

radiko の登場と「ラジオ携帯」の意味変容

—ラジオの移動から遍在へ—

坂田 謙司*

2010年に、インターネットを使ったラジオの再送信（サイマル放送）サービス「radiko（ラジコ）」が開始された。テレビの地上デジタル放送完全移行など放送が大きく変動するなか、ラジオも新しい時代に入りつつある。radikoはPCだけでなくスマートフォンでも利用できるのが特徴であり、それはラジオの新しい聴取環境を提供するだけでなく、ラジオの変化ももたらしたのである。ラジオはその誕生直後から持ち運び携帯するという欲望を持たれていた。その欲望はトランジスタラジオの登場によって叶えられたが、radikoというスマートフォンにインストールされるアプリとなったことによって真に実現されたと言える。それは、単にラジオ受信機あるいは受信環境を移動させるだけにとどまらず、スマートフォンという携帯電話にインストールされることでラジオとしての外装を失い、持ち運ばれることで遍在化したと言える。このことは、ラジオを携帯する意味にどのような変化をもたらしたのであろうか。本論では、radikoの登場によって起こったラジオの変化を、「携帯する」という意味の変容を中心に考察する。

キーワード：ラジオ，radiko，モバイル，携帯，意味変容，スマートフォン，携帯電話

はじめに

2010年3月に、インターネット経由でラジオの同時再送信（IPサイマルラジオ）を受信できるソフトウェア「radiko（ラジコ）」が発表された。これは、関東地区と関西地区で放送しているAM、FM両ラジオ局数社が、インターネットを使った再送信実験を行うことを目的としていた。その背景には、従来の電波を使ったラジオの深刻なリスナー離れと、急速に社会へ浸透するインターネット環境への対応遅れがあっ

た。特に後者に関しては、ラジオ固有の問題ではなく、テレビを含む「放送」全体の問題でもあった。また、マンション等の家屋の鉄筋化、コンクリート化が進み、屋内での電波受信状況悪化（難聴取）という問題も存在した。テレビと違って屋外アンテナとの接続を前提としないラジオの場合、受信状況は受信機に付属しているアンテナ周辺の電波の強さに依存してしまう。その点、インターネット経由で放送内容を送受信すれば、電波状況による難聴取問題は解決されるのである。

さらに重要なポイントとして、新しい受信環境開拓がある。近年販売台数を伸ばしている「スマートフォン」と呼ばれる多機能型携帯電

*立命館大学産業社会学部教授

話での、ラジオ聴取を可能にすることであった。米アップル社の「iPhone」に代表されるスマートフォンは、Wi-Fiと呼ばれる無線通信と3Gと呼ばれる電話回線の双方が利用可能で、無線基地の空白地帯や地下での受信環境が悪いことを除けば、放送電波のような難聴取問題は存在しない。そして、インターネットの特徴であるパケット通信によって、いわゆる「雑音」がないクリアな音声で聴取可能なのである。その一方で、電波によるラジオ受信とのもっとも大きな違いとして、「ディレイ（遅延）」がある。ディレイは、データを連続して受信して音声や映像などに変換して再生する際に起こる現象で、バッファと呼ばれる一時保管場所にデータがある程度ためてから再生することで、途切れない「放送」を擬似的に実現している。したがって、地下鉄などでも駅間は電波の受信ができないが、バッファにためたデータを受信することで連続受信は可能となる¹⁾。

さて、このような放送と通信を同時に利用したラジオ受信環境の登場に対しては、おおむね好意的な受け取りがなされている。例えば、開始まもない2010年5月27日の朝日新聞には、「ネット配信でラジオ復活 新たに聴き始めた人、4割超」と、題する記事が掲載されている。同記事によれば、radikoを運営する会社が行った利用者調査（インターネット調査）で、回答者の34.4%がradikoによってラジオ聴取を再開した人たちだったことが判明した。また、10%がradikoによって初めてラジオを聴くようになった人たちであった。ネット利用者を対象とした調査である点を考慮しても、実験開始から約2ヶ月の時点においてネット経由で既存のラジオ放送を聴くことが受け入れられつつあることが分かる。また、テクノロジー&ビジネス情

報をweb上で発信する「CNET JAPAN」で2010年4月30日に配信された「もはや地上波とネットを区別する意味ない—radikoで見えたラジオ業界の地殻変動」によれば、radiko等のネット配信ラジオが受け入れられつつある状況を紹介し、ニッポン放送デジタル事業局長檜原麻希氏の「radikoやSuono Dolceアプリの開発により、ラジオは移動体メディアである事が改めて実証された。スマートフォンの出現によって、音声コンテンツはあらためて（ほかのことをしながら聴取するという）“ながらメディア”としての地位を確立できる」と言うコメントを紹介している²⁾。

本論は、このような新しいラジオ受信環境であるradikoの登場によって、ラジオはどのように変化するかを、ラジオを「携帯」する意味の変容として考察する。本論執筆時点でradikoが登場して2年という時期であり、その変化を厳密に測定することは困難である。また、その行方も定かではない。しかし、ラジオという聴取人口が減りつつある放送メディアに対する新しい動きを考察することには、大きな意味があると考えるのである。さらに、2011年3月11日に発生した東日本大震災におけるradikoの動きも踏まえながら、ラジオを携帯することの意味変容を考えてみたい。

1. ラジオを携帯する発想はいつから始まったのか？

1. 1. ラジオの始まりと携帯欲求

現在につながる商業ラジオ放送の始まりは、1920年11月2日に行われた大統領選挙速報を行った米ピッツバーグのKDKA局である。しかし、その流れを遡れば、有線電信と有線通話

(電話) の重なりにまでたどり着く。ハンガリーの首都ブダペストにあった電話会社「テレフォン・ヒルモンド」の定時的な音声の情報提供に、放送の萌芽を見ることができる³⁾。その後、無線電信から音声の無線通信へと技術が進み、アマチュア無線家同士の声の相互通信から無線を使った音声による情報や娯楽の提供の可能性が生まれた。アマチュア無線家たちの声の相互通信は、やがて聴くことだけを望む人々を生み出し、無線機器販売業者によってその希望が叶えられことになった。それは受信専用の無線機すなわち受信機の誕生であり、受信機を使って受信を専門とする人々、すなわち「リスナー」の誕生である。リスナーは自ら発信することには関心がなく、もっぱら聴くことだけに専念する人々であった。商業放送が始まった直後からアメリカでは放送局が乱立し、それにしたがって受信機生産台数も急増していった⁴⁾。これは受信を専門とする人々が増え、やがて巨大な集団ができあがったことを意味している。その結果、1つの発信に対して大量の受信という「マス・コミュニケーション」が成立し、放送というマス・メディアが登場したことは既に明らかとなっている。

さて、このようなラジオの誕生において、受信機は基本的に固定型であった。有線から無線へという人間の「脱固定」という技術進化欲求の流れをみれば、無線を使いながら受信機が固定されていることからの脱却は比較的早期に行われたと考えるのが自然である。では、ラジオの携帯型受信機は、いつごろ、どのような社会的文脈あるいは社会的欲求で登場したのであるうか。

