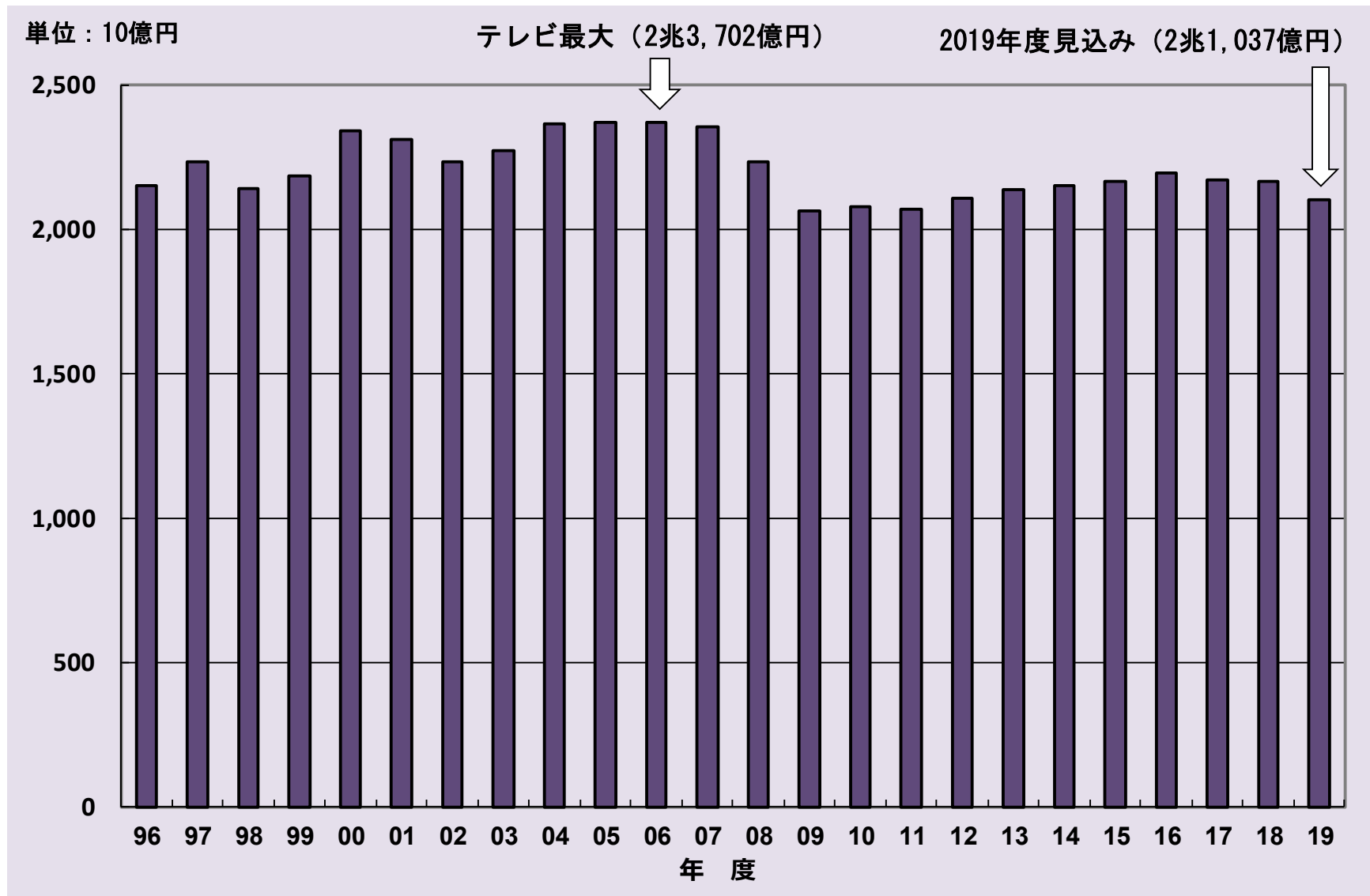


総務省「公共放送の在り方に関する検討分科会」 ご説明資料

2020年5月22日

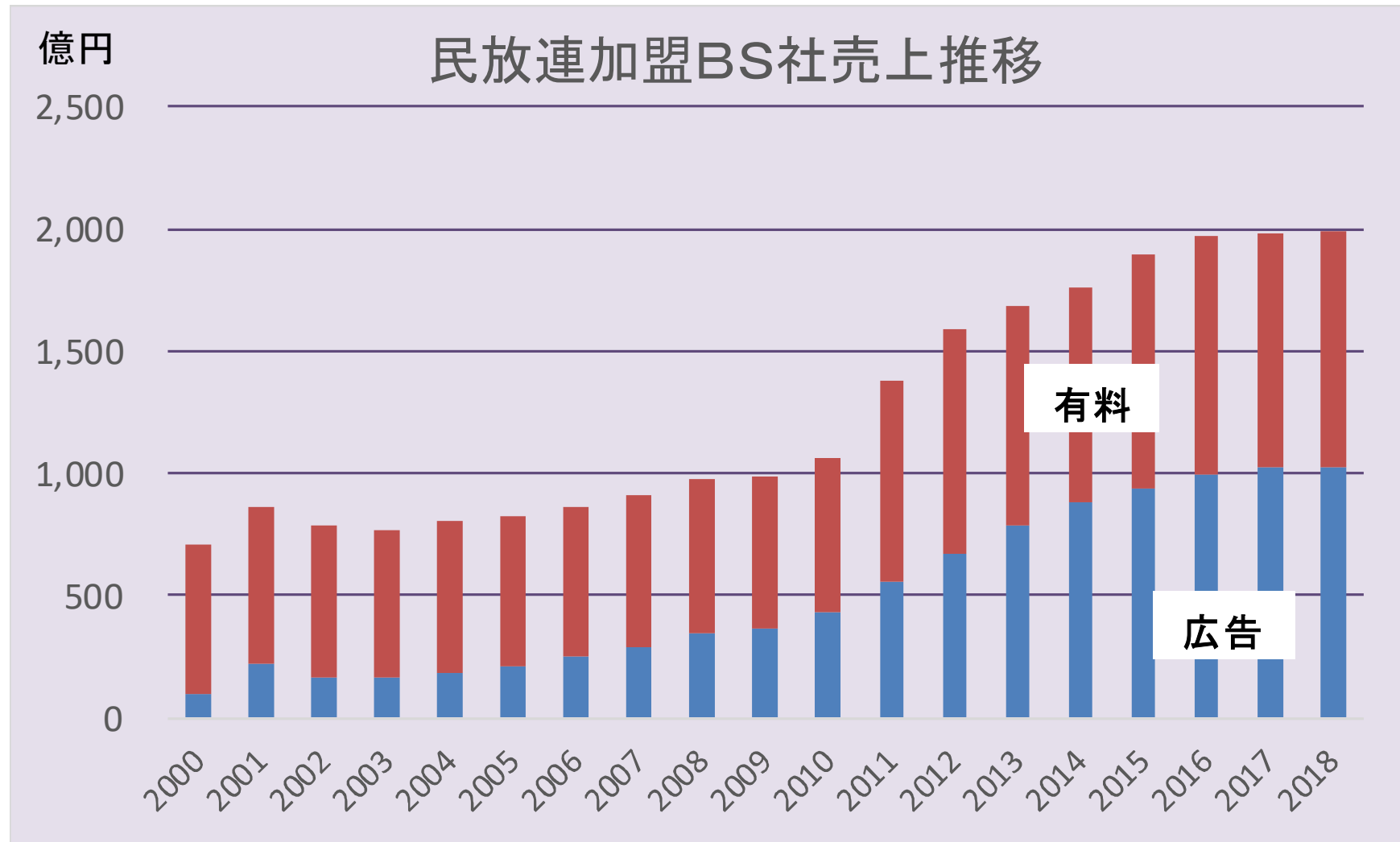
