
**デジタル時代における
放送の将来像と制度の在り方
に関する取りまとめ(第2次)[案]**

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

2023年(令和5年)9月6日

目次

はじめに	3
第1章 衛星放送及びケーブルテレビ	5
1. 衛星放送	5
(1) 現状と課題	5
(2) 今後の方向性	7
2. ケーブルテレビ	7
(1) 現状と課題	7
(2) 今後の方向性	11
第2章 放送用の周波数の有効利用	12
1. 放送大学の地上放送跡地の周波数帯	12
(1) 現状と課題	12
(2) 今後の方向性	14
2. 衛星放送の左旋帯域	14
(1) 現状と課題	14
(2) 今後の方向性	16
第3章 放送の真実性・信頼性の確保	17
1. 現状と課題	17
2. 今後の方向性	19
第4章 民間放送事業者の情報開示の在り方	21
1. 現状と課題	21
2. 今後の方向性	22
第5章 その他の事項	24
1. AM局のFM転換・FM補完中継局の整備	24
(1) 現状と課題	24
(2) 今後の方向性	26
2. クリエイターに適正な対価が還元される環境	26
(1) 現状と課題	26
(2) 今後の方向性	26
3. 放送のエコシステム	27
(1) 現状と課題	27
(2) 今後の方向性	28
おわりに	30

別添

- 別添1 小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム 2次
取りまとめ
- 別添2 公共放送ワーキンググループ 取りまとめ
- 別添3 放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ 取りま
とめ
- 別添4 放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース 取り
まとめ

参考資料

- 参考1 開催要綱
- 参考2 開催状況
- 参考3 規制改革実施計画
- 参考4 ヒアリング資料等

はじめに

2021年（令和3年）11月から開催している「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」（以下「本検討会」という。）においては、ブロードバンドの普及やスマートフォン等の端末の多様化等を背景に、デジタル化が社会全体で急速に進展する中で、放送の将来像や放送制度の在り方について、中長期的な視点から検討を行ってきた。

2022年（令和4年）8月に公表した「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ」（以下「第1次取りまとめ」という。）においては、インターネットを含め情報空間が放送以外にも広がる中で、放送が、その社会的役割に対する視聴者の期待に今後も応えていくために、どのような取組を進めていくべきかという観点に基づき、検討結果を取りまとめた。具体的には、デジタル時代における放送の意義・役割、放送ネットワークインフラの将来像、放送コンテンツのインターネット配信の在り方及びデジタル時代における放送制度の在り方の4つの論点に分けて提言を行った。

その後、総務省においては、第1次取りまとめを踏まえて、マスメディア集中排除原則を緩和するための省令改正（認定放送持株会社傘下の地上基幹放送事業者の地域制限の撤廃、地上基幹放送について隣接・非隣接に関わらず兼営・支配を可能とする特例の創設）を行った。加えて、放送法・電波法の一部改正（複数の放送対象地域における放送番組の同一化、複数の特定地上基幹放送事業者による中継局設備の共同利用、基幹放送事業者等の業務管理体制の確保に係る規定の整備）を行ったところである。

他方、第1次取りまとめに至るまでに十分に検討することができず、更なる検討が必要となる課題も認められたことから、新たに、「衛星放送及びケーブルテレビ」、「放送用の周波数の有効利用」、「放送の真实性・信頼性の確保」、「民間放送事業者の情報開示の在り方」等について、2022年（令和4年）11月以降に本検討会（親会）を計9回開催して検討を重ねた。

具体的には、衛星放送については、取り巻く環境が急速に変化する中で、諸課題に対応し、衛星放送に割り当てられた周波数の有効利用を図っていく上で必要な取組は何かについて、議論を深めた。ケーブルテレビについては、今後、放送ネットワークの維持管理が課題になる中で、地域における放送の送受信環境維持の担い手としての重要性が増してきているケーブルテレビにどのような役割が求められるかについて検討を行った。

放送用の周波数の有効利用については、「高度地上デジタルテレビジョン放送方式」の検証に利用されてきた放送大学の地上放送跡地の周波数帯の今後の有効利用等に

ついて、また、放送の真実性・信頼性の確保については、放送の真実性・信頼性を確保するための仕組みの時代に即したアップデートについて検討を行った。

民間放送事業者の情報開示の在り方については、放送事業者が社会的役割を継続的に果たしていくため、コーポレートガバナンスの強化等にどのように取り組むべきかについて検討を行った。

更に、AM局のFM転換・FM補完中継局の整備、クリエイターに適正な対価が還元される環境、放送のエコシステムについても重要な課題として検討を行った。

本取りまとめは、これらの課題について、今後の方向性を提言するものである。

更に、以上の本検討会（親会）における検討のほか、小規模中継局等のブロードバンド等（ケーブルテレビ、光ファイバ等）による代替可能性、NHKのインターネット配信の在り方、放送コンテンツの制作・流通を促進するための方策の在り方及びNHKの「放送業界に係るプラットフォーム」としての役割については、それぞれ本検討会の下で開催する次のワーキンググループ等において専門的な検討を進め、その成果を別添1から別添4までのとおり取りまとめた。

- ①小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム（2022年（令和4年）2月から開催）
- ②公共放送ワーキンググループ（2022年（令和4年）9月から開催）
- ③放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ（2022年（令和4年）12月から開催）
- ④放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース（2023年（令和5年）6月から開催）

デジタル時代において地域情報を確保することの重要性が増す中で、地域情報を発信する放送の社会的役割はより一層重要となる。本検討会としては、放送がその社会的役割を継続的に果たしていくことを切に期待しており、本取りまとめや各ワーキンググループ等の取りまとめがその一助となれば幸いである。

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座長
早稲田大学大学院アジア太平洋研究科教授 三友仁志

第1章 衛星放送及びケーブルテレビ

第1次取りまとめは、主に地上テレビジョン放送に係る課題を中心に提言を行うものであったが、放送がその社会的役割に対する視聴者の期待に応えていく上で、衛星放送やケーブルテレビも重要な役割を担っている。

本章では、衛星放送を取り巻く環境が急速に変化する中で、諸課題に対応し、衛星放送用の周波数の有効利用を図っていく上で必要な取組は何か、また、今後、放送ネットワークの維持管理が課題になる中で、地域における放送送受信環境の維持の担い手としての重要性が増してきているケーブルテレビにどのような役割が求められていくと考えられるかについて検討を行った。

1. 衛星放送

(1) 現状と課題

衛星放送は、一つの送信点（衛星）からの放送波によって全国をカバーし、経済的、効率的に全国に放送波を届けることが可能となる広域性や経済性を有しているほか、広帯域の伝送路を用いることで、数多くの高精細な番組を同時に送信することができる大容量性や高品質性を有し、他の伝送手段にはない強みを持つメディアとして、その特徴を活かし、超高精細度テレビジョン放送（4K・8K放送）や有料専門多チャンネル放送等が行われている。また、ソフト（放送の業務）とハード（衛星）が制度上分離されていることにより、衛星放送を行うソフト事業者にとっては、多額のコストがかかる衛星設備の維持・更新に係る経営リスクを分散することができ、放送業務に注力する効率的な事業運営が可能となっている。

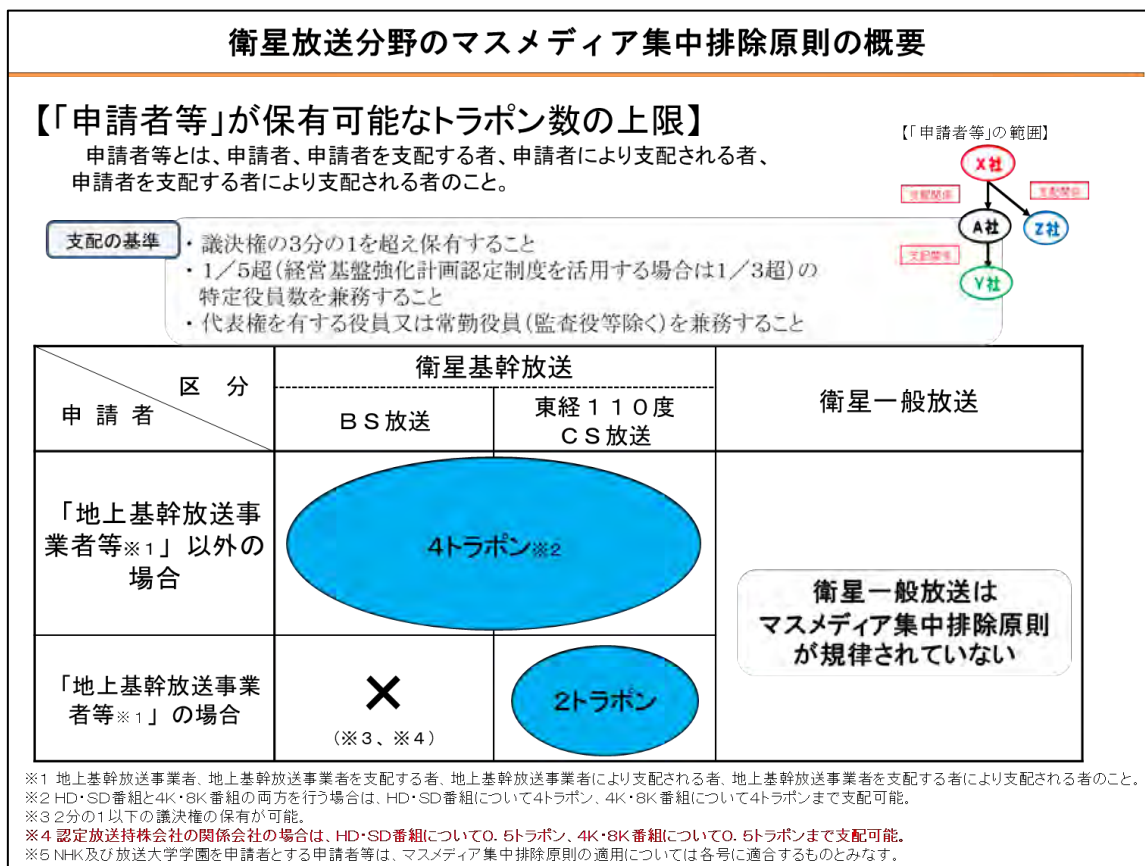
他方、昨今の放送を取り巻く環境変化は衛星放送についても例外ではなく、特にインターネット動画配信等のサブスクリプションサービスの伸長といった変化の影響は、地上放送よりもむしろ、専門多チャンネルを提供する有料の衛星放送の方が強く受けており、有料の衛星放送の加入者数は漸減傾向にある。また、衛星放送のソフト事業者では、2022年（令和4年）に新たに3事業者（BSよしもと株式会社、株式会社ジャパネットブロードキャスティング、BS松竹東急株式会社）が開局した一方、同年10月末にBSスカパー！が放送を終了している。更に、NHKが使用する衛星波のうち右旋波（BS1、BSプレミアム、BS4K）についても見直しが行われており、2023年（令和5年）12月に「NHK BS」と「NHK BSプレミアム4K」に再編され、2024年（令和6年）3月末をもってBSプレミアムが停波される予定となっている。これらによって生じる未使用の帯域は、4K放送を行うソフト事業者に割り当てることが予定されている。なお、2023年（令和5年）6月末時点で衛星4K放送を視聴可能な機器の累計出荷台数は1,600万台を超えたが、衛星4K放送の普及に向けては、一層の受信環境整備や魅力あるコンテンツの充実が課題となっている。

また、衛星放送のマスメディア集中排除原則について、認定放送持株会社の関係

会社が使用することができるトランスポンダ数の上限は、現在、放送の多元性・多様性を確保する観点から、0.5トランスポンダとなっている。この点、第1次取りまとめにおいては、「現時点においてはBS放送に割り当てられる総トランスポンダ数に変更がないことに鑑みると、現状維持とすべきである」としていたところであるが、衛星放送についても、経営の選択肢を増やす観点から、マスメディア集中排除原則の緩和が要望されている¹ほか、BSスカパー！やBSプレミアムの放送終了や効率的な圧縮方式の選択的な導入による周波数利用の中長期的な効率化などの衛星放送を取り巻く環境の変化が生じている状況にある。

このほか、衛星放送のハード事業については、現状、株式会社放送衛星システム（BSAT）、スカパーJSAT株式会社の2者が行っているところであるが、衛星放送のネットワークインフラの維持・管理に係るコストの上昇は、ソフト事業者がハード事業者に対して支払う中継器（トランスポンダ）の使用料金の上昇にもつながり、ソフト事業者の経営を圧迫することとなるため、衛星放送においても、放送ネットワークインフラの維持・管理に係るコストの効率化が課題となっている。

衛星放送は、プラットフォームの淘汰が進んできた歴史があり、今後更なる人口減少が見込まれる中で、過度な競争や市場の縮小を招かないように、競争と協調のバランスを適切に取る必要があり、そのことを踏まえた冷静な検討が必要となる。



図表 1-1 衛星放送分野のマスメディア集中排除原則の概要

¹ 詳細は、本検討会第4回会合 資料4-3（株式会社フジ・メディア・ホールディングス提出資料）を参照。

(2) 今後の方向性

第1次取りまとめの公表後においても衛星放送を取り巻く環境が変化の中で、衛星放送における課題を解決し、持続可能な衛星放送の将来像を描くことは喫緊の課題である。そこで、本検討会の下に新たにワーキンググループを設置し、インフラコストの低廉化に資するハード設備の在り方や衛星放送における4K放送への取組等、短期・中期にわたる諸課題への対応に関して、具体的・専門的な議論・検討を行う場を設けることとする。

認定放送持株会社の関係会社である衛星基幹放送事業者に係るマスメディア集中排除原則については、認定放送持株会社制度の利用による衛星放送事業者の財政基盤の強化及び経営の安定化は、視聴者に対する安定的・継続的なサービス提供の確保の観点から重要と考えられ、放送の多様性の維持という点を含めて当面問題となる事項がないと考えられるのであれば、多元性について柔軟に考え、衛星放送のシステムの安定運用の観点や放送事業者の経営の選択肢を拡大する観点から緩和することが適当である。具体的には、認定放送持株会社の関係会社が使用することができるトランスポンダ数の上限を、現状の0.5トランスポンダから、認定放送持株会社制度を利用していない衛星基幹放送事業者と同等の4トランスポンダとすることが適当である。

2. ケーブルテレビ

(1) 現状と課題

ケーブルテレビは、地上放送の再放送のほか、多チャンネル放送（衛星放送の再放送等）、自主放送（地域情報・災害情報等）、ブロードバンド等のサービスを提供しており、2021年度（令和3年度）末における加入世帯数は約3,139万世帯（全世帯数の約52.5%）、2022年度（令和4年度）末におけるホームパス（未加入者でも申し込めば直ちに加入することができる世帯数）は約5,280万世帯（全世帯数の約88.4%）²に上る。自主放送では、地域の生活、文化・スポーツ、行政・防災等に関する情報を発信し、地域のにぎわい創出、安心・安全確保に貢献している。また、放送法（昭和25年法律第132号）第140条第1項により、総務大臣の指定を受けたケーブルテレビ事業者（指定再放送事業者）は、受信障害地域における地上放送の再放送の実施が義務付けられており、地上放送の提供を補完している。

現在、地上デジタル放送への移行から約10年が経過し、地上放送の小規模中継局等の更新が地上基幹放送事業者や地方公共団体等にとって大きな負担となりつつある。また、地上放送の受信障害地域に整備されている辺地共聴施設は、その多くが住民組合により運営されており、設備の老朽化、人口減少に伴う組合員数の減少等により維持管理・更新が困難になりつつある。更に、地方公共団体が整備した公設ケーブルテレビ施設についても、設備更新やサービス提供の継続性、専門的な技術的知見を有する人材の確保・育成が課題となりつつある。

² 詳細は、本検討会第17回会合 資料17-2（一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟提出資料）を参照。

地上放送の受信を辺地共聴施設に頼る地域では、アンテナ設置や屋内配線など、放送受信環境の整備は個々の受信者が個別に負担することが原則とされているものの、放送波を直接受信することができる地域に比べて、施設更新に伴う費用負担が重く、施設の自主的な更新が困難であるとして、国に対して支援を求める声が寄せられている。特に、辺地共聴施設については、今後、年数の経過とともに、施設の維持管理・更新の課題を抱える共聴組合が増えていくことが想定されるどころ、そのような辺地共聴施設における課題に先取りして対処し、継続して放送の受信環境を確保可能とするための支援が必要となっている。

このように、放送が全国津々浦々で「あまねく受信」できるようにするために必要な放送ネットワークインフラの維持管理・更新にかかるコスト負担は今後一層課題となることが予想される中で、放送が災害情報等の国民の生命・財産の確保に必要な情報や民主主義の基盤となる情報を提供するといった重要な役割を果たしていることを踏まえて、放送を受信可能な環境を維持していくことが重要である。

こうした中で、地域における放送の送受信環境の維持の担い手としてのケーブルテレビは、小規模中継局等や辺地共聴施設の代替（巻取り）先や公設ケーブルテレビ施設の移行先となり得ることも含め、その重要性が増している。

現時点でもケーブルテレビによる小規模中継局等や辺地共聴施設の代替（巻取り）を進めることはできるが、ケーブルテレビ事業者が代替等の検討を進めるに当たっての、ニーズの所在や対象地域の規模や世帯数に応じて見込まれる整備等費用など、円滑な実施を確保する上での取組課題が残されているほか、地上基幹放送の「あまねく受信」や災害放送といった放送法による規律や責務についての取扱いについての整理が必要となる場合があり得る。

これらのほか、放送を受信可能な環境の維持に関しては、高築年数の集合住宅において、建築当初の旧式の放送受信設備が使用されているものも多く、住宅内の設備の改修も困難であることから、放送受信設備の現行化も課題となっている。

ケーブルテレビの事業者数・普及状況

- 令和3年度末におけるケーブルテレビの普及状況について、登録に係る自主放送を行うための有線電気通信設備（501端子以上）によりサービスを受ける加入世帯数は、約**3,139万世帯**、**世帯普及率は約52.5%**、有線電気通信設備を用いて自主放送を行う登録一般放送事業者数及び登録に係る自主放送を行うための有線電気通信設備数は、それぞれ**464事業者**、**660設備**。



図表 1-2 ケーブルテレビの事業者数・普及状況

ケーブルテレビインフラの状況

- 日本の総世帯数5,976万世帯に対し、ケーブルテレビは5,280万世帯をカバー（カバー88.4%）辺地、離島含め、全国でサービスを提供。
- 3,139万世帯（総世帯の52.5%）がケーブルテレビに加入。**
- 他の通信事業者への回線提供やダークファイバーの活用など、地域のインフラ事情に応じ、通信事業者とも連携

ホームパス：5,280万世帯（88.4%）

・未加入者が申込みれば直ちに加入できる世帯数（自宅近辺までケーブルテレビの幹線が敷設されている状態）
 ※ ケーブルテレビ連盟正会員事業状況報告（2022年3月末）

加入世帯：3,139万世帯（52.5%）

・実際にケーブルテレビに接続されている世帯数
 ※ 総務省「ケーブルテレビの現状」（令和4年11月）

我が国の総世帯数：5,976万世帯

※ 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数（総務省、令和4年1月1日現在）

離島におけるTV・ネットサービス提供



山間部におけるテレビ共聴設備



戸建て住宅におけるケーブルテレビのテレビ共聴・ネット設備（アンテナ不要でケーブルによりTVを視聴）



都市部の集合住宅におけるケーブルテレビのテレビ共聴・ネット設備



2030 Cable Vision

Japan Cable and Telecommunications Association Confidential and Resonant

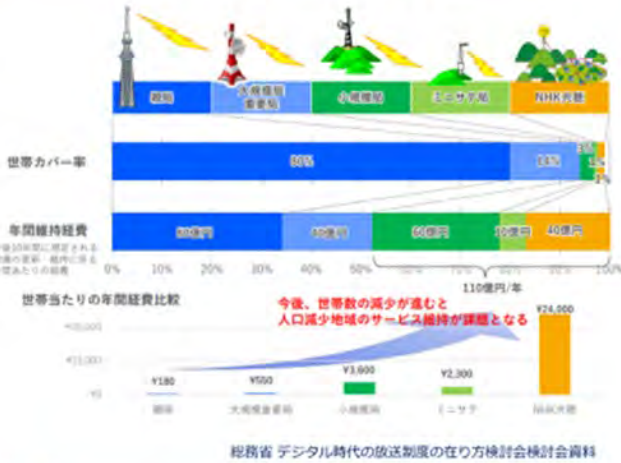
【出典】「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」第17回会合（令和5年5月12日）資料17-2（一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟提出資料）スライド5

図表 1-3 ケーブルテレビインフラの状況

小規模中継局（ミニサテ）等の維持が困難なエリアへの対応など デジタル時代を踏まえた放送インフラの整備

人口減少に加え設備の老朽化等による地上波放送インフラが維持困難となる地域で、小規模中継局（ミニサテ）や共聴設備のケーブルテレビへの移管の円滑化や運営・維持管理の負担軽減が必要

地上テレビジョン放送の送信にかかる経費



地デジ化時に導入された設備が、全国で一斉に更新時期を迎えており、設備更新問題が顕在化。費用面から設備更新が困難な設備も多い。

<小規模中継局の代替イメージ>



<辺地共聴施設の代替イメージ>



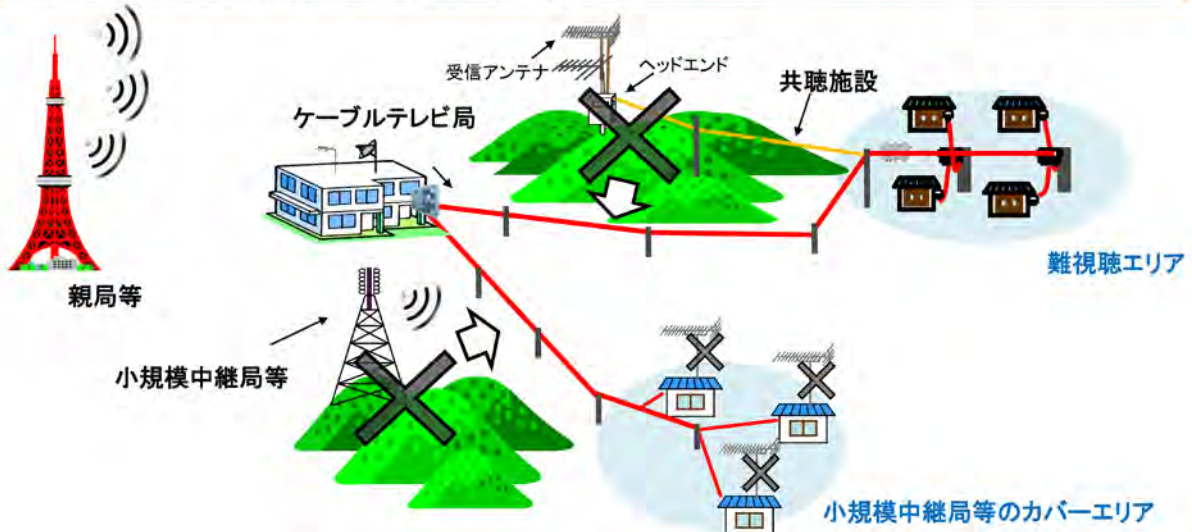
JCA 2030 Cable Vision Japan Cable and Telecommunications Association Confidential and Restricted

【出典】「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」第17回会合(令和5年5月12日)資料17-2(一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟提出資料) スライド11

図表 1-4 小規模中継局等の維持が困難なエリアへの対応等

ケーブルテレビによる辺地共聴施設の巻き取りと小規模中継局等の代替イメージ

- 辺地共聴施設は、山間部など地形等の問題により電波が届かないエリア(難視聴地域)において、住民組合が共同で受信点(アンテナ)・伝送路等を整備し、地デジの視聴環境を確保するためのもの。※約1.5万施設(推計)
- 地上デジタル放送への移行に伴い、約10年前に多くの施設が整備されたが、設備の老朽化、組合員数の減少等により施設の維持・運営が困難になってきている。
- また、地上波の小規模中継局等の設備更新が地上放送事業者にとり大きな負担となっており、経営の選択肢の一つとして、ケーブルテレビがその代替的役割を担うことも考えられる。



図表 1-5 ケーブルテレビによる辺地共聴施設の巻き取りと小規模中継局等の代替イメージ

(2) 今後の方向性

ケーブルテレビは、その高い普及率を活かして、小規模中継局等や辺地共聴施設の代替（巻取り）先や公設ケーブルテレビ施設の移行先として、地域における放送の送受信環境の担い手としての役割が期待される。

他方、その役割が十分に機能するためには、代替や移行に係るニーズの所在や見込まれる整備等費用、また、地上基幹放送の責務（「あまねく受信」）との関係など、運用上の課題、制度的な課題など整理すべき点があるものと考えられる。特に、代替や移行を進めるに当たっての、プロセスや業務フローなどについて整理し、円滑な代替や移行が進むような指針（ガイドライン）の策定に取り組む必要がある。そこで、これらの課題についてより具体的に継続して検討を進めることとする。なお、制度的な課題を検討する場合には、地域における放送の送受信環境の維持の担い手としての重要性もさることながら、ケーブルテレビ事業者ごとに異なる規模・業態等にも留意する必要がある。

このほか、施設の更新に課題を抱える辺地共聴施設、公設ケーブルテレビ施設について、採算性や費用負担の問題から支援がなければケーブルテレビエリア化や更新が進まない辺地共聴施設、公設ケーブルテレビ施設の民設移行が進まない地域も存在するところ、総務省においては、施設を運営する共聴組合や地方自治体等の要望も踏まえながら、災害時における住民への安定的な情報提供を確保する観点から、辺地共聴施設の更新における財政的支援について検討するとともに、維持管理・更新について相談する窓口を設置するなど住民が放送を継続して受信することができるように支援を進めるべきである。更に、公設ケーブルテレビ施設の円滑な民設移行が進むよう支援の在り方を検討すべきである。

また、高築年数の集合住宅における放送受信環境の維持に関しては、伝送路のラストワンマイルにおいてローカル5Gを活用することで、住宅内の設備の工事を不要とすることができ、効率的に放送を受信する環境を確保することが可能であるところ、ローカル5Gを活用した放送についても、総務省において技術的な検証や研究開発を行い、実用化に向けた検討を進めるべきである。

第2章 放送用の周波数の有効利用

放送が今後もその社会的役割に対する視聴者の期待に応えていく上では、放送用の周波数の有効活用を図ることも重要となる。

本章では、「高度地上デジタルテレビジョン放送方式」の検証に利用されてきた放送大学の地上放送跡地の周波数帯³や未使用の帯域が多く存在している衛星放送の左旋帯域の今後の有効活用について検討を行った。

1. 放送大学の地上放送跡地の周波数帯

(1) 現状と課題

総務省では、4K・8K衛星放送で実現している超高精細度テレビジョン放送を地上デジタルテレビジョン放送でも実現可能とするため、2019年（令和元年）6月に情報通信審議会に「放送システムに関する技術的条件」を諮問し、情報通信技術分科会放送システム委員会における検討を経て、2023年（令和5年）7月に「高度地上デジタルテレビジョン放送方式」として映像符号化方式や伝送路符号化方式などの技術的条件についての答申を受けたところである。

この地上デジタル放送の高度化方式は、①地上デジタルテレビジョン放送方式、超高精細度テレビジョン放送に係る衛星デジタル放送方式及び超高精細度テレビジョン放送システム等の高画質化に係る技術的条件を踏まえており、②将来の技術動向等を考慮し、実現可能な技術を採用するとともに、拡張性を有し、③超高精細度テレビジョン放送の高画質サービス、多機能及び多様で柔軟なサービスを実現でき、④他のデジタル放送メディアとの整合性を確保するとともに、通信との連携による新たなサービスにも対応できるものとなっている。

この地上デジタル放送方式の高度化の検討に当たっては、2018年（平成30年）9月に終了した放送大学の地上デジタルテレビジョン放送跡地等の周波数帯を利用して実証を実施しており、今後、実証終了後の跡地の周波数帯の有効活用が課題となる。

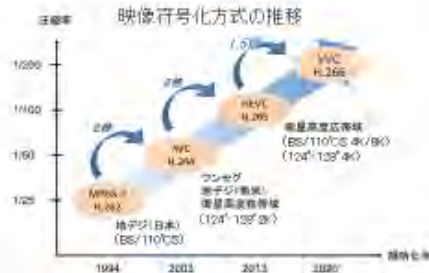
³ 放送大学が2018年（平成30年）9月末まで関東地方の一部地域を対象に地上テレビ放送を実施していた周波数帯であり、「放送用周波数の活用方策に関する取りまとめ（放送大学の地上放送跡地及びV-Low帯域）」（2022年（令和4年）3月放送用周波数の活用方策に関する検討分科会（分科会長：伊東 晋 東京理科大学 名誉教授））において「今後も、放送技術の高度化の実験・実証での利用を優先することを原則」とすることとされていたもの。地上デジタル放送方式の高度化に係る実証は2024年（令和6年）中に終了予定。

放送システム委員会報告概要
～高度地上デジタルテレビジョン放送方式の特徴～

新たな放送方式においては、高圧縮映像符号化方式や高効率な伝送路符号化方式を用いることにより、現在の地上デジタル放送と同等の約6MHz幅で4K放送を放送可能。

映像符号化方式

2020年に規格化された映像符号化方式であるVVCを用いることで圧縮効率を向上（現在の地で用いられているMPEG-2は、1994年に規格化）



伝送路符号化方式

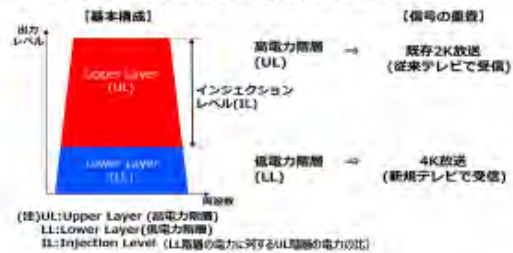
① 地上放送高度化方式

変調方式の改善や、ガードバンドの削減により利用可能な帯域幅を増加させる等により、伝送容量を約1.7倍に向上。



② 階層分割多重(LDM)方式

同一チャンネルにレベル差のある地デジと高度化放送の信号を重ねて送信し、受信側で各々を取り出す方式。



図表 2 - 1 情報通信審議会情報通信技術分科会放送システム委員会報告概要

放送用周波数を有効活用する技術方策に関する調査検討（令和元年度～4年度）

概要

- 放送サービスの高度化やホワイトスペースの一層の利用拡大など、放送の未来像を見据えた放送用周波数の更なる有効活用に向けた技術方策と、技術的条件の在り方について検討を実施し、地上放送用周波数の逼迫状況を解消するとともに、新たな放送サービスの導入実現を図るもの。

【実施内容】

① 効率的な周波数利用の実現

- ア 地上テレビジョン放送用周波数の利用状況の調査
- イ 放送用周波数の技術動向の調査
- ウ 放送用周波数の技術基準の在り方の調査
- エ 新たな放送サービス実現のための周波数資源の獲得方策調査
- オ 実フィールドでの検証（※）

② 新たな放送サービスの実現

- ア 地上4Kなどの超高精細度テレビジョン放送サービスの技術動向の調査
- イ 超高精細度テレビジョン放送の実現に向けた技術方策の調査
- ウ 通信・放送融合サービスの実現に向けた技術方策の調査
- エ 新たな放送サービスの導入に伴う現行放送への影響調査
- オ 新たな放送サービスの実現に必要な技術基準の在り方調査
- カ 実フィールドでの検証（※）

（※）放送大学の地上放送跡地等を利用して検証を実施

「放送用周波数の活用方策に関する取りまとめ（放送大学の地上放送跡地及びV-Low帯域）」（2022年3月放送用周波数の活用方策に関する検討分科会（分科会長：伊東 晋 東京理科大学 名誉教授）において、放送大学の地上放送跡地については、「今後も、放送技術の高度化の実験・実証での利用を優先することを原則」とすることとされた。

図表 2 - 2 放送用周波数を有効活用する技術方策に関する調査検討概要

(2) 今後の方向性

地上デジタル放送方式の高度化に係る実証で利用した放送大学の地上放送跡地の周波数帯については、周波数の有効利用の観点から、総務省において利用ニーズの調査を経て利用者の選定を適切に進めるなど、早急に活用に向けた手続を進めることが適当である。

また、この周波数帯を利用した実証の成果である「高度地上デジタルテレビジョン放送方式」は、インターネットとの連携が容易にできる技術が含まれており、映像と音声以外も高度化が図られたものとなっている。総務省においては、高度化方式の放送ネットワークの構築に関する技術検証に取り組んでおり、その具体的な実装方式等について、放送事業者の経営の選択肢となるように取り組むべきである。

2. 衛星放送の左旋帯域

(1) 現状と課題

現在、衛星放送の左旋帯域は、BS放送4番組、東経110度CS放送8番組の計12番組の4K・8K放送に活用されている。左旋帯域は、4K・8K放送の開始に伴い新たに開放され、2018年（平成30年）から本放送が開始されている帯域である。

左旋帯域の番組を視聴するためには、受信アンテナの交換や宅内・棟内の伝送設備の改修が必要となる場合が多く、当該帯域における放送を普及する上で受信環境の整備が課題となっている。左旋帯域において放送事業者が新たに4K・8K放送を展開するのも厳しい状況が続いており、実際に2019年（平成31年）にBS右旋帯域の新規参入等の公募に併せてBS左旋帯域及び東経110度CS左旋帯域における公募を行った際には、BS左旋帯域及び東経110度CS左旋帯域への参入希望者はいなかった。

こうした背景もあり、左旋帯域においては、未使用の帯域が多く存在しており、十分に活用されているとは言えない状況である。また、左旋帯域は4K・8K放送で使用することが基本とされているところ、他の新たなサービスで活用する可能性も含めて検討する必要があるといった指摘もあり⁴、これら未使用の帯域の有効活用が課題となっている。

⁴ 衛星放送の未来像に関するワーキンググループ（主査：伊東 晋 東京理科大学名誉教授）報告書（2021年（令和3年）10月29日）

BS放送（左旋）のテレビ番組のチャンネル配列図									
放送帯	2ch(11.74666GHz)		4ch(11.78502GHz)		6ch(11.82338GHz)		8ch(11.86174GHz)		
	未使用		未使用		未使用		SCサテライト放送 シヨップチャンネル 4K シヨッピング【無料】	QVC サテライト 4K QVC シヨッピング【無料】	(*)
スロット数	(120)		(120)		(120)		(40)	(40)	(40)
放送帯	10ch(11.90010GHz)		12ch(11.93846GHz)		14ch(11.97682GHz)		16ch(12.01518GHz)		
	未使用		WOWOW WOWOW 4K 総合放送	(*)	(*)	日本放送協会 NHK BS8K	未使用		
スロット数	(120)		(40)	(40)	(40)	(120)	(120)		
放送帯	18ch(12.05354GHz)		20ch(12.09190GHz)		22ch(12.13026GHz)				
	未使用		未使用		未使用				
スロット数	(120)		(120)		(120)				

注:BS放送(左旋)のテレビ番組は4K(NHKは8K)。
(*)現在、空き帯域となっている。

放送開始済みの放送番組数(令和5年1月1日現在)	
8K1番組 4K3番組	合計4番組

図表 2-3 BS放送（左旋）のテレビ番組のチャンネル配列図

東経110度CS放送（左旋）のテレビ番組のチャンネル配列図										
放送帯	ND25(12.231GHz)		ND1(12.271GHz)		ND3(12.311GHz)		ND5(12.351GHz)		ND7(12.391GHz)	
	未使用		未使用		未使用		未使用		未使用	
スロット数	(120)		(120)		(120)		(120)		(120)	
放送帯	ND9(12.431GHz)		ND11(12.471GHz)		ND13(12.511GHz)		ND15(12.551GHz)		ND17(12.591GHz)	
	スカパー・エンターテインメント J SPORTS 1 (4K) スポーツ	スカパー・エンターテインメント J SPORTS 2 (4K) スポーツ	スカパー・エンターテインメント J SPORTS 3 (4K) スポーツ	スカパー・エンターテインメント J SPORTS 4 (4K) スポーツ	未使用		未使用		未使用	
スロット数	(60)	(60)	(60)	(60)	(120)		(120)		(120)	
放送帯	ND19(12.631GHz)		ND21(12.671GHz)		ND23(12.711GHz)					
	スターチャンネル 4K 映画	スカチャン1 4K 総合放送【無料】	スカチャン2 4K 総合放送【無料】	(*)	日本映画+時代劇 4K 総合放送	(*)				
スロット数	(60)	(60)	(60)	(60)	(60)	(60)				

注:東経110度CS放送(左旋)のテレビ番組は4K。
(*)現在、空き帯域となっている。

放送番組数(令和5年1月1日現在)	
4K3番組	合計3番組

図表 2-4 東経110度CS放送（左旋）のテレビ番組のチャンネル配列図

(2) 今後の方向性

衛星放送の左旋帯域は4K・8K放送で使用することが基本とされているが、当該帯域を使用した放送が開始された2018年（平成30年）以降、未使用の帯域が存在し続けていることを踏まえ、周波数の有効活用の観点から、他のサービスでの活用も検討すべきである。

この点、衛星放送は、特に離島を多く抱える地域や中山間地域、受信障害地域といった地域における放送の受信環境の維持・確保の上で、有効な手段となり得るものであり、衛星放送のハード事業者からも、条件不利地域における地上波の代替としての衛星活用策が提案されている⁵。

そこで、総務省において、条件不利地域における地上波を代替する手段としての左旋帯域の活用の可能性や有効性、経済合理性について検証するとともに、ブロードバンド代替やケーブルテレビによる巻取り等の代替手段も含めた横断的な検討を行うべきである。

⁵ 詳細は、本検討会第16回会合 資料16-3（株式会社放送衛星システム提出資料）及び資料16-4（スカパーJ S A T株式会社提出資料）を参照。

第3章 放送の真実性・信頼性の確保

情報空間においてインフォメーション・ヘルスを確保していく観点から放送の役割に対する期待が増している中で、放送がその役割を果たしていくためには、放送の真実性・信頼性を確保し続けていくことが必要となる。

本章では、放送の真実性・信頼性を確保するための仕組みの時代に即したアップデートについて検討を行った。

1. 現状と課題

デジタル時代において、放送を取り巻く環境は、インターネット動画配信サービスの伸長等による若者を中心とした「テレビ離れ」など、大きく変化し、情報空間はインターネットを含めて放送以外にも広がっている。他方、インターネット空間では、人々の関心や注目の獲得ばかりが経済的な価値を持つアテンションエコノミー⁶が形成され、フィルターバブル⁷やエコーチェンバー⁸、フェイクニュースといった問題も顕在化している。その中で、第1次取りまとめで述べたように、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る自由」の保障、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送の価値は、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルス（情動的健康）の確保の点で、むしろこのデジタル時代においてこそ、その役割に対する期待が増している。

アテンションエコノミーにおける人々の関心・注目の獲得競争、「タイムパフォーマンス」という言葉に象徴されるような費やす時間に対する効果・満足度を重視する傾向は、フィルターバブルやエコーチェンバーといった、自分の興味・関心に基づく情報や自分の意見と似た意見に閉じ込められる、いわば「情報の偏食」とも言える状況を加速させている。しかしながら、摂取する情報に偏りが生ずることは、バランスの取れた自己決定の妨げとなり、民主主義にとってのリスクをも生じさせかねない。

このようなアテンションエコノミーによりもたらされるリスクやインターネット上における偽情報・誤情報⁹が課題となる中で、インフォメーション・ヘルスを確保していくためには、プラットフォームのコンテンツモデレーションや偽情報・誤情報対策を実施するだけでなく、信頼性の高い情報に触れる機会を増やすことが重要である。この点において放送の役割に対する期待は増しており、放送がその役割を果たし

⁶ 人々の関心や注目の度合いが経済的価値を持つという概念。

⁷ アルゴリズムがネット利用者個人の検索履歴やクリック履歴を分析し学習することで、個々のユーザにとっては望むと望まざるとにかかわらず見たい情報が優先的に表示され、利用者の観点に合わない情報からは隔離され、自身の考え方や価値観の「バブル（泡）」の中に孤立するという情報環境。

⁸ ソーシャルメディアを利用する際、自分と似た興味関心をもつユーザをフォローする結果、意見をSNSで発信すると自分と似た意見が返ってくるという状況を、閉じた小部屋で音が反響する物理現象にたとえたもの。

⁹ 例えば、AI戦略会議「AIに関する暫定的な論点整理」（2023年（令和5年）5月26日）においては「生成AIによって、本物と見分けがつかないような情報を誰でも作ることができるようになり、悪意をもった人が簡単に偽情報を作ることができるようになった。すなわち、AIは偽情報による工作を「民主化」したものである。そのため、AIが生成した偽情報・誤情報・偏向情報が、民主主義に不当に介入するなど、社会を不安定化・混乱させるリスクが高まっている。」と指摘されている。

ていくためには、放送の真実性・信頼性を確保し続けていくことが必要となる。

情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルスを確保していく観点から、放送に期待される役割が十分に果たされるようにするためには、放送コンテンツの制作・流通を促進すること（サステナビリティ）や放送コンテンツが人々の目に触れやすくすること（プロミネンス）、それらに値する「実体」を放送事業者の自主性・自律性を担保しながら備えていくことが必要となるとともに、放送コンテンツが第三者によって改ざんされ、拡散することを防ぐための対策も必要となる。

また、昨今では放送された情報がSNSやインターネット動画投稿サイトに無断で転載され、インターネット上で拡散されることによって、真実でない事項を放送したことによる権利侵害がより大きくなり、回復が困難になる傾向にある。

放送の真実性・信頼性の確保に関しては、放送法第9条が訂正放送・取消し放送（以下「訂正放送等」という。）の制度¹⁰を定めている。この制度は、放送の真実性を保障する手続を定めることにより、より一層、放送に対する信頼性を高めるとともに、併せて、司法手続によることなく、より簡易、迅速に被害者の権利を救済するためのものであり、真実でない事項の放送により権利の侵害を受けた本人等からの請求による訂正放送等の制度（同条第1項）¹¹と放送事業者が自ら真実でない事項を発見したときの訂正放送等の制度（同条第2項）がそれぞれ定められている。なお、表現の自由の確保の観点から、調査結果に基づく訂正放送等は、放送事業者が自律的に行うものとされている¹²。

他方、本検討会の構成員からは、直近でも視聴者の誤認を招く報道番組の放送例があったことなども踏まえて、放送法第9条第2項による訂正放送等の制度だけでなく、同条第1項による訂正放送等の制度も活用されるように、周知やアクセスしやすくするための取組が必要であり、放送事業者の自主性・自律性を原則とした上で、視聴者にとって、訂正放送制度に対するアクセスをより容易にする観点から、訂正放送等の具体的内容やプロセスのグッドプラクティスを共有するなどの取組も重要ではないかといった指摘があった。

¹⁰ 訂正放送制度 (https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/hoso_seido/index.html)

¹¹ 真実でない放送によって、権利侵害（名誉毀損、信用失墜等の権利侵害）を受けた本人又は直接関係人（配偶者、直系親族、兄弟姉妹等）は、その放送を行った放送事業者に訂正又は取消しの放送を請求することができ（放送後3か月以内）、放送事業者は、調査の結果、その放送が真実でないことが判明した場合には、訂正又は取消しの放送を行うこととされている。

¹² 最高裁平成16年11月25日第一小法廷判決参照

訂正放送・取消放送について

放送法では、放送の真実性の確保及び被害者の救済を図る観点から、訂正・取消放送制度が設けられるとともに、被害者による番組内容の確認、放送番組審議機関の資料として、放送番組の保存を義務づけている。

1 訂正・取消放送制度

概要

- ・ 真実でない事項を放送したという理由によって、権利の侵害を受けた本人又はその直接関係人は、放送の日から3ヶ月以内に、その放送を行った放送事業者に対して、**訂正又は取消の放送を請求**することができる。
- ・ 請求を受けた放送事業者は、**遅滞なく調査し、真実でないことが判明した場合、訂正又は取消の放送をしなければならない**

(放送法第9条第1項)

- ・ 放送事業者がその放送について**真実でない事項を発見したときも同様**とする。

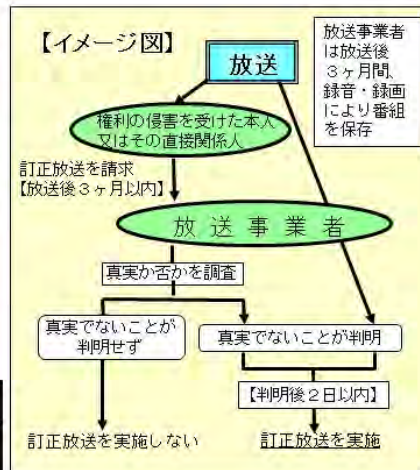
(放送法第9条第2項)

- ・ 第9条第1項による訂正・取消放送の実施状況は、放送番組審議機関に報告しなければならない。

(放送法第6条第5項)

実施状況 ※第9条第1項の規定に基づく訂正放送の実施状況。()内は、請求件数。

年度	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
実施件数	2 (2)	3 (3)	5 (6)	3 (3)	6 (6)	5 (6)	2 (3)	1 (1)	2 (2)	1 (1)



2 放送番組の保存

審議機関又は訂正放送の関係者(被害者など)が視聴その他の方法により確認できるよう、原則として放送後3ヶ月間は放送番組を保存する義務(放送法第10条)

図表 3-1 訂正放送等の概要

2. 今後の方向性

放送の真実性・信頼性の確保については、現在、各放送事業者が、その放送番組の制作・編集に当たり、自らの責任において実施しており、視聴者から問題を指摘された場合等は、自主的に、独立した第三者の立場から対応し、正確な放送と放送倫理の高揚に寄与することを目的として、BPO(放送倫理・番組向上機構)が活動しているところである。放送事業者においては、引き続き、自主的・自律的に、放送番組の信頼性向上を図っていくことが重要である。

他方、放送法においては、真実でない事項の放送により、権利の侵害を受けた本人等からの請求による訂正放送等の制度が設けられており、今般の議論の過程では、現状と課題に示したとおり、この訂正放送等の制度があまり活用されていないのではないかなど様々な課題の指摘があったところである。当該制度の運用においては、視聴者保護の観点から、手続き等の透明化・具体化に向けた不断の取組が重要であることは言うまでもなく、総務省においては、放送事業者の自主性・自律性に配慮しつつ、放送事業者に対し、手続き等の透明化・具体化に資するグッドプラクティスの具体例を示すとともに、こうした取組の積極的な推進を要請していくことが適当と考えられる。

また、インターネットを含めた放送コンテンツの流通の信頼性向上も重要である。現在、インターネット上の発信元組織の基本情報やその信頼性に資する情報を流通させることを可能とする技術として、オリジネーター・プロファイル技術研究組合が「オリジネーター・プロファイル技術」の開発を進めており、これに新聞社等が業界横断的に参画している。このような技術は、放送コンテンツが第三者によって改ざんされ、

拡散することを防ぐ観点から、放送コンテンツの流通の信頼性向上にも役立つ可能性があり、放送コンテンツの流通においても注目に値する動きであると考えられる¹³。

なお、以上に述べたような情報の「送り手」側の取組のみならず、情報の「受け手」側のリテラシーを高めていくことも重要である点に留意する必要もある。

オリジネーター・プロファイル技術研究組合 概要

目的

信頼できる情報がインターネット上で流通される仕組みに寄与し、人々の耳目だけを集めることを狙った「アテンション・エコノミー」を抑制し、良質なジャーナリズムを支え、インターネット利用者のメディア・リテラシーを高めることを目指して、インターネット上のサイト、ページ、コンテンツ、広告などについて、発信元組織の基本情報やその信頼性に資する情報を開示する技術である「オリジネーター・プロファイル (Originator Profile=OP)」を実装するための研究・開発を行う。OPは、人々の耳目だけを集めることを狙った「アテンション・エコノミー」や、特定事業者の寡占による競争阻害の抑制を視野に、健全なデジタル情報空間の実現を期待するステークホルダーの役割分担によって情報流通の信頼性を高める仕組みであり、また関連する研究開発は内閣官房デジタル市場競争本部や賛同する産学官が推進する「Trusted Web推進協議会」等が標榜するトラストの在り方とも大きく関連する取組である。こうした目的や背景を踏まえ、その実現のため、次に掲げる事業を行う。

- ① OPの実用化と実装に向けた研究・開発
- ② OPを活用したデジタル広告取引の研究・開発とその実用化
- ③ OPを実装したコンテンツの共通流通方式の研究・開発とその実用化
- ④ OPの実用化に向けた業界標準の策定と社会実装に向けた普及活動
- ⑤ OPの開発にまつわるすべての試験研究の成果のとりまとめとその管理
- ⑥ OPの国際標準化に向けた活動ならびにそれを実現するための交渉活動
- ⑦ 前各号の事業に附帯するすべての事業

所在地 東京都千代田区大手町1-7-1

設立 2022年12月

理事長 村井純

組合員

朝日新聞社、WebDINO Japan、ADKマーケティング・ソリューションズ、佐賀新聞社、産経新聞社、ジャパントイムズ、スマートニュース、中日新聞社、電通、日本電信電話 (NTT)、日本テレビ放送網、News Corp、博報堂DYメディアパートナーズ、ビデオリサーチ、フジテレビジョン、fluct、毎日新聞社、Momentum、ヤフー、読売新聞社、ほか個人会員 (50音順、2023年3月17日現在)

準会員

慶應義塾大学サイバー文明研究センター

【出典】「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」第18回会合 (令和5年5月19日)
資料18-2 (オリジネーター・プロファイル (OP) 技術研究組合提出資料) スライド10

Originator Profile CIP

図表 3-2 オリジネーター・プロファイル技術研究組合の概要

¹³ 放送事業者としては、日本テレビ放送網株式会社と株式会社フジテレビジョンが参画中 (2023年 (令和5年) 6月時点)

第4章 民間放送事業者の情報開示の在り方

放送事業者が地域情報をしっかりと発信し、民主主義の基盤としての役割や地域の文化・産業の維持・発展に向けた役割を継続的に果たしていく上では、経営基盤を強化し、地域における放送番組の質を高めていくことが必要となる。

本章では、規制改革実施計画において放送事業者のコーポレートガバナンスの強化について検討することとされていることも踏まえて、情報開示、コーポレートガバナンスの強化等にどのように取り組むべきかについて検討を行った。

1. 現状と課題

放送は、第1次取りまとめで述べたように、国民の「知る自由」を保障し、健全な民主主義の発達に貢献しながら、災害情報や地域情報等の「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった社会基盤としての役割を果たしてきた。その上で、放送事業者、とりわけローカル局には、地域情報をしっかりと発信し、民主主義の基盤としての役割や地域の文化・産業の維持・発展に向けた役割を果たすことが期待されている。

このような社会的役割を放送事業者が継続的に果たしていく上では、その経営基盤を強化し、地域における放送番組の質を高めていくことが必要となる。この点、規制改革実施計画（2023年（令和5年）6月16日閣議決定）においては、放送事業者が社会的な役割と責任を負っていることに鑑み、地域における放送番組の質を高められるよう、番組制作力の維持・向上のための人材戦略や経営戦略の策定の態勢等も含めたコーポレートガバナンスの強化について検討することとされている。

コーポレートガバナンスとは、一般に「会社が、株主をはじめ顧客・従業員・地域社会等の立場を踏まえた上で、透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定を行うための仕組み」を意味している¹⁴。また、株式会社東京証券取引所が策定した上場企業を対象とするコーポレートガバナンス・コード（2021年（令和3年）6月11日）においては、会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目的として、基本原則として、株主の権利・平等性の確保、株主以外のステークホルダーとの適切な協働、適切な情報開示と透明性の確保、取締役会等の責務、株主との対話が位置付けられている。

地域における放送番組の質を高めていく上で重要な経営基盤に関し、地上基幹放送事業者は、5年ごとの再免許申請において、地上基幹放送の業務を維持するに足りる経理的基礎があること（無線設備の工事費の妥当性及び資金調達の確実性、事業計画及び事業収支見積りの妥当性、免許期間5年間を通じての経理的基礎があるか）を含む審査基準に適合しているかどうかについて総務省の審査を受けている。

更に、非上場会社を含む民間放送事業者は、自主的な取組として、一般社団法人日本民間放送連盟（民放連）が毎年編集・発行している「日本民間放送年鑑」において、

¹⁴ 株式会社東京証券取引所「コーポレートガバナンス・コード」（2021年（令和3年）6月11日）
(<https://www.jpx.co.jp/equities/listing/cg/tvdivq0000008jdy-att/nlsgeu000005lnul.pdf>)

会社概要（資本構成、主要株主、主要取引銀行、関連事業、役員、番組審議会委員、役職員数、新規採用者数、組合、主要事績、主要制作番組、自己検証番組、貸借対照表、損益計算書等）を開示している。

また、民放連は、専門委員会、研究所及び編集広報部の具体的な取組を整理した上で、「民間放送の価値を最大限に高め、社会に伝える施策」（2022年（令和4年）9月15日）として公表するなど、経営基盤の強化に資する取組を継続している。

こうした中で、適切な情報開示は、株主その他のステークホルダーとの協働だけではなく、放送事業者が目指す姿とのギャップを自己認識する上でも有益であるという意見や、放送事業者は、地域情報をしっかりと発信し、民主主義の基盤としての役割や地域の文化・産業の維持・発展に向けた役割を果たしていくという観点から、一般的な上場会社と同じ物差しでは測れない価値を有しており、例えば、人材戦略・経営戦略を策定することを含めて、その価値を発揮するための取組を進めることが期待されるという意見もあった。



図表 4-1 日本民間放送年鑑における会社概要の掲載例

2. 今後の方向性

民間放送事業者にとっては、非上場会社が少なくなく、一律に株式会社東京証券取引所のコーポレートガバナンス・コードの対象となるわけではないが、その社会的役割に鑑み、各放送事業者・地域の事情を勘案しつつ、自主的に経営の透明性を高めていくことは重要である。その上で、各放送事業者が積極的に果たそうとしている社会的役割を明らかにするとともに、そのために必要な財源・体制を自主的に開示することなどを通じて、その存立の基盤である地域社会の理解を得つつ、経営基盤の強化を

図り、社会的な付託に応えていくことが期待される。

「日本民間放送年鑑」において、非上場会社である民間放送事業者が会社概要を自主的に開示していることは一定の評価をすべきである。ただし、この開示方法は、ローカル局を始めとした民間放送事業者が果たす社会的役割の持続可能性に関心のある一般の視聴者・住民等に必ずしも行き届いているものではなく、また、経営基盤強化の前提となる財務分析に必ずしも適した形式になっていないといった観点から、更なる工夫を期待したい。

放送事業者は、地域情報の発信主体としての持続可能性という観点から、発信する地域情報の向上に資する情報や、人的資本や地域社会への貢献といった放送事業者ならではの役割との関係で指標とすべき情報を検討し、活用していくことも考えられる。このような取組により、放送事業者の努力を地域社会に伝えることができ、社会的な評価に結び付くことも考えられる。なお、地域社会への貢献に関する放送事業者ならではの役割としては、災害情報や地域情報等の社会の基盤となる情報の共有だけでなく、地域の歴史・文化の証人として、コンテンツをアーカイブとして残し、次世代以降に伝えていくことも含まれ得る。また、放送による広告収入が減少している中で、インターネット配信による収入、地域のステークホルダーとの協働等による収入確保といった業務改革に取り組むことや以上に述べた取組についてのベストプラクティスを共有することも有益であると考えられる。

なお、放送事業者において地方公共団体から出資・委託等を受ける場合があり、利益相反関係が課題になり得るのではないかとの意見もあった。他方、行政を含むいかなる第三者からも独立し、自主的・自律的な姿勢を堅持して地域住民の知る権利に応えるという報道機関としての役割が重要であることは、論を俟たず、地方公共団体に対する健全な批判を含めて公正中立な情報発信をしていくべきことは当然であり、引き続きこれに取り組むべきである。

民間放送事業者におけるコーポレートガバナンスの在り方については、上記の認識を踏まえるとともに、放送事業者の自主性・自律性に十分配慮した上で、放送事業者の使命・役割やその持続可能性を確保するために必要な取組内容を整理することが期待される。本検討会においても規制改革実施計画等を踏まえた検討を継続する。

第5章 その他の事項

(AM局のFM転換・FM補完中継局の整備、クリエイターに適正な対価が還元される環境、放送のエコシステム)

1. AM局のFM転換・FM補完中継局の整備

(1) 現状と課題

放送は、災害時における地域住民の生命・財産の安全確保に関わる情報の提供手段として、極めて重要な役割を担っており、特にラジオ放送は、停電時においても情報の入手が可能なメディアとして高い有用性が認識されている。

AMラジオ放送事業者における中継局の整備に当たっては、難聴対策、外国波混信対策、災害対策の観点から、FM方式による補完中継局（以下「FM補完中継局」という。）を整備することが可能となっている。ただし、NHKについては、そのAMラジオ放送の電力が民間放送事業者より大きく、また、FM放送を既に行っていることを踏まえ、親局のAMラジオ放送を補完するFM補完中継局（以下「主たるFM補完中継局」という。）の整備は認められておらず、主に中継局のAMラジオ放送を補完するFM補完中継局（以下「その他のFM補完中継局」という。）に限り整備することが可能となっている。

他方、民間AMラジオ放送事業者の経営状況は厳しく、黒字を確保することが困難な傾向にある。また、AM放送設備の老朽化が深刻になっている中で、設備更新のための費用負担も困難な状況にある。

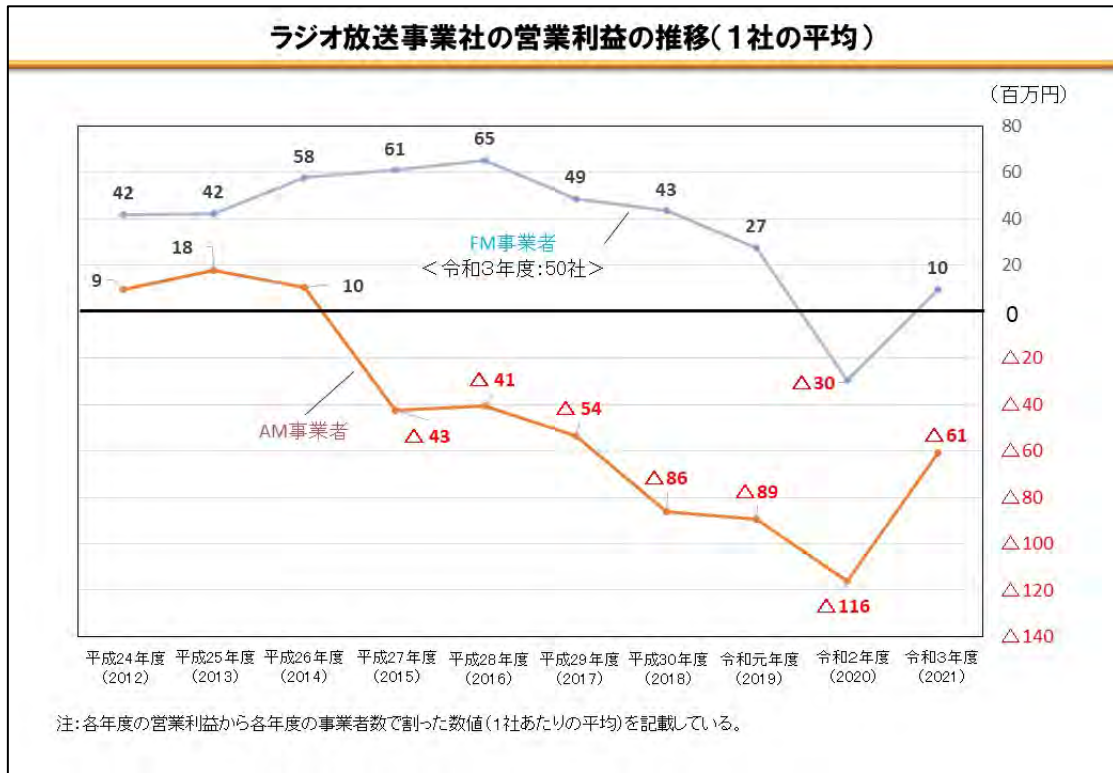
総務省においては、民間AMラジオ放送事業者が、経営判断として親局のAM放送からFM放送への変更（以下「FM転換」という。）又はFM転換を伴わないAM放送を行う中継局の廃止（以下「AM局廃止」という。）を検討するに当たって、その社会的影響、特に聴取者への影響を最小限にする観点から、一定期間のAM局の運用休止を行うことを可能とするため、本年11月に予定されている放送事業者の再免許時に特例措置を設けることとしており、本年3月にその特例措置の内容やその適用を受けるための要件、手続等を示した基本方針¹⁵を公表したところである。これを踏まえ、地上基幹放送局の再免許申請のあった者のうち、中波放送事業者及び中波・テレビジョン放送事業者の計13者からこの特例措置の適用希望申請があった。

この特例措置によりAM局の運用休止を行うに当たっては、運用休止前の世帯・エリアカバー率が最大限維持されるようにするとともに、ラジオ放送を聴取することができなくなる地域において聴取するための代替手段を確保することが課題となる。また、FM補完中継局による放送を受信するためにはワイドFMを聴取することができる受信機が必要となる点も課題となる。

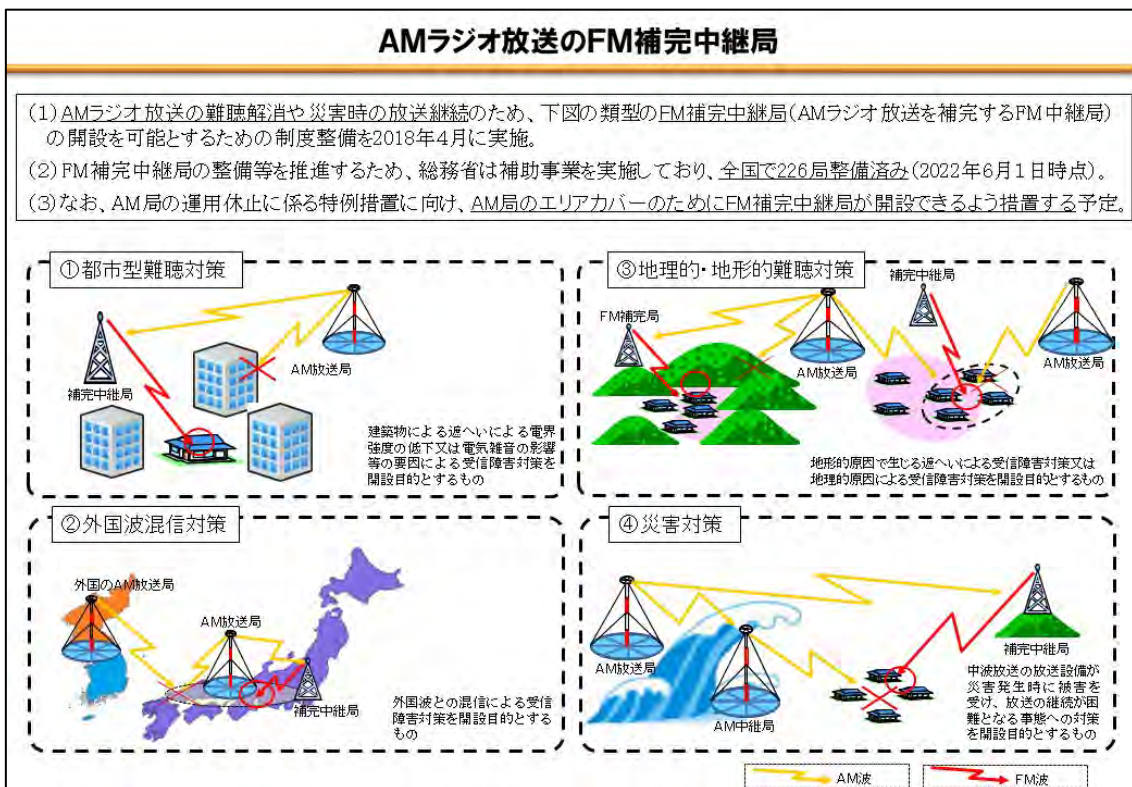
また、民間AMラジオ放送事業者だけでなく、NHKにおいても、例えば、AM親局が津波の浸水想定地区になっている場合であって、その移転が現実的でない場合の

¹⁵ AM局の運用休止に係る特例措置に関する基本方針
(https://www.soumu.go.jp/main_content/000864958.pdf)

ように、主たるFM補完中継局の整備が必要となる場合があり得る。



図表5-1 ラジオ放送事業者の営業利益の推移(1社の平均)



図表5-2 AMラジオ放送のFM補完中継局

(2) 今後の方向性

民間AMラジオ放送事業者の経営の選択肢を増やすとともに、屋内外の様々な場所で被災した場合に備えてAM波だけでなくFM波も含めて様々な伝送手段によりラジオ放送を聴取することができるようにする観点から、FM転換及びAM局廃止に必要な制度整備を速やかに進めることとする。その際には、2023年（令和5年）年11月に予定される放送事業者の再免許時の特例措置によるAM局の運用休止を通じて、その影響を受ける地域の住民・地方公共団体等の認知及び理解や特例措置を適用する放送事業者の経営基盤強化への影響及び効果を検証することとし、その結果を含む特例措置の実証状況を踏まえて、FM転換及びAM局廃止に必要な制度整備その他考慮すべき事項について検討を行うこととする。

民間AMラジオ放送事業者において、FM転換及びAM局廃止を検討するに当たっては、日頃からラジオ放送を聴取している聴取者だけでなく、災害時にラジオ放送を聴取しようとしている聴取者も存在すること、FM補完中継局による放送を受信するためにはワイドFMを聴取することができる受信機が必要となり、今後のV-Low帯域（95MHz～108MHz）の利用を見据えれば当該帯域を受信することができる受信機も必要となることを見込まれること、カーラジオが災害時を含めてラジオ放送を聴取するための重要な手段となっていること、「radiko」や「らじる★らじる」といったラジオ放送のインターネット配信の取組が進展していることなどにも留意した上で、FM転換及びAM局廃止の影響を受ける住民に対して聴取者層や聴取形態を踏まえた十分な周知広報を行うことが前提となる。

NHKによる主たるFM補完中継局の整備については、公共放送としての使命を前提として、災害時にもラジオ放送の継続を可能とする観点から必要となる場合があり得ることにも鑑み、例えば、津波対策のように整備の必要性が十分に認められ、かつ、他に適切な手段がないといった一定の条件下においては、これを認めることが適当である。具体的に割り当てる周波数帯については、民間放送事業者に対する割り当ての状況を踏まえながら検討を行うこととする。

2. クリエイターに適正な対価が還元される環境

(1) 現状と課題

放送コンテンツは、インターネット配信に当たって音楽や実演に関する著作権処理が必要となるところ、我が国においては、著作権等管理事業者による集中管理の仕組みや、2022年（令和4年）1月に施行された改正著作権法等による集中管理されていないレコードや実演の権利処理円滑化措置を通じて、権利処理の円滑化とクリエイターへの対価還元が図られている。

また、コンテンツ制作に係るインセンティブや創意工夫の意欲を持つためには、放送コンテンツ製作取引の適正化や、働き方改革等制作環境の改善等も重要である。

(2) 今後の方向性

今後、放送コンテンツのインターネット配信等のサービスが展開されていくことは、クリエイターに対価を還元する機会が増え、我が国のコンテンツ制作能力を維持・強

化していくことにつながることから、ヒアリングを行った権利者団体からも、歓迎すべきことであると受け止められているが、その前提として、適正な権利処理が行われ、クリエイターに適正な対価が還元される環境を構築するとともに、優れた人材を継続的に確保していく必要がある。

このため、「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」の改訂や周知広報等の措置を通じて、放送コンテンツの製作に係る取引や働き方に関する環境の改善に引き続き取り組むべきである。

NHKにおいても、良質な放送コンテンツを制作するに当たり、多様なクリエイターや番組製作会社と積極的に連携を行い、下請け取引や権利取得の適正化等の環境構築に資するよう、率先した取り組みを行うことが重要である。

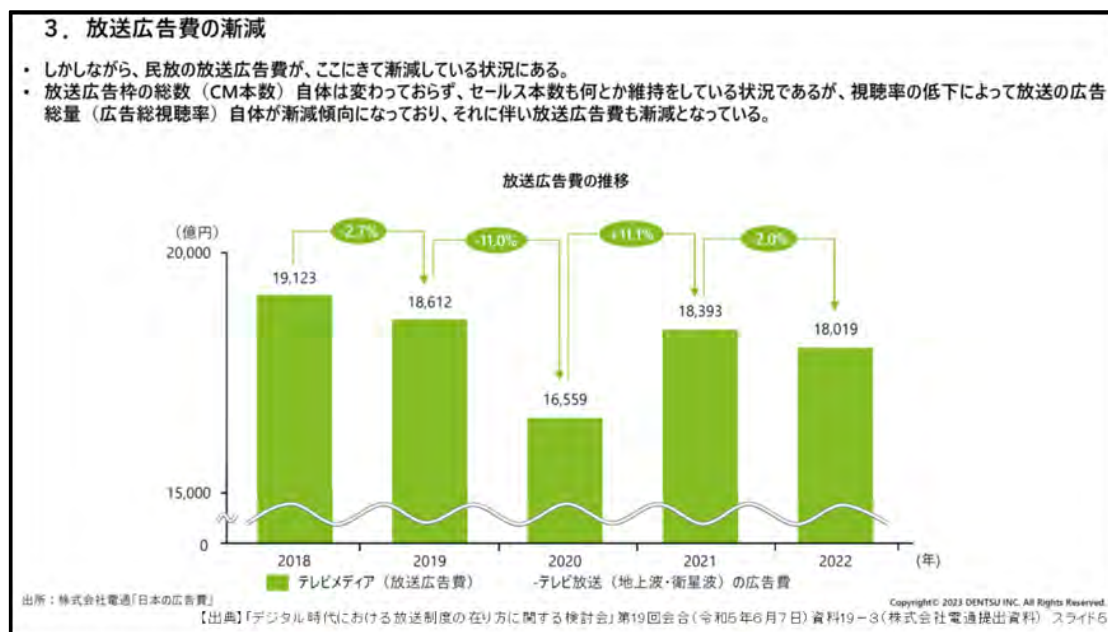
また、ローカル局含めて放送コンテンツの海外展開やインターネット配信等の展開により流通促進が図られることで、ひいてはクリエイターに対する適正な対価の還元が行われる環境が拡大していくことになることから、引き続きこのような展開や流通促進に関する継続的な後押しも重要である。

以上のような課題・取組を含め、デジタル時代における放送コンテンツの制作及び流通の促進に向けた具体的な方策について、「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」において議論され、取りまとめられており、そこで示された内容を踏まえ、総務省、NHK、民間放送事業者など関係者が連携・協力して取り組んでいくことが重要である。

3. 放送のエコシステム

(1) 現状と課題

放送においては、多くの国民・視聴者に同時に同一の情報を提供することができる手段であり、また、民間放送事業者においては、信頼性の高いコンテンツが流通することが担保された環境であるという特徴を活かし、広告を通じて企業価値を高めたい企業からのニーズに応えるとともに、安心して視聴でき、信頼性の高い広告を求める視聴者からのニーズに応えることによって広告料収入を得て、それをもとに更なる番組の質の向上を図るといった好循環のエコシステムが形成されているが、昨今、放送事業者の広告料収入が減少傾向にあるなど、そのエコシステムが揺らぎつつあり、そのことにより番組の質の向上を図ることが困難になりかねない状況にある。



図表 5 - 3 放送広告費の漸減

（2）今後の方向性

信頼性の高いコンテンツが流通する環境があることは、広告を提供する企業にとっても、また、広告を視聴する視聴者にとっても重要であり、そのような環境を維持・強化していくためにも、放送のエコシステムをデジタル時代の変化を踏まえたアップデートしていくことが必要となる。その際には、民間放送事業者が提供するコンテンツについて、視聴データの利用が制限され、その他のコンテンツ配信事業者よりも競争環境が劣位になり、広告主が民間放送事業者を選択しにくくなる環境を改善する必要がある。

その中で、例えば、広告の効果等を検証し、広告主に対して説明責任を果たせるような環境を構築することや、放送コンテンツのインターネット配信を通じて、広告についても放送・通信双方でリーチを確保することなど、放送・通信双方からのアプローチが考えられる中で、今後、昨今の放送を取り巻く環境の変化を踏まえて、視聴者のプライバシー保護の観点に留意しつつ、視聴データの取扱いについても検討を行う必要があると考えられる。

③ 放送×配信の民放広告ビジネス基盤の早期実現

- テレビ広告は、デジタル広告に比べて、データや評価指標が整っていない
 - ・得意先のマーケティングニーズに応えるためには、現行の視聴率データだけでは不十分。
 - ・放送×配信によるトータルでの効果効率を把握できるデータ、評価指標の整備が必要。

→放送×配信の民放広告ビジネスの基盤の早期実現

- ・放送×配信での「統合プランニング」「効果可視化」「高速PDCA」ニーズへの対応には、「クラウド営放」「自動作業システム」「広告管理システム」「効率効果管理システム」などの整備が必要となる。

■テレビ広告出稿で向上させたい効果

1	認知促進	59.2%
2	リーチ拡大	47.3%
3	来店行動	40.7%
4	サイト来訪行動	40.7%
5	オフライン購買行動	36.8%
6	オンライン購買行動	27.6%
7	検索行動	18.4%
8	インストール行動	11.8%
9	その他	10.5%

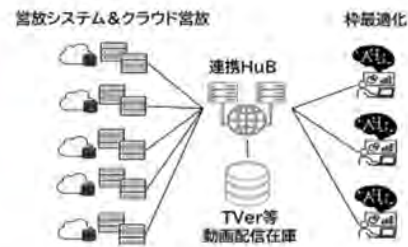
リーチ貢献は変わらず重要

購買に直結する項目
が多数存在

Q. テレビ広告を効果化する際、
最も大切な効果は以下のうち
どれが該当しますか。

情報提供元：DMMアドバタイジング（2022年）

■放送×配信の広告ビジネス基盤(イメージ)



【出典】「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」第1期報告書（令和5年5月12日）資料19-4（株式会社博覧堂DYメディアパートナーズ提出資料）スライド7

図表5-4 放送×配信の広告ビジネス基盤

おわりに

我が国の放送は、受信料収入を経営の基盤とするNHKと、広告収入又は有料放送による料金収入を経営の基盤とする民間放送事業者の二元体制の下、それぞれの特性を活かすことで、全体として視聴者への適切な情報発信が確保されてきた。

まさにこの「デジタル時代」において、様々な課題に向き合いながら、二元体制の確保と情報空間における放送の発展という2つのテーマに応えることが本検討会のミッションだと考えている。

本取りまとめに当たっては、本検討会（親会）では幅広い課題を取り扱い、ワーキンググループ等では特定の課題について更に掘り下げた検討を行うことができた。

今回も構成員だけでなく、多くの関係者に議論への参画をいただいた。特に、「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」では、本検討会として初めてローカル局からプレゼンテーションをいただいた。このような当事者の参画は本検討会としての現状と課題への理解を進めるものであり、あらためて感謝申し上げます。

この1年の間にも放送を取り巻く環境は変化している。例えば、総務省情報通信政策研究所の調査によれば、2022年度（令和4年度）には休日における主なメディアの平均利用時間について初めてインターネットがテレビを上回った。今後も更に大きな変化が待ち受けているかもしれない。

放送が国民に最大限に普及されて、その効用をもたらすことを保障すること（放送法第1条第1号）が放送の規律の原則であることを大前提とし、視聴者・国民の利益を念頭に置いた上で、第1次取りまとめや本取りまとめの提言を踏まえ、前述のような環境変化に放送事業者が柔軟に対応可能なものとなるように、必要な放送制度が時宜を逸することなく整備されていくよう、引き続き注力したい。

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
小規模中継局等のブロードバンド等による代替
に関する作業チーム
2次取りまとめ
(案)

令和5年9月

目次

はじめに	4
第1章 実証エリアにおける受容性の検証.....	6
1. 実証エリアの選定.....	6
2. フィールド調査	8
(1) 地域への説明.....	9
(2) 被験者の募集.....	9
(3) 調査方法.....	10
(4) 調査項目	14
3. 調査結果の分析・評価	16
(1) ミニサテライト局エリア・小規模中継局エリア	16
(2) 辺地共聴施設エリア	37
第2章 放送アプリケーションに関する基礎的調査	41
1. 調査方法	41
(1) 調査の進め方.....	41
(2) 協力ベンダー.....	42
(3) 協力ベンダーにおける検討スコープ	42
2. 調査結果	43
(1) 協力ベンダーによる提案.....	43
(2) A案・B案の分析	45
(3) 放送アプリケーションの費用構造分析を踏まえたコスト試算モデル.....	55
(4) 放送アプリケーションに関する基礎的調査の成果と課題	59
第3章 「仮置きした品質・機能要件」の見直し	61
1. 対応デバイス	61
(1) テレビ.....	61
(2) PC、スマホ	61
2. 確実性.....	61
(1) 伝送信号の構成.....	61
(2) 映像・音声・データの伝送遅延.....	62
(3) 緊急警報信号の遅延.....	62
3. 映像・音声.....	62
(1) 有効走査線数.....	62
(2) 最大入力音声チャンネル.....	62
(3) 映像と音声のタイミング誤差	63
(4) 字幕表示タイミング誤差.....	63
(5) 緊急地震速報（文字スーパーによるもの）	63

4. 権利保護	6 4
(1) サービス提供区域	6 4
(2) 視聴履歴	6 4
5. 利便性	6 4
(1) データ放送	6 4
(2) 電子番組ガイド	6 4
(3) 録画	6 5
(4) 受信機の使用感	6 5
(5) チャンネル切替え時間	6 5

第4章 今後の検討課題と検討の方向性..... 71

1. 1次取りまとめで例示された課題に係る検討状況と今後の検討の方向性	7 1
(1) 著作権等の権利処理	7 1
(2) 地域制御の有無	7 1
(3) 住民理解・受信者対策	7 2
(4) ユーザーアクセシビリティの確保	7 2
(5) デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上	7 3
(6) 放送法との関係等	7 3
2. 実証事業の実施を通じて抽出された検討課題と検討の方向性	7 5

第5章 今後の進め方..... 77

[参考資料]	参考一 1
参考資料 1 フィールド調査において視聴された番組	参考一 2
参考資料 2 放送アプリケーションに関する基礎的調査に係る参考資料	参考一 3
参考資料 3 ネット同時配信等サービスに関する基礎的調査の結果	参考一31

[付録]

はじめに

ブロードバンドインフラの普及やスマートフォン等の端末の多様化等を背景に、デジタル化が社会全体で急速に進展する中、放送の将来像や放送制度の在り方について、中長期的な視点から検討を行うため、総務省において、令和3年11月より、「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」（座長：三友仁志・早稲田大学大学院アジア太平洋研究科教授）（以下「検討会」という。）が開催されてきた。

検討会が令和4年8月5日に公表した「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ」においては、「放送ネットワークインフラの将来像」について、『人口減少や視聴スタイルの変化等、放送を取り巻く環境が急速に変化する中においては、「守りの戦略」として、良質な放送コンテンツを全国の視聴者に届けるため、放送事業者の放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減し、コンテンツ制作に注力できる環境を整備していくことが重要である。』とした上で、コスト負担軽減のための具体的方策のひとつとして、ブロードバンド等による代替が提言されている。

地上テレビジョン放送の放送ネットワークインフラのうち、小規模中継局、ミニサテライト局及び共聴施設（以下「小規模中継局等」という。）については、親局や大規模な中継局に比べてカバーする世帯数が少ないにもかかわらず、その維持に要する世帯当たりの費用が大きいことが日本放送協会（以下「NHK」という。）から示されている¹。すなわち、小規模中継局等の世帯カバー率は全体の5%程度であるが、これらの年間維持経費は約110億円と地上テレビジョン放送設備の年間維持経費の約5割を占めている現状にある。

こうした中、ブロードバンドインフラの普及が全国的に進んでいる²ことを踏まえ、従来からの電波による放送と、ケーブルテレビや光ファイバ等のブロードバンド（以下「ブロードバンド等」という。）による伝送の2つの方法について、両者の提供エリアの突き合わせやコスト比較等の具体的な作業を行いつつ、ブロードバンド等による代替可能性について検討していくべきとの方向性が検討会において示されたことを受け、検討会の下で、令和4年2月より、「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」（主査：伊東晋・東京理科大学名誉教授）（以下「作業チーム」という。）を開催している。

作業チームでは、検討開始以降、電波による放送の代替手段としての検討・判断材料が乏しいIPユニキャスト方式のブロードバンドによる小規模中継局等の代替（以下単に「ブロードバンド代替」又は「BB代替」という。）の可能性等について、小規模中継局等のカバーエリアにおける利用可能性や品質・機能等について議論を行い、同年6月にその結果の取りまとめ（以下「1次取りまとめ」という。）を策定し、意見募集³を経て、同年8月に公表した。

¹ 第2回検討会資料2-4（NHK資料）P48参照。なお、第3回作業チームにおいては、（一社）日本民間放送連盟からも、全国の民放127社の小規模中継局等について、世帯カバー率が極めて小さい（3%弱）にもかかわらず、年間維持費の負担が大きい（約80億円）ことが示された。

² 光ファイバの世帯カバー率は令和3年度末（2021年度末）時点で99.72%（未整備16万世帯）であり（「令和3年度末ブロードバンド基盤整備率調査」の調査結果（令和5年2月28日 総務省））、その整備目標としては、令和9年度末（2027年度末）までに世帯カバー率99.9%を目指すこととされている（「デジタル田園都市国家インフラ整備計画（改訂版）」（令和5年4月25日 総務省））。

³ 意見募集は、検討会取りまとめ案の別添として、令和4年6月29日から同年7月19日までの間、実施した。

1次取りまとめにおいては、ブロードバンド代替について、一定の仮定の下で、比較的受信世帯数の少ない小規模中継局等の代替手段として経済合理性が期待できることを示した。ただし、放送番組を配信するための放送アプリケーション（以下「放送AP」という場合がある。）については、限られた検討期間の中で要件・構成・費用について十分に検討を行うことができず、経済合理性の評価が一部に留まったという点に課題が残った。また、将来的にブロードバンド等による代替を導入する場合の課題として、「住民理解・受信者対策」、「ユーザーアクセシビリティの確保」、「デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上」等を挙げた。

これらの課題等も踏まえ、1次取りまとめ以降の進め方については、『次の段階として、放送の代替手段となりうる既存サービスが存在しないIPユニキャスト方式については、地上テレビジョン放送事業者において、電気通信事業者と連携・協力の上、「モデル地域」や「コストの定量分析」で示されたようなブロードバンド等の代替の候補となりうる特定の地域を対象に、住民の方々の協力を得ながら、放送の代替となることを想定したブロードバンド等による配信を実験的に行うことにより、現実的な代替の可能性についての検証・検討に取り組むことが適当と考える。』とした。

こうした1次取りまとめを踏まえ、作業チームでは、1次取りまとめ以降、ブロードバンド代替の可能性について、実証事業を実施しつつ、令和4年9月から令和5年7月にかけて計8回の会合を開催し、更なる検討を進めてきた。

具体的には、実証事業の実施を通じて視聴者の受容性の検証、放送アプリケーションの構成・費用構造の分析等を行った上で、ブロードバンド代替の可能性について検討を行うために仮置きしていた「品質・機能要件」の見直し、今後の検討課題と検討の方向性について議論を行った。

今般の2次取りまとめは、ブロードバンド代替が実現可能な環境の整備に向け、こうした取組の成果を取りまとめたものである。

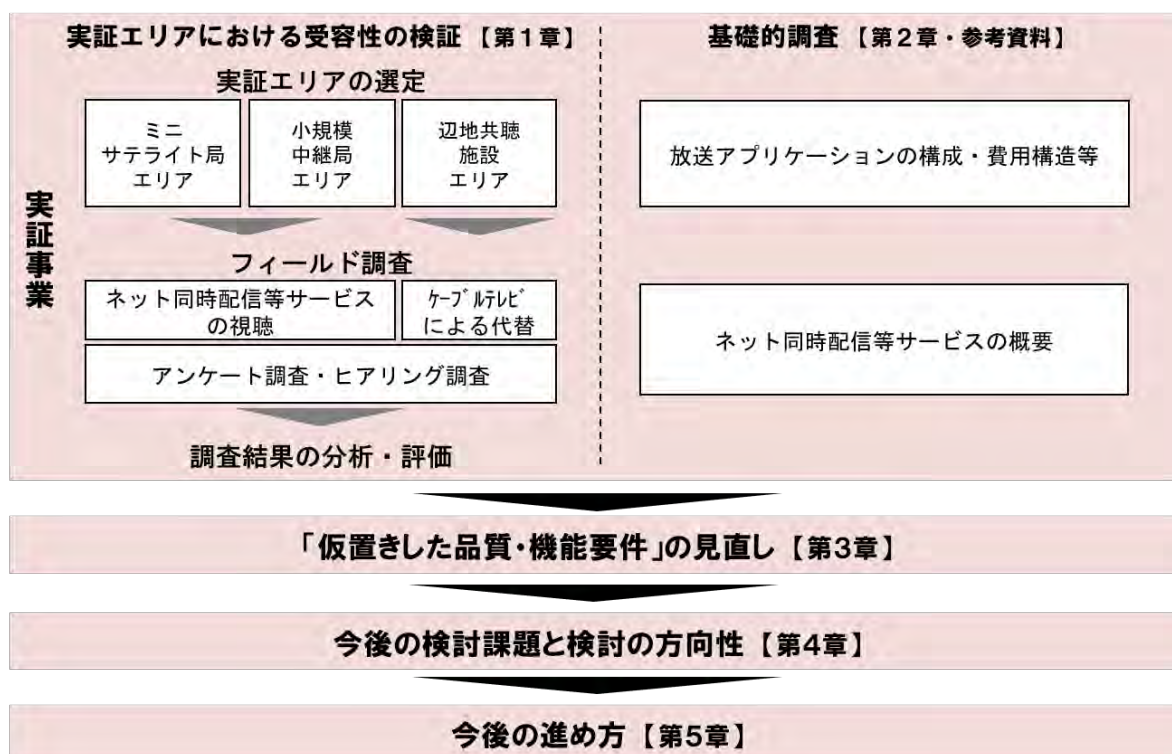


図 2次取りまとめの構成

第1章 実証エリアにおける受容性の検証

実証エリアにおける受容性の検証では、実証エリアとして、ミニサテライト局エリア1ヶ所、小規模中継局エリア1ヶ所及び辺地共聴施設エリア1ヶ所を選定した上で、当該エリアの住民の方々にネット同時配信等サービスを視聴いただく等して、アンケート調査及びヒアリング調査（以下「フィールド調査」という。）を実施し、その結果について分析・評価を行った。

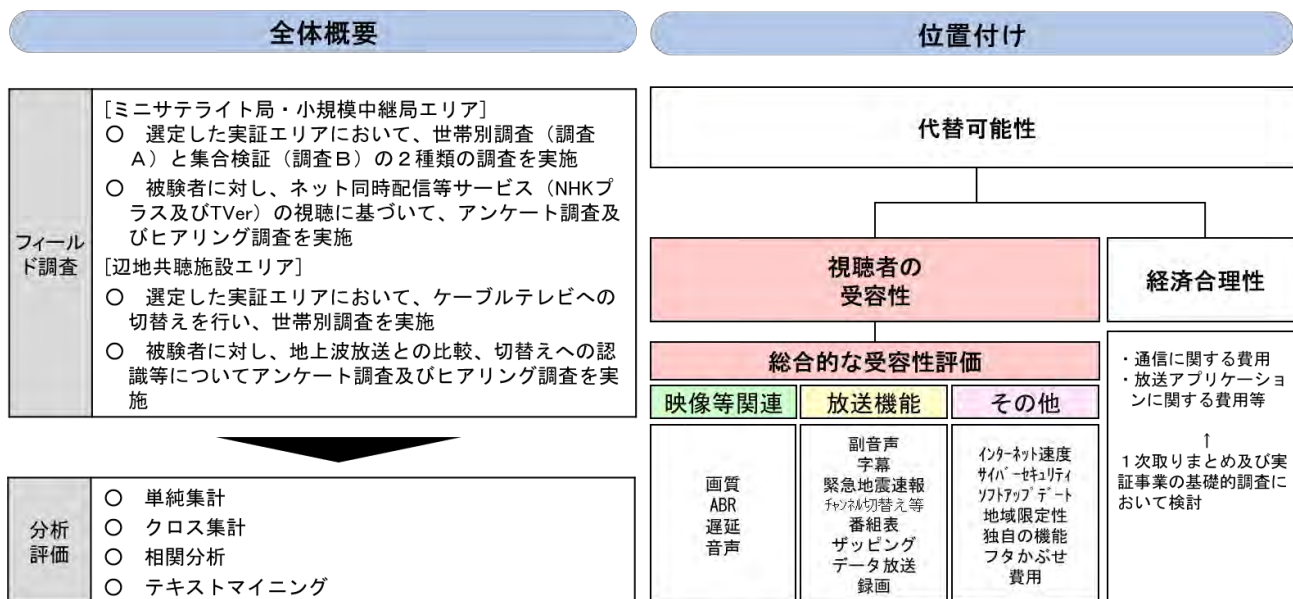


図1-1 実証エリアにおける受容性の検証の全体像

1. 実証エリアの選定

実証エリアは、サンプルとしての代表性や調査のフィージビリティ確保等の観点から選定した。

具体的には、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアについては、以下の基準に基づき、ミニサテライト局は「飯能上赤工局」、小規模中継局は「桐生梅田局」を選定した。

- 関東広域圏内の局
- カバー世帯数が全国平均⁴に近い局
- NHK 2波、関東キー局 5波及び独立局 1波の計 8波が揃っている局
- 放送エリアにおいてブロードバンドサービスが提供されている局
- 実証のフィージビリティが確保できる局（集合会場の確保、離島や大雪等がない等）
- 実証への協力の得やすさ（大規模観光地に該当しない、デジタル新局ではない）

⁴ミニサテライト局は、そのカバー世帯数の全国平均である約 580 世帯を採用。小規模中継局は、そのカバー世帯数の全国平均である約 1 万 500 世帯を下回る局の平均（約 2,200 世帯）を採用。

はんのうかみあかだくみ

飯能上赤工局（ミニサテライト局エリア）

- ・所在地： 埼玉県飯能市大字原市場
- ・電力： 0.01W
- ・カバー世帯数： 約500世帯



放送局名
日本放送協会（総合）
日本放送協会（教育）
テレビ埼玉
日本テレビ放送網
テレビ朝日
TBSテレビ
テレビ東京
フジテレビジョン

出典：放送エリア図・放送局名：総務省関東総合通信局デジタル中継局開局情報

飯能上赤工局エリアの様子



図1-2 飯能上赤工局（ミニサテライト局エリア）の概要

きりゅうめだ

桐生梅田局（小規模中継局エリア）

- ・所在地： 群馬県桐生市菱町
- ・電力： 0.1W
- ・カバー世帯数： 約1,800世帯



放送局名
日本放送協会（総合）
日本放送協会（教育）
群馬テレビ
日本テレビ放送網
テレビ朝日
TBSテレビ
テレビ東京
フジテレビジョン

出典：放送エリア図・放送局名：総務省関東総合通信局デジタル中継局開局情報

桐生梅田局エリアの様子



桐生梅田局



図1-3 桐生梅田局（小規模中継局エリア）の概要

また、辺地共聴施設エリアについては、以下の基準に基づき、「町屋テレビ共同聴視施設組合」を選定した。

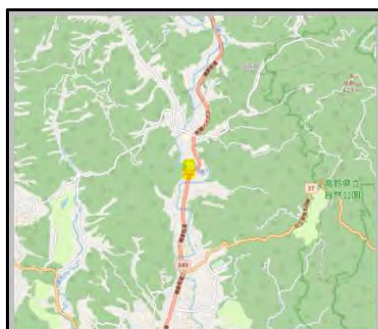
- 住民の組合（非営利）が設置する施設
- 事業に対する住民（組合員）の合意が得られる施設
- 事業に対するケーブルテレビ事業者の協力が得られる施設
- 必要最小限のNHK 2波及び関東キー局 5波の計 7波が揃っている施設
- 共聴エリアにおいてブロードバンドサービスが提供されている施設
- ケーブルテレビのサービスエリアに近接する施設
- 実証のフェージビリティが確保できる施設（集合会場の確保、離島や大雪がない等）

まちや

町屋テレビ共同聴視施設組合（辺地共聴施設エリア）

まちやちょう

- ・所在地： 茨城県常陸太田市町屋町
- ・世帯数： 約330世帯



© OpenStreetMap contributors

町屋町の様子



図1-4 町屋テレビ共同聴視施設組合（辺地共聴施設エリア）の概要

2. フィールド調査

フィールド調査では、選定した各実証エリアにおいて被験者を募集し、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアについてはネット同時配信等サービスを視聴いただき、その受容性等についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施した。また、辺地共聴施設エリアについては辺地共聴施設からケーブルテレビへの切替えを実施し、切替え時の案内の在り方、辺地共聴施設及び切替えに対する認識、将来の放送の在り方等についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施した。

		ミニサテライト局エリア・小規模中継局エリア	辺地共聴施設エリア
①	地域への説明	[ミニサテ：10月、小規模：10月～12月] <ul style="list-style-type: none"> ・ 市役所、自治会長、町会長への説明 ・ 地域住民への回覧 ・ 説明会の実施 	[9月～11月] <ul style="list-style-type: none"> ・ 市役所、町屋テレビ共同聴視施設組合長への説明 ・ 組合長が切替え対象エリアの全世帯へ案内文書を回覧 ・ 実証ケーブルテレビ事業者による説明会の実施
②	被験者の募集	[ミニサテ：10月、小規模：10月～12月] <ul style="list-style-type: none"> ・ 被験者の募集（郵便） ・ 訪問日の設定（調査A） ・ 集合会場と日時の案内（調査B） 	[11月～1月] 実証ケーブルテレビ事業者による説明会等で募集し、協力同意書を提出した世帯の代表者を選定
③	調査実施	[ミニサテ：11月、小規模：12月～1月] 調査A（世帯別調査） <ul style="list-style-type: none"> ・ 機器設置、環境調査 ・ 番組視聴（見逃し配信） ・ アンケート、ヒアリング 	[ミニサテ：11/12、小規模：12/19・1/15] 調査B（集合検証） <ul style="list-style-type: none"> ・ 番組視聴（同時配信） ・ アンケート、ヒアリング
④	結果集計	<ul style="list-style-type: none"> ・ アンケート調査結果の集計 ・ ヒアリング内容のテキスト化 	

※ 調査に当たっては、総務省及び実証事業請負事業者にヘルプデスクを設置（辺地共聴施設エリアについては、実証ケーブルテレビ事業者にも設置）

図1-5 フィールド調査の全体像

(1) 地域への説明

住民の方々にご協力いただけるよう、被験者の募集に先立ち、総務省及び実証事業請負事業者（株式会社情報通信総合研究所をいう。以下同じ。）において、市役所・自治会長・町会長への説明、住民の方々への説明会等、地域への説明を丁寧に実施した。また、自治会長・町会長には実証事業について周知するため、地域住民の方々への回覧を実施していただいた。

(2) 被験者の募集

ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアの被験者については、実証事業請負事業者から地域住民の方々への郵便により募集し、協力可能として申込用紙を返信していただいた世帯の代表者を対象とした。

また、辺地共聴施設エリアの被験者については、実証ケーブルテレビ事業者（株式会社JWAYをいう。以下同じ。）の幹線からの延長工事等を考慮して当該エリアの一部をケーブルテレビ切替え対象エリア（約30世帯）として選定した上で、説明会等において募集し、実証ケーブルテレビ事業者に協力同意書を提出いただき切替え工事を実施した世帯（21世帯）の代表者を対象とした。

	ミニサテライト局エリア	小規模中継局エリア	辺地共聴施設エリア
募集対象世帯	埼玉県飯能市上赤工地区 (250世帯)	群馬県桐生市梅田町 1～3丁目(1,146世帯)	茨城県常陸太田市町屋町 (ケーブルテレビ切替え対象エリアの約30世帯)
被験者	[調査A] 実証エリア在住で、ブロードバンド契約がある世帯の代表者1名を対象とした [調査B] 実証エリア在住で、ブロードバンド契約の有無は問わず、高校生以上を対象とした		ブロードバンド契約の有無は問わず、ケーブルテレビ切替え対象エリアの世帯の代表者1名を対象とした
募集方法		[調査A・B共通] 郵便	説明会実施時、戸別訪問説明時に募集

図1-6 被験者の募集方法

募集・調整の結果、被験者の数は、ミニサテライト局エリアでのべ35名、小規模中継局エリアでのべ97名、辺地共聴施設エリアで20名となった。被験者の属性としては、いずれのエリアでも高齢者の割合が高く、インターネット利用度については、ほとんど利用しない方の割合はミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアでは低く、辺地共聴施設エリアでは高かった⁵。テレビの視聴頻度はいずれのエリアでも高かった。

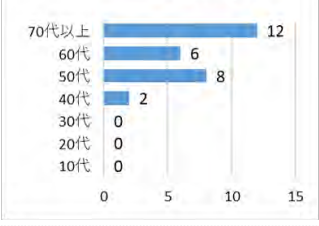
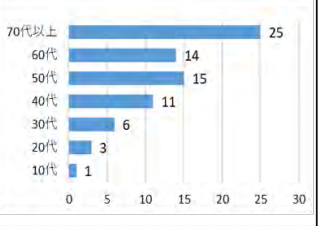
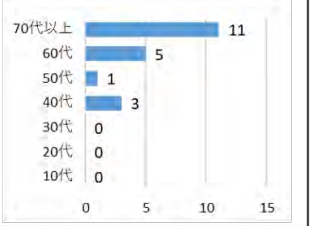
	ミニサテライト局エリア	小規模中継局エリア	辺地共聴施設エリア
被験者数	[調査A] 15名 [調査B] 20名 のべ35名(重複7名)	[調査A] 39名 [調査B] 58名(1回目30名・ 2回目28名) のべ97名(重複22名)	20名
年代	70代以上：42.9% (12/28) 	70代以上：33.3% (25/75) 	70代以上：55.0% (11/20) 
(参考) 平均年齢	<ul style="list-style-type: none"> 上赤工地区:52.9歳 (参考)埼玉県:46.8歳 (参考)飯能市:48.9歳 	<ul style="list-style-type: none"> 梅田町1～5丁目:54.2歳 (参考)群馬県:48.1歳 (参考)桐生市:51.2歳 	<ul style="list-style-type: none"> 常陸太田市:54.1歳 (参考)茨城県:48.2歳
インターネット利用度	スマホ含めインターネットをほとんど利用しない：22.2% (6/27)	スマホ含めインターネットをほとんど利用しない：12.5% (9/72)	自宅で固定インターネットを利用していない：70.0% (14/20)
テレビ視聴度 「毎日テレビを観る」 「毎日3時間以上観る」	92.9% (26/28)	84.0% (63/75)	85.0% (17/20)

図1-7 被験者の数と属性

(3) 調査方法

ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアにおいては、現時点ではブロードバンド代替のための配信サービスが存在しないことから、既存のネット同時配信等サービスである「NHK プラス」及び「TVer」を活用して調査を実施した。

調査としては、各被験者の普段の視聴環境（自宅）において見逃し配信番組を視聴いただく「調査A（世帯別調査）」と、集合会場（ホテル内会議室）という共通した視聴環境において同時配信番組を視聴いただく「調査B（集合検証）」の2種類の調査を実施した。「調査A（世帯別調査）」は、テレビ向けに地上テレビジョン放送の同時配信を実施しているサービスは存在しないため視聴対象番組は見逃し配信番組となるが、普段の視聴環境（自宅）における調査が可能である一方、「調査B（集合検証）」は、実証事業請負事業者の研究員がPC向けの同時配信番組をテレビ画面に映し出す操作を行うことによって同時配信番組の視聴が疑似的に可能となり、普段の視聴環境（自宅）ではないが集合会場（ホテル内会議室）という共通した視聴環境における調査が可能である。

また、辺地共聴施設エリアにおいては、辺地共聴施設からケーブルテレビへの切替えを実施し、切替え時の案内の在り方、辺地共聴施設及び切替えに対する認識、将来の放送の在り方等についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施した。

⁵ 辺地共聴施設エリアについては、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアと異なり、「自宅で固定インターネットを利用していない」方の割合であり、スマホを利用している被験者も含まれる。

ミニサテライト局・小規模中継局エリア

- 既存のネット同時配信等サービスのNHKプラスとTVerを活用し、調査A（世帯別調査）と調査B（集合検証）の2種類の調査を実施

環境	調査A(世帯別調査) ・ 普段の視聴環境での調査 ・ NHKプラス及びTVerの見逃し配信番組を視聴
	調査B(集合検証) ・ 共通した視聴環境での調査 ・ NHKプラス及びTVerの同時配信番組を視聴 ・ ブラインドテスト(被験者が同時配信番組か地上波放送番組のいずれを視聴しているのかわからない状態での調査)により実施
手法	被験者へのアンケート調査及びヒアリング調査

調査A（世帯別調査）と調査B（集合検証）の2種類の調査の実施

		視聴対象番組	
		◎同時配信番組	△見逃し配信番組
検証環境	世帯別 ○ 普段の視聴環境で調査できる - 普段みているテレビを利用 △ 視聴環境が被験者で異なる	N/A テレビ向けサービス無 技術的・期間的に実施が困難	○ 【調査A】 世帯別・見逃し配信番組
	集合 ○ 共通した視聴環境で調査できる △ 普段の視聴環境とは異なる	○ 【調査B】 集合・同時配信番組	△ メリットが小さい

辺地共聴施設エリア

- 辺地共聴施設からケーブルテレビによる視聴に切り替えて、切替え時の案内の在り方、辺地共聴施設及び切替えに対する認識、将来の放送の在り方等についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施

環境	・ ケーブルテレビに切り替えて、被験者である各世帯の代表者に対して調査を実施 ・ 各世帯でケーブルテレビを通じた放送番組を視聴
手法	・ 被験者(各世帯の代表者)へのアンケート調査及びヒアリング調査 ・ 共聴施設組合長へのヒアリング調査

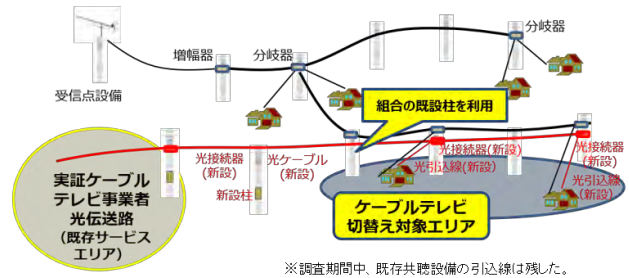
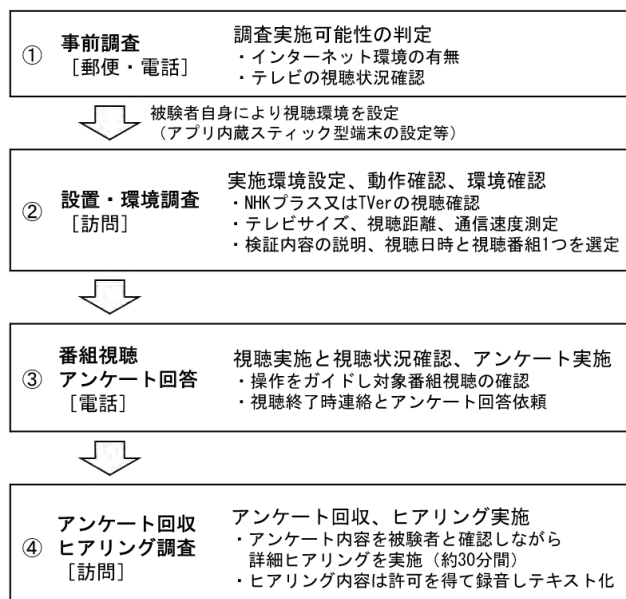


図1-8 調査方法

調査の具体的な実施手順としては、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアの調査A（世帯別調査）では、まず事前調査として、被験者の自宅のインターネット環境の有無等の確認を行った上で、ご自宅を訪問して、検証内容の説明、視聴日時と視聴番組の選定、視聴に必要な機器の設置等を行った。番組視聴時には、実証事業請負事業者から電話で連絡し、被験者と相談して予め選定した番組を視聴いただき、後日、ご自宅を訪問して、アンケート用紙を回収するとともに、ヒアリング調査を実施した。

- 調査A（世帯別調査）では、各世帯で普段から利用されているテレビで、NHKプラス及びTVerの見逃し配信番組の視聴による検証を実施

調査Aの実施手順



実施環境イメージ



図1-9 調査A（世帯別調査）の実施手順及び実施環境イメージ

ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアの調査B（集合検証）では、被験者に集合会場（ホテル内会議室）に集合いただき、サイズの異なる2つのテレビ（65型・32型）で、同時配信番組又は地上波放送番組を計10回視聴いただいた。計10回の視聴のうち、5回目及び10回目の視聴を除いて⁶ブラインドテストとし、同時配信番組か地上波放送番組のいずれを視聴しているのかわからない状態で調査を実施した。

画質及び音声については、各回の視聴の直後に当該視聴に対する評価を記入いただいた。また、録画、データ放送、緊急地震速報のニーズ等、各回の視聴とは直接関係のないアンケート項目は、映像を準備している空き時間に記入いただき、インターネット経由での番組視聴に対する総合的な評価等のアンケート項目は、計10回の全ての視聴が終了した後に記入いただいた。最後に、被験者1名ごとに実証事業請負事業者の研究者1名が付いて、アンケート記入事項の詳細等について約20分間のヒアリング調査を実施した。ヒアリング内容は、分析・評価を行うため、被験者の許可を得て録音し、全てテキスト化した。

- 調査B（集合検証）では、集合会場（ホテル内会議室）に設置したサイズの異なる2つのテレビで、NHKプラス及びTVerの同時配信番組の視聴による検証を実施

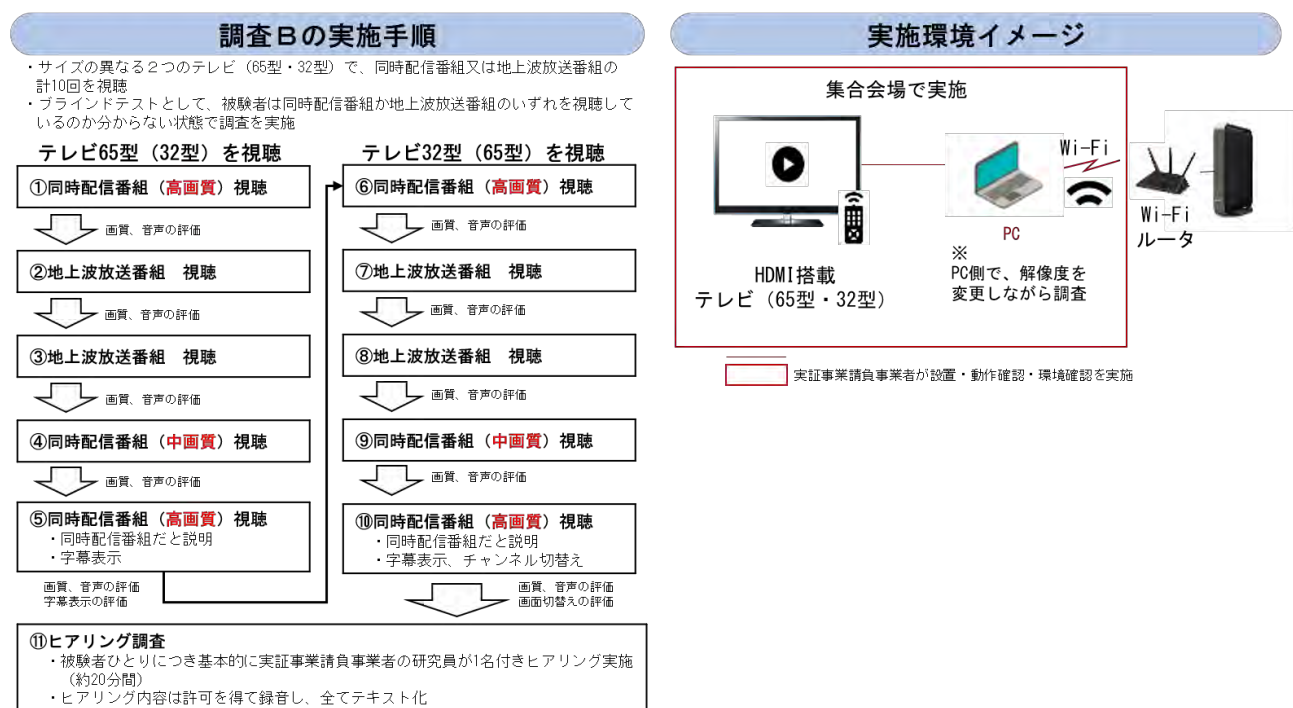
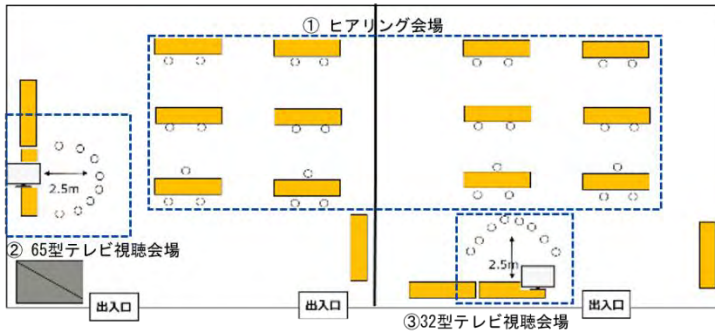


図 1-10 調査B（集合検証）の実施手順及び実施環境イメージ

⁶ 5回目及び10回目の視聴については、同時配信番組であることを被験者に伝えた上で、字幕表示やチャンネル切替えについて評価いただいた。

会場：桐生グランドホテル内 Banquetフロア



①ヒアリング 模様



②65型テレビ視聴会場 模様



③32型テレビ視聴会場 模様

図 1-11 調査B（集合検証）の様子（令和5年1月15日小規模中継局エリア調査B2回目の例）

辺地共聴施設エリアにおける調査の実施手順としては、ケーブルテレビ切替え対象エリア（約 30 世帯）において実証ケーブルテレビ事業者に協力同意書を提出いただいた世帯（21 世帯）について、辺地共聴施設からケーブルテレビへの切替え工事を実施し、約 1 ヶ月間経過した後、調査対象世帯を訪問し、被験者である各調査対象世帯の代表者（20 名）に実証事業請負事業者の研究員 2 名が付いて、約 60 分間でアンケート調査及びヒアリング調査を同時に実施した。ヒアリング内容は、分析・評価を行うため、被験者の許可を得て録音し、全てテキスト化した。

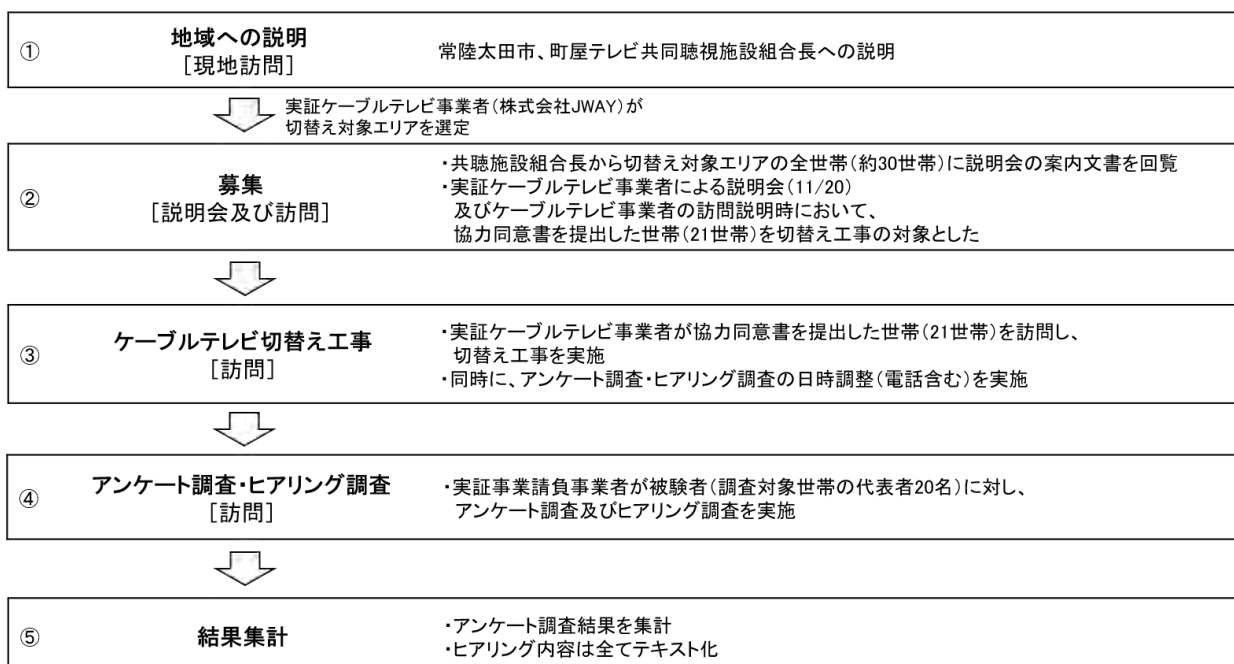


図 1-12 辺地共聴施設エリアにおける調査の実施手順

なお、アンケート調査及びヒアリング調査に先立って実施したケーブルテレビへの切替え工事は、実証ケーブルテレビ事業者の既存サービスエリア内のケーブルテレビの幹線（光ファイバ）を切替え対象エリアまで延長することにより実施した。

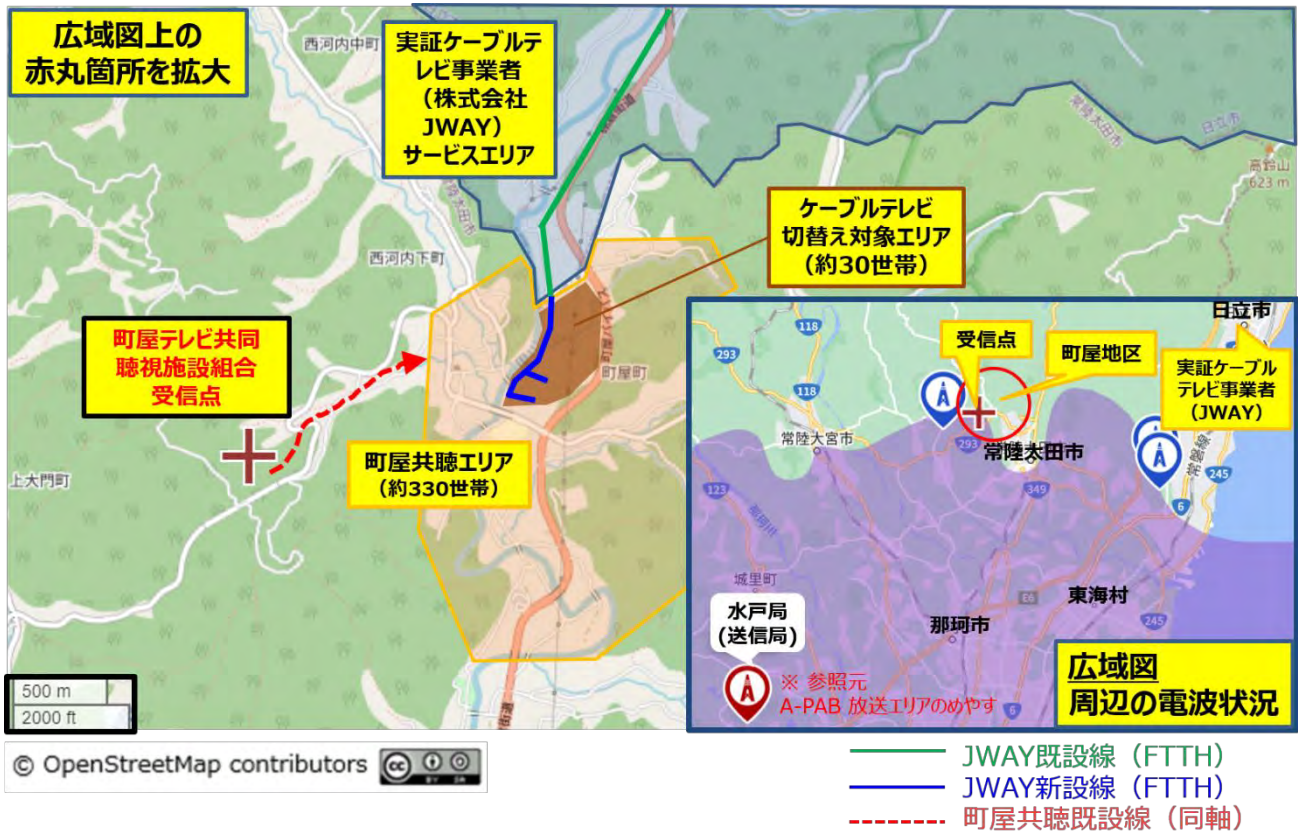


図 1-13 町屋テレビ共同聴視施設組合のエリア情報及びケーブルテレビへの切替え

(4) 調査項目

ミニサテライト局エリア、小規模中継局エリア及び辺地共聴施設エリアにおける調査は、いずれも被験者へのアンケート調査及びヒアリング調査により実施した。

ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアにおいては、映像等関連要素、放送機能関連要素、その他要素、インターネット経由での番組視聴に対する総合的な受容性評価に分け、計 20 項目について調査を実施した。

要素	小項目	内容
映像等 関連要素	a 画質 ※調査A・Bともに★	「画質の鮮明さ」「文字の読みづらさ」で地上波放送との違いを感じたか
	b アダプティブビットレート (ABR)	ABRが発生したように感じたか・ABRの発生をどの程度受け入れられるか
	c 遅延 ※調査Bのみ★	30秒程度の遅延は受け入れられるか ※調査Aは見逃し配信番組の視聴のため、遅延については解説図により説明して評価。
	d 音声 ※調査A・Bともに★	「音声」で地上波放送との違いを感じたか
放送機能 関連要素	e 副音声	インターネット経由の番組視聴を想定した場合に重要と考えるか
	f 字幕 ※調査Bのみ★	インターネット経由の番組視聴を想定した場合に重要と考えるか
	g 緊急地震速報	インターネット経由の番組視聴を想定した場合に重要と考えるか
	h チャンネル切替え等 ※調査A・Bともに★	チャンネル切替え等の操作等が変わることによる混乱や支障の程度はどうか ※調査Bでは、チャンネル切替えは実証事業請負事業者の研究者が実施。 調査Aでは、チャンネル切替えは被験者が実施し、加えて音量操作についても被験者が実施して評価。
	i 番組表	普段番組表で観たい番組を探すか、テレビ上に番組表が表示されることは重要か
	j ザッピング	普段ザッピングするか、ザッピングできることは重要か
	k データ放送	インターネット経由の番組視聴を想定した場合に重要と考えるか
	l 録画	普段録画するか、見逃し視聴は録画の代替となるか、見逃し視聴の希望期間
その他 要素	m インターネット速度	インターネット経由の番組視聴で速度に影響がでることが気になるか
	n サイバーセキュリティ	ウイルスなどのサイバーセキュリティは気になるか
	o ソフトのアップデート処理等	IPユニキャストを提供するアプリケーションの更新等の作業に対する抵抗感はあるか
	p 地域限定性	離れた地域（他県）の放送番組が観られるようになることを期待するか
	q インターネット独自の機能	インターネットならではの機能への期待、PCやスマホでの視聴等に期待するか
	r フタかぶせ	フタかぶせをどの程度受け入れられるか
	s 費用負担	初期費用や維持費に対する考え方
	インターネット経由での番組視聴に対する総合的な受容性評価 ※調査A・Bともに★	

★は実際の視聴体験を踏まえた調査

図1-14 ミニサテライト局・小規模中継局エリアでの調査項目（調査A・B共通）

辺地共聴施設エリアにおいては、ケーブルテレビへの切替え前の地上波放送番組との比較、切替えの案内文書の在り方、切替え説明会の在り方、将来の放送の在り方、共聴施設及び切替えへの認識、ケーブルテレビによる番組視聴に対する総合的な受容性評価に分け、計24項目について調査を実施した。

大項目	小項目	内容
(1) 切替え前の地上波放送視聴との比較	① 映像や音声の違い	「映像や音声」で地上波放送視聴との違いを感じたか、違いがあればどのように感じたか
	② 機能面での違い	「機能面」で地上波放送視聴との違いを感じたか、違いがあればどのように感じたか
(2) 切替えの案内文書の在り方	③ 内容確認と理解度	案内文書を読んだか、理解できたか
	④ 工事までの期間	案内から切替え工事までの期間は適切か
	⑤ 案内の信憑性	案内文書に対する不信感を感じたか
	⑥ 適切な案内方法	安心と感じる案内の在り方（誰から、どのように届くとよいか）
(3) 切替えの説明会の在り方	⑦ 参加の有無と理解度	説明会に参加したか、理解できたか
	⑧ 必要性	説明会の必要性
	⑨ 開催方法	説明会の開催方法
(4) 将来の放送の在り方 (放送機能関連要素)	⑩ 番組表	将来の放送視聴における、以下の機能の重要性 ・テレビ上の番組表 ・字幕表示 ・副音声 ・データ放送 ・緊急地震速報 ・録画（普段録画するか） ・ザッピング ※参考調査： ケーブルテレビ代替では当該の機能的な差分は発生しないが、参考意見として聴取
	⑪ 字幕	
	⑫ 副音声	
	⑬ データ放送	
	⑭ 緊急地震速報	
	⑮ 録画の有無	
	⑯ ザッピング	
	⑰ 災害時の情報取得	
(5) 共聴施設及び切替えへの認識	⑱ 認知度と課題	共聴施設であることの認知、不安や課題の認識
	⑲ 切替えのメリデメ	切替えにより良かったこと・悪かったこと
	⑳ 工事における気付き	切替え工事で気になったこと
	㉑ 費用	費用の考え方
	㉒ 視聴面・機能面	従来の視聴方式からの切替えについて、視聴面・機能面からどのように評価するか
(6) ケーブルテレビによる番組視聴に対する総合的な受容性評価・その他	㉓ 全体を通して	案内周知・説明会・工事実施・視聴等 全体に対する評価
	㉔ 事業者に対して	ケーブルテレビ事業者の提供サービスについての期待

図1-15 辺地共聴施設エリアでの調査項目

3. 調査結果の分析・評価

ミニサテライト局エリア、小規模中継局エリア及び辺地共聴施設エリアのフィールド調査におけるアンケート調査及びヒアリング調査の結果について分析・評価を行った。

(1) ミニサテライト局エリア・小規模中継局エリア

① 調査結果の分析・評価の枠組み

調査結果の分析・評価の枠組みとして、総合分析と要素別分析の2つに分け、各視点から調査結果の分析・評価を行った。総合分析では、インターネット経由での番組視聴に対する総合的な受容性評価（以下単に「総合的な受容性評価」という。）について、分析・評価を行ったほか、総合的な受容性評価に影響する要因についても分析・評価を行った。また、要素別分析では、総合的な受容性評価に影響を与える各要素について、映像等関連要素、放送機能関連要素及びその他要素に分けて分析・評価を行った。

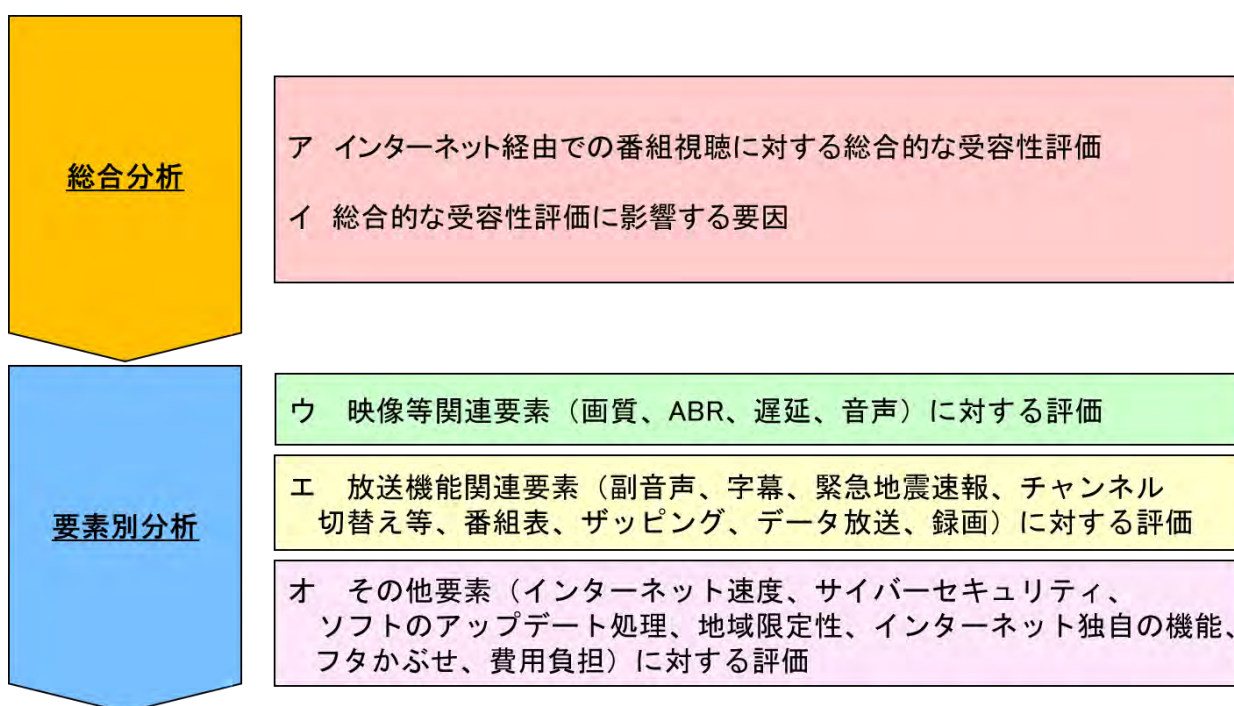


図1-16 調査結果の分析・評価の枠組み

② 総合分析

①で示した枠組みのとおり、総合分析では、総合的な受容性評価及び総合的な受容性評価に影響する要因について分析を行った。

ア インターネット経由での番組視聴に対する総合的な受容性評価

図1-14で示したとおり、調査においては「もし放送の代わりにインターネット経由で番組を視聴するとなった場合に受け入れられそうですか。」との質問を行っている。この質問に対する回答を被験者における「総合的な受容性評価」と位置付け、その結果について分析を行った。ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアにおける調査A・調査Bを合わせて、「全く問題なく受け入れられる」との回答と「少し違和感はあるが受け入れられる」との回答の合計が90%となり、9割の被験者がインターネット経由での番組視聴を受け入れられるとの結果が得られた。

- アンケートにおける設問「もし放送の代わりにインターネット経由で番組を視聴するとなった場合に受け入れられそうですか」に対する回答を、総合的な受容性評価として分析を実施。
- ミニサテライト局・小規模中継局エリアの結果を集計した総合的な受容性評価は「全く問題なく受け入れられる」との回答と「少し違和感はあるが受け入れられる」との回答の合計が90%となり、**9割の被験者がインターネット経由での番組視聴を受け入れられるとの結果が得られた。**

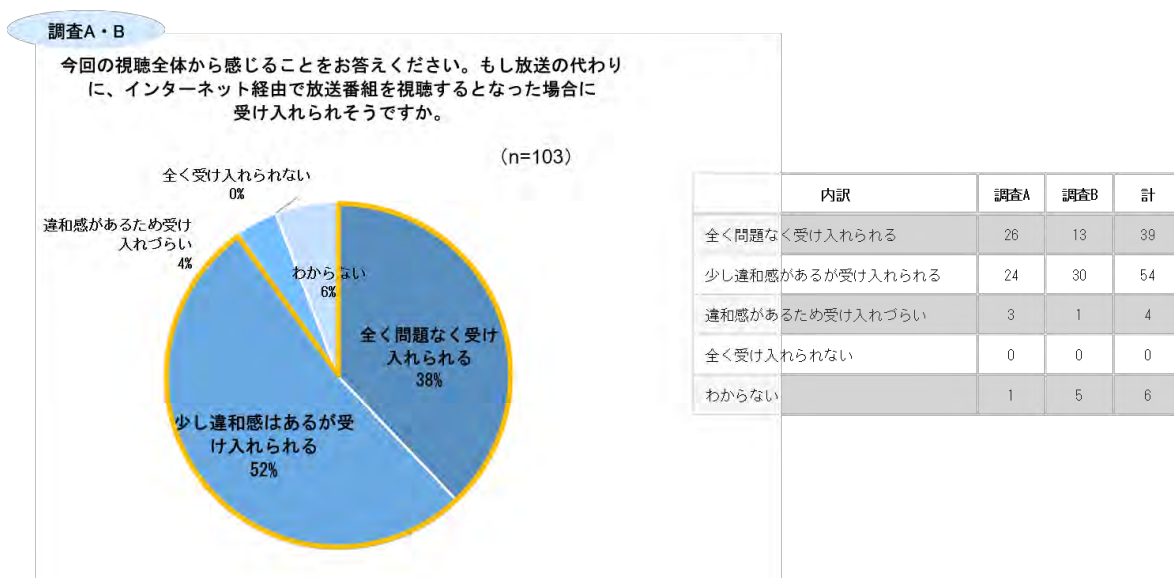


図1-17 総合的な受容性評価 ミニサテライト局・小規模中継局エリア

また、総合的な受容性評価の結果を調査A・調査B別、実証エリア別に集計し、比較分析を行った。

調査Aと調査Bとの比較分析においては、「全く問題なく受け入れられる」との回答と「少し違和感はあるが受け入れられる」との回答の合計は、調査Aにおいては92%、調査Bにおいては91%となり、総合的な受容性が高いという傾向はどちらも変わりなかったが、調査Bの方が「少し違和感はあるが受け入れられる」との回答がやや高い（+19ポイント）という結果であった。これは、調査Bにおいては、被験者がフィールド調査において視聴した同時配信番組に駅伝中継番組が含まれており、画質の顕著な低下があったこと、また、視聴した別の同時配信番組にフタかぶせ⁷が発生し、調査Aと比べてフタかぶせの発生頻度が高かったことが要因となっているものと推測される。

実証エリア間での比較分析においては、ミニサテライト局エリアと小規模中継局エリアとの間でほとんど違いが見られなかった。

⁷ 著作権等の権利処理が未了のために行われる映像の差替えのこと。

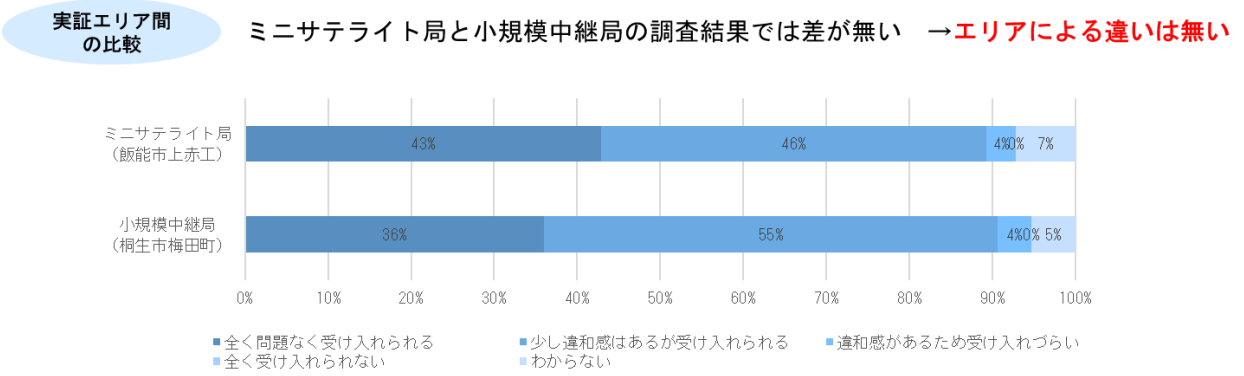
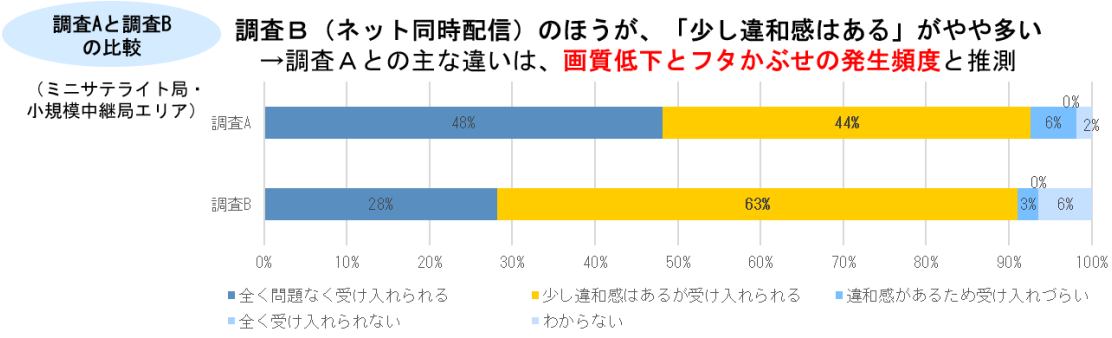


図 1-18 総合的な受容性評価 (調査A・調査B別、実証エリア別)

イ 総合的な受容性評価に影響する要因

総合的な受容性評価に影響する要因について分析を行うため、

- a 相関分析
- b テキストマイニングによる分析
- c 画質評価と総合的な受容性評価の関係性 (駅伝中継番組の視聴との比較)
- d 視聴距離と総合的な受容性評価の関係性
- e 総合的な受容性評価において「受け入れづらい」と回答した4名の詳細分析の5つの視点から分析・評価を行った。

a 相関分析

総合的な受容性評価の質問への回答とそれ以外の質問への回答との相関について分析を行った。

その結果、相関係数は-0.2~+0.3の範囲内となり、相関関係はほとんど見られなかった。

● 総合的な受容性評価と各設問の関係の強さを知るため相関係数を導出したが、相関はほとんどみられなかった

	総合的な受容性評価	総合的な受容性評価との相関係数
「もし放送の代わりにインターネット経由で番組を視聴するとなった場合に受け入れられそうですか」	総合的な受容性評価	1.0
「鮮明さ」で放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	①鮮明さ(ネット高)	0.2
「表示された文字の読みづらさ」で放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	①文字(ネット高)	0.2
音声について放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	①音声(ネット高)	0.1
「鮮明さ」で放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	②鮮明さ(地上波)	0.0
「表示された文字の読みづらさ」で放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	②文字(地上波)	-0.1
音声について放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	②音声(地上波)	-0.2
「鮮明さ」で放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	③鮮明さ(地上波)	-0.1
「表示された文字の読みづらさ」で放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	③文字(地上波)	0.0
音声について放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	③音声(地上波)	0.0
「鮮明さ」で放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	④鮮明さ(ネット中)	0.1
「表示された文字の読みづらさ」で放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	④文字(ネット中)	0.1
音声について放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	④音声(ネット中)	0.1
「鮮明さ」で放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	⑤鮮明さ(ネット高)	0.1
「表示された文字の読みづらさ」で放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	⑤文字(ネット高)	0.2
音声について放送番組との違いを感じましたか？【調査B 65型】(回目的視聴)	⑤音声(ネット高)	0.0
番組視聴がインターネット経由になった場合を想定し、字幕放送について最も近い考えをお答えください。	字幕	0.1
チャンネルが切り替わるスムーズさに関して、普段の視聴との違いを感じましたか？	チャンネル切替え	0.2
この0分程度遅れについて、最も近い考えをお答えください。	遅延	0.1
あなたの年代をお答えください。	年代	0.1
普段どの程度テレビで放送番組をご覧になりますか。ただし、ゲームやYouTubeなどインターネット動画は除きます。	テレビ視聴度	0.0
普段YouTubeなどのインターネット経由の動画、テレビやスマホなどでご覧になりますか。ご覧になる場合、その頻度をお答えください。	インターネット利用度	0.2
普段、放送番組を録画しますか。	録画	-0.1
「見逃し視聴」機能について、ご自宅のレコーダーによる録画機能との比較をお答えください。	見逃し録画機能	0.1
インターネット経由での番組視聴となる場合に「ワッピング」できることは重要ですか。	ワッピング	0.0
インターネット経由での番組視聴となる場合に、テレビ上に番組表が表示されることは重要ですか。	番組表	-0.1
インターネット経由での番組視聴を想定し、副音声機能について最も近い考えをお答えください。	副音声	-0.2
インターネット経由での番組視聴を想定し、データ放送機能について最も近い考えをお答えください。	データ放送	0.0
インターネット経由での番組視聴を想定し、緊急地震速報の表示機能について最も近い考えをお答えください。	緊急地震速報	-0.1
普段、ご自宅お使いのインターネットの速度が気になることはありませんか。	インターネット速度	0.3
スマートフォンのアプリと同期し、テレビのアプリケーションも最新版へのアップデート(更新)が必要になることはありませんか。これについての考えをお答えください。	ソフトのアップデート処理	0.3
インターネット経由での番組視聴は、視聴履歴などのデータを事業者が取得することで、お好みの番組を紹介するなど、テレビでは見えなかった機能が実現する可能性があります。これについて最も近い考えをお答えください。	インターネット独自の機能	-0.2
インターネット経由での番組視聴する場合、ウイルスなどのサイバーセキュリティは気になりますか。	サイバーセキュリティ	-0.2
離れた地域(他県)の放送番組が観られるようになることは望ましいですか。最も近い考えをお答えください。	地域限定性	-0.1
番組視聴がインターネット経由になった場合を想定し、費用負担について最も近い考えをお答えください。	費用負担	-0.1
放送がインターネット経由に代わるとした場合、「なにかがせ」について最も近い考えをお答えください。	フタからせ	0.0
アダプティブビットレートについて、どのようにお考えになりますか。	BBR	0.2

- 「映像等関連要素」に関する設問
- 「放送機能関連要素」に関する設問
- 「その他要素」に関する設問

相関係数の一般的な見方
 -0.2~0.2: 相関がない
 ±0.2~±0.7: 弱い相関がある
 ±0.7~±1.0: 強い相関がある



※ミニサテライト局・小規模中継局で実施したアンケート調査結果を対象とし、被験者における総合的な受容性評価(横軸:変数X)と各設問(縦軸:変数Y)との回答についてピアソンの積率相関係数rを算出

$$r = \frac{\text{変数 } X \text{ と変数 } Y \text{ の共分散}}{\text{変数 } X \text{ の標準偏差} \times \text{変数 } Y \text{ の標準偏差}}$$

$$= \frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2} \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}}$$

※欄内①~⑤の数値は、調査Bにおける65型テレビの計5回の視聴において何回目のかを示す。

図1-19 総合的な受容性評価に影響する要因 相関分析

● 各変数は、アンケートの各選択肢に基づき数値化している。なお、「わからない」・「自由記述」の選択肢は除外している。

変数 X : 総合的な受容性評価

Q: もし放送の代わりにインターネット経由で番組を視聴するとなった場合に受け入れられそうですか。

選択肢	数値
①全く問題なく受け入れられる	1
②少し違和感はあるが受け入れられる	2
③違和感があるため受け入れづらい	3
④全く受け入れられない	4
⑤わからない	除外

変数 Y の例 : 画質「鮮明さ」の場合

Q: 「鮮明さ」で放送番組との違いを感じましたか？

選択肢	数値
①全く感じなかった	1
②あまり感じなかった	2
③少し感じた	3
④ある程度感じた	4
⑤強く感じた	5

図1-20 相関係数の導出に当たっての数値化方法

b テキストマイニングによる分析

テキストマイニングサービス⁸のマッピング機能を用いて、ヒアリング時の被験者の発言を可視化し、その傾向を分析した。

マッピング機能を用いることで、出現頻度が高い言葉の繋がりにより、いくつかのブロック(単語の塊)が構成され、各単語がどういった単語とセットで話されていたのか、また、どういった繋がりで話されていたのかを読み取ることが可能となる。

⁸ 株式会社プラスアルファ・コンサルティングが提供している「見える化エンジン」を用いた。

黄色文字: 実証事業請負事業者が独自に設定した受容性に紐づく可能性のあるキーワード(アンケートの設問事項に基づく)
 青色枠: 特徴度に基づき上位10単語を抽出(特徴度はカイニ乗検定を用いて算出するとされる)
 緑色枠: 青色枠の10単語とセットで用いられている単語
 グレーの矢印: 上位10単語間で関連がみられる単語(セットで用いられている)
 カッコ内数字: 表示の繋がりで用いられている度数(発言頻度)
 赤文字: ポジティブな単語、青文字: ネガティブな単語

本マッピングはヒアリングの全発言を分析したもの。
 上位10単語には「画質」「データ放送」「番組表」等がある。上位10単語は言葉のつながりによりいくつかのブロックを構成する。(右のブロックを例にとると)「画質」については、悪いや落ちるという単語とセットで話されているが、そのことは「問題が無い」としての繋がりで語られたことが読み取れる。

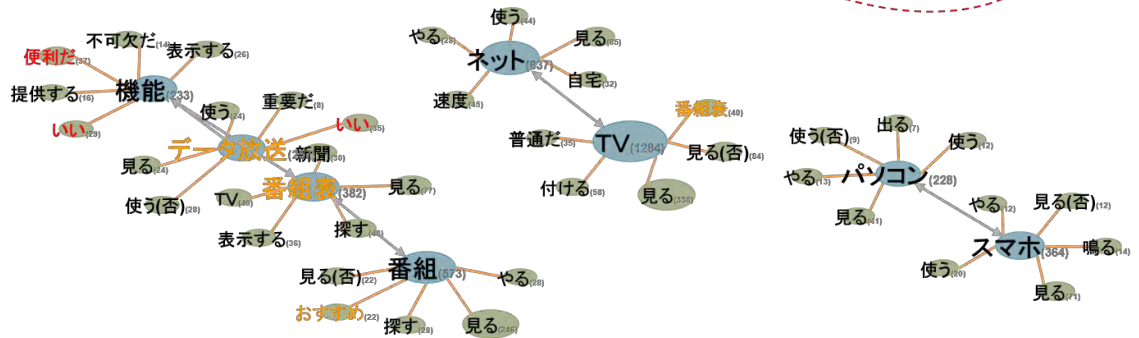
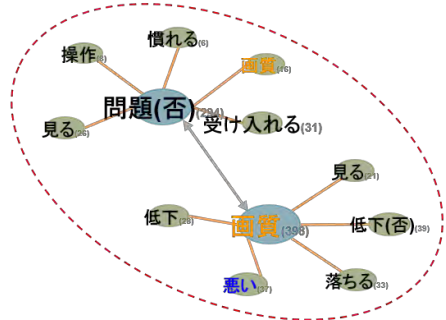


図1-21 テキストマイニング「マッピング」の読み方

まず、全ての被験者を対象に分析を行った。その結果、主なブロックとして、「① 画質が落ちる、低下するという発言と、それが問題ない・受け入れるとの発言のセットのブロック」、「② 不可欠あるいはあったほうがよい機能として、データ放送と番組表に関連する発言のセットのブロック」が確認された。①のブロックからは、受容性は画質について語られており、その画質の低下を問題視していないことが読み取れる。また、②のブロックからは、不可欠又はあったほうがよい機能として、データ放送と番組表を挙げる発言が多いことが読み取れる。

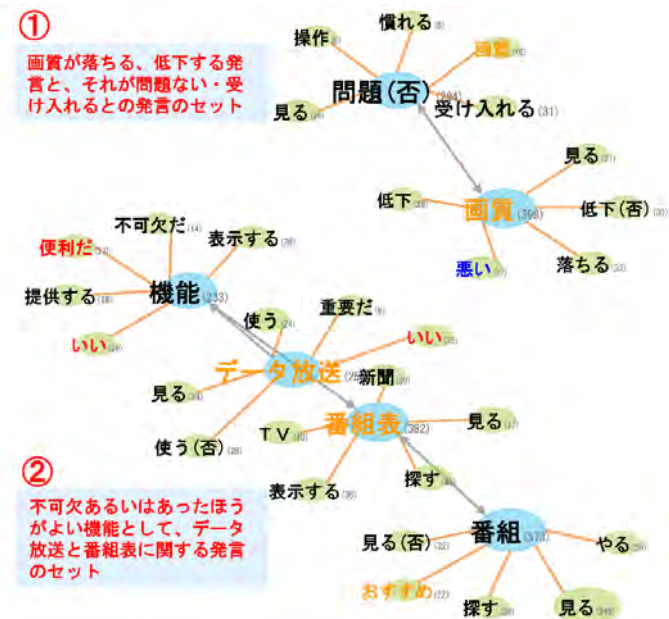


図1-22 全ヒアリング結果の発言分析 ブロック①及び②

次に、総合的な受容性評価において「全く問題なく受け入れられる」と回答した39名の被験者を対象に分析を行った。その結果、主なブロックとして、「③画質が落ちる、低下するという発言と、それが問題ない・受け入れるとの発言のセットのブロック」、「④不可欠あるいはあったほうがよい機能として、データ放送と番組表に関する発言のセットのブロック」が確認された。③のブロックからは、①のブロックと同様、画質が悪くても問題がない又は受け入れると語られていることが読み取れる。また、④のブロックからは、②のブロックと同様、不可欠あるいはあったほうがよい機能として、データ放送と番組表を挙げる発言が多いことが読み取れる。



図1-23 総合的な受容性評価「全く問題なく受け入れられる」
回答者の発言分析 ブロック③及び④

さらに、総合的な受容性評価において「少し違和感があるが受け入れられる」と回答した54名の被験者を対象として分析した。その結果、主なブロックとして、「⑤画質が落ちる・悪い・粗いなどが、『違和感』だとし、さらに受け入れられる・慣れるとの発言がセットのブロック」が確認され、本ブロックからは、画質の粗さや悪さが違和感の単語とセットで話され、さらにそれらは受け入れる・慣れると語られていることが読み取れる。

⑤

画質が落ちる・悪い・粗いなどが、「違和感」だとし、さらに受け入れられる・慣れるとの発言がセット

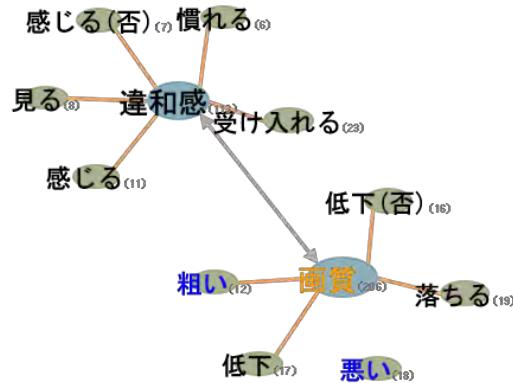


図 1-24 総合的な受容性評価「少し違和感があるが受け入れられる」
回答者の発言分析 ブロック⑤

c 画質評価と総合的な受容性評価の関係性（駅伝中継番組の視聴との比較）

令和5年1月15日に実施した小規模中継局エリアにおける調査Bの2回目の検証において、視聴した同時配信番組に駅伝中継番組が含まれていたところ、この回の調査結果は、他の回の結果と比べて、画質（鮮明さ・文字の読みづらさ）の評価が著しく低下した⁹。また、この傾向は、32型のテレビと比べて、65型のテレビにおいてより顕著となった。

本分析では、この傾向を踏まえ、総合的な受容性評価に影響を与える要因について分析するため、65型テレビの駅伝中継番組視聴回において、画質（鮮明さ）で放送番組との違いを強く感じたと回答した11名、つまり、明らかな画質の低下を認識した11名の被験者について、総合的な受容性評価の回答とヒアリングでの発言を分析した。

その11名は、総合的な受容性評価において、1名が「全く問題なく受け入れられる」、9名が「違和感はあるが受け入れられる」、1名が「違和感があるため受け入れづらい」と回答しており、明らかな画質の低下を認識したにもかかわらず、大半の被験者は「違和感はあるが受け入れられる」と回答していたことが判明した。また、ヒアリングでは、「重要なのは画質」といった画質の重要性を述べる発言が多かったとともに、「（放送波の映像と）比較して見なければ、まあ別に許容範囲」、「画質の違いを感じたが、全く問題なく受け入れられる」、「画質の低下はかなりひどくならなければ大丈夫」、「音声途切れると嫌だが、画質が多少落ちてても観られる」のような、多少の画質の低下は許容範囲であるという回答が多く確認された。

以上の結果から、総合的な受容性評価については、画質は重要な要素となっていると考えられるものの、駅伝中継番組での画質の低下レベルに留まるのであれば、許容範囲であると推察することができる。

⁹ 駅伝中継番組の視聴中は、選手の走る動作や順位等を逐次表示するロールテロップの流れる文字の速さにより、ブロックノイズが断続的に発生した。

d 視聴距離と総合的な受容性評価の関係性

視聴距離と総合的な受容性評価の関係性について分析を行った。調査対象世帯における視聴環境はサンプルごとに多様であるため、異なる視聴環境によって得られた受容性の評価を単純比較することには特段大きな意味はない。そこで、類似の環境を何らかの方法によりグループ化することによって、当該グループの受容性の特性を視聴環境の差異を揃えて推計することとした。

本分析では、調査Aにおける世帯ごとに異なる視聴環境の差異を揃える方法として、「視聴時の被験者とテレビの距離（視聴距離）(cm) ÷ 視聴したテレビ画面の縦サイズ (cm)」の数値を算出し、算出した数値順に母集団を三等分することによって、3つのグループ（視聴距離が近い「グループ1」、視聴距離が中間の「グループ2」、視聴距離が遠い「グループ3」）に分けることとした。これにより、3つのグループ間での総合的な受容性評価を比較分析したところ、視聴距離の差と総合的な受容性評価の間に、何らかの傾向を確認することはできなかった¹⁰。

- 調査Aでは、世帯ごとに異なる視聴環境の下で主観評価するため、視聴環境を揃えた被験者のグループごとに、受容性の要因検証を実施。具体的には、「視聴距離 ÷ 画面の縦サイズ」の比率により、被験者を3つのグループに分けて分析を実施
- **3つのグループの回答に傾向はみられなかった**

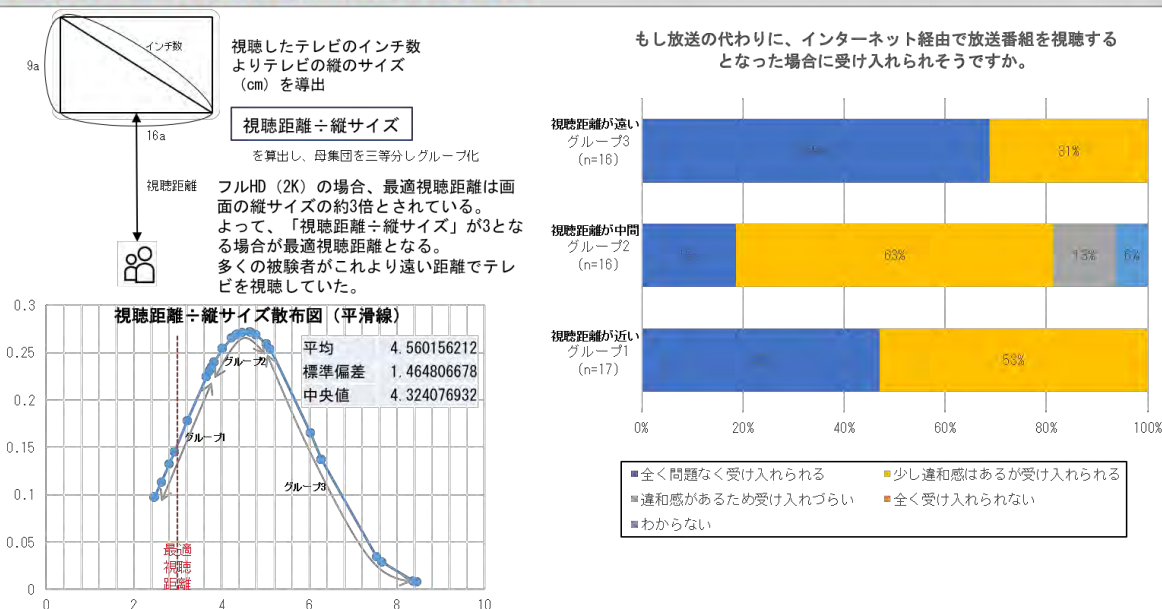


図 1-25 総合的な受容性評価に影響する要因
視聴距離と総合的な受容性評価の関係性

e 総合的な受容性評価において「受け入れづらい」と回答した4名の詳細分析

総合的な受容性評価の全回答者103名のうち、「違和感があるため受け入れづらい」と回答した4名について、画質（鮮明さ）の評価及びヒアリングでの発言のうち画質や受容性に関する発言を確認し、なぜ総合的な受容性評価において「受け入れづらい」

¹⁰ なお、一般的に、フルHD (2K) の場合、最適とされる視聴距離 (以下「最適視聴距離」という。) は、テレビ画面の縦サイズの約3倍とされているため、本分析においては、「視聴時の被験者とテレビの距離 (視聴距離) (cm) ÷ 視聴したテレビ画面の縦サイズ (cm)」が「3」となる場合が最適視聴距離となる。今般の検証では、グループ1の一部の被験者は、最適視聴距離又は最適視聴距離より近い距離で視聴していたものの、その他の被験者は最適視聴距離よりも遠い距離でテレビを視聴していた。

と回答したのかについて、要因分析を実施した。

画質（鮮明さ）の評価では、2名が「違いを強く感じた」、1名が「違いをある程度感じた」、1名が「違いをあまり感じなかった」と回答しており、この結果から一概に画質（鮮明さ）の評価が総合的な受容性評価に影響を与えていると結論付けることは難しい。一方、ヒアリングでの発言のうち画質や受容性に関する発言では、「テレビと同じもの（画質）をみせてほしい」のほか、「録画は必要」、「30秒の遅延はやや影響がある」、「フタかぶせは受け入れられない」、「緊急地震速報が遅れるのは困る」、「違和感があり受け入れづらいの（理由）は費用と、替わったときに（地上波放送と）同等のサービスを受けられるのかわからないから心配」等の発言が確認され、被験者は、画質のみに限らず、録画、遅延、フタかぶせ、緊急地震速報の遅延、費用等の他の機能も含めて、総合的に地上波放送と同等であることを望んでいることが読み取れる。

実証エリア	調査	画質 [*] 評価（鮮明さ）	年代	画質や受容性に関する発言
ミニサテ	B	×	70以上	映像は（中画質以外）鮮明だった気がした。インターネット（経由）になった際の 受信料が気になる 。インターネットになること自体は時代の流れだと思うが、個人的には将来こうなると受け入れづらいと思う。ネット契約がない人は移行したらどうするのか。
小規模	A	○	70以上	画質の違いはあまり感じなかった 。インターネットでテレビを見ることになって見逃しはできるけど 録画はないですと 、それはまずいと思う。普通の番組が遅れるのはよいが、 緊急地震速報が遅れるのは困る 。 フタかぶせは受け入れられない 。今（実証では）はテレビが見れる上に見逃して観るからプラスだが、総合的にこれに替わるとなると受け入れづらい。デメリットが出てくると困る。インターネットになったらNHKの受信料はどうなるのか。 違和感があり受け入れづらいの（理由）は費用と、替わったときに（地上波と）同等のサービスを受けられるのかわからないから心配 。あとは緊急時の遅延が気になる。画質については違和感ない。
小規模	A	×	60	文字の読みづらさはないが、画質が悪かった。これがテレビにならなったら何とか我慢できると思うが、 今の感覚だと録画は必要 。 30秒の遅延はやや影響があるかと思う 。 フタかぶせはできればない方がよい 。違和感は画質が大きいかな、一番重要なのは 画質 だと思う。録画は必要で、見逃しだけではちょっと（足りないと思う）。日本全国が替わるならよいが、ある地域だけというのはちょっと。ある地域に行ったら画質が綺麗だけど、こっちに来たら違うよという気になる。
小規模	A	△	50	画質は色が薄い気がした。テレビ（地上波）とも見比べて画質が薄かった。録画は今使わないが、保存用として 録画機能自体は必要 。基本的には今ある機能が犠牲になるのはよくないと思う。遅延は普通の番組視聴では気にならないが緊急時は結構なタイムラグだと思う。画質の低下については受け入れられない。テレビとして観るのであれば、 テレビと同じもの（画質）をみせてほしい 。フタかぶせは視聴中に出た。何を言っているかわからなくなる。 これ（フタかぶせ）があると地域間格差みたいなのが起こることになるので 、ネット契約していない世帯や光が来ていない地域が取り残されるのはあまり良い制度設計とは言えないのでは。このままだと受け入れられない。普通の視聴にどれだけ近づけられるかと思う。 画質と操作性も気になる 。

※ 画質評価（鮮明さ）：×違いを強く感じた、△違いをある程度感じた、○あまり感じなかった

図1-26 総合的な受容性評価において「受け入れづらい」と回答した4名の詳細分析

以上のaからeまでの総合的な受容性評価に影響する要因分析の結果、受容性は画質との紐付けで認識されており、画質が重要とされている一方、一定程度の画質の低下は許容範囲であることが判明した。また、録画や遅延、フタかぶせ、緊急地震速報の遅延、費用など、画質のみに限らず、他の機能等も含めて、総合的に地上波放送と同等であることが望まれていることが明らかとなった。

③ 要素別分析

①で示した枠組みのとおり、要素別分析では、図1-14の調査項目のうち、総合的な受容性評価以外の設問について、

ウ 映像等関連要素（画質、ABR¹¹、遅延、音声）に対する評価

エ 放送機能関連要素（副音声、字幕、緊急地震速報、チャンネル切替え等、番組表、ザッピング、データ放送、録画）に対する評価

オ その他要素（インターネット速度、サイバーセキュリティ、ソフトのアップデート処理、地域限定性、インターネット独自の機能、フタかぶせ、費用負担）に対する評価

の3つの要素に分けて調査結果について分析を行ったところ、その結果概要は図1-27のとおりであった。

映像等 関連要素	a 画質	地上波放送番組との違いを感じないとの回答が多かったが、同時配信の中画質で地上波放送との違いを感じるとする回答が増加
	b アダプティブビットレート（ABR）	ABRは、できれば無いのが望ましいとの回答が約7割と多かった。一方で、実際にABRの発生を体験したと感じた被験者の割合と「視聴中の画質の低下は全く受け入れられない」と回答した被験者の割合に乖離があり、ABR発生の体験と受容性は必ずしも一致していないことが推察される
	c 遅延	30秒程度の遅延については、「全く影響がない」又は「あまり影響がない」との回答が約8割と多く、受容性は高かった
	d 音声	音声については、調査A、調査Bともに地上波放送番組との違いを感じた被験者は少なく、受容性が高かった
放送機能 関連要素	e 副音声	副音声のニーズについては、「あるほうがよい」と「なくてもよい」がともに約4割と意見が分かれた。ヒアリングからは、自分は使わないがよかったほうがよいとの発言が多く、社会的な必要性を意識した回答となっている可能性がある
	f 字幕	字幕は、「極めて重要だ」又は「あるほうがよい」との回答が7割となりニーズが高かった。耳の悪い方への配慮など社会的な重要性を指摘する声のほか、自身の耳が悪くなることへの懸念も聞かれた
	g 緊急地震速報	緊急地震速報は、特に「極めて重要だ」とする回答が65%と多かった。ヒアリングからは、スマホにも通知が届くとの発言が多かったことが見て取れる
	h チャンネル切替え等	調査Aの被験者はFire TV Stick上で動作するアプリを操作したが、「難しくない」又は「慣れそうだ」との回答が約9割と多く、操作感が異なっても受容性は高かった。調査Bでチャンネル切替えのスムーズさについて、違いを感じた被験者は「切替えが遅い」と回答した
	i 番組表	テレビ上に「番組表を表示する機能は不可欠だ」という回答が6割強と多く、ニーズが高かった。ヒアリングでは、今日見るテレビは新聞のテレビ欄から探すとの話も多かったが、その上でテレビでの表示も必要だと回答したことが見て取れる
	j ザッピング	「親たい番組を簡単に探せるのであればザッピング以外の方法でも構わない」との回答が約7割と多かった。Fire TV Stickのリモコンを被験者自らが操作した調査Aでも同様の傾向であった
	k データ放送	データ放送は、「極めて重要」又は「あるほうがよい」との回答が8割弱となり、ニーズが高かった。ヒアリングからは、自分が使うか使わないかは半々であったが、いずれもあったほうがよいと考えていることが見て取れる
	l 録画	録画は、「見逃し視聴機能があっても自宅のレコーダーでの録画もできたほうがよい」との意見が半数強と多数であった。レコーダーの代替としての見逃し視聴期間については意見が分かれるが2週間～1ヶ月分の回答が多かった
その他 要素	m インターネット速度	普段のインターネットの速度が気になるかについては、世帯の状況によって回答が分かれた。テレビ以外の端末への影響については、半数が現時点ではあまり気にならないと回答した
	n サイバーセキュリティ	「非常に気になる」又は「やや気になる」との回答が約8割と多かった
	o ソフトのアップデート処理	自動アップデートを約半数が望んでいる。アップデート自体無いほうがよい回答も約1割あった
	p 地域限定性	インターネットであれば、離れた地域の放送番組も視聴したいと回答が約7割と多かった
	q インターネット独自の機能	インターネット独自の機能として、約半数がPCやスマホでの視聴を利用したいと回答した。視聴データ活用は、セキュリティ上の不安よりも、便利な機能への期待が上回った
	r フタかぶせ	フタかぶせは「できれば無いのが望ましい」又は「受け入れられない」との回答が約7割と多かった。特に、「できれば無いのが望ましい」が半数強と多かった。他方、「インターネット経由ならではの事象だとして、受け入れられる」との回答が約3割あった。フタかぶせが実際に発生した調査Bと発生頻度が低いと考えられる調査Aで、調査結果はほとんど変わらなかった
	s 費用負担	番組視聴がインターネット経由になった場合の費用を尋ねたところ、「一定程度の費用負担はやむを得ない」との回答が6割強と多かった

図1-27 要素別分析の結果概要（ミニサテライト局エリア・小規模中継局エリア）

¹¹ Adaptive Bit Rate の略。ネット上で動画や音声のストリーミング配信を行う際に、視聴者の通信環境に応じて自動的にコンテンツの品質・サイズを変更することができる方式のことをいう。

ウ 映像等関連要素（画質、ABR、遅延、音声）に対する評価

a 画質（画質の「鮮明さ」、「文字の読みづらさ」）

調査Aにおいて、映像（画質）は地上波放送番組との違いを「全く感じなかった」との回答が多かった。

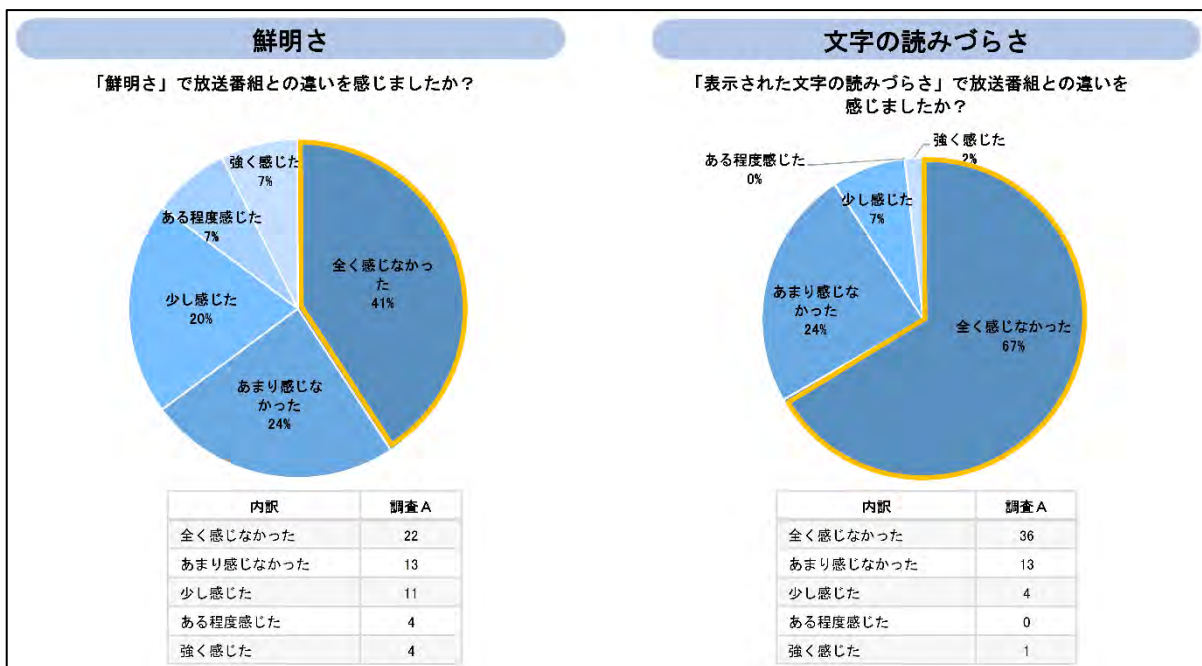


図1-28 映像等関連要素：a 画質（調査A）

32型では、地上波放送番組との違いを感じなかったとの回答が多かったが、ネット同時配信番組の中画質では、「ある程度感じた」という回答も多かった。

65型では、32型と比較して、地上波放送番組との違いを感じたとする回答が増加したが、同時配信番組の高画質では「あまり感じなかった」又は「全く感じなかった」との回答も多かった。

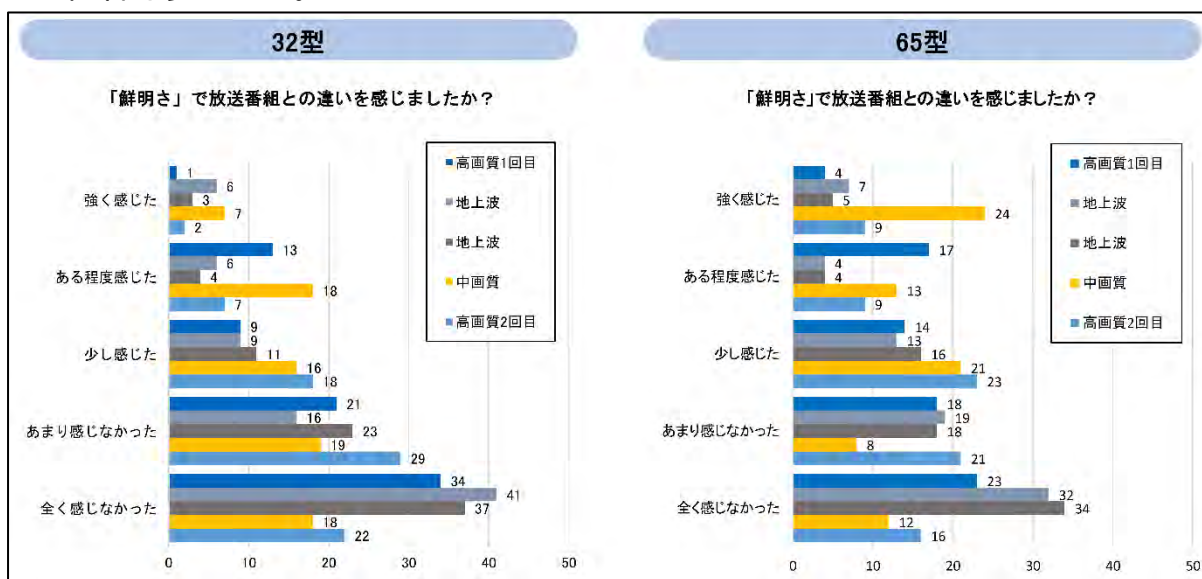


図1-29 映像等関連要素：a 画質（鮮明さ）（調査B）

「文字の読みづらさ」は地上波放送番組との違いを感じないとの回答が多かった。65型の同時配信番組の中画質では、違いを感じたとする回答が増加した。

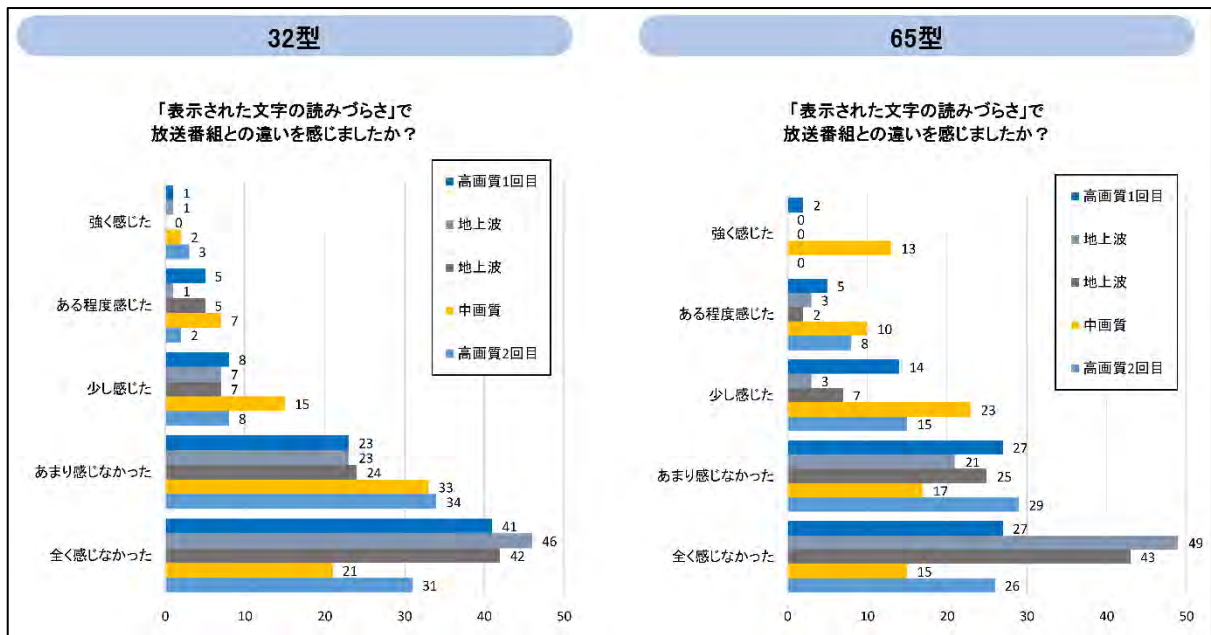


図1-30 映像等関連要素：a 画質（文字の読みづらさ（調査B））

b アダプティブビットレート（ABR）

ABRは、できれば無いのが望ましいとの回答が約7割と多かった。

一方で、実際にABRの発生を体験したと感じた被験者の割合と「視聴中の画質の低下は全く受け入れられない」と回答した被験者の割合に乖離があり、ABR発生の体験と受容性は必ずしも一致してないことが推察される。

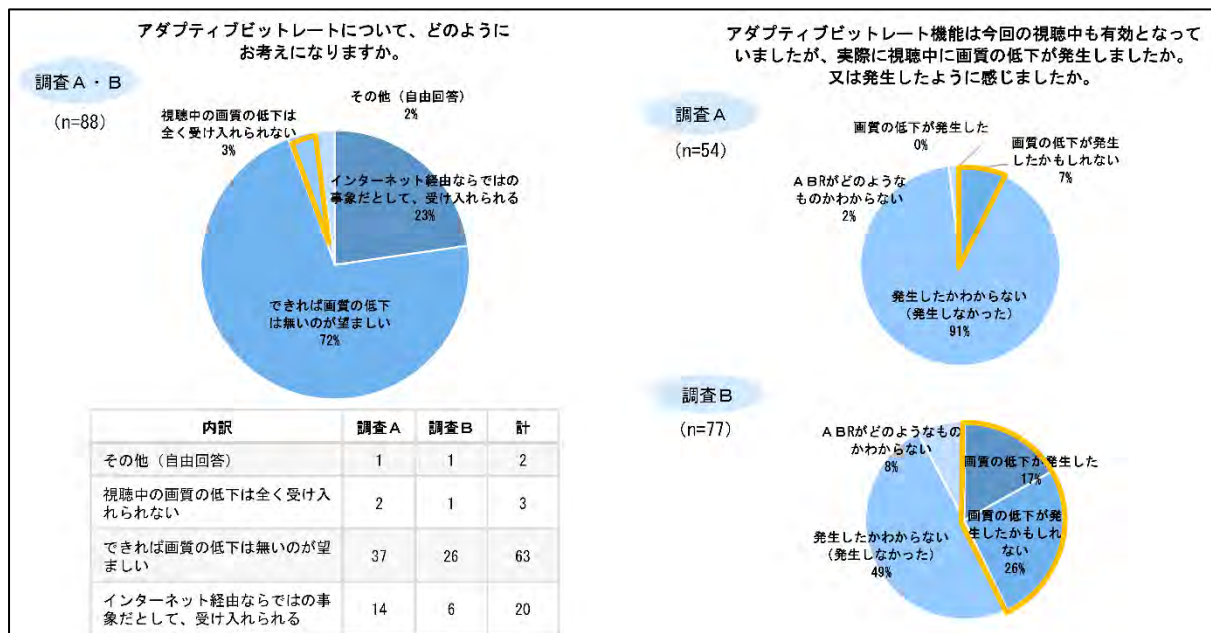


図1-31 映像等関連要素：b ABR

なお、調査Aの各世帯では、テレビの下り回線の速度を計測した。

NHKプラスやTVerの推奨速度とされる3 Mbps～6 Mbps以下の被験者は1名のみであり、大半の被験者で良好な画像品質での視聴をし、ABRの発生頻度も低かったものと推測される。

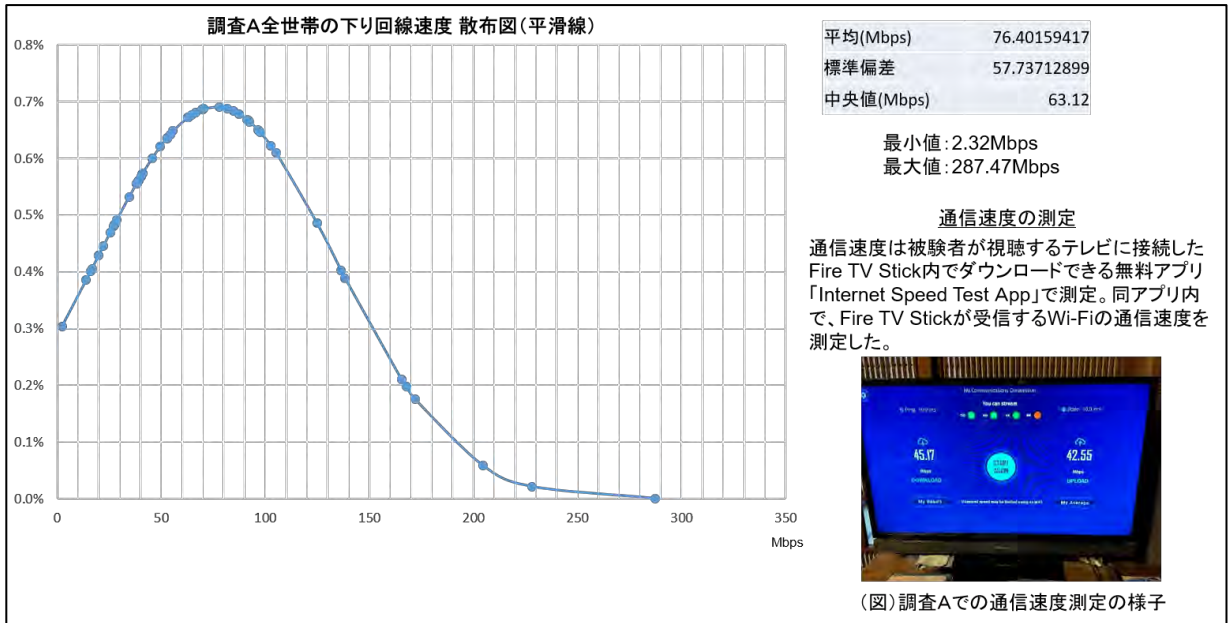


図1-32 各世帯における通信速度

c 遅延

30秒程度の遅延については、「全く影響がない」又は「あまり影響がない」との回答が約8割と多く、受容性は高かった。

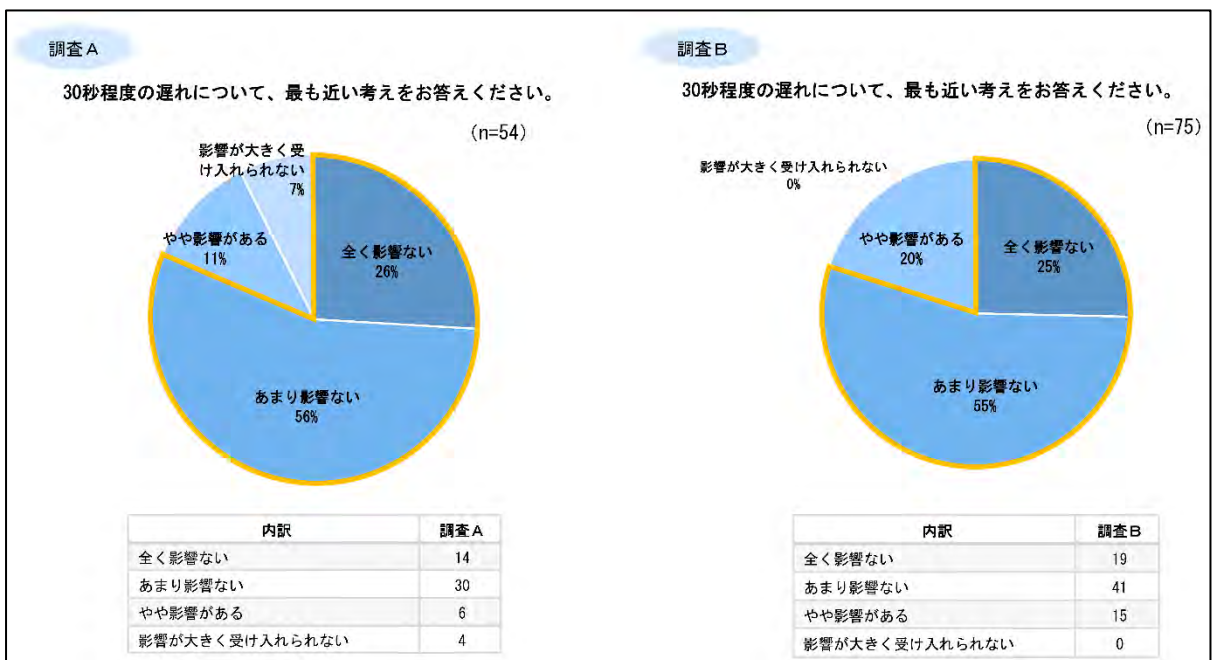


図1-33 映像関連要素：c 遅延

d 音声

音声については、調査A、調査Bともに地上波放送番組との違いを感じた被験者は少なく、受容性が高かった。

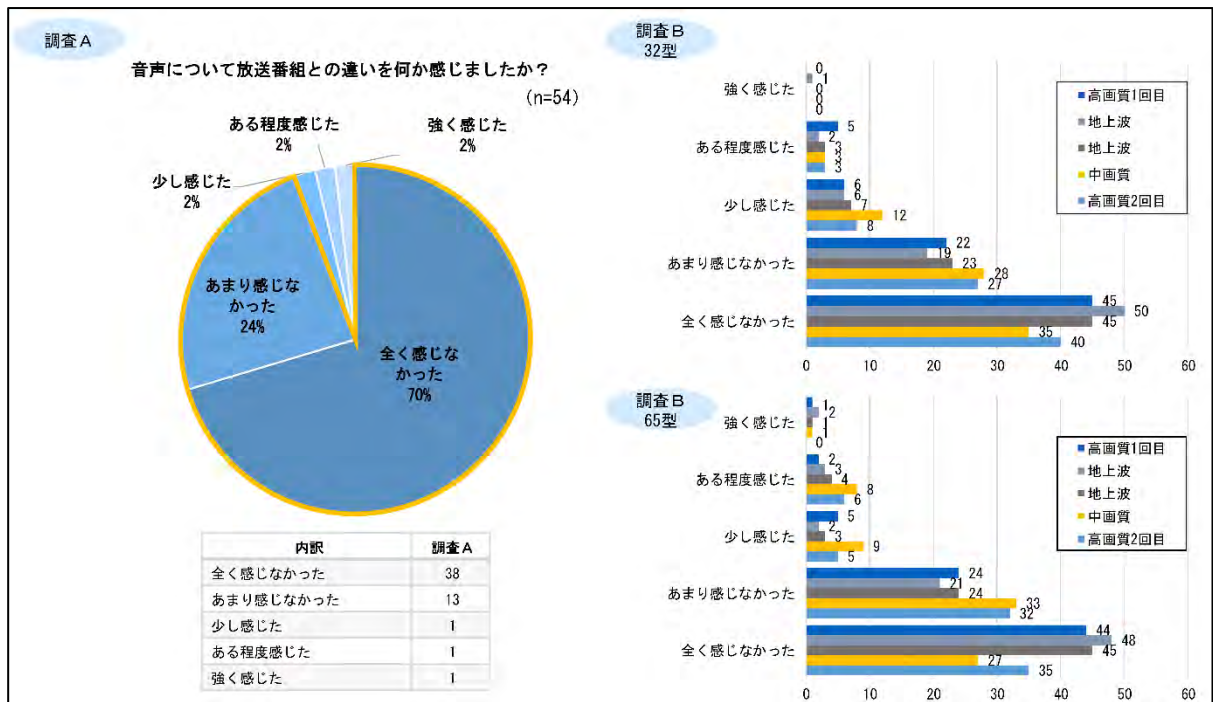


図1-34 映像等関連要素：d 音声

エ 放送機能関連要素（副音声、字幕、緊急地震速報、チャンネル切替え等、番組表、ザッピング、データ放送、録画）に対する評価

e 副音声

副音声のニーズについては、「あるほうがよい」と「なくてもよい」がともに約4割と意見が分かれた。

ヒアリング調査からは、自分は使わないがあつたほうがよいとの発言が多く、社会的な必要性を意識した回答となっている可能性があることが見て取れる。

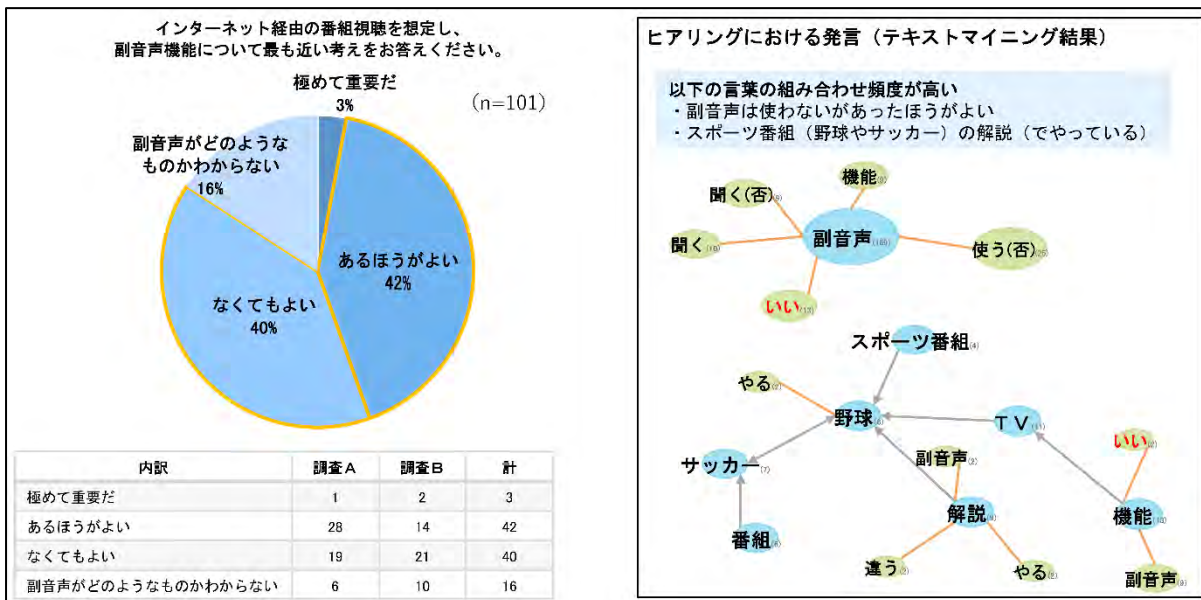


図1-35 放送機能関連要素：e 副音声

f 字幕

字幕は、「極めて重要だ」又は「あるほうがよい」との回答が7割となりニーズが高かった。

ヒアリング調査では、耳の悪い方への配慮など社会的な重要性を指摘する声のほか、自身の耳が悪くなることへの懸念も聞かれた。

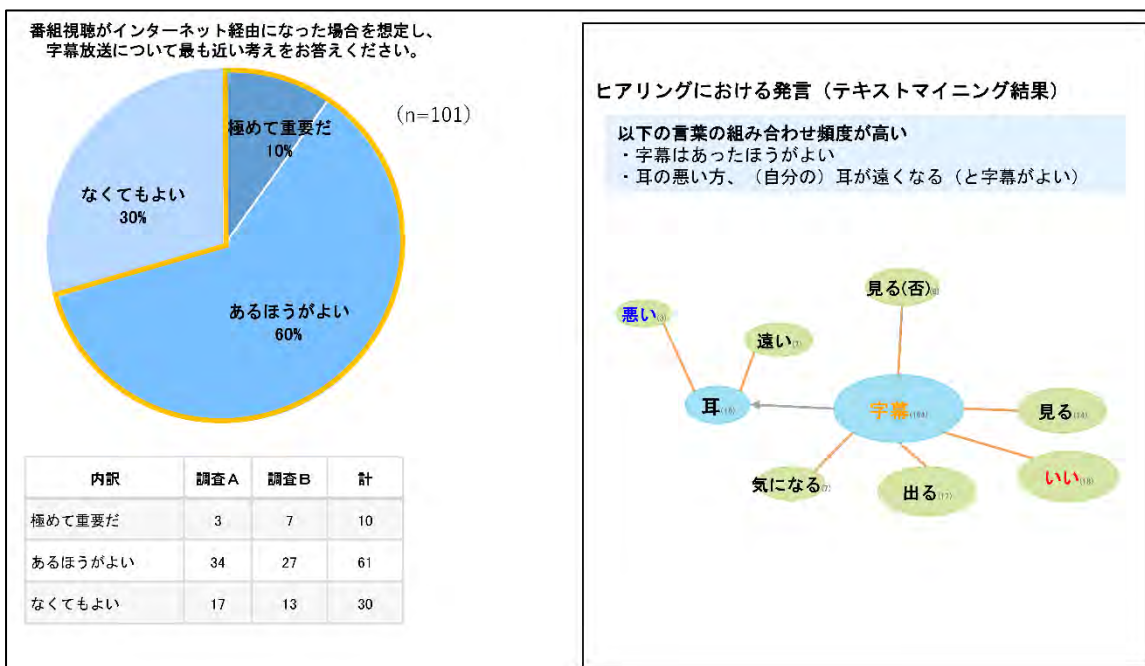


図1-36 放送機能関連要素：f 字幕

g 緊急地震速報

緊急地震速報は、特に「極めて重要だ」とする回答が65%と多かった。

ヒアリング調査からは、スマホにも通知が届くとの発言が多かったことが見て取れる。

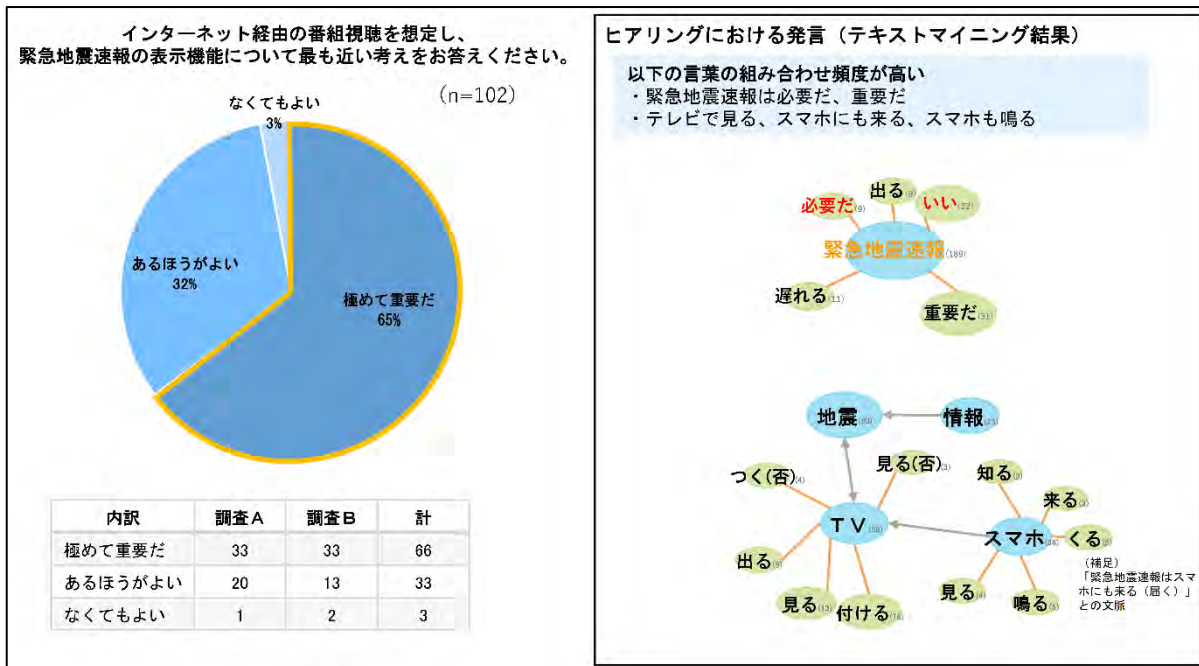


図 1-37 放送機能関連要素：g 緊急地震速報

h チャンネル切替え等

調査Aの被験者はFire TV Stick上で動作するアプリを操作したが、「難しくない」又は「慣れそうだ」との回答が約9割と多く、操作感が異なっても受容性は高かった。

調査Bでチャンネル切替えのスムーズさについて、違いを感じた被験者は「切替えが遅い」と回答した。

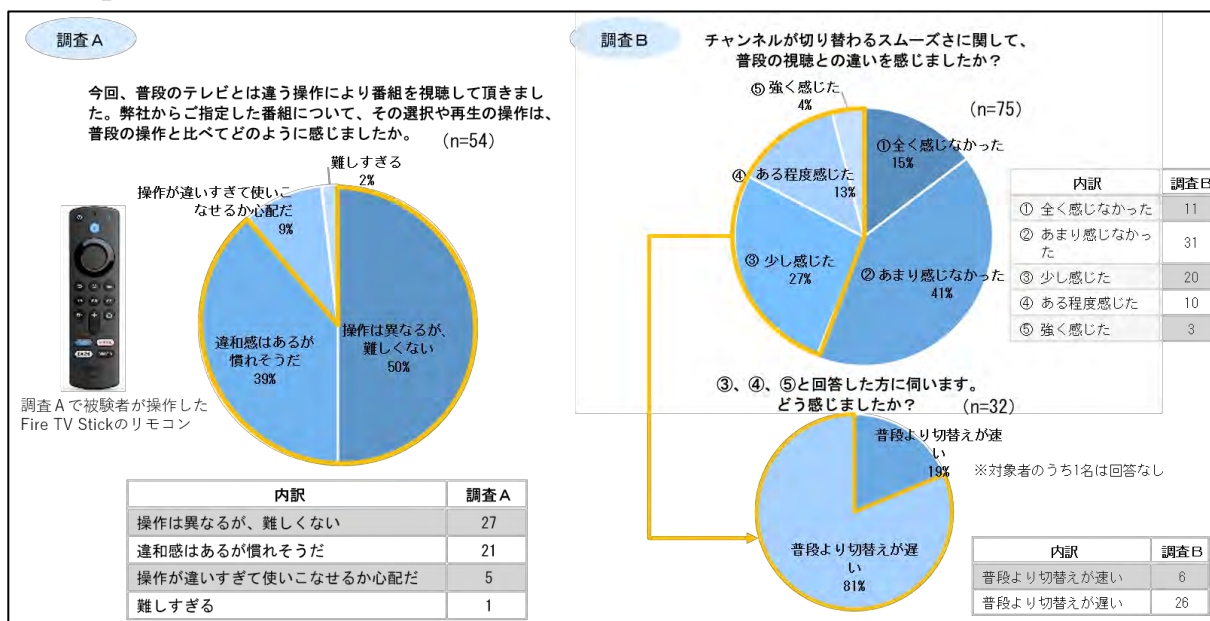


図 1-38 放送機能関連要素：h チャンネル切替え等

i 番組表

テレビ上に「番組表を表示する機能は不可欠だ」という回答が6割強と多く、ニーズが高かった。

ヒアリング調査からは、今日見るテレビは新聞のテレビ欄から探すとの話も多かったが、その上でテレビでの表示も必要だと回答したことが見て取れる。

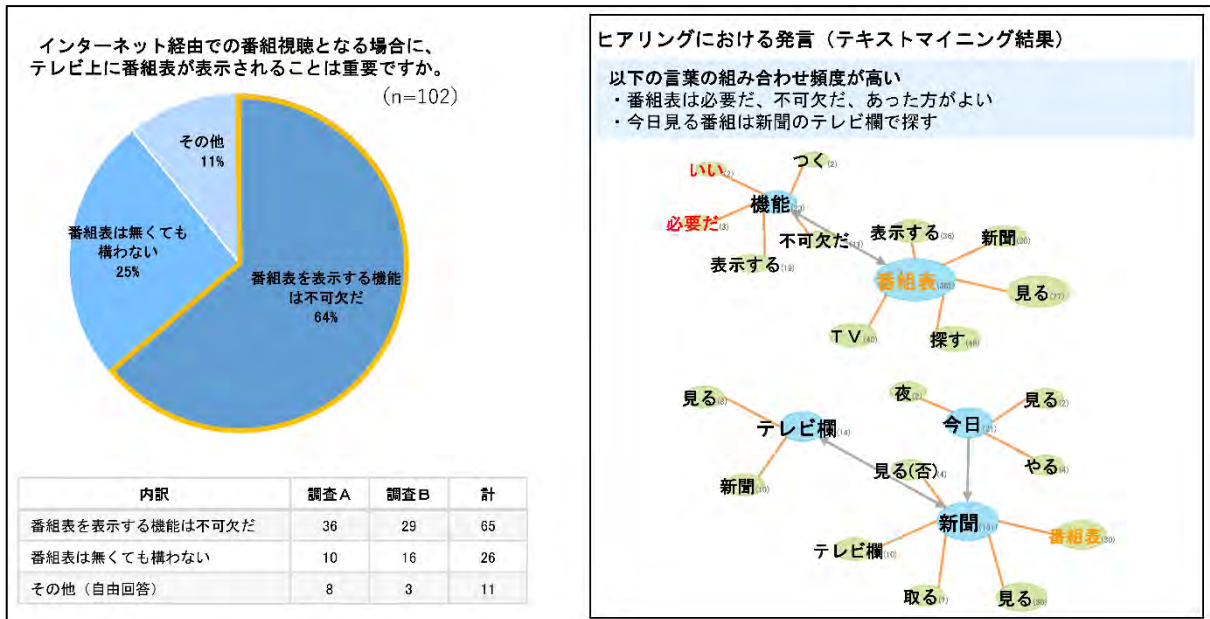


図1-39 放送機能関連要素：i 番組表

j ザッピング

「観たい番組を簡単に探せるのであればザッピング以外の方法でも構わない」との回答が約7割と多かった。Fire TV Stick上で動作するアプリを被験者自らが操作した調査Aでも同様の傾向であった。

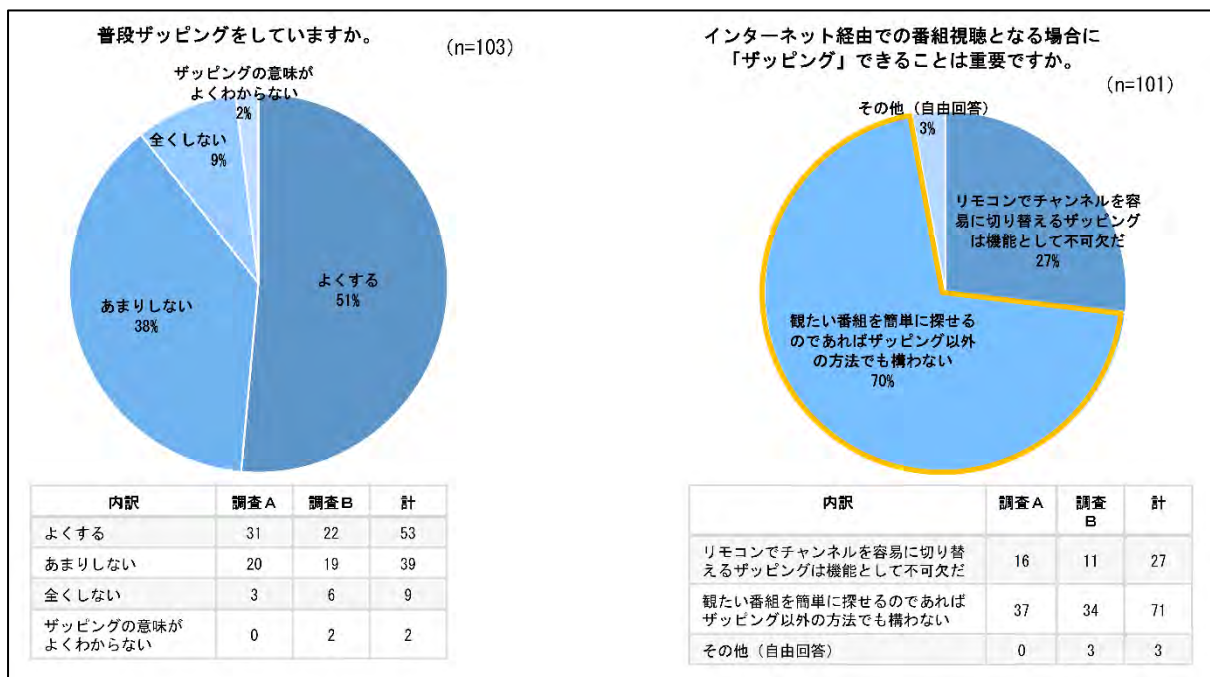


図1-40 放送機能関連要素：j ザッピング

k データ放送

データ放送は、「極めて重要」又は「あるほうがよい」との回答が8割弱となり、ニーズが高かった。

ヒアリング調査からは、自分が使うか使わないかは半々であったが、いずれもあったほうがよいと考えていることが見て取れる。

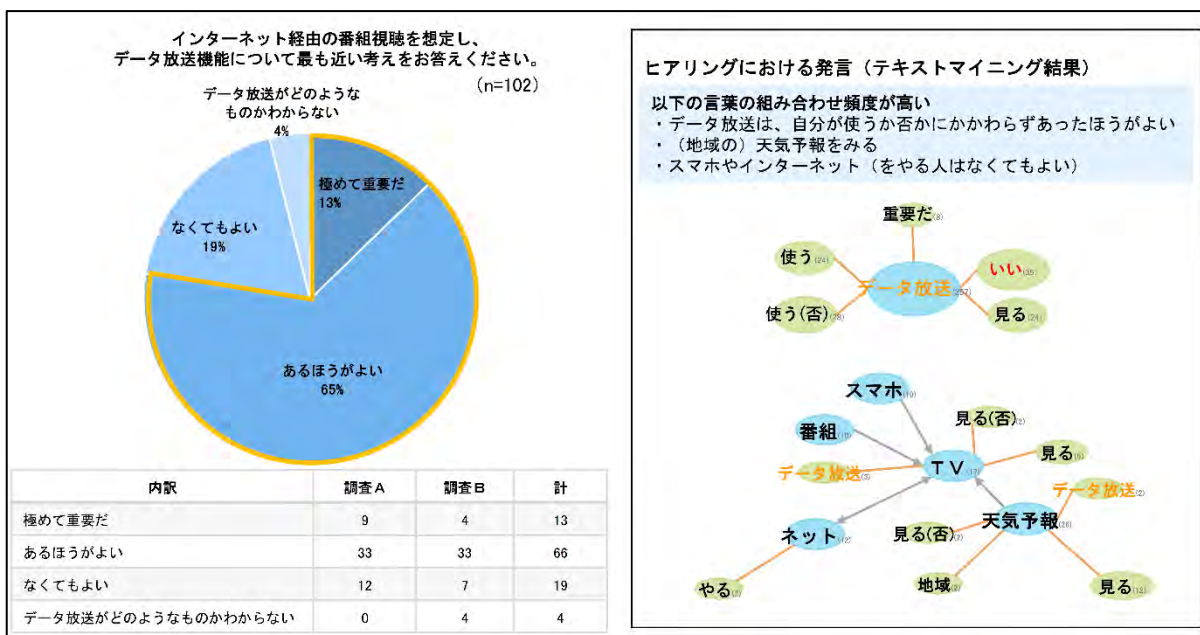


図 1-41 放送機能関連要素：k データ放送

l 録画

録画は、「見逃し視聴機能があっても自宅のレコーダーでの録画もできたほうがよい」との意見が半数強と多数であった。

レコーダーの代替としての見逃し視聴期間については意見が分かれるが、2週間～1ヶ月分との回答が多かった。

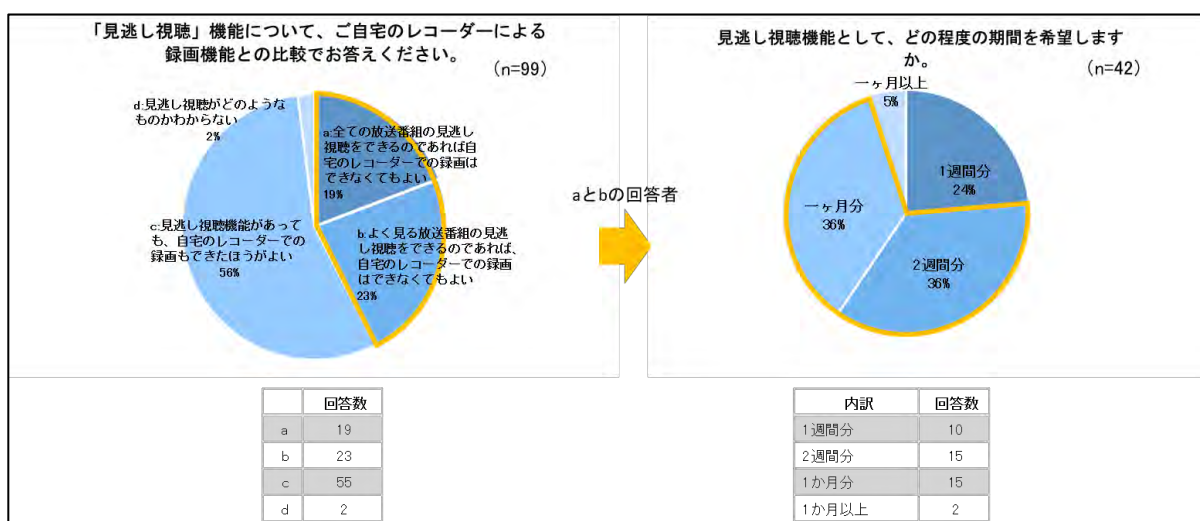


図 1-42 放送機能関連要素：l 録画

オ その他要素（インターネット速度、サイバーセキュリティ、ソフトのアップデート処理、地域限定性、インターネット独自の機能、フタかぶせ、費用負担）に対する評価

m インターネット速度

普段のインターネットの速度が気になるかについては、世帯の状況によって回答が分かれた。

テレビ以外の端末への影響については、半数が現時点ではあまり気にならないと回答した。

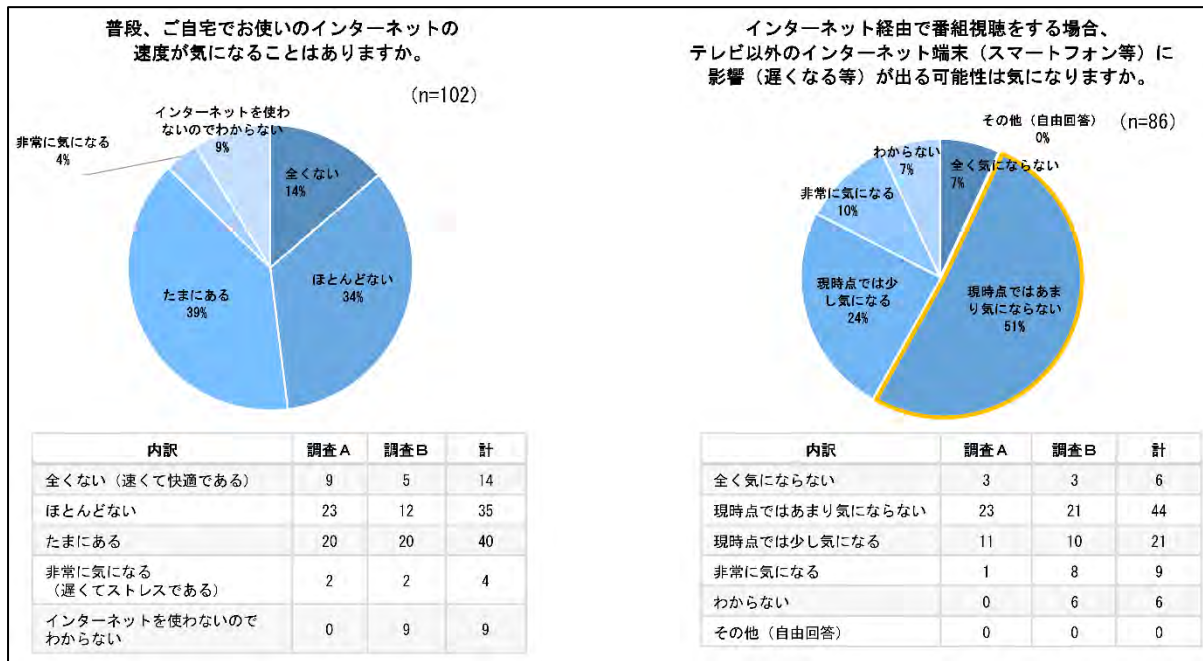


図1-43 その他要素：m インターネット速度

n サイバーセキュリティ

「非常に気になる」又は「やや気になる」との回答が約8割と多かった。

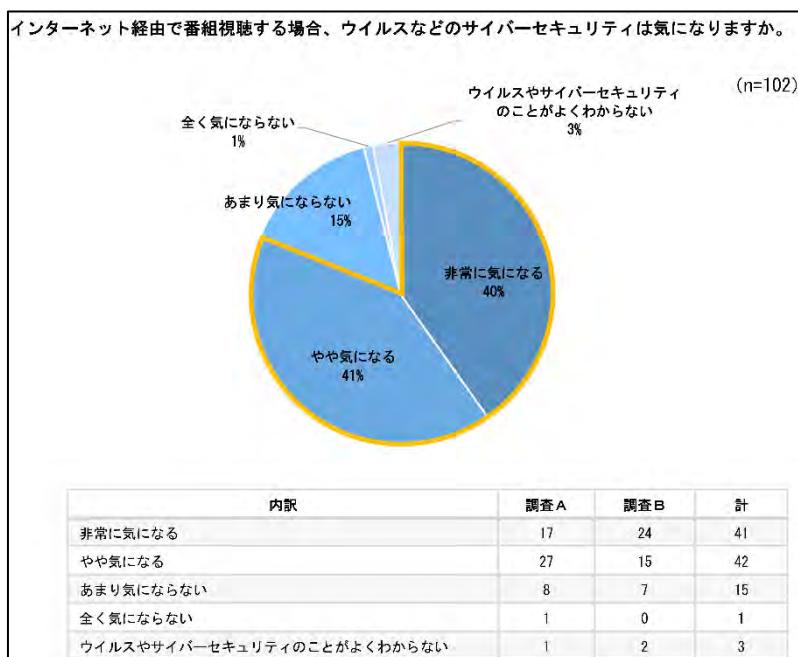


図1-44 その他要素：n サイバーセキュリティ

o ソフトのアップデート処理

自動アップデートを約半数が望んでいる。アップデート自体無いほうがよいとの回答も約1割あった。

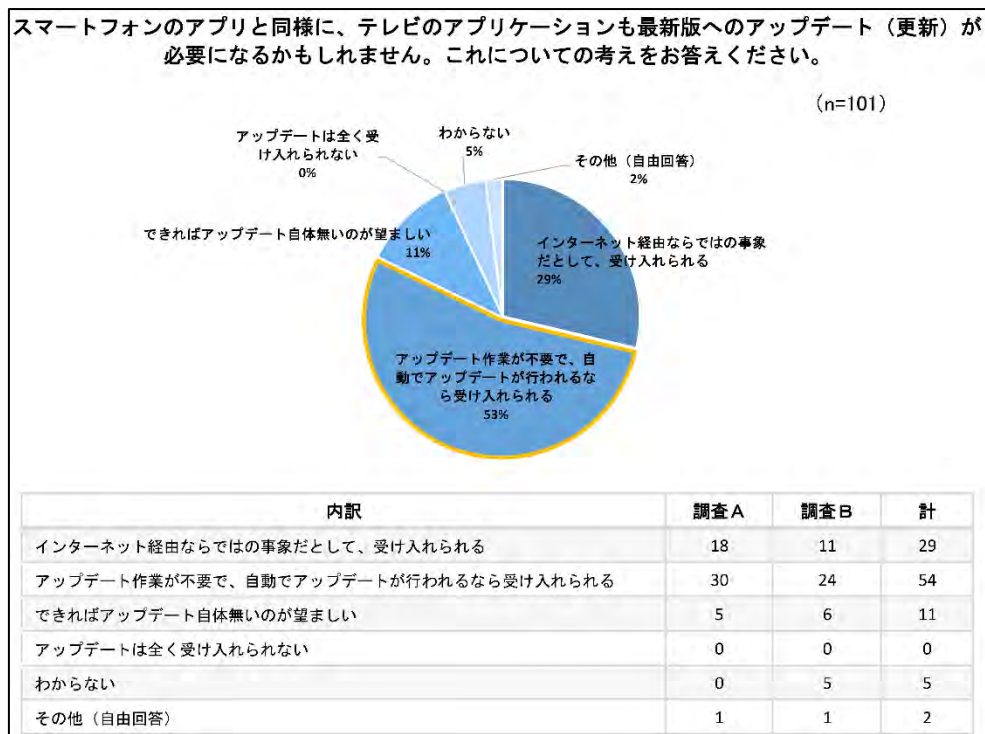


図1-45 その他要素：o ソフトのアップデート処理

p 地域限定性

インターネットであれば、離れた地域の放送番組も視聴したいとの回答が約7割と多かった。

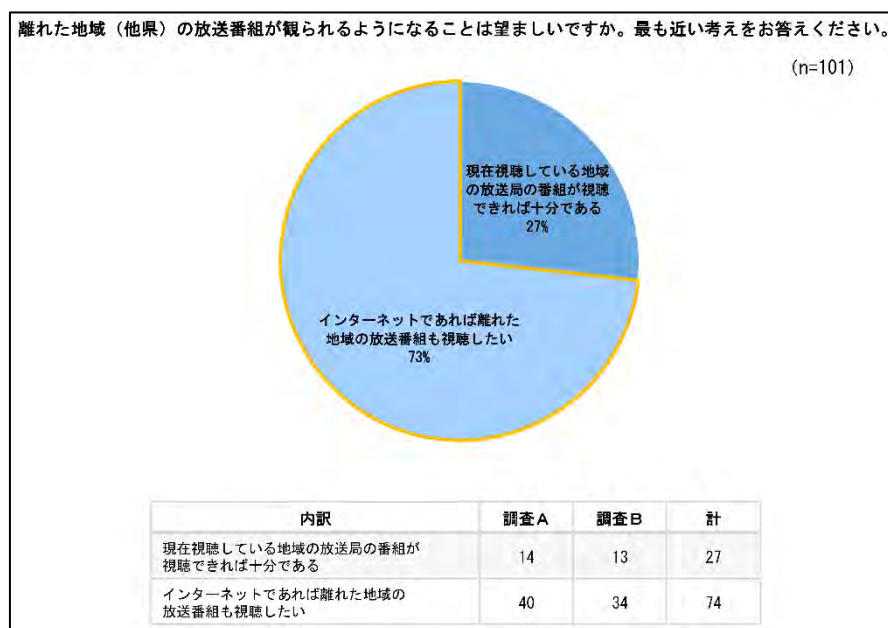


図1-46 その他要素：p 地域限定性

q インターネット独自の機能

インターネット独自の機能として、約半数がPCやスマホでの視聴を利用したいと回答した。

視聴データ活用は、セキュリティ上の不安よりも、便利な機能への期待が上回った。

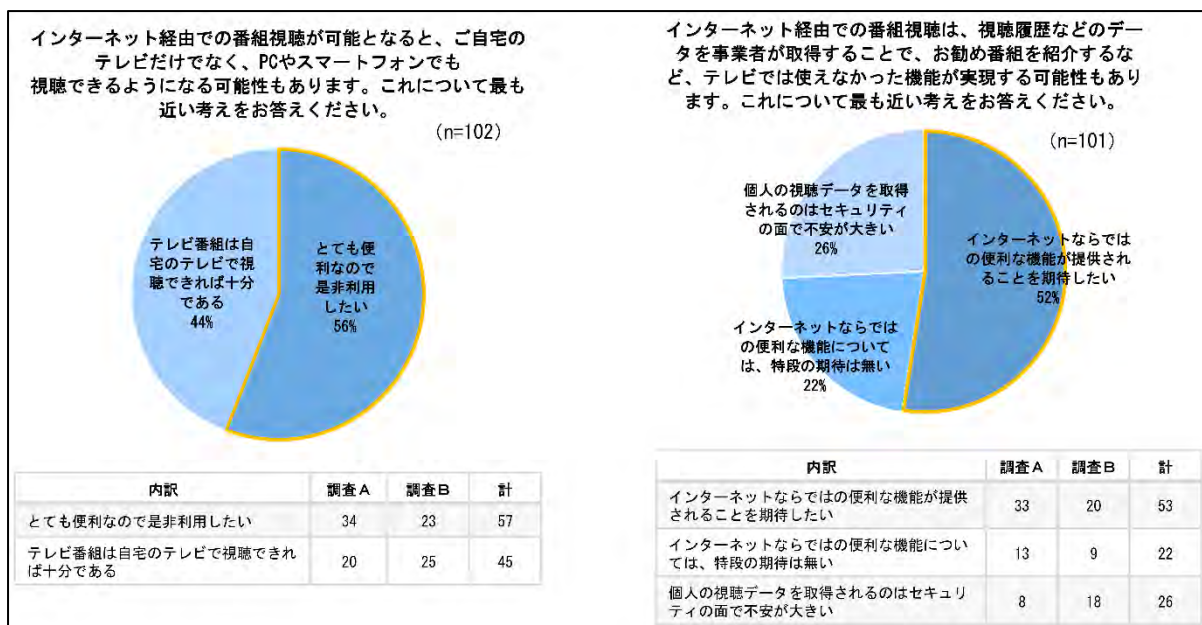


図1-47 その他要素：q インターネット独自の機能

r フタかぶせ

フタかぶせは「できれば無いのが望ましい」又は「受け入れられない」との回答が約7割と多かった。特に、「できれば無いのが望ましい」が半数強と多かった。他方、「インターネット経由ならではの事象だとして、受け入れられる」との回答が約3割あった。

フタかぶせが実際に発生した調査Bと発生頻度が低いと考えられる調査Aでも、調査結果はほとんど変わらなかった。

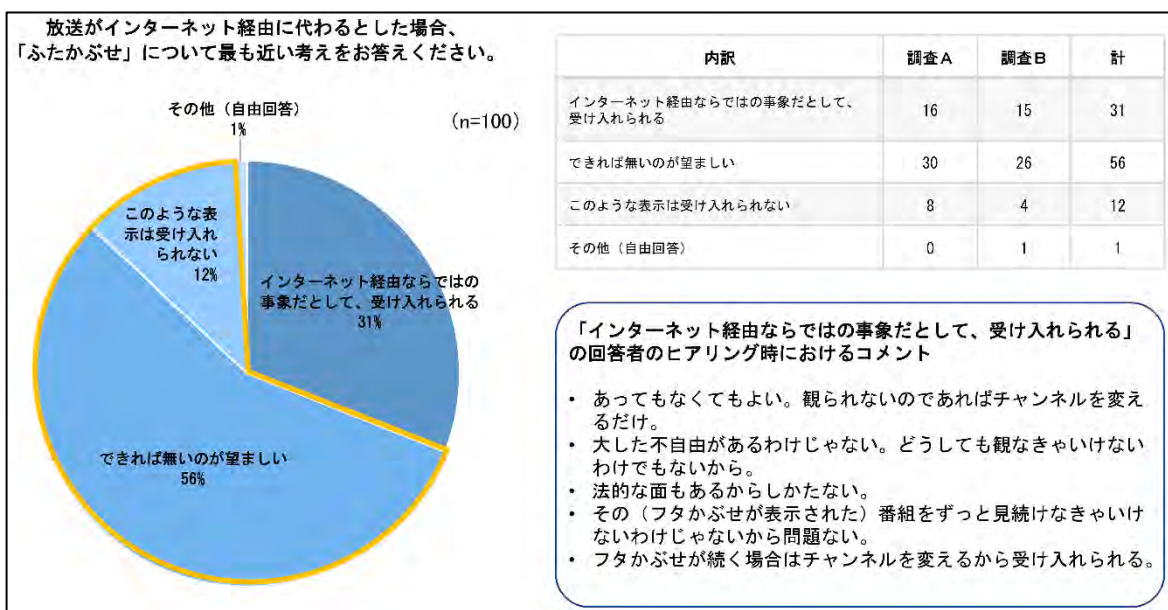


図1-48 その他要素：r フタかぶせ

s 費用負担

番組視聴がインターネット経由になった場合の費用を尋ねたところ、「一定程度の費用負担はやむを得ない」との回答が6割強と多かった。

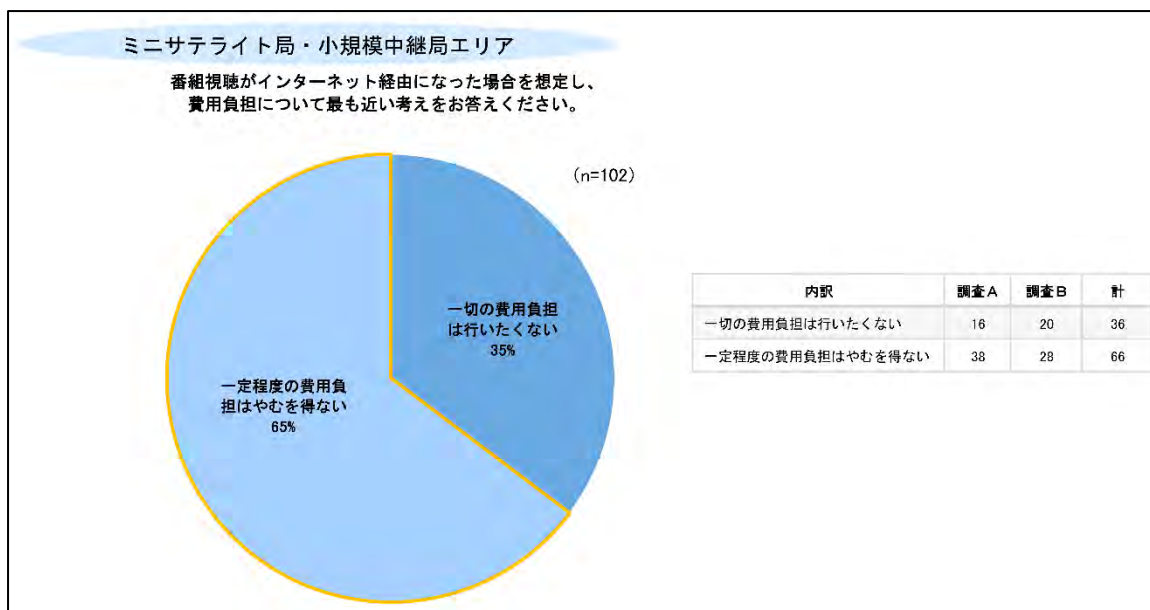


図1-49 その他要素：s 費用負担

(2) 辺地共聴施設エリア

① 調査結果の分析・評価の枠組み

調査結果の分析・評価の枠組みとして、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアと同様、総合分析と要素別分析の2つに分け、各視点から調査結果の分析・評価を行った。総合分析では、辺地共聴施設エリアにおいてケーブルテレビによる番組視聴に切り替えた場合の総合的な受容性評価（以下「ケーブルテレビ視聴に対する総合的な受容性評価」という。）について分析・評価を行った。また、要素別分析では、切替えの案内方法や説明会の在り方等について分析・評価を行ったほか、参考調査として、機能面での将来の放送の在り方について分析・評価を行った。

② 総合分析

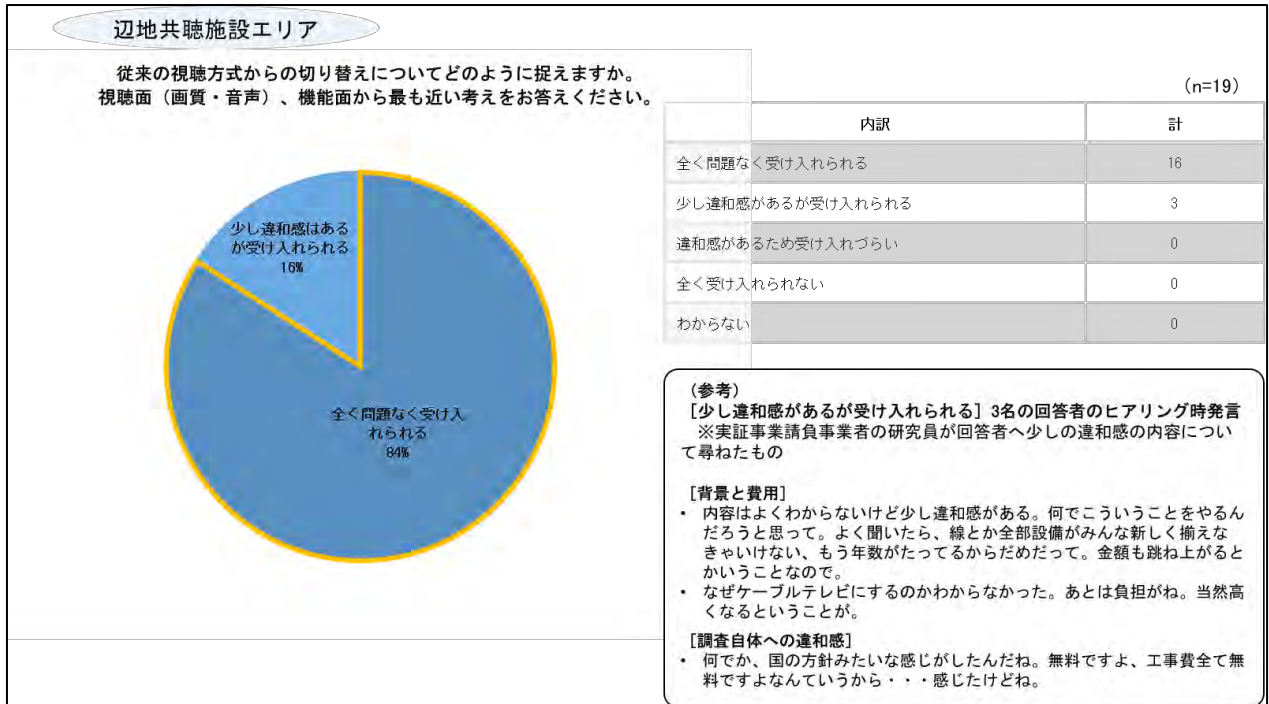
①で示した枠組みのとおり、総合分析では、ケーブルテレビ視聴に対する総合的な受容性評価について分析・評価を行った。

ア ケーブルテレビによる番組視聴に対する総合的な受容性評価

図1-50で示したとおり、調査においては、「(辺地共聴施設による)従来の視聴方式からの切り替えについてどのように捉えますか。視聴面(画質・音声)、機能面から最も近い考えをお答えください。」との質問を行っている。これに対する回答を被験者における「ケーブルテレビ視聴に対する総合的な受容性評価」と位置付け、その結果について分析を行ったところ、「全く問題なく受け入れられる」との回答が84%、残りの回答は全て、「少し違和感はあるが受け入れられる」となり、全ての被験者が受け入れられるとの結果が得られた。

なお、「少し違和感があるが受け入れられる」とした3名の被験者について、ヒアリン

グの際、調査員がその内容を尋ねたところ、切替えの必要性に対する疑問や切替え後の費用負担の増加、また、本調査自体への違和感であることが判明した。



**図 1-50 ケーブルテレビ視聴に対する総合的な受容性評価
辺地共聴施設エリア**

③ 要素別分析

①で示した枠組みのとおり、要素別分析では、図 1-15 の調査項目のうち、「ケーブルテレビ視聴に対する総合的な受容性評価」以外の設問に係る調査結果について分析を行ったところ、その結果概要は以下のとおりである。

イ その他要素（費用負担、案内の在り方、説明会）

a 費用負担

辺地共聴施設エリアにおいては、番組を視聴するため、共聴組合費用の負担が視聴者に求められるが、ケーブルテレビに切り替わることで費用負担が変わることがある。この費用について最も近い考えを尋ねたところ、「現状と同程度ならよい」との回答が約7割と多かった。

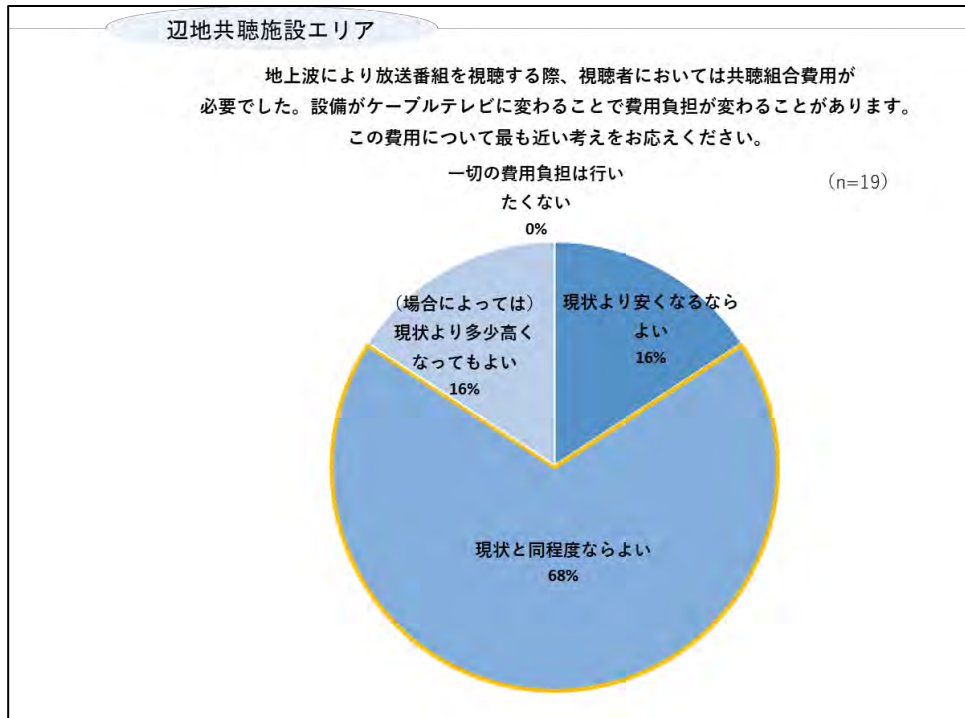


図 1-51 その他要素 : a 費用負担

b 案内の在り方

ケーブルテレビへの切替え案内の在り方について尋ねたところ、町会長・自治会長・組合長や行政機関からの案内だと安心できるとの回答が多かった。また、案内の媒体としては、「地域の回覧板」が安心との回答が多数を占めた。

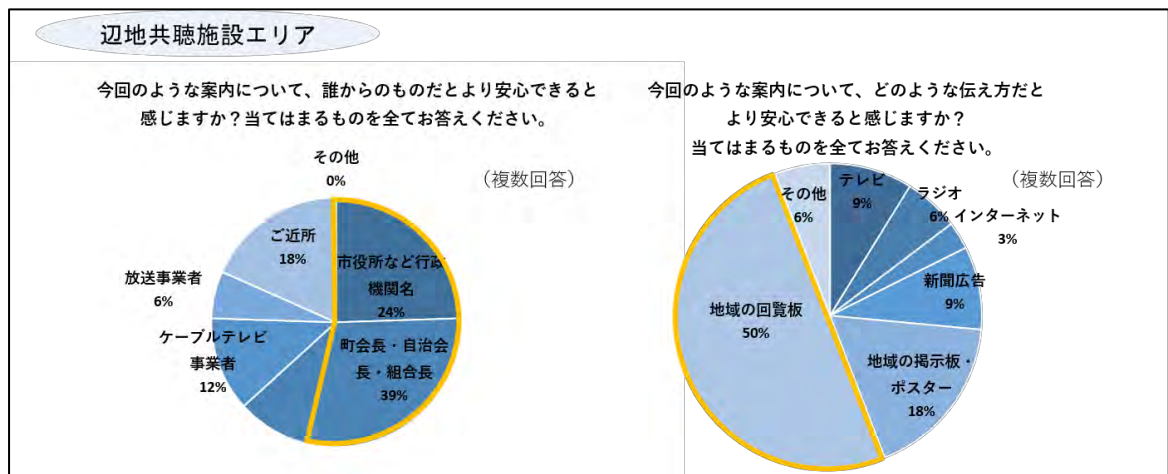


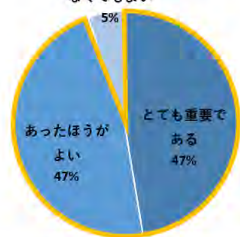
図 1-52 その他要素 : b 案内の在り方

c 説明会

ケーブルテレビへの切替えに係る共聴組合員への説明会について尋ねたところ、対面の説明会について、「とても重要である」又は「あったほうがよい」との回答が約95%と多かった。また、あると良いと思う開催方法は、今般の実証事業において実施したような対面（集合）での説明を希望との回答が多かった。さらに、被験者に対するヒアリングでは、高齢者への配慮が重要だとのコメントが複数あった。

辺地共聴施設エリア

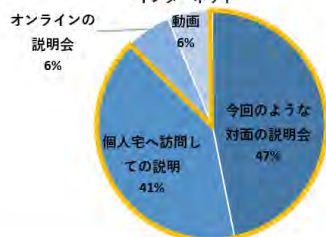
今回のような対面の説明会は必要だと思いますか？
 最も近い考えをお答えください。(n=19)



ヒアリングにおける主なコメント

- ・ 高齢者でも理解できる説明会であることが重要。
- ・ (参加者は) 知識が無いので、切り替えをやりますというアナウンスだけでと駄目。
- ・ 対面で実施することが何より重要。
- ・ (自分ではないが) 怪しくて行けなかった人もいた、と聞いている。

説明会の開催方法について、あると良いと思うものを
 すべてお答えください。(複数回答)



ヒアリングにおける主なコメント

- [対面の説明会] の回答者
- ・ 個人宅の説明は感染症や詐欺などがあり好ましくない。
- (その他、開催方法について)
- ・ 後で質問等ができるよう手元に残る文書や資料、質問できる環境が必要。
 - ・ どれも必要がない、資料があればよい。
 - ・ 歩くことが困難なので出かけるのが難しい。

図 1 -53 その他要素 : c 説明会

第2章 放送アプリケーションに関する基礎的調査

ブロードバンド代替において発生する費用には、通信に関するものと放送アプリケーションに関するものがあるが、1次取りまとめにおいては、通信に関する費用を中心に検討を行い、放送アプリケーションについては限られた検討期間の中で要件・構成・費用について十分に検討を行うことができなかった。

そこで、今般、実証事業の基礎的調査の一環として、放送アプリケーションの構成及び費用構造についての分析等を行った。

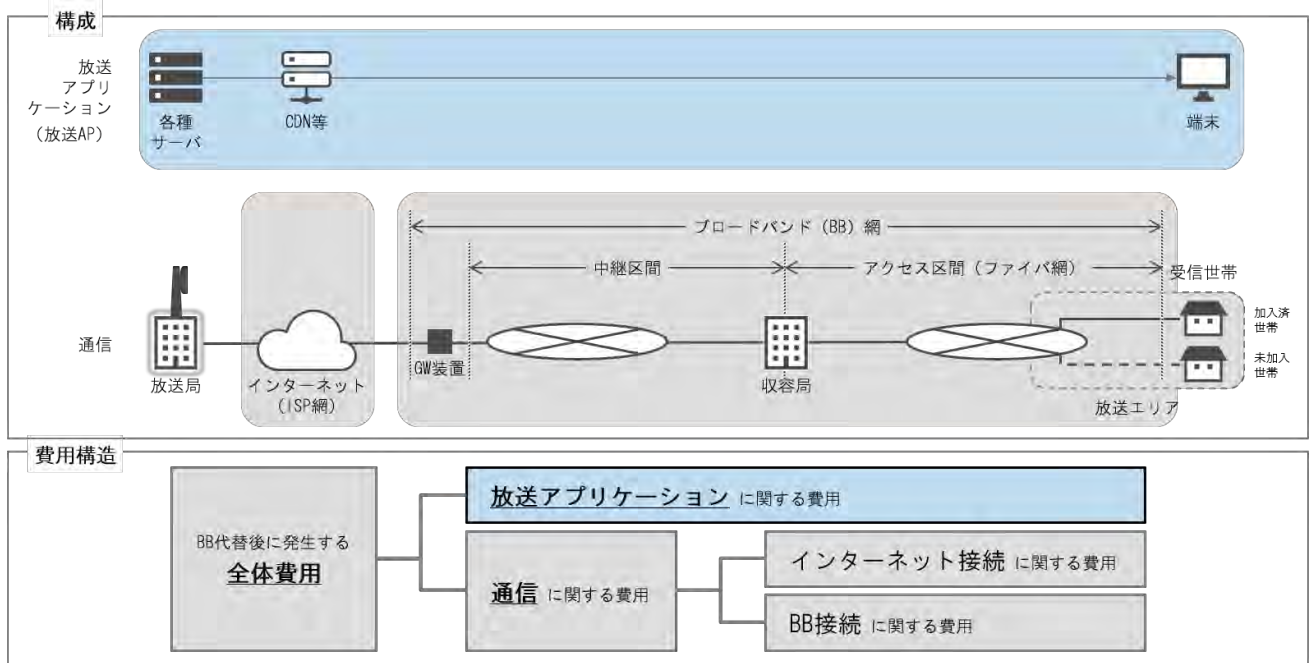


図 2-1 ブロードバンド代替後に発生する費用の構造と放送アプリケーションの範囲

1. 調査方法

(1) 調査の進め方

放送アプリケーションの基礎的調査の進め方としては、調査に協力をいただくベンダー（以下「協力ベンダー」という。）に、1次取りまとめにおいて示された内容に基づき、放送アプリケーションに関する構成・費用の提示を依頼し、その結果を分析する方法を採用した。具体的には、協力ベンダーに対して調査の背景等について必要な説明を行いつつ、費用試算の具体的な依頼を行った。説明においては、1次取りまとめにおいて示された放送アプリケーションに関する情報¹²をインプットとして提示し、その情報を踏まえつつ、協力ベンダーにおいて詳細な検討が行われた。

¹² 1次取りまとめにおける「図表 2-3 想定する放送アプリケーションのシステム構成」、「図表 2-4 想定する放送アプリケーションの主な構成要素」、「参考資料 1. 仮置きした品質・機能要件」等。

(2) 協カベンダー

協カベンダーについては、調査スケジュール等を勘案し、対応可能な2社に協力をいただくこととした。その際、放送アプリケーションについて、なるべく多くの選択肢を検討でき、多様な視点が含まれるよう、事業規模、取扱実績、通信事業との関わり等が異なるベンダーに依頼することとした。

その結果、協カベンダーとしては、株式会社インターネットイニシアティブ及び株式会社Jストリームに協力をいただくこととなった。

 Internet Initiative Japan	会社名	株式会社 インターネットイニシアティブ
	従業員数	4,335名（連結） 2,461名（単体）
	売上	2,263.4億円（2022年3月期、連結）

- 2022年12月で設立から30周年
- インターネットの黎明期から様々なストリーミング中継に関する取組を実施
- 2016年に日本テレビとCDN事業会社JOCODNを設立。その後、民放、NHKを含む第三者割当増資のもと、事業展開中
- LIVE/VOD配信に必要な機能をクラウドサービスとしてオールインワンで提供する「IIIJ Media Sphereサービス」を提供



	会社名	株式会社 Jストリーム
	従業員数	約600名（連結）
	売上	124.1億円（2021年3月期、連結）

- 1997年5月に設立
- 日本初、国内最大の企業向けストリーミング専門企業
- 動画を活用する際に必要となる制作・配信・運用の全てに対応しており、お客様のニーズに応じた総合的なサービスを提供
- 課金決済・DRM、プロモーション・映像制作、Webサイト制作・運用、放送機器のシステムインテグレーション、e-ディテール関連制作などのグループ会社を保有



図2-2 協カベンダー概要

(3) 協カベンダーにおける検討スコープ

協カベンダーにおける検討スコープは図2-3に赤枠で示したとおりである。1次取りまとめにおいて示された放送アプリケーションの構成を一例とした上で、放送局から送出される番組コンテンツがインターネットを經由して受信世帯内の端末に届けるまでのシステム一式（端末を含む。）を対象とした。

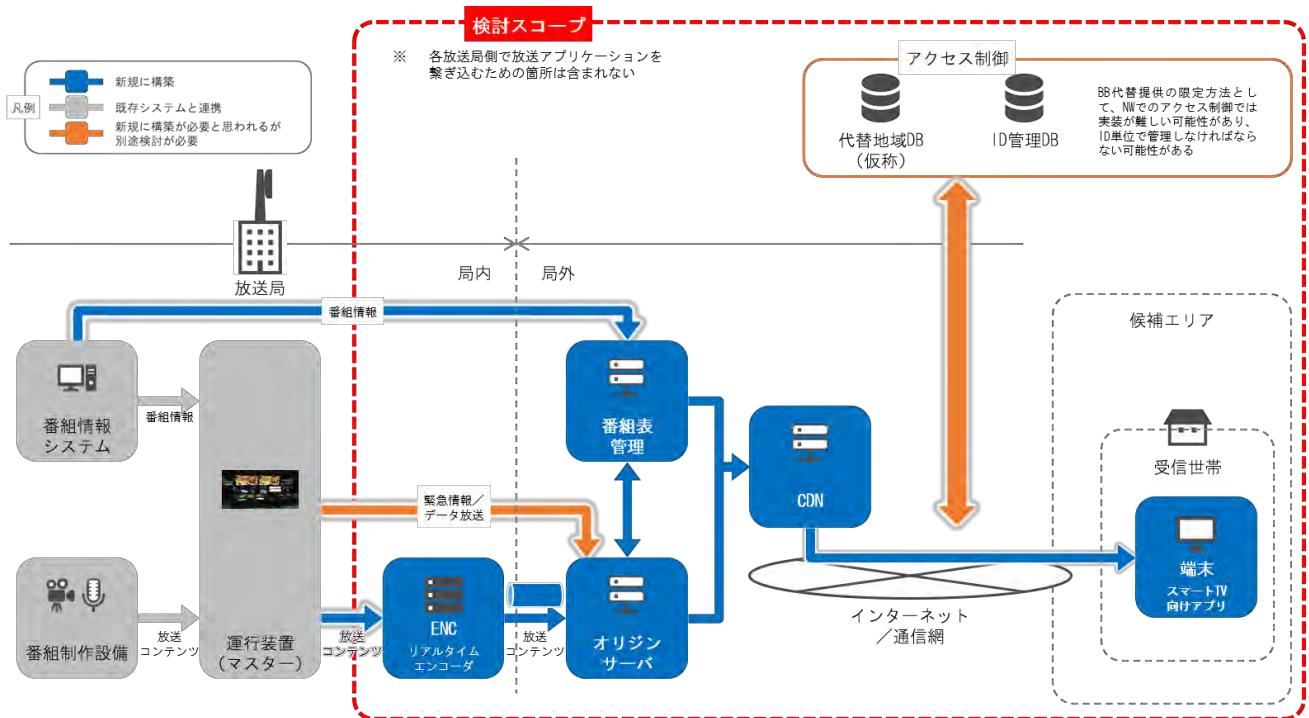


図2-3 協カベンダーにおける検討スコープ

2. 調査結果

(1) 協カベンダーによる提案

提案のあった放送アプリケーションのソリューションとして、1社からは、サービス提供型で、配信プラットフォームを東西1ヶ所ずつに集中配置する案(以下「A案」という。)が示され、もう1社からは、個別開発・オンプレミス型で、配信プラットフォームを全国に分散配置する案(以下「B案」という。)が示された。

① A案の内容

A案は、1次取りまとめにおいて示された放送アプリケーションの構成を踏襲するもので、一般的な放送コンテンツのネット同時配信の形態に近いものとなっている。配信プラットフォームは、サービス提供型であり、東京と大阪に1ヶ所ずつ配置される。放送コンテンツが地域の放送局のリアルタイムエンコーダから広域イーサネット回線を通じて配信プラットフォームに送信され、それをCDN¹³を通じて受信世帯の端末に配信するシステムとなっている。

端末については、様々な方式の中から、STB¹⁴型のハードウェアとAndroid等の標準OSに搭載可能なアプリケーションの組合せが採用されている。録画ニーズへの対応については、配信プラットフォームに見逃し配信機能を実装することとしている。

検討された主な機能として、「STB端末」、「画質=1080p~232p」、「ABR」、「音声2ch」、「字

¹³ Content Delivery Networkの略。Web上で送受信されるコンテンツを効率的に配送するために構築されたネットワークのことをいう。また、これを利用して顧客企業のコンテンツを高速に配信するサービス(CDNサービス)のことをいう。

¹⁴ Set Top Boxの略。ディスプレイやテレビ、デジタルサイネージなどの画面表示装置に接続し、表示すべき映像信号を送り出す働きをする機器の総称をいう。分野や時代によって接続先や機能が異なる。

幕」、「緊急情報」、「DRM¹⁵」、「アクセス制御」及び「EPG¹⁶」が挙げられる。

放送局における工事については、一般的な放送コンテンツのネット同時配信と同様に、リアルタイムエンコーダの設置、マスター設備との接続、配信プラットフォームに放送コンテンツを送信するための回線の敷設等が必要となる。

運用・サポートについては、基本的なハードウェア保守とサービス提供される機能のサポートのみが含まれており、システム監視、ユーザーサポートは含まれていない。

- BB代替の対象となる地域の全ての放送局が、東京と大阪に設置された配信プラットフォームに放送コンテンツ等を送信し、CDNを通じて、受信世帯に設置された端末に放送される
- 既存のインターネット配信の仕組みと類似し、その技術／製品／人材を活用できる範囲が多い

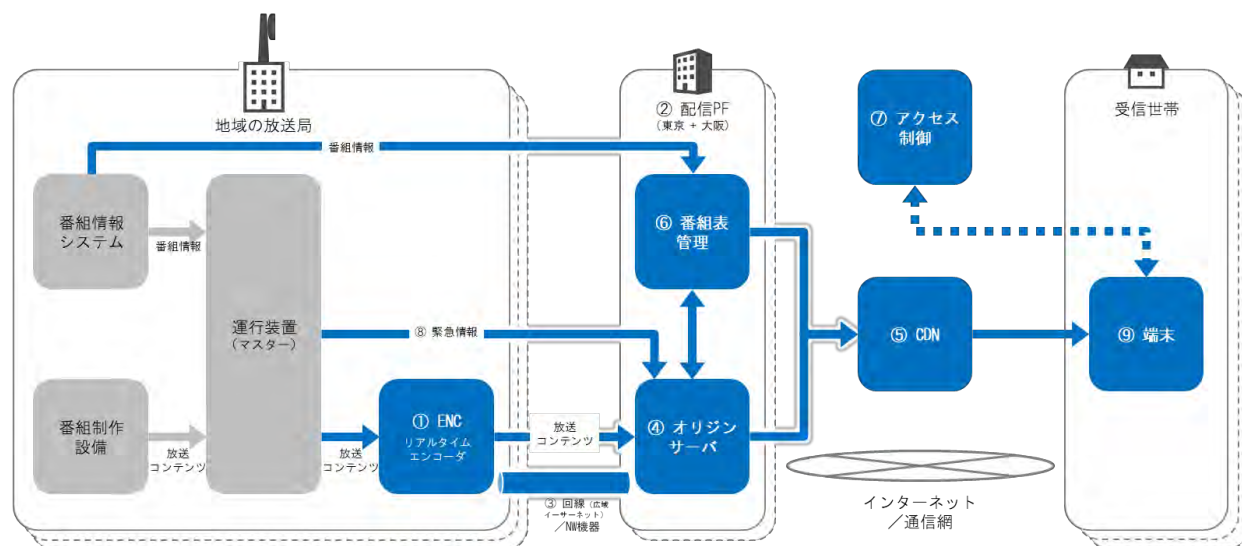


図2-4 A案の全体構成・アーキテクチャ

② B案の内容

B案は、ブロードバンド代替の対象地域と同じ内容の放送波を配信プラットフォームにおいて受信し、受信した放送波から映像データとメタデータを放送波ごとに生成し、それらを多重化した上で、配信制御・管理を行いつつ、CDNを通じて受信世帯の端末に配信する、独自のシステムとなっている。配信プラットフォームの各機能については、個別開発が中心であり、基本的にDC¹⁷にオンプレミス型で設置される。配信プラットフォームは、ブロードバンド代替の対象地域と同じ内容の放送波を受信するため、当該地域が所在する放送エリアにおけるDCに設置されることになることから、全国に分散配置されることになる。

端末については、Androidのネイティブアプリを提供することのみを前提としている。録画ニーズへの対応については、見逃し配信機能を実装することが可能とされているが、提案においては機能概要の検討のみが行われ、具体的な費用は提示されていない。

¹⁵ Digital Rights Management の略。デジタルデータとして表現されたコンテンツの著作権を保護し、その利用や複製を制御・制限する技術の総称をいう。音声・映像ファイルにかけられる複製の制限技術などが有名だが、広義には画像ファイルの電子透かしなども含まれる。

¹⁶ Electronic Program Guide の略。テレビやパソコンなどの画面に、テレビの番組表を表示するシステムのことをいう。

¹⁷ Data Center の略。外部へ機能やサービスを提供するためのサーバコンピュータなどを設置、運用するための施設のことをいう。

検討された主な機能として、「Androidネイティブアプリ」、「スマートデバイスでの視聴」、「画質=720p」、「音声2ch」、「字幕」、「データ放送」及び「EPG」が挙げられる。「アクセス制御¹⁸」については、機能概要の検討のみが行われ、具体的な費用は提示されていない。

放送局側の工事については、放送波を利用するため不要となる。

運用・サポートについては、基本的なハードウェア保守とシステムのサポート（平日の日勤帯のみ）が含まれており、A案と同様、システム監視、ユーザーサポートは含まれていない。

- BB代替地域の放送波を配信プラットフォームで受信し、放送波毎にメタデータ^{※1}と映像データを生成し、それらのデータを多重化、配信制御・管理とCDNを通じて端末に放送される
- 放送波を利用するため、放送されている内容をそのまま配信されるとともに、放送事業者側設備の変更が不要^{※2}

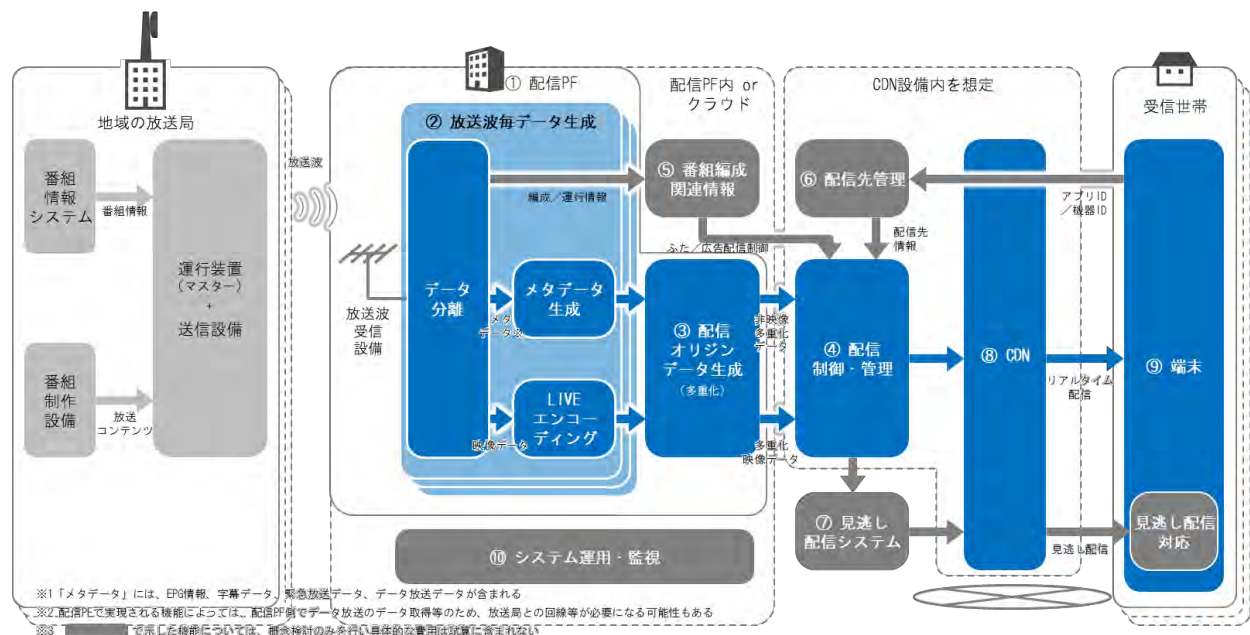


図2-5 B案の全体構成・アーキテクチャ

(2) A案・B案の分析

分析の手順としては、まず、放送アプリケーションの実現に当たり、主要な関係者に影響があると想定され、かつ、それぞれのソリューションの特徴が現れやすい項目を設定の上、それぞれのソリューションの定性的な特徴の洗い出しを行った（各ソリューションの特徴の分析）。

次に、それぞれのソリューションにおける試算された費用に基づき、放送アプリケーションの費用の構成の分析を行うとともに、費用に影響を与える要素の分析を行った（費用構造分析）。なお、協力ベンダーからは、既存サービスを適用している部分については該当サービスの標準価格（定価）、その他の個別開発部分については類似案件の費用を参考にした概算価格が必要な費用として提示されたことから、実際の放送アプリケーションの構築・運用に関わる費用と乖離している可能性を考慮し、費用の構造を中心に示すこととした。

¹⁸ B案では「配信先管理」と呼んでいる。

① 各ソリューションの特徴の分析

協力ベンダー2社から提案のあったソリューションについて、定性的な特徴の分析を行った。分析に当たっては、「モノ」、「ヒト」、「情報」及び「カネ」の4つの視点を設定した上で、放送アプリケーションの導入・運用に際して、主要な関係者に影響があると想定され、かつ、それぞれのソリューションの特徴が現れやすい項目として14項目を設けた。分析結果の概要は、図2-6のとおりである（詳細は参考資料2参照）。

		A案	B案
モノ	① 設備の配置	■ 東京と大阪に 集約	■ 各地のBB代替対象地域と同一放送エリアごとに 分散
	② 構築／提供形態	■ 動画配信サービス を活用し、IaaSサービス上での個別開発で補完	■ 基本的に オンプレミス でシステムを構築
視聴者視点	③ 提供される視聴環境	STB増設、1080p~220p、4K、音声2ch、字幕、緊急情報、DRM、アクセス制御、EPG	Androidネイティブアプリ、HDMI出力での視聴、720p、音声2ch、字幕、データ放送、EPG
	④ 導入容易性	■ STBと 視聴アプリケーション を合わせて提供（標準的）	■ ドングル等に 視聴アプリケーションを導入 （標準的）
	⑤ 番組視聴の障害に至る要因	■ 配信PFのシステム内に SPOFなし	■ 配信PF がSPOFになりうる（配信PFの冗長化は可能）
放送事業者視点	⑥ 構築～運用に必要なリソース	■ 放送局内で 機器設置／回線工事あり （標準的）	■ 基本的に、放送局内での 工事なし
	⑦ 導入容易性	■ 通常の ネット同時配信と同様 （標準的）	■ 構築時に必要な稼働がなく、 導入が容易
	⑧ 個別ニーズへの対応	■ 基本的に、 全国で共通の基盤サービス を利用	■ 個別構築が多いため、基本的に 個別ニーズへ対応可
その他	⑨ 放送APの構築／運用体制	■ 放送局設置設備での保守以外は、構築～運用保守まで 1事業者で完結 （アクセス制御/ユーザサポートを除く）	■ 中心的な事業者以外に オンサイト保守等は現地で調整が必要 （アクセス制御/ユーザサポートを除く）
情報	⑩ 仮置きした品質・機能要件との整合性	■ 別途、示す	
	⑪ 必要な技術／知見	■ 既存のネット配信の技術 （データ放送を除く）	■ 放送波から配信データを生成する 独自技術 を採用
	⑫ 実現に向けた予見可能性	■ 既存技術を活かすため 不確定要素は少ない	■ 新規開発が多く、分散配置のため、 不確定なことが多い
カネ	⑬ 時間／プロセス	■ 既存サービス利用により 比較的短時間	■ スクラッチ開発等により 比較的時間を要する可能性
	⑭ 費用	■ 別途、示す	

図2-6 各ソリューションの特徴（概要）

なお、「仮置きした品質・機能要件」との対応関係は、図2-7のとおりである。

		A案（東西集約型）	B案（地域分散型）
対応デバイス	テレビ	■ STB (HW) + 1種類の標準OSに対応した視聴アプリ	■ Androidネイティブアプリ（視聴アプリ）
	PC/スマホ		■ 対応可能
映像・音声	映像フォーマット／通信容量	■ 6M(1080p), 3M(720p), 768k(360p), 192k(180p) ■ ABR対応	■ 6M, 2M(720p)
	伝送遅延	■ 30秒程度（フタかぶせなしの場合）	■ 地デジ放送の遅延 + 20~30秒程度（フタかぶせなしの場合）
	音声	■ 2ch	■ 2ch
権利保護	コンテンツ保護	■ AES128bit相当、DRM対応	
	地域限定性	■ 郵便番号/IPアドレス/お住まいの地域/ユーザIDでの管理	■ 概念提示／詳細未検討
利便性	字幕	■ 表示可	■ 表示可
	緊急信号	■ アプリに対してPush通知	
	マルチ編成		
	データ放送		■ 対応
	EPG	■ 対応	■ 対応
	同時視聴可能数	■ 2端末/世帯	■ 2端末/世帯
	録画	■ 見逃し配信	■ 見逃し配信を概念提示／詳細未検討
解説／2カ国語放送			
安全性／信頼性	■ サービス提供される東西2拠点に配信PF配置	■ 各地域毎の単一の配信PF配置（個別開発）	
広告差替え／フタかぶせ		■ 概念提示／詳細未検討	

補足
仮置きした品質・機能要件では「2ch」となっているが、副音声を考慮すると「2ch x 2」が適当である可能性がある

※ 空欄は未対応、もしくは、十分な検討ができなかった項目

図2-7 「仮置きした品質・機能要件」との対応関係

c 費用構造分析のシナリオ

費用構造分析に当たり、A案とB案に共通のシナリオを設定した。

1次取りまとめにおける通信に関する費用の分析については、対象となる費用項目の多くが世帯数に応じて発生するものと見なすことができるものであったことから、単一の放送設備（中継局）を対象とした方法、いわゆるマイクロ分析の手法により経済合理性の分析を行ったが、今般の放送アプリケーションに関する費用については、世帯数に依存しない固定費が無視できないためマイクロ分析の手法により分析を行うことは難しいと判断し、ブロードバンド代替を特定の一定程度の地域に適用した場合を想定した方法、すなわち、マクロ分析の手法により行うこととした。

これにより、費用構造分析の対象地域、対象世帯数を特定する必要があるところ、費用構造分析の対象地域については、ブロードバンド代替はミニサテライト局が比較的多い都道府県において実施される可能性が高いと考え、第2回検討会資料2-4（NHK資料）を参考に、ミニサテライト局が比較的多い都道府県を選定した。また、B案の提案が6波の地域を対象としている（放送波ごとのデータ生成が1都道府県当たり6波の受信・処理を前提としている）ことから、6波以下の都道府県を選定した。

費用構造分析の対象世帯数については、ブロードバンド代替の対象となることが想定される設備、すなわち小規模中継局、ミニサテライト局及び辺地共聴施設のカバー世帯数は、第2回検討会資料2-4（NHK資料）から、全世帯数の約5%であることが読み取れるところ、費用構造分析の対象地域としてミニサテライト局が比較的多い都道府県を選定することを踏まえ、その半数である全世帯数の2.5%とした。

1. マクロ分析 (広域に適用した場合の分析) VS マイクロ分析 (1つあたりの放送設備毎の分析)	2. 対象地域 (試算のための設定であり、予定ではない)	3. 対象世帯数 (試算のための設定であり、予定ではない)
採用 ■ マクロ分析 (広域に適用した場合の分析)	採用 ■ 「比較的ミニサテ局が多い都道府県」であり、かつ、「6波以下の都道府県」	採用 ■ 「2. 対象地域」において、全世帯数の2.5%をBB代替の対象と仮定する※2
理由 <ul style="list-style-type: none"> 1次取りまとめにて、通信に関する費用をマイクロ分析の手法で分析を行った（多くの費用項目を、1つの放送設備毎にBB代替することによって発生する費用と見せたため） しかし、今回の放送APの検討では、対象となる費用に、BB代替の全体として発生する費用（1つの放送設備毎の費用とするにはBB代替の対象となる設備の総数で按分する必要がある費用）が相応に発生することが見込まれ、かつ、現状では、按分の母数となる「BB代替の対象となる全体の数」が不明なため、マイクロ分析は難しいと判断し、マクロ分析にてアプローチした 	理由 <ul style="list-style-type: none"> BB代替は、ミニサテ局が多い都道府県にて実施される可能性が高いため、「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 資料2-4 日本放送協会資料」を元に比較的ミニサテ局が多い都道府県を選定した  <ul style="list-style-type: none"> B案のオリジナルの提案構成が6波の地域を対象※1としているため、簡便のため、6波以下の都道府県を選定した 	理由 <ul style="list-style-type: none"> BB等代替の対象となる設備（小規模中継局、ミニサテ局、辺地共聴）のカバー世帯数は、「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 資料2-4 日本放送協会資料」から、全世帯数の約5%と読み取れる 試算の対象地域を比較的ミニサテ局が多い都道府県と考えた場合、その半数の2.5%の世帯数を試算のための対象世帯数と設定した 

※1 B案の提案内容が、1放送エリアあたり全国平均で中央値となる6波の構成（放送波毎データ生成が1都道府県当たり6波の受信・処理を前提としている）となっている

※2 A案の緊急速報等の提案見取りにおいて、BB代替の全端未数を設定しているが、十分に大きい数字として全国の総世帯数の3%を設定した

図2-10 費用構造分析のシナリオの設定方法

具体的に設定した費用構造分析のシナリオとしては、6波以下でミニサテライト局が多い上位4県である鹿児島県、高知県、岩手県及び熊本県においてブロードバンド代替を導入する場合を想定することとした。

費用構造分析の対象世帯数については、各県の総世帯数の2.5%に当たる世帯数（鹿児島県：20,272世帯、高知県：8,767世帯、岩手県：13,307世帯、熊本県：19,912世帯）

を合計した62,258世帯¹⁹とした。また、費用構造分析の対象波数は、各県の波数（鹿児島県：5局6波、高知県：4局5波、岩手県：5局6波、熊本県：5局6波）を合計すると、23波となる。

なお、本シナリオは、あくまでも、費用構造分析のための設定であり、実際のブロードバンド代替の予定を表すものではない。

d 対象期間

費用構造分析の対象期間については、各ソリューションにおいては新規にハードウェアを導入することになるところ、一般的に、ハードウェア保守サービスの提供期間は最長5年となっていることから、5年とした。

e その他の前提条件

上記のほか、A案、B案それぞれについて、以下のとおり前提条件を設定した。

【A案】

- ・ アクセス制御については、「ユーザーID」に基づいた判別を行うパターンで試算する。
- ・ 端末については、各視聴世帯に1台のSTBを提供することとする。

【B案】

- ・ 「放送波毎データ生成」の構成に関して、下表の2パターンの概算費用の提示があったが、エンコーディングのビットレート等、A案における条件に比較的近いパターン②を採用する。

パターン	データ分離	配信制御・管理	配信トラヒック
①	X社	既存CDN設備の利用	想定される平均トラフィック量の半分 (0.85Mbps/世帯)
②	Z社	独自設備構築	想定される平均トラフィック量相当 (1.70Mbps/世帯)

- ・ 「配信制御・管理」について、当初の協力ベンダーから示された見積りにおいて対象世帯数を3,000としていたが、示された構成としては最大10,000世帯まで対応可能であることから、各県の対象世帯数を10,000で除した数のシステムの設置を仮定する（「放送波毎データ生成」、「配信オリジンデータ生成」の費用については、対象世帯数に影響しないとする。）。
- ・ 設計費用は、3,000世帯に対する1つの配信プラットフォーム構築に対する金額と同額とする（放送局ごとの個別対応等がない場合。）。
- ・ 都道府県別の波数において「6波」の県が一番多く平均的であることから、6波を前提に検討を行う。このため、5波以下の都道府県については、波数ごとの費用が明確な項目に関してはそれを考慮し、不明な項目に関しては6波のシステムの費用を採用する。

¹⁹ 世帯数は「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」（令和4年1月1日現在）に記載の世帯数を使用。

イ A案における費用構造分析の結果

a 放送アプリケーションの費用構成に関する分析

放送アプリケーションの費用の構成について分析を行った。具体的には、放送アプリケーションの構成要素を「放送局から配信プラットフォームに接続される手前までの区間」、「配信プラットフォームと接続されるネットワーク」、「インターネット区間」、「受信世帯内」の4つに区分した上で、各区分を対象に、発生する費用項目、ブロードバンド代替が全国に展開された場合における総費用に影響する数量について検討を行った。

まず、「放送局から配信プラットフォームに接続される手前までの区間」の区分においては、リアルタイムエンコーダのハードウェア(2台分の機器提供・5年間の保守)、広域イーサネットサービス(100Mbps・2回線)に係る費用が発生するとの結果であった。これらの費用は波数に影響を受けることから、同区分における「総費用に影響する数量」は「波数」であると考えられる。ただし、マスターからリアルタイムエンコーダを接続するための設備や機器設置等に係る工事費等は考慮していない。

「配信プラットフォームと接続されるネットワーク」の区分においては、オリジンサーバ(リアルタイム配信用トランスコード・パッケージ、見逃し配信用トランスコード・パッケージ・ストレージから構成)、DRM、番組管理表、アクセス制御及び緊急速報に係る費用が発生するとの結果であった。これらの費用には波数に影響を受けるものと固定費であるものがあることから、同区分における「総費用に影響する数量」は「波数」及び「固定費」であると考えられる。

「インターネット区間」の区分においては、CDNの利用に係る費用が発生するとの結果であった。この費用はトラフィック量、すなわち、1世帯当たりの平均のトラフィック量と世帯数に影響を受ける一方、1世帯当たりの平均のトラフィック量は1.70Mbpsと設定していることから、同区分における「総費用に影響する数量」は「世帯数」であると考えられる。

次に、「受信世帯内」の区分においては、STBのハードウェア、Android等の標準OSに基づく視聴アプリケーションのソフトウェアに係る費用が発生するとの結果であった。これらの費用には世帯数に影響を受けるものと固定費であるものがあることから、同区分における「総費用に影響する数量」は「世帯数」及び「固定費」であると考えられる。

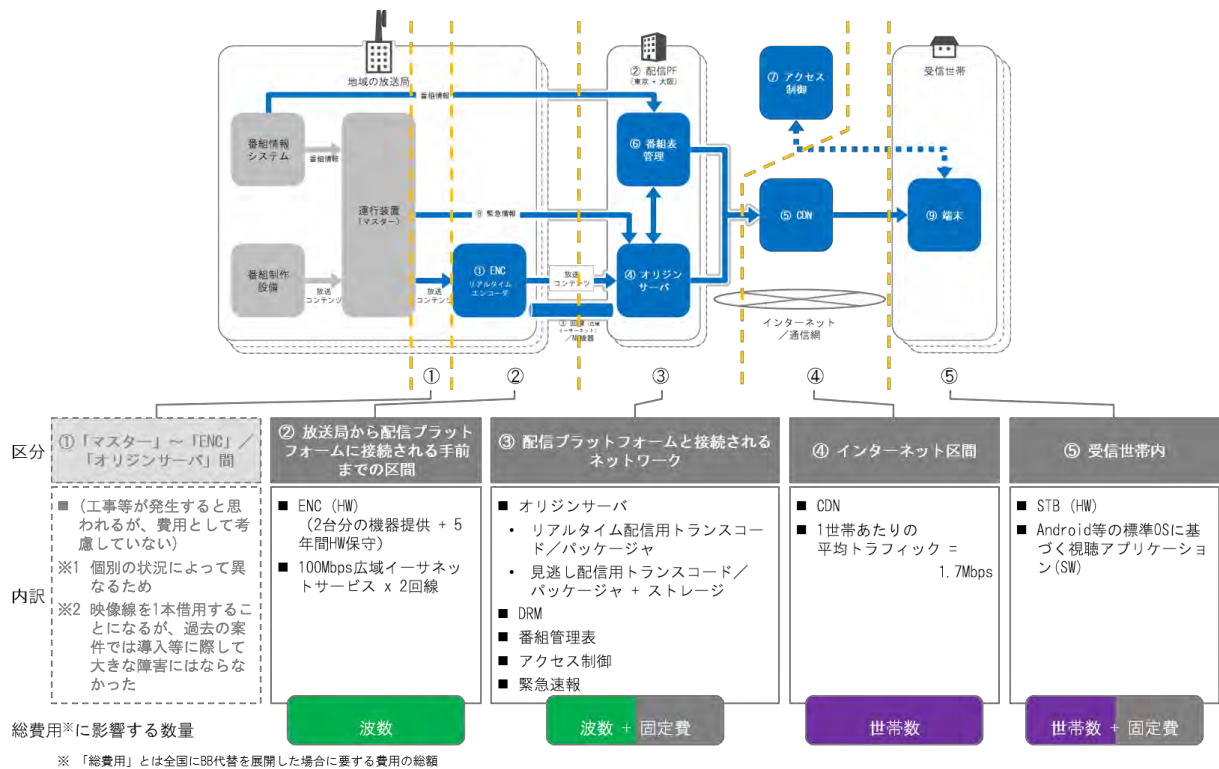


図2-11 A案における放送アプリケーションの費用構成

b 放送アプリケーションの費用に影響を与える要素に関する分析

続いて、放送アプリケーションの費用に影響を与える要素について分析を行った。具体的には、上記aの結果に基づき、試算された費用を「固定の費用」、「波数で変化する費用」、「配信プラットフォームの数で変化する費用」及び「世帯数で変化する費用」の4つに分類した上で、費用の多寡に影響を与える主要な要素について検討した。

「固定の費用」については、その内訳としてDRM、番組表管理、アクセス制御、緊急速報及び視聴アプリケーションに係る費用が挙げられる²⁰ところ、今般の費用構造分析のシナリオを用いた場合、費用の総額に占める割合は、10%程度であった。

「波数で変化する費用」については、その内訳としてリアルタイムエンコーダ、広域イーサネット回線、配信プラットフォームにおける機器・ラック、配信サービスの基本料金及びオリジンサーバに係る費用が挙げられる²¹ところ、今般の費用構造分析のシナリオを用いた場合、費用の総額に占める割合は、20%程度であった。

「配信プラットフォームの数で変化する費用」については、その内訳として挙げられる費用がなかった。

「世帯数で変化する費用」については、その内訳としてCDN及び端末に係る費用が挙

²⁰ これらは個別開発によって提供される品目であり、金額は類似案件に基づく概算費用である。また、これらの費用は、厳密にはブロードバンド代替の対象となる端末数の総数にも依存するが、今般は簡便のため定数とみなした。また、視聴アプリケーションに係る費用は、端末に搭載される1種類の標準OSへの対応と仮定した。また、これらの費用は、ユーザインターフェースやロジック等の設計・デザインに関しては単純なものを想定した。

²¹ これらはサービス提供される品目等であり、金額は標準定価である。また、これらの費用は、標準サービス内での機能・サービス提供を想定した。

げられる²²ところ、今般の費用構造分析のシナリオを用いた場合、費用の総額に占める割合は、70%弱程度であった。なお、これらの費用には、システム監視、ユーザーサポート、プロジェクト管理に係る費用は含まれていない。

以上の結果、A案については、今般の費用構造分析のシナリオを用いた場合、「世帯数で変化する費用」が放送アプリケーションの費用総額の約3分の2を占めることが分かった。

この結果について、ブロードバンド代替における経済合理性の観点から考察すると、A案においては、放送設備当たりの受信世帯数が少ない地域にあっては、「世帯数で変化する費用」を抑制することができると考えられ、その所在する放送エリアにおける波数が少ない地域にあっては、「波数で変化する費用」を抑制することができることから、ブロードバンド代替は、こうした地域をなるべく多く束ねて適用し、対象世帯数を増やすことで、「固定の費用」の経済性を高めることができ、経済合理性を見出しやすくなるものと考えられる。

なお、今般の費用構造分析では、個別開発が必要なものが含まれている等、不確定要素を含んでいるところ、試算された金額について、過小評価されている部分、過大評価されている部分があり得る点には留意が必要である。

分類	固定の費用	波数で変化する費用 23波	配信PFの数で変化する費用	世帯数で変化する費用 62,258世帯
内訳	① DRM※2 ② 番組表管理※2 ③ アクセス制御※2 ④ 緊急速報※2 ⑤ 視聴アプリケーション※2	① リアルタイムエンコーダ※1 ② 広域イーサネット回線※1 ③ 配信PF側機器/ラック※1 ④ 配信サービス(基本料金)※1 ⑤ オリジンサーバ※1	なし	① CDN※1 ② 端末(HW)※1
留意事項	<ul style="list-style-type: none"> ①～④の費用に関して、厳密には、これらの費用はBB代替の対象となる「全てのBB代替の端末数」にも依存するが、今回は簡便のため定数とみなす ⑤の費用に関して、端末に搭載される1種類の標準OSへの対応と仮定する ①～⑤の費用に関して、UIやロジック等の設計/デザインに関しては単純なものを想定する 	<ul style="list-style-type: none"> ①～⑤の費用に関しては、標準サービス内での機能/サービス提供を想定する 	なし	<ul style="list-style-type: none"> ①の費用に関して、トラフィック流量をもとに課金されるが、一部トラフィック量は配信サービスの基本料金に含まれる ②の費用に関して、一定量の発注台数をコミットした場合の概算費用をもとに算出している
5年間の総額	10%程度	20%程度	なし	70%弱程度
	固定の費用	波数で変化する費用	世帯数で変化する費用	

システム監視、ユーザーサポート、プロジェクト管理等は一切含まれていない

✓ 全体費用の中で、「世帯数」に応じて発生する費用が約2/3を占める

※1 サービス提供される品目等であり、金額は標準定価

※2 個別開発によって提供される品目等であり、金額は類似案件に基づく概算費用

図2-12 A案における放送アプリケーションの費用に影響を与える要素

²² これらはサービス提供される品目等であり、金額は標準定価である。また、CDNに係る費用は、トラフィック流量をもとに課金されるが、一部トラフィック量は配信サービスの基本料金に含まれる。また、端末のハードウェアに係る費用は、一定量の発注台数をコミットした場合の概算費用をもとに算出している。

ウ B案における費用構造分析の結果

a 放送アプリケーションの費用構成に関する分析

A案と同様に、放送アプリケーションの費用の構成について分析を行った。具体的には、放送アプリケーションの構成要素を「配信プラットフォームと接続されるネットワーク」、「インターネット区間」、「受信世帯内」の3つに区分した上で、各区分を対象に、発生する費用項目、ブロードバンド代替が全国に展開された場合における総費用に影響する数量について検討を行った。

「配信プラットフォームと接続されるネットワーク」の区分においては、コロケーション、LAN・インターネット回線（1～10G・DDoS対策込み）、保守用接続、放送波毎データ生成、配信オリジンデータ生成に係る費用が発生するとの結果であった²³。これらの費用には波数又は配信プラットフォームの設置数に影響を受けるものと固定費であるものがあることから、「総費用に影響する数量」は「波数」、「配信プラットフォームの設置数」及び「固定費」であると考えられる。

「インターネット区間」の区分においては、配信制御・管理、CDN（導入・サポートを含む。）に係る費用が発生するとの結果であった。これらの費用は配信プラットフォームの設置数又は世帯数に影響を受けることから、「総費用に影響する数量」は「配信プラットフォームの設置数」及び「世帯数」であると考えられる。

「受信世帯内」の区分においては、視聴アプリケーション（Androidネイティブアプリ）のソフトウェアに係る費用が発生するとの結果であった²⁴。この費用は固定費であることから、「総費用に影響する数量」は「固定費」であると考えられる。

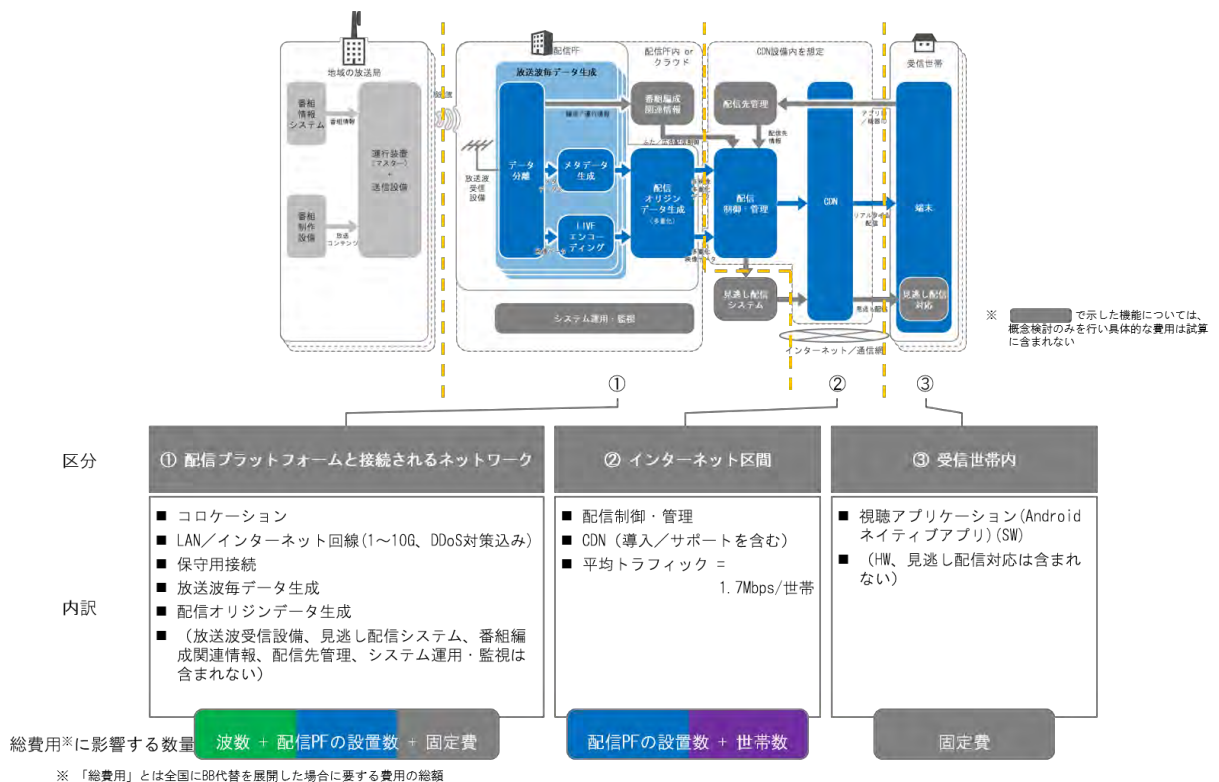


図2-13 B案における放送アプリケーションの費用構成

²³ 放送波受信設備、見逃し配信システム、番組編成関連情報、配信先管理、システム運用・監視に係る費用は含まれない。

²⁴ ハードウェア、見逃し配信対応に係る費用は含まれない。

b 放送アプリケーションの費用に影響を与える要素に関する分析

続いて、A案と同様に、放送アプリケーションの費用に影響を与える要素について分析を行った。具体的には、上記aの結果に基づき、試算された費用を「固定の費用」、「波数で変化する費用」、「配信プラットフォームの数で変化する費用」及び「世帯数で変化する費用」の4つに分類した上で、費用の多寡に影響を与える主要な要素について検討した。さらに、その結果について、ブロードバンド代替における経済合理性の観点から考察した。

「固定の費用」については、その内訳として要件定義・全体設計、放送波毎データ生成（データ分離）のソフトウェア及び視聴アプリケーションに係る費用が挙げられる²⁵ところ、今般の費用構造分析のシナリオを用いた場合、費用の総額に占める割合は、1%以下であった。

「波数で変化する費用」については、その内訳として「放送波毎データ生成」内のデータ分離（チューナー）及び「放送波毎データ生成（データ分離）」のソフトウェアに係る費用が挙げられる²⁶ところ、今般の費用構造分析のシナリオを用いた場合、費用の総額に占める割合は、1%以下であった。

「配信プラットフォームの数で変化する費用」については、その内訳としてDC関連設備（ラック、インターネット回線、LAN機器等）、放送波毎データ生成（機器等）、配信オリジンデータ生成、CDN（サポート）に係る費用が挙げられる²⁷ところ、今般の費用構造分析のシナリオを用いた場合、費用の総額に占める割合は、10%程度であった。

次に、「世帯数で変化する費用」については、その内訳として配信制御・管理（仮想サーバ、ロードバランサー）及びCDNに係る費用が挙げられる²⁸ところ、今般の費用構造分析のシナリオを用いた場合、費用の総額に占める割合は、90%程度であった。なお、これらの費用には、平日の日勤以外の保守、システム監視、ユーザーサポート等

²⁵ これらは個別開発によって提供される品目であり、金額は類似案件に基づく概算費用である。要件定義・全体設計の費用は、規模や特殊性・複雑性、スコープ等によって変化するが、類似の単純なリアルタイム配信の事例を想定した。「放送波毎データ生成（データ分離）」のソフトウェアに係る費用は、対象のソフトウェア開発費用を固定費とライセンス費（波数×利用期間）と設定した。視聴アプリケーションに係る費用は、端末に搭載される Android ネイティブアプリを開発し、ユーザインターフェースやロジック等の設計・デザインに関しては単純なものを想定した。

²⁶ これらは個別開発によって提供される品目であり、金額は類似案件に基づく概算費用である。「放送波毎データ生成」内のデータ分離（チューナー）に係る費用は、各配信プラットフォームに予備機（コールドスタンバイ）を設置することを想定した。「放送波毎データ生成（データ分離）」のソフトウェアに係る費用は、対象のソフトウェア開発費用を固定費とライセンス費（波数×利用期間）と設定した。

²⁷ これらは個別開発によって提供される品目であり、金額は類似案件に基づく概算費用である。DC関連設備、放送波毎データ生成及び配信オリジンデータ生成に係る費用は、各配信プラットフォームに設置される主な機材が含まれているが、各DCの固有の状況やキャパシティに応じた設計等は十分に考慮できておらず、また、都内のDCの一般的な価格をもとに推計している。DC関連設備とCDNのサポート費用は、1DC当たりの費用を単純積算とした。

²⁸ これらはサービス提供される品目等であり、金額は標準定価である。配信制御・管理の費用は、配信制御・管理機能は独自設備構築とし、1万世帯ごとに1セットのハードウェアを必要と見積もるが、実装形態も含めて十分に検討・考慮できていない。CDNに係る費用は、総トラフィック量に対して1GB当たりの単価を単純積算とした。

は含まれていない。

以上の結果、B案については、「世帯数で変化する費用」が放送アプリケーションの費用総額の大半（90%程度）を占めるとの結果となった。

B案については、アクセス制御や録画ニーズへの対応に関連する費用が含まれていない等、不確定要素を多く含んだ試算結果であるため、経済合理性について議論するためには、更なる検討により試算の精度を向上させる必要があるものと考えられる。

分類	固定の費用	波数で変化する費用 23波	配信PFの数で変化する費用	世帯数で変化する費用 62,258世帯
内訳	① 要件定義・全体設計※2 ② 「放送波毎データ生成（データ分離）」のソフトウェア※2 ③ 視聴アプリケーション※2	① 「放送波毎データ生成」内のデータ分離（チューナー）※2 ② 「放送波毎データ生成（データ分離）」のソフトウェア※2	① DC関連設備（ラック、インターネット回線、LAN機器等）※2 ② 放送波毎データ生成（機器等）※2 ③ 配信オリジンデータ生成※2 ④ CDN（サポート）※2	① 配信制御・管理（仮想サーバ、ロードバランサー）※1 ② CDN※1
留意事項	<ul style="list-style-type: none"> ①の費用に関して、規模や特殊性／複雑性、スコープ等によって変化するが、類似の単純なリアルタイム配信の事例を想定した ②の費用に関して、対象のソフトウェア開発費用を固定費とライセンス費（波数×利用期間）と設定した ③の費用に関して、端末に搭載されるAndroidネイティブアプリの開発し、UIやロジック等の設計／デザインに関しては単純なものを想定する 	<ul style="list-style-type: none"> ①の費用に関しては、各配信PFに予備機（コールドスタンバイ）を設置することを想定した ②の費用に関して、対象のソフトウェア開発費用を固定費とライセンス費（波数×利用期間）と設定した 	<ul style="list-style-type: none"> ①～③の費用に関しては、各配信PFに設置される主な機材が含まれているが、各DCの固有の状況やキャパシティに応じた設計等は十分に考慮できておらず、また、都内のDCの一般的な価格をもとに推計している ①と④のサポート費用に関しては、1DCあたりの費用を単純積算とした 	<ul style="list-style-type: none"> ①の費用に関して、配信制御・管理機能は独自設備構築とし、1万世帯毎に1セットのHWを必要と見積もるが、実装形態も含めて十分に検討／考慮できていない ②の費用に関して、総トラフィック量に対して1GBあたりの単価を単純積算とした
5年間の総額	1%以下	1%以下	10%程度	90%程度

平日日動以外の保守、システム監視、ユーザサポート等は一切含まれていない

配信PFの数で変化する費用 世帯数で変化する費用

✓ 全体費用の中で、「世帯数」に応じて発生する費用が大半占める

※1 サービス提供される品目等であり、金額は標準定価

※2 個別開発によって提供される品目であり、金額は類似案件に基づく概算費用

図2-14 B案における放送アプリケーションの費用に影響を与える要素

（3）放送アプリケーションの費用構造分析を踏まえたコスト試算モデル

1次取りまとめにおいては、放送事業者等がブロードバンド代替を検討する際に必要となる費用の算定方法の外形的手順等を表現した「参照モデル」を提示したが、その対象は通信に関する費用に留まっていた。

このため、今般、放送アプリケーションの費用構造分析の結果を踏まえ、通信に関する費用のほか、放送アプリケーションに関する費用も含めた形で、ブロードバンド代替に必要な費用を算定するための方法（以下「コスト試算モデル」という。）を取りまとめた。

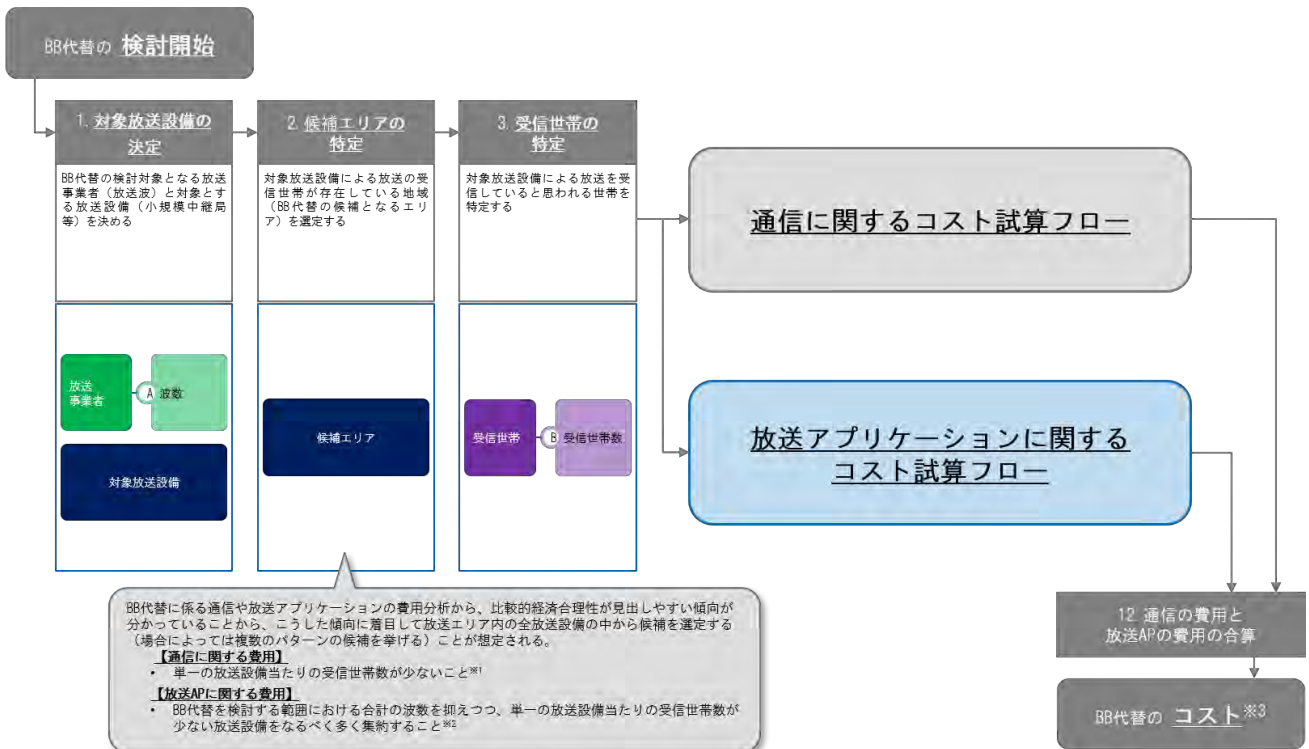
なお、今般のコスト試算モデルは、放送アプリケーションについて、構成する各機能の費用算定方法が一定程度明確となっているA案を前提としている。また、1次取りまとめにおいて示した「仮置きした品質・機能要件」に基づいたものであるため、放送事業者等が実際の費用を試算する際にはその時点での「品質・機能要件」に基づく必要がある。さらに、放送アプリケーションに関する費用は、特定の地域における総費用であり、1放送事業者当たりの費用ではないことのほか、各ステークホルダの費用負担・按分方法には触れていない点にも留意が必要である。

