

# インターネット時代における 公共放送の業務に関する論点と考え方

## ～競争の在り方～

公共放送WG事務局

令和5年3月15日

# 本資料について

- 「論点」については、これまでの議論の整理を踏まえ、今後、本ワーキンググループにおいて議論を深めていただきたい事項を事務局において書き出したものです。
- 「考え方」については、議論のわかりやすさを重視する観点から、対極となり得る考え方を事務局において提示しているものです。  
ただし、これまでのワーキンググループの議論の中で、複数の構成員から類似の考え方が示された論点については、その考え方を「WGとしての考え方(案)」として示し、対極となり得る考え方を参考として記しています。
- この「論点」と「考え方」に基づいて、本ワーキンググループで議論を進めていただき、その際の構成員のご意見等を踏まえ、改めて、事務局において、「論点」ごとの「WGとしての考え方(案)」について整理を行っていきます。

# ① 公正競争確保の必要性

## ① 公正競争確保の必要性

### 【論点】

公共放送のインターネット活用業務を必須業務化する場合、その業務が制約なく拡大することでメディアの多元性、ひいては言論の多様性が損なわれないよう、公正な競争環境を確保することが必要か。

### ＜WGとしての考え方（案）＞

公共放送のインターネット活用業務の拡大が民放や新聞の経営を圧迫し、メディアの多元性等が損なわれる可能性がある以上、公正競争確保のための「競争ルール」の導入を検討すべき。

民放や新聞の経営をどの程度圧迫し、メディアの多元性等が損なわれるのかについては、競争ルールを運用する中で具体的に検証すべき。

### ＜参考＞

相対するものとして、「公共放送のインターネット活用業務の拡大が民放や新聞の経営をどの程度圧迫し、メディアの多元性等が損なわれるのか、現時点で明確なエビデンスがない以上、公正の競争環境を確保するためのルール導入の前提を欠くため、競争ルール導入の必要はない。」との考え方もありうる。

## 【構成員等の主な意見】

- ・ 公共放送に対する「情報空間の参照点への貢献」と「信頼できる多元性確保への貢献」の双方への要請を踏まえ、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ではないか。(第3回:NHK)
- ・ インターネット活用業務が必須業務化された場合、予算の歯止めすらなくなる可能性があり、事業が継続できなくなるメディアも出てきかねない。法的な位置付けを変えて、際限なく拡大することを危惧。(第3回:新聞協会)
- ・ NHKが受信料を財源にインターネット活用業務を際限なく拡大すれば、公正な競争が阻害され、言論の多様性やメディアの多元性が損なわれ、国民や社会に不利益を及ぼしかねない。(第3回:新聞協会)
- ・ 公共放送の活動領域を広く認めることによってメディア間の競争が阻害され、全体として情報空間の環境の改善につながらなかつたりむしろ悪化してしまったりすることは避けなければならず、全体として何が最適なのかを考慮しつつ、公共放送の活動領域やその規律、費用負担のあり方を、拙速にならない形で検討していく必要がある。(第1回:曾我部構成員)
- ・ 必須業務にしていくことで、民放や新聞業界との競争で、何をして良いのか悪いのか議論することは重要。(第1回:落合構成員)
- ・ 二元体制の維持は、メディアの多元性の観点から新聞なども視野に入れるべきであり、NHKのインターネットへの進出がメディアの多元性によって提供される価値を毀損してはならない。NHKの業務範囲はNHKの設置目的及び公正競争の観点から、客観的に判断すべき。NHKのネット進出により他メディアの存在が脅かされるとしたら、情報空間を悪化させることになり本末転倒。(第2回:曾我部構成員)
- ・ NHKが広告料を取らずにただいたずらにコンテンツを出していくということになれば、それが公正競争を阻害するのではないかという観点も考えられる。(第3回:落合構成員、NHK)
- ・ メディアの競争政策を考えるにあたっては、消費者厚生のような通常の経済的基準に限定せず、民主主義の機能がどれだけ影響を受けるかという市民厚生の観点から検討する必要があるとの指摘もある。インターネット活用業務の拡大議論も、個別受信者の利便論やニーズ論一辺倒から脱却して、市場の健全性を含めた市民・国民全体の利益にとってどう裨益するのかを骨太に議論すべき。(第4回:林構成員)
- ・ 民放、新聞との公正競争は当然配慮が必要だが、それは結局バランスの問題で、NHKのネット参入を全否定するような形があるべきバランスのとおり方ではないだろう。ネット業務は認めた上で、個別にバランスを図っていくアプローチが妥当だろう。(第5回:曾我部構成員)
- ・ (例えば娯楽・エンタメについてもコンテンツ産業の振興や文化の保存・育成・普及などの側面から公共放送も取り組むべきとの立場を取るにしても、)公共放送がそういった番組などを行うことの社会的必要性や市場への影響、予算規模といった3点セットについて、市場への必要以上の悪影響を与えないように留意していくことも踏まえて行っていくことが必要ではないか。(第5回:林構成員)
- ・ 「競争」には2つ概念がある。ジャーナリズム上の競争は行為概念としての競争で、公正競争は市場における集積効果としての競争なので、そこを分けた上で競争ルール具体化を図っていくことがこれから議論を深めていく際に必要ではないか。(第5回:林構成員)

