

公共放送ワーキンググループ (第3回) 説明資料

はじめに～昨夜のワールドカップサッカー

NHK

NHKがネットも含め、ナショナルイベントを放送・配信することについて5割弱が評価
そのうち、公共放送としての意義・ふさわしさへの評価が9割強を占める

FIFA ワールドカップ カタール 2022

1次リーグ 日本代表 第1戦 対ドイツ

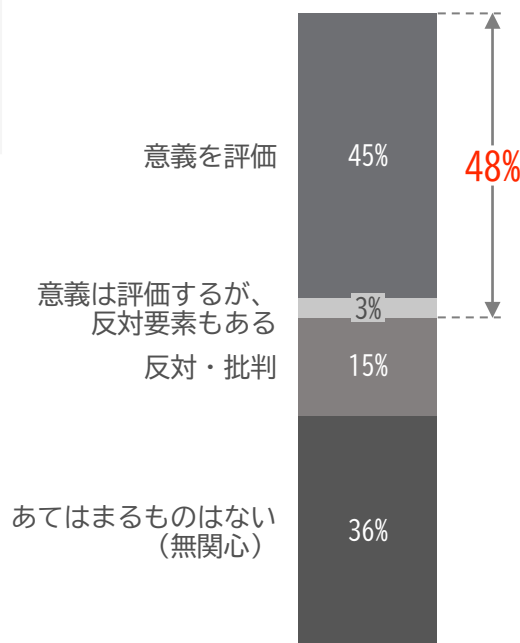
日本代表対ドイツ代表戦、サッカーワールドカップ2022試合情報。過去の日本戦結果、予選での戦績、最新の戦いぶりなどの評価や注目選手など最新情報をお伝えします。



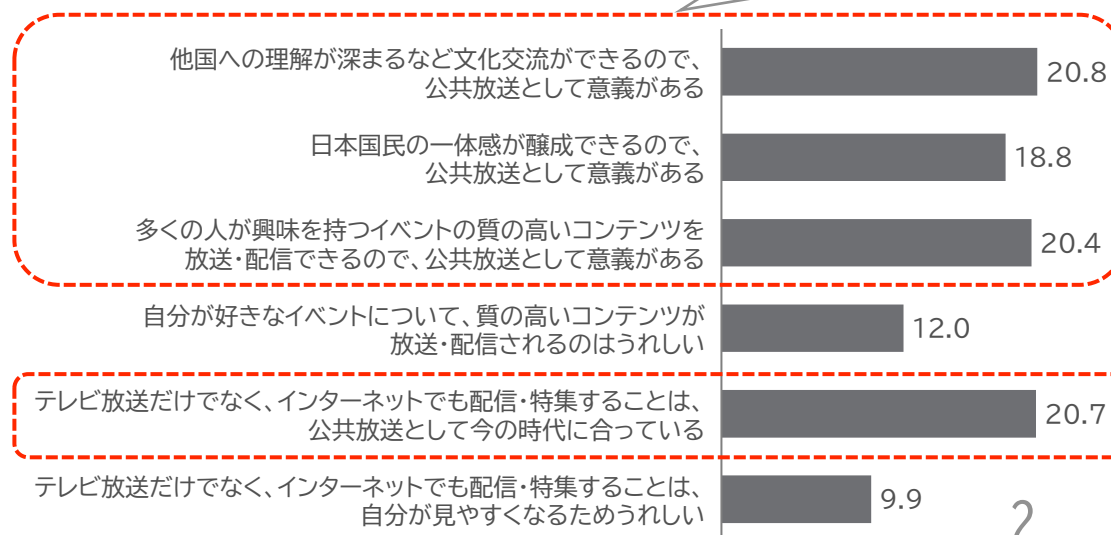
例えば欧州では、FIFAワールドカップのようなナショナル(国民的)イベントのナショナルチームの試合等については、制度化して公共メディアに放送・インターネットで無料提供させています。

Q.あなたはNHKがテレビ放送／インターネットサービスを通じて、FIFAワールドカップカタール2022のようなナショナルイベントの試合や関連番組の放送／配信や関連情報の特集を行うことについて、どのようにお考えですか。(いくつでも)【必須】

評価している人／反対・批判している人の比率(複数設問から算出)



意義を評価(ポジティブ設問抜粋)



公共放送としての意義・ふさわしさへの評価(赤枠)が、ポジティブ意見の92.5%を占める

はじめに

1. NHK改革について

- ①現在のNHK経営計画の概要、“三位一体改革”の取り組み
- ②修正経営計画について
- ③修正経営計画についてのネット調査から～今後を見据えて

2. NHKのインターネット活用業務について

- ①NHKのインターネットサービスの利用実態と評価
- ②インターネット特有の課題（広がる情報空間）について
- ③インターネット空間を意識した公共放送の取り組み

3. 今後の議論にあたって～情報空間全体への貢献

- ①情報空間全体におけるNHK：ひとりNHKの話ではない
- ②寄与できること、すべきことは何か：放送と同じ価値・異なる態様
- ③規律の在り方について～欧州の事例も踏まえて

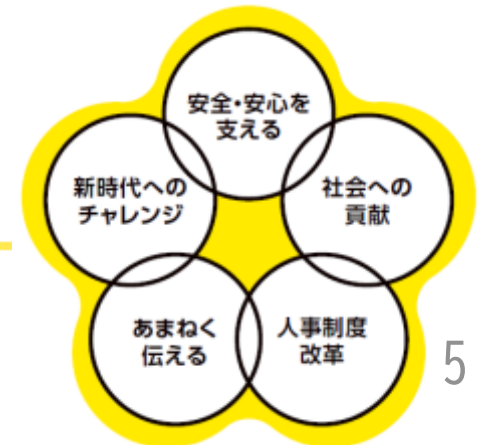
1. NHK改革について

①現在のNHK経営計画の概要、“三位一体改革”の取り組み

- 「NHK経営計画2021-2023年度」では、**経営資源をNHKならではの多様で質の高いコンテンツの取材・制作に集中**させ、正確、公平公正で豊かな放送・サービスをいつでもどこでも最適な媒体を通じてお届けし続ける、**「新しいNHKらしさの追求」**を掲げている。
- 5つの重点項目と徹底した構造改革が両輪で、“公約”として、**還元原資の確保による値下げ**と、**衛星1波の削減**をお示した。

5つの重点項目

1. **安全・安心を支える** 「命と暮らしを守る」報道を強化し、より強靱なネットワークを構築
2. **新時代へのチャレンジ** 最新の技術を活用し、高品質なコンテンツを合理的なコストで提供
3. **あまねく伝える** 確かな情報・サービスを一人ひとりに届け、分断化・多層化した社会をつなぐ
4. **社会への貢献** 地域の情報発信強化や日本の放送・メディア業界の発展に貢献
5. **人事制度改革** 組織の機能を最大限発揮するための“人財”改革を推進



・スリムで強靱な「新しいNHK」への変革をめざす現経営計画は順調な進捗

【業務】 経営資源をNHKならではの多様で質の高いコンテンツの取材・制作に集中

⇒全体を圧縮しつつ、シフトを実現

2020年度⇒2023年度で**550億円削減**・計画通り実施見通し、コンテンツ経費の比率は増加

【受信料】 「巡回訪問営業」から「訪問によらない営業」に業務モデルを転換

⇒計画以上のコスト削減・収入増を実現

2020年度⇒2022年度で営業経費155億円減、**営業経费率9.3%**(初の10%割れ)

2021年度決算で**受信料収入は計画額より87億増収**

【ガバナンス】 中間持株会社設置を待たずに、**業務効率化の断行**

⇒関連団体数は最終的に22に(過去65団体)

業務委託費を10%削減、子会社役員30人削減(147→117人:2020年度比25%)



二つの大きな公約を達成できる見通し

- ・**還元の原資を確保、2023年度に値下げ(2023年10月実施予定)**
- ・**衛星波を1波削減(2023年度末実施予定)**

- ・“公約”達成：改革を実現し、還元のための原資700億円を確保、衛星1波の削減
- ・インフレのなか、少しでも値下げをして欲しいとの視聴者・国民の要望
- ・経営委員会において、地上料金を含む値下げの意見

- ・今後の構造改革を拡大し、6000億円を下回る、
より“スリムで強靱な”事業規模とするとともに、剰余金の大幅な活用に踏み込むことで、

- ・ **地上料金、衛星料金のそれぞれ1割値下げを実現**
- ・ **経済的に厳しい学生への免除を拡大**

経営全体へのインパクト：一時的に収支は赤字となるが、2027年度には収支均衡を想定
➡これらを反映させた、**経営計画の修正を実施** **今後も不断の努力を続けていく**

(意見募集：2022年10月12日～11月10日 ご意見を受けてさらに検討を行い、最終議決に進む予定)

*同時期に実施した調査によれば、一定の評価をいただいている

受信料値下げ水準への評価

- 提示されている受信料値下げ水準について、一定の評価(支払いありでは7割超)
- 値下げの原資を用意することができる見込みとなったことについて、一定の評価

現経営計画期間中の2023年度を含む、中長期の収支見通しを踏まえ、受信料の値下げ等(受信料体系の見直し)を実施します。

■還元(値下げ等)の方法 ※いずれも、2023年10月から実施します。

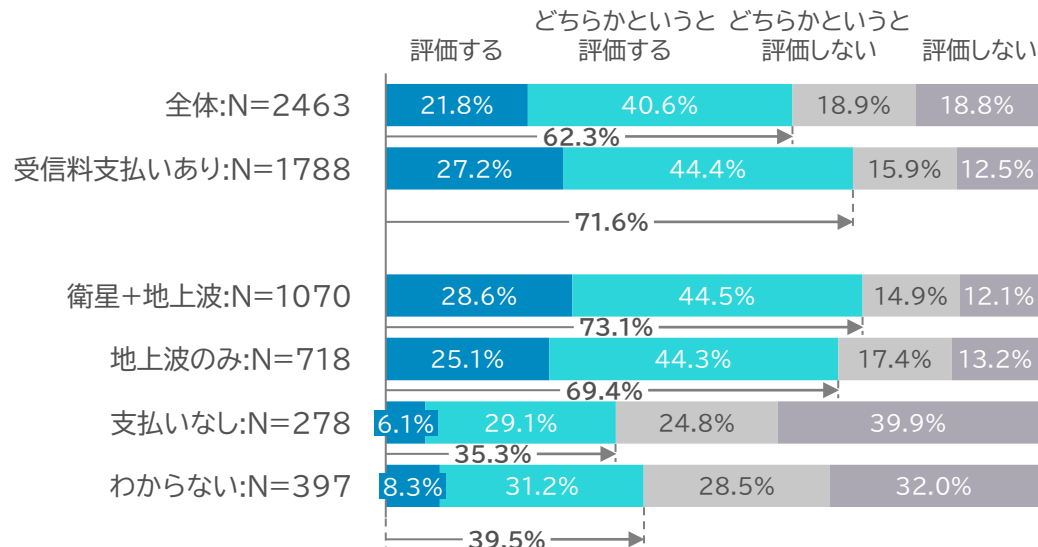
- 地上契約および衛星契約を以下のように値下げします。
- 学生への免除を拡大します。

■還元(値下げ等)の規模

- 値下げに際して充当する還元の原資…総額1,500億円を想定

種別	支払方法	月額(値下げ後)	月額(値下げ前)
地上契約	口座・クレジット	1,100 円	1,225 円
	継続振込等		1,275 円
衛星契約	口座・クレジット	1,950 円	2,170 円
	継続振込等		2,220 円

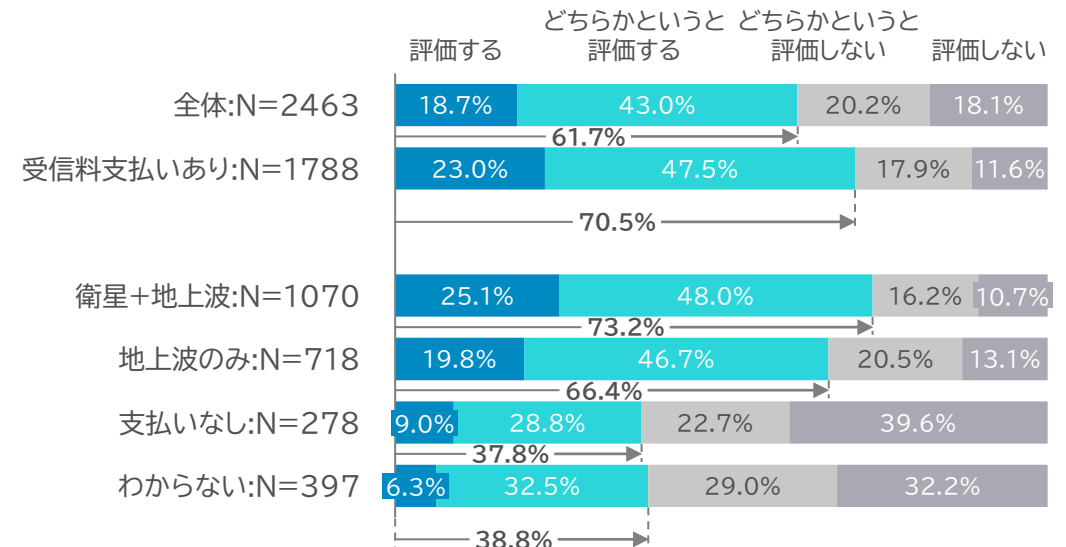
Q.この受信料値下げについては、もともと示していた衛星契約の1割値下げだけでなく、**地上契約の値下げ、学生への免除など、さらに踏み込んだ過去最大規模の還元を行う方針**になっています。あなたは、このNHKの受信料値下げの考え方について、評価しますか。(ひとつだけ)【必須】



「NHK経営計画(2021-2023年度)の修正(案)」で述べられている通り、NHKは、NHK経営計画(2021-2023年度)で策定した以下の改革を進めてきたことで、受信料を値下げするための原資を用意することができる見込みです。

- 1)経営資源をNHKならではの多様で質の高いコンテンツの取材・制作に集中させ、他のコストを削減
- 2)受信料の契約活動を「巡回訪問営業」から「訪問によらない営業」に転換させ、コストを抑えて受信料収入を増額

Q.あなたはこのようなNHKの取り組みを評価しますか。(ひとつだけ)【必須】



1. NHK改革について

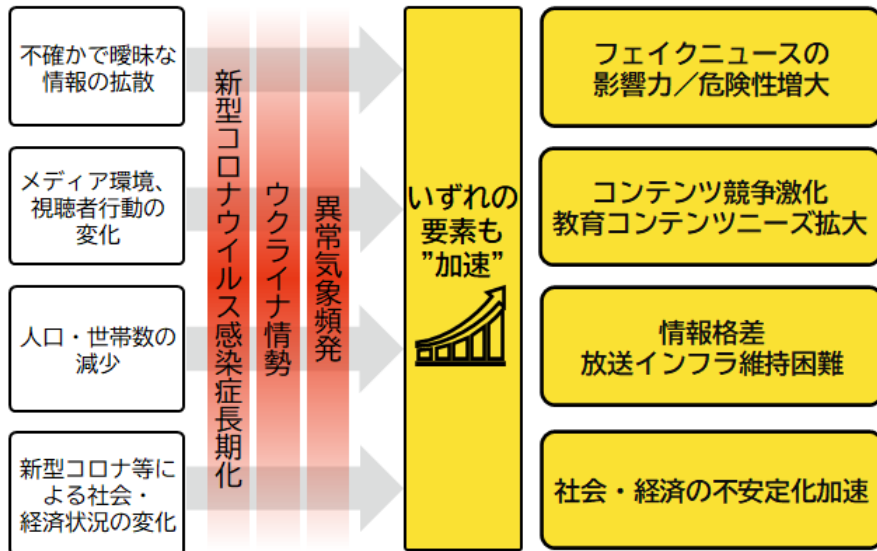
②修正経営計画について

- 加速する環境変化を踏まえ、“安全・安心”の追求（信頼できる基本的な情報の提供）、“あまねく”の追求（世代や場所にかかわらず価値を提供）の二つを進めていく（意見募集を受け、さらに検討を行い、最終議決に進む予定）

現経営計画で想定した環境変化の加速

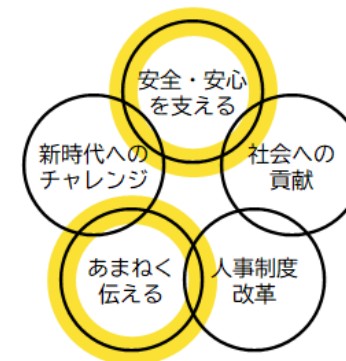
新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢等の影響により、放送を取り巻く環境変化が加速し、新たに課題が発生し深刻化しています。

環境変化は大きく“加速”



強化する重点項目

5つの重点項目



強化する内容

“安全・安心”の追求

災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。

“あまねく”の追求

地域インフラへの投資を強化し、放送通信融合の時代に、世代や場所にかかわらず「放送の価値」を届け続けます。



徹底した構造改革

これまでの方針の進化・深化

営業改革の完遂により安定収入を確保し、放送通信融合時代にふさわしい業務フローへの転換を図ります。

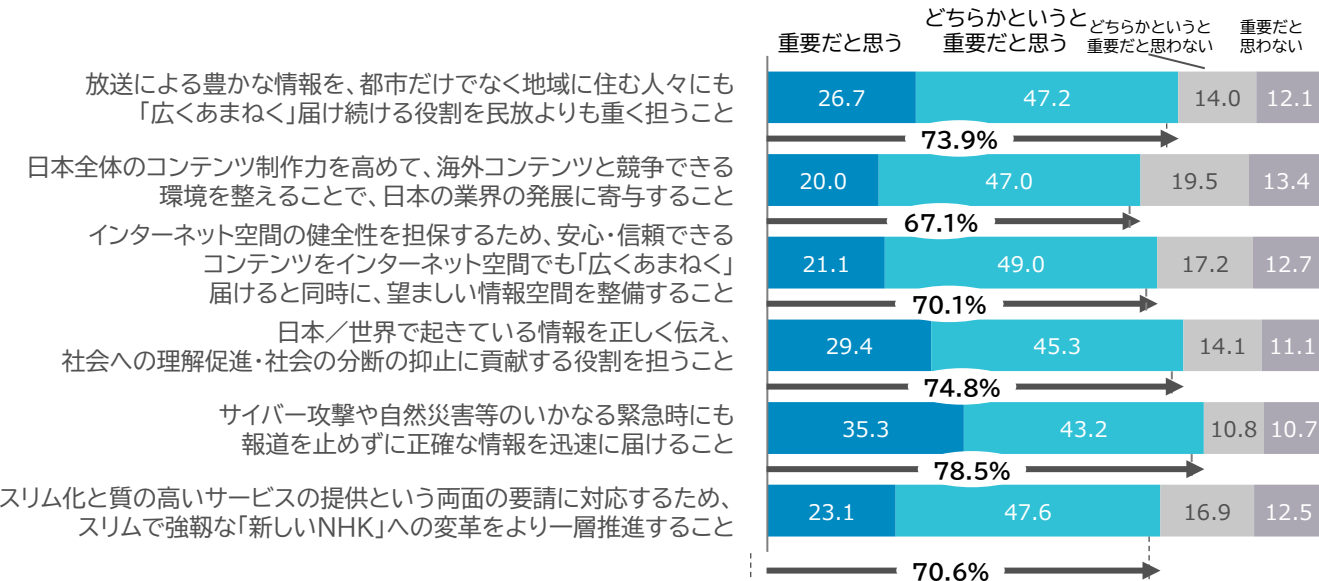
(参考)NHKに対する期待 (策定前の調査から)

“安全・安心”の追求(信頼できる基本的な情報の提供)、“あまねく”の追求(世代や場所にかかわらず価値を提供)への期待が示されている

■ 新たなNHKの役割・意義の重要性

Q. メディアの課題を考えた上で、以下は、今後NHKに求められる役割として重要だと思いますか。それぞれについて最もあてはまるものをお知らせください。(それぞれひとつずつ)【必須】

N=2,722

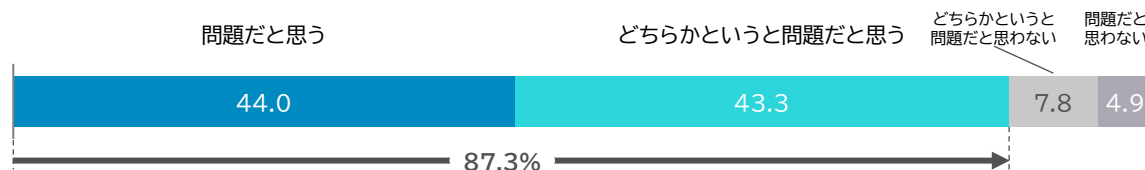


■ 不確かで曖昧な情報の拡散についての意識

インターネット上では、フェイクニュース、(中略)不確かで曖昧な情報が増えているとの指摘があります

Q.あなたは、このことを問題だと思いますか。(ひとつだけ)【必須】

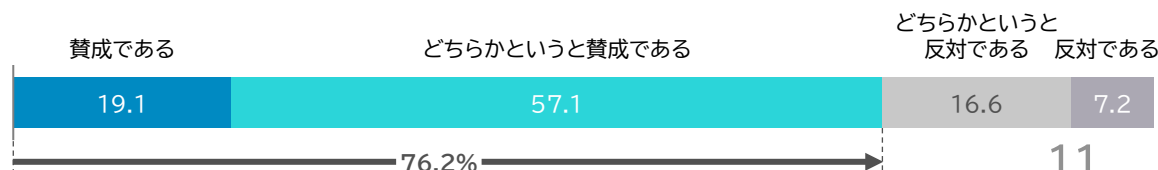
全体: N=2,722



海外では放送事業者の価値が再認識され、インターネット上のコンテンツも放送事業者が制作したものが多く、放送事業者に対して、インターネットにおいても社会にとって必要とされる基本的な情報を提供する役割を担わせる制度を作ったり、求めたりする動きがあります

Q.あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。(ひとつだけ)【必須】

全体: N=2,722



(関連) “安全・安心” の追求へ向けて

- 災害時の報道は、テレビ・ラジオ・インターネットを使い分けて実施することが評価されている
津波の浸水想定地区にある親局のAMラジオ放送についても、FMでの補完を行いたい

これまでに実施した津波対策

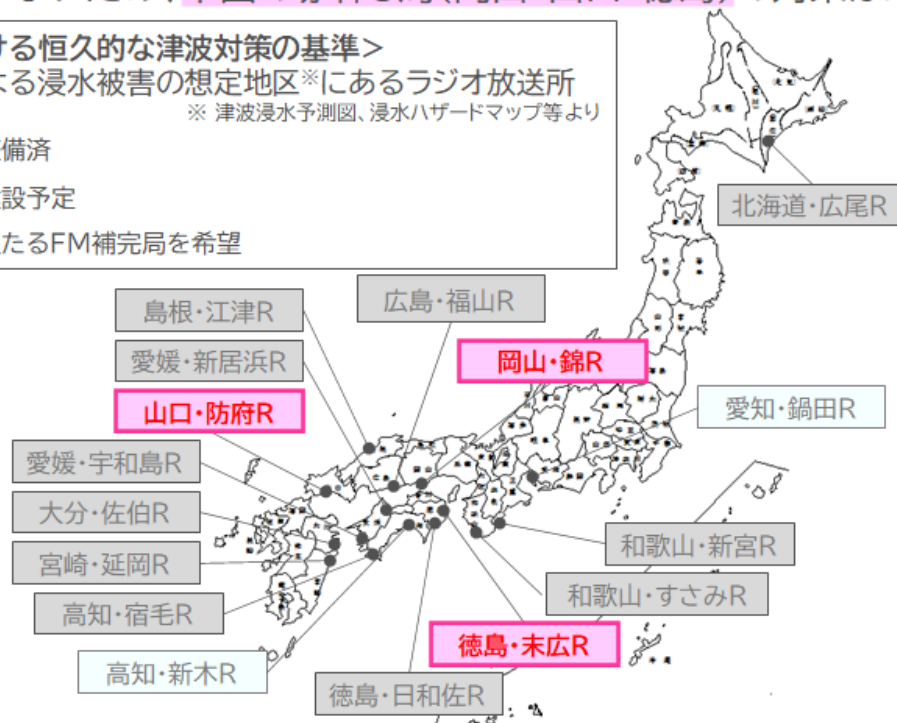
- 東日本大震災(2011年)以降、津波の浸水想定地区にある中継局のAMラジオ放送を補完する「FM補完局」の整備を実施
- 親局のAMラジオ放送を補完する「主たるFM補完局」制度がNHKには認められていないため、**下図の赤枠3局(岡山・山口・徳島)**の対策は未実施

<NHKにおける恒久的な津波対策の基準>

国・自治体による浸水被害の想定地区※にあるラジオ放送所

※ 津波浸水予測図、浸水ハザードマップ等より

-  : 整備済
-  : 建設予定
-  : 主たるFM補完局を希望



メディア	出力(kW)	周波数(kHz)	影響世帯	対象地震	海拔高(m)	海岸距離(km)	浸水深(m)
R1	5	945	83,966	南海トラフ	1.3	0.4	3~4



(参考) 災害時における各メディアの評価

災害時の事例:熊本地震におけるメディア利用と評価 －災害時に利用したメディア別の評価－

- 「最新の情報」では、NHK(テレビ・ラジオ)の評価が高い。
- 「災害の全体像」は、新聞が最も高い。
- 「被災者を元気づける情報」は、ラジオ(民放・コミュニティラジオ)、ソーシャルメディアの評価が高い。

利用メディア別の評価(地震発生後1週間～10日間程度)(母数:熊本県在住の各メディアの利用者)

メディア	母数	最新の情報がわかる	正確な情報が得られる	わかりやすい	災害の全体像がわかる	被災者への配慮がなされている	被災者を元気づけるような情報を伝えている	地震に関する多様な情報がまとまっている	現場の状況がよくわかる
テレビ(NHK)	694	72.6%	52.9%	43.5%	48.7%	20.6%	19.5%	34.6%	40.2%
テレビ(民放)	639	65.2%	38.7%	36.2%	42.3%	14.7%	23.3%	26.9%	38.8%
新聞	262	28.2%	58.4%	43.9%	58.4%	30.5%	30.9%	53.8%	37.8%
インターネットのポータルサイト・アプリ	252	66.3%	21.0%	26.6%	25.0%	6.0%	9.9%	28.2%	13.5%
家族・友人からのメールやLINEなどのメッセージ	206	31.6%	18.0%	20.9%	5.3%	9.7%	27.7%	6.3%	23.8%
ラジオ(NHK)	186	71.5%	40.9%	30.6%	23.7%	15.1%	22.6%	21.0%	18.8%
家族・友人から聞いて	172	43.0%	20.3%	30.2%	6.4%	11.6%	22.7%	2.9%	27.9%
ラジオ(民放・コミュニティラジオ)	146	68.5%	31.5%	26.7%	17.1%	22.6%	39.0%	22.6%	17.1%
ソーシャルメディアの情報	118	47.5%	5.1%	16.1%	11.9%	8.5%	32.2%	16.9%	31.4%
スマートフォン・タブレット端末向けのニュースアプリ	91	61.6%	15.4%	26.4%	13.2%	6.6%	11.0%	20.9%	12.1%

凡例: 各情報の中で評価の高いメディア上位3つを赤字

10

出所) NHK 調査 2016年6月

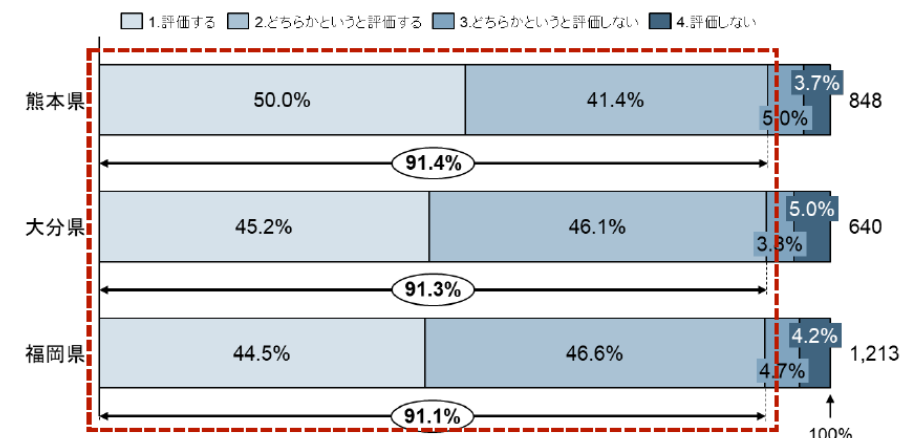
出所: デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会(第2回)

災害時の事例:熊本地震におけるメディア利用と評価 －災害時におけるNHKの取り組みへの評価②－

- NHKがメディアを使い分けて地震情報を提供したことに對して、3県の居住者いずれも9割以上が評価している。

■ 設問文「NHKは今回の熊本地震において、各メディアの特性を踏まえ、メディアを使い分けて地震の情報を伝えています。このことについて、どのようにお考えですか。(ひとつだけ)」

NHKの対応への評価(メディアの使い分け)(母数: 全員)



出所) NHK 調査 2016年6月

1. NHK改革について

③修正経営計画についてのネット調査から～今後を見据えて

修正経営計画についてのネット調査から(1.安全・安心)

- 「不確かで曖昧な情報の拡散が増えていること」に対して9割弱が問題と感じており、「放送事業者に対して、インターネットにおいても社会にとって必要とされる基本的な情報を提供する役割を担わせる制度を作ること」に対して、7割超が賛成と回答。問題意識はネットヘビー層の方が高い

