

コミュニティ放送の現況について ～ドリームスエフエム放送(株)の取組～

平成27年11月25日版

ドリームスエフエム放送株式会社

元代表取締役社長 白石勝洋

《コミュニティ放送の概要》

① 「コミュニティ放送」

- ・ 平成4年1月、地域の活性化等に寄与することを目的に制度化された地上基幹放送(超短波(FM)放送)。
- ・ 行政、観光、交通情報等地域情報を提供する地域密着型メディアとして普及。
- ・ 県域FMと同様に市販のFMラジオで聴くことが可能。
- ・ 現在47都道府県、295局が運営(JCBA加盟221局)。

② 「放送対象地域」

- ・ 原則、一つの市区町村の一部(概ね半径5~15km程度)。

※平成の大合併以降、コミュニティも広域化(定住自立圏域)。

地域的一体性がある場合、隣接する市区町村も併せて放送対象地域とすることが可能となっている。

③ 「免許申請」

- ・ 先願方式:申請者が希望放送地域で利用できる周波数を見つけ、先に申請した者から審査される。

※広域・県域ラジオ局「公募方式」

④ 「インタラクティブ配信=サイマルラジオ」

- ・ 203社/295社が配信。

【放送の出力(空中線電力の上限値)の推移】

◇平成 4年1月: 1 W

◇平成 7年3月: 10 W

◇平成 11年3月:原則 20 W ※20W以下で必要最小限のため、20W以下の放送局もあります。

◇平成 21年7月:例外的 20 W超の基準明確化 ※条件的に限定されており、20W超は現在一部の局で認められています。

《コミュニティ放送局数の推移》

- ・ 平成4年の制度化以降、数次の規制緩和や大規模災害発生等に併せ、全国へ普及してきました。
- ・ 経済情勢等に応じて変動しますが、近年はコンスタントに10局前後が開局しています。

【年度末事業者数】(開局日ベース)

◇平成 4年 : 1局	出力上限	1W	
◇平成 6年 : 15局			
◇平成 8年 : 64局	出力上限	10W	※H 7. 1.17 阪神大震災
◇平成 10年 : 118局			
◇平成 12年 : 139局	出力上限	原則 20W	
◇平成 14年 : 162局			
◇平成 16年 : 176局			※H16.10.23 中越地震
◇平成 18年 : 202局			
◇平成 20年 : 227局			※H19. 7.16 中越沖地震
◇平成 22年 : 246局			
◇平成 23年 : 255局	(開局数 9局)		※H23. 3.11 東日本大震災
◇平成 24年 : 268局	(開局数 13局)		
◇平成 25年 : 281局	(開局数 14局・閉局数 1局)		
◇平成 26年 : 287局	(開局数 7局・閉局数 1局)		
◇平成 27年 : 295局	(開局数 8局)		※H27.11. 3現在 21事業者が閉局

○ 東日本大震災後、被災地28市町(30局)で臨時災害放送局が開設(コミュニティ放送局が放送受託:10市10局)。

H27.10.31現在9市(10局)が放送を継続。

開設には放送設備(スタジオ・放送機器)、送信設備(送信所・送信機・アンテナ)、放送スタッフ、運営コストが必要となるので、コミュニティ放送局のノウハウを活用すれば短期間で開設が可能。

臨時災害放送局の開設までに要した期間

	3日以内	7日以内	20日以内	それ以降	合計
コミュニティ放送局が放送受託	4市	4市	2市	なし	10市
新規に開設	なし	1市	6市町	11市町	18市町

《コミュニティ放送の役割》

- ・ 地域で主体的な取組みにより、自律的に普及・発展してきた希有な放送メディア。
- ・ 地域固有の情報を収集し、地域内に広く伝える地域密着型メディア。
- ・ ラジオという身近で手軽な手段による地域活性化のアイテム。
- ・ 防災・減災、災害発生時の情報収集伝達機関。

① 地域活性化と地域コミュニティの再生

身近な地域のメディアに「特化」すべきと考えています。

- ・ 自治体広報や身近な生活情報、イベント情報などを放送することにより地域を活性化、さらに人間関係の結びつきが希薄になり、崩壊が進んでいると言われる地域コミュニティの再生に有効なメディアです。
- ・ 地域の人々、特に、高齢者のための「生きがいの場・憩いの場」の創出となり、また文化活動発表の場として利用できます。
- ・ 地域の子供達に夢を与えるだけでなく朗読や合唱の発表など活動の機会を広げます。

