

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） 議事要旨

1. 日時

令和5年6月7日（水）13時00分～15時05分

2. 場所

総務省内会議室及びWEB

3. 出席者

（1）構成員

三友座長、伊東座長代理、飯塚構成員、大谷構成員、奥構成員、落合構成員、瀧構成員、長田構成員、林構成員、山本隆司構成員

（2）オブザーバ

日本放送協会、（一社）日本民間放送連盟、（一社）日本ケーブルテレビ連盟

（3）総務省

竹内総務審議官、小笠原情報流通行政局長、山碕大臣官房審議官、
林情報流通行政局総務課長、飯倉同局放送政策課長、翁長同局放送技術課長、
佐伯同局地上放送課長、鎌田国際放送推進室長、後白同局放送政策課外資規制審査官、
岸同局放送政策課企画官、西室同局放送技術課技術企画官、福田同局地上放送課企画官、
金子同局地域放送推進室長、平野同局地域放送推進室技術企画官

（4）ヒアリング

一般社団法人日本民間放送連盟 堀木専務理事

日本放送協会 中嶋理事

株式会社電通 川原崎ラジオテレビビジネスプロデュース局長

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 西村テレビラジオビジネス局 担当局長

4. 議事要旨

（1）ヒアリング①

一般社団法人日本民間放送連盟 堀木専務理事より、資料19-1に基づき、説明が行われた。

（2）質疑応答

各構成員等から以下のとおり発言があった。

【落合構成員】

御説明いただきましてありがとうございます。以前の会議で、依頼させていただいた内容について御説明をいただいたものだと思っております。今回御説明いただいた内容については、例えば、特に情報の自主的な開示といった部分については、情報の開示自体は行っていただいているということだと思えますし、そのほかの取組も行われていたことをお話しいただいたと思えます。

一方で、例えば情報の自主的な開示の部分ですが、日本民間放送年鑑ということで、実際に購入をしようと思えばできるということではあると思えますが、一般的には、なかなかこういった内容が一般のいろいろな方の目につくことはかなり少ないのではないかとも思います。そういった意味では、やはり情報の積極的な開示は、デジタル臨時行政調査会などでも、例えば公衆縦覧ですとか、一定の登録をしている内容などについてオンラインでも見られるようにしていくといった取組も進められているところですので、より一層いろいろな方に見やすい形で情報発信していただければと思っております。これは既に公表自体はある種、出版されているものではあると思えますので、一定の調整を行いながら実施し得る話ではないかとも思います。

また、全般的な取組としては、やはり規制改革推進会議の直近の6月1日の答申の中でも実施事項として書いている中で、具体的には、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っていただきたいということを書いております。特にコーポレート・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、様々な制度の見直しの状況を踏まえて検討するという一方で、特に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、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ということを書いてございます。

この部分については、2つ大きくポイントがあると思っております、1つが地域情報の発信ですが、これがローカル局の果たしておられる最大の価値の一つだと思っております。マスメディア集中排除原則の中でも多様性・多元性・地域性に留意することになっているかと思えますが、そういった役割をしっかりと果たしていただくために、さらにこれを強力的に推進していくために、どういふことができるのかということがあります。2つ目で、さらに、実際にこういった地域情報を発信していただく主体がいなくなる場合には、やはり地域情報発信の役割が重要であるといっても、絵に描いた餅になってしまう部分がありますので、やはり経営基盤強化につながっていくような取組をぜひ行っていただけないかと思えます。

そういった意味では、既に取り組んでいただいている内容を御報告いただいたことは最大限尊重

させていただきたいところもある一方で、これからの時代が変わっていく中で、より一層地域情報を発信していくことに対する役割が特に重要な役割になりつつも、経営環境としては厳しくなるという中で、戦略的に取組を進めていっていただきたいということで、ぜひ最終的にできる限り多くの事業主体に情報発信を続けていただきたいところがございます。そういった観点で、また、できる範囲で、今後こういった施策ができるかを検討させていただければと思いました。

【林構成員】

質問として2点ございます。スライド5ページの年鑑ですけれども、先ほど落合先生もおっしゃった点と重複しますけれども、この年鑑は非常に有用な情報が載っていて、私も折に触れて参照していますけれども、市販されているといっても、何分、結構高価な本ですし、一般の方が気軽に手に取って参照できるようなタイプの本ではないと思います。私は名古屋在住ですけれども、名古屋地区の図書館でも所蔵されているところはかなり限られているのではないかと思います。

ここで記載されている情報というのは、本だけでなく、落合さんもおっしゃっていましたように、各放送会社のホームページに載せてもよいような情報がほとんどではないかと思いますけれども、個別に自社ウェブサイトに掲載対応されている会社さんもありますが、そうでない会社さんもおられますので、質問としては、そういったばらつきがあるのはなぜだと思われるかということと、それから、民放連さんとして、各会員社さんに、ここで書かれている情報を、経営情報のある種の透明化の観点から、ホームページ等のオンラインで公表するように、そういった形でなにがしか働きかけるようにするといった取組はしておられますでしょうかというのが1点目です。

