

2013 年度卒業論文
山田正雄ゼミナール

IP サイマルラジオ
-radiko.jp に見るその可能性とラジオの変化-

日本大学法学部 法律学科 4 年

学生番号 : 0820375

氏 名 掛川 政人

はじめに

2010年の3月から在京在阪の民放ラジオ13社からなるIPサイマルラジオ協議会がインターネット同時放送(IPサイマルラジオ)サービスradiko.jpを開始した。都市部の難聴者の解消という前提であったがネットとラジオの親和性の高さから従来からラジオを楽しんでいた層だけでなくあまりラジオに触れていなかった層も巻き込んで大きな反響を呼び、事業開始から約4年が経過し、開始直後の利用者数143万人から2012年4月の段階で月間利用者数は7倍の1000万人を突破するなど、ラジオメディアの聴取方法として一般化してきたといえる。

本論文ではradiko.jpを通じて放送と通信の融合にメディア聴取方法の変化が、衰退傾向にあるラジオ業界にどのような変化をもたらしたかを明らかにし、今後はどのような展開が起こり得るかを考察したい。

目次

1. 各種メディアとラジオ

- 1-1. 各種メディア
- 1-2. 各種メディアの現状
- 1-3. ラジオの現状
- 1-4. ラジオ放送の新たな動き

2. 放送と通信の融合

- 2-1. 放送とは
- 2-2. 通信とは
- 2-3. 放送と通信の融合とは
- 2-4. 放送と通信の融合の具体例

3. IP サイマルラジオ

- 3-1. IP サイマルラジオの大前提
- 3-2. IP サイマルラジオとは
- 3-3. 具体的なサービス例

4. radiko

- 4-1. radiko の長所
- 4-2. radiko の課題
- 4-3. radiko の利用状況

5. radiko がもたらすラジオの変化

- 5-1. 多チャンネル化
- 5-2. 番組編成の変化

6. まとめ

7. 参考

1. 各種メディアとラジオ

1-1. 各種メディア

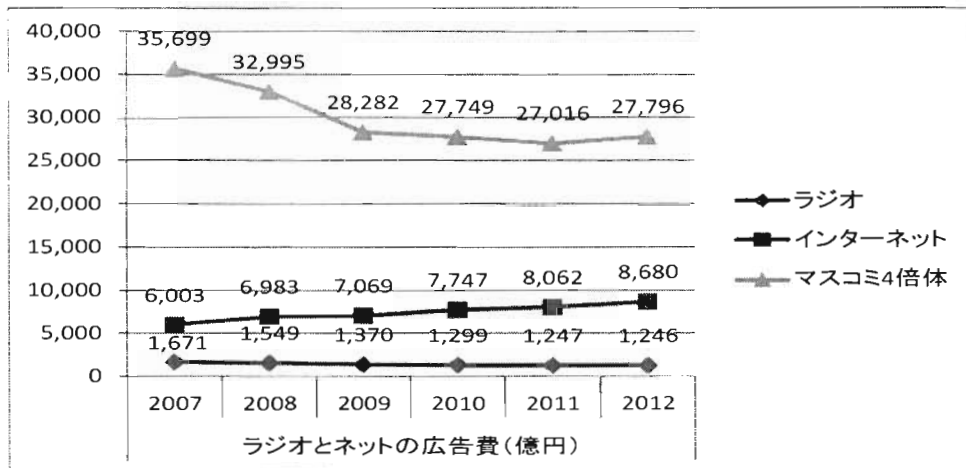
メディアとは情報の伝達、記録、保管などに主に用いられる物や装置、仕組みのことを指しているが、今回本論文で扱うメディアとはその中でもコミュニケーションメディアと呼ばれる人と人とのコミュニケーションを媒介するメディアのさらに一部であるマスメディアである。一般的に日本では4大メディアなどと紹介される新聞、雑誌、ラジオ、テレビを各種メディアとする。

