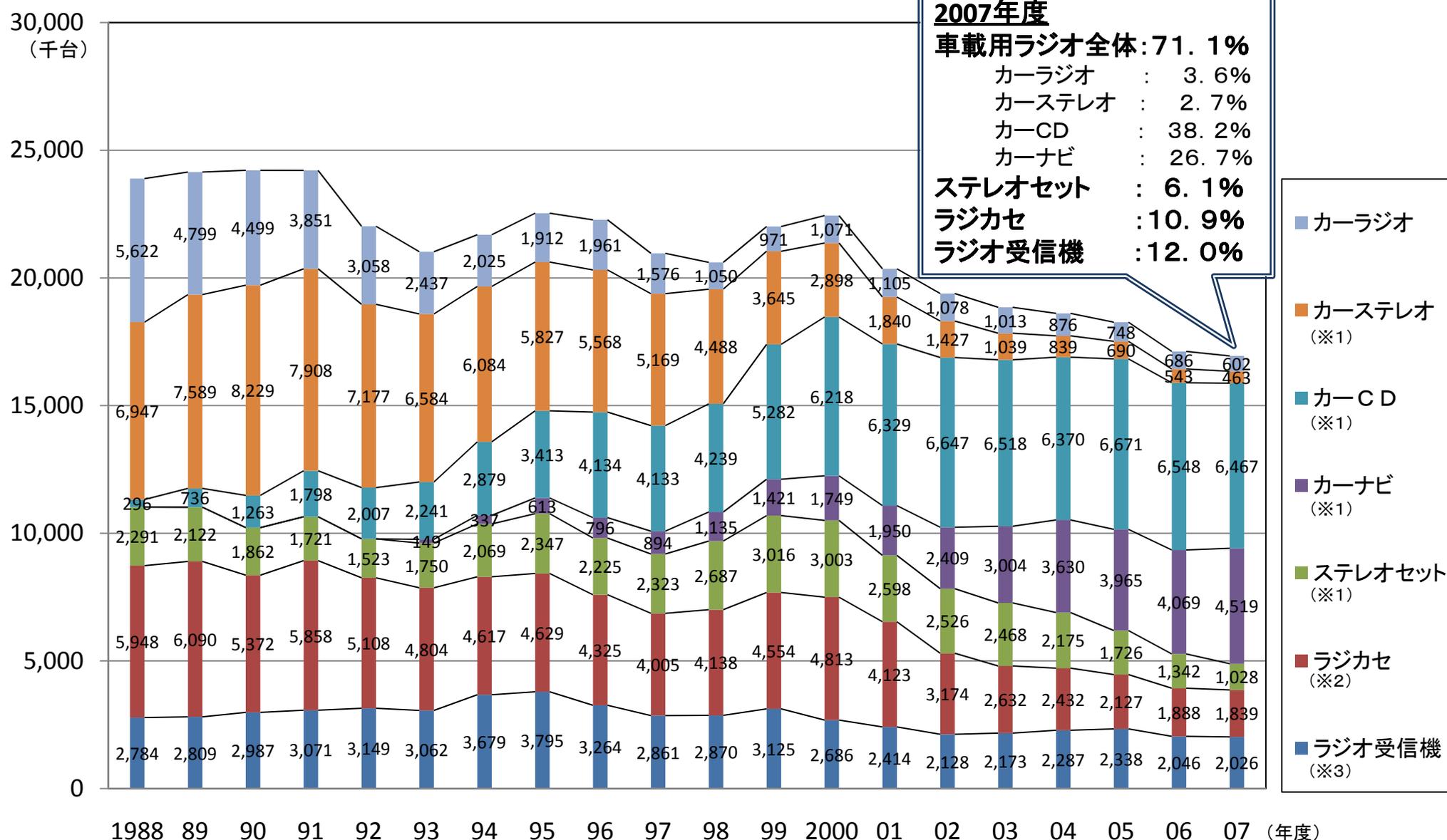
※ 聴取時間とは、ラジオ接触者の1人1日あたりの聴取分数。

○ 性別、年代別の1日あたり平均のラジオ聴取時間(単位:分) <2008/首都圏>と<1998>の比較



(出典:(株)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」各年より作成) 16

ラジオの国内出荷台数の推移



※1 ラジオ機能のないタイプのもも一部含まれている。
 ※2 ラジカセのCD機能の付いたものとMD機能の付いたものを含む。
 ※3 ラジオ機能のみの受信機。

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 ^(※1)	8,769	8,817	8,407	8,246	9,274
DVDプレーヤ ^(※2)	5,382	7,573	6,955	5,737	5,600
パソコン ^(※3)	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)

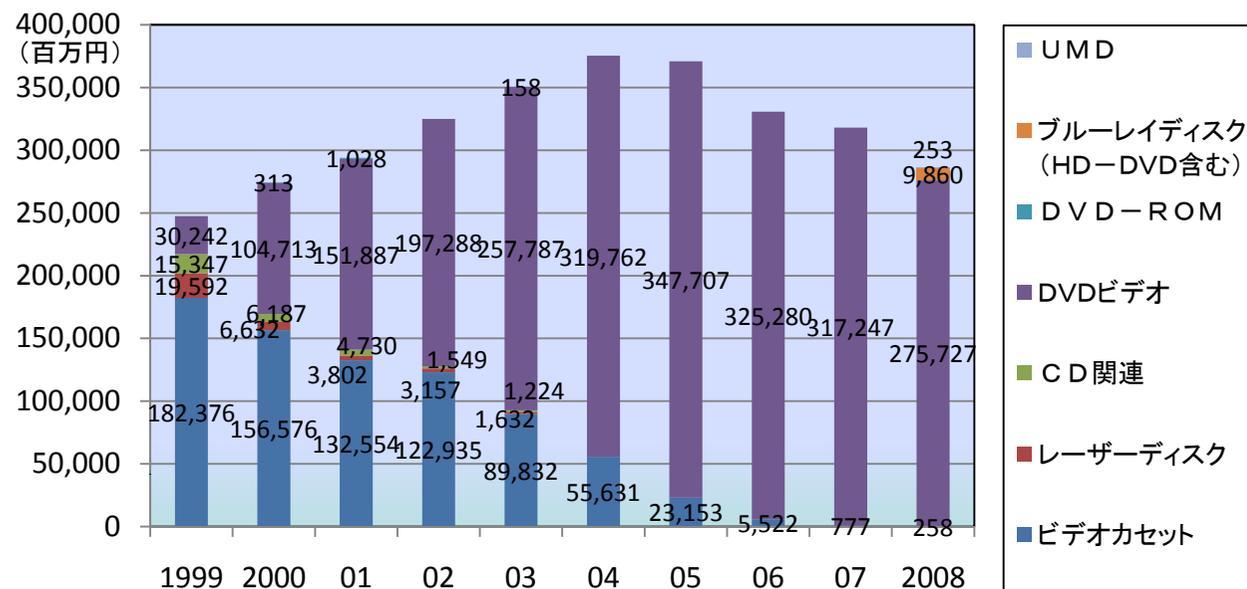
パッケージメディアの状況

○ CD生産金額、生産枚数

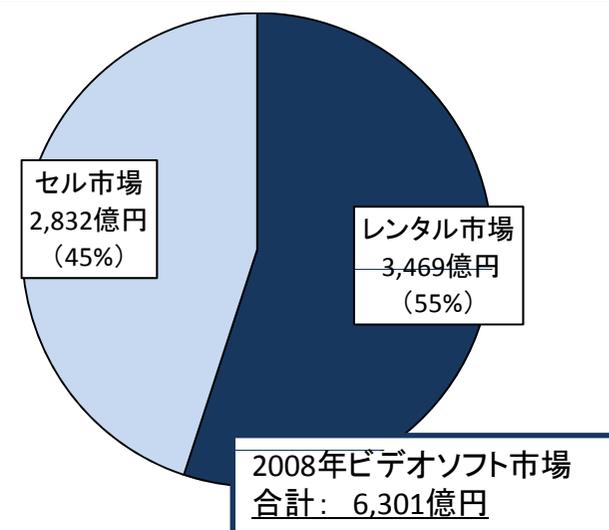


(出典: (社)日本レコード協会の統計資料を基に作成)