2点目は、3ページの3ポツ目のところで、先ほど堀木さんからも御説明あったように、再免許は免許の更新じゃなくてその都度審査されるというのはそのとおりで、その意味では、放送事業者の経営ガバナンスは適正に保たれている仕組みになっているというのは、御説明のとおりだと思いますけれども、ただ、そのチェックというのは、総務省と民放事業者との間での二当事者間の関係ですので、経営のガバナンスという観点ではもちろん非常に重要だと思いますけれども、その一方で、一般国民であるとか視聴者一般に対する経営のアカウンタビリティーの観点においては若干インパクトが弱いかなと思っています。ここで書かれている一斉再免許の際の厳格な審査の結果であるとか、あるいは最近の経営ガバナンスの取組みたいなものについて、もっと視聴者や一般国民に分かりやすく周知していただく工夫があってもよいのかなと思っています。申しますのも、私自身も地方に住んでいますのでまさにそうですが、地元のローカル局のサステナビリティというのは、地元の視聴者の皆さんの多くも、非常に高い関心を持っておられると思いますので、その点、一工夫があってもよいのかなと思いました。この点ももし何かお考えがあれば、あわせて御教示いただ

ければと思います。

【伊東座長代理】

伊東でございます。御説明どうもありがとうございました。資料の11ページの最後には、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、広告主や地域社会に伝えて、その理解と協力の下で未来を切り開いていきますという趣旨の力強い宣言があり、また8ページには同様の文脈で、伝えることに力点を置くとの記述もあり、大変結構な取組だと思います。ただ、自らの事業とその価値を伝えるだけではなく、放送メディアの意義と価値についてもぜひ伝えていただき、放送の果たす役割についての理解増進を図っていただきたいと希望しております。この点に関しましては、民放だけではなくNHKにも期待しているところでございます。

【飯塚構成員】

御説明ありがとうございました。情報の自主的な開示について、落合構成員、林構成員とちょっと重なって恐縮なんですけれども、6ページにある内容というのは、民放連様のウェブサイトでも、同様のフォーマットに基づいて、各社横並びで公開されているのかということと、また、主要制作番組、自己検証番組を含めまして、ここに掲げられている項目というのは各社共通の項目であり、必ず記載しなければいけないという項目で理解してよろしいかということになります。

と申しますのも、アメリカにおきましては、商業放送であれ、公共放送であれ、公共の利益に資するという条件に公共の電波を使用することを放送局に認めているわけですけれども、この公益的な義務というものの中には、地元コミュニティの直面する問題に対応した番組ですとか、地元コミュニティのニーズや関心に応える番組を放送するということが含まれております。そして、放送各社は、地元コミュニティに係る番組を放送しましたという実績を含めて、公益的な義務の履行状況を説明した公益義務ファイルというものを定期的に規制当局に提出しております。そして、これらのファイルというのは、放送局の国民への説明責任という観点から、ウェブサイトでも公開されているという状況になっています。

こうしたケースを踏まえますと、公益的な義務を果たしているという放送局の国民への説明責任として、ウェブサイトを利用して広く情報開示していくということが求められるのではないかなと感じた次第です。

【大谷構成員】

今御説明いただいた内容について、特に関心を持たせていただいたのが、資料でいいますと8ペ

一ジの「民間放送の価値を最大限に高め、社会に伝える施策」ということで、4本柱35項目に整理されたものということで、これを改めて確認をさせていただいたところです。そこで、御質問させていただいたのは、ここに挙げた35項目について、それをどのようなタイムラインに位置づけて実現を図っていかれようとしているのか。つまり、民放各社のそれぞれの項目についての取組というのをどう相互に情報交換、あるいはデータとして収集し、それを開示していくという体制になっているのかということをお聞きできればと思っております。

とりわけ関心の高い項目としましては、そちらの資料の中に含まれている民間放送事業の持続可能性の向上という項目です。その中に、ローカルテレビ局の経営基盤強化であるとか、あるいはサステナブルな活動をサポートする取組といったような項目がございます。また、テレビ広告の在り方などについても検討するというようなことが述べられているところですが、かなり大きな項目ばかりですので、それを具体的に推進するための情報共有の在り方ですとか、あとは、この全体の施策について冒頭で書いていただいているのが、民間放送で働く人々自身がその価値を理解することが欠かせないと書かれていますので、民放各社の一人一人に伝える努力として、どのような対応をされているのか。特に、インターネット上のフィルターバブルやフェイクニュースに対応するための放送コンテンツの信頼性確保というテーマにも言及していただいているところでして、放送基準の解説書を広く配布して、一人一人の方に伝えるという努力もされているということです。また、その効果の検証の仕組みなども含めて、この施策の公表されたものについてのお取組の今後ということについて、少し詳しくに御報告いただけるとありがたいと思っております。

【瀧構成員】

マネーフォワードの瀧でございます。御説明をいただきましてありがとうございます。

私からは2つ質問がございます。まず1つは、度々私は金融業界のことを例に出すことが多いんですけども、例えば認可業である銀行業では全国銀行協会さんが半期ごとに全国銀行財務諸表分析というものをエクセルでまとめて出しているだけでなく、個別行の決算もエクセルで出しているんです。よく証券市場にいるアナリストたちがこれを分析の対象にして、この業界の本当の大変なところはここだとか、ちゃんと要因分析ができるように、全銀協さんというのは結構いろいろとディスクロをやられてきています。当然、放送は銀行業界とか金融業とは違って、お金を預かるという業でもありませんし、こういう公表に至るまでの歴史が違うことはあると思うんですけども、先ほどいただいたように、年鑑の中で既にディスクロがされているものくらいはエクセルで横並びにして公表されてみてはいかががではと思っております。それを打診したいというのが1つ目でございます。