② 防災・減災、災害発生時の情報収集伝達機関

コミュニティ放送が担う大きな役割です。

東日本大震災時に、被災地で特に役に立ったメディアは「ラジオ」でした。

地震による停電や断線で、テレビやケーブルテレビ、インターネットは使えなくなり、携帯電話は輻輳（一時的な通信の集中）により繋がりにくくなり、防災無線は、防音性の高い家屋が増え、窓を開けることの少ない季節でもあり、聞き取りづらかったとされています。

単純な「ラジオ」は、被災しても放送機能の復旧が早く、臨時災害放送局として開設することも容易です。防災グッズとして、非常持出し袋の中に携帯用ラジオを入れている人や、カーラジオで情報を得る人が多く、乾電池で長時間受信できるのもラジオの大きな特徴です。

個社の取組状況 ～ドリームスエフエム放送株～

DreamsFMは、

地域の個人や団体、企業をお互いに顔の見える距離で結びつけ (**D**irect)

変化する状況に即応し (**R**ealtime)

役に立つ (**E**ffective)

豊富な (**A**bundant)

情報を提供できるメディアとして (**M**edia)

「知ること」を助け (**S**upport)

夢を語ります。 (**DREAMS**)



筑後・佐賀広域エリアのFM局 エリア人口100万人

Dreams FM 76.5MHz

個社の取組状況 ～ドリームスエフエム放送株～

リスナー参加型番組で 情報のキャッチボール

情報のターミナルが私たちの役割です。
リスナーの皆様と情報をキャッチボールして、リスナー参加型の楽しい番組を一緒に作り上げていきます。

楽しいお喋りと音楽で みんなが元気！

番組を盛り上げるのは元気印のパーソナリティたちです。
幅広いジャンルの音楽 と楽しいお喋りで、さわやかなひとときを毎日お届けいたします。

リアルタイムの情報満載で 生活にとっても便利！

地元のラジオ生放送だからこそ、情報は新鮮で緻密です。
エリア内のお天気、交通情報からお店の特売情報など耳よりの情報まで、生きた情報をお伝えします。
また、文化振興に視点をおいた番組作りにも心を注ぎます。

災害!いざという時の情報も お任せを

軽快なフットワークで、防災情報はもちろん、災害が発生した時の素早い情報をエリア内の皆様に提供します。
消防車出動の火災発生時などには緊急放送も行います。



筑後・佐賀広域エリアのFM局 エリア人口100万人

Dreams FM 76.5MHz

個社の取組状況 ～ドリームスエフエム放送株～

地域と密着した取り組み

市民参加型

- 市民の番組参加
(市民サポートスタッフ・市民出演枠)
- 商店街にサテライトスタジオを設置
- 職場体験の積極的な受け入れ

地域密着番組

- 市町村対抗駅伝の特別番組
- 初詣会場での公開生放送
- スローフードフェスタの特別番組
- 花火大会等の特別番組

自社制作比率は、50%程度。その殆どが地域向けのもの。

自治体との連携

(久留米市・久留米広域定住自立圏)

- 災害時の緊急放送協定の締結
- 防災啓発番組の放送
- 市政広報・イベント等の広報・周知

他メディアとの連携

- Jリーグ「サガン鳥栖」ホームゲームの同時生中継(NBCラジオ佐賀)
- 九州新幹線利用促進PR企画
(大阪・岡山・広島・福岡・熊本・鹿児島
6局ネット配信)

