

放送の現状

平成24年11月21日

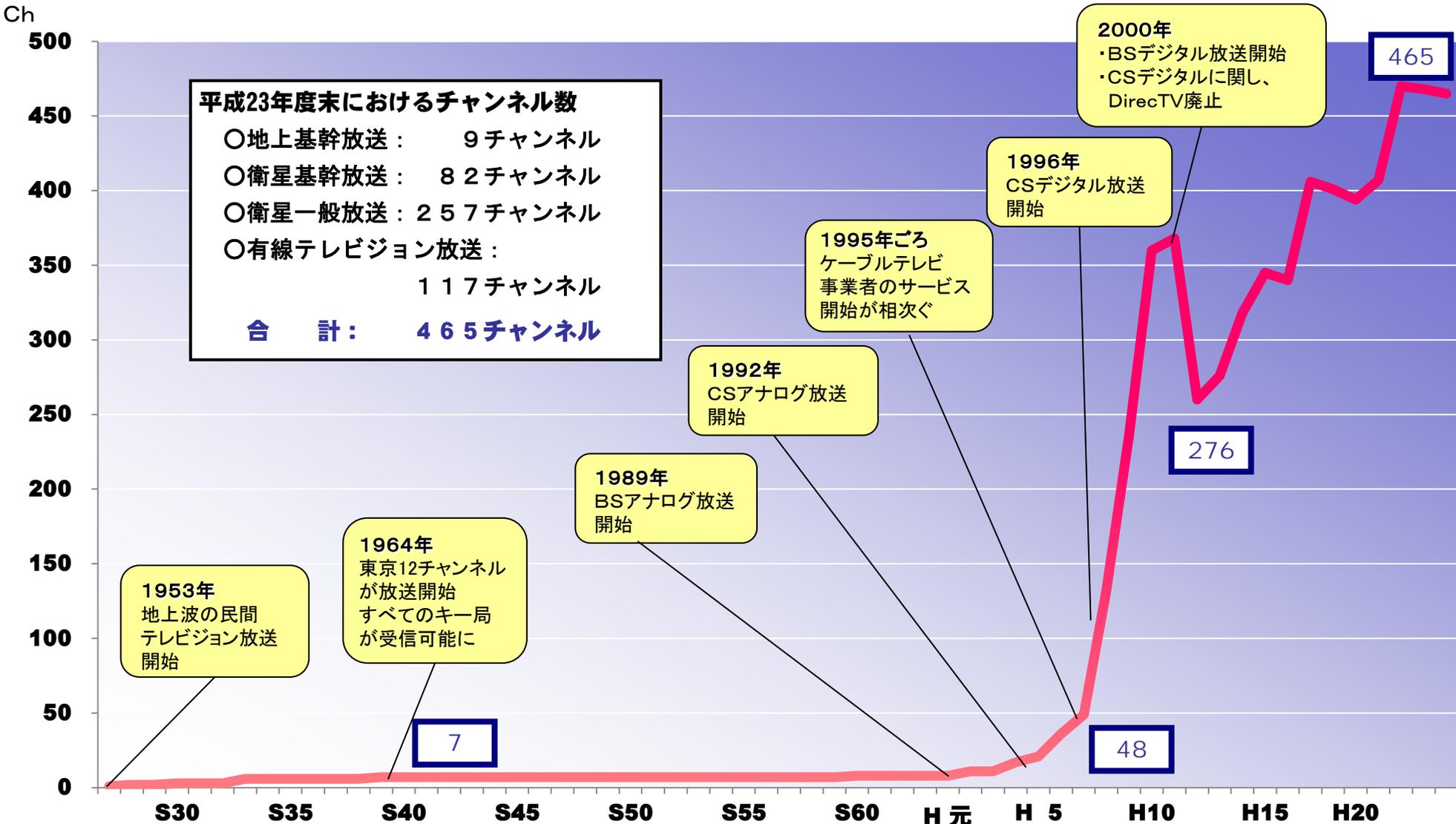
事務局

目次

1. 放送メディアの現状	
1-1 我が国の放送メディアの進展	4
1-2 多チャンネル化の状況	5
1-3 各メディアの特性	6
2. 市場規模等	
2-1 放送メディアの市場規模	8
2-2 放送メディアの営業収益の推移	9
2-3 メディアにおける広告費の推移	10
3. NHKと民放	
3-1 NHKの概要①	12
3-2 NHKの概要②	13
3-3 民間地上基幹放送事業者のネットワーク(テレビジョン放送・127社)	14
3-4 民間地上基幹放送事業者のネットワーク(中波・短波・超短波 99社)	15
3-5 衛星放送の概要	16
3-6 ケーブルテレビ事業者の概要	17
3-7 コミュニティ放送の制度概要	18
4. 放送法の概要	
4-1 放送法の概要	20
4-2 番組編集の基準	21
4-3 放送対象地域	22
4-4 基幹放送による表現の自由享有基準 (マスメディア集中排除原則)	23
4-5 平成22年放送法改正の概要	24
4-6 放送の参入に係る制度の整理・統合、 弾力化	25
5. 最近の動向	
5-1 地上テレビジョン放送のデジタル化 主な経緯	27
5-2 デジタル移行完了後の空き周波数の 有効利用	28
5-3 携帯端末向けマルチメディア放送	29
5-4 東日本大震災時に利用したメディアの 評価(フェースシート分析)	30
5-5 東日本大震災時の情報収集手段の 変化(インタビューコメント分析)	31
5-6 ネット利用による映像サービスの多様化	32

1. 放送メディアの現状

1-2 多チャンネル化の状況



注1 地上基幹放送については、東京都で受信可能なテレビジョン放送のチャンネル数
 注2 衛星基幹放送及び衛星一般放送については、テレビジョン放送のチャンネル数の合計
 注3 有線テレビジョン放送については、東京都の主要なケーブルテレビ事業者によって提供されているチャンネル数の平均

年度末

1-3 各メディアの特性

各メディアのチャンネル数、視聴時間等

		チャンネル数	視聴時間・利用時間 (一日当たり、全国平均)	視聴世帯数	年間家計支出
テレビ	地上基幹放送	NHK 2ch + 民放 4ch程度 (東京: NHK2 + 民放6 + 放送大学1)	3時間25分	約 5,000万世帯	放送受信料 (公共放送受信料 及び 有料放送料金) 23,537円 (平成23年12月末)
	衛星放送	衛星基幹放送	20分	約 1,682万世帯 (平成24年7月末)	
		衛星一般放送		約 187万世帯 (平成24年8月末)	
	有線テレビジョン放送	—	—	約 2,783万世帯 (平成24年6月末)	
ラジオ(地上基幹放送) (コミュニティ放送、外国語放送、短波放送を除く)		NHK 3ch + 民放 2ch程度 (東京: NHK3 + 民放5 + 放送大学1)	30分	—	—
(参考)インターネット (ブロードバンドサービス)		—	1時間48分	契約数 約 4,182万件 (平成24年6月末) 参考(内訳) 光 2,284万 DSL 634万 ケーブル 596万 FWA 1万 BWA 305万 3.9世代携帯電話 362万	インターネット 接続料 21,081円 (平成23年12月末)

注1 「視聴時間・利用時間」の放送については、「全国個人視聴率調査」(NHK放送文化研究所)の平成24年6月期の調査から引用。

注2 「衛星基幹放送」の「チャンネル数」は地上デジタル放送の衛星利用による暫定的な難視聴解消のための放送を除く。

注3 「衛星一般放送」の「チャンネル数」は東経124/128度CSデジタル放送に限る。

注4 「衛星基幹放送」「衛星一般放送」の「視聴世帯数」は「(社)衛星放送協会」から引用。

注5 「有線テレビジョン放送」とは、テレビジョン放送による有線一般放送(有線電気通信設備を用いて行われる一般放送)であって、登録に係る自主放送を行う有線電気通信設備による放送。

注6 インターネットについて、「利用時間」は「2011年全国メディア接触・評価調査」(社)日本新聞協会)から、「契約数」は「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表(平成24年度第1四半期(6月末))」(総務省)から引用。

