

スマートフォン向け IPサイマルラジオアプリ



TOKYO FM

2012年2月

株式会社 エフエム東京
マルチメディア放送事業本部

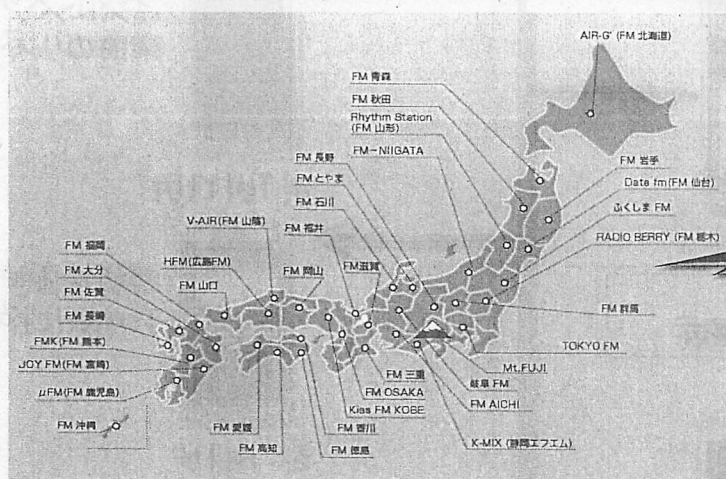
© 2012 TOKYO FM Broadcasting Co.,Ltd.

0

■ 1:IPサイマルラジオ「ドコデモFM」アプリ 概要



Everywhere!, Every Station!



- 全国のFMラジオ局が全国どこでも月額315円で聴取できるスマートフォンアプリ！
- 地下鉄でも音が途切れず聴ける！ バッファリング再生
- JFN38局で一斉スタート（他系列の参画も想定）

© 2012 TOKYO FM Broadcasting Co.,Ltd.

1

■ 2: IPサイマルラジオ「ドコデモFM」 主な機能



Now On Air(番組情報表示)



ID	名称	説明
①	タイトルエリア	➢ 「Now On Air」を表示します。
②	バッファインジケータ	➢ MP3ファイルのバッファ状態を表示します。
③	チューニングエリア	➢ すべてのステーションが表示されます。 ➢ 左右にフリックしてステーションを選択すると下部の番組情報、楽曲情報、タイムテーブルが切り替わります。 ➢ ステーションロゴをタップすると音声切り替わります。 ➢ 「Now On Airリンク」をタップすると視聴中のステーションに戻ります。
④	切換えタブ	➢ 番組/楽曲情報とタイムテーブルの表示を切り替えます。
⑤	番組情報エリア	➢ 番組ロゴ、番組名、出演者、紹介文を表示します。 ➢ チューニングエリアの操作で表示する情報が切り替わります。
⑥	楽曲情報エリア	➢ 演奏者名、楽曲名、On Air日時を表示します。 ➢ 「関連楽曲を探す」をタップすると楽曲情報サイトへ遷移します。
⑦	Favorites追加リンク	➢ 当リンクをタップすると、表示中の楽曲情報がFavoritesリストに追加されます。
⑧	メニューエリア	➢ アイコンをタップすると対応するページへ遷移します。 ➢ 表示中ページのアイコンをタップした場合は何も起こりません。
	その他	➢ ザッピング中に端末を振る動作で再生中のステーションに戻ります。