👉 コンサートホール・屋外ステージと連携できるサテライトスタジオをオープン
(2016年4月予定)。既設サテライトとネットワーク構築。

👉 地域特産品等の物品販売の検討。



筑後・佐賀広域エリアのFM局 エリア人口100万人

Dreams FM 76.5MHz

コミュニティ放送の今後

【現状と背景】

- 阪神大震災以来、CFMは様々な自然災害発生時に二次災害の防止・被災住民のケアの役割を果たしてきました。東日本大震災発生時にも住民の安全・安心のためにCFMが持つ機能を最大限に発揮し、地域のライフラインとしての必要性を証明しました。
- 地方創生にスポットが当てられるなど、地域の重要性が見直され始めました。アベノミクスの地方への浸透、安全・安心の国づくり、若者が希望を持てる結婚子育て施策、雇用環境の改善、人口維持施策等々が具体性を帯びてきます。
一方で、ラジオを通しての各種地域情報へのニーズは全体としては大きな変化はないと考えます。その中で、コミュニティ放送は、少子化を受けた教育・子育て番組、高齢者の「楽しみや生きがいづくり」に役立つ番組を制作していくことで、コミュニティ放送の市民権確立、地域情報へのニーズを高めるものと考えております。また、災害時の地域情報については、今後ますます強まると考えております。
- インターネットの普及により、サイマル放送による難聴地域の解消が可能となりました。一方で、コミュニティ放送の課題である経営の安定化には、収入増が必要となりますが、インターネットの普及は、必ずしも収入増につながらず、むしろラジオの広告収入は減少していくのではと認識しております。

コミュニティ放送の今後

【目指すべき方向性】

1. 社会的需要に応じ、隣接市区町村を含めた放送エリア・受信環境の充実。
2. コミュニティ放送のBCP作成と実践に向け「コミュニティ放送のインフラ化」。
(地域社会を構成する企業団体と防災パートナー制度を創設等。)
3. インフラとしての役割使命を果たしていくために必要な支援制度の創設。
 - ・ ハード面＝放送設備機器等の整備に係る、国の助成制度の維持・拡充。
 - ・ ソフト面＝地域社会の活性化に資する番組制作、放送に係る人材の確保と育成などにかかる助成制度の創設。

(JCBAの取組)

4. 「地域社会の活性化」と「地域社会の安全安心」に向けた取り組みを本格化。
5. 各局の実情に照らした事業運営の方法・内容の改善、またコンプライアンスの向上を図り、コミュニティ放送が地域社会における役割使命を果たしていけるよう、全国組織として業界を牽引。

コミュニティ放送の今後

地方創生に重点が置かれ、地域社会の重要性は高まる一方にある。今後、いかに地域活性化を実現していくかが、日本全体が直面する課題である。この難題解決に、率先して取り組んでいくことは、地域密着メディアであるコミュニティ放送の使命である。

また、近い将来、大規模災害が予測されている。地域社会に密着し、住民に最も関わりが深く大きいコミュニティ放送が、非常時にも役割と使命を安定的に発揮できるよう、自治体をはじめとした関係機関との連携を推進する。

コミュニティ放送は最も地域に根付いたメディアとして、今後も「地方創生」「安全・安心な社会」の実現に取り組んでいく。関係者の皆様にも、実現に向けて、ともに取り組んでいただきたい。

《災害時のコミュニティ放送》

- ・ 阪神大震災、中越地震等を契機に局数が増加、東日本大震災時には、臨時災害放送局が30局開設されるなど、災害時の情報収集伝達機関として有効なメディアであることが知られています。
- ・ 災害発生時に正確な情報を迅速に提供するため、自治体と災害対策基本法に基づく災害放送協定を締結、自治体の防災担当が緊急割込放送装置により、緊急情報が放送できる体制を整えています。

【被災地で役に立ったメディア】

(日本民間放送連盟研究所「東日本大震災時のメディアの役割に関する総合調査」より)

	仮設住宅調査(%)		ネット調査(%)		
当日	1	ラジオ	43.2	ラジオ	66.3
	2	ロコミ	40.4	テレビ	37.1
	3	自治体・警察・消防等	10.4	ロコミ	31.2
	4	テレビ	10.2	新聞	13.6
	5	自分の経験と知識	8.0	メール	11.1
翌日・翌々日	1	ロコミ	55.0	ラジオ	68.9
	2	ラジオ	53.2	テレビ	41.4
	3	自治体・警察・消防等	18.4	ロコミ	36.3
	4	新聞	14.4	新聞	25.9
	5	テレビ	13.6	メール	18.7
3日後～1週間後	1	ラジオ	58.6	ラジオ	64.1
	2	ロコミ	55.0	テレビ	60.3
	3	新聞	34.0	ロコミ	41.4
	4	テレビ	26.6	新聞	39.8
	5	自治体・警察・消防等	22.6	メール	30.6