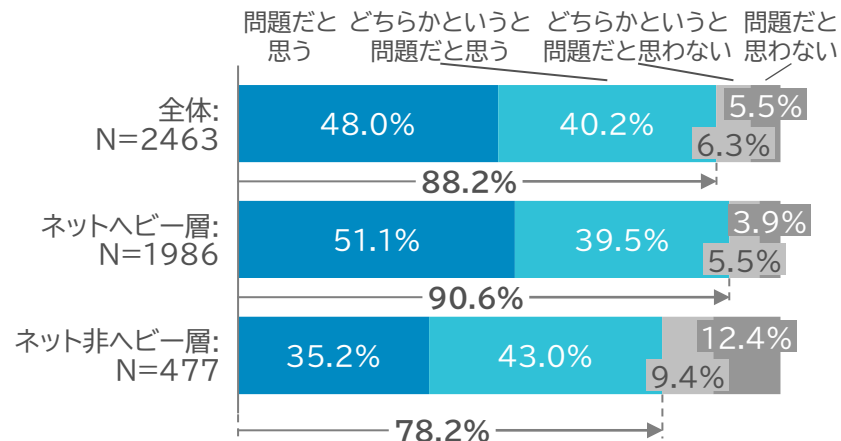
インターネットやスマートフォンの急速な普及により、いつでもどこでも多くの情報を取得できるようになり、人々の利便性は高まりました。

一方、インターネット上では、新型コロナウイルスワクチンに関するデマやフェイクニュース、極端な説を強調する記事、対立を煽る投稿、世界での紛争を偏った視点で伝えるネット記事等、**不確かで曖昧な情報が増えている**等との指摘があります。

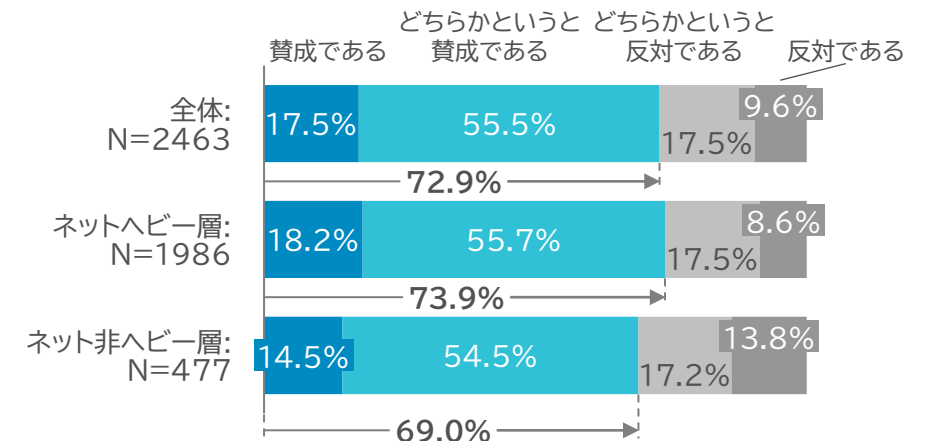
以前は、受信料収入を経営の基盤とするNHKと、広告収入又は有料放送による料金収入を経営の基盤とする民放の二元体制の下、各放送事業者がそれぞれの特性を活かすことで、社会にとって必要とされる基本的な情報を提供してきたと言われています。

海外ではそのような放送事業者の価値が再認識され、インターネット上のコンテンツも放送事業者が制作したものが多いことから、**放送事業者に対して、インターネットにおいても社会にとって必要とされる基本的な情報を提供する役割を担わせる制度を作ったり、求めたりする動き**があります。

Q.あなたは、このことを問題だと思えますか。(ひとつだけ)【必須】



Q.あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。(ひとつだけ) 【必須】



※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

修正経営計画についてのネット調査から(1.安全・安心)

- 動画配信サービスの普及により「若者に社会にとって必要な情報が届けられなくなること」「日本の文化・社会等を題材とした日本らしいコンテンツがなくなること」「日本の国際社会の中でのプレゼンスが低下すること」に対して、7割弱が問題視
その問題意識はネットヘビー層の方が高い

近年、NetflixやAmazon Prime Video等のインターネット動画配信サービスが普及してきていますが、放送事業者がその環境変化に対応しきれておらず、若者層を中心にテレビを視聴する人が減っていると言われています。

そのことにより、若者層を中心に、政治や選挙情報、社会全体で共有し考えるべき課題等の**社会にとって必要とされる基本的な情報が共有されにくくなる**可能性が指摘されています。

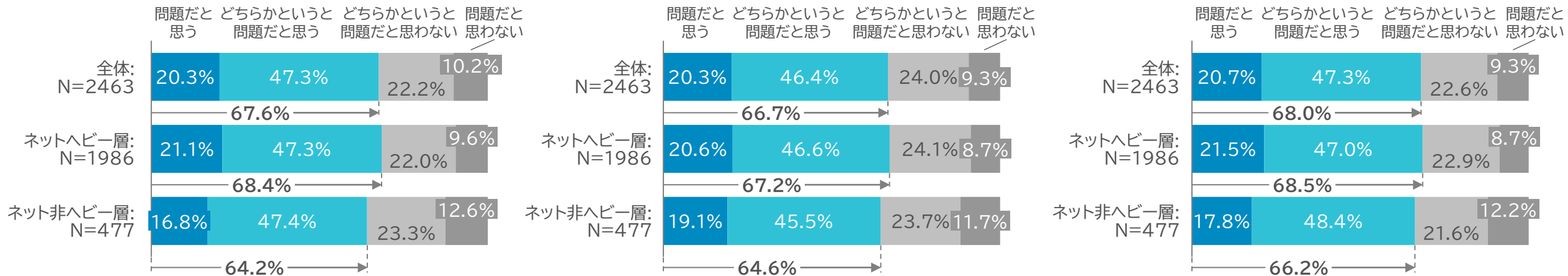
NetflixやAmazon Prime Video等の海外の動画配信サービスが今後さらに普及してくることによって、今後、日本のメディアの経営が厳しくなり、立ち行かなくなる(つぶれる)ところも出てくる可能性があります。

海外の事業者が、なるべく多くの世界の視聴者に見てもらうことのみを優先してコンテンツを制作するあまり、一見日本風ではあるものの、日本人視点で見ると違和感のあるコンテンツのみが広まり、**日本の文化・社会等を題材とした日本らしいコンテンツがなくなる**可能性が指摘されています。

NetflixやAmazon Prime Video等の海外の動画配信サービスが今後さらに普及してくることによって、今後、日本のメディアの経営が厳しくなり、立ち行かなくなる(つぶれる)ところも出てくる可能性があります。

それにより、国際社会に対して、正確な日本の文化・伝統や社会情勢を発信するメディアが減り、**日本の国際社会の中でのプレゼンス(存在感や影響力)が低下する**可能性が指摘されています。

Q.あなたは、このことを問題だと思いませんか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

出所: NHK調査(2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

修正経営計画についてのネット調査から(1.安全・安心)

- 「1.安全・安心を支える」に記載された施策は、約7割がNHKにとって重要と回答
- ネットヘビー層、受信料支払層の方が、重要と考える割合が高い

「1. 安全・安心を支える」災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。

■国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。

・フェイクニュースが蔓延する時代に対応し、事実を見極めるための情報の取材・制作機能を強化します。

・取材に裏打ちされた信頼性の高い報道を維持するため、ジャーナリズム人材の育成に注力します。

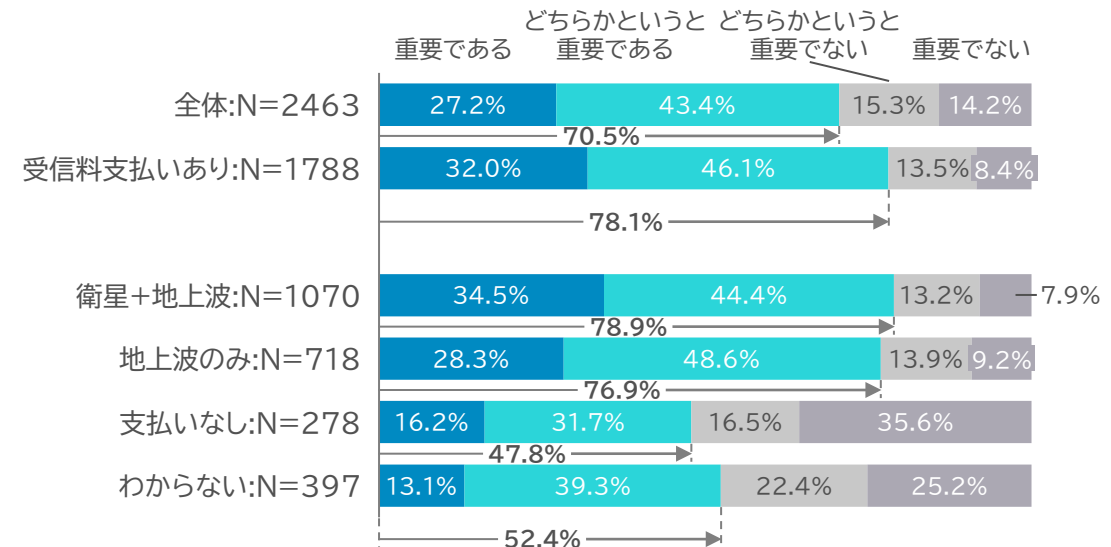
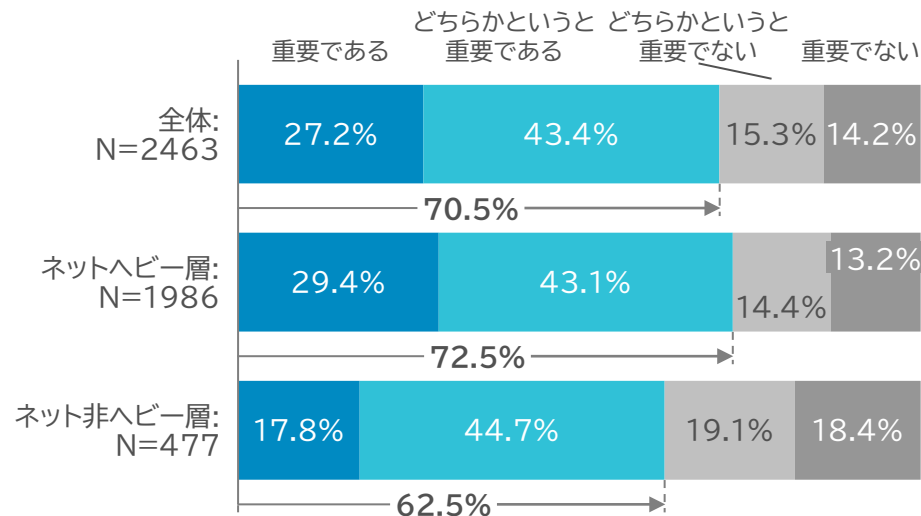
・専門プロジェクトを設けるなど、災害、科学、安全保障といった社会が要請する分野の強化に取り組みます。

■信頼されるメディアとしてコンテンツ強化に取り組むとともに、国内で流通するコンテンツの信頼性向上にも貢献します。

・学習形態の多様化に応じた教育コンテンツの充実など、質の高いコンテンツに経営資源を集中します。

・放送通信融合の時代における日本のコンテンツ産業の信頼性向上に、業界と協力しつつ取り組みます。

Q.あなたは、「1. 安全・安心を支える」に記載されたこれらの施策が、公共メディアであるNHKにとってどの程度重要だとお考えですか。(ひとつだけ)



※ネットヘビー層: ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

修正経営計画についてのネット調査から(3.あまねく伝える)

- 人口・世帯数の減少により「地域の人々に社会にとって必要な情報が届けられなくなる」「地域の情報の担い手が減少すること」に対して、約75%が問題と感じている。その問題意識はネットヘビー層の方が高い

現在、日本の人口減少が加速しており、2050年には全国の居住地域の約半数で50%以上の人口が減ることが予測されています。

また、大雨、地震等の自然災害がさらに増加していくことにより、放送設備の事故が増えていく可能性も高まっています。

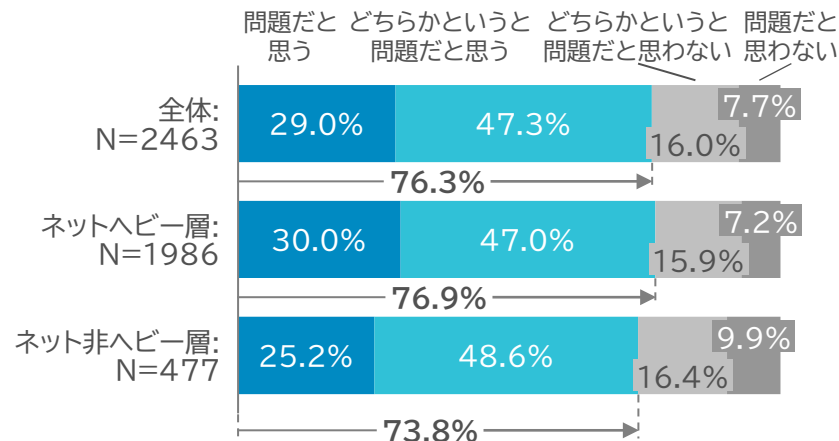
このような状況の中、放送事業者が日本全国各地の人々に向けて放送ネットワークを維持することが困難になり、NHKと民放の二元体制の下で提供されてきた社会にとって必要とされる基本的な情報※が、**地域に住む人々に届けられにくくなる可能性**が指摘されています。

※全国向けの情報だけでなく、地域社会の課題・自治体や選挙の情報・生活情報等

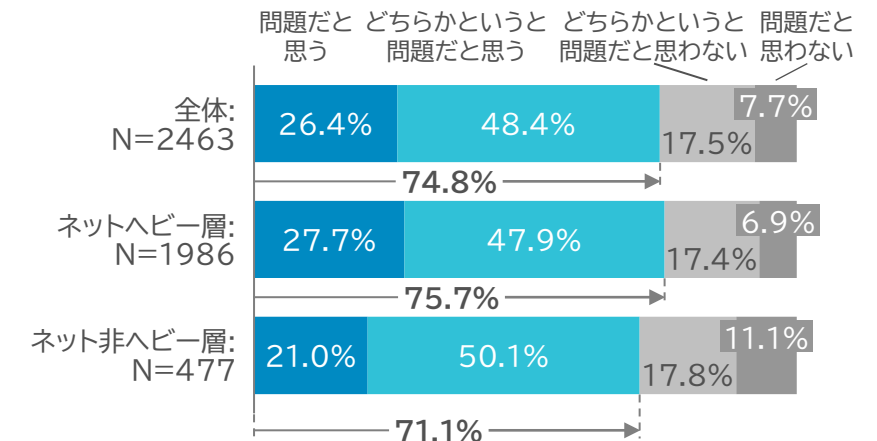
今後、人口減少がさらに進むことにより、地方の放送局の経営が厳しくなり、立ち行かなくなる(つぶれる)ところも出てくる可能性があります。

それにより、記者による取材が全国各地で行われなくなり、地域社会の課題・自治体や選挙の情報・生活情報等の**地域に住む人々が必要な情報を得られなくなったり**、地域の活性化につながる観光・産業の情報や、地域社会の課題等の**地域情報が全国各地に届けられにくくなる可能性**が指摘されています。

Q.あなたは、このことを問題だと思えますか。(ひとつだけ)【必須】



Q.あなたは、このことを問題だと思えますか。(ひとつだけ)【必須】



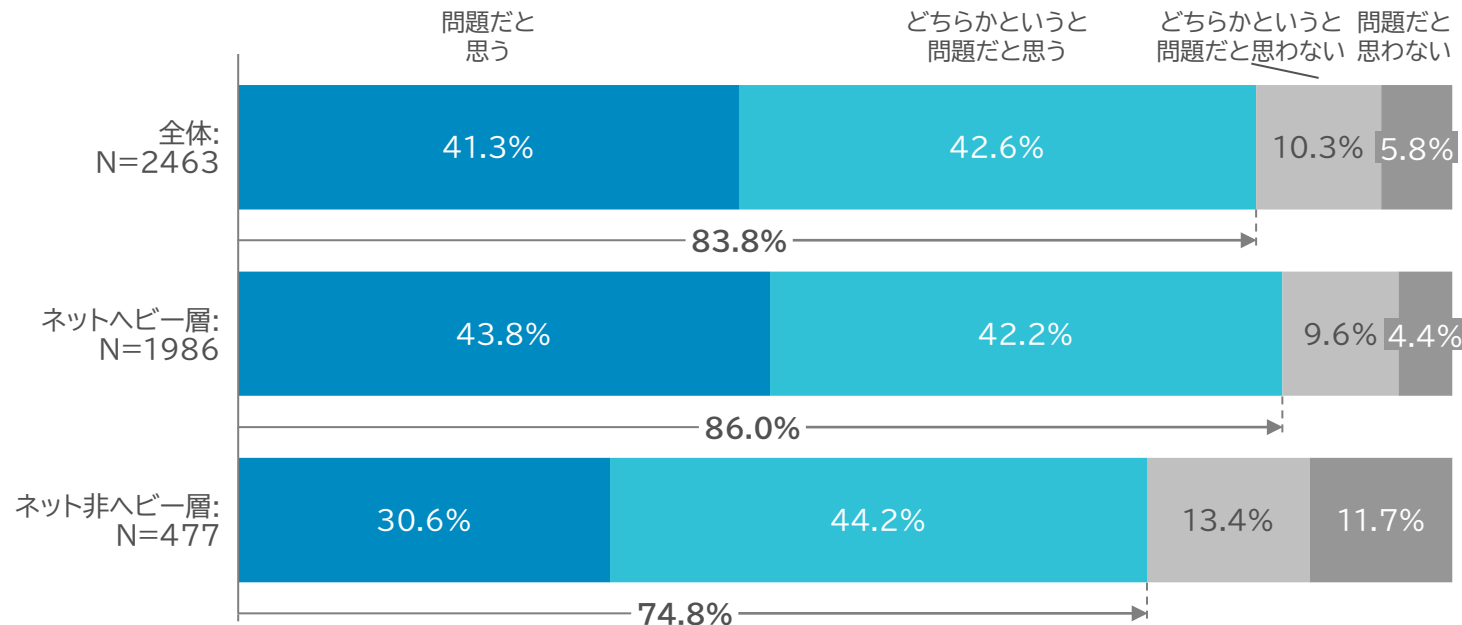
※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

- 「日本のメディアへのサイバー攻撃や大規模災害等により、社会にとって必要とされる基本的な情報の提供が止まってしまうこと」について、8割超の人が問題と感じている。その問題意識はネットヘビー層の方が高い

想定以上の新型コロナウイルス感染症の長期化や戦争・異常気象等、日本を含めた世界情勢はより不安定になってきており、日本のメディアへのサイバー攻撃や大規模災害等により、社会にとって必要とされる基本的な情報の提供が止まってしまう可能性が指摘されています。

Q.あなたは、このことを問題だと思いませんか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

修正経営計画についてのネット調査から(3.あまねく伝える)

- 「3.あまねく伝える」に記載された施策は、6割超がNHKにとって重要と回答
- ネットヘビー層、受信料支払層の方が、重要と考える割合が高い

「3. あまねく伝える」 地域インフラへの投資を強化し、放送通信融合の時代に、世代や場所にかかわらず「放送の価値」を届け続けます。

■二元体制の持続可能性を高め、あらゆる地域へ放送の価値を届け続けます。

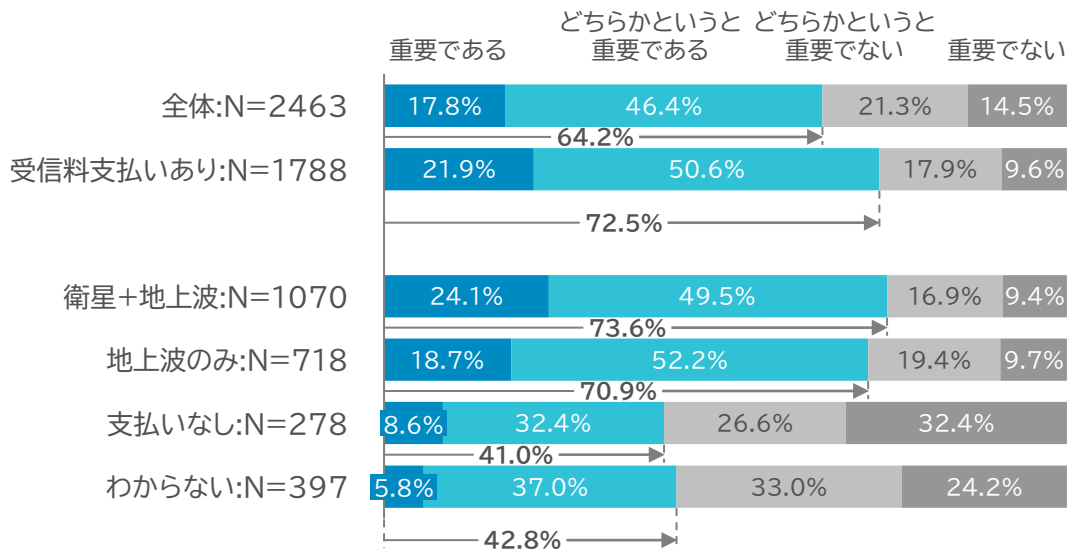
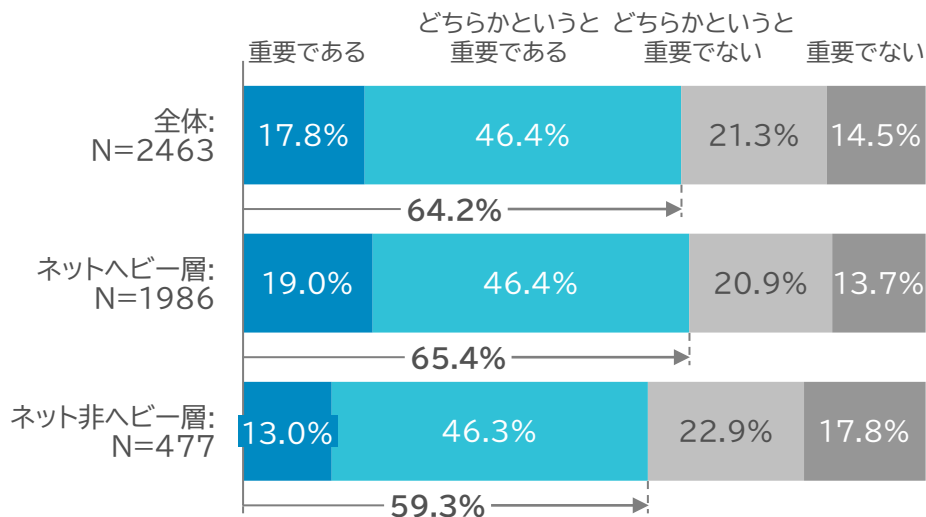
・民間放送事業者等との協力強化により、効率的で強靱な放送ネットワークを維持します。

■レジリエンス、リスクマネジメント、持続可能性を考慮した投資を行うと同時に、生産性の向上にも取り組むことで、いかなる状況下でも情報を届け切ります。

・適正なリスク算定を行い不測の事態に備えると同時に、地域を重点に、加速するSDGs時代を踏まえた投資を強化します(災害対応のためのFM補完置局を含む)。

・経営資源をコンテンツに集中させ、生産性向上につながる制作工程改革を加速させます。

Q.あなたは、「3. あまねく伝える」に記載されたこれらの施策が、公共メディアであるNHKにとってどの程度重要だとお考えですか。(ひとつだけ)



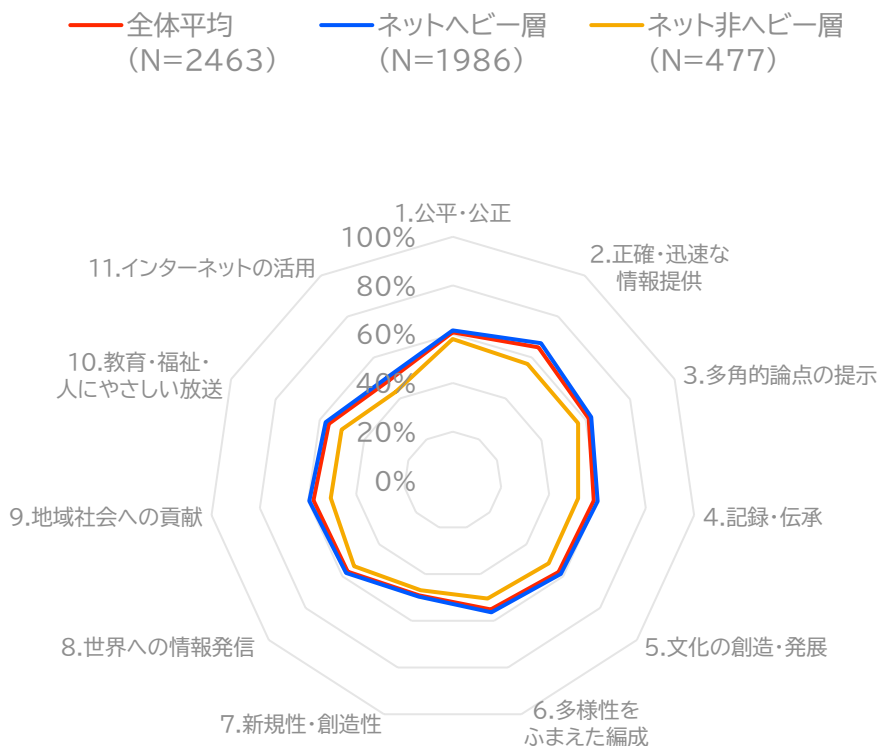
※ネットヘビー層: ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

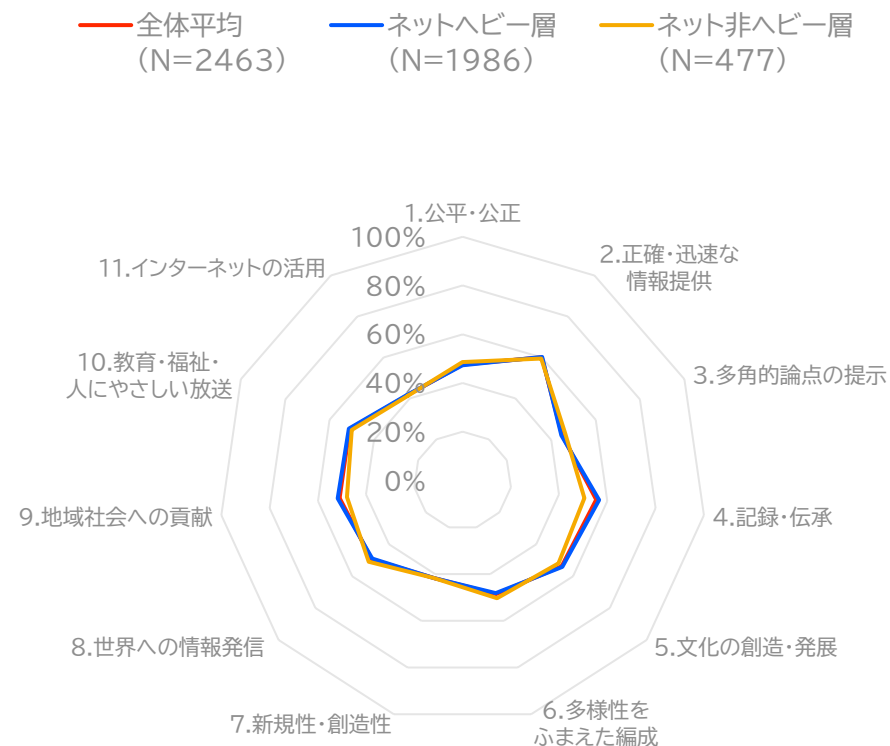
NHKの公共的役割への評価(期待度、実現度)

