

諸外国等における放送の位置づけ

社会ICTイノベーション本部

ICT・メディア戦略グループ

2018年2月20日

目次

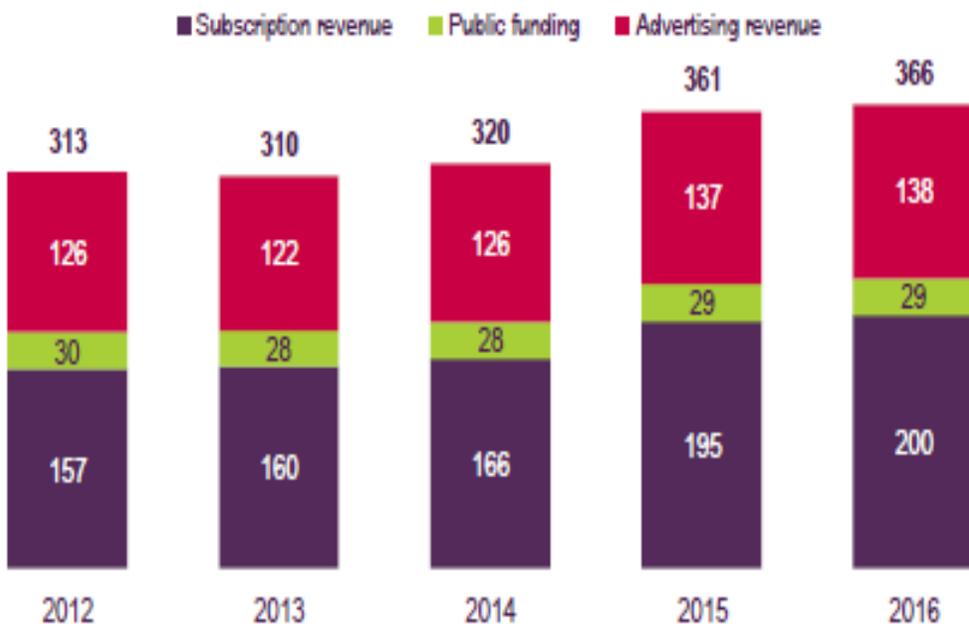
1. テレビ産業の市場規模推移	3
2. 諸外国におけるメディア接触状況比較	6
3. 各国におけるメディア別信頼度と放送メディアの位置付け	10
4. フェイクニュースと対策の動向	17

1. テレビ産業の市場規模推移

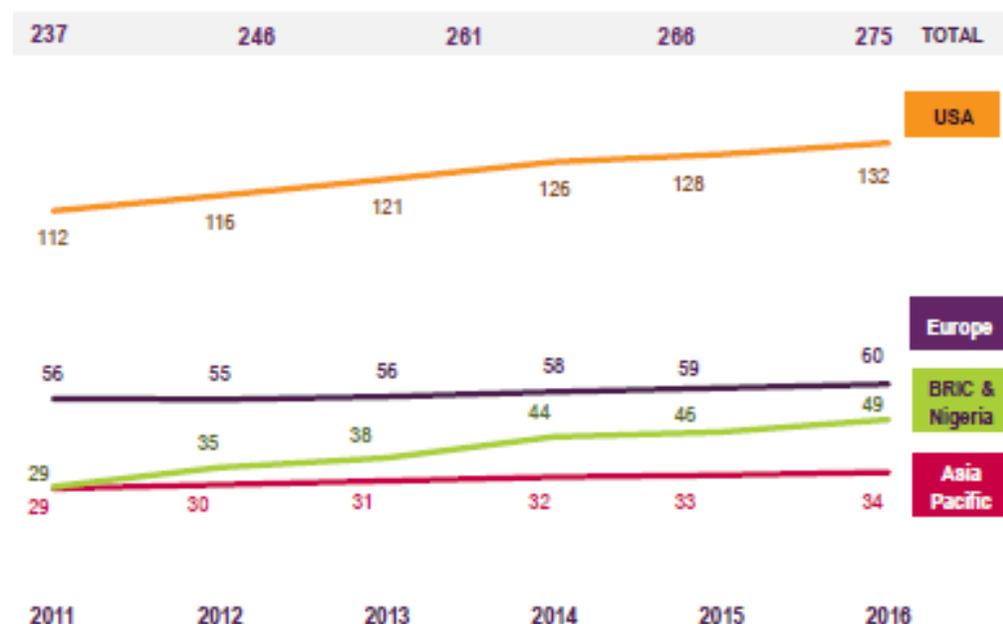
テレビ産業の世界・地域別市場規模推移

- Ofcomの調査によると、テレビ産業の世界市場規模は成長基調(2012年3,130億 £ → 2016年3,660億 £)で推移、地域別に見ると米国、BRIC等の成長が顕著、欧州、アジア太平洋地域は横這い。

世界テレビ産業規模 (£bn : 10億ポンド)



地域別テレビ産業規模 (£bn : 10億ポンド)