ブロードバンド代替のコスト試算の前提として、まず、代替の対象となる放送設備（小規模中継局等）の決定、候補エリア及び受信世帯の特定が必要となる。

候補エリアの特定においては、ブロードバンド代替に係る通信や放送アプリケーションに関する費用の分析の結果、比較的経済合理性が見出しやすい傾向²⁹が分かっているため、こうした傾向に着目して放送エリア内の全放送設備の中から候補を選定する（場合によっては複数のパターンの候補を挙げる）ことが想定される。

ブロードバンド代替の対象となる受信世帯を特定した後、通信に関する費用及び放送アプリケーションに関する費用について、それぞれ具体的に試算することとなる。通信に関する費用のコスト試算フローは、1次取りまとめに基づき図2-16のとおりであり、また、放送アプリケーションに関する費用のコスト試算フローは、図2-17のとおりである。

放送アプリケーションについて、A案では、ベースとなる既存のネット配信サービスに必要な機能を追加する（カスタマイズや追加の開発等を含む。）ことによって構築している。このため、放送アプリケーションに関する費用のコスト試算フローとしては、まず、ベースとなるネット配信サービスの選定を行った上で、「放送局から配信プラットフォームに接続される手前までの区間」、「配信プラットフォームと接続されるネットワーク」、「インターネット区間」及び「受信世帯内」の4つの区分において、放送アプリケーションとして必要となる設備・機能ごとの単価を調査し、固定費のほか、「波数で変化する費用」及び「世帯数で変化する費用」については単価に波数又は受信世帯数を乗じて積算することとなる。



※1 「1次取りまとめ」P28を参照。

※2 「参考資料2 放送アプリケーションに関する基礎的調査に係る参考資料」の「■ A案 -費用構造分析における不確定要素」（P51）を参照。

※3 このコストは地域の全放送局をBB代替するコストに相当し、単体での現行コストとの比較においては、地域の波数等で按分する必要がある。

図2-15 ブロードバンド代替のコスト試算モデル

²⁹ 通信に関する費用については、単一の放送設備当たりの受信世帯数が少ないこと。放送アプリケーションに関する費用については、ブロードバンド代替を検討する範囲における合計の波数を抑えつつ、単一の放送設備当たりの受信世帯数が少ない放送設備をなるべく多く集約すること。

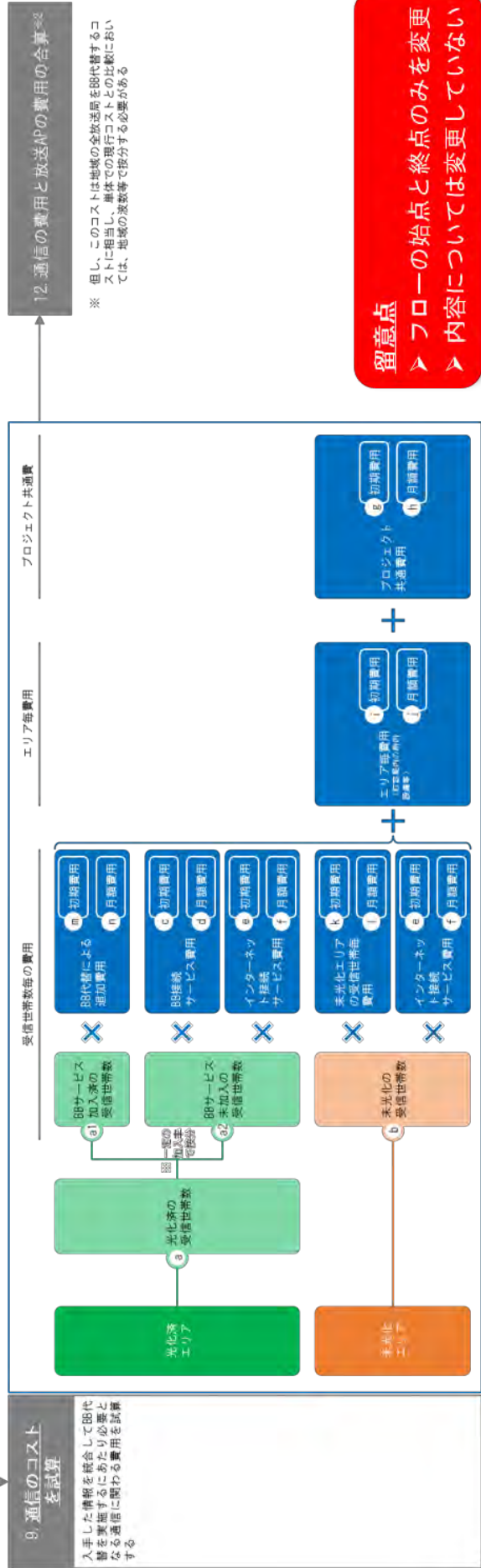
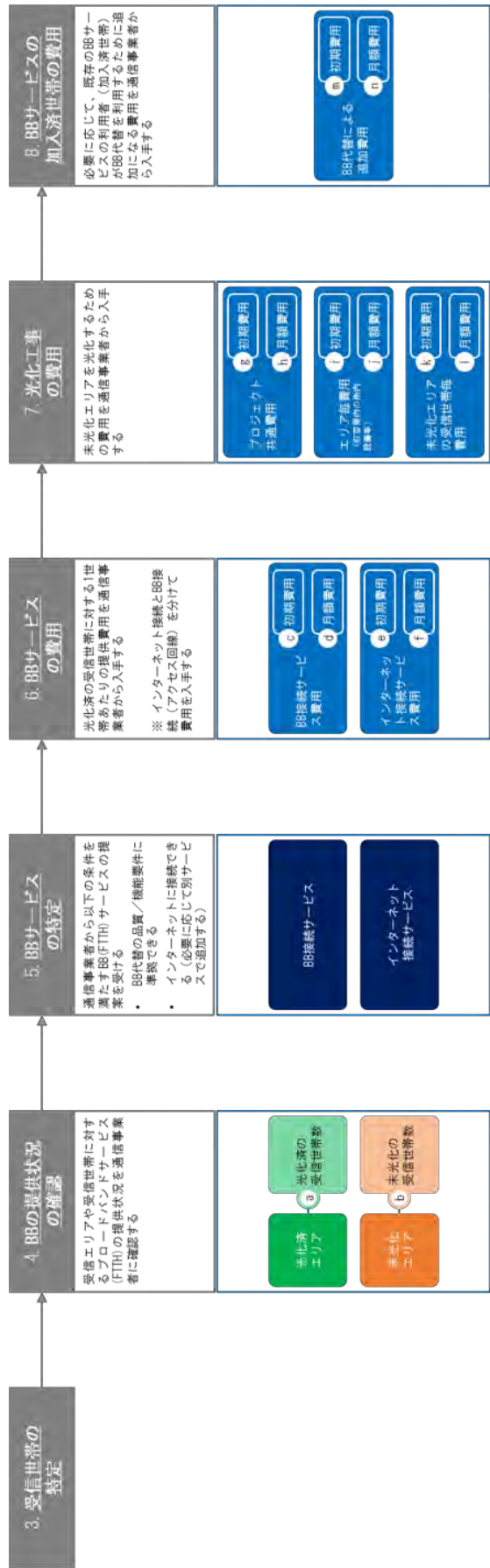


図 2-16 通信に関するコスト試算フロー

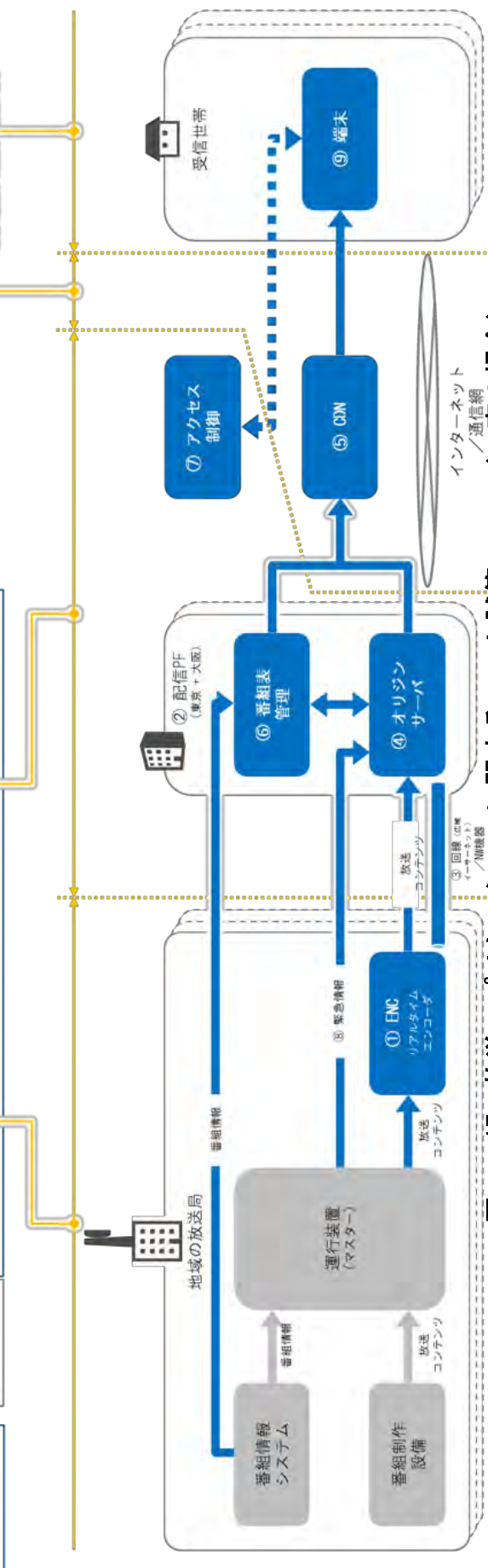
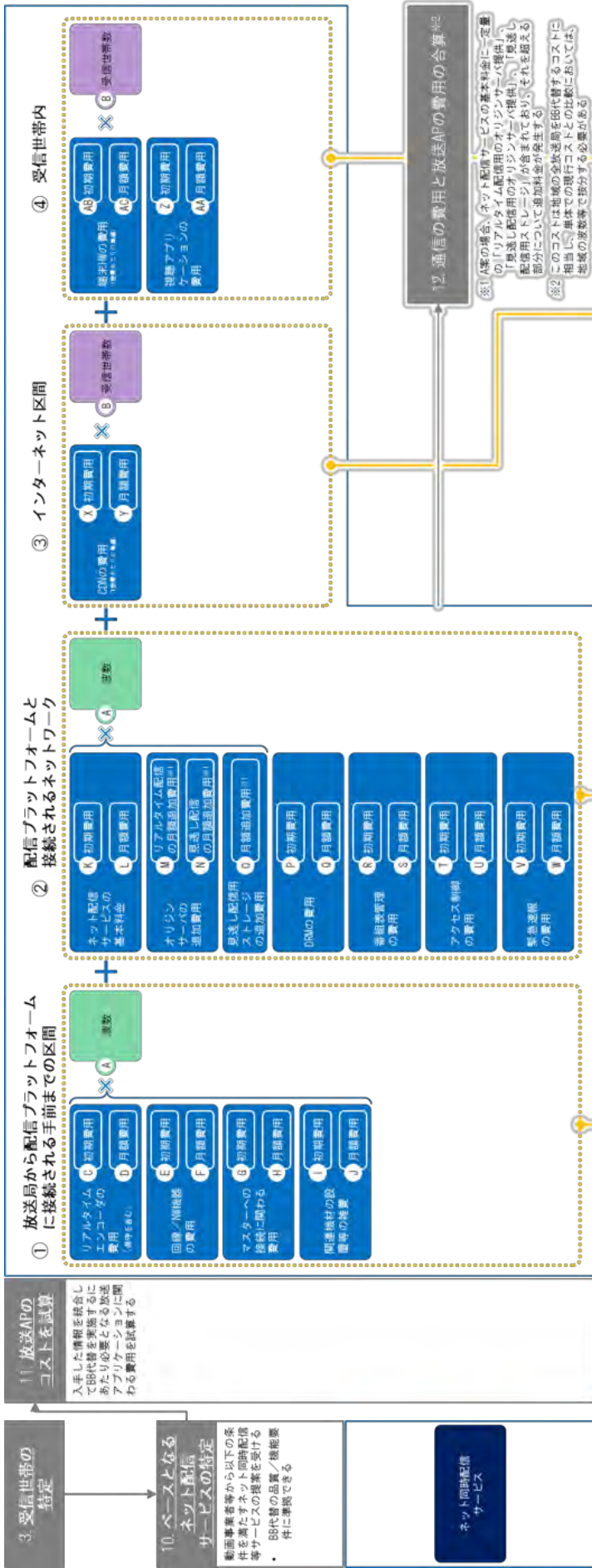


図2-17 放送アプリケーションに関するコスト試算フロー（A案の場合）

(4) 放送アプリケーションに関する基礎的調査の成果と課題

① 成果

今般の放送アプリケーションの基礎的調査の成果として、放送アプリケーションの構成イメージの提示、必要機能とその実装に向けた検討ポイントの提示、構成毎の特徴を分析する視点の提示及び費用項目と費用の多寡に影響を与える要因の明確化が挙げられる³⁰。

① 放送APの 構成イメージ を提示できた

- ✓ 一般的なネット同時配信システムに採用されている構成と類似の構成に加え、放送波を用いた構成についても詳細を検討できた



② 放送APの 必要機能 とその実装に向けた 検討ポイント を提示できた

- ✓ BB代替を実現するために放送APが備えるべき機能の詳細と、それを実装するために検討を行う必要がある主な論点を洗い出すことができた



③ 放送APの構成毎の 特徴を分析する視点 を提示できた

- ✓ BB代替を実現する際に特定の構成／実装を選定することになるが、それらを分析／評価するための多様な視点を洗い出すことができた



④ 放送APの 費用の項目 と 費用の多寡に影響を与える要因 が明確になった

- ✓ 放送APの実現に向けて発生する主な費用項目を洗い出すことができ、どのような要因によって費用の多寡に影響を受けるのか洗い出すことができた



図 2-18 今般の放送アプリケーションに関する基礎的調査により得られた成果

② 課題

今般の放送アプリケーションに関する基礎的調査では、経済合理性の評価という点で課題が残った。

具体的には、提案におけるシステムの仕様が曖昧であったこと、「標準定価」等を用いて算出しているところ実際の市場価格から乖離している可能性が高いことから、経済合理性を評価するための前提となる放送アプリケーションの費用を精緻に把握することができなかった。

また、放送アプリケーションと通信に関する費用を合わせたブロードバンド代替全体の経済合理性を評価することができなかった。これは、既に述べたとおり、1次取りまとめにおける通信に関する費用の分析については、対象となる費用項目の多くが世帯数に応じて発生するものと見なすことができるものであったことから、単一の放送設備（中継局）を対象とした方法、いわゆるミクロ分析の手法により経済合理性の分析を行ったが、今般の放送アプリケーションに関する費用については、世帯数に依存しない固定費が無視できないため、ミクロ分析の手法により分析を行うことは難しく、ブロードバンド代替を特定の一定程度の地域に適用した場合を想定した方法、すなわち、マクロ分析の手法により行

³⁰ なお、今般の放送アプリケーションに関する基礎的調査の結果を踏まえ、放送アプリケーションに係る主要論点を抽出・整理したほか、放送事業者にヒアリングを行いブロードバンド代替導入に関する放送事業者視点での課題を整理している。これらの成果については参考資料2を参照。

わざるを得なかったためである。

今後、経済合理性の評価について模索していこうとしても、競争法等に準拠しつつ、全国レベルで実際の市場価格を用いた経済合理性の評価をオープンな場である作業チームにおいて行うことには限界があると考えられる。

- 調査結果として放送APの「費用の項目」と「費用の多寡に影響を与える要因」が明確になった
- 一方で、放送APシステムの精緻な費用の多寡が見出せず、1次取りまとめの通信の費用と統合したブロードバンド代替全体での経済合理性の評価には至らなかった
- 競争法等に準拠しつつ全国レベルで実際の市場価格を用いた経済合理性の評価をオープンな場である作業チームで行うことは難しいのではないか？

今回の取組（費用構造分析）を通して **明確になった事**

- 放送APを構成する「**費用の項目**」
- 放送APの「**費用の多寡に影響を与える要因**」
(大規模にBB代替を適用する場合、特にCDNに関わる費用が全体費用に大きな影響を与える可能性が高い)

残された課題

① BB代替の経済合理性を評価するための前提となる **放送APの費用の多寡を精緻に把握できなかった**

システムの仕様が曖昧	✓ 特に、端末（番組表表示、緊急情報の通知を含む）、アクセス制御、録画ニーズへの対応などの具体的な要件が決まっておらず、想定費用の振れ幅が大きい
見積の金額が実際の値付け /市場価格から乖離している	✓ 今回は概算見積として「標準定価」等を用いて算出しているが、実際の市場価格から乖離している可能性が高い

② 放送APと通信の費用を合わせた **BB代替全体の経済合理性を評価できなかった**

通信部分のマイクロ分析と 放送APのマクロ分析が未統合	✓ BB代替における通信の費用は単一の放送設備毎に検討（マイクロの分析）ができたが、一方で共通の固定費が無視できない放送APの費用は特定の放送設備のグループを想定した上で検討（マクロの分析）を行ったが、情報（全国の放送設備の状況）の不足等もあり、議論を統合できなかった
--------------------------------	--

図 2-19 今般の放送アプリケーションに関する基礎的調査の課題

第3章 「仮置きした品質・機能要件」の見直し

1次取りまとめにおいては、ブロードバンド代替の代替可能性について検討を行うための前提とするため、ブロードバンド代替の配信に関する品質・機能要件を仮置きすることとし、その要件は、ブロードバンド代替を導入するとなった場合に従来からの電波による放送と視聴体験の程度が大きく変わることはないようにするという観点で設定した。

この「仮置きした品質・機能要件」について、今般、実証事業の結果を踏まえ見直しを行った。第1章の「3. 調査結果の分析・評価」の総合分析及び要素別分析の結果、画質のみに限らず、字幕、緊急地震速報、番組表、データ放送、録画、遅延、フタかぶせ等、放送で実現されている機能等も含めて、総合的に地上波放送と同等であることが望まれていることが明らかとなったところであり、可能な限り地上波放送と同様の要件を追求していくことが重要である。

なお、今般の見直し後の「品質・機能要件」は、実際にブロードバンド代替を導入する際の要件になるというものではなく、今後、更なる見直しは当然にあり得るものである。

1. 対応デバイス

(1) テレビ

テレビへの対応は、1次取りまとめにおいて「スマートTV向けアプリ」と仮置きし、備考として「BB代替用STBは未検討」としていた。今般の実証事業では、Fire TV Stick上で動作するアプリ経由で被験者に視聴いただいたところ、操作感が異なっても受容性は高いとの結果が得られた。実際の視聴アプリの視聴者への配布方法を考えても、スマートTV向けアプリの実装方法として、STB、ドングル、特定のOSに依存しない形で検証すべきと考え、「BB代替用STBは未検討」の部分で「STB、ドングル等の活用可能性や特定のOSに依存しない形での実現可能性を検討」に見直しを行った。

(2) PC、スマホ

PC、スマホへの対応は、コストへの影響が小さいとしつつも、1次取りまとめにおいては特段要件とはしていなかった。一方、今般の実証事業では、約半数の被験者がPC、スマホでの視聴も利用したいと回答され、その視聴ニーズは高いことが判明した。このため、1次取りまとめにおいてブロードバンド代替の課題として挙げた「デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上」の方策のひとつとして、PC、スマホでの視聴可能性についても検討を行うべきと考え、「PC、スマホなど」を「PC、スマホなどでの視聴可能性について検討（視聴ソフトウェア、アクセス制御方法等）」に見直しを行った。

2. 確実性

(1) 伝送信号の構成

伝送信号の構成は、1次取りまとめにおいて「IPによる配信（HLS又はMPEG-DASH）」と仮

置きしていた。今般の実証事業では、約8割が30秒程度の遅延については「全く影響がない」又は「あまり影響がない」と回答し、その受容性は高いという結果が得られたが、その一方、作業チームの構成員からは、災害情報の即時性、また、若者の「ながら視聴」への対応等のため、CMAF³¹等を用いた低遅延化技術についても検証すべきではないかとの意見があった。これらを踏まえて、低遅延化技術の検証の必要性を考慮し、備考欄の「今後検討すべき事項」として、「低遅延配信技術（CMAF等）について検討」を追記した。

（2）映像・音声・データの伝送遅延

映像・音声・データの伝送遅延については、1次取りまとめにおいて「約30秒程度」と仮置きし、「低遅延配信技術（CMAF等）は未検討」としていた。今般の実証事業では、約30秒程度の遅延については受容性が高いことが判明したところ、伝送遅延の要件として「約30秒程度」は維持しつつ、（1）の「伝送信号の構成」と同様、「今後検討すべき事項」として「低遅延配信技術（CMAF等）について検討」に見直しを行った。

（3）緊急警報信号の遅延

緊急警報信号の遅延は、1次取りまとめにおいて「何らかの方法で緊急信号にともなう通知を行うと考慮」と仮置きし、備考として、「緊急情報の低遅延プッシュ型配信（MTE³²対応）の実装方法と、それに伴う実現可能な性能は未検討」としていた。今般、後述する3.の「（5）「緊急地震速報（文字スーパーによるもの）」と同様、低遅延プッシュ型配信についても検討を行うべきと考え、「低遅延プッシュ型配信（MTE等）について検討」に見直しを行った。

3. 映像・音声

（1）有効走査線数

1次取りまとめにおいては、ABRについて特段何も仮置きをしていなかった。今般の実証事業では、ABRに関して、できればないのが望ましいとの回答が約7割と多かったが、円滑に配信を行う上では、ABRは必要な機能であるため、要件としては追加すべきと考え、「※ABR機能を採用」を追記することとしている。

（2）最大入力音声チャンネル

最大入力音声チャンネルは、1次取りまとめにおいて「2ch」と仮置きし、「5.1chは未検討」としていた。地上デジタルテレビジョン放送では、標準テレビジョン放送等のうちデジタル放送に関する送信の標準方式（平成23年総務省令第87号）（以下「標準方式」という。）において5.1chと規定され³³、実現もなされている。また、地上デジタル放送IP再放送におい

³¹ Common Media Application Format の略。HTTP ストリーミングの新しい規格のことをいい、Apple と Microsoft にて共通の規格として 2016 年に策定され、2018 年に ISO 国際標準化された。低遅延 HTTP ストリーミングを実現するフォーマットとして注目を集めている。

³² Media Timed Events の略。動画のシーンに応じて付与できるイベント情報のことをいう。

³³ 標準方式第7条第4項において、「音声信号のうち PES パケットによるものの最大入力音声チャンネル数は、五チャンネル及び低域を強調する一チャンネルとする。」と規定されているとともに、第45条第4項において、「音声信号のうち同期パケットによるものの最大入力音声チャンネル数は、五チャンネル及び低域を強調する一チャンネルとする。」と規定されている。

ても、有線一般放送の品質に関する技術基準を定める省令（平成23年総務省令第95号）において5.1chと規定³⁴されていることから、5.1chへ見直すことが適当と考え、「2ch」を「5.1ch」に見直しを行った。なお、副音声については、今般の実証事業のヒアリング調査において、自分は使わないがあったほうがよいとの発言が多く、社会的な必要性を意識した回答となっている可能性が見取れたほか、作業チームにおいても社会的な必要性が指摘されたところ、主音声の5.1chとは別の音声として送る等により、地上デジタルテレビジョン放送と同様に実現可能となる。

（3）映像と音声のタイミング誤差

映像と音声のタイミング誤差は、1次取りまとめにおいて「前提としていない」と仮置きし、「全て未検討」としていた。動画配信サービスでは一般的に1フレーム以内が実現されており、また、地上デジタル放送IP再放送方式審査ガイドライン（平成23年8月1日 地上デジタル放送補完再放送審査会）（以下「地デジIP再放送審査ガイドライン」という。）においても1フレーム以内と規定されている³⁵ことから、1フレーム以内に見直すことが適当と考え、「1フレーム以内」に見直しを行った。

（4）字幕表示タイミング誤差

字幕表示タイミング誤差は、1次取りまとめにおいて「放送用字幕を変換して配信（WebVTT/TTML）」と仮置きしつつ、字幕表示のタイミング精度や外字等の扱いについては「未検討」としていた。字幕表示のタイミング精度や外字等の扱いについても検討を行うことが適当と考え、「タイミング精度や外字等の扱いについて検討」に見直しを行った。

（5）緊急地震速報（文字スーパーによるもの）

緊急地震速報（文字スーパーによるもの）は、1次取りまとめにおいて「前提としていない」と仮置きし、「全て未検討」としていた。今般の実証事業では、緊急地震速報は「極めて重要だ」との回答が65%と多く、ニーズが高いことが判明した。また、作業チームの構成員からは、ニーズが高い緊急地震速報に関しては、CMAFを実装した上でMTEを活用した低遅延のプッシュ型配信についても検討できるのではないかと意見があった。さらに、地デジIP再放送審査ガイドラインにおいては、「文字スーパ（速報ニュース、編成ことわり、時報、緊急地震速報など）については、映像・音声と同期表示させることなく、速やかに表示する

³⁴ 有線一般放送の品質に関する技術基準を定める省令第20条において準用する第9条において、「デジタル有線テレビジョン放送方式による有線テレビジョン放送等を行う場合のヘッドエンドの主たる機器の入力端子（総務大臣が別に告示で定める箇所とする。第十三条、第十七条及び第二十条において同じ。）における入力信号は、次の表の上欄に掲げる入力信号の区別に従い、それぞれ同表の下欄に掲げる条件に適合するものでなければならない。」と規定されており、「一 デジタル放送の標準方式のうち地上基幹放送局に係るものによる放送を受信し、そのデジタル信号を再放送する場合」の区分の場合は、標準方式第7条第4項「音声信号のうち PES パケットによるものの最大入力音声チャンネル数は、五チャンネル及び低域を強調する一チャンネルとする。」に規定されているとおりとなる。

³⁵ 地デジIP再放送審査ガイドラインにおいては、「2.4 技術面の同一性」において、「⑧IP再放送方式に起因する映像に対する音声の相対タイミング誤差は、±1フレーム以内であること。」と規定されている。

ことが望ましい。」と規定されている³⁶ことも踏まえ、「速やかに表示させることが望ましい」に要件を見直すとともに、「低遅延プッシュ型配信（MTE等）について検討」に見直しを行った。

4. 権利保護

（１）サービス提供区域

サービス提供区域（地域限定性）は、1次取りまとめにおいて「サービス提供区域/対象者の限定を考慮」と仮置きしていた。今般の実証事業では、「インターネットであれば離れた地域の放送番組も視聴したい」との回答が73%となり、離れた地域の放送番組の視聴ニーズは高かった。一方、ブロードバンド代替は、一般的な同時配信サービスとは異なり、地上波放送の代替となるため、そのサービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアと同様とすべきである。このため、「サービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアに同じ」に見直しを行った。

（２）視聴履歴

視聴履歴は、1次取りまとめにおいて「特殊な対応なし」と仮置きし、「視聴データ管理の内容は未検討」としていた。今般の実証事業では、視聴データの活用に対しては、セキュリティ上の不安よりも、便利な機能への期待が上回る結果となったことから、1次取りまとめにおいてブロードバンド代替の課題として挙げた「デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上」の方策のひとつとして、視聴データの活用についても積極的に検討を行っていくべきと考え、「視聴データ管理の内容は未検討」を「視聴データの活用方法について検討」に見直しを行った。

5. 利便性

（１）データ放送

データ放送は、1次取りまとめにおいては特段何も仮置きはせず、「提供可否や変換方法などを含めて全て未検討」としていた。今般の実証事業では、データ放送は、「極めて重要」又は「あるほうがよい」との回答が8割弱となり、そのニーズが高かったことから、技術的な困難さがあるとしても、データ放送で提供している情報をどう提供していくかという「提供の在り方」を含めて検討を行うべきと考え、「提供可否や変換方法などを含めて全て未検討」を「提供の在り方について検討」に見直しを行った。

（２）電子番組ガイド

電子番組ガイドは、1次取りまとめにおいて「番組表」を提供機能として仮置きしていた。

³⁶ 地デジ IP 再放送審査ガイドラインにおいては、「2. 3 サービス・編成面の同一性」において、「④字幕サービスについて、画面表示形式、映像・音声に対する表示タイミングが、地上デジタルテレビジョン放送の電波による受信の場合と同等であること。ただし、文字スーパー（速報ニュース、編成ことわり、時報、緊急地震速報など）については、映像・音声と同期表示させることなく、速やかに表示することが望ましい。」と規定されている。

今般の実証事業では、「番組表を表示する機能は不可欠だ」との回答が6割強と多く、そのニーズは高いといった結果が得られた。また、作業チームの構成員からは、デジタル情報であることのメリットをより一層活用する方策を検証する観点から、例えば、EPGからダイレクトにチャンネルを切り替えたり、EPGと見逃し配信の番組や、既にダウンロードした番組等をリンクさせる機能について検証に値するとの意見があった。これらを踏まえ、「デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上」の方策のひとつとして、単に番組表を提供するだけでなく、「番組表からのチャンネル切替え機能」を要件に追加するほか、「今後検討すべき事項」を「番組表と録画・ダウンロード番組や見逃し配信番組とのリンク機能について検討」に見直しを行った。

(3) 録画

録画は、1次取りまとめにおいて「録画機能、見逃し配信・ダウンロード機能などは未検討」としていた。今般の実証事業では、56%の方が見逃し配信機能があっても録画したいと回答し、また、見逃し配信の期間は2週間～1ヶ月という回答が多数を占めた。さらに、作業チームの構成員からは、権利保護機能付きのファイルのダウンロードや、現行よりも長い期間視聴可能な見逃し配信などについて、実際に実装してその機能性や受容性を検証していくことが必要ではないかといった意見があった。これらを踏まえ、「録画（ストリーミング動画の蓄積）の代替機能として、ファイルダウンロード機能及び見逃し配信機能」を要件に追加するとともに、「今後検討すべき事項」を「録画（ストリーミング動画の蓄積）の実現可否について検討」に見直しを行った。

(4) 受信機の使用感

1次取りまとめにおいては、特段何も仮置きをしていなかった。今般の実証事業では、端末の操作性について「操作は異なるが、難しくない」又は「違和感はあるが慣れそうだ」との回答が89%と多く、その受容性は高かった。一方、ユーザーアクセシビリティ確保の観点からは、可能な限り地デジ放送の受信機と同等とすべきと考え、「可能な限り、地デジ受信機と同等の操作性」を追記した。

(5) チャンネル切替え時間

1次取りまとめにおいては、「前提としていない」と仮置きし、「全て未検討」としていた。今般の実証事業では、チャンネル切替えについて受容性は高かったものの、ユーザーアクセシビリティ確保の観点からは、可能な限りシームレスな切替えを可能とすべきと考え、「前提としていない」を「可能な限り、シームレスなチャンネル切替えが可能なもの」に見直しを行った。

※ 今般見直しを行った箇所は、赤文字・見え消し修正の箇所。

担保事項	規定項目	規定内容	仮置きする項目・内容の考え方	1次取りまとめ内容 備考 (考慮していない部分 今後検討すべき事項等)	見直しの考え方 実証事業の結果	
対応デバイス	テレビ		<p>○テレビ視聴を必要とすることとしてはどうか。</p> <p>○テレビ視聴のためにはアプリ又はS1Bでの対応が想定されるが、参照モデルでは要求品質・機能を満たせば、いずれでもよいのではないか。</p>	<p>804kbps用S1Bは未検討</p> <p>・S1B、ドングル等の活用可能性や特定のOSに依存しない形での実現可能性を検討</p>	<p>【見直しの考え方】 スマートフォン向けのアプリの実装方法として、S1Bドングル、特定のOSに依存しない形で検討すべき。</p> <p>【実証事業の結果】 Fire TV Stick上で動作するアプリ経由でMHLプラスとTunerを視聴したところ、操作性が異なっていたりも受容性は高い。</p>	
	PC、スマホ		(コストへの影響小。)	<p>804kbps用S1Bは未検討</p> <p>・PC、スマホなどでの視聴可能性について検討(視聴ソフトウェア、アクセス制御方法等)</p>	<p>【見直しの考え方】 実証事業においてPC・スマホでの視聴に対する操作性が高かったこと、また「デジタル技術の特性を活かしたサービス」の向上の方向性のひとつとして、その視聴可能性について検討すべき。</p> <p>【実証事業の結果】 約30秒程度の遅延について、受容度は高いと回答した。</p>	
確実性	伝送フォーマット	IPアドレス 多重化方式 伝送信号の構成 緊急警報信号の構成	(当然にIPv4又はIPv6。) (拘わらない。) (拘わらない。) (拘わらない。)	<p>ISPのサービス仕様に依存</p> <p>MPEG2-TS又はISOBMFF IPによる配信 (HLS又はMPEG-DASH)</p>	<p>【見直しの考え方】 実証事業では遅延に対する受容性は高かったものの、災害情報の信頼性、受信のなから視聴への対応等のため、低遅延配信技術についても検討すべき。</p>	
	伝送損失	パケット損失率	(対応不可。)		-	
	ネットワーク制御	ネットワーク制御	(ベストエフォート。)	ベストエフォート		-
	ネットワーク条件	通信容量	<p>○映像フォーマット等の条件に対応。</p> <p>○ベストエフォート。</p> <p>○1920×1080でも最長30秒程度の遅延を再現できているため、参照モデルでは三つを同等とすることを最低のラインとしつつ、実現可能な範囲でさらなる低遅延技術を採用することとしてはどうか。</p>	<p>6.0Mbps (1080p) 3.0Mbps (720p) 1.5Mbps (540p) 768kbps (360p) 384kbps (252p) 192kbps (180p)</p>	<p>【実証事業の結果】 本実証の検証環境において、高画質 (2Mbps (720p)・1.5Mbps (540p)) で、地上波放送との相違は概ね感じられないとの結果。中画質 (1.2Mbps (540p)・768kbps (360p)) では相違を感じる被験者が増加。</p>	
	伝送遅延	映像・音声・データの伝送遅延 緊急警報信号の遅延	<p>○確実性や映像・音声の品質とトレードオフ関係。</p> <p>○1920×1080でも最長30秒程度の遅延を再現できているため、参照モデルでは三つを同等とすることを最低のラインとしつつ、実現可能な範囲でさらなる低遅延技術を採用することとしてはどうか。</p> <p>○参照モデルでは、採用例を踏まえ、映像とは別のプッシュを採用することとしてはどうか。低遅延技術を採用することとしてはどうか。</p>	<p>約30秒程度 ※フタがふせなし(放送と同内容)を前提</p>	<p>【見直しの考え方】 約30秒程度の遅延については受容性が高いことが判明したところ、要件として「約30秒程度」は維持しつつ、上記と同様、低遅延配信技術 (OMMF等) について検討すべき。</p> <p>【実証事業の結果】 約30秒程度の遅延について、受容度は高い。</p>	
データ放送の待ち時間	データ放送の待ち時間	(web運動によるデータ送信で実施すればコストへの影響小。)	何らかの方法で緊急信号にともなう通知を行うと考慮	<p>緊急情報の低遅延フォーマットは444Hzに設定し、緊急情報は未検討</p> <p>・低遅延配信技術(OMMF等)は未検討</p> <p>・低遅延配信技術(OMMF等)について検討</p>	<p>【見直しの考え方】 緊急地震速報と同様、低遅延プッシュ型配信について検討すべき。</p>	

図 3-1 「仮置きした品質・機能要件」の見直し (1/5)

担保事項	規定項目	規定内容	仮置きする項目・内容の考え方	1次取りまとめ内容		見直しの考え方 実証事業の結果
				検討において設定した仕様 ／検討範囲	備考 (考慮していない部分、 今後検討すべき事項等)	
映像・ 音声	映像フォーマット	有効走査線数 走査方式 フレーム周波数 画面の横と縦の比 色域 映像符号化 IP再放送映像の品質	○参照モデルでは、視聴者体験の程度を踏まえ、地デジと同等（1440×1080）とするべきではないか。 ○この際、一般的に採用されているABR機能を採用しても良いものではないか。	1080 720 540 360 252 180 ※ABR機能を採用 順次 30/1.001Hz 16:09 輝度信号及び色差信号 (ITU-R BT-709) H.264	【見直しの考え方】 ABR（アダプティブ・ビット・レート）は、実証事業ではできれば無いのが望ましいとの回答が多かったものの、円滑な配信を行う上で必要な機能と考えられることから要件に追加すべき。 【実証事業の結果】 中画質（1.2Mbps（540p）・768kbps（360p））では相違を感じる被験者が増加。 ABRに関して、できれば無いのが望ましいとの回答が多い。	
	音声フォーマット	最大入力音声チャンネル サンプリング周波数 音声の量子化ビット数 音声符号化	○参照モデルでは、一般的に採用されている2chとしても良いものではないか。 （コストへの影響小。）	2ch 5.1ch 48kHz 16bit MPEG-2 AAC	【見直しの考え方】 地デジ放送で実現され、地デジIP再放送でも規定されている5.1chが適当。副音声は、主音声の5.1chとは別の音声として送る等により実現可能。 【実証事業の結果】 音声の受容度は高い。	
映像・音声・ 字幕等の 同時性	映像と音声のタイミング誤差	字幕表示タイミング誤差	○参照モデルでは、一般的に実現しているレベル（1フレーム以内）とすべきではないか。 ○参照モデルでは、一般的に実現しているレベルと同等（地デジと同等）とすべきではないか。	1フレーム以内 放送用字幕を交換して配信 (WebVTT/TTML)	【見直しの考え方】 ・映像と音声のタイミング誤差は、動画配信サービスで一般的に実現され、また、地デジIP再放送審査ガイドラインで規定されている1フレーム以内が適当。 ・字幕表示のタイミング精度や外字等の扱いについても検討することが適当。	
	緊急地震速報（文字スーパーによるもの）	緊急地震速報（文字スーパーによるもの）	○参照モデルでは、緊急警報信号と同等としてどうか。	1フレーム以内 速やかに表示させることが望ましい	【見直しの考え方】 緊急地震速報は実証事業でニーズが非常に高かったことから、地デジIP再放送審査ガイドラインと同様、「速やかに表示させることが望ましい」としつつ、低遅延アプリケーション型配信について検討すべき。	
	イベントメッセージの表示タイミング誤差 時刻指定発火サービスのタイミング誤差 受信機の内時計誤差				【実証事業の結果】 緊急地震速報はニーズが非常に高い。	

図3-2 「仮置きした品質・機能要件」の見直し（2/5）

担保事項	規定項目	規定内容	仮置きする項目・内容の考え方	1次取りまとめ内容		見直しの考え方 実証事業の結果
				検討において設定した仕様 ／検討範囲	備考 (考慮していない部分、 今後検討すべき事項等)	
著作権保護	著作権保護	コンテンツ保護機能	○参照モデルでは、地デジの状況に照らし て必要とすべきではないか。	AES128bit相当の暗号化	・DRM対応等で実装できると想定してい るが詳細は未検討	-
	実効性		- (DRMの枠組み。)			
限定受信システム (CAS)	限定受信システム (CAS)	スクランブル方式	- (DRMの枠組み。)			-
	地域限定性	サービス提供区域	○参照モデルでは、今般の検討が特別な措 置を念頭に置いたものであることを踏まえ サービス提供区域及び対象者を限定すべき ではないか。	サービス提供区域／対象者の限 定を考慮 サービス提供区域は、代替する 小規模中継局等の放送エリアに 同じ	・制御の実装方式と合わせて実現可能な 制御の程度(視聴制御、同時視聴制御) 等について要検討 ・対象世帯が数世帯だけでなくMWだけの 制御が難しい場合も想定され、その場合 には受信世帯毎のID等での管理も必要と 想定 ・全国の放送局共通の仕組みとして詳細 を検討する必要と想定。	【見直しの考え方】 一般的な同時配信サービスとは異なり、地上 波放送の代替であるため、サービス提供区域 は、代替する小規模中継局等の放送エリアに 同じとすべき。 【実証事業の結果】 二ノズとしては、離れた地域の放送番組も視 聴したいとの回答が多かった。
権利保護		意図しない送信の排除	- (他の項目(「サービス提供区域」「利用 者管理」等に包含。))			-
	プライバシー	視聴履歴	○参照モデルでは、関連のガイドラインが 制定されていることを踏まえ、それらの遵 守のための措置を必要とすべきではないか	特殊な対応なし	視聴データ管理の内容は未検討 ・視聴データの活用方法について検討	【見直しの考え方】 実証事業の結果を踏まえ、「デジタル技術の 特性を活かしたサービスの向上」の方策のみ とつとして、視聴データの活用方法につて 検討すべき。 【実証事業の結果】 視聴データ活用は、セキュリティ不安よりも、 便利な機能への期待が上回った。

図 3-3 「仮置きした品質・機能要件」の見直し (3/5)

担保事項	規定項目	規定内容	仮置きする項目・内容の考え方	1次取りまとめ内容		見直しの考え方 実証事業の結果	
				検討において設定した仕様 /検討範囲	備考 (考慮していない部分、 今後検討すべき事項等)		
利便性	マルチ編成	提供機能	＝ (対応すべきchは増えるが、配信コストへの影響小と想定。)	マルチ編成あり		【見直しの考え方】 実証事業においてデータ放送に対するニーズが高かったことを踏まえ、その提供の在り方を合 【実証事業の結果】 データ放送のニーズは高い。	
	データ放送	提供機能	＝ (web運動によるデータ送信ならコストへの影響小。)		→提供可否や交換方法なども含めて全そ 未検討 ・提供の在り方について検討		
	電子番組ガイド	提供機能	＝ (web運動によるEPGならコストへの影響小。)	番組表の提供 番組表からのチャンネル切替え 機能	→チャンネル機能は未検討 ・番組表と録画・ダウンロード番組や見 逃し配信番組とのリンク機能について検 討	【見直しの考え方】 実証事業において番組表に対するニーズが高 かったことを踏まえ、「デジタル技術の特性を 活かしたサービスの向上」の方策のひとつとし て、番組表からのチャンネル切替えの実装のほ か、ダウンロード番組等とのリンク機能につい て検討すべき。 【実証事業の結果】 番組表のニーズは高い。	
	エンジニアリング	提供機能	＝ (チューナ機能を用いないため必須でない。)			＝	
		選択可能チャンネル	○対象地域における地デジ放送の内容とす べきではないか。 ○今般の検討が念頭に置いている措置は任 意のものであるため、チャンネル数は放送 事業者の判断に委ねられるのではないか。 ○参照モデルでは、平均同時視聴可能数は 世帯当たりの平均テレビ設置数(約2台) としてどうか。	対象地域における地デジ放送を 前提とする 放送アプリケーションについて はNHK単体(総合、Eテレ)を中 心とした検討 平均同時視聴可能数:2	・視聴者視点では長放も同時にBB代替さ れることを勘案する必要(実装の詳細に ついては未検討)	＝	
		同時視聴及び録画	○参照モデルでは、録画は、1週間見逃し 視聴で補完することとしてはどうか。	録画(ストリーミング動画の番 組)の代替機能として、ファイ ルダウンロード機能及び見逃し 配信機能	→録画機能・見逃し配信・ダウンロード 機能などは未検討 ・録画(ストリーミング動画の番組)の 実現可否について検討	【見直しの考え方】 実証事業において録画に対するニーズが高かつ たことを踏まえ、ダウンロードや見逃し配信機 能の実装のほか、録画(ストリーミング動画の 番組)の実現可否について検討すべき。 【実証事業の結果】 同時視聴希望台数は平均2.5台。 【見直しの考え方】 実証事業において録画に対するニーズが高かつ たことを踏まえ、ダウンロードや見逃し配信機 能の実装のほか、録画(ストリーミング動画の 番組)の実現可否について検討すべき。	
	その他	複数サービス同時提供時の条件	＝ (明示するとしてもコストへの影響小。)				＝
		受信機の使用感	(既存アプリでは当該アプリに依存、新規 アプリ・SIBでは工夫の余地あり。いまれ にしてもコストへの影響小。)	可能な限り、地デジ受信機と同 等の操作性			【見直しの考え方】 実証事業では端末の操作性について受容性が高 かったものの、ユーザーアクセシビリティ確保 の観点から、可能な限り地デジ受信機と同等と すべき。
		チャンネル切替え時間	○参照モデルでは、地デジ相当以上として いる例があるため、それと同等かどうか。	→提供すべき仕様 可能な限り、シーメンスなチャ ンネルの切替えが可能なもの			【見直しの考え方】 実証事業ではチャンネル切替えについて受容性が高 かったものの、ユーザーアクセシビリティ確保の観点 から、可能な限りシーメンスな切替えを可能とすべ 【実証事業の結果】 副画面上でのチャンネル切替えは必要と見込まれる。
		解説放送 2か国語放送	○参照モデルでは、採用実績があることを 踏まえ、採用例と同等としてはどうか。	2か国語放送・解説放送あり			

図3-4 「仮置きした品質・機能要件」の見直し(4/5)

担保事項	規定項目	規定内容	仮置きする項目・内容の考え方	1次取りまとめ内容		見直しの考え方 実証事業の結果
				検討において設定した仕様 /検討範囲	備考 (考慮していない部分、 今後検討すべき事項等)	
確実性	伝送後の品質	サービス品質	-	0oE/0oSの監視		-
		音声品質	(他の項目の設定次第。)			
		マルチ編成の品質	(他の項目の設定次第。)			
		データ放送の品質	(他の項目の設定次第。)			
確実性	安全・信頼性	耐震対策	○参照モデルでは、採用例を踏まえ、クラウドを可としつつ、配信サーバー・CDNの二重化を前提としてはどうか。	既存の放送事業、電気通信事業等での基準に準拠	・放送アプリケーションのシステム構成は未検討 ・CDNは未検討	-
		停電対策	○参照モデルでは、採用例を踏まえ、クラウドを可としつつ、配信サーバー・CDNの二重化を前提としてはどうか。			
		サイバーセキュリティ対策	- (当然に実施すべき事項。)			
確実性	配信条件	オリジンサーバー	○参照モデルでは、前提とする品質・機能及び連携するCDNからの負荷を踏まえ、最適化されたサーバーを、二重化することを前提としてはどうか。	クラウドサービス、CDNサービスの利用を前提とした準拠	・放送アプリケーションにおける詳細のシステム構成等は未検討	-
		CDNの利用 (利用有無、契約条件、目標とするユーザー視聴体験の設定等)	○参照モデルでは、次の事項を前提としてはどうか。 ・CDNを利用すること。 ・CDNは、平時に想定されるピークトラフィック時におけるデータ総量を賅えるよう選定すること。 ・必要な項目についてモニタリングを実施し、品質達成のための措置を講ずること。			
その他	広告差替え	広告差替え	(指定無し)	なし (放送と同内容)	・広告差替えの有無・方法等は未検討	-
		フタかぶせ	(指定無し)			

図3-5 「仮置きした品質・機能要件」の見直し (5/5)

第4章 今後の検討課題と検討の方向性

ブロードバンド代替を実際に導入するに当たっては、以下に示すように、放送法（昭和25年法律第132号）の規定との関係をどのように考えるかといった制度面における課題、地上テレビジョン放送事業者がどのようなプロセスによって住民の方々の理解を得ていくべきかといった運用面における課題等、様々な課題が想定される。

本章においては、ブロードバンド代替を実際に導入するに当たっての課題について、1次取りまとめで例示された課題と実証事業の実施を通じて抽出された課題とに分けて示すが、これらのほかにも制度面・運用面において様々な課題があると考えられ、今後、それら様々な課題について具体的に検討を進めていくべきである。

1. 1次取りまとめで例示された課題に係る検討状況と今後の検討の方向性

1次取りまとめにおいては、現時点で想定される課題の例示として、（1）著作権等の権利処理、（2）地域制御の有無、（3）住民理解・受信者対策、（4）ユーザーアクセシビリティの確保、（5）デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上及び（6）放送法との関係等の6つの課題を挙げた。これら課題の検討状況と今後の検討の方向性は、以下のとおりである。

（1）著作権等の権利処理

フタかぶせについては、その視聴者の受容性を実証事業において確認したところ、フタかぶせは「できればないのが望ましい」又は「受け入れられない」との回答が約7割と多い一方で、「インターネット経由ならではの事象だとして、受け入れられる」との回答が約3割との結果であった。

小規模中継局等の代替がIPユニキャスト方式により行われる場合、フタかぶせは回避されるべきものであり、この受容性の調査結果を踏まえつつ、許諾推定規定の創設等を内容とする著作権法の改正（令和4年1月1日施行）によってもなお解決していない課題としてどのようなものが考えられ、それを解決するためにはどのような対策が必要かについて更に検討を進めていくべきである。

（2）地域制御の有無

地域制御については、今般の「仮置きした品質・機能要件」の見直しにおいて、一般的な同時配信サービスとは異なり、地上波放送の代替であるため、サービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアに同じとすべきと考え、「サービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアに同じ」とした。また、地域制御手段については、IPアドレス、GPS、ユーザーID等、複数の手段が考えられる³⁷。

³⁷ 地域制御の手段について、放送アプリケーションに関する基礎的調査においては、A案では郵便番号及びユーザーID、B案ではアプリケーションIDが検討されている。

今後は、こうした点を踏まえ、各地域制御手段のメリット・デメリットを含め、具体的に検討を進めていくべきである。

(3) 住民理解・受信者対策

住民理解・受信者対策について、実証事業では、総合的な受容性評価として、「もし放送の代わりにインターネット経由で番組を視聴するとなった場合に受け入れられそうですか。」との質問に対し、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアの全体で約9割の被験者が受け入れられるとの回答が得られた。他方、今般の実証事業は、既存のネット同時配信等サービスを活用しての調査であったこと、被験者の数や調査対象地域の数に限りがあったこと等、一定の検証に留まった。また、ブロードバンド等の利用に係る費用については、「一定程度の費用負担はやむを得ない」との回答が多かったものの、具体的に受容できる費用水準については調査できていない。また、住民理解を得ていくためのプロセスについては、辺地共聴施設エリアにおける実証事業の成果として、被験者が20名と限られる点に留意する必要があるものの、切替え案内について、町会長・自治会長・組合長や行政機関からのものであると安心できるとの回答が多く、案内の媒体としては、「地域の回覧板」が安心との回答が多数を占め、また、対面による説明会を評価する回答が約95%と多かった。切替え後に生じる費用については、現状より多少高くなってもよいとする回答は16%と低い結果となった。円滑な切替えを実現するには、このような結果を踏まえつつ、関係者が一体となって、事前説明、切替え工事時の説明及びフォロー等を丁寧に行い、切替え実施の趣旨や内容、生じるメリットやデメリット³⁸について、住民の方々の十分な認識、理解を得た上で実施することが重要であるとの結果が得られた。

今後は、こうした点を踏まえ、具体的に放送アプリケーションを試作し、被験者の数を増やす等し、住民理解・受信者対策について更なる検討を進めていくべきである。

(4) ユーザーアクセシビリティの確保

ユーザーアクセシビリティについて、実証事業では、チャンネル切替えの操作性について検証したところ、操作感が異なっても「難しくない」又は「慣れそうだ」との回答が約9割と多く受容性が高いという結果が得られたものの、ユーザーアクセシビリティ確保の観点から、可能な限りシームレスな切替えを可能とすべきと考え、「仮置きした品質・機能要件」の見直しにおいて、「可能な限り、シームレスなチャンネルの切替えが可能なもの」とした。

また、副音声の必要性については、実証事業では、アンケート調査において「あるほうがよい」と「なくてもよい」がともに約4割と意見が分かれた一方、ヒアリング調査においては、自分は使わないがあったほうがよいとの発言が多く、社会的な必要性を意識した回答となっている可能性が見て取れた。加えて、作業チームにおいてもその社会的な必要性が指摘された。字幕については、実証事業では、アンケート調査において「極めて重要だ」又は「あるほうがよい」との回答が7割とニーズが高く、ヒアリング調査においては、耳の悪い方への配慮等、社会的な重要性を指摘する声のほか、自身の耳が悪くなることへの懸念も聞かれた。これら踏まえ、「仮置きした品質・機能要件」の見直しにおいては、副音声は「最大入

³⁸ 作業チームの構成員からは、辺地共聴施設については、施設の保険加入契約を断られること、また、未保険の場合、組合員の方々に故障修理に伴う臨時の費用負担を生じる可能性があるとの意見があった。

力音声チャンネル」の要件を「5.1ch」としているところ、主音声の5.1chとは別の音声として送る等により実現することとし、字幕については「タイミング精度や外字等の扱いについて検討」とした。

今後は、具体的に放送アプリケーションを試作し、ユーザーアクセシビリティについて更なる検討を進めていくべきである。

（５）デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上

デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上について、実証事業では、インターネット独自の機能として、約半数の被験者から PC やスマホでの視聴を利用したいと回答が得られたほか、録画については、「見逃し視聴機能があっても自宅のレコーダーでの録画もできたほうがよい」との意見が半数強と多く、レコーダーの代替としての見逃し視聴期間については意見が分かれるが2週間～1ヶ月分との回答が多いという結果となった。また、データ放送については、「極めて重要」又は「あるほうがよい」との回答が8割弱とニーズが高く、番組表については、「番組表を表示する機能は不可欠だ」という回答が6割強と多くニーズが高かった。視聴データ活用については、セキュリティ不安よりも便利な機能への期待が上回った。

この結果を踏まえ、「仮置きした品質・機能要件」の見直しにおいて、PCやスマホでの視聴については「PC・スマホなどでの視聴可能性について検討」、録画については「録画（ストリーミング動画の蓄積）の代替機能として、ファイルダウンロード機能及び見逃し配信機能」を要件とした上で「録画（ストリーミング動画の蓄積）の実現可否について検討」、データ放送については「提供の在り方について検討」、番組表については「番組表からのチャンネル切替え機能」を要件とした上で「番組表と録画・ダウンロード番組や見逃し配信番組とのリンク機能について検討」、視聴データ活用については「視聴データの活用方法について検討」とした。

今後は、具体的に放送アプリケーションを試作し、デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上について更なる検討を進めていくべきである。

（６）放送法との関係等

放送法との関係等については、1次取りまとめにおいて、NHKのあまねく受信義務（放送法第20条第5項）³⁹、民間放送事業者のあまねく受信努力義務（同法第92条）⁴⁰、災害放送実

³⁹ 放送法第20条第5項においては、「協会は、中波放送と超短波放送とのいずれか及びテレビジョン放送がそれぞれあまねく全国において受信できるように措置をしなければならない。」と規定されている。

⁴⁰ 放送法第92条においては、「特定地上基幹放送事業者及び基幹放送局提供事業者（電波法の規定により衛星基幹放送の業務に用いられる基幹放送局の免許を受けた者を除く。）は、その基幹放送局を用いて行われる基幹放送に係る放送対象地域において、当該基幹放送があまねく受信できるように努めるものとする。」と規定されている。

施義務（同法第108条）⁴¹、NHKとの受信契約（同法第64条第1項）⁴²等との関係に関する課題が挙げられている。

これらのうち、災害放送関係では、実証事業において、緊急地震速報に対するニーズが非常に高いという結果が得られており、「仮置きした品質・機能要件」の見直しにおいて、「速やかに表示させることが望ましい」を要件とした上で、「低遅延プッシュ型配信（MTE等）について検討」とした。

今後は、緊急地震速報について具体的に検証を行うとともに、その他の課題についても検討を進めていくべきである。



図 4-1 1次取りまとめで例示された課題に係る検討状況と今後の検討の方向性

⁴¹ 放送法第 108 条においては、「基幹放送事業者は、国内基幹放送等を行うに当たり、暴風、豪雨、洪水、地震、大規模な火事その他による災害が発生し、又は発生するおそれがある場合には、その発生を予防し、又はその被害を軽減するために役立つ放送をするようにしなければならない。」と規定されている。

⁴² 放送法第 64 条第 1 項においては、「協会の放送を受信することのできる受信設備（次に掲げるものを除く。以下この項及び第三項第二号において「特定受信設備」という。）を設置した者は、同項の認可を受けた受信契約（協会の放送の受信についての契約をいう。以下この条及び第七十条第四項において同じ。）の条項（以下この項において「認可契約条項」という。）で定めるところにより、協会と受信契約を締結しなければならない。ただし、特定受信設備を住居（住居とみなされる場所として認可契約条項で定める場所を含む。）に設置した場合において当該住居に設置された他の特定受信設備について当該住居及び生計を共にする他の者がこの項本文の規定により受信契約を締結しているとき、その他この項本文の規定による受信契約の締結をする必要がない場合として認可契約条項で定める場合は、この限りでない。」と規定されている。

2. 実証事業の実施を通じて抽出された検討課題と検討の方向性

1次取りまとめにおいて例示された課題以外にも、実証事業の実施を通じて新たな検討課題が抽出された。

具体的には、実証エリアにおける受容性の検証のうち、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアにおける調査結果の分析・評価を通じ、「フィールド調査における未検討・未到達課題」、「映像等関連要素に関する課題」及び「その他要素に関する課題」として計16項目の課題が抽出された⁴³。

	項目	課題	検討の方向性
未検討・未到達課題	社会的な必要性	・ 障害者などを含む社会的な評価が十分でない	社会的な必要性についても調査し、機能の在り方を考慮する
	インターネットを利用していない被験者	・ サンプル数が少なく、評価しきれていない	集合検証を行うなどして、ネット未契約者も被験者に加える
	ITリテラシーとの関係	・ インターネットを利用しない世帯の調査が不十分 ・ インターネット、スマホやPCの利用度でのみ評価している	インターネットリテラシーについても調査し、受容性との相関や求められる機能を明確にする
	複数端末利用における評価	・ 各世帯1台のテレビでしか評価していない	複数端末同時視聴環境下での受容性を評価する
	テレビの利用実態との関係	・ 個人でテレビの重要度は異なるが同列として評価している ・ 視聴時間やよく見る番組別等の視聴者属性別の評価が不十分	日常生活におけるテレビの重要度を調査し、視聴時間やよく見る番組といった視聴属性に合わせた受容性を評価する
映像等関連要素に関する課題	自宅以外での視聴	・ 車での視聴やオフィスでの視聴など、自宅以外の利用について未検討	自宅以外でテレビがどの程度視聴されているのかを調査の上で検討を行う
	画質に関する正確な評価	・ 実証の視聴中にABRがほぼ発生せず、イメージのみの回答に留まっている ・ 特にスポーツなど動きのあるコンテンツでは、より高画質(例えば、「6Mbps 1920×1080」相当)での同時配信の評価が必要	検証用の放送アプリケーションを実装し、ネット同時配信視聴により受容性を評価をする
	視聴コンテンツ別の評価	・ スポーツなど動きのあるコンテンツでのサンプル数が少ない	検証用の放送アプリケーションを実装した上で、視聴コンテンツの種類を増やし、特にスポーツ番組視聴における受容性を評価する
その他要素に関する課題	ながら視聴	・ SNSやチャットなどの「ながら視聴」を想定した遅延評価を考慮していない(特に若い世代向け)	アンケートやヒアリングにてSNSやチャットを用いた「ながら視聴」における遅延等の受容性を評価する
	住民への代替の周知方法	・ 誰からどのようにあるべきか、具体的な評価が不十分	サンプル数を増やし、アンケートとヒアリングにより、住民周知の在り方と具体的な周知方法について検討を行う
	代替対象世帯の特定方法	・ 中継局を代替する場合に、当該中継局の電波を受信している世帯を完全に特定することは難しい	可能な限り事前に特定することに努めるとともに、代替後においても速やかな対応が取れるよう準備を進める
	災害時/緊急時のテレビ視聴ニーズ	・ テレビが使えない場合の代替手段をどうすべきか	緊急情報取得手段を検討・整理する
	(IPユニキャスト)システムの所有と運用主体	・ 代替プラットフォーム、放送アプリケーションの所有者及び運用主体をどうするか	プラットフォームや放送アプリケーションの所有者・運用主体について検討を行う
	地域別、ローカル局における代替	・ 地域やローカル局におけるニーズを把握できていない	地域やローカル局の実態を調査するとともに、事業者ヒアリング等による要望を整理する
	導入後サポートの在り方	・ 誰がどのようにサポートするべきか未検討	視聴者側の求めるサポートを調査するとともに、事業者による実現可能性(コスト面含む)について検証を行う
代替手段のデリバリ	・ 代替手段の具体的な実装方法が未検討 ・ 視聴者への放送アプリケーションの配布方法が未検討	放送アプリケーションの合理的な実装方法、視聴者への配布方法について検討を行う	

図4-2 実証事業の実施を通じて抽出された検討課題と検討の方向性
(ミニサテライト局エリア・小規模中継局エリア)

⁴³ このほか、「放送機能関連要素に関する課題」としては、インターネットならではの機能(PC・スマホでの視聴、視聴データの活用等)、放送アプリケーションの機能(データ放送、緊急地震速報、録画等)、ユーザインターフェース(テレビ画面、リモコン等)の課題が挙げられるが、全て1次取りまとめで例示された課題に含まれることから、ここでは記載していない。

また、実証エリアにおける受容性の検証のうち、辺地共聴施設エリアにおける調査結果の分析・評価を通じ、「切替えの案内文書に関する課題」、「切替えの説明会に関する課題」、「円滑な切替えに係る課題」及び「事業全般に係る課題」として計13項目の課題が抽出された。

項目	課題	検討の方向性
切替えの案内文書に関する課題	内容を読まない、案内を覚知しない	多様な周知方法による案内の実施とそれらの有効性の評価
	案内内容の理解度の向上	周知方法による理解度の違いを調査
	辺地共聴施設が抱える課題、切替えの必要性に対する認識の向上	辺地共聴施設の抱える課題の整理、分かりやすい周知方法の検討
	安心感のある案内手法	安心感のある案内手法の検討
切替えの説明会に関する課題	参加率の向上	曜日や時間帯の設定について調査
	説明内容の理解度の向上	説明すべき内容の整理、分かりやすい説明手法を検討
円滑な切替えに係る課題	切替え先となる事業者（ケーブルテレビ事業者等）に対する理解向上	理解を得るのに必要な具体的な情報を整理
	切替えに係る組合全体の意思決定において必要となる資料、データ	アンケート調査を実施し検討
	切換え時及び切替え後に受容できる具体的な負担額	具体的な負担額についてアンケートを実施
	高齢者、長期不在者（出張、入院、施設入居等）への対応	適切な周知・説明手法の検討
	既設設備の撤去	撤去に係る課題を把握し解決策を検討
	切替えまでの基本的な手続きとそのスケジュールの提示	標準的な切替えマニュアルの作成
事業全般に係る課題	調査結果の分析・評価の精度向上	被験者数の拡大

図4-3 実証事業の実施を通じて抽出された検討課題と検討の方向性
(辺地共聴施設エリア)

第5章 今後の進め方

第4章において述べたとおり、ブロードバンド代替を導入するに当たっての課題として、1次取りまとめで例示したもののほか、実証事業の実施を通じて新たな課題も明らかとなった。

1次取りまとめにおいて述べたとおり、ブロードバンド代替を導入するに当たっての課題については、着実な検討が求められるものであり、その検討に当たっては、実際に住民の方々に代替手段を利用していただき、その声を聞くことが極めて重要である。

この点、今般実施した実証事業では、現時点でブロードバンド代替のための配信サービスが存在しないことから、既存のネット同時配信等サービスを活用して調査を実施するに留まった。しかし、当然のことながら、視聴者の受容性の検証や技術的な検証は、実際に代替するとなった場合に想定される形に可能な限り近い代替手段を活用して実施することが望ましい。

このため、次の段階としては、今般の見直し後の「品質・機能要件」に可能な限り準拠してブロードバンド代替を想定した放送アプリケーション（配信プラットフォーム）を試作した上で、放送番組の配信を行う新たな実証事業を実施することにより、視聴者の受容性の検証や技術的な検証を行うことが適当である。

また、ブロードバンド代替が放送事業者の「経営の選択肢」として導入可能な環境を整備するためには、視聴者の受容性の検証や技術的な検証のみならず、導入の手順や準拠すべき条件等を示していくことが必要である。このため、第3章において取り扱った「品質・機能要件」⁴⁴に加え、第4章において述べた検討課題も踏まえ、ブロードバンド代替の「共通した全体の枠組みとして決定すべき事項」を取りまとめた「青写真（ブループリント）」の策定や、放送事業者においてブロードバンド代替を検討する際の参考となる「標準的手順」の策定等の取組が重要となる⁴⁵。

作業チームでは、今後、こうした取組を進め、小規模中継局等の次期更新スケジュール⁴⁶を踏まえ、ブロードバンド代替が放送事業者の新たな「経営の選択肢」となり得るか否かについて、令和6年夏頃に結論を得ることを目指すこととする。

⁴⁴ 「品質・機能要件」は、ブロードバンド代替の「共通した全体の枠組みとして決定すべき事項」を定める「青写真（ブループリント）」と一体不可分であるため、今後は「青写真（ブループリント）」の中で一体的に検討・整理していくことも考えられる。

⁴⁵ 辺地共聴施設をケーブルテレビに切替える実証事業を実施することにより、代替時の留意事項等について更なる課題の抽出と対策の検討を進めることは、「標準的手順」の策定等の参考となる。

⁴⁶ 地上テレビジョン放送事業者の小規模中継局等については、その更新が令和8年度（2026年度）から令和10年度（2028年度）にかけて、その更新計画の策定が令和6年度（2024年度）後半から令和7年（2025年度）にかけて予定されている。

- ブロードバンド代替の実現可能な環境整備に向けた主要論点に係る対応方針を「個々の実装で検討すべき事項」と「共通した全体の枠組みとして決定すべき事項」とに分け、後者を統合して「青写真(ブループリント)」を策定する。
- 具体的な内容は今後の検討となるが、例えば、放送アプリケーションの実装に向けた主要論点を「利用側の環境」、「提供側の仕組み／条件」、「ステークホルダ」に分けて抽出・整理することが考えられる。

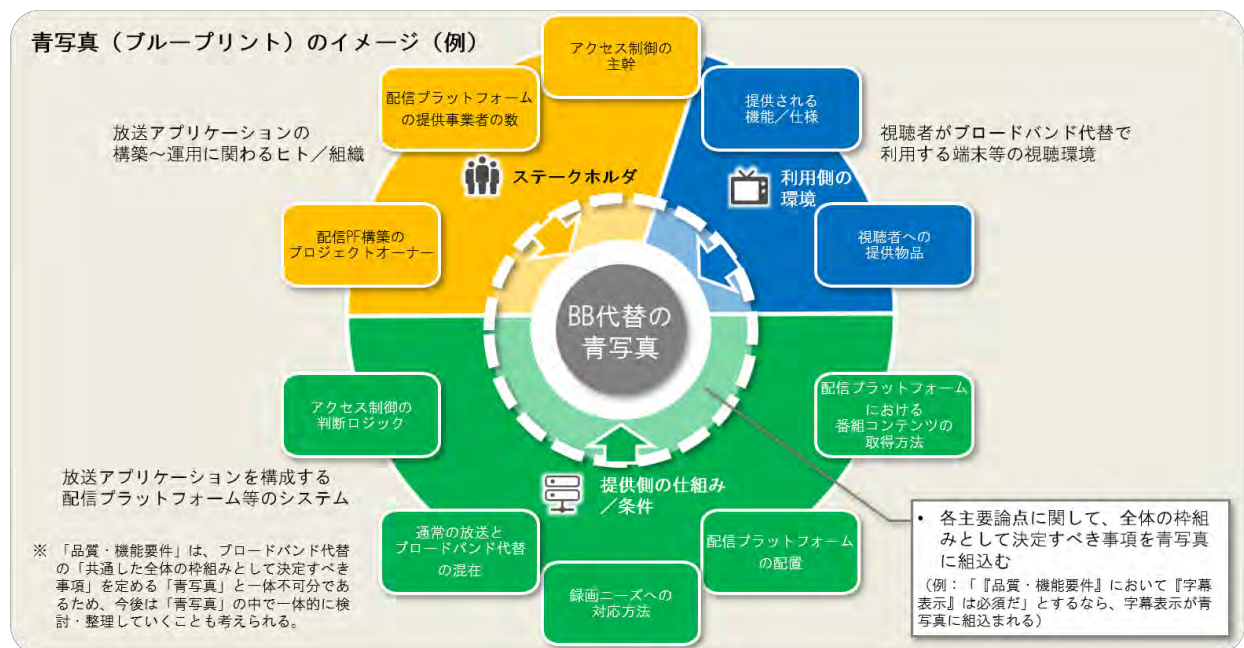


図5 ブロードバンド代替の「青写真（ブループリント）」

「はじめに」において述べたとおり、人口減少や視聴スタイルの変化等、放送を取り巻く環境が急速に変化する中において、良質な放送コンテンツを全国の視聴者に届けるためには、放送事業者の放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減することが重要であり、ブロードバンドインフラの普及が全国的に進む中、ブロードバンド等による小規模中継局等の代替は、そのための具体的方策のひとつとして期待される。

他方で、ブロードバンド等による小規模中継局等の代替は、一般的なネット同時配信等サービスとは異なり、従来からの電波による放送を代替しようとするものであり、放送事業者及び視聴者の双方にとってこれまでに経験したことのない新たなサービスとなることから、その実現までの道のりは決して平坦ではない。

このため、新たな実証事業、ブロードバンド代替の「青写真（ブループリント）」や「標準的手順」の策定といった今後の取組においては、放送事業者⁴⁷、通信事業者、ベンダー、視聴者、総務省等の関係者が、それぞれの知見やネットワーク等のリソースを持ち寄り、その役割分担も含めて合意形成を図りながら検討を進めていくことが何よりも重要となる。また、IPユニキャスト方式以外の代替手段も含めた最適な代替手段について検討を進めていくことも必要となる。

作業チームでは、こうした認識の下、引き続き、ブロードバンド等による小規模中継局等の代替について、より実践的に検討を進めていくこととし、関係者には今後の取組への積極的な参画を期待したい。

⁴⁷ NHKは、「NHK経営計画（2021-2023年度）」（2023年1月修正）において、「ネットワークコスト削減等、視聴者の将来負担の軽減につながる先行支出等」として「総額600億円」を計上するとしている。その中で、「民間放送事業者と連携し、設備維持コストの抑制に取り組みます。」とし、「通信などの代替手段検討」を挙げている（「NHK経営計画（2021-2023年度）の修正について（説明資料）」）。

参考資料

参考資料1

フィールド調査において視聴された番組

【参考】フィールド調査において視聴された番組 ①ミニサテライト局エリア

調査Aで視聴された見逃し配信番組

普段、被験者が放送で視聴する番組やジャンルから、被験者と相談し選定原則OA直後に見逃し配信されたものを視聴

NHKプラス	<ul style="list-style-type: none"> 大河ドラマ 鎌倉殿の13人 連続テレビ小説 『舞いあがれ!』 さわやか自然百景 大相撲 (2022年) 十一月場所七日目 NHKニュース7
TVer	<ul style="list-style-type: none"> 謎とき冒険バラエティー 世界の果てまでイッテQ! (日本テレビ) ザ!鉄腕!DASH!! (日本テレビ) ザ・トラベルナース (テレビ朝日) 応援!日本経済 がっちりマンデー!! ~日曜に勉強!月曜から実践!~ (TBS) ガラリー変!天野ひろゆきビジネス総研 (テレ東) 内村と相棒 (フジテレビ) ポツンと一軒家 (ABC) ゴルフ侍、見参! (BSテレ東)

調査Bで視聴された同時配信番組

検証当日 11/12 (土) の同時配信予定番組を確認し決定

NHKプラス	<ul style="list-style-type: none"> 大河ドラマ 鎌倉殿の13人 (42) 「夢のゆくえ」 (OA 13:05~13:50) 生中継スペシャル! ニッポン「今」つないでみたら~秋うらら2022~ (OA 13:50~18:00)
TVer	<ul style="list-style-type: none"> 嗚呼!!みんなの動物園 (日本テレビ) (OA 19:00~20:54) サンドウィッチマン&芦田愛菜の博士ちゃん (テレビ朝日) (OA 18:30~20:00)

※放送事業者名は略称で記載

調査Aで視聴された見逃し配信番組

普段、被験者が放送で視聴する番組やジャンルから、被験者と相談し選定原則0A直後に見逃し配信されたものを視聴

NHKプラス	<ul style="list-style-type: none"> 発想転換！世界を変えるシン・キング フラタモリ チョコちゃんに叱られる！ サラメン 鶴瓶の家族に乾杯 大河ドラマ 鎌倉殿の13人 連続テレビ小説 『舞いあがれ！』 歴史探偵 小さな旅 あさいチ NHKニュース7 クラシック音楽館 NHKのど自慢 大西泰斗の英会話☆定番レシピ いないいないばあっ！
TVer	<ul style="list-style-type: none"> 謎とき冒険バラエティー 世界の果てまでイッテQ！（日本テレビ） ザ！鉄腕！DASH！！（日本テレビ） THE突破ファイル（日本テレビ） 月曜から夜ふかし（日本テレビ） ブラッシュアップライフ（日本テレビ） 徹子の部屋（テレビ朝日） ドラえもん（テレビ朝日） 相棒（テレビ朝日） バナナマンの早起きせっかくグルメ！！（TBS） 櫻井・有吉THE夜会（TBS） クレイジージャーニー（TBS） プレバト！！（TBS） 君の花になる（TBS） 炎の体育会TV（TBS） Youは何しに日本へ？（テレ東） 孤独のグルメ（テレ東） 出沒！アド街ック天国（テレ東） 奇跡体験！アンビリバボー（フジテレビ） Silent（フジテレビ） PICU 小児集中治療室（フジテレビ）

調査Bで視聴された同時配信番組

調査B 1回目 12/19（月）当日の同時配信予定番組を確認し決定

NHKプラス	<ul style="list-style-type: none"> 列島ニュース（OA 13:05～13:55） テレビ体操（OA 13:55～14:00） ニュース・気象情報（OA 14:00～14:05） 鶴瓶の家族に乾杯▽二宮和也が茨城県つくば市で奇跡の出会い！鶴瓶お屋敷訪問！（OA 14:05～14:50） 時論公論 安保3文書決定 日本の安全保障の針路は（OA 14:50～15:00）
TVer	<ul style="list-style-type: none"> 世界まる見え！テレビ特捜部（日本テレビ）（OA 20:00～21:00） 世界！ニッポン行きたい人応援団（テレビ東京）（OA 18:25～21:54）

調査B 2回目 1/15（日）当日の同時配信予定番組を確認し決定

NHKプラス	<ul style="list-style-type: none"> 第41回都道府県対抗全国女子駅伝（OA 12:15～15:13） ニュース・気象情報（OA 15:13～15:18）
TVer	<ul style="list-style-type: none"> バナナマンのせっかくグルメ！！（TBS）（OA 19:00～21:00） 緊急車両24時 密着！命を守る壮絶現場（テレビ東京）（OA 18:30～21:00）

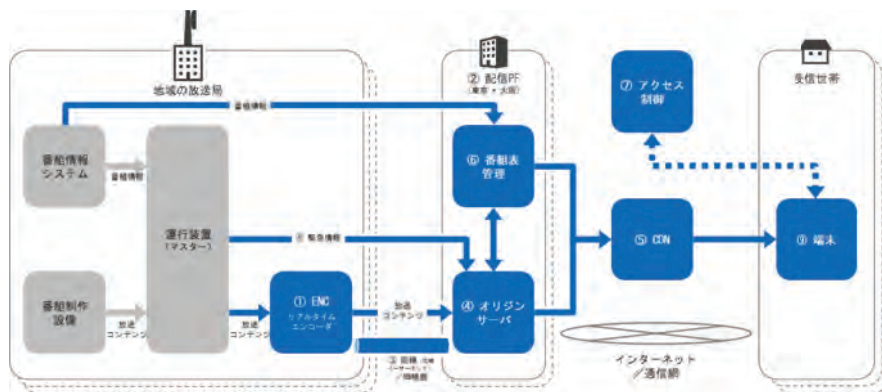
※放送事業者名は略称で記載

参考資料2

放送アプリケーションに関する基礎的調査に係る参考資料

1. A案の詳細

■ A案 - 概要



全体構成 /アーキテクチャ	<ul style="list-style-type: none"> 令和4年度取りまとめの放送APの構造に基づき、一般の ネット同時配信のシステムに採用されている形態 に近い 配信PF内の機能（オリジンサーバ）は、サービス提供型 で構成し、BB代替固有で必要となる機能についてはクラウドサービス上に個別開発 全国のBB代替で利用される 配信PFは東京と大阪に配置 され、視聴世帯が利用するISPに東阪のIX経由で接続することを想定
端末	<ul style="list-style-type: none"> 様々実装方式がある中、STB型のHW とAndroid等の 標準OSに搭載可能な視聴アプリケーション(SW) を組合わせた例で検討
録画ニーズへの対応	<ul style="list-style-type: none"> 配信PF内に 見逃し配信機能 を実装し、受信世帯内のSTBでも外付けHDDを用いた録画も考慮
検討された主な機能	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> STB端末 スマートTVでの視聴 1080p~232p ABR 音声2ch 字幕 緊急情報 DRM アクセス制御 データ放送 EPG 解説/2カ国語放送 フタかぶせ 凡例: 検討実施 未検討/費用未提示 </div>
放送局側の工事	<ul style="list-style-type: none"> 一般のネット同時配信とほぼ同様に エンコーダの設置、マスターへの繋ぎ込み、回線の引込み が必要
運用/サポート	<ul style="list-style-type: none"> 基本的なHW保守やサービス組込のサポートは含まれているが、システムの運用監視、ユーザサポートは含まれていない

■ A案 - ① ENC（リアルタイムエンコーダ）

A案

7

- リアルタイムエンコーダは放送局に設置し、詳細の仕様／条件を検討した

項目	内容
機能	放送局のマスターから出力される地デジ用出力をBB代替用に符号化
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ■ ABR用のマルチビットレートでのトランスコードは、エンコーダ、動画PFどちらで実施するか？ <ul style="list-style-type: none"> • 映像圧縮の回数は極力少なくする方が望ましい • 今回の検討では、動画配信PF側で処理すると想定
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> ■ 放送局内でSDIで映像信号を受領 ■ 1波につき、正副2系統設置 ■ 映像信号に字幕を重畳したSDI信号を入力可能 ■ 字幕情報を重畳した映像信号をRTPで出力してオリジンサーバに送出 ■ 出力ビットレートは20-30Mbpsを想定 ■ 機材については、複数メーカーから実績のある機材を選定し、その費用／仕様に基づいて検討 ■ HW提供、5年間の保守を含む (通常のメーカーのサポートを考慮すると15年の継続利用は難しい可能性が高い)

■ A案 - ② 配信プラットフォーム


A案

8


- 配信プラットフォーム（配信PF）について、その設置位置について検討し、東京と大阪の2拠点に設置し、全国の各放送局は2つの配信PFに冗長接続することとした

項目	内容
機能	オリジンサーバ等のBB代替で必要となるサーバ機能を集約して設置する
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ■ DRを含めた冗長性と各放送局との接続回線のコストを考慮して最適に配置する必要がある <ul style="list-style-type: none"> • 案1) 放送局／視聴者のいる各都道府県 • 案2) 東京と大阪の二拠点 ■ 今回の検討では、以下を考慮し、「案2) 東京と大阪の二拠点」を選択 <ul style="list-style-type: none"> • 配信プラットフォームにオンプレ機材を設置するため、拠点数を絞る方が集約効果が高い • 東京と大阪であれば、主要なクラウド事業者のDCがあり、クラウドサービスを選択する事も可能 • 出力先となるCDNや視聴者が利用しているISPが接続されているであろうIXが近傍にある可能性が高い
提案の前提条件	<pre> graph TD subgraph "配信PF" D1[大阪] D2[東京] end subgraph "放送局" subgraph "A 県" A[放送局 A] B[放送局 B] C[放送局 C] end subgraph "B 県" D[放送局 D] E[放送局 E] end end D1 --- A D1 --- B D1 --- C D1 --- D D1 --- E D2 --- A D2 --- B D2 --- C D2 --- D D2 --- E </pre>

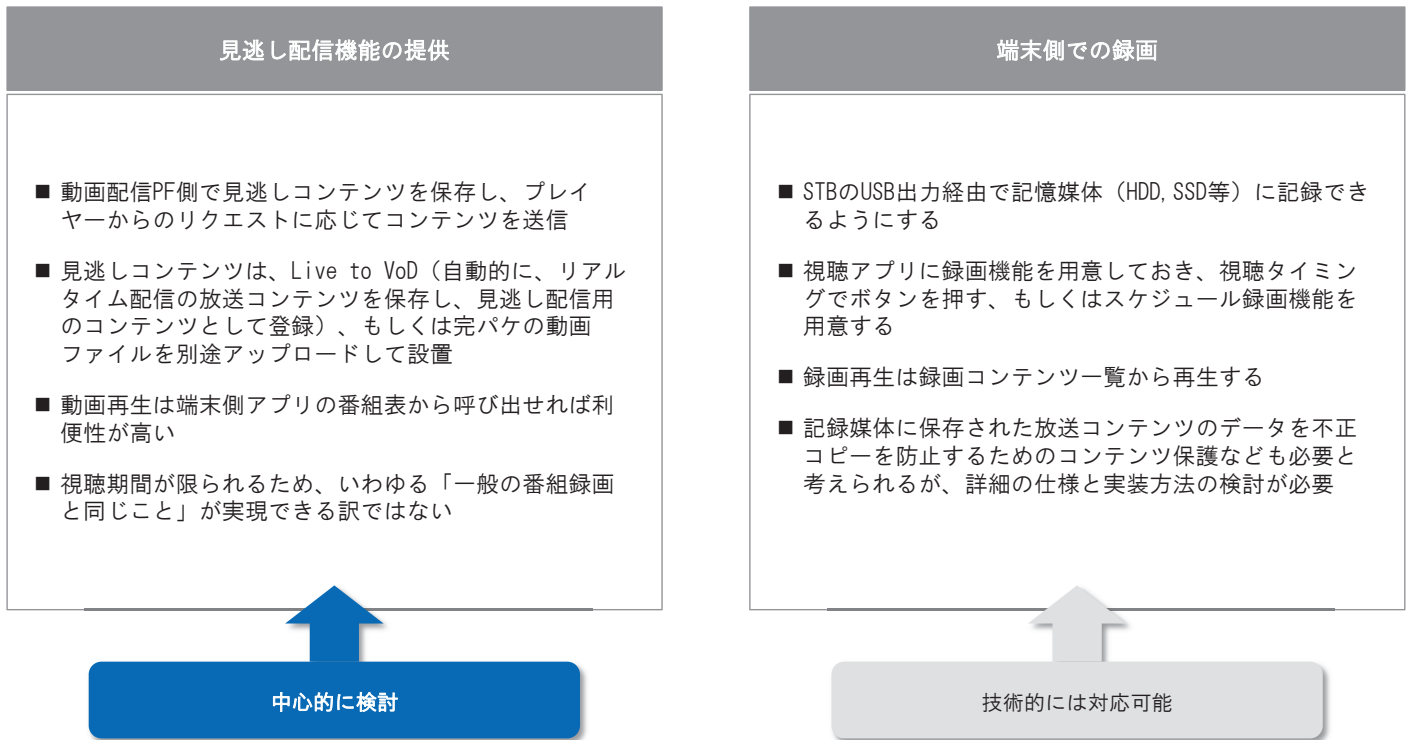
- 放送局と配信PFの接続方法について検討し、100Mbpsの広域イーサネットサービスを各放送局に2回線引き込み、それぞれ東京と大阪の配信PFに接続することとした

項目	内容
機能	各放送局と配信プラットフォームを接続する
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 品質やセキュリティを考慮し、閉域／専用回線（帯域保証）が望ましい <ul style="list-style-type: none"> 今回の検討では、コスト抑制の観点から、フレッツの利用なども想定されるが、帯域確保／耐障害性等の品質を確保するため、広域イーサネットサービスを利用 トラフィックのビットレートを25Mbpsと想定し、そのトラフィックが十分に処理できる回線容量が必要 <ul style="list-style-type: none"> 今回の検討では、25Mbps以上の帯域を確保可能なサービス品目として、100Mbpsとした（25Mbpsの次に提供されているサービス品目が100Mbps）
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> 広域イーサネットサービスを利用（利用場所や通信先に依存しない固定料金） 回線帯域は100Mbps 回線とネットワーク機器（ルータ）は、二系統 配信プラットフォーム側に機器を設置するための1/8ラックのコロケーションサービス利用を想定  <ul style="list-style-type: none"> 広域イーサネットサービス利用（初期+月額）、接続機器（HW費用+保守）、ルータを収容するための1/8ラック（初期+月額）の費用を含む

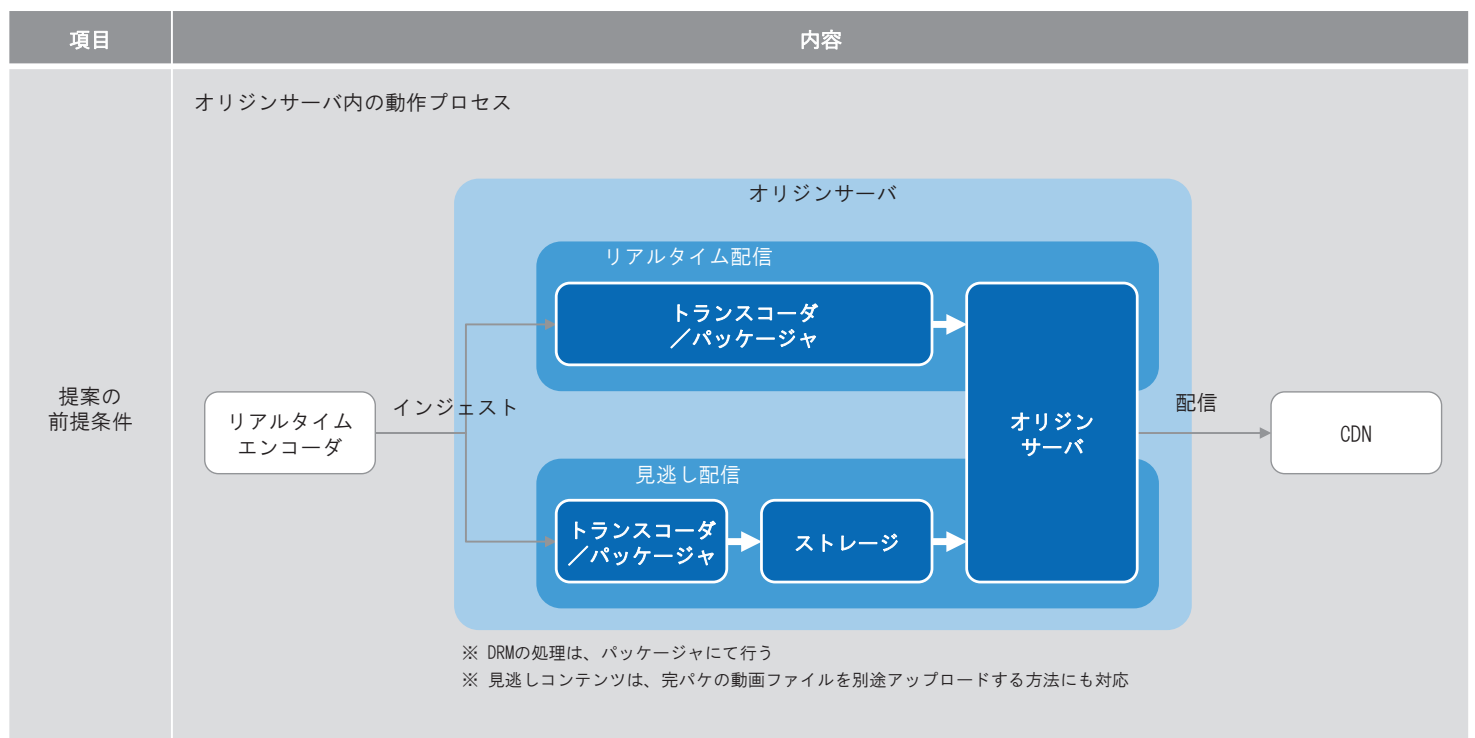
- 配信PF内のオリジンサーバに必要な機能を検討し、リアルタイム配信（ライブ配信）の機能と見逃し配信の機能、その他必要機能をとりとまとめ、それらの機能を実現する方式としてサービス提供型とした

項目	内容
機能	DRM対応／見逃し・ダウンロード機能をサポートし、BB代替配信用放送コンテンツをCDNへ送出
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 視聴者の録画ニーズに対応する方法として、「端末側での録画」と「見逃し配信機能の提供」が想定されるが、見逃し配信機能はオリジンサーバに実装される <ul style="list-style-type: none"> 今回の検討では、「見逃し配信機能の提供」を中心に検討 「端末側での録画」と「見逃し配信機能の提供」に関する主な論点を次頁に記す 各サーバ機能の実装方法として、データセンタ内の「オンプレサーバ」と「クラウドサービス（SaaS型を中心）」が想定される <ul style="list-style-type: none"> 今回の検討では、自社提供可能なサービスを活用する「クラウドサービス（SaaS型を中心）」を採用した 
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> 東京と大阪のそれぞれの配信プラットフォーム内に設置 システムとして1地域6波対応としてキャパシティ等を設計し、費用は1波辺りの単価を提示 サポートする機能 <ul style="list-style-type: none"> トランスコード、パッケージャ、DRM、オリジンの機能 ARIB字幕からWeb字幕への変換 ABR処理 見逃しコンテンツ配信 <ul style="list-style-type: none"> Live to VoDで対応 30日分のコンテンツ保存 完パケをアップロードすることによるコンテンツの差替えに対応 コンテンツ管理のUI提供 ABRのためのビットレートは、6Mbps + 3Mbps + 768kbps + 192kbpsの4つとした

- ネット配信における録画ニーズへの対応方法として、一般的に「端末側での録画」と「見逃し配信機能の提供（による代替）」があるが、今回は「見逃し配信機能の提供」を中心に検討し、「端末側での録画」にも技術的には対応できるように考慮した



- オリジンサーバの機能詳細として、リアルタイムエンコーダからインGESTされた番組コンテンツがCDNに配信されるまでの処理／必要機能を整理した



- オリジンサーバ内のリアルタイム配信と見逃し配信機能の必要機能と費用算出のために料金スキームを整理した

項目	内容	
提案の前提条件	リアルタイム配信	<ul style="list-style-type: none"> ■ トランスコード／パッケージング機能 <ul style="list-style-type: none"> • 局内のリアルタイムエンコーダから送信された放送コンテンツをリアルタイム配信用にトランスコード、パッケージングしてリアルタイム配信用のストリームを生成する • 配信時間に準じて課金される • 月間の課金対象時間：波数 x 24h x 30day = 720時間 • 配信フォーマット：MPEG-DASH • サービス提供に係わる月額+初期の費用を含む
	見逃し配信	<ul style="list-style-type: none"> ■ トランスコード機能 <ul style="list-style-type: none"> • 局内のリアルタイムエンコーダから送信された放送コンテンツをリアルタイム配信用にトランスコード、パッケージングして見逃し配信用の動画ファイルを生成する • 配信時間に準じて課金される • ABRの場合、作成するビットレート毎に課金される • 月間の課金対象時間：波数 x 24h x 30day x 4ビットレート = 2880時間 • 配信フォーマット：MPEG-DASH • サービス提供に係わる月額+初期の費用を含む
		<ul style="list-style-type: none"> ■ ストレージ <ul style="list-style-type: none"> • 見逃し配信用にトランスコードされた放送コンテンツの動画ファイルを保存する • 1ヶ月分を保存 • 保存容量に準じて課金される • データ容量：波数 x 24h x 30day x 10Mbps (=4ビットレートの合計) • サービス提供に係わる月額+初期の費用を含む ※ 必要なストレージ容量がサービス基本料金の範囲内で収まっているため、ストレージのための月額の追加料金は発生しなかった

- オリジンサーバ内のDRM機能は個別開発で実現し、そのためのシステム構成や必要なケイパビリティを整理し、費用算定に必要な条件を取りまとめた

項目	内容
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> ■ DRMサーバはクラウド基盤上に個別／独自に構築とする（サービス利用ではない） ■ DRMの方式は、端末（プレイヤー）に応じて最適と思われる方式を採用 <ul style="list-style-type: none"> • Android端末：Widevine • HybridCast：PlayReady等 ■ DRMシステムの構成／動作概要 <div data-bbox="542 1608 1492 1892" data-label="Diagram"> <p>The diagram illustrates the DRM system architecture. At the top, a 'Key DB' (Key Database) is connected to a 'マルチDRMサーバ' (Multi-DRM Server). The 'マルチDRMサーバ' is connected to a '配信編成管理' (Distribution Scheduling Management) block, which provides 'MPEG-CENC 暗号化' (MPEG-CENC Encryption) and 'Key ID' information to 'Liveパッケージャ' (Live Packaging) and 'VODパッケージャ' (VOD Packaging) blocks. These blocks then feed into '配信再生' (Distribution Playback). The 'マルチDRMサーバ' also provides '暗号鍵提供' (Key Provision) to the '配信再生' block. The '配信再生' block is connected to a 'プレイヤー SDK' (Player SDK), which provides 'DRMライセンス' (DRM License) and '認証トークン' (Authentication Token) to the 'プレイヤー SDK'. The 'プレイヤー SDK' is also connected to a '会員認証' (Member Authentication) block, which provides an 'IDトークン' (ID Token) to the 'プレイヤー SDK'.</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> ■ 費用は、マルチDRMサーバへのアクセス頻度によるキャパシティによって決まる <ul style="list-style-type: none"> • 端末数 • 発行したライセンスの視聴期間設定（視聴毎のライセンス発行、一定期間のライセンスを発行） ■ 「30万アクセス／分」で構築した事例をもとに算出 ■ システムの設計～構築～テスト、及び、運用／保守を含む

- CDNの実現方法を検討し、既存のCDNサービスの既存設備で対応する方式を採用し、費用算定に必要な情報を取りまとめた

項目	内容
機能	オリジンサーバで生成されたBB代替配信用放送コンテンツを効率よく受信世帯に配信
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> CDNのキャッシュサーバの配置方法として、「受信世帯が利用するISPに新たに設置する方法」と「既存のCDNサービスの既存のサーバを利用する方法」がある <ul style="list-style-type: none"> 今回の検討では、「既存のCDNサービスの既存のサーバを利用する方法」で検討 「新たに設置する方法」の場合、受信世帯が利用するISPが特定できない、サーバの管理やトラフィック分散のコントロールが煩雑、などの問題がある一方、「既存サービスを利用する方法」の場合、導入が容易なだけでなく、配信量が増加した場合にもボリュームディスカウントが期待できるなどのメリットもある
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> 月間の端末へのデータ転送量に準じて課金される データ転送量は、以下のように算出 <ul style="list-style-type: none"> 24h x 30day x 最大ビットレート 6Mbps x 世帯数 x 視聴率 14% x 世帯あたりの視聴端末数 2 試算では世帯数を500に設定 サービス提供に係わる月額+初期の費用を含む

■ A案 - ⑥ 番組表管理 (1/2)

- 番組表管理は、個別開発で実現することとし、費用算定にあたっては、必要な処理能力を中心に検討し、詳細な処理プロセスやUI等については十分に検討できていない

項目	内容
機能	各放送局から番組データ (SI - Service Information) をAPIで受信し、オリジンサーバでの放送コンテンツ管理のため最新の各地域毎の番組表/番組情報を管理、視聴者が視聴コンテンツの選択等のために閲覧できるようにする
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 番組表管理システムの構築方法として、「新たな独自システムの構築」と「既存の番組表サービスの活用」がある 「新たな独自システムの構築」の場合、以下の懸念点がある <ul style="list-style-type: none"> 番組情報/番組表に関する端末側UIを新たに設計する必要がある 端末への番組データの配信の方法/内容を設計する必要がある 放送局から受信したデータがそのまま利用可能か確認し、必要に応じて、変換ルール等を新たに定める必要がある 見逃し配信の場合の番組表との連携方法を設計する必要がある 今回の提案では、費用を明確にする目的に対応するため「新たな独自システムの構築」で検討

- 番組表管理の費用算定にあたっては、必要な処理能力を中心に検討し、詳細な処理プロセスやUI等については十分に検討できていない

項目	内容
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> ■ 番組表管理サーバはクラウド基盤上に個別／独自に構築とする（サービス利用ではない） ■ 放送局の番組情報システムから送信される番組データをAPIで受信 ■ 端末側から番組情報管理サーバに、5分間隔で更新可否の問合せを行い、更新がある場合には番組情報データをダウンロード（番組編成等の変更があれば、準同期的に端末に反映） ■ 放送を視聴していない端末も含めて全ての稼働中の端末と連携する必要があるため、番組情報データの配信にはCDNを利用 ■ 番組情報データの統一フォーマット（100KB）として、入出力はAPIで行う ■ 全ての稼働中の端末数は、以下のとおり算出した <ul style="list-style-type: none"> ● 小規模中継局／ミニサテ局／NHK共聴の世帯カバー率がそれぞれ3%、1%、1%の合計5%である（出典：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 第2回 「資料2-4 日本放送協会」） ● その約半分（3%）の世帯が対象となると考え、全国の総世帯数に3%を乗じた165万世帯をベースに導出 ■ CDNで処理されるデータ転送量：100KB x 5500端末/秒 x 1ヶ月の秒数 ■ 含まれる費用：端末アプリ開発、システム設計～構築～テスト、システム保守、CDNサービス利用 ■ 含まれない費用：端末アプリ保守、システム運用

■ A案 - ⑦ アクセス制御 (1/2)

- アクセス制御に関しては、対象地域の「郵便番号」や「（IPアドレスに基づいた）ジオロケーション」をもとにした確認と、「ユーザID」に基づいた確認を検討した

項目	内容
機能	BB代替の対象地域外への配信を拒否するため、BB代替による放送コンテンツの視聴を試みる端末／視聴者が該当地域に所属するものであること（正当性）を確認し、確認できないものについては利用できないようにする
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ■ 正当性の確認方法について以下のとおり検討した <ul style="list-style-type: none"> ● 対象地域の「郵便番号」や「（IPアドレスに基づいた）ジオロケーション情報」を用いて確認する <ul style="list-style-type: none"> ➢ システム側の管理情報が少なく、処理が平易で、視聴者はBB代替を簡単に利用できる ➢ BB代替の対象地域よりも広めに対象者として判断されてしまう可能性があるため、該当者以外の利用という観点でライセンスの問題が発生する可能性があり、方式として妥当ではない可能性がある ● ユーザIDを用いて確認する <ul style="list-style-type: none"> ➢ ユーザIDの払い出し処理等の業務が発生し、関連する業務システムとの連携などを行う必要があるなど、システムが複雑になり、システム費用の見積の精度が落ちる ➢ 比較的厳密にBB代替の視聴者を特定してBB代替による視聴を提供可能となるため、ライセンスなどの条件に合致しやすい ● その他、BB代替システムへの不正アクセスへの対応として、アプリ／端末の正当性確認（認められた製品であることの確認）も必要かもしれない

- アクセス制御の費用算定にあたっては、必要な処理能力を中心に検討し、詳細な処理プロセスや関連業務については十分に検討できていない

項目	内容
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> ■ アクセス制御サーバはクラウド基盤上に個別／独自に構築とする（サービス利用ではない） ■ 端末側で視聴行為を開始する際に、都度、アクセス制御を実施 ■ 最大同時アクセス数がシステムの規模に影響するが、以下のように導出した <ul style="list-style-type: none"> • 全ての稼働中の端末数を以下のように算出した <ul style="list-style-type: none"> ➢ 小規模中継局／ミニサテ局／NHK共聴の世帯カバー率がそれぞれ3%、1%、1%の合計5%である（出典：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 第2回 「資料2-4 日本放送協会」） ➢ その約半分（3%）の世帯が対象となると考え、全国の総世帯数に3%を乗じた165万世帯をベースに導出 • 同時利用の規模算出のため、全端末の内、直近の最高視聴率である56.4%が同時にBB代替を利用した場合を想定し、最大同時アクセス数を100万接続とした <ul style="list-style-type: none"> ➢ 最高視聴率は、ビデオリサーチ社 全局高世帯視聴率番組50(関東)より、直近の最高視聴率を採用 東京2020オリンピック・開会式（2021年7月23日(金)）NHK総合 https://www.videor.co.jp/tvrating/past_tvrating/top50/ ■ 含まれる機能 <ul style="list-style-type: none"> • ユーザIDの登録／変更／削除等の管理作業（ユーザDB管理） • 端末からの利用問合せに対してユーザDBと照合して判定 • 正規ユーザであることが確認出来た場合には、関連するシステムにアクセス許可を連携 ■ 含まれる費用：システム設計～構築～テスト、システム保守 ■ 含まれない費用：システム運用、ユーザ登録等（ユーザサポート）の諸業務

- 緊急速報に関する実現方式を検討し、緊急速報専用の独自アプリによるプッシュ通知で行うとした

項目	内容
機能	地震速報等の緊急情報を、放送局から端末に極力遅延時間を抑えて通知する
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ■ 緊急速報の端末へのデータ送信方法として、「映像データに重畳する方法」と「緊急速報専用の独自アプリ（プッシュ通知）を開発する方法」がある <ul style="list-style-type: none"> • 「映像データに重畳する方法」の場合、配信時の遅延が長くなる可能性があり、即時性が大きく劣ってしまう可能性がある • 「緊急速報専用の独自アプリ（プッシュ通知）を開発する方法」の場合、即時性は確保でき、OSの機能に依存しないアプリでの実装が可能である • 上記を踏まえ、「緊急速報専用の独自アプリ（プッシュ通知）を開発する方法」で検討

- 緊急速報を実現するための主要なプロセスを検討し、必要なキャパシティ（概算）等を検討した

項目	内容
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> 緊急速報サーバはクラウド基盤上に個別／独自に構築とする（サービス利用ではない） 以下のような通信シーケンスを想定 <div style="text-align: center;"> </div> 1秒間隔で、全ての端末が更新確認を行う （より即時性を高める場合、間隔を短くすることになり端末から多量の問合せを受けることになるが、それに応じて対象システムのキャパシティも大きくする必要がある） ステータスの更新があった場合、該当地域と関連する情報を送信 対象となる端末数は「番組表管理」と同じ 全国で1システムとする 端末側アプリの開発～保守、サーバ側システムの設計～開発／構築～テスト～保守を含む

- 端末の実現方式を洗い出し、配信された放送コンテンツを受信する専用STB(HW)とAndroid等の標準OSに搭載可能なプレイヤーアプリとして実現する方式とした

項目	内容
機能	視聴者がBB代替を通じて放送コンテンツを視聴するアプリケーション／機器
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 端末の実装方式として以下のような候補の中から、③に対して何らかのOSのプレイヤーアプリを開発することを想定 <ol style="list-style-type: none"> スマートTVに直接インストールする方式 ハイブリッドキャスト(ハイコネ)を活用する方式 STBを配布してしてアプリをインストールする方式 視聴者の録画ニーズに対応する方法として、「端末側での録画」と「見逃し配信機能の提供」が想定されるが、見逃し配信機能はオリジンサーバに実装される <ul style="list-style-type: none"> 今回の検討では、「見逃し配信機能の提供」を中心に検討しているが、USBのインタフェースを持つ視聴端末（スマートテレビ、STB）、かつ、アプリでの実装を行えば、USB経由で外付けHDD等での録画に対応することも技術的には可能（ただし、外付けHDDやHDDに保存されたコンテンツの保護機能については考慮していない）

- 端末のハードウェアとソフトウェア（視聴アプリケーション）の仕様について検討した

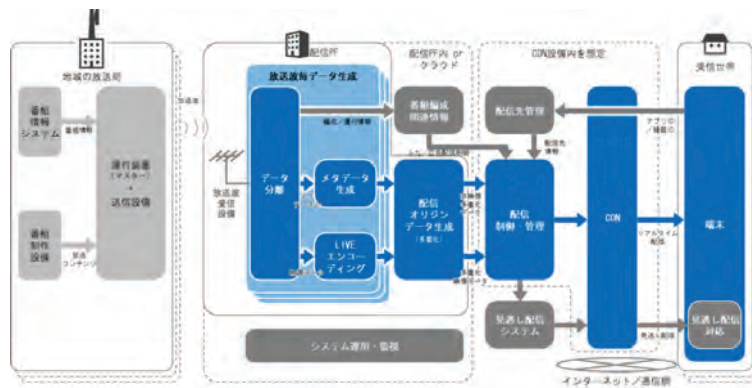
項目	内容
<p>提案の前提条件</p> <p>端末SW (視聴アプリケーション)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ プレイヤーアプリに実装を考慮した機能は、以下のとおり <ul style="list-style-type: none"> • 字幕表示 • DRM復号化 • アクセス制御との連携 ■ プレイヤーアプリの実装として考慮されていない機能は、以下のとおり <ul style="list-style-type: none"> • データ放送 • 番組表 • 見逃し配信時のコンテンツ検索 ■ その他、UI設計、端末の付加機能（便利機能）、番組録画機能等の詳細について検討されておらず、見積に含まれない ■ 右図に示すような通信シーケンスを想定
<p>端末HW</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 以下の仕様を持つSTBを想定 <ul style="list-style-type: none"> • H. 264, H. 265, MPEG2, AV1等の標準的なCODECに対応 • Wi-Fi (IEEE802. 11(a, b, g, n, ac))と有線LAN (RJ45, 10/100M) インタフェース • BLE4. 2対応 • HDMI インタフェース • ADアダプタ、リモコン、HDMIケーブル、クイックガイドが附属 • USB2. 0/3. 0 Type-Aインタフェース (外付けHDD用、視聴アプリSWの費用は含まれない) ■ 各視聴世帯にSTB1台を配布 ■ STBの製造事業者に一定量以上の出荷台数をコミットすると仮定

■ A案 - その他留意事項

- A案の提案内容その他留意事項は、以下のとおり
- 以下の項目の費用は含まれない
 - システム監視機能（関連するシステムの構築～運用に関わる費用、必要な人件費 等）
 - ユーザ問い合わせ窓口
 - プロジェクト管理
 - 放送局における改修工事

2. B案の詳細

■ B案 - 概要



<p>全体構成 /アーキテクチャ</p>	<ul style="list-style-type: none"> システムの簡素化し、運用リスクの低減、設備投資の抑制するため、BB代替地域と同内容の 放送波を配信PFで受信、データフォーマットを変換し、端末に動画配信を行う 独自のシステム 配信PFの機能は 個別開発 を中心とし、仮想化技術等で集約率を高めつつも、基本的に オンプレ で設置 配信PFは、BB代替地域と同一の 放送エリア内のデータセンタ に設置され、全国に 分散配置 される（ただし、DC関連費用は都内と同等と仮定した）
<p>端末</p>	<ul style="list-style-type: none"> スマートTVとして広く適用可能な Androidネイティブアプリ を提供（HWとして例えばAmazon FireTVが利用可能だが、費用には含まれない）
<p>録画ニーズへの対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> 見逃し配信機能 が実装可能だが、機能概要のみ検討（費用には含まれない）
<p>検討された主な機能</p>	<p>AndroidネイティブAP スマートデバイスでの視聴 720p ABR 音声2ch 字幕 緊急情報 DRM アクセス制御 データ放送 EPG 解説/2カ国語放送 フタかぶせ 凡例： 検討実施 未検討/見用未提示</p>
<p>放送局側の工事</p>	<ul style="list-style-type: none"> 放送波を利用することにより、基本的に 放送局側の工事は不要（個別開発の内容によっては、放送局から関係データの取得等のため、放送局側に設備が必要な場合がある）
<p>運用/サポート</p>	<ul style="list-style-type: none"> 基本的なHW保守とシステムのサポート（平日日勤帯のみ）は含まれているが、システムの運用監視、ユーザサポートは含まれていない

- 配信プラットフォーム（配信PF）では、放送波を受信するなどオンプレ機材等を設置する必要があるが、BB代替対象地域と同一放送エリア内のDC内とした

項目	内容
機能	「放送波毎データ生成」などのオンプレ機材を設置する
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ■ 設置場所として以下の候補が考えられる <ul style="list-style-type: none"> • BB代替地域に放送を行っている放送局内 • BB代替地域を含む都道府県内のNTT局舎 • BB代替地域付近をカバーするCATV局のヘッドエンド ■ 設置場所と合わせて、システムの運用／保守の体制を検討する必要があり、想定される対応者として、以下が考えられる <ul style="list-style-type: none"> • 外部運用／保守サービス代行事業者 • 放送局 • CATV局 ■ オンプレ利用は極力減らし、クラウドサービスを利用することで、構築～運用も含めたトータルコストを抑制する
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> ■ 具体的な設置場所については特定せず、ラックや引込みのインターネット回線の費用は都内を想定した概算とした ■ 放送波受信設備については、見積範囲外とした

- 放送波毎データ生成では、放送波を映像データとメタデータに分離するなどの処理を行い、必要なハードウェア等を整理した

項目	内容
機能	各放送局毎の放送波を受信し、メタデータと映像データを生成する
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ■ チューナーによって受信した放送波からデータ分離を行うための適切な機材（ハードウェア）は何か？ <ul style="list-style-type: none"> • 3社（X社、Y社、Z社）の機材が利用可能であることを確認し、それぞれで構成を検討した • 詳細は、別途、記す ■ 放送波の処理のため専用HWが必要となるが、受信した放送波からメタ／映像データの生成までの処理の実装方法をどうするか？ <ul style="list-style-type: none"> • 3社（X社、Y社、Z社）のそれぞれの機材で、実装方法を検討した • 詳細は、別途、記す
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> ■ 放送波として6波を受信／処理 ■ 放送波毎データ生成の動作プロセス／モジュール構造 <pre> graph LR subgraph "放送波毎データ生成" direction TB subgraph "データ分離" direction LR Tuner[チューナー] --> NonImage[非映像データ取得] Tuner --> Image[映像データ取得] end subgraph "メタデータ生成" direction LR NonImage --> Meta[メタデータ生成 メタデータ仕分け (EPG情報、字幕データ、データ放送データ)] end subgraph "LIVEエンコーディング" direction LR Image --> Encoder[エンコーダ] --> Switch[スイッチ] --> Router[ルータ] end end Tuner -- "放送波を受信" --> NonImage Tuner -- "放送波" --> Image Meta --> Origin[配信オリジンデータ生成 (多重化)] Router --> Origin Origin -- "放送関係メタデータ" --> Origin Origin -- "放送映像データ" --> Origin </pre>

- 放送波毎データ生成の実装に関して、3社のハードウェアを用いて検討した

項目	内容
	「データ分離」と「メタデータ生成」部分の構成について、3社のハードウェアを用いて検討
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> X社 <ul style="list-style-type: none"> 1波/2筐体セットのボックス型ソリューション（波数分の機器が必要） 機器は、主に「チューナー」部分を担い「TS over IPパケット」を出力、データ分離を含めた「非映像データ取得」「映像データ取得」については、「メタデータ生成」「配信オリジンデータ生成」と同じサーバ上に独自開発ソフトウェアとして実装 センドバック保守を基本とし、予備機を設置し、故障時にオンサイトで切替作業を行う（オンサイト作業に関わる費用は見積に含まれていない） エンコーディングのビットレートを2Mbpsに抑えるなど、小規模展開を想定して詳細見積りを実施 Y社 <ul style="list-style-type: none"> 1筐体で複数波対応可能なシャーシ型ソリューション（6波の場合、1筐体で対応可能） 機器は、「映像・音声チャンクファイル」「字幕メタデータ」「EPGメタデータ」を出力し、残りの「非映像データ取得」「映像データ取得」については、「メタデータ生成」「配信オリジンデータ生成」と同じサーバ上に独自開発ソフトウェアとして実装、構成により、冗長化、並びに障害時の自動代替が可能 ハードウェア保守は見積に含まれるが、オンサイト作業に関わる費用は見積に含まれていない 本構成を用いて詳細見積りは行わなかった Z社 <ul style="list-style-type: none"> 1波/1筐体のボックス型ソリューションと専用処理ボードを搭載したIAサーバを合わせたソリューション 「データ分離」だけでなく、「メタデータ生成」と「配信オリジンデータ生成」も含めて同一IAサーバに実装され、「映像・音声チャンクファイル」「字幕データ」「EPGデータ（EPGのHTML）」「データ放送データ（データ放送のHTML）」「文字スーパー」を出力し、IAサーバ上の独自開発ソフトウェアとして実装 ハードウェア保守は見積に含まれるが、オンサイト作業に関わる費用は見積に含まれていない 開発ソフトウェアのライセンス費用は、波数に応じた月額として発生する 大規模展開にも対応し、エンコーディングのビットレートを6Mbpsとした詳細見積りを実施

- 放送波毎データ生成に含まれるLIVEエンコーディングやメタデータ生成の仕様について検討した

項目	内容
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> ABRには非対応 「LIVEエンコーディング」部分の仕様は以下のとおり <ul style="list-style-type: none"> 冗長化を前提とし2台構成とする 各エンコーダが3波のエンコード処理を実施 エンコーダーの再起動、設定変更等のためのリモートアクセス機能については、見積範囲からは除外 放送映像信号入力 : HD-SDI（4K放送は非対象） エンコード形式 : HLS (H. 264) 画サイズ : HD (1, 280×720pix) フレーム数 : 30 fps/60fps ビットレート : 6Mbps, 2Mbps (ABRには非対応) （ただし、使用するHWのスペックとして、6Mbps, 3Mbps, 1.5Mbps, 768kbps, 384kbps, 192kbpsに対応可能） 「メタデータ生成」部分の仕様は以下のとおり <ul style="list-style-type: none"> 開発言語 : Java, XML 可用性を考慮し、冗長化構成

- 配信オリジンデータ生成について、放送波毎データ生成との機能連携を考慮し、必要機能と実装方法を検討した

項目	内容
機能	放送波毎データ生成で生成されたメタデータ（EPG情報、字幕データ、緊急放送データ、データ放送データ（ハイブリッドキャストの場合、URL））と映像データをもとに、HLSとして配信可能な映像データ（字幕を含む）、及び、データ放送/EPGのHTMLを生成
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ■ 本機能（③ 配信オリジンデータ生成）と「② 放送波毎データ生成」機能を、どのように分離して実装するか？ <ul style="list-style-type: none"> 「② 放送波毎データ生成」にて「X社」と「Y社」の機器を利用する場合には、本機能を「② 放送波毎データ生成」とは別のシステムとして実装 「② 放送波毎データ生成」にて「Z社」の機器を利用する場合には、「② 放送波毎データ生成」と「③ 配信オリジンデータ生成」を「Z社」のシステム内にて実装 ■ 本機能を、「物理サーバ」、もしくは、「（クラウドサービス等の）仮想サーバ」のどちらで実装するか？ <ul style="list-style-type: none"> 運用も含めたトータルコストを抑制するため、主に「仮想サーバ」を利用を想定 ただし、「Z社」の場合、Z社提供の「物理サーバ」となる可能性がある 「X社」「Y社」「Z社」ともに、設置場所は配信PF内になるが、詳細の実装方法は未定

- 配信オリジンデータ生成に必要な処理/機能やケイパビリティを整理し、費用算定に必要な条件を取りまとめた

項目	内容
提案の前提条件	<p>■ 配信オリジンデータ生成の動作プロセス/モジュール構造</p> <pre> graph LR subgraph "放送波毎データ生成" MDG[メタデータ生成] LED[LIVEエンコーディング] end subgraph "配信オリジンデータ生成" MDA[メタデータ取得/振分] DHTML[データ放送HTML変換] EPGHTML[EPGデータHTML変換] MDD[映像多重化用データ生成] DHTML2[配信HTML生成] MDP[映像多重化処理] end subgraph "配信制御・管理" NMD[非映像多重化メタデータ] MDD2[多重化映像配信データ] end MDG -- "放送関係メタデータ" --> MDA LED -- "放送映像データ" --> MDA MDA --> DHTML MDA --> EPGHTML MDA --> MDD DHTML --> DHTML2 EPGHTML --> DHTML2 MDD --> MDP DHTML2 -- "非映像多重化メタデータ" --> NMD MDP -- "多重化映像配信データ" --> MDD2 </pre> <p>■ 「データ放送HTML変換」では、データ放送（BML）の時にはデータ形式をHTMLに変換するが、ハイブリッドキャストの場合には、URLを取得する</p> <p>■ 「映像多重化用データ生成」では、映像データに多重化するための字幕データを取得する</p> <p>■ 「映像多重化処理」では、映像多重化用データ生成で生成された「字幕データ」をLIVEエンコーディングで生成された「映像データ」に多重化処理を行う</p> <p>■ 開発言語：Java、XML</p> <p>■ 可用性を考慮し、冗長化構成</p>

- 配信制御・管理に必要な処理／機能やケイパビリティを整理し、費用算定に必要な条件を取りまとめた

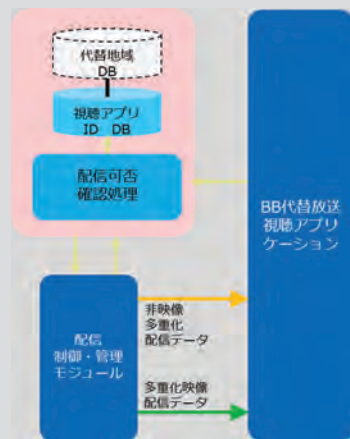
項目	内容
機能	配信オリジンデータ生成で生成された「非映像多重化メタデータ」と「多重化映像配信データ」を配信先管理に基づきCDN経由での配信（リアルタイム配信のためのオリジンサーバ機能）を行う （見逃し配信に対応する際は、見逃し配信システムにとも連携）
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ■ 本機能をどのように実装するか？ <ul style="list-style-type: none"> ● 「CDNサービス」として利用するが、以下の2種類の方法が考えられる <ul style="list-style-type: none"> ➢ 比較的成本を抑えやすい「既存CDN設備の利用」 ➢ 設計の自由度が高く、必要リソースを確保しやすい「独自設備構築」
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> ■ 対象世帯数は、3,000世帯 ■ 配信制御・管理の動作プロセス／モジュール構造

- CM差替えやフタかぶせの処理を行う番組編成関連情報について、必要機能の概要をとりまとめるに留め、具体的な費用提示は行わないこととした

項目	内容
機能	データ分離から編成情報を取得し、「フタかぶせ」と「CM差替え」の処理を配信制御・管理と連携して行う
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ■ 各放送局のオペレータが「フタかぶせ」「CM差替え」の処理（フタかぶせのマニュアル運用も含む）の入力を行う必要があるが、運用体制や各放送局と本システムを接続するネットワークなどを検討／構成する必要がある ■ 動画広告については、外部サービス（AD Network）等との連携が必要になる可能性がある ■ オペレータ操作等のため、各放送局とネットワークを接続する必要がある
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> ■ CM差替えの処理概要 <ul style="list-style-type: none"> ● 編成情報のCM情報に基づき対象CMの差替処理を実施 ● 外部サービスのAD Network等より、差替する広告動画を取得し、配信制御・管理モジュールにて差替えを行う ■ フタかぶせの処理概要 <ul style="list-style-type: none"> ● 編成情報のフタかぶせ情報に基づき対象箇所の差替処理を実施 ● フタかぶせ用の素材を事前にDB化 ● フタかぶせ情報に基づき素材を取得し、配信制御・管理モジュールにて差替えを行う ● オペレータによるマニュアル処理も可能とする必要がある ■ 不確定要素が多いため、具体的な費用は一切提示しない ■ 番組編成関連情報の動作プロセス／モジュール構造は右図のとおり

- アクセス制御を行う配信先管理について、必要機能の概要をとりまとめるに留め、具体的な費用提示は行わないこととした

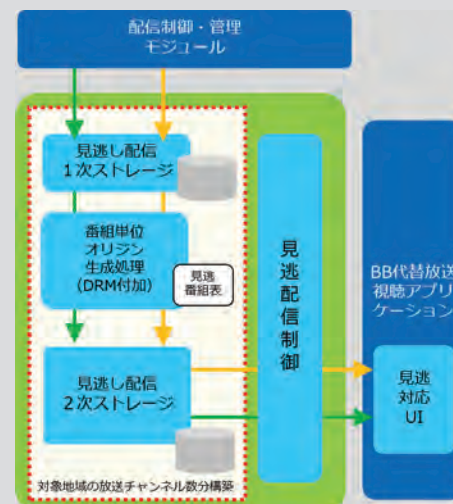
項目	内容
機能	BB代替の対象地域外への配信を拒否するため、BB代替による放送コンテンツの視聴を試みる端末／視聴者が該当地域に所属するものであること（正当性）を確認し、確認できないものについては利用できないようにする
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 正当性を確認する方法として、様々な方法が考えられるが、対象地域に紐付く形で配布した視聴アプリケーション毎に付与する「アプリケーションID」をもとに正当性の確認が行えないか？ BB代替の対象地域、世帯の管理方法、アプリケーションの配布方法、登録データの更新頻度／方法などの詳細を決定する必要がある
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> 視聴アプリケーションと連携し、配信先管理で配信の可否を判断し、結果を配信制御・管理に連携する 不確定要素が多いため、具体的な費用は一切提示しない 配信先管理の動作プロセス／モジュール構造は右図のとおり



■ B案 - ⑦ 見逃し配信システム

- 見逃し配信システムについて、必要機能の概要をとりまとめるに留め、具体的な費用提示は行わないこととした

項目	内容
機能	見逃し配信のために、リアルタイム配信の放送コンテンツを保存するとともに、視聴アプリケーションのUIからの配信リクエストを受けて、該当する放送コンテンツをCDNへ送出し、視聴アプリケーションに表示する
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 見逃し配信の対象期間を設定し、ストレージ容量等を決める必要がある 見逃し配信によるトラヒックを予測する必要がある
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> 機能概要 <ul style="list-style-type: none"> 配信制御・管理モジュールより同時配信ソースを分離し、1次ストレージに全て蓄積し、番組単位に切出す DRM処理を付加し、番組単位のオリジンデータ、並びに見逃し番組表を生成 オリジンデータを2次ストレージに蓄積 これらを対象放送チャンネル毎に実施 視聴アプリ側で見逃し配信対応のUIを付加 全放送を対象とする（権利処理済み） BB代替えにて提供して付帯サービスも提供 番組単位での見逃し視聴を可能とする DRM処理を実施 不確定要素が多いため、具体的な費用は一切提示しない 見逃し配信システムの動作プロセス／モジュール構造は右図のとおり



- CDNの実現方法を検討し、既存のCDNサービスの既存設備で対応する方式を採用し、費用算定に必要な情報を取りまとめた

項目	内容
機能	オリジンサーバで生成されたBB代替配信用放送コンテンツを効率よく受信世帯に配信
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> CDNのキャッシュサーバの配置方法として、「受信世帯が利用するISPに新たに設置する方法」と「既存のCDNサービスの既存のサーバを利用する方法」がある <ul style="list-style-type: none"> 今回の検討では、比較的導入が容易な「既存のCDNサービスの既存のサーバを利用する方法」で検討
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> CDNサービスの月額料金は、月間流量に応じて決まっており、コミットした流量まで固定料金となり、それ以上は1GB単位で超過料金が発生する 既存の料金プランは、以下の6つがある <ul style="list-style-type: none"> 1,000GB, 5,000GB, 10,000GB, 20,000GB, 30,000GB, 50,000GB 50TB以上は個別に見積 試算に用いた流量は、以下の計算式で算出 <ul style="list-style-type: none"> 平均トラフィック x 対象世帯数 x 平均視聴率 x 24h x 30day 見積では、「流量」に「想定される単価」を乗じて、費用を算定

■ B案 - ⑨ 端末 (1/3)

- 端末に搭載される視聴アプリケーションの実装方法を中心に検討を行い、Androidベースのネイティブアプリを提供することとした

項目	内容
機能	視聴者がBB代替を通じて放送コンテンツを視聴するアプリケーション/機器
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 端末の実装方式として、Androidベースのネイティブアプリとして開発することを想定 <ul style="list-style-type: none"> 主な理由として、以下が挙げられる <ul style="list-style-type: none"> 異なる環境毎にアプリ構築/検証が発生し、開発費用が膨れるために、ユーザが利用しやすい環境に絞る必要がある Hybridcastブラウザとしての実装も考えられるが、高機能アプリの実現が難しい Androidベースの外付けデバイスとして実装した場合の特徴 <ul style="list-style-type: none"> 長所 <ul style="list-style-type: none"> 動作環境が標準化されているため、開発、検証工数を抑制できる 多くの種類の機能が実装可能で複雑な機能も実現と思われる 既存のオンラインによるアップデートの仕組みが利用可能 受信機側の入力切替での自動起動化、または専用リモコンでの起動など、視聴者が使いやすい機能を標準で ダウンロードインストールしたSW毎にID付与が付与され、起動されたアプリの特定が標準の機能で可能（BB代替対象地域の限定や視聴者管理などに利用可能と思われる） 考慮事項 <ul style="list-style-type: none"> 各BB代替による視聴世帯の受像機毎に新たにこのハードウェアを提供する必要があり、その費用（HW費用、流通、導入、ユーザサポート等）が発生する 配布のためのコスト（流通、初期サポート等）

- 端末に搭載される視聴アプリケーションに必要な処理／機能やケイパビリティを整理し、費用算定に必要な条件を取りまとめた

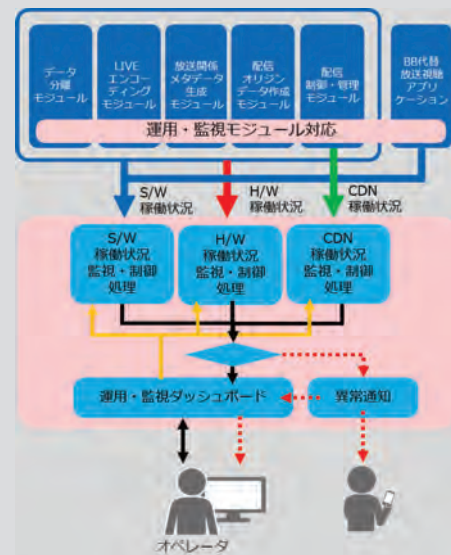
項目	内容
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> ■ 端末（視聴アプリケーション）の動作プロセス／モジュール構造 <ul style="list-style-type: none"> • CDN経由で配信された、視聴する映像データと全ての放送波のメタデータを取得 • 各放送波のEPGデータを統合 • 映像データの配信元（配信URL）、その他メタデータ取得元情報を放送波毎に管理 <pre> graph LR subgraph "配信制御・管理" DCM[配信制御・管理] end subgraph "CDN管理" CDM[CDN管理] end subgraph "CDN" C[CDN] end subgraph "端末 (視聴アプリケーション)" D[データ振分] EPG[EPG生成] CMI[チャンネル毎情報管理] MD[メタデータ表示] I[映像表示] UI[操作UI] end DCM -- "データ放送コンテンツ、EPGデータを Webコンテンツとして配信" --> C CDM -- "映像データを配信" --> C C --> D D --> EPG D --> CMI EPG <--> MD CMI <--> I MD <--> UI I <--> UI </pre> <ul style="list-style-type: none"> ■ Android ネイティブアプリケーションとする ■ 開発言語：Java, Kotlin ■ 動作環境：Android 7以降 ■ 対応デバイス：Android スマートフォン、タブレット、Amazon FireTV（第2世代以降）、Google ChromeCast ■ 配布・管理方法は、Google Playに依存 ■ UIについては初期リリースとして最小限

- 視聴アプリケーションは、継続的な保守／更新作業が必要と考え、費用算定に必要な条件を取りまとめた

項目	内容
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> ■ ユーザー満足度を向上させる施策等を盛り込んだ開発・保守として、以下の対応を考慮 <ul style="list-style-type: none"> • アプリ保守（問い合わせ対応、技術サポート） • 月1回程度のアプリリリース（Google, Amazonへの申請） • アプリ不具合監視、改善対応 • 新機種への対応

- システム運用・監視について、必要機能の概要をとりまとめるに留め、具体的な費用提示は行わないこととした

項目	内容
機能	システムの各機能の稼働状況を監視／制御を行う
検討ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 監視を行う項目、監視レベル、対応プロセス、体制を検討／構築する必要がある
提案の前提条件	<ul style="list-style-type: none"> 監視対象 <ul style="list-style-type: none"> 放送波毎データ生成、配信オリジンデータ生成、配信制御・管理、CDN、視聴アプリケーション等 関連するSW, HW, サービス ダッシュボードへの稼働状況の表示と、各モジュールの制御（起動・停止）、ハードウェアの制御（起動、停止）、CDNの各種制御を行うUIを持つ 異常発生時には、ダッシュボードへの表示、及び、メール等での通知を行う 不確定要素が多いため、具体的な費用は一切提示しない システム運用・監視の動作プロセス／モジュール構造は右図のとおり



■ B案 - その他留意事項

- B案の提案内容その他留意事項は、以下のとおり
- 1つの配信プラットフォームで「3,000世帯」に配信するとした
- 以下の項目の費用が含まれている
 - 要件定義、全体設計
 - サポート（CDNサービス、専用設備、ライブサポート）の提供は、平日日勤帯のみ
 - ハードウェア機器の保守のサービス内容は、24時間オンサイト保守
 - 各配信PFのインターネット接続向けDDoS対策
- 以下の項目の費用は含まれない
 - 「配信先管理（アクセス制御）」「見逃し配信」「番組編成関連情報（フタかぶせ、CM差替え）」
 - システム構築に伴う実費（宿泊・交通費等）
 - システム監視機能（関連するシステムの構築～運用に関わる費用、必要な人件費等）
 - ユーザ問い合わせ窓口
 - 放送局側対応関連（放送波毎データ生成の構成によっては放送局から関連データ（データ放送のデータ等）の取得が必要な場合がある）
- 「放送波毎データ生成」の構成に関して具体的な金額提示があったのは、以下の2パターン

パターン	データ分離	配信制御・管理	配信トラフィック
①	X社	既存CDN設備の利用	想定される平均トラフィック量の半分（0.85Mbps/世帯）
②	Z社	独自設備構築	想定される平均トラフィック量相当（1.7Mbps/世帯）

- 以降でのシミュレーションに基づく試算は、提供条件が揃いやすい「パターン②」を用いて実施した

3. 各ソリューションの特徴（詳細）

■ 各構成の特徴 - 「モノ」の視点での分析

- A案では、既存の動画配信サービスを使って配信PFは東京と大阪に設置され集約される
- B案では、配信PFはBB代替対象地域の放送エリア内に個別に設置され、オンプレで構築

	A案	B案
① 設備の配置 <small>配信PFの地理的な配置状況</small>	<ul style="list-style-type: none"> ■ DC/クラウド/IXなどが多数存在し、設置環境の優れた東京と大阪に配信PFを設置 ■ 各放送局の放送コンテンツは、一旦、配信PFに集約/処理され、再び、その放送地域の受信世帯に配信 ■ 設備の集約率が高い ■ 集中化により、放送局～受信世帯の経路が冗長 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 各地域の放送波を受信するため、配信PFはBB代替対象地域の放送エリア内のDC設備に配備され、各放送地域毎に分散配置 ■ 同一放送エリア内では設備集約が可能であるが、全国レベルでは少なくとも各都道府県（広域圏は各広域圏。ただし、BB代替を実施する都道府県・広域圏のみ）に分散配置される
② 構築/提供形態 <small>配信PF内の各機能の実現における構築方法/提供形態</small>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 既存の動画配信サービスやクラウドサービスを、最大限に活用 ■ 既存サービスで提供出来ない「アクセス制御」等は、既存のIaaSサービス上にシステムを構築 ■ クラウドサービスの利点を活かした、迅速で柔軟なシステム構築～運用が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 各地の配信PF内に専用HW/SWを用いてオンプレミスでシステムを構築 ■ 仮想サーバ技術を用いて各種サーバ機能を同一HW上で実現 ■ オンプレミス構築の利点を活かし、パッケージサービスでは実現の難しいきめ細やかな機能実装が可能
以後、上記の特徴を表現するため	A案 = 東西集約型	B案 = 地域分散型 と呼ぶ

- A案では、STBを用いた視聴環境が提供され、障害を引き起こすSPOFは配信PFシステム内にはない
- B案では、Androidネイティブアプリが提供され、地域の配信PFがSPOFになりうる

		A案 (東西集約型)	B案 (地域分散型)
視聴者視点	③ 提供される視聴環境 <small>視聴者が端末を通じて利用可能な機能や実現される環境の差異</small>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 受信者宅内にSTB型のハードウェアを設置し、既存のテレビ受像機に接続 ■ 含まれる機能: 画質=1080p~232p(ABR)、EPG、字幕、緊急情報表示 ■ 含まれない機能: PC/スマートデバイスでの視聴、データ放送、解説放送/2カ国語放送 ■ 遅延時間は、30秒程度(フタかぶせなしの場合) ■ 提供される機能の詳細については、別紙「仮置きした品質・機能要件との比較」を参照 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Androidネイティブアプリが提供され、別途、Amazon FireTV(ドングル型)等のHWを既存のテレビ受像機に接続(見直しにはHWの費用は含まれない) ■ 含まれる機能: 画質=720p^{※1}、PC/スマートデバイスでの視聴、EPG、字幕、データ放送 ■ 含まれない機能: ABR、緊急情報表示、解説放送/2カ国語放送 ■ 遅延時間は、地デジ放送の遅延+20~30秒程度(フタかぶせなしの場合) ■ 提供される機能の詳細については、別紙「仮置きした品質・機能要件との比較」を参照
	④ 導入容易性 <small>BB代替を導入する際にハードルとなる事項と総合的な影響</small>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 一般的なSTBと同様の手順での設置のため、難易度は標準的(ただし、STBのインターネット接続等のSTB側の設定はSTBのUIに依存) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ AndroidベースのHWについては、メーカー協力の下、インストールが可能となり、ドングル型端末の場合は既存サービスと同様の手順での設置のため、難易度は標準的
	⑤ 番組視聴の障害に至る要因 <small>障害/事故等で希望する番組を視聴できない状況が発生する要因とその可能性</small>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 放送局側のマスター設備とBB代替設備の接続、エンコーダ故障(冗長化構成) ■ 広域イーサネットサービスの大規模障害(アクセス回線は冗長化) ■ 配信PFの障害(東西で冗長化) ■ インターネット~CDNの障害 ■ 端末を含めた視聴者宅内の障害 <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px;">SPOFなし</div>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 配信PFの障害(SPOF) (ただし、追加費用は発生するが、各配信PFの冗長化を個別に検討/実施して対策することは可能) ■ インターネット~CDNの障害 ■ 端末を含めた視聴者宅内の障害

※1 地上放送用にMPEG-2でエンコードした映像を配信用にH.264で再エンコードする事になるため、画質の劣化が懸念される

- A案では、ネット同時配信と同様の局内工事が必要で、サービスパッケージを利用することになる
- B案では、各放送局側では基本的に工事は不要で、各地域毎に個別ニーズに対応可能

		A案 (東西集約型)	B案 (地域分散型)
放送事業者視点	⑥ 構築~運用に必要なリソース <small>放送APを実現/利用するために必要となるヒトや設備等のリソースの種類と多寡</small>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新たにBB代替実施のため、放送局内にマスター設備と接続する形で「リアルタイムエンコーダ」の設置と、配信PFと接続する「回線」の敷設が必要 ■ 構築後も、運用体制等のリソースが必要 ■ ただし、一部については、他のネット関連の施策のリソースとの共有が可能かもしれない 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 通常の放送波を配信PFで受信するため、標準的な構成では放送事業者側に新たな設備等は不要 (配信PFは少なくともBB代替対象地域が存在する放送エリア単位には設置の必要がある)
	⑦ 導入容易性 <small>放送事業者が放送APを導入する際にハードルとなる事項と総合的な影響</small>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 通常のネット同時配信と同様ではあるが、放送局側でマスター設備との接続、エンコーダ設置、回線敷設などの工事が発生する 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 放送局側で新たな設備が不要のため、導入容易性は高い ■ ただし、配信PFの機能によっては、配信PF側でデータ放送のデータ取得等のため、放送局との回線等が必要になる可能性もある
	⑧ 個別ニーズへの対応 <small>各放送事業者の個別の事業戦略やニーズに対応できる柔軟性</small>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 基本的に、既存サービスのパッケージを全国で共通の基盤を利用することになり、個社毎の個別のニーズへの対応には制限がある 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 各放送事業者が地域内の他の事業者と調整可能な範囲内であれば、比較的自由度高く個別ニーズへの対応が可能

✓ 現時点で、各放送事業者のBB代替に対する個別ニーズは、有無も含めて不明である

- A案では、1つの提供事業者が構築～運用保守まで対応する
- B案では、提供事業者が構築～運用保守を行いつつ、現地のオンサイト保守等の調整が必要

		A案（東西集約型）	B案（地域分散型）
その他	<p>⑨ 放送APの構築／運用体制</p> <p>放送事業者以外で、放送APの構築～運用に際して必要となる人員や体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 配信PFのシステム構築／運用は、ソリューションの核となる「動画配信／クラウドサービス」の提供事業者（A案の提案者）が中心に実施 ■ 各地域の放送局と配信PFを接続する広域イーサネット網は、「動画配信／クラウドサービス」の提供事業者が中心となって取りまとめ ■ 以下の項目については、今後、検討／調整が必要 <ul style="list-style-type: none"> ● 詳細なシステム監視／アプリケーション動作監視 ● アクセス制御のための、管理情報（BB代替対象世帯を特定する情報）の更新 ● 受信者のBB代替利用を支援するユーザサポート ■ 配信PFの設置場所等が限定されているため、構築／運用体制の確立に向けて見通しが立てやすい 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 配信PFのシステム構築は、B案の提案者が技術設計等も含めて中心的に実施 ■ システム運用については、提案では平日日勤帯でのサポートとなっており、システム／アプリケーション動作監視を含めた「1次保守体制」を、別途、検討／調整が必要（提案者は、1次保守のエスカレーション先） ■ 配信PFが各地に分散しており、オンサイト保守などについて使用するDCに合わせて個別に調整する必要がある ■ 以下の項目については、今後、検討／調整が必要 <ul style="list-style-type: none"> ● 詳細なシステム監視／放送監視 ● アクセス制御のための、管理情報（BB代替対象世帯を特定する情報）の更新 ● 受信者のBB代替利用を支援するユーザサポート ■ 各地域毎に体制を構築することも可能であるが、実装に合わせた調整が必要となり、現段階では見通しが十分ではない

- A案では、既存技術を活用することになり、既存設備利用と合わせて不確定要素が少ない
- B案では、独自技術を活用することになり、各地の個別設置と合わせて不確定なことが多い

		A案（東西集約型）	B案（地域分散型）
<p>⑩ 仮置きした品質・機能要件との整合性</p> <p>「仮置きした品質・機能要件」の各項目の実現可能性、もしくは、実現に際しての課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 未検討／見積除外の事項 <ul style="list-style-type: none"> ● PC／スマートデバイスでの視聴 ● データ放送 ● 解説放送／2カ国語放送 ● マルチ編成 ● 広告差替え ● フタかぶせ ■ 詳細は、別紙「仮置きした品質・機能要件との比較」を参照 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 未検討／見積除外の事項 <ul style="list-style-type: none"> ● 720p以外の1080p～180pの複数の画質 ● ABR ● コンテンツ保護 ● 緊急情報表示 ● 解説放送／2カ国語放送 ● マルチ編成 ■ 広告差替え／フタかぶせについては、概念提示のみ ■ 放送波から各種メタデータを分離／フォーマット変換を行うことになっているが、具体的なアルゴリズム等については、別途、詳細検討が必要 ■ 詳細は、別紙「仮置きした品質・機能要件との比較」を参照 	
<p>⑪ 必要な技術／知見</p> <p>放送APを実現するために必要となる技術や活用できる過去の経験／知見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 既に番組配信等にも利用されているシステム／サービスを利用するため、ほとんどは、既存の技術／知見で構成できる ■ ただし、データ放送の実現には、不確定要素が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 類似のシステムが広く使われている状況ではないが、技術的検証は実施済 ■ 例）放送波から各種メタデータを分離／フォーマット変換を行うことになっているが、具体的なアルゴリズム等については、別途、詳細検討が必要 	
<p>⑫ 実現に向けた予見可能性</p> <p>放送APの実現に向けた現時点での不明な点や不確定要素</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 既存の技術／知見を活かし、既存のファシリティ／サービスを利用するため、比較的、不確定要素が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 構築に関しては、新規にソフトウェア開発を行う部分が多く、保守に関しては、配信PFが全国各地に分散し新規に設置することになるため、実現に向けて、現時点で不確定なことが多い 	

- A案では、既存サービスを活用して構築するために、比較的短時間での実現が可能
- B案では、新規にスクラッチ開発が必要なため、利用までに相応の時間を要する可能性がある

	A案（東西集約型）	B案（地域分散型）
<p>⑬ 時間／プロセス</p> <p>放送APの実現に必要な時間／プロセス</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 主に既存サービスを活用して構築するため、比較的、短時間に実現可能と思われる ■ ただし、以下の項目については、個別の調整や事前の方式検討などが必要 <ul style="list-style-type: none"> ● 各放送局でのマスターとの繋ぎ込み（広域イーサネット回線の開通等を含む） ● 番組表管理（新規システム構築） ● アクセス制御（新規システム構築、制御方法を含めて基礎的な事項から検討が必要） ● 緊急速報（新規システム構築） ● 端末（録画機能を含めた仕様／基礎的なアーキテクチャ検討/UI等の設計を含めた開発） 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 主にスクラッチでの開発が大部分を占め、詳細仕様などを順次詰めていく必要があるため、実現まで相応の時間を要すると思われる ■ ただし、以下の項目については、個別の調整や事前の方式検討などが必要 <ul style="list-style-type: none"> ● 配信PFを設置するDC（コロケーション手配） ● 放送波毎データ生成（新規システム構築） ● 配信オリジンデータ生成（新規システム構築） ● 配信先管理（新規システム構築） ● 見逃し配信（新規システム構築） ● 端末（録画機能を含めた仕様／基礎的なアーキテクチャ検討/UI等の設計を含めた開発）
<p>⑭ 費用</p> <p>放送APの実現に必要な費用／総コスト</p>	<p>詳細検討を実施し、別途示す</p>	

4. 費用構造分析における不確定要素

■ A案 -費用構造分析における不確定要素

- 複数の不確定要素を含んでいるが、傾向として、単一放送設備あたりの視聴世帯数が少なく、放送エリア内の波数が少ない地域をより多く束ねることで経済合理性が出やすくなる

分類	固定の費用	波数で変化する費用 23波	配信PFの数で変化する費用	世帯数で変化する費用 62,258世帯
5年間の総額	10%程度	20%程度	なし	70%弱程度
	固定の費用	波数で変化する費用	世帯数で変化する費用	

BB代替の経済合理性が出やすい地域

- ✓ 単一放送設備あたりの視聴世帯数が少ない → 世帯数で変化する費用を抑制
- ✓ 放送エリア内の波数が少ない → 波数で変化する費用を抑制
- ✓ 上記の条件で、なるべく多くの地域に適用し、対象世帯数を増やす → 固定費の経済性を高める

ただし、

費用構造分析における不確定要素	<p>過小/過大評価の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 視聴アプリケーション、番組表管理、緊急速報などのシステムの個別開発費用の大部分を占めるが、詳細機能まで設計できていないため、非常に大雑把な費用となっている <p>過小評価の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 視聴アプリケーションの優れたUIや複雑なアクセス制御、データ放送の提供などを実装する場合は、追加の費用が発生する 	<p>過大評価の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 配信PF機能のサービス提供費用が大部分を占めるが、以下の算出条件により試算が上振れしている可能性がある <ul style="list-style-type: none"> 各費用は標準定価をもとにしている <p>過小評価の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 見逃し配信の視聴可能期間を30日以上にする場合、追加の費用が発生する 	<p>過大評価の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1世帯あたりの費用の中で、CDNの費用が大部分を占めるが、以下の算出条件により試算が上振れしている可能性がある <ul style="list-style-type: none"> CDN費用は標準定価をもとにしている 1世帯あたりのトラフィック量の見込みが精緻化されていない ✓ 端末(HW)の費用についても調整が可能なかもしれない
-----------------	---	--	---

■ B案 -費用構造分析における不確定要素

- 世帯数が全体費用に大きく影響を与えるように見えるが、アクセス制御や録画ニーズへの対応などの費用を含んでいないため、経済合理性を議論するためには、更なる見積精度の向上が必要

分類	固定の費用	波数で変化する費用 23波	配信PFの数で変化する費用	世帯数で変化する費用 62,258世帯
5年間の総額	1%以下	1%以下	10%程度	90%程度
			配信PFの数で変化する費用	世帯数で変化する費用

ただし、これには「アクセス制御」や「録画ニーズへの対応」に関連する費用が含まれていないなど、以下に示すような不確定要素を含んだ結果のため、B案における経済合理性を議論するためには、更なる検討による見積精度の向上が必要と考える

費用構造分析における不確定要素	<p>過小評価の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ アクセス制御、(見逃し配信等の)録画ニーズへの対応などの追加の費用が発生する可能性が高い 	<p>過小/過大評価の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 視聴アプリケーション、放送波毎データ生成などのシステムの個別開発費用の大部分を占めるが、詳細機能まで設計できていないため、非常に大雑把な費用となっている <p>過小評価の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 視聴アプリケーションの優れたUIを実装する場合は、追加の費用が発生する 	<p>過小/過大評価の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 放送波毎データ生成のラインセンス費用が含まれるが、詳細機能まで設計できていないため、非常に大雑把な費用となっている 	<p>過小/過大評価の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 3000世帯を超える大規模な配信における配信PF内の機器/LAN構成は十分に検討できていない ✓ ラックの費用、インターネット回線の費用等を都内の基準で試算しているため、地方との価格差が発生する可能性がある 	<p>過大評価の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1世帯あたりの費用の中で、CDNの費用が大部分を占めるが、以下の算出条件により試算が上振れしている可能性がある <ul style="list-style-type: none"> CDN費用は標準定価をもとにしている 1世帯あたりのトラフィック量の見込みが精緻化されていない ✓ 3000世帯を超える大規模な配信における配信制御・管理の構成が十分に検討できていない
-----------------	--	---	--	---	---

5. 放送アプリケーションに関する主要論点等

ブロードバンド代替のための放送アプリケーションに係る主要論点 (1/2) 54

#	分類	主な論点	意味	選択肢の例	影響/効果 (一般論)
1	利用側の環境	提供される機能/仕様	通常の放送波による放送との違い	<ul style="list-style-type: none"> ① 放送波で実現されている事が全て行える(フタかぶせなし) ② 放送波で実現されている利便性に関わる機能の一部に制限がある 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 実現される機能が多いほど、視聴者の満足度は向上するが、経済性は下がる ■ 容易に実現できる機能と、実現のためにより多くの費用/リソースが必要な機能が存在する
		視聴者への提供物品	BB代替による視聴のために視聴世帯に提供される物品	<ul style="list-style-type: none"> ① HWとSWのパッケージ ② SWのみ(BYOD) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ パッケージ化によって、視聴者の導入容易性は向上するが、視聴環境の自由度が低下する
3	提供側の仕組み/条件	配信PFにおける番組コンテンツの取得方法(放送局との接続方法)	配信PFで番組コンテンツ等を受け取るためにどのような方法を取るのか?	<ul style="list-style-type: none"> ① 放送局にエンコーダを設置し配信PFとの間を回線で接続する ② 放送波を利用する 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 放送波を利用する場合、放送局側で工事が不要など、放送事業者の負担が少ない
		配信PFの配置	配信PFをどこに設置するのか?	<ul style="list-style-type: none"> ① 東京と大阪に集約する ② 放送エリア毎に分散する 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 集約すると固定費を中心に経済合理性が高まる ■ 分散によって、配信PF提供事業者の参入機会が増え、放送事業者の自由度が高まる ■ (合わせて冗長性についても要検討)
		録画ニーズへの対応方法	視聴者の録画ニーズにどのように対応するか?	<ul style="list-style-type: none"> ① 端末側で外付けHDDに録画 ② 配信PF側で見逃し配信の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 端末側での録画によって、既存の録画によるタイムシフト視聴とほぼ同様の環境が実現できるが、端末側の費用増加などの影響

#	分類	主な論点	意味	選択肢の例	影響/効果 (一般論)
6	提供側の仕組み/条件	通常の放送とBB代替の混在	特定の放送エリアにおいて、通常の放送波による放送とBB代替の混在を許容するか？	① 放送エリアの全ての放送波をBB代替に置き換える ② 通常の放送波での視聴とBB代替の混在を許容する	■ 混在を許容することで、放送事業者の選択の自由度が高まり、BB代替導入のハードル（放送事業者視点）は下がるが、視聴者の視聴における操作が煩雑になる
7		アクセス制御の判断ロジック	毎回のBB代替による視聴リクエストに対して、どのように可否を判断するか？	① 登録されたユーザID ② その他に視聴者を推定できる情報 (IPアドレスジオロケーション等)	■ ユーザIDに基づくアクセス制御では、比較的厳密に利用可否を制御できるが、引越しや災害等でその地域での視聴が必要になった場合、利用できるようになるまでリードタイムが発生する。また、膨大なデータの管理に費用を要するほか、個人情報保護への配慮が必要 <small>※ 関連する論点を別頁「【参考】アクセス制御の実現に向けた主な論点(案)」で整理している</small>
8	ステークホルダー	配信PF構築のPJオーナー	BB代替を導入する際、誰が配信PFの構築等を主幹するのか？	① 特定の放送事業者 ② 特定の団体/コンソーシアム (特定の放送エリア毎、全国共通等) ③ その他 (行政等)	■ (一般に) BB代替の受益者が、構築のリスクを取る ■ 複数の受益者がいる場合には、何らかの枠組みが必要
9		配信PFの提供事業者の数	全国でBB代替が可能となった場合、配信PFの提供事業者がどの単位でカバーするか？	① 全国で一つの配信PF事業者 ② 各放送エリア毎に配信PF事業者が異なる	■ 全国で統一された1つの配信PF事業者の場合、構築/利用に向けた工数等は削減できるが、市場が寡占化され、個々の放送事業者の自由度は下がる
10		アクセス制御の主幹	アクセス制御は誰が管理するか？ (特定のBB代替利用希望者に対して誰が正当性を判断するか？)	① 特定の放送事業者 ② 特定の団体/コンソーシアム (特定の放送エリア毎、全国共通等) ③ その他 (行政等)	■ 誰が、正当にBB代替の利用者の台帳を保全/管理し、アクセス制御の判断ができるか？ ■ 誰に、その権利を委任できるか？

ブロードバンド代替導入に関する放送事業者視点での課題

#	課題	概要	要因	対策/考慮事項
1	「フタかぶせ」対応	現状のネット配信で必要なフタかぶせ処理をBB代替では不要とする必要がある	✓ ネット配信では、放送以外で利用を認められていない番組素材の箇所にはフタかぶせを行う必要がある ✓ BB代替でも放送波と異なる権利処理が発生する場合、フタかぶせ処理を行う必要が出てくる ✓ フタかぶせ実施には次頁で示すような放送事業者側 (特にローカル局) で重い負担が発生する	• BB代替でフタかぶせが発生した場合、通常の放送で視聴できる内容と異なる、遅延時間が長くなるなど視聴者視点でも課題がある • フタかぶせを無くするためには、権利処理において、BB代替も放送と同等に扱われるようにする必要がある
2	アクセス制御の実施方法とコスト	厳密にアクセス制御を行おうとするほど、管理コストが増大するため、コストの観点も含めて、制御方法を決める必要がある	✓ アクセス制御の方法として「個人へのID付与」が一例と考えられるが、対象地域への/からの引越しに伴い登録情報を変更する必要があり、迅速で正確にBB代替提供可否が判断できるようにするためには、関連業務のコストが膨れる	• アクセス制御の方式の検討の際には、その精度や関連業務の実施方法も含めて検討する必要がある
3	配信PFの実装方式とビジネスモデル	A案とB案ではビジネスモデルが異なる可能性がある	✓ A案に示された方式 (通常の放送事業者によるネット配信) では、放送事業者が主体的に行う方式と捉えられるが、B案に示された方式 (放送波を受信して再放送) は一般的なCATVと同様に放送事業者とは異なる事業者が主体になって実施することになるのではないかと ✓ それに伴い、費用負担の考え方も異なる可能性がある	• 配信PFの実装方式と合わせて配信PFを所有しBB代替を行う主体 (費用負担にも関係) を検討する必要がある
4	BB未整備地域の対応	一定程度残されるBB未整備地域においてBB代替提供の可否/提供方法を検討する必要がある	✓ 国内のBB整備が進んでいるが、一定程度はBB未整備地域が国内に点在する可能性がある ✓ それらの地域とBB代替の候補エリアが重なった場合に、関連する費用負担等も含めた対応方針の合意が必要ではないか？	• そのようなケースがどの程度ありえそうかも含めて、事前に対応の方向性を決める必要がある



出所：小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム 第2回 NHK説明資料

「フタかぶせ」の概要

- 例えば、外部の映像素材を使った番組をネット配信を行う際、通常の放送利用は許諾されているがネット配信利用では許諾されていない素材に関しては、放送事業者側で準備した映像に差し替える（フタかぶせ処理）

一般的な「フタかぶせ」の実施方法

- 基本的に、番組コンテンツに記録されている権利情報等に基づいて自動でフタかぶせ処理を行うが、オンエアの映像を監視しながら手動での差替えも補助的に行う
- そのため、ネット動画配信の映像では、手動での差替えの作業を行うための遅延処理も発生している

BB代替でフタかぶせが必要となった場合の課題

現在、ネット配信を行っていない放送事業者（地方ローカル局等）を中心に、以下のような課題がある

- ✓ **システム費用の増加**
手動や自動でフタかぶせを行うシステム以外に、番組コンテンツへの権利情報の記録等も必要に応じて見直しが必要
- ✓ **必要人員の増加**
手動でのフタかぶせのため、放送中は、常時、専任の要員が必要になり、人材不足の局を中心に非常に負担が重い

アクセス制御の実現に向けた主な論点

① 「アクセス制御」を行う目的は何か？

例	権利処理等との関係	✓ 通常の放送波による放送と同等の内容をBB代替を通じて番組配信を行うことを想定した場合、権利処理等との関係を十分に考慮する必要があるのではないか？
	BB代替を必要とする世帯への確実な配信	✓ BB代替開始後は既に停波している事も想定されるため、アクセス制限を行いつつも、必要な世帯には速やかにBB代替による番組配信が行われる必要があるのではないか？

② 「アクセス制御」の確認方法は何か？

例	具体的な確認情報	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 今後、権利処理等との関係を考慮してアクセス制御を行う必要があるのではないか？ ✓ 現状、BB代替の対象地域（既存の放送設備による放送がBB代替による番組配信に置き換わる放送エリア）の粒度は、行政区画やネットワークで判別可能な地理属性よりも細くなることが想定されるため、対象となる受信世帯ごとにIDを付与するなどの管理方法が適当と思われるのではないか？
---	----------	--

③ 「アクセス制御」を実施するのは誰か？

例	アクセス基準となる台帳の管理者	✓ BB代替を提供べき対象世帯の端末を特定するための情報（台帳）を維持／管理する必要があるが、その正当性を担保できるエンティティが実施する必要があるのではないか？
	アクセス制御システムの管理者	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 不正なBB代替の利用を防止するなども含めて、情報システムとしてアクセス制御が適切に継続的に動作するように担保できるエンティティが実施する必要があるのではないか？ ✓ 配信PFの運用／保守を実施するエンティティと同一でも良いが、複数種類の配信PFが混在する場合は、アクセス制御システムの持ち方（個別の配信PF毎に設置、もしくは、統一したアクセス制御システムを設置 など）も含めて検討する必要があるのではないか？

参考資料3

ネット同時配信等サービスに関する基礎的調査

ネット同時配信等サービスの現状調査対象

ネット同時配信サービス（6サービス）	見逃し配信サービス（15サービス）
<p>[選定基準]</p> <ul style="list-style-type: none"> 2020年以降に、地上波コンテンツを無料で同時配信しているサービス 2020年以降に、実証実験等のため期間限定で同時配信していたサービス 	<p>[選定基準]</p> <ul style="list-style-type: none"> 自社サービスとして、オンラインプラットフォームにより地上波のコンテンツを無料配信するサービス 都道府県を人口順に並べ、上位半数に該当する県域に位置し、主に放送局が主体となり提供するサービスから一部を選定 (注：該当するサービスは他にも存在する)
<ul style="list-style-type: none"> TVer（株式会社TVer） NHKプラス（日本放送協会） エムキャスト（東京メトロポリタンテレビジョン株式会社） LIVE MIYAGI（東北放送株式会社、株式会社仙台放送、株式会社宮城テレビ放送、株式会社東日本放送） アサデス。アプリ（九州朝日放送株式会社） サンテレビ（株式会社サンテレビジョン） 	<ul style="list-style-type: none"> 日テレ無料（日本テレビ放送網株式会社） テレ朝動画見逃し無料（株式会社テレビ朝日） TBS FREE（株式会社TBSテレビ） ネットもテレ東（株式会社テレビ東京） テレ東BIZ（株式会社テレビ東京） FOD見逃し無料（株式会社フジテレビジョン） ytv MyDo!（読賣テレビ放送株式会社） MBS動画イズム（株式会社毎日放送） カンテレドーガ（関西テレビ放送株式会社） Locipo（東海テレビ放送株式会社、中京テレビ放送株式会社、株式会社CBCテレビ、テレビ愛知株式会社） もんすけTV（北海道放送株式会社） hod（北海道テレビ放送株式会社） ミヤテレMoTTo（株式会社宮城テレビ放送） IRAW by RCC（株式会社中国放送） FBSムービー（株式会社福岡放送）

	TVer	NHKプラス	エムキャスト (独立局)	Live Miyagi (実証実験)	アサデス。アプリ	参考：サンテレビ (独立局)
提供事業者	株式会社TVer	日本放送協会 (NHK)	東京メトロポリタン テレビジョン	宮城県民放4局、楽天、 LIVEPARK、JOCND	KBC九州朝日放送	株式会社 サンテレビジョン
ネット同時配信 開始時期	2021年10月	2020年4月	2015年7月	2021年2月14日～ 2月28日	2022年4月	不明
調査時の サービス提供有無	○	○	○	×	○	○
サービス 概要	在京キー局が放送する 地上波放送番組をネット 同時配信 (主にプライ ムタイム)	NHK総合、Eテレで放 送中の番組をネット同 時配信。2022年から総 合テレビを24時間配信	TOKYO MXと群馬テレ ビで放送される番組を 一部、全国でネット同 時配信	宮城県民放4局合同で地 上波番組を期間限定で ネット同時配信する実 証実験	KBCの朝のワイド番組 「アサデス。」 (平日 朝6時～8時) をネット 同時配信	サンテレビで平日17時 から放送される 「キャッチプラス」を YouTube上で同時配信
ネット同時配信 対象デバイス	PC (ブラウザ)、 スマホ/タブレット (アプリ・ブラウザ)	PC (ブラウザ)、 スマホ/タブレット (アプリ・ブラウザ)	PC (ブラウザ)、 スマホ/タブレット (アプリ)	PC (ブラウザ)、 スマホ/タブレット (ブラウザ・アプリ)	スマホ (アプリ)	YouTube対応デバイス (PC、スマホ/タブ レット、TV)
TV向けアプリ 対応	○ AmazonFireTV Stick Chrome Cast with Google TV ※同時配信非対応	○ AmazonFireTV Stick Chrome Cast with Google TV ※同時配信非対応	×	×	×	×
TVへのキャスト 可否	PCブラウザ画面を HDMIケーブルにより可	PCブラウザ画面を HDMIケーブルにより可	スマホアプリ画面を Chromecastにより可	不明	×	YouTubeTVアプリでの 視聴可
利用規模 (見逃し含む)	アプリDL数：5,000万 (2022年7月) MUB：1,850万 (2022年1月)	登録完了者数：約280万 UB数：週平均約106万 (2022年6月末)	アプリDL数：315万 (2022年3月)	配信視聴数：2,390件 県外からの視聴が2/3	アプリDL数：23万 (2022年9月)	不明
地域制御有無	無	無	無	無	無	無
広告差し替え有無	有	広告なし	有	有	有 (アサデス。アプリ 関連広告)	有 (広告ではない映像)
フタかぶせ	有	有	不明	不明	有	不明

※地上波放送番組をネット同時配信しているサービスが対象

出典：公開情報より作成

見逃し配信サービス①

	日テレ無料!(TADA)	テレ朝動画見逃し無料	TBS FREE	ネットもテレ東	テレ東BIZ
サービス 開始時期	2015年4月	2009年6月	2005年10月	2015年4月	2012年
提供事業者	日本テレビ放送網 株式会社	株式会社テレビ朝日	株式会社TBSテレビ	株式会社テレビ東京	株式会社テレビ東京
配信番組 配信期間	ドラマ、バラエティ、アニ メ、スポーツなど (配信期間は番組毎設定)	ドラマ、バラエティ、料理 /旅/暮らしなど (配信期間1週間)	ドラマ、バラエティ・音楽、 報道・情報・ドキュメンタ リーなど (配信期間1週間)	ドラマ、バラエティ、報 道・ドキュメンタリーなど (配信期間1週間)	報道、ドキュメンタリーな ど (配信期間1か月間)
利用料金	無料	無料/有料	無料	無料	無料/有料
対象デバイス	PC (ブラウザ)、スマート フォン (アプリ・ブラウザ)、 タブレット (アプリ・ブラウ ザ)	PC (ブラウザ)、スマート フォン (アプリ・ブラウザ)、 タブレット (アプリ・ブラウ ザ)	PC (ブラウザ)、スマート フォン (アプリ・ブラウザ)、 タブレット (アプリ・ブラウ ザ)	PC (ブラウザ)、スマート フォン (アプリ・ブラウザ)、 タブレット (アプリ・ブラウ ザ)	PC (ブラウザ)、スマート フォン (ブラウザ・アプリ)、 タブレット (ブラウザ・アプ リ)
画質	自動	アプリ：自動・低画質	ブラウザ：標準、節約 アプリ：標準、節約	ブラウザ：自動、HD、SD アプリ：自動、節約、低 画質	ブラウザ：1,280x720、 640x360 アプリ：640x360
通信速度/量	不明	不明	不明	高画質：約1.5時間で1GB 低画質：約5時間で1GB	10Mbps以上推奨
地域制御有無	無	無	無	無	無
利用規模	不明	不明	不明	500万ダウンロード (2021.11)	約10万人 (テレビ東京ビジ ネスオンデマンド) 約100万人 (テレ東NEWS YouTube登録者数)

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

	FOD見逃し無料	ytv MyDo!	MBS動画イズム	カンテレドーガ	Locipo
サービス開始時期	2005年9月	2016年1月	2015年3月	2017年6月	2020年3月
提供事業者	株式会社 フジテレビジョン	讀賣テレビ放送株式会社	株式会社毎日放送	関西テレビ放送株式会社	東海テレビ放送株式会社、 中京テレビ放送株式会社、 株式会社CBCテレビ、 テレビ愛知株式会社
配信番組 配信期間	ドラマ、バラエティ、アニメなど (配信期間1週間)	ドラマ、アニメ、バラエティ、ニュース・情報など (配信期間は番組毎設定)	ドラマ、バラエティ、アニメ、スポーツ、報道・ドキュメンタリーなど (配信期間は番組毎設定)	ドラマ、バラエティ、スポーツなど (配信期間は番組毎設定)	ドラマ、バラエティ、ニュース、スポーツ、ドキュメンタリー、アニメなど (配信期間は番組毎設定)
利用料金	無料/有料	無料	無料/有料	無料/有料	無料/有料
対象デバイス	PC (ブラウザ)、スマートフォン (アプリ・ブラウザ)、タブレット (アプリ・ブラウザ)、テレビアプリ	PC (ブラウザ)、スマートフォン (アプリ・ブラウザ)、タブレット (アプリ・ブラウザ)	PC (ブラウザ)、スマートフォン (アプリ・ブラウザ)、タブレット (アプリ・ブラウザ)	PC (ブラウザ)、スマートフォン (アプリ・ブラウザ)、タブレット (アプリ・ブラウザ)	PC (ブラウザ)、スマートフォン (アプリ・ブラウザ)、タブレット (アプリ・ブラウザ)
画質	ブラウザ：自動、高画質、低画質 アプリ：自動、高画質、低画質 テレビ・STB：自動、高画質、低画質	アプリ：自動、低画質	ブラウザ：自動 アプリ：自動、低画質	ブラウザ：自動、低画質 アプリ：自動、低画質	ブラウザ：自動、720p、540p、432p、360p、234p アプリ：自動、1080p、720p、480p、360p、240p
通信速度/量	アプリ：400MB/h (自動、高画質) 150MB/h (低画質)	不明	不明	不明	不明
地域制御有無	無	無	無	無	無
利用規模	テレビアプリ：累計500万ダウンロード (2021.12) スマートフォンアプリ：累計1,800万ダウンロード (2021.12)	不明	不明	不明	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

	もんすけTV	hod	ミヤテレMoTTo	IRAW by RCC	FBSムービー
サービス開始時期	2018年7月	2022年2月	2021年9月	2014年3月	不明
提供事業者	北海道放送株式会社	北海道テレビ放送株式会社	株式会社宮城テレビ放送	株式会社中国放送	株式会社福岡放送
配信番組 配信期間	報道、情報番組などを提供 (配信期間は不明)	バラエティ、ドラマ・スポーツ、ドキュメンタリーなど (配信期間は不明)	「発見! 宮城のスマイルさん」を配信 (配信期間は3か月間)	バラエティ、情報番組などを配信 (配信期間は不明)	バラエティ、報道、情報番組など (配信期間は番組毎設定)
利用料金	無料	無料/有料	無料	無料	無料
対象デバイス	PC (ブラウザ)、スマートフォン (ブラウザ)、タブレット (ブラウザ)	PC (ブラウザ)、スマートフォン (ブラウザ)、タブレット (ブラウザ)	PC (ブラウザ)、スマートフォン (アプリ・ブラウザ)、タブレット (アプリ・ブラウザ)	PC (ブラウザ)、スマートフォン (アプリ・ブラウザ)、タブレット (アプリ・ブラウザ)	PC (ブラウザ)、スマートフォン (ブラウザ)、タブレット (ブラウザ)
画質	ブラウザ：自動、高画質、中画質、通信節約	ブラウザ：自動、1080p、720p、360p	不明	不明	不明
通信速度/量	不明	PC：6Mbps 以上推奨 スマートフォン：3Mbps 以上推奨	不明	不明	不明
地域制御有無	無	無	無	無	無
利用規模	不明	不明	アプリダウンロード：4万 (2022.4)	アプリダウンロード：10万 (2022.11)	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

ネット同時配信サービス①:TVer

見逃し配信

概要

ネット同時配信・見逃し配信共通	サービス開始時期	2021年10月（ネット同時配信）※見逃し配信2015年10月
	提供事業者	株式会社TVer
	利用料金	無料（広告有）
	画質	ABRにより最適化される （有効走査線数720本/540本/360本）
	通信速度/量	<ul style="list-style-type: none"> 3Mbps以上の通信速度を推奨 パソコン・スマートフォン・タブレットでは30分あたり平均400MB程度の通信量
	提供地域	地域制御なし
	利用規模	<ul style="list-style-type: none"> アプリダウンロード数：5,000万（2022.7） MUB：1,850万（2022.1）
	対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン/タブレット（アプリ・ブラウザ）、TV（見逃しのみ対応）
	伝送フォーマット	<ul style="list-style-type: none"> IPv4又はIPv6ユニキャスト
ネット同時配信	配信番組・時間	<ul style="list-style-type: none"> 在京キー局の放送番組を同時配信 7:00～23:00頃（主にプライムタイム）
	伝送遅延	35～45秒程度
	TVアプリ対応	×
	フタかぶせ	あり
	広告差し替え	SSAI※により差し替え
見逃し	配信コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> 毎週500コンテンツ以上を見逃し配信 地上波放送後から1週間見逃し配信
	TVアプリ対応	Android TV、Amazon FireTVStick、Chromecast with Google TV

ネット同時配信の機能

機能	対応状況	備考
視聴予約	△	ネット同時配信番組の通知設定が可能
字幕	×	-
副音声	×	-
ニュース速報・緊急地震速報	×	-
同時複数端末視聴	○	制限なし
追っかけ再生	○	<ul style="list-style-type: none"> 一部番組が対応 TVer IDが必要
録画機能	×	見逃し配信あり

※ SSAI（Server-Side Ad Insertion）はインターネット動画配信において動画広告を挿入する技術で、主にライブ配信等の途中にサーバー側で動的に広告を挿入する。地上波テレビ放送のようなシームレスな広告体験を提供すると同時に利用ユーザーごとに最適な広告挿入が可能となる

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

ネット同時配信サービス②:NHKプラス

見逃し配信

概要

ネット同時配信・見逃し配信共通	サービス開始時期	2020年4月
	提供事業者	日本放送協会
	利用料金	無料 ※放送受信契約が必要
	画質	<ul style="list-style-type: none"> スマートフォン・タブレット向けアプリ 960×540（高）、640×360（中）、448×252（低）、416×232（最低） テレビ向けアプリ（変更不可）※見逃し配信のみ 1920×1080、960×540、640×360、448×252、416×232
	通信速度/量	6Mbps（見逃し配信のみ）、1.5Mbps（高）、768kbps（中）、384kbps（低）、192kbps（最低）
	提供地域	地域制御なし
	利用規模	登録者数：約280万UB数：週平均約106万（2022.6）
	対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、タブレット（アプリ・ブラウザ）、TV（見逃し配信のみ）
	伝送フォーマット	<ul style="list-style-type: none"> IPv4ユニキャスト
ネット同時配信	配信番組・時間	総合テレビ、Eテレ ※南関東エリア（東京・埼玉・千葉・神奈川）のすべての地上波テレビ番組 ※2022年度から総合テレビの配信を24時間化
	伝送遅延	30秒程度
	TVアプリ対応	×
	フタかぶせ	あり
	広告差し替え	広告なし
見逃し	配信コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> 総合テレビ、Eテレ592コンテンツ（2022.9） ※南関東エリア（東京・埼玉・千葉・神奈川）のすべての地上波テレビ番組 ・放送終了後7日間 ※南関東エリア以外の地方番組は14日間以内（午後6時台のニュース番組は7日間）
	TVアプリ対応	Android TV、Amazon Fire TV、Chromecast with Google TV

ネット同時配信の機能

機能	対応状況	備考
視聴予約	×	-
字幕	○	字幕放送と解説放送
副音声	○	音声 2 ch 2か国語放送、副音声
ニュース速報・緊急地震速報	○	放送より遅れて表示
同時複数端末視聴	○	1IDにつき最大5画面 ※1つの放送受信契約に対し、1ID
追っかけ再生	○	-
録画機能	×	見逃し配信あり

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

概要

ネット同時配信・見逃し配信共通	サービス開始時期	2015年7月（アプリ）、2016年1月（PC）
	提供事業者	東京メトロポリタンテレビジョン株式会社
	利用料金	無料（広告有）
	画質	不明
	通信速度/量	不明
	提供地域	地域制御なし
	利用規模	アプリダウンロード数：315万（2022.3）
	対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、タブレット（アプリ・ブラウザ）
	伝送フォーマット	不明
ネット同時配信	配信番組・時間	東京MXテレビ、群馬テレビの一部番組を同時配信
	伝送遅延	不明
	TVアプリ対応	×
	フタかぶせ	あり
	広告差し替え	あり
見逃し	配信コンテンツ	毎週130コンテンツ以上を見逃し配信
	TVアプリ対応	×

ネット同時配信の機能

機能	対応状況	備考
視聴予約	△	フォローするとプッシュ通知
字幕	×	-
副音声	×	-
ニュース速報・緊急地震速報	×	-
同時複数端末視聴	○	-
追っかけ再生	×	-
録画機能	×	見逃し配信あり

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

ネット同時配信サービス④: LIVE MIYAGI(実証実験)

概要

サービス開始時期	2021年2月14日～28日（ネット同時配信実証実験）
提供事業者	東北放送株式会社、株式会社仙台放送、株式会社宮城テレビ放送、株式会社東日本放送
利用料金	無料（広告有）
画質	不明
通信速度/量	不明
提供地域	日本国内（全国）、地域制御なし
利用規模	全ライブ配信視聴数2,390件 宮城県外からの視聴が3分の2
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、タブレット（アプリ・ブラウザ）
伝送フォーマット	不明
配信番組・時間	東北放送、仙台放送、宮城テレビ放送、東日本放送のコンテンツをトライアル配信
伝送遅延	不明
TVアプリ対応	×
フタかぶせ	あり
広告差し替え	あり

ネット同時配信の機能

機能	対応状況	備考
視聴予約	不明	-
字幕	不明	-
副音声	不明	-
ニュース速報・緊急地震速報	不明	-
同時複数端末視聴	不明	-
追っかけ再生	不明	-
録画機能	不明	-

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

ネット同時配信サービス⑤:アサデス。アプリ

ネット同時配信

69

見逃し配信

概要

サービス開始時期	2019年4月（アプリ提供開始） 2022年4月（同時配信開始）
提供事業者	九州朝日放送株式会社
利用料金	無料（広告有）
画質	不明
通信速度/量	不明
提供地域	地域制御なし
利用規模	アプリダウンロード数：23万（2022年9月時点）
対象端末	スマートフォン（アプリ）、タブレット（アプリ）
伝送フォーマット	不明（株式会社PLAYのライブ配信PFを活用）
配信番組・時間	朝の番組「アサデス。」を配信。（6：00～8：00）
伝送遅延	アプリの説明欄に「40秒程度の遅延」と記載
TVアプリ対応	×
フタかぶせ	×
広告差し替え	あり

ネット同時配信の機能

機能	対応状況	備考
視聴予約	×	-
字幕	×	-
副音声	×	-
ニュース速報・緊急地震速報	×	-
同時複数端末視聴	×	-
追っかけ再生	×	-
録画機能	×	-

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

ネット同時配信サービス⑥:サンテレビ

ネット同時配信

70

見逃し配信

概要

ネット同時配信・見逃し配信共通	サービス開始時期	不明
	提供事業者	株式会社サンテレビジョン
	利用料金	無料
	画質	不明
	通信速度/量	不明
	提供地域	地域制御なし
	利用規模	不明
ネット同時配信	対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（ブラウザ）、タブレット（ブラウザ）
	伝送フォーマット	不明
	配信番組・時間	キャッチプラス（17:00～17:55）
	伝送遅延	不明
見逃し	TVアプリ対応	×
	フタかぶせ	不明
	広告差し替え	あり（広告ではない映像に差し替え）
見逃し	配信コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> キャッチプラスなど 1740コンテンツ（2022年9月）
	TVアプリ対応	×

ネット同時配信の機能

機能	対応状況	備考
視聴予約	×	-
字幕	×	-
副音声	×	-
ニュース速報・緊急地震速報	不明	-
同時複数端末視聴	○	-
追っかけ再生	○	-
録画機能	×	見逃し配信あり

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

見逃し配信サービス①:日テレ無料!(TADA)・テレ朝動画見逃し無料

ネット同時配信

71

見逃し配信

日テレ無料!(TADA)

サービス開始時期	2015年4月
提供事業者	日本テレビ放送網株式会社
配信番組 配信期間	ドラマ、バラエティ、アニメ、スポーツなど（配信期間は番組毎に設定）
利用料金	無料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、タブレット（アプリ・ブラウザ）
画質	自動
通信速度/量	不明
地域制御有無	無
利用規模	不明
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

テレ朝動画見逃し無料

サービス開始時期	2009年6月
提供事業者	株式会社テレビ朝日
配信番組 配信期間	ドラマ、バラエティ、料理/旅/暮らしなど（配信期間1週間）
利用料金	無料/有料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、タブレット（アプリ・ブラウザ）
画質	アプリ：自動・低画質
通信速度/量	不明
地域制御有無	無
利用規模	不明
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

見逃し配信サービス②:TBS FREE・ネットもテレ東

ネット同時配信

72

見逃し配信

TBS FREE

サービス開始時期	2005年10月
提供事業者	株式会社TBSテレビ
配信番組 配信期間	ドラマ、バラエティ・音楽、報道・情報・ドキュメンタリーなど（配信期間1週間）
利用料金	無料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、タブレット（アプリ・ブラウザ）
画質	<ul style="list-style-type: none"> ブラウザ：標準、節約 アプリ：標準、節約
通信速度/量	不明
地域制御有無	無
利用規模	不明
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

ネットもテレ東

サービス開始時期	2015年4月
提供事業者	株式会社テレビ東京
配信番組 配信期間	ドラマ、バラエティ、報道・ドキュメンタリーなど（配信期間1週間）
利用料金	無料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、タブレット（アプリ・ブラウザ）
画質	<ul style="list-style-type: none"> ブラウザ：自動、HD、SD アプリ：自動、節約、低画質
通信速度/量	<ul style="list-style-type: none"> 高画質：約1.5時間で1GB 低画質：約5時間で1GB
地域制御有無	無
利用規模	500万ダウンロード（2021.11）
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

見逃し配信サービス③:テレ東BIZ・FOD見逃し無料

ネット同時配信

73

見逃し配信

テレ東BIZ

サービス開始時期	2012年
提供事業者	株式会社テレビ東京
配信番組 配信期間	・報道・ドキュメンタリーなど（配信期間1か月間）
利用料金	無料/有料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（ブラウザ・アプリ）、 タブレット（ブラウザ・アプリ）
画質	<ul style="list-style-type: none"> ブラウザ：1,280x720、640x360 アプリ：640x360
通信速度/量	10Mbps以上推奨
地域制御有無	無
利用規模	<ul style="list-style-type: none"> 約10万人（テレビ東京ビジネスオンデマンド） 約100万人（テレ東NEWS YouTube登録者数）
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

FOD見逃し無料

サービス開始時期	2005年9月
提供事業者	株式会社フジテレビジョン
配信番組 配信期間	ドラマ、バラエティ、アニメなど（配信期間1週間）
利用料金	無料/有料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、 タブレット（アプリ・ブラウザ）、テレビアプリ
画質	<ul style="list-style-type: none"> ブラウザ：自動、高画質、低画質 アプリ：自動、高画質、低画質 テレビ・STB：自動、高画質、低画質
通信速度/量	アプリ：400MB/h（自動、高画質） 150MB/h（低画質）
地域制御有無	無
利用規模	<ul style="list-style-type: none"> テレビアプリ：累計500万ダウンロード（2021.12） スマートフォンアプリ：累計1,800万ダウンロード（2021.12）
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

見逃し配信サービス④:ytv MyDo!・MBS動画イズム

ネット同時配信

74

見逃し配信

ytv MyDo!

サービス開始時期	2016年1月
提供事業者	讀賣テレビ放送株式会社
配信番組 配信期間	ドラマ、アニメ、バラエティ、ニュース・情報など（配信 期間は番組毎に設定）
利用料金	無料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、 タブレット（アプリ・ブラウザ）
画質	アプリ：自動、低画質
通信速度/量	不明
地域制御有無	無
利用規模	不明
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

MBS動画イズム

サービス開始時期	2015年3月
提供事業者	株式会社毎日放送
配信番組 配信期間	ドラマ、バラエティ、アニメ、スポーツ、報道・ド キュメンタリーなど（配信期間は番組毎に設定）
利用料金	無料/有料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、 タブレット（アプリ・ブラウザ）
画質	<ul style="list-style-type: none"> ブラウザ：自動 アプリ：自動、低画質
通信速度/量	不明
地域制御有無	無
利用規模	不明
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

見逃し配信サービス⑤:カンテドローガ・Locipo

ネット同時配信

75

見逃し配信

カンテドローガ

サービス開始時期	2017年6月
提供事業者	関西テレビ放送株式会社
配信番組 配信期間	ドラマ、バラエティ、スポーツなど（配信期間は番組毎に設定）
利用料金	無料/有料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、タブレット（アプリ・ブラウザ）
画質	<ul style="list-style-type: none"> ブラウザ：自動、低画質 アプリ：自動、低画質
通信速度/量	不明
地域制御有無	無
利用規模	不明
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

Locipo

サービス開始時期	2020年3月
提供事業者	東海テレビ放送株式会社、中京テレビ放送株式会社、株式会社CBCテレビ、テレビ愛知株式会社
配信番組 配信期間	ドラマ、バラエティ、ニュース、スポーツ、ドキュメンタリー、アニメなど（配信期間は番組毎に設定）
利用料金	無料/有料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（アプリ・ブラウザ）、タブレット（アプリ・ブラウザ）
画質	<ul style="list-style-type: none"> ブラウザ：自動、720p、540p、432p、360p、234p アプリ：自動、1080p、720p、480p、360p、240p
通信速度/量	不明
地域制御有無	無
利用規模	不明
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

見逃し配信サービス⑥:もんすけTV・hod

ネット同時配信

76

見逃し配信

もんすけTV

サービス開始時期	2018年7月
提供事業者	北海道放送株式会社
配信番組 配信期間	報道、情報番組などを提供（配信期間は不明）
利用料金	無料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（ブラウザ）、タブレット（ブラウザ）
画質	ブラウザ：自動、高画質、中画質、通信節約
通信速度/量	不明
地域制御有無	無
利用規模	不明
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

hod

サービス開始時期	2022年2月 (2012年4月～2022年1月までは「HTB北海道 on デマンド」という名称で提供)
提供事業者	北海道テレビ放送株式会社
配信番組 配信期間	バラエティ、ドラマ・スポーツ、ドキュメンタリーなど（配信期間は不明）
利用料金	無料/有料
対象端末	PC（ブラウザ）、スマートフォン（ブラウザ）、タブレット（ブラウザ）
画質	ブラウザ：自動、1080p、720p、360p
通信速度/量	<ul style="list-style-type: none"> PC：6Mbps 以上推奨 スマートフォン：3Mbps 以上推奨
地域制御有無	無
利用規模	不明
伝送フォーマット	不明

出典：公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

見逃し配信サービス⑦:ミヤテレMoTTo・IRAW by RCC

ネット同時配信

77

見逃し配信

ミヤテレMoTTo

サービス開始時期	2021年9月
提供事業者	株式会社宮城テレビ放送
配信番組 配信期間	「発見!宮城のスマイルさん」を配信 (配信期間は3か月間)
利用料金	無料
対象端末	PC(ブラウザ)、スマートフォン(アプリ・ブラウザ)、 タブレット(アプリ・ブラウザ)
画質	不明
通信速度/量	不明
地域制御有無	無
利用規模	アプリダウンロード:4万(2022.4)
伝送フォーマット	不明

出典:公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

IRAW by RCC

サービス開始時期	2014年3月
提供事業者	株式会社中国放送
配信番組 配信期間	バラエティ、情報番組などを配信(配信期間は不明)
利用料金	無料
対象端末	PC(ブラウザ)、スマートフォン(アプリ・ブラウザ)、 タブレット(アプリ・ブラウザ)
画質	不明
通信速度/量	不明
地域制御有無	無
利用規模	アプリダウンロード:10万(2022.11)
伝送フォーマット	不明

出典:公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

見逃し配信サービス⑧:FBSムービー

ネット同時配信

78

見逃し配信

FBSムービー

サービス開始時期	不明
提供事業者	株式会社福岡放送
配信番組 配信期間	バラエティ、報道、情報番組など(配信期間は番組毎に設 定)
利用料金	無料
対象端末	PC(ブラウザ)、スマートフォン(ブラウザ)、タブレッ ト(ブラウザ)
画質	不明
通信速度/量	不明
地域制御有無	無
利用規模	不明
伝送フォーマット	不明

出典:公式ホームページの情報、各サービスの利用を通じ情報通信総合研究所作成

付録

1.	開催要綱	付録－ 2
2.	開催状況	付録－ 6

1. 開催要綱

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
「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」
開催要綱（改訂版）

1 背景・目的

本作業チームは、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（以下「検討会」という。）の下で開催される会合として、小規模中継局等のブロードバンド等（ケーブルテレビ、光ファイバ等）による代替可能性について検討することを目的とする。

2 名称

本作業チームは「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」と称する。

3 検討項目

- (1) 小規模中継局等のカバーエリアにおける代替手段の利用可能性
- (2) 代替手段としてのブロードバンド等に求められる機能・品質要件
- (3) その他

4 構成及び運営

- (1) 作業チームの主査は、検討会座長が指名する。作業チームの構成員は、主査が指名する。
- (2) 主査は、必要があると認めるときは、主査代理を指名することができる。
- (3) 主査代理は主査を補佐し、主査不在のときは主査に代わって作業チームを招集する。
- (4) 主査は、必要に応じ、構成員以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
- (5) その他、作業チームの運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

5 議事の取扱い

- (1) 作業チームの会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。
- (2) 作業チームの会議で使用した資料及び議事要旨については、原則として公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。

6 その他

作業チームの庶務は、情報流通行政局放送政策課が、同局情報通信作品振興課、放送技術課、地上放送課及び衛星・地域放送課地域放送推進室の協力を得て行うものとする。

「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」構成員名簿

(敬称略・主査を除き五十音順、令和5年7月7日現在)

<構成員>

(主査)	いとう 伊東	すすむ 晋	東京理科大学 名誉教授
	いしづか 石塚	いさお 功	日本テレビ放送網株式会社 技術統括局長
	いちかわ 市川	よしはる 芳治	日本放送協会 経営企画局専任局長
	おおや 大矢	てるゆき 晃之	ソフトバンク株式会社 執行役員 テクノロジーユニット統括 モバイル&ネットワーク本部 本部長
	おがわ 小川	えいじ 栄治	株式会社フジテレビジョン 技術局長
	おちあ 落合	たかふみ 孝文	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業 プロトタイプ政策研究所所長・シニアパートナー弁護士
	きょうや 京屋	ともゆき 知行	株式会社TBSテレビ メディアテクノロジー局長
	クロサカ	タツヤ	株式会社企 代表取締役
	さいとう 齋藤	はじめ 一	株式会社テレビ東京 技術局長
	たかぎ 高木	たけひこ 武彦	株式会社テレビ朝日 技術局長
	たかた 高田	ひとし 仁	一般社団法人日本民間放送連盟 企画部長
	たかた 高田	みつひろ 光浩	一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟 副理事長
	たきがわ 滝川	だいつけ 大介	東日本電信電話株式会社 ビジネス開発本部 クラウド & ネットワークビジネス部 基盤ネットワークサービス担当 担当部長
	てらだ 寺田	けんじ 健二	日本放送協会 理事・技師長
	ひらばやし 平林	よしかず 義和	西日本電信電話株式会社 バリューデザイン部 コミュニ

ケーション基盤部門 NWサービス担当 担当部長

まる た とおる
丸 田 徹

KDDI株式会社 執行役員 技術企画本部 副本部長

み と も ひ と し
三 友 仁 志

早稲田大学大学院アジア太平洋研究科 教授

もり か わ ひ ろ ゆ き
森 川 博 之

東京大学大学院工学系研究科 教授

<オブザーバ>

おか む ら の り ま さ
岡 村 憲 優

一般社団法人電子情報技術産業協会
テレビネットワーク事業委員会 前委員長

なが た み き
長 田 三 紀

情報通信消費者ネットワーク

はやし しゅう や
林 秀 弥

名古屋大学大学院法学研究科 教授

2. 開催状況

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
「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」
開催状況（第7回以降）

○第7回（令和4年9月30日（金）16:00～）

- (1) 開催要綱の改訂及び議事の取扱いについて
- (2) 作業チームの今後の進め方について
- (3) 実証事業の実施計画案について
- (4) 意見交換

○第8回（令和4年12月20日（火）14:00～）

- (1) 実証事業の調査結果の速報（基礎的調査・ミニサテライト局エリア）
- (2) 今後の実証事業の予定
- (3) 意見交換

○第9回（令和5年1月20日（金）15:00～）

- (1) 実証事業の調査の速報（小規模中継局エリア）
- (2) 今後の実証事業の予定
- (3) 意見交換

○第10回（令和5年2月21日（火）13:00～）

- (1) 実証事業の調査結果の速報①（小規模中継局エリア）
- (2) 実証事業の調査結果の速報②（辺地共聴施設エリア）
- (3) 今後の実証事業の予定
- (4) 意見交換

○第11回（令和5年4月26日（水）17:00～）

- (1) 実証事業報告①（放送アプリケーションに関する基礎的調査）
- (2) 実証事業報告②（実証エリアにおける検証結果の評価・分析）
- (3) 意見交換

○第12回（令和5年5月25日（木）15:00～）

- (1) 放送アプリケーションに関する調査結果を踏まえたブロードバンド代替の今後の検討方針について
- (2) 作業チームの今後の進め方について
- (3) 「仮置きした品質・機能要件」の見直し案及び令和5年度実証事業案について
- (4) 意見交換

○第13回（令和5年6月21日（水）15:00～）

- (1) 放送アプリケーションのコスト試算モデルについて
- (2) 2次取りまとめ案について
- (3) 意見交換

○第14回（令和5年7月7日（金）15:00～）

- (1) 2次取りまとめ案について
- (2) 意見交換

**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
小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム
2次取りまとめ(案)**

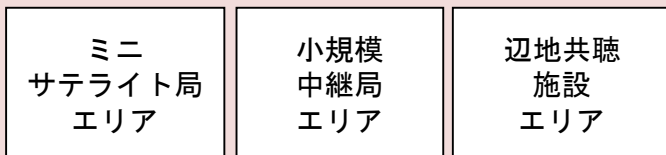
～概要～

令和5年9月

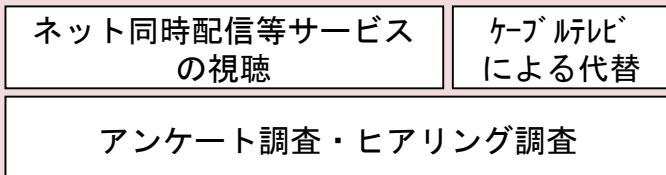
- 作業チームでは、1次取りまとめ以降、ブロードバンド代替(IPユニキャスト方式)の可能性について、実証事業を実施しつつ、令和4年9月から令和5年7月にかけて計8回の会合を開催し、更なる検討を進めてきた。
- 具体的には、実証事業の実施を通じて視聴者の受容性の検証、放送アプリケーションの構成・費用構造の分析等を行った上で、ブロードバンド代替の可能性について検討するために仮置きしていた「品質・機能要件」の見直し、今後の検討課題と検討の方向性について議論を行った。

実証エリアにおける受容性の検証【第1章】

実証エリアの選定



フィールド調査



調査結果の分析・評価

実証事業

基礎的調査【第2章・参考資料】

放送アプリケーションの構成・費用構造等

ネット同時配信等サービスの概要

「仮置きした品質・機能要件」の見直し【第3章】

今後の検討課題と検討の方向性【第4章】

今後の進め方【第5章】

第1章 実証エリアにおける受容性の検証

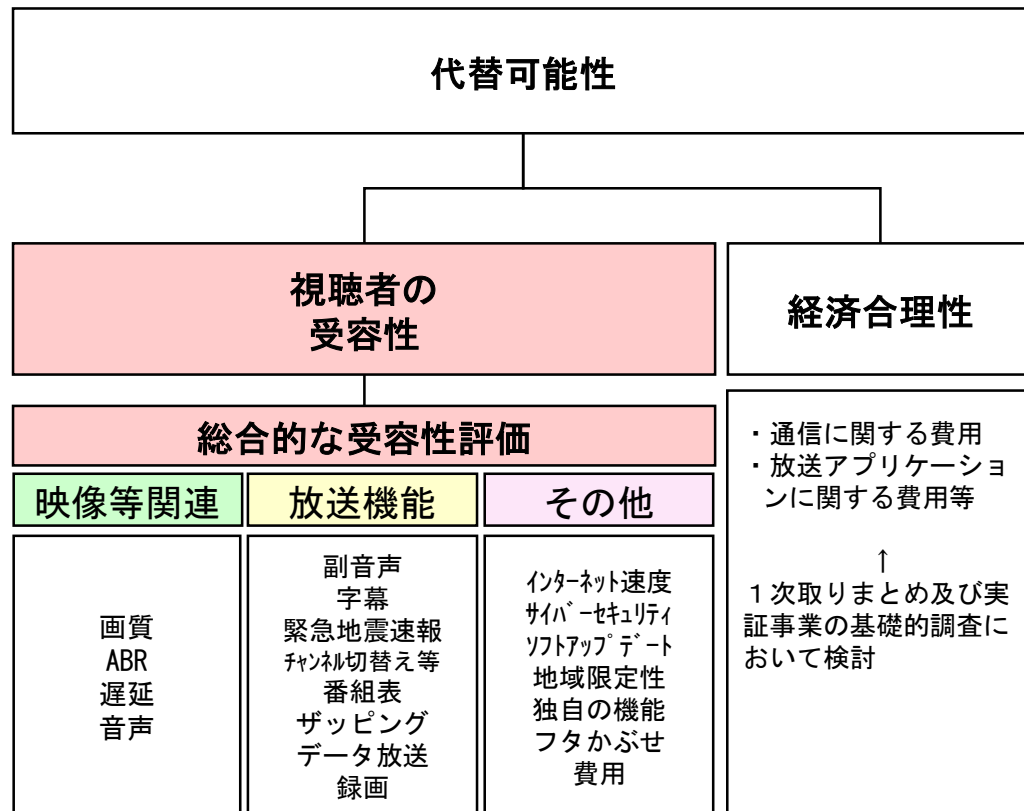
- 実証エリアにおける受容性の検証では、実証エリアとして、ミニサテライト局エリア1ヶ所、小規模中継局エリア1ヶ所及び辺地共聴施設エリア1ヶ所を選定した上で、当該エリアの住民の方々にネット同時配信等サービスを視聴いただき、アンケート調査及びヒアリング調査を行い、その結果について分析・評価を行った。

全体概要

フィールド調査	[ミニサテライト局・小規模中継局エリア] ○ 選定した実証エリアにおいて、世帯別調査（調査A）と集合検証（調査B）の2種類の調査を実施 ○ 被験者に対し、ネット同時配信等サービス（NHKプラス及びTVer）の視聴に基づいて、アンケート調査及びヒアリング調査を実施
	[辺地共聴施設エリア] ○ 選定した実証エリアにおいて、ケーブルテレビへの切替えを行い、世帯別調査を実施 ○ 被験者に対し、地上波放送との比較、切替えへの認識等についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施

分析評価	○ 単純集計 ○ クロス集計 ○ 相関分析 ○ テキストマイニング
------	--

位置付け



- 実証エリアは、サンプルとしての代表性や調査のフィージビリティ確保等の観点から選定。
- 具体的には、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアについては、以下の基準に基づき、ミニサテライト局は「飯能上赤工局」、小規模中継局は「桐生梅田局」を選定。
 - a 関東広域圏内の局
 - b カバー世帯数が全国平均※に近い局
 - ※ミニサテライト局は、そのカバー世帯数の全国平均である約580世帯を採用。小規模中継局は、そのカバー世帯数の全国平均である約1万500世帯を下回る局の平均(約2,200世帯)を採用。
 - c NHK2波、関東キー局5波及び独立局1波の計8波が揃っている局
 - d 放送エリアにおいてブロードバンドサービスが提供されている局
 - e 実証のフィージビリティが確保できる局(集合会場の確保、離島や大雪等がない等)
 - f 実証への協力の得やすさ(大規模観光地に該当しない、デジタル新局ではない)

【ミニサテライト局エリア】

はんのうかみあかだくみ

飯能上赤工局

- ・所在地： 埼玉県飯能市大字原市場
- ・電力： 0.01W
- ・カバー世帯数： 約500世帯



© OpenStreetMap contributors

放送局名
日本放送協会 (総合)
日本放送協会 (教育)
テレビ埼玉
日本テレビ放送網
テレビ朝日
TBSテレビ
テレビ東京
フジテレビジョン

出典： 放送エリア図・放送局名： 総務省関東総合通信局デジタル中継局開局情報



飯能上赤工局エリアの様子



【小規模中継局エリア】

きりゅうめだ

桐生梅田局

- ・所在地： 群馬県桐生市菱町
- ・電力： 0.1W
- ・カバー世帯数： 約1,800世帯



© OpenStreetMap contributors

放送局名
日本放送協会 (総合)
日本放送協会 (教育)
群馬テレビ
日本テレビ放送網
テレビ朝日
TBSテレビ
テレビ東京
フジテレビジョン

出典： 放送エリア図・放送局名： 総務省関東総合通信局デジタル中継局開局情報



桐生梅田局エリアの様子



桐生梅田局

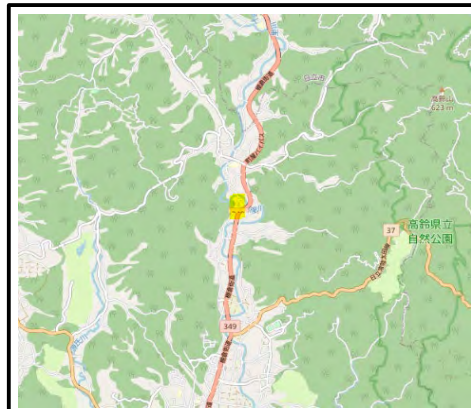
- 辺地共聴施設エリアについては、以下の基準に基づき、「町屋テレビ共同聴視施設組合」を選定。
- a 住民の組合(非営利)が設置する施設
 - b 事業に対する住民(組合員)の合意が得られる施設
 - c 事業に対するケーブルテレビ事業者の協力が得られる施設
 - d 必要最小限のNHK2波及び関東キー局5波の計7波が揃っている施設
 - e 共聴エリアにおいてブロードバンドサービスが提供されている施設
 - f ケーブルテレビのサービスエリアに近接する施設
 - g 実証のフイージビリティが確保できる施設(集合会場の確保、離島や大雪がない等)

まちや

町屋テレビ共同聴視施設組合

まちやちょう

- ・ 所在地： 茨城県常陸太田市町屋町
- ・ 世帯数： 約330世帯



© OpenStreetMap contributors



町屋町の様子



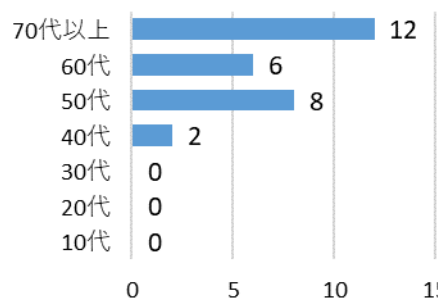
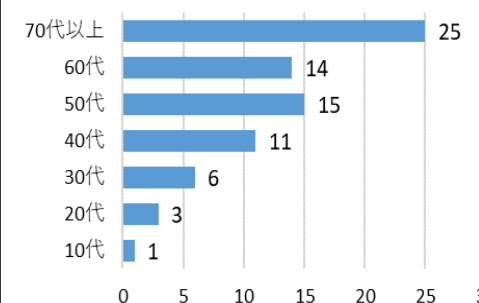
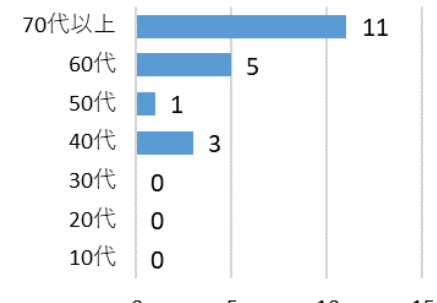
- フィールド調査では、選定した各実証エリアにおいて被験者を募集し、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアについてはネット同時配信等サービスを視聴いただき、その受容性等についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施した。
- 辺地共聴施設エリアについては辺地共聴施設からケーブルテレビへの切替えを実施し、切替え時の案内の在り方、辺地共聴施設及び切替えに対する認識、将来の放送の在り方等についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施した。

		ミニサテライト局エリア・小規模中継局エリア	辺地共聴施設エリア	
①	地域への説明	[ミニサテ：10月、小規模：10月～12月] ・ 市役所、自治会長、町会長への説明 ・ 地域住民への回覧 ・ 説明会の実施	[9月～11月] ・ 市役所、町屋テレビ共同聴視施設組合長への説明 ・ 組合長が切替え対象エリアの全世帯へ案内文書を回覧 ・ 実証ケーブルテレビ事業者による説明会の実施	
②	被験者の募集	[ミニサテ：10月、小規模：10月～12月] ・ 被験者の募集（郵便） 訪問日の設定（調査A） 集合会場と日時の案内（調査B）	[11月～1月] 実証ケーブルテレビ事業者による説明会等で募集し、協力同意書を提出した世帯の代表者を選定	
③	調査実施	[ミニサテ：11月、小規模：12月～1月] 調査A（世帯別調査） ・ 機器設置、環境調査 ・ 番組視聴（見逃し配信） ・ アンケート、ヒアリング	[ミニサテ：11/12、小規模：12/19・1/15] 調査B（集合検証） ・ 番組視聴（同時配信） ・ アンケート、ヒアリング	[12月～1月] ・ 実証ケーブルテレビ事業者によるケーブルテレビへの切替え [2月] ・ ケーブルテレビ切替えと視聴に関するアンケート、ヒアリング
④	結果集計	・ アンケート調査結果の集計 ・ ヒアリング内容のテキスト化		

※ 調査に当たっては、総務省及び実証事業請負事業者にヘルプデスクを設置（辺地共聴施設エリアについては、実証ケーブルテレビ事業者にも設置）

被験者の数と属性

- 被験者の数は、ミニサテライト局エリアでのべ35名、小規模中継局エリアでのべ97名、辺地共聴施設エリアで20名。
- いずれのエリアでも高齢者の割合が高く、インターネット利用度については、ほとんど利用しない人の割合はミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアでは低く、辺地共聴施設エリアでは高かった。テレビの視聴頻度はいずれのエリアでも高かった。

	ミニサテライト局エリア	小規模中継局エリア	辺地共聴施設エリア
被験者数	[調査A] 15名 [調査B] 20名 のべ35名(重複7名)	[調査A] 39名 [調査B] 58名(1回目30名・ 2回目28名) のべ97名(重複22名)	20名
年代	<p>70代以上 : 42.9% (12/28)</p> 	<p>70代以上 : 33.3% (25/75)</p> 	<p>70代以上 : 55.0% (11/20)</p> 
(参考)平均年齢	<ul style="list-style-type: none"> 上赤工地区:52.9歳 (参考)埼玉県:46.8歳 (参考)飯能市:48.9歳 	<ul style="list-style-type: none"> 梅田町1~5丁目:54.2歳 (参考)群馬県:48.1歳 (参考)桐生市:51.2歳 	<ul style="list-style-type: none"> 常陸太田市:54.1歳 (参考)茨城県:48.2歳
インターネット利用度	スマホ含めインターネットをほとんど利用しない: 22.2% (6/27)	スマホ含めインターネットをほとんど利用しない: 12.5% (9/72)	自宅で固定インターネットを利用していない: 70.0% (14/20)
テレビ視聴度 「毎日テレビを観る」 「毎日3時間以上観る」	92.9% (26/28)	84.0% (63/75)	85.0% (17/20)

ミニサテライト局・小規模中継局エリア

- 既存のネット同時配信等サービスのNHKプラスとTVerを活用し、調査A（世帯別調査）と調査B（集合検証）の2種類の調査を実施

環境	調査A(世帯別調査)
	調査B(集合検証)
手法	

辺地共聴施設エリア

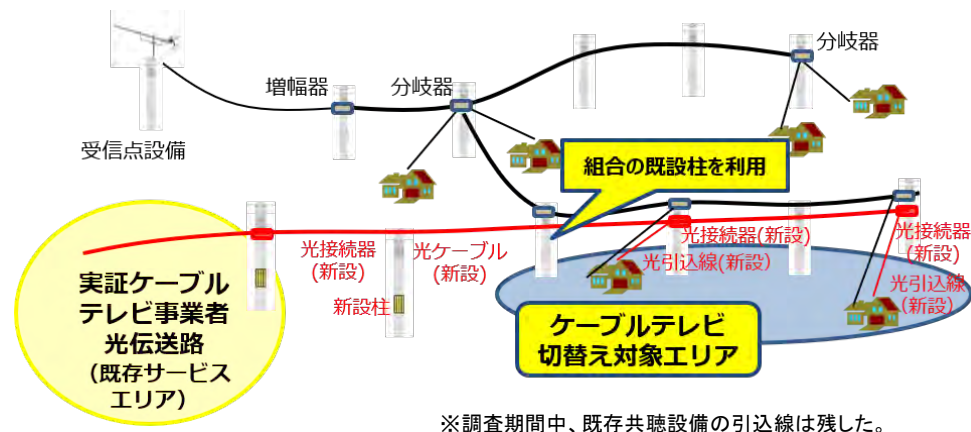
- 辺地共聴施設からケーブルテレビによる視聴に切り替えて、切替え時の案内の在り方、辺地共聴施設及び切替えに対する認識、将来の放送の在り方等についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施

環境	<ul style="list-style-type: none"> ケーブルテレビに切り替えて、被験者である各世帯の代表者に対して調査を実施 各世帯でケーブルテレビを通じた放送番組を視聴
手法	<ul style="list-style-type: none"> 被験者(各世帯の代表者)へのアンケート調査及びヒアリング調査 共聴施設組合長へのヒアリング調査

調査A（世帯別調査）と調査B（集合検証）の2種類の調査の実施

視聴対象番組

		◎同時配信番組	△見逃し配信番組
検証環境	世帯別	N/A	○ 【調査A】 世帯別・見逃し配信番組
	集合	○ 【調査B】 集合・同時配信番組	△ メリットが小さい



※調査期間中、既存共聴設備の引込線は残した。

○ 調査A(世帯別調査)では、各世帯で普段から利用されているテレビで、NHKプラス及びTVerの見逃し配信番組の視聴による検証を実施。

調査Aの実施手順

① 事前調査 [郵便・電話]

調査実施可能性の判定
 ・インターネット環境の有無
 ・テレビの視聴状況確認

↓
 被験者自身により視聴環境を設定
 (アプリ内蔵スティック型端末の設定等)

② 設置・環境調査 [訪問]

実施環境設定、動作確認、環境確認
 ・NHKプラス又はTVerの視聴確認
 ・テレビサイズ、視聴距離、通信速度測定
 ・検証内容の説明、視聴日時と視聴番組1つを選定

↓

③ 番組視聴 アンケート回答 [電話]

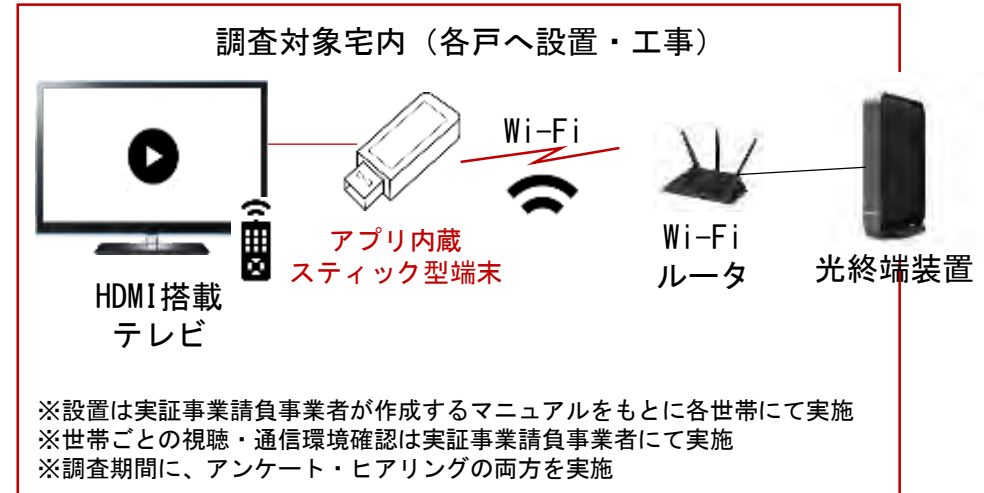
視聴実施と視聴状況確認、アンケート実施
 ・操作をガイドし対象番組視聴の確認
 ・視聴終了時連絡とアンケート回答依頼

↓

④ アンケート回収 ヒアリング調査 [訪問]

アンケート回収、ヒアリング実施
 ・アンケート内容を被験者と確認しながら
 詳細ヒアリングを実施(約30分間)
 ・ヒアリング内容は許可を得て録音しテキスト化

実施環境イメージ



実証事業請負事業者が設置・動作確認・環境確認を実施

○ 調査B(集合検証)では、集合会場(ホテル内会議室)に設置したサイズの異なる2つのテレビで、NHKプラス及びTVerの同時配信番組の視聴による検証を実施。

調査Bの実施手順

- ・サイズの異なる2つのテレビ(65型・32型)で、同時配信番組又は地上波放送番組の計10回を視聴
- ・ブラインドテストとして、被験者は同時配信番組か地上波放送番組のいずれを視聴しているのか分からない状態で調査を実施

テレビ65型(32型)を視聴

①同時配信番組(高画質)視聴

↓
画質、音声の評価

②地上波放送番組 視聴

↓
画質、音声の評価

③地上波放送番組 視聴

↓
画質、音声の評価

④同時配信番組(中画質)視聴

↓
画質、音声の評価

⑤同時配信番組(高画質)視聴

- ・同時配信番組だと説明
- ・字幕表示

画質、音声の評価
字幕表示の評価

テレビ32型(65型)を視聴

⑥同時配信番組(高画質)視聴

↓
画質、音声の評価

⑦地上波放送番組 視聴

↓
画質、音声の評価

⑧地上波放送番組 視聴

↓
画質、音声の評価

⑨同時配信番組(中画質)視聴

↓
画質、音声の評価

⑩同時配信番組(高画質)視聴

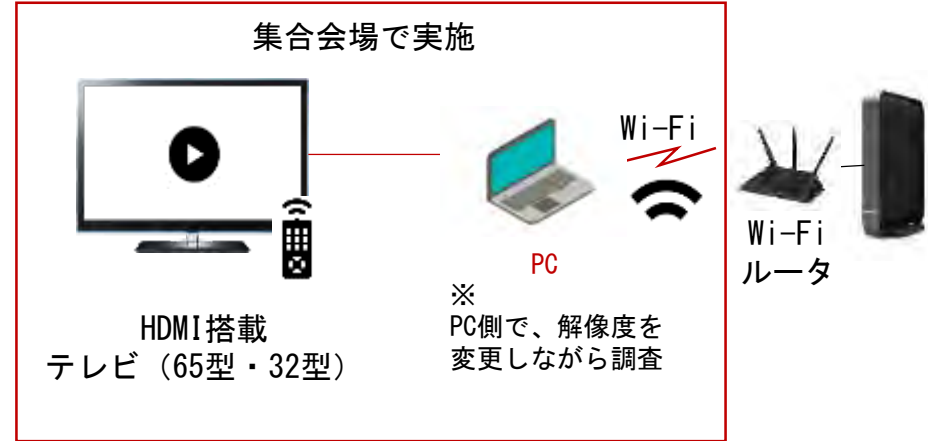
- ・同時配信番組だと説明
- ・字幕表示、チャンネル切替え

画質、音声の評価
画面切替えの評価

⑪ヒアリング調査

- ・被験者ひとりにつき基本的に実証事業請負事業者の研究員が1名付きヒアリング実施(約20分間)
- ・ヒアリング内容は許可を得て録音し、全てテキスト化

実施環境イメージ



実証事業請負事業者が設置・動作確認・環境確認を実施

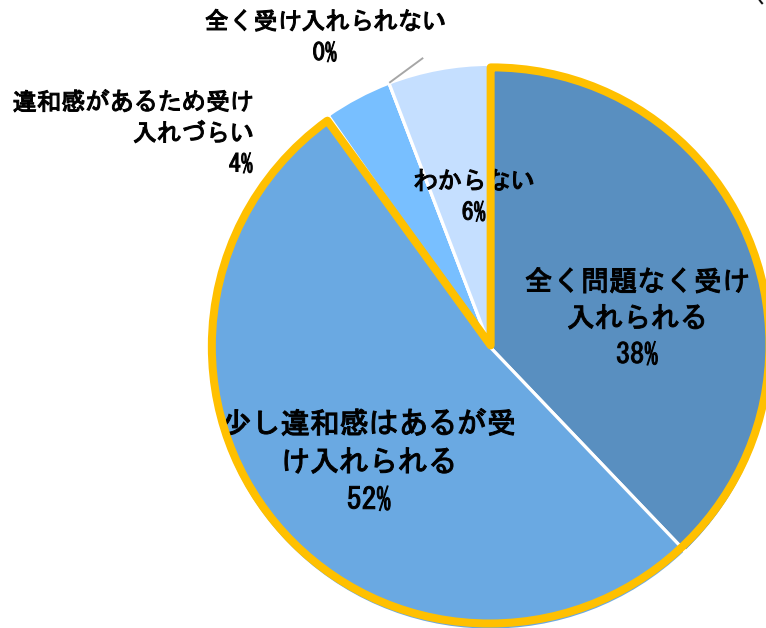
要素	小項目	内容
映像等 関連要素	a 画質 ※調査A・Bともに★	「画質の鮮明さ」「文字の読みづらさ」で地上波放送との違いを感じたか
	b アダプティブビットレート (ABR)	ABRが発生したように感じたか・ABRの発生をどの程度受け入れられるか
	c 遅延 ※調査Bのみ★	30秒程度の遅延は受け入れられるか ※調査Aは見逃し配信番組の視聴のため、遅延については解説図により説明して評価。
	d 音声 ※調査A・Bともに★	「音声」で地上波放送との違いを感じたか
放送機能 関連要素	e 副音声	インターネット経由の番組視聴を想定した場合に重要と考えるか
	f 字幕 ※調査Bのみ★	インターネット経由の番組視聴を想定した場合に重要と考えるか
	g 緊急地震速報	インターネット経由の番組視聴を想定した場合に重要と考えるか
	h チャンネル切替え等 ※調査A・Bともに★	チャンネル切替え等の操作等が変わることによる混乱や支障の程度はどうか ※調査Bでは、チャンネル切替えは実証事業請負事業者の研究員が実施。 調査Aでは、チャンネル切替えは被験者が実施し、加えて音量操作についても被験者が実施して評価。
	i 番組表	普段番組表で観たい番組を探すか、テレビ上に番組表が表示されることは重要か
	j ザッピング	普段ザッピングするか、ザッピングできることは重要か
	k データ放送	インターネット経由の番組視聴を想定した場合に重要と考えるか
	l 録画	普段録画するか、見逃し視聴は録画の代替となるか、見逃し視聴の希望期間
その他 要素	m インターネット速度	インターネット経由の番組視聴で速度に影響がでることが気になるか
	n サイバーセキュリティ	ウイルスなどのサイバーセキュリティは気になるか
	o ソフトのアップデート処理等	IPユニキャストを提供するアプリケーションの更新等の作業に対する抵抗感はあるか
	p 地域限定性	離れた地域(他県)の放送番組が観られるようになることを期待するか
	q インターネット独自の機能	インターネットならではの機能への期待、PCやスマホでの視聴等に期待するか
	r フタかぶせ	フタかぶせをどの程度受け入れられるか
	s 費用負担	初期費用や維持費に対する考え方
インターネット経由での番組視聴に対する 総合的な受容性評価 ※調査A・Bともに★		もし放送の代わりにインターネット経由で放送番組を視聴する場合受け入れられるか

- アンケートにおける設問「もし放送の代わりにインターネット経由で番組を視聴するとなった場合に受け入れられそうですか」に対する回答を、「総合的な受容性評価」と位置付け、分析を実施。
- ミニサテライト局及び小規模中継局エリアを集計した結果、**9割の被験者がインターネット経由での番組視聴を受け入れられるとの結果**が得られた。

調査A・B

今回の視聴全体から感じることをお答えください。もし放送の代わりに、インターネット経由で放送番組を視聴するとなった場合に受け入れられそうですか。

(n=103)



内訳	調査A	調査B	計
全く問題なく受け入れられる	26	13	39
少し違和感があるが受け入れられる	24	30	54
違和感があるため受け入れづらい	3	1	4
全く受け入れられない	0	0	0
わからない	1	5	6

- 総合的な受容性評価の全回答者（103名）のうち、「違和感があるため受け入れづらい」と回答した4名について、「違和感があるため受け入れづらい」と回答した要因について分析。
- **画質のみに限らず、録画、遅延、フタかぶせ、緊急地震速報の遅延、費用等の他の機能も含めて、総合的に地上波放送と同等であることを望んでいることが読み取れる。**

実証エリア	調査	画質※ 評価 (鮮明さ)	年代	画質や受容性に関する発言
ミニサテ	B	×	70以上	映像は(中画質以外)鮮明だった気がした。インターネット(経由)になった際の 受信料が気になる 。インターネットになること自体は時代の流れだと思うが、個人的には将来こうなると受け入れづらいと思う。ネット契約がない人は移行したらどうするのか。
小規模	A	○	70以上	画質の違いはあまり感じなかった 。インターネットでテレビを見ることになって見逃しはできるけど 録画はないですとなると、それはまずい と思う。普通の番組が遅れるのはよいが、 緊急地震速報が遅れるのは困る。フタかぶせは受け入れられない 。今(実証では)はテレビが見れる上に見逃しで観ているからプラスだが、総合的にこれに替わるとなると受け入れづらい。デメリットが出てくると困る。インターネットになったらNHKの受信料はどうなるのか。 違和感があり受け入れづらいの(理由)は費用と、替わったときに(地上波と)同等のサービスを受けられるのかわからないから心配 。あとは緊急時の遅延が気になる。画質については違和感ない。
小規模	A	×	60	文字の読みづらさはないが、画質が悪かった。これがテレビになるとなったら何とか我慢できると思うが、 今の感覚だと録画は必要。30秒の遅延はやや影響があるかと思う。フタかぶせはできればない方がよい 。違和感は画質が大きいかな、 一番重要なのは画質 だと思う。録画は必要で、見逃しだけではちょっと(足りないと思う)。日本全国が替わるならよいが、ある地域だけというのはちょっと。ある地域に行ったら画質が綺麗だけど、こっちに来たら違うよというのは気になる。
小規模	A	△	50	画質は色が薄い気がした。テレビ(地上波)とも見比べて画質が薄かった。録画を今は使わないが、保存用として 録画機能自体は必要 。基本的には今ある機能が犠牲になるのはよくないと思う。遅延は普通の番組視聴では気にならないが緊急時は結構なタイムラグだと思う。画質の低下については受け入れられない。テレビとして観るのであれば、 テレビと同じもの(画質)をみせてほしい 。フタかぶせは視聴中に出た。何を言っているかわからなくなる。 これ(フタかぶせ)があると地域間格差みたいなのが起きることになるのでは 。ネット契約していない世帯や光が来ていない地域が取り残されるのはあまり良い制度設計とは言えないのでは。このままだと受け入れられない。普通の視聴にどれだけ近づけられるかだと思う。 画質と操作性も気になる 。

※ 画質評価（鮮明さ）：×違いを強く感じた、△違いをある程度感じた、○あまり感じなかった

ミニサテライト局・小規模中継局エリアにおける調査結果 ②要素別分析の結果概要

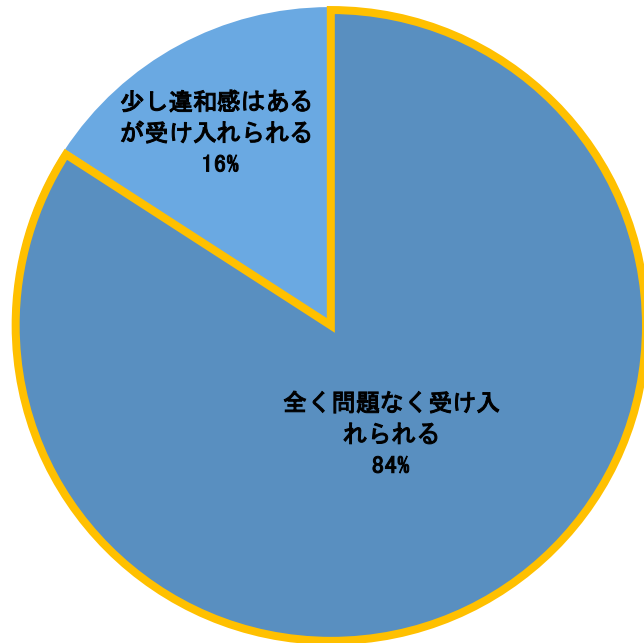
○ 要素別分析では、映像等関連要素、放送機能関連要素及びその他要素の3つに分け、各項目の検証結果を分析したところ、その結果概要は、以下のとおり。

映像等 関連要素	a 画質	地上波放送番組との違いを感じないとの回答が多かったが、同時配信の中画質で地上波放送との違いを感じるという回答が増加
	b アダプティブビットレート (ABR)	ABRは、できれば無いのが望ましいとの回答が約7割と多かった 一方で、実際にABRの発生を体験したと感じた被験者の割合と「視聴中の画質の低下は全く受け入れられない」と回答した被験者の割合に乖離があり、ABR発生の体験と受容性は必ずしも一致してないことが推察される
	c 遅延	30秒程度の遅延については、「全く影響がない」又は「あまり影響がない」との回答が約8割と多く、受容性は高かった
	d 音声	音声については、調査A、調査Bともに地上波放送番組との違いを感じた被験者は少なく、受容性が高かった
放送機能 関連要素	e 副音声	副音声のニーズについては、「あるほうがよい」と「なくてもよい」がともに約4割と意見が分かれた ヒアリングからは、自分は使わないがあったほうがよいとの発言が多く、社会的な必要性を意識した回答となっている可能性がある
	f 字幕	字幕は、「極めて重要だ」又は「あるほうがよい」との回答が7割となりニーズが高かった 耳の悪い方への配慮など社会的な重要性を指摘する声のほか、自身の耳が悪くなることへの懸念も聞かれた
	g 緊急地震速報	緊急地震速報は、特に「極めて重要だ」とする回答が65%と多かった ヒアリングからは、スマホにも通知が届くとの発言が多かったことが見て取れる
	h チャンネル切替え等	調査Aの被験者はFire TV Stick上で動作するアプリを操作したが、「難しくない」又は「慣れそうだ」との回答が約9割と多く、操作感が異なっても受容性は高かった 調査Bでチャンネル切替えのスムーズさについて、違いを感じた被験者は「切替えが遅い」と回答した
	i 番組表	テレビ上に「番組表を表示する機能は不可欠だ」という回答が6割強と多く、ニーズが高かった ヒアリングでは、今日見るテレビは新聞のテレビ欄から探すとの話も多かったが、その上でテレビでの表示も必要だと回答したことが見て取れる
	j ザッピング	「観たい番組を簡単に探せるのであればザッピング以外の方法でも構わない」との回答が約7割と多かった。 Fire TV Stickのリモコンを被験者自らが操作した調査Aでも同様の傾向であった
	k データ放送	データ放送は、「極めて重要」又は「あるほうがよい」との回答が8割弱となり、ニーズが高かった ヒアリングからは、自分が使うか使わないかは半々であったが、いずれもあったほうがよいと考えていることが見て取れる
	l 録画	録画は、「見逃し視聴機能があっても自宅のレコーダーでの録画もできたほうがよい」との意見が半数強と多数であった レコーダーの代替としての見逃し視聴期間については意見が分かれるが2週間～1ヶ月分との回答が多かった
その他 要素	m インターネット速度	普段のインターネットの速度が気になるかについては、世帯の状況によって回答が分かれた テレビ以外の端末への影響については、半数が現時点ではあまり気にならないと回答した
	n サイバーセキュリティ	「非常に気になる」又は「やや気になる」との回答が約8割と多かった
	o ソフトのアップデート処理	自動アップデートを約半数が望んでいる。アップデート自体無いほうがよい回答も約1割あった
	p 地域限定性	インターネットであれば、離れた地域の放送番組も視聴したいと回答が約7割と多かった
	q インターネット独自の機能	インターネット独自の機能として、約半数がPCやスマホでの視聴を利用したいと回答した 視聴データ活用は、セキュリティ上の不安よりも、便利な機能への期待が上回った
	r フタかぶせ	フタかぶせは「できれば無いのが望ましい」又は「受け入れられない」との回答が約7割と多かった。特に、「できれば無いのが望ましい」が半数強と多かった。他方、「インターネット経由ならではの事象だとして、受け入れられる」との回答が約3割あった フタかぶせが実際に発生した調査Bと発生頻度が低いと考えられる調査Aで、調査結果はほとんど変わらなかった
	s 費用負担	番組視聴がインターネット経由になった場合の費用を尋ねたところ、「一定程度の費用負担はやむを得ない」との回答が6割強と多かった

辺地共聴施設エリア 調査項目

大項目	小項目	内容
(1) 切替え前の地上波放送視聴との比較	① 映像や音声の違い	「映像や音声」で地上波放送視聴との違いを感じたか、違いがあればどのように感じたか
	② 機能面での違い	「機能面」で地上波放送視聴との違いを感じたか、違いがあればどのように感じたか
(2) 切替えの案内文書の在り方	③ 内容確認と理解度	案内文書を読んだか、理解できたか
	④ 工事までの期間	案内から切替え工事までの期間は適切か
	⑤ 案内の信憑性	案内文書に対する不信感を感じたか
	⑥ 適切な案内方法	安心と感じる案内の在り方（誰から、どのように届くとよいか）
(3) 切替えの説明会の在り方	⑦ 参加の有無と理解度	説明会に参加したか、理解できたか
	⑧ 必要性	説明会の必要性
	⑨ 開催方法	説明会の開催方法
(4) 将来の放送の在り方 (放送機能関連要素)	⑩ 番組表	将来の放送視聴における、以下の機能の重要性 ・ テレビ上の番組表 ・ 字幕表示 ・ 副音声 ・ データ放送 ・ 緊急地震速報 ・ 録画（普段録画するか） ・ ザッピング
	⑪ 字幕	
	⑫ 副音声	
	⑬ データ放送	
	⑭ 緊急地震速報	
	⑮ 録画の有無	
	⑯ ザッピング	
	⑰ 災害時の情報取得	災害時の情報の入手方法
(5) 共聴施設及び切替えへの認識	⑱ 認知度と課題	共聴施設であることの認知、不安や課題の認識
	⑲ 切替えのメリデメ	切替えにより良かったこと・悪かったこと
	⑳ 工事における気付き	切替え工事で気になったこと
	㉑ 費用	費用の考え方
	(6) ケーブルテレビによる番組視聴に対する総合的な受容性評価・その他	㉒ 視聴面・機能面
㉓ 全体を通して		案内周知・説明会・工事実施・視聴等 全体に対する評価
㉔ 事業者に対して		ケーブルテレビ事業者の提供サービスについての期待

従来の視聴方式からの切り替えについてどのように捉えますか。
 視聴面（画質・音声）、機能面から最も近い考えをお答えください。



(n=19)

内訳	計
全く問題なく受け入れられる	16
少し違和感があるが受け入れられる	3
違和感があるため受け入れづらい	0
全く受け入れられない	0
わからない	0

(参考)

[少し違和感があるが受け入れられる] 3名の回答者のヒアリング時発言
 ※実証事業請負事業者の研究者が回答者へ少しの違和感の内容について尋ねたもの

[背景と費用]

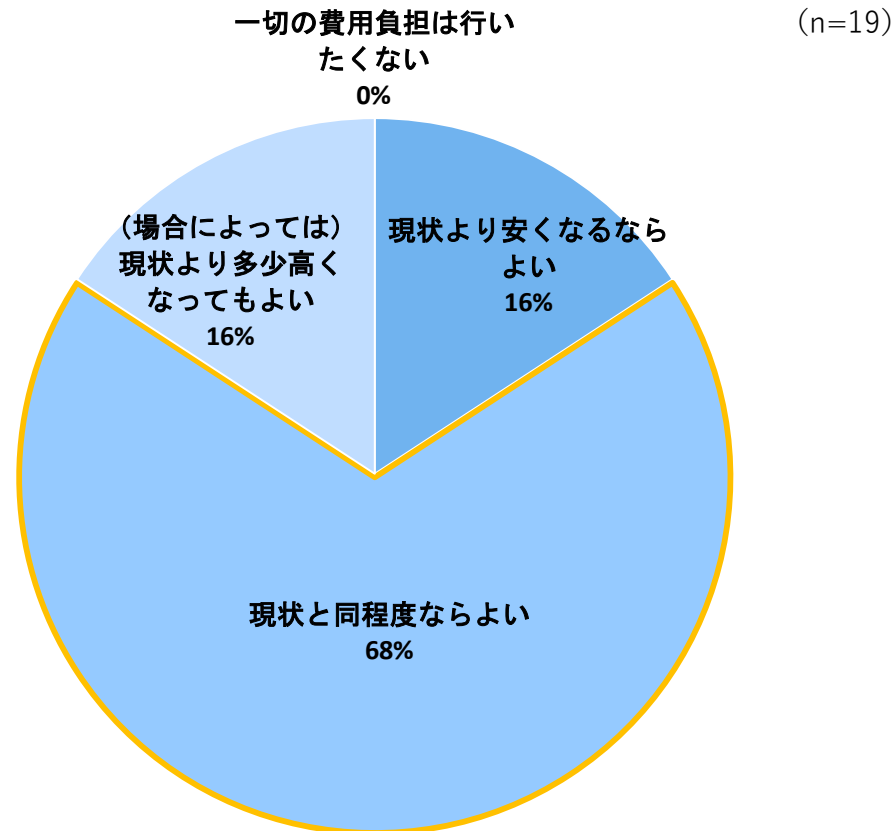
- 内容はよくわからないけど少し違和感がある。何でもこういことをやるんだろうと思って。よく聞いたら、線とか全部設備がみんな新しく揃えなきゃいけない、もう年数がたってるからだめだって。金額も跳ね上がるとかということなので。
- なぜケーブルテレビにするのかわからなかった。あとは負担がね。当然高くなるということが。

[調査自体への違和感]

- 何でか、国の方針みたいな感じがしたんだね。無料ですよ、工事費全て無料ですよなんていうから・・・感じたけどね。

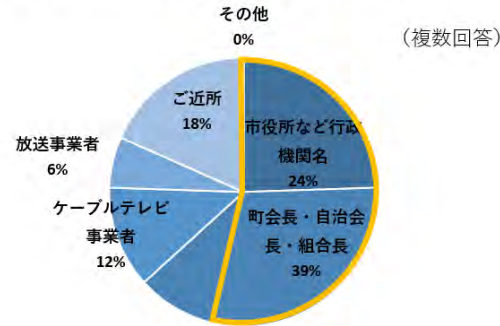
費用負担

地上波により放送番組を視聴する際、視聴者においては共聴組合費用が必要でした。設備がケーブルテレビに変わることによって費用負担が変わることがあります。この費用について最も近い考えをお応えください。



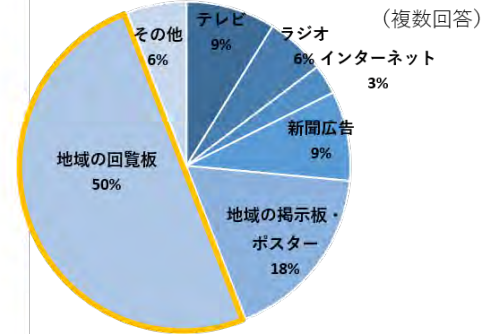
案内の在り方

今回のような案内について、誰からのものだとより安心できると感じますか？当てはまるものを全てお答えください。



今回のような案内について、どのような伝え方だとより安心できると感じますか？

当てはまるものを全てお答えください。

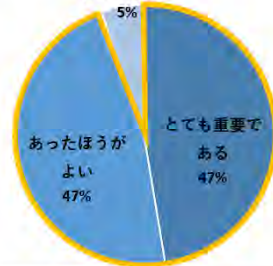


説明会

今回のような対面の説明会は必要だと思いますか？

最も近い考えをお答えください。

なくてもよい (n=19)



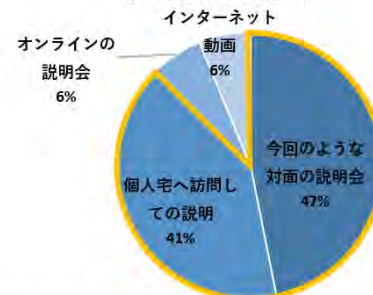
ヒアリングにおける主なコメント

- ・ 高齢者でも理解できる説明会であることが重要。
- ・ (参加者は) 知識が無いので、切り替えをやりますというアナウンスだけだと駄目。
- ・ 対面で実施することが何より重要。
- ・ (自分ではないが) 怪しくて行けなかった人もいた、と聞いている。

説明会の開催方法について、あると良いと思うものを

すべてお答えください。

(複数回答)



ヒアリングにおける主なコメント

[対面の説明会] の回答者

- ・ 個人宅の説明は感染症や詐欺などがあり好ましくない。

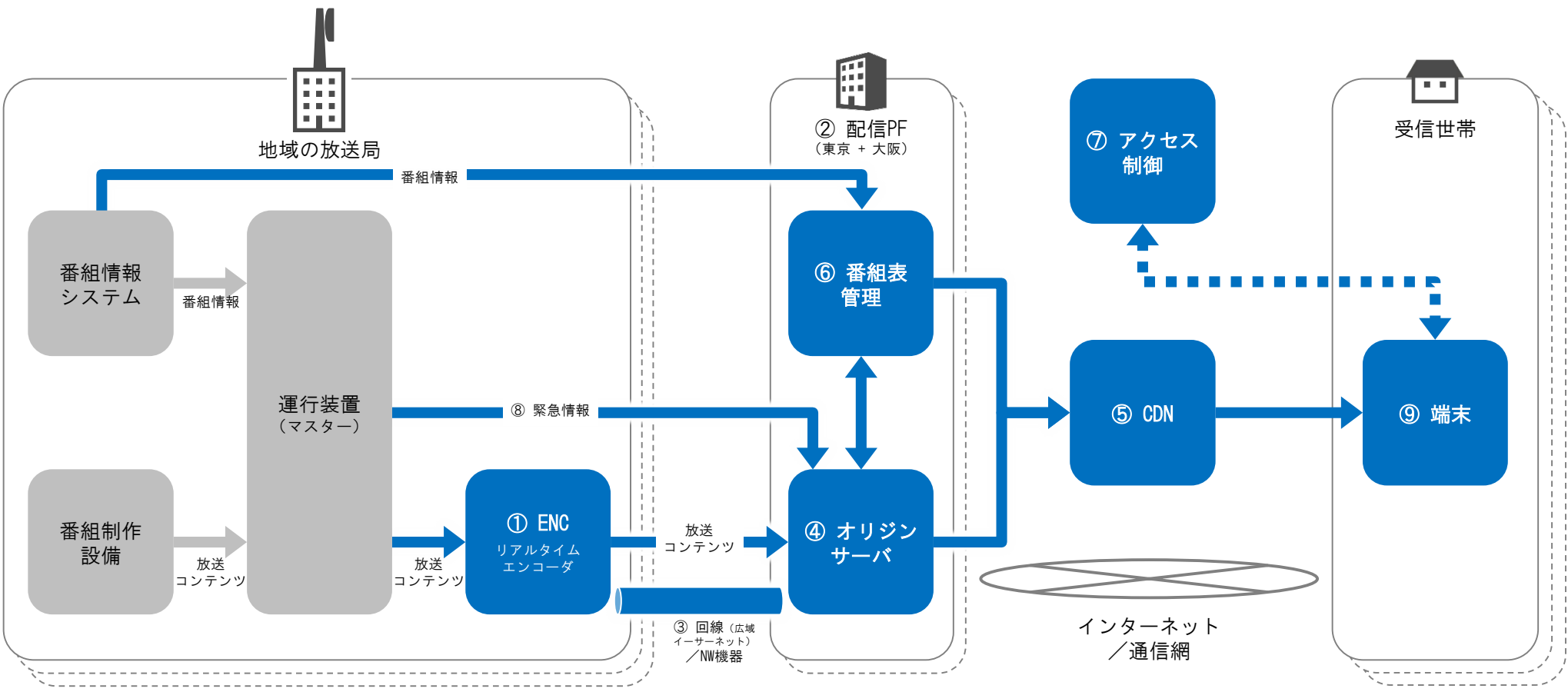
(その他、開催方法について)

- ・ 後で質問等ができるよう手元に残る文書や資料、質問できる環境が必要。
- ・ どれも必要がない、資料があればよい。
- ・ 歩くことが困難なので出かけるのが難しい。

第2章 放送アプリケーションに関する基礎的調査

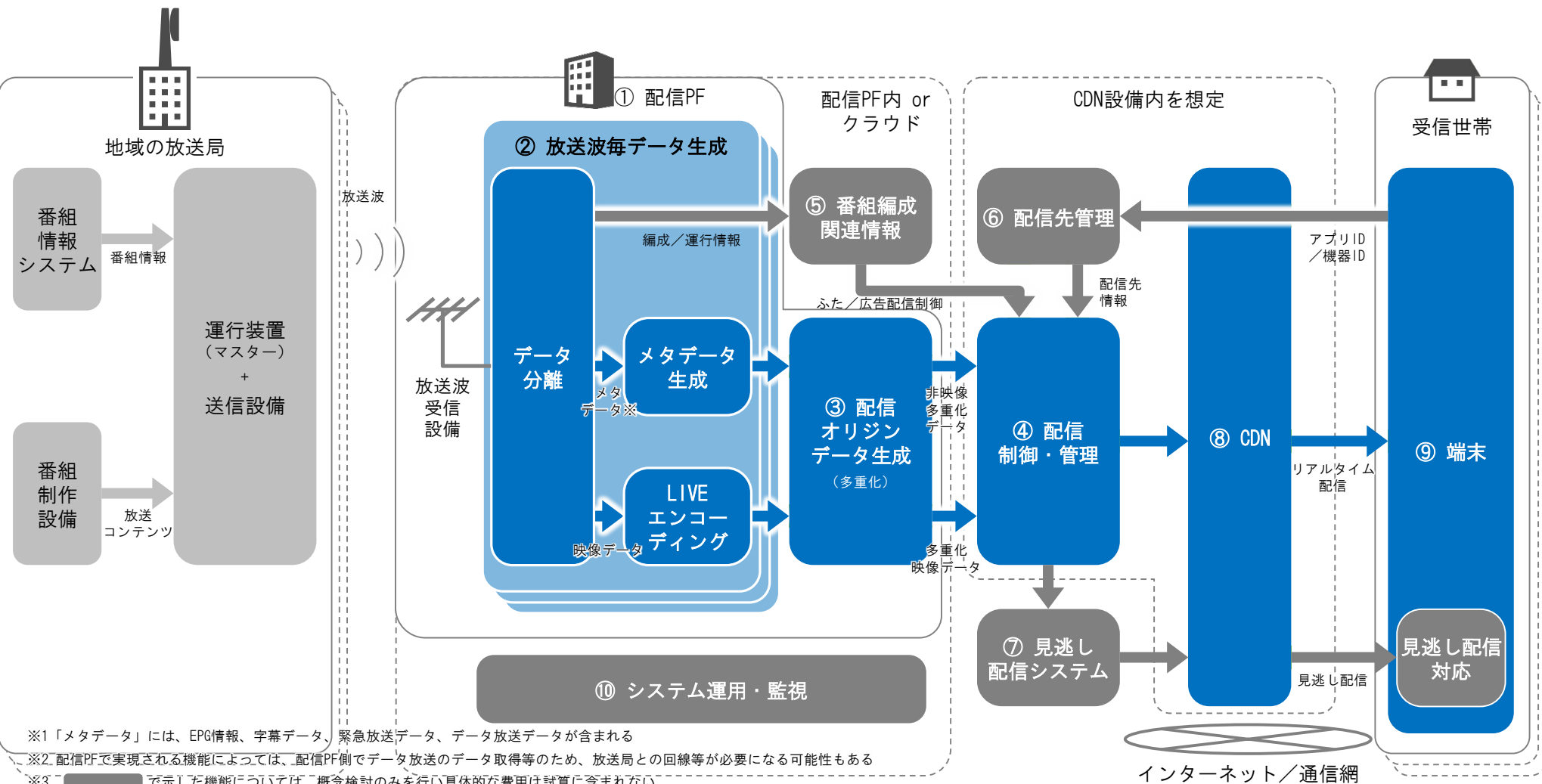
A案の全体構成・アーキテクチャ

- BB代替の対象となる地域の全ての放送局が、東京と大阪に設置された配信プラットフォームに放送コンテンツ等を送信し、CDNを通じて、受信世帯に設置された端末に放送される
- 既存のインターネット配信の仕組みと類似し、その技術／製品／人材を活用できる範囲が多い



B案の全体構成・アーキテクチャ

- BB代替地域の放送波を配信プラットフォームで受信し、放送波毎にメタデータ※1と映像データを生成し、それらのデータを多重化、配信制御・管理とCDNを通じて端末に放送される
- 放送波を利用するため、放送されている内容をそのまま配信されるとともに、放送事業者側設備の変更が不要※2



各ソリューションの特徴(概要)

		A案	B案	
モノ	① 設備の配置	<ul style="list-style-type: none"> 東京と大阪に 集約 	<ul style="list-style-type: none"> 各地のBB代替対象地域と同一放送エリアごとに 分散 	
	② 構築／提供形態	<ul style="list-style-type: none"> 動画配信サービス を活用し、IaaSサービス上での個別開発で補完 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的に オンプレミス でシステムを構築 	
ユー	視聴者視点	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">STB端末</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">1080p~232p</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">ABR</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">音声2ch</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">字幕</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">緊急情報</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">DRM</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">アクセス制御</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">EPG</div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">AndroidネイティブAP</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">スマートデバイスでの視聴</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">720p</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">音声2ch</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">字幕</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">データ放送</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">EPG</div> </div>	
		④ 導入容易性	<ul style="list-style-type: none"> STBと視聴アプリケーション を合わせて提供（標準的） 	<ul style="list-style-type: none"> ドングル等に 視聴アプリケーションを導入（標準的）
	⑤ 番組視聴の障害に至る要因	<ul style="list-style-type: none"> 配信PFのシステム内に SPOFなし 	<ul style="list-style-type: none"> 配信PF がSPOFになりうる（配信PFの冗長化は可能） 	
	放送事業者視点	⑥ 構築～運用に必要なリソース	<ul style="list-style-type: none"> 放送局内で 機器設置／回線工事あり（標準的） 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的に、放送局内での 工事なし
		⑦ 導入容易性	<ul style="list-style-type: none"> 通常の ネット同時配信と同様（標準的） 	<ul style="list-style-type: none"> 構築時に必要な稼働がなく、導入が容易
その他	⑧ 個別ニーズへの対応	<ul style="list-style-type: none"> 基本的に、全国で共通の基盤サービス を利用 	<ul style="list-style-type: none"> 個別構築が多いため、基本的に 個別ニーズへ対応可 	
情報	⑨ 放送APの構築／運用体制	<ul style="list-style-type: none"> 放送局設置設備での保守以外は、構築～運用保守まで 1事業者で完結（アクセス制御／ユーザサポートを除く） 	<ul style="list-style-type: none"> 中心的な事業者以外に オンサイト保守等は現地で調整 が必要（アクセス制御／ユーザサポートを除く） 	
	⑩ 仮置きした品質・機能要件との整合性	<ul style="list-style-type: none"> 別途、示す 	<ul style="list-style-type: none"> 放送波から配信データを生成する 独自技術 を採用 	
	⑪ 必要な技術／知見	<ul style="list-style-type: none"> 既存のネット配信の技術（データ放送を除く） 	<ul style="list-style-type: none"> 新規開発が多く、分散配置のため、不確定なことが多い 	
カネ	⑫ 実現に向けた予見可能性	<ul style="list-style-type: none"> 既存技術を活かすため 不確定要素は少ない 	<ul style="list-style-type: none"> スクラッチ開発等により 比較的時間を要する可能性 	
	⑬ 時間／プロセス	<ul style="list-style-type: none"> 既存サービス利用により 比較的短時間 	<ul style="list-style-type: none"> スクラッチ開発等により 比較的時間を要する可能性 	
	⑭ 費用	<ul style="list-style-type: none"> 別途、示す 		

A案における放送アプリケーションの費用に影響を与える要素

分類	固定の費用	波数で変化する費用 23波	配信PFの数で変化する費用	世帯数で変化する費用 62,258世帯
内訳	① DRM※2 ② 番組表管理※2 ③ アクセス制御※2 ④ 緊急速報※2 ⑤ 視聴アプリケーション※2	① リアルタイムエンコーダ※1 ② 広域イーサネット回線※1 ③ 配信PF側機器/ラック※1 ④ 配信サービス(基本料金)※1 ⑤ オリジンサーバ※1	なし	① CDN※1 ② 端末(HW)※1
留意事項	✓ ①～④の費用に関して、厳密には、これらの費用はBB代替の対象となる「全てのBB代替の端末数」にも依存するが、今回は簡便のため定数とみなす ✓ ⑤の費用に関して、端末に搭載される1種類の標準OSへの対応と仮定する ✓ ①～⑤の費用に関して、UIやロジック等の設計/デザインに関しては単純なものを想定する	✓ ①～⑤の費用に関しては、標準サービス内での機能/サービス提供を想定する	なし	✓ ①の費用に関して、トラフィック流量をもとに課金されるが、一部トラフィック量は配信サービスの基本料金に含まれる ✓ ②の費用に関して、一定量の発注台数をコミットした場合の概算費用をもとに算出している
システム監視、ユーザサポート、プロジェクト管理等は一切含まれていない				
5年間の総額	10%程度	20%程度	なし	70%弱程度
	固定の費用	波数で変化する費用	世帯数で変化する費用	

✓ 全体費用の中で、「世帯数」に応じて発生する費用が約2/3を占める

※1 サービス提供される品目等であり、金額は標準定価

※2 個別開発によって提供される品目であり、金額は類似案件に基づく概算費用

B案における放送アプリケーションの費用に影響を与える要素

分類	固定の費用	波数で変化する費用 23波	配信PFの数で変化する費用	世帯数で変化する費用 62, 258世帯
内訳	<ul style="list-style-type: none"> ① 要件定義・全体設計※2 ② 「放送波毎データ生成（データ分離）」のソフトウェア※2 ③ 視聴アプリケーション※2 	<ul style="list-style-type: none"> ① 「放送波毎データ生成」内のデータ分離（チューナー）※2 ② 「放送波毎データ生成（データ分離）」のソフトウェア※2 	<ul style="list-style-type: none"> ① DC関連設備（ラック、インターネット回線、LAN機器等）※2 ② 放送波毎データ生成（機器等）※2 ③ 配信オリジンデータ生成※2 ④ CDN（サポート）※2 	<ul style="list-style-type: none"> ① 配信制御・管理（仮想サーバ、ロードバランサー）※1 ② CDN※1
留意事項	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ①の費用に関して、規模や特殊性／複雑性、スコープ等によって変化するが、類似の単純なリアルタイム配信の事例を想定した ✓ ②の費用に関して、対象のソフトウェア開発費用を固定費とライセンス費（波数x利用期間）と設定した ✓ ③の費用に関して、端末に搭載されるAndroidネイティブアプリの開発し、UIやロジック等の設計／デザインに関しては単純なものを想定する 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ①の費用に関しては、各配信PFに予備機（コールドスタンバイ）を設置することを想定した ✓ ②の費用に関して、対象のソフトウェア開発費用を固定費とライセンス費（波数x利用期間）と設定した 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ①～③の費用に関しては、各配信PFに設置される主な機材が含まれているが、各DCの固有の状況やキャパシティに応じた設計等は十分に考慮できておらず、また、都内のDCの一般的な価格をもとに推計している ✓ ①と④のサポート費用に関しては、1DCあたりの費用を単純積算とした 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ①の費用に関して、配信制御・管理機能は独自設備構築とし、1万世帯毎に1セットのHWを必要と見積もるが、実装形態も含めて十分に検討／考慮できていない ✓ ②の費用に関して、総トラフィック量に対して1GBあたりの単価を単純積算とした
平日日勤以外の保守、システム監視、ユーザサポート等は一切含まれていない				
5年間の総額	1% 以下	1% 以下	10% 程度	90% 程度
配信PFの数で変化する費用			世帯数で変化する費用	

✓ 全体費用の中で、「世帯数」に応じて発生する費用が大半占める

※1 サービス提供される品目等であり、金額は標準定価
 ※2 個別開発によって提供される品目であり、金額は類似案件に基づく概算費用

○ 放送アプリケーションの費用構造分析の結果を踏まえ、通信に関する費用のほか、放送アプリケーションに関する費用も含めた形で、ブロードバンド代替に必要な費用を算定するための方法(コスト試算モデル)を取りまとめた。

BB代替の 検討開始

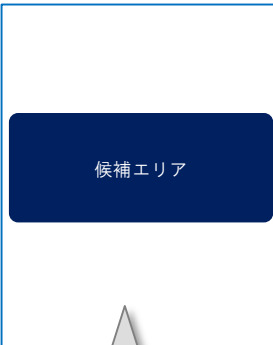
1. 対象放送設備の決定

BB代替の検討対象となる放送事業者（放送波）と対象とする放送設備（小規模中継局等）を決める



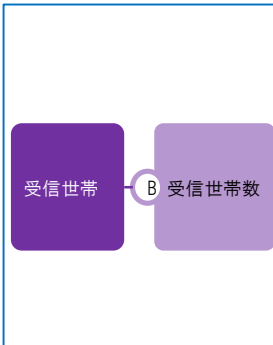
2. 候補エリアの特定

対象放送設備による放送の受信世帯が存在している地域（BB代替の候補となるエリア）を選定する



3. 受信世帯の特定

対象放送設備による放送を受信していると思われる世帯を特定する



通信に関するコスト試算フロー

放送アプリケーションに関するコスト試算フロー

12. 通信の費用と放送APの費用の合算

BB代替の コスト ※3

BB代替に係る通信や放送アプリケーションの費用分析から、比較的経済合理性が見出しやすい傾向が分かっていることから、こうした傾向に着目して放送エリア内の全放送設備の中から候補を選定する（場合によっては複数のパターンの候補を挙げる）ことが想定される。

【通信に関する費用】

- 単一の放送設備当たりの受信世帯数が少ないこと※1

【放送APに関する費用】

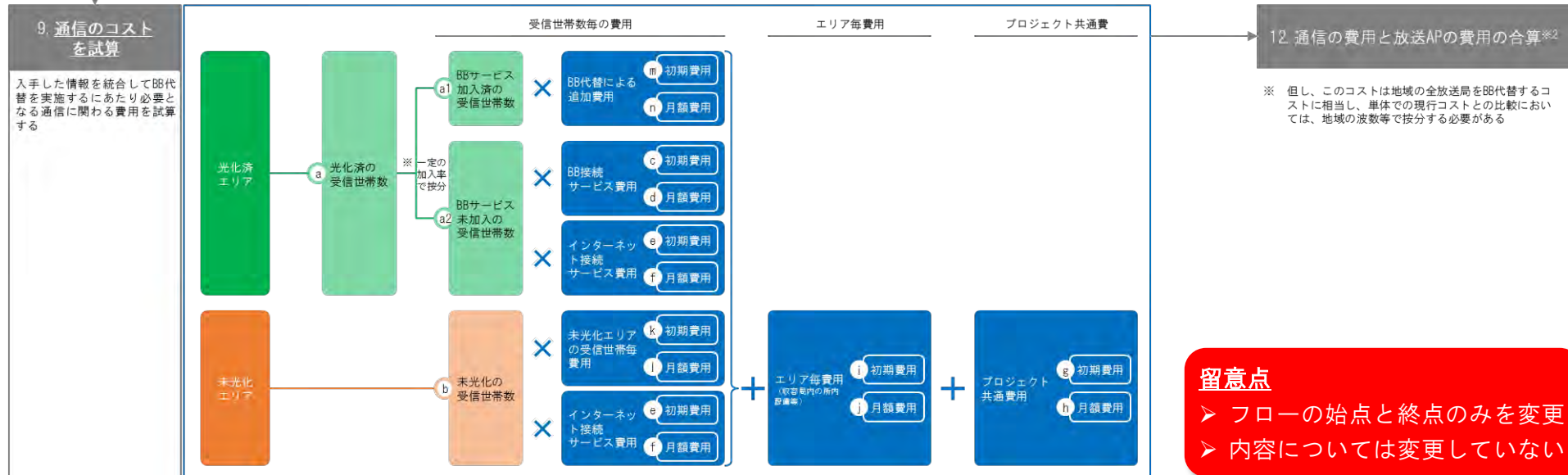
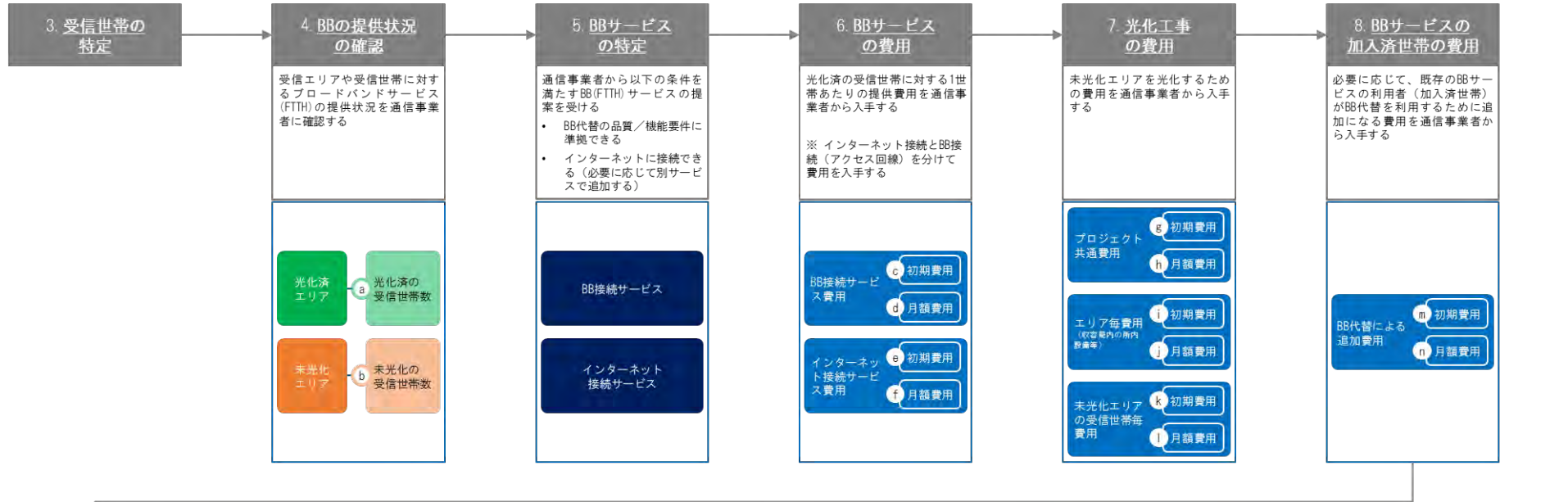
- BB代替を検討する範囲における合計の波数を抑えつつ、単一の放送設備当たりの受信世帯数が少ない放送設備をなるべく多く集約すること※2

※1 「1次取りまとめ」P28を参照。

※2 「参考資料2 放送アプリケーションに関する基礎的調査に係る参考資料」の「■ A案 -費用構造分析における不確定要素」（P51）を参照。

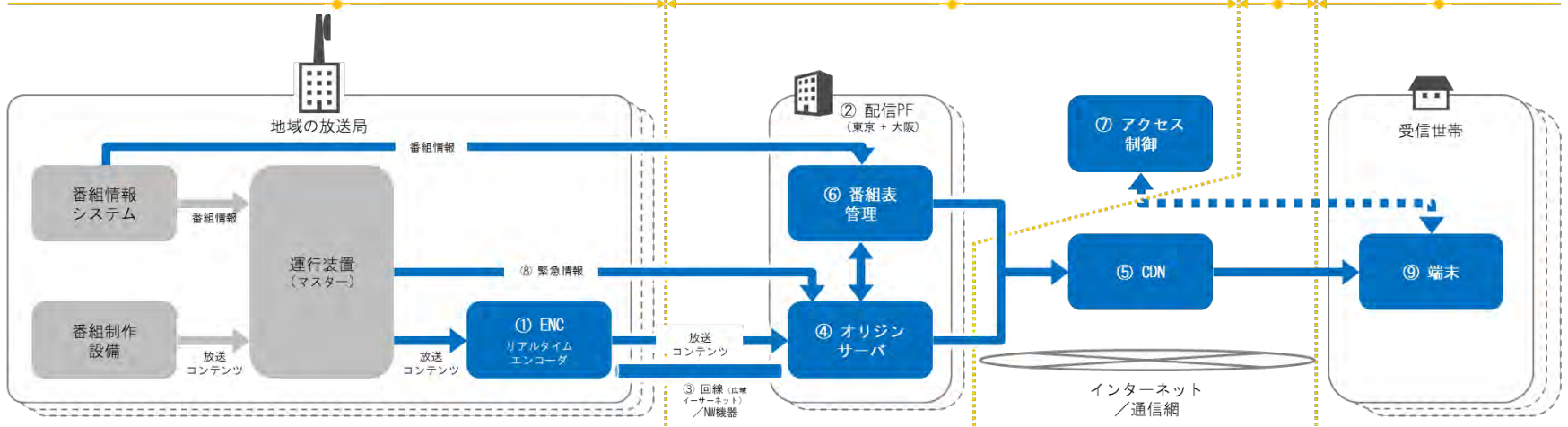
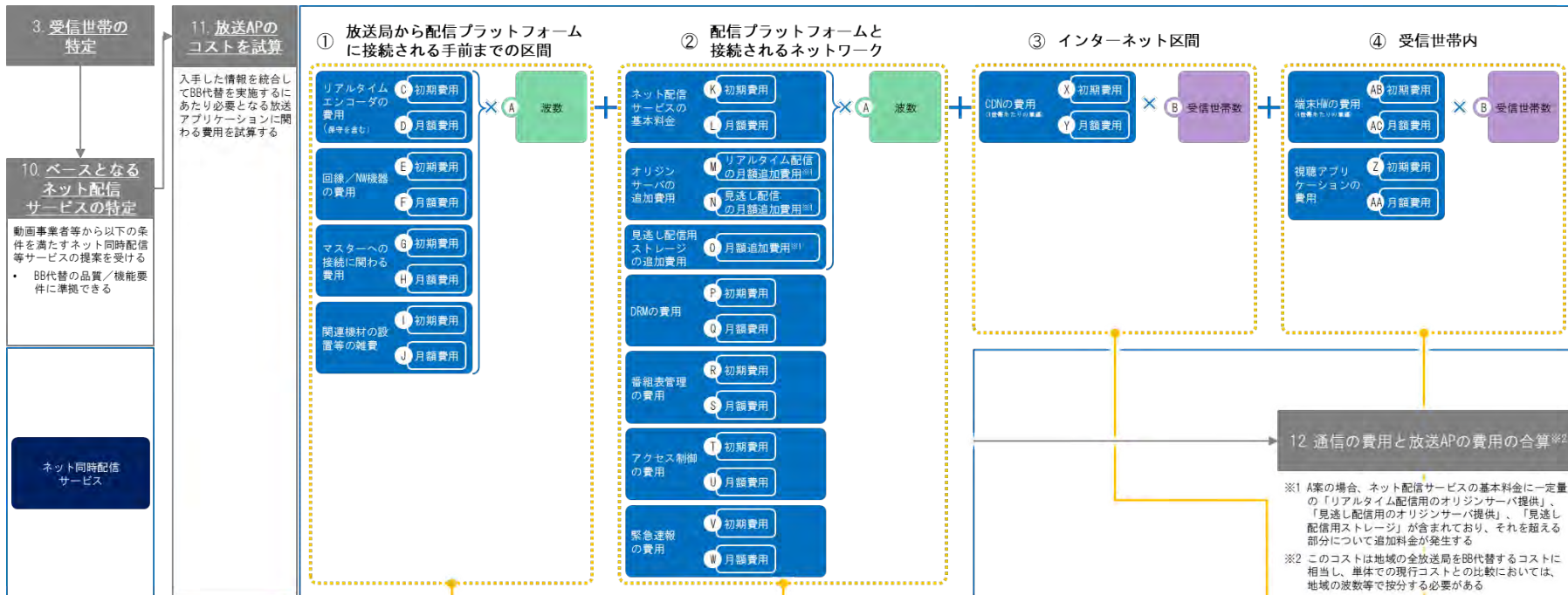
※3 このコストは地域の全放送局をBB代替するコストに相当し、単体での現行コストとの比較においては、地域の波数等で按分する必要がある。

通信に関するコスト試算フロー



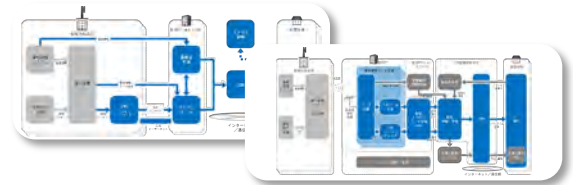
留意点

- フローの始点と終点のみを変更
- 内容については変更していない



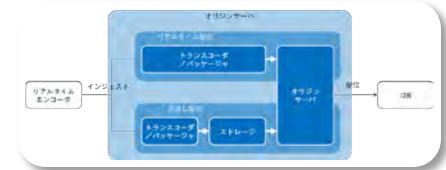
① 放送APの 構成イメージ を提示できた

- ✓ 一般的なネット同時配信システムに採用されている構成と類似の構成に加え、放送波を用いた構成についても詳細を検討できた



② 放送APの 必要機能 とその実装に向けた 検討ポイント を提示できた

- ✓ BB代替を実現するために放送APが備えるべき機能の詳細と、それを実装するために検討を行う必要がある主な論点を洗い出すことができた



③ 放送APの構成毎の 特徴を分析する視点 を提示できた

- ✓ BB代替を実現する際に特定の構成／実装を選定することになるが、それらを分析／評価するための多様な視点を洗い出すことができた

項目	特徴	視点
放送APの種類	地上波放送用、衛星放送用、IP放送用	放送APの種類によって、機能や構成が異なる
放送APの機能	放送波送信機能、IP送信機能、録画機能、編集機能	必要な機能を確認し、実装可能な構成を選定する
放送APの構成	単機構成、複数機構成、クラウド構成	構成によって、コストや運用性が異なる
放送APの運用	24時間運用、オンデマンド運用	運用方法によって、必要な機能が異なる
放送APの接続	有線接続、無線接続	接続方法によって、必要な機能が異なる
放送APのセキュリティ	認証機能、暗号化機能	セキュリティ要件を確認し、必要な機能を実装する

④ 放送APの 費用の項目 と 費用の多寡に影響を与える要因 が明確になった

- ✓ 放送APの実現に向けて発生する主な費用項目を洗い出すことができ、どのような要因によって費用の多寡に影響を受けるのか洗い出すことができた



- 調査結果として放送APの「費用の項目」と「費用の多寡に影響を与える要因」が明確になった
- 一方で、放送APシステムの精緻な費用の多寡が見出せず、1次取りまとめの通信の費用と統合したブロードバンド代替全体での経済合理性の評価には至らなかった
- 競争法等に準拠しつつ全国レベルで実際の市場価格を用いた経済合理性の評価をオープンな場である作業チームで行うことは難しいのではないかと？

今回の取組（費用構造分析）を通して **明確になった事**

- 放送APを構成する「**費用の項目**」
- 放送APの「**費用の多寡に影響を与える要因**」
(大規模にBB代替を適用する場合、特にCDNに関わる費用が全体費用に大きな影響を与える可能性が高い)

残された課題

① BB代替の経済合理性を評価するための前提となる **放送APの費用の多寡を精緻に把握できなかった**

システムの仕様が曖昧

✓ 特に、端末（番組表表示、緊急情報の通知を含む）、アクセス制御、録画ニーズへの対応などの具体的な要件が決まっておらず、想定費用の振れ幅が大きい

見積の金額が実際的な値付け
／市場価格から乖離している

✓ 今回は概算見積として「標準定価」等を用いて算出しているが、実際の市場価格から乖離している可能性が高い

② 放送APと通信の費用を合わせた **BB代替全体の経済合理性を評価できなかった**

通信部分のミクロ分析と
放送APのマクロ分析が未統合

✓ BB代替における通信の費用は単一の放送設備毎に検討（ミクロの分析）ができたが、一方で共通の固定費が無視できない放送APの費用は特定の放送設備のグループを想定した上で検討（マクロの分析）を行ったが、情報（全国の放送設備の状況）の不足等もあり、議論を統合できなかった

第3章 「仮置きした品質・機能要件」の見直し

「品質・機能要件」の見直し

○ 1次取りまとめの「仮置きした品質・機能要件」について、実証事業の結果等を踏まえ、次のとおり見直しを行った(主なものを抜粋)。

※今般見直しを行った箇所は、赤字・見え消し修正の箇所。

規定項目	規定内容	品質・機能要件	備考
対応デバイス	テレビ	スマートTV向けアプリ	BB代替用STBは未検討 ・ STB、ドングル等の活用可能性や特定のOSに依存しない形での実現可能性を検討
	PC、スマホ		PC・スマホなど ・ PC、スマホなどでの視聴可能性について検討(視聴ソフトウェア、アクセス制御方法等)
ネットワーク条件	ネットワーク制御	なし(ベストエフォート)	
	通信容量	6.0Mbps(1080p) 3.0Mbps(720p) 1.5Mbps(540p) 768kbps(360p) 384kbps(252p) 192kbps(180p)	
伝送遅延	映像・音声・データの伝送遅延	約30秒程度	低遅延配信技術(CMAF等)は未検討 ・ 低遅延配信技術(CMAF等)について検討
映像フォーマット	有効走査線数	1080, 720, 540, 360, 252, 180 ※ABR(アダプティブビットレート)を採用	
音声フォーマット	最大入力音声チャンネル	2ch 5.1ch	5.1chは未検討
映像・音声・字幕等の同時性	緊急地震速報(文字スーパーによるもの)	前提としていない 速やかに表示させることが望ましい	全て未検討 ・ 低遅延プッシュ型配信(MTE等)について検討
著作権保護	コンテンツ保護機能	AES128bit相当の暗号化	
地域限定性	サービス提供区域	サービス提供区域 対象者の限定を考慮 サービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアに同じ	
データ放送	提供機能		提供可否や変換方法などを含めて全て未検討 ・ 提供の在り方について検討
電子番組ガイド	提供機能	番組表の提供 番組表からのチャンネル切替え機能	プレイリスト機能は未検討 ・ 番組表と録画・ダウンロード番組や見逃し配信番組とのリンク機能について検討
その他	録画	録画(ストリーミング動画の蓄積)の代替機能として、ファイルダウンロード機能及び見逃し配信機能	録画機能、見逃し配信、ダウンロード機能などは未検討 ・ 録画(ストリーミング動画の蓄積)の実現可否について検討

第4章 今後の検討課題と検討の方向性

(1) 著作権等の権利処理

IPユニキャスト方式について、いわゆる「フタかぶせ」が回避され、放送の一部としての著作物の利用が確保されるようにするため、著作権法の改正によってもなお解決していない課題があるか検討すべき。

【検討状況】

○「フタかぶせ」は「できれば無いのが望ましい」又は「受け入れられない」との回答が約7割と多かった。

【今後の検討の方向性】

○権利処理に係る課題と対策について更に検討。

(2) 地域制御の有無

- ・ 放送コンテンツが他の地域でも視聴できることについて、どう考えるか議論すべき。
- ・ 仮に地域制御(対象エリアや対象者の制限)を行う場合、どのような仕組みで確保されるか検討すべき。
- ・ 「区域外受信」について、何らかの課題があるか検討すべき。

【検討状況】

○「品質・機能要件」において、「サービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアに同じ」とした。

【今後の検討の方向性】

○IPアドレス、GPS、ユーザーID等、複数の制御手段について、メリット・デメリットを含めて検討。

(3) 住民理解・受信者対策

- ・ ブロードバンド等の利用に係る経済的負担や放送との品質・機能の違いに関する住民視点での受容性をどう確認するか検討すべき。
- ・ 大規模改修が生じる集合住宅の居住者や生活困窮世帯などを含め、どのようなプロセスによって住民理解を得ていくべきか検討すべき。

【検討状況】

○ブロードバンド代替について約9割が受け入れられるとの回答。
○住民理解を得ていくためのプロセスについて辺地共聴施設エリアにおいて調査。

【今後の検討の方向性】

○具体的に放送アプリケーションを試作し、被験者の数を増やす等し、更に検討。

(4) ユーザーアクセシビリティの確保

- ・ 操作性、一覧性など、受信端末が利用しやすい環境が確保されるのか検討すべき。
- ・ 字幕の表示等に支障は生じないか検討すべき。
- ・ 代替が実現され、更には上記のような機能が実現・確保されるための課題についても検討すべき。

【検討状況】

○操作感が異なっても「難しくない」又は「慣れそうだ」との回答が計約9割。

○副音声及び字幕は、社会的な重要性が指摘。

【今後の検討の方向性】

○具体的に放送アプリケーションを試作し、更に検討。

(5) デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上

- ・ 放送との品質・機能の違いが想定される中、新たな機能・サービスの提供について、どう考えるか議論すべき。
- ・ IPユニキャスト方式において視聴データが活用される場合、放送におけるプライバシー保護に関する要件の取扱いをどう考えるか検討すべき。

【検討状況】

○PC・スマホでの視聴、録画、番組表に対する高いニーズを確認。

○視聴データ活用については、セキュリティ不安よりも便利な機能への期待が上回った。

【今後の検討の方向性】

○具体的に放送アプリケーションを試作し、更に検討。

(6) 放送法との関連等

- ・ IPユニキャスト方式について「あまねく受信(努力)義務」との関係をどう考えるか検討すべき。
- ・ 災害時の情報入手に支障が生じないためにどのような課題があり、どのような対策が必要か検討すべき。
- ・ 限られた地域・受信者を念頭に置いたIPユニキャスト方式について、NHK受信料をどう考えるか検討すべき。

【検討状況】

○緊急地震速報に対するニーズが非常に高いという結果が得られた。

【今後の検討の方向性】

○緊急地震速報について具体的に検証を行うとともに、その他の課題についても検討。

実証事業の実施を通じて抽出された検討課題と検討の方向性
(ミニサテライト局エリア・小規模中継局エリア)

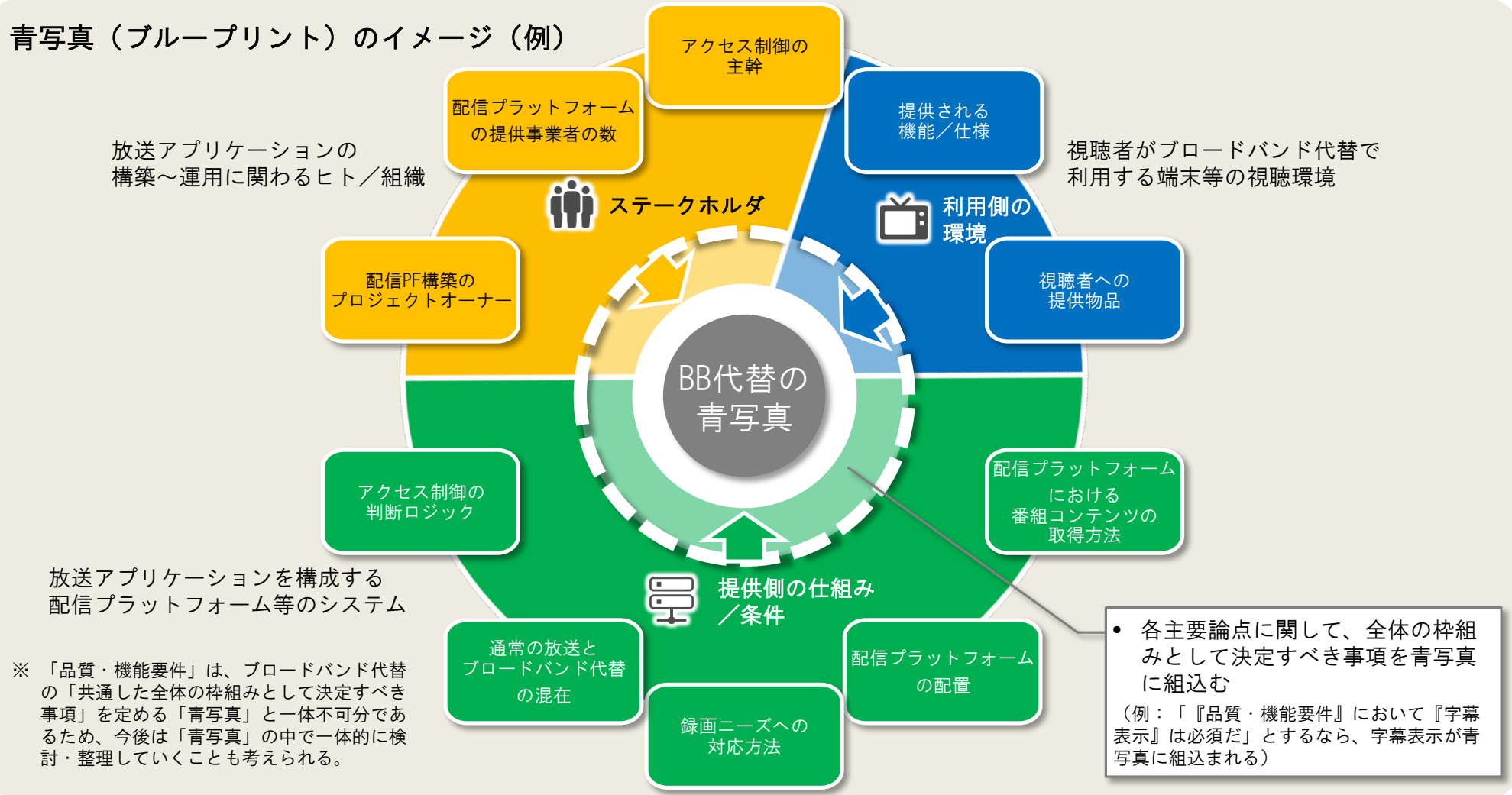
	項目	課題	検討の方向性
未検討・未到達課題 ファイルド調査における	社会的な必要性	<ul style="list-style-type: none"> 障害者などを含む社会的な評価が十分でない 	社会的な必要性についても調査し、機能の在り方を考慮する
	インターネットを利用していない被験者	<ul style="list-style-type: none"> サンプル数が少なく、評価しきれていない 	集合検証を行うなどして、ネット未契約者も被験者に加える
	ITリテラシーとの関係	<ul style="list-style-type: none"> インターネットを利用しない世帯の調査が不十分 インターネット、スマホやPCの利用度でのみ評価している 	インターネットリテラシーについても調査し、受容性との相関や求められる機能を明確にする
	複数端末利用における評価	<ul style="list-style-type: none"> 各世帯1台のテレビでしか評価していない 	複数端末同時視聴環境下での受容性を評価する
	テレビの利用実態との関係	<ul style="list-style-type: none"> 個人でテレビの重要度は異なるが同列として評価している 視聴時間やよく見る番組別等の視聴者属性別の評価が不十分 	日常生活におけるテレビの重要度を調査し、視聴時間やよく見る番組といった視聴属性に合わせた受容性を評価する
	自宅以外での視聴	<ul style="list-style-type: none"> 車での視聴やオフィスでの視聴など、自宅以外の利用について未検討 	自宅以外でテレビがどの程度視聴されているのかを調査の上で検討を行う
映像等関連要素に関する課題	画質に関する正確な評価	<ul style="list-style-type: none"> 実証の視聴中にABRがほぼ発生せず、イメージのみの回答に留まっている 特にスポーツなど動きのあるコンテンツでは、より高画質(例えば、「6Mbps 1920×1080」相当)での同時配信の評価が必要 	検証用の放送アプリケーションを実装し、ネット同時配信視聴により受容性を評価をする
	視聴コンテンツ別の評価	<ul style="list-style-type: none"> スポーツなど動きのあるコンテンツでのサンプル数が少ない 	検証用の放送アプリケーションを実装した上で、視聴コンテンツの種類を増やし、特にスポーツ番組視聴における受容性を評価する
	ながら視聴	<ul style="list-style-type: none"> SNSやチャットなどの「ながら視聴」を想定した遅延評価を考慮していない(特に若い世代向け) 	アンケートやヒアリングにてSNSやチャットを用いた「ながら視聴」における遅延等の受容性を評価する
その他要素に関する課題	住民への代替の周知方法	<ul style="list-style-type: none"> 誰からどのようにあるべきか、具体的な評価が不十分 	サンプル数を増やし、アンケートとヒアリングにより、住民周知の在り方と具体的な周知方法について検討を行う
	代替対象世帯の特定方法	<ul style="list-style-type: none"> 中継局を代替する場合に、当該中継局の電波を受信している世帯を完全に特定することは難しい 	可能な限り事前に特定することに努めるとともに、代替後においても速やかな対応が取れるよう準備を進める
	災害時/緊急時のテレビ視聴ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> テレビが使えない場合の代替手段をどうすべきか 	緊急情報取得手段を検討・整理する
	(IPユニキャスト)システムの所有と運用主体	<ul style="list-style-type: none"> 代替プラットフォーム、放送アプリケーションの所有者及び運用主体をどうするか 	プラットフォームや放送アプリケーションの所有者・運用主体について検討を行う
	地域別、ローカル局における代替	<ul style="list-style-type: none"> 地域やローカル局におけるニーズを把握できていない 	地域やローカル局の実態を調査を実施するとともに、事業者ヒアリング等による要望を整理する
	導入後サポートの在り方	<ul style="list-style-type: none"> 誰がどのようにサポートするべきか未検討 	視聴者側の求めるサポートを調査するとともに、事業者による実現可能性(コスト面含む)について検証を行う
	代替手段のデリバリ	<ul style="list-style-type: none"> 代替手段の具体的な実装方法が未検討 視聴者への放送アプリケーションの配布方法が未検討 	放送アプリケーションの合理的な実装方法、視聴者への配布方法について検討を行う

第5章 今後の進め方

- 1次取りまとめにおいて述べたとおり、ブロードバンド代替を導入するに当たっての課題については、着実な検討が求められるものであり、その検討に当たっては、実際に住民の方々に代替手段を利用していただき、その声を聞くことが極めて重要である。
この点、今般実施した実証事業では、現時点でブロードバンド代替のための配信サービスが存在しないことから、既存のネット同時配信等サービスを活用して調査を実施するに留まった。しかし、当然のことながら、視聴者の受容性の検証や技術的な検証は、実際に代替するとなった場合に想定される形に可能な限り近い代替手段を活用して実施することが望ましい。
このため、次の段階としては、今般の見直し後の「品質・機能要件」に可能な限り準拠してブロードバンド代替を想定した放送アプリケーション(配信プラットフォーム)を試作した上で、放送番組の配信を行う新たな実証事業を実施することにより、視聴者の受容性の検証や技術的な検証を行うことが適当である。
- また、ブロードバンド代替が放送事業者の「経営の選択肢」として導入可能な環境を整備するためには、視聴者の受容性の検証や技術的な検証のみならず、導入の手順や準拠すべき条件等を示していくことが必要である。このため、第3章において取り扱った「品質・機能要件」に加え、第4章において述べた検討課題も踏まえ、ブロードバンド代替の「共通した全体の枠組みとして決定すべき事項」を取りまとめた「青写真(ブループリント)」の策定や、放送事業者においてブロードバンド代替を検討する際の参考となる「標準的手順」の策定等の取組が重要となる。
作業チームでは、今後、こうした取組を進め、小規模中継局等の次期更新スケジュールを踏まえ、ブロードバンド代替が放送事業者の新たな「経営の選択肢」となり得るか否かについて、令和6年夏頃に結論を得ることを目指すこととする。
- ブロードバンドインフラの普及が全国的に進む中、ブロードバンド等による小規模中継局等の代替は、そのための具体的方策のひとつとして期待される。他方で、ブロードバンド等による小規模中継局等の代替は、一般的なネット同時配信等サービスとは異なり、従来からの電波による放送を代替しようとするものであり、放送事業者及び視聴者の双方にとってこれまでに経験したことのない新たなサービスとなることから、その実現までの道のりは決して平坦ではない。
- このため、新たな実証事業、ブロードバンド代替の「青写真(ブループリント)」や「標準的手順」の策定といった今後の取組においては、放送事業者、通信事業者、ベンダー、視聴者、総務省等の関係者が、それぞれの知見やネットワーク等のリソースを持ち寄り、その役割分担も含めて合意形成を図りながら検討を進めていくことが何よりも重要となる。また、IPユニキャスト方式以外の代替手段も含めた最適な代替手段について検討を進めていくことも必要となる。
- 作業チームでは、こうした認識の下、引き続き、ブロードバンド等による小規模中継局等の代替について、より実践的に検討を進めていくこととし、関係者には今後の取組への積極的な参画を期待したい。

- ブロードバンド代替の実現可能な環境整備に向けた主要論点に係る対応方針を「個々の実装で検討すべき事項」と「共通した全体の枠組みとして決定すべき事項」とに分け、後者を統合して「青写真(ブループリント)」を策定する。
- 具体的な内容は今後の検討となるが、例えば、放送アプリケーションの実装に向けた主要論点を「利用側の環境」、「提供側の仕組み／条件」、「ステークホルダ」に分けて抽出・整理することが考えられる。

青写真（ブループリント）のイメージ（例）



**公共放送ワーキンググループ
取りまとめ
(案)**

2023年(令和5年)9月6日

目次

1. はじめに	2
2. NHK の役割	4
(1) 放送全体の発展への貢献	4
(2) インターネットを通じた放送番組の配信	5
3. NHK のインターネット活用業務の在り方	9
(1) 必須業務化の是非と範囲	9
(2) 必須業務として配信すべき情報の範囲	10
① 放送番組と同一のもの（映像及び音声）	10
② 放送番組以外のコンテンツ（テキスト情報等）	10
③ 配信すべき情報に関する規律	13
(3) 放送の二元体制を維持するための担保措置	13
① 配信すべき情報の範囲及び提供条件に関する判断の主体とそのプロセス ..	13
② 判断の拘束力	17
③ 当面取り組むべき事項	17
4. インターネット活用業務の財源と受信料制度	18
5. 今後の進め方	21
(1) 地上波テレビ放送以外の放送番組の同時・見逃し配信	21
(2) 必須業務として実施するインターネット活用業務の具体的な範囲・提供条件	21
(3) その他	21
① インターネット活用業務に対する意見・苦情等を受け付ける仕組みの改善	22
② NHK のガバナンス	22
6. 結びにかえて	24

1. はじめに

「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」(座長：三友仁志 早稲田大学大学院アジア太平洋研究科教授) から令和 4 年 8 月 5 日に公表された「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ」において、ブロードバンドの普及やインターネット動画配信サービスの伸長と視聴デバイスの多様化、これらに伴う視聴スタイルの変化と「テレビ離れ」などを背景に、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る自由」の保障、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送コンテンツの価値を、インターネット空間にも浸透させていくための方策の一つとして、日本放送協会(以下「NHK」という。)のインターネット配信の在り方について引き続き検討することとされ、令和 4 年 9 月に、そのための検討組織として、同検討会の下に「公共放送ワーキンググループ」が設けられた。

放送は、有限希少な電波を用いて不特定多数に同時に同じ情報を提供する手段として大きな社会的影響力を有しており、放送事業者は、放送法(昭和 25 年法律第 132 号)の規定に基づいて、災害情報など公共性の高い情報をあまねく伝えるとともに報道は事実を曲げないですること等の番組準則¹に則って、いわば「質の担保された情報」を提供する責務を有している。その上で、放送法は、受信料を財源とする公共放送である NHK と主に広告料収入を財源とするローカル局を含めた民間放送の二元体制を基本としており、相互に切磋琢磨することにより放送界全体の発展が図られることを期待している。現在は、放送だけでなくインターネットへと情報空間が広がり、多様な主体によって多種多様な情報が流通する状況になっているデジタル時代だからこそ、互いに切磋琢磨の中で創意工夫を凝らして質の高い放送番組を制作・発信し、生活や経済活動に欠かせない国民の情報基盤としての使命を果たしてきた放送の役割の重要性はますます高まっている。

また、コンテンツ産業は、我が国を牽引する重要な産業分野の一つであり、日本のソフトパワーとして大きな役割を果たすことが望まれている中、放送には、海外から高く評価される優れた放送番組を制作することが大いに期待されることを踏まえれば、我が国の放送制度の基軸である二元体制を確保し、我が国の放送コンテンツの制作力・発信力を維持・強化することにより、我が国のコンテンツ産業の発展に寄与していくことが必要である。

本取りまとめは、このような問題意識の下、二元体制の一翼を担う公共放送である NHK が、このデジタル時代にどのような役割を果たすべきか、そして、これに対応した NHK の

1 公共の福祉の観点からの放送番組の編集に関するルールとして、放送法第 4 条第 1 項に規定されている。放送事業者は、国内放送等の放送番組の編集に当たっては、①公安及び善良な風俗を害しないこと、②政治的に公平であること、③報道は事実をまげないですること、④意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること、が求められている。

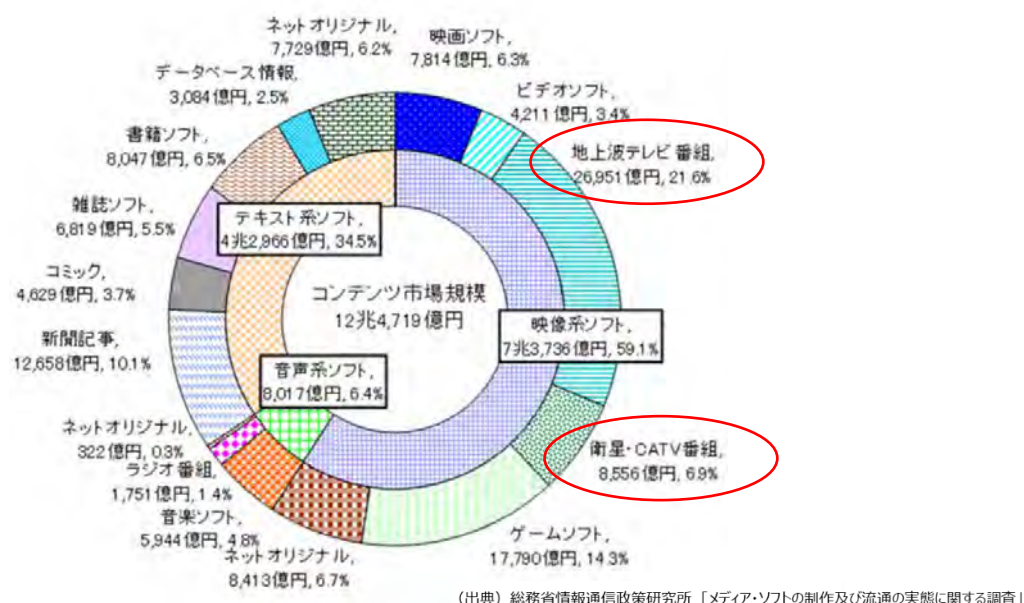
インターネット活用業務²の在り方(放送制度の中でどのように位置付けていくべきか、規制はどのように課されるべきか)、また、デジタル時代のNHKの事業運営を支える財源はどのような形であるべきか、といった点について、本ワーキンググループとして計13回の会合を開催し、オブザーバであるNHK、(一社)日本民間放送連盟に加え、(一社)日本新聞協会メディア開発委員会の参加も得ながら検討を行い、その結果を取りまとめたものである。

2 放送法第20条第2項第2号及び第3号に規定する業務(任意業務)として行う業務。放送番組等を電気通信回線を通じて一般の利用に供する業務、放送番組を電気通信回線を通じて一般の利用に供する事業を行う者に放送番組等を提供する業務であり、現在NHKは、NHKプラスやNHKオンデマンド等のサービスを実施している。