- NHKの各公共的役割（放送法が求める事項から導出：後出47頁参照）に対し、いずれの項目も6割程度が期待されており、ネットヘビー層の方が期待が高い

NHKへの期待度



NHKの実現度評価



※ネットヘビー層：ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

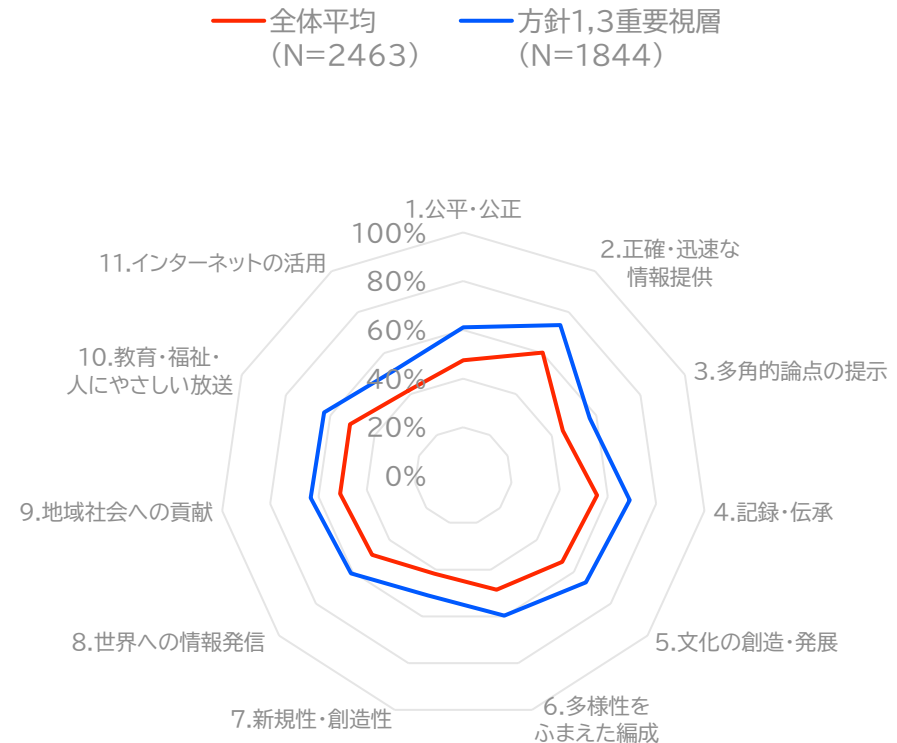
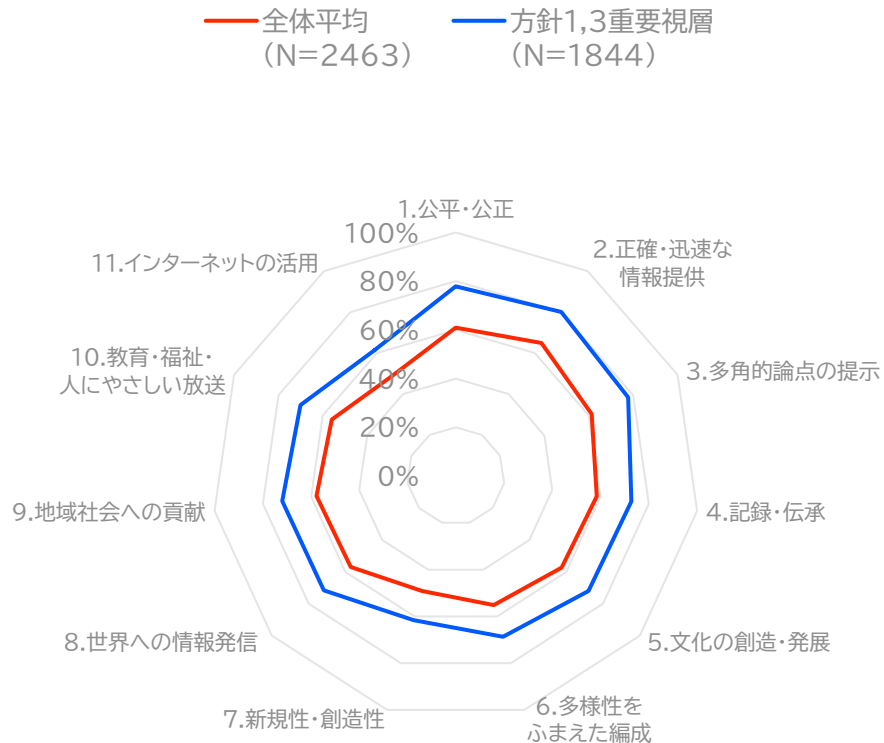
出所：NHK調査（2022年10月 全国15～79歳男女、インターネット調査、N=2463）

NHKの公共的役割への評価～修正経営計画の方針を踏まえて

- 修正経営計画の方針1, 3を重要視している層は、NHKの各公共的役割に対し、いずれの項目も6割以上が期待している
- 全体としてのNHKの価値を踏まえつつ、修正経営計画の重点事項を評価していると言えるのではないかと

NHKへの期待度

NHKの実現度評価



※方針1,3評価層: 方針1または方針3について、「重要である」「どちらかという」と回答した層
※期待度は各項目に対して「期待している」「どちらかという」と期待している、実現度は各項目に対してNHKが「実現している」「どちらかという」と実現している」と回答した人の割合
出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

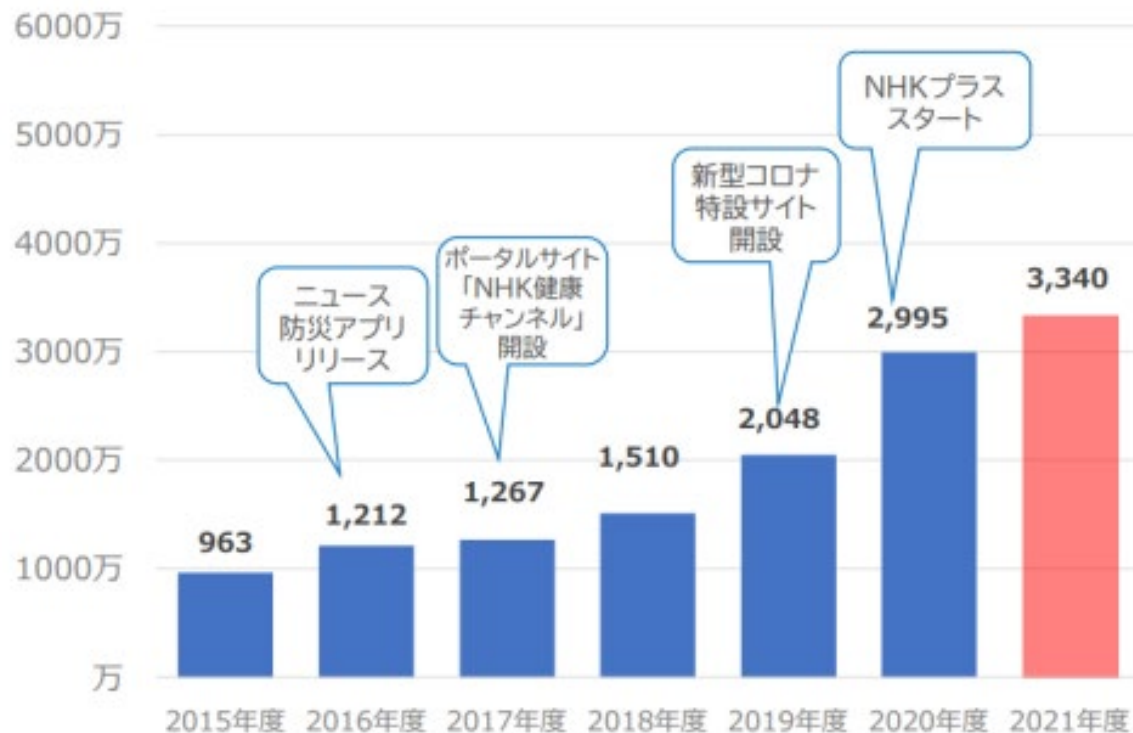
2. NHKのインターネット活用業務について

①NHKのインターネットサービスの利用実態と評価

NHKの利用実態（NHKオンラインの利用状況・質的評価）

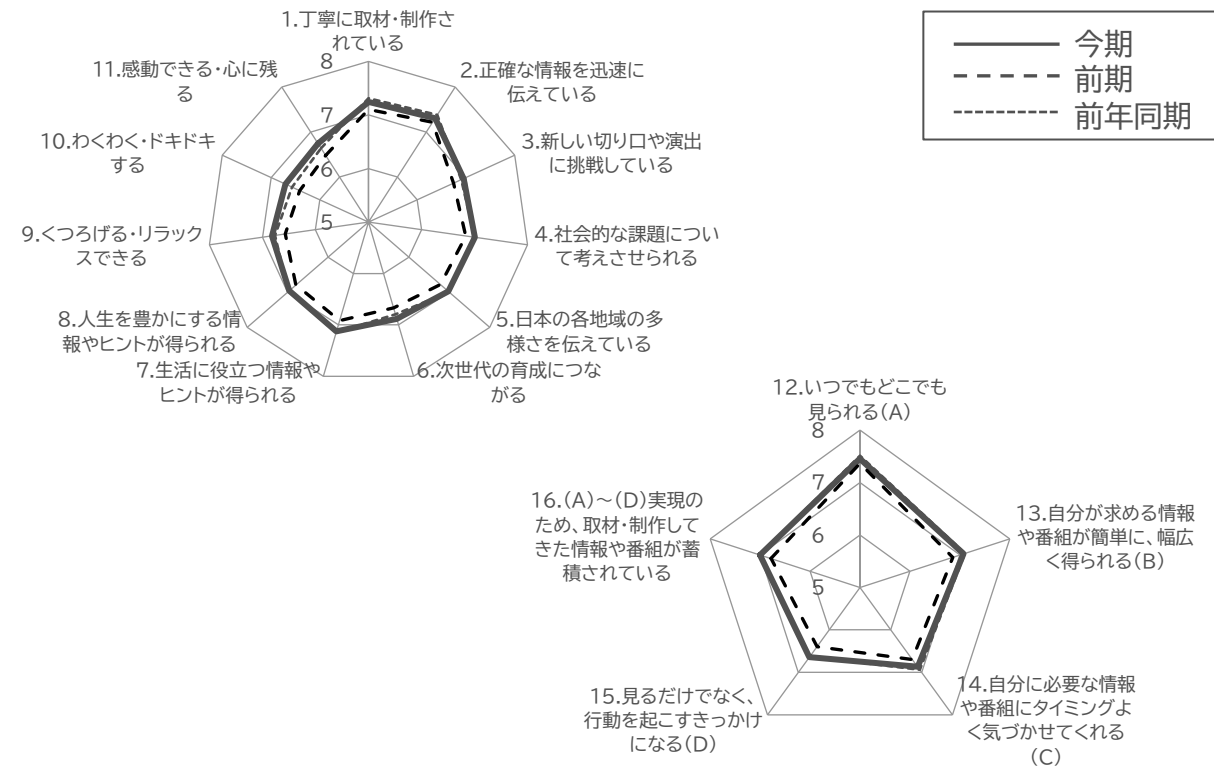
- 1週間の訪問数は、2015年以降順調に増加し、2021年度は3,300万UB超・2022年度も同水準で推移
- 「正確な情報を迅速に伝えている」「丁寧に取材・制作されている」などの**公共放送としての価値評価に加え、「いつでもどこで見られる」の評価**が高い

NHKオンラインの訪問数(アプリを含むUB＝ユニークブラウザ数)



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（第2回）

NHKインターネットサービスの質的評価



※インターネットサービスの質的評価は、各項目を10点満点で評価

出所: 2022年9月トータルリーチ調査（全国20～70代、インターネット調査）

NHKのインターネットサービス概要

- NHKプラス、NHKニュース・動画アプリ、NHKワールドJAPAN、らじる★らじる等を受信料財源業務、NHKオンデマンドを有料業務として実施している

NHKが実施している主なインターネット配信サービスの概要

20

➤ NHKは、2008年12月から、見逃し・オンデマンド配信サービス「**NHKオンデマンド**」を開始。

➤ 2020年4月からは、常時同時配信・1週間の見逃し配信サービス「**NHKプラス**」を開始。

インターネット活用業務（2号受信料財源業務） 2022年度予算 190.1億円（国内：159.3億円、国際：30.8億円）

NHKプラス

- ・地上波（総合・教育）の放送番組の同時配信及び見逃し番組配信（原則1週間）サービス。
- ※同時配信については、原則すべて。（総合テレビは24時間、Eテレは19時間）
- ・無料だが、受信契約を確認できない者には、同時配信の画面上に受信契約確認メッセージを表示し、見逃し番組配信は利用不可。
- ・登録完了者数は約280万件（2022年6月末時点）
- ・訪問ユーザー数（UB数※）は週平均約106万。
- ※一定期間内にサイトを訪問した重複のないユーザー数。

放送同時配信

どこでもNHKの番組を楽しむ
総合テレビやEテレの番組を放送と同時に視聴できます。

見逃し配信

いつでもNHKの番組を楽しむ
総合テレビやEテレの番組を放送終了後から7日間視聴できます。

（NHKプラス リーズナブルより作成）

NHKニュース・防災アプリ

- ・災害情報等のニュースを同時配信（2016年から）
- ・理解増進情報の配信



NHKワールドJAPAN

- ・外国人向け国際放送（テレビ・ラジオ）の同時配信、オンデマンド配信



らじる★らじる

- ・ラジオ放送（第1、第2、FM）の同時配信、聴き逃し配信（2011年9月から）



インターネット活用業務（2号有料業務） 2022年度予算 27.5億円（3号有料業務含む）

NHKオンデマンド

- ・衛星放送の一部番組も含む放送番組を、2～3週間程度又は期間を定めずに提供するオンデマンド配信サービス。
- ・有料（月額990円が1本あたり110円～330円）

- ・会員登録者数は約314万人（2022年6月末時点）
- ・10,000本以上の番組を提供。



最新のアクセス数等

NHKプラス

登録完了者数は約320.9万件
（2022年10月末時点）
訪問ユーザー数（UB数※）は週平均121.4万
※一定期間内にサイトを訪問した重複のないユーザー数

らじる★らじる

訪問者数 106.6万
※2022年度第2四半期の週次平均

NHKワールドJAPANオンライン

訪問者数 107.4万
※2022年度第2四半期の週次平均

地域放送局サイトへのアクセス

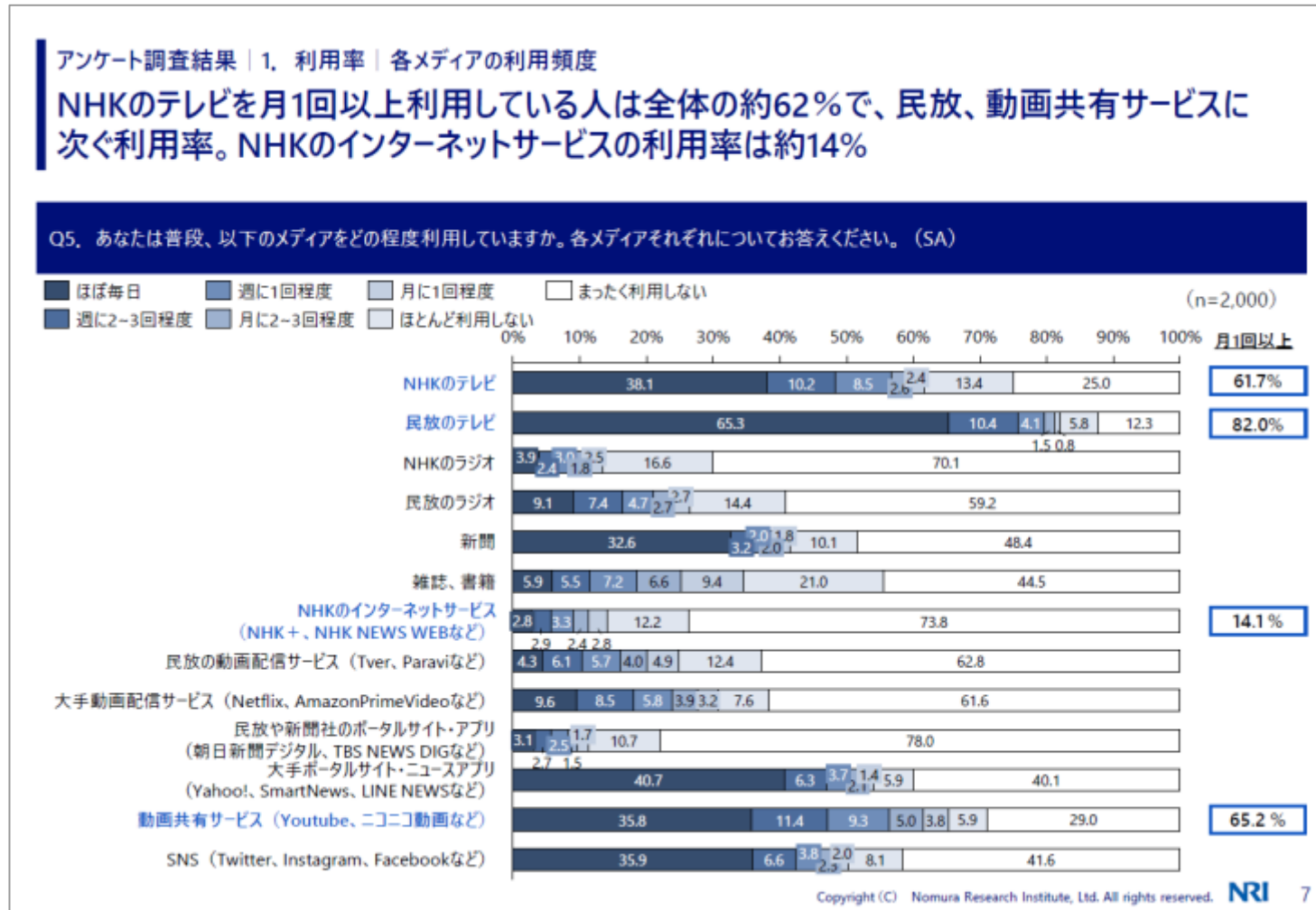
訪問者数 約330万
※2022年10月の週次平均

25

出所：公共放送ワーキンググループ（第1回）「公共放送の現状について」

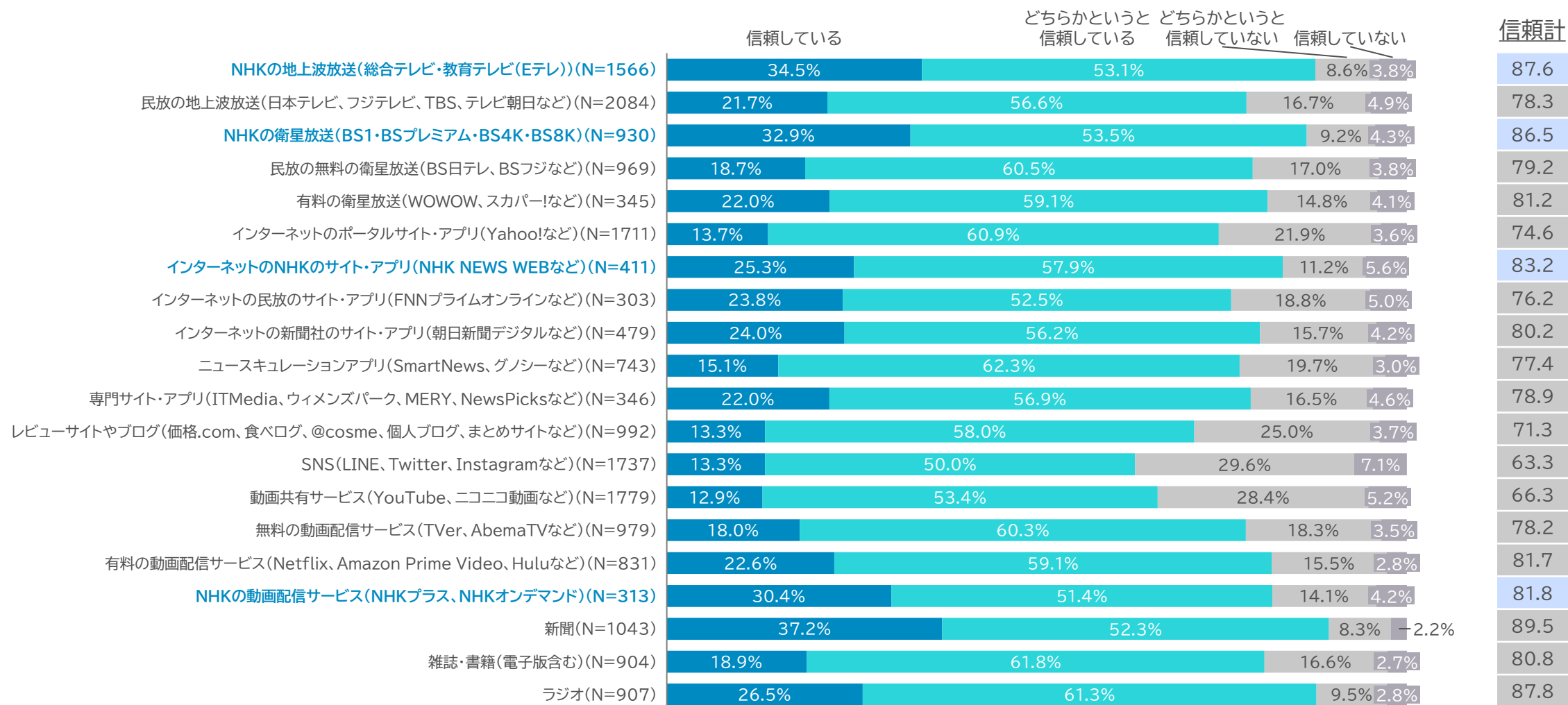
(参考) NHKの利用実態 (インターネットサービスの利用率)

- NHKのテレビを月1回以上利用している人は全体の約62%であり民放・動画共有サービスに次ぐ利用率
- NHKのインターネットサービスの利用率は約14%



NHKの放送・インターネットサービスへの信頼度

- NHKの放送やインターネットサービスへの信頼度は、いずれも8割超



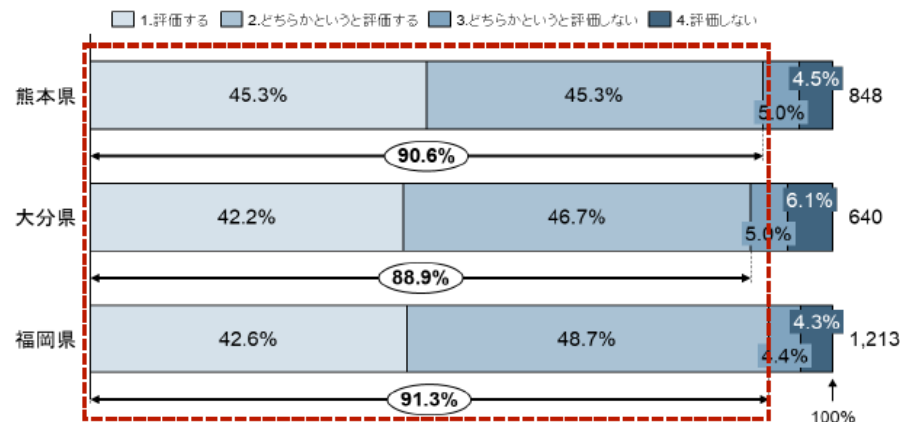
- NHKがインターネットで幅広く地震情報を提供したことに對して、3県の居住者いずれも9割程度が評価している

災害時の事例：熊本地震におけるメディア利用と評価 －災害時におけるNHKの取り組みへの評価①－

- NHKがインターネットでも幅広く地震情報を提供したことに對して、3県の居住者いずれも9割程度が評価している。

■ 設問文「NHKは今回の熊本地震において、テレビやラジオでニュース中継を多く放送するとともに、放送を視聴できない人に向けて、インターネットでも地震情報を幅広く提供しています。あなたは、このNHKの対応について、どのようにお考えですか。（ひとつだけ）」

NHKの対応への評価（インターネットの活用）（母数：全員）



出所) NHK 調査 2016年6月

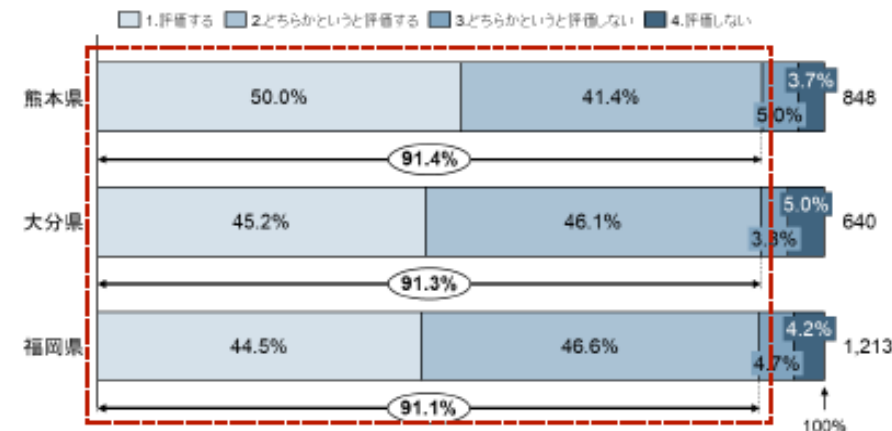
11

災害時の事例：熊本地震におけるメディア利用と評価 －災害時におけるNHKの取り組みへの評価②－

- NHKがメディアを使い分けて地震情報を提供したことに對して、3県の居住者いずれも9割以上が評価している。

■ 設問文「NHKは今回の熊本地震において、各メディアの特性を踏まえ、メディアを使い分けて地震の情報を伝えています。このことについて、どのようにお考えですか。（ひとつだけ）」

NHKの対応への評価（メディアの使い分け）（母数：全員）

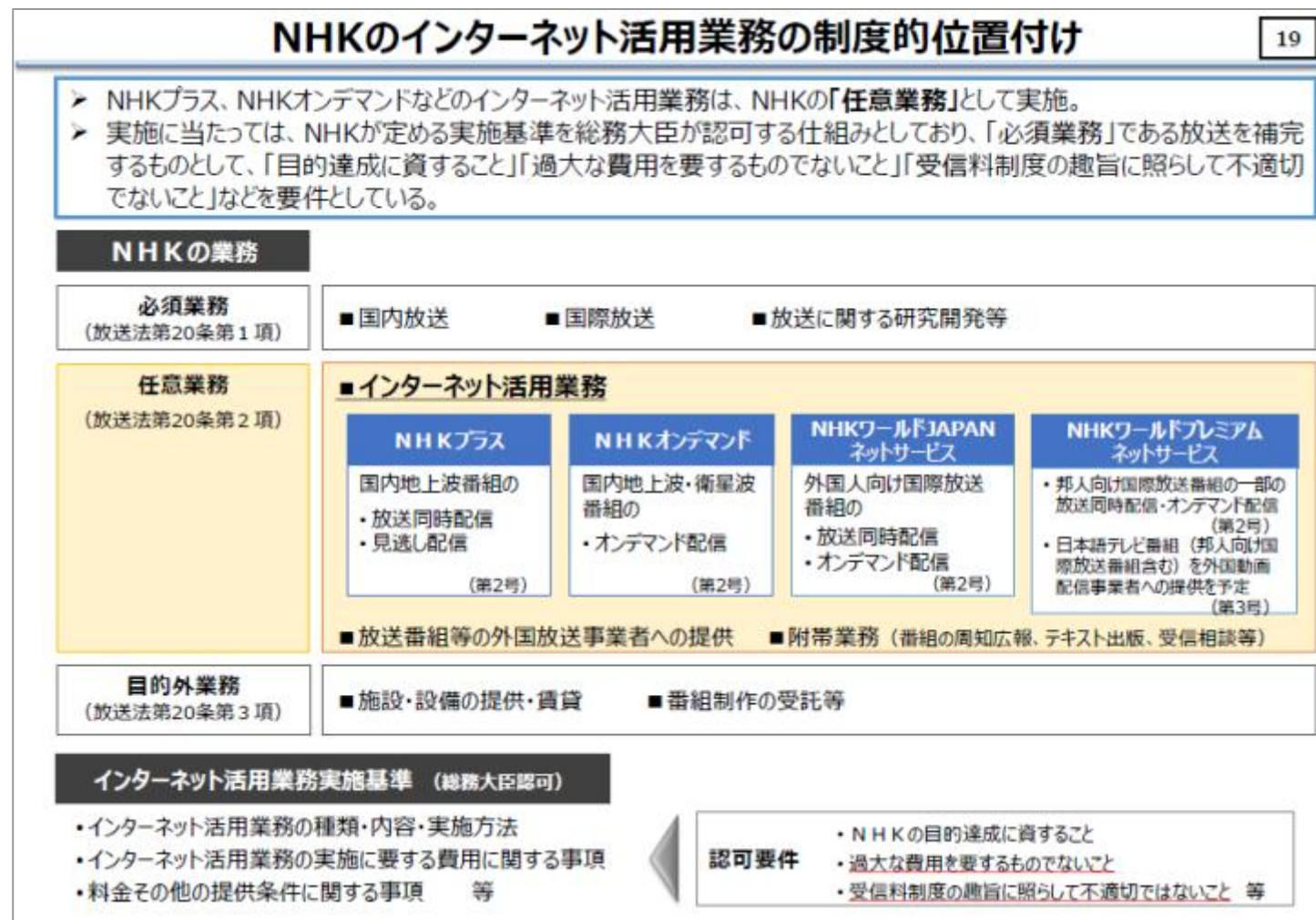


出所) NHK 調査 2016年6月

12

(参考) インターネット活用業務の制度的位置付け

- NHKプラスやNHKオンデマンド等のインターネット活用業務は「任意業務」として実施
- NHKが定める実施基準を受信料制度の趣旨に照らして総務大臣が認可する仕組みで、必須業務である放送を補完するものとして位置づけられている



