

i「ネ

パナグループの案内役キャラ「ネオアム」(©Tezuka Productions)

れ変わるーという筋書きで上映される。パソナのペピリオンでは、iPSS細胞

大切さを作品に込めた。万博を訪れる人にも感じ取ってもらいたい」と話した。

起きた1993年産の平均(2万3607円)を上回り、比較できる90年以降の

2024年産が4万外、23年産が3万外となる。政府は備蓄米を計21万外

ラジオ100年 変わる役目

ラジオ放送が国内で始まってから22日で100年を迎える。シャープやソニーグループはラジオ製造で培った技術を磨き、世界的な電機メーカーに成長した。テレビやインターネットの普及でラジオの出荷台数は大きく減少したが、災害時の通信手段などとして存在感を示している。

(杉山正樹、田中俊賢)

電機産業の出発点



シャープのOBの吉田育弘さん(左)らが復刻した鉱石ラジオの放送に聞き入る参加者(奈良県天理市で)

災害で需要 ■「ラジコ」通じファン

国内のラジオの主な歴史

1924年	芝浦製作所(現東芝)が日本初の真空管式ラジオ受信機を製造発売	東芝提供
25年	ラジオ放送が開始 早川金属工業研究所(現シャープ)が国産第1号の鉱石ラジオを発売	
55年	東京通信工業(現ソニーグループ)が日本初のトランジスタラジオを発売	ソニーグループ提供
57年	ソニーがポケットに入るサイズの小型ラジオを発売。「ポケットブル」という造語が生まれた	
67年	松下電器産業(現パナソニック)がラジオ放送の録音ができるラジカセを発売	パナソニック提供
95年	阪神大震災を機に「手回しラジオ」の注目が高まる 東芝エリイートレーディング提供	
2010年	インターネットでラジオ番組を聞ける「ラジコ」が登場	

※各社の社史や説明を基に作成

この日、奈良県天理市内で開かれた体験会にはファンら約80人が参加。実際のラジオ放送を受信し、「ジジー」という雑音混じりの

46年に創業したソニーグループも55年に国産1号となる「トランジスタラジオ」を発売。その後、開発したポケットサイズのラジオは世界的にヒットし、携帯型音楽プレーヤー「ウォークマン」に代表される「軽薄短小技術」の基礎となっ

た。シャープはラジオ販売から撤退したが、ソニーやパナソニックなどは規模を縮小しつつも継続している。東芝エリイートレーディングでは、現在も販売が堅調で、若者が「新しいモノ」として手に取るケースが増えている。担当の須永哲明氏は「また伸びしろはある。今後も新商品を投入していく」と意気込む。

シャープは19日、100年を記念して復刻した1925年発売の国産第1号「鉱石ラジオ」を公開した。鉱石と金属を接触させ、電波から音声を取り出す仕組みで放送初期に普及した。同社OBのグループが、残っていた実物の内部写真などを手がかりに2か月かけて再現した。

日本最初のラジオ放送は米英から約5年遅れの25年3月22日で、当初は株式やコメ、生糸などの相場情報を伝える放送が多かった。12年に創業したシャープは、創業者の早川徳次が米

ループも55年に国産1号となる「トランジスタラジオ」を発売。その後、開発したポケットサイズのラジオは世界的にヒットし、携帯型音楽プレーヤー「ウォークマン」に代表される「軽薄短小技術」の基礎となっ

育弘さんは「ラジオは、家電やテレビ、スマートフォンへとつながる、日本の電機産業の出発点と言える存在だ」と強調した。

「ウォークマン」

電子情報技術産業協会(JEITA)の統計では、ラジオの国内出荷台数は73年の455万台をピークに減少傾向が続き、2024年は69万台に落ち込んでいる。一方、阪神大震災と東日本大震災があった年は、出荷台数が大幅に伸びるなど災害用の需要がある。10年には、インターネット上でラジオ番組が無料で聞けるサービス「ラジコ」が開始。民間のラジオ各局とNHKが参加し、1月あたりの利用者は800万、900万人で、ラジコでラジオ番組に触れ、ラジオ端末を購入する若者も多いという。

◆「鉱石」復刻

◆「ウォークマン」

ラジオの国内出荷台数の推移



◆伸びしろ

電子情報技術産業協会(JEITA)の統計では、ラジオの国内出荷台数は73年の455万台をピークに減少傾向が続き、2024年は69万台に落ち込んでいる。一方、阪神大震災と東日本大震災があった年は、出荷台数が大幅に伸びるなど災害用の需要がある。10年には、インターネット上でラジオ番組が無料で聞けるサービス「ラジコ」が開始。民間のラジオ各局とNHKが参加し、1月あたりの利用者は800万、900万人で、ラジコでラジオ番組に触れ、ラジオ端末を購入する若者も多いという。