

## デジタル時代への対応に追われる民放テレビ局

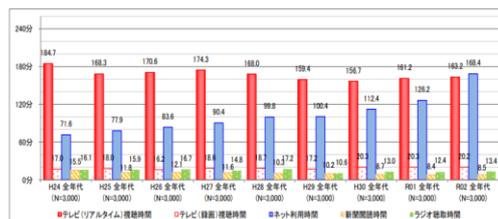
### ◆テレビ離れが進むなか、テレビ番組のインターネット配信も進む

2022年5月に博報堂DYメディアパートナーズが発表した「メディア定点調査」によると、携帯電話・スマートフォンに接する時間が週平均1日当たり146.9分となり、初めてテレビ（143.6分）を上回った。総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」では、平日のインターネット利用時間が20年に168.4分となり、テレビ視聴の163.2分を上回っている。テレビ離れが定着し、若者はテレビを見ず、テレビを見るのは年配者という構造が鮮明になっている。

一方で、テレビ番組のインターネット配信も広がりつつある。民間放送事業者が15年に始めた「TVer」は、21年8月にはアプリダウンロード数が累計4,000万を超えた。見逃したドラマ番組を視聴するだけでなく、19～23時のプライムタイム番組の同時配信も21年10月から日本テレビで、22年4月からは他のキー局でも始まった。受信契約者へのインターネット配信「NHKプラス」を20年から始めたNHKは22年4～5月、テレビ非保有者を対象とした配信実験も行っている。

「メディア定点調査2022」では、定額動画配信サービスの利用率が47.5%まで上昇し、テレビ受像機のインターネット接続率が初めて50%を超えた。テレビとインターネット、放送と通信の融合が加速している。

【経年】[平日]主なメディアの平均利用時間(全年代)



【令和2年度】[平日]主なメディアの平均利用時間(全年代・年代別)



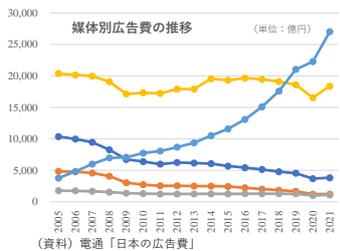
(資料) 総務省「令和2年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

### ◆テレビ広告も減って、民放テレビ放送事業者の業績は低迷

テレビ離れは広告市場でも鮮明で、電通の広告費調査ではインターネット広告費が19年に2兆1,048億円とテレビ（1兆8,612億円）を上回った。21年にはインターネット広告費は2兆7,052億円となり、テレビに新聞、雑誌、ラジオを含めたマスコミ4媒体（2兆4,538円）をも上回るようになった。

## ハイライト

テレビ広告は民間テレビ放送事業者の収入源であり、事業者の業績は伸び悩んでいる。事業者は首都圏・中京圏・近畿圏のキー局・準キー局・広域局（東名阪広域局）と、地方各県にあるローカル局に大別できるが、14年から20年にかけて、売上高は広域局、ローカル局ともに13～15%程度、落ち込んでいる。一方、営業損益は広域局が3割強減のところ、ローカル局は7割の減少となっている。



地上民間基幹放送事業者（テレビ）の収支の推移

	(単位: 億円)							(単位: %)
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	20/14
東名阪広域局 売上高	15,027	15,096	15,330	15,113	15,112	14,593	13,015	▲ 13.4
(13局) 営業損益	929	988	979	947	957	701	613	▲ 34.0
ローカル局 売上高	7,055	7,112	7,170	7,107	7,012	6,806	5,933	▲ 15.9
(114局) 営業損益	575	586	566	490	423	306	165	▲ 71.3

(資料) 総務省「デジタル時代における放送制度のあり方に関する検討会」第1回(2021.11.08) 資料1-3

ローカル局の収益を圧迫するのが、インフラ設備コストである。大都市の平野部は大型の放送中継設備で多くの人口をカバーできるが、地方の小都市や山間部の少ない人口には小規模な設備が数多く必要となる。NHKでは2割の世帯向けに6割超の維持コストが掛かっており、民間事業者でも負担は大きいとみられる。また、ローカル局が放送する番組のうち自主製作は1割程度で、ほとんどは系列キー局など広域局が制作した番組を受け取り、自社の県域で放送している。広域局の制作番組がインターネットで配信され、県域をまたいで全国に届くようになると、ローカル局の存立基盤が揺らぐことにもなる。

### ◆インフラ設備共有やデジタル技術活用、ローカル局に関連する規制の見直し

こうしたなか、放送ネットワークインフラや放送制度について、総務省「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」の議論が22年7月に取りまとめられる予定である。ローカル局がインフラ設備を保有、維持管理する会社を共同で設立することや、光ファイバや5Gなどブロードバンド化、クラウド化に対応して設備投資負担を軽減することが検討されている。また、系列キー局からローカル局への出資を制限する規制の緩和や、単一県域に制限されているローカル局の放送免許を見直し、広域化することなども議論されている。

ローカル局は、災害情報や地元根差した情報の提供、地域活性化への取り組みなどで、その存在意義は評価されている。自主製作番組を全国に向けてインターネット配信することに取り組むローカル局もある。テレビ離れ、テレビ広告縮小のなか、ローカル局のデジタル時代への対応が注目される。【長谷川雅史】