1-2. 各種メディアの現状

新聞、雑誌、ラジオ、テレビの4大メディアは長い間コミュニケーションメディアの中でも大きな影響力を長年保持してきた。しかしながら21世紀に入ってからのインターネット環境の爆発的普及はコミュニケーションメディアのだけでなく産業革命以降の近代文明のかたちを大きく作り替えるほどの巨大なインパクトを急速に与えつつあり、4大メディアもその影響を大きく受け決定的な主役とはいえなくなっている。これは特に古いコミュニケーションメディアといえる新聞、雑誌、ラジオにおいて顕著で広告費の増減などの指標でもインターネット以外の各媒体は長期的な衰退傾向である。ここ1年間ほどはアベノミクスの影響によるものか各メディアとも比較的軟調であることも指摘せねばならないがインターネット広告の爆発的な伸長には匹敵していない。

1-3. ラジオの現状

さて、ラジオの現状であるがここ十数年間の衰退は決定的であり、広告費の指標を再び用いると、リーマンショック後の急速な広告費の落ち込みからテレビ、新聞が持ち直しつつあるのに対しラジオは変わらず減少を続けている。2010年の調査ではラジオを1日15分以上聴取する16-19歳の若年層の割合が0%になるなど危機的である。



1-4. ラジオ放送の新たな動き

上述のような衰退傾向の中で、様々な試みが行われており、インターネットを利用した非同期型の番組配信であるポッドキャストや、高音質なデジタル変調によるデジタルラジオ、インターネットプロトコルを利用し、ラジオ番組を配信するIPラジオなどが行われている。

2. 放送と通信の融合

2-1. 放送とは

放送とは映像、音声、文字などを電気通信技術によって一方的で同時に、また不特定多数に対して送信することである。代表的なものに、テレビやラジオなどが挙げられる。放送法においては「公衆によつて直接受信されることを目的とする電気通信の送信」（放送法第2条第1号）と定義されている。また後述の通信は広義では放送もその概念の中に含まれる。

2-2. 通信とは

通信とは文明において基本的なコミュニケーション技術で、何らかの方法で情報を伝達することである。近代における技術的な進歩によってここ150年で急速に多様性と利便性、規模を拡大してきた。本論文では通信を電氣的に情報をやりとりすること、電気通信法において「有線、無線その他の電磁的方式により、符号、音響又は影像を送り、伝え、又は受けること」として扱う。特にインターネットを利用した情報のやりとりをこの項目で扱う中心とする。

2-3. 放送と通信の融合とは

インターネットの爆発的普及と放送技術のデジタル化によって放送と通信が近接化していく現象のことである。デジタル技術と電気通信は非常に親和性が高く、放送の特徴とされてきた同時性、不特定多数への到達力を通信技術によってもある程度実現可能になってきており、放送局やネット事業者などの協業や新規展開などによって様々な試みが推進されている。次の項目ではその具体的な例を紹介する。

2-4. 放送と通信の融合の具体例

2000年代後半からテレビ局を中心に番組のネット配信の試みが行われてきたが放送を上位において通信を付属物のように扱う姿勢から近年では通信をより重視するサービスが登場している。特に日本テレビによる2014年1月より開始された全番組公式配信は本放送後1週間は完全無料で番組を配信するという点が画期的であり、煩わしい会員登録や都度決済などの手間がかからない点が非常に評価できる。また2011年の東日本大震災に際しては各局24時間体制の臨時報道番組が放送されたが、インターネット上での各種動画サイト上でもその公益性の高さから無料同時放送が実施され話題を集めた。

通信分野からの取り組みではUstreamやニコニコ生放送、Youtube Liveなど数十万人単位の視聴者に対してインターネットプロトコルを利用した生放送を実現し、アーティストのライブや各種イベントのライブ配信を行っており、双方向的なコミュニケー

ションによるイベントの演出など、従来の放送の枠を大きくこえた新たな可能性が模索されている。

映像による試みが大きく注目されるが、ラジオにおいても放送と通信の融合は積極的な挑戦が行われており、次の項目ではそれを紹介したい。

3. IP サイマルラジオ

3-1. IP サイマルラジオとは

IP サイマルラジオとは地上波放送と同じ内容の番組を同じタイミングでインターネットプロトコルを利用して放送することである。IP とはインターネットプロトコルを意味し、サイマル(simul)とは同時に、という意味の英単語である。ラジオに限らなければIP サイマル放送という単語もあり、これはテレビやラジオの番組をインターネットプロトコルを用いて同時に放送することであり、テレビの分野でも広く試みが行われている。

