

# 放送事業者による ニュースライブ配信サービスの行方

メディア研究部 黛 岳郎

スマートフォンの普及に伴い、様々な事業者が様々な方法で、インターネット上にニュースコンテンツを提供するサービスに乗り出している。本稿では、こうした中、放送事業者によって始められた新たなサービスであるニュースのライブ配信に焦点を当て、若年層ユーザーの獲得の実現性などについて考察した。

具体的事例として取り上げたのは2つのライブ配信チャンネル、2015年4月に開始したフジテレビによる「ホウドウキョク」と、2016年4月にテレビ朝日がサイバーエージェントとの協業で始めた「AbemaNews」である。それぞれのチャンネルの番組編成表や番組内容を見ていくことで、サービスの特徴や課題を明らかにした。

放送事業者にとって、ネットでニュースのライブ配信サービスを行うことは、有事の際にはスムーズに放送の同時配信や現場からの中継などを行う新たな場を持つことを意味する。一方で、平時においては、どのようなコンテンツや演出がユーザーをつかむのか、どうしたらビジネスモデルが構築できるのか、まだ見えていない。先駆者「ホウドウキョク」は試行錯誤中であり、「AbemaNews」の挑戦は始まったばかりである。2つのチャンネルのケーススタディーを通じて、ニュースライブ配信サービスの今後の行方を考えた。

## はじめに

2016年4月11日、ブログの事業やネットゲームの開発を行うサイバーエージェント（以下、サイバー）とテレビ朝日（以下、テレ朝）が運営する“インターネットテレビ局”AbemaTVが開局した。ジャンルごとに分けられた20を超えるチャンネルでは、アニメやスポーツ、ドキュメンタリーなどのコンテンツが、テレビと同じように24時間の番組表に沿って配信されている。このサービスの“入口”として位置づけられているのが、ニュース専門チャンネル「AbemaNews」だ。テレ朝報道局が、AbemaNewsを運営する会社から委託を受けて制作している。

一方、これより1年前の2015年4月には、フ

ジテレビ（以下、フジ）の報道局が、インターネット（以下、ネット）上の24時間ニュース専門チャンネル「ホウドウキョク」を開設している。

この2つのチャンネルの共通点は、放送との同時配信ではなく、ネット用に制作されたオリジナルコンテンツをリアルタイムで配信する、いわゆるライブ配信<sup>1)</sup>のサービスであるということだ。若年層を中心にスマートフォン（以下、スマホ）でニュースコンテンツに接する機会が広がる中、放送事業者が提示し始めた新たなサービスの形態である。

ただ、現在スマホで提供されているニュースコンテンツサービスは、群雄割拠の様相を呈している。放送事業者はこれまで、主にアプリを通じて、放送で使用した映像をVODの形

式で見られるようなサービスを展開してきている。また、新聞や週刊誌のような活字メディアも、文字や写真によるニュースコンテンツはもちろんのこと、動画の提供や、音声で記事内容を聞けるアプリ<sup>2)</sup>をリリースするなど、サービスの裾野を広げている。さらに、ネット事業者によるキュレーション<sup>3)</sup>アプリの開発も活発で、レコメンド機能を設けたり、著名人のコメントを読めるようにしたりするなど、それぞれ独自性のあるサービスを展開している。そして、こうした事業者だけでなく、手軽にライブ配信が行えることで若者に人気のアプリ「ツイキャス(TwitCasting)」などを通じて事故現場の実況をするといった、ユーザーによるニュース発信も行われている<sup>4)</sup>。

このようにプロ・アマ問わず様々なプレーヤーがスマホへのニュースコンテンツの提供にしのぎを削る中、放送事業者による新たなライブ配信サービスは、ユーザー、とりわけ若年層の支持をどこまで得ることができるのか。サービスの提供は、放送の新たな役割の構築やマネタイズの実現につながるのか。

