

ラジオのメディアとしての有効性等についての周知活動の 一環で行ったラジオ放送番組提供 2018年度の成果について

1. 概要

2017(平成29)年度下半期に続き、2018(平成30)年度の1年間、日本放送協会(NHK)と日本民間放送連盟(民放連)が共同で実施するラジオのメディアの有効性等についての周知活動(「NHK・民放連共同ラジオキャンペーン」)の一環として、インターネットで民放ラジオ局や放送大学の配信を行う「radiko(ラジコ)」のウェブサイトおよびアプリを通して、NHKのラジオ番組¹を実験的に提供した。

この提供は、2017(平成29)年度10月、国内の一部地域²を対象に開始したが(図2参照)、2018年度は提供の地域や期間を拡大し、年間を通じた利用の変化や、台風や地震などの自然災害時の利用動向の調査を行った(図1参照)。

NHKはラジオ放送に加え、自ら「らじる★らじる」のウェブサイトおよびアプリを通じてインターネットでラジオ番組の提供を行っている。今回、「ラジコ」を通じて実験的に提供したNHKのラジオ番組は、「らじる★らじる」で提供している番組と同一の内容であり、放送と同時の番組提供を行った。「ラジコ」のウェブサイト・アプリで行われている「タイムフリー(番組の聴き逃しを提供するサービス)」や、「エリアフリー(放送対象地域外から、有料で聴取を提供するサービス)」は実施していない。

¹ NHKが放送するラジオ第1、ラジオ第2、FMを示す。

² 2017年度の実験は、関東広域の1都6県(東京都、群馬県、栃木県、茨城県、千葉県、埼玉県、神奈川県)、宮城県、広島県、愛媛県、福岡県の5地域(1都10県)において、NHKラジオ番組のラジコを通じた提供を行った。

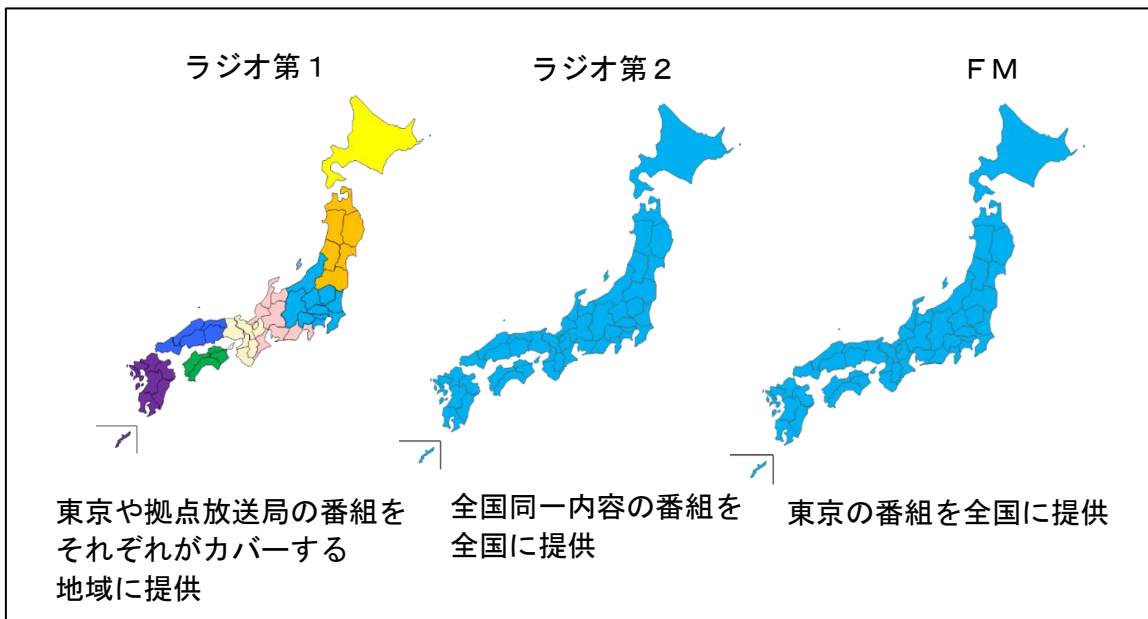
2. 実験的提供の内容

- 2018 年度

期間：2018 年 4 月 12 日～2019 年 3 月 31 日

※ラジオ第 2 は、3 月 29 日で提供終了

(図 1)



