

特集

いつまでグダグダする!? NHK“常時同時配信”の本質はここだ!

「この2年、17回の会議は何だったのか」と、諦めに近い声すらある総務省「放送を巡る諸課題に関する検討会」。ここでくり広げられたNHK同時常時配信などの議論は混迷するばかりだ。そこで、放送事業者からの論点を整理する。【Part 1】NHK同時常時配信をめぐる問題、【Part 2】民放キー5局の動画配信戦略、【Part 3】編集部討論「課題と方向を考える」で構成する。

Part 1 NHK常時同時配信をめぐる問題

文：吉井 勇・本誌編集部

「視聴習慣の減少は年10%」 この変化にどう立ち向かうか

社会の行動様式を変えたスマホだが、初代iPhone登場からまだ10年。世界の放送業界にOTTパンチを浴びせるネットフリックスも、DVDレンタル業からネットサービスに転じてまだ10年。この2つに代表されるデジタルサービスの進化は、60年を超えるテレビ事業の足元

を確実に脅かしている。

まず、20歳以下のZ世代や、さらにその下のα世代に、テレビよりスマホが彼らの生活にがっちりと組み込まれる大変化となったデバイスシフトと、テレビの設置場所にしばられないプレイスシフトにより、テレビを持たない層が15%を超えてきた。しかも、この傾向は止まらない。株式会社電通 電通メディアイノベーションラボ統括責任者の奥律哉氏は、「テレビを持た

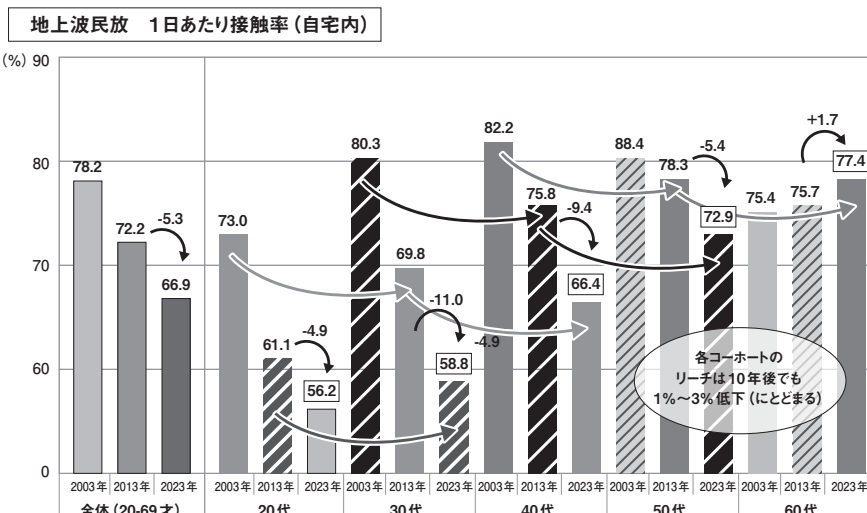
ないだけでなく、テレビ視聴の習慣がない層が増えていることに目を向けるべきで、そこに問題の核心がある」と指摘する。

テレビの視聴は無意識の行動となっていた。だから強い。この「無意識」の習慣化について、本号で奥氏と対談したAbemaTVをけん引するサイバーエージェント代表取締役社長の藤田晋氏も、「帰宅したらリモコンよりスマホ」という習慣づけにこだわる(18頁～21頁)。藤田氏は「手ぐせを付ける」と表わす。

また、奥氏は「テレビの視聴習慣には一つのメカニズムがある」と指摘。[グラフ]が示すように、各世代における10年後の変化はわずか1～3%であるが、結果としての個人全体(20～69歳)の地上波民放の接触率(テレビ行為者率)は2023年には66.9%まで減少する。一旦、テレビ習慣がなくなると、それをきっかけに年齢持ち上がり効果によって、その後まで影響が及ぶ。これこそ放送業界が直面する問題の核心であり、実に重たい問題なのである。

これまで放送業界は、テレビ普及100%を前提にした議論が成り立ってきた。いわばメディアの横綱で、それより上がない地位だった。ところが、Z世代の15%がテレビを持たないという新たな事態が飛び出した。「そうした層に対するプロモーションの術を持たない」と民放キー局幹部は嘆く。横綱が金星を出す取りこぼしのようなことではなく、負け越しの心配すら出てきたのである。

【グラフ】テレビ接触率(リーチ)変化のメカニズム



※ビデオリサーチMCR・MCR/ex(2013年データまで)を基に電通試算