本稿では、「ホウドウキョク」と「AbemaNews」の2つのサービスについて、両チャンネルの責任者へのインタビュー<sup>5)</sup>の内容を踏まえながら、その特徴や課題を明らかにし、放送事業者によるニュースライブ配信の可能性について考察する。

## 1. 番組編成の特徴

「ホウドウキョク」と「AbemaNews」は、それぞれ開設された経緯やねらいが大きく異なっている。そのことは番組編成に端的に表れている。まずはこの点から見ていく。

### 1-1 テレビ的編成の「ホウドウキョク」



福原伸治 氏

「ホウドウキョク」の取材は、フジの報道局メディア担当局長で「ホウドウキョク」プロジェクトリーダーの福原伸治氏に行った。福原氏は、『新・週刊フジテレビ批評』でニコニコ生放送と

連動番組を制作するなど、テレビとネットをつなぐ試みに取り組む1人として知られる。

まずチャンネルの開設経緯だが、フジの報道局では、24時間のニュース専門チャンネルを立ち上げたいという要望がかねてからあったという。既に日本テレビには、CS放送やケーブルテレビなどの加入者向けのニュース専門チャンネル「日テレNEWS24」があり、TBSテレビも同様に「TBSニュースバード」というチャンネルを持っていた。この分野において後塵を拝していたフジの報道局にとって、24時間のニュース専門チャンネルの開設は、いわば“長年の悲願”だった。ただ、スマホなどのモバイルデバイスに、より柔軟に対応していくため、ネットでのチャンネル開設に踏み切ったという。

次にチャンネルのねらいである。「ホウドウキョク」のサービス開始前のニュースリリース<sup>6)</sup>には、地上波のニュース番組のリピートではなく、オリジナルの動画コンテンツにこだわって、“ニュースの深層”に迫っていくと記されている。

表1は、チャンネルが開設された当時の平日の主な番組編成である。朝6時から深夜2時までの20時間、生放送の形式で配信する番組が並んでいる。これらの多くは、フジの本社にある「ホウドウキョク」の専用スタジオから、複数

表1 「ホウドウキョク」の番組編成表  
(2015年4月のチャンネル開設当時・火～金曜日)

6	『ニュースのキモ!Morning』
7	
8	『Startup! 180』
9	
10	『さらのちゃんねる』
11	
12	
13	
14	『ニュースのキモ!Afternoon』
15	
16	
17	『みんなのウラ』
18	
19	
20	『あしたのコンパス』
21	
22	
23	『ニュースのキモ!Night』
24	
1	『真夜中のニャーゴ』
2	
3	
4	再配信
5	

の出演者によって届けられる長尺のオリジナル番組である。番組は大きく分けて、『ニュースのキモ!Afternoon』や『みんなのウラ』などの様々なジャンルのニュースを幅広く届けるニュース番組と、『あしたのコンパス』や『真夜中のニャーゴ』といったテーマ性を持たせてニュースなどを掘り下げる特集番組の2タイプがある。また、6時から24時までの毎正時付近にはほぼ毎回、ストレートニュースと天気情報の配信がある<sup>7)</sup>。

このように、テレビの編成と大きく変わらないタイムテーブルになっているのが特徴だが、そうなった背景には、「ホウドウキョク」のビジネスモデルが関係している。

表2は「ホウドウキョク」の視聴方法である。②と③はネットによるサービス展開であるが、①のNOTTVは、地デジ化によって空い

表2 「ホウドウキョク」の視聴方法  
(2015年4月1日～2016年6月30日)

①	NOTTVでの視聴	有料：24時間視聴可
②	FOD（フジテレビオンデマンド）での視聴	有料：24時間視聴可
③	オリジナルサイトでの視聴	無料：約12時間視聴可

た電波帯域を利用して始められた、スマホ向けの有料の放送サービスである。このNOTTVは、2016年6月30日をもってサービスを終了する<sup>8)</sup> ことになったが、「ホウドウキョク」開設当時は、まだユーザーの獲得を目指してビジネスを展開していた。フジにとっては、NOTTVを運営するNTTドコモのグループ会社、株式会社mmbiに「ホウドウキョク」のコンテンツを提供することで、収益を得るというビジネス的な側面があった。こうしたことが編成にも影響を及ぼしたという。

