

7 ラジオ・テレビ

技術革新がもたらす新たな放送ビジネスの形とは

■ 2017年度はラジオ、テレビともに減収予測

日本民間放送連盟（民放連）研究所「2017～2018年度のテレビ、ラジオ営業収入見通し（2017年9月公表）」によると、2017年度のテレビ営業収入は、2016年度の売上増に貢献したスマホアプリ関連の出稿に陰りが見えるなど複数の要因が重なり、前年度比99.0%の減収が予測されている。タイム、スポット別では、タイムが前年度比98.7%、スポットが同99.2%といずれも減収すると予測されている。

2016年度のラジオスポットに大量出稿した法律事務所、司法書士事務所などの業種や、一部の中古車買取事業者からの出稿が一巡したことから、2017年度のラジオ営業収入もスポットの大幅な減収により前年度比97.8%（タイム：同99.9%、スポット：93.3%）と減収が予測されている。

■ テレビ視聴の多様化に対応した新指標導入へ

日常的に録画機等を利用してタイムシフト視聴する視聴者が増えつつあるなど、テレビ番組の視聴スタイルが多様化している。こうした視聴環境の変化を踏まえ、テレビ広告視聴に関する新指標の導入に向けた検討が進んでいる。

2018年4月に関東地区での導入を目的に、取引指標を従来の世帯視聴率から、個人全体視聴率に一斉移行。タイムシフト視聴率のうちCM枠部分のみを集計したCM枠平均視聴率をリアルタイム視聴率に合算した「P+C7」と称する新たなスポット取引指標を導入することになった。

■ 一部地域でradiko.jpにNHKも参加

2010年4月よりサービスを開始したradiko.jpは、2017年11月1日時点で89社91局（放送大学を除く。ラジオNIKKEIは第1、第2放送を別局扱い）が参加している。

2014年4月よりサービスを開始した有料サービスの「radiko.jpプレミアム」（エリアフリーサービス）及び2016年10月より開始したタイムフリー聴取機能（シェアラジオ）を組み合わせた新たな番組開発、番組編成の試みも進んでいる。放送エリアの関係から従来聴取不可能だった他エリアの番組聴取がradiko.jpプレミアムで可能になったことで、地元目線で制作されるプロ野球中継や人

気ローカルアイドルの番組など越境リスナーにも支持される番組も増えている。

さらには、広告営業に課題を抱える深夜帯で、タイムフリー聴取機能とradiko.jpプレミアムを活用し、越境リスナーを対象とした新たな番組が誕生しつつある。今後は、時間とエリアを越えた新たな番組を活用したビジネスモデルの構築が待たれるところである。

2017年10月2日より、NHKと民放連による共同ラジオキャンペーンの一環として、インターネット上でラジオを知るきっかけには、radiko.jp上でNHKのラジオ番組も聴取できることが有効との考えから、関東広域（1都6県）、宮城県、広島県、愛媛県、福岡県の5地区に限定し、radiko.jp上でNHKのラジオ放送（NHKラジオ第1放送、同第2放送、同FM放送）のリアルタイム配信を開始した（2018年3月30日まで）。なおNHKの番組は、タイムフリー聴取機能とradiko.jpプレミアムは対象外である。

■ AIキャラクターの番組出演始まる

ICT関連技術で注目が集まるAI（人工知能）を活用したAIキャラクターが出演するラジオ番組も増えつつある。TBSラジオ「THE FROGMAN SHOW A.I. 共存ラジオ好奇心家族」（火～金/17:50～22:00）では、メインパーソナリティのFROGMAN氏のアシスタントとして会話に特化した音声AIキャラクターの「人工知能犬ドッチくん」が、J-WAVE「INNOVATION WORLD」（金/22:00～22:55）では、米IBM社のAI「Watson」を活用して開発したラジオ用AI「Tommy」がともに「レギュラー出演」している。

また、NPO法人が運営するコミュニティFM局のエフエム和歌山は、Amazon Web Services（AWS）から提供されるテキスト読み上げ機能のAmazon Pollyなどを活用した「ナナコ」を自社で開発し、日々のニュースや気象情報などを1日4～5回読み上げる「アナウンサー」として2017年7月から登場させている。2017年9月に同局の放送エリアである和歌山市を襲った台風関連の災害特番では、担当者が入力した災害情報を日本語と英語で読み上げるなど約5時間の生放送を担当した。

AIを活用することでラジオ番組を構成する膨大な情報を整理、分析する経験を重ねた結果、リスナーや広告主にこれまでの番組にはない新たな気付きを与え、ラジオに新たな価値を生み出すビジネスモデルの誕生が期待されている。