

NEWS RELEASE

男性10代の5割がインターネット経由でラジオを聴きたい 自由な視聴スタイルとグローバル化がリスナー拡大のカギ!? ～インターネット時代のラジオの未来を考える

(株)NTTアド(東京都品川区、代表取締役社長:軸屋真司)は、生活者2,000名を対象に「ラジオに関する調査」を行い、インターネット経由で配信されるラジオをパソコンやスマートフォンで聴取している状況や、インターネットを活用したラジオ番組事例について取材を行い、ラジオの新しい方向性についてまとめ、Webマガジン『先事新聞』としてリリースしました。

「インターネット経由ラジオ」の聴取実態(本文より一部抜粋)

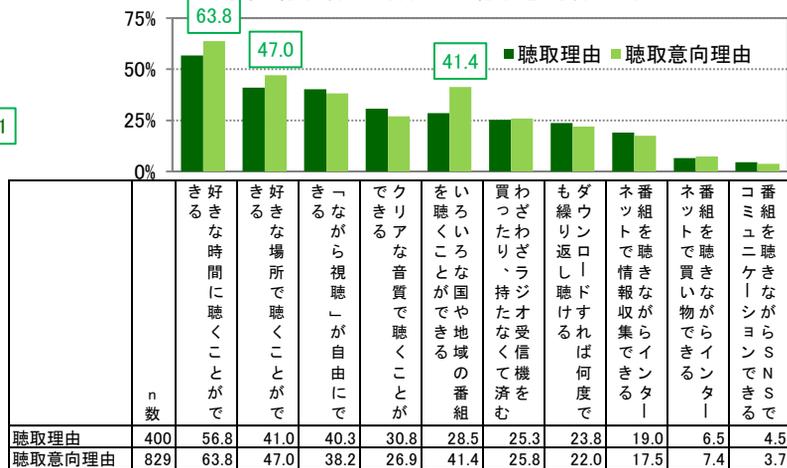
- ①インターネット経由ラジオの聴取意向率は41.5%であり、聴取率20.0%を大幅に上回る。特に、**男性10代の意向率が48.1%**と最も高い(図1参照)
- ②聴取意向理由は「好きな時間に聴くことができる」63.8%、「好きな場所で聴くことができる」47.0%、「いろいろな国や地域の番組を聴くことができる」41.4%が上位。自分のライフスタイルにあった自由な聴取スタイルや地域を超えたコンテンツが選択できるインターネット経由ラジオの価値が評価されている(図2参照)。

図1.インターネット経由ラジオの
聴取率と聴取意向率



図2.聴取理由と聴取意向理由[複数回答]

(対象:聴取者400名および聴取意向者829名)



出典:NTTアド自主調査「ラジオに関する調査」

調査対象:全国10～69歳男女2,000名/調査時期:2013年11月21日～24日/調査手法:インターネット調査

NTTアドが考える「インターネット経由ラジオ」の可能性(本文より一部抜粋)

- ①**コンテンツ化** ～事例「TBSラジオ」～
 - ・「エッジの効いた、聴き応えのある番組」作りを志向。
 - ・インターネット配信は、番組PRの役割を持たせつつ、新しいビジネス展開を探るための重要なチャンネルとして位置づけ、技術の進歩やサービスの変化に応じて、今後も様々な取り組みを実施。
- ②**インタラクティブ化** ～事例「FM桐生」～
 - ・桐生市および周辺地域の情報化を通じたまちづくり支援を目的に立ち上げたコミュニティ放送。
 - ・Webサイト、スマートフォンアプリ「i-コミュラジ」などを通じて配信。ソーシャルメディアとも連動しながら、インタラクティブ性を活用したコミュニティを拡大。
 - ・桐生に対する帰属意識や共感性をベースに、地域を超えた人とのつながりを提供することで更なる発展をめざす。
- ③**グローバル化** ～事例「エフエム世田谷」/「Tunein(チューンイン)」～
 - ・コミュニティ局「エフエム世田谷」とアメリカのインターネットラジオサービス「Tunein」が協業。
 - ・スマートフォン等様々なデバイスに対応した発信により若い世代へのリーチ拡大を狙う。
 - ・ローカル情報をグローバルに情報発信するメリットを活かした新しいビジネスモデル展開をめざす。

※「先事新聞」は全文こちらでご覧いただけます。

http://www.ntt-ad.co.jp/research_publication/publication/sakigoto/sakigoto_31.html