

# 「携帯端末向けマルチメディア放送サービス等」 に関する課題提案

2007年11月12日

社団法人 日本民間放送連盟

# 本日のプレゼン内容

- 民放ラジオ局の事業形態
- 国民生活に浸透しているラジオメディア
- 地方文化・経済に寄与するラジオメディア
- 聴取者のラジオへの期待と、期待にこたえる放送
- ラジオのデジタル化の必要性

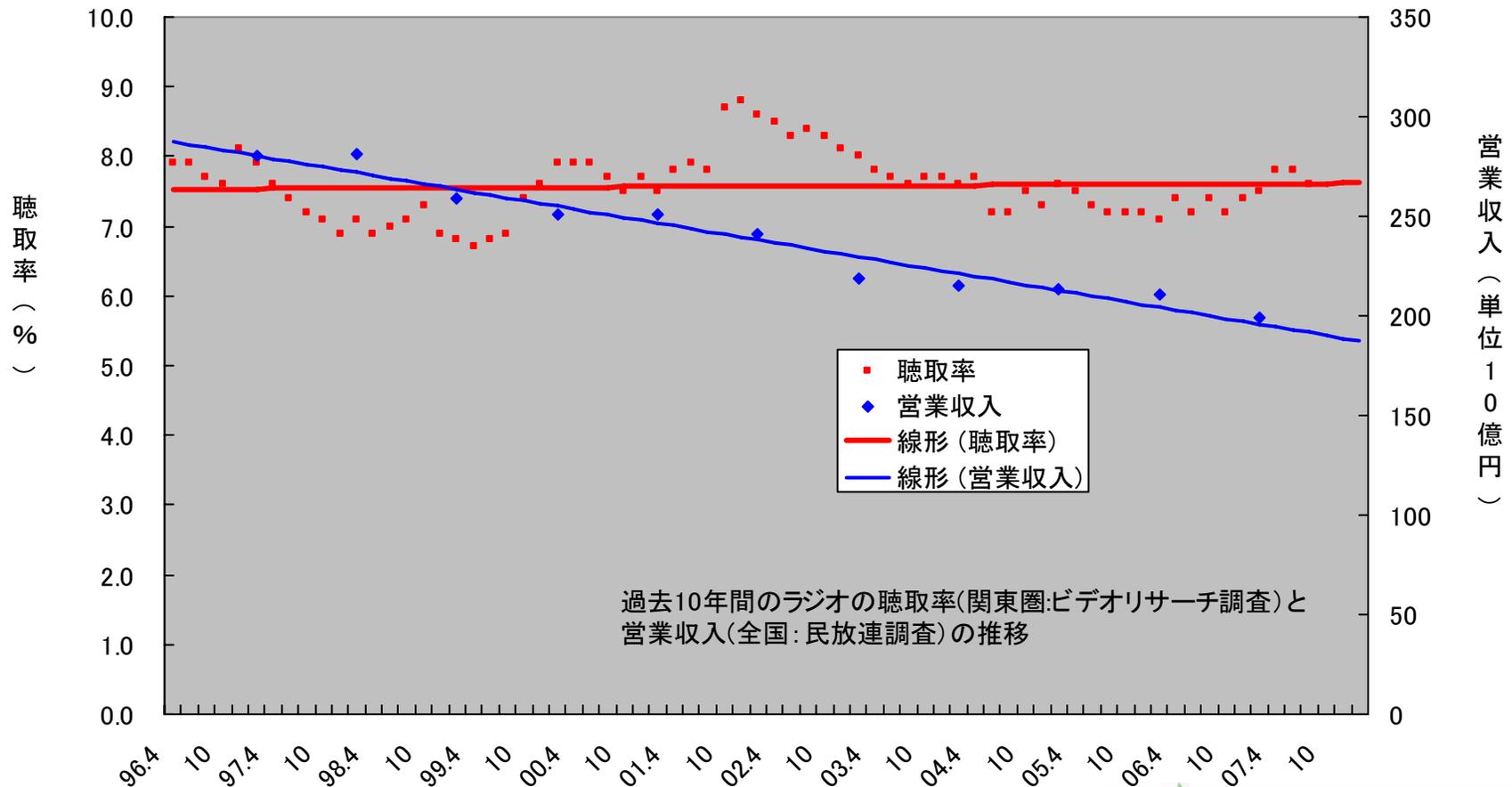
# 民放ラジオ局の事業形態

民放連加盟 地上ラジオ社は101社

- AM広域免許・・・関東・近畿・中京の8社
  - AM県域免許・・・39社
  - FM県域免許・・・49社
  - 外国語FM免許・・・4社
  - 全国免許(短波放送)・・・1社
- 
- ラジオ・テレビ兼営社・・・34社
  - ラジオ単営社・・・67社