■ 3: IPサイマルラジオ「ドコデモFM」 アプリ 画面遷移



1. 起動画面

2. Now On Air (番組表示)

3. Favorites

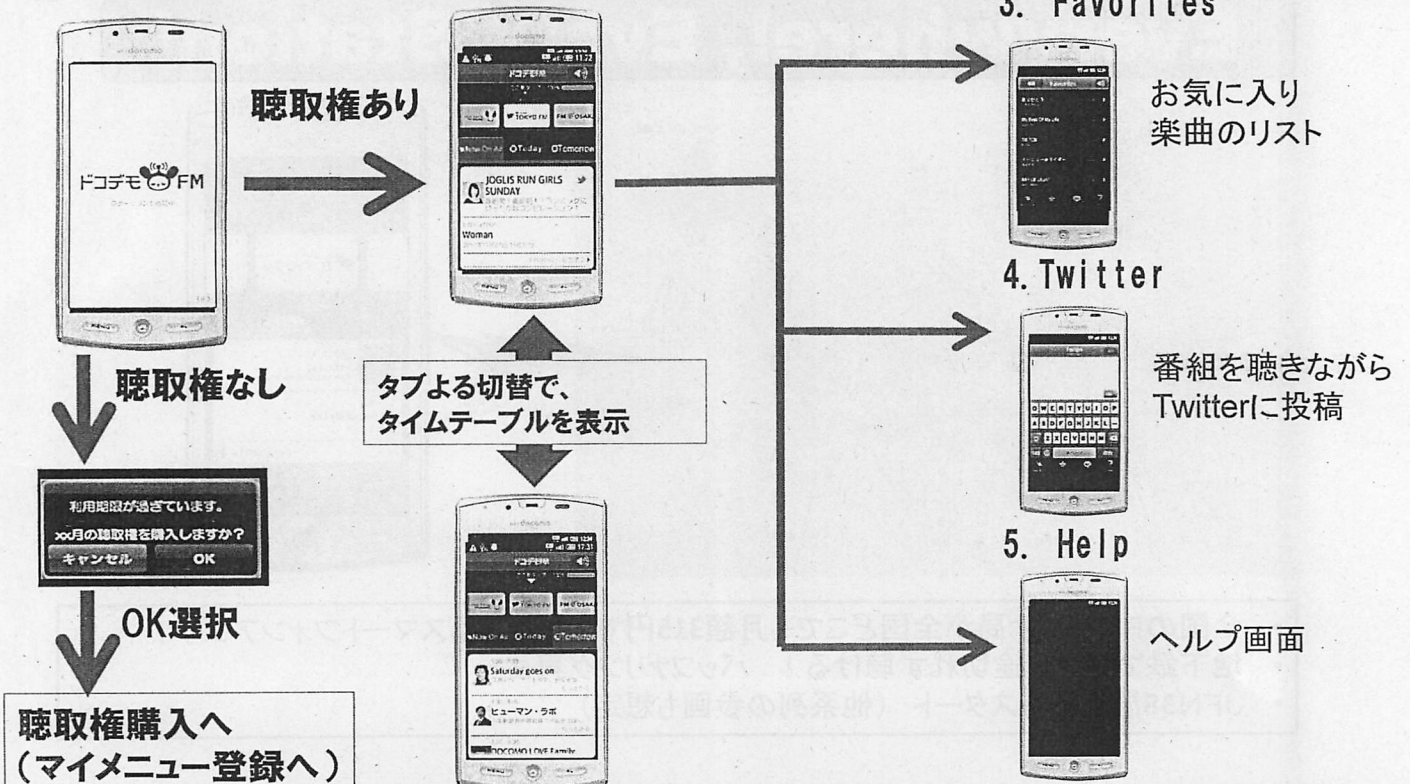
お気に入り
楽曲のリスト

4. Twitter

番組を聴きながら
Twitterに投稿

5. Help

ヘルプ画面



4:radikoとの比較

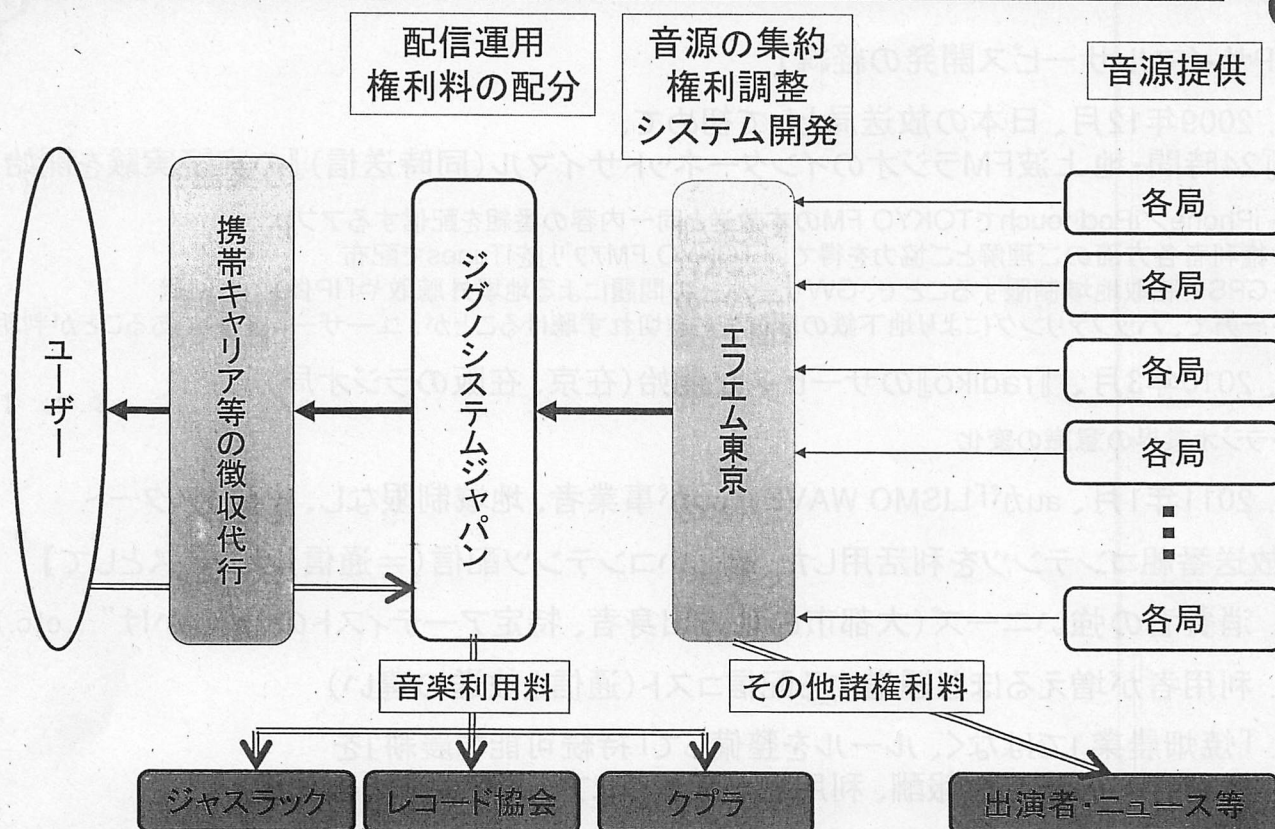


radiko		ドコデモFM
聴取できる地域を制限 (原則として放送の電波が届く範囲) 【IPアドレスによる】	サービスとエリア	地域制限なし (国内のみ) 【GPSによる】
無料	ユーザー負担	有料
設備投資や配信費用を負担	ラジオ局の負担	音源集約するまでを 個々の局が負担(回線費等)
—	音楽権利料	規程に従って計算して支払
—	その他の権利料	双方協議の上、ルール化して支払
放送のまま送信している	CM	当分の間、作業により差し替え中
実績なし	ラジオ局の収入	なし
—	「事業者」収益	①配信回線費用や権利料の支払、 ②サーバー/アプリ開発の投資回収、 に先ず充当、③残余が出ればVer.UP など、聴取環境改善の原資に回す
放送の補完?	位置付け	ユーザーニーズに応える、コンテンツ事業

© 2012 TOKYO FM Broadcasting Co., Ltd.