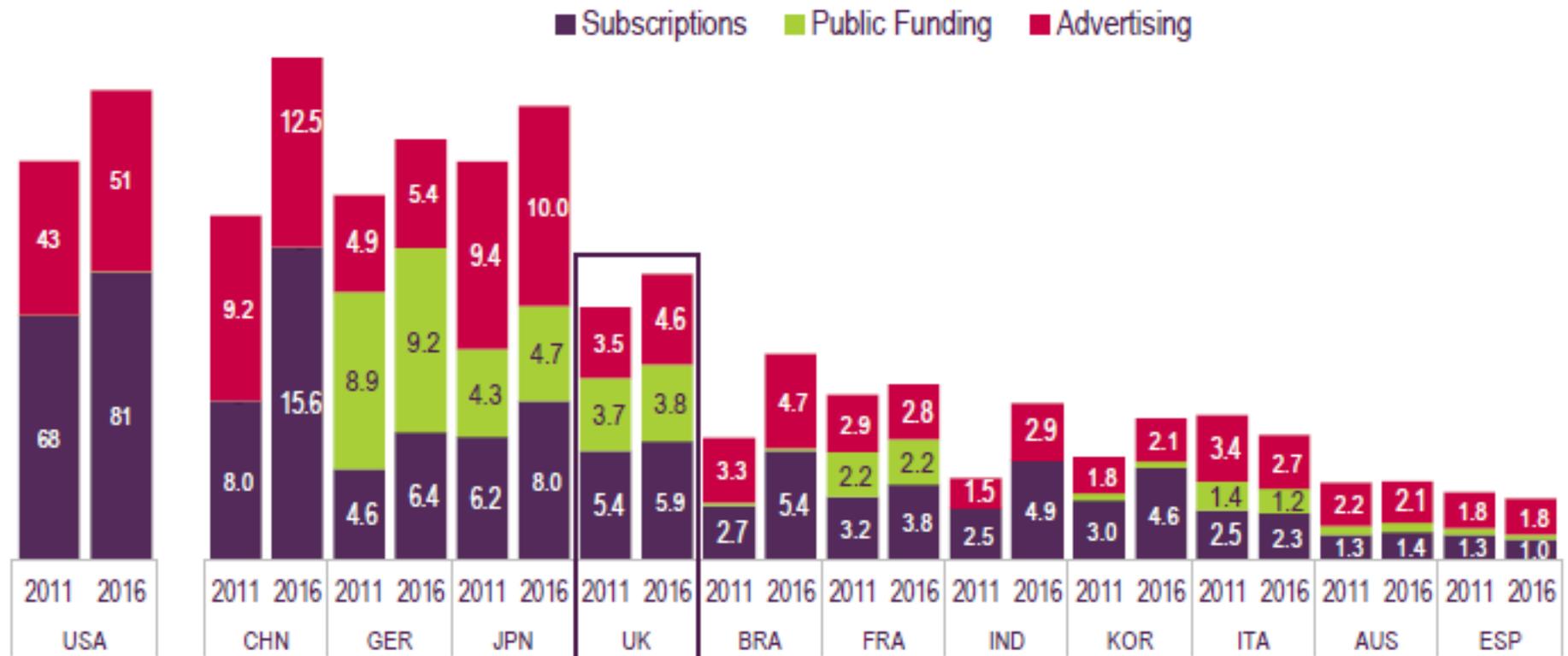


(出典) Ofcom "International Communications Market Report 2017"

テレビ産業の国別市場規模推移

- 主な先進国においてもテレビ産業は成長基調で推移の傾向（2011年→2016年）
- サブスクリプション収入だけでなく、広告収入セグメントも成長基調で推移（2011年→2016年）

主要国におけるテレビ産業規模の推移（£bn：10億ポンド）



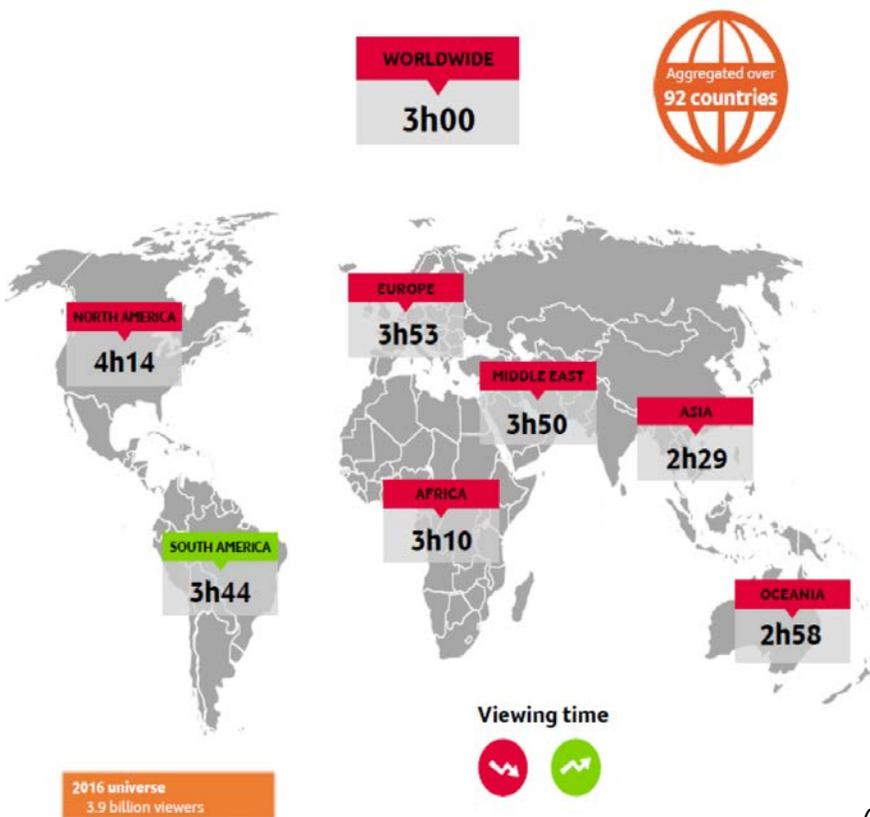
（出典） Ofcom “International Communications Market Report 2017”

2. 諸外国におけるメディア接触状況比較

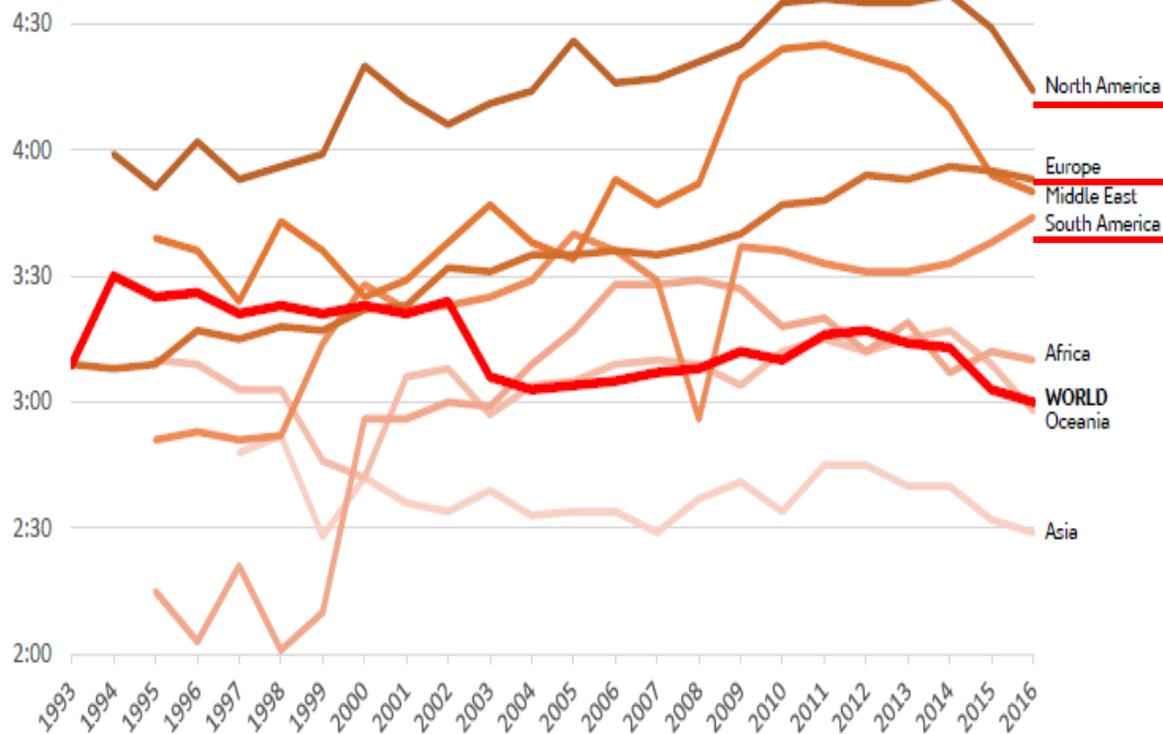
世界各地域における1日当たりTV視聴時間推移

- 世界各地域の1日当たり平均TV視聴時間を長期概観すると、世界平均はマイナス傾向で推移。
- 地域別に見ると、北米、南米、欧州等の地域では全体として右肩上がりの基調で推移している傾向。

