

メディアの多様化によって試練を迎える地上波放送

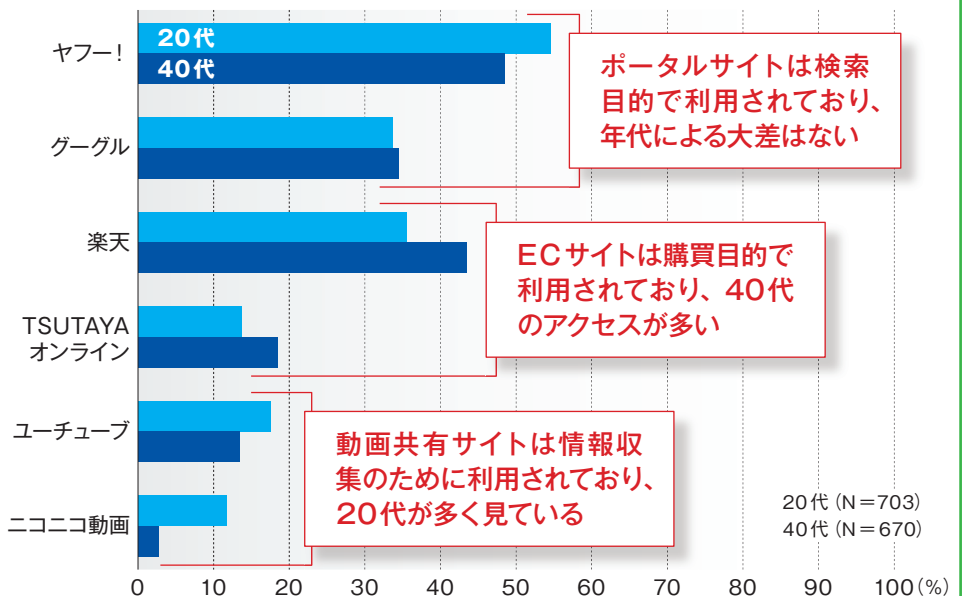
最近では若い人のテレビ離れが進んでいます。NRIの調査によれば、20代は40代に比べて朝や夜間のテレビ視聴率が低く、中でも女性にはこの傾向が顕著に表れています。また、主要ウェブサイトへのアクセス率を年代別に見てみると利用方法に違いがあり、若い年代は情報収集のために「ユーチューブ」や「ニコニコ動画」などの動画サイトをより多く見ていることがわかります。従来テレビが担ってきたマスメディアとしての役割が、若者を中心に徐々にインターネットに移行している現れと言えそうです。

放送業界、特に地上波放送を取り巻く環境は、このように大きく変化しており、この先さらなる試練を迎えそうです。

例えば、2011年7月の地上アナログ放送停波に伴って、テレビ台数が1700万台減少する見込みです。また、ケーブルテレビやIP放送などの多チャンネル放送が今後は普及拡大します。2011年以降には新たなモバイル放送も登場する予定です。

地上波放送局は本来の強みである優れた番組制作力を発揮して、変化を乗り越える次の一手を打つ時期に来ています。

主要ウェブサイトへの年代別アクセス率



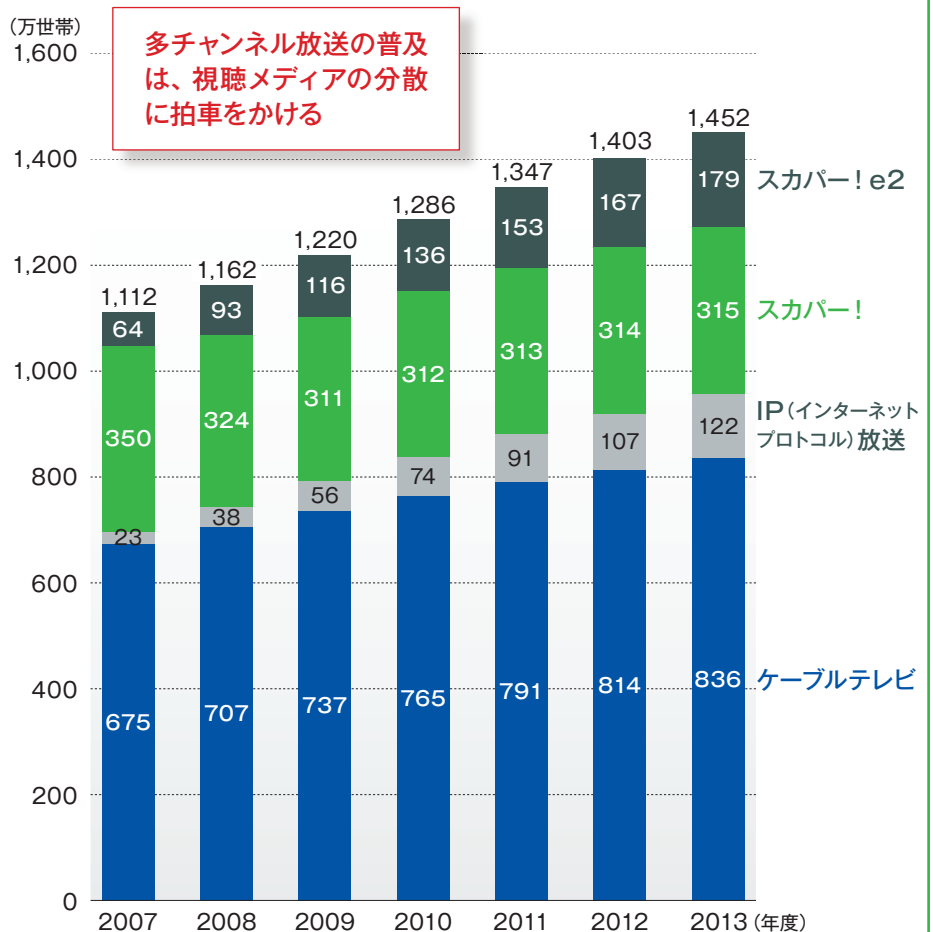
ポータルサイトは検索目的で利用されており、年代による大差はない

ECサイトは購買目的で利用されており、40代のアクセスが多い

動画共有サイトは情報収集のために利用されており、20代が多く見ている

出所) NRI「インサイトシグナル」2008年11、12月調査
関東在住の20～59歳、3101人を対象とした

多チャンネル放送の普及世帯数の予測



多チャンネル放送の普及は、視聴メディアの分散に拍車をかける

出所) 2008年度以降はすべてNRI推計。2007年度の実績は、「スカパー!」「スカパー! e2」は公開資料、IP放送は総務省公表資料、ケーブルテレビは「放送ジャーナル」(2007年8月号、放送ジャーナル社)より