3-2. IP サイマルラジオの前提

放送と通信の融合といった観点から注目される IP サイマルラジオであるが、実はその目的は通常の放送波の受信が困難な都市部や地形障害によって発生する難聴取者を解消することにその主目的がある。特に難聴取者を解消するという目的から、放送範囲が狭く、地域密着型の情報発信を行うコミュニティラジオにとり、少数の難聴取者の発生でも致命的であるため大手民法ラジオに対して利用が先行していた。

3-3. 具体的なサービス例

IP サイマルラジオの具体的なサービス例として2つの例を紹介する。ひとつは先述のコミュニティラジオが中心となって開始した「サイマルラジオ」というサービスで、その特徴は2005年の4月に実証実験が開始され、かなり早い時期にはサービスが開始されており、ネットにさえ接続できれば世界中どこからでもサイトにアクセスしさえすれば聴取可能であるという利便性の高さである。これは後述の「radiko」のサービスよりも先進的で、大手民放主体の「radiko」とコミュニティラジオ主体の本サービスとの危機感意識や番組の権利問題等での困難度の違いのあらわれといえる。

次に紹介するのが「radiko」である。これは関東と近畿の大手民法が2010年3月に実用化試験を開始し、後発ながら大手民放主体ということもあり、知名度や規模では「サイマルラジオ」を上回り開始から1月で月間利用者数が100万人を上回り、2012年4月には同数時が1000万人を突破するなど順調に利用の拡大が進んでいる。次の項目では「radiko」を詳しく取り扱いたい。

4. radiko

4-1. radiko の特徴

「radiko」の最大の特徴は特別なラジオ受信機を必要としないところにある。これはIP サイマルラジオの特性からインターネットに接続できる情報端末があれば聴取可能という手軽さを提供している。また対応エリアの広さも特筆すべきで、関東近畿の一部から始まった本サービスであるが、現在ではごく一部の県、放送局を除いて多く

の民放放送局が北海道から沖縄まで参加し、ラジオ聴取のための普遍的なインフラとして欠かせない存在となりつつある。また一般的な情報通信機器、スマートフォンやPCなどを用いて聴取することから一般ユーザーが作成した様々なプログラムやアプリケーションによって聴取環境をさらに快適にすること(録音や番組通知など)も可能なツールが充実している。さらに主目的では無いが、若者の急速なラジオ離れが業界では問題視されており、その流れを食い止める可能性がある。これは実際の利用調査(ビデオリサーチによる首都圏ラジオ調査など)でもラジオ聴取時間の増加がみられる。

4-2. radiko の課題

利用エリアが全国に広がり、利用者数も順調に増加している「radiko」だが、多くの課題も抱えている。まずは東北や四国地方を中心(青森県、秋田県、山形県、山梨県、岡山県、山口県、徳島県、香川県、高知県、佐賀県)に県単位で地元局が参加していないこと、ビジネスモデルの大きな違い(民放と公共放送)からNHKラジオが聴取できないこと、災害時に威力を発揮する通常のラジオ放送とは違い、インフラの崩壊するような災害時の聴取が非常に困難なこと(通信環境や電源の確保が困難になるため)、これはデジタル放送全般にいえることでもあるが時報や緊急地震速報が遅延すること政見放送が法令の規定で配信できないこと、などが挙げられる。また最大の問題として、利用者数の爆発的な増加に対してどのように収益性を確保するかがいまだに不透明であり、業界全体の広告費も減少傾向であることが変わっていない。これはアベノミクス効果によって復調傾向である、新聞やテレビと違い好況時にも広告費が増加しておらず、「radiko」が広告費の増加に至るほどのインパクトを与えられていないことを意味する。

4-3. radiko の利用状況

「radiko」の利用者数は2012年4月には1000万人を突破した。その後の数字は継続的に数字が発表されていないため不明だが、他の発表では若年層の利用割合が増加していること、スマートフォンタブレットの利用がPCを上回ったこと、女性の利用者が増加していること、などがみられ、ラジオを聴取する層の拡大を現している。

5. radiko がもたらすラジオの変化

5-1. 多チャンネル化

地上波ラジオとの同時放送が前提のサービスとして登場した「radiko」だが、プラットフォームとしての普遍化とともに、月間1000万人にも達する利用者数を魅力に感じて、地上波放送局を持たない企業が配信に参加する可能性がある。専門性の高い番組