Michael Brian Schiffer 『The portable radio in American life』には、アメリカにおけるポー

ダブルラジオの歴史がまとめられている。その発想はすでに「1890年代の科学小説にポータブルラジオのアイデアが登場」しており、最初の完全なポータブルラジオは「トランジスタではなく、細いチューブで作られたシャツのポケットに入るほどの小ささだった」と記している。実際にポータブル化されたラジオは、自転車の前かごに積むタイプ、女性のハンドバックに入るタイプ、時計サイズ、指輪型など実にさまざまである⁵⁾。アメリカでラジオ放送が始まった直後には、既に携帯する発想が存在していたことがわかる。

1. 2. 日本へのラジオ導入と携帯欲求

一方、日本にラジオが紹介され始めたのは、アメリカで商業ラジオが誕生した直後からであり、はじめはラジオではなく「無線電話」と呼ばれていた。当時の人々にとっては、線もなく音声が届くというところがうまく理解できず、音声を用いたメディアであった電話を基礎にイメージしようとしたのであろう。ちなみに、日本において「ラジオ」という呼び名が一般化するのには、本格的な放送が開始された1925年前後である。1920年にアメリカで KDKA が最初の商業放送を開始した当時は「無線電話」と呼ばれ、日本でも実験放送が盛んに行われるようになった1923年頃には放送用無線電話、それがやがて「ラヂオ」という固有の名称へと変化したのである。

その背景には、新しいメディアが登場する際には、その内容や社会における用途がはっきりしていないことがある。加えて、新しいメディアは既存のメディアのイメージを引きずりながら、社会へと示されるのである。有線の電話で音声が届くことがようやく社会に受け入

れられ始めたばかりの時期に、「線」を使わずに音声伝える事への懐疑と受容が無線電話という名称には現れている。さらに、それを「放送」という未知の用途として受け入れる必要があったのである。

その、未知のメディアに対して強い関心を示したのは既存メディアである新聞や雑誌であった。新聞は自らの存在を脅かす対象としてラジオを強く意識し、実験放送や放送局設立への参加を通じて、ラジオそのものを取り込もうとした。日本で正式な放送が開始される1925年3月21日の読売新聞には、列車にラジオ受信機を設置する試みが報じられている。「湘南行き列車に高聲電話 今月末から試験的に ラヂオ受信機も」という記事には、列車内に電話機を設置し、同時にラジオも聴けるサービスの実験が始まると書かれている。特急列車の展望車内でラジオ放送を聴けるようにするこのサービスは、無線電話でラジオ放送を再送信し、展望車内のスピーカーに接続する予定であった。しかし、同年12月25日には、「列車進行中にラヂオを聞くはまだまだ先のこと」と題する記事で、現状では課題が多いことを伝えている。

読売新聞1924年8月15日の記事では、「泳ぐ間も忘れられぬアメリカのラヂオ熱」と題して、水泳中にもラジオが手放せない様子が紹介されている。「米國のラヂオの盛んなことは日本と比べると兎ても話しにならない。これはワシントンのワードマン公園の水泳家で泳ぐ間も惜しいように無電で音楽に聴き惚れて居る所です」。記事に添えられている写真には、水中に置かれた台に乗せたラジオ受信機（スピーカー付き）の回りに集まる水着姿の女性たちが写っている。当時のアメリカでは、ラジオ局数も受信機台数も爆発的な勢いで増え続けており、

人々が片時もラジオを話せない状況がよく分かる。

また、雑誌の中でも婦人雑誌は、当時の最先端科学技術であるラジオを家庭生活に組み込む意図を明確に持っていた。ラジオの組み立て方や回路図を使った解説が掲載され、ラジオ文化の導入と同時に、主な読者であった家庭の主婦に科学知識の啓蒙を図ったのである⁶⁾。そんな婦人向け雑誌のなかにも、携帯ラジオがさまざまな形で登場している。例えば、「主婦之友」1927年7月号には、「避暑に旅行に無くてはならぬ携帯用ラヂオの作り方」という記事がある。「携帯用でありますから、先づ、軽くなければなりません。形も、あまり大きくないことが必要であります。」と、その条件が記されている。そして、電池を含む小型ラジオ作りの方法が、詳細に解説されているのである。また、「婦人画報」1925年9月号には、「キャンプ生活にもラヂオの恵みを蒙りて食後の一同は是をきくのを此上もない楽しみとして居ります」という説明と共に、テントの中に置かれたラジオを聴く人々の写真が掲載されている。「婦人画報」は富裕層を対象とした雑誌であり、ラジオを持ってピクニックにでかける生活を提示している。しかし、ピクニックという非日常にも、ラジオという「日常」を持ち込むための「携帯」と言う意味が示されている。

1. 3. 携帯型ラジオの試みと社会的欲求

では、携帯するラジオが製品として提供され始めるのは、いつごろからだろうか。日本の場合、ラジオ放送が本格化する1927年頃からであったことが分かる。読売新聞1927年8月6日に掲載された広告には、「海へ山へ お伴は芝浦スーパーを」と言う宣伝文と共に、芝浦製作所

の携帯型スーパーヘテロダイスが携帯型ラジオとして初めて登場している。また、読売新聞1934年10月31日の広告では、「日米大野球戦 ラヂオで放送を聴き乍ら見物される超小型携帯受信機『ピーアール』ハンドラジオ 大サ(ママ) 婦人ハンドバック位 目方五百四十匁 一式此中に収つてゐて他に何も要りません」と、野球観戦に携帯型ラジオが便利であることと、その大きさがハンドバック程度であることが示されている。ヘッドフォンをした和服姿の女性がハンドラジオを抱えている写真と共に、「本機は世界的發明とも申すべき、超小型にして、優秀な能率を有する電池式三球携帯受信機であります。アンテナもアースも不要、又電燈電線も不要、全國どんな不便な地でも放送を受信できます又野球場等の喧噪裡に於ても大聲明瞭にラヂオで放送を聴き乍ら見物できます」と、その機能性と能力の高さが示されている。

スタジオで生の試合を観戦しながらラジオの実況中継を聴くという二重の体験への欲求は、野球の本場アメリカでも存在した。原克『ポピュラーサイエンスの時代』には、ラジオ専門誌「ラジオ・ニュース」1937年10月号に「ポケット型ラジオ・スポーツセットの作り方」という記事が掲載されたことが紹介されている⁷⁾。外套のポケットに入れることを前提にデザインされたこのキットは細かい使い勝手まで工夫されていたが、マニア向けのガレージキットであったためにどの程度の人たちに需要があったのかは不明である。また、1920年代アメリカで発行されたラジオ専門紙には、ゴルフコースに持ち込まれたラジオを聴きながらゴルフを楽しむ様子が紹介されている⁸⁾。先述の婦人画報の写真と同様に、ラジオ登場初期には屋外での生活にもラジオを携帯しようとする欲望が現れてい

る。

ラジオの初期にこのような欲望が具体的な形ですぐに現れていた背景には、当時のラジオ受信機の構造があった。レシーバーで聴く鉱石タイプか、スピーカーを鳴らす真空管タイプがあったが、後者の場合は充電してくり返し使う電池が必要であった。鉱石ラジオは小型化が可能であったが、電波受信が不安定であった。電池は真空管の陽極を働かせる乾電池と、陰極を働かせる蓄電池が必要であり、乾電池の場合は三ヶ月に一度の交換、蓄電池は一週間に一度の充電を、それぞれ専門業者が行わなければならなかった⁹⁾。先に紹介した記事に登場するラジオの多くは、いずれも鉱石ラジオかスピーカータイプの据え置き型ラジオを屋外に持ち出している。つまり、この時点でのラジオにおける「携帯」の意味は、屋内でのラジオとの関わりを、単に屋外へと延長することであったと推測できる。