世界各地域の1日当たり平均TV視聴時間と対前年傾向



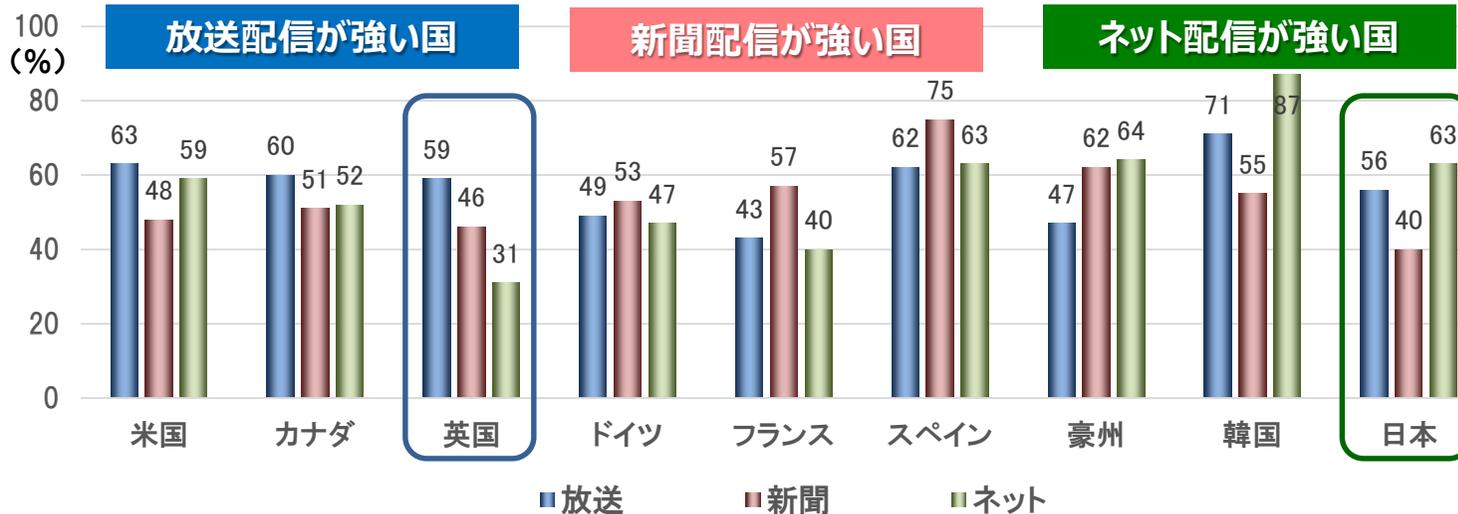
世界各地域の1日当たり平均TV視聴時間の長期概観



(Eurodata TV worldwide "One TV Year in the World 2017")

諸外国におけるメディア別ニュース接触率（1/3）

配信メディア別のニュース接触率

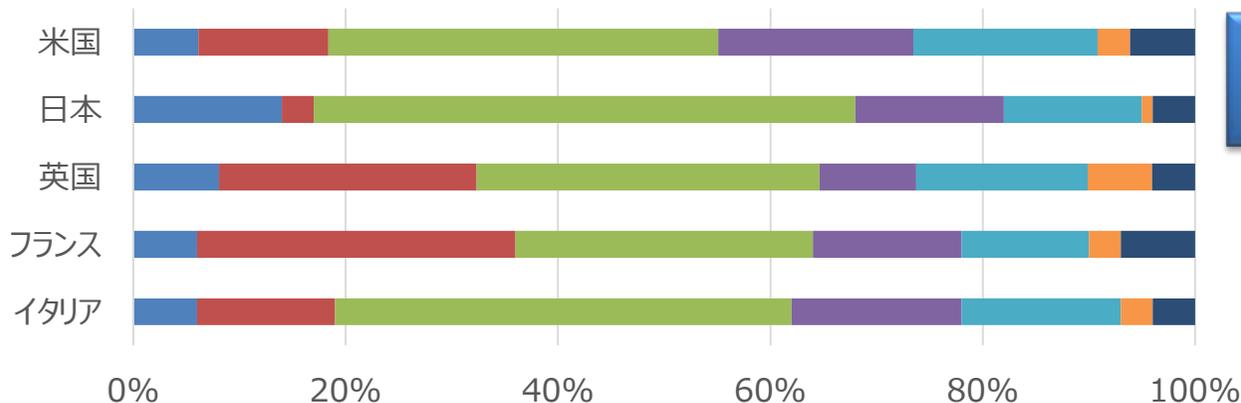


日本では、ネットメディアの配信ニュースへの接触率が高い

英国では、放送(特にBBC)のニュースへの接触率が高い

ニュースへの最初のアプローチ方法

■新聞 ■ラジオ ■テレビ ■PC ■スマホ ■タブレット ■不明



ほとんどの国では、テレビによるニュースへの初期接触率が高い傾向

(出典)ロイター「Reuters Institutes Digital News Report 2016」

諸外国におけるメディア別ニュース接触率（2/3）

- 公益財団法人新聞通信調査会の調査によると、ニュース視聴の利用媒体について、米国、英国、仏国、韓国、タイはテレビが第1位、中国はネットニュースサイトが第1位。
- 第2位は、米国、英国、仏国、韓国がネットニュースサイト、中国がテレビ、タイがSNS。

ニュース視聴の利用媒体(複数回答)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
米国	テレビ(59.1)	ネット(41.3)	新聞(25.8)	ラジオ(22.0)	SNS(20.9)	雑誌(11.1)
英国	テレビ(70.9)	ネット(37.6)	新聞(32.3)	ラジオ(26.9)	SNS(18.2)	雑誌(4.3)
仏国	テレビ(86.2)	ネット(67.1)	ラジオ(67.0)	新聞(60.3)	雑誌(43.8)	SNS(36.7)
中国	ネット(85.4)	テレビ(73.2)	SNS(66.6)	新聞(38.3)	雑誌(17.1)	ラジオ(16.8)
韓国	テレビ(77.8)	ネット(66.8)	新聞(34.8)	SNS(23.2)	ラジオ(14.7)	雑誌(7.5)
タイ	テレビ(92.0)	SNS(63.0)	新聞(45.1)	ネット(42.9)	ラジオ(9.7)	雑誌(1.6)

(出典) 公益財団法人新聞通信調査会「諸外国における対日メディア世論調査」(2017年2月) ※表中 ネット=インターネットのニュースサイト

3. 各国におけるメディア別信頼度と 放送メディアの位置付け

諸外国におけるメディア別ニュースの信頼感

- トランプ大統領に対する報道や情報についての信頼感は、米国、英国、仏国では、テレビ、新聞、ラジオが上位。
- 中国、韓国、タイはテレビ、新聞の順に信頼感が高い。ネットニュースサイトは中国と韓国で第3位。
- SNS（facebook、twitter等）に対する信頼感は各国とも低い。