2つ目はサステナビリティ回りで、先ほど御教示いただきました活動事例集を私もちょっとダウンロードして見てみました。各社さん、これは地域への貢献というのはいろいろな意味合いがありますので、様々なお取組をされていることをよく理解いたしました。私自身、マネーフォワードのサステナビリティ担当の役員をやっています、自社としてそういう開示をするときに、サステナビリティの中でもこの項目は私たちが特に会社としての強みを有しているとか、その地域において問題解決をするべきだと強く信じていますという優先順位をつけることが上場会社には結構求められる流れがございます。それを特定することを昨今はマテリアリティと表現したりしています。上場されているテレビ局さんの広報とかを見ていると、マテリアリティの特定をされて、その上でどんな活動をされているか、かなり子細に公表されていると思いますので、この考え方を、非上場の会社さんが多いものだと思いますので、そういったところにももう少し敷衍していけないだろうかと思いました。

サステナビリティはSDGsの何色に当たりますかとか、そういう杓子定規なことに当てていく必要はないのですが、有限なリソースの中で、ちゃんと優先順位を決めているということが非常に問われる領域でもあると思っています。そこで本当に時間がかかるし、お金もかかるんだけど、成し遂げなければいけないことをちゃんと打ち出してお金を出すというのも企業にとっては使える選択肢なんですよ。なので、そのような考え方を取り得る余地があるのかというところをお伺いしたかったというのが2点目でございます。

【日本民間放送連盟（堀木専務理事）】

御質問ありがとうございます。

落合構成員のコメントは、非常に有益な示唆に富むアドバイスだと思いますし、御提案だと受け止めています。地域情報の発信がローカル局の最大の使命ですが、最近ローカル局の皆様と話していると、地域の強みを地域の住民とともに共有するという、自分たちが住んでいるところはこういうよいところがあるとか、ここが強みだとか、そうしたことを地域の中で考えて皆と共有する、その触媒の役割を果たしたいという意見が随分強くなってきています。それは、広告メディアではありませんが、地域の皆さんと一緒に地域を元気にする中で、そこから幾つかの収入を得たい、そこにしかローカル局のこれからはない、との考え方が一般的になってきたのだと思います。地域情報の発信はそうですが、私はもう一つ深掘りして、地域の強みを地域の住民と共有するという役割がこれからのローカル局のポイントなのかなと最近感じております。落合先生、どうもありがとうございました。

林構成員からばらつきがあるのはなぜなのか。これはなぜなのでしょうね。民放連が呼びかける

ことはないか。今までは確かにしておりません。視聴者一般に開示する場があってもよいのではないかと皆様からいただいたところなので、それもよく理解はできます。情報の開示については、民放連の会員各社のそれぞれで考え方はばらばらだと思っています。この年鑑も、確かにここまで皆さんに開示していただいています。有料の書籍だから、その意味では無料でオープンにしているものではないので、アクセスがそんなに広がらないからここまで答えていただいているとの実態も確かにあります。それから、費用をかけて編集を行い書籍として刊行することが前提だから、ここまで答えているという方もやはりいらっしゃいます。後ろ向きではなく、そうした前提で作られているものなので、ここに出ているから、そのまま全てネットで出せるかということ、それはちょっと違うと思っています。ただ、ネットで開示することを検討してもよいのではとの御提案、アドバイスとして受け止めました。

それから、伊東構成員がおっしゃった「放送メディアの意義と価値を」は、本当にそう思います。個々の社の話をする前に、放送と通信が融合されると言われる中で、放送メディアの意義や価値をどう維持して発展させていくかは、民間放送事業者にとって大きな課題であることは私も同感でありますので、この民放連の施策もそうした観点で考えたものであります。

飯塚構成員からもウェブサイトの開示について御質問いただきました。アメリカの事情もよく分かります。アドバイスとして受け止めさせていただきます。

それから大谷構成員から、この施策は一体どのような（取り組みなのか）との御質問がありました。これは、民放連が決めて会員社にやっていたとか、強制するものではありません。民放連として取り組むことを35項目並べていますが、それぞれ担当の所管委員会と事務局、研究所で取り組むものをまとめたものです。大体こうしたことを事業者団体が打ち出すと、できるものしか書かないものですが、できないものも出てくるかもしれません。民放連の委員任期は2年ですので、2年を一つのチームとして取り組んでおります。このため、35項目全てができるというわけではなく、2年間のチームで、会員各社と対外的には半年に一度、実施状況を公表しています。では、施策を作って進めて、会員各社がどう変わったかの検証については、取り組む感じではないですが、民放連という事業者団体の総体として取り組んでいるものだとお考えいただければと思います。

それから、瀧構成員、全銀協ですね。金融機関と放送事業者ですから、よって立つ制度が違いますし、金融機関には情報開示をしなければならない関係法令の定めがあることも承知しております。一方、放送の場合は、そうした情報開示に関する法令の定めはありませんが、5年に一度の再免許がございます。それぞれの分野で違う形でもって経営ガバナンスがしっかり保たれるよう決まっているのだと思います。ただ、これも情報の開示の件ですから、先ほどと同様に御提案、アドバイスとして受け止めさせていただきます。