【東日本大震災における通信情報】（岩手県庁総合防災室・地域振興室連携調査より）

通信メディア	状況	備考
ラジオ	○	地域FM(県域・コミュニティ)は有効
固定電話(デジタル)	×	停電のため光回線は不可
固定電話(アナログ)	△	一部公衆電話は利用できた
携帯電話	△	電話は不通。メール、インターネットも輻輳のため困難 臨時衛星通信車
インターネット	△	直後は輻輳したが、ツイッター、SNSが役に立った
衛星電話	○	自治体の唯一の通信手段だったが連続3分しか使えない
防災行政無線	△	故障のため一部利用可能
庁内LAN、いわて情報ハイウェイ	×	ほとんど津波で流された
インターネット衛星通信	○	仮復旧に威力を発揮した
無線LAN	○	仮復旧に簡単に導入できた

【災害対策基本法に基づく協定と緊急割込装置の有無】

（総務省資料「平成26年12月1日現在、コミュニティ放送局調査結果」より）

災害放送に係る協定の有無(JCBA加盟局)

協定あり	91.2(94.9)%
協定なし又は未確認	8.8(5.1)%

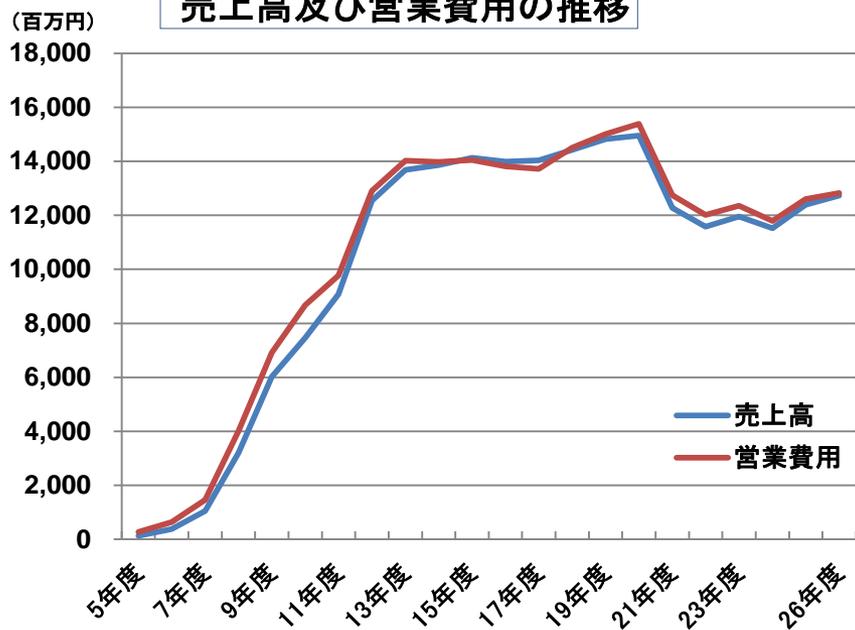
緊急割込装置の有無(JCBA加盟局)

