

上智大学
音教授が
聞く

AMラジオ 経営ビジョン

中部日本放送 大石会長、CBCラジオ 升家社長

ラジオドキュメンタリー番組『^{にえ}贊の森』という硬派も硬派な番組が、第42回放送文化基金賞(2016)ラジオ番組部門の最優秀賞となった。CBCラジオの制作だ。CBCラジオは2013年に中部日本放送(CBC)がラジオ事業を独立させた社で、翌2014年には認定放送持株会社制度への移行と、テレビ事業もCBCテレビが承継する経営新体制は話題となった。その新体制で、CBCのラジオ、テレビで初の「最優秀賞」を見事に受賞したのである。そこで、総務省「放送ネットワークの強靱化に関する検討会」で座長代理を務めた上智大学の音好宏教授に、中部日本放送代表取締役会長の大石幼一氏と、CBCラジオ代表取締役社長の升家誠司氏に、この3年の経験からAMラジオ経営におけるCBCの挑戦と手応えをインタビューしてもらった。(構成・写真:吉井 勇・本誌編集部、資料提供:中部日本放送)

「I AM FM」

強靱化策ワイドFMの効果

音 升家さんの名刺にある「I AM FM, CBC RADIO」というコピーですが、AMラジオのFM補完放送、いわゆる「ワイドFM」活用をもじったものだと思います。現在、ワイドFMの中継局は3大広域圏を含めて26社、52局で整備されていますが、まず、ワイドFMの活用メリットから聞かせてください。

升家 CBCラジオのワイドFMは、東阪と同じ7kW出力パワーを認めていただき、AM波が直面していた尾張と岐阜のエリアの外国波混信と、都市部のビルが抱える都市難聴が大幅に改善され、周波数の弱さを解消できました。ワイドFMを始めてからの聴取率調査で新たな課題もわかりました。それは、中部圏は車で聴く方が多いため(約4割)、ワイドFM受信端末の普及が必要だということです。

音 経営の強靱化はどうですか。

升家 ワイドFMの受信デバイスとして、スマホにFM受信チップを組み込み、下りが放送で上りが通信を行うハイブリッドラジオに期待しています。東日本大震災時に約1,000万台だったスマホは、熊本地震では7,000万台と大

きく伸びており、そこにハイブリッドラジオ受信が入ると、災害時における放送ネットワークの強靱化とビジネスチャンスの広がりによる経営の強靱化の両方が期待できます。

音 局内設備としてAM設備にプラスしてFMを用意しなければならぬため、一部の局からは「負担が重たい」という声もあります。また、株主の声はどうですか。

升家 短期的に見れば、初期投資と2つのランニングコストは厳しい。しかし、CBCラジオのAM送信局は海辺にありますので、災害時対応を考えると送信中継局は山頂に必要でした。それがワイドFMで実現できたことを考えると、そのメリットは大きいものがあります。株主の中には、東日本大震災時にラジオの送信所が被災したことをご存じの方も多く、積極的な投資として評価していただいています。

株主総会の早朝に聞いた用語 「Webフォーメーション」

音 ラジオは聴取時間の低下が深刻です。



上智大学 音教授

総務省の資料によると、1日あたりのラジオ聴取時間は米英仏独と比べて3割から4割です。こうした課題を抱えるラジオ事業をどう展望されていますか。

大石 放送と関係のない資本が複数の局に番組を流すというエンタメ・メディア化の動きがあります。そこには

局側は費用をかけず、番組をただ流すだけの「楽しいラジオ」でよいという資本の論理があります。それも考え方の一つですが、我々はミッションがあると考えています。ローカル民放ラジオとして地域の情報を伝え、文化づくりに貢献することや、災害時に地元住民に役立つ細かな情報を提供するという意義を全うしながら、企業としても成り立たせるという視点を見失いたくないのです。そういう意味でも、分社3年目に受賞した放送文化基金の最優秀賞は大いに励まされています。

音 持株会社制度について、深められてきたお考えをお願いします。

大石 ラジオ事業の位置づけを考えると、若者は聴かない、人口が減少して市場規模