➤ 実験の期間中、提供を行わなかったラジオ番組

- ・全国高校野球選手権大会 地方大会（ラジオ第 1、FM）

2018 年 7 月 14 日～30 日

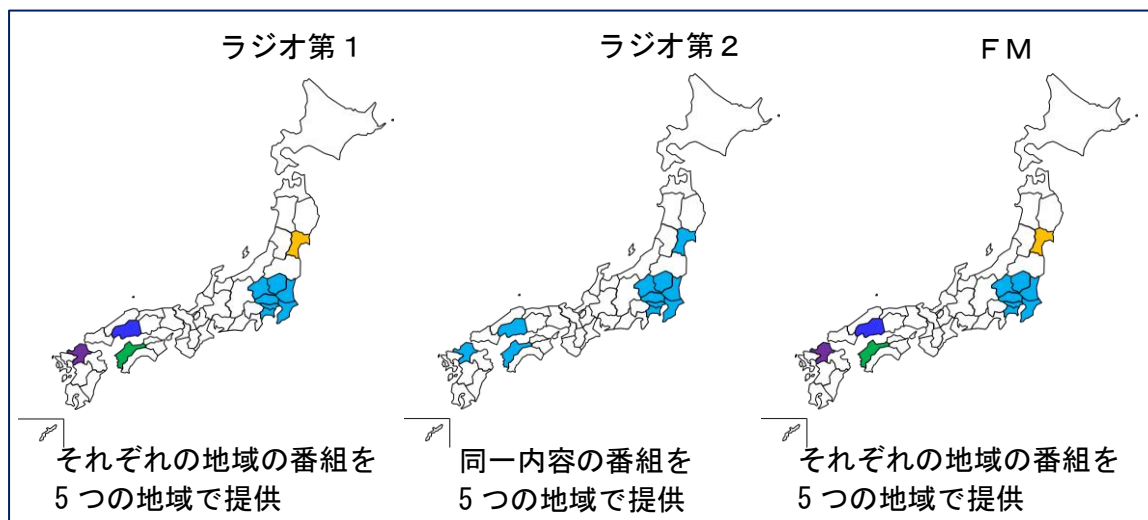
- ・統一地方選挙 政見・経歴放送（ラジオ第 1）

2019 年 3 月 26 日～29 日

- (参考) 2017 年度の実験

期間：2017 年 10 月 2 日～2018 年 3 月 30 日

(図 2)