2. NHK の役割

(1) 放送全体の発展への貢献

放送法は、公共放送である NHK について、放送及びその受信の進歩発達に必要な業務を行うことを目的とすることを定め、放送及びその受信の進歩発達に必要な調査研究を行うことを必須業務³とするなど、従来から放送全体の発展に貢献することを期待している。近年のインターネットの普及により、情報空間がインターネットへと広がりを見せる中、我が国のコンテンツ産業は、Netflix や Amazon Prime Video などの海外事業者をはじめとする動画配信プラットフォーム事業者との激しい競争に直面している。



【図-1 日本のコンテンツ市場の内訳 (2021年)】

我が国のコンテンツ産業の中でも、放送コンテンツは3割近くを占めており、依然として重要な地位にあることを踏まえ、本ワーキンググループにおいて、NHKの将来を検討するに当たっては、単に放送業界のみならず、コンテンツ産業の今後についても視野に入れて検討してきたところである。そうした観点から、NHKが、民間放送との二元体制の下で、従来から時代や技術の変化に適切に対応しながら放送全体の発展に貢献してきたことの延長線上にあるものとして、NHKは、放送コンテンツのプラットフォームとして放送番組の流通を支え、二元体制を基本とする我が国の放送全体の発展に貢献していく役割を担うべきと考えられる。

NHKには、こうした役割の下で、民間放送事業者等と協調・協力した取組を具体的に進めていくことが期待される。その際、インターネットへと情報空間が広がった中で、放送業界全体が動画配信プラットフォーム事業者等との視聴者獲得競争のフェーズに入っ

³ 放送法第20条第1項に規定されている、NHKが「行う」業務。

ていることを直視し、その中で放送コンテンツが埋没しないような仕組みをどのように作り上げていくかという視点を持つべきである。もっとも、NHKには、放送コンテンツのプラットフォームとして、放送番組の流通のみならず、報道や教育といった一般的に採算性が低いと考えられるが公共性の高いコンテンツの制作を支えていくことも期待される。

我が国のコンテンツ産業の発展を視野に入れつつ、デジタル時代における我が国の放送コンテンツの制作と、国内外への流通を促進するための具体的方策については、「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」（主査：山本龍彦 慶應義塾大学大学院法務研究科教授）（以下、「コンテンツ WG」という。）において議論され、取りまとめられており、そこで示された内容を踏まえ、総務省、NHK、民間放送事業者など関係者が連携・協力して取り組んでいくことが重要である。

また、放送全体の発展に貢献するプラットフォームとしてのNHKの役割については、別途、「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」（主査：内山隆 青山学院大学総合文化政策学部教授）（以下、「プラットフォーム TF」という。）において取りまとめられた内容に沿って、その役割を果たすことが期待される。

また、NHKが放送全体の発展に貢献していく役割の一つとして、放送ネットワークインフラ維持への貢献もある。この点については、放送法第20条第6項において、民間放送事業者の放送ネットワークインフラ整備に対するNHKの協力努力義務が規定されているが、さらにNHKの業務として位置付けることの必要性について指摘があったことも踏まえ、今後の法制化の過程で検討すべきである。

さらに、民間放送事業者のみならず、新聞社・通信社等との適切な協調・競争関係を構築することも、民主主義にとって重要な価値であるジャーナリズムを実践するメディアの多元性⁴を確保する観点から重要である。この点に関しては、NHK自らが、本ワーキンググループにおいて、新聞、民間放送、NHKという伝統メディアに対する国民の信頼という構図が維持・強化されることは、NHKがインターネット業務を展開することの前提であるとの考えを表明している。

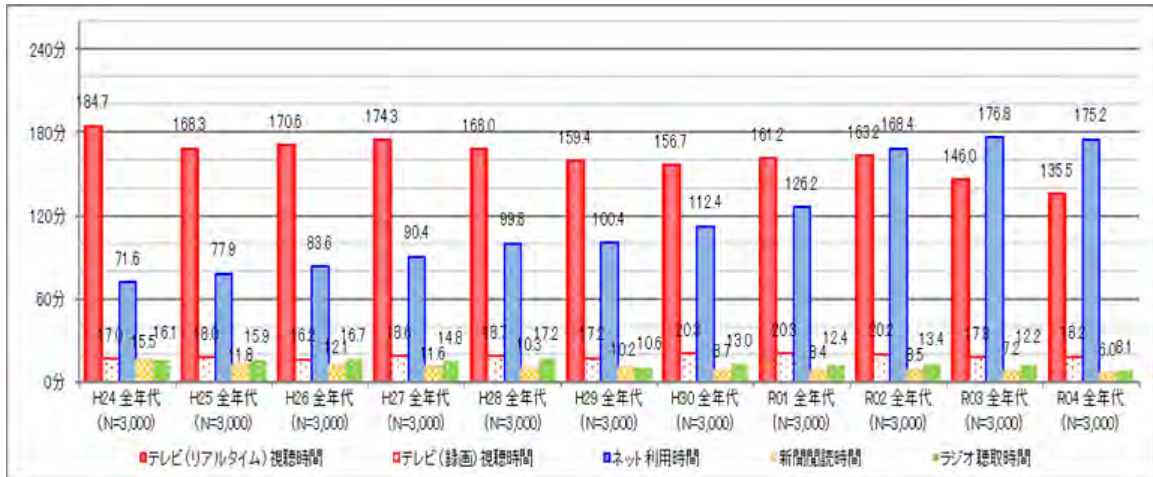
(2) インターネットを通じた放送番組の配信

1.でも述べたとおり、ブロードバンドの普及やインターネット動画配信サービスの伸長、視聴デバイスの多様化に伴い、視聴者のコンテンツ視聴スタイルも変化しており、いわゆる若者の「テレビ離れ」に象徴されるように、視聴者の行動は、テレビ放送を通じた

4 本ワーキンググループにおいて、「メディアの多元性」は、公共放送と民間放送との併存による二元体制に加え、国民の知る権利を充足するためのメディアとして位置付けられる新聞社・通信社等とも共存・競争する状態を指す言葉として用いている。なお、2022年のG7エルマウ・サミットで採択された「強じんな民主主義声明」においても、開かれた多元的議論を守る民主主義国として、「オンライン及びオフラインでの表現及び意見の自由を保護し、…メディアが自由で独立した状況であることを確保する」との決意が示されている。

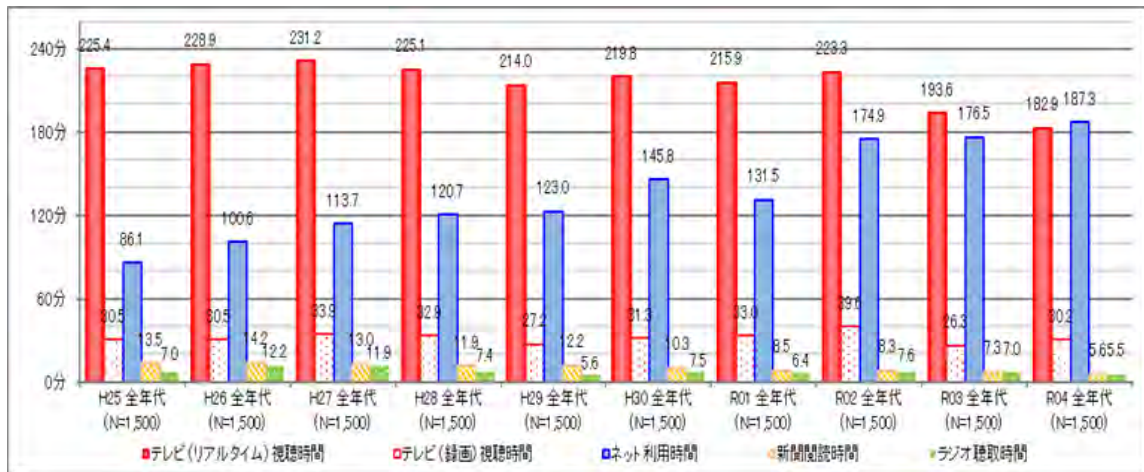
視聴から、インターネットを通じた視聴へと確実にシフトしている。

例えば、総務省情報通信政策研究所の調査によると、平日における主なメディアの平均利用時間について、令和 2 年度に初めてインターネットがテレビを上回り、令和 3 年度、令和 4 年度には、その差は更に拡大している。また、休日における主なメディアの平均利用時間については、令和 4 年度になって初めてインターネットがテレビを上回る結果となり、テレビ離れが加速していると考えられる。



(出典) 総務省情報通信政策研究所「令和 4 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報告書」

【図-2 [平日] 主なメディアの平均利用時間 (全年代)】



(出典) 総務省情報通信政策研究所「令和 4 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報告書」

【図-3 [休日] 主なメディアの平均利用時間 (全年代)】

このように、視聴者の多くが、インターネットを主な情報入手手段として利用しつつあることを踏まえると、インターネットを通じて放送番組を視聴者に提供する業務を、

その実施の有無が NHK の判断に完全に委ねられている「任意業務⁵」ではなく、その継続的・安定的な実施⁶が義務付けられる「必須業務」として位置付けることにより、インターネットを通じた場合であっても、視聴者が継続的・安定的に放送番組を視聴できる制度に変更していくべきである。

現在の放送法は、公共放送と民間放送という二つの異なる性格の事業者が併存し、相互に補完しつつ、切磋琢磨することにより、多様な放送が形成されていく二元体制を前提として制度を構築している。こうした制度の下では、公共放送と民間放送が、同法が求める相互の「併存」を前提として、いずれも編集の自律を保障された言論報道機関として、各々に求められる役割を果たすために必要な事業形態と事業規模を維持しつつ、公正な競争の下、より高品質で多様な放送番組の制作・流通に取り組んでいくことが期待されていると考えられる。すなわち、現在の放送制度は、二元体制の一翼を担う NHK が極端に縮小して社会に与える影響が限定的になることを想定しておらず、他方、NHK が肥大化することで民間放送事業者の存続が危うくなることも想定していないと解することができる。

こうした二元体制の下、NHK や民間放送事業者の活動が活性化され、更に新聞社・通信社等の他のメディアとも相互に共存・競争することによって、多元的なメディアが形成され、インターネットへと広がる情報空間全体のインフォメーション・ヘルス（情的健康）⁷が確保されていくものと考えられる。

以上のような、現行の放送制度の趣旨に鑑みれば、NHK について、インターネットという新たな伝送路を通じた放送番組の提供を必須業務化するに当たっては、こうした二元体制の維持という観点から、具体的な制度を検討することが必要である。

もともと、NHK がインターネット上で活動することにより情報空間の弊害を直接是正する可能性は限定的である可能性には留意する必要がある。一方で、今後増加が見込まれるテレビを持たない者に対しても、NHK がインターネットを通じて、国民全体が共有すべき基本的情報を提供することは、日本社会の多様な構成員の知る権利をデジタル時代に的確に対応した形で充足し、民間放送との二元体制の下、NHK が公共放送として、社会の構成員の相互理解・対話を促進し、安定的・持続的に公衆を形成する⁸役割を果た

5 放送法第 20 条第 2 項に規定されている、NHK が「行うことができる」業務。

6 放送法第 86 条において、NHK は、総務大臣の認可を受けなければ、その基幹放送局若しくはその放送の業務を廃止し、又はその放送を 12 時間以上（協会国際衛星放送にあっては、24 時間以上）休止することができない旨規定されている。

7 多様な情報にバランスよく触れることで、フェイクニュース等に対して一定の「免疫」（批判的能力）を獲得している状態。なお、「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ」（令和 4 年 8 月 5 日公表）p.18 参照。

8 「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ」（令和 4 年 8 月 5 日公表）p.17 において、「放送は、NHK と民間放送事業者がこの二元体制の下で様々な情報発信を行うことを通じ、国民の『知る自由』を保障し、災害情報や地域情報等の『社会の基本情報』の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった社会基盤としての役割を果たしてきたと言える。また、その『公共性』に着目すれば、放送は公衆の包摂・形成であり、社会の構成員の相互理解・対話を促進し、安定的・持続的に『公衆』を形成するという社会インフラとしての役割を果たしてきたと言える。」とされている。

すことを可能とすると考えられる。

以上をまとめると、視聴者のコンテンツ視聴スタイルが急速に変化する中、NHKは、メディアの多元性を確保する上で重要な役割を果たす放送の二元体制の枠組みの下で、放送という手段に加え、インターネットを通じて放送番組を視聴者に提供する役割を主体的に担っていくべきと考えられる。

なお、NHKと民間放送との並存と競争を旨とする二元体制の趣旨を踏まえ、公正競争に関してNHKが配慮すべき旨の義務を法定することについて、本ワーキンググループにおいて要望・指摘があったことも勘案して、今後の法制化の過程において検討すべきである。

3. NHK のインターネット活用業務の在り方

(1) 必須業務化の是非と範囲

テレビなどの受信設備では NHK の放送番組を視聴することができるが、インターネット活用業務が任意業務である現状においては、たとえ費用を支払う意思があっても、テレビなどの受信設備を持たない限り、NHK の放送番組を継続的・安定的に視聴することはできない。

インターネット活用業務を必須業務化するということは、こうした現状を変更することを意味する。具体的には、テレビなどの受信設備を持たないがインターネットを利用できる環境にある者から、インターネットを通じて NHK の放送番組を視聴したいとの求めがあれば、NHK には放送番組を提供する義務が生じる。これは任意業務とは異なり、法律によって提供の義務が課されるものであり、放送法第 86 条により総務大臣の認可を得ない限り放送の業務の廃止等はできない仕組みとされていること、また、テレビ放送及びラジオ放送の全国普及を義務付けている放送法第 20 条第 5 項⁹の趣旨を踏まえれば、全国のどこであっても、インターネットを利用できる環境にある者からの求めに応じて放送番組の同時・見逃し配信を継続的・安定的に行うことを義務付けられることを意味する。

また、必須業務である放送については、NHK の放送を受信することのできるテレビなどの受信設備を設置した者は、放送法第 64 条第 1 項において、NHK と受信契約を締結しなければならないと規定されており、この受信契約に基づく受信料は NHK の事業運営の財源となる。この受信料制度については、最高裁判決¹⁰において、「現実に原告 (NHK) の放送を受信するか否かを問わず、受信設備を設置することにより原告の放送を受信することのできる環境にある者に広く公平に負担を求めることによって、原告が上記の者ら全体により支えられる事業体であるべきことを示すもの」と判示されている。

すなわち、受信料制度は、NHK の放送番組を受信することのできる環境にある者からは広く公平に負担を求める趣旨であると解されることから、インターネット活用業務を NHK の必須業務化する場合、テレビなどの受信設備は持たないがインターネットを通じて NHK の放送番組を視聴する者についても、NHK の放送番組を受信することのできる環境にある者に該当する限りにおいて、相応の負担を求めることが適当であるとの考えが導かれる。

以上をまとめると、テレビなどの受信設備を持たずにインターネットを通じて視聴する者に対しても、NHK の放送番組を受信することのできる環境にある者に該当するとし

⁹ NHK に対し、ラジオ放送及びテレビジョン放送の全国普及を義務付けている。

¹⁰ 最大判平成 29 年 12 月 6 日民集 71 卷 10 号 1817 頁 (平成 23 年 11 月 16 日に、NHK が、受信契約を締結していない者に対し、受信契約の締結と受信料の支払を求め提訴した事案)。

て相応の費用負担を求め、継続的・安定的に放送番組の同時・見逃し配信を全国において提供することが必須業務化の意味であると考えられる。

そして、本ワーキンググループにおいては、2.で述べたように、インターネットへと広がる情報空間の中で、NHKには、日本の放送全体の発展により一層貢献するとともに、視聴者の視聴スタイルの急速な変化に対応して、少なくとも地上波テレビ放送の放送番組について、インターネットにより視聴者に同時・見逃し配信を行う役割が求められており、それに応じた重い責任をNHKに対し課すことについては認識の一致を見ており、こうした業務は必須業務とすべきものと考えられる。

他方、衛星放送、国際放送、地上波ラジオ放送に関しては、NHKが果たすべき役割に鑑み、これらの同時・見逃し（聞き逃し）配信を必須業務化すべきかどうかについて、これまでの議論において、現時点では結論を導くに至る程度にまで議論が尽くされた状況とは必ずしも言えないため、今後、本ワーキンググループにおいて速やかに検討し、年内を目途に結論を得ることとする。

なお、公共放送として、あるいは報道機関の一つとして、災害時の緊急情報や重大事件など国民の生命・安全に関わる伝達の緊急度の高く、国民全体に広く確実に提供すべき重要な情報については、費用を負担する者以外への提供が例外的に必要な場合があることに配慮すべきである。

また、放送番組以外のコンテンツの伝送の範囲については下記の(2)、(3)、NHKの放送番組を受信することのできる環境にある者に該当するとして費用を負担すべき者の範囲は下記の4.でそれぞれ検討する。

(2) 必須業務として配信すべき情報の範囲

① 放送番組と同一のもの（映像及び音声）

これまで述べたとおり、テレビなどの受信設備を設置すれば視聴することができるNHKの放送番組について、放送、インターネットといった伝送手段を問わず、視聴者に対しNHKの放送番組を継続的・安定的に提供することが必須業務化の意味するところであることから、必須業務化する場合には、放送番組そのもの（映像及び音声）の提供は当然にその業務範囲に含まれると考えるべきである。

② 放送番組以外のコンテンツ（テキスト情報等）

放送番組（映像及び音声）以外のコンテンツとしては、現在、放送法第20条第2項

第2号¹¹に基づき、NHK NEWS WEB や NHK ニュース・防災アプリ等において、主にテキスト情報等（テキスト情報のほか、映像・画像情報を含む。以下同じ。）が「理解増進情報」として提供されている。

現行制度における理解増進情報は、放送法第20条第2項第2号の規定を受けて、NHK が同条第10項の規定に基づき定める「インターネット活用業務実施基準¹²」において、「放送したまたは放送する放送番組の編集上必要な資料その他の協会が放送したまたは放送する放送番組に対する理解の増進に資する情報（放送番組または当該情報を編集したものを含む。）」と定義されている。その上で、基本原則として、「法の趣旨を踏まえ、特定の放送番組に関連付けられた補助的な情報の範囲のものとし、次の各号のいずれかに該当するものに限る。」と規定され、放送番組を周知・広報するもの、放送番組等を再編集したもの、放送番組の内容を解説・補足するもの等が限定列举されている。

本ワーキンググループでの議論においては、この理解増進情報について、実際には、特定の放送番組に関連付けられた補助的な情報の範囲のものとは考えづらいものも含め、NHK のインターネット活用業務として、NHK と放送受信契約を締結した者以外の者にも無償で提供されているところ、これは、なし崩しの拡大であり、収支を勘案してインターネット事業に取り組む民間放送事業者その他の民間報道機関の経営に悪影響を及ぼしているのではないかとの指摘があった。

このような NHK による理解増進情報の提供によって、民間放送事業者その他の民間報道機関の経営が、実際にどの程度の悪影響を受けているのかについては、エビデンスベースで検証していくことが必要である。しかし、いずれの場合であっても、必須業務化する場合の NHK のインターネット活用業務の範囲を画定するに当たっては、受信料を財源とすることがいわゆる「国家補助 (state aid)¹³」に該当し得るという意見もあること、特に有力な公的事業者が国家補助を受けた場合、その経済活動は競争を歪めるおそれがあることについての指摘を踏まえる必要があると考えられる¹⁴。

この点、NHK からは、本ワーキンググループに対して、インターネット活用業務を必須業務化する場合の業務範囲については、「放送番組の同時・見逃し配信」と「報道

11 NHK は、自らが放送した又は放送する放送番組及びその編集上必要な資料その他の協会が放送した又は放送する放送番組に対する理解の増進に資する情報を電気通信回線を通じて一般の利用に供することができる旨規定されている。

12 <https://www.nhk.or.jp/net-info/data/document/standards/221221-01-jissi-kijyun.pdf>

13 「国家補助 (state aid)」は、EU の競争政策上の概念であり、欧州連合運営条約第 107 条において原則として禁止される国家補助について、「加盟国によって又は国家資源を通じて与えられる補助であって、いかなる形態によるかを問わず、特定の行為や商品生産を優遇することで競争を歪める又は歪めるおそれのあるもの」(any aid granted by a Member State or through State resources in any form whatsoever which distorts or threatens to distort competition by favouring certain undertakings or the production of certain goods) と規定されている。

14 本ワーキンググループ (第 6 回) において、京都大学大学院法学研究科の川濱昇教授から、NHK について、従来の放送業務を超えた業務拡大を行う場合には、受信料を財源とすることは、講学上の「国家補助」に当たり、特に有力な公的企業が「国家補助」を受けた場合の経済活動は競争を歪めるおそれがあるため、それが何らかの公共目的に照らして必要なものであるか、目的に照らしてその歪曲効果が是認できるものであるかのチェックが必要である、との指摘があった。

サイト（放送と同一の情報内容の多元提供）」が基本であり、これ以外は「放送と同様の効用が異なる態様で実現されるもの」について限定的に提供することを想定していること、そして、テキスト情報については、放送と同一の情報内容についてインターネットの特性に合わせたものを提供することが基本であり、現在の放送番組に対する理解増進情報は必然的に再整理され、付加的な情報によって放送への誘引効果を高めるようなサービスについては今の形のまま残ることはない、との考えが示された。NHKにおいては、本ワーキンググループにおいて「放送と同一の情報内容」や「放送と同様の効用」について平易な説明を求める指摘があったことを踏まえ、より分かりやすい説明に努めるべきである。

このように、本ワーキンググループにおいて行われた、現在の理解増進情報に関する様々な問題点の指摘や、受信料がいわゆる国家補助に当たるため NHK のインターネット活用業務の拡大は競争を歪め二元体制を損なうおそれがあるという指摘を踏まえ、NHK のインターネット活用業務を必須業務化する場合、その範囲は、放送番組の同時・見逃し配信のみとし、テキスト情報等は一切提供しないという選択肢も考えられる。

しかし、NHK の設置趣旨に鑑み、国民の知る権利への奉仕という公的な側面を勘案すれば、民間放送事業者や新聞社・通信社等のほか、NHK を含めた様々な主体から、視聴者が多角的に情報を受け取ることができる環境を整えることが望ましい。

もっとも、NHK によるテキスト情報等の配信を認めるとしても、先に示した様々な指摘も踏まえれば、メディアの多元性を確保する上で重要な役割を果たす放送の二元体制が損なわれることがないよう、その範囲を限定して画定されるべきである。また、インターネット活用業務を必須業務化する場合は、それに伴って、現在の理解増進情報の制度は廃止され、必須業務として提供されるテキスト情報等として再整理されるべきである。

これらの点を制度化する場合、インターネットを通じて提供すべき情報の範囲をあらかじめ法律において限定列挙し、費用負担者にどこまで提供すべきか等の提供条件についても法律で画定することも選択肢となり得るが、これは、言論報道機関としての性格を有する NHK に対する過度の制約となり、適当ではないと考えられる。

そのため、制度化に当たっては、NHK が必須業務として提供するテキスト情報等は放送と同一の情報内容を基本とする考え方を示していること、また、議論の過程で、NHK は視聴者に対し、まずはテキストでなく放送番組として情報を伝達するよう努めるべきとの指摘があったことも踏まえ、放送番組と同一の内容を基本としつつ、例えば、放送番組そのもの（映像及び音声）ではない情報については、i) 災害時の緊急情報や重大事件など国民の生命・安全に関わる伝達の緊急度の高い重要な情報、ii) 番組表など放送番組に密接に関連する情報又は放送番組を補完する情報等に限定することとし、その旨を放送法に定性的に規定することで、テキスト情報等の外延を画定する方

向で検討すべきである。

その上で、費用負担者にどこまで提供すべきかといった点も含め、配信するテキスト情報等の具体的な範囲や提供条件については、次に述べる担保措置（競争評価）のプロセスを経て定める制度とすべきである。その際、上記 i）のような情報については、費用を負担する者以外も含めた国民全体に広く確実に提供されることが例外的に必要な場合があることに配慮すべきである。

③ 配信すべき情報に関する規律

インターネット活用業務を必須業務化する場合の業務範囲は、これまで述べたとおり、放送番組と同一の内容が基本となる。

放送番組と同一のものについては、放送法第 4 条の番組準則等の放送法上の規律¹⁵に則って制作・配信されることが前提となるため、情報の質が担保されると考えられる。それ以外のコンテンツについては、番組準則のような法律上の規制は課さず、NHKにおける自主的な判断に委ねるべきであり、放送法の規律の下で放送番組について実現されているのと同様に、自らの公共的性格及び使命に適したものとなるよう、NHKの自主自律による対応が求められる¹⁶¹⁷。

(3) 放送の二元体制を維持するための担保措置

① 配信すべき情報の範囲及び提供条件に関する判断の主体とそのプロセス

放送法は、公共放送と民間放送という二つの異なる性格の事業者が、相互に補完しつつ、公正な競争環境の中で切磋琢磨し、多様な放送を形成していくという二元体制を基本としている。放送だけでなくインターネットへと情報空間が広がる中であっても、メディアの多元性を確保する上で重要な役割を果たす放送の二元体制が損なわれてはならない。したがって、2.(2)で述べたとおり、NHKが、放送に加えてインターネットでも放送番組等を視聴者に提供する役割を担うとしても、それは、メディアの多元性に資する放送の二元体制の枠組みを前提とすることが求められる。

15 現行放送法においては、放送番組について、法律に定める権限に基づく場合でなければ干渉・規律されないとの放送番組編集の自由を原則とした上で（第 3 条）、放送事業者の自主自律を基本とした番組準則への適合性の確保（第 4 条及び第 81 条）や番組基準の策定・公表（第 5 条）等の措置が講じられている。また、NHKについては、番組基準及び放送番組の編集に関する基本計画について、経営委員会の議決事項とされている（第 29 条第 1 項第 1 号リ）。

これに対して、NHKのインターネット活用業務については、このような内容面での規律は課されていない。

16 なお、NHKは、現行制度の下でも、インターネットでの情報発信について自主的にガイドラインを策定している。「放送ガイドライン 2020 改訂版（インターネットガイドライン統合版）」（<https://www.nhk.or.jp/info/pr/bc-guideline/assets/pdf/guideline2020.pdf>）の項目 3 参照。

17 本ワーキンググループでは、インターネットによる放送番組等の配信を必須業務とする場合の内容面での規律について、NHKの自主自律にとどめるのが妥当との意見もあった一方で、その前提としてNHKが拠って立つ準則を法律上明記すべきとの意見もあった。

NHK の業務拡大が競争を歪め二元体制を損なうおそれがあるとの指摘があることを踏まえれば、NHK が必須業務としてインターネットを通じて放送番組等を提供するに当たって、メディアの多元性を確保する上で重要な役割を果たす放送の二元体制が損なわれないことを担保するための措置を講じることが必要である。言い換えれば、NHK がインターネットを通じて放送番組等を提供するに当たって、放送の二元体制を確保するために、NHK に重い責任と規律を課していくことが必須業務化の意義であるとも考えられる。

そして、放送の二元体制、メディアの多元性は、ひとたび損なわれてしまうと回復することは困難との指摘があることを踏まえ、NHK がインターネット活用業務を必須業務として実施する前に、あらかじめメディアの多元性を確保する上で重要な役割を果たす、NHK と民間放送の並存と競争による放送の二元体制を維持するための措置を講じる仕組みとすることが適当である。

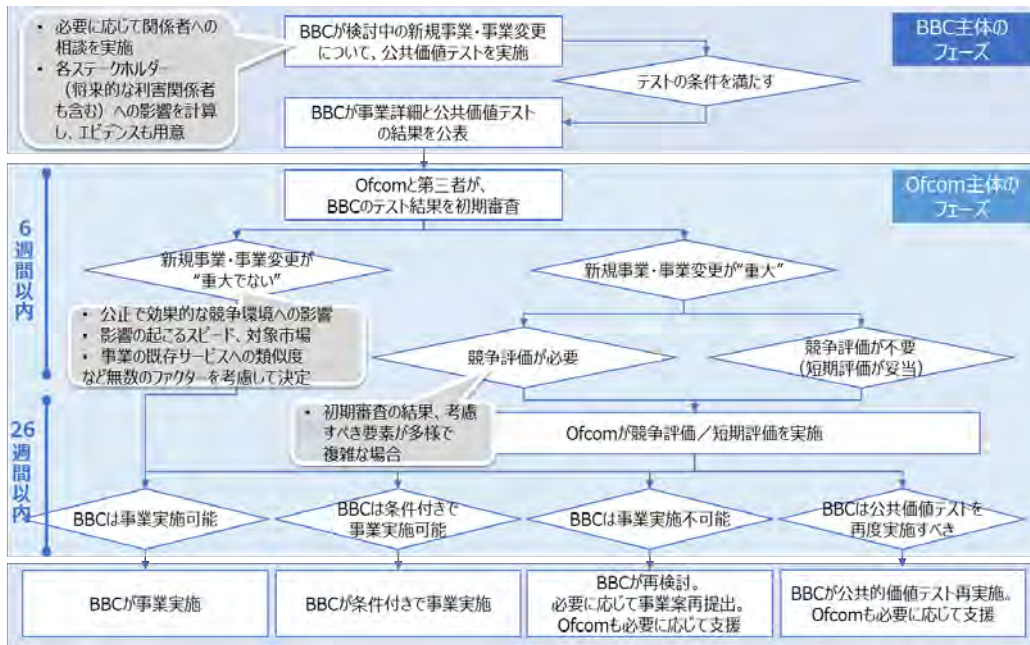
このように、NHK のインターネット活用業務を必須業務化する場合には、民間放送事業者等との公正な競争環境を確保することが必要であり、この点を踏まえた担保措置を講じることが求められる。こうした観点から、2(2)でも述べたとおり、公正競争に関して NHK が配慮すべき旨の義務を法定することについて、本ワーキンググループにおいて要望・指摘があったことも勘案して、今後の法制化の過程において検討すべきである。

また、担保措置としての競争評価の仕組みの詳細を検討するに当たっては、基本的な考え方として、自らの事業運営の状況や競合する市場の状況を把握できる NHK 自身が、関係者の参加を得て、競争評価を実施し、必須業務としてのインターネット活用業務の具体的な範囲や提供条件を判断することも考えられる。すなわち、NHK には、事業運営を担う執行部を監督する機関として経営委員会が存在することから、経営委員会に競争評価の実効性を確保するための必要な権能を付与した上で、NHK から提案のあったように、経営委員会の監督の下、執行部から独立した専門家からなる委員会が競争評価を実施すれば足りるとも考えられる。

しかし、受信料により支えられている NHK は、競争評価の仕組みをより公正かつ客観的なものとする中で、民間放送事業者や新聞社・通信社等の関係者の理解を得つつ、国民の知る権利にとってマイナスとなる事態を厳に回避することが必要である。

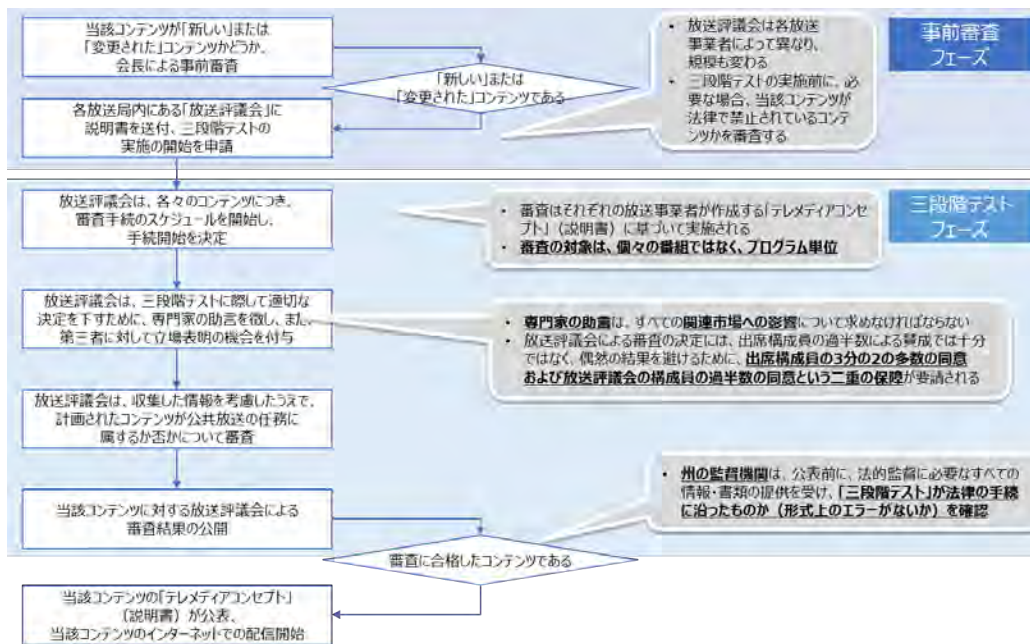
したがって、担保措置としての競争評価の仕組みは、まず、情報の提供主体である NHK が上記の仕組みによって原案を策定し、その評価・検証を、NHK 以外の第三者機関（電波監理審議会等）が、NHK が必須業務としてのインターネット活用業務を開始する前など適時に、民間放送事業者、新聞社・通信社等の関係者の参加を得て実施し、エビデンスベースで、インターネット活用業務の具体的な範囲や提供条件を決定する仕組みとすべきである。

また、競争評価の手法としては、本ワーキンググループでは英国の「公共価値テスト」やドイツの「三段階テスト」を念頭に議論を進めてきたが、英国のような仕組みの中でも、公共的価値と市場競争への悪影響の程度とを単純に比較衡量することへの疑問が呈されたことも踏まえて、よりエビデンスに立脚した評価手法の確立に向けて、更に詳細に検討を深めるべきである。



(出典) 公共放送ワーキンググループ第6回会合 資料6-2 p.23

【図-4 英国の公共価値テストと競争評価の実施手順】



(出典) 公共放送ワーキンググループ第6回会合 資料6-2 p.28

【図-5 ドイツの三段階テストの審査プロセス】

なお、NHKが必須業務として実施するインターネット活用業務に要する費用についても、競争評価を実施するに当たっての重要な一要素と考えられる。そのため、競争評価の仕組みにおいては、必須業務として実施するインターネット活用業務の費用の規模を明らかにすべきであるが、費用の規模が市場への影響に具体的にどのように寄与するかについても専門的・技術的に検討する必要がある。その上で、費用の規模の拡大が市場に悪影響を与え得ることが認められるのであれば、事前に、競争評価を実施すべきである。

さらに、NHKは、新規サービス又は既存サービスの大幅な変更を行う場合は、事前の競争評価を実施するとの考えを示している。しかし、NHKが必須業務として実施するインターネット活用業務には、その性質上、競争を歪め二元体制を損なうおそれがあるとの指摘を踏まえれば、NHKが必須業務として実施するインターネット活用業務全般について、競争上の問題が生じていないかを検証する「競争レビュー（仮称）」も定期的実施すべきである。

② 判断の拘束力

①のプロセスを経て行われる評価・検証の結果を受け、総務大臣は、評価・検証の結果を踏まえてNHK予算に意見を付し、国会に提出するものとし、これにより、国会での予算審議を通じてNHKの策定する原案の内容の適否が判断されるようにすべきである。また、総務省は、国会での審議結果等を踏まえ、必要に応じ行政指導を行うことが考えられる。

この点については、本ワーキンググループにおいても、NHKが策定する原案について、総務省が、有識者等から構成される「検証会議（仮称）」を設置し、民間放送事業者、新聞社・通信社等の関係者も参画する形で検証する仕組みとすること、電波監理審議会に諮問し答申を得ること、総務大臣意見を付すとしてもNHKが提供する個別のコンテンツの是非に立ち入る内容とならないよう留意した運用とすべきとの指摘があったことも十分に踏まえて、プロセスの具体化に向けた検討を進めるべきである。

③ 当面取り組むべき事項

①及び②で検討した担保措置（競争評価）の枠組みについては、本ワーキンググループにおいても、利害関係者間の議論を速やかに開始し、その検討結果を法改正や今後の運用に反映することが重要であるため、競争評価に関する準備組織を、総務省の関与の下、早期に設定すべきとの指摘があったことも踏まえ、今後、法制化に向けて、NHKが原案を策定するに当たり、総務省において、NHKに加え、民間放送事業者、新聞社・通信社等の関係者が参加する場を設け、NHKが検討に着手することを促すなどして、関係者の声を十分に反映するように努めるべきである。

また、これまでの議論において、NHKは、インターネットを通じて提供される情報について、その公共性及び市場競争への影響等について説明することが重要との指摘があったことを踏まえ、こうした検討の場において、NHKは、提供する情報の範囲や提供条件、その影響等について、明確な説明に努めるべきである。

4. インターネット活用業務の財源と受信料制度

公共放送である NHK の運営に必要な費用を調達する手段としては、現行の受信料制度のほかにも、視聴の対価として視聴料を徴収する方法や、諸外国でも採用されている広告収入による方法、税収入による方法なども考え得るところである。

しかし、視聴料を徴収する方法は、NHK と契約する者の関心や意向などを意識したコンテンツ制作を助長しかねないなど、公共放送として備えるべき基本的な性格と相容れないと考えられる。また、広告収入や税収入は、特定のスポンサーや国家・政治との関係で、財源としての中立性・独立性を保てなくなるおそれがあるため、これも公共放送として備えるべき基本的な性格と相容れないと考えられる。もっとも、国際放送¹⁸については、将来的な安定財源の確保のための方策として、英国の国際放送で採用されている広告収入について検討の余地がある。

このように、公共放送の運営に必要な費用を調達する手段としては、現行の受信料制度を維持することが適当であると考えられる。この点に関して、最高裁判決¹⁹は、NHK の事業運営の財源を受信料によって賄う仕組みは、「受信設備を設置することにより原告 (NHK) の放送を受信することのできる環境にある者に広く公平に負担を求めることによって、NHK が上記の者ら全体により支えられる事業体であるべきことを示すもの」と判示しているが、その際、「特定の個人、団体又は国家機関等から財政面での支配や影響が原告 (NHK) に及ばないようにし、現実に NHK の放送を受信するか否かを問わず」とも述べており、受信料制度が視聴料収入や広告収入、税収入のそれぞれのデメリットを克服しようとするものであることを示唆している。

そして、3.(1)でも述べたとおり、インターネット活用業務を必須業務化する場合には、テレビなどの受信設備を持たずにインターネットを通じて視聴する者に対しても、NHK の放送番組を受信することのできる環境にある者に該当する限りにおいて相応の費用の負担を求めることが適当であり、その具体的範囲は、NHK の事業運営の財源である受信料制度について規定した放送法第 64 条第 1 項²⁰の「協会の放送を受信することのできる受信設備…を設置した者」に基づいて定めることが適当である。また、先の最高裁判決は、「放送法は、受信料の支払義務を、受信設備を設置することのみによって発生させたり、原告 (NHK) から受信設備設置者への一方的な申込みによって発生させたりするのではなく、受信契約の締結、すなわち原告と受信設備設置者との間の合意によって発生させることとしたものであることは明らか」である旨述べている。すなわち、受信料制度の運用においては、受信者の意思を尊重することが求められている。

18 NHK が必須業務として行う、法人向け・外国人向けの国際放送（放送法第 20 条第 1 項第 4 号）及び協会国際衛星放送（同項第 5 号）。

19 最大判平成 29 年 12 月 6 日民集 71 卷 10 号 1817 頁。脚注 11 参照。

20 「協会の放送を受信することのできる受信設備…を設置した者は、…受信契約…の条項…で定めるところにより、協会と受信契約を締結しなければならない。」と規定されている。

このような放送法の規定の趣旨を踏まえ、「協会の放送を受信することのできる受信設備を設置した者」と同等と評価できる者を具体的にどのような範囲で捉えるかについては、テレビとスマートフォン・PC等の通信端末との性質の違いに着目すべきである。すなわち、一般的に、テレビは、チューナーレステレビを除き、放送番組を視聴する機能をあらかじめ有しているのに対し、スマートフォン・PC等の通信端末は汎用的に用いられ、少なくとも放送番組を視聴することが主たる用途として想定されているわけではない。

このような性質の違いに鑑みれば、スマートフォン・PC等の通信端末を取得・保有しただけで「協会の放送を受信することのできる受信設備を設置した者」と同等と評価することは、視聴者の理解を得ることができないため、適当ではない。これに対して、テレビなどの受信設備を持たないが、スマートフォン・PC等の通信端末を用いてNHKの放送番組等を視聴する意思を持って能動的な一定の行為を行った者であれば、汎用的な通信端末をNHKの放送番組を視聴するための「受信設備」として「設置した」と評価することについて、視聴者の理解を得られやすいものと考えられることから、「協会の放送を受信することのできる受信設備を設置した者」と同等と評価される行為を行った者に対して、受信料制度における公平負担の観点から、費用負担を求めることを基本とすべきである。

もともと、同等と評価される行為の具体的内容については、例えば、スマートフォンについて、まず、その購入のみで費用負担を求めるべきではない。加えて、これまでの本ワーキンググループにおいて、NHKの放送番組を視聴する意思が外形的に明らかになるような、i) アプリのダウンロード、ii) IDやパスワードの取得・入力、iii) 一定期間の試用、利用約款への同意などの行為も含めて解釈していくことが必要との指摘があったことを踏まえ、今後、総務省において制度化の検討を進める中で、これらの積極的な行為が費用負担の要件であることを、視聴者にとってわかりやすい形で明確化を図っていくべきである。

また、現在のテレビなどの受信設備の設置に伴う受信契約は世帯単位²¹となっているが、スマートフォン・PC等の通信端末からの能動的な行為を基にNHKと締結する契約を個人単位とするのか、IDをいくつ払い出すか、何台の通信端末まで同一のIDで利用可能とするか等受信契約の単位に関する課題については、インターネットの普及等に伴う視聴実態を勘案しつつ、引き続き検討すべきであり、この点についても視聴者にわかりやすい形で周知等がなされることが期待される。

上述のとおり、テレビなどの受信設備を持たないがインターネットを通じてNHKの放送番組等を視聴しようとする者について、放送法第64条第1項の「受信設備を設置した者」と同等と評価される者と捉えるべきであることを踏まえれば、これらの者に求められ

21 放送法第64条第3項の規定に基づき総務大臣の認可を受けた受信契約（日本放送協会放送受信規約）において規定されており、具体的には、同規約第2条において、「放送受信契約は、世帯ごとに行なうものとする。ただし、同一の世帯に属する2以上の住居に設置する受信機については、その受信機を設置する住居ごととする。」等と規定されている。

る負担は、公共放送としての NHK の事業運営のための「特殊な負担金²²」としての性格を帯びるものと考えることが適当である。

そして、このように考えれば、NHK の事業運営は、テレビなどの受信設備の設置を通じて支払われる受信料と、それと同等と評価できる通信端末上の行為を通じて支払われる負担金の全体で支えられるものとするのが自然であるが、視聴者に負担いただくものである以上、総務省及び NHK においては、現在の NHK オンデマンド²³のように対価として徴収するものではなく、その負担により得られる財源の用途について、2.(1)で述べたような放送全体に貢献する役割に対応した NHK の事業運営費用にも充てられるべきものであることを明確化すべきである。

なお、テレビなどの受信設備は持たずともインターネットを通じて NHK の放送番組等を視聴する者が支払う金銭を、テレビなどの受信設備の設置に伴う受信契約に基づく費用の呼称としてこれまで定着してきた用語である「受信料」と呼称するか別の呼称とするかは、今後、制度化を進める中で整理されるべき問題である。

一方、いわゆる「ネット受信料」という呼称が流通し、スマートフォン・PC 等の通信端末を保有しただけで NHK に対する費用負担が義務付けられるとの誤解が生じているとの指摘があることを踏まえ、総務省や NHK においては、そのような誤解が生じることのないよう、国民・視聴者に対して丁寧な説明に努めるべきである。加えて、必須業務化に伴う費用負担についても、NHK の放送番組のインターネットでの視聴を無料から有料にするものではなく、NHK の放送番組のインターネットで視聴できる機会を、テレビなどの受信設備を持たない者に対して新たに広げ、それに伴って、テレビなどの受信設備を持っている者との公平負担の観点から相応の費用負担を求めるものであることについて丁寧な説明を尽くすべきである。

22 受信料の法制上の位置付けについては、例えば、臨時放送関係法制調査会の答申（1964年9月）においては、「国家機関ではない独特の法人として設けられた NHK に徴収権が認められたところの、その維持運営のための『受信料』という名の特殊な負担金と解すべき」、内閣法制局長官の答弁（1980年3月参議院予算委員会）においては、「公共的放送を NHK の業務として行わせるための一種の国民的な負担として受信料をとらえているわけであります」と示されている。

23 放送法第20条第2項第2号の任意業務として NHK が行うサービス。衛星放送の一部の放送番組も含む放送番組を、2～3週間程度又は期間を定めずに提供するオンデマンド配信サービスであり、有料（月額990円等）により実施。

5. 今後の進め方

これまで13回にわたり丁寧に議論を進め、NHKのインターネット活用業務を必須業務化する際に必要となる制度の骨格に関わる基本的な事項については、議論を取りまとめることができた。

しかし、それぞれの箇所で言及してきた点を含め、今後検討すべき課題も多く残されており、継続した議論・検討が不可欠である。その意味では、今般の取りまとめは、デジタル時代にふさわしい放送制度の在り方の一つとして、NHKのインターネット活用業務の在り方を継続して検討していくための議論の軸となる内容を提供するものと位置付けることができる。

については、総務省においては、急速に進む視聴者の「テレビ離れ」（インターネットへのシフト）に速やかに対応するため、所要の制度整備を早急に進めるとともに、以下の事項についても、検討を行い、今後の制度整備や制度の運用に反映すべきである。

(1) 地上波テレビ放送以外の放送番組の同時・見逃し配信

3.(1)でも述べたとおり、衛星放送、国際放送、地上波ラジオ放送に関しても、今後、NHKが果たすべき役割に鑑み、これらの同時・見逃し（聞き逃し）配信を必須業務化すべきかどうかについて、速やかに検討する必要がある。

(2) 必須業務として実施するインターネット活用業務の具体的な範囲・提供条件

3.(3)③でも述べたとおり、必須業務として実施するインターネット活用業務の具体的な範囲や提供条件を定める担保措置（競争評価）の枠組みについては、本ワーキンググループにおいても、利害関係者間の議論を速やかに開始し、その検討結果を法改正や今後の運用に反映することが重要であるため、競争評価に関する準備組織を、総務省の関与の下、早期に設定すべきとの指摘があったことも踏まえ、今後、法制化に向けて、NHKが原案を策定するに当たり、総務省において、NHKに加え、民間放送事業者、新聞社・通信社等の関係者が参加する場を設け、NHKが検討に着手することを促すなどして、関係者の声を十分に反映するように努めるべきである。

(3) その他

本ワーキンググループでは、NHKのインターネット活用業務の在り方について、必須業務化するか否かを中心に検討を行ってきたが、これに付随して、現行のインターネット活用業務を巡る下記の事項についても指摘があったことを踏まえ、総務省及びNHK

は、現行制度の運用改善にも取り組むべきである。

① インターネット活用業務に対する意見・苦情等を受け付ける仕組みの改善

現在のインターネット活用業務実施基準では、インターネット活用業務について、競合事業者等からの意見・苦情等を受け付ける仕組みが用意されている。こうした意見・苦情等への対応については、NHK 会長の諮問機関である「インターネット活用業務審査・評価委員会²⁴」に、インターネット活用業務の公共性及び市場競争への影響等、公共放送の業務としての適切性を確保する観点からの検討を求め、その結果を尊重して必要な措置を講ずることがあわせて規定されている。しかし、実態としては、この仕組みは競合事業者等によって十分に活用されていない。

今後、NHK のインターネット活用業務が必須業務として提供されることとなる場合でも、同様の仕組みが継続されるとともに、適切に機能することが求められる。その際、現在の仕組みがなぜ活用されていないのかについて検証を行い、運用上の問題点があるのであれば、NHK と競合事業者等で改善策について協議する等、現行制度の運用改善に取り組むべきである。

② NHK のガバナンス

NHK のインターネット活用業務を必須業務化する場合において、メディアの多元性を確保する上で重要な役割を果たす放送の二元体制を維持するための担保措置として、NHK の経営委員会及び執行部がどのような役割を果たすべきかといった NHK のガバナンスについても議論したが、今般の NHK のインターネット活用業務の設備調達に係る事案²⁵に関連して、現状の NHK のガバナンスについても指摘が相次いだ。

NHK は国民・視聴者が負担する受信料に支えられていることを踏まえ、その業務と受信料、それらを規律するガバナンスについては一体的に不断の取組を進めることが重要であり、特に、NHK の執行部を監督する経営委員会については、平成 19 年の放送法改正²⁶をはじめとして、監督機能の強化・改善に不断に取り組んできた経緯がある。

24 インターネット活用業務における適切性を確保するため、NHK インターネット活用業務実施基準に則り、NHK 会長の諮問機関として設置されている。同委員会は、NHK に寄せられたインターネット活用業務に関する競合事業者等からの意見・苦情等に対して採るべき対応を検討し、NHK は、その結果を尊重して必要な措置を講ずることとされている。また、インターネット活用業務実施計画の策定や実施状況の評価に当たり、公共放送の業務としての適切性を確保する観点からの見解を述べる。

25 2023 年、NHK が、インターネット活用業務について、現在認められていない衛星放送の放送番組の同時配信に向けた設備の調達手続きを進めていた事案。NHK は、関連業務を停止するとともに、外部有識者から構成される「NHK 執行部ガバナンスレビューに関する専門委員会」からの助言を踏まえ、同年 7 月 25 日に再発防止策を発表している。

26 通信・放送分野の改革を推進するため、NHK に係る事項を中心として放送制度を改正するとともに、電波利用をより迅速かつ柔軟に行うための手続を創設する等の所要の改正を行った法律。NHK 関係は、ガバナンス強化、放送番組アーカイブのブロードバンドによる提供、新たな国際放送の制度化を内容としたもの。

今般の NHK のインターネット活用業務の設備調達に係る事案については、本年 7 月 25 日、再発防止策が NHK から発表され²⁷、これに対し、総務省から「再発防止に取り組む決意の表れと認められるこの再発防止策を、NHK には着実に実行していただきたいと考えており、総務省としてはその動向をしっかりと見守ってまいりたい」とするコメントが公表されているところである²⁸。

NHK においては、再発防止策を着実に実行し、国民・視聴者からの信頼回復に取り組むべきであり、総務省においてもその動向を注視していくことが求められる。

また、NHK のインターネット活用業務を必須業務化することで重い責任と規律を課していくことの一環として、子会社²⁹を含む NHK のガバナンスについて見直す契機とすべきとの指摘もあり、具体的には、地方公共団体のイベント等の公募について NHK 子会社が参加することの可否の検証の必要性についても指摘があったところである。

NHK による子会社への出資については、放送法第 22 条の規定に基づき、NHK の必須業務又は任意業務の遂行に必要な場合に、これらの業務に密接に関連する事業³⁰を行う者への出資に限定されており、こうした法の趣旨を踏まえ、総務省が「日本放送協会の子会社等の事業運営の在り方に関するガイドライン³¹」（令和 4 年 10 月）を策定している。地域におけるイベントの受注など、NHK の子会社の事業活動が放送法の趣旨に沿ったものとなっているか、関係者の意見も聴きつつ、エビデンスベースで、不断に検証していくことが求められる。

27 NHK（2023 年 7 月 25 日）「稟議事案に関する再発防止策について」
(https://www.nhk.or.jp/info/otherpress/pdf/2023/20230725_2.pdf)

28 総務省（2023 年 7 月 25 日）「NHK のインターネット活用業務に係る設備調達についての総務省コメント」
(https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01ryutsu07_02000266.html)

29 2023 年 8 月 1 日現在、NHK の子会社（放送法第 21 条第 1 項）は 12 社（（株）NHK メディアホールディングス傘下の子会社も含む。）、その他、関連会社（放送法施行規則（昭和 25 年電波監理委員会規則第 10 号）第 30 条第 1 項第 11 号イ）は 4 社、関連公益法人等（同号ロ）は 6 団体存在している。

30 放送法施行令（昭和 25 年政令第 163 号）第 2 条に掲げる「協会（NHK）の委託により、放送番組を制作し、放送番組の制作に必要な装置を作成し、又は放送に必要な施設を建設し、若しくは管理する事業」等の計 14 事業。

31 https://www.soumu.go.jp/main_content/000838082.pdf

6. 結びにかえて

NHK のインターネット活用業務の在り方の議論は、これと競合し得る民間放送事業者や新聞社・通信社等との関係をどのように考えていくかという視点ももちろん重要であるが、本ワーキンググループの議論では、そうした業界の問題のみにとらわれるのではなく、国民生活に浸透した放送、その中の NHK の将来の方向性について、放送番組が重要な役割を果たしている我が国のコンテンツ産業全体の将来の方向性を視野に入れつつ、国民・視聴者の目線を常に意識して検討を進めてきた。

すなわち、テレビなどの受信設備を持っていない国民が確実に増えつつある状況の中で、国民の知る権利に奉仕するメディアの一員である NHK がどのように振る舞えば、民間放送事業者や新聞社・通信社等とあいまって、豊かなコンテンツを国民に届けられる社会になるか、そして、放送番組の制作・流通の過程でこれまで蓄積されてきた貴重な人材やノウハウを今後どのように我が国のコンテンツ産業の発展に活かしていくべきか、という観点から、関係者の意見を丁寧に聴きつつ、議論を重ねてきたところである³²。

その結果、本ワーキンググループの構成員の総意として、我が国の放送の二元体制の下で、インターネットの普及に伴い視聴者の行動が急速に変化する中でも、視聴者に継続的・安定的に放送番組を届けていくこと、そして放送のプラットフォームとして放送全体の発展に貢献していくことが公共放送としての NHK の役割であり、そうした役割を担っていく上では、インターネット空間へと広がる情報空間の中で、テレビなどの受信設備を持つ人だけでなく、これを持たない人に対してもインターネットを通じて「豊かで、かつ、よい放送番組³³」を提供する責務を課すことが必要との結論に達した。

そして、NHK にそのような責務を課すことに対応して、テレビなどの受信設備を持たない人からも相応の負担を求めるべきという結論も導いているが、これは、国民・視聴者に新たに負担を課そうとするものではない。視聴者目線で見れば、公共放送を支える共同体に属するかどうかの自由を確保しつつ、これまでテレビなどの受信設備を設置することでしか共同体に属することができなかった状態から、テレビなどの受信設備を設置しなくてもインターネットを通じて共同体に属する選択肢が新たに提供されるものであることを強調しておきたい。

5.で述べたとおり、今般の取りまとめは、新たな時代に対応した NHK のインターネット活用業務の在り方の基本的な骨格を示す一里塚であり、今後、歩みを止めることなく、詳細な検討を進めていく必要がある。

³² 主としてプラットフォーム TF 及びコンテンツ WG において、この点関係者ヒアリング等を実施し議論を重ね、放送コンテンツの制作・流通促進に向けた具体的方策がとりまとめられているところである。

³³ 放送法第 15 条において、NHK の目的として、「公共の福祉のために、あまねく日本全国において受信できるように豊かで、かつ、良い放送番組による国内基幹放送…を行う」ことが規定されている。

制度設計を検討する総務省、必須業務化した場合にインターネット活用業務の詳細を検討する NHK においては、「国民・視聴者にとって何がベストか」を常に意識しながら取組を進めていくことを期待するものである。

民間放送事業者や新聞社・通信社等においては、メディアの多元性を確保する上で重要な役割を果たす放送の二元体制を確保するための競争評価の詳細設計に積極的に参画することを期待する。加えて、どうすれば、フェイクニュースも含めた多種多様な情報が流通するインターネットの世界でも、信頼性の高い情報の提供を継続できるか、NHK、(一社)日本民間放送連盟、(一社)日本新聞協会など、メディアの関係者が連携・協力して検討を加速させることも期待するものである。NHK には、こうしたメディア間の連携・協力の場面でも先導的な役割を果たすことを大いに期待したい。

なお、情報空間全体のインフォメーション・ヘルスをいかに確保していくかという点に関しては、本ワーキンググループの検討課題である「NHK のインターネット活用業務の在り方」を議論するだけでは十分でないことは明らかである。例えば、利用者の ICT リテラシーを推進するための政策や、プラットフォーム事業者等による偽情報対策の推進の在り方についても検討が進められており³⁴、本ワーキンググループでの検討内容も含め、これらの政策が相互に連携することによって、その目的を達成することができるものと考えている。

34 例えば、偽情報等に対応した ICT リテラシー向上のための取組として、2021 年に開設したサイト「上手にネットと付き合おう！～安心・安全なインターネット利用ガイド～」において、「SNS 等での誹謗中傷」、「インターネット上の海賊版対策」、「ネットの時代におけるデマやフェイクニュース等の不確かな情報」といった「旬」のトピックを特集として掲載しているほか、2022 年 6 月に偽・誤情報に関する啓発教育教材「インターネットとの向き合い方～ニセ・誤情報に騙されないために～」を開発・公表している。今後の ICT リテラシー推進方策については、同年 11 月に「ICT 活用のためのリテラシー向上に関する検討会」を立ち上げ、検討を進めている。また、「プラットフォームサービスに関する研究会」(座長：宍戸 常寿 東京大学大学院 法学政治学研究科 教授)を通じて、偽情報に関するプラットフォーム事業者の取組とその透明性等に関するモニタリングを実施しており、2022 年 8 月に当該モニタリングの結果や海外の動向に関する調査結果等を踏まえ、プラットフォーム事業者による適切な対応や透明性の確保のための今後の方策の取組の方向性を示した第二次取りまとめを公表した。2023 年 3 月、同研究会において、各ステークホルダーによる自主的な対応をまとめた「偽情報対策に係る取組集 Ver1.0」を公表。同年 4 月 29 日及び 30 日に開催された G7 群馬高崎デジタル・技術大臣会合の閣僚宣言において、偽情報対策に関する民間企業や市民団体を含む関係者によるプラクティス集 (EPaD: Existing Practices against Disinformation) を作成することが宣言された。

參考資料集

参考資料集 目次

参考1	開催要綱	参考-1
参考2	開催状況	参考-5
参考3	ヒアリング資料等	参考-9
(1)	【資料1-4】時系列データ（生活者1万人アンケート）から読み解く日本人のメディア利用行動（株式会社野村総合研究所資料）	参考-10
(2)	【資料2-1】デジタル特代における公共放送の役割と受信料制度の在り方（曾我部構成員資料）	参考-30
(3)	【資料2-2】ネット配信時代のメディア産業—産業組織と経営戦略の観点から（内山構成員資料）	参考-38
(4)	【資料2-3】「公共放送」に関するWEBアンケート調査話果（野村総合研究所）	参考-56
(5)	【参考資料2】第1会合における総務大臣からの質問事項に対する回答	参考-67
(6)	【資料3-1】日本放送協会提出資料	参考-74
(7)	【資料3-2】（一社）日本民間放送連盟提出資料	参考-115
(8)	【資料3-3】（一社）日本新聞協会メディア開発委員会 意見書	参考-121
(9)	【資料3-4】（一社）日本新聞協会メディア開発委員会 説明資料	参考-125
(10)	【資料4-2】前回会合における質問事項への回答（日本放送協会）	参考-138
(11)	【資料4-3】前回会合における質問事項への回答（（一社）日本民間放送連盟）	参考-140
(12)	【資料4-4】前回会合における質問事項への回答（（一社）日本新聞協会メディア開発委員会）	参考-144
(13)	【資料6-1】川濱教授説明要料	参考-147
(14)	【資料7-2】NHKインターネット活用業務の検討に対する民放連の見解と質問（（一社）日本民間放送連盟提出資料）	参考-150
(15)	【資料8-1】日本放送協会提出資料	参考-153
(16)	【資料8-2】NHKインターネット活用業務の検討に対する意見（（一社）日本新聞協会メディア開発委員会提出）	参考-167
(17)	【資料9-1】日本放送協会提出資料	参考-170

- (18) 【資料 9-2】 前回会合における質問事項への回答（日本放送協会） …… 参考-172
- (19) 【要料 9-3】（一社）日本民間放送連盟提出資料 …… 参考-177
- (20) 【資料 9-4】（一社）日本新聞協会メディア開発委員会 意見書 …… 参考-184
- (21) 【資料 9-5】（一社）日本新聞協会メディア開発委員会 説明資料 …… 参考-189
- (22) 【資料 10-1】 日本放送協会説明資料 …… 参考-198
- (23) 【資料 10-2】（一社）日本民間放送連盟の質問への回答 …… 参考-202
- (24) 【資料 10-3】（一社）日本新聞協会メディア開発委員会の質問への回答 参考-211
- (25) 【資料 10-4】 第 8 回会合における質問事項への回答 …… 参考-218
- (26) 【資料 10-5】 第 9 回会合における質問事項への回答 …… 参考-222
- (27) 【資料 10-6】（一社）日本新聞協会メディア開発委員会の意見 …… 参考-226
- (28) 【資料 11-2】 構成員からの質問への（一社）日本民間放送連盟による回答
…………… 参考-227
- (29) 【資料 11-3】 構成員からの質問への
（一社）日本新聞協会メディア開発委員会による回答 …… 参考-228
- (30) 【資料 11-4】 NHK インターネット活用業務の「必須業務化」に対する意見
（（一社）日本新聞協会メディア開発委員会提出） …… 参考-232
- (31) 【資料 12-2】 放送の多元性確保に向けたご提案
（（一社）日本民間放送連盟提出） …… 参考-234
- (32) 【資料 12-3】 総務省「公共放送ワーキンググループ」の検討に対する意見
（（一社）日本新聞協会メディア開発委員会提出） …… 参考-235
- (33) 【資料 13-3】 議論の取りまとめに対する意見
（（一社）日本新聞協会メディア開発委員会提出） …… 参考-237

参考 1 開催要綱

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 「公共放送ワーキンググループ」開催要綱

1 背景・目的

本ワーキンググループは、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（以下「検討会」という。）の下で開催される会合として、検討会取りまとめの第4章「放送コンテンツのインターネット配信の在り方」を踏まえ、インターネットを含めて情報空間が放送以外にも広がる中において、信頼性の高い情報発信などの放送コンテンツの価値を情報空間全体に浸透させる観点から、NHKのインターネット配信の在り方等について検討することを目的とする。

2 名称

本ワーキンググループは「公共放送ワーキンググループ」と称する。

3 検討項目

- (1) インターネット時代における公共放送が担うべき役割
- (2) NHKのインターネット活用業務の在り方
- (3) NHKのインターネット活用業務に関する民間放送事業者との協力の在り方
- (4) NHKのインターネット活用業務の財源と受信料制度
- (5) その他

4 構成及び運営

- (1) 本ワーキンググループの主査は、検討会座長が指名する。本ワーキンググループの構成員は、主査が指名する。
- (2) 主査は、本ワーキンググループを招集し、主宰する。
- (3) 主査は、必要があると認めるときは、主査代理を指名することができる。
- (4) 主査代理は主査を補佐し、主査不在のときは主査に代わって本ワーキンググループを招集する。
- (5) 主査は、必要に応じ、必要と認める者を構成員又はオブザーバとして追加することができる。
- (6) 主査は、必要に応じ、構成員以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
- (7) その他、本ワーキンググループの運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

5 議事の取扱い

- (1) 本ワーキンググループの会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。
- (2) 本ワーキンググループの会議で使用した資料及び議事要旨については、原則として公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合につ

いては、非公開とする。

6 その他

本ワーキンググループの庶務は、情報流通行政局放送政策課が行い、必要に応じて関係課と連携して行うものとする。

「公共放送ワーキンググループ」構成員名簿

(敬称略・主査及び主査代理を除き五十音順)

<構成員>

(主査)	みともひとし 三友仁志	早稲田大学大学院アジア太平洋研究科 教授
(主査代理)	やまもとりゅうじ 山本隆司	東京大学大学院法学政治学研究科 教授
	うちやまたかし 内山隆	青山学院大学総合文化政策学部 教授
	おおたにかずこ 大谷和子	株式会社日本総合研究所 執行役員法務部長
	おちあいたかふみ 落合孝文	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業 プロトタイプ政策 研究所所長・シニアパートナー弁護士
	ししとじょうじ 宍戸常寿	東京大学大学院法学政治学研究科 教授
	そがべまさひろ 曽我部真裕	京都大学大学院法学研究科 教授
	たきとしお 瀧俊雄	株式会社マネーフォワード 執行役員CoPA Fintech研究所長
	ながたみき 長田三紀	情報通信消費者ネットワーク
	はやししゅうや 林秀弥	名古屋大学大学院法学研究科 教授

<オブザーバ>

日本放送協会
一般社団法人日本民間放送連盟

参考 2 開催状況

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
「公共放送ワーキンググループ」
開催状況

○第1回（令和4年9月21日（水）17:00～）

- (1) 開催要綱の確認等
- (2) 公共放送ワーキンググループについて
- (3) 公共放送の現状について
- (4) 公共放送ワーキンググループの論点(案)
- (5) 意見交換

○第2回（令和4年10月17日（月）13:00～）

- (1) 曾我部構成員プレゼンテーション
- (2) 内山構成員プレゼンテーション
- (3) 「公共放送に関するWEBアンケート調査」の結果について
- (4) 質疑応答・意見交換

○第3回（令和4年11月24日（木）15:00～）

- (1) ヒアリング①
 - ・日本放送協会
- (2) 質疑応答①
- (3) ヒアリング②
 - ・（一社）日本民間放送連盟
 - ・（一社）日本新聞協会メディア開発委員会
- (4) 質疑応答②
- (5) 諸外国の公共放送に関する制度について（※第4回会合に持ち越し）
- (6) 質疑応答③・意見交換

○第4回（令和4年12月22日（木）16:00～）

- (1) 諸外国の公共放送に関する制度について
- (2) 質疑応答①
- (3) 前回会合における質問事項への回答
- (4) 質疑応答②・意見交換
- (5) これまでの議論の整理について
- (6) 質疑応答③・意見交換

○第5回（令和5年2月24日（金）16:00～）

- (1) インターネット時代における公共放送の役割に関する論点と考え方（事務局）
- (2) 意見交換①
- (3) インターネット時代における公共放送の業務に関する論点と考え方（事務局）
- (4) 意見交換②

○第6回（令和5年3月15日（水）16:00～）

- (1) 前回の議論の振り返り
- (2) インターネット活用業務の財源と受信料制度に関する論点
- (3) 意見交換
- (4) NHKインターネット活用業務の検討に対する民放連の見解と質問の提出について

○第7回（令和5年4月27日（木）13:00～）

- (1) 前回の議論の振り返り
- (2) インターネット活用業務の財源と受信料制度に関する論点
- (3) 意見交換
- (4) NHKインターネット活用業務の検討に対する民放連の見解と質問の提出について

○第8回（令和5年5月26日（金）15:00～）

- (1) 前回の議論の振り返り等
- (2) ヒアリング
 - ・日本放送協会
- (3) 質疑応答・意見交換

○第9回（令和5年6月7日（水）10:00～）

- (1) 日本放送協会からの説明
- (2) 質疑応答①
- (3) ヒアリング
 - ・（一社）日本民間放送連盟
 - ・（一社）日本新聞協会メディア開発委員会
- (4) 質疑応答②・意見交換

○第10回（令和5年6月30日（金）15:00～）

- (1) 日本放送協会からの説明
- (2) （一社）日本民間放送連盟及び（一社）日本新聞協会メディア開発委員会の質問への回答
- (3) 質疑応答・意見交換

○第11回（令和5年7月24日（月）10:00～）

- (1) これまでの主な検討項目について（事務局）
- (2) 質疑応答・意見交換

○第12回（令和5年8月10日（木）16:00～）

- (1) これまでの主な検討項目について（事務局）
- (2) 質疑応答・意見交換

○第13回（令和5年8月29日（火）15:00～）

- (1) 公共放送ワーキンググループ取りまとめ案について
- (2) 意見交換

参考3 ヒアリング資料

時系列データ（生活者1万人アンケート）から読み解く 日本人のメディア利用行動

プリンシパル 松下 東子

株式会社野村総合研究所
コンサルティング事業本部
マーケティングサイエンスコンサルティング部

2022年9月21日



NRI「生活者1万人アンケート調査」の実施概要

- ◆NRI「生活者1万人アンケート調査」（1997年,2000年,2003年,2006年,2009年,2012年,2015年,2018年,2021年）
 - ・調査対象：全国の満15～79歳の男女個人（2009年調査までは満15～69歳としていた）
 - ・サンプル抽出方法：層化二段無作為抽出法
 - ・調査方法：訪問留置法
 - ・有効回答数：
10,052人（97年）, 10,021人（00年）, 10,060人（03年）, 10,071人（06年）, 10,252人（09年）, 10,348人（12年）
10,316人（15年）, 10,065人（18年）, 10,164人（21年）

※2021年調査は、2021年8月に調査を実施した。

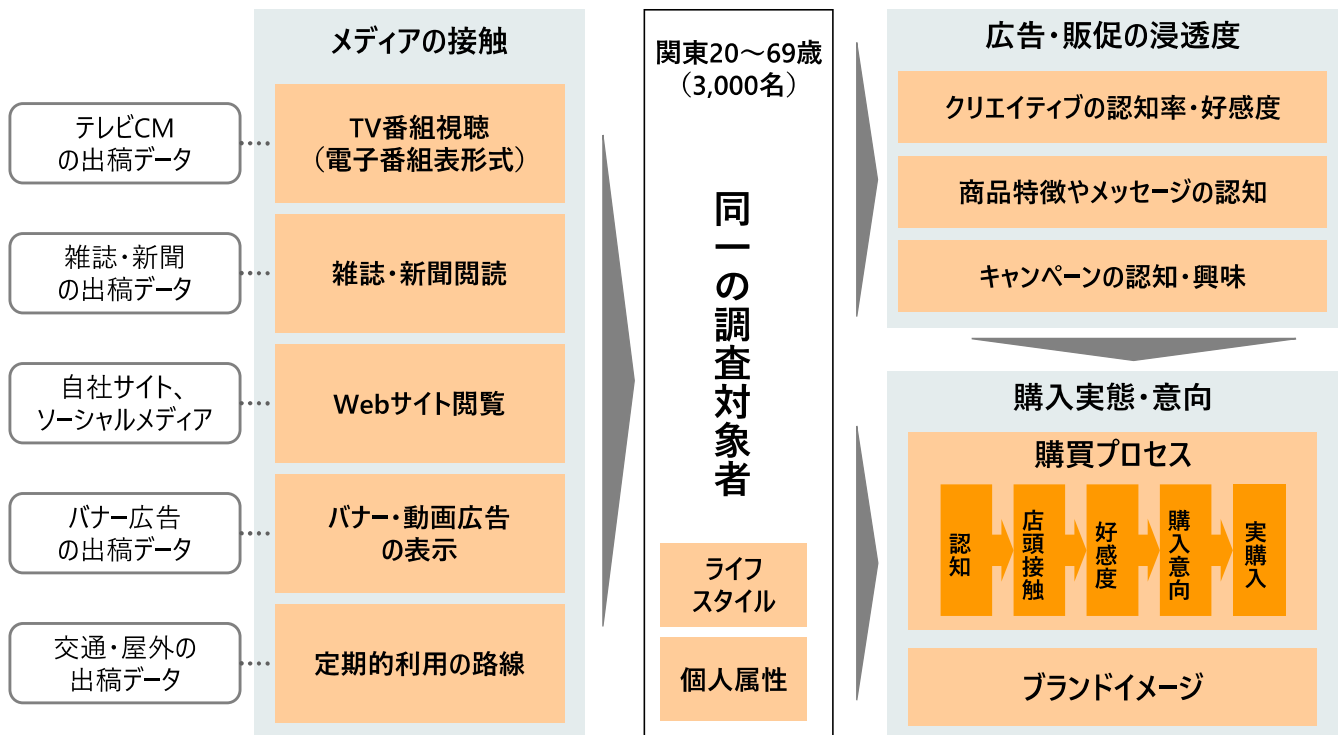
本資料では、2009年以前の調査結果と時系列で比較する際には、2012年以降の調査データを15～69歳（2012年：8,821人、2015年：8,718人、2018年：8,431人、2021年：8,297人）としている。

資料を読む際の注意点

- 結果数値（%）は、各設問の回答者数を分母として算出した各回答の比率である。なお、特に明示していない場合は原則、各調査年の回収サンプル数が基数であるが、別途表記があるものは、無回答を回収サンプル数から除いた値を基数としている。
- 結果数値（%）は四捨五入の関係で、内訳の合計が計に一致しないことがある。
- 質問によっては一部の調査年の結果数値しか、グラフ上で表示していない場合がある。
- 複数回答の設問で、結果数値が低いなどの理由により、すべての選択肢を表示していない場合がある。

【参考】月次推移のソース：シングルソースパネルの概要

メディアの接触、商品の購入実態・意向などをすべて同一の調査対象者に調査するシングルソースデータにより、消費者の価値観・行動変化を時系列で分析できる。



Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 2

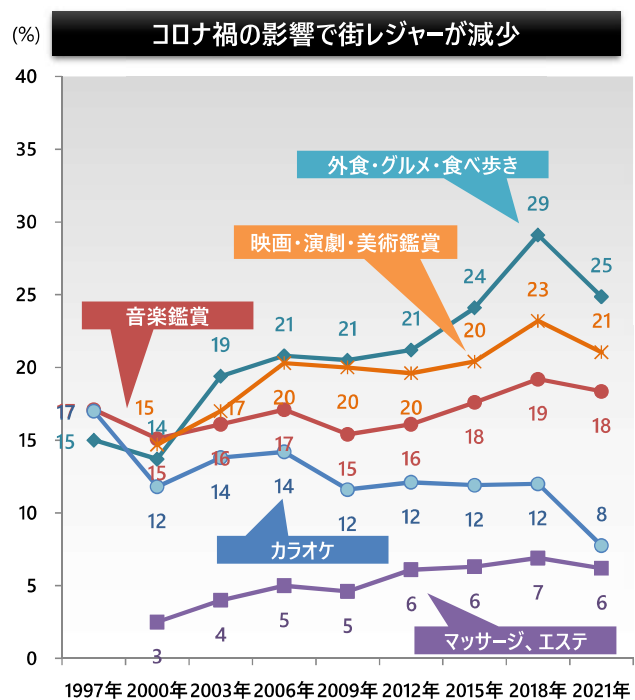
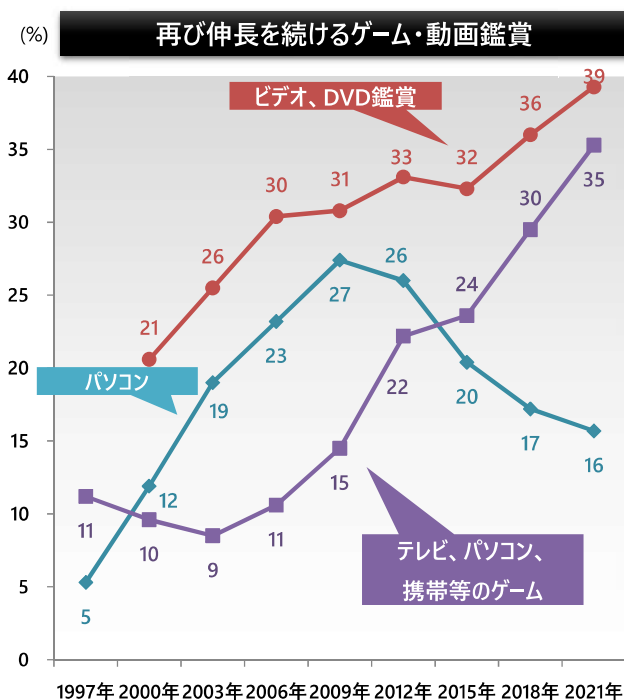
1. 生活者の変化 — 社会・時代の変化とコロナ禍の影響 —

生活者の視聴スタイルの変化の背景には、
 マスメディアから個人消費メディア（スマホ・ネット）への
 「時代の流れ」＝社会の変化がある。
 さらに、コロナ禍がそれを加速させた。

1. 生活者の変化 - 社会・時代の変化とコロナ禍の影響 -

動画鑑賞等のデジタルレジャーは時代とともに伸長しており、直近でさらに再加速。
 外食・グルメ、映画、カラオケ等の「街レジャー」については、コロナ禍の影響を受け減少。

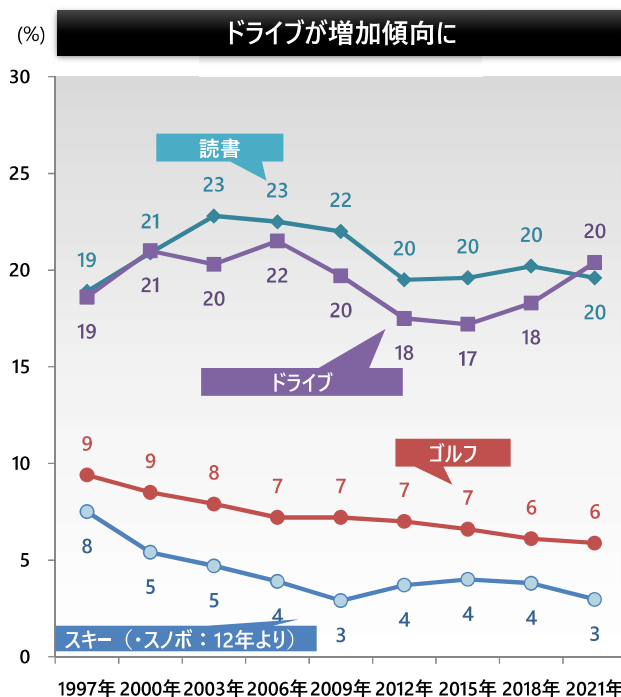
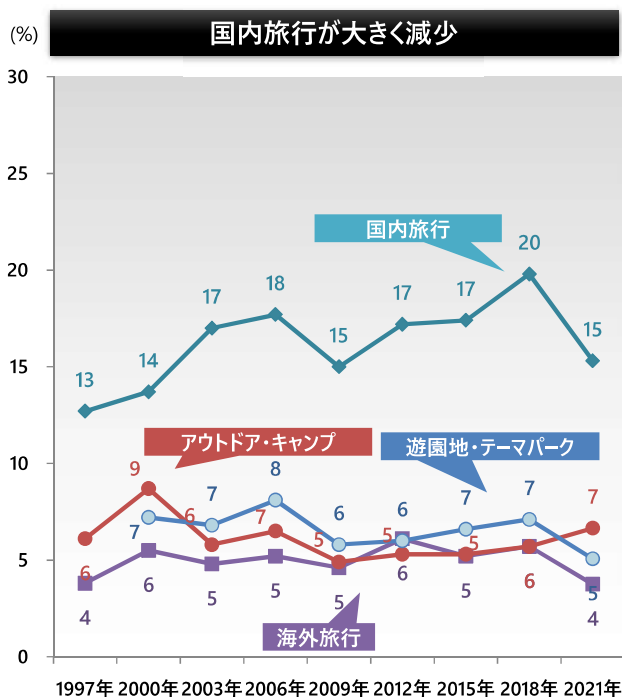
余暇活動をする人の割合の推移（複数回答）



1. 生活者の変化 - 社会・時代の変化とコロナ禍の影響 -

国内旅行、海外旅行、遊園地も自粛影響により減少したが、感染リスクの低いアウトドアやドライブといった趣味は増加した。

余暇活動をする人の割合の推移（複数回答）

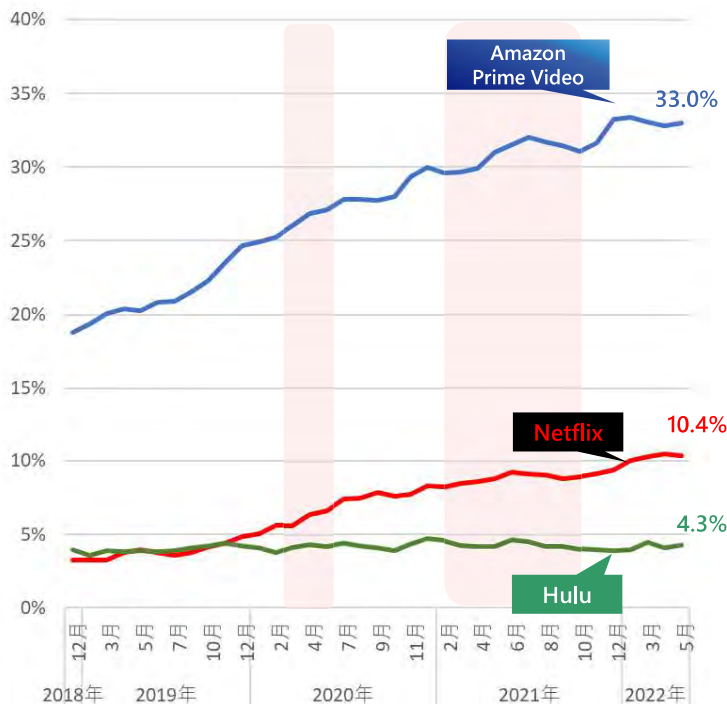


出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(1997年、2000年、2003年、2006年、2009年、2012年、2015年、2018年、2021年) Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 6

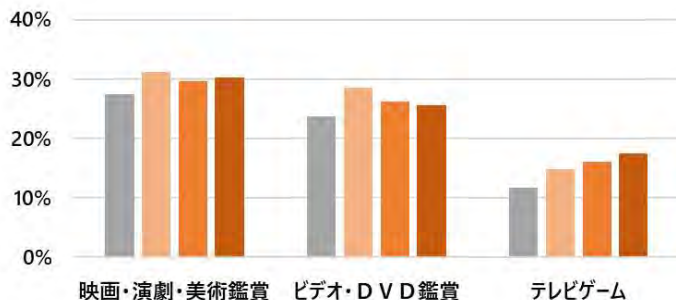
1. コロナ禍による生活者の変化 1) 視聴スタイル変化の背景 【参考】月次データの推移：趣味・余暇活動

伸長傾向にあった動画配信サービス利用もコロナ禍により急増。コロナ禍で大きく伸びたオンラインレジャーは外出自粛傾向が緩和した後も伸長・コロナ禍前の水準を維持している。

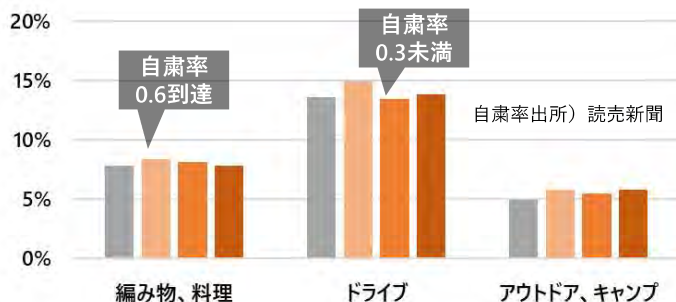
動画配信サービスの利用率推移 (2018年12月～2022年5月:3ヶ月移動平均)



オンラインレジャー・オンライン代替できる趣味



巣ごもり・密を避けた外出は一度伸びた後縮小



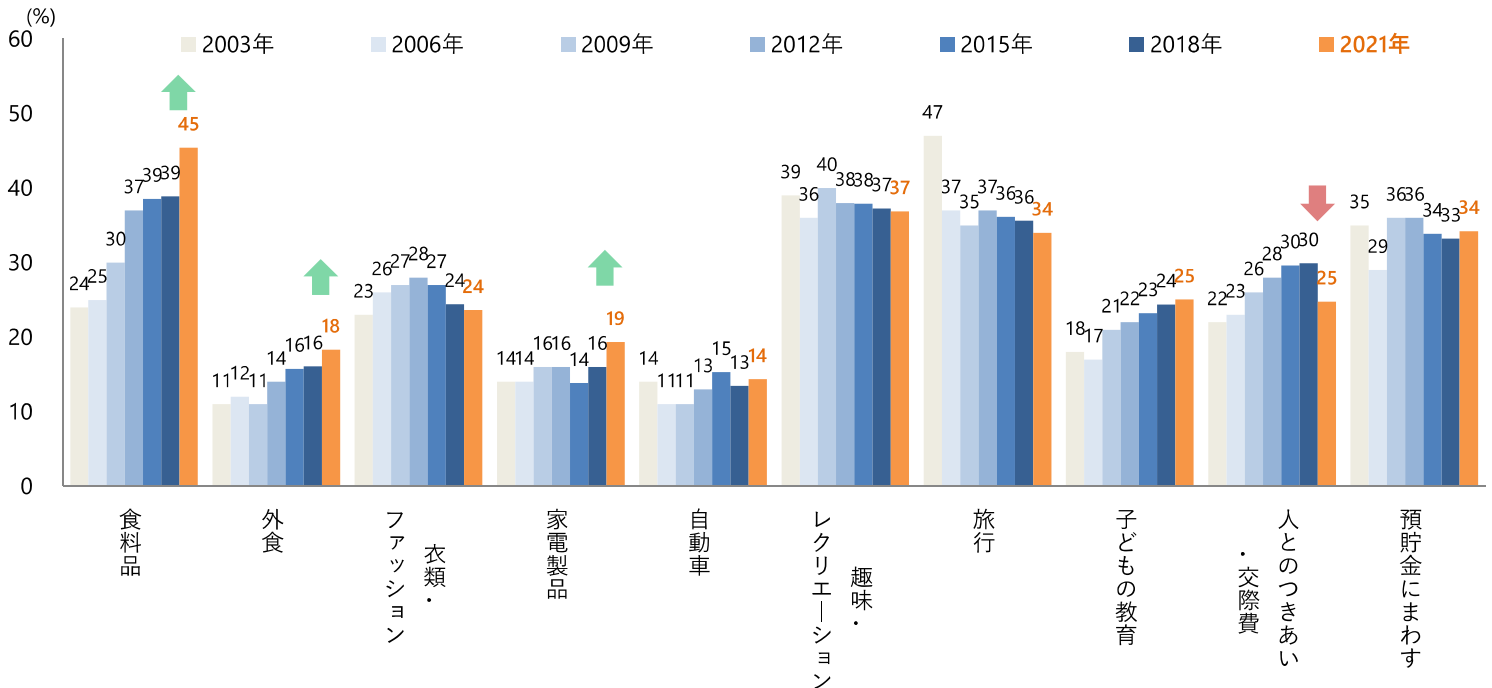
出所) NRIインサイトシグナル調査 (関東男女20-60代)

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 7

1. 生活者の変化 - 社会・時代の変化とコロナ禍の影響 -

コロナ禍において、「人とのつきあい・交際費」への支出意向は大きく減少。おうち時間を充実させる「食料品」が大きく伸び、「家電製品」も増加した。

積極的にお金を使いたい費目の推移（複数回答）



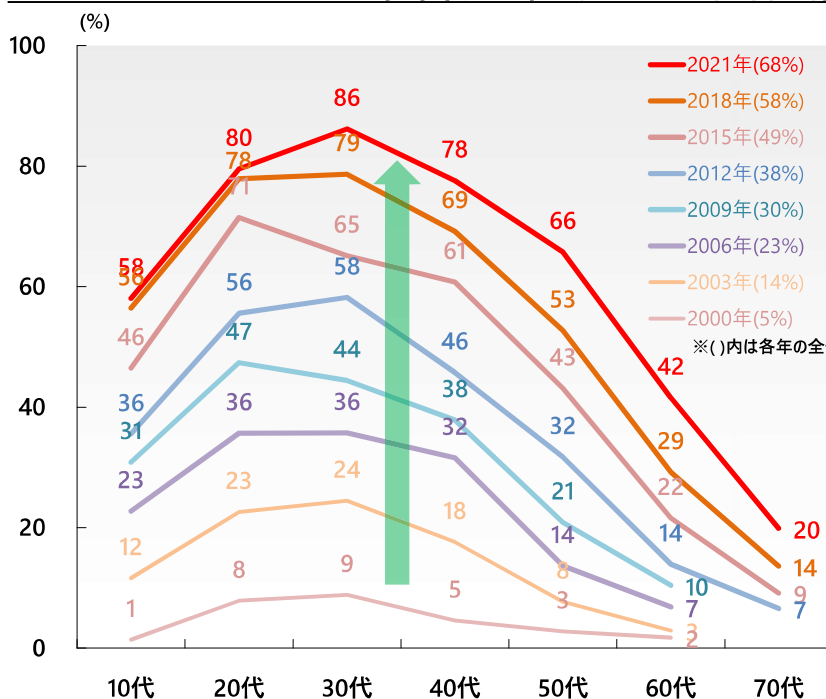
※旅行については2015年以降は「国内旅行」「海外旅行」のいずれか1つを回答した人を対象としている

出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2003年、2006年、2009年、2012年、2015年、2018年、2021年) Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 8

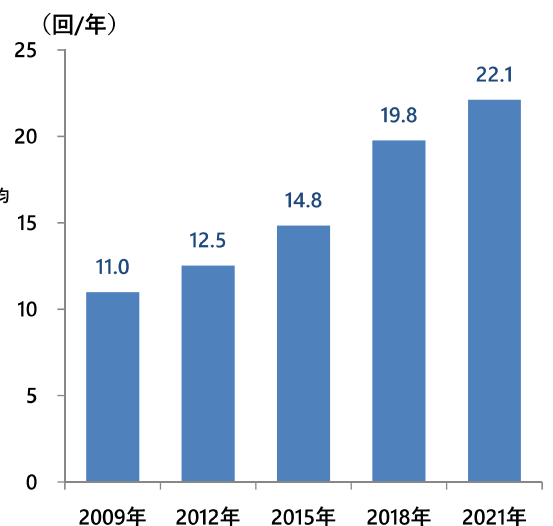
1. 生活者の変化 - 社会・時代の変化とコロナ禍の影響 -

消費行動もオンライン化が進む。2021年度は特に、これまで利用の進んでいなかった40代以上の中高年層で伸びが大きい。利用者あたりの年間平均利用回数もさらに増加。

インターネットショッピングを年1回以上利用する人の割合の推移



「インターネットショッピング」
利用者の年間平均利用回数の推移



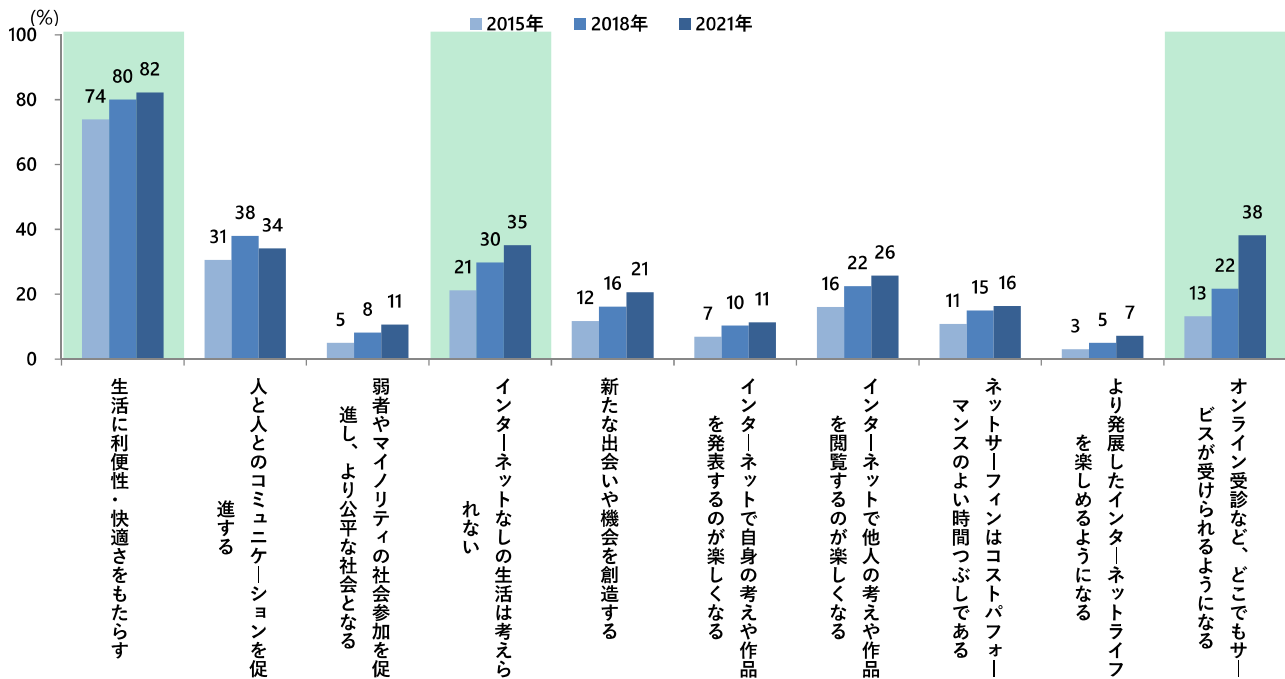
※2000～2006年調査は「パソコンを使って商品・サービスの発注をしたことがある人」の割合、2009年～2015年調査は「インターネットショッピング利用者の割合」（それぞれ1年間で利用した割合）

出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2000年、2003年、2006年、2009年、2012年、2015年、2018年、2021年) Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 9

1. 生活者の変化 - 社会・時代の変化とコロナ禍の影響 -

インターネット利用に対するポジティブな考えとして、「生活に利便性・快適さをもたらす」が継続して伸長。「インターネットなしの生活は考えられない」など、生活浸透が進んでいる。

インターネット利用に対する考え（ポジティブ面）の回答割合の推移（複数回答）



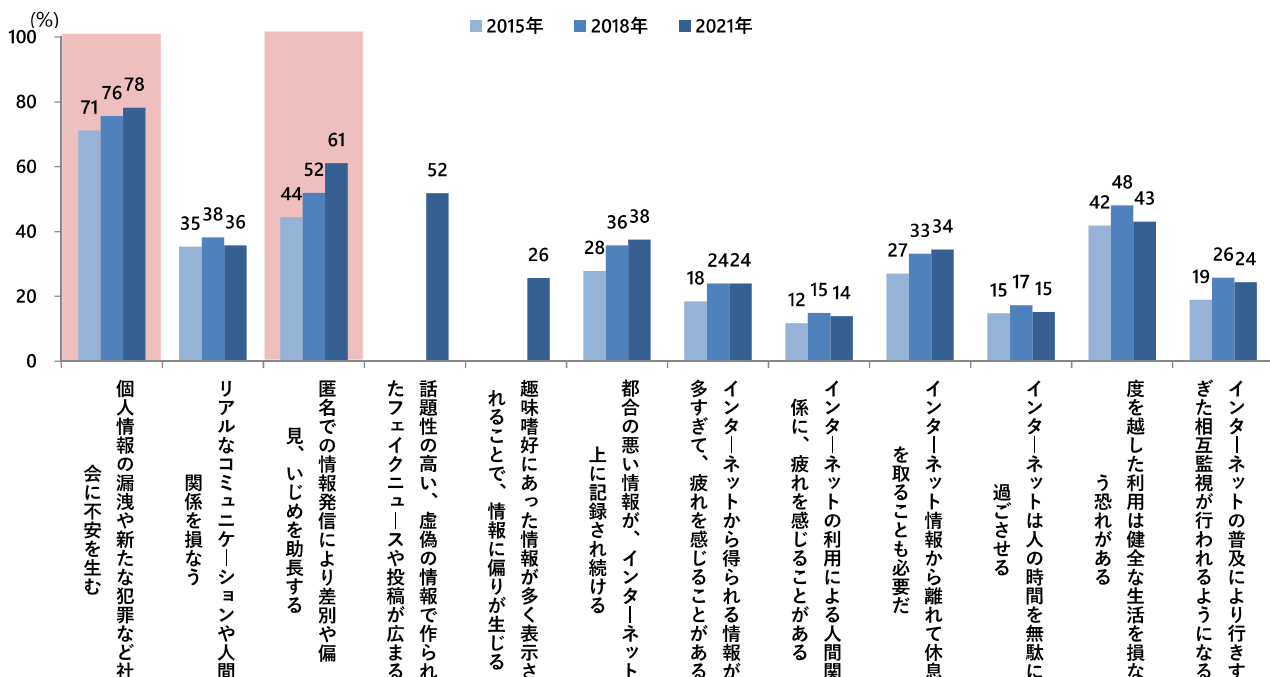
出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2015年、2018年、2021年)

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 10

2. 生活者のメディア利用行動 5) ネット社会の功罪

一方で、インターネット利用に対するネガティブな考えとして、個人情報漏洩への不安や、匿名であることから差別等につながるなどの意識が上昇している。フェイクニュースへの不安も強い。

インターネット利用に対する考え（ネガティブ面）の回答割合の推移（複数回答）



出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2015年、2018年、2021年)

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ

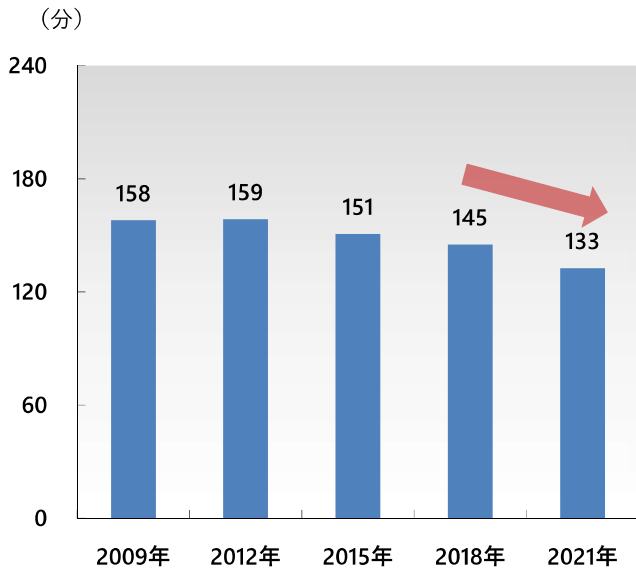
2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 1) メディアの利用状況

テレビの視聴時間は、特に若年層を中心に大きく減少。
一方、インターネットを利用する時間はさらに伸びている。
特に、2021年では中高年層の利用時間が伸長した。

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 1)メディアの利用状況

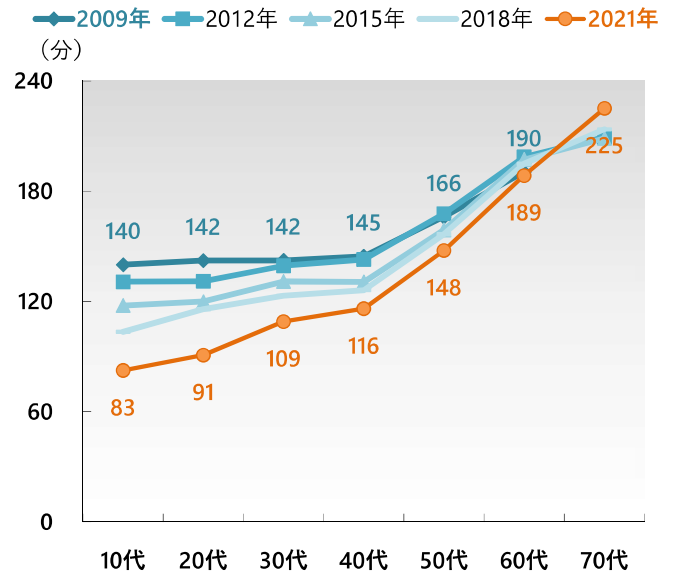
テレビの視聴時間は、特に若年層を中心に大きく減少している。

1日あたりの「テレビを見ている時間」
(平日)の推移



※無回答を除外して集計している

1日あたりの「テレビを見ている時間」
(年代別・平日)の推移



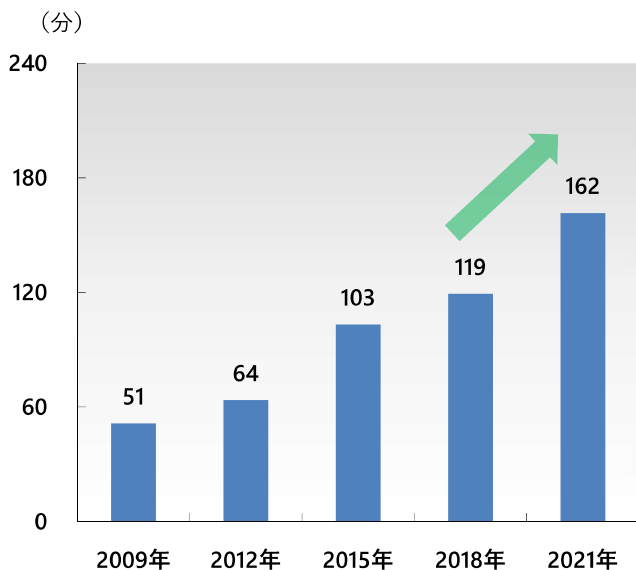
※無回答を除外して集計している

出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2009年、2012年、2015年、2018年、2021年) Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI** 14

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 1)メディアの利用状況

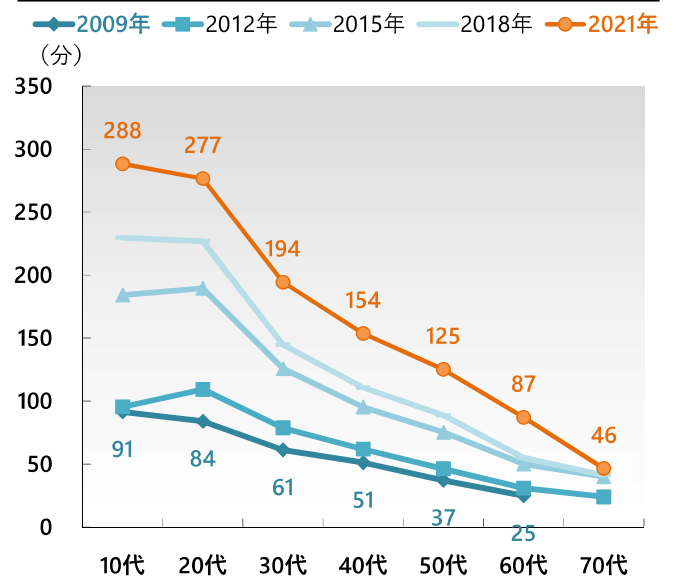
一方、インターネットを利用する時間はさらに伸びている。特に若年層を中心に利用時間は2018年まで急増を続けていたが、2021年では中高年層の利用時間も伸びている。

1日あたりの「インターネットを利用している時間」
(仕事での利用を除く) (平日)の推移



※無回答を除外して集計している

1日あたりの「インターネットを利用している時間」
(仕事での利用を除く) (年代別・平日)の推移

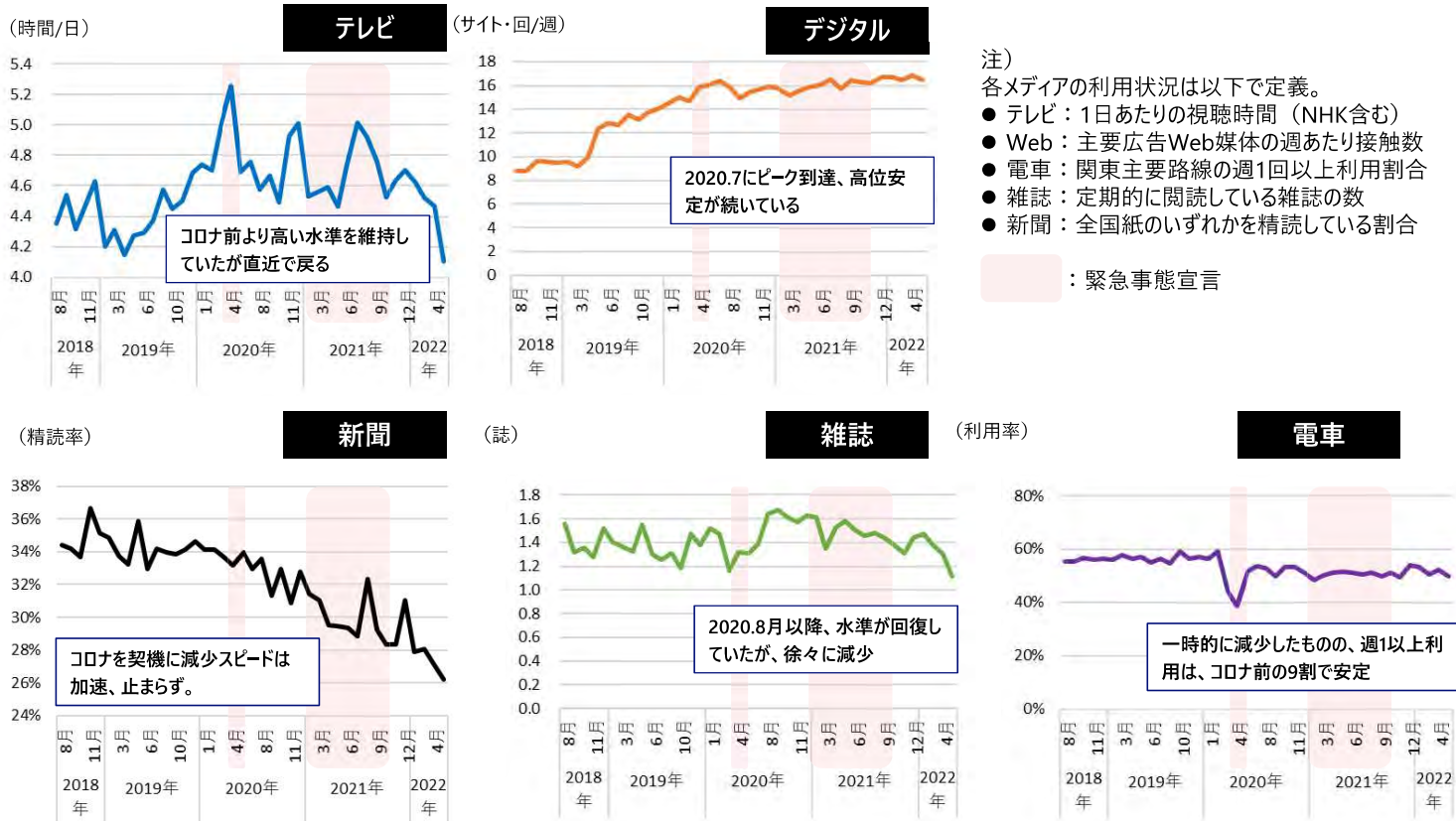


※無回答を除外して集計している

出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2009年、2012年、2015年、2018年、2021年) Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI** 15

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 1) メディアの利用状況【参考】月次データの推移

コロナ期に入り、テレビの視聴時間は増えていたが、直近で2019年水準に戻った。



出所) NRIインサイトシグナル調査 (関東男女20-60代)

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI** 16

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 1) メディアの利用状況

NHKや民放をよく見る層は2018年調査以降で大きな減少傾向に。インターネット（スマホ）は増加が飽和していたが、今回再び大きく伸長。インターネット（パソコン）は下げ止まった。

現在、よく見るメディアの推移



出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2012年、2015年、2018年、2021年)

参考-18

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI** 17

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 1) メディアの利用状況

NHK、民放ともに2021年にかけて減少傾向。特に2018年から2021年にかけての減少が大きい。年代別では男女とも若年層ほど減少が顕著。

性年代別・NHKをよく見る人の割合の推移(%)



性年代別・民放をよく見る人の割合の推移(%)



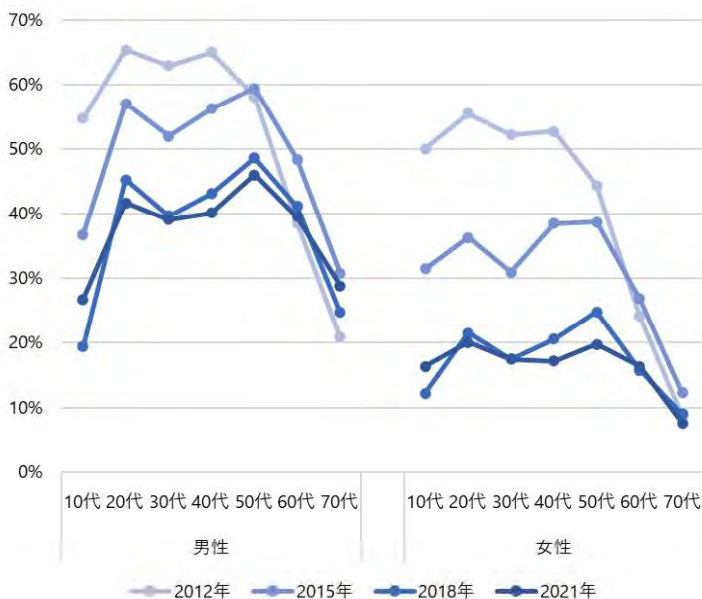
出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2012年、2015年、2018年、2021年)

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 18

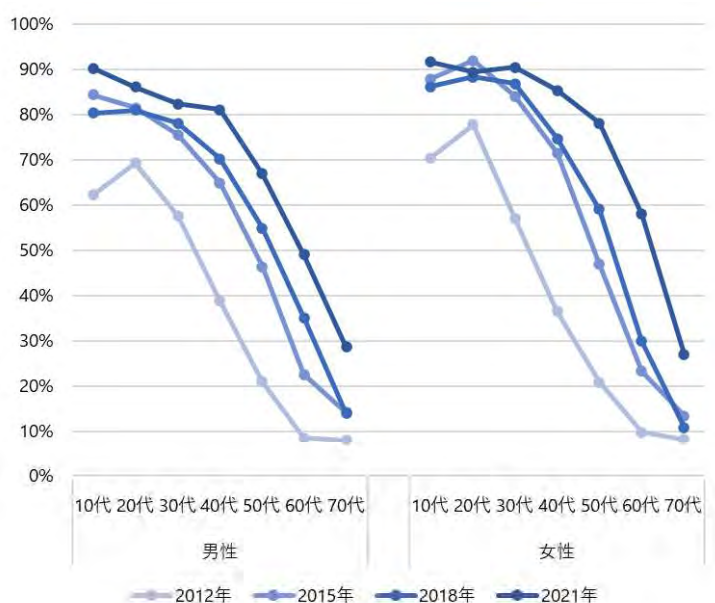
2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 1) メディアの利用状況

PCは、女性を中心とした若年層において減少していたが、2021年には下げ止まった。スマホ・タブレットは全体的に増加傾向だが、特に中高年層での増加が顕著。

性年代別・インターネット(PC)をよく見る人の割合の推移



性年代別・インターネット(スマホ・タブレット)をよく見る人の割合の推移

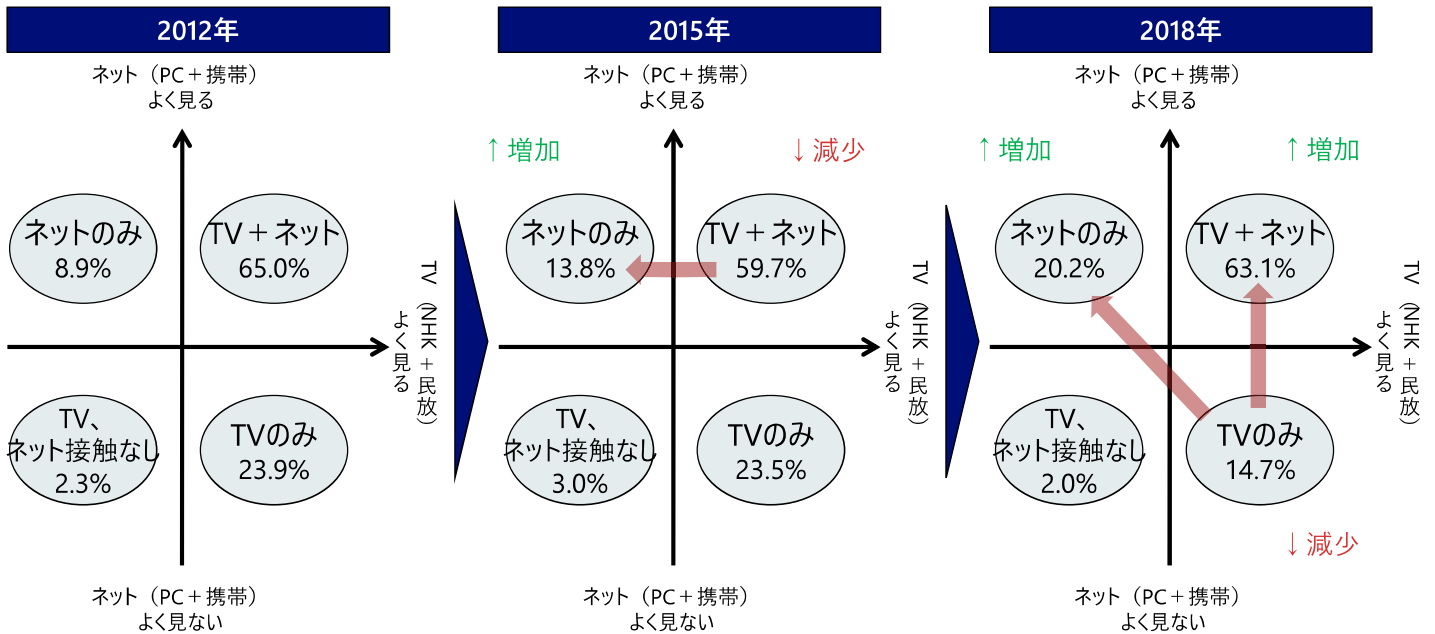


出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2012年、2015年、2018年、2021年)

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 1) メディアの利用状況

TV×ネットの視聴パターンを見ると、TVのみ層が減少し、ネット利用層が増加。特にネットのみ層の増加が顕著。

各メディアを「現在、よく見る」人の割合



出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2015年、2018年、2021年)

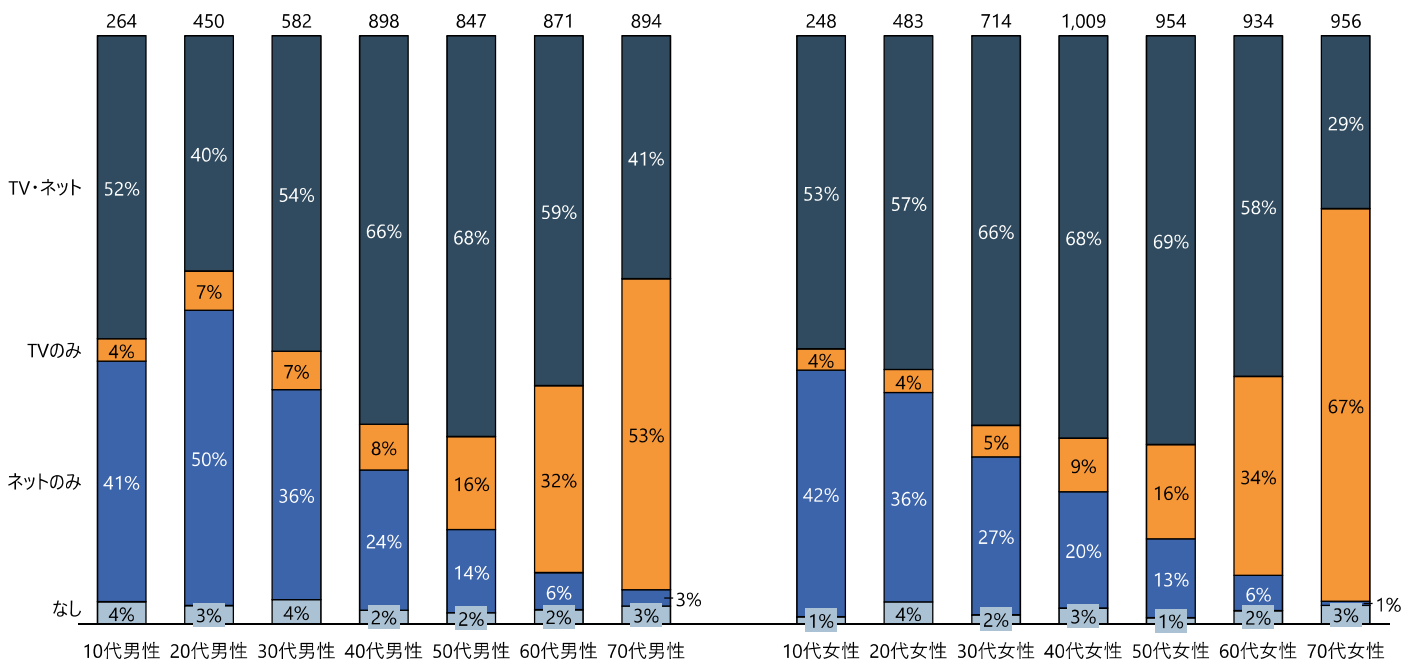
※70代を除外した60代以下。無回答を除外して集計。

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 20

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 1) メディアの利用状況

男女30代以下では2割超が、ネットのみ層。特に20代男性は50%がネットのみ層。一方、70代では男女とも、TVのみ層が過半数となっている。

各メディアを「現在、よく見る」人の割合

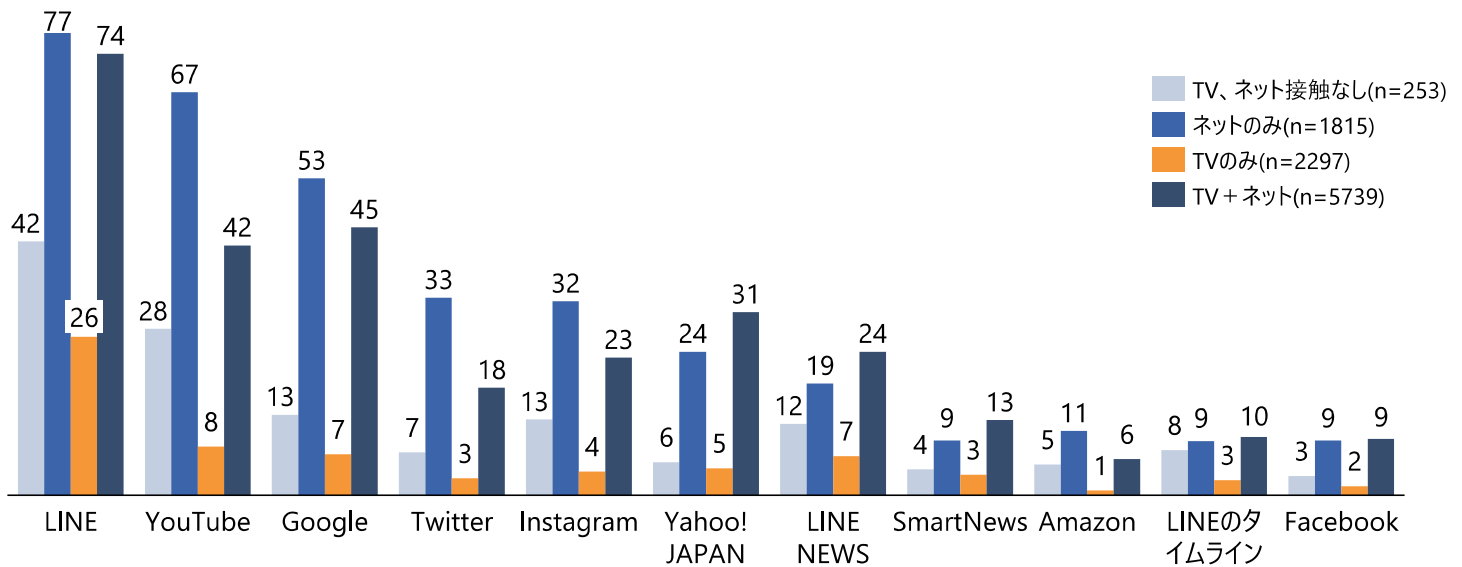


出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2021年)

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 1) メディアの利用状況

ネットのみ層は、SNS等インターネットサービスを毎日利用する人が多い。インターネットサービスでニュースや動画を閲覧したり、ゲームで暇つぶしをしたりしていると想定される。

「現在、よく見る」メディアパターン別、SNS等インターネットサービスを毎日利用する人の割合（％）



出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2021年)

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 22

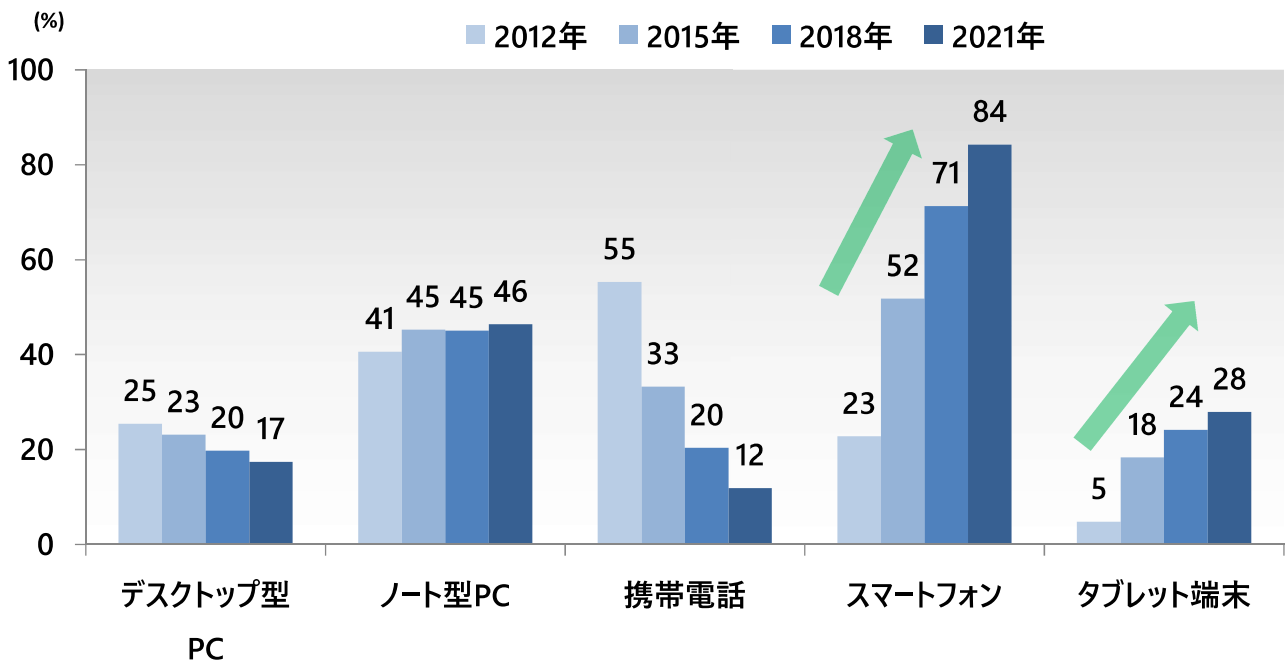
2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 2) モバイル端末の普及

モバイル端末の普及が、テレビからネットへの動きを加速。
 特にモバイル端末は中高年層で急速に普及。
 その背景に、第1部で見たコロナ禍のデジタルレジャー、
 ネットショッピングの伸長がある。

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 2) モバイル端末の普及

従来型携帯電話の利用率はさらに減少。スマートフォンは70代まで含めた生活者全体で8割を超えた。デスクトップPCも減少し、端末のポータブル化が進むが、タブレットはやや飽和。

情報端末の利用状況の推移（自分で自由に使えるもの、複数回答）

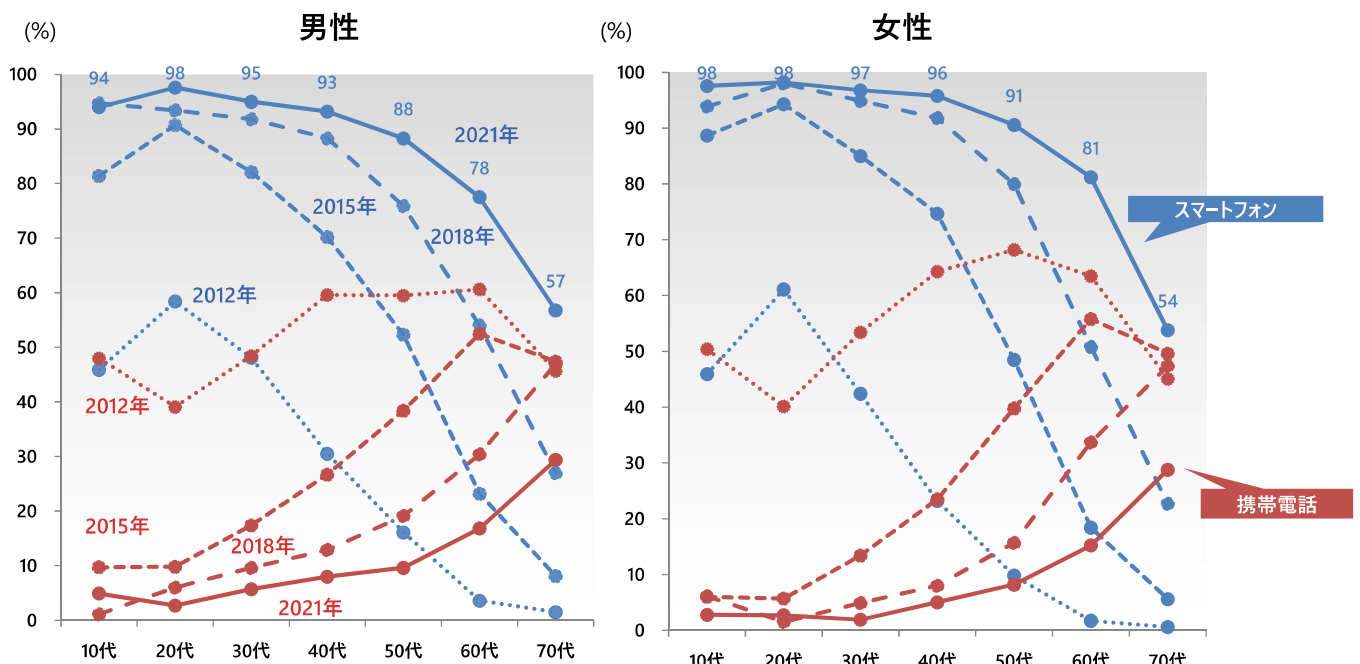


出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2012年、2015年、2018年、2021年) Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 24

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 2) モバイル端末の普及

スマートフォンの普及が50代において9割程度、70代でも半数以上に達し、中高年層で急速に普及が進んでいる。

男女・年代別情報端末の利用状況（自分で自由に使えるもの、複数回答）

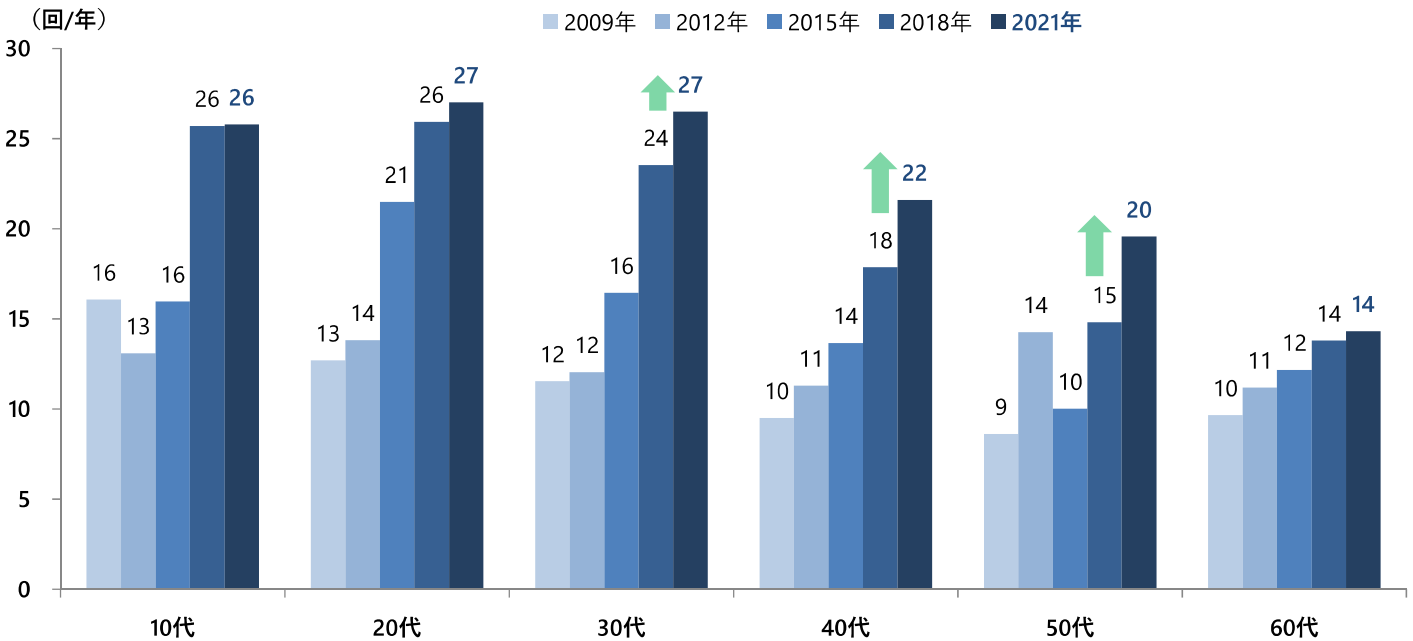


出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2012年、2015年、2018年、2021年) Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 25

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 2) モバイル端末の普及

ネットショッピングは2015年⇒2018年では特に10代～30代の若年層における利用頻度が大きく伸びたが、2018年⇒2021年では30代～50代以上の中年層が大きく伸びている。

「インターネットショッピング」利用者の年間平均利用回数の推移（年代別）



出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2009年、2012年、2015年、2018年、2021年) Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 26

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 3) 放送のネット進出の状況

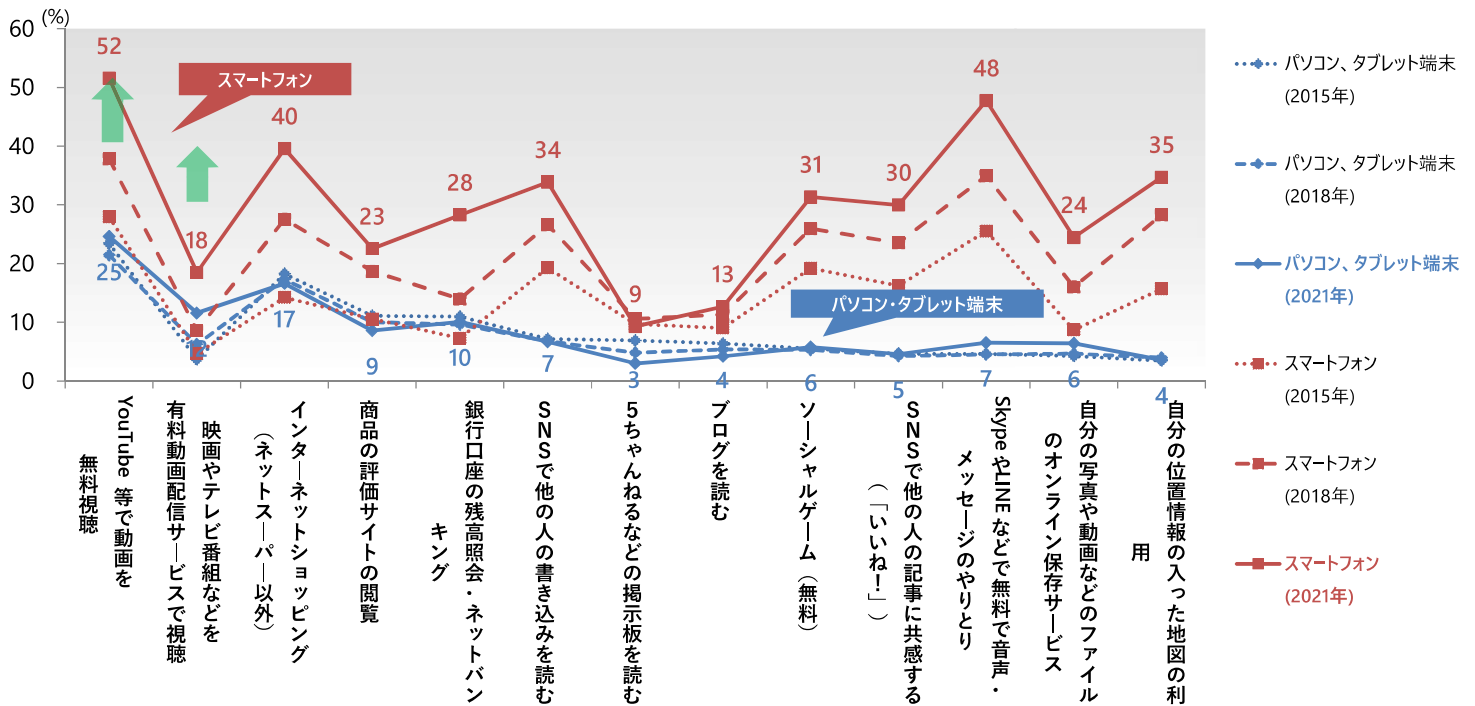
放送事業者のネット進出（テレビ番組のネット視聴）も
若年層を中心に受け入れられつつある。

もっとも、ネットでの主役は依然動画配信でありテレビの
ネット視聴が浸透するかは未知数。

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 3) 放送のネット進出の状況

スマートフォンでは情報収集からコミュニケーション、ゲームや動画視聴などの余暇活動、金融関連まで幅広く、さらに多くの人に行われている。動画配信サービスもスマホで楽しめるように。

インターネットの利用状況（利用端末別、複数回答）

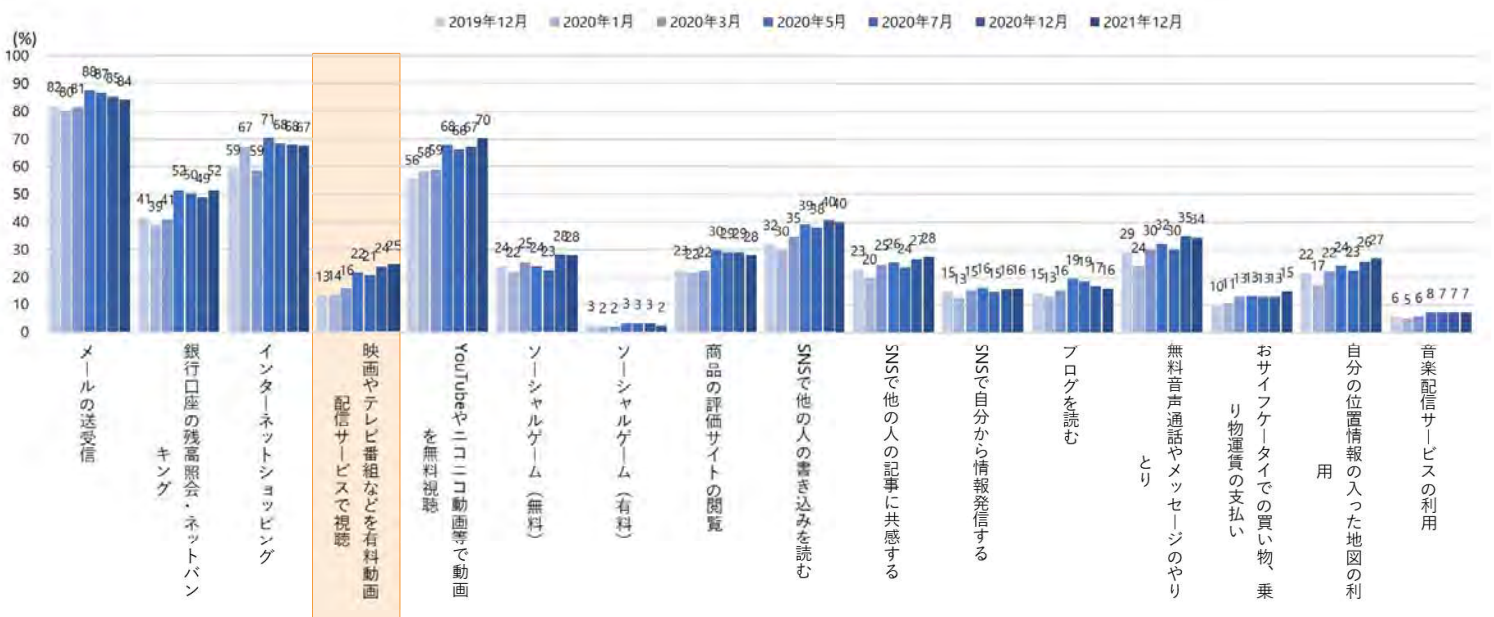


出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2015年、2018年、2021年) Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 28

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 3) 放送のネット進出の状況

有料動画配信サービスの利用者比率は2020年3月から5月の2か月間（初回の緊急事態宣言が発令されたタイミング）で、過去2年間の2倍にあたる利用増が実現された。

コロナ禍前後におけるインターネットの利用状況（複数回答）

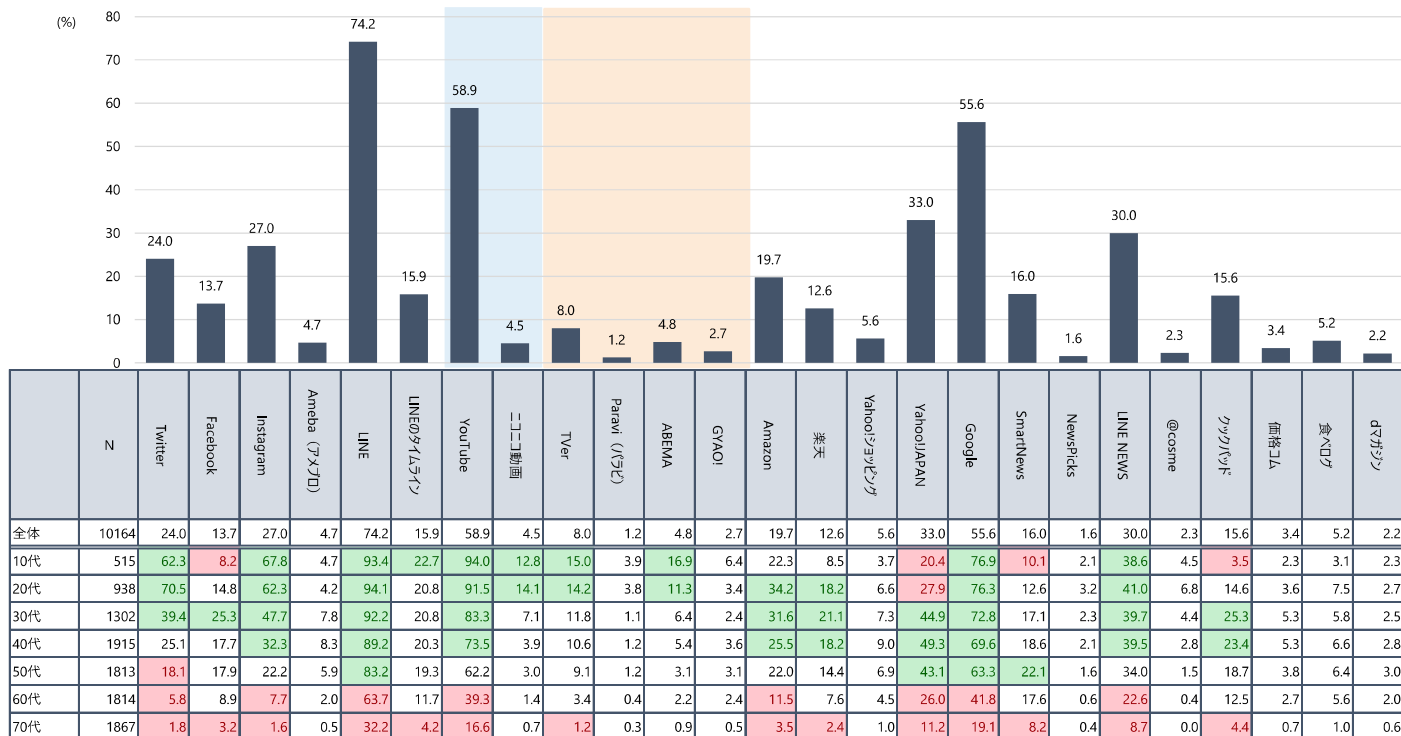


出所) NRI「生活者年末ネット2019年12月、2020年12月」、NRI「日常生活に関する調査」(2020年1月)、NRI「新型コロナウイルス感染拡大による影響調査」(2020年3月、2020年5月、2020年7月)

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 3) 放送のネット進出の状況

Tver、ABEMA等、ネットサービスに放送事業者も進出しているものの、利用率は現時点ではYouTubeなどと比べて限定的。

週1回以上利用するSNS等インターネットサービス

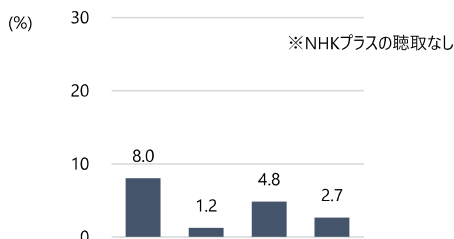


※網掛けルール：緑...全体の割合より5%以上大きいセル、赤...全体の割合より5%以上小さいセル
出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2021年)

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 3) 放送のネット進出の状況

TVerはNetflixに、ABEMAはHuluに近い規模を獲得しているが、先駆者であるAmazon プライム・ビデオの規模にはまだ到達できていない。

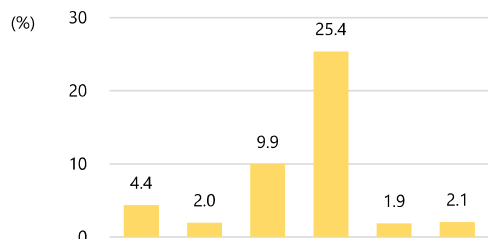
週1回以上利用する動画視聴系ネットサービス (放送系)



	N	TVer	Paravi (パラビ)	ABEMA	GYAOI
全体	10164	8.0	1.2	4.8	2.7
10代	515	15.0	3.9	16.9	6.4
20代	938	14.2	3.8	11.3	3.4
30代	1302	11.8	1.1	6.4	2.4
40代	1915	10.6	1.2	5.4	3.6
50代	1813	9.1	1.2	3.1	3.1
60代	1814	3.4	0.4	2.2	2.4
70代	1867	1.2	0.3	0.9	0.5

※網掛けルール：緑...全体の割合より5%以上大きいセル、赤...全体の割合より5%以上小さいセル

現在、よく利用する動画視聴系ネットサービス (有料動画配信)



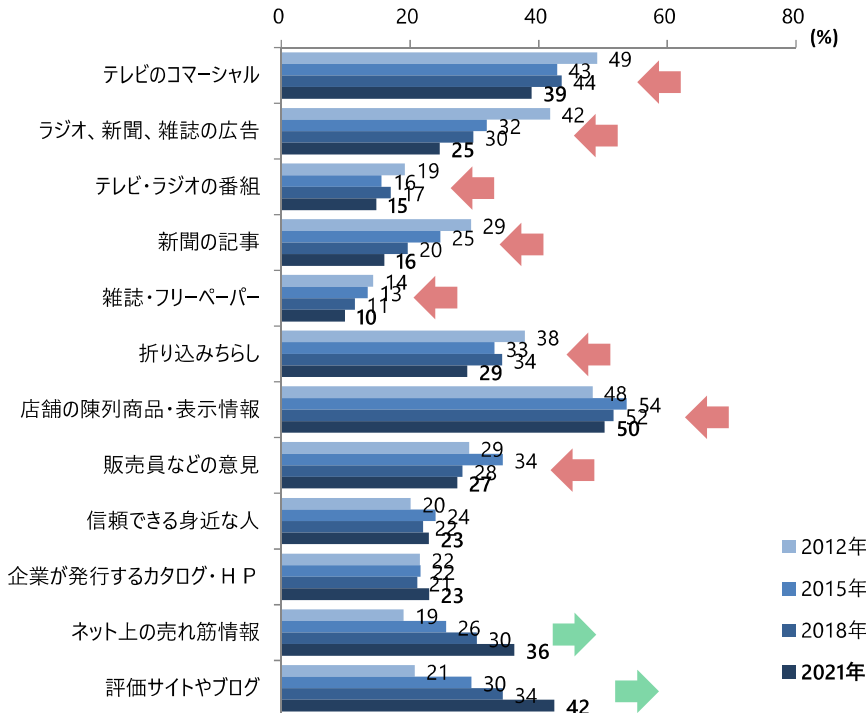
	N	Hulu	DTV	Netflix (ネットフリック)	Amazon プライム・ビデオ	DAZN (ダーゼン)	Disney+ (ディズニープラス)
全体	10164	4.4	2.0	9.9	25.4	1.9	2.1
10代	515	9.1	2.5	16.1	30.3	1.9	3.7
20代	938	10.8	4.1	25.3	46.6	3.8	4.5
30代	1302	7.6	2.7	14.7	44.9	2.9	4.4
40代	1915	4.3	2.6	10.6	31.7	2.6	2.3
50代	1813	4.0	2.1	10.4	26.6	1.8	1.5
60代	1814	1.9	1.2	4.6	12.1	0.9	0.9
70代	1867	0.4	0.3	1.4	5.0	0.4	0.2

出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2021年)

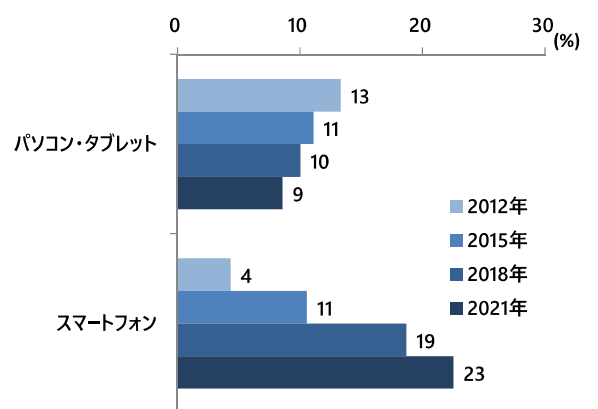
広告主もテレビ（放送）からネットへシフト。
 生活者もネットを情報源とする傾向が高まっているが、
 テレビをはじめとするマスメディアは
 高齢層には依然として訴求力を維持。
 ただし、世代交代が進めば厳しい局面に。

購入時の情報源として、さらにマスメディアの利用は減少し、ネット（特にスマートフォン）による
 情報収集傾向は強まっている。

商品やサービスを購入する際に利用する情報源の推移
 (複数回答)



評価サイトを用いて情報収集を行う人の割合の推移
 (利用機器別、複数回答)

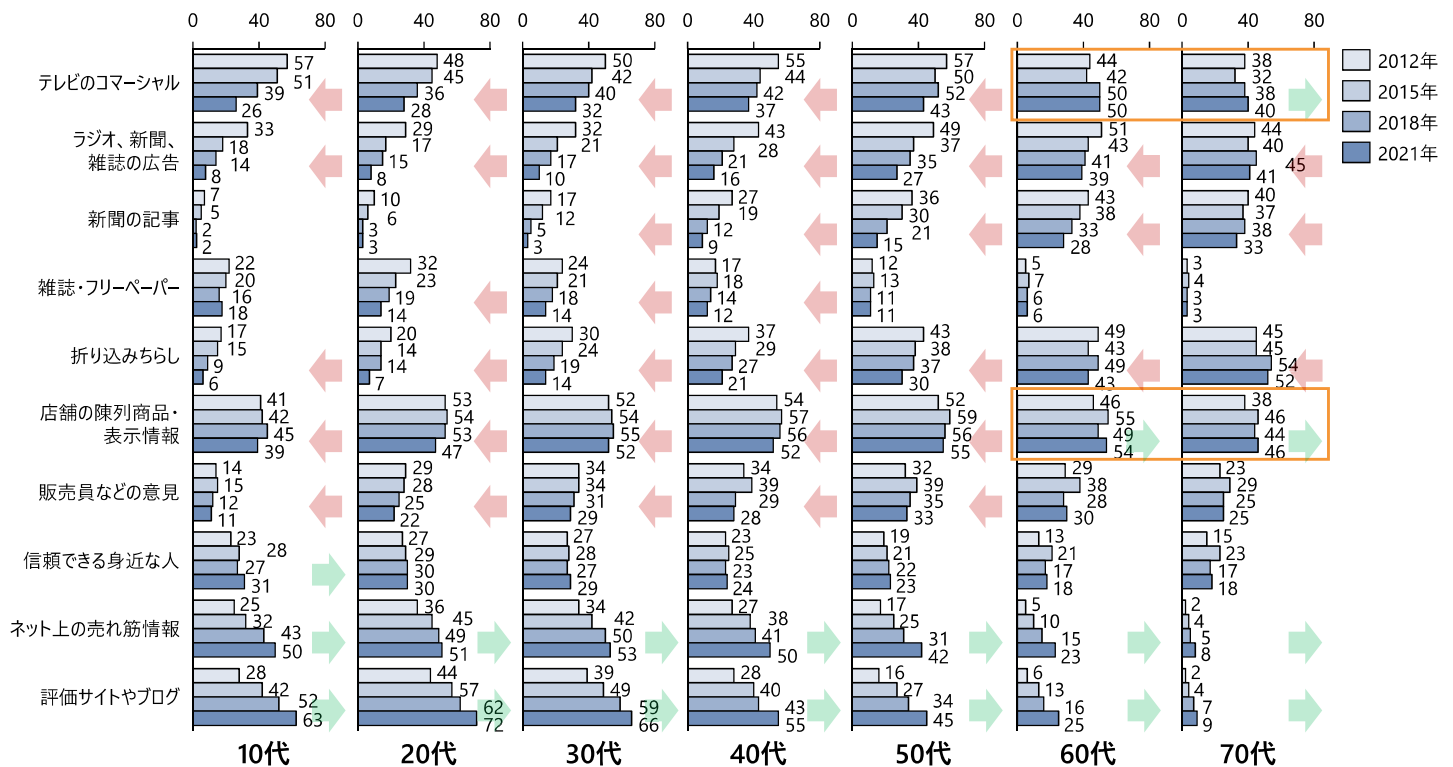


(← : 減少、 → : 増加)

2. 進むテレビ視聴からネット利用への流れ 4) 消費の際の情報源 = 広告主もネットへシフト

コロナ禍において、生活者のデジタル活用は進み、シニアにおいてもネット情報収集は増加した。ただし、シニアにとってはテレビCMや店頭情報は維持もしくは増加であり、重要な情報源。

商品やサービスを購入する際に利用する情報源の推移（年代別、複数回答）



出所) NRI「生活者1万人アンケート調査」(2012年、2015年、2018年、2021年) Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 34

参考資料

1万人調査の質問項目と時系列データについて

調査の全体像（主な質問項目）

分野	質問項目
生活価値観	日常生活における考え方（個人意識、社会貢献意識など）
	組織・機関、職業に対する信頼度
	生きがいのウエイト（家族、地域、仕事、趣味）
コミュニケーション	人との付き合い（配偶者、親、子、隣近所など）
	親子関係、夫婦関係、地域関係に対する意識
居住	持ち家の形態
	持ち家志向
	今後の住まいに対する意向
	理想の暮らし方
就労スタイル	就労状況、勤務先の業種・従業員規模など
	仕事内容、仕事上の立場
	勤務先への信頼感
	就労意識
消費価値観	消費に対する意識（価格、品質、利便性、メーカー志向等）
	今後積極的にお金を使いたい分野
	消費の際の情報活用をめぐる考え方

分野	質問項目
消費実態	世帯、個人で保有している商品、購入したい商品
	利用しているサービス
	利用しているチャンネルと頻度
	商品に関する情報源（テレビ、インターネットなど）
	自動車の保有台数
余暇・レジャー	ポイント制度の利用状況
	今後増やしたい時間
	趣味・スポーツ
	海外旅行・海外出張・海外生活の経験
生活全般、生活設計	インターネットの利用状況（頻度、利用サービスなど）
	景気、収入等の見通し、今後の生活設計上の収入の前提
	直面している不安や悩み（健康、雇用、治安、社会制度など）
	保有している金融商品、投資に対する考え方など
	生活満足度
	幸福度
世間一般からみた自分の生活レベル（上、中、下）	

日本人の平均像の推移（NRI「生活者1万人アンケート調査」結果の時系列変化）

	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
平均世帯年収 (万円)	713	654	614	596	595	583	645	668	678
平均個人年収 (万円)	288	257	249	236	253	239	272	285	300
平均世帯貯蓄額 (万円)	859	853	818	827	896	926	1014	1015	1033
持ち家率	77.1	78.0	77.4	77.3	78.7	79.1	81.2	81.7	80.8
自動車保有率	86.3	88.6	89.2	90.0	89.6	88.4	90.0	90.2	89.9
不動産相対率 (既+見込み)	43.0	46.4	54.8	55.0	52.2	53.9	56.4	57.0	56.6

	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
インターネット利用率	3.6	27.3	53.1	64.2	83.3	90.0	93.7	96.6	97.4
電子メールの送受信	-	19.5	44.5	52.6	79.3	82.7	85.6	90.2	90.7
インターネットショッピング	-	4.8	13.8	23.3	30.4	38.0	48.5	58.2	67.5
ネットバンキング	-	-	-	-	-	14.5	19.0	24.3	39.7
株式オンライントレード	-	-	-	-	-	4.8	7.2	9.2	12.4
位置情報を活用した地図利用	-	-	-	-	-	13.3	21.4	34.3	40.6

	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
自分の健康	51.1	50.4	52.0	55.4	52.4	51.4	49.4	53.0	53.1
雇用、失業	9.9	16.8	20.5	16.5	22.6	19.2	14.2	13.7	14.6
社会保障制度の破たん	-	26.8	28.7	26.6	24.3	22.7	21.4	21.1	18.6
増税、社会保険料増加	39.5	25.5	30.3	33.0	28.8	28.8	27.7	29.0	26.5
治安悪化、犯罪増加	19.3	28.0	27.7	25.8	17.9	12.1	15.2	11.9	11.5
自然災害	22.0	15.4	22.7	33.4	28.2	38.2	33.5	42.6	37.0

	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
パソコン	26.2	43.4	62.7	70.2	77.0	80.7	80.5	80.6	80.4
ファックス	24.5	38.9	48.2	57.1	59.0	57.0	53.8	47.4	39.3
携帯電話 (含PHS、スマートフォン)	21.8	45.8	71.3	82.9	89.7	80.2	86.1	92.0	96.2
カメラ	85.3	79.7	74.2	61.6	-	-	-	-	-
デジタルカメラ (コンパクト、一眼)	3.1	11.0	36.3	56.4	67.9	70.9	67.3	62.6	54.7
DVD機器	0.7	2.5	27.2	58.3	61.7	60.6	59.0	55.1	52.2
ブルーレイレコーダー	-	-	-	-	8.1	39.7	48.8	53.9	56.0
食器洗浄機	9.2	12.9	16.1	22.2	26.5	29.4	34.2	35.7	37.6

	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
園芸、庭いじり	24.0	28.0	27.5	24.0	20.5	20.3	14.8	13.7	15.0
読書	19.0	20.9	22.8	22.5	21.9	19.5	19.6	20.2	19.6
カラオケ	17.0	11.8	13.8	14.2	11.5	12.1	11.9	12.0	7.7
グルメ、食べ歩き	15.0	13.7	19.4	20.8	20.4	21.2	24.1	29.1	24.9
ドライブ	18.6	21.0	20.3	21.5	19.6	17.5	17.2	18.3	20.4
国内旅行	12.7	13.7	17.0	17.7	14.9	17.2	17.4	19.8	15.3
海外旅行経験(1年間)	18.8	23.9	23.2	23.9	22.3	22.6	17.4	18.5	7.6
ペットを飼っている割合	-	-	44.8	46.8	44.8	42.4	40.9	38.1	37.3

	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
生活程度 (中の中)	53.8	53.1	53.1	49.7	52.1	52.4	53.6	54.6	56.1
現在の生活に満足	71.7	71.1	70.6	72.0	68.5	73.1	75.8	76.3	78.3
生きがいは「家族」	20.0	25.3	23.8	22.9	24.2	26.0	23.5	22.2	25.6
「景気」はよくなる	7.8	13.7	8.4	18.4	11.6	5.7	11.6	12.2	9.0
「家庭収入」はよくなる	8.9	9.0	6.1	9.8	6.5	6.9	10.0	10.7	7.4
今以上の収入を前提	24.4	22.5	18.6	20.6	16.4	14.4	15.8	18.6	14.2
転職経験	46.9	42.5	52.6	52.9	54.7	54.7	56.1	56.4	59.5
離婚率 (離別状態比率)	2.2	2.7	3.7	4.5	4.6	5.3	5.5	5.7	5.7

	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
コンビニエンスストア	6.0	6.5	6.7	7.6	8.2	8.4	9.0	9.7	8.9
食品スーパー	-	9.6	10.1	9.9	9.7	9.0	9.5	9.3	9.0
百貨店・デパート	1.6	1.1	1.1	1.0	0.8	0.7	0.7	0.6	0.5
薬局・ドラッグストア	1.4	1.8	2.0	2.3	2.4	2.4	2.8	3.2	3.4
雑誌・カタログ通販	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.2

◆NRI「生活者1万人アンケート調査」

(1997年、2000年、2003年、2006年、2009年、2012年、2015年、2018年、2021年)

対象者：全国の満15～69歳の男女個人。2012年調査から調査対象者を満15～79歳に拡大

- ・ サンプル抽出方法：層化二段無作為抽出法
- ・ 調査方法：訪問留置法
- ・ 回収サンプル

10,052人 (97年), 10,021人 (00年), 10,060人 (03年), 10,071人 (06年), 10,252人 (09年), 10,348人 (12年), 10,348人 (15年), 10,065人 (18年), 10,164人 (21年)

※時系列でサンプル属性を合わせて比較するため、上記の2012年/2015年/2018年/2021年は満15～69歳 (12年：8,821人/15年：8,718人/18年：8,431人/21年：8,297人) のデータを用いて集計



Share the Next Values!

デジタル時代における公共放送の役割と受信料制度の在り方

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

「公共放送ワーキンググループ」（2022/10/17）

曽我部真裕（京都大学）

プロフィール

曽我部真裕（そがべまさひろ）

1974年生まれ、横浜市出身。京都大学大学院法学研究科教授（憲法・情報法）。聖光学院高等学校、京都大学法学部、同大学院法学研究科修士課程、博士課程（中退）、司法修習生（第54期）、京都大学大学院法学研究科講師、准教授を経て2013年から現職。

放送倫理・番組向上機構（BPO）放送人権委員会委員長、日本ファクトチェックセンター（JFC）運営委員長、（一社）ソーシャルメディア利用環境整備機構（SMAJ）共同代表理事、（一財）情報法制研究所（JILIS）副理事長、次世代NHKに関する専門小委員会委員長など。

『情報法概説（第2版）』（共著、弘文堂）、『憲法Ⅰ 総論・統治（第2版）』『憲法Ⅱ 人権（第2版）』（共著、日本評論社）など。

Twitter @masahirosogabe

E-mail sogabe@law.kyoto-u.ac.jp

「放送」という「場」について

技術的・政策的に設定された「視聴率」の高い「場」で、公共的な情報を国民に広く提供してきたのが「放送」。

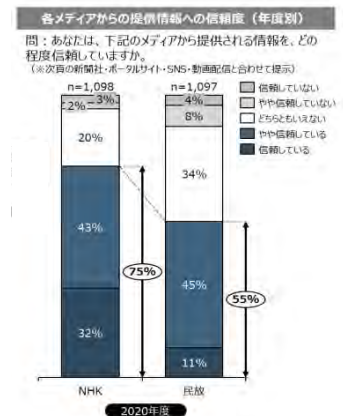
- 放送の技術的・経済的特性
 - 技術的には、極めて多数の人々に同時に大容量（＝動画）を届けることができる。
 - 地上波を念頭におくと、「場」に数少ないチャンネルしかない上に、かつては、マスメディア以外の大量情報伝達手段がないため、実際に多くの人々が見る。
 - 広告収入の寡占→制作費も豊富となり、他ではないコンテンツが放送可能で、それが放送の視聴にもつながる。
- 公共的な情報を伝達するための政策手段（国家の介入）としての放送
 - 「放送は、憲法 2 1 条が規定する表現の自由の保障の下で、国民の知る権利を実質的に充足し、健全な民主主義の発達に寄与するものとして、国民に広く普及されるべきものである。放送法が、『放送が国民に最大限に普及されて、その効用をもたらすことを保障すること』、「放送の不偏不党、真実及び自律を保障することによって、放送による表現の自由を確保すること」及び「放送に携わる者の職責を明らかにすることによって、放送が健全な民主主義の発達に資するようにすること」という原則に従って、放送を公共の福祉に適合するように規律し、その健全な発達を図ることを目的として（1 条）制定されたのは、上記のような放送の意義を反映したもの」（NHK受信料判決：2017年2月6日最高裁大法廷判決）

3

公共放送の位置づけ

放送の公共性の中核的な担い手として想定され、実際にもその役割を果たしてきたのは公共放送ではないか。

- 放送の公共性の中核的な担い手としての公共放送
 - 「放送法は、旧法下において社団法人日本放送協会のみが行っていた放送事業について、公共放送事業者と民間放送事業者とが、各々その長所を發揮するとともに、互に他を啓もうし、各々その欠点を補い、放送により国民が十分福祉を享受することができるように図るべく、二本立て体制を採ることとした」（受信料判決）
 - 二元体制がとられているが、放送の公共性の中核的な担い手は公共放送であるNHKである。ヨーロッパ諸国などでは、民放の公共性も強調され、法制度上も一定の規律を受けているが、日本では民放に対する規律は少ない。
 - 「市民としての利益」と「消費者としての利益」との区別の必要性と、放送の公共性の核心は前者への寄与にある（次ページ参照）。



（次世代NHKに関する専門小委員会「次世代NHKに関する論点取りまとめ」（2020年）29頁）

（https://www.nhk.or.jp/info/pr/kento/assets/pdf/sub_committee_report.pdf）

(参考) 市民の利益と消費者の利益との区別 (英国の議論)

citizens' interestsは社会全体にもたらされる利益、consumers' interestsは個人々人にとっての利益と定義できる。

	各interestsの定義	Ofcomの認識
consumers' interests (消費者の利益)	<p>(個人や企業としての) 自分自身にとって良いこと</p> <ul style="list-style-type: none"> 一般的に消費者は、価格を下げ、選択肢を増やし、品質を改善することを望んでいる より良い選択をするために、もしくは詐欺等の不正な行為から保護されるために、必要な情報やツールを求めている 	<ul style="list-style-type: none"> Ofcomの主要業務の一つに、consumers' interestsの促進も含まれている 消費者の利益は通常、競争市場を促進することによってもたらされる 一方、有害な行為から消費者を保護し、消費者が十分な情報に基づいた選択をするために必要な情報を確実に得るためには、市場介入も必要である
citizens' interests (市民の利益)	<p>すべての市民が平等で、同じ権利と責任を持つこと。人々が社会に参加するために必要なサービス、コンテンツ、スキルにアクセスでき、適切に保護されること</p> <ul style="list-style-type: none"> 市民は、投票権や国民健康保険から自由に治療を受ける権利を行使する 陪審員を務めたり、制限速度を守ったりと、責任を果たす 	<ul style="list-style-type: none"> Ofcomの主要業務の一つに、citizens' interestsの促進も含まれている 社会が必要としているが、市場だけでは実現できないものが存在するならば、市場介入も必要である たとえば、高速なブロードバンド・アクセスを遠隔地を含めた英国全土に普及させるには、市場が提供する以上のものを提供させる必要がある
留意点	<p>ただし、citizens' interestsおよびconsumers' interestsは、曖昧な時がある</p> <ul style="list-style-type: none"> 通信サービスを利用して社会に参加するためには、消費者としてこれらのサービスにアクセスする必要がある。 携帯電話といった消費財は、聴覚障がい者がテキストメッセージを用いてコミュニケーションを取れるようになる等、障がい者の安全性の向上、ソーシャルネットワークの促進、社会参加の実現等に活用できる。 	

次世代NHKに関する専門小委員会「検討に関する補足資料」27頁
(https://www.nhk.or.jp/info/pr/kento/assets/pdf/sub_committee_hosoku.pdf) 5

公共放送の位置づけ 放送に期待される役割

放送制度、さらには公共放送の設置という形で国家が情報空間に介入する理由として、国民が広く共有すべき「基本的情報」の提供確保であるが、その具体的な項目としては主に下記のようなものが考えられるのではないかと。

生命・身体の維持	一般の需要が高いため、放送制度がなくても情報空間に十分に提供されると思われるが、不正確な情報が広まるとかかって健康被害が生じる。
社会の多様性を提示し、個人の自律を助ける情報	<p>教育情報は典型的に当てはまる。</p> <p>たとえば、ドラマのようなものであっても、伝統的な男尊女卑社会の中で自律を目指す主人公の女性を描くドラマとか、性的マイノリティの葛藤を描く作品などは、当事者をエンパワーし、非当事者に社会の多様性を知らせることによって、民主主義の前提となる多様な社会や、個人の自律に寄与することになる。</p> <p>もっとも、このカテゴリーの情報については幅が非常に広いので、どのようなものが過少提供になるのか、どこまで公権力の力を借りて情報空間に発信すべきなのかについては判断が難しい面もある。</p>
「国民」の維持	<p>国民国家としての日本という観点からすれば、国民統合のため、国民全体で共有すべき「物語」が存在することが必要だという意見もあり得る。</p> <p>(地域文化を含む) 伝統文化のほか、NHK番組でいえば、紅白、大河ドラマ、朝ドラ等々はこうした観点からも理解可能か。</p> <p>他方で、もちろん、国民統合のための物語を公権力の手を借りて供給することの危険性を指摘する声もあるだろう。</p> <p>やや異なるものとして、政治的な国民統合という観点もありうる。</p>
民主主義の維持	<p>典型的には(全国的、地域的な)報道番組であり、知られざる社会問題を広く知らせるドキュメンタリー等でもある。</p> <p>民主主義社会において、国民が主権者としての役割を果たすことが可能になるような情報が提供される必要がある。</p>
その他	<p>産業政策的な観点から介入することはありうるが、これは憲法的な観点からは規範的に要請されるものではなく、表現の自由の不当な制約とならない範囲で許される</p>

NHKのインターネット業務の今後について

● 論点例

a. 業務範囲と規模との決定方法

- 最終的には国民の納得も含めた広い意味での民主政プロセス（仕組み的には法律、予算承認）。
- 国民負担＝受信料（利用料？）の水準とも関連。
- 総務省は、b以下の検討を経て適切な提案をすべき。

b. 業務範囲を考えるに当たっての考え方

- アセットを活かす観点、情報空間の不備補完、利用者ニーズ、国民文化／国内コンテンツ確保など。

c. 業務範囲の規律のための仕組み

- 放送とは異なり、インターネット上の業務は、放送類似サービスから社会実証でなされたようなものまで、さらにその他多様なため、より具体的な規律が求められる。
- 上記考え方に基づく運用の確保や、メディアの多元性（※親会取りまとめの「情報空間全体における二元体制の維持」の観点からいかなる仕組みが構築されるべきか）。

d. 業務内容の規律

- 番組準則に相当する準則のあり方
- アルゴリズムの規律、アテンションエコノミーに陥らないための規律
- （総務省で議論すべきものではないが）BPOとの関係

e. 受信料制度について

b. 業務範囲を考えるに当たっての考え方

● アセットを活かす観点

- NHKを廃止するのであれば別であるが、テレビ保有率が低下し視聴者が減少する中、NHKがこれまで蓄積してきた人材、（地方も含めた）拠点、取材・番組制作能力、アーカイブ、信頼性・ブランド等のアセットを活かすのが必要があるのではないか。また、それが国民負担の有効活用ではないか。
- もっとも、既存組織の単純な維持の正当化につながるおそれも。

● 放送制度・公共放送の規範論＋情報空間の不備補完

- 情報空間には〇〇というジャンルの情報が過少供給であるから、公共メディアが提供するという発想は必要だが、限界もある。
 - 供給過少は誰がどのように評価するのか。また、ネット情報空間には公共性の高い良質な情報も大量に存在する。
 - ただし、問題は情報選択能力の確立で、そのために公共メディアは寄与しうる（次スライド参照）。
 - また、部分規制論的発想。「新聞や放送のような既存メディアを、アテンション・エコノミーの行き過ぎを監視する存在として、言い換えればプラットフォーム事業者による「権力」濫用を監視する存在としてサステイナブルなものにしていくことが重要」（PHP総研「デジタル社会における憲法のあり方を考える（後編）」（山本龍彦））
- 情報空間の弊害（偽情報、フィルターバブルなど）を直接是正する可能性は限定的。
- あわせて、NHKの潜在利用者のニーズ充足（→そこからの浸透）の観点が重要ではないか。
 - NHKブランドを信頼する（が、テレビがないなど放送になじみのない）人々に対し、公共放送の価値を届ける。
 - こうした人々を通じて、公共放送が寄与したい価値が社会全体に広がる。

- ネット上では、「見たいものを見る」ことが大前提。
- よって、フィルターバブルに陥っている者、偽情報に影響される者を直接救い出すことはできない。
- 偽情報の流通拡散を直接止めることはできない。
 - ただし、監視（部分規制論的発想）。
- NHKコンテンツがバラバラに流通している場合にはセレンディピティは期待できない。
- NHKプラットフォーム上では「総合編成」（→セレンディピティ）が可能だが、PFへのリテンションがテレビ新聞時代と違って困難。
- アテンション・エコノミーに乗らずにどのようにアテンションを獲得するか。
- 最後の2点との関係で、露出性の確保は有効かどうか。

(参考) 政策による情報空間の環境整備

望ましい情報空間の実現が、自由市場に任せる等では実現できない場合には、何らかの規律を検討しうる。その場合、多くの選択肢の提示と、個人の選択能力の確立を可能にする環境を整えていくことが有効と考えられる。



9

b. 業務範囲を考えるに当たっての考え方

- **利用者ニーズ**
 - 国民理解の前提として無視できないが、過度に重視すべきではない。
 - そもそも、NHKは国民が共有すべき情報を提供するのが目的である (「市民」の利益と「消費者」の利益との区別)。
 - 教育や福祉など、ニーズが(強いが)少ないものをやめることにはならない。娯楽についても、ニーズが低いことが直ちに十把一絡げに優先順位が低いことにはならない。ドラマであっても、現代社会の問題を理解させるなど公共放送の使命を親和的なものもあり、大型番組では後掲の視点も考慮される。
- **国民文化／国内コンテンツ確保**
 - NHKは、朝ドラ、大河ドラマなどで時代を象徴するような番組を放送し、国民文化の一翼を担ってきた。
 - 外資系OTT事業者が (海外展開も睨んだ) 独自コンテンツ制作を強化する中で、国内事業者による大型コンテンツの制作能力を確保する必要はないか。

10

c. 業務範囲の規律のための仕組み

放送とは異なり、インターネット上の業務は多様なため、より具体的な規律が求められる。メディアの多元性（≒「情報空間全体における二元体制の維持」）の観点からいかなる仕組みが構築されるべきか。

- インターネット上の業務の多様性
 - 放送番組の同時配信／見逃し配信、ウェブサイト、SNS、アプリなど。
 - 2022年春の社会実証（第一期）では、幅広いサービスがテストされた。
 - 「インターネット」では限定にならない。
 - 業務範囲は民主的プロセスで決定されるべきという観点からは、原則は法律で規定すべきだが、具体的なサービスの可否は別途、NHKの設置目的及び公正競争の観点から客観的に判断する仕組みが必要。
 - 現状は、任意業務として、認可基準のもとで総務大臣の認可制。実際には金額が重要な歯止めになっているが、この点をどう評価すべきか。
 - なお、外部PF提供の際の規律も議論すべきか。
- 「情報空間全体における二元体制の維持」
 - 親会「取りまとめ」で繰り返し登場。趣旨が明らかではないが、要はメディアの多元性を、民放事業者に焦点を当てて語ったものと思料。
 - メディアの多元性の観点からは、新聞なども視野に入れる必要がある。
 - NHKの設置及びネットへの進出は、情報空間の「健全化」のためであり、メディアの多元性から提供される価値を毀損してはならない。

11

d. 業務内容の規律

業務内容（コンテンツ内容など）の規律は、放送法の原則を踏まえつつも、ネットサービスの特性に合わせ、また、固有の規律も含めての検討を要する。

- 番組準則に相当するコンテンツ内容規律のあり方
 - 現在は、放送法4条、81条による番組内容規律＋番組審議会に対する説明責任。
 - （総務省で議論すべきものではないが）BPOの審議・審理対象は放送番組のみとなっている点をどうするか。
 - ネット上のコンテンツについても、その趣旨は妥当するだろうが、具体的な内容は異なりうるか。
 - 例えば、個々のコンテンツ単位での提供となることに伴う公平性や調和原則の考え方、など。
- ネットサービスに固有の規律
 - フィルターバブルに陥らないためのアルゴリズムの規律や、アテンション・エコミーに撓め捕られないための規律が必要ではないか。

12

e. 現在の受信料制度について

放送の対価ではなく、公共放送機関そのものを支える受信者(≒国民)負担が受信料である。

- 受信料判決
 - 「営利を目的として業務を行うこと及び他人の営業に関する広告の放送することを禁止し（…）、事業運営の財源を受信設備設置者から支払われる受信料によって賄うこととしているのは、原告が公共的性格を有することをその財源の面から特徴付けるものである。」
 - 「上記の財源についての仕組みは、特定の個人、団体又は国家機関等から財政面での支配や影響が原告に及ぶことのないようにし、現実原告の放送を受信するか否かを問わず、受信設備を設置することにより原告の放送を受信することのできる環境にある者に広く公平に負担を求めることによって、原告が上記の者ら全体により支えられる事業体であるべきことを示すもの」
 - 「国民の知る権利を実質的に充足し健全な民主主義の発達に寄与することを究極的な目的とし、そのために必要かつ合理的な仕組みを形作ろうとするもの」

13

e. 現在の受信料制度について

放送の対価ではなく、公共放送機関そのものを支える受信者(≒国民)負担が受信料である。ただし、実際には受益の観点も加味した制度となっている。

- 「特殊な負担金」論
 - 要は、「放送の対価」ではないということ。
 - 公共放送機関自体を支える。放送を現実に見なくても負担。
- ただし、実際には受益の観点も加味した制度となっている。
 - 公共放送は社会全体に恩恵を及ぼすので、国民（在住者）全員で支えるべきとの立論もありうる。
 - ドイツの放送負担金制度の論理はこのようなもの（居住者＋事業主）。
 - なお、日本の政党助成金は、「政党の政治活動の健全な発達の促進及びその公明と公正の確保を図り、もって民主政治の健全な発展に寄与すること」（政党助成法1条）を目的に、人口1人あたり250円を基準とする総額を一般会計予算から配分。無党派層や助成金受領を拒否する共産党支持者も間接的に負担することになるが、これは上記の論理に基づくもの。
 - しかし、放送を見られる環境にあるか否かで受益の程度は異なるとされ、テレビ受信機（ワンセグ携帯含む）の設置の有無、受信の範囲（地上波だけか衛星もか）で受信契約締結義務の有無及び契約種別が区別されている。
 - ラジオは契約なしに聴取可能なので、そこが閾値。

14

e. 受信料制度の今後についての論点例

- これまでの考え方を前提とすると、多様な選択肢がありうる。
 - 無料（ラジオ扱い）、アプリのインストール、端末所有者、すべての国民。
 - 前回のWGでは、第2の選択肢を示唆する発言が目立ったが、たしかに、これまでの考え方に親和性が高いか。
 - いずれにしても、理論的には決め手はなく、国民的議論を経て決定するほかない。
- 例えば、（PC／タブレット・スマホ／CTV）アプリをインストールした場合に契約を義務づける場合
 - 現行の放送契約（地上放送／衛星放送）とは別個の契約となる。
 - 前者は世帯単位、後者は個人単位。
 - 放送契約をした場合、一定数のネット契約は（若干の追加金額で）付帯することにするのか。
 - アプリ経由以外のコンテンツ接触はどうなるのか。
 - ウェブサイトやSNSについては、ラジオと同様、契約不要とするのか。一定のものはそうすることが望ましいか。
 - 外部P F提供コンテンツについて。

ネット配信時代のメディア産業 —産業組織と経営戦略の観点から

2022年10月17日

青山学院大学 内山 隆

1. 国内(あるいは電波リニア放送エリア)に 閉じない競争エリア

- ▶ ネット技術で事実上の参入障壁が壊されうる（著作権制度とウインドウ戦略でブレーキがかかり、やがて電波ではなく言語・文化圏ごとの境界へ）。
- ▶ **放送エリア内でのエリア外事業者との競争と、放送エリア外への発信能力の強化・向上**はネット時代に必要な要件。「海外番販」「国内番販」以上のこと。
- ▶ 映像配信の民族系の強化はもっと高まるべき。わが国ネット映像配信事業は、まだまだ普及戦略が必要。

無縁だった国際競争に 放送産業が引き込まれている。

- ▶ 伝統的には許認可事業／国家・地域密着メディアであったテレビが、グローバル競争に巻き込まれている。
- ▶ 音楽のような、映画のような、産業組織を想定して、配信事業のあり方を考えるべきでは？

	グローバル・プレイヤー	国内メジャー、民族系
映画	ハリウッド5メジャー	世界の多くの国において、シェア1位・2位を米国製と自国映画で構成。その他国製は独立系のような存在感。
伝統的な放送、放送番組	ハリウッド製ドラマ 日本のアニメ BBC	どこの国でも放送は許認可事業ゆえ、各国で国内メジャーが守られ、他に比べれば、グローバル・プレイヤーが育ちにくい環境がこれまでであった。今後、程度の差はあれ、インターネットが伝送路として組み込まれることによって、「電波」とITU、各国政府によって守られてきた国境、県境、圏域の壁が低くなる。
音楽	Universal W.B. Sony	国内メジャー、民族系といえる存在がある国は、積極的に評価すべき国といえるくらい、米国（旧英国含め）の世界支配の強い領域。

今後も残り続ける、この領域の大きな市場障壁; Cultural Discount/Gap/Distance

国内メジャー・プレイヤー

	グローバル・プレイヤー	日本市場の民族系、国内メジャー	
映画	ハリウッド・メジャーに対して	東宝、東映、松竹、角川、日活、他	
音楽	3メジャー(WB, Universal, Sony)に対して	ポニーキャニオン、キングレコード、エイベックス、日本コロムビア、ビクターエンタテインメント、等	
ゲーム	MSに対して	任天堂、ソニー	
(ECモール)	Amazonに対して	楽天、ヤフー、他	
映像配信	Netflix, Amazon, Disney+, HBO Maxに対して	????	

日本の市場の各分野は《国内メジャー + 米国資本メジャー》で構成されている。

各領域で国内メジャーを持たない国は世界にたくさんある。

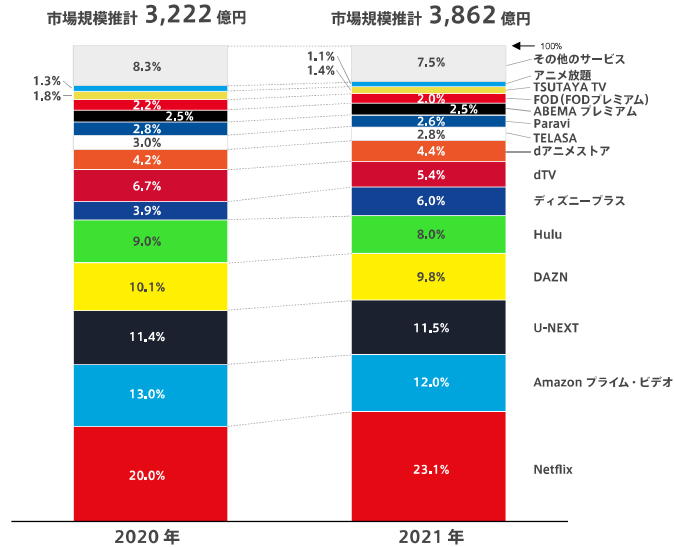
(配給、編成、流通、PF) 機能はメディア産業における資源配分の要。 これを失うことは国益の遺失そのもの。「ゲームのルール」を支配される。

有料動画配信領域

5

定額制動画配信 (SVOD) サービス別市場シェア推移

※2021年の市場規模が大きい順に表示



※2020年の市場規模については、最新の統計データを用いて、2020年版「動画配信 (VOD) 市場5年間予測 (2021-2025年) レポート」の推計結果を再集計した資料) GEM Partners「動画配信/放送/ビデオソフト市場ユーザー分析レポート」「定額制動画配信サービスブランド・ロイヤリティ調査」「SVOD利用プラン調査」、総務省統計局「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」、総務省「通信利用動向調査」、米国 The DIGITAL Entertainment Group「Home Entertainment Report」および各社IR、報道発表資料、Web サイトを用いて分析

GEM Standard 「動画配信 (VOD) 市場5年間予測 (2022-2026年) レポート」より

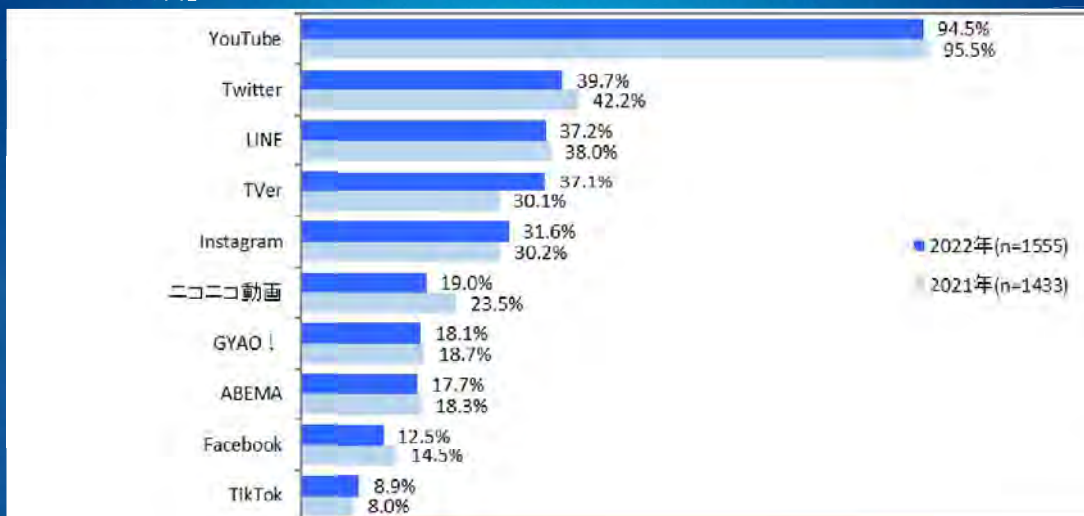
【出所】 GEM Standard(2022/02/22) <https://gem-standard.com/columns/510>

内山隆@青学

無料動画配信領域

6

「無料の動画配信サービス、動画共有サービスをよく視聴すると回答したユーザーに対して、利用しているサービス名」



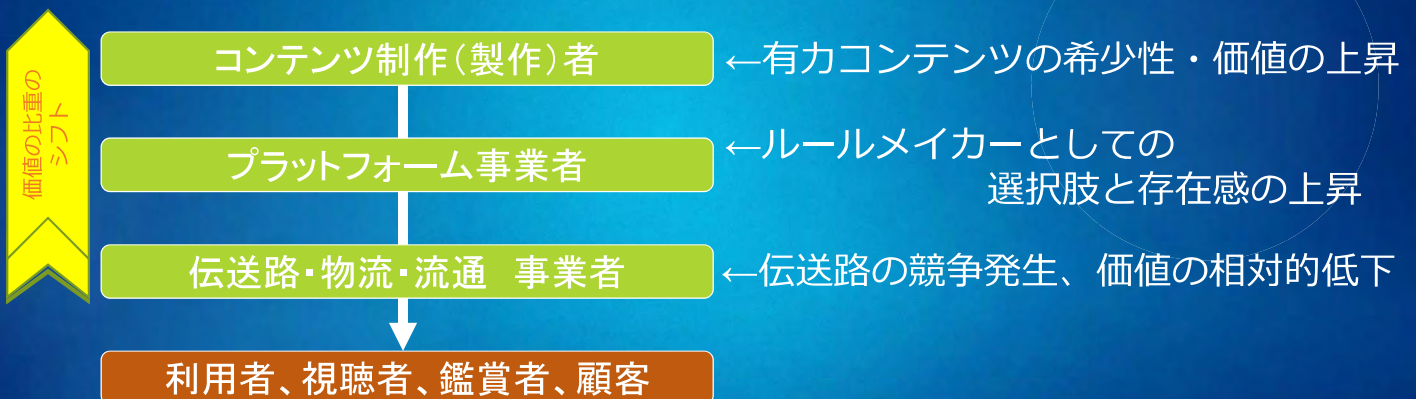
「昨年調査と比較すると、『TVer』が7.0ポイントと大きく増加し2年連続で順位を上げていることが注目されます」 【出所】 インプレス総合研究所(2022/06/23) <https://research.impress.co.jp/report/list/video/501424>

内山隆@青学

2. 競争優位の源泉は、川下「伝送路」職能から、川上「編成PF」 & 「コンテンツ」職能へ少し傾斜。

- ▶ 欧州のような「伝送路中立性」は、ひとつの“極論”（伝送路特性は今後もある。しかし弱くなる。）。
- ▶ PF機能（編成。ルール・メイキング機能）は、メディア産業における資源配分の要。国家としてこれを失ってはいけない（外資規制の趣旨と同様）。

インターネットが映像伝送を可能にして以来（since 2005）、競争優位の源泉として、



【欧州】 EUで定めた技術的中立性 (technologically neutral)

9

“Principles and guidelines for the community’s audiovisual policy in the digital age”
final

Brussels, 14.12.1999COM(1999) 657

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TEXT/PDF/?uri=CELEX:51999DC0657&from=EN>

- 【原則】
- Be the minimum necessary to meet those objectives;
 - Further enhance legal certainty in a dynamic market;
 - **Aim to be technologically neutral;**
 - Be enforced as closely as possible to the activities being regulated.

“A common regulatory framework for electronic communications networks and services” (Framework Directive).

Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A32002L0021>

Article 8 Policy objectives and regulatory principles

1. (中略) Member States shall ensure that in carrying out the regulatory tasks specified in this Directive and the Specific Directives, in particular those designed to ensure effective competition, national regulatory authorities take the utmost account of the desirability of making regulations **technologically neutral**.

その一方で、メディア企業としての行動と属性を考慮する方向へ (欧州評議会 Council of Europe)

10

▶ 「New Notion of Media 新しいメディア概念の推奨」

Recommendation CM/Rec(2011)7 of the Committee of Ministers to member states on a new notion of media, (Adopted by the Committee of Ministers on 21 September 2011 at the 1121st meeting of the Ministers' Deputies)

https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805cc2c0

- ▶ メディアを（伝送路ではなく）、以下のような多属性から総合的に判別することを模索した会議体の結論。
- ▶ Appendix 第一部 メディアの基準と指標
 - 基準1 メディアとして行動する意思
 - 基準2 メディアの目的と根底にある目的
 - 基準3 編集権
 - 基準4 プロフェッショナル標準
 - 基準5 アウトリーチ、普及
 - 基準6 一般公衆の期待



Audiovisual Media Services Directive (AVMSD)

a REVISED media framework for the 21st century #AVMSD #DigitalSingleMarket



NEW RULES

- Video-sharing platforms and social media used for sharing video content will now need to **protect minors from harmful content**, protect citizens from incitement to violence and hatred and from illegal content.
- They will also need to respect certain advertising rules and to indicate when user generated videos have an advertising purpose. Video-sharing platforms will also be encouraged to **reduce the exposure of children to ads for unhealthy foods**.
- Strengthened rules against hate speech and terrorist content** across the EU, on TV, VOD and now also on video-sharing platforms.
- Broadcasters will be given **more flexibility** as to when ads can be shown, but these still cannot make more than 20% of broadcast time during the day (6:00 – 18:00) and during prime time (18:00 – 24:00).
- Independence of audiovisual regulators** will be reinforced so that their work is not influenced by their governments or industry.
- European works will be **better promoted** on VOD services - at least 30% share of their catalogues will need to be devoted to European content.
- At the same time the rules seeking to **protect the most vulnerable** are reinforced, in particular to protect children from advertising for alcohol or unhealthy foods.

AVMSD
(2018/1808)

3. NHKに期待される役割

12

- ▶ 国際競争上の圧力と、市場/産業の「導入期」として、これからの社会の変化の方向性を「市場のレッス・フェール」に依拠するというよりは、「NHKの戦略」と「国の政策」次第ではないか？
- ▶ NHKは民間よりはリスク投資をしやすい財源を持つ立場なので、「業界リーダーとして何かを開拓する」上で先行していただくのは「ミッション」ではないか？
- ▶ NHKにとって、本来業務化によって描くビジョン（もっとベタに「夢」）は？本来業務化に伴う諸制度上の義務の適用は？（功罪両面が整理しきれていないのでは？）

内山隆@青学

オーソドックスな介入根拠（経済系）

13

内山隆@青学

市場の失敗

- ∴設備と番組製作の費用逓減性、
- ∴情報の非排除性と非競合性からくる公共財的性格

「知識は公共財的性格と不可分割性と不確実性を持つ特殊な財」（アロー）

公共財としての程度（準公共財）は、伝送路がカバーする範囲や、情報内容のターゲット範囲の性格により、私的財（私的通信）的にも公共財（オーソドックスな放送サービスの）にも傾く。

価値財（メリット財）的な性格

（肯定するならばメディア産業のパターナリズム的側面を認めることとなる。意思決定プロセスの側面から考えるならば、対価は「情報から得られる効用に対して支払う」というよりは、「支払い前に抱く期待に対して払われる」ということを肯定する形。）

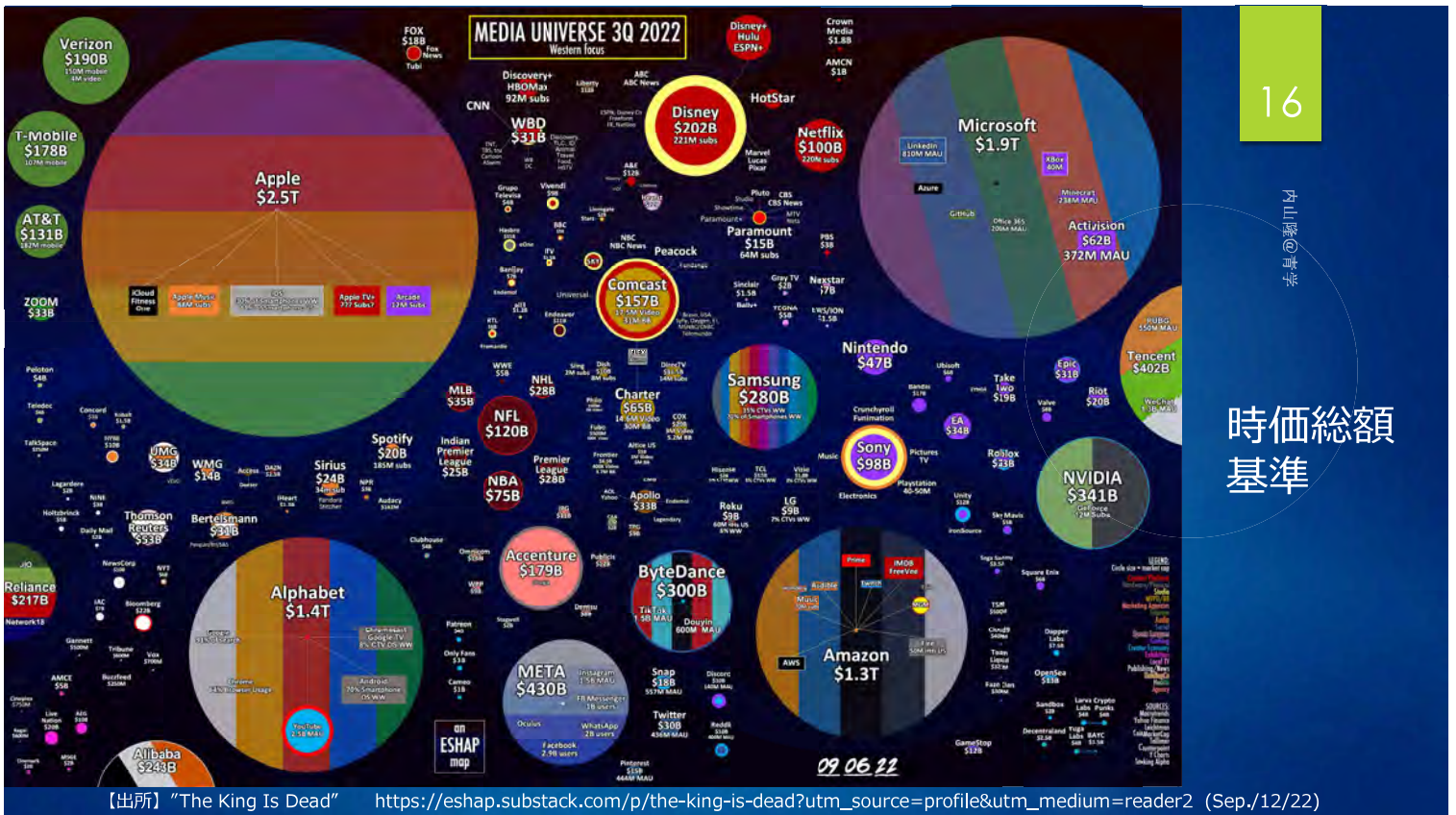
実際、昭和25年以來、放送（と情報通信）産業は規制産業であり、競争促進と制限の両面がある。

14

内山隆@青学

- ① **あまねく性**（あまねく義務／努力、ユニバーサル・サービス、情報デバインド解消、知る権利、他）
- ② **多様性の確保**（一般にレッセ・フェールは必ずしも「多元・多様」な状態を保証するわけではないので、人為的に多元・多様性を促進（≒参入促進）政策。一方で自然独占性を有している産業分野なので、結果的に零細性と独り勝ち、"インディとメジャー"が同居する市場。）
- ③ **産業の戦略性**（知財、ソフトパワー、他。国際競争のなかで、競争可能なプレイヤーの育成の観点から。）

4. NHKのポジショニング



時価総額
基準

【出所】 "The King Is Dead" https://eshap.substack.com/p/the-king-is-dead?utm_source=profile&utm_medium=reader2 (Sep./12/22)

USD million 1ドル=79.76円 1ユーロ=111.06円				EUR million 1ドル=106.73円 1ユーロ=121.87円				
Rank	Company	Country	Activities	2011	Rank	Company	Country	2020
1	Walt Disney	US	PROD, DIS, TV, VID, REC	29,096	1	Comcast ⁽¹⁾	US	59,572.7
2	DirecTV	US	TV	27,226	2	The Walt Disney Company	US	58,380.8
3	Time Warner	US	PROD, DIS, TV, VID	25,928	3	AT&T ⁽¹⁾	US	51,700.2
4	News Corporation ⁽¹⁾	US	PROD, DIS, TV, VID	24,840	4	Apple Inc. ⁽²⁾	US	48,006.1
5	Twenty First Century Fox Inc.	US	PROD, DIS, TV, VID	24,232	5	Sony	JP	35,199.7
6	Sony	JP	PROD, DIS, VG	22,555	6	ViacomCBS ⁽³⁾	US	22,137.1
7	Microsoft (Devices and Consumers - Licensing) ⁽⁴⁾	US	VG, VoD, IT software	19,945	7	Netflix	US	21,894.1
8	NBC Universal	US	TV, PROD, DIS	18,050	8	Microsoft ⁽⁴⁾	US	20,030.2
9	Comcast Corporation ⁽³⁾	US	TV	16,596	9	Tencent ⁽⁵⁾	CN	19,823.1
10	Vivendi Universal ⁽⁶⁾	FR	PROD, DIS, TV, VG	16,546	10	Google Inc. ⁽⁶⁾	US	17,335.0
11	Viacom ⁽⁷⁾	US	TV, PROD, DIS	14,914	11	Charter Communications ⁽¹⁾	US	16,749.2
12	Dish DBS Corporation	US	TV, RET	14,048	12	Vivendi	FR	16,090.0
13	CBS Corp.	US	TV, RAD	11,767	13	Nintendo	JP	14,216.9
14	Amazon Inc. (estimates of audiovisual media sales)	US	Retail (Music, VID, VG)	10,667	14	Dish DBS Corporation	US	11,010.3
15	Microsoft (Entertainment and Devices Division)	US	VG, IPTV software	9,599	15	Fox Corporation ⁽⁷⁾	US	10,819.7
16	Gamestop Corporation	US	VG (retail)	9,550	16	Discovery Inc.	US	9,342.5
17	Apple Inc. (iTunes, software and services) ⁽⁸⁾	US	MUS, VOD	9,373	17	Amazon Prime Video ⁽⁸⁾	US	7,211.9
18	Liberty Interactive Corp. ⁽⁹⁾	US	TV	8,268	18	Activision Blizzard	US	7,079.3
19	ARD	DE	TV, RAD	8,091	19	Sirius XM Radio	US	7,039.0
20	RBC (Group)	GB	TV, RAD, PROD, DIS, VID	8,005	20	Nintendo	JP	6,934.8
21	Nintendo	JP	VG	7,871	21	ARD	DE	6,527.4
22	Bertelsmann	DE	TV, PROD, DIS	7,528	22	RTL Group	LU	6,017.0
23	Fuji Media Holdings Inc.	JP	TV, PROD, Others	7,120	23	NHK	JP	5,822.8
24	Globo - Comunicação e Participações S.A.	BR	TV, PROD	5,892	24	BBC	GB	5,674.4
25	Mediaset	IT	TV, PROD, DIS	5,631	25	Sinclair Broadcasting Group ⁽¹⁰⁾	US	5,203.1
26	France Télévisions	FR	TV	5,542	26	Electronic Arts	US	4,823.5
27	NHK	JP	TV, RAD	5,505	27	Abicore ⁽¹⁾⁽¹¹⁾	NL	4,441.3
28	Activision Blizzard ⁽⁸⁾	US	VG	4,755	28	Fuji Media Holdings Inc.	JP	4,202.6
29	Grupo Televisa	MX	TV, RAD, CIN, others	4,495	29	ProSiebenSat.1 Media	DE	4,047.0
30	Tokyo Broadcasting System	JP	TV, PROD, DIS	4,212	30	Warner Music Group	US	3,994.7
31	Discovery Communications Inc.	US	TV	4,168	31	Grupo Televisa	MX	3,970.8
32	Electronic Arts	US	VG	4,143	32	Alibaba ⁽¹²⁾	CN	3,960.3
33	RAI	IT	TV, RAD, PROD, DIS	4,051	33	CGTV	CN	3,772.5
34	Nippon Television Network	JP	TV	3,582	34	Nippon Television Network	JP	3,163.1
35	ProSiebenSat.1 Media AG	DE	TV, RAD, PROD, VoD	3,568	35	ITV	GB	3,125.8
36	TF1	FR	TV, PROD, DIS	3,391	36	France Télévisions	FR	3,047.5
37	ITV PLC	GB	TV	3,309	37	Lions Gate Entertainment Corp.	US	2,802.9
38	Netflix	US	VoD, retail	3,204	38	Vodafone ⁽¹⁾	GB	2,741.9
39	Naspers	ZA	TV	3,132	39	Grupo Mediaset	IT	2,638.8
40	HSN Inc.	US	TV	3,069	40	Tokyo Broadcasting System	JP	2,632.4
41	Sirius XM Radio	US	RAD	3,015	41	Bouygues ⁽¹³⁾	FR	2,625.1
42	CC Media Holding Inc.	US	RAD	2,996	42	iHeart Media Inc. ⁽¹²⁾	US	2,581.2
43	TV Asahi Corporation	JP	TV, MUS, VID	2,894	43	Liberty Global ⁽¹⁾	US	2,580.0
44	ZDF	DE	TV	2,580	44	RAI	IT	2,508.7
45	Warner Music Group	US	REC	2,311	45	AMC Networks	US	2,464.5
46	Cinemark Inc.	US	EXH	2,280	46	Rogers Communications ⁽¹⁾	CA	n.a.
47	Univision Communications Inc. (est.)	US	TV, RAD, REC	2,200	47	ZDF	DE	2,233.1
48	Scripps Networks	US	TV	2,072	48	Univision Communications Inc.	US	2,225.4
49	Google Inc. (estimates of YouTube revenues) ⁽¹⁰⁾	US	Open platform	2,000	49	MultiChoice Group	ZA	2,186.7
50	Modern Times Group MTG AB	SE	TV, RAD	1,956	50	TV Asahi Corporation	JP	2,138.4

メディア関連売上高 ベース 世界50メディア企業 時価総額とは見える景色が異なる。

【売上高計算に含むもの】放送、視聴覚オンデマンドサービス、映画・テレビ制作、配給、展示会、ホームビデオ、録音音楽、ビデオゲーム、視聴覚製品の小売、テーマパークなどの事業。

【含まないもの】視聴覚以外のセグメント（出版物、家電製品、ケーブルネットワーク、施設など）は含まず。

アジア、オーストラリア、中東の一部の大企業はデータなし。

- (1) Turnover as at 30 June of year + 1.
- (2) Media Capital Ltd, a company owned by funds managed by Terra Firma, acquired EMI PLC on 28/01/2011. Comcast Corporation closed its transaction with General Electric Company to
- (3) On 28/01/2011, Comcast Corporation closed its transaction with General Electric Company to
- (4) Microsoft divisions were restructured during the fiscal year 2013-2014. The "Devices and
- (5) Includes mainly the revenues of iTunes Store. Change of definition from 2011.
- (6) Bankruptcy in 2010. The company was acquired in April 2011 by Dish DBS Corporation.
- (7) Data for 2010 are for 4 quarters calculated as at 31/08.
- (8) On 25/07/2013 Activision Blizzard announced the purchase of 429 million shares from owner
- (9) On 23/09/2011, Liberty Media Corporation completed a split-off of its wholly owned subsidiary,
- (10) Estimates by e-Marketers for 2011-2013 ; OBS estimates for 2009-2010.

Source: European Audiovisual Observatory Yearbook Online Premium Service 2014

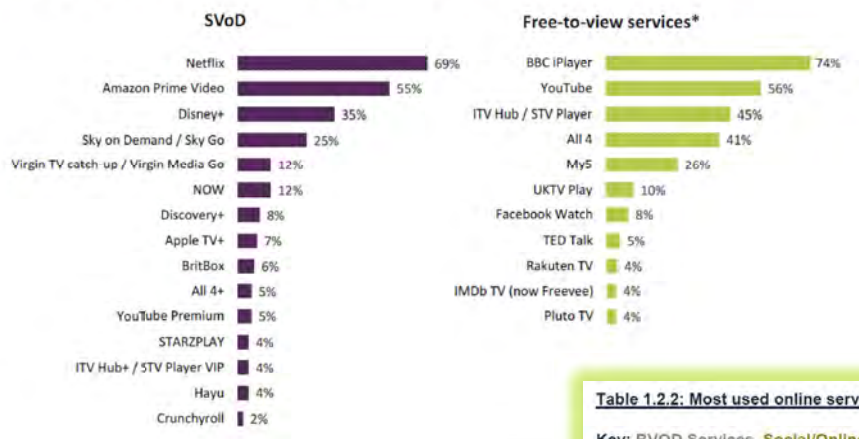
- (1) Excludes telecoms activities.
- (2) Includes mainly the revenues of iTunes Store. Change of definition from 2011.
- (3) 2015-2017: proforma combination of CBS Corp and Viacom revenues.
- (4) Gaming and advertising activities.
- (5) Gaming revenues.
- (6) YouTube revenues.
- (7) Incorporated after the acquisition of Twentieth Fox by The Walt Disney Company.
- (8) Estimate.
- (9) Gaming revenues.
- (10) Acquisition of several Sports networks from The Walt Disney Company in 2010.
- (11) Combined revenues of Alice USA and Alice Europe.
- (12) Digital media & Entertainment revenues.
- (13) ISM division revenues.

Source: European Audiovisual Observatory Yearbook 2021

2011年版 注

2020年版 注

Figure 13: VoD services used to watch programmes, films or other video content



公共放送が配信市場を引っ張り、外資と競争する。

Table 1.2.2: Most used online services for watching video each month – Q1 2019

Key: BVOD Services, Social/Online VoD services, SVOD services

Rank	UK	USA	Germany	France	Spain	Denmark
1	BBC iPlayer	YouTube	YouTube	YouTube	YouTube	YouTube
2	YouTube	Netflix	ZDF Mediathek	MyTF1	Netflix	Netflix
3	Netflix	Amazon Prime	Amazon Prime	Netflix	Facebook	DRTV/dr.dk.tv
4	ITV Hub	Hulu	Netflix	6play	Amazon Prime	Viaplay
5	All4	Facebook	ARD Mediathek	Facebook	Instagram	TV2 Play

Source: Ampere Consumer Note: Facebook and Instagram uptake refers purely to consumers that use them to watch video

【出所】 ofcom(2022), Media nations: UK 2022, p19. https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0016/242701/media-nations-report-2022.pdf

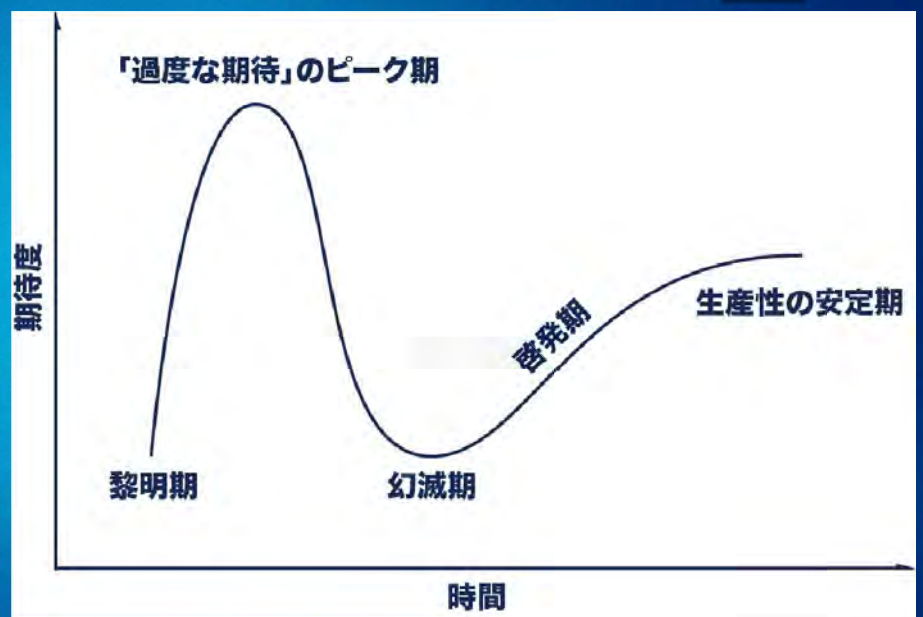
【出所】 Ofcom(2019), The UK VoD market, Ampere Analysis Ltd, p7. https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0026/149075/ampere-analysis-current-status-future-development.pdf

5.1 理想と現実 —どのようにロードマップを引くか？

- ▶ 議論のどこかに「ハイブ・サイクル」論のような過剰な《期待感と恐怖》が含まれていないか？（期待；配信推進論者、恐怖；NHKと競合しうる媒体）
- ▶ 仮に現行の200億円キャップや用途制約を外したとしても、NHKはどこまで増やす／増やせるのか？（∵収支相償原則。またNHK予算はゼロサムなので、ここを増やせば、どこかを減らすことになる）。
- ▶ 2020年代の放送業界は、縮小傾向としても、まだまだ電波リニア放送が主業務。放送業界も人手不足がかなり深刻。NHK、民放、他、いずれも本業と無関連多角化をやる余裕は乏しい。
- ▶ 年号または数値付きのロードマップで、議論したほうがよいのでは？（この種の議論、それぞれの人が想定している時期と程度が、割にズレている）。特に“普及率16%”までは、「産業育成」の意識があってもよいのでは？。

過度な(期待と恐怖)にならないように

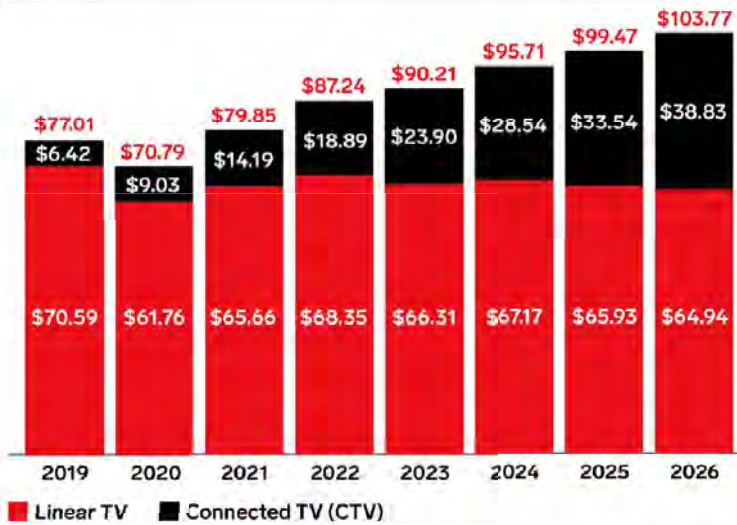
- ▶ 過度な期待が、将来の芽を摘む（ガートナー社「ハイブ・サイクル」の概念）



<https://www.gartner.co.jp/ja/research/methodologies/gartner-hype-cycle>

Combined US Linear and Connected TV (CTV) Ad Spending, 2019-2026

billions



Note: linear TV includes broadcast (network, spot, and syndication) and cable TV; excludes digital; CTV includes digital advertising that appears on CTV devices; examples include display ads that appear on home screens and in-stream video ads that appear on CTVs from platforms like Hulu, Roku, and YouTube; excludes network-sold inventory from traditional linear TV and addressable TV advertising
Source: eMarketer, March 2022

275631

eMarketer | InsiderIntelligence.com

21

eMarketer

“CTV is fueling the US TV ad industry”

Article by Sara Lebow | Jun 14, 2022

<https://www.emarketer.com/content/ctv-fueling-us-tv-ad-industry>

2020年代にリニア放送が無くなるわけではない。

様々なデータが指摘する【視聴者のネットシフト】
に対して

【民間事業者のシフト】が遅れる。
(売上がついてこない)

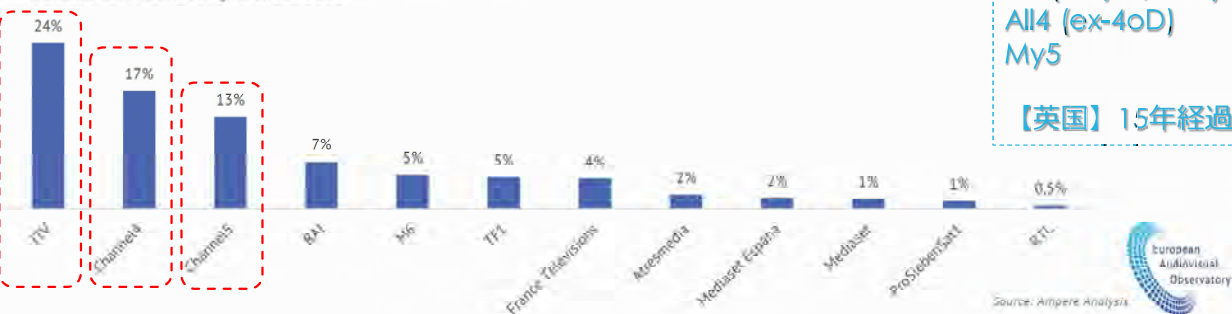
BVOD revenues – Still a small part of advertising revenues for broadcasters

Traditional advertising revenues and BVOD revenues of selected EU broadcasters
In EUR million, 2020



公共放送の強い欧州の場合

BVOD revenues as a percentage of TV advertising revenues of selected EU broadcasters
In % traditional TV advertising revenues, 2020



BBC iPlayer
ITV (Player/Hub)
All4 (ex-4oD)
My5

since 2007
since 2008
since 2006
since 2009

【英国】15年経過してのデータ

【商業放送の強い米国】SVoDからAVoD/FASTへ。
 ならば【日本】ネット映像配信も二元体制が必要か？

	SVoD	AVoD (Freemium)	FAST	vMVPD
Comcast	Peacock(premium)	Peacock(basic)	XUMO	
NBC Universal			VUDO	
Viacom	CBS ALL ACCESS →Paramount+(Premium) SHOWTIME	Paramount+(Essential)	Pluto TV	
FOX	(on Amazon)		Tubi	
Disney	Disney+, ESPN+ Hulu (no ads)	Hulu		(Hulu & Live TV)
Warner	HBO Max		VUDOに部分出資	
Roku		Roku		
Netflix	Netflix	MSとの協業による広告導入の検討		
Amazon	Prime Video	Freevee	→IMDb TV	
YouTube		YouTube		YouTube TV

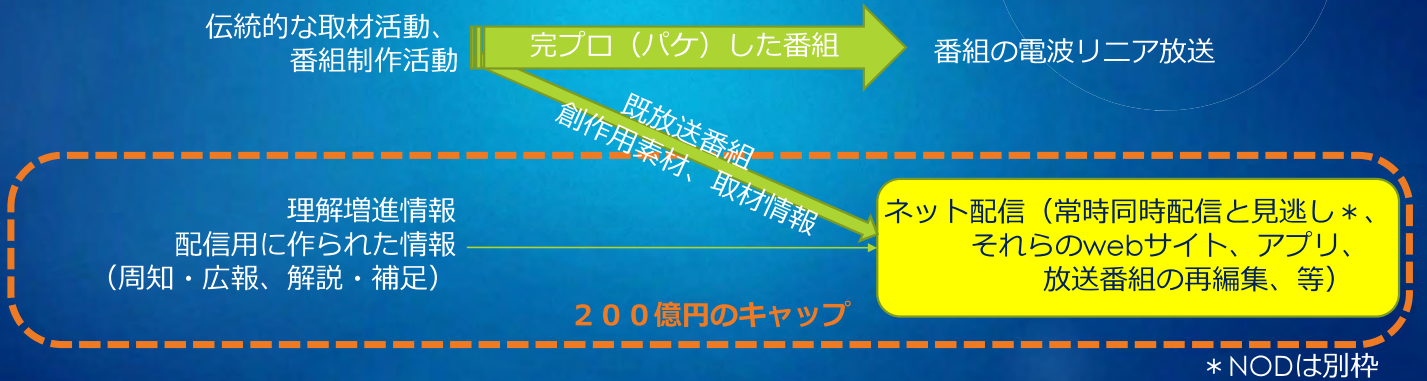
5.2 理想と現実 一国の裁量とNHKの
 裁量、権限の移譲、規制緩和

現行制度

NHK『インターネット活用業務実施基準』（放送法第20条第9項、総務大臣の認可事項）

- ▶ 受信料収入2.5%(導入期)、200億円(2号受信料財源業務)、1億円(3号受信料財源業務)のキャップ。
- ▶ 使える用途を制限(含、共通費の按分規定)。
- ▶ CM禁止
- ▶ ほぼ新規のコンテンツ活動はできず、伝送路整備が主(⇔ 補完業務)

「2号受信料財源業務」規定



何を規制緩和する？

【オプション】 全面緩和 これをやれば、BBC Three(2016-2022*)のようなことも可能。

* (この期間、電波リニア放送からネット専門チャンネルに転換、BBC全体のコスト削減に貢献すると同時に、低予算&短尺番組、17歳から34歳を集中ターゲットにした運用が行われた。2022年2月1日に電波リニア放送に復帰。)

ただし様々な電波リニア放送に課せられている義務(あまねく、他)の適用をどうするのか？

【オプション】 部分緩和 用途規定の(部分的)緩和？
200億円キャップの緩和？

【オプション】 現状ママ

Q: そもそも200億円のキャップで、NHKはどんな息苦しさを感じているのだろうか???

5.3 理想と現実 — 公民の連携と競争

27

内山隆@青学

- ▶ 求める社会像に対して、「市場の失敗」領域はどこか？ 「放送エリア内でのエリア外事業者との競争」、「放送エリア外への発信能力の強化・向上」の観点から。
- ▶ エリア的には、民放基幹局以上のエリア、というよりは、ローカルだろうか？
- ▶ サービスそのものの補完よりは、技術やリソースの共有？

地域情報のエリア外発信（報道系）

28

内山隆@青学



論点 これらの流通チャンネルに載らない/載せられないコンテンツがあるか？
ネット・サイト側からみて、コンテンツ不足なサイトは？

クリップの展開方法は多いが、ローカル・ニュース“番組”の同時配信・見逃しの方法は限られている。生放送もの選択肢が乏しい。地方が地元向けに緊急ライブ配信するとなると、YouTubeライブ一択？ (例外 Locipo, 自社配信PFを持つ局)

独立局は一段、選択肢が狭まる。
局の放送基準とネット・サイトのプラポリが合致しなかった事例はあるか？

ただし、これらへの視聴者需要は未知。

「あまねく/多様」か？、「レッセフェール」か？

地域情報のエリア外発信（収録系）



* 基幹局クラス以上ならば、自社配信PFを持つ事例もある。

論点 これらの配給チャンネルに載らない/載せられないコンテンツがあるか？
ネット・サイト側からみて、コンテンツ不足なサイトは？

公民連携の可能性

「あまねく／多様」推進か？ レッセフェールか？

- ▶ (極論) 「あまねく／多様」方針を貫くならば、民間／レッセフェールの穴、市場の失敗領域をNHKが埋めることは是。しかしそれは需要の乏しい領域で社会的資源配分上はマイナス。
- ▶ (極論) 「レッセフェール」方針ならば、「連携」よりは、競争促進すべき。この場合は零細事業者の市場退出が起きるし、競争相手になる者からの「NHK肥大化論」は無効。またサービス提供の穴も各所に生まれるだろう。

うちやまの私見「市場の変化と歩を合わせざるを得ない民間よりも、NHKは“一定程度”しかし“十分に”先行すべきポジショニング。」

- ▶ それは「量的」というよりは、「質的」なところかもしれない。
- ▶ NHKを民間レベルに引き下げるベクトルではない。
- ▶ 民族系のネット映像配信市場の全体拡大に寄与するような、公民共通リソース開発、業界標準なブロックチェーン流通体制、DAO空間の規範づくり、とか。

ネット配信のための日本語環境の**技術的**整備

31

内山隆@青学

- ▶ 既に指摘されている「文字起こし/字幕」領域。

ネットと放送では、根本的な設計思想の違いがある。

- ▶ 放送「字幕制作者が完成させたデータを、チェッカー（校正者）が最終確認」
- ▶ ネット 機械的な文字起こし まかせ（十分に誤変換あり）。

【参考】小森智康(2020)、「生放送番組における自動字幕制作の最新動向」、『NHK技研R&D 2020年 夏号』、No.182, <https://www.nhk.or.jp/stri/publica/rd/182/3.html>

「公民共通リソース開発」 コンテンツ適正化技術の開発

32

内山隆@青学

- ▶ EU DSAで導入されたコンテンツ適正化(Content Moderation)義務。
- ▶ テキサス州でも同等の議論が進行中（ただし抵抗も強いので経過観察は必要）。
- ▶ 日本の放送業界が、日本語、日本文化、日本の放送基準に基づく「コンテンツ適正化」に対応できるように、また将来的な省力化が図れるように、

手動な体制ではなくAIアルゴリズムの開発。

GAFAsは欧州にて既に対応を迫られている。

- ▶ あくまで既存の「放送基準」の自動化、AI化。「放送基準」の内容そのものではない。
- ▶ 「日本の業界標準」システムが生まれると、放送局が、一般の人の投稿をより拾いやすくなる。

EUでのメディア関連法制の体系

33

放送法的なAVMSD
(Audio-Visual Media
Service Directive,
2018)



編集・編成責任を有するか否か？

著作権法的な
DSM指令
(Digital Single Market,
2019)



競争法的なDMA & DSA
(Digital Market /Service
Act.)

B to B to C

34

「垂直的取引における（多重）限界性が起きないように、独占レイヤーへの注視」が経済学的な立場だが、現実的に完全な回避は不可能なので（∴極度に差別化された財、費用逦減性）、極論に陥らないようなバランスが必要。

- ▶ NHK to B to C (3号受信料活用業務)
- ▶ NHK to B to C (3号有料業務)

NHKと取引関係になる他社PFとの公正取引問題（接続問題）。その力関係や、様々な付帯契約条件次第で、常にNHKが交渉上の強者とは限らない。

- ▶ B to NHK to C

希少コンテンツの権利争奪競争、製作取引問題、など。

一方で出口のない（ex.数字は取れないけれど役に立つ価値財的な）製作会社（のコンテンツ）に対して救済にはなる。

内山隆@青学

(次回) 質問

35

内山隆@青学

NHKさまへの質問

- ▶ 現行制度（200億円キャップ、1億円キャップ、費目；使途制約）のどのあたりに息苦しさがああるのか？
 - eg; 浸透が進まない同時配信のプロモーション費用？
 - 実は“持ち出し状態？”
 - ネット海外番販での取引費用の上昇？
- ▶ 「本来業務」化によって描く「夢」は？

民放連さまへの質問

- ▶ ローカルの自主制作比率の高い平日夕方の情報／ニュース等、ネット展開に関しての今後の展望は？（仮に中短期的にはクリップのVoD配信で十分としても、同時配信等の展開は、超長期的観点においては必要か不要か？）

「公共放送に関するWEBアンケート調査」の結果

株式会社野村総合研究所
コンサルティング事業本部
ICTメディアコンサルティング部

2022年10月17日



資料構成

01 調査概要・設計

02 調査結果

調査概要

■ 調査目的

- 国民のメディア利用状況の把握
- 国民の情報空間上の課題認識の把握
- 国民がデジタル時代の公共メディアに期待する役割の把握

※本資料における「公共メディア」とは、NHKの放送およびインターネットサービスを念頭においた表現である

■ 調査概要

● 定量調査

- ・ 調査方法：インターネットアンケート調査
- ・ 調査期間：2022年7月25日～2022年7月28日
- ・ 対象者：全国15～79歳の男女2,000名
 - ・ 母集団は、インターネットアンケート調査会社のモニター登録者
 - ・ 性別（男女）×年代（15～29歳、30～39歳、40～49歳、50～59歳、60～79歳）の10区分で人口構成比に割付

※手法上、インターネット非利用者は含まれない点に留意

※公共メディアやデジタル時代特有の課題について、文言のみで説明を行ったため、回答者のリテラシーによって各設問への理解に差異が存在する可能性があることに留意

● 定性調査

- ・ 調査方法：オンライングループインタビュー
- ・ 調査期間：2022年8月20日14時00分～15時30分（90分）
- ・ 対象者：上記アンケート回答者のうち、グループインタビューに同意いただけの方 5名1グループ
 - ・ 性年代およびテレビ利用の多寡を分散させて聴取を実施（下記参照）

		年代		
		30代以下	40,50代	60代以上
テレビ 利用 状況	テレビ利用が多い※	男性1名（30代）	男性1名（40代）	女性1名（60代）
	テレビ利用が少ない	女性1名（30代）	女性1名（50代）	

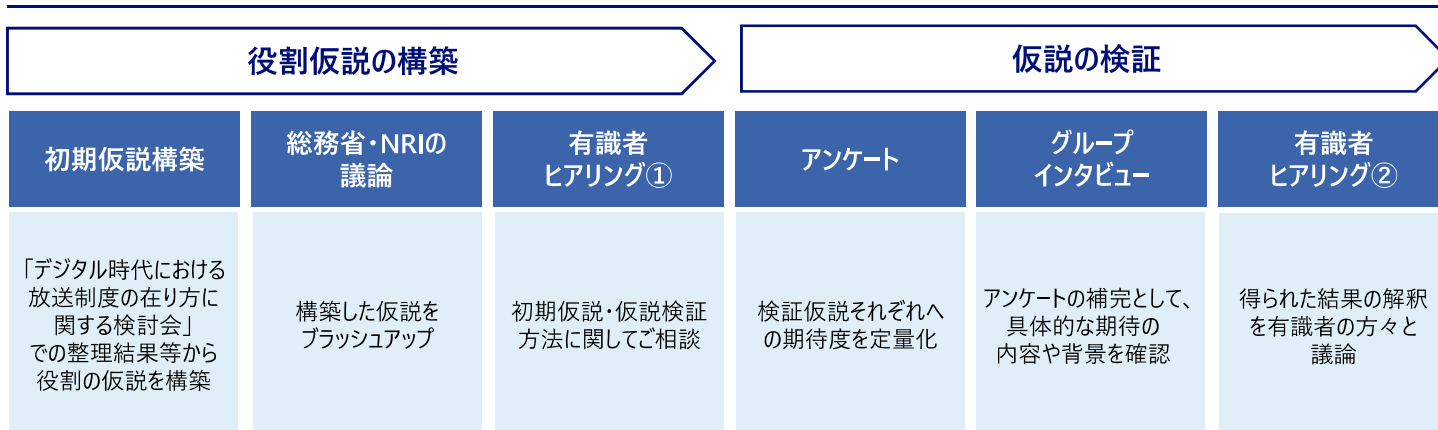
※テレビ利用が多い：平日も休日とも1時間以上のテレビ視聴を行っている

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI** 2

調査設計 | 調査のフロー

まずデジタル時代の公共メディアに期待される役割についての仮説を構築し、有識者にご意見をいただいた上でアンケート・グループインタビュー調査を行った

調査のフロー



公共メディアの役割仮説は17項目設定した

役割のカテゴリ (第1回公共放送WG資料より)	#	役割
豊かで、かつ、良い放送番組の提供	①生命・身体の維持	1 生命・身体の維持のための情報を提供すること(災害や健康に関する情報等)
	②社会の多様性・自律を助ける	2 幅広い年齢層の教育・学習に役立つ情報を提供すること
		3 高齢者や障害者など社会の助けを必要とする人々のための情報を提供すること
		4 世の中には様々な人々や考え方があつたことを共有し相互の理解を促すような、国内外の社会・文化の多様性を伝える情報を提供すること
	③国民的な娯楽	5 国民皆が一丸となって楽しめるスポーツ中継・娯楽番組を提供すること
	④民主主義の維持	6 国際社会に対する理解を促進する情報を提供すること
		7 なるべく多くの視点から、偏りなく公平・公正な情報を提供すること
		8 社会生活における判断のよりどころとなるような正確で信頼できる情報を提供すること
		9 取材や報道を通じて、権力を持つ組織(政府・企業など)や人(政治家・経営者など)を監視すること
		10 地域社会の維持のための情報を提供すること(地域独自の行事や事件の報道等)
	⑤地域社会の維持	11 地域社会や地域文化を全国に紹介すること
		⑥文化の保存・育成・普及
	あまねく日本全国において受信できるよう措置	13 映像記録の蓄積・保管により、日本の歴史や文化を次世代に継承すること
14 いつでも、どこでもテレビ・ラジオ・スマートフォンなどあらゆる手段を通じてコンテンツを視聴できるような環境を整備すること		
放送及び受信の進歩発達のための調査研究	15 映像配信技術等の研究開発などを通じて、日本のコンテンツ業界の技術水準の向上に貢献し、先導すること	
	16 質の高いコンテンツ制作や人材育成などを通じて、日本のコンテンツ産業の発展に貢献し、先導すること	
国際放送	17 世界に向けて日本の政治・経済・文化についてのコンテンツを配信し、日本に対する正確な理解を促進すること	

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI** 4

※性別、年齢、居住地域、1日のテレビ接触時間、未婚/既婚、子供のライフステージ、世帯構成、職業、世帯年収、受信契約有無、社会/個人志向は基礎項目として聴取

調査設計 | アンケート・グループインタビューでの聴取項目

アンケート・グループインタビューともに以下のような項目について聴取を行った

#	項目概要	主な聴取目的	アンケートの主な設問	グループインタビューの主な設問
1	利用率	<ul style="list-style-type: none"> 国民のメディア利用状況の把握 (NHKとその他メディアの利用状況比較) 	<ul style="list-style-type: none"> メディアの利用頻度 	<ul style="list-style-type: none"> NHKを利用する理由
2	信頼度		<ul style="list-style-type: none"> メディアのジャンル別信頼度 	<ul style="list-style-type: none"> NHKを信頼する理由
3	情報空間上の課題認識	<ul style="list-style-type: none"> デジタル時代に生じる情報空間上の課題への問題意識の把握 上記課題についての、回答者の認識の統一 (デジタル時代の公共メディアの役割を回答いただく際の前提となるため) 	<ul style="list-style-type: none"> 情報空間上の課題仮説への問題意識 	<ul style="list-style-type: none"> - (アンケートで提示した課題について改めて説明を実施)
4	公共メディアに期待する役割	<ul style="list-style-type: none"> デジタル時代に公共メディアに期待される役割の把握 	<ul style="list-style-type: none"> 役割仮説のNHKへの期待度 	<ul style="list-style-type: none"> 特に期待する役割とその理由 あまり期待しない役割とその理由
5	公共メディアに期待する機能	<ul style="list-style-type: none"> デジタル時代に公共メディアのインターネットサービスに期待される役割の把握 	<ul style="list-style-type: none"> インターネットサービスごとの必要度 (自分にとって/社会にとって) 	<ul style="list-style-type: none"> NHKのインターネットサービス展開への期待有無とその理由

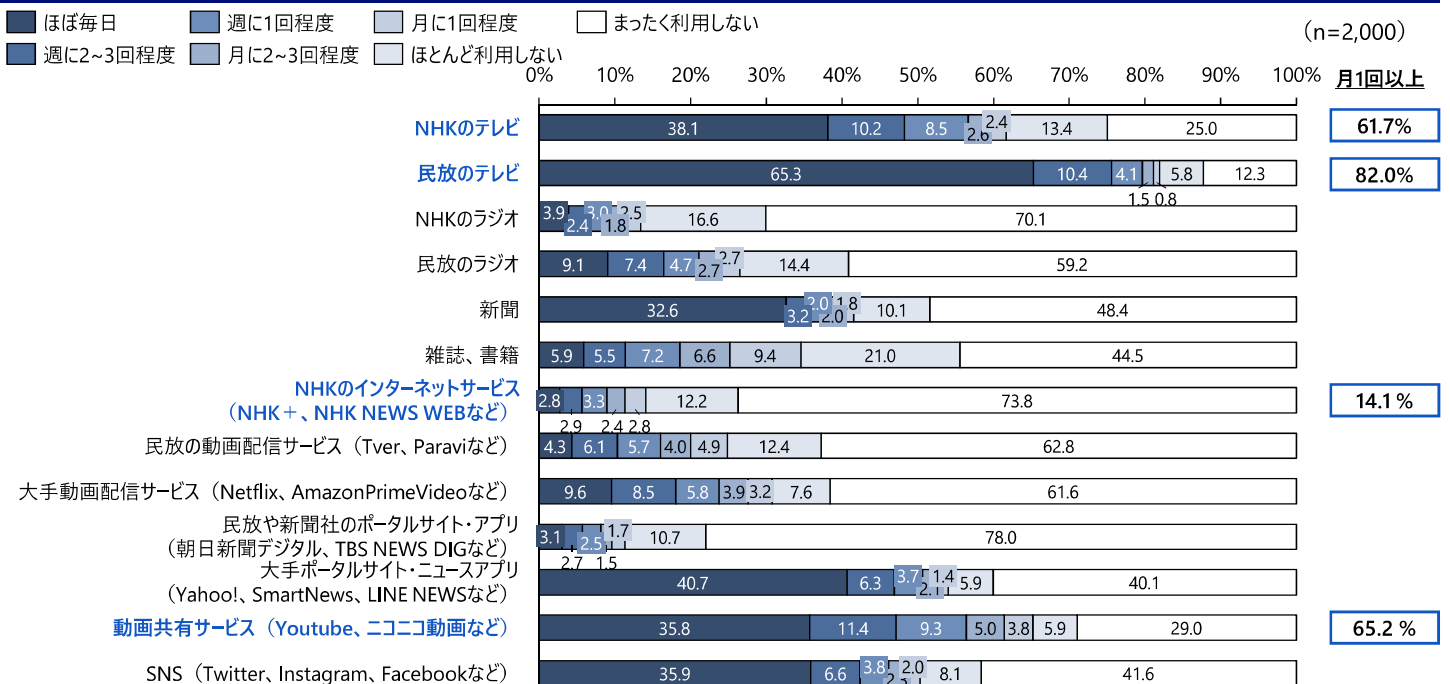
01 本調査研究の背景と設計方法

02 調査結果

アンケート調査結果 | 1. 利用率 | 各メディアの利用頻度

NHKのテレビを月1回以上利用している人は全体の約62%で、民放、動画共有サービスに次ぐ利用率。NHKのインターネットサービスの利用率は約14%

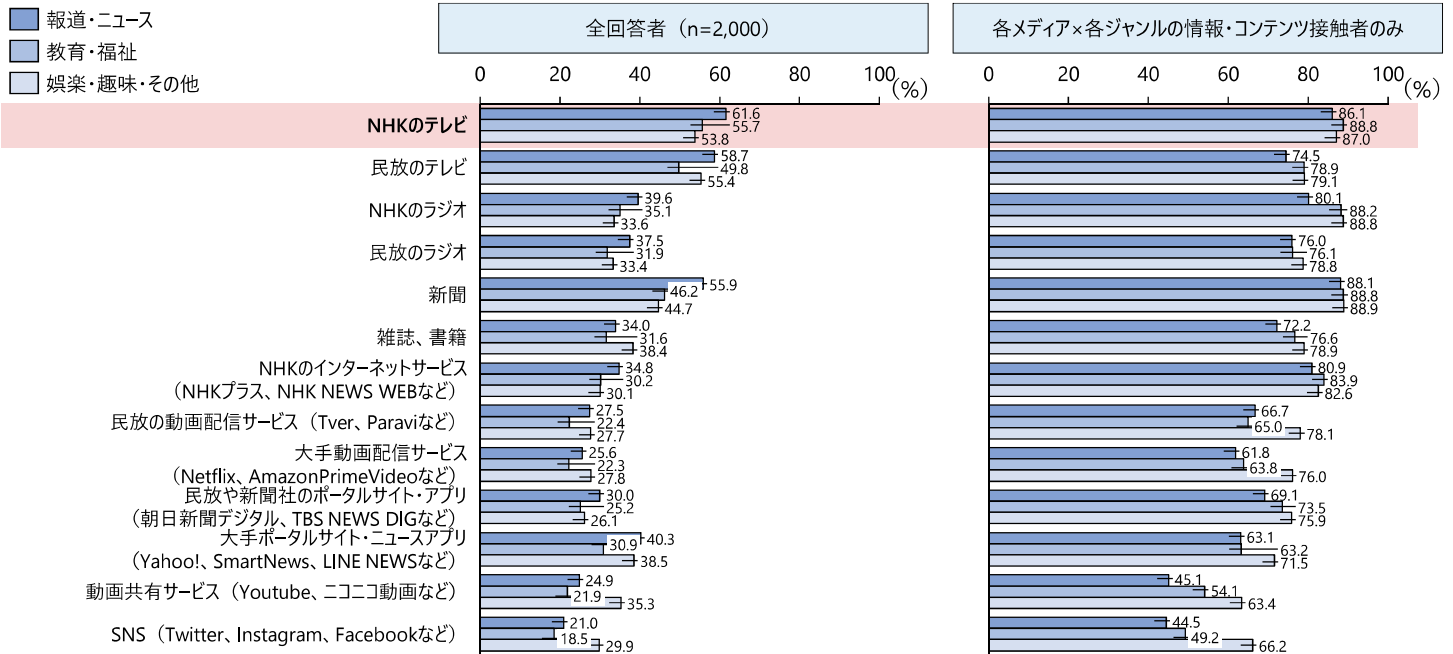
Q5. あなたは普段、以下のメディアをどの程度利用していますか。各メディアそれぞれについてお答えください。(SA)



アンケート調査結果 | 2. 信頼度 | 各メディアにおけるジャンル別信頼度

NHKのテレビの信頼度は、いずれのジャンルでも全体の50%超、利用者の80%超で、大手ポータルサイト・ニュースアプリ、動画共有サービス、SNSと比較して高い

Q7, 9, 11. あなたは以下のメディア・情報源が発信する各ジャンルの情報・コンテンツを信頼していますか。それぞれ1つお答えください。(SA)

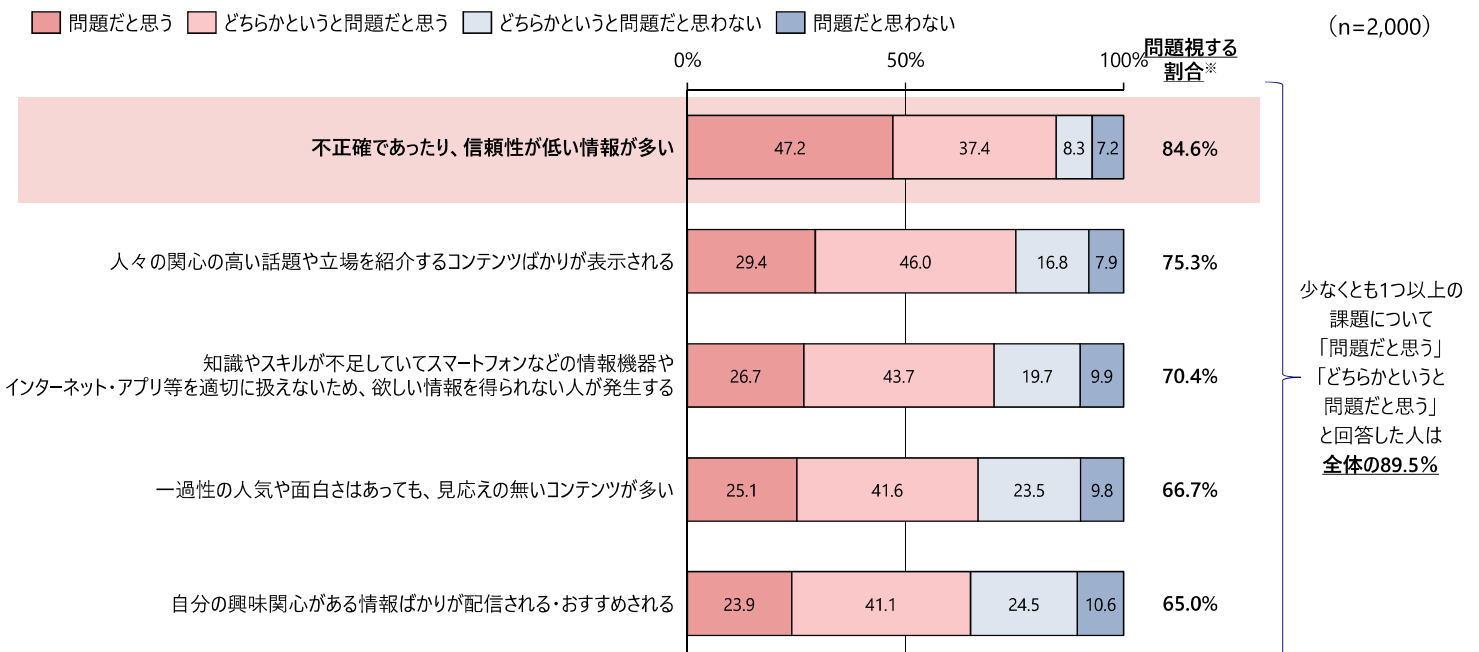


注) 各設問における選択肢「信頼している」「どちらかという信頼している」を信頼している人として計算。各メディア×各ジャンルの情報・コンテンツ接触者のn数はメディア・ジャンル毎に異なる。

アンケート調査結果 | 3. 情報空間上の課題認識 | 情報の質・発信・入手に関する課題

情報の質・発信・入手に関する課題について聴取したところ、どの課題も60%以上が問題視。中でも、「不正確・信頼性の低い情報」に対しては80%超が問題と認識

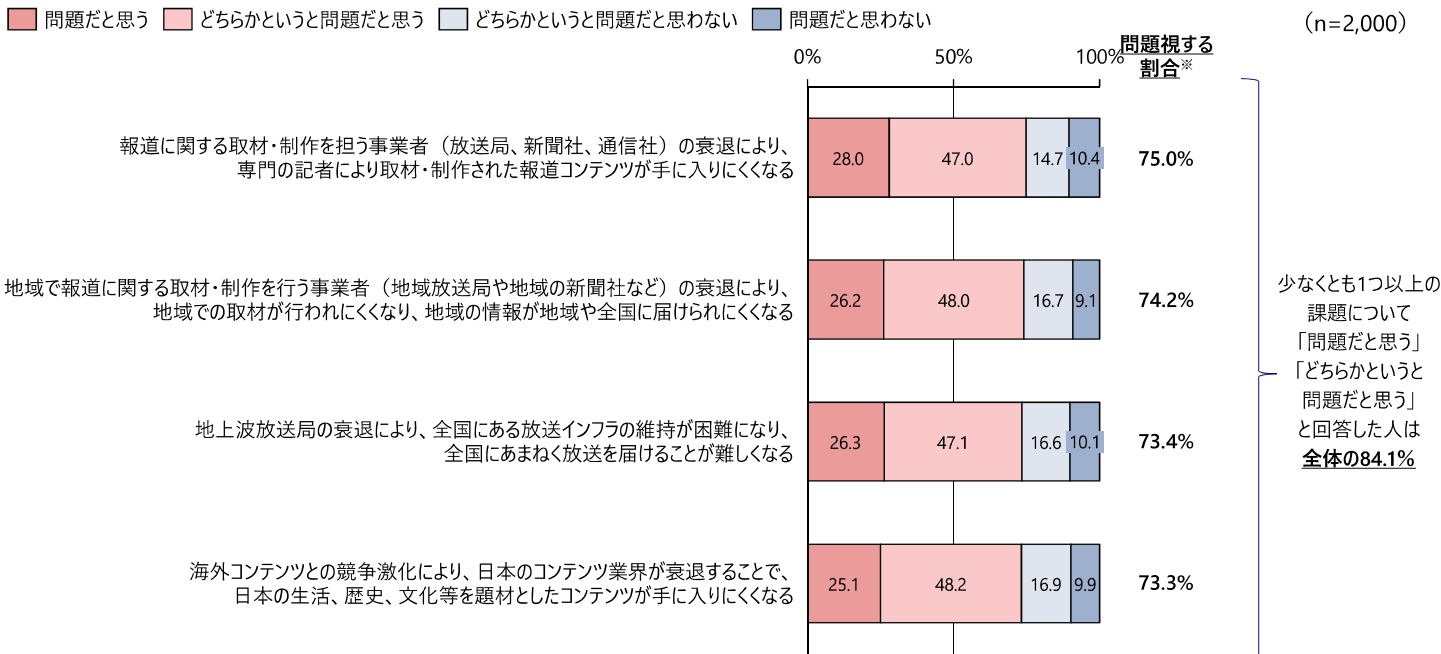
Q12. インターネットの利用が広まった現代において、情報の質・発信の仕方・入手の仕方について様々な課題が発生しているという意見があります。あなたは、以下について社会全体としてどの程度問題だと思えますか。それぞれ1つお答えください。(SA)



アンケート調査結果 | 3. 情報空間上の課題認識 | コンテンツ業界に関する課題

日本のコンテンツ業界に関する課題について聴取したところ、
どの課題についても70%以上が問題と認識

Q13. インターネットの利用が広まった現代において、人々の視聴習慣が変化したり、インターネット事業者が増加・拡大したりすることにより、日本のコンテンツ業界に以下のような課題が生じる可能性があるという意見があります。あなたは、以下のような課題が生じた場合どの程度問題だと思いますか。それぞれ1つお答えください。(SA)

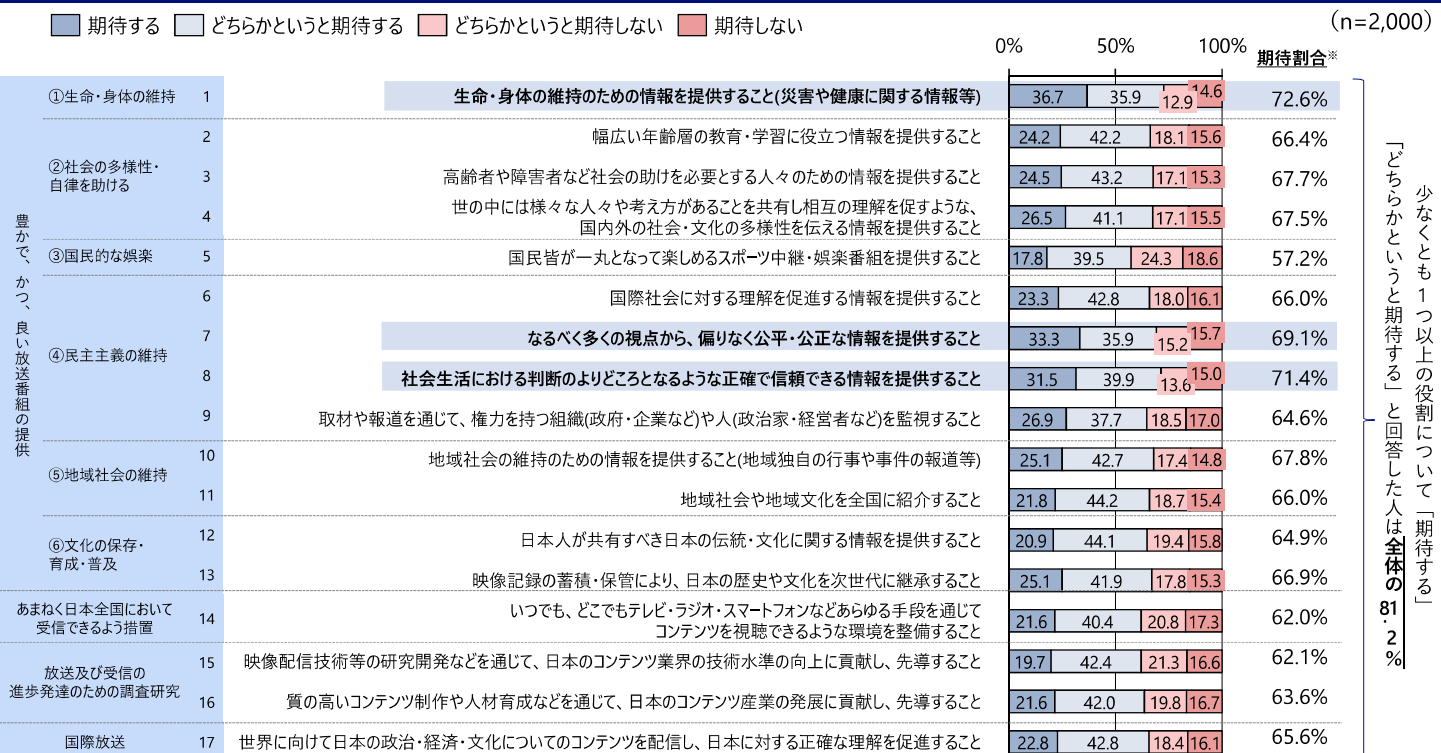


※問題視する割合は、「問題だと思う」「どちらかという問題だと思う」割合の合計値。

アンケート調査結果 | 4. 公共メディアに期待する役割 | 各役割に対する期待度

どの役割も過半数が期待しており、いずれか1つでも役割を期待している人の割合は約81%。
生命・身体維持のための情報、正確で信頼できる情報、公平公正な情報の提供が特に高い

Q14. 前の設問でお示したようなインターネットの普及に伴う様々な課題を踏まえ、あなたがこれからのNHKに期待する役割を伺います。営利を目的としない公共メディアとして、NHKは以下のような役割を果たしていくことが考えられますが、あなたは以下の役割それぞれについてNHKが担うことをどの程度期待しますか。それぞれ1つお選びください。(SA)



※期待割合は、「期待する」「どちらかという期待する」割合の合計値

デジタル時代に生じる情報空間上の課題を問題だと思ふ人ほど、公共メディアへの期待は高い

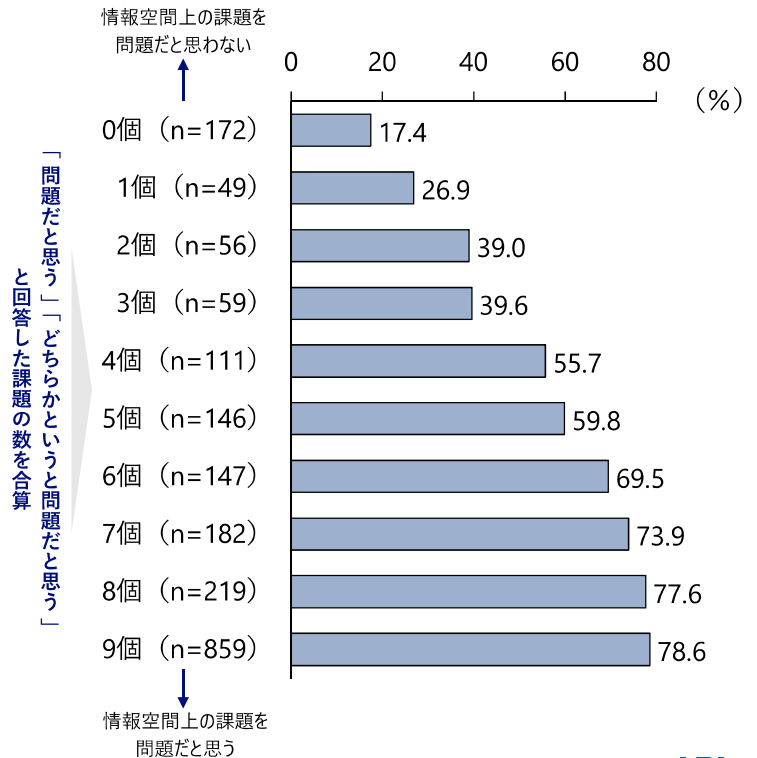
Q12,13の課題の数別・Q14の17個の役割仮説に対する期待割合※の平均値

情報の質・発信・入手に関する課題

- 不正確であったり、信頼性が低い情報が多い
- 人々の関心の高い話題や立場を紹介するコンテンツばかりが表示される
- 一過性の人気や面白さはあっても、見応えの無いコンテンツが多い
- 自分の興味関心がある情報が配信される・おすすめる
- 知識やスキルが不足してスマートフォンなどの情報機器やインターネット・アプリ等を適切に扱えないため、欲しい情報を得られない人が発生する

コンテンツ業界の課題

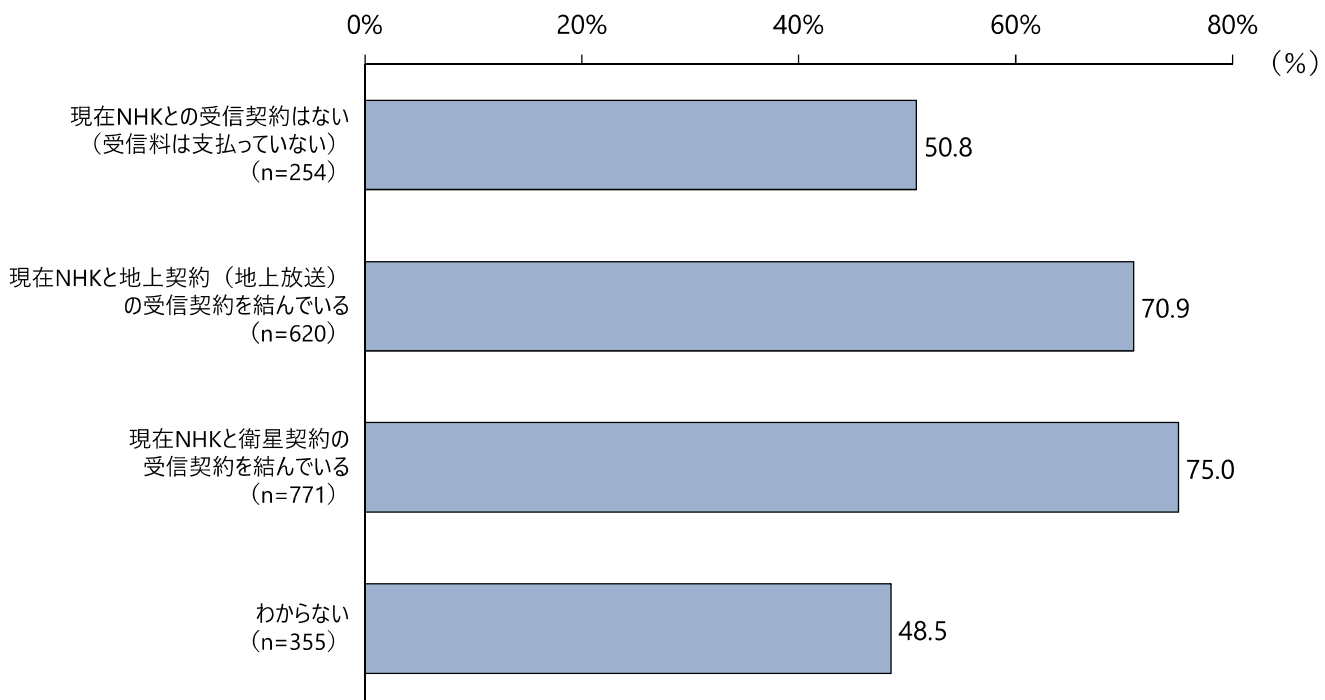
- 報道に関する取材・制作を担う事業者(放送局、新聞社、通信社)の衰退により、専門の記者により取材・制作された報道コンテンツが手に入りにくくなる
- 地上波放送局の衰退により、全国にある放送インフラの維持が困難になり、全国にあまねく放送を届けることが難しくなる
- 地域で報道に関する取材・制作を行う事業者(地域放送局や地域の新聞社など)の衰退により、地域での取材が行われにくくなり、地域の情報が地域や全国に届けられにくくなる
- 海外コンテンツとの競争激化により、日本のコンテンツ業界が衰退することで、日本の生活、歴史、文化等を題材としたコンテンツが手に入りにくくなる



※期待割合は、「期待する」「どちらかという期待する」割合の合計値

受信契約がある方の概ね7割超がNHKの各役割に期待している

受信契約有無別・Q14の17個の役割仮説に対する期待割合※の平均値



※期待割合は、「期待する」「どちらかという期待する」割合の合計値

アンケート調査結果 | 4. 公共メディアに期待する役割 | 年代×公共メディアへの期待

全年代を通し、生命・身体維持のための情報、正確で信頼できる情報が期待されている。
 加えて、若年層はアーカイブを、高年齢層は高齢者・障害者などのための情報を相対的に期待

年代別・Q14の各項目の期待割合※

■ : 各年代の上位1-3位項目 □ : 各年代の上位4-5位の項目

役割のカテゴリ (第1回公共放送WG資料より)	#	役割	20代以下 (n=363)	30代 (n=284)	40代 (n=370)	50代 (n=337)	60-70代 (n=646)
① 生命・身体維持	1	生命・身体維持のための情報を提供すること(災害や健康に関する情報等)	63.6%	67.6%	70.8%	71.5%	81.3%
	2	幅広い年齢層の教育・学習に役立つ情報を提供すること	59.8%	61.3%	64.3%	66.8%	73.4%
	3	高齢者や障害者など社会の助けを必要とする人々のための情報を提供すること	59.8%	60.9%	63.8%	69.1%	76.5%
	4	世の中には様々な人々や考え方が存在することを共有し相互の理解を促すような、国内外の社会・文化の多様性を伝える情報を提供すること	60.3%	61.3%	66.2%	66.8%	75.4%
② 社会の多様性・自律を助ける	5	国民皆が一丸となって楽しめるスポーツ中継・娯楽番組を提供すること	55.6%	53.9%	58.6%	56.4%	59.1%
	6	国際社会に対する理解を促進する情報を提供すること	58.4%	60.2%	63.2%	67.4%	73.7%
	7	なるべく多くの視点から、偏りなく公平・公正な情報を提供すること	60.1%	64.8%	67.0%	69.1%	77.2%
③ 国民的な娯楽	8	社会生活における判断のよりどころとなるような正確で信頼できる情報を提供すること	66.1%	66.5%	69.7%	71.5%	77.4%
	9	取材や報道を通じて、権力を持つ組織(政府・企業など)や人(政治家・経営者など)を監視すること	60.3%	60.2%	59.7%	65.3%	71.2%
	10	地域社会の維持のための情報を提供すること(地域独自の行事や事件の報道等)	60.1%	62.7%	66.5%	68.0%	75.1%
④ 民主主義の維持	11	地域社会や地域文化を全国に紹介すること	57.3%	60.6%	63.4%	66.5%	73.4%
	12	日本人が共有すべき日本の伝統・文化に関する情報を提供すること	60.3%	57.0%	64.3%	64.7%	71.4%
⑤ 地域社会の維持	13	映像記録の蓄積・保管により、日本の歴史や文化を次世代に継承すること	60.9%	61.6%	64.6%	67.4%	73.7%
	14	いつでも、どこでもテレビ・ラジオ・スマートフォンなどあらゆる手段を通じてコンテンツを視聴できるような環境を整備すること	59.0%	53.9%	58.4%	64.7%	68.0%
⑥ 文化の保存・育成・普及	15	映像配信技術等の研究開発などを通じて、日本のコンテンツ業界の技術水準の向上に貢献し、先導すること	57.0%	56.0%	60.3%	61.4%	69.0%
	16	質の高いコンテンツ制作や人材育成などを通じて、日本のコンテンツ産業の発展に貢献し、先導すること	59.0%	58.8%	62.2%	65.0%	68.3%
⑦ 放送及び受信の進歩発達のための調査研究	17	世界に向けて日本の政治・経済・文化についてのコンテンツを配信し、日本に対する正確な理解を促進すること	60.1%	61.3%	64.1%	65.6%	71.5%

※期待割合は、「期待する」「どちらかという期待する」割合の合計値

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

グループインタビュー聴取結果 | 4. 公共メディアに期待する役割 | 各役割への評価・期待

各役割について、以下のような意見が挙げられた (1/2)

カテゴリ	#	役割	評価・期待
① 生命・身体維持	1	生命・身体維持のための情報を提供すること(災害や健康に関する情報等)	・ 最も大事な役割の1つとして期待する。 今までNHKが国民から期待されてきたことをぶれさせることなく続けて欲しいという思いがある。(30代 男性)
	2	幅広い年齢層の教育・学習に役立つ情報を提供すること	・ 学習に役立つ情報が放送されていたら嬉しい と感じるが、自分で 参考書等を買って勉強する方が多くの情報を得られる ことが多いと思う。(30代 女性)
	3	高齢者や障害者など社会の助けを必要とする人々のための情報を提供すること	・ これは 地域の自治体 でできることだと思う。(60代 女性)
	4	世の中には様々な人々や考え方が存在することを共有し相互の理解を促すような、国内外の社会・文化の多様性を伝える情報を提供すること	・ 自然や動物の姿や、障害がある方の生活など、 普段生活しているだけでは手に入らない情報や知識 を視聴者に教えてほしいので 特に期待 する。(30代 女性) ・ 特に期待 する。 世界には色々な考え方が存在することを伝える ことで、日本人が一回り豊かになればいいと思う。(50代 女性)
② 社会の多様性・自律を助ける	5	国民皆が一丸となって楽しめるスポーツ中継・娯楽番組を提供すること	・ 朝ドラは家事をした後に見てほっとできる時間 で癒やされるため、今後も NHKの役割として期待 する。(60代 女性) ・ NHKの娯楽番組を個人的には 楽しみにしていない ため、NHKの役割として 期待していない 。(50代 女性) ・ スポーツ中継はよく見ており、役割としてあってもよいが、 他の役割の方が優先されてしまう 印象を持つ。(40代 男性)
	6	国際社会に対する理解を促進する情報を提供すること	・ 国際社会を理解するために NHKの力が必要 だと思うので 特に期待 する。(50代 女性)
③ 国民的な娯楽	7	なるべく多くの視点から、偏りなく公平・公正な情報を提供すること	・ 民放ではなく、 NHKだからこの役割として期待 している。(50代 女性)
	8	社会生活における判断のよりどころとなるような正確で信頼できる情報を提供すること	・ -

※グループインタビューでの発言は抜粋した上で、表現を一部修正して掲載

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

各役割について、以下のような意見が挙げられた (2/2)

カテゴリ	#	役割	評価・期待	
豊かで、 かつ良い放送番組の 提供	④民主主義の維持	取材や報道を通じて、権力を持つ組織（政府・企業など）や人（政治家・経営者など）を監視すること	・ 国民一人一人が監視するのは難しいので、NHKのような機関が厳しく監視して放送して欲しいという意味で特に期待する。(50代 女性)	
	⑤地域社会の維持	10	地域社会の維持のための情報を提供すること（地域独自の行事や事件の報道等）	・ 重要ではないわけではないが、NHKでなくてもある程度役割を担えるものかと思う。(50代 女性)
		11	地域社会や地域文化を全国に紹介すること	
	⑥文化の保存・育成・普及	12	日本人が共有すべき日本の伝統・文化に関する情報を提供すること	・ 周りの大人から口頭で伝えられたり、周りの人から学習したりして共有するものだと感じる。(30代 女性)
		13	映像記録の蓄積・保管により、日本の歴史や文化を次世代に継承すること	・ NHKは既にこの役割については、かなり取り組んでいると思っている。(30代 男性)
	あまねく日本全国において受信できるような措置	14	いつでも、どこでもテレビ・ラジオ・スマートフォンなどあらゆる手段を通じてコンテンツを視聴できるような環境を整備すること	・ 地震や災害が起こった時は出先でも情報が見られるのはありがたいが、普段どこでも見たいかと言われるとそうではない。(30代 女性)
放送及び受信の 進歩発達のための調査研究	15	映像配信技術等の研究開発などを通じて、日本のコンテンツ業界の技術水準の向上に貢献し、先導すること	・ -	
	16	質の高いコンテンツ制作や人材育成などを通じて、日本のコンテンツ産業の発展に貢献し、先導すること	・ -	
国際放送	17	世界に向けて日本の政治・経済・文化についてのコンテンツを配信し、日本に対する正確な理解を促進すること	・ 国際社会の中で日本としてのアピールを行うためにNHKの力が必要だと思うので特に期待する。(50代 女性)	

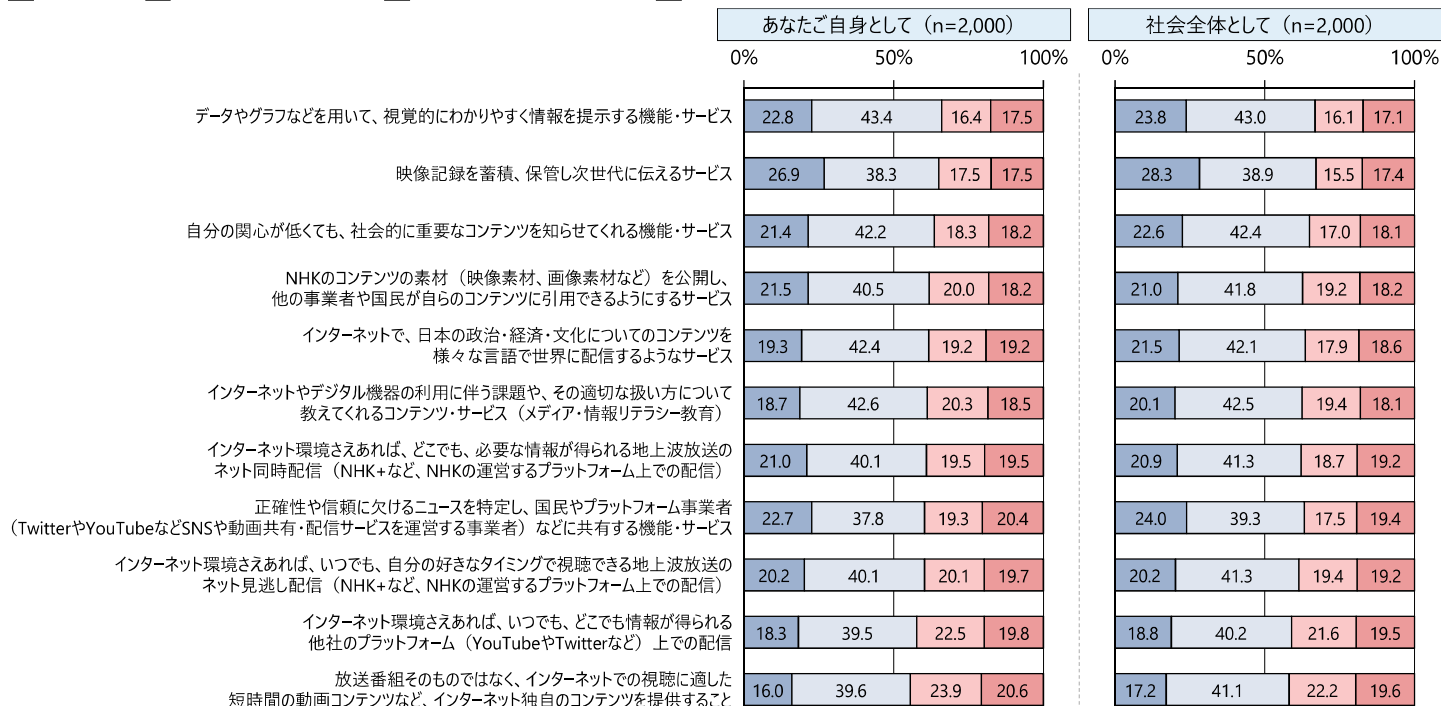
※グループインタビューでの発言は抜粋した上で、表現を一部修正して掲載

アンケート調査結果 | 5. 公共メディアに期待する機能 | 各機能・サービスに対する期待度

公共メディアの役割を実現する手段として、例示した全てのインターネット上での提供機能・サービスについて、半数以上の人々が、自分自身・社会全体双方で必要と考えている

Q16. NHKがインターネット時代においてもその役割を果たすために、NHKが以下のような機能・サービスを提供することは必要だと思いますか。あなたご自身として必要だと思うか、社会全体として必要だと思うか、それぞれ1つずつお答えください。(SA)

■ 必要だと思う □ どちらかという必要だと思う ■ どちらかという必要だと思わない ■ 必要だと思わない



NHKのインターネットサービスへの期待は、自分自身の利用意向によって変わるが、利用意向が無い人でも、テレビ非保有者がNHKコンテンツを利用できる環境が必要と考えている

NHKのインターネットサービス展開を期待する人の意見

- 特に期待するものとしては「映像記録を蓄積、保管し次世代に伝えるサービス」に期待したい。また、現状NHK+はNHKの受信料を払っている人向けにコンテンツを提供しているが、**テレビ等を持っていない人向けにも、個別に利用料を支払ってNHKのコンテンツを見られるような環境を作してほしい**（40代 男性）
- 「映像記録を蓄積、保管し次世代に伝えるサービス」への期待はある。**起こったニュースや事件の映像を好きな時に見られたりするサービス**があったら良い。また、ネット上でニュースを放送するだけでなく、視聴者の意見を見られる形や、一般人を集めて討論するようなサービスは良いのではないかと。NHKのインターネットでしか見られないような特別な番組、テレビではやっていないようなネット限定の番組があると珍しくて見るかもしれない（30代 女性）

NHKのインターネットサービス展開を期待しない人の意見

- 日々のニュース等を後で見返したりすることは**日常的にはない**。そういった状況でデジタルコンテンツを先進的に発展させる役割がNHKにあるかという疑問がある。一方でより時代が進み、**テレビが使われなくなる時代になれば、コンテンツを他のデバイスで見られるようにすることは必要になる**と思う（30代 男性）
- 全く期待しないわけではないが、インターネット上で、というよりもテレビでのニュースを安定的にしっかり放送してほしいという気持ちがある（50代 女性）
- 世代的にインターネットを自由に操れる世代ではなく、**苦手なのでテレビで十分**だと考えている。一方で、**将来的にはインターネットの時代になる**と感じており、その中で現在の**若者の「とにかく自分の好きなものばかり集中して見る」状況は課題**だと思う（60代 女性）

※グループインタビューでの発言は抜粋した上で、表現を一部修正して掲載

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI** 18

調査結果サマリ | 総論

調査結果全体のサマリは以下の通り

調査項目		調査結果サマリ
1	利用率	<ul style="list-style-type: none"> □ NHKのテレビは民放と共に国民の過半に利用されている。 □ また、NHKのインターネットサービスは利用率は約14%
2	信頼度	<ul style="list-style-type: none"> □ 放送は新聞と並び、国内で最も信頼されているメディアであり、現状、インターネット専門メディアの中には同程度信頼されているメディアが存在しない状況である
3	情報空間上の課題認識	<ul style="list-style-type: none"> □ 不正確・信頼性の低い情報など、提示した全てのデジタル時代に生じる情報空間上の課題について、国民の60%以上が問題視
4	公共メディアに期待する役割	<ul style="list-style-type: none"> □ デジタル時代においても、「豊かで、かつ、良い放送番組の提供」「あまねく日本全国において受信できるよう措置」「放送及び受信の進歩発達のための調査研究」「国際放送」のいずれも、国民の過半に期待されている □ 特に生活や社会の根幹を支える情報提供への期待は年代問わず大きい □ それらに加えて、若年層はアーカイブの役割を、高年齢層は高齢者や障害者のための情報提供を、相対的に期待している
5	公共メディアに期待する機能	<ul style="list-style-type: none"> □ 特定の機能・サービスにとどまらず幅広い取り組みに期待されている □ 特に、インフォグラフィックス、アーカイブ、レコメンドなど、必要な情報をわかりやすく流通・蓄積させるサービスへの期待が高い □ また、公共メディアの役割を実現する手段として、インターネット上での提供機能・サービスについて、半数以上の人々が、自分自身・社会全体双方で必要と考えている



Share the Next Values!



第1回会合における質問事項に対する回答

株式会社 野村総合研究所

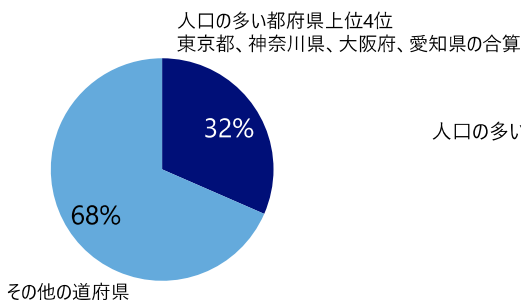
株式会社 野村総合研究所
コンサルティング事業本部



第1回会合における質問事項に対する回答 | 都市部と地方部でのメディア視聴行動の差

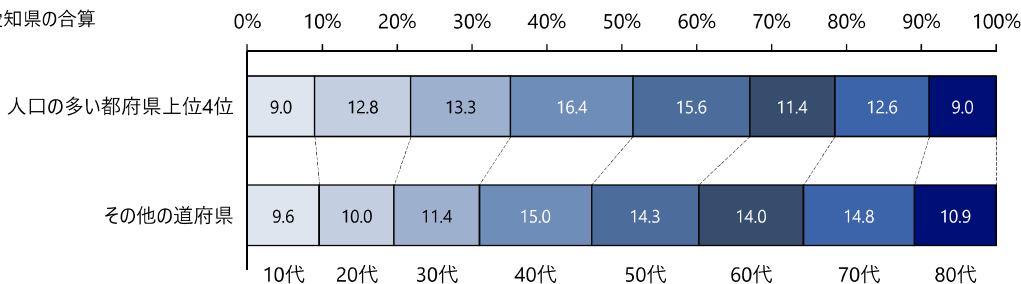
前提として、地方の方が高齢者が多く、都市部の方が労働世代が多い。メディアの利用実態の都市部vs.地方部の違いについては、年齢別構成比の違いが交絡因子として効いてくる

都市部・地方部の構成比

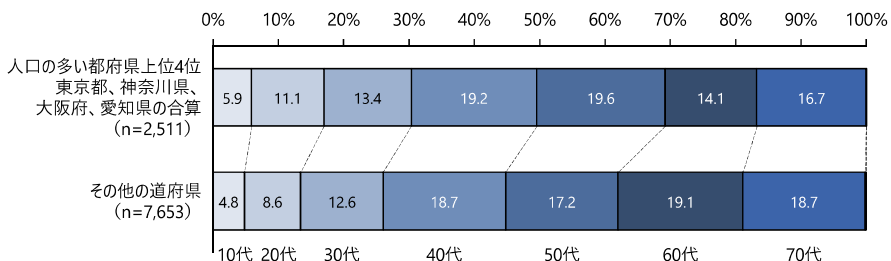
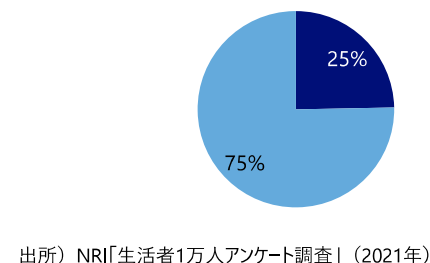


出所) 総務省統計局 人口推計 第10表 (2021年10月1日現在人口)

エリア×年代の構成比 (人口推計は10代未満を除いた割合)

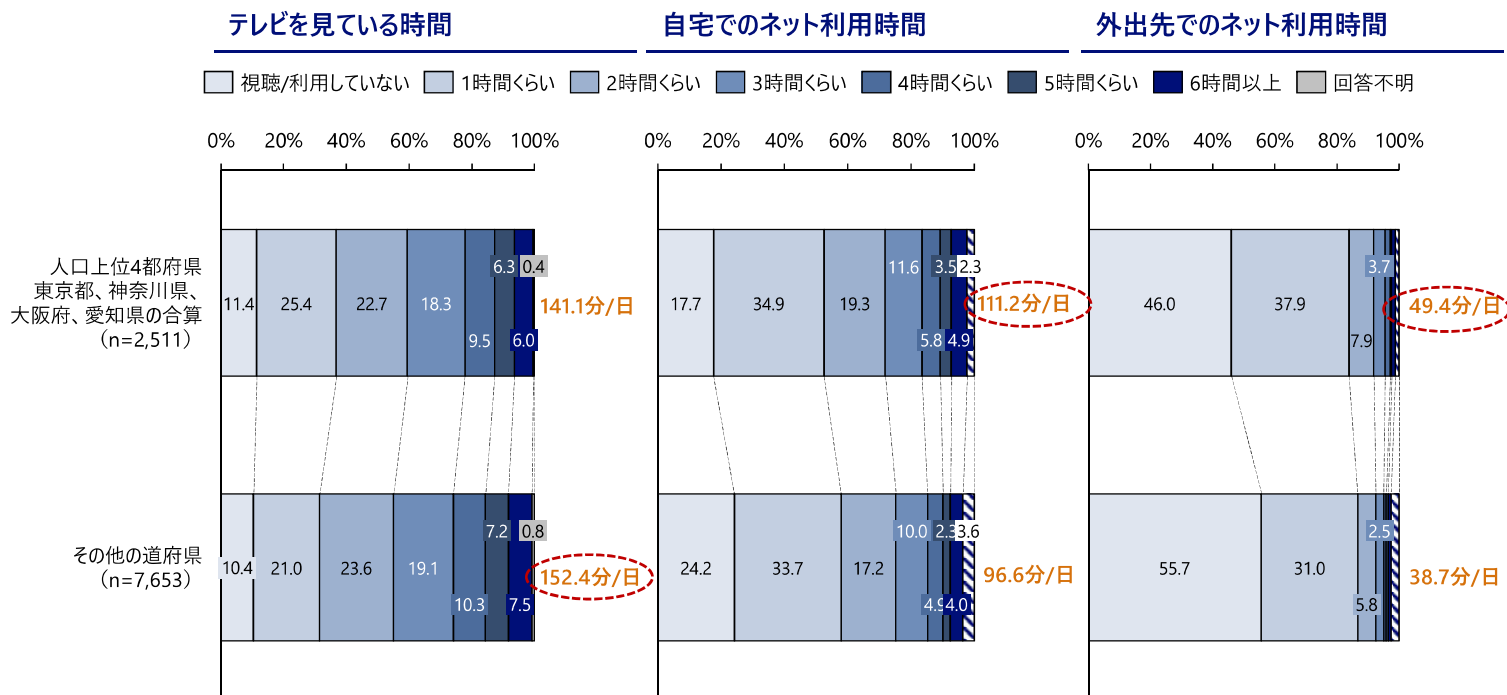


参考) NRI生活者1万人アンケート調査での分布 (全国15~79歳男女、層化二段無作為抽出法にてサンプル抽出)



テレビの利用時間は、地方部ほど長く、 ネット利用時間は自宅・外出先共に都市部ほど長くなっている

メディア利用時間（平日）と居住地域の規模による差

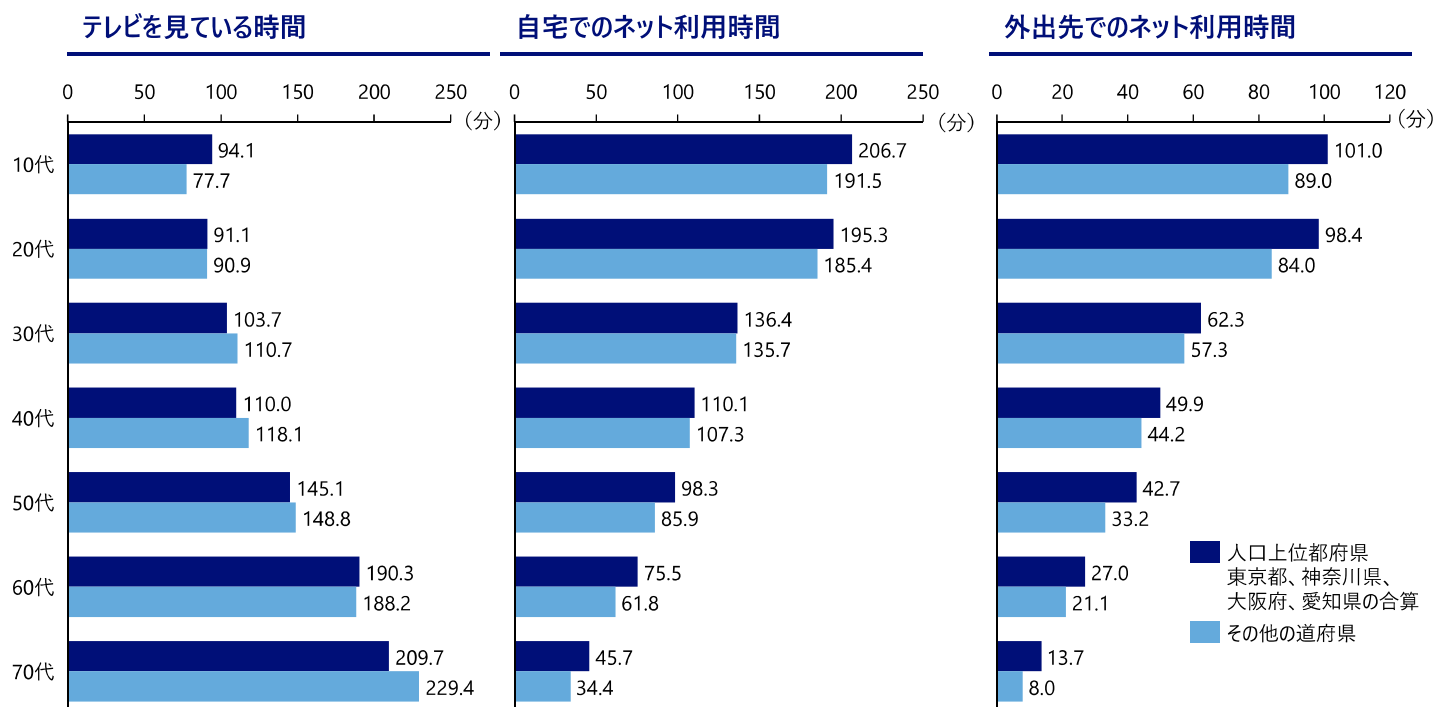


注）ネット利用時間とは、趣味・娯楽・教養のためにインターネットを利用している時間のことで、仕事での利用を除いた時間を聴取している。

出所）NRI「生活者1万人アンケート調査」（2021年）

ネット利用時間は、全年代において自宅・外出先を問わず都市部が地方部よりも長い傾向。 テレビ視聴時間に関しては、年代別では都市部と地方部の差は顕著ではない。

メディア利用時間（平日）と居住地域の規模による差 | 年代別・平均視聴/利用時間（分）



注）ネット利用時間とは、趣味・娯楽・教養のためにインターネットを利用している時間のことで、仕事での利用を除いた時間を聴取している。

出所）NRI「生活者1万人アンケート調査」（2021年）

都市部と地方部でのメディア視聴行動の差について、 1万人アンケートにおける結果のサマリは下記の通り

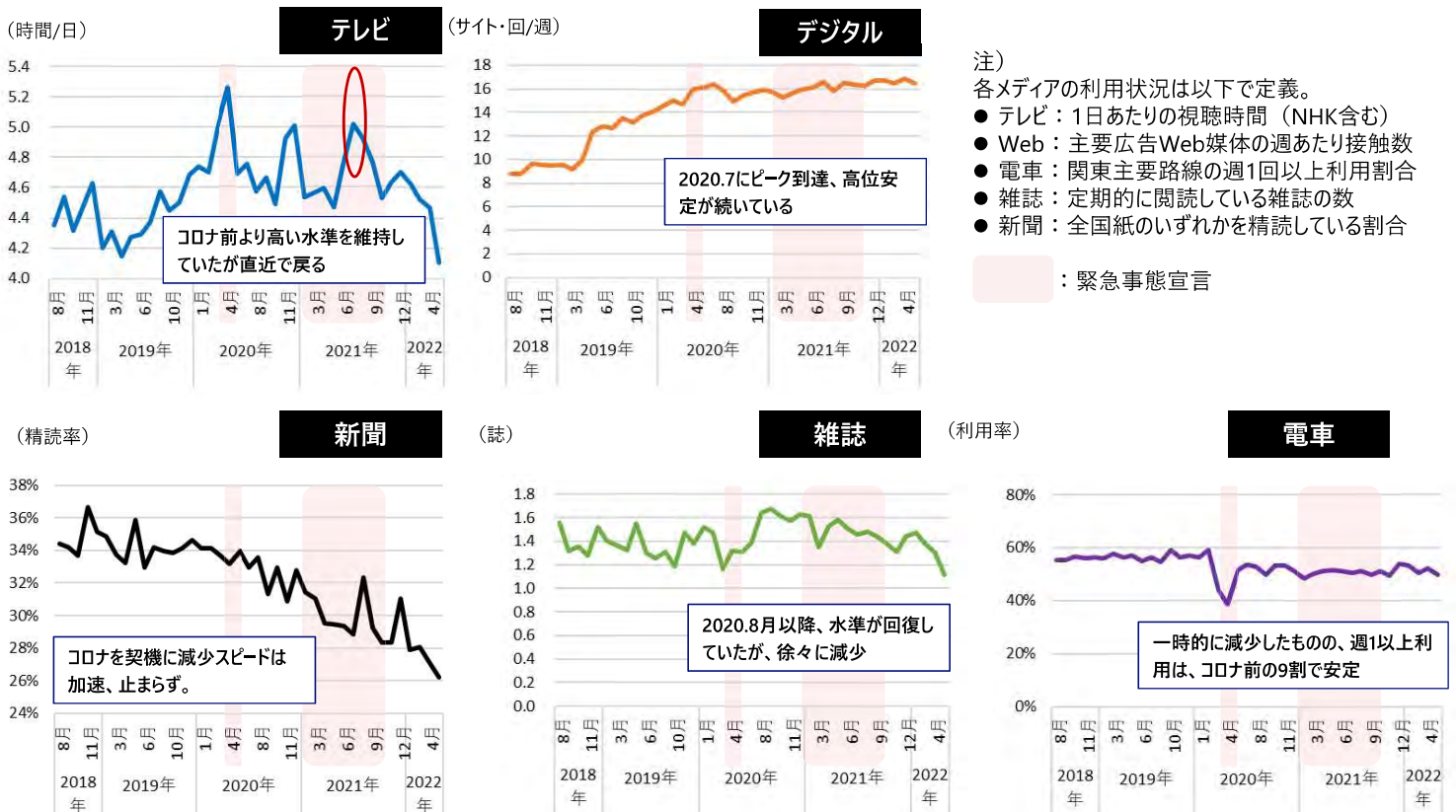
いただいていた質問事項

- 都市部と地方部でメディア視聴行動に有意な差があるのか

NRI生活者1万人アンケート調査における結果

- 都市部と地方部では、メディア視聴行動に差は存在する
都市部の方がネット利用時間が長く、地方部の方がテレビ利用時間が長い (p.2)
- 高齢者の割合が地方部では高いという人口構成比の影響 (p.1) に加えて、
年代別で見た際、全年代においてネット利用時間は都市部の方が長い傾向が表れている (p.3)

月次データでは、テレビ視聴時間は2021年オリパラ開催時にスパイクが見られる



オリパラ報道時のメディア視聴行動についてNRI保有のデータから見た傾向

いただいていたご質問事項

- オリパラ報道は、通常時と比べて、リアルタイムでネット／放送で見た人の割合はどうだったか

NRI生活者1万人アンケート調査⇒シングルソースパネルにおける結果

- 生活者1万人アンケート調査では、特定期間の視聴時間等のデータを聴取していない（一般的な行動のみ）
- シングルソースパネルの月次データでは、電子番組表ベースで実際の番組視聴実態を把握。テレビ視聴「時間」は2021年オリパラ報道時にスパイクを見せている（p.5）

参考資料

1万人調査の質問項目と時系列データについて

NRI「生活者1万人アンケート調査」の実施概要

◆NRI「生活者1万人アンケート調査」（1997年,2000年,2003年,2006年,2009年,2012年,2015年,2018年,2021年）

- ・ 調査対象：全国の満15～79歳の男女個人（2009年調査までは満15～69歳としていた）
- ・ サンプル抽出方法：層化二段無作為抽出法
- ・ 調査方法：訪問留置法
- ・ 有効回答数：
 - 10,052人（97年）, 10,021人（00年）, 10,060人（03年）, 10,071人（06年）, 10,252人（09年）, 10,348人（12年）
 - 10,316人（15年）, 10,065人（18年）, 10,164人（21年）

※2021年調査は、2021年8月に調査を実施した。

本資料では、2009年以前の調査結果と時系列で比較する際には、2012年以降の調査データを15～69歳（2012年：8,821人、2015年：8,718人、2018年：8,431人、2021年：8,297人）としている。

■ 資料を読む際の注意点

- 結果数値（％）は、各設問の回答者数を分母として算出した各回答の比率である。なお、特に明示していない場合は原則、各調査年の回収サンプル数が基数であるが、別途表記があるものは、無回答を回収サンプル数から除いた値を基数としている。
- 結果数値（％）は四捨五入の関係で、内訳の合計が計に一致しないことがある。
- 質問によっては一部の調査年の結果数値しか、グラフ上で表示していない場合がある。
- 複数回答の設問で、結果数値が低いなどの理由により、すべての選択肢を表示していない場合がある。

質問項目

調査の全体像（主な質問項目）

分野	質問項目
生活価値観	日常生活における考え方（個人意識、社会貢献意識など）
	組織・機関、職業に対する信頼度
	生きがいのウエイト（家族、地域、仕事、趣味）
コミュニケーション	人との付き合い（配偶者、親、子、隣近所など）
	親子関係、夫婦関係、地域関係に対する意識
居住	持ち家の形態
	持ち家志向
	今後の住まいに対する意向
	理想の暮らし方
就労スタイル	就労状況、勤務先の業種・従業員規模など
	仕事内容、仕事上の立場
	勤務先への信頼感
	就労意識
消費価値観	消費に対する意識（価格、品質、利便性、メーカー志向等）
	今後積極的にお金を使いたい分野
	消費の際の情報活用をめぐる考え方

分野	質問項目
消費実態	世帯、個人で保有している商品、購入したい商品
	利用しているサービス
	利用しているチャネルと頻度
	商品に関する情報源（テレビ、インターネットなど）
	自動車の保有台数
余暇・レジャー	ポイント制度の利用状況
	今後増やしたい時間
	趣味・スポーツ
	海外旅行・海外出張・海外生活の経験
生活全般、生活設計	インターネットの利用状況（頻度、利用サービスなど）
	景気、収入等の見通し、今後の生活設計上の収入の前提
	直面している不安や悩み（健康、雇用、治安、社会制度など）
	保有している金融商品、投資に対する考え方など
	生活満足度
	幸福度
	世間一般からみた自分の生活レベル（上、中、下）

質問項目

日本人の平均像の推移 (NRI「生活者1万人アンケート調査」結果の時系列変化)

財産・金融 (%)	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
平均世帯年収 (万円)	713	654	614	596	595	583	645	668	678
平均個人年収 (万円)	288	257	249	236	253	239	272	285	300
平均世帯貯蓄額 (万円)	859	853	818	827	896	926	1014	1015	1033
持ち家率	77.1	78.0	77.4	77.3	78.7	79.1	81.2	81.7	80.8
自動車保有率	86.3	88.6	89.2	90.0	89.6	88.4	90.0	90.2	89.9
不動産相続率 (限+見込み)	43.0	46.4	54.8	55.0	52.2	53.9	56.4	57.0	56.6

インターネット接触 (%)	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
インターネット利用率	3.6	27.3	53.1	64.2	83.3	90.0	93.7	96.6	97.4
電子メールの送受信	-	19.5	44.5	52.6	79.3	82.7	85.6	90.2	90.7
インターネットショッピング	-	4.8	13.8	23.3	30.4	38.0	48.5	58.2	67.5
ネットバンキング	-	-	-	-	-	14.5	19.0	24.3	39.7
株式オンライントレード	-	-	-	-	-	4.8	7.2	9.2	12.4
位置情報を利用した地図利用	-	-	-	-	-	13.3	21.4	34.3	40.6

直面している不安 (%)	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
自分の健康	51.1	50.4	52.0	55.4	52.4	51.4	49.4	53.0	53.1
雇用、失業	9.9	16.8	20.5	16.5	22.6	19.2	14.2	13.7	14.6
社会保障制度の破たん	-	26.8	28.7	26.6	24.3	22.7	21.4	21.1	18.6
増税、社会保険料増加	39.5	25.5	30.3	33.0	28.8	28.8	27.7	29.0	26.5
治安悪化、犯罪増加	19.3	28.0	27.7	25.8	17.9	12.1	15.2	11.9	11.5
自然災害	22.0	15.4	22.7	33.4	28.2	38.2	33.5	42.6	37.0

商品保有率 (%)	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
パソコン	26.2	43.4	62.7	70.2	77.0	80.7	80.5	80.6	80.4
ファックス	24.5	38.9	48.2	57.1	59.0	57.0	53.8	47.4	39.3
携帯電話 (含PHS、スマートフォン)	21.8	45.8	71.3	82.9	89.7	80.2	86.1	92.0	96.2
カメラ	85.3	79.7	74.2	61.6	-	-	-	-	-
デジタルカメラ (コンパクト、一眼)	3.1	11.0	36.3	56.4	67.9	70.9	67.3	62.6	54.7
DVD機器	0.7	2.5	27.2	58.3	61.7	60.6	59.0	55.1	52.2
ブルーレイレコーダー	-	-	-	-	8.1	39.7	48.8	53.9	56.0
食器洗浄機	9.2	12.9	16.1	22.2	26.5	29.4	34.2	35.7	37.6

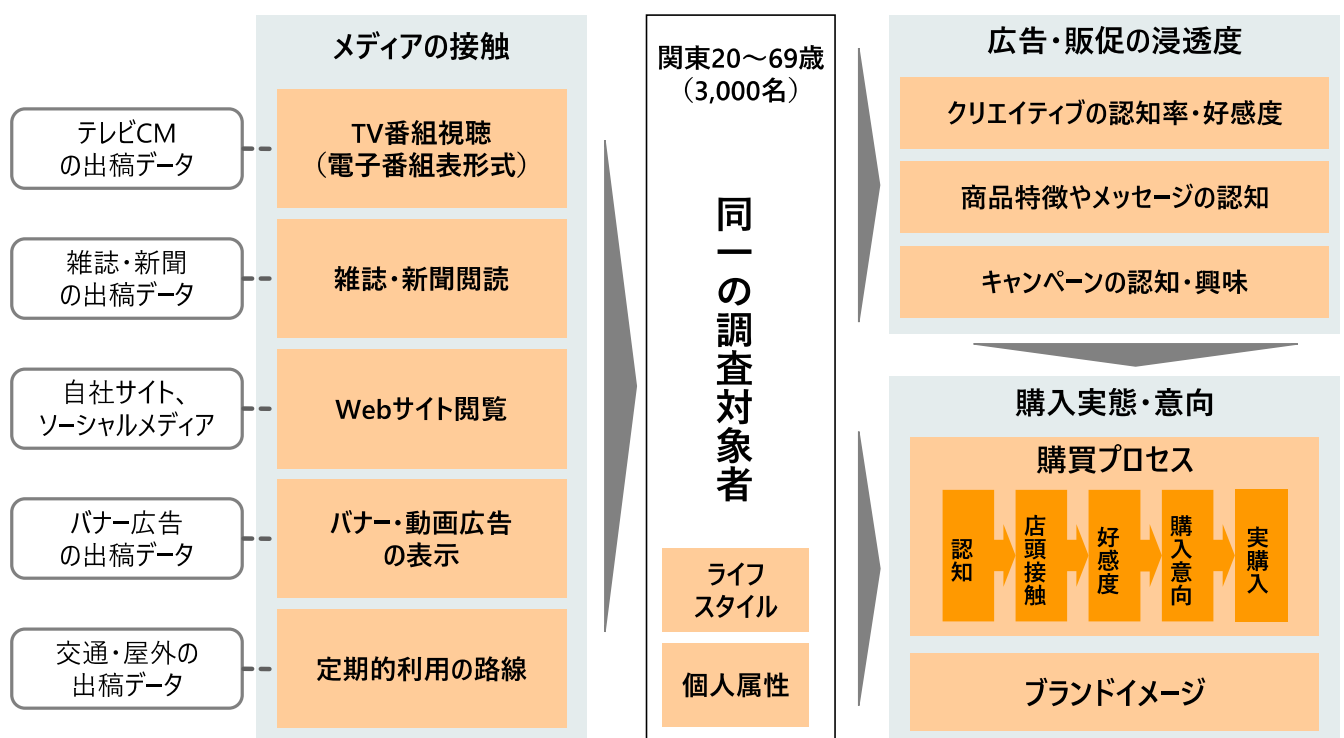
趣味・余暇 (%)	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
園芸、庭いじり	24.0	28.0	27.5	24.0	20.5	20.3	14.8	13.7	15.0
読書	19.0	20.9	22.8	22.5	21.9	19.5	19.6	20.2	19.6
カラオケ	17.0	11.8	13.8	14.2	11.5	12.1	11.9	12.0	7.7
グルメ、食べ歩き	15.0	13.7	19.4	20.8	20.4	21.2	24.1	29.1	24.9
ドライブ	18.6	21.0	20.3	21.5	19.6	17.5	17.2	18.3	20.4
国内旅行	12.7	13.7	17.0	17.7	14.9	17.2	17.4	19.8	15.3
海外旅行経験(1年間)	18.8	23.9	23.2	23.9	22.3	22.6	17.4	18.5	7.6
ペットを飼っている割合	-	-	44.8	46.8	44.8	42.4	40.9	38.1	37.3

生活 (%)	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
生活程度 (中の中)	53.8	53.1	53.1	49.7	52.1	52.4	53.6	54.6	56.1
現在の生活に満足	71.7	71.1	70.6	72.0	68.5	73.1	75.8	76.3	78.3
生きがいは「家族」	20.0	25.3	23.8	22.9	24.2	26.0	23.5	22.2	25.6
「景気」はよくなる	7.8	13.7	8.4	18.4	11.6	5.7	11.6	12.2	9.0
「家庭収入」はよくなる	8.9	9.0	6.1	9.8	6.5	6.9	10.0	10.7	7.4
今以上の収入を前提	24.4	22.5	18.6	20.6	16.4	14.4	15.8	18.6	14.2
転職経験	46.9	42.5	52.6	52.9	54.7	54.7	56.1	56.4	59.5
離婚率 (離別状態比率)	2.2	2.7	3.7	4.5	4.6	5.3	5.5	5.7	5.7

チャンネル利用 (回/月)	97年	00年	03年	06年	09年	12年	15年	18年	21年
コンビニエンスストア	6.0	6.5	6.7	7.6	8.2	8.4	9.0	9.7	8.9
食品スーパー	-	9.6	10.1	9.9	9.7	9.0	9.5	9.3	9.0
百貨店・デパート	1.6	1.1	1.1	1.0	0.8	0.7	0.7	0.6	0.5
薬局・ドラッグストア	1.4	1.8	2.0	2.3	2.4	2.4	2.8	3.2	3.4
雑誌・カタログ通販	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.2

【参考】月次推移のソース：シングルソースパネルの概要

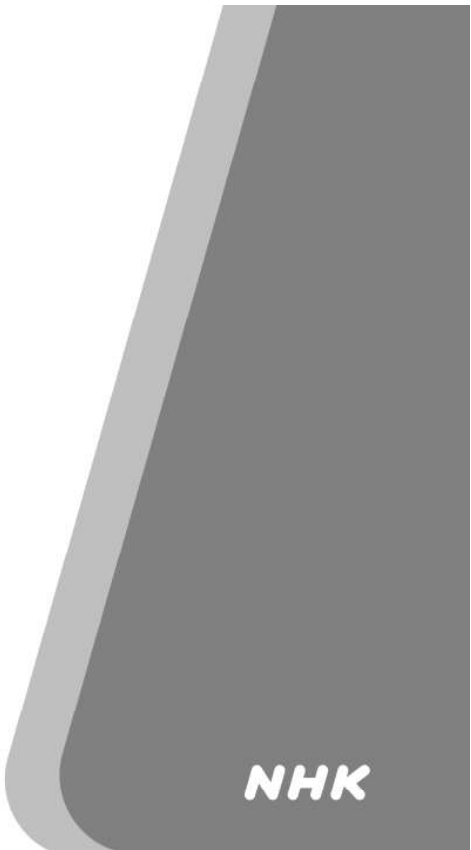
メディアの接触、商品の購入実態・意向などをすべて同一の調査対象者に調査するシングルソースデータにより、消費者の価値観・行動変化を時系列で分析できる。





Share the Next Values!