チャンネル開設時の編成のねらいについて、福原氏は「当然ネットへの展開は考えていましたが、まずはNOTTVが望むニュースチャンネルにすることを中心に考えました。だから、テレビ的な考えで編成を組んでいきました。時間がある程度とれば、ニュースの解説ができるし、いろいろな人から話を聞けるという部分もある。そうするとそれだけニュースを深く掘り下げることができると考えたわけです」としている。つまり、フジの「ホウドウキョク」は、ネットのライブ配信チャンネルという側面以上に、新たな放送サービスという色合いが濃いスタートであったといえよう。

## 1-2 スマホユーザー特化型編成の

### 「AbemaNews」

「AbemaNews」の制作は、サイバーとテレ朝の合弁会社であるAbemaNews社が、テレ朝

の報道局に委託する形で進められている。今回の取材は、「AbemaNews」の編集責任者を務める森本尽氏に行った。森本氏はテレ朝のニュース番組『スーパーJチャンネル』のプロデューサーなどを経て、現在 AbemaNews 社の編集担当という立場にある。



森本 尽氏

「AbemaNews」の本題に入る前にまず、無料のライブ配信チャンネルのプラットフォームサービス、AbemaTVの開局経緯に触れておく。この事業はサイバーがテレ朝に持ちかけて始まったものである。テレ朝の早河洋会長は開局の記者会見において、サイバーの藤田晋社長の構想として「ミレニアル世代（10～20代・筆者注）にとって、スマートフォンがなくてはならない情報端末・映像端末となっているので、そこにいくつもチャンネルを編成し、無料で見てもらう、テレビ型の動画配信サービス<sup>9)</sup>」と語っている。

では、「AbemaNews」を“入口”のチャンネルとして位置づけたのは、どうしてなのか。そのねらいを藤田社長は次のように述べている。

「AbemaTVのねらいは、視聴習慣として『いま何やってるんだろう？何か面白いのやってないかな?』という惰性で開いてもらうことを目的としています。惰性で開くインターネットサービスで代表的なものはニュースなんです。『何かニュースがあるかな』と<sup>10)</sup>」。

表3は平日の番組編成である。6時から18時まででは『AbemaNews』となっている。番組表では一括りとなっているが、この時間帯の

表3 「AbemaNews」の番組編成表  
(2016年5月上旬時点・平日)

6	
7	
8	
9	
10	
11	『AbemaNews』
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	『原宿アベニュー』
19	20 『AbemaNews』
20	『AbemaPrime』
21	
	50 『AbemaNews』
22	15 『AbemaWave』
23	
24	『AbemaNews』
1	
2	
3	
4	
5	

『AbemaNews』は1時間ごとのサイクルを基本としている。キャスター1人で進行していくニュース番組であるが、1時間の枠内で同じ内容のニュース項目を繰り返すという特徴がある。しかも、それは同じ時間の枠内にとどまらない。ニュースの情報が更新されなければ、次の1時間の枠でも、その次の1時間の枠でも同じ内容のニュース項目が繰り返されることもある。

一方、18時以降の『原宿アベニュー』、『AbemaPrime』、『AbemaWave』は、より若いユーザーを意識した特集番組である。原宿にあるサイバーのスタジオやテレ朝に新設したスタジオから生放送の形式で配信され、お笑い芸人や文化人などが多数出演している。

このように時間帯によって番組の種類を明確

に分けているのは、スマホユーザーを意識していることであるという。森本氏は、「平日の日中の時間帯は、視聴時間が1時間、2時間になるという事はちょっとあり得ないと思うんです。だから、『いつ開いても、きょうのニュースがわかる』っていうものを目指しています。そして、夜の時間帯はWi-Fiの環境が整った家などで、じっくり見られる人が多くなってくると思うので、長尺で見てもらふ番組で固めました」としている。