電池がまだ一般的ではなく、大きく重いうえに使用時間も短かったことを考えれば、屋外へ持ち出して聴くことは、現実的な使い方ではなかったであろう。しかし、社会に登場した直後に想像されていた使い方の一つとして、メディアを持ち出すことが提示されていたことは興味深い。この持ち出すことは、やがて携帯する概念へと結びついていく。現在われわれが考える「携帯」とは、もっと身体との距離が近い状態を指す。持ち出すことから携帯することへの意味の変化が起こったことになる。その変化は、ラジオの小型化というプロセスだけでなく、他のメディアが携帯されるという出来事を経て起こったのである。

2. トランジスタ・ラジオとウォークマンによる音楽「携帯」の意味変容

2. 1. 携帯するための技術開発

ラジオは、家庭用電灯線からの電力（交流電気）を使用できるエリミネータ受信機が普及するようになると、家庭内のメディアとして意識化されるようになった。家庭内で聴くラジオは居間に固定され、居間という空間において「家族」で共有する聴取形態を生み出した。その一方で、屋外に設置したラジオを共有して聴く集団聴取やラジオ塔などの屋外聴取形態は存在したが、それはラジオを携帯する意識とは異なる発想であった。ラジオを携帯する欲望は、2つの意味を持っていた。一つは、場所にとらわれずにラジオを聴くこと。もう一つは、ラジオを個人化する欲望であった。元々、鉱石ラジオで聴く場合にはヘッドフォンが必要であり、そのことはラジオの個人化に繋がっていた。しかし、この2つの欲望が成就するためには、ラジオ受信機の小型化が必要であった。そして、これはラジオ携帯の欲望と一致していたのである。

ラジオを小型化するためには、真空管を小型化することが必要となる。真空管は、ラジオ受信に必要な電気の流れを整え、増幅する役割を担っている。トランジスタ（集積回路）が登場するまでは真空管がその仕事を一手に担っていたが、小型のトランジスタが登場したことによってその役割を譲ることになった。それだけでなく、トランジスタの登場は受信機本体の小型化も進め、ラジオを携帯することを可能とした。小型化に必要なもう一つの要素は、電池であった。小型乾電池は、国内ではナショナルが

1954年に完全金属外装乾電池「ナショナルハイパー」を発売し、ラジオの小型化への手助けをした。これら2つの要素が合わさって、携帯可能な小型ラジオが発売されるのである。

世界で初めてトランジスタ・ラジオが発売されたのは、1954年アメリカのリージェンシー社からであった。日本の場合は、東京通信工業（現：SONY）が1955年 TR-55として発売したのが最初のトランジスタ・ラジオだった。1948年にアメリカのベル研究所でトランジスタが開発され、それを使った小型ラジオ開発に取り組んでいた東京通信工業は、リージェンシー社よりも早くトランジスタ・ラジオ「TR-52」を発売する予定だった。しかし、発売直前に不具合が判明し、まぼろしのトランジスタ・ラジオ第1号となった。その後、不具合を修正し、どこにでも持ち運べるパーソナル・ラジオをめざして開発された TR-55は、家庭の居間に置かれる「一家に一台」から、個人が常に持ち運ぶ「一人に一台」へとラジオを変化させた。そして、1957年にはポケットに入るサイズの小型ラジオ TR-63が発売され、ラジオは身体との接合を持つようになった。ラジオを携帯することは、すなわち個人とメディアとの関係を強化しただけでなく、ラジオがもつ空間的な広がりや、人間の身体的な移動とシンクロさせるようになったのである。

しかし、トランジスタ・ラジオの利用者のなかでも特に若者たちは、移動による空間の広がりよりも、より小さな空間との親和性を作りだした。その背景には、トランジスタ・ラジオの登場と重なるように進んだ、家庭の個室化があった。居間は家族が一時的に集う場所に代わり、家族の生活は個別化した部屋を中心に営まれるようになった。その結果、居間に据え置か

れていた共有メディアとしてのラジオは、小型化して家庭内の個室へと分散・移動していった。そこでは、マスとしての不特定多数のリスナーではなく、ラジオから聞こえてくる音楽やメッセージを個人化した「マス・パーソナル」なりリスナーとして受容していたのである。

2. 2. ラジオの小型化と個人化

1960年代、ラジオは若者たちの心をつなぐメディアとして、深夜の時間帯にスイッチを入れられるようになった。ラジオの向こうからは「孤独」な若者たちの気持ちを受け止め、代弁するDJの声が聞こえ、その声を求めてさらに多くの若者たちがラジオに耳を傾けていた。1960年5月8日の朝日新聞「深夜放送はこう聞かれている」には、深夜放送リスナーの調査結果がでていいる。ラジオ東京(現TBSラジオ)が慶応大学ジャーナリズム研究会に委託して行った調査によれば、調査対象の300世帯の内、深夜放送を聴いている世帯は27.6%。男女別では、男性66%に対して女性32.6%。年代別では、20代41.8%、10代24.3%で、両方合わせて65%以上を占めている。使っているラジオは、ホームセットが66.7%、トランジスタが33%となっており、トランジスタ・ラジオがこの時点ではまだそれほど普及していないことが分かる。

深夜放送への関心が高まり始めた1967年になると、在京のラジオ局は全て深夜放送を開始した。それにつれて、新聞には深夜のラジオと若者との繋がりを題材とした記事が増え始める。例えば、1968年1月20日の朝日新聞「深夜放送は花盛り 受験生ら若いファン“おしゃべりに”特色競う」と題する記事が載っている。記事によると、ニッポン放送が深夜放送を始めた

きっかけは、社会の仕組みが複雑になり深夜に起きている人たちが多くなっていることだと言う。そして、ふとんの中で朝5時まで聴いてしまうという、午前1時まで仕事をしている調理人の言葉を紹介している。また、同年2月10日の読売新聞「深夜放送 若い聴取者が激増 “ミミズク族” 第三のチャンネルへ」と題する記事でも、深夜帯に起きてラジオを聴く「夜行性人間」の存在を指摘している。同記事では、関東地区のTBS、文化放送、ニッポン放送、ラジオ関東(現RFラジオ日本)の深夜放送とその聴取傾向について分析している。いずれも、深夜放送の認知度は高く、リスナーの多くは十代の若者、特に大学生が多いことを示していた。そして、深夜放送に寄せられるはがきの分析を通じて「こうしてみると深夜放送は、これら孤独な夜行性人間に、家庭、学校、という常識的な生活環境のほかに、新しい“第三のチャンネル”を作りつつある」と、深夜帯とラジオと若者の3者が新しい居場所を積極的に生み出している現状を示している。

これらの記事には、トランジスタと深夜放送の関係を示すデータはない。しかし、深夜放送を新しく聞き始める中学生や高校生が最初に買ってもらえる安価なラジオがトランジスタ・ラジオだったのである。このトランジスタ・ラジオは、持ち運ぶという携帯性ではなく、個人の趣味と一体化し、深夜のラジオを通じて伝わってくる想いを共有するための「パーソナルとも商業的とも言い切れない、共同的で集合的な社会関係を媒介するメディア¹⁰⁾」として、個室や枕元に置かれるようになったのである。