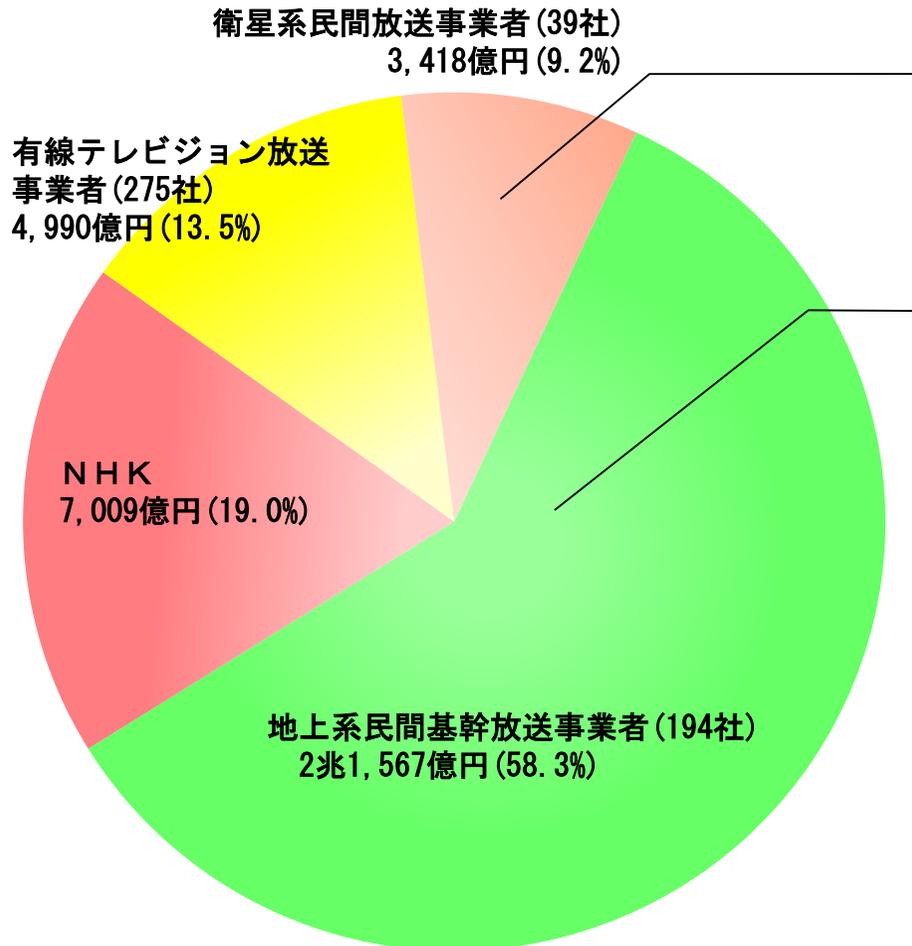
## 【構成員等の主な意見】

- ・ メディアの多元性を損なっていないかの評価が必要であるが、抽象的でなく具体的に他のメディアから指摘していただくことが必要。(第1回: 宍戸構成員)
- ・ B2B2C分野では事業者間競争が問題になるため、「民業圧迫」にならないような競争分析が必要。B2C向けはそういった懸念はあまりないので、必須業務への移行が適切な分野と位置づけるとの考え方はあり得る。(第1回: 林構成員)
- ・ NHKのインターネット利用が民間事業者の経営を非常に圧迫化するという因果関係はあり得ると思うし、現実にもそういう部分があると思うが、業界構造やプラットフォームの行動などいろいろな要素がある中で、NHKの業務拡大、あるいはNHKの存在がどれだけの影響をもたらすかについて、エビデンスや調査はあるか。(第3回: 宍戸構成員)
- ・ (上記エビデンス・調査について)我々が事業として厳しいコスト環境の中でやっているところに、国民から徴収する特殊な負担金で支えられているNHKが本格参入されるのであれば、参入する側の立証をお願いしたい。(第3回: 新聞協会)
- ・ どういう点に着目して市場への影響等を判断していくのかについては、さらに研究、議論が必要。(第3回: 大谷構成員、NHK)
- ・ 公正競争の観点から、放送を含む言論市場と、放送に係る取引市場に分けた上で、放送に関わる取引市場については、番組調達市場だとか広告市場だとか、様々な市場ごとにデータに基づいた具体的な検討が必要。具体的なデータであるとか必要な情報があれば、NHK、民放連、新聞協会から提供いただくことが必要。(第3回: 林構成員)
- ・ 今のNHKのインターネット活用業務(BtoC)の予算上限200億円は民放のデジタル事業の予算と比べて、どのように評価すべきか。なお、すでに新聞・通信社単独のデジタル事業の予算を大きく上回る。(第3回: 林構成員、新聞協会)