一般社団法人 日本民間放送連盟

地上テレビ営業収入の推移



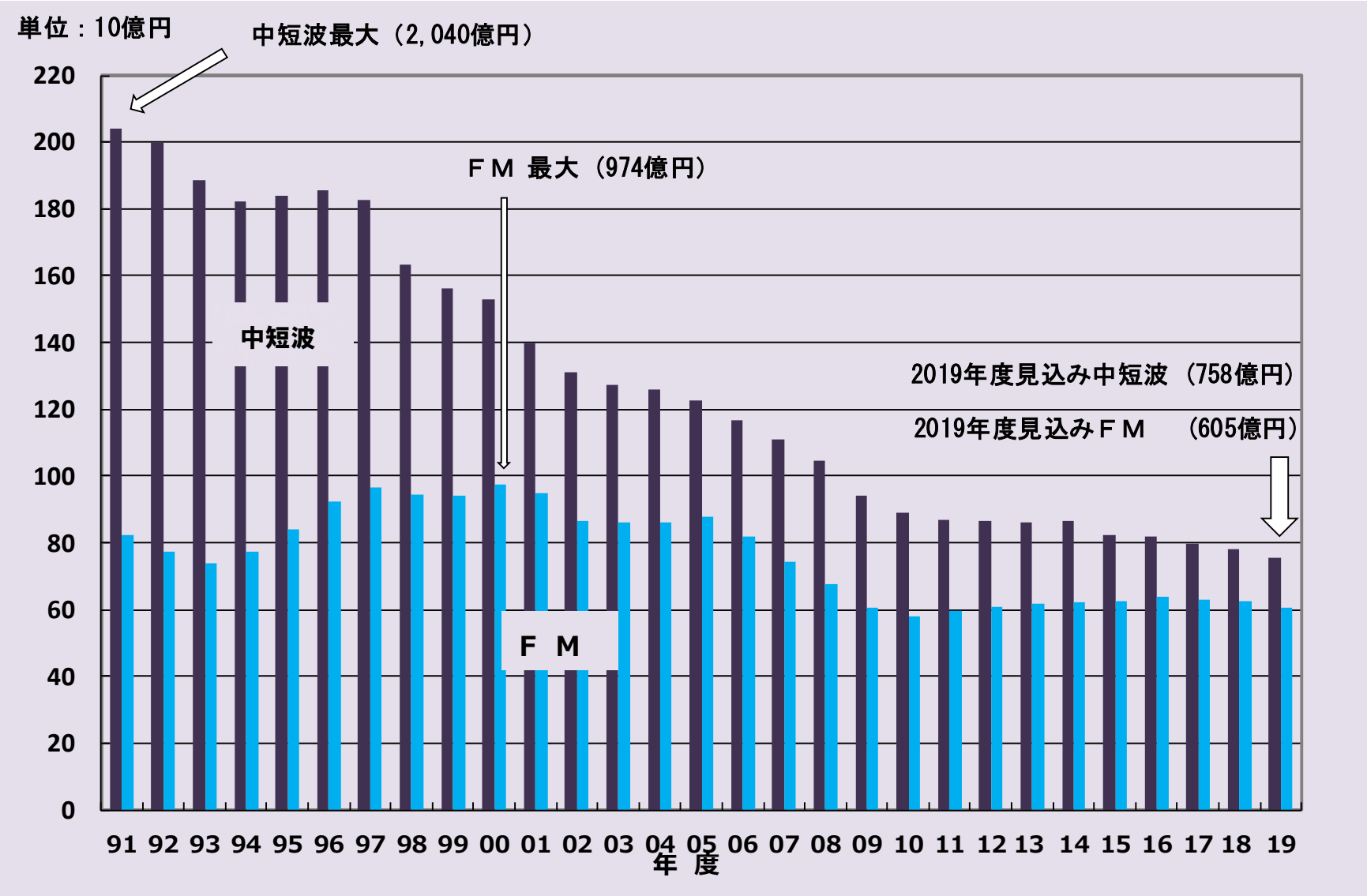
※民放連調べ

BS放送の営業収入の推移



※民放連調べ

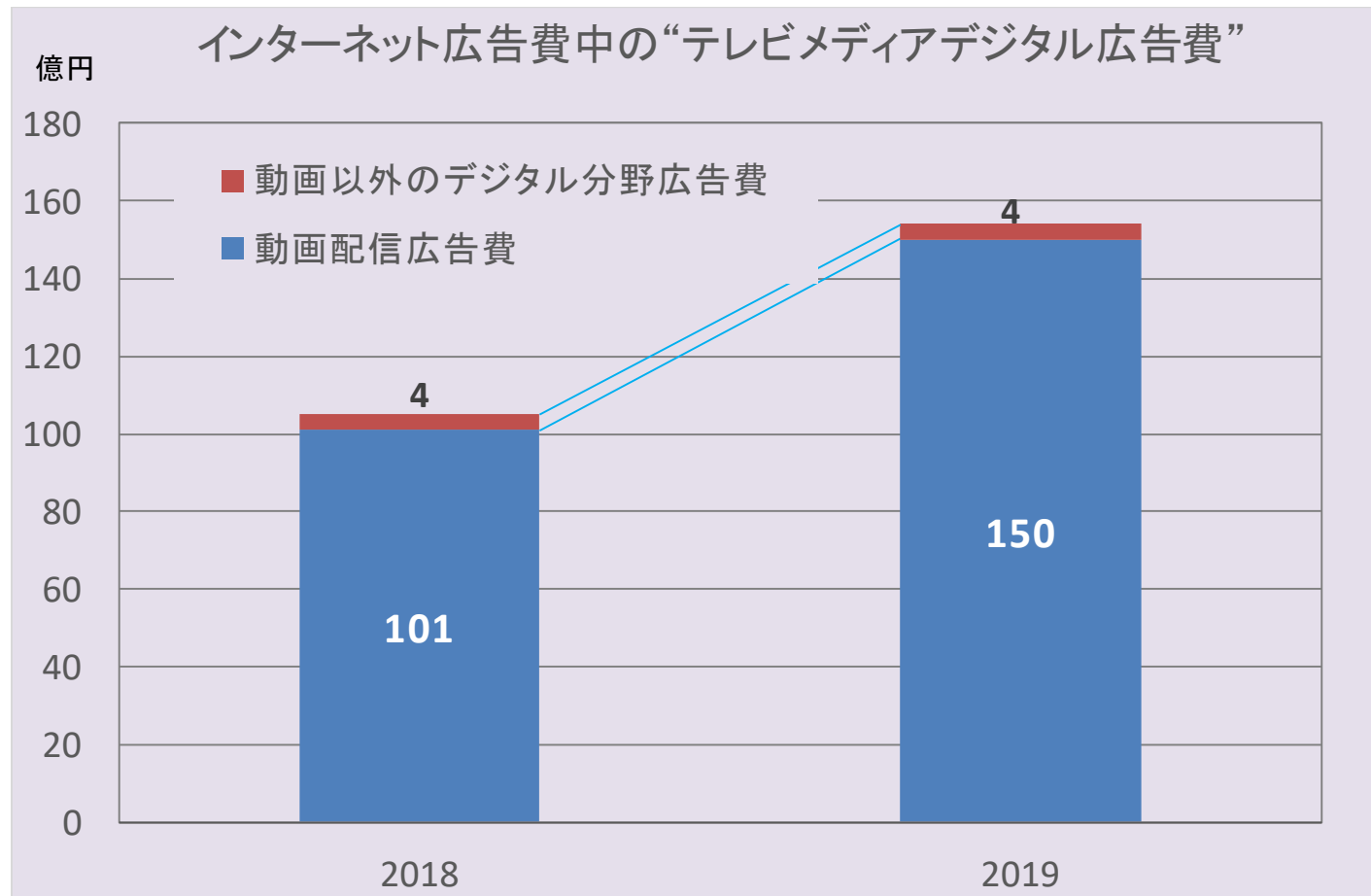
ラジオ営業収入の推移



※民放連調べ

インターネット動画配信による広告収入

- 民放事業者の動画配信による広告費は成長を続けているが、その規模はテレビ広告費(1兆8,612億円)の0.8%程度。



※電通「2019日本の広告費」より作成

■ 放送技術・放送サービスに関する先導的な技術・知見の共有

- ・ NHKの先導的な技術・知見の活用は、放送サービスの一層の質の向上および民放事業者の経営基盤強化に寄与する。

放送事業の基盤強化に関する取りまとめ(案) (総務省、2020年4月11日公表)

