

インターネット配信時代のラジオ

～その歴史と広域化の流れ～

メディア研究部 関谷道雄

ラジオのインターネット配信が日本で始まったのは1990年代後半。黎明期から揺籃期を経て、今、成長期へ入ろうとしている。ラジオのインターネット配信が進んだ背景としてはリスナーのラジオ離れが挙げられる。インターネット配信の黎明期は楽曲の権利処理や通信の活用で放送の枠を越えてしまうのではないかという懸念が放送関係者にあり、足かせとなっていた。それでも、各局の担当者はインターネット配信へ向けて動き出していた。例えば、J-WAVEはアメリカにサーバーを置いて、権利処理をクリアした上で配信した。また、ラジオNIKKEIは番組で楽曲をあまり使わないことと系列がないことを活かして、競馬中継などで配信を実現化してきた。

一方、radikoやドコデモFM、NHKの「らじる★らじる」など配信プラットフォームの整備も進んできた。また、放送対象地域を越えるエリアフリー化も進展した。エリアフリー化は地方局の番組が全国で聴取できる機会を生み出し、一部の地方局が全国的に人気を集めるなど、その可能性が広がりつつある。しかし、新たなビジネスモデルは未だ確立できていない。東日本大震災ではラジオの重要性が改めて見直された。防災・減災の面からもインターネット配信の成長期へ向けて関係者の新たな取り組みが期待される。

はじめに

2013年に入りラジオをめぐる、ささやかだが象徴的な出来事が相次いだ。まず1月、地方の民放ラジオ局の2つの番組がインターネットの動画共有サービスUstream（ユーストリーム）の人気投票で10位以内に入賞した。5月末、NHKのインターネットラジオ「らじる★らじる」が放送対象地域を越えてローカル放送の配信を始めた。これらはいずれもインターネット配信がかかわっている。

1990年代後半に始まったラジオのインターネット配信は今、新しい段階に入ろうとしている。黎明期から揺籃期を経て成長期に向かおうとしている段階ではないだろうか。

本稿ではラジオのインターネット配信がどのような経緯で普及しつつあるか、各局の担当者か

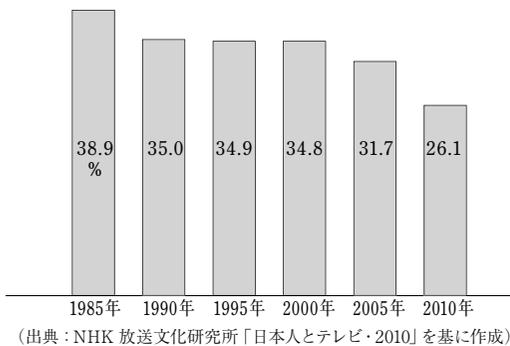
ら聞き取った内容を踏まえ、報告する。さらにインターネット配信に伴う県域放送の広域化の現状と課題を見るとともに、ラジオが持つ今後の可能性を考えてみたい。

1章 インターネット配信の背景

1. ラジオリスナーの減少

そもそもなぜ、ラジオのインターネット配信が進められるようになったのだろうか。その背景にはラジオ聴取者の減少がある。NHK放送文化研究所が全国の16歳以上の人を対象として実施した調査によると、ラジオに毎日のように接触する人、つまり聴取する人、リスナーは1985年に38.9%だったが、2010年には26.1%まで減少した(図1)。いわゆる“ラジオ離れ”が進行していることがわかる。

図1 ラジオに毎日のように接触する人

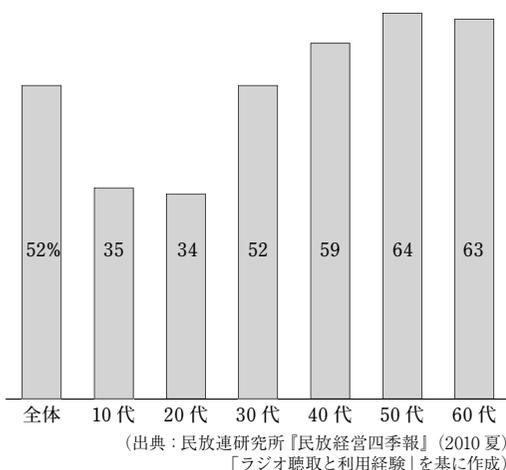


2. 若年層リスナーの取り込み

民放連研究所の調査を見てみる。2010年2月に首都圏在住者を対象に実施した調査結果によると、年層別のラジオの聴取状況は、30代以上は50～60%台なのに対して、20代は34%にとどまっている(図2)。こうした状況を放置すれば、ラジオの媒体価値の低下は避けられない。「若い人にラジオを聴いてもらいたい」というのはラジオ各局の悲願である。

現在、民放ラジオ各局が参加するradiko、NHKの「らじる★らじる」はいずれも、都市部におけるマンションなどでの受信環境の改善などを目的に放送を補完する通信サービスとして

図2 ラジオの聴取状況(年層別)



位置づけられている。

radikoについてはさらに、ラジオの聴取機会の拡大、若年層対策も目的に掲げている。実はこれは受信環境の改善と並ぶインターネット配信の重要な目的である。

ラジオのインターネット配信はこのような状況で関係者によって進められてきた。次章以降で各局がどのようにラジオのインターネット配信を進めてきたか、見てみたい。

2章 ラジオのインターネット配信の歴史

1. 権利処理と通信との狭間で

揺れた黎明期

日本でラジオのインターネット配信が始まったのは1990年代後半。すでに20年近い歴史がある。しかし、初期の記録はわずかにしか残っていない。インターネット配信の先駆者たちは異口同音に「記録には残しづらかった」と振り返る。そこには多くのラジオ番組には不可欠な楽曲の権利処理をどう進めるかという障壁と、通信を活用することによって、放送の枠を越えてしまうのではないかという懸念があり、各局の足かせとなっていた。

