

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）
インターネットでの社会実証（第一期）について
ご説明資料

2022年4月15日

この資料中の画像は転載禁止

NHK

NHKが社会実証で目指すこと

NHK

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、業務にあたってきた。

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性が出てきている。

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て、一定規模の世論調査も実施

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 2021年12月6日）
日本放送協会資料より

【論点1】 デジタル時代における放送の意義・役割

1

- ◆ 放送は、民主主義の基盤であり、災害情報や地域情報等の社会の基本情報の共有というソーシャル・キャピタルとしての役割を果たしてきた。
- ◆ 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デジタル時代において、そうした放送の役割を更に果たしていくことが期待されている。
- ◆ また、情報空間の広がりや競争環境の変化等を踏まえ、放送ネットワークインフラの効率化や放送制度における規制の合理化等、柔軟に検討していくべきである。

○放送を巡る環境の変化

- ✓ インターネットによる「カジュアルな動画視聴」の拡大等、視聴者の視聴スタイルが急速に変化している。視聴者にとって放送と通信の区別が意識されなくなっているほか、スマートフォン等による動画視聴のパーソナライズ化も進んでおり、若者を中心として「テレビ離れ」がますます加速している。
- ✓ 例えば、自宅におけるインターネット（パソコン、タブレット、モバイル）によるメディア接触時間は年々増加傾向にある一方で、テレビは、2020年はコロナ禍の影響で一時的に増加したものの、減少傾向にある（出典：第1回会合 奥構成員資料）。

○デジタル時代における放送の意義・役割

- ✓ 放送の「公共性」とは公衆の包摂・形成であり、放送はこれまでも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。インターネットも含めて情報空間が放送以外にも広がるデジタル時代において、このような民主主義の基盤、災害情報や地域情報等の社会の基本情報の共有というソーシャル・キャピタルとしての放送の役割を更に果たしていくことが期待されている。
- ✓ 取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信は、放送の重要な価値である。メディア環境が多様化する中、日々進化を続ける情報通信技術をうまく活用しながら、信頼される情報の社会的基盤としての放送の役割を今後も果たし続けていくべきである。
- ✓ 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情報空間を侵食することは民主主義にとって好ましいことではなく、信頼性の高い情報を発信する放送は、インフォメーション・ヘルス（情報的健康）※の確保に重要な役割を果たすべきである。
※ 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。
- ✓ 特に、フェイクニュースといったインターネット上の情報に係る課題の是正に重要な役割を果たすべきである。

(本検討会における) 構成員等の主な意見

デジタル時代における放送の意義・役割を果たすために	環境に対応した課題への取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 「どのようなテレビの公共的な価値を残し、それをどのようにユニバーサルに提供していくのかの定義が求められている」(瀧構成員) 「放送そのもの持っている価値は失ってはいけないと思う。もしインターネットの世界でまた放送を流していくということになれば、むしろ放送基準を大切に、ネット上にある様々な別の課題の是正に力を発揮するぐらいの思いで乗り込んでいただければいい」(長田構成員) 「若者が加齢によって、今後さらにネット側にシフトを重ねるのであれば、放送事業者が国民全体にリーチするためには、若者対策に早めに手を打たないとかなり厳しい」(奥構成員)
	安定した経営基盤	<ul style="list-style-type: none"> 「日本のコンテンツの国際競争力の維持にあたって、安定した経営基盤を持っていたということが非常に重要なのではないか」(落合構成員)
社会の基本情報の共有 (ソーシャル・キャピタル)	生命・身体の維持	<ul style="list-style-type: none"> 「放送によって社会全体で共有されるべき基本的情報としては、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)等がある」(曾我部教授)
	多様性・自律	<ul style="list-style-type: none"> 「放送によって社会全体で共有されるべき基本的情報としては、社会の多様性・自律を助ける情報(教育情報等)等がある」(曾我部教授)
	地域・伝統の多様性	<ul style="list-style-type: none"> 「人口減少時代に地域放送の多様性をいかに維持するか、放送における協調領域と競争領域の再定義が必要なのではないか」(三友座長) 「放送によって社会全体で共有されるべき基本的情報としては、国民の維持のための情報(伝統文化に係る情報等)等がある」(曾我部教授)
	相互理解・対話を促す	<ul style="list-style-type: none"> 「同時・同報の信頼される基幹的メディアとして公衆(public)の包摂・形成が放送の「公共性」。構成員の相互理解・対話を促進し、安定的・持続的に「公衆」を形成するために、社会インフラとしての放送への期待は大きい」(宍戸教授)
民主主義の基盤としての公共性	信頼できるコンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> 「放送の公共性とは、自由な言論の結果としての世論形成に影響を及ぼす民主主義の基盤であるからであり、信頼できるコンテンツの発信のために、誠実に真実を取材し、分かりやすく編集し伝えるという、伝統的な役割を持続していくことが、放送の公共性を貫くことだと思う」(大谷構成員) 「放送が「社会の基本的情報の共有」といういわばソーシャル・キャピタルとしての役割を果たしていくためには、安心・安全情報を含む視聴者から信頼されるコンテンツに経営資源を可能な限り投下していくことが必要」(林構成員)
情報空間の持続可能性	フィルターバブル対策	<ul style="list-style-type: none"> 「アテンションエコノミーの興隆との関係で、エコーチェンバーやフィルターバブルが起きていることもあり、ある種自由放任ということではまずいと。そういうことで、『国家からの自由』というよりも、『国家による自由』というものが大事だという議論が有力になってきているように思う」(山本龍彦構成員)
	フェイクニュース対策	<ul style="list-style-type: none"> 「多元性、多様性、地域性」とともに「フェイクニュース対策等への貢献」に言及されていることは大変好ましいことだと思う。ファクトチェックへの取組等について、透明性のある対応が必要と思われるところ、その先導的立場をキープしてもらいたい」(大谷構成員)
	インフォメーションヘルス	<ul style="list-style-type: none"> 「情報空間の全てがアテンションエコノミーに染まっていくのは、民主主義にとって好ましいことではないのではないか。インフォメーションヘルスのためには、信頼できる多様な情報をバランス良く摂取していくことも重要ではないか。このような現状認識の下で、放送の意義、また、信頼できる、ある意味で栄養食、免疫食としての特に公共放送、この意義が再確認、場合によっては再定義されなければならないのではとと思っている。放送は、アテンションエコノミーが拡大して、情報空間がいわばカオス化していく中で、持続可能なものにしていかなければならない」(山本龍彦構成員) 「プラットフォームとの連携・協力関係などの方法が、まさに問われている」(山本龍彦構成員)