このように、トランジスタ・ラジオから聞こえてくるDJの声と音楽は深夜の孤独な若者たちによって共有されていたが、やがてエアチェ

ックとダビングという方法によってDJの声と音楽が分離され、音楽だけが繰り返し楽しめるようになった。エアチェックはカセットテープレコーダを使って放送内容を同時録音することで、そのテープから音楽だけをもう一台のカセットテープレコーダに複製することをダビングと言う。こうすることで、好きな音楽だけを集めたカセットテープができあがる。レコードが高価であり、好きな(流行の)音楽だけを安く入手する方法であった。しかし、音楽自身はラジオ番組という共有されるパッケージからは切り離されて個人へと接近したが、手の大きさに近い小型のカセットテープという携帯性からは遠かった。音楽を携帯するという形で、真に個人と音楽を一体化させたのは「ウォークマン」であった。

2. 3. ウォークマンの登場と音楽の「携帯」

ここでは、音のメディアを携帯する行為と意味を考察する上で重要と思われる、ウォークマンについて考えてみたい。

2010年10月22日の新聞各紙には、「カセットタイプのウォークマンが販売終了」する記事が載った。ウォークマンは、SONYが1979年7月に発売したカセットテープ再生専用機器である。最大の特徴は、電池で駆動するカセットテープとはほぼ同じ大きさの本体と、専用のヘッドフォンの組み合わせにあった。初代ウォークマンである「TPS-L2」は、単3電池2本で約2.5時間(アルカリ電池で約8時間)の連続再生が可能であり、本体のみの重量は390gという軽さであった。

元々の開発コンセプトは機内持ち込みができるカセットテープ・プレイヤーであり、主に海外出張のビジネスマンを対象としていた。しか

し、初代ウォークマンにはヘッドフォンジャックが2つあり、2人で同じ音楽を共有することも想定されていたのである。発売当時のテレビCMを見ると、白い浴衣を着た日本人の高齢男性と赤いレオタードを着た外国人女性が、1つのウォークマンを共有しながらダンスをしている。ナレーションは「SONYの歩くステレオ、ウォークマン」と「ヘッドホンで話せるホットライン付き」。そして、「ステレオが部屋を出た。ウォークマン」で締められる。ロゴの「WALKMAN」にある2つのAは、それぞれ2本の足がデザインされ、持ち歩きながら音楽を聴くことが強調されている。

また、別のCMでは、海外の橋の上で1台のウォークマンで音楽を共有しながら踊る2人の若い外国人女性と、ウォークマンを手を持ってリズムをとる高齢の外国人女性が登場する。そして、「世界に飛び火、路上パラダイス。ウォーキングステレオ。ウォークマン」とナレーションが入る。こちらも、「歩きながら=部屋の外で」という、携帯することを強調した構成となっていた。

それまでのカセットテープ・プレイヤーは、いわゆるラジカセというラジオとカセットテーププレイヤーが一体になったタイプが主流であり、先述のようなラジオで放送される番組を録音し、音楽のみを別のカセットへダビングする使い方が一般的であった。ラジカセは持ち運びが可能な仕様(グリップの付属や電池での駆動など)になってはいたが、スピーカーも含めた重量は2kg以上あった。そのために、日常生活で常に携帯する、あるいは機内に持ち込んで聴くという使い方は不可能に近かった。

発売前は、携帯することを中心とした製品であることの是非よりも、録音機能が省略されて

いることへの懸念が強かった。前述のように、当時はエアチェックとダビングという、録音することが大前提の時代であった。しかし、ウォークマンの場合は再生機能に特化したコンセプトが斬新であり、その結果として音楽を家や部屋以外の場所で楽しむ新しい「携帯型音楽リスナー」が誕生したのである。音楽の携帯は、社会に新しい音の空間を生み出しただけでなく、音と身体との連動という新しい体験をもたらした。つまり、「歩行という『家(うち)』では一般に不可能な行為に伴って、選択的に音楽を聴く」というこれまでにない一つの体験を教えてくれた¹¹⁾。このことは、ウォークマンを携帯する行為は歩くという行為とシンクロしながら、音楽聴取空間を同時に移動させることを意味している。ウォークマンで音楽を携帯する意味は、個人単位で音楽を持ち運ぶことを指すにとどまらず、音楽を携帯した人びとが集合し遍在する「都市全体のサウンドスケープ」¹²⁾としての意味も持つようになったのである。

メディアへの関わり方を目的によって分化し、本来メディアが持っていた機能を制限あるいは削除することによって、メディアに付随する意味の変容が起こることはしばしばある。ウォークマンの場合も、カセットテープレコーダから録音機能を削除することによって小型軽量化が実現し、音楽は家や部屋から解放された。そして、街の中で歩きながら音楽を楽しむ、新しい「音楽の楽しみ方」が生まれたのである。

このような変化と意味変容の関係は、ラジオの携帯ではどのように起こったのだろうか。ラジオの小型化は、トランジスタという部品の小型化に伴う形状の変化だけでなく、ラジオを共有するという家庭内での機能を削った。そして、ラジオを「身体性を帯びた音のメディア」

と変化させ、身体と共に移動させることになったのである。同時に、ラジオの小型化はラジオリスナーの個人化を促し、深夜に1人で聴くスタイルが定着した。深夜放送はそんな個人としてのリスナーをターゲットとし、リスナーは自分の思いをハガキで送ることで、深夜の孤独を癒した。それらのハガキはDJによって読み上げられ、リスナー同士の共感を呼ぶことになった。深夜のラジオは、個人化したリスナーを再結合させる仮想的な空間でもあった。

このように、これまでのラジオ「携帯」の意味は、「屋内でのラジオとの関わりを、単に屋外へと延長する」から「個人の趣味と一体化し、深夜のラジオを通じて伝わってくる想いを共有するためのパーソナルな装置化」へと変化した。これらは、どちらも装置自体を物理的に小型化し、可搬性と親和性を獲得することによる変化であった。そして、次にラジオの「携帯」についての意味が変化するのには、携帯電話にラジオが組み込まれた際に起こった。それは意味の変容だけでなくラジオ受信機の外装そのものの変化、いや消失も意味していたのである。

3. ラジオ付き携帯と radiko の登場におけるラジオ「携帯」の意味変容

3. 1. 携帯電話に組み込まれるラジオ

2003年10月、KDDI が FM ラジオが聴ける携帯電話を初めて発売した。三洋電機製 A5503SA は FM ラジオチューナーを内蔵し、オンエア中の曲名やミュージシャン、番組名などの表示、リクエストやメッセージの送信もメール感覚で行えるなどの機能を装備していた。このラジオ機能はイヤホンアンテナとして利用する通常

のポータブルラジオと同じであり、後述するインターネット（電話回線経由のインターネット接続も含む）で聴くラジオとは根本的に異なっていた。同機はラジオリスナーの新規開拓をめざして開発された新製品であったが、実際には新規リスナーよりも既存リスナーが新しい受信環境への関心を示すにとどまった。その後、KDDIは2011年1月26日からauのLismo Waveのサービスとして、スマートフォンや一部の携帯電話で全国の県域FMラジオ放送が聴ける有料サービスを開始したが、詳細は後述する。