こうした中でも、1996年後半から始まった木村太郎氏らのコミュニティFMのインターネット配信は知られている。しかし、コミュニティFM以外でも90年代後半はインターネット配信の胎動があった。

その一つがFM局のJ-WAVEであり、中央競馬という個性的なコンテンツを配信した短波のラジオNIKKEIも挙げられる。そして、AM局ではニッポン放送も配信を試みていた。

この章ではコミュニティFMと在京3局を中心に、それぞれの取り組みを見ながら、ラジ

図3 ラジオのインターネット配信の主な歴史

黎明期 radiko 以前	播覧期 2010年3月の radiko 開始後	成長期 (radiko のエリアフリー化)
プラットフォーム	LISMO WAVE (2011年1月) らじる★らじる (2011年9月) ドコデモ FM (2011年12月)	
その他	ラジオ NIKKEI Ustream 日本語版 (2010年4月) ポッドキャスト開始 (2005年4月) IBC 岩手放送 (2005年8月)	
各局	J-WAVE (1996年4月) 湘南ビーチ FM (1996年11月) ラジオ NIKKEI (1998年5月) ニッポン放送 (1998年ごろ)	
地方局	RKK 熊本放送 (2000年4月) SBS 静岡放送 (2004年8月)	

※RKK 熊本放送については4章に記述

オのインターネット配信の黎明期を振り返りたい。なお、本稿ではradikoによる配信が始まる2010年3月までの期間を黎明期とみなしたい。図3に各局のインターネット配信の主な歴史についてradikoを軸にまとめた。

なお、図3にも示したようにラジオのインターネット配信にはストリーミングによる同時配信のほか、Ustreamとポッドキャストがある。Ustreamは技術的にはストリーミングだが、インターネットの動画共有サービスで、日本語版は2010年4月から始まった。

これに対して、ポッドキャストはインターネット上の音声ファイルをiPodなどの携帯情報端末にダウンロードして聴取する仕組みで蓄積型とも呼ばれる。アメリカのアップル社のiPodと、放送を意味するbroadcastを合わせた造語といわれている。Ustream、ポッドキャストとも現在では多くのラジオ局が配信に活用している。

1) 米にサーバー置いて配信した J-WAVE

J-WAVEのインターネット配信は1996年4月

から始まった。コミュニティFMよりも半年以上早かったことになる。J-WAVEでは、1995年ごろにホームページを設けた当初から、インターネット配信の可能性を模索し続けていた。

この時の配信は「GOOD TIMES LUCY」という番組で同年4月1日から5日までの期間限定である。インターネット配信の黎明期にあたるこ

の時期、番組単発による配信が試みられた。

J-WAVEでは著作権などの楽曲の権利処理をクリアするため、アメリカのサンフランシスコに置かれたサーバーからインターネットで同時配信した。配信されたのは洋楽のみ。アメリカで権利処理が済んだ楽曲が選ばれた。また、初期には「VIVA! ACCESS」や「NTT Communication SWITCH ON NEW YORK」という番組も試験的にインターネット配信された記録が電通に残っている。

J-WAVEではこの時期の同時配信について、「インターネットがまだ、普及しておらず、聴取者からの反応はよくなかった¹⁾」としている。しかし、J-WAVEがインターネット配信を始めた時、ライバル局の担当者は地団駄を踏んだ。当時の担当者は「やられたと思いましたね」と振り返る。一般リスナーからの注目度は低くとも、同業者からは注目されていたことを物語っている。

同局での本格的な同時配信は、2006年10月のインターネットラジオの配信サービスBrandnew-Jまでかかった。この間、同局では、

楽曲の権利処理をクリアするため、担当者がレコード会社を回り、インターネット配信の許諾を得るのに奔走していた。

2) コミュニティFMの取り組み

一部のコミュニティFMが早くからインターネット配信を手がけていたのは有名である。木村太郎氏が代表を務める神奈川県逗子市の逗子・葉山コミュニティ放送（以下、湘南ビーチFM）は1996年11月に立ち上がった。コミュニティFMの出力は当初、0.25W以下に制限され、電波が届く範囲はせいぜい半径500メートルぐらい。その後、徐々に緩和²⁾されたが、あくまで放送の補完としての導入だった。

FM局とあって番組で楽曲は欠かせない。当然、権利処理について、著作権管理団体や個別のレコード会社と協議が必要になった。この間、湘南ビーチFMに続いてインターネット配信に乗り出すコミュニティFM局が現れては、楽曲の権利処理の壁にあたって消えるなど紆余曲折があった。当初は許諾の可否ごとにCDを選別したこともあったという。その間も著作権管理団体などと協議を続け、2008年2月に使用料の規程についてレコード協会などの権利団体と湘南ビーチFMを含めたコミュニティFM側で合意が成立した。そして、同年6月に湘南ビーチFMを含めた全国19局が参加するコミュニティ・サイマルラジオ・アライアンス（以下、CSRA）が発足して本格的なインターネット配信を始めた。

3) 携帯電話の“受信機化”進めた

ラジオ NIKKEI

ラジオのインターネット配信の黎明期にラジオNIKKEIが果たした役割も見逃せない。同

社（当時の社名は日本短波放送）は1998年5月から中央競馬の中継で同時配信を始めた。同社は日本では唯一の民放短波放送局。放送対象地域は日本全域。しかし、短波の受信機の所有者が少なかったことから、インターネット配信を通じて、リスナーへの接触を増やそうと熱心に取り組んできた。

同社では1990年代後半からインターネット配信を前提に出演者から了承を取り付け、準備を進めていた。FM局と異なり、楽曲をあまり使わないため、権利処理は比較的容易だったという。さらに系列局がないこともあり、インターネット配信への障壁は低く、徐々に配信番組を増やした。

そして、2006年1月には携帯電話への番組の配信事業「ラジオNIKKEIモバイル」を開始した。これはNTTドコモのFOMAのiモードアプリで音声 packets をストリーミング受信するスタイル。現在、ラジオのインターネット配信をスマートフォンで聴取するスタイルはある程度、定着しているが、「ラジオNIKKEIモバイル」は“携帯電話のラジオ受信機化”の嚆矢となった。また、ポッドキャストでも他局に先駆け、2005年4月に実用化している。