## 2. 番組の特徴と課題

次に、「ホウドウキョク」と「AbemaNews」の番組内容について、ニュース番組と特集番組ごとに具体的に見ていきたい。なお、ニュース番組については、平日の通常編成による番組の特徴を検証するという意味で、「ホウドウキョク」が開設から1年を迎え、「AbemaNews」が始まってから数日というタイミングの2016年4月14日(木)13時から17時までを取り上げることにした。

### 2-1 “編集せずに全てを見せる”

#### 「ホウドウキョク」のニュース番組

平日午後の「ホウドウキョク」のニュース番組は、『ニュースのキモ!Afternoon』である。

表4はこの番組の4月14日の進行表である。毎正時付近にストレートニュースと天気情報が配信されているが、毎回のニュース項目は6本、各ニュースのVTRは1分程度で、内容は社会、海外に関する2分野で占められていた。この点は1章で触れたように、通常の地上波テレビとほぼ同じである。

オープニングトーク以降は、フジのアナウンサーと解説委員の2人によって番組が進んでい

表4 『ニュースのキモ!Afternoon』番組進行表  
(2016年4月14日13～17時・時間はおおよそ)

13:00	▽ ストレートニュース・天気 ▽ オープニングトーク ▽ 「スピーク Repeat」 ▽ 「虎ノ門再開発」計画を発表
14:00	▽ ストレートニュース・天気 ▽ 「ビジネスのキモ」～ITと生命保険～ ▽ ニュース速報 ▽ 「BRAND NEW PRODUCT」
15:00	▽ ストレートニュース・天気 ▽ 「中国とパナマ文書」 ▽ ニュース速報 ▽ 記者解説コーナー
16:00	▽ ストレートニュース・天気 ▽ 「編集会議」最新情報 ▽ 官房長官定例会見LIVE ▽ 「ディズニープリンセスとアナと雪の女王展」など

く。そして、14時台の「ビジネスのキモ」と15時台の「中国とパナマ文書」では、他の出演者も加わった。14時台には、この日のテーマ「ITと生命保険」の関連で生命保険会社の社長がスタジオ出演し、15時台にはフジの北京支局長が中継で出演した。それぞれ約30分ずつ、VTRはほとんど使わず、3人によるトークが中心だった。

この2つのコーナーの後には、2回ともニュース速報が入った。14時台の「元うたのおにいさんが覚醒剤で逮捕」はVTRなしで、15時台の「仙台市でチンパンジー脱走」はVTRとともに伝えた。

13時台の「虎ノ門再開発」では不動産会社社長の会見を、16時台の「ディズニープリンセス」では芸能人の記者会見を、それぞれノーカットのVTRで配信した。14時台の「BRAND NEW PRODUCT」では、日産自動車による記者会見とともに記者レポートも合わせたノーカッ

トVTRで、20分にわたって取り上げていた。

また、16時台には官房長官による定例会見が15分間、全編生中継された。こうした官房長官の定例会見の全編生中継は定番で、この日は午前も配信していた。16時台の会見では「北朝鮮のミサイル問題」に関する話があり、会見後のスタジオでは解説委員によるポイント整理が行われた。

このように「ホウドウキョク」の番組の特徴は、出演者による長時間トーク、ノーカットVTR、記者会見の全編生中継などを活用し、今起きている事象を詳しく掘り下げていくことにある。こうしたことは、時間の限られたテレビ放送のニュースにおいては実現できない手法であり、ニュースライブ配信である「ホウドウキョク」ならではの特徴であるといえる。反面、テレビのニュース番組に慣れてしまっている筆者にとっては、テンポが悪く退屈に感じることも少なくなく、短いVTRをもっと入れてもいいのでは、と感じてしまった。こうした点を率直に福原氏に尋ねてみたところ、「VTRをたくさん入れることも確かにあるんですけど、それは地上波のニュースで見ればいいわけです。編集するくらいだったら、全部見せたほうがいい。ただ、そうしたコンテンツがネット視聴に向いているかとなると、また別問題になると思うんですね。そこはちょっと考えなきゃいけない」と答えた。