公共放送ワーキンググループ (第3回) 説明資料



はじめに～昨夜のワールドカップサッカー

NHKがネットも含め、ナショナルイベントを放送・配信することについて5割弱が評価
そのうち、公共放送としての意義・ふさわしさへの評価が9割強を占める

FIFA ワールドカップ カタール 2022

1次リーグ 日本代表 第1戦 対ドイツ

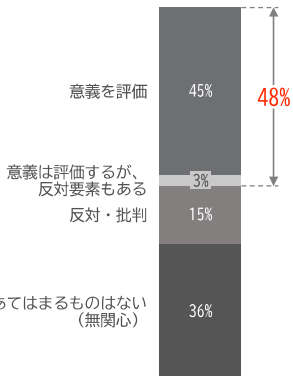
日本代表対ドイツ代表戦、サッカーワールドカップ2022試合情報、過去の日本戦結果、今後の日本戦情報、番組の配信・録画の申し込み状況等の最新情報を掲載しています。



例えば欧州では、FIFAワールドカップのようなナショナル(国民的)イベントのナショナルチームの試合等については、制度化して公共メディアに放送・インターネットで無料提供させています。

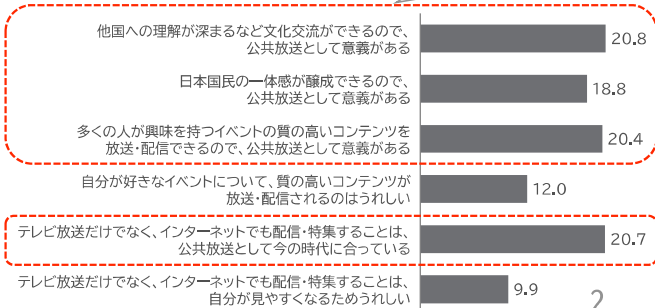
Q.あなたはNHKがテレビ放送／インターネットサービスを通じて、FIFAワールドカップカタール2022のようなナショナルイベントの試合や関連番組の放送／配信や関連情報の特集を行うことについて、どのようにお考えですか。(いくつでも)【必須】

評価している人／反対・批判している人の比率(複数設問から算出)



意義を評価(ポジティブ設問抜粋)

公共放送としての意義・ふさわしさへの評価(赤枠)が、ポジティブ意見の92.5%を占める



出所)NHK調査(関東一都六県在住の生活者を対象としたインターネット調査、2022年11月12～14日調査)

(全体:N=3,311)

はじめに

1. NHK改革について

- ①現在のNHK経営計画の概要、“三位一体改革”の取り組み
- ②修正経営計画について
- ③修正経営計画についてのネット調査から～今後を見据えて

2. NHKのインターネット活用業務について

- ①NHKのインターネットサービスの利用実態と評価
- ②インターネット特有の課題（広がる情報空間）について
- ③インターネット空間を意識した公共放送の取り組み

3. 今後の議論にあたって～情報空間全体への貢献

- ①情報空間全体におけるNHK：ひとりNHKの話ではない
- ②寄与できること、すべきことは何か：放送と同じ価値・異なる態様
- ③規律の在り方について～欧州の事例も踏まえて

3

1. NHK改革について

- ①現在のNHK経営計画の概要、“三位一体改革”の取り組み

4

- 「NHK経営計画2021-2023年度」では、**経営資源をNHKならではの多様で質の高いコンテンツの取材・制作に集中**させ、正確、公平公正で豊かな放送・サービスをいつでもどこでも最適な媒体を通じてお届けし続ける、「**新しいNHKらしさの追求**」を掲げている。
- 5つの重点項目と徹底した構造改革が両輪で、“公約”として、**還元原資の確保による値下げ**と、**衛星1波の削減**をお示しした。

5つの重点項目

1. **安全・安心を支える** 「命と暮らしを守る」報道を強化し、より強靱なネットワークを構築
2. **新時代へのチャレンジ** 最新の技術を活用し、高品質なコンテンツを合理的なコストで提供
3. **あまねく伝える** 確かな情報・サービスを一人ひとりに届け、分断化・多層化した社会をつなぐ
4. **社会への貢献** 地域の情報発信強化や日本の放送・メディア業界の発展に貢献
5. **人事制度改革** 組織の機能を最大限発揮するための“人財”改革を推進



NHKの“三位一体改革”の取り組み

・スリムで強靱な「新しいNHK」への変革をめざす現経営計画は**順調な進捗**

- 【業務】 経営資源をNHKならではの多様で質の高いコンテンツの取材・制作に集中
⇒全体を圧縮しつつ、シフトを実現
2020年度⇒2023年度で**550億円削減**・計画通り実施見通し、コンテンツ経費の比率は増加
- 【受信料】 「巡回訪問営業」から「訪問によらない営業」に業務モデルを転換
⇒計画以上のコスト削減・収入増を実現
2020年度⇒2022年度で営業経費155億円減、**営業経费率9.3%**(初の10%割れ)
2021年度決算で**受信料収入は計画額より87億増収**
- 【ガバナンス】 中間持株会社設置を待たずに、**業務効率化の断行**
⇒関連団体数は最終的に22に(過去65団体)
業務委託費を10%削減、子会社役員30人削減(147→117人:2020年度比25%)

二つの大きな公約を達成できる見通し

- ・**還元原資を確保、2023年度に値下げ**(2023年10月実施予定)
- ・**衛星波を1波削減**(2023年度末実施予定)

- ・“公約”達成:改革を實現し、還元のための原資700億円を確保、衛星1波の削減
- ・インフレのなか、少しでも値下げをして欲しいとの視聴者・国民の要望
- ・経営委員会において、地上料金を含む値下げの意見

- ・今後の構造改革を拡大し、6000億円を下回る、より“スリムで強靱な”事業規模とするとともに、剰余金の大幅な活用に踏み込むことで、

- ・ **地上料金、衛星料金のそれぞれ1割値下げを實現**
- ・ **経済的に厳しい学生への免除を拡大**

経営全体へのインパクト：一時的に収支は赤字となるが、2027年度には収支均衡を想定
 ➔ これらを反映させた、**経営計画の修正を實施 今後も不断の努力を続けていく**

(意見募集：2022年10月12日～11月10日 ご意見を受けてさらに検討を行い、最終議決に進む予定)

*同時期に實施した調査によれば、一定の評価をいただいている

7

受信料値下げ水準への評価

- ・ 提示されている受信料値下げ水準について、一定の評価(支払いありでは7割超)
- ・ 値下げの原資を用意することができる見込みとなったことについて、一定の評価

現経営計画期間中の2023年度を含む、中長期的の収支見通しを踏まえ、受信料の値下げ等(受信料体系の見直し)を實施します。

■還元(値下げ等)の方法 ※いずれも、2023年10月から實施します。

- ・地上契約および衛星契約を以下のように値下げします。
- ・学生への免除を拡大します。

■還元(値下げ等)の規模

- ・値下げに際して充当する還元の原資…総額1,500億円を想定

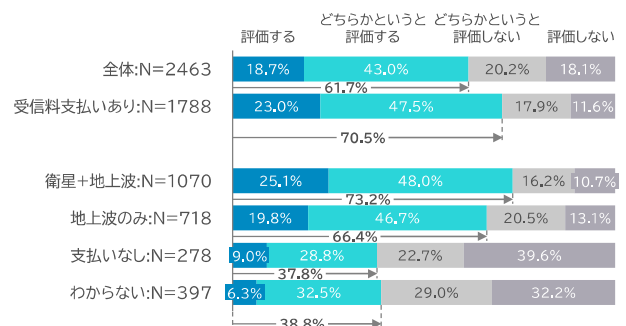
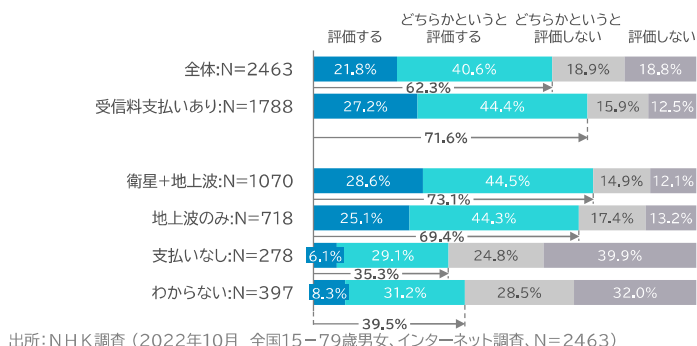
種別	地上契約	衛星契約	学生向け
地上契約	1割削減	1割削減	1割削減
衛星契約	1割削減	1割削減	1割削減
学生向け	1割削減	1割削減	1割削減

「NHK経営計画(2021-2023年度)の修正(案)」で述べられている通り、NHKは、NHK経営計画(2021-2023年度)で策定した以下の改革を進めてきたことで、受信料を値下げするための原資を用意することができる見込みです。

- 1)経営資源をNHKならではの多様な質の高いコンテンツの取材・制作に集中させ、他のコストを削減
- 2)受信料の契約活動を「巡回訪問営業」から「訪問によらない営業」に転換させ、コストを抑えて受信料収入を増額

Q.この受信料値下げについては、もともと示していた衛星契約の1割値下げだけでなく、**地上契約の値下げ、学生への免除など、さらに踏み込んだ過去最大規模の還元を行う方針**になっています。あなたは、このNHKの受信料値下げの考え方について、評価しますか。(ひとつだけ)【必須】

Q.あなたはこのようなNHKの取り組みを評価しますか。(ひとつだけ)【必須】



8

1. NHK改革について

②修正経営計画について

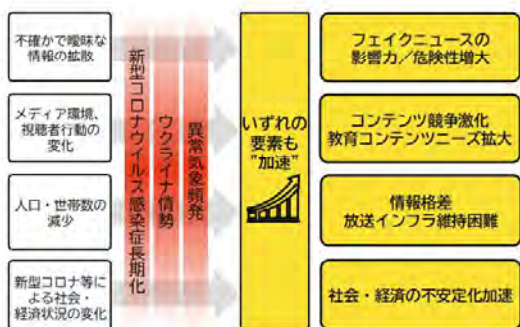
修正経営計画（案）

- 加速する環境変化を踏まえ、“安全・安心”の追求（信頼できる基本的な情報の提供）、“あまねく”の追求（世代や場所にかかわらず価値を提供）の二つを進めていく（意見募集を受け、さらに検討を行い、最終議決に進む予定）

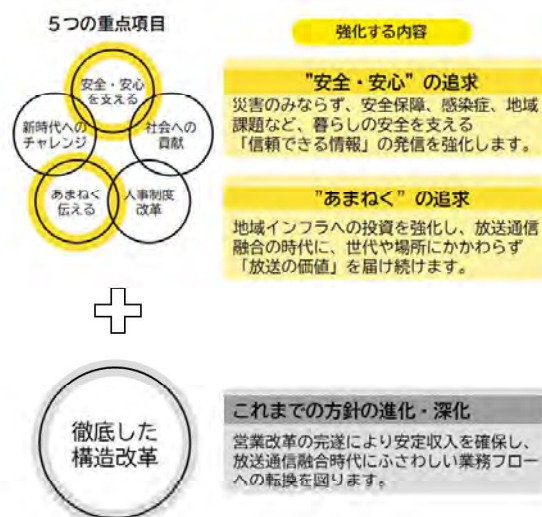
現経営計画で想定した環境変化の加速

新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢等の影響により、放送を取り巻く環境変化が加速し、新たに課題が発生し深刻化しています。

環境変化は大きく“加速”



強化する重点項目



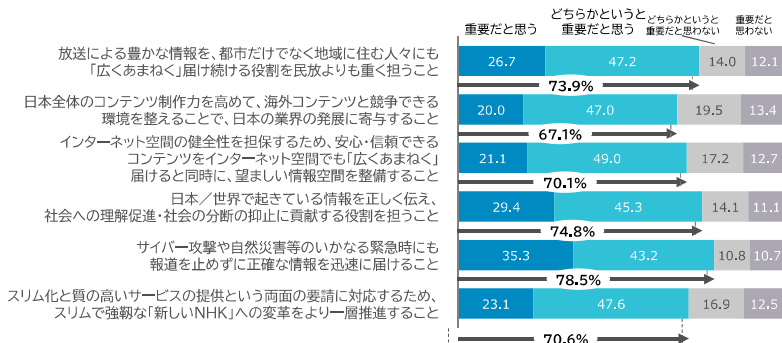
(参考)NHKに対する期待 (策定前の調査から)

“安全・安心”の追求(信頼できる基本的な情報の提供)、“あまねく”の追求(世代や場所にかかわらず価値を提供)への期待が示されている

■ 新たなNHKの役割・意義の重要性

Q. メディアの課題を考えた上で、以下は、今後NHKに求められる役割として重要だと思いますか。それぞれについて最もあてはまるものをお知らせください。(それぞれひとつずつ)【必須】

N=2,722

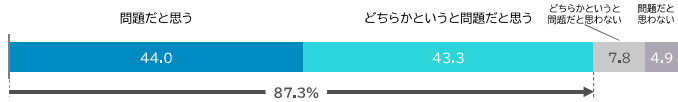


■ 不確かで曖昧な情報の拡散についての意識

インターネット上では、フェイクニュース、(中略)不確かで曖昧な情報が増えているとの指摘があります

Q.あなたは、このことを問題だと思えますか。(ひとつだけ)【必須】

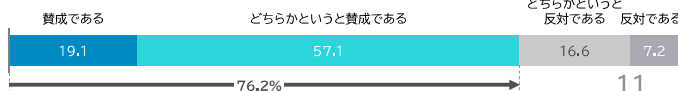
全体: N=2,722



海外では放送事業者の価値が再認識され、インターネット上のコンテンツも放送事業者が制作したものが多く、放送事業者に対して、インターネットにおいても社会にとって必要とされる基本的な情報を提供する役割を担わせる制度を作ったり、求めたりする動きがあります

Q.あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。(ひとつだけ)【必須】

全体: N=2,722



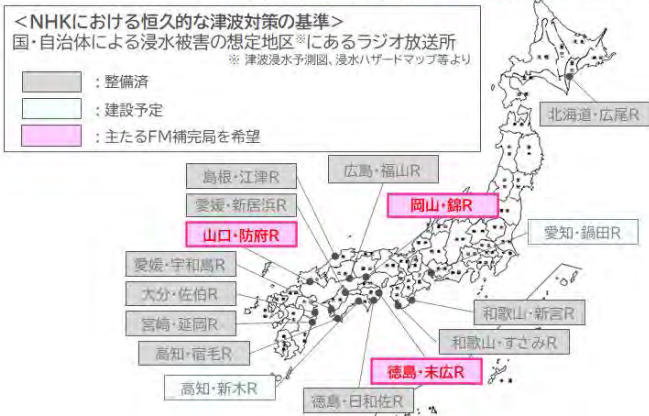
出典: NHK調査 (2022年9月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2722)

(関連) “安全・安心” の追求へ向けて

- 災害時の報道は、テレビ・ラジオ・インターネットを使い分けて実施することが評価されている
- 津波の浸水想定地区にある親局のAMラジオ放送についても、FMでの補完を行いたい

これまでに実施した津波対策

- 東日本大震災(2011年)以降、津波の浸水想定地区にある中継局のAMラジオ放送を補完する「FM補完局」の整備を実施
- 親局のAMラジオ放送を補完する「主たるFM補完局」制度がNHKには認められていないため、**下図の赤枠3局(岡山・山口・徳島)**の対策は未実施



災害時の事例：熊本地震におけるメディア利用と評価 -災害時に利用したメディア別の評価-

- 「最新の情報」では、NHK(テレビ・ラジオ)の評価が高い。
- 「災害の全体像」は、新聞が最も高い。
- 「被災者を元気づける情報」は、ラジオ(民放・コミュニティラジオ)、ソーシャルメディアの評価が高い。

利用メディア別の評価(地震発生後1週間～10日間程度)(母数：熊本県在住の各メディアの利用者)

メディア	母数	最新の情報がわかる	正確な情報が得られる	わかりやすい	災害の全体像がわかる	被災者への応援がなされている	被災者を元気づけるような情報を得ている	地震に関する多様な情報がまとまっている	災害の状況がよくわかる
テレビ (NHK)	694	72.8%	62.3%	43.3%	48.7%	26.6%	19.6%	24.6%	40.2%
テレビ (民放)	639	68.2%	38.7%	36.2%	42.3%	14.7%	23.3%	26.9%	38.8%
新聞	262	28.2%	58.4%	63.9%	58.4%	30.5%	39.9%	53.8%	37.8%
インターネットのポータルサイト・アプリ	252	66.3%	21.0%	26.6%	25.0%	6.0%	9.9%	28.2%	13.5%
家族・友人からのメール・LINEなどのメッセージ	206	31.6%	18.0%	20.9%	5.3%	9.7%	27.7%	6.3%	23.8%
ラジオ (NHK)	186	71.5%	40.9%	30.6%	23.7%	15.1%	22.6%	21.0%	18.8%
家族・友人から聞いて	172	43.0%	20.3%	30.2%	6.4%	11.6%	22.7%	2.9%	27.9%
ラジオ (民放・コミュニティラジオ)	146	65.9%	31.5%	26.7%	17.1%	22.6%	38.0%	22.6%	17.1%
ソーシャルメディアの情報	118	47.5%	5.1%	16.1%	11.9%	8.5%	32.2%	16.9%	31.4%
スマートフォン・タブレット端末向けのニュースアプリ	91	61.8%	15.4%	26.4%	13.2%	6.6%	11.0%	20.9%	12.1%

出所) NHK調査 2015年6月

凡例: 各情報の中で評価の高いメディア上位3つを赤字

10

災害時の事例：熊本地震におけるメディア利用と評価 -災害時におけるNHKの取り組みへの評価②-

- NHKがメディアを使い分けて地震情報を提供したことに対して、3県の居住者いずれも9割以上が評価している。

※ 設問文「NHKは今回の熊本地震において、各メディアの特性を踏まえ、メディアを使い分けて地震の情報を伝えています。このことについて、どのようにお考えですか。(ひとつだけ)」

NHKの対応への評価(メディアの使い分け)(母数: 全員)



出所) NHK調査 2015年6月

13 12

出所: 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 (第2回)

1. NHK改革について

③修正経営計画についてのネット調査から～今後を見据えて

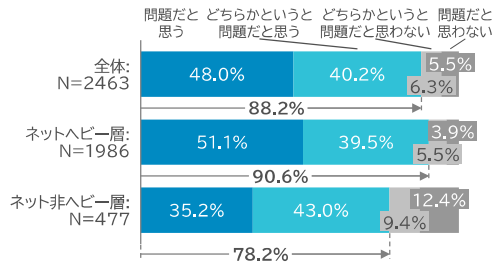
修正経営計画についてのネット調査から(1.安全・安心)

- 「不確かで曖昧な情報の拡散が増えていること」に対して9割弱が問題と感じており、「放送事業者に対して、インターネットにおいても社会にとって必要とされる基本的な情報を提供する役割を担わせる制度を作ること」に対して、7割超が賛成と回答。問題意識はネットヘビー層の方が高い

インターネットやスマートフォンの急速な普及により、いつでもどこでも多くの情報を取得できるようになり、人々の利便性は高まりました。一方、インターネット上では、新型コロナウイルスワクチンに関するデマやフェイクニュース、極端な説を強調する記事、対立を煽る投稿、世界での紛争を偏った視点で伝えるネット記事等、**不確かで曖昧な情報が増えている**等との指摘があります。

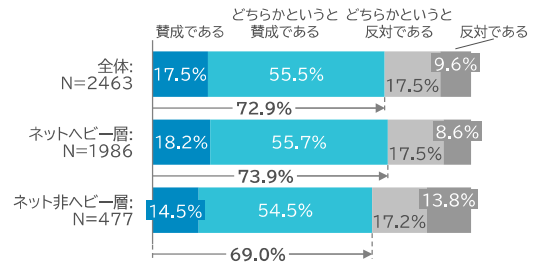
以前は、受信料収入を経営の基盤とするNHKと、広告収入又は有料放送による料金収入を経営の基盤とする民放の二元体制の下、各放送事業者がそれぞれの特性を活かすことで、社会にとって必要とされる基本的な情報を提供してきたと言われていました。海外ではそのような放送事業者の価値が再認識され、インターネット上のコンテンツも放送事業者が制作したものが多いため、**放送事業者に対して、インターネットにおいても社会にとって必要とされる基本的な情報を提供する役割を担わせる制度を作ったり、求めたりする動き**があります。

Q.あなたは、このことを問題だと思えますか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層：ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
出所：NHK調査（2022年10月 全国15～79歳男女、インターネット調査、N=2463）

Q.あなたは、このような意見に対してどのように思えますか。(ひとつだけ)【必須】



修正経営計画についてのネット調査から(1.安全・安心)

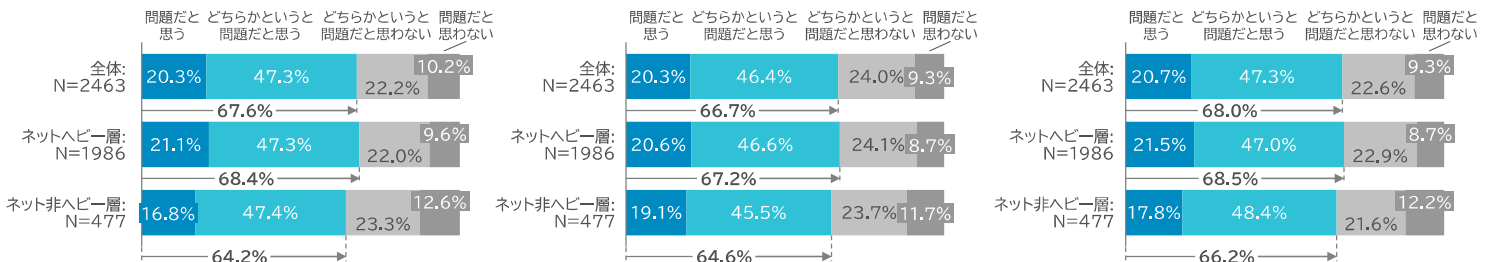
- 動画配信サービスの普及により「若者に社会にとって必要な情報が届けられなくなること」「日本の文化・社会等を題材とした日本らしいコンテンツがなくなること」「日本の国際社会の中でのプレゼンスが低下すること」に対して、7割弱が問題視その問題意識はネットヘビー層の方が高い

近年、NetflixやAmazon Prime Video等のインターネット動画配信サービスが普及してきていますが、放送事業者がその環境変化に対応しきれておらず、若者層を中心にテレビを視聴する人が減っているとされています。そのことにより、若者層を中心に、政治や選挙情報、社会全体で共有し考えるべき課題等の**社会にとって必要とされる基本的な情報が共有されにくくなる**可能性が指摘されています。

NetflixやAmazon Prime Video等の海外の動画配信サービスが今後さらに普及してくることによって、今後、日本のメディアの経営が厳しくなり、立ち行かなくなる(つぶれる)ところも出てくる可能性があります。海外の事業者が、なるべく多くの世界の視聴者に見てもらおうとすることを優先してコンテンツを制作するあまり、一見日本風ではあるものの、日本人視点で見ると違和感のあるコンテンツのみが広まり、**日本の文化・社会等を題材とした日本らしいコンテンツがなくなる**可能性が指摘されています。

NetflixやAmazon Prime Video等の海外の動画配信サービスが今後さらに普及してくることによって、今後、日本のメディアの経営が厳しくなり、立ち行かなくなる(つぶれる)ところも出てくる可能性があります。それにより、国際社会に対して、正確な日本の文化・伝統や社会情勢を発信するメディアが減り、**日本の国際社会の中でのプレゼンス(存在感や影響力)が低下する**可能性が指摘されています。

Q.あなたは、このことを問題だと思えますか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層：ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
出所：NHK調査（2022年10月 全国15～79歳男女、インターネット調査、N=2463）

修正経営計画についてのネット調査から(1.安全・安心)

- 「1.安全・安心を支える」に記載された施策は、約7割がNHKにとって重要と回答
- ネットヘビー層、受信料支払層の方が、重要と考える割合が高い

「1.安全・安心を支える」災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。

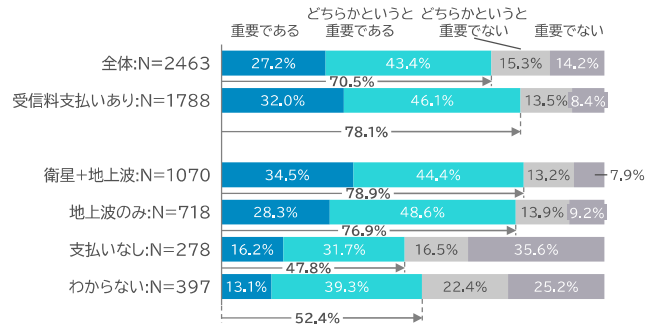
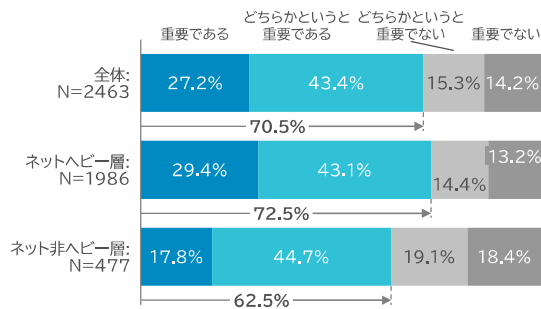
■国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。

- ・フェイクニュースが蔓延する時代に対応し、事実を見極めるための情報の取材・制作機能を強化します。
- ・取材に裏打ちされた信頼性の高い報道を維持するため、ジャーナリズム人材の育成に注力します。
- ・専門プロジェクトを設けるなど、災害、科学、安全保障といった社会が要請する分野の強化に取り組みます。

■信頼されるメディアとしてコンテンツ強化に取り組むとともに、国内で流通するコンテンツの信頼性向上にも貢献します。

- ・学習形態の多様化に応じた教育コンテンツの充実など、質の高いコンテンツに経営資源を集中します。
- ・放送通信融合の時代における日本のコンテンツ産業の信頼性向上に、業界と協力しつつ取り組みます。

Q.あなたは、「1.安全・安心を支える」に記載されたこれらの施策が、公共メディアであるNHKにとってどの程度重要だとお考えですか。(ひとつだけ)



※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

修正経営計画についてのネット調査から(3.あまねく伝える)

- 人口・世帯数の減少により「地域の人々に社会にとって必要な情報が届けられなくなること」「地域の情報の担い手が減少すること」に対して、約75%が問題と感じている。その問題意識はネットヘビー層の方が高い

現在、日本の人口減少が加速しており、2050年には全国の居住地域の約半数で50%以上の人口が減ることが予測されています。

また、大雨、地震等の自然災害がさらに増加していくことにより、放送設備の事故が増えいく可能性も高まっています。

このような状況の中、放送事業者が日本全国各地の人々に向けて放送ネットワークを維持することが困難になり、NHKと民放の二元体制の下で提供されてきた社会にとって必要とされる基本的な情報※が、**地域に住む人々に届けられにくくなる可能性**が指摘されています。

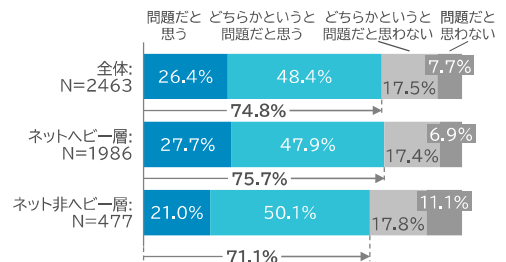
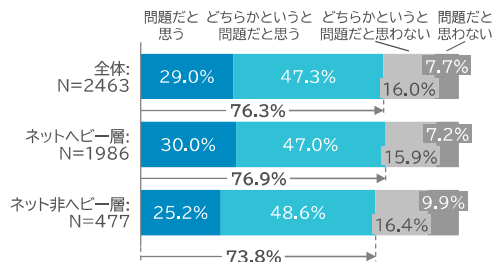
※全国向けの情報だけでなく、地域社会の課題・自治体や選挙の情報・生活情報等

今後、人口減少がさらに進むことにより、地方の放送局の経営が厳しくなり、立ち行かなくなる(つぶれる)ところも出てくる可能性があります。

それにより、記者による取材が全国各地で行われなくなり、地域社会の課題・自治体や選挙の情報・生活情報等の**地域に住む人々が必要な情報を得られなくなったり**、地域の活性化につながる観光・産業の情報や、地域社会の課題等の**地域情報が全国各地に届けられにくくなる可能性**が指摘されています。

Q.あなたは、このことを問題だと思えますか。(ひとつだけ)【必須】

Q.あなたは、このことを問題だと思えますか。(ひとつだけ)【必須】



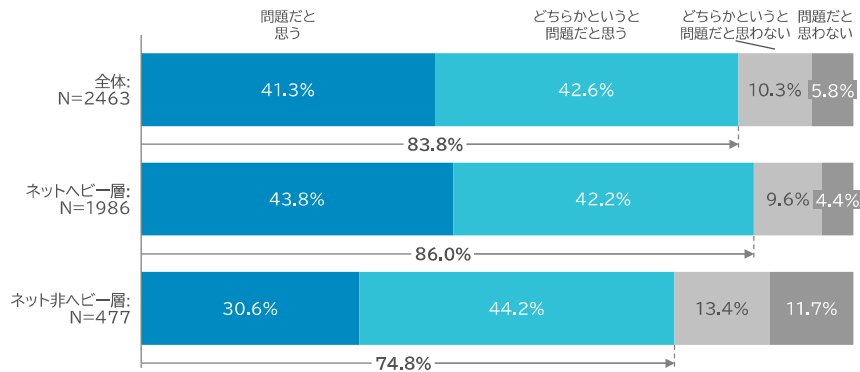
※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用している人
出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

修正経営計画についてのネット調査から(3.あまねく伝える)

- 「日本のメディアへのサイバー攻撃や大規模災害等により、社会にとって必要とされる基本的な情報の提供が止まってしまうこと」について、8割超の人が問題と感じている。その問題意識はネットヘビー層の方が高い

想定以上の新型コロナウイルス感染症の長期化や戦争・異常気象等、日本を含めた世界情勢はより不安定になってきており、日本のメディアへのサイバー攻撃や大規模災害等により、社会にとって必要とされる基本的な情報の提供が止まってしまう可能性が指摘されています。

Q.あなたは、このことを問題だと思えますか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキューションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

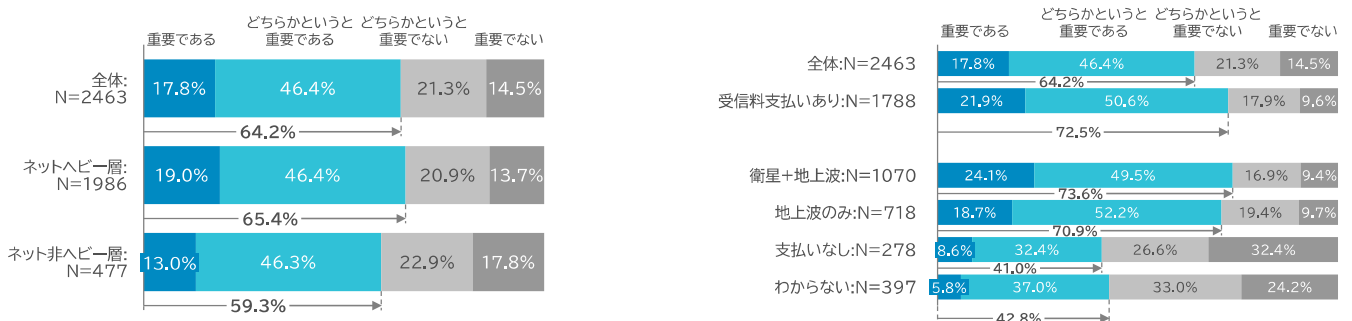
修正経営計画についてのネット調査から(3.あまねく伝える)

- 「3.あまねく伝える」に記載された施策は、6割超がNHKにとって重要と回答
- ネットヘビー層、受信料支払層の方が、重要と考える割合が高い

「3.あまねく伝える」地域インフラへの投資を強化し、放送通信融合の時代に、世代や場所にかかわらず「放送の価値」を届け続けます。

- 二元体制の持続可能性を高め、あらゆる地域へ放送の価値を届け続けます。
 - ・民間放送事業者等との協力強化により、効率的で強靱な放送ネットワークを維持します。
- レジリエンス、リスクマネジメント、持続可能性を考慮した投資を行うと同時に、生産性の向上にも取り組むことで、いかなる状況下でも情報を届け切ります。
 - ・適正なリスク算定を行い不測の事態に備えると同時に、地域を重点に、加速するSDGs時代を踏まえた投資を強化します(災害対応のためのFM補完装置を含む)。
 - ・経営資源をコンテンツに集中させ、生産性向上につながる制作工程改革を加速させます。

Q.あなたは、「3.あまねく伝える」に記載されたこれらの施策が、公共メディアであるNHKにとってどの程度重要だとお考えですか。(ひとつだけ)



※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキューションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

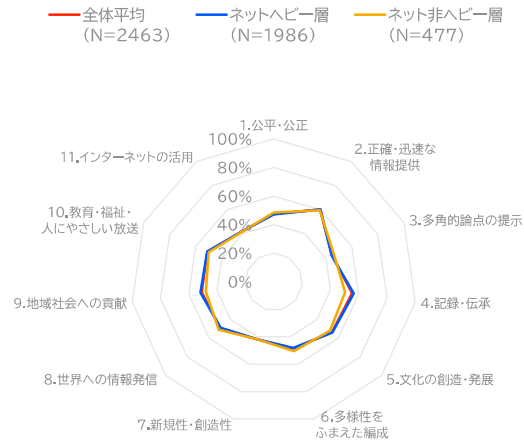
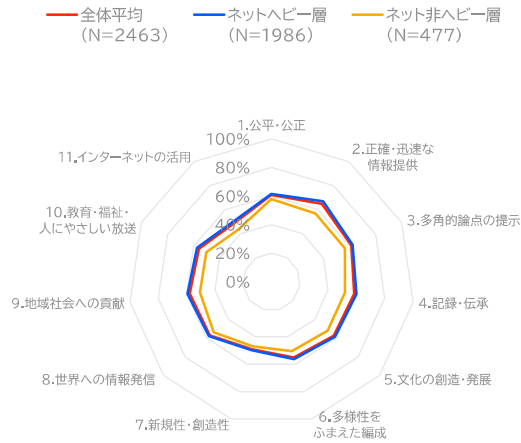
出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

NHKの公共的役割への評価(期待度、実現度)

- NHKの各公共的役割（放送法が求める事項から導出：後出47頁参照）に対し、いずれの項目も6割程度が期待されており、ネットヘビー層の方が期待が高い

NHKへの期待度

NHKの実現度評価



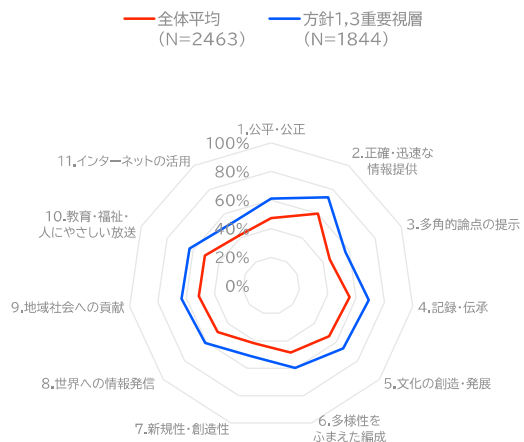
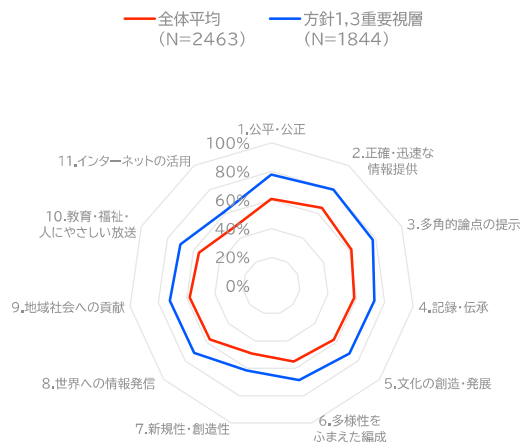
※ネットヘビー層：ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
 出所：NHK調査（2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463）

NHKの公共的役割への評価~修正経営計画の方針を踏まえて

- 修正経営計画の方針1, 3を重要視している層は、NHKの各公共的役割に対し、いずれの項目も6割以上が期待している
- 全体としてのNHKの価値を踏まえつつ、修正経営計画の重点事項を評価していると言えるのではないかと

NHKへの期待度

NHKの実現度評価



※方針1,3評価層：方針1または方針3について、「重要である」「どちらかという重要である」と回答した層
 ※期待度は各項目に対して「期待している」「どちらかという期待している」、実現度は各項目に対してNHKが「実現している」「どちらかという実現している」と回答した人の割合
 出所：NHK調査（2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463）

2. NHKのインターネット活用業務について

①NHKのインターネットサービスの利用実態と評価

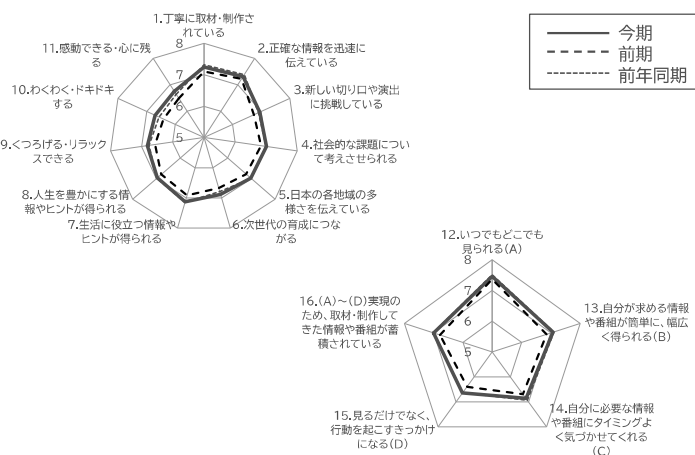
NHKの利用実態（NHKオンラインの利用状況・質的評価）

- 1週間の訪問数は、2015年以降順調に増加し、2021年度は3,300万UB超・2022年度も同水準で推移
- 「正確な情報を迅速に伝えている」「丁寧に取材・制作されている」などの**公共放送としての価値評価に加え、「いつでもどこで見られる」の評価**が高い

NHKオンラインの訪問数(アプリを含むUB=ユニークブラウザ数)



NHKインターネットサービスの質的評価



※インターネットサービスの質的評価は、各項目を10点満点で評価

出所：2022年9月トータルリーチ調査（全国20～70代、インターネット調査）

出所：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（第2回）

NHKのインターネットサービス概要

- NHKプラス、NHKニュース・動画アプリ、NHKワールドJAPAN、らじる★らじる等を受信料財源業務、NHKオンデマンドを有料業務として実施している

NHKが実施している主なインターネット配信サービスの概要

▶ NHKは、2008年12月から、見逃し・オンデマンド配信サービス「NHKオンデマンド」を開始。
▶ 2020年4月からは、常時同時配信・1週間の見逃し配信サービス「NHKプラス」を開始。

インターネット活用業務 (2号受信料財源業務) 2022年度予算 190.1億円 (国内: 159.3億円, 国際: 30.8億円)

NHKプラス

- 地上波(総合・教育)の放送番組の同時配信及び見逃し番組配信(原則1週間)サービス。
※同時配信については、原則すべて。(総合テレビは24時間、Eテレは19時間)
- 無料だが、受信契約を確認できない者には、同時配信の画面上に受信契約確認メッセージを表示し、見逃し番組配信は利用不可。
- 登録完了者数は約280万件(2022年6月末時点)
- 訪問ユーザー数(UB数※)は週平均約106万。
※一定期間内にサイトを訪問した重複のないユーザー数。

NHKニュース・防災アプリ

- 災害情報等のニュースを同時配信(2016年から)
- 理解増進情報の配信

NHKワールドJAPAN

- 外国人向け国際放送(テレビ・ラジオ)の同時配信、オンデマンド配信

らじる★らじる

- ラジオ放送(第1、第2、FM)の同時配信、聴き逃し配信(2011年9月から)

インターネット活用業務 (2号有料業務) 2022年度予算 27.5億円 (3号有料業務含む)

NHKオンデマンド

- 衛星放送の一部番組も含む放送番組を、2~3週間程度又は期間を定めずに提供するオンデマンド配信サービス。
- 会員登録者数は約314万人(2022年6月末時点)
- 有料(月額990円が1本あたり110円~330円)
- 10,000本以上の番組を提供。

出所:公共放送ワーキンググループ(第1回)「公共放送の現状について」

最新のアクセス数等

NHKプラス
登録完了者数は約320.9万件
(2022年10月末時点)
訪問ユーザー数(UB数※)は週平均121.4万
※一定期間内にサイトを訪問した重複のないユーザー数

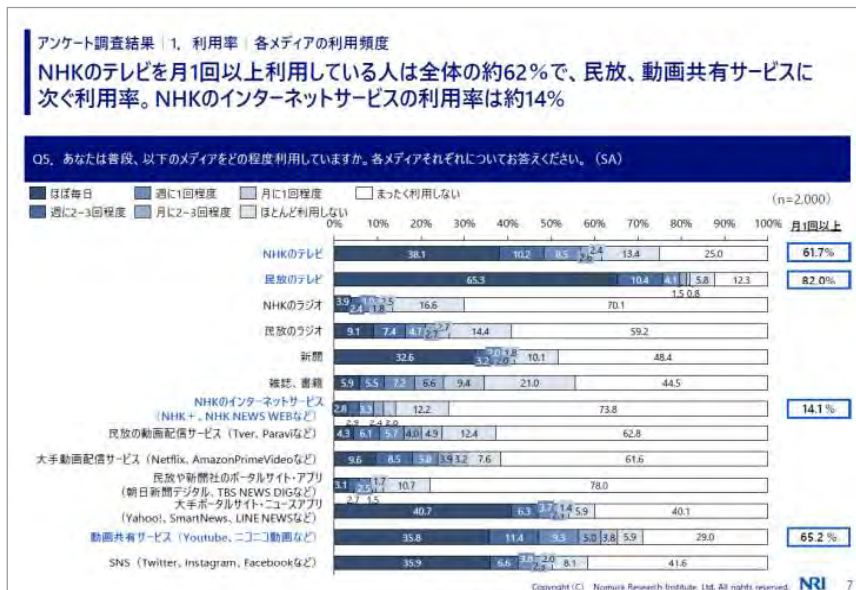
らじる★らじる
訪問者数 106.6万
※2022年度第2四半期の週次平均

NHKワールドJAPANオンライン
訪問者数 107.4万
※2022年度第2四半期の週次平均

地域放送局サイトへのアクセス
訪問者数 約330万
※2022年10月の週次平均

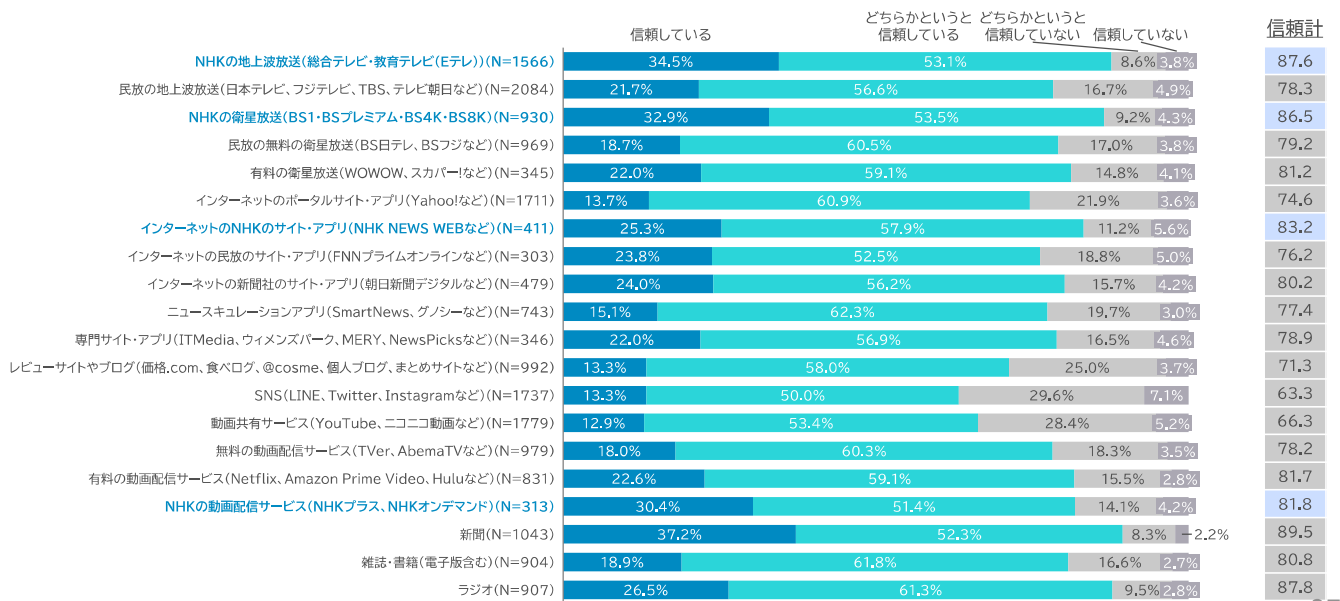
(参考) NHKの利用実態 (インターネットサービスの利用率)

- NHKのテレビを月1回以上利用している人は全体の約62%であり民放・動画共有サービスに次ぐ利用率
- NHKのインターネットサービスの利用率は約14%



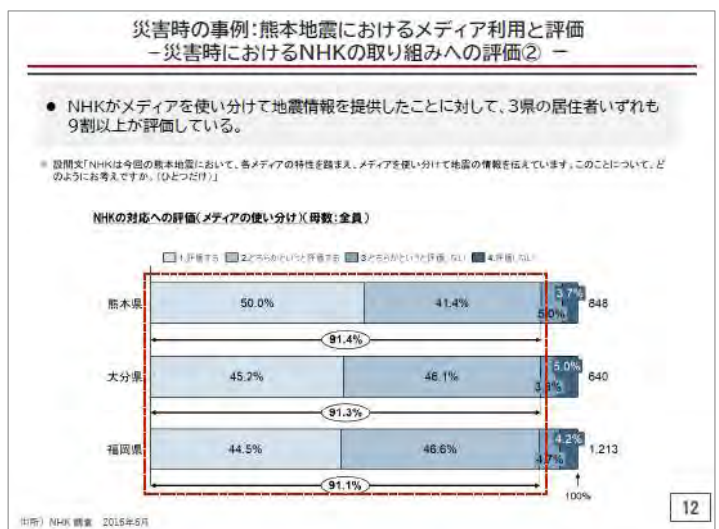
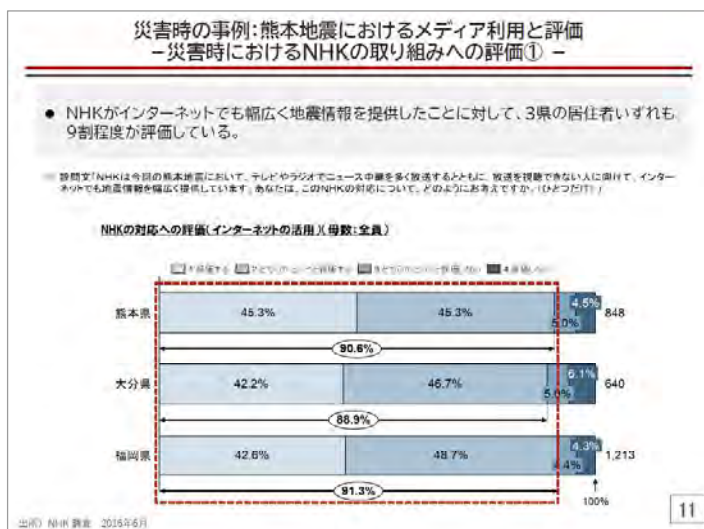
出所:公共放送ワーキンググループ(第2回)「公共放送」に関するWEBアンケート調査結果

- NHKの放送やインターネットサービスへの信頼度は、いずれも8割超



出所：NHK調査（2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463）

- NHKがインターネットで幅広く地震情報を提供したことに對して、3県の居住者いずれも9割程度が評価している



出所：NHK調査 2016年6月（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（第2回））

- NHKプラスやNHKオンデマンド等のインターネット活用業務は「任意業務」として実施
- NHKが定める実施基準を受信料制度の趣旨に照らして総務大臣が認可する仕組みで、必須業務である放送を補完するものとして位置づけられている

NHKのインターネット活用業務の制度的位置付け		19				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ NHKプラス、NHKオンデマンドなどのインターネット活用業務は、NHKの「任意業務」として実施。 ▶ 実施に当たっては、NHKが定める実施基準を総務大臣が認可する仕組みとしており、「必須業務」である放送を補完するものとして、「目的達成に資すること」「過大な費用を要するものでないこと」「受信料制度の趣旨に照らして不適切でないこと」などを要件としている。 						
NHKの業務						
必須業務 (放送法第20条第1項)	■ 国内放送 ■ 国際放送 ■ 放送に関する研究開発等					
任意業務 (放送法第20条第2項)	インターネット活用業務					
	<table border="1"> <tr> <td> NHKプラス 国内地上波番組の ・放送同時配信 ・見逃し配信 (第2号) </td> <td> NHKオンデマンド 国内地上波・衛星波 番組の ・オンデマンド配信 (第2号) </td> <td> NHKワールドJAPAN ネットサービス 外国人向け国際放送 番組の ・放送同時配信 ・オンデマンド配信 (第2号) </td> <td> NHKワールドプレミアム ネットサービス ・邦人向け国際放送番組の一部の 放送同時配信、オンデマンド配信 (第2号) ・日本総テレビ番組 (邦人向け国際 放送番組含む) を外国動画 配信事業者への提供を予定 (第3号) </td> </tr> </table>	NHKプラス 国内地上波番組の ・放送同時配信 ・見逃し配信 (第2号)	NHKオンデマンド 国内地上波・衛星波 番組の ・オンデマンド配信 (第2号)	NHKワールドJAPAN ネットサービス 外国人向け国際放送 番組の ・放送同時配信 ・オンデマンド配信 (第2号)	NHKワールドプレミアム ネットサービス ・邦人向け国際放送番組の一部の 放送同時配信、オンデマンド配信 (第2号) ・日本総テレビ番組 (邦人向け国際 放送番組含む) を外国動画 配信事業者への提供を予定 (第3号)	
NHKプラス 国内地上波番組の ・放送同時配信 ・見逃し配信 (第2号)	NHKオンデマンド 国内地上波・衛星波 番組の ・オンデマンド配信 (第2号)	NHKワールドJAPAN ネットサービス 外国人向け国際放送 番組の ・放送同時配信 ・オンデマンド配信 (第2号)	NHKワールドプレミアム ネットサービス ・邦人向け国際放送番組の一部の 放送同時配信、オンデマンド配信 (第2号) ・日本総テレビ番組 (邦人向け国際 放送番組含む) を外国動画 配信事業者への提供を予定 (第3号)			
	■ 放送番組等の外国放送事業者への提供 ■ 附帯業務 (番組の周知広報、テキスト出版、受信相談等)					
目的外業務 (放送法第20条第3項)	■ 施設・設備の提供・賃貸 ■ 番組制作の受託等					
インターネット活用業務実施基準 (総務大臣認可)						
・インターネット活用業務の種類・内容・実施方法 ・インターネット活用業務の実施に要する費用に関する事項 ・料金その他の提供条件に関する事項 等		認可要件 <ul style="list-style-type: none"> ・NHKの目的達成に資すること ・過大な費用を要するものでないこと ・受信料制度の趣旨に照らして不適切でないこと 等 				

出所:公共放送ワーキンググループ(第1回)「公共放送の現状について」

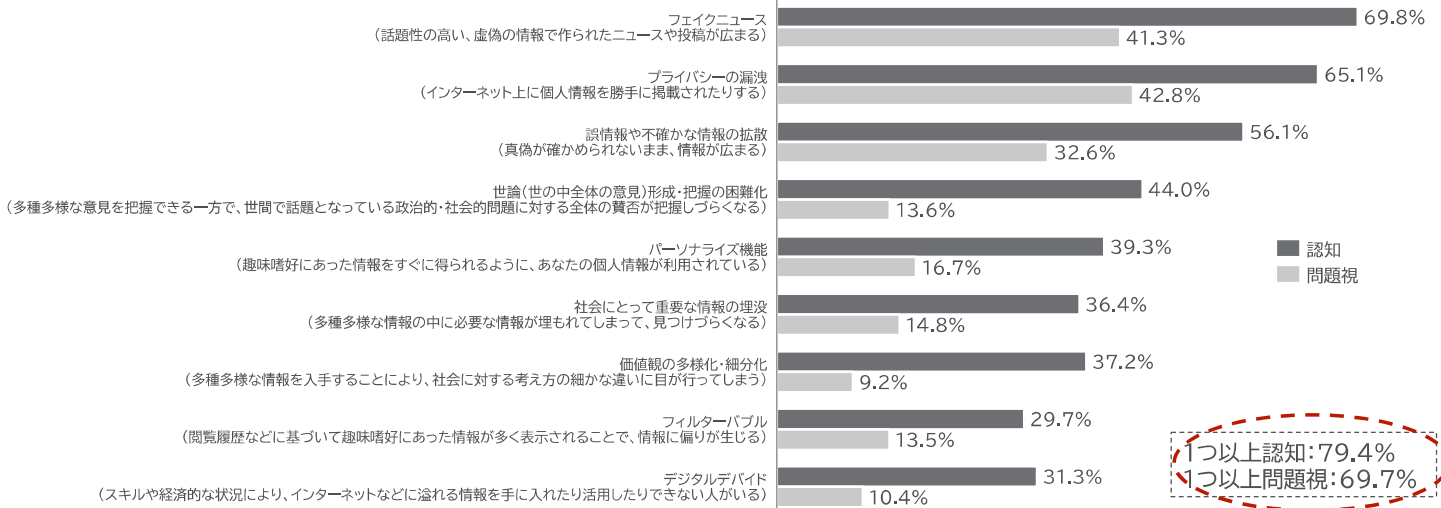
2. NHKのインターネット活用業務について

②インターネット特有の課題(広がる情報空間)について

インターネット特有の課題に対する認知・問題意識

- フェイクニュースやプライバシーの漏洩といった課題に対する認知・課題認識をしている人は少なくない

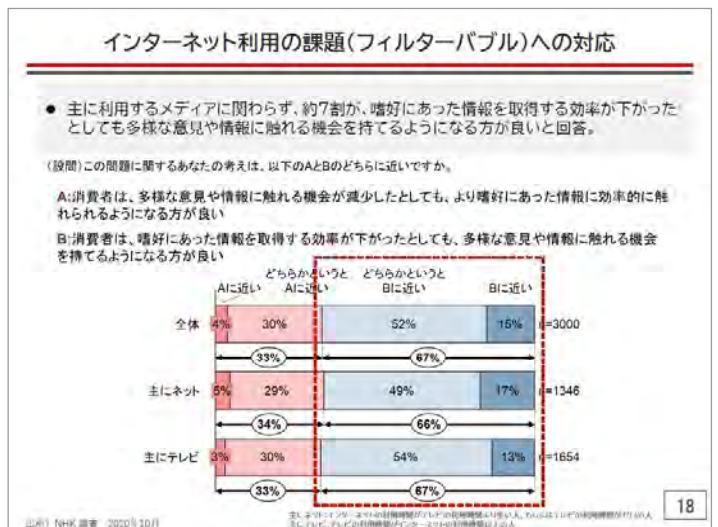
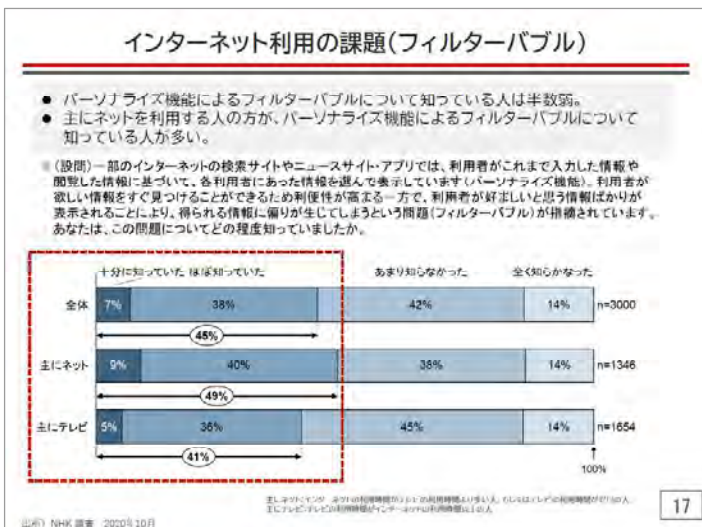
Q.インターネットによる情報取得が広く行われるようになり、利便性が高まる一方で、現代社会にはさまざまな問題が起きていていると言われています。それらを表す以下の言葉の意味するものをあなたは知っていましたか。また、ご自身で問題だと感じていますか。



出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

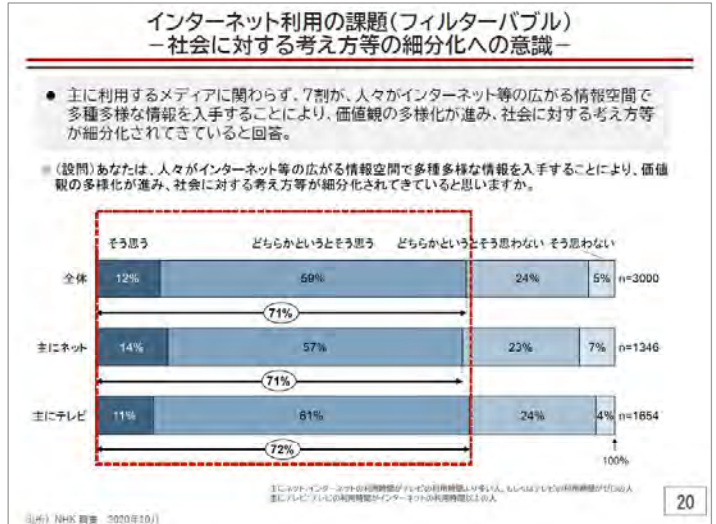
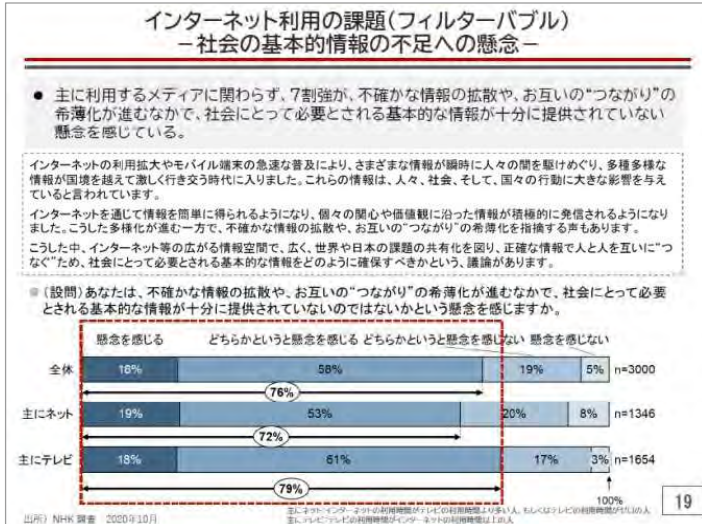
インターネット特有の課題：フィルターバブルにおける課題認識

- パーソナライズ機能によるフィルターバブルについて知っている人は半数弱
- 嗜好にあった情報を取得する効率が下がったとしても多様な意見や情報に触れる機会を持てるようになる方が良いという人は7割弱



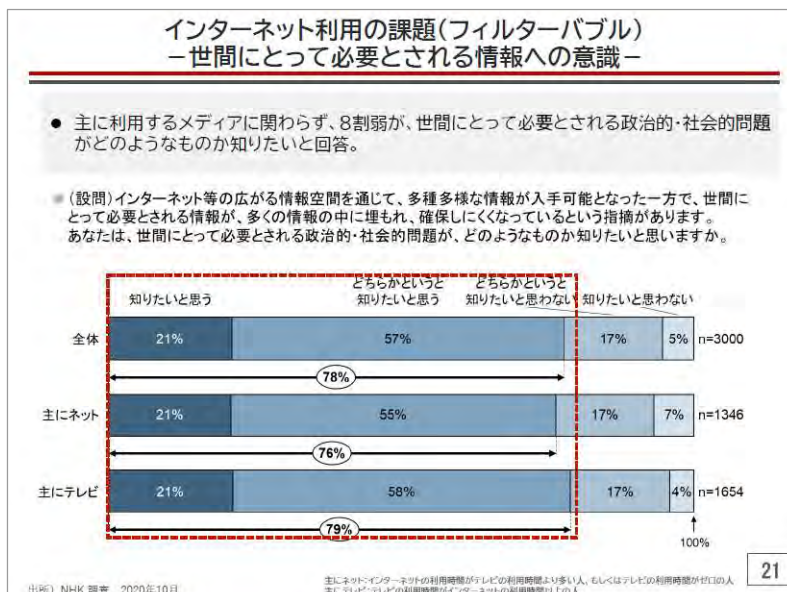
出所: デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会 (第2回)

- 主に利用するメディアに関わらず、7割超が、不確かな情報の拡散やお互いの“つながり”の希薄化が進むなかで、社会にとって必要とされる基本的な情報が十分に提供されていない懸念を感じている



出所：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（第2回）

- 主に利用するメディアに関わらず、8割弱が、世間にとって必要とされる政治的・社会的問題がどのようなものか知りたいと回答



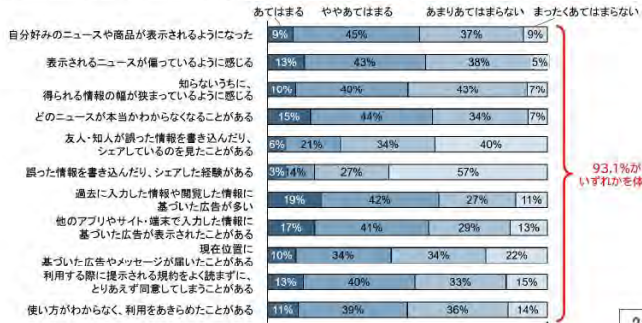
出所：デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会（第2回）

- 9割以上の人々が、普段のメディア利用を通じて、インターネット特有の課題について、体験・課題認識をしている
- 一方で、伝統メディアに接触している層は、実際に誤情報等に対処ができていない傾向がある

メディア利用(主にネット)に伴う体験

- 9割以上の人々が、普段のメディア利用を通じて、フェイクニュースの閲覧などのインターネットならではの体験をしている。

(設問) あなたの、普段のメディアの利用状況について、あてはまると思うものをお知らせください。!



出所) NHK 調査 2020年10月

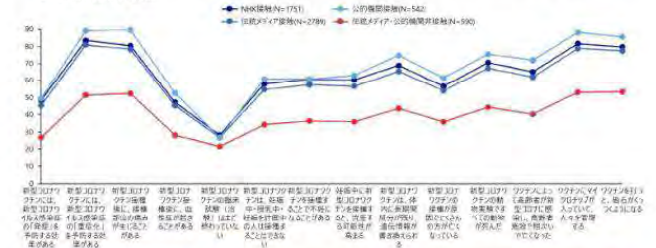
24

新型コロナに関する情報(事実・デマ)に関する正答率(接触メディア別)

- 公的機関接触、NHK接触、伝統メディア接触の順に正答率が高い。
- 伝統メディアにも公的機関にも接触していない人は、全般的に正答率が低い。

以下の新型コロナウチンの情報について、現在のあなたの考えをお知らせください。(5A)

- 正答率(事実の場合は正しいと思う回答した割合、事実でない場合は「正しいと思わない」「間違えた割合」)
- 未確定の原因は対象外とした



※伝統メディア: NHK(テレビ放送、ラジオ、ネット)、民放(テレビ放送、ラジオ、ネット)、新聞(ネット含む)。
 ※公的機関: 政府、地方自治体、世界保健機関(WHO)、専門機関のサイトや情報発信

出所) NHK 調査 2021年8月

23

出所: 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 (第2回)

2. NHKのインターネット活用業務について

③インターネット空間を意識した公共放送の取り組み

- OSINT（オープンソース調査）等、手段としてのインターネット活用を進めるほか、アテンションエコノミーに対応した取材・制作を行っている
- 実際に課題に直面するのはインターネット利用層であり、その層に合う形の発信も行っている

コンテンツの強化①

- 放送とネットの両方を活用して、信頼できる質の高い情報を提供

「水害から命を守る」キャンペーン



出水期に合わせて、台風や豪雨から命を守るための啓発や、具体的な避難方法などを伝える全国キャンペーン。全国統一のロゴ・キャッチコピーを使い、各地の放送局が地域の状況に適したコンテンツを制作。夕方のニュース番組、ホームページのほか、地域自治体と連携した防災ポスター掲示やイベントなどを展開した。

NHKスペシャル「ミャンマー」シリーズ



ミャンマー軍による弾圧の実態を、市民たちが撮影しSNSなどに投稿した映像をOSINT（オープンソース調査）という手法で検証して明らかにした。伝統的報道機関の持つ取材力と、膨大な情報を短時間で分析・処理する最新テクノロジーを融合させた、新しい調査報道番組として高く評価された。

36

コンテンツの強化②

- フェイクニュース・フィルターバブルなどによるアテンション・エコノミーが蔓延するなかで、それに対抗する情報を放送・デジタルで発信

フェイク・バスターズ



2019年12月に放送を開始した、アテンションエコノミー・情報リテラシーを主題とする特集番組。これまで5回放送し、「ネットの誹謗中傷」「新型コロナの情報爆発」「選挙とフェイク」など、ネット社会ならではの課題を取り上げ、放送・ネットで発信した。



報道局のネット監視チーム「SoLT(ソルト)」



2013年に発足したSoLT（ソーシャル・リスニング・チーム）は、SNSなどで拡散している誤情報の収集・分析を行い、取材部局に連絡している。コロナ禍でも多くの誤った情報が流れ、SoLTから連絡を受けた取材部局では専門家に取材の上、放送やネットで事実に基づく情報を発信した。

37

出所: 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（第2回）

37

- 世界の公共放送は、培った知見、放送の“効用”をインターネットに展開し、貢献への期待、高い評価を獲得

2022年日本賞ファイナリストから紹介



『ultra:bit』 (ウルトラビット:デンマーク公共放送)



コーディング(プログラミング)教育にネットの双方向性を活用。放送とも組み合わせつつ、教育放送の効用の高度化を図る

デンマークの学校に配布されたマイクロコンピュータを使い、子どもたちはテレビ番組、オンライン教材やSNSコンテンツなどを通してコーディングを学ぶもの。

(効果)

調査対象の教師(300名)の96%が、生徒がこのプロジェクト後、さらに学びたいという意欲を示したと報告
調査対象の教師の90%が、このプロジェクト後、コーディングが容易になったと報告

38

- 世界の公共放送は、培った知見、放送の“効用”をインターネットに展開し、貢献への期待、高い評価を獲得

2022年日本賞ファイナリストから紹介



『@IAmSophieScholl』
（“私はゾフィー・シオル”：ドイツ公共放送）



ドキュメンタリーを、若者に届くSNS上で表現。
放送の“同報性”という効用を実現

参加者がSNSへの投稿を通じて、過去の出来事をまるでリアルタイムで起きているかのように体験できる作品。

舞台となるのは、1942年、反ナチス活動家ゾフィー・シオルの人生最後の10カ月。ミュンヘンでの学生生活や、彼女の反戦運動やナチス批判など、逮捕されるまでの当時の出来事が、実際のSNSに投稿された。

39

3. 今後の議論にあたって～情報空間全体への貢献

- ①情報空間全体におけるNHK：ひとりNHKの話ではない

40

- 現在の情報空間においては、「規制を受けないメディア」と「規制を受けるメディア」を分けることで言論空間全体として適正な状態が保たれるという“部分規制論”の考えが主張されている。
- 新聞と放送が競い合うことで、相互の信頼性を高め、情報の多元性に寄与していくことと認識している。
- インターネットを含むこれからの情報空間において、インターネット特有の課題も含めて対応していく際にも、このような考え方を踏まえ、デジタルプラットフォーム事業者も含め、あくまで情報空間全体での在り方を考えていくことが求められるのではないか
- 実際に、伝統メディアに対しては、情報空間全体への寄与と高い信頼が存在している**

はじめに 放送政策とはなにか

- 放送政策は、個々の放送局あるいは放送業界そのものの保護を議論するものではない。また、放送政策は、放送だけのことを視野に入れて議論すべきものでもない。
- 放送は、**情報空間**の一部であり、放送政策の議論は、国として情報空間にどのように向き合うかという方針を議論するものである。
- これまでは、情報空間のうち、国の政策、さらには立法の対象となってきたのはほぼ放送だけである。
 - それは、放送が電波を利用して情報発信を行ってきたという事情による。
- 公共的な役割として、どのようなものかを考えるというのが放送政策のテーマの一部となるが、実は、日本ではこの点は深掘りされてこなかった。
- 重要なのは、様々な媒体の中でも放送は、政策的に設計する余地が大きいという特質があるということ。
 - 実際に番組を制作して放送するのは放送局という民間企業あるいは公共放送であり、そこにおける創意工夫、自発性は十二分に尊重する必要がある。
- 放送局の定額確保の問題と、担うべき公共的価値の再確認の問題とに区分可能。**

情報空間について 情報空間の多層性・複合性

- 情報空間は単数形で語れるものではなく、様々な性質の壁で囲まれた無数の空間が多層的に複合したもの。
 - 最も固く閉じたものとして、会員限定のオンラインサロンや、実社会でも固定メンバーでの会合。
 - すべての人々に開かれたマスメディアやソーシャルメディア。
 - しかし、マスメディアやソーシャルメディアは、形式上は開かれているといっても、実際の利用者には偏りがある。
- 開かれた情報空間については、次に見るような介入の理由からして、公権力の介入がありうる。

出所：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（第2回）曾我部構成員資料

➡放送制度、NHKのインターネット活用業務の在り方も、そのなかで考えるべき問題

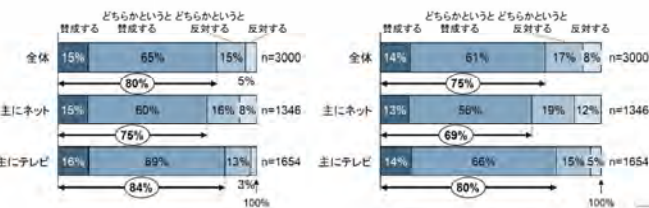
- 伝統メディアは、インターネットにおける品質確保に貢献することを期待されている

従来型メディア、NHKの情報空間への影響評価

- 従来型のメディアがインターネット配信事業者に良質なコンテンツを提供することで良い影響を及ぼすことについて、8割の人が賛成。NHKについては75%の人が賛成。

■（設問）従来型のメディア（NHK、民放、新聞社などメディア全体）が良質なコンテンツをインターネットの配信事業者に提供することで、インターネットも含めたメディア・情報空間に良い影響を及ぼすべきであるという意見があります。あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。

■（設問）NHKが良質なコンテンツをインターネットの配信事業者に提供することで、インターネットも含めたメディア・情報空間に良い影響を及ぼすべきであるという意見に対してどのように思いますか。



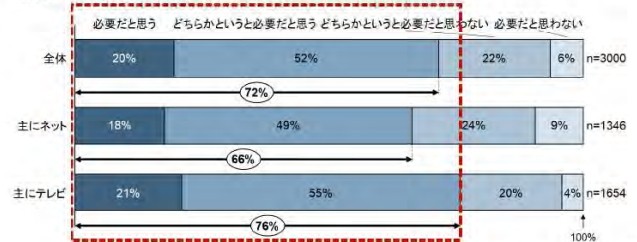
出所：NHK調査 2020年10月

主にネット・インターネットの利用時間がテレビの利用時間より多い人、もしくはテレビの利用時間が100%の人
主にテレビ・テレビの利用時間がインターネットの利用時間以上の人

インターネット上での伝統メディアへの期待 —インターネットコンテンツの品質確保の必要性—

- 7割が、旧来のテレビや映画のようにコンテンツに一定の質の水準を確保する機能がインターネット等の広がる情報空間においても必要だと回答。

■（設問）インターネット等の広がる情報空間では、さまざまな種類のコンテンツが豊富に提供されていますが、旧来のテレビや映画のように、多くの時間と費用をかけたコンテンツではないため、一過性の人気や面白さはあっても、見応えや信頼感が無いとの指摘もあります。あなたは、旧来のテレビや映画のようにコンテンツに一定の質の水準を確保する機能が、インターネット等の広がる情報空間においても必要だと思いますか。



主にネット・インターネットの利用時間がテレビの利用時間より多い人、もしくはテレビの利用時間が100%の人
主にテレビ・テレビの利用時間がインターネットの利用時間以上の人

出所：NHK調査 2020年10月

出所：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（第2回）

- 伝統メディアは、世の中のニュースを知るために習慣的に利用されている（ネット経由含む）

メディアへの評価(情報源・信頼・質) -情報の入手経路①-

- 世の中のニュースを知るための習慣的に利用しているメディアとしては「伝統的メディア」が多い。中でも、民放・新聞の利用率が約8割と最も高い。

■ あなたが、世の中で起きているニュースを知るために、普段、習慣的に利用しているものをすべてお知らせください。



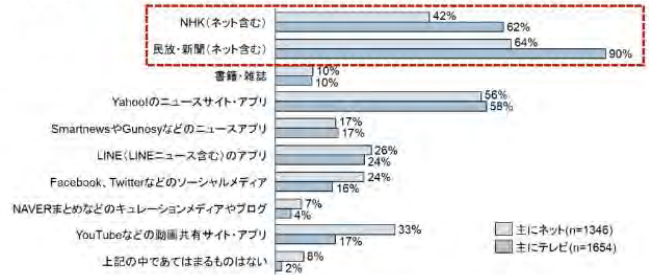
(出所) 野村総合研究所 2020年11月

5

メディアへの評価(情報源・信頼・質) -情報の入手経路②-

- 主にネットを利用している人でも、世の中のニュースを知るための習慣的に利用しているメディアとしては、民放・新聞やNHKなど「伝統的メディア」が多い。

■ あなたが、世の中で起きているニュースを知るために、普段、習慣的に利用しているものをすべてお知らせください。



主としてインターネットの利用時間がテレビの利用時間より多い人、もしくはテレビの利用時間がゼロの人、主としてテレビの利用時間がインターネットの利用時間以上の人

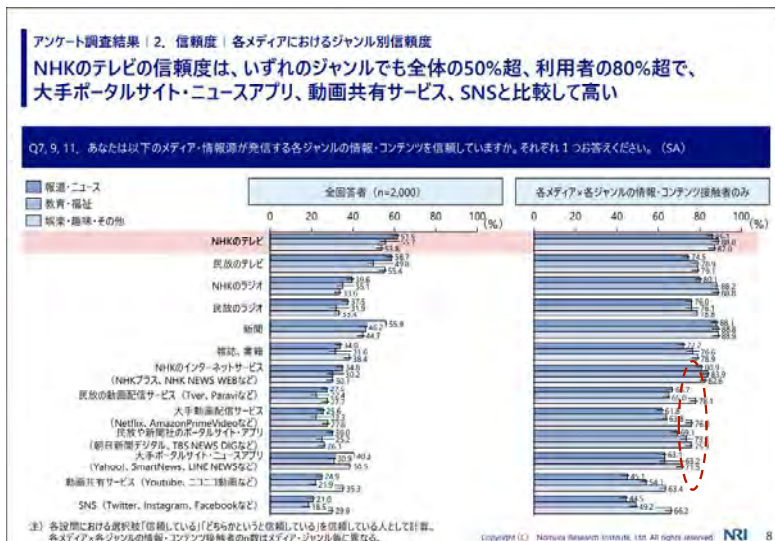
(出所) 野村総合研究所 2020年11月

6

出所: 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 (第2回)

情報空間全体の視点～伝統メディアの幅広い信頼度

- NHKのテレビの信頼度は、いずれのジャンルでも全体の5割超、利用者の8割超
- 民放のテレビの信頼度は、全体の約5割、利用者の約8割
- 新聞の信頼度は、全体の約5割、利用者の8割超
- それぞれ、ネット経由の接触者も信頼度は高い



出所: 公共放送ワーキンググループ (第2回) 「公共放送」に関するWEBアンケート調査結果 (強調はNHK追加)

- 本ワーキンググループにおいても、知る権利の充足などに必要となる情報空間の環境整備に対しては、公共放送を含む放送制度の議論だけでなく、民放や新聞等も含めた多元的な主体まで広げる必要性が指摘されている

(大谷構成員)
自分が知りたいかどうにかかわらず、知っておいたほうがよい情報に触れることのできる情報源や視聴スタイルというのが放送にはあり、それこそが放送の公共的な価値。
ネット配信について、公共放送と民放の位置づけが、視聴者の時間を奪い合う競争関係と捉えるのではなく、情報空間を支える社会インフラとして相互補完関係にあるものと捉える必要がある。

(曾我部構成員)
情報空間の環境整備に関する論点は、本来は新聞業界の支援なども含めて幅広いものが考えられる。
直近では、伝統的かつ例外的に情報空間の環境整備のための国の政策が展開されてきた放送制度の改革が重要な意味をもち、とりわけ、純然たる放送制度の所産である公共放送に関する議論はその中核を占める。

(三友座長)
これからの議論を業界の問題として矮小化してはいけない。
重要なのは、時代の変化の中において、メディアから情報を受ける国民にとって、より多様で、そして普段の生活のみならず災害時の非常時等、様々な意味で役に立つプログラムが提供されることである。
国民の受益の中身がよりリッチになるように必要なことは何か、議論を尽くすべき。

出所:公共放送ワーキンググループ(第1回)議事要旨よりNHKまとめ

- デジタル時代において、放送を取り巻く環境は、インターネット動画配信サービスの伸長等による若者を中心とした「テレビ離れ」など、大きく変化し、情報空間はインターネットを含めて放送以外にも広がっている。
- 他方、インターネット空間では、人々の関心や注目の獲得ばかりが経済的な価値を持つアテンションエコノミーが形成され、フィルターバブルやエコーチェンバー、フェイクニュースといった問題も顕在化する中で、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る自由」の保障、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送の価値は、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルス(情報的健康)の確保の点で、むしろこのデジタル時代においてこそ、その役割に対する期待が増えていると言える。

出所:デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ

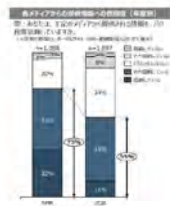
公共放送の位置づけ

放送の公共性の中核的な担い手として想定され、実際にもその役割を果たしてきたのは公共放送ではないか。

放送の公共性の中核的な担い手としての公共放送

- 放送法は、旧法下において社団法人日本放送協会のみが行っていた放送事業について、公共放送事業者と民間放送事業者とが、各々その長所を発揮するとともに、互いに他を啓もうし、各々その欠点を補い、放送により国民が十分福祉を享受することができるように図るべく、二本立て体制を採ることとした(受信料判決)
- 二元体制がとられているが、放送の公共性の中核的な担い手は公共放送であるNHKである。ヨーロッパ諸国などは、民放の公共性も強調され、法律制度上も一定の規律を受けているが、日本では民放に対する規律は少ない。

「市民としての利益」は「消費者としての利益」との区別の必要性と、放送の公共性の核心は消費者への寄与にある(以下「参照」)



【放送法に定めるNHKに関する専門委員会(次世代NHK)に関する調査報告書(2019年)】(2019年) 27頁

(参考) 市民の利益と消費者の利益との区別 (英国の議論)

citizens' interestsは社会全体にわたる利益、consumers' interestsは個人にわたる利益と正確である。

各interestsの定義	Ofcomの議論
consumers' interests (消費者の利益) 「個人や企業としての」 消費者として扱われること ● 特定の消費者は、製品を買い、製品を売却し、製品を返すことも望んでいる ● 消費者は、消費者としての権利を行使し、製品を返すことも望んでいる ● 消費者は、製品を返すことも望んでいる	Ofcomの主要論点の一つに、consumers' interestsが考慮されていない ● 消費者は、製品を返すことも望んでいる ● 消費者は、製品を返すことも望んでいる ● 消費者は、製品を返すことも望んでいる
citizens' interests (市民の利益) ● 市民は、選挙権や投票権から政治に参加する権利を行使する ● 市民は、選挙権や投票権から政治に参加する権利を行使する	Ofcomの主要論点の一つに、citizens' interestsが考慮されていない ● 市民は、選挙権や投票権から政治に参加する権利を行使する ● 市民は、選挙権や投票権から政治に参加する権利を行使する

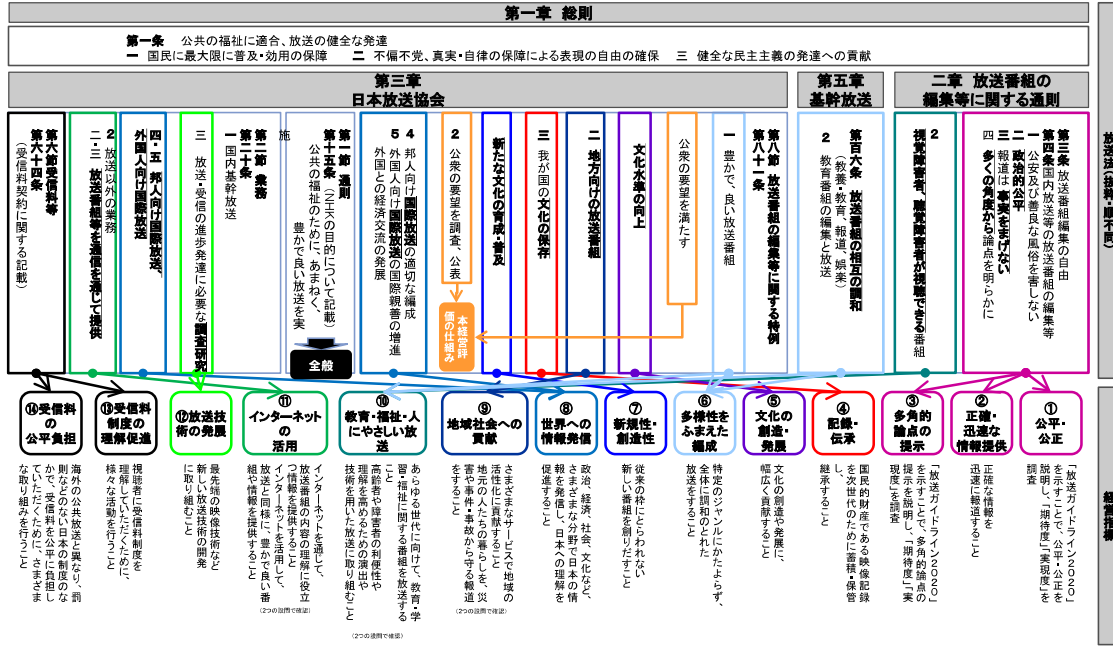
ただし、citizens' interestsはよりconsumers' interestsに、関係が深い
● 消費者として扱われることには、消費者として扱われる必要はない
● 市民としての権利は、選挙権や投票権から政治に参加する権利を行使することによって行使される
● 市民としての権利は、選挙権や投票権から政治に参加する権利を行使することによって行使される

次世代NHKに関する専門委員会(次世代NHK)に関する調査報告書(2019年) (http://www.nhk.or.jp/info/qa/nhka/assets/pdf/sub_01_comm1001_h00001.pdf)

出所:公共放送ワーキンググループ(第2回)「デジタル時代における公共放送の役割と受信料制度の在り方」(曾我部構成員資料)

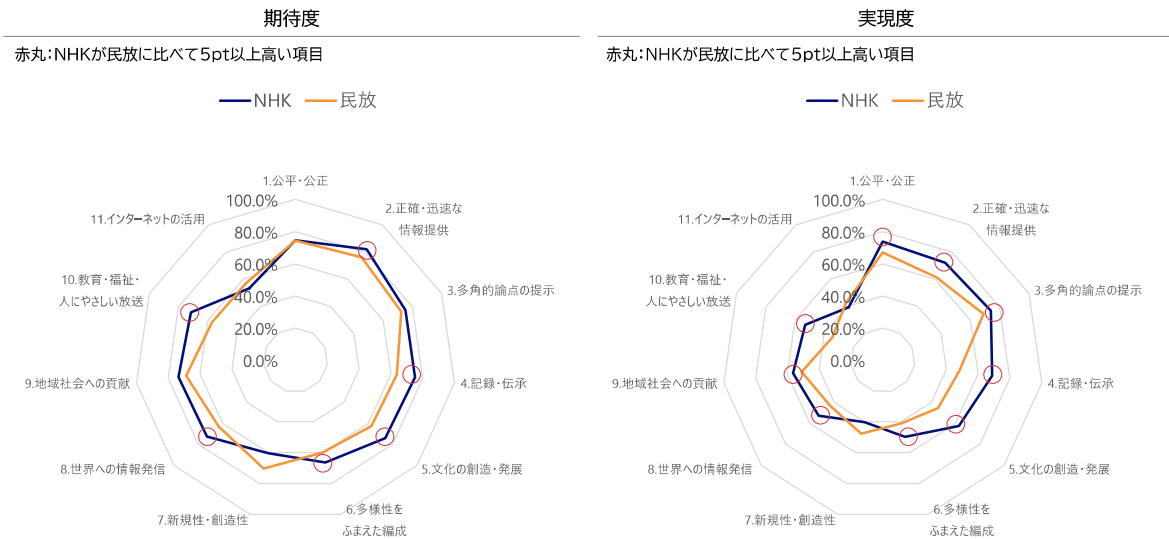
放送の二元体制とは何か

- NHKでは放送法に基づく指標を設定し、視聴者・国民からの期待・評価を定点的に観測している



放送における二元体制の評価

- 「4.記録伝承」「5.文化の創造・発展」「6.多様性」「10.教育・福祉」等でNHKに対する期待が民放よりも高い
- 公共放送と民放の二元体制は、このような差異を相互補完し、切磋琢磨していると言えるのではないかと

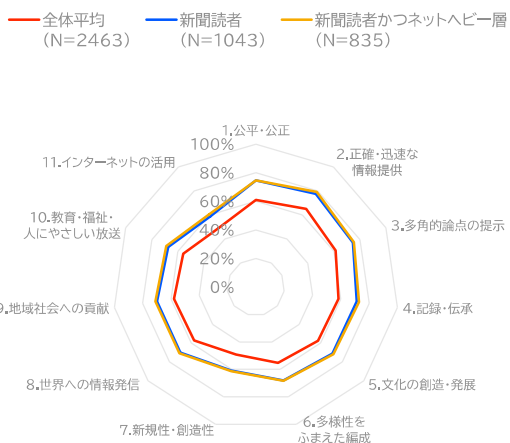


※期待度は各項目に対して「期待している」「どちらかという期待している」、実現度は各項目に対してNHKが「実現している」「どちらかという実現している」と回答した人の割合出所) NHK世論調査(2022年7月、層化二段階抽出法で抽出した全国16歳以上の男女3600名への郵送調査、有効回答数1816)
*「民放」については、回答者がもっともよく見る民放を想定して回答。

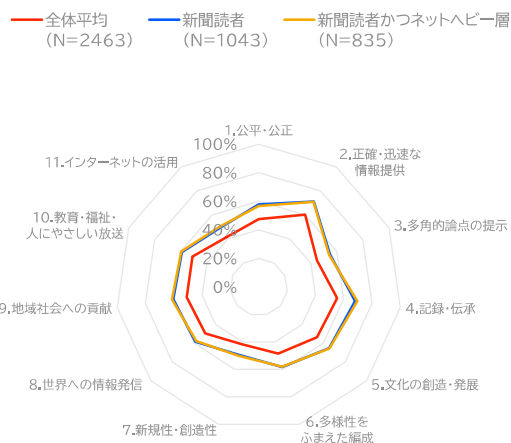
(参考) 新聞読者におけるNHKの評価

- ・ 新聞読者はNHKへの期待や評価が高く、相乗効果により情報空間に貢献することを期待していると言えるのではないかと
- ・ 同時に、この関係は、情報空間における多元性確保時の前提と言えるのではないかと

NHKへの期待度



NHKの実現度評価

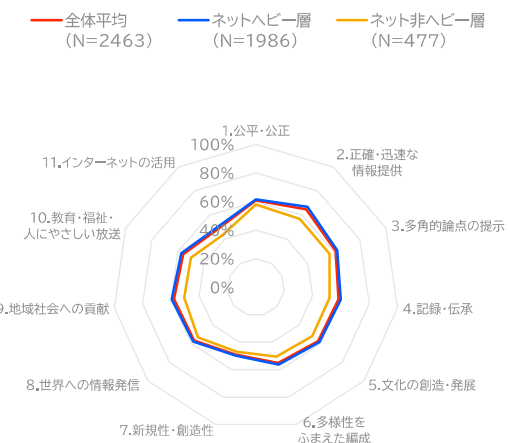


期待度は各項目に対して「期待している」「どちらかという期待している」、実現度は各項目に対してNHKが「実現している」「どちらかという実現している」と回答した人の割合
 新聞読者：新聞を月に1度以上読んでいると回答した人
 ネットヘビー層：ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
 出所：NHK調査（2022年10月 全国15〜79歳男女、インターネット調査、N=2463）

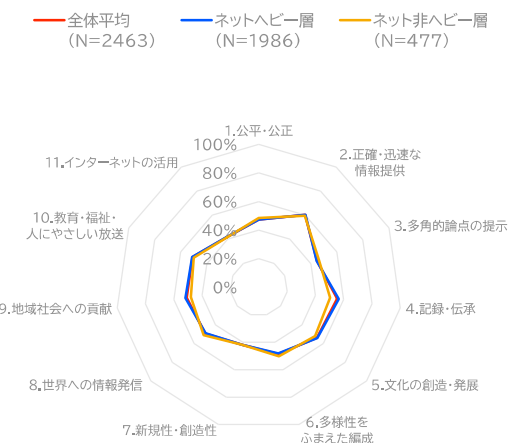
ネットで情報収集する人におけるNHKへの期待

- ・ NHKの各公共的役割に対し、6〜8割が期待をしている
- ・ インターネットサービスを活用して情報収集する人は、全体平均と比べてややNHKへの期待や評価が高い

NHKへの期待度



NHKの実現度評価



期待度は各項目に対して「期待している」「どちらかという期待している」、実現度は各項目に対してNHKが「実現している」「どちらかという実現している」と回答した人の割合
 ネットヘビー層：ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
 出所：NHK調査（2022年10月 全国15〜79歳男女、インターネット調査、N=2463）

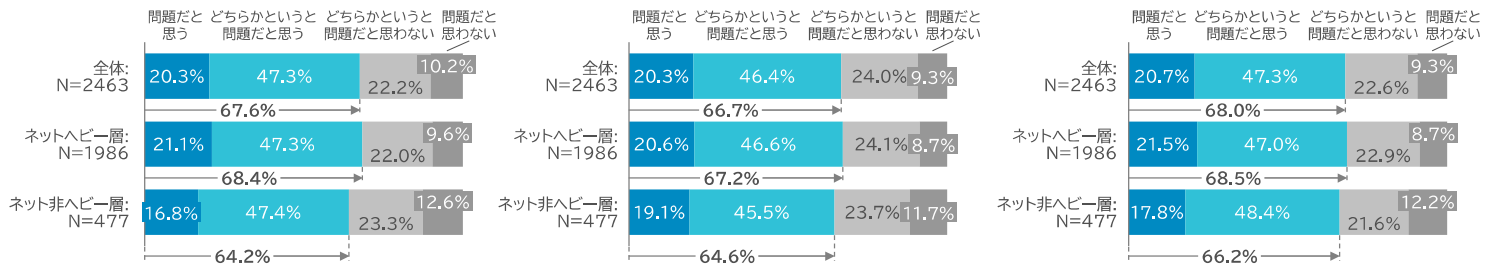
- 全体でもネットヘビー層でも、動画配信サービスの普及により「若者に社会にとって必要な情報が届けられなくなること」「日本の文化・社会等を題材とした日本らしいコンテンツがなくなること」「日本の国際社会の中でのプレゼンスが低下すること」に対して7割弱が問題視（⇒修正経営計画方針の前提への賛意）

近年、NetflixやAmazon Prime Video等のインターネット動画配信サービスが普及してきていますが、放送事業者がその環境変化に対応しきれておらず、若者層を中心にテレビを視聴する人が減っていると言われています。そのことにより、若者層を中心に、政治や選挙情報、社会全体で共有し考えるべき課題等の社会にとって必要とされる基本的な情報が共有されにくくなる可能性が指摘されています。

NetflixやAmazon Prime Video等の海外の動画配信サービスが今後さらに普及してくることによって、今後、日本のメディアの経営が厳しくなり、立ち行かなくなる(つぶれる)ところも出てくる可能性があります。海外の事業者が、なるべく多くの世界の視聴者に見てもらいたいことを優先してコンテンツを制作するあまり、一見日本風ではあるものの、日本人視点で見ると違和感のあるコンテンツのみが広まり、日本の文化・社会等を題材とした日本らしいコンテンツがなくなる可能性が指摘されています。

NetflixやAmazon Prime Video等の海外の動画配信サービスが今後さらに普及してくることによって、今後、日本のメディアの経営が厳しくなり、立ち行かなくなる(つぶれる)ところも出てくる可能性があります。それにより、国際社会に対して、正確な日本の文化・伝統や社会情勢を発信するメディアが減り、日本の国際社会の中でのプレゼンス(存在感や影響力)が低下する可能性が指摘されています。

Q.あなたは、このことを問題だと思いませんか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層：ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

出所：NHK調査（2022年10月 全国15～79歳男女、インターネット調査、N=2463）

3. 今後の議論にあたって～情報空間全体への貢献

②寄与できること、すべきことは何か：放送と同じ価値・異なる態様

放送と同じ価値・異なる態様：教育コンテンツへの期待

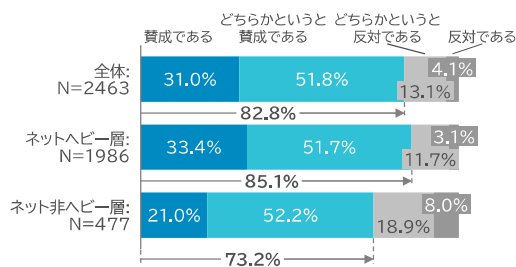
- 教育格差解決のために、家庭環境に関わらず受けられる教育や学習支援サービスが必要という考えに「賛成」の人は全体の8割超であり、6割弱の方は、NHKがネットを活用したサービスで支援することを期待

置かれた環境によって受けることができる教育に不平等が生まれてしまう教育格差が、新型コロナウイルスをきっかけに拡大したと指摘されています。特に子どもでは問題が深刻で、コロナにより学級閉鎖やオンライン授業が行われましたが、裕福な家庭では子どもを塾に通わせたり、自身で教えたりして対処をした一方、裕福でない家庭ではその余裕がなく、学級閉鎖で授業が受けられない子どもの学力が低下し、教育格差が広がったと考えられています。この教育格差を解決するためには、**家庭環境に関わらずに手軽に受けられる学校以外の教育や学習支援サービスが必要**だという意見があります。

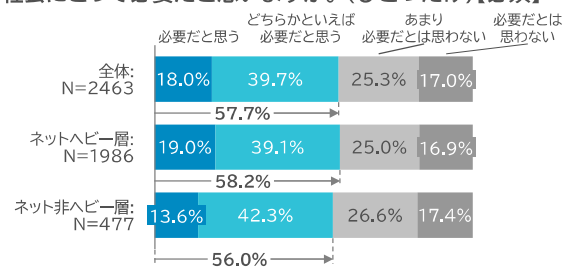
教育格差を解決するために、NHKはこれまで教育テレビ(Eテレ)で学習番組を提供する等して対処を行っています。しかし、近年必修化されたプログラミング等についてこれまでのような放送による提供だけでは習得が難しいため、海外の公共放送局では以下のような一定の双方向性を備えたサイト等を通じ、最低限の環境でも学習ができるように支援するサービスを提供しています。そこでNHKにも、海外の放送局と同様に**インターネットを通じて学習できるサービスを提供すべきだ**という意見があります。



Q.あなたはどのように思いますか。(ひとつだけ)【必須】



Q.あなたは、このようなサービスを、NHKが提供することは、社会にとって必要だと思いますか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキューションアプリ、専門サイト・アプリ、レジャーサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
出所: NHK調査(2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

放送と同じ価値・異なる態様：フェイク・分断への対応

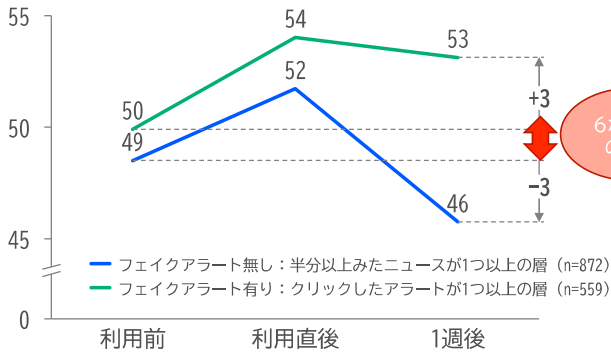
- フェイク(分断)アラート(第一期社会実証③)
インターネット特有の“分断”等の課題について、放送の効用(基本的な情報の共有(同報性)、多元性)で対応することを企図しているもの
→インターネット特有の課題について、行動変容を促す効果が確認された



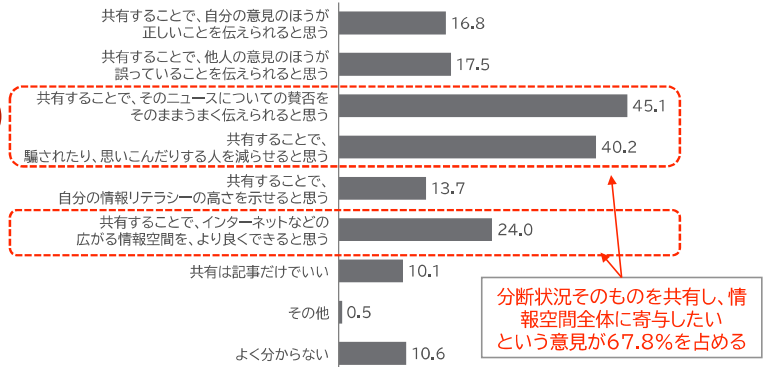
・分断のネットワーク図を見た層は、より慎重に各種情報に対処するようになった(時間をおいて効果・効用を分析)
・分断状況そのものを共有し、情報空間全体に寄与しようとする傾向も観察された(利用者の7割弱)

- フェイクアラート利用有無による行動変容の差を明らかにするサービスの実証調査を実施
 - グループを二つに分けて調査(フェイクアラート無しの通常のニュースサイト利用、フェイクアラート有りのニュースサイト利用)。1週間後に再度調査を行い、効果が継続しているか分析
- ネットワーク図を見た層は、より慎重に各種情報に対処するようになった
 - フェイクアラートサービス利用者は、サービス利用直後に「情報・コンテンツの真偽を確認するようにする」と回答した人が増え、さらに1週間後も継続
 - 一方、フェイクアラート無しのサービス利用者は、サービス利用直後に「情報・コンテンツの真偽を確認するようにする」と回答した人が増えたが、1週間後には元の水準に戻った
- 分断状況そのものを共有し、情報空間全体に寄与しようとする傾向も観察された

Q.あなたが、くだんメディアを利用する際に気を付けたいと思っていることについて、あてはまるものをお知らせください。
情報・コンテンツの真偽を確認するようにする



Q.共有機能について、どのように評価しますか。
 以下の中からあてはまるものをすべてお知らせください。(いくつでも)【必須】
 (母数:ネットワーク図を見た人の中で、共有機能を利用して、ニュースを共有したいと回答した人388人(見た人の中の58%))



出所)NHK(ネット)調査【サービス利用調査】調査日:2022年11月4日(金)~2022年11月6日(日) サンプル数:4000(2000×2)全国 15-79歳 ブロック別の人口動態割付
 【追跡調査】調査日:2022年11月11日(金)~2022年11月14日(月) サンプル数:3499(1757、1742)サービス利用調査回答者全員に配信し、期間内に回答が得られた方

(参考) 社会貢献・業界貢献、オープンイノベーション

- フェイク (分断) アラート (第一期社会実証③)

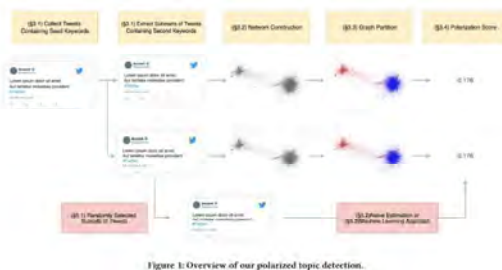
その分析アルゴリズムについては、論文の形で公開 (学会誌投稿中)

How Many Tweets Do We Need? Efficient Mining of Short-Term Polarized Topics on Twitter: A Case Study From Japan

ABSTRACT
 In recent years, social media has been criticized for spreading polarization. Identifying emerging, divergent and growing polarizations is important for journalists to create alerts and provide more balanced coverage. While recent studies have shown the existence of polarizations on social media, they primarily focused on limited topics such as politics with a long volume of tweets collected in the long term, especially over months or years. While these findings are helpful, there are two issues to create an alert immediately. In addition, this topic, we develop a domain-specific mining method to identify polarized topics on Twitter in a short time period, namely 12 hours. As a result, we find that daily Japanese news-related topics in early 2022 were polarized by 31.6% within a 12-hour range. We also analyze how they tend to construct information diffusion networks with a relatively high average degree, and half of the users are connected by a relatively small number of people. However, it is very costly and impractical to collect a large volume of tweets daily on news topics and monitor the polarization due to the limitation of the Twitter API. To make it more cost-efficient, we also develop a pre-trained neural network. Having a challenge, we estimate the polarization level using randomly collected tweets leveraging the network information. Experiments demonstrate a significant saving in collection costs compared to baseline methods. In particular, our approach achieves F-score of 0.70, requiring 1/10th tweets to achieve the baseline. To the best of our knowledge, our work is the first to predict the polarization level of the topics with low resource costs. Our findings have practical implications for the news media, allowing journalists to detect and disseminate polarizing information quickly and effectively.

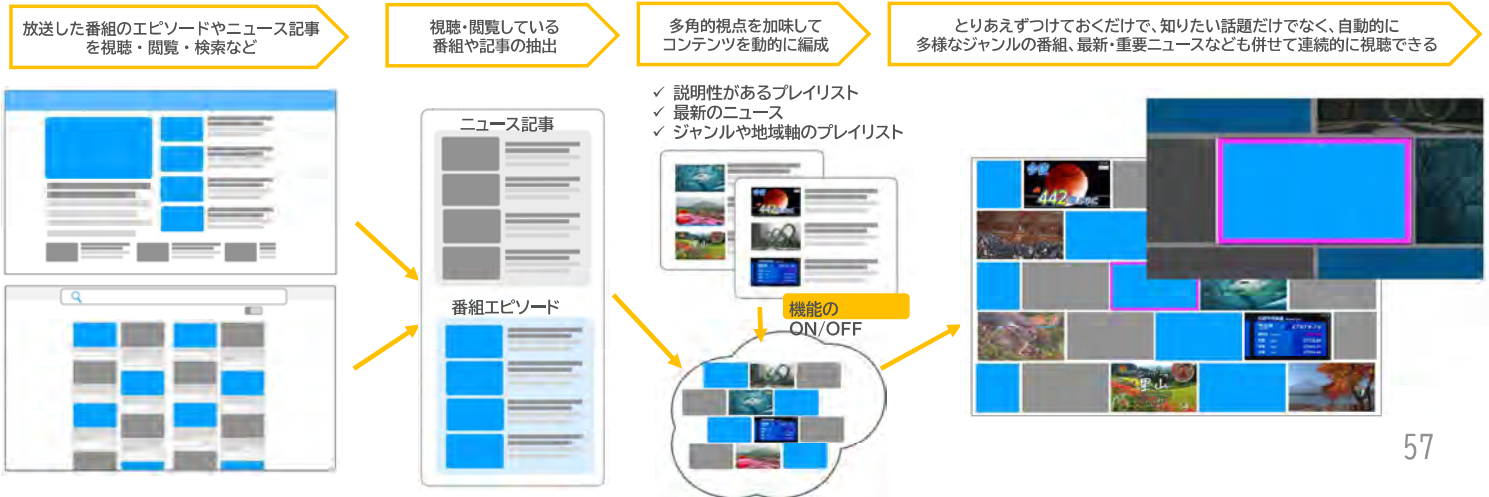
KEY WORDS
 Information systems • Social networks

ACM Reference Format:
 Anonymous Author(s): 2022. How Many Tweets Do We Need? Efficient Mining of Short-Term Polarized Topics on Twitter: A Case Study From Japan. In Proceedings of the ACM Conference on Web Science 2022, Article 123. 12 pages.



- 同技術は特許出願中 (なお、放送局・新聞社からの要望があれば提供想定)

- 一望・連続再生（第一期社会実証⑥）
インターネット特有の“分断”等の課題について、放送の効用（基本的な情報の共有（同報性）、多元性）で対応することを企図しているもの
→放送での“総合編成”と同様の効用がネットにもたされることを確認



- 令和3年8月27日、総務省より、放送番組等のインターネット配信の意義やサービスニーズ検証のため、テレビを保有していない方々を対象とした社会実証実施の要請
- NHKの新たな在り方に繋げることを目指し、情報空間におけるNHKの意義や存在価値の確認を実施

NHKプラスのサービス概要とネット配信社会実証

47

- NHKプラスはインターネットでNHKの地上波放送番組（総合テレビ・教育テレビの放送番組）を視聴できる動画配信サービス。
- NHKプラスは利用者に対価を求めることなく実施されるが、受信契約を確認できない者に対しては、同時配信の画面上に受信契約を確認するための情報提供を求めめるメッセージを表示し、見逃し番組配信を利用不可とすることとしている。
- 2021年9月末時点で、NHKプラスのID登録完了数は約175万件となっている。



NHKが社会実証で目指すこと

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」（第2回）日本放送協会資料より

総務省の要請を受け、情報空間におけるNHKの意義、役割の確認のため、社会実証を実施した。

社会実証の経緯

- 令和3年8月27日、総務省からNHKに、放送番組等のインターネット配信の意義やサービスニーズを検証するため、テレビを保有していない方々を対象として、放送番組等の配信を行う社会実証実施の要請があった。
- NHKはかねてより、総務省検討会などの場でインターネット時代の公共放送の意義や役割等が課題であることを提起してきており、要請もふまえて実施することとした。

社会実証で目指すこと

情報空間におけるNHKの意義、存在価値の確認

- NHKは公共放送として、「表現の自由のもと、正確で公平、公正な情報や豊かで良質な番組を幅広く提供し、健全な民主主義と文化の向上に寄与すること」を掲げ、業務にあってきた。
- しかし、インターネットやスマートフォンの普及などで、NHKを取り巻くメディア環境や視聴者行動が大きく変化しており、情報空間におけるNHKが果たす意義や存在価値を確認する必要が出てきている。
- このため、今回の社会実証で、NHKが情報空間に提供するサービスについて、テレビ未所有者などの利用の可能性や、サービスの意義を確認し、結果を踏まえて、NHKの新たなあり方につなげることを目指す。

社会実証のポイント

- 多元性、多様性、地域性、フェイクニュース対策等への貢献を確認
- 報道、教育、教養、娯楽の各分野での意義も確認
- 社会実証の状況を提示し、一定規模の世論調査も実施

ネット配信社会実証

- NHKが提供する同時配信サービス・見逃し配信サービス（NHKプラス）については、**現在、受信契約者のみが視聴可能（テレビを保有していないネットのみの利用者は視聴不可）**。
- 令和3年8月27日、NHKに対し、放送番組等のインターネット配信の意義やサービスニーズを検証するため、**テレビを保有していない者を対象として、放送番組等の配信を行う社会実証の実施について要請**。
- 社会実証の詳細は、現在、NHKにおいて検討中であり、**令和4年4月以降に開始予定**。

出所：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（第1回）

出所：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（第10回）インターネットでの社会実証（第一期）結果報告

放送と同じ価値・異なる態様：「社会実証」から～非テレビ層

- ・ 社会実証の対象者から、情報空間におけるNHKの意義や存在価値に対し7割程度の有用性を確認した
- ・ また、テレビ層についても同様の結果となった

社会実証の評価

3つの機能、それを実装したサービス（機能）への評価は高く、一定の評価ができるのではないかと。

情報空間の課題	3つの機能	個別機能への評価	数値	
フェイクニュース リコメンデーション SNS上の 偏極化意見	正しい事柄が 環まり、気付く	情報を正しく、偏りなく理解することを支援する機能が、社会に必要かどうか	アラートマーク フェイクニュース（自身）	72.0%
		多様性が共有され、分断の改善に役立つ機能が、社会に必要かどうか	意見の分断状況を可視化 社会的分断（自身）	74.9%
		地域上で各地の違いや多様性を可視化	偏りや多様性の理解（社会）	79.7%
リコメンデーション SNS上の 偏極化意見	知識が広がる、 つながる	多角的視点での提供機能が社会に必要かどうか	関連ニュースを多角的な視点で提示 信頼できる情報・幅広い情報を見つける（社会）	77.3%
		偏ったリコメンデーションを避けるなどの機能が社会に必要かどうか	関連番組を幅広く分野を超えて提供 偏ったリコメンデーション（社会）	75.6%
		関連再生で他のニュースを提示	偏ることなく知識をつまみ分け、社会の全体像を把握（社会）	66.1%
アクセス困難 メディアリテラシー	簡単に、必要な情報を見つけられる機能が、社会に必要かどうか	簡単に、必要な情報を見つけられる機能が、社会に必要かどうか	災害情報のマップ化・集積化 防災・減災（社会）	81.2%
		知識や視野を広げ、社会の全体像を掴むのに役立つ機能が、社会に必要かどうか	適切な編集方針でニュースの一望が可能 知識や視野を広げる（社会）	64.1%
		位置情報から動画等で地域文化を発見	各地域の文化を発見（社会）	68.0%
				4.4

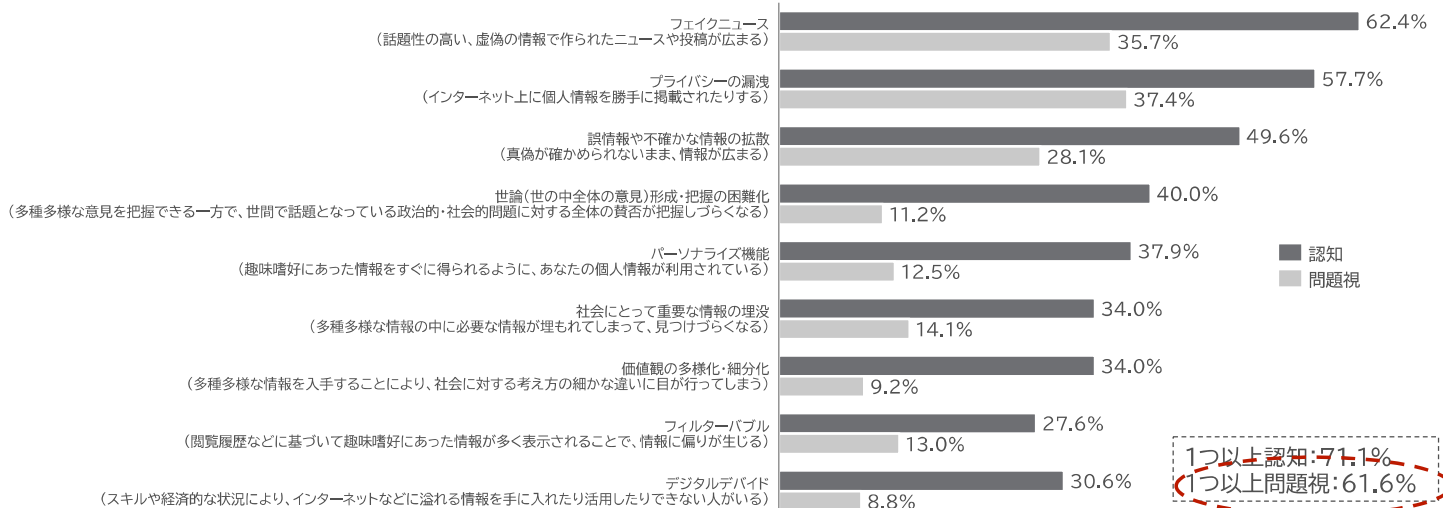


出所：デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会（第10回）インターネットでの社会実証（第一期）結果報告

非テレビ層のインターネット特有の課題に対する認知・問題意識

- ・ ネットに慣れていよう「非テレビ層」でも、フェイクニュースやプライバシーの漏洩といった課題に対する問題意識を持っている人は少なくない

Q.インターネットによる情報取得が広く行われるようになり、利便性が高まる一方で、現代社会にはさまざまな問題が起きています。それらを表す以下の言葉の意味するものをあなたは知っていましたか。また、ご自身で問題だと感じていますか。



母数：非テレビ層(n=633) 平日と休日のテレビ視聴時間が両方とも1時間以下の層

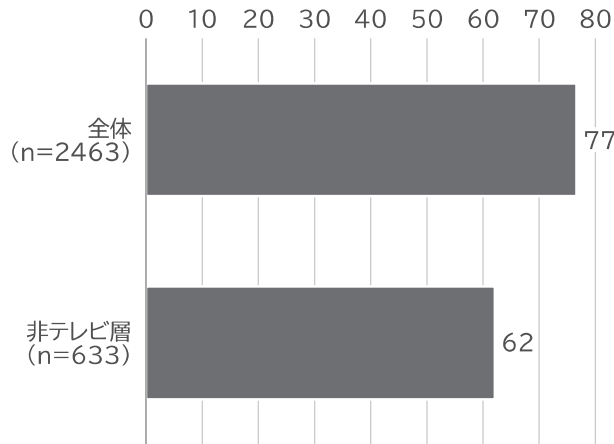
出所：NHK調査（2022年10月 全国15～79歳男女、インターネット調査、N=2463）

非テレビ層のNHKへの期待

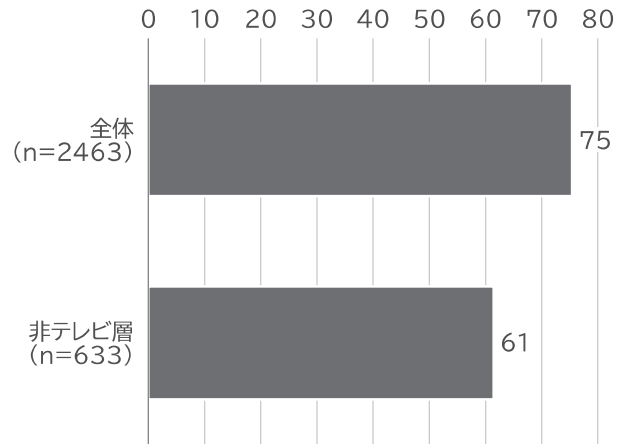
NHK

- 非テレビ層でも、公共的役割に対し1つ以上期待している人が約6割存在

NHKの公共的役割に対して、1つ以上期待していると回答した人(%)



NHKの公共的役割に対して、1つ以上実現していると回答した人(%)



期待は各項目に対して「期待している」「どちらかという期待している」、実現は各項目に対してNHKが「実現している」「どちらかという実現している」と回答した人
 非テレビ層: 平日と休日のテレビ視聴時間が両方とも1時間以下の層
 出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

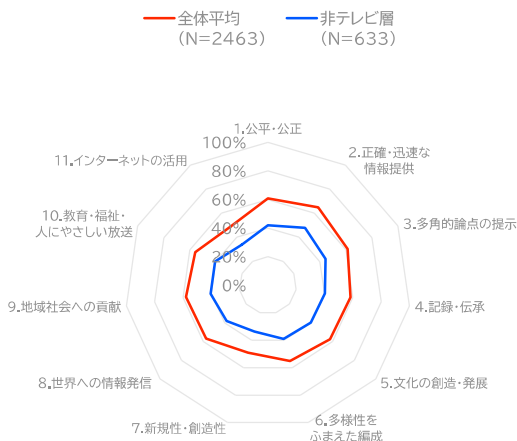
61

(参考) 非テレビ層のNHKへの期待

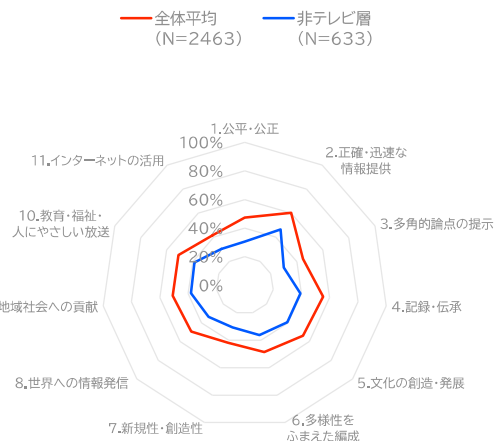
NHK

- 非テレビ層でも、約5割程度の期待を示している項目がある(役割を1つ以上期待している人は62%)
- 評価軸は全体と同じ傾向であることが分かる

NHKへの期待度



NHKの実現度評価



期待度は各項目に対して「期待している」「どちらかという期待している」、実現度は各項目に対してNHKが「実現している」「どちらかという実現している」と回答した人の割合
 非テレビ層: 平日と休日のテレビ視聴時間が両方とも1時間以下の層
 出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

62

- テレビ非保有者と想定される方より、NHKプラスを登録/利用したいがテレビを持っていないため受信契約ができない旨の問い合わせ、SNSでの書き込み等が少なくない状況であり、テレビ非保有者のご要望が観察できる

コールセンターに寄せられた声(一部):

(視聴者からの声はサービス開始以来、継続して寄せられており、10月には12件の要望、問い合わせを確認している)

- ・テレビを持ちたくないだけなのに、どうしてNHKプラスを見られないのか
- ・払ってもいいと思っているのに、どうして見られないのか
- ・テレビがないまま受信契約ができないのはなぜか

SNSで語られている声(一部):

(開始以降、月数件レベルでコンスタントに言及されている)

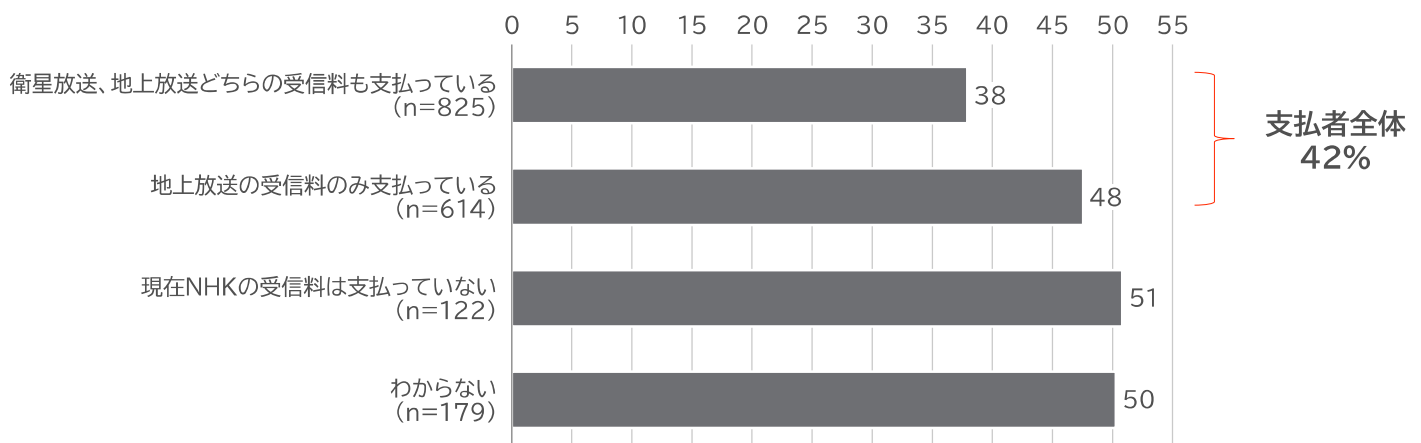
- ・NHKプラスが見たいから受信料を払いたいと言っても、契約させてもらえないようになっている
- ・テレビを持っていない家はNHKプラスに登録するなってこと?
- ・テレビがあることにすれば、NHKプラスに申し込めるのだろうか

- NHKのインターネット活用業務は、放送を補完するものであり、支払者との公平性からも、許容は不可能。(放送法において禁止されている(20条11項: 放送の受信設備を対象とする受信契約制度の趣旨に反しないこと)) 63

(参考) 受信料支払者の意識

- 受信料支払者の42%が「他の人が受信料を支払わないのであれば、自分もできれば支払いたくない」と思っている。
- “不公平感”について、強い意識が存在している。(=ネットのみ利用層のフリーライドを許容できる限界)
- ネットサービスの期待に貢献したい思いと、負担の公平性確保の両立が“息苦しさ”の一部

Q.あなたはNHKの受信料について、どのようにお考えですか。
 他の人が受信料を支払わないのであれば、自分もできれば支払いたくない
 (「そう思う」と回答した人の割合:%)



出所) NHK世論調査(2022年7月、層化二段階抽出法で抽出した全国16歳以上の男女3600名への郵送調査、有効回答数1816)

- NHKが「社会環境の変化を踏まえ、重点項目1、3の内容を強化し、取り組んでいくこと」に対して、**ネットヘビー層の6割が評価すると回答 → 優先していくべき事項**

感染症の拡大やウクライナ情勢など新たな課題を踏まえ、「5つの重点項目」のうち、「1.安全・安心を支える」、「3.あまねく伝える」の内容を強化します。

1.「安全・安心を支える」

災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。

■国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。

- ・フェイクニュースが蔓延する時代に対応し、事実を見極めるための情報の取材・制作機能を強化します。
- ・取材に裏打ちされた信頼性の高い報道を維持するため、ジャーナリズム人材の育成に注力します。
- ・専門プロジェクトを設けるなど、災害、科学、安全保障といった社会が要請する分野の強化に取り組めます。

■信頼されるメディアとしてコンテンツ強化に取り組むとともに、国内で流通するコンテンツの信頼性向上にも貢献します。

- ・学習形態の多様化に応じた教育コンテンツの充実など、質の高いコンテンツに経営資源を集中します。
- ・放送通信融合の時代における日本のコンテンツ産業の信頼性向上に、業界と協力しつつ取り組みます。

3.「あまねく伝える」

地域インフラへの投資を強化し、放送通信融合の時代に、世代や場所にかかわらず「放送の価値」を届け続けます。

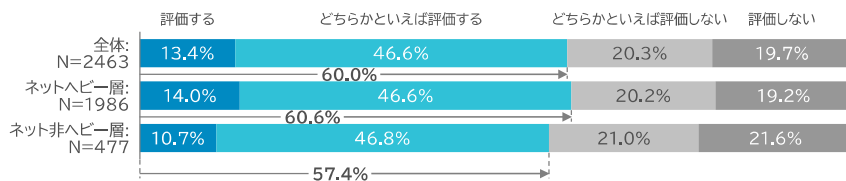
■二元体制の持続可能性を高め、あらゆる地域へ放送の価値を届け続けます。

- ・民間放送事業者等との協力強化により、効率的で強靱な放送ネットワークを維持します。

■レジリエンス、リスクマネジメント、持続可能性を考慮した投資を行うと同時に、生産性の向上にも取り組むことで、いかなる状況下でも情報を届け切ります。

- ・適正なリスク算定を行い不測の事態に備えると同時に、地域を重点に、加速するSDGs時代を踏まえた投資を強化します(災害対応のためのFM補完局を含む)。
- ・経営資源をコンテンツに集中させ、生産性向上につながる制作工程改革を加速させます。

Q.あなたは、NHKが社会環境の変化を踏まえ、以上のような重点項目と具体施策の追加を行い、今後取り組んでいくことを評価しますか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
出所: NHK調査(2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

(参考) 方針1・3を評価するネットヘビー層

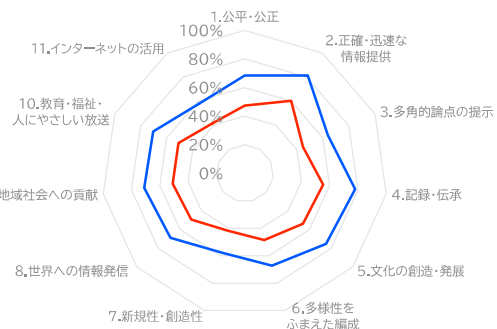
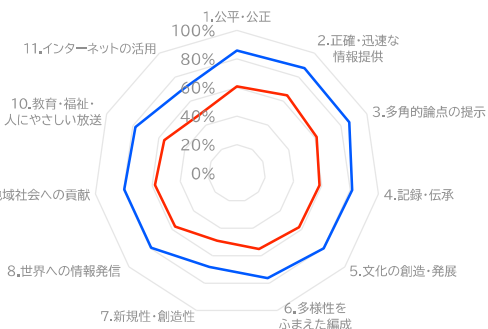
- 修正経営計画の方針1・3を評価しているネットヘビー層は、NHKの各公共的役割に対し、いずれの項目も6割以上が期待をしている

NHKへの期待度

NHKの実現度評価

全体平均 (N=2463) ネットヘビーかつ方針1,3評価層 (N=1203)

全体平均 (N=2463) ネットヘビーかつ方針1,3評価層 (N=1203)



※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
※方針1,3評価層:NHKが「社会環境の変化を踏まえ、重点項目1,3の内容を強化し、取り組んでいくこと」に対して「評価する」「どちらか」として評価した人
出所: NHK調査(2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

情報空間の参照点への期待

テレビ層・非テレビ層を問わず、拡大する情報空間に対する課題認識は幅広い

信頼できる多元性への期待

新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きい

- 伝統メディア、公共放送が対応してきたものであり、非テレビ層に向けてのサービスには一定の期待・評価が確認されている（社会実証）
- 新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きく、これを維持して情報空間の課題に対処していくことが、視聴者・国民に大前提として求められていると考えられる
- NHKには「情報空間の参照点の提供」（とくに修正経営計画で示した“安全・安心”“あまねく伝える”を優先して社会全体に貢献）、そして同時に、「多元性の確保への貢献」が求められているのではないが

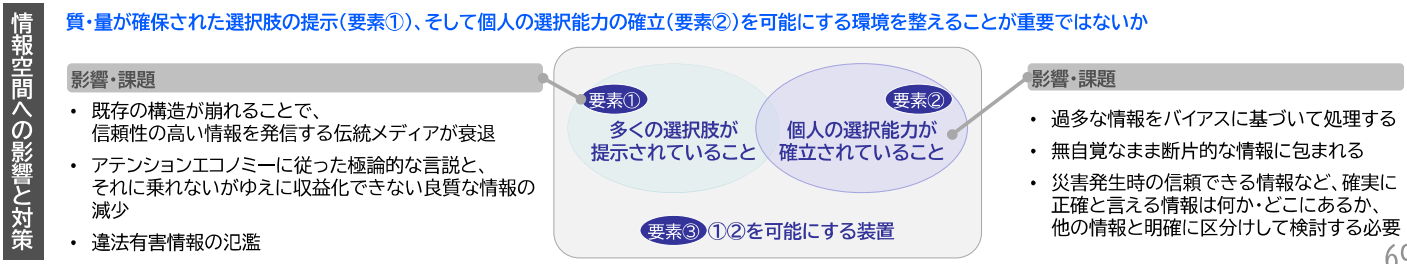
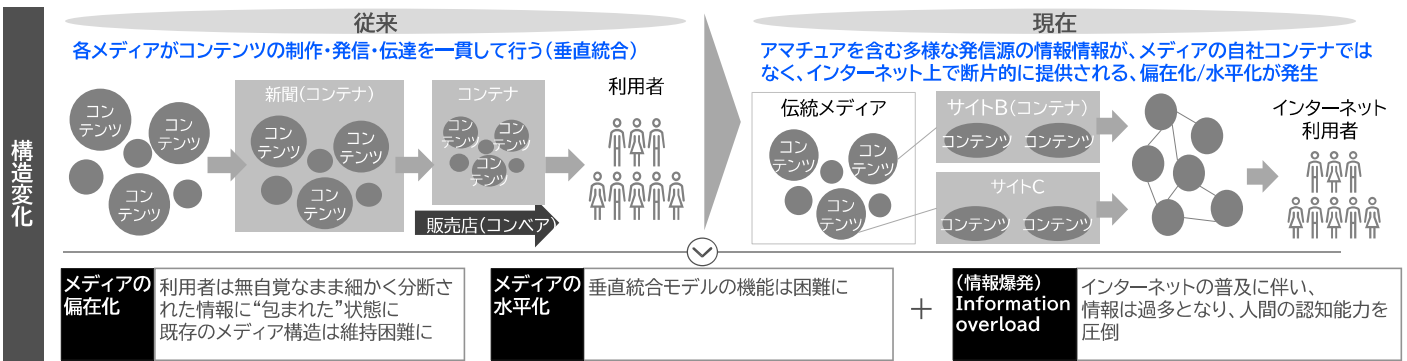
67

3. 今後の議論にあたって～情報空間全体への貢献

③規律の在り方について～欧州の事例も踏まえて

68

- メディアの偏在化・水平化の構造の変化に伴い、メディア全体で望ましい情報空間の維持に努める必要があるのではないか



出所:公共放送ワーキンググループ(第2回)「デジタル時代における公共放送の役割と受信料制度の在り方」(曾我部構成員資料)等から

- 情報空間の変容を踏まえた、公共放送の役割、在り方(そして規律)については、様々な論点がある
- 放送に準じた放送同時配信等
 - インターネットを含めて情報空間が放送以外にも広がる中、国民の「知る自由」を保障し、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった社会基盤としての役割を果たすことで、健全な民主主義の発達に貢献し、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルスを確保する観点から、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る自由」の保障、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった**放送の価値をインターネット空間にも浸透させていくことが重要**となっており、今後本格化していく放送に準じた公共的な取組を行う放送同時配信等の取組がキーとなる。
 - 第1に、論点の2について、同時配信の本来業務化でございます。ジャーナリズムに裏づけられた公共的な動画配信が日本で遅れた結果、健全なデジタル社会に必要な情報空間に若い世代を含む人々が参加できなかつたり、偽情報が流布されたり、その場が海外サービスに左右されたりするといった事態が危惧される状態だと私は思っております。本来業務化によりNHKに先導的な役割を果たさせることで、**民間放送も含めて公共的な情報が適切にネットに供給され、健全な世論が形成されることを、デジタル社会の基本政策として確保することが必要**であると私は思っております。(宍戸構成員)
- 放送の視聴習慣が失われる中での公共放送の提供
 - 生命・身体・健康の維持のための情報や、個人の自律的な生き方を考えるための情報、社会や経済、政治など公共にかかわる情報など、**国民全体が共有すべき基本的情報**を、信頼性をもって、かつアテンション・エコノミーの虜にならない形で提供できるのが公共放送の強みですが、テレビ保有率が低下傾向にあり、放送の視聴習慣が失われつつあるなか、**公共放送のもたらす便益を放送を見ない層にもどのような形で提供していくかは、情報空間の環境整備に関する議論のなかでも重要な論点**となります。(曾我部構成員)

出所:デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ、公共放送ワーキンググループ(第1回)

- ・ 情報空間のエコシステム（市場規律を含む）全体の中で果たし得る役割を踏まえ、規律を検討すべきとされる

c. 業務範囲の規律のための仕組み

放送とは異なり、インターネット上の業務は多様なため、より具体的な規律が求められる。
メディアの多元性(≒「情報空間全体における二元体制の維持」)の観点からいかなる仕組みが構築されるべきか。

- インターネット上の業務の多様性
 - ・ 放送番組の同時配信／見逃し配信、ウェブサイト、SNS、アプリなど。
 - ・ 2022年春の社会実証（第一期）では、幅広いサービスがテストされた。
 - ・ 「インターネット」では限定にならない。
 - ・ 業務範囲は民主的プロセスで決定されるべきという観点からは、原則は法律で規定すべきだが、具体的なサービスの可否は別途、NHKの設置目的及び公正競争の観点から客観的に判断する仕組みが必要。
 - ・ 現状は、任意業務として、認可基準のもとで総務大臣の認可制。実際には金額が重要な歯止めになっているが、この点をどう評価すべきか。
 - ・ なお、外部PF提供の際の規律も議論すべきか。
- 「情報空間全体における二元体制の維持」
 - ・ 親会「取りまとめ」で繰り返し登場。趣旨が明らかではないが、要はメディアの多元性を、民放事業者に焦点を当てて語ったものと史料。
 - ・ メディアの多元性の観点からは、新聞なども視野に入れる必要がある。
 - ・ NHKの設置及びネットへの進出は、情報空間の「健全化」のためであり、メディアの多元性から提供される価値を毀損してはならない。



出所:公共放送ワーキンググループ（第2回）「デジタル時代における公共放送の役割と受信料制度の在り方」（曾我部構成員資料）

- ・ 公共放送に期待される役割の前提には「独立性」等が要請されており、これを意識した規律づけが必要ではないか

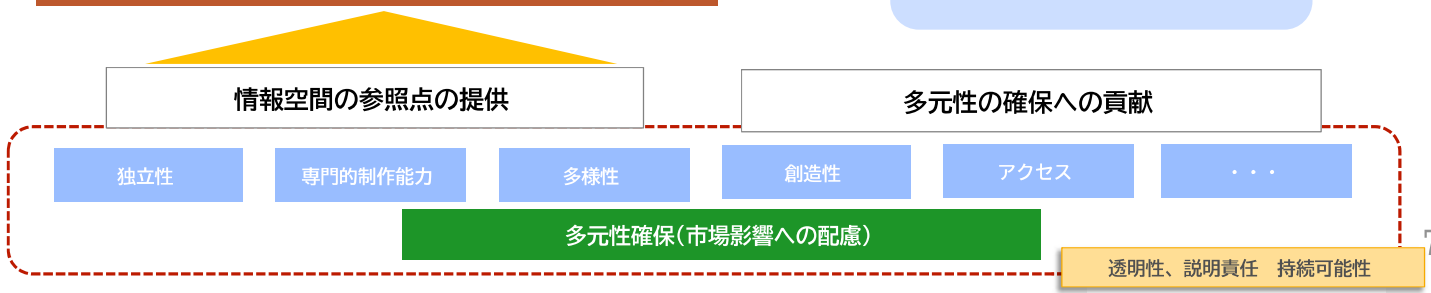
公共放送の位置づけ 放送に期待される役割

放送制度、さらには公共放送の設置という形で国家が情報空間に介入する理由として、国民が広く共有すべき「基本的情報」の提供確保であるが、その具体的な項目としては主に下記のようものが考えられるのではないかと。

生命・身体の維持	一般の需要が高いが、放送制度がなくても情報空間に十分に提供されると思われるが、不正確な情報が広まるといった健康被害が生じる。
社会の多様性を提示し、個人の自律を助ける情報	教育情報は典型的に当てはまる。 たとえば、方言のようのものであるが、伝統的・学識的な社会の中で自律を目指す人々の多様性を掘り下がり、性的マイノリティの懸念を描く作品などは、当事者をエンパワーし、非当事者に社会の多様性を知らせることにより、民主主義の前提となる多様な社会や、個人の自律に寄与することになる。 もともと、このカテゴリーの情報については幅が非常に広いため、どのようなものが過少提供になるのか、どこまで公権力の力を借り情報空間に発信すべきなのかに、多少は判断が難しと思われる。
「国民」の維持	国民国家としての日本という観点からすれば、国民統合のため、国民全体で共有するべき「物語」が存在することが必要である（例えば、戦後文化を含む）伝統文化のほか、NHKが番組として、社会、大河ドラマ、朝ドラ等がこれら観点から理解可能か。 他方で、もちろん、国民統合のための物語を公権力の手を借りて供給することの危険性を指摘する声もあるだろう。やや異なるものとして、政治的な国民統合という観点もある。
民主主義の維持	典型的には（全国的、地域的な）報道番組であり、知られる社会問題を広く知らせるドキュメンタリー等でもある。 民主主義社会において、国民が主権者としての役割を果たすことが可能になるような情報が提供される必要がある。
その他	産業政策的な観点から介入することはあるが、これは憲法的な観点からは規範的に要請されるものではなく、表現の自由の不当な制約とならぬ範囲で許される。

出所:公共放送ワーキンググループ（第2回）
「デジタル時代における公共放送の役割と受信料制度の在り方」（曾我部構成員資料）

欧州放送連合(EBU)のとりまとめた
公共サービスメディアのガバナンス原則
に従い、求められる規律の要素について
まとめた

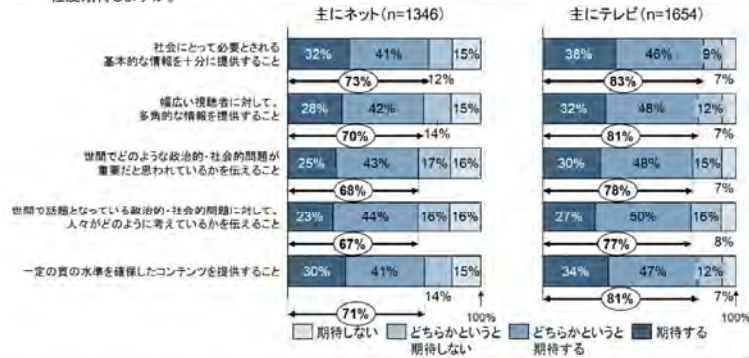


出所:EBU, Governance Principles for Public Service Media, 2021

- 民主主義の観点では、消費者的な意味での知る権利とは異なり、知りたいことだけを知れば足りるということではなく、多様な意見を知ることが求められ、情報空間全体への貢献について、視聴者・国民はそのような期待をNHKに対して示している

インターネットコンテンツの品質確保に向けたNHKの取り組みへの期待

- 主にテレビを利用する人では約8割、主にネットを利用する人でも約7割が、NHKに対しインターネット等の広がる情報空間への取り組みを期待している。
- (設問) あなたは、インターネット等の広がる情報空間において、NHKが以下の各項目を実現することをどの程度期待しますか。



出典) NHK調査 2020年10月

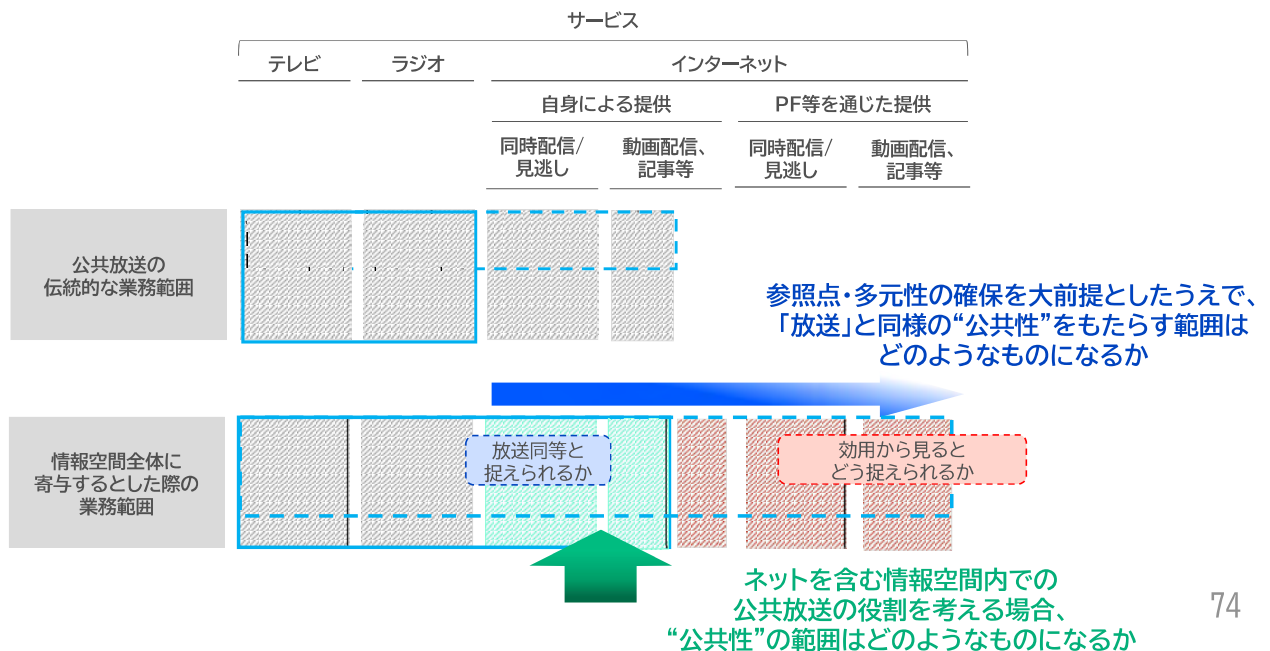
出所: デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会 (第2回)

27

73

規律に関する論点の模式図



- 業務範囲については、欧州の事例を踏まえると、以下のような論点となるのではないかと



74

欧州の事例から (参照点・多元性を確保した判断)



- ・ イギリスでは、当局による競争評価を含めた厳格な「公共性テスト」を実施し、適否を判断
- ・ ドイツでは、提供形態・内容を事前に詳細に規定

	イギリス 	ドイツ 
新しいサービスを提供する際に必要な手続き	<ul style="list-style-type: none"> ・ P I T (Public Interest Test、公共性テスト) の実施 BBCが公共サービスに関する重要な変更を行う場合、変更提案を行う前にP I Tが行われる(協定書(2017)第8条)。 ※BBCが提案する変更を重要だと判断しなかった場合も、Ofcom(情報通信庁)が重要だと判断した場合は、Ofcomの要請に従いP I Tを実施する。 ・ P I Tを踏まえたOfcomの承認 P I Tの結果に対し、P I Tの3つの構成要素を満たしているかがOfcom目線で分析される(B C A (BBC Competition Assessment))。 - 検討すべきポイントが限定される場合には簡易評価を実施 - BBCはOfcomの最終決定の遵守義務を負う 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 3段階テストの実施 新たなテレメディアの提供、提供するコンテンツの本質的な変更がある場合、各公共放送局は各監督機関に対して3段階テストに照らし問題がないことを証明する(メディア州間協定第33条)。 ・ 各公共放送局評議会による承認 3段階テストの結果を踏まえ、各公共放送局の監督機関である評議会が新たなテレメディアの提供、本質的な変更を認可する。 - 審議結果・決定理由は専門家意見を含め公表される ・ テレメディアコンセプトの更新 各公共放送局は具体的な内容や主要なターゲット、提供期間などを詳細に規定したテレメディアコンセプトを作成、明示、更新しなければならない。
公共性テストの分析項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ P I Tでの分析項目 <ul style="list-style-type: none"> - 変更提案は、BBCのミッションの達成と、5つの公共目的のうち1つ以上の公共目的の促進に貢献すること - 変更提案は、市場の公正かつ効果的な競争に悪影響を及ぼさない適切な措置が図られていること - 変更提案における公共価値は、提案により生じる市場競争への悪影響のリスクに比べ、有意義であること 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 3段階テストの分析項目 <ul style="list-style-type: none"> - 当該コンテンツが社会の民主的、社会的、文化的ニーズに合致していること - 当該コンテンツが質的な観点からジャーナリズム上の競争に寄与していること ※市場への影響も分析 - 当該コンテンツに必要な財政支出

まとめ
 各国共に情報空間の変化と共にインターネットサービスの提供を強化する必要性が生じてきている。イギリスではインターネットサービスの提供内容・条件は具体的に規定されていないが、サービスの提供に際しては提供方法や媒体等について、公共性テストやOfcomによる審査が行われる。一方、ドイツはテレメディアの提供内容・条件を具体的に規定しているが、全国民に公共サービスを届ける使命が重んじられているほか、放送の自由の原則(コンテンツの選択・内容・制作を自ら決定する権限が放送局にある)がテレメディアにも適用されるため、各公共放送局におけるテレメディアの形態や媒体等の自由が許容されている。また、いずれも新しいサービスを開始・変更する場合には公共性が市場影響を上回るか審査される。



欧州の事例から (情報空間全体に貢献する際の“公共性”)

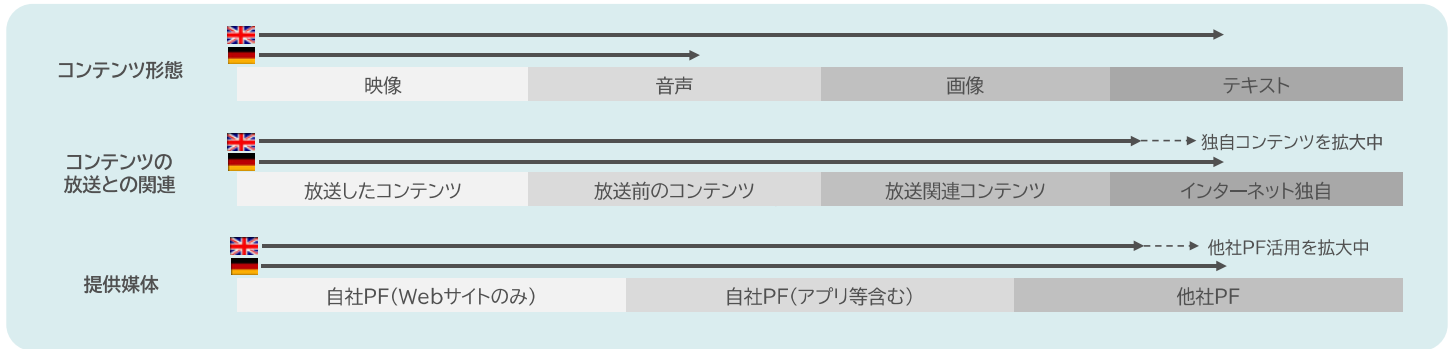
- ・ イギリスでは、情報の提供・教育・娯楽という伝統的定義は変えず、注力する「公共目的」を明記
- ・ ドイツでは、提供形態・内容を詳細に記述している(娯楽定義等)

	イギリス 	ドイツ 
インターネットサービスの定義	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特許状(2017)第7条にて、BBCが公共目的を達成するために実施する公共サービスの構成要素の一つと規定 	<ul style="list-style-type: none"> ・ メディア州間協定第27条にて、インターネットサービス(テレメディア)は放送と並ぶ公共放送の任務と規定 ・ 公共放送のテレメディアには以下が求められる(メディア州間協定第30条) <ul style="list-style-type: none"> - 放送前/後のオンデマンド番組・独立した視聴覚コンテンツ - 購入した欧州の長編映画/TVシリーズ/委託でない制作物は放映後30日以内、国内主要イベント/第1・第2リーグ(サッカー)試合は放映後7日以内のオンデマンド配信 - 有益な歴史や文化の記録(アーカイブ)
インターネットサービスを規定する公共放送のミッション・公共目的	<ul style="list-style-type: none"> ・ BBCのミッション(特許状(2017)第5条) 情報の提供・教育・娯楽に供する、不偏不党、高品質、かつ独自のコンテンツ及びサービスを通じて全ての視聴者に奉仕し、公共の利益に基づいて行動すること ・ BBCの公共目的(特許状(2017)第6条) <ol style="list-style-type: none"> ① 人々が、自身の周囲の世界を理解し関わっていくために有用な、不偏不党のニュースや情報を提供すること ② 全ての年代の人々の学習を支援すること ③ 最も創造的で、最高品質の、独自性あるコンテンツ及びサービスを提供すること ④ 英国のすべての国・地域の多様なコミュニティを反映し、代表し、奉仕するとともに、それらの活動を通じて英国中のクリエイティブ経済を支援すること ⑤ 英国に関する事柄と、文化・価値観を世界へと発信すること 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公共放送の使命と原則(メディア州間協定第26条) <ul style="list-style-type: none"> - 個人及び公共の自由な意見形成に資するものとして活動し、社会の民主的、社会的及び文化的な需要を満たすこと - 全ての生活領域における重要な出来事について、包括的な概観を提供し、社会的な結束を促進すること - 提供物は教養・情報提供・助言及び娯楽に資するものとし、娯楽は公共放送の性格に合致するものとする。 (23年1月発効予定のメディア州間協定改正案では提供してよい娯楽番組の条件を文化/教養/情報/暮らしの助言の4分野に資するものと定める) - 報道の客観性、不偏不党性、多様性、提供者の調和を考慮すること - 個人的・公的意見形成に奉仕する放送の「基本的供給」を担い、存続と発展が財源等の面から保障されること ・ ZDFのミッション(ZDF定款3条1項~3項) <ul style="list-style-type: none"> - ドイツ国民に世界の出来事と現在のドイツを総合的、客観的に伝え、個人及び世論の自由な形成を促進する - 各州の出来事やドイツの文化的多様性を適切に紹介する - 人間の尊厳、生命、自由、他者の信念と意見、道徳的・宗教的信念、自然と環境への尊重に寄与する - ドイツにおける一体感を促進し、社会全体の統合に貢献する

欧州の事例から (インターネットサービスの限定)

- ・ イギリスでは、注力する「公共目的」、市場影響を明記した規律
- ・ ドイツでは、動画・音声を含む等の形態まで事前に詳細に規律

	イギリス 	ドイツ 
インターネットサービスの提供範囲 (または制限)	<ul style="list-style-type: none"> ・ BBCの提供するインターネットサービスは下記の条件を満たす必要がある(特許状(2017)第7、9、11条)。 <ul style="list-style-type: none"> - ミッション・公共目的に資するコンテンツを提供すること - 国内利用者向けのサービスであること(以上第7条) - 経済的・社会的・文化的便益がコストを上回ること(第9条) - 市場競争への悪影響を回避するよう努めること(第11条) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公共放送の提供する“テレメディア”は下記の条件を満たす必要がある(メディア州間協定第30条)。 <ul style="list-style-type: none"> - プレス(新聞・雑誌等)との違いを担保するため、テレメディアコンテンツは動画・音声を含むこと - テレメディアでの商業広告・スポンサーは禁止 - その他メディア州間協定に記載されたネガティブリストのコンテンツ提供が禁止(料金比較ポータルサイト等17項目)



欧州の事例から (イギリス・ドイツ公共放送の概要)

	イギリス 	ドイツ 
主な公共放送局	<ul style="list-style-type: none"> ・ BBC (イギリス放送協会) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ARD (ドイツ公共放送連盟) ・ ZDF (第2ドイツテレビ) ・ DLR (ドイツラウンドラジオ)
公共放送の根拠法/協定	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特許状 (Charter) ・ 協定書 (Agreement) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ メディア州間協定
公共放送の規制当局	<ul style="list-style-type: none"> ・ Ofcom 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各公共放送局のテレビ評議会・管理評議会
サービスに関する取り決め/規制当局による規定	<ul style="list-style-type: none"> ・ Ofcom事業運営フレームワーク ・ Ofcom事業運営ライセンス 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ARD州間協定 ※ZDF、DLRも同様
公共放送の主な財源	<ul style="list-style-type: none"> ・ 受信許可料 (Licence Fee) <ul style="list-style-type: none"> - 特許状によって定められる - 英国内で受信許可を持つ世帯・施設に支払義務あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 放送負担金 (Rundfunkbeitrag) <ul style="list-style-type: none"> - 租税一般法典、放送負担金州間協定、放送財源州間協定で定められる - 受信機の有無問わず全ての住居占有者・事業主に支払義務あり
公共放送が、上記財源の範囲で提供するサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・ 受信許可料を財源として提供できるサービスは「公共サービス」のみである (協定書 (2017) 第49条)。 <ul style="list-style-type: none"> - 「公共サービス」: 商業活動や国外向けサービス等は含まれないが、放送・ラジオ・インターネット等の媒体を包括的に含む - BBCは「公共サービス」として国内放送・ラジオ、iPlayer (同時・見逃し配信) を中心としたインターネットサービスを提供している 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 放送受信機に応じて徴収する制度から住居単位で徴収する制度に変わったことで、インターネットサービス (テレメディア) も放送負担金が前提とするサービスとなった (第15次州間協定改正による)。 <ul style="list-style-type: none"> - 主にARD、ZDFが国内放送、ラジオ、テレメディアを提供している - テレメディアでは自社PFによる同時・見逃し配信サービスに加え、独自のコンテンツを様々な外部PFでも提供している

本日の説明のまとめ

79

まとめ～情報空間全体への貢献の視点から

情報空間の参照点への貢献の要請

テレビ層・非テレビ層を問わず、拡大する情報空間に対する課題認識は幅広い
(とくに、修正経営計画で示した“安全・安心”“あまねく伝える”を優先して社会全体に貢献すること)

伝統メディアとともに、公共放送が対応してきたものであり、非テレビ層に向けてのサービスには一定の期待・評価が確認されている(社会実証)

信頼できる多元性確保への貢献の要請

新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きく、これを維持して情報空間の課題に対処していくことが、視聴者・国民に求められていると考えられる

上記を踏まえた、NHKのインターネット活用業務の範囲・規律・負担の考え方

上記2点を踏まえ、「放送」と同様の“公共性”の効用をもたらす業務範囲、情報空間全体を踏まえた、核となる“公共性”の範囲で、NHKのインターネット活用業務の範囲・規律・負担を考えるのが適切なのではないか

他方、規律については、報道・言論機関であり、そもそもの価値の期待の源であることを踏まえ、「独立性」等を担保したうえで検討すべきであり、公共放送のインターネット活用で先行する欧州の事例を参照することを考えてもよいのではないか

上記を踏まえたご検討が進み、NHKが視聴者・国民の期待に応えられることを期待

80

NHK

総務省「公共放送WG」ご説明資料

2022年11月24日

一般社団法人 日本民間放送連盟

1

はじめに

- フェイクニュースやフィルターバブル、アテンションエコノミーなどの課題が指摘されるなか、情報空間の健全化のために、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報はますます重要になると考えます。
- 民放事業者のインターネット配信は、それぞれの経営判断により収支を勘案しながら競争している事業分野です。民放事業者は「放送」で培ってきた信頼性を堅持しながら、新たな事業領域であるインターネットにおいても、多様で豊かなコンテンツや地域に根差したコンテンツを届けていきます。
- インターネットはグローバル企業を含めた大小さまざまなプレイヤーが切磋琢磨している事業領域です。公共放送のインターネット活用業務の在り方によっては、こうした事業環境に大きな影響を与える可能性があります。

論点1 インターネット時代における公共放送の役割（1）

- 第2回会合で曾我部構成員から、▽情報空間の健全化のためにNHKに役割が期待されるとしても、メディアの多元性から提供される価値を毀損してはならない、▽NHKの業務範囲は原則法律で規定すべきだ、▽具体的なサービスの可否を、NHKの設置目的および公正競争の観点から、客観的に判断する仕組みが必要、▽NHKがネットに進出することで、他のメディアの存在が脅かされることになれば、情報空間全体としてプラスにならず本末転倒である—とのご意見がありました。これらは非常に重要な指摘だと受け止めています。
- 情報空間におけるメディアの多元性確保のために、NHKと民間事業者との公正な競争環境が維持されるよう、議論を丁寧に進めていただきたいと思います。

論点1 インターネット時代における公共放送の役割（2）

- NHKの業務・受信料・経営の在り方は相互に密接不可分であり、不断に一体的な改革を進める必要があることは、言うまでもありません。
- 民放連はNHK経営計画修正案に対し、「受信料水準等の見直しが実現することを評価するとともに、引き続き、三位一体改革が推進されることを期待する」旨の意見を表明しました。NHKがインターネット活用業務に変更を加えようとするのであれば、受信料および経営の在り方との関係を整理し、広く視聴者・国民の理解を得ることが欠かせません。

論点2 NHKのインターネット活用業務の在り方（1）

- 複数の構成員から、安定した受信料財源に支えられたNHKのインターネット活用業務は、公正競争を阻害しないことが求められる旨のご指摘がありました。
- 林構成員からは、①市場の画定と競争阻害効果の識別を行い、個別具体的に分析すべきだ、②欧州では公正競争の観点から公共放送に関するルールが作られている、などのご指摘もありました。
- 公正競争を阻害しないために、例えば、▽放送番組の「理解増進情報」を拡大解釈しない、▽ネットオリジナルコンテンツの制作・配信はしない、▽広告収入を得ない、▽予算に厳格な歯止めを設ける、などの取り組みが、最低限必要だと考えます。
- NHKが必須（本来）業務化などを検討しているのであれば、その趣旨や業務内容を具体的に説明していただきたい。そのうえで、関係する民間事業者や視聴者・国民の意見を広く聴取し、丁寧な議論を行っていただきたいと考えます。

論点2 NHKのインターネット活用業務の在り方（2）

- 内山構成員、飯塚構成員からは、海外の動画配信プラットフォームの隆盛や、国内事業者との競合について知見が示されました。動画配信事業者・プラットフォームに対するNHKのコンテンツ提供の在り方については、こうした視点も重要と考えます。
- NHKが提供するコンテンツの前後にCMが表示されるサービスが確認されました。これは、「サービスの利用者に、協会が特定の商品やサービスを推奨しているとの誤認や 広告収入を目的に行うサービスにあっては当該広告を協会が行うものとの誤認を生じさせるおそれがあるとき」は提供しない、とする「NHKインターネット活用業務実施基準」に抵触すると考えます。
- NHKが提供するコンテンツに、CMや広告が近接して表示されることは不適切です。

論点3 民間放送事業者への協力の在り方

- 民放事業者のインターネット配信は、それぞれの経営判断により収支を勘案しながら競争している事業分野です。したがって、NHKとの協力・協調の可能性は、ケース・バイ・ケースで判断するのが基本です。
- テレビ受信機を持たない層へのリーチの確保は、民放事業者にとっても共通の課題です。NHKには引き続き、インターネット配信に関する技術的知見・情報の共有などを期待します。

論点4 インターネット活用業務の財源と受信料制度

- NHKインターネット活用業務の必須(本来)業務化について検討するのであれば、財源および受信料徴収の問題をしっかりと議論し、結論を得ていく必要があります。
- PCやスマートフォンを保有するだけでは受信料を課さないことをもって、テレビ受信機に紐づく従来の受信料制度との整合性や、負担の公平性などの議論を先送りしてはならないと考えます。

ローカル局のネット展開

<ご質問(内山構成員)>

ローカル社の自主制作比率の高い平日夕方の情報／ニュース等、ネット展開に関しての今後の展望は？（仮に中短期的にはクリップのVoD配信で十分としても、同時配信等の展開は、超長期的観点においては必要か不要か？）

- 民放連事務局が把握しているローカル局のライブ配信の実例としては、▽九州朝日放送が2022年4月から、朝の情報番組「アサデス。」のスマホアプリ向けライブ配信を実施、▽TOKYO MXが2015年から、スマホアプリ/Webサイト「エムキャス」で朝のニュース番組等のライブ配信を実施——があります。
- ローカル局の同時配信等の展開について、現時点で見通すことは難しいと考えます。ローカル局がライブ配信を実施するには、実施費用、著作権処理、運用人員の確保、マネタイズなど、さまざまな課題があると聞いています。先行事例の視聴者への浸透や評価なども踏まえ、今後、各社が判断するものとみています。

民放事業者が取れないリスク

<ご質問(瀧構成員)>

「NHKは民間よりもリスク投資をしやすい財源を持つ」とのことだが、インターネット対応について、民間が取れないリスクとは何か。

- 「民放事業者はネット配信の投資において、どのような取捨選択をしているのか」といった趣旨と受け止めましたが、ネット配信は民放各社の競争領域であり、個社の戦略に関して、民放連からご説明することは難しいものと考えます。

情報空間の課題等

<ご質問(落合構成員)>

情報空間の課題をどう捉え、その中で民放・新聞が担える部分はどこか。また、NHKが行っている業務で「困る」ものがあれば教えてほしい。

<情報空間の課題等>

- フェイクニュースやフィルターバブル、アテンションエコノミーなどの課題が指摘されるなか、情報空間の健全化のために、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報はますます重要になると考えます。民放事業者はインターネット配信においても、それぞれの経営判断により収支を勘案しながら、「放送」で培ってきた信頼性を堅持し、多様で豊かなコンテンツや地域に根差したコンテンツを届けていきます。

NHKインターネット活用業務に対する懸念

<ご質問(落合構成員)>

情報空間の課題をどう捉え、その中で民放・新聞が担える部分はどこか。また、NHKが行っている業務で「困る」ものがあれば教えてほしい。

<NHKのインターネット活用業務に対する懸念>

- 公正競争を阻害しないために、例えば、▽放送番組の「理解増進情報」を拡大解釈しない、▽ネットオリジナルコンテンツの制作・配信はしない、▽広告収入を得ない、▽予算に厳格な歯止めを設ける、などの取り組みが、最低限必要だと考えます。
- 「理解増進情報」の範囲を拡大解釈すると、民放や新聞などと競合し、公正な競争環境を阻害するおそれが高まると考えます。また、安定的な受信料収入に支えられたNHKが同時配信等を必須業務化することにより、スポーツ中継の配信権料や出演者のギャランティなどの高騰を招くおそれがあると考えます。
- NHKはその独自性、NHKらしさに基づいた分野に注力することで、民間事業者との不要な競争を避け、健全な競争・協調関係を築いていただきたい。

2022年11月24日

公共放送ワーキンググループに対する意見
(総務省 第3回「公共放送ワーキンググループ」ヒアリング)

一般社団法人日本新聞協会
メディア開発委員会

インターネット上に大量の情報があふれ、フェイクニュース（偽情報）の拡散といった問題が情報空間で顕在化するなか、正確な情報は欠かせず、信頼できる報道へのニーズはより高まっている。新聞・通信社は国内外に広く記者を配置し、社内に何重ものチェック体制を構築し、正確で信頼できる情報の発信に努めている。

公共放送ワーキンググループ（WG）ではインターネット上の情報空間の課題解決に向け、NHKのインターネット業務を拡大すべきだとする議論がなされている。ネット上ですでに存在感を高めているNHKが、巨額の受信料を財源にインターネット業務を際限なく拡大していけば、新聞をはじめ民間メディアとの公正競争が阻害され、言論の多様性やメディアの多元性が損なわれかねない。言論・表現の自由や国民の「知る権利」を棄損し、民主主義の維持・発展に影響を及ぼすことにもつながるのではないか。

今般示された、NHKの経営計画（2021-23年度）の修正案で、受信料の1割値下げが盛り込まれたが、NHKのこれまでの取り組みをもって、受信料、業務、ガバナンスの「三位一体改革」が終わったとは到底いえない。公正な競争を阻害しないという観点が極めて重要で、NHK自ら公共放送としてふさわしい業務範囲を絞り込み、それに見合った受信料体系を示すべきで、不断の改革が求められる。

NHKが公共的な役割を今後も果たさなければならない存在に変わりはない。WGにおいては、「本来業務化ありき」の議論ではなく、NHKの在り方をまず問い直し、公正競争の確保に十分留意した精緻な議論を求めたい。そのことが、情報空間における言論の多様性やメディアの多元性、民主主義の維持・発展につながると考える。

以下、具体的に述べる。

情報空間における多元性の価値について

本年8月に公表された「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ」は、フェイクニュースやエコーチェンバーなど、ネット上の情報空間のゆがみを是正するには、NHKと民放による「二元体制」がネット空間でも維持されることが重要だと指摘した。しかし、ネット空間にはNHK、民放だけでなく、新聞・通信社をはじめ多様な民間のメディア事業者がすでに存在し、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報を発信している。第2回WGで、曾我部真裕構成員は、NHKのネット業務拡大について「偽情報やフィルターバブルなど情報空間の弊害を直接是正する可能性は限定的」だと指摘した。さらに「二元体制の維持はメディアの多元性の観点から新聞なども視野に入れるべきであり、NHKのネッ

ト進出がメディアの多元性によって提供される価値を毀損してはならない」との発言もあり、当委員会も賛同するところだ。

情報空間全体の環境をよりよくするために NHK がネットに先導的に広く進出したとしても、他の報道機関があおりを受けてしまい、結果として改善につながらなければ本末転倒ではないか。正確で信頼できる情報を発信するメディアの多元性こそが、健全な情報空間の基盤になる。インターネットで多角的なジャーナリズムを維持していくため、WG には責任ある議論を求めたい。

公正な競争と求められる規律について

公正な競争を阻害してはならない、という視点は極めて重要だ。NHK の受信料はそもそも公共放送を維持・運営するために独占的に徴収権を与えられている「特殊な負担金」で、年間収入は約 6800 億円（2021 年度）。インターネット業務はあくまで「放送の補完」との位置付けでありながら、予算上限は 200 億円にのぼっている。新聞・通信社は広告収入や課金型モデルなど収支を勘案し、経営努力を積み重ねながら、ネット空間でも取材に裏打ちされた質の高い報道とサービスを早くから提供してきた。200 億円という NHK のネット予算の上限は、すでに、新聞・通信社単独のデジタル事業の予算を大きく上回っている。NHK ネット事業が本来業務に格上げされた場合、予算の歯止めすらなくなる可能性があり、事業が継続できなくなるメディアも出てきかねない。

NHK は放送番組の「理解の増進に資する情報」との名目でネットコンテンツを展開しており、なし崩し的な業務拡大の一因となっている。「NHK NEWS WEB」や「NHK ニュース防災」アプリはコンテンツの内容や訪問者数を見る限りその存在感は大きく、デジタルサービスでの有料会員や広告収入獲得を目指す新聞・通信社と競合している。NHK が配信した記事が検索サービス上で上位に表示されるなど、ウェブ上にニュースを配信する以上、本質的には民間報道機関への影響は避けられないのではないかと懸念される。ニュースを深掘りして解説するようなインターネットでのオリジナルコンテンツを展開している事例も散見される。民間ならば有料にしなければ採算が合わないものばかりだ。すでに外部のプラットフォームを通じてテキスト記事を配信する事例も多くあるが、今後、さらにプラットフォーム事業者と結びつきを強め、配信を拡大することになれば、民間報道機関のデジタル事業に影響を受けるのは明らかだ。

理解増進情報は NHK 自らが「特定の放送番組に関連付けられた補助的な情報の範囲のもの」と定義しているが、実態はこれを逸脱して拡大している。公正競争という観点だけでなく、受信料制度との整合性の観点からも課題だ。「理解増進情報」の在り方を抜本的に見直すべきだ。

民間報道機関のデジタル事業との関係でいえば、NHK はすでに各種のデジタルサイネージ（電子広告）にも記事を配信している。すでに NHK の子会社を通じた業務との競合により、価格設定などに悪影響が生じたとの指摘もある。

現状、インターネット業務は「放送の補完」であるにもかかわらず、すでに動画やテキストコンテンツ、アプリなどさまざまな形態で広がっている。今後、法的な位置付けを変えて、際限なく拡大することを危惧する。公正競争の観点から客観的に判断する仕組みの構築を求める

意見が複数の有識者から上がっており、その点は同意する。

NHK改革の評価について

NHKのネット業務の在り方を議論するにあたって、これまでの改革の取り組みの評価がきわめて重要だ。今般、NHK経営計画の修正案が示されたが、「三位一体改革」について、改革が終わったとは評価していない。「本来業務化」ありきではなく、まず公共放送の役割についての国民的な議論を尽くす必要がある。本業としての公共にふさわしい放送番組や事業はどのようなもので、そこから公共放送としてふさわしい業務範囲や付随する予算を導き出し、業務範囲に応じた受信料制度をつくり、国民や視聴者が納得する料金水準を定める、というプロセスをたどるべきだと考える。

それこそが、当委員会だけでなく政府・国会が繰り返し求めてきた業務、受信料、ガバナンスを一体的に見直す「三位一体改革」の本旨ではないか。松本剛明総務大臣はNHKが三位一体改革を不断に進めることが重要だとし、改革の中でネット業務の在り方について検討する必要性について指摘した。さらに、「一層効率的な運営を通じ、さらなる値下げの原資が確保できるよう努力することが期待される」と述べたが、これに同意する。

当委員会はこれまで、改革の進捗よくについて指摘や質問を重ねてきたが、十分な説明が果たされていない。本業の放送番組では視聴者ニーズにかかわらず、公共放送としてふさわしいジャンルに集中すべきではないか。収支を勘案する民間では取り組みにくい報道・防災・教育・福祉・伝統芸能などが公共放送にふさわしい分野といえないか。NHKがこれまで、こうした分野で良質な番組を制作してきたことは評価しており、視聴率を意識せざるを得ない民放とは異なる観点から番組制作に集中する必要があるのではないか。近年拡大傾向にある「番宣」についても、放送時間を使ってまでやるべきものか再検討すべきだ。

子会社の業務やガバナンスに関する改革についても課題は山積している。子会社が担うべき業務はNHK本体同様、民間に担えない業務に限定すべきではないか。会計検査院から指摘された業務の妥当性や内部留保・随意契約の割合についてその後の改善状況の具体的な開示を求めたい。関連団体への業務委託はその業務に従事する出向者の給与を業務委託費として支払う仕組みになっているケースもあり、会計検査院から経費削減に結びついていないと指摘されていた。改正放送法で中間持株会社の設立が認められたが、大事なものはグループ経営がどう変わったかを検証することだ。改革にあたっては、経営委員会にも情報開示の徹底や監視強化の舵取りを求めたい。

情報空間における課題と新聞・通信社の役割について

ネット空間が急拡大するなか、フェイクニュースの横行が民主主義への深刻な脅威になる。新聞・通信社は一次情報に接し、多くのコストをかけて信頼できるニュースを手がけ、情報の質の確保に努めている。メディア環境が激変するなかでも、世の中に流通するニュースの発信源を担い、公共性の高い情報や地域情報などを届け続ける責務がある。

しかし、情報空間が広がり、コンテンツと時間の奪い合いが激しくなるなか、ニュースの担い手の確保も切実な課題だ。第2回WGで野村総研が示した調査では、「報道・取材制作を担

う事業者の衰退で報道コンテンツが手に入りにくくなる」ことに「問題」「どちらかといえば問題」と答えた割合は75%にのぼり、「地域で報道・取材する事業者の衰退で地域情報が届けられにくくなる」ことにも、同様に74%が問題視している。プラットフォームとの関係も含めた持続可能なジャーナリズムの在り方に関する議論が国際的にも広がっている。

ネットの情報空間においては、NHKだけでなく、ニュースの送り手でもある新聞・通信社、民間放送事業者が、それぞれの役割を果たすことで、民主主義に資する多様な言論が維持されており、NHKの在り方について拙速な議論を行えば、こうしたシステムが毀損されかねない。WGには、そうした観点から、三位一体改革をはじめ「NHKが取り組む業務」についてさらなる議論を求めたい。

以 上

公共放送ワーキンググループ に対する意見 ご説明資料

一般社団法人日本新聞協会
メディア開発委員会

一般社団法人 日本新聞協会

1

1. 情報空間で新聞・通信社が果たす役割
2. NHKとの競合領域
3. まとめ

一般社団法人 日本新聞協会

2

1. 情報空間で新聞・通信社が果たす役割

1. 情報空間で新聞・通信社が果たす役割

➤米大統領選挙をめぐる一連の混乱など、インターネット上の偽情報（Disinformation）・フェイクニュースの拡散がもたらす問題は、民主主義社会の脅威となっている。（中略）新型コロナウイルスの感染拡大に伴って誤情報やデマが拡散し、感染者や医療従事者への差別や偏見、誹謗中傷が問題化した。偽情報・フェイクニュース対策は、いまや世界中で喫緊の課題。（中略）新聞・通信社が取り組む最大の偽情報対策は、正確で信頼できる情報の発信と考える。そのために全国各地に取材記者を配置し、社内に何重もの情報チェック体制を構築して、情報の質を担保し発信している。コロナ禍では、ネット上の偽情報を打ち消し、社会の動揺を落ち着かせるための報道も推進した。今後も情報発信者としての責務を果たすことで、健全な民主主義社会の発展に寄与したい。

（新聞協会 「Disinformation 対策フォーラムの中間とりまとめについて」、2021.3.30）

➤アテンション・エコノミーの下では、丹念な取材を基に書かれた事実よりも刺激的な偽情報が利益を生み、さらに偽情報の増加を招く実情がある。この弊害を防止するためには、コンテンツの価値が正当に評価され、正確で信頼ある情報が流通する必要がある。

（新聞協会 総務省「プラットフォームサービスに関する研究会 第二次とりまとめ（案）」に対する意見、2022.8.3）

1. 情報空間で新聞・通信社が果たす役割

コストをかけ情報の質を担保する仕組みを構築



- 記者など「編集部門」の人材は約2万人※1
- 総局・支局など通信機構は国内約2100か所、海外約230か所※2。このほか、行政機関等に取材拠点を設置し、日常的な取材活動に当たる
- デスク、校閲など社内に何重ものチェック体制を構築
- 編集綱領や記者行動規範などを定め、倫理向上をはかる

※1 22年4月現在は18,497人。 <https://www.pressnet.or.jp/data/employment/employment02.php>
 ※2 21年7月1日現在。『日本新聞年鑑 2022』より作成

1. 情報空間で新聞・通信社が果たす役割

不確かな情報のチェックも役割に



毎日新聞 <https://mainichi.jp/ch191047912i/%E3%83%95%E3%82%A1%E3%82%AF%E3%83%88%E3%83%81%E3%82%A7%E3%83%83%E3%83%82%A1>



神戸新聞 <https://www.kobe-np.co.jp/news/sougou/202007/0013549466.shtml>



高知新聞 <https://www.kochinews.co.jp/article/detail/379308>

1. 情報空間で新聞・通信社が果たす役割

デジタル社会、情報空間の課題を指摘する報道



読売新聞 <https://www.yomiuri-osaka.com/lp/kyojitsu/>



日本経済新聞 <https://www.nikkei.com/theme/?dw=18032300>



朝日新聞 <https://www.asahi.com/rensai/list.html?id=1568>

一般社団法人 日本新聞協会

7

1. 情報空間で新聞・通信社が果たす役割

デジタルならではの取材・表現手法も



News Video <https://newsvideo.jp/>



中日新聞 https://static.chunichi.co.jp/chunichi/pages/feature/stats/traffic_accidents_in_your_neighbourhood.html



西日本新聞 <https://anatoku.jp/>

一般社団法人 日本新聞協会

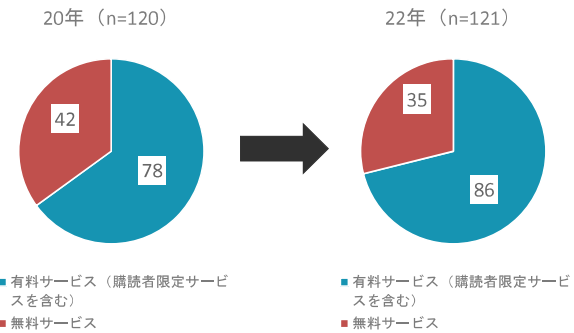
8

1. 情報空間で新聞・通信社が果たす役割

本格化するデジタルサービス、サブスク型主流へ



新聞・通信社「総合ニュースサービス」の提供状況について



新聞協会「デジタルメディアを活用した新聞・通信社の情報サービス現況調査」より

1. 情報空間で新聞・通信社が果たす役割

部門を超え、多彩な取り組みで収益化を図る

<パーティカルメディアの展開事例：朝日新聞社>



<地方紙の事業拡張事例>

【下野新聞社】



【福井新聞社】



1. 情報空間で新聞・通信社が果たす役割

- 国内外の取材網、内部のチェック体制、記者倫理の向上など、情報の質を担保して発信する仕組みを構築。正確で信頼できる情報を発信し、デジタル化した情報空間に寄与
- 不確かな情報のチェックも新たに取り組み、デジタル社会・情報空間の課題を指摘する報道も。デジタル上での情報発信を強化し、デジタルの特性を生かした取材や表現方法を模索。デジタル上の情報空間でも役割を果たせるよう取り組みを強化
- サブスクリプションサービスの強化のほか、多様な事業により収益化を図る。民間企業である以上、社会的役割を果たしつつ、収益を見合いながらの事業展開が大前提

2. NHKとの競合領域

2. NHKとの競合領域

デジタル部門での収益化が大きな課題に

<参考>

一般紙の売上高※1に占める
デジタル関連事業収入は
2.297%
(64社平均)

※1 営業収入を指す

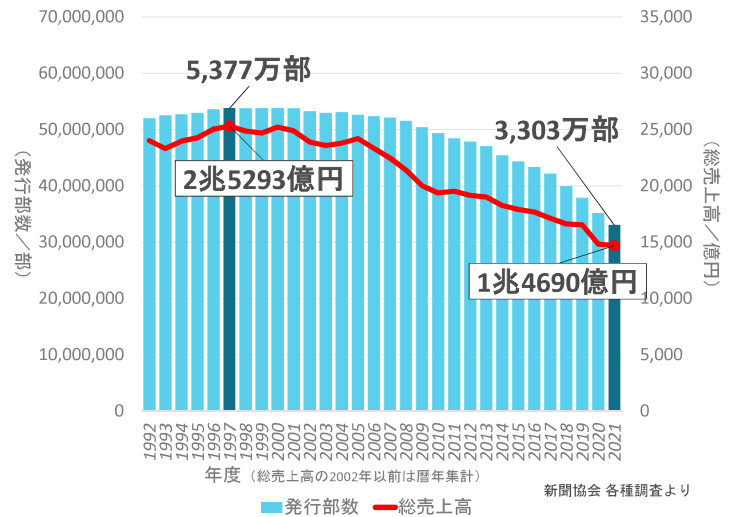
新聞協会「2021年度新聞社デジタル事業売上調査」より

新聞社の総売上高※2は
1兆4690億円
(86社)

※2 営業収入+営業外収益+特別利益を指す

新聞協会「2021年度新聞社総売上高推計調査」より

新聞の発行部数と新聞社の総売上高



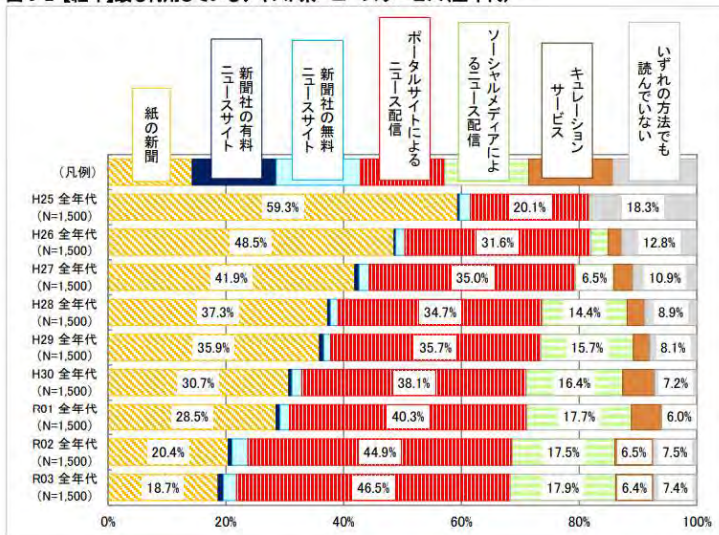
新聞協会 各種調査より
一般社団法人 日本新聞協会

13

2. NHKとの競合領域

厳しい競争環境にあるニュースサービス

図 5-2 【経年】最も利用しているテキスト系ニュースサービス(全年代)



総務省情報通信政策研究所
「令和3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報告書」
(令和4年8月)
https://www.soumu.go.jp/main_content/000831290.pdf 74ページより

一般社団法人 日本新聞協会

14

2. NHKとの競合領域

言論の多様性、メディアの多元性を考慮した議論を

c. 業務範囲の規律のための仕組み

放送とは異なり、インターネット上の業務は多様なため、より具体的な規律が求められる。
メディアの多元性(≒「情報空間全体における二元体制の維持」)の観点からいかなる仕組みが構築されるべきか。

- インターネット上の業務の多様性
 - 放送番組の同時配信／見逃し配信、ウェブサイト、SNS、アプリなど。
 - ・ 2022年春の社会実証（第一期）では、幅広いサービスがテストされた。
 - ・ 「インターネット」では限定にならない。
 - 業務範囲は民主的プロセスで決定されるべきという観点からは、原則は法律で規定すべきだが、具体的なサービスの可否は別途、NHKの設置目的及び公正競争の観点から客観的に判断する仕組みが必要。
 - ・ 現状は、任意業務として、認可基準のもとで総務大臣の認可制。実際には金額が重要な歯止めになっているが、この点をどう評価すべきか。
 - ・ なお、外部PF提供の際の規律も議論すべきか。
- 「情報空間全体における二元体制の維持」
 - ・ 親会「取りまとめ」で繰り返し登場。趣旨が明らかではないが、要はメディアの多元性を、民放事業者に焦点を当てて語ったものと思料。
 - ・ メディアの多元性の観点からは、新聞なども視野に入れる必要がある。
 - ・ NHKの設置及びネットへの進出は、情報空間の「健全化」のためであり、メディアの多元性から提供される価値を毀損してはならない。

曾我部真裕構成員
「公共放送ワーキンググループ」
第2回 配布資料
https://www.soumu.go.jp/main_content/000841133.pdf 11ページより

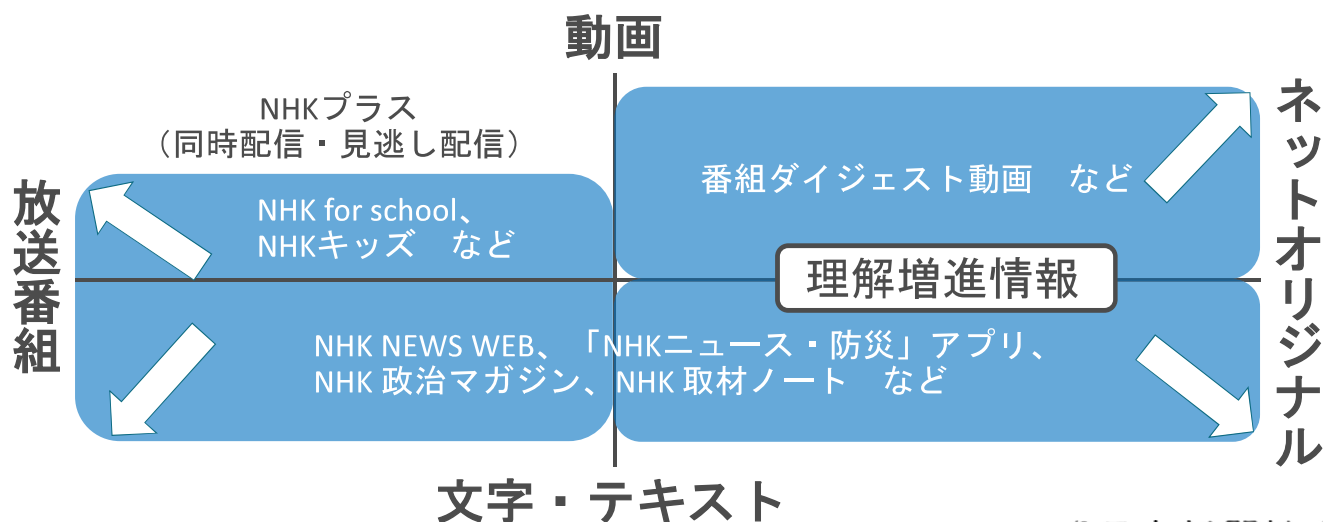
2. NHKとの競合領域

競合から考える現状のNHKネット業務の課題

- 現状のNHKのインターネット業務は「放送の補完」でありながら、予算の上限は200億円。新聞・通信社デジタル事業単独の予算を大幅に上回る事業規模で、動画やテキスト、音声など多様なコンテンツを展開。配信先も自社サイト・アプリにとどまらず、プラットフォームにも提供している。受信料を支払っていなくてもコンテンツが見られるという問題もある。
- 配信した記事が検索サービス上で上位に表示されるなど、ウェブ上にニュースを配信する以上、本質的には民間報道機関への影響は避けられない（広告を掲載していないためページの表示速度が速く、民間メディアよりも検索順位で有利ではないかという指摘もある）。
- とりわけ「理解増進情報」としてのネット展開がなし崩しの業務拡大につながっている。「特定の放送番組に関連付けられた補助的な情報の範囲のもの」を超えているのでは。公正な競争の確保が極めて重要。

2. NHKとの競合領域

理解増進情報の名目で、ネット展開が拡大



一般社団法人 日本新聞協会

17

2. NHKとの競合領域

理解増進情報の抜本的な見直しを

(理解増進情報の提供に係る基本原則)

第5条 理解増進情報は、法の趣旨を踏まえ、特定の放送番組に関連付けられた補助的な情報の範囲のものとし、次の各号のいずれかに該当するものに限る。

- 一 放送番組を周知・広報するもの
- 二 放送番組等を再編集したもの
- 三 放送番組の内容を解説・補足するもの
- 四 放送番組のために収集した情報であって災害等の予防や被害の軽減に資するもの
- 五 協会が放送した放送番組（以下「既放送番組」という。）の一部を編集したもの
または当該放送番組のために収集した資料であって創作用素材として提供するもの
- 六 その他放送番組の視聴に関して参考となるべき情報

一般社団法人 日本新聞協会

18

2. NHKとの競合領域

プラットフォームとの関係も整理が必要

- LINE NEWSでは1日2回、各8本記事を提供している。「NHK取材ノート」など外部プラットフォームを活用した展開もある。番組取材班がヤフーに協力する形で、ヤフーの特集記事になっているケースもあった。
- プラットフォームとの契約関係や実施の枠組みは不明だが、プラットフォーム事業者への配信を制限なく拡大すれば、民間事業者のビジネスに影響が出かねない。

2. NHKとの競合領域

公正な競争環境の確保が不可欠

- 現状、「補完」業務であるにもかかわらず、実態はなし崩し的に拡大。「理解増進情報」「プラットフォームを通じた記事配信」などの運用の見直しが必要。
- すでになし崩し的な業務が行われており、さらに法的な位置付けを変えた場合、業務が際限なく拡大してしまうことを懸念。事業が継続できなくなるメディアも出てきかねない。メディアの多元性が失われかねず、公正な競争の確保が重要。
- 「本来業務化ありき」の議論には反対。受信料制度との整合性と、公正競争の観点から業務を客観的に判断する仕組みが不可欠。

3. まとめ

3. まとめ

「三位一体改革」の本旨を考える

- 「国民・視聴者の受信料で成り立つ公共放送としての使命を引き続き果たしていくため、三位一体改革を不断に進め、その中で、NHKのインターネット活用業務の在り方も検討していく」「NHKは一層効率的な運営を通じ、さらなる値下げの原資が確保できるよう努力することが期待される」（松本剛明・総務大臣）
- 「三位一体改革の狙いは、NHKをデジタル社会における公共メディアの役割としてふさわしい組織にしていくことだ。NHKがデジタル社会で必要な役割を自ら具体化して実施するためにも、経営委員会のガバナンスを含むNHKのガバナンス改革が必要。ガバナンス改革の進捗について報告を受け、検証する必要がある」（宍戸常寿・公共放送WG構成員）

3. まとめ

「三位一体改革」の各論では

業務

➢ 収支を勘案する民間企業では取り組みにくい放送番組の制作に注力し、該当しないジャンルについては撤退または縮小することで、大胆に経費を削減するよう求める。子会社の業務範囲もNHK本体業務の枠から逸脱しない範囲にとどまるべきだ

受信料

➢ 業務範囲の再定義を踏まえてさらなる抜本的な経営合理化策を講じるとともに、こうした原資を活用することで引き続き国民・視聴者に還元する姿勢を示してほしい。
 ➢ 中長期的には、より公平で低廉な受信料制度への移行についても検討を深めるべきで、インターネット活用業務との整理も必要だ。

ガバナンス

➢ 会計検査院が指摘した業務の妥当性や内部留保、随意契約の割合の高さに関して進ちよくを明らかにするとともに、改革の道筋を示すべき。

3. まとめ

情報空間には信頼できる多様な情報が不可欠

【令和3年度】各メディアの信頼度(全年代・年代別・インターネット利用/非利用別)

		テレビ	新聞	インターネット	雑誌
全年代	全年代(N=1,500)	60.3%	62.8%	28.2%	16.5%
年代	10代(N=141)	70.2%	66.0%	31.2%	19.1%
	20代(N=215)	46.0%	49.3%	25.6%	20.0%
	30代(N=247)	55.9%	51.4%	25.5%	16.2%
	40代(N=324)	55.2%	60.8%	30.9%	17.9%
	50代(N=297)	66.3%	69.4%	31.6%	13.8%
	60代(N=276)	69.9%	77.2%	24.3%	13.8%
インターネット	利用(N=1,484)	60.2%	62.8%	28.4%	16.4%
	非利用(N=16)	68.8%	62.5%	6.3%	18.8%

総務省情報通信政策研究所
 「令和3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報告書 <概要>」
 (令和4年8月)
https://www.soumu.go.jp/main_content/000831289.pdf 15ページより

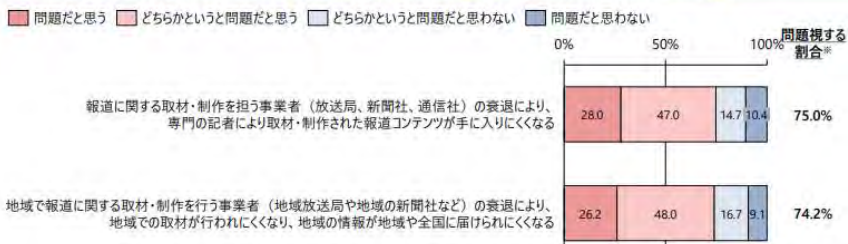
3. まとめ

メディアの多元性を考慮した検討が必要

アンケート調査結果 | 3. 情報空間上の課題認識 | コンテンツ業界に関する課題

日本のコンテンツ業界に関する課題について聴取したところ、どの課題についても70%以上が問題と認識

Q13. インターネットの利用が広まった現代において、人々の視聴習慣が変化したり、インターネット事業者が増加・拡大したりすることにより、日本のコンテンツ業界に以下のような課題が生じる可能性があるという意見があります。あなたは、以下のような課題が生じた場合どの程度問題だと思いますか、それぞれ1つお答えください。(SA)



野村総合研究所
「公共放送ワーキンググループ」第2回 配布資料
https://www.soumu.go.jp/main_content/000841135.pdf 10ページより

一般 日本新聞協会 25
社団法人

3. まとめ

- インターネット上の情報空間では、多様なプレイヤーがそれぞれの役割を果たすことで、民主主義に資する多様な言論が維持されている。巨額の受信料を財源にNHKがインターネット業務を際限なく拡大していけば、言論の多様性やメディアの多元性が損なわれかねない。公正な競争環境の確保が重要。
- NHKが公共的な役割を今後も果たさなければならない存在に変わりはない。「本来業務化ありき」の議論ではなく、NHKの在り方から問い直した議論が必要ではないか。「三位一体改革」が求めているポイントと重なる。
- ネットの情報空間においては、NHKだけでなく、ニュースの送り手でもある新聞・通信社、民間放送事業者が、それぞれの役割を果たすことで、民主主義に資する多様な言論が維持されてきた。NHKの在り方について拙速な議論を行えば、こうしたシステムが毀損されかねない。WGには、そうした観点から、三位一体改革をはじめ「NHKが取り組む業務」についてさらなる議論を求めたい。

一般 日本新聞協会 26
社団法人

前回会合における質問事項への回答 (日本放送協会)

公共放送WG事務局

令和4年12月22日

日本放送協会に対する質問・回答①

1

(大谷構成員)

- NHKのインターネット活用業務について、将来的には、多元性の確保などへの配慮を行った上で、本来やるべき業務として位置付けられるべきではないかと考えるが、任意業務か必須業務かという一律の分け方ではなく「公共放送としてのあるべき姿をどのようにデザインされているか」をNHKさんの言葉で語っていただきたい。

(落合構成員)

- 「何が公共放送として求められる役割なのか」をしっかりと定義していくことが議論の出発点として重要。英国やドイツでの議論を踏まえた場合に、NHKとして「日本においてはどのようなものが公的な性質を持った役割と考えているか」について、お伺いしたい。

(答)

第3回会合におけるご説明のとおり、NHKには「情報空間の参照点の提供」「多元性の確保への貢献」が求められていると考えており(資料3-1 67ページ)、現在の放送と同様の範囲・効用のあるものについては、提供の態様が異なってもNHKとして役割を果たしていくことが出来るものと考えます。

第1回会合の事務局説明(資料1-3 18ページ)のとおり、NHKは幅広い役割を担っていると考えておりますが、その中でも特に強化すべき項目は、修正経営計画(案)で示したとおり、“安全・安心を支える”“あまねく伝える”の2点であると考えております。

いずれにいたしましても、視聴者・国民の皆様のご理解を得ることが大前提であり、本WGにおける議論が深まり、情報空間全体の中で、NHKが引き続き視聴者・国民の期待に適切に応えられることを期待しております。

(落合構成員)

- 二元体制もしくは新聞なども含めた多元的な言論を考えていく際には、少なくとも競争環境自体を理解することが重要。今のNHKと民放・新聞との間でのネット業務に関する競争環境について、NHKとして、どのように認識しているか。特に、ネットのオリジナルコンテンツについて、(民放連からは制作・配信しないことが最低限必要との考えが示されているが)これを制作・配信することが、民放や新聞との競争上どのような影響をもたらさうと考えられるか、お伺いしたい。

(答)

(前のご質問への回答のとおり、)基本は現在の放送と同様の範囲・効用のあるものについては提供の態様が異なってもNHKとして役割を果たしていくことが出来るものと考えます。また、「情報空間の参照点の提供」と同時に「多元性の確保への貢献」が期待されており、NHKが新聞や民間放送事業者と競い合うことで、相互の信頼性を高め、情報の多元性に寄与することができると認識しております。そのため、新聞や民間放送事業者と適切にクオリティで競い合える環境を創り出していくことが重要と考えます。

何をもちってオリジナルのコンテンツとするかは一意に定まりにくいものと考えますが、「多元性の確保」がなされることは大前提と考えており、規律の在り方を検討する上では、競争上の悪影響が生じないよう整理を行っていく必要があるものと考えております。

いずれにいたしましても、視聴者・国民の皆様のご理解を得ることが大前提であり、本WGにおける議論が深まり、情報空間全体の中で、NHKが引き続き視聴者・国民の期待に適切に応えられることを期待しております。

<会合後の追加質問>

(事務局)

- (宍戸構成員、林構成員、大谷構成員から、競争環境を把握に資するデータの提供についてご質問・ご意見があったが、)今後のワーキンググループにおいて、公正競争確保の必要性に関する議論などを建設的に進めるため、NHKの業務に関する情報の提供について、NHKとしてご協力いただけるか。

(宍戸構成員)

NHKのネット利用が民間事業者の経営を非常に圧迫化するという事は、もちろんそういう因果関係はあり得ると思っておりますし、現実にもそういう部分があると思っておりますが、業界構造やプラットフォームの行動とかいろいろな要素がある中で、NHKの業務拡大、あるいはNHKの存在がどれだけの影響をもたらすと考えることについて、何らかのエビデンス、あるいは、何か調査のようなものが、個社であれ、あるいは、それぞれ業界団体としてであれ、お持ちであれば出していただきたいと思っております。

もちろん、それはなかなかないということなのであれば、例えばNHK自身にどういう情報を調査して出させるかとか、政府がこういった点をこういう形で調査すべきでないかといったような点もいただければと思います。これが1点目でございます。

(林構成員)

放送を含む言論市場と放送に関わる取引市場とに大別した上で、放送に関わる取引市場については、今後は番組調達市場や広告市場といったさまざまな市場ごとに、データに基づいて、具体的なエビデンスベースの検討が必要だと思っております。

(大谷構成員)

予算規模におけるインパクトが、御説明いただいて分かりやすかったですのですけれども、実際に、新聞各社のデジタル事業におけるビューとかユニークブラウザ数といった視聴動向を確認するような情報と、それからNHKが公開されている同様の情報との差をどのように分析されているのか、教えていただければと思います。

(答)

NHKとしても本WGにおける議論が深まることを期待しており、議論に必要な情報については、可能な限りご協力をさせていただく考えです。

前回会合における質問事項への回答 （（一社）日本民間放送連盟）

公共放送WG事務局

令和4年12月22日

一般社団法人日本民間放送連盟に対する質問・回答①

1

（央戸構成員）

- 業界構造やプラットフォームの行動など様々な要素がある中で、NHKのインターネット活用業務の拡大あるいは存在が、民放との競争関係にどれだけの影響をもたらすと考えられるかについて、何らかのエビデンス・調査が、個社あるいは業界団体としてお持ちならば出していただきたい。また、お持ちでない場合、NHK自身あるいは政府に調査の要望などがあれば出していただきたい。

（答）

- ・ 第3回WGで曾我部構成員が書面で寄せた「NHKのインターネット活用業務が拡大された暁には、NHKの設置目的や公正競争の観点から歯止めが設けられるにしても、民放や新聞には一定の不利益が生じることは避けられません」とのご意見は、極めて重要な指摘と受け止めています。
- ・ 民放連は現時点で、民放への影響に関するエビデンスや調査結果を持ち合わせていませんので、政府やNHKは必要に応じて、NHKのインターネットサービスの拡大で民放や新聞に不利益が生じるかどうかを明らかにする調査などを実施していただきたいと思います。
- ・ NHKからは、ネットサービスの社会実証の結果などが示されていますが、一定の評価や支持が得られたとする調査に加え、例えば、「国民視聴者が、どのようなサービスを、いくらの料金であれば提供を受けたいか」という調査を実施すれば、今後の業務範囲の検討において有効だと考えます。

(落合構成員)

- インターネット配信におけるNHKと民放との競争環境について、どのように評価しているか。特に、ネットのオリジナルコンテンツについて、民放連様からは「制作・配信しないことが最低限必要」との考えが示されているが、NHKがネットのオリジナルコンテンツを制作・配信することが、民放との競争上、具体的にどのような問題につながっていくのかについて、お伺いしたい。

(答)

- ・ 「ネットオリジナルコンテンツの制作・配信はしない」との民放連の指摘は、現行の受信料制度に則った原則を述べたものです。放送番組に紐づくはずの理解増進情報を幅広く解釈・運用すれば、オリジナルコンテンツに近いものになってしまいます。現行の受信料制度を維持したままNHKの新たな業務範囲を検討するのであれば、新たな業務範囲においてもオリジナルコンテンツが含まれないことは当然と考えます。
- ・ 第3回会合で民放連は「本WGでは、NHKがしたいこと、NHKにさせたいことの議論はあるのですが、財源の受信料制度をどうするかという議論が、まだまだこれからだと思います。財源の問題の議論を抜きにして、この話はできないと思っています」と述べました。

(林構成員)

- アプリダウンロード数やブラウジング数などで比較する限りでは、NHKプラスよりもTVerのほうがかなり先行しているようにも考えられ、少なくとも現状において競争環境としては、それほど不健全な状況にはなっていないと思うが、NHKと民放との間でのインターネット配信に関する競争環境について、民放連として、どのように認識しているか。

(答)

- ・ 民放各社は放送番組の見逃し配信に限らず、インターネット事業においてさまざまなサービスを手掛けています。TVerは在京キー局を中心に運営している動画配信サービスですが、NHKプラスとTVerの比較のみでは、NHKと民放のインターネット配信における競争環境の評価は難しいと考えます。
- ・ NHKインターネット活用業務の費用上限は 10億円、40億円、受信料収入の2.5%と段階的に増大し、現在は200億円となっています。この200億円という金額は、収支を勘案しながらインターネット事業を行う民放事業者にとっては破格の金額です。

(林構成員)

- 民放連様からは「予算に厳格な歯止めを設ける」ことが最低限必要との考えが示されているが、NHKのインターネット活用業務(BtoC)の現状予算上限200億円は、民放のデジタル事業の予算と比べて、どのように評価しているか。

(答)

- ・ NHKインターネット活用業務の費用上限は 10億円、40億円、受信料収入の2.5%と段階的に増大し、現在は200億円となっています。200億円という金額は、収支を勘案しながらインターネット事業を行う民放事業者にとっては破格の金額です。

(林構成員)

- Netflixの広告付きプランに関し、民放連様から「NHKが提供するコンテンツにCMや広告が近接して表示されることは不適切」との指摘があったが、同プランは、むしろ民放コンテンツへの影響も大きいと考えられるところ、動画配信事業者に対して、NHKと民放が軌を一にして放送コンテンツへの配慮を求めて動くべきと思うが、こうした考えについてどのように思われるか。

(答)

- ・ コンテンツの提供先は、あくまでもコンテンツホルダーが自ら決めることが原則です。
- ・ 11月18日の民放連会長会見で遠藤会長が述べたとおり、今回のネットフリックスの広告付き視聴プランの開始は、コンテンツ提供の前提条件が変わることについて、民放事業者に対して事前に十分な説明や調整がなく、唐突で残念との受け止めです。NHKにとってはより深刻な問題と考えており、民放各社もNHKも、それぞれの立場で対応していることと思います。
- ・ 公共放送WGの第2回会合では、内山構成員が「日本の事情に合ったルールで運用していくプラットフォームも自ら持ち、なおかつ国民に両方の選択肢が常に見えている状況をつくる必要がある」と指摘されました。また親会の第14回会合で飯塚構成員は「NHKと民放の相互補完の関係をさらに強化していくことが必要であり、日本の放送局にとって競合する相手は、海外の大手動画配信プラットフォームだと思う」と指摘されました。この視点は重要だと受け止めています。

<会合後の追加質問>

(林構成員)

- NHKの公表資料「NHKインターネット活用業務実施基準の変更に対するご意見とNHKの考え方」を読む限り、民放連は、在外邦人向けのインターネット活用業務の拡大に非常に慎重であるように見受けられる。現在は任意業務であるため、一部の番組の配信権が国際について取得できないような状況が生まれているのではないかと考えられるところ、必須業務とすることにより、一定の限定を付した上で、在外邦人の公共放送を視聴しうる便益にも一定の配慮を行うべきと考えについて、どのように思われるか。

(答)

- ・ 民放連は、当該業務を受信料を財源とする「3号受信料財源業務」で行う必然性や趣旨の説明が、意見募集資料においては不十分とする意見を提出しています。
- ・ これは在外邦人向けの配信による情報提供自体を否定するものではありません。
- ・ 必須業務化については、前回会合でNHKから具体的なご説明はなく、今後の前提が不明確ですので、回答を控えたいと存じます。

＜会合後の追加質問＞
(事務局)

- (宍戸構成員、林構成員、大谷構成員から、競争環境を把握に資するデータの提供についてご質問・ご意見があったが、) 今後のワーキンググループにおいて、公正競争確保の必要性に関する議論などを建設的に進めるため、民放連様や加盟各社様の業務に関する情報の提供について、民放連様としてご協力いただけるか。

(宍戸構成員の実際の発言)

NHKのネット利用が民間事業者の経営を非常に圧迫化するという事は、もちろんそういう因果関係はあり得ると思っておりますし、現実にもそういう部分があると思っておりますが、業界構造やプラットフォームの行動とかいろいろな要素がある中で、NHKの業務拡大、あるいはNHKの存在がどれだけの影響をもたらすと考えることについて、何らかのエビデンス、あるいは、何か調査のようなものが、個社であれ、あるいは、それぞれ業界団体としてであれ、お持ちであれば出していただきたいと思います。

もちろん、それはなかなかないということなのであれば、例えばNHK自身にどのような情報を調査して出させるかとか、政府がこういった点をこういう形で調査すべきでないかといったような点もいただければと思います。これが1点目でございます。

(林構成員の実際の発言)

放送を含む言論市場と放送に関わる取引市場とに大別した上で、放送に関わる取引市場については、今後は番組調達市場や広告市場といったさまざまな市場ごとに、データに基づいて、具体的なエビデンスベースでの検討が必要だと思っております。

(大谷構成員の実際の発言)

予算規模におけるインパクトが、御説明いただいて分かりやすかったですのですけれども、実際に、新聞各社のデジタル事業におけるビューとかユニークブラウザ数といった視聴動向を確認するような情報と、それからNHKが公開されている同様の情報との差をどのように分析されているのか、教えていただければと思います。

(答)

民放のインターネット事業は、各社の経営判断の下で個別に展開する事業領域であるため、民放連が詳細を把握することは難しく、現時点で、民放連が情報提供することは困難と考えます。

前回会合における質問事項への回答 (（一社）日本新聞協会メディア開発委員会)

公共放送WG事務局

令和4年12月22日

一般社団法人日本新聞協会メディア開発委員会に対する質問・回答①

1

(宍戸構成員)

- 現在のインターネット環境の中で、各メディアが自由な経営判断に基づく取材、報道、情報発信を行うことで国民の知る権利が果たされると思われるか。あるいは、NHKなり放送制度を前提とした上で、どういう協力をしていけば知る権利の充実があり得るとお考えになっているか。情報空間の全体構造との関係での新聞の役割あるいはNHKとの協力の在り方について、お考えがあればお聞かせいただきたい。

(答)

インターネット環境でも国民の知る権利に応えるため、各メディアが競争しながら報道活動を行っているが、こうした情報発信者の取組のみで情報空間の弊害を直接是正できるとも考えてはいない。情報発信者だけの課題ではなく、メディアリテラシー教育などを含め、情報環境全体の問題だとみている。

他方、情報空間の歪みの是正を名目にNHKのインターネット業務がさらに拡大すれば、公正な競争が阻害され、こぼれ落ちる民間メディアが出てきかねないと危惧している。

放送だけでなく新聞・通信社が今まで以上に情報空間の課題解決に向けた取組を強化していくことももちろん重要で、その中でNHKと協力できる事項もあるかもしれない。しかし、NHKがネット業務に関して具体的な内容や範囲、それに伴う受信料制度なども含めた全体像を現時点で示していない段階ではお答えできない。

(落合構成員)

- インターネット配信に関するNHKと新聞との競争環境について、どのように評価しているか。特に、ネットのオリジナルコンテンツについて、(民放連様からは「制作・配信しないことが最低限必要」との考えが示されているが、) NHKがネットのオリジナルコンテンツを制作・配信することが、新聞との競争上、具体的にどのような問題につながっていくのかについて、お伺いしたい。

(答)

新聞・通信社はデジタルサービスで有料会員や広告収入の獲得を目指しており、採算をみながら事業展開しているが、オリジナルコンテンツを含む「理解増進情報」はこうしたサービスと競合している。ニュースを深掘りして解説するようなオリジナルコンテンツを展開している事例も散見され、民間ならば有料にしなければ採算が合わないものが大半だ。NHKが受信料を原資に採算性を考慮せずに展開すれば、新聞・通信社をはじめとする民間報道機関のデジタル事業は成り立たなくなる恐れがある。公正競争の観点から客観的に判断する仕組みが必要だ。

<会合後の追加質問>

(林構成員)

- 新聞協会様から「必須業務化すると予算の歯止めすらなくなる可能性がある」旨の考えが表明されているが、必須業務とするかどうかは公共放送としての役割から導いた上で、公正競争上の懸念に対しては別途、客観的・中立的に独立した検証を行うという考え方が欧州主要諸国の現下の趨勢であるようにも見受けられる。逆に、我が国がこのまま制度を変えずに放置したままだと、インターネットを含めた情報空間全体の中で市民の健全な情報アクセスにおいて日本がますます周回遅れになるという意見もあると思われるが、このような考え方についてどう考えるか。

(答)

市民の健全な情報アクセスに向けて新聞・通信社はさまざまな取組を行っている。その中で特にNHKに絞って、具体的にどのような課題に対応するためにどのような業務を拡大すべきと考えるかは、丁寧な議論が必要であり、必須業務化を前提にした議論であってはならないと考えている。現状でも「理解増進情報」などでネット業務のなし崩し的な拡大がみられるなどの課題がある。NHKの業務範囲全般について公正競争の観点から客観的に検討する仕組みを構築すべきだ。

<会合後の追加質問>

(林構成員)

- 報道・防災・教育・福祉・伝統芸能について、NHKに加えて民放や新聞も手がけているように、娯楽やエンタメを含めた様々な文化・芸能ジャンルからNHKを排除するのではなく、NHKと民放・新聞が切磋琢磨することでコンテンツの質の向上を図るべきで、それが情報空間全体にとっても望ましいという考え方もあると思われるが、このような考え方についてどう考えるか。

(答)

三位一体改革の観点から、NHKの業務は収支を勘案する民間では取り組みにくいジャンルに集中すべきと提起した。コンテンツの質の向上は重要だが、公共性はあっても民間メディアなら採算が合わない形でコンテンツが配信されれば、健全な競争環境は崩れかねない。その結果、メディアの多元性が失われ、結果として情報空間の荒廃につながると考えている。インターネット時代における公共放送の役割について議論するのであれば、公共放送として取り組むべき業務範囲から検討が必要だ。

<会合後の追加質問>

(事務局)

- (宍戸構成員、林構成員、大谷構成員から、競争環境を把握に資するデータの提供についてご質問・ご意見があったが、) 今後のワーキンググループにおいて、公正競争確保の必要性に関する議論などを建設的に進めるため、新聞協会様や加盟各社様の業務に関する情報の提供について、新聞協会様としてご協力いただけるか。

(宍戸構成員)

NHKのネット利用が民間事業者の経営を非常に圧迫化するという事は、もちろんそういう因果関係はあり得ると思っておりますし、現実にもそういう部分があると思っておりますが、業界構造やプラットフォームの行動とかいろいろな要素がある中で、NHKの業務拡大、あるいはNHKの存在がどれだけの影響をもたらすと考えることについて、何らかのエビデンス、あるいは、何か調査のようなものが、個社であれ、あるいは、それぞれ業界団体としてであれ、お持ちであれば出していただきたいと思っております。

もちろん、それはなかなかないということなのであれば、例えばNHK自身にどういう情報を調査して出させるのか、政府がこういう点をこういう形で調査すべきでないかといったような点もいただければと思っております。これが1点目でございます。

(林構成員)

放送を含む言論市場と放送に関わる取引市場とに大別した上で、放送に関わる取引市場については、今後は番組調達市場や広告市場といったさまざまな市場ごとに、データに基づいて、具体的なエビデンスベースでの検討が必要だと思っております。

(大谷構成員)

予算規模におけるインパクトが、御説明いただいて分かりやすかったですけれども、実際に、新聞各社のデジタル事業におけるビューとかユニークブラウザ数といった視聴動向を確認するような情報と、それからNHKが公開されている同様の情報との差をどのように分析されているのか、教えていただければと思っております。

(答)

今後の議論に寄与するため、可能な範囲で協力したい。しかし、個社の判断もあり、情報提供について限界があることは承知おきいただきたい。今後の議論にあたっては、NHKがネット業務に関して具体的な内容や範囲、それに伴う受信料制度も含めた全体像を示すべきだ。

I はじめに—なぜ競争評価が必要か

(1) Manifest Destiny を超えた「業務拡大」→フロンティア

従来型メディアの視聴からインターネットでの視聴へと移行しつつある。これに伴って、公共放送のインターネット業務の本来業務化やこれに伴う業務拡大は当然のこのようにも見える。従来の放送をインターネット上でも視聴できるという意味でのインターネット化は既に進展している。しかし、インターネットで展開される業態は、これに留まるものではない。また、様々に変化する可能性がある。

(2) 伝統メディアのインターネット業務

公共放送のインターネット業務の本来業務化・業務拡大を正当化する根拠
情報空間の健全化

インターネットの進展とともに、変質する情報空間

アテンションエコノミー化、DPF による伝統メディアのマージナル化 etc

→伝統メディア（放送・新聞 etc）の古典的言論のエコシステムの衰退

問題発掘・ファクトチェックするための、調査、相互検証 etc

伝統メディアも、インターネット空間で橋頭堡を築くための努力をしている

→困難極まりない作業、

←国によっては、伝統メディアの機能強化のための施策

伝統メディアの一員としての公共放送のインターネット上での役割

(3) 業務拡大の進展と競争評価

しかし、従来の放送業務を超えた業務を行う→新たな分野での「国家補助」事業の拡張
有力な公的企業が、国家補助を受けた経済活動を行うと競争歪曲のおそれがある。

仮に、歪曲効果があるなら、それが何らかの公共目的に照らして必要なものであるか、目的に照らして釣り合いの取れた効果であるかをチェックする必要がある。

このような競争歪曲効果は、不可逆的な変化をもたらすため事前にチェックする必要がある。

公共放送が有力であり、国家補助が、影響を与える市場規模に比して大きい場合は特にその必要性がある。制度や市場環境の違いによって差異はあるし、評価内容も異なる

→先行例、Ofcom の競争評価（BBC の自己チェックへの審査）

II 以下はそれを参考にした。しかし、競争評価は各国の独自性がある。メディア空間のエコシステムが各国によって違う。同じ業務であっても悪影響が生じるセグメントも異なり

得る。BBCで問題ないから日本も問題はないとは直ちに言えない（逆も言える）。日本語の情報空間、メディアの特性などに注目して検討する必要がある。

(4)競争評価のその他の機能

(a)情報空間の健全性の維持

公正競争の確保だけではなく、伝統メディア空間（エコシステム）の脆弱化の防止

伝統メディアのインターネット内でのカンニバリズムでは無意味

健全化のための国家補助がかえって健全化を害する危険性

(b)国家補助の正当性チェック

公益性審査（競争歪曲効果という反公益性を償う別個の公益性）は、当該国家補助がなぜ必要かという観点からの、補助の適切性審査にもつながる。これは、業務拡大の内容があいまいなまま進展する場合には重要。近時、国家補助規制（競争評価）の機能として重視されている。

II 競争評価の対象

(1) 評価の行われる関連市場

インターネット業務への拡大と言っても、具体的に影響を受ける市場単位で検討すべき
ただし、重層的な市場画定 また、クロスネットワーク効果、補完的市場も重要。

(2) どのような市場が考えられるか、

インターネット業務の場合、伝統メディアが行っているインターネット上での業務が競合するセグメントの第1候補。ただし、その範囲を確定する作業が重要。

留意点

- ・ 個々の事実関係に依存する。ケースバイケースの作業
- ・ フォワードルッキングな評価のため、過去の需要代替性だけで断定できない。
→適切なサーベイ調査 etc、定性的評価も重要
単純な仮定的独占者基準は利用できない。影響を受ける競争者視点も重要。
- ・ 影響を受ける事業者からの情報が端緒として重要

- ・ 直接影響を受けるセグメントだけでなく、そのセグメントとクロスネットワーク効果が及ぶセグメントでの悪影響も重要である。→市場画定の問題というより悪影響の評価の問題として見ることもできる。

III 競争への影響

(1) 悪影響のレベル

国家補助は原則的に歪曲効果を持つ（レベルプレイングフィールドへの悪影響）

しかし、それを超えた悪影響をもつ場合もある。

「公正で効果的な競争への重大な悪影響」

国家補助によってよりよい取引条件を提示することそれ自体も大きな問題だが、(2)に至ると特に問題が大きい。

(2) 「公正で効果的な競争への重大な悪影響」としてのクラディングアウト等

有力な事業者が国家補助によって業務を展開することによって、競争事業者が締め出されることになったり、投資やイノベーションを行うインセンティブが抑制される効果など、競争する力を損なうものと考えられる場合が特に問題となる。

業務の拡張は選択肢の拡大という意味で消費者厚生にかなっているが、それがクラディングアウト等の効果を持つとかえって消費者の選択肢を減少させる。

多様なメディアによる相互批判、相互検証といった、伝統メディアエコシステムの機能を破壊しかねないという点にも注意。

この場合、公益的目的による正当化は妥当しないものと考えられるのではないか。

∵補助の反公益性が高い

なお、公正競争への悪影響という反公益性を正当化するだけの公益性があるかないかの審査（当事会社に説明責任がある）は、そもそも適切な業務拡張であるか否かの評価としての側面も有していることに注意。→II(4)(b)

IV 競争評価のフレームワーク

(1) 評価のタイミングー事前評価の必要性

不可逆性(ネットワーク効果 etc)、エコシステムを破壊したら戻しようがない

(2) 評価の対象

規制コストや実効性からは、ある程度の規模に絞るのが得策かもしれない。

200億円という金額が妥当か否かは別にして、これまで付随的業務について金額キャップをつけることで評価なしで済ませてきたのは、その点では賢明かもしれない。

Ofcom はかなり詳細に業務拡張を審査してきた。そこまで必要か？

絞り込みの基準、質的評価（従来の業務と大きく異なる態様のもの）、量的評価（「想定予算規模で絞る」

2023年4月27日

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
「公共放送ワーキンググループ」 御中

一般社団法人 日本民間放送連盟

NHKインターネット活用業務の検討に対する民放連の見解と質問について

時下ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

平素より民間放送の活動にご理解、ご協力を賜り、厚くお礼申し上げます。

下記のとおり、NHKインターネット活用業務の検討に対する見解と質問を提出いたしますので、ご査収のうえ、よろしくお取り計らいますようお願いいたします。

記

1. 民放連の見解

- 公共放送WGの主な検討課題は、①インターネット時代に公共放送が担うべき役割、②ネット活用業務の在り方、③その財源と受信料制度とされています。これまでの議論では、情報空間の健全性を確保するためにNHKはデジタル空間においても放送と同等の公共性を発揮することが望ましいとの認識のもと、NHKのインターネットサービスの「必須業務化」が焦点となり、当初設定された③の課題を後回しにして、民間事業者との公正競争の検討に着手しました。WGのこうした議論の経過を踏まえて、私たちは3つの根本的な疑問や懸念をあらためて申し述べたいと思います。

【必須業務化と受信料制度・財源との関係について】

- 一つ目は、拡張するデジタル空間において独占的な受信料を財源とする公共メディアは真に必要なのか、です。NHKによる綿密な調査結果がWGで開示され、ネット空間におけるNHKの情報提供への期待などが明らかになっています。ただ、ネット進出を強めることにより、視聴者・国民の負担がどう変わるのかなどは現時点で見通しが立たず、財源をめぐるWGでの精緻な議論を待つ必要があります。

【必須業務化と情報空間の健全性確保について】

- 次に、NHKのネット業務の拡張の背景・理由とされる情報空間の健全性の確保についてです。この問題の重要性に異論はありませんが、重要であるがゆえに、プラットフォーム事業者をはじめ関係事業者や国民各層の代表を集めた大きな枠組みの議論がまずあつてしかるべきです。NHKのネット業務を加速させるための「錦の御旗」として掲げられることに、強い違和感を覚えざるを得ません。

【放送法の下でのインターネット活用業務の適正規模・範囲について】

- そして最後に、これが最も大きな疑問と懸念ですが、通信と放送の間に伝送路の違いなどに依拠した区分が厳然とある中で、放送法に存立基盤を置く特殊法人NHKがインターネット活用を拡大するのには限界があるのではないかということです。2013年にNHKのインターネット活用業務の拡大を提言した総務省の「放送政策に関する調査研究会」は、「放送を目的に設立された特

殊法人という性格から無限定の実施は不適切」と述べ、任意業務として実施できる判断基準について、▽公共性が認められる、▽放送の補完の範囲にとどまる（番組との密接関連性、支出規模）、▽市場への影響の程度——の3点を示し、その後の放送政策の基礎となりました。インターネット活用業務の予算規模は10億円で始まり、40億円、受信料収入の2.5%、200億円と拡大した経緯がありますが、「放送」を規律するための放送法のもとで、それと矛盾しない形でインターネット活用業務を広げてきたとも言えます。今般のWGの議論は、この従来の枠組みを一気に超えていこうとしているようにも見えます。

- ・ 以上の問題意識に基づき、下記の質問をまとめました。NHKがかねて標榜されている「公共メディア」への転換は、NHK自身はその意図するところを社会に広く説明し、視聴者・国民、多岐にわたる関係事業者などの理解と協力を得て、初めて進められるものです。議論が円滑に進み、視聴者・国民各層に理解いただくためにも、ぜひ民放連の質問にご回答いただきたいと思います。同じ放送法に立脚し、二元体制の一翼を担う民放事業者としてNHKの在り方には極めて高い関心を持っています。NHKの将来を決めようとする本WGの議論を正しく理解させていただくためにも、ぜひ前向きにご対応くださるよう重ねてお願いいたします。
- ・ 民放連はその回答を踏まえて、引き続き検討を深めてまいりますので、民放の意見を述べる場を設けていただきたいと思いますと考えます。

2. 「公共放送WG」に対する質問

【必須業務化と受信料制度・財源との関係について】

- ① NHKの必須業務および任意業務の定義をご教示ください。
- ② すでに幅広く展開されているNHKのインターネット活用業務が、任意業務から必須業務に変わることによって、視聴者・国民にとって何がかわるのか、よく分かりません。見解をご教示ください。
- ③ 仮にNHKインターネット活用業務を必須業務化する場合、NHKが負う義務や規律を具体的にご教示ください。（例：放送に課されているあまねく受信義務、重大事故の報告、安全信頼性基準の適合、放送番組審議会、受信料契約、▽現行のインターネット活用業務に課されている費用上限、インターネット活用業務実施基準の認可、同実施計画の届出、▽業務管理体制（ガバナンス）など。）
- ④ 放送法において、インターネット配信を放送のように規律する考えでしょうか。そうであれば、その根拠をご教示ください。
- ⑤ インターネット活用業務の必須業務化を志向するのであれば、インターネット視聴と受信料制度・財源との整合性の検討が必要と考えますが、見解をご教示ください。必要とすれば、具体的な検討はいつ開始するお考えでしょうか。
- ⑥ NHKから、テレビ受信機を持たないがNHKプラスを視聴したいニーズがあるとの説明があり、「公共放送WG」では、端末（アプリ）認証を行って課金するなどの意見がありました。これについても、受信料制度との整合性の検討が必要と考えますが、見解をご教示ください。

【必須業務化と情報空間の健全性確保について】

- ⑦ NHKのインターネット活用業務が、任意業務から必須業務に変わることによって、なぜ情報空間の健全性が高まることになるのか、見解をご教示ください。
- ⑧ 情報空間の健全性確保においては、「特定デジタルプラットフォーム提供者」のユーザへの責務

など、放送法の外側にあるネット配信全般についての検討も必要と考えますが、「公共放送WG」あるいは総務省において、そのような検討を行う考えはあるでしょうか。

- ⑨ NHKのインターネット活用業務を必須業務化することは、わが国最大のメディアであるNHKの強大な地位を、インターネットの世界において固定化しかねず、ひいては受信料財源の動画配信事業者を新たに作ることになりかねないと考えますが、その社会的意味や是非を含め、見解をご教示ください。

【放送法の下でのインターネット活用業務の適正規模・範囲について】

- ⑩ 仮にNHKインターネット活用業務を必須業務化する場合、放送法第20条の第1項に限定列举された、中波放送、超短波放送、テレビジョン放送、衛星基幹放送、放送・受信の進歩発達に必要な調査研究、国際放送等と同列に、インターネット業務を規定するお考えでしょうか。仮にインターネット活用業務を区分し、一部を必須業務、残りを任意業務とする場合は、どのように規定にするお考えでしょうか。
- ⑪ NHKは電波の「放送」を行うために、テレビ受信機に紐づく受信料を独占的に徴収することが認められています。現行の受信料制度を継続する前提においては、「放送政策に関する調査研究会」が述べたとおり「放送を目的に設立された特殊法人という性格から無限定の実施は不適切」であり、NHKのインターネット活用業務は「放送」と同等かつ付随的（小規模）なサービスに限られると考えますが、見解をご教示ください。
- ⑫ 有力な公的企業が国家補助を受けた経済活動を行うと競争歪曲のおそれがあるとの指摘が有識者からありました。公正競争の議論においては、先に具体的なサービスを特定して検討すべきであり、対象業務が抽象的なままでは、抽象的な議論にしかならないことを懸念しますが、見解をご教示ください。
- ⑬ 民放連は2022年11月24日開催の「公共放送WG」第3回会合のヒアリングにおいて、NHKインターネット活用業務は公正競争を阻害しないために、▽放送番組の「理解増進情報」を拡大解釈しない、▽ネットオリジナルコンテンツの制作・配信はしない、▽広告収入を得ない、▽予算に厳格な歯止めを設ける——などの取り組みが最低限必要と述べました。こうした民放連の考えに対する見解をご教示ください。

以 上

公共放送ワーキンググループ (第8回) 説明資料

NHK

目次

NHK

NHKのインターネット活用業務の今後について

1. 大前提となる視聴者・国民の期待、本検討会・WGで示されたご期待・ご要望
 - 「情報空間の参照点」への期待
 - 「信頼できる多元性確保」への貢献
 - “三位一体改革”の継続
2. NHKのインターネット活用業務に関する基本的な考え方
3. 業務範囲・ガバナンス・負担の在り方
 - ①業務範囲の考え方
 - ②ガバナンスの在り方
 - ③負担の在り方
 - ④多元性確保への貢献

1. 大前提となる視聴者・国民の期待、 本検討会・WGで示されたご期待・ご要望

3

基本的な考え方（令和4年11月24日ご提示）

「情報空間の参照点」への期待

テレビ層・非テレビ層を問わず、
拡大する情報空間に対する課題認識は幅広い

「信頼できる多元性確保」への期待

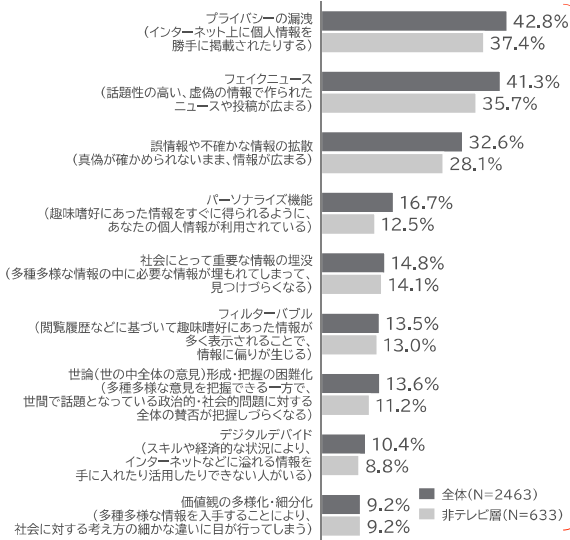
新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する
期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きい

- ・ 伝統メディア、公共放送が対応してきたものであり、非テレビ層に向けてのサービスには一定の期待・評価が確認されている（社会実証）
- ・ 新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きく、これを維持して情報空間の課題に対処していくことが、視聴者・国民に大前提として求められていると考えられる
- ・ **NHKには「情報空間の参照点の提供」（とくに修正経営計画で示した“安全・安心”“あまねく伝える”を優先して社会全体に貢献）、そして同時に、「多元性の確保への貢献」が求められているのではないが**

4

前提：「情報空間の参照点」への期待

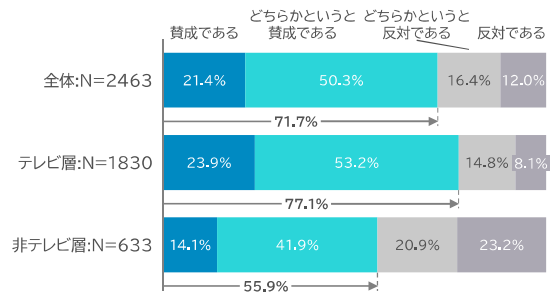
- テレビ層・非テレビ層を問わず、拡大する情報空間に対する課題認識は幅広く、NHKへの期待も高い
 - フェイクニュースやプライバシーの漏洩といった課題に対する問題意識は、「全体」の7割ネットに慣れているであろう「非テレビ層」であっても、6割が同じ問題意識を持っている
 - そのような課題に対応するために、NHKが報道等の分野を強化し提供していくことに、「全体」の7割、「非テレビ層」の55%が賛成している



1つ以上問題視
全体:69.7%
非テレビ層:61.6%

「1.安全・安心を支える」の中の「国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。」に関連してお伺いします。インターネット上において、新型コロナウイルスワクチンに関するデマやフェイクニュース、極端な説を強調する記事、対立を煽る投稿、世界での紛争を偏った視点で伝えるネット記事等、不確かで曖昧な情報が増えているなどという課題に対処するために、NHKが、報道分野や、災害・科学・軍事・国際分野等の社会が要請する分野を大幅に強化し、放送やインターネットで提供していくべきだという意見があります。

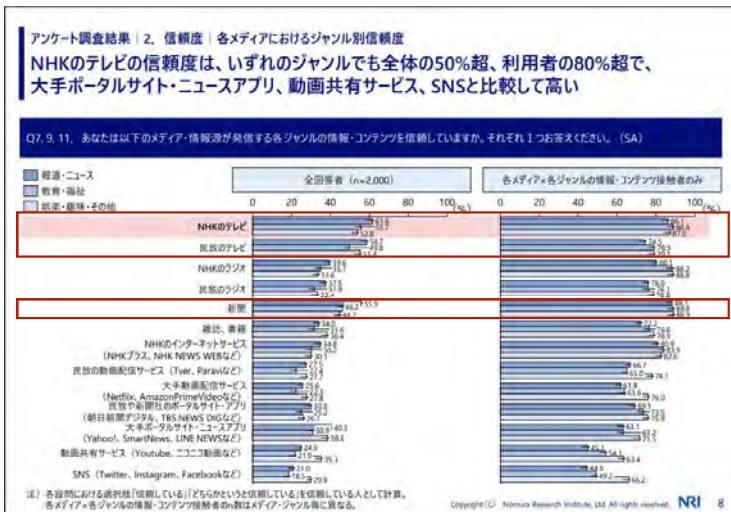
Q.あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。(ひとつだけ)【必須】



非テレビ層：平日と休日のテレビ視聴時間が両方とも1時間程度以下の層
出所：NHK調査（2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463

前提：「信頼できる多元性確保」への期待

- 新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する「信頼」は、利用者の7割以上の水準にある
- さらに、伝統メディアが情報空間に良い影響を及ぼすことへの「期待」も、全体の8割、主にネットを利用している人でも75%と高い水準にある

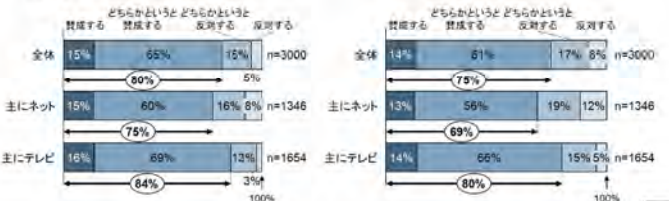


出所：公共放送ワーキンググループ（第2回）「公共放送」に関するWEBアンケート調査結果（強調はNHK追加）

従来型メディア、NHKの情報空間への影響評価

- 従来型のメディアがインターネット配信事業者に良質なコンテンツを提供することで良い影響を及ぼすことについて、8割の人が賛成。NHKについては75%の人が賛成。

（設問）従来型のメディア（NHK、民放、新聞社などメディア全体）が良質なコンテンツをインターネットの配信事業者に提供することで、インターネットも含めたメディア・情報空間に良い影響を及ぼすべきであるという意見があります。あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。



出所：NHK調査（2022年10月）
主にネット・インターネットの利用率がテレビの利用率より多い人、もしくはテレビの利用率がゼロの人、主にテレビ・インターネットの利用率がほぼ同等の人を除外した人

- 三位一体の改革（業務・受信料・ガバナンスの改革）を通じて、提示されている受信料値下げ水準や、値下げの原資を用意することができる見込みとなったことについて、支払い者の7割が評価。今後とも、**不断の取り組みを継続**

現経営計画期間中の2023年度を含む、中長期の収支見通しを踏まえ、受信料の値下げ等（受信料体系の見直し）を実施します。

■還元（値下げ等）の方法 ※いずれも、2023年10月から実施します。

- ・地上契約および衛星契約を以下のように値下げします。
- ・学生への免除を拡大します。

契約	従来方法	削減率(%)	削減額(億円)
地上波	従来方法	1.2%	1,275
衛星契約	従来方法	1.2%	2,275
衛星契約	従来方法	1.2%	2,275

■還元（値下げ等）の規模

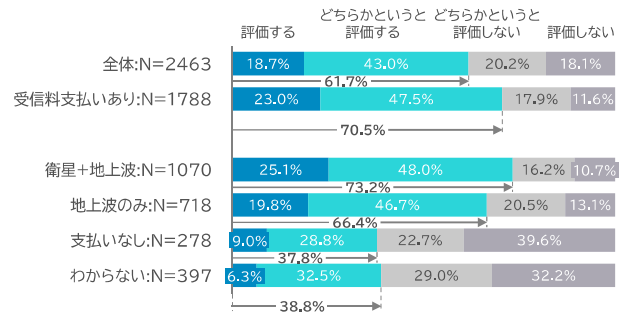
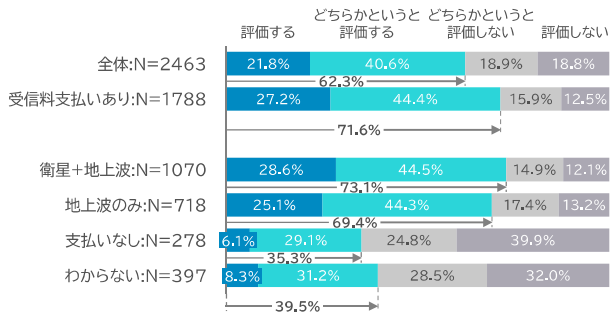
- ・値下げに際して充当する還元の原資…総額1,500億円を想定

「NHK経営計画(2021-2023年度)の修正(案)」で述べられている通り、NHKは、NHK経営計画(2021-2023年度)で策定した以下の改革を進めてきたことで、受信料を値下げするための原資を用意することができる見込みです。

- 1)経営資源をNHKならではの多様で質の高いコンテンツの取材・制作に集中させ、他のコストを削減
- 2)受信料の契約活動を「巡回訪問営業」から「訪問によらない営業」に転換させ、コストを抑えて受信料収入を増額

Q.この受信料値下げについては、もともと示していた衛星契約の割値下げだけでなく、**地上契約の値下げ、学生への免除など、さらに踏み込んだ過去最大規模の還元を行う方針**になっています。あなたは、このNHKの受信料値下げの考え方について、評価しますか。(ひとつだけ)【必須】

Q.あなたはこのようなNHKの取り組みを評価しますか。(ひとつだけ)【必須】



出所：公共放送ワーキンググループ（第3回）NHK提出資料より抜粋（NHK調査（2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463））

2. NHKのインターネット活用業務に関する基本的な考え方

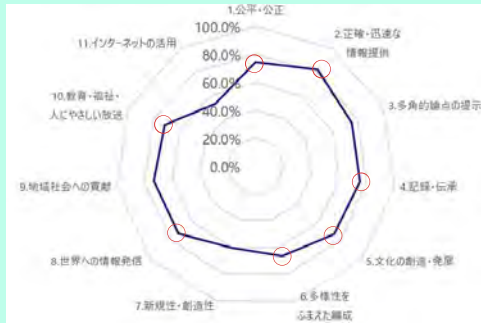
「情報空間の参照点」の提供

「信頼できる多元性確保」への貢献

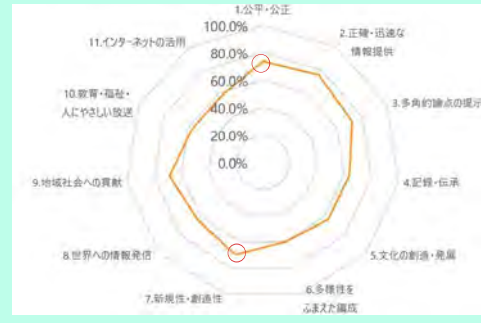
上記を通じて、放送法に掲げる「健全な民主主義の発達に資すること」を目指す

NHKと民放の「二元体制」で、相互補完し切磋琢磨することで民主主義の発達に寄与していく

放送法に基づく指標に対する「NHK」への期待度



放送法に基づく指標に対する「民放」への期待度



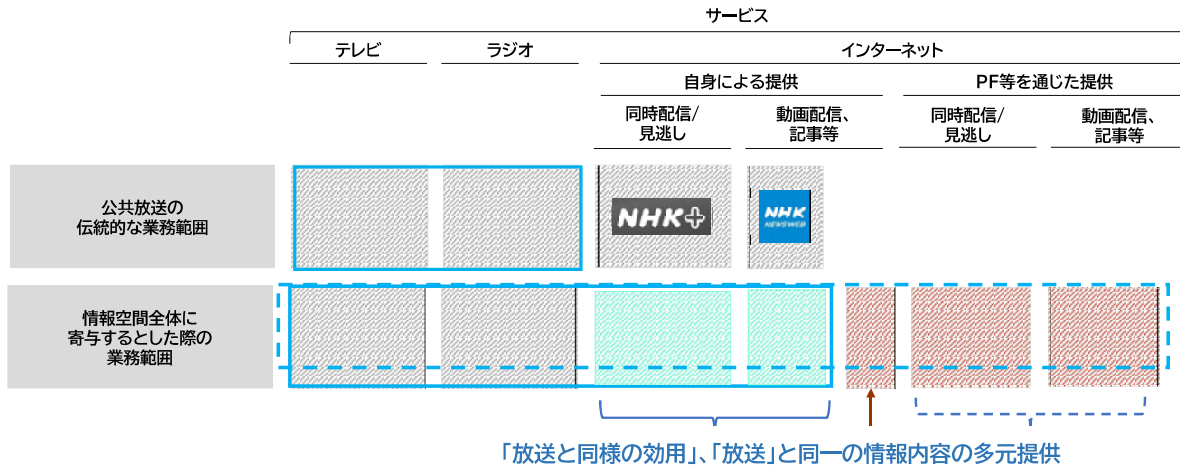
“必須業務化”に際しては、伝統メディア全体への期待・信頼が高いことを踏まえ、NHKに関しては「放送と同様の効用」をもたらす範囲に限って実施していくのが適切と考える

※期待度は各項目に対して「期待している」「どちらかという期待している」と回答した人の割合。※「民放」については、回答者がもっともよく見る民放を想定して回答。※赤丸：NHKまたは民放がもう一方に比べて5pt以上高い項目、また、同水準の項目
出所：公共放送ワーキンググループ（第3回）NHK提出資料より抜粋（NHK世論調査（2022年7月、層化二段階抽出法で抽出した全国16歳以上の男女3600名への郵送調査、有効回答数1816）

3. 業務範囲・ガバナンス・負担の在り方

業務範囲の考え方(模式図)

- 「放送の同時配信・見逃し」と「報道サイト(「放送」と同一の情報内容の多元提供)」が基本
上記以外は、「放送と同様の効用が、異なる態様」で実現されるものについて実施(詳細は後述)
- 同様の効用をもたらすという観点から、全体として、公平性確保、多角的論点提示等の規律が必要
(「放送」同様の、自律型モデルが望ましいと考える)

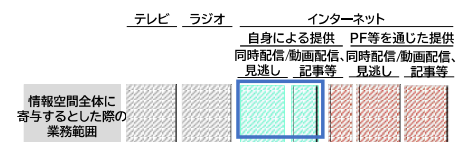


参照点・多元性の確保を大前提としたうえで
「放送と同様の効用で異なる態様のもの」を提供

出所:公共放送ワーキンググループ(第3回)NHK提出資料より抜粋

基本:「放送の同時配信・見逃し」「報道サイト(「放送」と同一の情報内容の多元提供)」

- 「放送の同時配信・見逃し」と「報道サイト(「放送」と同一の情報内容の多元提供)」が基本
上記以外は、「放送と同様の効用が異なる態様」で実現されるものについて実施(後述)



現在のサービス「NHKプラス」「NHK NEWS WEB」

NHK+

- 常時同時配信・見逃し番組配信サービス
- 各地域のコンテンツもスマホなどで視聴可能
- 利用者に対価を求めず、現在は受信契約者本人と、本人と生計を同一にする方のみが視聴可能
- テレビを保有していないインターネットのみの利用者は視聴不可

⇒ 以下のような価値を提供

- いつでも どこでも公共放送の番組を視聴可能
- 地域理解促進、異なる考え方を発見

NHK NEWS WEB

- 動画配信、記事等
- 社会・気象/災害・科学/文化・スポーツなど、多様な情報を提供
- 様々なデバイス・認証等なしで閲覧可能

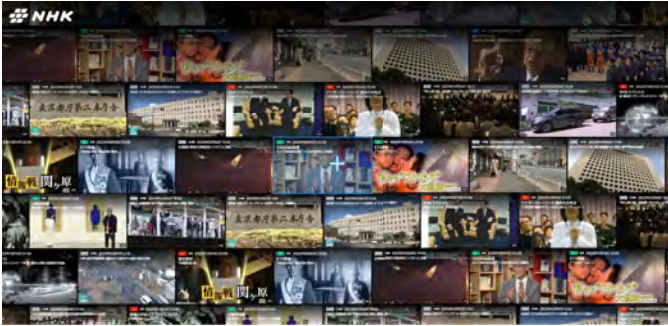
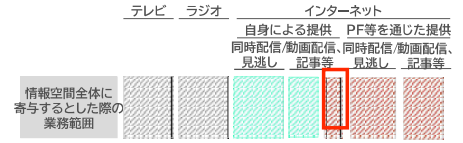
⇒ 以下のような価値を提供

- 公平・公正で信頼できる情報を取得
- 世の中で議論となっている事象・問題を把握

出所:NHK「インターネットでの社会実証(第一期)結果報告」より抜粋

放送と同様の効用で異なる態様のもの:例)一望・連続再生

- インターネット特有の“分断”等の課題に対して、放送の効用(基本的な情報の共有、多角的論点提示)で対応することを企図し、放送での「総合編成」と同様の効用を提供するための「異なる態様」の一例
- 「NHKが選んだ主要ニュースと多様なジャンルの番組」と「自分が設定した地域ニュースと興味ジャンルの番組」の2つの提示した場合、「思いがけないコンテンツなどに触れられた」と回答した割合は前者の方が高く、全体の65%が評価。
- アテンションエコノミーへの受容性が高い人でも6~7割が評価。



Q. 今回のNHK社会実証サイトで提供した①「総覧視聴・連続再生」機能では、YouTubeのように関連する動画が次々に表示されるのではなく、多角的な視点のきっかけとして色々な分野のコンテンツが表示されました。この機能を利用して、思いがけないコンテンツや普段はあまり目に見えないようなコンテンツに触れたことを実感しましたか。

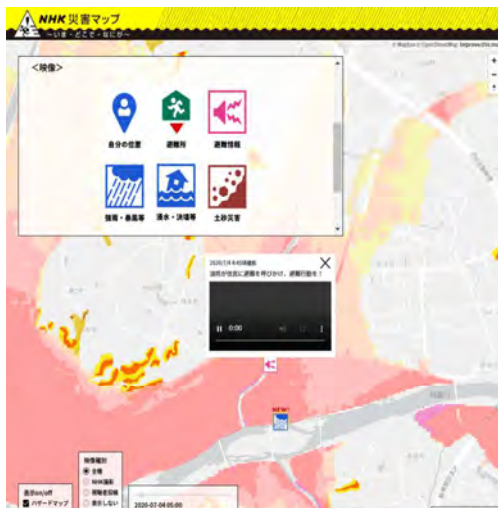
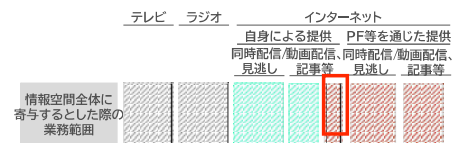
	(NHKが選んだ主要ニュースと番組)	(自分が設定した地域ニュースと興味ジャンルの番組)
非テレビ層全体 (N=1123)	64.6%	58.4%
情報取得受動的 (N=420)	61.7%	59.5%
レコメンド受容性高 (N=709)	69.7%	63.0%
フィルターバブル受容性高 (N=541)	63.2%	58.0%

(「実感した」+「まあ実感した」の割合)

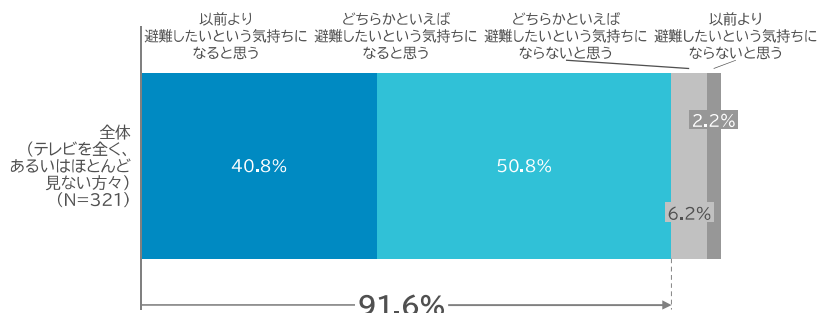
各属性の定義:
 情報取得受動的: 検索した結果、知りたかったことがわかればそれで満足する
 レコメンド受容性高: 動画やニュース等がレコメンドされることは自分の興味に合ったものを見られるのでありがたい
 フィルターバブル受容性高: 自分の興味・関心のあるジャンルや好きなコンテンツだけ見ていたい

放送と同様の効用で異なる態様のもの:例)災害マップ

- 災害報道による防災・減災は公共放送の必須機能。放送では提供する情報の「時間」「範囲」が限定されることで、「避難のスイッチ」がなかなか入らないとの指摘
 → 居住地近くの報道関連映像を時系列に地図上で可視化することで、迅速な避難につなげるという効用を提供する(「異なる態様」の一例)
- 利用者の9割が「これまでよりも避難したいという気持ちになる」と回答



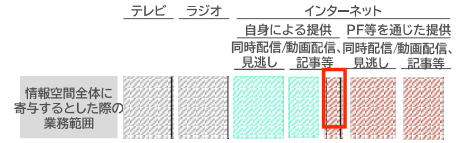
Q. あなたは、今回ご利用いただいた「災害マップ」のように、今後、お住まいの地域についての「過去に起きた災害の情報」を利用することで、実際に災害が起きテレビなどを通じて避難指示が出た際に、これまでよりも避難したいという気持ちになると思いますか。



放送と同様の効用で異なる態様のもの:例)教育コンテンツの提供



- 教育テレビはそもそも、教育の格差是正が大きな機能
- デジタルの浸透による教育格差の拡大が再度指摘
- 双方向性の効果が高い分野については、インターネットの特性を生かして「学びの機会」を提供
 - 視聴者・国民の6割弱は、同様のサービスをNHKが提供することが必要と考えている
 - 海外放送局も、教育格差是正のためにインターネットを通じて学習できるサービスを提供



左記のようなサービスの必要性

教育格差を解決するために、NHKはこれまで教育テレビ(Eテレ)で学習番組を提供する等して対処を行っています。しかし、近年必修化されたプログラミング等についてこれまでのような放送による提供だけでは習得が難しいため、海外の公共放送局では以下(※左図を提示)のような一定の双方向性を備えたサイト等を通じ、最低限の環境でも学習ができるように支援するサービスを提供しています。そこでNHKにも、海外の放送局と同様にインターネットを通じて学習できるサービスを提供すべきだという意見があります。

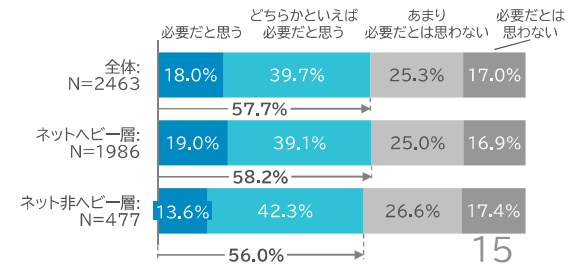
NHKの提供するサービス例 (NHK for School上のプログラミング学習コンテンツ)



BBCの提供するサービス例 (インターネットを通じてプログラミング学習ができる)



Q.あなたは、このようなサービスを、NHKが提供することは、社会にとって必要だと思いますか。(ひとつだけ)【必須】

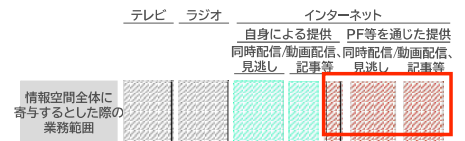


※ネットハビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
出所:NHK調査(2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

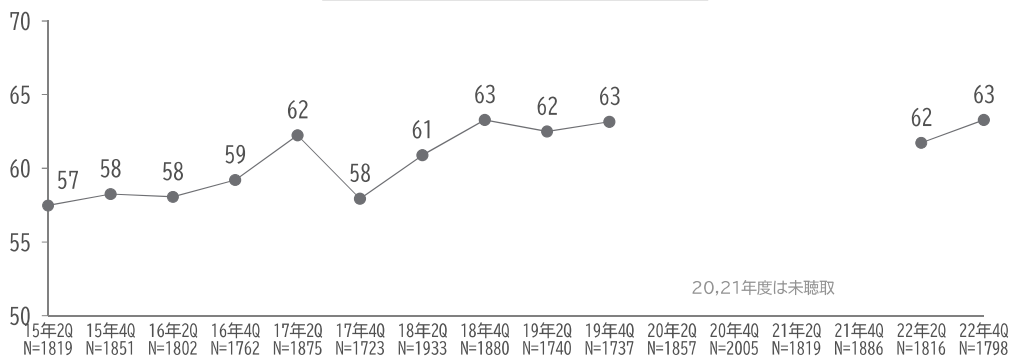
放送と同様の効用で異なる態様のもの:例)国際のインターネット発信



- 「日本の情報を世界に発信し、世界の人々の日本への理解を促進する」という国際放送の効用を、放送だけでなく現地のOTTやSNSを通じて実現する「異なる態様」
 - 「日本の情報を世界に伝えること」を重要視している人におけるNHKの「インターネット活用」への期待度は約6割。さらに、長期的に増加傾向にあり、インターネットの活用を通じた国際発信への期待は徐々に高まっているといえるのではないかと

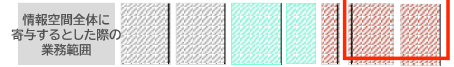
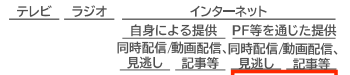


「日本の情報を世界に伝えること」を重要視する人におけるNHKの「インターネット活用」への期待度



※「日本の情報を世界に伝えること」を重要視する人とは、「日本が、日本の情報を世界に伝えること」を「重要だと思う・どちらかという重要だと思う」と回答した人。
※インターネットの活用を期待している人とは、NHKが「インターネットを通じて、放送番組の内容の理解に役立つ情報を提供すること」または「インターネットを活用して、放送と同様に、豊かで良い番組や情報を提供すること」を「期待している・どちらかという期待している」人。

出所:NHK世論調査(層化二段階抽出法で抽出した全国16歳以上の男女3600名への調査。2020年2Qまでは訪問調査、2020年4Qからは郵送調査)



(受信料領域)

- あくまで提供実態で判断されるものであるが、実質的に「自身による提供」であれば、同様の扱いではないか

(その他)

- 「NHKオンデマンド」については、市場競争に配慮しつつ、有料アーカイブ事業として継続・強化すべきではないか（収支が改善すれば、よりロングテールのアーカイブコンテンツについて提供を強化する等、映像産業の発展、映像文化の保存に寄与していく）



出所:Amazon サイトから引用



- その他の提供形態については、市場流通が確立している場合は、子会社経由等の有料提供が原則ではないか

ガバナンスの在り方

- インターネット活用業務が必須業務となった場合は、上記のような範囲のサービスについては、放送各波同様、毎年度の予算・事業計画で規模、内容をお示していくことになるのではないかと
 =放送番組審議会等の審議を経て、最終的に経営委員会で議決を得る(その後大臣意見を付され、国会審議)。
 また、適正性については経営委員会の監督、監査委員会の監査を受ける、現在の放送同様のガバナンスを想定



【目次】

I. 2023年度予算について

II. 一般勘定

- 事業収入
- 事業支出
- 国内放送費・国内放送番組配信費
- 1. 地上放送
- 2. 衛星放送
- 3. インターネット活用業務 (必須業務化した場合追加)
- 4. 報道取材
- 5. 地域放送
- 6. 制作共通費等
- 7. 放送・サービス維持運営経費
- 国際放送費・国際放送番組配信費
- ...