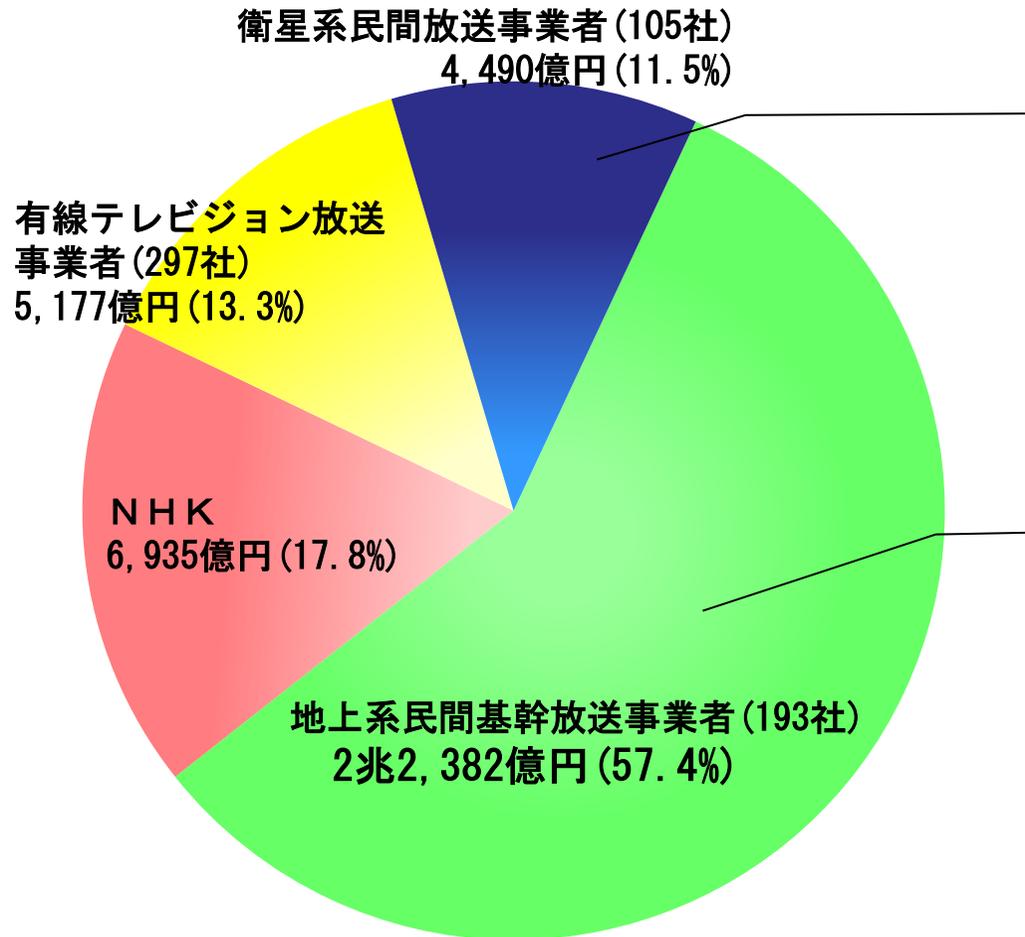
注7 「年間家計支出」は「家計調査」(総務省統計局)から引用。

2. 市場規模等

2-1 放送メディアの市場規模

- 放送メディアの市場規模は、平成23年度において、3兆8,985億円となっている。
- 各放送事業者のシェアは、地上系民間基幹放送事業者が57.4%、NHKが17.8%、有線テレビジョン放送事業者が13.3%、衛星系民間放送事業者が11.5%を占めている。

放送メディアの収入 平成23年度 3兆8,985億円



【衛星系民間放送事業者内訳】

衛星基幹放送 (BS放送) (20社)	1,299億円 (3.3%)
衛星基幹放送 (東経110度CS放送) (13社)	599億円 (1.5%)
衛星一般放送 (82社)	2,592億円 (6.6%)

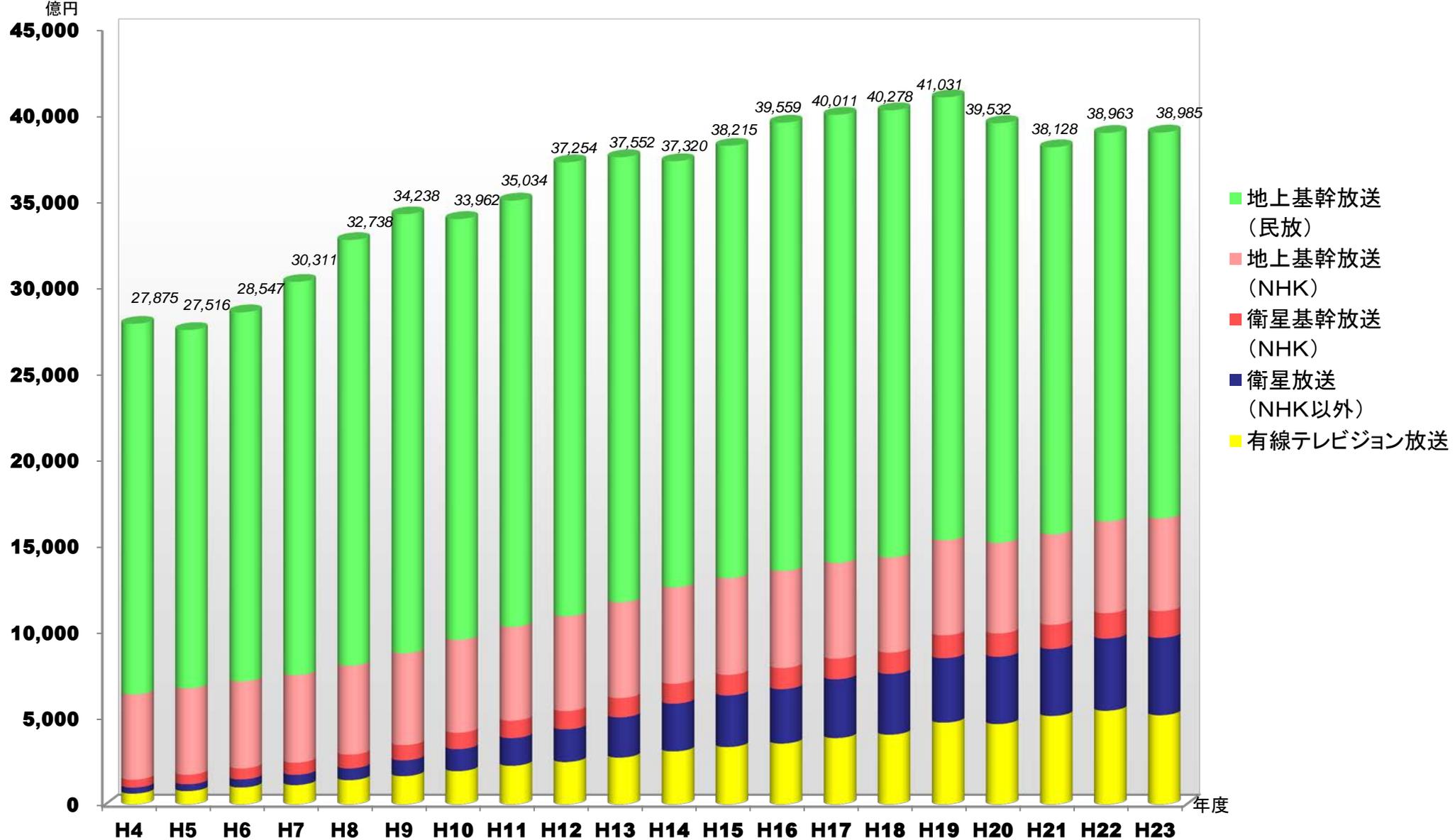
(注) 「衛星系民間放送事業者」の内訳には、BS放送と110度CS放送の兼営社が1社、衛星基幹放送と衛星一般放送の兼営社が9社含まれるため、総数 (105社) とは一致しない。

【地上系民間基幹放送事業者内訳】

テレビジョン放送単営 (93社)	1兆7,679億円 (45.3%)
AM放送・テレビジョン放送兼営 (34社)	3,578億円 (9.2%)
その他 (※) 単営 (66社)	1,125億円 (2.9%)

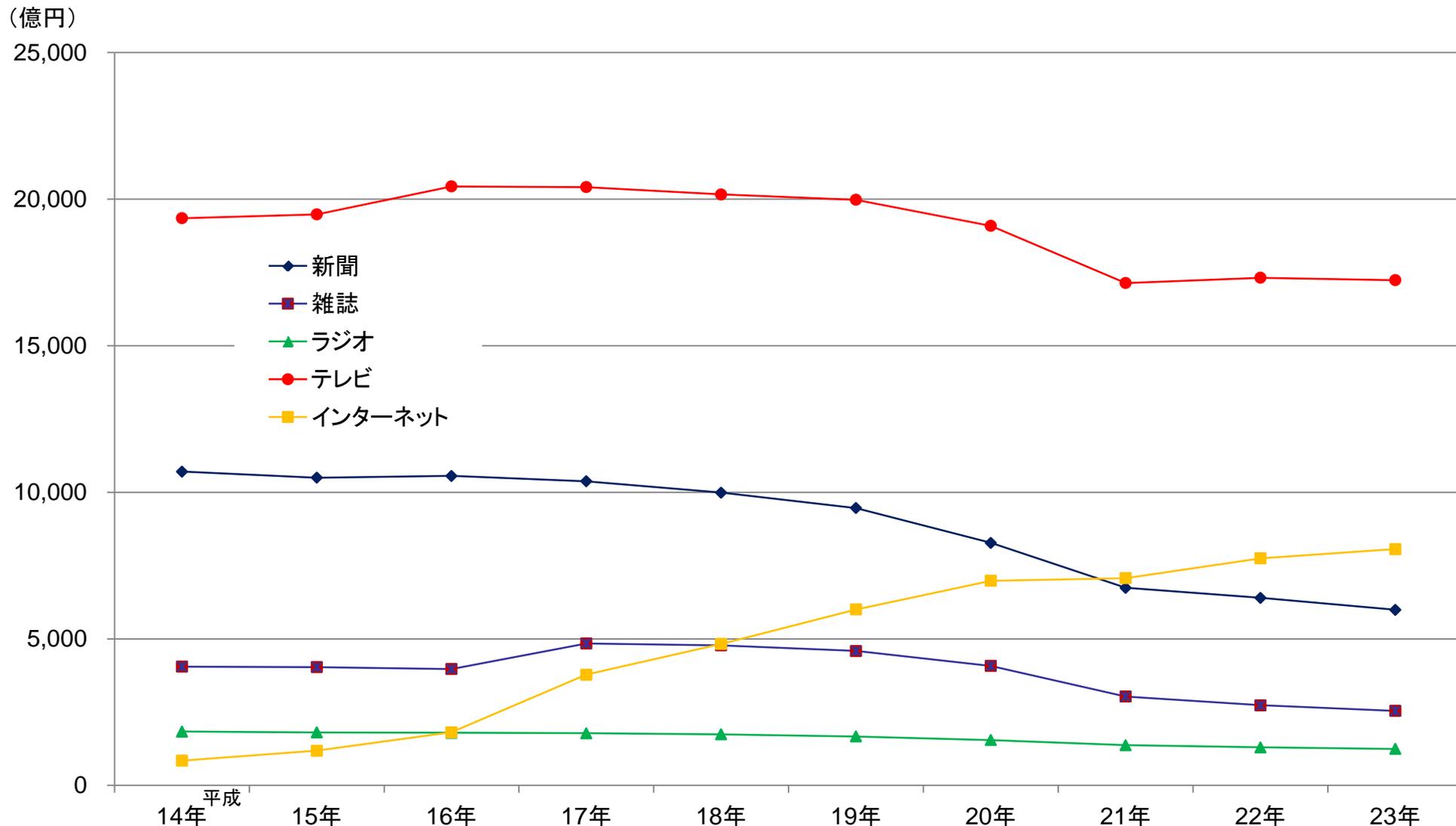
※…AM (13社)、短波 (1社) 及びFM (52社)