マテリアリティーのことは、すみません、私が不勉強なこともあります、この場でコメントできるような知見を持ち合わせませんので、差し控えさせていただきます。

【落合構成員】

ぜひ地域情報の発信だけではなくて、地域の文化形成も含めた文化・産業の基盤にもなるという意欲を示していただいたと思いますし、非常に重要な役割だと思います。

そのために、経営基盤強化もやはり重要ですので、そちらもポイントに置いていただきたいと思えますし、また、規制改革推進会議のときに私も発言しましたが、そういったときに、地方公共団体との出資も例が増えてきております。利害関係についてどう考えていくかもまた重要な課題になると思えます。もちろん、地方公共団体と密接に行っていかなければ事業としてなかなか難しいものもある中だとは思いますが、例えば監査法人の中でも、コンサルティングファームと監査部門でいろいろウォールを引いたりですとか、いろいろ利害関係の整理の仕方はあると思えますので、ぜひそういった点も踏まえながら、しっかりと民主主義の基礎となるような情報を発信できるような取組を進めていただければと思います。

【三友座長】

ありがとうございます。構成員の皆様からは大変建設的な御意見だと私も感じましたので、ぜひ積極的に、こういった方向で何かしらできないかということをお検討いただければと思います。

【日本民間放送連盟（堀木専務理事）】

座長、ありがとうございます。構成員の皆様からいろいろな御指摘、アドバイスをいただいたと受け止めています。落合構成員の最後のところも大事な御指摘だったと受け止めております。ありがとうございました。

（３）ヒアリング②

日本放送協会 中嶋理事より、資料19-2に基づき、説明が行われた。

（４）質疑応答

各構成員等から以下のとおり発言があった。

【三友座長】

ただいまNHKから説明をいただいたところでございますけれども、民放における取組がどうな

っているのかという点も気になるところでございます。民放連の堀木専務理事から、もし何か御発言がありましたらお願いできればと思いますが、いかがでしょうか。

【日本民間放送連盟（堀木専務理事）】

座長、ありがとうございます。NHK中嶋理事の御報告は大変参考になりました。中嶋様ありがとうございます。

NHKと同様、民放事業者は報道機関であります。その責務を果たすために、日々、取材に裏打ちされた確かな情報を放送し続けて、視聴者・国民の知る権利に応えるところも同じだと思えます。放送法第4条には、放送番組の編集に当たって、報道は事実を曲げないですることとの定めがございます。同じ9条には、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には、訂正または取消しの放送をしなければならないとの定めがございます。民放事業者は当然、これらの定めを遵守して放送を行い、視聴者・国民への責任を果たすために日々努力を重ねていますが、こうした日々の活動や努力がインターネット空間におけるいわゆる偽情報対策としても、社会的な効果を発揮するのではないかと考えています。

ネット上の情報を放送でどのように扱うかとか、誤った情報を伝えたときにどう対応するかといえば、放送で仕事を行っていることを基礎として対応することになるのだと思えます。取材の過程で得た情報の裏取りをする、真実かどうかを慎重に見極め、確認できた事象のみを報道することは、報道機関として当然のことであり、SNS情報の取扱いに関しても何ら変わりはありません。民放事業者が自らの放送番組や放送内容に責任を負うのは当然のことであり、放送で誤った情報を流してしまったときは、場合によって、制度上の訂正放送を含めて、自律的に対応しているところがあります。

本日は、民放事業者の細かい取組を御説明するというプレゼンテーションを行うものではありません。NHKの御報告に対するコメントとして今申し上げましたが、一般的に行政の検討会におきまして、放送局が自主自律で行っている報道、または番組制作の過程について、具体的に聞かれたり、それをお答えするということが適切ではないというのが、私ども民放連の従来からの考えでございます。その意味で、いい機会ですので、そのことを申し添えたいと思えます。

【三友座長】

ありがとうございました。大変丁寧に御説明いただいたと思えますし、その点では大変高く評価させていただきたいと思えます。

最後にお示しいただいた違和感のようなものも当然理解できるところでございますので、民放に

おける取扱いについては、この程度とさせていただきたいと思います。

【奥構成員】

電通総研の奥です。NHK中嶋理事からの御説明ありがとうございました。説明資料のタイトルにあるように、「情報空間の参照点」の提供はNHKさんにとって大変重要な役割であると感じ取っております。しかし、参照点というには、常に参照できるようにそこになければいけないと思います、基準ですので。振り返ってみると、放送というのは、フローなサービスです。インターネットがなかった時代から現在まで、視聴率に代表されるように放送と同時に何人が見たかという毎分レベルの積分値で評価されてきました。確かにリーチは広いのですが、後から見返すことはできませんでした。それが今、NHKプラスによって、同時配信や1週間キャッチアップとして可能になりました。NODでは、過去番組のアーカイブ視聴も可能です。比較的時軸がずれても見れるようにはなってきたわけです。しかし、ネット空間はそもそもストックデータで、ずっとそこにあり続ける。これは誤情報も含め、フェイクなニュースも含め、あり続けるということになります。