トランプ大統領に対する報道や情報の信頼感

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
米国	新聞(70.3)	ラジオ(69.0)	テレビ(66.8)	ネット(57.5)	雑誌(56.6)	SNS(35.3)
英国	テレビ(60.4)	ラジオ(55.0)	新聞(49.2)	ネット(44.1)	雑誌(34.1)	SNS(29.0)
仏国	新聞(60.8)	ラジオ(58.2)	テレビ(54.2)	雑誌(45.5)	ネット(43.6)	SNS(20.5)
中国	テレビ(91.0)	新聞(88.1)	ネット(78.6)	ラジオ(74.0)	雑誌(61.9)	SNS(58.3)
韓国	テレビ(69.3)	新聞(64.2)	ネット(56.8)	ラジオ(54.3)	SNS(35.4)	雑誌(32.6)
タイ	テレビ(97.6)	新聞(89.6)	雑誌(80.5)	ラジオ(70.6)	ネット(68.4)	SNS(64.6)

(出典) 公益財団法人新聞通信調査会「諸外国における対日メディア世論調査」(2017年2月) ※表中 ネット=インターネットのニュースサイト

日本における放送メディアへの信頼度

- 総務省情報通信政策研究所によると、メディアの信頼度は新聞、テレビが上位。
- 新聞通信調査会によると、メディアの信頼度はNHKテレビ、新聞が上位。
- NHKテレビ、新聞、民放テレビ、ラジオの信頼度は昨年より増加。インターネットの信頼度は大きく低下。

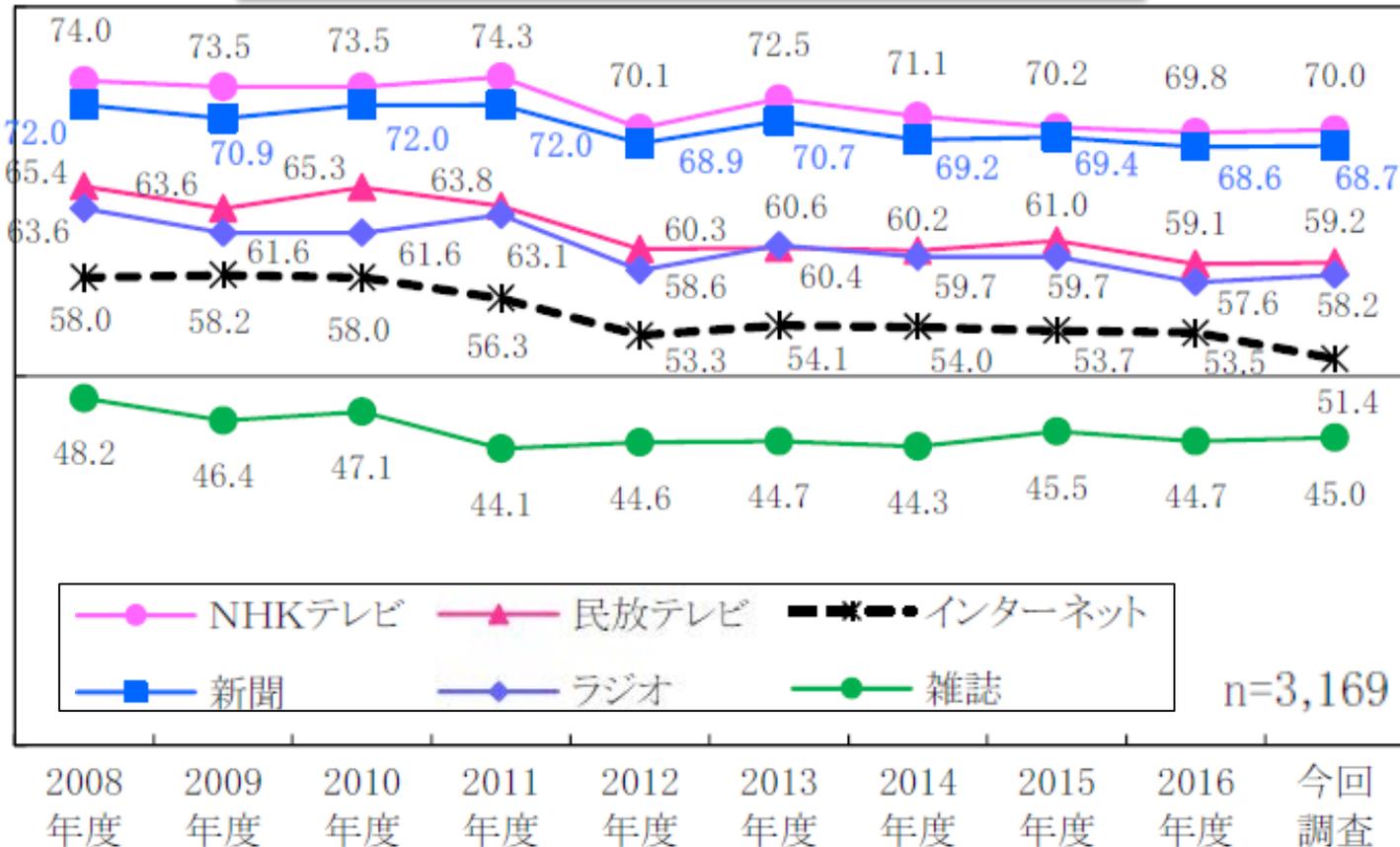
全面的に
信頼して
いる 80



中間 50

全く
信頼して
いない 20

メディアの情報信頼度(時系列)



メディアの信頼度 (H28年)

メディア	合計 (1,500)
テレビ	65.5%
新聞	70.1%
ネット	33.8%
雑誌	20.5%

(出典)
総務省情報通信政策研究所「平成28年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」(信頼度 = 全部信頼% + 大部分信頼%)