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「放送の将来像と制度の在り方に関する論点整理」(2022年3月31日)

情報空間における個人が抱える課題

情報空間の変化は、**個人の孤立・情報提示の不透明性・選択の自由の減少**をもたらしたことから、社会における基本情報の共有が損なわれる懸念が生じている。このインターネット空間における個人が抱える課題について、社会実証のサービスで、どのような役割が果たせるか検証したい。

インターネット空間の変化

インターネット空間における個人が抱える課題

インターネットや
スマートフォンの普及
による
情報量の激増

レコメンデーションの
普及と、
フィルターバブル*の
発生

*利用者が好ましいと思う
情報が多く表示されること
で、得られる情報に偏りが
生じてしまう問題

孤立化・
分断

- **個人の孤立を促す**ことから、
ひいては**社会の分断**を招いている

不透明化

- 情報が提示されるに至った
理由・決定プロセスが見えない
- その情報が、どれだけ偏向しているか
等が分からない

選択の自由
の減少

- 実際には、個人による
選択の自由がない

社会における**基本情報***の
共有の減少

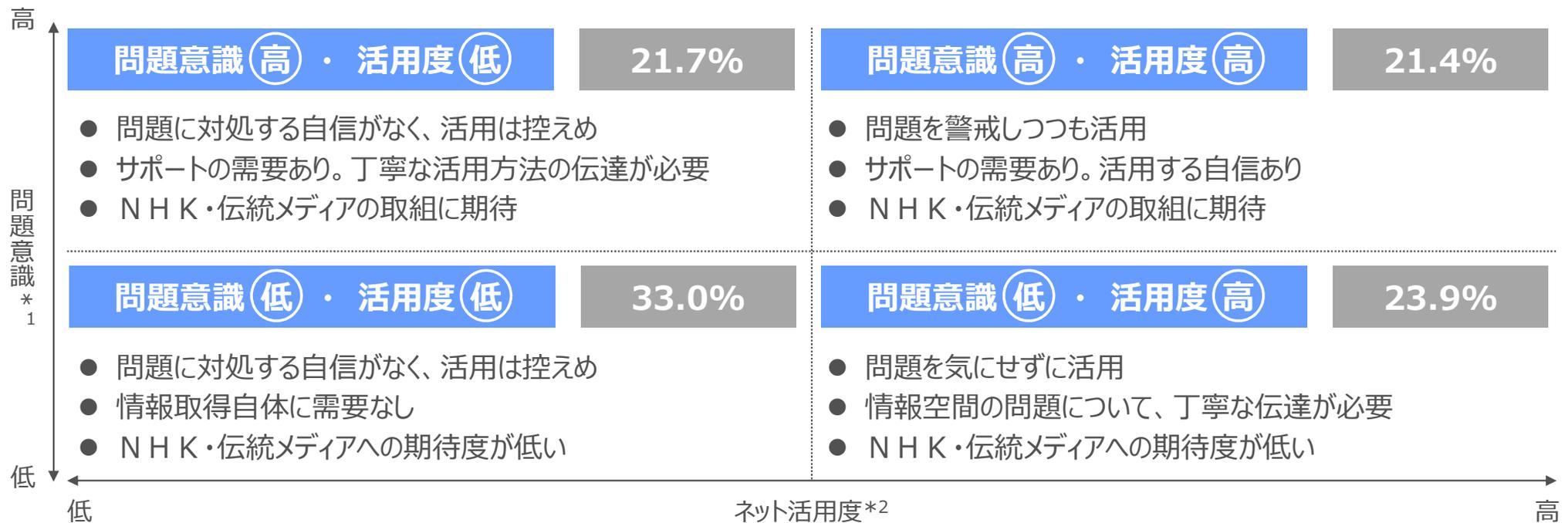
*選挙などの民主主義の基盤
となる情報、災害情報、
地域情報、コロナ関連情報など

出所：イーライ・パリサー『閉じこもるインターネット グーグル・パーソナライズ・民主主義（改題：フィルターバブル）』（2012年）・「What the Internet knows about you」（2022年3月閲覧）、Social Capital Research「What is the difference between bonding and bridging social capital?」（2022年3月閲覧）、Putnam, R. D.「Bowling alone: America's declining social capital」(1995年)

社会実証 第一期イメージ

社会実証の対象

社会実証の対象は「主としてテレビを日常的に利用していない方々（テレビ受信機を設置していない方々を含む）、利用が少ない方々」とした。こうした方々は、社会全体の**約20%存在**していると見られる。インターネットの活用度や、インターネットの課題についての問題意識などをもとに**4つに分類**した上で、サービスを設計することにした。



注：調査対象は、N = 10,000（無回答を除き集計）。その内、①テレビ非保有・非視聴層：N = 154、②テレビ非保有・ライト視聴層：N = 110、③テレビ保有・非視聴層：N = 546、④テレビ保有・ライト視聴層：N = 1,293の4つの層が計2,093となり、全体のおよそ20%（なお、「ライト視聴層」は、平日・休日合成視聴時間/日が1時間程度以下の方々と定義）