同社がインターネット配信に熱心に取り組んできたのは、短波放送の受信機の所有者が少なかったという理由以外にも、短波放送特有の受信状況の不安定さの克服という課題があった。同社はこれらを克服するため、昭和30年代にはFM局やUHF局の開局申請を試みたこともあった。

民放ラジオ局の中には同社の取り組みに注目し、技術面や著作権処理でアドバイスを受け、現在のポッドキャストやインターネットによる同時配信を実現した社も少なくない。その意味で

も、同社はインターネット配信時代のラジオの可能性を広げる礎を作ったと言えるだろう。

4) 映画館でインターネットライブを

開催したニッポン放送

AM局も準備を進めていた。取り組みが早かった局のうち、代表的なのはニッポン放送である。同局によると、1998年前後から看板番組の「オールナイトニッポン」でインターネット配信を試みていたという。しかし、この時期、インターネットの利用率は10%余りにとどまっている³⁾。このため、ネット環境が整っていないリスナーを対象に映画館で「インターネットライブ」と銘打つイベントも開催している。当時の新聞は次のように伝えている。

ニッポン放送の「オールナイトニッポン」 映画スクリーンであすネットライブ

ニッポン放送は、十三日深夜一時（十四日午前一時）から放送する「西川貴教のオールナイトニッポン」のスタジオ内の映像を音声とともにインターネットで流す「インターネットライブ」を、東京・渋谷の映画館「渋谷パンテオン」の大スクリーンで同時に上映する。

同番組では「インターネットライブ」を二カ月に一―二回のペースで実施しており、十月二十三日のライブには約四万人がアクセスしている。

ほとんどは国内のユーザーだが、米国や台湾、ニュージーランド、フランスなど海外在住の日本人ファンからも。（中略）

ニッポン放送では「ラジオ番組のインターネット映像を千五百人も入れるような会場で上映するのは世界でも初めて。ラジオだけでなくインターネット業界の注目も集めるのではないかと意気込みを示している。（産経新聞1998年11月13日付紙面から）

この時期、J-WAVEと同じようにニッポン放送もまた、権利処理の関係でインターネット配信では楽曲が流せず、担当社員がレコード会社と個別交渉を進めていた。そして、大手レコード会社数社の許諾を突破口に、2001年10月から「ブロードバンド!ニッポン」という番組をスタートさせた。ニッポン放送は当時、「インターネットで音楽が聞けるのはブロードバンド!ニッポンだけ」を謳い文句にしていた。「ブロードバンド!ニッポン」はBSデジタル放送の音声放送とデジタルラジオ実用化試験放送で同時放送され、2007年4月1日まで続けられた。そして、現在のインターネット専門局「Suono Dolce」⁴⁾（スオーノ・ドルチェ）に内容を一新して引き継がれていく。

5) 地方局の取り組み

インターネット配信の黎明期、地方の県域ラジオ局もまた、配信を模索していた。ここでは、いわゆるラテ兼営局のSBS静岡放送、IBC岩手放送の取り組みを取り上げたい。

▽ SBS 静岡放送

SBS静岡放送は2004年8月にJリーグの試合実況を試験的に同時配信している。配信されたのは数回で、いずれも地元の清水エスパルスのホームゲームだった。この時の記録が同社の関連会社の公式ホームページに次のように残されている。

地域の情報を世界に配信

これまで、「ShizuokaOnline.com」では2004年8月15日（日）の横浜F・マリノス戦に始まり、同年8月29日（日）のガンバ大阪戦、同年9月11日（土）のサンフレッチェ広島戦等々、SBSラジオのエスパルス応援放送をライブ配信してき

ました。

興味深いのは、配信を受けたユーザーの大半は県外の方だったということです。テレビ・ラジオ放送は基本的に県域放送のため、SBSの放送は静岡県内でしか視聴することができません。その点、ストリーミング配信ではインターネットを通じての配信のため、どこからでもエスパルスの試合を視聴することができます。実際、海外からアクセスされた方もいらっしゃいました。

静岡新聞社・静岡放送総合メディア局の奈良岡将英さんは「『聞きなじみのあるSBSラジオのエスパルス応援実況を県外で聞けるというのは望外の幸せ。これからも続けてください』という喜びのメールを、清水出身で現在は県外にお住まいの方からいただきました。なかなかこういうメールをもらうことはないですから、うれしかったですね。」と今回の試験配信に手ごたえを感じていました。

県域放送の枠を超えて、ストリーミングが、今日も誰かの笑顔をつくっています。(SBS情報システムホームページ<http://www.sbs-infosys.co.jp/news/2004/1115-03.html>から)

こうした記述からは、地域放送がインターネット配信で広域化する萌芽が読み取れる。SBS静岡放送ではこの試験配信を経て、2005年からradikoによる配信まで自社制作の番組を放送波と同時配信した。楽曲の放送時には無音、CMには同社のイメージソングを流す、いわゆる“フィラー”で対応した。上記のホームページの記述にもあるように地域制限はなく、国内はもちろん、国外でも聴取可能だった。

▽ IBC 岩手放送

岩手のIBC岩手放送は2005年8月、ポッドキャストによる配信を始めた。先行するラジオ

NIKKEIより遅れることわずか数か月。国内のAM局では初めてと言われている。配信されたのは看板番組「ワイドステーション」の1コーナーの「イヤーマイッタマイッタ」と夕方のテレビのローカルニュース「ニュースエコー」の音声だった。このうち、「イヤーマイッタマイッタ」は2人の局アナによる“掛け合い”形式で時折飛び出す下ネタが人気の番組だ。配信当初の様子を新聞は次のように記している。