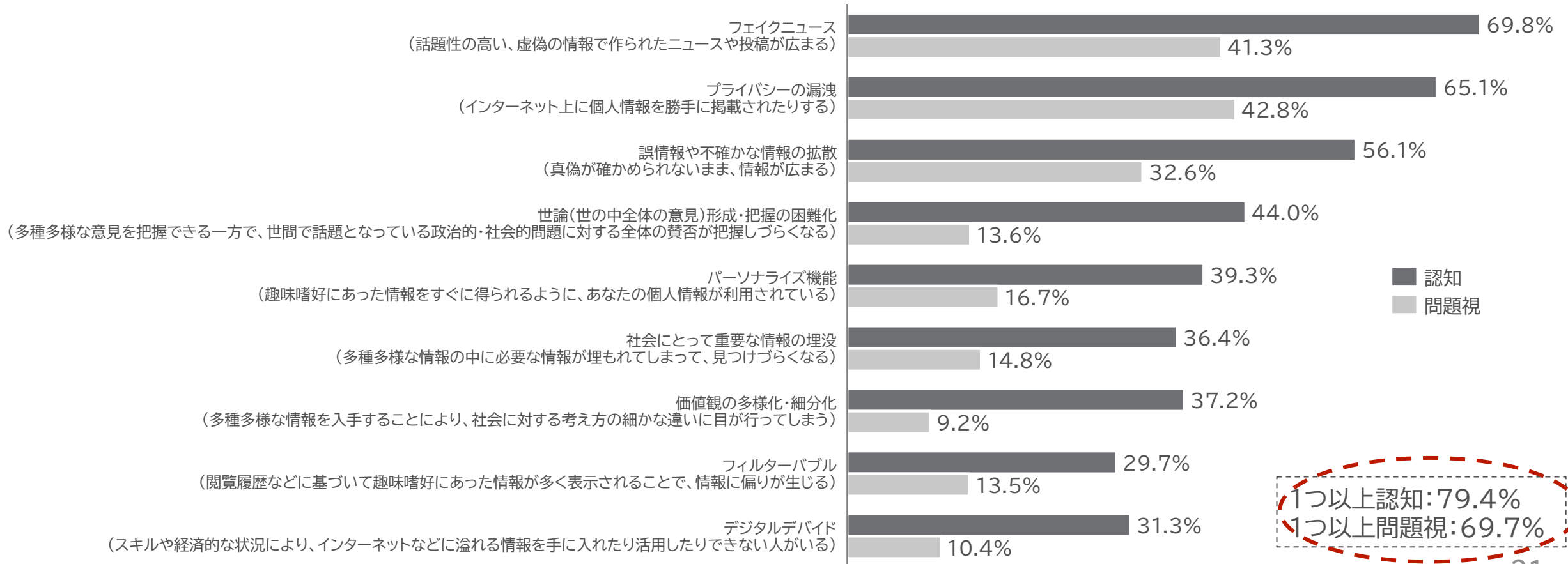
2. NHKのインターネット活用業務について

②インターネット特有の課題（広がる情報空間）について

インターネット特有の課題に対する認知・問題意識

- フェイクニュースやプライバシーの漏洩といった課題に対する認知・課題認識をしている人は少なくない

Q.インターネットによる情報取得が広く行われるようになり、利便性が高まる一方で、現代社会にはさまざまな問題が起きていると言われています。それらを表す以下の言葉の意味するものをあなたは知っていましたか。また、ご自身で問題だと感じていますか。

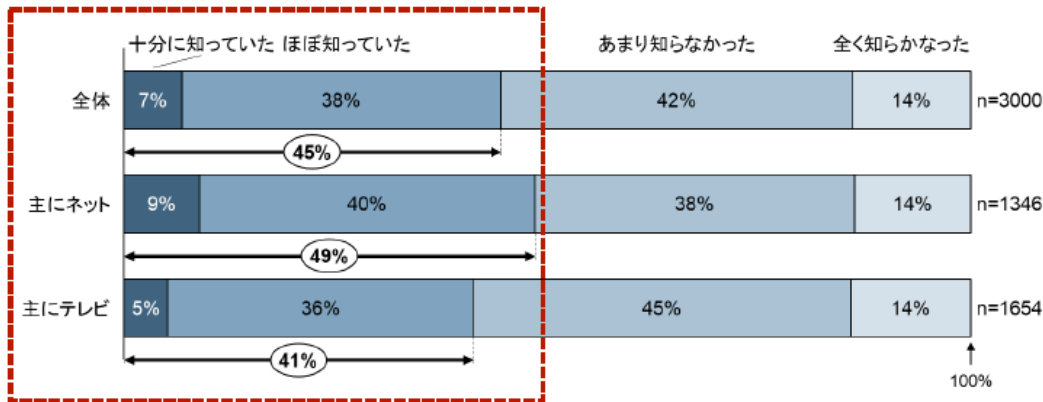


- ・ パーソナライズ機能によるフィルターバブルについて知っている人は半数弱
- ・ 嗜好にあった情報を取得する効率が下がったとしても多様な意見や情報に触れる機会を持てるようになる方が良いという人は7割弱

インターネット利用の課題(フィルターバブル)

- パーソナライズ機能によるフィルターバブルについて知っている人は半数弱。
- 主にネットを利用する人の方が、パーソナライズ機能によるフィルターバブルについて知っている人が多い。

■ (設問)一部のインターネットの検索サイトやニュースサイト・アプリでは、利用者がこれまで入力した情報や閲覧した情報に基づいて、各利用者にあった情報を選んで表示しています(パーソナライズ機能)。利用者が欲しい情報をすぐ見つけることができるため利便性が高まる一方で、利用者が好ましいと思う情報ばかりが表示されることにより、得られる情報に偏りが生じてしまうという問題(フィルターバブル)が指摘されています。あなたは、この問題についてどの程度知っていましたか。



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
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

出所) NHK 調査 2020年10月

17

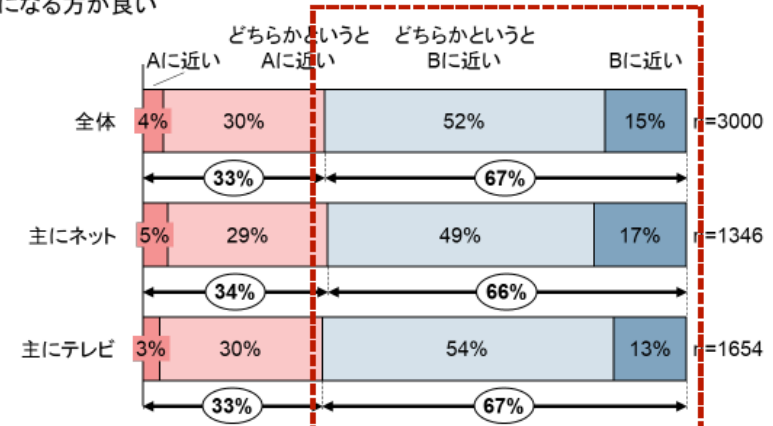
インターネット利用の課題(フィルターバブル)への対応

- 主に利用するメディアに関わらず、約7割が、嗜好にあった情報を取得する効率が下がったとしても多様な意見や情報に触れる機会を持てるようになる方が良いと回答。

(設問)この問題に関するあなたの考えは、以下のAとBのどちらに近いですか。

A:消費者は、多様な意見や情報に触れる機会が減少したとしても、より嗜好にあった情報に効率的に触れられるようになる方が良い

B:消費者は、嗜好にあった情報を取得する効率が下がったとしても、多様な意見や情報に触れる機会を持てるようになる方が良い



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
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

出所) NHK 調査 2020年10月

18

- 主に利用するメディアに関わらず、7割超が、不確かな情報の拡散やお互いの“つながり”の希薄化が進むなかで、社会にとって必要とされる基本的な情報が十分に提供されていない懸念を感じている

インターネット利用の課題(フィルターバブル) －社会の基本的情報の不足への懸念－

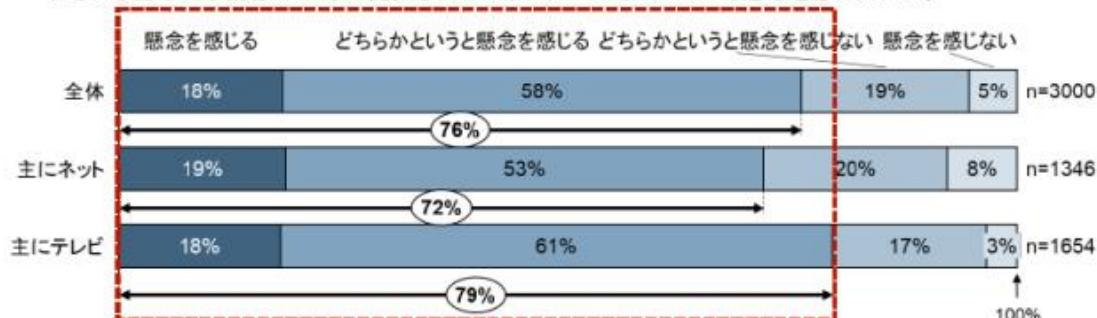
- 主に利用するメディアに関わらず、7割強が、不確かな情報の拡散や、お互いの“つながり”の希薄化が進むなかで、社会にとって必要とされる基本的な情報が十分に提供されていない懸念を感じている。

インターネットの利用拡大やモバイル端末の急速な普及により、さまざまな情報が瞬時に人々の間を駆けめぐり、多種多様な情報が国境を越えて激しく行き交う時代に入りました。これらの情報は、人々、社会、そして、国々の行動に大きな影響を与えていると言われています。

インターネットを通じて情報を簡単に得られるようになり、個々の関心や価値観に沿った情報が積極的に発信されるようになりました。こうした多様化が進む一方で、不確かな情報の拡散や、お互いの“つながり”の希薄化を指摘する声もあります。

こうした中、インターネット等の広がる情報空間で、広く、世界や日本の課題の共有化を図り、正確な情報で人と人を互いに“つなぐ”ため、社会にとって必要とされる基本的な情報をどのように確保すべきかという、議論があります。

- (設問) あなたは、不確かな情報の拡散や、お互いの“つながり”の希薄化が進むなかで、社会にとって必要とされる基本的な情報が十分に提供されていないのではないかという懸念を感じますか。

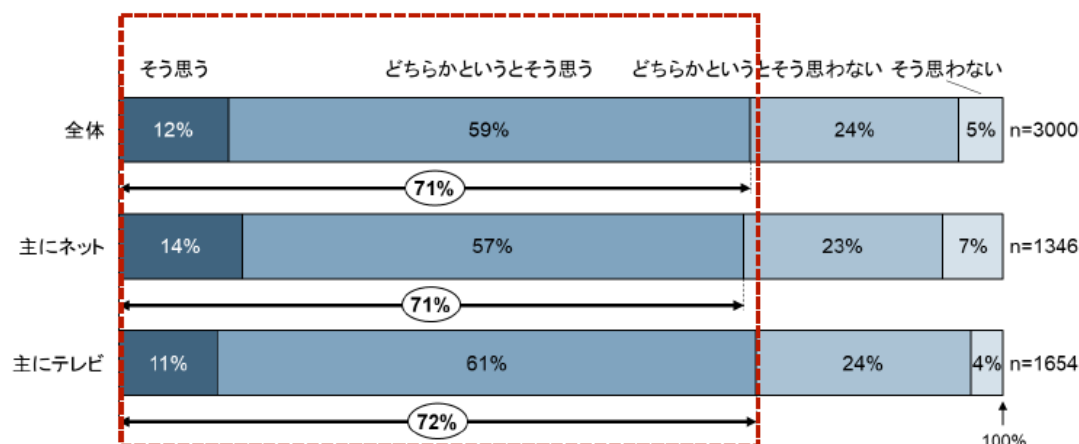


19

インターネット利用の課題(フィルターバブル) －社会に対する考え方等の細分化への意識－

- 主に利用するメディアに関わらず、7割が、人々がインターネット等の広がる情報空間で多種多様な情報を入手することにより、価値観の多様化が進み、社会に対する考え方等が細分化されてきていると回答。

- (設問) あなたは、人々がインターネット等の広がる情報空間で多種多様な情報を入手することにより、価値観の多様化が進み、社会に対する考え方等が細分化されてきていると思いますか。

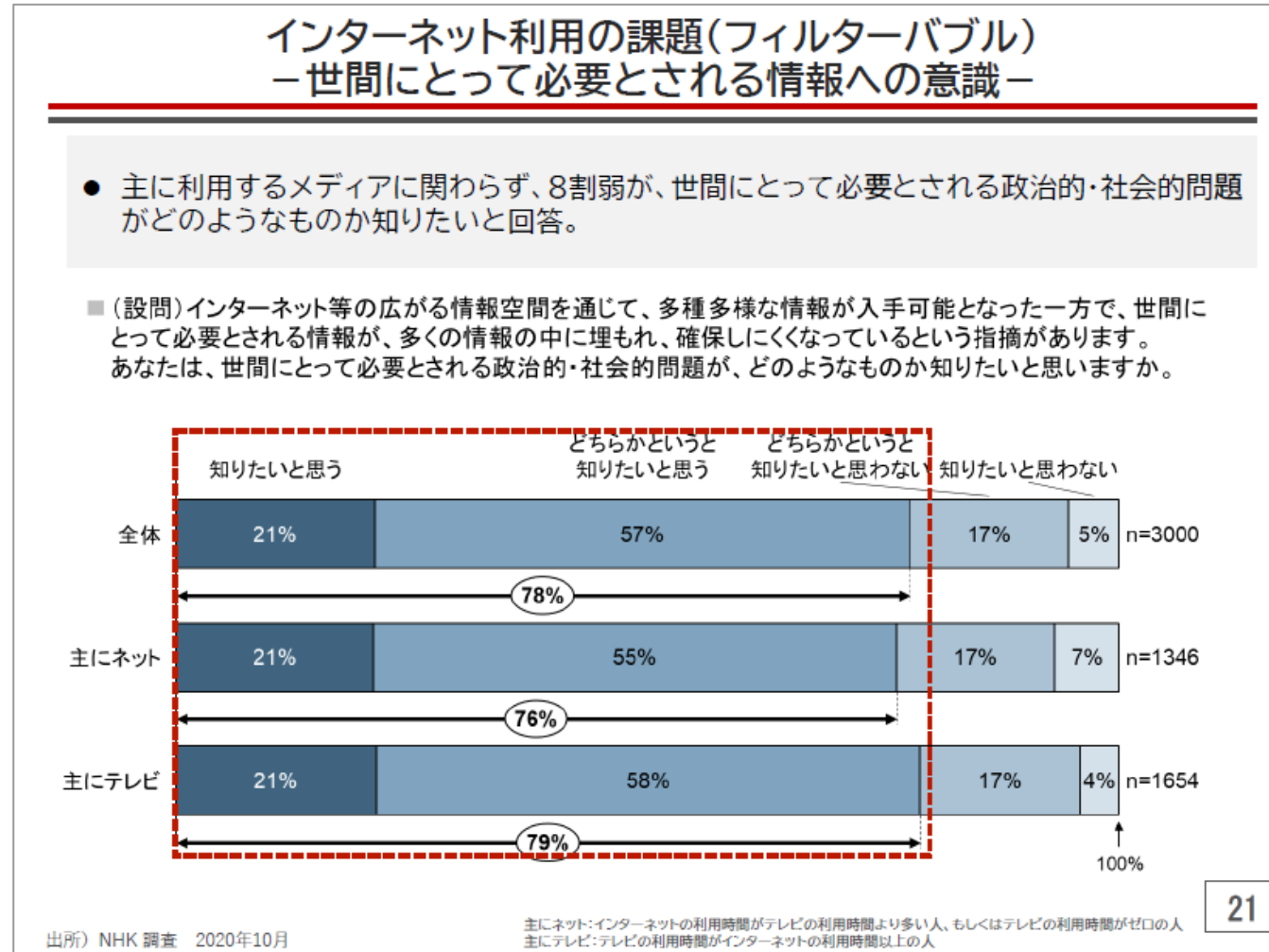


主にネット: インターネットの利用時間がテレビの利用時間より多い人
主にテレビ: テレビの利用時間がインターネットの利用時間以上の人

20

インターネット特有の課題への期待： 世間にとって必要とされる情報への意識

- 主に利用するメディアに関わらず、8割弱が、世間にとって必要とされる政治的・社会的問題がどのようなものか知りたいと回答

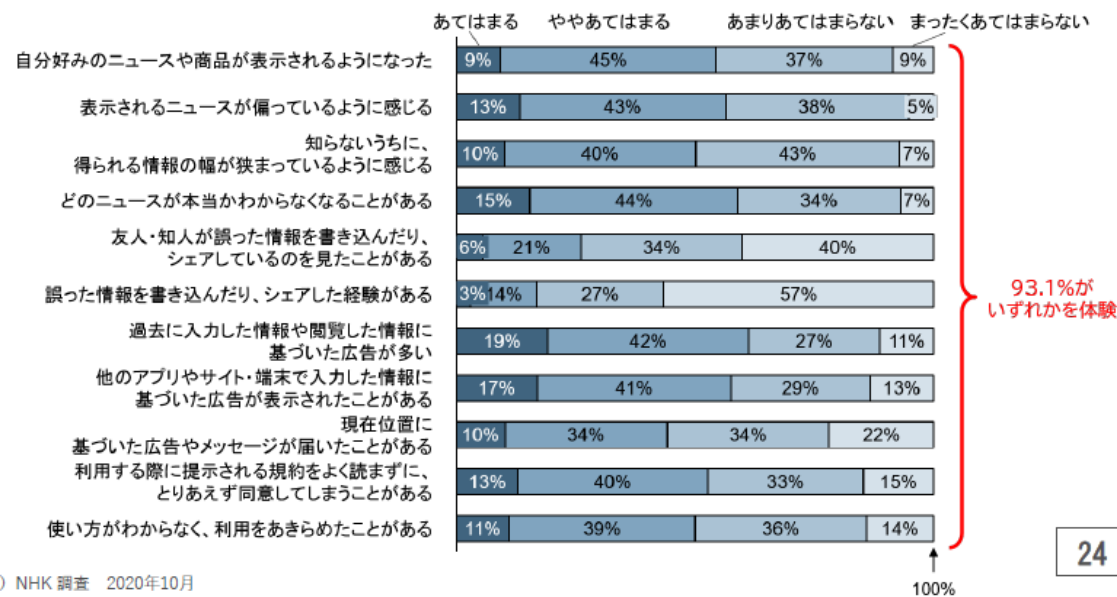


- 9割以上の人々が、普段のメディア利用を通じて、インターネット特有の課題について、体験・課題認識をしている
- 一方で、伝統メディアに接触している層は、実際に誤情報等に対処ができていない傾向がある

メディア利用(主にネット)に伴う体験

- 9割以上の人々が、普段のメディア利用を通じて、フェイクニュースの閲覧などのインターネットならではの体験をしている。

(設問)あなたの、普段のメディアの利用状況について、あてはまると思うものをお知らせください。



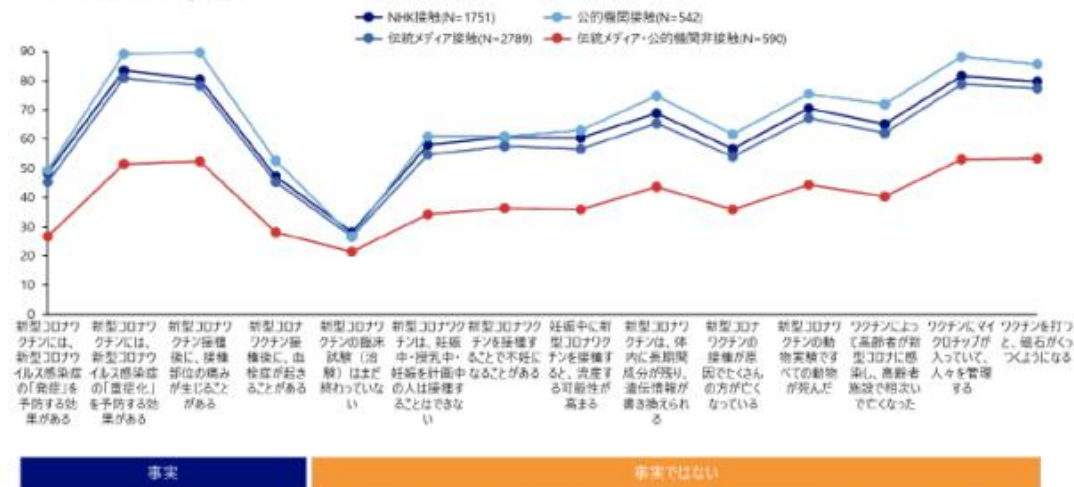
24

新型コロナに関する情報(事実・デマ)に関する正答率(接触メディア別)

- 公的機関接触、NHK接触、伝統メディア接触の順に正答率が高い。
- 伝統メディアにも公的機関にも接触していない人は、全般的に正答率が低い。

■ 以下の新型コロナワクチンの情報について、現在のあなたの考えをお知らせください。(SA)

- 正答率(事実の場合は「そう思う」と回答した割合、事実でない場合は「そうは思わない」と回答した割合。「どちらともいえない、わからない」は誤答とした)を集計
- 未確定の項目は対象外とした



※伝統メディア:NHK(テレビ放送、ラジオ、ネット)、民放(テレビ放送、ラジオ、ネット)、新聞(ネット含む)。
※公的機関:政府、地方自治体、世界保健機関(WHO)、専門機関のサイトや情報発信

出所) NHK 調査 2021年8月

23

2. NHKのインターネット活用業務について

③インターネット空間を意識した公共放送の取り組み

- OSINT（オープンソース調査）等、手段としてのインターネット活用を進めるほか、アテンションエコノミーに対応した取材・制作を行っている
- 実際に課題に直面するのはインターネット利用層であり、その層に合う形の発信も行っている

コンテンツの強化①

- 放送とネットの両方を活用して、信頼できる質の高い情報を提供

■「水害から命を守る」キャンペーン



出水期に合わせて、台風や豪雨から命を守るための啓発や、具体的な避難方法などを伝える全局キャンペーン。全国統一のロゴ・キャッチコピーを使い、各地の放送局が地域の状況に適したコンテンツを制作。タ方のニュース番組、ホームページのほか、地域自治体と連携した防災ポスター掲示やイベントなどを展開した。

■NHKスペシャル「ミャンマー」シリーズ



ミャンマー軍による弾圧の実態を、市民たちが撮影しSNSなどに投稿した映像をOSINT（オープンソース調査）という手法で検証して明らかにした。伝統的報道機関の持つ取材力と、膨大な情報を短時間で分析・処理する最新テクノロジーを融合させた、新しい調査報道番組として高く評価された。

36

コンテンツの強化②

- フェイクニュース・フィルターバブルなどによるアテンション・エコノミーが蔓延するなかで、それに対抗する情報を放送・デジタルで発信

■フェイク・バスターズ



2019年12月に放送を開始した、アテンションエコノミー・情報リテラシーを主題とする特集番組。これまで5回放送し、「ネットの誹謗中傷」「新型コロナの情報爆発」「選挙とフェイク」など、ネット社会ならではの課題を取り上げ、放送・ネットで発信した。



■報道局のネット監視チーム「SoLT(ソルト)」



2013年に発足したSoLT（ソーシャル・リスニング・チーム）は、SNSなどで拡散している誤情報の収集・分析を行い、取材部局に連絡している。コロナ禍でも多くの誤った情報が流れ、SoLTから連絡を受けた取材部局では専門家に取材の上、放送やネットで事実に基づく情報を発信した。

37

- 世界の公共放送は、培った知見、放送の“効用”をインターネットに展開し、貢献への期待、高い評価を獲得

2022年日本賞ファイナリストから紹介



『ultra:bit』 (ウルトラビット:デンマーク公共放送)



コーディング(プログラミング)教育にネットの双方向性を活用。
放送とも組み合わせつつ、教育放送の効用の高度化を図る

デンマークの学校に配布されたマイクロコンピュータを使い、子どもたちはテレビ番組、オンライン教材やSNSコンテンツなどを通してコーディングを学ぶもの。

(効果)

調査対象の教師(300名)の96%が、生徒がこのプロジェクト後、さらに学びたいという意欲を示したと報告
調査対象の教師の90%が、このプロジェクト後、コーディングが容易になったと報告

- 世界の公共放送は、培った知見、放送の“効用”をインターネットに展開し、貢献への期待、高い評価を獲得

2022年日本賞ファイナリストから紹介



『@IAmSophieScholl』 （“私はゾフィー・ショル”：ドイツ公共放送）



ドキュメンタリーを、若者に届くSNS上で表現。
放送の“同報性”という効用を実現

参加者がSNSへの投稿を通じて、過去の出来事をまるでリアルタイムで起きているかのように体験できる作品。

舞台となるのは、1942年、反ナチス活動家ゾフィー・ショルの人生最後の10カ月。ミュンヘンでの学生生活や、彼女の反戦運動やナチス批判など、逮捕されるまでの当時の出来事が、実際のSNSに投稿された。

3. 今後の議論にあたって～情報空間全体への貢献

①情報空間全体におけるNHK：ひとりNHKの話ではない

- 現在の情報空間においては、「規制を受けないメディア」と「規制を受けるメディア」を分けることで言論空間全体として適正な状態が保たれるという“部分規制論”の考えが主張されている。
- 新聞と放送が競い合うことで、相互の信頼性を高め、情報の多元性に寄与していくことと認識している。
- インターネットを含むこれからの情報空間において、インターネット特有の課題も含めて対応していく際にも、このような考え方を踏まえ、デジタルプラットフォーム事業者も含め、あくまで情報空間全体での在り方を考えていくことが求められるのではないか
- **実際に、伝統メディアに対しては、情報空間全体への寄与と高い信頼が存在**している

はじめに 放送政策とはなにか

- 放送政策は、個々の放送局あるいは放送業界そのものの保護を議論するものではない。また、放送政策は、放送だけのことを視野に入れて議論すべきものでもない。
- 放送は、**情報空間**の一部であり、放送政策の議論は、国として情報空間にどのように向き合うかという方針を議論するものである。
- これまでは、情報空間のうち、国の政策、さらには立法の対象となってきたのはほぼ放送だけである。
 - ・ それは、放送が電波を利用して情報発信を行ってきたという事情による。
- 公共的な役割として、どのようなものかを考えるかというのが放送政策のテーマの一部となるが、実は、日本ではこの点は深掘りされてこなかった。
- 重要なのは、様々な媒体の中でも放送は、政策的に設計する余地が大きいという特質があるということ。
 - ・ 実際に番組を制作して放送するのは放送局という民間企業あるいは公共放送であり、そこにおける創意工夫、自発性は十二分に尊重する必要がある。
- **放送局の足腰の確保の問題と、担うべき公共的価値の再確認の問題とに区分可能。**

4

情報空間について 情報空間の多層性・複合性

- 情報空間は単数形で語れるものではなく、様々な性質の壁で囲まれた無数の空間が多層的に複合したもの。
 - ・ 最も固く閉じたものとして、会員限定のオンラインサロンや、実社会でも固定メンバーでの会合。
 - ・ すべての人々に開かれたマスメディアやソーシャルメディア。
 - ・ しかし、マスメディアやソーシャルメディアは、形式上は開かれているといっても、実際の利用者には偏りがある。
- 開かれた情報空間については、次に見るような介入の理由からして、公権力の介入がありうる。

9

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（第2回）曾我部構成員資料

➡ 放送制度、NHKのインターネット活用業務の在り方も、そのなかで考えるべき問題

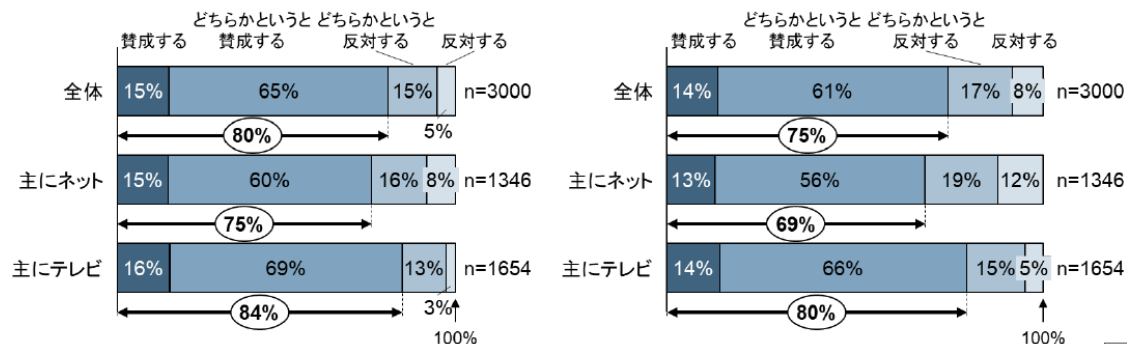
- 伝統メディアは、インターネットにおける品質確保に貢献することを期待されている

従来型メディア、NHKの情報空間への影響評価

- 従来型のメディアがインターネット配信事業者に良質なコンテンツを提供することで良い影響を及ぼすことについて、8割の人が賛成。NHKについては75%の人が賛成。

■（設問）従来型のメディア（NHK、民放、新聞社などメディア全体）が良質なコンテンツをインターネットの配信事業者に提供することで、インターネットも含めたメディア・情報空間に良い影響を及ぼすべきであるという意見があります。あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。

■（設問）NHKが良質なコンテンツをインターネットの配信事業者に提供することで、インターネットも含めたメディア・情報空間に良い影響を及ぼすべきであるという意見に対してどのように思いますか。



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
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

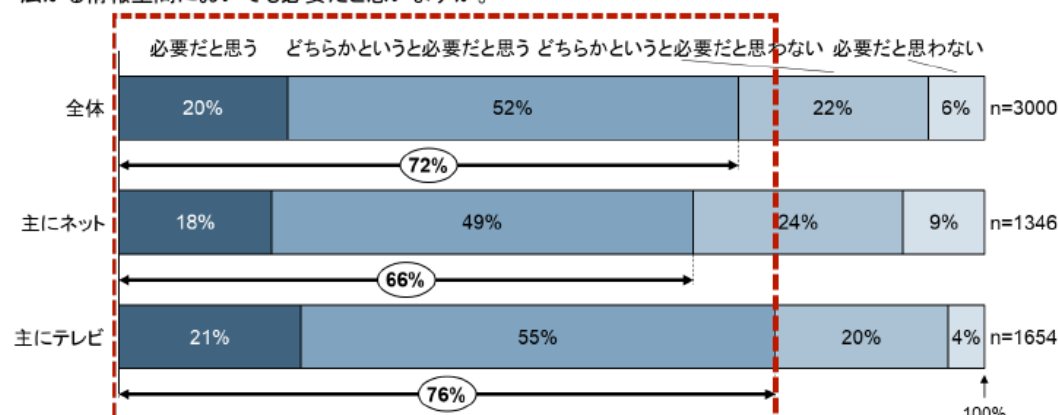
28

出所）NHK 調査 2020年10月

インターネット上での伝統メディアへの期待 －インターネットコンテンツの品質確保の必要性－

- 7割が、旧来のテレビや映画のようにコンテンツに一定の質の水準を確保する機能がインターネット等の広がる情報空間においても必要だと回答。

■（設問）インターネット等の広がる情報空間では、さまざまな種類のコンテンツが豊富に提供されていますが、旧来のテレビや映画のように、多くの時間と費用をかけたコンテンツではないため、一過性の人気や面白さはあっても、見応えや信頼感が無いとの指摘もあります。あなたは、旧来のテレビや映画のようにコンテンツに一定の質の水準を確保する機能が、インターネット等の広がる情報空間においても必要だと思いますか。