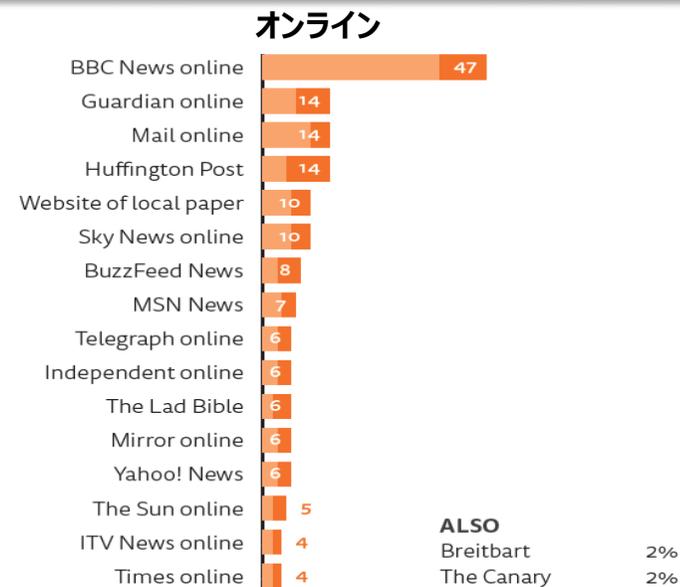
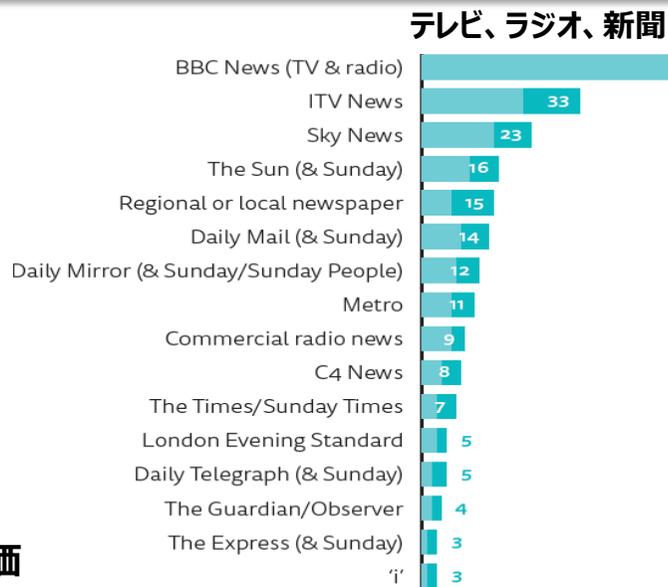
(出典) 公益財団法人新聞通信調査会「メディアに関する全国世論調査」(2017年11月) ※信頼度は0点~100点で評価

英国における放送メディアの位置づけ

1週間の利用が最も多いメディアは、テレビ・ラジオ、オンラインともに、公共放送であるBBCやITV等の民間放送が上位を占めている。(Reuters Institute Digital News Report)

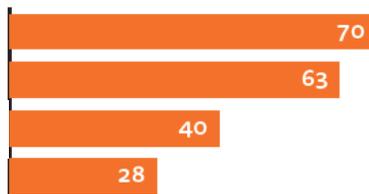
1週間当たりの利用率

- 1週間
テレビ、ラジオ、新聞
- 1週間に3日以上
テレビ、ラジオ、新聞
- 1週間
オンライン
- 1週間に3日以上
オンライン



BBCニュース利用者の評価

- 正確で信頼できるニュースである
- わかりやすい報道である
- 見解がはっきりしている
- 興味深くおもしろい



英国では、Ofcomに番組基準の遵守を課されている放送メディアのジャーナリストに対する信頼が、新聞メディアのジャーナリストに比べ高い傾向。(Reuters Institute Digital News Report)

MOST OF THE TIME I TRUST...

Journalists
29%

News
50%

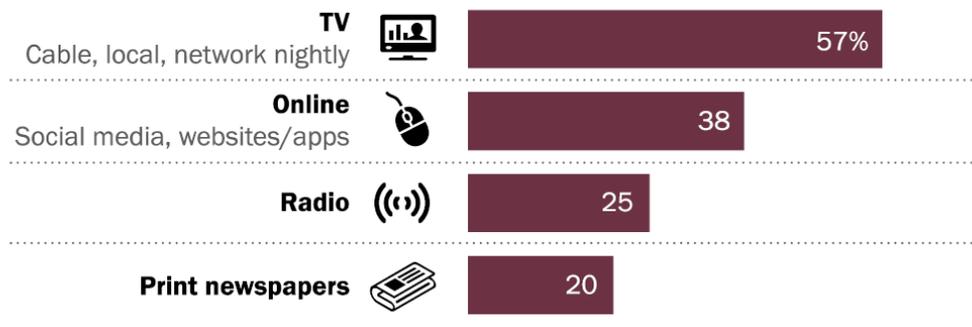
News organisations
42%

米国における放送メディアの位置づけ

- 米国民のニュース獲得手段としては、依然としてテレビが最も広く利用されているプラットフォームではあるが、年代によってテレビ視聴の割合が異なる傾向。
- 報道機関からのニュースをある程度は信頼しているが、ソーシャルメディアへの信頼度は著しく低い。

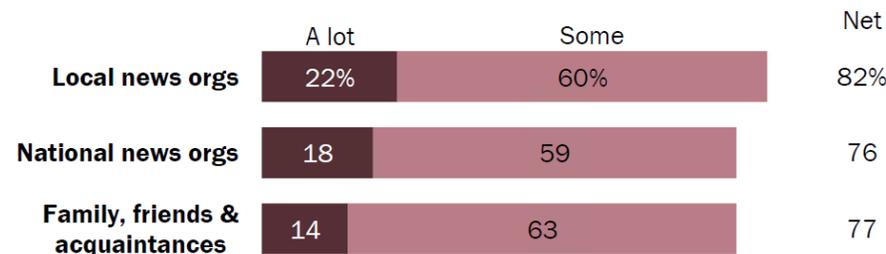
米国民の57%の主なニュースソースはテレビである

% of U.S. adults who often get news on each platform



報道機関のニュースにはある程度信頼を置いている

% of U.S. adults who trust the information they get from ...



ソーシャルメディアへの信頼度は低い

% of web-using U.S. adults who trust the information they get from ...



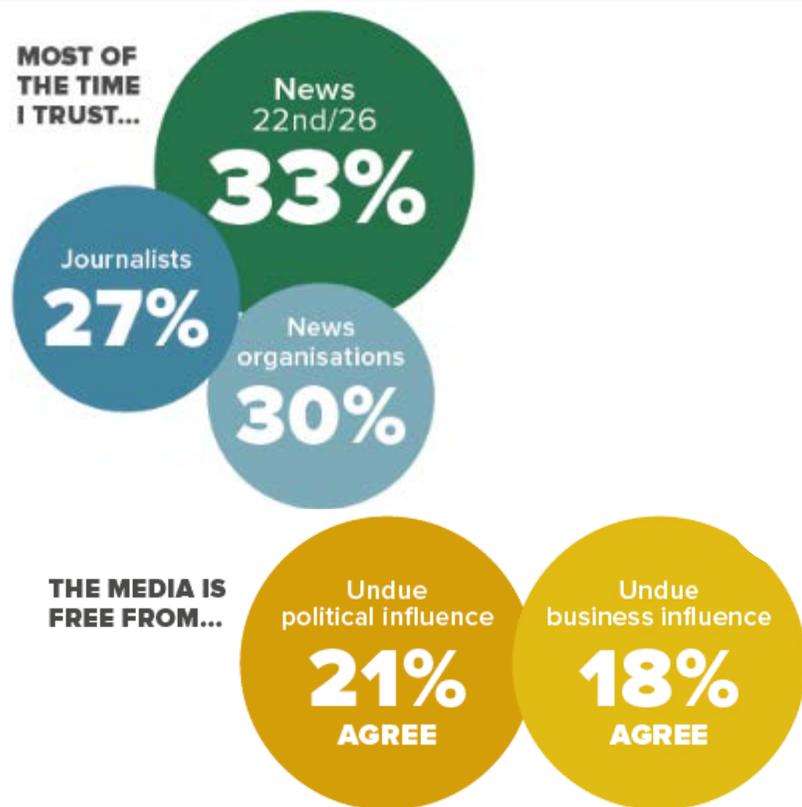
若年層のテレビ視聴の割合は他年代に比べて著しく低い

	18-29	30-49	50-64	65+
TV	27%	45%	72%	85%
Online	50	49	29	20
Radio	14	27	29	24
Print newspapers	5	10	23	48