ポッドキャストも05年8月に始めた。まず流した番組は下ネタで人気の「イヤーマイッタマイッタ」。海外からも反響が届き、「すごい、どんどんやろう」と局内は盛り上がった。(朝日新聞2008年7月24日付夕刊紙面「ラジオの時代 第1部 いまどこかで何が」から)

同時配信でIBC岩手放送は後述する「kikeru ツールバー」という無料ソフトを2007年に開発した。しかし、担当者によると同時配信そのものは「権利処理が大変でローカル局では参加は厳しかった。ビジネスモデルとしても、どのように成立するか見えなかった」としてradikoまで参加を見送らざるを得なかった。

2. プラットフォームが構築された揺籃期

これまでは、ラジオ各局の先駆的な取り組みを見てきた。ここからはラジオのインターネット配信の揺籃期とも言えるプラットフォーム構築の過程を見てみたい。プラットフォームには2010年3月から試験配信が始まったradikoやNHKの「らじる★らじる」などがある。双方ともストリーミング方式によるインターネット配信が共通点となっている。

1) radiko への“胎動”

東京の“源流” kikeru ツールバー

2007年4月、電通はインターネット上で手軽にラジオ各局が選局できる無料ソフトを発表した。「kikeru ツールバー」と名付けられた新サービスは前述したようにIBC岩手放送が開発した。それまで各局のサイトにそれぞれアクセスしないと聴取できなかったインターネット配信のラジオをネット画面のツールバーとして一つにまとめたものだった。パソコンとブラウザの立ち上げでブラウザ上にインターネットラジオのツールバーが表示され、参加各局にアクセスしやすいのが特徴だった。

サービス開始当初に参加したのは▽J-WAVE、▽TBSラジオ、▽ニッポン放送、▽ラジオNIKKEIの4社。半年ほど遅れて、文化放送も参加した。TBSラジオとニッポン放送、文化放送は地上波とは異なるデジタルラジオの実用化試験放送の番組を配信した。

また、J-WAVEは2006年10月から始めた音楽専門のインターネットラジオ配信サービスBrandnew-Jとして参加した。当初は放送波とは異なる編成だったが、同時配信の割合が徐々に高まり、最終的には80%ほどが同時配信となった。

電通によると「kikeru ツールバー」は2010年12月まで提供され、最終的には上記のキー局以外に複数の地方局もリンクを張った。

2) 大阪の“源流” RADIKO

radikoにはもう一つの“源流”がある。それは大阪の朝日放送(ABCラジオ)が中心になって2008年3月から配信を始めたRADIKOである。現在のradikoとは表記上はローマ字の大文字か小文字かの違いだけだった。参加し

たのはABCラジオのほか、毎日放送、ラジオ大阪、FM大阪、FM802、FM COCOLOの6局。NTT西日本の「フレッツ光プレミアム」に加入している大阪府内の1,000世帯を対象にした極めて限定的な実験であった。

配信内容は放送波と同一で2010年3月まで続けられ、同月にスタートしたradikoにバトンタッチした。「kikeru ツールバー」、RADIKOとも電通が深くかかわっていた。同社としてはradikoに資源を集中させるために統合したという側面があった。

3) radiko の誕生

これまで見て来たように東西2つの源流が合流してradikoが誕生する。ここからは、radikoの試験配信が始まった2010年3月以降をラジオのインターネット配信の揺籃期と位置づけ、現在に至るまでの経緯を振り返る。

radikoは全国の民放ラジオ局と放送大学の番組をインターネットで配信するサービスで、2013年10月現在は各放送局の放送対象地域に限定して配信している。

高層建築の増加などに伴う都市部での難聴取の改善や聴取機会の拡大、さらに若年層聴取者の取り込みなどを目的にスタートした。

当初は関東地区7局、関西地区6局の参加だったが、その後、徐々にエリアを拡大するとともに参加局も増加、2013年10月現在は、68局と放送大学となっている⁵⁾。

radikoによると、リスナーの推移は1か月あたりのユニークIP数⁶⁾で2012年4月には1,000万人の万台を超え、1,046万人となった。さらに2013年4月には1,297万人まで伸びた。

radikoは、放送免許の放送対象地域に限定して配信している。エリア制限していることにつ

いてradikoでは2011年の時点で「ラジオの補完的役割であり、地域密着型メディアであるラジオの特性上、本来のサービスとしては引き続きエリアを制限する必要がある⁷⁾」としている。

radikoは電通などの広告会社などの他、在京キー局やローカル局の合わせて44社が出資している。

出資者にローカル局も含まれていることから、現行の放送局のビジネスモデルに配慮し、エリア制限を設けている。その一方で、エリア制限の撤廃について「将来的には検討する必要があると考えている⁸⁾」としている。

4) NHK「らじる★らじる」もスタート

一方、2011年9月にはNHKのネットラジオ「らじる★らじる」も始まった。これは、ラジオ第1、ラジオ第2、FMの番組をインターネットを通じて同時配信するサービスで2013年度までの試行という位置づけとなっている。

NHKは放送法の規定によって同時配信は認められていなかったが、難聴取対策として2011年3月に認可された。開始当初のアクセス数はユニークIP数の1日あたりの平均値で6万件弱。その後、一時的な減少はあったものの、2013年4月には10万件を超えた⁹⁾。

「らじる★らじる」については、次章で改めて取り上げる。

3章 進む広域化

1. 県域を越える

radikoが放送ビジネスに配慮して、放送対象地域に配信エリアを制限しているのに対して、県域FMは配信エリア制限を撤廃する方向で動き出した。この章では、スマートフォンのアプリ

で地域制限をなくしたFMと東日本大震災から1年にわたって行われたradikoの県域外配信、さらに2013年5月に地域放送の全国配信を始めたNHKの「らじる★らじる」についてまとめる。

1) アプリによる県域FMの配信

radikoによる配信が始まってから10か月後の2011年1月、スマートフォンと携帯電話でFM放送が聴取可能なサービス「LISMO WAVE」が始まった。KDDIがauを対象に始めた有料サービスで全国52の放送局の聴取が可能。放送対象地域外でも聴取できる点が特徴で、エリア制限を完全に撤廃した。

