

AMラジオ経営 厳冬からの脱出策

1999年ごろから始まった民放ラジオ局の減収傾向は今も続き、広告収入の下落が止まらない。その一方、送信親局の耐用年数がリミットに近づくAM局も多く、何らかの方策を打つ時期に来た。

民放ラジオ局は県域を基本とした広告モデルでやってきたが、ネットによる音声配信などの新サービスが一般化する環境変化の中で、存立の枠組みから変える時期に来ているといった主張もある。1社1エリアでいいのか、チャンネル数はどうかなど、大胆な転換も議論に上る。そして、FM波の利用が急浮上、AM波よりも設備負担が軽いこともあって動き出してきた。

一方、ラジオのデジタル化としてV-Low帯域を利用したマルチメディア放送サービスは、ビジネスとして成り立つのかも注目される。V-Low帯域の利用が、AMラジオの救世主となる期待もあって動きを強める。

(1回目のインタビューは、地方局初となる認定放送持株会社へ2014年4月1日から移行する中部日本放送の大石幼一社長に聞いた＝掲載号2013年10月号)

在阪民放AM局毎日放送河内社長に上智大・音教授が聞く

東京局偏重から ローカル局の 実態を反映した議論へ

MBSラジオは1951年9月1日、朝6時30分に開局したCBCラジオに続いて正午、「JOOR、みなさまの新日本放送でございます」の第一声で始まった民放ラジオのトップランナーである。現在、ラテ兼営の在阪民放局MBSとして、ラジオのビジョンづくりに深く係わる。

そこで、株式会社毎日放送（MBS）の河内一友代表取締役社長とFM活用なども含めたラジオの次世代ビジョンについて、放送分野に精通し、総務省「放送ネットワークの強靱化に関する検討会[※]」のメンバーでもあった上智大学の音好宏教授にインタビューしてもらった。



河内一友

Kawauchi Kazutomo

株式会社毎日放送
代表取締役社長

1947年 京都市生まれ。71年同志社大学文学部卒、同年毎日放送入社。93年東京支社テレビ営業第一部長、95年同支社ラジオ営業部長、99年事業局長、2002年取締役事業局長、03年常務取締役、07年代表取締役社長

ラテ兼営局の強み 双方の経験を活かして

音 学生が就職したい企業として陰りを見せてきた放送業界にあって、日経新聞の調査ではMBSは2014年の就職したい人気企業のベスト300の152位となり、前年より大きく前進されましたね。なぜだとお考えですか。

河内 リクルート担当の奮闘もありますが、きちんとした番組づくりをしていることが評価されたと思っています。『情熱大陸』や『サワコの朝』、ローカルワイドの情報エンタテインメント番組『ちんぷいぷい』などの支持が高く、希望する学生からはこんな番組を作りたい、こんな番組を放送している局に入社した