現在の携帯電話は通話以外のさまざまな機能が付加され、もはや携帯型電話を意味する「携帯電話」ではなく、さまざまな付加価値・機能を持つ「ケータイ」という呼び名の方がふさわしい¹³⁾。携帯電話の「携帯」性に関しては、これまでのさまざまな視点による研究や考察が行われている。本論はラジオ携帯の意味についての考察を行うことを目的としているので、電話の携帯性については割愛する。しかし、携帯電話にラジオ受信機能が付加されたことのもっとも重要なポイントは、電話と共に移動できる「可搬性」や「移動性」ではなく、ラジオ受信においてもはや受信機としての外装が不要となったことにある。つまり、ラジオは機能を示すメニューの中に埋め込まれ、留守番電話やボイスメモのような音声サービスの1つとして存在しているのである。

特に、iPhoneに代表されるスマートフォンでは、アプリと呼ばれるプログラムによって機能の付加と削除が自由に行える。例えば、ゲーム、スケジュール管理、メモ、英語学習など、さまざまなアプリが無料あるいは有料で提供されている¹⁴⁾。加えて、スマートフォンは、電話回線や無線LANを通じてインターネットに接続可

能で、携帯電話とパソコンが融合した高機能な情報端末として存在している。MM総研によれば、2010年度のスマートフォン出荷台数予測は675万台で2009年度の出荷台数234万台の約2.9倍に達すると予測されていた。また、2015年までのスマートフォン出荷台数予測を、以下のように行っている。括弧内は、スマートフォン台数比率。2011年度：1,545万台（40.6%）、2012年度：1,925万台（50.1%）、2013年度：2,120万台（56.4%）、2014年度：2,245万台（60.5%）、2015年度：2,410万台（63.1%）¹⁵⁾。従来の携帯電話以上に多機能化したスマートフォンが、次第に従来の携帯電話に置き換わっていくことが予測されている。

3. 2. サイマル放送の登場とラジオの携帯

冒頭で記したように、2010年3月にはこのスマートフォンでラジオを聴くことができるサービスと専用のアプリ「radiko」が登場し、携帯型ラジオは電波を直接受信して聴くのではなく、電話回線やインターネット経由で聴くスタイルへの変化が始まったと言える。インターネット経由で既存ラジオをサイマル（同時再送信）で聴く形式は、既に10数年前から一部コミュニティFM局が独自の判断で実験的に行われていた。しかし、著作権の関係がクリアされていなかったために一時停滞していた¹⁶⁾。それが、「サイマルラジオ」という新たな「公式」な形で復活したのが2008年であり、「Community Simul Radio Alliance (CSRA)」として権利団体と合意し、正式に運用開始された。本論執筆時点でサイマルラジオに参加しているコミュニティFM局数は90局¹⁷⁾であり、JCBA（日本コミュニティ放送協会）加盟局数198局の約45%、開局中のコミュニティFM局数250局の約36%

にあたる¹⁸⁾。サイマルラジオの特徴は、インターネットでの同時再送信という形式よりも、コミュニティFMという地域密着のラジオがインターネットを利用している意味にあると筆者は考えている。しかし、本論での議論とは直接関わらないので、別稿で改めて考察したい。本論との関わりでは、コミュニティFMのサイマルラジオにも、スマートフォン用のアプリが存在する点にある。

radiko とほぼ同時期に「i-コミュラジオ」というアプリが登場したことによって、コミュニティFMの番組をスマートフォンで聴けるようになった¹⁹⁾。radiko と i-コミュラジオとの最大の相違点は、エリア制限の有無にある。エリア制限とは、スマートフォンの位置情報（正確には、接続しているインターネットプロバイダの位置情報）によって、聴取の可否と聴取可能ラジオ局を限定するシステムである。radiko のエリア制限はラジオ局の電波によるサービスエリアを原則としていて、例えば関西で radiko を使って聴けるラジオ局は、関西 2 府 4 県（大阪、京都、兵庫、和歌山、奈良、滋賀）をサービスエリアとする AM 局と FM 局になる。しかし、radiko への参加と配信エリアはラジオ局任意の判断であるので、サービスエリア内であっても radiko では聴けない局もある。例えば、KBS 京都や京都エフエム放送（αステーション）、エフエム滋賀（e-radio）、は、本論執筆時点で京都府と滋賀県のみでの配信となっている。一方のサイマルラジオや i-コミュラジオの場合は、放送時間帯を除いて可聴エリアの制限は一切ない²⁰⁾。

radiko のエリア制限は放送に関する法的な規制ではなく、大手放送局が全国で聴けることによる営業的な配慮に基づく自主的な制限と考え

られる。現に、後述する東日本大震災時にはエリア制限が解除され、一定期間全国の放送が radiko を通じて聴取可能であった。また、au の Lismo Wave には、エリア制限がない。Lismo Wave は先述のように全国の FM ラジオが au の一部携帯やスマートフォンで聴ける独自のサービスである。radiko 同様の機能ではあるが、有料である点とエリア制限がない点、すべての県域 FM 局が聴ける点が大きく異なっている²¹⁾。さらに、NTT ドコモは、2011年12月5日より JFN 系列の全 FM 局の放送を、日本全国どこでもエリアからでもスマートフォンで聴ける「ドコモ FM」のサービスを開始した。このサービスは Lismo Wave 同様に有料（月額315円 サービス開始時点）であるが、エリア制限はなく、エフエム東京を中心とする JFN（Japan FM Network）系列の放送しか聴けない点が特徴である。radiko 以降、携帯会社独自のラジオに関する有料サービスが開始されたことは、ラジオはハードウェア代を除いて無料で聴けるメディアから、魅力あるコンテンツならば有料であっても受容するメディアへと、意識転換が起こりつつあることを示唆している。同時に、スマートフォンに組み込まれたラジオは、音声コンテンツを場所や時間に関係なく提供する「サービス」として、他の有料アプリと同質になったことを意味している。

その一方で、公共放送 NHK のラジオも、radiko と同様のサービス「NHK ネットラジオ（通称らじる★らじる）」を2011年9月1日から開始した²²⁾。東京のNHKラジオセンターで制作されたラジオ第1、ラジオ第2、FM すべての番組を全国どこからでも、インターネット環境を通じて聴くことができる。PC 用アプリとスマートフォンアプリ共に用意されており、東

京発の番組しか聴けない点を除いて使い勝手は radiko と変わらない²³⁾。

単にインターネット経由で聴くラジオという形式は、上述のように既にインターネットの普及及び一般化と平行するよう進んでいた。しかし、その聴取形態はデスクトップパソコンを中心とするインターネット環境を前提としており、可搬性を備えたノート型パソコンで聴取する場合でも同様であった。一方、スマートフォンという常時携帯する機器に組み込まれたアプリで聴くラジオは、携帯電話でも聴けるラジオから、携帯電話で聴くラジオへと変化した。同時に、ラジオを「携帯」する意味は、ラジオ受信機を小型化して持ち運ぶという従属語としての「携帯」から、「携帯」という言葉が持つ意味に含まれ吸収されてしまった。つまり、ラジオとしての物理的な外観はもはや存在せず、したがって何かを持ち運ぶという「携帯」という言葉の主語とはなり得なくなると言える。われわれが日常「携帯（ケータイ）」と呼ぶ言葉のなかに、さまざまな機能を提供するアプリの1つとして含意されてしまったのである。

これは、ラジオが社会に登場し、その新規性や機能面で持ち運んで常に身近な存在として利用したい（存在を感じていたい）という欲望に沿って、さまざまに工夫された「ラジオを携帯する」意味とは完全に異なっている。しかし、アプリ化によって、その欲望はようやく実現されたとも言える。その代償として、ラジオ受信機という外装を完全に失ってしまったことは、ある意味で皮肉とも言えるだろう。