米国における放送メディアの位置づけ（大統領選前・後）

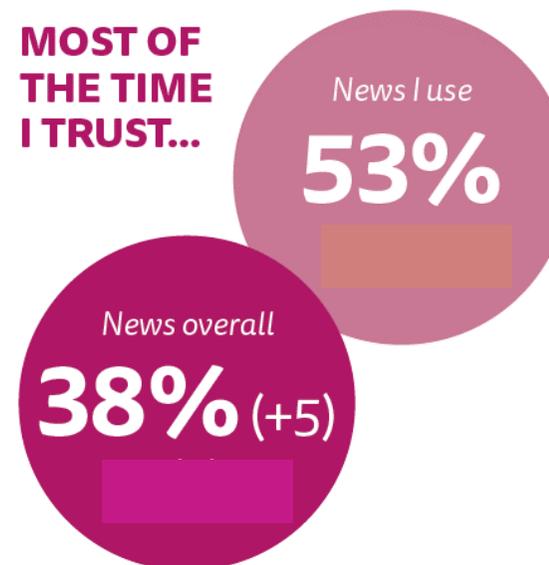
2016年

- 大統領選挙に向けて、国民におけるメディアへの信頼性は主要な問題に発展。
- 約20%が「メディアは政治的に過度の影響を受けている」と回答。



2017年

- 大統領選挙を終え、ジャーナリズムの価値に焦点を当て、オンライン上の誤った情報の拡散への国民の懸念が拡大。
- その結果、ニュースへの信頼性は上昇。



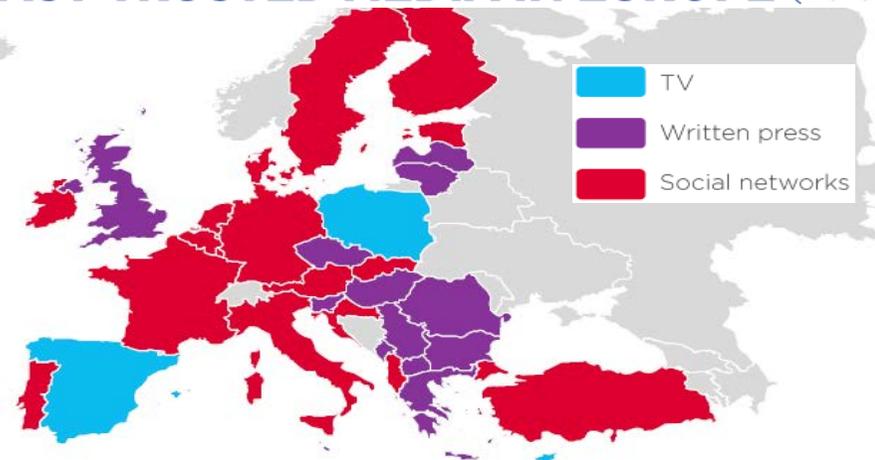
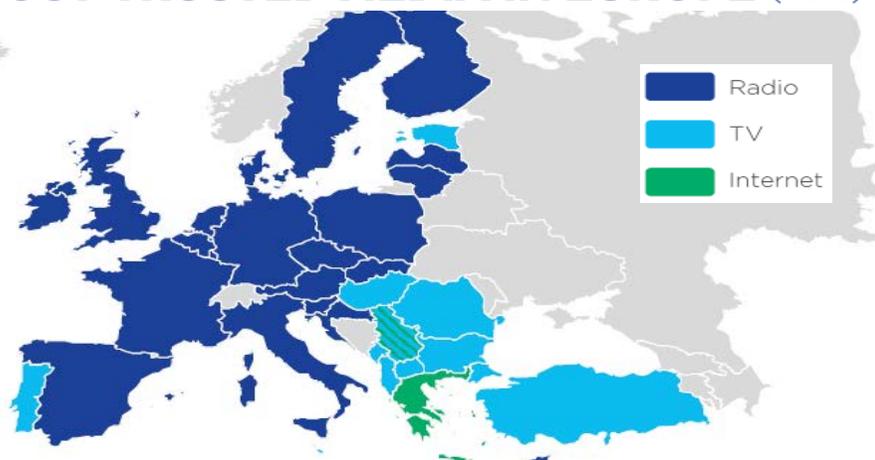
- ✓ 大統領選期間中、テレビ視聴者数は、特にケーブルチャンネルで大幅に増加。
- ✓ CNNは、2017年初期7週間の視聴者数が前年同期比で36%上昇。
- 大統領選ではテレビがアメリカ人にとって今も重要なニュースの情報源であることが確認された。

欧州におけるメディアの信頼性

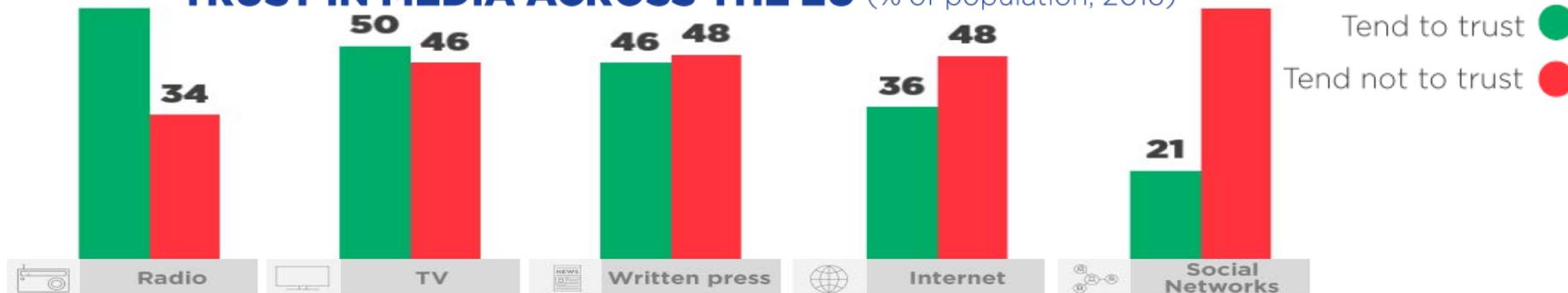
- 欧州では33か国中21か国が、テレビ・ラジオが最も信頼できるメディアであると回答。
(公共サービスの市場シェアとメディアの信頼性に相関)
- 一方、SNS及び活字メディアが最も信頼が薄いメディアであると回答。(EU域内でも同様の傾向)
- テレビ・ラジオの放送メディアへの信頼度が高まる傾向に対し、インターネットやSNSへの信頼度は下がる傾向。