III. 有料インターネット活用業務勘定

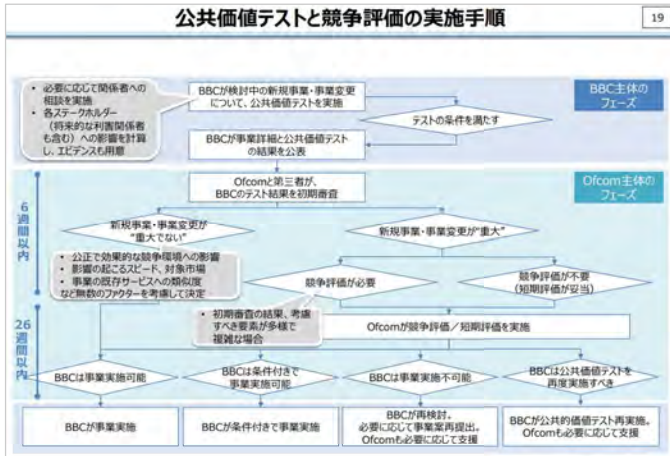
IV. 受託業務等勘定

(イメージ)

出所:公共放送ワーキンググループ(第1回)「公共放送の現状について(事務局資料)」

出所:NHK「2023年度収支予算と事業計画の説明資料」
 (赤字は必須業務化した場合に追加されるイメージ)

- ・ 欧州の公共放送では、新規または既存サービスの大幅変更を行う場合、監督機関が公共価値テストを実施。公共性が市場影響等を上回るかを審査の上、適否を判断している(下記はイギリスBBCの事例)
- ・ NHKでも同様に、新規内容で一定の規模にかかるものは、(経営委員会の監督のもと)いわゆる「公共価値テスト」を事前実施ののち、追加することとなるのではないかと
- ・ (その際には、NHKで現在設置している「インターネット活用業務審査・評価委員会」の知見が活用できるのではないかと)
- ・ また、BBC等で行われているように、数年に一度、全体状況の変化に合わせた競争レビューを行うこともあり得るのではないかと



出所:公共放送ワーキンググループ(第4回)事務局資料

インターネット活用業務審査・評価委員会とは

インターネット活用業務審査・評価委員会(以下、「審査・評価委員会」という。)は、インターネット活用業務における適切性の確保に資するため、NHKインターネット活用業務実施要綱に拠り、NHK会員の諮問機関として設置されています。

審査・評価委員会は、NHKに寄せられたインターネット活用業務に関する諸当事業者からの意見・苦情等に対して迅速な対応を担い、NHKはその結果を踏まえて必要な措置を講じます。審査・評価委員会の検討の対象となる業務・苦情等については、こちらをご覧ください。審査・苦情等の受付方法についてはこちらをご覧ください。

また、審査・評価委員会は、インターネット活用業務実施要綱の制定や実施状況の評価に当たり、公共放送の確保としての適切性を確保する観点からの見解を述べるようになっていきます。

▶ [インターネット活用業務審査・評価委員会について\(委員名簿・2023年4月現在\)](#)

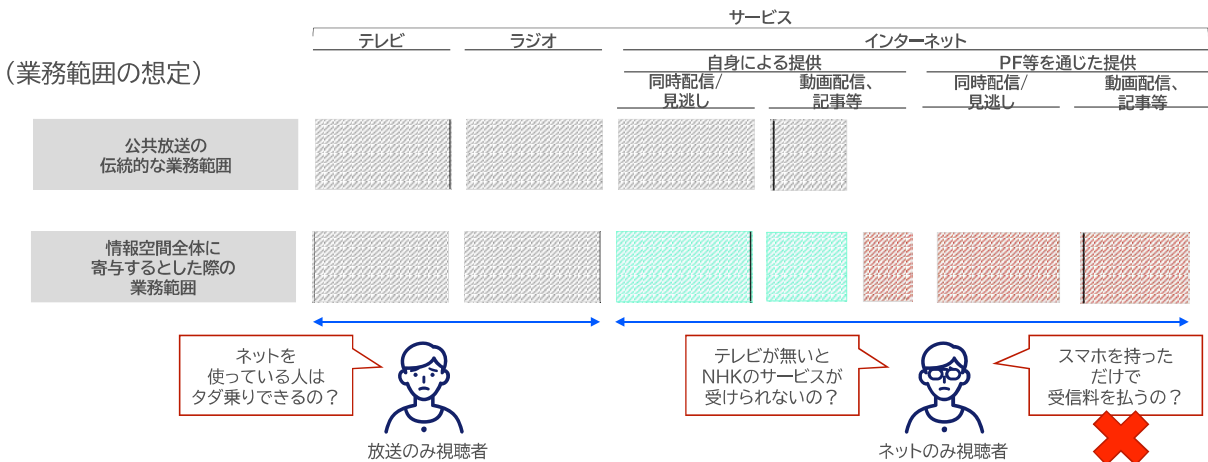
▶ [インターネット活用業務審査・評価委員会規程](#)

▶ [インターネット活用業務審査・評価委員会運営規程](#)

▶ [意見・苦情等への対応の検討にあたっての考え方](#)

出所:NHKホームページ NHKのインターネット活用業務について

- ・ 負担の在り方を検討するにあたっては、「公平性」と「同等性」が重要となるのではないかと
- ・ フリーライドを抑止し、ネットのみの環境の方に機会を提供する一方、多機能端末であるスマートフォンを保有しただけで、現在のテレビ受信機のように扱うことは**選択肢には入らない**



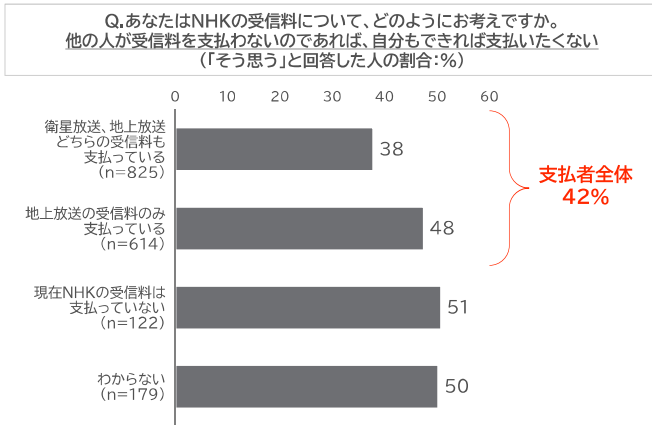
放送の視聴者だけが負担をする
「公平性」の課題

放送の視聴者しか視聴できない
「公平性」の課題
多機能端末であるスマホ保有だけでの負担はない
「同等性」の課題

出所:公共放送ワーキンググループ(第3回)NHK提出資料より抜粋

- 公平性、公平負担の観点から、同様の効用が得られているのであれば、同様の負担を頂くのが適当ではないか
 - 受信料支払者の4割が「他の人が受信料を支払わないのであれば自分もできれば支払いたくない」としており、不公平感が存在している。
 - 一方で、非テレビ層でもテレビを持っていないため受信契約ができないという声も少なくない。

受信料支払者の意識



出所: NHK世論調査(2022年7月、層化二段階抽出法で抽出した全国16歳以上の男女3600名への郵送調査、有効回答数1816)

非テレビ層(特にテレビ非保有者)からの声

コールセンターに寄せられた声(一部):

(視聴者からの声はサービス開始以来、継続して寄せられており、10月には12件の要望、問い合わせを確認している)

- テレビを持ちたくないだけなのに、どうしてNHKプラスを見られないのか
- 払ってもいいと思っているのに、どうして見られないのか
- テレビがないまま受信契約ができないのはなぜか

SNSで語られている声(一部):

(開始以降、月数件レベルでコンスタントに言及されている)

- NHKプラスが見たいから受信料を払いたいのと言っても、契約させてもらえないようになっている
- テレビを持っていない家はNHKプラスに登録するなってこと?
- テレビがあることにすれば、NHKプラスに申し込めるのだろうか

出所: 公共放送ワーキンググループ(第3回)NHK提出資料より抜粋

- 『公平性』と『受益感』(個人、社会への貢献の実感=一定の『同等性』の証拠)が同様になるタイミングから、支払いをお願いすることが望ましいのではないかと
 - “受益感”が無い“所有即契約”ではなく、“受益感”が公平性を上回る有料契約=“サブスク”でもない形
 - 詳細は、エンフォースメントの在り方も含め、法的・技術的要件を精確に詰めていく必要

公共放送ワーキングでの構成員からのご意見

- (瀧構成員) 必須業務化によってネットから受ける便益がテレビと変わらなくなるので、負担を求めることが公平であり受信料制度の考え方にも整合すると考えている。(中略)ペイウォールの先にあるコンテンツは広く世の中に伝わらないと思うので、NEWS WEBなどは無料で出しておいた方が良いという結論になるように思う。テレビを持たず、積極的にネット上での配信も見いえないという人たちに対して、広く言論空間であったり文化へのスピルオーバーはあるものだったりするので、**その余地の存在を確認しておくことは大事**なのかなと思った。
- (落合構成員) 「公共放送を受信できる環境にある」とは何かを精査すべきだ。(中略)「受信しうる環境」は、アプリをダウンロードしたときか、利用規約を承諾したときか。(中略)ソフトウェアは、比較的簡単に取り外しができる。その特性上、アプリを入れただけで受信設備を置いたのと同じと言えるか。
- (穴戸構成員) インターネット端末をいわばテレビとして使う何らかの契機をつかまえて受信料相当の負担を求める、というのが筋ではないか。
- (林構成員) 公共放送を受信できる環境にあることを受信者の黙示の意思表示として契約関係を生じさせる意思主義的な法的整理がよいと思う。

出所: 公共放送ワーキンググループ(第7回)議論よりNHK作成(議事要旨公開前のため文責NHK)

これまでの構成員等の主な意見

【構成員等の主な意見】

- 費用負担のあり方については今後丁寧な議論を尽くすべきであると考えているので、受益者負担に立つならば、受益する者が平等な負担感を持つことが重要。(第1回: 三友圭史)
- 最終判断を踏まえ、受信し得る環境にある者に広く公平に負担を求めていくのが受信料であると認識しているが、ネット配信という現状、部分的であり、放送全部を見るものと同等の負担を課すべきではないかという点もある。(第1回: 落合構成員)
- PCやスマートフォンを保有するだけでは受信料を課さないことを、テレビ受信機に紐づく従来の受信料制度との整合性や、負担の公平性などの議論を先送りしてはならない。(第2回: 民放連)
- インターネット活用業務の必須業務化が必要なのか、任意業務ではできないが必須業務になるようにできることがあるのか、必須業務化に伴い、受信料制度の見直しが必要なのかどうか、よく分からない点が多い。NHKに類似する機能を役割の検証を先行して、NHKの料金体系や受信料制度の見直しといった肝心なための議論が深掘りになっており、視聴者には分かりにくい議論となるのではないかと危惧している。(第2回: 民放連)
- 受信料制度の在り方に関しては、インターネットに接続する機能を保有しているだけで受信料を払うという制度をいかなり考えるというは難しいのではないかと。(第1回: 山本圭典代理、沢村構成員、瀧構成員、長田構成員、林構成員)
- 最近のテレビは連年部分もあるが、少なくとも当初、放送法ができて昭和、平成の中期くらいまでは利用用途が放送受信に限られていた一方で、スマートフォンやPCなどは必ずしもネット配信を見るためだけのものではないことが明らかなので、視聴者をもっと視聴者と捉えていくについても難しい問題がある。(第1回: 落合構成員)
- スマホのアプリをインストールするような自らNHKを受信できる環境を整えようとする視聴者については、ある意味積極的に受信に関与しようとするのであるから、このWGで議論自体はよいのではないかと。(第1回: 三友圭史、林構成員)
- 現行の受信料制度は放送の対価ではないが受益の観点も加味した制度となっており、この考え方を前提としても、無料にする、アプリをインストールした場合に有料とする、端末所有者に負担させるなど多様な選択肢があり得る。第2の選択肢が、受益の観点を加味するという考え方に親和性が高いと考えられるが、いずれも理論的に決める手はない。(第2回: 落合構成員)

出所: 公共放送ワーキンググループ(第7回)「インターネット活用業務の財源と受信料制度に関する論点」(事務局説明資料)

(参考)負担の在り方

- 社会実証において検証したサービス(放送と同様の効用で異なる態様のもの)については、利用することで一定の受益感(金銭的価値)が存在することが確認できている
- また、ネットヘビーユーザーであっても、NHKサービスへの支払意思額は現行の受信料(地上契約)を上回る

社会実証におけるインターネットサービスの金銭的価値評価

支払意思額の調査(設問)



各サービスの価格弾力性をPSM: Price Sensivity Measurement (価格感度測定) にて測定
今回の場合は受信料という性質上、普及価格となる理想価格を最重視



これから、公共放送の価値についてお伺いいたします。現在のようNHKの受信料がなくなると仮定してください。その上で、あなたは現在のNHKの総合テレビ、教育テレビ(Eテレ)、ラジオ番組やインターネットで提供している情報・サービスを視聴するために月々いくらまでなら支払いますか。

この金額は「放送料」としてNHKが提供する様々な番組の制作や、放送に必要な技術開発など公共放送維持のために必要な事業運営に適切に使用されます。お答えになる際は、月々その金額があなたの家計から支払われるため、その分家計に影響があるということをお考えの上お答えください。尚、本質問の回答結果によって、あなたのお宅が支払っているNHK受信料に影響が生じることはありません。

注:ネットヘビーユーザーの1ヶ月あたりの支払意思額は、約1299円となり、現行の地上契約2ヶ月払継続振込等での1275円を上回る
注:ネットヘビーユーザー:平日または休日のインターネット利用時間が3時間以上の人
出所:NHK世論調査(2023年1月、層化二段階抽出法で抽出した全国16歳以上の男女3600名への郵送調査、有効回答数1798)

出所:NHK「インターネットでの社会実証(第一期)結果報告」から作成

(情報空間全体の)多元性確保への貢献

- 新聞、民放、NHKという伝統メディアへの信頼の構図が維持・強化されることは、NHKがインターネット業務を展開することの前提となる。その観点から、協力すべきことは“本来業務”として取り組む

基本的な考え方(令和4年11月24日ご提示)

「情報空間の参照点」への期待

テレビ層・非テレビ層を問わず、拡大する情報空間に対する課題認識は幅広い

「信頼できる多元性確保」への期待

新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きい

- 伝統メディア、公共放送が対応してきたものであり、非テレビ層に向けてのサービスには一定の期待・評価が確認されている(社会実証)
- 新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きく、これを維持して情報空間の課題に対処していくことが、視聴者・国民に大前提として求められていると考えられる

- NHKには「情報空間の参照点の提供」(とくに修正経営計画で示した“安全・安心”“あまねく伝える”を優先して社会全体に貢献)、そして同時に、「多元性の確保への貢献」が求められているのではないかと

出所:公共放送ワーキンググループ(第3回)NHK提出資料

出所:公共放送ワーキンググループ(第3回)NHK提出資料

(情報空間全体の)多元性確保への貢献

- 国内外で、情報空間全体の多元性確保等に資する、新聞、民放、公共放送という伝統メディアによる協力体制が築かれはじめている。このようなさまざまな取り組みに、積極的に貢献していきたい

(さまざまな事象・事例イメージ)

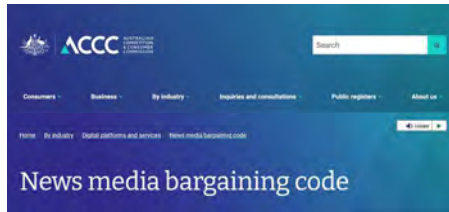
トラステッド・ニュース・イニシアティブへの参加



- 有害な偽情報・誤情報に関する知見や対策方法を共有する国際的なメディアネットワーク
- BBCやワシントン・ポストなど欧米の主要メディアや、大手ITプラットフォーム企業が連携し、2019年に開始
- NHKは2022年から参加している

出典：
<https://www.bbc.co.uk/beyondfakenews/trusted-news-initiative/about-us/>

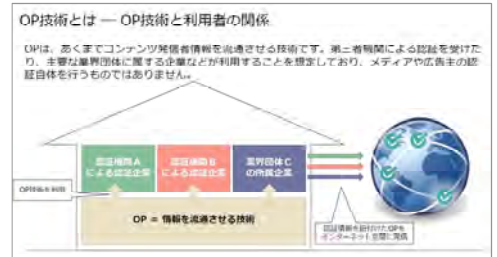
ニュースコンテンツの“対価”を得る法的枠組み確立へ協力・貢献(オーストラリア等)



- いわゆる大手ITプラットフォーム企業を対象に、新聞、民放、公共放送などの報道機関への正当な対価の支払いなどを義務付ける規律を策定
- メディア環境の激変の中で、情報空間の課題に伝統メディアが共闘して対応した

出典：<https://www.accc.gov.au/by-industry/digital-platforms-and-services/news-media-bargaining-code/news-media-bargaining-code>

(参考)オリジネーター・プロフィール技術(最新技術により情報空間の信頼性向上へ)



⇒情報空間全体の信頼性、透明性を高めていく技術開発については、ぜひ積極的に貢献していきたい

出所：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(第18回)「Originator Profile概要説明資料」

(情報空間全体の)多元性確保への貢献

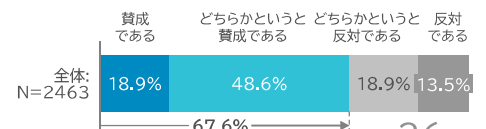
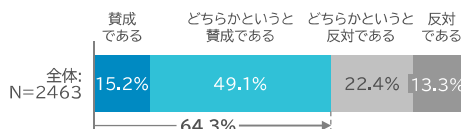
- NHKが、多元性の確保のために以下のような業務に取り組むことに対して、国民の約6～7割が賛成している
 - 放送ネットワークを、NHKが民放と協力しながら効率的に維持・管理することに約64%が賛成
 - NHKが日本のコンテンツ産業を後押しすることに、約64%が賛成
 - NHKが中心となり、放送とインターネット両方に対応できるようなソフトウェア開発等を進めていくことに約68%が賛成

「3. あまねく伝える」の中の「二元体制の持続可能性を高め、あらゆる地域へ放送の価値を届け続けます。」に関連してお伺いします。日本の人口減少の加速や、大雨、地震等の自然災害の増加により、放送事業者が日本全国各地の人々に向けて放送ネットワークを維持することが困難になり、NHKと民放の二元体制の下で提供されてきた社会にとって必要とされる基本的な情報※が、地域に住む人々に届けられにくくなるという課題に対して放送事業者が単独で対応していくには限界があり、業界全体で対応していく方が効率的です。そこで、今は各社バラバラに対応していることが多い**放送のネットワーク(鉄塔等)**を、今後NHKが中心となって民放と協力を進めながら、**効率的に維持・管理して行くべきだ**という意見があります。 ※全国向けの情報だけでなく、地域社会の課題・自治体や選挙の情報・生活情報等

「1. 安全・安心を支える」の中の「国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。」に関連してお伺いします。海外の事業者が多くの世界の視聴者に見てもらうことを優先することで、一見日本風ではあるものの、日本人視点で見ると違和感のあるコンテンツのみが広まり、日本の文化・社会等を題材とした日本らしいコンテンツがなくなるという課題に対処するために、NHKが、業界全体の制作力向上支援や日本コンテンツへの投資促進支援等を通じて、**日本のコンテンツ産業を後押しして行くべきだ**という意見があります。

「1. 安全・安心を支える」の中の「国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。」に関連してお伺いします。欧米を中心とした海外の放送局では、放送と同時にインターネットにコンテンツを提供していくことが標準になっています。日本としても同様に対応していくために、NHKが中心となり**放送とインターネット両方に対応できるようなソフトウェア開発**等を進めて行くべきだという意見があります。

Q.あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。(ひとつだけ)【必須】



出所：NHK調査(2022年10月 全国15～79歳男女、インターネット調査、N=2463)

NHK

2023年5月19日

総務省「公共放送ワーキンググループ」御中

NHK インターネット活用業務の検討に対する意見

一般社団法人日本新聞協会
メディア開発委員会

総務省「公共放送ワーキンググループ」(以下、WG)はこれまでNHKインターネット活用業務の在り方について検討してきた。当委員会は昨年11月24日の第3回会合に出席し、巨額の受信料を財源にNHKがネット業務を際限なく拡大すれば、新聞をはじめ他メディアとの公正競争が阻害され、言論の多様性やメディアの多元性が損なわれかねないと指摘した。また、NHKの在り方をまず問い直した上で、公正競争の確保に十分留意する精緻な議論を求めた。しかし、その後の貴WGの検討状況を見る限り、こうした論点を十分に吟味しないままインターネット業務の「本来(必須)業務化」ありきの議論をしているといわざるを得ない。議論の前提として、NHK自らが考えるインターネット業務の具体像を示し、国民や視聴者、関係する事業者の理解を得て進めることが必要であり、早期に実現すべきだ。

当委員会の問題意識を以下に挙げるとともに、別紙に質問事項をまとめた。質問はNHKのインターネット業務に関して議論する上で不可欠なポイントである。WGで議論をしたうえで一点一点、回答をお願いしたい。

【情報空間の健全性確保とネット業務の関係】

貴WGが課題として掲げた情報空間の健全性は、放送制度・放送政策の枠組みを超えた問題である。NHKがネット業務を本来(必須)業務にすれば、メディアの多元性や言論の多様性に影響するというのは貴WGでも指摘された問題である。こうした民主主義の根幹にかかわる論点について、放送政策、なかでも公共放送を専門的に議論する貴WGのみで結論を出すのは妥当ではないのではないか。放送に関連する事業者や専門家だけでなく、より幅広い主体を交えて開かれた議論が行われるべきだ。

NHKのネット業務拡大が情報空間の健全性確保に不可欠だという論理にも、強い違和感がある。これまでの貴WGの会合で「偽情報やフィルターバブルなど情報空間の弊害を直接是正する可能性は限定的」(曾我部真裕構成員)という重要な指摘があったものの、その後は十分な議論がなされていない。また、NHKだけでなく、民放や新聞なども公共的な役割を担い、信頼できる情報を提供している。そうした視点を改めて確認し、NHKの役割、多様な報道機関との競争環境について議論すべきだ。NHKのネット業務拡大が情報空間全体の改善にどの程度寄与するか、その効果が他の報道機関などに与える悪影響より優先されるのかを示すべきである。NHKがネット業務を拡大したとしても、メディアの多元性を損なうようでは本末転倒といえる。一度棄損されたメディアの多元性や言論空間が元の姿を取り戻すことは難しく、そうした点に留意した議論が行われるべきだ。

【受信料を原資としたネット業務拡大の是非】

フェイクニュース（偽情報）の拡散など情報空間の課題が顕在化しているとの認識に賛同する。しかし、テレビ受像機にひも付く受信料を原資にする NHK がネット上の課題解決に向けて役割を果たすことの是非については、十分に議論されていない。受信料は公共放送を支える制度の根幹であり、国民や視聴者にとっても関心が高い。4月27日の第7回会合でようやく検討が始まったが、さらなる深掘りの議論が必要ではないか。

当委員会がかねて、NHKのネット業務について、放送番組に関連づけられた補助的な内容の「理解増進情報」やプラットフォームとの結びつきの拡大などの課題も指摘してきた。ネット業務は放送の補完と規定されていながら崩壊的に拡大している。そうした問題の検証も不十分ではないだろうか。他の報道機関と比べて圧倒的に強固な体制もある中で、ネット業務の拡大が他の民間メディアとの公正競争に与える悪影響を懸念している。一方で、受信料という限られた財源の中で、ネット業務を際限なく拡大すれば、放送にそのしわ寄せが及ぶ可能性もある。ネットを有効活用できない高齢者などへの影響も検討課題だと考える。

貴 WG では、こうした懸念への議論が十分とは言えない。既存の補完業務では何ができないのか、本来業務化によって何を変えるのかなども、狙いを含めて具体的に示さないのは問題だと考える。

【議論の進め方に対する懸念】

貴 WG は2月24日の第5回会合以降、事務局がまとめた資料「論点と考え方」に基づいてテーマごとに検討している。テーマごとの個別の検討を終えた後、最終的に包括的に検討するとしているが、今夏に取りまとめを予定するなら十分な時間は残されていない。総務省がこれまで求めてきた業務・受信料・ガバナンスの「三位一体改革」の趣旨を踏まえればさまざまなテーマを関連付けた議論が極めて重要であり、このままでは全体として整合性が取れた結論が得られるのか疑問だ。多くの論点で二者択一の議論がなされ、「本来（必須）業務化ありき」で審議が進められているという懸念が拭いきれない。スケジュールのみを優先し、検討を拙速に進めてはならない。

【NHKによる説明の必要性】

複数の有識者から指摘があった通り、本来、NHK 自らが考える業務の将来像を説明することが議論の出発点であるべきだ。NHK が目指す「本来（必須）業務化」の範囲はどこまでか。同時配信、見逃し配信、オンデマンド、もしくはテキストも含むのか。料金は、アプリ導入による課金制か、無料か。民間メディアが被る悪影響をどう考慮するのか。NHK の意見表明がいまだになく、貴 WG が、こうした議論を抜きにしたまま、「NHK はネット空間でも公共的な役割を果たすべき」という抽象的な意見のみで「本来（必須）業務化」に突き進んでいるように見えるのは大きな問題だ。NHK に対して、早期に貴 WG の会合で説明することを要請してほしい。その際 NHK は、これまで指摘があった理解増進情報に対する懸念や、構成員で意見が一致した事前の競争ルールを導入などについても考えを述べ、国民や視聴者、関係する事業者の理解を得るべきだ。また貴 WG には、その回答を踏まえて当委員会にも意見を述べる場を設けてほしい。

以上

公共放送 WG に対する質問事項

- ①NHK のネット業務拡大がどのように情報空間の健全性確保につながるかは明確でなく、メディアの多元性から見ると逆効果になりかねないとの指摘もある。NHK のネット業務拡大と、情報空間の健全性確保の関係についてどう考えるのか。
- ②NHK はすでに理解増進情報などの名目でネット業務を幅広く展開している。現状のネット業務は情報空間の課題解決にどの程度寄与してきたと考えるのか。
- ③民主主義を維持するためのメディアの多元性の重要性をどう捉えているのか。NHK のネット業務拡大によって、メディアの多元性にどの程度影響が出ると考えるのか。
- ④仮に NHK のネット業務を必須業務とする場合、新聞・通信社や民放以外の事業者への影響も考慮する必要はないか。他にどのような企業や組織、団体に影響が出ると考えるか。またこうした事業者からも意見を聞く必要性をどう考えるか。
- ⑤放送の持つ公共性と、ネット空間の公共性の違いをどのように考えるか。ネット空間の公共性をどのような枠組みで制度化するのか。通信・ネットの領域を放送法の改正で規定することは適切なのか。放送制度の枠を超えた議論が必要になると考えるが、どう対応するか。
- ⑥「NHK ニュース防災」アプリや「NHK NEWS WEB」「NHK 政治マガジン」など、理解増進情報として展開しているサービスは、受信料を支払わなくても利用できる。受信料制度の整合性などをどう考えるか。ネットのオリジナルコンテンツも多いが、問題はないとみているのか。必須業務化を考える際に検証する必要はないのか。
- ⑦ネット業務の必須業務化の可否については、NHK がまず具体的な業務構想を示し、その効果、他の事業者や市場への影響について十分議論を重ねた上で検討すべきではないか。これまでの議論の進め方はあるべき姿とは順序が異なっているのではないか。
- ⑧任意業務から必須業務となった場合、具体的に業務展開はどう変わるのか。あるいは何が可能になるのか。任意業務のままでは、具体的にどのようなデメリットがあり、変更する必要があると考えるのか。国民・視聴者にとっても分かりやすく説明すべきではないか。
- ⑨受信料という原資だけでなく、受信料を基に築き上げてきた組織体制や設備などもあり、報道分野での NHK は圧倒的な存在感がある。ネットを必須業務にした場合も巨大な組織や人員を活用すれば、収支を勘案してネット業務に取り組む他の報道機関は公正な競争が難しいのではないか。
- ⑩NHK の業務、受信料、ガバナンスの「三位一体改革」は道半ばだ。ネット業務拡大を議論する前に、まずは、貴 WG でこれまでの NHK による「三位一体改革」の検証をするべきではないか。また、「経営委員会のガバナンスを含む、NHK のガバナンス改革が必要」との指摘もあったが、どう検討するのか。

以上

NHK執行部の対応について

2023年6月7日

日本放送協会

経緯

- 2022年10月上旬
12月14日 一部役員が前会長から衛星放送番組同時配信の了解を得たと説明
稟議で「NHKプラスにおける衛星放送番組の配信対応整備」の調達開始を決定
(NHKの稟議・・・措置された予算の中で、5億円を超える契約や調達について、
関係役員等の審査・承認を経て会長が可否を決定する仕組み)
- 2023年1月25日 稲葉会長就任
- 4月6日 NHK内で設備の調達を進めていることを覚知
- 4月7日 12月の稟議書を確認 会長・副会長に報告し、調査を開始
- 4月18日 副会長が、監査委員に事案を報告
- 4月24日 理事会で正式な調査と業務停止を指示
- 5月15日 理事会で調査結果が報告される
・この時点で違法性が疑われる支出がないことを確認
・今後も違法性を疑われないよう内容を是正するとともに目的を明確化すべき
→会長が報告に基づく対応、再発防止策の検討を指示
- 5月15日 監査委員会に報告
- 5月16日 経営委員会に報告
- 5月17日 理事会で15日に指示した対応の報告を受け、会長が再開を判断
- 5月29日 総務省に報告
- 5月30日 理事会で再発防止の検討体制を報告し、決定
経営委員会にも報告

今回の対応

< 予算事業計画に計上された設備整備 > (予算書上「放送番組設備整備計画」「研究施設・一般施設整備計画」として計上)

- (1) BS番組の周知広報配信
- (2) 地上波配信の局内設備障害時のバックアップ

< 稟議で計画された設備整備 >

- (1) BS番組の周知広報配信
- (2) 衛星波の同時・見逃し配信

< 今回の対応 >

- (1) BS番組の周知広報配信 → 当初計画どおり整備を進める
- (2) 衛星波の同時・見逃し配信
 - ・衛星波の同時・見逃し配信のみに必要な設備整備は契約せず中止
 - ・設備整備の目的の変更
 - 予算事業計画で想定していた「地上波配信の局内設備障害時のバックアップ」に変更

2

再発防止の検討

- 体制
 - 会長直属のアドバイザー：
外部の弁護士とガバナンスに詳しい方
- 検討内容
 - ・協会の意思決定のあり方
 - ・稟議規程等、各種規程のあり方
 - ・組織風土、ガバナンスなど
- 検討期間
 - 7月末には、一定の方向性を得たい
 - ただし、直ちに対処すべきものは迅速に実施していく

3

前回合会における質問事項への回答（日本放送協会）

番号	質問者	質問内容	回答内容
1	大谷構成員	質問 「放送と同様の効用」について、インターネット活用業務を必須業務化することによって国民・視聴者に対し、どのような効用があるのかをNHKの言葉で教えていただきたい。災害や教育コンテンツ等が例として挙げておりイメージしやすいところだとは思いますが、加えて、放送かネットかといった伝送路に関わらず、NHKが視聴者の声に耳を傾けることになれば、情報空間全体の批評・批判についてすべて対応することが効用として思い浮かぶところ。	【執行部】 各種世論調査等から、フェイクニュース、社会にとって重要な情報の埋没、意見の分断を強調する情報の拡散等、情報空間全体で認識される問題に対して、NHKに一定の役割を期待頂いていると承知している。 これに対し、社会において信頼できる基本的情報＝「情報空間の参照点」の提供を行いたいと考えている。情報があふれるなか、視聴者・国民がさまざまな事象・価値観を知り、共有し、判断していく際のひとつの立脚点になればと考える。 「視聴者・国民がNHKに求めているものは何か」という期待・要請の中で今、必須業務を行っているが、これをネット空間でも行っていくということである。
2	大谷構成員	質問 これまでネットが放送の補完をしていたところ、今後は放送がネットの補完をすることも考えられるが、国民・視聴者や競合事業者等、競争の観点から問題意識を持たれている人に対して、どのような説明をすればよいのか。	【執行部】 「情報空間の参照点」の提供と並んで重要な点として、「信頼できる多元性確保」への貢献を掲げさせて頂いた。 資料9頁に書かせて頂いた通り、この役割は、あくまで、新聞・民放ほか、伝統メディアとの多元的な切磋琢磨によって実現できるものと考えている。 よって、11頁に示した通り、「放送の同時配信・見逃し」「報道サイト」を基本とし、「放送と同様の効用で態様が異なるもの」を限定的に提供し、全体について、放送同様、公平性確保・多角的論点提示等の規律がかかるものだと考えている。
3	大谷構成員	質問 資料8-1のp11について、サービス領域が横長に拡大する半面、縦方向には圧縮されており、インターネット活用業務の必須業務化によって財源を拡大するというよりは、同じ程度の財源でサービス領域を広げていこうとしているのか、その点NHKの意図を確認したい。	【執行部】 三位一体の改革に基づき、これから大幅な減収が予定されているほか、必須業務となっても、財源が増加していくようなものではないと認識している。 NHKに最も求められている「正確な情報」「多様な番組」「信頼できる情報空間の参照点」といった内容により純化して、業務を行っていく考えである。ネットにおいても放送においても、質を向上させることで、NHKの情報空間における価値を高めたい。

4	林構成員	意見 資料8-1のp19のガバナンスの在り方については、前提として競争ルールの在り方とネット規律の在り方の話に分けて考える必要があるが、ステートエイドの問題が抜きがたい。競争ルールについては、民放連や新聞協会の懸念はよくわかる。競争ルールの整備や運用について、現状お示しされている協会内部のガバナンスだけで事足りるということには賛同できない。必須業務化するのであれば、執行部を監督する経営委員会の強化はmustだが、それでは足りないと思っているので、費用の上限も含めて実施基準を策定して、総務省に認可制度にかからしめることが必要。 他方、p11のネット規律についてはガバナンスへの考えとは逆に、公共放送の自覚と責任において、ネット上のコンテンツに放送の規律を当てはめるのではなく、自主・自律にゆだねるべきと考えている。ただし、ガイドラインのバージョンアップは必須。法律上の手当てをすと拡大解釈されるおそれもある。	—
5	林構成員	意見 また、毎年度又は複数年度において市場検証会議のような形で、定点点測としてレビューを行う必要がある。	—
6	落合構成員	質問 競争規律に関わる部分については、NHKから十分な説明があったとは思わない。具体的にどのように進めていくのかという準備ができていないと感じた。どのような組織内の体制を整備し、どのような基準で進めていくことを想定しているか、明確にご説明頂きたい。	【執行部】（【経営委員会】は別途） （経営委員会の監督のもと）新規または既存サービスの大幅変更を行う際には、予算・事業計画の策定前に第三者の専門委員会が一定の評価を行い、NHK自身の意見とあわせて意見募集等をし、最終的な判断を得る、欧州の「公共価値テスト」的なものを行うことが適切だと考えている。現在、執行部には「インターネット活用業務審査・評価委員会」と呼ばれる専門委員会を置き、計画策定の前後に一定の評価を行っている。このような取り組みの蓄積も活用できると考えている。）
7	落合構成員	質問 資料8-2の新聞協会の意見の中にも「NHKの説明が必要」だとして、競争規律の在り方についてと料金体系についてどうするか書かれていたところ。おそらくアプリダウンロード等の一定の視聴者の積極的行為を契機とする課金制であろうかと思うが、できるかぎり明確に、料金体系についてどう考えているのか明確に説明していただきたい。業務ごとに異なる場合には業務ごとに、無償が有償か、また有償の場合にはどのような課金額の算定を想定されているか。	【執行部】 現時点でお示しさせて頂いたのは、20頁以降にあるように、「放送の同時配信・見逃し」（地上放送を想定）について、負担の公平性・端末等環境の同等性が満たされる際には、同水準の負担をお願いすることになるのではないかと、いうもの。よって、当然に、多機能端末であるスマートフォンを保有するだけで契約をお願いするようなことは入らない。他方、いわゆる「課金制」と認識できてしまうことは、公共放送の本旨と相容れないものと考えている。
8	落合構成員	質問 また、その際、財源の論点も重要になってくると思う。例えば、以前の合会で、民放への協力に対する資金として広告収入を得ていくことも将来的には考えられるのではないかと発言をしたが、広告収入についてどう考えるのか。さらに、国際放送についても国内放送と同様に考えていくのか。 特に広告収入について質問を詳細にすると、本来的な財源というよりは、民放への協力をするための財源として、広告料を使うことによってプロミネスとの関係を踏まえたエコシステムの構築のため、という観点からどうお考えかを伺いたい。	【執行部】 論点としてはあり得ると考えるが、広告財源と受信料財源は、放送の二元体制のコアであり、ご指摘のようにエコシステム全体から考えるべきものと考えている。

9	落合構成員	意見	ネット規律については、一定程度NHK側の裁量を認めていくという林構成員のご意見の方向もありうるものの、現実には民業に対する影響を考えないといけない場合が多いと思うので、新たな業務を行う場合の手続全体としては、民業圧迫を考慮した競争観点でのレビューにより、NHKの業務の拡大に対する制約もかからざるをえないため、多くの場面ではNHK側の裁量だけではなく、十分な弊害防止を確認しつつ進めていくことになるのではないかと考えている。	ー
10	落合構成員	質問	NHKオンデマンドについては、放送の二次利用サービスとして開始されたという経緯があるが、ネットの普及の中で特に若年層など同時性を重視しない視聴方法も多くなっているところ、オンデマンドの効用をどう考えているか。オンデマンドは地域性だけではなく日本全体の文化の保存の役割も果たすコンテンツ配信なども含まれていると思う。そのため、オンデマンドについて引き続き任意業務で実施するのか、必須業務とすることを考えているのか、競争状況への認識も踏まえて、回答いただきたい。	【執行部】 NHKプラスの見逃しサービスも含め、放送の厳密な“同時性”を超えた大きなニーズが「オンデマンド」にあるのは承知している。お尋ねの件は、有料業務である「NHKオンデマンド」のことだと思われるが、こちらについては、同種業務が市場に数多くあることもあり、市場競争に配慮しつつ、現在の形で継続・強化すべきと考えている。収支の改善があれば、関係者の知的貢献への還元等も行えることから、これによって、映像産業の発展、映像文化の保存に寄与したい。 なお、現在も無料でやっている（市場性が低く）公共性の高いアーカイブの公開等は、別途引き続き行いたい。
11	落合構成員	質問	理解増進情報について、なし崩し的な拡大に対し強い懸念が示されているところではあるが、例えばニュース防災アプリなど現在無料で提供されているものについて、放送と同一の情報ととらえられているのか。「放送と同一の情報」と「理解増進情報」との関係はどう考えているのか。	【執行部】 現在、「理解増進情報」とは、「放送番組の理解増進情報」となっている。このため、個別放送番組と結びつくネットコンテンツ等が理解増進のために制作、提供されている形となっている。放送が必須業務であることから、これにネットから誘導を図る効果は存在しており、一定の評価はできるものと思っている。 他方、ここで申し上げた、放送と同一の情報内容を多元提供する「報道サイト」等は、それ自身が公共放送のミッションであることを想定している。よって、サイト、サービス全体で公平性を確保し、多角的論点を提示するもので、個別放送番組の理解を促すコンテンツ群が増えていくようなことにはならないと認識している。
12	落合構成員	質問	理解増進情報については、NHKインターネット活用業務実施基準の下で行われ、強い批判が出ているところではあるが、NHKとしてどのような評価をしているのか。また、放送番組に関連しないようなコンテンツの配信について、需要等を踏まえてどのように考えているのか伺いたい。	【執行部】 インターネット実施基準のもと、インターネット実施計画に基づき適切に実施していると考えている。関連しないコンテンツについては、そもそも配信は認められていないところである。 他方で、ネット全体で見た場合に、もっと純化すべきではないか、という声があることは承知している。上記の間（11）のように、「理解増進情報」ではなく「必須業務」となることで、公共放送のミッションそのものを体現する、引き締まったものになると考えている。
13	瀧構成員	質問	理解増進情報の定義については、①今流れている放送番組に対する理解を増進するもの、②公共放送の存在に対する理解を増進するもの、③それ以外のものが存在すると考えているが、②について、NHK+が有料のストリーミングサービスとして捉えられるようになったときに、NHKニュースなどのネット配信コンテンツがPayWallの手前ではなく向こう側にあるものとする、という考えもあり得るところ、どう考えているのか。	【執行部】 今回のプレゼンテーションで示した「報道サイト」等については、ご指摘のような考え方は十分あり得ると思っている（なお、有料金とは考えていないため、「ペイウォール」ではないと思われる）。 他方で、負担の公平性・端末等環境の同等性が満たされる際には、同水準の負担をお願いすることになるのではないかと考えており、どのようなバランスが適切かは、実態を見て考えることが重要ではないかと思う。しかし、繰り返しになるが、ご指摘の論点は、公共放送の本旨に照らしても、重要だと考えている。

3

14	瀧構成員	質問	資料p25のように、様々な多元性確保に貢献するものについて、正しい情報のための公共財のような役割を果たすことが好ましいと思っているが、それを進めるといった場合にNHKは人やお金など具体的に何を提供するのか、具体的な構想についてももう少し言及してほしい。民放や新聞のどのようなサービスと競合するのか、またどのようなところが協調領域になるのかという点を明確化したいという趣旨。	【執行部】 今回お示したように、ジャーナリスト、エンジニア等の人的貢献、制度検討等の知的貢献のほか、「編集」に関わらない部分についての協調領域は幅広くあると思われる。
15	内山構成員	質問	現在の190億というネット活用業務の規模について、NHK+とNODは基本は放送番組の素材の転用すなわち共通費に該当するものが主と思われるが、共通費ではないネット業務の純然たる追加費用はどの程度か。また、この先どれくらいの規模を見込んでいるのか。	【執行部】 情報財の配賦計算は容易ではないが、2023年度予算では、常時同時配信等業務に65億円、その他のニュース発信等に102億円となっている（国際が30.4億）。 今後どのような会計上の計上となるかにもよるが、追加費用が増加していくような認識は持っていない。
16	内山構成員	質問	仮に民放ローカルが、ニュース番組のリアルタイム配信の出口にNHK+を検討した場合、NHKとしては協力が可能か。	【執行部】 提供の仕組み自体はニュートラルなものであり、技術的には可能と考える。二元体制の維持・強化のため、ご協力できることはぜひ行いたい、広告財源と受信料財源というエコシステム全体から考えるべきテーマだと考えている。
17	内山構成員	質問	ネット業務が必須業務化した場合に、「あまねく義務」はどのような実務としてかかると考えるか。実務者側としてどのようなことが考えられるか教えていただきたい。	【執行部】 重要な論点と考える。ネットは原理的にベストエフォートの技術であることから、その点を踏まえつつ、一定のサービスレベルを確保する取り組みが必要と考える。海外公共放送では、アクセスが大きいことが想定される際、サーバーの増強を行う等の措置をしていることを承知している。
18	内山構成員	質問	ネットを使った国際展開については、どう考えているか。（ユーザー（在外法人と外国人）とB2B（日本のコンテンツとIPホルダーに対して）協力の二面においてどう考えているか。）	【執行部】 インターネットを使った国際展開については、海外での日本理解の促進と在外邦人への情報提供の観点の双方から重要であると考える。 2015年度から、国際放送、そのネット展開の拡充は実施したが、現在では海外ではOTT、SNSでの提供が浸透している。各地の個別事情を踏まえつつ対応を行い、その際には、外部プロダクションが制作したコンテンツ等についても、しっかり発信をサポートしていきたい。
19	曾我部構成員	意見	NHKから多元性の確保について必須業務として取り組むというステートメントがあったが、現行法ではそのような点は挙げられていないと思うので、するのであれば放送法にNHKの目的として書き込んでしかるべき。	ー
20	曾我部構成員	質問	ネット業務を必須業務として取り組むのであれば、より体系的・計画的な取り組みが必要になる。ファクトチェックやオリジナル・プロファイル技術についても何か事案があつてから取り組むという印象であるところ、本来はNHKが戦略を持って施策を考えていくとすることがあるべき姿。個別への案件への対応ではなく、より体系的に何か取り組むということを考えているか。	【執行部】 現在は、上記の先生のご意見のように、必須業務とはなっておらず、体系的な取り組みまでは至っていない。方向性について、視聴者・国民のご理解をいただければ、ぜひそのように進めて参りたい。

21	曾我部構成員	質問	p11の理解増進情報について、「放送と同様の効用で異なる態様のもの」と事実上対応していると思われるものが理解増進情報と考えられるところ、新しい制度に移行したときに、理解増進情報は廃止となり、「放送の効用で異なる態様のもの」に衣替えすることになると思うが、現状の理解増進情報と同様に歯止めがないという指摘がなされることが考えられる。その場合、p18の一般的なガバナンスの中で歯止めをかけていくということが考えられるが、個別の番組への指摘など経営委員会でガバナンスをかけることは難しいところ、別のガバナンスが必要となるのではないのか。	【執行部】（【経営委員会】は別途） （現在でも、個々の波の規模、音声波・国際放送の規模、コンテンツのあり方等については、経営委員会の制度下で審議され、決定されている。範囲についてが問題となるが、これについては、（経営委員会の監督のもと）新規または既存サービスの大幅変更を行う際には、予算・事業計画の策定前に第三者の専門委員会が一定の評価を行い、NHK自身の意見とあわせて意見募集等をし、最終的な判断を得る、欧州の「公共価値テスト」的なものを行うことが適切だと考えている。）
22	曾我部構成員	質問	NHKアーカイブについて、社会的に効用の高いものと思われるところ、新しい制度のもとでどのように位置づけられていくと考えているのか。	【執行部】 NHKアーカイブ・アーカイブ有料提供事業については、同種業務が市場に数多くあることもあり、市場競争に配慮しつつ、現在の形で継続・強化すべきと考えている。収支の改善があれば、関係者の知的貢献への還元等も行えることから、これによって、映像産業の発展、映像文化の保存に寄与したい。 なお、現在も無料でやっている（市場性が低く）公共性の高いアーカイブの公開等は、別途引き続き行いたい。
23	長田構成員	質問	今後、ネット業務が必須業務化したときには、NHK+で地上派のすべての番組を流す方向で考えられているのか。また、BSの番組についてはどう考えているのか。	【執行部】 今回の提示は地上波を念頭においており、なるべくすべての番組を流していきたい。BSについては、これからの課題だと考えているところである。

5

24	穴戸構成員	質問	「放送と同様の効用」とは何かということについては、個別のサービスや案件に基づいた説明があるべきであるところ、その前提としてまずNHKが何を指して向かっていこうとしているのかが分からない。デジタル化が進み、ネット業務が必須業務化する中で、どのように進めていくのかを示してほしい。また、どのタイミングで示していただけるのか。	【執行部】 全体を説明しようとするために、抽象度が高くなってしまったことをお詫びする。 NHKとしては、必須業務化を通じ、社会において信頼できる基本的情報は「情報空間の参照点」の提供を行いたいと考えている。情報があふれるなか、視聴者・国民がさまざまな事象・価値観を知り、共有し、判断していく際のひとつの立脚点になれば考える。 11頁に示した通り、放送同様、公平性確保・多角的論点提示等の規律のもと、「放送の同時配信・見逃し」「報道サイト」を基本とし、「放送と同様の効用で態様の異なるもの」を限定的に提供したい。 法体系が見えないなかで明確なお答えは難しいが、来年度からの中期経営計画に向けて、一定の方向性はお示ししたい（以下、現時点の仮案である）。 必須業務における、基本的な考え方の執行部イメージは、以下の通り。 *必須業務化＝ネットのみ接触層に放送と同様の価値・"効用"を提供（放送同様、行わなければならない業務） ・「安全・安心」「あまねく伝える」を重視、社会の基本的な情報を多角的に伝え、公共放送として果たしてきたメディアの役割を果たす ・デジタル情報空間の課題に向き合い、価値判断に資するコンテンツを発信する ・デジタルの特性を生かして展開し、同時に放送サービスの進化にもつなげる ・最も大切なのはコンテンツであり、取材・制作力の強化が第一である
25	穴戸構成員	意見	必須業務については、はるかに重い責任や規律がかかっているところ、従来の規律やガバナンス体制のままで十分かが問われている。従来のガバナンス体制のままでよいというのであれば、どのような改革を考えているのか具体的にお示しいただかなければ、外からの規律が必要ということになってしまう。	—
26	穴戸構成員	質問	また、現在は政府からの強い力が及ばないよう経営委員会制度が採られていると思うが、このWGでの議論の温度感が経営委員会にきちんと伝わった上でご判断いただけているのかが分からない。WGの場で経営委員会からもお話しいただけるのか教えてほしい。	（【経営委員会】別途）

27	山本主査代理	質問	資料p11には放送同様の自律型モデルが望ましいと書かれているが、ネット活用業務を必須業務化し、放送と同様の効用が得られる業務を行うというときに、放送法の規律がネット活用業務にも及ぶのかという議論になる。この点についてはWGでもさらに議論する必要があるが、放送法と同様の規律がネット活用業務にもかかるとした場合に、NHKが業務を行う上で支障があるか否かを教えてほしい。	【執行部】 放送は時系列的に提供していくものであり、提供の態様がネットとは異なるほか、通信と放送の必然的な技術的差異もある。そのため、形式的に規律をかけるのではなく、自律的に、実質的に、公平性確保・多角的論点提示等の確保が行えるようにして頂ければ考える。
28	山本主査代理	質問	現行の費用上限は、本来必須業務を行うものを削ってネット活用業務を行うことから設けられているものだが、競争を阻害しないために費用上限を維持することも考えられるところ、仮に必須業務化した場合でも今と同じ程度の費用上限がある場合に、何か支障はあるか。	【執行部】 現在の国際放送や音声波と同様、一定の費用上限は定まるものと考えており、その意味では、一定の上限はあり得ると考える。ただし、曾我部構成員ご指摘のように、枠組みが変化することで、費用を構成する要素も変化と想定されることから、適合させううえで判断する必要があると考える。ただし、全体として、現在規模から増加していくような認識は持っていない。
29	山本主査代理	質問	資料p22の負担の在り方について、基本的な考え方が示されているが、エンフォースメントも含め法的・技術的要件を考えていく必要があるとWGに投げられたと思うが、実務上留意していただきたいことがあれば伺いたい。また、BBC等の諸外国の状況を踏まえ、より積極的にこうしたほうがよいと思う点等あれば教えてほしい。	【執行部】 まさに先生方専門家にご検討いただきたいところだが、多機能端末、様々なプラットフォーム等が進化しつつ存在することから、現在の放送受信料制度とバランスの取れた内容について（持ったら即契約ということなどではなく、他方で単純な「有料課金」でもないもの）、柔軟かつ実質的な形で、規定いただければと考える。
30	落合構成員	質問	「放送と同様の効用」については、必ずしも電波で情報を受信していた時代の放送の役割と、現代の情報が発達する中での放送の役割は異なっていると思うので、そもそも現在の情報空間において、メディア、放送が果たすべき意義を明らかにしつつ、さらに公共放送の役割を論じることが必要ではないか。この点、従前の放送と同じ役割を果たすことだけではなく、情報空間の中でどのように公共放送の役割が求められているのかという点は改めて整理した上で、どのような業務をNHKがインターネット利用業務に関して行うべきと考えるか、ご回答いただきたい。	【執行部】 各種世論調査等から、フェイクニュース、社会にとって重要な情報の埋没、意見の分断を強調する情報の拡散等、情報空間全体で認識される問題に対して、NHKに一定の役割を期待していると承知している。 これに対し、社会において信頼できる基本的情報＝「情報空間の参照点」の提供を行いたいと考えている。情報があふれるなか、視聴者・国民がさまざまな事象・価値観を知り、共有し、判断していく際のひとつの立脚点になればと考える。 そしてこの際、NHKへの期待の源は、あくまで、新聞・民放ほか、伝統メディアとの多面的な切磋琢磨、これまで培ってきた民放との二元体制であることから、その軸を大切に、民主主義の発達に寄与していきたいと考えている次第である。
31	穴戸構成員	質問	NHK経営計画で示されることになるであろうNHKが目指すビジョンについては、紙でお示しいただきたい。	【執行部】 問27に現時点の考えを示した。経営計画は、パブリックコメント等も必須となっているものであり、しばしお待ちいただきたい。

7

32	穴戸構成員	質問	仮に共同規制をするにせよ、規制する側と規制される側にそれぞれインターフェースがあり、競争評価をめぐる問題等に対してきっちり評価できるものがNHKの中になければならない。諸課題の第1次とりまとめでも専門家を置くという話があったところ、現状検討状況はどうなっているのか。また、会長直下で評価組織を置くのではなく、外部に置くことも手だと思ふ。	【執行部】 （（経営委員会の監督のもと）新規または既存サービスの大幅変更を行う際には、予算・事業計画の策定前に第三者の専門委員会が一定の評価を行い、NHK自身の意見とあわせて意見募集等をし、最終的な判断を得る、「公共価値テスト」的なものを行うことが適切だと考えている。現在、執行部には「インターネット活用業務審査・評価委員会」と呼ばれる専門委員会を置き、計画策定の前後に一定の評価を行っている。このような取り組みも参考になると思われる。） 設置する位置は、ご指摘の通りさまざまあり得ると考える。
33	内山構成員	質問	現状、国内で競争している場合ではないという思いが強くあり、NHKには2040年に一番脅威となるコンペティターを誰と考えているのか。	【執行部】 この方、ということをご個別に申し上げることは差し控えたい。様々なプレイヤーと切磋琢磨することが大事だと思っている。
34	三友主査	質問	「放送と同様の効用」の定義が分からない。どのようにかかるのか。そもそも、同じ効用をもたらす必要があるのか。	【執行部】 まず、経済学的な用法とも異なる抽象的な表現になったこととお詫びする。 11頁に示した通り、インターネットにおいて、「放送の同時配信・見逃し」「報道サイト」という基本的なサービスをまとまりとして考えていることを指して、「放送と『同様の効用』」を企図したものとした次第である。 各種世論調査等から、フェイクニュース、社会にとって重要な情報の埋没、意見の分断を強調する情報の拡散等、情報空間全体で認識される問題に対して、NHKに一定の役割を期待していると承知している。 これに対し、社会において信頼できる基本的情報＝「情報空間の参照点」の提供を行いたいと考えている。情報があふれるなか、視聴者・国民がさまざまな事象・価値観を知り、共有し、判断していく際のひとつの立脚点になればと考える。 そしてこの際、NHKへの期待の源は、あくまで、新聞・民放ほか、伝統メディアとの多面的な切磋琢磨、これまで培ってきた民放との二元体制であることから、その軸を大切に、民主主義の発達に寄与していきたいと考えており、このような放送由来の業務を行いたいとの意図から、「放送と『同様の効用』」という言葉を用いた。「放送と『同様の価値』」の提供を企図したもの等とも言い得ると考えている。

<会合後の追加質問>

1	穴戸構成員	質問	質問32の関連。この間、経営委員会自身含めて、NHKのガバナンスに深甚な不安を覚えさせる事態が相次いでいる。特に、衛星放送同時配信費用が基準変更なく当時の執行部の稟議を経て、予算に計上され議決されていた件は、当時の執行部はもちろん、議決した経営委員会及び稟議の問題点を看過した監査委員会にも重大な責任があると考え、NHK執行部及び経営委員会の認識如何。	【監査委員会】 今回の事態については監査委員会に稟議書が回覧されておらず、また報告もなかったとはいえ、監査委員会としても重く受け止めている。執行部で稟議の問題点も含め、経営意思決定のあり方などについて再発防止の検討が行われているところなので、その動向を注視し、その内容に対する監査委員会として見解を経営委員会に報告するとともに、監査委員会として必要な対応を考えていく。 【執行部】 (執行部側の経緯については、7日に担当理事がご説明するほか、理事会議事録として公開している) (【経営委員会】は別途)
2	穴戸構成員	質問	予算議決後執行までの段階で、監査委員会が執行部から独立に予算執行の問題点に気づき、それを止める契機はなかったのか。合わせて、本件が5月16日経営委員会に報告されてから同月末までNHKより公表されなかった理由は何か。	【監査委員会（前段のみ）】 今回の事態については監査委員会に稟議書が回覧されておらず、また報告もなかった。オブザーバーで出席している理事会や役員会でもそうした議論には接していなかった。4月18日に常勤監査委員に第一報の説明があり、事態を覚知した。 【執行部（後段のみ）】 (執行部側の経緯については、7日に担当理事がご説明するほか、理事会議事録として公開している)
3	穴戸構成員	質問	このように問題ある予算を議決した一件からも、現在の経営委員会及び監査委員会の体制で、NHKのインターネット活用業務について、競争評価を含む適切な監督、監査は困難と考えるが、その点についてのNHK執行部及び経営委員会の認識及び現在の改善策如何。合わせて、すでに諸課題検第二次とりまとめで提言された、専門家を経営委員会の下に置いて機能強化を図る制度整備についての経営委員会の検討状況、認識如何。	【監査委員会（前段のみ）】 インターネット活用業務の評価主体の如何にかかわらず、評価の体制、プロセスと結果を注視し、必要な意見・見解を経営委員会に報告していく。 【執行部（前段のみ）】 執行部は、経営委員会の監督、監査委員会の監査を受ける側であり、申し上げる立場にはない。各種審議事項の審議、様々な情報交換、監査委員への適時の報告等に努めているつもりではあったが、このような事態を招き、大変申し訳ないと考えている。 (【経営委員会】は別途)
4	穴戸構成員	質問	仮に必須業務化した場合のインターネット活用業務についてすら実効的な監督、監査を経営委員会ができないのであれば、経営委員会制度は存在理由を失い、その廃止ないし抜本的見直しが必要と考えるが、この点についてのNHK執行部及び経営委員会の認識如何。	【監査委員会】 執行部で経営意思決定のあり方などについて再発防止の検討が行われているところなので、その動向を注視するとともに、その内容に対する見解を監査委員会として経営委員会に報告するなど、対応していく。 【執行部】 (執行部は監督を受ける側であり、お答えは差し控えたい) (【経営委員会】は別途)

5	落合構成員	質問	衛星放送同時配信費用の予算計上の件（以下、「本件事案」という。）についてですが、担当事業部門、担当理事、法務部、理事会、経営委員会、監査委員会が以下の各段階で、事実としてどのような関与、行動を行っていたかを伺いたい。 1 本件事案の予算計上に至るまでの検討及び稟議の経緯並びに各機関等の関与内容 2 本件事案の稟議に関する内部規程の策定、規程の必要性の検討 3 本件事案について、各機関が問題を認識した日時及び認識した経緯 3 各会議体において、本件事案発覚後のそれぞれの最初の会議で行った意見交換の内容 4 本件問題事案の調査に関する各機関の関与、指示内容 5 本件問題事案の再発防止策の策定方針策定に関する各機関等の関与、指示内容	【監査委員会】 4月18日に常勤監査委員に第一報の報告があり、事案を覚知した。5月15日の監査委員会で事案の内容などについて説明を受けた。翌日16日の経営委員会で、この事案について監査委員会の議論の中で出された意見を報告した。主な意見は、職務権限があいまいであり明確化される必要があること、手続きの各段階で責任を持ってチェックする必要があること、設備整備の目的変更は視聴者への説明責任が果たされる形が望ましいこと、重大な意思決定がクローズなところで不透明な形でされているガバナンスや組織風土の問題、など。再発防止策については、第三者の知見も取り入れる方向で執行部で検討が行われているところなので、その動向を注視するとともに、その内容に対する監査委員会として見解を経営委員会に報告するなど、対応していく。 【執行部】 (執行部側の経緯については、7日に担当理事がご説明するほか、理事会議事録として公開している) (【経営委員会】は別途)
---	-------	----	---	---

NHKインターネット活用業務の 必須業務化に関するNHKの説明について

2023年6月7日

一般社団法人 日本民間放送連盟

1

本日のご説明

- ▶ はじめに
 1. 業務範囲の考え方について
 2. 理解増進情報の見直しと費用上限について
 3. ネット業務のガバナンスについて
 4. 負担の在り方について
 5. 多元性確保への貢献について
- ▶ 結び

はじめに

- 民放連は必須業務の定義や法制度上の整理について、「公共放送WG」に対し、4月27日付で「NHKインターネット活用業務の検討に対する民放連の見解と質問について」(以下、「見解と質問」)を提出しましたが、まだ回答をいただいております。
- 「公共放送WG」第8回会合(5月26日)では、NHKから「インターネット活用業務に関する基本的考え方」とともに、必須業務化に関する「業務範囲、ガバナンス、負担の在り方」について、初めて説明がありました。
- NHKの説明内容に対しまして、「公共放送WG」の回答と照らし合わせて検討・分析することはできませんが、現時点における民放連の意見を述べることにします。
- 「見解と質問」においてお願いしましたとおり、「公共放送WG」の回答をいただいた後に、民放連の意見を述べる場を設けていただきたいと思います。

1. 業務範囲の考え方について(1)

- NHKの説明資料では、必須業務化を想定した業務範囲の考え方が、次のとおり記載されています。

<基本>

- ① 放送の同時配信・見逃し
- ② 報道サイト(「放送」と同一の情報内容の多元提供)

<上記以外>

- ③ 「放送と同様の効用が、異なる態様」で実現されるものについて実施

(資料8-1、11ページ)

- 業務範囲の考え方は、必須業務そのものの定義や、法制度に直結する重要なテーマです。

1. 業務範囲の考え方について(2)

- ②の報道サイトにおける「放送と同一の情報内容」や、③の「放送と同様の効用」は、判断基準が不明確です。特に③の概念は曖昧であり、現在の理解増進情報と同様に、際限なく拡大する危険性をはらんでいるため不適切です。
- 「放送と同様の効用」の定義や概念への疑問は、「公共放送WG」第8回会合において、三友主査および宍戸構成員からも示されました。
- また、業務範囲をNHK自身が判断するとすれば、結果として無限定なものになりかねないことを危惧します。放送の自律を前提としつつ、誰がどのように判断を行うかについて、丁寧な議論が必要だと考えます。
- ②や③の判断基準が、コンテンツの内容に依拠することの是非についても議論が必要と考えます。
- ネット業務の実施計画の変更を、事前認可する現行制度は維持すべきと考えます。

1. 業務範囲の考え方について(3)

- 業務範囲の考え方については、「公共放送WG」第8回会合においてNHK井上副会長から、
 - ✓放送と同様の効用をもたらす範囲に限って実施
 - ✓受信料を値下げし収入規模が減る中で、選択と集中により、「正確な情報の提供」「情報空間における参照点」「多元的な番組の提供」などによりお金をかける
 - ✓NHKの役割を研ぎ澄まし、より純化したものになり、業務範囲の幅が狭まる
 - ✓必須業務化によりNHKは本来のコンテンツ、あるいは報道についてさらに磨きをかけて、放送の効用を増していく—などの説明がありました。
- こうした説明を踏まえれば、NHKは今般、理解増進情報の名の下で膨らんだインターネット活用業務を絞り込み、「ネットには放送と同じものを出す」との姿勢を打ち出したものと、民放連は受け止めています。

2. 理解増進情報の見直しと費用上限について

- 「公共放送WG」第8回会合では、必須業務化に伴い、現在の理解増進情報がどのように整理されるかとの視点で、落合構成員、曾我部構成員、瀧構成員から発言がありました。
- また、ネット業務の費用上限の必要性について、内山構成員、山本構成員から発言がありました。
- NHK井上副会長からは、「放送と同様の効用をもたらすという範囲の中には、理解増進情報に含まれるものもある。必須業務になった場合、この定義等を含めてあらためて再整理したい」「ネット業務の費用上限の設定はあり得る」旨の発言がありました。
- この「再整理」とは、縮小の方向だと民放連は受け止めています。インターネット活用業務を絞り込み、「ネットには放送と同じものを出す」との姿勢のもとで、理解増進情報を見直すべきです。
- これを明確にするためにも、ネット業務の費用上限は継続して設定すべきと考えます。

3. ネット業務のガバナンスについて(1)

- インターネット活用業務の必須業務化に伴うガバナンスの在り方や実効性担保については、「公共放送WG」第8回会合において、宍戸構成員、曾我部構成員、林構成員から発言がありました。
- 「公共放送WG」の審議の一方で、NHKは5月30日、NHKのインターネット活用業務に係る設備調達で、令和5年度収支予算及び事業計画との関係で明確な説明が行われないうまま稟議・契約が進められ、内部手続きが適切ではなかったと考えられる事項があった、との報道発表を行いました。
- これに対し総務省は、違法性が疑われる支出は認められなかったとしながら、再発防止の徹底と、NHKにおける契約手続きその他の意思決定のプロセスについて、ガバナンスの面で再確認を行うことを期待する、とコメントしています。

3. ネット業務のガバナンスについて(2)

- 総務大臣に認可されていないBS同時配信の設備調達に着手したことや、その名目の予算が9億円も計上されていたことにより、NHKも認めているとおり、ガバナンス・内部統制上の問題が浮き彫りになりました。これはNHKの信頼を揺るがしかねない、深刻な事態だと考えます。
- 今般、インターネット活用業務のガバナンスの問題があらためて指摘されたことから、「公共放送WG」においても「受信料・業務・ガバナンス」の三位一体の議論を、これまで以上にしっかりと行っていただきたいと考えます。

4. 負担の在り方について

- 「公共放送WG」第8回会合において、NHKから必須業務化に伴う負担の考え方について、①負担と視聴の「公平性」と、②端末の「同等性」の2つの課題が重要としたうえで、▽同様の効用が得られているのであれば、同様の負担が適当、▽公平性と受益感が同様になるタイミングから、支払いが望ましい—といった説明がありました。
- ネット配信と受信料制度・財源との整合性は、根源的で重要な問題です。任意業務の現状においても、NHKが資料に記載しているとおり「放送の視聴者だけが費用を負担し、ネットを使う人はタダ乗り」とも言える状況です。
- 民放連はかねて、NHKの役割・業務の議論を先行して、肝心の受信料制度・財源の議論が後回しになっていると指摘しました。先の「見解と質問」でも「必須業務化と受信料制度・財源との関係」を最初に掲げ、6件の質問を提示しています。
- NHKが必須業務化と受信料制度・財源との関係をどのように考えているのか、ネット経由のみの視聴にどのような負担を求めるのかを、抽象的な言葉ではなく具体的に提案したうえで、議論を行うべきと考えます。

5. 多元性確保への貢献について(1)

■NHKの説明資料(資料8-1、26ページ)では「(情報空間全体の)多元性確保への貢献」と題し、

- ①放送ネットワークを、NHKが民放と協力しながら効率的に維持・管理すること
- ②NHKが日本のコンテンツ産業を後押しすること
- ③NHKが中心となり、放送とインターネット両方に対応できるようなソフトウェア開発等を進めていくこと——の3点の取り組みについて、国民から支持されている旨が記載されています。

■こうした「多元性確保への貢献」の取り組みは、NHKとして、放送事業全体のサステナビリティを維持・確保していく趣旨だと受け止めます。コンテンツ流通のグローバル化に対峙する日本の放送事業者にとって、これは極めて重要なテーマです。

5. 多元性確保への貢献について(2)

■NHKの受信料制度を合憲と判断した2017年12月の最高裁判決によれば、日本の放送制度は、異なる財源に基づくNHKと民間放送の二元体制をとることで、放送が全体として国民の福祉に役立つよう設計されています。

■民放連は、2020年9月の総務省「公共放送の在り方に関する検討分科会」第8回会合において、

- ✓NHK受信料の用途について、民放も含めた放送文化に裨益するという視点をもっていただきたい
- ✓条件不利地域へのユニバーサルサービス維持という観点で、ミニサテ等の費用をより多くNHKに負担していただきたい
- ✓NHKには放送全体の発展につながる取組を一層進めていただき、民放との協力関係を深めていただきたい——などと要望しました。

5. 多元性確保への貢献について(3)

- 放送法(2022年6月改正)は、難視聴解消のための放送インフラの共同利用などを念頭に、民放への協力努力義務をNHKに課しています。これにより、民放が難視聴解消などの放送法上の責務を効率的に遂行できるようになり、放送の効用の最大化が期待できると、当時の金子総務大臣が説明しています。
- 「公共放送WG」第7回会合(4月27日)では以下の発言がありました。
 - ✓受信料制度はNHKの経営を支えると同時に二元体制を支えるもの、ひいては放送の普及という、最高裁判決もはっきりと憲法上の要請と捉えたそのものを支える仕組み(宍戸構成員)
 - ✓受信料は二元体制を支えるものとの視点は非常に重要(三友主査)
- 本年5月成立の改正放送法により、「放送ネットワークの共同利用」が制度上可能となりました。NHK受信料を放送全体のために使う事業として、早期に具体化できることを期待しています。

結び

- 民放連は「見解と質問」において、
 - ①必須業務化と受信料制度・財源との関係については、財源をめぐるWGにおける精緻な議論を待つ必要がある
 - ②必須業務化と情報空間の健全性確保については、プラットフォーム事業者をはじめ関係事業者や国民各層の代表を集めた大きな枠組みの議論がまずあってしかるべきである
 - ③放送法の下でのインターネット活用業務の適正規模・範囲については、今般のWGの議論は、従来の枠組みを一気に超えていこうとしているようにも見える——との問題意識を述べました。
- 「公共放送WG」には、今般のNHKの説明内容に対しても、こうした問題意識に照らし、丁寧かつ慎重に議論を重ねていただき、視聴者・国民や民放事業者をはじめとするステークホルダーが納得できるような結論を導いていただきたいと考えます。

2023年6月7日

「NHKのインターネット活用業務の今後について」に対する意見
(総務省 第9回「公共放送ワーキンググループ」ヒアリング)

一般社団法人日本新聞協会
メディア開発委員会

当委員会は5月19日付で、総務省「公共放送ワーキンググループ(WG)」に「NHKインターネット活用業務の検討に対する意見」を提出した。その際、NHKのネット業務について議論する際に不可欠な前提として10項目の質問を示した。民放連も質問を提出している。まず、速やかにこうした懸念や疑問に関して討議し、回答するよう改めて求める。また、回答後、WGがとりまとめをする前に当委員会に意見表明する機会を設けていただきたい。

当委員会は19日付の意見で、NHK自らがインターネット活用業務の希望を具体的に示すべきだと指摘していた。貴WGの第8回会合でNHKは必須業務化の範囲などについて初めて考えを表明したが、「放送と同様の効用」や「『放送』と同一の情報内容」など具体性を欠く説明を繰り返した。なぜ必須業務化が必要なのか、必須業務化で何をどう変えるのかという根本的な疑問への回答はなく、視聴者や利用者にとって重要なサービスの具体像、有料・無料エリアの線引きも示さなかった。当委員会が繰り返し指摘してきた理解増進情報の課題についても、懸念を払拭する説明はなく、構成員の質問と返答の内容がかみ合わない場面も目立った。抽象的な議論に基づいて制度設計を進めれば、現状の理解増進情報のように業務範囲が際限なく拡大することになりかねない。新聞をはじめ他メディアとの公正競争が阻害され、言論の多様性やメディアの多元性が損なわれかねない、との懸念は深まった。こうした問題を解消しないまま議論を取りまとめることは、制度設計を事実上、総務省やNHKに委ねることに等しいのではないか。一度棄損されたメディアの多元性や言論空間が元の姿を取り戻すことは難しく、情報空間の健全性確保といった点にも逆行する可能性がある。

競争評価などをNHK内部で済ませる考え方にも異論が相次いだ。ガバナンスの在り方についてさらに検討を深めるべきだ。第8回会合以降、NHKが業務として認められていない衛星放送のネット配信経費を予算に盛り込んでいた問題が判明した。NHKは、内部では4月に発覚し、5月16日の経営委員会に報告したにも関わらず、その後2週間も公表せず、報道があった翌30日に初めて説明した。経営委員会や監査委員会を含めたガバナンスの問題が以前から指摘される中、放送同様NHK内部の監督・監査のみでインターネット活用業務をチェックしていくことが難しいという実態が明らかになった。これまで当委員会が重要性を指摘してきた、業務・受信料・ガバナンスの「三位一体改革」が不十分であることの証左といえる。受信料収入で運営する組織であるにもかかわらず、意思決定の過程やその透明性を軽視しているのではないか。貴WGで議論する領域との関係も密接で、公表しないまま必須業務化の意見を表明したことは適切だったのか。

6月2日に公表された議事録によれば、経営委員会と執行部で経営委員会の役割をめぐる激しい衝突があった。両者の間で責任の所在が整理できていないことも、ガバナンス上の大

きな課題だ。議論の前提条件が揺らぎかねない問題が相次いで発覚したことを踏まえ、貴 WG としてインターネット業務の必須化を論じる前に、過去のインターネット業務予算や三位一体改革の進捗状況を NHK に確認し、検証する必要があると考える。

第 8 回会合での NHK の説明に対する当委員会の考え方や疑問点を以下の通りまとめた。民放連や構成員からも多数の意見・質問が出されているが、回答が示されていない。貴 WG には、NHK から明確な説明を得た上で、この夏にも予定していた取りまとめを見送り、懸念の一つ一つについて丁寧に時間をかけて議論するよう求める。

【1. 大前提となる視聴者・国民の期待、本検討会・WG で示されたご期待・ご要望】

基本的な考え方

- ・視聴者から期待されているという「情報空間の参照点」の趣旨が不明瞭である。なぜ情報空間の健全性確保につながるのか、なぜそのために必須業務化が必要なのか、新聞や民間放送も同様の役割を果たしているのではないかなど、疑問点は多い。また、NHK が情報空間の参照点を果たしていけるかを議論するためには、具体的な業務やサービスの在り方をもとに検討すべきだと考える。

【2. NHK のインターネット活用業務に関する基本的な考え方】

インターネット活用業務に関する基本的な考え方

- ・なぜ必須業務化が必要なのか、また、今の補完業務ではなにができないのか具体的な説明がなされていない。
- ・「放送と同様の効用」の定義があいまいで、必須業務化の範囲として適当ではない。現状の「理解増進情報」もあいまいな定義を拡大解釈し、なし崩し的な業務拡大につながってきた。構成員から「歯止めがないと言われている理解増進情報と同じ問題が発生するのではないか」との指摘もあったが、同様の事態が起りかねない。
- ・「放送と同様の効用」について議論するのであれば、放送の効用をどのように定義し、どう効用を測るのかを明確にすべきである。

【3. 業務範囲・ガバナンス・負担の在り方】

基本：「放送の同時配信・見逃し」「報道サイト（「放送」と同一の情報内容の多元提供）」

- ・報道サイトが「基本」に含まれていることに疑問と懸念がある。例示されている「NHK NEWS WEB」について、当委員会は理解増進情報の具体的な事例として、メディアの多元性や公正競争の観点から懸念を示してきたが、こうした懸念に対し説明がなされていない。
- ・『放送』と同一の情報内容」の定義があいまいで、拡大解釈につながりかねない。現状の「NHK NEWS WEB」は、放送内容を再構成するなどして、コンテンツの内容が放送番組と必ずしも同一とは言えない。また、仮に同一の情報内容であっても、さまざまな機能を加え提供されている。コンテンツが放送と同一の情報内容であれば、無制限でネット展開できるとの考え方には疑問だ。

放送と同様の効用で異なる態様のもの

- ・「放送と同様の効用」「異なる態様」の定義があいまいで拡大解釈につながりかねない。効用と態様は密接に関連しており、提供する態様が違えば効用も変化することも想定される。同様の効用だと判断できる根拠も不明だ。
- ・「基本」とされた報道サイトなどの部分と、どのように扱いが異なるのかわからず、評価できない。
- ・「教育コンテンツ」については、報道機関だけでなく、多数の民間企業がネット上で展開している。そうした領域でのネット展開拡大については、さまざまな民間企業からも意見を聞くべきではないか。

プラットフォーム等を通じた提供をどのように考えるか

- ・当該部分の資料は説明が著しく欠落している。
- ・「実質的に『自身による提供』であれば、同様の扱いではないか」との記述について、「実質的に」という文言により拡大解釈が推し進められる恐れが強い。これまでの貴WGでも構成員からプラットフォームを通じた事業展開について競争政策の観点から慎重な検討を求める意見があり、当委員会としてもプラットフォーム事業者と結びつきを強めることについて懸念を示してきた。既存の3号受信料業務との関係も分からない。第8回会合でも明確な説明はなく、重要な論点にもかかわらず議論を深めることはできていない。
- ・「その他の提供形態」については子会社経由等の有料提供を打ち出しているが、原価配賦の操作によりコストの大部分を受信料負担とすることで、市場競争を破壊する恐れがある。

ガバナンスの在り方

- ・「国家補助」事業の拡大に際しては事前ルールの明確化の必要性が指摘され、構成員の議論でも一致していた部分だ。今回、構成員から多数指摘があったように、経営委員会などNHK内部による競争評価では、公正競争に対する懸念は払拭されないのではないかと。英BBCの事例を基に「公共価値テスト」の事例などを紹介しているものの、具体像が明確ではない。重要な部分にも関わらずあいまいなままでは議論を深めることも難しい。
- ・インターネットのニュースに関する市場は、ニュースを発信する事業者だけでなく、流通に携わるプラットフォーム事業者などさまざまなステークホルダーがおり、複雑になっている。必須業務化すると、公正競争への懸念はさらに高まるが、内部のみで競争評価ができるのか疑問がある。
- ・「公共価値テスト」の対象として新規内容で一定の規模にかかるものが挙げられているが、これまで、「理解増進情報」のように既に実施しているネット業務についても懸念が示されている。仮に公共価値テストのような枠組みを導入するとすれば、こうした懸念があるサービス全てを対象にすべきではないか。
- ・構成員から必須業務化した場合の費用上限の考え方について指摘を受け、「考え方はあり得る」との回答があった。競争ルールだけでなく、自主的な規律の枠組みの重要性も指摘されていたが、具体的な費用上限も含め、NHKが具体的に説明すべきではないか。

負担の在り方

- ・スマートフォンを所有すればすぐに受信料支払いの対象になることはないということは理解できるが、「“受益感”が公平性を上回る有料契約＝“サブスク”でもない形」など表現が抽象的で意味を正確に捉えづらい。議論をすることが困難ではないか。
- ・現状、「フリーライドがある」との認識が示されているが、今後この部分をどう整理していくかが分からない。
- ・放送の視聴者しか視聴できない「公平性」の課題があるとし、コールセンターに寄せられた声や SNS 上の意見が紹介されているが、「月数件」などとあり、制度改革を進めるほど多くの意見だと言えるのか。

(情報空間全体の) 多元性確保への貢献

- ・情報空間の多元性確保へ貢献するため、他のメディアとの協力に取り組むとの説明は意義深い。ただし、この点は「本来業務」と資料に記載しており、法定の「必須業務」と別の考え方なのか、明確にすべきだ。
- ・新聞・通信社は正確で信頼できる情報の発信などによって情報空間へ貢献できるよう努めており、多元性確保に資する取り組みは重要になる。他方、具体的にどのような全体像を描き、どのように取り組んでいくのかイメージをつかめなかった。

以 上

「NHKのインターネット活用業務の今後について」に関する疑問点

- ①「情報空間の参照点」は新聞社や民間放送も同様の役割を果たしていると考えられるが、NHKの特殊な概念なのか。そうだとすれば、その具体像はどのようなサービスや事業展開なのか。
- ②なぜ必須業務化が必要なのか、また、今の補完業務では何ができないのか。NHKとして必須業務化を行いたいのか。NHKがいう「必須業務」と「本来業務」の定義は異なるのか。
- ③「放送と同様の効用」とは、具体的には何を指すのか。既存の「理解増進情報」との関係はどう整理されるのか。
- ④後述のように必須業務の範囲について、「放送の同時配信・見逃し」「報道サイト（「放送」と同一の情報内容の多元提供）」「放送と同様の効用で異なる態様のもの」の3層で整理されているが、それぞれ具体的にどのようなサービスイメージや料金体系、規律の在り方を想定しているのか。
- ⑤「ニュース防災アプリ」など現在展開しているサービスの中で、「報道サイト」に該当するものは何か。「『放送』と同一の情報内容」と「理解増進情報」との関係はどう整理されるのか。
- ⑥なぜ「異なる態様」で「放送と同様の効用」が実現できるものがあると言えるのか。
- ⑦「基本」とされた部分と、「放送と同様の効用で異なる態様のもの」では、どのように扱いやルールが異なるのか。とりわけ「報道サイト」との線引きが難しいように感じるが、どのように整理するのか。
- ⑧既存の外部事業者を通じたコンテンツ提供のルール（3号受信料業務や、2号受信料業務で展開するプラットフォームを通じた展開など）とはどのように整理できるのか。「自身による提供」のルールが他と異なるのはなぜか。
- ⑨「子会社経由等の有料提供」が市場に与える影響をどのように考えるのか。
- ⑩競合する民間事業者から、どのように意見を聞くのがよいと考えているか。
- ⑪費用上限の導入を検討するか。仮に導入した場合、どのような形になると想定するか。
- ⑫新たなサービスではどこまでが無料で、どこからが受信料の対象になるのか。ペイウォールなどを設ける可能性はあるのか。また、ペイウォールを設ける場合、「フリーライド」との関係はどう考えるのか。
- ⑬「フリーライド」と認識があるにもかかわらず、理解増進情報をはじめネット業務を拡大してきたことをどう説明するのか。
- ⑭「同様の負担」の「同様」とは、料額の水準も含めたものか。
- ⑮ネット業務の必須業務化について、メディアの多元性にどの程度影響があると考えているのか。また、その点を踏まえ、多元性確保への貢献に向けどのような取り組みを行いたいと考えているのか。

以 上

「NHKのインターネット活用業務 の今後について」 に対する意見

一般社団法人日本新聞協会
メディア開発委員会

一般社団法人 日本新聞協会

1

-
1. はじめに
 2. NHKの説明に対する考え方・疑問点
 3. まとめ

一般社団法人 日本新聞協会

2

1. はじめに

- 5月19日付でWGに「NHKインターネット活用業務の検討に対する意見」を提出し、NHKのネット業務について議論する際に不可欠な前提として10項目の質問を示しています。
- 我々の懸念や疑問に関して速やかに討議し、回答するよう改めて求めます。また、回答後、WGがとりまとめをする前に当委員会に意見表明する機会をいただきたいと考えます。

1. はじめに

- 前回会合で、NHKは必須業務化の範囲について「放送と同様の効用」「『放送』と同一の情報内容」など具体性を欠く説明を繰り返しました。なぜ必須業務化が必要なのか、何をどう変えるのかという根本的な疑問への回答はなく、視聴者にとって重要なサービスの具体像、有料・無料エリアの線引きも示しませんでした。理解増進情報への懸念を払拭する説明はなく、構成員の質問と返答がかみ合わない場面も目立ちました。
- 抽象的な議論に基づいて制度設計を進めれば、業務範囲の際限ない拡大につながりかねません。公正競争が阻害され、言論の多様性やメディアの多元性が損なわれかねない、との懸念は深まっています。

1. はじめに

- 問題を解消しないまま議論を取りまとめることは、制度設計を事実上、総務省やNHKに委ねることに等しいのではないのでしょうか。一度棄損されたメディアの多元性や言論空間が元の姿を取り戻すことは難しく、情報空間の健全性確保といった点にも逆行する可能性があります。
- 前回会合では、競争評価などをNHK内部で済ませる考え方にも異論が相次ぎました。ガバナンスの在り方についてさらに検討を深めるべきです。

1. はじめに

- 前回会合以降、衛星放送のネット配信に関する問題が判明しました。内部では4月に発覚し、5月16日の経営委員会に報告したにも関わらず、その後2週間公表しませんでした。経営委員会を含めたガバナンスの問題が指摘される中、内部の監督・監査のみでネット活用業務をチェックすることが難しい実態が明らかになりました。「三位一体改革」が不十分なことの証左で、意思決定の過程や透明性を軽視しているのではないのでしょうか。WGで議論する領域との関係も密接で、公表しないまま前回会合で意見を表明したことは適切だったのでしょうか。

1. はじめに

- 議事録からは経営委と執行部の間で責任の所在が整理できていないという、ガバナンス上の課題も浮き彫りになりました。議論の前提が揺らぎかねない問題が相次いで発覚したことを踏まえ、ネット業務の必須化を論じる前に、過去のインターネット業務予算や三位一体改革の進捗状況を確認し、検証する必要があると考えます。
- 民放連や構成員からも多数の意見・質問が出されていますが、回答が示されていません。NHKから明確な説明を得た上で、この夏にも予定していた取りまとめを見送り、丁寧に時間をかけて議論するよう求めます。

一般社団法人 日本新聞協会 7

2. NHKの説明に対する考え方や疑問点

1. 大前提となる視聴者・国民の期待、本検討会・WGで示されたご期待・ご要望 基本的な考え方

(NHK「公共放送WG第8回(5/26)説明資料」4ページ)

- 視聴者から期待されているという「情報空間の参照点」の趣旨が不明瞭です。なぜ情報空間の健全性確保につながるのか、なぜそのために必須業務化が必要なのか、新聞や民間放送も同様の役割を果たしているのではないかなど、疑問点が多くあります。NHKが情報空間の参照点を果たしていけるか議論するために、具体的な業務やサービスの在り方をもとに検討すべきではないでしょうか。

一般社団法人 日本新聞協会 8

2. NHKの説明に対する考え方や疑問点

2. NHKのインターネット活用業務に関する基本的な考え方

インターネット活用業務に関する基本的な考え方

(NHK「公共放送WG第8回(5/26)説明資料」9ページ)

- なぜ必須業務化が必要なのか、今の補完業務ではなにができないのか具体的な説明がなされていません。
- 「放送と同様の効用」の定義があいまいで、必須業務化の範囲として適当ではありません。なし崩しの業務拡大につながってきた「理解増進情報」と同様の事態が起こりかねません。
- 「放送と同様の効用」を議論するならば、放送の効用をどのように定義し、どう効用を測るのかを明確にすべきではないでしょうか。

一般社団法人 日本新聞協会

9

2. NHKの説明に対する考え方や疑問点

3. 業務範囲・ガバナンス・負担の在り方

基本：「放送の同時配信・見逃し」

「報道サイト（「放送」と同一の情報内容の多元提供）」

(NHK「公共放送WG第8回(5/26)説明資料」12ページ)

- 報道サイトが「基本」に含まれていることに疑問と懸念があります。例示された「NHK NEWS WEB」に懸念を示してきましたが、説明がなされていません。
- 「『放送』と同一の情報内容」の定義があいまいで、拡大解釈につながりかねません。「NHK NEWS WEB」は、放送内容を再構成するなどして、コンテンツの内容が放送番組と必ずしも同一とは言えません。仮に同一の情報内容だとしても、さまざまな機能を加え提供されています。コンテンツが放送と同一の情報内容であれば、無制限でネット展開できるとの考え方は疑問です。

一般社団法人 日本新聞協会

10

2. NHKの説明に対する考え方や疑問点

3. 業務範囲・ガバナンス・負担の在り方

放送と同様の効用で異なる態様のもの

(NHK「公共放送WG第8回(5/26)説明資料」13～16ページ)

- 「放送と同様の効用」「異なる態様」の定義があいまいで拡大解釈につながりかねません。効用と態様は密接に関連しており、提供する態様が違えば効用も変化することも想定されます。同様の効用だと判断できる根拠も不明です。
- 「基本」とされた報道サイトなどの部分と、どのように扱いが異なるのかわからず、評価できません。
- 「教育コンテンツ」は、多数の民間企業がネット上で展開しています。さまざまな企業からも意見を聞くべきではないでしょうか。

一般社団法人 日本新聞協会 11

2. NHKの説明に対する考え方や疑問点

3. 業務範囲・ガバナンス・負担の在り方

プラットフォーム等を通じた提供をどのように考えるか

(NHK「公共放送WG第8回(5/26)説明資料」17ページ)

- 資料は説明が著しく欠落しています。明確な説明がなく、重要な論点にもかかわらず議論を深めることはできていません。
- 「実質的に『自身による提供』であれば、同様の扱いではないか」は、「実質的に」という文言で拡大解釈が進められる恐れが強いと考えます。プラットフォームを通じた事業展開について競争政策の観点から慎重な検討を求める意見があり、結びつきを強めることへ懸念も示してきました。
- 子会社経由等の有料提供を打ち出していますが、コストの大部分を受信料負担とし市場競争を破壊する恐れがあります。

一般社団法人 日本新聞協会 12

2. NHKの説明に対する考え方や疑問点

3. 業務範囲・ガバナンス・負担の在り方

ガバナンスの在り方

(NHK「公共放送WG第8回(5/26)説明資料」18、19ページ)

- 構成員から多数指摘があったように、経営委員会などNHK内部による競争評価では、公正競争に対する懸念は払拭されません。「公共価値テスト」などを紹介していますが、具体像は明確ではありません。重要な部分にも関わらずあいまいなままでは議論を深めることは難しいと考えます。
- インターネットニュースに関する市場は、発信する事業者だけでなく、流通に携わるプラットフォーム事業者などさまざまなステークホルダーがおり、複雑になっています。必須業務化すれば、公正競争への懸念はさらに高まりますが、内部のみで競争評価ができるのか疑念があります。

一般社団法人 日本新聞協会 13

2. NHKの説明に対する考え方や疑問点

3. 業務範囲・ガバナンス・負担の在り方

ガバナンスの在り方

(NHK「公共放送WG第8回(5/26)説明資料」18、19ページ)

- 「公共価値テスト」の対象として新規内容で一定の規模にかかるものが挙げられていますが、「理解増進情報」のように既に実施しているネット業務についても懸念が示されています。仮に公共価値テストのような枠組みを導入するとすれば、こうした懸念があるサービスすべてを対象にすべきではないでしょうか。
- 構成員から必須業務化した場合の費用上限の考え方について指摘を受け、「考え方はあり得る」との回答がありました。自主的な規律の枠組みの重要性も指摘されましたが、具体的な費用上限も含め、NHKが具体的に説明すべきではないでしょうか。

一般社団法人 日本新聞協会 14

2. NHKの説明に対する考え方や疑問点

3. 業務範囲・ガバナンス・負担の在り方 負担の在り方

(NHK「公共放送WG第8回(5/26)説明資料」20～23ページ)

- スマートフォンを所有すればすぐに受信料支払いの対象になるわけではないことは理解できますが、「“受益感”が公平性を上回る有料契約＝“サブスク”でもない形」など表現が抽象的で、誰もが意味を正確に捉えて議論をすることが困難です。
- 「フリーライドがある」との認識が示されていますが、今後この部分をどう整理していくかが分かりません。
- 放送の視聴者しか視聴できない「公平性」の課題があるとし、意見が紹介されていますが、制度改正を進めるほど多くの意見と言えるのでしょうか。

一般社団法人 日本新聞協会 15

2. NHKの説明に対する考え方や疑問点

3. 業務範囲・ガバナンス・負担の在り方 (情報空間全体の) 多元性確保への貢献

(NHK「公共放送WG第8回(5/26)説明資料」24～26ページ)

- 情報空間の多元性確保へ貢献するため、他のメディアとの協力に取り組むとの説明は意義深く感じています。ただし、この点は「本来業務」と資料に記載しており、法定の「必須業務」と別の考え方なのか、明確にすべきです。
- 新聞・通信社は正確で信頼できる情報の発信などによって情報空間へ貢献できるよう努めており、多元性確保に資する取り組みは重要になります。他方、NHKが具体的にどのような全体像を描き、どのように取り組んでいくのかイメージをつかめませんでした。

一般社団法人 日本新聞協会 16

3. まとめ

- NHKの説明に対する15項目の疑問点を、別途まとめています。NHKから説明を得られるよう、貴WGに求めます。
- 「NHKインターネット活用業務の検討に対する意見」（5月19日付）や「NHKインターネット活用業務の検討に対する民放連の見解と質問」で示された懸念やた疑問に関して速やかに討議し、回答するよう求めます。

3. まとめ

- 本日お示しした懸念や疑問点を解消しないまま議論を取りまとめることは、制度設計を事実上、総務省やNHKに委ねることにほかならず、WGがこれまで積み重ねてきた議論が無意味になりかねません。
- メディアの多元性や言論の多様性は民主主義社会の基盤であり、国民・視聴者にとっても不可欠です。国民の「知る権利」や民主主義の維持・発展に十分留意したていねいな議論を求めます。

公共放送ワーキンググループ (第10回)

説明資料 (これまでのご説明の補足)

NHK

必須業務として想定する業務範囲について

NHK

・現時点で想定する必須業務の基本は、「放送の同時配信・見逃し」と「報道サイト」

理解を容易にするため、以下は、現在の基幹サービスである「NHKプラス」「NHK NEWS WEB」をベースに記述

NHK+

- 常時同時配信・見逃し番組配信サービス
- 各地域のコンテンツもスマホなどで視聴可能
- 利用者に対価を求めず、現在は受信契約者本人と、本人と生計を同一にする方のみが視聴可能
- テレビを保有していないインターネットのみの利用者は視聴不可



⇒ 以下のような価値を提供

- いつでも どこでも公共放送の番組を視聴可能
- 地域理解促進、異なる考え方を発見

報道サイト(同内容のアプリ提供も想定)

- 動画配信、記事等
- 社会・気象/災害・科学/文化・スポーツなど、放送同様の情報を提供
- 様々なデバイス・認証等なしで閲覧可能



⇒ 放送同様、以下のような価値を提供

- 公平・公正で信頼できる情報を取得
- 世の中で議論となっている事象・問題を把握

NHK NEWS WEB 等を再整理したものを想定
(放送と同一の情報内容の多元提供)

必須業務として想定する業務範囲について

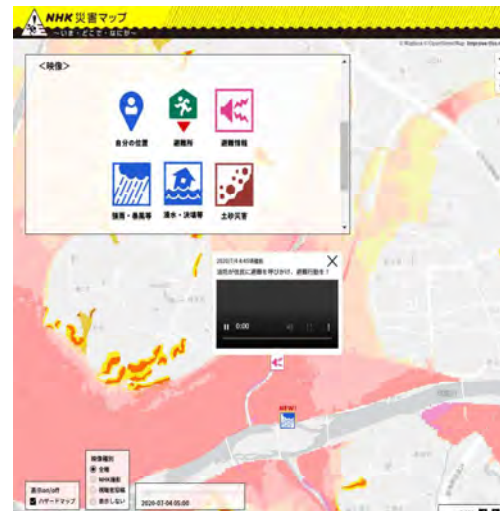
NHK

- ・その他は、社会実証でお示した「災害マップ」「一望・連続再生」「フェイクニュース対応」等を限定的に提供することを想定（新規サービスについては、**多元性確保の確認のため**、「競争評価」等のプロセスを経て追加する想定）

（理解を容易にするため、社会実証の結果をベースに記述）



- ・ **一望・連続再生**
放送の“見せ方”を、ネット時代に合わせ、かつ、公共放送に求められる多様性確保を追求したもの



- ・ **災害マップ**
放送への活用も前提となる、災害報道の高度化（放送と目的、価値は同様）

出所：公共放送ワーキンググループ（第8回）NHK提出資料より

3

現在の「理解増進情報」の今後について

NHK

現在の規律（「NHKインターネット活用業務実施基準」（総務大臣認可））

第2条 この基準における用語は、次の各号の定義に従うものとする。

- 一 放送番組
放送をする事項の種類、内容、分量および配列
- 二 理解増進情報
日本放送協会（以下「協会」という。）が放送したまたは放送する放送番組の編集上必要な資料その他の協会が放送したまたは放送する放送番組に対する理解の増進に資する情報（放送番組または当該情報を編集したものを含む。）
- 三 放送番組等
協会が放送したまたは放送する放送番組および当該放送番組に係る理解増進情報

（理解増進情報の提供に係る基本原則）

第5条 理解増進情報は、法の趣旨を踏まえ、特定の放送番組に関連付けられた補助的な情報の範囲のものとし、次の各号のいずれかに該当するものに限る。

- 一 放送番組を周知・広報するもの
- 二 放送番組等を再編集したもの
- 三 放送番組の内容を解説・補足するもの
- 四 放送番組のために収集した情報であって災害等の予防や被害の軽減に資するもの
- 五 協会が放送した放送番組（以下「既放送番組」という。）の一部を編集したものまたは当該放送番組のために収集した資料であって創作用素材として提供するもの
- 六 その他放送番組の視聴に関して参考となるべき情報

- ・ あくまで個別サービスの内容、提供の実態で判断されるものであるが、**インターネット業務が必須となった際には、上記のように規定される現在の放送番組に対する「理解増進情報」は必然的に再整理されると考えている。**
- ・ **インターネット業務が放送同様のミッションになる以上、付加的な情報によって、放送への“誘引”効果を高めるようなサービスについては、今の形のまま残ることはないと考えている。**

➔放送からだけ情報を得る方も、ネットからだけ情報を得る方も、等しく「NHKの提供する価値」を享受いただくよう努める義務を負うのが、“必須業務化”だと理解している（公平性、同等性）

4

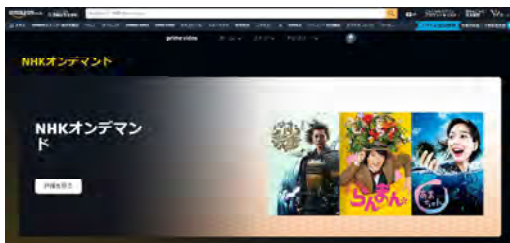
今後の再検討のイメージ

- インターネットの個々のサービスでは、本来ミッションのそのままと受け止められる、放送番組丸ごとの提供や災害報道、放送番組そのものの広報、付加的な情報によって放送への誘導を図る内容等が、必然的に混在してコンテンツを形成している。
- インターネット業務が放送同様のミッションになる以上、付加的な情報によって、放送への“誘引”効果を高めるようなサービスについては、今の形のまま残ることはないと考えており、放送と同一の情報内容をネットの特性に合わせて提供することに注力することになるため、「純化”されていく」と称しているところ。
(テキスト情報についても、放送と同一の情報内容のもの、ネットの特性に合わせたものを提供することが基本となる。)
- そのため、2頁では、現在の「NHK NEWS WEB」という書き方ではなく、「報道サイト」としている。
(アプリについても、同内容を提供することが基本となる)

5

(参考)「NHKオンデマンド」ほか、有料業務について

- 「NHKオンデマンド」については、市場競争に配慮しつつ、有料アーカイブ事業として継続・強化すべきと考えている。
(収支差が生じた場合は、よりロングテールのアーカイブコンテンツについて提供を強化する等、映像産業の発展、映像文化の保存に寄与していく)



出所: Amazon サイトから引用



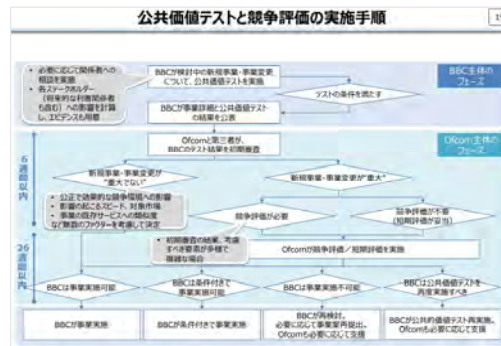
- その他の提供形態については、市場流通が確立している場合は、子会社経由等の有料提供が原則と考えている。

出所: 公共放送ワーキンググループ(第8回)NHK提出資料より

6

“競争評価”プロセス(多元性確保の確認)について

- 3頁に記載したように、今回提示した「必須業務」範囲想定外の新規サービスを開始する場合には、市場影響等について、**欧州同様の審査のうえ、適否を判断すべき**ものと考えている(下記はイギリスBBCの事例)。
- この事前審査、パブリックコメント等を経てから、各年度の予算・事業計画に盛り込むことを想定している。



- 主体は、**経営委員会の監督のもと、情報空間全体のステークホルダーの状況も理解する専門家からなる委員会**を想定(任命、プロセス等を適切に整備することで執行部からの独立性、他の伝統メディアの意見提出機会等を確保する)
*市場調査の手法等については、現在設置している「インターネット活用業務審査・評価委員会」の知見が活用できると考える
- また、英BBC等で行われているように、**数年に一度、全体状況の変化に合わせた競争レビューを行うべき**とも考えている。7

(一社) 日本民間放送連盟の質問への回答

公共放送ワーキンググループ
令和 5 年 6 月

① NHKの必須業務および任意業務の定義をご教示ください。

(回答)

- ・ NHKの必須業務とは、放送法（昭和 25 年法律第 132 号）第 15 条に定められたNHKの目的を達成するために、行うこととされている業務（同法第 20 条第 1 項）をいい、NHKの任意業務とは、NHKの目的を達成するために、行うことができることとされている業務（同条第 2 項）をいいます。

② すでに幅広く展開されているNHKのインターネット活用業務が、任意業務から必須業務に変わることによって、視聴者・国民にとって何がかわるのか、よく分かりません。見解をご教示ください。

(回答)

これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ テレビ受信機を持っていないからという理由だけでNHKの放送に接することができないのは厳しいので、必須業務化することで、テレビ受信機を持っていない人たちにも放送と同じものを同時に流してほしい
- ・ 任意業務では、テレビをお持ちでない方に対してはNHKのコンテンツが提供できない状態であるが、必須業務という位置付けになれば、テレビを持っているかどうかに関わらず、NHKのコンテンツにアクセスできるという意味で、新聞や民間放送と同様に、NHKもインターネット上で多元性確保の役割を果たすことができる
- ・ インターネット配信領域での国際競争上の圧力と、市場の導入期であることを鑑みれば、業界リーダーとしてNHKに先行して開拓してもらうことも一種のミッションとして考えられる
- ・ 必須業務化によりテレビを持ってない方に対しNHKが新聞や民放と同じ土俵に立つ、その上で公正な競争環境が確保されれば、多元性確保に資するとの考えに立てるかとの構成員からの質問に対し、日本新聞協会メディア開発委員会から、その考え方は全く同じだと思うが、現状でも補完業務で上限 200 億円という、民間からしたら莫大なお金を投じて、無料でニュース防災アプリ等を提供しているわけで、現状でも一定程度同じ土俵で多元性の確保はなされていると思う。これが必須業務になることによって、そんなに予算は増えないという言い方もされているが、そうなるか、補完業務と必須業務でどこがどう変わって、同じ土俵の度合いがどこまでさらに高まるのか、多元性の度合いがどこまでさらによくなるのか、はっきりしない旨回答があった

このような議論も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ③ 仮にNHKインターネット活用業務を必須業務化する場合、NHKが負う義務や規律を具体的にご教示ください。(例：放送に課されているあまねく受信義務、重大事故の報告、安全信頼性基準の適合、放送番組審議会、受信料契約、▽現行のインターネット活用業務に課されている費用上限、インターネット活用業務実施基準の認可、同実施計画の届出、▽業務管理体制(ガバナンス)など。)
- ④ 放送法において、インターネット配信を放送のように規律する考えでしょうか。そうであれば、その根拠をご教示ください。

(回答)

本ワーキンググループでは、「NHKのインターネット活用業務の在り方」を検討項目の一つとし、その中で、インターネット活用業務に課される規制の在り方についても現在、議論を進めているところです。

これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ インターネット活用業務が必須業務化した場合「あまねく義務」との関係はどうなるのか。実務上どのようなことが考えられるのかとの構成員からの質問に対し、NHKから、ネットは原理的にベストエフォートの技術であることから、その点を踏まえつつ、一定のサービスレベルを確保する取り組みが必要と考える旨回答があった
- ・ 放送法と同様の規律がインターネット活用業務にもかかるとした場合に、NHKが業務を行う上で支障があるか否かとの構成員からの質問に対し、NHKから、放送は時系列的に提供していくものであり、提供の態様がインターネットとは異なるほか、通信と放送の必然的な技術的差異もあるため、形式的に規律をかけるのではなく、自律的に、実質的に、公平性や多角的論点提示等の確保が行えるようにしていただきたい旨回答があった
- ・ インターネット上のコンテンツに放送の規律を当てはめるのではなく、自主自律に委ねるべき
- ・ 仮に必須業務化した場合に、今と同じ程度の費用上限がある場合に何か支障があるかとの構成員からの質問に対し、NHKから、一定の費用上限はあり得るが、現在規模から増加していくような認識は持っていない旨回答があった
- ・ 必須業務化するのであれば、執行部を監督する経営委員会の強化はマストだが、それでは足りないと思っているので、費用の上限も含めて実施基準を策定して、総務省の認可制度にかからしめることが必要
- ・ 必須業務については、はるかに重い責任や規律がかかっているところ、従来の規律やガバナンス体制のままで十分かが問われている
- ・ インターネット活用業務が仮に本来業務化した場合にどういったセーフガード措置が必要かとの構成員からの質問に対し、貴連盟から、インターネット活用業務の実施基準の変更は事前認可にしたほうがいい。今、NHKはこれからどんどんインターネット活用業務にかかる経費を増やしていくコンディションにはないと思うが、やはり一定の目安というのは必須業務になっても必要ではないかとの旨の回答があった。また、日本新聞協会メディア開発委員会から、本来業務化になったとしても、やはりガバナンスは必要。仮に本来業務化にするのであれば、逆に実施基準をしっかりと決めてやっていくことは必要と思う旨回答があった

このような議論も踏まえ、本ワーキンググループでどこまで議論し、どのような内容を取りまとめ、総務省にその後の具体的検討を求めていくべきかも含め、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ⑤ インターネット活用業務の必須業務化を志向するのであれば、インターネット視聴と受信料制度・財源との整合性の検討が必要と考えますが、見解をご教示ください。必要とすれば、具体的な検討はいつ開始するお考えでしょうか。
- ⑥ NHKから、テレビ受信機を持たないがNHKプラスを視聴したいニーズがあるとの説明があり、「公共放送WG」では、端末（アプリ）認証を行って課金するなどの意見がありました。これについても、受信料制度との整合性の検討が必要と考えますが、見解をご教示ください。

（回答）

本ワーキンググループでは、「インターネット活用業務の財源と受信料制度」を検討項目の一つとし、現在、議論を進めているところです。

これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ 放送の分野で受信者共同体に入る人たちには受信料制度をとり、テレビを持っていないが同時同報のサービスを利用するという道を開く場合は、フリーライドできないようにして公平性を担保する観点から何らかの負担を求めることは正当化でき、受信料制度と矛盾しないのではないか
- ・ テレビを持っていないが同時同報のサービスを利用するという道を開く場合に、フリーライドできないようにして公平性を担保する観点から何らかの負担を求めるという考え方について、どう考えるかとの構成員からの質問に対し、貴連盟から、例えばNHKプラスについて、このワーキンググループでの議論でもアプリで視聴の意思を確認してそれを有料化するという意見があったが、それはNHKオンデマンドの有料提供と同じ性格のものなのか。どういうものをイメージされているのかよく分からない旨回答があった
- ・ テレビを設置しない人のうち、テレビを設置するのと同等の「公共放送を受信できる環境にある者」として、インターネット端末を通じてNHKのコンテンツを受信するために能動的な行動をとった人から負担を求めることが適切ではないか
- ・ あるいは、放送コンテンツは、直接視聴しなくても、時代を共有することも含めて利便を受けるので、全世帯が幅広く費用を負担することが望ましいのではないか
- ・ NHKが必須業務化と受信料制度・財源との関係をどのように考えているのか、ネット経由のみの視聴にどのような負担を求めるのかを、抽象的な言葉ではなく具体的に提案したうえで、議論を行うべき
- ・ スマートフォンを所有すればすぐに受信料支払いの対象になるわけではないことは理解できるが、「受益感」が公平性を上回る有料契約＝“サブスク”でもない形などNHKの資料の表現が抽象的で、誰もが意味を正確に捉えて議論をすることが困難。「フリーライドがある」との認識もNHKの資料に示されているが、今後この部分をどう整理していくかがわからない

このような議論も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ⑦ NHKのインターネット活用業務が、任意業務から必須業務に変わることによって、なぜ情報空間の健全性が高まることになるのか、見解をご教示ください。
- ⑨ NHKのインターネット活用業務を必須業務化することは、わが国最大のメディアであるNHKの強大な地位を、インターネットの世界において固定化しかねず、ひいては受信料財源の動画配信事業者を新たに作ることになりかねないと考えますが、その社会的意味や是非を含め、見解をご教示ください。

(回答)

これまでのワーキンググループでは、以下のような意見が出ています。

- ・ インターネット配信領域での国際競争上の圧力と、市場の導入期であることを鑑みれば、業界リーダーとしてNHKに先行して開拓してもらうことも一種のミッションとして考えられる
- ・ 日本では、同時配信の実施が遅れた結果、情報空間に若い世代が参加できなかつたり、偽情報が流布されたり、場が海外サービスに左右されたりすることが危惧される。NHKに先導的な役割を果たさせることで、健全な情報空間を確保することがデジタル社会の基本政策として必要
- ・ 国民全体が共有すべき基本的情報を、信頼性をもって、かつアテンション・エコノミーの虜にならない形で提供できるのが公共放送の強み。テレビ保有率が低下傾向にあり放送の視聴習慣が失われつつある中、公共放送のもたらす便益を放送を見ない層にもどのような形で提供していくかが重要
- ・ もっとも、情報空間の弊害（偽情報、フィルターバブルなど）を直接是正する可能性は限定的
- ・ 必須業務という位置付けになれば、テレビを持っているかどうかに関わらず、NHKのコンテンツにアクセスできるという意味で、新聞や民間放送と同様、NHKもインターネット上で多元性確保の役割を果たすことができる
- ・ NHKが視聴者から期待されているという「情報空間の参照点」の趣旨が不明瞭。なぜ情報空間の健全性確保につながるのか、なぜそのために必須業務化が必要なのか、新聞や民間放送も同様の役割を果たしているのではないかなど、疑問点が多くある

なお、松本総務大臣は、国会において、放送は、公共性の高い情報をあまねく伝える、いわば「質の担保された情報」を提供するといった使命があり、我が国では、公共放送と民間放送とが切磋琢磨する二元体制の下で、多元な主体による多様な放送が確保されてきたところ、インターネット上で膨大な情報が行き交う今だからこそ、情報の出し手として存在意義があり、メディアとしての重要性は増してきている旨を答弁しています

こうした点も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ⑧ 情報空間の健全性確保においては、「特定デジタルプラットフォーム提供者」のユーザへの責務など、放送法の外側にあるネット配信全般についての検討も必要と考えますが、「公共放送WG」あるいは総務省において、そのような検討を行う考えはあるのでしょうか。

(回答)

本ワーキンググループにおいては、第1回会合の事務局資料において示されているとおり、

- (1) インターネット時代における公共放送が担うべき役割
- (2) NHKのインターネット活用業務の在り方
- (3) インターネット活用業務に関する民間放送事業者のとの協力の在り方
- (4) インターネット活用業務の財源と受信料制度

を主な検討項目としています。

この点に関し、これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ 情報空間の健全性確保については、本ワーキンググループだけではなく親会の検討会でも検討されているところがあり、ワーキンググループの中だけで、NHK以外のメディアも含め、どういう役割なのかという議論まではされていないと思われる。一方で、全体としては、メディア全体としてどういう形で推進していくのかといった議論自体はされている部分があり、互いにレポートしあうような会議間の関係性もあるので、一般的な会議体の進め方としてはあり得ると思う。
- ・ さらに、どういう形で議論を行っていくと議論が深まるのかとの構成員からの質問に対し、貴連盟から、放送事業者だけではなく関係するプラットフォーム事業者も入れるということであり、その意味では、すでに総務省では「プラットフォームサービスに関する研究会」があり、そこでは基本的にプラットフォーム事業者の自主自律に任せるという結論だったが、その上で、放送の中で情報空間の健全性の話をするのは、話の途中から始まっている感じがする旨回答があった。

- ⑩ 仮にNHKインターネット活用業務を必須業務化する場合、放送法第20条の第1項に限定列挙された、中波放送、超短波放送、テレビジョン放送、衛星基幹放送、放送・受信の進歩発達に必要な調査研究、国際放送等と同列に、インターネット業務を規定するお考えでしょうか。仮にインターネット活用業務を区分し、一部を必須業務、残りを任意業務とする場合は、どのように規定するお考えでしょうか。

(回答)

本ワーキンググループでは、「NHKのインターネット活用業務の在り方」を検討項目の一つとし、その中で、放送法におけるNHKのインターネット活用業務の位置付けについても現在、議論を進めているところです。

これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ インターネット活用業務は必須業務として考えていくべきであり、その上で課題をクリアしていくべき
- ・ 「インターネット活用業務」は外延が不明確なので、どこまでが必須業務かは別途議論が必要
- ・ 今後、インターネット活用業務が必須業務化したときには、NHKプラスで地上波のすべての番組を流す方向なのか、また、BSの番組についてはどう考えているのかとの構成員からの質問に対し、NHKから、地上波を念頭に置いており、なるべくすべての番組を流していきたいが、BSについてはこれからの課題と考えている旨回答があった
- ・ NHKの資料にある「放送と同様の効用」はNHKプラスのことを指すのか。また、NHK NEWS WEBの内容のうち、放送と本当に同一の文字化された内容を特定のコンテンツとしてみなして、それ以外のところを理解増進情報として定義して、そこは必須業務に含めないという整理が現時点で可能なのかとの構成員からの質問に対し、NHKから、NHKプラスが基本であるが「報道サイト」をまとまりとして考えていきたい、テキストを何でもやろうというわけではなく、テキストも含めた理解増進情報の部分について再整理をしっかりと検討していきたい旨回答があった
- ・ NHKの資料にある「放送と同一の情報内容」や「放送と同様の効用」は、判断基準が不明確。特に後者の概念は曖昧であり、現在の理解増進情報と同様に、際限なく拡大する危険性をはらんでいるため不適切
- ・ NHKは必須業務化の範囲について「放送と同様の効用」「『放送』と同一の情報内容」など具体性を欠く説明を繰り返した。抽象的な議論に基づいて制度設計を進めれば、業務範囲の際限ない拡大につながりかねない

具体的な規定ぶりについては、本ワーキンググループにおける検討結果の取りまとめを踏まえ、総務省において検討されるべき事柄であると考えていますが、本ワーキンググループでどこまで議論し、どのような内容を取りまとめるべきかも含め、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ⑪ NHKは電波の「放送」を行うために、テレビ受信機に紐づく受信料を独占的に徴収することが認められています。現行の受信料制度を継続する前提においては、「放送政策に関する調査研究会」が述べたとおり「放送を目的に設立された特殊法人という性格から無限定の実施は不適切」であり、NHKのインターネット活用業務は「放送」と同等かつ付随的（小規模）なサービスに限られると考えますが、見解をご教示ください。

（回答）

本ワーキンググループでは、「NHKのインターネット活用業務の在り方」や「インターネット活用業務の財源と受信料制度」を検討項目の一つとし、現在、議論を進めているところです。

これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ 公共放送の活動領域を広く認めることによってメディア間の競争が阻害され、全体として情報空間の環境の改善につながらなかつたりむしろ悪化してしまつたりすることは避けなければならない、全体として何が最適なのかを考慮しつつ、公共放送の活動領域やその規律、費用負担のあり方を、拙速にならない形で検討する必要
- ・ NHKが受信料を財源にインターネット活用業務を際限なく拡大すれば、公正な競争が阻害され、言論の多様性やメディアの多元性が損なわれ、国民や社会に不利益を及ぼしかねない
- ・ 必須業務化をしていく場合には、競争評価の仕組みを適切に構築、運用することによって、際限なく拡大するという懸念が払拭できる可能性があるのではないか
- ・ 一部報道によるとテキストニュースを縮小する方針とのことだが、NHKニュースウェブやテレビマガジン等のテキスト系の報道について、今後どうするつもりなのかとの構成員からの質問に対し、NHKから、放送でやるべきものをネットでやるということであり、放送でやらないようなものはなるべくネットでやらないということが必須業務化。NHKの本来業務としての仕事をネットでもやっていきたいということであり、NHKの役割が純化すると、やるべきものがクリアになってくると考える。どういう業務が本来業務としてふさわしいのか、「放送と同等の効用」にふさわしいのかは、再整理をしっかりとしていく必要があると考えている旨回答があった
- ・ どういう競争評価の枠組みであれば際限なく拡大される可能性がなくなると考えるかとの構成員からの質問に対し、貴連盟から、そもそも理解増進情報はインターネット活用業務の範囲を実体的に広げるために使われてきた言葉。現行法とNHKのインターネット活用業務実施基準でどこまでができることになっているのか、NHKはどこまでやっているのかというレビューが実はないのではないか。ベン図等で明らかにして、現行制度ではできないが、NHKとしてやってみたいということをお話するのが先ではないかとの旨の回答があった。また、日本新聞協会メディア開発委員会から、業務を際限なく拡大することになりかねない現状があるので、公正競争が阻害され再現性が損なわれかねないという懸念が深まっている中で、そもそも理解増進情報の定義の中に「個別番組に紐付く」というのがあったと思うが、いろんな番組に紐付いているのかどうかわからないようなものも現状でもたくさんあるので、その定義もしっかり整理していくべき旨回答があった

このような議論も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ⑫ 有力な公的企業が国家補助を受けた経済活動を行うと競争歪曲のおそれがあるとの指摘が有識者からありました。公正競争の議論においては、先に具体的なサービスを特定して検討すべきであり、対象業務が抽象的なままでは、抽象的な議論にしかならないことを懸念しますが、見解をご教示ください。

(回答)

本ワーキンググループでは、「NHKのインターネット活用業務の在り方」を検討項目の一つとし、その中で、インターネット活用業務に課される規制の在り方についても現在、議論を進めているところです。

これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ NHKが新たな業務を実施する場合に公共性を持つのか、具体的にどこまで実現できているのかについて、どの時点でチェックするのかを、具体的に制度設計として整理する必要がある。その際、NHK自身が公共性や適切性等についてどこまで明確な考えを持ち、具体的なファクトや予測を立てて審査する体制を有するかどうか依存する
- ・ 審査主体には専門的能力と情報収集能力の確保が不可欠。仮に民間の報道機関の経営情報も収集する可能性を考えれば、どの主体が担うのかとは別に、守秘義務を課した専門家に基礎的な分析を委託する手続も考える必要がある
- ・ ステートエイドの問題は抜きがたく、競争ルールの整備や運用について、協会内部のガバナンスだけで事足りるということには賛同できない。必須業務化するのであれば、執行部を監督する経営委員会の強化はマストだが、それでは足りないと思っているので、費用の上限も含めて実施基準を策定して、総務省の認可制度にかからしめることが必要
- ・ 仮に必須業務化した場合に、今と同じ程度の費用上限がある場合に何か支障があるかとの構成員からの質問に対し、NHKから、一定の費用上限はあり得るが、現在規模から増加していくような認識は持っていない旨回答があった
- ・ インターネット活用業務が仮に本来業務化した場合にどういったセーフガード措置が必要かとの構成員からの質問に対し、貴連盟から、インターネット活用業務の実施基準の変更は事前認可にしたほうがいい。今、NHKはこれからどんどんインターネット活用業務にかかる経費を増やしていくコンディションにはないと思うが、やはり一定の目安というのは必須業務になっても必要ではないかとの旨の回答があった。また、日本新聞協会メディア開発委員会から、本来業務化になったとしても、やはりガバナンスは必要。仮に本来業務化にするのであれば、逆に実施基準をしっかり決めてやっていくことは必要と思う旨回答があった
- ・ 強い批判が出ている理解増進情報についてNHKとしてどのように評価するか、また、放送番組に関連しないようなコンテンツの配信についてどのように考えているのかとの構成員からの質問に対し、NHKから、インターネット活用業務が「放送番組の理解増進情報」ではなく必須業務となることで、公共放送のミッションそのものを体現する引き締まったものになると考えている旨回答があった

このような議論も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ⑬ 民放連は2022年11月24日開催の「公共放送WG」第3回会合のヒアリングにおいて、NHKインターネット活用業務は公正競争を阻害しないために、▽放送番組の「理解増進情報」を拡大解釈しない、▽ネットオリジナルコンテンツの制作・配信はしない、▽広告収入を得ない、▽予算に厳格な歯止めを設けるなどの取り組みが最低限必要と述べました。こうした民放連の考えに対する見解をご教示ください。

(回答)

本ワーキンググループでは、「NHKのインターネット活用業務の在り方」を検討項目の一つとし、その中で、放送法におけるNHKのインターネット活用業務の位置付けやインターネット活用業務に課される規制の在り方についても現在、議論を進めているところです。

これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ 強い批判が出ている理解増進情報についてNHKとしてどのように評価するか、また、放送番組に関連しないようなコンテンツの配信についてどのように考えているのかとの構成員からの質問に対し、NHKから、インターネット活用業務が「放送番組の理解増進情報」ではなく必須業務となることで、公共放送のミッションそのものを体現する引き締まったものになると考えている旨回答があった
- ・ どういう競争評価の枠組みであれば際限なく拡大される可能性がなくなると考えるかとの構成員からの質問に対し、貴連盟から、そもそも理解増進情報はインターネット活用業務の範囲を実体的に広げるために使われてきた言葉。現行法とNHKのインターネット活用業務実施基準でどこまでができることになっているのか、NHKはどこまでやっているのかというレビューが実はないのではないかと。ベン図等で明らかにして、現行制度ではできないが、NHKとしてやってみたいということをお話するのが先ではないかとの旨の回答があった。また、日本新聞協会メディア開発委員会から、業務を際限なく拡大することになりかねない現状があるので、公正競争が阻害され再現性が損なわれかねないという懸念が深まっている中で、そもそも理解増進情報の定義の中に「個別番組に紐付く」というのがあったと思うが、いろんな番組に紐付いているのかどうかかわからないようなものも現状でもたくさんあるので、その定義もしっかり整理していくべき旨回答があった
- ・ 本来的な財源というより民放への協力資金として広告収入を得ていくことも将来的に考えられるが、NHKとしてどう考えるかとの構成員からの質問に対し、NHKから、論点としてはあり得るが、広告財源と受信料財源は放送の二元体制のコアである旨回答があった
- ・ 仮に必須業務化した場合に、今と同じ程度の費用上限がある場合に何か支障があるかとの構成員からの質問に対し、NHKから、一定の費用上限はあり得るが、現在規模から増加していくような認識は持っていない旨回答があった
- ・ 必須業務化した場合、NHKにおいてインターネット活用業務に関する費用の範囲や上限をある程度明確にした上で、ほかの業務との費用の按分方法も適正に定めるなど、会計上の透明性確保を図っていく必要がある
- ・ インターネット活用業務が仮に本来業務化した場合にどういったセーフガード措置が必要かとの構成員からの質問に対し、貴連盟から、インターネット活用業務の実施基準の変更は事前認可にしたほうがいい。今、NHKはこれからどんどんインターネット活用業務にかかる経費を増やしていくコンディションにはないと思うが、やはり一定の目安というのは必須業務になっても必要ではないかとの旨の回答があった。また、日本新聞協会メディア開発委員会から、本来業務化になったとしても、やはりガバナンスは必要。仮に本来業務化にするのであれば、逆に実施基準をしっかり決めてやっていくことは必要と思う旨回答があった

このような議論も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

(一社) 日本新聞協会メディア開発委員会の 質問への回答

公共放送ワーキンググループ
令和 5 年 6 月

- ① NHKのネット業務拡大がどのように情報空間の健全性確保につながるかは明確ではなく、メディアの多元性から見ると逆効果になりかねないとの指摘もある。NHKのネット業務拡大と、情報空間の健全性確保の関係についてどう考えるのか。
- ② NHKはすでに理解増進情報などの名目でネット業務を幅広く展開している。現状のネット業務は情報空間の課題解決にどの程度寄与してきたと考えるか。

(回答)

これまでのワーキンググループでは、以下のような意見が出ています。

- ・ インターネット配信領域での国際競争上の圧力と、市場の導入期であることを鑑みれば、業界リーダーとしてNHKに先行して開拓してもらうことも一種のミッションとして考えられる
- ・ 日本では、同時配信の実施が遅れた結果、情報空間に若い世代が参加できなかつたり、偽情報が流布されたり、場が海外サービスに左右されたりすることが危惧される。NHKに先導的な役割を果たさせることで、健全な情報空間を確保することがデジタル社会の基本政策として必要
- ・ 国民全体が共有すべき基本的情報を、信頼性をもって、かつアテンション・エコノミーの虜にならない形で提供できるのが公共放送の強み。テレビ保有率が低下傾向にあり放送の視聴習慣が失われつつある中、公共放送のもたらす便益を放送を見ない層にもどのような形で提供していくかが重要
- ・ もっとも、情報空間の弊害（偽情報、フィルターバブルなど）を直接是正する可能性は限定的
- ・ 必須業務という位置付けになれば、テレビを持っているかどうかに関わらず、NHKのコンテンツにアクセスできるという意味で、新聞や民間放送と同様、NHKもインターネット上で多元性確保の役割を果たすことができる
- ・ NHKが視聴者から期待されているという「情報空間の参照点」の趣旨が不明瞭。なぜ情報空間の健全性確保につながるのか、なぜそのために必須業務化が必要なのか、新聞や民間放送も同様の役割を果たしているのではないかなど、疑問点が多くある

なお、松本総務大臣は、国会において、放送は、公共性の高い情報をあまねく伝える、いわば「質の担保された情報」を提供するといった使命があり、我が国では、公共放送と民間放送とが切磋琢磨する二元体制の下で、多元な主体による多様な放送が確保されてきたところ、インターネット上で膨大な情報が行き交う今だからこそ、情報の出し手として存在意義があり、メディアとしての重要性は増してきている旨を答弁しています

こうした点も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ③ 民主主義を維持するためのメディアの多元性の重要性をどう捉えているのか。NHKのネット業務拡大によって、メディアの多元性にどの程度影響が出ると考えるのか。
- ④ 仮にNHKのネット業務を必須業務とする場合、新聞・通信社や民放以外の事業者への影響も考慮する必要はないか。他にどのような企業や組織、団体に影響が出ると考えるか。またこうした事業者からも意見を聞く必要性をどう考えるか。
- ⑤ 受信料という原資だけでなく、受信料を基に築き上げてきた組織体制や設備などもあり、報道分野でのNHKは圧倒的な存在感がある。ネットを必須業務にした場合も巨大な組織や人員を活用すれば、収支を勘案してネット業務に取り組む他の報道機関は公正な競争が難しいのではないか。

(回答)

本ワーキンググループでは、「NHKのインターネット活用業務の在り方」を検討項目の一つとし、現在、議論を進めているところです。

これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ NHKのインターネットへの進出がメディアの多元性によって提供される価値を毀損してはならない。NHKのネット進出により他メディアの存在が脅かされるとしたら、情報空間を悪化させることになり本末転倒
- ・ 必須業務化をしていく場合には、競争評価の仕組みを適切に構築、運用することによって、際限なく拡大するという懸念が払拭できる可能性があるのではないか
- ・ 審査主体には専門的能力と情報収集能力の確保が不可欠。仮に民間の報道機関の経営情報も収集する可能性を考えれば、どの主体が担うのかとは別に、守秘義務を課した専門家に基礎的な分析を委託する手続も考える必要がある
- ・ ステートエイドの問題は抜きがたく、競争ルールの整備や運用について、協会内部のガバナンスだけで事足りるということには賛同できない。必須業務化するのであれば、執行部を監督する経営委員会の強化はマストだが、それでは足りないと思っているので、費用の上限も含めて実施基準を策定して、総務省の認可制度にかからしめることが必要
- ・ 仮に必須業務化した場合に、今と同じ程度の費用上限がある場合に何か支障があるかとの構成員からの質問に対し、NHKから、一定の費用上限はあり得るが、現在規模から増加していくような認識は持っていない旨回答があった
- ・ 必須業務化した場合、NHKにおいてインターネット活用業務に関する費用の範囲や上限をある程度明確にした上で、ほかの業務との費用の按分方法も適正に定めるなど、会計上の透明性確保を図っていく必要がある
- ・ インターネット活用業務が仮に本来業務化した場合にどういったセーフガード措置が必要かとの構成員からの質問に対し、日本民間放送連盟から、インターネット活用業務の実施基準の変更は事前認可にしたほうがいい。今、NHKはこれからどんどんインターネット活用業務にかかる経費を増やしていくコンディションにはないと思うが、やはり一定の目安というのは必須業務になっても必要ではないかとの旨の回答があった。また、貴委員会から、本来業務化になったとしても、やはりガバナンスは必要。本来業務になったからこそ、逆に実施基準をしっかりと決めてやっていくことは必要と思う旨回答があった

このような議論も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ⑤ 放送の持つ公共性と、ネット空間の公共性の違いをどのように考えるか。ネット空間の公共性をどのような枠組みで制度化するのか。通信・ネットの領域を放送法の改正で規定することは適切なのか。放送制度の枠を超えた議論が必要になると考えるが、どう対応するか。

(回答)

これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ 今もうこれだけ時代が移ってきている中で、1人1台のテレビはないけれども、1人1台のスマホがあるという状態の中で、自分と常に一緒にいるものところで放送を見たい。それも同時放送以外の形でもいろいろ選択ができるような形で見たいというのは、本当に時代の動きだと思うので、これは本来業務としてガバナンスを効かせながら見ていくものだろう
- ・ 重要なのは、時代の変化の中にあって、メディアから情報を受ける国民にとって、より多様で、そして普段の生活のみならず災害時の非常時等、様々な意味で役に立つプログラムが提供されることであるとする。国民の受益の中身がよりリッチになるように必要なことは何か、議論を尽くすべき
- ・ テレビ受信機を持っていないからという理由だけでNHKの放送に接することができないのは厳しいので、必須業務化することで、テレビ受信機を持っていない人たちにも放送と同じものを同時に流してほしい
- ・ 任意業務では、テレビをお持ちでない方に対してはNHKのコンテンツが提供できない状態であるが、必須業務という位置付けになれば、テレビを持っているかどうかに関わらず、NHKのコンテンツにアクセスできるという意味で、新聞や民間放送と同様に、NHKもインターネット上で多元性確保の役割を果たすことができる
- ・ このような考えに立てるかとの構成員からの質問に対し、貴委員会から、その考え方は全く同じだと思うが、現状でも補完業務で上限200億円という、民間からしたら莫大なお金を投じて、無料でニュース防災アプリ等を提供しているわけで、現状でも一定程度同じ土俵で多元性の確保はなされていると思う。これが必須業務になることによって、そんなに予算は増えないという言い方もされているが、そうすると、補完業務と必須業務でどこがどう変わって、同じ土俵の度合いがどこまでさらに高まるのか、多元性の度合いがどこまでさらによくなるのか、はっきりしない旨の回答があった

具体的な規定ぶりについては、本ワーキンググループにおける検討結果の取りまとめを踏まえ、総務省において検討されるべき事柄であると考えていますが、本ワーキンググループでどこまで議論し、どのような内容を取りまとめるべきかも含め、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ⑥ 「NHKニュース防災」アプリや「NHK NEWS WEB」「NHK政治マガジン」など、理解増進情報として展開しているサービスは、受信料を支払わなくても利用できる。受信料制度の整合性などをどう考えるか。ネットのオリジナルコンテンツも多いが、問題はないとみているのか。必須業務化を考える際に検証する必要はないのか。

(回答)

インターネット活用業務については、総務大臣の認可を受けたインターネット活用業務実施基準に従って行わなければならないとされ（放送法第20条第12項）、総務大臣が認可するに当たっては、インターネット活用業務の種類、内容及び実施方法並びに料金その他の提供条件に関する事項が受信料制度の趣旨に照らして不適切なものでないことを審査することとなっています（同条第11項第3号）。

これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ 強い批判が出ている理解増進情報についてNHKとしてどのように評価するか、また、放送番組に関連しないようなコンテンツの配信についてどのように考えているのかとの構成員からの質問に対し、NHKから、①現在の「理解増進情報」は「放送番組の理解増進情報」となっているため、個別放送番組と結びつくネットコンテンツ等が理解増進のために制作、提供される形となっている。放送が必須業務であることから、これにネットから誘導を図る効果は存在しており、一定の評価はできる。②インターネット活用業務が「放送番組の理解増進情報」ではなく必須業務となることで、公共放送のミッションそのものを体現する引き締まったものになると考えている旨回答があった
- ・ 必須業務化をしていく場合には、競争評価の仕組みを適切に構築、運用することによって、際限なく拡大するという懸念が払拭できる可能性があるのではないか
- ・ どういう競争評価の枠組みであれば際限なく拡大される可能性がなくなると考えるかとの構成員からの質問に対し、日本民間放送連盟から、そもそも理解増進情報はインターネット活用業務の範囲を実体的に広げるために使われてきた言葉。現行法とNHKのインターネット活用業務実施基準でどこまでができることになっているのか、NHKはどこまでやっているのかというレビューが実はないのではないか。ベン図等で明らかにして、現行制度ではできないが、NHKとしてやってみたいということをお話するのが先ではないかとの旨の回答があった。また、貴委員会から、業務を際限なく拡大することになりかねない現状があるので、公正競争が阻害され再現性が損なわれかねないという懸念が深まっている中で、そもそも理解増進情報の定義の中に「個別番組に紐付く」というのがあったと思うが、いろんな番組に紐付いているのかどうか分からないようなものも現状でもたくさんあるので、その定義もしっかり整理していくべき旨回答があった
- ・ インターネット活用業務が仮に本来業務化した場合にどういったセーフガード措置が必要かとの構成員からの質問に対し、日本民間放送連盟から、インターネット活用業務の実施基準の変更は事前認可にしたほうがいい。今、NHKはこれからどんどんインターネット活用業務にかける経費を増やしていくコンディションにはないと思うが、やはり一定の目安というのは必須業務になっても必要ではないかとの旨の回答があった。また、貴委員会から、本来業務化になったとしても、やはりガバナンスは必要。仮に本来業務化にするのであれば、逆に実施基準をしっかり決めてやっていくことは必要と思う旨回答があった

このような議論も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ⑦ ネット業務の必須業務化の可否については、NHKがまず具体的な業務構想を示し、その効果、他の事業者や市場への影響について十分議論を重ねた上で検討すべきではないか。これまでの議論の進め方はあるべき姿とは順序が異なっているのではないか。

(回答)

NHKからは、5月26日の第8回会合において、

- ・ NHKには「情報空間の参照点」と同時に、「多元性の確保への貢献」が求められているのではないか
- ・ 業務範囲については「放送と同時配信・見逃し」と「報道サイト（「放送」と同一の情報内容の多元提供）」が基本であり、これら以外は「放送と同様の効用が、異なる態様」で実現されるものについて実施
- ・ ガバナンスについては、新規内容で一定の規模にかかるものは、（経営委員会の監督のもと）いわゆる「公共価値テスト」を事前実施ののち、追加することとなるのではないか
- ・ また、BBC等で行われているように、数年に一度、全体状況の変化に合わせた競争レビューを行うこともあり得るのではないか

といった考えが示されたところであり、この内容も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

⑧ 任意業務から必須業務となった場合、具体的に業務展開はどう変わるのか。あるいは何が可能になるのか。任意業務のままでは、具体的にどのようなデメリットがあり、変更する必要があると考えるのか。国民・視聴者にとってもわかりやすく説明すべきではないか。

(回答)

これまでのワーキンググループでは、以下のような議論がなされています。

- ・ テレビ受信機を持っていないからという理由だけでNHKの放送に接することができないのは厳しいので、必須業務化することで、テレビ受信機を持っていない人たちにも放送と同じものを同時に流してほしい
- ・ 任意業務では、テレビをお持ちでない方に対してはNHKのコンテンツが提供できない状態であるが、必須業務という位置付けになれば、テレビを持っているかどうかに関わらず、NHKのコンテンツにアクセスできるという意味で、新聞や民間放送と同様に、NHKもインターネット上で多元性確保の役割を果たすことができる
- ・ インターネット配信領域での国際競争上の圧力と、市場の導入期であることを鑑みれば、業界リーダーとしてNHKに先行して開拓してもらうことも一種のミッションとして考えられる
- ・ 必須業務化によりテレビを持ってない方に対しNHKが新聞や民放と同じ土俵に立つ、その上で公正な競争環境が確保されれば、多元性確保に資するとの考えに立てるかとの構成員からの質問に対し、日本新聞協会メディア開発委員会から、その考え方は全く同じだと思うが、現状でも補完業務で上限200億円という、民間からしたら莫大なお金を投じて、無料でニュース防災アプリ等を提供しているわけで、現状でも一定程度同じ土俵で多元性の確保はなされていると思う。これが必須業務になることによって、そんなに予算は増えないという言い方もされているが、そうなると、補完業務と必須業務でどこがどう変わって、同じ土俵の度合いがどこまでさらに高まるのか、多元性の度合いがどこまでさらによくなるのか、はっきりしない旨回答があった

このような議論も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

- ⑩ NHKの業務、受信料、ガバナンスの「三位一体改革」は道半ばだ。ネット業務拡大を議論する前に、まずは、貴WGでこれまでのNHKによる「三位一体改革」の検証をするべきではないか。また、「経営委員会のガバナンスを含む、NHKのガバナンス改革が必要」との指摘もあったが、どう検討するのか。

(回答)

NHKについては、国民・視聴者の負担する受信料で支えられていることを踏まえ、業務・受信料・ガバナンスの「三位一体改革」に不断に取り組むことが求められます。NHKも、5月26日の第8回会合において、今後とも三位一体改革について不断の取組を継続していく旨を表明しています。

インターネット活用業務を必須業務化とした場合における経営委員会を含むガバナンスの在り方については、これまでのワーキンググループにおいて、以下のような意見が出ています。

- ・ 公共的な情報流通を担保し、国民の知る権利を実現すると同時に、NHKが突出して情報空間を歪めたりしないという点でイギリスやドイツのような仕組みが非常に重要となるが、この議論をする以上は、NHKのガバナンスの問題の議論は不可避であり、当然に経営委員会のガバナンスの問題が極めて重要
- ・ ステートエイドの問題は抜きがたく、競争ルールの整備や運用について、協会内部のガバナンスだけで事足りるということには賛同できない。必須業務化するのであれば、執行部を監督する経営委員会の強化はマストだが、それでは足りないと思っている
- ・ NHKが新たな業務を実施する場合に公共性を持つのか、具体的にどこまで実現できているのかについて、どの時点でチェックするのかを、具体的に制度設計として整理する必要がある。その際、NHK自身が公共性や適切性等についてどこまで明確な考えを持ち、具体的なファクトや予測を立てて審査する体制を有するかどうかに依存する
- ・ 審査主体には専門的能力と情報収集能力の確保が不可欠。仮に民間の報道機関の経営情報も収集する可能性を考えれば、どの主体が担うのかとは別に、守秘義務を課した専門家に基礎的な分析を委託する手続も考える必要がある

このような意見も踏まえ、引き続き、議論・検討を進めていきます。

第8回会合における質問事項への回答

番号	質問者	質問内容	回答内容	
1	大谷構成員	質問	「放送と同様の効用」について、インターネット活用業務を必須業務化することによって国民・視聴者に対し、どのような効用があるのかをNHKの言葉で教えていただきたい。災害や教育コンテンツ等が例として挙がっておりイメージしやすいところだとは思いますが、加えて、放送がネットかといった伝送路に関わらず、NHKが視聴者の声に耳を傾けることが必須業務となれば、情報空間全体の批評・批判について適切に対応することが効用として思い浮かぶところ。	【執行部】 各種世論調査等から、フェイクニュース、社会にとって重要な情報の埋没、意見の分断を調停する情報の拡散等、情報空間全体で認識される問題に対して、NHKに一定の役割を期待していることと承知している。 これに対し、社会において信頼できる基本的情報＝「情報空間の参照点」の提供を行いたいと考えている。情報があふれるなか、視聴者・国民がさまざまな事象・価値観を知り、共有し、判断していく際のひとつの立脚点になればと考える。 「視聴者・国民がNHKに求めているものは何か」という期待・要請の中で、必須業務を行っていることをネット空間でも行っていくということである。
2	大谷構成員	質問	これまではネットが放送の補完をしていたところ、今後は放送がネットの補完をする相互作用も考えられるが、必須業務とすることの意味について、国民・視聴者や競合事業者等、競争の観点から問題意識を持たれている人に対して、どのような説明をすれば分かりやすいと考えるか。	【執行部】 「情報空間の参照点」の提供と並んで重要な点として、「信頼できる多元性確保」への貢献を掲げさせて頂いた。 資料9頁に書かせて頂いた通り、この役割は、あくまで、新聞・民放ほか、伝統メディアとの多元的な切磋琢磨によって実現できるものと考えている。 よって、11頁に示した通り、「放送の同時配信・見逃し」「報道サイト」を基本とし、「放送と同様の効用で想像が異なるもの」を限定的に提供し、全体について、放送同様、公平性確保・多角的論点提示等の規律がかかるものだと考えている。
3	大谷構成員	質問	資料8-1のp11について、サービス領域が横長に拡大する反面、縦方向には縮小されており、インターネット活用業務の必須業務化によって財源を拡大するというよりは、同じ程度の財源でサービス領域を広げていくとしているのか、その点NHKの意図を確認したい。	【執行部】 三位一体の改革に基づき、これから大幅な減収が予定されているほか、必須業務となっても、財源が増加していくようなものではないと認識している。 NHKに最も求められる「正確な番組」「多様な番組」「信頼できる情報空間の参照点」といった内容により質を向上させていくことである。ネットにおいても放送においても、質を向上させることで、NHKの情報空間における価値を高めた。
4	林構成員	意見	資料8-1のp19のガバナンスの在り方については、前提として競争ルールの在り方とネット規律の在り方の話に分けて考える必要があるが、スタートエドの問題が抜きがたい。競争ルールについては、民放連や新聞協会の懸念は競争のイコールフィッティングという点で私も非常にわかる。競争ルールの整備や運用について、現状お示しされている協会内部のガバナンスだけで事足りるということには賛同できない。必須業務化するのであれば、執行部を監督する経営委員会の強化はマストだが、それでは足りないと思っているので、費用の上限も含めて実施基準を策定して、総務省に認可制度にかからしめることが必要。 他方、p11のネット規律についてはガバナンスへの考えとは逆に、公共放送の自覚と責任において、ネット上のコンテンツに放送の規律を当てはめるのではなく、自主・自律にゆだねるべきと考えている。ただし、ガイドラインのバージョンアップは必須。法律上の手当てをすると拡大解釈されるおそれもある。	-
5	林構成員	意見	また、毎年度又は複数年度において例えばインターネット放送市場検証会議のような形で、定評としてレビューを行う必要がある。	-

番号	質問者	質問内容	回答内容	
6	落合構成員	質問	競争規律に関わる部分については、NHKから十分な説明があったとは思わない。具体的にどのように進めていくのかという準備ができていないと感じた。どのような組織内の体制を整備し、どのような基準を進めていくことを想定しているか、明確にご説明いただきたい。	【経営委員会】 仮に必須業務化した場合、インターネット活用業務の開始・変更が与える競争への影響等について評価する機関は、第三者性・中立性を確保し、適正な評価のできる組織にすべきである。NHKが自律的に評価する組織を設置する際は、インターネット活用業務の開始・変更が与える競争への影響等についての評価にあたり、現行制度では経営委員が個別の番組へ干渉することはできないと規定されていることなどをふまえて、評価する機関の具体的な仕組み、業務を検討する必要があると認識している。 【執行部】 （経営委員会の監督のもと）新規または既存サービスの大幅変更を行う際には、予算・事業計画の策定前に第三者の専門委員会が一定の評価を行い、NHK自身の意見とあわせて意見募集等をし、最終的な判断を得る、欧州の「公共価値テスト」的なものを行うことが適切だと考えている。現在、執行部には「インターネット活用業務審査・評価委員会」と呼ばれる専門委員会を置き、計画策定の前後に一定の評価を行っている。このような取り組みの蓄積も活用できると考えている。）
7	落合構成員	質問	資料8-2の新聞協会の意見の中にも「NHKの説明が必要」として、競争ルールと料金体系についてどうするか書かれていたところ。おそらくアプリダウンロード等の一定の視聴者の積極的行為を契機とする課金制であろうかと思うが、できるかぎり明確に、料金体系についてどう考えているのか明確に説明していただきたい。業務ごとに異なる場合には業務ごとに、無償か有償か、または有償場合にはどのような課金額の算定を想定されているか。	【執行部】 現時点でお示しさせて頂いたのは、20頁以降にあるように、「放送の同時配信・見逃し」（地上放送を想定）について、負担の公平性・端末等環境の同等性が満たされる際には、同水準の負担をお願いすることになるのではないか、というもの。よって、当然に、多機能端末であるスマートフォンを保有するだけで契約をお願いするようなことは入らない。他方、いわゆる「課金制」と認識できてしまうことは、公共放送の旨旨と相容れないものと考えている。
8	落合構成員	質問	また、その際、財源の論点も重要になってくると思う。例えば、以前の会合で、民放への協力に対する資金として広告収入を得ていくことも将来的には考えられるのではないかと発言をしたが、広告収入についてどう考えるのか。さらに、国際放送についても国内放送と同様に考えていくのか。特に広告収入について質問を詳細にすると、本来的な財源というよりは、民放への協力をするための財源として、広告料を使うことによってプロミネンスとの関係を踏まえたエコシステムの構築のため、という観点からどうお考えかを伺いたい。	【執行部】 論点としてはあり得ると考えるが、広告財源と受信料財源は、放送の二元体制のコアであり、ご指摘のようにエコシステム全体から考えるべきものと考えている。
9	落合構成員	意見	ネット規律については、一定程度NHK側の裁量を認めていくという林構成員のご意見の方向もあろうものの、現実には民業に対する影響を考えないといけない場合が多いと思うので、新たな業務を行う場合の手続全体としては、民業圧迫を考慮した競争観点でのレビューにより、NHKの業務の拡大に対する制約もかからざるをえないため、多くの場面ではNHK側の裁量だけではなく、十分な弊害防止を確認しつつ進めていくことになるのではないかと考えている。	-

番号	質問者	質問内容	回答内容
10	落合構成員	質問	【執行部】 NHKプラスの見直しサービスも含め、放送の厳密な「同時性」を超えた大きなニーズが「オンデマンド」にあるのは承知している。お尋ねの件は、有料業務である「NHKオンデマンド」のことだと思われるが、こちらについては、同種業務が市場に数多くあることもあり、市場競争に留意しつつ、現在の形で継続・強化すべきと考えている。収支の改善があれば、関係者の知的貢献への還元等も行うことから、これによって、映像産業の発展、映像文化の保存に寄与したい。 なお、現在も無料でやっている（市場性が低く）公共性の高いアーカイブの公開等は、別途引き続き行いたい。
11	落合構成員	質問	【執行部】 現在、「理解増進情報」とは、「放送番組の理解増進情報」となっている。このため、個別放送番組と結びつくネットコンテンツ等が理解増進のために制作、提供されている形となっている。放送が必須業務であることから、これにネットから誘導を図る効果は存在しており、一定の評価はできるものと思っている。 他方、ここで申し上げた、放送と同一の情報内容を多元提供する「報道サイト」等は、それ自身が公共放送のミッションであることを想定している。よって、サイト、サービス全体で公平性を確保し、多角的論点を提示するもので、個別放送番組の理解を促すコンテンツ群が増えていくようなことにはならないと認識している。
12	落合構成員	質問	【執行部】 インターネット実施基準のもと、インターネット実施計画に基づき適切に実施していると考えている。関連しないコンテンツについては、そもそも配信は認められていないところである。 他方で、ネット全体で見た場合に、もっと純化すべきではないか、という声があることは承知している。上記の間（11）のように、「理解増進情報」ではなく「必須業務」となることで、公共放送のミッションそのものを体現する、引き継ぎたものになると考えている。
13	溝槽構成員	質問	【執行部】 今回のプレゼンテーションで示した「報道サイト」等については、ご指摘のような考え方は十分に得ると思っている（なお、有料料金とは考えていないため、「ペイウォール」ではないと思われる）。 他方で、負担の公平性・端末等環境の同等性が満たされる際には、同水準の負担をお願いすることになるのではないかと考えており、どのようなバランスが適切かは、実態を見て考えることが重要ではないかと思う。しかし、繰り返しになるが、ご指摘の論点は、公共放送の本旨に照らしても、重要だと考えている。
14	溝槽構成員	質問	【執行部】 今回お示したように、ジャーナリスト、エンジニア等の人的貢献、制度検討等の知的貢献のほか、「編集」に関わらない部分についての協調領域は幅広くあると思われる。
15	内山構成員	質問	【執行部】 情報財の賦課計算は容易ではないが、2023年度予算では、常時同時配信等業務に65億円、その他のニュース発信等に102億円となっている（国庫が30.4億）。 今後どのような会計上の計上となるかにもよるが、追加費用が増加していくような認識は持っていない。

3

番号	質問者	質問内容	回答内容
16	内山構成員	質問	【執行部】 提供の仕組み自体はニュートラルなものであり、技術的には可能と考える。二元体制の維持・強化のため、ご協力できることはぜひ行いたい。広告財源と受信料財源というエコシステム全体から考えるべきテーマだと考えている。
17	内山構成員	質問	【執行部】 重要な論点と考える。ネットは原理的にベストエフォートの技術であることから、その点を踏まえつつ、一定のサービスレベルを確保する取り組みが必要と考える。海外公共放送では、アクセスが大きいことが想定される際、サーバーの増強を行う等の措置をしていることを承知している。
18	内山構成員	質問	【執行部】 インターネットを使った国際展開については、海外での日本理解の促進と在外邦人への情報提供の観点の双方から重要であると考えている。 2015年度から、国際放送、そのネット展開の拡充は実施したが、現在では海外ではOTT、SNSでの提供が浸透している。各地の個別事情を踏まえつつ対応を行い、その際には、外部プロダクションが制作したコンテンツ等についても、しっかり発信をサポートしていきたい。
19	曾我部構成員	意見	—
20	曾我部構成員	質問	【執行部】 現在は、上記の先生のご意見のように、必須業務とはなっておらず、体系的な取り組みまでは至っていない。方向性について、視聴者・国民のご了解をいただければ、ぜひそのように進めて参りたい。
21	曾我部構成員	質問	【経営委員会】 インターネット活用業務の開始・変更が与える競争への影響等についての評価にあたり、現行制度では経営委員が個別の番組へ干渉することはできないと規定されていることなどをふまえて、評価する機関の具体的な仕組み、業務を検討する必要があると認識している。 【執行部】 （現在でも、個々の波の規模、音声波・国際放送の規模、コンテンツのあり方等については、経営委員会の制度下で審議され、決定されている。範囲についてが問題となるが、これについては、（経営委員会の監督のもと）新規または既存サービスの大幅変更を行う際には、予算・事業計画の策定前に第三者の専門委員会が一定の評価を行い、NHK自身の意見とあわせて意見募集等をし、最終的な判断を得る、欧州の「公共価値テスト」的なものを行うことが適切だと考えている。）
22	曾我部構成員	質問	【執行部】 NHKアーカイブについて、社会的に効用の高いものと思われるところ、新しい制度のもとでどのように位置づけられていくと考えているのか。
23	長田構成員	質問	【執行部】 今回の提示は地上波を念頭においており、なるべくすべての番組を流していきたい。BSについては、これからの課題だと考えているところである。

番号	質問者	質問内容	回答内容
24	穴戸構成員	質問 「放送と同様の効用」とは何かということについては、個別のサービスや案件に基づいた説明があるべきであるところ、その前提としてまずNHKが何を指して向かっていこうとしているのかが分からない。デジタル化が進み、ネット業務が必須業務化する中で、どのように進めていくのかを示してほしい。また、どのタイミングで示していただけるのか。	【執行部】 全体を説明しようとするために、抽象度が高くなってしまったことをお詫びする。 NHKとしては、必須業務化を通じ、社会において信頼できる基本的情報＝「情報空間の参照点」の提供を行いたいと考えている。情報があふれるなか、視聴者・国民がさまざまな事象・価値観を知り、共有し、判断していく際のひとつの立脚点になればと考える。 11頁に示した通り、放送同様、公平性確保・多角的論点提示等の規律のもと、「放送の同時配信・見逃し」「報道サイト」を基本とし、「放送と同様の効用で態様の異なるもの」を限定的に提供したい。 法体系が見えないなかで明確なお答えは難しいが、来年度からの中期経営計画に向けて、一定の方向性は示したい（以下、現時点の仮案である）。 必須業務における、基本的な考え方の執行部イメージは、以下の通り。 * 必須業務化＝ネットのみ接触層に放送と同様の価値・効用を提供（放送同様、行わなければならない業務） ・「安全・安心」「あまねく伝える」を重視、社会の基本的な情報を多角的に伝え、公共放送として果たしてきたメディアの役割を果たす ・デジタル情報空間の課題に向き合い、価値判断に資するコンテンツを発信する ・デジタルの特性を生かして展開し、同時に放送サービスの進化にもつなげる ・最も大切なのはコンテンツであり、取材・制作力の強化が第一である
25	穴戸構成員	意見 必須業務については、はるかに重い責任や規律がかかっているところ、従来の規律やガバナンス体制のままで十分か問われている。従来のガバナンス体制のままでよいのであれば、どのような改革を考えているのか具体的に示していただかなければ、外からの規律が必要ということになってしまう。	—
26	穴戸構成員	質問 また、現在は政府からの強い力が及ばないよう経営委員会制度が採られていると思うが、このWGでの議論の温度感が経営委員会にきちんと伝わった上でご判断いただけているのかが分からない。WGの場で経営委員会からお話しいただけるのか教えてほしい。	【経営委員会】 WGでの議論については、執行部からつど報告を受けている。今後の議論についても注視していく。
27	山本主査代理	質問 資料p11には放送同様の自律型モデルが望ましいと書かれているが、ネット活用業務を必須業務化し、放送と同様の効用が得られる業務を行うというときに、放送法の規律がネット活用業務にも及ぶのかという議論になる。この点についてはWGでもさらに議論する必要があるが、放送法と同様の規律がネット活用業務にもかかるとした場合に、NHKが業務を行う上で支障があるか否かを教えてほしい。	【執行部】 放送は時系列的に提供していくものであり、提供の態様がネットとは異なるほか、通信と放送の必然的な技術的差異もある。そのため、形式的に規律をかけるのではなく、自律的に、実質的に、公平性確保・多角的論点提示等の確保が行えるようにして頂ければと考える。
28	山本主査代理	質問 現行の費用上限は、本来必須業務を行うものを削ってネット活用業務を行うことから設けられているものだが、競争を阻害しないために費用上限を維持することも考えられるところ、仮に必須業務化した場合でも今と同じ程度の費用上限がある場合に、何か支障はあるか。	【執行部】 現在の国際放送や音声波等と同様、一定の費用上限は定まるものと考えており、その意味では、一定の上限はあり得ると考える。ただし、 myself 部構成員ご指摘のように、枠組みが変化することで、費用を構成する要素も変化と想定されることから、適宜させたいと判断する必要があると考える。ただし、全体として、現在規模が増加していくような認識は持っていない。
29	山本主査代理	質問 資料p22の負担の在り方について、基本的な考え方が示されているが、エンフォースメントも含め法的・技術的要件を考えていく必要があるとWGに投げられたと思うが、実務上留意していただきたいことがあれば伺いたい。また、BBC等の諸外国の状況を踏まえ、より積極的にこうしたほうがよいと思う点があれば教えてほしい。	【執行部】 まさに先生方専門家に検討いただきたいところだが、多機能端末、様々なプラットフォーム等が進化しつつ存在することから、現在の放送受信料制度とバランスの取れた内容について（持ったら即契約ということなどではなく、他方で単純な「有料課金」でもないもの）、柔軟かつ実質的な形で、規定いただければと考える。

5

番号	質問者	質問内容	回答内容
30	落合構成員	質問 「放送と同様の効用」については、必ずしも電波で情報を受信していた時代の放送の役割と、現代の情報が氾濫する中で放送の役割は異なっていると思うので、そもそも現在の情報空間において、メディア、放送が果たすべき意義を明らかにしつつ、さらに公共放送の役割を論じることが必要ではないか。この点、従前の放送と同じ役割を果たすことだけではなく、情報空間の中でどのように公共放送の役割が求められるのかという点は改めて整理した上で、どのような業務をNHKがインターネット利用業務に関して行うべきと考えるか、ご回答いただきたい。	【執行部】 各種世論調査等から、フェイクニュース、社会にとって重要な情報の埋没、意見の分断を強調する情報の拡散等、情報空間全体で認識される問題に対して、NHKに一定の役割を期待していることと承知している。 これに対し、社会において信頼できる基本的情報＝「情報空間の参照点」の提供を行いたいと考えている。情報があふれるなか、視聴者・国民がさまざまな事象・価値観を知り、共有し、判断していく際のひとつの立脚点になればと考える。 そしてこの際、NHKへの期待の源は、あくまで、新聞・民放ほか、伝統メディアとの多角的な切磋琢磨、これまで培ってきた民放との二元体制であることから、その軸を大切に、民主主義の発達に寄与していきたいと考えている次第である。
31	穴戸構成員	質問 NHK経営計画で示されることになってであろうNHKが目指すビジョンについては、紙でお示しいただきたい。	【執行部】 問27に現時点の考えを示した。経営計画は、パブリックコメント等も必須となっているものであり、しばしばお待ちいただきたい。
32	穴戸構成員	質問 仮に共同規制をするにせよ、規制する側と規制される側にそれぞれインターフェースがあり、競争評価をめぐり問題等に対してきっちり評価できるものがNHKの中になければならない。諸課題の第1次とりまとめでも専門家を置くという話があったところ、現状検討状況はどうなっているのか。また、会長直下で評価組織を置くのではなく、外部に置くことも手だと思ふ。	【執行部】 （経営委員会の監督のもと）新規または既存サービスの大幅変更を行う際には、予算・事業計画の策定前に第三者の専門委員会が一定の評価を行い、NHK自身の意見とあわせて意見募集等を行い、最終的な判断を得る、「公共価値テスト」的なものを行うことが適切だと考えている。現在、執行部には「インターネット活用業務審査・評価委員会」と呼ばれる専門委員会を置き、計画策定の前後に一定の評価を行っている。このような取り組みも参考になると思われる。） 設置する位置は、ご指摘の通りさまざまあり得ると考える。
33	内山構成員	質問 現状、国内で競争している場合ではないという思いが強くあり、NHKには2040年に一番脅威となるコンペティターを誰と考えているのか。	【執行部】 この方、ということ個別に申し上げることは差し控えたい。様々なプレイヤーと切磋琢磨することが大事だと思っている。
34	三友座長	質問 「放送と同様の効用」の定義が分からない。どのようにかかるのか。そもそも、同じ効用をもたらす必要があるのか。	【執行部】 まず、経済学的な用法とも異なる抽象的な表現になったことをお詫びする。 11頁に示した通り、インターネットにおいて、「放送の同時配信・見逃し」「報道サイト」という基本的なサービスをままとりして考えていることを指して、「放送と『同様の効用』」を企図したものとした次第である。 各種世論調査等から、フェイクニュース、社会にとって重要な情報の埋没、意見の分断を強調する情報の拡散等、情報空間全体で認識される問題に対して、NHKに一定の役割を期待していることと承知している。 これに対し、社会において信頼できる基本的情報＝「情報空間の参照点」の提供を行いたいと考えている。情報があふれるなか、視聴者・国民がさまざまな事象・価値観を知り、共有し、判断していく際のひとつの立脚点になればと考える。 そしてこの際、NHKへの期待の源は、あくまで、新聞・民放ほか、伝統メディアとの多角的な切磋琢磨、これまで培ってきた民放との二元体制であることから、その軸を大切に、民主主義の発達に寄与していきたいと考えており、このような放送由来の業務を行いたいとの意図から、「放送と『同様の効用』」という言葉を用いた。「放送と『同様の価値』の提供」を企図したもの等とも言い得ると考えている。

< 会合後の追加質問 >

番号	質問者	質問内容	回答内容
1	穴戸構成員	質問	<p>質問32の関連。この間、経営委員会自身含めて、NHKのガバナンスに深甚な不安を覚えさせる事態が相次いでいる。特に、衛星放送同時配信費用が基準変更なく当時の執行部の稟議を経て、予算に計上され議決されていた件は、当時の執行部はもちろん、議決した経営委員会及び東議の問題点を看過した監査委員会にも重大な責任があると考え、NHK執行部及び経営委員会の認識如何。</p> <p>【経営委員会】 国会で承認された令和5年度NHK予算・事業計画には、実施基準等に反するB/S同時配信名目の予算は含まれていないことを執行部に確認した。この旨、執行部が6/8衆議院総務委員会、6/13参議院総務委員会に説明したとおりである。経営委員会としては、このような事案は極めて遺憾である。仮に、予算に含まれているような場合は、経営委員会は執行部からの提案を受けて予算を審議するので、説明・記載されていない議案について審議することは極めて困難である。執行部には、経営委員会に議決を求める際は、丁寧で正確な説明に努めてもらうよう伝えるとともに、執行部には、再発防止に向けた対応を実施するように求めている。経営委員会としては、今後の再発防止やコンプライアンスの徹底に向けて監督していく。</p> <p>【監査委員会】 今回の事態については監査委員会に稟議書が回覧されておらず、また報告もなかったとはいえ、監査委員会としても重く受け止めている。執行部で稟議の問題点も含め、経営意思決定のあり方などについて再発防止の検討が行われているところなので、その動向を注視し、その内容に対する監査委員会として見解を経営委員会に報告するとともに、監査委員会として必要な対応を考えていく。</p> <p>【執行部】 (執行部側の経緯については、7日に担当理事がご説明するほか、理事会議事録として公開している)</p>
2	穴戸構成員	質問	<p>予算議決後執行までの段階で、監査委員会が執行部から独立に予算執行の問題点に気づき、それを止める契機はなかったのか。合わせて、本件が5月16日経営委員会に報告されてから同月末までNHKより公表されなかった理由は何か。</p> <p>【監査委員会（前段のみ）】 今回の事態については監査委員会に稟議書が回覧されておらず、また報告もなかった。オプザババーで出席している理事会や役員会でもそうした議論には接していなかった。4月18日に常勤監査委員に第一報の説明があり、事態を覚知した。</p> <p>【執行部（後段のみ）】 (執行部側の経緯については、7日に担当理事がご説明するほか、理事会議事録として公開している)</p>
3	穴戸構成員	質問	<p>このように問題ある予算を議決した一件からも、現在の経営委員会及び監査委員会の体制で、NHKのインターネット活用業務について、競争評価を含む適切な監督、監査は困難と考えるが、その点についてのNHK執行部及び経営委員会の認識及び現在の改善策如何。合わせて、すでに諮課題検第二次とりまとめで提言された、専門家を経営委員会の下に置いて機能強化を図る制度整備についての経営委員会の検討状況、認識如何。</p> <p>【経営委員会】 国会で承認された令和5年度NHK予算・事業計画には、実施基準等に反するB/S同時配信名目の予算は含まれていないことを執行部に確認した。この旨、執行部が6/8衆議院総務委員会、6/13参議院総務委員会に説明したとおりである。仮に、予算に含まれているような場合は、経営委員会は執行部からの提案を受けて予算を審議するので、説明・記載されていない議案について審議することは極めて困難である。2019年の法改正をふまえ、2020年1月に改正した内部統制関係議決において、監査委員会は必要な専門的知識を有する外部の専門家を活用することができる旨を盛り込んだ。なお、経営委員会については、経営委員会規程により、外部の専門家を構成員とする諮問機関を設置することができると定めている。</p> <p>インターネット活用業務の開始・変更が与える競争への影響等についての評価にあたり、この分野の知見を有する専門家からの報告の内容について判断できる体制整備を検討するという課題がある。</p> <p>【監査委員会（前段のみ）】 インターネット活用業務の評価主体の如何にかかわらず、評価の体制、プロセスと結果を注視し、必要な意見・見解を経営委員会に報告していく。</p> <p>【執行部（前段のみ）】 執行部は、経営委員会の監督、監査委員会の監査を受ける側であり、申し上げる立場はない。各種審議事項の審議、様々な情報交換、監査委員への適時の報告等に努めているつもりではあったが、このような事態を招き、大変申し訳ないと考えている。</p>

番号	質問者	質問内容	回答内容
4	穴戸構成員	質問	<p>仮に必須業務化した場合のインターネット活用業務についてすら実効的な監督、監査を経営委員会ができないのであれば、経営委員会制度は存在理由を失い、その廃止ないし技術的見直しが必要と考えるが、この点についてのNHK執行部及び経営委員会の認識如何。</p> <p>【経営委員会】 仮にインターネット活用業務が必須業務になった場合、インターネット活用業務の開始・変更が与える競争への影響等についての評価にあたり、現行制度では経営委員が個別の番組へ干渉することはできないと規定されていることなどをふまえて、評価する機関の具体的な仕組み、業務を検討する必要があると認識している。</p> <p>【監査委員会】 執行部で経営意思決定のあり方などについて再発防止の検討が行われているところなので、その動向を注視するとともに、その内容に対する見解を監査委員会として経営委員会に報告するなど、対応していく。</p> <p>【執行部】 (執行部は監督を受ける側であり、お答えは差し控たい)</p>
5	落合構成員	質問	<p>衛星放送同時配信費用の予算計上の件（以下、「本件事案」という。）についてですが、担当事業部門、担当理事、法務部、理事会、経営委員会、監査委員会が以下の各段階で、事実としてどのような関与、行動を行っていたかを伺いたい。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 本件事案の予算計上に至るまでの検討及び稟議の経緯並びに各機関等の関与内容 2 本件事案の稟議に関する内部規程の策定、規程の必要性の検討 3 本件事案について、各機関が問題を認識した日時及び認識した経緯 3 各会議体において、本件事案発覚後のそれぞれの最初の会議で行った意見交換の内容 4 本件事案の調査に関する各機関の関与、指示内容 5 本件事案の再発防止策の策定方針策定に関する各機関等の関与、指示内容 <p>【経営委員会】 5月16日、30日の経営委員会に執行部から報告があった。経営委員会では、再発防止策の検討を巡って、執行部と経営委員会とで議論した結果、再発防止策には、契約手続きや稟議の在り方、意思決定の仕組み、リスク管理等、業務の執行に直接関係する内容を含むため、実効的な再発防止策を検討し、実行する観点から、執行部が案を作り経営委員会に諮るという結論に至った。経営委員会としては、今後の再発防止やコンプライアンスの徹底に向けて監督していく。</p> <p>【監査委員会】 4月18日に常勤監査委員に第一報の報告があり、事案を覚知した。5月15日の監査委員会では事案の内容などについて説明を受けた。翌日16日の経営委員会で、この事案について監査委員会の議論の中で出された意見を報告した。主な意見は、職務権限があいまいであり明確化される必要があること、手続きの各段階で責任を持ってチェックする必要があること、設備整備の目的変更は視聴者への説明責任が果たされる形が望ましいこと、重大な意思決定がクローズなところで不透明な形でされているガバナンスや組織風土の問題、など。再発防止策については、第三者の知見も取り入れる方向で執行部で検討が行われているところなので、その動向を注視するとともに、その内容に対する監査委員会として見解を経営委員会に報告するなど、対応していく。</p> <p>【執行部】 (執行部側の経緯については、7日に担当理事がご説明するほか、理事会議事録として公開している)</p>

第9回会合における質問事項への回答

(1) 第9回会合における質問事項への回答（日本放送協会）

番号	質問者	質問内容	日本放送協会 回答内容
1	穴戸構成員	質問 業績の問題は予算案と関係がないという説明があったが理解ができません。 令和5年度予算案を執行部で作成し、経営委員会に諮り、経営委員会で議決をされる手続で、9億円という大変大きな金額のものを執行されるということであれば、本来事業計画に記載し、予算として議決を仰るというのが、普通の経営の在り方ではないかと思うが、業績と予算議決、事業計画の関係がどうして切断されているのかについて、説明をいただきたい。	【執行部】 令和5年度予算案計画では、NHKプラスの衛星放送同時配信名目の予算は盛り込んでおらず、令和6年度からの衛星放送の同時配信についての経営決定をしていない。インターネット活用業務実施基準・実施計画等で認められた範囲の予算を計上していたが、業績の段階で、令和6年度の衛星放送の同時配信という業績になったということである。 理事会での審議、経営委員会等との議論がなかったのかということ、御指摘のとおり、業績内容の精査が不十分、関係法等に対する認識不足等の課題があり、ガバナンスの問題であるとの認識である。 結果として、予算事業計画に問題はなかったが、業績上、検討段階でチェックがなく、放送法に違反するおそれのある案件となり、公共放送のガバナンス上あってはならないこと。深刻に受け止め、再発防止にしっかり取り組んでいく。
2	曾我部構成員	質問 一部報道によると、テキストニュースを縮小する方針を説明されたことなどが、このNHKニュースウェブやテレビマガジン等のテキスト系の報道について、今後どうするつもりなのか、継続されるとすれば、受信契約締結義務との関係はどう整理されるのかということについて、改めて伺いたい。	【執行部】 テキストの件であるが、NHKがやるべき内容というのは、放送でやるべきものをネットでもやるということであり、放送でやらないようなもの、それはなるべくネットでもやらないということが必須業務であると説明している。つまり、NHKの本業としてやるべき業務をネットでもやっていきたいということである。NHKの役割が純化する、やるべきものがクリアになってくると考える。どういった業務が本来業務としてふさわしいのか、「放送と同等の効用」にふさわしいのかということ、は、再整理をしっかりとっていく必要があると考えている。
3	林構成員	質問 受信料の使途や費用上限の根拠の適正性、明確性に関して、受信契約者や関係事業者などの的確な理解の増進を図ることが必要だと思うが、まだ不十分ではないかと思う。この点について、考えがあればお示しいただきたい。	【執行部】 上限を設けた場合の区分経理だが、透明性確保の上でも適切な説明が必要になっていくことは言うまでもない。費用は明確にすべきであり、上限のありようは、費用の構成の内容によっても変わるかと思うが、しっかり適合させていく必要があると考えている。会計の透明性の確保には、法令にのっとりしっかりと取り組んでいく。
4	穴戸構成員	質問 デジタル空間における情報の参照点としてなぜ必須業務化が必要なのか、また、必須業務化といった場合、地上2波なのか、衛星放送を含めて同時配信が必要なのか、また、単に番組を同時配信するというだけではなく様々な機能がついてくるといったことを、情報の参照点とらんとすることの関係でどう考えているのか。	【執行部】 これまで公共放送としてやってきたことをネットでもやるということが必須業務である。放送でやらないことはネットでもやらない、そのため必須業務化ということを含頭に置いている。NHKの中核になる仕事をネットでもやりたいということ。ネット業務で何でもやってもいいということではなく、役割は逆にクリアになってくると考えている。 情報空間の参照点については、情報の信頼性、信頼できる多元性の確保への貢献、それから参照点の提供という部分を見ると、放送法に掲げられている健全な民主主義の発進に資することを旨とするところである。 これまでNHKは民主主義の発進に寄与してきたと考えているが、これは何もNHKひとりで行うのではなく、新聞、民放、NHKで切磋琢磨し、様々な意見を出し合って議論をする中で、日本の民主主義は発進してきたと考えており、このような役割をネット空間でも果たしていきたいと考えている。 衛星放送についてはこれからの検討課題である。
5	林構成員	質問 競合事業者等からのNHKの苦情相談窓口というのは「インターネット活用業務審査・評価委員会」の下にあるのに、直近の公開資料でも受信件数は0件になっている。そして、これまでずっと苦情受付件数は低調であったと承知をしている。NHKの苦情相談窓口が機能していないのはなぜなのか。 原因の1つとして、NHKの審査委員会では、「これまで苦情を申し立てるに足りる正当な理由があること」、「苦情を申し立てるにつき合理的な根拠があること」、「その苦情を申し立てる以外に救済の方法がないこと」の3要件を1つでも満たさない限り、審査委員会ではこうした苦情は取り扱わないこととされており、少し要件として厳し過ぎるのではないかと考えている。意見や苦情の提出に当たって、現状においても運用上問題があると考えがあれば教えていただきたい。この点、問題意識があれば回答をお願いしたい。	【執行部】 インターネットの苦情等々の問合せがしにくいという指摘について、基本的にはインターネット活用業務審査・評価委員会でもルールを決めている。運用上の問題等という認識はないが、問題があるのであれば指摘いただき、しっかりと真摯に向き合って対応してまいります。
6	大谷構成員	質問 BS同時配信の設備投資について、内部統制やガバナンスの課題について、向き姿勢を見せたいと考えており、その結果やプロセスについても、ぜひ透明性高く進めていただくことを期待している。その際、ガバナンス上で非常に重要だと思っていることは、NHK協会内の組織とカーン一人のメンバーにどういった意識が生まれているのか、組織風土の部分を探知していただく必要があるのではないかと考えている。つまり、同時配信について、今後どうなるか、現状どうだと皆さんが理解されているのか、どういった説明をしてられているのかといったことを、経営委員をはじめ幹部の皆さんがどう理解しているのかを教えてください。	【執行部】 指図の組織風土、これは非常に大きな問題だと思っている。ルールや規程などで決めるのではなく、職員一人ひとりの総体として風土が生まれるものであり、体質も含めて大きな課題だと思っている。今回の検討も含め、外部の皆様の意見を伺いながら、しっかり検証して見直していきたい。 放送法に違反するおそれがあった案件も含めて、改めて規程やルールを、役職員が再度しっかりと確認することに尽きるため、この点も真摯に取り組んでまいります。

番号	質問者	質問内容	日本放送協会 回答内容
7	大谷構成員	意見 情報空間の参照点の趣旨が不明瞭であるとか、なぜ情報空間の健全性の確保につながっていくのかなどの質問をいただいている、必須業務とする必要の理由について繰り返し伺いいただいている。これは、やはり多元性の確保ということとそれそれに役割を期待されている民放、新聞協会共通の理解に立つということ、この議論のために必要だと考えているので、まずはNHKには、この点について、今後も様々な形で分かりやすく説明していただくことを期待したい。	-
8	大谷構成員	意見 組織風土にどういった課題があったのかということも含めて、公にされることを期待している。	-
9	瀧構成員	質問 見出し「報道サイトのまとまりと御回答がある中で、明示的に確認したが、「放送と同様の効用」というのはNHKプラスのことを指しているのか。また、NHK NEWS WEBの内容のうち、放送と本同一の文字化された内容を特定のコンテンツとしてみながら、それ以外のところを理解増進情報として定義して、そこは必須業務に含めないという整理が現時点で可能なのか。	【執行部】 NHKプラスが基本であるかどうかということだが、基本的にはそうであるが、質問への回答でも示したように、報道サイトとまとまりとして考えていきたい。 テキストの考え方が、何でもかんでもやろうということではなく、当然、そのテキストも含めた理解増進の部分について、再整理をしっかりと検討していきたい。
10	瀧構成員	質問 プラットフォームへのコンテンツ提供について、競争の範囲の議論が多々あるところではあるが、インターネット活用業務を拡大することで、民放ないし新聞のどのようなネットサービスと競合するものかというのを、現時点で可能な回答として、説明をお願いしたい。	【執行部】 民放、新聞との競合関係については、しっかり精査したいと思っている。
11	曾我部構成員	意見 「放送と同様の効用」をネットでも提供していくという基本的な考え方には賛成。ただ、ネット上のサービスは不定形であるので、この基本的・抽象的な考え方は、具体的なコンテンツの提供の可否の基準にはならない。その点では、より具体的な議論を求める民放連や新聞協会の意見には賛成である。	-
12	曾我部構成員	質問 現状、NHKは共同通信に加盟して社費を負担しており、それが実質的には共同通信やひびくは地方紙に対する協力となっていると認識していますが、このほか、イギリスでは受信料で記者を雇用して地方誌編集部に配置するといった事業がされているようである。新聞協会においては、既にNHKによる新聞への協力が行われているという事実を、単なる事実から、NHKと新聞との関係に関する考え方の1つとして認知し、その改善や進化を検討していく余地が本当にならぬか向う。 また、同じ点についてNHKに対して、先ほどのイギリスの例のように、更に踏み込んだ新聞への協力として何かお考えのことはないかお尋ねしたい。	【執行部】 新聞、民放の協力との部分ではあるが、これはジャーナリストの育成やエンジニアの育成、制度面、フェイクニュース対策等々をしっかりとやっていくことと考える。もとより、記者同士の交流もあるので、全体を通じてしっかりと協力していこうと思っている。
13	瀧構成員	意見 一連の議論の中で、整理というのは縮小とそのまま解釈していることは若干の危うさを見ている。様々な新聞で、私も実際購読者として扱っている立場として思うと、長尺のしっかりした記事がNHKでしか読めないという経済環境にある方々もいると思う。ですので、そこはしっかり議論をして、縮小しすぎるような意見もあるのでは、それを加味して、ぜひ議論を進めていただければと思っている。	-
14	長田構成員	意見 放送で伝えたものを別の媒体で補うという場合に、放送では完全に省略しているものをネット上のほうで補っているから放送したのと同じになるというわけではないことは、少し曖昧な言い方ですが、そこはちゃんと気をつけていただきたいと思っている。	-
15	落合構成員	質問 NHKのほうでも、理解増進情報についてできる限り定義の明確性は行っていただきたいということなので、事後でもよいので、より具体化をしていただきたい。	【執行部】 理解増進情報は、現在の放送に対する理解の増進に連なるという定義で、インターネット活用業務が任意業務である今の制度を前提としている。今回、放送等の効用をまたす範囲として示した中には、現在の理解増進情報も含まれているものもある。ですから、必須業務になった場合は、定義も含めてしっかりと再整理されていくと考えている。
16	落合構成員	質問 費用負担の部分について、インターネット活用業務が必須業務となった場合、全体として費用負担や内部の事業間での費用の配賦などをどうしていくのか。以前説明を伺った限りでは、全体として絞っていく中でネットの部分も少し増やしていくという話だったと思う。抽象論としては全く理解できないものではないが、具体的に丁寧な説明という意味では、より詳細化していただけたらと思う。議論として重要ではないかと思いますが、これも違って結構ですので、ぜひ、より具体化された考え方を伺いできればと思う。	【執行部】 財源の話は、必須業務になってもそもそも今後NHKは大幅に減収し大幅な事業費削減を行っている中で、インターネット関係の費用が大幅に増える環境はないということをぜひ理解いただきたい。
17	穴戸構成員	意見 深掘りできていないNHKの予算問題をめぐるガバナンスについて、監査委員・経営委員それぞれの役割も、執行部と並んで非常に重要なものだと考えている。これについては、今後、NHKの経営委員会からもしっかり御説明をいただくか文書で御回答いただくか、いずれにしても、それを踏まえて、改めて令和元年放送法改正の趣旨がどれほどNHK全体で御理解いただいているのかということも含めて議論し、三位一体改革についてきちんと議論することが必要であり、それは新聞協会、民放連から求められることですので、これはしっかりとやるべきということをお願いして申し上げる。	-

<会合後の追加質問>

番号	質問者	質問内容	日本放送協会 回答内容
1	落合構成員	質問	NHKの必須業務化の範囲、競争ルール、費用負担・財源については、各者の議論を踏まえると、理解増進情報のような定義が不明確な用語のままでの抽象的な議論への懸念があるが、一方で競争評価仕組みに具体的な措置はなく、一方で財源等については一層の丁寧な説明が必要という民放連、新聞協会の受け止めのように思われる。NHKの説明内容は、その方向性は理解できるものの、さらに適切な説明を行うための工夫を行うものであった。特に民放連からは、ペン図にして実施している業務と、今後制度整備により実施したい業務を併せて示すことが良いのではないかという示唆があり、これを踏まえた定義の明確化や、実際に実施している業務、今後行いたい業務の具体化を進めるべきように思われる。既存業務の一部をスリム化することで、財源を確保することも理解できるが、NHKにおかれては、先程の理解増進情報の点を含めて、より具体化をお願いできないか。
2	落合構成員	質問	上記の必須業務の範囲、競争ルール、費用負担・財源について、NHKに説明を尽くして頂くことが、インターネット活用業務の必須業務化を行っていくにあたり重要な要素となる。さらにこれに加えて、NHKのガバナンスは、必須業務化した場合の制度運用を考えた場合に重要な論点になると考える。ガバナンスに関する不安が残る中では、どうしてもNHK側に責任を委ねるといふ、従前のWGの議論を踏襲することが難しくなり、どうしても総務省の事前認可型が適当になるのではないかと考える。特に直近の衛星放送配信に係る問題案を踏まえると、NHKが再発防止策で記載されている中で組織の風土の改善が重要であるし、また、組織における機関改革も含めて、各社内組織の役割の整理、相互の牽制機能の実質化が図られ、もって効果的な再発防止策が講じられることが重要と考える。NHKにおいては、このような再発防止策を含めたガバナンスの改善については、公共放送WGに報告頂けないか。そのご報告内容を踏まえつつインターネット活用業務に関する事前認可の論点整理を進めさせて頂けないか。

(2) 第9回会合における質問事項への回答 (日本民間放送連盟)

番号	質問者	質問内容	日本民間放送連盟 回答内容
1	六戸構成員	質問	放送の分野では受信者共同体に入るという人々には受信料制度をとっているが、他方で、まだテレビを持ってない人については、公平性を担保するといった観点から、何らかの相当の対価支払いを求めるといったことまでは正当化できるし、受信料の価値を毀損しない、受信料制度と矛盾しないというふうな考えで、そのような議論をしていた。このような考え方について、民放連としては、それは1つあり得る考え方だと思うが、違う考え方があるのか、違う考え方があり得るのか。
2	林構成員	質問	競争事業者等からのNHKの苦情相談窓口というのはインターネット活用業務審査評価委員会の下にあるのに、直近の公開資料でも受信料数は0件である。現在の理解増進情報のなし崩しの拡大に対する懸念があるとしたら、なぜ競争事業者として意見苦情を出さないのかという点について疑問を持っている。NHKの審査委員会では、これまで苦情を申し立てるに足る正当な理由があること、合理的な根拠があること、それ以外に救済の方法がないことといった要件を1つでも満たさない限り、こうした苦情は取り扱わないこととされていて、少し要件として厳し過ぎるのではないかと考える。意見や苦情の提出に当たって、現状においても運用上問題点があるとの考えがあれば教えてほしい。
3	林構成員	質問	前提として、これまでのNHKとのやり取りを俯瞰しておりますと、NHKは、どうも競争事業者からの指摘に応じて他律的な対応として応答しているような印象を受ける。NHKの自律的な透明性確保の観点から、そもそもこれまで対外的な説明責任を果たしてきたかという点についてやや疑問を持っている。NHKのこれまでの応答姿勢について、全般的にでもどのように受け止めて評価しておられるか。
4	瀧構成員	質問	プラットフォームへのコンテンツ提供については、競争の範囲の議論が多々あるが、NHKにお伺いしたいのは、このインターネット活用業務を拡大することで、民放ないし新聞のようなネットサービスと競合するものかという点。同様に、民放連と新聞協会にも、その逆側の立場として、プラットフォームを通じた提供や子会社経営の有利の適用に対して、どのような競争上の懸念があると捉えられているかについて伺いたい。
5	曾我部構成員	意見	今回、民放連からは、NHKの多元性確保への貢献を本来業務とする提案について呼応するような反応が出てきた。新聞協会からは慎重姿勢が伺える。今後のことを考えれば、より能動的な受け止めが求められるのではないかと。現状、NHKは共同通信に加盟して社費を負担しており、それが実質的には共同通信やひびくは地方紙に対する協力となっていると認識しているが、このほか、イギリスでは受信料で記者を雇って地方紙編集部に配置するといった事業がされているようだ。
6	落合構成員	質問	民放連からは、情報空間の健全性確保について大きな議論があるべきではないかという話があった。これは、本ワーキンググループだけではなく、観衆の検討会でも検討されている部分があるが、このワーキンググループの中だけで見ると、NHK以外のメディアの方々も含めてどういう役割などという議論まではされていないと思われる。一方で、全体としては、メディアに関する議論自体の在り方を検討し、それをどういう形で推進していくのかという議論自体はされている。これは、お互いにレポートを合意し合うような会議体の関係性もあるので、一般的に会議体の進め方としてはあり得るような進め方になっている。どのような点を改めてこのワーキングで検討すれば議論が深まるのかを、まず、民放連にお伺いしたい。
7	落合構成員	質問	特に理解増進情報についてなし崩し的に拡大されているということも以前より民放連や新聞協会も指摘されているので、特にこういった部分の議論を深めることも大事ではないか。この観点では、必須業務化を行っている場合に、公正競争の確保のための仕組みを英国やドイツの仕組みも参考しつつというプロセスが入っているかと思っている。この競争評価の仕組みを適切に構築、運用することによって、際限なく拡大するという懸念が払拭できる可能性があるのではないかと。どういった形で整理をされれば、際限なく拡大される可能性がなくなるのか、枠組みの在り方や現行整理の考え方について御意見があればお伺いしたい。

番号	質問者	質問内容	日本新聞協会メディア開発委員会 回答内容
8	長田構成員	質問 テレビ受信機を持っていない人にもNHKの放送が見られるようになるという思いと、いろいろな情報に、テレビ受信機を持っていないからという理由だけで接することができないというのは厳しい。そこは、必須業務化することによって、きちんと放送と同じものを同時に流していただきたい。その必須業務化が非常に曖昧でいろんなものが入ってしまうのではないかとこのところについては、きちんと丁寧な議論をこれからしていけばいい。新聞協会として、私のような考え方であれば取りあえず同時にネット上で見られるということについても何か課題があるとお考えなのか。	我々も、放送と同じものが今のNHKプラスというところでテレビ受信機を持っていない方も見られるところには、決して反対するつもりではない。やはりネットのほうでどんどん報道が拡大していき、放送内容と同一となっているが、その幅をどんどん拡大、ネットですら空間が1個、新しく、放送とはさらに別の大きなものができてしまうところはどうかという懸念を述べている。今の長田構成員の御意見には、我々としてもそのとおりだと思う。
9	長田構成員	意見 新聞にも紙とデジタルで見せ方が違うところがある。新聞をそのまま読める紙面もありますけれども、デジタルで読みやすくされているところもあると思うので、そういうところをどう考えていくかというのは丁寧な議論が必要かと思う。	—
10	落合構成員	質問 特に理解増進情報について前向きに拡大されているということも以前より民放連や新聞協会も指摘されているので、特にこういった部分の議論を深めることも大事ではないか。この観点では、必須業務化を行っていく場合に、公正競争の確保のための仕組みを英国やドイツの仕組みも参考にしつつというプロセスが入っているかと思っている。この競争評価の仕組みを適切に構築、運用することによって、際限なく拡大するという懸念が払拭できる可能性があるのではないかと。どういう形で整理をされれば、際限なく拡大される可能性がなくなるのか、枠組みの在り方や規律整理の考え方について御意見があればお伺いしたい。	業務範囲を際限なく拡大することになりかねない現状があるので、公正競争を阻害されて多様性、多元性が損なわれかねないという懸念が深まっている。理解増進情報の定義の中に、「個別番組にひも付く」というのがあり、番組にひも付いているのかどうか分からないようなものも現状でもたくさんある。その定義をしっかりと整理していくべき。穴戸構成員からガバナンスに関する御発言があって、NHK執行部だけの問題ではなく、監査委員会や経営委員会そのもののガバナンスの問題も、今回の5月16日の経営委員会の議事録の中で、明らかになった。だから、NHKの執行部自身だけが再発防止策を提出すればよいというものではなく、経営委員会以下のNHK全体でのガバナンスをどう改善していくのか、改めてもらう必要があると考えている。
11	林構成員	質問 公正競争の観点や会計上の透明性の確保というのは、ガバナンス問題以前に任意業務に関する現行のセーフガード措置としてできたもの。セーフガード措置は現状では任意業務だから必要という制度的趣旨あるいは法的立付けになっているが、今回の民放連と新聞協会のプレゼンを見ても、任意業務だから今の歯止めが必要という問題意識から、前提の粗粒えが必要だと受け止めた。任意業務、補完業務だから必要という議論枠組みから脱却して、もし本来業務にするのであればそこで求められる競争規律にふさわしいセーフガード措置の在り方というのを1から議論したい。本来業務化がそもそも問題という議論と併せて、あるいはそれとは別に、もしネット配信が仮に本来業務化した場合には、どういったセーフガード措置が必要かという形で、各論的議論もしていくこと自体はやぶさかではないという考えか。	どのようなセーフガード措置が必要かについて、我々は、本来業務化になったとしても、やはりガバナンスというのは必要だと考えている。仮に本来業務化するのであれば、逆に実施基準をしっかりと決めてやっていくことは必要であると思う。ただ、例えばネット配信が全面的に実現するとしても、それが本来業務の範囲に入ってくるか分からない現状では、個別に申し上げることは難しい。
12	大谷構成員	質問 先ほど、競争評価を適切に行うことに賛同の見解を示していただいた。そこで、市場の動向を測る定量的な指標というのがぜひとも必要だ。特に、今補完業務から必須業務へという変化を検討している中で、その変化を的確に捉えていく仕組みが大切で、補完業務である今と、それから、将来的に必須業務となった場合に、共通して使える指標として何を設定するのがいいのか、また、そのためのデータ、シェアなどを確認するためのデータの提供などに御協力いただけるか、どのようなデータがふさわしいとお考えになるかというのを聞かせていただきたい。	議論に必要な前提条件のデータについては我々もなるべくお示ししたいとは思っているが、我々はこれまで様々な質問、意見を寄せており、公平競争の確保の議論に対する答えがなかなか出てこない段階では難しい。前回会合のNHKの説明でもあったが、ヨーロッパの公共価値テスト、イギリスのOfcomの仕組みでも、まずは新しいサービスに参入する側、既存のサービスを大幅に変更する側がデータを出すことによって、市場競争でどのような阻害要因があるのかを示すことになっている。それと公共的価値のメリットを天秤で量って、公共的価値のほうがあれば認めるという仕組みだと思う。我々も努力するが、まずは新しいことをやるうとしてNHKのほうで何らかのデータや前提条件を示せば、我々もそれに対してよりデータを収集しやすくなると思う。
13	山本主査代理	質問 新聞協会の資料9-5の13ページの1つ目の部分で、「公正競争に対する懸念が払拭され」ない、具体像が明確でないというふうに書かれているが、具体的に事前にチェックをすべきなのか、あるいは事後にすべきなのか、NHK自身のチェックで足りるのか、それとも外部からのチェックが必要なのか等々の議論はここでも行われている。それから、イギリスやドイツなどにおいてどのような基準でこれが判断されているのかということについて、事務局からもかなり詳しい紹介があり、構成員間でも議論が行われていると認識をしているが、さらにどのような点を具体的に議論すべきだとお考えか。これは、恐らく実際に制度等をつくって動かして、データを集めて、そのデータに基づいて議論することが不可欠ではないかという気もするが、まだそういうところまで行っておらず、また具体的なデータが必ずしも十分集まっていないということもある。さらに、どのような点を具体的に議論すべきだとお考えなのか。	同上

2023年6月29日

総務省「公共放送ワーキンググループ」御中

総務省「公共放送ワーキンググループ」の議論に対する意見

一般社団法人日本新聞協会
メディア開発委員会

当委員会は、今般、総務省の要請を受けて同省の「第10回公共放送ワーキンググループ(WG)」に出席するにあたり、下記の意見を述べる。

当委員会はこれまでNHKのインターネット業務に関して、貴WGに度々懸念や疑問を示してきた。昨年11月24日は「巨額の受信料を財源にNHKがネット業務を際限なく拡大すれば、新聞をはじめ他メディアとの公正競争が阻害され、言論の多様性やメディアの多元性が損なわれかねない」と指摘した。今年5月19日は「NHKインターネット活用業務の検討に対する意見」を提出し、NHKのネット業務について議論する際に「不可欠な前提」として10項目の質問を示した。6月7日には当委員会や民放連が指摘する懸念や疑問に関して速やかに討議し、回答するよう改めて求め、第8回会合で示されたNHKのネット業務に関する説明への考え方や疑問点も示した。

当委員会が繰り返し懸念や疑問を提示しているのは、NHKのネット業務がメディアの多元性や言論の多様性に与える影響は民主主義の維持・発展にかかわる重大な論点であり、議論の出発点となると考えているからだ。一度棄損されたメディアの多元性や言論空間が元の姿を取り戻すことは難しく、情報空間の健全性確保といった点にも逆行する可能性がある。しかし、貴WGの議論ではこうした点に関する懸念が依然として払拭されたとはいえず、疑問への明確な回答も示されない。改めて、速やかな議論と回答を求める。

NHKが業務として認められていない衛星放送のネット配信経費を予算に盛り込んでいた問題が判明したことも踏まえ、当委員会はNHKのガバナンスのあり方について検討を深めることも求めた。公表されたNHK経営委員会の議事録で経営委員会と執行部の間で責任の所在が整理できていない大問題も露呈している。宍戸常寿構成員も「経営委員会が説明し、三位一体改革について議論すべきだ」と発言した。貴WGは、早急に経営委を招き、ガバナンスについて協議すべきである。

NHKは今般の問題を受け、外部有識者の専門委員会を設置した。7月末までに一定の方向性をまとめる方針という。NHKのガバナンスは、ネット業務の議論の前提条件である。貴WGには、今夏拙速に方針を取りまとめることなく、専門委の検討結果の妥当性や、それがNHKの再発防止策にどう反映されたかを確認した上で、ネット業務に関して本格的な議論をするよう強く望む。

以上

構成員からの質問への（一社）日本民間放送連盟による回答

令和5年7月

長田構成員

- ・ 視聴者はテレビだけではなくネットでも放送番組を見たいと思っているし、実際に、放送番組をネットでも見ていることは確実。こうした視聴者の「インターネットでも放送番組を見たい」というニーズに対応するために、テレビを持っていない人でもインターネットでNHKのコンテンツを見られるようにすることには、反対しないか。改めて確認したい。

（回答）

- ・ テレビ受像機を持たない人にも NHK のテレビ番組をインターネット経由で見られるようにすることについて、理解はできますが、受信料制度との整合性や財源の問題を整理しないままでは、その是非を判断できません。このため、回答を差し控えます。

大谷構成員

- ・ 「任意業務を必須業務にすると何がかわるのがわからない」という意見について、必須業務化とは、「テレビを持たない人であっても、テキスト情報だけでなく、NHKの放送番組がインターネットでも見られるようになること」を意味すると考えている。この点については、6月30日の第10回会合において、民放連・新聞協会とも認識に相違がないことが確認できたと考えているが、この点について、異論がないことを改めて確認したい。

（回答）

同上（以下再掲）

- ・ テレビ受像機を持たない人にも NHK のテレビ番組をインターネット経由で見られるようにすることについて、理解はできますが、受信料制度との整合性や財源の問題を整理しないままでは、その是非を判断できません。このため、回答を差し控えます。

六戸構成員

- ・ 6月30日の第10回会合において、民放連から、受信料制度との整合性について重要であるが財源の問題をどうするか理解できていないとの回答があったが、この点については、①受信契約締結者との関係では、必須業務化された同時配信等は、デジタル社会にふさわしいアップデートであり、視聴者の支払う受信料の価値・効率を高めるもの、②非締結者との関係では、フリーライドを排除し、受信者共同体に加入し放送制度を支えることに自らコミットした者に負担を求める受信料制度の趣旨から見ても、受信料相当額の支払いを求めることが適当といった整理も示したが、それでは不十分という考えか。（なお、資料10-5(2)の1番、8番も参照のこと）

（回答）

- ・ ②について、▽その受信料相当額の「支払い」の法的位置づけや名称をどうするのか（受信料なのか、有料サービスなのか、どちらでもない第3のカテゴリーなのか）、▽公共放送を支える「特殊な負担金」である受信料制度の本旨に整合するのかがどうかは、慎重に議論する必要があると考えます。

構成員からの質問への（一社）日本新聞協会メディア開発委員会による回答

令和5年7月

長田構成員

- ① 視聴者はテレビだけではなくネットでも放送番組を見たいと思っているし、実際に、放送番組をネットでも見ていることは確実。こうした視聴者の「インターネットでも放送番組を見たい」というニーズに対応するために、テレビを持っていない人でもインターネットでNHKのコンテンツを見られるようにすることには、反対しないか。改めて確認したい。

（回答）

- 当委員会はNHKインターネット業務の必須業務化について反対します。インターネット活用業務の必須業務化は、なし崩しの・際限のない業務拡大につながりかねないためです。まずは受信料制度との関係、競争ルール、審査・チェック体制、NHK全体のガバナンス体制などについて丁寧に議論すべきだと考えます。これらの論点はNHKの在り方に関してより根源的なテーマであり、議論の方向性によって業務範囲に関する考え方も変わる可能性があります。こうした重要な論点について十分に議論しないまま、必須業務化の業務範囲だけを取り出して拙速に議論を進めることには賛同できません。
- 「テレビを持っていない人でもインターネットでNHKのコンテンツを見られるようにすることに反対しないか」との質問ですが、すでにそうした人でもインターネットでかなりの量のNHKのコンテンツを無料で見られるようになってきています。例えば、ニュース番組そのものはNHKプラス以外に出していませんが、番組内で取り上げているニュース自体は理解増進情報の名目で、記事としてNHK NEWS WEBや「NHK ニュース防災」アプリ上で、無料で配信しています。「政治マガジン」などオリジナルコンテンツも展開しています。当委員会はこうした事例を基に、デジタルサービスでの有料会員や広告収入獲得を目指す新聞・通信社と公正な競争になっていないこと、業務がなし崩し的に拡大していることを繰り返し指摘し、受信料を支払ってなくても「フリーライド」できることをどう考えるのか、を問うてきました。これらの事業が新聞社には到底投下できない200億円規模の巨額の予算で、収支を気にせず運営されています。したがって、「見られるようにする」か否かが問題ではなく、すでに「見られるようになっている」現状の問題点についてしっかりと議論してほしい、というのが私たちの問題意識です。アンフェアな競争に直面する私たちの懸念が全く払拭されていない以上、質問への答えは「反対します」となります。
- 受信料制度との関係も重要な論点です。6月30日にNHKが総務省の公共放送ワーキンググループに提示した資料では、必須業務の基本とされる「報道サイト」について、「様々なデバイス・認証等なしで閲覧可能」と明記しました。これはフリーライドの問題を解消しないまま、ニュースを無料で提供し続けるという趣旨だとしか理解できず、私たちが示し続けてきた懸念に全く応えていない、と考えています。現状のように巨大な規模でNHKが無料のニュースコンテンツを流し続ける状況が続けば、「受信料を払わず、ネットで無料コンテンツを見た方がよい」という視聴者が増えることにはならないでしょうか。
- 新聞・通信社は民間企業として事業を展開する以上、収支を勘案して事業を展開することは欠かせません。購読料や広告料で収入を得た上で、コストなども勘案して可能な範囲でサービスを展開しています。ネット上で無料で見られるニュースも、広告収入を得て成り立っています。現在、新聞・通信社はデジタル事業に注力し、ここ数年、多くの地方紙でもサブスクリプションサービスが始まりました。巨額の予算をもとに、収支を勘案せず、無料で記事を提供し続けることができるNHKの存在感は既に強大であることを改めて認識していただきたいと考えま

す。全国の新聞・通信社が懸命に努力をしているときに、受信料という巨大かつ圧倒的に有利な財政基盤を持つ NHK の業務をネットの市場で拡大させることの影響をどのように考えるのか、その疑問に答えてほしいと考えています。また、これまでの理解増進情報が市場に与えてきた影響をどのように考えるのか、検討をしてほしいと考えています。

- ② 先日の質疑で、新聞協会から「同時配信の必須業務化に反対ではない。ただ、国民が見たいと思っているものを出さなければいけないのは新聞も同じ。NHKに 200 億円もの資金で参入されると多様性・多元性が損なわれる」との回答があった。

NHKも民放も新聞も、テレビ、紙面、インターネットのそれぞれで、視聴者が見たいコンテンツを一生懸命競い合って作ってほしいし、それが視聴者の一番望むことである。

なので、新聞協会の回答は、必須業務化自体が問題なのではなく、NHKが肥大化しないようにチェックしながら、「国民が見たいコンテンツ」で勝負していきたいという趣旨に受け取ったが、そのような考えでよいか。

(回答)

- ・ 私たちは必須業務化自体が問題だと考えています。
- ・ 「視聴者が見たいコンテンツを一生懸命競い合って作ってほしいし、それが視聴者の望むことである」というのはその通りだと考えます。新聞・通信社は国民・視聴者やユーザーの支持を得られるよう、さまざまなメディアと競争しながら報道・事業活動に取り組んでいます。しかし、私たちが問題視しているのは、NHK とは「公正」な競争が成り立つのかという点です。受信料という強固な財源を持つ NHK と、収支を勘案しながら事業展開する民間メディアでは、財政基盤が全く異なります。インターネットの世界では様々な民間メディアが読者・視聴者や広告収入を巡り激しい競争をしています。そこで、NHK という取材網も人員も圧倒的に巨大で、かつ他メディアとは全く異なる収入構造を持つ主体が「必須業務化」の名の下に業務を拡大すれば、アンフェアな競争で退場を余儀なくされるメディアが生まれ、メディアの多元性や言論の多様性が損なわれかねません。
- ・ それは多様な情報を享受できなくなるという意味で、国民・消費者の真の利益に反する結果になるのではないのでしょうか。私たちはこうした懸念を繰り返し指摘してきましたが、依然として払拭されていません。したがって、必須業務化自体が問題だと考えているというのが私たちの回答です。
- ・ 「NHK が肥大化しないようにチェックしながら」とのご指摘もありますが、具体的にはどのような枠組みでチェックしていくのでしょうか。WG の議論では、NHK 内部のみのチェックでは不十分との声もありました。これまで NHK は、理解増進情報の名目でなし崩しの業務拡大を行い、民間メディアは不公平、不利な競争を強いられてきたと考えています。真に有効な枠組みを見出さないまま先に必須業務化の方向を打ち出すのは政府の検討機関として無責任な姿勢だと言わざるをえません。

- ③ また、新聞協会からは、「WGからの回答がない」ことや「ガバナンスの問題」を理由に「夏に取りまとめを見送るべき」との意見が出されている。

しかし、国民からすれば、インターネットがこれだけ当たり前になって、テレビがなくてもインターネットで民放や新聞のコンテンツはすでに見られるのに、NHKのニュースやドキュメンタリーを見るのをどうして早くできるようにしないのかという素朴な疑問がある。

ガバナンスの問題はしっかりやってもらいたいのだが、それは前回の会合でもしっかりやると総

務省が答えていたし、視聴者からすれば、一刻も早く結論を出すべきだし、それがWGとしてのきちんとした回答にもなると思うが、それでも新聞協会は見送るべきとの考えか。いつだったらいいか。

(回答)

- ・ 理解増進情報の野放図な拡大や公正競争の確保、受信料制度との関係、ガバナンスはいずれも真の視聴者利益を保つために極めて重要な論点です。これらについて WG が具体的な結論を持たないまま必須業務化のみ先行して方向性を打ち出すのは、国民・視聴者をないがしろにした議論だと考えます。したがって、私たちは WG の議論の現状を踏まえれば、今夏のとりまとめは見送るべきだと考えます。
- ・ NHK が受信料を財源にしている以上、民間企業との公正な競争を考えるためには慎重な検討が欠かせません。これまでの会合でも、「国家補助」事業の拡張は民間企業との競争を歪めかねない、との指摘もありました。NHK がインターネットでの業務を拡大した結果、民間企業の経営が成り立たなくなってしまうと、視聴者・国民は確か多様な情報が得られなくなってしまう。長期的に考えれば、真の視聴者利益をむしろ損なう、といった点が私たちの懸念です。こうした疑問を解消するような検討を行うとともに、国民にとってわかりやすい形で議論してほしいと考えています。
- ・ また、「総務省がしっかりガバナンスをやる」といっても、それが実効的に機能するかは別の問題です。衛星放送の予算問題でガバナンスの問題がより明確になったように、極めて重要な課題であり、WG が具体的なガバナンス強化策について方向性を示さず、取りまとめを優先することには危惧を覚えています。
- ・ 繰り返しになりますが、現状の理解増進情報のなし崩し的な拡大に鑑みれば、ガバナンスは重要な論点の一つだと考えています。これまで私たちが強い懸念を示してきた理解増進情報をどう評価するのか、受信料制度との整合性をどうとるのか。こうした点に納得できる回答が得られない限り、私たちの懸念は払拭されないと考えています。その点を置き去りにして、「一刻も早く結論を出すべきだ」というのが WG の回答であれば到底賛成できません。

大谷構成員

- ① 「任意業務を必須業務にすると何がかわるのがわからない」という意見について、必須業務化とは、「テレビを持たない人であっても、テキスト情報だけでなく、NHKの放送番組がインターネットでも見られるようになること」を意味すると考えている。
この点については、6月30日の第10回会合において、民放連・新聞協会とも認識に相違がないことが確認できたと考えているが、この点について、異論がないことを改めて確認したい。
- ② 放送においては、NHKと民放の二元体制で「丁寧な取材に裏打ちされ信頼性を高める努力を払った情報（信頼できるコンテンツ）」を放送番組により提供している。しかし、NHKのインターネット活用業務が任意業務である現状においては、テレビを持たない人からすれば、インターネット上では、この二元体制が実現できていない（テキストは見られるが放送番組は見られない）ことになる。
松本大臣が6月19日のタスクフォースでもおっしゃっていたように、インターネットには多種多様な情報が流れているからこそ、必須業務化することで、現在、テレビで実現している二元体制をインターネットでも実現することが重要と考えている。
このように、必須業務化によりNHKの放送番組がテレビを持っていない人にも提供されるこ

とで、インターネットを含めた情報空間全体で二元体制が確保され、このことが新聞等のメディアの提供する情報とも相俟って情報空間の健全性の確保につながり、伝送路を問わず、「信頼できるコンテンツ」に触れる機会をより充実させることは視聴者にとって必要と思われるが、この点についても反対なのか。

(回答)

- ・ 当委員会はNHK インターネット業務の必須業務化について反対します。インターネット活用業務の必須業務化は、なし崩しの・際限のない業務拡大につながりかねないためです。受信料制度との関係、競争ルール、審査・チェック体制、NHK 全体のガバナンス体制などNHK の在り方に関するより根源的な論点について十分に議論がなされておらず、放送番組の配信という個別の業務範囲についてまだ判断できる段階にないと考えています。
- ・ 「必須業務化とは、テレビを持たない人であっても、テキスト情報だけでなく、NHK の放送番組がインターネットでも見られるようになること」とのご説明ですが、すでにそうした人でもインターネットでかなりの量のNHK のコンテンツを無料で見られるようになっています。
- ・ ご質問の「テキスト情報だけでなく」という記述について強い違和感があります。現状の「理解増進情報」については公正競争の観点から懸念があり、また、フリーライドの問題も存在しています。当委員会は、テレビを持たない人であっても、すでに無料のテキスト情報を大量に見ることができていることは問題だと捉えています。ご質問は、現状の業務範囲を追認するように読め、当委員会は認識が異なります。必須業務化によって、有料になるのか無料になるのか、料金体系はどうなるのかといった点は、民間メディアにとって極めて関心の高い事項ですが、まだ明確な回答が得られていません。
- ・ WG では当初、必須業務化の目的について、「現状の情報空間がフェイクニュースやアテンションエコノミーなどの課題を抱えており、その解決のために公共放送がネット空間に出るべき」という趣旨の文言を示していました。しかし、「テレビを持たない人であっても、NHK の放送番組がインターネットでも見られるようになること」が検討の目的に変わったのでしょうか。フェイクニュースやアテンションエコノミーの問題解決にどれだけ NHK のネット必須業務化が有効なのか、WG として分析した結果を示していただきたいと思います。
- ・ ご質問(2)にある視聴者にとって「信頼できるコンテンツ」に触れる機会を充実させることは重要ですが、新聞等はこうした情報を既に提供しています。そうした中で、受信料を原資にした NHK のインターネット業務をさらに拡大させることが民間メディアに与える影響を懸念しています。民間企業の経営が成り立たなくなってしまうと、視聴者・国民は確かに多様な情報が得られなくなってしまうと、長期的に考えれば、真の視聴者利益をむしろ損ないかねない、というのが私たちの懸念です。
- ・ NHK が提出した資料では、必須業務化した後に新たなサービスなどを始める際には欧州の仕組みにのっとって事前に評価、審査を受けるという趣旨の記載がありますが、この仕組みではまさに「公共性」と「民間の市場への悪影響」を天秤にかけて評価、審査するという事になっています。そしてそのためのデータや資料はサービスを提供する側(NHK 側)が提供することになっています。まずは現状の問題について、このプロセスで評価してみたいかがでしょうか。そうした現状評価もなしに必須業務化を打ち出すのはあまりに性急だと考えます。
- ・ また、かねて指摘してきたとおり、放送制度の原則である二元体制をインターネット空間に持ち出すことは不適切だと考えています。インターネット空間は放送事業者だけでなく、新聞・通信社や情報の流通に携わるプラットフォーム事業者を含め多様な主体によって構成されているためです。こうした考え方に基づき、NHK のインターネット業務が際限なく拡大することを強く危惧しています。

2023年7月24日

総務省「公共放送ワーキンググループ」御中

NHK インターネット業務の「必須業務化」に対する意見

一般社団法人日本新聞協会
メディア開発委員会

当委員会は、総務省「公共放送ワーキンググループ（WG）」で議論されている NHK のインターネット業務の必須業務化に対して、あらためて反対する。現状、ネット業務は放送の「補完」であるにもかかわらず、なし崩し的な業務拡大が行われてきた。必須業務化によって際限なく拡大する恐れがあり、メディアの多元性や言論の多様性の観点から懸念を繰り返し指摘してきたが、こうした懸念は依然拭えない。全国の地方新聞社からも「現状の業務でもすでに脅威であり、予算規模を考えると太刀打ちできない。これ以上拡大すれば事業が立ち行かず、地方から言論の多様性が失われかねない」といった危惧の声が寄せられている。

NHK が今後のネット業務に対する具体的な希望を示したのはわずか 2 か月前のことであり、前回の会合で補足の説明もあったが、サービスの具体像や料金体系など依然不明瞭な点が多い。業務範囲だけでなく、受信料制度との関係、競争ルール、審査・チェック体制、NHK 全体のガバナンス体制などの重要な論点についての議論が尽くされていない。これらの論点は NHK の在り方に関してより根源的なテーマであり、議論の方向性によって業務範囲に関する考え方が変わる可能性がある。こうした重要な論点について十分に議論せず、必須業務化の業務範囲だけを取り出して拙速に議論を進めることには賛同できない。また、公正な競争を実現するために有効な枠組みを見出さないまま先に必須業務化の方向を打ち出すのは、無責任な姿勢と言わざるを得ない。この夏に拙速に方針をとりまとめることなく、議論を深めてほしい。

6月30日のWG第10回会合では、当委員会が5月19日に示した質問への「回答」が示された。しかし、過去の意見の紹介にとどまっており、質問に対する正面からの回答とは言えない。不十分な点が多く疑念や懸念が払拭されていないため、さらに議論を重ね回答を求める。WGでの議論が尽くされないと回答できないという説明だったが、議論の大前提である本来業務化の目的や理由について明確な考えが示されなかった点は疑問だ。当初示していた「情報空間の健全性確保」についても、構成員から「弊害を直接是正する効果は限定的」などの指摘もあった。必須業務化について議論しているにもかかわらず、なぜそれが必要なのかという根幹の部分が揺らいでいるのではないか。

業務として認められていない衛星放送のネット配信経費を予算に盛り込んでいた問題で明らかになったように、ガバナンスは重要な論点だ。しかし、具体的なガバナンス強化策について方向性を示さず、取りまとめを優先することには危惧を覚える。6月2日に公開された5月16日のNHK経営委員会の議事録では「執行の定義」「監督のあり方」などガバナンスの根幹にかかわる重要な論点について経営委と執行部の認識がまったく異なり、再発防止策

の取りまとめについても双方が押し付け合っているようなやりとりが露呈した。これまでNHKが「三位一体改革は進んでいる」と言ってきたことが根底から覆され、ガバナンス不全に陥っていた実態が明らかになった。こうした問題を改善するためには、NHKの経営委と執行部を含めたNHK全体のガバナンス改善策を構築することが不可欠であるにもかかわらず、この問題の再発防止策では執行部が外部による専門委員会を設置した形になっている。執行部を監督する立場である経営委員会のガバナンス改革も不可欠であり、そうした全体の改革が進まないうちに、ネット配信の必須業務化を前提とする議論を拙速に進めることには到底賛同できない。

第10回会合ではNHKからこれまでの説明の補足があったが、とりわけ必須業務の「基本」に「報道サイト」を位置付けることは不適切だと考える。『放送』と同一の情報内容」と説明しているが、定義があいまいだ。理解増進情報と同様、その範囲が際限なく拡大することになりかねない。現状の「NHK NEWS WEB」は、放送内容を再構成するなどして、コンテンツの内容が放送番組と必ずしも同一とは言えない。仮に同一の情報内容であっても、さまざまな機能を加え提供されている。コンテンツが放送と同一の情報内容であれば、無制限でネット展開できるとの考え方は疑問だ。また、「様々なデバイス・認証等なしで閲覧可能」と明記しているが、いわゆる「フリーライド」の問題を解消しないまま、ニュースを無料で提供し続けるという趣旨だとしか理解できず、当委員会がこれまで示し続けてきた懸念に全く応えていない。必須業務化によって、有料になるのか無料になるのか、料金体系はどうなるのか、といったユーザーにとって極めて重要な点も明確に示されていない。

また、理解増進情報を「再整理」とし、その方向性について「放送への“誘引”効果を高めるようなサービスについては、今の形のまま残ることはない」「“純化”されていく」などと説明している。しかし、理解増進情報の問題は番組への誘引を高めるようなサービスではなく、オリジナルコンテンツを展開するなどなし崩し的にサービスが拡大してきたことだ。WGは既存の理解増進情報がどう整理されるのか詳細な説明をNHKに求めるとともに、これまでの業務展開が市場に与えてきた影響について検討すべきだ。

前回会合では、構成員から「国民やユーザー視点が重要だ」との指摘も寄せられた。極めて重要な指摘で、新聞・通信社は国民・視聴者やユーザーの支持を得られるよう、さまざまなメディアと競争しながら報道・事業活動に取り組んでいる。しかし、NHKと新聞・通信社では公正な競争は極めて困難であり、メディアの多元性や言論の多様性が損なわれかねない。長期的に見れば多様な情報を享受できなくなるという意味で、国民や消費者の真の利益に反する結果になるのではないか。これまでの会合で、「国家補助」事業の拡張は民間企業との競争を歪めかねない、との指摘もあり、多くの構成員から事前ルールの必要性を指摘する声があった。一度棄損されたメディアの多元性や言論空間が元の姿を取り戻すのは難しいということが構成員の間でも理解されているものと考えられる。だからこそ、前回会合で一部の構成員から「まずは踏み出せばよい」といった意見が出たことは極めて残念だ。引き続き、メディアの多元性や言論の多様性に配慮した検討を求めたい。

以上

放送の多元性確保に向けたご提案

【NHKのインターネット活用業務】

- ・ NHKが、テレビ放送で果たしている公共的役割を、インターネットでも果たしたいとするならば、「放送と同じものをネットに出す」ことが原則だと考えます。
- ・ NHKのインターネット活用業務に関しては、新聞協会や民放連など幅広い利害関係者が参画した競争評価会議を新設し、「必須業務」「任意業務」の全般について、その是非を十分に議論することが必要です。
- ・ 利害関係者間の議論をすみやかに開始し、その検討結果を法改正や今後の運用に反映することが重要ですので、競争評価に関する準備組織を早期に設置していただきたいと考えます。

【受信契約者と非契約者の公平性担保】

- ・ NHKの「報道サイト」や「ニュース・防災アプリ」は現在、無料・無認証で閲覧・利用できますが、受信契約者と非契約者の公平性担保（フリーライド防止）や民間事業者との公正競争確保の観点から、原則として受信契約に紐づいた認証を必須とすべきです。
- ・ 例外として無料・無認証で提供する情報は、災害関連（放送法108条）、国民保護関係（国民保護法50条ほか）など法律に基づく義務的分野に限るものと考えます。

【放送法へのNHKの新しい責務の明記】

次の2件を放送法に明記することを提案します。

①公正競争確保に関する責務

- ・ NHKがインターネット活用業務を行うにあたり、メディアの多元性・多様性が損なわれることになれば、国民にとって不利益が生じます。
- ・ 仮に、インターネット活用業務をNHKの必須業務に加えるのであれば、放送法においてNHKの公正競争確保の義務を定め、さまざまな担保措置の法的根拠とすることが必要と考えます。

②放送ネットワークインフラの維持に関する責務

- ・ NHKと民放の共同利用型モデルの実現は喫緊の課題ですが、放送法上の明確な裏付けがないままでは、暗礁に乗り上げるのではないかと危惧します。このため、放送法20条第1項（NHKの必須業務）に、放送ネットワークインフラの維持に関する責務を明記する法改正を行っていただきたいと考えます。
- ・ NHKには特殊な「負担金」である受信料を財源として、全国津々浦々まで恒久的に放送を届け続けるための役割、すなわち民放も含めた放送ネットワーク全体を維持するための役割を果たしてもらいたいと考えます。
- ・ 特にローカル局の過重な負担になっている「小規模中継局」「ミニサテ」の維持・運用については、NHK、民放の区別なく「あまねく受信」に関するNHKの措置義務の一環と位置づけ、NHKが相応の役割を継続的に担う必要があると考えます。

以 上

2023年8月10日

総務省「公共放送ワーキンググループ」御中

総務省「公共放送ワーキンググループ」の検討に対する意見

一般社団法人日本新聞協会
メディア開発委員会

当委員会は、総務省「公共放送ワーキンググループ (WG)」で検討されている NHK のインターネット業務の必須業務化について改めて反対する。放送のために受け取った受信料を大規模にネットの無料コンテンツに使ってきた現行の「理解増進情報」と同様に、なし崩し的な業務の拡大を招くことを強く懸念している。

まず、理解増進情報について改めて問題点を指摘したい。理解増進情報は受信料を財源としており、かつ「無料」で展開されている。ネットでも放送と同じ内容か、あるいはそれ以上のコンテンツが無料で見られる現状は、「受信料を払ってテレビで視聴するのは損だ」と視聴者に感じさせているのではないか。NHK 自身が、受信料を払う人との間で「不公平感が存在している」「タダ乗り」「フリーライド」などの課題があると述べている。その問題についてなぜ議論を尽くさないのか。まず受信料制度と現状の理解増進情報の矛盾についてNHKの考え方をただし、整合性がとれるよう見直すべきではないか。

当委員会の新聞・通信社は全て民間企業である。受信料のような収入はなく、全ての業務は厳格にコストを考慮して実施している。本業である報道・ニュース配信に関しても、本質的な意味で「無料」はあり得ない。ユーザーがネットで無料で閲覧できる情報も、提供する側は広告収入を得ていたり、購読への誘引戦略があつたりする。対価を得ず収支を意識せずに済む理解増進情報とは、とてもフェアな競争はできない。この機に地方紙からも改めて意見を聞いたが、「理解増進情報はやめるべきだ」という声が相次いだ。当委員会は必須業務化の議論の前提として理解増進情報の問題を WG でも真摯に取りあげてほしいと考え、「NHK は無料のテキスト (文字ニュース) 業務から完全に撤退すべき」と主張する。

次に、必須業務化について意見を申し上げたい。必須業務化の目的は何か。WG 事務局が作成した資料では「テレビを持たない人が NHK のコンテンツに触れるようにする」との意見が多く提示されている。しかし、これまで述べた通り、ネットでは既に「ニュース・防災」アプリや「NHK NEWS WEB」などで大規模かつ無料の NHK コンテンツに触れることができる。地方紙を含め多くの新聞社が「アンフェアな競争だ」と主張するほどの規模だ。「いまはネットで見ることができないから、必須業務化で見られるようにすべき」と受け取れる表現をあえて打ち出す狙いはどこにあるのか。当委員会は「必須業務化の真

の目的は何か。必須業務化しなければできないことは何か」と繰り返しWGに質問・意見を提出してきたが、いまだにこの根幹部分に明確な回答はない。理解増進情報の総括をせず、あたかも現状では取り組めないから新たにネット業務をするかのような論理はとても受け入れられない。「現状でも理解増進情報として、NHKはネットでコンテンツを無料で提供している。だが、新たにしなければならない業務があるため、必須業務化をすべきだ」という論理を明示するのが筋ではないだろうか。

前回WGでは、インターネット活用業務の利用者に対して費用負担を求めることが必須業務化の前提として議論された。国民の立場からすれば、この点の方がはるかに関心が高いのではないか。「ネットで見られるようにする」は現状でも実施している一方、「費用負担を求める」は現状では実施していない新たなテーマだ。WGの議論を見る限り、スマートフォンを所有すればすぐに受信料支払いの対象になるわけではないことはわかるが、ネットで視聴する人に費用負担を求める「ネット受信料」の導入こそが、必須業務化の「真の狙い」ではないかとの疑念も生じてくる。当委員会はこれまでも、必須業務化を議論するのであれば、受信料制度の在り方も根本から検討するべきだ、と主張してきた。現状の受信料制度を維持した上で、ネットでの費用負担を国民に求める「ネット受信料」を導入しようとするのであれば、国民の理解を得られるよう丁寧な議論をすべきではないか。受信料制度の拡大に強い懸念を抱く。「放送」のための受信料と、「ネット」のための負担を受け取るのは同じNHKだ。NHKの在り方とともに受信料制度を根本から検討し、明確に必須業務化の政策目的を示した上で議論をするべきである。

WGの資料では「二元体制」について繰り返し言及されているが、新聞・通信社や多様な事業者が存在するネット空間にNHKが進出する影響は大きい。地方紙からは「有料のデジタル会員制のサービスにシフトしつつあるが、経営安定の柱となるまでにはまだ時間がかかる。必須業務化によって無料配信が際限なく拡大すれば、地方紙のデジタル収入への影響は甚大である」「コスト度外視のコンテンツ制作と広告の全くないネット情報の発信はNHKに絶対的優位がある」など強い懸念の声が出ている。NHKがインターネットという伝送路にニュースを配信する以上、本質的には民間報道機関への影響は避けられず、必須業務化は放送政策にとどまらない影響がある。一度毀損されたメディアの多元性や言論空間が元の姿を取り戻すのは難しく、WGは早急に結論を急ぐべきでないと考える。

以上

2023年8月29日

総務省「公共放送ワーキンググループ」御中

議論の取りまとめに対する意見

一般社団法人日本新聞協会
メディア開発委員会

当委員会はこれまで、NHKのインターネット業務について、業務範囲や受信料制度、ガバナンスなども含めNHKの在り方を根本から議論するよう求め、「必須業務化」について反対してきた。前回の会合ではネット業務の一部について「本来業務化」する方向性が構成員の間で一致し、議論の取りまとめを進めることとなった。検討すべき課題が山積し、当委員会の懸念が解消されない中で取りまとめられるならば、賛成できず、遺憾だ。

当委員会が積み残しの課題となっていると考える点を以下に示す。

- ・必須業務化の政策目的を明確にすべきだ。複数の構成員から「テレビを持たない人がNHKのコンテンツに触れられるようにする」などの説明があったが、必須業務化しなくても可能だと考える。必須業務化しなければならないことについて明確に示すべきだ。
- ・「理解増進情報」の問題について、WGとして総括すべきだ。公正な競争が成り立たないだけでなく、受信料制度との整合性の観点からも問題がある。NHKに必要なデータの提供を求めるなどして、制度の運用や競争への影響について検証すべきだ。
- ・放送番組以外のネット業務の範囲を、際限ない業務拡大につながらないよう厳格に定義すべきだ。前回の会合では放送番組以外のネット業務の範囲について、「定性的に法定する」方向で構成員の意見が一致した。しかし、理解増進情報の「放送番組に対する理解の増進に資する情報」というあいまいな定義がなし崩し的な業務拡大につながってきたことを踏まえると、厳格なルールが必要だ。
- ・必須業務化を議論するのであれば、受信料制度の在り方も根本から検討すべきだ。現状の受信料制度を維持した上でそれを拡大し、ネットでの費用負担を新たに求めることには懸念や疑念を感じる。
- ・NHKのガバナンスをどのように確保していくか、明確に考えを示すべきだ。その必要性はBSネット配信予算問題を見れば明らかであり、NHKの再発防止策について、WGは妥当性や運用を検証すべきだ。また、執行部と経営委員会との責任の所在の整理も含め、抜本的なガバナンス確保の在り方についても検討を深めるべきだ。

これらの課題には、メディアの多元性や言論の多様性から極めて重要な論点も含まれている。WGとして議論を深めた上、取りまとめることを求める。

以上

公共放送ワーキンググループ 取りまとめ（案） 概要

令和5年9月6日

(1) 放送全体の発展への貢献

- ・ 我が国のコンテンツ産業の中でも放送コンテンツが依然として重要な地位にあることを踏まえ、NHKの将来を検討するに当たって、単に放送業界のみならず、コンテンツ産業の今後についても視野に入れて検討。
- ・ そうした観点から、NHKは、放送コンテンツのプラットフォームとして放送番組の流通を支え、二元体制を基本とする我が国の放送全体の発展に貢献していく役割を担うべき。
- ・ 我が国の放送コンテンツの制作と国内外への流通を促進するための具体的方策については、「コンテンツWG」において取りまとめられており、その内容を踏まえ、関係者が連携・協力して取り組んでいくことが重要。放送全体の発展に貢献するプラットフォームとしてのNHKの役割については、「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」において取りまとめられた内容に沿って、その役割を果たすことが期待される。
- ・ NHKが放送全体の発展に貢献していく役割の一つとして、放送ネットワークインフラ維持への貢献もある。この点について、さらにNHKの業務として位置付けることの必要性について指摘があったことも踏まえ、今後の法制化の過程で検討すべき。
- ・ 民間放送事業者のみならず新聞社・通信社等との適切な協調・競争関係を構築することも、民主主義にとって重要な価値であるジャーナリズムを実践するメディアの多元性を確保する観点から重要。

(2) インターネットを通じた「放送番組」の配信

- ・ 視聴者のコンテンツ視聴スタイルが急速に変化する中、NHKは、メディアの多元性を確保する上で重要な役割を果たす放送の二元体制の枠組みの下で、放送という手段に加え、インターネットを通じて放送番組を視聴者に提供する役割を主体的に担うべき。
- ・ NHKと民間放送との並存と競争を旨とする二元体制の趣旨を踏まえ、公正競争に関するNHKの配慮義務を法定することについて、今後の法制化の過程で検討すべき。

(1) 必須業務化の是非と範囲

- テレビなどの受信設備ではNHKの放送番組を視聴することができるが、インターネット活用業務が任意業務である現状においては、たとえ費用を支払う意思があっても、テレビなどの受信設備を持たない限り、NHKの放送番組を継続的・安定的に視聴することはできない。
- インターネット活用業務の必須業務化は、こうした現状を変更すること。放送法第86条や同法第20条第5項の趣旨を踏まえれば、全国のどこであっても、インターネットを利用できる環境にある者からの求めに応じて放送番組の同時・見逃し配信を継続的・安定的に行うことを義務付けられることを意味する。
- また、受信料制度は、NHKの放送番組を受信することのできる環境にある者からは広く公平に負担を求める趣旨であると解されることから、テレビなどの受信設備は持たないがインターネットを通じてNHKの放送番組を視聴する者についても、後の3. に示すとおり、NHKの放送番組を受信することのできる環境にある者に該当する限りにおいて、相応の費用負担を求めることが適当。
- 以上から、テレビなどの受信設備を持たずにインターネットを通じて視聴する者に対しても相応の費用負担を求め、継続的・安定的に放送番組の同時・見逃し配信を全国において提供することが必須業務化の意味であり、少なくとも地上波テレビ放送の放送番組の同時・見逃し配信を必須業務とすべき。
- 衛星放送、国際放送、地上波ラジオ放送に関しては、今後、本ワーキンググループにおいて速やかに検討し、年内を目途に結論を得ることとする。
- なお、公共放送として、あるいは報道機関の一つとして、災害時の緊急情報や重大事件など国民の生命・安全に関わる伝達の緊急度が高く、国民全体に広く確実に提供すべきである重要な情報については、費用を負担する者以外への提供が例外的に必要な場合があることに配慮すべき。

(2) 必須業務として配信すべき情報の範囲

① 放送番組と同一のもの（映像及び音声）

- ・ 放送番組と同一のもの（映像及び音声）は当然にその業務範囲に含まれると考えるべき。

② 放送番組以外のコンテンツ（テキスト情報等）

- ・ テキスト情報等は、メディアの多元性を確保する上で重要な役割を果たす放送の二元体制が損なわれないよう、その範囲を限定して画定されるべきである。そのため、インターネット活用業務を必須業務化する場合は、それに伴って、現在の理解増進情報の制度は廃止されるべき。

- ・ 制度化に当たっては、放送番組と同一の内容を基本としつつ、例えば、放送番組そのもの（映像及び音声）ではない情報については、

i) 災害時の緊急情報や重大事件など国民の生命・安全に関わる伝達の緊急度の高い重要な情報

ii) 番組表など放送番組に密接に関連する情報又は放送番組を補完する情報

等に限定することとし、その旨放送法に定性的に規定すべき。

- ・ その上で、配信するテキスト情報等の具体的な範囲や提供条件については、メディアの多元性を確保する上で重要な役割を果たす放送の二元体制の維持の観点から実施される担保措置（競争評価）のプロセスを経て定める制度とすべき。その際、i) のような情報については、費用を負担する者以外も含めた国民全体に広く確実に提供されることが例外的に必要な場合があることに配慮すべき。

(2) 必須業務として配信すべき情報の範囲

③ 配信される情報に関する規律

- ・ 放送番組と同一のものについては、放送法第4条の番組準則等の放送法上の規律により情報の質を担保。
- ・ それ以外のコンテンツに対しては、番組準則のような法律上の規制は課さず、NHKの自主的な判断に委ねるべき。

(3) 放送の二元体制を維持するための担保措置

① 配信すべき情報の範囲及び提供条件に関する判断の主体とそのプロセス

- ・ NHKがインターネット活用業務を必須業務として実施する前に、あらかじめ、メディアの多元性を確保する上で重要な役割を果たす、NHKと民間放送の並存と競争による放送の二元体制を維持するための措置を講じる仕組みとすることが適当。
- ・ 担保措置としての競争評価の仕組みは、まず、情報の提供主体であるNHKが原案を策定し、その評価・検証を、NHK以外の第三者機関（電波監理審議会等）が、NHKが必須業務としてのインターネット活用業務を開始する前など適時に、民間放送事業者、新聞社・通信社等の関係者の参加を得て、エビデンスベースで実施する仕組みとすべき。
- ・ NHKが必須業務として実施するインターネット活用業務全般について、競争上の問題が生じていないかを検証する「競争レビュー（仮称）」も定期的実施すべき。

(3) 放送の二元体制の維持のための担保措置

② 判断の拘束力

- ①のプロセスを経て行われる評価・検証の結果を受け、総務大臣は、評価・検証の結果を踏まえてNHK予算に意見を付し、国会に提出するものとし、国会での予算審議を通じてNHKの策定する原案の内容の適否が判断されるようにすべき。
- 総務省は、国会での審議結果等を踏まえ、必要に応じ行政指導を行うことが考えられる。
- 総務大臣意見を付すとしても、NHKが提供する個別のコンテンツの是非に立ち入る内容とならないよう留意した運用とすべき等の指摘があったことも十分に踏まえて、プロセスの具体化に向けた検討を進めるべき。

③ 当面取り組むべき事項

- 今後、法制化に向けて、NHKが原案を策定するに当たり、総務省において、NHKに加え、民間放送事業者、新聞社・通信社等の関係者が参加する場を設け、NHKが検討に着手することを促すなどして、関係者の声を十分に反映するように努めるべき。
- こうした検討の場において、NHKは、提供する情報の範囲や提供条件、その影響等について、明確な説明に努めるべき。

- インターネット活用業務を必須業務化する場合には、テレビなどの受信設備を持たずにインターネットを通じて視聴する者に対しても、NHKの放送番組を受信することのできる環境にある者に該当する限りにおいて相応の費用の負担を求めることが適当であり、その具体的範囲は、放送法第64条第1項の「協会の放送を受信することのできる受信設備…を設置した者」に基づいて定めることが適当。
- スマートフォン・PC等の通信端末を取得・保有しただけで「協会の放送を受信することのできる受信設備を設置した者」と同等と評価することは、視聴者の理解を得ることができないため、適当ではない。これに対して、「協会の放送を受信することのできる受信設備を設置した者」と同等と評価される行為を行った者に対して費用負担を求めることを基本とすべき。
- 同等と評価される行為の具体的内容については、例えば、スマートフォンについて、まず、その購入のみで費用負担を求めるべきでない。加えて、NHKの放送番組を視聴する意思が外形的に明らかになるような、i) アプリのダウンロード、ii) IDやパスワードの取得・入力、iii) 一定期間の試用・利用約款への同意などの行為も含めて解釈していくことが必要との指摘も踏まえ、今後、総務省において制度化の検討を進める中で、これらの積極的な行為が費用負担の要件であることを、視聴者にとってわかりやすい形で明確化を図っていくべき。
- 現在のテレビなどの受信設備の設置に伴う受信契約は世帯単位となっているが、スマートフォンやPC等の通信端末からの能動的な行為を基にNHKと締結する契約を個人単位とするのか等受信契約の単位に関する課題については、インターネットの普及等に伴う視聴実態を勘案しつつ、引き続き検討すべき。
- NHKの事業運営は、テレビなどの受信設備の設置を通じて支払われる受信料と、それと同等と評価できる通信端末上の行為を通じて支払われる負担金の全体で支えられるものと考えるのが自然。その負担により得られる財源の用途について、放送全体に貢献する役割に対応したNHKの事業運営費用にも充てられるべきものであることを明確化すべき。

4. 今後の進め方

- ・ 総務省においては、急速に進む視聴者の「テレビ離れ」（インターネットへのシフト）に速やかに対応するため、所要の制度整備を早急に進めるとともに、以下の事項についても、検討を行い、今後の制度整備や制度の運用に反映すべき。

(1) 地上波テレビ放送以外の放送番組の同時・見逃し配信

- ・ 衛星放送、国際放送、地上波ラジオ放送に関しては、今後、本ワーキンググループにおいて速やかに検討し、年内を目途に結論を得ることとする。

(2) 必須業務として実施するインターネット活用業務の具体的な範囲・提供条件

- ・ 今後、法制化に向けて、NHKが原案を策定するに当たり、総務省において、NHKに加え、民間放送事業者、新聞社・通信社等の関係者が参加する場を設け、NHKが検討に着手することを促すなどして、関係者の声を十分に反映するように努めるべき。

(3) その他

- ・ 必須業務として提供されることとなる場合でも、現行のインターネット活用業務に関する競合事業者等からの意見・苦情等を受け付ける仕組みと同様の仕組みが継続されるとともに、適切に機能することが求められる。 現行の仕組みがなぜ活用されていないのかについて検証を行い、運用上の問題点があるのであれば、現行制度の運用改善に取り組むべき。
- ・ NHKのガバナンスについて、7月に発表された再発防止策を、NHKは着実に実行すべきであり、総務省においてもその動向を注視していくことが求められる。 また、地域におけるイベントの受注など、NHKの子会社の事業活動が放送法の趣旨に沿ったものとなっているか、不断に検証していくことが求められる。

**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
放送コンテンツの制作・流通の促進に関する
ワーキンググループ
取りまとめ(案)**

2023年(令和5年)9月6日

目次

1. 基本認識	3
2. 検討の背景(放送コンテンツを取り巻く環境)	3
(1) コンテンツ産業の市場規模	3
(2) 動画配信サービスの伸長と視聴端末・視聴スタイルの多様化.....	5
① 動画配信サービスの伸長.....	5
② 視聴端末・視聴スタイルの多様化	7
3. 課題とその検討の方向性.....	10
(1) コンテンツ制作・流通に関わる人材の確保・育成方策を含む制作・流通環境の改善の在り方	10
① 放送コンテンツの制作・流通に関わる人材の確保・育成方策	10
② 放送コンテンツの製作取引の一層の適正化.....	11
(2) 放送コンテンツを通じた我が国・地方の魅力の世界への発信を促進する方策の在り方	13
① 海外の放送事業者や動画配信サービス事業者等との取引機会を拡大するための方策.....	13
② 海外展開の意欲があるローカル局や番組制作会社等の後押しをするための方策	15
(3) 放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方	17
① ローカル局によるインターネット配信促進方策.....	17
② 放送コンテンツの流通促進に向けた動画配信プラットフォームの在り方	22
4. おわりに.....	25
付録	
別添 1 開催要綱	
別添 2 開催状況	
別添 3 課題ごとの構成員等の主な意見	
別添 4 参考資料	

1. 基本認識

デジタル化が社会全体で急速に進展する中、放送の将来像や放送制度の在り方について、中長期的な視点から検討を行うため、総務省において、令和3年(2021年)11月から「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」(座長:三友仁志・早稲田大学大学院アジア太平洋研究科教授)が開催され、令和4年(2022年)8月に「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ」が公表された。

同取りまとめにおいて、「人口減少や視聴スタイルの変化等、放送を取り巻く環境が急速に変化する中においては(略)良質な放送コンテンツを全国の視聴者に届けるため、放送事業者の放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減し、コンテンツ制作に注力できる環境を整備していくことが重要である」と言及されている。

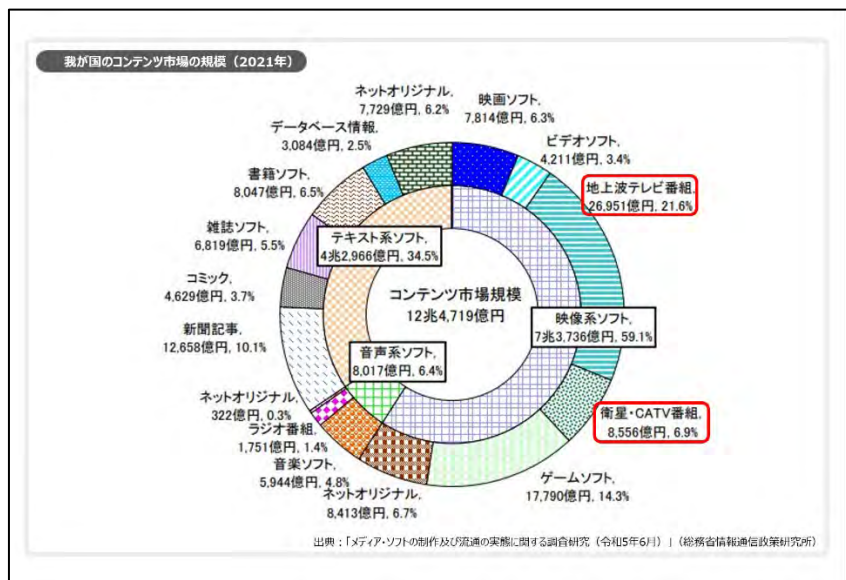
上記の環境整備が効果的なものになるためには、放送事業者によるコンテンツの制作の促進に加え、そうしたコンテンツがより幅広く視聴されるよう、放送やインターネット上における流通の一層の促進が重要となると考えられる。特に、地域情報の発信において、今後ローカル局には大きな役割が期待されている。

以上を踏まえ、「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」(以下「本ワーキンググループ」という。)を開催し、デジタル時代における、放送コンテンツの制作・流通を促進するための方策の在り方について検討を行い、今般、現状及び課題、そして対応策を取りまとめたところである。

2. 検討の背景(放送コンテンツを取り巻く環境)

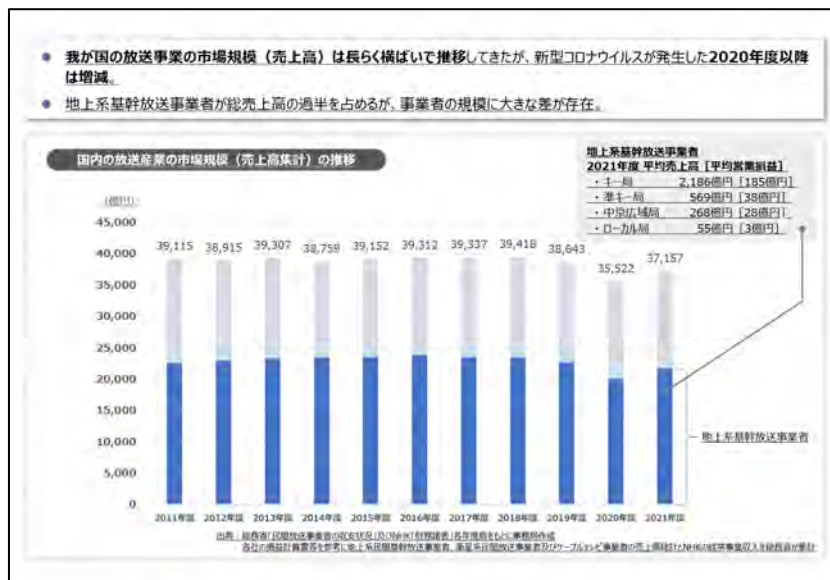
(1) コンテンツ産業の市場規模

我が国の2021年のコンテンツ産業の市場規模は12兆4,719億円であり、このうち、放送コンテンツ(地上テレビ番組、衛星・CATV番組)は3兆5,507億円で、全体の28.5%を占め、コンテンツ産業の要となっている。



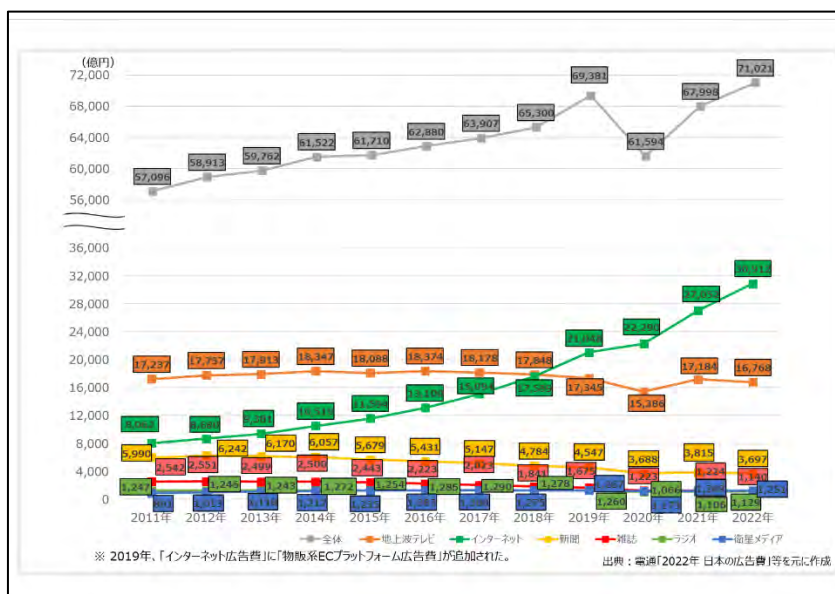
図表2-1 コンテンツ産業の市場規模

他方、我が国の2021年度の放送の市場規模(放送事業者全体の売上高)は3兆7,157億円であり、新型コロナウイルス感染症が発生した2020年度以降は増減しているものの、長期的には横ばいで推移している。



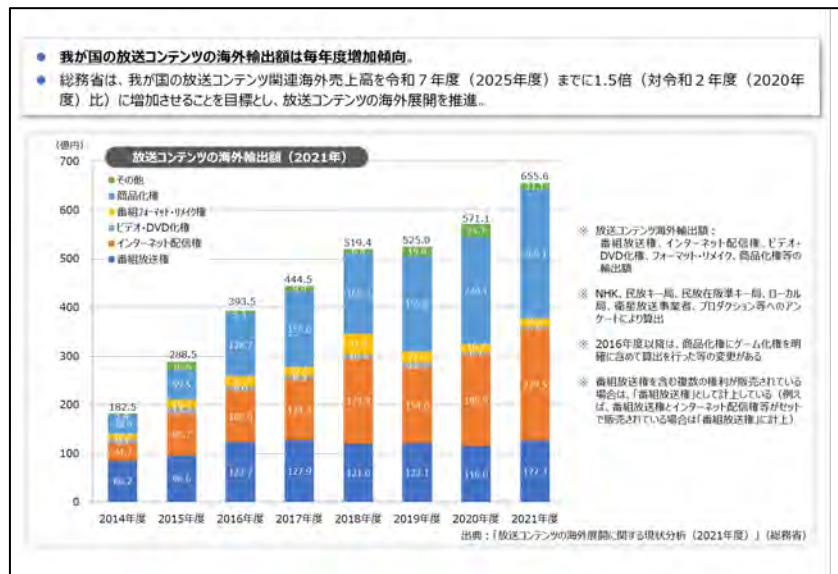
図表 2-2 我が国の放送事業の市場規模

また、我が国の2022年の総広告費は7兆1,021億円であり、近年においては新型コロナウイルス感染症の影響により減少したが、その後回復傾向にある。内訳を見ると、地上波テレビの広告費は1兆6,768億円(前年比2.4%減)となっており、長期的には微減傾向となっている一方、インターネット広告は3兆912億円(前年比14.3%増)と堅調に伸びており、2019年には地上波テレビの広告費を初めて上回り、2022年において、その差はさらに拡大している。



図表 2-3 我が国の媒体別広告費の推移

我が国の放送コンテンツの海外輸出額は毎年度増加傾向にあり、2020年度の571.1億円に対し、2021年度は655.6億円に伸びているが、そのうち9割がアニメである。



図表2-4 我が国の放送コンテンツの海外輸出額






(2) 動画配信サービスの伸長と視聴端末・視聴スタイルの多様化

ブロードバンドの普及や映像配信技術・インフラの進展等を背景として、動画配信サービスが伸長するとともに、スマートフォンやタブレット端末等の視聴端末の多様化や、動画配信におけるタイムシフト視聴といった視聴スタイルの多様化が進んでいる。

① 動画配信サービスの伸長

動画配信サービスでは、放送コンテンツを含む様々な映像コンテンツが、スマートフォンやタブレット、インターネットに接続するテレビ受信機（コネクテッドテレビ、スマートテレビ、結線テレビ等）等に対応する形で提供されている。

「NETFLIX」・「Amazon Prime Video」・「Disney+」等の世界的な動画配信プラットフォームによるサービスや、「TVer」・「NHK プラス」などの放送事業者による見逃し配信サービス、「Hulu」・「TELASA」・「テレ東 BiZ」・「FOD」・「NHK オンデマンド」などの放送事業者によるVOD (Video On Demand) サービスが提供されている。

サービス名	YouTube 	NETFLIX 	Amazon Prime Video 	Disney+ 	Tencent Video 
運営企業	Google <Alphabet Inc.> (アメリカ)	NETFLIX Inc. (アメリカ)	Amazon, Com. Inc. (アメリカ)	The Walt Disney Company (アメリカ)	Tencent (中国)
運営企業時価総額	1兆3,930億ドル	2,310億ドル	1兆5,580億ドル	3,350億ドル	7,530億ドル
サービス開始	2005年	2007年	2006年	2019年	2011年
事業モデル	AdVOD	SVOD	SVOD/TVOD	SVOD	AdVOD/SVOD
加入者数/ユーザー数	20億人以上 (2020年時点)	2億1,356万人 (2021年9月時点)	2億人 (2021年4月時点、Amazon Prime会員数)	1億1,600万人 (2021年7月時点)	1億2,500万人 (2021年6月時点)
料金	—	月額790円～	月額500円	月額990円	月額約600円

※ SVOD(Subscription Video On Demand) : 定期制動画配信
TVOD(Transactional Video On Demand) : 都度課金型動画配信
AdVOD(Advertising Video On Demand) : 広告型動画配信

出典：Netflix Quarterly Earnings/Stakeholders Letter) 2020 Q4, Netflix Quarterly Earnings/Stakeholders Letter), Amazon Investor Relations), Third Bridge Forum], Tencent Holdings Inc(2019 Annual Report), PwC | Global Top 100 companies by market capitalization May 2021,その他、各社HP等を参考に作成

図表 2-5 世界的な動画配信サービスの現状

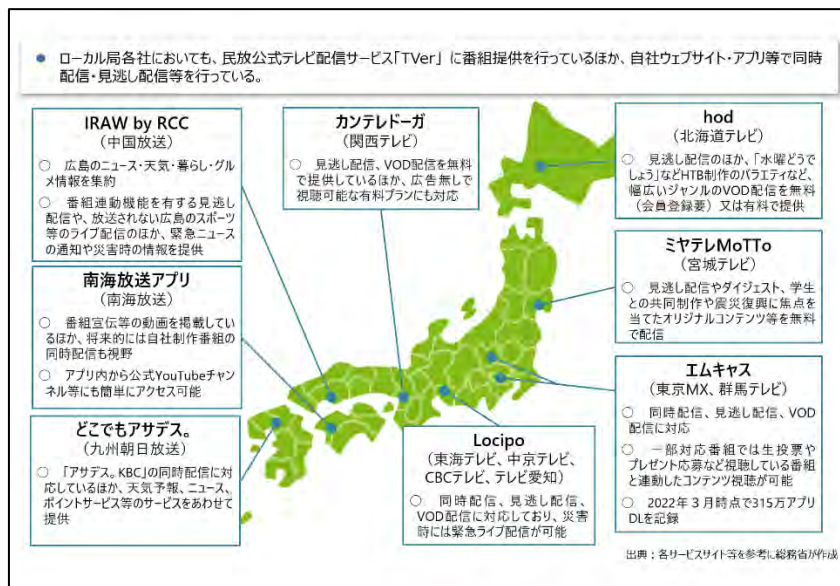
● 民放各社は、民放公式テレビポータル「TVer」をはじめ、無料、有料を問わず、各社が見逃し配信等のサービス提供を行っている状況。

● 2021年10月から、TVerにおいて日本テレビが毎日19時から23時頃までの放送番組の同時配信を開始し、2022年4月から、同サービス、同時時間帯において、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビによる同時配信も開始。

	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ
無料	TVer 6000万アプリDL (2023年3月) 同時配信 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信 2023年3月時点(予定含む)で、BS・独立局を含め、全国122局の配信実績あり				
無料	日テレ無料! (TADA) アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信	TBS FREE アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信	ネットもテレ東 500万アプリDL (2021年12月) 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信		
無料及び有料	テレ朝動画 アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信		テレ東BIZ 有料会員数10万人 (2021年8月) 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信	FOD 3000万アプリDL (2023年3月) 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信	
有料	Hulu 利用者数未公開 VOD配信 ライブ配信	TELASA 利用者数未公開 見逃し配信 VOD配信			

出典：各社の決算資料、各サービスサイト等を参考に認務者が作成

図表 2-6 民間放送事業者によるインターネット配信サービスの取組（キー局）



図表2-7 民間放送事業者によるインターネット配信サービスの取組 (キー局以外の例)

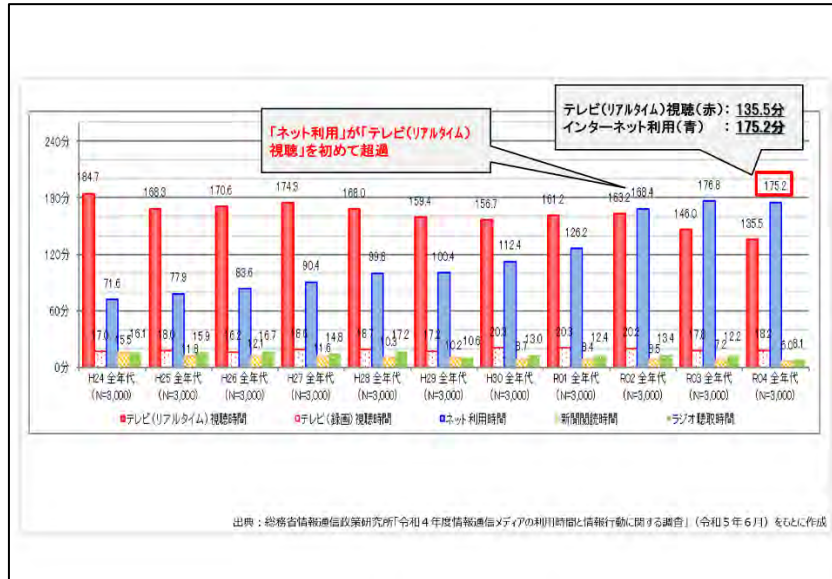


図表2-8 NHKによるインターネット配信サービスの取組

② 視聴端末・視聴スタイルの多様化

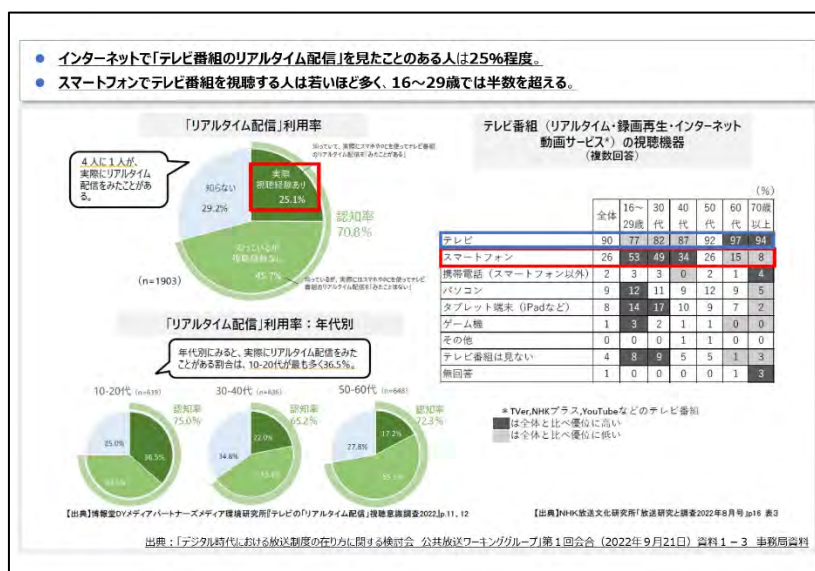
ブロードバンドの進展やスマートフォンやタブレットの普及に伴い、多くの人が、いつでも、どこでも、インターネットにアクセスし、多様な端末で映像コンテンツを視聴することが可能になった。

「インターネット利用」と「テレビ視聴」時間を比較すると、令和2年度において、平日1日の平均利用時間での「インターネット利用」が「テレビ視聴」を初めて超過し、令和4年度では、「インターネット利用」と「テレビ視聴」との時間差がさらに拡大している。



図表2-9 インターネット利用の伸長

テレビ受信機でリアルタイムに放送コンテンツを視聴するという従来の視聴スタイルは減少している一方、放送コンテンツを視聴するデバイスがテレビ受像機以外にスマートフォン、タブレット等多様化しており、放送コンテンツの視聴機会は分散化している。若年層(16~29歳)では、スマートフォンでテレビ番組を視聴する人は半数を超え、また好きな時間に、手元の端末で見るという個人志向が強まるなど、視聴端末や視聴スタイルの多様化が進んでいる。そのような中で視聴者に放送コンテンツが視聴され続けるためには、魅力的なコンテンツを制作することや、放送コンテンツを提供する動画配信プラットフォームの在り方が重要になっている。

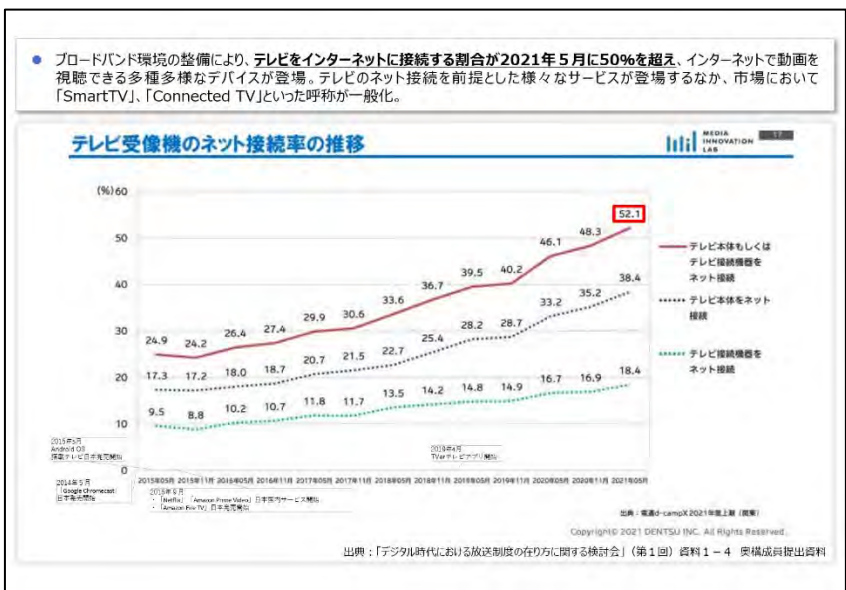


図表2-10 インターネットでの放送コンテンツの視聴



図表2-11 視聴スタイルの変化

また、テレビ受信機をインターネットに接続する割合は 2021 年5月に 50%を超え、テレビ受信機は放送番組を視聴するだけの端末ではなくなり、動画配信サービスを視聴する機能を併せ持った端末となっている。なお、このインターネットに接続するテレビ受信機に関しては、テレビ向けOSを提供している世界規模のプラットフォーム事業者の支配力が強まっていることへの懸念などが指摘されているところ、公正取引委員会が、動画配信サービスを含むコネクテッドテレビ関連分野について、市場構造や競争圧力等の状況を調査し、競争状況を評価する実態調査を行っているなどの動きがある。



図表2-12 テレビ受信機のネット接続率の推移

3. 課題とその検討の方向性

(1) コンテンツ制作・流通に関わる人材の確保・育成方策を含む制作・流通環境の改善の在り方

① 放送コンテンツの制作・流通に関わる人材の確保・育成方策

<現状>

放送が、引き続き、国民の「知る自由」を保障し、災害情報や地域情報等の「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった社会基盤としての役割を果たし続けるためには、放送コンテンツの制作・流通に関わる人材を確保・育成することや製作取引の適正化などの制作・流通環境の改善を図ることは必要不可欠である。

放送事業者にとっては、放送対象地域向けに放送コンテンツを制作し、放送することが基本にあり、特にローカル局や地方の番組制作会社が制作するコンテンツは、報道番組・情報番組が中心で、番組自主制作比率は平均 10%程度となっており、放送対象地域外の視聴者を意識した放送コンテンツの制作の機会や、番組販売やインターネット配信といった放送対象地域の視聴者に向けた放送以外の流通の機会が少なく、これらに関わる人材の確保・育成が十分にできない状況にある。

特にローカル局や中小の番組制作会社では、必要最小限の人員で業務を行っているため、人材育成に時間と費用を割くことは容易ではない。一部の事業者では、海外事業者との共同制作を行う総務省事業や周年番組の制作の機会等を活用して OJT による人材育成を行う等の工夫をしている。

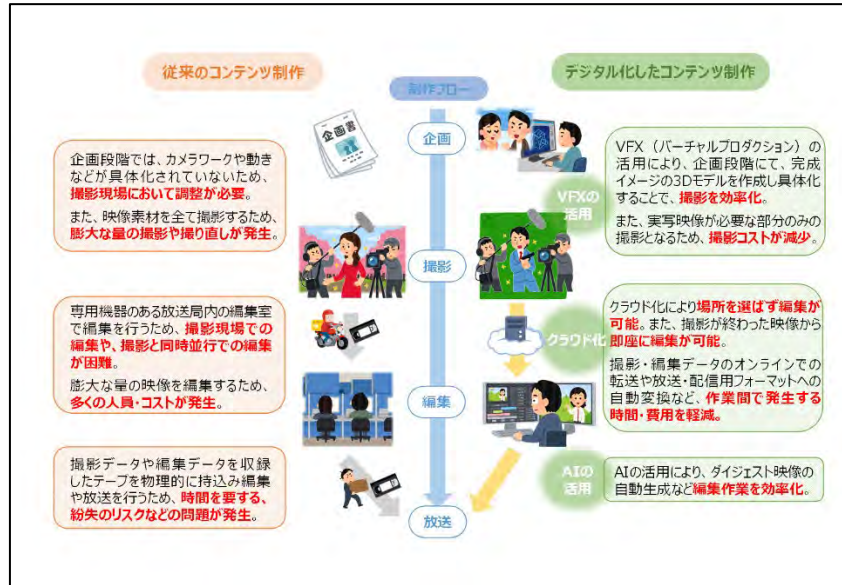
海外展開については、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構 (BEAJ) が、キー局や NHK が持つ海外展開のノウハウをローカル局等へ共有する取組を行っている。

<課題>

撮影や編集作業の効率化・高度化、リモート制作などの導入が急がれるが、海外展開やインターネット配信に関するコンテンツ制作、販路の検討・確保も含めた流通のノウハウの蓄積には至っていない場合が多い。

実際に、海外の放送事業者やインターネット配信事業者と共同制作を行う際に、バーチャルプロダクションや AI を活用した制作を提案されたが、対応できる人材がおらず苦勞したという事例や、観光や地域産品の EC (電子商取引) と連動させたインターネット配信を行う際に、クラウドの活用や EC サイトの構築などデジタル技術に対応できる人材不足に直面したため、クラウドを扱える資格取得時の報奨金制度を新設するなど、社内のデジタル人材育成制度を充実させたといった事例がある。

また、ローカル局や番組制作会社は番組販売や共同制作、インターネット配信の経験が少なく、契約交渉や権利処理のノウハウを持った人材がいまだ不足している。



図表 3-1 コンテンツ制作におけるデジタル技術の活用

< 対応策 >

放送事業者や番組制作会社、ケーブルテレビ事業者等は、海外の放送事業者や動画配信事業者など、最新映像技術やデジタル技術を活用したコンテンツ制作に先進的に取り組んでいる事業者との共同制作を通じて、最新映像技術やデジタル技術を活用した制作、番組販売や共同制作、インターネット配信を行う際の契約交渉や権利処理のノウハウの獲得を図ることが必要である。

特に、海外を含む、放送対象地域以外の地域向けのコンテンツを制作する機会が不足しているローカル局や番組制作会社、ケーブルテレビ事業者等については、国がコンテンツの制作・流通の機会を提供することにより、不足しているノウハウの獲得・共有の支援を行うことが必要である。その際、視聴動向の変化なども踏まえつつ、放送対象地域以外の地域の視聴者にとっても魅力的なコンテンツを制作する視点を持つことや、地域内外の複数のローカル局をはじめとする映像コンテンツ制作事業者との連携、デジタル人材との連携など、多様なプレイヤーが参画する形でのコンテンツの制作・流通への挑戦を支援することも重要である。

また、放送業界内においても、事業者間の競争関係に留意しつつ、キー局やNHKが持つ制作・流通のノウハウを共有する取組を強化する必要がある。その際、技術的なノウハウや契約交渉・権利処理のノウハウだけでなく、放送を取り巻く環境変化等の基本認識や課題感、倫理や規範的意識などについての共有も図る必要がある。

② 放送コンテンツの製作取引の一層の適正化

< 現状 >

良質で魅力ある放送コンテンツの製作・流通を促進し、放送及び関係業界の発展につなげるため、「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」(以下「ガイドライン」という。)を策定しているほか、製作取引適正化に関する総務省及び民間における取組について

専門的見地から助言を得ること等を目的として「放送コンテンツの適正な製作取引の推進に関する検証・検討会議」(以下「検証・検討会議」という。)を定期的を開催することにより、放送コンテンツの適正な製作取引を推進している。また、民間でも、「放送コンテンツ適正取引推進協議会」において、放送事業者と番組製作会社の各業界団体・会員社の情報共有を促進する取り組みが行われている。

■ 下請代金支払遅延等防止法の対象である「情報成果物作成委託」に係る取引の適正化に対応するため、平成21年2月に策定。著作権の帰属に関する整理表等を追加した改訂第7版を令和2年9月末に公表。
 ガイドラインの対象：地上テレビジョン放送、衛星放送、有線テレビジョン放送等を行う放送事業者
 放送コンテンツの製作に関わる番組製作会社

1. ガイドラインの目的

- ① 放送コンテンツ製作に関するインセンティブ向上を図り、もって、我が国における放送の発展を目的とする。
- ② 自由な競争環境を整備しながら、番組製作会社のコンテンツ製作に係るインセンティブや創意工夫の意欲を削ぐような取引慣行の改善及び番組製作に関わる業界全体の向上を目指す。

2. 主な内容

<p>○ ガイドラインに主に記載している項目</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 書面の交付 2 取引価格の決定 3 著作権の帰属 <ol style="list-style-type: none"> (1) 著作権の帰属、窓口業務 (2) 放送番組に用いる楽曲に関する取引 (3) アニメの製作に関する取引 4 取引内容の変更・やり直し 5 その他 <ol style="list-style-type: none"> (1) 下請代金の減額 (2) 支払期日の延滞日 (3) 契約形態と取引実態の相違 (4) トンネル会社の規制 (5) 下請事業者の振興のための取組 	<p>○ 問題となり得る取引事例</p> <p>【自休例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 発注書の書面交付が行われていない場合がある。 ○ 取引価格等の決定において、事前に必要な協議の機会が認められていなかった。 ○ 著作権の帰属について、事前に必要な協議の機会が認められていなかった。 <p>○ 望ましくも考えられる事例</p> <p>【自休例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 放送番組製作委託契約の際、書面が交付されていない場合は、アラートが表示されるシステムを導入している。 ○ 製作会社が著作権を放送局に譲渡する場合には、放送局は製作会社に対し、著作権の対価に係る部分を、制作会社費とは別に明示して支払っている。
---	---

図表3-2 「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」の概要

ガイドラインの令和4年度フォローアップ調査の結果においては、放送事業者と番組製作会社の間で各社の製作取引の実態に対する認識(例えば書面交付の有無についての認識など)に乖離が見られた。

<課題>

コンテンツ製作に係るインセンティブや創意工夫の意欲を削ぐ、又は下請事業者の働き方改革を阻害するような取引慣行の改善により、放送コンテンツの制作・流通に関わる優れた人材を継続的に確保する必要がある。

また、ガイドライン第7版で整理した著作権の帰属に関する業務委託の類型に当てはまらない事例があることにより、協議が円滑にできていなかったり、十分な協議を行っていないケースや、放送コンテンツの二次利用について適正な対価の支払が行われないケースがいまだにある、などの指摘があり、実態把握の必要性が生じている。

● 平成21年のガイドライン策定後、製作取引の状況把握のため、定期的にアンケート調査等を実施してきたところ、平成27年度から放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン・フォローアップ調査（アンケート調査）として公表し、令和元年度からは、①書面の交付、②取引価格の決定に係る事前協議、③不適切な取引内容の変更及びやり直しが行われないこと、といった重点課題の改善割合を指標化し、毎年度の業界全体の改善状況を定量的に把握することとしている。

● 前年度の調査結果と比較して、放送事業者と番組製作会社の認識の差異などが拡大している点も存在するため、今回の調査結果も活用し、ガイドラインの遵守状況調査及び周知広報等の製作取引適正化に関する一層の取組（個別ヒアリング、必要に応じた指導）を推進していく必要がある。

<放送コンテンツの製作取引適正化に関する重点課題の3年比較結果>

① 目（重点課題に関するもの）	放送事業者／番組製作会社	令和2年度	令和3年度	令和4年度
① 書面の交付 「高」または「概ね行っている/受けている」と答えた事業者の割合	放送事業者	91.9%	91.1%	94.2%
	番組製作会社（放送事業者との取引）	75.3%	78.2%	77.5%
	番組製作会社（製作会社間の取引 [※] ）	55.7%	75.0%	69.1%
② 取引価格の決定（事前協議の有無） 「高」または「概ね事前協議を行った」と答えた事業者の割合	放送事業者	98.4%	94.7%	94.7%
	番組製作会社（放送事業者との取引）	76.8%	72.6%	68.9%
	番組製作会社（製作会社間の取引 [※] ）	59.0%	67.2%	63.6%
③ 取引内容の変更及びやり直し 不適切な事例は「なか」と答えた事業者の割合	放送事業者	94.6%	92.9%	94.4%
	番組製作会社（放送事業者との取引）	75.8%	73.2%	70.9%
	番組製作会社（製作会社間の取引 [※] ）	62.3%	75.0%	67.3%

※ 変じ側からの回答

令和4年度回答率54.3%（対象1,596社、回答866社）
令和3年度回答率44.1%（対象1,869社、回答824社）
令和2年度回答率45.9%（対象1,823社、回答837社）

図表3-3 「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」令和4年度フォローアップ調査結果

<対応策>

放送コンテンツの製作取引の実態調査やガイドラインの遵守状況に係る指導を徹底するとともに、当該調査の結果等を踏まえ、検証・検討会議において議論を行い、必要に応じてガイドラインの改訂や周知広報等の措置を講じるなど、ガイドラインの普及・定着を図ることにより、放送コンテンツの製作に係る取引環境の一層の適正化を推進する。

上記の取組みを進めるに当たっては、下請けである番組製作会社を含めた放送コンテンツ制作に係るサプライチェーン全体における取引環境や就業環境の改善が、良い人材を集めることにつながっていくことから、検証・検討会議における議論に当たっては、下請事業者における働き方改革や親事業者による働き方改革の下請事業者へのしわ寄せ等の影響にも留意するべきである。

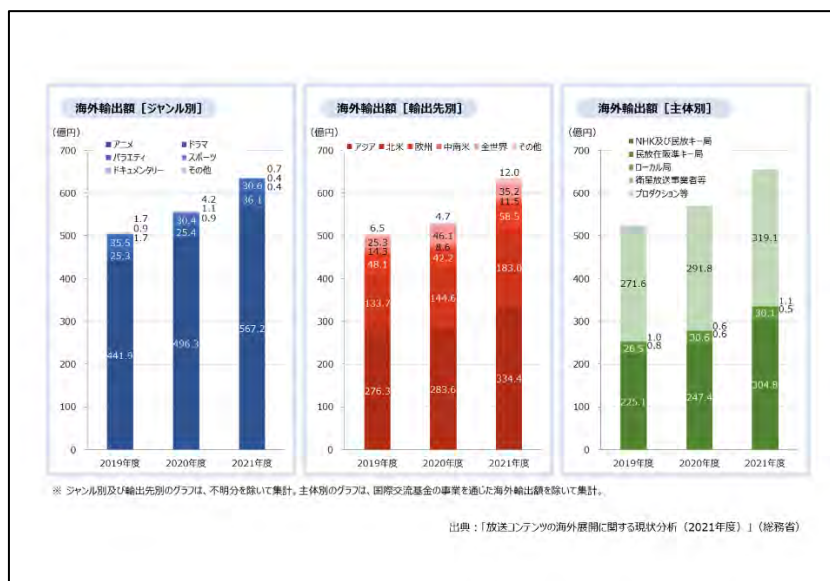
(2) 放送コンテンツを通じた我が国・地方の魅力の世界への発信を促進する方策の在り方

① 海外の放送事業者や動画配信サービス事業者等との取引機会を拡大するための方策

<現状>

放送コンテンツの海外展開は、我が国・地方の自然や文化、地域産品・農産品等に対する関心を高め、訪日外国人観光客の増加や地域産品等の販路拡大などの経済的な効果が見込まれるだけでなく、我が国に対するイメージ向上にも寄与し、ソフトパワーの強化につながることが期待されるものである。

我が国の放送コンテンツの海外輸出額は毎年度増加傾向にあり、ジャンル別で見ると「アニメ」が、輸出先別で見ると「アジア」、「北米」、「欧州」が堅調な伸びを示している。



図表3-4 我が国の放送コンテンツの海外輸出額（詳細）

放送コンテンツを含む映像コンテンツの国際的な取引は、主に世界各地で開催される国際見本市で行われている。新型コロナウイルス感染症の影響下においては、オンライン取引が試行的に行われ、今後は、国際見本市等における対面での取引とオンライン取引を使い分ける形で取引が行われていく見込みである。

我が国の放送事業者等における海外展開の取組は、いくつかの段階に分かれる。キー局や準キー局、大手番組制作会社等は MIPCOM 等のトップ水準の国際見本市に常に出展し、世界市場におけるブランディングと利潤追求の段階にあると言える。一方、ローカル局や中小の番組制作会社等は、国の補助金等を活用し、ATF や TIFFCOM 等の地域規模の国際見本市に共同出展し、映像コンテンツの売り手としての立ち位置を確立しようとする者もあるが、海外展開は視野に入れず、放送対象地域内の放送に専念する者もある。

一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構 (BEAJ) は、国際見本市等における個社のプロモーション活動の後押しをする共同プロモーション活動や、キー局・NHK が持つ放送コンテンツの海外展開に関するノウハウのローカル局等への共有などにより、我が国の放送コンテンツの海外展開強化に取り組んでいる。

<課題>

キー局や準キー局、大手番組制作会社であっても、国際見本市において、コンテンツ産業の市場規模が大きな国を中心に、国・地域単位での大規模出展がある中では、取引機会獲得は容易ではない。

ローカル局や中小の番組制作会社は、制作している放送コンテンツが報道番組や情報番組が中心であることもあり、出展できる放送コンテンツが少ない、番組販売の契約交渉の経験がない、出展・渡航費用等の課題などを理由に多くの者は国際見本市への出展も難しく、海外の番組流通事業者とのネットワークの構築の機会獲得が困難である。

また、新型コロナウイルス感染症の影響下において、デジタルカタログやオンラインでの取

引ができる環境の必要性が顕在化した。オンライン取引の環境整備や当該取引に係る放送事業者や番組制作会社におけるノウハウの獲得が不十分である。

<対応策>

海外の放送事業者や動画配信サービス事業者等との取引機会の拡大を図るため、放送コンテンツの海外展開に取り組む放送事業者等は国際見本市へ積極的かつ継続的に出展することが必要であり、その際、個々の事業者によるプロモーションの効果を高めるため、出展事業者が共同して日本発コンテンツのプロモーションを行うことも重要である。

さらなる取引機会の拡大を図るため、国際見本市以外の取引機会として、デジタル基盤を活用した通年の情報発信や取引が可能となる環境の整備や、JETRO 等の海外拠点を活用した取引機会の獲得にも取り組むことが必要である。

こうした取組は、放送分野だけで取り組むのではなく、映画、アニメ、出版等コンテンツ産業全体で、官民が連携して推進していくことが必要である。

② 海外展開の意欲があるローカル局や番組制作会社等の後押しをするための方策

<現状>

ローカル局や地域の番組制作会社、ケーブルテレビ事業者等による放送コンテンツの海外展開は、総務省事業を活用し、地域の自然、文化、地場産品・農産品等の地域の魅力を題材とした放送コンテンツを海外の放送事業者等と共同制作し、海外の放送で発信するものがほとんどである。

総務省事業を契機として、海外の放送事業者との連携関係ができ、地方自治体や地元企業等から協賛を得て事業化する事例や、総務省事業から得たノウハウを基に海外向けEC事業を立ち上げる事例なども出てきているが新型コロナウイルス感染症の影響下において、ほとんどの事業者が事業の継続・拡大が難しい状況にあった。

また、世界的な動画配信プラットフォームを通じて、地域を題材としたドラマの海外展開を行っている事例も出てきている。



図表3-5 放送コンテンツを活用した地域情報発信の支援（補助事業）

<課題>

放送事業者にとっては、放送対象地域向けの放送コンテンツを制作し、放送することが基本にあるため、放送対象地域の外、特に海外に向けた放送コンテンツを制作する機会が少なく、ノウハウを研鑽できていない場合が多い。キー局やNHKには一定のノウハウの蓄積があるが、放送業界全体での共有は十分ではないとの指摘もある。

また、世界的な動画配信プラットフォームを活用した海外展開については、キー局やNHKであっても経験が多くなく、放送業界にそのノウハウが十分に蓄積されていない。

ローカル局等の海外展開のほとんどが、放送対象地域向けに制作した放送コンテンツに英語又は一次展開先の言語の字幕を付したものであり、複数地域への展開を試みる場合に、展開先の地域特性や文化等を踏まえたコンテンツの制作やプロモーションが十分ではない。

海外展開に取り組むローカル局等からは、海外展開を行う際の権利処理のノウハウや必要な人材が不足している、放送事業者や動画配信サービス事業者との契約交渉のノウハウがなく、相手に有利な契約を締結することになってしまう、海外展開できる放送コンテンツの数が少なく、売り手との取引機会の獲得や円滑な交渉が難しいといった課題が指摘されている。

また、地域の魅力を発信する場合は、地方自治体や地域企業等との連携が必要不可欠であるが、地方自治体や地域企業等との連携機会の確保や事業資金の獲得、円滑な協業が課題であることも指摘されている。

<対応策>

展開先の地域特性や文化等も踏まえたコンテンツ制作、権利処理や契約交渉など、キー局やNHKが持つ海外展開のノウハウの共有を深化させるとともに、国際見本市等における出展・取引機会を確保し、実践を通してノウハウの習得を図ることを支援する必要がある。

また、世界的な動画配信プラットフォームの活用など、キー局やNHKであっても経験が多

くない海外展開の類型については、官民が連携し、取引実態の把握や課題と対応策、共有すべきノウハウなどの整理を行う必要がある。

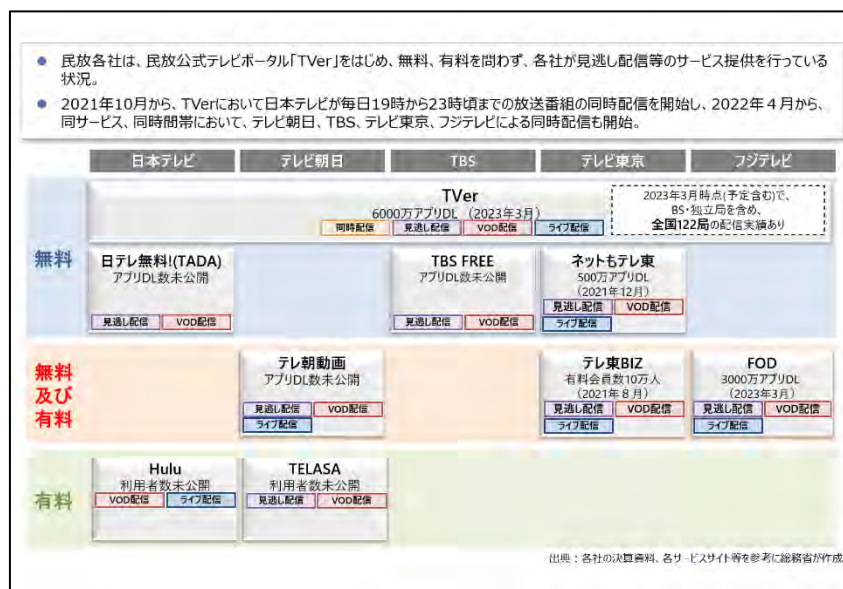
地方創生の観点からも、ローカル局等が地方自治体や地域企業等と連携し、我が国・地域の魅力を世界へ効果的に発信する取組が持続可能なものとなることは重要であるため、意欲ある事業者に対してチャレンジできる機会を提供するなどの国の支援を強化することが必要である。

(3) 放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方

① ローカル局によるインターネット配信促進方策

<現状>

放送事業者によるインターネット配信は、「TVer」・「NHKプラス」などの同時配信・見逃し配信サービス、「Hulu」・「TELASA」・「テレ東 BiZ」・「FOD」・「NHK オンデマンド」などの放送事業者によるVODサービス等が提供されている。

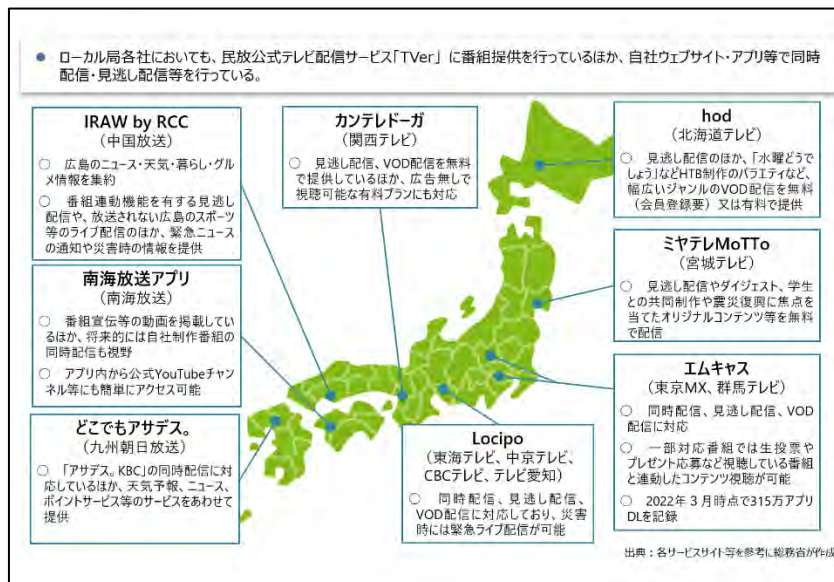


図表3-6 【再掲】民間放送事業者によるインターネット配信サービスの取組（キー局）



図表3-7 【再掲】NHKによるインターネット配信サービスの取組

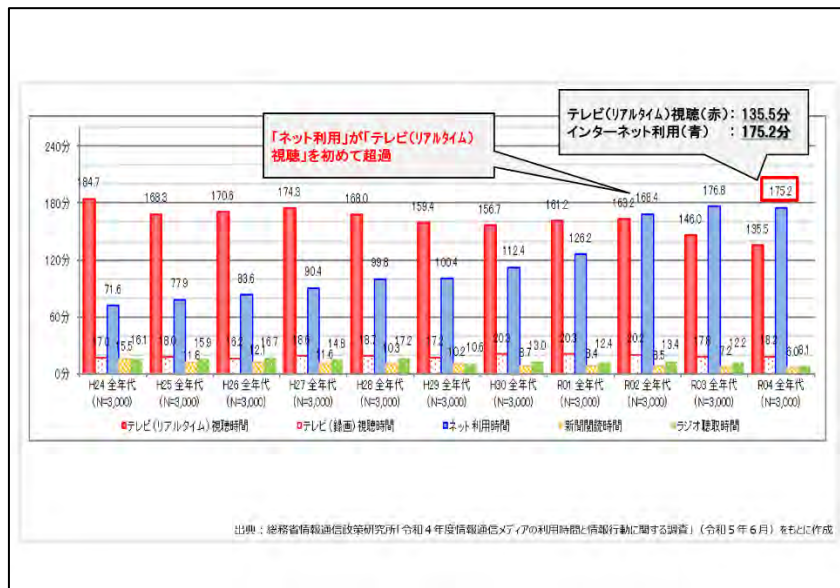
ローカル局は、「TVer」や系列キー局のインターネット配信プラットフォーム、名古屋地区の「Locipo」などの複数のローカル局が連携して構築したインターネット配信プラットフォーム、北海道テレビ放送の「HOD」などの自社で構築したインターネット配信プラットフォーム、九州朝日放送の「アサデス。アプリ」などの放送番組の同時配信等をスマートフォン上で視聴できるアプリ、YouTube等を活用してインターネット配信を行っている局があるが、大半はニュースや情報番組のYouTube配信やスマートフォン向けの配信である。



図表3-8 【再掲】民間放送事業者によるインターネット配信サービスの取組（キー局以外の例）

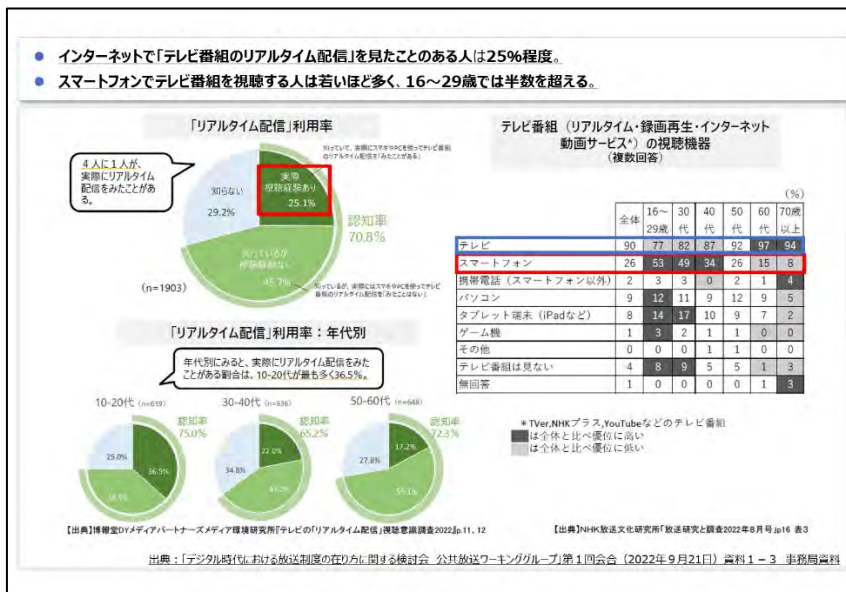
平日1日のメディアの平均利用時間は、令和2年度にはじめて「インターネット利用」が「テレビ視聴」を上回り、令和4年度にはその差はさらに拡大した。視聴者が社会生活を営む上で必要な情報を入手する方法は、テレビ受信機で視聴する放送から、スマートフォンやタブ

レット、パソコン等で利用するインターネットに移行しつつある。



図表3-9 【再掲】インターネット利用の伸長

放送コンテンツの視聴も、テレビ受信機でリアルタイムに視聴するだけでなく、スマートフォンやタブレット等で好きな時間に、手元の端末で見るといった個人志向が強まるなど、視聴端末や視聴スタイルの多様化が進んでいる。

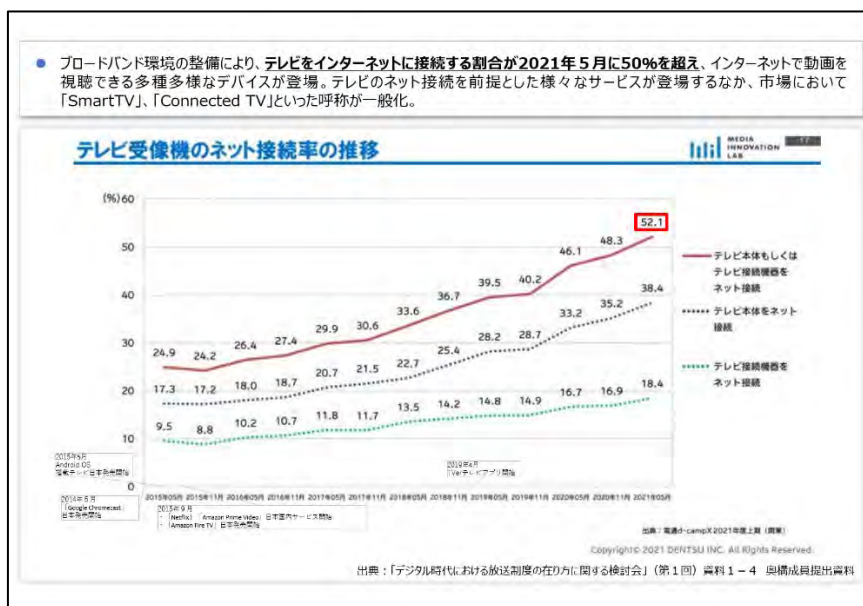


図表3-10 【再掲】インターネットでの放送コンテンツの視聴



図表3-11 【再掲】視聴スタイルの変化

放送コンテンツを視聴する端末であるテレビ受信機も、インターネットに接続する割合が2021年5月に50%を超え、動画配信サービスを視聴する機能を併せ持った端末に変化した。



図表3-12 【再掲】テレビ受信機のネット接続率の推移

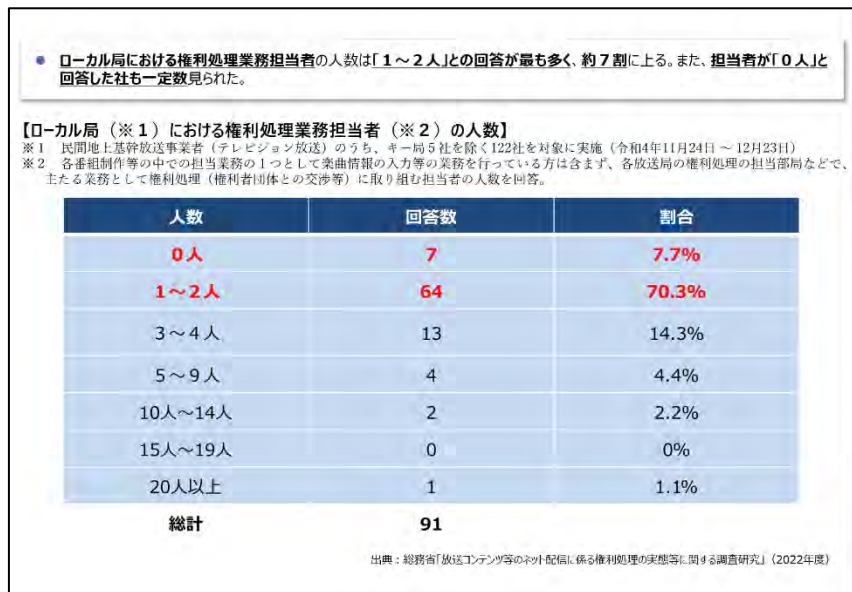
<課題>

放送はこれまで、放送法の下で「質の担保された情報」を届けてきたが、多種多様な情報が流通する現代の情報空間の中では、こうした放送の役割の重要性は益々高まっており、放送がこうした役割を引き続き果たしていくためには、キー局のみならず、ローカル局にもインターネット配信の充実が期待されるが、現状は、一部の局がニュースや情報番組のYouTube配信やスマートフォン向け配信を実施することとどまる。

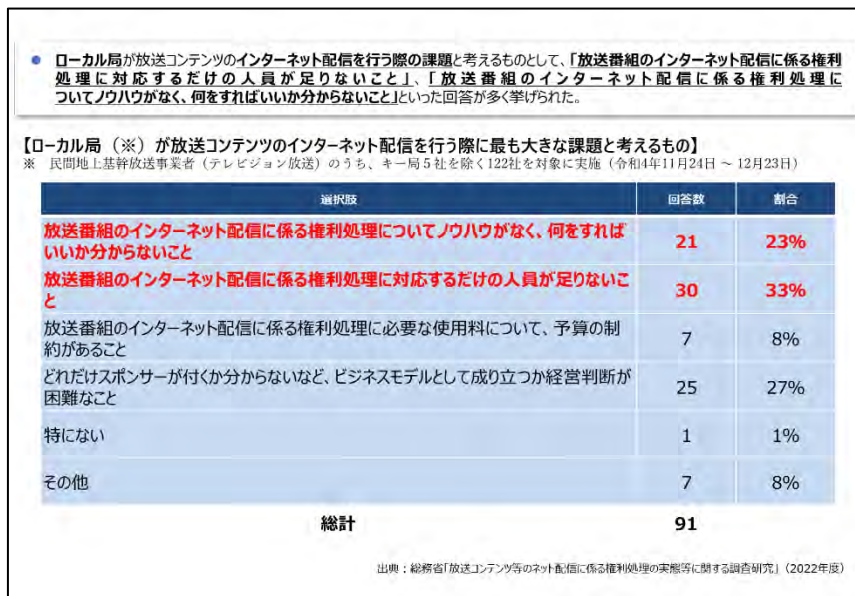
インターネット配信に取り組んでいるローカル局からは、インターネット配信を前提とした権

利処理のノウハウやこれに対応できる人材が不足している、動画配信サービス事業者との契約交渉のノウハウがなく、相手に有利な契約を締結することになってしまおうといった課題が指摘されている。

また、放送事業者、番組制作会社等と動画配信サービス事業者との契約においては、コンテンツ制作者側に交渉力がないために、動画配信サービス事業者に重要な知的財産(全ての著作権、世界における永久の利用権等)を囲い込まれたり、コンテンツ制作者側が十分な対価還元を受けられない契約を締結することになってしまおうといった課題も指摘されている。



図表3-13 ローカル局における権利処理の課題①（権利処理体制の問題）



図表3-14 ローカル局における権利処理の課題②（人員・ノウハウの不足）

<対応策>

インターネット配信を行う場合の権利処理や動画配信サービス事業者との契約交渉について、コンテンツ制作・流通の現場の状況把握をしつつ、官民が連携し、共有すべきノウハウの整理や、インターネット配信に取り組むローカル局の連携・サポート体制の構築に向けた検討に早急に着手する必要がある。

なお、現在、政府全体でデジタルアーカイブの議論も検討されているところであるが、NHKをはじめデジタルアーカイブされた放送コンテンツに関して、飛躍的な充実や活用促進に向けた課題把握に務めていくことも重要である。



図表3-15 デジタルアーカイブに関する我が国の取組

② 放送コンテンツの流通促進に向けた動画配信プラットフォームの在り方

<現状>

前述のとおり、視聴者が社会生活を営む上で必要な情報を入手する方法は、テレビ受信機で視聴する放送から、スマートフォンやタブレット、パソコン等で利用するインターネットに移行しつつある。

情報空間は、インターネットを含め、放送以外にも広がっているが、インターネット空間では、アテンションエコノミー¹が形成され、フィルターバブル²やエコーチェンバー³、フェイクニュー

¹ 人々の関心や注目の度合いが経済的価値を持つという概念。

² アルゴリズムがネット利用者個人の検索履歴やクリック履歴を分析し学習することで、個々のユーザにとっては望むと望まざるとにかかわらず見たい情報が優先的に表示され、利用者の観点に合わない情報からは隔離され、自身の考え方や価値観の「バブル(泡)」の中に孤立するという情報環境。

³ ソーシャルメディアを利用する際、自分と似た興味関心をもつユーザをフォローする結果、意見をSNSで発信すると自分と似た意見が返ってくるという状況を、閉じた小部屋で音が反響する物理現象にたとえたもの。

スといった問題が顕在化しており、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る自由の保障」、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送の価値は、情報空間全体における健全性の確保の観点から、その役割に対する期待が増している。



図表 3-16 インターネット空間における社会問題

視聴者は、放送コンテンツを視聴する場合、放送波経由でテレビ受信機を用いて視聴するか、インターネット経由でスマートフォン、タブレット、パソコン、インターネットに接続したテレビ受信機を用いて視聴するが、インターネット経由での視聴は、放送事業者が提供する有料又は無料の数々の動画配信プラットフォームや YouTube 等で、視聴したいコンテンツを選択することになる。

<課題>

インターネット経由での視聴において、数々の動画配信プラットフォームにより様々なコンテンツが提供されているが、視聴端末や視聴スタイルの多様化の中、前述のとおり、アテンションエコノミーの形成、フィルターバブル、エコーチェンバー、フェイクニュースといった問題が顕在化しており、社会の基本情報へのアクセスがなく、適切な情報に接することができないとの指摘や、世代間で認識を共有するということができず、情報の偏りによる社会の分断を発生させるおそれがあるとの指摘もあった。そのような中、放送が期待される役割を果たし続けるためには、視聴者が信頼性の高い放送コンテンツを容易に視聴できる環境が必要である。

放送コンテンツを視聴する専用端末であったテレビ受信機においても、インターネットに接続して動画配信サービスのコンテンツを視聴することが可能となっており、上記の環境が同様に求められている。

また、放送対象地域の視聴者に確実に地域情報を届けるためには、地域の視聴者が地域情報に到達しやすい形でインターネット配信を行いたい、ローカル局がそれぞれにインターネット配信プラットフォームを開発、運営するには費用面、人材面でリソースが不足しており

現実的ではなく、他方、規模の大きなインターネット配信プラットフォームを活用するとローカル局の放送コンテンツは埋もれてしまい、地域の視聴者に地域情報を確実に伝えることができないのではないかと懸念があり、地域間格差の問題につながるのではないかと指摘や、インターネット配信の取組を前進させづらいとの指摘もあった。

また、インターネット上におけるデータ利活用の動きの中で、視聴者が不安を感じない形でのインターネット配信サービスによる動画の視聴データの利活用についても議論の必要性について指摘があった。

なお、英国では、バランスがとれた多様な番組を提供し、幅広く国民の多様なニーズや関心に応えることを目的として、公共サービステレビジョン放送事業者のコンテンツをスマートTV上で優先表示することを義務づける措置がメディア法案に盛り込まれている。

メディア法案の項目

1. 公共サービステレビジョン放送の義務化
2. テレビ・セレクション・サービスにおけるプロモーション制度の導入
3. PSB事業者が提供する見直し
4. オンデマンド番組リブースへの規制の導入
5. 開放ジョイント規制の緩和
6. 音声サービスの規制の導入

	従来のプロモーション制度	メディア法案における新たなプロモーション制度
制度趣旨	PSBはバランスが取れた多様な番組を提供し、幅広く国民の異なるニーズや関心に応えること	インターネット動画配信サービスの急速な普及を踏まえ、なお上記のPSBの役割を維持すること
プロモーションの義務を課せられる対象	Ofcomより免許を受けた電子番組表（EPG）提供事業者（Freeview HD/FreeTime、Sky Electronic Programme Guide、Virgin Media EPG、等）	国際大臣が指定するテレビジョン・セレクション・サービス（TSS）※指定されるTSSはスマートTV等、主にテレビジョン番組の視聴のために使用される装置を指定。 <small><TSSの定義> インターネットに接続されており、ユーザーが複数の番組や、番組サービスを行ったり来たりして、選択することを可能にするようなサービス。</small>
プロモーションを受けられる対象	PSB事業者が提供するチャンネル等（チャンネルは、BBCのすべてのチャンネル、Channel3が提供する各リブース、Channel4、Channels5、S4C、等）	Ofcomが指定する、PSB事業者が提供するインターネット番組サービス（IPS）※報道、地域、文化、教育等、PSBとしての目的を果たすコンテンツがサービス内で見つけやすくなっていることが、指定要件。 <small><IPSの定義> インターネットを介して、番組を提供することに主目的とするサービス。</small>
プロモーションの手法	PSB事業者の5つの全国総合編成チャンネル（BBC1、BBC2、Channel3、Channel4、Channel5）をEPGの上位5位（1位）に配置すること等 ※ウェールズ地域では4位を確保。	指定TSSは指定IPSを、それぞれ適切な度合いで優先表示すること。 具体的なプロモーションの手法はOfcomがコードにて定めると共に、指定TSSと指定IPSとの間で締結される協定において協定される。

出典：DCMS[2023] MEDIA BILL EXPLANATORY NOTES
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1146694/1295-HH-Media_Bill_Explanatory_Notes_29.03.pdf

図表3-17 プラットフォーム等の活用による放送コンテンツのインターネット上における流通促進方策に関する英国の動向

<対応策>

視聴者がインターネット経由で放送コンテンツを容易に視聴できる環境の早期実現のため、まずは、インターネットに接続するテレビ受信機において、複数のインターネット配信プラットフォームが連携し、当該プラットフォームが配信する放送コンテンツの一覧性が確保される入口（仮想的なプラットフォーム）からの適切な導線の実現に向けて、視聴者にとっての利便性という観点からも、容易に放送コンテンツを視聴できる表示・操作性について、放送事業者や様々な関係者共同による枠組みにおける検討・検証を官民が連携して行うことが必要である⁴。

その際、視聴者の視点（視聴実態、視聴の仕方や上記取組みに対する理解など）に留意し、また、ローカル局が提供する地域情報等の放送コンテンツに地域の視聴者等が到達しやすい仕組みに配慮する必要がある。また、視聴データの活用に関する視聴者のプライバシー

⁴ 「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」（主査：内山隆・青山学院大学総合文化政策学部教授）でも同様の議論が行われた。

一面に係る受容性等についても検証し、今後、「放送分野の視聴データの活用とプライバシー保護の在り方に関する検討会」においてインターネット配信サービスによる動画の視聴データを活用する場合の視聴者の個人情報の取扱いについて、更に検討を深めていく必要がある。

4. おわりに

本ワーキンググループは、2022年(令和4年)12月16日の第1回会合以降、計9回の会合を重ね、デジタル時代における、放送コンテンツの制作・流通を促進するための方策の在り方について議論を重ねてきた。

検討にあたっては、放送コンテンツ産業が置かれている概況、動画配信サービスの伸長、昨今の視聴スタイルの変化・多様化などの状況把握を行いつつ、放送コンテンツ制作・流通を担う放送事業者、番組制作会社、動画配信プラットフォーム、海外展開を支援する組織等からのヒアリングを行い、また海外の制度等の紹介を含め、課題を認識し、対応策を議論いただいた。

議論を踏まえ、本取りまとめにおいて示した3点の柱は、いずれも放送コンテンツをめぐる視聴環境の変化に対応するべく取り組むべき対応策を示しているものであり、今後はこれに基づき、総務省において必要な措置を講じていくことが望ましい。

上記の措置を有効に進めていくために重要な点は、措置の背景となる課題や危機感を共有し、キー局やNHKの持つノウハウの共有等を含め協調していくことである。特に、インターネット配信やデジタル技術の進展等による視聴スタイルの大きな転換期に置かれているという視聴者の視点を念頭に置きつつ対応していくことが肝要である。また、環境変化が激しい分野であることから、引き続き状況に応じて課題の抽出、対応方策の検討を続ける努力も必要である。

本ワーキンググループとしては、上記の関係者が、以上の観点を踏まえて、連携・協力を強め、良質な放送コンテンツ制作や流通に注力できるようになることを期待したい。

付録

目次

別添 1	開催要綱	付録- 1
別添 2	開催状況	付録- 5
別添 3	課題ごとの構成員等の主な意見	付録- 8
別添 4	参考資料	付録-21

別添 1 開催要綱

**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
「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」
開催要綱**

1. 背景・目的

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（以下「検討会」という。）のとりまとめにおいて、ローカル局をはじめとする放送事業者の設備負担軽減に係る提言の中で、コンテンツ制作に注力できる環境を整備していくことが重要であると言及されている。

こうした環境を整備する観点からは、放送事業者によるコンテンツの制作の促進に加え、そうしたコンテンツがより幅広く視聴されるよう、放送やインターネット上における流通の一層の促進が重要となると考えられる。特に、地域情報の発信において、今後ローカル放送局には大きな役割が期待されている。

以上を踏まえ、検討会の下に開催される会合として、「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」を開催し、インターネット時代における、放送コンテンツの制作・流通を促進するための方策の在り方について、関係事業者等の協力を得つつ、検討を行う。

2. 名称

本ワーキンググループは「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」と称する。

3. 検討項目

- (1) 放送コンテンツの流通の促進について
- (2) 放送コンテンツの制作の促進について
- (3) その他

4. 構成及び運営

- (1) 本ワーキンググループの主査は、検討会座長が指名する。本ワーキンググループの構成員は、主査が指名する。
- (2) 主査は、本ワーキンググループを招集し、主宰する。
- (3) 主査は、主査代理を指名することができる。
- (4) 主査代理は主査を補佐し、主査が不在のときは主査に代わって本ワーキンググループを招集し、主宰する。

- (5) 主査は、必要と認める者を構成員又はオブザーバとして随時追加することができる。
- (6) 主査は、必要に応じ、構成員及びオブザーバ以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
- (7) その他、本ワーキンググループの運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

5. 議事の取扱い

- (1) 本ワーキンググループの会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。
- (2) 本ワーキンググループの会議で使用した資料については、原則として総務省のホームページに掲載し、公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。
- (3) 本ワーキンググループの会議については、原則として議事要旨を作成し、総務省のホームページに掲載し、公開する。

6. その他

本ワーキンググループの庶務は、情報流通行政局情報通信作品振興課が、同局放送政策課の協力を得て行うものとする。

別紙

「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」
構成員名簿

(敬称略・主査を除き五十音順)

<構成員>

(主査)	やまもと たつひこ 山本 龍彦	慶應義塾大学大学院法務研究科 教授
(主査代理)	うちやま たかし 内山 隆	青山学院大学総合文化政策学部 教授
(主査代理)	とりうみ ふじお 鳥海 不二夫	東京大学大学院工学系研究科 教授
	あらい ひろみ 荒井 ひろみ	理化学研究所革新知能統合研究センター ユニットリーダー
	ありが あつのり 有賀 敦紀	中央大学文学部心理学専攻 教授
	おおたに かずこ 大谷 和子	株式会社日本総合研究所 執行役員 法務部長
	おちあい たからみ 落合 孝文	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業 プロトタイプ政策研究所所長・シニアパートナー弁護士
	おと よしひろ 音 好宏	上智大学新聞学科 教授
	ながた みき 長田 三紀	情報通信消費者ネットワーク
	にしだ りょうすけ 西田 亮介	東京工業大学リベラルアーツ研究教育院 准教授
	はせがわ あつし 長谷川 敦士	武蔵野美術大学造形構想学部 教授 株式会社コンセント 代表取締役社長
	はやし しゅうや 林 秀弥	名古屋大学大学院法学研究科 教授
	ふくい けんさく 福井 健策	骨董通り法律事務所 代表 弁護士

計 13 名

(オブザーバ)

日本放送協会、一般社団法人日本民間放送連盟、株式会社TBSテレビ、株式会社テレビ朝日、株式会社テレビ東京、日本テレビ放送網株式会社、株式会社フジテレビジョン、株式会社TVer、一般社団法人大手家電流通協会、一般社団法人電子情報技術産業協会 (JEITA) テレビネットワーク事業委員会、一般社団法人IPTVフォーラム、一般社団法人放送サービス高度化推進協会 (A-PAB)、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構 (BEAJ)、グーグル合同会社、ヤフー株式会社、Netflix 合同会社、一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟 (ATP)、一般社団法人全国地域映像団体協議会、一般社団法人日本動画協会
経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課
情報流通行政局情報流通振興課、総合通信基盤局電気通信事業部利用環境課

別添 2 開催状況

別添2 開催状況

「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」 開催状況

○第1回（令和4年12月16日（金）10:00～）

- （1）開催要綱の確認等
- （2）放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループについて
- （3）放送コンテンツを取り巻く現状について
- （4）放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループの論点（案）
- （5）立教大学社会学部砂川ゼミへのヒアリング
- （6）意見交換

○第2回（令和5年2月21日（火）10:00～）

- （1）放送コンテンツの流通の現状
- （2）インターネット上における流通に関するヒアリング
- （3）意見交換

○第3回（令和5年3月22日（水）13:00～）

- （1）音構成員プレゼンテーション
- （2）地域からの情報発信に関する放送局の取組についてのヒアリング
- （3）意見交換

○第4回（令和5年4月6日（木）13:00～）

- （1）コンテンツビジネスの現在に関するヒアリング
- （2）グローバルに通用するコンテンツの制作・流通に関するヒアリング
- （3）意見交換

○第5回（令和5年4月24日（月）13:00～）

- （1）NHKとの共同制作による流通促進に関するヒアリング
- （2）第1回から第4回までを踏まえた意見交換

○第6回（令和5年6月2日（金）13:00～）

- （1）これまでの議論を踏まえた論点整理
- （2）意見交換

○第7回（令和5年6月16日（金）13:00～）

- （1）プラットフォーム等の活用による放送コンテンツのインターネット上における流通促進方策に関する英国の動向
- （2）これまでの議論の整理（プラットフォーム等の活用による放送コンテンツのインターネット上における流通促進方策関係）
- （3）意見交換

○第8回（令和5年8月9日（水）13:00～）

- （1）取りまとめ骨子（案）
- （2）意見交換

○第9回（令和5年8月24日（木）13:00～）

- （1）取りまとめ（案）
- （2）意見交換

別添 3 課題ごとの構成員等の主な意見

① 放送コンテンツの制作・流通に関わる人材の確保・育成方策

【構成員等の主な意見】

- 日本にはマーケティング、販売の仕方、効果的なアピール方法等に関する知見が不足しており、情報発信の改善が必要。【BEAJ（第4回）】
- 日本の課題としては、作品そのものだけでなく、マーケティングやネットワーキング、契約交渉など、総合的なプロデュース力の脆弱さも本質的にあるのではない。【福井構成員（第4回）】
- 海外の動画配信サービス事業者と協業する、あるいは、そうした事業者の創り出す映像コンテンツと渡り合えるようにするため、VFXなどの最先端技術を活用した映像制作を行っていく。海外の事業者と組んで制作することもある。【THE SEVEN（第4回）】
- デジタル技術や最新の映像制作技術においても、バーチャルプロダクションの導入等をはじめとしてNHKは世界と比べても進んでいる。そういった先進的な取組を実施している局と組むことで、製作技術を広く国内に広げてくとも考えられるのではない。【内山主査代理（第6回）】
- 先進的に取り組む放送局の技術を参考にすべき。インターネットに出していく親和性について検討していかなければ中長期的な戦略にはなり得ないのではない。【内山主査代理（第6回）】
- 人材不足は放送業界特有の問題ではなく、他産業も含めて人材を取り合っている。放送業界がどうやって魅力を伝えるかが重要。他産業の機械化、AI化の取組事例を参照しても良い。例えば、字幕を付けることはAIが実施できるようになっているが、誤字脱字、誤変換が多いので、放送事業者は導入しておらず、人手をかけてコストがかかっている。かかる時間、かかる人的コスト、クオリティのバランスに鑑み、どこかで判断が必要。今後AIは精度を上げてくるので、イノベーションのジレンマを起こす危険性がある。それに向けた準備として、途中過程でも積極的にAIやデジタル技術の導入をしていかなければ人手不足の課題に対応できない。【内山主査代理（第8回）】
- 新興市場開拓への情報などの側面支援（現地での合同商談会を企画する等）が必要。JETRO商談会を現地で行うイメージ。そのための人材確保も必要。【テレビ東京（第4回）】

【構成員等の主な意見（続き）】

- 従来型の漫然と既存放送事業者中心の支援ではない方法の模索も期待され、例えば新規のデジタル系スタートアップの巻き込みや、クリエイターの参入等を通じて、将来的な投資効果が見込まれるような方向性が示されるべき。【西田構成員（第6回）】
- 日本として、売上高ベースでコンテンツ領域に寄与できるのは放送局である。スタートアップを育成する方向性もあって良いが、残念ながら日本もヨーロッパもスタートアップの創出には成功しているとは言えない。【内山主査代理（第6回）】
- 海外展開に到達できていない事業者も多く、まずは放送エリア範囲外への国内展開を目指すべき。その主体は、ローカル局、ケーブルテレビ、地域の制作会社といったところだが、発信するのは地域情報が主なので、彼らだけでなんとかできるという話でもない。プロデュース能力としての巻き込む力がないと先には進まない。いきなり海外と考えずに、いろいろな組み合わせを考え、魅力的なストーリーテリングができる必要がある。いつも同じメンバーでやっても新しい発想は生まれないので、異業種交流的にいろいろな組み合わせを試していく、促進していくことがありうる。【内山主査代理（第8回）】
- 本来であれば、検討が進んでいる在京キー局のノウハウが規模の小さい局に共有できれば良いが、競争関係がある中で難しい部分はある。規模の小さい局をうまくまとめて、マッチングさせていくことが重要。【音構成員（第6回）】
- 民放の中での協力もあるが、NHKも含めてノウハウの共有や権利処理の円滑化ができるように情報交換をすることが重要。【落合構成員（第8回）】
- 事業者間の連携、ノウハウの共有の目的は制作能力向上にある。電波リニア以外にネットを意識していかなければならないのはキー局だけでなくローカル局も同じ。オンデマンド型のコンテンツをたくさん持っておかなければ辛くなるだろう。様々な形で連携・協力し、コンテンツのストックを蓄えて行くことが必要。やみくもに量を蓄えればよいのではなく、プロとしての矜持を見せていただけるコンテンツであってほしい。技術的な交流も含めて連携するとよいのではない。【内山主査代理（第8回）】
- アテンションエコノミー、エコーチェンバーといった言葉が制作現場には浸透していない。こうした課題感の共有は人材育成の観点からも重要。放送とは何かを忘れた形でコンテンツを作っていけばよいのだということになってしまいかねない。【山本主査（第8回）】
- NHKのノウハウを活用した人材育成は重要な1つのツールではあるが、フォーマットがNHK的に偏ってしまうので、例えば地域ごとの研修など、複数の場で人材育成を展開していくことが重要であり、支援が必要。特に制作会社はそうした環境が十分にない。【音構成員（第8回）】
- 制作のノウハウの向上もあるが、制作にあたっての制作者の倫理的な部分を教育する場を用意し、支援することも重要。【音構成員（第8回）】
- ローカル局も人材確保は重要という認識があり、特にデジタルへの向き合い、権利処理について課題感を持っている。このあたりの課題感やノウハウの共有を支援することも合わせて重要。【音構成員（第8回）】

【構成員等の主な意見（続き）】

- 制作と流通で課題と必要なノウハウは異なるのではないかと。制作と流通それぞれのノウハウがどこに蓄積されているのかを把握することが重要。また、流通を考えずに制作することはないのではないかと。【大谷構成員（第8回）】
- 個別の解決策についてこの場で十分に議論ができていなかった。例えば、映像制作について教育機関はどのようになっているのか、どのような教育が行なわれているのかの実態を把握することが必要。研修や共同の勉強会が解決策になるのかというと、制作現場の体制や技術力の実態把握が不十分。【大谷構成員（第8回）】
- 若年層がうまく日本のコンテンツ産業に参加できる人材育成の仕組みが構築できると、さらに間口が広がる。【音構成員（第6回）】