○ 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



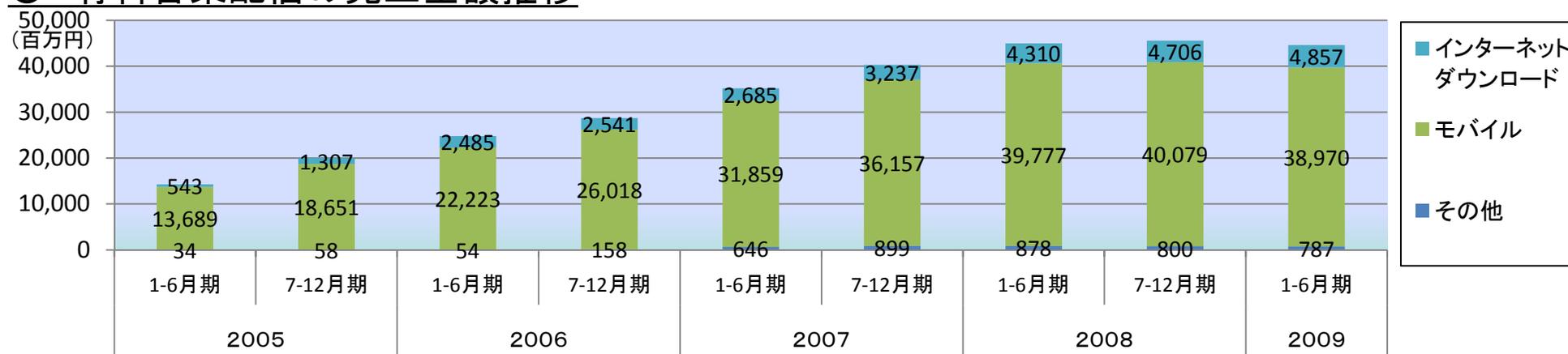
※ CD関連とは、CD-G、CD-ROM、CD-I 等、主にカラオケなどのコンテンツが記録されたCD規格のもの。DVD-ROMとは、主にプレイステーション2などのゲーム機対応のソフト。UMDとは、プレイステーションポータブル用のソフト。