2-2 放送メディアの営業収益の推移



2-3 メディアにおける広告費の推移

○ 近年、総広告費は下げ止まりの傾向にあるが、新聞、雑誌及びラジオの広告費については依然として減少傾向（平成23年においては、東日本大震災等の影響により 総広告費は減少。）。



出典:「平成23年(2011年)日本の広告費」((株)電通)。 ※「日本の広告費」は暦年の状況で公表されている

3. NHKと民放

3-1 NHKの概要①

1. NHKの法的位置付け

- ◆ 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、よい放送番組による国内基幹放送等を行うことを目的として、放送法により設立された特殊法人(職員数:10,354人(平成23年度末)、事業収入:6,997億円(平成23年度決算))。国が直接管理運営を行う「国営放送」ではなく、「公共放送」。
- ◆ 主に国民・視聴者が公平に負担する受信料により運営。NHK予算については、国会承認事項。

2. 受信料制度

- ◆ 放送法により、NHKの放送を受信することのできる設備を設置した者は、実際の視聴の有無にかかわらず、受信契約義務。ただし、法律上は支払義務までは課されておらず、罰則もなし。また、ラジオに関する受信料については、昭和43年に廃止。
- ◆ 受信料の性格は、税金ではなく、公共放送を支えるための「特殊な負担金」。したがって公平負担が原則であるが、支払率は、平成23年度末現在、75.2%にとどまる。
- ◆ 平成23年10月に策定された「平成24～26年度NHK経営計画」において、平成20年10月に公約した受信料還元方策の一つとして、平成24年10月より、昭和43年以降初めての値下げ(口座振替・クレジット払いの場合月額120円値下げ。1,345円/月→1,225円/月。)を実施。

3. 業務

- ◆ NHKは特殊法人であるため、その業務範囲については、放送法において限定列挙。出資し得る業務についても政令において限定列挙。
- ◆ 主なものは、
 - ①国内ラジオ放送(AM2波、FM1波。)
 - ②国内テレビジョン放送(地上2波、衛星2波。)
 - ③国際放送(外国人向け、邦人向け。テレビ・ラジオ。)
 - ④既放送番組等のインターネット配信(受信料とは別に有料を基本)
 - ⑤放送及びその受信の進歩発達に必要な調査研究
 - ⑥総務大臣の認可を受けて行う、放送及びその受信の進歩発達に特に必要な業務 等
- ◆ 広告放送、営利目的を禁止。また、国内ラジオ放送についてAM又はFMのいずれか、及び国内テレビジョン放送について、あまねく全国において受信できるように措置する義務。

3-2 NHKの概要②

① 組織

経営委員会（12名）

理事会（会長、副会長、理事（10名））

- ・国内：放送センター他53放送局、14支局
- 海外：4総局、25支局（H24.3月現在）
- ・職員数 10,354人（H24.3月現在）

② 保有メディア

国内放送

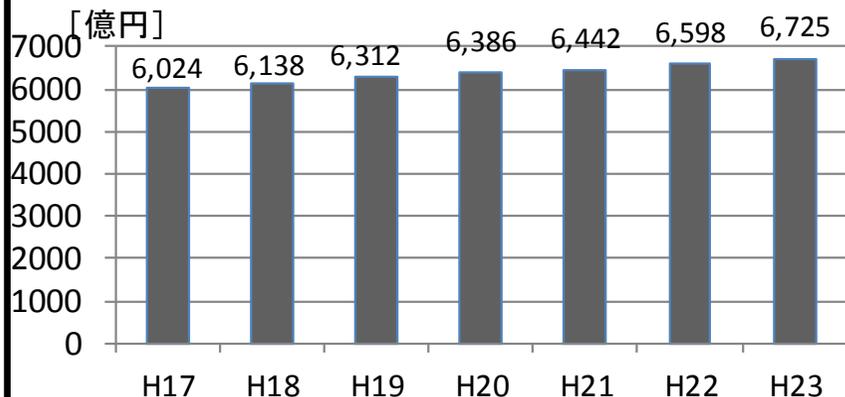
- テレビジョン放送
 - 地上2波（総合・教育）
 - 衛星2波（BS1・BSプレミアム）
- ラジオ3波（第1（AM）・第2（AM）・FM）

国際放送

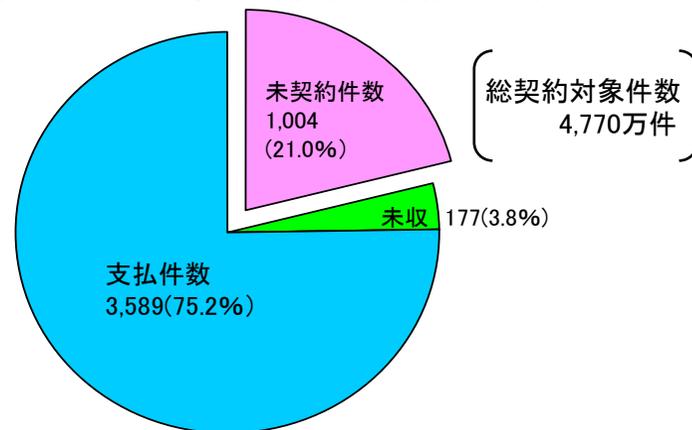
- テレビジョン放送（衛星）
 - 外国人向け英語放送「ワールドTV」
 - 邦人向け日本語放送「ワールド・プレミアム」
- ラジオ放送（地上波（短波・中波・FM））
 - （18言語による「ラジオ日本」）