（参考）放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース 第2回会合における意見

- Netflixからのヒアリングでは、世界で競える作品づくりの課題として、人材育成、脚本、演技力を含めた制作力が弱いという話や、テクノロジーについて十分導入できていないのではないかと体制に関する話をうかがった。経済インセンティブが回る形、ブラック労働に従事するという形になってしまうとなかなか投資するところにもできないし、人材も離れていってしまうと思う。【落合構成員】

② 放送コンテンツの製作取引の一層の適正化

【構成員等の主な意見】

- 「放送コンテンツ製作取引適正化に関するガイドライン（第7版）」の典型例が出来たことで、色々と整理しやすくなっているが、それにはまらない事例もあり、正直有効に活用されていないと考えている。【ATP（第5回）】
- 適正な制作費について、放送業界は民放も含めて削減・下落傾向にある。コンテンツの適正な制作・取引を考えると、ATPとしては、まず企画ごとに積上げ方式で必要な費用を実現してほしいと思っているが、なかなか実現せず、設定した予算からの逆算になっているケースがほとんどである。そうすると、制作会社の管理費の確保すらできない状況になり、管理費を削ってそこで埋めるようになっている。【ATP（第5回）】
- 制作費の制作会社への配分について、制作費の配分自体に追加のルールを整備するというお話まではなかったが、やはり制作会社にとって厳しい状況にはあるということ踏まえて取り組む必要がある。【落合構成員（第5回）】
- 単にルールを執行すれば良いということではなく、ビジネスモデルとして成り立っていくようにしないと、誰かにしわ寄せが来ることになってしまう。適正な制作費の実現について、放送業界全体としてのパイの増加と、その配分を考えて議論していかなければならない。【落合構成員（第5回）】
- 下請法の対象となっていない取引でも3条書面と同様の書面交付が望ましいと考えている。ガイドラインでは現場のワークフローを妨げるおそれがあるという反対論が強いこともあり、契約が成立したことを客観的な記録を残すことを推奨する記載ぶりとなっている。一方で、下請法の対象とならない取引において書面の交付を推奨することは、当事者間の認識の乖離を縮めることにもつながりうるので、ぜひ検討していただきたい。【林構成員（第8回）】
- 放送事業者から制作会社へ制作委託をする際、完全制作委託型番組（完パケ）は制作会社に著作権が帰属するとされており、ガイドラインでも重要な点であるが、これを免れるために、放送事業者が制作会社への委託ではなく、派遣社員、すなわちフリーランスと直接契約するといった、一種の偽装請負的なことが行われることのないよう、規制の潜脱に目を光らせていただきたい。【林構成員（第8回）】

【構成員等の主な意見（続き）】

- ガイドライン直接の射程ではないが、権利処理について、一部の放送コンテンツは本来実演家が受け取るべき対価が支払われていないという指摘がある。ハリウッドのストライキでも同様の実態がある。製作会社が制作する放送コンテンツは、商慣習上ワンチャンス主義があり、実演家の対価は製作段階で支払われる1回限りで権利は消滅することになっている。放送事業者が制作する放送コンテンツはオールライツと称して、二次利用に関する全ての権利を対価を支払わずに買い取るという実態も存在すると聞く。こうした点も含めて実態調査の徹底をお願いしたい。【林構成員（第8回）】
- ガイドラインの改訂については、実態調査を踏まえた突き詰めた検討が必要。また、制作現場における働き方改革については、社会規範の変遷を受けてガイドラインを考え直す必要があるのではないか。【山本主査（第8回）】

（参考）放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース 第2回会合における意見

- Netflixからのヒアリングでは、世界で競える作品づくりの課題として、人材育成、脚本、演技力を含めた制作力が弱いという話や、テクノロジーについて十分導入できていないのではないかといった体制に関する話をうかがった。経済インセンティブが回る形、ブラック労働に従事してしまうとなかなか投資するところにもできないし、人材も離れていってしまうと思う。【落合構成員】

(2) 放送コンテンツを通じた我が国・地方の魅力の世界への発信を促進する方策の在り方

① 海外の放送事業者や動画配信サービス事業者等との取引機会を拡大するための方策

【構成員等の主な意見】

- 日本にはマーケティング、販売の仕方、効果的なアピール方法等に関する知見が不足しており、情報発信の改善が必要。【BEAJ（第4回）】
- 日本の課題としては、作品そのものだけでなく、マーケティングやネットワーキング、契約交渉など、総合的なプロデュース力の脆弱さも本質的にあるのではないかと。【福井構成員（第4回）】
- とにかく日本のコンテンツを世界に発信していき、世界中の人の目に日本のコンテンツが留まることで、日本の映像業界のブランドが上がり、資金やモノが集まってくるのではないかと。【THE SEVEN（第4回）】
- 新興市場開拓への情報などの側面支援（現地での合同商談会を企画する等）が必要。JETRO商談会を現地で行うイメージ。そのための人材確保も必要。【テレビ東京（第4回）】
- 現地の文化、風習、言語に明るいパートナー（パイヤー、エージェンシー、ディストリビューター等、広い意味で）からもたらされる情報が制作の参考になる。【内山主査代理（第5回）】
- 複数の文化圏にコンテンツを発信していくには、日本国内だけに受容されるコンテンツだけでは難しい場合もある。コンテンツの作り方自体もよく考えながら、パートナーと組むことも大切。配信サービスであれば、尺・構成も考慮すべき。【落合構成員（第5回）】
- 放送局によって海外展開に対するフェーズが異なるため、フェーズに応じた対策が必要。【内山主査代理（第6回）】
- プロモーションするためにはコンテンツの総量が大切であり、ノウハウを共有していくことで長期的に総量を増やしていくことが重要。【大谷構成員（第6回）】

(2) 放送コンテンツを通じた我が国・地方の魅力の世界への発信を促進する方策の在り方 7

【構成員等の主な意見（続き）】

- 現状、国際見本市を中心とした取組が多いが、国際見本市はあくまでもきっかけであり、サステナブルな支援を実施したいのであれば、直販ルート及び信頼できるエージェンシーを含めるチャンネルの構築への支援がはるかに本質。【内山主査代理（第6回）】
- 海外展開の際の仲介役を担う元放送事業者がないわけではない。そういった事業者に焦点を当て、支援を行っていくことも考えられる。【音構成員（第6回）】
- 世界のコンテンツ市場は百兆円と言われている中で、放送コンテンツの海外輸出は増加傾向にありつつも五百億円程度に留まる。新規参入や投資効果が見込めるものにフォーカスすべきではないか。【西田構成員（第6回）】
- 放送事業者自ら海外展開、販路の確保を実施していくのは当然だが、通信と放送の融合をはじめとするデジタル化が進んでいく中で、国が放送事業者に対してプロモーションを中心とした支援を行うことについて、どれだけの影響力や費用対効果があるかは慎重に検討した方がよい。【西田構成員（第6回）】
- 国際見本市と異なり、放送局同士、セラー／バイヤーの実際の交渉は外部から観察することが困難なため、公的な支援制度を実施するには国際見本市の場となる。グローバルに注目を集められるのは、4月のMIPTV、10月のMIPCOMで、一万数千人が来場。リージョナルな市場は、ATF及びBCWWが有力なアピールをする場として考えられる。数千人規模かもしれないが、そこでアピールすることが最初のきっかけとなり得る。TIFFCOM等は地盤沈下しており、抜本的な解決に向けて検討を行ったほうがよい。【内山主査代理（第6回）】
- 経験から申し上げますと、日本の制作現場で海外展開に意欲的な層が、自らの得意な領域や作品を紹介するデジタルカタログを作成した。韓国も同様にデジタルカタログを制作し、お互いにこういったところにどのような人材がいるかを認識することができ、次のステップへの足掛かりとなった。【音構成員（第6回）】
- 海外展開に関してハードルになっているものが何かを見定めた上で、それを除去もしくは低くしていく取組が必要。透明化については、障害になっているところを明らかにするべき。チャンネルについても、どのようなパートナーシップを結んでいくべきかという議論に繋がる。【山本主査（第6回）】

(2) 放送コンテンツを通じた我が国・地方の魅力の世界への発信を促進する方策の在り方 8

【構成員等の主な意見（続き）】

（参考）放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース 第5回会合における意見

- バイヤーとの交渉においては、魅力的なトレーラー制作が不可欠。多くのローカル局では日本向けのトレーラーに英語字幕をつけたもので交渉を行うが、費用はかかるが、海外のバイヤーの関心を引くトレーラーを制作して臨まなければ、交渉の機会すら得られない。【BEAJ】
- BEAJではオンラインカタログサイトを運営しているが、コンテンツを掲載するだけではなく、国際見本市との連動企画や、C21 Screeningsなどの他のオンライン取引サイト等との連携（相互送客）による取引機会の拡大を支援。【BEAJ】

② 海外展開の意欲があるローカル局や番組製作会社等の後押しをするための方策

【構成員等の主な意見】

- ローカル局の存在は、その地域の文化発信、醸成の拠点であることは間違いない。ローカル局の経営悪化はその文化拠点を弱らせ、消滅させる恐れがある。自社番組の発信に消極的なローカル局にとっては厳しいかもしれないが、**動画配信サービスのプラットフォームの活用は、ローカル局にとって数少ない未来に向けた選択になる可能性がある**。その意味でも、**動画配信サービスのプラットフォームを整備することは、ローカル局発の番組の海外展開等の可能性も含め、喫緊の課題**。【音構成員（第1回）】
- **国内市場向けか海外市場向けかで嗜好及び方向性が異なり、そのギャップに放送事業者は苦勞してきている**。【内山主査代理（第4回）】
- 元々放送事業は放送波が届く範囲という制限があるため、国内事業及び地域事業を主とする要素が強い。**放送波のエリア外、県外／海外に進出していくということについては、十分にノウハウを研鑽できていないケースが多い**。【内山主査代理（第6回）】
- **現地の文化、風習、言語に明るいパートナー（バイヤー、エージェンシー、ディストリビューター等、広い意味で）からもたらされる情報が制作の参考になる**。【内山主査代理（第5回）】
- 複数の文化圏にコンテンツを発信していくには、**日本国内だけに受容されるコンテンツだけでは難しい場合もある**。コンテンツの作り方自体もよく考えながら、**パートナーと組むことも大切**。配信サービスであれば、**尺・構成も考慮すべき**。【落合構成員（第5回）】
- 放送局によって海外展開に対するフェーズが異なる。キー局が先頭を走っている状態にあり、利益を追求するあるいはブランディングのフェーズ。地方局の中にも熱心に海外展開を検討してセラーとしての立ち位置を構築しようとしている局がいる。一方、国際見本市にほとんど参加したことのない局もあり、海外展開については局ごとにフェーズが大きく異なっている。**方策を実施するにはどのフェーズにある局をターゲットにするのかを踏まえて検討すべき**。【内山主査代理（第6回）】

【構成員等の主な意見（続き）】

- ある程度経験値を積んだ上でより力を付けていこうとしている、或いは注力していきたいという意識のある局を中心ターゲットとした戦略の立て方、プロモーション方法、海外とのネットワーク構築方法に焦点を当てるべき。その際、セラーとバイヤーが直取引できるような構造に至ることが理想。【内山主査代理（第6回）】
- 海外に向けての発信は、一定の絞り込みを含め、**施策のターゲットを明確にした上で支援を行うことが重要**。【落合構成員（第6回）】
- 海外展開におけるキー局とローカル局の関係について、圧倒的に前者にノウハウが集まっており、系列局であってもそのノウハウの共有には至っていないのではないかと。海外との競争の中で、**そのようなノウハウをどのように共有していくのか考えていかなければならない**。【音構成員（第5回）】
- 現段階では、**プロモーションの必要性及びノウハウが欠落していることを相互認識することが重要**。各局がライバル関係にある中だが、先行している事業者が遅れ気味の事業者を支援することで、国際市場に出ていく日本発のコンテンツが増加し、魅力的に思ってもらえる機会が増えるのであれば、**ノウハウの共有は決して底上げだけではなく全体への利益と繋がるのではないかと**。【大谷構成員（第6回）】
- 海外配信で言えば、**大手プラットフォームが提供しているコンテンツは、地域性や文化を踏まえて制作され、場合により地域ごとに調整されている**。制作の段階から海外展開を想定していた局はローカル局をはじめとして多くないと認識しているが、**制作の段階からマーケティングを含めて検討していくべきであろう**。まずは、**R&Dとしてプロモーション施策を実施し、フィジビリティを検討すればよい**。ローカル局の場合、**新規事業開発に資金をかける余裕がない場合があるため、そういった部分を補うための支援は考えられるであろう**。【落合構成員（第6回）】
- ローカル局が海外展開に挑戦するのはかなりハードルが高いものだが、**総務省事業の支援により、ノウハウやチャレンジ精神が生まれた**。海外展開を継続することにより、人材確保の観点では、**海外向けコンテンツ制作を希望する人材が採用試験を受験してくれるようになった**。ロシアや中国のスタッフも採用しており、ローカルながら国際的な広がりを実現。【山陰中央テレビ（第3回）】
- 効果測定の方法やフェーズごとに取り組むべき内容を各局にとって使いやすいガイドラインとして整備していくことで、**デジタルマーケット業界のノウハウを使った全体の底上げに寄与できるのではないかと**。【長谷川構成員（第6回）】
- 交渉力の向上については、**関連情報を見える化した上で、業界の水準を示すことで、あるべき論点、交渉のプロセスを明確化することが重要**。【落合構成員（第6回）】
- 放送コンテンツの海外展開の推進方策と、地域情報を地域内外に安定的・継続的に届ける方策は、課題やサポート内容は重複。サポートには、**プラットフォームにコンテンツを提供する際の交渉方法を含めたノウハウの共有、業務共通化等が挙げられる**。【落合構成員（第6回）】

【構成員等の主な意見（続き）】

- 世界的な配信プラットフォームに関して、海外の日本のコンテンツに関する契約は独占的な権利を長期、広範囲に囲い込まれている状況。死蔵される、海外でヒットしても追加の配分がないような契約が結ばれるなど、いずれも契約の問題を含んでおり、これらを包含したプロデュース力が今後求められるであろう。世界中のプレイヤーとの協業、戦略の共有も官民で取り組むべき課題ではないか。【福井構成員（第1回）】
- プラットフォーマーとの契約は、徹底的に権利を持って行かれる。典型的には、ローカル局、制作プロダクション、個人クリエイターのいずれであっても、プラットフォームに著作権を譲渡している。加えて追加の支払いも乏しい。個別交渉をサポートしてきた立場から申し上げますと、このような状況を覆していくためには、価格協定には至らない程度で、団体での情報の共有や共闘をするしかないと考える。【福井構成員（第5回）】
- 実際には団体交渉のような対応を考えないと、交渉の余地が無いということもあるだろう。一方で、共同行為ということになると、競争法の論点も出てきてしまう。今後協調して行動していくことがある場合は、競争法の視点について十分配慮する必要がある。【落合構成員（第5回）】
- デジタルプラットフォームと対等に交渉するには、放送事業者間の横の連携が必要であるため、独占禁止法の適用除外の法制化ということではなく、現行の公正取引委員会の事前相談制度を活用するなどして、不公正な取引だと見なされるリスクは低減することができる。重要なのは、何を連携して、何を連携しないのかを明確にして、指針等で共有することである。【林構成員（第5回）】
- 契約交渉力の向上を図るためには透明性が鍵。コンテンツ使用料の支払い、条件及び報酬、広告配信時の利益配分、閲覧者に関する情報の取得可否、検索順位の設定に関するアルゴリズム等における透明性が重要。交渉力の弱い中小規模の事業者の対応策として、団体交渉が必要。【林構成員（第6回）】
- 海外展開に関してハードルになっているものが何かを見定めた上で、それを除去もしくは低くしていく取組が必要。透明化については、障害になっているところを明らかにすべき。チャンネルについても、どのようなパートナーシップを結んでいくべきかという議論に繋がる。【山本主査（第6回）】
- NHKやキー局はプロモーションを行うために資本投下して自走化を果たしている。小さな放送局をどうやってプロモーションしていくか。規模の小さい局であっても、インセンティブの高い人材がまとまって自らのプレゼンスを発信する場を設けることは有用であり、そのために行政が支援することはあり得る。【音構成員（第6回）】
- 経験から申し上げますと、日本の制作現場で海外展開に意欲的な層が、自らの得意な領域や作品を紹介するデジタルカタログを作成した。韓国も同様にデジタルカタログを制作し、お互いにどういったところにどのような人材がいるかを認識することができ、次のステップへの足掛かりとなった。【音構成員（第6回）】

(3) 放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方

① ローカル局によるインターネット配信促進方策

【構成員等の主な意見】

- ローカル局の存在は、その地域の文化発信、醸成の拠点であることは間違いない。ローカル局の経営悪化はその文化拠点を弱らせ、消滅させる恐れがある。自社番組の発信に消極的なローカル局にとっては厳しいかもしれないが、動画配信サービスのプラットフォームの活用は、ローカル局にとって数少ない未来に向けた選択になる可能性がある。その意味でも、動画配信サービスのプラットフォームを整備することは、ローカル局発の番組の海外展開等の可能性も含め、喫緊の課題。【音構成員（第1回）】
- 自分の役割を果たそうとしているローカル局の取組をしっかり応援するのが政策の役割だろう。【音構成員（第3回）】
- マネタイズの観点が重要。TVerは地方コンテンツを全国に配信できるプラス面があり重要だが、Locipoのように、TVerに掲載する一方で地域単位で情報発信するアプローチを模索したり、テレビデバイスも含めて様々な露出確保を模索したり、ローカル局も試行錯誤している状況。ぜひこうした意欲的な取組を後押しすべき。【林構成員（第8回）】
- 各局の判断でインターネット配信に取り組んでいないのであり、そもそもボトルネックが権利処理や対等な契約関係ができていないという点にあるのかは不明。従来の取引関係、系列関係の中でそれぞれの局の判断で取り組んでいないのではないかと。追加的に検討が必要。【西田構成員（第8回）】
- 制作も流通も事業者の経営戦略に関わるものであるため、事業者の要望を踏まえて検討することが重要ではないか。【西田構成員（第8回）】
- 世界的な配信プラットフォームに関して、海外の日本のコンテンツに関する契約は独占的な権利を長期、広範囲に囲い込まれている状況。死蔵される、海外でヒットしても追加の配分がないような契約が結ばれるなど、いずれも契約の問題を含んでおり、これらを包含したプロデュース力が今後求められるであろう。世界中のプレイヤーとの協業、戦略の共有も官民で取り組むべき課題ではないか。【福井構成員（第1回）】
- これまでグローバルな配信プラットフォームとの関わりは、制作委託や共同制作で全ての著作権は配信プラットフォーム側が保有し、二次展開等の権利を含めた世界における永久的な利用権及びクリエイティブ制作を含めたプロジェクト進行の決定権はグローバル配信プラットフォーム側が独占していたと認識している。【福井構成員（第4回）】
- プラットフォーマーとの契約は、徹底的に権利を持って行かれる。典型的には、ローカル局、制作プロダクション、個人クリエイターのいずれであっても、プラットフォームに著作権を譲渡している。加えて追加の支払いも乏しい。個別交渉をサポートしてきた立場から申し上げますと、このような状況を覆していくためには、価格協定には至らない程度で、団体での情報の共有や共闘をするしかないと考える。【福井構成員（第5回）】

【構成員等の主な意見（続き）】

(参考) 放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース 第2回会合における意見

- Netflixからのヒアリングでは、世界で競える作品づくりの課題として、人材育成、脚本、演技力を含めた制作力が弱いという話や、テクノロジーについて十分導入できていないのではないかといった体制に関する話をうかがった。経済インセンティブが回る形、ブラック労働に従事してしまうとなかなか投資するところにもできないし、人材も離れていってしまうと思う。【落合構成員】

(参考) 放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース 第5回会合における意見

- よりマルチユースしやすい、制作体制や流通体制をどうやって築いていくのかといったことがあると思う。映画とは違って、放送は1回限りという中で、昭和の時代から作ってきた流れがあるので、マルチユースしやすい体制が、他の媒体に比べるとないところがある。【内山TF主査】
- 総務省事業を活用して制作された番組のほとんどは二次利用されておらずもったいない。一次利用での訴求効果を高めることも大事ではあるが、それだけでなく二次利用も図っていくことが重要であり、そのためには多言語化や制作著作を持てる形での番組制作、複数国・地域への展開を想定した番組制作などの課題がある。【BEAJ】
- バイヤーとの交渉においては、魅力的なトレーラー制作が不可欠。多くのローカル局では日本向けのトレーラーに英語字幕をつけたもので交渉を行うが、費用はかかるが、海外のバイヤーの関心を引くトレーラーを制作して臨まなければ、交渉の機会すら得られない。【BEAJ】
- BEAJではオンラインカタログサイトを運営しているが、コンテンツを掲載するだけではなく、国際見本市との連動企画や、C21 Screeningsなどの他のオンラインカタログや取引サイト等との連携（相互送客）による取引機会の拡大を支援。【BEAJ】

(3) 放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方

【構成員等の主な意見（続き）】

- 実際には団体交渉のような対応を考えないと、交渉の余地が無いということもあるだろう。一方で、共同行為ということになると、競争法の論点も出てきてしまう。今後協調して行動していくことがある場合は、競争法の視点について十分配慮する必要がある。【落合構成員（第5回）】
- デジタルプラットフォームと対等に交渉するには、放送事業者間の横の連携が必要であるため、独占禁止法の適用除外の法制化ということではなく、現行の公正取引委員会の事前相談制度を活用するなどして、不公正な取引だと見なされるリスクは低減することができる。重要なのは、何を連携して、何を連携しないのかを明確にして、指針等で共有することである。【林構成員（第5回）】
- 契約交渉力の向上を図るためには透明性が鍵。コンテンツ使用料の支払い、条件及び報酬、広告配信時の利益配分、閲覧者に関する情報の取得可否、検索順位の決定に関するアルゴリズム等における透明性が重要。交渉力の弱い中小規模の事業者の対応策として、団体交渉が必要。【林構成員（第6回）】
- 例えば権利処理などの共通の課題については各社のナレッジを言語化して共有することが望ましく、総務省が支援できるとよい。【長谷川構成員（第3回）】
- 配信を行う際、権利処理を行う体制としてバックオフィス共通化等を進めていくとメリットが得られる。ノウハウは見える化をすることも重要であり、事業者間で共有するだけでなく、業務の処理についても共通化及び効率化ができるのであれば実施していくことが望ましい。【落合構成員（第6回）】
- そもそも放送番組のインターネット配信に係る権利処理についてノウハウがなく、何をすればいいのかわからないという声が全体の4分の1、人員が足りないというのが3分の1となっており、権利処理については知識も含めて現場の大きな課題。【福井構成員（第6回）】
- 官民が一丸となって取り組むべき内容だが、権利の集中管理を進め、権利情報のデータベース管理及び充実化を各分野で進めるべき。権利者が見つからず、対象者が探せないのであれば権利処理は進まないため、JASRACのような権利の集中管理をオープンな運営を確保しつつ進めることが必要。【福井構成員（第6回）】
- 権利及び契約に関する知識がガイドラインの形でまとめられることが必要。ガイドラインの内容の研修、ナレッジの共有を担うサポートセンターのような存在が必要。知識及びノウハウの共有は団体交渉と同じくらい重要であり、より着しやす点ではないか。【福井構成員（第6回）】
- これまで中等、高等教育機関ではこうした課題に関する教育を行っておらず、メディア学部などであっても著作権に関する講義は10～20年前に比べれば充実してきたが、契約についての基本的な講義及び著作権の実務的な講義はまだ不十分。教育分野における対応も必要。【福井構成員（第6回）】
- 権利処理については、サポートセンターを設け、普及啓もうをかけていくことではないか。既に民放連、ケーブルテレビ連盟等の団体でも加盟事業者に対し、様々なサポートサービスは実施していると思うが、業界横断的なサポートを考えていくのは選択肢に入るだろう。【内山主査代理（第6回）】

【構成員等の主な意見（続き）】

- NHKが有する過去何十年にも渡る膨大な放送素材やコンテンツは代替するものがなく、受信料を原資として蓄積されてきたという意味で、ある種国民共有の資産といえる。これを新規事業者の市場アクセスを促進するためにも、広く民間に開放し、そのコンテンツの利活用を促進することが、日本全体のコンテンツ制作力の底上げに繋がるのではないかと。また、アーカイブを活用することは、一から類似のコンテンツを作り直すよりは、制作費の削減にも繋がりをため、総合的に考えると、コンテンツの振興にとっても望ましいと思う。これは、法律で強制するのではなく、民間同士で推進するという形もあると思う。【林構成員（第5回）】
- ローカル局は地域の歴史等の地域情報に関するアーカイブも持っていると思う。そのようなアーカイブにネット上でアクセスするための権利処理の円滑化や、地域のコンテンツを地域の方々に支えていただくためのコミュニティ作りも考えられる。【大谷構成員（第5回）】
- 過去のアーカイブ資産の利活用における壁はやはり権利処理である。特に、音楽や肖像権だけでなく、権利者不明問題が大きな壁になる。解決策として、文化庁を中心に、簡潔で一元的な権利処理の仕組みについて検討し、提出された法案が、現在国会でも審議されている。これは有効な解決策と考えているが、重要なのはその運用。このような課題は省庁をまたがって発生するため、省庁間連携も大切である。【福井構成員（第5回）】
- フランスの世界最大級の放送番組アーカイブであるINA（国立視聴覚機関）には、過去の放送番組を散逸・忘却させるのではなく、未来と同時代に伝え、更にはビジネス資源として活用できる環境がある。その全てを日本にあてはめるべきではないが、少なくとも日本の放送番組アーカイブは、ひき目に見ても遅れており、業界横断的な対応は不十分。総務省は、現場や政府の様々な部署と連携しつつ、より関心をもって活動を支援して行くべき。【福井構成員（第8回）】

(参考) 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 第18回会合における意見

- デジタル時代の進展に伴い、同時配信等の新たなサービスが展開されていくことは、クリエイターへの対価還元機会を増大することから歓迎すべき事。ただし、これは新たなサービスにおける「適正な権利処理」が前提。新たなサービスでの収入見込みが不透明であること等を理由として、所定の使用料相当額を支払わないといったことが生じない様に留意する必要。【CPRA】

(参考) 放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース 第5回会合における意見

- 原則論としていうならば、よりマルチユースしやすい、制作体制や流通体制をどうやって築いていくのかといったことがあると思う。映画とは違って、放送は1回限りという中で、昭和の時代から作ってきた流れがあるので、マルチユースしやすい体制が、他の媒体に比べるとないところがある。【内山TF主査】

(3) 放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方

② 放送コンテンツの流通促進に向けた動画配信プラットフォームの在り方

【構成員等の主な意見】

- アテンションエコノミー、フィルターバブル、エコーチェンバーといった非常に個別化された情報環境は、当該ユーザーからすれば非常に快適な場合があり、アテンションエコノミーはある種「部分最適」な状態になっている。こうした状況下では、様々な問題を抱えてもなお放送の役割は極めて重要。放送はその性質上、アテンションエコノミーとは一定の距離をはかりつつ、情報の多様性、個人の自立及び民主主義のための個人の「知る権利」を実現することができる。また、憲法上保障される地方自治をより豊かにするため、ローカルな情報を用い、市民が共有できる仕組みを提供しうる。放送がこのような役割を果たしうるために何をすべきかを議論していきたい。【山本主査（第1回）】
- 放送が果たしている役割は、取材で裏打ちが行われていること、放送事業者に編集方針があり、わかりやすく偏りのない情報提供を行っていること。これまでも社会のモモンセンス形成に貢献。放送コンテンツにアクセスする機会を減らさないことにより、フェイクニュース、フィルターバブル等の深刻な問題を抱えている現在の情報空間を是正し、健全性の担保を行う必要がある。【大谷構成員（第1回）】
- 情報を広く流通させることができる主体は、従来であれば放送事業者に限られていたが、放送事業者以外の事業者や場合によっては個人も該当するような環境となった。その中で情報の過剰性やアテンションエコノミーについて、放送コンテンツに関しても問題になってきた。日本においては情報の公共性をめぐる問題、環境変化において放送事業者の存在は大変大きい。【西田構成員（第1回）】
- 今後も放送事業者が担う役割、及ぼす影響は大きい方がよいと考えている。これまでも放送事業者はNHKと民放の二元体制の下、放送法の規律にかなった良質なコンテンツを制作、流通してきた。しかしながら、メディアの環境の変化や視聴者の情報接触習慣が大きく変わる中で、いくら良質なコンテンツを制作しても視聴者に届かなければ意味がなくなってしまう。そのため、流通を促進するための方策の検討は非常に重要。【西田構成員（第1回）】
- 放送自体の役割について、アテンションエコノミー、フィルターバブル、エコーチェンバー、フェイクニュースなどの問題が顕在化していく中で、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、知る自由の保障、社会の基本情報の共有、社会の多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送の価値は、情報空間全体におけるインフォメーションヘルス確保の点で、デジタル時代においてこそ重要。知る自由を実質化するための議論が大切であり、その中で価値がある情報とは何なのかを考えるべき。【落合構成員（第7回）】

【構成員等の主な意見（続き）】

- 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」の取りまとめでは、これまで果たしてきた役割として、**生命・身体の維持のための情報（災害や健康に関する情報等）、社会の多様性・自律を助けるための情報（教育情報等）、国民の維持のための情報（伝統文化に係る情報等）、民主主義の維持のための情報（報道番組や社会問題のドキュメンタリー等）、地域社会の維持のための情報（地域情報等）**が名指しされており、このような公共性が高い情報は、特に重要性が高いものではないか。【落合構成員（第7回）】
- ユーザー目線での検討が欠けている。放送コンテンツだからといってユーザーが信頼して視聴したいと思っているかは疑問が残る。ユーザーがどのように思っているか検討し、ユーザーの信頼を獲得するために資する工夫があった方がよい。【荒井構成員（第7回）】
- 総務省「公共放送ワーキンググループ（第8回）」の資料8-1「日本放送協会提出資料」では、**伝統メディアに対する信頼が利用者の7割程度の水準にあるという結果が示されており、メディアに対する一定の信頼が現れていると思うが、今後しっかり調査し、エビデンスを充実させることが重要。**【落合構成員（第7回）】
- **放送事業者に対する信頼度は近年高まっているが、人々の認識に関する世論調査は、必ずしも実態を反映していないことがよくある。実態を反映したエビデンスがあると好ましい。**【西田構成員（第7回）】
- 国全体としてはアウトサイドインでも考える必要があるが、事業者が何を考えるかを検討する際には、**インサイドアウトで考えると良い。放送に何ができるかのインサイドアウト型の議論、社会全体でどのようなことが行われるべきかのアウトサイドイン型の議論の双方を整理すべき。**【長谷川構成員（第7回）】
- 権利処理及び契約の在り方、一覧性等の見やすい見せ方の在り方など、放送事業者の視点に立った検討になっている。**放送事業者側がユーザー視点で検討することが重要であることを言及した方がよいのではないか。一般市民の視点を放送事業者が把握していくことは重要な論点。**【長谷川構成員（第8回）】
- ユーザーの知る自由は放送の目的を達成する上で重要な視点。**環境整備に向けた実証の中でユーザー視点の分析を組み込むことも考え得る。**【山本主査（第8回）】
- ユーザー目線での検討が全体的に欠如。放送がいかに生き延びていくかという放送業界の理屈に主眼が置かれており、ユーザー側が何を求めているのかまで踏み込めていない。**放送コンテンツを後生大事にとっておく理由を改めて整理し、現状の検討の方向性で良いのかを議論しなければならない。**【鳥海主査代理（第7回）】
- プロミネンスによって情報可処分時間がある程度操作し、何を見るかを規定することになるが、それはそもそもユーザー側に選ぶ権利があるもの。よって、プロミネンスのやり方は非常に慎重になる必要。放送と配信の違いが分からない方に、単にNHKのニュースを見せれば良いということにはならないため、**今回扱っているコンテンツの問題だけでなく、広い視野で議論すべき。**【鳥海主査代理（第7回）】

(3) 放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方

【構成員等の主な意見（続き）】

- 特定のメディアだけでなく、**社会全体の情報のリテラシーをどのように上げていくかを総合的に考えるべき。**その検討の際には、**パターナリズムの観点から、何かを強制的に押し付けることが正しいのかの議論も生まれる。**【長谷川構成員（第7回）】
- 物理的なりもコン上のプロミネンスについては特段強い異論は無いが、**オンライン上のプロミネンスを考えるうえで、既に相当程度普及している新聞業界等のサービスについても合わせて考えるべき。**また、他の検討会等での議論と連携することや、足並みを揃える必要もあることから、**放送事業者のみのプロミネンスを考えるということにはやはり違和感が残る。**【西田構成員（第7回）】
- 情報空間を考えた場合、放送の視点としては二元体制の維持は大変重要だが、**多元性を考えると、民放も、活字メディアも含めて考える余地は、今後プロミネンスについて考えていく上では重要。**【落合構成員（第8回）】
- **プロミネントは世界的にも手探りな話。なぜプロミネントしないといけないのか、何を対象とすべきなのかといったかなり大きな課題も控えている。フィージビリティという点で、まずは放送コンテンツを基軸に検証していくということだろう。ユーザーがどういった選択をするのかなどしっかり調査分析をしていくことだろう。**【山本主査（第8回）】
- プラットフォームは多くある。プラットフォームに投資することは重要だが、それだけでなく、**コンテンツが埋没しないような仕組みが必要。**理念的な部分とビジネス的な部分のバランスをとりつつ、**コンテンツの出し先を拡充することが重要。**【音構成員（第3回）】
- UI・UXでどう多様性を確保していくかであるが、**ローカル局の単位で地元住民の信頼に基づいた形でのインターフェースの設計をしていくことが問われているのではないか。**その意味で、Locipoの話を含め、ユニットをより小さくした可能性も議論すべき。【音構成員（第5回）】
- 情報空間の健全性を保つ上では、メディアの情報が目につきやすくすること、違法・有害情報への対応、コンテンツモデレーションなど複数の施策がある。**フェイクニュースや違法・有害情報などの拡散が増えている中、事実に対する検証をしやすくするために、相対的に信頼性を有するメディアの情報を見やすくしておくことが重要。**【落合構成員（第7回）】
- 視聴者の立場に立った率直な意見を申し上げると、**安心安全な放送コンテンツがインターネットで配信される際にも、従来と同じように番組が選ぶことができるようにするなど見やすい形で提供されることが必要。**【長田構成員（第1回）】
- 前提として、放送波だけでなく、スマホやPCを介して、通信でも同じように全ての地上放送が同時に見られるようにすることが望ましい。ただし、バラバラにあるものを自分で探し出して視聴するのは大変であるため、**地上放送で流れているものがネットで配信される際にも、従来と同じように番組を選ぶことができるようにする優先性は必要。**【長田構成員（第7回）】
- 公共性のあるコンテンツが埋もれやすく、人の目を引きやすいコンテンツばかりがアルゴリズムの中で視聴者の手元に届き、視聴者がフィルターバブルの中に閉じ込められていくという現状。**現在のネット環境は、セレンディビティや多様性を保つ適切なアルゴリズムを必要としている。**【大谷構成員（第7回）】

【構成員等の主な意見（続き）】

- 既存の放送事業者がインターネットにサービス展開していくことは、コンテンツを作るにあたっての固定費（番組基準や自主的な内容確認等）がかかるため、競争関係では劣っている。プロミネンスルールは、既存の事業者を優位に置くというよりは、ネット上で競争ができる状態にするものとする事ができる。【音構成員（第7回）】
- 市場競争の観点で言えば、一般に高品質な商品・サービスの供給に要するコストは、低品質な商品・サービスの供給に要するコストを上回る。十分に情報に通じた賢いユーザーが十分に市場に多い場合を除いては、粗悪品のみを供給することが企業・個人にとっての手取り早い利潤獲得になるかもしれない。メディアをめぐる市場環境においても、いわゆる悪貨が良貨を駆逐する状況。市場機能を改善するには、単に個人の嗜好や市場の流れに単に任せておけばよいだけでなく、法律や行政によって手助けされるような集団的な努力も必要。【林構成員（第7回）】
- ユーザーが自ら選択できるという環境は重要だが、自分が関心のある情報だけで満足してしまい、自分にとって本当に必要な情報に接する機会そのものが失われる。一定のプロミネンス、つまり、知るべき情報に届きやすくする近道を設けることは非常に意味があるのではないか。【大谷構成員（第7回）】
- 「ユーザー目線」について、ユーザーの判断能力、欲求を考慮しつつ、現状がユーザー目線になっているのかを検討する必要。アテンションエコノミーに基づくアルゴリズムによって、フィルターバブルのような状態になり、自律的な選択が難しくなっている可能性もあり、ベースラインとして考えるユーザー目線とは何かを考えるべき。【山本主査（第7回）】
- 公共性を意識したコンテンツ作りは放送の世界に限られないが、現在の放送を取り巻く環境ではそのような社会的なミッションを意識されたコンテンツが提供されていることを考慮すると、NHK、民放の姿勢が生かされ、ネット環境でも十分にアクセスし得るようにすべき。【大谷構成員（第7回）】
- 放送法という規制の枠組みの中で体制整備を行ったうえで、質の確保の努力をしているという点をどのように評価するのがは考慮すべきポイント。【落合構成員（第7回）】
- 放送関係の規制や事業者の在り方は各国各様。イギリスでは公共放送の存在感が大きく、民放の存在感が小さい。そのようなエコシステムの上ではプロミネンスルールが機能するかもしれないが、日本では、放送事業者によるコンテンツ配信状況は芳しくないため、議論する前提条件が整っていないのではないか。たとえば、実装段階で何をプロミネンスするのか。コンテンツがあまり無い状況で、規制当局が先回りする形で即、実装や促進を検討するという事になるとすれば、そもそも日本において何がどのような基準で優先されるべきかの理由付けが難しい。放送事業者のコンテンツがプロミネンスされることが社会的に合意される状況になることが重要。【西田構成員（第7回）】
- スマートテレビにおけるプロミネンスについて、他国で制度が部分的に導入されていることは理解するが、適切に機能しているのかの検証はほとんど行なわれていないと認識。プロミネンス自体が機能するかは未だ相当に萌芽的なアイデアの段階ではないか。実証を行うとのことだが、一足飛びに具体化しすぎているという印象。テレビの現在の利用状況は、スイッチを入れて受像機のメニュー画面を使うのではなく、地上波等のチャンネルを押すという使いわれ方になっている。そのような中で、スマートテレビ上のプロミネンスがワークするのかは不明。調査研究の次元から飛び越えて事業者に具体的な取組を求めるのは懸念がある。【西田構成員（第8回）】

(3) 放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方

【構成員等の主な意見（続き）】

- 放送はテレビ端末も含めた一つのエコシステム。スマホ・PCは動画を視聴するための端末ではないが、テレビ端末はかつてはお茶の間で家族団欒や情報入手の中心的存在として鎮座し、共通の価値観や世代間のコミュニケーションが図られ、ミクロレベルの公共性の醸成に資するものであり、最後の砦とも言うべきもの。チューナーレステレビが売れるのは消費者の選択であり市場競争の結果であるが、アテンションエコノミーの進展やエコーチェンバー、社会の分断を引き起こしやすくする契機となる可能性を考慮すると、この流れを市場だけに任せておくことには疑義がある。【林構成員（第7回）】
- プロミネンスは大事なことであるが、コンテンツのレベルでそれをやることは難しく、端末レベルで考えること。【林構成員（第7回）】
- 公正取引委員会がコネクテッドテレビに関する実態調査を始めると発表したが、公正取引委員会の関心はOSのプラットフォーム寡占であろう。配信プラットフォームのサービスの寡占による放送コンテンツの埋没を懸念しており、対策を講じるべき。日本の強みはテレビ受像機メーカーが存在感を持っていることであり、テレビ受像機メーカーを巻き込むことで対策を提示できないか。具体的には、ユーザーのコンテンツへの導線として大きな役割を担っているリモコンのボタンの仕様を検討し、放送コンテンツに直接アクセスすることができれば、放送コンテンツのプロミネンスを維持できるのではないか。法規制からのアプローチではなく、技術的なアーキテクチャの観点からの検討が可能であろう。【林構成員（第6回）】
- 多様性を保つ適切なアルゴリズムと言う点で、プラットフォームのみに依拠せずに考える一つの方法として、公正取引委員会の「コネクテッドTV関連分野の実態調査」がある。コネクテッドテレビのOS支配力の実態調査で、テレビ視聴時間が減少し、代わりにネット上のオンデマンドコンテンツが多い世代に影響を及ぼす情報空間に対して、公正競争の観点から対応を進めているもの。この結果も合せて、プラットフォームにお願いしなければならないこと、役割として考えていただきたいこと、支配力を控えていただくための取組についても併せて議論が必要になってくるのではないか。【大谷構成員（第7回）】
- 「欧州メディア自由法」で、コネクテッドテレビにおけるメディアサービスをカスタマイズする権利を導入し、ユーザーがデフォルト設定を変更して自分の好みを反映できることをユーザの基本的権利として設けている。ユーザの権利という法益に引き寄せて、プロミネンスについても方向性を正当化できるのではないか。他方、一足飛びに法的な規律を設けるのではなく、まずは放送事業者、メーカー、業界団体等の自主的な取組で、受信機上で、リモコンや表示の在り方を工夫するなどの取組を後押しできないか。【林構成員（第8回）】
- 世界的に動画視聴はスマートフォンからコネクテッドテレビに回帰するという潮流があるので、コネクテッドテレビで対応できるように進めていくべき。民間の経営戦略的には、例えばTVerに集約させるというはある意味正しいが、一方で、政府の政策を検討するという観点では、競争促進も含めて考えることが必要。競争の緊張感がある状態をいかに維持するかが重要。競争をサービスのブランディングレベルで行うのはレベルが低く、サービスの内容レベルで競争の緊張感がある状態を作る方がより上策ではないか。ブランディング、認知という点において、コネクテッドテレビ上でいかに一覧性を出して、ユーザーが選択しやすい環境を整えた上で、その先のサービス及びコンテンツで競争を行なうべき。【内山主査代理（第8回）】

(3) 放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方

21

【構成員等の主な意見（続き）】

- インターネット配信で地域情報が届きづらい、見えづらいというローカル局の課題認識を踏まえ、どのように解決できるかを試行することが必要。一覧性のある入り口を作ればコンテンツが埋もれなくなるのではないかと仮説を立て、実証によって検証されるかを確認することは必要であるし、視聴者の選択が狭まることのないか、つまり、恣意的なプロモーションによって視聴者がコンテンツを見させられてしまう状態になっていないかを検証するステップも必要。共同のプラットフォームと単一のプラットフォームの集まりとを比較検討したり、どのような案内をすれば視聴者が安心して画面にアクセスするのかなどが確認できるのではないかと。ただし、出てきた課題にはきちんと向き合うことが必要で、制限された実証環境で成果が出たからと言って次に進むのではなく、課題を拾い出すつもりで実証に取り組むことが必要。【大谷構成員（第8回）】
- プロモーションは世界的にも手探りな話。なぜプロモーションしないといけないのか、何を対象とすべきなのかといったかなり大きな課題も控えている。フィジビリティという点で、まずは放送コンテンツを軸に検証していくことだろう。ユーザーがどういった選択をするのかなどしっかり調査分析をしていくことだろう。また、そこで終わりではなく、課題を洗い出して実証、調査していくことだろう。ただ難しいのは、何をもちて効果があるのかということ。ユーザーのリファレンスに加えて、自己実現や民主主義の発展などをどういう風に尺度として取り込めるのかも大きな課題。どういう風にプロモーションするかどうかという風にユーザーが選択していくのかを分析する、並行して効果の定義も考えていくことが必要。【山本主査（第8回）】
- 実証ないし調査はぜひ進めていただきたい。その際、事業者の経済的観点からのマネタイズニーズなど、事業者側の視点だけでなく、ユーザーのユーザビリティの観点も含めて調査をお願いしたい。イギリスでは、社会の健全性や民主主義への影響など多方面での調査分析を踏まえて措置がとられたので、イギリスの調査結果を参照していただく形で進めていただきたい。【林構成員（第8回）】
- 自身も家にテレビ受信機を持っておらず、テレビチューナーを繋げてプロジェクターで地上波放送を見ている。多様な視聴形態があるため、それをコントロールして特定の受信機だけを考えるべきではない。【長谷川構成員（第7回）】
- 放送のプロモーションに協力してもメーカーは儲からず、動画プラットフォームのリモコンボタンを作った方が利益が出るかもしれない。よって、短期的な利潤の最大化を超えていかないとメーカーを巻き込んだ取組は難しい。企業は利潤の最大化を目指すため、あからさまにそれに反するような取組は難しいが、お互いにWin-Winになるような関係性を目指して知恵を出し合う必要がある。単純な公共心から協力を求めるような取組は持続性が無い。【林構成員（第7回）】
- 短期的には、プロモーションへのインセンティブが無いと事業者も乗ってこない。オーソライズされたコンテンツのホワイトリスト作成や、登録された事業者をプロモーションとして優先する等をししないと、生態系として成立しないのではないかと。【長谷川構成員（第7回）】
- 端末に実装するためにはメーカー、消費者、放送業界のいずれもWin-Winの関係になる必要がある。今までのテレビを残すインセンティブとして、放送業界の中だけにそれを求める必要は無く、別の場所に何か施策があればある程度残すことができる。【有賀構成員（第7回）】
- どのような形で官民連携を進めるか検討するにあたっては、どのようなものがあれば協力してくれる事業者にとってもWin-Winになるのかを見分けるべき。【落合構成員（第7回）】

(3) 放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方

22

【構成員等の主な意見（続き）】

- コネクテッドテレビをはじめとする受像機の操作と、プラットフォームの利用の両面でプロモーションの在り方を十分に検討する必要。【大谷構成員（第6回）】
- コネクテッドテレビの話を挙げていただいたが、プラットフォーム及び検索サイトの中でも、放送コンテンツを見やすく発信していただく等、自発的なプロモーションも考えられると思うため、法規制ではなく自発的な取組として検討すべき内容があると考えている。放送局とプラットフォーム側双方にとってメリットがある方法を検討していく必要があるだろう。【落合構成員（第6回）】
- 配信も含め、横並びでEPGのように画面が表示されるので、プロモーションの課題にも応用できると思うが、国家として、様々な配信サービスを一覧で見ることのできるプラットフォームを持つことは検討してもよいのではないかと。【内山主査代理（第2回）】
- 現状でも各放送局が見逃しやアーカイブ等、様々な方法でコンテンツを見るためのプラットフォームをお持ちである。ローカル局も合わせると相当な数であり、その中から見たいコンテンツを探し出すことが出来ないという状況かと思う。視聴者の立場からの要望としては、まずその入口となるものを作っていただきたい。【長田構成員（第5回）】
- 消費者が、自らの意思で、少しでも最適な選択ができるように、①番組選択の一覧性やブラウジング容易性（様々な放送と配信サービスが横並びで同列に見えたり閲覧できるような形）、②エルゴノミクスや操作性（目的とする情報、番組、サービスへの到達容易性、そのためのリモコンやEPG画面の動線設計）、③サービス間の合理的な垂直的の序列（“安心・安全”を裏付ける社会的制度の有無と、視聴者自身のサービスへの信頼）等によって市場整備することが必要。メーカー、OSサプライヤー、TV局等の連携なしにはサービス実装されることはなく、わが国においてこうした社会レベルのサービスは存在していない。【内山主査代理（第7回）】
- プラットフォームの在り方については、TVも重要だが、NHK+やローカル局がどのようにプラットフォームを活用していくかという議論も別の場でしている。NHKとの協力の可能性について、うまく双方が使いやすい形でプラットフォーム間の調整が促進できるとよいのではないかと。【落合構成員（第8回）】
- 配信は放送と異なり「ながら見」が期待できない。消費者に自発的な行動をとってもらう必要。人間が探索行動を自発的にとるときは動因が高まったとき。動因が高まったときに検索しやすいデザイン、例えば、ある番組を視聴している際に、すぐにそのソースに飛べるようになっていたりなど、検索がしやすいプラットフォームにすることが考えられる。【有賀構成員（第7回）】
- 世代間、地域による分断についても、インターネットからの放送コンテンツへのアクセスを容易にするための方策が必要。このためにはインターネットに接続しているテレビ端末のチャンネル操作の工夫や放送事業者以外のプラットフォームで公共性の高い情報にアクセスする機会を増やすための表示方法等を模索することや、他プラットフォームとの協力関係の構築も有用。これらの取組が視聴者の視聴行動に影響を与える、及び長期的な視点での放送コンテンツの制作環境に資するのかと考えた際、実証実験等に予算をかけ、裏付けを取りながら判断していくことが必要。【大谷構成員（第1回）】

【構成員等の主な意見（続き）】

- どのような方策をとれば、そのコンテンツが埋もれることなく、できるだけ多くの方に見ていただけるのかについては、具体的な実証や、当該地域を対象としたアンケートを実施することが考えられる。具体的な政策に近づけていくために、そのようなデータを整理するためのプロジェクトを始められるとよい。【大谷構成員（第5回）】
- プラットフォーム提供事業者が安定してサービスを提供するための収益源となるような、広告収入の安定的な確保を行うためには、視聴データを利活用しなければならない。視聴者が不安を感じない形で視聴データを利活用ができるようなルールを普及させることで、利活用範囲について判断しやすくなるのではないか。【大谷構成員（第2回）】
- 視聴データについては、利活用を控える方向で進めていくのではなく、どのような目的で利活用していくのが重要。地域の文化発信を目的とした位置情報の利用や、ローカル局が制作したコンテンツをしかるべき人に届けることを目的としたターゲティングは積極的に行うべきだろう。【山本主査（第3回）】
- 放送事業者による視聴データの利用目的をしっかりと考えていかないと、過剰な規律になってしまう。例えば、要配慮個人情報にあたる政治的な信条のプロファイリングにより、エコチェンバーやフィルターバブルに繋がりが、多様な情報に触れる機会が減ってしまうこと等が重要な問題になる。逆に、公共的なエンゲージメントを高めるために視聴データを活用することは十分にあり得ると思うため、放送固有の積極的な視聴データの利用の方法を模索するという発想の転換が必要ではないか。【山本主査（第5回）】
- 視聴者が不安に感じない形での視聴データの利活用を行っていく方向での検討が必要であることには賛成。この言葉の背景には、視聴履歴の不適切な使用による放送局の信頼低下やそれに伴う放送衰退を防ぐことと、視聴者が納得できる形での利活用による放送の存在感の拡大があり、その2つを分けて議論すべき。【林構成員（第5回）】
- 視聴データの活用に対し、個人情報保護のトレンドが強いこともあり、足踏みしているところがあるが、世界全体が足踏みしているわけではなく、米国放送ネットワーク事業者やネット大手プラットフォーム事業者はむしろオーソドックスにインターネットのビジネスとして、ファーストパーティデータを取得して、規模を大きくすることでユーザーを引き込んでいる。日本がその動きに乗り遅れてしまうと、GAFAMに個人データを含めた関連ビジネスを奪われてしまうことを懸念。【内山主査代理（第6回）】
- ネットの世界ではデータが非常に多く利用されており、人々もそれを認識している。デジタル放送でもデータを利用することが当然必要であるが、それが何にどう利用されているのかは伝わってきていない。推薦、広告など、利用方法はいろいろあると思う。エビデンスとして使えるようなデータが本当はあるのに、使えないような状況はあまり望ましくないのではないか。そのような観点からも、データ利用について改めて議論した方がよい。【鳥海主査代理（第7回）】
- 放送事業者が電波とインターネットの双方から視聴データを利用できるようにし、事業を持続可能なものにしていく必要。視聴データに関する放送事業者に対する上乗せ規律は、放送事業者だけに課すべきものか。本当に必要な規律は個人情報保護法全体で整備されるべきであり、放送分野における規律はなるべく一般的なインターネットの分野とイコールフットリングを図っていく必要。【落合構成員（第7回）】

【構成員等の主な意見（続き）】

- 視聴データの利用が上手く進まない大きな理由は、テレビ受信機で視聴データが取得されていること自体を視聴者が認知していないため。放送における視聴データの取得を積極的に知らせたうえで、個人を特定して激しいターゲティング広告を行う訳では無いことを伝えるようにすると良い。【長田構成員（第7回）】
- 受信機からデータが取得されている状況が、不意打ち的になってしまっている。周知啓発、見える化などの社会との対話を意識した見やすい情報利用の開示が求められる。【落合構成員（第7回）】

別添 4 参考資料

検討の背景（放送コンテンツを取り巻く環境）

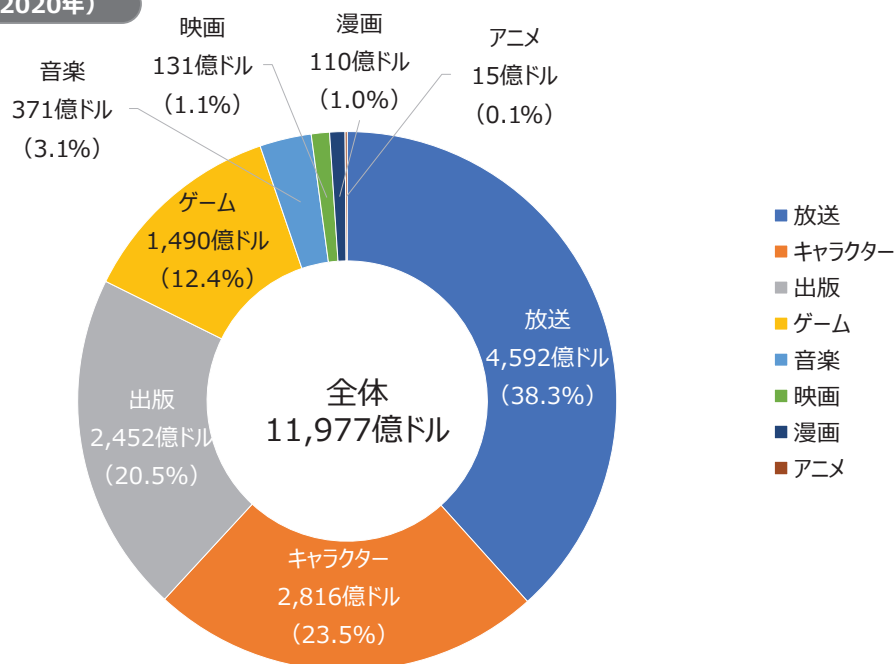
コンテンツ産業の市場規模（世界・コンテンツの種類別）

2

- **世界のコンテンツ産業の市場規模（2020年）は約11,977億ドル（約126兆9,562億円*）**。その内訳をコンテンツの種類別に見ると、**放送は38.3%**を占める。

*2020年年間平均レート（TTB） 1ドル=106円で算出

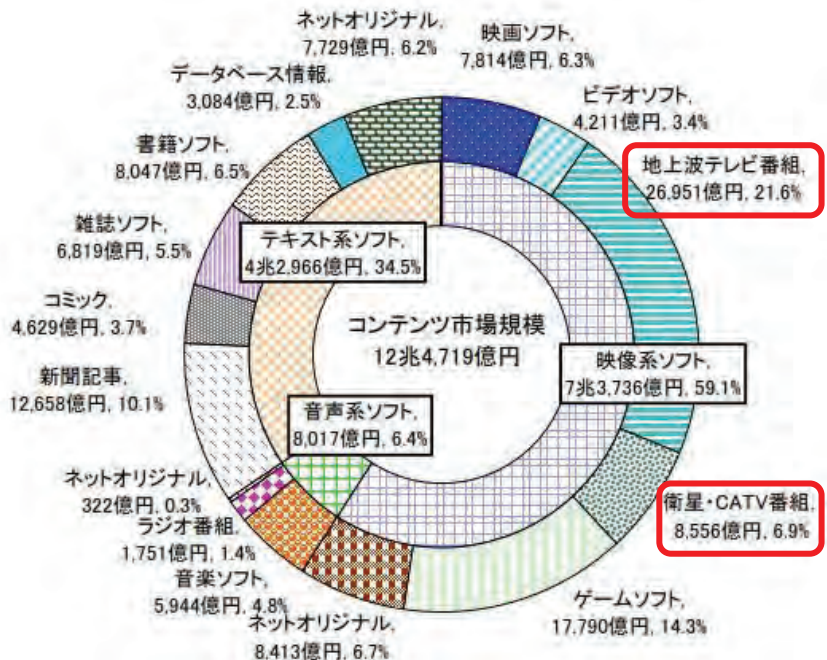
世界のコンテンツ市場の規模（2020年）



出典：「Entertainment Contents ∞ 2023」（一般社団法人日本経済団体連合会）
「プラットフォーム時代の韓国コンテンツ産業振興策および事例調査（2022年3月）」（日本貿易振興機構（ジェトロ））

- **我が国のコンテンツ産業の市場規模（2021年）は、12兆4,719億円。**このうち、**放送コンテンツ（地上テレビ番組、衛星・CATV番組）**は3兆5,507億円であり、**全体の28.5%**を占める。

我が国のコンテンツ市場の規模（2021年）

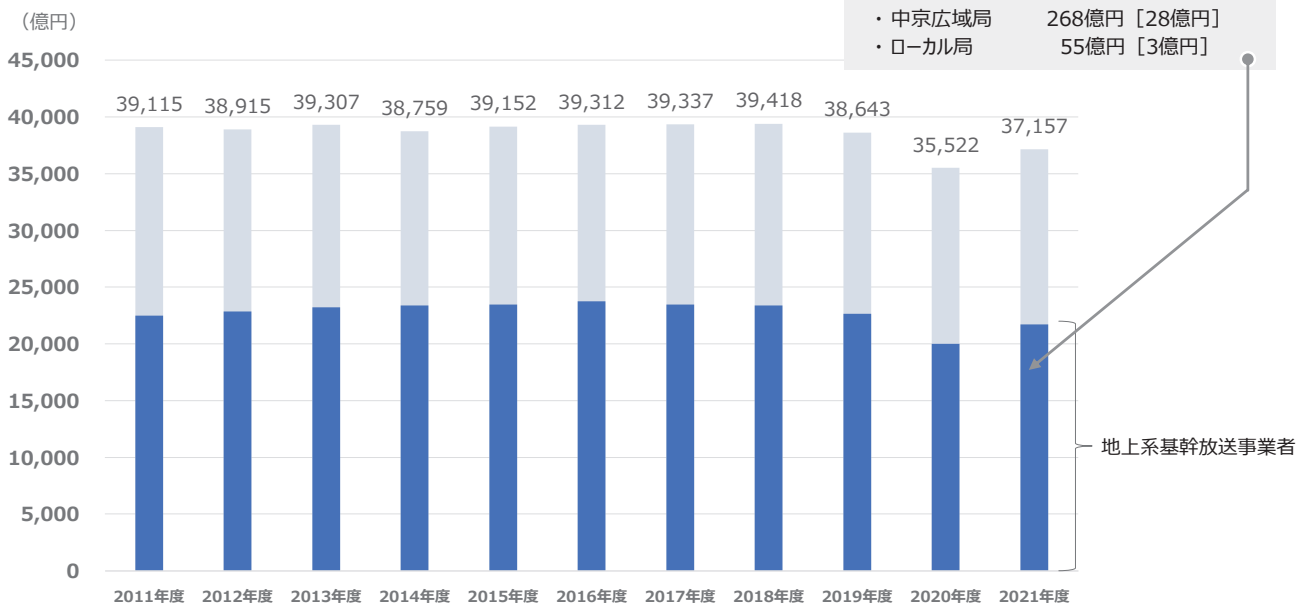


出典：「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査研究（令和5年6月）」（総務省情報通信政策研究所）

我が国の放送事業の市場規模

- **我が国の放送事業の市場規模（売上高）は長期的に横ばいで推移**（2020年度は新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により減少）。
- 地上系基幹放送事業者が総売上高の過半を占めるが、事業者の規模に大きな差が存在。

国内の放送産業の市場規模（売上高集計）の推移

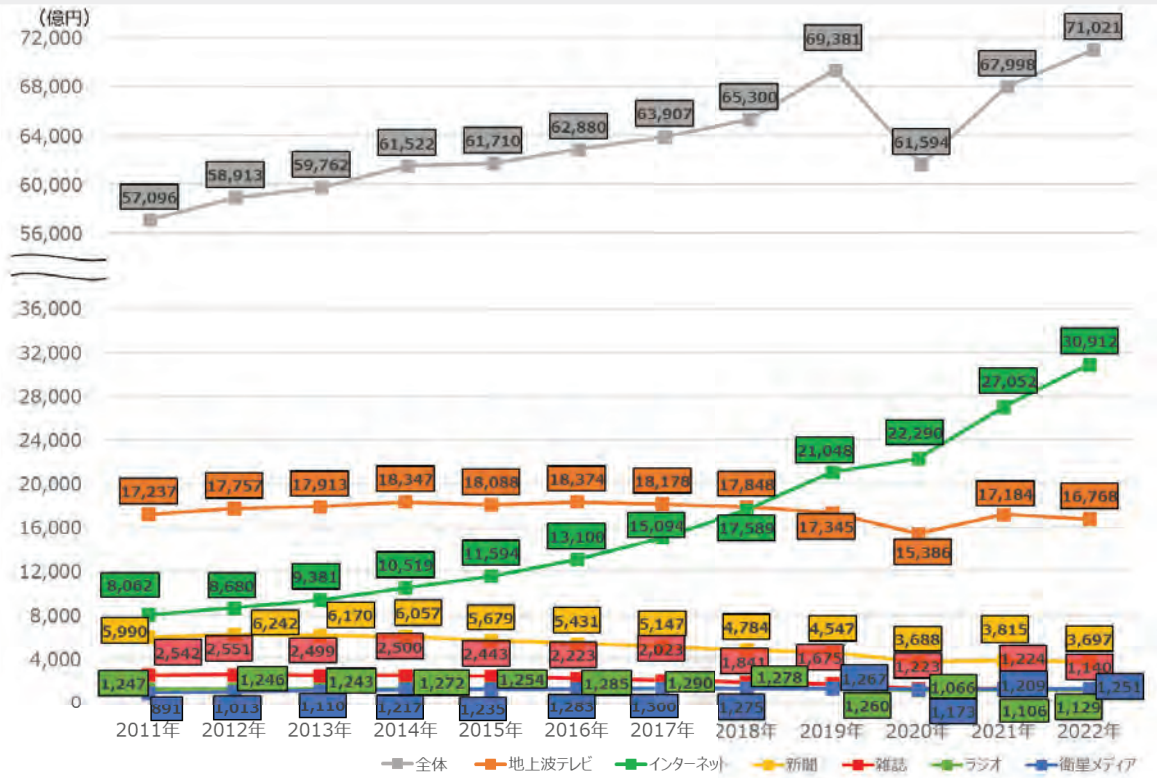


・キー局	2,186億円 [185億円]
・準キー局	569億円 [38億円]
・中京広域局	268億円 [28億円]
・ローカル局	55億円 [3億円]

出典：総務省「民間放送事業者の収支状況」及びNHK「財務諸表」各年度版をもとに事務局作成
各社の損益計算書等を参考に地上系民間基幹放送事業者、衛星系民間放送事業者及びケーブルテレビ事業者の売上高集計とNHKの経常事業収入を総務省が集計

我が国の媒体別広告費の推移

- 我が国の広告市場において、**2019年にインターネット広告が地上波テレビ広告を初めて上回った。**
- **2022年では、インターネット広告と地上波テレビ広告の差はさらに拡大している。**

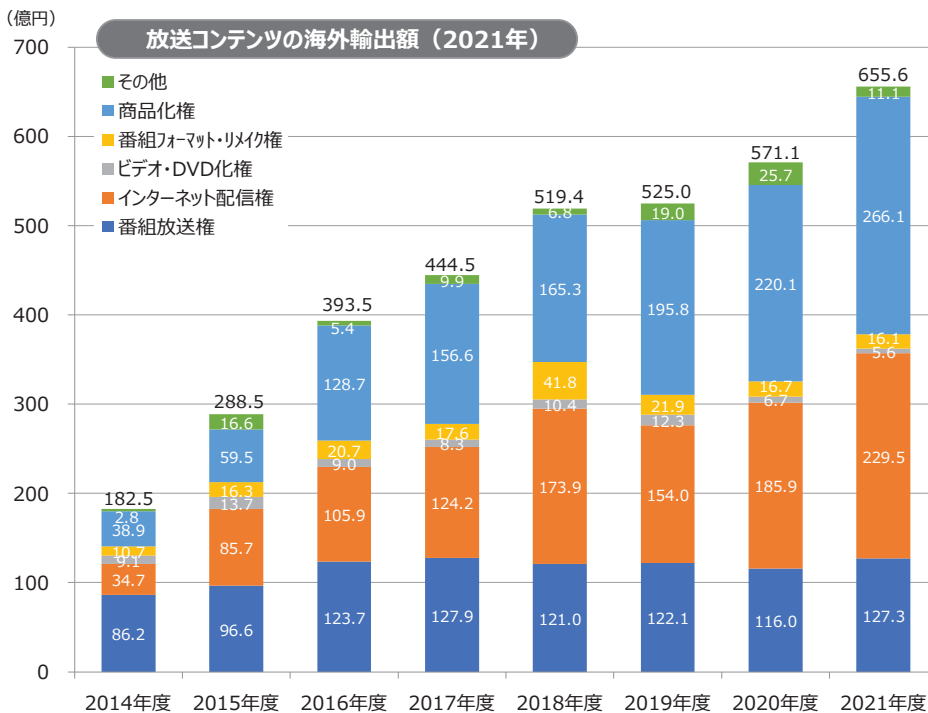


※ 2019年、「インターネット広告費」に「物販系ECプラットフォーム広告費」が追加された。

出典：電通「2022年 日本の広告費」等を元で作成

我が国の放送コンテンツの海外輸出額

- **我が国の放送コンテンツの海外輸出額は毎年度増加傾向。**
- 総務省は、我が国の放送コンテンツ関連海外売上高を令和7年度（2025年度）までに1.5倍（対令和2年度（2020年度）比）に増加させることを目標とし、放送コンテンツの海外展開を推進。



※ 放送コンテンツ海外輸出額：番組放送権、インターネット配信権、ビデオ・DVD化権、フォーマット・リメイク、商品化権等の輸出額

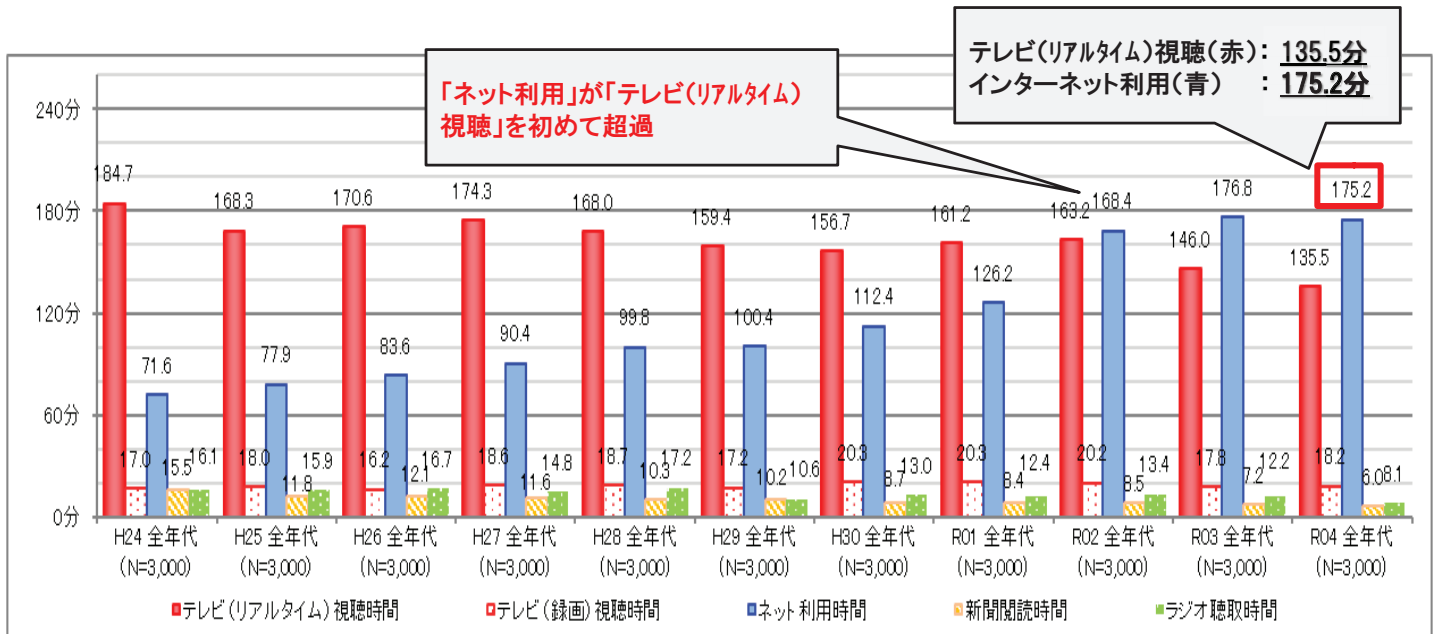
※ NHK、民放キー局、民放在阪準キー局、ローカル局、衛星放送事業者、プロダクション等へのアンケートにより算出

※ 2016年度以降は、商品化権にゲーム化権を明確に含めて算出を行った等の変更がある

※ 番組放送権を含む複数の権利が販売されている場合は、「番組放送権」として計上している（例えば、番組放送権とインターネット配信権等がセットで販売されている場合は「番組放送権」に計上）

出典：「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析（2021年度）」（総務省）

- **令和2年度**において、**平日1日の平均利用時間での「インターネット利用」が「テレビ視聴」を初めて超過した。**
- **令和4年度**では、「インターネット利用」と「テレビ視聴」との時間差がさらに拡大している。



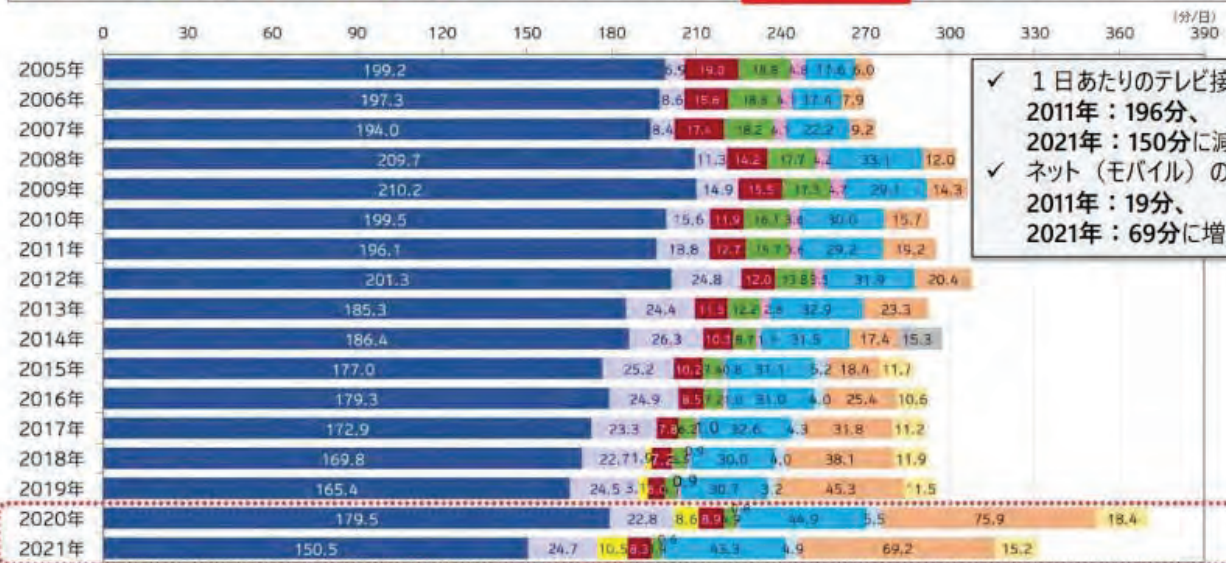
出典：総務省情報通信政策研究所「令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」(令和5年6月)をもとに作成

モバイル端末での動画視聴

- **モバイル端末の普及が、インターネット利用時間の増加を後押ししている。**

自宅内1日あたりメディア接触の経年変化 2020年はコロナ禍の影響が顕著

■TV ■録画再生 ■テレビ動画 ■ラジオ ■新聞 ■雑誌 ■ネット(PC・タブ) ■ゲーム(PC・タブ) ■ネット(モバイル) ■ゲーム(モバイル) ■ゲーム計(2014年)



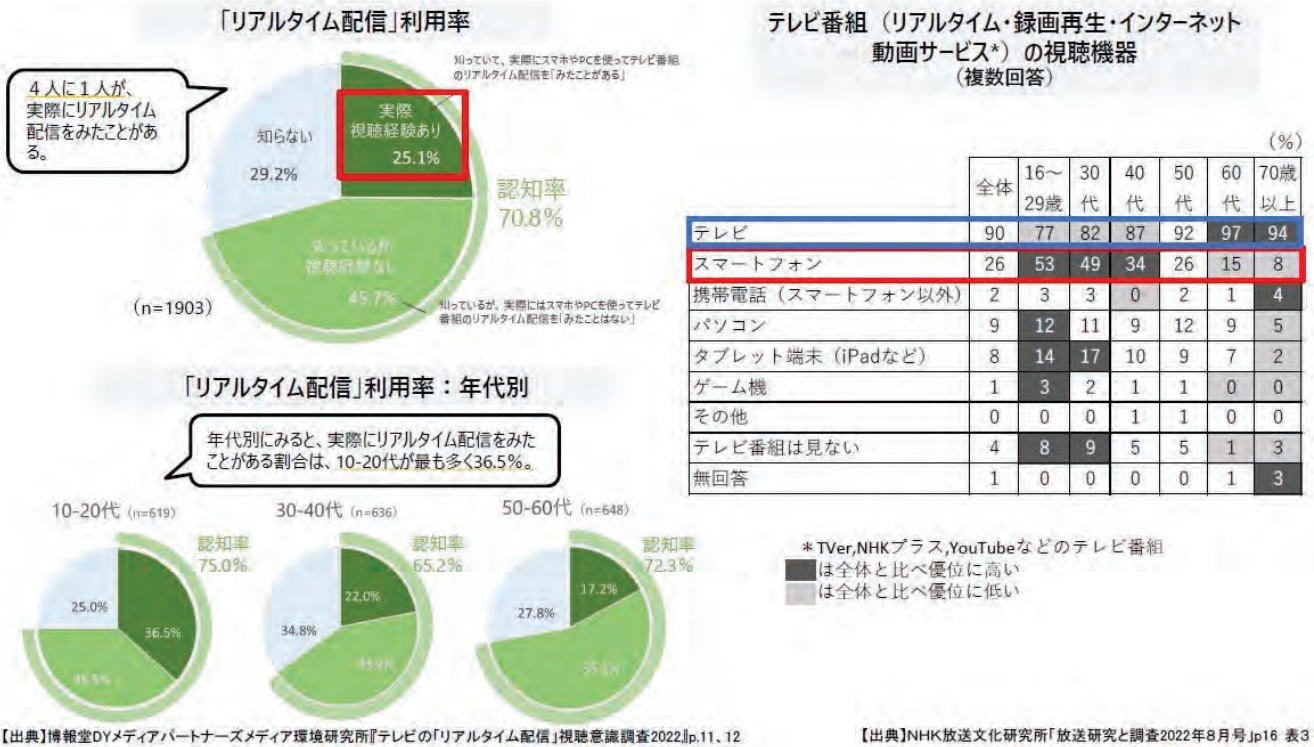
✓ 1日あたりのテレビ接触時間は、
2011年：196分、
2021年：150分に減少。
✓ ネット(モバイル)の利用時間は、
2011年：19分、
2021年：69分に増加。

出典：ビデオリサーチ社 2005～2013年：MCR(関東地区/東京30km圏、10-69歳)、2014～2021年：MCR/ex(関東地区/東京50km圏、12-69歳) 各年6月調査 Copyright© 2021 DENTSU INC. All Rights Reserved.

【出典】「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」第1回会合(2021年11月8日) 資料1-4(奥構成員提出資料)p.12

出典：「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 公共放送ワーキンググループ」第1回会合(2022年9月21日) 資料1-3 事務局資料

- インターネットで「テレビ番組のリアルタイム配信」を見たことのある人は25%程度。
- スマートフォンでテレビ番組を視聴する人は若いほど多く、16～29歳では半数を超える。



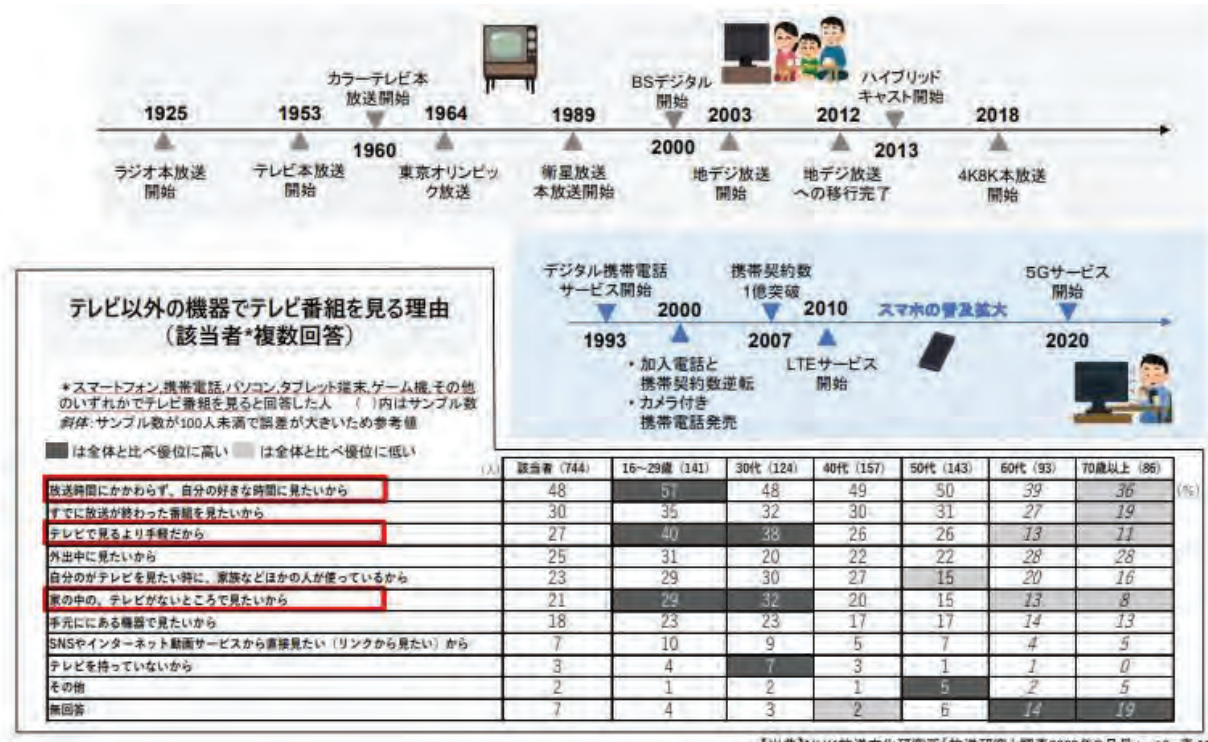
【出典】情報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所『テレビの「リアルタイム配信」視聴意識調査2022』p.11、12

【出典】NHK放送文化研究所「放送研究と調査2022年8月号」p16 表3

出典：「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 公共放送ワーキンググループ」第1回会合（2022年9月21日）資料1-3 事務局資料

視聴スタイルの変化

- テレビが普及した当時は、「家族みんなでお茶の間のテレビを囲む」といった視聴スタイルが主流であった。
- インターネット・モバイル端末の普及等により、個人志向（好きな時間に、手元の端末で）が強まっていると見られる。

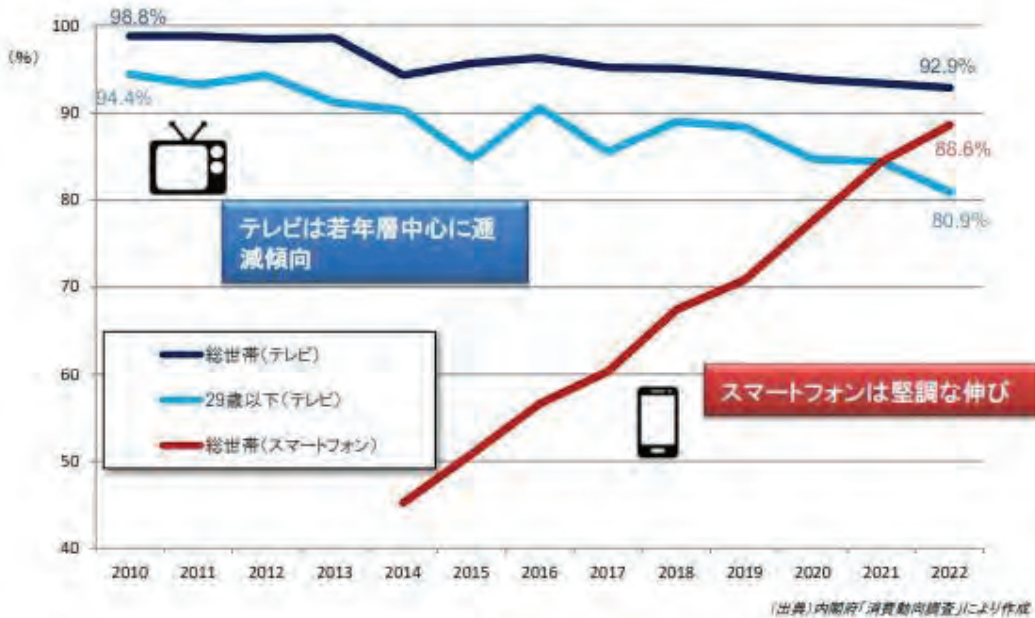


【出典】NHK放送文化研究所「放送研究と調査2022年8月号」p16 表4を元に作成

出典：「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 公共放送ワーキンググループ」第1回会合（2022年9月21日）資料1-3（事務局資料）p.3

- テレビは総世帯の90%以上が所有している。
- しかし、29歳以下のテレビ普及率は約80%にとどまり、中長期的にテレビを所有する世帯は減少すると見込まれる。

世帯主別普及率 「カラーテレビ」 対 「スマートフォン」

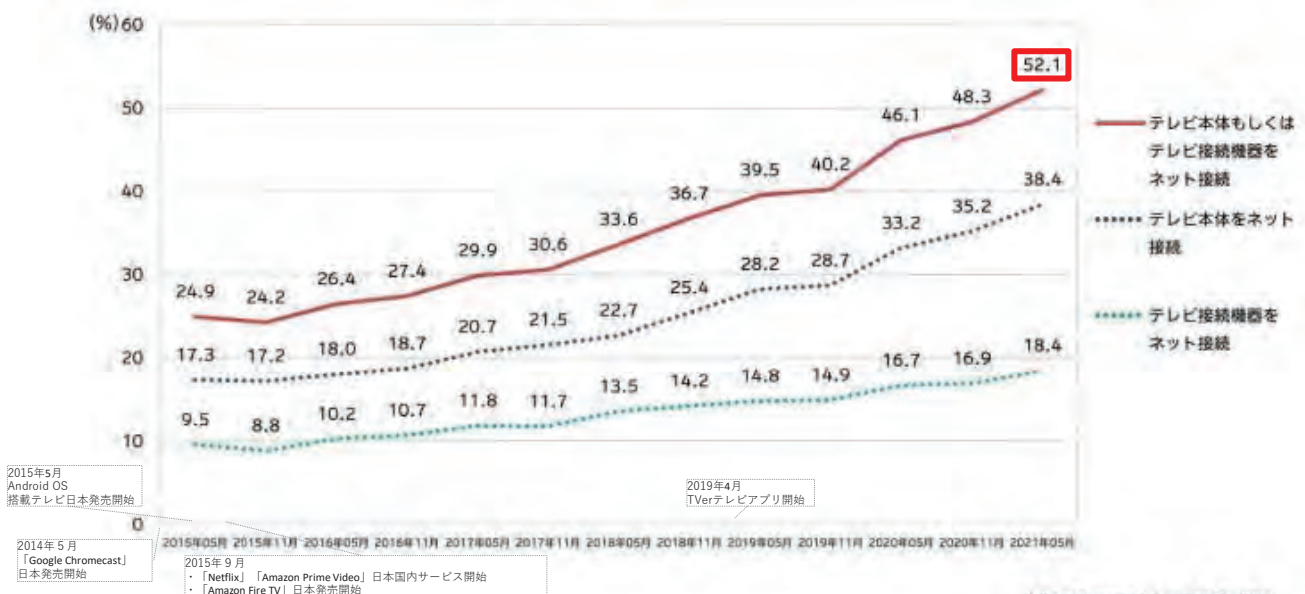


【出典】「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」第1回会合(2021年11月8日) 資料1-3(事務局資料)p.9
 出典：「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会 公共放送ワーキンググループ」第1回会合(2022年9月21日) 資料1-3 事務局資料

テレビ受信機のネット接続率の推移

- ブロードバンド環境の整備により、テレビをインターネットに接続する割合が2021年5月に50%を超え、インターネットで動画を視聴できる多種多様なデバイスが登場。テレビのネット接続を前提とした様々なサービスが登場するなか、市場において「SmartTV」、「Connected TV」といった呼称が一般化。

テレビ受信機のネット接続率の推移



出典：「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」(第1回) 資料1-4 奥構成員提出資料

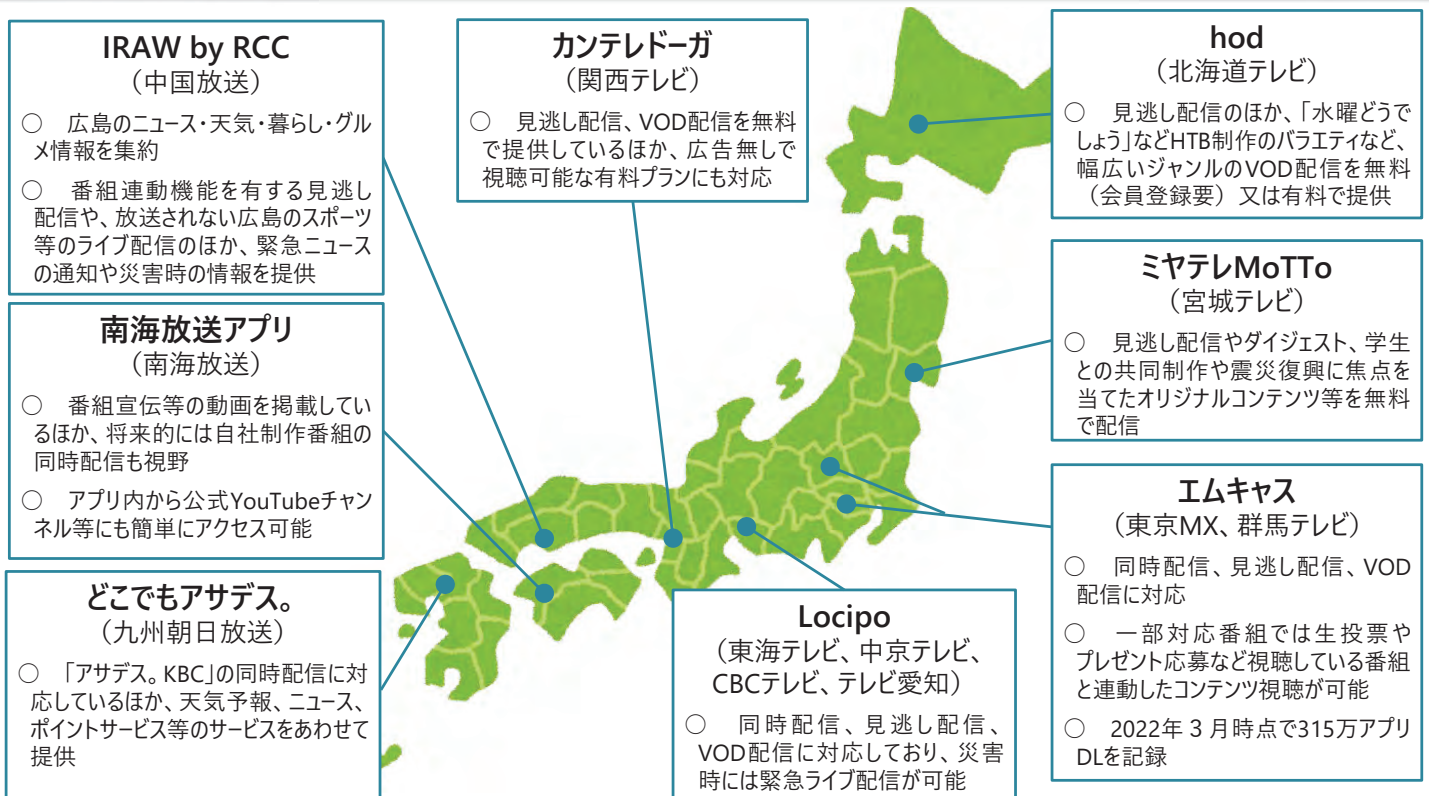
- 民放各社は、民放公式テレビポータル「TVer」をはじめ、無料、有料を問わず、各社が見逃し配信等のサービス提供を行っている状況。
- 2021年10月から、TVerにおいて日本テレビが毎日19時から23時頃までの放送番組の同時配信を開始し、2022年4月から、同サービス、同時時間帯において、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビによる同時配信も開始。

	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ
無料	TVer 6000万アプリDL（2023年3月） 同時配信 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信 2023年3月時点(予定含む)で、BS・独立局を含め、 全国122局の配信実績あり				
	日テレ無料!(TADA) アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信		TBS FREE アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信	ネットモテレ東 500万アプリDL（2021年12月） 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信	
無料及び有料		テレ朝動画 アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信		テレ東BIZ 有料会員数10万人（2021年8月） 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信	FOD 3000万アプリDL（2023年3月） 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信
	有料	Hulu 利用者数未公開 VOD配信 ライブ配信	TELASA 利用者数未公開 見逃し配信 VOD配信		

出典：各社の決算資料、各サービスサイト等を参考に総務省が作成

民間放送事業者によるインターネット配信サービスの取組（在京キー局以外の例）

- ローカル局各社においても、民放公式テレビ配信サービス「TVer」に番組提供を行っているほか、自社ウェブサイト・アプリ等で同時配信・見逃し配信等を行っている。



出典：各サービスサイト等を参考に総務省が作成

- NHKは、2008年12月から、見逃し・オンデマンドサービス「NHKオンデマンド」を開始。
- 2020年4月からは、常時同時配信・1週間の見逃し配信サービス「NHKプラス」を開始。

インターネット活用業務（2号受信料財源業務） 2022年度予算 190.1億円（国内：159.3億円、国際：30.8億円）
2023年度予算 197.5億円（国内：167.0億円、国際：30.4億円）

NHKプラス

- ・地上波（総合・教育）の放送番組の同時配信及び見逃し番組配信（原則1週間）サービス。
- ※同時配信については、原則すべて。（総合テレビは24時間、Eテレは19時間）
- ・無料だが、受信契約を確認できない者には、同時配信の画面上に受信契約確認メッセージを表示し、見逃し番組配信は利用不可。
- ・登録完了者数は約**401万件**（2023年6月末時点）
- ・訪問ユーザー数（UB数※）は週平均約**151万**。
- ※一定期間内にサイトを訪問した重複のないユーザー数。

NHKニュース・防災アプリ

- ・災害情報等のニュースを同時配信（2016年から）
- ・理解増進情報の配信

NHKワールドJAPAN

- ・外国人向け国際放送（テレビ・ラジオ）の同時配信、オンデマンド配信

らじる★らじる

- ・ラジオ放送（第1、第2、FM）の同時配信、聴き逃し配信（2011年9月から）

（NHKプラスリーフレットより作成）

インターネット活用業務（2号有料業務） 2022年度予算 27.5億円（3号有料業務含む）
2023年度予算 31.8億円（3号有料業務含む）

NHKオンデマンド

- ・衛星放送の一部番組も含む放送番組を、2～3週間程度又は期間を定めずに提供するオンデマンド配信サービス。
- ・会員登録者数は約**330万人**（2023年6月末時点）
- ・**10,000本以上**の番組を提供。

出典：「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 公共放送ワーキンググループ」第1回会合（2022年9月21日）資料1-3 事務局資料

世界的な動画配信サービスの現状

サービス名	YouTube	NETFLIX	Amazon Prime Video	Disney+	Tencent Video
運営企業	Google < Alphabet Inc > (アメリカ)	NETFLIX Inc. (アメリカ)	Amazon. Com, Inc. (アメリカ)	The Walt Disney Company (アメリカ)	Tencent (中国)
運営企業時価総額	1兆3,930億ドル	2,310億ドル	1兆5,580億ドル	3,350億ドル	7,530億ドル
サービス開始	2005年	2007年	2006年	2019年	2011年
事業モデル	AdVOD	SVOD	SVOD/TVOD	SVOD	AdVOD/SVOD
加入者数/ユーザー数	20億人以上 (2020年時点)	2億1,356万人 (2021年9月時点)	2億人 (2021年4月時点、Amazon Prime会員数)	1億1,600万人 (2021年7月時点)	1億2,500万人 (2021年6月時点)
料金	—	月額790円～	月額500円	月額990円	月額約600円

※ SVOD(Subscription Video On Demand) : 定額制動画配信
TVOD(Transactional Video On Demand) : 都度課金型動画配信
AdVOD(Advertising Video On Demand) : 広告型動画配信

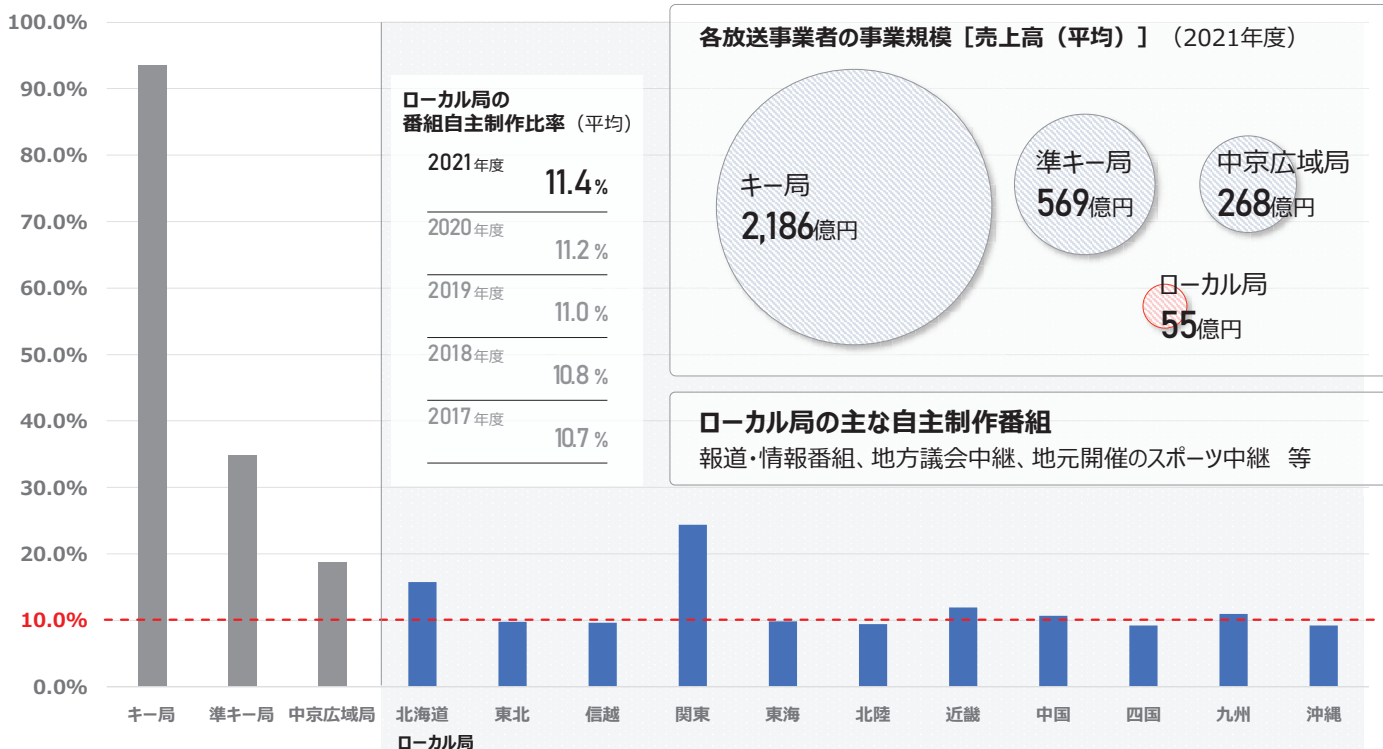
出典：Netflix Quarterly Earnings「Stakeholders Letter」2020 Q4、Netflix Quarterly Earnings「Stakeholders Letter」Amazon「Investor Relation」、Third Bridge「Forum」、Tencent Holdings Inc「2019 Annual Report」PwC「Global Top 100 companies by market capitalization May 2021」その他、各社HP等を参考に作成

ローカル局における番組自主制作比率

18

- ローカル局が自主制作するコンテンツは報道・情報番組等が主であり、**番組自主制作比率はおおむね10%程度**。

民放各局における番組自主制作比率（2021年度）



出典：「日本民間放送年鑑」各年度版等をもとに事務局作成

従来のコンテンツ制作

企画段階では、カメラワークや動きなどが具体化されていないため、**撮影現場において調整が必要**。
また、映像素材を全て撮影するため、**膨大な量の撮影や撮り直しが発生**。

専用機器のある放送局内の編集室で編集を行うため、**撮影現場での編集や、撮影と同時並行での編集が困難**。
膨大な量の映像を編集するため、**多くの人員・コストが発生**。

撮影データや編集データを収録したテープを物理的に持ち込み編集や放送を行うため、**時間を要する、紛失のリスクなどの問題が発生**。



制作フロー

企画

撮影

編集

放送

デジタル化したコンテンツ制作



VFXの活用



クラウド化



AIの活用

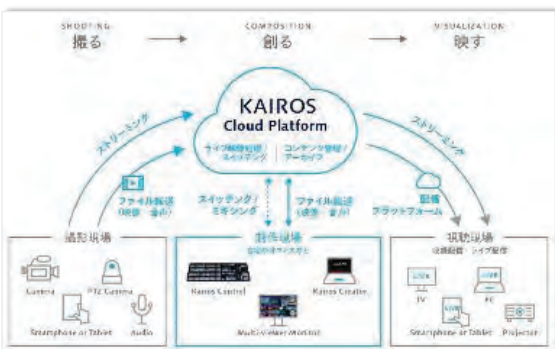
VFX（バーチャルプロダクション）の活用により、企画段階にて、完成イメージの3Dモデルを作成し具体化することで、**撮影を効率化**。
また、実写映像が必要な部分のみの撮影となるため、**撮影コストが減少**。

クラウド化により**場所を選ばず編集が可能**。また、撮影が終わった映像から**即座に編集が可能**。
撮影・編集データのオンラインでの転送や放送・配信用フォーマットへの自動変換など、**作業間で発生する時間・費用を軽減**。

AIの活用により、ダイジェスト映像の自動生成など**編集作業を効率化**。

デジタル技術・最新技術の活用による映像制作

映像制作現場のDX支援



シームレスな映像制作ワークフローを実現。現場からネットワークにつなぐだけで、省力化および機材数の最小化と、リモートによる分散型ワークフローが可能になり、約30%の業務効率化を実現

出典：パナソニック株式会社ウェブサイト
https://connect.panasonic.com/jp-ja/products-services_kairos-cloud

VFXの活用（バーチャルプロダクション）



背景映像の仮想空間と実物の被写体を同時に撮影し、合成する制作環境を実現することで、クリエイターの想像力や演者の表現力を再現に引き出し、コンテンツの価値を高めることに貢献

出典：ソニー株式会社ウェブサイト
<https://www.sony.jp/crystal-led/spl/virtual-production/>

AIの活用（自動ダイジェスト編集）

アーカイブされた映像をもとに、各種認識技術とAIを用いて、スポーツ試合のOA映像からニュース番組で使用されるダイジェスト映像を作成する編集作業を自動化。



出典：日本電気株式会社ウェブサイト
https://jpn.nec.com/bv/hoso/ai_recognition.html

- 下請代金支払遅延等防止法の対象である「情報成果物作成委託」に係る取引の適正化に対応するため、平成21年2月に策定。著作権の帰属に関する整理表等を追加した改訂第7版を令和2年9月末に公表。

ガイドラインの対象：地上テレビジョン放送、衛星放送、有線テレビジョン放送等を行う放送事業者
放送コンテンツの製作に関わる番組製作会社

1. ガイドラインの目的

- ① 放送コンテンツ製作に関するインセンティブ向上を図り、もって、我が国における放送の発展を目的とする。
- ② 自由な競争環境を整備しながら、番組製作会社のコンテンツ製作に係るインセンティブや創意工夫の意欲を削ぐような取引慣行の改善及び番組製作に携わる業界全体の向上を目指す。

2. 主な内容

○ ガイドラインに主に記載している項目

- 1 書面の交付
- 2 取引価格の決定
- 3 著作権の帰属
 - (1) 著作権の帰属、窓口業務
 - (2) 放送番組に用いる楽曲に関する取引
 - (3) アニメの製作に関する取引
- 4 取引内容の変更・やり直し
- 5 その他
 - (1) 下請代金の減額
 - (2) 支払期日の起算日
 - (3) 契約形態と取引実態の相違
 - (4) トンネル会社の規制
 - (5) 下請事業者の振興のための取組

○ 問題となり得る取引事例

【具体例】

- 発注書の書面交付が行われていない場合があった
- 取引価格等の決定について、事前に十分な協議の機会が設けられていなかった
- 著作権の帰属について、事前に十分な協議の機会が設けられていなかった

○ 望ましいと考えられる事例

【具体例】

- 放送番組製作委託契約の際、書面が交付されていない場合は、アラートが表示されるシステムを導入している
- 製作会社が著作権を放送局に譲渡する場合には、放送局は製作会社に対し、「著作権の対価」に係る部分を、製作委託費とは別に明示して支払っている

放送コンテンツの適正な製作取引の推進に関する検証・検討会議

- 良質で魅力ある放送コンテンツの製作・流通を促進する観点から、放送事業者と番組製作会社との間の放送コンテンツの適正な製作取引を一層推進するため、総務省及び民間における取組について専門的見地から助言を得ること等を目的として平成30年10月から開催。

1. 主な検討事項

- 「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」（以下「ガイドライン」という。）のフォローアップ調査等の結果に対する評価・分析及び次回調査内容に係る助言
- ガイドラインの見直しなど放送コンテンツの適正な製作取引を促進するために講ずべき措置 など

2 構成員（敬称略）

座長	舟田 正之	立教大学法学部名誉教授	(オブザーバー)
座長代理	新美 育文	明治大学名誉教授	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公正取引委員会事務局経済取引局取引部企業取引課 ・ 文化庁長官官房著作権課著作物流通推進室 ・ 経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課 ・ 中小企業庁事業環境部取引課 ・ 放送コンテンツ適正取引推進協議会事務局 (日本民間放送連盟及び全日本テレビ番組製作社連盟)
	上杉 達也	パートナー弁護士（TH総合法律事務所）	
	内山 隆	青山学院大学総合文化政策学部教授	
	音 好宏	上智大学文学部教授	
	酒井 麻千子	東京大学大学院情報学環准教授	
	長谷河 亜希子	弘前大学人文社会科学部准教授	

3 ワーキンググループ（敬称略）

親事業者（放送事業者、関係団体）と下請事業者（制作会社関係団体）が参加するワーキンググループを設置。

主任	舟田 正之	立教大学法学部名誉教授
	内山 隆	青山学院大学総合文化政策学部教授
	音 好宏	上智大学文学部教授

【放送事業者、放送事業者関係団体】

- 日本放送協会
- 日本テレビ放送網（株）
- （株）テレビ朝日
- （株）TBSテレビ
- （株）テレビ東京
- （株）フジテレビジョン
- （一社）日本民間放送連盟
- （一社）日本ケーブルテレビ連盟
- （一社）衛星放送協会

【番組製作会社関係団体】

- （一社）全日本テレビ番組製作社連盟（ATP）
- （一社）全国地域映像団体協議会（NRA）
- （一社）日本動画協会（AJA）

- 平成21年のガイドライン策定後、製作取引の状況把握のため、定期的にアンケート調査等を実施してきたところ、平成27年度から放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン・フォローアップ調査（アンケート調査）として公表し、令和元年度からは、①書面の交付、②取引価格の決定に係る事前協議、③不適切な取引内容の変更及びやり直しが行われないこと、といった重点課題の改善割合を指標化し、毎年度の業界全体の改善状況を定量的に把握することとしている。
- 前年度の調査結果と比較して、放送事業者と番組製作会社の認識の差異などが拡大している点も存在するため、今回の調査結果も活用し、ガイドラインの遵守状況調査及び周知広報等の製作取引適正化に関する一層の取組（個別ヒアリング、必要に応じた指導）を推進していく必要がある。

＜放送コンテンツの製作取引適正化に関する重点課題の3カ年比較結果＞

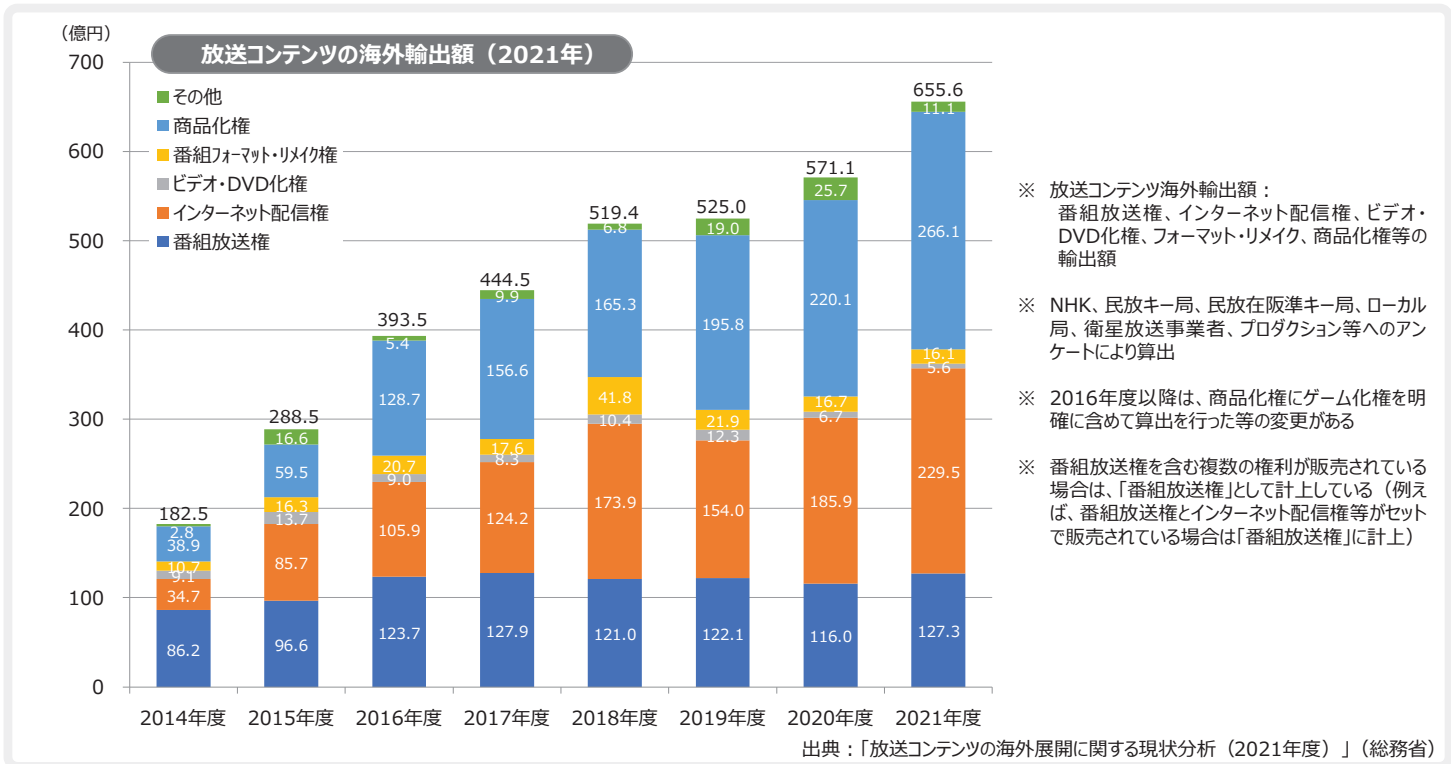
設 問（重点課題に関するもの）	放送事業者／番組製作会社	令和2年度	令和3年度	令和4年度
①書面の交付 「常にまたは概ね行っている/受けている」と答えた事業者の割合	放送事業者	91.9%	91.1%	94.2%
	番組製作会社（放送事業者との取引）	75.3%	78.2%	77.5%
	番組製作会社（製作会社間の取引（※））	55.7%	75.0%	69.1%
②取引価格の決定（事前協議の有無） 常にまたは概ね事前協議を行ったと答えた事業者の割合	放送事業者	98.4%	94.7%	94.7%
	番組製作会社（放送事業者との取引）	76.8%	72.6%	68.9%
	番組製作会社（製作会社間の取引（※））	59.0%	67.2%	63.6%
③取引内容の変更及びやり直し 不適切な事例はなかったと答えた事業者の割合	放送事業者	94.6%	92.9%	94.4%
	番組製作会社（放送事業者との取引）	75.8%	73.2%	70.9%
	番組製作会社（製作会社間の取引（※））	62.3%	75.0%	67.3%

※ 受注側からの回答

令和4年度回答率54.3%（対象1,596社、回答866社）
令和3年度回答率44.1%（対象1,869社、回答824社）
令和2年度回答率45.9%（対象1,823社、回答837社）

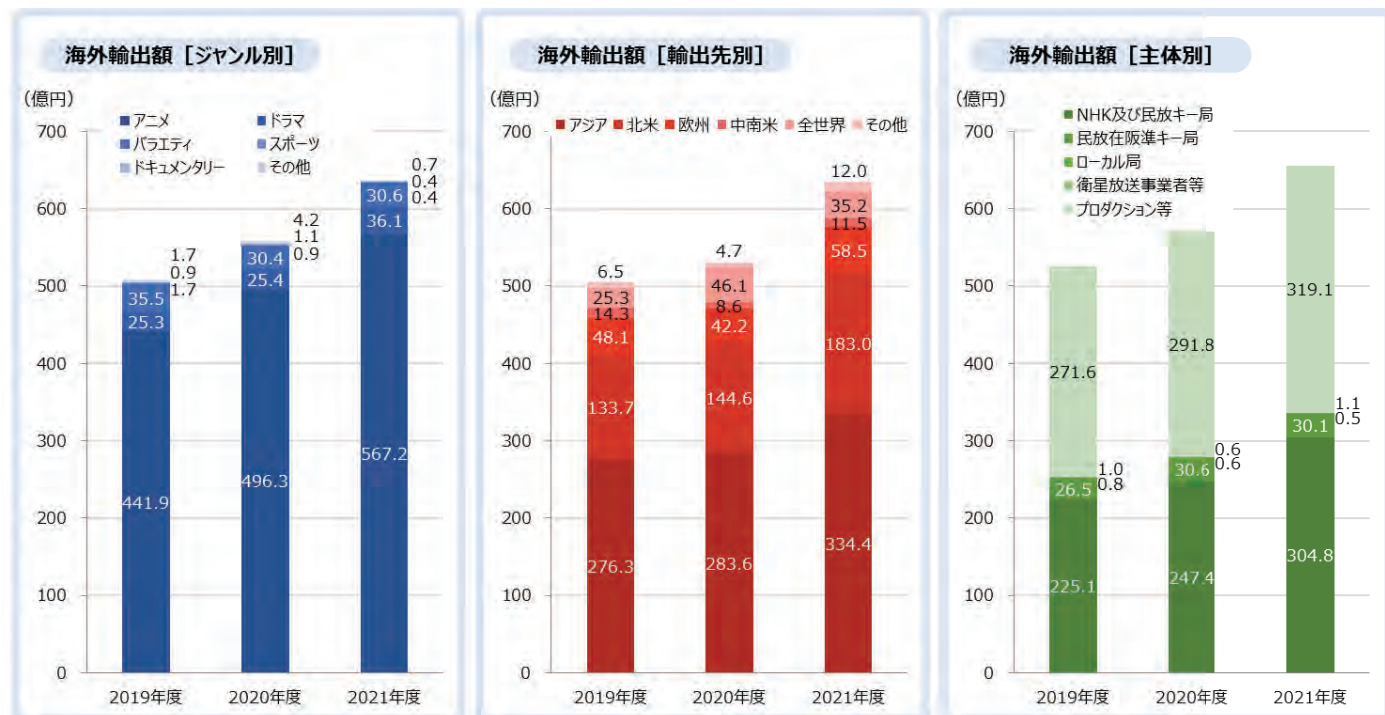
放送コンテンツを通じた我が国・地方の魅力の世界への発信を促進する方策の在り方関係

- **我が国の放送コンテンツの海外輸出額は毎年度増加傾向。**
- 総務省は、我が国の放送コンテンツ関連海外売上高を令和7年度（2025年度）までに1.5倍（対令和2年度（2020年度）比）に増加させることを目標とし、放送コンテンツの海外展開を推進。



我が国の放送コンテンツの海外輸出額（詳細）

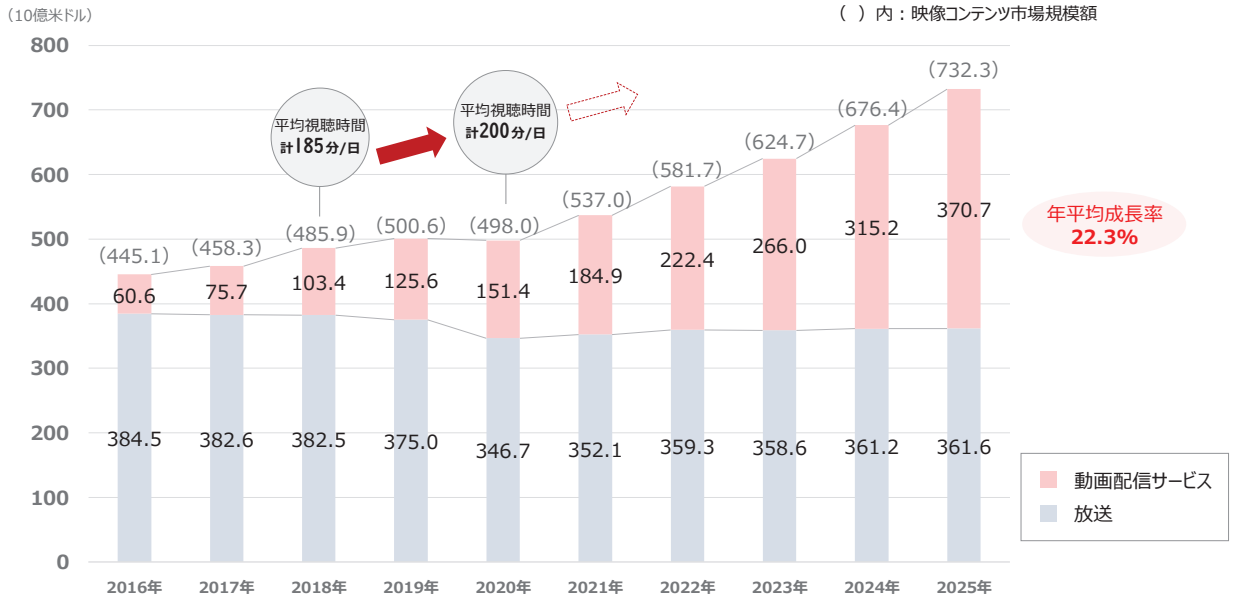
- **ジャンル別では「アニメ」が、輸出先別では「アジア」、「北米」、「欧州」が堅調な伸びを示している。**



出典：「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析（2021年度）」（総務省）

- 近年、動画配信サービスの普及等により、世界的に映像コンテンツの視聴時間は増加（1日平均3時間以上視聴）。**動画配信サービスの成長が市場をけん引**するかたちで、**映像コンテンツの市場規模は拡大**。
- 放送の市場規模がおおむね横ばいである一方、**動画配信サービスは今後も急速な拡大が継続**する見込み。

世界の映像コンテンツ全体の市場規模の推移（予測）



出典：“The global media landscape” (globalwebindex), “Digital vs traditional media consumption” (globalwebindex), “PwC Global Entertainment and Media Outlook 2021-2025” (PwC), “Digital Video Content Market” (imarc) をもとに事務局作成

国際見本市における取引

- **国際見本市**は、情報発信や取引機会の確保のため世界各地で開催されており、**放送コンテンツの主要な取引の場**。

日本の事業者が参画する主な国際見本市

<p>TIFFCOM (2022.10, オンライン)</p> <ol style="list-style-type: none"> Exhibitor Details 出展者情報 Search Participants 参加者情報 Pavilion List パビリオン情報 Content/Service List 出展コンテンツ・サービス ONLINE SCREENING オンラインスクリーニング ONLINE SEMINAR オンラインセミナー 	<p>MIPCOM (2022.10, フランス・カンヌ)</p> <ul style="list-style-type: none"> セミナーを開催して日本の放送コンテンツを紹介 <p>日本から、放送事業者・制作会社等（計8社）が参加</p>	<p>Asia TV Forum & Market (ATF) (2022.12, シンガポール)</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本ブースを設置してオールジャパンでアピール <p>日本から、放送事業者・制作会社等（計24社）が参加</p>
--	---	--

国際見本市におけるコンテンツ取引

国際見本市は、国内外の放送局、制作会社等においてコンテンツ取引に係る多くの決定権者（ディビジョンメーカー）が参加していることから、**見本市を契機として海外展開につながるものが多数**。

国際見本市におけるコンテンツ取引

国際見本市には世界の各国・地域から多数の事業者が参画し、多数のコンテンツが取引

取引件数
1,749件

取引金額
約**31**億円

日本からの出展者数
119社

海外からのバイヤー数
436名
(48か国・地域)

TIFFCOM2022（日本で開催された国際見本市）の事例

- 国際見本市は、コンテンツの海外展開において新たな取引相手を得る上で非常に重要な機会であり、年間を通じて世界各地で開催。総合的な国際見本市だけでなく、特定分野に特化した国際見本市や招待制のセッション等も重要。

国際見本市等のスケジュール

月	国際見本市	開催地	その他見本市	開催地	招待制
4月	MIP TV	フランス・カンヌ			
5月			CONTENT LA (フォーマット・リメイク等)		LA Screenings
			カンヌ映画祭	フランス・カンヌ	
6月	MIP China	中国・杭州			
	上海テレビ祭/映画祭	中国・上海			
7月			Annecy (アニメ・映画)	フランス・アナシー	
8月	韓国BCWW	韓国・ソウル			
9月	MIP Africa	南アフリカ・ケープタウン			
10月	MIPCOM	フランス・カンヌ			
	TIFFCOM	日本・東京			
11月	MIP Cancun	メキシコ・カンクーン	CONTENT LONDON (フォーマット・リメイク等)	イギリス・ロンドン	
12月	ATF	シンガポール			
2月			ベルリン映画祭	ドイツ・ベルリン	LONDON Screenings
3月	香港FILMART	香港	Anime Japan (アニメ)	日本・東京	
			Series Mania (ドラマ、リメイク等)	フランス・パリ	

出典：「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」（第4回）資料4-2 一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構（BEA）資料

海外拠点における商談会の活用

JETRO

日本貿易振興機構（JETRO）

ビジネス短信

日本ドラマの北米リメイクを目指す「ジャパン・コンテンツ・ピッチ」、3年ぶりの対面開催

（米国、日本）

ロサンゼルス発

2022年09月30日

JETROは9月28日、米国のロサンゼルス日本総領事館およびユナイテッド・タレント・エージェンシー（UTA）と共同で、「第4回ジャパン・コンテンツ・ピッチ（Japan Contents Pitch）」を開催した。新型コロナウイルス感染拡大の影響から、本イベントは過去2回、オンラインで開催されたが（2021年6月24日記事、2022年3月9日記事参照）、4回目となる今回は3年ぶりにロサンゼルス総領事館で対面開催となった。

当日は、公募で選ばれた次の4作品について、海外リメイク権を持つ日本のテレビ局4社が作品映像のほか概要や魅力などを発表し、ハリウッドのコンテンツバイヤーおよびプロデューサーにピッチ（売り込み）を行った。

【売り込み作品】

- 「アバランチ」（関西テレビ放送）
- 「最愛」（TBSテレビ）
- 「ゼロの真実」（テレビ朝日）
- 「フラックスキャンダル」（読売テレビ）

ピッチの後、米国の参加者からは「米国の映像業界は、リメイクや映像化できる原作を積極的に探している。今回発表のあった作品も、テレビ局での放送やストリーミングでの映像化に合いそうだ。多様多様で興味がある。各社と直接話をして検討したい」との声が聞かれ、各社に積極的に質問する姿が見られた。

なお、冒頭にあいさつを行った曾根健孝総領事は、従来、海外からハードルが高いとみなされてきた日本での撮影を実施し（2018年3月30日記事参照）、2022年に公開となった米国のドラマシリーズ「TOKYO VICE」について、「制作チームと日本が協力し、偽りのない日本の姿を映し出すことができた本作品は、将来につながる素晴らしい前例となった」と話し、撮影および制作拠点としての日本をアピールした。また、入国に係る水際対策が大幅に緩和される10月11日以降の、日本と海外のより活発なビジネス交流にも期待を寄せた。



ピッチ会場の様子（JETRO撮影）



米国の参加者が各社に質問している様子（JETRO撮影）

出典：https://www.jetro.go.jp/biznews/2022/09/7b33bafc177b42e4.html

BEAJセミナー等通じた会員社への情報共有・交流

海外案件についての情報交換や、系列を超えたネットワークづくりの場として会員社が活用

- 先進的なローカル局やBEAJ事務局員を講師にセミナー形式で知見・ノウハウの共有（BEAJセミナー）
- 会員社が抱える海外展開の相談や悩みなどに事務局が対応する相談会をオンラインで開催（BEAJ相談会）



「第7回BEAJセミナー」

- 「自走化を目指す海外展開について」
- 「コンテンツの効果的な海外配信のための方策」

「海外情報レポート」の制作と情報共有

アジアの放送 & 動画配信の最新情報を収集・分析

- BEAJ会員社が各国・地域のメディア関係者を取材し、レポートを寄稿



海外ビジネスの企画組成・交渉をサポート

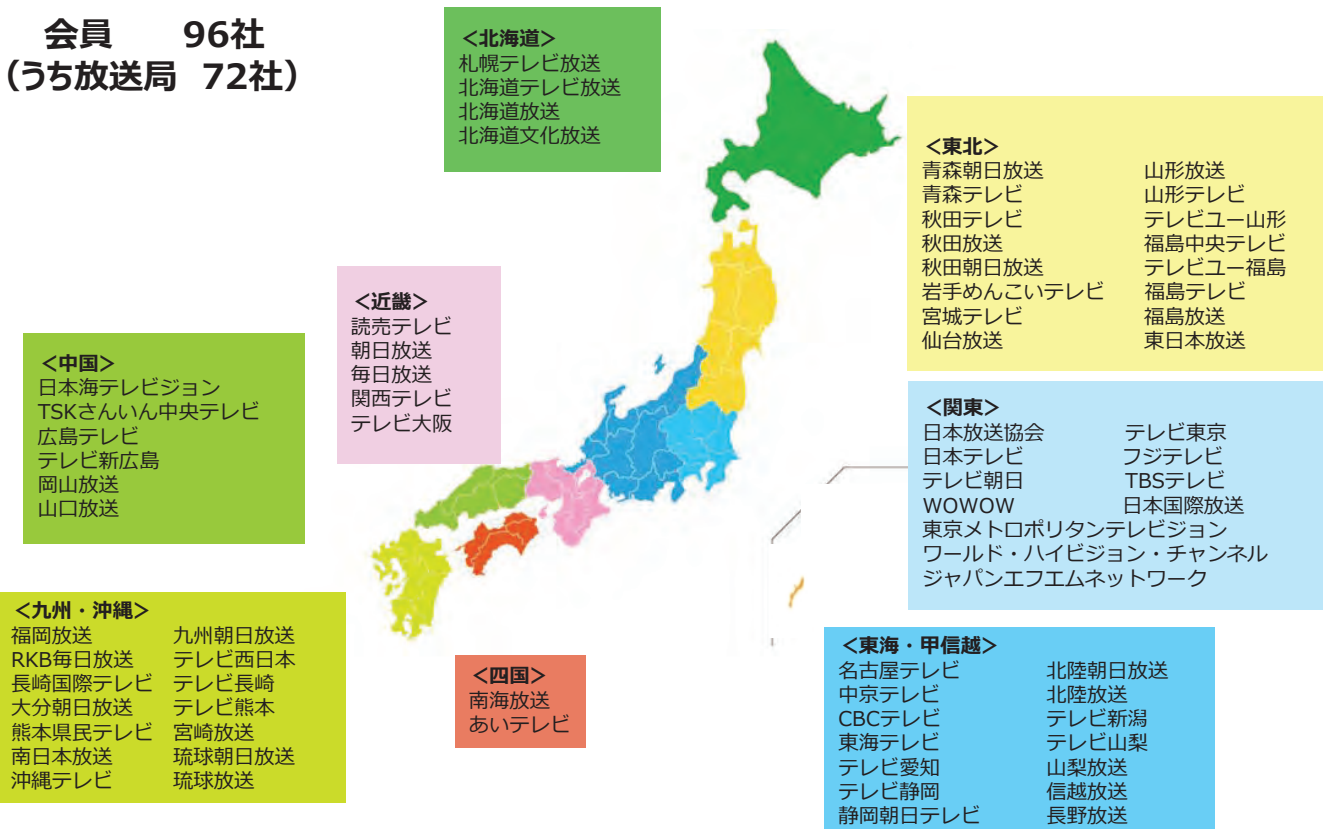
ローカル局等の課題である 海外事業者 とのビジネス・契約交渉ノウハウの伝授・共有

- 各社の具体的な課題や問題を相談できるビジネス・契約相談会を実施
- ローカル局等の海外ビジネスの企画組成や契約知識の習得・意識向上を推進

出典：BEAJ資料をもとに事務局が作成

（参考）BEAJ会員社の中の放送局一覧（2023年4月）

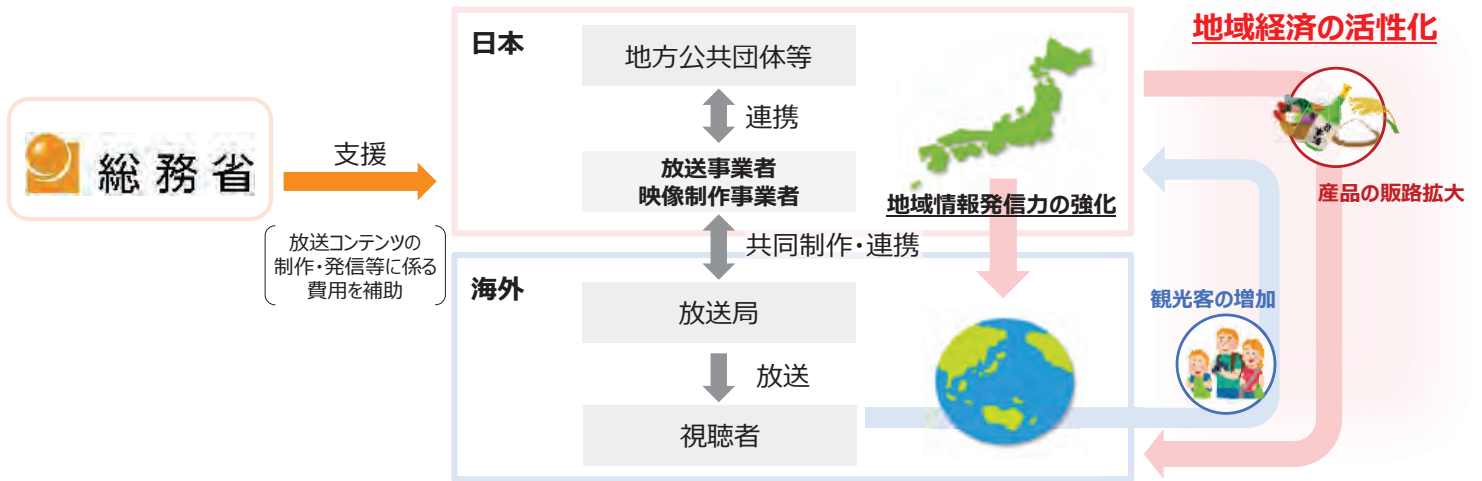
会員 96社
（うち放送局 72社）



- 放送コンテンツの海外展開を通じて自然、文化、地場産品・農産品等の**日本各地の魅力を海外に発信**し、地域からの情報発信を強化することにより、**我が国に対する関心を高めて各地域に海外から需要を呼び込み地域経済の活性化を推進**。

放送コンテンツによる地域情報発信力強化事業（令和4年度第2次補正予算：7.9億円、令和5年度当初予算：0.5億円）

- 地方公共団体や観光産業、農林水産業、地場産業等の事業者・団体と地域の放送事業者等のクリエイターが連携し、**日本各地の魅力を伝える放送コンテンツを海外の放送局と共同で制作（国際共同制作）して現地で発信する取組を支援**。



放送コンテンツを活用した地域経済の活性化

- **放送による情報発信を通じて地元の魅力を海外にアピール**することにより、外国人観光客の誘客や地域産品・農産品の輸出を促進し、**インバウンド・アウトバウンド需要を獲得することによって地域経済の活性化に貢献**。

Jom Jalan JAPAN （日本の「隠れた宝石」を発見）

マレーシア/Astro

茨城・栃木・群馬等

マレーシア



- ・ 茨城・栃木・群馬等を巡り、**各県の知られていない魅力を発見する。**
- ・ 名所・観光地の認知度向上や青果物の輸出に貢献。

地域産品の輸出増加

A journey of experiencing Hokusai （葛飾北斎に触れる旅）

英国・フランス/Discovery Channel

長野

英国・フランス



- ・ 「葛飾北斎ゆかりの地」である長野県小布施町を巡り、**北斎の足跡をたどる。**
- ・ 長野県への外国人観光客の増加に貢献。

インバウンドの増加

暢遊日本新潟之旅

（あなたのニイガタ旅、みんなでシェアさせてくださいTV）

香港/香港電視娛樂

新潟

香港



- ・ 地域の特産品である**“米”**をテーマに**新潟県内の各地を巡る。**
- ・ 新潟米の輸出量の増加に貢献。

地域産品の輸出増加

美鳳有約

（青森りんご）

台湾/民間全民電視公司

青森

台湾



- ・ 地域の特産品である**りんごの知られていない魅力を紹介する。**
- ・ 青森県産りんごの輸出量の増加に貢献。

地域産品の輸出増加

- 山陰中央テレビジョン放送では、総務省事業でコンテンツの海外展開に取り組んだことを契機に、コンテンツを柱にしたインバウンド観光の促進や地域の特産品のPR、ライブコマースやショート動画を活用した越境ビジネスを展開。

山陰中央テレビジョン放送：総務省事業の発展

TSK 総務省事業展開

2014年度～総務省事業を実施 20カ国以上で番組を放送

総務省事業を通じ、2014年度からコンテンツ海外展開



コンテンツ制作のノウハウ

連動事業によるエビデンス

海外展開の知見

継続の力

継続性を生かし、より実効性の高いインバウンド・アウトバウンド対策へ



出典：「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」（第3回）資料3-4 山陰中央テレビジョン放送株式会社資料

韓国におけるコンテンツの海外展開の支援事例

- 韓国では、韓国コンテンツ振興院（KOCCA）を中心に、企業の海外進出、人材育成、マーケティング、展示会等への支援を行い、企画からビジネス組成まで海外展開を総合的に支援。

支援組織	<ul style="list-style-type: none"> 文化体育観光部 韓国コンテンツ振興院（KOCCA）
支援概要	<p>■ 主な支援内容（2023年）</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内コンテンツ企業に対する海外進出総合支援：52億4,800万ウォン （情報提供、段階別カスタマイズ型コンサルティングサービスを通じた輸出基盤強化） 海外拠点支援：101億7,300万ウォン （コンテンツビジネス海外拠点による市場情報提供、現地ネットワーキング、コンサルティングサービス等） コンテンツ輸出専門人材育成：20億ウォン 海外法制情報等の情報提供：15億ウォン コンテンツ海外市場開拓支援：80億5,400万ウォン （コンテンツビジネス企業の海外進出のためのオン・オフラインイベント開催） グローバルオンラインプラットフォーム進出支援：9億9,000万ウォン 関係省合同韓流博覧会開催：20億ウォン 関係省庁韓流マーケティング支援：45億ウォン 新技術融合コンテンツ海外展示会開催：40億ウォン <p style="text-align: right;">等</p>

出典：韓国政策ブリーフィング「2023年支援事業説明会資料」をもとに事務局作成

放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方関係

デジタル時代における放送の意義・役割

38

- 取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る自由」の保障、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった**放送の価値**は、**情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルスの確保**の点で、むしろこの**デジタル時代においてこそ、その役割に対する期待**が増している。
- 「**放送の将来像**」として、『デジタル技術を最大限活用しつつ、「**守りの戦略**」として**放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減**するとともに、「**攻めの戦略**」として**インターネットによる配信を含めた多様な伝送手段を確保**し、これらによって、**良質な放送コンテンツを引き続き全国の視聴者に届け、その社会的役割を今後も持続的に維持・発展**させていくこと』を目指すべき。
- 放送制度は、**放送の持続的な維持・発展**を可能とし、**放送事業者がそのための中長期的な経営戦略を描くことのできる環境を整備**するため、**経営の選択肢を拡大する観点から柔軟な見直し**を行うべき。

放送が果たしてきた役割

- 放送は、これまで、国民の「知る自由」を保障し、災害情報や地域情報等の「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった社会基盤としての役割を果たしながら、健全な民主主義の発達に貢献してきた。

放送が果たしていくべき役割

- 情報空間がインターネットを含めて放送以外にも広がる中、インターネット空間では、人々の関心や注目の獲得ばかりが経済的な価値を持つアテンションエコノミーが形成され、フィルターバブルやエコーチェンバー、フェイクニュースといった問題も顕在化。
- 取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る自由」の保障、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送の価値は、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルスの確保の点で、むしろこのデジタル時代においてこそ、その役割に対する期待が増している。

放送の将来像（2030年頃）

- ✓ デジタル技術を最大限活用しつつ、
 - ・「**守りの戦略**」として、**放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減**
 - ・「**攻めの戦略**」として、**インターネットによる配信を含めた多様な伝送手段を確保**
- ✓ これらにより、**良質な放送コンテンツを引き続き全国の視聴者に届け、その社会的役割を今後も持続的に維持・発展**させていくことを目指すべき。
- ✓ **放送制度は、放送の持続的な維持・発展**を可能とし、**放送事業者がそのための中長期的な経営戦略を描くことのできる環境を整備**するため、**経営の選択肢を拡大する観点から柔軟な見直し**を行うべき。

出典：「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ ～概要～」

- 放送は、**災害情報の提供をはじめとして、国民の生命・財産の安全確保に大きな役割**を果たしている。
- 放送法（第108条）では、基幹放送事業者に対し、暴風、豪雨、洪水、地震、大規模な火事その他による災害が発生した場合等における災害放送を義務づけ。また、災害対策基本法（第6条）において、指定公共機関（内閣総理大臣が指定）であるNHK及び指定地方公共機関（都道府県知事が指定）に指定されている放送事業者は、災害に関する情報の収集及び伝達の努力義務が課されている。
- **県域放送は都道府県レベルの広域情報、ケーブルテレビ等は市町村レベルの地域情報**を中心に、それぞれの特色を活かした災害放送を実施。

災害放送の例

県域放送が提供する広域の情報



東日本大震災の報道の例
（出典）「放送事業の基盤強化に関する検討分科会」第2回会合 民放連説明資料

CATVが提供する市町村単位の情報

きょう 木更津市 自主避難所の開設
自主避難する際には、食料・飲料水、着替え、ラジオなど最低限の必需品を準備してください。

【開所時間】午後9時30分まで

○文京公民館 ○清見台公民館
○畑沢公民館 ○金田地域交流センター

※午後9時30分の段階で自主避難者がいない場合は閉鎖

きょう 木更津市 携帯電話の充電場所

日時=9月14日(土) 午後9時30分まで
場所=岩根公民館 清見台公民館 文京公民館
岩根西公民館 東海公民館 畑沢公民館
中部各公民館 金田地域交流センター
市民活動支援センター

日時=9月14日(土) 午後5時まで
場所=市民総合福祉会館

日時=9月14日(土) 午後5時15分まで
場所=木更津市役所 朝日庁舎

関連法令

○放送法（昭和25年法律第132号）

（災害の場合の放送）

第108条 基幹放送事業者は、国内基幹放送等を行うに当たり、**暴風、豪雨、洪水、地震、大規模な火事その他による災害が発生し、又は発生するおそれがある場合には、その発生を予防し、又はその被害を軽減するために役立つ放送をするようにしなければならない。**

○災害対策基本法（昭和36年法律第223号）

（情報の収集及び伝達）

第51条 指定行政機関の長及び指定地方行政機関の長、地方公共団体の長その他の執行機関、**指定公共機関（※1）及び指定地方公共機関（※2）、**公共的団体並びに防災上重要な施設の管理者（以下「災害応急対策責任者」という。）は、**法令又は防災計画の定めるところにより、災害に関する情報の収集及び伝達に努めなければならない。**

※1 日本放送協会が指定を受けている。

※2 都道府県ごとに異なるが、放送事業者（地上民放（テレビ、ラジオ）、ケーブルテレビ事業者）が指定されているケースが多い。

出典：「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」（第1回）資料1-3 事務局資料

地域性の確保に係る放送法上の制度等

○NHKについて

- ① 地方向け放送番組の放送義務
NHKについては、地方向け放送番組を有することを義務付け。（放送法第81条）
- ② 地方放送番組審議会の設置
NHKについては、地方放送番組審議会を置くことを義務付け。同審議会は、地域向けの放送番組について審議し、意見を述べるができる。（放送法第82条）
- ③ 県域免許制の導入
基幹放送普及計画において、NHK総合については、県域免許制を導入。
- ④ 再免許時の要請やNHK予算への総務大臣意見
平成30年再免許時やNHK予算への総務大臣意見において、地域性の確保への配慮を要請。

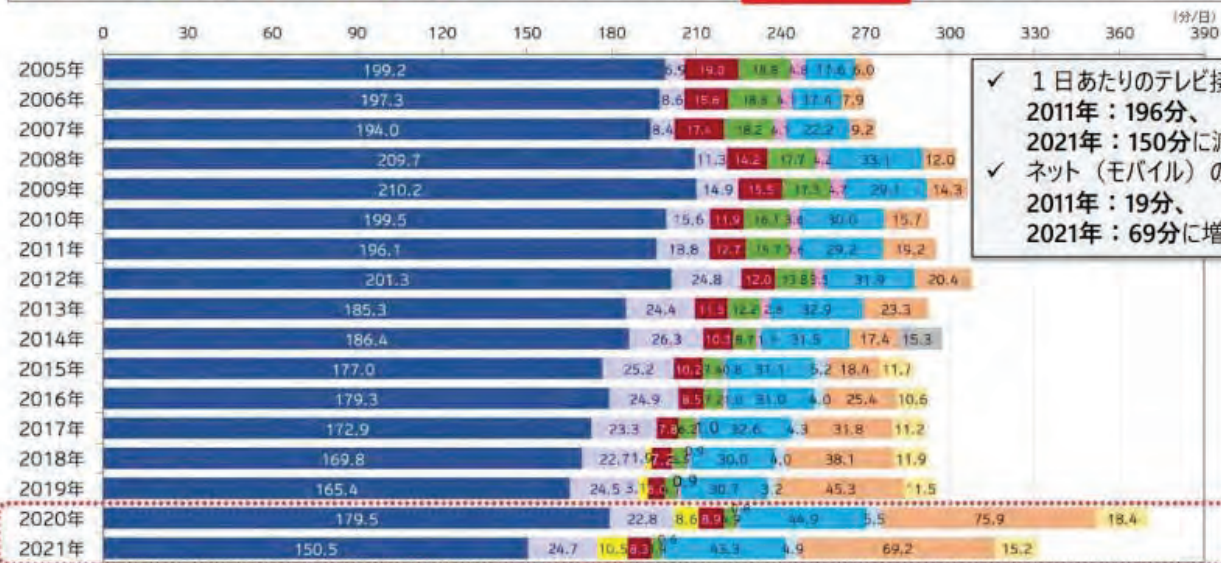
○民放について

- ① 基幹放送普及計画に定める「地域性の確保」
地上基幹放送の地域ごとの放送系の数の目標を規定するとともに、地上基幹放送（全国放送を除く。）の業務を行う基幹放送事業者は、主たる出資者、役員、審議機関の委員は、できるだけその放送対象地域に住所を有する者であることとする努力義務等を規定。
- ② 認定放送持株会社の「関係会社」に該当する地上基幹放送事業者の自社制作地域番組確保努力義務
認定放送持株会社の関係会社（持株会社が「支配」関係を有する会社）については、当該持株会社の経営効率化の方針等によって、主たる出資者や役員に関して「地域性」が十分に確保できなくなるおそれが生じることから、放送対象地域向けの放送番組を有するべき旨の努力義務を規定。（放送法第163条）
- ③ 特定地上基幹放送局の免許（再免許）の比較審査
特定地上基幹放送局の審査基準を定める電波法関係審査基準（訓令）の比較審査基準においては、「地域社会の要望を充足する放送が、より多く設けられていること。」の評価項目として、「ローカル番組比率」を規定。
- ④ マスメディア集中排除原則
地上基幹放送事業者が他の地上基幹放送事業者と「支配関係」を有するとされる議決権の割合は、放送の多元性・多様性・地域性に与える影響を考慮し、原則、放送対象地域が重複していない場合は「3分の1」だが、放送対象地域が重複している場合は、「10分の1」としている。
- ⑤ 経営基盤強化計画認定制度
指定放送対象地域に係る基幹放送事業者は、業務の合理化や組織の再編成等により収益性の向上を図る「経営基盤強化計画」を作成し、総務大臣の認定を受けた場合、放送法・電波法の特例が適用されるが、その場合「地域性の確保措置」を講じなければならない。

- モバイル端末の普及が、インターネット利用時間の増加を後押ししている。

自宅内1日あたりメディア接触の経年変化 2020年はコロナ禍の影響が顕著

■ TV ■ 録画再生 ■ テレビ動画 ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ ネット(PC・タブ) ■ ゲーム(PC・タブ) ■ ネット(モバイル) ■ ゲーム(モバイル) ■ ゲーム計(2014年)



✓ 1日あたりのテレビ接触時間は、
2011年：196分、
2021年：150分に減少。
✓ ネット(モバイル)の利用時間は、
2011年：19分、
2021年：69分に増加。

出典：ビデオリサーチ社
2005～2013年：MCR(関東地区/東京30km圏、10-69歳)、2014～2021年：MCR/ex(関東地区/東京50km圏、12-69歳) 各年6月調査
Copyright© 2021 DENTSU INC. All Rights Reserved.

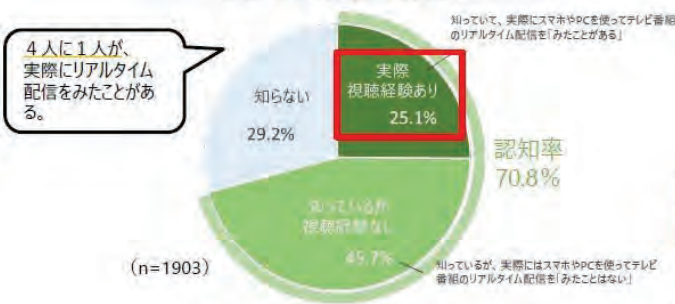
【出典】「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」第1回会合(2021年11月8日) 資料1-4(奥構成員提出資料)p.12

出典：「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 公共放送ワーキンググループ」第1回会合(2022年9月21日) 資料1-3 事務局資料

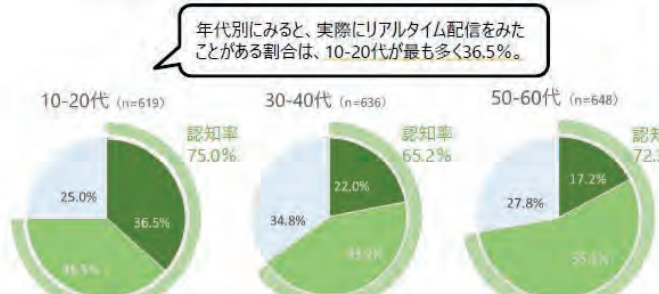
インターネットでの放送コンテンツの視聴

- インターネットで「テレビ番組のリアルタイム配信」を見たことのある人は25%程度。
- スマートフォンでテレビ番組を視聴する人は若いほど多く、16～29歳では半数を超える。

「リアルタイム配信」利用率



「リアルタイム配信」利用率：年代別



テレビ番組(リアルタイム・録画再生・インターネット動画サービス*)の視聴機器(複数回答)

	全体	16～29歳	30代	40代	50代	60代	70歳以上
テレビ	90	77	82	87	92	97	94
スマートフォン	26	53	49	34	26	15	8
携帯電話(スマートフォン以外)	2	3	3	0	2	1	4
パソコン	9	12	11	9	12	9	5
タブレット端末(iPadなど)	8	14	17	10	9	7	2
ゲーム機	1	3	2	1	1	0	0
その他	0	0	0	1	1	0	0
テレビ番組は見ない	4	8	9	5	5	1	3
無回答	1	0	0	0	0	1	3

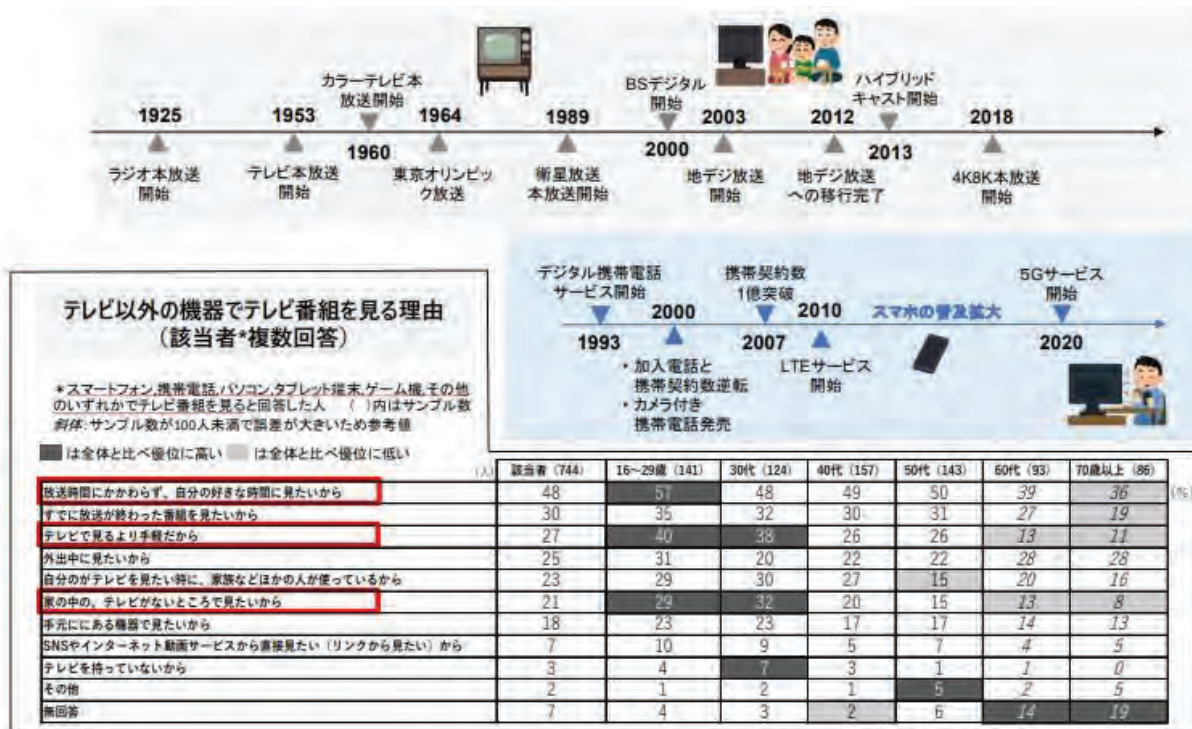
* TVer, NHKプラス, YouTubeなどのテレビ番組
 ■ は全体と比べ優位に高い
 □ は全体と比べ優位に低い

【出典】博報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所「テレビの「リアルタイム配信」視聴意識調査2022」p.11, 12

【出典】NHK放送文化研究所「放送研究と調査2022年8月号」p16 表3

出典：「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 公共放送ワーキンググループ」第1回会合(2022年9月21日) 資料1-3 事務局資料

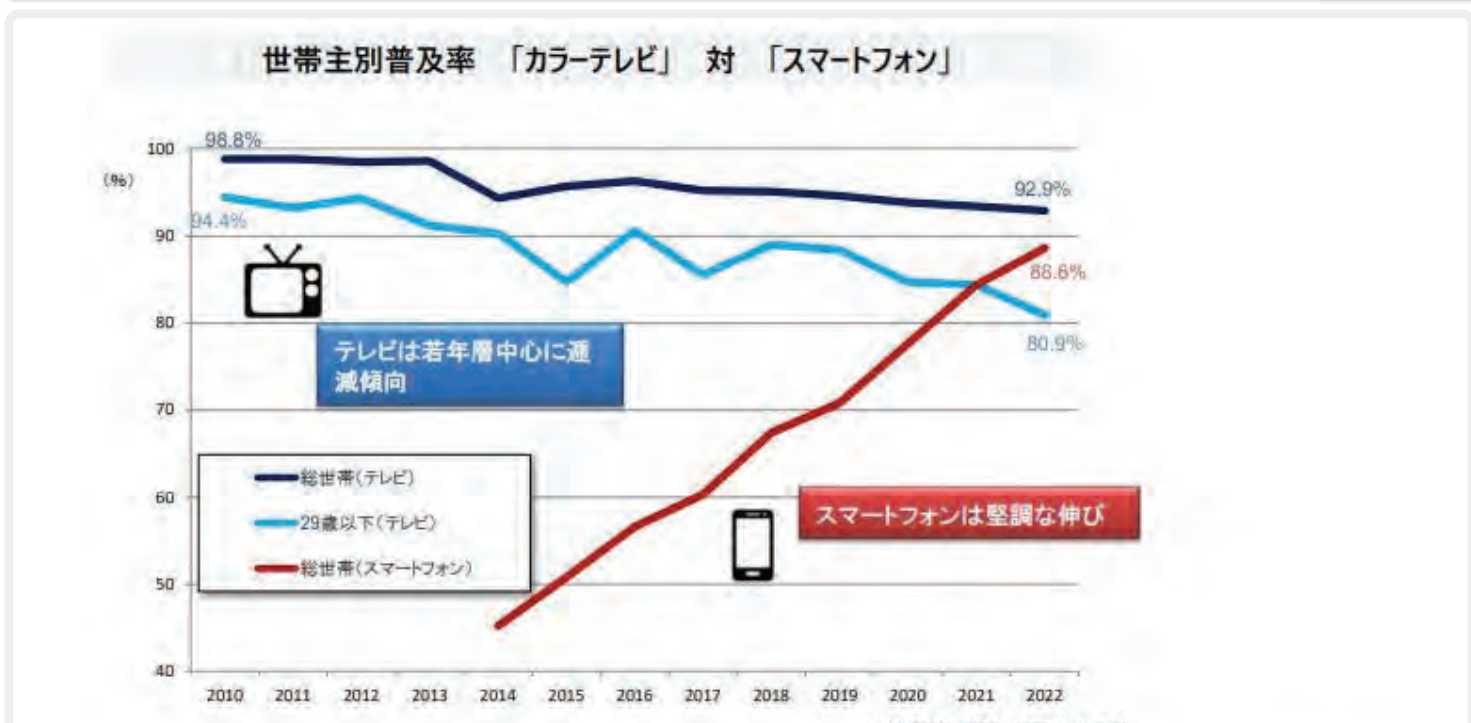
- テレビが普及した当時は、「家族みんなでお茶の間のテレビを囲む」といった視聴スタイルが主流であった。
- インターネット・モバイル端末の普及等により、個人志向（好きな時間に、手元の端末で）が強まっていると見られる。



【出典】NHK放送文化研究所「放送研究と調査2022年8月号」p16 表4を元に作成

出典：「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 公共放送ワーキンググループ」第1回会合（2022年9月21日）資料1-3（事務局資料）p.3

- **テレビは総世帯の90%以上が所有している。**
- **しかし、29歳以下のテレビ普及率は約80%にとどまり、中長期的にテレビを所有する世帯は減少すると見込まれる**

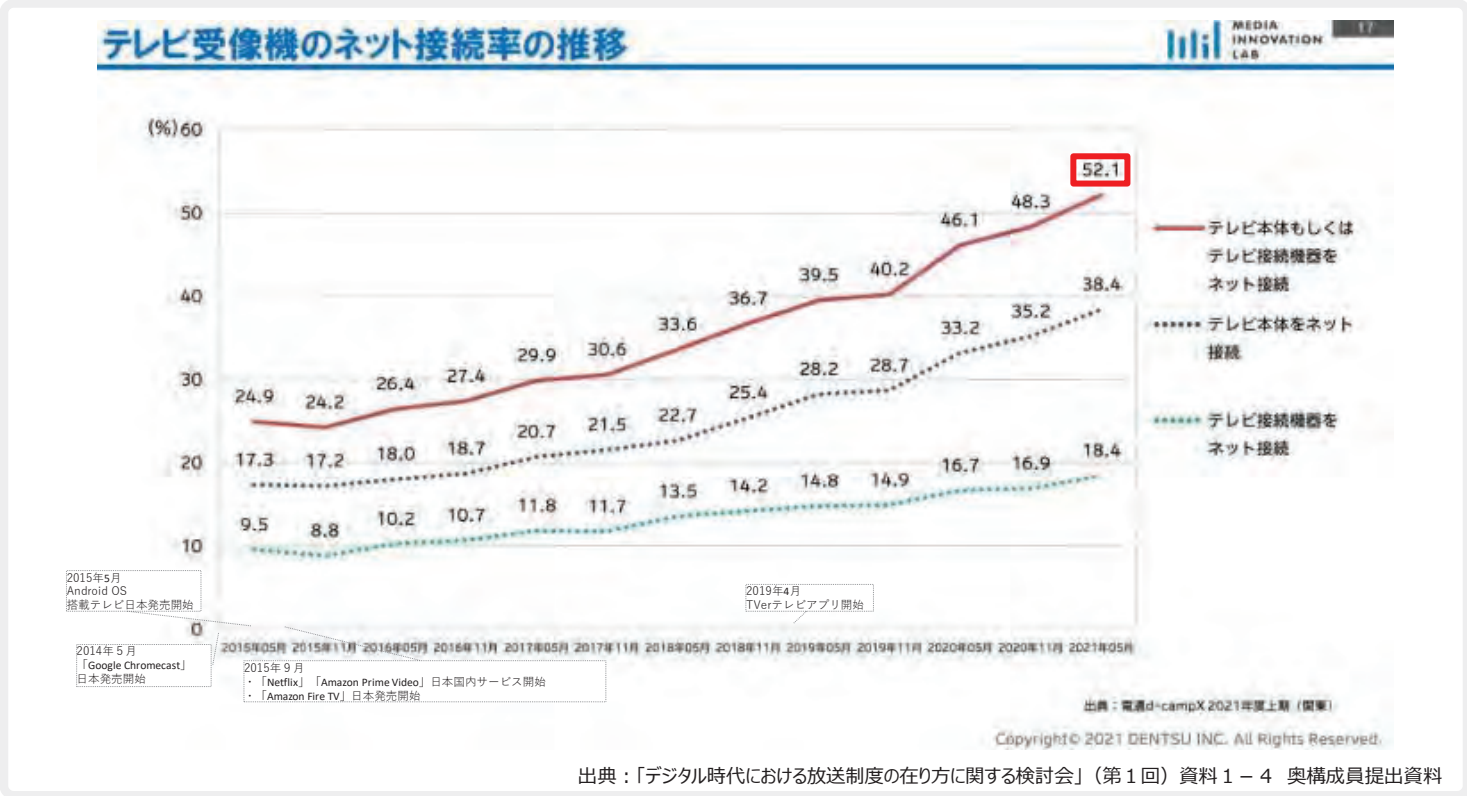


【出典】内閣府「消費動向調査」により作成

【出典】「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」第1回会合（2021年11月8日）資料1-3（事務局資料）p.9

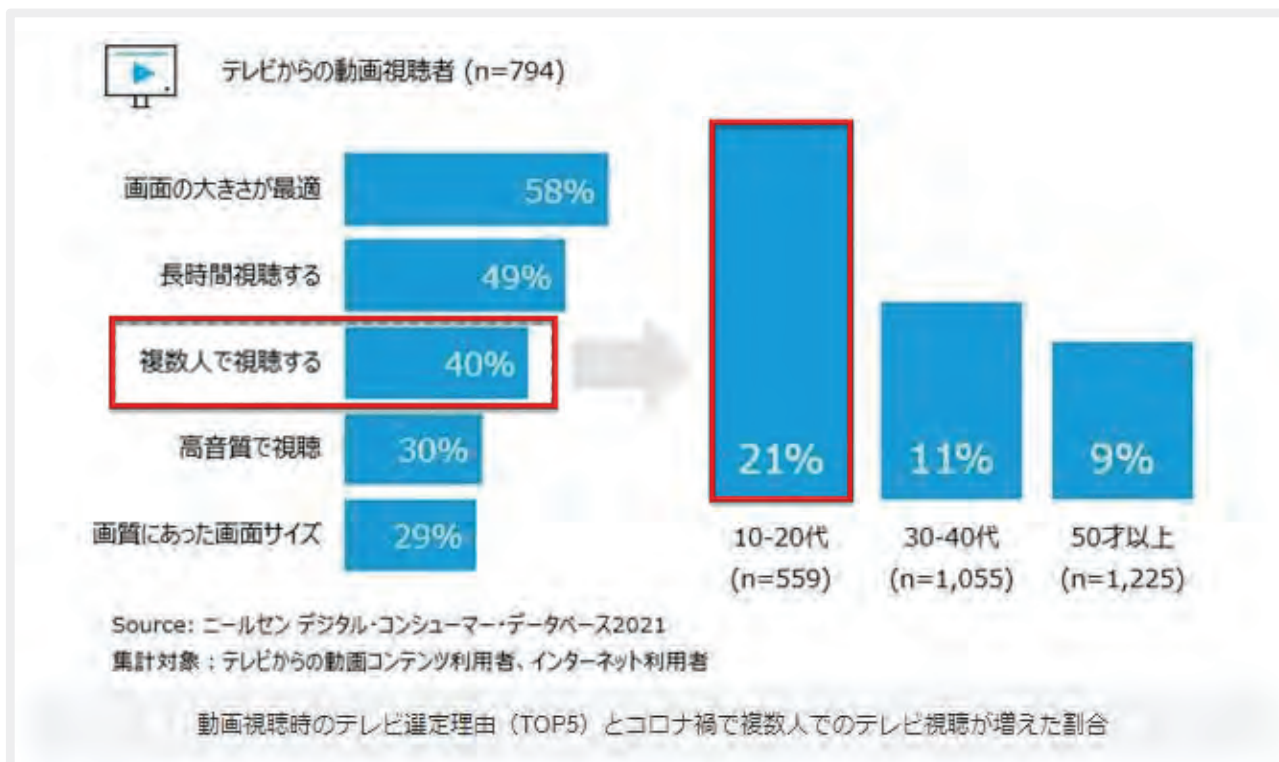
出典：「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会 公共放送ワーキンググループ」第1回会合（2022年9月21日）資料1-3 事務局資料

- ブロードバンド環境の整備により、**テレビをインターネットに接続する割合が2021年5月に50%を超え**、インターネットで動画を視聴できる多種多様なデバイスが登場。テレビのネット接続を前提とした様々なサービスが登場するなか、市場において「SmartTV」、「Connected TV」といった呼称が一般化。



動画視聴時のテレビ利用

- **動画視聴時のテレビ選定理由**として、「**複数人で視聴する**」が40%。
- インターネット利用者のうち、「**コロナ禍において複数人でテレビを視聴する機会が増えた**」と答えた割合は、**若年層ほど高い**。



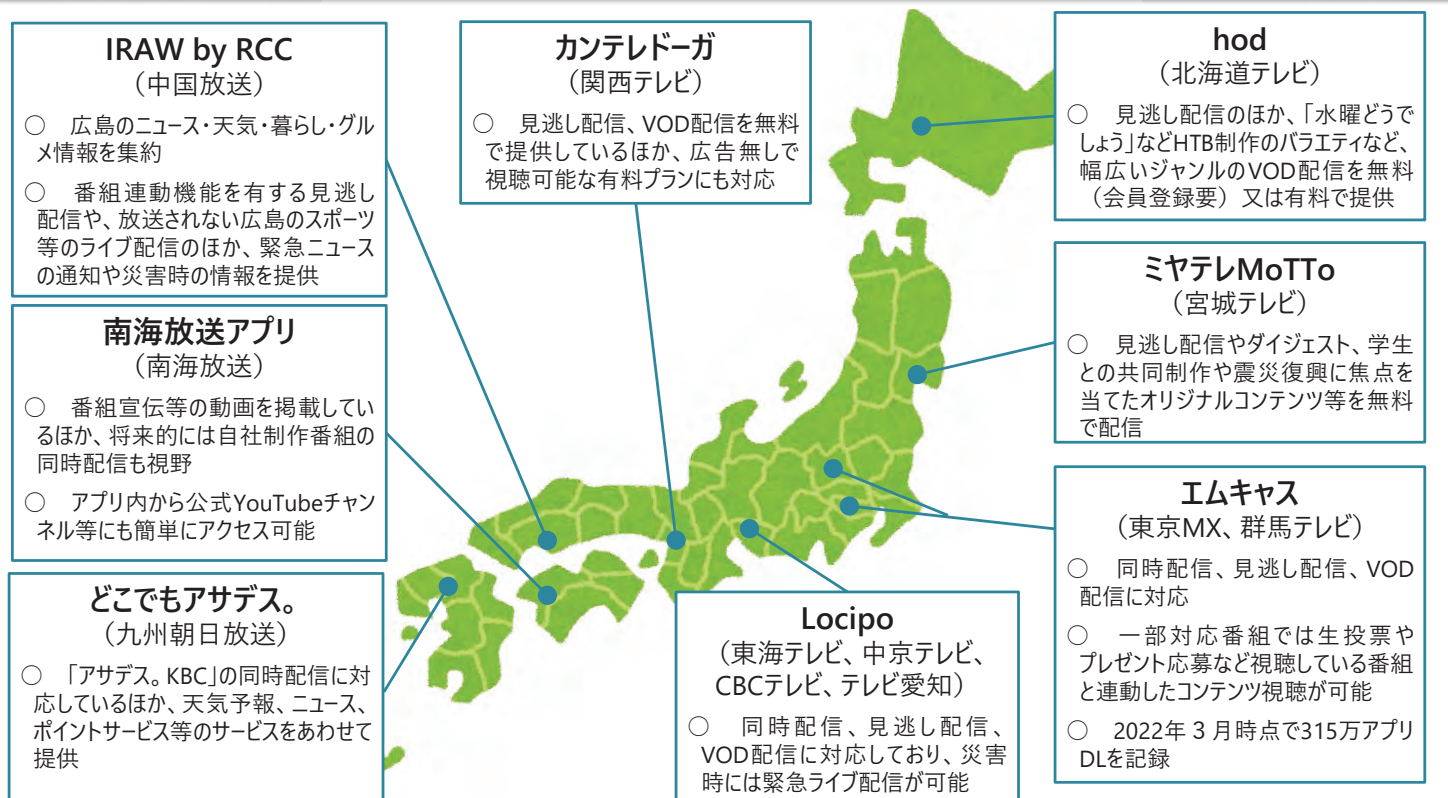
出典：若年層ほどCTVの利用が多い/若年層は複数人で視聴する共視聴が増加【ニールセン調査】(<https://markezine.jp/article/detail/37614>)
※グラフのソースはニールセン・デジタル・コンシューマーデータベース2021

- 民放各社は、民放公式テレビポータル「TVer」をはじめ、無料、有料を問わず、各社が見逃し配信等のサービス提供を行っている状況。
- 2021年10月から、TVerにおいて日本テレビが毎日19時から23時頃までの放送番組の同時配信を開始し、2022年4月から、同サービス、同時時間帯において、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビによる同時配信も開始。

	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ
無料	TVer 6000万アプリDL (2023年3月) 同時配信 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信 2023年3月時点(予定含む)で、BS・独立局を含め、 全国122局の配信実績あり				
	日テレ無料!(TADA) アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信		TBS FREE アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信	ネットモテレ東 500万アプリDL (2021年12月) 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信	
無料及び有料		テレ朝動画 アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信		テレ東BIZ 有料会員数10万人 (2021年8月) 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信	FOD 3000万アプリDL (2023年3月) 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信
			Hulu 利用者数未公開 VOD配信 ライブ配信	TELASA 利用者数未公開 見逃し配信 VOD配信	
有料					

出典：各社の決算資料、各サービスサイト等を参考に総務省が作成

- ローカル局各社においても、民放公式テレビ配信サービス「TVer」に番組提供を行っているほか、自社ウェブサイト・アプリ等で同時配信・見逃し配信等を行っている。



出典：各サービスサイト等を参考に総務省が作成

- NHKは、2008年12月から、見逃し・オンデマンドサービス「NHKオンデマンド」を開始。
- 2020年4月からは、常時同時配信・1週間の見逃し配信サービス「NHKプラス」を開始。

インターネット活用業務（2号受信料財源業務）

2022年度予算 190.1億円（国内：159.3億円、国際：30.8億円）
 2023年度予算 197.5億円（国内：167.0億円、国際：30.4億円）

NHKプラス

- ・地上波（総合・教育）の放送番組の同時配信及び見逃し番組配信（原則1週間）サービス。
- ※同時配信については、原則すべて。（総合テレビは24時間、Eテレは19時間）
- ・無料だが、受信契約を確認できない者には、同時配信の画面上に受信契約確認メッセージを表示し、見逃し番組配信は利用不可。
- ・登録完了者数は約401万件（2023年6月末時点）
- ・訪問ユーザー数（UB数※）は週平均約151万。
- ※一定期間内にサイトを訪問した重複のないユーザー数。



NHKニュース・防災アプリ

- ・災害情報等のニュースを同時配信（2016年から）
- ・理解増進情報の配信



NHKワールドJAPAN

- ・外国人向け国際放送（テレビ・ラジオ）の同時配信、オンデマンド配信



らじる★らじる

- ・ラジオ放送（第1、第2、FM）の同時配信、聴き逃し配信（2011年9月から）



インターネット活用業務（2号有料業務）

2022年度予算 27.5億円（3号有料業務含む）
 2023年度予算 31.8億円（3号有料業務含む）

NHKオンデマンド

- ・衛星放送の一部番組も含む放送番組を、2～3週間程度又は期間を定めず提供するオンデマンド配信サービス。
- ・会員登録者数は約330万人（2023年6月末時点）
- ・有料（月額990円か1本あたり110円～330円）
- ・10,000本以上の番組を提供。



出典：「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 公共放送ワーキンググループ」第1回会合（2022年9月21日）資料1～3 事務局資料

複数のローカル局による連携構築したプラットフォームの例（Locipo）

- Locipoは、名古屋に本社を置く民間放送局4社が共同で、動画を中心とした様々な情報を配信する公式サービスで、**配信プラットフォームのみならず、ニュース・生活情報を提供したり、取材した動画情報をマップと共に提供**するなど、様々な取組を実施。
- また、**地域の視聴者に求められる情報を届けるために、自治体・地元企業・店舗と連携した取組**を行ったり、**将来的にはコネクテッドテレビ等への配信対応を検討するなど、様々なデバイスへの情報発信を志向**。

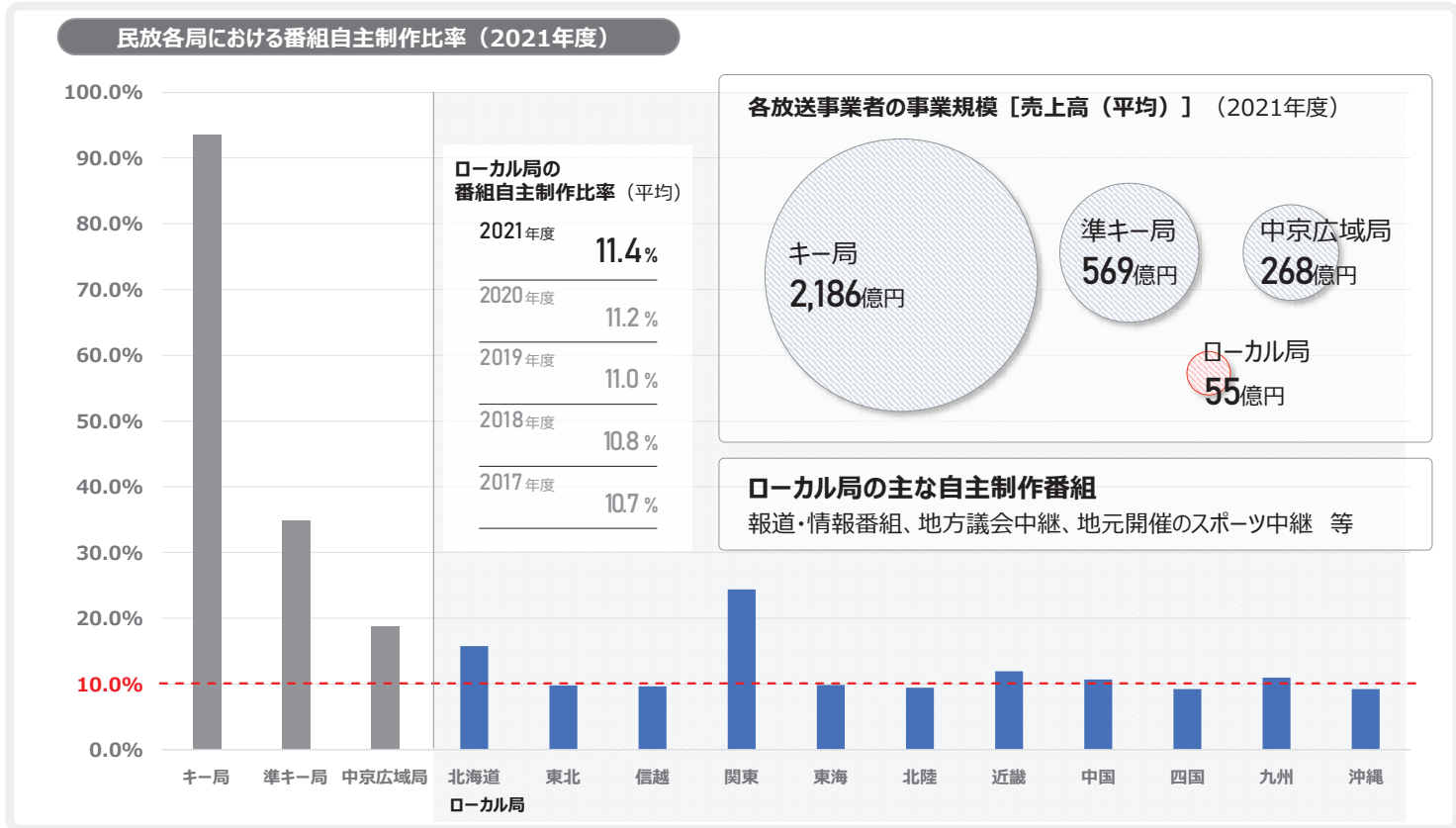
【Locipoの取組】

配信プラットフォームのみならず、ニュース・生活情報を提供したり、取材した動画情報をマップと共に提供するなど、様々な取組を4局共同で実施

地域の視聴者に求められる情報を届けるために、自治体・地元企業・店舗と連携した取組を行ったり、将来的にはコネクテッドテレビ等への配信対応を検討するなど、様々なデバイスへの情報発信を志向

出典：「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」（第2回）資料2～4 Locipo資料

- ローカル局が自主制作するコンテンツは報道・情報番組等が主であり、**番組自主制作比率はおおむね10%程度**。



出典：「日本民間放送年鑑」各年度版等をもとに事務局作成

放送及びネット配信に関する著作権制度の比較

- 令和3年著作権法改正により、放送同時配信等について放送とほぼ同様の円滑な権利処理が実現

		放送	放送同時配信等 (改正後) ^{※3}	放送同時配信等 (改正前)	ネット配信 (放送同時配信 等以外)
著作権	著作物 (例)脚本、写真、映像	許諾権	許諾権＋ 許諾推定規定 ^{※1}	許諾権	許諾権
	著作隣接権	映像実演 (例)俳優の演技	初回放送	許諾権＋ 許諾推定規定 ^{※1}	許諾権
再放送			報酬請求権	報酬請求権 ^{※2}	許諾権
レコード実演 (例)CD音源に収録された歌唱・演奏		報酬請求権	報酬請求権 ^{※2}	許諾権	許諾権
レコード (例)CD音源		報酬請求権	報酬請求権 ^{※2}	許諾権	許諾権

※1 放送での利用の許諾に、放送同時配信等の許諾を含むことを推定。

※2 著作権管理事業者による管理が行われている場合などは許諾権となっているが、その場合には円滑に許諾を得ることができるため、実質的に報酬請求権化しているものといえる。

※3 表中の改正事項のほか、権利制限規定(学校教育番組の放送等、国会等での演説等の利用など)の同時配信等への拡充、協議不調の場合の裁定制度の同時配信等への拡充が講じられた。

- **ローカル局における権利処理業務担当者**の人数は「**1～2人**」との回答が最も多く、約**7割**に上る。また、**担当者が「0人」と回答した社も一定数**見られた。

【ローカル局（※1）における権利処理業務担当者（※2）の人数】

※1 民間地上基幹放送事業者（テレビジョン放送）のうち、在京キー局5社を除く122社を対象に実施（令和4年11月24日～12月23日）
 ※2 各番組制作等の中での担当業務の1つとして楽曲情報の入力等の業務を行っている方は含まず、各放送局の権利処理の担当部局などで、主たる業務として権利処理（権利者団体との交渉等）に取り組む担当者の人数を回答。

人数	回答数	割合
0人	7	7.7%
1～2人	64	70.3%
3～4人	13	14.3%
5～9人	4	4.4%
10人～14人	2	2.2%
15人～19人	0	0%
20人以上	1	1.1%
総計	91	

出典：総務省「放送コンテンツ等のネット配信に係る権利処理の実態等に関する調査研究」（2022年度）

ローカル局における権利処理の課題②（人員・ノウハウの不足）

- **ローカル局**が放送コンテンツの**インターネット配信を行う際の課題**と考えるものとして、「**放送番組のインターネット配信に係る権利処理に対応するだけの人員が足りないこと**」、「**放送番組のインターネット配信に係る権利処理についてノウハウがなく、何をすればいいかわからないこと**」といった回答が多く挙げられた。

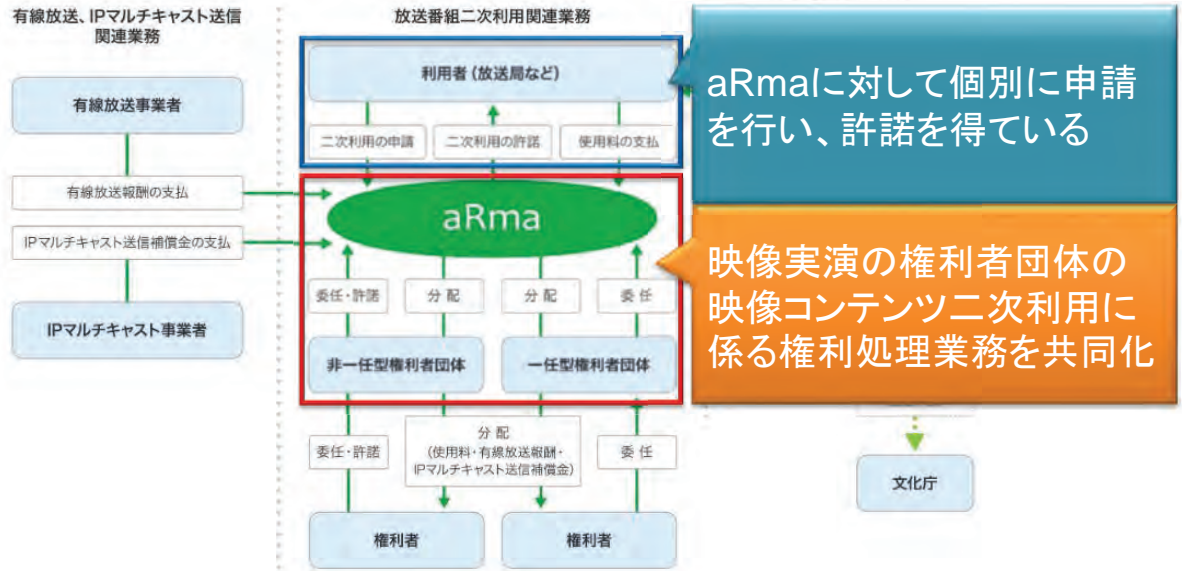
【ローカル局（※）が放送コンテンツのインターネット配信を行う際に最も大きな課題と考えるもの】

※ 民間地上基幹放送事業者（テレビジョン放送）のうち、在京キー局5社を除く122社を対象に実施（令和4年11月24日～12月23日）

選択肢	回答数	割合
放送番組のインターネット配信に係る権利処理についてノウハウがなく、何をすればいいかわからないこと	21	23%
放送番組のインターネット配信に係る権利処理に対応するだけの人員が足りないこと	30	33%
放送番組のインターネット配信に係る権利処理に必要な使用料について、予算の制約があること	7	8%
どれだけスポンサーが付くかわからないなど、ビジネスモデルとして成り立つか経営判断が困難なこと	25	27%
特にない	1	1%
その他	7	8%
総計	91	

出典：総務省「放送コンテンツ等のネット配信に係る権利処理の実態等に関する調査研究」（2022年度）

- （一社）映像コンテンツ権利処理機構（aRma）は、権利処理の効率化を実現し、急増する「コンテンツの二次利用」のニーズに応えていく観点から、映像実演の権利者団体（※）が**放送コンテンツのインターネット配信を含む、映像コンテンツの二次利用に係る業務を共同化**。
- ※ 一般社団法人 日本音楽事業者協会、公益社団法人 日本芸能実演家団体協議会、一般社団法人 日本音楽制作者連盟、一般社団法人 映像実演権利者合同機構、一般社団法人 演奏家権利処理合同機構 MPN
- 利用者である**放送局**などはaRmaに対して、**個別に申請を行い、許諾を得ている**状況。



出典：aRmaウェブサイト（<https://www.arma.or.jp/>）の情報を参考に事務局作成

デジタルアーカイブに関する我が国の取組

- デジタルアーカイブについては、我が国の知財戦略においても重要課題の一つに位置付けられている。
- 政府においては、各分野のアーカイブ機関等との連携による「デジタルアーカイブジャパン」の体制を整備して取組を進めており、当該体制の下で、デジタルアーカイブ利活用の分野横断プラットフォームであるジャパンサーチを整備し、デジタルアーカイブの拡充と利活用の取組を促進している。

知的財産推進計画2023（2023年6月9日知的財産戦略本部決定）抜粋

7. デジタル時代のコンテンツ戦略（5）デジタルアーカイブ社会の実現

デジタルアーカイブは、社会が持つ知や、文化的・歴史的資源等の記録を未来へ伝えるとともに、イノベーションの源泉ともいべきコンテンツやそのメタデータの共有基盤となるものであり、教育、研究や、観光、地域活性化、防災、ヘルスケア、ビジネスなど、様々な分野における利活用が期待される。デジタルアーカイブが日常的に活用され、多様な創作活動を支える「デジタルアーカイブ社会」の実現は、知的資産の交流・融合を通じた新たな価値創造の活性化を目指す我が国の知財戦略においても、重要課題の一つに位置付くものである。

このようなデジタルアーカイブの意義を鑑み、政府においては、各分野のアーカイブ機関等との連携による「デジタルアーカイブジャパン」の体制を整備して取組を進めている。すなわち、この推進体制の下で、デジタルアーカイブ利活用の分野横断プラットフォームであるジャパンサーチを整備し、2020年にこれを正式公開するとともに、さらに、ジャパンサーチを核として、デジタルアーカイブの拡充と利活用の取組を促すよう、2025年までの「戦略方針」、「アクションプラン」及び「工程表」を定め、各分野の連携アーカイブ機関等における取組を推進している。



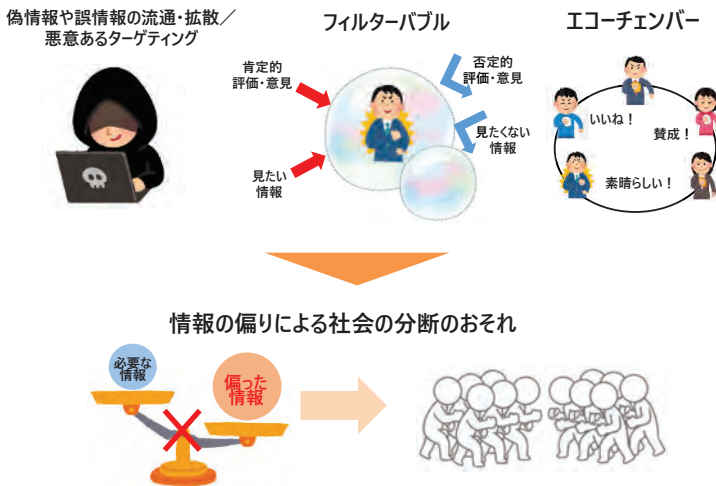
出典：3か年総括報告書～我が国が目指すデジタルアーカイブ社会の実現に向けて（令和2年8月19日 デジタルアーカイブジャパン推進委員会・実務者検討委員会）

- インターネット空間では、人々の関心や注目の獲得が経済的な価値を持つ「アテンションエコノミー」が形成。アテンションの獲得のための偽情報や誤情報の流通・拡散、レコメンド等によるフィルターバブル（※1）、エコーチェンバー（※2）や悪意あるターゲティングといった問題が国内外で顕在化することで、情報の偏りによる社会の分断を発生させるおそれが生じている。

（※1）「フィルターバブル」：アルゴリズムがネット利用者個人の検索履歴やクリック履歴を分析し学習することで、個々のユーザにとっては望むと望まざるとにかかわらず見たい情報が優先的に表示され、利用者の観点に合わない情報からは隔離され、自身の考え方や価値観の「バブル（泡）」の中に孤立するという情報環境。（「令和元年度情報通信白書」の記載を参考（<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/html/nd114210.html>））

（※2）「エコーチェンバー」：ソーシャルメディアにおいて、本人と似た興味関心をもつユーザのみとコミュニケーションする結果、意見を発信すると本人と似た意見が返ってくるという状況を、閉じた小部屋で音が反響する物理現象にたとえたもの。（「令和元年度情報通信白書」の記載を参考（<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/html/nd114210.html>））

<インターネット空間> 「アテンションエコノミー」が形成



<事例>

○ 英・ケンブリッジ・アナリティカ社は、Facebook上の性格診断アプリの設問から収集した個人情報及び当該個人の友人関係にある個人情報計8,700万人分を取得していたケンブリッジ大学心理学教授のアレクサンドル・コーガン氏から当該個人情報の横流しを受けて不正取得。

○ 同社は個人の行動データを人工知能（AI）で分析し、ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス（SNS）を使って選挙時の投票行動に影響を与えるビジネスを運営。2016年の米大統領選ではトランプ陣営に有利になるように「情報戦」をしかけたとされている。

【出典】

「データ独占に募る不信 フェイスブック、米で規制強化論」
（<https://www.nikkei.com/article/DGXMZ028396370Q8A320C1EA2000/>、日経電子版2018年3月21日）

「ネットでの誹謗中傷やフェイクニュース、総務省が規制に本腰...背景を探る」
（<https://www.yomiuri.co.jp/science/20220708-OYT1T50126/>、読売新聞オンライン2022年7月16日）等

○ 共和党を否定的に考える民主党支持者の割合と、民主党を否定的に考える共和党支持者の割合は、いずれも大幅に上昇しており、米国の政治的分断がさらに進んでいる。

【出典】

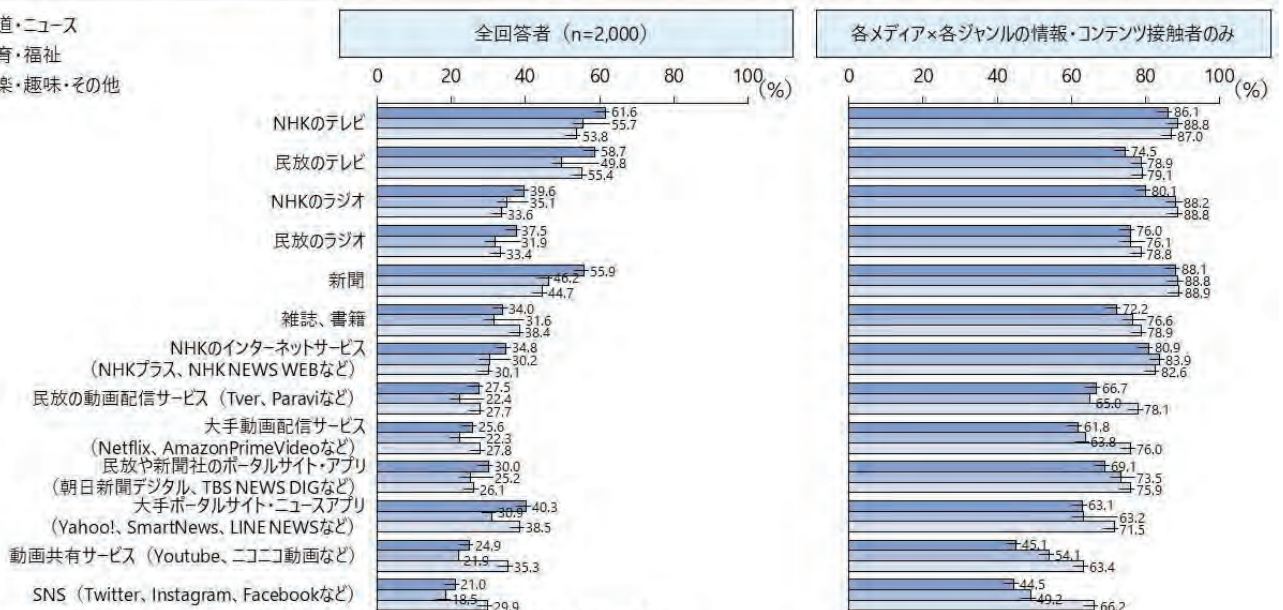
「憎しみ合う民主党と共和党、米2大政党の「分断」が加速」
（<https://forbesjapan.com/articles/detail/49711>、Forbes JAPAN）

メディアの信頼性①

- 野村総合研究所によるアンケートによれば、メディア・情報源が発信する情報・コンテンツとして、NHK・民放のテレビ・ラジオ及び新聞に対して高い信頼が寄せられている。

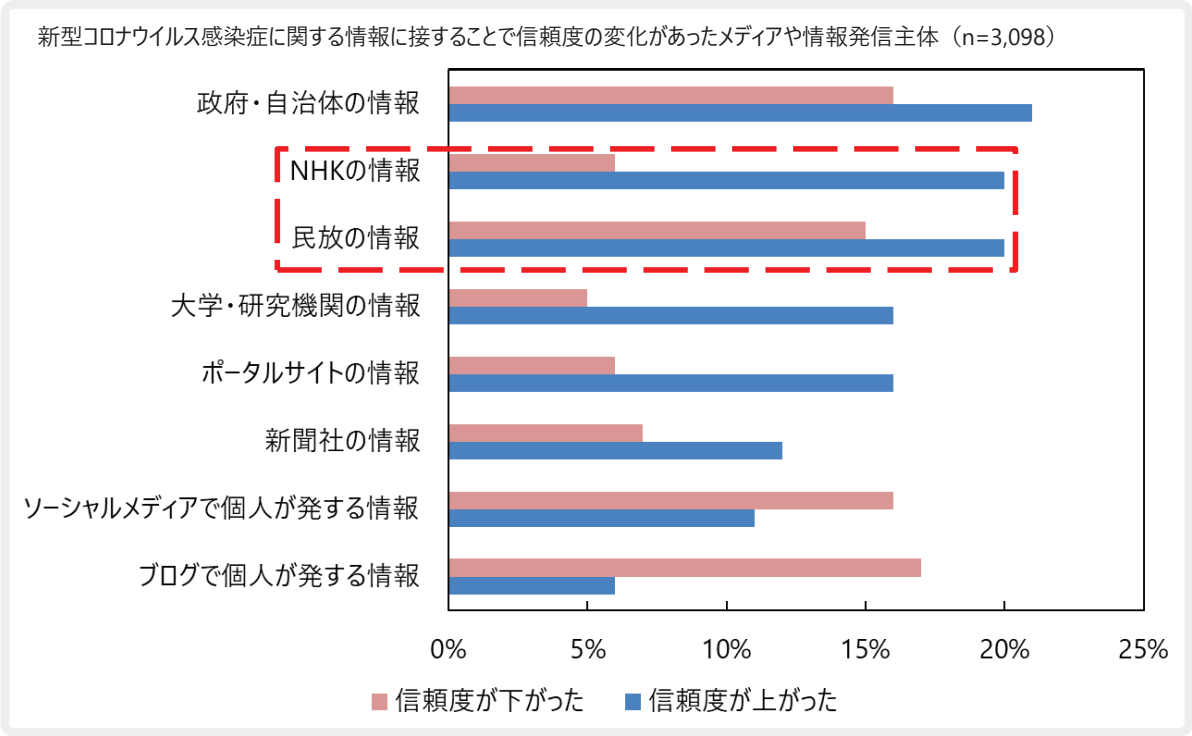
Q7, 9, 11. あなたは以下のメディア・情報源が発信する各ジャンルの情報・コンテンツを信頼していますか。それぞれ1つお答えください。（SA）

- 報道・ニュース
- 教育・福祉
- 娯楽・趣味・その他



注) 各設問における選択肢「信頼している」「どちらかという信頼している」を信頼している人として計算。各メディア×各ジャンルの情報・コンテンツ接触者のn数はメディア・ジャンル毎に異なる。

- 野村総合研究所による「新型コロナウイルス感染拡大による生活の変化に関するアンケート」（2020年4月）によれば、新型コロナウイルス感染症に関する情報に接することで信頼度が上がったメディアとして NHK や民放が上位に挙がっている。



出典：野村総合研究所「テレビ放送の役割変化：情報源としての位置づけ低下と家族メディアとしての回帰」(https://www.nri.com/jp/keyword/proposal/20200519/02) を元に総務省が作成

プラットフォーム等の活用による放送コンテンツのインターネット上における流通促進方策に関する英国の動向

- 英国では、報道、地域、文化、教育等バランスが取れた多様なコンテンツを提供し、幅広く国民の異なるニーズや関心に応えることを目的とした「**公共サービステレビジョン放送 (PSB)**」制度が設けられており、指定を受けたPSBチャンネル(※)を、衛星放送等の多チャンネル放送サービスの**電子番組表 (EPG) 上で優先表示 (プロミネンス) することを義務付ける措置等**が実施されている。
- インターネット動画配信サービスの急速な普及を受けて、2023年3月にデジタル・文化・メディア・スポーツ省 (DCMS) が発表した**メディア法案**では、**PSB事業者 (※) が提供するインターネット番組サービス (IPS)**を、スマートTV等、主に**テレビジョン番組の視聴のために使用される装置上**で、**プロミネンスすることを義務づける措置**が盛り込まれている。

※BBCのすべてのチャンネル、Channel3の各サービス、Channel4、Channel5、S4CがPSBチャンネルに該当し、これらのチャンネルに番組を提供しているBBC、S4C、ITV、C4C、Channel5の提供者 (ViacomCBSが所有) がPSB事業者として定義されている。

メディア法案の項目

1. 公共サービステレビジョン放送の業務範囲
2. **テレビ・セレクトジョン・サービスにおけるプロミネンス制度の導入**
3. PSB事業者に関する見直し
4. オンデマンド番組サービスへの規制の導入
5. 民放ラジオ規制の緩和
6. 音声デバイスの規制の導入

	従来のプロミネンス制度	メディア法案における新たなプロミネンス制度
制度趣旨	・ PSBはバランスが取れた多様な番組を提供し、幅広く国民の異なるニーズや関心に応えること	・ インターネット動画配信サービスの急速な普及を踏まえ、なお上記のPSBの役割を維持すること
プロミネンスの義務を課される対象	・ Ofcomより免許を受けた電子番組表 (EPG) 提供者事業者 (Freeview HD/Freetime、Sky Electronic Programme Guide、Virgin Media EPG、等)	・ 国務大臣が指定するテレビジョン・セレクトジョン・サービス (TSS) ※指定されるTSSは スマートTV等、主にテレビジョン番組の視聴のために使用される装置を想定 。 <TSSの定義> インターネットに接続されており、ユーザーが複数の番組や、番組サービスを行ったり来たりして、選択することを可能にするようなサービス。
プロミネンスを受ける対象	・ PSB事業者が提供するチャンネル等 (チャンネルは、BBCのすべてのチャンネル、Channel3が提供する各サービス、Channel4、Channel5、S4C、等)	・ Ofcomが指定する、 PSB事業者が提供するインターネット番組サービス (IPS) 。 ※報道、地域、文化、教育等、PSBとしての目的を果たすコンテンツがサービス内で見つけやすくなっていることが、指定要件 <IPSの定義> インターネットを介して、番組を提供することを主な目的とするサービス。
プロミネンスの手法	・ PSB事業者の5つの全国総合編成チャンネル (BBC1、BBC2、Channel3、Channel4 (※)、Channel5) をEPGの上位5スロットに配置すること等 ※ウェールズ地域ではS4Cを配置。	・ 指定TSSは指定IPSを、それぞれ適切な度合いで優先表示 すること。 ・ 具体的なプロミネンスの手法はOfcomがコードにて定めると共に、指定TSSと指定IPSとの間で締結される協定において決定される。

出典：DCMS[2023] MEDIA BILL EXPLANATORY NOTES
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1146694/1285-HH-Media_Bill_Explanatory_Notes_29.03.pdf

放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ取りまとめ（案）の概要

視聴者の視聴スタイルの多様化、動画配信サービスの急速な伸長など放送コンテンツを取り巻く環境が変化
中、コンテンツ産業を牽引する放送が、これまで果たしてきた社会的役割を引き続き果たしていくための課題と対応策を取りまとめ。

制作・流通環境の改善

人材の確保・育成

- ◆ 放送事業者には放送対象地域外への発信（インターネット配信や海外展開）を意識した制作機会、これに対応できる人材が不足
- ▽
- ✓ 先進的に取り組んでいる事業者との共同制作の機会を通じ、デジタル技術の活用や契約交渉、権利処理のノウハウ等の事業者間の共有を図る

製作取引の一層の適正化

- ◆ 放送事業者と番組制作会社間の認識の乖離やガイドラインで整理した著作権の帰属に関して類型に当てはまらない事例が存在するとの指摘
- ▽
- ✓ 実態調査・指導を徹底するとともに、検証・検討会議で必要な措置を検討
- ✓ 番組制作会社の働き方改革にも留意

我が国・地方の魅力の世界発信

取引機会の拡大

- ◆ 国際見本市へ出展しても、個社の取組だけでは取引機会の獲得やネットワーク構築が困難
- ▽
- ✓ 個社による国際見本市での取引機会の獲得やネットワーク構築の試みの効果を高める共同プロモーションの実施
- ✓ デジタル基盤を活用した通年での情報発信や取引が可能となる環境整備 等

意欲あるローカル局等の後押し

- ◆ 総務省事業を活用して地域の魅力発信を通じて地方創生に貢献するローカル局等はあるが、海外事業者との共同制作の機会・ノウハウ不足、地域との連携機会の確保などが課題となり、自走化に至る事例がわずか。
- ▽
- ✓ 海外事業者との共同制作の機会や地域と連携した地域情報発信の機会など、意欲ある者がチャレンジできる機会の提供

インターネット配信の促進

ローカル局による取組の促進

- ◆ 放送が社会的役割を果たしていくためには、視聴スタイルの多様化に対応し、インターネット配信を充実させることが必要
- ◆ ローカル局ではデジタル技術の活用や契約交渉、権利処理のノウハウ・人材が不足
- ▽
- ✓ ローカル局が契約交渉や権利処理を円滑に実施できるノウハウの獲得等に向けた官民連携による検討 等

配信プラットフォームの在り方

- ◆ インターネット経由での視聴において、放送が期待される役割を果たし続けるためには、視聴者が信頼性の高い放送コンテンツを容易に視聴できる環境が必要。
- ▽
- ✓ コネクテッドテレビ上で放送コンテンツが視聴しやすい一覧性等の表示・操作性が確保される入口（仮想的プラットフォーム）からの適切な導線の実現

**放送業界に係るプラットフォームの在り方
に関するタスクフォース
取りまとめ(案)**

2023年(令和5年)9月6日

目次

1. 基本認識	2
2. 課題とその検討の方向性	3
(1) 地上放送の放送ネットワークインフラの効率化	3
(2) 衛星放送における番組制作	5
(3) 放送コンテンツのインターネット配信の推進	8
(4) 衛星放送の放送ネットワークインフラの効率化	10
(5) 国際発信の強化	12
3. 今後の進め方	14

参考資料集

- 参考1 開催要綱
- 参考2 開催状況
- 参考3 タスクフォースにおける各検討項目に係る参考資料
- 参考4 ヒアリング資料

1. 基本認識

放送は、有限希少な電波を用いて不特定多数に同時に同じ情報を提供する手段として大きな社会的影響力を有しており、放送事業者は、放送法（昭和 25 年法律第 132 号）の規定に基づいて、災害情報など公共性の高い情報をあまねく伝えるとともに報道は事実を曲げないですること等の番組準則に則って、「質の担保された情報」を提供する責務を有している。その中で、我が国の放送は、受信料を財源とする公共放送である日本放送協会（以下「NHK」という。）と、主に広告料収入を財源とする地域のローカル局を含めた民間放送事業者（以下「民放」という。）による二元体制の下、互いに切磋琢磨し創意工夫を凝らして質の高い放送番組を制作・放送し、生活や経済活動に欠かせない国民の情報基盤としての使命を果たしてきた。

近年、ブロードバンドやスマートフォン等の急速な普及に伴い、国民・視聴者が社会生活を営む中で必要な情報を入手する方法の多様化が進み、放送等の伝統メディアからインターネットへと移行しつつある。他方、インターネットについては、膨大な情報が氾濫する中で、個々人の考え方に合わない情報からは隔離され自身の価値観の中で孤立してしまうフィルターバブルや、フェイクニュース等の問題が指摘されている。

こうしたフィルターバブルやフェイクニュース等の問題が顕在化するデジタル時代においてこそ、「質の担保された情報」としての放送の価値に対する期待は益々高まっていると言える。また、我が国の放送番組は、コンテンツ産業の 3 割近くを占めており¹、我が国を牽引する産業分野としても期待が高まっている。

国民・視聴者のいないところに放送の未来はない。国民・視聴者の視聴スタイルの急速な変化を明確に意識して、デジタル時代においても放送コンテンツが国民・視聴者に確実に届くために、放送全体で速やかに対応していく必要がある。

特にNHKは、放送法に根拠を置き、その運営や業務について同法で規定され、受信料を財源とする公共放送として、「豊かで、かつ、良い放送番組」²を提供することに加え、放送全体のプラットフォームとして、放送番組の流通を支え、二元体制を基本とする我が国の放送業界全体の発展に貢献していくことが求められている。

本タスクフォースでは、国民・視聴者の視点に立ち、NHKと民放双方の放送コンテンツが効率的かつ効果的に届けられるようにするための「あるべき姿」の実現に向けた課題とその検討の方向性を提示する。

¹ 「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査（令和 5 年 6 月）」（総務省情報通信政策研究所）によれば、2021 年（令和 3 年）における我が国のコンテンツ産業の市場規模 12 兆 4,719 億円のうち、地上テレビ番組の規模は 2 兆 6,951 億円（21.6%）、衛星・CATV 番組の規模は 8,556 億円（6.9%）となっている。

² 放送法第 81 条第 1 項において、「協会は、国内基幹放送の放送番組の編集及び放送に当たっては、第四条第一項に定めるところによるほか、次の各号の定めるところによらなければならない。」として、同項第 1 号において「豊かで、かつ、良い放送番組の放送を行うことによつて公衆の要望を満たすとともに文化水準の向上に寄与するように、最大の努力を払うこと。」と規定されている。

2. 課題とその検討の方向性

(1) 地上放送の放送ネットワークインフラの効率化

<現状>

- ・ NHKは、中波放送と超短波放送のいずれか及びテレビジョン放送が全国において受信できるように措置することが義務付けられている³。民放は、その放送対象地域内で放送があまねく受信できるように努めることとされている⁴。
- ・ 現状、全ての放送事業者がハード・ソフト一致の形態を選択し、自らが免許人としてハード（親局・中継局）を構築し、保有・運用・維持管理している。
- ・ 地上波中継局の「共同利用」の実現を可能とする放送法及び電波法の一部を改正する法律（令和5年法律第40号）が成立している。
- ・ NHKは、「NHK経営計画（2021-2023年度）」（2023年1月修正）において、「運用共同化」・「共同建設化」を含め、「ネットワークコスト削減等、視聴者の将来負担の軽減につながる先行支出等」として「総額600億円」を計上しているところ。
- ・ 一般社団法人日本民間放送連盟は、中継局の共同利用を最重要課題として掲げ、その前提として、持続的な経済合理性の確保及び地域事情への配慮を求めている。

<課題>

- ・ 国民・視聴者が質の高い放送コンテンツを視聴できる持続可能な仕組み作りとして、放送ネットワークインフラの効率化が必要ではないか。
- ・ 地上波中継局の共同利用については、NHKと民放の自主的な検討を尊重すべきだが、それだけで十分か。全国各地の民放ローカル局の実情を汲みつつ、民放ローカル局の具体的な経営の選択肢を増やすべく、NHKと民放が具体的に協議を進める場が必要ではないか。

<検討の方向性>

- ・ 地上波中継局の「共同利用」の実現を可能とする放送法及び電波法の一部を改正する法律（令和5年法律第40号）の成立を受けて、その早期実現に向け、競争法を遵守した形で、**NHK、民放キー局、民放ローカル局等の関係者からなる全国レベル及び地域レベルでの協議の場を年内目途に設置⁵すべき。**
- ・ その協議の場においては、**民放ローカル局の参画も得ながら地域事情を踏まえるとともに、全国に地域放送局を有するNHKは、地上波中継局のコスト分析や仕様検討等、競争法を遵守しつつ、中心的な役割を果たすべき。**

³ 放送法第20条第5項において、「協会は、中波放送と超短波放送とのいずれか及びテレビジョン放送がそれぞれあまねく全国において受信できるように措置をしなければならない。」と規定されている。

⁴ 放送法第92条において、「特定地上基幹放送事業者及び基幹放送局提供事業者（電波法の規定により衛星基幹放送の業務に用いられる基幹放送局の免許を受けた者を除く。）は、その基幹放送局を用いて行われる基幹放送に係る放送対象地域において、当該基幹放送があまねく受信できるように努めるものとする。」と規定されている。

⁵ 少なくとも全国レベルの協議の場は、年内を目途に設置すべき。

【関連する構成員等の主な意見】

- NHKとの協力が具体化できなければ、致命傷になるローカル局も出てくると思われる。できる限り多くの放送コンテンツが今後も持続的に提供できる環境整備につながるよう議論を尽くすべき。(第1回：落合構成員)
- 放送のハード設備は構造転換を進めてコストを下げ、受信料を下げるなどしなければ若い人はテレビから離れてしまう。(第1回：坂本構成員)
- 本タスクフォースとしては、少なくとも大きな方向性を示し、関係者が前向きに議論できる「場」の設定を考えるべき。(第1回：曾我部構成員)
- 独禁法の観点でカルテルにならないような配慮は必要であり、共同発注行為や共同購入に一定の制限はあり得る。競争法上適正に行える範囲になっているか検討する可能性はあるが、具体的な議論の進捗に合わせて議論していくことが大事ではないか。(第2回：落合構成員)
- NHKと民放の協議について、全国レベルでの議論をしていくのに加えて、地域レベルでのNHKと民放ローカル局との協議の場も必要。それぞれの議論を共有して円滑に進めることのほか、地域ごとの状況を踏まえた議論にしておくためにも必要。(第3回：落合構成員)
- 県単位の個別分析が必要で、細やかなコンサルティング的アプローチをNHKに支援いただきたい。(第3回：クロサカ構成員)
- 中継局の共用については、議論を急ぐべき。競争法の観点を配慮しながら、一元化できるような議論の場所を早急に設ける必要がある。地域や場所によっては複雑な個別事情があるとのことであり、詳細を把握しながらの対応が重要。少し矛盾するが、急いで丁寧に進めて行く必要。NHKや民放だけではなく総務省も一体になって検討する必要がある。(第4回：クロサカ構成員)
- 持続可能性のある二元体制の維持・強化に向け、放送ネットワークの最適化について、民放と連携を深めて推進していきたい。個々の事業者の判断の尊重を前提に、適切な情報交換、勉強会等の実施から開始していきたい。(第1回：NHK)
- 地上波中継局（共同利用）については、経済合理性の確保と地域事情への配慮が大前提。(第1回：一般社団法人日本民間放送連盟)
- 民放が受け入れやすいNHKからの提案を待っている。当事者間の検討を見守りつつ、ニーズに合致した環境整備の後押しを。(第2回：一般社団法人日本民間放送連盟)
- 可視聴エリアの拡充は緊急災害時の放送のために重要と認識。また、共同利用の推進は財務上メリットがあり、検討の価値はある。(第2回：東京メトロポリタンテレビジョン株式会社)
- 全局が1台の放送機から電波発射出来れば、設備の省電力化、経費削減に寄与すると考える。ただ、各社の現状設備の更新時期と放送機統一化の時期を合わせるのが困難か。(第2回：株式会社テレビ神奈川)
- 中継局の共同利用について、ローカル局の負担軽減につながるのであれば賛成。地域事情などに配慮すべき。(第3回：株式会社テレビ大分)
- ハード会社への期待はあるが、NHKと民放の間で耐用年数や設備の仕様・コストの考え方が異なるほか、新たに発生する「会社の運営コスト」をどのように回収するかという課題もある。経済合理性は地域ごとに見極める必要がある。(第3回：株式会社南日本放送)

(2) 衛星放送における番組制作

<現状>

- ・ NHKは、基幹放送普及計画（昭和 63 年郵政省告示第 660 号）において、BSプレミアムについて外部制作事業者の企画・制作能力を放送番組に活用することが求められており、外部制作比率の努力目標⁶が規定されている。
- ・ NHKは、BS右旋の3波（BS1・BSプレミアム・BS4K）の見直しとして、2023年（令和5年）12月に新BS2K（NHK BS）と新BS4K（NHK BSプレミアム4K）に再編し、2024年（令和6年）3月末をもってBSプレミアムを削減する予定⁷としている。

<課題>

- ・ NHKが公共放送として「豊かで、かつ、良い放送番組」を提供するためには、放送番組の役割や特性を踏まえつつ、多様な企画や専門性を持つ外部制作事業者との連携を進めていくことが必要ではないか。
- ・ 我が国コンテンツ産業の発展に資する観点から、NHKによる放送全体への貢献という役割を踏まえ、コンテンツ産業の重要なプレイヤーである外部制作事業者との連携を進めていくことが必要ではないか。
- ・ 多様性を生み出す観点から、番組制作会社のみならず、民放ローカル局やケーブルテレビにもできることがあるのではないか。
- ・ NHKの有する様々な優れたノウハウ等の普及につながるよう、外部制作事業者との連携を促し、我が国の映像産業の底上げ、競争力の強化につながるようにしていくべきでないか。

<検討の方向性>

- ・ 本年（令和5年）12月からのNHK衛星放送の再編に伴い、現行の外部制作比率の努力目標に代わり、実質的に現行以上となるよう、**NHK新BS2K・新BS4Kそれぞれについて、「外部制作事業者に著作権が帰属する放送番組（外部制作事業者及びNHKの双方に帰属するものを含む。）」を対象とする新たな目標を設定することとし、総務省において関係者の意見を踏まえつつ検討の上、本年12月の衛星放送の再編にあわせて基幹放送普及計画を改正すべき。**また、NHK及び総務省は、**新たな目標について外部制作事業者に周知すべき。**

⁶ 基幹放送普及計画に規定されている外部制作比率の努力目標は、以下の（1）及び（2）のとおり。
（1）各年度の総放送時間のうち、①外部制作事業者（国内の事業者に限る。以下この注釈において同じ。）に制作委託した放送番組及び②NHKと外部制作事業者とで共同制作した放送番組の放送時間が占める割合が16%以上。

（2）各年度の総放送時間のうち、①企画競争によって制作委託した放送番組（NHKの子会社への委託を含む。）及び②外部制作事業者が制作に参加した放送番組の放送時間が占める割合が50%以上。

⁷ NHKは、2024年（令和6年）3月末のBSプレミアムの削減について、2023年（令和5年）12月より、BSプレミアムの画面上で周知を行う等、削減の円滑な実施に取り組むこととしている。

- ・ 放送コンテンツの二次利用促進に向け、放送コンテンツ製作取引における著作権等の帰属等⁸の基本的な考え方を整理した「**放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン**」⁹の一層の普及・定着を図るべき。
- ・ 外部制作事業者への発注方法を含め、「豊かで、かつ、良い放送番組」の制作につながる**質的な側面を考慮した目標や評価方法**について検討すべき。

⁸ 二次使用料の分配を含む。

⁹ https://www.soumu.go.jp/main_content/000720416.pdf

【関連する構成員等の主な意見】

- NHKが様々な作り手との協働に役割を見いだしているのであれば、様々な制作事業者を活用し、広く生活者に有意義な情報を提供する存在であってほしい。（第1回：仙北構成員）
- 情報空間の多様性や人材育成などの面でも外部制作会社の役割は大きく、外部制作比率の設定は重要。（第2回：曾我部構成員）
- 衛星放送を支えてきた制作会社は有力なプレイヤーであり、NHKの衛星放送の魅力、維持発展の解を、NHKが示していくことが重要。NHKをうまく使うことによって、日本の多様性がより出てくるときの、その元になるものが実は制作会社だったり、ローカル放送局だったり、場合によってはケーブルテレビだったりということに、今以上にすることができるのではないか。（第2回：音教授）
- BSの外部制作比率のように国の目標として定めるほかにも、中期経営計画やその他公表される資料で番組制作者に予見可能な形で計画を具体的に示せないか。（第3回：落合構成員）
- NHKが様々な番組制作会社と連携を深めていければ、コンテンツの質がより高まることが期待されるため、広く生活者に有意義な情報を提供することにつながる。是非とも進めていただきたい。「番組制作会社が著作権を持つ番組」を外部制作比率の新たな努力目標にしようとするNHKの提案は非常に良い。番組制作会社との対話を進め、公共放送としてより良い番組作りに取り組んでいただきたい。（第4回：仙北構成員）
- 著作権の在り方については、NHKにも協力いただき、ATP（一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟）もさらに理解を深め、二次利用しやすくする検討をしていただきたい。（第4回：クロサカ構成員）
- 量と質、特に質をちゃんと担保しながら量的目標を達成するような目標マップみたいなものを考える必然性はないだろうか。（第4回：内山主査）
- 全映協（一般社団法人全国地域映像団体協議会）のアンケートでは、NHKが企画募集をしていることがあまり知られていないことが分かった。周知に関しては、NHKが取り組む必要もあるし、民間側で広める必要もある。（第5回：落合構成員）
- 個々の事業者を生き残らせるためというロジックではなく、視聴者に対してより質の高い番組を最終的に提供していくことを最終目標とするべき。前回会合でも言ったが、現実的なフィージビリティを考えていただくしかないと思う。数字の塩梅の決定については、総務省が基幹放送普及計画の中で適性に調整するのがバランスとしてよい。（第5回：内山主査）
- 新BS2K（NHK BS）・新BS4K（NHK BSプレミアム4K）に対し、波の特性や役割に合わせてそれぞれ努力目標を設定。対象の取引は「番組制作会社が著作権を持つ番組（NHKと共同保有を含む）」とする。（第3回：NHK）
- 前回会合で来年度からの衛星放送の外部制作比率について、新BS2K・新BS4Kのそれぞれの役割や特性を踏まえて、2波それぞれに努力目標を設定すること、対象取引は、番組制作会社が単独もしくはNHKと共同で著作権を持つ番組として、番組制作会社の権利確保に資することを示したが、この方針についてATPには御理解いただいたと受け止めた。（第4回：NHK）
- ATPとしては、BSの2チャンネルのそれぞれについて外部制作比率の目標が設定されること、また、これまでの指標の算定の考え方を変更し、「番組制作会社が著作権を持つ番組」を対象とすることについて、ATPの意見を踏まえていただいたものとして高く評価し、歓迎します。（第4回：一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟（ATP））

(3) 放送コンテンツのインターネット配信の推進

<現状>

- ・ NHKは、2020年（令和2年）4月より、地上放送の常時同時配信及び1週間の見逃し配信サービスとして、「NHKプラス」を開始。また、NHKがインターネット活用業務を行うに当たり民放と協力して取り組んでいくことは重要との観点から、NHKに対し、民放によるインターネット番組配信の円滑な実施に必要な協力をする努力義務¹⁰が課されている。
- ・ 民放各社は、無料動画配信サービス「TV e r」をはじめ、無料・有料を問わず見逃し配信等のサービスを提供している。

<課題>

- ・ 国民・視聴者からすれば、NHKや民放の放送コンテンツをテレビでもインターネットでも見たいというのが当たり前の時代になっており、放送事業者の競争領域は「放送」に閉じなくなっている。取材力や発信主体としての信頼性に裏打ちされた放送コンテンツに国民・視聴者が触れることのできる環境をインターネット上にも早急に確立することが必要ではないか。
- ・ その際、国民・視聴者の利便性を追求する観点から、「アクセス性」・「一覧性」の確保を目指すべきであり、そのプラットフォームの在り方としては、既にいくつかのプラットフォームが存在している現状を踏まえ、それぞれの特性を活かした検討を行うべきではないか。

<検討の方向性>

- ・ 国民・視聴者にとっての利便性確保の観点から、**民放ローカル局の意見も丁寧に聞きつつ、インターネット動画配信サービスによる動画の視聴データの適切な活用にも意識して、既存プラットフォーム間での連携や仮想的なプラットフォームの構築により、NHKと民放の地域情報を含めた放送コンテンツへの「アクセス性」及びその「一覧性」が確保できる環境を整備すべき。**
- ・ インターネット接続テレビ上での「アクセス性」・「一覧性」確保の在り方について、**放送事業者、メーカー等による検討体制を年内に設置すべき。実証事業を本年度から実施し、来年度を目途に、関係者の参照に資する技術仕様を策定すべく検討すべき。**その際、英国等における優先表示（プロミネンス）の動向等も参考にし、一覧性を確保するために必要となるメタデータの適切な取扱い等に留意して検討すべき。
- ・ 放送コンテンツの二次利用促進に向け、放送コンテンツ制作取引における著作権等の権利の帰属等の基本的な考え方を整理した「**放送コンテンツの制作取引適正化に関するガイドライン**」の一層の普及・定着を図るべき。

¹⁰ 放送法第20条第15項において、「協会は、第二項第二号の業務を行うに当たっては、全国向けの放送番組のほか、地方向けの放送番組を電気通信回線を通じて一般の利用に供するよう努めるとともに、他の放送事業者が実施する当該業務に相当する業務の円滑な実施に必要な協力をするよう努めなければならない。」と規定されている。

【関連する構成員等の主な意見】

- ・ 有料動画配信市場ではどんどん外資勢に押されている現状がある。直近では外資のシェアが半分を超えた。視聴者のネット接触時間の増長と合わせて、国内だけにシェアを持つことの危険を訴えたい。(第1回：内山主査)
- ・ 一視聴者としては放送のコンテンツをテレビでもネットでも見たいというのが当たり前になっている時代。一覧性を持ってインターネットでも民放もNHKも見たいという視聴者がいっぱいいると思う。(第2回：長田構成員)
- ・ NHKプラスやTVerにローカル局のコンテンツが乗り、それが探しやすくなるような一覧性のあるプラットフォームになることができれば、これは視聴者にとっても選択肢が広がる点で有益。(第2回：大谷構成員)
- ・ ネット配信の実証事業を行ってみれば、どういう課題があるのか気づきもあると思う。(第2回：長田構成員)
- ・ ニュースも含めたNHKと民放の一覧性のあるプラットフォームがあれば国民生活センターの啓発コンテンツのようなものも視聴者に届けやすい。課題を整理し、スピード感をもって推進していただきたい。(第2回：仙北構成員)
- ・ 視聴者から見て一覧性のある入り口からNHKプラスやTVerにリンクしていくようなプラットフォームが実現すれば、NHKが放送業界に貢献した十分な実績にもなるのではないかと。(第2回：大谷構成員)
- ・ 各ローカル局のアンテナショップが一堂に集まったプラットフォームという考え方について、そういうお客様を引き寄せるようなプラットフォームの在り方というのも考えていく価値があるという、よいヒントをいただけたと思う。(第3回：大谷構成員)
- ・ NHK・民放各社・ローカルなど色んなコンテンツが一覧性をもって見つけられるような形でプラットフォームを実現してほしい。NHKの地方局を核として真剣に考えていただきたい。(第3回：長田構成員)
- ・ テレビということで議論していると、日本のテレビ産業の中のいろんなバランスとかに目が行きがちだが、ネットメディアと戦うためにはどうしたらいいかを考えるべきであり、放送全体で何かしらのプラットフォームをつくっていくことが重要。物理的なプラットフォームに統一することではなく、複数のプラットフォームがあっても、それらが相互に連携したり、ひとつの窓の中に全部あることで、国民に一番リーチできるのではないかと。あわてて物理的に統一することに進まなくてもよい。仮想的・擬似的なプラットフォームをまずは目指すことが重要。(第3回：三友構成員)
- ・ 多様性に対応したプラットフォームのニーズがあると考える。文字放送なども含めた多言語対応など、海外の方や年配の方など多様な方がシンプルな操作で誰もが良い情報に触れられる役割を、放送事業者の共通プラットフォームで準備いただくことが公共的な役割として重要ではないかと。(第4回：坂本構成員)
- ・ テレビのチャンネルを合わせるように、その場所に行って視聴者自身の希望に応じて、好きなチャンネル・プラットフォームを選べるような場所、Netflixのプレゼンにもあった相互推奨があるとか、番組間の連携をたどってより興味の深掘りが出来るとかそういった緩やかなつながりを持って、日本のテレビのコンテンツの魅力を見せていく取組を急ぎ進めて行く必要がある。(第4回：松下構成員)
- ・ 放送由来のコンテンツは非常に信頼できる。その理由はコンテンツ作成にお金を掛けて、チェックも行っていることを踏まえ、これが放送で出ていくときに意味のある価値のあるもの、つまりはトラストの観点で、ネット配信の議論を進めていくことが必要である。(第4回：クロサカ構成員)
- ・ インターネット配信において重要なのは閲覧履歴等のデータを、明確な規律の下で適正に利用し、ユーザの便益の向上につなげることである。NHKと民放が連携した配信プラットフォームの拡充において、こうした配信データの取扱いや、放送における視聴データとの連携等の課題を解決する検討が必要である。(第4回：クロサカ構成員)
- ・ TVerが若い世代のユーザーも確保していることが分かり、テレビ離れが言われる中で心強く感じた。無料の短尺動画ばかりではなく、国内のしっかりしたコンテンツを見てもらうことは重要。(第5回：松下構成員)
- ・ キーワードは「連携を密にする」、「コミュニケーションを取る」である。TVerの業績が伸びているのは、ローカル局との密な連携やユーザーの声を聞いていることが要因であると思う。(第5回：仙北構成員)
- ・ NHKのプラットフォームにローカル局がコンテンツを出しても、地域の人に確実に届く仕組みがあるのかということや経済的なメリットがあるのかということが示されておらず、エリア事情も様々なので、多くのローカル局を交えた丁寧な議論が必要。(第3回：株式会社テレビ大分)

(4) 衛星放送の放送ネットワークインフラの効率化

<現状>

- ・ 衛星放送は、広域性・経済性・大容量性・高品質性という特徴を有するメディアである。
- ・ 制度上、ソフト（放送の業務）とハード（衛星）が分離しており、ハードについては、BS放送においては株式会社放送衛星システム（B-SAT）、CS放送においてはスカパーJSAT 株式会社が提供している。
- ・ 衛星放送は、高品質、高機能、多チャンネルのサービスを提供する放送メディアとして、その開始以来、成長を続けてきたが、近年では、インターネット動画配信サービスの台頭等を受け、市場規模、加入件数ともに横ばいないし減少傾向となっている¹¹。

<課題>

- ・ 衛星放送についても、地上放送と同様、国民・視聴者が質の高い放送コンテンツを視聴できる持続可能な仕組み作りとして、放送ネットワークインフラの効率化が必要ではないか。
- ・ 国民・視聴者にとっての衛星放送の意義を改めて認識しつつ、質の確保とコストの抑制の両立を図るため、共同衛星、管制の在り方等について専門的・実務的な検討の場が必要ではないか。

<検討の方向性>

- ・ 衛星放送の質の確保とコストの抑制の両立を図るため、**共同衛星、管制の在り方等について、株式会社放送衛星システム（B-SAT）、スカパーJSAT 株式会社等の関係者からなる検討の場を早急に設置**すべき。
- ・ その検討の場においては、共同衛星の打上げを視野に、関係者の理解を得つつ、質の確保とコスト抑制に資する課題の整理とその課題解決方策について検討し、可能なものについて**年度内を目途に中間報告**を行うべき。

¹¹ 放送を巡る諸課題に関する検討会「衛星放送の未来像に関するワーキンググループ」報告書（2021年10月29日）「第2章 衛星放送の現状・課題」「1. 衛星放送をめぐる環境の変化」による。

【関連する構成員等の主な意見】

- 衛星は営利事業とはいえ、日本にとって衛星放送がどうあるべきかという方針がなければ判断できない点もある。(第1回：クロサカ構成員)
- 衛星分野での共同衛星、管制など大きなコストの低下が期待できることについては、早期に検討の場を設ける必要。(第1回：大谷構成員)
- 衛星打上げのコストや共同衛星の運用実績も踏まえ、将来形について早期の整理が必要。専門的に議論できる場を総務省が整備することが重要。(第2回：落合構成員)
- 少し時間をかけて検討できるようなワーキンググループということもあり得る。(第2回：大谷構成員)
- 衛星放送がなくなるリスクは排除しなければならない。安く安定したサービス提供を合わせて考える必要があり、結論ありきではなくプロセスも当事者で話し合うことが重要。(第2回：音教授)

(5) 国際発信の強化

<現状>

- ・ NHKは、外国人向け・在外邦人向けにテレビ・ラジオ国際放送を実施している（一部、インターネットでも配信している。）。外国人向けのテレビ国際放送は、「NHKワールド JAPAN」として、報道、文化、情報、ドキュメンタリー、科学等の番組を放送している。
- ・ 放送法の規定¹²に基づき、我が国の文化、産業等の事情を海外へ紹介し、我が国に対する正しい認識を培うことにより、国際親善の増進及び外国との経済交流の発展等を図るとともに、在外邦人に対して必要な情報を提供するための要請放送を実施している。

<課題>

- ・ 国際的にも放送からインターネットへのシフトは進んでおり、国際発信についても、インターネットを含めた情報空間全体で考えていくことが必要ではないか。
- ・ 我が国コンテンツ産業の発展のため、海外との競争を意識しつつ、可能な範囲でNHKと民放とが協調して前向きに取り組んでいくことが必要ではないか。

<検討の方向性>

- ・ **NHK国際放送については、我が国国際発信のフラッグシップの役割を担うものとして、外国人や在外邦人のアクセス方法の見直しや提供コンテンツの充実等を図るべき。**具体的には、**①インターネット配信の強化**、**②コスト負担の軽減**（インターネット配信の活用による伝送コストの軽減等）、**③コンテンツ調達の内実**（番組制作の競争性・透明性の確保、民放や株式会社日本国際放送（JIB）等の外部リソースの活用等）、**④財源の内実**（要請放送交付金の使途、広告収入の可能性等）**を含め、それらの課題や課題解決方策について検討を行う場を早急に設置すべき。**
- ・ その際、NHKが国際放送で培ってきた**放送コンテンツの制作やローカライズ等のノウハウ・技術を放送業界全体で共有することについても検討**すべき。
- ・ 検討の結果は、可能なものについて**年内を目途に中間報告**を行うべき。

¹² 放送法第65条第1項において、「総務大臣は、協会に対し、放送区域、放送事項（邦人の生命、身体及び財産の保護に係る事項、国の重要な政策に係る事項、国の文化、伝統及び社会経済に係る重要事項その他の国の重要事項に係るものに限る。）その他必要な事項を指定して国際放送又は協会国際衛星放送を行うことを要請することができる。」と規定され、また、同法第67条第1項において、「第六十五条第一項の要請に応じて協会が行う国際放送又は協会国際衛星放送に要する費用及び前条第一項の命令を受けて協会が行う研究に要する費用は、国の負担とする。」と規定されている。

【関連する構成員等の主な意見】

- 本タスクフォースは、産業としてNHKと民放の「協調」の側面を取り上げる場であり、国内勢で日本のメディアシーンを盛り上げていきたいという趣旨。今後のインターネット空間・情報空間での他産業や海外との競争を意識したものであり、その趣旨を理解の上、前向きな議論をお願いしたい。(第1回：内山主査)
- NHKが国際的にもテレビからネットにシフトしていく中で、外国人に見ていただくという観点でインターネット配信を強化していく必要性が高まっている。(第3回：落合構成員)
- NHKの国際放送については国からの要請に基づく交付金が入っており、最終的には受信料と一体で使用されているため、交付金がどういう形で使われているのか分からない部分がある。NHK自体のガバナンス・透明性の向上のほか、様々なプラットフォームとしてのNHKの活用を考えていくに当たっては、どの財源がどのように使われているかについて、NHKの説明責任を問うていくことが大事。(第3回：落合構成員)
- NHKの国際放送は日本のフラッグシップとして役割を果たしている。国内で徴収した受信料で支弁することについてより理解を得ていくためにも、オールジャパンで国際に出て行くことは重要であり、そうすれば民放のコンテンツものせることの意味も出てくる。費用を支弁するひとつの方法として、海外向けについては広告収入を検討してもよいのではないか。(第3回：三友構成員)
- 編成によってあらかじめ調達方法が絞られてしまっているという側面があり、番組制作事業者の選定プロセスにおいて透明性や競争性を高める必要がある。(第3回：クロサカ構成員)
- NHKの国際放送については、これまでネット配信の強化、広告収入の可能性、番組制作の競争性の確保、国からの要請放送交付金を含めた財源の透明性等、様々な議論が展開されてきたが、いずれも重要な意見であったと感じている。本タスクフォースでは、国際放送の視聴環境の拡大や、放送コンテンツの拡充の観点での課題解決に向けて一定の方向性をつけているところであるが、更なる課題についても引き続き検討し具体化することが重要。(第4回：クロサカ構成員)
- 国際発信について、広告収入の可能性について検討いただきたい。その際、二元体制の維持を考えた時に、コンテンツを制作する際にNHKの行動原理が民放と同じになると二元体制の維持ができなくなる。NHKの行動原理を変えないような形で、広告料を原資とした民放への協力活動、民放への分配などを慎重に設計することは重要。(第4回：落合構成員)
- 今後海外で生活している現地の方々にどのようにリーチしていくのかということについて、NHKの様々な知見、必要なライセンスや二次利用などについて、放送事業者や制作会社等に提供いただけないか検討していただきたい。(第5回：クロサカ構成員)
- JIB（株式会社日本国際放送）の海外展開のためにどのような部分で協業できるか、日本のコンテンツが海外に出て行くために取り組めることがあるか、模索したい。本タスクフォースの議論の中でNHKが持つノウハウを認識したところ。膨大なコンテンツに字幕を付けたり、ローカライズする上で効率がいい体制ができているのではないかと思う。民放局の立場としては聞きづらいこともあるかもしれないため、BEAJの立場として、今後ヒアリングを進めて参考に行ける部分、共有できる部分の有無など聞いていきたい。(第5回：一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）)
- 本日の発表を聞いて、BEAJと協力していく余地があると感じた。連絡を密に取りたい。(第5回：株式会社日本国際放送（JIB）)

3. 今後の進め方

本タスクフォースは、2023年（令和5年）6月19日の第1回会合以降、約2ヶ月間で計6回の会合を重ね、公共放送NHKが放送全体のプラットフォームとして果たすべき役割について、国民・視聴者の目線で短期集中的に議論を重ねてきた。

本タスクフォースの役割は、各検討項目について現時点で何らかの結論を導くことではなく、今後、具体的な検討を進めていくための「道標」として、課題とその検討の方向性を示すことにある。それゆえに、今後は、本取りまとめにおいて示した「道標」に基づき、新たな検討の場において具体的な検討を進めていくことが何より重要となる。

インターネットを含め情報空間が放送以外にも広がる中、放送が今後もその社会的役割に対する国民・視聴者の期待に応えていくためには、インターネットメディアにおける海外勢との競争環境の現状も踏まえつつ、NHK、民放等の関係者が協調できる場所は協調を模索していく必要がある。

関係者の協調を進めるに当たっては、将来的な展望を見据えた上で、これまでは必ずしも関係が密でなかった場合も含めて「関係者」の範囲を捉え直し、その新たな「関係者」間においてコミュニケーションを取り、互いの課題を共有することから始めることが肝要である。

また、放送業界は、多様性と多元性の追求を基本テーゼのひとつとして持つ産業領域であることにも鑑み、個々の経営主体の意思や判断は尊重されるべきものであり、これを尊重しつつ、健全な情報空間の確保という社会的役割に対する期待に積極的かつ持続的に応えていくことが求められる。

本タスクフォースとしては、NHK、民放をはじめとする「関係者」が、こうした基本的認識の下、一丸となって精力的に検討を進めていくことを期待しており、本取りまとめがその一助となれば幸いである。

參考資料集

参考資料集 目次

参考1	開催要綱	参考-1
参考2	開催状況	参考-5
参考3	タスクフォースにおける各検討項目に係る参考資料	参考-8
参考4	ヒアリング資料	参考-29
(1)	日本放送協会(資料1-4)	参考-30
(2)	一般社団法人日本民間放送連盟(資料2-1)	参考-41
(3)	東京メトロポリタンテレビジョン株式会社(資料2-2)	参考-46
(4)	株式会社テレビ神奈川(資料2-3)	参考-49
(5)	音好宏 上智大学新聞学科教授(資料2-4)	参考-52
(6)	Netflix 合同会社(資料2-5)	参考-67
(7)	株式会社テレビ大分(資料3-1)	参考-88
(8)	株式会社南日本放送(資料3-2)	参考-94
(9)	日本放送協会(資料3-3)	参考-99
(10)	一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟(資料4-1)	参考-106
(11)	外部制作比率に関する質問への回答(第5回会合参考資料1)	参考-108
(12)	一般社団法人全国地域映像団体協議会(資料5-1)	参考-111
(13)	株式会社TVer(資料5-2)	参考-115
(14)	株式会社日本国際放送(資料5-3)	参考-131
(15)	一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構(資料5-4)	参考-135

参考 1 開催要綱

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
「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」開催要綱

1 背景・目的

本タスクフォースは、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（以下「検討会」という。）及びその下で開催される各ワーキンググループにおいて、デジタル時代においてNHKが担うべき役割について議論が進められる中、NHKによる「日本の放送業界への貢献」という観点も踏まえ、「放送業界に係るプラットフォーム」としての役割について、具体的な検討を行うことを目的とする。なお、既に検討会及びワーキンググループの検討項目となっているものも含め、本タスクフォースで一括して集中的に議論を行うものとする。

2 名称

本タスクフォースは「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」と称する。

3 検討項目

- (1) 地上波放送の中継局
- (2) 衛星放送の番組制作
- (3) インターネット配信
- (4) 衛星放送
- (5) 国際発信
- (6) その他

4 構成及び運営

- (1) 本タスクフォースの主査は、検討会座長が指名する。本タスクフォースの構成員は、主査が指名する。
- (2) 主査は、本タスクフォースを招集し、主宰する。
- (3) 主査は、必要があると認めるときは、主査代理を指名することができる。
- (4) 主査代理は主査を補佐し、主査不在のときは主査に代わって本タスクフォースを招集する。
- (5) 主査は、必要に応じ、必要と認める者を構成員又はオブザーバとして追加することができる。
- (6) 主査は、必要に応じ、構成員以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
- (7) その他、本タスクフォースの運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

5 議事の取扱い

- (1) 本タスクフォースの会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。
- (2) 本タスクフォースの会議で使用した資料及び議事要旨については、原則として

公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。

6 その他

本タスクフォースの庶務は、情報流通行政局放送政策課が行い、必要に応じて関係課と連携して行うものとする。

(別紙)

「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」
構成員名簿

(敬称略・五十音順)

<構成員>

(主査)	うちやま 内山	たかし 隆	青山学院大学総合文化政策学部 教授
	おおたに 大谷	かずこ 和子	株式会社日本総合研究所 執行役員法務部長
	おちあい 落合	たかふみ 孝文	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業 プロトタイプ政策研究所所長・シニアパートナー弁護士
	クロサカ	タツヤ	株式会社企 代表取締役
	さかもと 坂本	ゆか 有芳	鳴門教育大学学校教育研究科 教授
	せんぼく 仙北	ゆみ 由美	独立行政法人国民生活センター 広報部地方支援課長
	そがべ 曽我部	まさひろ 真裕	京都大学大学院法学研究科 教授
	ながた 長田	みき 三紀	情報通信消費者ネットワーク
	まつした 松下	もとこ 東子	株式会社野村総合研究所 プリンシパル
	みとも 三友	ひとし 仁志	早稲田大学大学院アジア太平洋研究科 教授

<オブザーバ>

日本放送協会
一般社団法人日本民間放送連盟

参考 2 開催状況

**「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」
開催状況**

○第1回（令和5年6月19日（月）15:00～）

- (1) 開催要綱の確認等
- (2) 放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォースについて
- (3) 現状と課題
- (4) 大臣挨拶
- (5) 日本放送協会説明
- (6) 意見交換

○第2回（令和5年6月29日（木）13:00～）

- (1) ヒアリング①
 - ・ 一般社団法人日本民間放送連盟
 - ・ 東京メトロポリタンテレビジョン株式会社
 - ・ 株式会社テレビ神奈川
- (2) 音教授プレゼンテーション
- (3) ヒアリング②
 - ・ Netflix 合同会社
- (4) 質疑応答・意見交換

○第3回（令和5年7月11日（火）10:00～）

- (1) ヒアリング①
 - ・ 株式会社テレビ大分
 - ・ 株式会社南日本放送
- (2) ヒアリング②
 - ・ 日本放送協会
- (3) これまでの議論の整理
- (4) 意見交換

○第4回（令和5年7月25日（火）10:00～）

- (1) ヒアリング
 - ・ 一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟
- (2) 論点整理
- (3) 意見交換

○第5回（令和5年8月4日（金）10:00～）

(1) ヒアリング

- ・ 一般社団法人全国地域映像団体協議会
- ・ 株式会社TVer
- ・ 株式会社日本国際放送
- ・ 一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構

(2) 論点整理

(3) 意見交換

○第6回（令和5年8月25日（金）13:00～）

(1) 取りまとめ案

(2) 意見交換

**参考3 タスクフォースにおける各検討項目
に係る参考資料**

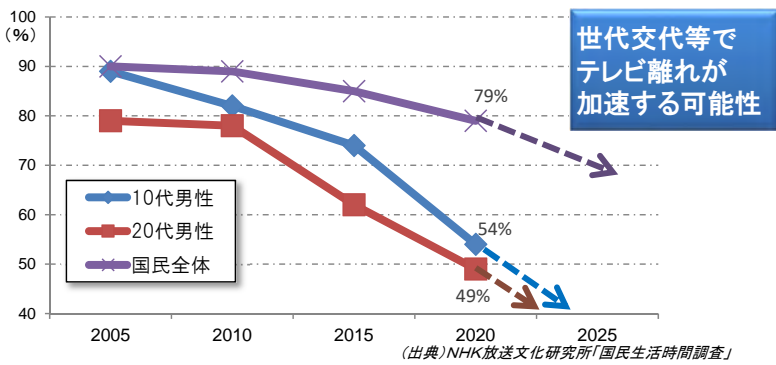
0. 背景

1. 地上放送の放送ネットワークインフラの効率化
2. 衛星放送における番組制作
3. 放送コンテンツのインターネット配信の推進
4. 衛星放送の放送ネットワークインフラの効率化
5. 国際発信の強化

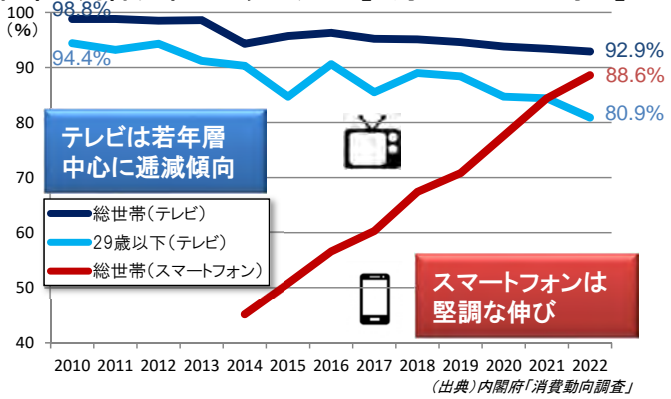
0. 背景

若者を中心としたテレビ離れ

■1日15分以上テレビを見る率（「行為者率」：平日平均）

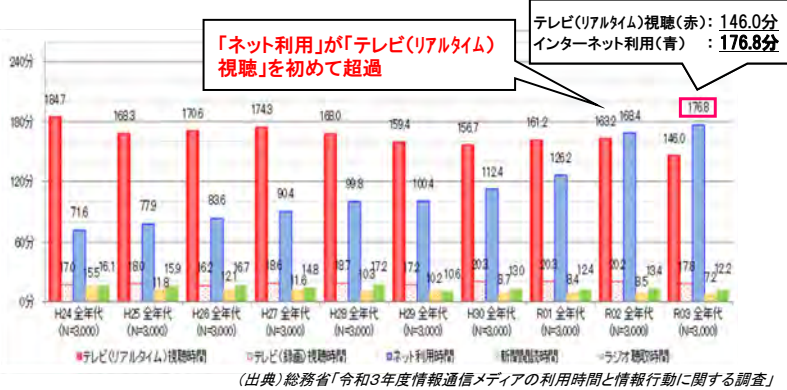


■世帯主別普及率「カラーテレビ」対「スマートフォン」

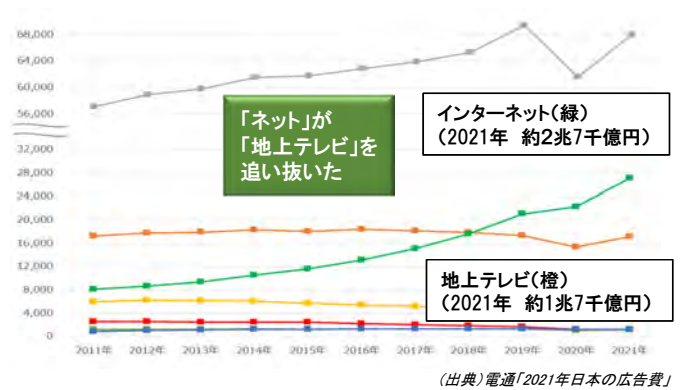


インターネット利用の進展

■主なメディアの平均利用時間（全年代・平日）



■日本の広告市場「テレビ」対「インターネット」



「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」取りまとめ（令和4年8月5日公表）の概要

（座長：三友仁志・早稲田大学大学院アジア太平洋研究科教授）

放送を取り巻く大きな環境変化

- ブロードバンドの普及、動画配信サービスの伸長
- 「テレビ離れ」、情報空間の放送以外への拡大
- 人口減少の加速

デジタル時代における放送の意義・役割

- 災害情報や地域情報等の「社会の基本情報」の共有
- 取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信
- 情報空間におけるインフォメーション・ヘルスの確保

2030年頃の「放送の将来像」

設備コストの負担軽減

ブロードバンド基盤やデジタル技術を積極的に活用

① 放送ネットワークインフラ

- 小規模中継局等の「共同利用型モデル」
⇒ **柔軟な参入制度、NHKによるコスト負担等**
- 小規模中継局等のブロードバンド等による代替
⇒ **実証事業**
- マスター設備の効率化（IP化、クラウド化等）
⇒ **安全・信頼性の要求条件**

放送の価値のインターネット空間への浸透

② 放送コンテンツのインターネット配信

- インターネット空間への放送コンテンツの価値の浸透
- 放送同時配信等サービスの後押し
⇒ **継続検討**
- NHKのインターネット活用業務の見直し
⇒ **NHKによる社会実証も踏まえ、継続検討**

③ 経営基盤の強化

- 安定的な経営環境の実現 ⇒ **マスメディア集中排除原則の見直し**
- コンテンツ制作への注力 ⇒ **複数地域での放送番組の同一化**

法律改正事項

柔軟な制度見直しにより、経営の選択肢を拡大

1. 地上放送の放送ネットワークインフラの効率化

放送ネットワークインフラに係るこれまでの経緯



令和4年6月 放送法改正

→ NHKによる民放への協力の努力義務について規定を追加

令和4年8月 デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ

→ 「複数の地上基幹放送事業者の放送ネットワークインフラをまとめて保有・運用・維持管理する「共同利用型モデル」が経営の選択肢となり得る」と提言

令和5年1月 NHK経営計画（2021～2023年度）の修正

→ 民間放送事業者との放送ネットワークの効率的運用、改正放送法の協力努力義務等として、総額600億円を支出

令和5年6月 放送法等の改正

→ 中継局の共同利用を可能とするための規定を整備

- NHKは、中波放送と超短波放送のいずれか及びテレビジョン放送が、全国において受信できるように措置することが義務付けられている。
- 地上系基幹放送事業者は、その放送対象地域内で、放送があまねく受信できるように努めることとされている。

○放送法（昭和25年法律第132号）

（義務）

第二十条（略）

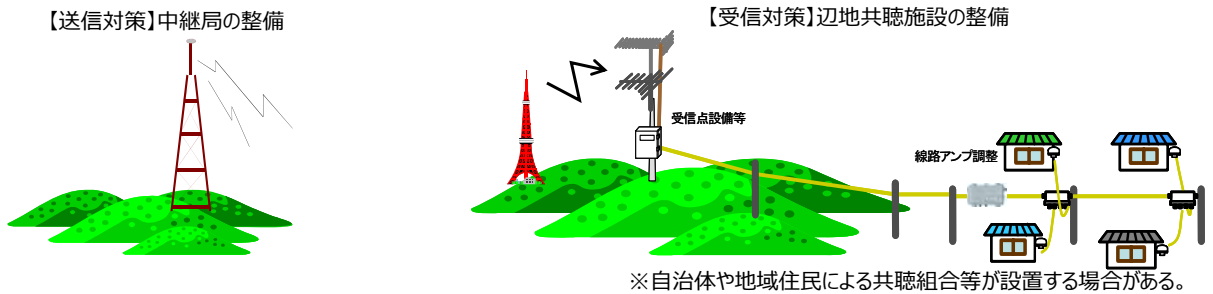
2～4（略）

5 協会は、中波放送と超短波放送とのいずれか及びテレビジョン放送がそれぞれあまねく全国において受信できるように措置をしなければならぬ。

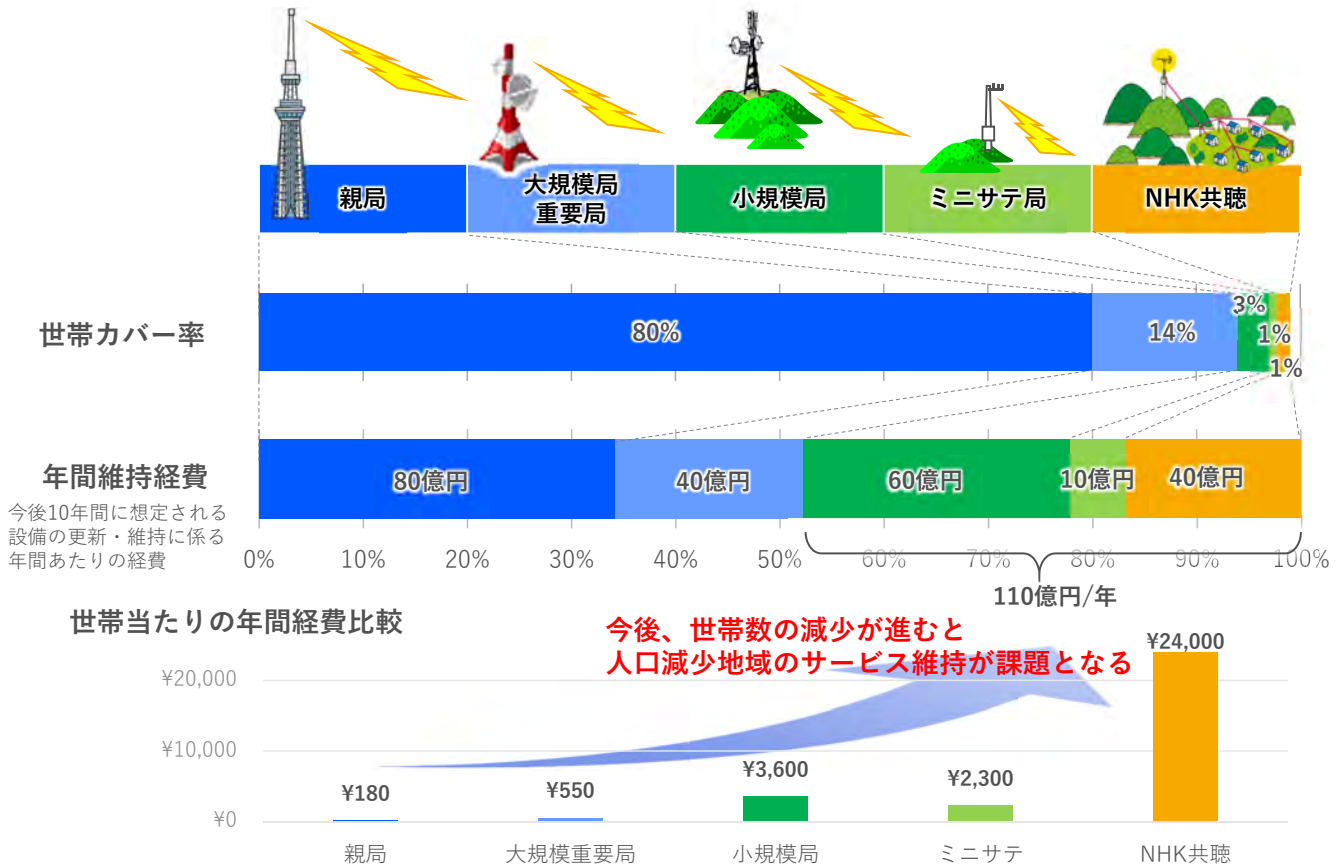
6～19（略）

（基幹放送の受信に係る事業者の責務）

第九十二条 特定地上基幹放送事業者及び基幹放送局提供事業者（電波法の規定により衛星基幹放送の業務に用いられる基幹放送局の免許を受けた者を除く。）は、その基幹放送局を用いて行われる基幹放送に係る放送対象地域において、当該基幹放送があまねく受信できるように努めるものとする。



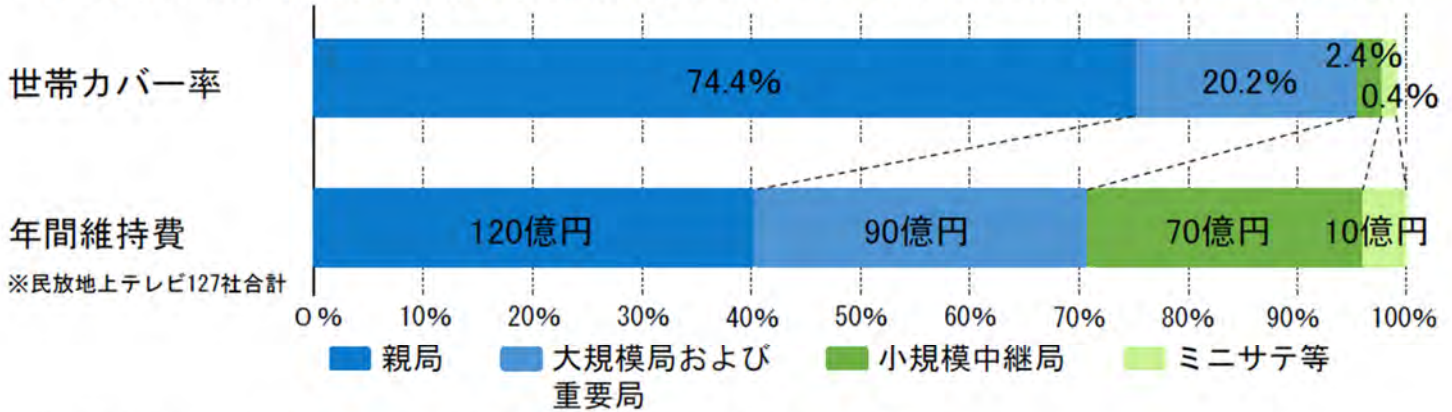
地上テレビジョン放送の送信にかかる経費（NHK）



NHK受信料 地上契約月額1,225円（年14,700円）※口座・クレジット2か月払

2. 世帯カバー率と年間維持費

- ・ 全国の民放127社の地デジ送信所を、親局／大規模局および重要局／小規模中継局／ミニサテ等に4区分し、それぞれの世帯カバー率と年間維持費を集計した。
- ・ 「ミニサテ等」と「小規模中継局」は、世帯カバー率が極めて小さい(合わせて3%弱)にもかかわらず、年間維持費の負担が大きい(同約80億円/年)ことが、あらためて浮き彫りになった。



※ 民放の地デジ送信所について調査しており、共聴等は含まない。
 ※ 関東・中京・近畿広域の親局カバー率は広域親局を参照した。このため「親局」のカバー率はNHKと若干の差異があるが、「大規模局および重要局」を加えると94.6%となり、ほぼ一致している。

【出典】「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」第8回会合（令和4年4月15日） 参考資料3（一般社団法人日本民間放送連盟提出資料） スライド2

日本放送協会経営計画（2021～2023年度）

視聴者のみなさまへの“還元”について

構造改革による支出削減に加えて、経営努力によって生み出した財政安定のための繰越金をもとに、下記のとおり受信料の値下げや視聴者のみなさまの将来負担の軽減につながる先行支出などを行います。

■ 受信料の値下げについて

➢ 現経営計画期間中の 2023 年度を含む、中長期的収支見通しを踏まえ、受信料の値下げ等（受信料体系の見直し）を実施します。

- 還元（値下げ等）の方法 ※いずれも、2023年10月から実施します。

✓ 地上契約および衛星契約を以下のように値下げします。

（支払方法の多様化を踏まえ、継続振込等払いと口座・クレジット払いの料額の一本化を含みます）

種別	支払方法	月額（値下げ後）	月額（値下げ前）
地上契約	口座・クレジット	1,100 円	1,225 円
	継続振込等		1,275 円
衛星契約	口座・クレジット	1,950 円	2,170 円
	継続振込等		2,220 円

✓ 学生への免除を拡大します。

- 還元（値下げ等）の規模

✓ 値下げに際して充当する還元の原資…総額 1,500 億円を想定

※なお、受信料体系の見直しは、日本放送協会放送受信規約、日本放送協会放送受信料免除基準の総務大臣認可、および各年度における予算の国会承認など、所要の手続きを経て決定され実施します。

■ 視聴者のみなさまの将来負担の軽減につながる先行支出等について

➢ ネットワークコスト削減等、視聴者の将来負担の軽減につながる先行支出（「3.あまなく伝える」関連）*
 ✓ 民間放送事業者との放送ネットワークの効率的運用、ソフトウェア化対応研究等、改正放送法の協力努力義務に係る支出…総額 600 億円（2023 年度は調査費等を計上）

➢ 日本のコンテンツ産業全体の視点から、公共的コンテンツの創造・展開の強化に係る支出*

（「1.安全・安心を支える」関連）…総額 100 億円（2023 年度は調査費等を計上）

➢ 災害時等の持続可能性を担保する、財政安定のための繰越金 …少なくとも 500 億円程度必要

*改正放送法（第 73 条の 2 の 5 項）にもとづき、次期中期経営計画期間において「支出の予想額」に充当される想定です。なお、これらの区分については、別途定められる総務省令により、改められることがあります。

第3章 放送ネットワークインフラの将来像

1. 「共同利用型モデル」の検討

(1) 総論

③今後の方向性

放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減し、コンテンツ制作に注力できる環境を整備していく観点から、例えば、株式会社放送衛星システム（基幹放送局提供事業者）のような、複数の地上基幹放送事業者の放送ネットワークインフラをまとめて保有・運用・維持管理する「共同利用型モデル」が経営の選択肢となり得る。

(中略)

この「共同利用型モデル」が具体的な選択肢となるよう、総務省も適切に関与しつつ、NHK及び民間放送事業者をはじめとした関係者間で具体的な検討・協議を進めていくべきである。

(中略)

また、「共同利用型モデル」の留意点としては、放送設備の安全・信頼性の引き続きの確保、放送ネットワークインフラの保有・運用・維持管理を行う事業者の収益性の確保等が考えられ、これらの留意点についても「共同利用型モデル」の実現に当たっては併せて検討が必要である。

(2) 地上基幹放送局

②今後の方向性

地上テレビジョン放送を行う地上基幹放送局について、諸外国の制度及び設備運用の事例も参考に、更なる効率化を図る観点から、中継局の保有・運用・維持管理を担うハード事業者（基幹放送局提供事業者）の設立も経営の選択肢となり得る。その際、NHK及び民間放送事業者ともに現在よりもコスト削減が図られることを前提とすべきである。

ハード事業者を設立する時期については、2026年～2028年頃（令和8年～令和10年頃）に想定されるミニサテライト局の更新開始を見据え、更新することとなったミニサテライト局の保有（資産計上）が可能となるタイミングが考えられ、設立形態としては、NHK及び民間放送事業者による共同出資等が考えられる。

(中略)

また、ハード事業者の対象エリア（全国単位、地域ブロック単位、各放送対象地域単位）は、ハード事業者の持続可能性、競争性、ガバナンス体制の確保等の観点を考慮して検討すべきと考えられる。なお、地域によっては地方公共団体等が保有する中継局も存在しているところ、これらについても地方公共団体等と調整の上でハード事業者の対象設備となり得ると考えられる。

加えて、ハード事業者のステイクホルダーは多岐に渡ることが想定されるため、透明性の確保やデジタル技術の導入等において、事業運営のためのガバナンスが適切に確保されるべきである。

ハード事業者の設立と並行して、民間放送事業者よりもNHKの中継局が高コストであるとの調査結果も出ていることから、検証・シミュレーションを行ってその要因を分析し、合理的な仕様とすべきである。

なお、設立されたハード事業者においても、安全・信頼性に関する技術基準の遵守や災害発生時のオペレーションの確保は引き続き適切に行っていくべきである。

全国地上デジタル放送推進協議会について

※平成27年6月に解散

(1) 目的

地上放送のデジタル化を円滑に推進するため、一般放送事業者、日本放送協会、総務省及び各地域の地上デジタル放送推進協議会（以下「地域協議会」という。）の間で検討を行うことを目的とする。

(2) 主な検討事項

- ① アナログ周波数変更対策の円滑な実施に関する事項
- ② デジタル放送の送受信の技術に関する事項
- ③ デジタル放送の普及推進に関する事項

(3) 基本構成



2. 衛星放送における番組制作

BSプレミアムにおける外部制作に係る要件

概要

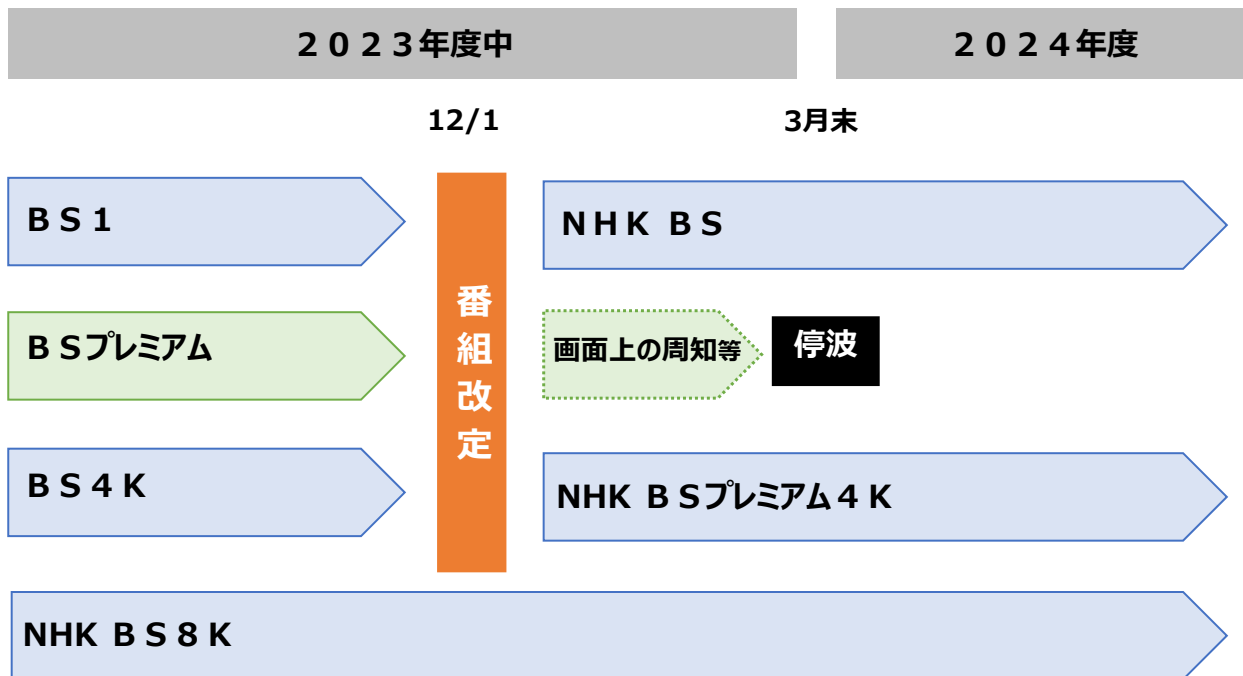
- ✓ 2006年の「通信・放送の在り方に関する懇談会」において、以下が提言された。
 - ① 日本のソフトパワーの強化を実現するため、放送事業者は、番組の外部調達や取引の在り方を見直し、外部調達の増大に努めることが期待される。
 - ② 特に、公共放送であるNHKは、番組制作の一定割合以上をNHKの子会社以外の外部から調達すべきである。
- ✓ これを受け、基幹放送普及計画において、BSプレミアムについては、**外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用することが求められている。**

基幹放送普及計画（告示）抜粋

イ 衛星基幹放送

- C A(A)の放送については、その周波数(右旋円偏波の電波に係るものに限る。)の1の範囲内において、次の(A)及び(B)に掲げる各1系統の放送を行うこと。
- (A) 衛星基幹放送の広域性、経済性、大容量性及び高品質性を生かした情報の提供を行う総合放送 ←BS1
 - (B) **外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用し、過去の優れた文化の保存並びに新たな文化の育成及び普及を促進することを目的とする総合放送 ←BSプレミアム**
- D (略)
- E C(B)の放送については、次の(A)及び(B)に掲げる事項に取り組むものとする。
- (A) 各年度の総放送時間のうち、**協会が外部制作事業者**(国内において放送番組の制作の事業を行う者(協会の子会社及び関連会社を除く。)をいう。以下同じ。)に制作を委託した**放送番組**(協会の子会社及び関連会社を介して制作を委託したものを含む。)及び**協会と外部制作事業者が共同で制作した放送番組の放送時間が占める割合が百分の十六以上**となるよう努めること。
 - (B) 各年度の総放送時間のうち、**協会が企画競争等に付して他に制作を委託した放送番組及びそれ以外の外部制作事業者が制作に参加した放送番組の放送時間が占める割合が百分の五十以上**となるよう努めること。

- NHKは、昨年10月、中期経営計画（2021-2023年度）の変更案において、衛星波のうち、右旋の3波（BS1・BSプレミアム・BS4K）の見直しを行い、**2024年3月末に、BSプレミアムを削減**することを公表。
- **2024年度以降、BSプレミアムの番組の一部を他のチャンネルに移すなど編成上の工夫に努め、「NHK BS」と「NHK BSプレミアム4K」が、2Kと4Kそれぞれの特性を生かしたコンテンツを柔軟に編成していく番組再編を行う**としている。



今後のNHKにおける衛星波の削減方針

【NHK中期経営計画（2021-2023年度）抜粋】（2021年1月公表）

放送波の整理・削減にあたっては、現在提供しているコンテンツに対するニーズを踏まえ、視聴者のみなさまの利便性を損なわないことに留意しながら進めます。

衛星波は2Kのうち1波を削減、将来的に右旋は1波化を視野に検討

- 衛星波のうち、右旋の3波（BS1・BSP・BS4K）の見直しを行い、**2023年度中に2Kのうち1波を削減**します。削減にあたっては、番組の一部を他の放送波に移すなど編成上の工夫に努めます。さらに、将来的には4Kの普及状況を見極めて、1波への整理・削減も視野に入れて検討を進めます。
- BS8Kについては、効率的な番組制作や設備投資の抑制を徹底し、東京オリンピック・パラリンピック後に、あり方に関する検討を進めます。

【変更後のNHK中期経営計画（2021-2023年度）抜粋】（2023年1月変更）

➤ **2024年3月末に衛星波は2Kのうち1波を削減**します。

衛星波を「新BS4K（仮称）」と「新BS2K（仮称）」の2波とし、2K・4Kそれぞれの特性を生かしたコンテンツを柔軟に編成し、地上波では味わえない新たな価値を創造します。

- ✓ 新BS4K（仮称）は、世界に通用する多彩なコンテンツ／高精細クオリティを提供します。
- ✓ 新BS2K（仮称）は、衛星放送の魅力凝縮し、ライブ感を重視した機動的な編成を行います。

外部制作事業者の活用に関する努力目標の設定

目標①：16%以上

各年度の総放送時間のうち、以下に該当する放送番組の放送時間

- NHKが外部制作事業者（国内の番組制作事業者（NHK子会社及び関連会社を除く。））に**制作を委託**した放送番組
- NHKが子会社及び関連会社を介して外部制作事業者に**制作を委託**した放送番組
- NHKと外部制作事業者が**共同で制作**した放送番組

目標②：50%以上

各年度の総放送時間のうち、以下に該当する放送番組の放送時間

- NHKが**企画競争等に付して**他に制作を委託した放送番組（競争の結果、NHK子会社及び関連会社が落札等した場合を含む。）
- 外部制作事業者が**制作に参加**した放送番組
- 目標①の放送番組

目標値に算入されない番組（例）

- NHKの内部制作番組
- NHK子会社等に制作を委託した番組（企画競争による場合を除く）
- NHKと子会社等が共同で制作した番組（企画競争による場合を除く）
- 海外からの購入番組
- 国際共同制作番組

BSプレミアムの外部制作比率の推移

（出典）各年度の日本放送協会業務報告書

	平成 23年度	平成 24年度	平成 25年度	平成 26年度	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度	平成 30年度	令和 元年度	令和 2年度	令和 3年度
（目標①）外部制作事業者への委託等により制作した番組の割合	19.9%	15.5%	15.7%	16.3%	17.3%	17.5%	20.3%	18.8%	21.8%	20.3%	19.9%
（目標②）企画競争等を通じ制作委託したり外部制作事業者が制作参加したりした番組	35.0%	35.6%	36.3%	37.7%	40.0%	41.7%	42.2%	43.7%	44.9%	44.5%	46.8%

3. 放送コンテンツのインターネット配信の推進

- NHKは、2008年12月から、見逃し・オンデマンド配信サービス「**NHKオンデマンド**」を開始。
- 2020年4月からは、常時同時配信・1週間の見逃し配信サービス「**NHKプラス**」を開始。

インターネット活用業務（2号受信料財源業務） 2022年度予算 190.1億円（国内：159.3億円、国際：30.8億円）
 2023年度予算 197.5億円（国内：167.0億円、国際：30.4億円）

NHKプラス

- ・地上波（総合・教育）の放送番組の同時配信及び見逃し番組配信（原則1週間）サービス。
- ※同時配信については、原則すべて。（総合テレビは24時間、Eテレは19時間）
- ・**無料**だが、受信契約を確認できない者には、同時配信の画面上に受信契約確認メッセージを表示し、見逃し番組配信は利用不可。
- ・登録完了者数は約**373万件**（2023年3月末時点）
- ・訪問ユーザー数（UB数※）は週平均約152万。
- ※一定期間内にサイトを訪問した重複のないユーザー数。



（NHKプラスリーフレットより作成）

NHKニュース・防災アプリ

- ・災害情報等のニュースを同時配信（2016年から）
- ・理解増進情報の配信



NHKワールドJAPAN

- ・外国人向け国際放送（テレビ・ラジオ）の同時配信、オンデマンド配信



らじる★らじる

- ・ラジオ放送（第1、第2、FM）の同時配信、聴き逃し配信（2011年9月から）



インターネット活用業務（2号有料業務） 2022年度予算 27.5億円（3号有料業務含む）
 2023年度予算 31.8億円（3号有料業務含む）

NHKオンデマンド

- ・衛星放送の一部番組も含む放送番組を、2～3週間程度又は期間を定めずに提供するオンデマンド配信サービス。
- ・会員登録者数は約**325万人**（2023年3月末時点）
- ・**有料**（月額990円が1本あたり110円～330円）
- ・**10,000本以上**の番組を提供。



NHKのインターネット活用業務の制度的位置付け

- NHKプラス、NHKオンデマンドなどのインターネット活用業務は、NHKの「**任意業務**」として実施。
- 実施に当たっては、NHKが定める実施基準を総務大臣が認可する仕組みとしており、「**必須業務**」である放送を補完するものとして、「**目的達成に資すること**」「**過大な費用を要するものでないこと**」「**受信料制度の趣旨に照らして不適切でないこと**」などを要件としている。

NHKの業務

必須業務
 （放送法第20条第1項）

- 国内放送
- 国際放送
- 放送に関する研究開発等

任意業務
 （放送法第20条第2項）

インターネット活用業務

NHKプラス	NHKオンデマンド	NHKワールドJAPAN ネットサービス	NHKワールドプレミアム ネットサービス
国内地上波番組の ・放送同時配信 ・見逃し配信 （第2号）	国内地上波・衛星波 番組の ・オンデマンド配信 （第2号）	外国人向け国際放送 番組の ・放送同時配信 ・オンデマンド配信 （第2号）	・邦人向け国際放送番組の一部の 放送同時配信・オンデマンド配信 （第2号） ・日本語テレビ番組（邦人向け国 際放送番組含む）を外国動画 配信事業者への提供を予定 （第3号）

- 放送番組等の外国放送事業者への提供
- 附帯業務（番組の周知広報、テキスト出版、受信相談等）

目的外業務
 （放送法第20条第3項）

- 施設・設備の提供・賃貸
- 番組制作の受託等

インターネット活用業務実施基準（総務大臣認可）

- ・インターネット活用業務の種類・内容・実施方法
- ・インターネット活用業務の実施に要する費用に関する事項
- ・料金その他の提供条件に関する事項 等

参考-19

認可要件

- ・NHKの目的達成に資すること
- ・過大な費用を要するものでないこと
- ・受信料制度の趣旨に照らして不適切ではないこと 等

- 我が国の放送は、NHKと民間放送の二元体制の下で発展してきたところであり、**NHKがインターネット活用業務を行うに当たっても、民間放送事業者と協力して取り組んでいくことは重要との観点から、令和元年の放送法改正（令和2年（2020年）1月1日施行）により、NHKに対し、民間放送事業者によるインターネット番組配信の円滑な実施に必要な協力をする努力義務**が課された。
- NHKには、こうした努力義務を十分に踏まえ、民間放送事業者の求めに応じ、その取組の具体化を図ることが期待されている。

NHKにおける取組実績

- ① 「Tver」を通じた番組提供（2019年8月～）
- ② 「radiko」を通じた番組提供（2017年10月～）
- ③ JOCDN株式会社への出資（2020年2月に0.9億円を出資）
- ④ NHKプラス等の実施により得られた知見の民間放送事業者との共有

（参考）NHKに期待される取組

- ・ 共通配信基盤の構築・利用
- ・ 共通ポータルサイトやアプリ等の構築・提供、
- ・ 権利処理や視聴関連情報の適正な利活用等に係る様々な関係者間の調整

（出典）令和元年「放送法の一部を改正する法律」立案担当者解説（総務省学術雑誌『情報通信政策研究』第3巻第1号）p22

放送法
（業務）
第20条

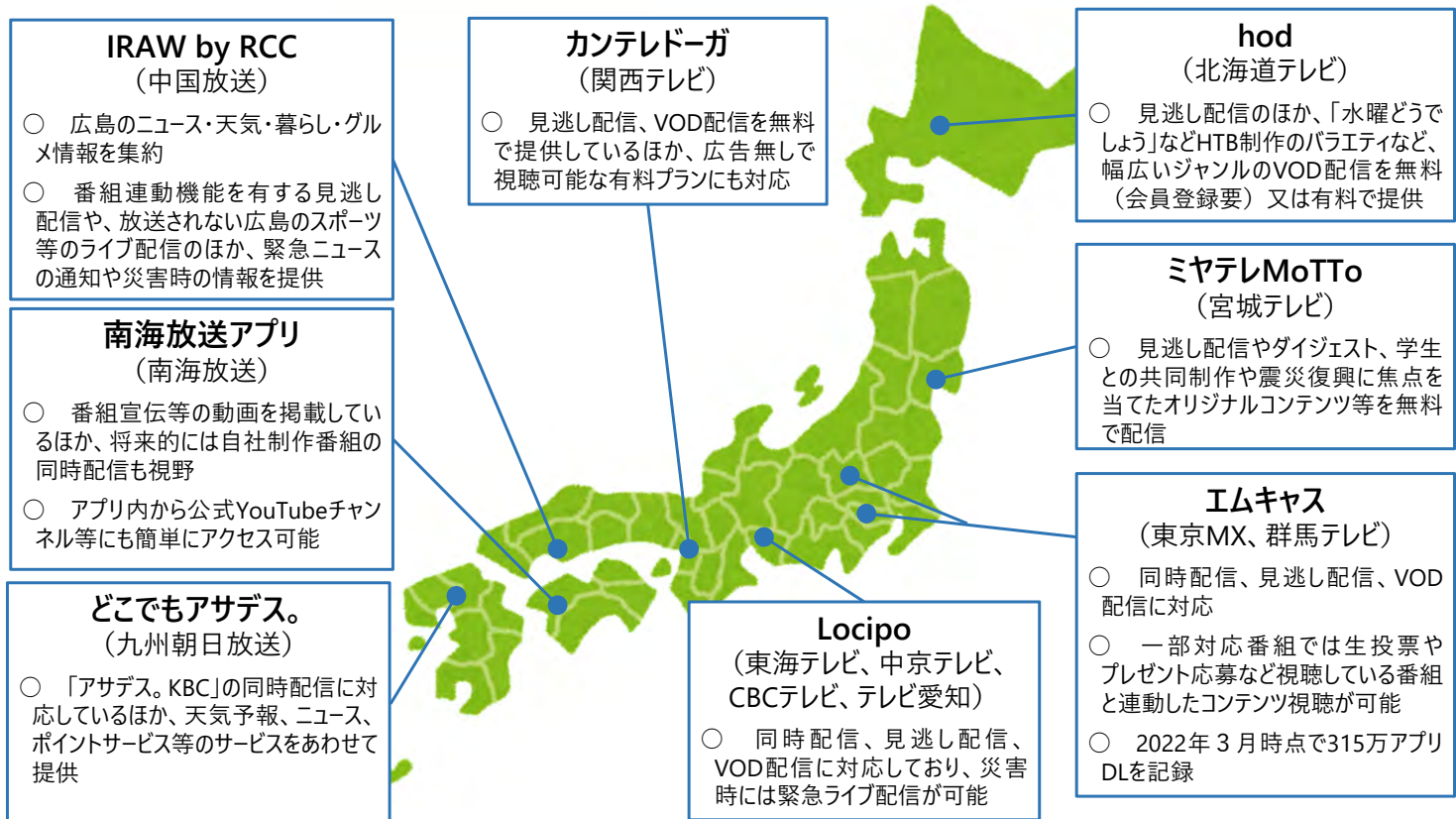
15 協会は、第二項第二号の業務を行うに当たっては、全国向けの放送番組のほか、地方向けの放送番組を電気通信回線を通じて一般の利用に供するよう努めるとともに、**他の放送事業者が実施する当該業務に相当する業務の円滑な実施に必要な協力をするよう努めなければならない。**

民間放送事業者によるインターネット配信の取組（在京キー局）

- 民放各社は、民放公式テレビポータル「TVer」をはじめ、無料、有料を問わず、各社が見逃し配信等のサービス提供を行っている状況。
- 2021年10月から、TVerにおいて日本テレビが毎日19時から23時頃までの放送番組の同時配信を開始し、2022年4月から、同サービス、同時間帯において、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビによる同時配信も開始。

	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ
無料	TVer 5700万アプリDL（2023年1月） 同時配信 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信				
	日テレ無料!(TADA) アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信	TBS FREE アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信		ネットもテレ東 500万アプリDL (2021年12月) 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信	
	2023年3月時点(予定含む)で、BS・独立局を含め、 全国122局 の配信実績あり				
無料及び有料	テレ朝動画 アプリDL数未公開 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信		テレ東BIZ 有料会員数10万人 (2021年8月) 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信		FOD 2300万アプリDL (2021年12月) 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信
	Hulu 利用者数未公開 VOD配信 ライブ配信	TELASA 利用者数未公開 見逃し配信 VOD配信	Paravi 1000万アプリDL (2021年4月) ※2023年6月末で終了し、U-NEXTに統合 見逃し配信 VOD配信 ライブ配信		
有料	参考-20				

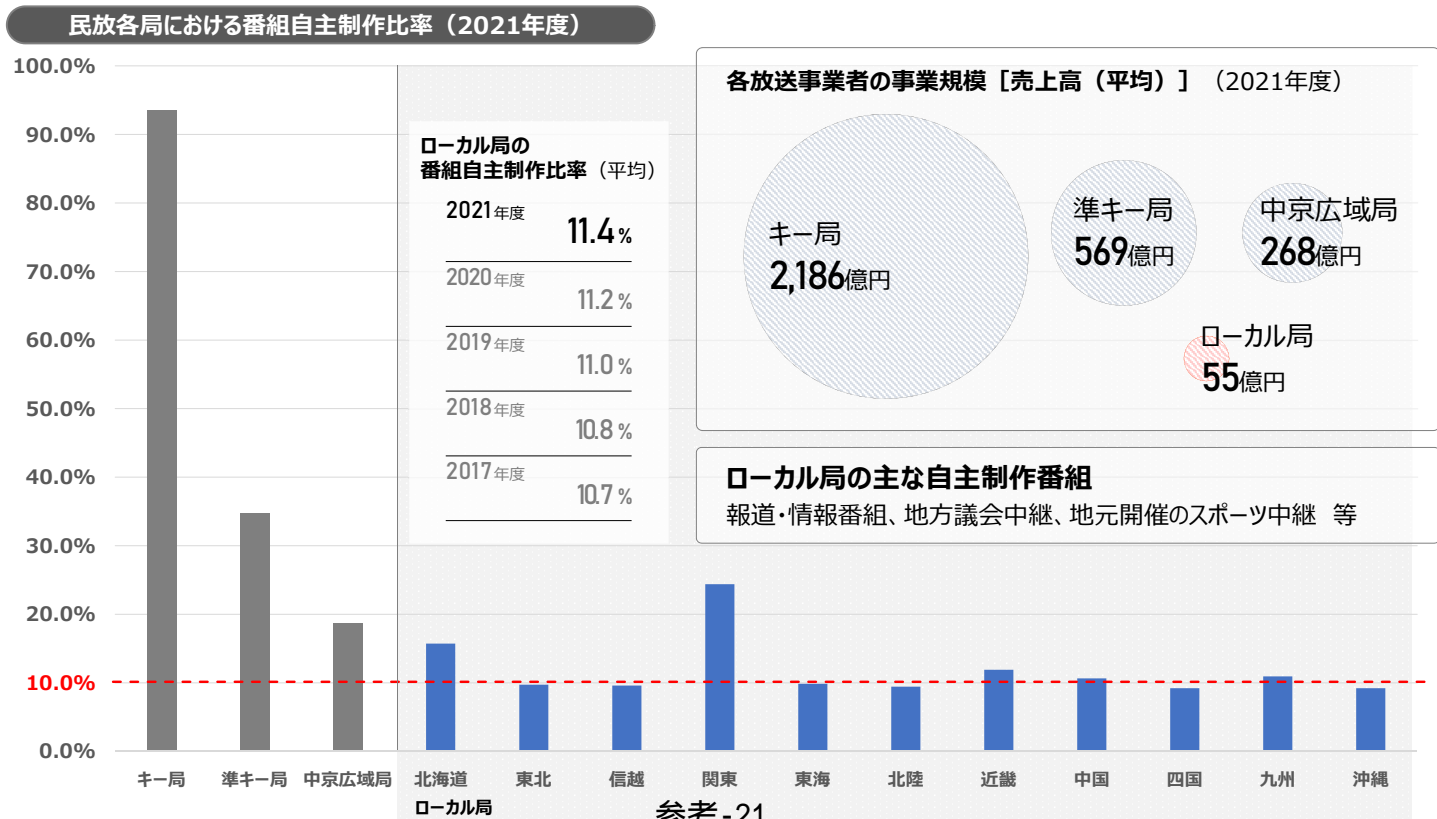
○ ローカル局各社においても、民放公式テレビ配信サービス「TVer」に番組提供を行っているほか、自社ウェブサイト・アプリ等で同時配信・見逃し配信等を行っている。



出典：各サービスサイト等を参考に総務省が作成

地域における映像コンテンツ制作

○ ローカル局が自主制作するコンテンツは報道・情報番組等が主であり、**番組自主制作比率はおおむね10%程度。**



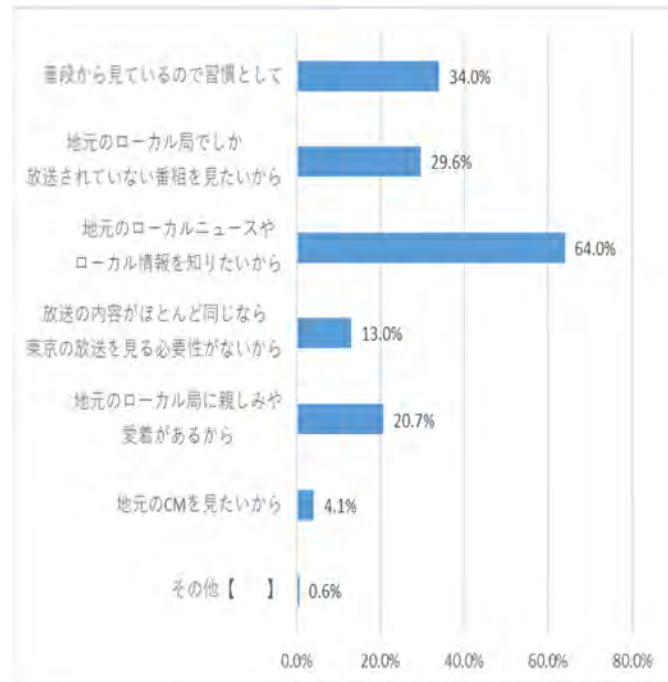
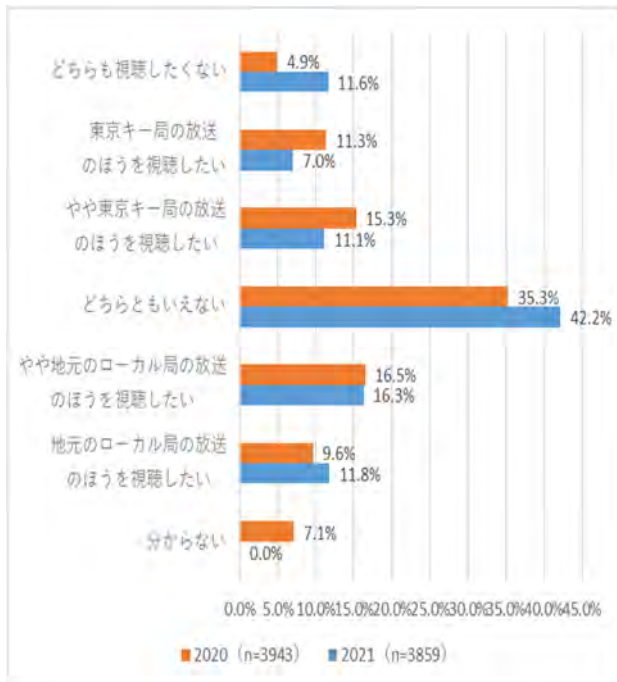
参考-21

出典：「日本民間放送年鑑」各年度版等をもとに事務局作成

○ 在京キー局の同時配信等に対する関東以外からの視聴ニーズが相当程度存在している一方、地元ローカル局の同時配信等に対する視聴ニーズも（それと同等以上に）存在している。

在京キー局とローカル局がどちらもエリア制限を掛けずに全国で常時同時配信を実施した場合の利用意向（関東以外の在住者のみ回答）

なぜ（同時配信で）地元ローカル局の放送を視聴したいと思われるのでしょうか。（いくつでも）（n = 1084）



出典：民放onlineローカル局の同時配信へのニーズはキー局以上にある可能性も～同時／見逃し視聴サービスの利用意向に関する調査結果④ (<https://minpo.online/article/post-70.html>)

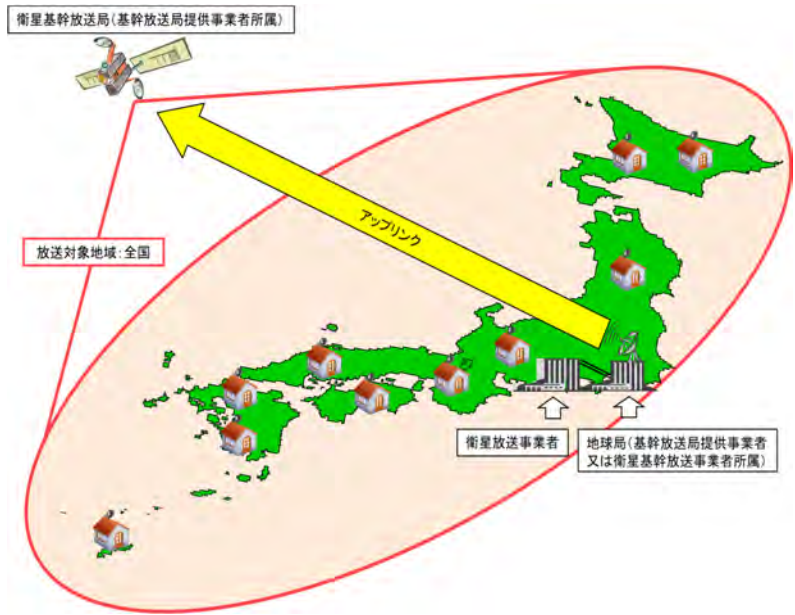
4. 衛星放送の放送ネットワークインフラの効率化

広域性 経済性

一つの送信点から一波で全国をカバーすることにより経済的、効率的に全国放送を実現することが可能であり、離島等における難視聴解消にも適していること。

大容量性 高品質性

広帯域の伝送路を設定し、数多くの高画質番組を同時に提供することが可能であり、かつ、視聴者の数がどれほど増えても、それによって品質の劣化が生じないこと。



地上放送のチャンネル数 (民放テレビジョン放送)	都道府県の数	うち衛星放送の普及率 ^(注) が全国平均を上回っている 都道府県の数
5波以上の都道府県	20	5
3波以下の都道府県	14	9

(注) NHKの受信契約に占める衛星契約の比率 (令和4年3月末現在)

衛星放送の現況について

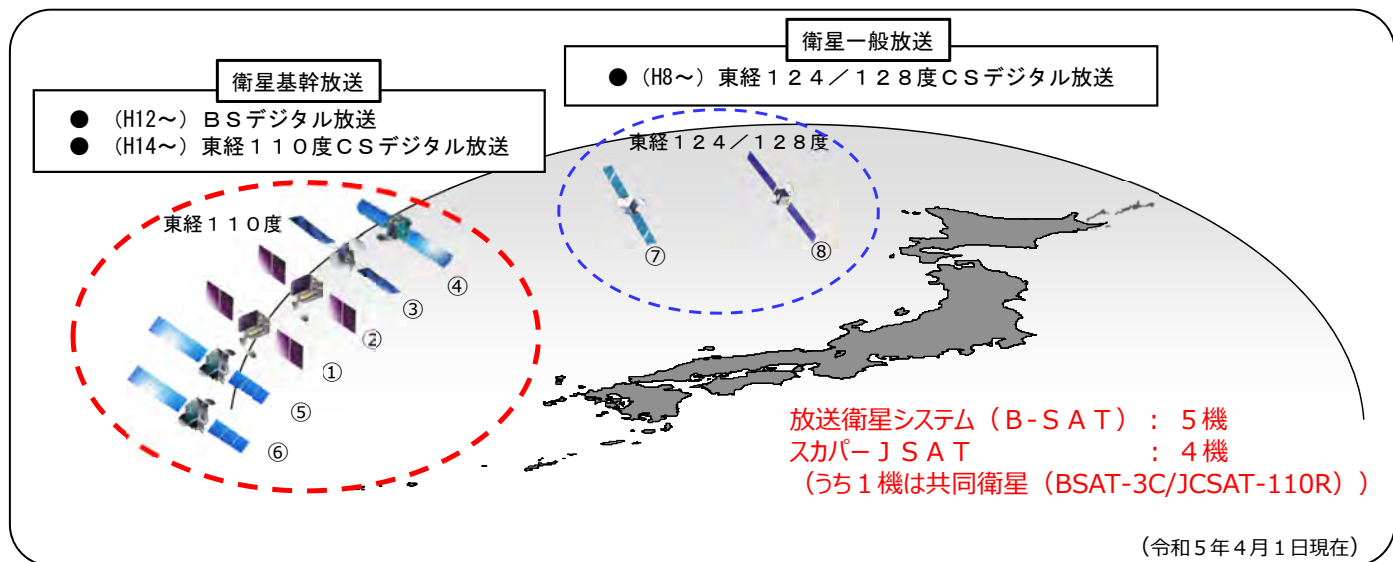
衛星放送		
衛星基幹放送		衛星一般放送
BS放送 BS : Broadcasting Satellite	東経110度CS放送 CS : Communication Satellite	東経124/128度CS放送
【ハード事業者】 ㈱放送衛星システム (B-SAT)	【ハード事業者】 スカパーJ SAT(株)	【ハード事業者】 スカパーJ SAT(株)
【ソフト事業者】 衛星基幹放送事業者：23者	【ソフト事業者】 衛星基幹放送事業者：20者	【ソフト事業者】 衛星一般放送事業者：2者
<番組数> (右旋) 4K：6番組 HD：29番組 (左旋) 8K：1番組 4K：3番組	<番組数> (右旋) HD：42番組 SD：12番組 (左旋) 4K：8番組	<番組数> 4K：1番組 HD：136番組 等
<普及状況> NHK-BS契約件数：2269.8万件 WOWOW加入者数：254.9万件	<普及状況> スカパー！サービス 加入者数：211.3万件	<普及状況> スカパー！プレミアムサービス 加入者数：69.2万件