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
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

26

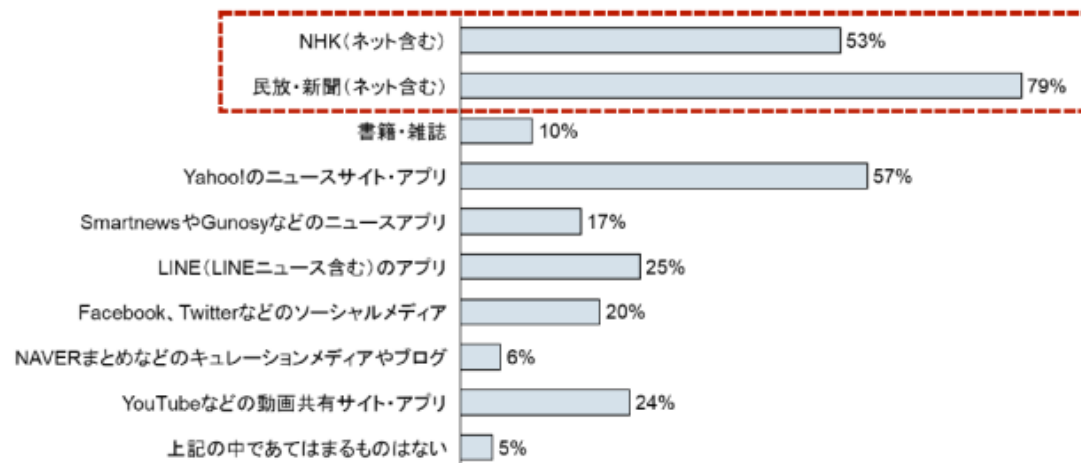
出所）NHK 調査 2020年10月

- 伝統メディアは、世の中のニュースを知るために習慣的に利用されている（ネット経由含む）

メディアへの評価（情報源・信頼・質）－情報の入手経路①－

- 世の中のニュースを知るための習慣的に利用しているメディアとしては「伝統的メディア」が多い。中でも、民放・新聞の利用率が約8割と最も高い。

■ あなたが、世の中で起きているニュースを知るために、普段、習慣的に利用しているものをすべてお知らせください。



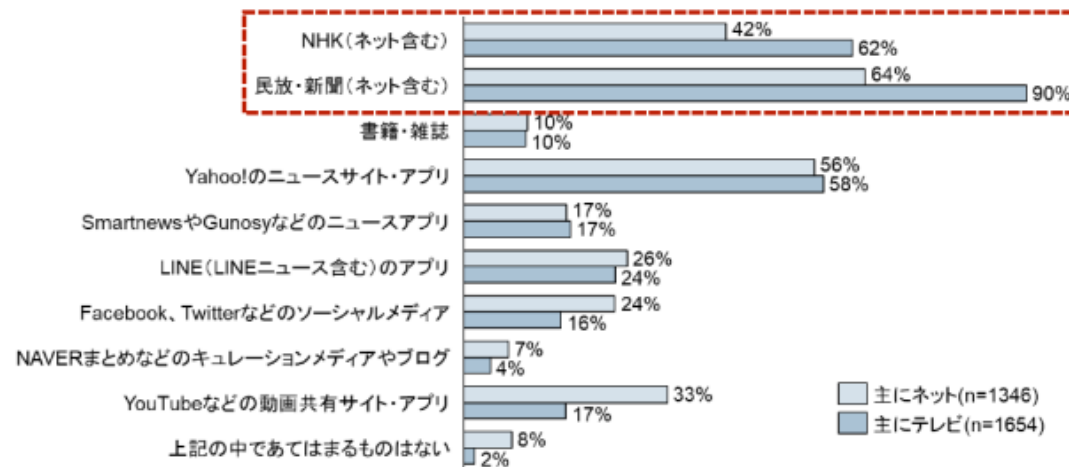
出所) NHK調査 2020年10月

5

メディアへの評価（情報源・信頼・質）－情報の入手経路②－

- 主にネットを利用している人でも、世の中のニュースを知るための習慣的に利用しているメディアとしては、民放・新聞やNHKなど「伝統的メディア」が多い。

■ あなたが、世の中で起きているニュースを知るために、普段、習慣的に利用しているものをすべてお知らせください。



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
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

出所) NHK調査 2020年10月

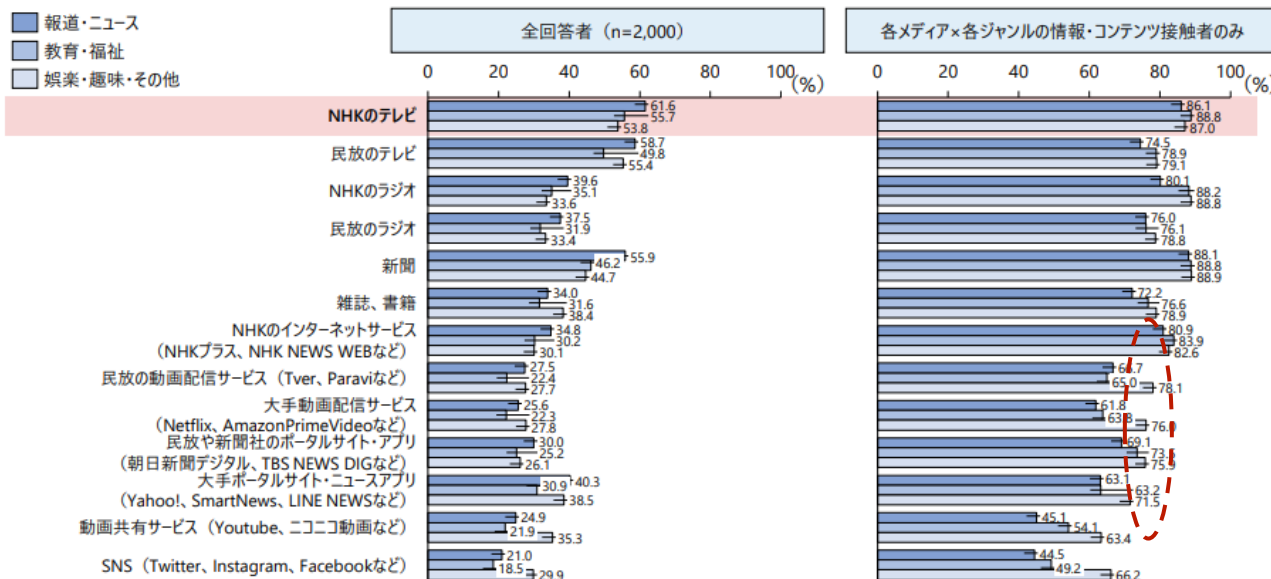
6

- NHKのテレビの信頼度は、いずれのジャンルでも全体の5割超、利用者の8割超
- 民放のテレビの信頼度は、全体の約5割、利用者の約8割
- 新聞の信頼度は、全体の約5割、利用者の8割超
- それぞれ、ネット経由の接触者も信頼度は高い

アンケート調査結果 | 2. 信頼度 | 各メディアにおけるジャンル別信頼度

NHKのテレビの信頼度は、いずれのジャンルでも全体の50%超、利用者の80%超で、
大手ポータルサイト・ニュースアプリ、動画共有サービス、SNSと比較して高い

Q7, 9, 11. あなたは以下のメディア・情報源が発信する各ジャンルの情報・コンテンツを信頼していますか。それぞれ1つお答えください。(SA)



注) 各設問における選択肢「信頼している」「どちらかという信頼している」を信頼している人として計算。
各メディア×各ジャンルの情報・コンテンツ接触者のn数はメディア・ジャンル毎に異なる。

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. NRI 8

- 本ワーキンググループにおいても、知る権利の充足などに必要となる情報空間の環境整備に対しては、公共放送を含む放送制度の議論だけでなく、民放や新聞等も含めた多元的な主体まで広げる必要性が指摘されている

(大谷構成員)

自分が知りたいかどうかにかかわらず、知っておいたほうがよい情報に触れることのできる情報源や視聴スタイルというのが放送にはあり、それこそが放送の公共的な価値。

ネット配信について、公共放送と民放の位置づけが、視聴者の時間を奪い合う競争関係と捉えるのではなく、**情報空間を支える社会インフラとして相互補完関係にあるものと捉える必要がある。**

(曾我部構成員)

情報空間の環境整備に関する論点は、本来は新聞業界の支援なども含めて幅広いものが考えられる。

直近では、伝統的かつ例外的に情報空間の環境整備のための国の政策が展開されてきた放送制度の改革が重要な意味をもち、とりわけ、純然たる放送制度の所産である公共放送に関する議論はその中核を占める。

(三友座長)

これからの議論を業界の問題として矮小化してはいけない。

重要なのは、時代の変化の中であって、メディアから情報を受ける国民にとって、より多様で、そして普段の生活のみならず災害時の非常時等、様々な意味で役に立つプログラムが提供されることである。

国民の受益の中身がよりリッチになるように必要なことは何か、議論を尽くすべき。

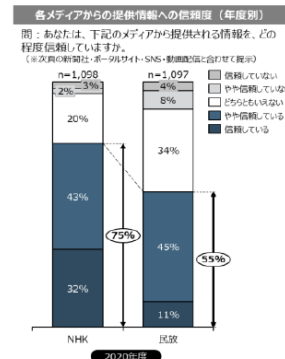
- デジタル時代において、放送を取り巻く環境は、インターネット動画配信サービスの伸長等による若者を中心とした「テレビ離れ」など、大きく変化し、情報空間はインターネットを含めて放送以外にも広がっている。
- 他方、インターネット空間では、人々の関心や注目の獲得ばかりが経済的な価値を持つアテンションエコノミーが形成され、フィルターバブルやエコーチェンバー、フェイクニュースといった問題も顕在化する中で、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る自由」の保障、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送の価値は、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルス（情報的健康）の確保の点で、むしろこのデジタル時代においてこそ、その役割に対する期待が増していると言える。

出所：デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ

公共放送の位置づけ

放送の公共性の中核的な担い手として想定され、実際にもその役割を果たしてきたのは公共放送ではないか。

- 放送の公共性の中核的な担い手としての公共放送
 - 放送法は、旧法下において社団法人日本放送協会のみが行っていた放送事業について、公共放送事業者と民間放送事業者とが、各々その長所を発揮するとともに、互いに他を啓もうし、各々その欠点を補い、放送により国民が十分福祉を享受することができるように図るべく、二本立て体制を採ることとした」（受信料判決）
 - 二元体制がとられているが、放送の公共性の中核的な担い手は公共放送であるNHKである。ヨーロッパ諸国などでは、民放の公共性も強調され、法制度上も一定の規律を受けているが、日本では民放に対する規律は少ない。
 - 「市民としての利益」と「消費者としての利益」との区別の必要性と、放送の公共性の核心は前者への寄与にある（次ページ参照）。



（次世代NHKに関する専門小委員会「次世代NHKに関する論点取りまとめ」（2020年）29頁）

https://www.nhk.or.jp/info/pr/kento/assets/pdf/sub_committee_report.pdf

（参考）市民の利益と消費者の利益との区別（英国の議論）

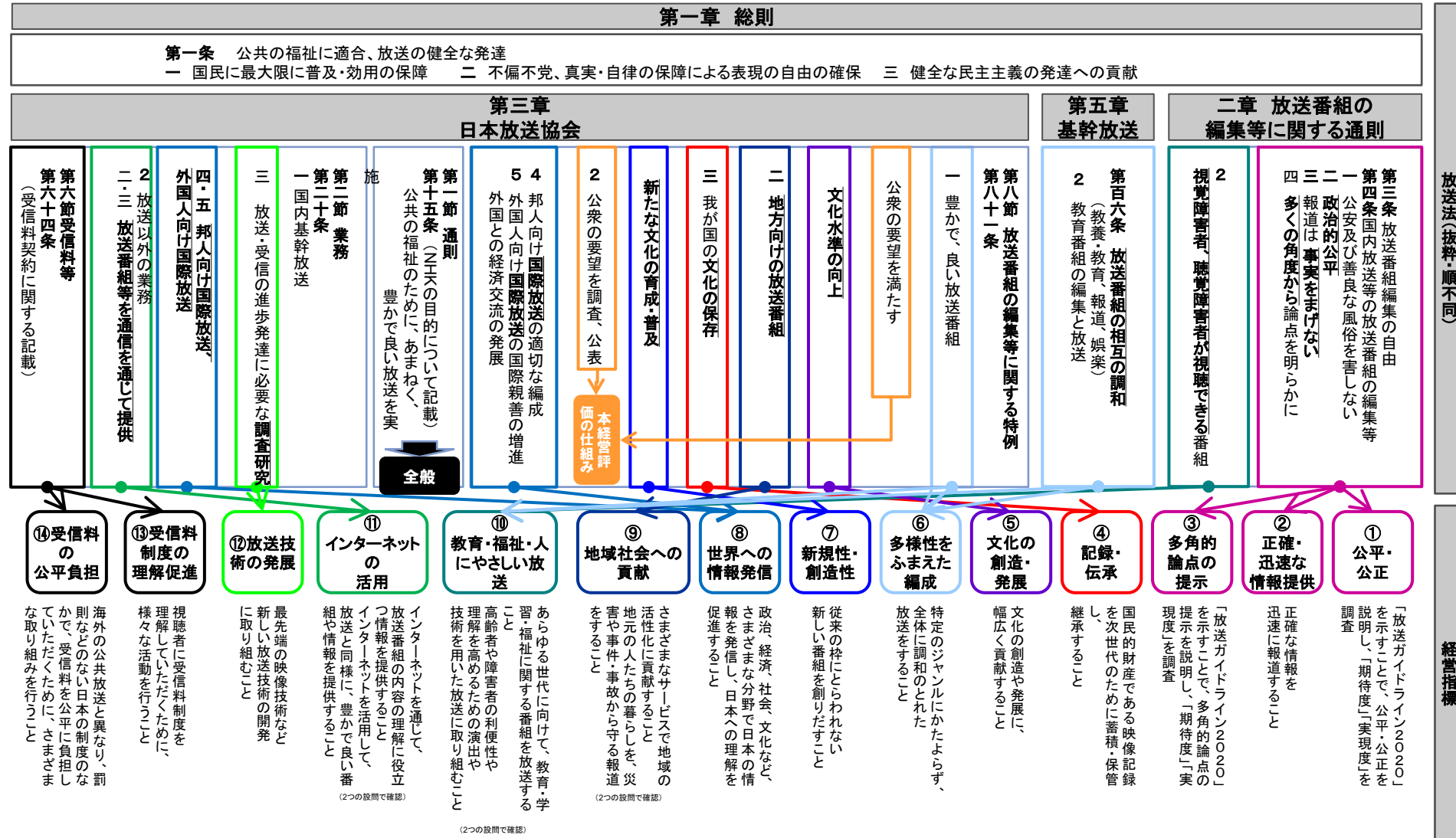
citizens' interestsは社会全体にもたらされる利益、consumers' interestsは個人にとっての利益と定義できる。

	各interestsの定義	Ofcomの認識
consumers' interests (消費者の利益)	（個人や企業としての）自分自身にとって良いこと - 一般的に消費者は、価格を下げ、選択肢を増やし、品質を改善することを望んでいる - より良い選択をするために、もしくは詐欺等の不正な行為から保護されるために、必要な情報やツールを求めている	- Ofcomの主要業務の一つに、consumers' interestsの促進も含まれている - 消費者の利益は通常、競争市場を促進することによってもたらされる - 一方、有害な行為から消費者を保護し、消費者が十分な情報に基づいた選択をするために必要な情報を確実に得るためには、市場介入も必要である
citizens' interests (市民の利益)	すべての市民が平等で、同じ権利と責任を持つこと。人々が社会に参加するために必要なサービス、コンテンツ、スキルにアクセスでき、適切に保護されること - 市民は、投票権や国民健康保険から自由に治療を受ける権利を行使する - 陪審員を務めたり、制限速度を守ったりと、責任を果たす	- Ofcomの主要業務の一つに、citizens' interestsの促進も含まれている - 社会が必要としているが、市場だけでは実現できないものが存在するならば、市場介入も必要である - たとえば、高速なブロードバンド・アクセスを遠隔地も含めた英国全土に普及させるには、市場が提供する以上のものを提供させる必要がある
留意点	ただし、citizens' interestsおよびconsumers' interestsは、曖昧な時がある - 通信サービスを利用して社会に参加するためには、消費者としてこれらのサービスにアクセスする必要がある。 - 携帯電話といった消費財は、聴覚障がい者がテキストメッセージを用いてコミュニケーションを取れるようになる等、障がい者の安全性の向上、ソーシャルネットワークの促進、社会参加の実現等に活用できる。	

次世代NHKに関する専門小委員会「検討に関する補足資料」27頁
（https://www.nhk.or.jp/info/pr/kento/assets/pdf/sub_committee_hosoku.pdf）

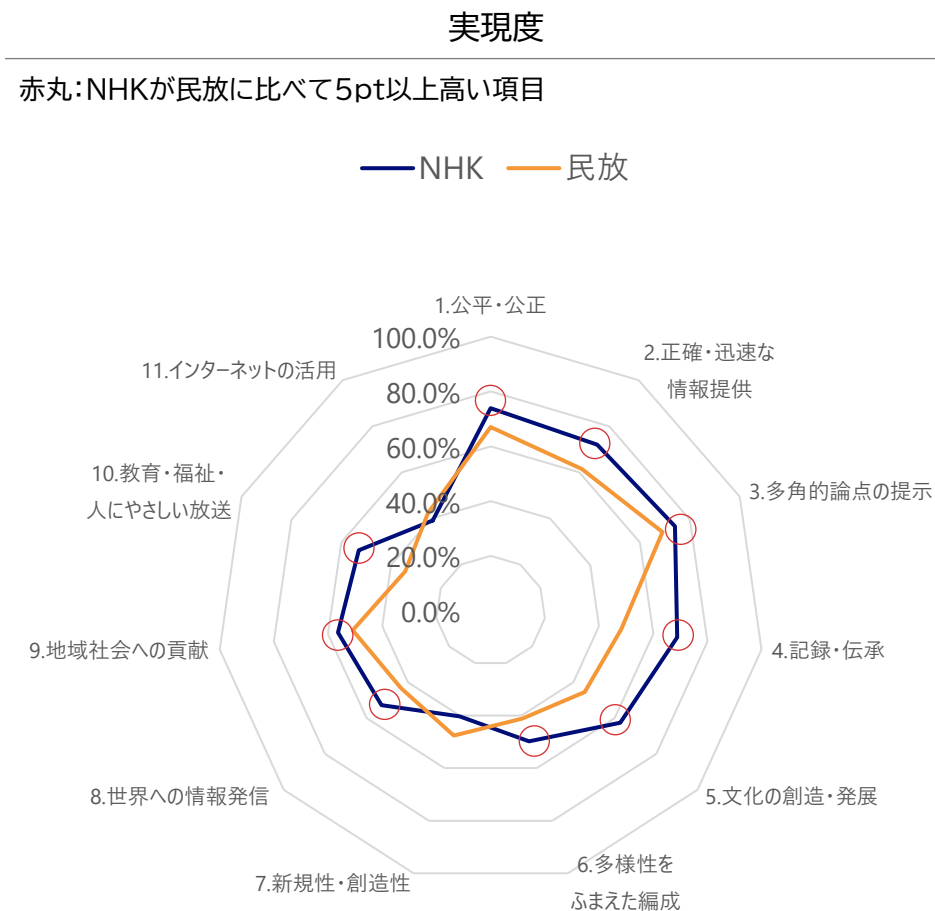
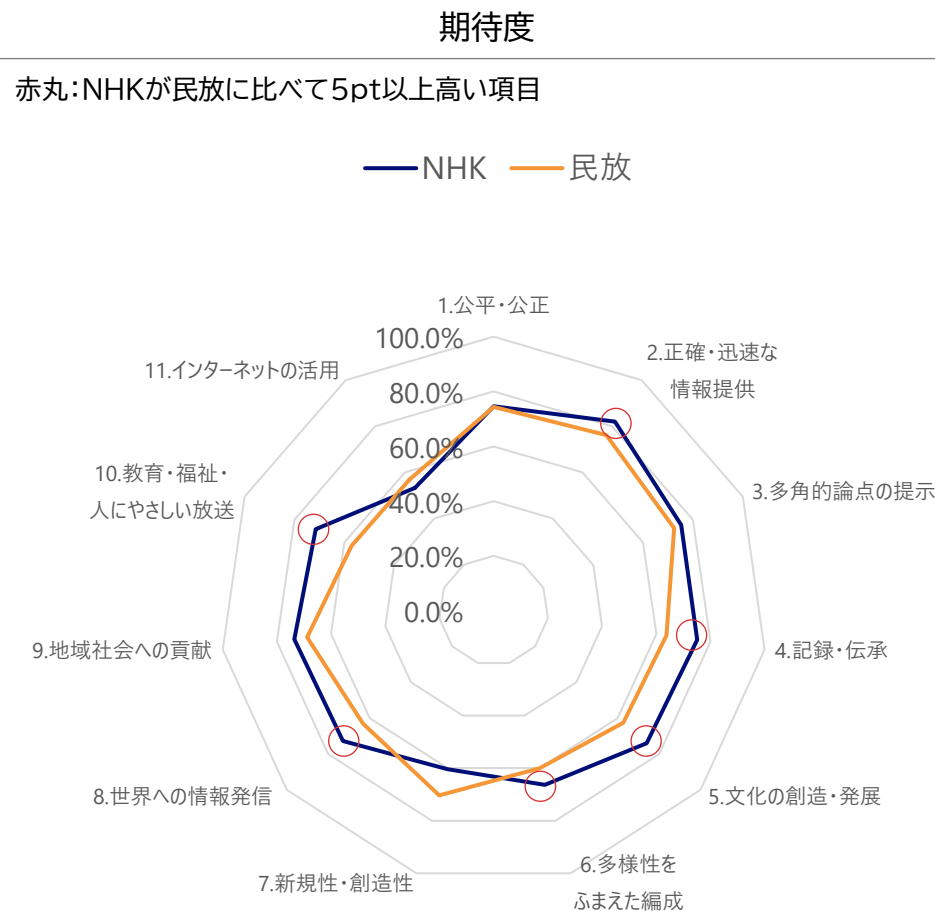
放送の二元体制とは何か

- NHKでは放送法に基づく指標を設定し、視聴者・国民からの期待・評価を定点的に観測している



放送における二元体制の評価

- 「4. 記録伝承」「5. 文化の創造・発展」「6. 多様性」「10. 教育・福祉」等でNHKに対する期待が民放よりも高い
- 公共放送と民放の二元体制は、このような差異を相互補完し、切磋琢磨していると言えるのではないか



※期待度は各項目に対して「期待している」「どちらかというと期待している」、実現度は各項目に対してNHKが「実現している」「どちらかというと実現している」と回答した人の割合
 出所) NHK世論調査(2022年7月、層化二段階抽出法で抽出した全国16歳以上の男女3600名への郵送調査、有効回答数1816)

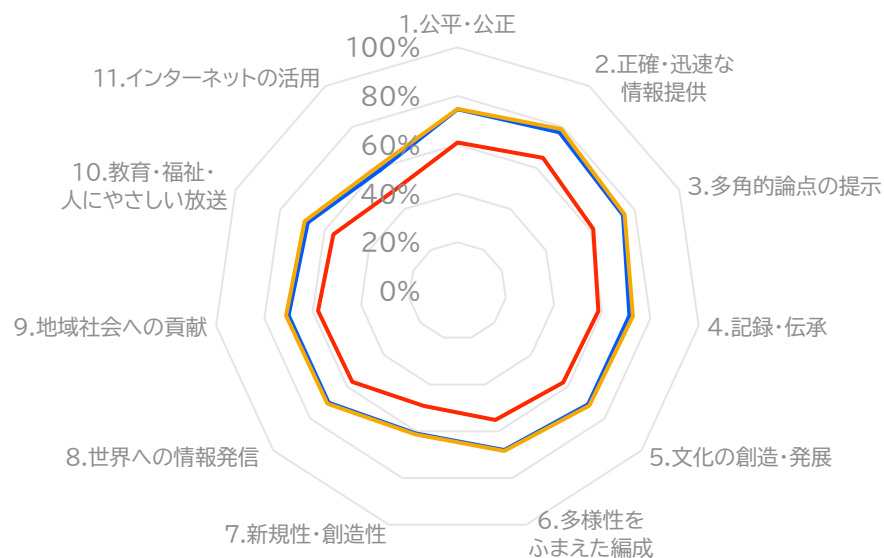
*「民放」については、回答者がもっともよく見る民放を想定して回答。

(参考) 新聞読者におけるNHKの評価

- 新聞読者はNHKへの期待や評価が高く、相乗効果により情報空間に貢献することを期待していると言えるのではないか
- 同時に、この関係は、情報空間における多元性確保時の前提と言えるのではないか

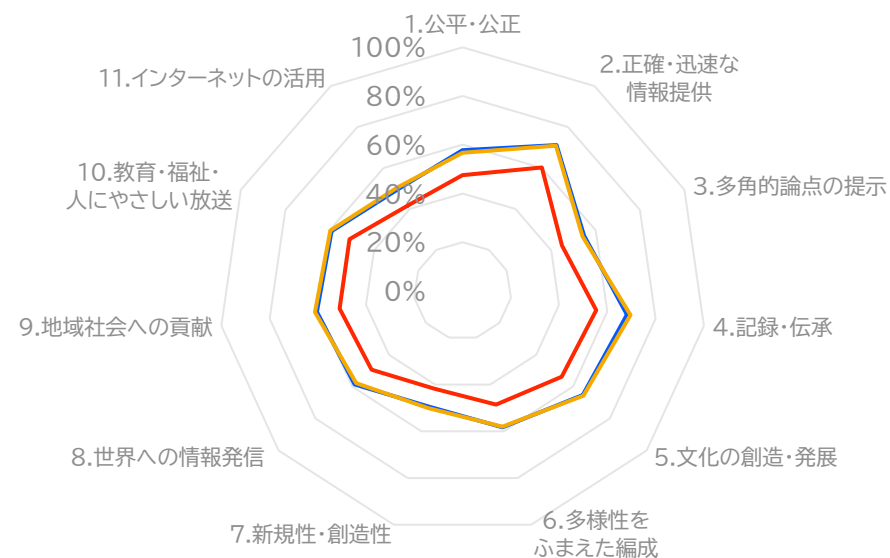
NHKへの期待度

— 全体平均 (N=2463) — 新聞読者 (N=1043) — 新聞読者かつネットヘビー層 (N=835)



NHKの実現度評価

— 全体平均 (N=2463) — 新聞読者 (N=1043) — 新聞読者かつネットヘビー層 (N=835)



期待度は各項目に対して「期待している」「どちらかという期待している」、実現度は各項目に対してNHKが「実現している」「どちらかという実現している」と回答した人の割合

新聞読者：新聞を月に1度以上読んでいると回答した人

ネットヘビー層：ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、

NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

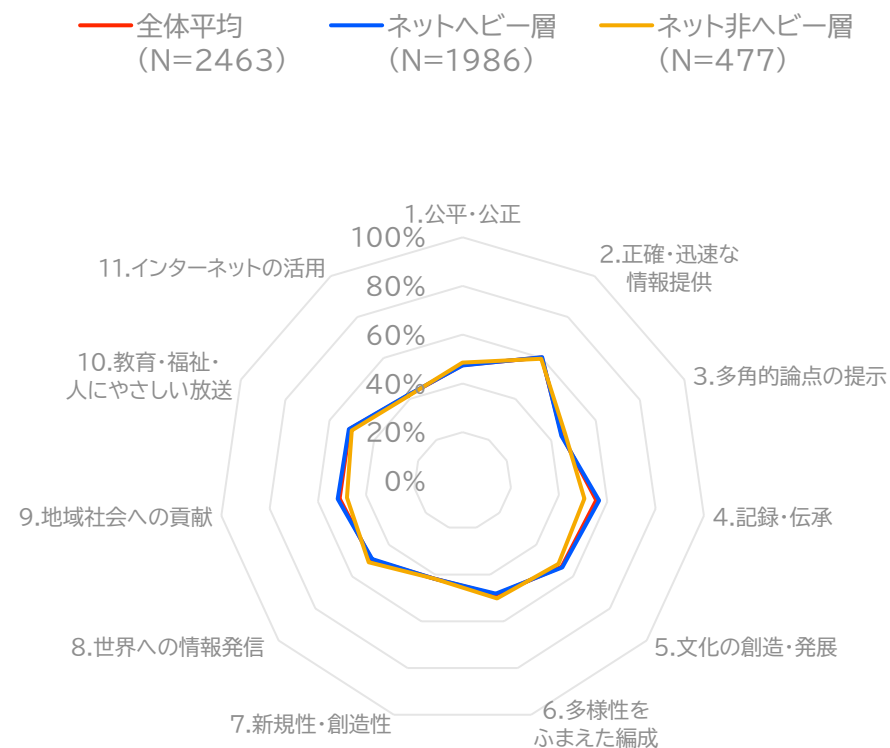
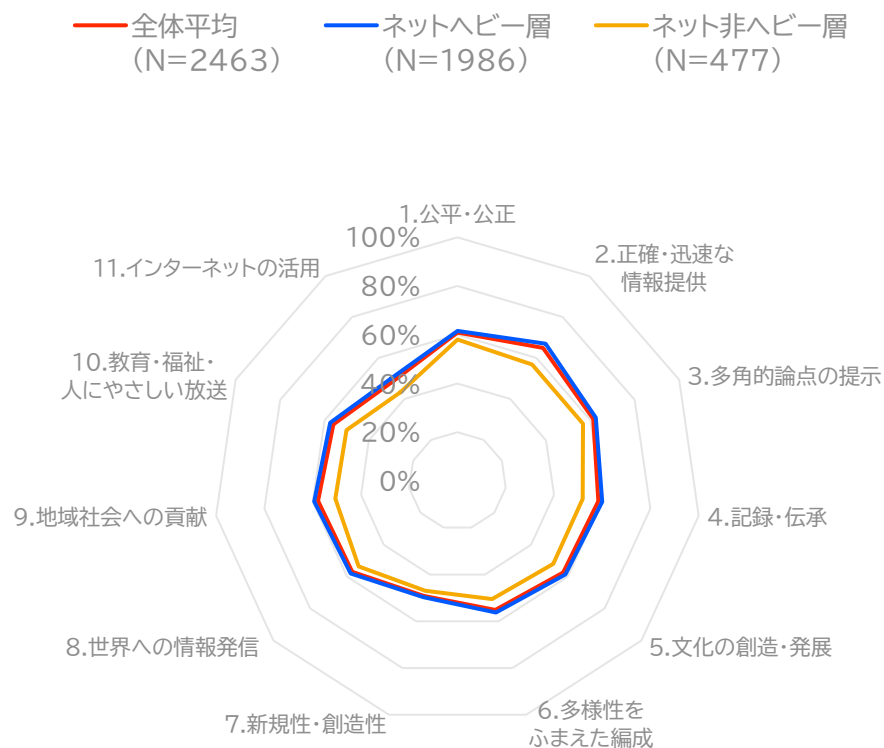
出所：NHK調査（2022年10月 全国15～79歳男女、インターネット調査、N=2463）