③ 受信料収入

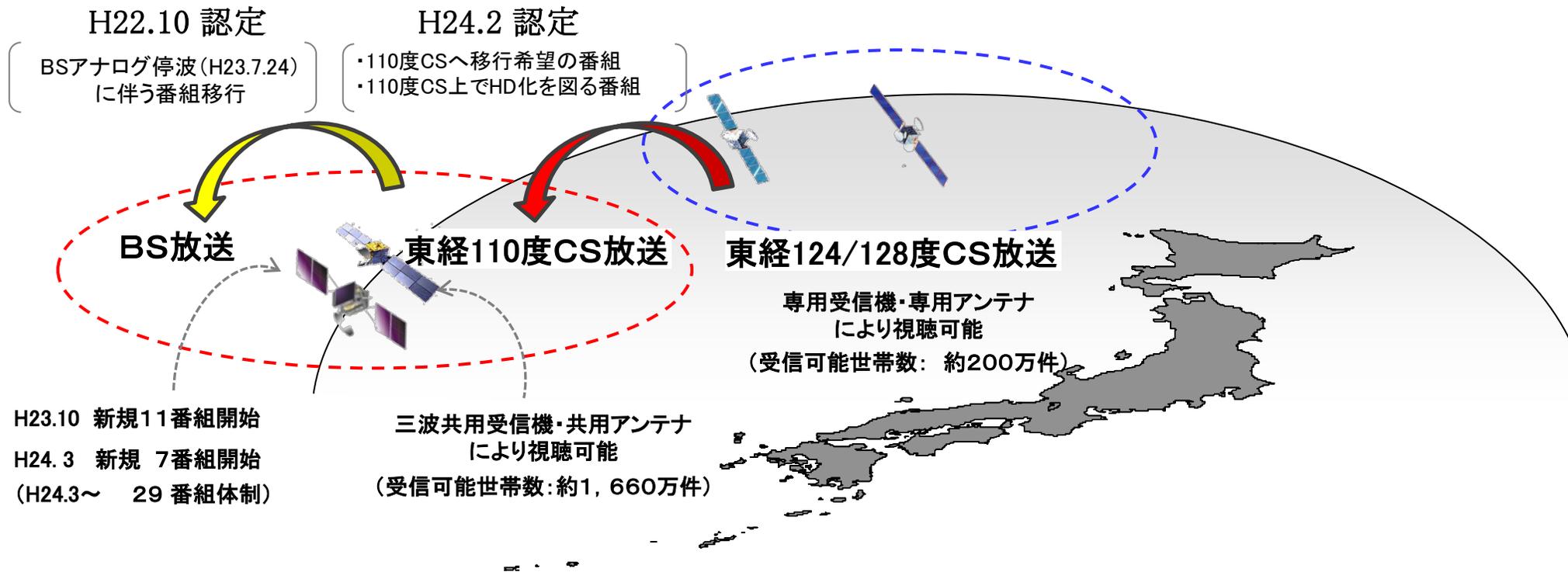
受信料収入の推移（決算ベース）



平成24年3月末の受信料の支払い状況



3-5 衛星放送の概要



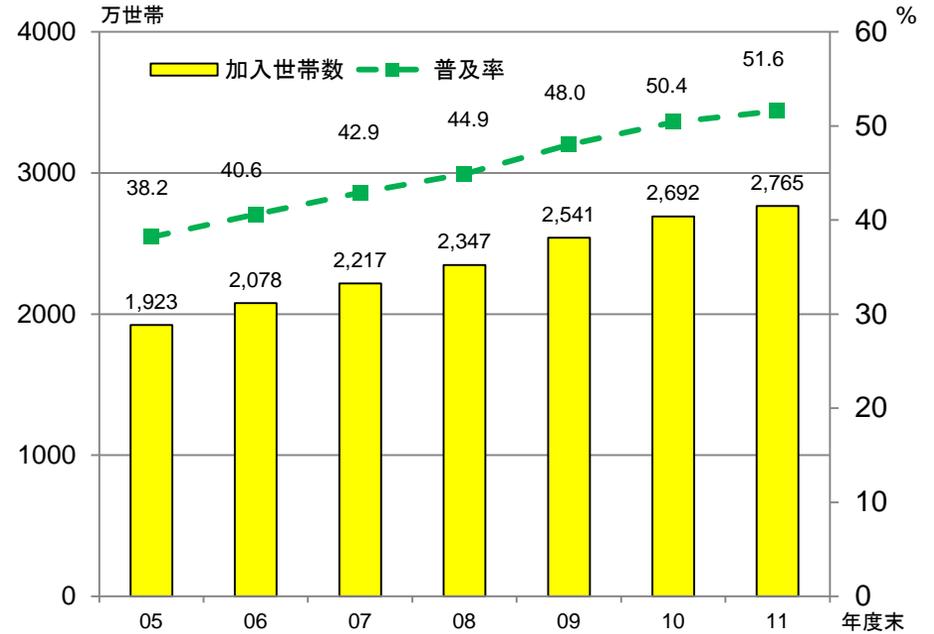
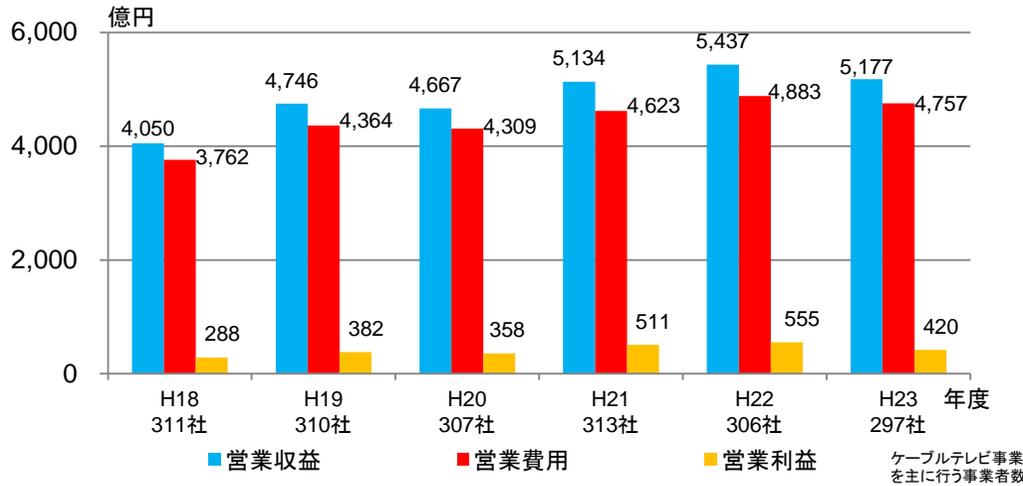
種類	BS放送 (H12~)	東経110度CS放送 (H14~)	東経124/128度CS放送 (H8~)
特性	【基幹放送】 ・三波共用受信機(地上・BS・110度CS)により、より多くの視聴者が簡便に視聴可能		【一般放送】 ・視聴するためには、専用受信機が必要
HD番組の割合	97% (HD 28番組/SD1番組)	36% (HD 19番組/SD 34番組)	35% (HD 85番組/SD 155番組)
普及状況	BS契約件数(NHK) 1,674万件(H24.6月末) WOWOW加入者数 262万件(H24.6月末)	スカパー!e2 加入者数 181万件(H24.6月末) ⇒加入者増加(前年度比 32万件増)	スカパー!SD 120万件 HD 71万件(H24.6月末) ⇒加入者減少(前年度比 24万件減)

3-6 ケーブルテレビ事業者の概要

最近の経営状況の推移を見ると、

- 単年度黒字の事業者数は減少し、その全体に占める割合は増加した。
- 累積黒字の事業者数及びその全体に占める割合も増加。
- 23年度は営業収益の減少にともない、営業損益も減少。

- 平成24年3月末における登録に係る自主放送を行う有線電気通信設備によりサービスを受けるケーブルテレビ加入世帯数は、2,765万世帯、普及率は51.6%。
- また、登録に係る自主放送を行う有線電気通信設備数及び事業者数は、それぞれ721設備、556事業者。



年度		H18	H19	H20	H21	H22	H23
区分 [事業者数]	単赤・累赤	61	56	45	45	46	40
	割合	19.6%	18.1%	14.7%	14.3%	15.0%	13.5%
	単赤・累黒	6	7	9	9	10	8
	割合	1.9%	2.3%	2.9%	2.9%	3.3%	2.7%
	単黒・累赤	92	85	87	71	62	64
	割合	29.6%	27.4%	28.3%	22.7%	20.3%	21.5%
単黒・累黒	152	162	166	188	188	185	
割合	48.9%	52.3%	54.1%	60.1%	61.4%	62.3%	
事業者数	登録に係る自主放送を行う事業者数	528	531	531	535	521	551
	ケーブル事業を主たる事業とする事業者数	311	310	307	313	306	297

年度末	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23
加入世帯数 (万世帯)	1,923	2,078	2,217	2,347	2,541	2,692	2,765
普及率 (%)	38.2	40.6	42.9	44.9	48.0	50.4	51.6