続く同年12月、エフエム東京が中心になってJFN系列38局の放送が同じように放送対象地域にかかわらず聴取可能な「ドコデモFM」を始めた。このサービスは「LISMO WAVE」がauを対象にしたサービスだったのに対して、NTTドコモ、au、ソフトバンクなどキャリアに関係なくAndroid 2.2以上の端末とiPhoneを対象とした。また、「LISMO WAVE」では放送局側がコンテンツプロバイダだったのに対して、ドコデモFMでは放送局側がプラットフォームを整備し、コンテンツプロバイダともなった。ここでは、放送局が中心になって、より幅広いキャリアを対象にした「ドコデモFM」についてその導入の経緯から見てみたい。

2) 好評だった配信実験

エフエム東京ではドコデモFM実施前にiPhone向けの配信実験を実施している。

iPhoneは2008年に販売が始まった¹⁰⁾。エフエム東京の担当者は「あの端末でFMが聞けるようになれば、接触率は大幅にあがる」と見込

んだ。そして、2009年12月21日からiPhoneを使ったエフエム東京の配信実験が始まった。配信エリアは東京近郊だった。

実験の結果からはスマートフォンでラジオが聴取可能になったことについて、多くの反響があったという。TwitterやFacebookによる書き込み、さらにはエフエム東京の問い合わせセンターにも好意的な意見が多数寄せられた。この実験を踏まえて始まったのがドコデモFMだった。

3) 通信として放送対象地域を超える

エフエム東京では、ドコデモFMの開始にあたって総務省の複数の部署に相談したところ、総務省は「通信によるアプリサービス」との見解だった。さらにエリア制限を撤廃しても法的には何ら問題はないことも確認した。

エフエム東京によると、実験段階での地域制限の設定はリスナー側から「苦情のダントツ1位」だったという。「地域制限をなくして欲しい」というリスナーからの要望は大変、強かったとしている。「ニーズがあるのなら答えるべきと判断した。我々は放送に準じるのではなく、通信のアプリと割り切った」と同社の担当者は説明した。

残されたハードルは系列局と広告上の問題だった。実際、JFNの系列局の中からは「エフエム東京ばかり聴かれるようになり、ローカル局の番組が聴かれなくなる」と危惧する声もあった。しかし、こうした懸念は「杞憂だった」という。

エフエム東京ではドコデモFMの聴取データについては公開していないが「例えば、福岡に住んでいる人はエフエム福岡を聴いている。ドコデモFMで聴くのは自分たちの地域で聴けな

い番組」としている。

同社がホームページで公開している番組審議会の資料¹¹⁾によると、1か月300円余りの料金を支払っている有料会員は「2012年4月1日現在2445人」とある。また、iPhone版は「ダウンロード数は25,899となっております。ただしダウンロード30日後の有料移行への歩留まりは15%程度」と記されている。

4) 被災地各局の放送を県域外配信

radikoは東日本大震災直後からおよそ1年間にわたって、エリア制限を解除したことがある。当時の記録を見てみたい。

「(前略)翌日Twitterで『いまこそ、radiko.jpのエリア制限を解除すべきだ』との多数の書き込みを目にする。

関係者による緊急会議を経て、各放送局とも合意、本来のサービスとは異なる、エリア制限の解除を決断する。全国にいる被災者の家族、友人への情報入手経路の一助を目的とし、震災2日後の13日17時から関東地区7局、関西地区6局を日本全国において聴取可能とする」¹²⁾

同社の意欲的な取り組みにリスナーはすぐに反応した。東京都港区新橋にあるradikoの本社は電話番号を公開していない。どこで調べたのか、放送対象地域外に伝えられた放送で「知り合いの安否が確認できた」と福岡県のリスナーからお礼の電話があったという。

radikoは震災から1か月後、一旦、エリア制限の解除を終了した。しかし、改めて4月28日から「radiko.jp復興支援プロジェクト」をスタートさせた。これは被災地の岩手、宮城、福島、茨城各県の合わせて7局の放送についてエリア制限を解除し、全国で聴取できるようにした画

期的なプロジェクトだった。

このプロジェクトは2012年3月31日まで続けられ、被災地の生の声を日本全国に届ける役割を果たした。終了後、参加局には「続けて欲しかった」とエリア制限の解除を求めるリスナーの要望が多数寄せられたという。

5) らじる★らじるが地域番組を全国配信

前述したようにNHKのネットラジオ「らじる★らじる」は2011年9月から始まった。聴取可能な番組は当初、NHKラジオ第1が関東広域放送、NHKラジオ第2は全国放送、NHKFMは東京都域放送で、ローカル局の番組は配信されていなかった。

NHKによると「ローカル局の番組も配信して欲しい」という要望がリスナーから寄せられていたという。これに答える形で2013年5月27日から仙台、名古屋、大阪各局のローカル番組の全国配信が始まった。

ローカル番組の配信にあたってNHKは2012年12月に総務省に改めて追加で認可を申請した。NHKの申請に対して、民放連はパブリックコメントで「必要不可欠であるとは考えられない」¹³⁾とした上で、「各地域放送局の放送対象地域に即してインターネット配信することが適切」¹⁴⁾と表明した。さらに日本テレビも「ラジオの放送免許が地域免許に基づく以上、本来ならば、インターネットによる同時配信についても各地域放送局の放送対象地域に即して配信すべきである」¹⁵⁾と府県域・広域を越えての配信には反対する考えを示した。