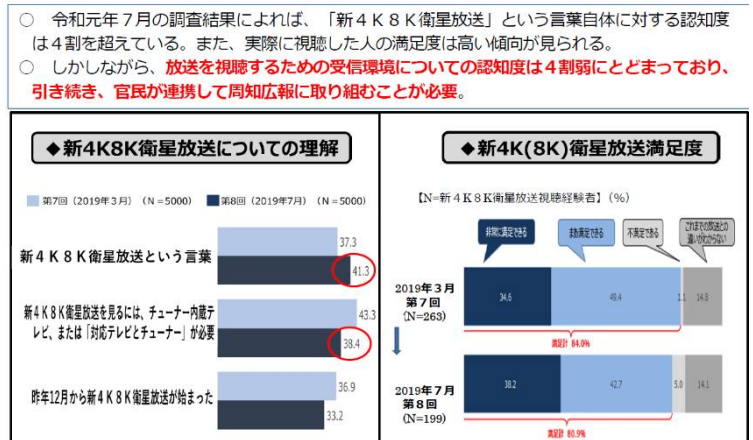
第4章 ローカル局の事業の拡大・多様化の推進

NHKは、(～略～) インフラ面や番組制作における民放との協力をその自律的な判断の元に進めるとともに、2020年1月に一部施行された改正放送法を踏まえ、インターネット配信に係る協力も一層取り組んでいくことが望まれる(放送法第20条第14項)。さらに、NHK放送技術研究所ではAIを活用した自動手話や自動字幕生成などの技術開発が行われており、これらの技術は、NHKのみならず我が国の放送サービスの全体の高度化、普遍化に資するものである。NHKの持つこのような先導的な知見・技術を広く放送サービス全体に活用することは、様々なサービスが地域住民に提供され、放送サービスの向上に大きく寄与するとともに、ローカル局の経営基盤の強化にも貢献することとなると考えられるため、その具体化を進めることが適当である。

■ 新しい放送メディアの普及推進

- ・ 2018年に開始された新4K8K衛星放送の視聴可能機器は、2019年3月末時点で394万台。
- ・ 放送の視聴方法に関する認知度は4割弱。
- ・ 一層の普及推進に向けて、NHKに先導的な役割を期待。

新4K8K衛星放送の認知度



出典：A-PAB(一社)放送サービス高度化推進協会「4K・8K放送市場調査結果のまとめ(2019年8月公表)」

※出典：総務省「衛星放送の未来像に関するWG」第7回会合(2020.4.24)

■ NHKが特殊法人である以上、民間事業者が収支を勘案しながら市場競争を行っている分野で業務を展開することは、常に民業を圧迫するリスクをはらむ。

■ 会員社から寄せられている個別の事例等

- ・ 地方自治体や地元企業が主催するイベントや広報材の企画提案において、NHKの子会社や関連会社が企画に入札し、民放事業者と競合している。
- ・ 高校野球などの地方大会をNHKが同時配信を行う場合、民放事業者の放送や配信と競合する可能性がある。
- ・ 国際的スポーツ大会や音楽イベント等の放送権獲得交渉において、豊富な受信料を財源とするNHKが民放事業者と競合するのは、公平とは言えないのではないか。

■ 民放連は2018年10月、総務省「放送を巡る諸課題に関する検討会」第二次取りまとめの中で特に重視すべき8項目を「NHK常時同時配信の実施に関する考え方」として公表している。

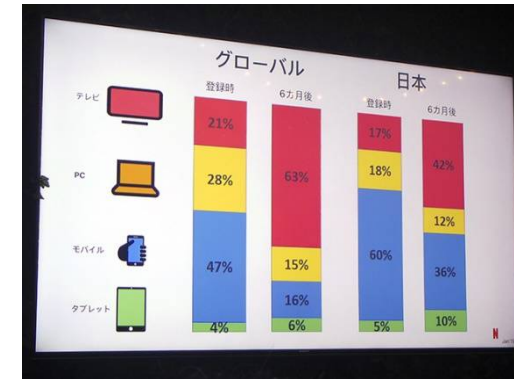
1. 区分経理の採用によるインターネット活用業務の見える化
2. インターネット活用業務の受信料収入2.5%上限の維持
3. NHK常時同時配信の地域制御
4. ネット配信事業における民放事業者・NHKの連携
5. ガバナンス改革として外部監査の強化による事後チェック体制の拡充
6. 関連団体への業務委託の透明性・適正性の向上、子会社のあり方等の見直し
7. 衛星波の整理・削減を含む既存業務の大胆な見直しによる事業規模の適正化
8. 受信料体系・水準等の受信料のあり方の見直し

テレビでの動画配信サービスの視聴

■ テレビ画面での動画配信サービスの視聴が拡大する傾向。

「日本は、アジア諸国で最もテレビ画面でNetflixを視聴している」

「Netflixによると、モバイルを使ってサービス登録する人が最も多いが、半年後の視聴デバイスはテレビが半数以上を占める結果が出ているという」



CNET Japan 2019年9月7日付記事「”快適な視聴体験”のためにNetflixが取り組んでいる5つのこと」
(<https://japan.cnet.com/article/35142332/>)より引用

■ 様々な動画配信サービスをテレビで視聴できるデバイスが広く流通。

<Amazon Fire TV Stick>



出典: <https://www.amazon.co.jp>

<Google Chromecast>



Chromecast - Charcoal

★★★★★ 19,627 product reviews

Google · Chromecast · Chromecast (1s Googleアシスタント)

Chromecast is designed to make the m your phone. Shows, movies, live TY, You away from all ...