※「区分」欄の対象は、「ケーブル事業を主たる事業とする営利法人」。

3-7 コミュニティ放送の制度概要

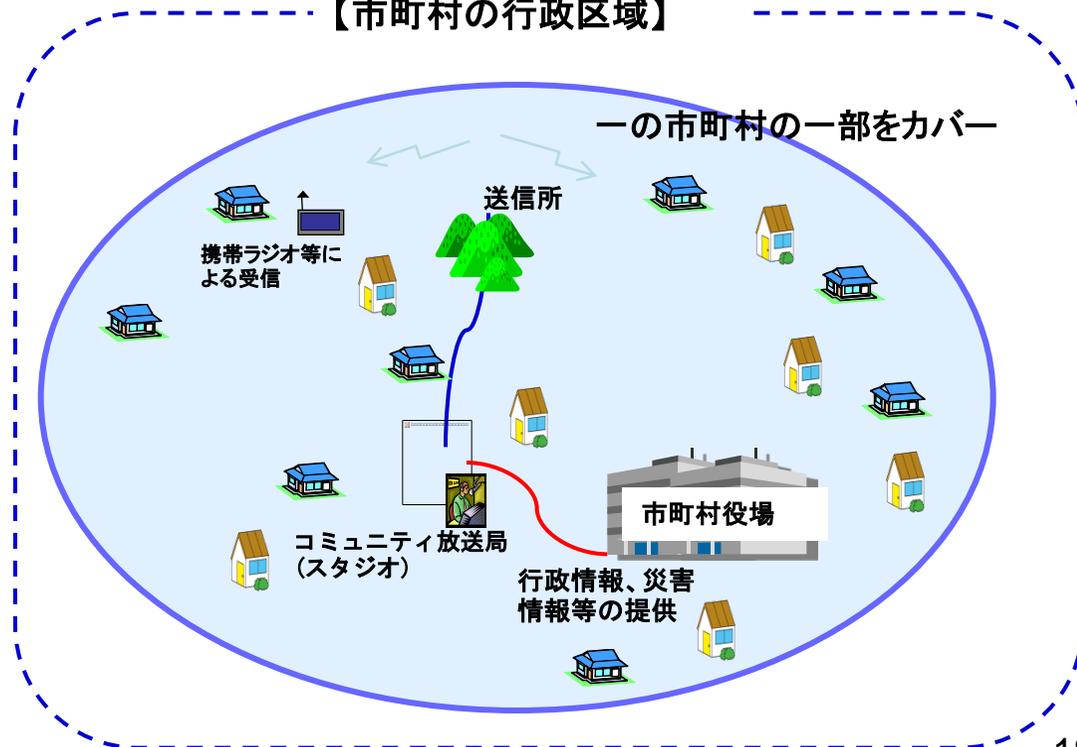
《コミュニティ放送の概要》

- ① 「コミュニティ放送」は、地域の活性化等に寄与することを目的として、超短波(FM)放送により市区町村の一部の区域において、地域の話題や行政、観光、交通等の地域に密着したきめ細かな情報等を提供する地域メディアとして平成4年1月に制度化。平成24年10月1日現在、46都道府県において262局が開局。
- ② コミュニティ放送の放送区域*は、一の市区町村の一部の区域としており、当該区域が他の市区町村の一部の区域に隣接する場合は、その区域を併せて放送区域とすることが可能。
* 放送区域は、概ね半径5～15km程度で、県域FMと同様に市販のFMラジオで聴くことが可能。
- ③ コミュニティ放送は、広域・県域ラジオ局とは異なり非公示無線局と規定し、申請者自身が未利用(空き)周波数を見つけて先に申請した者を先に審査する先願主義を採用。

【放送番組の例】

- 生活情報（道路交通情報、病院の案内、天気予報等）
- 行政情報（市町村広報、市町村議会情報、災害情報等）
- 観光情報（観光地、観光施設、宿泊施設、各種イベントの案内等）
- 報道（地域ニュース）
- 娯楽（音楽等）
- その他（コマーシャル）

【市町村の行政区域】



4. 放送法の概要

4-1 放送法の概要

目的

次に掲げる原則に従って、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。

- 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。
- 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

主要な規律

- 放送番組編集の自由
放送番組の編集には、原則として、他者(国を含む。)は介入できない。
- 番組準則
放送番組の編集に関する最低限のルールとして、放送事業者は、①公序良俗を害しないこと、②政治的に公平であること、③報道は事実を曲げないですること、④多角的な論点を明らかにすることが求められている。
このほか、NHKには①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こと、②全国向けの放送と地方向けの放送をそれぞれ行うこと、③過去の優れた文化の保存と新たな文化の育成・普及に役立つことが求められている。
- 番組調和原則
教養、教育、報道、娯楽の各番組をバランス良く放送する。
- 番組基準・番組審議機関
放送事業者は、上記ルールを守るため、自ら定める番組編集基準に従って番組を編集しなければならない。なお、番組編集基準は、自社内に設ける「放送番組審議機関(外部有識者により構成)」という第三者的な組織により審議され、自己規律が働く仕組みとなっている。
また、第三者の立場から自主的に視聴者の人権擁護等を行うための組織として、BPO(放送倫理・番組向上機構)が存在。
- 普及義務
放送普及計画によって定めた放送対象地域において、放送があまねく受信できるよう、難視聴を解消する努力義務。
- マスメディア集中排除原則
言論の多様性・多元性・地域性を守るため、議決権の保有や役員の兼務を制限することにより、一の者による複数の放送事業者の所有・支配を制限。
- その他
字幕放送の努力義務、訂正放送の義務、災害放送の義務、放送番組の一定期間保存義務、外資規制など

4-2 番組編集の基準

放送法

第1条【目的】

- ◆ 次に掲げる原則に従って、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。
 - 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。
 - 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。

第3条【番組編集の自由】

- ◆ 放送番組は、法律に定める権限に基づく場合でなければ、何人からも干渉され、又は規律されることがない。

第4条第1項

(NHK・民放共通) 【番組準則】 (NHKについて追加)

- 公安及び善良な風俗を害しないこと
- 政治的に公平であること
- 報道は事実をまげないですること
- 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

第81条第1項

- 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最大の努力をすること
- 全国向けの放送番組のほか、地方向けの放送番組を有するようにすること
- 我が国の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に役立つようにすること

第106条第1項

【番組調和原則】*

- 教養番組又は教育番組並びに報道番組及び娯楽番組を設け、放送番組の相互の間の調和を保つようにしなければならない。

第5条

【番組基準の策定】

- 放送番組の種別及び放送の対象とする者に応じて放送番組の編集の基準を定め、これに従って放送番組の編集をしなければならない。

第6条

【番組審議機関の設置】

- 放送番組の適正を図るため、放送番組審議機関を置くものとする。

第107条による読み替え後の第6条【放送番組の種別等の公表等義務】*

- 放送番組の種別及び放送番組の種別ごとの放送時間を公表しなければならない。
- 放送番組の種別及び放送番組の種別ごとの放送時間を審議機関に報告しなければならない。

※対象となる放送
基幹放送事業者のテレビジョン放送
(特別な事業計画によるものを除く)及びNHKの中波放送・超短波放送

国内番組基準

放送番組審議会

【国内番組基準の概要】

- その放送において、
- 1 世界平和の理想の実現に寄与し、人類の幸福に貢献する
 - 2 基本的人権を尊重し、民主主義精神の徹底を図る
 - 3 教養、情操、道徳による人格の向上を図り、合理的精神を養うのに役立つようにする
 - 4 わが国の過去のすぐれた文化の保存と新しい文化の育成・普及に貢献する
 - 5 公共放送としての権威と品位を保ち、公衆の期待と要望にそ

放送基準

放送基準(各社)

放送番組審議会(各社)

【民放連・放送基準の概要】

次の点を重視して、番組相互の調和と放送時間に留意するとともに、即時性、普遍性など放送のもつ特性を発揮し内容の充実につとめる。

- 正確で迅速な報道
- 健全な娯楽
- 教育・教養の発展
- 児童および青少年に与える影響
- 節度をまもり、真実を伝える広告

NHK

放送連盟
日本民間

4-3 放送対象地域

放送対象地域の概念

放送対象地域とは、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(放送法第91条第2項第2号)のことであり、その地域の自然的、経済的、社会的、文化的諸事情や周波数の効率的な使用を考慮して、基幹放送普及計画において規定(放送法第91条第3項)。

放送対象地域の効果

(1) 放送対象地域ごとに放送系の数の目標を設定

基幹放送の計画的な普及及び健全な発達を図るため、基幹放送普及計画において、放送対象地域ごとに普及させる放送系の数の目標を設定。

(2) 放送対象地域内では、難視聴解消の義務又は努力義務

基幹放送事業者は、放送対象地域内で、当該基幹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。
(NHKには、テレビジョン放送及び中波放送・超短波放送のいずれかが全国において受信できるように措置をすることが義務付け)

放送対象地域の例

(1) 規定の仕方

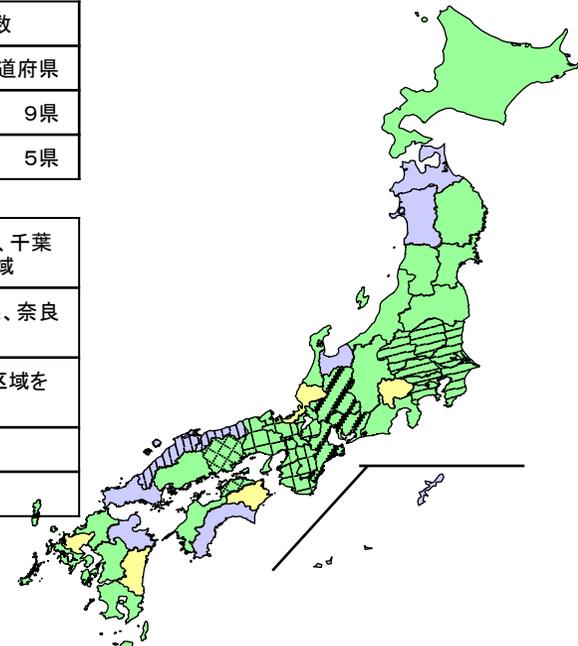
- ① 放送の主体(NHK、放送大学学園、民間基幹放送事業者)
- ② 放送の種類(テレビジョン放送、中波放送、超短波放送等)等に基づき設定

(2) 具体例(地上テレビジョン放送)

