

《東京マルチメディア放送 第五回番組審議会》

1. 開催日時：平成30年3月2日(金) 10時30分～11時30分

2. 開催場所：株式会社エフエム東京（東京都千代田区麹町1-7）
11階 JETSTREAM 大会議室

3. 委員のご出席：委員総数7名

◇出席委員（7名）

中村 伊知哉	委員長	山口 善輝	副委員長
伊能 美和子	委員	椎木 里佳	委員
舘 賢治	委員	FROGMAN	委員
村上 圭子	委員		

◇社側出席者（8名）

梅本	取締役会長		
藤	代表取締役社長	土屋	常務取締役
藤井	マーケティング本部 副本部長		
森川	第一営業本部 番組審議会事務局	小松	第一営業本部 番組審議会事務局
仁平	株式会社VIP 代表取締役社長		[オブザーバー]

4. 議 題

(1) 社側報告

- ① i-dio の送受信環境及び今後の予定について
- ② 新規チャンネルの開局について
- ③ コンテンツプロバイダ サービスの状況について
- ④ i-dio の放送波を使った自治体向け防災情報伝達システム V-ALERT について

(2) 審 議

以上

審議内容

【委員の意見および社側説明】

(○ 委員意見 / ■ 社側説明)

[1] i-dio の送受信環境及び今後の予定について

(社側報告)

- ・ 関東・甲信越ブロック、東海・北陸ブロック、近畿ブロック、九州・沖縄ブロックの世帯カバー率の達成状況を説明した。
- ・ 今年度に檜原局の開局、福岡局の電波増力を行った。これに伴い関東・甲信越ブロック、九州・沖縄ブロックの世帯カバー率が上昇した。
- ・ 仙台親局、広島親局、札幌親局の開業予定を説明。2018 年度中に全ブロックの親局が揃う。
- ・ i-dio アプリの大幅リニューアルについて説明を行った。2/9 にリリースした本バージョンでは、使い勝手の大幅な改善のほか、ユーザー様からのご意見を反映し、機能面での改善を実施。
- ・ スマートスピーカーへの対応も着手中である。

○インフラ事業が形を整えるには、数年を要するのが通例であるにもかかわらず、既存の放送局とは異なるスピードで事業を構築している事を理解できた。i-dio 事業としての今後の事業課題を改めて伺いたい。

■今年度まではインフラ整備の実施、既存 CP への対応に追われていたが、2018 年度からはこれまで準備してきた新サービス企画を発表できるフェーズに入っている。順次発表していけるよう準備している。

[2] 新規チャンネルの開局について

(社側報告)

- ・ オリジナルチャンネルの追加方針（前回番組審議会にて説明）の中でテーマとして掲げていた内の一つ「大胆な三味編成」に焦点を当てたアニソン専門チャンネルを昨年 11 月に開局した。チャンネルの名称は「アニソン HOLIC」。
- ・ アニソンのマーケットが年々巨大化している事、またハイレゾ音源でも旺盛なニーズがある事からアニソンに特化した専門性の高いチャンネル編成とし、利用者増を狙ったもの。
- ・ リスナー参加投票番組である「アニコロ！」など、参加性の高い企画を用いアプリのダウンロード数も向上した。
- ・ アニソン HOLIC と TS ONE での声優連動番組の紹介など、チャンネル間での回遊性も目指している。
- ・ 「アニコロ！」の番組試聴を実施。(2 月 12 日放送分)

○アニソン HOLIC の聴取人数はどうか？

■開業後、i-dio 全体の新規ダウンロードも増加し、従来ユーザーのリテンション効果も出た。4 月以降「アニコロ！」の投票システムが充実し、投票結果により直後の楽曲を変化させる仕組みを構築する。アニソンファンに最も効果のあるツイッターやインターネット広告は新年度に予算を取り、新しいシステムを導入するタイミングでの実施を考えている。TOKYO FM の放送でも「アニソン HOLIC」、「八六東京」の告知スポットを出している。

○Instagramのアカウントは作らないのか？ 10代はもはやツイッターやフェイスブックを使っていない。インスタ世代となっている。

■Instagramは局全体でアカウントを作る事がなじまない為、i-dio 公式としてはツイッターとフェイスブックアカウントを運用しているが参考とさせて頂く。なお、TS ONEはチャンネルのアカウントよりも、出演者の方に自分のInstagramやツイッターで告知頂く事に注力している。あえてそういった発信力のある方に新番組を作って出演して頂いている。出演者自身に動画を撮って頂きツイッターにアップしている。動画の方がTS ONEのダウンロード数が増えるという結果が出ている。

[3] コンテンツプロバイダ サービスの状況について

(社側報告)

- ・ TOKYO SMARTCAST 社ではインバウンド向けチャンネル「八六東京 (パブリックトーンジン)」が2月に開局した。
- ・ 番組の編成説明、Web コンテンツと放送が連動した仕組みの説明。
- ・ 「八六東京」の番組試聴を実施。

○「八六東京」は非常に素早い取組みで評価できるが、「居留外国人」は対象ではないのか。居留外国人のマーケットは無視できない。

■もちろん、中国語放送であるため聞いて頂けるが、まずは「訪日」外国人を広告販売上のターゲットとしている。TOKYO SMARTCAST 社は中国本土のインターネットで「八六東京」のサイマル放送を行っている。旅行前から、旅行中、帰国後も聞けるチャンネル、サービスとして広げていく方針であると説明を受けている。

○新しいメディアなのに、旧来のラジオのフォーマットにこだわってしまうことがあるのではないかと。「放送」としての制約はあるが、「ネットっぽい」オープン化された感覚の強いメディアになった方が新鮮なのではないか。

○アニソン HOLIC ですら旧来のラジオに倣ってしっかり作りこまれすぎているように感じる。ユーザーとともに皆が融合し、混然一体となったようなものを目指してもよいのではないかと。

■そのような内容を i-dio 全体として目指していたが、これまでは番組は CP の活動に任せてきた。今後は、東京マルチメディア放送としてもそのような取組みを直接自ら進めていきたい。

[4] V-ALERT について

(社側報告)

- ・ 自治体のニーズに合わせた V-ALERT の提案事例紹介。
- ・ 主要自治体の進捗状況 説明。
- ・ 国による V-ALERT 導入に用いることができる自治体向けの財政措置の拡充予定を説明。
- ・ 今後予定している V-ALERT の展開を説明。

○消防庁などの新しい施策に注視しながら、サービスの具体像を着実に見出している点を高く評価する。i-dio はサービスが多岐に亘っているのでブランドデザインが難しい。事業が本格的に始まるのはここからであるが、認知をどのように広げていくか。BtoB、BtoC でどのようにそれぞれブランドを構築するのが重要ではないか。

- BtoC では新チャンネルの立ち上げ、また車載サービスの拡充を実施する計画がある。放送ブロック内であればチューニングを一切変える必要がないなど、V-Low の特長を生かすサービスを予定しており、サービスと受信機普及の弾みをつけたい。また V-ALERT においても防災行政無線にはない高齢者向けの見守り機能など、地域課題の解決に結びつく付加価値の高いサービスの搭載を構築中である。