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。

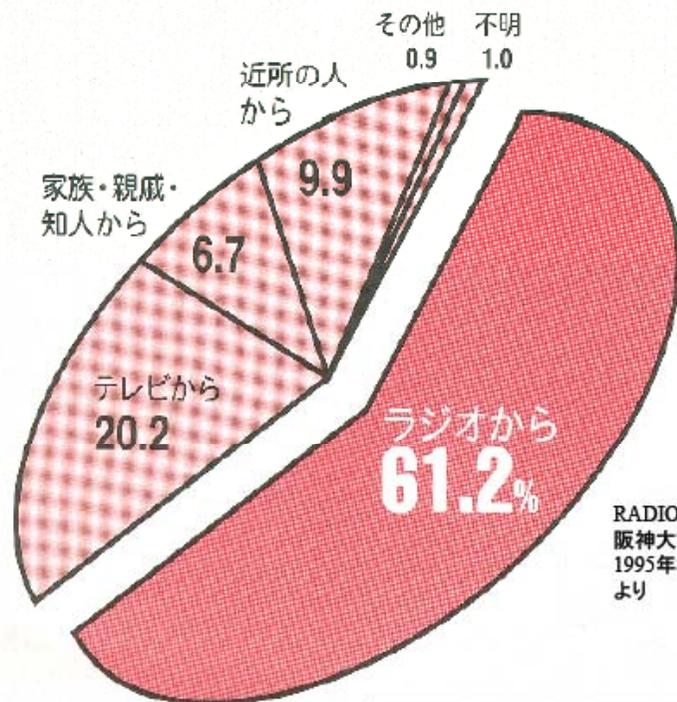
3 災害時のラジオ

災害時のラジオ

地震の時に初めて接触したメディアは？

1995(平成7)年 阪神大震災

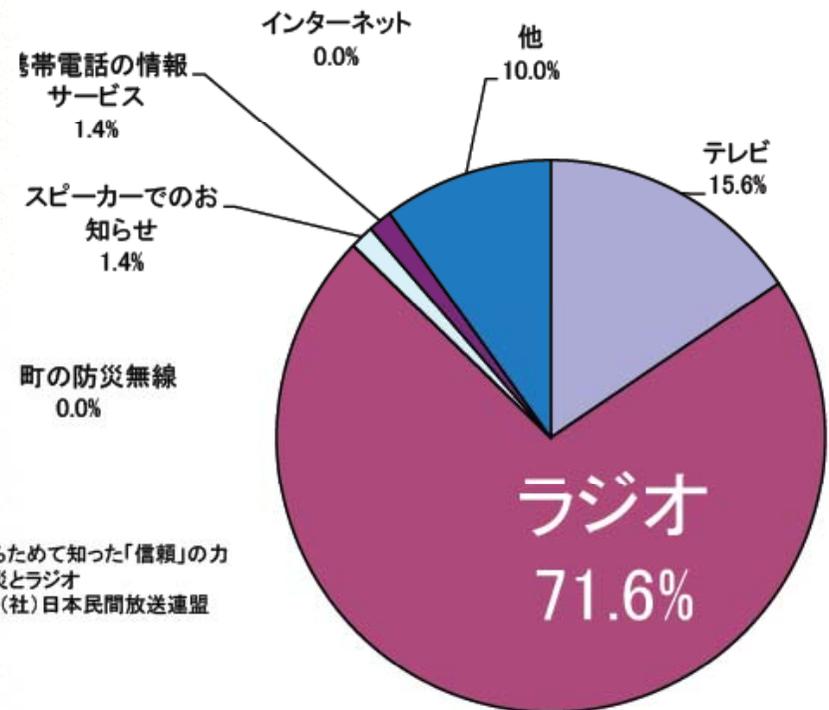
グラフ1 ●地震後初めて接した情報のルート
【毎日放送調査】



RADIOあらためて知った「信頼」の力
阪神大震災とラジオ
1995年8月(社)日本民間放送連盟
より

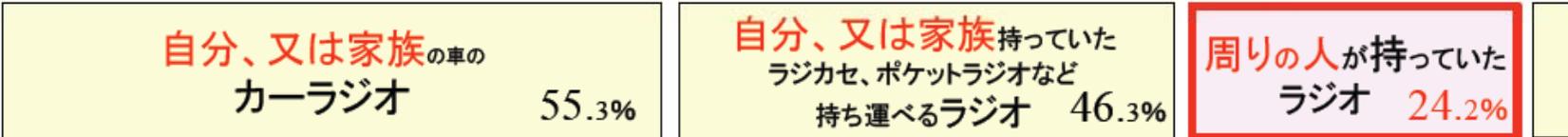
2004(平成16)年 中越地震

10月23日の地震発生後、
あなたが最初に接触したメディアはなんですか？



在京民放ラジオ8社合同「災害とメディアに関する調査」速報！
2005年1月 在京民放ラジオ広報担当連絡会 より

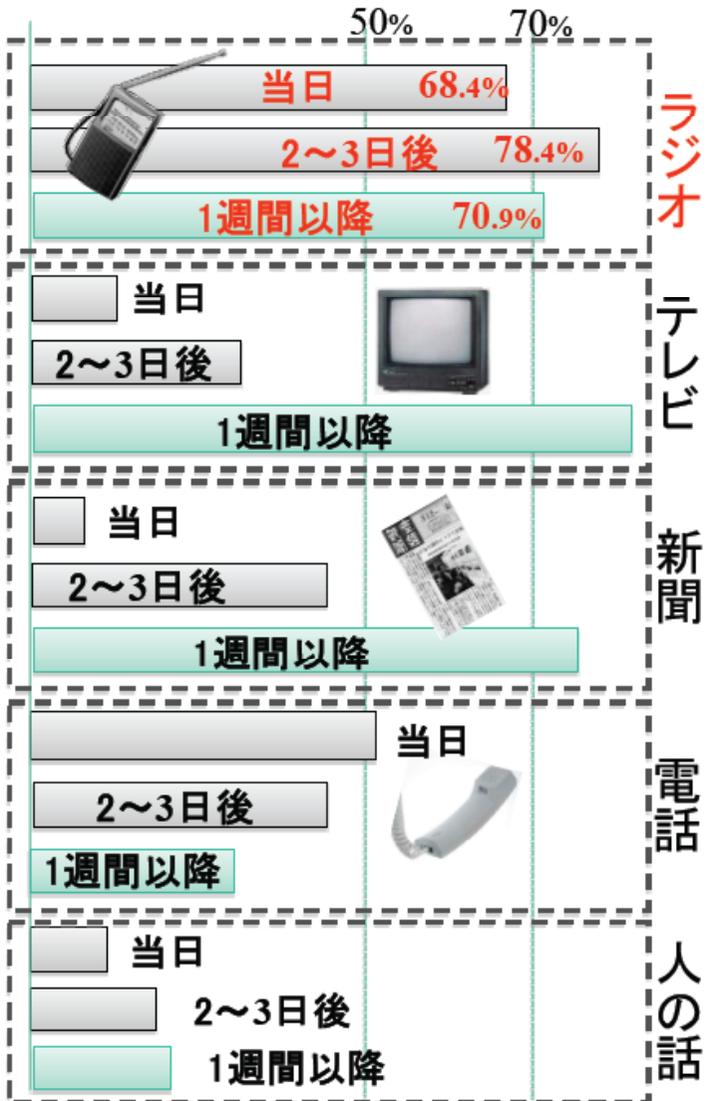
どのような形態のラジオでしたか？ (中越地震時/複数回答可)



※ 第4回研究会日本民間放送連盟『ラジオ制度プロジェクト』説明資料より作成

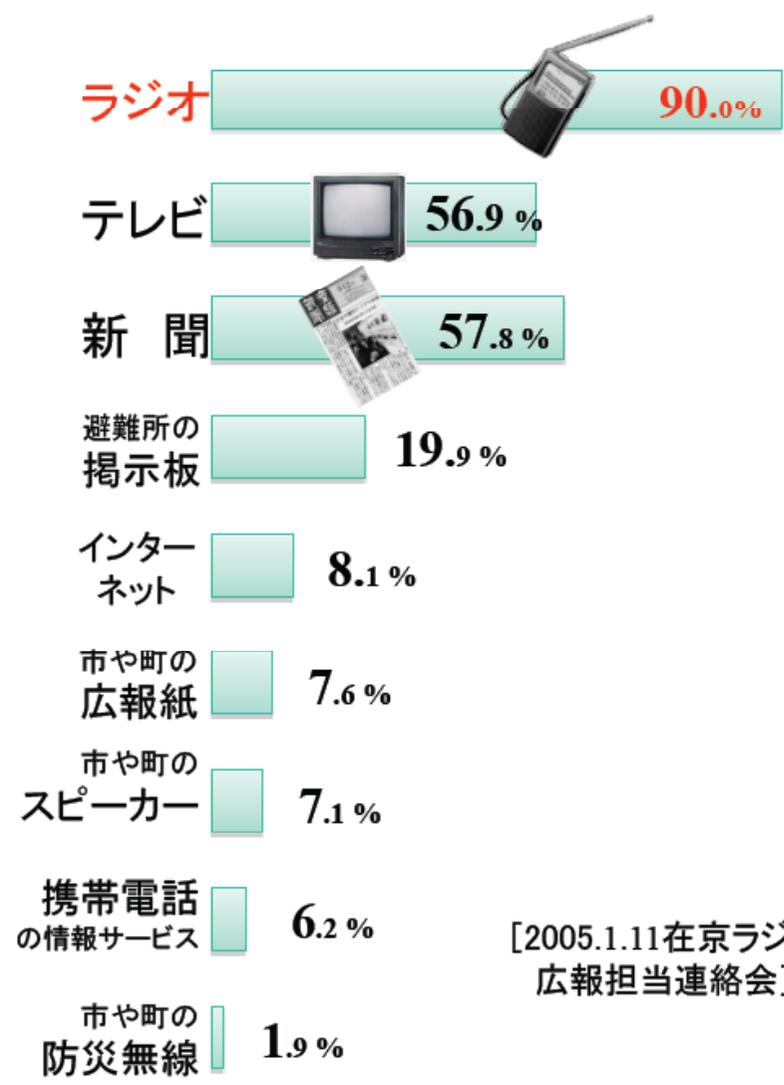
災害時のラジオ

阪神大震災後の情報源推移



[文化放送調査]

中越地震後の情報源推移(1週間後)



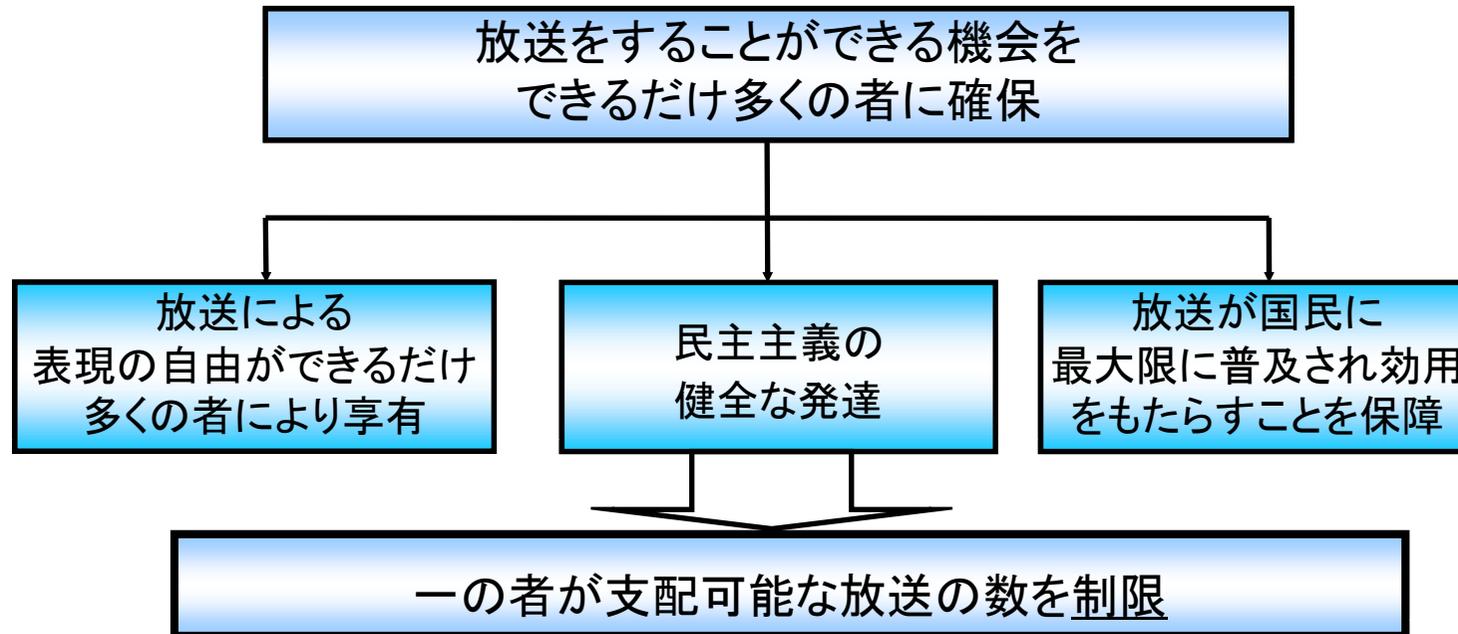
[2005.1.11在京ラジオ
広報担当連絡会]

4 マスメディア集中排除原則

マスメディア集中排除原則の概要

1 マスメディア集中排除原則の意義

マスメディア集中排除原則は、「放送をすることができる機会をできるだけ多くの者に対し確保することにより、**放送による表現の自由**が**できるだけ多くの者によって享有されるようにする**」（放送法第2条の2等）ためのもの。



