

# 7 ラジオ・テレビ

## 配信サービス拡大で民放ビジネスが多様化

### ■ ラジオ・テレビともに減収予測

経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」によると、2018年1月から8月までの広告業売上高におけるテレビ広告の前年同月比は、2018年2月と6月は前年実績を上回ったものの、他の月は前年実績を下回っている。ラジオ広告はすべての月で前年実績を下回っており、厳しい状況が続いている。なお、ビデオリサーチによると、2018年上半期（1月～6月）の関東・関西・名古屋3地区のテレビCMの総出稿量は、関東が前年同期比99.7%、名古屋が同99.8%と微減したのに対し、関西は同101.2%とプラスであった。ただし、スポットCMは3地区ともすべて前年同期の実績を下回った。

また、日本民間放送連盟研究所「2018～2019年度のテレビ、ラジオ営業収入見通し」（2018年9月公表）によると、2018年度のテレビ営業収入は前年度比98.4%、ラジオ営業収入は同97.9%といずれも減収となる見通しである。テレビ営業収入をタイム・スポット別（全社ベース）にみると、タイムは同99.2%、スポットは同97.3%とスポット広告の落ち込み幅の方が大きい。ラジオ営業収入も同様の傾向（タイム：同98.0%、スポット：同96.7%）を示しており、民放全体でも2年連続の減収となる見込みである。同研究所は、「これまで日本の経済成長率や企業の売上高と同時期に同じ方向に動く傾向にあったが、2018年度の落ち込みはこうした傾向に変化が生じつつあることをうかがわせる」と分析しており、「出稿の構造が変化しない場合はその可能性も排除できない」としている。若年層を中心とするテレビ離れや一部広告主によるテレビ広告からネット動画広告へのデジタルシフトなど、さまざまな要素が影響を与えている可能性はあるが、確実な因果関係を見出すには、より継続的かつ詳細な分析が必要となるだろう。

### ■ TVer の利用が拡大中

録画機等を活用したタイムシフト視聴に加え、インターネット上でのキャッチアップサービスの利用も進んでいる。在京民放テレビ5社が運営し、在阪テレビ4社を含む9社が参加するキャッチアップサービスTVerアプリのダウンロード数が累計で1500万を突破した（2018年10月19日発表）。2015年10月26日のサービス開始以来約3年で1500万ダウンロードの大台を超えたことになる。なおTVerの利用状況（2018年7～9月期）をみると、平均月

間アクティブユーザー数（MAU）は599万人、同期間の月間平均再生数は4527万回となっており、いずれも過去の記録を更新している。

なお、在京民放テレビ5社は放送局の送出設備との接続など技術的な課題の検証などを目的として、各種スポーツ中継を中心に、報道やバラエティなどの番組を、TVerを使いインターネット上で同時配信する実証実験を、2018年9月から12月にかけて行った。同時配信される番組のCMの一部は、テレビで放送されるCMとは別のCMに差し替えて配信された。

今回の実験では、同時配信の視聴データと、インターネットに接続されたテレビ受像機経由で取得したテレビ放送の視聴データを合わせて取得した結果を5局で集約し、分析する視聴ログに関する実証も含まれている。

### ■ ラジオ聴取も配信サービスで

radiko.jpのタイムフリー機能を活用したサービスの開発も進んでいる。radiko社は、在京ラジオ7社の自社広告枠で、リスナーの個人属性や趣味・趣向に合わせた広告に差し替えるターゲティング広告モデル「ラジオオーディオアド」の実証実験を2018年7月24日から開始した（ライブ配信のみ対応）。同社は、radiko.jpの聴取ログやアプリの利用履歴、有料サービスの会員情報などを分析・統合する「ラジオDMP」を独自に構築しており、ビデオリサーチ「ACR/ex」を活用して拡大することで属性や趣味・趣向に合わせた広告配信が可能となった。なお、同サービスはライブ配信のみ実施されており、各局が通常の広告主に販売する広告枠には地上波放送と同一の広告が配信されている。

動画配信サービスを活用したラジオ番組の同時送信も精力的に行われている。各地のラジオ10局の生放送番組を中心に独自編成した「Abema RADIOチャンネル」をAbemaTV上で配信している。また、2018年4月1日からサービスを開始したParaviは、TBSラジオとラジオNIKKEIの番組に加え、オリジナルの動画コンテンツもオンデマンド方式で配信している。

中国放送は、radiko.jpのタイムフリー機能を利用して、プッシュ通知で番組の決定的瞬間を直ちに聴取できる全国初の「キキミミ」機能を組み込んだアプリ配信を始めた。ユーザーの興味・関心が高まっている瞬間に利便性の高いサービスを提供することで、聴取のきっかけ作りや聴取習慣の定着に寄与することが期待されている。