4. 東日本大震災とラジオの携帯性

4. 1. 災害とラジオの関係

2011年3月11日に発生した巨大災害である東日本大震災では、2万人を超える死者・行方不明者がでた。被災地では大規模停電によってラジオ、テレビなどの日常利用している放送メディアは使用不能となり、インターネットも同様に利用できなくなった。東京を中心とする首都圏では鉄道網が不通となり、ネット接続を含む携帯電話の利用も困難となった。テレビは津波とその破壊力のすさまじさ、そして原発事故を中心に伝えていたが、被災地をはじめ帰宅の足を失った人びとは的確な情報を得る手段を失ってしまった。

ラジオは、大きな災害が起きるたびにその有用性や必要性が再認識・再評価が繰り返されている。ビデオリサーチが2011年4月23日、24日に東京30km圏に居住する男女20～69歳300人に対して電話で実施した「震災とラジオに関する調査」によれば、回答者の約3割が地震発生時に自宅にあり、最初に接触したメディアは「テレビ」(67.3%)、「ラジオ (radiko などのインターネットラジオも含む) (10.0%)」、「インターネット (PC) (9.7%)」、「ワンセグ」(7.7%)、「インターネット (携帯)」(4.7%)であった。ラジオへの接触を年代別で見ると、多い順に「20代」(13.0%)、「50代」(11.8%)、「40代」(10.9%)であった。震災後にラジオのイメージとして強まったのは、「いざというときに頼りになる」(52.7%)、「情報が早い」(39.0%)、「刺激が強すぎない」(22.3%)であった。この調査のなかで注目するのは、震災当日の就寝までに接触したメディアのうち、ラジオは26.7%

で、普段ラジオを聴かない人も1割強がラジオに接触していた点である。また、停電経験の有無とラジオ接触の関係では、停電経験者の47.8%が「情報が早い」と回答し、停電経験のない人に比べて10ポイント以上高かった²⁴⁾。

この調査は、被災地・被災者を対象とはしていないので、その点は考慮しなければならない。しかし、大きな災害時にラジオが持つ優位性や他メディアにはない特性が求められ、認められたことは言えるであろう。イメージとして強まった項目として「いざというときに頼りになる」があるが、これは総合的に見たラジオに対する再評価であり。特に電池だけで動作する簡易性と持ち運べる携帯性、情報のスピード、地域に密着した情報提供を行う地域との関係性などが評価されたと考えられる。この中で、電池だけで動作する点と持ち運べる点は、ラジオの「携帯」性につながっていることは明らかである。先述のように、トランジスタ・ラジオ以降、ラジオは据え置き型と持ち運ぶポータブル型に大きく分かれた。深夜放送などを枕元で聴く場合にも、ポータブル型は使われた。そして、ポータブル型ラジオに電力を供給する電池は、欠かせない存在でもあった。大規模災害時には停電が発生することが多く、また避難しなければならない場合も多い。その際にはラジオは避難先で聴くことになるが、ラジオを聴くリスナー層が小さくなるにしたがって、ラジオを常備している家庭が少なくなっているのが現状だ。例えば、2004年10月23日の新潟県中越地震、2007年7月16日の新潟県中越沖地震では車で避難する人が多く、カーラジオでラジオを聴く様子がテレビなどでも報道されていた。しかし、今回の東日本大震災では津波で多数の車が被害を受け、ラジオを聴く主要な手段を失って

しまった人が多かった²⁵⁾。

ラジカセやコンポなどのオーディオ機器にラジオが付属しているが、これらは据え置いて使うことが一般的である。先述のように、ラジカセはポータブル型ラジオの一種であり電池でも稼働するが、そのための電池を用意している家庭は少ない。ラジカセ用の電池は単2か単1であり、今回の震災後に不足した懐中電灯と同じタイプである。したがって、携帯可能なポータブルタイプであることと、持ち出して電源のない場所で使えることはイコールではないのである。携帯性は、ラジカセという商品の主要な機能を表しているのではなく、あくまでも付属的な意味しか持っていない。そのために、有用であると再評価されるラジオではあるが、それは「今後起こり得る災害時に有用」であるという意味が大きい。先述の調査でも、震災発生後にラジオ用の乾電池を購入したかとの質問に、24.3%が購入したと回答している。もちろん、少ないラジオが多くの人びとに情報を伝え、被災者の心を癒したことは間違いない。避難所に持ち込まれたラジオが、停電のなかで余震におびえながら過ごす人びとにとって、冷静な人の声による情報を伝える唯一のメディアであったのである。

4. 2. 災害時におけるラジオと携帯性の再評価

一方、震災後に多くの臨時災害放送局が立ち上げられ、初期の混乱状態から復興に向けての情報提供へと役割が変わってきた²⁶⁾。以下は、臨時災害放送局に関する法律の抜粋である。

・放送法（番組基準等の規定の適用除外）

第三条の五 前二条の規定は、経済市況、自然事象及びスポーツに関する時事に関する事項その他総務省令で定める事項のみを放送事項とす

る放送又は臨時かつ一時の目的（総務省令で定めるものに限る。）のための放送を専ら行う放送事業者には、適用しない。

・放送法施行規則第一条の五第二項第二号
放送法第三条の五に規定する臨時かつ一時の目的のための放送（以下「臨時目的放送」という。）は、次に掲げる事項のいずれかを目的とするものでなければならない。

一 国又は地方公共団体が主催し、後援し、又は協賛する博覧会その他これに類する催し物の用に供すること。

二 暴風、豪雨、洪水、地震、大規模な火事その他による災害が発生した場合に、その被害を軽減するために役立つこと。

上記の法律に基づいて震災後に開局あるいは既存のコミュニティFMが臨時災害放送局に移行した事例は、総務省のホームページで確認できる²⁷⁾。被災地域が広範囲に及んでいるために、免許された臨時災害放送局の数も過去に例を見ないほど多数に上っている。これほどまでに多数のラジオ局が臨時とはいえ開局している、あるいは開局していた理由はなんだろうか。それは、情報伝達面だけでなく、ラジオの携帯性だと考えられる。

時間が経過するにしたがって停電は解消し、インフラが徐々に回復しつつあるが、復興には長い時間が必要である。そんな状況のなかで、ラジオは被災者にもっとも近い場で情報提供を続けている。ラジオが使われる大きな理由は、ラジオが元来地域密着なメディアとして存在していることと、携帯性に優れている点にある。先述のように、元々地域密着な存在であったコミュニティFMが、臨時災害放送局として以前にもまして地域の情報を提供している。そして、その情報を受信するラジオには携帯性が求

められている。例えば、津波を伴う大きな余震の可能性が依然としてあり、津波の被害を受けた屋外での作業には緊急地震速報を知らせる携帯ラジオが便利である。また、ラジオ受信機を持たない人びとや避難所、自宅避難者には、ラジオ各局やメーカーなどから多くのラジオ受信機が提供された。その多くは、場所を取らず、電池で駆動する携帯型ラジオである。つまり、この場合の携帯の意味は、ラジオが小型化したことで物理的に持ち運べるという、本来のラジオと携帯との意味関係が構築されているのである。