➤ 実験の期間中、提供を行わなかったラジオ番組

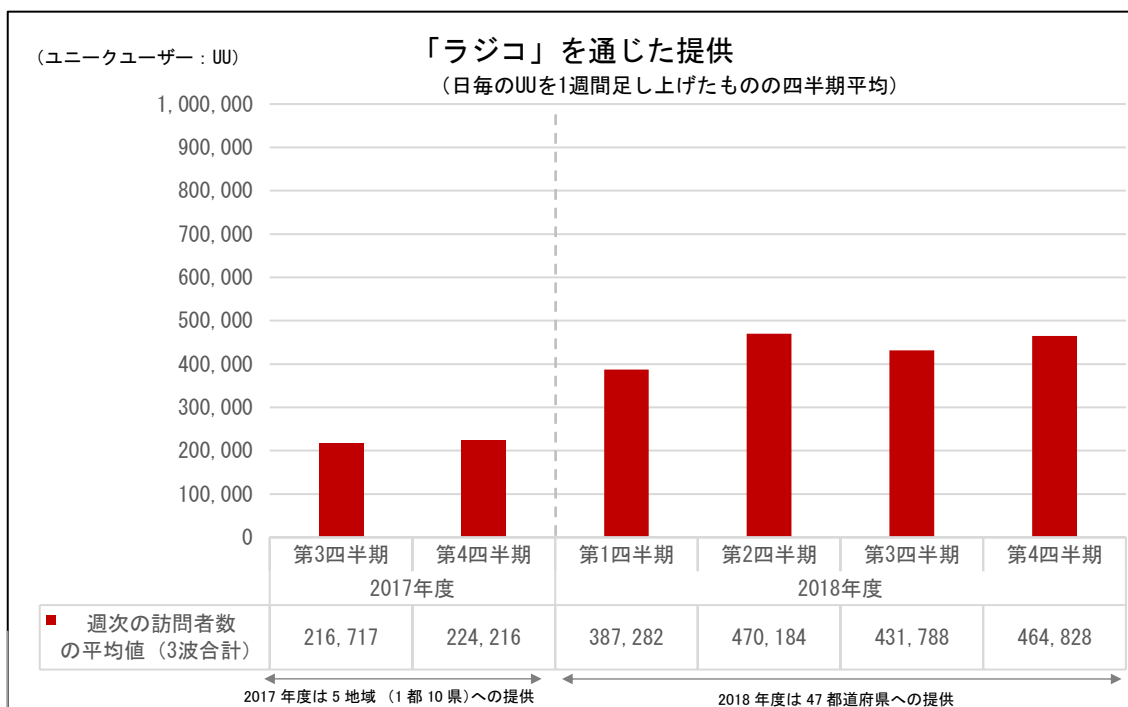
- ・第 48 回衆議院議員総選挙 政見・経歴放送（ラジオ第 1）

2017 年 10 月 12 日～14 日、16 日～20 日

3. 実験の結果と分析

(1) NHKのラジオ番組の提供 全体の訪問者数

(図 3)



※2018年度第4四半期、ラジオ第2の提供は3月29日で終了
(図3はラジコのログ解析システムを使用して計測³⁾)

2017年度下半期の実験では、提供対象は一部の地域⁴であったが、2018年度は提供地域を全国に拡大した。訪問者数⁵は2017年度のおよそ1.7~2.1倍⁶に増加した。

³ ラジコを通じた提供の訪問者数の計測は、ラジコのログ解析システムを使用。ラジコ配信基盤で、アクセスのあったユーザー数、ユーザーの聴取時間等の計測を行う。

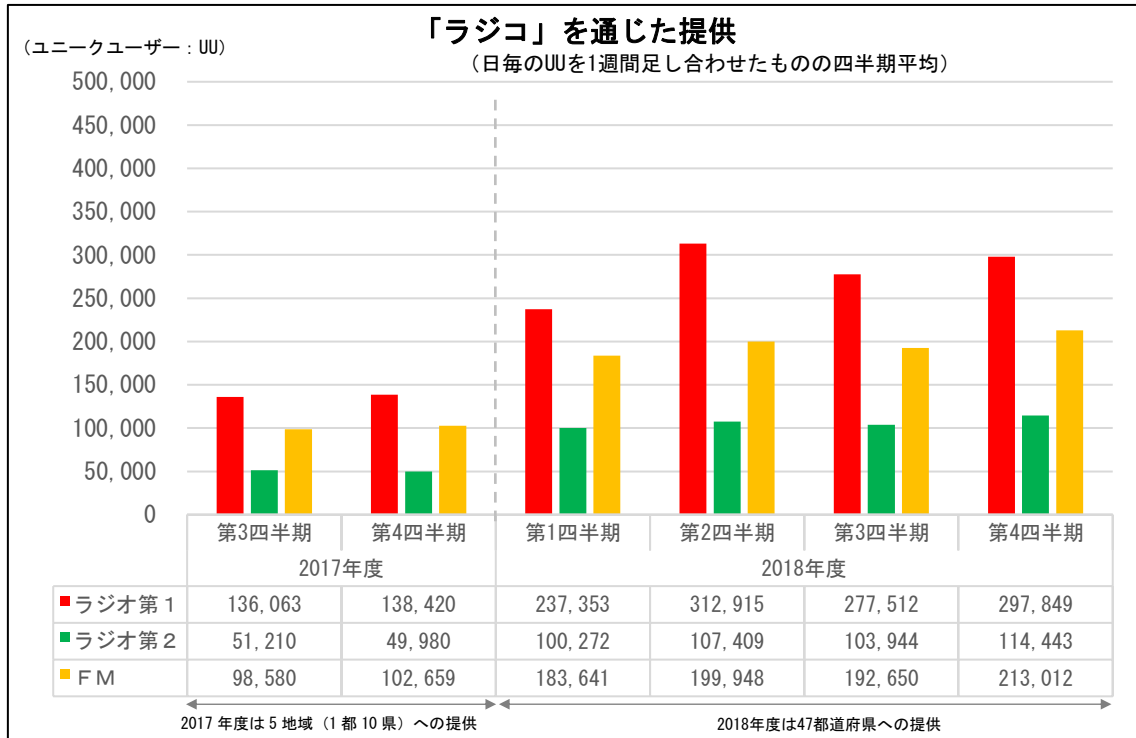
⁴ 2017年度のラジコを通じた提供は、全国の一部地域、関東広域(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、茨城県、栃木県、群馬県)、宮城県、広島県、愛媛県、福岡県の5地域に限って提供を行った。