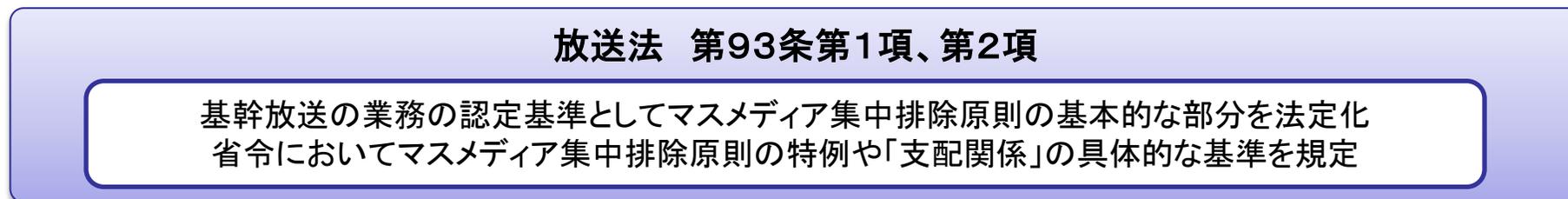
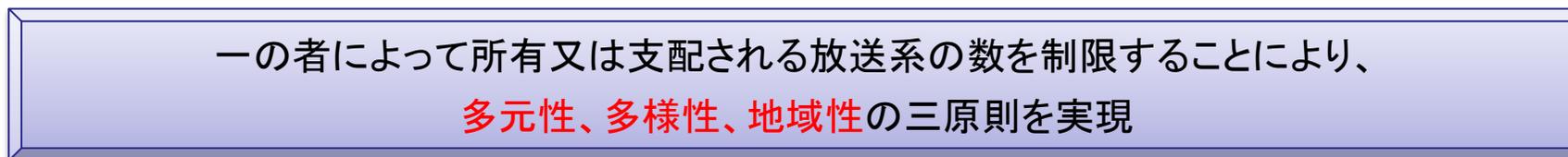
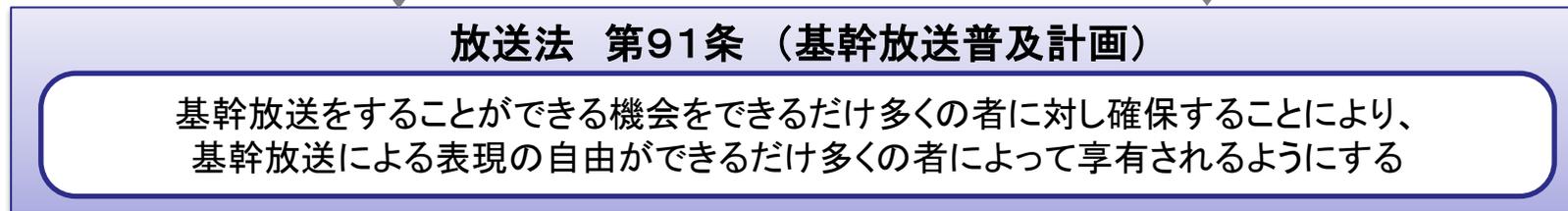
- ① NHK
 - 関東広域圏、関東広域圏にある県を除く各都道府県
- ② 放送大学学園
 - 関東広域圏
- ③ 民間基幹放送事業者
 - 広域圏 : 関東広域圏、近畿広域圏、中京広域圏
 - 複数の県域: 鳥取県及び島根県、岡山県及び香川県
 - その他 : 上記以外の各都道府県

		都道府県数
	4事業者以上	33都道府県
	3事業者	9県
	2事業者以下	5県

	関東広域圏:茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都及び神奈川県各区域を併せた区域
	近畿広域圏:滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県及び和歌山県の各区域を併せた区域
	中京広域圏:岐阜県、愛知県及び三重県の各区域を併せた区域
	岡山県及び香川県の各区域を併せた区域
	鳥取県及び島根県の各区域を併せた区域



4-4 基幹放送による表現の自由享有基準（マスメディア集中排除原則）



省令	基幹放送の業務に係る表現の自由享有基準に関する省令
対象	基幹放送の業務を行おうとする者
概要	<p>一の者が支配関係を有することが可能な基幹放送事業者の数を制限</p> <p>【支配関係の基準】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○議決権の保有 <ul style="list-style-type: none"> ・重複する放送対象地域：議決権の1/10超 ・重複しない放送対象地域：議決権の33.33333/100超 ○代表権を有する役員、常勤役員の兼務 ○役員兼務：1/5超

※認定放送持株会社の子会社については特例あり

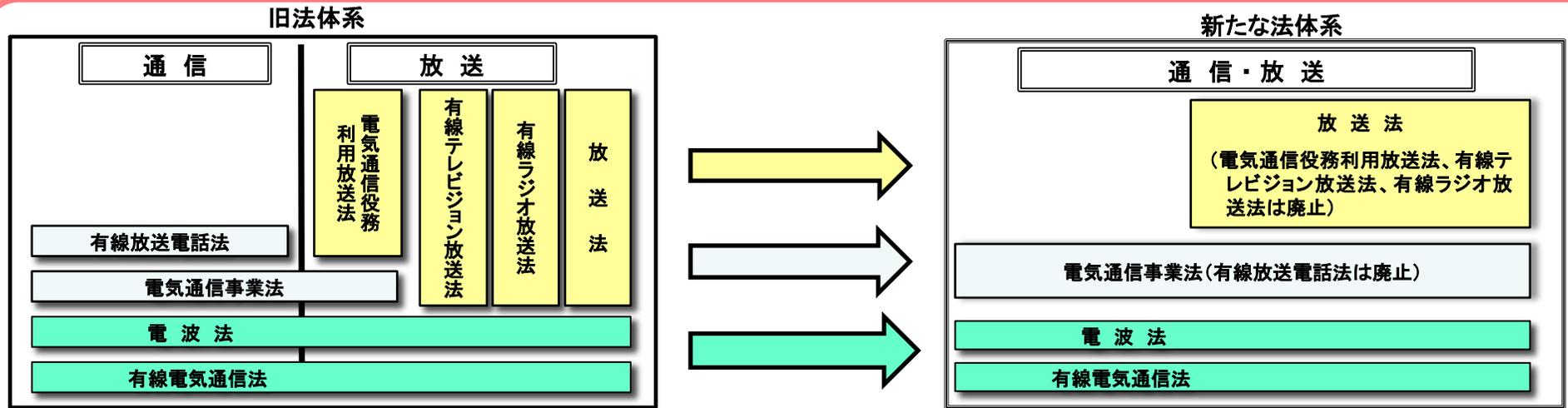
4-5 平成22年放送法改正の概要

趣 旨

通信・放送分野におけるデジタル化の進展に対応した制度の整理・合理化を図るため、各種の放送形態に対する制度を統合し、無線局の免許及び放送業務の認定の制度を弾力化する等、放送、電波及び電気通信事業に係る制度改革を実施。（平成22年12月3日公布、平成23年6月30日完全施行）

改正内容

1. 通信・放送法体系の見直し：放送関連4法の統合等、法体系の見直しを60年振りに実施。



2. 主な改正事項

(1) 放送法改正関係

- ① 放送の参入に係る制度の整理・統合、弾力化
- ② マスメディア集中排除原則の基本の法定化
- ③ 放送における安全・信頼性の確保
- ④ 放送番組の種別の公表
- ⑤ 有料放送における提供条件の説明等
- ⑥ 再放送同意に係る紛争処理に関するあっせん・仲裁制度の整備

(2) 電波法改正関係

- ① 通信・放送両用無線局の制度の整備
- ② 免許不要局の拡大
- ③ 携帯電話基地局の免許の包括化

(3) 電気通信事業法改正関係

- ① 紛争処理機能の拡充
- ② 二種指定事業者に係る接続会計制度の創設

※上記のほかの主な法律として、日本電信電話株式会社等に関する法律や、利用環境整備関係法として、不正アクセス行為の禁止等に関する法律、特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律、特定電子メールの送信の適正化等に関する法律の3法がある。

4-6 放送の参入に係る制度の整理・統合、弾力化

22年改正前の放送法制

放送（公衆によって直接受信されることを目的とする無線通信の送信）

有線放送（公衆によって直接受信されることを目的とする有線電気通信の送信）

現在の放送法制

放送（公衆によって直接受信されることを目的とする電気通信の送信）
（放送法第2条第1号）

○ 放送の業務（ソフト）と設備の設置（ハード）の手続を整理し、あらゆる放送についてハード・ソフトの一致か分離かを事業者が選択可能に

放送の業務（ソフト）
※1

「基幹放送」※2

→地上TV、BS、110度CS、AM、FM、短波、マルチメディア放送（移動受信用地上基幹放送）
※2 「基幹放送普及計画」の対象となる放送

- 地上基幹放送
 - ・ 特定地上基幹放送（HS一致免許の対象）
- 移動受信用地上基幹放送
- 衛星基幹放送

「基幹放送事業者」

認定（放送法第93条）
又は電波法上の免許（電波法第7条）

参入規律

「一般放送」※3

※3「基幹放送普及計画」の対象とならない放送

→124/8CS（ラジオ含む）、ケーブルテレビ（IPマルチキャスト含む）

放送エリア：狭い、視聴者への影響：小さい 一般放送
→有線ラジオ放送
ケーブルテレビ（小規模）

「一般放送事業者」

登録（放送法第126条）

届出（放送法第133条）

※1 ハード・ソフト分離のハード事業者は、「基幹放送局提供事業者」として、電気通信事業法の適用が除外された上で、放送法による特別な役務提供義務が課される。（電気通信事業法第2条、放送法第117条）