2 マスメディア集中排除原則の基本的な考え方

一の者は、複数の放送事業者を「支配」することができない。

マスメディア集中排除原則における「支配」の基準①(出資比率規制)

○ 放送対象地域が重複する場合：**10分の1を超える**議決権の保有は「支配」に該当

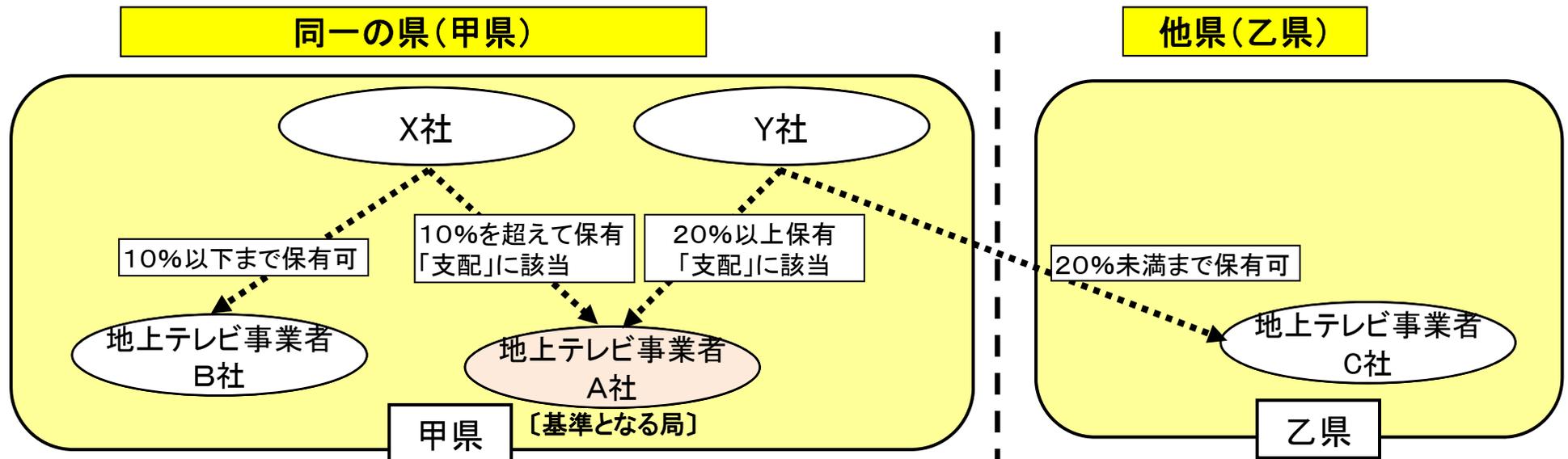
【例】ある県域放送局の株式（議決権）を10%超保有している場合は、当該県内の他の放送局の株式を10%以下しか保有できない。

○ 放送対象地域が重複しない場合：**5分の1以上の**議決権の保有は「支配」に該当

【例】ある県域放送局の株式（議決権）を20%以上保有している場合は、当該県外の他の放送局の株式を20%未満しか保有できない。

【注】放送対象地域：原則“県域”。東名阪は複数県にわたる“広域”。コミュニティ放送は“市町村”

〔県域放送事業者の場合の例〕



解説

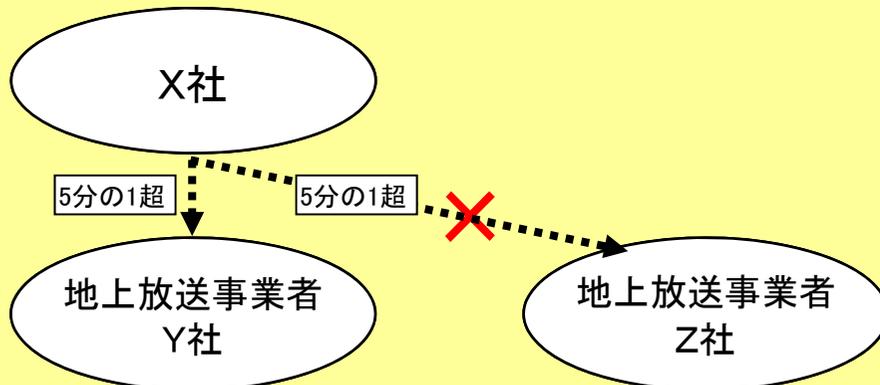
- ・10分の1(10%)を超えてA社の議決権を保有するX社は、同一県内のB社の議決権を10分の1(10%)を超えて保有できない。
- ・5分の1(20%)を超えてA社の議決権を保有するY社は、他県のC社の議決権の5分の1(20%)以上保有できない。

マスメディア集中排除原則における「支配」の基準②(役員比率規制)

- 5分の1を超える役員兼務は「支配」に該当
- 代表権を有する役員、常勤役員の兼務は「支配」に該当

役員兼務の例

5分の1を超える役員の兼務は「支配」に該当

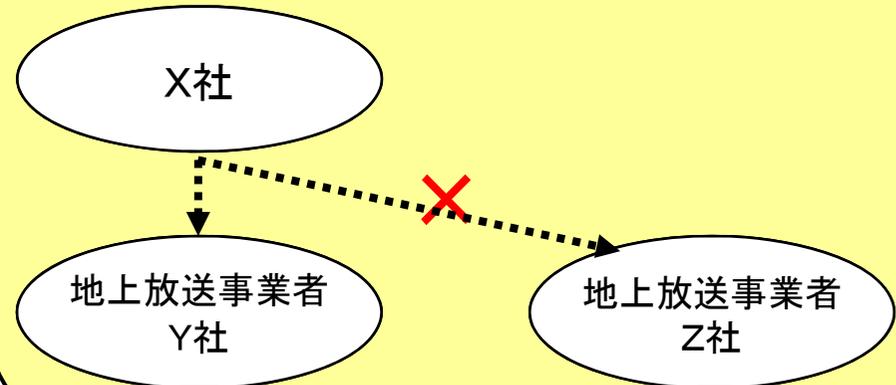


解説

5分の1を超えて役員がY社の役員を兼務するX社は、Z社の役員を5分の1を超えて兼務することができない。

代表権を有する役員、常勤役員の兼務の例

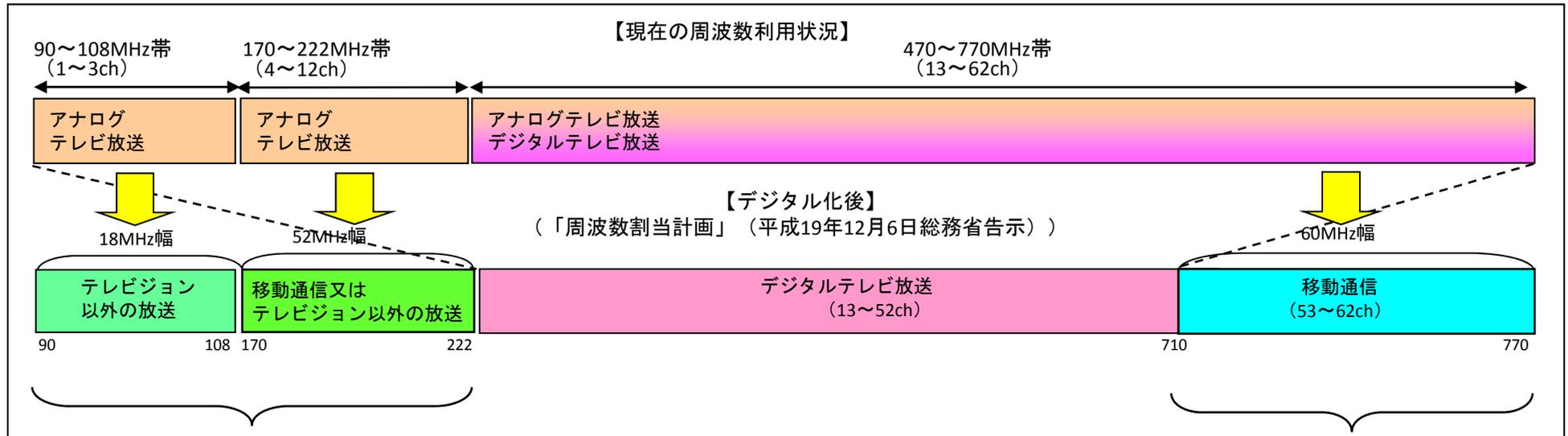
代表権を有する役員、常勤役員の兼務は「支配」に該当



Y社の代表権を有する役員又は常勤役員(以下「代表役員等」という。)がX社の代表役員等を兼務する場合は、Z社の代表役員等をX社の代表役員等が兼務することはできない。