ネットで情報収集する人におけるNHKへの期待

- NHKの各公共的役割に対し、6～8割が期待をしている
- インターネットサービスを活用して情報収集する人は、全体平均と比べてややNHKへの期待や評価が高い

NHKへの期待度

NHKの実現度評価



期待度は各項目に対して「期待している」「どちらかという期待している」、実現度は各項目に対してNHKが「実現している」「どちらかという実現している」と回答した人の割合
ネットヘビー層：ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

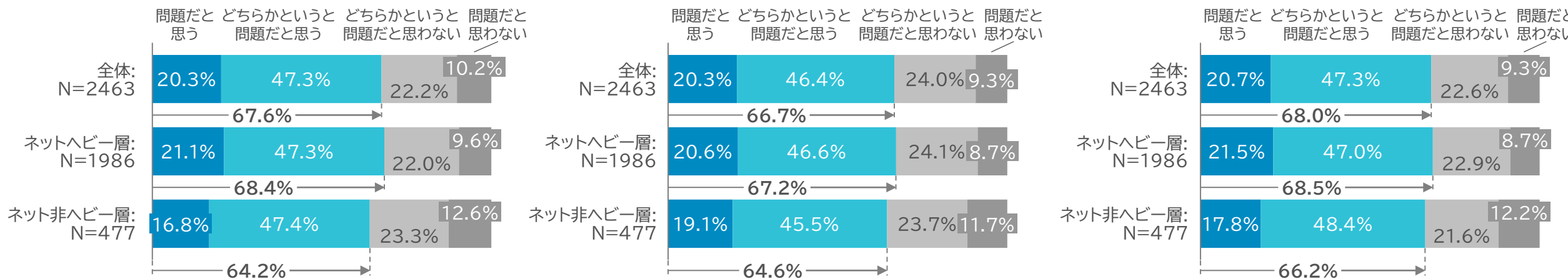
- 全体でもネットヘビー層でも、動画配信サービスの普及により「若者に社会にとって必要な情報が届けられなくなる」「日本の文化・社会等を題材とした日本らしいコンテンツがなくなる」「日本の国際社会の中でのプレゼンスが低下すること」に対して7割弱が問題視（→修正経営計画方針の前提への賛意）

近年、NetflixやAmazon Prime Video等のインターネット動画配信サービスが普及してきていますが、放送事業者がその環境変化に対応しきれておらず、若者層を中心にテレビを視聴する人が減っていると言われています。そのことにより、若者層を中心に、政治や選挙情報、社会全体で共有し考えるべき課題等の社会にとって必要とされる基本的な情報が共有されにくくなる可能性が指摘されています。

NetflixやAmazon Prime Video等の海外の動画配信サービスが今後さらに普及してくることによって、今後、日本のメディアの経営が厳しくなり、立ち行かなくなる(つぶれる)ところも出てくる可能性があります。海外の事業者が、なるべく多くの世界の視聴者に見てもらうことのみを優先してコンテンツを制作するあまり、一見日本風ではあるものの、日本人視点で見ると違和感のあるコンテンツのみが広まり、日本の文化・社会等を題材とした日本らしいコンテンツがなくなる可能性が指摘されています。

NetflixやAmazon Prime Video等の海外の動画配信サービスが今後さらに普及してくることによって、今後、日本のメディアの経営が厳しくなり、立ち行かなくなる(つぶれる)ところも出てくる可能性があります。それにより、国際社会に対して、正確な日本の文化・伝統や社会情勢を発信するメディアが減り、日本の国際社会の中でのプレゼンス(存在感や影響力)が低下する可能性が指摘されています。

Q.あなたは、このことを問題だと思えますか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層：ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

3. 今後の議論にあたって～情報空間全体への貢献

②寄与できること、すべきことは何か：放送と同じ価値・異なる態様

放送と同じ価値・異なる態様：教育コンテンツへの期待

- 教育格差解決のために、家庭環境に関わらず受けられる教育や学習支援サービスが必要という考えに「賛成」の人は全体の8割超であり、6割弱の方は、NHKがネットを活用したサービスで支援することを期待

置かれた環境によって受けることができる教育に不平等が生まれてしまう教育格差が、新型コロナウイルスをきっかけに拡大したと指摘されています。

特に子どもでは問題が深刻で、コロナにより学級閉鎖やオンライン授業が行われましたが、裕福な家庭では子どもを塾に通わせたり、自身で教えたりして対処をした一方、裕福でない家庭ではその余裕がなく、学級閉鎖で授業が受けられない子どもの学力が低下し、教育格差が広がったと考えられています。

この教育格差を解決するためには、**家庭環境に関わらずに手軽に受けられる学校以外の教育や学習支援サービスが必要**だという意見があります。

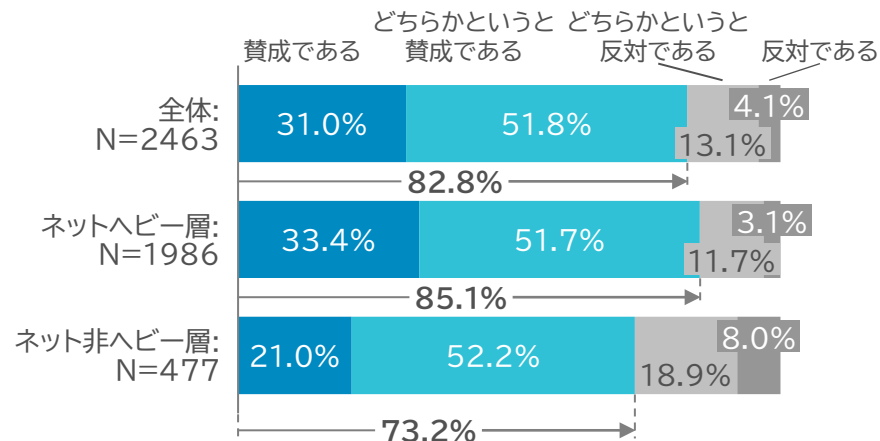
教育格差を解決するために、NHKはこれまで教育テレビ(Eテレ)で学習番組を提供する等して対処を行っています。しかし、近年必修化されたプログラミング等についてこれまでのような放送による提供だけでは

習得が難しいため、海外の公共放送局では以下のような一定の双方向性を備えたサイト等を通じ、最低限の環境でも学習ができるように支援するサービスを提供しています。

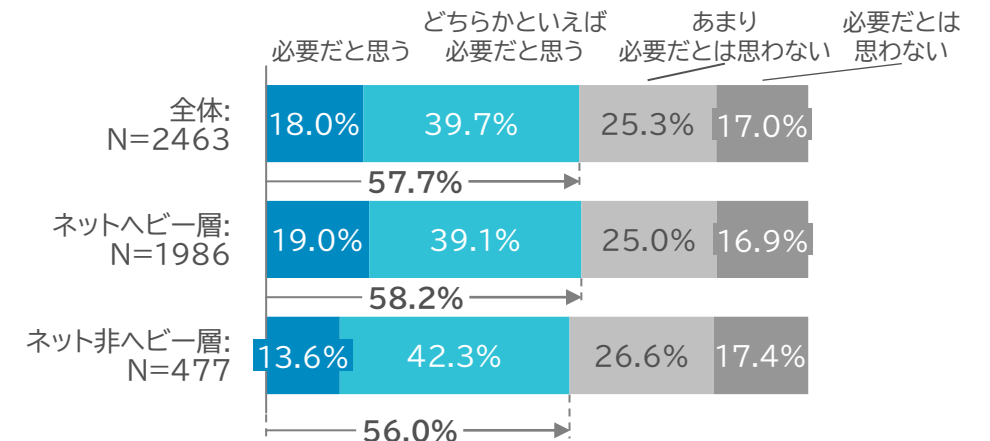
そこでNHKにも、海外の放送局と同様に**インターネットを通じて学習できるサービスを提供すべき**だという意見があります。



Q.あなたはどのように思いますか。(ひとつだけ)【必須】



Q.あなたは、このようなサービスを、NHKが提供することは、社会にとって必要だと思いますか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

放送と同じ価値・異なる態様：フェイク・分断への対応

・ フェイク（分断）アラート（第一期社会実証③）

インターネット特有の“分断”等の課題について、放送の効用（基本的な情報の共有（同報性）、多元性）で対応することを企図しているもの

➡インターネット特有の課題について、行動変容を促す効果が確認された

注目ワード ウクライナ情勢 北朝鮮 ミサイル 事故 旧統一教会 新型コロナウイルス 国内感染者数
サッカーW杯 カタール大会 ニュース深掘り

JUST IN トルコ イスタンブールで爆発 6人死亡53人けが テロの可能性も



プーチン大統領 演説【詳細】「戦勝記念日」式典

2022年5月9日 18時01分 シェアする

ロシアでは9日、第2次世界大戦で旧ソビエトがナチス・ドイツに勝利した戦勝記念式典を迎えました。

ロシアのプーチン大統領は戦勝記念日の式典の演説で「ロシアにとって受け入れられず脅威が国境付近にある」と述べ、ウクライナへの軍事侵攻を改めて正当化しました。



ソーシャルランキング

この2時間のツイートが多い記事です



JUST IN トルコ イスタンブールで爆発 6人死亡53人けが テロの可能性も

こちらの記事の情報は意見の分断や偏った見方を示唆する可能性があります。

注意喚起とともにシェアしませんか？

意見の分断に注意

ロシア + 戦争

プーチン大統領 演説【詳細】「戦勝記念日」式典 | NHK | ウクライナ情勢

ネットワーク図と元記事をシェアする

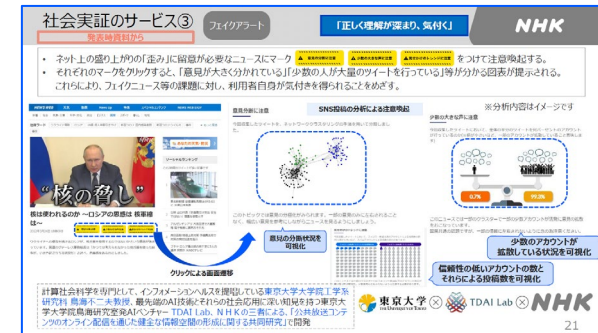
意見の分断に注意

ロシア + 戦争

「ロシア+戦争」に関する意見の分断について解説 | NHK

ネットワーク図とその分析記事をシェアする

元の記事をそのままシェアする



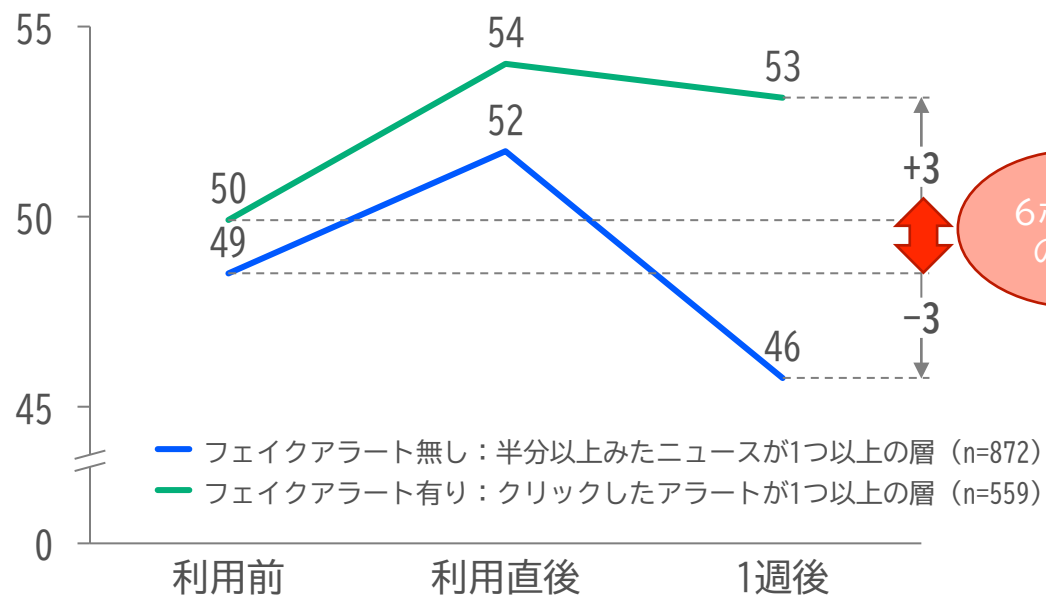
・分断のネットワーク図を見た層は、より慎重に各種情報に対処するようになった（時間をおいて効果・効用を分析）

・分断状況そのものを共有し、情報空間全体に寄与しようとする傾向も観察された（利用者の7割弱）

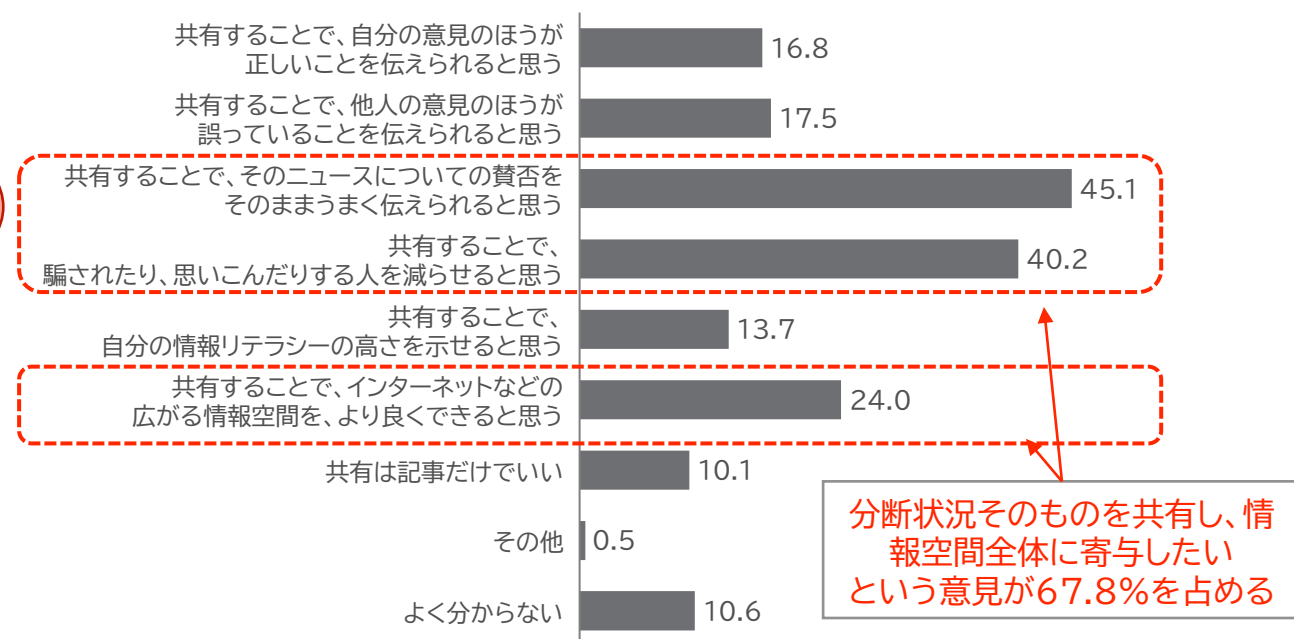
(参考) フェイク (分断) アラート：行動変容の効果分析

- フェイクアラート利用有無による行動変容の差を明らかにするサービスの実証調査を実施
 - グループを二つに分けて調査（フェイクアラート無しの通常のニュースサイト利用、フェイクアラート有りのニュースサイト利用）。1週間後に再度調査を行い、効果が継続しているか分析
- ネットワーク図を見た層は、より慎重に各種情報に対処するようになった
 - フェイクアラートサービス利用者は、サービス利用直後に「情報・コンテンツの真偽を確認するようにする」と回答した人が増え、さらに1週間後も継続
 - 一方、フェイクアラート無しのサービス利用者は、サービス利用直後に「情報・コンテンツの真偽を確認するようにする」と回答した人が増えたが、1週間後には元の水準に戻った
- 分断状況そのものを共有し、情報空間全体に寄与しようとする傾向も観察された

Q.あなたが、ふだんメディアを利用をする際に気を付けたいと思っていることについて、あてはまると思うものをお知らせください。
情報・コンテンツの真偽を確認するようにする



Q.共有機能について、どのように評価しますか。
以下の中からあてはまるものをすべてお知らせください。(いくつでも)【必須】
(母数:ネットワーク図を見た人の中で、共有機能を利用して、ニュースを共有したいと回答した人388人(見た人の中の58%))



（参考）社会貢献・業界貢献、オープンイノベーション

・ フェイク（分断）アラート（第一期社会実証③）

その分析アルゴリズムについては、論文の形で公開（学会誌投稿中）

How Many Tweets Do We Need?: Efficient Mining of Short-Term Polarized Topics on Twitter: A Case Study From Japan

ABSTRACT

In recent years, social media has been criticized for yielding polarization. Identifying emerging disagreements and growing polarization is important for journalists to create alerts and provide more balanced coverage. While recent studies have shown the existence of polarization on social media, they primarily focused on limited topics such as politics with a large volume of data collected in the long term, especially over months or years. While these findings are helpful, they are too late to create an alert immediately. To address this gap, we develop a domain-agnostic mining method to identify polarized topics on Twitter in a short-term period, namely 12 hours. As a result, we find that daily Japanese news-related topics in early 2022 were polarized by 31.6% within a 12-hour range. We also analyzed that they tend to construct information diffusion networks with a relatively high average degree, and half of the tweets are created by a relatively small number of people. However, it is very costly and impractical to collect a large volume of tweets daily on many topics and monitor the polarization due to the limitations of the Twitter API. To make it more cost-efficient, we also develop a prediction method using machine learning techniques to estimate the polarization level using randomly collected tweets leveraging the network information. Extensive experiments show a significant saving in collection costs compared to baseline methods. In particular, our approach achieves F-score of 0.85, requiring 4,000 tweets, 4x savings than the baseline. To the best of our knowledge, our work is the first to predict the polarization level of the topics with low-resource tweets. Our findings have profound implications for the news media, allowing journalists to detect and disseminate polarizing information quickly and efficiently.

CCS CONCEPTS

• Information systems → Social networks.

KEYWORDS

computational social science, polarization, twitter, network analysis

ACM Reference Format:

Anonymous Author(s). 2023. How Many Tweets Do We Need?: Efficient Mining of Short-Term Polarized Topics on Twitter: A Case Study From Japan. In *Proceedings of The Web Conference 2023 (WWW '23)*, May 1–5, 2023, Seattle, WA, USA. ACM, New York, NY, USA. <https://doi.org/10.1145/3576204.3576204>

1 INTRODUCTION

The advent of social media had a profound impact on society, re-defining how we obtain information. The traditional one-to-many information spreading has shifted to many-to-many communication, as anyone can easily speak up and share and choose whom to follow and with whom to interact. However, this decentralized nature of social media encourages users to interact with information mostly aligned with their beliefs[18] and has been criticized for fostering filter bubbles[31] and political polarization[29, 34]. A recent study[11] reported that misinformation might quickly propagate when the polarization level is high.

The rise of daily news is shaping distinct communication networks on social media. Identifying the emerging disagreements and growing polarization on social media is crucial for journalists to create alerts and provide more balanced coverage. A recent research[15] suggests that by presenting social media users with a bird's eye view of an ideologically fragmented social network and asking them to identify their positions within it, can help cultivate intellectual humility and motivate more diverse content-sharing and information-seeking behaviors.

Though many studies have shown the existence of polarization on social media, prior studies are limited in two main ways. First, previous research mainly observed polarization on social networks collected for more than a month or years [9, 14]. These findings are helpful but too late to create alerts immediately. To our knowledge, no studies have examined polarization in the short term, less than a day. Second, prior research typically focused on a single or a minimal set of related topics, usually political issues. Various topics are debated daily, and polarization may occur on non-political subjects. Furthermore, most studies have been conducted in the United States context. The U.S. has a strong two-party system characterized by ideological and affective polarization along party lines. Such partisans are rarely seen in other countries.

Therefore, our study aims to better understand the nature of the polarized topic in the short term on Twitter on various topics. However, the expensive cost of data collection due to the limitations of the API hinders the analysis of a wide variety of topics every day. This limitation suggests the potential need for an efficient approach, which would require small subsets of tweets to predict the polarization level. Consequently, our work aims to answer three questions:

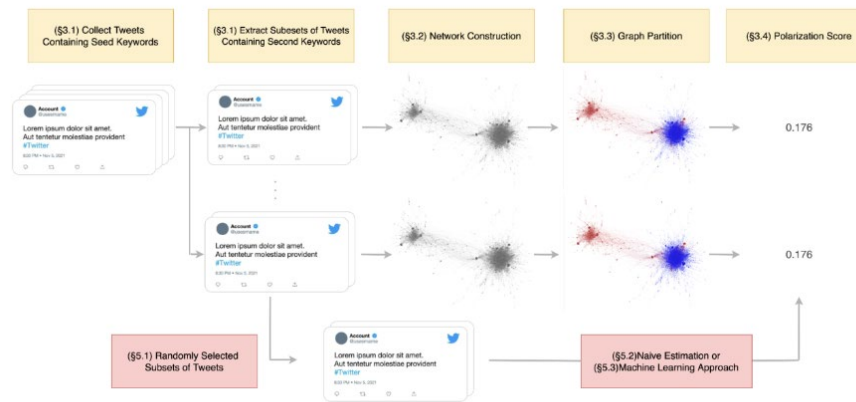


Figure 1: Overview of our polarized topic detection.

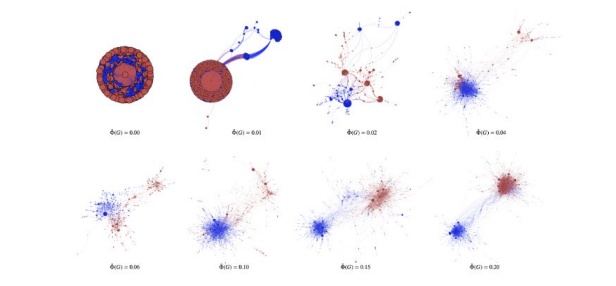
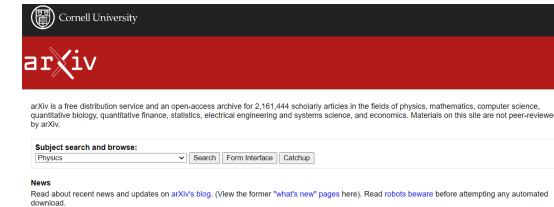


Figure 5: Sample retweet network visualized using the ForceAtlas2 algorithm with calculated polarization scores $\Phi(G)$.

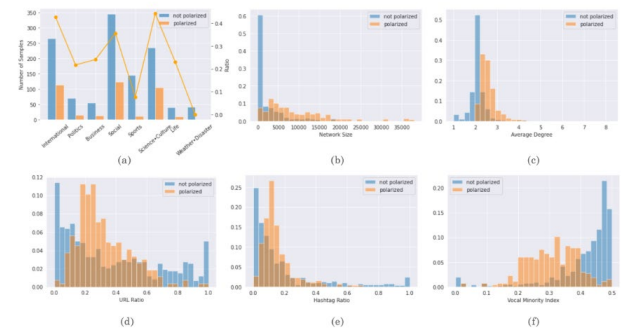


Figure 6: Comparison of the characteristics of the network between polarized and non-polarized topics: (a) news genre, (b) network size, (c) average degree, (d) (e) ratio of the use of Hashtags and URLs, and (f) vocal minority.

