

量的指標の評価

- ・接触者率や世帯視聴率は、ピョンチャンオリンピック・パラリンピックがあった前年同期には及ばなかったものの、総合テレビでは、全豪オープンテニスや選抜高校野球大会などの影響もあり、前期と比べて上昇した。インターネットは、NHK WORLD - JAPAN ONLINE やカーリング世界選手権のライブスコア実施などでスポーツコンテンツへのアクセスが増加し、接触者率と訪問者数が前期と比べて上昇した。

接触者率 (%) (個人)

	総合テレビ			Eテレ			BS1			BSプレミアム		
	前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期
リアルタイム	67.7	64.6	65.4	36.3	31.5	33.0	16.8	14.8	14.1	19.8	17.8	17.8
総合リーチ	69.7	66.8	67.6	39.6	35.5	36.8	17.4	15.3	14.7	22.6	21.1	21.1

「リアルタイム」は、5分以上の継続視聴での接触者率。「総合リーチ」は、「リアルタイム」あるいは放送から7日間以内での5分以上の継続再生による視聴での接触者率。 出所) ビデオリサーチ

世帯視聴率 (%)

		総合テレビ			Eテレ			BS1			BSプレミアム		
		前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期
6:00 - 24:00	リアルタイム視聴率	6.9	6.0	6.4	1.1	0.9	0.9	0.5	0.5	0.4	0.8	0.7	0.7
	総合視聴率	7.1	6.2	6.7	1.2	1.0	1.0	0.6	0.5	0.4	0.9	0.9	0.8
6:00 - 10:00	リアルタイム視聴率	8.3	8.4	8.7	1.7	1.4	1.5	0.4	0.4	0.3	1.0	1.1	1.0
	総合視聴率	8.6	8.8	9.0	1.9	1.6	1.7	0.4	0.4	0.3	1.1	1.1	1.1
19:00 - 22:00	リアルタイム視聴率	11.2	9.7	10.3	0.8	0.7	0.6	0.6	0.6	0.5	1.1	0.9	0.9
	総合視聴率	11.7	10.3	10.9	0.9	0.8	0.7	0.6	0.6	0.5	1.3	1.2	1.1
19:00 - 23:00	リアルタイム視聴率	10.0	8.4	8.8	0.8	0.6	0.6	0.6	0.5	0.5	1.0	0.8	0.8
	総合視聴率	10.5	9.0	9.4	0.9	0.8	0.8	0.6	0.6	0.6	1.3	1.1	1.1

「総合視聴率」は、リアルタイムあるいはタイムシフトのいずれかでの視聴率。 出所) ビデオリサーチ

インターネット全体 (NHKオンライン) の量

接触者率	16.0% (15.1%)	訪問者数	14,888,767 (14,395,037)
------	------------------	------	----------------------------

「訪問者数」は、各サービス (NHKオンラインには「らじる★らじる」以外のアプリを含む) の毎週の訪問者数の四半期平均。() は、前期の結果。NHKオンラインは、NHK WORLD - JAPAN ONLINE を含む。

出所) 接触者率: 2019年3月 トータルリーチ調査 (web調査 20-60代 関東)、訪問者数: Adobe Analytics

(参考) その他サービス

放送同時配信の訪問者数計 (※)	755,720 (1,081,409)
放送関連リアルタイム配信の訪問者数計 (※)	7,921,743 (9,589,723)

※日別訪問者数の四半期合計

「放送同時配信」は、放送と同時に当該番組をインターネットで配信するもの。「放送関連リアルタイム配信」は、放送番組に関連する映像や音声等を、放送とは別に、リアルタイムでインターネットで配信するもの。() は、前期の結果。

出所) 接触者率: 2019年3月 トータルリーチ調査 (web調査 20-60代 関東)、訪問者数: Adobe Analytics

	接触者率	訪問者数
らじる★らじる	9.5% (9.7%)	900,045 (883,533)
NHK WORLD - JAPAN ONLINE		1,287,966 (735,146)
NHKオンデマンド	接触者率	登録会員数 (※)
	7.2% (7.0%)	約 248 万人

※外部提供事業者を除く3月末会員数

中央放送番組審議会の意見

インターネットサービスの17指標について、若い世代の支持を得るためには、「9. わくわく・ドキドキする」「14. 視聴するだけでなく、参加できる」「15. 発信・拡散のもととなる素材が得られる」「17. 独自の技術を活用した新たなサービスが体験できる」などの評価を高める取り組みを進めることが大切ではないかとの意見が出た。NHKのインターネットサービスは、放送の補完として一定の条件下での展開となるが、みなさまのご意見をいただきながらサービスの可能性を探求していくことを確認した。