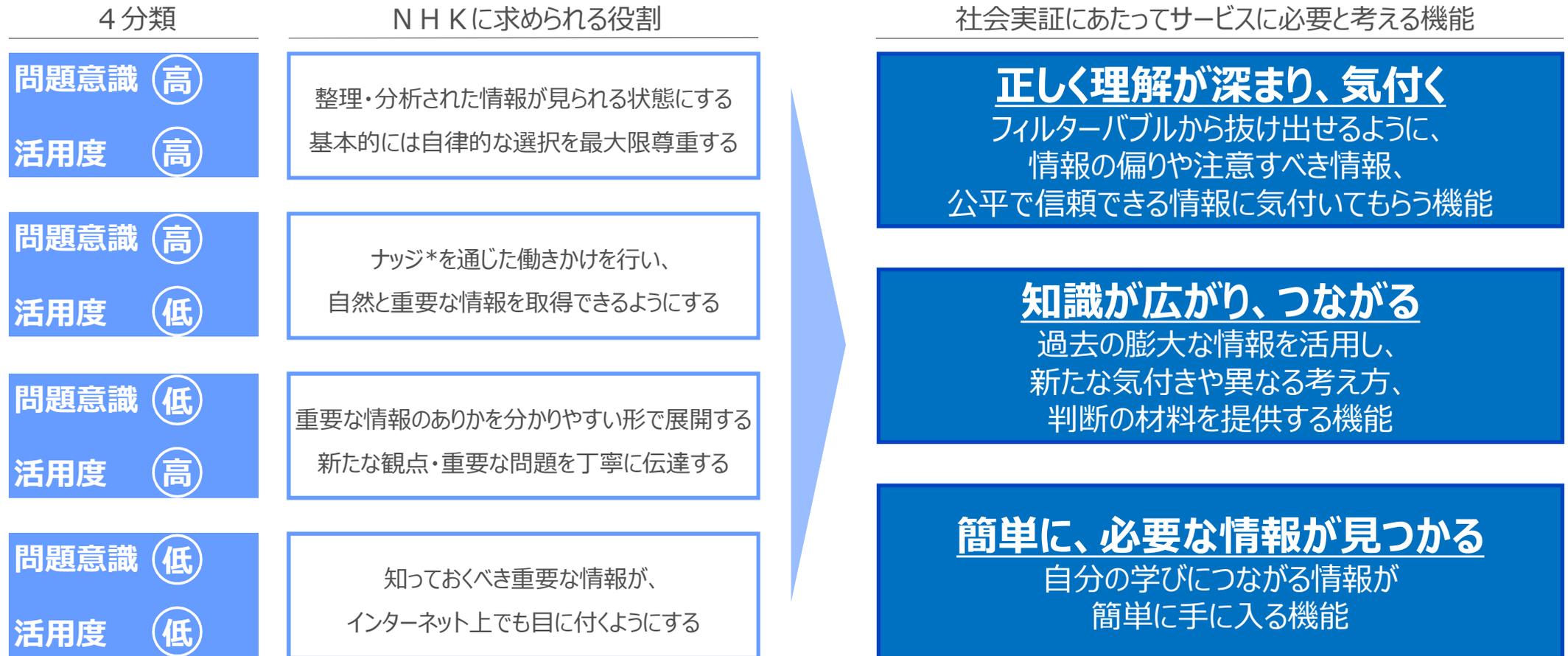
*1：「インターネットのネガティブ評価（1～6番目まで）の個数が、全体平均（2.99≒3個）を上回る場合」と定義

*2：「インターネットを毎日利用、かつ、平日仕事以外で2時間以上利用」と定義

出所：野村総合研究所「生活者1万人アンケート調査」（2021年8月調査）

社会実証 第一期サービスでフォーカスする機能

調査対象の4つの分類それぞれに、NHKに求められる役割を整理した上で、社会実証にあたってサービスに必要なと考える機能を3つに整理した。



*人々が強制によってではなく、自発的に望ましい行動を選択するよう促す工夫のこと

社会実証 実施の基本的考え方

- これまでNHKが、NHK NEWS WEBやNHKプラスなどでお伝えしてきたコンテンツを組み合わせるとともに、放送と通信融合時代にNHKに期待される「正しく理解が深まり、気付く」・「知識が広がり、つながる」・「簡単に、必要な情報が見つかる」の3つの機能を、7つのサービスイメージを通じて実証する。
- 必要と考える機能を検証することを主な目的とし、UI やUX など、使い勝手の面については、第二期以降に検証予定。

NHKの2つのインターネットサービスを組み合わせるとともに、放送と通信融合時代に必要と考える機能を検証

N H K NEWS WEB

- 様々なデバイス・無料で閲覧可能
- 社会・気象/災害・科学/文化・スポーツなど、多様な情報を提供
- 直近2時間でツイート数が多い記事/24時間で読まれている記事をランキング形式で提示

⇒以下のような価値を社会実証の参加者に提供

- 公平で信頼できる情報を得られる
- 他利用者が関心のある事象・問題を把握できる



N H K プラス

- 常時同時配信・見逃し番組配信サービス
- 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
- 各地域のコンテンツもスマホなどで視聴可能

⇒以下のような価値を社会実証の参加者に提供

- いつでも・どこでも多様な番組を視聴できる
- 地域理解が促進、異なる考え方に気付ける



社会実証 第一期のサービスイメージ

7つのサービスイメージにより、3つの機能について、実証を予定している。

必要と考える機能

正しく理解が
深まり、気付く

知識が広がり、
つながる

簡単に、必要な
情報が見つかる

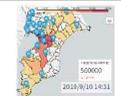
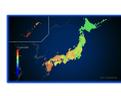
検証方法