震災が起こったあと、radikoは先述のように3月13日夕方からエリア制限の解除を行った²⁸⁾。また、auの「Lismo Wave」は、auのスマートフォンだけでなく他社携帯・スマートフォン（iPhoneを除く）やPCでも利用可能となった²⁹⁾。その結果、radiko参加局であれば日本全国どこのラジオ局での聴取可能となった。この解除理由の第一は被災地への情報提供であるが、停電等でPCが使えず、携帯電話の基地局の多くも被害を受けていた状況では、radikoを利用することは困難であったと考えられる。したがって、radikoやLismo Waveは被災地域でも利用は可能であったが、被災地域外の人びとが情報を共有し、共感することを目的とていたと考えられる。

今回の震災時にPCやスマートフォンで聴かれたラジオは、情報伝達という元来ラジオに求められていた役割と同等かそれ以上に、身近な声と音の存在として意識された。日常生活からラジオの存在が次第に消えつつあった現在に発生した震災は、地震と津波による大きな被害だけでなく、原発事故が加わった未曾有の災害であった。被災地のみならず多くの人びとが不安

を感じ、日常生活のもろさを感じた。テレビが繰り返し伝える津波の映像や被災地の状況は、不安を増加させることはあっても安心を感じさせるとは言い難かった。そんな状況のなかで、ラジオはDJの声と音楽が不安を取り除き、リスナーからのメッセージが共感を生み出した³⁰⁾。そんなラジオはスマートフォンと共に携帯され、常にアクセスできる安心材料となったのである。つまり、災害時におけるラジオの携帯性は、電池で駆動する可搬性に優れた情報機器以外に、人間の声と音楽を提供による安心感の醸成が加わったのである。それは、ラジオリスナーの減少に付随する受信機の不在という現状において、ラジオが持つ根源的な役割への回帰とも言えるであろう。スマートフォンという携帯電話に組み込まれたラジオは、通話、メール、ネット、SNSなどの「人とのつながり」を生み出すメディアとして常に携帯されるようになったのである。

5. まとめ

ラジオが誕生して以降、人間はラジオを携帯するという欲望に挑んできた。エルキ・フータモは「モバイルメディアの考古学」のなかで、モバイル・メディアの形態を以下の3つに分類している³¹⁾。

1. 持ち運べる (portable)
2. 身につけられる (wearable)
3. 乗り物に装備される (mobile)

フータモは、これらの3分類を分析概念として提示しており、実際には相互に重なり合っている。例えば、ラジオはポータブルでありモバイルであるが、ウェアラブルな要素はあまりない。一方、携帯電話はポータブルでありウェア

ブルの要素ももちつつある。しかし、モバイルにはまだ至っていない。重要なことは、「それを求める文化的な欲求が存在していた」ことである³²⁾。実際に、ラジオの登場以前から、メディア携帯するという欲望と試みはさまざまに行われていた。その欲望の源泉は、人間の場所性からの解放欲求と常に使用したいという利用欲求とに深く結びついているとも言える。ラジオを携帯する文化的欲求とは、音楽という娯楽を常に楽しみたいという欲求から始まっている。

ラジオの父と呼ばれるデイビッド・サーノフは、ラジオの最初のイメージを「ラジオ音楽ボックス」として以下のように説明している。「私の頭のなかには、ピアノや蓄音機のように無線機を家庭に普及させるための構想がある。それは、無線電を用いて家庭に音楽を運ぶことである³³⁾」。ここには、無線という場所性から解放されたメディアと音楽を結びつけた発想が見てとれる。その結果、音楽はラジオという装置を通じて外から家庭の居間に入り、家族で共有されることになった。同時に、さらなる場所性からの解放欲求は、ラジオと音楽を持ち出す試みへと進み、トランジスタ・ラジオとウォークマンによって実現された。

このようなメディアと場所性からの解放欲求は、19世紀末の電氣的メディア登場以降常に存在していた。有線電信から無線電信へ、そして無線による音声通信へと言うラジオへ続く歴史をたどれば一目瞭然であろう。さらに、ラジオが誕生した直後のコンテンツを見ると、教会で行われるミサが含まれていたことが分かる。ミサは日曜朝に家族ででかける行事であったが、ラジオが登場したことでまず家族単位での行動が消え、次に教会という場所で聴くことで生み出される宗教的な意味＝場所性が失われた。ラ

ジオで中継されるミサを聴くことが重要となり、それはどんな場所でも構わなくなったのである。このような新しいメディアの出現と習慣の喪失・変容は、リンド&リンドが「ミドルタウン」のなかで明らかにしている。それは、自動車の登場は若者に日曜朝のミサよりもドライブを優先させ、ラジオの登場は夕食後の家族の団らんであった読書の時間へと侵入している³⁴⁾。

ラジオは当初自宅における家族の新しい団らんの中心となった。その後、自宅でしか聴けなかったラジオは外に持ち出され、さまざまな場所で聴く試みと実践が行われるようになる。場所性から身体性への移行である。それが真に実現するのはトランジスタ・ラジオの登場以降であり、ラジオを携帯することは、すなわち情報や娯楽とのリンクを常に確保する欲求から発生していた。そして、これらの欲求は娯楽だけではなく、情報の入手や人と人との関係性も含んでいた。それは、音楽だけでなく、ラジオというメディアがもつコミュニケーションの結節機能から生み出されたのであり、DJ とリスナーとの関係のなかで実現された。受信機小型化によるラジオ個人化と携帯性は、深夜のラジオを中心に人びとが互いに結びつき、災害時には情報の入手と共に強く求められた。ラジオとともに、人とのつながりも持ち運ばれたのである。

そして、スマートフォンのアプリ化したラジオは、もはや携帯するラジオとしての外装を持たず、情報や娯楽を提供する特別なメディアでもなくなった。スマートフォンの平面なデスクトップに並ぶ、ゲーム、ショッピング、新聞、音楽プレイヤー、Twitter や Facebook などのアプリと質的に同じになった。言い換えれば、ラ

ジオ放送という音声情報にアクセスできる機能をもったプログラムの1つ過ぎない。利用者は、ラジオ受信機を携帯する代わりにスマートフォンを持ち運び、ラジオのスイッチを入れる代わりにアプリを起動する。ラジオは「ラジオ」という記号と化したのである。

radiko は、web ラジオや Podcast のような音声サービスとは異なり、ネットを使ったサイマル放送であるところに最大の特徴がある。つまり、携帯型ラジオの一種と考えられる。本論では、その「携帯」する意味の変容について、ラジオを携帯する欲求と実現化の歴史を確認しながら考察してきた。今や、radiko の登場によってラジオの「携帯」は二重の意味を持つようになった。1つは、従来のメディアへの欲求から生み出された、小型化されたラジオが個人によって移動する「ポータブル」という意味。他方は、新しいメディアテクノロジーが生み出した、ラジオ受信機としての外装を持たないシームレス化したメディアを個人が持ち運ぶ「モバイル」という意味である。このモバイルにはスマートフォンが持つ遍在性「ユビキタス (ubiquitous)」とアプリという「記号性」とが加わると考えられる。すなわち、スマートフォンにインストールされて持ち運ばれる radiko は、もはや可視的なラジオ受信装置を持ち運ぶのではなく、真に小型化された「ラジオ」という記号を持ち運んでいることを意味している。その結果、ラジオはウォークマン同様に都市のサウンドスケープとして遍在化し、社会の中で音のメディアとして再構成されるのである。

radiko がインストールされたスマートフォンの遍在は、必ずしもラジオ受信者の増加を意味しない。radiko 以前におけるラジオの携帯は、ラジオを聴くことを前提にしていた。しかし、

radiko の場合はインストールされて持ち運ばれてはいるが、実際に聴かれるかどうかは不明である。初期のラジオリスナーが求めた真の小型化による携帯性は実現されたが、引き替えにラジオの外装は消えた。同時に、これまでにないラジオ受信装置の遍在化を手に入れたが、それはラジオリスナーの遍在化とイコールではない。今後、radiko がラジオリスナーやラジオ受容、そしてラジオそのものにどのような変化をもたらすのかについては今後も注目し、研究を継続していきたい。