- ・ アプリのダウンロード数とかブラウザ数だけで比較すると、NHKプラスよりもTverのほうがかなり先行しているようにも考えられ、少なくとも現状においては、競争環境としては、それほど不健全な状況にはなっていないのではないか。(第3回: 林構成員)
- ・ 新聞各社のデジタル事業におけるユニークブラウザ数など視聴動向を確認できる情報と、NHKが公開されている同様の情報との差をどのように分析すべきか。新聞協会では個社ごとの分析は持ち合わせていない。(第3回: 大谷構成員、新聞協会)
- ・ 「理解増進情報」などでネット業務のなし崩し的な拡大が見られるという課題の御指摘をいただいているが、その点について少し具体的に、どのような点で課題になっているのか。例えば地方紙の情報発信が届きにくくなるとか、あるいは情報、経営などに影響をもたらしているという懸念が生じているなど、少し数字なども含めて教えていただければならないと、なかなか今後の公正競争のフレームワークを考えていく上でも、現状についてある程度共通認識に立たなければ議論を進めづらいところもある。(第4回: 大谷構成員)

# NHKと民放との比較

- 放送メディアの市場規模は、令和3年度において、3兆6,984億円となっている。
- 各放送事業者のシェアは、地上系民間基幹放送事業者が58.3%、NHKが19.0%、有線テレビジョン放送事業者が13.5%、衛星系民間放送事業者が9.2%を占めている。

## 放送メディアの収入 令和3年度 3兆6,984億円



### 【衛星系民間放送事業者内訳】

衛星基幹放送 (BS放送) (19社)	2,059億円 (5.6%)
衛星基幹放送 (東経110度CS放送) (20社)	822億円 (2.2%)
衛星一般放送 (4社)	536億円 (1.4%)

### 【地上系民間基幹放送事業者内訳】

テレビジョン放送単営 (96社)	1兆8,669億円 (50.5%)
AM放送・テレビジョン放送兼営 (31社)	1,911億円 (5.2%)
その他(※)単営 (67社)	987億円 (2.7%)