## 2-2 「ホウドウキョク」の特集番組は 若年層ユーザーの獲得につながるか

次に「ホウドウキョク」の特集番組について取り上げる。特集番組については、若年層のユーザーをターゲットと意識しており、ねらい通りにこうした層から支持される内容となっているのを見ていきたい。

取り上げるのは、平日の夜の時間帯に配信されている『あしたのコンパス』と『真夜中のニャーゴ』である。この2つの番組では、ネットの特性を生かし、TwitterなどのSNSを通じてユーザーからメッセージを活発に募集している。2016年2月からは週に2回程度の割合でLINE LIVEでの配信も行うようになり、ユーザーはスマホで番組を見ながら、より手軽にメッセージを送れるようになった。出演者の目にとまったメッセージはその場で読み上げられ、垣根の低い形で番組の中に取り入れられている。

『あしたのコンパス』は、ジャーナリストの津田大介や社会学者の古市憲寿などが日替わりで番組MCとして出演し、1テーマに約1時間かけて、その時々で話題になっているニュースを掘り下げていく番組だ。TSUTAYA図書館や保育園をめぐる問題を取り上げたときには、ユーザーから2,000を超えるメッセージが寄せられたという。ジャーナルな話題を取り上げるのでテーマは多岐にわたるが、テレビでは取り上げにくいものも扱っている。その一例が、次のようなメディアの自己検証だ。

パリ同時多発テロを 日本のメディアは報じない？	2015年11月20日
高市総務相「放送法違反続けば 電波停止の可能性も」発言	2016年 2月10日
『熊本地震』 メディアはどう報じているか	2016年 4月22日

福原氏はこうしたテーマはネットだからこそ取り上げることができるテーマと考えており、筆者も意欲的なものだと評価したい。しかし、ユーザーからの反応は芳しくないという。テーマからは少し内容が離れたメッセージが寄せられ番組に反映できないケースがあったり、メッセージ数が多いときの半分以下になったりする。制作者が考えるテレビでは放送しにくい

内容、ネットならではの内容という意識と、視聴するユーザーの意識のずれをどう捉えるべきか、福原氏にも未だ答えは見つかっていないように感じられた。

一方、『真夜中のニャーゴ』には、毎回多数のメッセージが寄せられ、ユーザーの関心の高さがうかがえる。Twitterには、ユーザーの間で盛り上がっている話題をランキング表示する「トレンド」という機能があるが、頻繁にその上位に入っており、安定してユーザーを獲得しているように見える。ただし、この番組が扱うテーマは、文学やゲーム、アイドルなどマニア受けするものであり、必ずしもニュースというジャンルで括れる内容ではない。福原氏も若いユーザーを獲得するために、あえて深夜帯に据えた番組だとしている。

もちろん、寄せられるメッセージの数だけからは一概にいえないが、こうして2つの番組を見てくると、ニュースコンテンツで若年層を安定的に引きつけることの難しさが浮かび上がってくる。福原氏も、若いユーザーを獲得することについて、「ライブ配信で見てもらえるニュースコンテンツというのは、正直難しいでしょうね。若い人のニュースへの関心は高いとは思っただけど、新聞のサービスとか、ヤフーの動画から見るとか、まさにニュースはVODで見るとものがあるのではないか。ライブにこだわる方がいいのかというと、必ずしもそうではないと思う」としている。

## 2-3 “ラインナップが命”

### 「AbemaNews」のニュース番組

続いて「AbemaNews」のニュース番組『AbemaNews』を取り上げ、番組の特徴を明らかにする。「ホウドウキョク」と同じ4月14日の13時から17時について見ていく。

表5 『AbemaNews』番組進行表

(2016年4月14日13～17時・時間はおおよそ)