5. 最近の動向

5-1 地上テレビジョン放送のデジタル化 主な経緯

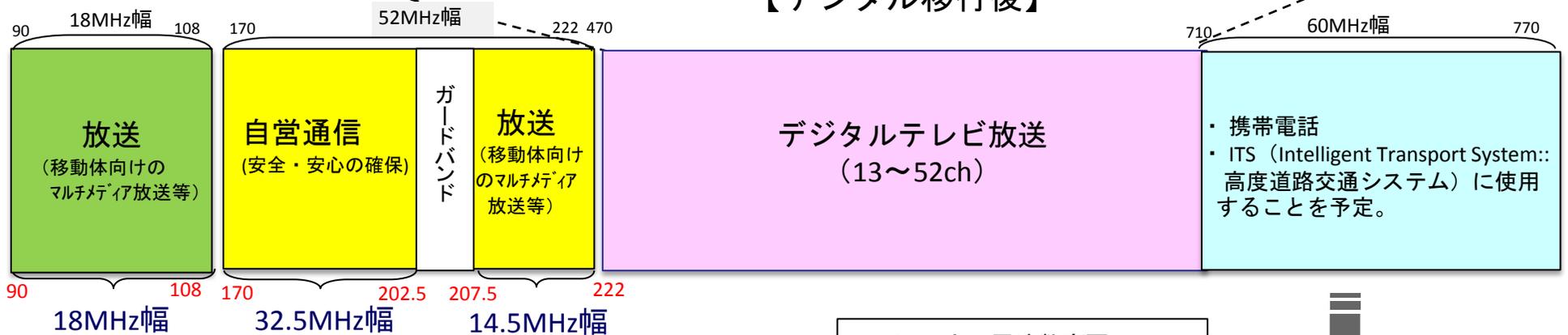
- 1998年10月 政府が地上放送のデジタル化計画を発表
(地上デジタル放送懇談会 報告)
- 2001年7月25日 電波法改正(6月8日成立)を経て、地上放送のデジタル化及びアナログ終了期限を2011年7月24日に決定
- 2003年12月1日 三大都市圏で地上デジタル放送開始
- 2006年12月1日 全都道府県で地上デジタル放送開始
- 2011年7月22日 岩手・宮城・福島の東北3県のアナログ放送終了期限を2012年3月末まで延長
※「東日本大震災に伴う地上デジタル放送に係る電波法の特例に関する法律」(法律第68号 平成23年6月15日公布・施行)
- 2011年7月24日 アナログ放送の終了(東北3県を除く)
- 2012年3月31日 東北3県でアナログ放送終了
- 2015年3月31日 暫定衛星対策終了(予定)

5-2 デジタル移行完了後の空き周波数の有効利用

【デジタル移行前】



【デジタル移行後】



V-Lowマルチメディア放送

V-Highマルチメディア放送

718MHz~748MHz
本年6月、イー・アクセス、NTTドコモ、KDDI/沖縄セルラー電話の3社に割り当て(2015年サービス開始予定)

5-3 携帯端末向けマルチメディア放送

V-Lowマルチメディア放送 (90MHz～108MHz)

- ・2010.7 「ラジオと地域情報メディアの今後に関する研究会報告書」
- ・2011.1 制度枠組みについての意見募集及び参入希望調査
- ・2011.8～9 事業者ヒアリング実施
- ・2011.12 実証実験計画の取りまとめの報道発表
- ・サービス開始については未定

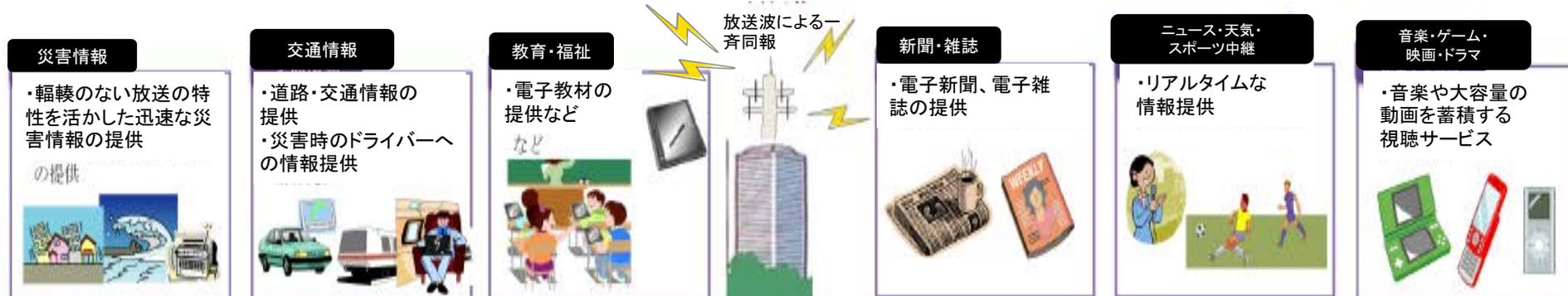
- 車載ナビやタブレット端末での受信が中心
- 基本的に都道府県単位の放送波(東名阪はブロック単位)
- 災害情報や交通情報などを詳細に提供

V-Highマルチメディア放送 (207.5MHz～222MHz)

- ・2010.9 ハード事業者((株)ジャパン・モバイルキャスト(NTTドコモ系))の開設計画を認定
- ・2011.7 ソフト事業者の認定に向けた制度整備
- ・2011.10 ソフト事業者として(株)mmbi(NTTドコモ系)を認定
- ・2012.4 三大都市圏を中心に放送サービス開始

- 携帯端末での受信が中心
- 全国一律の放送波
- 有料エンターテインメント分野の番組が中心

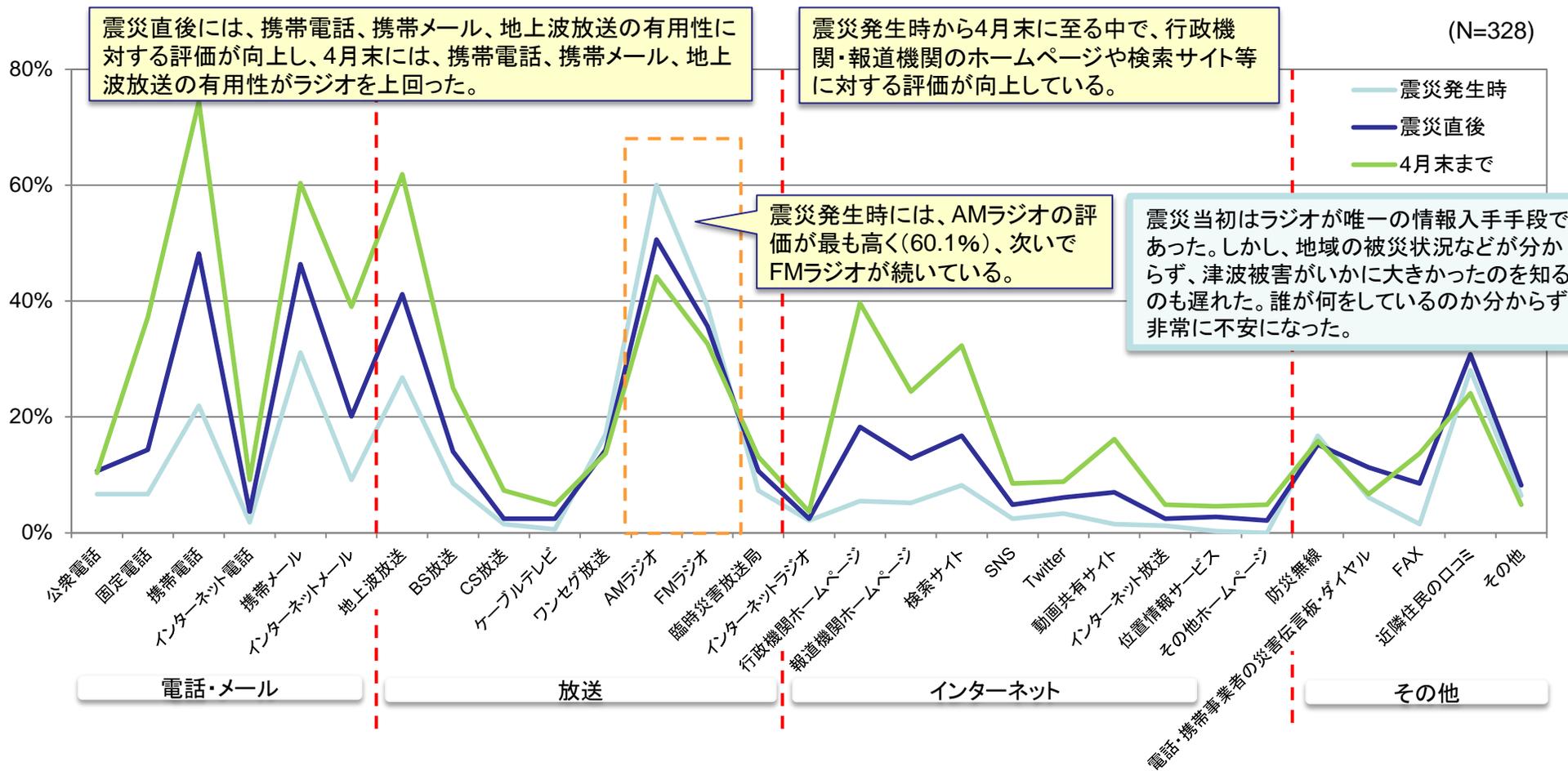
マルチメディア放送のサービスイメージ



5-4 東日本大震災時に利用したメディアの評価 (フェースシート分析)