設置あり	62.1(66.6)%
設置なし又は未確認	37.9(33.4)%

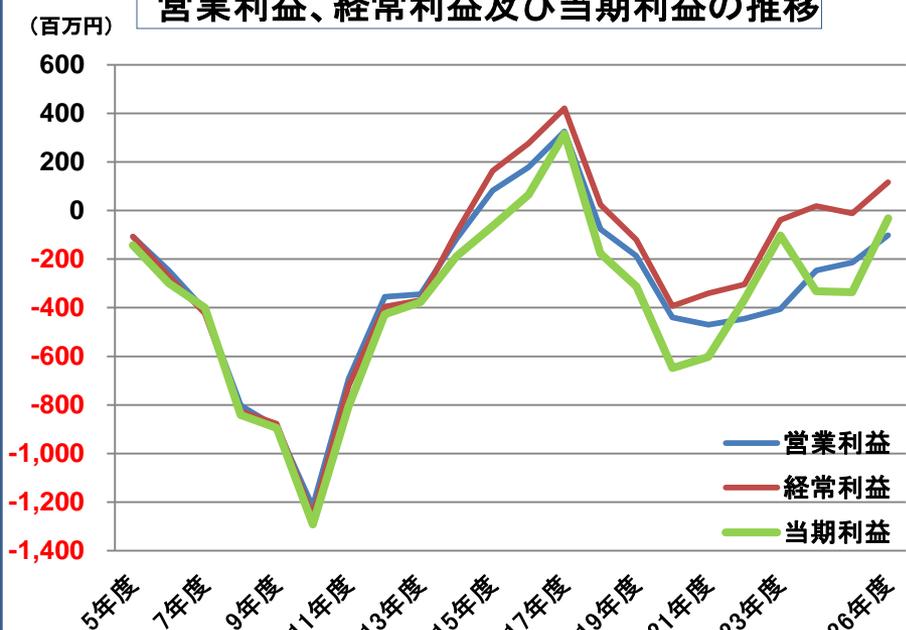
《コミュニティ放送局の経営状況》

- ・ 運営形態は株式会社・NPO法人・協同組合等様々で、経営規模は大多数が小規模です。
- ・ 経営基盤は、盤石とは言えず、人的、放送設備両面で、必要最小限で賄っています。
- ・ 平成26年度業界全体売上高は前年124億(対象事業者数253)から127億(対象事業者数279)と対前年2.7%増加していますが、収益構造は依然として赤字基調で、苦しい経営状況が続いています。
- ・ 近年は同じ地域メディアであるケーブルテレビが母体の新規開局が増加しています。