やプロモーションなどで、後者のプロモーションは2013年6月AKB48というアイドルユニットの新シングルのプロモーション番組として配信が実現した。これは地上波放送局にとられないサービスの実現の可能性を示唆するものであり、今後の新展開に期待したい。

5-2. 番組編成の変化

手元にチャンネルコントロールを行う装置がない傾向が強い従来のラジオ放送では、いちどチャンネルを合わせたら容易には放さないような番組作りが求められた。しかしながら、スマートフォンやPCなどのすぐにチャンネル変更を行うことができることで、常に特定の話題や情報を扱う専門性の高い番組が入り込む余地が生まれる可能性がある。

5-3. 若者のラジオ離れの抑制

若者のラジオ離れの根本的な原因はラジオ受信機の欠如である。一般的な家庭でラジオ受信機を備えている家庭は多くなく、あるとしても災害用に一つだけというような状況が多い。自動車を所有するようになればラジオ受信機も付属することが多いが、生活習慣や趣味嗜好などが形成される中高年の間にラジオに触れる機会が無いというのは致命的で、これが主要因とされてきた。その点「radiko」ではスマートフォンやPCからサイトにアクセスすれば、アプリをダウンロードすれば聴取が可能なので中高年にも爆発的普及を続けるスマートフォンで簡単に聴取できるというのはラジオ離れを抑制する決定打となりうる。もちろん触れる機会があってもコンテンツが魅力的でなければ意味がないため若者を引き付ける番組編成への継続した努力が求められるだろう。

6. まとめ

開始から約4年が経過した「radiko」であるが、順調な拡大とは裏腹に業界に対するインパクトを与えているとはいまだ言い難い。しかし放送と通信の融合の典型的な例である「radiko」が利用者の利便性拡大に寄与しているのは事実であり、今後は収益性の確保や、「radiko」ならではの独自性を獲得していく段階であるようにおもえる。ドッグイヤーとも言われるネット業界で4年という歳月は決して短くはないが、拙速に成果を求めるのではなく着実に進歩することを願うものである。

7. 参考

GarbageNEWS.com 経産省広告業推移

<http://www.garbage news.net/archives/2127133.html>

radiko.jp 『radiko.jp』の月間ユニークユーザー数が1,000万人を突破

http://radiko.jp/newsrelease/pdf/20120611_001_pressrelease.pdf

総務省 平成24年版 情報通信白書

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/html/nc123230.html>

ラジオサイマル放送「radiko」の衝撃とまとめ

<http://blog.mobilehackerz.jp/2010/03/radiko.html>

サイマルラジオ

<http://www.simulradio.jp/>

radiko

<http://radiko.jp/>

radiko.jp “AKB48 32nd シングル選抜総選挙” 上位5名が心境を語る臨時特設チャンネルを『radiko.jp』上にオープン。日本全国に独占配信『radiko.jp』による初の試み
http://radiko.jp/newsrelease/pdf/20130606_001_pressrelease.pdf

新聞記事に見たラジオ放送のネット配信 radiko の現状
<http://blog.topyy.net/?eid=1061105>

MarkeZine 20代男性のラジオ聴取率が、この1年で上昇
http://markezine.jp/article/detail/17787?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter

Impress Watch radiko.jp、AKB48 特設チャンネル公開、インタビュー音声を繰り返し配信
http://internet.watch.impress.co.jp/docs/news/20130606_602566.html

窓の杜 ラジオを手軽に聴取・録音!“radiko.jp”関連ソフトリンク集
http://www.forest.impress.co.jp/docs/special/20110721_462112.html

窓の杜 “radiko.jp”とコミュニティFMのIPサイマルラジオを聴取できる「らじっ娘」
http://www.forest.impress.co.jp/docs/review/20110720_461022.html

Impress Watch PS Vitaでラジオ番組が聴ける、「radiko.jp」アプリ配信開始
http://internet.watch.impress.co.jp/docs/news/20130528_601180.html

Impress Watch 西川和久の不定期コラム ラジオ再来!? 「radiko.jp」
http://pc.watch.impress.co.jp/docs/column/nishikawa/20100319_355474.html

Impress Watch radiko.jp、月間ユニークユーザー数が1000万を突破
http://internet.watch.impress.co.jp/docs/news/20120611_539425.html