NHKさんが立脚されているジャーナリズムに従った参照点となるべき情報は、本来はずっと情報空間にあり続けなければいけないと思います。これは、日本国民にとっても便益に資するということだと思います。

しかしながら、本日午前中の公共放送ワーキング、それから前回の親会でも、「放送と同等の効用のあるものをネットに出します、場合によっては抑制的に、予算のキャップもはめてあまり大きくならないようにやります」というような御発言が続いております。私は非常にそこに懸念を抱きます。NHKさんこそが、ネット側に未来永劫に残る状態で、つまり検索やChatGPTの教師データとして残るようなものを常に出し続け、もちろん変更があれば訂正していくということは必要かと思いますが、みんなが見に行ったときに、そこにあるということをつくるべきだと考えます。NHKさんが考える「放送と同等の効用」にはあたらない、つまり音声や映像ではないテキストベースのものをちょっと抑制的にするとして、NHK NEWS WEBを場合によっては止めるかもしれないという報道があります。それはこの趣旨、志からは逆向きのベクトルだと感じます。その辺りの整合性や本来あるべき公共性というものに関して、今どのような議論になっているのかというのをお聞かせいただければと思います。

【落合構成員】

こういったフェイクニュース対策に関する取組も、放送事業者、メディア全般を通じて、今後より一層重要な役割になってくる部分であり、それに関する取組をお話いただいたものであり、非

常に重要な内容であったと思います。

その中で、幾つかコメントが御質問も含めてございます。まず1つが、御説明いただいた中で、7ページの箇所にも、実際に誤った放送内容が拡散した場合の対策が書かれている部分があり、その中で、削除要請を行うかどうかを検討という項目がございます。この部分については、実際に行われたことがあるかどうかや、行われた場合にはどういう形で行われているかをお伺いしたいと思います。

2つ目が、今回、こういった様々なインターネットにおける拡散対策もあると思いますが、放送法の中では、先ほど民放連様からも御言及がありましたが、9条のほうで訂正放送に関する事項があります。これは、9条1項のほうで申立てがされる場合で、2項において自ら自発的にという場合がそれぞれ書かれていると思います。この9条1項の場合について、これは実際どのくらい使われていて、世の中の方々にとってどのくらいこれが周知されているのかがあるのではないかと考えております。この点については、使いやすくなるようにしていく、訂正放送というものにアクセスしやすくなるようにしていく取組も重要ではないかと思われませんが、この点について、どういう状況だと御認識されているかは、これはNHK様だけではなくて総務省様のほうにもお伺いしたいと思います。

9条2項について、これも実際どういうよい形でこれが使われているのでしょうか。今回、様々な訂正の在り方だとか、誤情報の拡散抑止の在り方は御発表いただいたことも含めて、ある種のグッドプラクティスになり得るものを御紹介いただいていると思いますが、この9条2項などとの関係も踏まえて、よい事例などはこういった発表をされることも含めて共有されていくことが重要ではないかと思いますが、この点についてもどうお考えになるかを総務省、NHKの双方にお伺いしたいと思います。

【長田構成員】

NHKさんからの取組の御紹介は勉強になりました。ネット上に事実ではないものがあつたときの対応とかというのは理解したんですけども、今、落合先生も例に出されていましたが、NHKさん自身が流された放送の中で誤りがあつた場合の対応についてお伺いしたいと思っています。

残念ながら、5月、6月の間に2件、私のそんなに身近というわけでもないですけども、反応を聞くチャンスがありまして、取材を受けて、丁寧な取材はなさつたんだと思いますけれども、放送の段階で、誤認を与えるというか、事実ではないような形で放送があつて伝わつたとか、あとは、インタビューを受けた方の趣旨でないところを切り取られているとか、そういうことを経験しており

ます。

そういうときに、特に完全に誤った情報として伝わった場合の訂正の仕方なんですけれども、放送でそれが流れたものに対して、ネット上でまず訂正が行われるというようなことを経験しています。それはやはり放送での訂正は、やはり放送でもきちんと行っていくべきだと思います。それは後に、一応同じ番組で訂正はあったということは聞いていますが、何でそんなふう完全に事実と違うような情報の伝え方をしてしまったのかということも含めて、視聴者に対してきちんと説明をすることがないと、番組や放送局に対する信頼度というのはやはり落ちてしまうと思っております。そういう丁寧な訂正の仕方みたいなものは、何かNHKの中で検討されているものがあるのかということは教えていただきたいなと思いつつ、もしないとしたら、ぜひそれは自主的に何か対応を考えていただければいいなと思っております。

【林構成員】

先ほど落合構成員、長田構成員から御質問のあった訂正放送に関する部分は、まさに私も同じような問題意識を持っておりましたので、両構成員の御質問に代えさせていただきますして省略いたします。

全般的には非常にしっかりした対応をされていて、安堵したと申しますか、特に10ページで世界各国のメディアとも連携されているということで、TNIですか、これにも参加されたり、国際発信にも積極的で、非常に心強い思いをしたんですけれども、さらに踏み込んで、今後その連携ということを超えて、日本がニュースの信頼性のために世界をリードする取組、それも取っていただきたいなと期待しているんですけれども、そういった連携の先の可能性について、もしあれば、御参考までに御教示をいただければと思います。