・ 同技術は特許出願中（なお、放送局・新聞社からの要望があれば提供想定）

・ 一望・連続再生（第一期社会実証⑥）

インターネット特有の“分断”等の課題について、放送の効用

（基本的な情報の共有（同報性）、多元性）で対応することを企図しているもの

➡放送での“総合編成”と同様の効用がネットにもたされることを確認



放送した番組のエピソードやニュース記事を視聴・閲覧・検索など

視聴・閲覧している番組や記事の抽出

多角的視点を加味してコンテンツを動的に編成

とりあえずつけておくだけで、知りたい話題だけでなく、自動的に多様なジャンルの番組、最新・重要ニュースなども併せて連続的に視聴できる

- ✓ 説明性があるプレイリスト
- ✓ 最新のニュース
- ✓ ジャンルや地域軸のプレイリスト

機能の
ON/OFF

- 令和3年8月27日、総務省より、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検証のため、テレビを保有していない方々を対象とした社会実証実施の要請
- NHKの新たな在り方に繋げることを目指し、情報空間におけるNHKの意義や存在価値の確認を実施

NHKプラスのサービス概要とネット配信社会実証

47

- ◆ NHKプラスはインターネットでNHKの地上波放送番組（総合テレビ・教育テレビの放送番組）を視聴できる動画配信サービス。
- ◆ NHKプラスは利用者に対価を求めることなく実施されるが、受信契約を確認できない者に対しては、同時配信の画面上に受信契約を確認するための情報提供を求めるメッセージを表示し、見逃し番組配信を利用不可とすることとしている。
- ◆ 2021年9月末時点で、NHKプラスのID登録完了数は約175万件となっている。

放送同時配信



どこでもNHKの番組を楽しめる
総合テレビやEテレの番組を放送と同時に視聴できます。

追いかけて再生

放送中に、番組の冒頭や途中に戻って視聴できます。

※画面はイメージです

※同時配信は、原則5：00～24：00の提供。

見逃し番組配信



いつでもNHKの番組を楽しめる
総合テレビやEテレの番組を放送終了後から7日間視聴できます。

プレイリスト

ジャンルやテーマ別に見逃し番組を並べ、番組を見つけやすくなりました。

※画面はイメージです

(NHKプラス リーフレットより作成)

ネット配信社会実証

- NHKが提供する同時配信サービス・見逃し配信サービス（NHKプラス）については、**現在、受信契約者のみが視聴可能（テレビを保有していないネットのみの利用者は視聴不可）**。
- 令和3年8月27日、NHKに対し、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者を対象として、放送番組等の配信を行う社会実証の実施について要請**。
- 社会実証の詳細は、現在、NHKにおいて検討中であり、**令和4年4月以降に開始予定**。

NHKが社会実証で目指すこと

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）日本放送協会資料より

NHK

総務省の要請を受け、情報空間におけるNHKの意義、役割の確認のため、社会実証を実施した。

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の新たな在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

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（第1回）

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（第10回）インターネットでの社会実証（第一期）結果報告

- 社会実証の対象者から、情報空間におけるNHKの意義や存在価値に対し7割程度の有用性を確認した
- また、テレビ層についても同様の結果となった

社会実証の評価

NHK

3つの機能、それを実装したサービス（機能）への評価は高く、一定の評価ができるのではないかな。

情報空間の課題	3つの機能	個別機能への評価												
フェイクニュース レコメンデーション SNS上の極端な意見	正しく理解が深まり、気付く	<table><tr><th>個別機能</th><th>解決する社会課題（対象）</th><th>数値</th></tr><tr><td>フェイクアラート</td><td>アラートマーク</td><td>フェイクニュース（自身）72.0%</td></tr><tr><td>フェイクアラート</td><td>意見の分断状況を可視化</td><td>社会的分断（自身）74.9%</td></tr><tr><td>地域ニュース</td><td>地図上で各地の違いや多様性を可視化</td><td>違いや多様性の理解（社会）79.7%</td></tr></table>	個別機能	解決する社会課題（対象）	数値	フェイクアラート	アラートマーク	フェイクニュース（自身）72.0%	フェイクアラート	意見の分断状況を可視化	社会的分断（自身）74.9%	地域ニュース	地図上で各地の違いや多様性を可視化	違いや多様性の理解（社会）79.7%
個別機能	解決する社会課題（対象）	数値												
フェイクアラート	アラートマーク	フェイクニュース（自身）72.0%												
フェイクアラート	意見の分断状況を可視化	社会的分断（自身）74.9%												
地域ニュース	地図上で各地の違いや多様性を可視化	違いや多様性の理解（社会）79.7%												
レコメンデーション SNS上の極端な意見	知識が広がり、つながる	<table><tr><td>NEWS WEB</td><td>関連ニュースを多角的な視点で提示</td><td>信頼できる情報・幅広い情報を見つける（社会）77.3%</td></tr><tr><td>NEWS WEB</td><td>関連番組を幅広く分野を超えて提供</td><td>備ったレコメンド（社会）75.6%</td></tr><tr><td>一瞥・連続再生</td><td>連続再生で他のニュースを提示</td><td>備ることなく知識をつなげたり、社会の全体像を把握（社会）66.1%</td></tr></table>	NEWS WEB	関連ニュースを多角的な視点で提示	信頼できる情報・幅広い情報を見つける（社会）77.3%	NEWS WEB	関連番組を幅広く分野を超えて提供	備ったレコメンド（社会）75.6%	一瞥・連続再生	連続再生で他のニュースを提示	備ることなく知識をつなげたり、社会の全体像を把握（社会）66.1%			
NEWS WEB	関連ニュースを多角的な視点で提示	信頼できる情報・幅広い情報を見つける（社会）77.3%												
NEWS WEB	関連番組を幅広く分野を超えて提供	備ったレコメンド（社会）75.6%												
一瞥・連続再生	連続再生で他のニュースを提示	備ることなく知識をつなげたり、社会の全体像を把握（社会）66.1%												
アクセス問題 メディアリテラシー	簡単に、必要な情報が見つかる	<table><tr><td>災害マップ</td><td>災害情報のマップ化・累積化</td><td>防災・減災（社会）81.2%</td></tr><tr><td>一瞥・連続再生</td><td>適切な編集方針でニュースの一瞥が可能</td><td>知識や視野を広げる（社会）64.1%</td></tr><tr><td>地域文化</td><td>位置情報から動画等で地域文化を発見</td><td>各地域の文化を発見（社会）68.8%</td></tr></table>	災害マップ	災害情報のマップ化・累積化	防災・減災（社会）81.2%	一瞥・連続再生	適切な編集方針でニュースの一瞥が可能	知識や視野を広げる（社会）64.1%	地域文化	位置情報から動画等で地域文化を発見	各地域の文化を発見（社会）68.8%			
災害マップ	災害情報のマップ化・累積化	防災・減災（社会）81.2%												
一瞥・連続再生	適切な編集方針でニュースの一瞥が可能	知識や視野を広げる（社会）64.1%												
地域文化	位置情報から動画等で地域文化を発見	各地域の文化を発見（社会）68.8%												

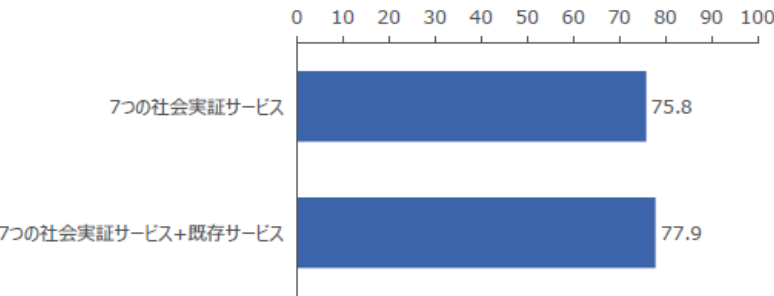
44

“テレビ層”の社会実証への評価

NHK

- 今回の社会実証の対象者は「テレビを全く/ほとんど見ない方々」であるが、残りの「テレビを見る方々」（「テレビ層」）が、本社会実証の各サービスをNHKが提供することが社会にとって必要かどうかを確認を行った。
- その結果、テレビ層の**75.8%**が、7つの社会実証サービスのいずれかについて「社会にとって必要」と回答した。
- また、7つのサービスに、既存インターネットサービスである「NHK NEWS WEB」「NHKプラス」を加えて確認したところ、**77.9%**となった。

社会にとっての必要性（%） いずれかのサービスに対して「必要だと思う」「どちらかという必要だと思う」と回答した人の割合



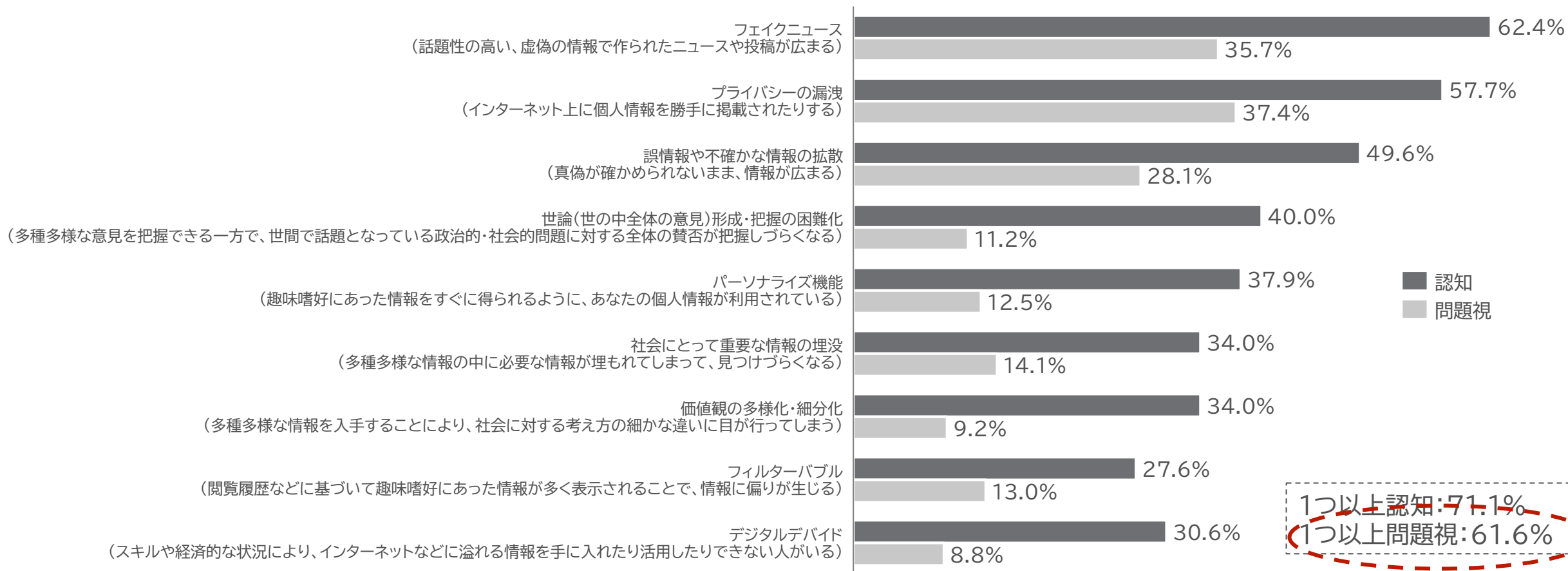
Q.あなたは、上記のようなサービスを、NHKが提供することは、社会にとって必要だと思いますか。（単一回答）

出所：【NHK調査】2022年5月 ウェブ調査 調査会社/パネルカウリットを行った全国3,043人のうち、テレビ層1,251人が対象

52

- ネットに慣れているであろう「非テレビ層」でも、フェイクニュースやプライバシーの漏洩といった課題に対する問題意識を持っている人は少なくない

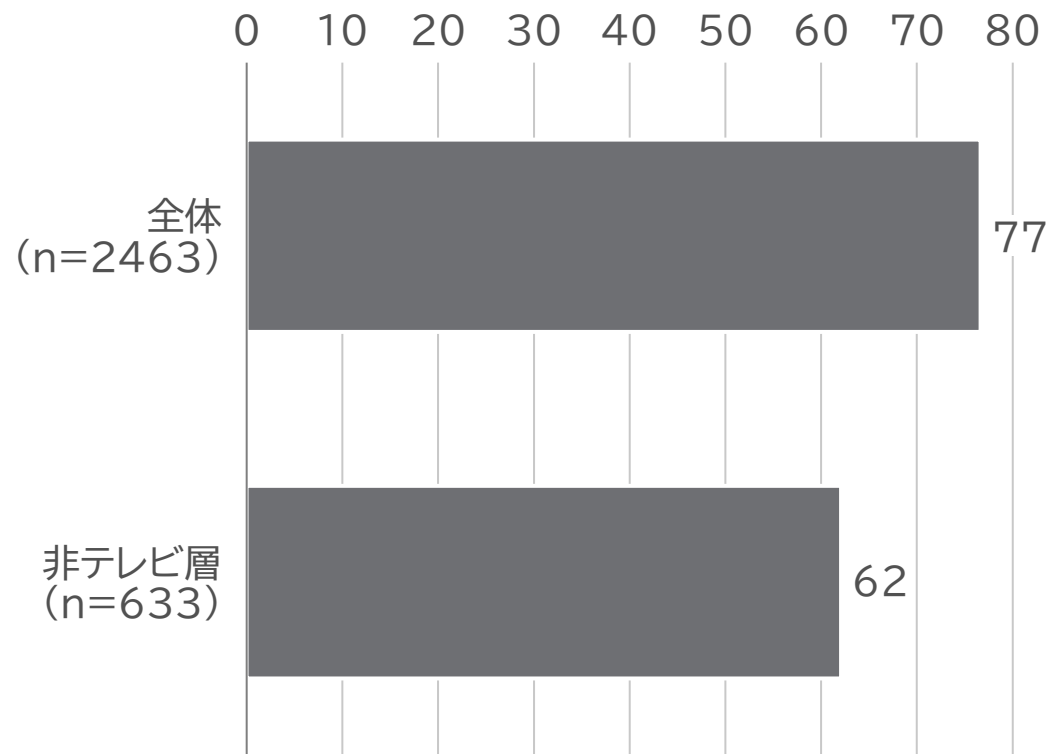
Q.インターネットによる情報取得が広く行われるようになり、利便性が高まる一方で、現代社会にはさまざまな問題が起きていると言われています。それらを表す以下の言葉の意味するものをあなたは知っていましたか。また、ご自身で問題だと感じていますか。



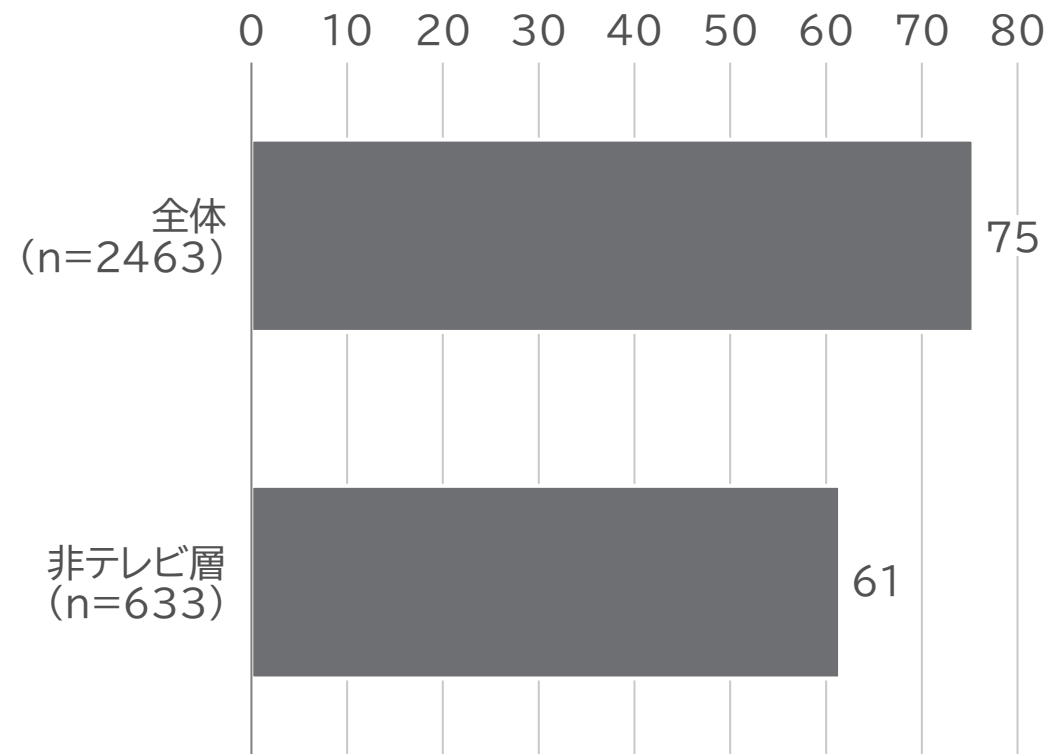
母数: 非テレビ層 (n=633) 平日と休日のテレビ視聴時間が両方とも1時間以下の層

- 非テレビ層でも、公共的役割に対し1つ以上期待している人が約6割存在

NHKの公共的役割に対して、1つ以上期待していると回答した人(%)



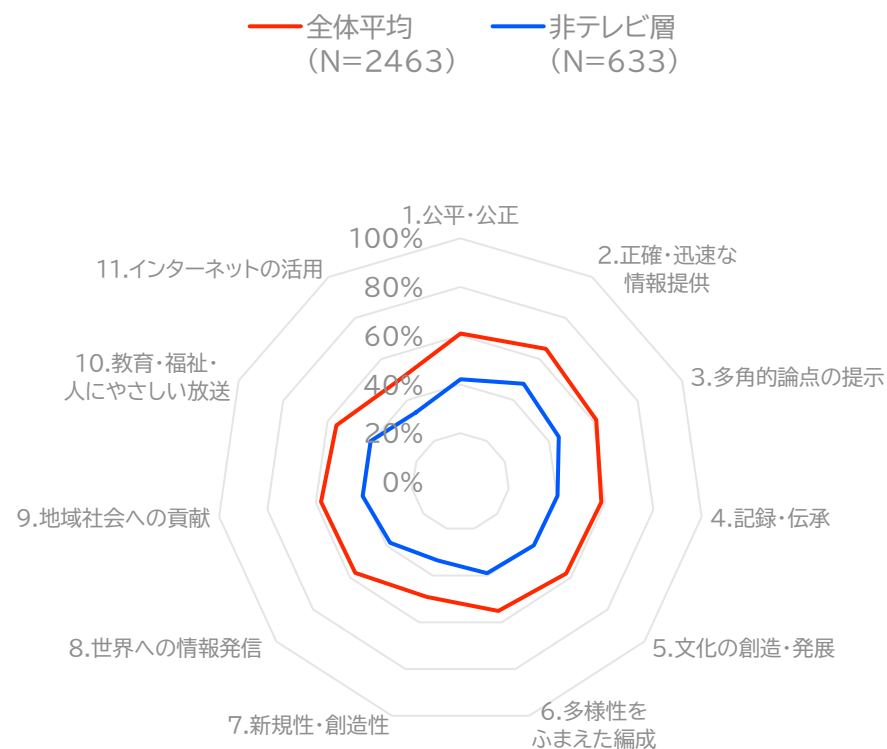
NHKの公共的役割に対して、1つ以上実現していると回答した人(%)



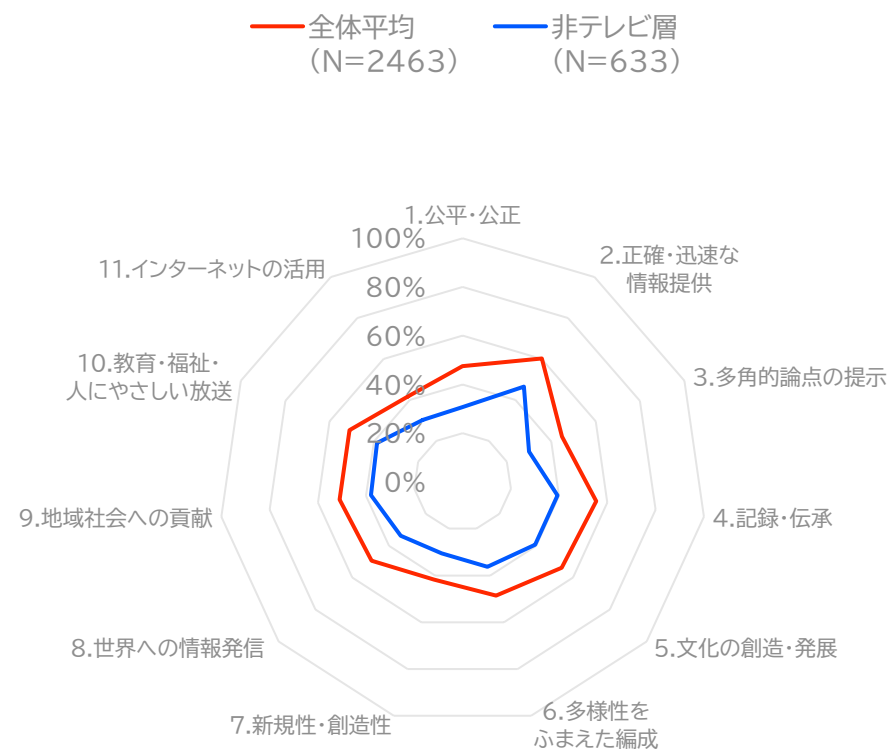
(参考) 非テレビ層のNHKへの期待

- 非テレビ層でも、約5割程度の期待を示している項目がある(役割を1つ以上期待している人は62%)
- 評価軸は全体と同じ傾向であることが分かる

NHKへの期待度



NHKの実現度評価



期待度は各項目に対して「期待している」「どちらかという期待している」、実現度は各項目に対してNHKが「実現している」「どちらかという実現している」と回答した人の割合
 非テレビ層: 平日と休日のテレビ視聴時間が両方とも1時間以下の層

出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

- テレビ非保有者と想定される方より、NHKプラスを登録/利用したいがテレビを持っていないため受信契約ができない旨の問い合わせ、SNSでの書き込み等が少なくない状況であり、テレビ非保有者のご要望が観察できる

コールセンターに寄せられた声(一部):

(視聴者からの声はサービス開始以来、継続して寄せられており、10月には12件の要望、問い合わせを確認している)

- ・テレビを持ちたくないだけなのに、どうしてNHKプラスを見られないのか
- ・払ってもいいと思っているのに、どうして見られないのか
- ・テレビがないまま受信契約ができないのはなぜか

SNSで語られている声(一部):

(開始以降、月数件レベルでコンスタントに言及されている)

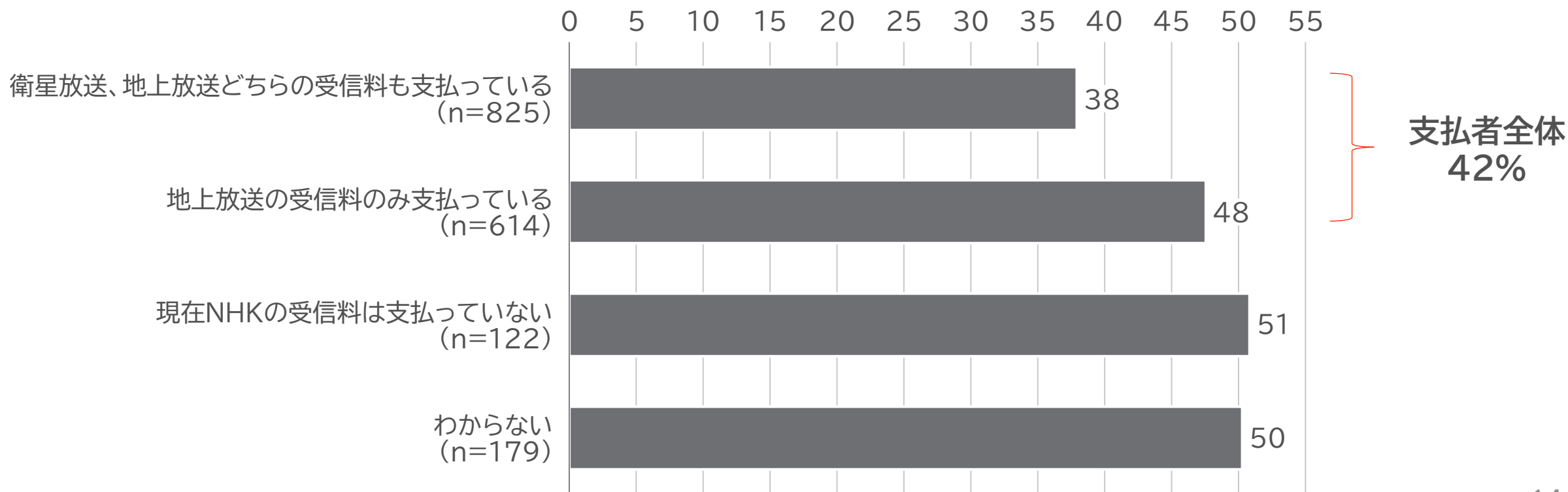
- ・NHKプラスが見たいから受信料を払いたいと言っても、契約させてもらえないようになっている
- ・テレビを持っていない家はNHKプラスに登録するってこと？
- ・テレビがあることにすれば、NHKプラスに申し込めるのだろうか

- NHKのインターネット活用業務は、放送を補完するものであり、支払者との公平性からも、許容は不可能。
(放送法において禁止されている(20条11項: **放送の受信設備**を対象とする受信契約制度の趣旨に反しないこと))

(参考) 受信料支払者の意識

- 受信料支払者の42%が「他の人が受信料を支払わないのであれば、自分もできれば支払いたくない」と思っている。
- “不公平感”について、強い意識が存在している。（＝ネットのみ利用層のフリーライドを許容できる限界）
- ネットサービスの期待に貢献したい思いと、負担の公平性確保の両立が“息苦しさ”の一部

Q.あなたはNHKの受信料について、どのようにお考えですか。
他の人が受信料を支払わないのであれば、自分もできれば支払いたくない
(「そう思う」と回答した人の割合:%)



社会環境の変化を踏まえたNHKの取り組みへの期待

- NHKが「社会環境の変化を踏まえ、重点項目1、3の内容を強化し、取り組んでいくこと」に対して、**ネットヘビー層の6割**が評価すると回答 → **優先していくべき事項**

感染症の拡大やウクライナ情勢など新たな課題を踏まえ、「5つの重点項目」のうち、「1. 安全・安心を支える」、「3. あまねく伝える」の内容を強化します。

1. 「安全・安心を支える」

災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。

■国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。

- ・フェイクニュースが蔓延する時代に対応し、事実を見極めるための情報の取材・制作機能を強化します。
- ・取材に裏打ちされた信頼性の高い報道を維持するため、ジャーナリズム人材の育成に注力します。
- ・専門プロジェクトを設けるなど、災害、科学、安全保障といった社会が要請する分野の強化に取り組みます。

■信頼されるメディアとしてコンテンツ強化に取り組むとともに、国内で流通するコンテンツの信頼性向上にも貢献します。

- ・学習形態の多様化に応じた教育コンテンツの充実など、質の高いコンテンツに経営資源を集中します。
- ・放送通信融合の時代における日本のコンテンツ産業の信頼性向上に、業界と協力しつつ取り組みます。

3. 「あまねく伝える」

地域インフラへの投資を強化し、放送通信融合の時代に、世代や場所にかかわらず「放送の価値」を届け続けます。

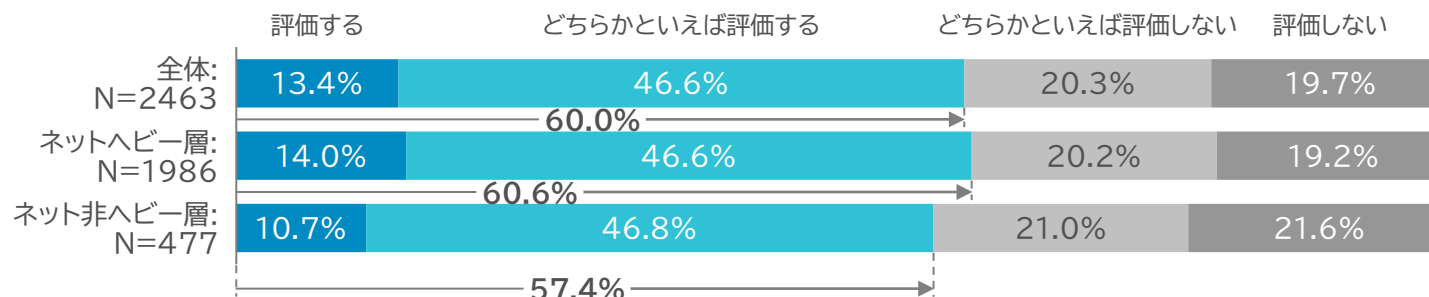
■二元体制の持続可能性を高め、あらゆる地域へ放送の価値を届け続けます。

- ・民間放送事業者等との協力強化により、効率的で強靱な放送ネットワークを維持します。

■レジリエンス、リスクマネジメント、持続可能性を考慮した投資を行うと同時に、生産性の向上にも取り組むことで、いかなる状況下でも情報を届け切ります。

- ・適正なリスク算定を行い不測の事態に備えると同時に、地域を重点に、加速するSDGs時代を踏まえた投資を強化します(災害対応のためのFM補完局を含む)。
- ・経営資源をコンテンツに集中させ、生産性向上につながる制作工程改革を加速させます。

Q.あなたは、NHKが社会環境の変化を踏まえ、以上のような重点項目と具体施策の追加を行い、今後取り組んでいくことを評価しますか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層: ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人

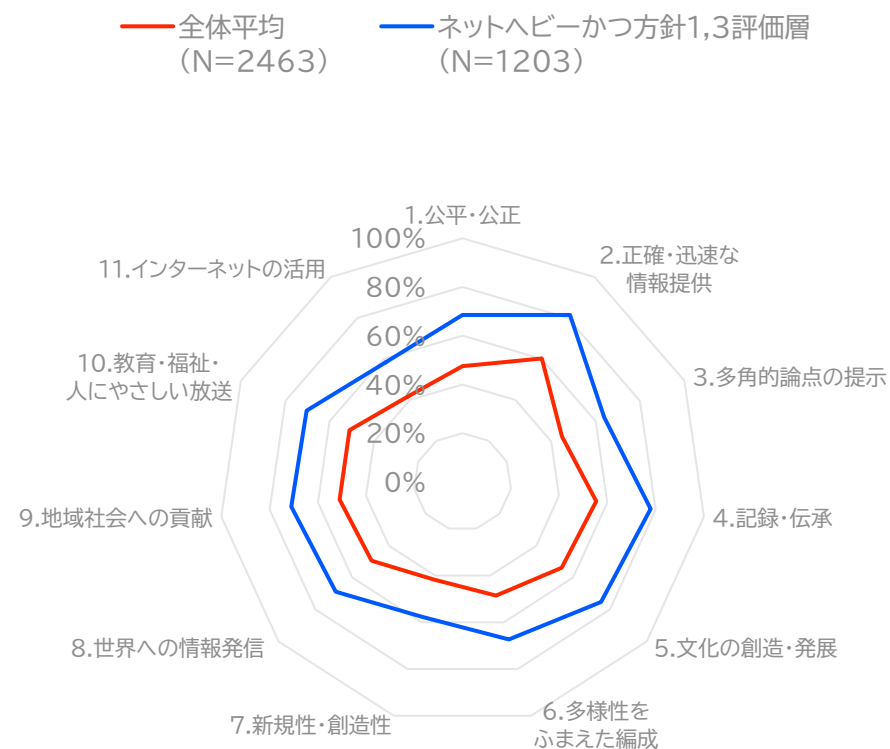
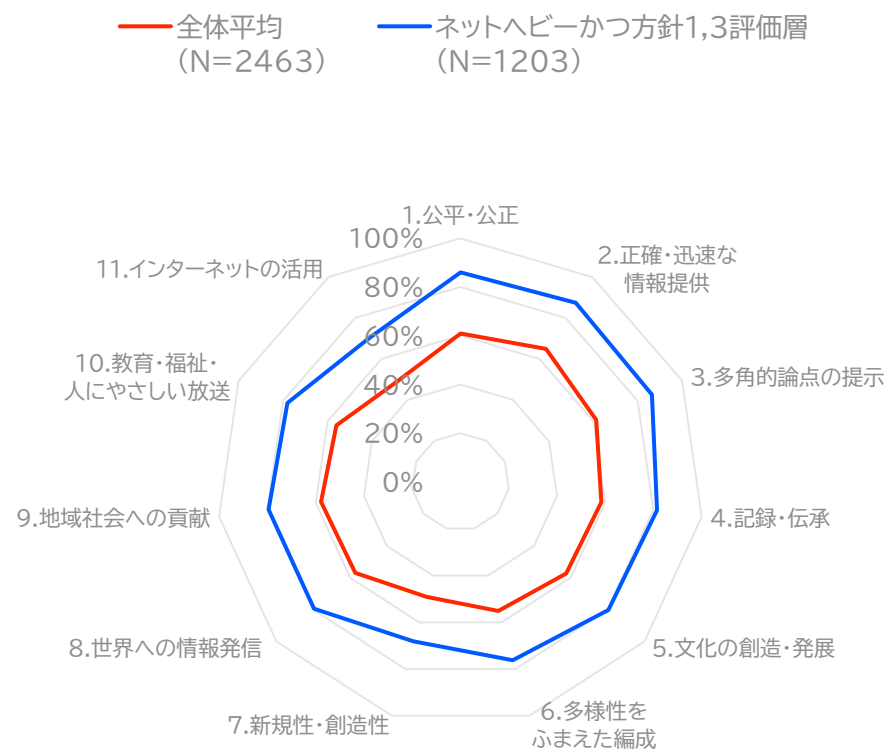
出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