# 聴取率(関東圏)と営業収入(民放全国)

収入は減少傾向だが、聴取率は下がっていない



## 多くの人が聴いているラジオ

- 関東圏の中波ラジオのカバレッジエリア内人口は  
約3,600万人 <TBS ラジオ&コミュニケーションズ調べ>

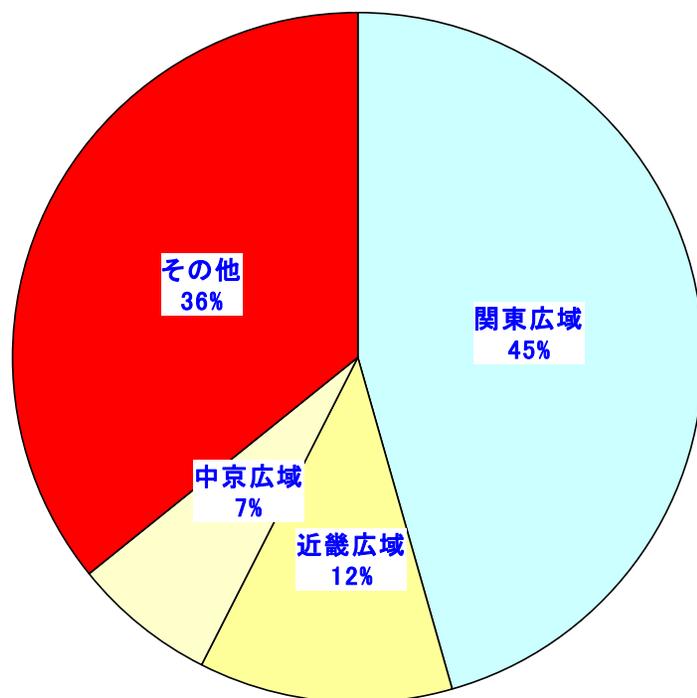
平均7.6%の聴取率(2007年8月ビデオリサーチ首都圏調査より)として

- 関東圏だけで約273万人が、この瞬間にラジオを聴いている。

カバレッジエリアとは0.25mV/mの電界強度

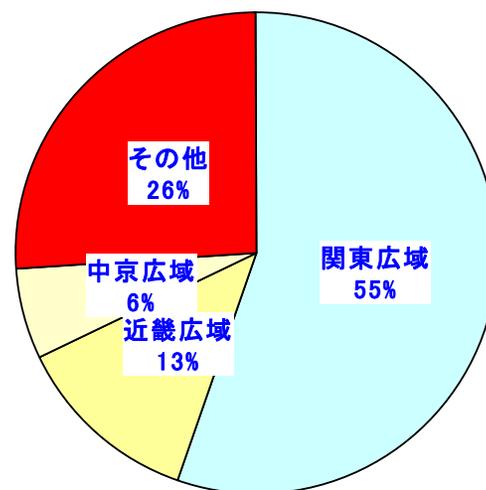
# ラジオの収入は、地方に分配される率が高い

ラジオのエリア別収入



地域密着型番組が多く、  
自社制作率が高い

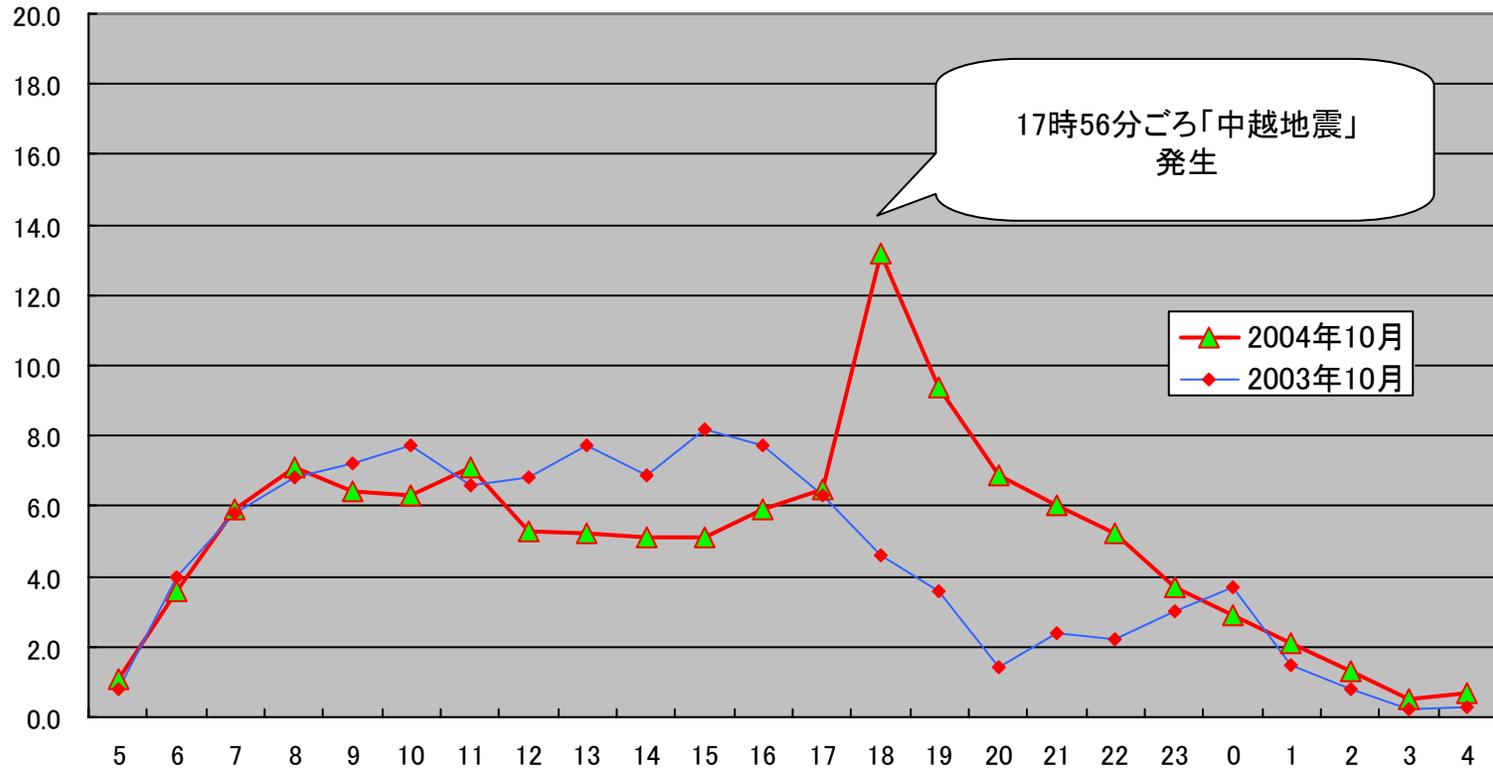