【日本放送協会（中嶋理事）】

まず、奥構成員からおっしゃっていただいた、参照点は常にそこになければならないということについては、非常にいい御示唆をいただいたと思います。今我々が考えている参照点というのは、先ほど申し上げたような世論調査から、フェイクニュース、社会からの埋没、あるいは意見の分断といったような情報空間に関する問題に対して、NHKとして役割を果たしていきたいと思っております。それについて、社会において信頼できる情報の参照点の提供を行いたいと考えているところであります。

前のワーキングでも申し上げましたけれども、NHKのど真ん中の仕事をネットでもやるということのをこれまでも申し上げているつもりでありまして、ネットでもそういう展開をしていきたいと

思っています。ただし、やはりデジタルの世界では、一旦出したものが残り続けるということもありますので、これまで以上に、その情報についてはきちんと確認をして出していかなければいけないということを肝に銘じてやっているところであります。

続きまして、落合構成員からいただきました削除要請をしたケースについてなんですけれども、大変申し訳ないのですが、これは関係するところもありますので、どのようなケースについて削除要請を具体的に行ったのかというのは御説明を控えさせていただきたいと思いますが、先ほど申し上げたように、一つ一つ丁寧に対応するようにしているところであります。

あとは、自らが行ったものだけではなくて、NHKに関する誤った情報が出ているようなケースもありますので、そういったケースについても、実際に削除要請を行ったりもしておるところであります。

それから、放送法9条第1項に基づく訂正放送についても、御質問がございました。NHKとして、これまでにそういった訂正放送を何度か行ってきております。ただ、誤ってしまった場合には、こうした形でなくても、自ら進んできちんと訂正・修正を番組とか放送の中で行うということを励行して普段から行っているところであります。

それと、長田構成員から話していただいた、放送で伝えたのにデジタルで修正したというような話もございました。これにつきましては、先ほど御説明の中でも申し上げましたとおり、できる限り同じ媒体で、要するに、見ている人あるいはネットでアクセスしている人にきちんと届けることがきちんとした訂正につながると思っておりますので、放送で行ったものに関しては、できるだけ同じ番組の同じような時間帯で、同じような視聴者が見ているケースが多いものですから、訂正を行うというのを常にしておりますし、ネットでも同様に、同じような媒体で、同じような形で行っているところであります。それから、NHKの公開ホームページの中でもお断りを出し続けるというようなことも行っております。

それから、最後に御質問いただいた林構成員のお話ですが、これからどういう役割を果たしていけるのかということです。これについては、まさに我々がこれから取り組んでいかなければいけないということだと思っておりますが、まずは足元のところで言いますと、我々報道機関がこれまで正しい情報を出すために、いろいろな誤情報・偽情報のスクリーニングを行いながら進めてきたこと、まさに伝統メディアがやってきたことを、プロフェッショナルとしてきちんと磨いていくということが一つはあると思います。もう一つは、NHKは全国にネットワークを持っていますし、世界にもネットワークを持っていますので、そういったスキームを構築したNHKだからこそ取組を先導できると考えていますし、午前中の議論の中でも、民放や新聞を含めた連携というようなこともございましたけれども、新しい技術を含めまして、我々もその中で貢献できるような働きをして、日本

国内はもとより、世界のネットワークに対しても、何らかのことができるよう、役割を果たしていけるような存在になっていかなければいけないと思っているところであります。

(5) ヒアリング③

- ・株式会社電通 川原崎ラジオテレビビジネスプロデュース局長より、資料19-3に基づき、説明が行われた。
- ・株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 西村テレビラジオビジネス局 担当局長より資料19-4に基づき、説明が行われた。

(6) 質疑応答

各構成員等から以下のとおり発言があった。

【瀧構成員】

マネーフォワードの瀧でございます。本日は御説明をいただきましてありがとうございました。私からは質問ではなくコメントがございます。

まず1つ目には、やはりこのトピックはいろいろな議論が過去にあったことを承知しておりますけれども、視聴する側の情報空間は確実にネット側が普及しているという中で、放送の利用者でないときには、正直なところ、かなり情報が収集され活用されているという現状があるという事実をちゃんと踏まえた上で、この方向性を考えることが大事だと思っております。それは、利用者の側にとっては、従来であれば仮説のレベルで例えば非常に怖いと思っていたことが、今はもう少し現実として既に許容度が増しているという観点もあると思います。

また、私の会社は、実際にテレビに出稿をして、アプリをダウンロードしていただきみたいな出稿者としての立場もあるわけですが、そうすると、私たちもダウンロードさえしてもらえれば、その後はいろいろと情報を活用できるんだけれども、ダウンロード以外の目的ではなかなかテレビCMが打ちづらいとか、そういう側面もあると思っております。博報堂さんの資料の8ページは非常に示唆的だと思っていまして、私たちもB to Cのアプリで出稿するときは、明らかにコスパのいい地域とか、そういうところでダウンロードしていただきというテーマでしか、正直、コスパのいい広告出稿というのはできなかつたりすることも結構多くて、そうではなくて、もっと個別にローカルにリーチすることができるのであれば、ひよっとすると、アプリを作る側としてもよりローカルなニーズに適したアプリを作り分けるみたいなこともできるわけがございます。そのような観点も含めて、広告自体の価値を、本来の公平性をゆがめない形で上げることができる余地があると思っておりますので、様々な情報の保護に関する慎重であるべき議論があるとは思いますが、その可能性をちゃんと考えることは大事だと思っております。