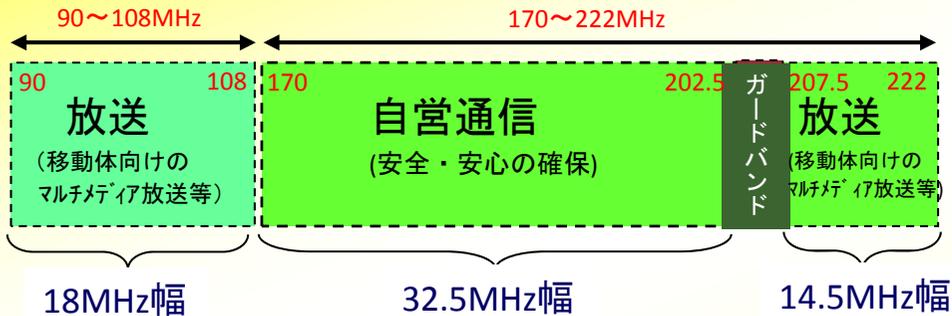
5 携帯端末向けマルチメディア放送関係

デジタル移行完了後の空き周波数の有効利用について



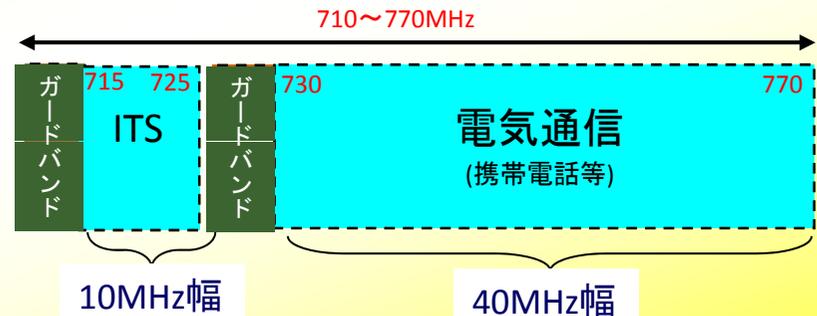
『「電波の有効利用のための技術的条件」のうち「VHF/UHF帯における電波の有効利用のための技術的条件」に対する一部答申』
(平成19年6月27日 情報通信審議会答申)

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。

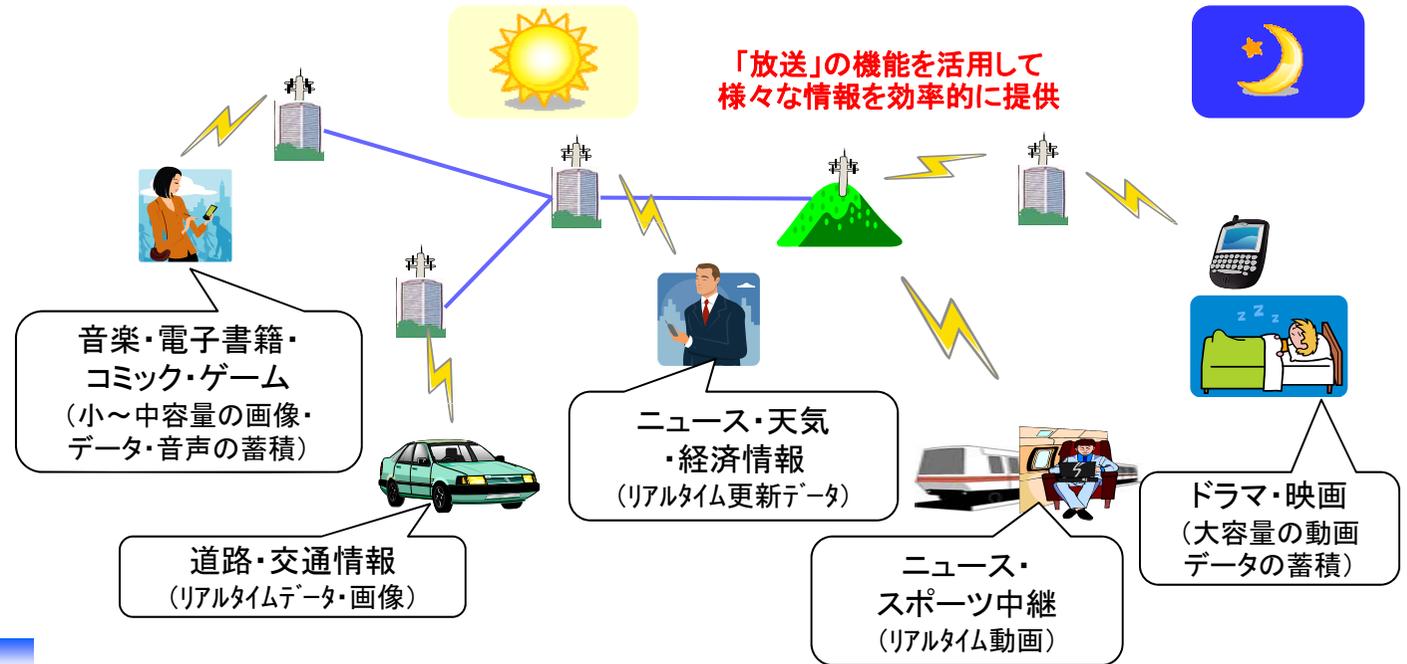
UHF帯【2012年7月25日から使用可能】



携帯端末向けマルチメディア放送のイメージ

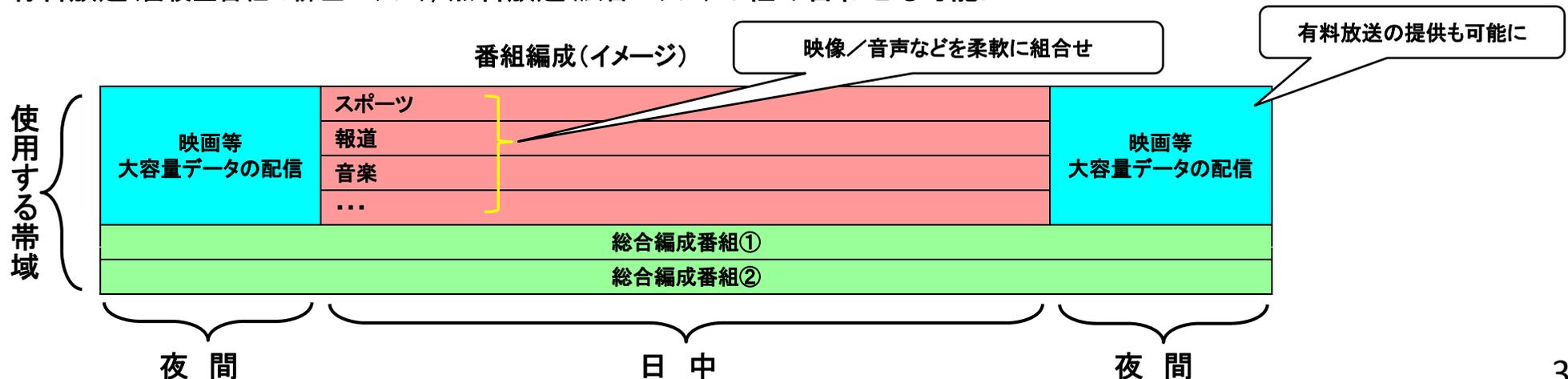
①受信端末のイメージ

- ・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



携帯端末向けマルチメディア放送サービス等の在り方に関する懇談会の概要

1 目的

- ・ 2011年の地上テレビジョン放送のデジタル化による空き周波数帯を利用
- ・ 新たな放送ビジネスの一形態としての成長が期待
- ・ 事業化に向けたビジネスモデルや社会的役割の在り方、制度的・技術的課題について検討