■ 震災発生時は即時性の高いラジオが評価され、震災直後には安否確認等を行うため双方向性を有する携帯電話・メールと、映像を伴う地上テレビが評価されている。その後は、地域性の高い情報を収集可能なインターネットの評価が高まっている。

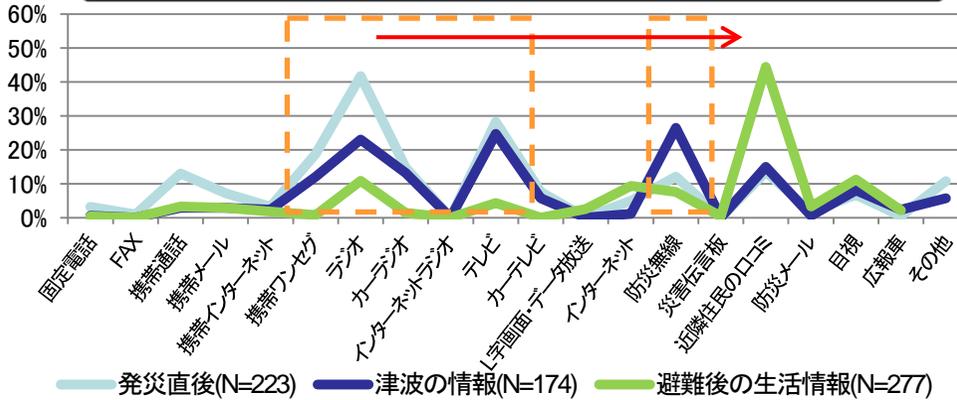
震災時利用メディアの評価



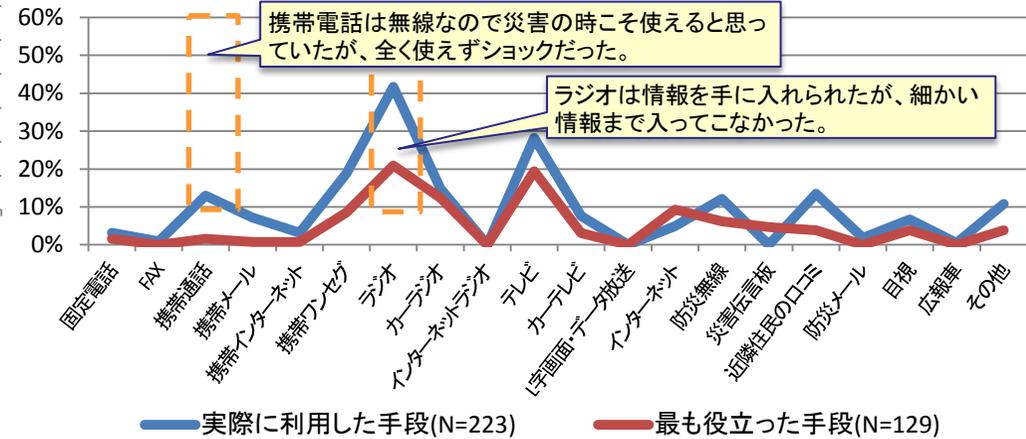
5-5 東日本大震災時の情報収集手段の変化 (インタビューコメント分析)

- 発災直後や津波情報の収集では、即時性の高い放送型ツールの利用率が高く、特にラジオとテレビは有用性が高い。一方、被災地でのインターネット利用は限定的であるが、先進ユーザの中ではTwitter等を活用して、震災後の生活情報収集のロコミに近い、即時性・地域性の高い情報収集を実現しており、ICTツールの活用可否による情報格差が示唆される。
- また、発災直後の利用が高かったラジオでも4割強であり、複数の伝達経路による迅速な情報伝達の必要性が示唆される。

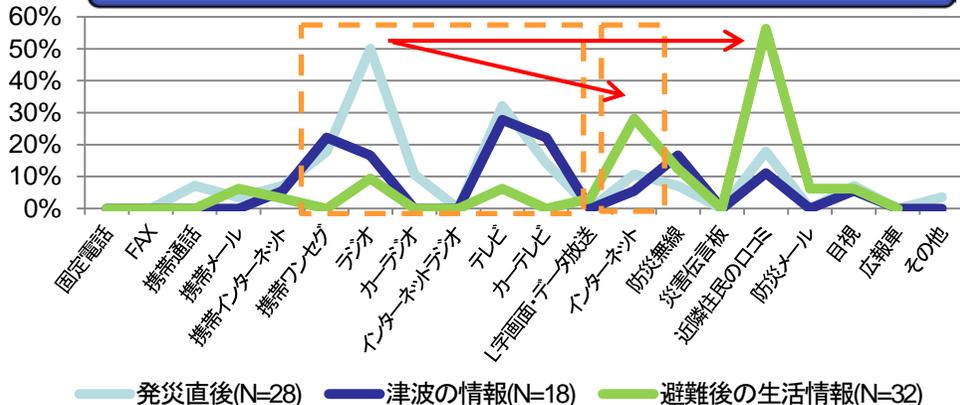
情報収集手段の変化



発災直後の情報収集手段と評価



インターネット先進ユーザ※の情報収集手段の変化



Twitter活用の利点と欠点

利点

テレビの情報では店に行くこと終わっていたということがあったが、Twitterを活用するとタイムリーに情報が得られた。

欠点

現地でTwitterを使用している人はほとんどおらず、情報が上がらなかったため、Twitterを有効に活用することができなかった。

※先進ユーザ: ①フェイスシートにおいて、TwitterあるいはSNSを「よく利用する」と回答したユーザ、あるいは②インタビューにおいて震災直後から避難後の生活情報の収集においてTwitterあるいはSNSを利用したと回答したユーザと定義。

5-6 ネット利用による映像サービスの多様化

● 国の内外から、新たな事業者が、テレビへの映像配信サービスに参入。

サービス	主体	概要	コンテンツ	料金	加入数等
ひかりTV	(株)NTTぷらら (テレビサービスは(株)アイキャストが提供)	<ul style="list-style-type: none"> ・NTTの光ファイバ回線(フレッツ光)経由でテレビ向けに映像を配信するサービス。 ・スマートフォン、タブレット端末等へも配信。 ・多チャンネル放送やビデオ作品を高画質で提供。 	テレビサービス:80ch以上 VOD:約20,000本 (映画、ドラマ等)	月額 1,050~3,675円	会員数: 200万人突破 (2012年3月末)
アクトビラ	(株)アクトビラ (パナソニック・ソニー、シャープ、東芝等が出資)	<ul style="list-style-type: none"> ・国内メーカーのネットテレビに対応した映像配信サービス。 ・「視聴期間無制限/保存可」、「ダウンロード型/視聴期間制限あり」、「ストリーム型/視聴期間制限あり」等のメニューを提供。 	映画、海外ドラマ等 :約41,000本以上	映画: 1本500円前後 ドラマ: 1本300円前後	接続テレビ: 400万台突破 (2012年1月末)
もっとTV	電通(運営) (民放キー局(日本テレビ放送網、TBSテレビ、フジテレビジョン、テレビ朝日、テレビ東京)及びNHKがコンテンツ提供)	<ul style="list-style-type: none"> ・放送事業者各社が共同で推進する有料課金型のVODサービス。 ・2012年4月2日よりサービス開始。 ・もっとTV対応のテレビで利用可能。 ・スマートフォン、タブレット端末等へも配信。 	各社のドラマ、バラエティ等:合計 5,000本以上	1本100円~400円が中心	—
Hulu (フルー)	Hulu (NBC、ABC、FOX等が出資) Huluジャパン	<ul style="list-style-type: none"> ・米国発のインターネット動画配信サービス。ハリウッドメジャースタジオの映画をはじめ人気コンテンツを配信。 [日本] ・2011年9月より、有料サービス開始。 [米国] ・無料サービス(2008年3月~):テレビ番組をPC向けに ・有料サービス「Hulu Plus」(2010年6月~):高画質でPC、ネットTVやスマートフォン機等向けに配信。 	[日本] 映画:数百本 テレビ番組:数千本 [米国] 映画、テレビ番組等	[日本] 月額980円 [米国] 月額7.99ドル	[日本] サイト訪問者数 約185万人※ (2012年3月) [米国] サイト訪問者数 約1,200万人※ (2012年8月) 有料加入者数 約200万人 (2012年第1四半期)
Google TV	Google	<ul style="list-style-type: none"> ・テレビをネット接続するセットトップボックス。ウェブサイトとテレビ番組を同時に画面表示可能 ・米国でソニーがGoogleTV対応テレビ(インターネットTV)を発売(2010年10月)。日本での販売は未定。 	10万本以上 (映画、テレビ番組等)	端末価格: セットトップボックス(199ドル)	—

(各社HPの情報等をもとに作成。※はニールセン(株)(<http://www.netratings.co.jp/>)の調査による。)