もう一つコメントとしては、では、放送ではない通信の側では、例えばブラウザにはシークレットウィンドウみたいなものがあったりとか、当然ですけど、自分の履歴を消してもらう仕組みがあったりとか、様々な逆方向で自分のプライバシーを守っていく方法もあると思います。同じ総務省さんですけど、例えばプラットフォームサービスに関する研究会などでも、ここ数年間、かなりいろいろな議論が行われてきていると思いますので、判断軸がない時代よりは、評価軸が少なくとも1つ隣の業界にはあると思っていますので、そこでの議論を見ながら、慎重な進展が見られるべきではとっております。よりよいコンテンツをつくるための原資の話だと思っていますので、この観点において2社からプレゼンをいただきましたこと、大変意義があったとっております。

【林構成員】

2点質問がございまして、広告主から見ると、テレビ広告というのが、ソーシャルメディアだとか自社サイトなどのオウンドメディアが存在感を持ってきている中で、数ある広告媒体の一つでしなくなってきているという状況が背景としてあるのかなと思って、両社様の御説明をうかがいました。

その中で、電通さんのスライド7ページで、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という指摘がございましたけれども、確かに、老舗の定番クライアントさんあるいは大口のナショナルスポンサーさんが近年テレビ出稿を大幅に減らしていると、ちらほらうかがうことがありますが、他方で、新興企業による新たなテレビの出稿需要というのは大いにあるだろうと思いますので、そういった層への営業と申しますか、テレビ広告の出稿への働きかけといったものが広告費のある種の反転攻勢には重要であるようにも思いますけれども、その辺りの分析がございましたら御教示いただきたいというのが1点め。

それから、電通さんからも博報堂さんからもデータ利活用の重要性の御議論がございましたけれども、具体的にどういったデータが求められるんでしょうかということで、趣味嗜好に関するものとか、購買意向データとか、そういったところかと思っておりますけれども、この点、敷衍して御教示いただければと思います。

以上2点、よろしければ電通さんと併せて博報堂さんにもおうかがいさせていただきますと幸いです。

【大谷構成員】

電通さんも博報堂さんも、電通さんについては、トラストあるコンテンツを提供する環境の重要性、それから博報堂様は、安全・安心なコンテンツを提供するための可能性ということで、広告の果

たしている役割というのを改めて御説明いただくことができたと思います。テレビ離れが進んでいる中で広告収入が減り、その影響というのが、民放、特にローカル局の経営基盤に与える影響が深刻なものになりかけているということを改めて可視化していただいたことに大変意義があると思っております。そのための解決策として、企業のマーケティングニーズ、広告主のニーズに応えるためのデータの整備の必要性ということが両者ともに問題提起していただいた内容だと思っております。それをいかに視聴者にとって安心できる形でデータ分析の材料を提供する仕組みが整えられるかというのは、恐らく少し時間をかけて議論しなければいけないテーマだと思いますので、そのような検討機会が設けられればと思います。

【奥構成員】

奥です。電通川原崎さんと博報堂D Y M P西村さんのお話から共通しているところに注目すると、より理解が進みました。まず、日本の広告費については、電通の場合は衛星放送も含めてテレビ広告費を推計しています。説明にあったように、今年1-3月のワンクールだけでも二百数十億円の減少が見込まれるということ、コロナ禍数年の減少を超える勢いで下がってきているというのが1つあります。その中でも、両者の資料から、広告、特にスポットに依存しているのはローカル局であるということ。それから博報堂D Y M Pさんの資料において広告のキャンペーンの足の長さがやはり首都圏で際立っていることを考えると、いわゆる放送外収入比率が少ないローカル局こそが、非常に体力的に厳しい立ち位置にあるということをはっきりと明らかにしていただいたと思います。

その中で、広告主の高速P D C Aニーズはより一層高まっています。視聴率と言われるものだけでなく、やはりログデータ、視聴データといったものを組み合わせて、広告主のマーケティング課題に応えられるように、制度設計の側面から少し後押しをしていただきたいというのが、両者の共通の意見ではなかったかと感じました。

【落合構成員】

御説明ありがとうございます。今、奥構成員からお話ありましたが、電通様、博報堂様それぞれ同じことをちょっと違う言い方でそれぞれおっしゃっていただいたように思います。その意味では、放送のコンテンツが、電波であるのか、配信であるのか、それぞれの方法が出てきているわけですが、これらを統合して、さらに広告価値を高めるような形にしていけないと、広告というものに依存する民放のビジネスは、インターネットプラットフォームとの競争関係を維持していくのが難しいのではないかというお話であったのではないかと思っております。

そういった意味では、視聴データに関する部分の利活用について、現在放送事業者にかかっている

る規律が、ある種、個人情報保護法に上乘せされてつくられている部分は、一般事業者に比べて上乘せされているとも思われ、ここにどう着眼するかが非常に重要ではないかと思います。もちろん、利用者の安全・安心は、放送に限らずプラットフォームも含めて、本来、本当に必要なものについては、共通して確保されるべきものではないかということもあると思います。必ずしも、放送だけがより厳しい環境に置かれる、これがどういうことにつながるかということでは、やはり結果として、規律がより緩いプラットフォーム側に人が流れていくことになり、最終的に広告料収入も下がってしまい、市場のシェアもどんどん奪われてしまうことにつながりやすく、全体的に厳しい構造になっているのではないかと思います。