2 検討項目

- ・ マルチメディア放送の海外動向
- ・ マルチメディア放送のビジネスモデルや市場競争の在り方、期待される社会的役割の検討
- ・ 事業主体、サービス形態、放送方式及びネットワークの在り方等、制度的・技術的課題に関する検討

3 構成員

法律
 山本 隆司 東京大学法学部教授(行政法)
 根岸 哲(座長) 甲南大学法科大学院教授(経済法)

ビジネス
 北 俊一 野村総合研究所上級コンサルタント(情報通信)
 秋池 玲子 ポストン コンサルティング グループ パートナー & マネージング・ディレクター(企業再生)
 吉田 望 ノゾムドットネット代表(メディア)
 生越 由美 東京理科大学大学院教授(知的財産)

技術
 伊東 晋 東京理科大学工学部教授(画像情報処理)
 森川 博之 東京大学国際・産学共同研究センター教授(電子工学)
 鈴木 博 東京工業大学大学院教授(無線通信)

経済・社会
 黒川 和美(座長代理) 法政大学大学院政策創造研究科教授(都市経済学)
 金山 智子 駒澤大学グローバル・メディア・スタディーズ 学部准教授(メディアリテラシー) (敬称略)

4 開催期間

- ・ 平成19年8月2日より開催。
- ・ 同年8月6日より検討課題の提案募集(～9月7日〆切)
- ・ 平成20年5月24日より報告書案の意見募集(～6月23日〆切)
- ・ 同年7月15日に報告書とりまとめの報道発表

5 開催状況等

- | | | | |
|-------------------------|---|--------------|-------------------------------------|
| ○ 第1回(8/2) | ・ マルチメディア放送サービスに係る現状等
・ 今後の懇談会の進め方について | ○ 第10回(3/28) | ・ 実現する放送の基本的枠組みについて |
| ○ 第2～6回
(10/9～12/20) | ・ ヒアリング
・ 諸外国の概況(第3回)
・ 周波数割当の検討(第6回) | ○ 第11回(4/10) | ・ 制度分野の検討 |
| ○ 第7・8回
(2/4、2/10) | ・ フリーディスカッション(制度分野・技術分野) | ○ 第12回(4/22) | ・ 報告書骨子案の検討 |
| ○ 第9回(3/10) | ・ 実現するサービスについて | ○ 第13回(5/20) | ・ 報告書案の検討
(パブリックコメント(5/24～6/23)) |
| | | ○ 第14回(7/10) | ・ 報告書取りまとめ |

携帯端末向けマルチメディア放送の制度整備に関する基本的方針（基本的な考え方、全般的な方針）

携帯端末向けマルチメディア放送の実現に向けた制度整備に関する基本的方針

アナログテレビジョン放送の跡地周波数を活用した新たな放送（携帯端末向けマルチメディア放送）の実現に向け、制度整備に当たっての基本的な方向性を示したもの。意見募集（平成21年7月11日～8月10日）を経て、確定・公表（平成21年8月28日）。

基本的な考え方

- 「携帯端末向けマルチメディア放送」は、以下の機能を有する新たなメディアとして実現が期待。
 - ・携帯電話等の携帯端末、車載型受信機等を想定した「携帯性・移動性」
 - ・不特定多数の者に対して同時に直接情報を提供することができる「放送」
- 国民視聴者の多大な協力を得て地上テレビジョン放送のデジタル化が完了することによって初めて利用可能となる貴重な周波数を利用して実現するもの。
 - ⇒ デジタル化によるメリットが多くの国民にできるだけ速やかに還元されるよう、限られた周波数の能率的な利用を確保しつつ、良質で魅力的な番組が最大限に普及するよう、公共の福祉の増進、放送の健全は発達の観点から所要の規律を適用。
- 様々な事業者の創意工夫による多様で魅力的なコンテンツ提供を期待。
 - ⇒ 多様な事業者の参入、映像・音響・データ等を柔軟に組み合わせた番組の提供を可能な枠組みに。

全般的な方針

(1) 実現する放送

- ・「全国向け放送」、「地方ブロック向け放送」、市町村等を対象とする「新型コミュニティ放送」
- ・まずは「全国向け放送」、「地方ブロック向け放送」を実現し、その後、「新型コミュニティ放送」を実現。

(2) 参入の枠組み

限られた周波数を利用して複数の者が放送番組を提供する者として参入できるよう、ハード（無線局の管理・運用）とソフト（放送番組の編集）を分離した「受委託制度」を採用。

携帯端末向けマルチメディア放送の制度整備に関する基本的方針（無線局免許（ハード）関係）

1 技術基準

情報通信審議会における技術的条件の検討結果等を踏まえ、技術基準を整備する。

2 周波数の使用

(1) 全国向け放送：207.5～222MHz（14.5MHz幅）、地方ブロック向け放送：90～108MHz（18MHz幅）

(2) 放送対象地域

全国向け放送：全国

地方ブロック向け放送：北海道、東北、関東・甲信越、東海・北陸、近畿、中国・四国、九州・沖縄

北海道（北海道）

東北（青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島）

関東・甲信越（茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨、新潟、長野）

東海・北陸（富山、石川、福井、岐阜、静岡、愛知、三重）

近畿（滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山）

中国・四国（鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知）

九州・沖縄（福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄）

(3) 各放送対象地域において使用させる周波数については、周波数の利用形態、視聴者の利便性その他の事項を総合的に勘案した上で定める。

3 開設計画の認定の審査

以下の事項を基本としつつ、電波の公平かつ能率的な利用の確保を図る観点から関係法令に基づく審査を行うこととし、使用させることのできる周波数を超える開設計画の認定の申請があった場合には、比較審査を行うものとする。

(1) 特定基地局の配置及び開設時期

○全国向け放送：5年以内に、全国での世帯カバー率が90%以上になるよう特定基地局を配置すること。

全国でできるだけ均衡がとれるよう定める基準を満たすこと。等

○地方ブロック向け放送：割り当てる周波数帯域幅や事業性等を踏まえ定める世帯カバー率水準を満たすこと。

放送対象地域内の各県庁所在地において配置すべき時期を満たすこと。

○鉄道・道路など視聴者が移動した場合にも受信できるように定める基準を満たすこと。

(2) 事業計画の確実性

(3) 電波の能率的な利用を確保するための技術

(4) 受信設備の早期普及のための具体的な計画

(5) 開設計画の認定の日から5年以後における特定基地局の配置に関する計画

(6) 有線テレビジョン放送に対する混信等の防止に関する計画、特定基地局の開設に関する地域住民の合意形成

に向けた取組みに関する計画その他特定基地局の円滑な開設の推進に必要な事項 等

携帯端末向けマルチメディア放送の制度整備に関する基本の方針（委託放送業務の認定（ソフト）関係）

1 委託して行わせる放送に係る周波数

- (1) 放送対象地域
全国向け放送： 全国
地方ブロック向け放送： 北海道、東北、関東・甲信越、東海・北陸、近畿、中国・四国、九州・沖縄
- (2) 各放送対象地域ごとに指定することができる周波数については、無線局に係る免許方針、放送の多元性の確保その他の事項を総合的に勘案した上で定める。