その一方でニッポン放送は、「『NHKと民放ラジオの最大の課題である聴取拡大』という観点からも理解可能」「異論はない」¹⁶⁾と認可を支持した。

民放関係者の間でも、放送対象地域を越えての配信は賛否が割れた形となった。結局、総務省は2013年1月16日、「らじる★らじる」でのローカル番組の配信を認可した。

6) 地域制限の解除をめぐる

これまで見てきた黎明期のインターネット配信は、いずれも放送対象地域を越えている。しかし、その後、radikoは東日本大震災直後を除いて、各局の放送対象地域に配信エリアを制限した。インターネットには元来、国境はない。リスナー側からは、「インターネットなのだから、地域制限はナンセンス」という意見は根強い。その一方で、民放各社には県域放送局として長年にわたって築いてきたビジネスモデルがある。リスナーが望むように一足飛びで地域制限を解除するのは容易なことではない。

あるキー局の関係者は「地域制限を解除したら、スポンサーがキー局に集中し、ローカル局の経営が立ち行かなくなる」と語る。その一方で、「地域制限の解除は時代の流れ。今後は止めようがない。我々も時代に見合ったビジネスを模索する必要がある」と話すローカル局の関係者もいる。いずれにせよ、この問題は民放各社の関係者の間でも温度差が大きい。

こうした中、総務省の「放送ネットワークの強靱化に関する検討会」は2013年7月に中間取りまとめを公表した。その中で「県域ラジオ放送については、サービスの『エリアフリー化』(広域展開)の推進と『メッシュ化』(地域密着性の強化)の推進、具体的には、ラジオと各種メディアとの連携の中で、ラジオコンテンツが、より広域に、ひいては、海外においても聴取できるようにすることや、地域社会に一層密着したコンテンツの提供や難聴、防災といった地

域的課題の解決を行っていくことが重要である」¹⁷⁾と指摘した。

地域制限の解除、いわゆるエリアフリー化に向けて、今後、radikoと民放各局がどのように対応していくか、注目を集めている。

4章 ネット展開で可能性広げる 地方局

これまで、ラジオのインターネット配信の歴史を振り返り、ローカル放送が放送対象地域を越える動きを見てきた。この章では、インターネット配信を通じて、全国で人気を集めているローカル局を紹介する。

1. 人気を集める沖縄ローカル局

最初に県域FM局とコミュニティFMを取り上げる。それぞれ対照的な番組を制作しているが、いずれも沖縄県のローカル局であることが興味深い。

1) ポッドキャストで上位常連のエフエム沖縄

「いつも横浜で聴いています……」「名古屋は雨です……」。那覇市に隣接する浦添市に本社を置くエフエム沖縄の看板番組の一つ「ゴールデンアワー」には県外リスナーからの便りが珍しくない。同局は沖縄県の県域FM局だが、ポッドキャストのほか、LISMO WAVEとドコデモFMで配信している。ラジオ番組のポッドキャストのランキングで「ゴールデンアワー」はキー局の有名番組と並んで上位の一角を占めている。放送は平日の14～15時50分まで。エフエム沖縄社内に「ゴールデンラジオ放送局」を置き、メルマガ登録をしたリスナーを「社員」とし、メインキャスターでアナウンサーの



エフエム沖縄の「ゴールデンアワー」。
左が西向さん、右が糸数さん

西向幸三さんが「局長」。「社員」は2013年8月末時点で8,000人を超えた。

ポッドキャスト以外でも同局は高い人気を誇る。ドコデモFMの局別のアクセス数は公表されていないが、エフエム東京によると最も多いのはエフエム東京で、次はエフエム沖縄だという。エフエム東京が最も多いのは、放送対象地域に最も多くの人口を抱えている上、キー局だから当然とも言える。しかし、沖縄県は全国47都道府県中28番目の人口規模¹⁸⁾である。その一方で、観光地としては全国有数で、南国情緒も豊かだ。

番組は西向さんと「ミキトニー」ことパーソナリティーの糸数美樹さん、それにゲストとの方言を交えた“掛け合い”。沖縄の方言は、お年寄りには得意な人も少なくないが、若い人は苦手としている人も多い。そんな中、糸数さんは若い人には珍しく自然に方言が出てきて、地元ネタで盛り上がる。「東京の放送局と同じ番組を作っても対抗できない。ローカルに徹した番組作りを意識している」と西向さんは説明する。

エフエム沖縄は、元々はAM局だった。しかし、混信を避けるため、1984年9月にFM局として新たなスタートを切った。

毎日、「ゴールデンアワー」に寄せられる300前後のメールやTwitterのうち、10～20通が県外のリスナーからだという。西向さんは「以前は県外からのメールのほとんどがポッドキャストのリスナーによるものだった。ポッドキャストは放送後に配信している。だから放送中に県外のリスナーからメールやTwitterが来ることはなかった。しかし、ここ最近では県外でも同時聴取している人が少しずつ増えている」と話す。県外リスナーの同時聴取は2011年1月の「LISMO WAVE」スタート以降だという。

2) 配信に主眼 沖縄ラジオの

「スマートフォン王国!!」

エフエム沖縄の「ゴールデンアワー」が沖縄を意識した番組作りを心がけているのに対して、あえてローカル色を排した番組作りをしている局もある。沖縄県第2の都市、沖縄市のコミュニティFM沖縄ラジオの「スマートフォン王国!!」は本来なら地元密着のコミュニティFMにもかかわらず、「地元は全く意識していない」と強調する。番組は2012年2月からスタートした。パーソナリティーを務めるモバイルプリンスこと島袋コウさんは「はじめからインターネット配信に主眼を置いた番組作りをしている」と話す。相方を務める玉城靖規さん、アイドルグループの元Folder5のメンバーだった石原萌さんを含め全員が沖縄県出身だが、方言はあえて使わないように心がけている。

番組はその名の通り、スマートフォンやタブレットのネタばかり。2013年1月にはポッドキャストのランキングで16位に入ったことも。沖縄ラジオはCSRAのホームページを通じて、全国で聴取できる。このほか、Ustreamによる配信も行われている。