MOST TRUSTED MEDIA IN EUROPE (2016)

LEAST TRUSTED MEDIA IN EUROPE (2016)



TRUST IN MEDIA ACROSS THE EU (% of population, 2016)



4. フェイクニュースと対策の動向

フェイク・ニュースに関する実態

<フェイクニュースとは>

- ソーシャルメディアを通じたデマや偽情報、いわゆる「フェイク・ニュース」が世界的に蔓延している。
- 米国では2016年アメリカ合衆国大統領選挙に係る偽ニュースサイトが乱立したことが問題となり、また我が国においても近年キュレーションサイトの情報信頼性の問題、災害時におけるSNSデマ情報の拡散などの問題が挙げられる。

<フェイクニュース対策の動向>

- フェイクニュースへの対策は欧米では非営利の団体が主体となって行っているのが大半で、報道機関やジャーナリストはそうした団体の活動（執筆への助言、研修の講師を務める、研究に協力など）を支援したり協力している。
- 放送局がこうした活動に協力する例は多い。例えばBBCは「Reality Check」という部署を設けて、フェイクニュース対策に取り組んでいる。
- 国別にはノルウェー、フランスなどでメディア業界をあげて取り組む事例もあるが、フランスは大統領選挙が終わった後プロジェクトを解散させている。
- 海外の主要な報道機関でも自社内にファクトチェッカーを雇い入れているところが増えているが、社内のファクトチェッカーの役割は、主に取材の一環として政治家の発言に間違いはないか記者やエディターの指示で確認を行ったり、自社が取材した相手の発言に誤りがないかなど裏取りを行うなどが多い。人数も頻繁に変動しているのが実態である。
- アメリカなどではファクトチェックを行う主要な団体（PolitiFact, Factcheck.org）を、情報源として依拠して報道することも多い。

2018 エデルマン・トラストバロメーター

- フェイクニュースが武器として利用される可能性を心配している人の割合は、全28カ国平均で約70%。
- 米国、中国、韓国では約70%の回答者が懸念、日本でも62%が懸念。

世界中で、フェイクニュースが武器として使われることを危惧している

虚偽の情報やフェイクニュースが武器として利用される可能性を心配している人の割合 (%)

55-60	61-65	66-70	71-75	76-80
フランス スウェーデン オランダ	カナダ アイルランド 日本 ドイツ	イタリア シンガポール 南アフリカ アラブ首長国連邦 イギリス オーストラリア 香港 ポーランド トルコ	ブラジル インド コロンビア マレーシア 韓国 アメリカ 中国 ロシア	メキシコ アルゼンチン スペイン インドネシア

日本では

62% が
危惧している

全28カ国平均
約7割

ドイツではフェイクニュースを排除しないソーシャルメディア会社に罰金を科す法律が可決

EUでは、2017年11月13日、フェイクニュース等対策の意見募集開始、ハイレベル専門家グループの立ち上げ発表

カナダの保守的指導者のキャンペーンマネージャーはフェイクニュースを使って対抗馬を一掃

ローマ法王はフェイクニュースの蔓延を批判

シンガポールではフェイクニュースと戦うための法律を導入する計画を発表

南アフリカではフェイクニュースが選挙を妨害

(出典) 2018 エデルマン・トラストバロメーター(世界28カ国、33,000人以上を対象とした調査) <https://edelman.jp/insight/trust-barometer2018>

Source: 2018 Edelman Trust Barometer. 以下の各記述はどの調査結果も反映は反対するから、1は「強く反対」、2は「やや反対」、3は「やや賛成」、4は「強く賛成」を示す。1-4までの範囲でお答えください。(Top 4 Box, Agree)

欧州におけるフェイクニュース対策の動向

- 欧州委員会は2017年11月13日、事実とは異なるフェイクニュースやオンライン誤情報対策のため、パブリック・コンサルテーション（意見募集）を開始すると同時に、ハイレベル専門家グループを立ち上げることを発表。
- 同意見募集の結果と専門家グループによる取り組みの成果は、EUレベルの偽ニュース拡散対策戦略として反映され、今春にその内容を発表する計画。
- 担当閣僚であるアンシフ副欧州委員長（デジタル単一市場担当）は、「表現の自由、メディアの多様性、そして信頼性のある情報に対するアクセス権においてバランスのとれたアプローチを見つける必要がある。」旨表明。

〔意見募集の対象者〕

- 市民、ソーシャルメディアプラットフォーム、放送事業者、活字メディア、通信社、オンラインメディア、ファクトチェッカー、学者、公共団体などの関係者

〔意見募集の主な項目〕

1. 人々の偽ニュースに対する認識、各メディアに対する信頼性など、同問題が影響を及ぼす範囲について
2. 偽ニュース拡散を防止するために各団体がすでに実施している対策の評価
3. 信頼できる情報へのアクセス権を強化するための今後の活動について

〔スケジュール〕

- 意見募集は本年2月まで実施。
- ハイレベル専門家グループ設立については12月半ばまで幅広い分野から専門家を募り、2018年1月から勧告を策定するための活動を開始する予定。

ドイツにおけるネットワーク執行法（1/2）

ソーシャルネットワークにおける法執行の改善に関する法律（ネットワーク執行法）

対象事業者

- 利用者が任意のコンテンツを他の利用者と共有し、又は一般に公開可能なインターネット上のプラットフォームサービス（ソーシャルネットワーク）を営利目的で運営する事業者。
ただし、ドイツ国内の登録利用者数が200万人未満の事業者は、次の報告義務及び対応義務を負わない。

報告義務

- 年間100以上の苦情を受ける対象事業者は、違法コンテンツに係る苦情の処理について、半年ごとに当該期間を対象とする報告書を作成し、連邦官報及び自身のウェブサイト上で公表しなければならない。

申告のあった違法コンテンツへの対応義務

- 対象事業者は、違法コンテンツ申告のための手続窓口を設けた上、申告があった場合は、直ちに違法性を審査し、原則として以下の期間内に削除又はアクセスブロックをする義務を負う。
 - ①明らかに違法なコンテンツ： 申告を受けてから24時間以内
 - ②それ以外の違法コンテンツ： 申告を受けてから7日以内
- 対象となる違法コンテンツは、ドイツ刑法の特定の犯罪に該当するものに限られる。

認定自主規制機関

- 対象事業者は、複数のソーシャルネットワーク提供事業者等が設立するなど、認定にあたり一定の要件を満たすことを要する自主規制機関に対し、コンテンツが違法か否かの判断を照会することができる。

過料

- 最大500万ユーロの過料（法人・団体には最大5,000万ユーロの過料）
- なお、行政庁が過料を科す場合には、コンテンツの違法性について、予め裁判所による先決的決定を得る必要がある。