(注1) 衛星一般放送には、東経124/128度CS放送のほかに東経144度CS放送及び東経154度CS放送もあり。

(注2) BS放送及び東経110度CS放送のソフト事業者には兼営2者を含む。

(注3) 番組数は令和5年6月1日時点。

(注4) 普及状況の加入者数は令和5年5月末時点。NHK-BSの契約件数は令和5年4月末時点。



運用中の主な衛星

	衛星名	軌道位置	国際周波数割当上の位置づけ	放送種別	運用開始	管理会社
①	BSAT-3a	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	平成19年10月	㈱放送衛星システム
②	BSAT-3b	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	平成23年7月	㈱放送衛星システム
③	BSAT-3c /JCSAT-110R	東経110度	放送衛星業務 固定衛星業務 (宇宙から地球)	衛星基幹放送	平成23年9月	㈱放送衛星システム スカパーJSAT㈱
④	JCSAT-110A	東経110度	固定衛星業務 (宇宙から地球)	衛星基幹放送	平成29年4月	スカパーJSAT㈱
⑤	BSAT-4a	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	平成30年12月	㈱放送衛星システム
⑥	BSAT-4b	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	令和2年9月	㈱放送衛星システム
⑦	JCSAT-4B	東経124度	固定衛星業務 (宇宙から地球)	衛星一般放送	平成24年8月	スカパーJSAT㈱
⑧	JCSAT-3A	東経128度	固定衛星業務 (宇宙から地球)	衛星一般放送	平成19年3月	スカパーJSAT㈱

衛星基幹放送における衛星放送事業者の免許・認定

【ハード】

基幹放送局提供事業者

(放送局の管理・運用主体)

- 《BS放送》 株式会社放送衛星システム (B-SAT)
- 《CS放送》 スカパーJSAT株式会社

【ソフト】

衛星基幹放送事業者

(放送番組の編集主体)

- 《BS放送》 23者
- 《CS放送》 20者 (東経110度CS放送)

電波法に基づく

『免許』

(免許期間5年、再免許あり)

【免許要件】

- ・ 経理的基礎、技術的能力
- ・ 技術基準適合性
- ・ 外国性の排除 等

放送法に基づく

『認定』

(認定期間5年、認定更新あり)

【認定要件】

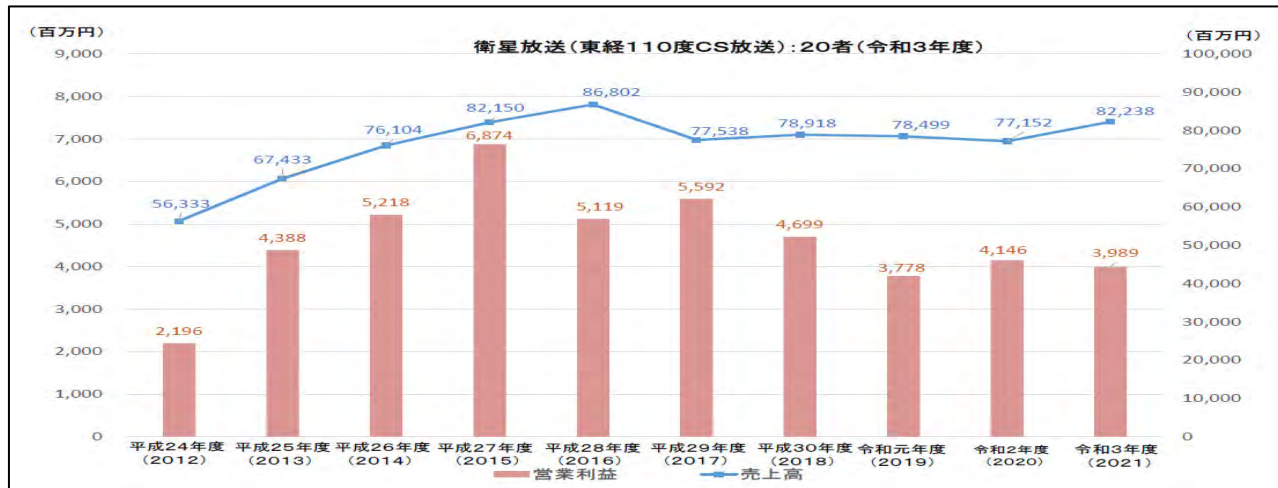
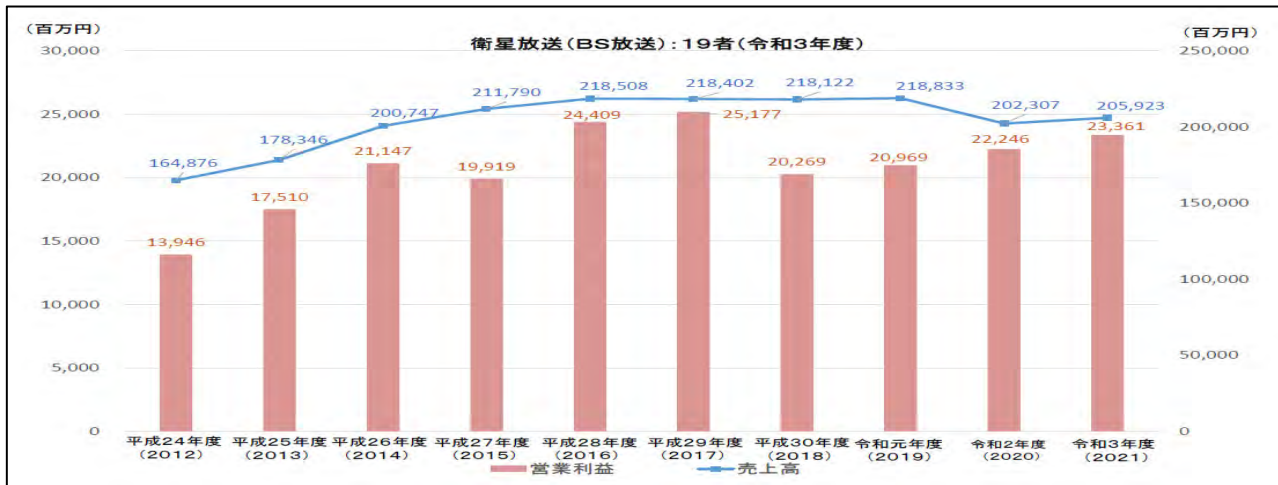
- ・ 経理的基礎、技術的能力
- ・ マスメディア集中排除原則への適合
- ・ 外国性の排除 等

- ・ 衛星基幹放送事業者への役務提供義務
- ・ 役務の料金その他の提供条件の届出

放送番組の
送信の委託

参考-24

- ・ 番組規律 (公序良俗等)
- ・ 有料放送の約款の届出等



衛星の統合、衛星管制の効率化（スカパーJSAT説明資料）

1. インフラ設備、運用業務の集約と低減 – 衛星の統合、衛星管制の効率化

110度衛星放送向けの衛星配置

【現状】

BS専用衛星



共同衛星

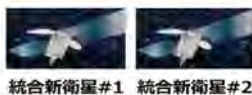


110CS衛星



【当社の将来構想】

BS+CS
新衛星



同じ東経110度に位置する衛星であり、2機体制による110度BS/CS放送の安定的提供は可能

BS,CSを統合した全中継器を搭載する新衛星2機（現用+予備）の投入により一層効率的なインフラ整備を目指したい

↓
インフラコストの低減、コンテンツ投資の拡充へ

1. 衛星調達コスト* / 減価償却費の圧縮

- BS/CS個別衛星を調達する場合との比較で **3/4** 以下に

2. 衛星管制にかかる経費の圧縮

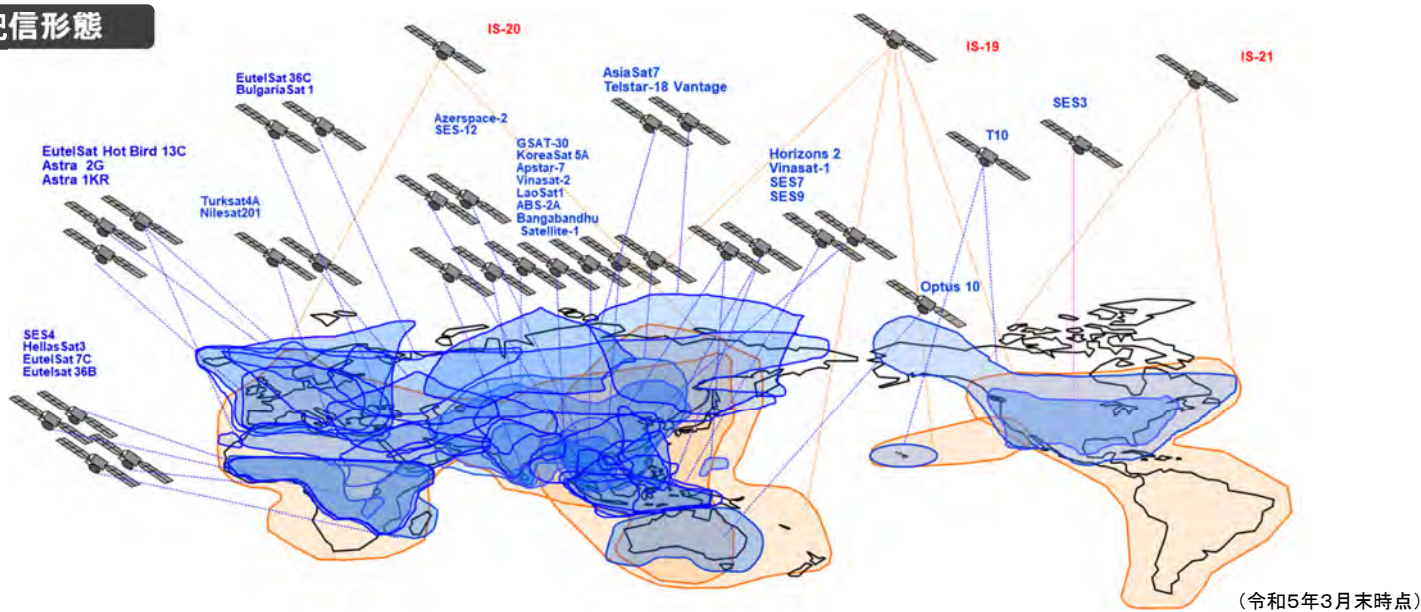
- 管制に要するアンテナ設備数が、BS/CS個別衛星調達の場合との比較で **半減**
- 仮に当該衛星の衛星管制を当社が行った場合には、12機の静止衛星群を管制しているスケールを活かした効率的な管制が可能

* 主に衛星、打上げサービス及び打上げ保険の調達コストで、減価償却費の大部分を構成。絶対額については円レートや物価動向でも変化

5. 国際発信の強化

テレビ国際放送の現状

配信形態



概要

- ① 放送時間 1日約23.7時間 (うち、要請放送は12時間)
- ② 使用言語 英語
- ③ 放送区域 ほぼ全世界をカバー
- ④ 送信施設 外国衛星32基

(令和4年3月現在)

設立年月日

平成20年4月4日

資本金

3億9千万円

NHK2.0億円 (持株比率51.28%)

民間1.9億円 (持株比率48.72%)

事業内容

- テレビ国際放送向け番組の企画・制作
- 衛星放送を使用したテレビ国際放送
- インターネットを活用した海外向けテレビ国際放送の送信
- 配信ルートの整備 (NHK WORLD/jibtv、NHK WORLD PREMIUM)
- その他 テレビ国際放送に付随する業務

体制

代表取締役社長 高尾 潤

従業員数 91名 (令和4年3月現在)

出資している民間企業		持株比率
民間放送	日本テレビ放送網	2.56%
	東京放送ホールディングス	2.56%
	フジ・メディア・ホールディングス	2.56%
	テレビ朝日ホールディングス	2.56%
制作会社	共同テレビジョン	2.56%
IT企業	日本マイクロソフト	2.56%
	N T Tコミュニケーションズ	2.56%
商社	伊藤忠商事	5.12%
	丸紅	5.12%
	住友商事	2.56%
金融	大和証券グループ本社	2.56%
	みずほ銀行	2.56%
NHKグループ	NHKエンタープライズ	5.12%
	NHKグローバルメディアサービス	7.69%

(計1億9千万円)

NHKワールドJAPAN (テレビ) の番組構成

- NHKワールドJAPANでは、1時間のうち前半は「NHK NEWSLINE」、後半は音楽、旅行、ライフスタイルなどを含む文化・情報やドキュメンタリー、科学等の番組を放送。6時間をひとつの単位として番組編成を行い、1日4回繰り返して放送。
- 「NHK NEWSLINE」を「要請放送」としてカウントして、放送時間を算出している。

<番組表(イメージ)>

8:30	NHK NEWSLINE
	CYCLE AROUND JAPAN
9:30	NHK NEWSLINE
	Journeys in Japan
10:30	NHK NEWSLINE
	Dining with the Chef
11:30	NHK NEWSLINE
	The Signs
12:30	NHK NEWSLINE
	Medical Frontiers
13:30	NHK NEWSLINE
	DEEPER LOOK from NY

<主な番組>



・NHK NEWSLINE
毎日生放送されているニュース番組。番組名を「NEWSLINE」から変更し、レポートや解説を充実。※内容は毎正時更新



・Medical Frontiers
世界をリードする日本の医療・サービスと日常の中で簡単にできる健康法を発信する情報番組。



・The Signs
コロナ禍で日々生み出されるニューノーマルの兆しを描き出す番組。



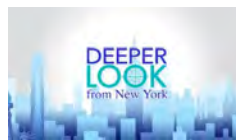
・CYCLE AROUND JAPAN
自転車ならではのスピードと目線で各地を駆け抜け、新しい日本の姿を紹介する番組。

<大型ニュース番組>



・NEWSROOM TOKYO
日本とアジアの1日の動きを、現場からの中継やレポートを中心に、専門家や取材記者の解説を交え、深く分かりやすく伝える大型ニュース番組。

<討論番組>



・DEEPER LOOK from NY
社会、経済、国際関係、文化等の関心の深いテーマについて、世界各地のキーパーソンに深く鋭く対論で切り込んでいく。



・GLOBAL AGENDA
世界のオピニオンリーダーによる討論を通じて、国際政治・経済から環境問題など、幅広いテーマで日本と世界が直面する課題の解決に向けた提言を行う大型討論番組。月1回程度放送。

※番組情報は、2023年3月現在

➤ 放送法の規定に基づき、NHKに国際放送を行うことを要請することにより、我が国の文化、産業等の事情を海外へ紹介し、我が国に対する正しい認識を培うことによって、国際親善の増進及び外国との経済交流の発展等を図るとともに、在外邦人に対して必要な情報を提供するために実施している。

1. 制度の概要

- 総務大臣は、NHKに対し、放送区域、放送事項その他必要な事項を指定して国際放送を行うことを要請することができる（放送法第65条）。
 - 放送法第67条の規定に基づき、要請放送実施に要する費用は、国として予算計上。
- ※令和4年度予算は、テレビ：約26.3億円、ラジオ：約9.6億円。合計約35.9億円。

2. 要請内容

- 邦人の生命、身体及び財産の保護に係る事項、国の重要な政策に係る事項、国の文化、伝統及び社会経済に係る重要事項、その他国の重要事項について、外国人向けのテレビ国際放送（英語等）、邦人向け及び外国人向けラジオ国際放送（日本語・中国語・朝鮮語）の実施を要請。

国際戦略調査

- NHKは、年2回、「国際戦略調査」を実施し、世界各地の人々に、四半期ごとのリーチとともに、「NHKの国際放送を通して、日本への理解を促進できているか」について調査している。
- 令和4年度に実施した調査では、NHKの国際放送に接触した「リーチ者」は、接触していない「非リーチ者」よりも日本に対する理解度が統計的に高く、高水準を維持していることから、国際放送が理解促進に貢献していることが確認された。

		(%)				
		2020	2021		2022	
		4Q	2Q	4Q	2Q	4Q
四半期リーチ率 ^(※1)	放送リーチ者	17.3	16.6	15.9	17.0	15.5
	配信リーチ者	10.5	10.2	9.2	9.8	9.0
	配信リーチ者	14.1	14.0	13.7	14.9	13.4
日本の理解度 ^(※2)	四半期リーチ者	84.7	86.5	85.9	86.4	85.4
	放送リーチ者	84.3	88.0	87.0	87.2	86.6
	配信リーチ者	87.4	87.7	87.9	88.1	87.2
非四半期リーチ者		48.0	48.8	48.9	49.0	47.9

○は前期、前年同期と比較してともに有意に増加した項目、○は前期、前年同期と比較してともに有意に減少した項目(今回はなし)
 ※1:四半期リーチ率はNHKのテレビ、ウェブサイト・アプリ、ラジオのほか、外部プラットフォーム(動画等投稿サイト、SNS等)での視聴者を指す
 ※2:「日本の理解度」は「日本全般」「国民性」「政治面」「経済面」「文化面」の5指標の平均値
 出所:2023年1月10日～2023年2月7日実施のインターネット調査結果。調査範囲(7ヶ国9都市):ワシントンDC:1,023 ニューヨーク市:1,037 ロサンゼルス:1,028 タイ:1,865 インドネシア:1,876 シンガポール:1,852 베트남:538 イギリス:1,846 フランス:1,838

【出典】NHK 2022年度 第4四半期業務報告

国際放送のインターネット配信

➤ 国際的な受信環境の変化に伴う「リーチ率」のトレンドに対応して、国際放送コンテンツのインターネット配信も推進。

NHKワールドJAPAN

外国人向け

- テレビ: 日本やアジア、世界の最新情報など多彩な番組を1日24時間世界に向けて**英語で放送**
(※衛星やケーブルテレビを通じて約160か国・地域、約4.2億世帯で24時間視聴可能)
- ラジオ: 全世界に向けて、17言語でラジオ国際放送を実施

ネット配信

- NHKワールドJAPAN公式アプリ
NHKワールドJAPANが多言語で発信しているニュース・番組が視聴可能
- NHK WORLD-JAPAN HP
国際放送(テレビ・ラジオ)の同時配信・オンデマンド配信等
- 外国のネット動画配信事業者を通じた配信

NHKワールド・プレミアム

在外邦人向け

- テレビ: 在外邦人に向けて**日本語で放送**するとともに、外国放送事業者に番組提供
- NHKのニュース・情報番組等の放送に加え、子供向け番組、スポーツ、文化・芸能などさまざまな番組を提供
- ラジオ: 日本語で日本の情報や海外安全情報を放送(NHKワールド・ラジオ日本)

ネット配信

- NHK WORLD-JAPAN HP
「海外向け日本語サービス」として、国際放送(テレビ・ラジオ)の同時配信・オンデマンド配信等
- 日本語テレビ番組(在外邦人向け放送番組を含む)の外国ネット動画配信事業者を通じた配信を予定

【インターネット配信の事例】

インターネット

NHKワールドJAPANの公式ウェブサイト・アプリでは、インターネットを通じてテレビ・ラジオのニュースと多彩な番組を配信しています。

ウェブサイト

ニュース、ライブ、オンデマンド、チャンネル、番組表

自動翻訳機能による多言語字幕サービス

アプリ

ニュースやライブ配信、オンデマンド配信を、アプリを通して提供します。

iPhone/iPad、Android

ソーシャルメディア

Facebook, Twitter, YouTube, InstagramのNHKワールドJAPAN公式アカウントで、ニュースやライブ配信、番組情報を発信しています。

在留外国人向け安全・安心情報の提供

<ニュース・防災 多言語ポータルサイト>
NHKワールドJAPANが提供する全言語のニュースやSNS、防災に関する情報への入口サイトです。

<大規模災害時の情報提供>
総合テレビのライブニュース映像に自動翻訳による英語字幕をのせて、ネット配信します。

<緊急情報をプッシュ通知で>
日本国内の地震・津波情報、ニュース速報をプッシュ通知でお伝えます。公式アプリから設定できます。

参考-28

【出典】2023-2024 NHKワールドJAPAN/フレッツ

参考4 ヒアリング資料

放送業界に係るプラットフォームの 在り方に関するタスクフォース (第1回) 説明資料

2023年6月19日
日本放送協会



目次

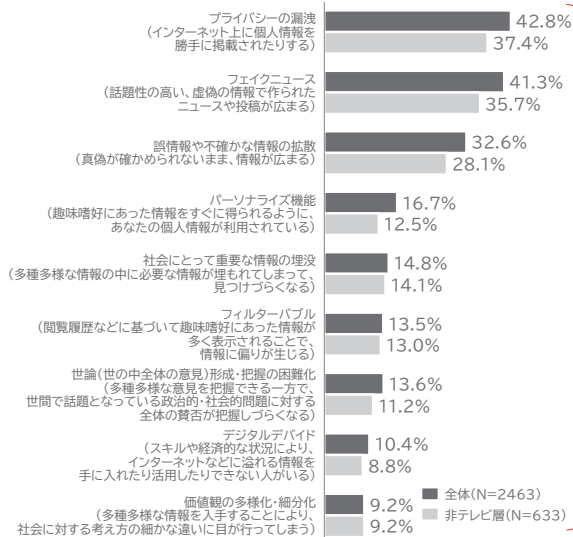


1. 情報空間の課題に対する人々の認識
2. 情報空間の変化とNHK、伝統メディアへの期待
3. “プラットフォーム”としてのNHK～協働・協創するNHKの役割
 - ①厳しくなる経営環境下、より効率的な地上放送ネットワークの構築に寄与する役割
 - ② “コンテンツ創造”のを支える役割（衛星プラットフォーム）
 - ・ 様々な作り手とともに多元性に貢献
 - ・ より効率的な伝送に貢献
 - ③地域コンテンツを情報空間に展開する役割
 - ④日本の視座を世界に伝える役割

(参考資料)

1. 情報空間の課題に対する人々の認識

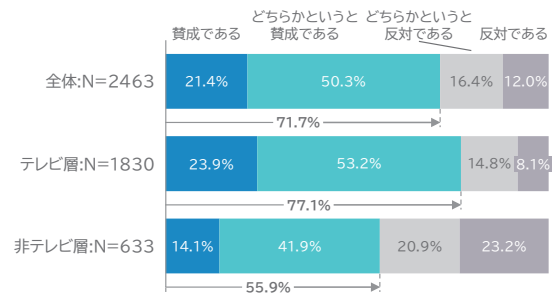
- テレビ層・非テレビ層を問わず、**拡大する情報空間に対する課題認識は幅広く、NHKへの期待も高い**
 - フェイクニュースやプライバシーの漏洩といった課題に対する問題意識は、「全体」の7割ネットに慣れているであろう「非テレビ層」であっても、6割が同じ問題意識を持っている
 - そのような課題に対応するために、NHKが報道等の分野を強化し提供していくことに、「全体」の7割、「非テレビ層」の55%が賛成している



1つ以上問題視
全体:69.7%
非テレビ層:61.6%

「1.安全・安心を支える」の中の「国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。」に関連してお伺いします。インターネット上において、新型コロナウイルスワクチンに関するデマやフェイクニュース、極端な説を強調する記事、対立を煽る投稿、世界での紛争を偏った視点で伝えるネット記事等、不確かで曖昧な情報が増えているなどという課題に対処するために、NHKが、報道分野や、災害・科学・軍事・国際分野等の社会が要請する分野を大幅に強化し、放送やインターネットで提供していくべきだという意見があります。

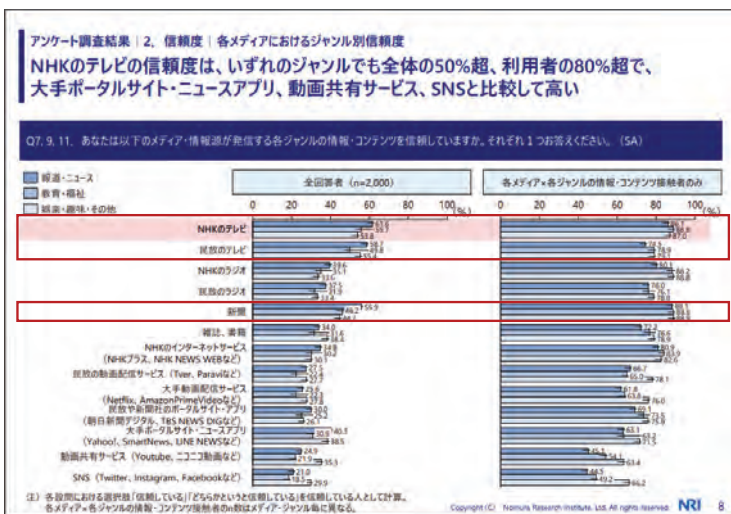
Q.あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。(ひとつだけ)【必須】



非テレビ層：平日と休日のテレビ視聴時間が両方とも1時間程度以下の層
出所：NHK調査（2022年10月 全国15～79歳男女、インターネット調査、N=2463

1. 情報空間の課題に対する人々の認識

- 新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する「信頼」は、利用者の7割以上の水準にある
- さらに、**伝統メディアが情報空間に良い影響を及ぼすことへの「期待」も、全体の8割、主にネットを利用している人でも75%と高い水準にある**

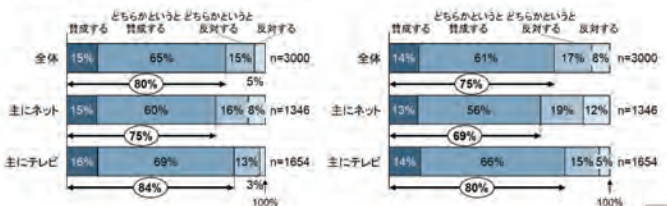


出所：公共放送ワーキンググループ（第2回）「公共放送」に関するWEBアンケート調査結果（強調はNHK追加）

従来型メディア、NHKの情報空間への影響評価

- 従来型のメディアがインターネット配信事業者に良質なコンテンツを提供することで良い影響を及ぼすことについて、8割の人が賛成。NHKについては75%の人が賛成。

〈設問〉従来型のメディア（NHK、民放、新聞社などメディア全体）が良質なコンテンツをインターネットの配信事業者に提供することで、インターネットも含めたメディア・情報空間に良い影響を及ぼすべきであるという意見があります。あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。



出所：NHK調査 2020年10月

主にネット・インターネットの信頼度がテレビよりも高い人、またはテレビの信頼度がインターネットよりも高い人の割合を比較した人

出所：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（第2回）

2. 情報空間の変化とNHK、伝統メディアへの期待

NHK

「情報空間の参照点」への期待
(社会において信頼できる基本的情報の提供)

テレビ層・非テレビ層を問わず、
拡大する情報空間に対する課題認識は幅広い

「信頼できる多元性確保」への期待

新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する
期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きい

- 伝統メディア、公共放送が対応してきたものであり、非テレビ層に向けてのサービスには一定の期待・評価が確認されている（社会実証）
- 新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きく、これを維持して情報空間の課題に対処していくことが、視聴者・国民に大前提として求められている

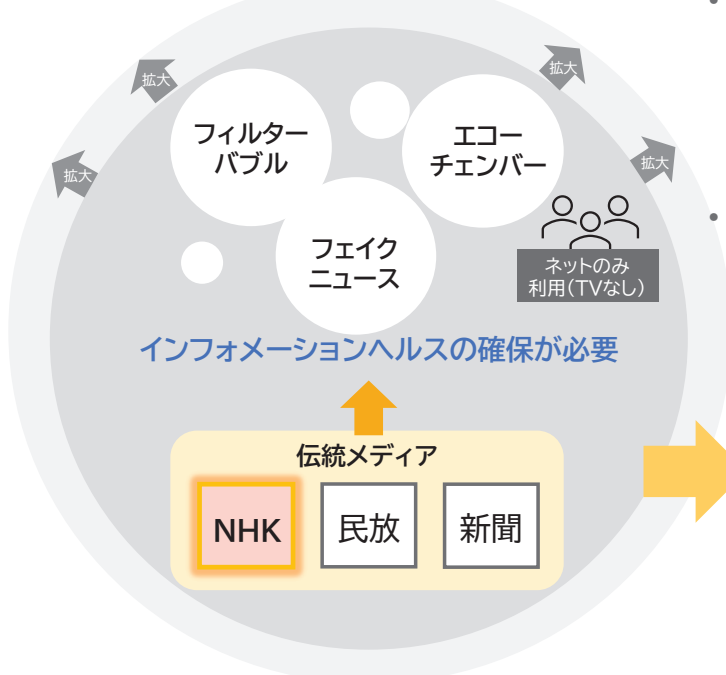
- この二つの「期待」について、これまで培ってきた、NHKと民放の「二元体制」で、相互補完し切磋琢磨することで民主主義の発達に寄与していく

5

2. 情報空間の変化とNHK、伝統メディアへの期待

NHK

インターネットを含む情報空間

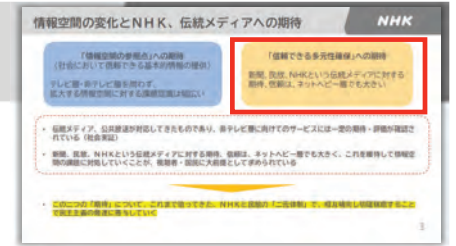


- 情報空間が拡大する中、国民の「知る自由」を保障し、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった社会基盤としての役割を果たすことで、健全な民主主義の発達に貢献し、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルス（情動的健康）を確保することが必要になっている。
- これまで、国民の「知る権利」を保障し、「社会の基本情報」の共有等の役割を果たしてきた伝統メディア（NHK、民放、新聞）が、インターネットを含む情報空間全体の健全化等の観点から、何ができるか、何をすべきかが問われている。

「情報空間の参照点」の提供
(社会において信頼できる基本的情報の提供)

「質」「量」とともに充実した、**世界に通用する**
ニュース・コンテンツの提供という“原点回帰”
(そのために、取材力・制作力を“純化”)

3. “プラットフォーム”としてのNHK



切磋琢磨することで質を高めていく「多元性確保」へ
どのように具体的に貢献すべきか

➔ “プラットフォーム”として、協働・協創するNHKの役割

- ① 厳しくなる経営環境下、より効率的な地上放送ネットワークの構築に寄与する役割
- ② “コンテンツ創造”を支える役割（衛星プラットフォーム）
 - 様々な作り手とともに多元性に貢献
 - より効率的な伝送に貢献
- ③ 地域コンテンツ等を情報空間に展開する役割
- ④ 日本の視座を世界に伝える役割

7

(参考) 情報空間全体の多元性確保への貢献への期待

NHK

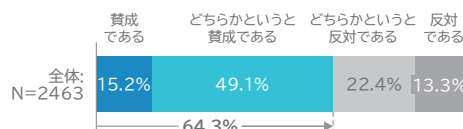
- **NHKが、多元性の確保のために以下のような業務に取り組むことに対して、国民の約6～7割が賛成している**
 - 放送ネットワークを、NHKが民放と協力しながら効率的に維持・管理することに約64%が賛成
 - NHKが日本のコンテンツ産業を後押しすることに、約64%が賛成
 - NHKが中心となり、放送とインターネット両方に対応できるようなソフトウェア開発等を進めていくことに約68%が賛成

「3. あまねく伝える」の中の「二元体制の持続可能性を高め、あらゆる地域へ放送の価値を届け続けます。」に関連してお伺いします。日本の人口減少の加速や、大雨、地震等の自然災害の増加により、放送事業者が日本全国各地の人々に向けて放送ネットワークを維持することが困難になり、NHKと民放の二元体制の下で提供されてきた社会にとって必要とされる基本的な情報※が、地域に住む人々に届けられにくくなるという課題に対して放送事業者が単独で対応していくには限界があり、業界全体で対応していく方が効率的です。そこで、今は各社バラバラに対応していることが多い**放送のネットワーク(鉄塔等)**を、今後NHKが中心となって民放と協力を進めながら、**効率的に維持・管理して行くべきだ**という意見があります。
※全国向けの情報だけでなく、地域社会の課題・自治体や選挙の情報・生活情報等

「1. 安全・安心を支える」の中の「国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。」に関連してお伺いします。海外の事業者が多くの世界の視聴者に見てもらうことを優先することで、一見日本風ではあるものの、日本人視点で見ると違和感のあるコンテンツのみが広まり、日本の文化・社会等を題材とした日本らしいコンテンツがなくなるという課題に対処するために、NHKが、業界全体の制作力向上支援や日本コンテンツへの投資促進支援等を通じて、**日本のコンテンツ産業を後押ししていくべきだ**という意見があります。

「1. 安全・安心を支える」の中の「国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。」に関連してお伺いします。欧米を中心とした海外の放送局では、放送と同時にインターネットにコンテンツを提供していくことが標準になっています。日本としても同様に対応していくために、NHKが中心となり**放送とインターネット両方に対応できるようなソフトウェア開発**等を進めて行くべきだという意見があります。

Q.あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。(ひとつだけ)【必須】



8

出所:NHK調査(2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

①より効率的な地上放送ネットワークの構築に寄与する役割

- ・ 持続可能性のある二元体制の維持・強化に向け、放送ネットワークの最適化について、民放と連携を深めて推進していきたい
- ・ 個々の事業者の判断の尊重を前提に、適切な情報交換、勉強会等の実施から開始していきたい

放送ネットワークインフラの在り方について

二元体制への期待に応えるために、更なる効率化を進め、持続可能性のある“あまねく”伝えるを実現する

最新の技術を活用して放送ネットワークの最適化を進める必要がある（とくに過疎化が進む地域について）

下記の点を踏まえて検討すべきではないか

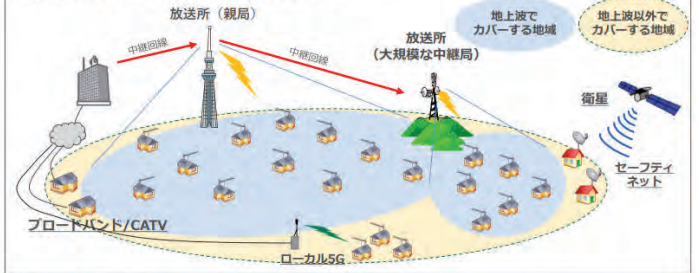
- 世帯数の減少に伴い、インフラ維持に係るコストが増大
- 自治体ケーブルや地元視聴者が設置・管理している辺地共聴施設などのインフラも老朽化が進展
- 放送ネットワーク維持・管理の担い手確保の困難化(高コスト化の原因に)
- 代替可能性のあるインフラ(CATV、ブロードバンド、5G)等の普及

持続可能性ある二元体制の維持・強化に向け、放送のネットワークの最適化について、民放と連携を深めて推進していきたい。

今後の地上テレビジョン放送のネットワークイメージ

これまで ⇒ 地上波を基本に構成
 これから ⇒ 地上波を含む多様な伝送手段を活用
 (例) ・親局・大規模中継局の対象エリア(全世界の94%程度)は地上波でカバー
 ・残りのエリア(最大で6%)は、ブロードバンド/CATV、ローカル5G、衛星などでカバー

将来の地上放送ネットワークのイメージ



今後のブロードバンド網整備の進展を注視しながら、ブロードバンドを放送の一部として活用する可能性について検討すべきではないか

出所：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（第2回）（NHK提出資料）

②コンテンツ創造を支える役割（衛星プラットフォーム）～様々な作り手との協働

- ・ 修正経営計画において、コンテンツ産業の信頼性向上、コンテンツ業界の人材育成などに取り組むことを明記
- ・ 衛星波の整理・削減後も、衛星放送全体で外部制作事業者との連携を維持・強化

コンテンツの信頼性向上 健全性確保への貢献

1月に修正したNHK中期経営計画で「コンテンツ産業への貢献」を明記

強化する重点項目

1. 安全・安心を支える
 災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。
 ○国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報発信の手段として、健全な情報伝達力の維持に貢献します。
 ・ニュース・ドキュメンタリーが重要とする時代に対応し、事実を伝えるための情報収集・制作機能を強化します。
 ・取材に当たっては信頼性の高い情報を確保するため、ジャーナリスト人材の育成に注力します。
 ・専門的知識を蓄積し、調査、制作、安全保障といった社会の要請する分野の強化に取り組めます。
 ○信頼されるメディアとしてコンテンツ管理にも取り組むとともに、品質を向上させるコンテンツの信頼性向上にも貢献します。
 ・定額制の視聴料に応じた教育コンテンツの充実など、信頼の高いコンテンツに継続的投資を強化します。
 ・衛星放送の信頼性向上に向けた取り組みの推進も強化します。
 ・衛星の安定した受信を確保します。

■放送通信融合時代における日本のコンテンツ産業の信頼性向上に業界と協力しつつ取り組みます

繰越金を活用した還元

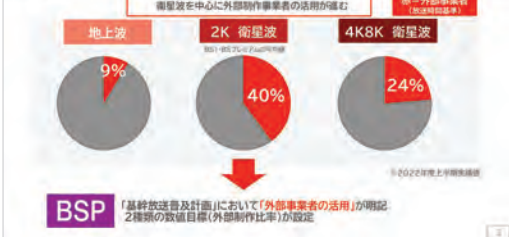
繰越金を活用したその他の還元
 視聴者のみなさまの将来的な負担軽減に向けて先行投資に取り組みます
 ○視聴者のみなさまに追加負担を強いることなく、信頼できる情報を届けたいという思いを込めて、信頼できるコンテンツの提供に貢献します。
 ○投資回収コスト削減に向けた投資
 ○視聴者の健康と安全のための投資
 ○日本のコンテンツ業界の人材育成
 還元規模(想定値) 700億円程度

■情報空間の健全性確保のための投資
 ■日本のコンテンツ業界の人材育成

BSプレミアムは(A)(B)2種の努力目標に向かって 外部制作事業者の活用を進めている



波別の外部制作 編成割合



出所：放送コンテンツの制作・流通の促進に関するWG（第5回）（NHK資料）

②コンテンツ創造を支える役割（衛星プラットフォーム） ～様々な作り手との協働

- 協働の例

“開かれた制作体制”により産業振興に貢献

※BSプレミアム放送の受賞作品より



文化庁芸術祭 大賞

「忠臣蔵狂詩曲No.5 中村仲蔵 出世階段」
(2022年・第77回 テレビドラマ部門)
制作会社:オッティモ



ATP賞 最優秀賞

「藤改途の夜 トースター高飛び/フンちゃん25m走」
(2021年 第37回情報・バラエティ部門)
制作会社:テレビマンユニオン

外部制作会社は、公共放送NHKを支える上での欠かせないパートナー

NHKは番組制作会社との協業を通じて 日本全体のコンテンツ制作力向上に貢献

コンテンツ産業への貢献1 協業による多様性の創出

独創性 × 多様性 = 視聴者の満足度向上



各社との協業で制作するコンテンツ群が

衛星放送の多様性や豊かさを創出

- このほか、地域民放ほか、コンクールを受賞した番組を紹介する「ベストテレビ」等を放送。

出所：放送コンテンツの制作・流通の促進に関するWG（第5回）（NHK資料）

②コンテンツ創造を支える役割（衛星プラットフォーム） ～より効率的な伝送

- 衛星放送においても、地上放送同様の環境変化（「安定運用とインフラコストの合理化の両立」が必須に）
- 環境変化に的確に対応し、ステークホルダーの意向も踏まえ、信頼性を確保しつつ、運用面・経済性で、より合理的・効率的になるよう、検討を進めていくことが重要と認識

大きな環境変化の中で今後の衛星放送に求められる諸課題について

現状

- ◆ 衛星放送は、ハードとソフトを制度上分離することにより経営リスクを分散し効率的な事業運営を行うことが可能としており、広域性や経済性、大容量性や高品質性といった強みを持つメディアである。

課題

- ◆ 衛星放送を取り巻く環境が大きく変化している中、それを的確に捉え、衛星放送ならではのメリットを最大限活かしつつ、ハード事業者とソフト事業者の一層の連携を促し、良質な放送コンテンツを引き続き全国の視聴者に届けその社会的役割を持続的に維持・発展させる環境を整えることが求められている。

その前提の下、本検討会第15回会合（1月31日）及び第16回会合（3月13日）における衛星インフラ事業者からのヒアリング結果等も踏まえ、例えば、以下のような短期・中期にわたる諸課題への対応に関し、具体的・専門的な検討を行う必要性についてどう考えるべきか。

大きな環境変化に対応し、ソフト・ハードの連携により取り組む短期・中期の課題(例)



安定運用とインフラコストの合理化の両立（共同衛星に関するB-SAT及びスカパーJSATの見解）

共同衛星の可能性(B-SAT)

過去の共同衛星の例
BSAT3e/BSAT4eR (2019年打上)
BSAT3e/BSAT4eRは、CS202衛星と共通の衛星プラットフォームを構築し、地上放送と同様の運用体制で運用されている。

共同衛星のメリット

- ・ 地上放送と同様の運用体制で運用されている。
- ・ 衛星運用に関するコストを削減できる。
- ・ 衛星運用に関するリスクを分散できる。
- ・ 衛星運用に関するノウハウを蓄積できる。

共同衛星のデメリット

- ・ 衛星運用に関するノウハウを蓄積できない。
- ・ 衛星運用に関するノウハウを共有できない。
- ・ 衛星運用に関するノウハウを共有できない。

共同衛星の課題

- ・ 衛星運用に関するノウハウを蓄積できない。
- ・ 衛星運用に関するノウハウを共有できない。
- ・ 衛星運用に関するノウハウを共有できない。

衛星の統合、衛星管制的効率化(スカパーJSAT)

衛星の統合、衛星管制的効率化(スカパーJSAT)

衛星の統合、衛星管制的効率化(スカパーJSAT)

衛星の統合、衛星管制的効率化(スカパーJSAT)

衛星の統合、衛星管制的効率化(スカパーJSAT)

放送制度検討会(第16回)におけるB-SAT、スカパーJSATプレゼン資料より抜粋

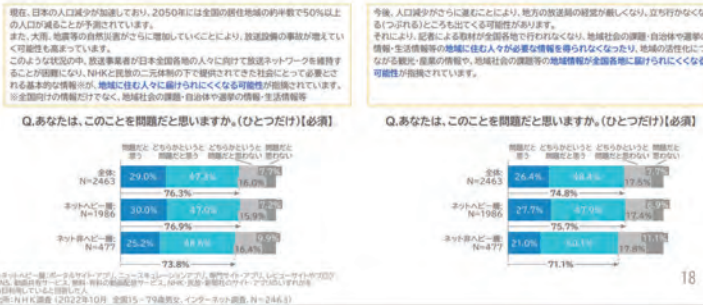
出所：デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会（第18回）（赤枠はNHK追記）

③地域コンテンツ等を情報空間に展開する役割

- 「地域の人々に社会にとって必要な情報が届けられなくなる」「地域の情報の担い手が減少すること」に対して約75%が問題と感じている。その問題意識は、ネットヘビー層の方が高い
- NHKのインターネットへの取り組みの基本は、『放送と同様の効用・価値』を届けること

修正経営計画についてのネット調査から(3.あまねく伝える) NHK

- 人口・世帯数の減少により「地域の人々に社会にとって必要な情報が届けられなくなる」「地域の情報の担い手が減少すること」に対して、約75%が問題と感じている。その問題意識はネットヘビー層の方が高い



基本：「放送の同時配信・見逃し」報道サイト（「放送」と同一の情報内容の多元提供）」 NHK

- 「放送の同時配信・見逃し」と「報道サイト（「放送」と同一の情報内容の多元提供）」が基本上記以上は「放送と同様の効用が異なる態様」で実現されるものについて実施（後述）

現在のサービス「NHKプラス」「NHK NEWS WEB」

NHK+

- 常時同時配信・見逃し番組配信サービス
- 各地域のコンテンツもスマホなどで視聴可能
- 利用者に対価を求めず、現在は受信契約者本人と、本人と生計を同一にする方が視聴可能
- テレビを保有していないインターネットのみの利用者は視聴不可

⇒ 以下のような価値を提供

- ・ いつでもどこでも公共放送の番組を視聴可能
- ・ 地域理解促進、異なる考え方を発見

NHK NEWS WEB

- 動画配信、記事等
- 社会・気象/災害・科学/文化・スポーツなど、多様な情報を提供
- 様々なデバイス・認証等なして閲覧可能

⇒ 以下のような価値を提供

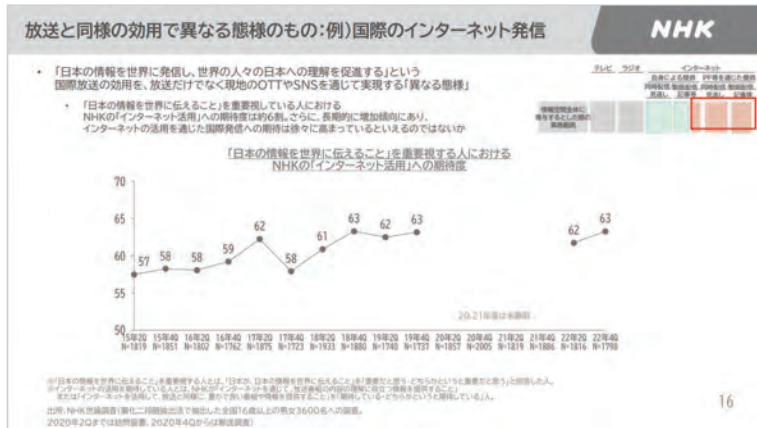
- ・ 公平・公正で信頼できる情報を取得
- ・ 世の中で議論となっている事象・問題を把握

出所：NHK「インターネットでの社会生活」（第1集）補綴集第1巻138頁

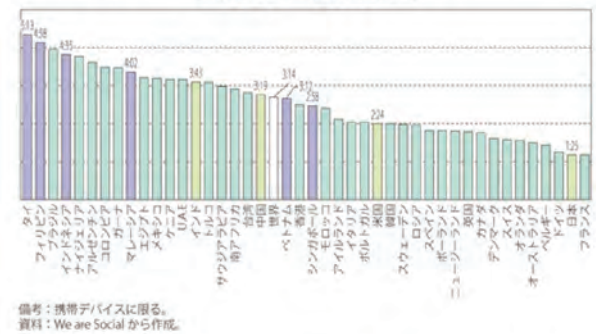
出所：公共放送ワーキンググループ（第3回）（第8回）NHK提出資料

④日本の視座を世界に伝える役割

- 「日本の情報を世界に伝えること」を重要視している人における、NHKの「インターネット活用」への期待度は約6割で増加傾向あり、インターネットの活用を通じた国際発信への期待は徐々に高まっているといえるのではないかと
- 海外のコンテンツプロバイダーは、現地の環境に合わせてネット展開を促進しており、同種の適応（そのための協働・協創等）が重要ではないかと

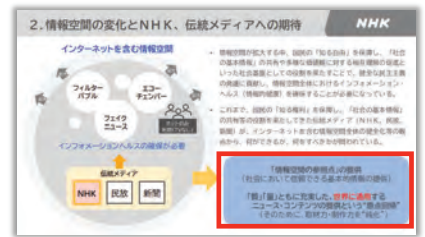


世界各国の一日当たりのインターネット利用時間（携帯デバイスのみ）



④日本の視座を世界に伝える役割

- 他方、「日本の視座を世界に」はあくまで世界に通用するコンテンツから
- 下記、Global Agendaほか、取材力・制作力を“純化”“原点回帰”をめざす



15

4. 今後に向けて～多元性確保へのさらなる貢献

- 国内外で、情報空間全体の多元性確保等に資する、新聞、民放、公共放送という伝統メディアによる協力体制が築かれはじめている。このようなさまざまな取り組みに、積極的に貢献していきたい

(さまざまな事象・事例イメージ)

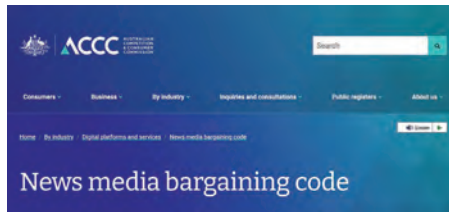
トラステッド・ニュース・イニシアティブへの参加



- 有害な偽情報・誤情報に関する知見や対策方法を共有する国際的なメディアネットワーク
- BBCやワシントン・ポストなど欧米の主要メディアや、大手ITプラットフォーム企業が連携し、2019年に開始
- NHKは2022年から参加している

出典：
<https://www.bbc.co.uk/beyondfakenews/trusted-news-initiative/about-us/>

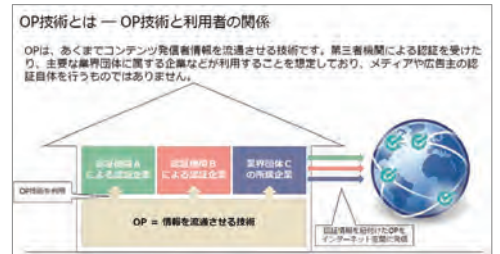
ニュースコンテンツの“対価”を得る法的枠組み確立へ協力・貢献(オーストラリア等)



- いわゆる大手ITプラットフォーム企業を対象に、新聞、民放、公共放送などの報道機関への正当な対価の支払いなどを義務付ける規律を策定
- メディア環境の激変の中で、情報空間の課題に伝統メディアが共闘して対応した

出典：
<https://www.accc.gov.au/by-industry/digital-platforms-and-services/news-media-bargaining-code/news-media-bargaining-code>

(参考)オリジネーター・プロフィール技術(最新技術により情報空間の信頼性向上へ)



⇒情報空間全体の信頼性、透明性を高めていく技術開発については、ぜひ積極的に貢献していきたい

出所：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(第18回)「Originator Profile概要説明資料」

16

NHK

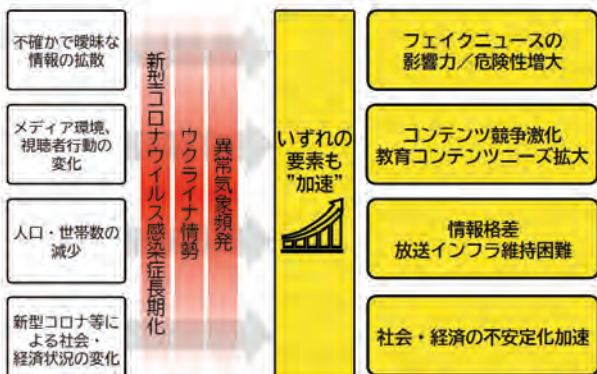
(参考) 修正経営計画の重点事項：
“安全・安心”と“あまねく”の追求

NHK

経営計画で想定した環境変化の加速

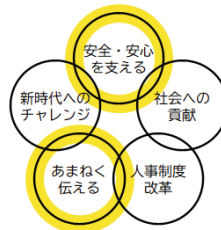
新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢等の影響により、放送を取り巻く環境変化が加速し、新たに課題が発生し深刻化しています。

環境変化は大きく“加速”



強化する重点項目

5つの重点項目



強化する内容

“安全・安心”の追求

災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。

“あまねく”の追求

地域インフラへの投資を強化し、放送通信融合の時代に、世代や場所にかかわらず「放送の価値」を届け続けます。



徹底した構造改革

これまでの方針の進化・深化

営業改革の完遂により安定収入を確保し、放送通信融合時代にふさわしい業務フローへの転換を図ります。

視聴者のみなさまへの“還元”について

計画期間中の収支見通し

構造改革による支出削減に加えて、経営努力によって生み出した財政安定のための繰越金をもとに、下記のとおり受信料の値下げや視聴者のみなさまの将来負担の軽減につながる先行支出などを行います。

■受信料の値下げについて

➢ 2023年度を含む、中長期の収支見通しを踏まえ、受信料の値下げ等(受信料体系の見直し)を実施します。

- 還元(値下げ等)の方法 ※いずれも、2023年10月から実施します。

✓ 地上契約および衛星契約を以下のように値下げします。

(支払方法の多様化を踏まえた、継続振込等払いと口座・クレジット払いの料額の一歩を含まず)

種別	支払方法	月額(値下げ後)	月額(値下げ前)
地上契約	口座・クレジット	1,100円	1,225円
	継続振込等		1,275円
衛星契約	口座・クレジット	1,950円	2,170円
	継続振込等		2,220円

✓ 学生への免除を拡大します。

- 還元(値下げ等)の規模

✓ 値下げに際して充当する還元の原資…総額1,500億円を想定

※なお、受信料体系の見直しは、日本放送協会放送受信規約、日本放送協会放送受信料免除基準の総務大臣認可、および各年度における予算の国会承認など、所費の手続きを経て決定され実施します。

■視聴者のみなさまの将来負担の軽減につながる先行支出等について

- ネットワークコスト削減等、視聴者の将来負担の軽減につながる先行支出(「3.あまねく伝える」関連)*
 - ✓ 民間放送事業者との放送ネットワークの効率的運用、ソフトウェア化対応研究等、改正放送法の協力的義務に係る支出…総額600億円(2023年度は調査費等を計上)
- 日本のコンテンツ産業全体の視点から、公共的コンテンツの創造・展開の強化に係る支出*
 - (「1.安全・安心を支える」関連)…総額100億円(2023年度は調査費等を計上)
- 災害時等の持続可能性を担保する、財政安定のための繰越金…少なくとも500億円程度必要
 - *改正放送法(第73条の2第5項)にもとづき、次期中期経営計画期間において「支出の予想額」に充当される想定です。なお、これらの区分については、別途定められる総務省令により、改められることがあります。

収支見通し

- 2023年10月からの受信料の値下げ等により、受信料収入約460億円の減収を想定しています。
- 事業収支差金のマイナスは、値下げのために確保した還元の原資から充当することで解消します。
- 受信料値下げの継続を可能にするため、支出規模を段階的に縮減する間、還元の原資を活用します。

区分	2020年度 予算	2021年度		2022年度		2023年度	
		増減	増減	増減	増減		
事業収入	7,204	6,900	△304	6,890	△10	6,440	△450
うち受信料収入	6,974	6,714	△260	6,700	△14	6,240	△460
事業支出	7,354	7,130	△224	6,890	△240	6,720	△170
事業収支差金	△149	△230	△80	0	230	△280	△280
還元の原資を充当						280	+280
還元の原資残(繰越金)						1,220	

出典:「NHK経営計画(2021-2023)の修正について」より

出典:「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するWG」(第1回)総務省資料

概要

- ✓ 2006年の「通信・放送の在り方に関する懇談会」において、以下が提言された。
 - ① 日本のソフトパワーの強化を実現するため、放送事業者は、番組の外部調達や取引の在り方を見直し、外部調達の増大に努めることが期待される。
 - ② 特に、公共放送であるNHKは、番組制作の一定割合以上をNHKの子会社以外の外部から調達すべきである。
- ✓ これを受け、基幹放送普及計画において、BSプレミアムについては、**外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用**することが求められている。

基幹放送普及計画(告示)抜粋

イ 衛星基幹放送

C A(A)の放送については、その周波数(右旋円偏波の電波に係るものに限る。)の1の範囲内において、次の(A)及び(B)に掲げる各1系統の放送を行うこと。

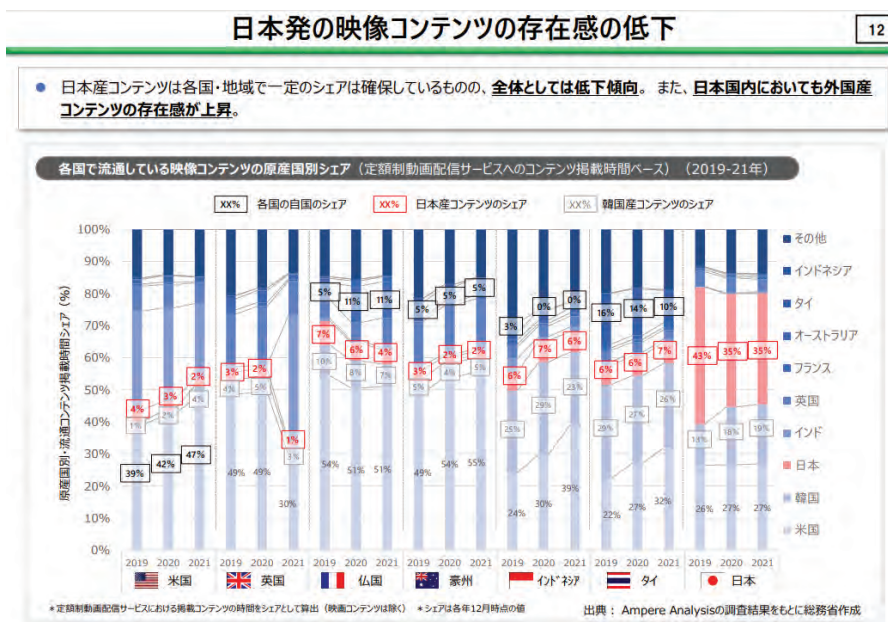
- (A) 衛星基幹放送の広域性、経済性、大容量性及び高品質性を生かした情報の提供を行う総合放送 ←BS1
- (B) 外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用し、過去の優れた文化の保存並びに新たな文化の育成及び普及を促進することを目的とする総合放送 ←BSプレミアム

D (略)

E C(B)の放送については、次の(A)及び(B)に掲げる事項に取り組むものとする。

- A** (A) 各年度の総放送時間のうち、協会が外部制作事業者(国内において放送番組の制作の事業を行う者(協会の子会社及び関連会社を除く。)をいう。以下同じ。)に制作を委託した放送番組(協会の子会社及び関連会社を介して制作を委託したものを含む。)及び協会と外部制作事業者が共同で制作した放送番組の放送時間が占める割合が**百分の十六以上**となるよう努めること。
- B** (B) 各年度の総放送時間のうち、協会が企画競争等に付して他に制作を委託した放送番組及びそれ以外の外部制作事業者が制作に参加した放送番組の放送時間が占める割合が**百分の五十以上**となるよう努めること。

- 日本産コンテンツのシェアは、国内外において低下傾向にある



出所：放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ（第6回）（事務局資料）

NHKと民放事業者との協力について

2023年6月29日

一般社団法人 日本民間放送連盟

1

本日のご説明

- ▶ はじめに
- 1. 地上波放送の中継局(共同利用)について
- 2. その他の検討項目について
- ▶ 結び

はじめに

- 我が国の放送は、受信料収入を経営の基盤とするNHKと、広告収入などを経営の基盤とする民放事業者による二元体制の下、それぞれの特性を活かし相互補完することで、全体として視聴者への適切な情報発信が確保されてきました。
- デジタル時代においてもNHKと民放事業者が必要に応じて連携・協力し、視聴者の期待に応えていくことは極めて重要です。
- 本タスクフォースが掲げる、NHKによる「日本の放送業界への貢献」によって、各地域における情報発信の重要な担い手でありながら厳しい経営環境にある民放ローカル局が、放送番組の制作・提供に注力し、今後も地域に貢献し続けていく環境が整うことを期待しています。

1. 地上波放送の中継局(共同利用)について(1)

民放事業者にとって検討項目①「地上波放送の中継局(共同利用)」が最も重要であり、全力で取り組むべき課題と考えます。

- 「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」(放送制度検討会)第19回において、広告会社の電通および博報堂DYメディアパートナーズから、テレビ広告収入の漸減により、民放のエコシステムに大きな影響があるとの説明がありました。スポット広告収入の割合が大きい民放ローカル局において影響は特に深刻であり、経費削減が喫緊の課題です。
- 放送制度検討会第8回(2022年4月15日)に報告した「民放の地デジ送信維持費について」(参考資料3)にあるとおり、民放のミニサテおよび小規模中継局は世帯カバー率が極めて小さい(合わせて3%程度)にも関わらず、年間維持費の負担が大きい(同約80億円/年)ことが問題です。こうした事情はNHKとも共通しています。
- NHKと民放との共同利用により、地デジの送信維持費を圧縮することを、多くの民放ローカル局が期待しています。

1. 地上波放送の中継局(共同利用)について(2)

「中継局の共同利用」の実現に当たっては、(a) 経済合理性の確保と、(b) 地域事情への配慮が大前提です。

【(a) 経済合理性の確保】

- 前述の「民放の地デジ送信維持費について」にも記載したとおり、NHKの中継局は、民放事業者よりも高コストであるとの認識です。
- 両者が協力・連携関係を深めるためには、現在の仕様の相違やその要因に関する分析が欠かせません。また、「あまねく受信」に関するNHKの措置義務と、民放の努力義務の違いに留意することも重要です。
- 前回の本タスクフォースでは落合構成員から「独占禁止法に配慮した具体化」について指摘がありました。これは重要な視点であり、同法への抵触を避けつつ適切に検討を進めるための方策等について、ご助言をいただきたいと考えます。

1. 地上波放送の中継局(共同利用)について(3)

【(b) 地域事情への配慮】

- 放送対象地域によって、中継局を取り巻く事情はさまざまです。地域事情の反映のためには、各地域において、放送事業者による個別具体的な検討が不可欠です。
- 共同利用の検討を全国各地に広げていく際は、民放ローカル局が主体的に参加できる検討体制の構築が必要と考えます。行政には今後の地方自治体などとの調整を含め、協力や支援を期待します。

【NHKと民放による検討の推進】

- 前回の本タスクフォースにおいて、NHKは中継局の共同利用について、「民放の皆さんとは適切な情報交換、勉強会等の実施から開始したい」などと述べ、検討を推進する方針を示されました。
- NHKには経済合理性の確保と地域事情への配慮を強く意識していただき、民放事業者が受け容れやすい提案をお願いします。

2. その他の検討項目について(1)

■NHKが、民放ローカル局の番組をBSで放送する場合(検討項目②)や、国際発信する場合(検討項目⑤)において、NHKの協力がローカル局の収支に寄与するためには、

▽ 放送番組の販売(番販)

▽ CM付きの放送

などが選択肢となります。ビジネスとして成り立つかどうかの視点での検討をお願いします。

2. その他の検討項目について(2)

■2020年1月施行の放送法改正により、NHKには「民間放送事業者によるインターネット番組配信の円滑な実施に必要な協力をする努力義務」が規定されています。前回の本タスクフォース(資料1-3)では、これに関するNHKにおける取組実績として「TVerを通じた番組提供」が紹介されています。

■NHKは2019年8月からTVerに番組提供を行っていますが、現在も一度に視聴できるのは10数番組にとどまっており、残念ながら十分な規模とは言えません。

■NHK番組のTVerへの提供が難しい主な理由としては、▽フリーライドへの懸念(受信料の支払いがないユーザの利用)、▽広告との隣接への懸念、▽視聴データ共有の問題——などがあると聞いています。

■インターネット配信におけるNHKと民放の協力については、まずは現在実施している取り組みを検証する必要があると考えます。

結び

- 民放ローカル局の経営環境が厳しさを増す中で、経費削減は喫緊の課題です。民放連は検討項目①「地上波放送の中継局(共同利用)」が最も重要であり、全力で取り組むべき課題と考えています。
- 2023年5月の放送法・電波法改正により、「放送ネットワークの共同利用」が制度上可能となりました。早期に具体化できることを期待しています。
- 「地域の強みや良いところを地域の人々と共有することこそがローカル局の使命ではないか」。民放連の会員各社から、こうした意見を聞くことが増えました。ことは民放だけの問題ではありません。「公共政策として最低限確保すべき情報は何かという視点でアジェンダを整理すべきではないか」(曾我部構成員)との指摘は重要だと考えます。
- 民放とNHKとの共同事業においては、当事者である民放とNHKとの間で協力の在り方を検討し、合意形成することが重要です。行政は当事者間の検討を見守りつつ、当事者のニーズに合致した環境整備を後押ししていただきたいと考えます。

放送業界に係るプラットフォームの在り方に関する タスクフォース

2023年6月29日
東京メトロポリタンテレビジョン株式会社
編成局



TOKYO MXの理念

ビジョン vision

国際都市・東京の情報を国内外に発信し、世界に開かれたテレビ局を目指す

使命 mission

自然と人との共存を大切にし、感動と共感をテーマに、広く社会に貢献する

共有すべき価値観 values

凛とした矜持を持った放送人として、広く視聴者からの信頼確保に努める
放送倫理、社会倫理、及び関係法規を遵守することにより、健全な放送の確保に努める
公平・公正を旨として正確で迅速な報道に努め、民主主義の発展に寄与する
品位と節度を持った番組を通じ、文化活動、スポーツ活動の支援に寄与する
公共の福祉に役立つ広告・宣伝を提供し、社会・経済の発展に寄与する

① 地上波放送の中継局

- 地上波放送について、NHKと民放との中継局の共同利用の実現に向けて取組を加速化していく上で、NHK・民放等が果たすべき役割は何か

可視聴エリアの拡充は、**緊急災害時の放送使命のために重要**と認識している。特に、弊社の**防災システムの充実のために価値がある**が、現状の放送運行において課題があるという状況ではない。共同利用の推進は、**財務上メリットがあり検討する価値はある**。

防災上のエリア	電波の状況	中継局
都民の居住地	●	現状の共同利用
観光地	▲	●

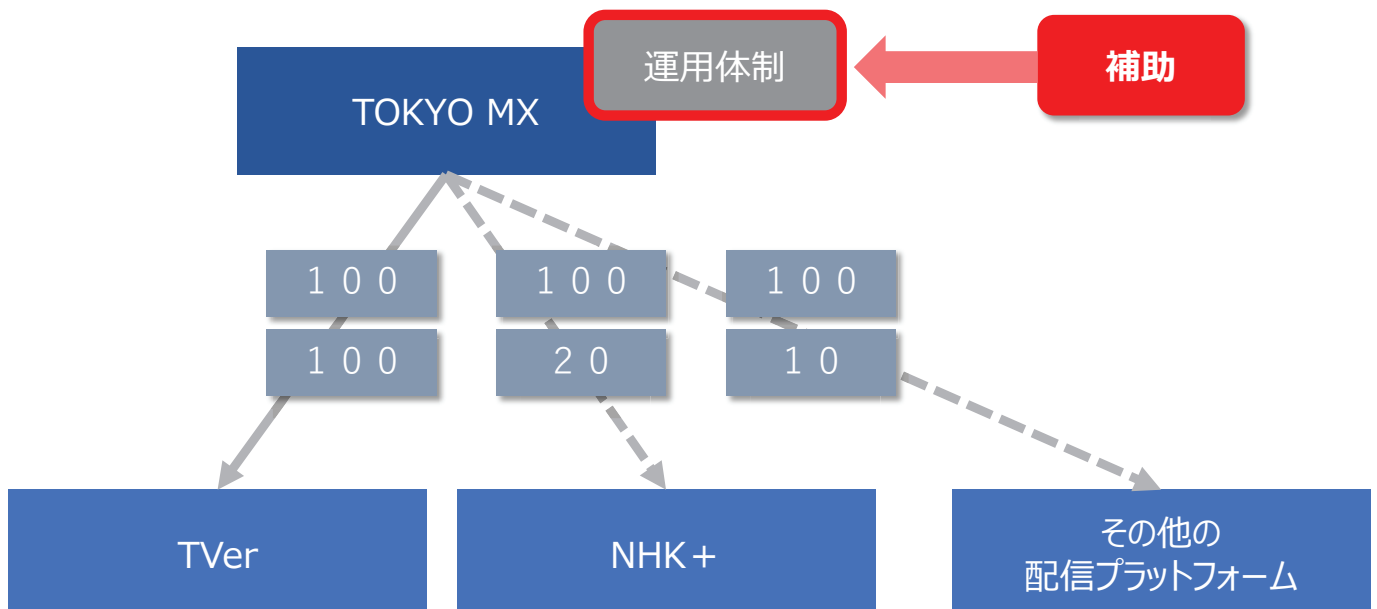


現在視聴できない、自然地区など観光地

③ インターネット配信

- ローカル局の放送番組も含め、放送業界全体での放送番組のインターネット配信の推進に向けて、NHK・民放等が果たすべき役割は何か

NHK+のなかのチャンネル運用は、**視聴者との接点拡充やブランド・認知拡大に価値がある**が、運用体制（人・モノ・費用）を前提に考えると、**一定の補助**が必ず必要となる。



⑤ 国際発信（※夏以降も継続検討）

- 日本の放送番組の国際発信について、放送業界全体での国際発信の推進に向けて、NHK・民放等が果たすべき役割は何か

今後の国際的な人・情報・経済の流出入が拡大するなかで、当社のブランド・認知拡大を推進していく上では、価値があると認識。

課題は、①**収益化モデル**の体制構築、②東京を世界に発信する為に、海外を対象にした**番組の制作体制**の構築、などがある。



対応策（案）

- ① **番組販売をする仕組み(権利処理等を含む)**
- ② **番組制作のためのNHKの経営資源を共有する仕組みなど**

○地上波放送の中継局について

<現状>

- ・ tvkは、親局+中継局30局で神奈川県内をカバーしている。
- ・ 親局と t v k 単独中継局1局を除き、NHK、東京民放5社と共同利用している。
- ・ 共同利用している設備、共同利用社の関係は局所ごとに異なるが、局舎、鉄塔、アンテナ、電源設備、非常用発電機、蓄電池は全て共用。

○地上波放送の中継局について

<課題など>

- ・ 神奈川では設備の共同利用が進んでいるが、更に効率化、費用削減を進めるのであれば、各社単独で設備している中継放送機の共用が実現できないか。
全局（NHK+広域民放+ t v k）が1台の放送機から電波発射出来れば、設備の省力化、経費削減に寄与すると考える。
- ・ ただし、各社の現状設備の更新時期と放送機統一化の時期を合わせるのが困難か。
- ・ t v k の中継局放送機は、2024年度～28年度にかけて、全ての局所で更新を行う計画としている。

○インターネットの配信について

NHKのインターネット配信については、基本的に民放連と同様の意見

<現状>

- ・ **TVer**ではレギュラーの2番組を配信中。その他単発番組などもスポットで配信。
- ・ **Youtube**は自社番組を配信する公式チャンネルと、ニュースチャンネルの2つを運営。
- ・ コンテンツ毎に、**amazonプライム**や**U-NEXT**など配信事業社に依頼。
- ・ 情報番組「猫のひたいほどワイド」では、ニコニコ動画のプラットフォームを利用し、サブスク有料配信。

○インターネットの配信について

<課題など>

- ・ 収益の面からは、自社プラットフォームに視聴者を集められるのが理想。しかし、コンテンツの品ぞろえやユーザビリティが不足し、ローカル局は埋没してしまう。
- ・ 民放のプラットフォームは、**TVer**などひとつに集約し競争力を高める必要があると考える。
- ・ 放送エリアを越えた発信に加え、将来的にはリコmendによる県内視聴の増加にも期待。
- ・ 民放を統合するプラットフォームへの参画と並行し、番組を核にローカルなコミュニティを形成するファンサイトを拡大していく。

○国際発信について

<現状>

- ・国際発信は、地域情報の海外発信の面からも、番組販売の拡大の面からも課題だが、取り組めていない。

<課題など>

- ・国外放送のための権利処理など、ノウハウが不足している。
- ・民放としては、マネタイズの仕組みを整える必要がある。

放送業界に係るプラットフォームの在り方に
関するタスクフォース

衛星放送における今後の展望と期待

2023年6月29日
音好宏 (OTO Yoshihiro)
上智大学新聞学科

1. 衛星放送は、どう発展してきたのか

- 1953年2月 1日 NHK東京総合テレビ 開局 8月28日 日本テレビ放送網 開局
→ 放送普及基本計画 に基づき、多極化が進行
- 1960年代 前田義徳NHK会長 「衛星放送構想」
『放送朝日』 後藤和彦・小松左京対談 「放送の未来」 など
- 1989年 NHK-BS1/BS2 本放送開始 (1984年5月 NHK-BS試験放送開始)
... 独自編成+あまねく規定に基づく難視聴対策放送
- 1991年 日本衛星放送(現WOWOW)サービス開始
- 1992年 CSアナログ放送開始(CSバーン、スカイポート)
- 1993年 株式会社衛星システム設立
- 1996年 CSデジタル放送開始(PerfecTV)
- 2000年 BSデジタル放送開始(民放BSスタート)
- 2002年 110度CS放送開始
- 2018年 BS4K/8K放送開始

2. 衛星放送には何が期待され、どんな役割を果たしてきたか

■ 難視聴対策

→あまねく規定に基づき、地上テレビ放送の難視聴地域の解消

■ 多チャンネル化

→多様な文化の表現の場

→ケーブルとともに、90年代以降の「多チャンネル化」の担い手

■ 新たな放送技術の開発の場

→高画質化(ハイビジョン)、デジタル化、超高精細度化(4K、8K)

2

3. 衛星放送が直面する課題とは

■ メディア環境の変化

・利用デバイスの変化

スマホ利用の急伸

・メディア別接触の変化

ネット情報・動画配信の伸張、テレビ接触の相対的低下(特に若年層)

■ 衛星放送受信環境の整備

→特に集合住宅における左旋円偏波対応

■ 衛星放送のチャンネル／番組の埋没感

→戦略的PRの重要性

■ 4K8Kの魅力の到達

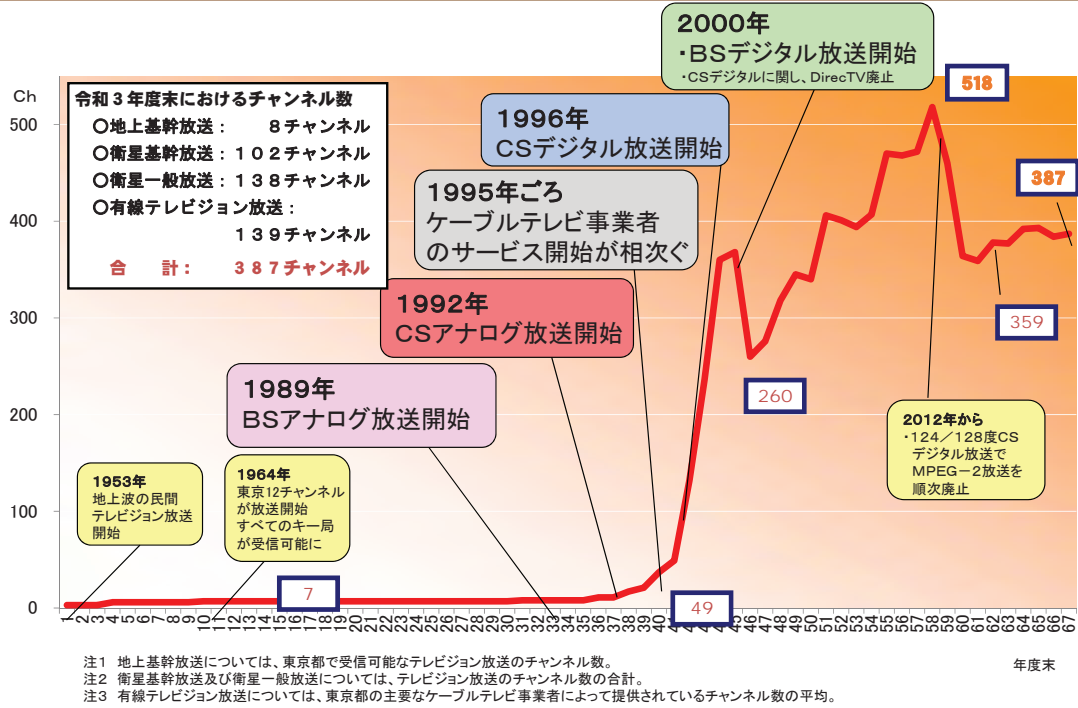
→大型のテレビ受像機で魅力は届きやすいが...

■ 4K(8K)コンテンツの充実

→オリジナル4Kコンテンツの不足

3

多チャンネル化の状況 衛星／ケーブルが多チャンネル化を牽引

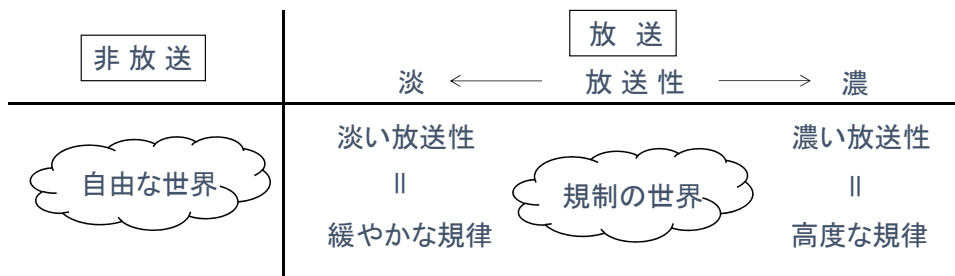


放送メディアの多様性と規律の濃淡、そして、非放送の拡張

「放送」該当性と「放送性」の濃淡

- 1985年に、当時の郵政省に設置された『ニューメディア時代における放送に関する懇談会(放送政策懇談会)』(座長：吉国一郎・元内閣法制局長官)は、「所謂ニューメディア時代における放送の役割について長期展望を行うとともに、国民の多様化する要望にこたえ得る放送の在り方について検討」を行って、1987年に報告書を提出した。その報告書の中で、「放送性」の濃淡に応じたきめ細かな規律の整理の必要性にふれている。次のとおり。

「典型的な放送概念とそれに対する現行の制度的対応を一方の端に、典型的な電気通信概念とそれに対する現行の制度的対応を他方の端に観念し、その両端を結んだ線分上において、広義の放送概念に含まれる諸メディアを配置分類し、各メディアの特性に応じ、高度な規律を課すべきメディアと緩やかな規律を課すべきメディアをきめ細かく整理することが新たな行政課題となっている。」



衛星放送の未来像に関するワーキンググループ報告書(令和3年10月) 概要

現状・課題

- 平成30年12月の「新4K8K衛星放送」以降、視聴可能受信機は累計約1,003万台(※)に到達。一方、受信環境の整備、4Kコンテンツの充実、視聴者に対する周知広報の一層の推進が必要。 ※ 2021年8月末時点
- 今後、BS右旋で一定の空き帯域が発生。また、BS及びCSの左旋においては、依然として多くの未使用帯域が存在。
- インターネット動画配信の普及や新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、放送事業者の経営環境は厳しさを増しており、衛星の中継器料等のインフラ利用料金の負担軽減といった新たな課題が発生。

今後取り組むべき事項

1. 新4K8K衛星放送の普及

(1) 受信環境整備の推進

(2) 4Kコンテンツの充実

- ① ピュア4Kコンテンツの質・量両面での充実が不可欠
- ② 訴求効果の高い周知広報の推進

2. 周波数の有効利用の推進

(1) BS右旋の空き帯域の活用

- ① 今後、一定の**空き帯域**が確保できた場合には、4K放送普及の観点から、当該帯域は**4K放送に割当て**。等

(2) 左旋の未使用帯域の活用

3. 経営環境変化への対応

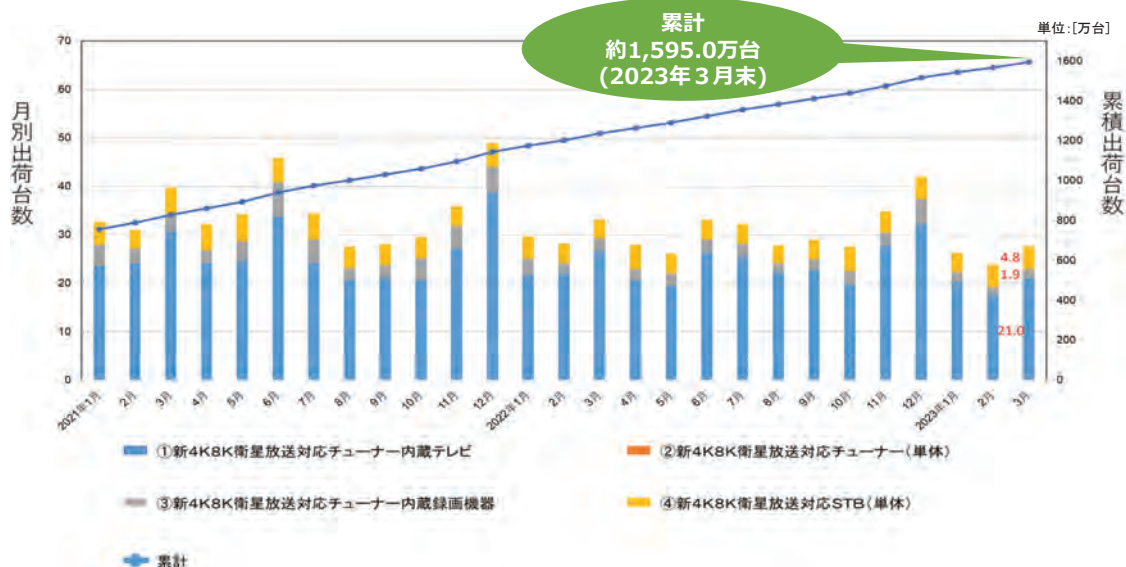
(1) インフラ利用料金の負担軽減

等

6

受信環境の改善(新4K8K衛星放送視聴可能機器の出荷状況)

- 新4K8K衛星放送視聴可能機器の累計出荷台数は**累計約1,595.0万台(2023年3月末)**。
- 新4K8K衛星放送の普及に向け、受信環境整備の推進、コンテンツの充実、国民・視聴者への継続的な周知・広報が必要。

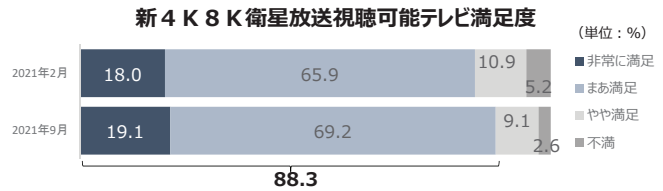
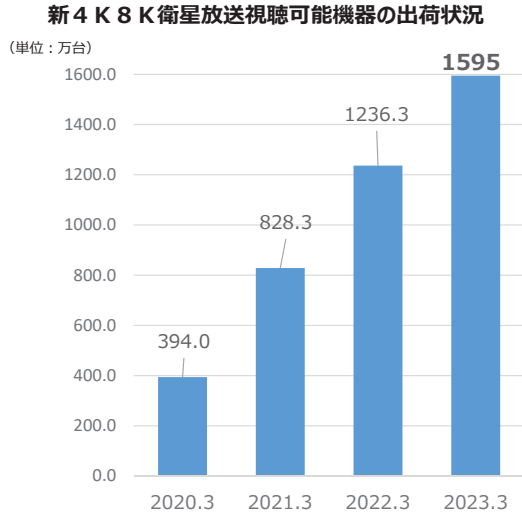


※ 千台未満を四捨五入し表記しているため累計や合計が表記数字の計と一致しないことがある。
 ※ (一社)放送サービス高度化推進協会「新4K8K衛星放送」視聴可能機器台数より
 ※ ①、②、③:一般社団法人 電子情報技術産業協会発表出荷台数。(②については、2022年4月から出荷統計数値公表の対象外となっている。)
 ※ ④:一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟ヒアリングによる設置増台数。

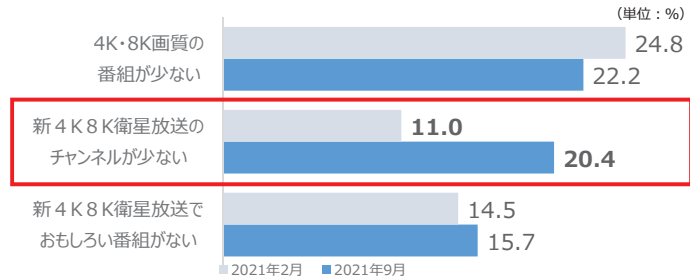
7

受信環境の改善(4K放送の満足度・ニーズ)

- 2021年9月にA-PABが実施した4K・8K放送市場調査によれば、新4K8K衛星放送視聴可能テレビ所有者の約9割が満足している。
- 一方で、新4K8K衛星放送視聴可能テレビに対する不満足の原因として、「**新4K8K衛星放送のチャンネルが少ない**」と答えた回答者の割合が、同年2月調査に比して倍増しており、**4Kチャンネル増加のニーズは高まっている**。
- **4K放送が増えることにより、受信機を購入した視聴者の満足度の向上につながることを期待**されるとともに、新4K8K衛星放送視聴可能機器の更なる普及につながる。



新4K8K衛星放送視聴可能テレビ不満足理由(放送関連)



【参照】A-PAB調査「新4K8K衛星放送視聴可能機器台数」、A-PAB調査「新4K・8K衛星放送」市場調査結果【R3.11】

8

衛星4K放送の拡充(BS放送の右旋帯域における事業者の公募・認定)

- NHKのBS1波削減(令和5年度末)後の空き帯域やその他既に生じている空き帯域を活用し、**BS放送の右旋帯域において4K放送を実施する衛星基幹放送事業者(3チャンネル分)の公募・認定**を行う。

新4K8K衛星放送における放送番組(18番組)

No.	社名	チャンネル名	放送数
1	(株)BS朝日	BS朝日4K	7ch
2	(株)BSテレビ東京	BSテレビ東京4K	7ch
3	(株)BS日本	BS日本4K	7ch
4	日本放送協会 赤4K	NHK BS4K	17ch
5	(株)BS-TBS	BS-TBS 4K	17ch
6	(株)ビーエスフ	BSフジ4K	17ch

No.	社名	チャンネル名	放送数
1	SCGプラチナ放送(株)	ショップチャンネル4K	3ch
2	(株)QVCアジア	4K QVC	3ch
3	(株)WOWOW	WOWOW	12ch
4	日本放送協会 赤4K	NHK BS8K	14ch

No.	社名	チャンネル名	放送数
1		J SPORTS 1 (4K)	9ch
2		J SPORTS 2 (4K)	9ch
3		J SPORTS 3 (4K)	11ch
4		J SPORTS 4 (4K)	11ch
5	(株)スカパー・エンターテインメント	スカパーチャンネル 4K	19ch
6		スカパー1 4K	19ch
7		スカパー2 4K	21ch
8		日本映画+時代劇 4K	28ch

BS右旋における空き帯域の活用



スケジュール

- ◎ 令和5年3月22日～5月31日
- ◎ 令和5年夏頃

認定申請公募

電波監理審議会への諮問・答申を経て衛星基幹放送事業者を認定

9

安定運用とインフラコストの合理化の両立 (B-SATのインフラコストの見直しや設備の効率化)

トランスポンダ料金の見直し

▶ 2021年10月 (2011年から継続してきた料金について)

◆ 2K放送 中継器 基本料金 10%値下げ

▶ 2023年12月 (予定)

◆ 2K4K8K放送統一中継器料金

中継器 基準料金を値下げ

さらに1.5%程度の値下げを検討中

(右旋4K放送については約2.4%の値下げ)

アップリンク設備の移転・合理化

アップリンクの移転を契機に
全更新・拠点集約・設備の合理化を進める

放送衛星

(新設) 東京中 2026年から
B-SAT本社
オペレーションセンター

(新設) 唐木田局 2026年から
アンテナ
送信設備

(既設) 葛清局
アンテナ
送信設備

番組および制御信号 (NHKラジオ放送所内)
従来の渋谷からリモート

番組および制御信号 (宮城県東部中継局側)

移転 B-SAT本社
渋谷区富ヶ谷

移転
出力合成を行い
アンテナ数を削減

アンテナ
送信設備
オペレーションセンター
B-SATアップリンクセンター
(NHK放送センター東館内)

放送制度検討会(第16回)におけるB-SATプレゼン資料より抜粋

安定運用とインフラコストの合理化の両立 (スカパーJSATのインフラコストの見直しや設備の効率化)

トランスポンダ料金の合理化

放送開始時には低価格で提供し、時間及び加入者増に伴い利用料が増える
放送事業者にやさしい料金設定を実施。少スロット化の設備投資も実施。

衛星サービス利用料金の推移(12スロットあたり)

【新設】110度CS放送サービス開始において
実効的プランを48スロット利用した場合の
設備基準料(衛星+地局)と加入者運動料の
合計を12スロットあたりの金額(月額)に
サービスに換算

【参考】BS料金(中継器料+地局料)

基本料+加入者運動料

基本料

放送開始

基本料のみ

加入者運動料発生

2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 (年)

少スロット化の対応経緯

- 拠点集約・設備更新
- 設備更新

● HD放送開始 (247D/tch) ⇒ ● 帯域再編によるHD増加 (167D/tch) ⇒ ● 帯域再編によるHD増加 (127D/tch)

アップリンク設備の集約・合理化

スカパー東京メディアセンター

200チャンネルを超える番組を集約し、番組編成に従って、衛星放送とインターネット配信を送り出す国内唯一の拠点

■ 主な機能

番組の送出、送信

- ・ 東経110度CSに送信 (右旋/左旋 計20中継器)
- ・ 東経124度/128度CSに送信 (計25中継器)
- ・ BS放送の番組 (計11チャンネル) をBSATアップリンクセンターに送出
- ・ インターネット等の配信プラットフォームに送出
- ・ 番組の送出、送信の24/365監視

番組編集、制作、伝送

- ・ スタジオ、編集、回線センター

放送制度検討会(第16回)におけるスカパーJSATプレゼン資料より抜粋

安定運用とインフラコストの合理化の両立 (共同衛星に関するB-SAT及びスカパーJSATの見解)

共同衛星の可能性(B-SAT)

過去の共同衛星の例

BSAT-3c/JCSAT-110R (2011年打上)

BS120W12チャンネル、CS120W12チャンネルの計24チャンネル衛星

- BSAT3c/JCSAT-110Rの打ち上げ時期
 - ・ 打上げは2011年8月でCS/BSどちらにも都合の良い時期と考えられた。
- メリット
 - ・ 初期費用については共通部分を安くすることができた。(アンテナ、受信機、送信機、切替器、フィルター等は別々に搭載し、太陽電池パネル、バッテリー等もそれぞれの必要分を確保した。：*)
- デメリット
 - ・ BS異常時はCSも異常となる。打ち上げ失敗の場合も同時。
 - ・ 2メディア同時障害となり、補完出来ないため、衛星メディアとしての信頼性は下がる。

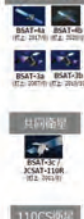
次期共同衛星はBS200W24ch、CS 7 W24ch衛星となり*の部分がこの衛星規模の2倍以上となる

- B-SATとしては、BSAT-4シリーズが順調に推移している間は減価償却費を増やすことを避けるため、**当面衛星打ち上げの予定はないが、次世代の衛星でCS側と打ち上げタイミングが合い、為替を含む価格や運用面についても合理的・効率的・経済的であれば共同で衛星を打ち上げる可能性はあると考えている。**

衛星の統合、衛星管制の効率化(スカパーJSAT)

110度衛星放送向けの衛星配置

【現状】



共同衛星



110CS衛星



BS,CSを統合した全中継器を搭載する新衛星2機 (現用+予備) の投入により一層効率的なインフラ整備を目指す
↓
インフラコストの低減、コンテンツ投資の拡充へ

1. 衛星調達コスト* / 減価償却費の圧縮
 - ・ BS/CS個別衛星を調達する場合との比較で **3/4**以下に
2. 衛星管制にかかる経費の圧縮
 - ・ 管制に要するアンテナ設備数が、BS/CS個別衛星調達の場合との比較で **半減**
 - ・ 仮に当該衛星の衛星管制を当社が行った場合には、12機の静止衛星群を管制しているスケールを活かした効率的な管制が可能

*主に衛星、打ち上げサービス及び打ち上げ後の調達コストで、減価償却費の大部分を構成。絶対額についてはレポートの動向でも変化

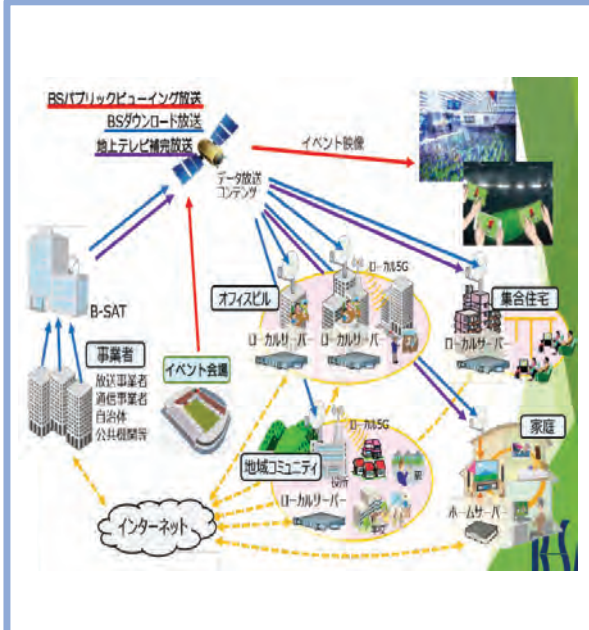
現在の共同衛星 (BSAT-3c/JCSAT-110R) 及びBSAT-4bの後継機投入のタイミングで統合新衛星を投入し、110度2機体制による効率的な放送インフラ整備を早期に目指したい



放送制度検討会(第16回)におけるB-SAT、スカパーJSATプレゼン資料より抜粋

左旋帯域の新たなサービスへの活用可能性 (事業者からの提案例)

B-SATの提案



スカパーJSATの提案 (辺地共聴対策等(2K HEVCでの伝送想定))



*受信するためには左旋に対応した受信機などの環境を整えることが必要。

放送制度検討会(第16回)におけるB-SAT、スカパーJSATプレゼン資料より抜粋

大きな環境変化の中で今後の衛星放送に求められる諸課題について

現状

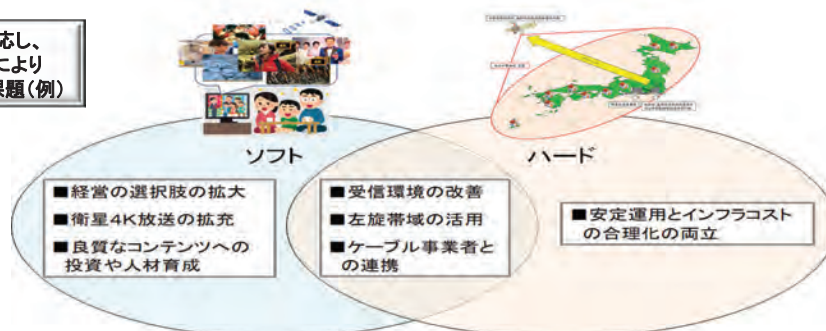
- ◆ 衛星放送は、ハードとソフトを制度上分離することにより経営リスクを分散し効率的な事業運営を行うことが可能としており、広域性や経済性、大容量性や高品質性といった強みを持つメディアである。

課題

- ◆ 衛星放送を取り巻く環境が大きく変化している中、それを的確に捉え、衛星放送ならではのメリットを最大限活かしつつ、ハード事業者とソフト事業者の一層の連携を促し、良質な放送コンテンツを引き続き全国の視聴者に届けその社会的役割を持続的に維持・発展させる環境を整えることが求められている。

その前提の下、本検討会第15回会合(1月31日)及び第16回会合(3月13日)における衛星インフラ事業者からのヒアリング結果等も踏まえ、例えば、以下のような短期・中期にわたる諸課題への対応に関し、具体的・専門的な検討を行う必要性についてどう考えるべきか。

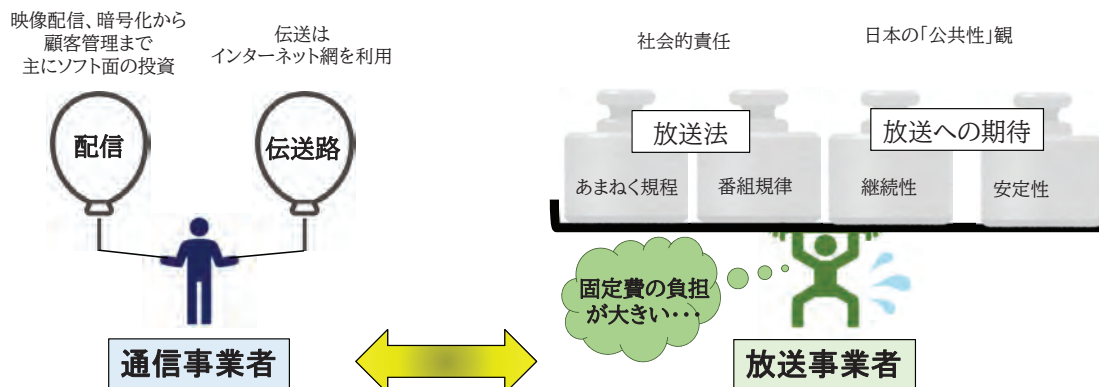
大きな環境変化に対応し、ソフト・ハードの連携により取り組む短期・中期的課題(例)



14

放送の大きな固定負担

① 固定費の概要



② コンテンツへの投資

固定費の効用は？その低廉化は可能か？



15

4. 衛星放送に求められるものとは

■ 容易なアクセス

→ 誰でも、どこでも、途切れることなく

■ 新たな感動、多様で豊かな番組の提供

→ 多様性は、成熟した民主主義の証

■ 信頼性

→ 放送サービスゆえの信頼ある情報の安定的/継続的提供

⇒ そのためには、関係者・有識者らによる丁寧な検討と、改革に向けた環境整備が肝要

16

追1. NHK-BS減波による影響

資料

2006年の「通信・放送の在り方に関する懇談会」において、日本のソフトパワーの強化を実現するため外部調達増大を提言。特に、公共放送であるNHKは、番組制作の一定割合以上をNHKの子会社以外の外部から調達すべきとし、「放送普及基本計画」において、BSプレミアムについては、外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用することが求められている。

一 基幹放送普及計画（告示）抜粋一

- (B) 外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用し、過去の優れた文化の保存並びに新たな文化の育成及び普及を促進することを目的とする総合放送（※BSプレミアム）
- (A) 各年度の総放送時間のうち、協会が外部制作事業者（国内において放送番組の制作の事業を行う者（協会の子会社及び関連会社を除く。）をいう。以下同じ。）に制作を委託した放送番組（協会の子会社及び関連会社を介して制作を委託したものを含む。）及び協会と外部制作事業者が共同で制作した放送番組の放送時間が占める割合が百分の十六以上となるよう努めること。
- (B) 各年度の総放送時間のうち、協会が企画競争等に付して他に制作を委託した放送番組及びそれ以外の外部制作事業者が制作に参加した放送番組の放送時間が占める割合が百分の五十以上となるよう努めること。

☞ ATP：BS減波により外部制作委託減、番組製作費への影響はあり、クリエイターと製作環境の維持向上および経営を圧迫される

ATP20230424

17

製作会社への影響(1) ～2008年ATP提言より

ATP20230424

ATPでは、平成20年（2008年）総務省「NHKの衛星放送の保有チャンネル数の在り方に関する研究会」（第6回）」にて、BS減波について下記の懸念点を発表していたが、昨年のATP調査で懸念が実態となっており、拡大が想定されることを確認している。15年という月日を経過をしても製作会社の立場が変わらない実態もある。多様で高品質のコンテンツ維持には、**適正な外部制作委託比率**は必須と考える。

- (1) 新作全体量が減ることで民放で展開が困難な（教養）ドキュメンタリー系プロダクションの経営を**圧迫**する
- (2) 人材育成の面から見て、若手の人材育成の場が閉ざされる
- (3) NHKの門戸開放で良き状況だが、**波削減により逆行**、NHK買手市場となり**製作会社の権利が相対的に弱まる**
- (4) NHK職員だけの閉鎖的空間ではなく、**多様なクリエイター**が参加する開かれた《広場》であるべき
- (5) **二次展開が適性かつ透明な取引形態で実現するよう基盤整備**が図られるべき
例えば、国際市場に通用するコンテンツの制作費には、放送局のみならず制作ファンドなどの資金が提供され、放送局には放送権だけが譲渡され、製作会社が権利処理を果たしたうえで**二次展開権は製作会社に留保**されるべき
- (6) **受信料財源はコンテンツ向上のために配分・還元**され、**国際的な競争に打ち克つ**育成に貢献すべき

以上のシステム上の改善がなされることを前提とするのであれば、NHK提案のハイビジョン2波体制は検討に値するものとする（平成20年2月29日資料より抜粋）

8

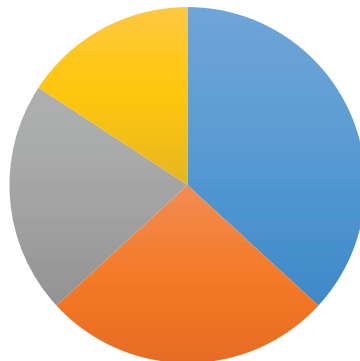
製作会社への影響(2) ～ATP緊急アンケートより

ATPでは、次年度編成が見えた昨年11月下旬に、緊急アンケートを実施。昨年末時点で既に影響が確認されたため、今後の拡大を懸念しています。

※この時点では、本数や尺の言及のみの段階で、制作費減少に言及されていない時期であったため継続的に調査をする予定です

BS減波による影響内容

- 本数の削減 36.7%
- 制作費総額 26.3%
- の減少 21.0%
- 番組の終了 16.0%



ATPアンケート調査
2022年11月～12月

NHK取引実績社の中から27社回答

【記述回答】

- ・番組制作費総額から約500万円の削減。
- ・レギュラー枠が他企画枠と抱き合わせになり削減。
- ・30分番組30本が、60分番組4本に削減。制作費2億円以上の減少。
- ・30分番組33本が特集へと移行。（現段階では本数予算は不明）
- ・本数27本から24本 尺49分から29分へ。
- ・60分番組が30分番組に。トータルで収入減。

ATP20230424

19

国/地域	日本	
メディア	NHK全体	NHK BSプレミアム（削減）
経緯	2009（平成21）年度～2011（平成23年）年度のNHK経営計画で「番組制作会社の制作拡大で、日本のコンテンツ制作力向上に貢献」するため、「NHK・子会社等以外が制作する番組の編成比率を衛星2波で40%程度、テレビ4波で25%程度まで高める（5年間で）」ことを公に謳っていた。	2006年「通信・放送の在り方に関する懇談会」にて日本のソフトパワーの強化、外部調達を増大、公共放送であるNHKは、番組制作の一定割合以上をNHK子会社以外の外部から調達すべきであると提言その後、基幹放送普及計画に外部制作比率が記載された。
外部製作比率設定形式	努力目標	努力目標
内容	番組制作会社の制作拡大で、日本のコンテンツ制作力向上に貢献するため（NHK経営計画2009～2011）	外部事業者の企画・制作能力を放送番組に活用。文化の保存、新たな文化の育成・普及・促進 2010年基幹放送普及計画（告示）記載
外部事業者	NHKの子会社等以外が制作する番組の編成比率 ※NHK関連会社対象 外部制作、外部一部制作、国内共同制作、国内完全購入が対象 ・衛星2波で40%程度 ・テレビ4波で25%程度まで5年間で高める	①外部制作委託＋共同制作 16%以上 ②企画競争＋外部制作参加 50%以上
報告公開		NHK業務報告書（2021年 令和3年）公開 BSプレミアム ①外部制作委託 19.9% ②NHK関連 企画競争＋外部制作 46.8%
出所	NHK経営計画 ATP理事会資料	総務省 放送コンテンツ制作・流通に関するワーキンググループ資料 NHK業務報告書（令和3年）

20

ATPが考えるNHK外部製作比率への問い

1. 一見高く見える比率であるが実態は低い→拡大へ

- ・BBCの外部発注比率は全ての放送波が対象で25%となっています。
ATPとしては、多様で高品質なコンテンツを維持し日本のコンテンツパワーを強化するためには、基本的に全ての波（BS、地上波）で外部製作比率をより一層拡大して頂きたいと考えています。
- ・特にBSPにおいて示された企画競争＋外部制作参加の番組で50%という指標は、一見大きく見えますが、これには製作会社が著作権を持たない契約の割合も含んでいます。新BS（2K、4K）においてもこの50%という指標は維持しつつ、番組の多様性、品質の確保という点から、製作会社が著作権を持つ外部制作委託や共同制作の割合である16%の比率を拡大して頂きたいと考えます。
- ・2009年～2011年に経営計画で、外部製作比率（外部一部契約を含む）が衛星2波で40%程度、テレビ4波で25%程度という比率が示されましたが、この考え方の継承、堅持を要望。
- ・BS波削減によって分母が減ることを鑑みると、これまでより制作の機会が失われていくことが想定され、一層の比率拡大を求めます。また比率を上げるだけでなく、クオリティや人材育成のため、適正な制作費の確保を要望します。その点で、外部製作の総製作費が減っていくことのないよう、総製作費の開示を求めます。
- ・但し、現段階でATPはクォータ制の導入を要望するものではなく、製作会社のコンテンツパワーを維持、発展していくために比率の拡大を希望する意図です。

2. NHK BS特性 教養ジャンルコンテンツ減の懸念

民放では少ない教養・教育・ドキュメンタリージャンルの番組減が懸念されます。それを得意とする製作会社の経営圧迫は否めず、また、映像文化保存、新たな文化育成のためにも外部製作比率の拡大により維持向上することを要望します。

ATP20230424

21



ATPが投げたボールに、NHKはどう応えるか

BS減波による 影響想定まとめ および施策要望

製作会社意見より ATP

1. NHKは、日本の映像文化にとってインキュベーターであり、製作会社にとって重要なパートナーです。
製作会社および製作者は、日本のコンテンツ産業にとって重要なプレイヤーです。
2. 製作会社は、新2K4K共に活躍の場が必要です。
 - ・外部製作委託比率は、新2K4Kで拡大および、再放送は含まない等、内訳を明確にすることを要望。
 - ・4K製作現場の負担増が懸念されるため、その環境整備。
 - ・クオリティや人材育成のため、正当な製作費の確保および外部製作全体の総製作費の開示も要望。
 - ・教養コンテンツは映像文化にとって重要なジャンルと考えます。

ATP20230424

22

追2. 国際放送について

JAMCOの活動

1 国際版テレビ番組の開発途上国への提供、提供支援

JAMCOは2011年度から自主財源で途上国のテレビ局に国際版テレビ番組の無償提供を始めました。ABU（アジア太平洋放送連合）を通じて周知活動を行い、2021年度は、アジアの開発途上国の5放送局及びアフリカ・ガーナに計400本の国際版番組を無償で自主提供しています。また、JAMCOの国際版番組は、国際交流基金の事業などを通じて、アジア、中南米、中東、アフリカなどの開発途上国のテレビ局に無償提供されてきました。これまでJAMCOが提供した国・番組数はのべ100か国、14,067本に上ります。JAMCOの番組は途上国の教育教材としても使われており、インドネシアで現場の教育活動に活用されています。なお、著作権上の理由により、これらの番組は個人には提供していません。

2 テレビ番組国際版の募集、選定、制作及び保管

日本の文化や現状を海外、特に途上国に紹介するのにふさわしいテレビ番組や、途上国の教育レベルの向上に役立つテレビ番組をNHKと全国の民放テレビ局から募集し、外部の専門家等で構成する委員会で審議のうえ選定したテレビ番組を、英語、スペイン語、フランス語などの国際版に改編し、海外、特に途上国のテレビ局へ提供するため「国際版のテレビ番組ライブラリー」として保管運用しています。ライブラリーの国際版テレビ番組は2021年度末で1,836本になっています。

⇒番組評価委員会で検討

3 国際シンポジウム

JAMCOは、テレビ番組の国際交流やテレビメディアの国際化などをテーマにしたシンポジウムを設立以来ほぼ毎年行っており、2002年度からはWeb方式のシンポジウムとして続けています。シンポジウムの内容は冊子にまとめて、大学や図書館に寄附しています。

4 テレビ番組海外動向調査

現地調査等によって、途上国での日本のテレビ番組へのニーズや途上国テレビ局の放送事情、放送システムなどを幅広く調べ、番組提供に役立てています。

放送番組国際交流センターHPより

23



9月末を目途に審査員による講評と受賞者によるコメントを掲載するとともに、
作品をストリーミング配信で視聴していただけるように更新する予定です。
どうぞ楽しみに。

24

● グランプリ 総務大臣賞

株式会社キャッチネットワーク

FOR GOOD BAIT ~自分らしい人生の終い方~



● 準グランプリ

株式会社インフォメーション・ネットワーク・コミュニティ

いのちを紡ぐ ~カイコと過ごした小学生の記録~



25

4K特別賞

株式会社ケーブルテレビ富山
天空への一本道



NHK WORLD-JAPAN賞

株式会社ぴ〜ふる
島の未来を守るために 海のサムライの挑戦



26



例えば、上智大学SPSFにて、講義に活用



NHK WORLD-JAPAN's
Programs on Sustainability

*Click each title or image to go to its video page.

27



[Planet-friendly Blue Jeans](#)



[Zero Waste Town](#)



[Giving Bali's Waste New Life](#)



[Ethical Every Day](#)
29 min. × 5 episodes

How can we reduce our burden on the global environment? We'll share some simple, practical ideas about little things each of us can do right now to help create a healthier society.

ご清聴ありがとうございました。

Netflix の取り組み

2023年6月


Netflix合同会社 杉原 佳亮

NETFLIX

目次

- Netflixについて
- 放送事業者様との取り組み
- リコメンデーション機能
- 人材育成について
- Appendix

Netflix について



190+ Countries 231 Million 156 Million

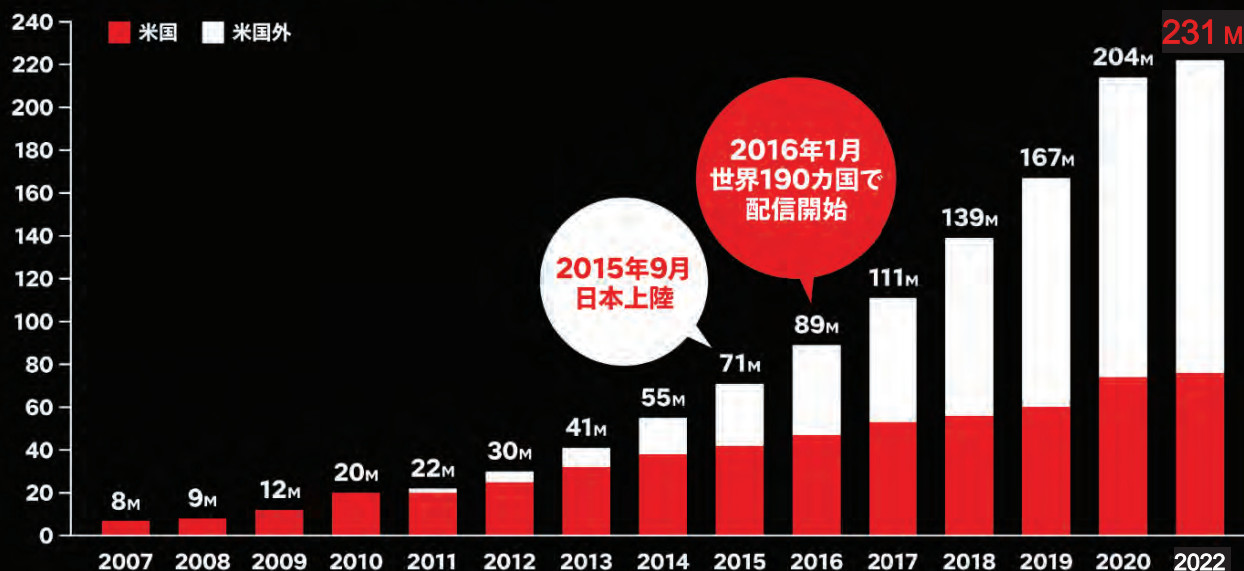
190 以上の
国や地域で視聴可能

有料メンバー数は2億3,100万

米国外の有料メンバー数が
約1億5,600万に成長

N

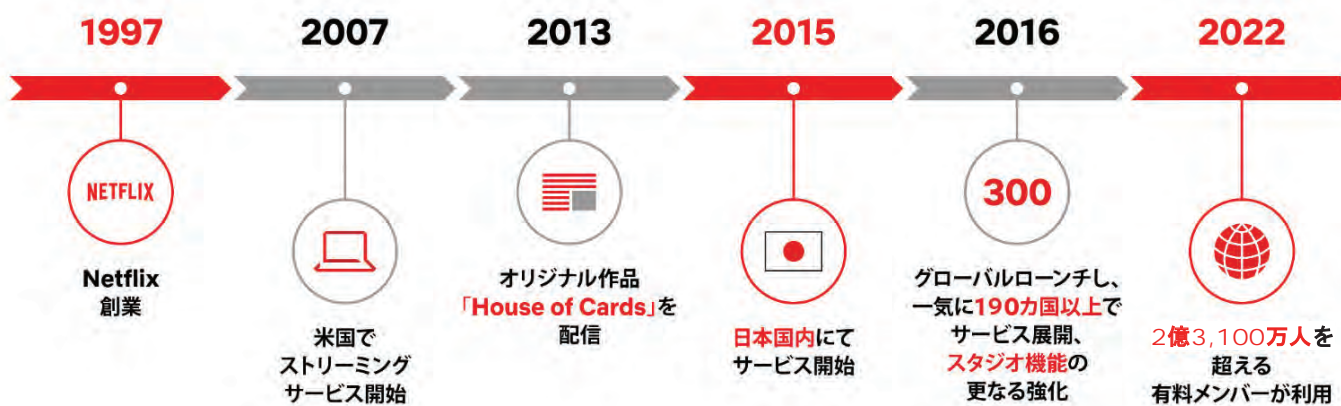
世界に広がるNetflix



*登録アカウントはNetflixアカウントを登録した利用者本人のほか、生計をともにする同一世帯の方もご利用いただけます。そのため、有料メンバー数が必ずしもサービス利用者数とは限りません。



Netflix の歴史





Entertain the World



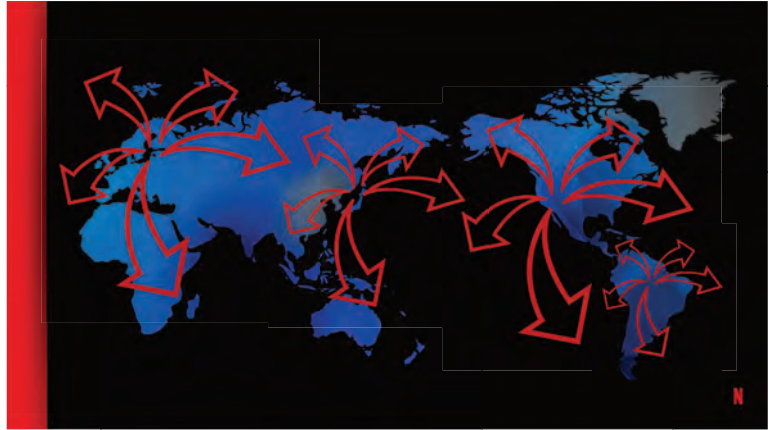
Local to Global

Local to Globalビジネスモデル

強力IPのコンテンツを一国で制作し、
全世界に展開



各国で魅力ある作品を制作し、
全世界に展開し、IPを育てる。



9

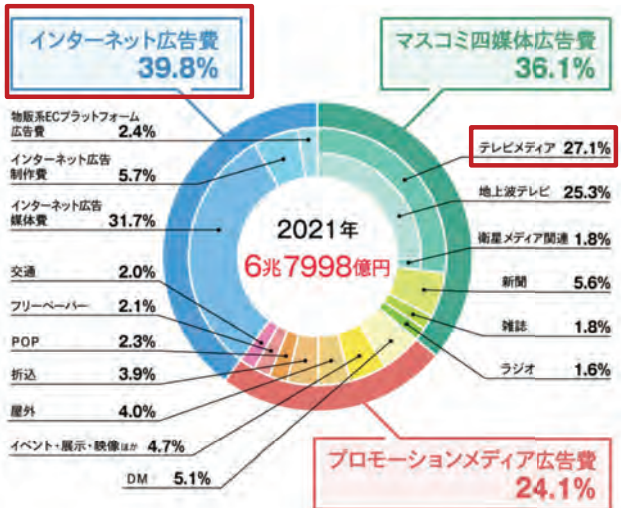
世界100拠点以上でオリジナル作品を制作



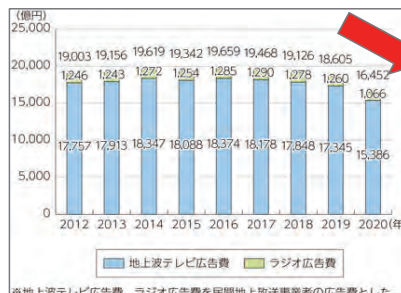
放送事業者様との取り組み

放送業界の概況

- 90年代にはドラマの視聴率が国民の3分の1が同時視聴していた（視聴率30.0%超）
- スマートフォンやブロードバンドの普及に伴う視聴形態の変化を受け、企業等がテレビCMへ振り向ける広告費の配分が変化。**インターネット広告費が初めてマスコミ四媒体広告費(*)を上回った**
- CNNの業績悪化など、放送事業者の広告収入は**世界的に縮小するトレンド**。情報媒体の増加を背景に、放送事業者の収益力維持には、**コンテンツのクオリティ向上と多面的展開が必須の条件**。



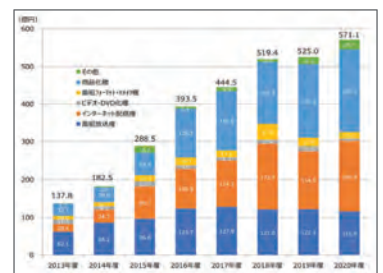
地上系民間基幹放送事業者の広告費の推移
16,452億円



総務省「令和3年版情報通信白書」
図表4-1-8-3 地上系民間基幹放送事業者の広告費の推移

※マスコミ四媒体広告費＝「新聞」、「雑誌」「ラジオ」「テレビメディア（地上波テレビ＋衛星メディア関連）」の媒体費と制作費の合算。

日本の放送コンテンツ海外輸出額の推移
571億円



総務省「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析（2020年度）」P.4「日本の放送コンテンツ海外輸出額の推移」12

電通報 2022/04/21 「2021年インターネット広告媒体費」解説」

Netflixと放送事業者の関係

- 放送事業者とNetflixは「相互補完的」なビジネスパートナー。
- 放送事業者が作成したコンテンツをNetflixが世界中に配信する関係。
- 見逃し視聴の需要等が後押しとなり、**放送局・系列プロダクション制作の作品との連携**が進展。

「日本沈没～希望のひと～」
(TBS) オンエアの3時間後の配信



「未来日記」(TBS) 「あいのり: African Journey」(フジテレビ)
テレビ局と共同制作した恋愛リアリティショー



「はじめてのおつかい」
(日本テレビ)
テレビ局企画の海外展開

「深夜食堂」
(テレビ朝日)
テレビ局企画のオリジナル化



13

放送事業者の二つの事業とNetflix

- 放送事業者は、「放送波の提供」と「コンテンツの制作」の二種類の事業領域を持つ
- Netflixはクリエイティブ部分においては放送事業者と協業が可能

放送事業者の機能

- 放送波提供

- 制作

- 報道



- エンタメ

テレビ局との協業実績の拡大

- 「日本沈没～希望のひと～」(TBS)
 - オンエアの3時間後の配信
- 「未来日記」(TBS)
- 「あいのり」(フジテレビ)
 - テレビ局と共同制作した恋愛リアリティショー
- 「はじめてのおつかい」(日本テレビ)
 - テレビ局企画の海外展開
- 「深夜食堂」(テレビ朝日)
 - テレビ局企画のオリジナル化

14

動画配信により、地方のコンテンツを日本全体、そして世界へ

- デジタル化が進む世界では、映像作品のデジタル化 = 動画配信によって、海外展開が用意に
- 映画館やテレビの前でなくてもどこでもスマホやタブレット端末、PCで作品を鑑賞できる
- リコメンデーション・テクノロジーにより、個人の好みに合わせた「おすすめ」動画に出会える
- 地方局製作のドラマがNetflixで配信されて全国的人気になったケースも生まれている。

1700以上の種類のデバイスの視聴に対応



北海道テレビ放送（HTB）制作番組がNetflixで配信され、SNSの“クチコミ”でじわじわと人気に



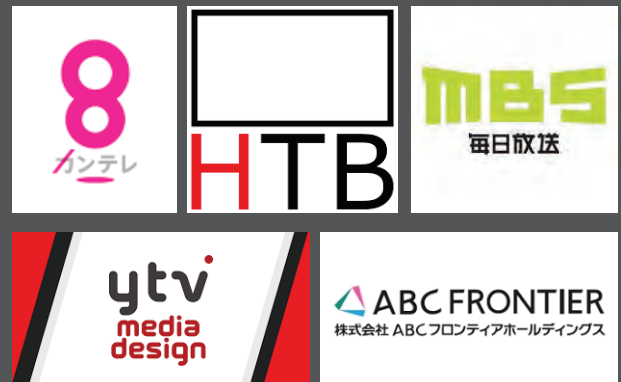
15

2015年のサービス開始以降、200本以上の地方事業者のコンテンツを配信

配信本数

200 本以上

主な取引事業者



Netflix上で人気の地方事業者のコンテンツは、水曜どうでしょうシリーズ、伊藤潤二マニアックなど

人気コンテンツ例



インフォーマは国内でもトップ10入りを果たしたほか、20言語の字幕が付され世界配信された



国内: トップ10入り

12 日間

今日のTV番組Top10入り

最高 2 位

にランクイン

海外: 20言語の字幕を付し世界配信

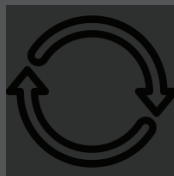
- | | |
|-----------|---------------|
| アラビア語 | 韓国語 |
| 中国語 (簡体字) | マレー語 |
| 中国語 (繁体字) | ポーランド語 |
| オランダ語 | ポルトガル語 (ブラジル) |
| 英語 | ルーマニア語 |
| フランス語 | スペイン語 (南米) |
| ドイツ語 | スペイン語 (スペイン) |
| インドネシア語 | タイ語 |
| イタリア語 | トルコ語 |
| 日本語 | ベトナム語 |



Netflixオリジナルと地方コンテンツの相乗効果も期待される

サンクチュアリ-聖域- × めんたいぴりり

ともに江口カン監督作品。サンクチュアリ公開後にNetflix上でめんたいぴりりの視聴が急増



N

リコメンデーション機能

レコメンデーション機能



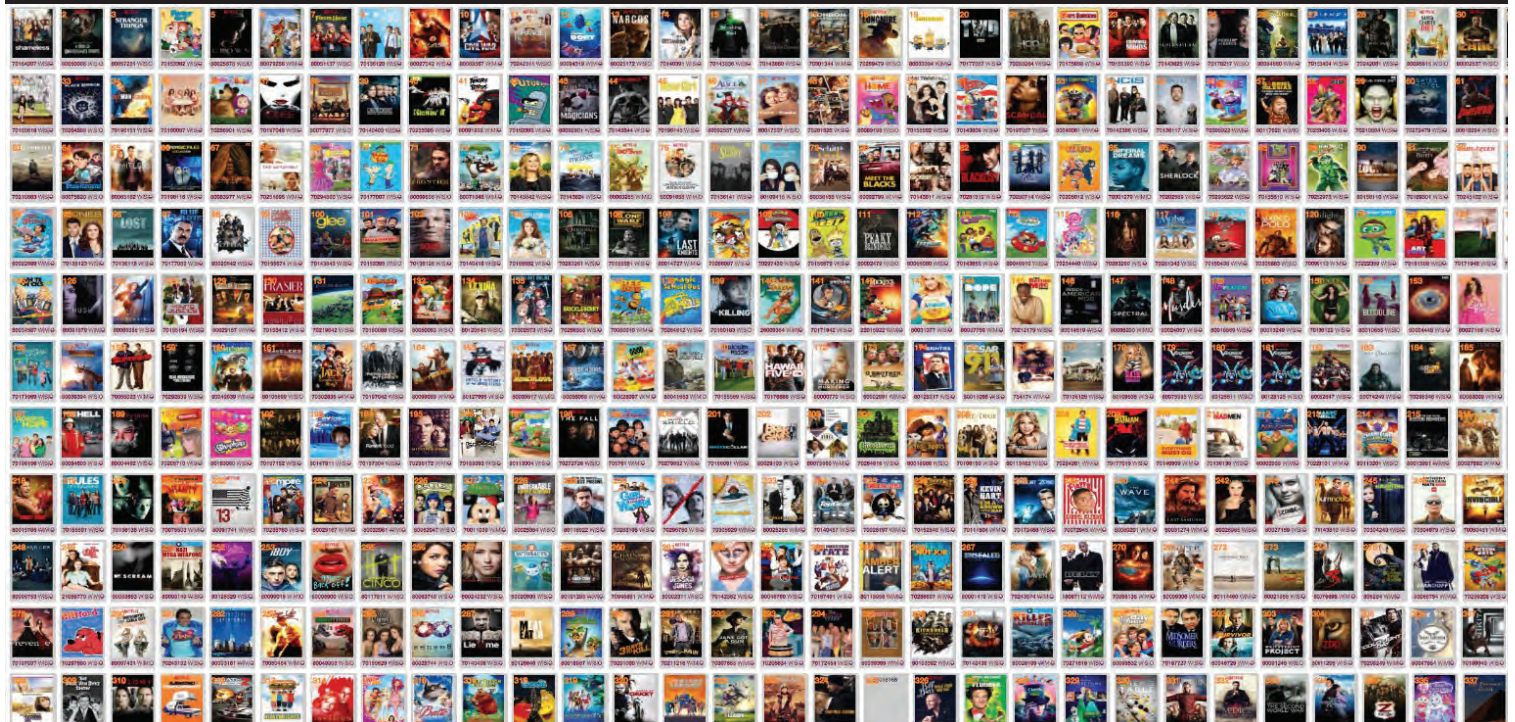
レコメンデーション機能

世界の中でベストなストーリーを探し出そう！

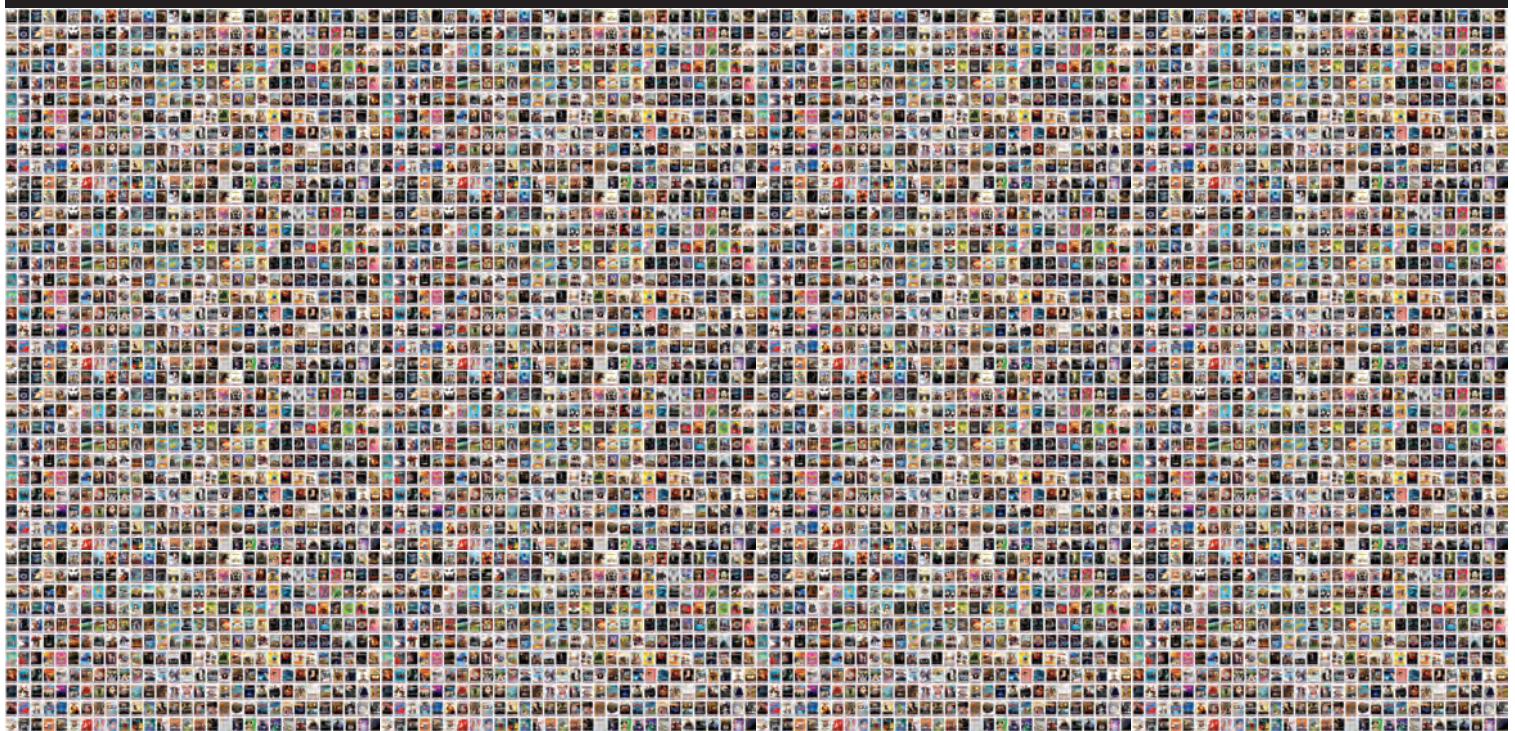
The Best Stories from Around the World

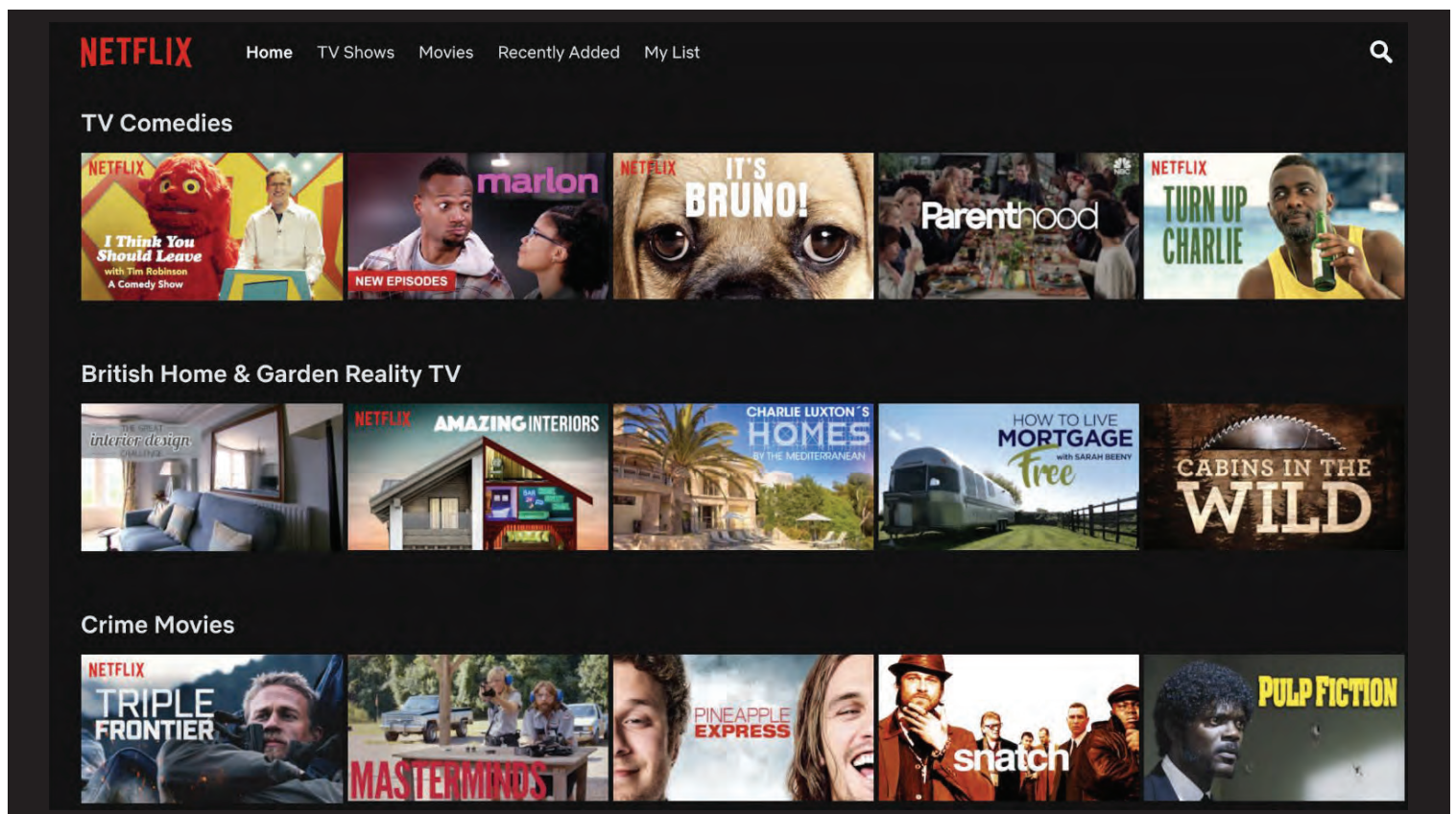


Is This Our Catalog?



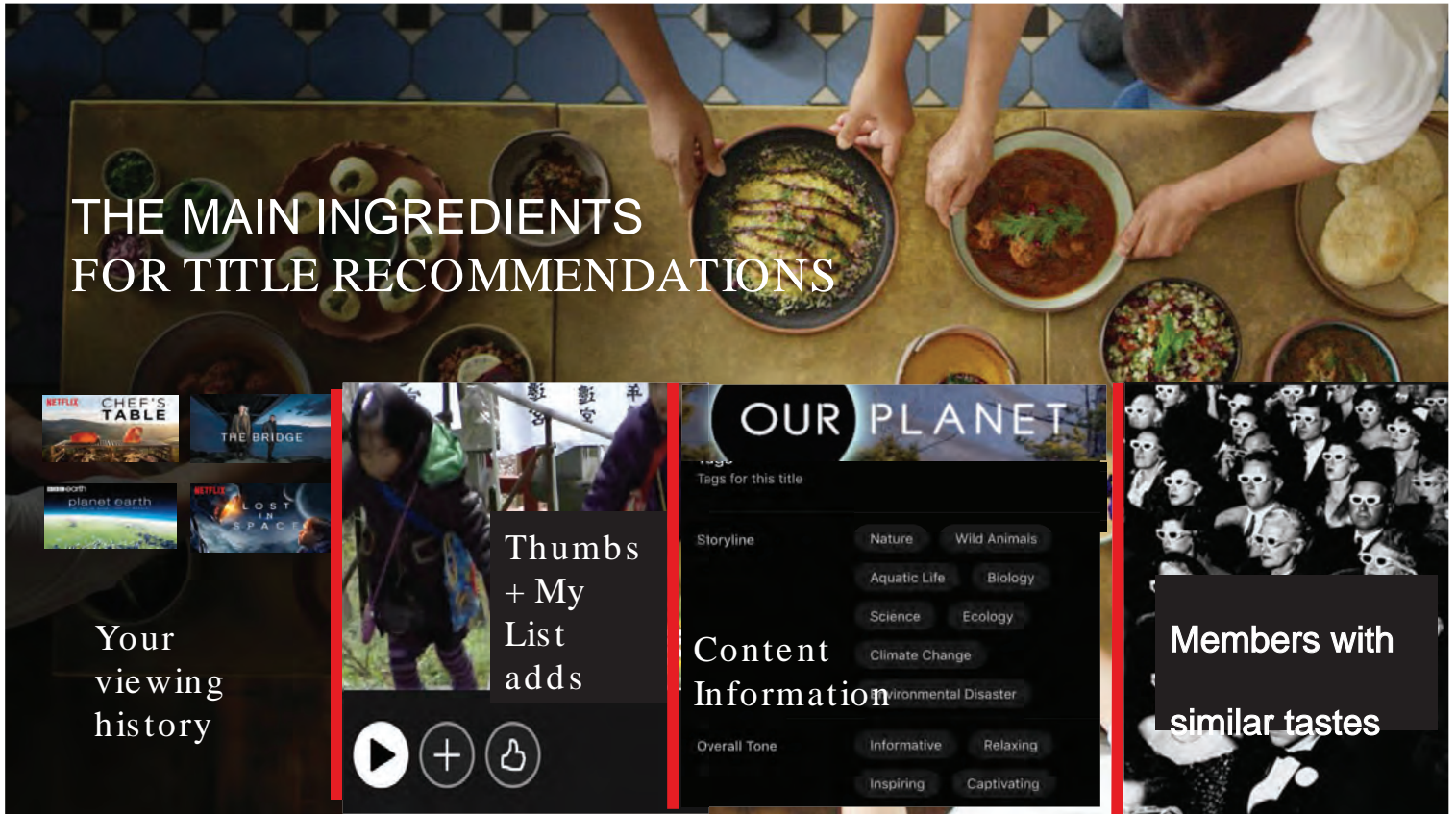
This is our Catalog!





なぜ、リコメンデーション機能が重要なのか？

- メンバーのユニークな好みを膨大なカタログの中から、最適化して見つけ出すことができる。
- 新しい映画やテレビショーをメンバーが探し出す手助けをする。
- 今際の際のアリスやBakiなどローカルなコンテンツが世界中で観られるようにすることが可能となる。



Core logic behind recommendations

Based on what you've watched...

Find clusters of members with **similar interests**





人材育成について

「世界で競える作品づくり」に向けて取り組むべき課題

- DXにより**映像作品の消費サイクルが早期化**
- 質の高い作品を数多く継続的に作るためには、産業を支えるエコシステムが必要だが、**人材・環境（デジタル化への対応の遅れ）・多額の投資を受け止める受け皿の不足**が存在

- | | | |
|---|-------------------|--|
| ① | 人材育成・人材離れの課題 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 世界で戦える脚本、演技力を含めた製作力が弱い ➢ 映像制作の専門人材育成のための仕組みが整備されていない ➢ 学校を卒業してからプロとして使える人材になるまでのブリッジが弱い ➢ 長時間労働・経済的に不安定な就労環境が主な原因で離職率が高い ➢ ビジネスを考える人材が足りない |
| ② | デジタル化など環境整備を阻む課題 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ テクノロジーに多額の投資を行う財務的体力が無い製作会社が多い ➢ 作品の消費サイクルの早期化に対応しづらい体制・商慣習(分業体制が取れない) ➢ 個社だけのDXではなく、サプライチェーン全体へのテクノロジーの導入が必要 |
| ③ | 多額の投資を受け止める受け皿の不足 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 多重の下請け構造で、クリエイターや製作スタッフに利益が還元されにくい ➢ 既存の下請け構造の中でプロダクションにナレッジ・ノウハウの蓄積がなく、大きな資本を受け入れ高くオリティの作品を製作できる受け皿がない |

31

課題①：人材育成・人材離れ

- 世界水準の競争力とは、**企画力、マーケティング力、技術力、予算**。
- **日本市場の特殊性に最適化(ガラパゴス化)されてきた環境の抜本的な変革**が必要。

- | | |
|-------|--|
| 企画・脚本 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 脚本の仕立て、表現やテーマがガラパゴス化 <ul style="list-style-type: none"> ● ハイコンテキストな日本語 ● 説明が必要な背景設定 ● 決め台詞などの独特な構成 ● 抱き合わせキャストなどの独自の商慣行 |
| 技術 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 視聴デバイスの主流は4Kへ
→4Kの映像コンテンツを作る体制がないと、品質が不十分で二次利用ができない作品になってしまう ➢ アナログな制作工程 ➢ 専門人材のキャリアパスがない |
| 演技・演出 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 高品質な作品に共通する、演者の高い演技力やパフォーマンスレベル |

世界水準で戦うためには、**企画・マーケティング・技術・演技・演出など、制作のすべてにおいて変革が必要**。

32

課題②：デジタルに対応した環境整備の遅れ

- アナログな製作手法により、現場の情報を効率よく後工程に引き継がないなど、**長時間を要する非効率な製作**になっており、**作品のクオリティも確保できていない**。
- 高効率・高クオリティの作品制作のためには、**早期のデジタル化が不可欠**

海外の製作体制

専門性の高い技術者の登用
(フォーカスカプラー)

カラーマネジメント

各工程で同じ色が再現できているか
技術的に確認する環境整備

映像と音声の同期

(タイムコードシンクロ)

制作工程の高度化

(撮影段階からのVFXの挿入)



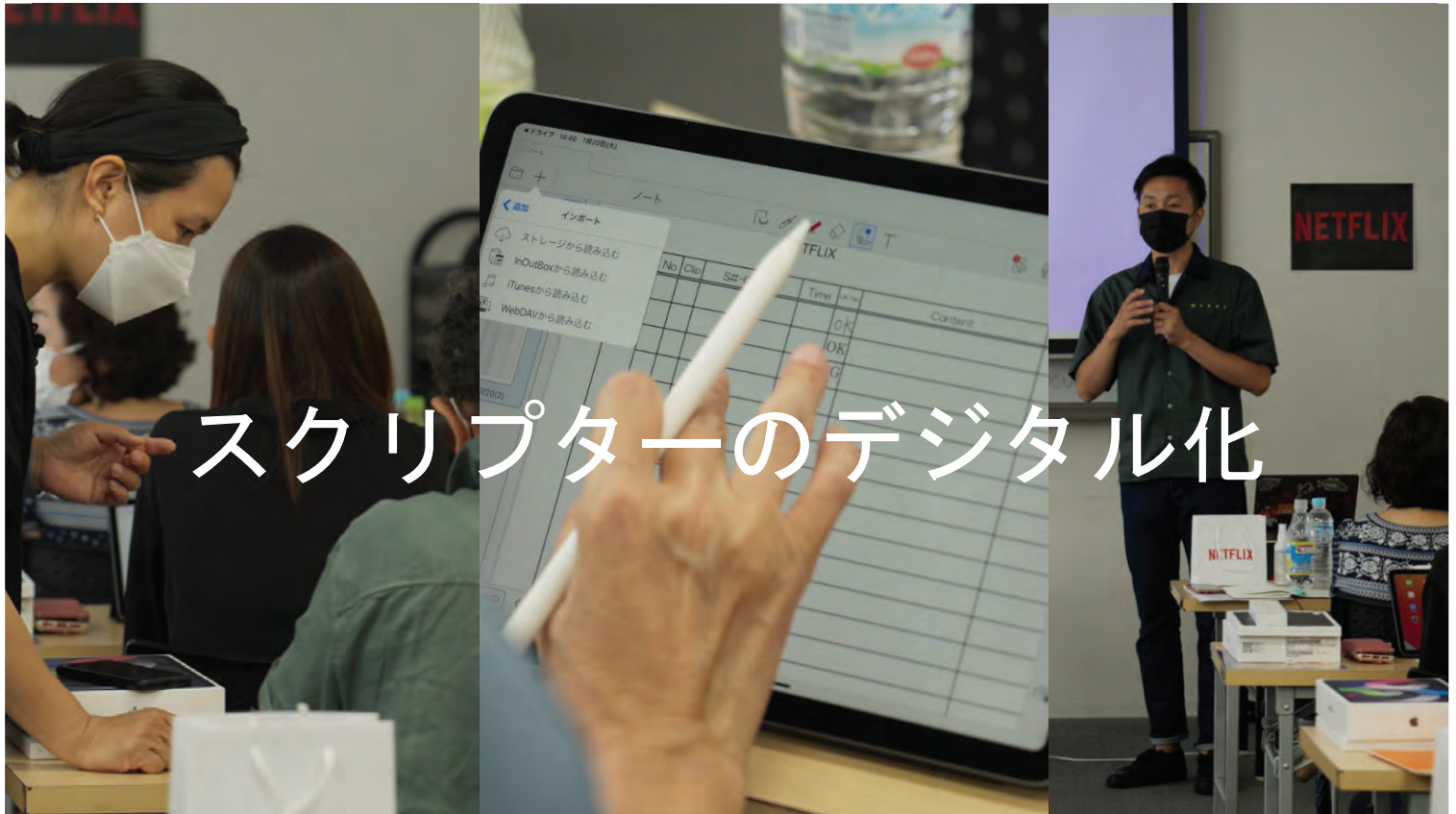
33

Netflix がグローバルで培ったノウハウの共有

QC・データ管理

スクリプター作業のデジタル化

バイブルワークショップ



スクリプターのデジタル化

②最新技術の導入と技術的なトレーニングの実施

2021年

Netflix Virtual Production Open House

2022年

Focus Puller Workshop

2023年

ASC Master Class in Japan



業界にさきがけて、Virtual Production Open Houseを実施



バーチャルプロダクションという技術が急速に広がっている。**インカメラVFX**といい、今までは後工程だったVFXの作業を撮影時に実現しようという試み。

最たるものが**LEDスクリーンの活用**。今まではグリーンバックで撮影し後で合成していたところを、今はLEDスクリーンであらかじめ投写しておくという手法が出てきている。

ただ、インターネットで検索しても、日本語でのリソースは限られていたので、実際観て、体験してもらうことは、新しいテクノロジーを進める大きな一歩となった。

ASC Master class in Japan

growcreative



Erik Messersmidt



Appendix

コンテンツ供給における多様な連携①

- 放送と動画配信は「相互補完的」な存在
- 映像作品は**地域の魅力を世界へ発信・訴求できる力**があることから、地域との連携も活発
- 放送・劇場映画、動画配信が相互に連携し、**視聴者の獲得の仕方**や**ビジネスのリクープの仕方**が多様化

「離婚しようよ」

2023年、全世界へ番組配信予定。
愛媛県のフィルムコミッションとの
タッグで制作



「バブル」

劇場とのコラボレーション
(劇場公開前独占配信)

コンテンツ供給における多様な連携②

- TBSホールディングス傘下の制作会社**The SEVEN**とNetflixは**戦略的提携契約を締結**。
- 今回のパートナーシップで、より大きな規模と予算で、THE SEVENはより自由な作品製作が可能に。そしてTHE SEVENの画期的な作品をNetflixの配信により、世界中に発信する。



41

ご清聴ありがとうございました

杉原 佳堯

ysugihara@netflix.com

2023年7月11日
TOSテレビ大分
代表取締役社長 池邊強

放送業界に係るプラットフォームの在り方に関する タスクフォース

ご説明資料



TOSテレビ大分について



TOSテレビ大分

- ・開局 昭和45年
- ・クロスネット局(全国的にも珍しい)
- ・売上高 約46.4億円(2022年度)
→営業赤字・経常黒字
- ・大分県 人口 約110万人

【社是】
放送活動を通じて郷土の発展に貢献する

【社の方針】
・地域に寄り添い地域のために全力を

【TOSの商品】
・媒体価値＝地域からの信頼





TOSテレビ大分

■自社制作比率 10.6%

【主な自社制作番組】

- ・ゆ〜わくワイド&News(月〜金)16:50~19:00
- ・サタデーパレット(土)10:25~11:40
- ・O! ITAめじろおし(土)11:40~11:45
- ・vang2vasagey!(日)9:55~10:00
- ・TOSニュース(月〜金)7:55~8:00
- ・トスクリップ(火)22:54~23:00
- ・FNN TOS Live News days11:30~
- ・中島知子のおんせんさんぽ(土)20:54~21:00
- ・宇宙人ニュース(日)20:54~21:00

■デジタル中継局

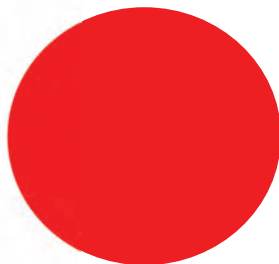
68局



放送局の規模は様々 →8割以上は小規模のローカル局



キー局



・5局
・約2,185億円
(平均)

赤字のローカル局も増加
※地上波テレビ・ラテ兼営社
全127社(民放連加盟)

放送局の売上規模(2021年度)

大阪局



・5局
・約479億円
(平均)

愛知
北海道
福岡



・15局
・約159億円
(平均)

ローカル



・102局
・約46億円
(平均)

コンテンツの制作・発信を通じて地方を豊かにする

事件・事故



自然災害



選挙



文化・芸術



スポーツ



生活情報



ETC...

生活者にとって有益な情報を電波を使って、広く発信することで
地域住民の生活を支える

地域への関心、愛着、故郷への誇りを育む

4

NHKとの違い=収入源となる「CM」の有無



地域にとってはCMも重要なコンテンツ
→生活者が地域に関心を持ってアクションを起こす
→「テレビ」が地域経済の活性化に寄与

5

人口減少、過疎高齢化…→コミュニティの維持が困難に

TOSの取り組み

大分で唯一の夕方ベルト番組

ゆ〜わくワイド&ニュース(10年目)



月曜日～金曜日 夕方4:50～7:00

- ・地域特派員が自らマイクを持ち地元の話題を紹介
- ・地元高校生がアナウンサーとして参加

地域、産官学連携



- ・地元自治体、経済界との意見交換(防災減災への取り組み)
- ・大学や高校での講演・授業
- ・おおいた地域連携プラットフォーム
- ・地元紙と連携した学生スポーツ応援「オーエス」

従来の役割に加え、地域のハブ機能やプロデュースする役割の必要性

6

ローカルも配信に注力

配信＝テレビを見ない人にも大分の情報を提供

TOSの配信

ローカルニュースや自社制作番組のコーナーや特集を動画・記事として各プラットフォームに配信

地上波用ニュースは基本的に全て配信。二次利用だけでなく配信用コンテンツなども展開

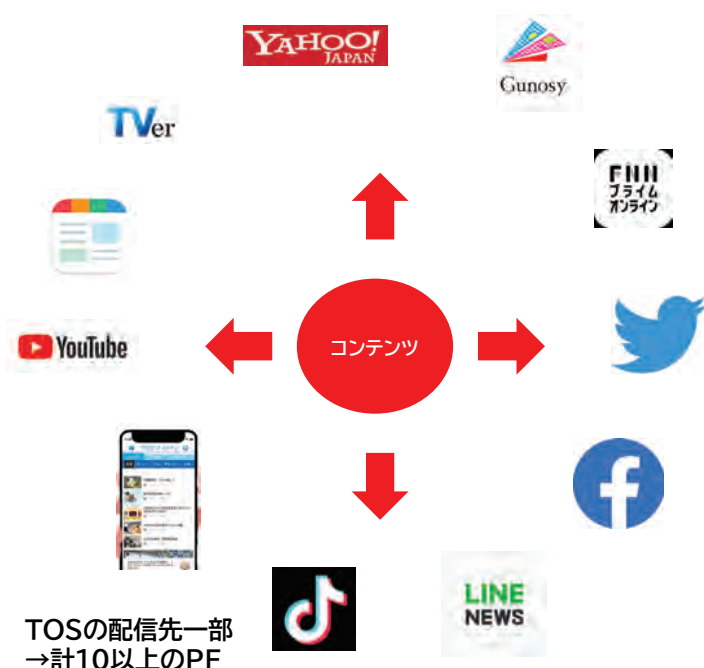
(収入)PVやレバニューシェア

→売上高に占める割合は**1%未満**

※リーチ(エリア限定の生活情報はうずもれる)&単価

配信の課題

- ①コスト(人的、配信環境整備、ランニング)
- ②放送と異なる権利処理(BGM,CG,取材対象の了承)
- ③ユーザー対応(デジタルタトゥーなどへの配慮)



7

ゆ〜わくワイド&ニュース



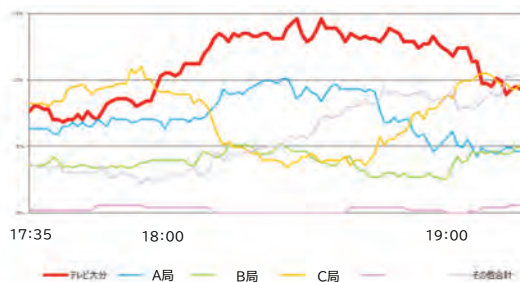
月曜日～金曜日 夕方4:50～7:00

17時台はTOSのみ自社制作枠
 民放各局は18時台にローカルニュース枠
 ☆昨年度のローカルニュース枠 平均個人視聴率
 ・TOS…7.2% ・A局…7.0% ・B局…4.1%
 →民放3局合計で18.3%
 ・C局…5.1%

非常時には特に重要な情報源に

☆災害発生時は指定地方公共機関としての役割を果たす使命がある
 →総力をあげて放送

2022年9月 過去最強級 台風14号



当日のニュース時間帯の平均視聴率 13.3%(TOS)
 →民放3局で25.8%

本タスクフォースに関するTOSの見解

検討項目①中継局の共同利用

・ローカル局の負担軽減につながるのであれば賛成

→ 地域事情などへの配慮を

検討項目③NHKのプラットフォームへの配信

・限られた期間での議論であり、現時点で採算性や事業性など具体的内容が示されていない

・唐突感や違和感

→ 現時点ではお答えの仕様がありません

ローカル局のコンテンツは地域の人を知りたいこと・伝えるべきことに人員と予算を割いている
 →NHKのプラットフォームにローカル局がコンテンツを出した場合の採算性や事業性は？

(例えば…)

・ローカル局のコンテンツが地域の人に確実に届く仕組みがあるのか

・配信したローカル局に一定水準の経済的なメリットがあるのか

→具体的な全体像が示されていない

エリア事情も様々 多くのローカル局を交えた丁寧な議論が必要

全国どこのローカル放送局も、良質なコンテンツを通して地域に貢献し、地方を豊かにしたいと考え、コンテンツを守るために自助努力を続けています。

人口減少・過疎高齢化をはじめ地方を取り巻く課題が山積しているからこそ、そうした取り組みを是非、応援していただければ幸いです。

今後の議論においては、5年後、10年後の地方創生につながるのか、地方からの視点を常に忘れないで頂きたいと私は強く思っています。

ご清聴ありがとうございました

放送業界に係るプラットフォームの 在り方に関するタスクフォース(第3回)

2023年7月11日
株式会社南日本放送

1



株式会社南日本放送(MBC)



【設立】

1953年6月(今年で創立70周年)
テレビ・ラジオの兼営局

【本社】

鹿児島市

【社是】

ふるさとたっぷり

【企業理念】

地域の人々と喜怒哀楽をともに

【放送活動の2本柱】

「かごしまじかん」、「防災の日常化」

2



株式会社南日本放送(MBC)

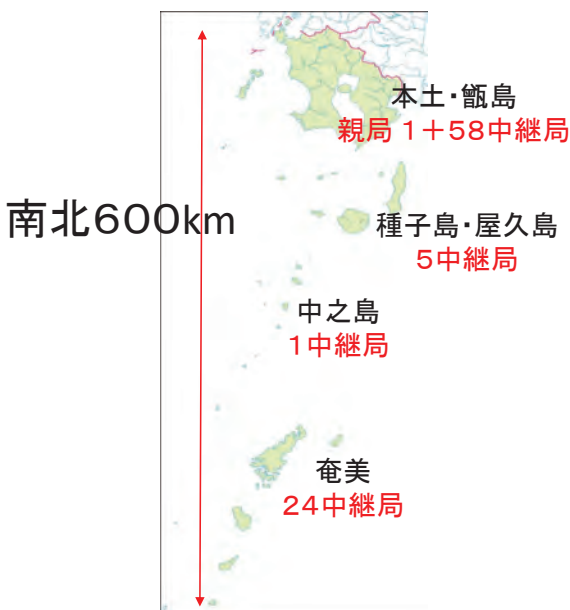
テレビ	ラジオ	インターネット
<p>■ 自社制作率 13.0%</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ ニューズナウ(月～金 18:15～) ➢ かごしま4(月～金 15:49～) ➢ あの日のふるさと(月～金 18:55～) ➢ てげてげ(水 19:00～) ➢ どーんと鹿児島(水 20:00～) ➢ 週刊1チャンネル(土 12:00～) ➢ かごしま防災スイッチ(土 12:55～) ➢ 新窓をあけて九州 ➢ 世界一の九州がはじまる ➢ 日本のチカラ ➢ ダイドーグループ 日本の祭り など 	<p>■ 自社制作率 47.8%</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Morning Smile(月～金 6:30～) ➢ たんぽぽ倶楽部(月～金 10:00～) ➢ 城山スズメ(月～金 13:30～) ★70年目 ➢ ゆうぐれ 익스プレス(月～金 18:00～) ➢ 土曜ラジオ(土 9:00～) ➢ あまみじかん(土 13:00～) ➢ 青だよ!たくちゃん(土 13:30～) ➢ やくしまじかん(土 16:30～) ➢ Radio BURN(土 18:00～) ➢ たけまる商店営業中(日 10:30～) ➢ てげてげハイスクールハウス(日 14:30～) ➢ 希望のリボン(毎日) ★70年目 など 	<p>■ 自社アプリ 27.5万DL</p> <p>◎ ニュース配信</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 自社アプリ、ホームページ ➢ JNN NEWS DIG ➢ Yahoo、スマートニュース他 13 PFで配信 <p>◎ TVer</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ どーんと鹿児島 を配信 <p>◎ 独自配信</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 災害、選挙特番、コロナ会見等 ⇒ YouTube(アプリ、HP) ➢ スポーツ、イベント等 CM入り配信 ⇒ 配信PFを使用

- ◆ 地域社会の健全な民主主義の発展
- ◆ 地域社会の情報インフラの役割 = 情報のライフラインである
- ◆ 地域の特徴を活かし、自律的で持続的な社会をつくる「地域創生」に貢献

3



◎地上波放送(テレビ)の中継局



【親局】	1	} 計88中継局
【大規模局】	17	
【小規模局】	40	
【ミニサテ】	31	

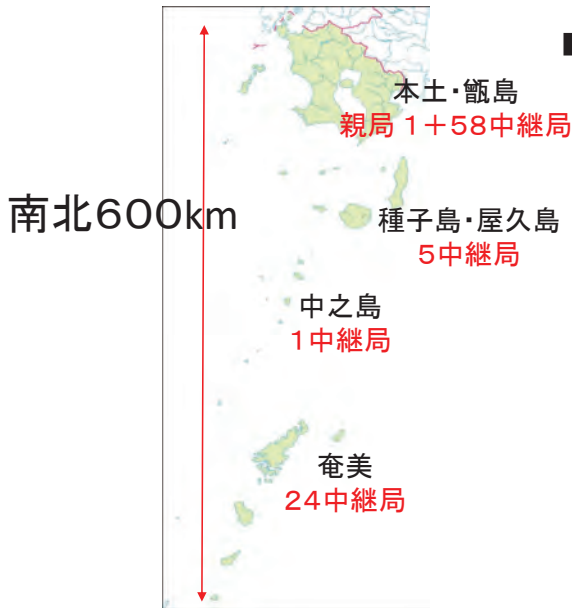
<参考 九州・沖縄の中継局(JNN系列)>
 福岡59 長崎68 熊本64
 大分67 宮崎46 沖縄31

- ⇒ 中継局の数には地域差あり
- ⇒ 鹿児島は離島が多く、中継局の整備・保守にとって条件的に不利

4



◎地上波放送(テレビ)の中継局



■鹿児島エリアの中継局整備・保守の現状と課題

【現状】

- ✓ エリアが広く、離島も多いため、全てのの中継局を複数社で共建、共同利用（敷地・鉄塔・局舎・電源設備等）
- ✓ 災害等での障害発生時は、各中継局ごとに定めている幹事社を中心に復旧対応
- ✓ 設備更新は、共同利用している会社同士で更新時期や内容、金額の妥当性等を協議 ⇒ 各社で意思決定

【課題】

- ✓ 現在、更新時期を迎えているが、前回更新時に比べ、機材の調達コストや輸送費、人件費、保守費等が値上がり
- ✓ 電力費の値上がりによる固定費の増加
- ✓ 納期の長期化（24～30か月）

5

◎地上波放送(テレビ)の中継局

■共同利用型モデルの検討について

- ✓ 共建による更なる合理化の余地がないか？検討や働きかけを進めたい
- ✓ ハード会社への期待はある。ただし、NHKと民放の間で耐用年数や設備の仕様・コストの考え方が異なるほか、新たに発生する「会社の運営コスト」をどのように回収するか、課題もある
- ✓ ハード会社へのNHK参画によるコストダウンには期待。ただし、経済合理性は地域ごとに見極める必要あり

■ブロードバンド等による代替について

- ✓ 視聴者の理解が大前提。その上でBB代替を実施した場合の地上波ビジネスモデルとのマッチングや、中継局ごとの経済合理性を見極めたい
- ✓ ミニサテ継続の場合は、NHK主導での設備更新を期待

■マスター設備の効率化(IP、クラウド化等)について

- ✓ 放送局の心臓部分であるマスターは経営の根幹
- ✓ 研究は必要。経済合理性のみならず、各局のマスター設備に対する考え方（経営判断）が前提となる

6

◎インターネット配信

■大前提として・・・

キー局、NHK 100%のコンテンツメーカー

ローカル局 自社制作率は平均で約10% 残り90%は言わば流通業(キー局等の番組を地域に届ける)

ほとんどが生放送のニュース・情報番組 PFに載せる価値(番組)は僅かしかない
ローカルにとって配信は「プラスα程度」の収益 大きな期待は寄せられない

■現状認識と懸念

多様なデバイス、CTVの将来的な拡大によって、TVコンテンツの配信ニーズが高まるのは時代の要請

配信PFの議論 (コンテンツ産業論) ... キー局は「コンテンツメーカー」、ローカル局は「生活情報」が中心 同じ土俵に立てない
同時配信はローカル局のビジネスモデルに多大な影響 ⇔ 収益を上げる道筋が描けていない

配信にかかる人、コスト、手間の問題

ローカル局のビジネスモデルが実装されたPFが必要

キー局とも事情が違う

7

◎インターネット配信

キー局のコンテンツ
バラエティ、ドラマ、音楽、
教養、自然、文化、etc

ローカル局はニュース・生活情報番組が大半

- ほとんどが生放送=パッケージ物ではない
- 県民向けの情報、鮮度が重要
- 生配信のニーズは限定的

重なる部分がローカルコンテンツ (VTRもの) だが、
キー局目当てのユーザーの嗜好とは異なるのでは？

■ローカル局にとっての配信

- ✓ NHKとはビジネスモデルが違う。TVコンテンツ産業を担うキー局ともビジネスモデルが違う？かもしれない
- ✓ 「TVerではローカル番組が埋もれてしまう」との意見 → インターフェイスの問題だけではない？かもしれない

ローカル局にとって、「極力、配信コストがかからず、かつ収益を上げられる」ビジネスモデルが見出せていない中、
ローカルの視点が十分とは言えない場づくり議論が先行している印象であり、不安

ローカルPFは民放事業者やローカル連合で検討するのが妥当ではないか

その上で、配信に参加するかは、あくまでも各事業者の経営判断

8

◎変革期のローカル局として

技術やシステムの変革の中で、ローカル局の地域性が弱まったり、経済合理性が優先されるあまり、地域の人たちへの存在価値が失われてはならない。

これからのローカル局の生命線は地域密着の深化。

あらゆる判断は、常にその目線で検討していく。

放送業界に係るプラットフォームの 在り方に関するタスクフォース (第3回) 説明資料

日本放送協会
2023/7/11

NHK

NHK

1. NHKの衛星波での外部制作事業者との連携について

番組制作会社はNHKを支えるパートナー

NHK



NHK BS1「ミニドキュメンタリー」(企画競争)
 ●企画募集「ミニドキュメンタリー」で数多くの提案のなかから採択された番組を放送
 ●ディレクターは番組制作会社に所属する主に35歳以下の若手

Tokyo Docs (国際共同制作)
 ●ドキュメンタリーの国際共同制作のための企画提案会議
 ●ATP・NPO法人Tokyo Docs 共催
 ●NHKは協賛 採択番組はBS1などで放送



番組制作会社とNHKは互いに切磋琢磨し
 適切な競争関係を促進して
 制作能力の向上をはかることで
 視聴者に成果を還元してきました。
 この役割は新しい衛星2波でも変わりません

会前に疲れちゃう。～マッチングアプリ代行サービスに密着～
 初回放送日: 2023年3月20日
 今や男女の出会いに欠かせないといわれるマッチングアプリ。しかし、行7割の利用者がやりとりで疲れてやめてしまう。そこで注目されるのがマッチングアプリ代行サービスだ！

作曲家の父と私 50歳差で創るアイドルソング
 初回放送日: 2023年3月19日
 私の父は作曲家。73歳になった今でも曲を作り続けている。なぜ作曲を続けるのか？なぜアイドルソングを作るのか？父が作曲を続ける理由は？制作を手伝うことになった娘が作曲家としての父を見つける。

三畳一間 幸せのカタチ
 初回放送日: 2023年3月12日
 都内の三畳一間。結婚物件に住む若者たち。その生活をスマホで記録してもらった。彼らは、この部屋のごとくに価値を見出したのか、自然から見えてきたそれぞれの幸せとは？

新しい衛星波のトータルプラン

NHK

衛星波の整理・削減 概要

(2023年1月修正) 衛星波削減を踏まえた放送サービスのトータルプラン

新BS4K
世界水準コンテンツ

2K・4Kそれぞれの特性を生かしコンテンツを柔軟に編成し、地上波では味わえない新たな価値を創造

新BS2K
衛星放送の魅力凝縮

地上波
2つの柱を強化

新しい「安全・安心」の追求
 新しい「あまねく」の追求

サービスプラン	主な番組のジャンル
新BS4K 世界に通用する多彩なコンテンツ・高精細クオリティを提供	<ul style="list-style-type: none"> ● 自然・紀行番組 ● ドラマ ● 音楽番組 ● 教養エンターテインメント番組 ● 4Kリマスター番組 など
新BS2K BS1・BSプレミアムコンテンツを中心に、衛星放送の魅力凝縮し、ライブ感を重視した機動的な編成	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内ニュース ● 国際ニュース・報道番組 ● 海外ドキュメンタリー ● プロスポーツ ● アマチュアスポーツ など ● 災害・事件事故等の場合、総合テレビと同時に緊急ニュースを放送 ● 2Kテレビで衛星放送をご覧になる視聴者に向け、新BS4Kの番組も放送

大規模災害時の対応: 地震・津波等の大規模災害が発生し、東京の放送センターから放送ができなくなった場合は大阪放送局から新BS2Kに送信し全国の放送局が受信して放送する

出所: 放送コンテンツの流通の促進に関するワーキンググループ(第5回)NHK提出資料より

期待される役割

- 衛星放送全体で番組制作会社と協業し、高品質のコンテンツを制作・放送する
- 放送・通信融合の時代を迎え、番組制作会社の著作権確保、2次展開を重視し産業育成に貢献する
- 衛星放送の特徴である「多様性」「先進性」を引き続き実現する
- 衛星放送の「広域性」を生かし、新BS2Kは首都直下地震等が発生した場合の放送継続を担う
- 受信料収入が今後減少するなか、番組制作会社・NHKの双方にとって持続可能な協業の形を追求する



基本的考え方

- 新BS2K(NHK BS)・新BS4K(NHK BSプレミアム4K)に対し、波の特性や役割に合わせてそれぞれ努力目標を設定
- 対象の取引は「番組制作会社が著作権を持つ番組(NHKと共同保有を含む)」とする

- 番組制作会社が著作権を保有＝企画を発意し、制作責任を持つ(いずれもNHKと共同含む)委託番組が対象
- 番組制作会社による放送・配信・番組販売など多角的な展開、国内・国際共同制作の促進に貢献

		定義(番組制作会社との取引内容)	最終的な著作権の帰属	権料収入の配分
①	放送番組制作業務委託(外部制作)	番組制作会社が企画提案しNHKが採択した番組につき、番組制作会社とNHKまたは関連団体の共同の制作統括の下に制作される番組につき、その制作業務を委託するもの	NHKおよび番組制作会社の共有	あり(NHKの定めた配分比率による)
②	国内共同制作	NHKと番組制作会社が双方で一定の費用を負担し、共同で番組を制作するもの	NHKおよび番組制作会社の共有	双方の権利行使範囲および権料収入配分を個別に規定
③	国際共同制作			
④	予約購入	番組制作会社が企画・制作する番組の放送権を制作・完成に先立って購入するもの	番組制作会社	※NHKは初回放送から一定期間、独占的放送権を有するが、番組制作会社の事業展開のため一時的な解除が可能

※現在の「外部制作比率」では、「予約購入」「国際共同制作」は含まれていない

※現在の「外部制作比率」における「企画競争」のうち、番組制作会社が企画提案するものは①に含まれる

コンテンツの信頼性向上 健全性確保への貢献

1月に修正したNHK中期経営計画で「コンテンツ産業への貢献」を明記

強化する重点項目	繰越金を活用した還元
<p>1. 安全・安心を支える</p> <p>災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。</p> <p>○国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・フェイクニュースが蔓延する時代に対応し、事実を見極めるための情報の取材・制作機能を強化します。 ・取材に逆行した信頼性の高い報道を維持するため、ジャーナリズム人材の育成に注力します。 ・専門プロジェクトを設けるなど、災害、科学、安全保障といった社会が要請する分野の強化に取り組めます。 <p>○信頼されるメディアとしてコンテンツ強化に取り組むとともに、国内で流通するコンテンツの信頼性向上にも貢献します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学習形態の多様化に応じた教育コンテンツの充実など、質の高いコンテンツに経営資源を集中します。 ・放送通信融合の時代における日本のコンテンツ産業の信頼性向上に、業界と協力しつつ取り組みます。 	<p style="text-align: center;">繰越金を活用したその他の還元</p> <p style="text-align: center;">視聴者のみなさまの将来的な負担軽減に向けて先行投資に取り組みます</p> <div style="border: 2px solid yellow; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p>視聴者のみなさまに追加負担を強いることなく、信頼できる情報を届け続けることができる存在へ</p> <p><small>※余剰が出れば「還元目的積立金」へ（改正政経法で明記）</small></p> </div> <ul style="list-style-type: none"> ○民間放送事業者と連携し放送ネットワークインフラ維持コストを低減<small>※次頁参照</small> ○設備投資コスト削減に向けた投資 ○情報空間の健全性担保のための投資 ○日本のコンテンツ業界の人材育成 <p style="text-align: center;">還元規模（想定※） 700億円程度</p>
<p>■放送通信融合時代における日本のコンテンツ産業の信頼性向上に業界と協力しつつ取り組みます</p>	<p>■情報空間の健全性確保のための投資</p> <p>■日本のコンテンツ業界の人材育成</p>

17

出所：放送コンテンツの流通の促進に関するワーキンググループ(第5回)NHK提出資料より

- 取引基準に『番組制作会社は公共放送を支えるパートナー』と明記
- 健全なパートナーシップを築き、番組の品質向上、日本のコンテンツ振興に資することを目的としている

はじめに

「開かれたNHK」を目指し、番組制作会社への委託を始めた当初から、番組制作会社は公共放送を支えるパートナーと位置づけしてきました。この基本方針は不変です。そして、NHK制作であれ、番組制作会社への委託であれ、放送番組の制作に携わるメンバーが、意欲にあふれ、能力を最高に発揮できることを、NHKは求めています。

このためには、NHKと番組制作会社との制作業務委託の取引が、権利と責任を明確にした健全で透明性の高いものでなければなりません。これが、「番組制作会社との取引基準」を定めた目的です。

「番組制作会社との取引基準」は、NHKおよび関連団体が番組制作会社に制作業務を委託する際の基本を定めたものです。NHK国内番組基準の遵守、個人情報扱い、それぞれが確保する権利、業務実態の適正化のために双方が遵守しなければならない義務、等々について明記しました。制作業務委託のいっそうの適正化に取り組み、視聴者の期待や信頼に応える優れた番組をともに制作していこうと考えています。

「番組制作会社との取引基準」は、NHKホームページに掲載し、どなたでも見られるようにしています。取引基準を公開することによって「取引の透明性の確保」「取引の公正性の確保」の必要性を、NHKグループで働く現場担当者も、番組制作会社の皆さんも共通認識として再確認し、個別の契約が取引基準と抵触するところがないか、当事者双方のチェックのもと、健全な取引をさらに確かなものにしていきたいと考えています。

2022年9月改定

日本放送協会

1 『放送番組の制作に関する番組制作会社との取引基準』策定の目的

- ・ NHKおよびNHKの関連団体がグループ全体として、統一した基準を持ち、広く外部に公表することで、制作業務委託の公平性と透明性を高める。
- ・ 「下請法」・「放送コンテンツの制作取引適正化に関するガイドライン」(総務省)等を遵守し、制作業務委託の一律の適正化を進める。

○ 公共放送として、番組制作会社との健全なパートナーシップを築き、番組の品質向上、日本のコンテンツ振興に資する。

<NHKグループに関する取引と下請法についての考え方>
NHK本局には「基本金」の概念が存在しないため、NHKと番組制作会社との間の契約には、基本金払および前払いの要素は存在しないもの、下請法の適用は行わない。ただし、NHKは、番組「放送コンテンツの制作取引適正化に関するガイドライン」等にも従い、NHKグループ全体と番組制作会社との取引の透明性および公共性の確保の観点から、下請法の趣旨を実質的に遵守するものとしている。

2 この基準の適用範囲

<適用するもの>

- ・ NHKおよびNHKの関連団体が放送番組の制作に関して番組制作会社に業務を委託するものうち、放送番組(アニメ番組、日本語版制作、データ放送等を除く)の制作業務および演出業務の委託

<適用しないもの>

- ・ 以下の業務を単独で委託する場合
 - ※制作・作曲、台本執筆等
 - ※制作に関わる技術的役務の委託(照明、カメラ、編集等)
 - ※美術関連の委託(大道具・小道具、衣装、メイク等)
 - ※CG制作の委託
 - ※その他の委託(リサーチ、翻訳、監修、HUP作成、権利処理などの業務等)
- ・ 演出補助業務とそれに準ずる業務の委託

・ 上記のほか、この基準を適用しないもの

- ※アニメ番組、日本語版制作、データ放送等の制作業務および演出業務

3 この基準の構成等

- ・ 契約時には、附属の「ひな型」を用いて契約書を作成し、その中で基本条項を適用する。

NHK『放送番組の制作に関する番組制作会社との取引基準』
https://www.nhk.or.jp/kikakubosyuu/documents/nhk_torihikikiyun20220901.pdf

2. NHKの国際放送について

NHK国際放送 番組編集の基本方針

- ①「放送法」や「国際番組基準」等に基づき、各年度の番組編集を実施
 ②「国際社会への公平・正確な情報発信と日本理解の促進」をミッションに、ニュース・報道や多彩な番組を発信

【日本放送協会 国際番組基準】

日本放送協会は、放送法の定めるところにより、わが国を代表する国際放送機関としての自覚のもとに、外国人向けおよび邦人向け国際放送および協会国際衛星放送を通じて、諸外国のわが国にたいする理解を深め、国際間の文化および経済交流の発展に資し、ひいては国際親善と人類の福祉に貢献するとともに、邦人に適切な報道および娯楽を提供するため、次のとおり外国人向けおよび邦人向け国際放送および協会国際衛星放送の放送番組の編集の基準を定める。

第1章 一般基準

- 1 編集にあたっては人権を尊重し、自由と民主主義とを基調とする。
- 2 内外のニュースを迅速かつ客観的に報道するとともに、わが国の重要な政策および国際問題にたいする公的見解ならびにわが国の世論の動向を正しく伝える。
- 3 外国人向け国際放送および協会国際衛星放送（以下「外国人向け放送」という。）にあつては、ひろくわが国の文化、産業等の実情を紹介する。
- 4 邦人向け国際放送および協会国際衛星放送（以下「邦人向け放送」という。）にあつては、邦人に適切な情報と安らぎを与える。
- 5 放送番組の編集にあつては、「国内番組基準」の「第1章 放送番組一般の基準」を準用する。（ただし書き略）

【2023年度 国際放送番組編集の基本計画】

編集の基本方針 ～新しいNHKらしさの追求～

ロシアによるウクライナ侵攻、世界的な物価高、パンデミックによる経済への打撃など国際情勢は大きく揺れ動いています。NHKの国際放送は、日本やアジアの視点から、世界の視聴者が求める公平・公正で確かな情報を発信します。質の高いサービスを効果的・効率的に世界に届けるため、コンテンツのマルチ展開と多様な伝送路の活用を進めます。災害のみならず安全保障、感染症などに関する安全・安心情報を、多言語で広く迅速に届けます。

2023年度 4つの重点事項

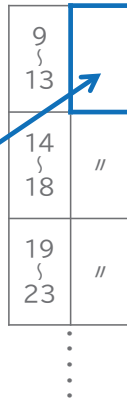
1. ポストコロナを見据え、日本の価値と魅力を世界に再発信
2. 世界で分断が深まる中、日本・アジアからの多様な視点を提示
3. 訪日・在留外国人向けに、安全・安心を支える情報発信を強化
4. 国内放送との連携、デジタル活用による効率的展開を拡大

NHK国際放送(外国人向け・テレビ)の編成と番組制作の現状

- ①「毎時ニュース＋一般番組」の5～6時間セットを4～5回ループで編成し、各国の好適視聴時間に効率的に対応(ニュースは最新の情報)
- ②番組制作提案は、定時番組については原則として年1回募集、特集番組については随時募集
- ③番組制作は、本体制作もしくは関連団体委託(日本国際放送[JIB]など)、外部プロダクションとも連携

【編成のイメージ(日本時間)】

9	00	NEWSLINE
	30	Journeys in Japan(紀行)
10	00	NEWSLINE
	30	Dining with the Chef(食)
11	00	NEWSLINE
	30	Document 72 Hours(ドキュメンタリー)
12	00	NEWSLINE
	30	Medical Frontiers(医療)
13	00	NEWSLINE
	30	DEEPER LOOK(インタビュー)



NHK国際放送における民放・CATVとの連携

- ①毎年、特集番組として、民放・CATVが制作した番組のうち、コンクールで受賞したものなどの提供を受け、英語化して放送している
- ②この取り組みは、放送法第26条に基づく民放との連携の一環として、2009年度より実施している
- ③また近年は、「地域特集」の編成時等に、当該地域のCATV事業者が制作したミニ番組なども英語化して放送
- ④番組の英語版は、制作した事業者に還元しており、国際コンクールへの応募時などに利用されている

【2022年度 放送実績】

	番組名	尺	制作した事業者	コンクール受賞歴・備考	初回放送		
1	「からくり人形師」	50分	大垣ケーブルテレビ	2021年「地方の時代」映像祭ケーブルテレビ部門 優秀賞	7/2		
2	「丸裸温泉街」	50分	キャッチネットワーク	2021年「地方の時代」映像祭ケーブルテレビ部門 選奨	8/27		
3	「にっこり笑って～山あいの写真館 10年の物語～」	50分	高知放送	2022年「地方の時代」映像祭放送局部門 選奨	1/14		
4	「命の光を燃やし続ける～よだか診療所～」	30分	中海テレビ放送	2022年「地方の時代」映像祭ケーブルテレビ部門 優秀賞	2/18		
5	「大輝、15の春」	50分	長崎放送	第59回ギャラクシー賞テレビ部門 選奨	3/4		
6	「島の未来を守るために 海のサムライの挑戦」	30分	ぴ〜ぶる	第48回日本ケーブルテレビ大賞番組アワード NHKワールドJAPAN賞	12/4		
7	「若竹の社 若山農場」	3分	宇都宮ケーブルテレビ		10/3		
8	「うつのみや花火大会」	3分			10/21		
9	「鹿沼秋まつり」	3分			鹿沼ケーブルテレビ	10/4	
10	「つがの里 ハス池」	3分			10/5		
11	「太山寺 しだれ桜」	3分			ケーブルテレビ株式会社	地域特集「栃木月間」向けミニ番組	10/6
12	「しもつかれ作り」	3分			10/7		
13	「寒ざらしそばと滝行」	3分			10/18		
14	「フレスコ画公開制作」	3分			佐野ケーブルテレビ	10/17	
15	「光のイベント2022」	3分			那珂川町ケーブルテレビ	10/19	
16	「流しびな」	3分			テレビ小山放送	10/20	
17	「一針一針心を込めて」	3分	石見ケーブルビジョン	2/6			
18	「ふるさと遺産 諸手船神事」	3分	山陰ケーブルビジョン	地域特集「島根月間」向けミニ番組	2/7		
19	「松江ふるさと遺産 月照寺」	3分			2/8		
20	「松江ふるさと遺産 爾佐神社・流鏝馬神事」	3分			2/9		

- ①世界中で放送からネット配信へのシフトが進む中、公式ウェブサイト・アプリを中心に、外部プラットフォームも有効活用しながら、重点的にネット配信を行っている
- ②公式ウェブサイト・アプリでは、放送の同時配信(24時間)およびオンデマンド配信(2,300本以上)のほか、テキストニュースや多言語コンテンツ、日本語学習コンテンツ等を提供
- ③また送信網においても、視聴者の利便性向上やコスト低減を図るため、「衛星放送」や「短波放送」中心の送信網から、海外OTT事業者等への提供を含む「ネット併用型」送信網へのシフトをすすめている ※在外邦人向けサービス含む
- ④四半期リーチ率は「放送」が9~10%、「ネット配信」が13~14% ※国際戦略調査 2021年度以降



【公式ウェブサイト・アプリ】
「大相撲」は、公式ウェブサイト・アプリの中でもっとも人気が高いコンテンツのひとつ



【外部プラットフォーム】
「Digital Eye - Ukraine」はYouTubeで440万回再生されておりCNNなどからの流入も多い



NHK の衛星放送における外部制作事業者の活用と外部制作比率について

一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟 (ATP)

NHK の衛星放送における外部制作事業者の活用と外部制作比率については、本年 4 月 24 日に開催された「放送コンテンツの制作・流通の促進に関する WG」第 5 回会合において、ATP として意見を述べる機会をいただきました。

その中でも申し上げた通り、2023 年度末の BS 減波により、NHK からの外部制作委託の減、番組制作費への影響が既に確認されているところであり、日本の多様で高品質のコンテンツを維持するためにも、適正な外部制作比率は必須のものと考えております。

また、現行の目標値については、一部に番組製作会社が著作権を持たない契約の割合を含んでいることから、番組製作会社が著作権を持つ番組の割合を拡大していただきたいとも申し上げます。毎年会員社を対象に行っている経営情報アンケートでは、NHK 番組の著作権保有率が 2021 年に激減しており、ATP として大きな危惧を持って受け止めています (25.0% (2018 年) →25.4% (2019 年) →24.7% (2020 年) →18.0% (2021 年))。

NHK は、これらの点について、前回の「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」第 3 回会合において、新 BS2 波の外部制作の基本的考え方を、「新 BS2K (NHK BS)・新 BS4K (NHK BS プレミアム 4K) に対し、波の特性や役割に合わせてそれぞれ努力目標を設定」「対象の取引は「番組製作会社が著作権を持つ番組 (NHK と共同保有を含む)」とする」と説明されておられます。

ATP としては、BS の 2 チャンネルのそれぞれについて外部制作比率の目標が設定されること、また、これまでの指標の算定の考え方を変更し、「番組製作会社が著作権を持つ番組」を対象とすることについて、ATP の意見を踏まえていただいたものとして高く評価し、歓迎します。

他方で、以下の項目については、改めて意見を述べたいと思います。

1. 「新 BS 2 波 努力目標の対象取引」について

- ・NHK における番組制作取引について透明性をもって取り組んでいただくため、対象取引については、その類型ごとの内訳の実績値 (類型ごとの放送時間の割合等) についても毎年公開していただくことを希望します。
- ・外部制作比率の算出にあたっては、引き続き、「総放送時間に占める対象番組の放送時間の割合」とする方向であると思われませんが、その場合は、分子となる対象番組から「再

放送の番組」の時間数は対象外とすべきと考えます。対象番組の再放送によって、外部制作比率が増加しても、新たな番組の制作機会を増やすことには繋がらないからです。

- ・ 具体的な比率については、2009年～2011年のNHK経営計画で記載された数値を踏まえて、新BS2波40%以上としていただくことを希望します。

2. 新BS2波の編成について

- ・ BSプレミアムの減波により、民放では少ない教養・教育・ドキュメンタリージャンルの番組減が懸念されます。放送文化の維持向上と視聴者の皆様にあまねくご覧いただきたいという思いから、特に新BS2K（NHKBS）においても、こうしたジャンルの番組が引き続き制作されることを希望します。

3. 次期の経営計画に向けて検討いただきたい要望事項

- ・ 2009年～2011年のNHK経営計画においては、外部制作比率（外部一部契約を含む）を衛星2波で40%程度、地上波2波を含むテレビ4波で25%程度まで高めるという目標が示されましたが、この考え方を次期の経営計画でも製作会社が著作権を持つ番組だけを対象にした下限値として、継承・堅持していただくことを要望します。

4. 付則要望

- ・ ATPとしては著作権が製作会社にある外部制作委託（共同保有含む）にかかる総制作費の開示も求めています。時間案分の外部発注比率の向上が重要なことではありますが、それだけがクリアされても総制作費が削減されては、品質が落ち、製作会社としての経営にも影響を及ぼすため総制作費の開示を要望いたします。

第4回会合における 外部制作比率に関する質問への回答

放送業界に係る
プラットフォームに関する
タスクフォース事務局

令和5年8月4日

質問と回答①

1

(内山主査)

問1 一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟（ATP）の意見書（資料4-1）では、「2009年～2011年のNHK経営計画においては、外部制作比率（外部一部契約を含む）を衛星2波で40%程度」とある一方で、ATP会員社アンケートではNHK番組の著作権保有率は例えば2018年には25%とあるところ、目標と実態の間には大きな乖離があると推測されるが、その乖離の要因は何だと考えるか。

■日本放送協会回答

- NHKの2009年～2011年経営計画においては、「番組制作会社の制作拡大で、日本のコンテンツ制作力向上に貢献」するため、外部制作会社に著作権が帰属するかどうかにかかわらず「NHK・子会社等以外が制作する番組の編成比率を衛星2波で今後5年間で40%程度に高める（2007年：27%）」ことを自主目標として掲げておりました。
この実績値は、2022年度上半期において、衛星2波（BS1、BSプレミアム）で40%となっています。
ATPのアンケートの内容は承知していませんが、記載の25%と目標・実態の形で直接的に結びつくものではないと考えます。
- なお、4月のコンテンツWGでのATPのご要望も踏まえ、これまでBSプレミアム1波のみについて設定し、基幹放送普及計画で記載されていた外部制作の努力目標について、
 - ▼ 新BS2K、新BS4K、それぞれの「役割」や「特性」を踏まえ、2波それぞれに、外部制作の比率の努力目標を設定すること、
 - ▼ 対象の取引は、番組制作会社が単独、もしくはNHKと共同で著作権を持つ番組とし、番組制作会社の権利確保に資する努力目標にすること
 を提案させていただきました。
- 番組制作会社は公共放送を共に支えるパートナーであり、その役割は、今後も変わらないと考えております。
(NHK経営計画2009年～2011年)
<https://www.nhk.or.jp/pr/keiei/plan/plan21-23/index.html>
(「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ（第5回）」（4/25開催）のNHK説明資料（3ページ）)
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/digital_hososeido/02ryutsu04_04000215.html

■一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟回答

- ATP経営情報アンケートの著作権保有率は、各製作会社のNHK制作番組数を分母に、そのうち製作会社が著作権を保有している番組数を分子にした比率となります。これに対してご指摘の「外部制作比率」は、NHKの衛星2波の放送時間の内、NHKから外部製作会社に委託された番組の放送時間の比率を示しておりますので、「目標と実態の乖離」を示す数値として単純比較できないと考えます。
- ATPとしては、まずは「外部制作比率」の下限目標を設定していただき、その上で、番組制作の実態に基づいた適正な著作権帰属について、NHKと製作会社が協議できる環境づくりを、このタスクフォースの場などでご理解をいただきながら進めていければと考えております。先の発表でお示しいたしましたように、NHK番組の著作権保有率が激減している状況もありますので、是非ともご理解お力添えをいただければと存じます。参考-108

(内山主査・松下構成員)

問2 一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟の意見書(資料4-1)では、「新BS2波40%以上とさせていただくことを希望します」と、現行よりもかなり高い目標が希望として示されているが、その実現可能性についてどのように考えるか。

■日本放送協会回答

- 衛星放送を行うことは協会の必須業務であり、原則として番組の制作・編集等を協会自らが行うことが期待されており、効率的な業務実施が可能な場合にのみ、その一部を他者に委託することが認められているものと承知しています。(放送法第20条、第23条)
- 一方で、現在は、BSプレミアム1波に限定する形で、「外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用」することが、基幹放送普及計画に記載されていますが、これは、NHKに対して、日本のコンテンツ産業の発展に資することが求められているものと認識しています。
- 番組制作の内製・外製のバランスをとりながら、公共放送として、質が高く社会的に価値のある番組を制作・放送していくことは、NHKにとって重要な使命であると認識しています。
- 再編後の衛星2波のうち、新BS2Kは、ニュースや国際情報、スポーツなどの編成割合が高く、年間を通して機動的な編成が必要となります。さらに、大規模災害が発生した際には、長期間にわたって災害報道を放送し続けることが想定されます。また、今秋の受信料額値下げ等により、今後、長期的には受信料収入の減少が見込まれます。
- 外部制作比率の数値目標を設定するにあたっては、ニュースや緊急報道・災害報道など新BS2Kの役割に影響が出ないようそれぞれの波の「役割」や「特性」を踏まえたうえで、番組制作会社とNHKの双方にとって持続可能な協業の形を追求していきたいと考えます。

■一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟回答

- NHKの平成21(2009)年度第4四半期業務報告にて(P.16 方針2)、「主な実績・継続課題の改善【NHK・子会社等以外が制作する番組の編成比率をテレビ4波で25%程度まで、衛星2波で40%程度まで高める(5年間で)】
21年度のNHK・子会社等以外が制作する番組の編成比率は、テレビ5波平均24.8%・衛星3波平均37.9%だった。前年度の実績値であるテレビ5波平均17.1%・衛星3波平均26.1%より大幅に向上し、経営計画の目標値である5年でテレビ4波平均25%・衛星2波平均40%に近づいた。」と公表されています。
- ここで対象となっているのは、外部制作委託、外部一部委託、国内共同制作、購入番組ですが、この内、著作権のない外部一部の割合は大きいものではないと考えられるので、ATPの要望の数値が高いとは言えず、実現可能な数値であると考えます。

(内山主査)

問3 英国BBCでは、自社内規律としてWoCC(Window of Creative Competition)を定め、50%は自社内制作、25%は独立系制作への割当、残り25%は競争枠という割り当てにしていたことがある(※)が、新たな努力目標までの移行期間中の措置として、こうしたスキームを採用する可能性についてどのように考えるか。

(※参考)「コンテンツ政策論の側面～映画・テレビ・ネット映像配信からみる垂直統合・分離政策、レイヤー間接続問題」(内山隆(青山学院大学) 総務省 学術雑誌『情報通信政策研究』第3巻第2号) https://www.soumu.go.jp/main_content/000679320.pdf

■日本放送協会回答

- さきほど問2でお答えしたとおりです。
- なお、BBCのスキームをそのままNHKに適用することが適当かどうかについては、日本とイギリスの放送を取り巻く環境の違いなどを踏まえた慎重な検討が必要なのではないかと考えます。

■一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟回答

- このスキームが、制作会社だけでなく放送事業者も含めたコンテンツ製作者にとって、どのような利点があるのか、精査した上でないと、ATPとしての考えはお伝えしづらいと思っています。ただ、このスキームは検討に値するのではないかと思いますので、今後の議論の行方を見ながら、ATPとしても研究、検討して参りたいと思います。

(内山主査)

問4 番組の「質」を担保しながらも量的目標を達成するための多次元的な指標はあり得ると考えるか。

■日本放送協会回答

- コンテンツの評価にあたっては、「質的指標」と「量的指標」を用いることで、多くの視聴者に向けて、質の高いコンテンツを維持・向上させることに取り組んでいます。
- 「質的指標」は11の指標について年4回調査を行い、その結果は制作現場で共有し改善に生かしているほか、「四半期業務報告」で公開をしています。
(参考：質的指標)
 - ①丁寧取材・制作されている
 - ②正確な情報を迅速に伝えている
 - ③新しい切り口や演出に挑戦している
 - ④社会的な課題について考えさせられる
 - ⑤日本の各地域の多様さを伝えている
 - ⑥次世代の育成につながる
 - ⑦生活に役立つ情報やヒントが得られる
 - ⑧人生を豊かにする情報やヒントが得られる
 - ⑨くつろげる・リラックスできる
 - ⑩わくわく・ドキドキする
 - ⑪感動できる・心に残る
- 「量的指標」は、ビデオ・リサーチの調査による視聴率やリーチのデータについて、制作・放送の参考にするとともに、地上波・衛星波（総合、Eテレ、BS1、BSプレミアム）について「四半期業務報告」で結果を公開しています。

■一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟回答

- 「質」を担保することは、発注比率だけではなく、制作費のあり方が大きな要因になると考えます。その点も含めた「多次元的な指標」というのが設定できるのであれば有効であり、あり得ると考えます。ただし、その指標がどのような方法で算出されるかを明示していただく必要はあると思います。継続的に把握しやすい方法があれば、指標の一案になるのではないのでしょうか。

(内山主査)

問5 一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟の意見書（資料4-1）によれば、「対象取引については、その類型ごとの内訳の実績値（類型ごとの放送時間の割合等）についても毎年公開していただくことを希望」とのことだが、この細分化したデータを得る目的は何か。

■一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟回答

- まず「類型」につきましては、前回の会議資料で説明不足の点がありましたので、改めてご説明申し上げます。
- ATPより申し上げた「類型」は、第3回タスクフォースのNHK資料P.5の対象取り引きの①外部制作 ②国内共同制作 ③国際共同制作 ④予約購入の「類型」ではなく、NHK「放送番組の制作に関する番組制作会社との取引基準」（P.7）に記載されている3つの委託区分「外部制作」「外部一部」「演出」を指しております。それぞれの委託取引は著作権帰属と密接に関係しております。「外部制作比率」の中で、これらの取引がどういう内訳なのか、またどう変化しているのかを明示していただくことは、NHKが制作会社の企画、製作力をどう活用していただいているかを把握するために必要と考えます。

「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」

全映協加盟社に於けるNHK番組(地上波・BS)制作の実績や実態に関するアンケート

報告書

令和5年8月4日



一般社団法人

全国地域映像団体協議会

全映協加盟社に於けるNHKからの番組制作受注実態のアンケート

概要

全映協

1

全国地域映像団体協議会は、総務省情報流通行政局情報通信作品振興課より依頼を請け放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース向けに「全映協加盟社に於けるNHK番組(地上波・BS)制作の実績や実態に関するアンケート」を行いました。

- ・アンケートは以下の4項目について、匿名形式で行いました。
 - (1) 今まで、NHKの番組制作(人材や技術請負を除く※)を直接受注したことがありますか？ある場合は、完パケですか、コーナー請けですか？
 - (2) 今までNHKの番組制作を受注しようとしたことがありますか？また、その理由は？
 - (3) NHKの番組制作の門戸が開放されていると知っていましたか？
 - (4) NHKの番組制作が平等に行われていると感じていますか？
- ・以上の質問に対して、全映協加盟115社中38社より回答をいただきました。
- ・アンケートは7月21~31日の期間(実働6日間)の短期間で行いました。
- ・全映協会員社には技術系や非放送系の社も多数存在します。また、NHK系列社や民放系列の社など回答し辛い社もあるので、短い期間でしたが、回答が可能な社からほぼご回答いただけたと思います。

※番組制作の業務には番組全体を包括して請負う「完パケ」、番組内のコーナーVTR制作を請負う「コーナー請け」、番組制作の一部を請負う「人材や技術請負」、人材を先方の指揮管理下に置く「人材派遣」などの形態があります。今回は、著作権上で権利が発生する「完パケ」と「コーナー請け」を対象にアンケートを行いました。

【質問1】 今まで、NHKの番組制作（人材や技術請負を除く）を直接受注したことがありますか？
ある場合は、完パケですか、コーナー請けですか？

ある 5社（13%） 無い 33社（87%）

あると答えた方のご意見（抄）

- ・完パケ・コーナー請けともに有り。（2社）
- ・コーナー請け。（2社）
- ・他に直接派遣契約をしていたので、その関係からコーナー請負で受注したことがあります。

無いと答えた方のご意見（抄）

- ・NHKエンタープライズから、コーナー請けしたことがある。
- ・グループ会社のローカルテレビ局を経由した孫請け。
- ・地域局共同キャンペーンや他社を通してのコーナー請け。

【質問2】 今までNHKの番組制作を受注しようとしたことがありますか？また、その理由は？

ある 8社（21%） 無い 30社（79%）

あると答えた方のご意見（抄）

- ・制作スケジュールが確保されており、粗利が確保されているので。
- ・売上の獲得のため。（数社）
- ・企画内容に興味があり、受注を希望したことはあります。
- ・グループ会社以外の「外販」拡大の一環です。
- ・指名でお仕事があります。
- ・取引先を増やすため。

無いと答えた方のご意見（抄）

- ・営業して受注獲得ができるイメージが低い。
- ・弊社が民放系列局の子会社なので、受注しようとしたことはない。
- ・NHK本体だと大きすぎますし、ローカルだと本社の意向を忖度します。
- ・その制度についての情報が無かったので。
- ・局の業務においては系列外を受けにくいものと思い込んでいたので、目を向けたことはなかった。
- ・ルートがないから。
- ・特に意識していなかった。
- ・どのような案件がどこにあるのかわからない。
- ・アプローチの方法がわかりません。
- ・東京の局系の大きな制作会社が受注しているという認識であり、弊社の体制はNHKの番組を受注できる規模でないと思っているから。
- ・制作期間、予算などが合わなかったから。
- ・どのような案件がどこで募集されているのかわからない。

【質問3】NHKの番組制作の門戸が開放されていると知っていましたか？

知っていた 13社 (34%) 知らなかった 25社 (66%)

知っていたと答えた方のご意見 (抄)

- ・知ってはいたが、NHKには関連会社もあるので、関わるのは難しいと思っていた。
- ・地元のNHKに番組コーナー請負の企画提案を行ったことがある。
- ・関連会社が多いので、番組制作の門戸が以前より広がっていると思います。
- ・番組企画提案を募っていることは知っている。
- ・「公募されることがある」ということは承知していますが、そのルールや方法などの詳細については承知していません。

知らなかったと答えた方のご意見 (抄)

- ・開放されているとは思われません。
- ・直接のコネクションがないと難しいだろうと思っておりました。
- ・BSPにおける外部制作会社参加の努力目標については知りませんでした。
- ・東京局制作にその傾向は感じていたが、地方においてもそれがあるとは考えてはみななかった。NHK地方放送局の制作を受託している方が既知の企業ではなかったことから、地方でも制作体制が変わっているのかもしれないというイメージは持った。
- ・子会社経由と理解していました。

【質問4】NHKの番組制作が平等に行われていると感じていますか？

平等と思う 4社 (11%) そうは思わない 18社 (47%) 分からない 16社 (42%)

平等と思うと答えた方のご意見 (抄)

- ・仕事をされているプロダクションさんは、努力された結果なのだと思います。
- ・不平等とは思っていないが、新参者は入り込むのが難しい印象。門戸が開放されていると知り驚いた。

そうは思わないと答えた方のご意見 (抄)

- ・平等のイメージが低く、業務受注に至る可能性がありましたらその展開方法を探りたいです。
- ・とてとても、平等とは思われません。
- ・「平等」が「行政のプロポーザル」的なことを意味するのであれば、「そうではない」。
- ・「平等」が「民放と比べて」という意味であれば、時間や予算の掛け方に相当の差異があり、平等とは言い難いと感じます。
- ・制作が都会に集中していて公平ではないと思います。
- ・感じていません。官公庁並みに企画募集がオープンになると良いと思っています。
- ・思いません。NHKプラネットのみが制作できる。
- ・NHK地方局においても制作会社に制作体制が解放されている旨の連絡は欲しいと思う。
- ・NHKのグループ会社を中心となって番組制作が行われているという印象です。
- ・NHKの各外部制作事業者の扱いは平等だと思いますが、NHKの内部制作事業者と各外部制作事業者の扱いは平等ではないと思います。
- ・NHKの関連会社のみが番組を制作できるとしている。(複数)

分からないと答えた方のご意見 (抄)

- ・NHKから他社への対応がわかりませんので、平等とも不平等とも感じておりません。
- ・何をもちて平等というべきかわからない部分もある。
- ・判断する材料を持ち合わせておりません。
- ・取引が無い。

地方に於けるアンケートの結果をまとめてみました。

- ・NHKから直接番組制作を受注したことがある制作会社は、極めて少ない。NHK関連会社からの受注は数多くある。
 - ・元々NHKから直接受注できると思っていない制作会社が多い。系列局との関係を重視してNHKとの取引を行おうと考えていない社も多い。はじめから諦めている。
 - ・NHKの門戸開放については知らなかった社も多い。知っていても受注が難しいと考え、積極的に取り組んでいる社は少ない。
 - ・NHKの番組制作が平等に行われていると感じる社は極めて少ない。発注はNHKの関連会社に集中している、あるいは東京の大手プロダクションに集中していると感じている社が多い。また、NHKの自局の関連会社と他社の扱いは平等ではないと感じている社もいる。
-
- ・私もこの業界に40年以上いますが、この地方でCK（NHK名古屋局）から直接請負ったという話を殆ど聞いたことがありません。全て系列会社（現在のNHKエンタープライズ）経由です。
 - ・個人で役務（構成作家・ディレクター・カメラマン・照明など）を提供されている方は、CKと直接契約されている方も多いです。



TVerの現状

～ サービスの現状と課題 ～

2023/8/4

株式会社TVer



TVerサービスの現状

TVerとは



民放テレビ局がひとつになったテレビの新しいプラットフォーム
見逃し配信サービスだけでなく、地上波放送のリアルタイム配信も開始！

好きな環境で
楽しめる！



PC/スマートフォンアプリ/
タブレットアプリ/テレビアプリ
全て無料！

番組放送終了から
約7日間見放題！



※番組終了から配信までは、
時間がかかることがあります

リアルタイム配信



追っかけ再生も！

無料で、安心安全なコンテンツを配信(あらゆる方々への視聴機会の提供)
広告においても放送クオリティの広告考査の元に配信

3

TVerとは



「TVer」は、民放テレビ局が運営するキャッチアップサービス
現在、約650番組をすべて無料で
パソコン・スマートフォン・タブレット・テレビに配信



アプリ
ダウンロード数

6,354万

(2023年7月末時点)

MUB(月間ユーザー数)
(TVer単体・訪問ベース)

2,836万

(2023年7月・Google Analytics)

動画再生数
(TVer単体)

3億4533万回

(2023年5月・株式会社ビデオリサーチ調べ)

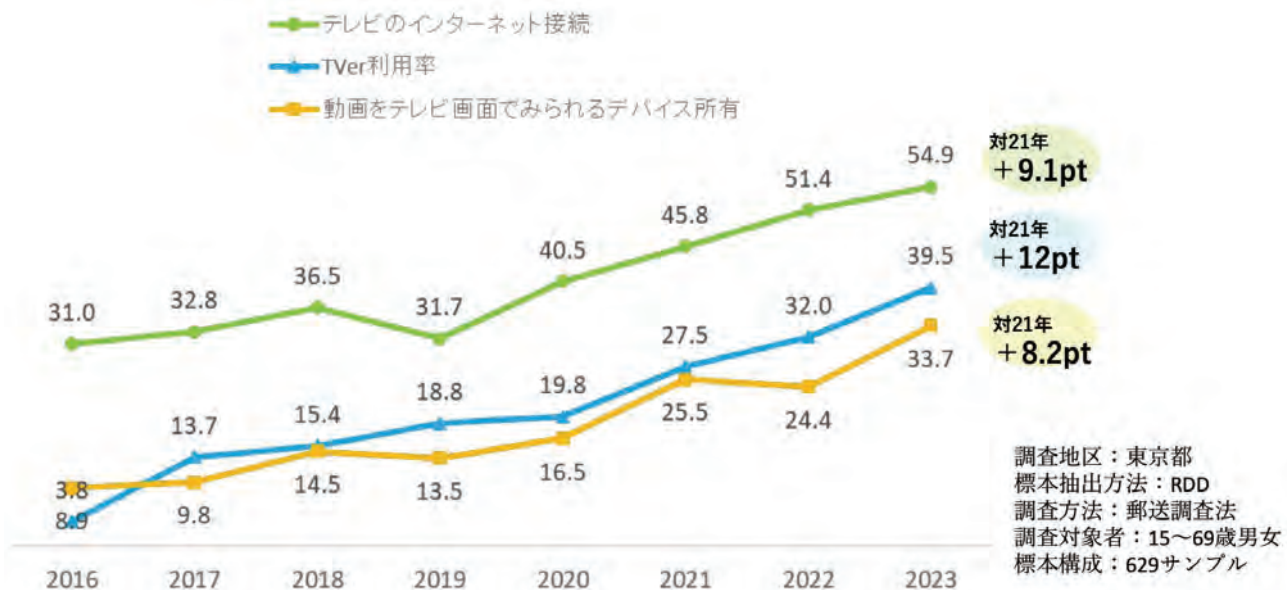
認知率
(15~69歳/男女)

69.9%

(2023年4月時点・株式会社マクロミル調べ)

4

(参考)メディア環境研究所「TVer利用率」



出典：博報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所「メディア定点2023」
<https://mekanken.com/contents/2917/>

(参考)LINEリサーチ「ふだん使っている動画配信サービス」



使っている動画配信サービス
【総合TOP10】

順位	サービス名	利用率
1	YouTube	78.6%
2	Amazon Prime Video	40.4%
3	TVer	39.5%
4	ABEMA	20.8%
5	Netflix	17.8%
6	NHKプラス	6.6%
7	Hulu	6.2%
8	Disney+	6.0%
9	U-NEXT	5.2%
10	DAZN	3.3%

(n=50000)

LINEリサーチ調べ 2023.05

複数回答

※小数第二位を四捨五入して表記

※動画配信サービス(動画コンテンツを配信している有料・無料のサービス)

使っている動画配信サービス【男女別TOP10】

順位	男性	女性
1	YouTube 78.4%	YouTube 78.9%
2	Amazon Prime Video 40.9%	TVer 47.4%
3	TVer 31.5%	Amazon Prime Video 40.0%
4	ABEMA 22.6%	Netflix 20.3%
5	Netflix 15.4%	ABEMA 19.0%
6	NHKプラス 5.9%	NHKプラス 7.3%
7	U-NEXT 5.3%	Hulu 7.1%
8	Hulu 5.3%	Disney+ 6.7%
9	Disney+ 5.3%	U-NEXT 5.2%
10	DAZN 4.4%	FOD (フジテレビオンデマンド) 3.7%

(n=25490)

(n=24510)

LINEリサーチ調べ 2023.05

複数回答

※小数第二位を四捨五入して表記

※動画配信サービス(動画コンテンツを配信している有料・無料のサービス)

【調査について】

LINEユーザーを対象にしたスマートフォンWeb調査

調査対象：日本全国の12歳～59歳の男女

実施時期：2023年5月31日～6月5日

有効回収数：50,000サンプル

※性別年代構成比を市場にあわせてウェイトバック

※表/グラフ中の数字は小数第一位または第二位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。同じパーセンテージでも見え方が異なったりする場合があります

出典：LINEリサーチ

<https://linersearch-platform.blog.jp/archives/42762240.html>

コンテンツ



レギュラー番組約650番組のほか、
地上波放送のリアルタイム配信やライブ配信も

レギュラー番組 650番組



スポーツライブの拡充も



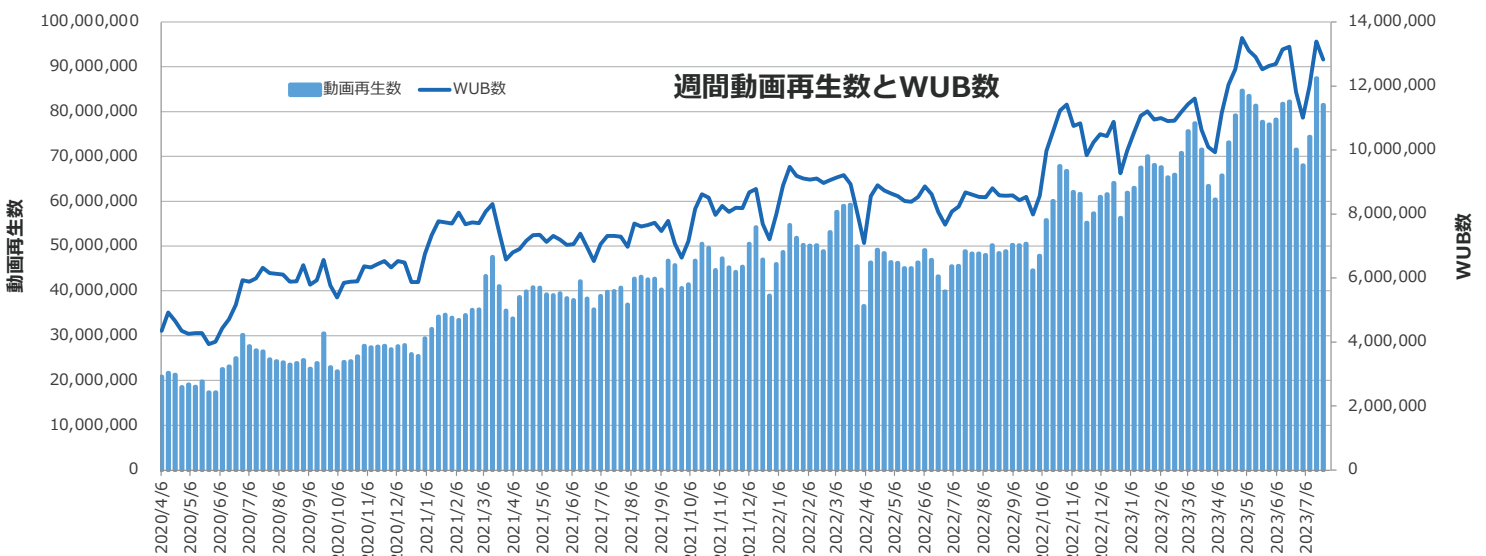
様々な層をカバーした特集展開



TVer : 再生数とUB数の推移(週次)



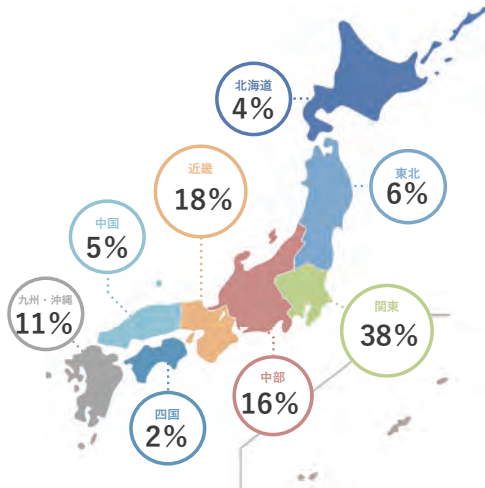
再生数、UB数(ユーザー数)ともに、成長を継続
再生数は、3年間で約4倍に



TVer : 利用者の構成比推移

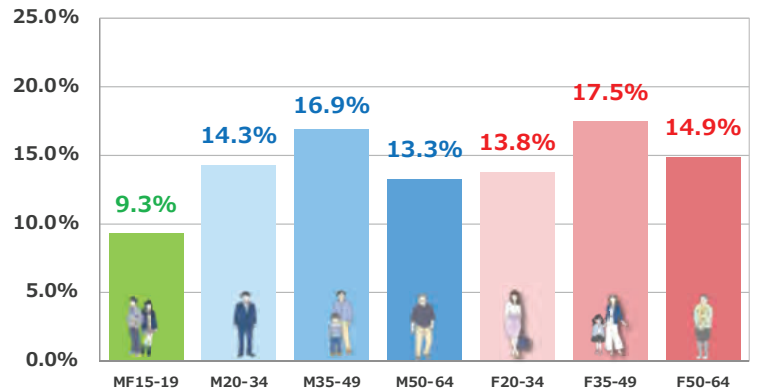


エリアに関しては人口動態に近い形で分布している
バラエティの充実、スポーツのライブ配信などにより、
Teen層、M1層の構成比が伸張



※TVer調べ

2022年4~9月 デモグラ別UB構成比



ビデオリサーチ調べ

9

高い番組と広告の完再生率



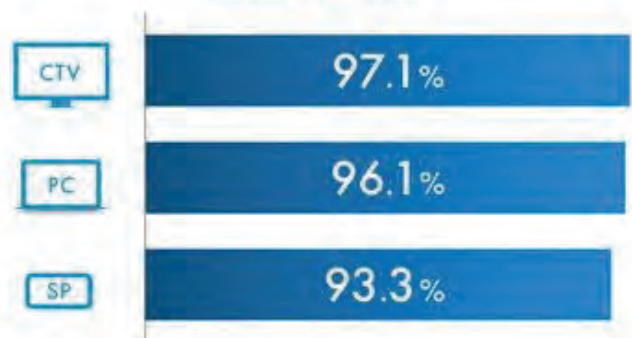
番組、CMともに、高い完再生率。
特に、CTVで高い傾向。

番組の完再生率



※2022年7-9月TVer実績

広告の完再生率



※2022年7-9月TVer広告実績

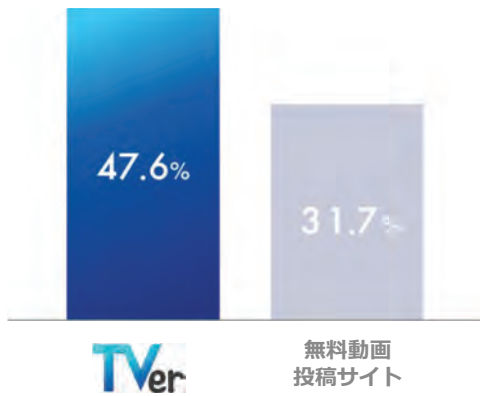
ビデオリサーチ調べ

10

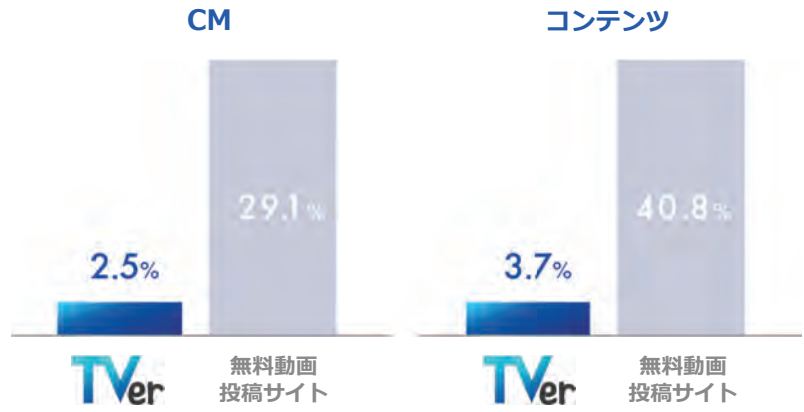
嫌悪感・違和感のない広告への期待

テレビ番組と同様の形態での**広告挿入タイミング**、**放送と同様の審査体制**などにより、嫌悪感・違和感なく広告が受け入れられている

【動画広告を自然に見られる】



【子どもや青少年に不適切・不快な表現がある】



左：株式会社ビデオリサーチ調べ 中央・右：株式会社マクロミル調べ

※当社はJICDAQの認証を取得しており、広告掲載先となる配信面の品質とトラフィックの品質基準については、JIAAのガイドラインに準じて取引を行います。
 JIAA（一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会）制定の『広告掲載先の品質確保に関するガイドライン（ブランドセーフティガイドライン）』『広告トラフィックの品質確保に関するガイドライン（無効トラフィック対策ガイドライン）』
https://www.jiaa.org/wp-content/uploads/2019/04/2019_JIAA_Brand_Safety_Guideline.pdf https://www.jiaa.org/wp-content/uploads/2021/04/JIAA_IVT_guideline_20210420.pdf

TVer IDの提供開始

TVer IDに登録すると
もっと便利に、
もっと快適に！

ID数は
順調に伸長



自分のアカウントが作れる！

リアルタイム配信中の番組を
最初から見られる**追っかけ再生**



TVerID登録者のみ
お気に入り登録上限が増加
※番組：50件 → 200件
※出演者：50件 → 150件

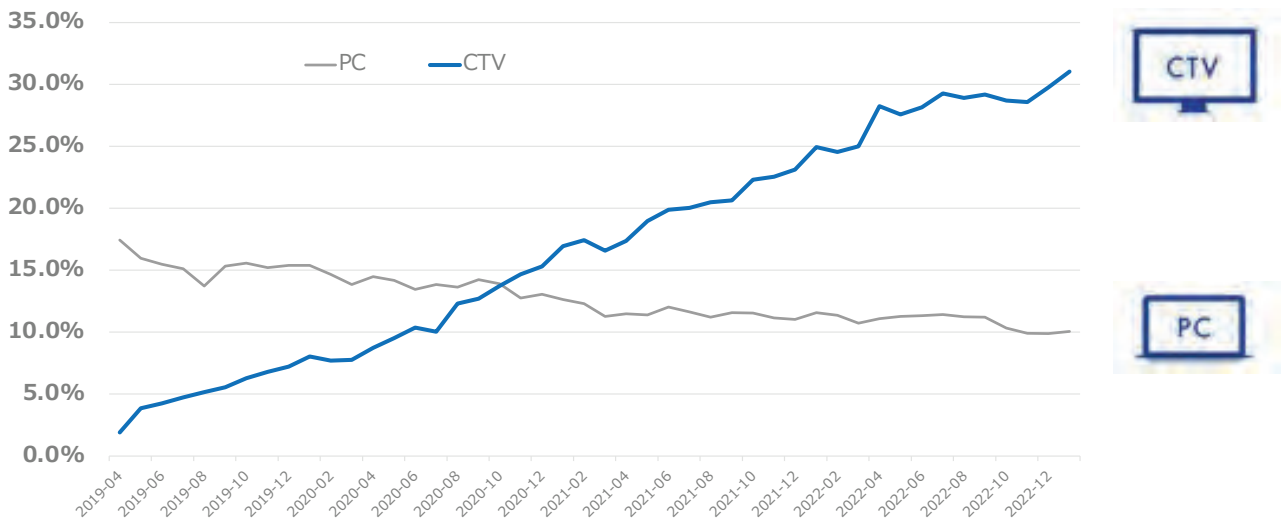
再生中の番組やお気に入り番組が
デバイス横断で連携



動画再生数に占めるConnectedTVの割合



再生数に占めるConnectedTVの割合は、約30%に上昇。



ビデオリサーチ調べ

ConnectedTV対応



テレビデバイスの拡充に努めており、年々対応デバイスが追加



ConnectedTV対応

TVer

テレビデバイスの拡充に努めており、年々対応デバイスが追加



スマートテレビ



ストリーミングデバイス



プロジェクター



セットトップボックス

AQUOS シャープ TVer対応	BRAVIA ソニー TVer対応	FUNAI 富士電機 TVer対応	Hisense ハイセンス TVer対応	firetvstick アマゾン TVer対応	Chromecast Google TV TVer対応	Aladdin X Aladdin X TVer対応	au ひかり テレビサービス KDDI TVer対応	ケーブルボックスSTB-2 KDDI TVer対応	J:COM TV J:COM TVer対応
LUCA アイリスオーヤマ TVer対応	LG LG TVer対応	REGZA TVer REGZA TVer対応	VIERA パナソニック TVer対応						

15

リモコンに、TVerボタン搭載

TVer

J:COMの「J:COM LINK」のほか、
TVS REGZA・アイリスオーヤマ・Panasonic・SHARP・LG・Hisenseのテレビ、
Amazon Fire TVにも、TVerボタン搭載。



J:COM

REGZA

アイリスオーヤマ

Panasonic

SHARP

LG

FUNAI

Hisense

Fire TV

16

リモコンに、TVerボタン搭載



J:COMの「J:COM LINK」のほか、
TVS REGZA・アイリスオーヤマ・Panasonic・SHARP・LG・Hisenseのテレビ、
Amazon Fire TVにも、TVerボタン搭載。



J:COM



REGZA



Panasonic



LG



FUNAI Fire TV



Amazon Fire TV



アイリスオーヤマ



SHARP



Hisense



ローカル局連携

コンテンツ配信局一覧（2023年7月時点）



在京・在阪局を經由して、TVerでの番組配信
BS・独立局を含めて、全国124局の配信実績

※複数局による共同制作番組含む

	NTV系列	EX系列	TBS系列	TX系列	CX系列		NTV系列	EX系列	TBS系列	TX系列	CX系列	
東京	NTV	EX	TBS	TX	CX	石川	KTK	HAB	MRO		ITC	
大阪	YTV	ABC	MBS	TVO	KTV	福井	FBC				FTB	
愛知	CTV	NBN	CBC	TVA	THK	鳥取・島根	NKT		BSS		TSK	
福岡	FBS	KBC	RKB	TVQ	TNC	岡山・香川	RNC	KSB	RSK	TSC	OHK	
北海道	STV	HTB	HBC	TVh	UHB	広島	HTV	HOME	RCC		TSS	
青森	RAB	ABA	ATV			山口	KRY	YAB	TYS			
秋田	ABS	AAB			AKT	徳島	JRT					
岩手	TVI	IAT	IBC		MIT	愛媛	RNB	EAT	ITV		EBC	
宮城	MMT	KHB	TBC		OX	高知	RKC		KUTV		KSS	MX
山形	YBC	YTS	TUY		SAY	長崎	NIB	NCC	NBC		KTN	TVK
福島	FCT	KFB	TUF		FTV	大分		OAB	OBS		TOS	CTC
新潟	TeNY	UX	BSN		NST	佐賀					STS	GTV
長野	TSB	ABN	SBC		NBS	熊本	KKT	KAB	RKK		TKU	TVS
山梨	YBS		UTY			宮崎			MRT		UMK	SUN
静岡	SDT	SATV	SBS		SUT	鹿児島	KYT	KKB	MBC		KTS	BS11
富山	KNB		TUT		BBT	沖縄		QAB	RBC		OTV	BS12
						BS	BS日テレ	BS朝日	BS-TBS	BSテレ東	BSフジ	

TVer：地域別のレギュラー配信番組



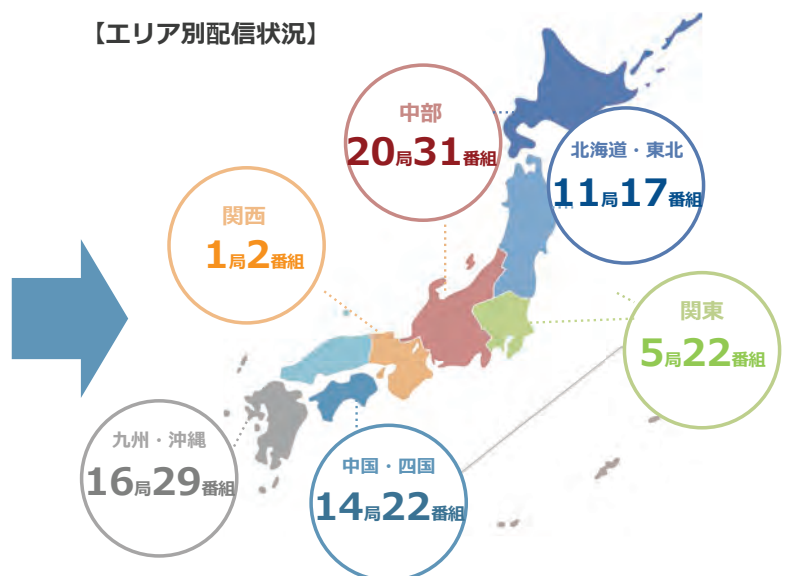
在京・在阪局を經由して、
半数以上のローカル局がレギュラー番組を配信中

【レギュラー番組配信状況】

局数：67局

番組数：129番組

【エリア別配信状況】



・2023年4月クール（TVer調べ）
・在京5局,在阪5局,BS局の番組を除くレギュラー番組
（単発番組除く）

サウナ番組特集

「サウナ」をテーマに特集を構成
全国のサウナ関連番組、200本以上のエピソードを配信



【番組画像 構成員限り】

番組名や出演者ではない切り口で番組を浮き上がらせる仕組み

21

キャンプ番組特集



美味しい キャンプ飯 まとめ	焚火の やり方から 楽しみ方	ソロ キャンパーに オススメ	人気 キャンプグッズ 紹介
キャンプ場 別で探す	グランピング のススメ	キャンプ アニメ	キャンプ ドラマ

22



番組画像

23

TVerとしてのローカル局との取り組み



■個別各局との取り組み

- RCC中国放送、TSKさんいん中央テレビとデータ分析の取り組み

■総務省実証事業(2022年1~3月)

- 5局との取り組み(データ分析など)
- 113局から、アンケートによる現状や課題のヒアリング

■サウナ特集・キャンプ特集・街ブラ特集

■ローカル局から直接TVerに参画する仕組みの構築

- 7月末より申込を開始

■ローカル局訪問やメルマガでの情報発信など

- 2021年秋より各エリアで意見交換。17エリア65局の本社を個別に訪問。
- 毎月、TVerの現状などをメルマガで配信(現在約1030名の登録)

TVerからローカル局に提供できるメリット



■ 集客力

- アプリDL数、ユーザー数
- 全国レベルでのTVerの認知

■ ConnectedTVアプリの開発負担の削減

- デバイスごとに開発、保守が必要なConnectedTV

■ 運用コスト

- サーバー費用など、在京局、在阪局の包括契約の単価でビジネスが可能

■ 広告セールス

- TVer広告の活用など広告セールスでのサポート

25



NHK連携

TVerにおけるNHKの配信



■ 2019年8月から実施

➤NHKのインターネット実施基準の範囲内で、5～10番組を配信

番組画像

27

NHKとTVerの間の課題



- 無料サービスTVerと、受信料で成り立つNHKの事情
- NHKからの広告近接を避けたいという要望
- データの取扱い方針の違い

**国内PFとしての強化を図るための連携はむしろ歓迎すべきこと
ただし、この4年間の連携で分かった立場の違い、課題が存在するのも事実**

28



まとめ

まとめ



TVerは、どなたでも、「安心・安全な動画コンテンツを見られる」を実現するために、国内の放送局・広告会社が協力して運営する、広告無料型の動画配信プラットフォームです。

グローバルな動画配信サービスが市場を席捲する中で、日本の放送コンテンツの存在感の維持拡大に向けて、努力したいと考えています。

TVerとしては、民放各局と一体となって、ユーザーの「いつでも・どこでも・どんなデバイスからも」見たいという要望に応える事を第一に進めていきます。また、民間事業者としてアドタイザーの期待に応えられる広告プロダクトを提供したい。そのためのデータ利活用も重要なテーマです。ユーザーに有用な情報を届ける事との両立が大事だと考えています。

Mission

テレビを開放して、
もっとワクワクする未来を
TVerと新しい世界を、一緒に。

（株）日本国際放送（JIB）の 独自放送について



1

JIBの設立と始動



2007年8月 「情報通信審議会」 答申

2008年4月 国際放送強化の改正放送法施行 NHKの法定子会社、JIB設立

資本金 3億9,000万円 NHKグループ 2.5億円(64.1%) ※NHK 2億円(51.3%)

NHKグループ外 1.4億円 (35.9%)

→ 商社、民放、通信企業、IT企業、銀行・証券会社等 “オールジャパンで発信”

2009年2月 NHKテレビ国際放送の大幅な改編、JIBが独自放送を開始

放送法21条

協会は、テレビジョン放送による外国人向け協会国際衛星放送の業務を円滑に遂行するため、収支予算、事業計画及び資金計画で定めるところにより、次に掲げる業務を行うことを主たる目的とする会社を一に限り子会社（略）として保有しなければならない。

一 協会の委託を受けてテレビジョン放送による外国人向け放送番組を制作すること。

二 協会の委託を受けて、電波法の規定により基幹放送局の免許を受けた協会以外の者又は外国の放送局を運用する者に対し、その放送局を協会が行うテレビジョン放送による外国人向け協会国際衛星放送の業務の用に供させること。（←いわゆる「受信環境整備」）（以下略）




JIB放送枠(jibtv)について



NHK WORLD-JAPAN 24時間放送 5～6時間セットを4～5回ループで編成

	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
1 時間目		NEWSLINE					
2 時間目		NEWSLINE					
3 時間目		NEWSLINE					
4 時間目		NEWSLINE			jibtv		
5 時間目		NEWSLINE					
6 時間目		NEWSLINE					

jibtv

NHK WORLD-JAPAN内
jibtv 枠放送時間

毎週金曜日(JST)

- ① 11:30～12:00
- ② 16:30～17:00
- ③ 22:30～23:00
- ④ 土曜日4:30～5:00

jibtv(JIBの独自番組)
※現在、週1枠放送しています。

jibtv

30分枠フォーマット

ジングル
番組タイトル

jibtv

番組本編
タイトル+本編
+エンドを含めて
26分～28分

提供クレジット/CM

ステーションブレイク 2～4分

ジングル

“JIB枠”の広告



- 1) 協賛企業等紹介 (提供クレジット) 指定ロゴ表示 (+読み上げ)
- 2) CM放送

CM事例

企業の英語CMを放送



日本語のCM素材を翻訳、字幕を付けて放送



<p>Speeding to Glory: The Shinkansen</p>  <p>新幹線は長い歴史の中で「死傷者ゼロ」の安全性高速鉄道の安全を守るため、自動列車制御装置を誇り、平均遅れ時間1分以内と世界で最も信頼性が高い。備え、新幹線総合指令所が全ての運行状況を管理している。UIC世界高速鉄道会議の様相を盛り込みながら、安全と信頼の新幹線の魅力の全貌を紹介いたします。</p>	<p>FORWARD</p>  <p>「FORWARD」は2012年2月から10月まで放送した震災復興番組シリーズです。タイトルは、前へ、先を見て、将来に向かって進もうという思いを込め、震災を乗り越え、力強く歩を進める日本の姿を発信するという意図で名づけました。番組は、各民放局をはじめ映像プロダクション会社の協力を得て42本制作し、再放送を含め合計85回放送を行いました。</p>	<p>Web of Life The MIDORI Prize for Biodiversity</p>  <p>公益財団法人イオン環境財団が主催し、国連環境計画・生物多様性条約事務局が共催する「第5回生物多様性みどり賞」を受賞した3氏の活動と思いを込めて未来に対するメッセージを届けます。</p>
<p>OUR BLUE PLANET Uncovering Clues for a Sustainable World</p>  <p>地球環境問題への貢献を称え毎年2組に贈られるブループラネット賞。今年の受賞者はオーストラリアの生態学者ブライアン・ウォーカー教授とスウェーデンの国際水文学者マリン・ファルケンマーク教授です。番組は二人の功績と具体的な活動を紹介します。</p>	<p>The Next 100 Years Cultivating New Potential</p>  <p>巨大企業が生き残るために今、何が必要なのか？創業100周年を迎えた日本を代表する総合家電企業パナソニックが、次の100年を生き抜くために注目しているのは人材。有能な人材をさらに活かそうと、様々な取り組みを始めている。「Contributing Sustainable Value」と共に2部作。</p>	<p>The Road to TICAD7 Africa and Japan: Partners in Development</p>  <p>日本政府はアフリカ開発をテーマに、1993年から国際連合などとの共催でTICAD(アフリカ開発会議)を開催。2019年で7回目となるTICAD7開催の前に、10月6、7日にTICAD関係者が東京で開かれます。アフリカの発展に取り組む日本の企業や人材育成や農業振興の分野での日本の支援を紹介し、TICAD7に向けた今後の展望を探ります。</p>

●設立直後、世界的な大不況

2008年4月JIB設立の直後の9月、リーマン・ブラザーズ経営破綻。世界恐慌以来の世界的な大不況となり、民間スポンサー獲得が困難に。その後も苦戦続く。

●「世界1波」

2013年「放送政策に関する調査研究会 第一次取りまとめ」

「JIB独自番組の時間枠を拡大するためには、広告放送の増加（広告料の増収）が課題となるが、世界1波での放送であることから、グローバル広告がメインとなり、広告のスポンサー獲得にも限界があるのが実情である。」

●民間企業に説得的な視聴データ

国際放送では視聴率の把握が困難。モニター制度による分析を行っているが、説得的な視聴データを得ることが課題。

- 再生回数を把握できるインターネットでの動画配信を推進し、JIB公式YouTubeフォロワー数の拡大などに全力
- 民放と共同制作・営業連携
- CATV局等との連携を探る など



放送番組の海外展開から、
日本の製品・サービスの
ビジネス普及拡大へ

一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構

BEAJ
Broadcast Program
Export Association of Japan

BEAJが取り組む 放送コンテンツ海外展開の支援事業

一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）

2023年 8月

放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）とは



1. 概要：

放送局や権利者団体、大手総合商社、広告会社等が中心となり、日本の放送コンテンツの海外展開促進を目的として、2013年8月23日に設立

2. 構成：

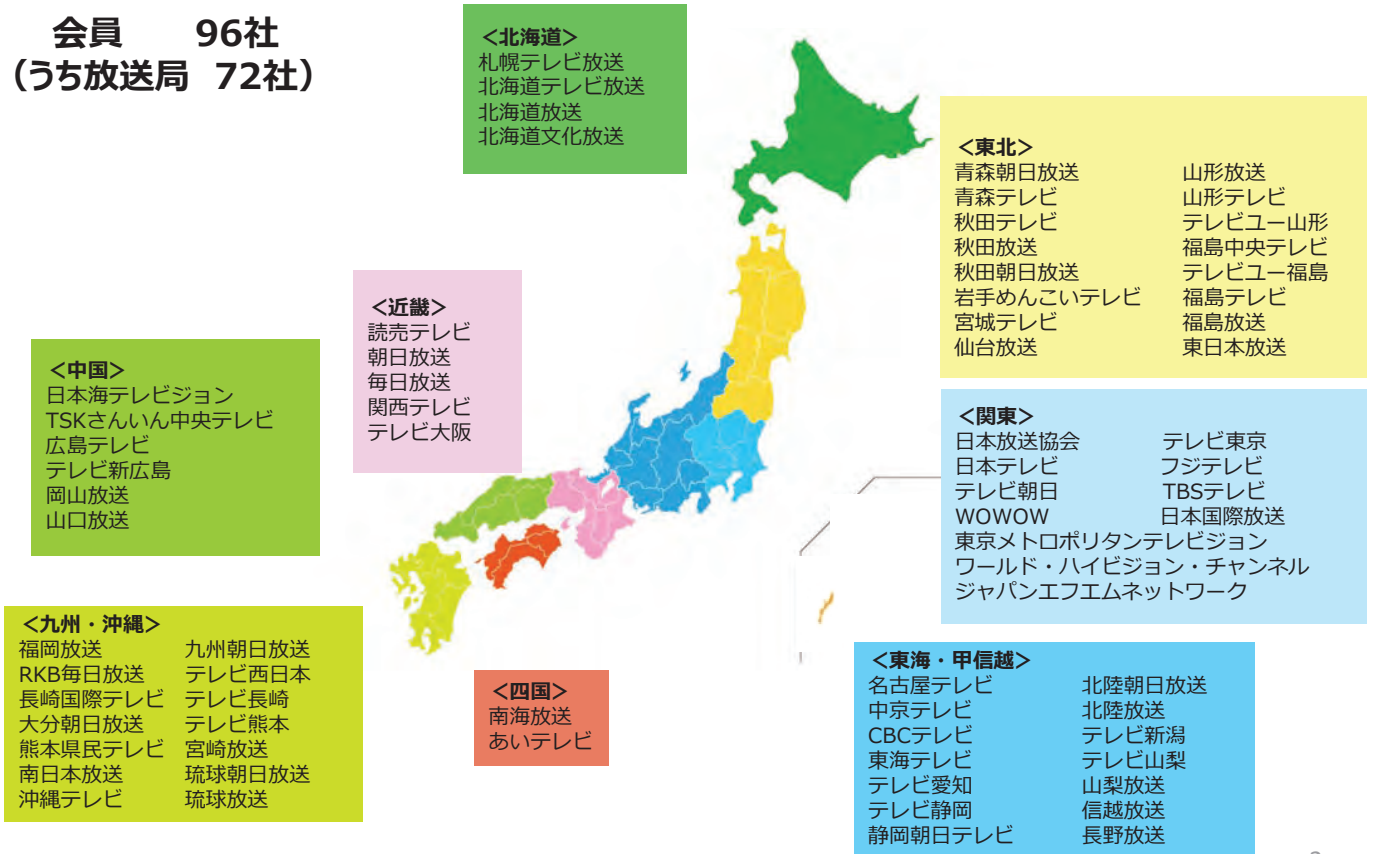
理事長	岡素之（住友商事株式会社 特別顧問）	
理事社	放送局	日本放送協会、日本テレビ、テレビ朝日、TBSテレビ、フジテレビジョン、テレビ東京、WOWOW
	権利者団体	日本音楽事業者協会、日本芸能実演家団体協議会、日本レコード協会
	関係業界	住友商事、電通、博報堂DYメディアパートナーズ、日本民間放送連盟

3. 会員社： 96社（2023年4月現在）

4. 運営： 会員社からの会費収入と事業収入で運営

5. 設立目的： 日本の放送コンテンツの国際競争力の向上を促進し、アジアを中心とする各国の放送枠で日本の放送コンテンツを露出。それにより、日本の技術、文化や日本語などへの関心を向上させ、「ビジット・ジャパン戦略」「地方創生」にも寄与する。

会員 96社
(うち放送局 72社)



2

BEAJ事業の5本柱

1. 放送コンテンツ等海外展開支援事業 採択候補の推薦及びフォロー
2. 会員社による「海外情報レポート」の制作と情報共有
3. 放送コンテンツ海外展開のプロモーション支援
 - ① コンテンツ国際見本市でのセッションの企画・実施
 - ② 海外バイヤー向けサイト「JPC」を使った支援
 - ③ 海外展開に効果的なトレーラーの制作支援
4. 放送局等の海外ビジネスの企画組成・交渉をサポート
 - ① フォーマット開発勉強会
 - ② ビジネス・契約相談会
5. BEAJセミナー等を通じた会員社への情報共有・交流

放送コンテンツ等海外展開支援事業とは？

成長著しいASEANを中心に、

- 日本の魅力を紹介する番組を海外の放送局等と共同で制作し、海外現地で放送する
- +
- 放送と連携したイベントを海外現地で開催
日本の食や地域産品の紹介、日本ツーリズム紹介



「ビジット・ジャパン」「地方創生」に寄与する

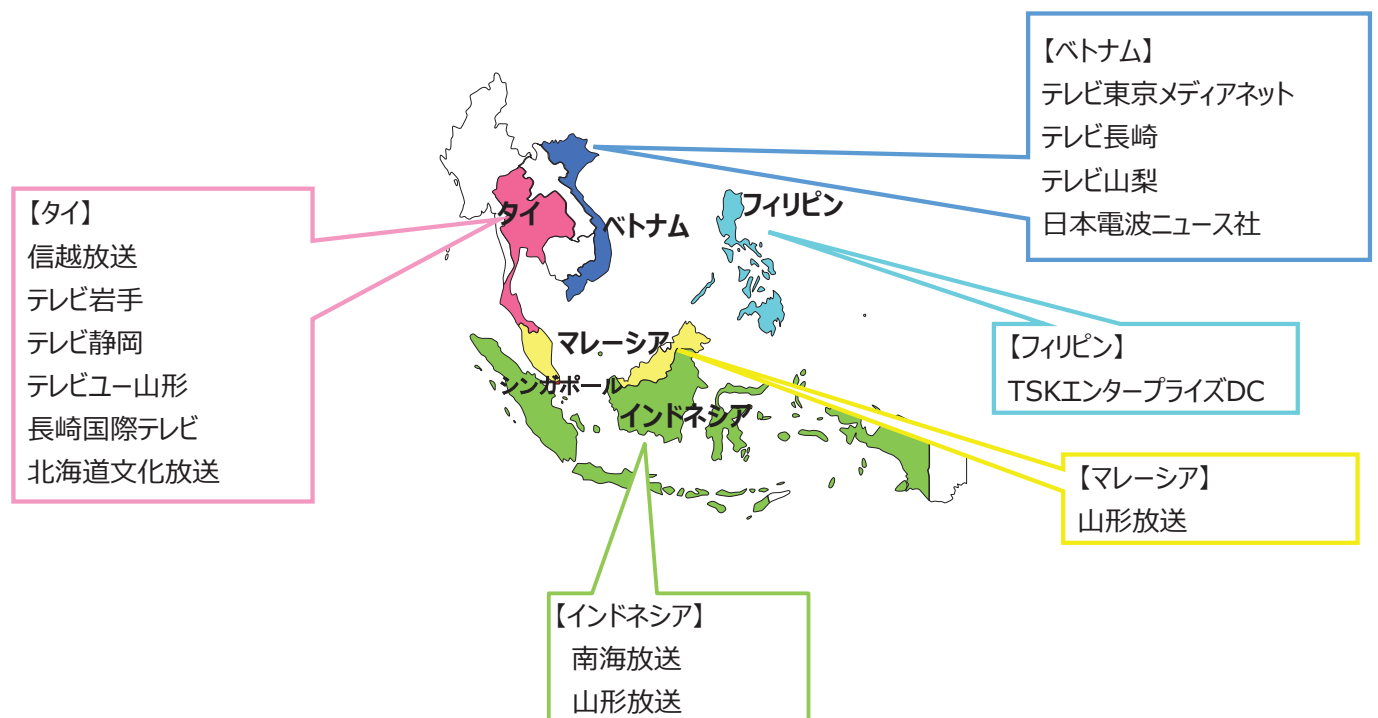
■ BEAJの役割

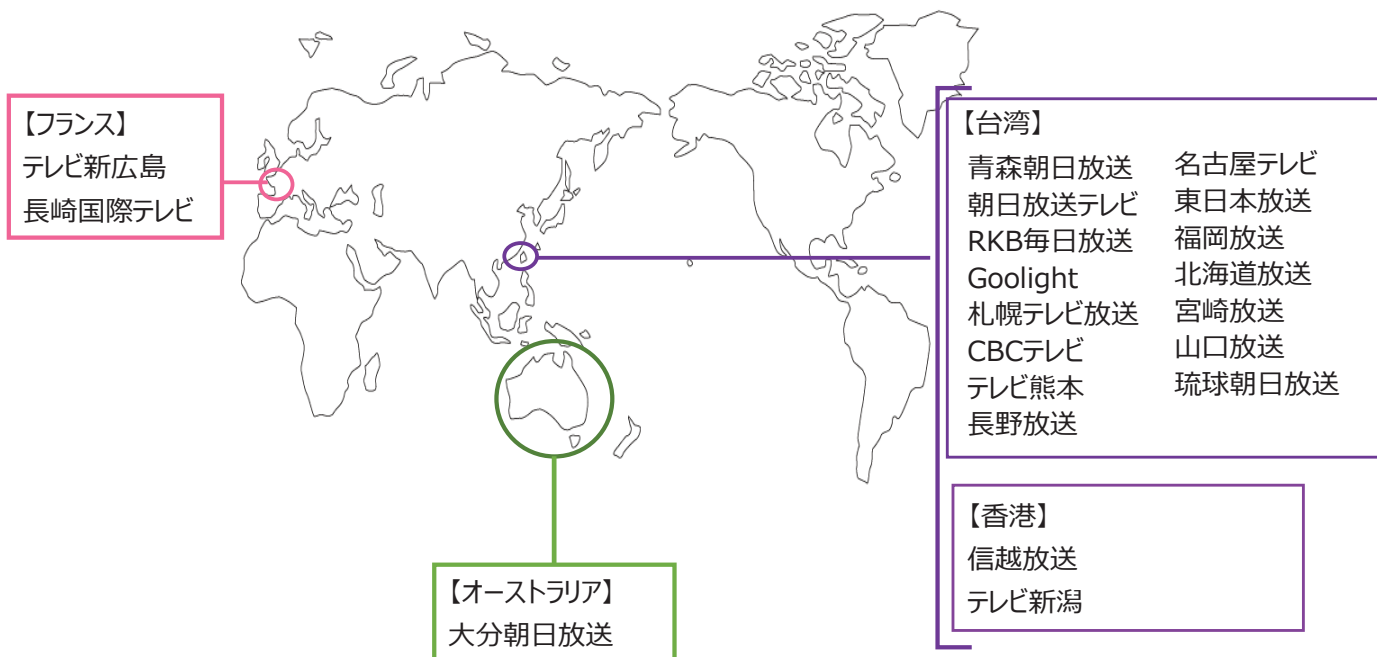
- ・採択候補案件の推薦
- ・採択案件の優良事例を取材し成功要因を分析
- ・会員各社等に情報共有する

平成26年度以降の実施案件

平成26 (2014)年度実施	43件
平成27 (2015)年度実施	34件
平成28 (2016)年度実施	36件
平成29 (2017)年度実施	43件
平成30 (2018)年度実施	45件
令和元 (2019)年度実施	48件
令和2 (2020)年度実施	58件
令和3 (2021)年度実施	47件
令和4 (2022)年度実施	34件
累計	388件

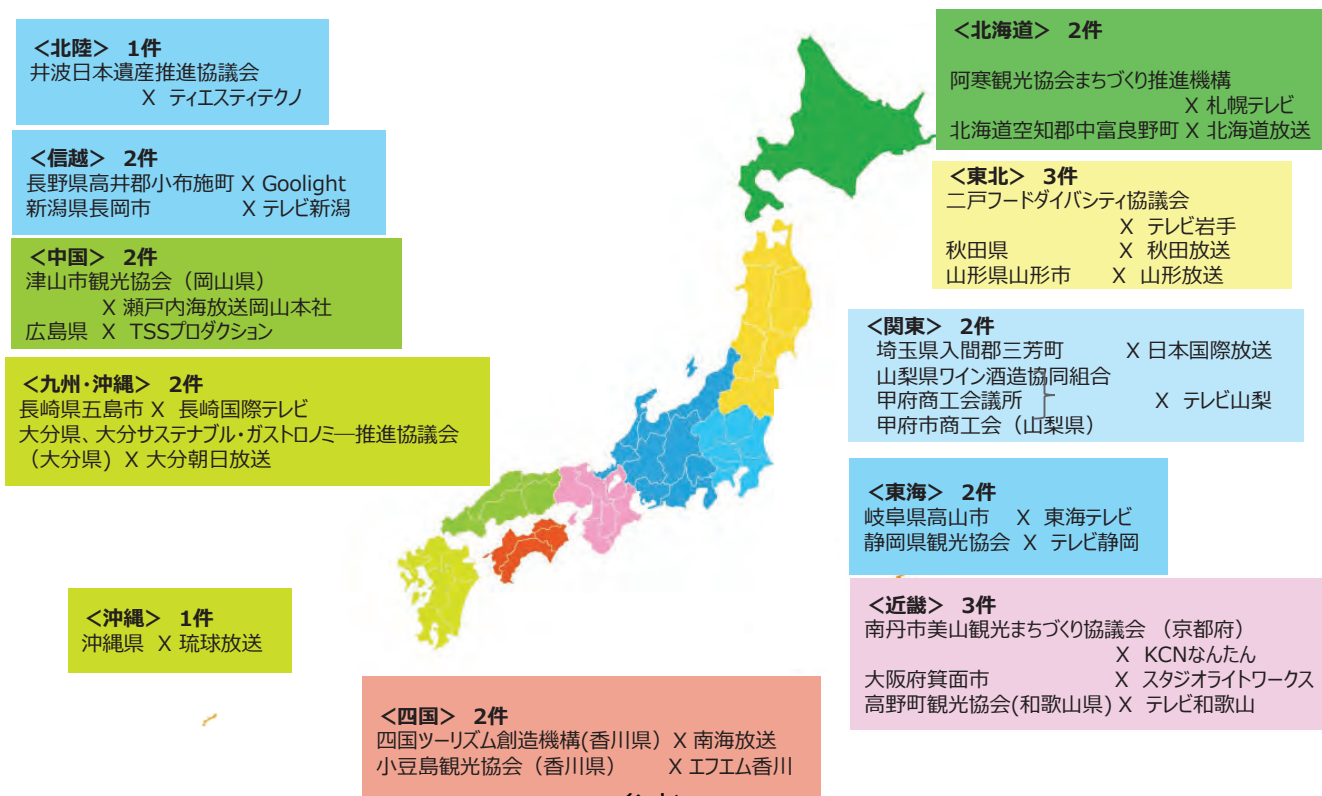
令和4年度補助事業 採択案件一覧 (東南アジア)





令和4年度地域情報発信実証事業採択案件

総計22件



アジアの放送 & 動画配信の最新情報を収集・分析

毎年度末に冊子及びPDFデータとして発刊
会員間で最新データと情報の共有を図る。

【調査対象国又は地域】：**計 10 の国と地域**

タイ、ベトナム、インドネシア、
マレーシア、シンガポール、フィリピン、
韓国、中国、香港、台湾

<主な内容>

◆ 諸外国のメディアの状況等の情報・データを掲載

- ・各国・地域の主要放送局概要とシェア
- ・主な動画配信プラットフォームとシェア
- ・俯瞰的なメディア事情
- ・それぞれの地域特性と展開例

参考：2022年度版「BEAJ海外情報レポート」



+

◆ BEAJ会員社が各国・地域のメディア
関係者をオンラインで取材し、レポートを寄稿

- ・各国・地域の主要テレビ局、制作会社、
配信プラットフォーム等へのインタビュー
- ・海外共同制作の体験談報告
- ・SNS、メタバース等の展開例

8

3. プロモーション支援 ① 国際見本市

- MIPCOM 2022
2022年10月@フランス
- TIFFCOM 2022
2022年10月@日本（オンライン）
- ATF 2022
2022年12月@シンガポール

にて

プロモーション/ネットワーキングイベントやオン
ラインセッションの開催による放送局支援

日本のコンテンツや事業の現状を海外へ発信
し、海外バイヤーやパートナーとの出会いの場
を創造

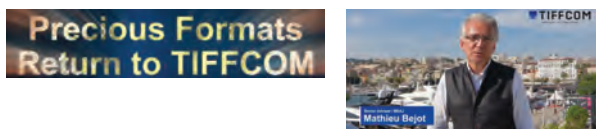
MIPCOM 2022にて（2022/10/17－20）
「TREASURE BOX JAPAN」



ATF2022にて（2022 /12/7－9）
「Japan Networking Lunch」



TIFFCOM 2022にて（2022/10/25－27）
「Precious Formats Return to TIFFCOM」



ATFに出展している放送局が各国のバイヤーとの
情報交換、交流を深めることができる場を提供

日本のキー・準キー局等の最新フォーマットを紹介

Japan Program Catalog (JPC)

日本の放送コンテンツの
海外向けBtoBオンライン・カタログ (英語)

- 約60社の1,300以上の番組を掲載
うち 300以上の番組のトレーラー動画を配信
- 海外バイヤー約400人が登録

● 国際見本市に合わせたプロモーション

MIPCOM、TIFFCOM、ATFの開催に合わせ、JPC内に特設ページを開設。出展社の紹介や番組のPRとともに、各イベントの公式ページとの相互リンクで相互送客を行う。

● C21Screeningsと連携した番組トレーラー配信

国際的な映像コンテンツメディアC21MediaのオンラインスクリーニングにJPCパビリオン・サイトを開設し、日本の番組トレーラー約100本を配信し、PRを行う。



10

3. プロモーション支援 ③トレーラー制作

海外バイヤーにアピールするトレーラー制作ワークショップ

● 海外制作会社でのトレーラー制作

- ・応募社から課題番組を選定
2022年度 会員社の番組から6番組を選定
- ・海外の制作会社でトレーラーを制作
イギリス、フランスの2社に依頼。番組素材からトレーラーを新たに制作
- ・新トレーラーを国際見本市等で披露
- ・海外とのオンライン・ワークショップで議論
新旧トレーラーを見比べ、制作意図等を聞いて参加社と討論

● 効果的な番組トレーラー制作の勉強会

- ・専門家による講義
トレーラー制作のポイント
個別トレーラーについての考察



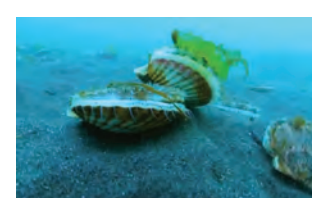
ドラマ「アノニマス」



「福岡恋愛白書」



「所JAPAN」



「北の海 よみがえる絶景」



「超主観旅」



「おおごとなんよ～女性杜氏の180日」

フォーマット開発のワークショップ[®]（新規）

● 海外制作会社によるバイブル作成

・応募社から課題番組を選定
2022年度 会員社の番組から2番組を選定

・海外の制作会社でフォーマットバイブルを制作
・番組素材や資料等から番組のセールスポイントを確認
・海外の制作会社に依頼しコマーシャルバイブルを制作

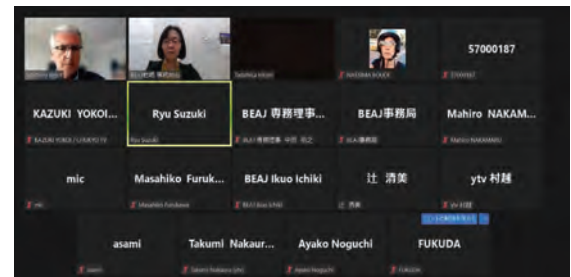


フォーマットバイブルを制作した番組

● 効果的な番組フォーマットバイブル制作の勉強会

専門家による講義

・フォーマットバイブル制作のポイント
・個別番組（フォーマット）についての考察



ローカル局等の課題である海外事業者とのビジネス・契約交渉ノウハウの伝授・共有

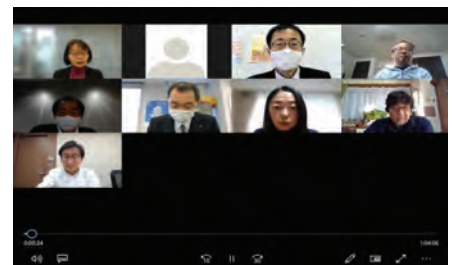
2022年度は、各社の具体的な課題や問題を相談できるビジネス・契約相談会を実施



会員社向け海外番組販売契約書のひな型



潮見坂総合法律事務所 藤本弁護士



オンライン相談会の様子



海外法務弁護士との相談会を秋・冬2回実施。
ローカル局等の海外ビジネスの企画組成や契約知識の習得・意識向上を図る

●BEAJセミナー

先進的なローカル局やBEAJ事務局員を講師にセミナー形式で知見・ノウハウの共有を図る

2022年11月18日（金）のテーマ

- ・自走化を目指す海外展開について（総務省事業）
- ・JPCの効果的な利用方法
- ・アフターコロナにおける国際見本市への心構え
- ・バイヤーにアピールする番組トレーラー



●トレーラー勉強会

海外専門家によるトレーラー制作のポイントの講義

2023年2月28日（火） TVF International

2023年3月 1日（水） Ikigai Media



●BEAJ相談会

会員社が抱える海外展開の相談や悩み等に対応する相談会をオンラインで開催

海外案件についての情報交換や系列を超えたネットワークづくりの場として会員社が活用

14

放送コンテンツの海外展開の課題と対策

- 「放送コンテンツ等海外展開支援事業」の実績から判明した課題とその対策について
（総務省補助事業：日本の魅力を紹介する番組を海外の放送局等と共同で制作し、海外現地で放送。平成26年度から実施、令和4年までに388件実施済み）

課題：ほとんどの作品が本事業実施後の活用がされていない

- ・ 放送は現地語、または日本語に現地語字幕付与（他地域への汎用性が低い）
- ・ 訴求効果を高めるために、現地で人気のタレントなどを起用（他地域への汎用性が低い）、また、現地レギュラー番組のコーナー企画、特別番組として制作の場合、制作著作を持ってない
- ・ 他地域への販売のノウハウがなく、また単発番組（本数が少ない）の販売は難しく、効率も悪い

対策：作品の2次利用を図るために

- ・ 作品の多言語化（プロモーション用に英語字幕は不可欠）
→ 国際放送を恒常的に実施しているNHKが持つ制作のノウハウを地方放送事業者を中心とした放送業界全体で共有することは可能か。
- ・ 複数国・地域への展開を想定した編集、別バージョンの制作
- ・ 露出先の確保
→ ①「放送コンテンツ等海外展開支援事業」で採択、制作された作品など地方放送事業者の作品群の中から、他地域への販売が見込める作品をピックアップ、ある程度の本数をそろえる（パッケージ化：地域別・テーマ別、季節別等）ことで露出先を確保。
②露出先についてはNHKの国際放送など、日本起源の知名度の高い媒体であれば、より訴求効果が上がるのではないか。
- ・ 販売のノウハウを持つディストリビューター（販売代理業者）の活用

15

放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース取りまとめ（案）の概要

- 国民・視聴者の視聴スタイルの急速な変化を明確に意識して、デジタル時代においても放送コンテンツが国民・視聴者に確実に届くために、放送全体で速やかに対応していく必要。
- 特にNHKは、公共放送として、「豊かで、かつ、良い放送番組」を提供することに加え、放送全体のプラットフォームとして、放送番組の流通を支え、二元体制を基本とする我が国放送業界全体の発展に貢献していくことが求められている。
- 本タスクフォースでは、国民・視聴者の視点に立ち、NHKと民放双方の放送コンテンツが効率的かつ効果的に届けられるようにするための「あるべき姿」の実現に向けた課題とその検討の方向性を提示。

①地上放送の放送ネットワークインフラの効率化

- ◆ 国民・視聴者が質の高い放送コンテンツを視聴できる持続可能な仕組み作りが必要
- ✓ 中継局の共同利用の早期実現に向け、NHK、民放キー局、民放ローカル局等の関係者からなる全国レベル及び地域レベルでの協議の場を年内目途に設置
- ✓ 協議の場では、地域事情を踏まえるとともに、全国に地域放送局を有するNHKは、中心的役割を果たすべき

②衛星放送における番組制作

- ◆ NHKの放送全体への貢献という役割を踏まえ、コンテンツ産業の重要なプレイヤーである外部制作事業者との連携が必要
- ✓ NHK新BS2K・新BS4Kそれぞれについて、「外部制作事業者に著作権が帰属する放送番組(外部制作事業者及びNHKの双方に帰属するものを含む。)」を対象とする新たな目標を設定
- ✓ 本年12月の衛星放送の再編にあわせて、基幹放送普及計画(告示)を改正

③放送コンテンツのインターネット配信の推進

- ◆ 信頼性に裏打ちされた放送コンテンツに視聴者が触れることのできる環境の確立が必要
- ✓ 既存プラットフォーム間での連携や仮想的なプラットフォームの構築により、国民・視聴者にとって、NHKと民放の放送コンテンツの「アクセス性」「一覧性」が確保できる環境を整備
- ✓ 「アクセス性」「一覧性」の確保の在り方について、放送事業者、メーカー等による検討体制を年内に設置。実証事業を本年度から実施し、来年度を目途に技術仕様を策定

④衛星放送の放送ネットワークインフラの効率化

- ◆ 地上放送と同様、国民・視聴者が質の高い放送コンテンツを視聴できる持続可能な仕組み作りが必要
- ✓ 共同衛星、管制の在り方等について、株式会社放送衛星システム(B-SAT)、スカパーJSAT株式会社等の関係者からなる検討の場を早急に設置
- ✓ 共同衛星の打上げを視野に、課題の整理とその課題解決方策について検討し、可能なものについて年度内を目途に中間報告

⑤国際発信の強化

- ◆ 我が国コンテンツ産業の発展のため、海外との競争を意識しつつ、NHKと民放とが可能な範囲で協調し前向きに取り組むことが必要
- ✓ ①インターネット配信の強化、②コスト負担の軽減、③コンテンツ調達の在り方、④財源の在り方を含め、その課題や課題解決方策について検討を行う場を早急に設置
- ✓ NHKが国際放送で培ってきた放送コンテンツの制作やローカライズ等のノウハウ・技術を放送業界全体で共有することについて検討
- ✓ 可能なものについて年内を目途に中間報告

参考資料

目次

参考 1	開催要綱	参考-1
参考 2	開催状況	参考-5
参考 3	規制改革実施計画	参考-8
参考 4	ヒアリング資料等	参考-14
	(1) 株式会社フジ・メディア・ホールディングス (資料 4-3)	参考-15
	(2) 放送事業者等との意見交換の結果報告 (資料 14-2)	参考-19
	(3) 日本放送協会 (資料 15-3、資料 19-2)	参考-22
	(4) 山本龍彦構成員 (資料 16-2)	参考-38
	(5) 株式会社放送衛星システム (資料 16-3)	参考-41
	(6) スカパーJSAT 株式会社 (資料 16-4)	参考-53
	(7) 一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟 (資料 16-5、資料 17-2)	参考-66
	(8) オリジネーター・プロファイル (OP) 技術研究組合 (資料 18-2)	参考-95
	(9) 公益社団法人日本芸能実演家団体協議会実演家著作隣接権センター (資料 18-3)	参考-102
	(10) 一般社団法人日本民間放送連盟 (資料 19-1)	参考-106
	(11) 株式会社電通 (資料 19-3)	参考-113
	(12) 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ (資料 19-4)	参考-120

参考 1 開催要綱

「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」開催要綱

1 背景・目的

ブロードバンドインフラの普及やスマートフォン等の端末の多様化等を背景に、デジタル化が社会全体で急速に進展する中、放送の将来像や放送制度の在り方について、「規制改革実施計画」や「情報通信行政に対する若手からの提言」（令和3年9月3日 総務省情報通信行政若手改革提案チーム）も踏まえつつ、中長期的な視点から検討を行う。

2 名称

本会は「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」と称する。

3 検討項目

- (1) デジタル時代における放送の意義・役割
- (2) 放送ネットワークインフラの将来像
- (3) 放送コンテンツのインターネット配信の在り方
- (4) デジタル時代における放送制度の在り方
- (5) その他

4 構成及び運営

- (1) 本会は、総務大臣の検討会として開催する。
- (2) 本会の構成員は、別紙のとおりとする。
- (3) 本会に、総務大臣があらかじめ指名する座長を置く。
- (4) 座長代理は座長が指名する。
- (5) 座長代理は座長を補佐し、座長不在のときは座長に代わって本会を招集する。
- (6) 座長は、必要に応じ、構成員以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
- (7) その他、本会の運営に必要な事項は座長が定めるところによる。

5 議事の取扱い

- (1) 本会の会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他座長が必要と認める場合については、非公開とする。
- (2) 本会の会議で使用した資料については、原則として総務省のホームページに掲載し、公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他座長が必要と認める場合については、非公開とする。
- (3) 本会の会議については、原則として議事要旨を作成し、総務省のホームページに掲載し、公開する。

6 その他

本会の庶務は、情報流通行政局放送政策課が、同局情報通信作品振興課、放送技術課、地上放送課及び衛星・地域放送課の協力を得て行うものとする。

「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」構成員名簿

(敬称略・座長を除き五十音順)

<構成員>

(座長)	みとも ひとし 三友 仁志	早稲田大学大学院アジア太平洋研究科 教授
	いづか るみ 飯塚 留美	一般財団法人マルチメディア振興センター ICTリサーチ&コンサルティング部 シニア・リサーチディレクター
	いとう すすむ 伊東 晋	東京理科大学 名誉教授
	おおたに かずこ 大谷 和子	株式会社日本総合研究所 執行役員法務部長
	おく りつや 奥 律哉	電通総研 フェロー
	おちあい たかふみ 落合 孝文	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業 プロトタイプ政策研究所 所長・シニアパートナー弁護士
	たき としお 瀧 俊雄	株式会社マネーフォワード 執行役員 CoPA Fintech 研究所長
	ながた みき 長田 三紀	情報通信消費者ネットワーク
	はやし しゅうや 林 秀弥	名古屋大学大学院法学研究科 教授
	もりかわ ひろゆき 森川 博之	東京大学大学院工学系研究科 教授
	やまもと たつひこ 山本 龍彦	慶應義塾大学大学院法務研究科 教授
	やまもと りゅうじ 山本 隆司	東京大学大学院法学政治学研究科 教授

計12名

<オブザーバ>

日本放送協会
一般社団法人日本民間放送連盟
一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟

参考 2 開催状況

**「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」
開催状況（第14回以降）**

○第14回（令和4年11月11日（金）13:00～）

- (1) 今後のスケジュールについて
- (2) 放送事業者等との意見交換の結果報告
- (3) ワーキンググループ・作業チームでの検討状況について
- (4) 制度見直しに向けた検討状況について
- (5) 意見交換

○第15回（令和5年1月31日（火）15:30～）

- (1) 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当面の検討課題
- (2) AMラジオ放送のFM転換
- (3) ヒアリング
 - ・日本放送協会
- (4) 衛星基幹放送におけるマスメディア集中排除原則について
- (5) 意見交換

○第16回（令和5年3月13日（月）15:00～）

- (1) 放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループの検討状況等について
- (2) ヒアリング ①
 - ・株式会社放送衛星システム
 - ・スカパーJ S A T株式会社
- (3) 質疑応答 ①
- (4) ヒアリング ②
 - ・一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟
- (5) 質疑応答 ②
- (6) 放送法及び電波法の一部を改正する法律案について
- (7) 意見交換

○第17回（令和5年5月12日（金）15:00～）

- (1) 開催要綱の改訂
- (2) ヒアリング
 - ・一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟
- (3) 質疑応答・意見交換

○第18回（令和5年5月19日（金）13:00～）

- (1) 衛星放送に関する課題や論点について
- (2) ヒアリング①
 - ・ オリジネーター・プロファイル（OP）技術研究組合
- (3) ヒアリング②
 - ・ 公益社団法人日本芸能実演家団体協議会実演家著作隣接権センター

○第19回（令和5年6月7日（水）13:00～）

- (1) ヒアリング①
 - ・ 一般社団法人日本民間放送連盟
- (2) ヒアリング②
 - ・ 日本放送協会
- (3) ヒアリング②
 - ・ 株式会社電通
 - ・ 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ
- (4) 意見交換

○第20回（令和5年7月5日（水）13:00～）

- (1) 訂正放送制度の現状について
- (2) 地上デジタル放送方式の高度化に関する検討状況について
- (3) 放送の将来像と制度の在り方に関するこれまでの議論について
- (4) 意見交換

○第21回（令和5年8月8日（火）17:00～）

- (1) 「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」からの報告
- (2) 放送の将来像と制度の在り方に関する論点整理
- (3) 質疑応答・意見交換

○第22回（令和5年8月31日（木）15:00～）

- (1) 検討会取りまとめ（第2次）（案）について
- (2) 「公共放送ワーキンググループ」からの報告
- (3) 「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」からの報告
- (4) 「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」からの報告
- (5) 意見交換

参考 3 規制改革実施計画

規制改革実施計画

1 規制改革実施計画等(令和4年6月7日 閣議決定)のフォローアップ結果

1

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省	これまでの実施状況 (令和5年3月31日時点)	今後の予定 (令和5年 3月31日時点)	規制改革推進 会議評価	
							措置 状況	評価 区分
20	デジタル時代における放送制度の在り方について	<p>a ①総務省は、放送ネットワークインフラの将来像についての議論を踏まえ、ミニサテライト局等を始めとする放送設備の共用化、アウトソーシングや、地上波テレビジョン放送の機能の全部又は一部のブロードバンド等による代替、マスター設備の保有・運用形態について設備保有法人の整備なども含めた効率化等、採り得る選択肢を検討し、結論を得る。</p> <p>②その際、人口動態等が収益にもたらす影響を踏まえて、コスト負担等を含めた実現可能性、将来的なアウトソーシングや設備保有法人等のコストの高止まり防止策、技術革新に対応できるガバナンスの整備を含めた具体的方策についても検討する。NHKと民間放送事業者との連携を推進し、民間事業者の設備維持、コスト負担の軽減にも資するように、適切な協力、インフラ整備への協力関係の構築を推進する。</p> <p>③上記のうち、ブロードバンド等による代替については、技術実証も実施しつつ更なる検討を行い、結論を得る。</p>	a: ①、② 令和4年7月検討・結論、 ③ 令和4年8月検討開始、令和6年度結論	総務省	a: ①、② 総務省では、令和3年11月から、「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」を開催し、デジタル化の進展等を踏まえた放送の将来像や放送制度の在り方について中長期的な視点から検討を行い、令和4年8月に第一次取りまとめを公表した。本取りまとめにおいては、共同利用型モデルについて、「更なる効率化を図る観点から、中継局の保有・運用・維持管理を担うハード事業者(基幹放送局提供事業者)の設立も経営の選択肢となり得る」とされ、マスター設備についても、「効率化を図る観点から、マスター設備の集約化・IP化・クラウド化は経営の選択肢となり得る」とされている。また、ブロードバンド等による代替についても、「FTTHを用いたIPユニキャスト方式について、比較的受信世帯数の少ない小規模中継局等の代替としての経済合理性が期待でき、代替手段としての利用可能性があること」が示されている。今後、これらの実現に向けては、「総務省も適切に関与しつつ、NHK及び民間放送事業者をはじめとした関係者間で具体的な検討・協議を進めていくべきである」との方針が示された。 a: ③ 令和4年2月から、「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」を開催し、技術実証も実施しつつ、ブロードバンド等による代替可能性について検討を進めているところ。	a: ①、② 措置済 ③ 令和6年度の措置に向けて、引き続き必要な検討を行う。	検討中	継続F

規制改革実施計画(令和4年6月7日閣議決定)のフォローアップ結果

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省	これまでの実施状況 (令和5年3月31日時点)	今後の予定 (令和5年3月31日時点)	規制改革推進会議評価	
							措置状況	評価区分
20	デジタル時代における放送制度の在り方について	<p>b 総務省は、上記を踏まえて、放送法(昭和25年法律第132号)の改正を含め、デジタル時代に適した放送の在り方を実現するための検討を行い、必要な措置を講ずる。具体的には、デジタル時代における放送の意義の変化を捉えて、現代において必要とされる放送の役割を定めつつ、地上波に限られない放送事業者のマルチメディア集中排除原則や放送対象地域の見直しのほか、コーポレートガバナンスの強化など、経営基盤の強化に向けた取組を行う。</p> <p>①マルチメディア集中排除原則の見直しに際しては、同原則が目指す多様性、多元性、地域性に留意しつつ、認定放送持株会社傘下の地上基幹放送事業者の地域制限の撤廃、地上波テレビジョン放送の異なる放送対象地域に係る規制(認定放送持株会社制度によらない場合)に関する、既存の隣接地域等の特例に限らない、一定の範囲での規制緩和の特例の創設などについて検討し、措置する。</p> <p>②放送対象地域の見直しについては、希望する放送事業者において複数の放送対象地域における放送番組の同一化が可能となる制度について検討し、措置する。さらに、視聴者への説明責任が果たされるようなPDCAサイクルの確保や、地域情報等の各放送事業者の特性に応じた情報発信が確保されるように定量的な評価を行うための指標の設定も含め、地域情報の発信を確保するための仕組みを併せて検討して、措置し、継続的にフォローアップを行う。</p> <p>c 総務省は、NHK及び民間放送事業者の同時配信等及びオンデマンド配信による方法を含めて、通信における放送事業者の情報発信を推進するために、プラットフォーム連携やオンライン配信を推進するための必要な制度や方策を含めた、デジタル時代に適した放送の在り方の構築に向けて検討を行い、必要な措置を講ずる。</p>	<p>b: (前段、①、②前段) 令和4年7月検討・結論、令和4年度措置、法改正を伴う場合は令和4年度内に法案提出、(後段(①、②以外)、②後段) 令和4年度検討開始、令和5年結論、結論後速やかに措置・措置後も継続的にフォローアップ</p> <p>c: 令和4年度検討開始、結論時に期限を定めて措置</p>	総務省	<p>b: (①) 総務省では、マルチメディア集中排除原則の見直しについて、令和5年3月に省令を改正し、認定放送持株会社傘下の地上基幹放送事業者の地域制限を撤廃するとともに、放送対象地域の隣接・非隣接に関わらず、地上テレビジョン放送、ラジオ放送について、それぞれ9局(コミュニティ放送の場合は放送対象地域が9都道府県分)までの兼営・支配を可能とする緩和を行った。</p> <p>(前段、後段(①、②以外)、②前段、②後段) 「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」第一次取りまとめを踏まえた必要な制度整備として、令和5年3月3日、「放送法及び電波法の一部を改正する法律案」を第211回通常国会に提出した。</p> <p>当該法律案は、</p> <p>(i) 複数の地上基幹放送事業者が中継局を共同で利用するための規定</p> <p>(ii) 基幹放送の安定性が確保されるための規定(業務管理体制についての基準適合維持義務、その履行を担保するための監督規定等)</p> <p>(iii) 複数の放送対象地域における放送番組の同一化を可能とするための規定</p> <p>の各整備等を行うものである。</p> <p>このうち(iii)については、複数の放送対象地域における放送番組の同一化を実施した場合も地域情報の発信を確保することを必要としている。</p> <p>コーポレートガバナンスの強化については、「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」を開催し、検討を進めているところ。</p> <p>c: 総務省では、NHKのインターネット配信の在り方等について、令和4年9月から「公共放送ワーキンググループ」を開催するとともに、インターネット時代における放送コンテンツの制作・流通を促進するための方策の在り方について、令和4年12月から「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」を開催し、検討を進めているところ。</p>	<p>b: (①) 措置済(前段、後段(①、②以外)、②前段、②後段) 令和5年度の措置に向けて必要な手続き・検討などを行うとともに、その後のフォローアップを行う。</p> <p>c: 令和5年度以降の措置に向けて、引き続き必要な検討を行う。</p>	検討中	継続F

【出典】「規制改革実施計画のフォローアップ結果について」(令和5年6月1日公表)より抜粋

規制改革実施計画(令和3年6月18日閣議決定)のフォローアップ結果

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省	これまでの実施状況 (令和5年3月31日時点)	今後の予定 (令和5年3月31日時点)	規制改革推進会議評価	
							措置状況	評価区分
20	ローカル局の経営基盤強化	<p>a 総務省は、マルチメディア集中排除原則が目指す多様性、多元性、地域性に留意しつつ、ローカル局の経営自由度を向上させるための議論を進める。特に、役員兼任規制の見直しなどのローカル局から直接要望のある論点に限らず、制作能力や設備面の集積や共用による、ローカル局の総合的な経営力・企画力の向上が可能となるよう、隣接県に限らない経営の連携等の枠組みなど、中長期的な放送政策の全体像を踏まえた施策を検討する。</p> <p>b 放送法(昭和25年法律第132号)の改正を前提として、NHKとローカル局又はローカル局同士での、放送設備やインターネット配信設備の共用化が進むよう、総務省はローカル局の要望等を踏まえつつ、NHKを含めた放送事業者間の協議の場が設けられるために、必要な措置を講ずる。</p>	<p>a: 令和3年度検討・結論</p> <p>b: 令和3年度措置</p>	総務省	<p>a 総務省では、令和3年11月から、「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」を開催し、デジタル化の進展等を踏まえた放送の将来像や放送制度の在り方について中長期的な視点から検討を行い、令和4年3月に「論点整理」を取りまとめ、公表した。</p> <p>「論点整理」においては、「インターネットを含め情報空間が放送以外にも広がる中で、経営の選択肢を増やす観点から見直しを図るべきである」とし、「特にローカル局の経営力の向上を図り、隣接県に限らない経営の連携を可能とする観点」から、マルチメディア集中排除原則の見直しとして、「認定放送持株会社傘下の地上基幹放送事業者の地域制限の撤廃」や「地上テレビ放送の異なる放送対象地域(認定放送持株会社制度によらない場合)に係る規制の特例の創設」等の方針が示された。</p> <p>このほか、「論点整理」では、同一の放送番組の放送を同時に受信できることが相当と認められる一定の区域たる放送対象地域の見直しとして、放送事業者の経営の選択肢を増やす観点から、「希望する放送事業者において、複数の放送対象地域における放送番組の同一化が可能となる制度を設けるべき」との方針が示された。</p> <p>b 民間放送事業者等の責務(放送対象地域において基幹放送があまりに受信できるように努める責務等)の遂行に対するNHKの協力に係る努力義務規定を整備する等の改正事項を盛り込んだ「放送法等の一部を改正する法律案」は第204回通常国会に提出したものの継続審査となり、その後、衆議院解散に伴い廃案になったところ、同内容を盛り込んだ「電波法及び放送法の一部を改正する法律案」を令和4年2月に第208回通常国会に提出した。</p> <p>当該法律案は成立していないものの、「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」での検討を踏まえ、令和4年2月から、NHK、民間放送事業者、通信事業者等からなる「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」を開催し、小規模中継局のブロードバンド等による代替可能性について実務的に検討を進めている。</p> <p>また、総務省は、「日本放送協会令和4年度収支予算、事業計画及び資金計画に付する総務大臣の意見」において、「インターネット活用業務に係る民間放送事業者との連携・協力については、放送法上の努力義務であることを十分に踏まえ、民間放送事業者の求めに応じ、その取組の具体化を図ること」に配慮すべきとした。</p>	<p>a 措置済</p> <p>b 措置済</p>	検討中	継続F

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省	これまでの実施状況 (令和4年3月31日時点)	今後の予定 (令和4年 3月31日時点)	規制改革推進会議評価		
							措置 状況	評価 区分	指摘 事項
21	放送のユニバーサルサービスの在り方	令和3年度の「地上放送インフラのあり方に関する調査研究」の結論を基に、地上波テレビジョン放送の機能の全部又は一部をブロードバンド網に代替させることについて、コストベネフィット分析を踏まえた具体的な選択肢や、国民負担の軽減を考慮したあまねく受信義務・努力義務の在り方も含めて、検討を行う。	令和3年度検討開始、早期に結論	総務省	総務省では、令和3年11月から、「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」を開催し、デジタル化の進展等を踏まえた放送の将来像や放送制度の在り方について中長期的な視点から検討を行い、令和4年3月に「論点整理」を取りまとめ、公表した。 「論点整理」においては、「人口減少や視聴スタイルの変化等、放送を巡る環境が急速に変化する中において、良質な放送コンテンツを全国の視聴者に届けるため、放送事業者の放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減し、コンテンツ制作に注力できる環境を整備していくべき」とし、小規模中継局のブロードバンド等による代替可能性について検討していくこととされた。令和4年2月から、「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」を開催し、「地上放送インフラのあり方に関する調査研究」の調査結果も踏まえつつ、ブロードバンド等による代替可能性について実務的に検討を進めているところ。	左記検討会及び作業チームにおいて、令和4年夏頃に取りまとめを行い、その後、令和6年度まで技術検証を行ういつつ検討。	検討中	継続F	検討会及び作業チームの検討状況を要フォロー。

【出典】「規制改革実施計画のフォローアップ結果について」(令和5年6月1日公表)より抜粋

(参考) フォローアップにおける措置区分・評価区分について

※ 措置区分の分類基準は次のとおりである。

- 措置済 ……実施計画に定められた内容を完了したもの(1項目に複数の実施時期を有するものは、すべての項目が措置された場合に「完了」とする)
- 未措置 ……実施計画に定められた内容の実現に向けた検討は終了したが、措置が完了していないもの
- 検討中 ……実施計画に定められた内容の実現に向けて検討中で、結論が得られていないもの
- 未検討 ……実施計画に定められた内容の実現に向けた検討が実施されなかったもの
 - ……実施計画上、実施時期が具体的に記載されていない事項で、上記に区分できないもの

※ 評価区分の判断基準は次のとおりである。

- 解決 ……実施計画の趣旨に沿って制度整備が完了又は実施計画の趣旨に沿って運用がなされているもの
- 継続フォロー ……現在のところまでは実施計画の趣旨に沿っているが、一部制度(政省令、通達レベルなども含め)が未整備である等のため、フォローアップが必要なもの
- 要改善 ……制度整備状況又は運用状況が、実施計画の趣旨に沿っていないと考えられるもの
- フォロー終了 ……上記に分類できないもので、フォローの必要がないもの(社会情勢の変化によりフォローの必要がなくなったもの、規制改革実施計画で後年度に改めて閣議決定されたもの等)

【出典】「規制改革実施計画のフォローアップ結果について」(令和5年6月1日公表)より抜粋

II 実施事項

3. 個別分野の取組

<スタートアップ・イノベーション分野>

(13) 放送に関する制度の見直し

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省
22	デジタル時代における放送制度の在り方	<p>a</p> <p>①総務省は、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における放送ネットワークインフラの将来像についての議論を踏まえて令和4年7月に取りまとめた、放送事業者が放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減し、コンテンツ制作に注力するための方策について、特にローカル局にとっても採り得る経営の選択肢となるよう、その具体化に向けた取組を推進する。具体的には、複数の放送事業者の小規模中継局等をまとめて保有・運用する「共同利用型モデル」の実現に向けて、「共同利用型モデル」によるハード会社を想定した柔軟な参入制度を措置し、制度の運用に向けた取組を進める。</p> <p>②小規模中継局等のブロードバンド等による代替については、技術実証も実施しつつ、必要となるコストの試算など、制度面・運用面を含めた更なる検討を進め、結論を得る。</p>	<p>a: (①) 法案提出については措置済み、運用については令和5年度検討・措置、 (②) 令和6年度結論</p>	総務省

【出典】「規制改革実施計画」(令和5年6月16日閣議決定)より抜粋

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省
22	デジタル時代における放送制度の在り方	<p>b 総務省は、令和4年7月に取りまとめた内容を踏まえて、放送法(昭和25年法律第132号)等の関係法令について、デジタル時代に適した放送の在り方を実現するための制度見直しを措置する。具体的には、放送事業者のマスメディア集中排除原則の見直しや複数の放送対象地域における放送番組の同一化に向けた制度整備を措置するほか、コーポレートガバナンスの強化など、経営基盤の強化に向けた取組を行う。</p> <p>①マスメディア集中排除原則の見直しに際しては、同原則が目指す多様性、多元性、地域性に留意しつつ、認定放送持株会社傘下の地上基幹放送事業者の地域制限の撤廃、地上波テレビジョン放送の異なる放送対象地域に係る規制(認定放送持株会社制度によらない場合)に関する、既存の隣接地域等の特例に限らない、一定の範囲での規制緩和の特例の創設などについて必要な総務省令の改正を行う。</p> <p>②複数の放送対象地域における放送番組の同一化については、希望する放送事業者において、放送番組の同一化が可能となるよう制度を創設する。さらに、視聴者への説明責任が果たされるようなPDCAサイクルの確保や、地域情報等の各放送事業者の特性に応じた情報の発信を適切に評価するための定量的な指標の設定も含め、地域情報の発信を確保するための仕組みを併せて検討して、措置し、継続的にフォローアップを行う。</p> <p>③コーポレートガバナンスについては、放送事業者が社会的な役割と責任を負っていることに鑑み、地域における放送番組の質を高められるよう、番組制作力の維持・向上のための人材戦略や経営戦略の策定の態勢等も含めたコーポレートガバナンスの強化について、上記の制度見直しの状況を踏まえて、検討する。また、放送事業者を取り巻く経営環境の厳しさが増していることを踏まえて、総務省が放送法等の権限に基づき行う免許や業務の認定等の審査の機会において、放送事業者の経営の持続可能性の確認を行うことなどを含めて、放送事業者の経営基盤強化に向けた取組を進める。</p>	<p>b: (前段、①、②前段)措置済み、(後段(①、②以外)、②後段、③)令和5年結論、結論後速やかに措置、措置後も継続的にフォローアップ</p>	総務省

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省
22	デジタル時代における放送制度の在り方	<p>○ 総務省は、NHK及び民間放送事業者の同時配信等及びオンデマンド配信による方法を含めて、通信における放送事業者の情報発信を推進するために、プラットフォーム連携やオンライン配信を推進するための必要な制度や方策を含めた、デジタル時代に適した放送の在り方の構築に向けて検討を行い、必要な措置を講ずる。NHKについては、インターネット時代において公共放送が担うべき役割や、NHKのインターネット活用業務の在り方について検討を進め、結論を得る。また、ローカル局の番組がインターネット上においてもより幅広く視聴されるよう、地域情報の発信の確保の観点も踏まえて、放送コンテンツの制作・流通の促進について検討を行い、必要な措置を講ずる。</p>	<p>○: 令和5年度結論、結論時に期限を定めて措置</p>	総務省

【出典】「規制改革実施計画」(令和5年6月16日閣議決定)より抜粋

参考4 ヒアリング資料等

(1) 株式会社フジ・メディア・ホールディングス
(資料4-3)

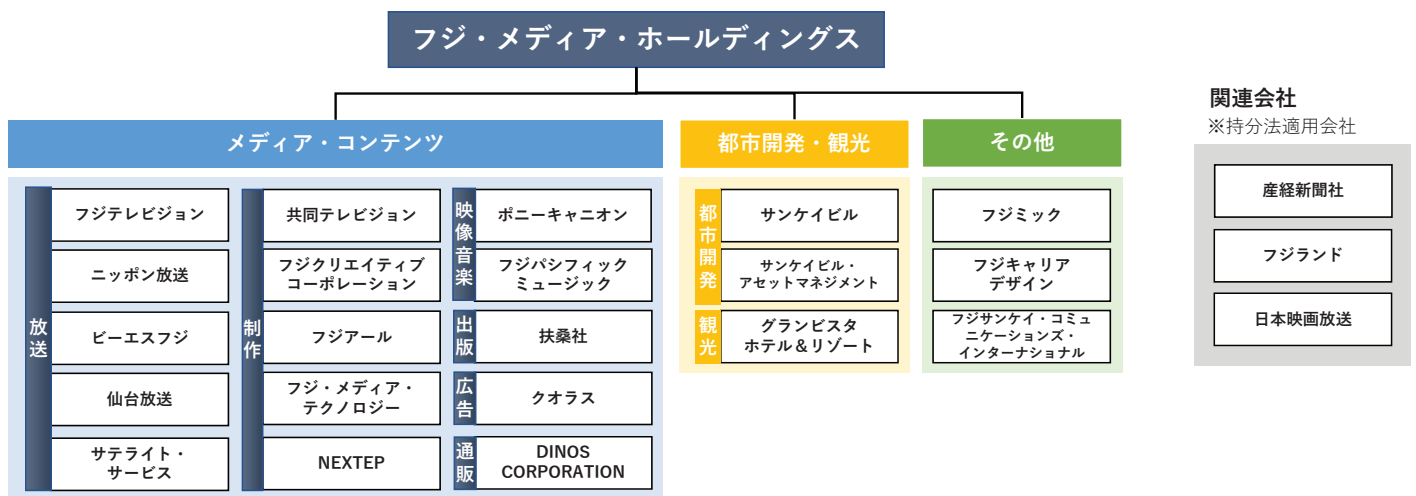
本日のご説明内容

1. フジ・メディア・ホールディングスの概況、FNS系列への出資状況など
2. 要望 認定放送持株会社におけるマスメディア集中排除原則の特例について
 - 要望① 「12放送対象地域制限」の撤廃
 - 要望② 「衛星基幹放送のトラポン数の上限」の緩和

1

フジ・メディア・ホールディングス グループ概略図

- フジ・メディア・ホールディングスは、放送事業を中心に、「メディア・コンテンツ」、「都市開発・観光」の主に2つの事業セグメントで構成されている



主な子会社・関連会社を記載

2

フジ・メディア・ホールディングス

- 12地域制限対象（議決権保有1/3超）
→11地域（5社）をすでに保有

議決権保有1/2超（子会社）	
フジテレビ（関東7地域）	100.0%
仙台放送	72.3%
議決権保有1/3超	
NST新潟総合テレビ	33.7%
長野放送	44.0%
テレビ新広島	33.5%

- 12地域制限対象外（1/10超～1/3以下）
→制限対象に迫る社が複数あり

議決権保有1/10超（関係会社）	
北海道文化放送	21.0%
岩手めんこいテレビ	32.6%
秋田テレビ	24.4%
さくらんぼテレビジョン	12.0%
福島テレビ	33.3%
テレビ静岡	21.0%
関西テレビ放送	24.9%
山陰中央テレビジョン放送	21.6%
岡山放送	23.7%
テレビ愛媛	20.2%
高知さんさんテレビ	19.9%
テレビ熊本	24.2%
沖縄テレビ放送	30.2%

その他（1/10以下）	
富山テレビ放送	
石川テレビ放送	
福井テレビジョン放送	
東海テレビ放送	
テレビ西日本	
サガテレビ	
テレビ長崎	
テレビ大分	
テレビ宮崎	
鹿児島テレビ放送	

※フジネットワーク(FNS)は、各地域の独立したメディア事業会社の集合体で、番組供給、営業、報道（FNN）の相互協定で結ばれている

認定放送持株会社制度の活用

認定放送持株会社のメリット

- ① 持株会社を通じてグループ全体の資金調達を行うことによりデジタル化に伴う傘下の放送事業者の資金調達が容易になり、さらには、その経営基盤の強化に資する。
- ② 競争の激化、広告市場の伸び悩み等の厳しい経営環境にあって、人材、資金、設備等について経営資源の効率的運用が可能となる。具体的には、一般管理部門を持株会社に集中することやコンテンツのマルチユースに向けた著作権処理を持株会社において一元的に行うこと等による事業の効率化が考えられる。
- ③ 通信・放送分野や他分野で各種競争や連携が進展する中で、放送事業者相互間や、放送事業者と通信事業者との連携ニーズに柔軟に対応できる。
- ④ 通信・放送融合に関する新規事業等を放送事業者の一部門として展開するのではなく、その新規事業を放送事業と同様に持株会社の子会社の事業として位置付けることにより、安定性が求められる放送事業に直接リスクを及ぼすことなく事業を展開することが可能となる。
- ⑤ 以上を通じて、我が国の放送産業の国内的及び国際的な競争力の強化に資する。

出典：「デジタル化の進展と放送政策に関する調査研究会」最終報告（平成18年）

- ✓ フジ・メディア・ホールディングスは、制度の利点を活用しながらグループ経営を推進してきた
- ✓ 認定放送持株会社制度のさらなる活用に向け、緩和を検討いただきたい

要望① マス排特例「12放送対象地域制限」の撤廃

【現行】認定放送持株会社は、

- 最大12放送対象地域まで保有可（広域局は、関東7・近畿6・中京3）
- 1/10超1/3以下の議決権保有の場合はこれに含めない
→議決権保有1/3超の放送事業者の放送対象地域の合計は12地域に制限されている

12放送対象地域制限の撤廃を要望

- ✓ 弊社は現在11地域を保有し、上限に迫りつつあることに加えて、議決権保有1/3に迫る局がすでに複数存在することから、経営の選択肢を広げるため上限の撤廃を要望
- ✓ 今後の地方経済の状況次第では、系列局の地元株主が株式を手放すことも想定され、資本政策上の問題となる
- ✓ この撤廃に関わらず、「多元性・多様性・地域性」の三原則を堅持していくことに変わりはない

5

要望② マス排特例「衛星基幹放送のトラポン数の上限」の緩和

【現行】認定放送持株会社はマス排の特例として、BS放送の0.5トラポンまで使用可能

現行		BS放送（2K・4K）
	認定放送持株会社	各0.5トラポン

トラポン数の上限の緩和を要望

- ✓ 複数局のBS放送の保有が認められているにもかかわらず、0.5トラポン上限では事実上1社しか保有できない
- ✓ 動画配信市場が急成長する中、衛星事業を含めた今後のメディア事業における選択肢を広げたい
- ✓ 動画圧縮技術の進展等により、衛星周波数の希少性は緩和傾向にある

6

(2) 放送事業者等との意見交換の結果報告
(資料 14-2)

放送事業者等との意見交換の結果報告

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事務局

令和4年11月11日

放送事業者等との意見交換の結果報告

1

検討会取りまとめ（案）に関するパブリックコメントにおいて、鹿児島テレビ放送株式会社より、「長崎の事例についてヒアリングを実施していただきたい」とする意見が寄せられたことを踏まえ、三友座長及び事務局にて10月に長崎を訪問し、現地視察及び民放各社・(株)テレコムサービスとの意見交換を実施。

株式会社テレコムサービスの概要

- 技術関連要員の効率的活用による経営合理化、親局・中継局の効率的な保守・管理を行うことを目的として、1989年に設立。現在、地元テレビ局4局とFM局等が出資している。
- 稲佐山・長崎送信所（親局）の設備と送信設備の一部はテレコムサービスが保有し、民放各局に賃貸している。民放各局はテレコムサービスに対して設備の賃借料と保守の委託料を支払っている。無線局の免許人は民放各社である。

株式会社テレコムサービスのポイント

<主な業務内容>

長崎民放の親局・中継局・ミニサテ局の保守点検・維持管理

※サガテレビの中継局の保守点検も実施

<稲佐山・長崎送信所に係る建物・設備の保有関係>

- ・テレコムサービス保有：親局の建物、電源設備、自家用発電装置、空調機、鉄塔、送信空中線（共用器を含む）
- ・民放各社の保有：パラボラアンテナや送信装置

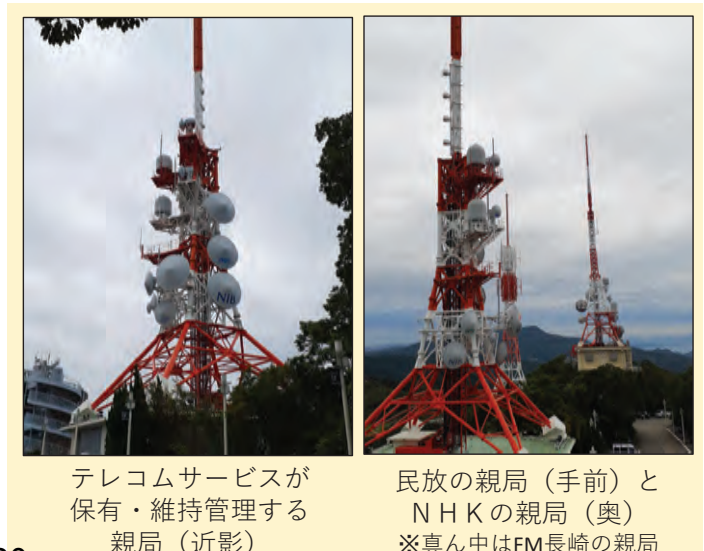
<費用負担>

親局（送信所）：各社設備の専有分使用と共用設備（送信空中線等）の維持管理費は、賃料に含まれる

中継局・ミニサテ局の維持管理費は、波数割で負担

<その他>

- ・NHKとの共建の中継局・ミニサテ局の保守は一部



テレコムサービスが
保有・維持管理する
親局（近影）

民放の親局（手前）と
NHKの親局（奥）
※真ん中はFM長崎の親局

【テレコムサービスの事業の収益性に関して】

- ・直近3か年(2019年度～2021年度)は毎年度純利益を上げている。
- ・売上高については、賃貸料や保守に係る費用は毎年度フラットになるので、そこに上積みしていくかは委託工事がどれだけあるかに依り、年々の収入の増減がある。
- ・共同利用型モデルの参考として、保守だけではテレコムサービスは成り立たない。成り立たせようとするすると保守委託料として放送事業者に跳ね返ってくる。長崎は離島も多く大変なので、経費もかかってくる。
- ・ネットワーク設備を持つには資本、利益剰余金がないといけない。そこまでの体力があるかどうか**重要**。**ハードを持つのは投資になるため、ローカルで持つにはエネルギーがいる**。

【技術関連要員について】

- ・(テレコムサービスで) 人材確保にあまり苦労していない。従業員は工業高校卒業の生徒を採用し、社内で人材教育をしている。従業員は2021年度末時点で14名、平均年齢30代後半。
- ・民放において、技術的な仕事は多岐に渡っており、送信業務専従の従業員はいたがコンテンツに注力できるようになったのは大きい。放送事業者で確保して育成しても人事異動があるので技術力の継承の面でテレコムサービスがいるとスムーズ。
- ・テレコムサービスが工事できるのが強みで、例えばメーカー工事において、テレコムサービスが作業員として入ること、メーカーからの派遣人員を減らすことができ、メーカー発注額を低減できる。

【NHKとの協力関係について】

- ・NHKから工事を請け負うこともある。
- ・台風が発生した時は上五島と下五島でNHKテクノロジーズと分担して待機・保守点検業務を実施。

【ブロードバンドやケーブルテレビによる代替について】

- ・大規模局をブロードバンド代替できればと思っている。具体的にはケーブルテレビの普及率の高い対馬や壱岐、五島で代替移行しやすいのではないかと。
- ・宇久島と小値賀島(注：上五島に位置)は外国波の混信が出ており、ケーブル等の代替手段での対策が理想。小値賀はフレッツ光があり、ブロードバンド代替も可能。インフラがない場合は行政の整備支援により代替を促進できるのではないかと。

(3) 日本放送協会
(資料 15-3、資料 19-2)

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(第15回)

「主たるFM補完中継局」に関する NHKからの要望

日本放送協会

2023年1月31日

NHK

NHK経営計画

NHK

2

NHKは経営計画(2021-2023年度)の修正を公表

- 5つの重点項目のうち、「安心・安全を支える」と「あまねく伝える」の内容を強化
- 「あまねく伝える」では、「災害対応のための補完FM置局」を含む地域インフラへの投資を強化

5つの重点項目



強化する内容

“安全・安心”の追求

災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。

“あまねく”の追求

地域インフラへの投資を強化し、放送通信融合の時代に、世代や場所にかかわらず「放送の価値」を届け続けます。

3. あまねく伝える

地域インフラへの投資を強化し、放送通信融合の時代に、世代や場所にかかわらず「放送の価値」を届け続けます。

○二元体制の持続可能性を高め、あらゆる地域へ放送の価値を届け続けます。

・民間放送事業者等との協力強化により、効率的で強靱な放送ネットワークを維持します。

○レジリエンス、リスクマネジメント、持続可能性を考慮した投資を行うと同時に、生産性の向上にも取り組むことで、いかなる状況下でも情報を届け切ります。

・適正なリスク算定を行い不測の事態に備えると同時に、地域を重点に、加速するSDGs時代を踏まえた投資を強化します（災害対応のための補完FM置局を含む）。

・経営資源をコンテンツに集中させ、生産性向上につながる制作工程改革を加速させます。

放送ネットワークの強靱化に関する検討会(2013年)

- 東日本大震災の際、ラジオは震災直後の情報提供で高く評価
 - 一方、ラジオ放送には、送信所の防災や老朽化、厳しい経営状況などの課題も
 - NHKも検討会に参画し、音声メディアの重要性や津波・災害対策の課題を説明
- ⇒ 取りまとめでは、今後も国民生活に欠かすことが出来ないメディアであり続けるため、津波対策等として、AMラジオ放送を補完するFM波の利用促進といった放送ネットワークの強靱化等を提言

AMラジオ放送を補完するFM中継局に関する制度整備の基本的方針(2014年)

- FM方式によるAMラジオ放送の補完局(FM補完中継局)として以下のように示された

補完局種別	概要	出力	NHK	民放
主たるFM補完中継局	親局のAMラジオ放送を補完するFM補完中継局	当該地域の県域FM親局の出力以下	×	○
その他のFM補完中継局	主に中継局のAMラジオ放送を補完するFM補完中継局	原則100W以下	○	○

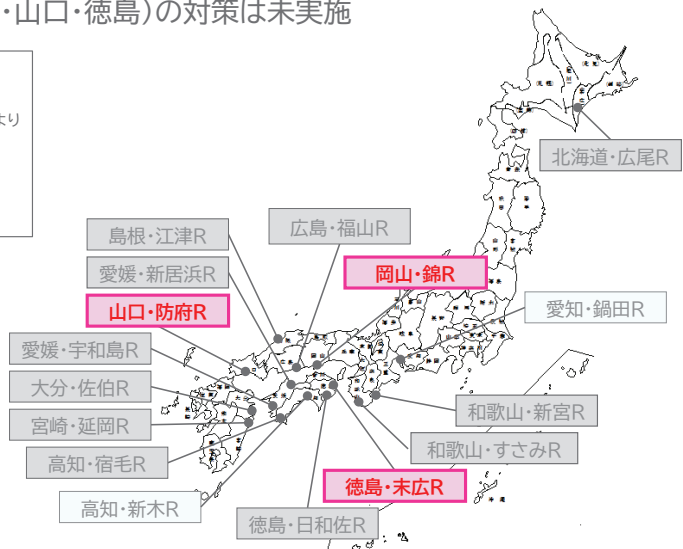
NHKには主たるFM補完中継局としての周波数が制度上割り当てられていない

これまでに実施した津波対策

- 東日本大震災(2011年)以降、津波の浸水想定地区にある中継局のAMラジオ放送を補完する「FM補完中継局」の整備を実施
- 親局のAMラジオ放送を補完する「主たるFM補完中継局」がNHKには認められていないため、下図の赤枠3局(岡山・山口・徳島)の対策は未実施

<NHKにおける恒久的な津波対策の基準>
 国・自治体による浸水被害の想定地区※にあるラジオ放送所
※ 津波浸水予測図、浸水ハザードマップ等より

- : 整備済
- : 建設予定
- : 主たるFM補完中継局を希望



主たるFM補完中継局が必要な理由

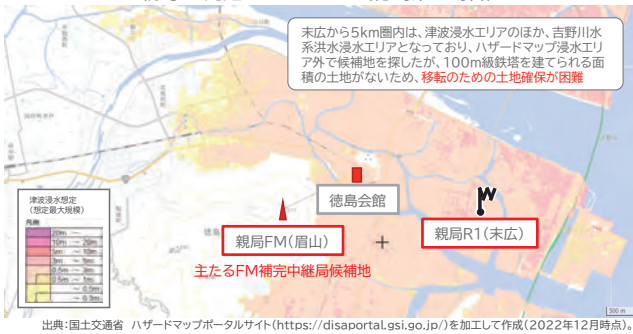
- 親局のラジオ放送所の移転が困難

親局のラジオ放送所が津波の浸水想定地区になっている3県(徳島、岡山、山口)について移転の可能性を検討したが、広大な土地が必要であるラジオ放送所の土地を確保するのが困難であった。

- 親局R1(ラジオ第1)エリアを効率よくカバー

「その他のFM補完中継局」と比べ、送信出力の大きい「主たるFM補完中継局」のほうが、親局R1エリアを効率よくカバーできる(既存の親局FMと同等のエリアとなる見込み)。

親局R1周辺ハザードマップ(徳島県の場合)



親局R1とFM補完中継局 カバー世帯数比較(徳島県の場合)

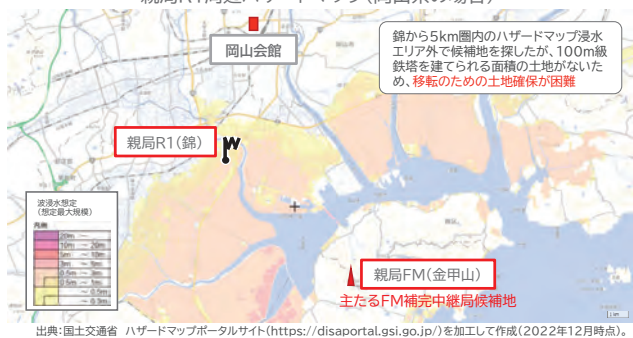
放送所	出力	カバー世帯数*	世帯カバー率
親局R1(未広)	5kW	約30.1万	98.6%
主たるFM補完中継局	1kW	約27万	88.3%
その他のFM補完中継局	100W	約22.3万	76.3%

+12ポイント
(+4.7万世帯)

※平成27年国勢調査時点、中継局との合計。FM補完中継局のカバー世帯数は推定値。

主たるFM補完中継局が必要な理由

親局R1周辺ハザードマップ(岡山県の場合)



親局R1とFM補完中継局 カバー世帯数比較(岡山県の場合)

放送所	出力	カバー世帯数*	世帯カバー率
親局R1(錦)	5kW	約77.2万	99.9%
主たるFM補完中継局	1kW	約59.7万	77.3%
その他のFM補完中継局	100W	約41万	53.0%

+24.3ポイント
(+18.7万世帯)

※平成27年国勢調査時点、中継局との合計。FM補完中継局のカバー世帯数は推定値。

親局R1周辺ハザードマップ(山口県の場合)



親局R1とFM補完中継局 カバー世帯数比較(山口県の場合)

放送所	出力	カバー世帯数*	世帯カバー率
親局R1(防府)	5kW	約59.2万	98.9%
主たるFM補完中継局	500W	約47.8万	79.8%
その他のFM補完中継局	100W	約35.5万	59.4%

+20.4ポイント
(+12.3万世帯)

※平成27年国勢調査時点、中継局との合計。FM補完中継局のカバー世帯数は推定値。

『「AMラジオ放送を補完するFM中継局に関する制度整備の基本的方針(案)」に対し提出された意見と総務省の考え方』より
 主たるFM補完局に係る箇所を抜粋【意見募集期間:平成25年12月27日(金)～平成26年1月16日(木)】

NHKが提出した意見	総務省の考え方
<p>都市型難聴対策および災害対策に係るFM補完局への周波数割り当てについて</p> <p>「90MHz超え95MHz以下」の周波数の、AMラジオ放送の都市型難聴対策、災害対策に該当する親局の主たるFM補完局については、民放AMラジオ放送の放送対象地域ごとに一つ、またはその地域の事業者の数の周波数を確保することとされています。</p> <p>しかしながら、NHKが公共放送として、また災害対策基本法上の国の指定公共機関としての使命を果たすためには、都市型難聴対策および災害対策に係るFM補完局について、NHKも民放と同様の置局を行うことが可能となるような周波数の割り当てが行われることは必須であると考えていますので、強く要望します。</p> <p>特に、非常災害時においては、NHKはラジオ第1放送で全国向けの緊急報道を行い、FM放送で県域向けの帰宅困難情報やライフライン情報を届ける体制を整えており、AMラジオ放送が受信しにくい状況においてもラジオ第1放送の情報がFM受信機で聴けるようになることは、国民の安心安全の点からも不可欠です。</p>	<p>NHKのAM放送の電力は民放より大きく、また、FM放送を既に行っていることを踏まえ、AM放送の主たるFM補完局については、チャンネルプランにおいて民放のAMラジオ放送事業者に係る周波数を公示することとしています。</p> <p>一方で、都市型難聴対策、外国波混信対策、地理的・地形的難聴対策、災害対策に係るその他のFM補完局については、その開設目的を満たす場合はNHKも開設することが可能となります。</p>

『「放送用周波数の活用方策に関する取りまとめ(放送大学の地上放送跡地及びV-Low帯域(案))」に対して提出された意見及びこれに対する「放送用周波数の活用方策に関する検討分科会」の考え方』より【意見募集期間:令和4年1月19日(水)～令和4年2月18日(金)】

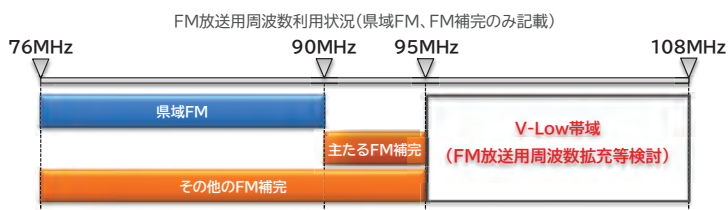
NHKが提出した意見	分科会の考え方
<p>NHKでは、これまでAMラジオ放送を補完するFM補完中継局の制度を活用し、AMラジオ放送の難聴対策や災害対策を進めてきた。一方、民間ラジオ放送事業者に対して行われている「主たるFM補完中継局」への周波数割当が、NHKには認められていないため、一部の地域で災害対策(津波対策)が実施出来ていない状況である。</p> <p>災害時における公共放送の使命達成と視聴者の利便性を考慮し、民間ラジオ放送事業者と同じように、NHKにおいても「主たるFM補完中継局」への周波数割当を要望する。</p>	<p>現状において、AMラジオ放送の主たるFM補完中継局については、NHKのAMラジオ放送の電力が民放より大きく、また、NHKがFM放送を既に行っていることを踏まえ、基幹放送用周波数使用計画において民放のAMラジオ放送事業者に係る周波数のみを公示しているものです。頂いた御意見は、総務省において、将来的な主たるFM補完中継局の周波数利用を検討するに当たり、参考とされるものと考えます。</p>

放送用周波数の活用方策に関するとりまとめ(放送大学の地上放送跡地及びV-Low帯域)(2022年)

- 難聴対策を目的としたFM補完中継局を中心に一定の需要が見込まれること、また、AM放送からFM放送への転換の検討も進められており、今後、FM放送用周波数の更なる需要が見込まれることから、V-Low帯域(95MHz~108MHz)の一部については、**FM放送用周波数の拡充**として利用することが適当である。なお、必要帯域等については、AM放送からFM放送への転換に関する検討状況を踏まえつつ、今後、具体化していくことが必要である。

周波数再編アクションプラン(令和4年度版)(2022年)

- V-Low帯域(95~108MHz帯)については、「放送用周波数の活用方策に関するとりまとめ(放送大学の地上放送跡地及びV-Low帯域)」に基づき、**FM放送用周波数の拡充**に向けて令和10年から全国的に実施可能となる見通しのAM放送からFM放送への転換等に伴う必要帯域幅を検討する。



FM放送用周波数の拡充に向けた検討が進められており、災害対応のためにNHKにおいても「主たるFM補完中継局」への周波数割当を要望

- 災害時には、「ラジオ第1」は音声波の災害報道の幹として、「FM」は帰宅困難者向け情報やライフラインなどきめ細かな情報を提供する。
- FM補完はラジオ第1と同内容の番組を編成する。
- 津波浸水被害によりAMラジオ局が被災した場合でも、同内容を放送するFM補完中継局により、災害情報の発信を継続する。

	通常時	大災害・AMラジオ局 津波浸水被害発生時
AM:ラジオ第1	R1の通常放送	停波のおそれ
FM補完(ラジオ第1)		災害情報
AM:ラジオ第2	R2の通常放送	停波のおそれ
FM	FMの通常放送	ライフライン情報

- NHKには「主たるFM補完中継局」への周波数割当が認められていないため、一部の地域で災害対策(津波対策)が実施できていない状況である。
- V-Low帯域(95~108MHz)においてFM放送用周波数が拡充される見通しである。

「安心・安全を支える」「あまねく伝える」を強化し、災害対策を実施するため、民放AMラジオと同様に、NHKも「主たるFM補完中継局」の置局を行うことが可能となるよう改めて制度整備の検討をお願いしたい。

A large, white, stylized NHK logo is centered on a dark gray background.