沖縄ラジオの「スマートフォン王国!!」。
右が島袋さん、中央が石原さん、左が玉城さん

島袋さんによると「リスナーで多いのは愛知、福岡、東京。沖縄がトップになったことはない」。さらに「地元ネタではないが、地元から文句が来たこともない。『スマートフォン王国!!』は初めから小さいパイではなく『ネット』を見据えた大きいパイで勝負しようと思っていた。映像コンテンツであれば、お金や編集技術の部分で中央に勝つのはかなり難しいが、ラジオだと喋る内容次第なので、局地戦で中央に殴りこみをかけるイメージ。目標とする番組はエフエム沖縄の『ゴールデンアワー』。全国で知られるローカル局の番組にしたい」という。

番組では日本未発売のスマートフォンやタブレットも紹介する。実機は横浜市の通販業者から提供を受けている。スポンサーは現在、地元にある新車のリース会社だが、この通販業者もスポンサーになる方向で話が進んでいるという。沖縄のコミュニティ放送局のスポンサーに横浜市の通販業者。以前では考えられなかった組み合わせが実現しようとしている。

2. Ustream 大賞で

相次いで入賞した九州勢

また、近年、インターネットの動画共有サー

ビスUstreamで番組と連動する形で情報を発信している局も目立つようになってきた。ソフトバンクによってUstreamの日本語版の提供が始まったのが2010年4月だが、取り組みの早かった局では日本語版の提供前から準備を進めていた。

2013年1月にはビューワー¹⁹⁾が面白い番組をインターネット投票で決めるUstream大賞が初めて行われた。投票総数は3万を超えた。開票の結果、人気アイドルグループ「ももいろクローバーZ」のUstream公式チャンネル「momocloTV」が1位となった(表1)。

表1 Ustream 大賞のランキング

大賞	momocloTV
2位	東京女子流 TGS UST.TV
3位	Akitchen ☆ (アキッチン)
4位	エフエム福岡「イマメカ!!」
5位 / 特別賞	iwakamiyasumi
6位	Apple Newstream ワンボタンの声
7位	「希望の牧場」ライブカメラ (3号機)
8位	RKK 熊本放送「塚原まきこの福ミミらじお」
9位	YNN 山梨 ch びかたろう TV
10位	ピリヤード超人列伝

※ 太字部分がラジオ局の番組。9位の「YNN 山梨 ch びかたろう TV」は吉本興業の動画。 Ustream のウェブサイトから(一部加筆)

10位以内に入ったラジオ局の番組は2つで、4位にエフエム福岡の「イマメカ!!」、8位にRKK熊本放送の「塚原まきこの福ミミらじお」と九州勢のローカル番組が相次いで入賞した。ここでは、入賞を果たした番組を紹介する。

1) 収録を生配信 エフエム福岡の「イマメカ!!」

エフエム福岡の「イマメカ!!」の収録は毎週金曜日の午後9時から2時間。収録時間がきっちり定時に行われるのは珍しい。通常、収録された素材は編集され、放送される。しかし、「イマメカ!!」の収録時間は毎週金曜日の午後9時

からと決まっている。収録風景をUstreamとツイキャス²⁰⁾で生配信しているためだ。パーソナリティーの「ちん。」こと田中淳さんと原田和恵さんによるトーク番組で配信中はリスナーからのコメントが次々と寄せられる。その人数は瞬間視聴者でおよそ100人。



エフエム福岡の「イマメカ!!」収録前の打合せ。左から順に田中さん、浅原プロデューサー、生森悟ディレクター、原田さん

本放送は配信の翌週の毎週日曜日の午前1時から。2時間のトークが30分に編集される。本放送より配信の方が優先される仕組みとなっている。浅原雄一プロデューサーは営業職出身。元々、制作系ではなかったが、「ウェブが起点になった放送を作りたい」と話す。社内で手を挙げ、2007年からウェブマガジンと連動した番組を立ち上げた。番組はポッドキャストによる配信も行った。この番組は1年で終了したが、Ustreamによる配信は2009年ごろから関心を持ち、2010年7月から「イマメカ!!」の前身となる番組の配信を始めた。「イマメカ!!」は2012年4月にスタート、今回の受賞となった。

表彰式では「ラジオ番組から発生しているのにUstreamがメインになるというユニークな番組で毎週引き込まれています。九州のラジオな

のに日本全国だけでなく、海外までユーザーがいるのは驚き」と賛辞が送られた。

受賞について浅原プロデューサーは「びっくりした」と語る。パーソナリティーの田中さんは「配信を受けているのは国外を含めて県外のビューワーが多い。一方、放送で聴取する人は地元。配信を受ける人と放送で聴取する人がかぶっていない。放送前の配信がマイナスになっていない」と説明する。

収録の様子は浅原プロデューサーの指示も含めて、すべて配信される。トーク内容の面白さ、ツイッターを通じた双方向性に加え、放送の舞台裏がすべて見え、制作段階から参加できる感覚が人気につながっている。

2) ネット展開で全国にファン広げる

RKK 熊本放送

RKK熊本放送がUstream配信を始めたのは2010年6月。日本語版の提供が始まる2010年4月以前から配信へ向けて準備を進め、4月の時点で実験配信も行っていった。

同局はUstream配信以前にも2000年4月の時点ですでに「RADIPARA」という名称で自社制作のワイド番組を中心にインターネット配信を始めるなど、比較的早い時期から取り組んでいる。担当者は「リスナーにラジオの番組を届けるために“道幅”を広げようと考え、インターネット配信を始めた。当初は放送のプロモーションという位置づけだった」と話す。

Ustream配信は2番組でスタート、このうち、今回、Ustream大賞で8位に入賞した「塚原まきこの福ミミらじお」が支持を集めた。本放送は平日の午後0時10分から1時間余り。Ustream配信は「おまけ」として本放送より長い午後2時ごろまでとなっている。