サービスイメージ

A
アプリ・サイトを作成し、
実際のサービスに
近い感覚で実証

B
Aとは別に
サービスイメージを
個々に提示し、
実証

C
イメージ動画を
作成し、実証

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
<ul style="list-style-type: none"> ● 主要ニュースについて、NHKの豊富なアーカイブを活用し類似ニュースの“まとめ”とは違う多角的視点を提示 	<ul style="list-style-type: none"> ● 話題となっているコンテンツについて、通常のレコメンドの範囲とは違う幅やジャンルの多角的視点を提示 	<ul style="list-style-type: none"> ● 最新ニュースについて、SNSでの盛り上がりを分析し、分断やスパムを検知し、信頼性の課題等をアラート 	<ul style="list-style-type: none"> ● 災害報道の情報を蓄積して、地図上に可視化し、危険予測・判断材料を提供 	<ul style="list-style-type: none"> ● あるニュースのテーマについて、各都道府県での差異を地図などで同時に提示し、日本の多様性を提示 	<ul style="list-style-type: none"> ● 多くの動画ニュースが一目でわかると共に、重要度や新着順などに応じて適切に自動編集、連続再生する機能 	<ul style="list-style-type: none"> ● 動画や画像アーカイブを位置情報と連携させて活用することで、日本各地の風土や多様性を提示する機能 
		✓		✓	✓	✓

第一期スケジュール

		検証方法	対象者*	期間
①	●主要ニュースについて、NHKの豊富なアーカイブを活用し類似ニュースの“まとめ”とは違う多角的視点を提示	A アプリ・サイトを作成し、実際のサービスに近い感覚で実証	1,500人	4月22日～5月7日の間で実施予定
②	●話題となっているコンテンツについて、通常のレコメンドの範囲とは違う幅やジャンルの多角的視点を提示			
③	●最新ニュースについて、SNSでの盛り上がり进行分析し、分断やスパムを検知し、信頼性の課題等をアラート	B Aとは別にサービスイメージを個々に提示し、実証	1,200人 (300人×4)	
④	●災害報道の情報を蓄積して、地図上に可視化し、危険予測・判断材料を提供			
⑤	●あるニュースのテーマについて、各都道府県での差異を地図などで同時に提示し、日本の多様性を提示			
⑥	●多くの動画ニュースが一目でわかると共に、重要度や新着順などに応じて適切に自動編集、連続再生する機能			
⑦	●動画や画像アーカイブを位置情報と連携させて活用することで、日本各地の風土や多様性を提示する機能	C イメージ動画を作成し、実証予定	300人	