SNS上の情報や偽情報・誤情報への取り組み

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 第19回
NHK 説明資料

2023/06/07

日本放送協会

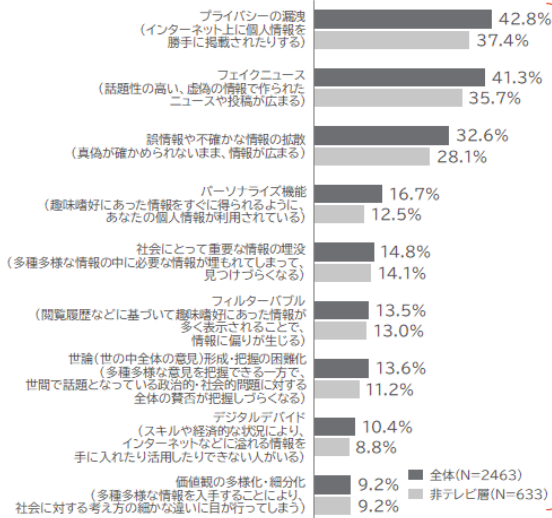
NHK

NHK

前提：「情報空間の参照点」の提供への期待

前提：「情報空間の参照点」の提供への期待

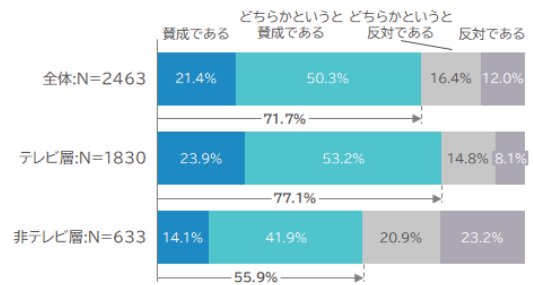
- テレビ層・非テレビ層を問わず、拡大する情報空間に対する課題認識は幅広く、NHKへの期待も高い
 - フェイクニュースやプライバシーの漏洩といった課題に対する問題意識は、「全体」の7割
 - ネットに慣れているであろう「非テレビ層」であっても、6割が同じ問題意識を持っている
 - そのような課題に対応するために、NHKが報道等の分野を強化し提供していくことに、「全体」の7割、「非テレビ層」の55%が賛成している



1つ以上問題視
全体:69.7%
非テレビ層:61.6%

「1. 安全・安心を支える」の中の「国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。」に関連してお伺いします。インターネット上において、新型コロナウイルスワクチンに関するデマやフェイクニュース、極端な説を強調する記事、対立を煽る投稿、世界での紛争を偏った視点で伝えるネット記事等、不確かで曖昧な情報が増えているなどという課題に対処するために、NHKが、報道分野や、災害・科学・軍事・国際分野等の社会が要請する分野を大幅に強化し、放送やインターネットで提供していくべきだという意見があります。

Q.あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。(ひとつだけ)【必須】



非テレビ層：平日と休日のテレビ視聴時間が両方とも1時間程度以下の層
出所：NHK調査（2022年10月 全国15～79歳男女、インターネット調査、N=2463

出所：公共放送ワーキンググループ（第8回）

前提：「情報空間の参照点」の提供への期待

情報空間の参照点への期待

テレビ層・非テレビ層を問わず、拡大する情報空間に対する課題認識は幅広い

信頼できる多元性への期待

新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きい

- 伝統メディア、公共放送が対応してきたものであり、非テレビ層に向けてのサービスには一定の期待・評価が確認されている（社会実証）
- 新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きく、これを維持して情報空間の課題に対処していくことが、視聴者・国民に大前提として求められていると考えられる

- NHKには「情報空間の参照点の提供」（とくに修正経営計画で示した“安全・安心” “あまねく伝える” を優先して社会全体に貢献）、そして同時に、「多元性の確保への貢献」が求められているのではないかと

出所：公共放送ワーキンググループ（第3回）

NHKにおける具体的な取り組み

4

SNSなどを引用した報道について

■ 「真実性の確認」が大前提

- ✓ SNSの普及に伴い、ツイッターなどSNSの投稿内容を報道するケースは、NHKでも増えている。
- ✓ 報道にあたっては、**真実性が確認できていることが大前提**となっている。

■ 「真実性の確認」のフロー概要

- ✓ **投稿者に可能なかぎり連絡**を取り、撮影状況を確認。不自然な点があれば、使用を控える。
- ✓ 警察や消防、自治体などの**公的機関に取材**するほか、**同じ内容の投稿がほかにはないか**を確認。
- ✓ 画像や動画が過去に使われた無関係のものでないかなどを確認。

「取材に裏打ちされた信頼性の高い情報発信」 → SNS情報の報道に対しても実施

5

■ 「ソーシャル・リスニング・チーム(SoLT)」

- ✓ 365日・24時間体制でSNS情報の収集を行う専門チームが情報のチェックを担当。
- ✓ 2013年10月からスタート。
- ✓ 情報チェックや取材セクションとの連携のフローは以下の通り。
 - ① SNS情報の真実性について、SoLTが検索サイトなどによる一次的な判断を実施。
 - ② 真実性やニュース性が高いと判断した場合、報道局や地域放送局の取材セクションに連絡。
 - ③ 取材セクションの記者などが、投稿者や公的機関への取材で、さらに真実性を確認。

「専門チームによる探索」と「取材部門による確認」の両輪でSNS情報と向き合う



6

○「NHK放送ガイドライン」=放送とインターネットでの情報発信の共通の指針

■ 事実関係の誤りが明らかになった場合には、速やかに訂正する。

- ✓ インターネットで発信した情報やコンテンツの内容に誤りがあった場合は、放送と同様、速やかに正しい内容に訂正する。

■ NHKによる誤情報を第三者が拡散した場合

- ✓ テレビやインターネットで誤った情報や内容を訂正・修正することで、正しい情報を発信し直す。
- ✓ 第三者が拡散した内容に著作権法違反などの法律違反があるかどうかなどを判断した上で、削除要請するかどうかを検討。

7

■ 偽情報・誤情報対策はNHKの重要な使命

- ✓ インターネット情報空間で**判断の拠り所となる正確な情報を提示**するのが**公共メディアの使命**。
- ✓ SoLTのSNS探索で、真偽が不確かな情報や偽情報・誤情報の拡散をキャッチするケースが増加。
- ✓ 特に気を付けているのは、緊急時・災害時の情報。

■ “偽情報・誤情報”を打ち消す報道も(放送・インターネット)

例① 2011年3月 東日本大震災

「工場爆発で有毒な雨が降る」などの偽情報・誤情報拡散

例② 2022年9月 静岡の大雨被害

「静岡県の水害の様子をドローンで撮影」とするAIを使った偽画像が拡散

例③ 2023年2月 トルコ・シリア大地震

東日本大震災の動画とともに「地震の影響で津波発生」との偽情報が拡散



事実を放送・ネットで伝えることを通して、誤った情報を打ち消す報道を実施

■ 「米国防総省近くで爆発」との偽画像が拡散

- ✓ 5月23日(日本時間)、米国防総省近くで爆発が起きたとする偽画像がSNSで拡散、アメリカの株価が一時急落。
- ✓ NHKは、米国防総省のある地元消防当局の情報から、事実でないことを確認。「偽情報」と明示して、放送やデジタルで報道。
- ✓ 一方、インドの主要テレビ局は、ロシア国営テレビ(RT)のツイッター投稿を引用する形で、「米国防総省近くで爆発が起きたようだ」と番組で放送。金融市場だけでなく世界のメディアも偽情報に翻弄された形に。



■ 偽情報・誤情報対策はNHK番組での展開も

- 「フェイク・バスターズ」
アメリカの大統領選挙の際に広まった「フェイク情報」などを検証。2019年12月以来、計6本放送。
- 「NHKスペシャル・混迷の世紀『第6回 “情報戦” ロシアVS.ウクライナ～知られざる攻防』」
SNS全盛時代にデジタル空間で繰り上げられるウクライナ・ロシアの熾烈な攻防を伝えた

■ 世界各国のメディアなどと連携

- ✓ 2022年11月、誤情報・偽情報に関する知見や対策を共有する国際的なメディアネットワーク、「Trusted News Initiative」(TNI)に日本のメディアとして最初に参加。
- ✓ TNIはイギリスBBCが主導し、各国メディアやITプラットフォーム事業者が参加。
- ✓ 2023年3月の年次総会にはNHKの担当者も出席して意見交換。
- ✓ トルコ・シリア大地震に関する津波動画など、具体的なフェイク情報事例の共有も。



10

■ BBCの偽情報・誤情報対策から

- ✓ BBCは、5月17日、ニュースの透明性の確保のために新たな取り組み「BBC Verify」を発表。
- ✓ 60人のジャーナリストがファクトチェック、誤情報・偽情報対策などを行い、インターネットとテレビで展開。
- ✓ 衛星写真を使ってロシア軍がウクライナに対して大規模攻撃を準備していることを検証して報道。
- ✓ 報道部門のトップは「信頼を得るにはカーテンの裏側を見せることが必要」と発言。

■ 情報空間にさらに貢献するには

- ✓ 情報の出典の明示やプロセスの可視化などで、情報の真実性をいっそう向上。
- ✓ NHKでは、『NHK for School』の「@media」で、小学生に「フェイクニュース」の見抜き方などを説明。
- ✓ 子どもたち向けの「メディア・リテラシー教室」も実施。
ネット空間の情報の読み解き方をNHKアナウンサーが楽しく解説。公共メディアの社会貢献。

11

■ 偽情報・誤情報対策は不断に

- ✓ 専門チームのSNS探索と取材部門の確認という重層的な体制でインターネット情報空間に向き合う。
- ✓ しかし、AIの登場で偽情報は今後より巧妙化する可能性も。
- ✓ 取材を尽くして正しい情報を広く伝えるという伝統的メディアの知見は今こそ真価が問われる。

さまざまな機関と連携して最新のテクノロジーを活用

偽情報・誤情報を見抜く技術や取材手法の検証・見直しを不断に進め

公共メディア・NHKとしてインターネット情報空間で役割を果たし続ける

参考

参考：社会実証などでのチャレンジ

- ・ フェイク（分断）アラート（第一期社会実証③）
インターネット特有の“分断”等の課題について、放送の効用（基本的な情報の共有（同報性）、多元性）で対応することを企図しているもの
▶インターネット特有の課題について、行動変容を促す効果が確認された



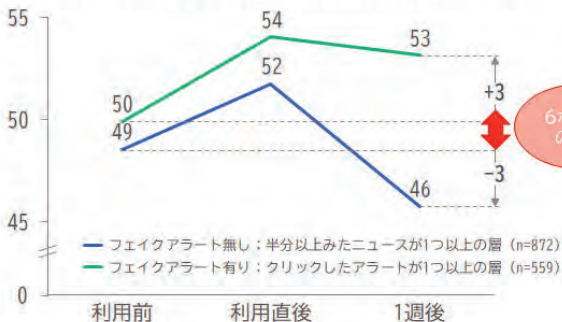
・分断のネットワーク図を見た層は、より慎重に各種情報に対処するようになった（時間をおいて効果・効用を分析）
・分断状況そのものを共有し、情報空間全体に寄与しようとする傾向も観察された（利用者の7割弱）

出所：公共放送ワーキンググループ（第3回）

参考：社会実証などでのチャレンジ

- ・ フェイクアラート利用有無による行動変容の差を明らかにするサービスの実証調査を実施
 - ・ グループを二つに分けて調査（フェイクアラート無しの通常のニュースサイト利用、フェイクアラート有りのニュースサイト利用）。1週間後に再度調査を行い、効果が継続しているか分析
- ・ ネットワーク図を見た層は、より慎重に各種情報に対処するようになった
 - ・ フェイクアラートサービス利用者は、サービス利用直後に「情報・コンテンツの真偽を確認するようにする」と回答した人が増え、さらに1週間後も継続
 - ・ 一方、フェイクアラート無しのサービス利用者は、サービス利用直後に「情報・コンテンツの真偽を確認するようにする」と回答した人が増えたが、1週間後には元の水準に戻った
- ・ 分断状況そのものを共有し、情報空間全体に寄与しようとする傾向も観察された

Q.あなたが、ふだんメディアを利用する際に気を付けたいと思っていることについて、あてはまると思うものをお知らせください。
情報・コンテンツの真偽を確認するようにする



Q.共有機能について、どのように評価しますか。
以下の中からあてはまるものをすべてお知らせください。（いくつでも）【必須】
（母数：ネットワーク図を見た人の中で、共有機能を利用して、ニュースを共有したいと回答した人388人（見た人の中の58%））



出所)NHK(ネット)調査【サービス利用調査】調査日:2022年11月4日(金)~2022年11月6日(日) サンプル数:4000(2000×2) 全国 15-79歳 ブロック別の人口動態集計【追跡調査】調査日:2022年11月11日(金)~2022年11月14日(月) サンプル数:3499(1757, 1742) サービス利用調査回答者全員に配信し、期間内に回答が得られた方

出所：公共放送ワーキンググループ（第3回）

- 国内外で、情報空間全体の多元性確保等に資する、新聞、民放、公共放送という伝統メディアによる協力体制が築かれ始めている。このようなさまざまな取り組みに、積極的に貢献していきたい

(さまざまな事象・事例イメージ)

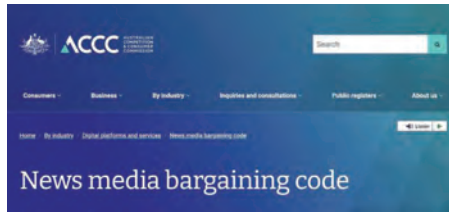
NHK放送技術研究所がC2PA(コンテンツの出どころと認証に関する標準化団体)に加入



- C2PA(Coalition for Content Provenance and Authenticity)は、コンテンツの制作者や編集履歴などの来歴情報をユーザーに提示するためのオープンな技術仕様の策定等を通して、コンテンツの透明性と信頼性の向上に取り組む団体
- BBC、CBCラジオカナダ、マイクロソフト、ニューヨークタイムズによって2019年に設立
- NHKは2023年5月に参加

出典: <https://c2pa.org/about/>

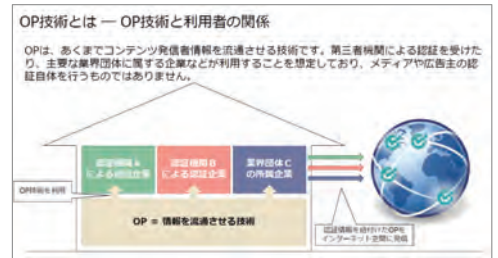
ニュースコンテンツの“対価”を得る法的枠組み確立へ協力・貢献(オーストラリア等)



- いわゆる大手ITプラットフォーム企業を対象に、新聞、民放、公共放送などの報道機関への正当な対価の支払いなどを義務付ける規律を策定
- メディア環境の激変の中で、情報空間の課題に伝統メディアが共闘して対応した

出典: <https://www.accc.gov.au/by-industry/digital-platforms-and-services/news-media-bargaining-code/news-media-bargaining-code>

(参考)オリジネーター・プロフィール技術(最新技術により情報空間の信頼性向上へ)



⇒情報空間全体の信頼性、透明性を高めていく技術開発については、ぜひ積極的に貢献していきたい

出所: 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(第18回)「Originator Profile概要説明資料」

出所: 公共放送ワーキンググループ(第8回)(一部変更)

(4) 山本龍彦構成員
(資料 16-2)

検討会とりまとめを踏まえて

慶應義塾大学大学院法務研究科

山本 龍彦

1

○検討会取りまとめ（令和4年8月公表）における記載

取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る自由」の保障、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送の価値は、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルス（情動的的健康）の確保の点で、むしろこのデジタル時代においてこそ、その役割に対する期待が増していると言える。

○「アテンション・エコノミー」の課題

- アテンション・時間（エンゲージメント）の激しい奪い合い（個人データのアグレッシブな利用、アグレッシブなレコメンデーション、アグレッシブなUI・UXなど）。
- 「思想の競争」から「刺激の競争」へ（システム2からシステム1の世界へ ※ダニエル・カーネマン）
- 偽情報等の拡散、フィルターバブル・エコーチェンバー（情報の「偏食」）
- 自己決定権や民主主義へのリスク

2

○「情報的健康」の実現が重要ではないか？

(a) 偽情報等に対する「免疫」（さまざまな情報をバランスよく摂取できること）

(b) 信頼性の高い情報・コンテンツを摂取できること（誰が、どのような理念のもと、どのような過程を経て作ったのかが担保されること）

※誰が、どのように作ったのかがわからない「食品」を食べ続けることの問題性

(c) 必要なときに必要な情報を摂取できること

※「知る自由」（知る権利）：「憲法21条1項の規定は、表現の自由を保障している。そうして、各人が自由にさまざまな意見、知識、情報に接し、これを摂取する機会をもつことは、その者が個人として自己の思想及び人格を形成、発展させ、社会生活の中にこれを反映させていく上において欠くことのできないものであり、民主主義社会における思想及び情報の自由な伝達、交流の確保という基本的原理を真に実効あるものたらしめるためにも必要であつて、このような情報等に接し、これを摂取する自由は、右規定の趣旨、目的から、いわばその派生原理として当然に導かれるところである」（最大判平成元年3月8日民集43巻2号89頁）。

3

○アテンション・エコノミーのなかの放送

→放送は、情報的健康を実現し、民主主義を維持するために重要な役割を果たしているのではないか（放送法1条、4条、106条等参照）。

→放送政策の基本的な方向性：①いかにして放送コンテンツの制作・流通を促進するか（放送のサステナビリティ）、②促進にあたいする「実体」をいかにして（自律性を確保しながら）担保するか。

○今後の検討項目（例えば……）

①に関して：信頼性の高いコンテンツを目立たせるための取り組み（プロミネンス）

※ローカル局／キー局、放送事業者／プラットフォーム事業者、通常時／例外時etc.

※オリジネーター・プロファイル（OP）：ある種の品質証明

②に関して：アテンション・エコノミーとの「距離」を確保し、向き合う

・制作（取材）・編集における透明性、アカウントビリティの確保（オープンキッチン化？）

・偽情報等に強いガバナンスの再検討、再整備（「答え合わせ」機能？）

・「（バブルに）閉じ込める」のではなく、「（バブルを）こわす」（開く）ためのデータ活用（「偏食」させない取組み）

4

(5) 株式会社放送衛星システム
(資料 16-3)

B-SATについて

B-SAT

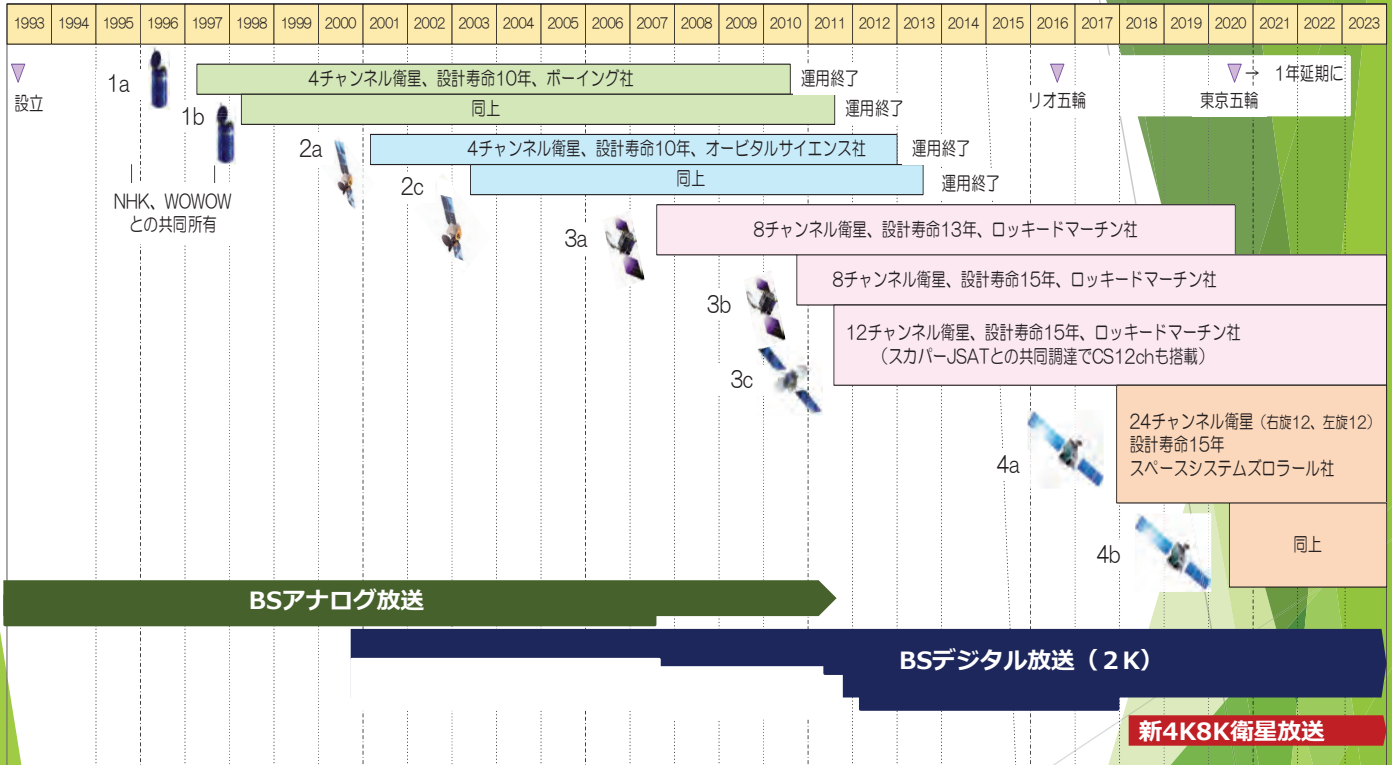
2023年3月13日



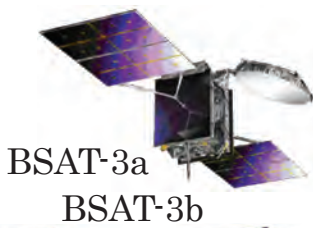
B-SATの事業範囲



放送衛星の経緯



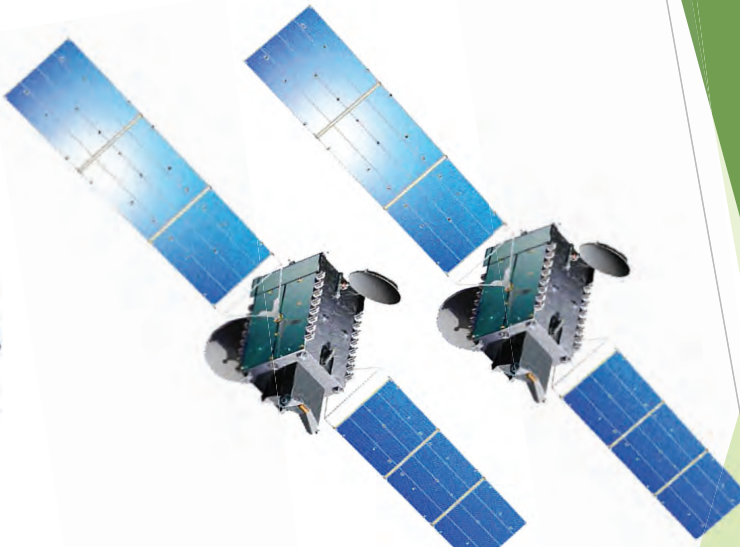
放送衛星 BSAT-3 → BSAT-4



BSAT-3a
BSAT-3b



BSAT-3c / JCSAT-110R
BS/CS共同衛星



BSAT-4a

BSAT-4b

衛星画像：
LM, MAXAR提供

現用・予備 2機体制が基本
3シリーズは周波数増加に対応するため3機体制に



衛星管制設備 (放送衛星をコントロール)



BSAT

5

アップリンク設備 (番組を衛星に伝送)



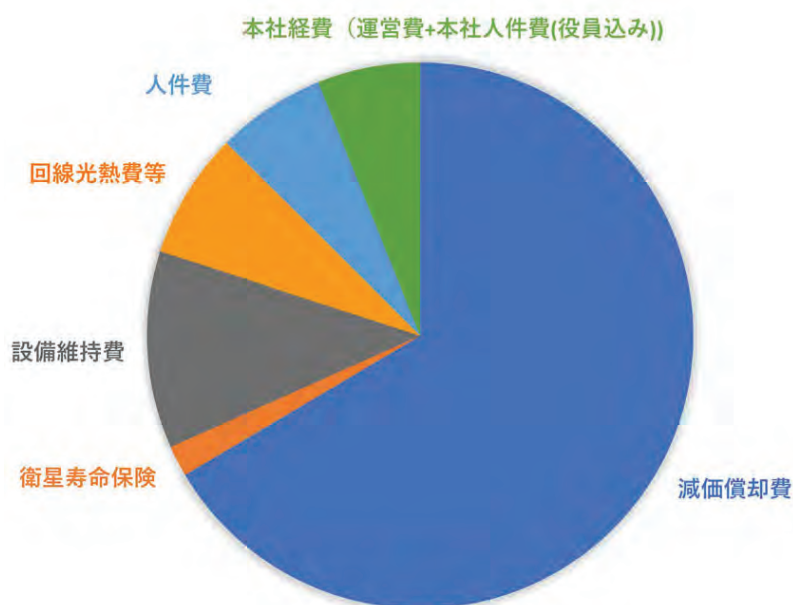
BSAT

6

降雨で放送が切れるのを避けるために複数の送信点で運用
参考-44

株式会社 放送衛星システムについて

営業支出



減価償却が約7割を占めるインフラ会社

BSAT

7

B-SATが取り組む諸課題への対応

□ B-SATの基本使命

- ◆ いつでも、どのような状況の中でも、視聴者の皆さまにBS放送を継続してお届けすること
- ◆ BS放送の更なる発展・進化に尽力すること

- BS放送を安定的に継続できる環境の維持・整備
 - 衛星(BSAT-4a, b)とアップリンクセンターの安定的な運用と整備
 - 良好な電波環境の維持
- BS放送がこれからも支持されていく未来に向けて
 - 放送の更なる多様性に向けた4K放送など新規の放送への対応
 - 左旋チャンネルの有効活用
- 信頼性の維持とコストの低廉化
 - 放送事業者(ソフト事業者)とB-SAT(ハード事業者)の持続可能な連携のための環境作り (事業基盤の充実)

〔現在のB-SAT 3か年計画 (2021-2023) での重点事項を元に作成〕

参考-45

BSAT

8

B-SATの値下げについて（1）

➤ 2021年10月（2011年から継続してきた料金について）

◆ 2K放送 中継器 基本料金 10%値下げ

➤ 2023年12月（予定）

◆ 2K4K8K放送統一中継器料金

中継器 基準料金を値下げ

さらに15%程度の値下げを検討中

（右旋4K放送については約24%の値下げ）

- B-SATは、主な株主がユーザーであることから衛星利用者重視の会社である。ある意味協同組合と同様な考え方を持つ会社であるため、万一の場合の衛星緊急調達費用分の内部留保確保を考えるだけで、利益は追及していない。

BSAT

9

B-SATの値下げについて（2）

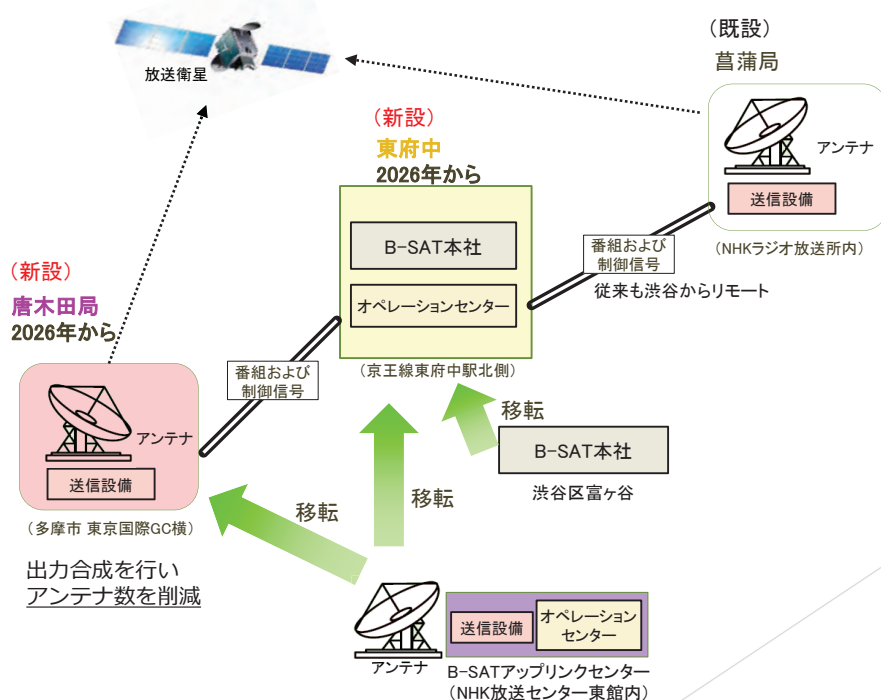
- 今回の値下げは、3機体制のBSAT-3シリーズから2機体制のBSAT-4シリーズへの移行を前提としている。現段階でBSAT-4シリーズの体制が確立したことから4a、4bの減価償却費に基づく料金設定が行えることとなった。
- また、この値下げについては、契約期間を3年4か月（2026年度末まで）と限定することで不確定要素を減らしている。少なくともこの期間大きな出来事が無ければ維持できる料金と考えている。

BSAT

10

アップリンクの移転について

アップリンクの移転を契機に
全更新・拠点集約・設備の合理化を進める



BSAT

11

共同衛星の可能性 1

過去の共同衛星の例

BSAT-3c/JCSAT-110R (2011年打上)

BS120W12チャンネル、CS120W12チャンネルの計24チャンネル衛星

- ◇ BSAT3c/JCSAT-110Rの打ち上げ時期
 - ・ 打上げは2011年8月でCS/BSどちらにも都合の良い時期と考えられた。
- ◇ メリット
 - ・ 初期費用については共通部分を安くすることができた。
(アンテナ、受信機、送信機、切替器、フィルター等は別々に搭載し、太陽電池パネル、バッテリー等もそれぞれの必要分を確保した。：*)
- ◇ デメリット
 - ・ BS異常時はCSも異常となる。打ち上げ失敗の場合も同時。
2メディア同時障害となり、補完出来ないため、衛星メディアとしての信頼性は下がる。

次期共同衛星はBS200W24ch、CS? W24ch衛星となり*の部分がこの衛星規模の2倍以上となる

BSAT

12

共同衛星の可能性 2

○ 現時点で考えられる複合衛星とその課題

◇ タイミング

- BSAT-4（15年寿命）は既にa,bで現用/予備の冗長構成を確立した。次に打ち上げる放送衛星は次世代以降となる。

◇ 衛星の大きさ

- BSAT-4は200W24チャンネルで3トン級衛星であり、BSAT-3cと同等。
3トン級程度の小・中型衛星であれば2機同時打上ロケットの小さい側のコンテナで運べるため、打上げ費も安価となる。
- 欧米の複合衛星は6トン級衛星

◇ 課題

- 打上げのタイミングと大きさが課題となる。

BSAT

13

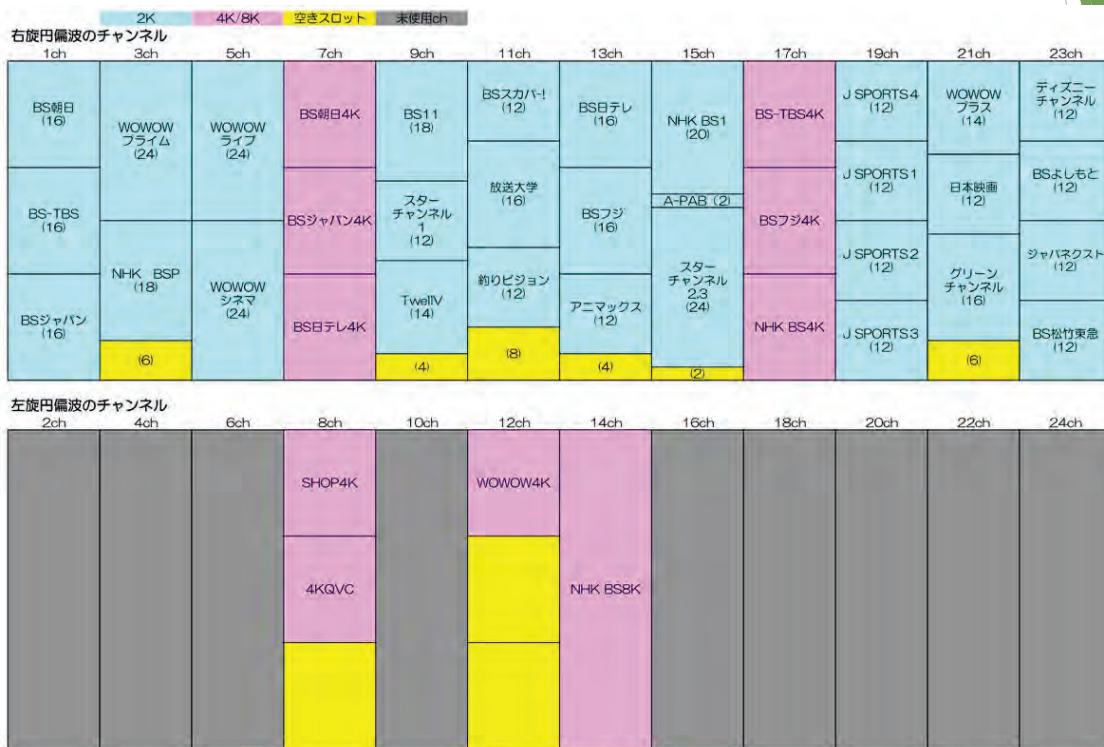
共同衛星の可能性 3

- B-SATとしては、BSAT-4シリーズが順調に推移している間は減価償却費を増やすことを避けるため、**当面衛星打ち上げの予定はないが、次世代の衛星でCS側と打上げタイミングが合い、為替を含む価格や運用面についても合理的・効率的・経済的であれば共同で衛星を打ち上げる可能性はあると考えている。**

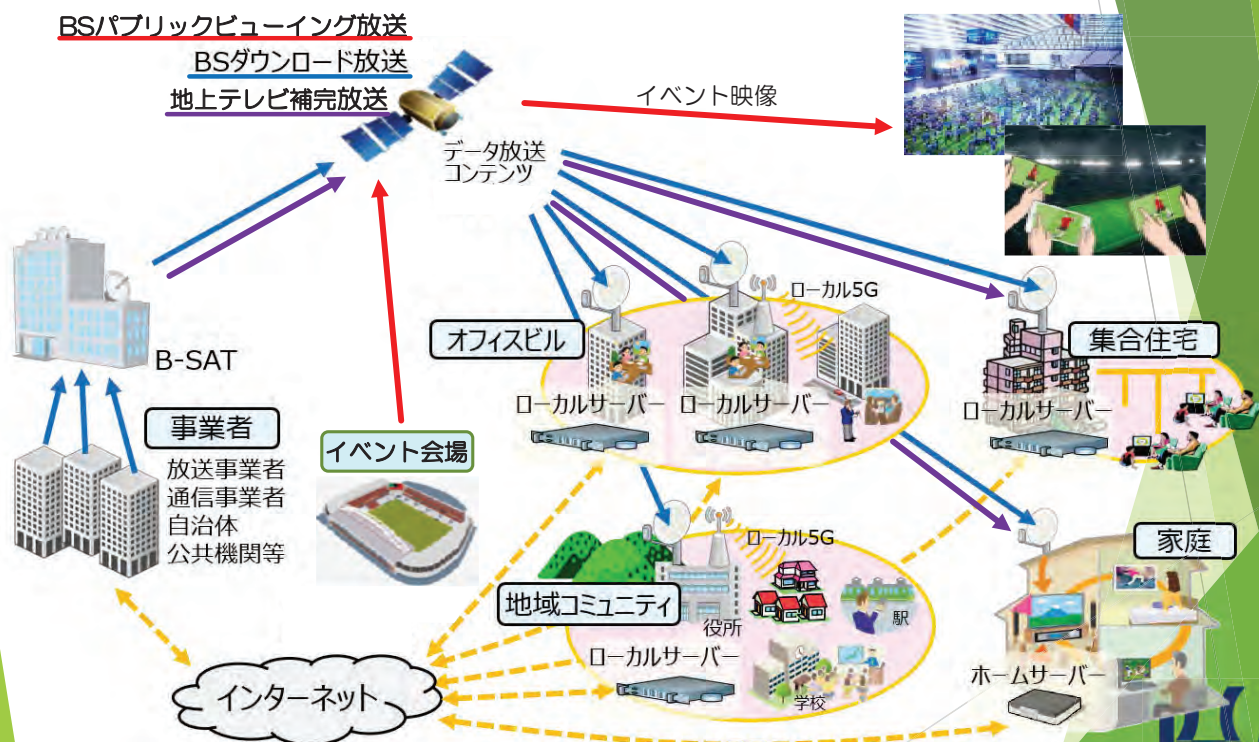
BSAT

14

BSチャンネルの使用状況



左旋チャンネルの有効活用の検討 (以下は検討例)



共同管制の可能性

B-SATの多衛星管制方式

現用・予備衛星を同一軌道位置に配置して衛星を切り替えた際にも全国のBS受信アンテナの方向調整が不要なように離心率・軌道を調整した多衛星管制方式を取っている。

B-SATの多衛星管制計算システムは、世界に例のない独自のシステムを構築しており、このようなシステムを持たない管制センターと**共同のシステムを構築するためには新たなシステム作りと新たな要員養成が必要**となる。

共同管制について

衛星管制システムを合体する場合、**共同衛星の管制をB-SATのシステムで管制を行うのであれば不要な経費を伴わずに行えるため**、CSの管制もB-SATで行う事が合理的であると考えられる。

また、今後は**アップリンクと管制の合体も想定していること**から、放送事業者にとって**最も合理的で費用を抑えたインフラ**がB-SATによって得られると考えられる。

B-SAT

17

参 考

参考 1

B-SATの財産および損益の状況の推移

(単位千円)

年 度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
売上高	12,010,104	11,681,149	13,418,171	12,827,097	11,985,651
営業利益	3,496,786	1,732,499	2,945,341	2,322,523	1,596,009
経常利益	2,671,967	977,828	2,395,724	1,742,017	992,287
当期純利益	1,840,382	687,441	2,010,977	1,204,339	708,146
1株純利益	6,134円60銭	2,291円47銭	6,703円25銭	4,014円46銭	2,360円48銭
総資産	62,420,483	63,841,254	70,224,967	66,415,696	61,518,024
純資産	29,782,530	30,397,986	32,092,710	32,690,348	33,293,824

B-SATの主要株主の状況

主要株主	持ち株数	持ち株比率
日本放送協会	149,994株	49.9%
(株)WOWOW	58,901株	19.6%
(株)TBS HD	16,901株	5.6%
(株)テレビ朝日HD	16,901株	5.6%
(株)BS日本	15,675株	5.2%
(株)ビーエスフジ	15,675株	5.2%
(株)BSテレビ東京	15,675株	5.2%

BSAT

19

参考 2

B-SAT放送衛星の軌道上の衛星機数について

B-SATは現用・予備体制を当初より採用しているため、各世代2機が通常体制となっている。世代交代の際には4機となる事がある。

BSAT-3シリーズについてはBSAT-3a調達中に新たに日本に割り当てられた4周波数の利用が実現することとなったため、1機追加して3機で12周波数をカバーすることとなった。
(BSAT-3a,bは8チャンネル衛星3cは12チャンネル衛星となっている。)

このため、BSAT-2から3、BSAT-3から4の移行期については5機が軌道上に存在することになる。

衛星は設計寿命が終了した瞬間に使用できなくなるわけではなく、燃料がある限りは12チャンネル衛星が8チャンネルあるいは6チャンネル衛星として使用することは可能なため、2機で1機分あるいは3機で1機分の機能は得られることから、宇宙空間で起きる万一の場合に備えて設計寿命終了後も一定期間は保持している。

BSAT

20

参考 3

地球局2局体制について

衛星まで番組を伝送する周波数(アップリンク周波数)にBSは17GHz帯、CSは14GHz帯を使用していることから、BSは降雨減衰の影響が顕著である。降雨の多い月には国が定めた重大事故基準である15分以上の放送中断が発生することになるため、降雨減衰を避けるために地球局2局を切り替えながら運用を行っている。重大事故に相当する事故が発生すると回避措置を求められるため、当初より2局での切り替えを行う体制を取っている。このため、保守を行う際にも切り替えて行うので、放送は継続される。

現状でCSでは地球局を1局としているため、保守のための一斉休止などを放送事業者に要求している。

The logo for BSAT, consisting of the letters 'BSAT' in a bold, blue, sans-serif font. The 'B' and 'S' are connected, and the 'A' and 'T' are also connected. The logo is positioned in the bottom right corner of the page, partially overlapping a green geometric design.

21

(6) スカパーJ S A T株式会社
(資料 16-4)

衛星放送の現状と今後の取り組みについて

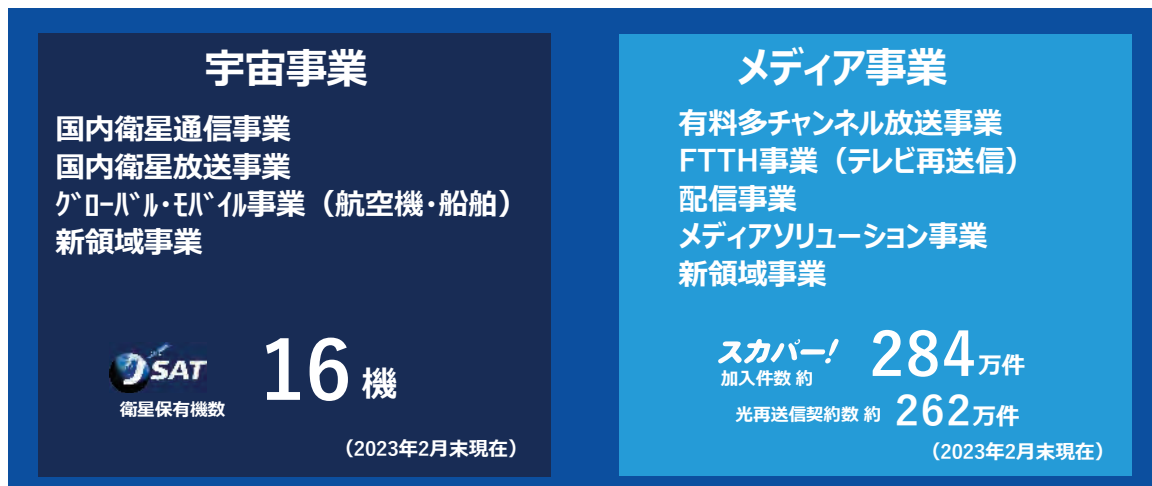
2023年3月13日

スカパーJSAT株式会社

取締役 執行役員専務 メディア事業部門長

小川 正人

スカパーJSAT 事業概要

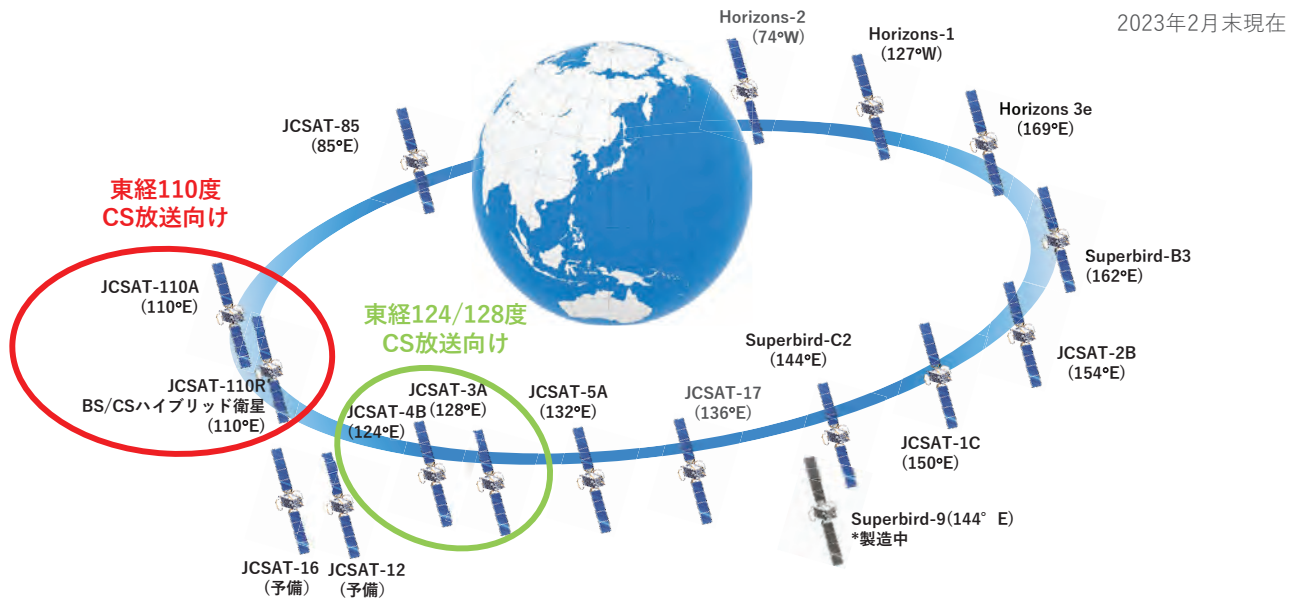


(2021年度通期実績)



※比率は事業セグメント間取引含む

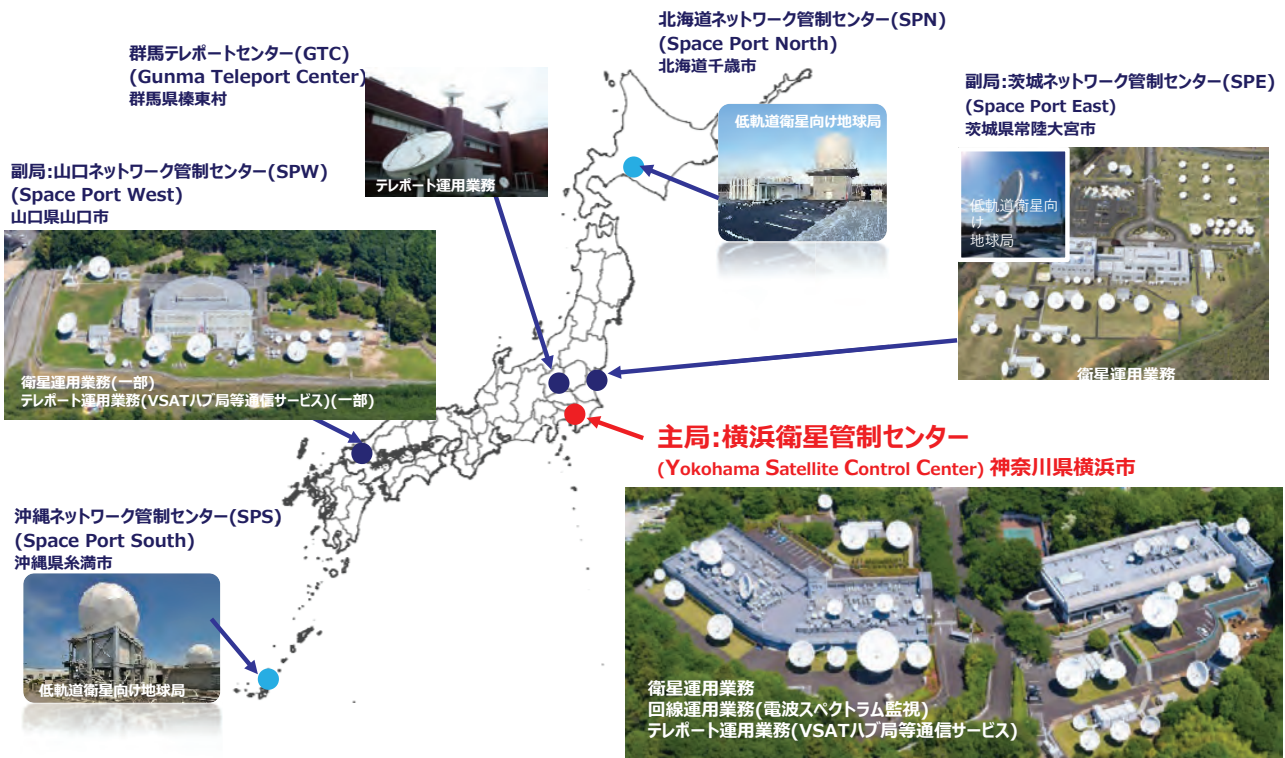
北米上空からインド洋上空まで 計16機 の衛星を保有



2023年2月末現在

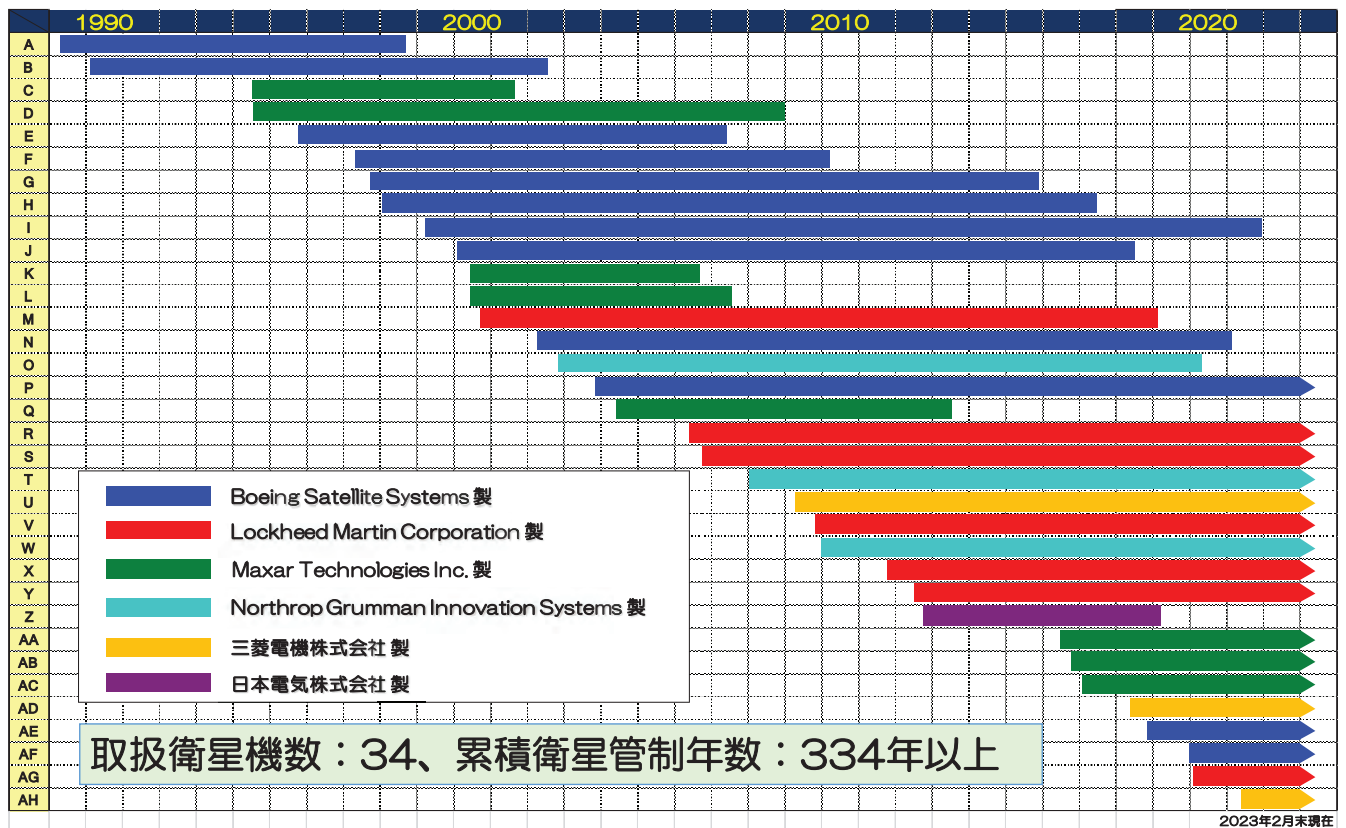
© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

衛星管制・通信サービス拠点



© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

衛星保有・運用実績



© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

衛星放送拠点：スカパー東京メディアセンター

200チャンネルを超える番組を集約し、番組編成に従って、衛星放送とインターネット配信を送り出す国内随一の拠点

■主な機能

番組の送出、送信

- ・東経110度CSに送信（右旋/左旋 計20中継器）
- ・東経124度/128度CSに送信（計25中継器）
- ・BS放送の番組（計11チャンネル）をBSATアップリンクセンターに送出
- ・インターネット等の配信プラットフォームに送出
- ・番組の送出、送信の24/365監視

番組編集、制作、伝送

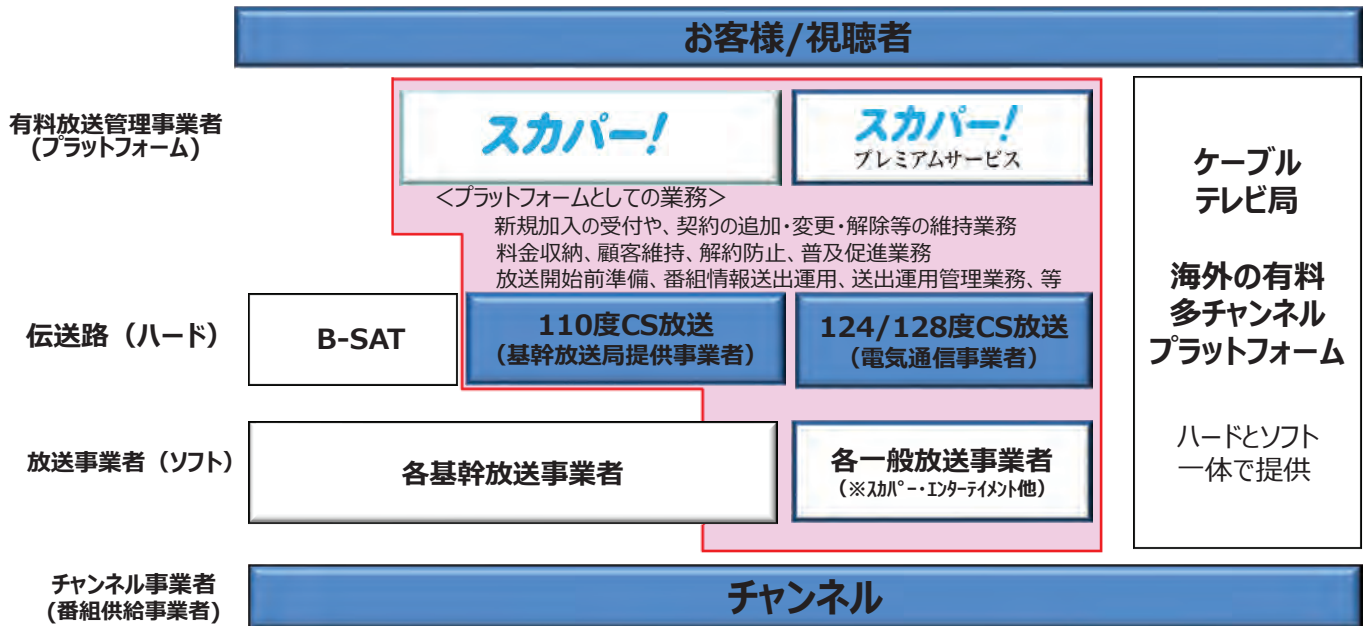
- ・スタジオ、編集、回線センター



© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

スカパーJSATが提供する機能（衛星放送領域）

衛星オペレーターと有料放送プラットフォーム双方の機能を持って、有料多チャンネル放送を提供



※スカパーエンターテインメントはスカパーJSATホールディングスの100%子会社

スカパーJSATグループの事業領域

© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved. This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY

CS右旋帯域の現状

ND2 (12.291GHz)				ND4 (12.331GHz)				ND6 (12.371GHz)				ND8 (12.411GHz)			
サービス	シーエスワンデン	CS-TBS	シーエスワンデン	シーエスワンデン	日本映画放送	スカIA	シーエスワンデン	シーエスワンデン	スカパープレミアムサービス	スカパープレミアムサービス	スカパープレミアムサービス	スカパープレミアムサービス	スカパープレミアムサービス	スカパープレミアムサービス	スカパープレミアムサービス
チャンネル	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
サービス	スカパーエンターテインメント	松竹ロードキャスティング	シーエスワンデン	GAORA	スカパーエンターテインメント	キッズステーション	インターラクティブ	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント
チャンネル	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
サービス	インターラクティブ	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント	スカパーエンターテインメント
チャンネル	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12

放送番組表 (令和5年1月1日現在)
HD42番組 (12) 番組 合計54番組

© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved. This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY

CS左旋帯域の現状

- 2018年12月より、基幹放送事業者であるスカパー・エンターテイメントが、110CSの左旋帯域にて下記8chの4K放送を開始
- 4K放送（CS左旋）は受信環境整備の難しさもあり、苦戦。空き帯域と未使用帯域の有効活用が課題

帯域	ND25 (12.231GHz)	ND1 (12.271GHz)	ND3 (12.311GHz)	ND5 (12.351GHz)	ND7 (12.391GHz)
事業者	未使用	未使用	未使用	未使用	未使用
番組	未使用	未使用	未使用	未使用	未使用
チャンネル	未使用	未使用	未使用	未使用	未使用
スロット数	(120)	(120)	(120)	(120)	(120)
帯域	ND9 (12.431GHz)	ND11 (12.471GHz)	ND13 (12.511GHz)	ND15 (12.551GHz)	ND17 (12.591GHz)
事業者	スカパー・エンターテイメント		未使用	未使用	未使用
番組	J SPORTS 1 (4K)	J SPORTS 2 (4K)	未使用	未使用	未使用
チャンネル	スポーツ	スポーツ	未使用	未使用	未使用
スロット数	(60)	(60)	(120)	(120)	(120)
帯域	ND19 (12.631GHz)	ND21 (12.671GHz)	ND23 (12.711GHz)		
事業者	スカパー・エンターテイメント	スカパー・エンターテイメント	スカパー・エンターテイメント		
番組	スターチャンネル 4K	スカチャン1 4K	スカチャン2 4K		
チャンネル	映画	総合娯楽	総合娯楽		
スロット数	(60)	(60)	(60)		

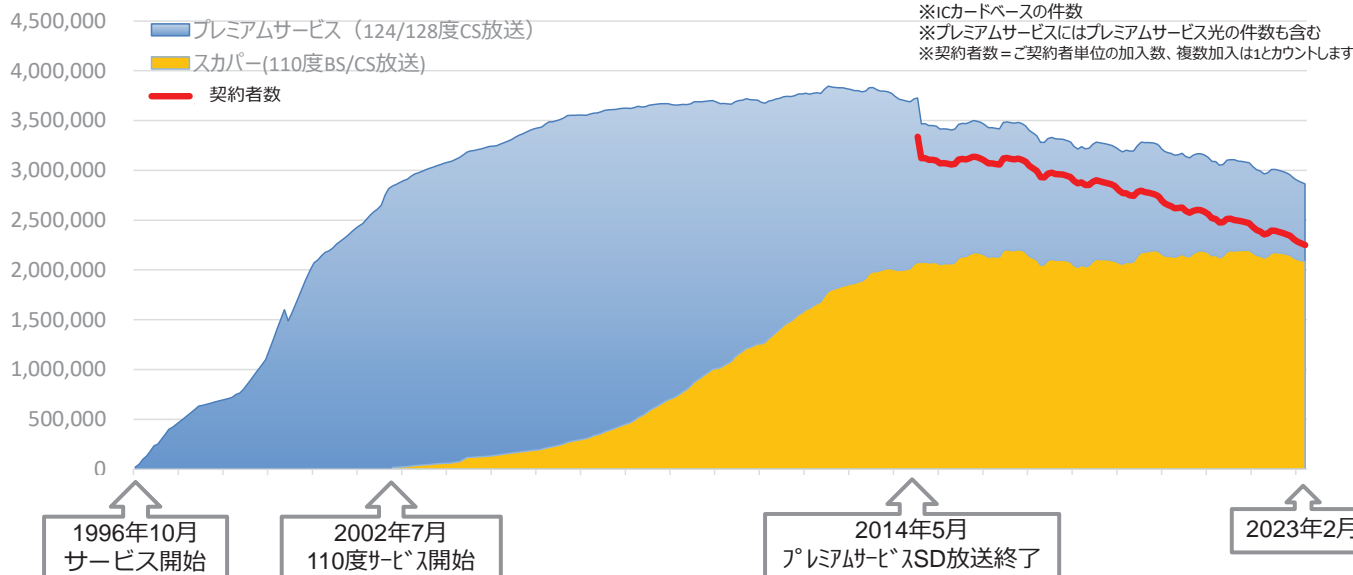
注: 東経110度CS放送(左旋)のテレビ番組は4K。
 (*): 現在、空き帯域となっている。

総務省「衛星放送の現状 令和5年1月1日版」より抜粋

放送番組数(令和5年1月1日現在)	
4K 8番組	合計8番組

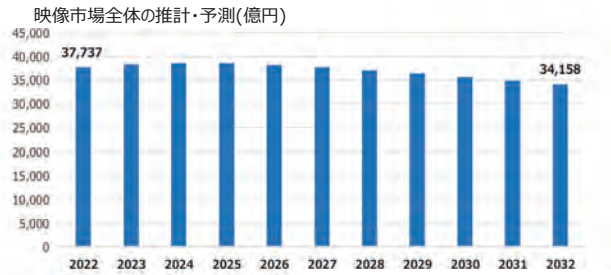
9

スカパー！ 加入件数推移

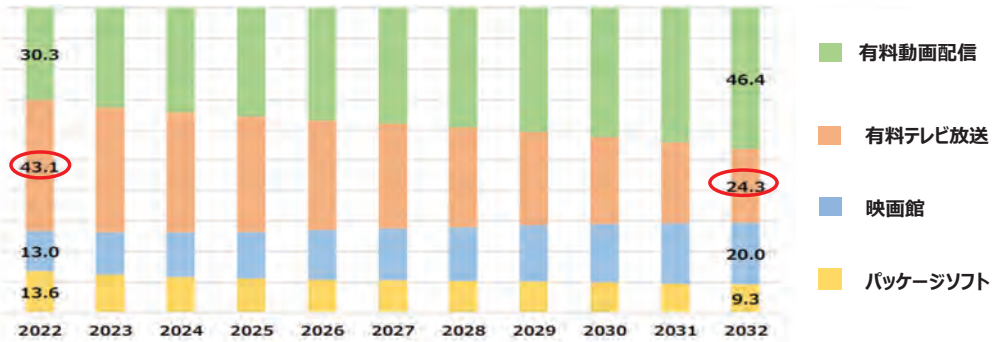


- スカパー！
 2012年の約384万件をピークにその後減少（2023年2月末時点で約284万件）
 契約者数（ご契約者単位の加入数）ベースでも減少（2023年2月末時点で約223万件）
- DirecTV
 2016年の約2,100万件をピークにその後減少（2021年2Q時点で約1,541万件／現在は件数を非公表）
- DISH TV
 2014年の約1,400万件をピークにその後減少（2022年4Q時点で約742万件）

国内有料テレビ放送市場の予測



有料映像市場におけるメディア別構成比予測(%) ※無料映像(広告)市場を除く



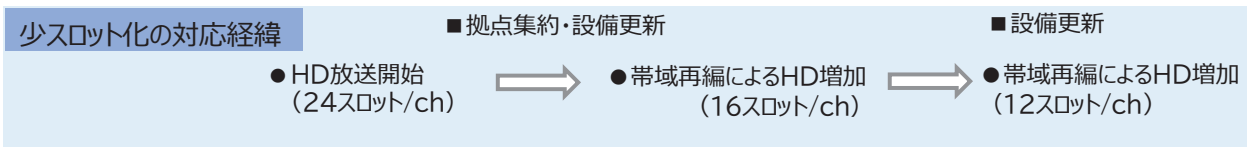
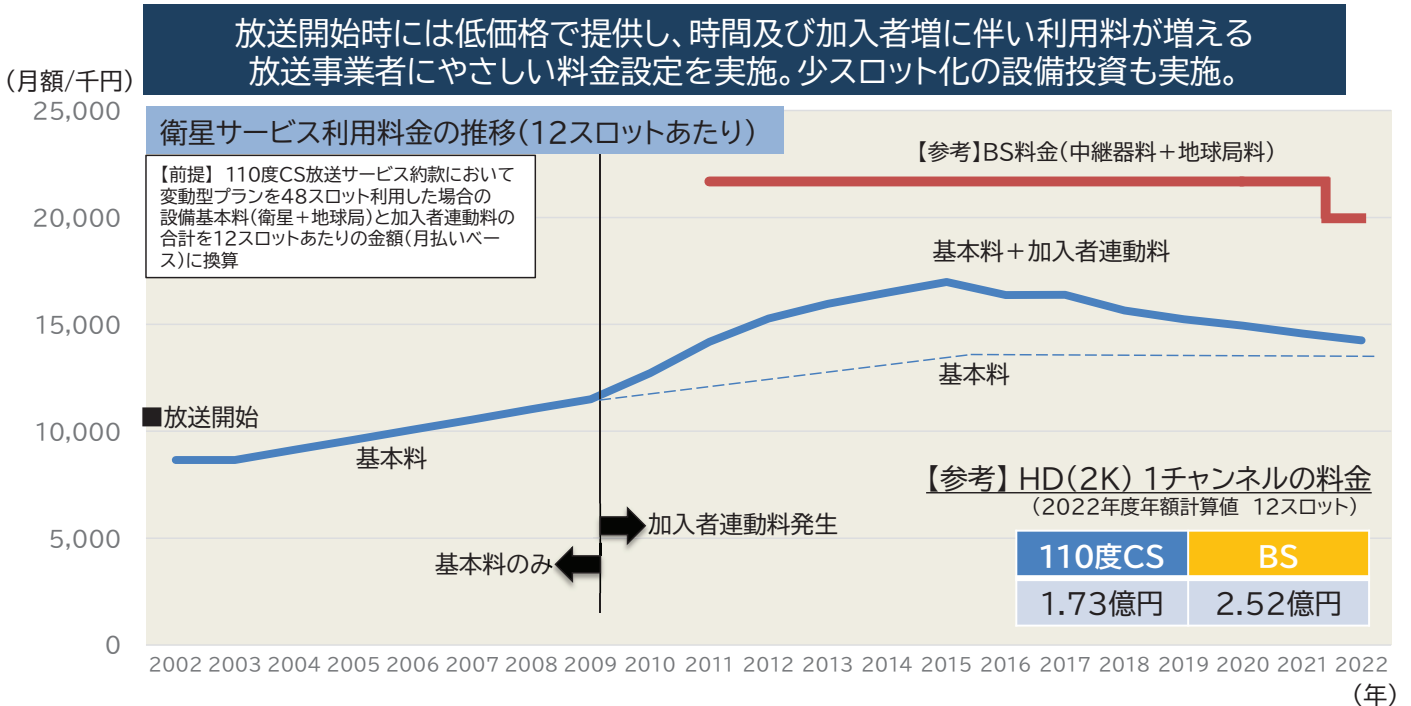
有料テレビ放送市場の構成比は10年間で43.1%→24.3%まで激減が予想される



事業存続に向け、一定の加入者数でも耐えられるようにあらゆる領域で事業の筋肉質化が必要。足の長い投資となる**インフラや設備運用の共用化・効率化は早期着手が必須**

© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

1 1 0 度CS衛星サービス利用料の推移とBS料金との比較



© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

1. インフラ設備、運用業務の集約と低減

- ✓ 衛星の統合、衛星管制の効率化
- ✓ 送出設備・CAS（限定受信システム）等の集約

2. 左旋帯域の有効活用

- ✓ 辺地共聴・災害放送での活用
- ✓ 地上デジタルの中継網としての活用

3. プラットフォーム事業の構造変換

- ✓ 海外の衛星PFやCATVと同じ構造への変革
(チャンネル編成権や価格決定権の確保)

© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.

This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

1. インフラ設備、運用業務の集約と低減 – 衛星の統合、衛星管制の効率化

110度衛星放送向けの衛星配置

【現状】

BS専用衛星



BSAT-4a BSAT-4b
(打上: 2017/9) (打上: 2020/8)



BSAT-3a BSAT-3b
(打上: 2007/8) (打上: 2010/10)

共同衛星



BSAT-3c /
JCSAT-110R
(打上: 2011/8)

110CS衛星



JCSAT-110A
(打上: 2016/12)

【当社の将来構想】

BS+CS 新衛星



統合新衛星#1 統合新衛星#2

同じ東経110度に位置する衛星であり、2機体制による110度BS/CS放送の安定的提供は可能

BS,CSを統合した全中継器を搭載する新衛星2機（現用+予備）の投入により一層効率的なインフラ整備を目指したい



インフラコストの低減、コンテンツ投資の拡充へ

1. 衛星調達コスト* / 減価償却費の圧縮

- BS/CS個別衛星を調達する場合との比較で **3/4** 以下に

2. 衛星管制にかかる経費の圧縮

- 管制に要するアンテナ設備数が、BS/CS個別衛星調達の場合との比較で **半減**
- 仮に当該衛星の衛星管制を当社が行った場合には、12機の静止衛星群を管制しているスケールを活かした効率的な管制が可能

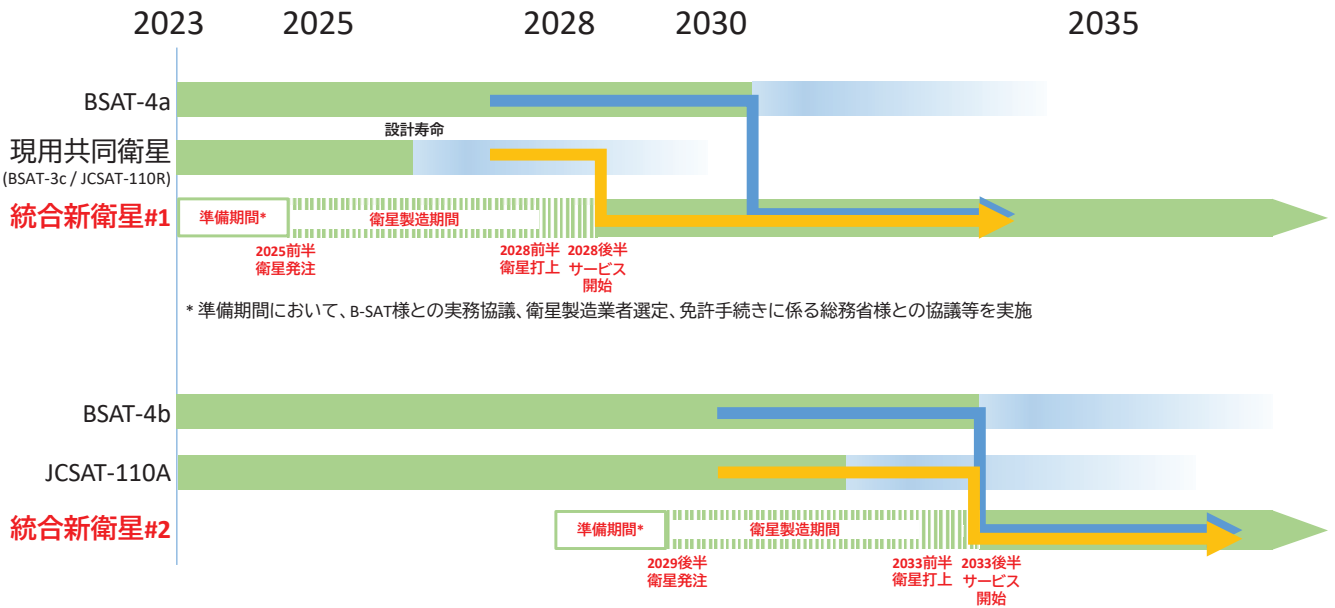
* 主に衛星、打上げサービス及び打ち上げ保険の調達コストで、減価償却費の大部分を構成。絶対額については円レートや物価動向でも変化

© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.

This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

1.インフラ設備、運用業務の集約と低減 – 衛星統合スケジュール案

現在の共同衛星(BSAT-3c/JCSAT-110R)及びBSAT-4bの後継機投入のタイミングで統合新衛星を投入し、東経110度2機体制による効率的な放送インフラ整備を早期に目指したい



© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

2.左旋帯域の有効活用①：辺地共聴対策等（2K HEVCでの伝送想定）

<衛星活用のメリット>

■ 広域性

- ✓ 日本全域をカバー

■ 同報性

- ✓ 1回の送信で、カバーエリア内全ての地点に同じ情報を届けることが可能
(特定の受信者のみに限定した視聴制御も可能)

■ 耐災害性

- ✓ 山間地・離島等、地理的条件の制約をほぼ受けずに、通信・放送が可能
- ✓ 中継地点は宇宙空間の人工衛星となるため、地上災害の影響を受けない



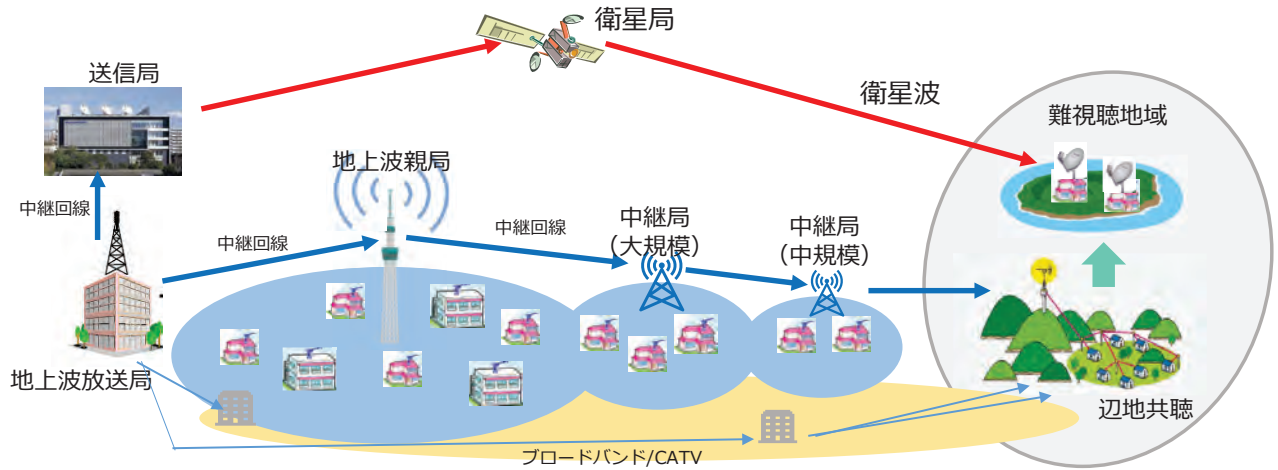
<辺地共聴、災害放送での活用で期待できる効果>

■ 衛星のメリット（広域性・同報性・耐災害性）を活かし、地上デジタル放送をCS左旋の未使用帯域で送信するとした場合、条件不利地域において、エリア内に視聴者を限定しながら地上デジタル放送を直接配信することが可能。老朽化している共聴施設において維持管理や更新等の課題の解消。

■ 辺地における共聴にCS左旋を使用することにより、大規模災害時においてケーブルテレビの幹線切断や、地上デジタル放送の中継局被災等により、地上デジタル放送による情報確保が困難となった場合、一定期間、CS左旋にて地上デジタル放送のバックアップとしての利用がすぐに可能となる

※受信するためには左旋に対応した受信機などの環境を整えることが必要。

2.左旋帯域の有効活用②：辺地共聴対策等



- ブロードバンドやケーブルテレビ等では届かないエリアの補完、セーフティネットとしての衛星の活用は有効
- CS左旋による地上デジタル放送ネットワークのバックアップは、ブロードバンド等による代替に比べて、**回線の輻輳がない、通信回線コストの利用者負担が無い、放送としての著作権処理で伝送可能**等のメリットが考えられる。

※受信するためには左旋に対応した受信機などの環境を整えることが必要。

© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY

参考

衛星	パートナー	打ち上げ	
N-SAT-110	JSAT/SCC（現スカパーJSAT）	2000年	運用終了
Horizons-1	Intelsat	2003年	運用中
JCSAT-5A / N-STAR d	NTT docomo	2006年	運用中
Horizons-2	Intelsat	2007年	運用中
Intelsat 15 / JCSAT-85	Intelsat	2009年	運用中
BSAT-3c / JCSAT-110R	B-SAT	2011年	運用中
Horizons 3e	Intelsat	2018年	運用中
JCSAT-1C / Kacific-1	Kacific Broadband Satellites	2019年	運用中

参考：BS+CS統合新衛星の実現性に関する当社分析

• 衛星

- BS中継器 現用24系統（右旋/左旋 各12本） + 専用送受信アンテナ
- CS中継器 現用24系統（右旋/左旋 各12本） + 専用送受信アンテナ
 - 所要発生電力(寿命末期)：17～18 kW
 - 打ち上げ質量：4.1～6.1トン

→ 実績のある技術で実現可能。発生電力も軌道上実績の範囲内。

• 打ち上げ機

- 以下の打ち上げ機はいずれも上記規模の衛星を打ち上げる能力を有する。
 - H3 (H-IIA後継機)
 - Ariane 6 (Ariane 5後継機)
 - Falcon 9
 - Vulcan (Atlas V後継機)
 - New Glenn (新型)

BS/CS混載、衛星大型化→投入機数削減

衛星事業者	顧客放送局	現行衛星群	次世代衛星群
Eutelsat @13E	Canal+(仏) Telespazio(伊) Rai(伊) Globecast	HOTBIRD-13B: 64中継器, 4.9t, 14kW HOTBIRD-13C: 64中継器, 4.9t, 14kW HOTBIRD-13E: 38中継器, 4.1t, 10kW BS/CS周波数混載	HOTBIRD-13F: 80中継器, 4.5t, 22kW HOTBIRD-13G: 80中継器, 4.5t, 22kW 2機体制を目指す新衛星を調達し2022年10月&11月に 打上げ(静止軌道に向け上昇中)
SES @19.2E	ARD, ZDF(独) Sky Deutschland Canal+ Globecast	Astra-1KR: 32中継器, 4.3t Astra-1L: 29中継器, 4.5t, 11kW Astra-1M: 32中継器, 5.3t, 10kW Astra-1N: 55中継器, 5.4t, 13kW BS/CS周波数混載	Astra-1P Astra-1Q 2機体制を目指す新衛星を調達中

© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

参考：欧州公共放送の国内向け衛星放送における利用衛星

放送事業者	利用衛星	衛星オペレーター
英国 BBC	Astra-2 @28.2E	SES社
仏国 フランステレビジョン	Eutelsat 5 West B @5W	Eutelsat社
独国 ARD、ZDF	Astra-1 @19.2E	SES社
伊国 イタリア放送協会(RAI)	HOTBIRD-13 @13E	Eutelsat社

2023年2月末現在、当社調べ

SES社、Eutelsat社ともに通信利用・放送利用含め多くの衛星を運用するグローバル衛星オペレーター(運用する静止衛星数は、SESが42機、Eutelsatが33機)

- 衛星の効率化
 - 衛星の大容量化
 - 衛星メーカー選定の自由度確保
 - 後継機調達時期の最適化
 - 旧衛星の活用
 - 共同衛星
- 衛星運用の効率化
 - 特注品ではない商用既製品を用いた管制システムの採用
 - 統合管制システムにより全ての衛星を少人数で管制
 - 自社開発運用システムによる大型アンテナの削減
 - 管制の自動化・自律化開発

(7) 一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟
(資料 16-5、資料 17-2)

ケーブルテレビによる小規模中継局等の代替

令和5年3月13日

一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟



2030 Cable Vision

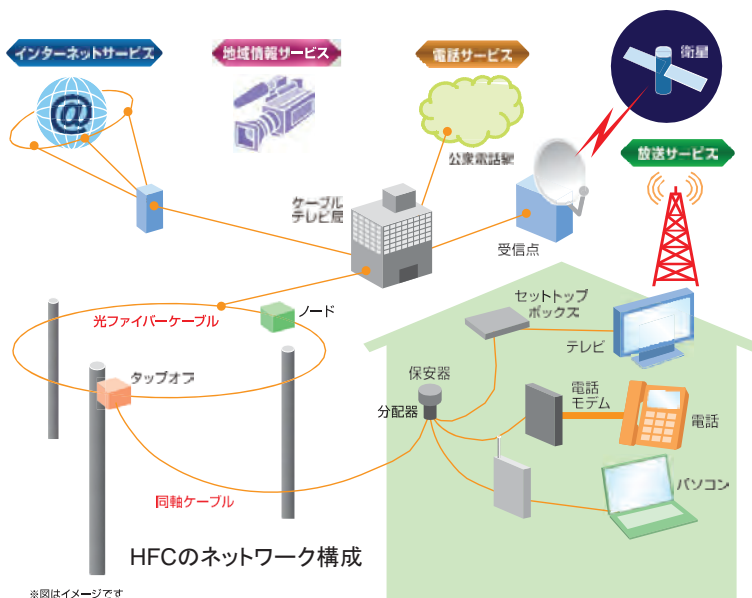
Japan Cable and Telecommunications Association Confidential and Proprietary

ケーブルテレビとは

- ケーブルテレビは、1955年、群馬県伊香保温泉における**地上放送の難視聴対策**として誕生。
- 光ファイバーや同軸ケーブルを敷設し、**地上放送や衛星放送の再放送**を行っているほか、自主制作のコミュニティ放送、インターネットの**ブロードバンドサービス**を提供。
- また、中高層の建築物や鉄道施設等による**電波受信障害対策もケーブルテレビが対応**。

ケーブルテレビの歴史

1953年	地上テレビ放送開始
1955年	群馬県伊香保温泉で初のケーブルテレビ誕生
1972年	有線テレビジョン放送法制定
1980年	社団法人日本ケーブルテレビ連盟設立
1987年	初の都市型ケーブルテレビ開局 (多摩ケーブルネットワーク(株))
1996年	ケーブルインターネット開始
1997年	電話サービス開始
2005年	ケーブルテレビ発祥50周年
2014年	4K試験放送開始/ケーブルスマホ(MVNO)サービス開始
2015年	デジアナ変換サービス終了/「ケーブル4K」実用放送開始
2017年	「ケーブルIDプラットフォーム」運用開始
2018年	「新4K8K衛星放送」再放送開始
2020年	ローカル5G/地域BWAの業界統一コア運用開始
2021年	「2030ケーブルビジョン」公表



※図はイメージです

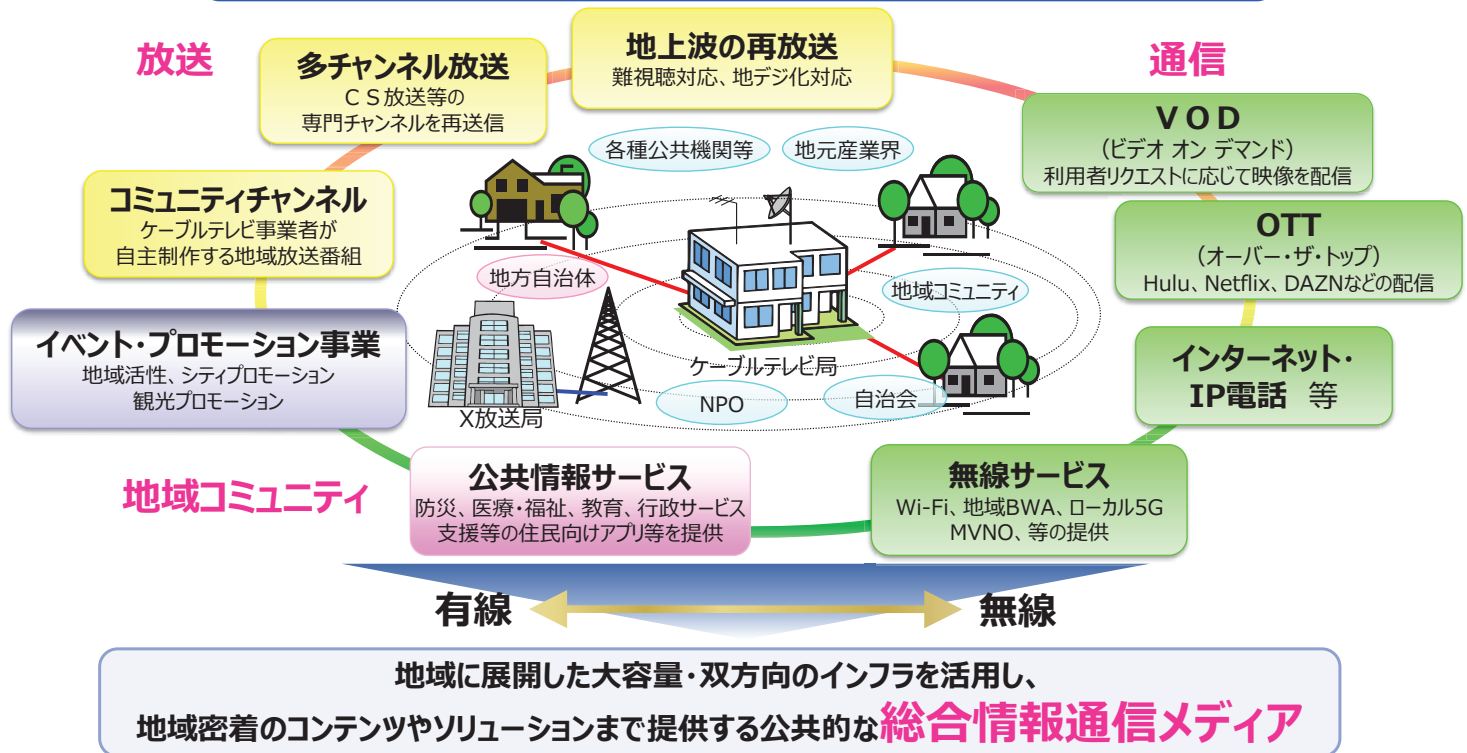


2030 Cable Vision

Japan Cable and Telecommunications Association Confidential and Proprietary

日本におけるケーブルテレビ業界のサービス構造

社会的機能として、**メディア機能**と**インフラ機能**の両輪で発展
国内ケーブルテレビ普及状況：総世帯数の**50%以上**をカバー



ケーブルテレビの現状

■ ケーブルテレビ全事業者数	4 6 4 社
■ 加入世帯数	3, 1 3 9 万世帯
■ 世帯普及率	52.5%
■ インターネット接続加入世帯数	1, 0 3 2 万世帯* (加入率：17.3%)
■ 多チャンネルサービス加入世帯数	7 8 2 万世帯
■ 電話サービス加入世帯数	8 7 6 万世帯
■ 事業売上	1 兆 3, 7 8 8 億円
■ ケーブルテレビ連盟加盟社数	3 4 8 社 (全事業者のうち約75%が加盟)

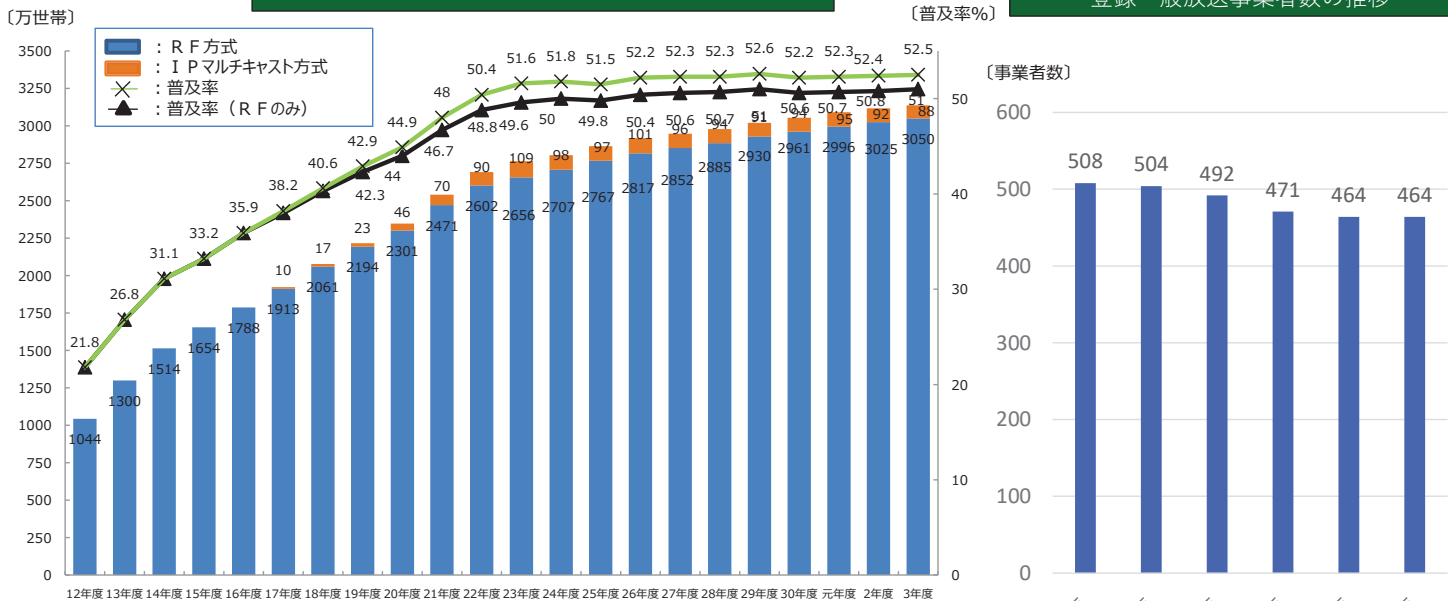
出典：総務省「ケーブルテレビの現状」令和4年11月
*は日本ケーブルテレビ連盟2022年度会員情報
世帯普及率、加入率は総務省令和4年1月1日現在住民基本台帳による総世帯数5,976万世帯から算出

ケーブルテレビの普及状況

令和3年度末におけるケーブルテレビの普及状況について、登録に係る自主放送を行うための有線電気通信設備（501端子以上）によりサービスを受ける加入世帯数は、約**3,139万世帯**、**世帯普及率は約52.5%**、有線電気通信設備を用いて自主放送を行う登録一般放送事業者数及び登録に係る自主放送を行うための有線電気通信設備数は、それぞれ**464事業者**、**660設備**。

ケーブルテレビの加入世帯数・普及率の推移

有線電気通信設備を用いて自主放送を行う登録一般放送事業者数の推移



※ 最新の普及率は、令和4年1月1日現在の住民基本台帳世帯数から算出。
 ※ 平成22年度までは自主放送を行う旧有線テレビジョン放送法の許可施設（旧電気通信役務利用放送法の登録を受けた設備で当該施設と同等の放送方式のものを含む。）
 ※ 平成23年度以降は登録に係る自主放送を行うための有線電気通信設備の加入世帯数、普及率の推移。
 ※ RF方式における「加入世帯数」は、登録に係る有線電気通信設備の総接続世帯数（電波障害世帯数を含む）を指す。

総務省「ケーブルテレビの現状」令和4年11月

2030年のケーブルテレビが担うべきミッションと目指すべき姿

ミッション

『地域DXで地域を豊かに、人々を笑顔に』

- ◇2030年においても、ケーブルテレビ業界の志は変わらない!! すべては、**地域社会のために、お客様のために!!**
- ◇お客様との関係性は、企業とお客様ではなく、**地域コミュニティを共創する《メンバーシップ》の姿勢で!!**
- ◇**持続可能な地域づくり《SDGsへの取り組み》**が、ますます重要!!
- ◇地域課題解決のキープレイヤーとして、地域活性・地方創生など、**地域の共通価値を創造《CSV》**していく!!

目指すべき姿～6つのアプローチ

放送が変わる	地域における情報メディア・プラットフォームになる
コンテンツが変わる	地域の魅力を創出するコンテンツプロデューサーになる
ネットワークが変わる	安全で信頼性の高い地域No.1ネットワークを構築する
ワイヤレスが変わる	地域MNOとして第5のモバイルキャリアを目指す
IDで変わる	ケーブルIDで地域経済圏を構築する
サービス・ビジネスが変わる	地域DXの担い手になる

ケーブルテレビ インフラの状況

- 日本の総世帯数5976万世帯に対し、ケーブルテレビは5280万世帯をカバー（カバー率88.4%）
（申し込みば直ちに加入できる状態にある世帯の数）
- 2772万世帯（46.4%）がケーブルテレビ網に接続。
- 地デジの展開に併せて、放送事業者と連携して対応。辺地、離島含め、全国でサービスを提供

ホームパス：5280万世帯（88.4%）

・未加入者が申し込みば直ちに加入できる世帯数（自宅近辺までケーブルテレビの幹線が敷設されている状態）

※ ケーブルテレビ連盟正会員事業状況報告（2022年3月末）

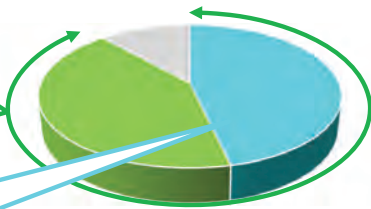
接続世帯：3139万世帯（52.5%）

・実際にケーブルテレビに接続されている世帯数

※ 総務省「ケーブルテレビの現状」（令和4年11月）

我が国の総世帯数：5976万世帯

※ 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数（総務省、令和4年1月1日現在）



離島におけるTV・ネットサービス提供



都市部の集合住宅におけるケーブルテレビのテレビ共聴・ネット設備



山間部におけるテレビ共聴設備



戸建て住宅におけるケーブルテレビのテレビ共聴・ネット設備（アンテナ不要でケーブルによりTVを視聴）



小規模中継局・ミニサテライト局などの代替として考えられるネットワーク

「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チームの取りまとめ」で示されたように、ケーブルテレビネットワークは代替として、放送の同一性を確保した有効な選択肢である。

代替先として考えられるネットワーク	(1)ケーブルテレビネットワーク	(2)ブロードバンドネットワーク		
		①RF方式 (アクセス系伝送路を光多重)	②IPマルチキャスト方式	③IPユニキャスト方式
伝送方式	RF方式	RF方式	IPマルチキャスト方式	IPユニキャスト方式
アクセス事業者の制限		あり		なし
イメージ				
	HEをケーブルテレビNWに直接接続	HEを対応事業者の通信NWに直接接続	配信サーバーを対応事業者の通信NWに直接接続（複数の通信NWは困難）	配信サーバーを対応事業者の通信NWに直接接続（複数の通信NWも可）
放送・通信の扱い	放送	放送	放送	通信
例	一般的なケーブルテレビ事業者	スカパーJSAT	アイキャスト	— NHKプラス TVer AbemaTV

「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」とりまとめ

小規模中継局のケーブルテレビ代替の検討

ケーブルテレビは、全国約9割の世帯において利用可能。多くの小規模中継局(ミニサテ)のカバーエリアにおいてもサービス提供中であり、この場合は一定の設備追加を行うことで追加の権利処理を行うことなく、小規模中継局を代替することが可能

【ケーブルテレビの優位性】

- ✓ ケーブルテレビは、**総接続世帯3,139万世帯***に対して地上波の再放送を提供。
- ✓ **国内の総世帯数5,950万世帯の52.5%**であり、**国内の約半数の世帯がケーブルテレビを通じて地上放送を視聴。**
- ✓ 総世帯のうち**88.4% (5280万世帯**)**は、**未加入者でも申し込めば直ちに加入できる状態**（自宅近辺までケーブルテレビの幹線が敷設されている状態）

* 総務省「ケーブルテレビの現状」(令和4年11月)

** ケーブルテレビ連盟正会員事業状況報告(2022年3月末)

【制度面】

- ✓ ケーブルテレビを通じで行われる放送の再送信は、**放送法上の「放送」と位置付けられており、現行制度上で速やかに導入可能。**
- ✓ このため、**ケーブルテレビでは放送と同一内容を視聴することが可能。**「ふたかぶせ」によるコンテンツの差替えも不要。
- ✓ ケーブルテレビによる再送信の品質・機能は品質省令等で強制規格として規定。基幹放送から送信されるものと同等であることが担保。データ放送、字幕、緊急地震速報等をそのまま利用可能。

【ブロードバンドサービス】

- ✓ ケーブルテレビによる地上波の再放送に関連し、**多くのケーブルテレビ事業者は、ブロードバンドサービスも提供。**地上・衛星放送のIPユニキャスト送信も技術的にはケーブルテレビでも対応可能。



参考(再掲): ケーブルテレビによるミニサテ局の代替検討① (栃木県栃木市)

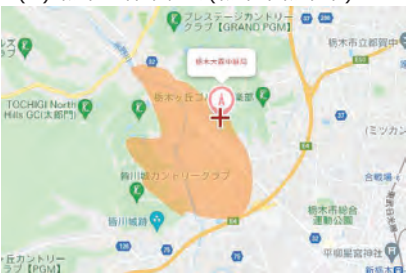
- ✓ (株) ケーブルテレビ※のエリア内のミニサテ局について、ケーブルテレビの再放送による代替を検討。
- ✓ 都賀大柿中継局、栃木大森中継局(ミニサテ局)については、どちらもサービス提供エリア内であることを確認。
- ✓ 幹線は、全世帯を100%収容する容量を確保していますが、全世帯をカバーするためには、幹線・引込線間の線路(芯線)の敷設や分岐装置等の増設が必要となります。

※ 株式会社ケーブルテレビ(栃木県栃木市)は、栃木県(栃木市など)、群馬県(館林市など)、茨城県(結城市、筑西市など)、埼玉県(久喜市(一部))をサービスエリアとする事業者

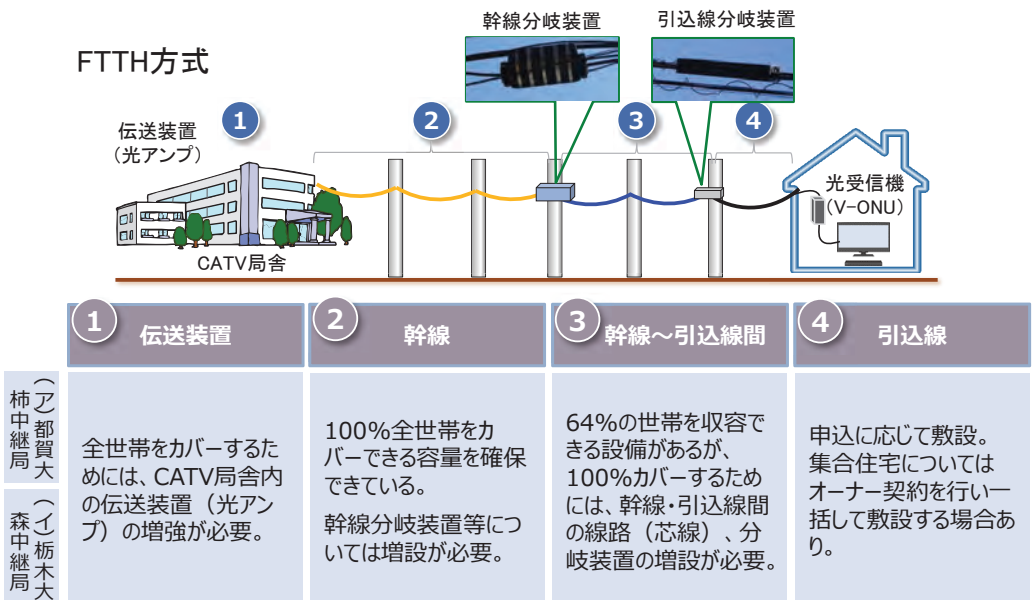
(ア) 都賀大柿中継局(栃木県栃木市)



(イ) 栃木大森中継局(栃木県栃木市)



A-PABホームページより



参考(再掲): ケーブルテレビによるミニサテ局の代替検討② (滋賀県大津市、湖南市)

- ✓ (株) ZTV※のエリア内の滋賀県のミニサテ局について、ケーブルテレビの再放送による代替を検討。
- ✓ 大津比叡平中継局、菩提寺中継局 (ミニサテ局) については、どちらもサービス提供エリア内であることを確認。
- ✓ 幹線は、全世帯を100%収容する容量を確保していますが、全世帯をカバーするためには、幹線・引込線間の線路 (芯線) の敷設や分岐装置等の増設が必要となります。

※ 株式会社ZTV(三重県津市)は、三重県(津市、松阪市、亀山市、伊勢市、尾鷲市、熊野市など)、和歌山県(田辺市、新宮市など)、滋賀県(大津市、草津市、守山市、栗東市、野洲市、湖南市、近江八幡市、彦根市、米原市、長浜市など)、京都府(京都市西京区(大枝、御陵、大原野)、京丹波町)をサービスエリアとする事業者

(ウ)大津比叡平中継局(滋賀県大津市)

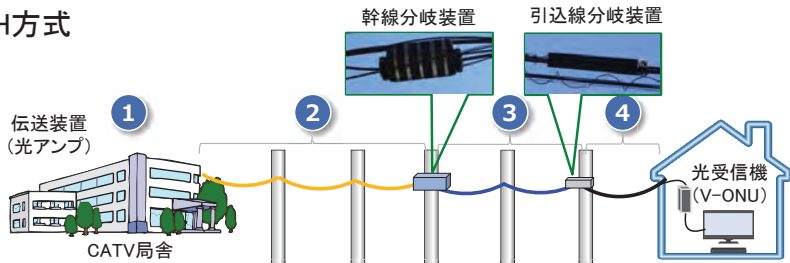


(エ)菩提寺中継局(滋賀県湖南市)



A-PABホームページより

FTTH方式



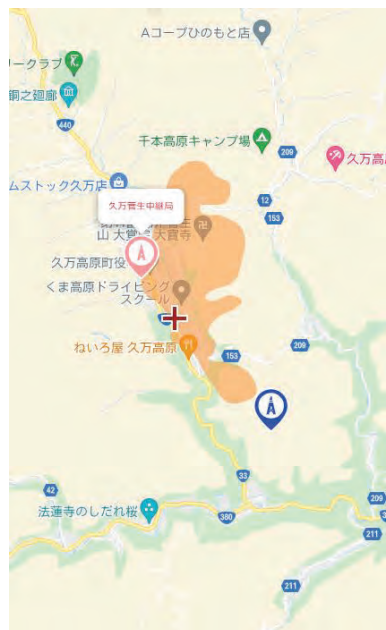
① 伝送装置	② 幹線	③ 幹線～引込線間	④ 引込線
全世帯をカバーするためには、CATV局舎内の伝送装置(光アンプ)の増強が必要。	100%全世帯をカバーできる容量を確保できている。 幹線分岐装置等については増設が必要。	50%の世帯を収容できる設備があるが、100%カバーするためには、幹線・引込線間の線路(芯線)、分岐装置の増設が必要。	申込に応じて敷設。集合住宅についてはオーナー契約を行い一括して敷設する場合あり。

参考(再掲): ケーブルテレビによるミニサテ局の代替検討③ (愛媛県久万高原町)

- ✓ (株) 愛媛CATV※のエリア内のミニサテ局について、ケーブルテレビの再放送による代替を検討。
- ✓ 久万菅生中継局の放送エリアのカバー率は、約40%。エリア内の加入率は、約60%。
- ✓ エリア内全戸に提供するためには、幹線・引込線間の線路 (芯線) の敷設、分岐装置等の増設が必要となります。また、エリアカバー率を100%とするためには、電柱共架申請や電柱工事等も必要となります。

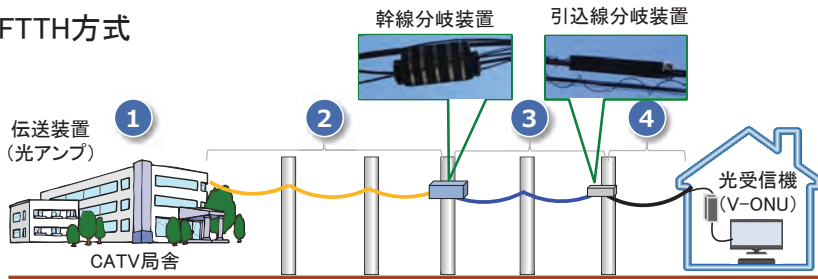
※ 株式会社愛媛CATV(愛媛県松山市)は、愛媛県(松山市、東温市、伊予市、久万高原町など)をサービスエリアとする事業者

(オ)久万菅生中継局(愛媛県上浮穴郡久万高原町)



A-PABホームページより

FTTH方式



① 伝送装置	② 幹線	③ 幹線～引込線間の線路	④ 引込線
ヘッドエンドの伝送装置(光アンプ)は、既存の設備で対応可能	100%全世帯をカバーできる容量を確保できている。新たな敷設は不要。	エリア内全戸に提供するためには、幹線・引込線間の線路(芯線)の敷設や分岐装置等の増設が必要。 エリアカバー率を100%にするためには、電柱改修も必要。	エリア内で全戸に提供するためには、引込線の敷設が必要。 エリアカバー率を100%にするためには、電柱改修も必要。

前回の検討会で示された当面の検討課題

<小規模中継局等のケーブルテレビによる代替>

小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関して、ケーブルテレビによる代替（巻取る）も可能であるが、取組を進めるに当たって考慮すべき制度上・運用上の事項や必要な対応について検討する。

（候補地域の選定手続、住民への周知、説明等対応すべき事項としてどういったものが考えられるか 等）

参考：ケーブルによる小規模中継局・共聴施設の代替例（地デジ化時、奈良県）

地デジ化時には、ケーブルテレビ、放送局、自治体が連携し、多数の小規模中継局・共聴施設の代替（巻取り）を実施。奈良県南部では、ほぼ全域をケーブルで代替。

奈良県内山間部のテレビ難視聴地域において、地上デジタル放送への円滑な移行を実現し、ブロードバンドインターネット環境を整備することで、情報通信格差（デジタルデバイド）を解消する

平成15年3月：県・関係市町村・県域TV局・近鉄ケーブルネットワーク(株)等が出資し、第3セクターこまどりケーブル(株)を設立

- ・ 県、市町村の支援を受けつつ、各地域での小規模中継局、共聴の巻取りを実施
- ・ 各地域において一定の加入率を下回った場合、自治体が保証を行うことを確認し整備に着手

県内各自治体で500回以上の説明会を開催

- ・ 自治体等と共同で説明会を開催。自治体から地デジ化の必要性、「新世代地域ケーブルテレビ施設整備事業」補助金等を活用することでケーブル加入費用が補助される点、こまどりからサービスの概要を説明。議会、自治会長等へも随時説明

平成22年度：全地域において整備完了

平成23年（2011年）：アナログ放送終了

整備したCATV網を活用して、各自治体ごとに独自チャンネル映像による緊急情報、福祉情報、観光情報等、地域に密着した多様な情報を提供

山間部等の地理的条件によるテレビ難視聴解消のための辺地共聴施設で

地上デジタル放送

を受信するために・・・

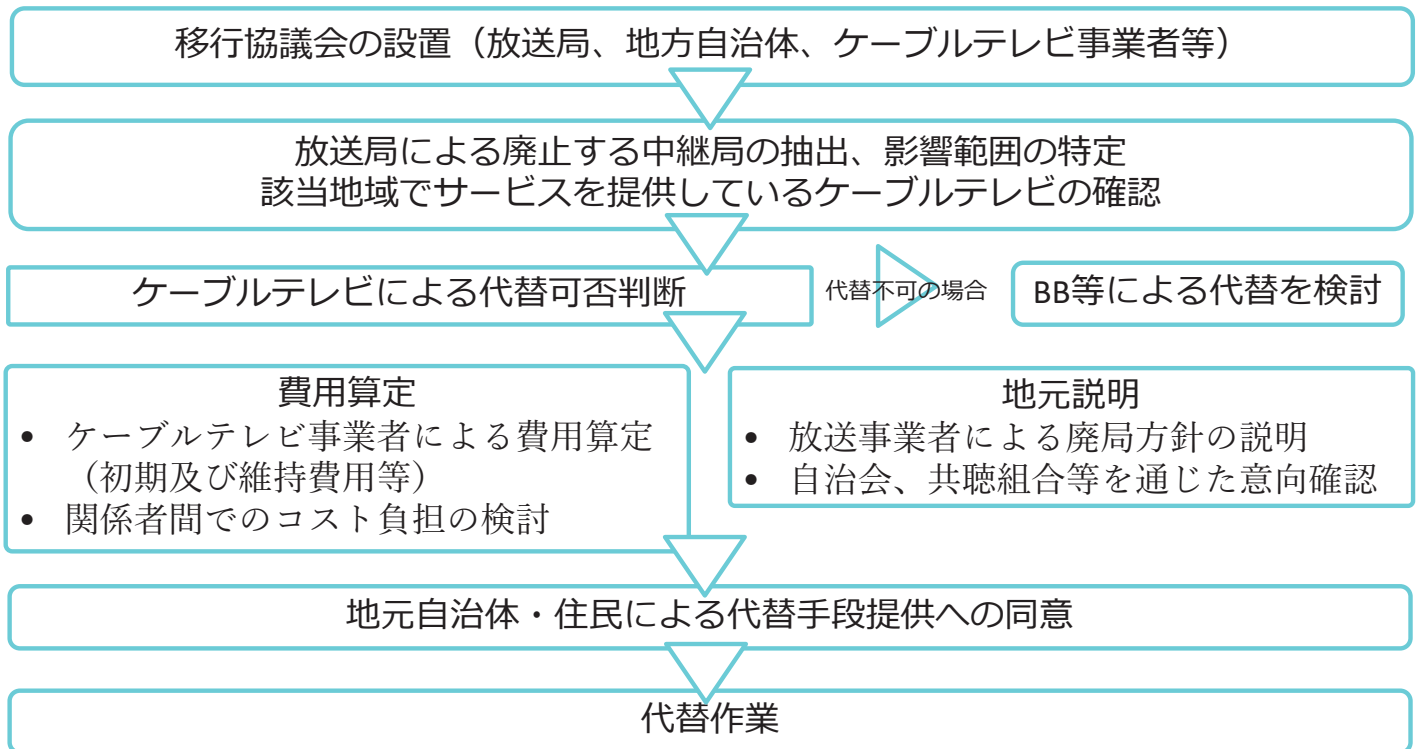
あなたの地域の
辺地共聴施設でも
デジタル改修工事が
必要となります！

アナログ放送は
見えているのに、
デジタル放送になると
受信できなくなる
という地域も・・・

2011年7月24日までに
今のテレビ放送(アナログ放送)は終了します。

小規模中継局等のケーブルテレビによる代替・想定フロー（案）

地デジ化時のケーブルテレビによる小規模中継局や協聴施設の代替（巻取り）を行った経験に基づき、小規模中継局のケーブルテレビによる代替を行う場合、以下の流れが想定される。



考慮すべき制度上・運用上の事項

【移行協議会の設置】

関係者の連携下での地元理解の取得が必要

廃局が計画されている小規模中継局を運用する放送局に加え、地元自治体、ケーブルテレビ事業者等の代替手段提供者が連携し、必要に応じ協議会等を設置し、対応を協議することが望ましい。

【放送局による廃止する中継局の抽出、影響範囲の特定】

廃局しようとする小規模中継局を運用する放送事業者により、廃局に伴う影響範囲の特定が必要

小規模中継局を廃局しようとする場合、その小規模中継局が送信する電波を受信し更に再送信している孫ミニサテや、共聴設備などへの影響が考えられる。廃局しようとする小規模中継局を運用する放送局において、当該小規模中継局を直接受信している世帯の特定に加え、これらの設備の特定を行うことが必要。

考慮すべき制度上・運用上の事項

【費用算定】

小規模中継局の廃止に伴いケーブル等の代替手段を導入する場合、新たに設備増強・保守等の費用が発生

小規模中継局がカバーしていたエリアでケーブルテレビがサービス提供する場合、新たにセンター設備の増強、線路の延伸・増量、宅内への引き込み、伝送方式によりONU・STB等の設置が必要な場合があり、それらの費用について、放送法におけるNHKの「あまねく受信義務」や民間放送事業者の「あまねく受信努力義務」をふまえた負担の在り方の検討が必要。

また、初期費用に加え、運用費用、機器更新費用を含めた将来の費用も発生することにも留意が必要。さらに、将来、人口が減少した場合においても、設置する施設の規模は当初の人口に対応したものとなり、当初の規模に対応する運用費用が必要となることにも留意が必要。

【料金支払い】

これまで無料で視聴していた視聴者が新たに料金を支払わなければならない場合、負担の在り方の検討が必要

「小規模中継局等の…代替の対象となる住民の方々において…初期費用（加入費・工事費等）や毎月の利用料の支払い、宅内における追加設備の設置費用の支払い等が必要となる場合も想定され…」、「放送事業者が足並みをそろえて代替方法を検討することが重要※」とされている。

※「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」とりまとめ

ケーブルテレビの現状と課題

2023年5月12日
(一社) 日本ケーブルテレビ連盟



2030 Cable Vision

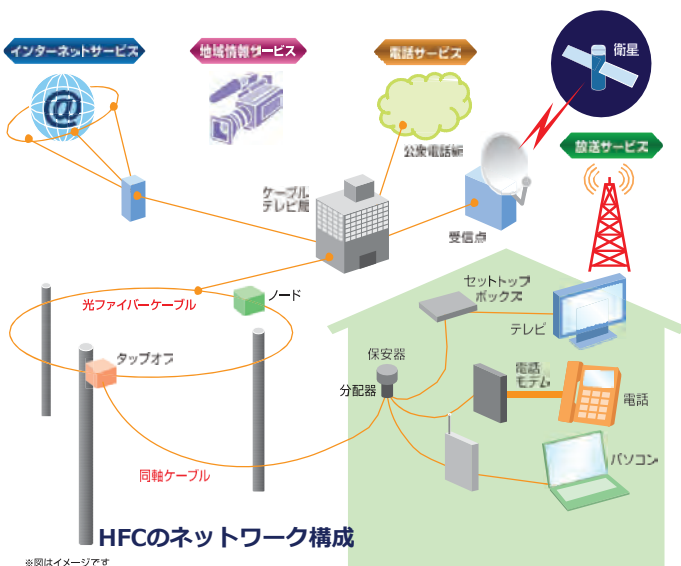
Japan Cable and Telecommunications Association Confidential and Proprietary

ケーブルテレビとは

- ケーブルテレビは、1955年、群馬県伊香保温泉における**地上放送の難視聴対策**として誕生。
- 光ファイバーや同軸ケーブルを敷設し、**地上放送や衛星放送の再放送**を行っているほか自主制作のコミュニティ放送、インターネットの**ブロードバンドサービス**を提供。
- また、中高層の建築物や鉄道施設等による**電波受信障害対策**もケーブルテレビが対応。

ケーブルテレビの歴史

1953年	地上テレビ放送開始
1955年	群馬県伊香保温泉で初のケーブルテレビ誕生
1972年	有線テレビジョン放送法制定
1980年	社団法人 日本ケーブルテレビ連盟設立
1987年	初の都市型ケーブルテレビ開局 (多摩ケーブルネットワーク(株))
1996年	ケーブルインターネット開始
1997年	電話サービス開始
2005年	ケーブルテレビ発祥50周年
2014年	4K試験放送開始/ケーブルスマホ(MVNO)サービス開始
2015年	デジアナ変換サービス終了/「ケーブル4K」実用放送開始
2017年	「ケーブルIDプラットフォーム」運用開始
2018年	「新4K8K衛星放送」再放送開始
2020年	ローカル5G/地域BWAの業界統一コア運用開始
2021年	「2030ケーブルビジョン」公表



2030 Cable Vision

Japan Cable and Telecommunications Association Confidential and Proprietary

ケーブルテレビの現状

■ケーブルテレビ全事業者数 **464社**
 ■加入世帯数 **3,139万世帯**
 ■世帯普及率 **52.5%**

出典：総務省「ケーブルテレビの現状」（令和4年11月版）

【ケーブルテレビ連盟加盟社情報】

■加盟社数 **348社**
 (全事業者のうち約75%が加盟)
 ■総接続世帯数 **2,772万世帯**
 (世帯普及率：46.4%*)
 ■インターネット接続加入世帯数 **1,032万世帯**
 (加入率：17.3%*)
 ■多チャンネルサービス加入世帯数 **782万世帯**
 ■電話サービス加入世帯数 **876万世帯**
 ■事業売上 **1兆3,788億円**

出典：日本ケーブルテレビ連盟2022年度会員情報

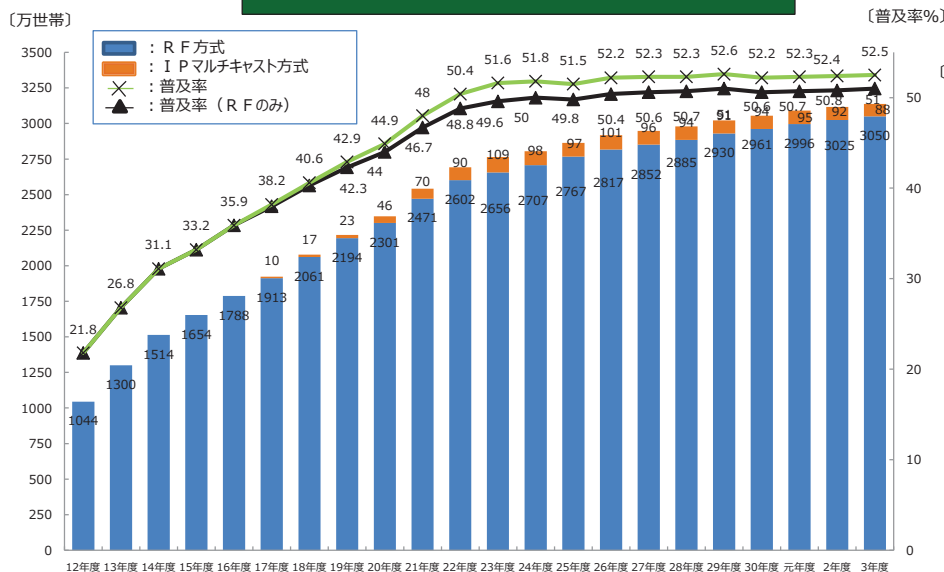
*世帯普及率、加入率は総務省令和4年1月1日現在
住民基本台帳による総世帯数5,976万世帯から算出



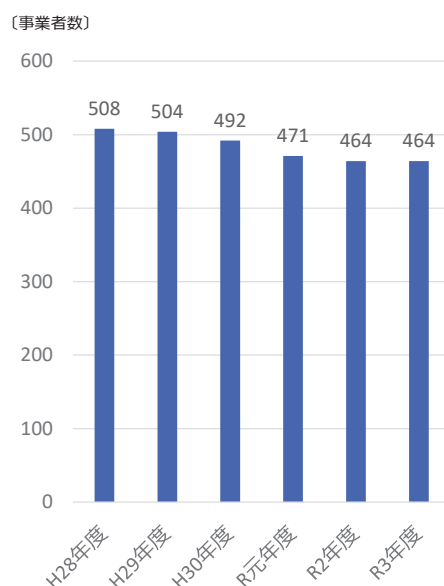
ケーブルテレビの普及状況

令和3年度末におけるケーブルテレビの普及状況について、登録に係る自主放送を行うための有線電気通信設備（501端子以上）によりサービスを受ける加入世帯数は、約**3,139万世帯**、**世帯普及率は約52.5%**、有線電気通信設備を用いて自主放送を行う登録一般放送事業者数及び登録に係る自主放送を行うための有線電気通信設備数は、それぞれ**464事業者**、**660設備**。

ケーブルテレビの加入世帯数・普及率の推移



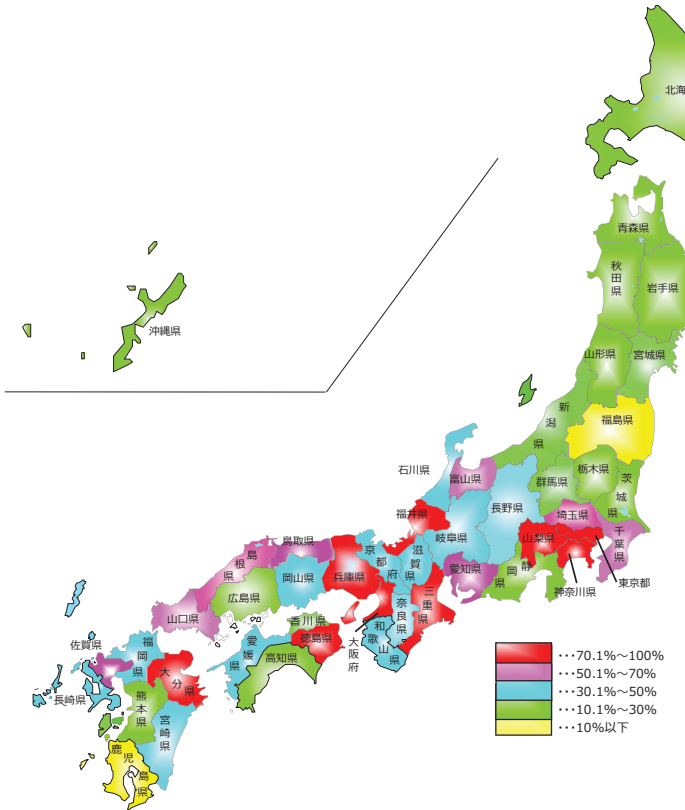
有線電気通信設備を用いて自主放送を行う登録一般放送事業者数の推移



※最新の普及率は、令和4年1月1日現在の住民基本台帳世帯数から算出。
 ※平成22年度までは自主放送を行う旧有線テレビジョン放送法の許可施設（旧電気通信役務利用放送法の登録を受けた設備で当該施設と同等の放送方式のものを含む。）、平成23年度以降は登録に係る自主放送を行うための有線電気通信設備の加入世帯数、普及率の推移。
 ※RF方式における「加入世帯数」は、登録に係る有線電気通信設備の総接続世帯数（電波障害世帯数を含む）を指す。



都道府県におけるケーブルテレビの普及率



地域によっては7割から9割の普及率

※令和3年度末現在。
 ※最新の普及率は、令和4年1月1日現在の住民基本台帳世帯数から算出。
 ※下記の統計値については、I P マルチキャスト方式による放送に係るものを含む。

都道府県	普及率	都道府県	普及率	都道府県	普及率	都道府県	普及率	
北海道	26.4%	埼玉県	56.5%	岐阜県	40.7%	鳥取県	63.1%	
青森県	17.2%	千葉県	57.6%	静岡県	28.6%	島根県	55.6%	
岩手県	18.0%	東京都	78.8%	愛知県	54.1%	岡山県	33.4%	
宮城県	26.9%	神奈川県	72.5%	三重県	72.6%	広島県	30.1%	
秋田県	17.2%	新潟県	22.6%	滋賀県	38.4%	山口県	63.8%	
山形県	17.1%	富山県	68.7%	京都府	48.8%	徳島県	92.0%	
福島県	4.0%	石川県	42.6%	大阪府	86.3%	香川県	28.3%	
茨城県	22.3%	福井県	74.6%	兵庫県	73.5%	愛媛県	37.2%	
栃木県	24.0%	山梨県	81.3%	奈良県	49.1%	高知県	25.6%	
群馬県	14.1%	長野県	47.1%	和歌山県	38.5%	福岡県	46.8%	
							全国	52.5%

総務省「ケーブルテレビの現状」

ケーブルテレビインフラの状況

- 日本の総世帯数5,976万世帯に対し、ケーブルテレビは5,280万世帯をカバー（カバー88.4%）辺地、離島含め、全国でサービスを提供。
- 3,139万世帯（総世帯の52.5%）がケーブルテレビに加入。
- 他の通信事業者への回線提供やダークファイバーの活用など、地域のインフラ事情に応じ、通信事業者とも連携

ホームパス：5,280万世帯（88.4%）

・未加入者が申込みば直ちに加入できる世帯数（自宅近辺までケーブルテレビの幹線が敷設されている状態）

※ケーブルテレビ連盟正会員事業状況報告（2022年3月末）

加入世帯：3,139万世帯（52.5%）

・実際にケーブルテレビに接続されている世帯数

※総務省「ケーブルテレビの現状」（令和4年11月）

我が国の総世帯数：5,976万世帯

※住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数（総務省、令和4年1月1日現在）

離島におけるTV・ネットサービス提供



山間部におけるテレビ共聴設備



戸建て住宅におけるケーブルテレビのテレビ共聴・ネット設備（アンテナ不要でケーブルによりTVを視聴）



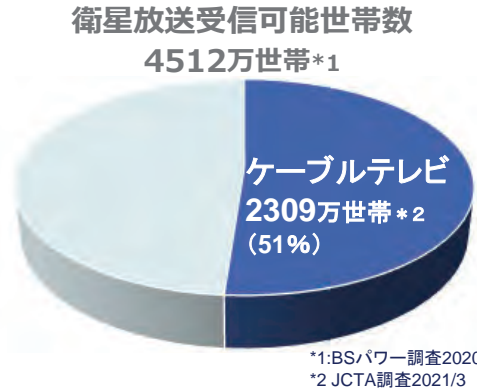
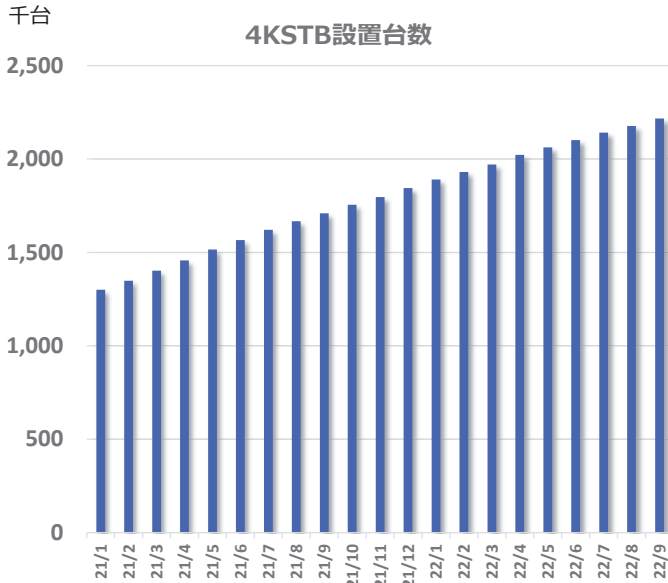
都市部の集合住宅におけるケーブルテレビのテレビ共聴・ネット設備



衛星放送普及への貢献

- 衛星放送の再送信により、**2千万世帯***以上にパラボラアンテナ不要の視聴環境を提供。
- 4K対応セットトップボックスを**2百万世帯***以上に設置し、4K放送の普及にも貢献。
- 4K放送が受信困難な集合住宅へ、ローカル5Gを活用したサービス提供も検討中。

*連盟会員社の回答



ケーブルテレビでの雇用環境

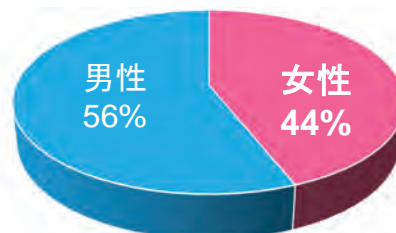
ホワイト企業ランキング 1位獲得

安全衛生優良マーク推進機構（SHEM）が、ケーブルテレビ株式会社（本社:栃木市樋ノ口町）を、「2023年2月版 ホワイト企業ランキングTOP100」において、**全国19,000社の中から第1位**に選出

有給取得率の向上や、健康経営優良法人認定等の認証取得活動が寄与



ケーブルテレビ業界の従業員男女比



(参考) 他業種の女性比率
全産業 : 45%
情報通信業 : 28%

※ 労働力調査 (基本集計) 2022年

※ケーブルテレビ年鑑2023年版に記載の企業別 男女別従業員数を集計 (231社分、男性5284名、女性4190名)

ケーブルテレビ各社における取組例

保育園、子育て支援センター設置

CNA秋田ケーブルテレビ※ 愛媛CATV ※※
J:COM ※※ goolight ※※※



※ 事業者が運営する認可保育園
※※ 小規模型事業所内保育所
※※※ 市営子育て支援センター指定管理事業

育児・介護休暇

CCNet



・育児休暇
～出生時に加えて子供が2歳に達するまで取得可能。
～有給での休暇制度も用意
・介護休暇
～通算2年までの有給で取得可能

ファミリーデー開催

CCN



・家族向けに職場見学会を実施
・番組収録体験や歌のお兄さんライブ、職場見学ツアーなどを開催

えるぼし認証※の取得

ケーブルテレビ富山



※女性活躍推進法に基づく認証制度。男女の採用競争倍率や、男女労働者の平均勤続年数等一定の基準を満たすことで取得が可能

我が国の現状とケーブルテレビの対応課題

我が国が直面している状況

- 少子高齢化の更なる進展 ● 人口減少の進展 ● ファミリー層が縮小、単独世帯が主に
- グローバル経済における日本の地位低下 ● コロナ禍で疲弊し、持続的な成長を求める地域経済
- 移動しない、接触しない「新たな日常」
 - ⇒ Society 5.0、DX関連の取組が加速
 - ✓ 新しい働き方の普及、ウェブ会議、遠隔授業といった新様式の定着
 - ✓ 社会の情報インフラへの依存度の増大と、通信事故や情報セキュリティの社会への影響の増大
- 政府においてもデジタル化に向けた取組が本格化

ケーブルテレビの地域における情報インフラとしての役割

- ☞ 安定的な放送・通信サービスの提供
- ☞ 地域に密着したメディアとしての情報発信
- ☞ ICTを活用した地域の活性化・地域DXの実現

ケーブルテレビによる地域貢献にむけた課題

人口減少・設備老朽化の中での
放送受信環境の維持・整備

ネットワーク基盤の
安定的運用

地域コンテンツ・情報インフラを
活用した地域活性化



ケーブルテレビによる地域貢献にむけた課題

人口減少・設備老朽化の中での
放送受信環境の維持・整備

- 小規模中継局（ミニサテ）等の維持が困難なエリアへの対応など、デジタル時代を踏まえた放送インフラの整備
- 辺地共聴施設の安定的運用
- 高築年数の建物等における受信環境の改善
- 中小規模のケーブルテレビ支援
- 行政と連携したコミュニティFMの運営

ネットワーク基盤の安定的運用

- ケーブルテレビにおける光ファイバ整備
- 頻発する自然災害への対応等の耐災害性強化、安全信頼性強化
- サイバーセキュリティへの対応強化
- 地域プラットフォームの効率化・安定性確保
- ローカル5G等の無線技術を活用した、地方でのラストワンマイルの解消や、集合住宅ネットワークの高速化
- ローカル5G等、ワイヤレス利活用モデルの普及促進

地域コンテンツ・情報インフラ
を活用した地域活性化

- ケーブルテレビを活用した地域情報発信力の強化
- コンテンツ基軸の地域の魅力創出、賑わい創出
- ケーブルテレビにおける情報バリアフリー促進に向けた字幕放送の普及促進
- デジタル田園都市構想実現に向けた地域モデル普及促進
- マイナンバーカード等の先導的技術を活用した地域DXの促進
- ケーブルテレビを活用した高齢者向けデジタル活用支援
- ケーブルテレビの円滑な運用と成長を支える人材、デジタル時代のコンテンツ人材の獲得・育成

地域DXで地域を豊かに、人々を笑顔に

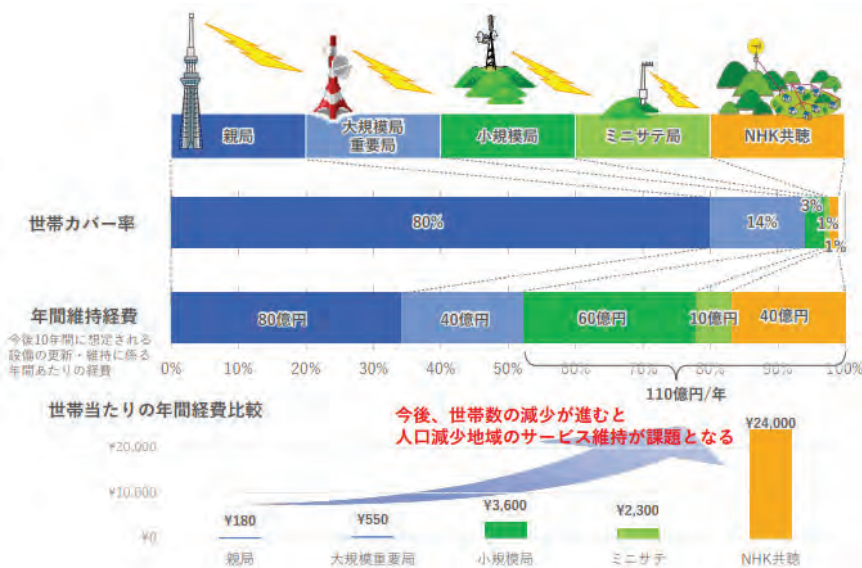


人口減少・設備老朽化の中での 放送受信環境の維持・整備

小規模中継局（ミニサテ）等の維持が困難なエリアへの対応など デジタル時代を踏まえた放送インフラの整備

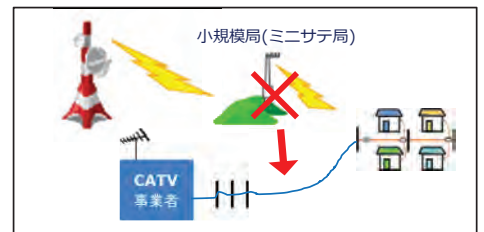
人口減少に加え設備の老朽化等による地上波放送インフラが維持困難となる地域で、小規模中継局（ミニサテ）や共聴設備のケーブルテレビへの移管の円滑化や運営・維持管理の負担軽減が必要

地上テレビジョン放送の送信にかかる経費



地デジ化時に導入された設備が、全国で一斉に更新時期を迎えており、設備更改問題が顕在化。費用面から設備更新が困難な設備も多い。

<小規模中継局の代替イメージ>



<辺地共聴施設の代替イメージ>



総務省 デジタル時代の放送制度の在り方検討会検討会資料

小規模中継局のケーブルテレビ代替の検討

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（第16回）
説明資料再掲

ケーブルテレビは、全国約9割の世帯において利用可能。多くの小規模中継局（ミニサテ）のカバーエリアにおいてもサービス提供中であり、この場合は一定の設備追加を行うことで追加の権利処理を行うことなく小規模中継局を代替することが可能

【ケーブルテレビの優位性】

- ✓ ケーブルテレビは、総接続世帯3,139万世帯*に対して地上波の再放送を提供。
- ✓ 国内の総世帯数5,950万世帯の52.5%であり、国内の約半数の世帯がケーブルテレビを通じて地上放送を視聴。
- ✓ 総世帯のうち88.4%（5280万世帯**）は、未加入者でも申し込みれば直ちに加入できる状態（自宅近辺までケーブルテレビの幹線が敷設されている状態）

* 総務省「ケーブルテレビの現状」（令和4年11月）

** ケーブルテレビ連盟正会員事業状況報告（2022年3月末）

【制度面】

- ✓ ケーブルテレビを通じて行われる放送の再送信は、**放送法上の「放送」と位置付けられており、現行制度上で速やかに導入可能。**
- ✓ このため、**ケーブルテレビでは放送と同一内容を視聴することが可能。**「ふたかぶせ」によるコンテンツの差替えも不要。
- ✓ ケーブルテレビによる再送信の品質・機能は品質省令等で強制規格として規定。基幹放送から送信されるものと同等であることが担保。データ放送、字幕、緊急地震速報等をそのまま利用可能。

【ブロードバンドサービス】

- ✓ ケーブルテレビによる地上波の再放送に関連し、**多くのケーブルテレビ事業者は、ブロードバンドサービスも提供。**地上・衛星放送のIPユニキャスト送信も技術的にはケーブルテレビでも対応可能。

参考:ケーブルテレビによるミニサテ局の代替検討(栃木県栃木市)

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（第16回）
説明資料再掲

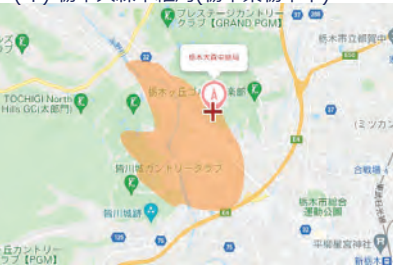
- ✓ (株) ケーブルテレビ※のエリア内のミニサテ局について、ケーブルテレビの再放送による代替を検討。
- ✓ 都賀大柿中継局、栃木大森中継局（ミニサテ局）については、どちらもサービス提供エリア内であることを確認。
- ✓ 幹線は、全世帯を100%収容する容量を確保していますが、全世帯をカバーするためには、幹線・引込線間の線路（芯線）の敷設や分岐装置等の増設が必要となります。

※ 株式会社ケーブルテレビ（栃木県栃木市）は、栃木県（栃木市など）、群馬県（館林市など）、茨城県（結城市、筑西市など）、埼玉県（久喜市（一部））をサービスエリアとする事業者

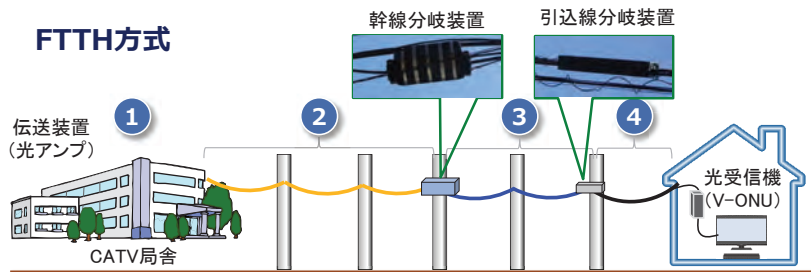
(ア) 都賀大柿中継局(栃木県栃木市)



(イ) 栃木大森中継局(栃木県栃木市)



A-PABホームページより



1	2	3	4
伝送装置	幹線	幹線～引込線間	引込線
全世帯をカバーするためには、CATV局舎内の伝送装置（光アンプ）の増強が必要。	100%全世帯をカバーできる容量を確保できている。幹線分岐装置等については増設が必要。	64%の世帯を収容できる設備があるが、100%カバーするためには、幹線・引込線間の線路（芯線）、分岐装置の増設が必要。	申込に応じて敷設。集合住宅についてはオーナー契約を行い一括して敷設する場合あり。

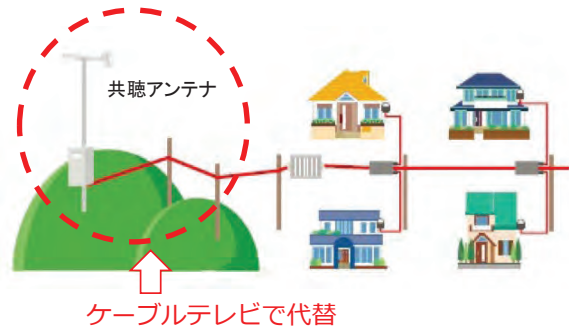
(ア) 都賀大柿中継局
(イ) 栃木大森中継局

辺地共聴施設の安定的運用

- 全国で約15,000施設※ある共聴施設は、地域住民にとってテレビを受信し、防災情報を含めた情報を取得するための必要不可欠なインフラ。
- 地デジ化時に一斉に整備された施設が一斉に老朽化していることに加え、過疎化・人口減少の加速化が進んだことで運用基盤が脆弱化。地域住民が自主的に運用している共聴設備では設備更改・運用継続が困難なものが多数に上る状況。

※ 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」報告書

共聴施設の伝送路例



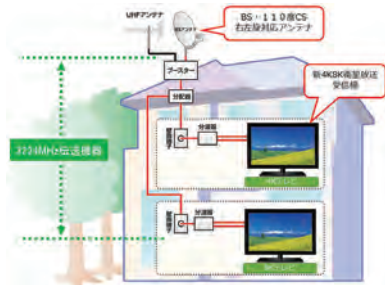
辺地共聴施設

放送電波が山や丘陵によって遮られる地域に対し、難視聴解消対策として、主に地域住民により設置された施設

災害時における安定的な運用、被災時の迅速な回復を行うためには安定的な運用基盤が不可欠。ケーブルテレビ等による代替への円滑な移行支援が必要。

高築年数の建物等における受信環境の改善

建築より年月の経った集合住宅等では建築当初の旧式の放送受信設備が使用されているものも多く、衛星放送やブロードバンド等の情報サービスを利用することが困難。



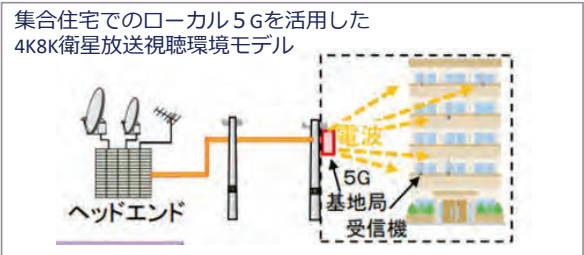
日本ケーブルテレビ技術協会「衛星放送用テレビ受信設備の施工ガイドライン」

- 衛星放送・4K8Kを視聴するためには、地デジ用アンテナに加え
- BS・110度CS右左旋対応アンテナや
 - ブースター・分配器・分波器等の受信設備の追加・更新が必要

特に、高築年数の集合住宅における設備の現行化が課題



高築年数集合住宅と旧式の受信設備



集合住宅でのローカル5Gを活用した4K8K衛星放送視聴環境モデル

衛星放送、4K・8Kなどの高度な放送システムを受信できるよう、設備の現行化の促進が必要。集合住宅の修繕における指針づくりや、光化やローカル5G等の活用も含め、通信放送インフラの現行化・高度化の促進が必要

中小規模のケーブルテレビ支援

都市部を中心にケーブルテレビの高度化・集約化が進む一方、山間部や離島など地方では人口の少ない不採算地域において苦しい経営状況が続いており、設備更新や運営継続が難しい事業者もある。

(長野県の例)

人口密度が低く家屋が散在するため線路の延伸距離が長くなり、大規模なインフラ投資が必要な地域が多い。

■多数の小規模の事業者が運営

長野県内には自主放送を行う登録事業者が44社(令和4年12月現在)あり、そのうち、10,000加入未済の小規模事業者が34社。

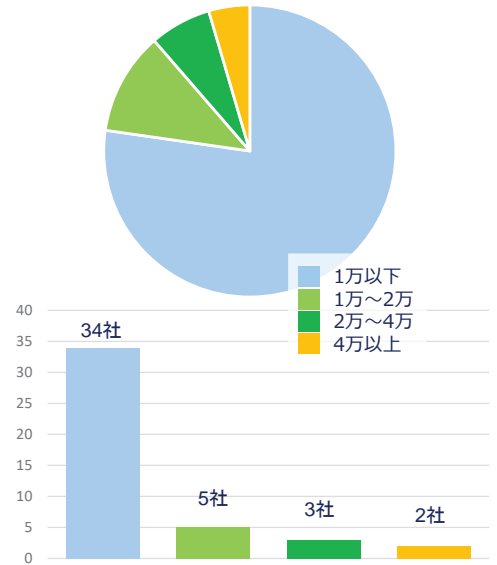
■自治体中心の経営形態

10,000加入未済(小規模事業者)の70%が自治体系事業者。
自治体系事業者のすべてが加入者数5,000件未済。

■経済縮小、設備更改への負担から、経営破綻に至るケース

2018年1月に、デジタルの設備更新ができない佐久高原ケーブルビジョン(佐久穂町)が事業を停止。
一時的に加入者約650世帯がテレビを視聴できない状態に。

加入数別事業者数(長野県)



※日本ケーブルテレビ連盟調べ



- 地デジ化前に導入した設備の老朽化が進む一方、資金面から設備更改に課題
- 採算性の問題から他のケーブルテレビ事業者や通信事業者からも吸収等に難色を示される例も
- 通信事業に対する国の補助は放送部分に適用されず、放送・通信を一体運用する事業者の支援に課題

中小規模ケーブルテレビ事業者における、設備更新・事業運営への通信・放送一体での支援や、近隣事業者とのサービス連携・事業譲渡の円滑化の支援が必要

行政と連携したコミュニティFMの運営

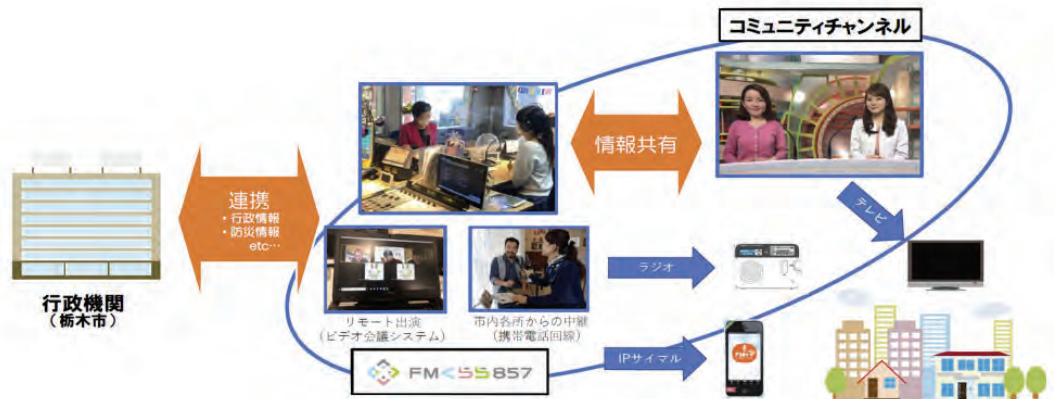
一部のケーブルテレビ事業者では、エリア内の自治体と連携しコミュニティFMを運営。ケーブルテレビのサービスエリアが複数市町村にまたがる場合、現行制度上では保有・運営が困難な場合もある

- ケーブルテレビでは自治体等から、経営困難に陥った既存コミュニティFMの救済合併を求められる場合や、防災ラジオ自動起動機能連携などでの防災目的で開設を求められる場合もある
- ケーブルテレビのエリアが複数の自治体にまたがる場合、現行制度では、一つの自治体でコミュニティFMを開設すると他の自治体での開設が困難になる場合もある

コミュニティFMスタジオ例



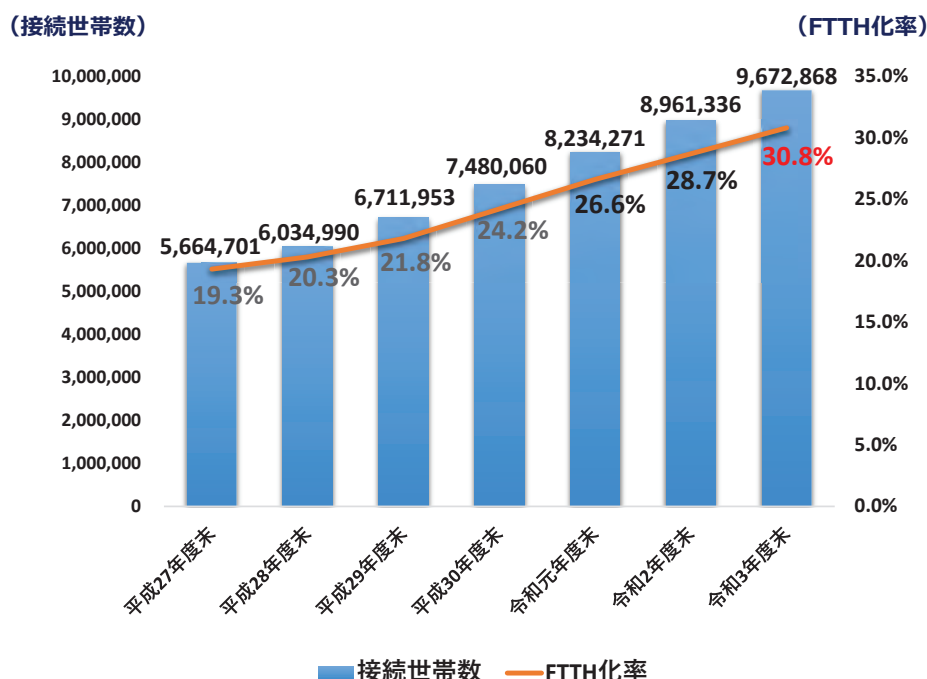
行政機関・コミュニティチャンネルと連携したコミュニティFM放送



ネットワーク基盤の安定的運用

ケーブルテレビにおける光ファイバ整備

都市部の集合住宅や地方の中小規模局では旧式の設備も多く利用。順次、FTTH化（光化）が進められているが、全体の約3割に留まる。4K・8Kなどの放送の高度化、ネットワーク高速化への対応、対災害性など設備の安定性・信頼性を確保することが必要。



現状課題

- ◆ 同軸ケーブルを用いた旧方式(HFC)の利用も多く、依然としてブロードバンドサービスの利用ができない地域も残る

都市部集合住宅での課題

- ◆ 既存の集合住宅は4K放送やFTTH利用ができない物件も多い
- ◆ 棟内改修に費用な負担は建物オーナー/住民となり、改修（サービス導入）が進みにくい。

地方中小局での課題

- ◆ 設備の老朽化が進み更新時期を迎えるものも多い
- ◆ 小規模自治体ケーブルには改修費用が重い

技術進展への対応

- ◆ 大容量光伝送技術、IP伝送技術など技術の進展に合わせた研究開発・標準化も必要

総務省資料

ケーブルテレビにおける光ファイバ整備（2）

- 従来の同軸ケーブルと比較し、光ファイバは高速・大容量の通信が可能
- 今後の4K・8K化などの放送の高度化に対応するとともに、ブロードバンド等の進展への対応や設備の安定性・信頼性を確保するため、ケーブルネットワークの光化が必要。

同軸ケーブル（銅線）



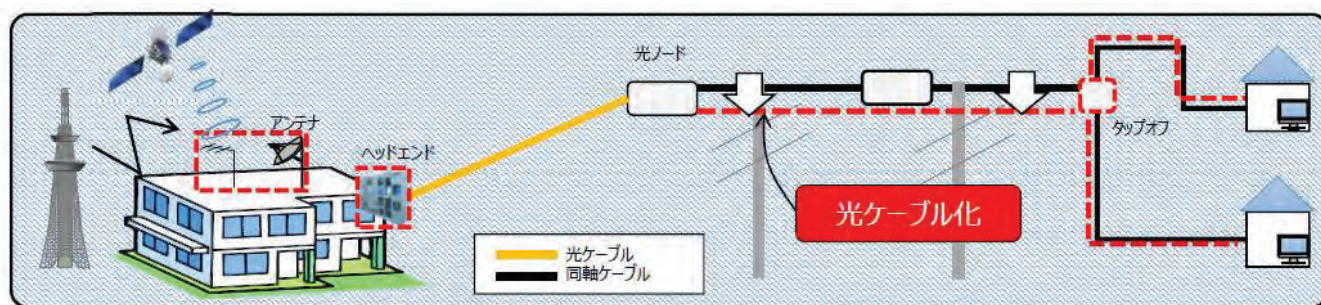
光ケーブル（光ファイバー）



光ファイバーは同軸ケーブルと比較し、約1000倍の情報を伝達。電気信号ではなく光信号を用いるため、落雷等にも耐性



光ケーブル作業



頻発する自然災害への対応等の耐災害性強化、安全信頼性強化

ケーブルテレビは災害時の情報インフラ・ネットワーク基盤として重要な役割を果たす一方、落雷、電柱倒壊や飛来物による切断が発生した場合、住民に災害情報を届けることができなくなる。

大型台風による倒木、飛来物による被害の増加



令和元年台風15号における鉄塔及び電柱の損壊事故調査検討ワーキンググループ中間整理より

現行の対応策

- 幹線2ルート化・光化や水害想定地域からの設備移転
- 幹線の地中化

<耐災害性強化における課題>

- 信頼性向上に伴う設備投資は、**中小事業者**にとって**財政面**に課題。該当地域が不採算に至る可能性がある状況。
- 災害時の復旧作業は、**財政面**、**人的リソース**での負担が大きい。
(数十名規模の中小事業者では、対応する従業員自身も被災者)

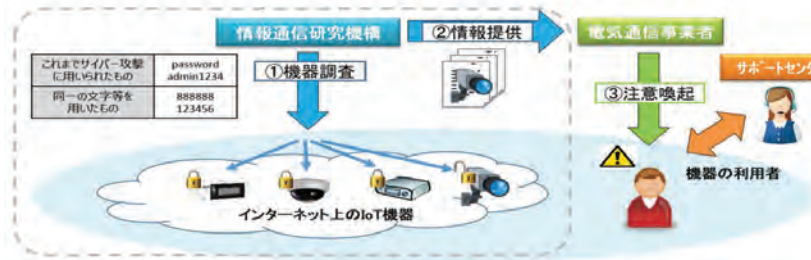
信頼できる災害情報を確実に提供するため、耐災害性の強化が必要。災害復旧時の電柱協架作業の効率化や電柱地中化への対応に関して関係者での調整及び中小規模通信事業者への支援のあり方の検討が必要

サイバーセキュリティへの対応強化

サイバー攻撃が年々高度化し、中小規模の事業者では、セキュリティに精通した人材の確保や対応ノウハウの蓄積も困難。

☞ サイバーセキュリティ対策として、インシデント情報共有、訓練への参加、セキュリティ監査、従業員のセキュリティ教育が挙げられるが、中小事業者にとってはリソース確保や対応する人材の確保に課題

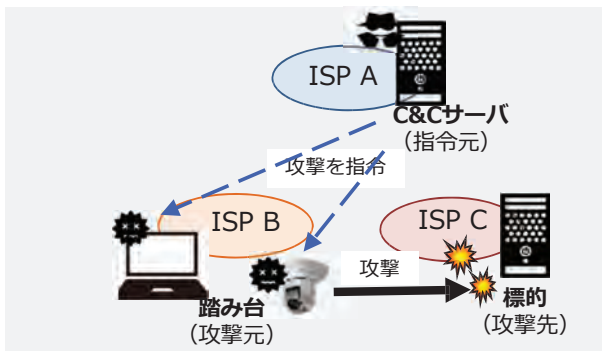
総務省「NOTICEプロジェクト」の概要



■ 総務省は、サイバー攻撃に悪用される恐れのあるIoT機器を調査し、ISPを通じて利用者への注意喚起を行うプロジェクト「NOTICE」を推進。連盟会員社からも参画。

(出所) 総務省「NOTICE概要説明資料」より

指令元、攻撃元、攻撃先が複数のISPにまたがるサイバー攻撃の例



■ 指令元、攻撃元、攻撃先が複数のISPにまたがるサイバー攻撃などに対処する「事業者間連携によるサイバー攻撃対策」の環境整備が進められている(2023年6月16日施行)

今後、攻撃手口・防御手段などのノウハウやインシデント情報共有のため、更なる情報連携の強化や、サイバー攻撃対策参画への裾野拡大が必要

地域プラットフォームの効率化・安定性確保

構成員限り

コロナ禍後の通信トラフィック急増により、地域IXによる複数事業者間の流路効率化や輻輳時対応など効率化・安定性確保が必要

地域トラフィックの集約・効率化と、輻輳時・障害発生時における異ルート確保の観点からの取り組みが必要

- 地域ISPの更なる集約化・横展開の推進 (地域IXの拠点拡大)
- 地域IXにおける大手CDN以外の共用CDN※の整備

九州南部における経路集約例

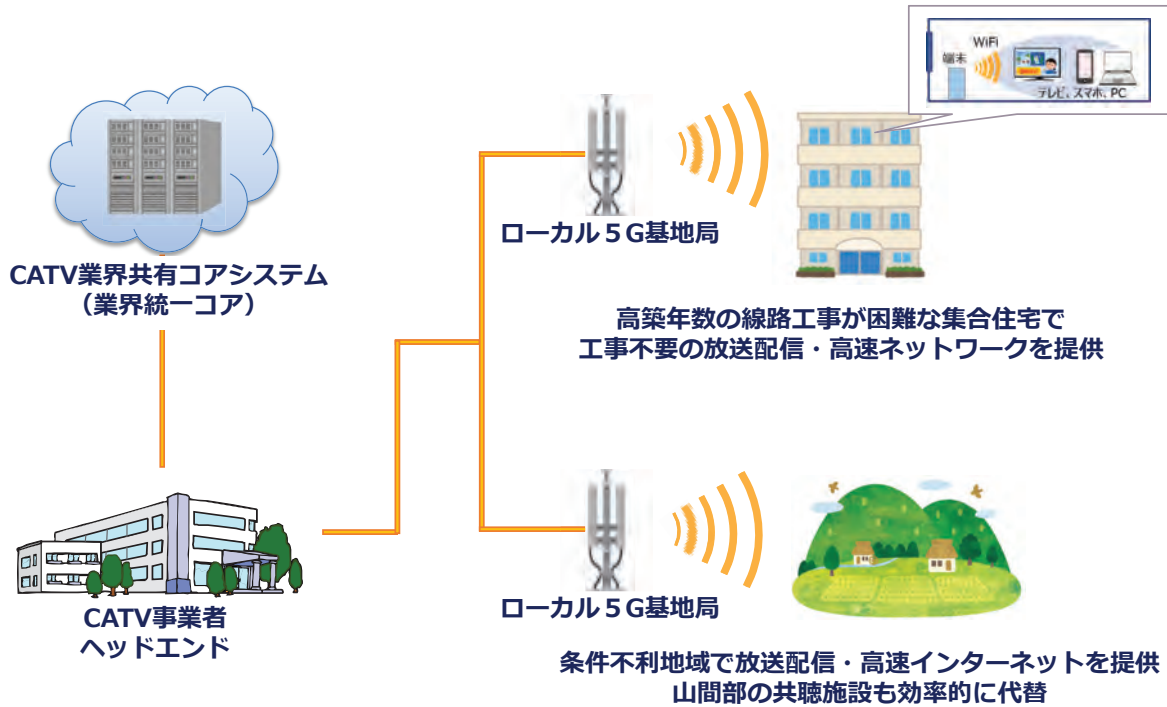
東北・北海道での経路集約例

構成員限り

構成員限り

ローカル5G等の無線技術を活用した、地方でのラストワンマイルの解消や、集合住宅ネットワークの高速化

高度な放送サービスやブロードバンド普及におけるラストワンマイル解消を図るため、ローカル5G等の無線システムを促進

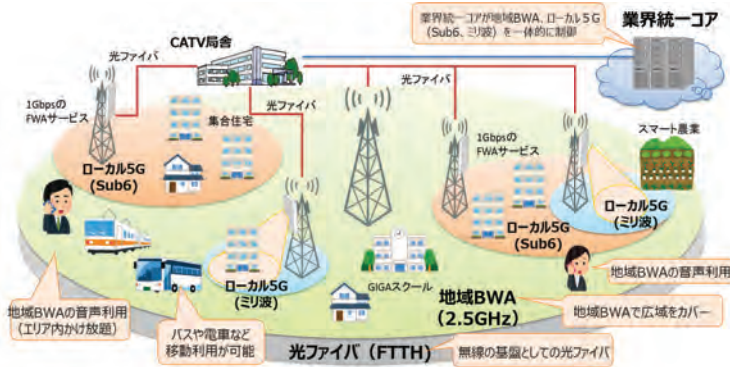


ローカル5G等、ワイヤレス利活用モデルの普及促進

ワイヤレスを活用したIoTソリューション等による地域課題解決の取組を加速・高度化させるため、デジタル基盤の整備、先進的地域課題解決モデルの創出を行う

- ケーブルテレビ事業者がもつ光ファイバ (FTTH) インフラを基盤に、広域の無線ネットワークサービスを地域BWAにより提供。ニーズのある地域にはローカル5GでGbps級の超高速ワイヤレスサービスを提供
- 家庭・オフィス向けネットワークサービス提供に加え、GIGAスクール、スマート農業、都市インフラ監視等のIoTにも活用。地域DXの担い手として、デジタル田園都市国家構想へ貢献

地域の無線ネットワーク



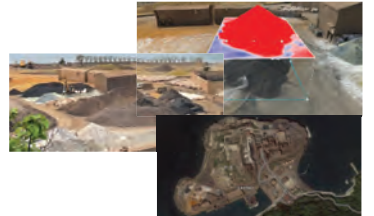
都市インフラ管理での活用例

降雪センサー、水位センサー情報をケーブル網やLPWAにより伝送。
自治体等へのニーズ調査をうけケーブルテレビが自己投資により実用化・導入



工場での活用例

離島にあり携帯電話が利用できない構内において、ローカル5Gでネットワーク伝送。
人感センサー・カメラの情報伝送や、ドローンを用いた製品・廃棄物の体積測定等に活用



漁業での活用例

海上のブイに据付けられた風向・水温センサー情報をLPWAを活用し伝送。



洋上風力での活用例

洋上に設置された風力発電の外観映像を、ドローンで近接撮影しローカル5Gでリアルタイム伝送



地域コンテンツ・情報インフラを活用した地域活性化

ケーブルテレビを活用した地域情報発信力の強化

ケーブルテレビの自主放送（コミュニティチャンネル）により、災害に関するきめ細かい被災情報・避難情報を継続的に提供。特に、災害のピークから日数が経過すると、地上各局による情報提供が少なくなりがちであるが、ケーブルテレビにおいては継続的に情報提供を行っている。地域住民の安全確保に大きな役割

台風情報

停電状況
千葉県全域…約15万100軒

木更津市	約5900軒
君津市	約9200軒
富津市	約9300軒
袖ケ浦市	約5300軒

7月14日(土)午後11時24分現在(最新状況発表)

停電状況を更新

災害報道

氾濫する球磨川の様子



山積みとなった瓦礫の様子



各所避難所の開設

木更津市 自主避難所の開設
自主避難する際には、食料・飲料水、着替え、ラジオなど最低限の必需品を準備してください。

【開所時間】午後9時30分まで
○文京公民館 ○清見台公民館
○堀沢公民館 ○金田地域交流センター

※午後9時30分の段階で自主避難者がいない場合は閉鎖

携帯電話の充電場所

木更津市 携帯電話の充電場所

日時=9月14日(土) 午後9時30分まで
場所=岩根公民館 清見台公民館 文京公民館
岩根西公民館 東清公民館 堀沢公民館
中郷公民館 金田地域交流センター
市民活動支援センター

日時=9月14日(土) 午後5時まで
場所=市民総合福祉会館

日時=9月14日(土) 午後5時15分まで
場所=木更津市役所 新日庁舎

住民税等の減免措置の情報

市県民税・国民健康保険税の減免

申請したくまぐまは災害時の減免に応じて、減額額を以下の割合で減免します。減免の上限額、ご不明な点がございましたら、お問い合わせは国保課にお尋ねください。

減免率	減免額
50%以上	50%以上
30%以上	30%以上
10%以上	10%以上
5%以上	5%以上
0%	0%

自治体の仮設事務所の情報

【坂本支所仮設事務所が開設しました】
(旧松隈スポーツセンター跡地駐車場・坂本の里一灯亮様)

地域振興課 総務課関係 ☎45-2211(代表)
地域振興課 市民サービス係 ☎45-2212
坂本健康福祉地域事務所 ☎45-2213
坂本農林水産地域事務所・坂本建設地域事務所 ☎45-2363

河川地図とライブカメラ映像



※「ジェイコム」

※「古河ケーブル」

ボランティアセンター開設の様子



地元住民のインタビュー



※「テレビやつしろ」R2.8豪雨報道

ケーブルテレビを活用した地域情報発信力の強化（2）

- ◇放送各局は地方制作体制を集約・効率化しており、地域からの情報発信は先細りの傾向。
- ◇地域への取材体制や地域情報を扱う番組枠も減少傾向にあり、地域情報や防災情報などの発信経路の安定的確保が課題。

コミュニティチャンネルでの地域情報発信

日々の生活情報・ニュースの発信



地域スポーツの中継

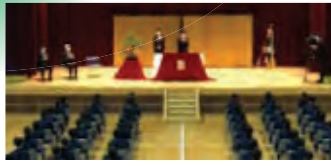


岐阜県長良川球場

コロナ禍での自宅学習用番組制作



イベント・行事のニュース配信・中継



地域ドキュメンタリ番組



2022グランプリ総務大臣賞
FOR GOOD BAIT
～自分らしい人生の終い方～

2022準グランプリ
いのちを紡ぐ
～カイコと過ごした小学生の記録～



※ 優秀作品を表彰。ケーブル局相互に番組提供

4K独自番組の配信（ケーブル4K）



地域情報発信体制が先細る中、地域に根差したケーブルテレビの情報発信力の活用検討が必要

- 地方自治体と連携した地域伝統・文化・祭りなどの映像制作・アーカイブ・配信の振興
- 地域映像の国内コンテンツ流通、地域情報アプリや配信プラットフォームの開発振興
- 定点ライブカメラ、センサー情報等の展開、繋ぎこみなど地域防災情報の連携促進

コンテンツ基軸の地域の魅力創出、賑わい創出

経済縮小やコロナ禍をうけての街の再活性化は各地共通の命題。映像を通じた文化芸術活動の発信や地域振興に期待大。

自治体と連携し「秋田犬」を軸に地域プロモーション
地元産品の情報発信

※秋田ケーブルテレビ



街全体をフィールドにした地域
回流体験イベントを開催。
親子連れを中心に街における
人の回流とにぎわいを創出。

※スターキャット・ケーブルネットワーク

生産者と連携し、地元産品
を映像・ネットでPR

※四国中央テレビ



メタバース空間の制作・疑似体験を活用した地域PR

※東京ケーブルネットワーク

地域の魅力創出やにぎわい創出に通じるモデルソリューションの発掘と横展開が必要

- イベントライブビューイング、地域産業支援、移住促進につながる地元産品PR等の地域プロモーションやライブコマースの展開
- メタバース、AR等の先進技術を活用した映像づくり、ソフトづくりの振興

ケーブルテレビにおける 情報バリアフリー促進に向けた字幕放送の普及促進

平時、災害時を問わず、信頼できる情報を届けられる公共性の高いメディアとして、視聴覚障害者や高齢者にも視聴し易い環境構築が必要。字幕放送の送出のための機材整備、運用体制確保が課題

◇ケーブルテレビ事業者は**企業規模・制作体制も小さく、字幕制作までリソースを割けないのが実情**
(大手放送事業者では、専門の部署、専門のオペレーター・技術者を配置している者もある)

◇字幕放送の実施のためには

- ①字幕作成作業
- ②字幕レイアウト・重畳作業
- ③字幕送出装置の設置が必要。

◇連盟では、独自の努力として
**会員各社がAI文字起こし機能を
クラウド (AJC-CMS) 上で
利用できる環境を提供。**

字幕制作画面 (AJC-CMS)

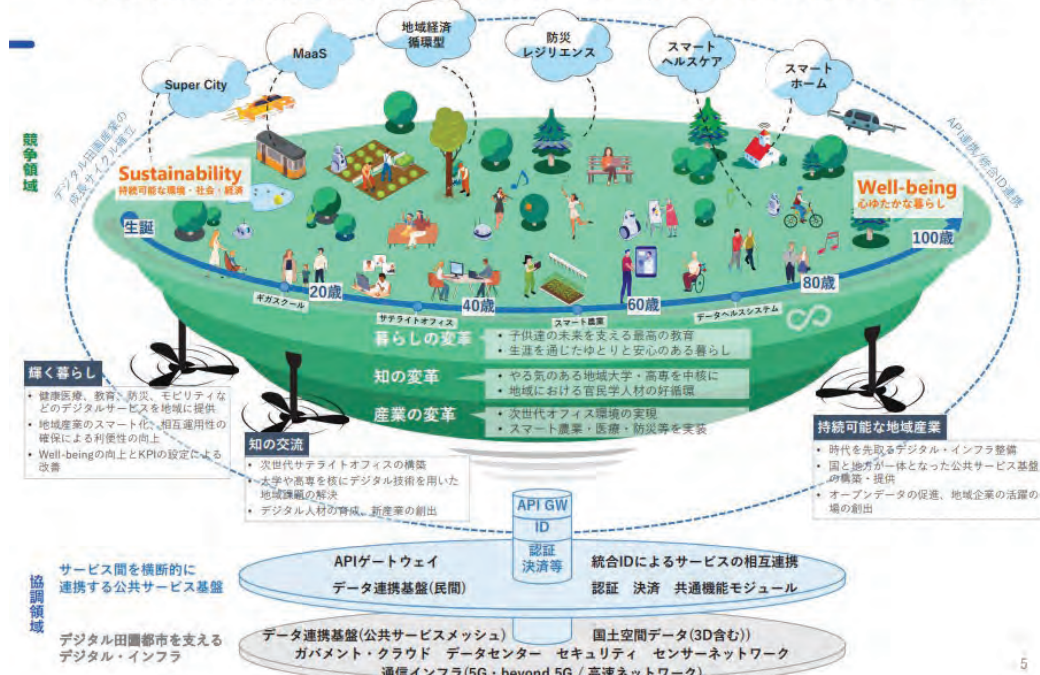


字幕対応を進めるため、各局における字幕送出設備の導入や、字幕制作作業の実施が必要であり、それらの負担軽減が必要。現状の生放送字幕支援に加え、収録番組への支援も必要。

デジタル田園都市構想実現に向けた地域モデルの普及促進

ケーブルテレビが持つ社会情報インフラとデジタル技術を活用し、全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会を目指すデジタル田園都市国家構想の実現に向け、地域モデルを発掘・普及促進

デジタル田園都市国家構想の取組イメージ (デジタルからのアプローチ)



マイナンバーカード等の先導的技術を活用した地域DXの促進 ・ケーブルテレビを活用した高齢者向けデジタル活用支援

ケーブルテレビの地域情報基盤を活用し、遠隔医療や行政サービス支援、高齢者支援など共通的なプラットフォームを通じたIT活用の先進的事例を創出し、ケーブルテレビが自治体と共に地域DXの実現を促進する

◇高齢者を中心に、デジタル技術に対する理解・普及浸透が進んでいない状況下で、目に見える形で生活を便利にするアプリケーションの発掘・提供やそれらに対する利活用のサポートが必要

JPKIのサービス活用 2016年4月よりケーブルテレビ各社でサービス提供開始

高齢者見守りサービス

自身の健康管理 (テレビで閲覧) 遠方の家族へのメール配信

保健師との連携

親子支援サービス

利用者ごとに必要な情報を配信

地域住民 子育て教室

予防接種

健康支援サービス (電子お薬手帳)

お薬手帳の電子化を推進 自宅のテレビで閲覧可能

災害時は避難所でも閲覧可能

高齢者支援取組例

オンライン診療サービス

自宅のテレビで高齢者が簡単にリモコン操作できるシステム

TVの大画面で診療 安心の訪問サポート

※JCOM

マイナンバー出張窓口



ケーブルテレビの行うイベント等における地方公共団体マイナンバー出張窓口への実施協力

高齢者見守りサービス

STB (セットトップボックス) の電源を入ると、電源ONの情報がご家族に届きます。

①電源を入れる

②パソコンや携帯等にメールが届きます

③リモコンの電源ボタンを押すだけで操作は簡単

④最大5分間までのご家族にお知らせメールが届く。

※ちゅピCOM

マイナンバーカードやケーブルID、STB等の技術・資産を活用した、住民サービス提供、高齢者支援等の社会課題解決モデルの発掘と横展開が必要

ケーブルテレビの円滑な運用と成長を支える人材 デジタル時代のコンテンツ人材の獲得・育成

- ケーブルテレビを支える人材に対し、DX推進に対応するためのリスキリング教育、優秀な人材の獲得・育成支援が必要
- 都市部との格差是正のためにも、地方におけるデジタル映像制作スキルや企画力を備えた、次世代人材の獲得・育成が必要

ケーブルテレビ各社によるオンライン合同セミナー

ケーブルテレビ局の職種について

e-ラーニングによるリスキリング

合同型eラーニング

- eラーニング
 - 65コース アラカルト、進捗コースマップ付
 - 全員/技術者/DX推進者/管理者
 - DX一級/DX推進/IT戦略企画/事業戦略企画/データ分析
 - 初級/中級/上級
- eラーニング受け放題パック
 - 65コース
 - 30名 (30人)
 - 1年の内に
 - 進捗DX

福利厚生充実



事業所内保育所、子育て支援施設の併設
秋田ケーブルテレビ、愛媛CATV、goolight

地域DXを促進し、将来のケーブルテレビを支える、DXに通じた人材、デジタル映像制作スキルや企画力を備えた人材の獲得・育成、関連資格の取得推奨が必要

2030年のケーブルテレビが担うべきミッションと目指すべき姿

ミッション

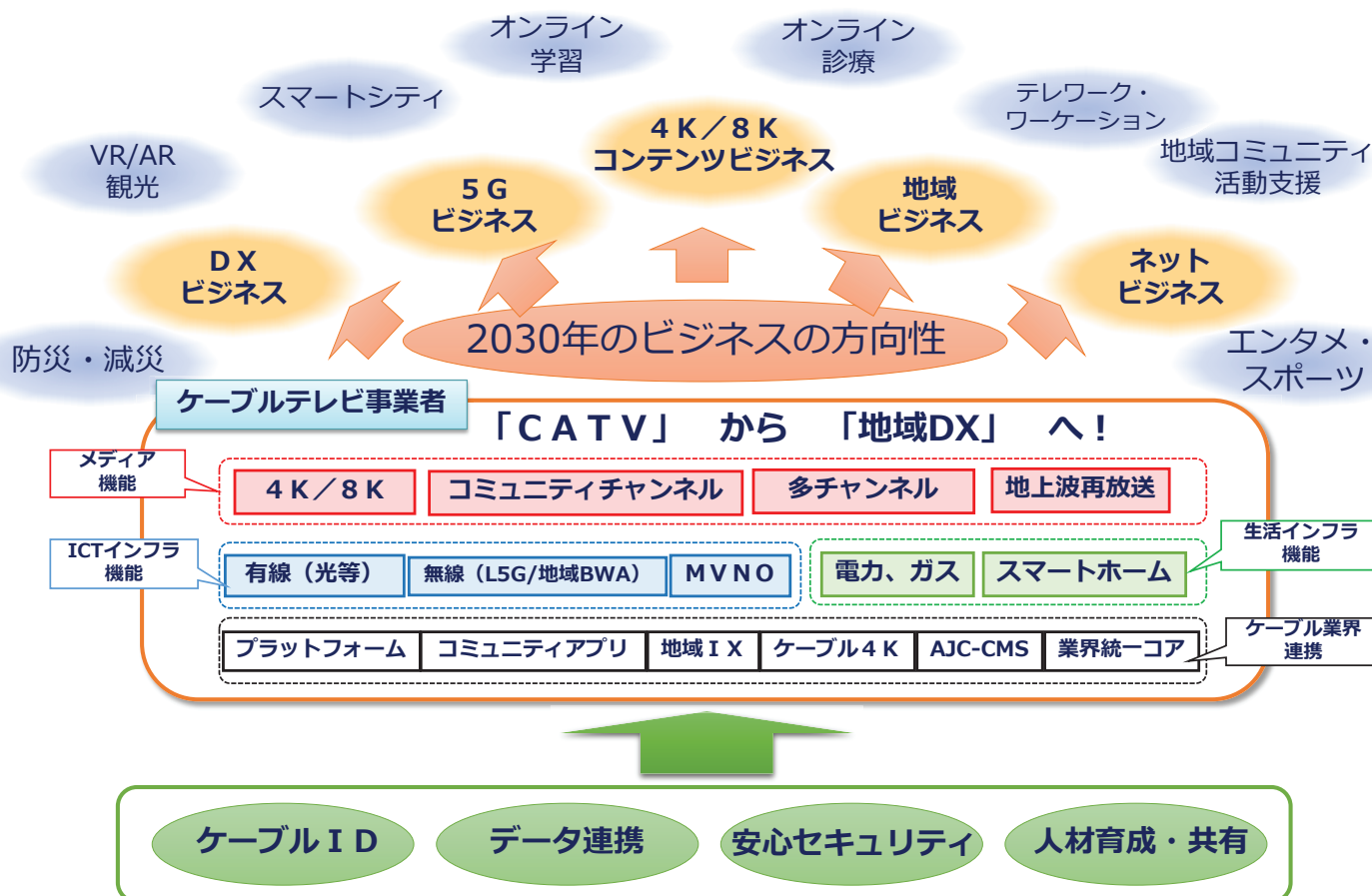
『**地域DXで地域を豊かに、人々を笑顔に**』

- ◇2030年においても、ケーブルテレビ業界の志は変わらない!! すべては、**地域社会のために、お客様のために!!**
- ◇お客様との関係性は、企業とお客様ではなく、**地域コミュニティを共創する《メンバーシップ》の姿勢**で!!
- ◇**持続可能な地域づくり《SDGsへの取り組み》**が、ますます重要!!
- ◇地域課題解決のキープレイヤーとして、地域活性・地方創生など、**地域の共通価値を創造《CSV》**していく!!

目指すべき姿～6つのアプローチ

放送が変わる	地域における情報メディア・プラットフォームになる
コンテンツが変わる	地域の魅力を創出するコンテンツプロデューサーになる
ネットワークが変わる	安全で信頼性の高い地域No.1ネットワークを構築する
ワイヤレスが変わる	地域MNOとして第5のモバイルキャリアを目指す
IDが変わる	ケーブルIDで地域経済圏を構築する
サービス・ビジネスが変わる	地域DXの担い手になる

2030年のケーブルテレビ






(8) オリジネーター・プロファイル
技術研究組合
(資料 18-2)

OP – Originator Profile 概要説明資料

オリジネーター・プロフィール技術研究組合

Originator Profile 
<https://originator-profile.org/>

2023年4月1日版

Originator Profile CIP

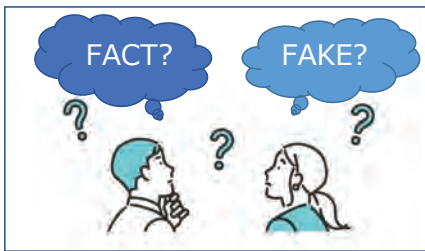


2022年7月8日付朝刊



Originator Profile CIP

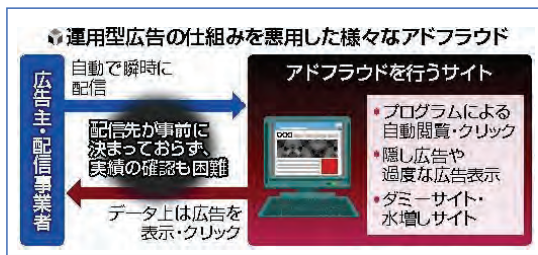
OPは技術によってインターネット空間の課題解決を目指します



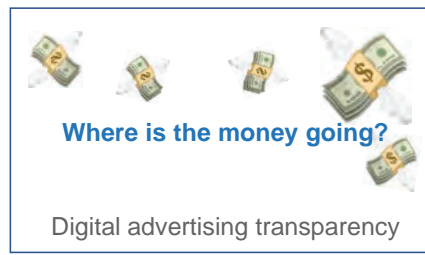
情報の真偽



望まないサイトに
広告が掲載されてしまうリスク



広告の不正取引



多業者介在による
広告取引の不透明性

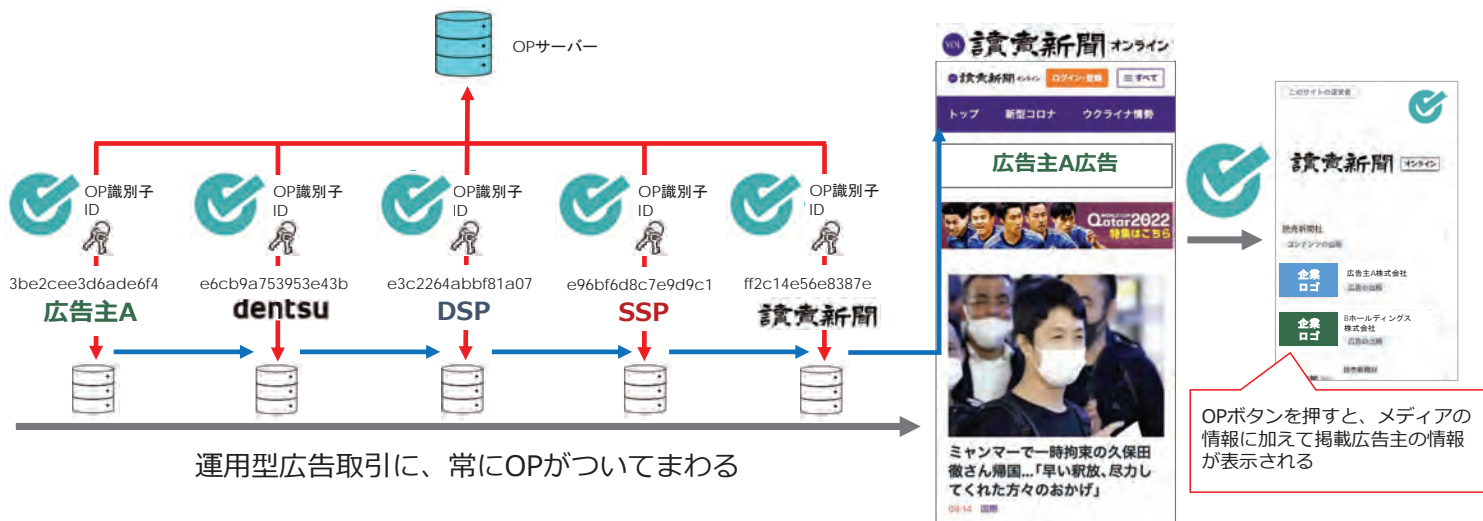
OP技術とは — コンテンツ流通における利用

コンテンツを発信したメディアの証明が、コンテンツがシェアされてもついて回る技術です。インターネットユーザーは、どのメディアが出した情報なのか確認することができます。



OP技術とは — 広告流通における利用

OPは広告取引でも利用できます。OPがついたメディアのみを指定することによるブランドセーフティ担保、アドフラウドの除外のほか、取引の透明性確保にも役立っています。



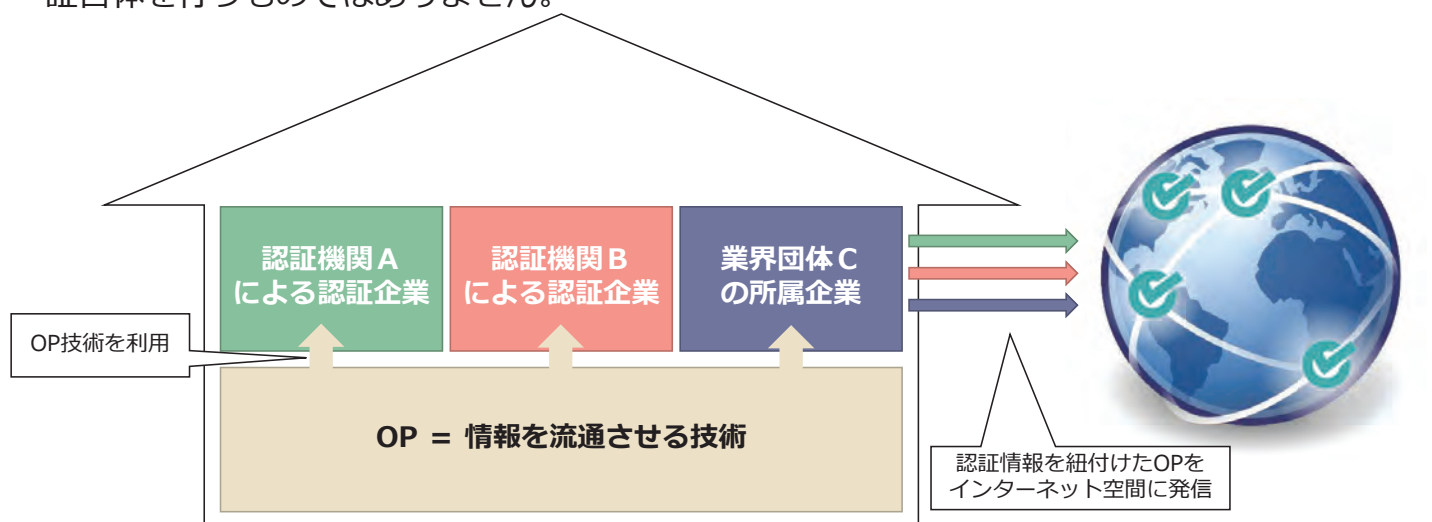
OP技術とは — インターフェース

ブラウザ上部のボタンを押すと、コンテンツを発信したメディアや掲載されている広告主の情報が表示されます。



OP技術とは — OP技術と利用者の関係

OPは、あくまでコンテンツ発信者情報を流通させる技術です。第三者機関による認証を受けたり、主要な業界団体に属する企業などが利用することを想定しており、メディアや広告主の認証自体を行うものではありません。



日本発の技術として、国際標準化・ブラウザ標準搭載を目指します

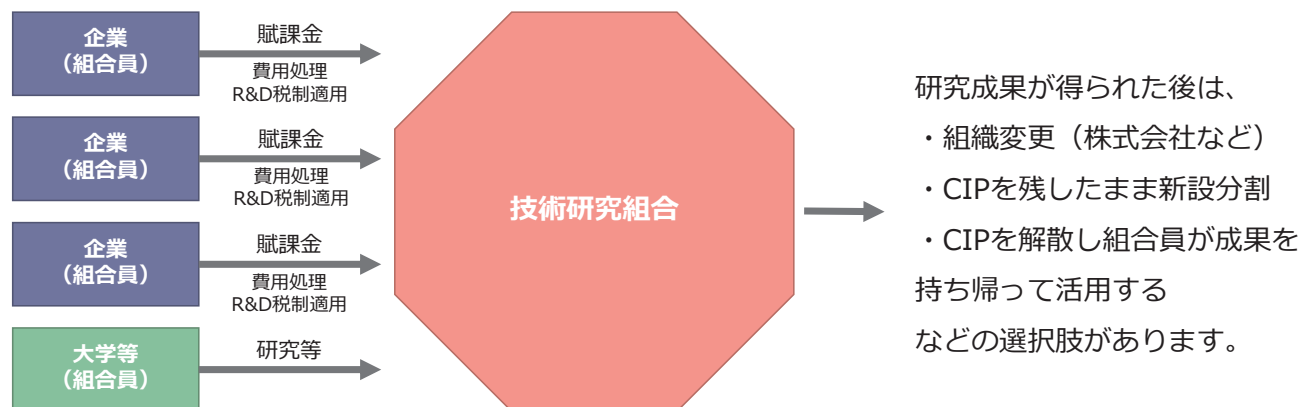


インターネットに関する仕様の国際標準化団体「World Wide Web Consortium (W3C)」に技術提案を行い、主要ブラウザ（Safari, Chrome, FireFox等）に標準機能として搭載することを目指します。

OP開発を推進するメンバーには、W3Cのボードメンバーを務める村井純教授、W3Cで国際標準化交渉に携わった経験のあるエンジニアらが揃っています。

非営利共益法人「技術研究組合」で研究・開発を進めます

技術研究組合（CIP、Collaborative Innovation Partnershipは）、「産業活動において利用される技術の向上及び実用化を図るため、これに関する試験研究を協同して行う」（技術研究組合法）ための組織です。経済産業省の所管の下で2022年12月に設立し、今後は社会実装に向けた実証実験を進めます。



オリジネーター・プロフィール技術研究組合 概要

目的

信頼できる情報がインターネット上で流通される仕組みに寄与し、人々の耳目だけを集めることを狙った「アテンション・エコノミー」を抑制し、良質なジャーナリズムを支え、インターネット利用者のメディア・リテラシーを高めることを目指して、インターネット上のサイト、ページ、コンテンツ、広告などについて、発信元組織の基本情報やその信頼性に資する情報を開示する技術である「オリジネーター・プロフィール (Originator Profile=OP)」を実装するための研究・開発を行う。OPは、人々の耳目だけを集めることを狙った「アテンション・エコノミー」や、特定事業者の寡占による競争阻害の抑制を視野に、健全なデジタル情報空間の実現を期待するステークホルダーの役割分担によって情報流通の信頼性を高める仕組みであり、また関連する研究開発は内閣官房デジタル市場競争本部や賛同する産学官が推進する「Trusted Web推進協議会」等が標榜するトラストの在り方とも大きく関連する取組である。こうした目的や背景を踏まえ、その実現のため、次に掲げる事業を行う。

- ① OPの実用化と実装に向けた研究・開発
- ② OPを活用したデジタル広告取引の研究・開発とその実用化
- ③ OPを実装したコンテンツの共通流通方式の研究・開発とその実用化
- ④ OPの実用化に向けた業界標準の策定と社会実装に向けた普及活動
- ⑤ OPの開発にまつわるすべての試験研究の成果のとりまとめとその管理
- ⑥ OPの国際標準化に向けた活動ならびにそれを実現するための交渉活動
- ⑦ 前各号の事業に付随するすべての事業

所在地 東京都千代田区大手町1-7-1

設立 2022年12月

理事長 村井純

組合員

朝日新聞社、WebDINO Japan、ADKマーケティング・ソリューションズ、佐賀新聞社、産経新聞社、ジャパンタイムズ、スマートニュース、中日新聞社、電通、日本電信電話 (NTT)、日本テレビ放送網、News Corp、博報堂DYメディアパートナーズ、ビデオリサーチ、フジテレビジョン、fluct、毎日新聞社、Momentum、ヤフー、読売新聞社、ほか個人会員 (50音順、2023年3月17日現在)

準会員

慶應義塾大学サイバー文明研究センター

広告業界の枠を超えて推進していきます

大 学 慶應義塾大学サイバー文明研究センター

メディア 朝日、毎日、佐賀、産経、中日、The Japan Times、日本テレビ、News Corp、フジテレビ、読売

広告会社 ADK MS、電通、博報堂DY MP

アドテク fluct (SSP)、momentum (アドベリ)

プラットフォーム/アグリゲーター スマートニュース、ヤフー

技術・通信 WebDINO (ブラウザ技術開発)、NTT、ビデオリサーチ

業界団体 JICDAQ

広告主 複数の広告主が実験協力の予定

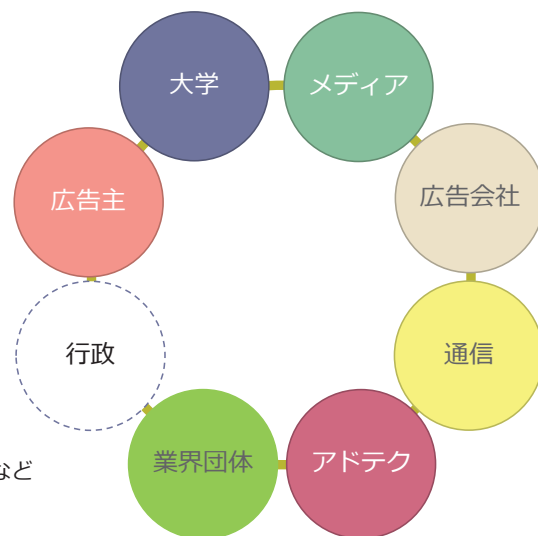
行 政 経済産業省、デジタル市場競争本部

参加検討中、説明済み企業

- 上記以外の新聞社、出版社、放送局、ウェブメディア、大手プラットフォームなど多数

今後説明予定

- 新聞協会、雑誌協会、民放連



スケジュール

- **ステージ0 < -2022年3月> プロトタイプ開発、CIP設立**
 - プロトタイプ開発 (～2022年6月)
 - インターナルPoCによるOP挙動の具現化
 - CIP設立時の参画企業を募集
 - CIP設立 (2022年12月)
- **ステージ1 < -2023年春/夏頃> OP開発推進期、広告取引での活用を検証**
 - 広告取引におけるOP活用の検討
 - OP対応サンプルサイト制作、CMS向けリファレンス実装、サンプルサイトへの試験実装、運用型広告連携実験等
- **ステージ2 <2023年> 実装運用開始期**
 - 国内で実装し実運用を開始
 - W3C (World Wide Web Consortium) への働きかけを本格化
- **ステージ3 < 2024年以降> 普及推進期**
 - 国際的な普及推進
 - Chrome、Safariなどブラウザへの標準搭載

**(9) 公益社団法人日本芸能実演家団体協議会
実演家著作隣接権センター
(資料 18-3)**

放送番組の同時配信等に係る 著作隣接権の権利処理について

公益社団法人日本芸能実演家団体協議会
実演家著作隣接権センター（CPRA）

1

放送番組におけるレコードや実演の利用

- ▶放送番組では大量かつ多様なレコードや実演が利用されており、同時配信等を実施する場合にも原則として権利者からの許諾が必要。
 - ▶仮にこれらの権利処理を個別に行えば、放送局に膨大な労力とコストが発生するが・・・？
- **日本ではこれらの権利処理の円滑化とクリエイターへの対価還元を実現する制度が構築されている！**

①著作権等管理事業者による集中管理

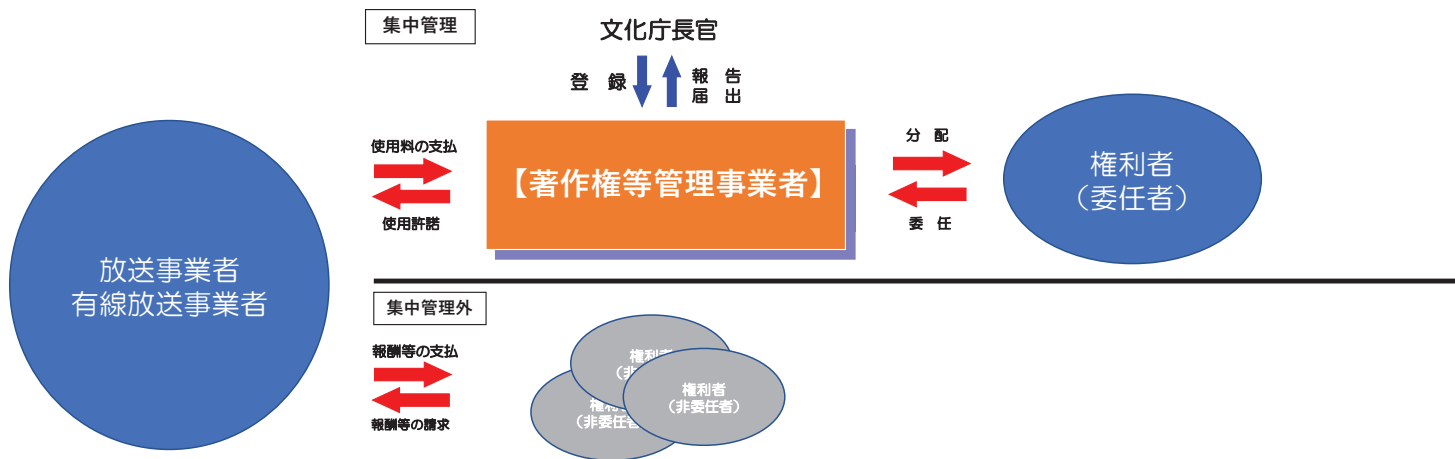
報酬請求権化

②集中管理されていないレコードや実演の権利処理円滑化措置

※令和3年の著作権法改正による

2

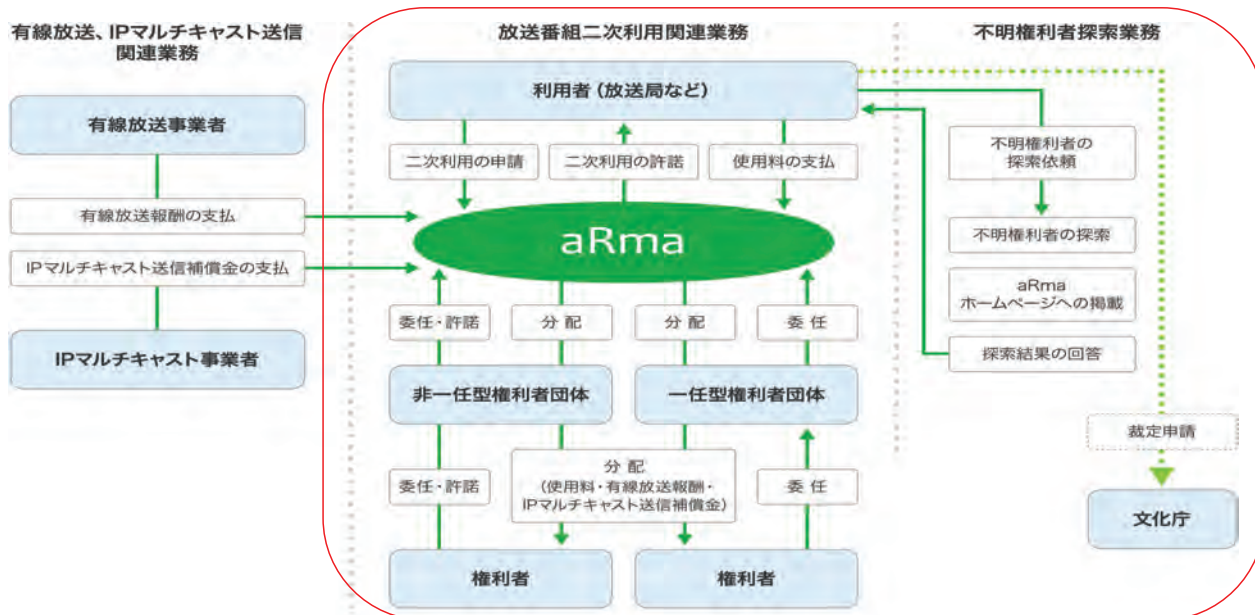
放送番組の同時配信等に関する集中管理（音楽）



- ▶ レコード製作者の権利は日本レコード協会が、レコードに収録された実演（レコード実演）の権利はCPRAが著作権等管理事業者として集中管理を行っている。
※音楽著作権については、JASRACやNexToneが集中管理を実施
- ▶ 日本レコード協会とCPRAは、放送事業者に包括的に利用を許諾しているため、放送事業者は利用の都度許諾を取る必要が生じない。
- ▶ 日本では大半のレコードと実演が集中管理されているが、集中管理外のものを利用する場合にも原則として報酬等を支払う事で利用できる制度が措置されている。

放送番組の同時配信等に関する集中管理（映像実演）

▶ 放送番組に出演する実演家の権利処理についても、映像コンテンツ権利処理機構(aRma)による一元的な集中管理が実現している。aRmaは不明権利者の探索業務も実施している。



※aRma公式HPより抜粋

デジタル時代の放送の在り方を検討するにあたって

▶ デジタル時代の進展に伴い、**同時配信等の新たなサービスが展開されていくことは、権利者にとっても、クリエイターへの対価還元機会を増大することから歓迎すべき事**と捉えている。

→ 新たなサービスに対応するための管理範囲拡大や、試験的な同時配信等の実施への特例的な対応(無償許諾)などの支援を実施してきた

▶ ただし、これは**新たなサービスにおける「適正な権利処理」が前提**である。新たなサービスでの収入見込みが不透明であること等を理由として、所定の使用料相当額を支払わないといったことが生じない様に留意する必要がある。

➡ 「適正な権利処理」を前提として、デジタル時代の放送の在り方を検討していくことが重要である。

5

参考：いわゆる「フタかぶせ」問題について

▶ 同時配信等の実施時に発生する「フタかぶせ」の原因は以下の様に説明されていた。

① 権利者から許諾が得られなかった

(例：使用料額で合意できなかった、第三者に既に独占的な許諾をしていた)

② 権利者から許諾が得られているのか不明確であった

(例：契約時に同時配信等に利用することを明示していなかった)

※文化庁「放送番組のインターネット同時配信等に係る権利処理の円滑化に関する制度改正等について(報告書)より」

▶ ①は、制度的な課題ではなく単なる契約の問題である。②についても、令和3年の著作権法改正により、推定許諾等の権利処理円滑化措置が導入されたことに加えて、同時配信等を予め想定した番組制作体制の整備が進んだことで解消されている。

➡ 制度的な課題に起因する「フタかぶせ」は生じていない

6

(10) 一般社団法人日本民間放送連盟
(資料 19-1)

地域社会とともに発展する民放事業者の取り組み

2023年6月7日

一般社団法人 日本民間放送連盟

1

本日のご説明事項

- ▶ はじめに
 - (1) 経営ガバナンスが適切に保たれる仕組み
 - (2) 情報の自主的な開示
 - (3) 民放連での経営基盤強化に資する取り組み
- ▶ まとめ

➤ はじめに

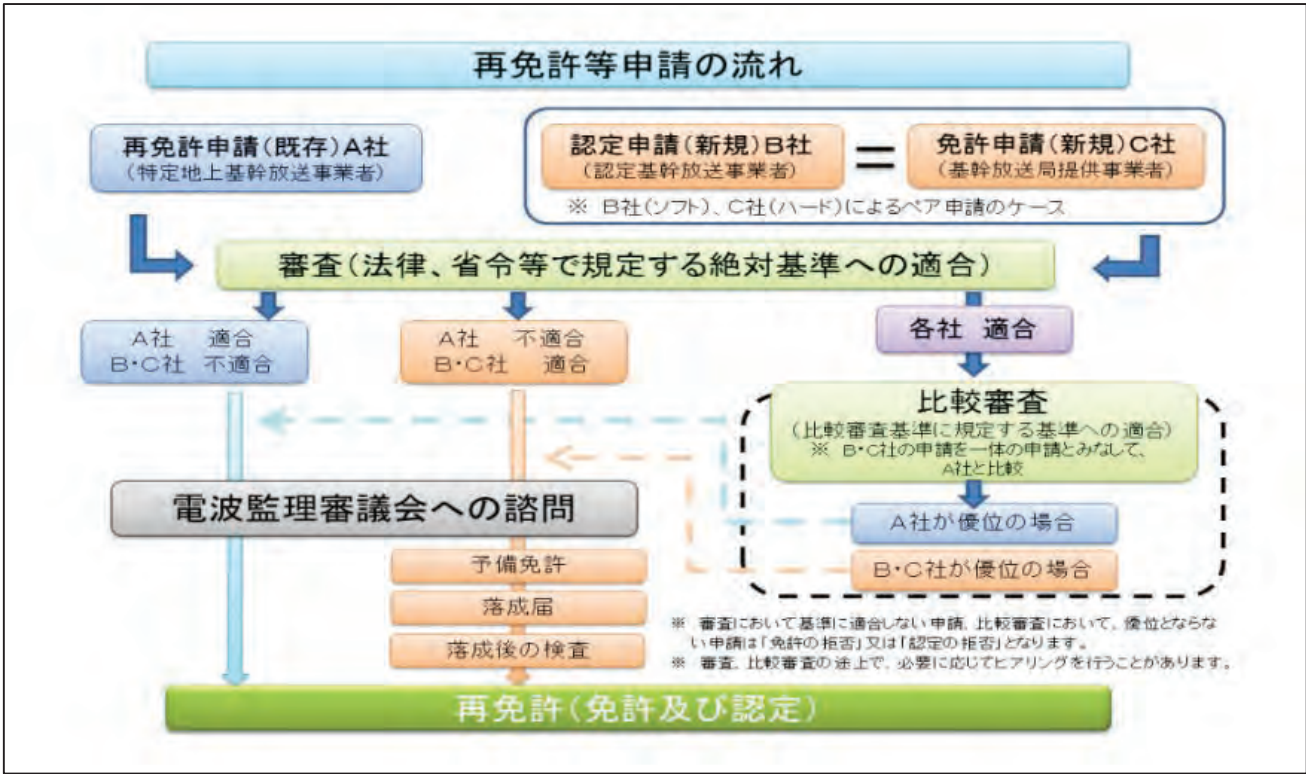
- 民放事業者は、それぞれの経営環境にあって経営資源を最大限に活用し、日夜、地域の社会、政治、経済をめぐる様々なテーマについて、取材・報道活動を行い、番組・コンテンツを制作しています。
- また、地域のステークホルダーと共存共栄をしていくため、民放各社は企業価値の長期的・持続的な向上に向け、自主的に取り組んでいます。



日本民間放送連盟パンフレットより

(1) 経営ガバナンスが適切に保たれる仕組み

- 特定地上基幹放送事業者は5年ごとに、新たな放送局の無線局免許の交付を受けて、放送事業を実施・継続しています。
- 5年ごとの再免許申請において、放送事業者は法令の定めにより詳細な資料を提出し、総務省において厳格な審査が行われます。
- こうした再免許制度により、放送事業者の経営ガバナンスは適切に保たれる仕組みとなっています。



総務省情報流通行政局「地上基幹放送局再免許等申請マニュアル」より引用

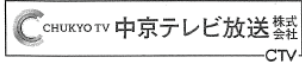
※ 2023年は11月から新たな免許期間となるため、再免許申請・審査が行われます。

(2) 情報の自主的な開示

- 民放事業者は財務情報や資本情報の情報開示に努めています。
- 民放連が毎年、編集・発行している「日本民間放送年鑑」では、会員各社の協力を得て、非上場会社を含めた会員各社の会社概要を掲載しており、▽資本構成、▽主要株主、▽主要取引銀行、▽関連事業、▽役員、▽番組審議会委員、▽役職員数、▽新規採用者数、▽組合、▽主要事績、▽主要制作番組、▽自己検証番組、▽貸借対照表、▽損益計算書——などを自主的に開示しています。

書籍名： 日本民間放送年鑑2022
発行日： 2022.11.30
体裁： B5判 676頁
定価： 9,420円(税込)
発売： コーケン出版
お近くの書店で入手できない場合は
上記までお問い合わせください





■テレビ番組 祝局 = 名古屋 / JOCH-DTV / 4ch (19ch) / 定格出力3kW / 69.4.1周局 / 中継局42局
 ■送信所 愛知県瀬戸市桶中町211-2

■本社 〒453-8704 名古屋市中村区平池町4-60-11 ☎052-582-4411代 ☎0532-55-3311
 ■支社 〒100-0011 千代田区内幸町1-2-2 日比谷ダイヤル ☎03-3502-8711代 (大阪) 〒530-0003 大阪市北区堂島2-1-31 京阪堂島ビル ☎06-6341-1711

■支局 (豊橋) 〒440-0888 豊橋市駅前大通り3-52 トヨハシセンタービル ☎0532-55-3311 (岐阜) 〒500-8844 岐阜市吉野町6-6 リブラ21 ☎058-263-4311 (三重) 〒514-0009 津市羽所町700 アスト津 ☎059-224-1831

■創立日 1968 (昭和43) 年3月1日
 ■沿革 ▶1967 (昭和42) 年11月1日 テレビ予備免許 ▶1968 (昭和43) 年3月1日 中京ユー・エッチ・エフ・テレビ放送設立 ▶1969 (昭和44) 年4月1日 テレビ開局、同時にカラー放送実施 ▶1970 (昭和45) 年4月1日 中京テレビ放送に社名変更 ▶1979 (昭和54) 年6月15日 テレビ音声多重放送開始 ▶1989 (平成元) 年10月1日 クリアビジョン (EDTV) 放送開始 ▶2003 (平成15) 年12月1日 地上デジタル放送開始 (開局) ▶2011 (平成23) 年7月24日 地上アナログ放送終了 ▶2016 (平成28) 年11月21日 本社移転

■資本構成 資本金10億5,600万円 発行済株式総数115万2,000株
 ■主要株主 日本テレビ放送網 (25万4,900株) 名古屋鉄道 (10万7,976株) 日本テレビ音楽 (7万2,000株) 名鉄不動産 (6万7,608株) 【期末株主数33】

■主要取引銀行 三菱UFJ銀行
 ■関連事業 中京テレビ事業 ☎052-582-4311 中京エレクトロニクス ☎052-588-4611 中京CTV MID ENJIN ☎052-588-4511 以上所在地は本社と同じ 中京テレビサービス 名古屋市中区錦3-15-15 CTV縮ビル ☎052-961-3411 中京アクアリング 名古屋市中区栄3-19-8 栄ミナミ平和ビル6・7F ☎052-249-7700 中京サポーターズ中京 所在地は本社と同じ ☎052-571-5300
 ■海外提携放送局 なし

■役員 ○代表取締役社長: 丸山公夫 ○常務取締役: 鈴木則泰、伊藤田祐司、増田正也 ○取締役: 片岡達彦、長谷川治彦、扇原慎一、(非常勤) 大久保好

男、豊島半七、小笠原剛、片岡明典、矢野 裕、小倉忠、富成義郎 ○監査役: (常勤) 岩田敏裕、(非常勤) 川松康吉、玉村知史、茶山宗彦
 ■番組審議会委員 ○委員長: 杉崎正義 (名古屋観光コンベンションビューロー理事) ○副委員長: 佐藤久美 (名古屋国際工科大学工学部教授) ○委員: 江崎貴久 (オズ海島遊民くらぶ 代表取締役・海月女将)、都藤二郎 (名古屋市立大学理事長)、加藤亮太郎 (陶芸家・幸兵衛齋代表取締役)、高木克之 (NTTドコモ執行役員東海支社長)、神谷 浩 (徳川美術館館長兼学芸部長)、辻佳世子 (中山・辻法律事務所パートナー弁護士)
 ■役員数 役員18人 (常勤8人) 内部統制室2人 経営企画局9人 経理局10人 コンプライアンス推進局8人 総務局15人 総合編成局35人 制作局24人 報道局50人 技術推進局24人 ビジネスプロデュース局23人 営業局43人 東京支社25人 出向9人 (職員277人 役員員計295人)
 ■新規採用者数 10人 (一般3男・3女、技術4男)
 ■組合 なし

◆2021年度主要実績◆ ▶5月 中京テレビ・プリズトレディスオープン ▶7月 ミュージカル「アニー」、昆虫ワールド ▶8月 THE ICE ▶12月 バンクシって誰? 屋、恐竜ラボ! ディノ・サバイバル ▶2022年1月 フジバングカップU-12サッカー

◆主要制作番組◆ 『ヒューマングルメンタリー オモウマイ店』(火、19:00~19:54) 全国放送「グルメ馬鹿」なスタッフが日本全国を駆けまわりのオモウマイ店を発掘! MC: ヒロミ、進行: 小峰英二。『それって? 実際どうなの課』(水、23:59~24:54) 全国放送「気になる」ことを番組がカタチを帯って時間を使って調べるリアルドキュメントバラエティ。MC: 生瀬勝久。『キャッチ!』(月~金、15:48~19:00) 東海地方のニュースや生活情報から芸能情報まで、今起きていること最優先のニュース情報番組。『PS純金』(金、19:00~19:56) 地元の名産グルメなどを紹介する情報バラエティ。MC: 高田純次、藤森慎吾。『前略、大とくさん』(日、9:55~11:40) 情報番組。MC: ビビる大木、小沢一敬。『オードリーさん、ぜひ会ってほしい人がいるんです。』(月、24:59~25:29) MC: オードリー。

◆自己検証番組◆ 『あなたと中京テレビ』(毎月第4日曜、5:45~6:00) 番組審議会の審議内容紹介、視聴者センターに寄せられた声の紹介、および放送に対するQ&A、メディアリテラシー活動の報告など。



チュウキョーくん / 中京テレビ放送

第61期 21.4.1~22.3.31 (決算期: 3月)
 ●貸借対照表● (2022年3月31日現在)

(資産の部)	(単位: 千円)
流動資産	42,922,858
固定資産	38,144,656
資産の部合計	81,067,515
(負債の部)	
流動負債	5,799,446
固定負債	414,829
負債の部合計	6,214,276
(純資産の部)	
株主資本	72,745,566
資本剰余金	1,056,000
資本剰余金	272,000
利益剰余金	71,417,566
評価・換算差額等	2,107,672
純資産の部合計	74,853,239
負債及び純資産の部合計	81,067,515

●損益計算書●

(自 2021年4月1日 至 2022年3月31日)

売上高	31,482,736
営業利益	5,024,424
経常利益	5,402,419
税引前当期純利益	5,148,829
当期純利益	4,290,982

会員各社の情報をご覧いただけます。

(3) 民放連での経営基盤強化に資する取り組み

2019年3月 総務省「放送事業の基盤強化に関する検討分科会」

民放連は「民放事業者の経営ガバナンスに関するアンケート調査」の結果を報告しました。

アンケートでは、会員社が目指す企業価値を明らかにしたうえ、その実現のための民放事業者の経営ガバナンスやコンプライアンス対策の現状を調査しました。調査結果を踏まえ、会員各社へベストプラクティスを共有しました。

■ 民放連では、会員各社の経営基盤強化に役立つ取り組みを不断に続けています。

(取り組み例)

- 2018年 7月 「放送の価値向上・未来像に関する民放連の施策」公表
- 2021年 11月 第2期「放送の価値向上・未来像に関する民放連の施策」最終報告 公表
- 2022年 9月 「民間放送の価値を最大限に高め、社会に伝える施策」公表
- 2023年 4月 「ラジオとテレビの連携とデジタルコンテンツ活動事例集」公表

「民間放送の価値を最大限に高め、社会に伝える施策」

民放連では、13の専門委員会と研究所および編集広報部の具体的な取り組みを4本柱・35項目に整理し、2022年9月15日に公表しています。

2022年9月15日
一般社団法人 日本民間放送連盟

「民間放送の価値を最大限に高め、社会に伝える施策」について

インターネットを活用した技術やサービスが社会に定着し、民間放送事業を取り巻くメディア環境は大きく変化している。人々の可処分時間をめぐり争いが激化し、若年層を中心にテレビ離れ・ラジオ離れも指摘されている。その一方で、インターネット上には事実を歪めて伝える動画や、誰かを傷つける言説があふれ、その弊害が顕在化している。

民間放送事業者は、事実に基づく確かな情報を伝え、誰もが楽しめる娯楽を提供し続けることにより、今後とも健全な民主主義の発展、地域社会と経済の成長、文化の向上に貢献する決意である。その決意を実現に移すためには、われわれ自身の価値を最大限に高め、新しい環境下においても持続可能な民間放送事業を創り出していかねばならない。

今回の施策においては、民間放送の価値を高めるのみならず、それを伝えることに力点を置く。自らの事業とその価値を、ステークホルダーである視聴者・リスナー、広告主・広告会社や地域社会などに伝え、その理解と協力のもとで未来を切り開いていこうと考えているからである。その際、民間放送で働く人々自身が、その価値を理解することも欠かせない。

民放連は、前期の体制における「放送の価値向上・未来像に関する民放連の施策」を引き継ぎつつ、2022～2023年度の2年間にわたり、以下のとおり、新たな施策に取り組む。

(<https://j-ba.or.jp/category/topics/jba105818>)

「民間放送の価値を最大限に高め、社会に伝える施策」中間報告

2023年3月16日には、取り組み状況を取りまとめた中間報告を公表しました。

【抜粋】

(2) 民間放送事業の持続可能性の向上

- ・ **ローカルテレビ局の経営基盤強化に関する研究**
2022年9月に3期目となるローカルテレビ経営プロジェクトを立ち上げ、ローカルテレビ局の経営の現状分析や今後の見通し、経営基盤強化の在り方を継続して検討している。地域の情報インフラとしての役割を果たし地域課題の解決に貢献するための事業や経営のあり方を追求する。
- ・ **視覚障害者等向け放送のさらなる充実**
字幕付きCM普及推進協議会（日本アドバタイザーズ協会、日本広告業協会、民放連で構成）が策定したロードマップに沿って、2022年10月からすべての放送枠（ネットタイム枠、ローカルタイム枠、スポット枠）における字幕付きCMの受け入れを開始した。日本広告業協会と連携して字幕付きCM素材搬入基準を改訂し、広告主・広告会社・民放テレビ社それぞれの作業負担の軽減を図るなど、字幕付きCMのよりいっそうの普及推進に取り組んでいる。
- ・ **民放各社のサステナブルな活動をサポートする取り組み**
地球環境や社会、経済に配慮したサステナブルな活動を放送事業者としての企業価値の向上につなげようとする会員社をサポートするため、各社のサステナビリティ活動の具体的な取り組み状況をまとめた「サステナビリティ活動事例集」を作成し、業界内外に民放各社の取り組みを広く伝える。同事例集は4月完成予定。
- ・ **デジタル時代の放送制度および二元体制に関する対応**
デジタル時代において民放経営の選択肢を広げる施策等に対して、民放事業者の意見反映に努め、民放経営の基盤強化を推進している。具体的には、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」の取りまとめ、マスメディア集中排除原則見直し、AM局運用休止の特例措置、NHK経営計画の修正等に対し民放連意見を提出するなど、所要の対応を行った。
- ・ **ラジオの経営課題に関する調査研究**
ラジオ委員会の下部組織としてラジオ経営課題研究部会を設置。ローカル局の経営課題を可視化し、民放ラジオ局の協調領域を見極めるために議論を重ねている。協調領域と位置付けられる課題が明らかになれば、必要な施策を講じる。
- ・ **放送コンテンツの海外展開の支援**
「国際ドラマフェスティバル in TOKYO」の活動を支援し、海外コンテンツ見本市におけるパビリオン設置やイベント開催等を通じて、ローカル局を含む民放各社の商談機会の拡大を図った。MIPCOM（カンヌ）、ATF（シンガポール）、香港フィルムアート（香港）では完全リアルでの展開を進め、コロナ禍で停滞していた対面での商談を後押しした。

(<https://j-ba.or.jp/category/topics/jba105958>)

ラジオとテレビのサステナビリティ ～ESG経営に向け～

民放ラジオ・テレビ局194社の、サステナブル（人間・社会・地球環境の持続可能な発展）な取り組みを事例集としてとりまとめ、公表しています。

事例集では、地域の自然保護や地産地消を応援する取り組み、身近な話題でSDGsや環境保護を訴求する番組の放送、各局の社屋での省エネ対策など、多岐にわたる活動がご覧いただけます。



(<https://www.j-ba.or.jp/sustainable/>)

石川テレビ放送

➤ まとめ

- 地上基幹放送事業者は5年ごとの再免許申請において、詳細な資料を提出し、総務省による厳格な審査を受けていることから、適切な経営ガバナンスが保たれているものと考えます。
- 民放事業者は財務情報や資本情報について、自主的な情報開示に努めています。
- 民放連では会員各社の経営基盤強化に資する取り組みを継続しています。
- 行政の場において放送事業者の経営基盤強化について検討する際は、放送の自主・自律を尊重していただくとともに、報道機関である放送事業者に対する規律については、くれぐれも慎重にご対応いただきたいと考えます。
- 民放事業者は自らの事業とその価値を、ステークホルダーである視聴者・リスナー、広告主・広告会社や地域社会に伝え、その理解と協力のもとで、未来を切り開いていきます。

(1 1) 株式会社電通
(資料 19－3)

デジタル時代における 民放広告ビジネスの現状と問題について

株式会社 電通

Copyright© 2023 DENTSU INC. All Rights Reserved.

0. 電通の紹介

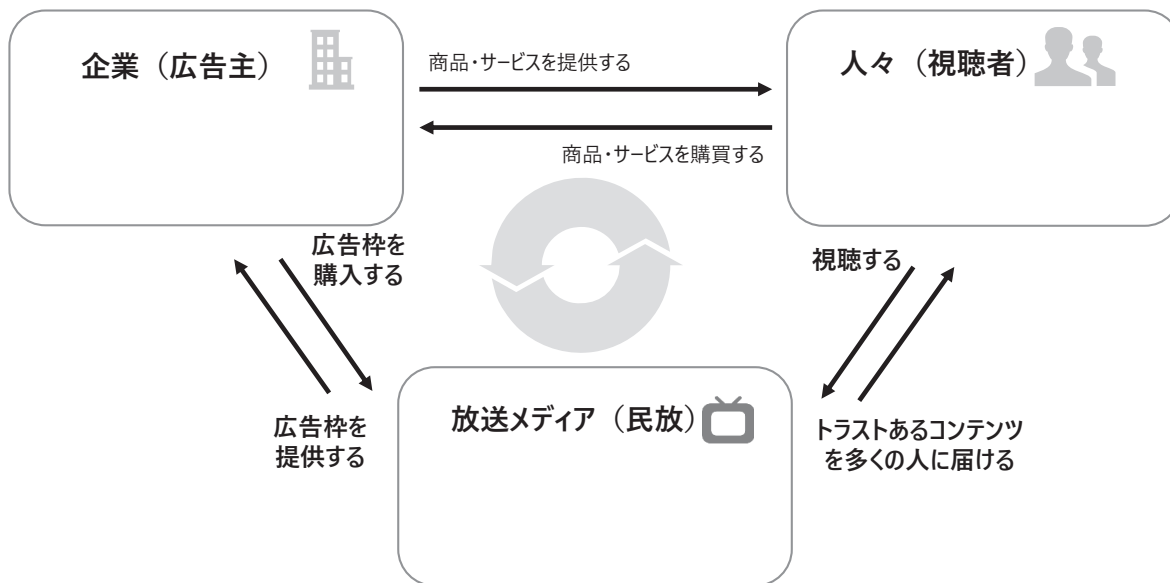
2

社名	株式会社 電通
創業	1901年（明治34年）7月1日
従業員数	5,627人（2022年12月末日現在）
事業内容	<ul style="list-style-type: none">顧客のマーケティング全体に対するさまざまなソリューション提供に加え、デジタル時代の変革に対応する効率的な広告開発、最適な顧客体験のデザイン、マーケティング基盤そのものの変革や、さらには顧客事業の変革をも推進しています。また、マーケティング領域を超えて進化させた多様なケイパビリティを掛け合わせ、顧客と社会の持続的成長に貢献する統合ソリューションを提供していきます。

Copyright© 2023 DENTSU INC. All Rights Reserved.

1. 民放エコシステムと広告業界の役割

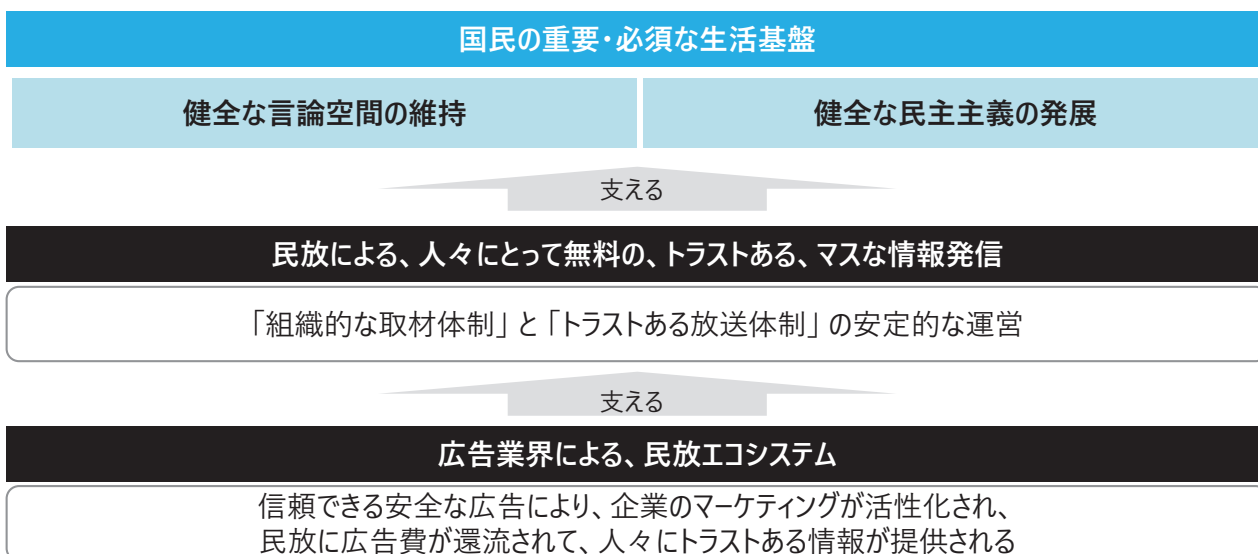
- 日本の放送システムは、二元体制を軸に、国民を支える重要かつ必須な生活基盤であり続けてきた。
- 広告業界は、企業のマーケティング利用ニーズを組み入れて、民放に広告費を還流することで、人々にトラストある情報が届くという、民放のエコシステムを支えて来た。



Copyright © 2023 DENTSU INC. All Rights Reserved.

2. 民放が期待される価値

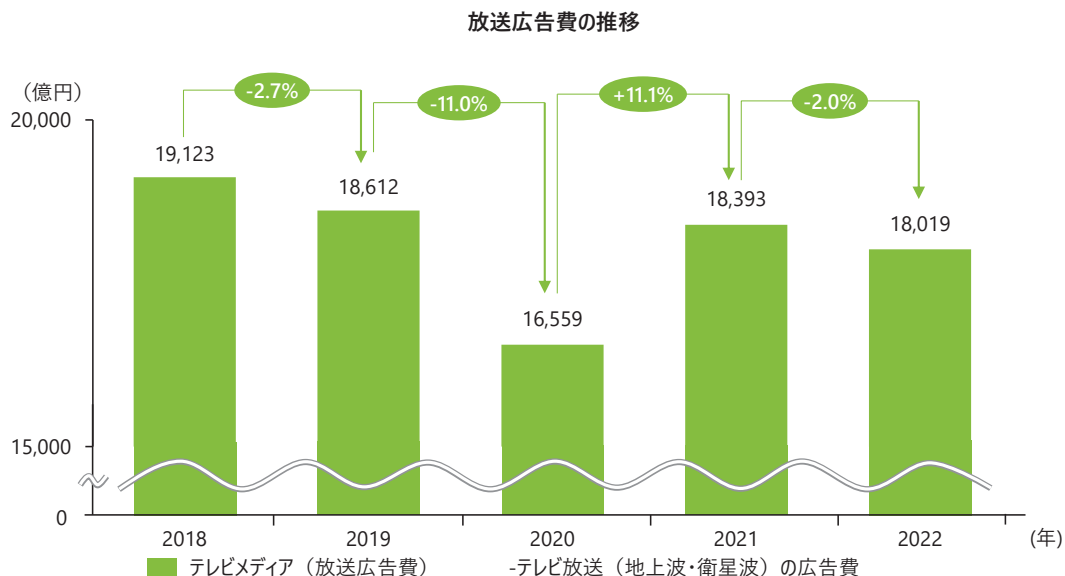
- 民放の重要な価値の一つは、トラストある情報を、人々に「無料」で、マスに（広く・一気に・均一に）届けることで、生活基盤の役割を果たしてきたこと。
- デジタル時代に放送がネット進出していくにあたり、ネットの情報空間の在り方が社会問題化する中で、民放のこの価値はより一層期待をされていく価値なのではないか。



Copyright © 2023 DENTSU INC. All Rights Reserved.

3. 放送広告費の漸減

- しかしながら、民放の放送広告費が、ここにきて漸減している状況にある。
- 放送広告枠の総数（CM本数）自体は変わっておらず、セールス本数も何とか維持をしている状況であるが、視聴率の低下によって放送の広告総量（広告総視聴率）自体が漸減傾向になっており、それに伴い放送広告費も漸減となっている。



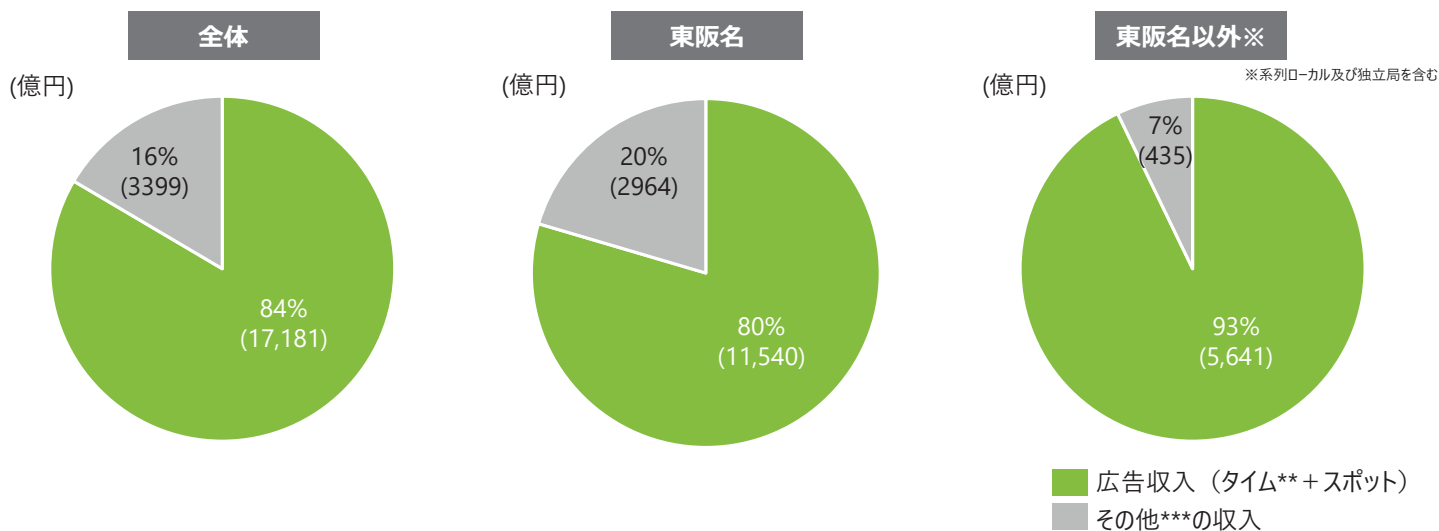
出所：株式会社電通「日本の広告費」

Copyright © 2023 DENTSU INC. All Rights Reserved.

4. 民放エコシステムへの影響

- 民放各局により事業状況（放送エリア、エリア内局数、人財リソース、投資余力）は異なるが、総じて放送局収益における放送広告収入は8割強を占めている。
- その放送広告費が漸減していることから、民放のエコシステムに大きな影響が出る状況になりつつある。

分類別・民放放送局の合計収入内訳（2021年）



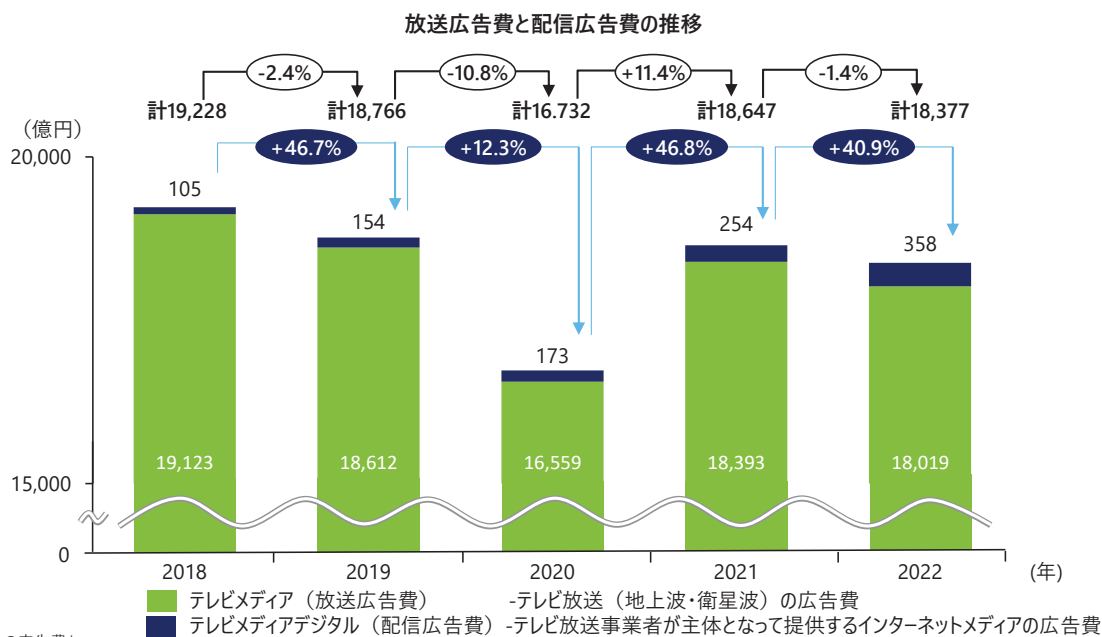
*含まれる民放は、ラジオ・テレビ兼営局およびテレビ単営局に限り、ラジオ単営局（中・短波局、FM局）は含まれない
 **タイム+制作収入
 ***売上高から広告収入を引いたものを「その他の収入」としている

出所：日本民間放送年鑑「総合財務諸表」

Copyright © 2023 DENTSU INC. All Rights Reserved.

5. 問題①：テレビ広告費の漸減傾向が加速してしまう可能性がある

- 本検討会の議論を通じて、民放システムのネット移行が進むことが想定される。
- 一方で現時点では、民放コンテンツのネット視聴量は確保出来ていない状況のため、配信の広告量が（増加傾向ではあるものの）大きくはない。
- このまま民放システムのネット移行が進むと、広告費の漸減傾向が加速し、民放各局のネット移行への投資余力が失われてしまう可能性がある。

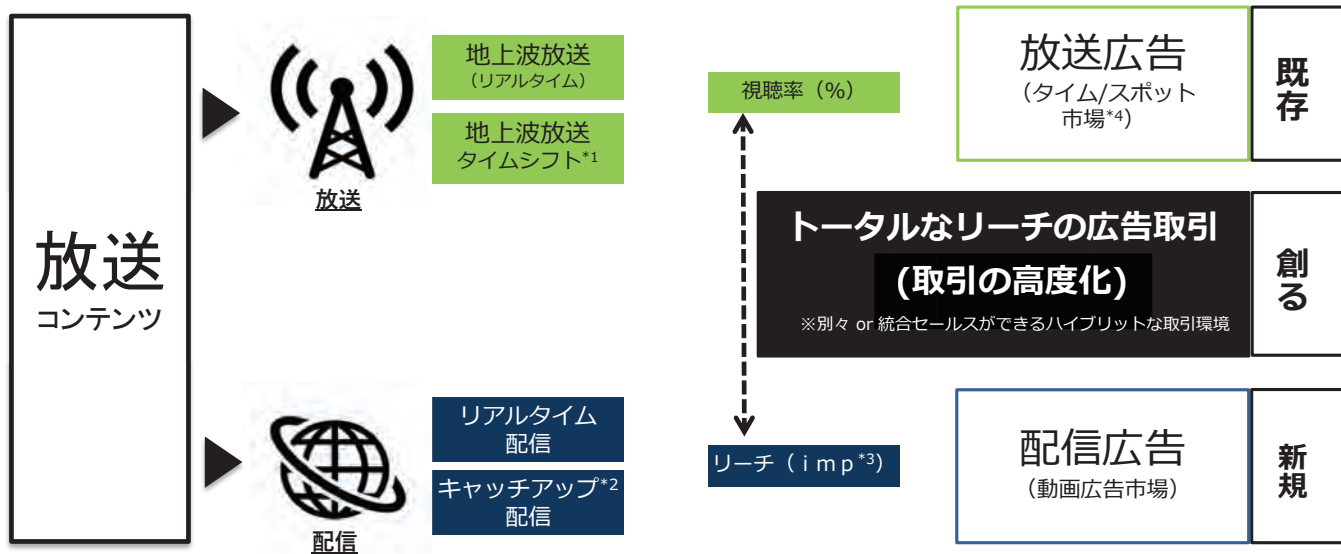


出所：株式会社電通「日本の広告費」

Copyright © 2023 DENTSU INC. All Rights Reserved.

6. 対応①：「トータルなリーチ」広告市場の創出

- 漸減傾向の加速を抑えるためには、放送の広告量を出来るだけ維持しながらその収益で配信視聴量を伸ばす取組みが行われ、配信の広告量が拡大されていく必要があると考えられる。
- 広告業界では、その状況をサポートするために、テレビ広告の強みである「リーチ」価値を起点としながら、放送と配信の「トータルなリーチ」広告市場を創出していく取組を実施している。

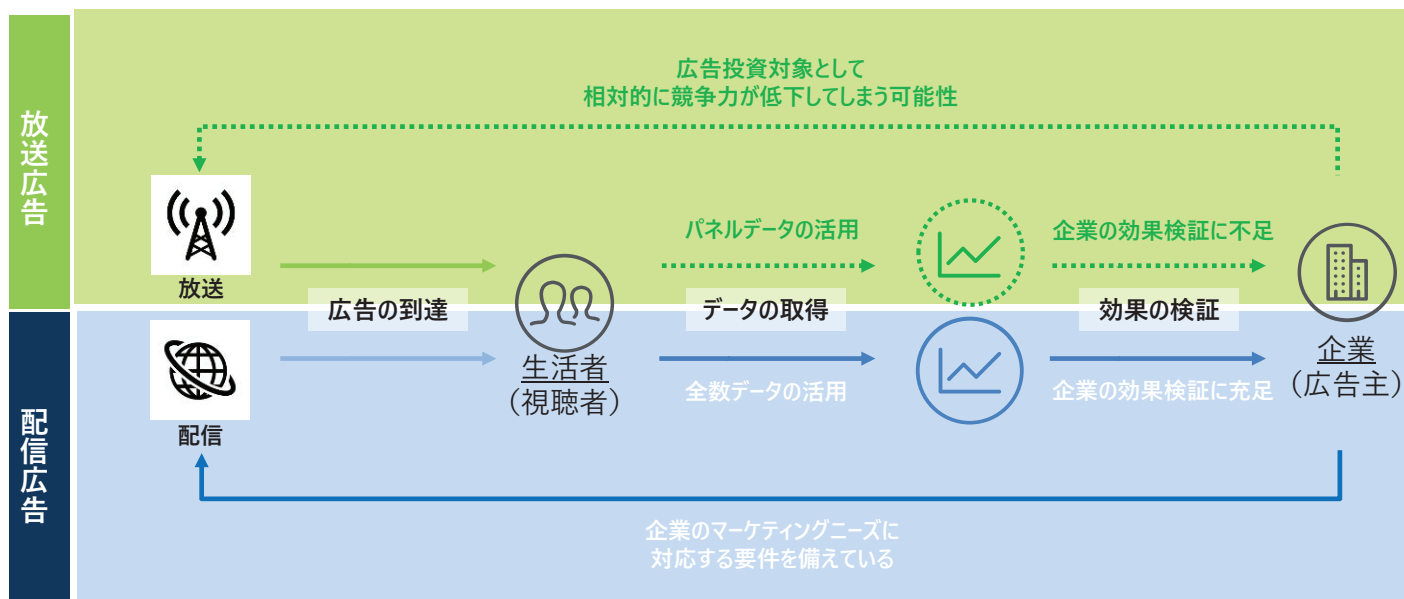


※1：タイムシフトとは、録画した番組をオンエアされた時刻から遅れて視聴することを意味する
 ※2：キャッチアップ配信とは、放送されたテレビ番組を一定期間ネット上で視聴可能とするサービスを意味する
 ※3：impとは、インプレッションであり「広告が表示された回数」を意味する
 ※4：タイムとは番組提供のCM、スポットとは指定の時間帯に放送されるCMを意味する

Copyright © 2023 DENTSU INC. All Rights Reserved.

7. 問題②：テレビ広告が企業のマーケティングニーズへの対応に足りていない

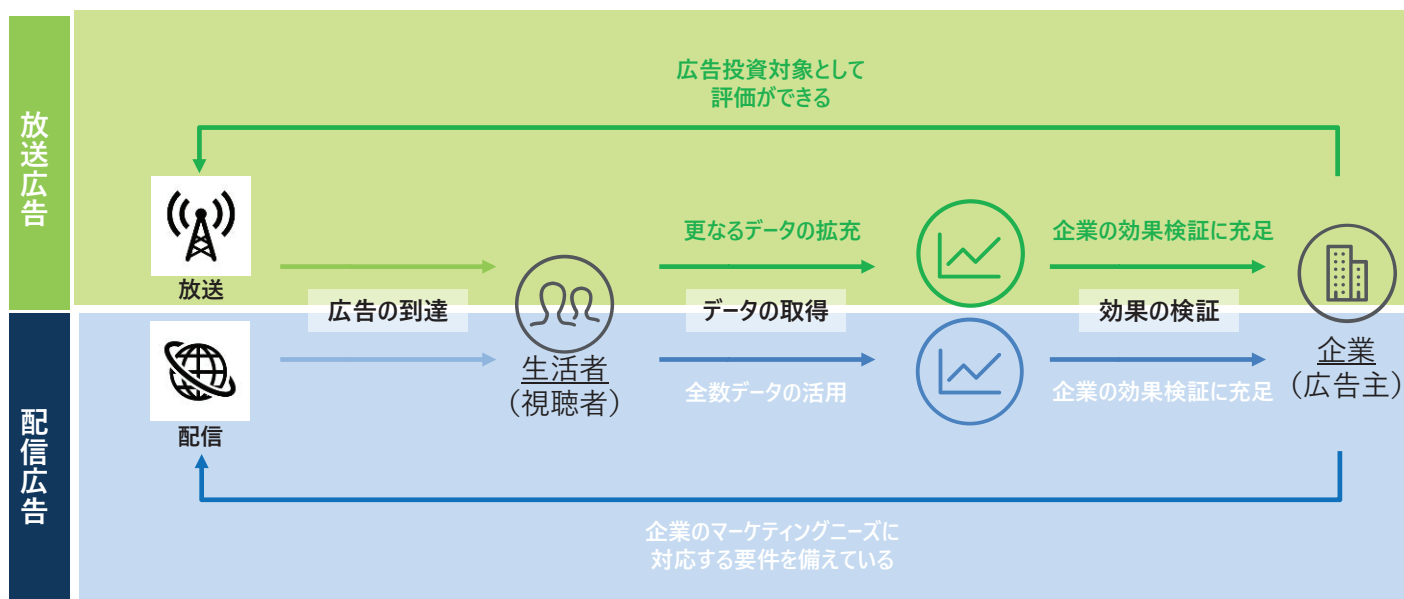
- また、デジタル時代において、企業は「データを基軸としたマーケティング」を重視している。一方で、現状の放送広告は、他のデジタルメディアに比してそのマーケティングに対応するための要件を備えていない。
- 民放エコシステムを維持し、視聴者に良質なコンテンツを届け続けつつ、広告主に選ばれ続ける上では、放送広告のアカウントビリティ強化が必要になっている。



Copyright © 2023 DENTSU INC. All Rights Reserved.

8. 対応②：テレビ広告の価値向上にむけて

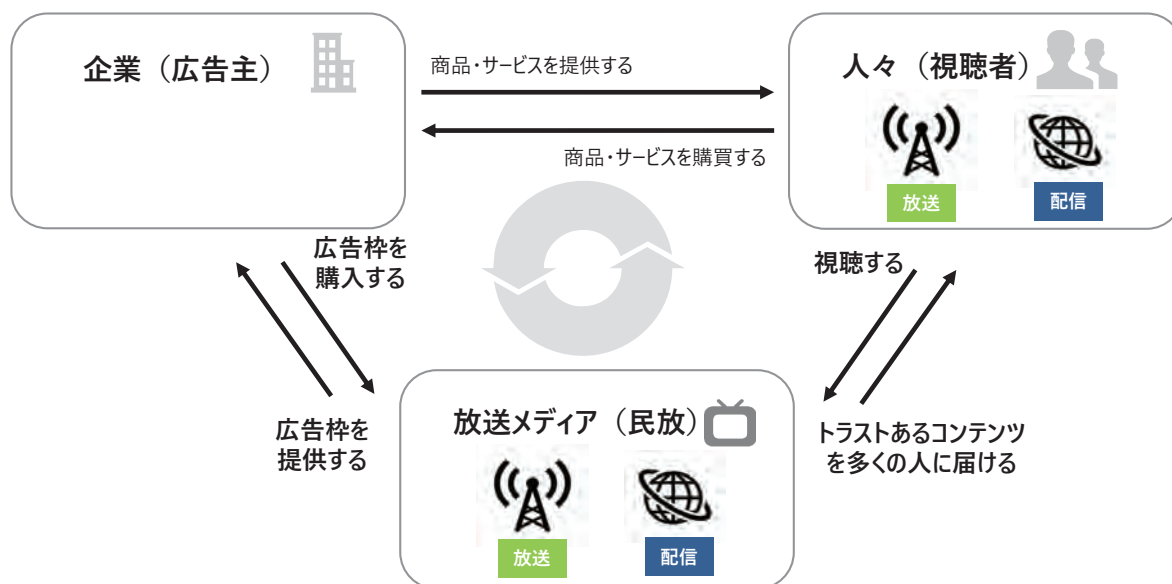
- 広告業界では、放送広告について、そのリーチ力による「認知拡大」効果に加えて「興味関心・検討・購買の押し上げ」効果の検証も進めていきたいと考えており、それをもとに放送局と共に、広告主のニーズに対応する、新しい商品・サービスを開発していきたいと考えている。
- そのためには、データや評価指標の整備が求められるため、個人情報保護やプライバシー保護の理念を尊重しながら、改めてデータ利活用の議論の場が設定されることを期待したい。



Copyright © 2023 DENTSU INC. All Rights Reserved.

9. さいごに

- マスであるためには人々にとって無料であることが重要であり、デジタル時代に企業のマーケティング利用ニーズも取込み続けることが必要となる。
- 広告業界は、デジタル時代に広告主にとっての利便性も高めて民放エコシステム形成を後押しし、放送・配信双方において健全な情報空間を形成し続けていくことに貢献して参りたい。



Copyright © 2023 DENTSU INC. All Rights Reserved.

(1 2) 株式会社博報堂 D Y メディアパートナーズ
(資料 19 - 4)

広告会社の立場から捉えた デジタル時代における民放広告ビジネスの現状と課題

2023年6月7日

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

©2023 Hakuholdo DY media partners Inc. All rights reserved. | CONFIDENTIAL



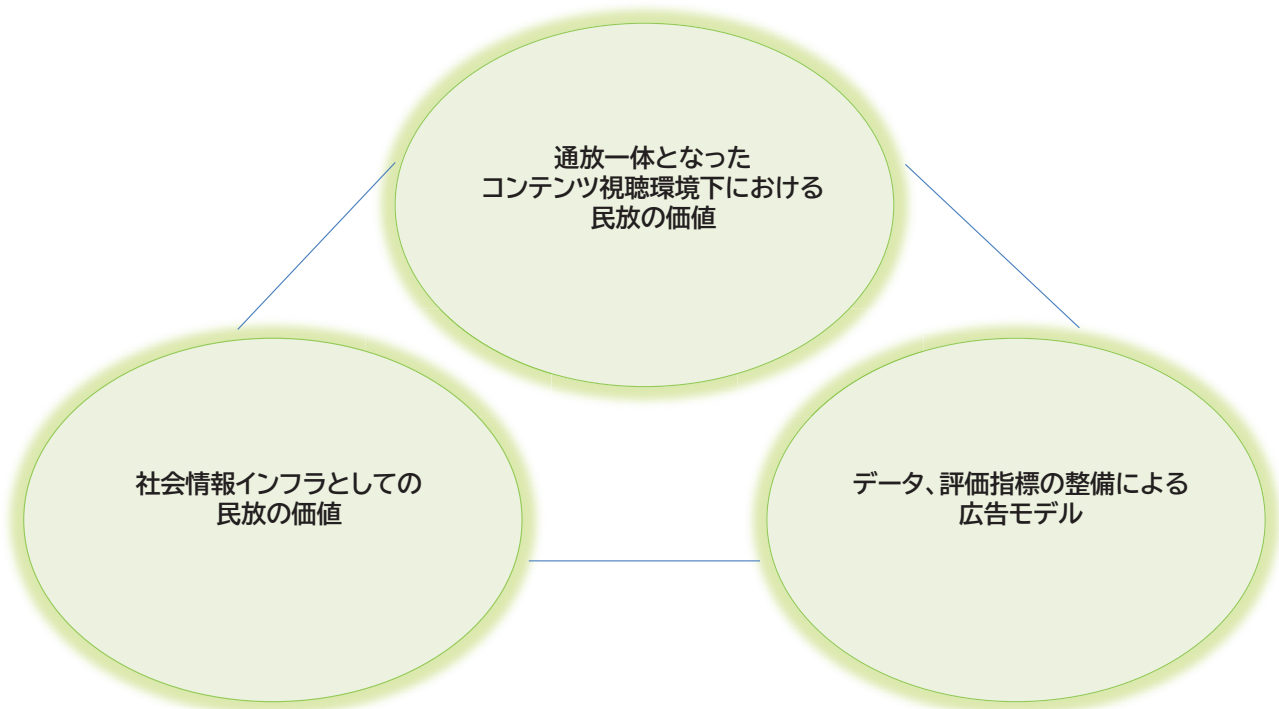
はじめに

2

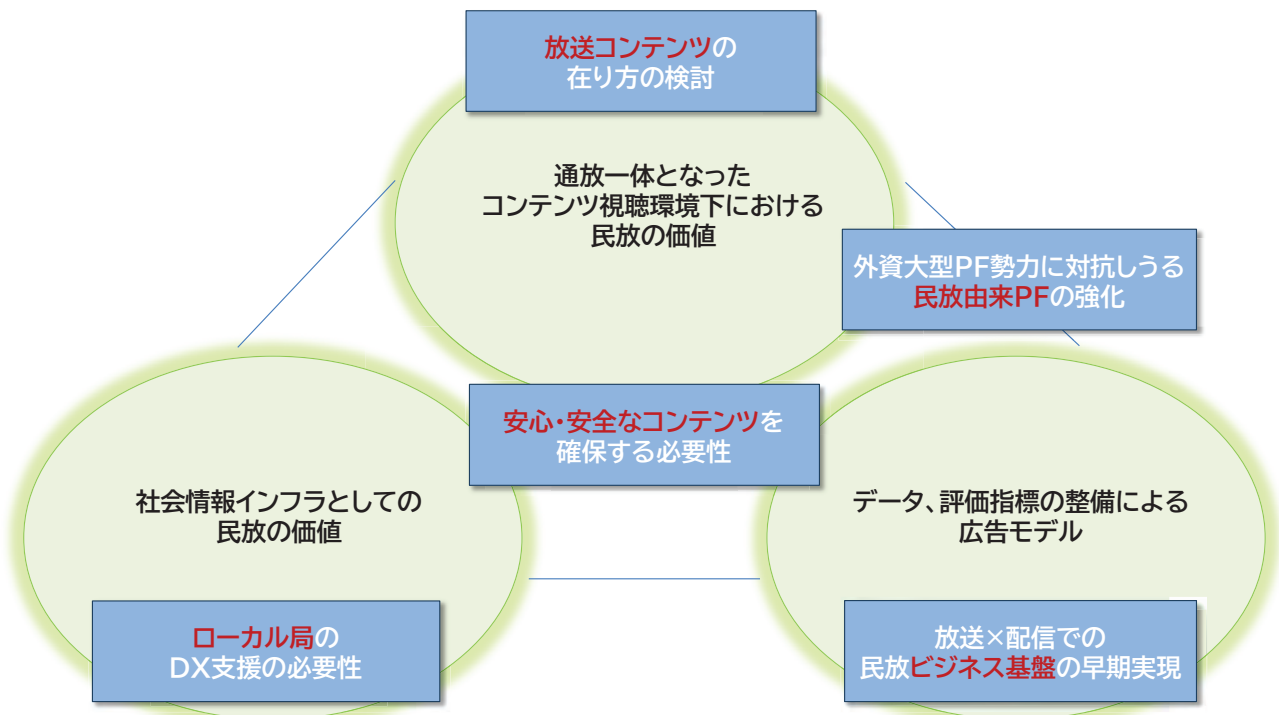
本日は貴重な機会を頂きありがとうございます。
総合広告会社の視点から、今後のテレビ広告ビジネスにおける
課題の考察を行って参りました。

デジタル時代における放送制度の在り方の検討において
少しでもお役に立てれば幸いです。

© Hakuholdo DY media partners Inc. All rights reserved. | CONFIDENTIAL



© Hakuhodo DY media partners Inc. All rights reserved. | CONFIDENTIAL



© Hakuhodo DY media partners Inc. All rights reserved. | CONFIDENTIAL

① 安心・安全な民放コンテンツを確保する必要性

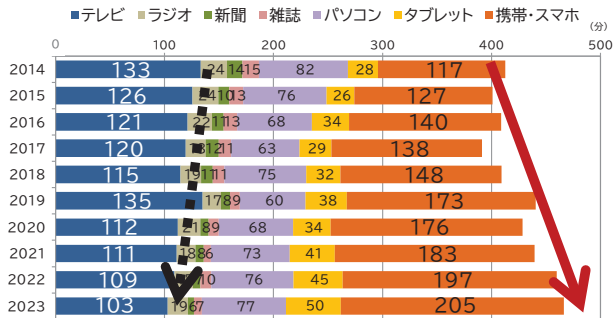
5

- デジタルコンテンツの台頭で地上波コンテンツの相対的な価値は低下
 - ・デジタルデバイスの普及により、テレビの接触時間が減少。
 - ・結果、民放の放送する「安心安全なコンテンツ」の接触量減少へとつながっている。

→安心安全な民放コンテンツを確保する必要性

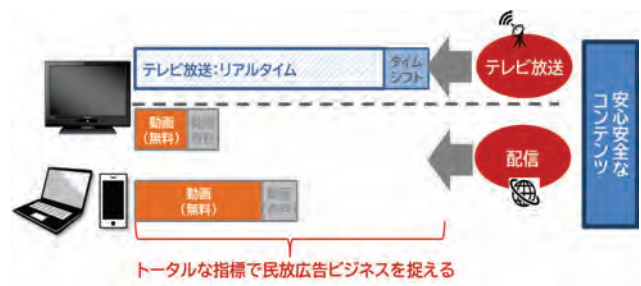
- ・広告主にとって、民放の放送する「安心安全なコンテンツ」によるテレビ広告は、従来から非常に価値が高い。
- ・放送と配信をトータルなリーチとしてとらえ、新たな民放広告ビジネスを形成していくことが重要。

■一日あたりのメディア接触時間推移(関東:男女15-39歳)



博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所「メディア定点調査2014-2023」

■放送×配信のトータルなリーチによる民放広告ビジネス



© Hakuholdo DY media partners Inc. All rights reserved. | CONFIDENTIAL

② 外資大型PF勢力に対抗しうる民放由来PFの強化

6

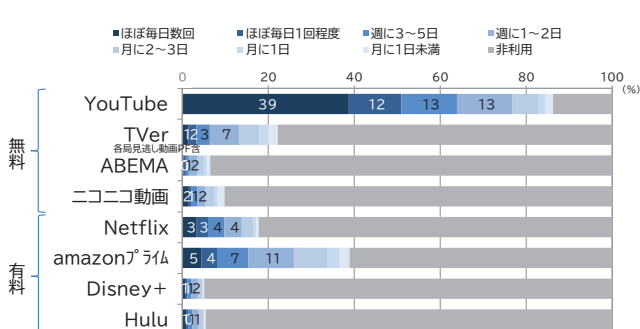
● 民放由来PFの伸び悩み

- ・民放由来PFは、外資大型PFとの厳しい競争下にあり、利用頻度が思うように伸びていない。
- また、配信広告収入も、近年の伸び率は大きいものの、放送広告収入を補うに至らない。

→外資大型PF勢力に対抗しうる民放由来PFの強化

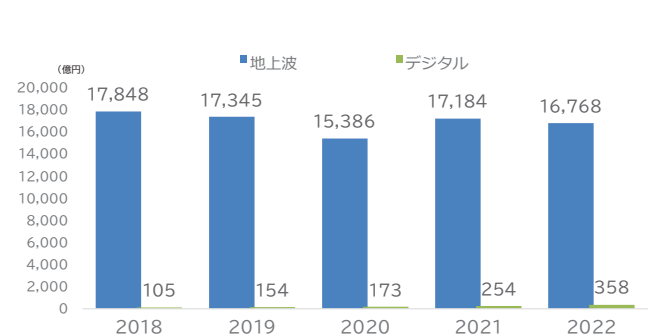
- ・民放由来PFの成長のためには、売上拡大に加えて、視聴数拡大への対策が必要。
- ・資金力豊富な外資PFコンテンツに対抗する、民放由来PFの強化が重要。

■動画サービスの利用頻度(関東:男女12-69歳)



出典:ビデオサーチACR/ex(2022年4-6月調査)

■テレビ広告費とテレビメディアデジタル広告費推移



出典:株式会社電通「日本の広告費」

© Hakuholdo DY media partners Inc. All rights reserved. | CONFIDENTIAL

③ 放送×配信の民放広告ビジネス基盤の早期実現

- テレビ広告は、デジタル広告に比べて、データや評価指標が整っていない
 - ・得意先のマーケティングニーズに応えるためには、現行の視聴率データだけでは不十分。
 - ・放送×配信によるトータルでの効果効率を把握できるデータ、評価指標の整備が必要。

→放送×配信の民放広告ビジネスの基盤の早期実現

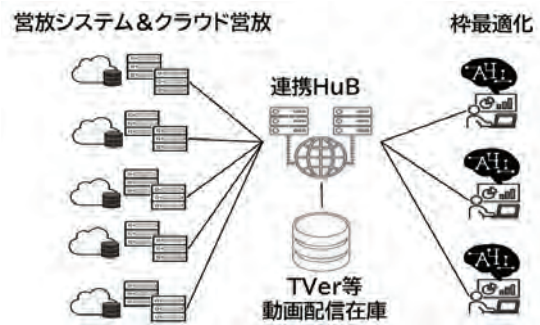
- ・放送×配信での「統合プランニング」「効果可視化」「高速PDCA」ニーズへの対応には、「クラウド営放」「自動提案システム」「広告管理システム」「効率効果管理システム」などの整備が必要となる。

■テレビ広告出稿で向上させたい効果

1	認知促進	59.2%	リーチ貢献は変わらず重要 購買に直結する項目が多数存在 Q. テレビ広告を出稿する際、向上させたい効果は以下のうちどれが該当しますか。
2	リーチ拡大	47.3%	
3	来店行動	40.7%	
4	サイト来訪行動	40.7%	
5	オフライン購買行動	36.8%	
6	オンライン購買行動	27.6%	
7	検索行動	18.4%	
8	インストール行動	11.8%	
9	その他	10.5%	

博報堂DYメディアパートナーズ自社調査(2022年)

■放送×配信の広告ビジネス基盤(イメージ)



© Hakuodo DY media partners Inc. All rights reserved. | CONFIDENTIAL

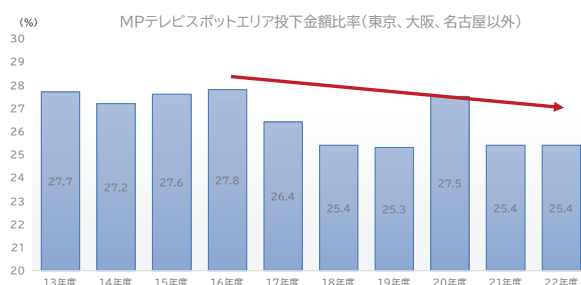
④ ローカル局のDX支援の必要性

- 広告環境の変化に伴い、ローカル局の収入が減少している
 - ・広告収入の主力であるテレビスポットが減少している。
 - ・ローカル局が制作するコンテンツ量には限りがあり、また制作するコンテンツも地域の情報番組が中心であるため、配信ビジネス推進などDX化が容易ではない。

→ ローカル局のビジネス保護やDX支援が必要

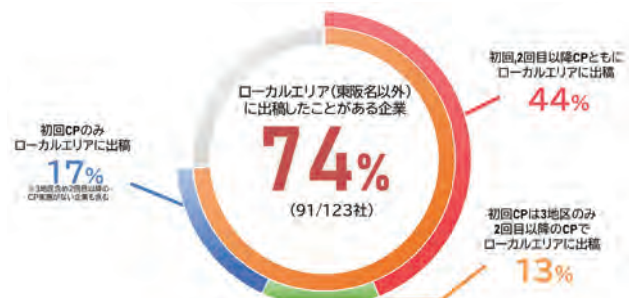
- ・NHKとの二元体制を維持するためには、ローカル局のエッジであるエリア情報発信力の保持が重要であり、そのためには、配信ビジネス推進等のDX支援が必要である。

■テレビスポット出稿におけるローカルエリア投下金額比率推移



博報堂DYメディアパートナーズ自社調べ

■スタートアップ企業のローカルエリアテレビ広告出稿



* 大阪名いずれかのエリアで新規出稿を実施したスタートアップ企業123社で集計
出典: ビデオリサーチ「全国テレビCMデータ」(データ期間 2018年4月~2022年3月)

© Hakuodo DY media partners Inc. All rights reserved. | CONFIDENTIAL

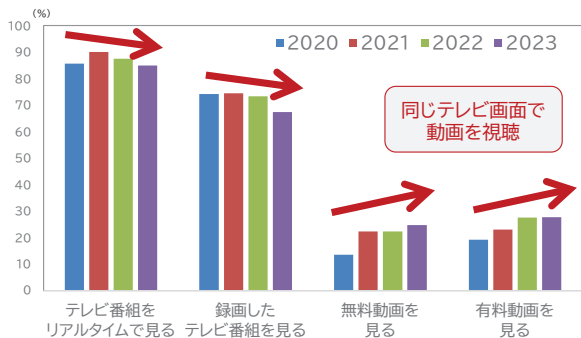
● 配信専用コンテンツとの規制格差

- ・外資大型PFの配信専用コンテンツは、自主規制が低いため、多様なコンテンツが存在。
- ・公共の電波を利用していることはもとより、スポンサー収入で成り立つ放送局は、自主基準に基づいたコンテンツを放送しており、同じ画面での競争を強いられ、視聴を減らしている。

→放送コンテンツの在り方の検討

- ・放送しかなかった時代の放送コンテンツの在り方を、配信による多種多様な動画が混在するようになった時代に合わせて、再検討することが重要である。

■テレビ画面の利用内容(関東:男女15-69)



博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所「メディア定点調査2020-2023」

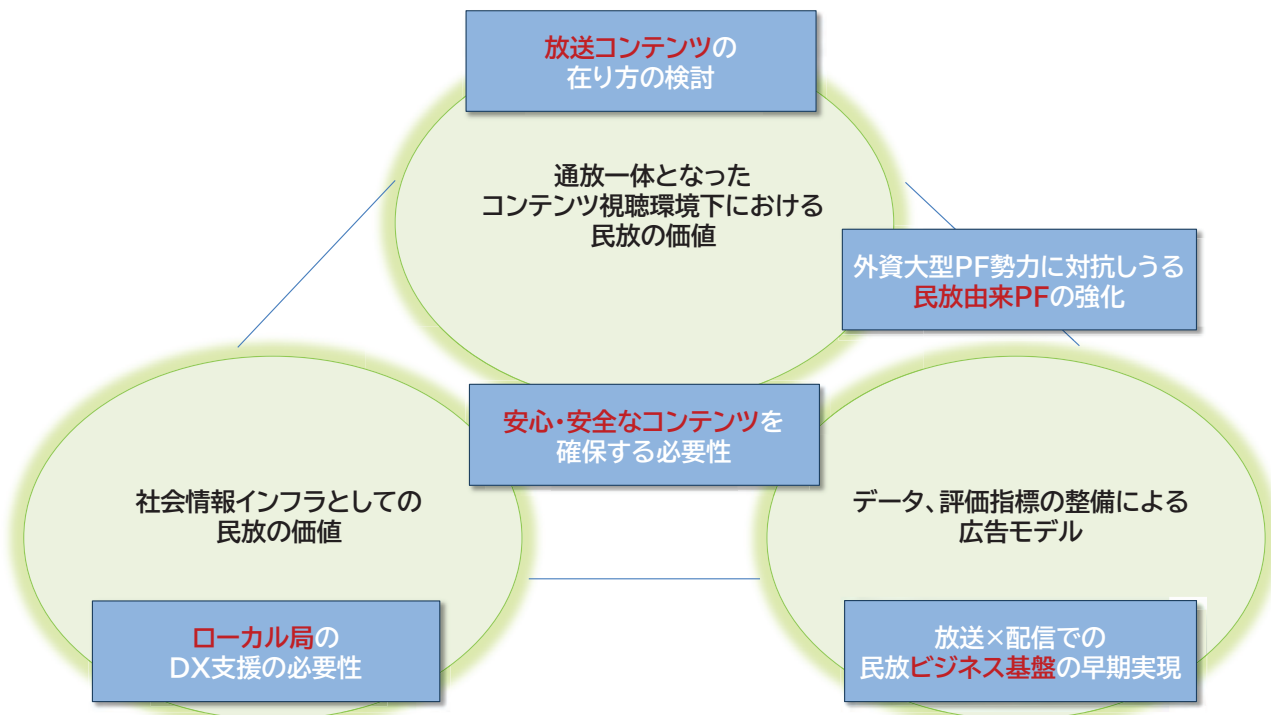
■テレビと配信の情報源としての評価(東阪:男女20代)

(%)	空いた時間を利用して見聞きすることが多い	見聞きするのが好き	周囲のひとと話題にすることが多い
テレビ(民放)	19.3	13.1	14.6
動画投稿/共有サイト	30.2	23.3	15.3
動画配信(VOD)サービス	24.7	21.3	11.7

博報堂HABIT調査(2022年)

© Hakuhodo DY media partners Inc. All rights reserved. | CONFIDENTIAL

課題概念図



© Hakuhodo DY media partners Inc. All rights reserved. | CONFIDENTIAL



Hakuhodo DY
media partners