売上高及び営業費用の推移

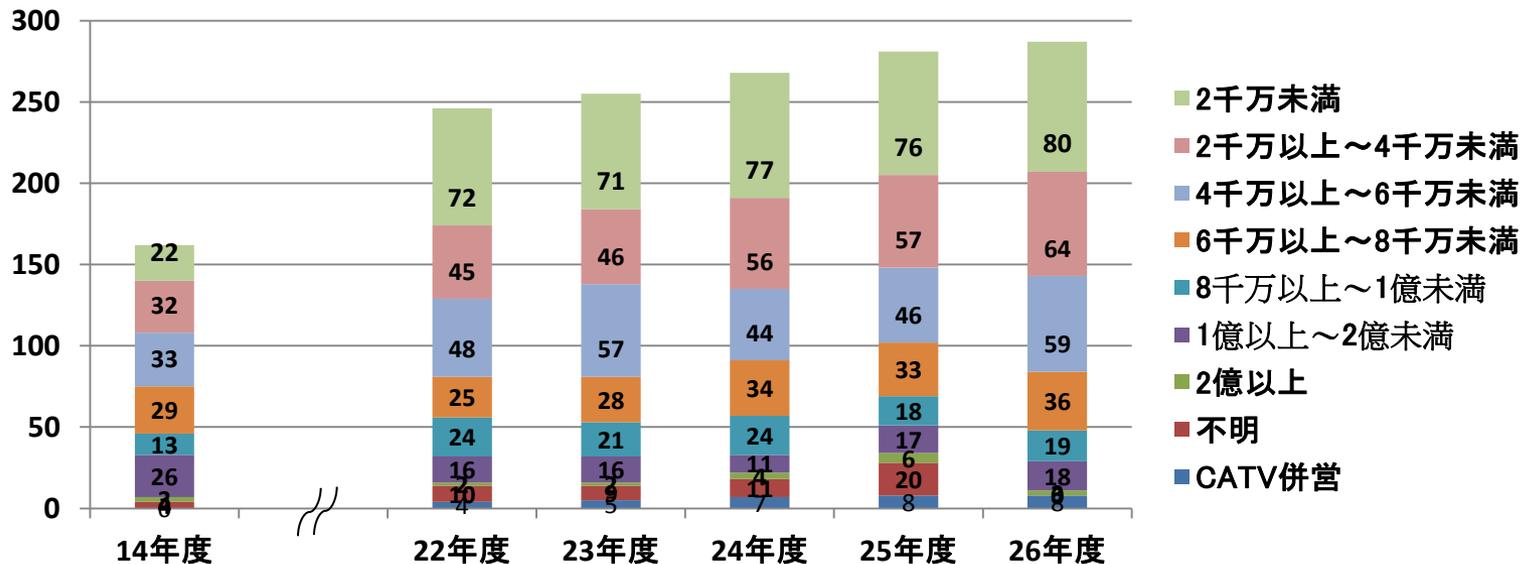


営業利益、経常利益及び当期利益の推移



平成26年度における一般放送事業者の収支状況報告に基づく279事業者の状況（総務省資料）

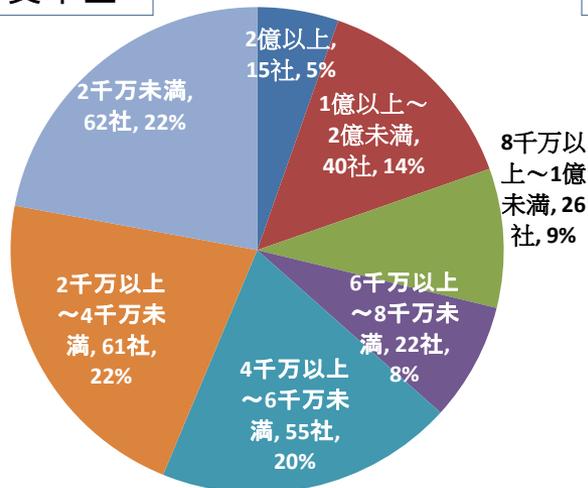
コミュニティ放送局の経営状況（売上高分布状況）



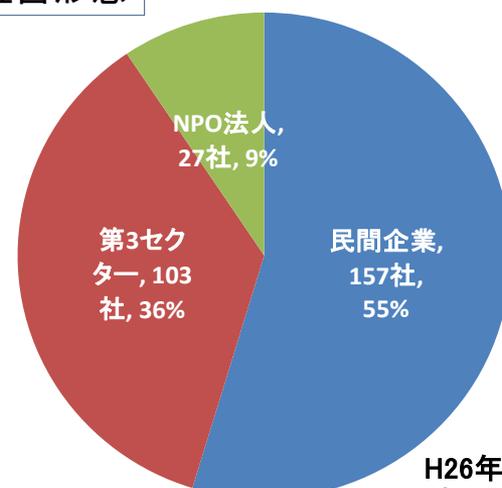
《損益分岐点》

地域格差があり一概に言えませんが、4～5千万円程度と推察されます。

資本金



経営形態



H26年度末計287社

コミュニティ放送(CFM)は地域の“ライフライン”

コミュニティ放送の組織・団体

全国組織として221局加盟の**一般社団法人日本コミュニティ放送協会(JCBA)**があります。

全国を管轄総合通信局別に11ブロックに分け地区協議会を設置、各地区協議会会長が理事として運営。総務省と連携しています。



開局が相次ぐ
CFM
必要性が認め
られた結果です



JCBA加盟局は情報の共有、相互の連携を企図しながら運営

コミュニティ放送(CFM)は地域の“ライフライン”

JCBA(一般社団法人日本コミュニティ放送協会)の活動

- 放送法、電波法等コンプライアンスの遵守。
- 災害対策基本法に基づく協定の締結(94.9%)と緊急割込装置導入(66.6%)の促進。
- 著作権三団体との協議連携で知的財産権への対応。
- インターネットサイマルラジオ配信により、放送エリアの難聴地域の解消。
- 地区別災害時相互支援協定の促進
 - 地区協議会単位で各県ごとに連絡協議会を設置、災害時の緊急情報を共有化
- 災害時における地域情報ネットワークの構築
 - JFN(日本FM協議会38局)・TFM(東京FM) ⇄ JCBA加盟局
- 地域の防災力の向上
 - 国立研究開発法人防災科学技術研究所と「連携協力協定」を締結。

コミュニティ放送の課題①

放送基盤の整備(放送設備・送信設備)

中継局(難聴対策)の設置と放送・送信設備の二重化・・・放送の安全性・信頼性の向上のため、急がれる。国により適債化し、自治体事業化と完成後のCFMに対する無償譲渡など財政支援制度が創設され、財政負担は軽減の傾向。

新規開局に向けた周波数の確保

ガードバンド(85～90MHz)、V-LOW(90～95MHz)帯の割当てにより、一層の普及が期待される。

狭域エリアでのランニングコスト(CM先)の確保

収支は業界全体で改善傾向にあるものの、依然として苦しい経営状況が続く。スポンサーの確保とともに、自治体からの出稿継続・拡大が重要。

コミュニティ放送の課題②

経営基盤の強化



地域のインフラ、文化発信基地を目指し、サポート体制を強化。

人材(放送スタッフ)の確保と育成



研修・育成機関の創設とボランティア制度の有効活用。

地域密着番組比率の維持



人材不足の解消は難しく、地域密着番組比率(50%以上)の維持が一層難しくなる状況。番組制作コストと負担の軽減のため、番組制作会社との連携強化、加盟局制作番組の積極的活用。また、特色に溢れたローカル番組制作能力の向上。