*対象者の人数については、目標有効人数を記載。

社会実証のサービスイメージ①

「知識が広がり、つながる」

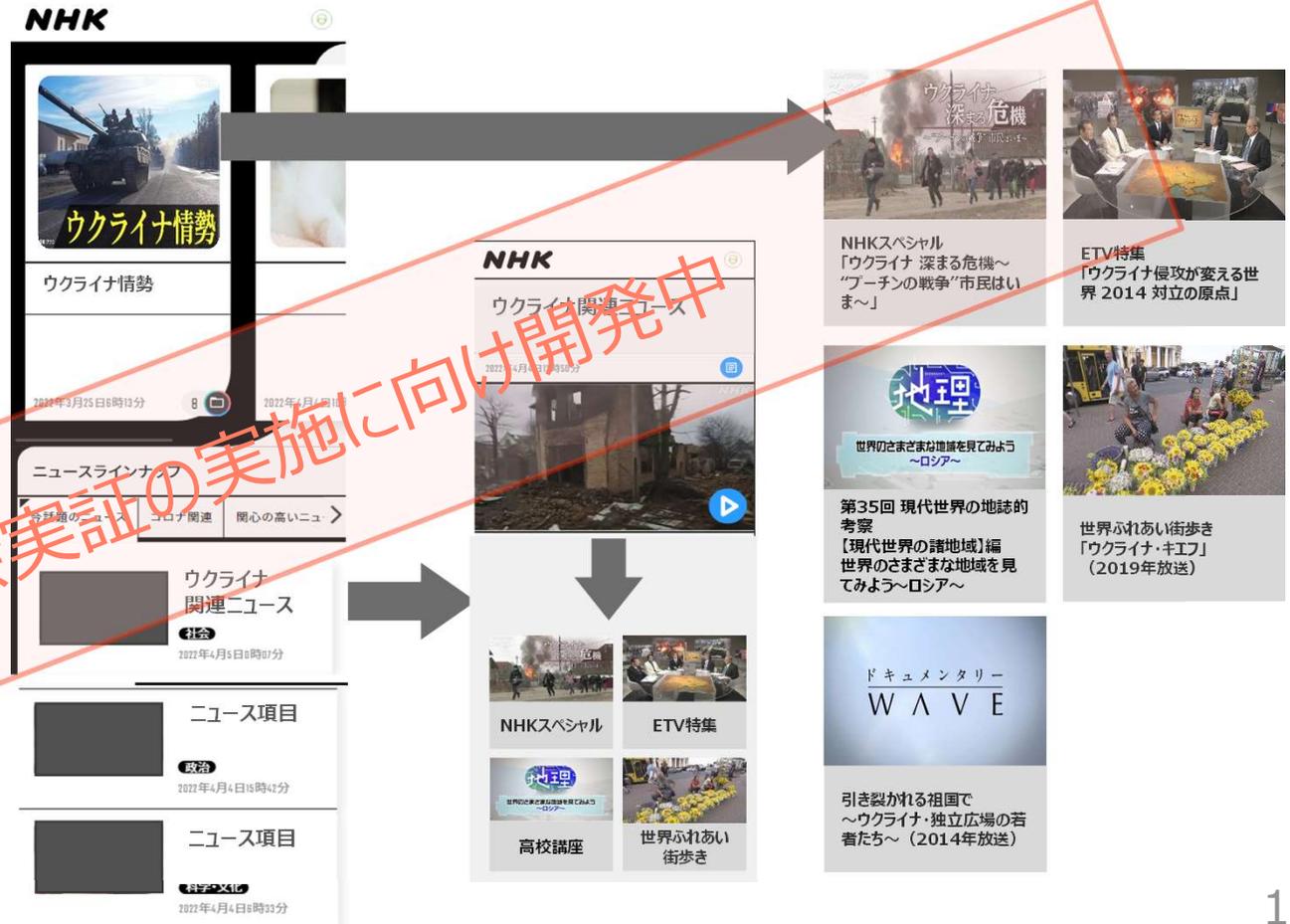
「簡単に、必要な情報が見つかる」

NHK

国民生活に深く関わる主要ニュースについて、NHKの豊富なアーカイブ映像、最新の海外や地域の情報などを組み合わせ、一覧性のあるビジュアルで提示し、多角的な視点からの広く、深みのある理解につなげる。

- 類似のまとめサイトなどとは違う、NHKならではの、歴史をふまえた、多角的で深い視点を提示する。
- (ウクライナであれば、キーウの美しい街並み紹介や過去の歴史番組等も)

社会実証の実施に向け開発中



社会実証のサービスイメージ②

「知識が広がり、つながる」
「簡単に、必要な情報が見つかる」



ネットで話題となったテーマについて、NHKの幅広いジャンルのコンテンツを組み合わせ提示し、多角的な視点から、楽しみながら学びや共感につなげる

ネットで人気に！

#GWは大掃除

“片付け術”の詳細

大切なものを見つめ直す

「3日でお部屋スッキリ! リバウンドしない片づけ術&模様替え」
初回放送日: 2021年4月26日
大型連休中にやってみたい! わずか3日でお部屋をスッキリ片づけ術をもう一度と散らからない! プロが教えるコツは「一軒まるごと片づける」▽家事が楽に 家族も喜ぶ収納方法▽いま注目の「はがせる」壁紙を使って寝室が壁上の癒やし空間に大変身▽おでかけレポート「伝統の線香花火づくり 福岡県みやま市」▽みんな! コハンだよ「中華風 蒸しロールキャベツ」【グルメ】大掃除【イベント】博多華丸・大吉、鈴木奈穂子

人間関係、家族、愛

社会実証の実施に向け開発中

見逃し配信

「愛(め)でたいニッポン 東京」
初回放送日: 2022年3月31日
愛(め)でたいニッポン 東京▽尾上菊之助が

「新生活に注目! 今どきのトランクルーム&再婚活」
初回放送日: 2022年3月30日
コンテナだけじゃない! ピール棟1200室の

「恋愛がめんどくさいワケ」
もしかして、“ケアラー”?
～介護や世話で疲れていませんか～ 後編
もしかして、“ケアラー”? (後編) ～孤立しないためのヒントとは～

名着30
愛する
とどうして
愛するということ
プロデューサーNのおもわく。
2月の名着: 愛するということ
エーリッヒ・フロム「愛するということ」
2月14日はバレンタインデー。愛を告白したい、確かめたいという人も多いでしょう。そこで「100か66名着」2月シリーズは、フロムの「愛するということ」を取りあげます。
「愛するということ」は、フロムの本ではありません。彼の言葉を分析した教養書です。1956年に出版された。世界的なベストセラーとして大成功を収めました。
著者のエーリッヒ・フロムは、1900年、ドイツでユダヤ人として生まれました。フロイトの精神分析をくわしく分析するのと同様に、フロムもフロムを分析し、人間の個性を愛した社会思想家として知られています。
この書やフロムは人間とは何を求めているのかを考えた。そしていつか愛しなければならぬという自覚が、孤独への恐怖を生んでいると考えました。この孤独の恐怖を解消するためには、他人との一体化をめざす。それが彼の著書「愛するということ」のテーマです。
編者では、愛を通して、人間の存在を学ぼう。そして人はどのように孤独と向き合えばいいか、よりよい人生を送るためのヒントを探っています。

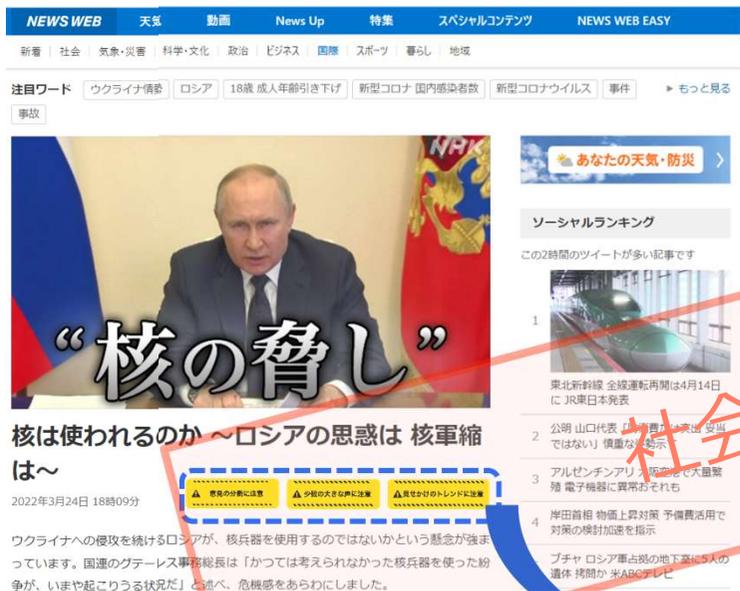
“大型連休”のお掃除術から、人間関係、自分の見つめなおしという深みのある問いまで、NHKならではの幅広いテーマでの“レコメンド”を行う。サービス案①と同じように、全体が一目でわかるビジュアルとすることで、偶発的な“思わぬテーマとの出会い”を提供する。