[See more details at Google Store »](#)

¥5,072

Free shipping

[Google Store](#)

[Visit site](#)

出典: <https://www.google.co.jp>

NHK受信料と主な動画配信サービスの水準

サービス	NHK 衛星 受信料	Netflix	NHK 地上 受信料	Hulu	Paravi	FOD プレミアム	TERASA	Amazon プライム ビデオ	YouTube	AbemaTV
月額 (税込)	2,230円	1,320円	1,260円	1,026円	1,017円	976円	618円	500円	広告付 無料	広告付 無料
年額 (注)	26,760円	15,840円	15,120円	12,312円	12,204円	11,712円	7,416円	6,000円		
備考	地上契約含む	上記はスタンダードプラン(HD画質、同時2アクセス) ベーシックプランは月額880円(SD画質、同時1アクセス)、 プレミアムプランは月額1,980円(4K画質、同時4アクセス)				定額の雑誌、 漫画サービスを含む		速達配達、 定額の音楽 書籍サービスを含む	YouTubeプレミアム(月額1,180円~)プランあり	ABEMAプレミアム(月額960円)プランあり

(注)年額は月額(税込)に12を乗じた金額。一括払いなどによる割引は考慮していない。

※各社ウェブサイトから民放連事務局作成

「若者のテレビ離れ」について

- 総世帯のテレビ普及率は、緩やかな低下傾向にあるが、特に世帯主が29歳以下の世帯のテレビ普及率は低下が顕著。
- 可処分所得が相対的に少ない若年層が「テレビを持たない」ライフスタイルを選択している可能性は否定できない。

＜世帯主年齢別 カラーテレビ普及率(総世帯ベース)＞

	2005年3月		2010年3月		2015年3月		2020年3月	
	構成比	普及率	構成比	普及率	構成比	普及率	構成比	普及率
総世帯		98.9%		98.8%		95.7%		93.8%
29歳以下	5.1%	97.1%	4.0%	94.4%	1.8%	84.7%	2.8%	84.7%
30～59歳	44.7%	99.0%	37.7%	98.7%	37.3%	95.0%	38.1%	93.8%
60歳以上	50.2%	98.9%	58.3%	99.1%	60.9%	96.5%	59.0%	94.3%

※内閣府「消費動向調査」各年版より作成

NHKへの要望

■民放連「NHK常時同時配信の実施に関する考え方」(2018年10月)

1. 区分経理の採用によるインターネット活用業務の見える化
2. インターネット活用業務の受信料収入2.5%上限の維持
3. NHK常時同時配信の地域制御
4. ネット配信事業における民放事業者・NHKの連携
5. ガバナンス改革として外部監査の強化による事後チェック体制の拡充
6. 関連団体への業務委託の透明性・適正性の向上、子会社のあり方等の見直し
7. 衛星波の整理・削減を含む既存業務の大胆な見直しによる事業規模の適正化
8. 受信料体系・水準等の受信料のあり方の見直し

■民放連「改正放送法の施行に向けたNHK関係の省令等の整備に対する意見」(2019年7月)

そもそも2018年9月の総務省「放送を巡る諸課題に関する検討会」第二次取りまとめでは、「常時同時配信を実施することについては、国民・視聴者の理解が得られることを前提に、一定の合理性、妥当性があると認められる」とされました。国民・視聴者の理解は“三位一体改革”の徹底によって醸成されるものであり、常時同時配信だけを切り出して議論するのでは、公共放送のあり方全体に関わる課題の本質を見失いかねません。例えば常時同時配信のための認証や視聴者対応は、世帯単位の受信契約を適正に管理する効率的なシステム全体の中で構築されるべきです。有料のNHKオンデマンドと常時同時配信の業務の整理もいまだ出来ていません。公共放送NHKの“三位一体改革”、中でも既存業務の大胆な見直しによる事業規模の適正化や、いまだ手つかずの受信料体系・水準等のあり方の見直しを置き去りにして、常時同時配信に多額の受信料をつぎ込むのでは、国民・視聴者の理解は到底得られません。