13:00	▽ エンタメニュース ▽ 最新ニュース ▽ ニュースランキング ▽ 「おしえて！バズボリス」 ▽ 話題の動画ニュース ▽ ニュースランキング など
14:00	▽ エンタメニュース ▽ CM ▽ 『ワイド！スクランブル』 ▽ ニュース速報
15:00	▽ 最新ニュース（途中速報あり） ▽ ニュースランキング ▽ エンタメニュース ▽ 最新ニュース ▽ ニュースランキング ▽ 天気 など
16:00	▽ エンタメニュース ▽ CM ▽ 『ワイド！スクランブル』 ▽ 天気

前述したように、日中の『AbemaNews』はキャスター1人による進行だが、そのキャスターを務めるのは、女子大生など若い女性である。若いユーザーからは垣根が高いと思われるがちなニュースを、少しでも身近なものに感じてもらえるようにする工夫だという。

ニュースの順番や項目も、若いユーザーを意識した選択になっている。表5の進行表からもわかる通り、最も重要視されているのは最新ニュースではなく、芸能情報を取り上げるエンタメニュースである。13時台、14時台、16時台とも冒頭に組まれていた。ちなみにこの日の項目は「NMB48渡辺美優紀卒業発表」や「ノスタ石田骨折で舞台休演」などで、ストレートニュースの形式で配信した。

次に、最新ニュースとニュースランキングだが、

これらもエンタメニュースと同じように、ストレートニュースを紹介するコーナーである。13時台の項目は合わせて15本、内容は社会、海外、政治の3分野に関するニュースで、VTRはいずれも1分程度だった。15時台の項目は合わせて14本で、内容は経済を加えた4分野だった。

こうしたストレートニュース形式以外の演出としては、13時台の「おしえて!バズポリス」がある。これはサイバーの女性社員がネット上で話題になっているニュースを取り上げて解説するもので、キャスター同様、若い女性がナビゲーターとなっている。

もうひとつは、14時台と16時台に約40分間ずつ行われていた、地上波で放送したテレ朝のニュース情報番組『ワイド! ス克蘭ブル』の再配信である。この他、別の時間帯には、『グッド! モーニング』や『スーパーJチャンネル』も活用しており、地上波の再配信は『AbemaNews』のひとつの特徴といえるであろう。1回放送を出しただけでその番組の力はおしまいでないと、以前『スーパーJチャンネル』のプロデューサーをしていた森本氏の思い入れは強い。

どちらかといえばストレートニュースと地上波の再配信の組み合わせで省力的な作りをしている『AbemaNews』だが、若者が好みそうなニュースや速報の場合には、独自の中継などを行うこともある。例えば、「ホウドウキョク」のニュース番組が15時台にVTRで伝えた「仙台市でチンパンジー脱走」の速報について、『AbemaNews』では14時台の終わりに系列局のヘリの中継映像と文字スーパーで一報を伝えた。その後もヘリの中継映像とともに、スタジオのキャスターが生でコメントをつけ、大捕り物の一部始終を報じるほどの力の入れようであった。

このように、独自のストレートニュースや地上波の番組の再配信、中継などを最大限組み合わせながら、何らかのニュース映像を間断なく流しているというのが『AbemaNews』の特徴である。ただそれは、裏を返せばキャスターが1人で進めていく演出ゆえの策ともいえる。そのため、「ホウドウキョク」のように解説などでニュースを深く掘り下げていくことは期待できない。そういう意味では、全編を通して“広く浅い”ニュース番組になっていることも否めず、物足りなさを感じる人もいるであろう。こうした点を森本氏に尋ねると、「平日の日中はトークで見せようとしても、所詮、途中までしか見てもらえないと思うんです。それより、いろんな時間帯できょうのニュースのかたまりに触れるようにしたいというのがあります。僕はラインナップが命だと思っていて、この時間帯で『スマホユーザーが興味あるニュースのラインナップはこれだ』みたいなものがあると思うんですね。そこに持っていくというのが当座の目標なんです」とした。