社会実証のサービスイメージ③

「正しく理解が深まり、気付く」

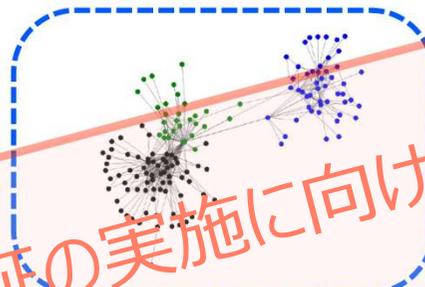
NHK

- ネット上の盛り上がりの「歪み」に留意が必要なニュースにマーク **▲ 意見の分断に注意** **▲ 少数の大きな声に注意** **▲ 見せかけのトレンドに注意** をつけて注意喚起する。
- それぞれのマークをクリックすると、「意見が大きく分かれている」「少数の人が大量のツイートを行っている」等が分かる図表が提示される。これらにより、フェイクニュース等の課題に対し、利用者自身が気付きを得られることをめざす。



意見分断に注意

今回収集したツイートを、ネットワーククラスタリングの手法を用いて分類しました。

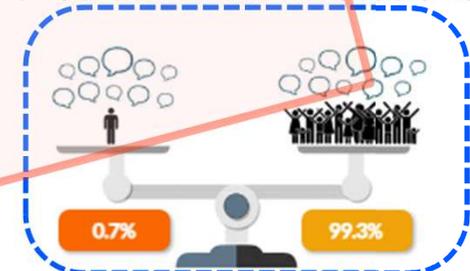


意見の分断状況を可視化

SNS投稿の分析による注意喚起

少数の大きな声に注意

今回収集したツイートにおいて、全体の半分のツイートを何パーセントのアカウントが行っているのか(※値が小さいほど、一部のアカウントが多数していることを意味します)



このニュースでは一部のクラスターで一部の少数アカウントが活発に意見の拡散をおこなっています。国民共通の話題ですが、一部の情報に左右されないように念のためご注意ください。

少数のアカウントが拡散している状況を可視化

見せかけのトレンドに注意

今回収集したツイートにおいて、フォロワー数10未満のアカウントによる投稿数の割合が大きいほど、スパムアカウントによる拡散の恐れがあります。



このニュースでは一部のクラスターではフォロワー数10以下のアカウント割合が大きい傾向が確認されました。少数意見に左右されないように注意する必要があります。

信頼性の低いアカウントの数とそれらによる投稿数を可視化

クリックによる画面遷移

社会実証の実施に向け開発中

計算社会科学を専門として、インフォメーションヘルスを提唱している東京大学大学院工学系研究科 鳥海不二夫教授、最先端のAI技術とそれらの社会応用に深い知見を持つ東京大学大学院鳥海研究室発AIベンチャー TDAI Lab、NHKの三者による、「公共放送コンテンツのオンライン配信を通じた健全な情報空間の形成に関する共同研究」で開発



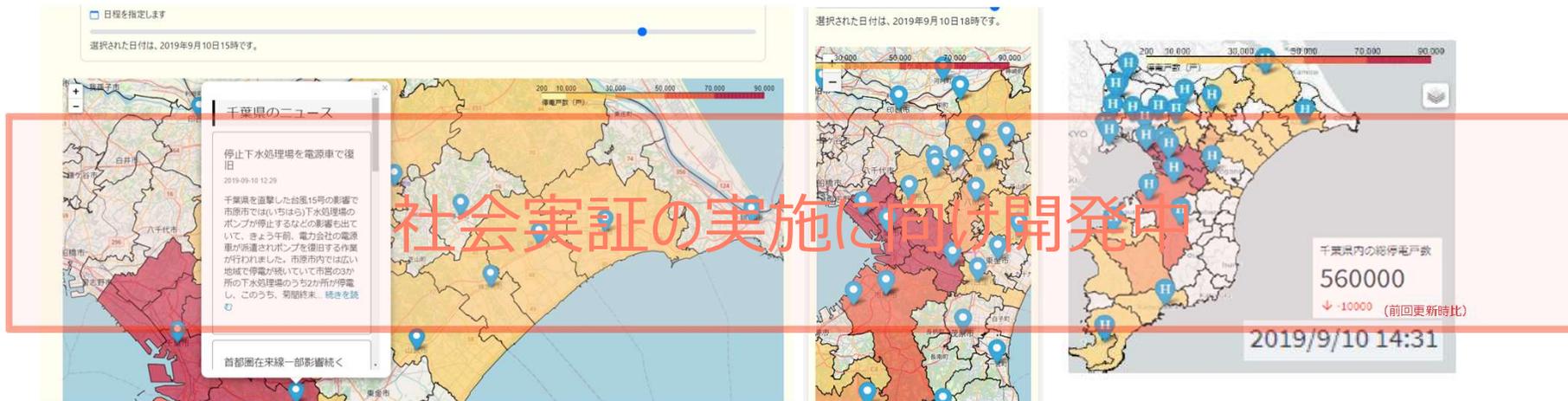
社会実証のサービスイメージ④

「知識が広がり、つながる」

「簡単に、必要な情報が見つかる」

NHK

災害報道内容を地図上に蓄積して可視化することで、実際に発生しているとみられる被害の推定や判断材料を提供し、防災・減災の行動に役立てていただく機能



- 時間のスライダーを動かすと、警報の地域がどのように広がっていくか、被害のニュースがどのように出されていくかが見られる
- 累積的に表示されるようになっており、どのように影響が拡大しているのかが分かる