ここでの議論の中では、情報空間の中で、全体として、やはりオールメディア、放送事業者の方を中心に、できる限りインターネットでも価値のある情報を持続可能性があるような形で配信を続けていっていただきたいということで、このような視点で議論しているところだと思います。そういった視点では、事業上劣位にある形で放送事業者を置いておくことは適切ではなく、この部分については、しっかり視聴データに関する議論を見直していくことが必要だと思っております。

その際に、本質的に利用者保護にとって必要なことがあれば、それは個人情報保護法等で、プラットフォームと放送事業者共通でかかるようにしていくということであろうかと思います。この部分の不均衡をしっかりと是正していくことが、メディアが生き残るための事業環境をつくっていくことにつながるので、最初から議論していた命題に戻ると思います。そういった観点で、ぜひ今後、具体的な論点を挙げて議論をし直していただくことが重要ではないかと思ひまして、これは総務省にぜひ御検討いただきたいと思ひます。

【株式会社電通（川原崎ラジオテレビビジネスプロデュース局長）】

電通の川原崎です。まず、4名の先生からコメントをいただきましてありがとうございます。我々は広告会社の立場ですので、ここにどう携われるかということや、放送局様も含めて一緒にやっていく部分もあるかと思いますが、もし頼られる部分があればそういう形で、先ほど来伝えていまずとおり、民放のエコシステムを支えるのをお手伝いさせていただきました立場として、引き続きやっていきたいと思っております。

林先生の御質問については、我々の資料で言いますと9ページ等でお話ししているんですけども、やはりパネルデータでは効果検証がまだまだ不十分です。パネルデータの中でも何とか新しいものを見つけ出して、新しい企業への提案等をさせていただいていますが、今求められているアカウンタビリティから少し遠いところがございます。先生方からも出ていまずとおり、ここにプラスオンで充足できるデータの価値が生まれればと思っております。では、それは具体的に何だというこ

とも林先生から出ていたと思いますけれども、今我々として具体を論じる立場にはないのかなと思っております。改めてプライバシー、個人情報保護しながらのデータの利活用、ログデータのこと等お話が出ていましたので、もしかするとそれが一つのきっかけになるのではないかと考えております。

【株式会社博報堂DYメディアパートナーズ（西村担当局長）】

御意見、御質問、いろいろとありがとうございました。

林先生の質問の中にありました、これからのローカル局の在り方みたいなところで申し上げれば、例えば今、エリアマーケティングであるとか、その中には流通企画みたいなことも価値が改めて上がっていたり、いずれにしても、広告主様等の声を拾って、媒体社様と改めてつないでいくというようなビジネスを今後も進めていくということが一つのヒントになっていくのかなと考えております。検討会で、データの件を含めて各対応が進んでいくことを希望いたしますし、一方、広告会社の立場としても、これからまたビジネス拡張に向けて意見等あれば、共有させていただきますし、御相談させていただければと考えております。

（7）報告

事務局等から以下のとおり発言があった。

【飯倉放送政策課長】

本日もどうもありがとうございました。

1件報告であります。放送業界に係るプラットフォームの在り方に関する検討の場の設置について御説明をさせていただきます。

NHKにつきましては、これまでも本検討会ですとか公共放送ワーキングといった場で、デジタル時代においてNHKにどういうふうな役割を担っていただくのがよいかといった点から議論を行ってまいりました。NHKの役割について改めて考えたときに、公共放送として放送業界における先導的な役割を果たして、放送業界に貢献するプラットフォームとしての役割が考えられるのではないかと考えております。また、そのような役割があるとして、どういうものが考えられるのか、そういう議論をする場を設けられないかと考えております。

例えばですが、この検討会でも議論いたしました共同利用型モデルによるハード会社において具体的にどういう役割分担があるのか、もしくは、衛星のハードにおけるプラットフォームの統合・連携が考えられないかといったもののほかにも、NHKの2K・4Kのチャンネルが外部の制作者にとって番組を発信するプラットフォームになり得るのではないかと考えたことが考えられるので

はないかと思えます。

この点について座長とも相談させていただいて、この検討会の下にタスクフォースといったものを立ち上げて、短期集中的に議論することとしまして、その結果について、この検討会の親会に御報告をさせていただくという感じでできないかと考えております。

第1回の日程など、詳細につきましては、決まり次第お知らせさせていただきますが、本タスクフォースの主査につきましては、青山学院大学の内山先生にお願いしたいと考えておりまして、皆様には、タスクフォースの設置について御了解いただければと思えます。

【三友座長】

ありがとうございます。ただいま事務局から説明がありましたタスクフォースの設置につきましては、NHKが公共放送として、良質な放送番組を国の中だけではなくて外にも発信するプラットフォームとしての役割を果たしていただく、放送業界に貢献することは非常に重要だと思っておりますので、ぜひタスクフォースの場で議論を深めていただければと思っております。

(8) 閉会

事務局より、第20回会合については令和5年7月5日(水)13~15時に、WEB開催で予定している旨連絡があった。