## 2-4 「AbemaNews」の特集番組は若年層ユーザーの獲得につながるか

次に「AbemaNews」の特集番組である。こちらについても、「ホウドウキョク」同様、若年層のユーザーからどのくらい支持され得る内容なのかを見ていく。取り上げるのは、平日20時から配信されている看板番組『AbemaPrime』である。これは“オトナの事情をスルーする”をキャッチコピーに掲げ、テレビでは取り上げにくいテーマで、若いユーザーの知りたいことに応えていくことを目指している番組である。これまでに筆者の印象に残ったテーマを挙げると、次のようになる。



①	メルトダウンの基準「知っていた」 東電が証言	4月12日
②	「熊本地震情報掲示板TV」	4月19日
③	東大教授、文科省「ハザードマップ」は アテにならないと指摘	4月22日
④	中学2年生が薬物依存更生施設に直撃取材	4月25日
⑤	もっと知ってほしいダウン症	4月28日

これらの番組を見ると、テレビでは慎重になりがちなテーマをあえて取り上げていたり、裏取り取材が難しく提示するには慎重になりがちな情報を開示したりするなど、制作者がテレビほど気構えずに自由に番組作りをしている様子がうかがえる。また、出演者たちもかなりざっばらんに語り合っており、ネットならではのライブ感のあるスタジオが日々展開されている。例えば、熊本地震から数日後に配信された②は、Twitterなどで寄せられた被災者の声をできるだけそのままの形で伝えるという趣旨の番組で、多くのメッセージが寄せられた。そこでは、まだ不確かな情報と断りを入れつつ、被災地に窃盗団が出没しているというTwitter上の話題を紹介した。それに対し番組MCのケンドーコバヤシは、「ボコボコにしたい」などと語っていた。また③では、出演した東大の教授が、文部科学省が発表したハザードマップに対し、全面否定ともいえる極めて厳しい批判を行っていた。⑤のダウン症について取り上げた回では、スタジオにダウン症の子どもを持つ元テレ朝アナウンサーやダウン症のタレントが出演した。子育ての話にとどまらず、「新型出生前診断で異常が判明した人のうち96%が中絶を選択している」という、事実ではあってもなかなか議論しにくい内容にまで話が及んだ。

もちろん、毎回選ぶテーマが新鮮なわけではないし、そもそも“オトナの事情をスルーする”ことが、どこまで若いユーザーの獲得につながるかもまだわからない。4月14日に「本を売る秘訣」をテーマに取り上げた際には、避妊具のパッケージをスタジオで見せる演出に対して、出演者たちが異様に盛り上がる光景が見受けられた。テレビでは取り上げにくいテーマや話題というものが、ともすればこうした点に矮小化しかねない、そういった危うさを感じた場面だった。こうしたことも含め、試行錯誤がしばらく続くであろう。森本氏は、「別に**テーマ的な意義はないけど、地上波がやってないものだからやろう**というのは、**僕はあんまり意味がない**と思っています。奇をてらうことを**目的にしたわけではない**というか、**本質に迫った結果、地上波ではなかなか取り上げられないものこそ、チャレンジする意味がある**と思いますね」と抱負を語った。

## おわりに

本稿では、「ホウドウキョク」と「AbemaNews」という2つのニュースライブ配信の特徴や課題を、平時の取り組みから見てきたが、その役割が大きく発揮されるのは、災害など大きなニュースが発生したときである。2016年4月、震度7の揺れを2回観測した熊本地震の際、両チャンネルはそれぞれ、フジとテレ朝が地上波で放送している緊急特番の同時配信を行った。また、地上波が通常編成に戻った後も地震に関する報道を続けた。平時には放送とは異なるオリジナル番組を売りにしているネットのチャンネルが、有事においては放送の受け皿、さらには放送を補完するメディアとしてスムーズに機能したケースであった。さらに、「ホ