災害時医療の情報収集に課題を感じ、集積データの可視化などに取り組まれている千葉大学大学院医学研究院 救急集中治療医学・千葉大学災害治療学研究所 中田孝明教授、救急医療支援サービスを展開するベンチャー Smart119、NHKによる、「救急集中治療・災害時情報共有プラットフォーム研究」を背景とする（「可視化」技術の応用）



Smart 119



社会実証のサービスイメージ⑤

「正しく理解が深まり、気付く」

NHK

ニュースに関連して、様々な統計データなどについて都道府県ごとの違いを地図上などに示し、地域ごとの特性と全国的な多様性を視覚的に把握できるようにする機能



社会実証の実施に向け開発中



関連する全国各地の統計を視覚化・気づきを提供

2020年 合計特殊出生率
厚生労働省 令和2年(2020)人口動態統計(確定数)の概況

地図マークアイコンをクリックすると画面が表示

「少子化の全国的な動きのニュースと同時に見ること、日本の多様な状況を想像してもらったり、深く調べていくことの入り口にする」

- あるテーマのニュースがあった場合に、各都道府県での違いを地図などで提示する
- 多様性、多面性を直感的に分かるようにすることで、“日本の多様性”への気づきを支援する

社会実証のサービスイメージ⑥

「知識が広がり、つながる」

「簡単に、必要な情報が見つかる」

NHK

最新のニュース映像をいつでも一覧で見ることができるようになるとともに、重要度や新着順などで優先順位をつけながら、24時間、最新情報をご覧いただける機能

1. ニュース映像が一目でわかる形で表示



2. ニュース映像を自動編集でつなげ、連続再生



社会実証の実施に向け開発中

特定ジャンルを視聴

最新・重要なニュースを自動でリスト化

クリックしなくても、「とりあえずつけておく」だけで、最新・重要なニュースを取得できる

N H K NEWS WEBのコンテンツを自動編集

- より“手軽”に、“一方的なレコメンドを避ける形”で、最新・重要なニュースを取得することができる



社会実証のサービスイメージ⑦

「正しく理解が深まり、気付く」

「知識が広がり、つながる」

「簡単に、必要な情報が見つかる」

NHK

日本の各地域の魅力をより深く理解してもらうために、ユーザーのスマホの位置情報と、動画・アーカイブ映像の位置情報を連動させ、旅行に行った際などに歴史や文化、風土などをより深く発見・理解・共有してもらう。

- スマホなどを活用して、**現在位置（地図）**と連携した過去や現在の映像視聴・共有・投稿ができるようにする
- その結果、以下のようなことを提供する：
 - ① **発見**：自分の立っている位置、あるいはどこかの地点を起点に、ニュースやドラマ、教育などのアーカイブ映像を再生
 - ② **理解**：街歩きロケの追体験（住民とのふれあいや訪問）などを通して、**現地の風俗・背景を理解しつつ今の状況を知る**
 - ③ **共有**：現地で見聞きした内容を動画やテキストでネットにアップし、シェアなどを通じて域外へ発信する

NHKアーカイブスの地域検索による地図情報とコンテンツのマッピング

「位置（距離）」
「時間（過去・現在・未来）」
「キーワード」を軸に、コンテンツをつなぐ

検討中の機能



ネットに投稿できない世代の過去の記録（背景と今）が、若者世代の「旅」を通じてデジタル化されて継承される

社会実証のサービスイメージ⑦

「正しく理解が深まり、気付く」
 「知識が広がり、つながる」
 「簡単に、必要な情報が見つかる」



沖縄県・国頭村（くにがみそん）での旅から～ 「旅行などで地域を訪れた若者」「地域を盛り上げたい地元の若者」を中心に利用の広がり期待

①発見



②理解



③共有



簡単に高品質な映像が撮れる機能などを提供



投稿時に日時／場所／キーワード／関連番組情報等をタグ付



投稿した映像をテレビや地元の道の駅などでも共有

訪れた地点に関連付けられた、多彩な番組アーカイブ映像・情報を提供。
 単なる「観光映像」でない深み、気づき生まれる
 （多面的視点の科学・紀行番組、過去の時点の心情まで描いたドラマ等）

得た情報をもとに現地での体験や交流を楽しみ、より理解が深まる

現地の体験映像を新たに投稿することを通じ、関連番組・情報も紐づけされた形で、他の人の「発見」につながり、現地の人にも別の気づきとして提供される

社会実証の実施に向け開発中

対象者の選定、調査手法について

- A・B・Cそれぞれの対象数に対し、外部調査会社により「テレビを全く、あるいはほとんど見ない方々」について、通常のネットアンケート同様の幅広い募集により、日本全体の人口・年齢比率に近くなるように選定した上で、ネットアンケートを行える環境を整えて実施。