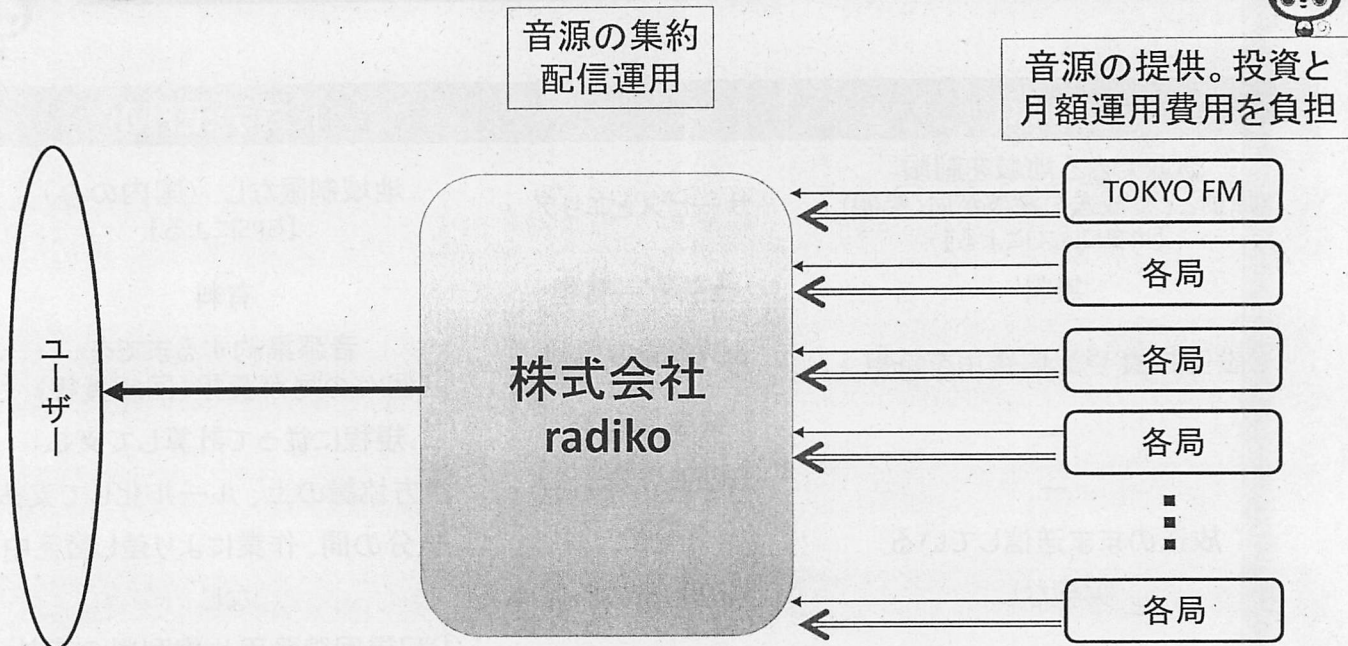
4

5:IPサイマルラジオ「ドコデモFM」各プレイヤーの役割



© 2012 TOKYO FM Broadcasting Co., Ltd.

5



【IPサイマルサービス開発の経緯】

1. 2009年12月、日本の放送局として初めて、
『24時間・地上波FMラジオのインターネットサイマル(同時送信)』の実証実験を開始。
 - ・ iPhone/iPod touchでTOKYO FMの本放送と同一内容の番組を配信するアプリ
 - ・ 権利者各方面のご理解とご協力を得て、「TOKYO FMアプリ」をiTunesで配布
 - ・ GPSで聴取地域制限することで、GWサーバーの問題による地域外聴取や「IP偽装」を回避
 - ・ 一方で、バッファリングにより地下鉄の駅間でも途切れず聴けることが、ユーザーに好評であることが判明
2. 2010年3月、『radiko』のサービスが開始(在京、在阪のラジオ局)
 - ・ ラジオ業界の意識の変化

3. 2011年1月、auが「LISMO WAVE」(auが事業者、地域制限なし、有料)スタート

【放送番組コンテンツを利活用した、新しいコンテンツ配信(=通信)サービスとして】

1. 消費者の強いニーズ(大都市の地方出身者、特定アーティストの“追っかけ”...etc.)
2. 利用者が増えるほど逡増する配信コスト(通信と放送の違い)
3. 「焼畑農業」ではなく、ルールを整備して「持続可能な農耕」を
権利者への正当な報酬、利用者が実費シェア、共存共栄と再生産



1. 「ローカルCMを聴取したい」という、ユーザーの強い欲求
CMの「権利」、広告主の主張(?)、CMをフィラーに差替える手間
2. 放送収入(広告料)が増えるわけではない
3. 利用者増とともに逡増するコスト(配信サーバー能力、回線の増強)
4. マーケティング
「ドコで」「どの番組を」「どのくらいの長さ(いつやめたか)」「率ではなく総量」
5. SNS等、コンテンツ(放送)と伝送路(通信)連携の新たなサービス開発
6. ドコデモ…「FM」
7. 音楽利用料以外の「権利」のルール化が、コンテンツの流通と発展のカギ