ウドウキョク」は2015年4月の開設以来、安保法案採決時には真夜中の国会の映像を送り続けたり<sup>11)</sup>、パリの同時多発テロの際には現地からの情報を交えながら特番を11時間にわたって配信したり<sup>12)</sup>するなど、放送との同時配信ではない、独自の緊急報道も展開している。こうしたときのユーザーの「ホウドウキョク」へのアクセス数は、平時の5倍ほどになるという。放送事業者が、放送だけでなくネット上にもうひとつニュースライブ配信専用のチャンネルを持つことは、有事の際により多くの情報をより多くの国民に伝えることができるもうひとつの場を持つことを意味する。

しかし、平時においてニュースライブ配信を維持していくためのビジネスモデルをどう構築していくか、その答えはまだ見えていない。フジは2016年4月からNTTドコモが展開する動画配信プラットフォームのdTVに対し、「ホウドウキョク」のストレートニュースの部分について動画提供を始めている<sup>13)</sup>。NOTTVに代わる新たな収益先を求めるとともに、より多くのスマホユーザーにニュースコンテンツをVODの形式で見てもらえるようにするための試みだ。さらに、NOTTVのサービス終了後の7月以降は、こうしたVODとともに活字による記事の提供などにも注力していくとしている。先駆者としてニュースライブ配信を始めたフジは、ライブ配信にとどまらない様々な形態でコンテンツを届けることで、活路を見出そうとしているのである。

一方の「AbemaNews」も、その取り組みは始まったばかりだ。「ホウドウキョク」と異なるのは、「AbemaNews」はあくまでもライブ配信プラットフォームAbemaTVの中のひとつのチャンネルだということである。サイバーとテレ朝は、若いユーザー向けのオリジナルのバラエティー

番組の制作や外部からのコンテンツ調達に力を入れ、先日、アメリカを中心に若者から人気を集めるメディアサービスVICEとオリジナル番組の制作を行うと発表した<sup>14)</sup>。こうしたことを強みにしながら、AbemaTVのけん引役としての役割を果たしていくことが、「AbemaNews」には求められている。

今後、「ホウドウキョク」と「AbemaNews」のそれぞれの取り組みは、ユーザーを確実につかむものになっていくのか。そして、ニュースライブ配信サービスのあり方を示すモデルとして、他の放送事業者に影響を与える存在になっていくのか。注視し続けていきたい。

(まゆずみ たけろう)

#### 注：

- 1) 「ライブ配信」の定義は、村上圭子『『これからのテレビ』を巡る動向を整理する Vol.8』(『放送研究と調査』2016年6月号)に則る。配信者側が決めた時間帯に、動画をリアルタイムでネット配信する形を指し、その動画がいわゆる生放送の形式で配信されている場合もあるし、収録された番組(「再配信」≠放送事業者で言うところの再放送)を含む)を配信している場合もある
- 2) <http://www.asahi.com/shimbun/release/2016/20160406.pdf>
- 3) インターネット上の情報などを収集し、新たな価値を持たせること
- 4) 例えば、大阪・梅田で起きた乗用車の暴走事故の際(2016年2月)
- 5) インタビュー取材は、2016年4月下旬から5月上旬の間に行った。なお、文中の肩書は当時のもの
- 6) <http://www.fujitv.co.jp/company/news/150227.html>
- 7) 番組編成は度々改められており、現在は違う形になっている。最新の編成は<http://www.houdoukyoku.jp/>
- 8) <http://info.nottv.jp/mmbi/upload/mmbi%E3%81%8B%E3%82%89%E3%81%AE%E3%81%8A%E7%9F%A5%E3%82%89%E3%81%9B.pdf>
- 9) 2016年4月11日の開局記者会見での発言より
- 10) 同上
- 11) 2015年9月
- 12) 2015年11月
- 13) <http://www.fujitv.co.jp/company/news/160404.html>
- 14) <https://www.cyberagent.co.jp/newsinfo/info/detail/id=11906>