⁵ 訪問者数は、日毎のUUを1週間足し上げたものの四半期平均として集計。

⁶ 2017年第4四半期の224,216UUと2018年度第1四半期の387,282UUを比べると、およそ1.73倍。第2四半期の470,184UUと比べるとおよそ2.1倍であった。

(2) ラジオ第1、ラジオ第2、FMそれぞれの訪問者数

(図4)



(図4 ラジコのログ解析システムで集計)

2018年度の実験の期間を通して、ラジオ第1、FM、ラジオ第2の順で訪問者数が多かった。

(3) ラジオ第1

- ラジオ第1では、安全・安心ラジオとしてニュース番組を中心に、多彩なジャンルの番組を放送している。とりわけ災害時には、特設ニュースを放送するなど、災害報道、防災・減災報道を強化している。

ラジコを通じたラジオ第1の提供では、台風や豪雨、地震発生時など災害時は顕著に訪問者数の増加が見られた。

- 台風・豪雨発生時

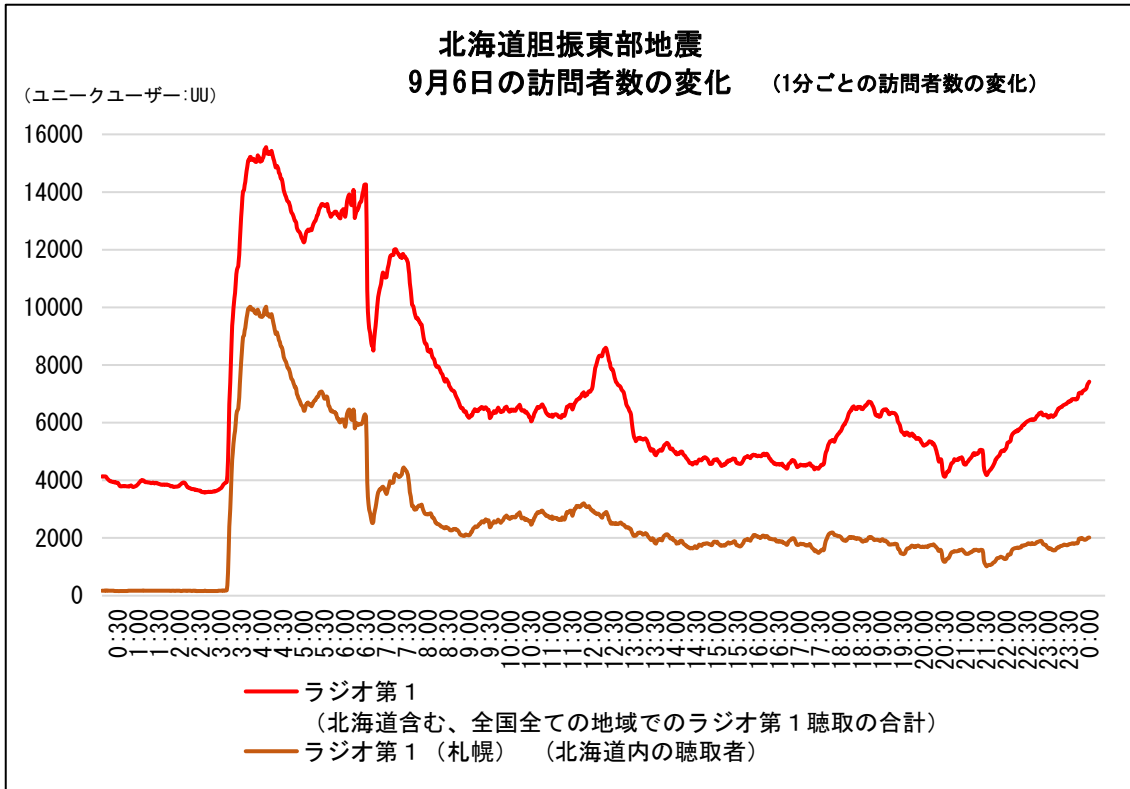
7月の「西日本豪雨」や8月から9月にかけての台風到来時に、訪問者数の著しい増加が見られた。7月の「西日本豪雨」では、岡山県など被害が大きかった地域で、訪問者数が大幅に増加した。こうした利用動向から、ラジオ第1の安全・安心情報に関する情報が、「ラジコ」を経由した提供でも多くの人に聴かれたことがわかった。