2 委託放送業務の認定の審査

以下の事項その他放送の普及及び健全な発達を図る観点から関係法令に基づく審査を行うこととし、指定することができる周波数が不足する場合は比較審査を行うこととする。

- (1) 表現の自由の享有
 - 全国向け放送
 - ・既存地上放送事業者による出資は1/3未満とする。既存地上放送事業者による出資が1/10以下の者を優先。
 - 地方ブロック向け放送
 - ・既存地上放送事業者による出資は1/3未満とする。ただし、同一の放送対象地域においては、周波数帯域が一定基準を超えない限り、出資を認めるものとする。
 - その他、参入希望調査の結果等も踏まえつつ、表現の自由の享有に係る制度を整備する。
- (2) 事業計画の確実性
- (3) 全国向け放送・地方ブロック向け放送全体としての番組の多様性の確保
- (4) 効果的な災害放送など、公共の福祉の増進に資する放送の確保
- (5) 携帯端末向けマルチメディア放送の特性を生かしたサービスの推進に関する事項
- (6) いわゆるコマーシャルやショッピング番組等の占める割合
- (7) 成人向け番組の有無
- (8) 放送番組の製作取引の適正性の確保等のための具体的な計画
- (9) 個人情報の保護のための具体的な計画
- (10) 受信設備の早期普及のための具体的な計画
- (11) 地方ブロック向け放送について、地域向け情報の占める割合
- (12) その他全国放送又は地方ブロック向け放送全体としての早期普及のための必要となる事項 等