注

- 1) 駅に着くと電話回線に改めて接続するので、続きのデータがバッファに取り込まれる。また、地下鉄内でのインターネット接続環境整備も進められている。
- 2) CNET JAPAN 「もはや地上波とネットを区別する意味ない— radiko で見えたラジオ業界の地殻変動」 <http://japan.cnet.com/news/commentary/story/0,3800104752,20412818,00,htm>
- 3) 吉見俊哉, 若林幹夫, 水越伸『メディアとしての電話』弘文堂, 1992, 吉見俊哉『「声」の資本主義』講談社, 1995などを参照。
- 4) ラジオ受信機の生産台数は1922年のラジオ受信機生産台数は10万台であったが、翌1923年には550万台、1930年には3793千台に増加している。水越伸『メディアの生成』同文館出版, 1995, p73。
- 5) Michael Brian Schiffer “The portable radio in American life” The University of Arizona Press, 1991, p1, 80
- 6) 坂田謙司「草創期〈ラジオの「姿」〉～婦人雑誌が伝えた家庭生活とラジオの関係～」『マス・コミュニケーション研究』61, 2002, p162-175。
- 7) 原克『ポピュラーサイエンスの時代』柏書房, 2006, p238-240。
- 8) 原克, 前掲書, p244。
- 9) 日本放送協会編『20世紀放送史 上巻』日本放送出版協会, 2001, p40。
- 10) 飯田豊「ケータイの自明性を再考する—『無線電話』の系譜から」水越伸『コミユナルなケータイ—モバイル・メディア社会を編みかえる』岩波書店, 2007, p116。
- 11) 細川周平『ウォークマンの修辞学』朝日出版社, 1981, p35。
- 12) 細川, 前掲書, p36。
- 13) 富田英典他『ポケベル・ケータイ主義!』ジャストシステム, 1997, p6。
- 14) iPhone の場合は、アップルが提供する App Store 経由でアプリの購入ができ、Android 携帯の場合は複数のサイトから購入可能。
- 15) 2010年12月16日発表 MMS 総研ニュースリリース「スマートフォンの市場規模の推移・予測」より。
- 16) 坂田謙司「コミュニティ FM のインターネット放送 ～インターネット時代における地域メディアの新しい関係～」『マス・コミュニケーション研究』62, 2003, p134-147を参照。
- 17) 2012年1月12日現在 含む臨時災害放送局15局。サイマルラジオのアドレスは、<http://www.simulradio.jp/>
- 18) いずれも、2012年1月12日時点の数値。
- 19) 自局番組の放送時間帯のみ聴取可能である。また、独自に Ustream や他のストリーミングサーバーを利用したインターネット配信を行っているコミュニティ FM の場合は、本論で議論の対象としているアプリ化したラジオとは異なる存在として扱う。
- 20) コミュニティ FM は、東京の J-wave や衛星ラジオの再送信を行っているため、ネットを通じた配信は自社制作番組に限られている。
- 21) radiko は参加放送局が費用を負担するのに対して、Lismo Wave は利用者が利用料を負担するビジネスモデルを採用している。この点も、今後放送を受信するわれわれの意識にも何らかの変化をもたらすと考えられる。
- 22) NHK ネットラジオ <http://www3.nhk.or.jp/netradio/>

- 23) 時報や緊急地震速報に関しては、ネットラジオ特有の遅延のために放送されない。また政見放送や権利処理ができないなどの一部コンテンツは、ネットラジオでは放送されない。
- 24) 調査の詳細は、ビデオリサーチホームページのプレスリリース参照。http://www.videor.co.jp/press/2011/110523_1.htm
- 25) 今回の震災発生後、民放各局は募金活動以外に、ラジオの提供活動も行った。例えば、文化放送とニッポン放送は共同でラジオと乾電池を被災地に送る活動を行い、信越放送と長野エフエムはリスナーから提供された約900台のラジオを被災地に送った。同様に、TBS ラジオ、RKB 毎日放送、ベイエフエムはリスナーから計約8000台のラジオ提供を受け、他局でも備蓄ラジオの提供などを行った。『民間放送』2011年4月3日より。
- 26) 臨時災害放送局は、放送法第三条の五に定められた臨時かつ一時的に行われる放送のことで、放送法施行規則第一条の五第二項第二号で具体的な目的が規定されている。実際の開設にあたっては、地方公共団体の長が所管総務省総合通信局に申請し、即時に開局と周波数割り当てが行われる。
- 27) 総務省東北通信総合局 被災市町村等による臨時災害放送局の免許状況（2011年月12月10日現在）。<http://www.soumu.go.jp/soutsu/tohoku/>
- 28) 関西6局と中京7局は、4月1日より通常のエリア制限に戻った。関東7局のみは4月11日まで、引き続き日本全国で聴取可能とした。また、被災4県にある7局の全国配信を特設サイト（fukkou.radiko.jp）で4月末より開始し、2012年3月末まで継続予定。
- 29) 利用料は無料だが、パケット通信の場合は通信料が必要。
- 30) 『民間放送』2011年12月23日記事。
- 31) エルキ・フータモ「モバイルメディアの考古学」日本記号学会編『ケータイ研究の最前線』慶應義塾大学出版会、2005、p95。
- 32) フータモ、前掲書、p96。
- 33) バトリス・フリッシー『メディアの近代史』水声社、2005、p174。
- 34) R.S. リンド、H.M. リンド『ミッドウルトウン』青木書店、1990、p190-201。

Advent of “Radiko” Service and Transformation of the Meaning of Carrying a Radio Around

SAKATA Kenji *

Abstract: In 2010, “radiko,” a service simulcasting radio programs on the Internet, was launched in Japan. A major characteristic of this service is that it allows users to listen to radio broadcasts on smartphones as well as on the Internet. This simulcast radio service has not only provided listeners with an entirely new listening environment but has also brought about changes to radio itself. Since the introduction of the radio, for instance, people have long wished to carry it around with them, and this desire was first satisfied by the invention of the transistor radio. However, it can be said that this wish was realized, in a true sense, by the development of the smartphone radiko application. Radiko has not only enabled flexible mobility of radio receivers or a radio receiving environment. It also means that the radio has lost its physical form through installation of the function of radio reception in a cellular phone, thereby promoting the ubiquity of the radio. What changes has this led to in the behavior and meaning of “carrying a radio around”? This paper examines the changes in radio brought about by the advent of radiko, with a focus on the behavior of “carrying a radio around” and the transformation of its meaning.

Keywords: radio, radiko, mobile, carrying around, transformation of meaning, smartphone, cellular phone

*Professor, Faculty of Social Sciences, Ritsumeikan University