- 地震発生時

6月18日「大阪北部地震」、9月6日「北海道胆振東部地震」において、地震発災直後、訪問者数が急激に増えた。9月6日「北海道胆振東部地震」が発生した日の訪問

者数の変化を見ると、下の図 5 のグラフのように、地震発生直後、北海道内のみならず全国で大幅な訪問者数の増加が見られた。北海道内の視聴者について詳細に見ると、発生前の深夜の時間帯は、ラジオ第 1 の聴取は非常に少なかったが、地震発生と同時に、「ラジコ」でラジオ第 1 を聴く人が急増し、訪問者数がおよそ 1 万 UU に達した。

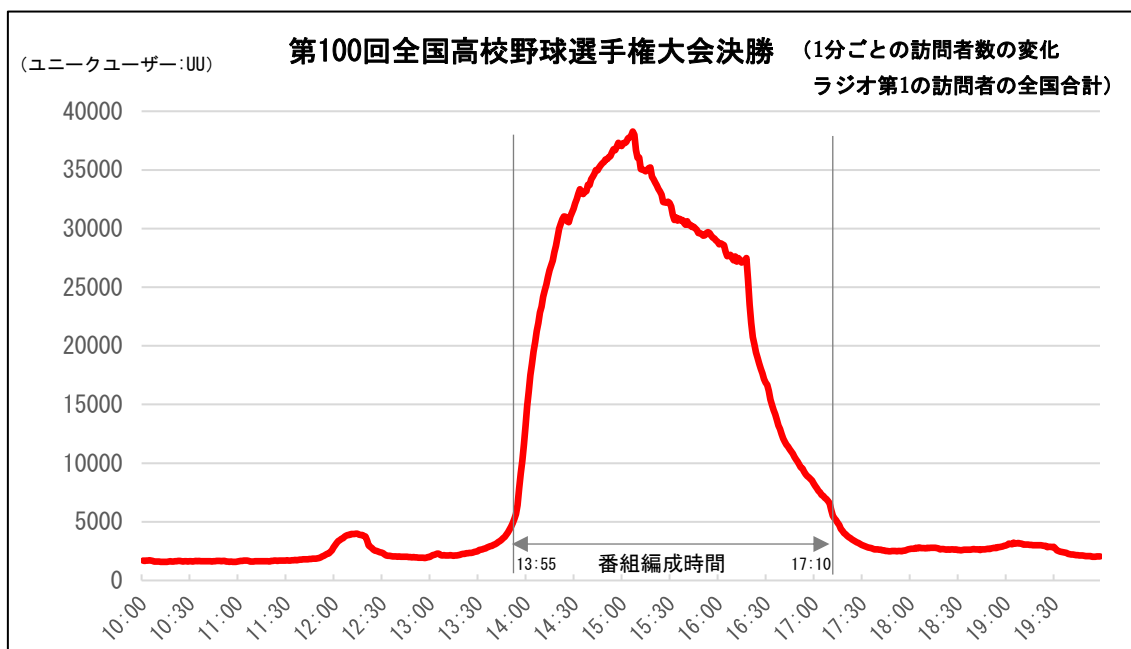
(図 5)



(ラジコのログ解析システムで集計)