【A】

- 特設のサイト、アプリを利用可能な状況にしていただき、使っていただいたうえで、毎日、期間後のアンケート調査等を行う。

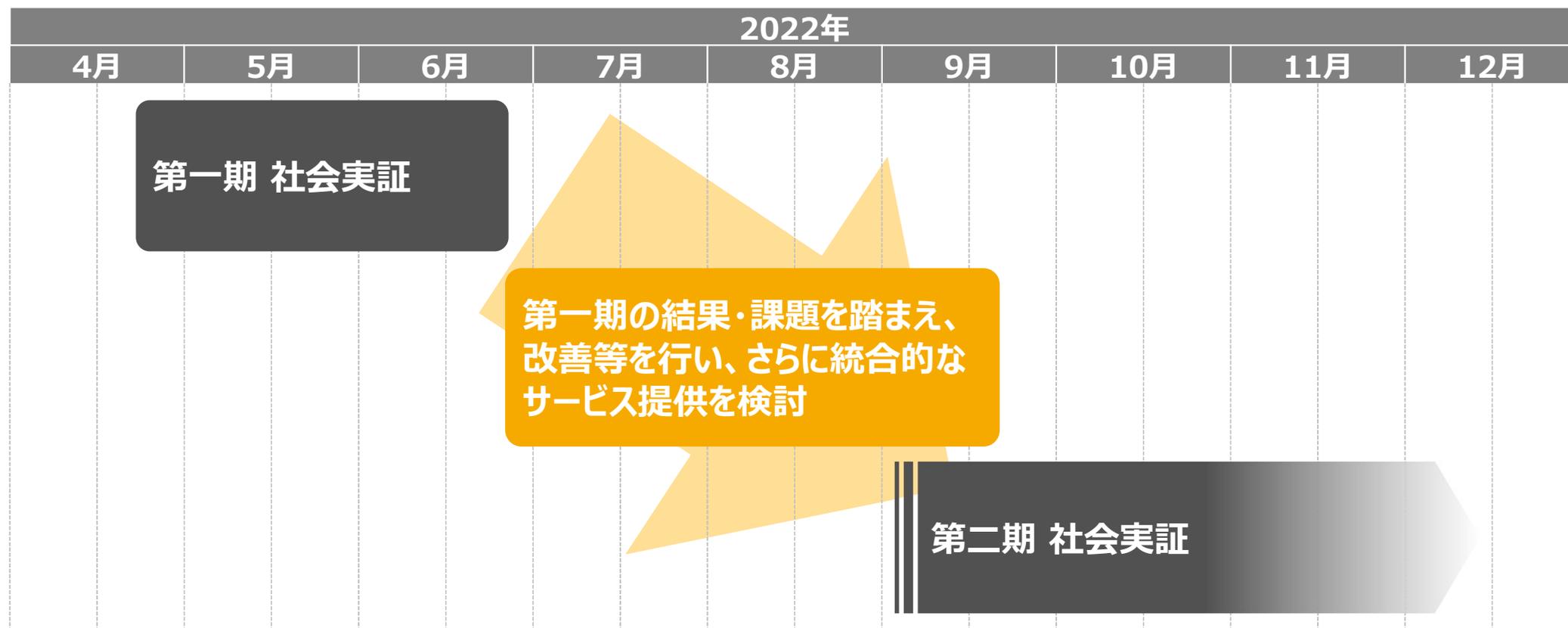
【B】

- 特設のサイトにアクセスしていただき、使っていただいたうえで、アンケート調査等を行う。

【C】

- 特設のサイトにアクセスしていただき、コンセプト動画を視聴していただいたうえで、アンケート調査等を行う。

今後の社会実証は、第一期の結果を踏まえ、内容・詳細な時期などを検討していく。



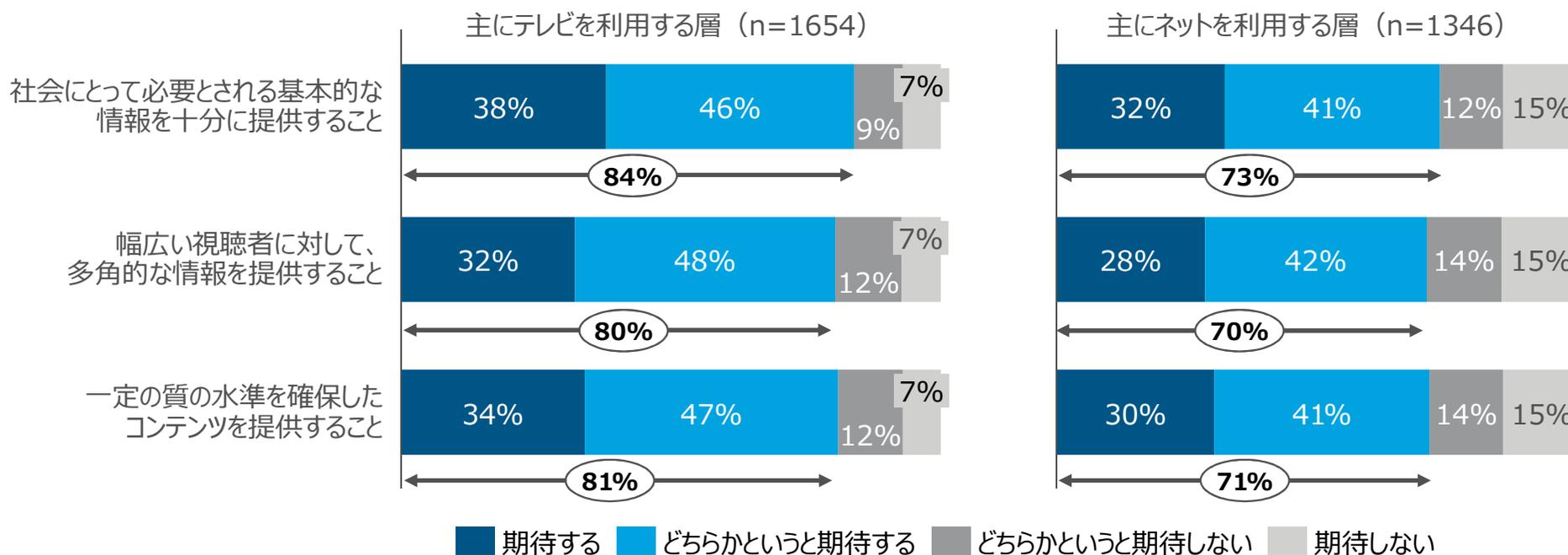
(参考資料)

NHK

(参考) 主にテレビを利用する層と主にネットを利用する層のNHKへの期待

主にテレビを利用する層・主にネットを利用する層に関わらず、基本的な情報や多角的な情報、一定の質の水準を確保したコンテンツの提供に関して、NHKに期待。

- (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。



注 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

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ゼロの人

出所：【NHK調査】2020年10月調査・ウェブ調査・調査会社パネルからリクルートを行った全国3,000人を対象