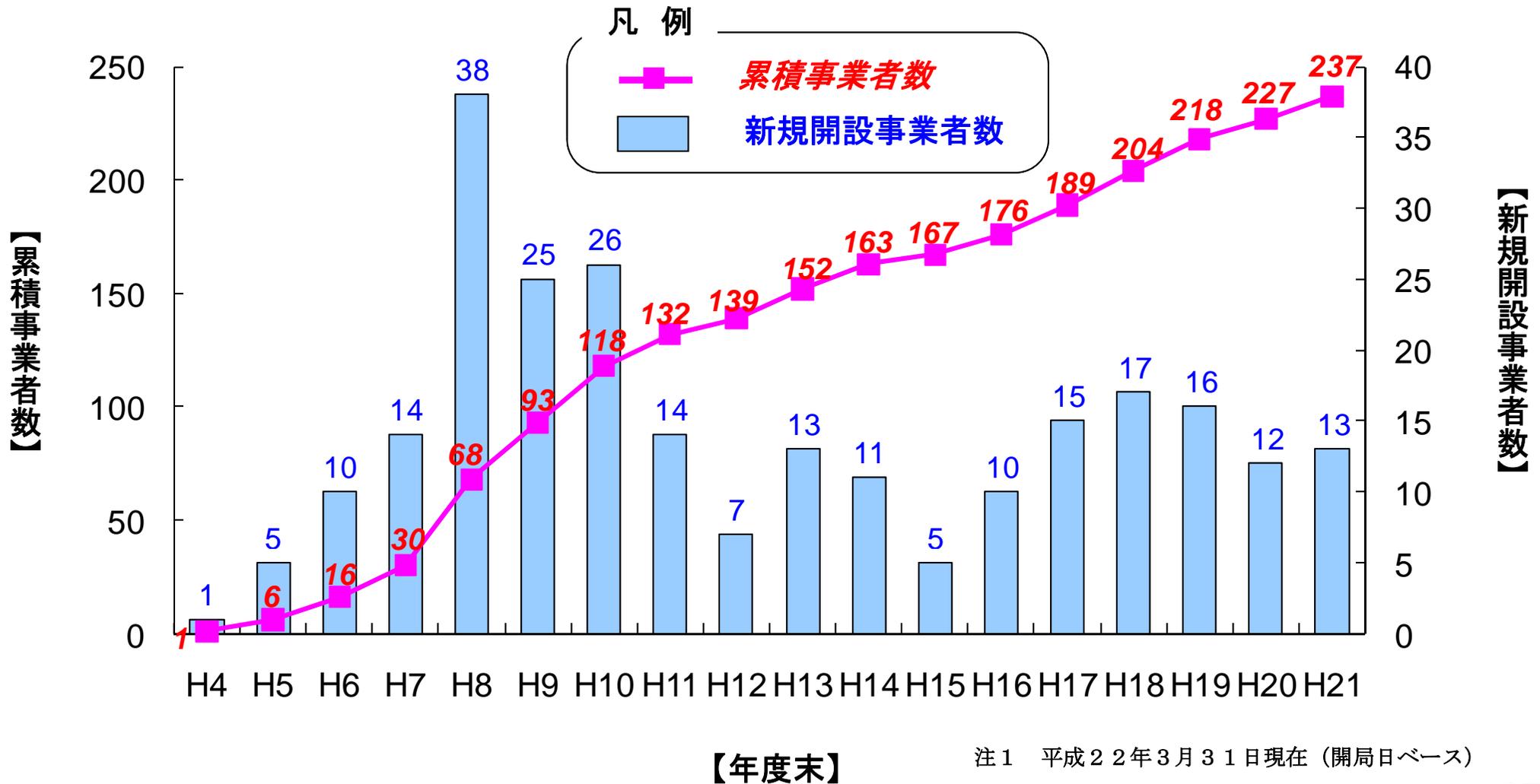
6 コミュニティFM

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。

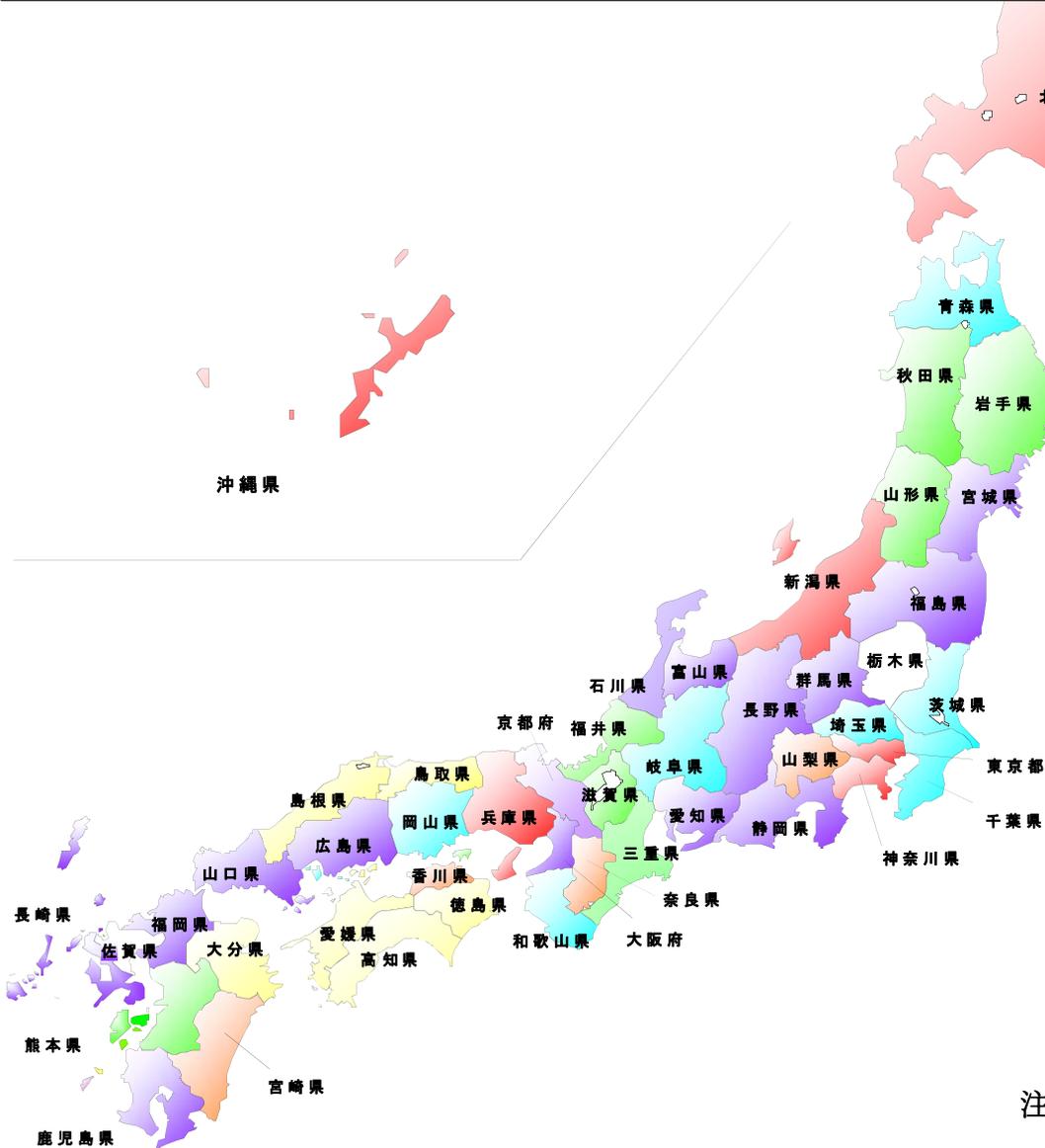


注1 平成22年3月31日現在（開局日ベース）

注2 平成22年3月までに15事業者が廃止。

コミュニティ放送局の普及状況

✚ 平成22年3月31日現在、45都道府県で237局が開局・運用中。



凡例

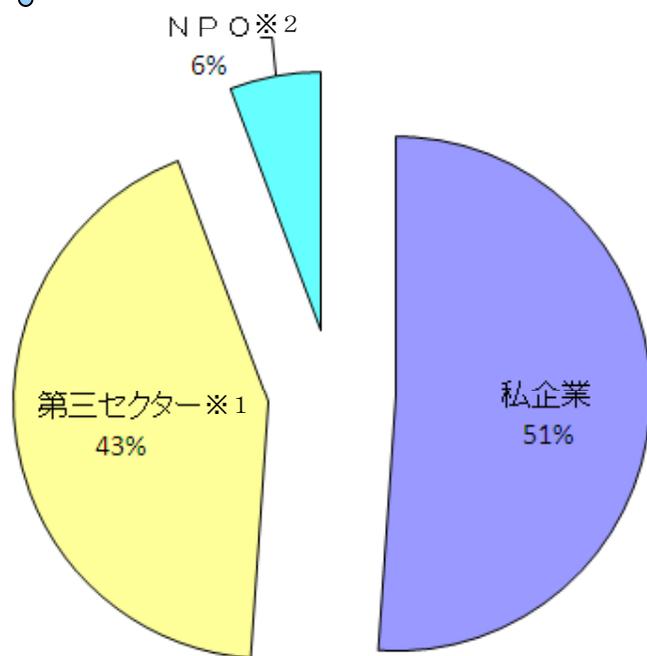
	開局数10局以上	【 6都道県】
	同5～9局	【15府県】
	同4局	【 7県】
	同3局	【 7県】
	同2局	【 4県】
	同1局	【 6県】

注 平成22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。

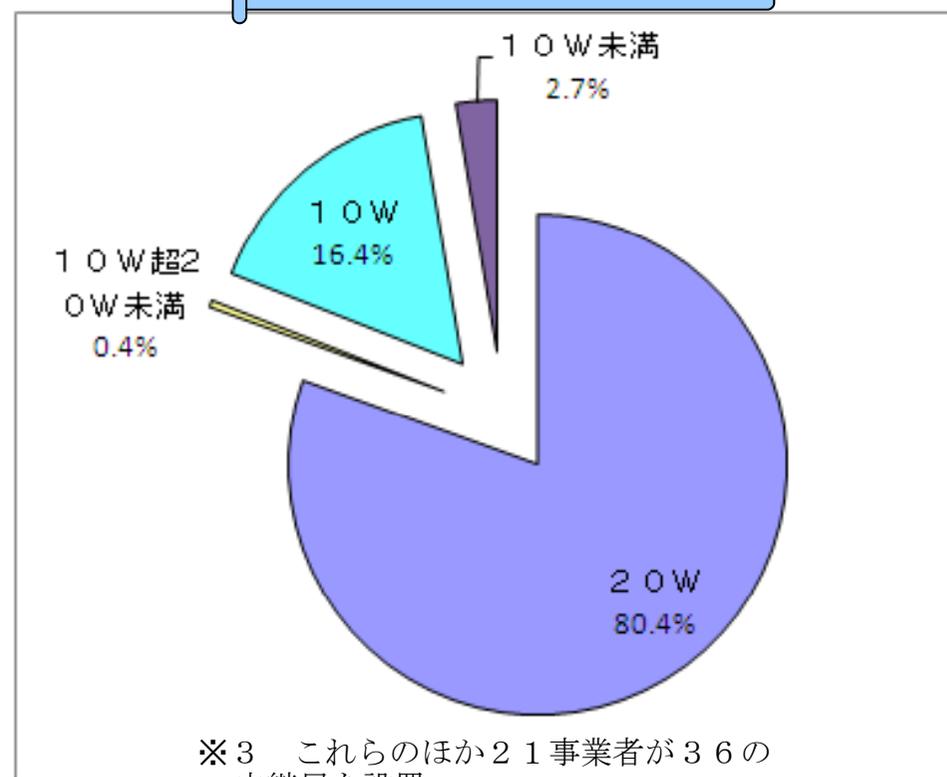
経営形態



※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

親局※3の空中線電力



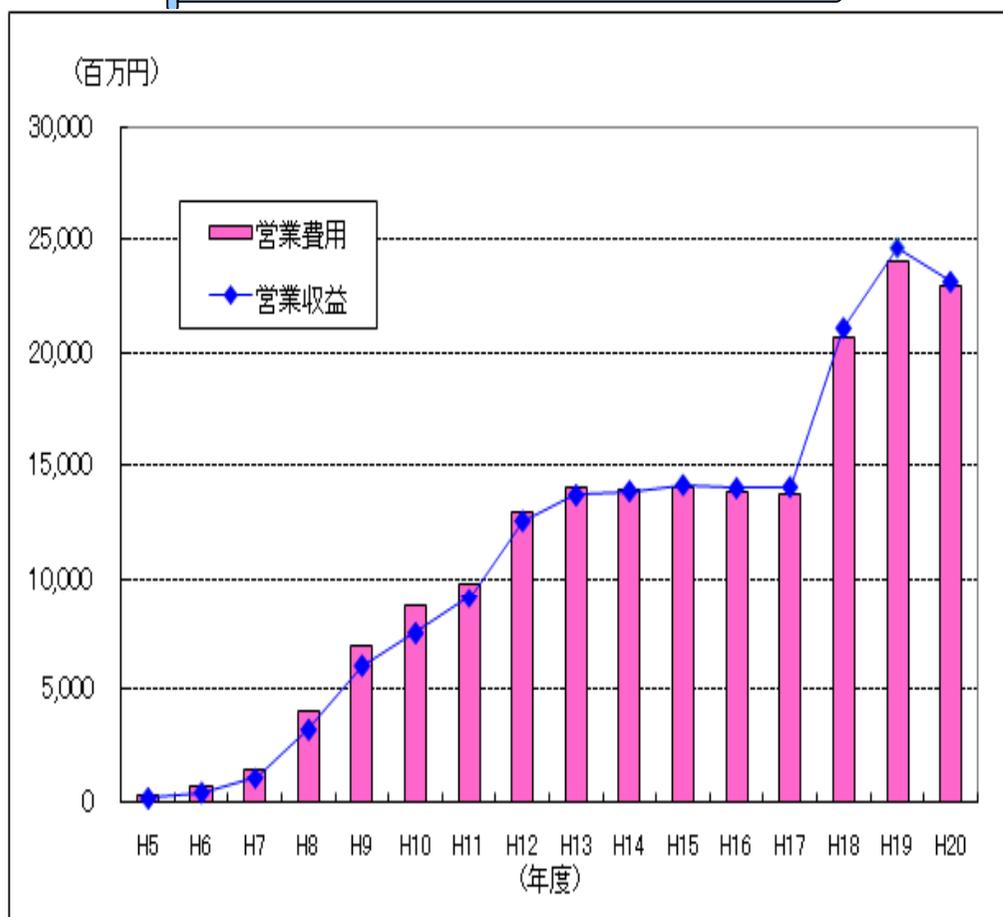
※3 これらのほか21事業者が36の中継局を設置

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