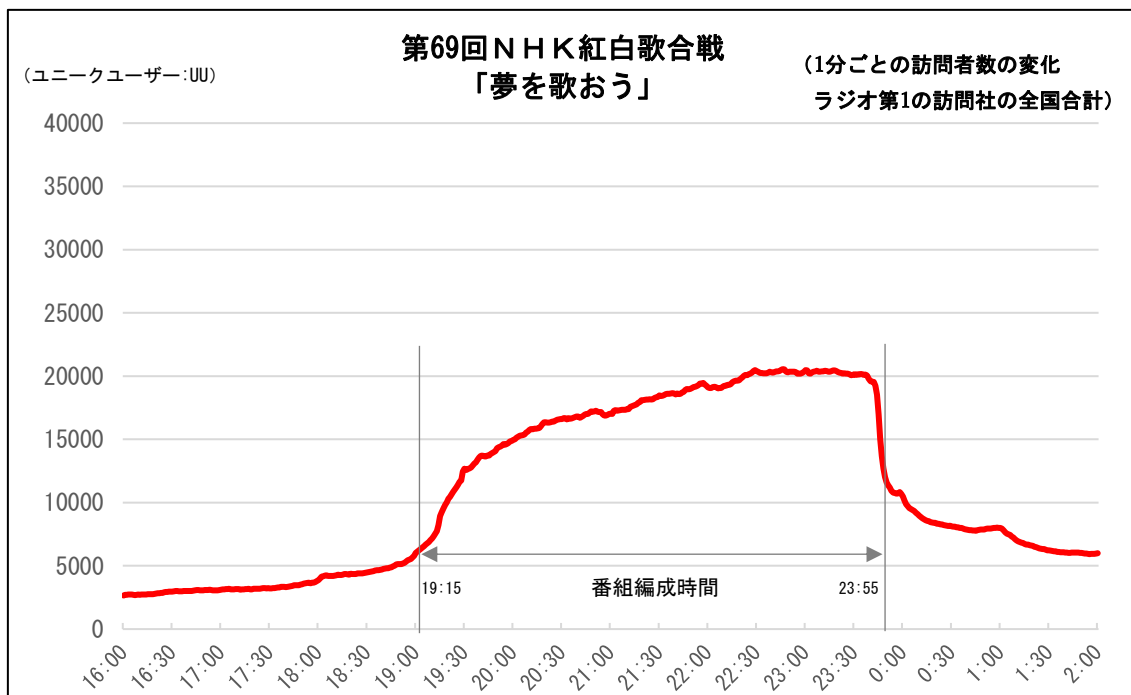
- ラジコ経由のラジオ第1の提供で、年間を通じて最もよく聴かれた番組は、8月21日「第100回全国高校野球選手権大会決勝」で、ピーク時の訪問者数は番組が始まる前のおよそ10倍となった。次いで、12月31日「第69回NHK紅白歌合戦『夢を歌おう』」がよく聴かれ、番組が始まる前のおよそ4倍の訪問者数となった。

(図6)



(ラジコのログ解析システムで集計)

(図7)



(ラジコのログ解析システムで集計)

(4) ラジオ第2

- ラジオ第2は、生涯学習のための音声波として、語学学習の番組を多く編成している。他のラジオと比べると生放送番組より収録番組が多い。
- このラジオ第2の訪問者数は図4のグラフの通り、ラジオ第1とFMに比べると少なく、2018年度1年間を通じてラジオ第1の半分に満たなかった。また、ラジオ第1のような特定の時期に訪問者数が多くなるという現象は見られなかったが、1年間を通じて一定数の人々の利用があった。
- インターネットによるラジオ第2の番組を提供するサービスには、ライブストリーミングの「らじる★らじる」に加えて、オンデマンドサービスの「NHKゴガク」がある。これら既存のサービスで語学学習する利用者が定着しているため、「ラジオ」を通じたラジオ第2の利用者は、ラジオ第1やFMに比べてあまり増えなかったのではないかと思われる。

(5) FM

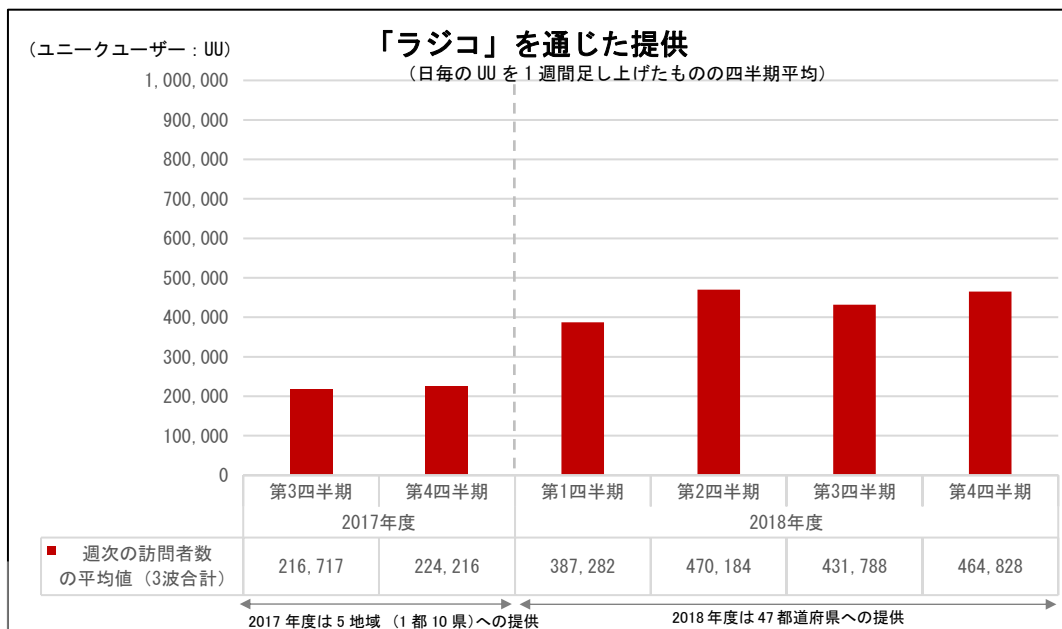
- FMは総合音楽波として、さまざまな音楽・芸能ジャンルの番組を編成しステレオ放送を行っている。
- 実験期間を通して、FMは図4のグラフの通り、ラジオ第1に次いで訪問者数が多かった。日別の訪問者数を見てみると、FMの特性を生かした番組を編成した日は（例：週末、祝日に編成の「今日は一日〇〇三昧」など）、一日あたりの訪問者数が大きく増加し、ラジオ第1の訪問者数を超える日もあった。