(参考) 方針1・3を評価するネットヘビー層

- 修正経営計画の方針1・3を評価しているネットヘビー層は、NHKの各公共的役割に対し、いずれの項目も6割以上が期待をしている

NHKへの期待度

NHKの実現度評価



※ネットヘビー層: ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
 ※方針1,3評価層: NHKが「社会環境の変化を踏まえ、重点項目1,3の内容を強化し、取り組んでいくこと」に対して「評価する」「どちらか」と評価する」と回答した人
 出所: NHK調査 (2022年10月 全国15-79歳男女、インターネット調査、N=2463)

情報空間の参照点への期待

テレビ層・非テレビ層を問わず、拡大する情報空間に対する課題認識は幅広い

信頼できる多元性への期待

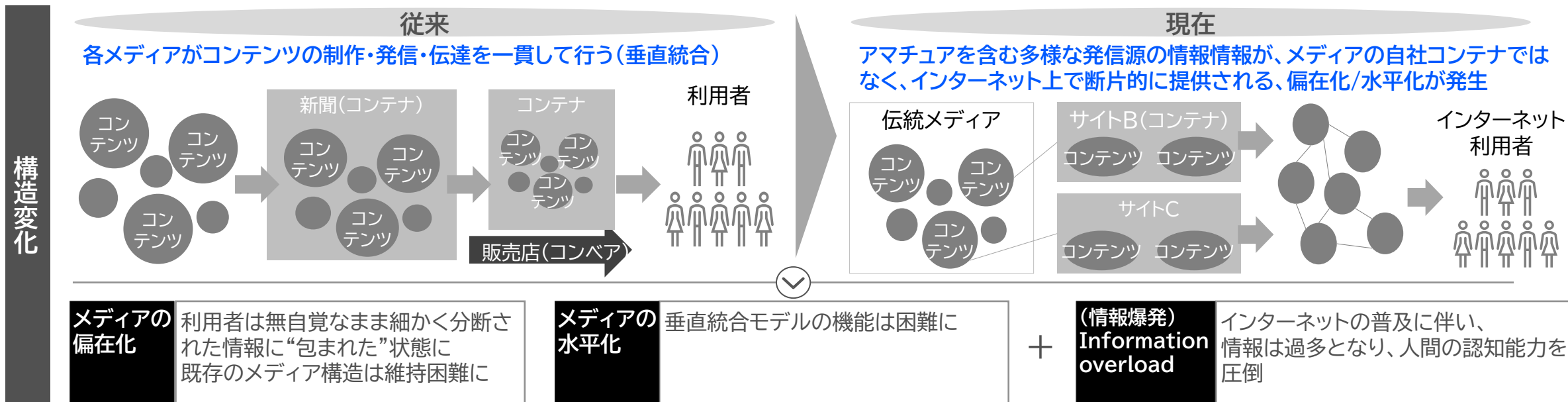
新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きい

- 伝統メディア、公共放送が対応してきたものであり、非テレビ層に向けてのサービスには一定の期待・評価が確認されている（社会実証）
- 新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きく、これを維持して情報空間の課題に対処していくことが、視聴者・国民に大前提として求められていると考えられる
- **NHKには「情報空間の参照点の提供」（とくに修正経営計画で示した“安全・安心”“あまねく伝える”を優先して社会全体に貢献）、そして同時に、「多元性の確保への貢献」が求められているのではない**

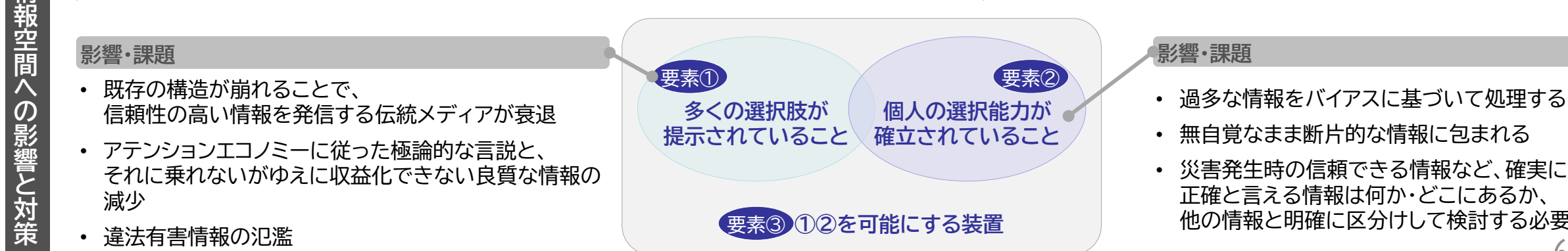
3. 今後の議論にあたって～情報空間全体への貢献

③規律の在り方について～欧州の事例も踏まえて

- メディアの偏在化・水平化の構造の変化に伴い、メディア全体で望ましい情報空間の維持に努める必要があるのではないか



質・量が確保された選択肢の提示(要素①)、そして個人の選択能力の確立(要素②)を可能にする環境を整えることが重要ではないか



- 情報空間の変容を踏まえた、公共放送の役割、在り方（そして規律）については、様々な論点がある
- 放送に準じた放送同時配信等
 - 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中、国民の「知る自由」を保障し、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった社会基盤としての役割を果たすことで、健全な民主主義の発達に貢献し、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルスを確保する観点から、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る自由」の保障、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった**放送の価値をインターネット空間にも浸透させていくことが重要**となっており、今後本格化していく放送に準じた公共的な取組を行う放送同時配信等の取組がキーとなる。
 - 第1に、論点の2について、同時配信の本来業務化でございます。ジャーナリズムに裏づけられた公共的な動画配信が日本で遅れた結果、健全なデジタル社会に必要な情報空間に若い世代を含む人々が参加できなかったり、偽情報が流布されたり、その場が海外サービスに左右されたりするといった事態が危惧される状態だと私は思っております。本来業務化によりNHKに先導的な役割を果たさせることで、**民間放送も含めて公共的な情報が適切にネットに供給され、健全な世論が形成されることを、デジタル社会の基本政策として確保することが必要**であると思っております。（穴戸構成員）
- 放送の視聴習慣が失われる中での公共放送の提供
 - 生命・身体・健康の維持のための情報や、個人の自律的な生き方を考えるための情報、社会や経済、政治など公共にかかわる情報など、**国民全体が共有すべき基本的情報**を、信頼性をもって、かつアテンション・エコノミーの虜にならない形で提供できるのが公共放送の強みですが、テレビ保有率が低下傾向にあり、放送の視聴習慣が失われつつあるなか、**公共放送のもたらす便益を放送を見ない層にもどのような形で提供していくかは、情報空間の環境整備に関する議論のなかでも重要な論点**となります。（曾我部構成員）

- ・ 情報空間のエコシステム（市場規律を含む）全体の中で果たし得る役割を踏まえ、規律を検討すべきとされる

c. 業務範囲の規律のための仕組み

放送とは異なり、インターネット上の業務は多様なため、より具体的な規律が求められる。
メディアの多元性（≡「情報空間全体における二元体制の維持」）の観点からいかなる仕組みが構築されるべきか。

- インターネット上の業務の多様性
 - ・ 放送番組の同時配信／見逃し配信、ウェブサイト、SNS、アプリなど。
 - ・ 2022年春の社会実証（第一期）では、幅広いサービスがテストされた。
 - ・ 「インターネット」では限定にならない。
 - ・ 業務範囲は民主的プロセスで決定されるべきという観点からは、原則は法律で規定すべきだが、具体的なサービスの可否は別途、NHKの設置目的及び公正競争の観点から客観的に判断する仕組みが必要。
 - ・ 現状は、任意業務として、認可基準のもとで総務大臣の認可制。実際には金額が重要な歯止めになっているが、この点をどう評価すべきか。
 - ・ なお、外部PF提供の際の規律も議論すべきか。
- 「情報空間全体における二元体制の維持」
 - ・ 親会「取りまとめ」で繰り返し登場。趣旨が明らかではないが、要はメディアの多元性を、民放事業者に焦点を当てて語ったものと思料。
 - ・ メディアの多元性の観点からは、新聞なども視野に入れる必要がある。
 - ・ NHKの設置及びネットへの進出は、情報空間の「健全化」のためであり、メディアの多元性から提供される価値を毀損してはならない。

- 公共放送に期待される役割の前提には「独立性」等が要請されており、これを意識した規律づけが必要ではないか

公共放送の位置づけ 放送に期待される役割

放送制度、さらには公共放送の設営という形で国家が情報空間に介入する理由として、国民が広く共有すべき「基本的情報」の提供確保であるが、その具体的な項目としては主に下記のようなものが考えられるのではない。

生命・身体の維持	一般の需要が高いため、放送制度がなくても情報空間に十分に提供されとも思われるが、不正確な情報が広まるとかえって健康被害が生じる。
社会の多様性を提示し、個人の自律を助ける情報	教育情報は典型的に当てはまる。 たとえば、ドラマのようなものであっても、伝統的な男尊女卑社会の中で自律を目指す主人公の女性を描くドラマとか、性的マイノリティの葛藤を描く作品などは、当事者をエンパワーし、非当事者に社会の多様性を知らせることによって、民主主義の前提となる多様な社会や、個人の自律に寄与することになる。 もっとも、このカテゴリーの情報については幅が非常に広いので、どのようなものが過少提供になるのか、どこまで公権力の力を借りて情報空間に発信すべきなのかについては判断が難しい面もある。
「国民」の維持	国民国家としての日本という観点からすれば、国民統合のため、国民全体で共有すべき「物語」が存在することが必要だという意見もあり得る。 (地域文化を含む) 伝統文化のほか、NHK番組でいえば、紅白、大河ドラマ、朝ドラ等々はこうした観点からも理解可能か。 他方で、もちろん、国民統合のための物語を公権力の手を借りて供給することの危険性を指摘する声もあるだろう。 やや異なるものとして、政治的な国民統合という観点もありうる。
民主主義の維持	典型的には（全国的、地域的な）報道番組であり、知られざる社会問題を広く知らせるドキュメンタリー等でもある。 民主主義社会において、国民が主権者としての役割を果たすことが可能になるような情報が提供される必要がある。
その他	産業政策的な観点から介入することはありうるが、これは憲法的な観点からは規範的に要請されるものではなく、表現の自由の不当な制約とならない範囲で許される

出所：公共放送ワーキンググループ（第2回）
「デジタル時代における公共放送の役割と受信料制度の在り方」
（曾我部構成員資料）

欧州放送連合(EBU)のとりまとめた
公共サービスメディアのガバナンス原則
に従い、求められる規律の要素について
まとめた

情報空間の参照点の提供

多元性の確保への貢献

独立性

専門的制作能力

多様性

創造性

アクセス

...

多元性確保(市場影響への配慮)

透明性、説明責任 持続可能性

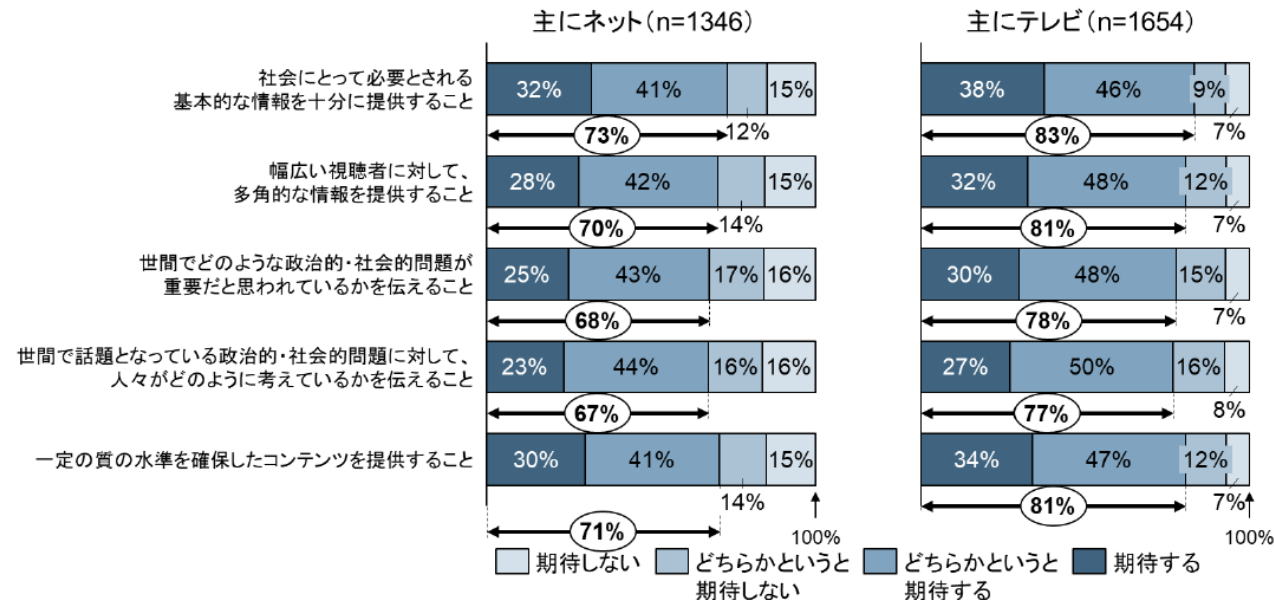
根本：民主主義的な意味での「知る権利」への貢献

- 民主主義の観点では、消費者的な意味での知る権利とは異なり、知りたいことだけを知れば足りるということではなく、多様な意見を知ることが求められ、情報空間全体への貢献について、視聴者・国民はそのような期待をNHKに対して示している

インターネットコンテンツの品質確保に向けたNHKの取り組みへの期待

- 主にテレビを利用する人では約8割、主にネットを利用する人でも約7割が、NHKに対しインターネット等の広がる情報空間への取り組みを期待している。

■（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。



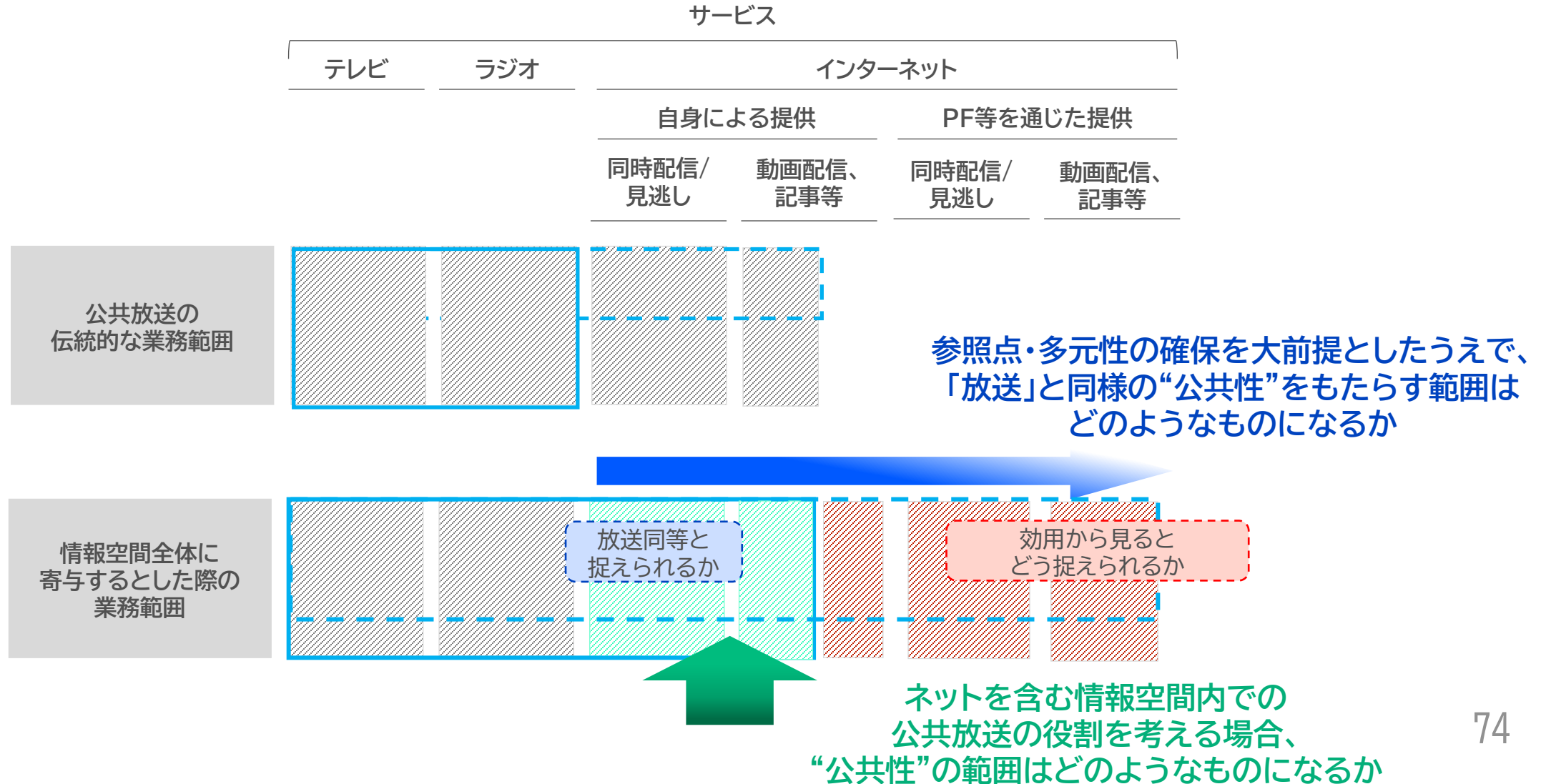
主にネット：インターネットの利用時間がテレビの利用時間より多い人、もしくはテレビの利用時間がゼロの人
主にテレビ：テレビの利用時間がインターネットの利用時間以上の人

出所）NHK 調査 2020年10月

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（第2回）

規律に関する論点の模式図

- 業務範囲については、欧州の事例を踏まえると、以下のような論点となるのではないか



欧州の事例から（参照点・多元性を確保した判断）

- ・ イギリスでは、当局による競争評価を含めた厳格な「公共性テスト」を実施し、適否を判断
- ・ ドイツでは、提供形態・内容を事前に詳細に規定

	イギリス 	ドイツ 
新しいサービスを提供する際に必要な手続き	・ P I T（Public Interest Test、公共性テスト）の実施 B B Cが公共サービスに関する重要な変更を行う場合、変更提案を行う前にP I Tが行われる（協定書(2017) 第8条）。 ※B B Cが提案する変更を重要だと判断しなかった場合も、Ofcom（情報通信庁）が重要だと判断した場合は、Ofcomの要請に従いP I Tを実施する。 ・ P I Tを踏まえたOfcomの承認 P I Tの結果に対し、P I Tの3つの構成要素を満たしているか等がOfcom目線で分析される（B C A（BBC Competition Assessment））。 - 検討すべきポイントが限定される場合には簡易評価を実施 - B B CはOfcomの最終決定の遵守義務を負う	・ 3段階テストの実施 新たなテレメディアの提供、提供するコンテンツの本質的な変更がある場合、各公共放送局は各監督機関に対して3段階テストに照らし問題がないことを証明する（メディア州間協定第33条）。 ・ 各公共放送局評議会による承認 3段階テストの結果を踏まえ、各公共放送局の監督機関である評議会が新たなテレメディアの提供、本質的な変更を認可する。 - 審議結果・決定理由は専門家意見を含め公表される ・ テレメディアコンセプトの更新 各公共放送局は具体的な内容や主要なターゲット、提供期間などを詳細に規定したテレメディアコンセプトを作成、明示、更新しなければならない。
公共性テストの分析項目 	・ P I Tでの分析項目 - 変更提案は、B B Cのミッションの達成と、5つの公共目的のうち1つ以上の公共目的の促進に貢献すること - 変更提案は、市場の公正かつ効果的な競争に悪影響を及ぼさない妥当な措置が図られていること - 変更提案における公共価値は、提案により生じる市場競争への悪影響のリスクに比べ、有意義であること	・ 3段階テストの分析項目 - 当該コンテンツが社会の民主的、社会的、文化的ニーズに合致していること - 当該コンテンツが質的な観点からジャーナリズム上の競争に寄与していること ※市場への影響も分析 - 当該コンテンツに必要な財政支出

まとめ

各国共に情報空間の変化と共にインターネットサービスの提供を強化する必要性が生じてきている。イギリスではインターネットサービスの提供内容・条件は具体的に規定されていないが、サービスの提供に際しては提供方法や媒体等について、公共性テストやOfcomによる審査が行われる。一方、ドイツはテレメディアの提供内容・条件を具体的に規定しているが、全国民に公共サービスを届ける使命が重んじられているほか、放送の自由の原則（コンテンツの選択・内容・制作を自ら決定する権限が放送局にある）がテレメディアにも適用されるため、各公共放送局におけるテレメディアの形態や媒体等の自由が許容されている。また、いずれも新しいサービスを開始・変更する場合には公共性が市場影響等を上回るか審査される。

欧州の事例から（情報空間全体に貢献する際の“公共性”）

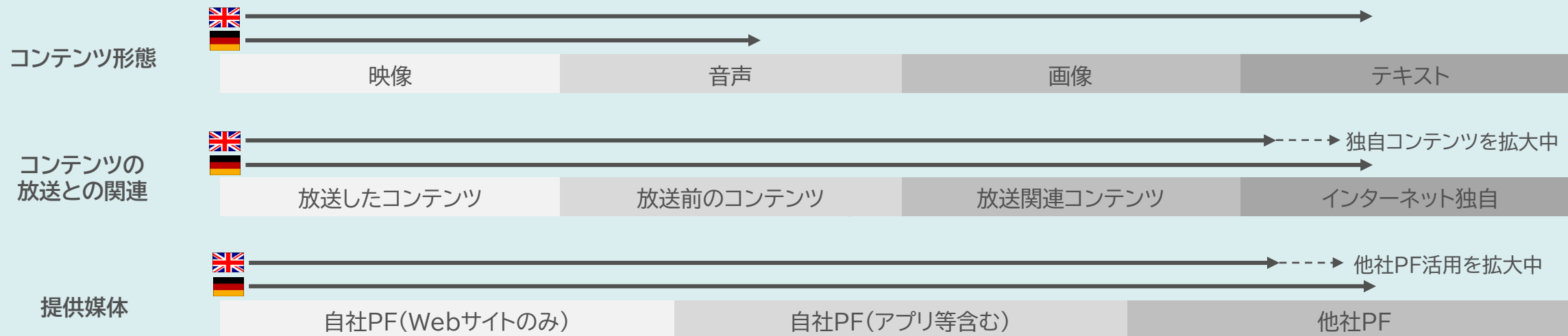
- ・ イギリスでは、情報の提供・教育・娯楽という伝統的定義は変えず、注力する「公共目的」を明記
- ・ ドイツでは、提供形態・内容を詳細に記述している（娯楽定義等）

	イギリス 	ドイツ 
インターネットサービスの定義	・ 特許状（2017）第7条にて、BBCが公共目的を達成するために実施する公共サービスの構成要素の一つと規定	・ メディア州間協定第27条にて、インターネットサービス（テレメディア）は放送と並ぶ公共放送の任務と規定 ・ 公共放送のテレメディアには以下が求められる（メディア州間協定第30条） - 放送前/後のオンデマンド番組・独立した視聴覚コンテンツ - 購入した欧州の長編映画/TVシリーズ/委託でない制作物は放映後30日以内、国内主要イベント/第1・第2リーグ(サッカー)試合は放映後7日以内のオンデマンド配信 - 有益な歴史や文化の記録（アーカイブ）
インターネットサービスを規定する公共放送のミッション・公共目的	・ BBCのミッション（特許状（2017）第5条） 情報の提供・教育・娯楽に供する、不偏不党、高品質、かつ独自のコンテンツ及びサービスを通じて全ての視聴者に奉仕し、公共の利益に基づいて行動すること ・ BBCの公共目的（特許状（2017）第6条） ① 人々が、自身の周囲の世界を理解し関わっていくために有用な、不偏不党のニュースや情報を提供すること ② 全ての年代の人々の学習を支援すること ③ 最も創造的で、最高品質の、独自性あるコンテンツ及びサービスを提供すること ④ 英国のすべての国・地域の多様なコミュニティを反映し、代表し、奉仕するとともに、それらの活動を通じて英国中のクリエイティブ経済を支援すること ⑤ 英国に関する事柄と、文化・価値観を世界へと発信すること	・ 公共放送の使命と原則（メディア州間協定第26条） - 個人及び公共の自由な意見形成に資するものとして活動し、社会の民主的、社会的及び文化的な需要を満たすこと - 全ての生活領域における重要な出来事について、包括的な概観を提供し、社会的な結束を促進すること - 提供物は教養・情報提供・助言及び娯楽に資するものとし、娯楽は公共放送の性格に合致するものとする。 （23年1月発効予定のメディア州間協定改正案では提供してよい娯楽番組の条件を文化/教養/情報/暮らしの助言の4分野に資するものと定める） - 報道の客観性、不偏不党性、多様性、提供物の調和を考慮すること - 個人的・公的意見形成に奉仕する放送の「基本的供給」を担い、存続と発展が財源等の面から保障されること ・ ZDFのミッション（ZDF定款3条1項～3項） - ドイツ国民に世界の出来事と現在のドイツを総合的、客観的に伝え、個人及び世論の自由な形成を促進する - 各州の出来事やドイツの文化的多様性を適切に紹介する - 人間の尊厳、生命、自由、他者の信念と意見、道徳的・宗教的信念、自然と環境への尊重に寄与する - ドイツにおける一体感を促進し、社会全体の統合に貢献する

欧州の事例から（インターネットサービスの限定）

- イギリスでは、注力する「公共目的」、市場影響を明記した規律
- ドイツでは、動画・音声を含む等の形態まで事前に詳細に規律

	イギリス 	ドイツ 
インターネットサービスの提供範囲（または制限）	- BBCの提供するインターネットサービスは下記の条件を満たす必要がある（特許状（2017）第7、9、11条）。 - ミッション・公共目的に資するコンテンツを提供すること - 国内利用者向けのサービスであること（以上第7条） - 経済的・社会的・文化的便益がコストを上回ること（第9条） - 市場競争への悪影響を回避するよう努めること（第11条）	- 公共放送の提供する“テレメディア”は下記の条件を満たす必要がある（メディア州間協定第30条）。 - プレス（新聞・雑誌等）との違いを担保するため、テレメディアコンテンツは動画・音声を含むこと - テレメディアでの商業広告・スポンサーは禁止 - その他メディア州間協定に記載されたネガティブリストのコンテンツ提供が禁止（料金比較ポータルサイト等17項目）



欧州の事例から (イギリス・ドイツ公共放送の概要)

	イギリス 	ドイツ 
主な公共放送局	BBC (イギリス放送協会)	- ARD (ドイツ公共放送連盟) - ZDF (第2ドイツテレビ) - DLR (ドイツラントラジオ)
公共放送の根拠法/協定	- 特許状 (Charter) - 協定書 (Agreement)	メディア州間協定
公共放送の規制当局	Ofcom	各公共放送局のテレビ評議会・管理評議会
サービスに関する 取り決め/ 規制当局による規定	- Ofcom事業運営フレームワーク - Ofcom事業運営ライセンス	- ARD州間協定 ※ZDF、DLRも同様
公共放送の主な財源	- 受信許可料 (Licence Fee) - 特許状によって定められる - 英国内で受信許可を持つ世帯・施設に支払義務あり	- 放送負担金 (Rundfunkbeitrag) - 租税一般法典、放送負担金州間協定、放送財源州間協定で定められる - 受信機の有無問わず全ての住居占有者・事業主に支払義務あり
公共放送が、 上記財源の範囲で 提供するサービス	- 受信許可料を財源として提供できるサービスは「公共サービス」のみである (協定書 (2017) 第49条)。 「公共サービス」：商業活動や国外向けサービス等は含まれないが、放送・ラジオ・インターネット等の媒体を包括的に含む - BBCは「公共サービス」として国内放送・ラジオ、iPlayer (同時・見逃し配信) を中心としたインターネットサービスを提供している	- 放送受信機に応じて徴収する制度から住居単位で徴収する制度に変わったことで、インターネットサービス (テレメディア) も放送負担金が前提とするサービスとなった (第15次州間協定改正による)。 - 主にARD、ZDFが国内放送、ラジオ、テレメディアを提供している - テレメディアでは自社PFによる同時・見逃し配信サービスに加え、独自のコンテンツを様々な外部PFでも提供している

本日の説明のまとめ

情報空間の参照点への貢献の要請

テレビ層・非テレビ層を問わず、拡大する情報空間に対する課題認識は幅広い

(とくに、修正経営計画で示した“安全・安心”“あまねく伝える”を優先して社会全体に貢献すること)

伝統メディアとともに、公共放送が対応してきたものであり、非テレビ層に向けてのサービスには一定の期待・評価が確認されている(社会実証)

信頼できる多元性確保への貢献の要請

新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きく、これを維持して情報空間の課題に対処していくことが、視聴者・国民に求められていると考えられる

上記を踏まえた、NHKのインターネット活用業務の範囲・規律・負担の考え方

上記2点を踏まえ、「放送」と同様の“公共性”の効用をもたらす業務範囲、情報空間全体を踏まえた、核となる“公共性”の範囲で、NHKのインターネット活用業務の範囲・規律・負担を考えるのが適切なのではないか

他方、規律については、報道・言論機関であり、そもそもの価値の期待の源であることを踏まえ、「独立性」等を担保したうえで検討すべきであり、公共放送のインターネット活用で先行する欧州の事例を参照することを考えてもよいのではないか

上記を踏まえたご検討が進み、NHKが視聴者・国民の期待に応えられることを期待

NHK