テレビのエリア別収入



キー局の制作率が高い

民放連: 民放エリア別動向2007年版より

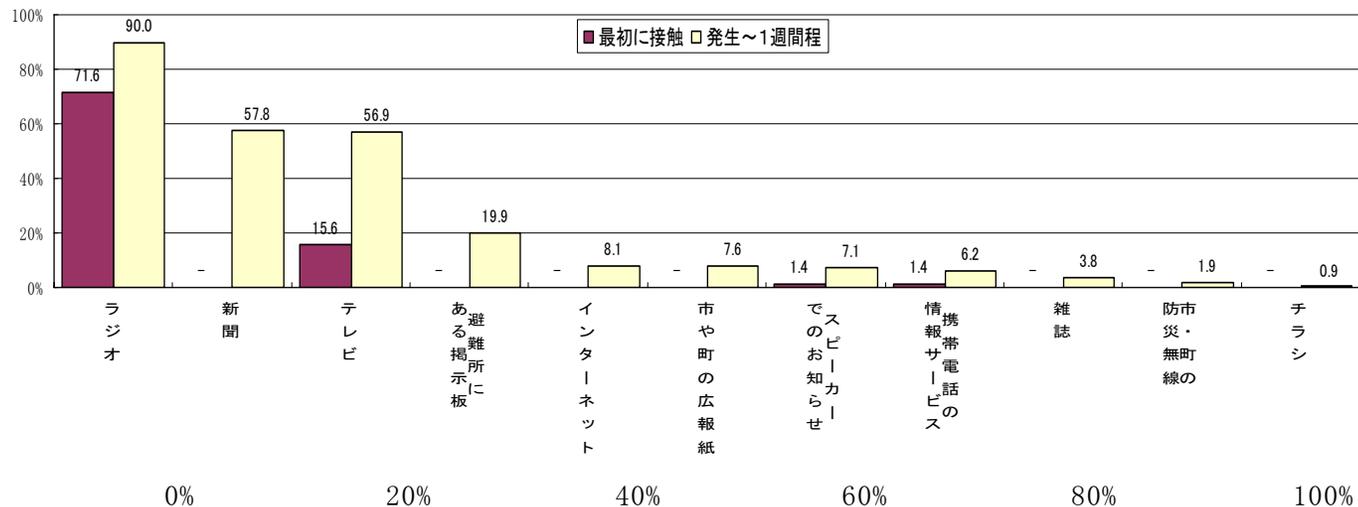
# 中越地震発生時のラジオへの期待



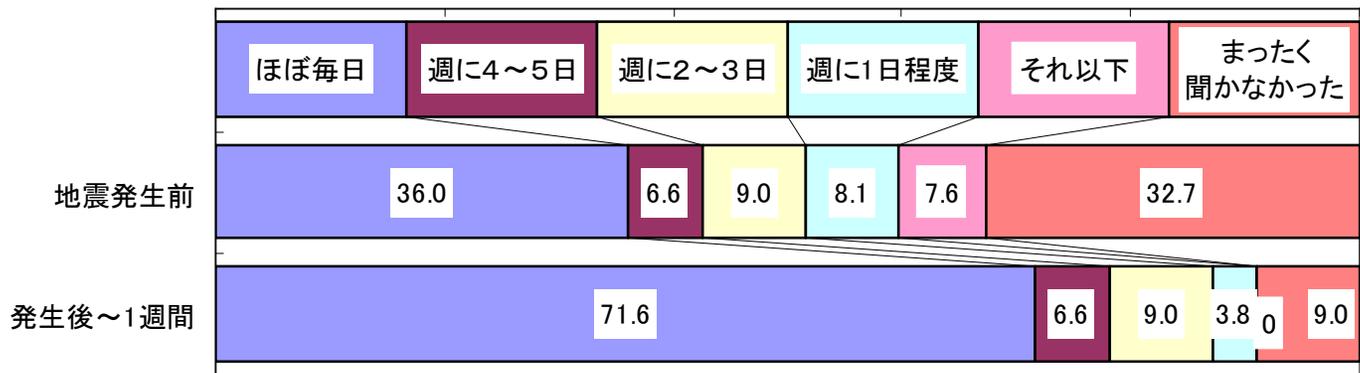
新潟地区土曜日の全局聴取率(04年10月23日と03年10月25日)

エフエムラジオ新潟調べ

# 中越地震時におけるラジオ利用状況



接触率



聴取頻度の変化

## 日常的な聴取者とのつながりが、災害時の信頼を獲得

### コンテンツの質

- 様々な生活シーンに根付いている番組  
(通勤、運転、商売、家事作業、療養などの様々な聴取状況に対応)
- 生ワイド番組を多く編成している、地域密着型の番組内容
- 1対1を感じさせる、温もりのあるパーソナリティへの信頼

### メディアの特性

- 「ながら聴取」を可能にする音声中心のメディア
- スイッチひとつで必要な情報が簡便に得られるメディア
- 電池で聞くことができ、どこにでも持ち出せるメディア

この特性を基本にすえて放送を続ける努力が、災害時の信頼につながっている。

## 日本の文化に資するラジオの将来

- デジタルのテクノロジーを駆使し、多くの国民に支持されているラジオ文化をデジタル時代にふさわしく、より豊かなサービスに進化させることが、国民の利益となることを確信。
- 多様化するライフスタイルと、様々な生活状況（年齢、職業、ハンディキャップのある方、在宅、入院など）に、「よりきめ細かく」対応できる多チャンネル化とデータ放送での補完。
- 質の高い放送を継続するためにもデジタルならではの機能を活用した営業活動により、健全な経営基盤の確保も重要。

## ラジオメディアにもデジタル化の道筋が必須