(6) (参考)「ラジコ」を通じた提供の訪問者数と「らじる★らじる」の訪問者数

「ラジコ」を通じた提供と「らじる★らじる」の集計方法が異なるため、単純に比較することはできないが、2018年度の「ラジコ」を通じた提供の訪問者数と「らじる★らじる」の訪問者数の相互関係等について、以下に分析を試みる。⁷

「ラジコ」を通じた提供 訪問者数

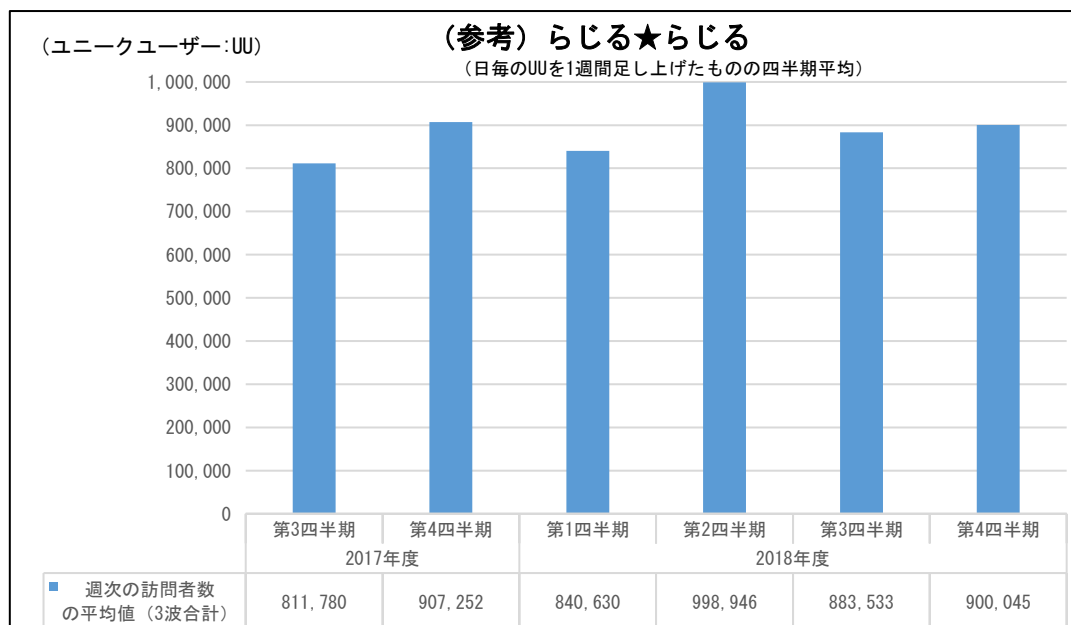
(図3) 再掲



(図3はラジコのログシステムを使用して計測)

「らじる★らじる」の訪問者数

(図8)



(Adobe Analyticsで計測)

⁷ 「ラジコ」を通じた提供の訪問者数の計測は、ラジコのログ解析システムを使用。ラジコ配信基盤で、アクセスのあったユーザー数、ユーザーの聴取時間等の計測を行う。

「らじる★らじる」の訪問者数は、Adobe社のAdobe Analyticsというアクセスを解析するシステムを利用して計測したデータ。「ラジコ」、「らじる★らじる」それぞれ別の計測ツールではあるが、計測の考え方、計測期間、計測方法を可能な限りそろえた上で、訪問者数の計測し、比較してみた。

