

# 7 ラジオ・テレビ

## 視聴・聴取環境の多様化への対応進む

### ■ テレビは減収、ラジオは増収予測

日本民間放送連盟研究所『2016年度の地上テレビ、ラジオ営業収入の見通し』（2016年9月発表）によると、2016年度テレビ営業収入（マルチメディア放送を除く）の前年度比伸び率は、0.2%と若干の減収、同ラジオ営業収入（コミュニティFMを除く）は0.2%の増収が予測されている。同研究所による2017年度の予測は、テレビ営業収入全体で0.4%増（2016年度比）、ラジオ営業収入全体で0.1%増（同）である。

### ■ 「ネット活用新サービス」新たな段階へ

2016年4月、テレビ朝日とサイバーエージェントが共同出資して設立した株式会社AbemaTVは、ライブストリーミング形式による無料動画配信サービス「AbemaTV」の本配信を開始した。PCやスマホ、タブレットなどでの視聴が可能で、24時間ニュース専門チャンネルの「AbemaNews」や、AbemaTV独自のオリジナルコンテンツを配信する「AbemaSPECIAL」に加え、ドラマやアニメ、スポーツ、趣味系コンテンツなど約30チャンネルがラインナップされている。同サービスアプリは、2016年11月2日に累計1000万ダウンロードを達成した。

地上ラジオ放送のIPサイマル配信サービス「radiko.jp」は、これまでのエリアフリー聴取機能（月額350円の有料契約が必要）に加え、2016年10月11日から、番組放送後1週間に限定し、一部の番組および楽曲を除いて、いつでも聴取可能となる「タイムフリー機能」の提供を開始した。同時にタイムフリー機能で聴取可能な番組をネット上で共有可能な「シェアラジオ」サービスも開始した。これにより一部制限はあるものの、ユーザーの好きなデバイスで、好きな番組を、いつでも聴取可能で、かつ聴取経験を共有できるサービスへと進化した。ラジオ番組に接触経験が薄い若年層へ、「ラジオ聴取のきっかけ」を促す試みとして期待されている。

### ■ マルチメディア放送の「始まりと終わり」

V-Lowマルチメディア放送の「i-dio」は、2016年7月1日から東京、大阪、福岡の3地域で本放送を開始した（東海エリアは8月1日より）。本放送開始に合わせて、同放送の受信に必要な専用チューナー経由での聴取・視聴だけではなく、放送エリア内であれば専用チューナーなしでも聴取可能な「インターネット受信モード」による

サービスも開始された（一部の番組や楽曲を除く）。

その一方で、V-High帯域（207.5～222MHz）を活用したマルチメディア放送「モバキャスト」のスマホ向けサービス「NOTTV」が2016年6月30日で放送を終了した。スマホ向け多チャンネル放送サービスとして2012年に開始されたNOTTVであったが、スマホ端末の普及が進む一方でNOTTVが提供するサービスとの間のミスマッチが埋まらず、放送開始から約4年3カ月でサービス終了となった。

### ■ 新たな視聴指標の提供始まる

ビデオリサーチは、現行の視聴率調査世帯（600世帯）に、2013年9月30日より実施してきた「タイムシフト視聴調査」（関東地区視聴率調査の仕様設計に準じて設定した300世帯）を統合した900世帯に調査世帯数を拡大し、テレビ視聴スタイルの多様化に対応したメディアデータ提供のため、2016年10月3日より関東地区テレビ視聴率調査の仕様を変更した。

タイムシフト視聴率は、放送との同時視聴（リアルタイム視聴）の有無にかかわらず、放送後168時間（7日間）以内に視聴されたタイムシフト視聴に関する指標であり、契約者には放送から9日後にデータが送付される。総合視聴率は、リアルタイム視聴とタイムシフト視聴のいずれかでの番組視聴を示す指標であり、番組単位での視聴の広がり示す指標である。

タイムシフト視聴測定は、2017年秋から関西、名古屋地区で、2018年秋以降からはその他の地域でも順次開始を予定している。

また同社は、チューナー内蔵のスマートデバイスやDLNA（Digital Living Network Alliance）経由での地上テレビ放送の機械式視聴測定を試験的に開始した。従前からのテレビ視聴の測定領域を拡大することで、より視聴実態に即した調査手法の検討に活用するとしている。

日本社会における単身世帯の増加、またデジタル技術の進歩によるさまざまなデバイスやインターネットを中心とするサービスの多様化に伴い、テレビ視聴者やラジオリスナーのメディア接触環境も大きく変容している。

NHK放送文化研究所『国民生活時間調査』によると、若年層を中心にラジオ、テレビの行為時間、行為者率の減少傾向が止まらない。スマートデバイスやSNS、コミュニケーションアプリなどとの連携はもちろんのこと、共通の話題、共感を生む放送番組が、多様なニーズに応えるサービスとなり得るかどうか問われている。