施行日

- 2017年10月1日

ドイツにおけるネットワーク執行法（2/2）

○以下の犯罪に該当するコンテンツが対象

- ・違憲組織の宣伝資料配布（ドイツ刑法第86条）
- ・違憲組織のシンボル使用（第86条a）
- ・国家を危険にさらす重大な暴力行為の準備（第89条a）
- ・国家を危険にさらす重大な暴力行為の幫助（第91条）
- ・国家反逆的偽造（第100条a）
- ・犯罪行為への公然の扇動（第111条）
- ・犯行を行う旨の脅迫により公の平和を乱す罪（第126条）
- ・犯罪組織、テロ組織の形成、外国の犯罪組織や
テロ組織に対する没収と剥奪
（第129条、第129条a、第129条b）
- ・民衆扇動、人種憎悪挑発（第130条）
- ・非人道的暴力賞賛表現（第131条）
- ・犯罪行為への報酬の支払及び是認（第140条）
- ・信条冒涇（第166条）
- ・児童ポルノの頒布・取得・所持（第184条b）
（ただし、第184条d（放送、メディア又は遠隔的
サービスによるポルノ表現の頒布）に関する範囲）
- ・侮辱（第185条）
- ・悪評の流布（第186条）
- ・中傷（第187条）
- ・脅迫（第241条）
- ・証拠として重要なデータの偽造（第269条）

フェイク・ニュースに関する対策事例（1/3）

種別	名称	地域	概要
協力・連携 の枠組み	WikiTribune	世界	市民ボランティアとジャーナリストが協力して事実関係を精査・確認し、ウェブ上に掲載される情報の精度をあげていく取り組みを行っている。
	Google Fact Check	世界	フェイクと判定されたニュースは、検索結果のページに表示される仕組みを導入しており、指摘された内容や作成者も明示している。
	Poynter International Fact Checking Network (IFCN)	米国	60以上の世界の主要なファクトチェックに携わる団体を支援、成果を研究する団体。Poynter Institute（フロリダ州の非営利のジャーナリズム研究機関）に本部があり、世界中からジャーナリストやメディア関係者が研修に集る。年に1度総会が開かれ、世界中のメディア関係者が参加している。
	First Draft News	米国/欧州	オンライン上に掲載される報道や情報共有の手段の精度を高め、規範作りを進める取り組み。特にソーシャルメディアから発信される情報を探し、情報の正確さを確認し、発信につなげる基準作りに取り組んでいる。基準作りには欧米の主要な報道機関も協力している。
	DFRLab	欧州	世界規模の虚偽のキャンペーン、人権侵害の事案などを記録し公表。フェイク・ニュースの特定の仕方なども指導している。
	SUNセンター(ソウル大学)	韓国	公共放送KBSや大手新聞社など韓国メディア22社が参加。NAVERが10億ウォン（約1億円）を3年間寄付すること決定。
ガイド本	Firstdraftnews.com, First Draft News Coalition	世界	ソーシャルメディアが情報発信源のコンテンツを発信すればよいか等、実務的で倫理的な手法やノウハウを提供。提言やガイド本発行も取り組んでいる。
	PolitiFact's Guide to Fake News Sites	米国	著名な非営利のファクトチェック団体によるフェイクニュースのサイトのガイド本。Facebookと協力し156の団体を特定している
	判定ハンドブック（欧州ジャーナリズムセンター）	欧州	BBC, Storyful, ABC, Digital First Media などからフェイクニュース判定の専門家が執筆に参加。ジャーナリストやフェイクニュース対策に取り組む担当者向けに執筆されたものである。緊急時のUSG活用法などについて記載している。

フェイク・ニュースに関する対策事例（2/3）

種別	名称	地域	概要
ガイド本	Firstdraftnews.com, First Draft News Coalition	世界	ソーシャルメディアが情報発信源のコンテンツを発信すればよいか等、実務的で倫理的な手法やノウハウを提供。提言やガイド本発行も取り組んでいる。
	PolitiFact's Guide to Fake News Sites	米国	著名な非営利のファクトチェック団体によるフェイクニュースのサイトのガイド本。Facebookと協力し156の団体を特定している
	判定ハンドブック（欧州ジャーナリズムセンター）	欧州	BBC, Storyful, ABC, Digital First Media などからフェイクニュース判定の専門家が執筆に参加。ジャーナリストやフェイクニュース対策に取り組む担当者向けに執筆されたものである。緊急時のUSG活用法などについて記載している。
信頼回復への取り組み	News Integrity Initiative	米国	テクノロジー企業のリーダー、研究機関、非営利団体が協力し設立した1400米万ドルの基金。市民がオンラインで接する記事について、知識をもって真偽の価値を判断できるようにするのを支援しており、海外の機関とも提携している。
	The Trust Project	米国	正当なジャーナリズムと評価されるべきコンテンツが目立つためにはどうすればいいかを研究している。シリコンバレーに設立。
	Trusting News (Reynolds Journalism Institute)	米国	14の報道機関が協力し、サイトでフェイクか否かの判定するにはどうしたらいいか、素朴な疑問への回答をサイトで提供している。信頼構築のためのソーシャルメディア戦略への一般からの反応を1年かけて研究している。
	Accountability Journalism Program (API)	米国	ジャーナリズムの信頼を高めるための研究プロジェクトなどを実施。最近の主なプロジェクトとしては国内で最も信頼されるジャーナリスト選定、ファクトチェックの将来についてのサミット開催、ファクトチェックの研修を行ったりオンライン研修、ファクトチェック関連のニュースレター発行など。

フェイク・ニュースに関する対策事例（3/3）

種別	名称	地域	概要
プロジェクト	Pop-Up Newsroom, Dig Deeper Media & Meedan	世界	Meedan and Dig Deeper Media が世界の主要な報道機関が協力してニュースの制作現場に革新をもたらすプロジェクト。
	Inject Project	欧州	情報が氾濫する時代、正しい情報をすばやく検索し、得た情報を簡単に活用できるノウハウをジャーナリストに提供している。
ツール・技術	Sereley	イギリス	モバイル機器のユーザーが、写真や映像を加工されたものか判断する材料を提供。メディア向けに自動でチェックできるプラットフォームをクラウドで提供している。
	AP Verify, Associated Press	イギリス	コンテンツに関係するデータを自動収集し真偽を確認できるシステム。
	“Third Generation Fact-Checking,” Full Fact	イギリス	中立不偏の立場からファクトチェックの需要ニーズに応える。Full Fact はGoogle DNI prototype 資金で開発したテレビ向けの自動ファクトチェックツール。ライブに対応。
	“Fake news alert,” Wirtualna Polska	ポーランド	虚偽のソーシャルメディアの記事を特定して元の発信源を突き止め、WP.pl のコミュニケーションチャンネルを通じてアラートを出す機能を有する。
	Fact Scan, SC Blue Insight	ルーマニア	AIを活用し媒体の別を問わずメディア横断的にリアルタイムでファクトチェックを行うことができる。
	“Blockchain as a fact checker,” DUIC & DIG & MILVUM	オランダ	DUIC (De Utrechtse Internet Courant) がDesign Innovation Group & Milvum と協力し、ファクトチェックに係るブロックチェーン基盤を構築する実験を行っている。