「ラジコ」を通じた提供、「らじる★らじる」での提供両方を通じて、第二四半期の聴取者数が増加している。これは、台風・地震等の災害時や、夏の高校野球（「第100回全国高校野球選手権大会」）などが良く聴かれたのではないかと推定される。

「ラジコ」を通じた提供の訪問者数と「らじる★らじる」の訪問者数 (図9)

週次の訪問者数の平均値 (ユニークユーザー：UU)		「ラジコ」を通じた提供 訪問者数	「らじる★らじる」 訪問者数	「ラジコ」を通じた提供 /「らじる★らじる」
2018年度	第1四半期	387,282	840,630	46.07%
	第2四半期	470,184	998,946	47.07%
	第3四半期	431,788	883,533	48.87%
	第4四半期	464,828	900,045	51.64%

(ラジコを通じた提供：ラジコのログ解析システムで計測、らじる★らじる：Adobe Analyticsで計測)

上記の表の通り、「ラジコ」を通じた提供の訪問者数は、「らじる★らじる」の訪問者数のおよそ半分(46.07%~51.64%)程度であった。

また、図3(再掲)「ラジコ」を通じたNHKラジオ番組の提供と、図8「らじる★らじる」の四半期の訪問者数の推移を見ると、「ラジコ」を通じた提供を始めた2017年度第3四半期以降、「らじる★らじる」の訪問者数の大きな変化は見られなかった。

4. 総括

今回の実験の結果から、「ラジコ」を通じた提供がNHKラジオ番組の聴取機会の拡大と、インターネットラジオの訪問者全体の増加につながっていると考えられる。ラジオ放送に加え、放送を補完するものとしてインターネットで「らじる★らじる」、さらに「ラジコ」を通じた提供によって、より多くの方々がNHKのラジオ番組を享受できる状態とすることで、NHKラジオへの接触機会の裾野を広げることにつながると考えられる。

実験期間中、利用者からはNHKに対して、「何かあった際、防災関係の情報の確認をするのにNHKラジオに切り替えられることが、視聴者にはとても良いことだと思っている」、「今後『ラジコ』でも放送がずっと聴けるようになれば良いと思っている」などの意見が寄せられた。

実験の検証、利用者の意見、さらに、NHKとしてインターネットでのラジオ番組の提供を適切な経費の範囲内で行うべきものであることなどを総合的に判断し、2019年度からは正式なサービスとして、ラジオ第1とFMを「ラジコ」を通じて提供することとした。

ラジオ番組のインターネット提供に関しては、今後も利用傾向を注視していく必要があると考えており、「らじる★らじる」および「ラジコ」を通じたラジオ番組の提供がそれぞれの程度の訪問者数を集めていくか、引き続き把握していくこととする。今後、適宜利用促進を図るための周知を行うと共に、利用者の意見も参考にしながら、ラジオ番組のインターネット提供のあり方を検討していくこととする。

参考) そのほかの周知活動

2018年度、若年層へラジオを普及させることを目的に、「ラジコ」を通じたNHKラジオ番組の提供以外にも以下のような周知活動（キャンペーン）を行った。

- NHKと民放連が共同で展開するキャンペーンの一環として、2019年2月18日から若者向けラジオ番組を紹介する特設ホームページ「#このラジオがヤバい」を開設し、さまざまな広報活動を行った。（ホームページは、2019年度も継続中。）

特設ホームページの内容

- NHKと民放ラジオ局の若年層向けのラジオ番組の紹介
 - NHKと民放ラジオ局に出演する人気ラジオパーソナリティーのインタビューを掲載
 - リスナーが一押しするラジオ番組についてツイッターやメールフォームから投稿。一部の投稿をホームページに掲載。
- 『#このラジオがヤバい』というハッシュタグを付けて、各ラジオ局のパーソナリティがツイートし、NHK、民放一体となってラジオ番組に関する情報を広く発信した。
 - NHKと民放ラジオ局のパーソナリティが局の垣根を越えて他局の番組に出演し、ラジオ番組を広める取り組みを行った。
- なお、キャンペーンは2019年度も継続中であり、2019年5月6日には、NHKと民放連による特別番組「今日是一日“民放ラジオ番組”三昧～#このラジオがヤバい」を制作し、NHKのスタジオから6時間にわたり全国に向けて生放送した。民放連ラジオ委員会加盟101局のうち、のべ93局が同時生放送に参加し、8局は後日、ダイジェスト版を放送した。

以上