

瀬尾伊知郎（せお・いちろう）先生



株式会社ニッポン放送  
営業局 営業戦略室長

【経歴】

- 1989年 ニッポン放送 入社  
制作部
- 1990年 営業部
- 1997年 編成部
- 2005年 制作部
- 2008年 スポーツ部長
- 2009年 編成部長
- 2011年 営業部長
- 2014年 営業戦略室長

## 《講義概要》

関東広域圏を中心としたAMラジオ放送を行う、株式会社ニッポン放送の瀬尾伊知郎氏がラジオの現状と今後と題して、講義を行った。

講義ではまず、ラジオの現状が話された。ラジオは放送法による免許事業であり、免許を受けた広域エリアを中心に放送が行われる。ラジオ局は、主に広告収入により運営されており、放送内容も、報道・トーク・音楽・スポーツと多岐に渡る。広域放送のほか、地域密着に特化したコミュニティFMも存在し、近年はインターネットラジオも登場した。

ラジオの特性は、何かをしながら接することのできるメディアであると同時に、社会的弱者を含めた人々に寄り添うメディアである。特に地震など災害時にも非常に大きな役割を果たすメディアでもある。放送エリアごとに番組が制作されるため、生活に密着した情報が得られるだけでなく、習慣性が高く地元のパーソナリティに人気が集まる。そのため、熱狂的なコアリスナーが生まれやすく、ファンコミュニティも誕生する。パーソナリティとリスナーが一對一で向き合うため、パーソナリティへの信頼度が高いメディアである。若者を中心に、リスナーが減少した時期もあったが、2010年にIPサイマルラジオ「radiko」が登場し、中高生や40代を中心にリスナーが増加している。想像以上に多くの方に聴かれている。AM放送をFM放送で視聴する試みやマルチメディア放送の導入も検討されており、10年後・15年後を見据えた変化を遂げている。

ラジオの今後として、テクノロジーの進化とコンテンツのおもしろさを挙げた。SNSとのコラボやラジオ型の音楽配信との住み分けなど、どうおもしろく熱狂できるものを制作するかが、今後の鍵となってくる。ラジオ番組は少人数のスタッフで制作することもあり、自分のやりたい企画を実現させやすいのが特徴でもある。リスナーのアイデアから生まれた新商品や20歳以上のリスナー限定の公開録音、ツイッターとラジオの連動など、リスナーの発想を元にラジオの作り手側のこだわりや熱意によって番組が変化した例を、ニッポン放送のオールナイトニッポンを例にとり紹介した。

未来のラジオはコンテンツが勝負となる。少人数体制で制作するためやりがいが大きく、リスナーが積極的に番組に参加するラジオだからこそ、新しいパーソナリティの発掘やおもしろい企画など爆発力のあるコンテンツを自らの手で制作することが可能であると述べ、講義を終えた。

受講生からはパーソナリティとリスナーの信頼関係によって成り立つ、ラジオの魅力を認識したという声が多くあがった。