RKK 熊本放送の「塚原まきこの福ミミらじお」。左が塚原さん。右はアシスタントの本田由佳さん

放送とUstream配信、さらにTwitterが連動し、パーソナリティーを務める塚原まきこさんとビューワーが対話するような形で進行する。

Ustream配信によるビューワーは現在、瞬間視聴者の人数でおよそ100人。アイドルグループのHKT48のメンバーが出演時は400人が視聴した。県外からのビューワーも多く、Ustream配信開始当初は、東京に本社を置くナショナルスポンサー²¹⁾がついたこともある。ナショナルスポンサーによる提供がこの番組がローカルの枠にとどまらないことを示している。

また、radikoが2012年にFacebookで実施したアンケートでも上位に入り、話題となった。1回目は同年2月に実施された「あなたが聞いて癒される声のパーソナリティは？」で塚原さんが俳優で歌手の福山雅治さんを抑えて1位となった。このアンケートでは同じくRKK熊本放送の「奥田圭のさんさんラジオ」の奥田圭さんも4位に入っている。

さらに2012年5月に同じようにFacebookで実施された「あなたのお気に入りのラジオ番組は？」というアンケートではローカル番組では1位となった。同社ではこの結果について、「ラジオ番組とUstreamやFacebookなどネット展開

を駆使して全国にファンを広げた好例」と評価している。

終章 今後の課題

ここまでラジオのインターネット配信の歴史と現在の各局の取り組みについて見てきた。最後の章ではインターネット配信の成長期へ向けた課題とラジオそのものの可能性について考える。

1. 急がれるビジネスモデルの確立

ラジオのインターネット配信は放送局側からは、費用対効果が不明確でビジネスモデルが確立できていないという声が聞かれる。

前述したようにインターネット配信で地域制限が解除、つまりエリアフリーになったら、キー局のみスポンサーが集中し、ローカル局の経営が立ち行かなくなる可能性は否定できない。

また、インターネット配信ではリスナー数がログデータにより正確に把握できる。しかし、これらのデータについては公開されていない。各社の経営に直結する数字だけに慎重な扱いとなっているが、スポンサー側からすると、聴取率よりも正確なデータがあるのなら、その数字も確認した上で、広告の投稿を検討するということが今後は考えられる。

聴取率とログデータの数字は必ずしも一致しないと言われ、ログデータの数字が公開されると民放の現在のビジネスモデルが崩れる——という指摘もある。民放各局、広告会社にとって、ラジオのインターネット配信は、新たなビジネスモデルが確立できていないだけでなく、これまでのビジネスモデルを壊してしまうおそれがある。

その一方で、NHK放送文化研究所が毎年実施している、6月全国個人視聴率調査によると、NHK、民放を合わせたラジオの週間接触者率は2009年は44.0%だったが、2012年は36.5%にまで減少していた。ところが、2013年には39.4%と前年を上回り、漸減傾向に歯止めがかかった。このうち、民放FMは13.7%で2012年の10.7%よりも増加した。

これがラジオのインターネット配信による効果か、さらなる調査が必要だが、興味深い結果となっている。

2. おわりに

ラジオのインターネット配信の流れはとどまることはない。総務省の検討会が指摘したようにエリアフリーはさらに求められている。

東日本大震災ではラジオが震災発生直後の防災情報の入手手段として、その有益性が見直された。さらに震災直後から中長期にわたる避難生活では、放送対象地域を越えてもたらされた県域ラジオの情報が被災者のみならず、多くの関係者にとって支えとなった。これは放送波以外の伝送経路として、インターネット配信に取り組んできた担当者の努力の賜物である。

radikoのユニークIP数は月間およそ1,300万人に達している。これはラジオのプラットフォームの中では最も多い。radikoはAM、FM、短波と各バンドをカバーしている。ラジオ各局の関係者からは、自社制作率が高いAM局のエリアフリーが実現したら、そのインパクトは大きいと見られている。そして、それはインターネット時代にふさわしい新たなラジオの魅力につながるのではないかと。

新たなビジネスモデルを描くのは容易なこと

ではない。しかし、ラジオのインターネット配信は時期としてはすでに成長期に入ることが望まれている。radikoは近い将来のエリアフリー化に向けて準備を進めていると見られるが、エリアフリー化が実現した時こそがラジオの成長期の幕開けとなる。

災害時のラジオの重要性が見直された今、エリアフリー化でラジオの価値が上がるのがあっても下がることはないと思いたい。今後も関係者の新たな取り組みに期待したい。

(せきや みちお)

- 15) 同上
- 16) 同上
- 17) 総務省「放送ネットワークの強靱化に関する検討会」中間取りまとめ（2013年7月17日）
- 18) 総務省統計局「人口推計（都道府県別）」（2012年10月1日）
- 19) Ustreamは映像があるのでリスナーではなくビューワーという。
- 20) ツイットキャストの略。スマートフォンなどでライブ配信が可能。
- 21) 全国規模のスポンサー

注：

- 1) 総務省「平成22年通信利用動向調査」によると、1997年のインターネットの人口普及率は9.2%。
- 2) 1995年に10W以下、1999年に20W以下に緩和。
- 3) 総務省「平成22年通信利用動向調査」によると、1998年のインターネットの人口普及率は13.4%。
- 4) 「丸の内発のラブソング専門ステーション」としてニッポン放送が配信するインターネットラジオ局。同社の地上波とは全く異なる編成となっている。
- 5) ラジオ NIKKEI は第1、第2の2局が参加。株式会社 FM802 からは、FM802、FM COCOLO の2局が参加。
- 6) パソコンやスマートフォンなどで、それぞれの回数とは関係なく利用した人数の合計を表す数値。
- 7) 青木貴博「radiko.jp が起こすこと、変えること、生み出すこと。」『月刊民放』2011年7月号
- 8) 同上
- 9) 総務省「放送政策に関する調査研究会」第8回会合資料（2013年5月15日）
- 10) アメリカでの発売は2007年。
- 11) エフエム東京第387回番組審議会（2012年4月2日開催）資料
- 12) 7) と同じ
- 13) 総務省報道資料一覧（2013年1月16日）
- 14) 同上