※…AM (16社)、短波 (1社) 及びFM (50社)

- (注1) ( ) 内の%は、放送メディアに占める各媒体のシェア。  
小数点第2位を四捨五入しているため合計が一致しない場合がある。
- (注2) 億円未満を四捨五入しているため、内訳と合計が一致しない場合がある。
- (注3) 「地上系民間基幹放送事業者」には、一般財団法人道路交通情報通信システムセンター及びコミュニティ放送事業者を含めていない。
- (注4) NHKについては損益計算書(一般勘定)の経常事業収入、経常事業外収入及び特別収入の和から未收受信料欠損償却費を差し引いた値。
- (注5) 放送大学学園を除く。
- (注6) 「有線テレビジョン放送事業者」とは、有線電気通信設備を用いて自主放送を行う登録一般放送事業者(営利法人に限る。)のうち、IPマルチキャスト方式による事業者等を除く者。
- (注7) 「衛星系民間放送事業者」の内訳には、BS放送と東経110度CS放送を兼営する事業者が4社存在し、また、衛星基幹放送と衛星一般放送を兼営する事業者が1社存在するため、総数(39社)とは一致しない。
- (注8) 地上系民間基幹放送事業者については、各社作成の損益計算書上の「売上高」の額を合計したものの。

# NHKと民放との比較 (民間放送事業者によるインターネット配信の取組 (在京キー局))

- 民放各社は、民放公式テレビポータル「TVer」をはじめ、無料、有料を問わず、各社が見逃し配信等のサービス提供を行っている状況。
- 2021年10月から、TVerにおいて日本テレビが毎日19時から23時頃までの放送番組の同時配信を開始し、2022年4月から、同サービス、同時間帯において、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビによる同時配信も開始。

	NHK	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ
無料	<b>NHKプラス</b> ・登録完了者数：約341万件 ・週次平均ユニークブラウザ数：122.4万 ・コンテンツ数：非公表 [同時配信] [見逃し配信]	<b>TVer</b> レギュラー番組は約650番組配信 5700万アプリDL (2023年1月) [同時配信] [見逃し配信] [VOD配信] [ライブ配信]			2023年3月時点(予定含む)で、BS・独立局を含め、 <b>全国122局</b> の配信実績あり	
		<b>日テレ無料!(TADA)</b> アプリDL数未公開 [見逃し配信] [VOD配信]		<b>TBS FREE</b> アプリDL数未公開 [見逃し配信] [VOD配信]	<b>ネットもテレ東</b> 500万アプリDL (2021年12月) [見逃し配信] [VOD配信] [ライブ配信]	
無料及び有料		<b>GYAO!</b> アプリDL数未公開 [見逃し配信] [VOD配信] [ライブ配信]				
			<b>テレ朝動画</b> アプリDL数未公開 [見逃し配信] [VOD配信] [ライブ配信]		<b>テレ東BIZ</b> 有料会員数10万人 (2021年8月) [見逃し配信] [VOD配信] [ライブ配信]	<b>FOD</b> 2300万アプリDL (2021年12月) [見逃し配信] [VOD配信] [ライブ配信]
有料	<b>NHKオンデマンド</b> 会員登録者数約320万人 [VOD配信]	<b>Hulu</b> 利用者数未公開 [VOD配信] [ライブ配信]	<b>TELASA</b> 利用者数未公開 [見逃し配信] [VOD配信]	<b>Paravi</b> 1000万アプリDL (2021年4月) [見逃し配信] [VOD配信] [ライブ配信]		

出典：各社の決算資料、各サービスサイト等を参考に総務省が作成

【出典】「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」第2回会合（令和5年2月21日）資料2-1（事務局資料）p.2をもとに作成

## 競合から考える現状のNHKネット業務の課題

- 現状のNHKのインターネット業務は「放送の補完」でありながら、予算の上限は200億円。  
新聞・通信社デジタル事業単独の予算を大幅に上回る事業規模で、動画やテキスト、音声など多様なコンテンツを展開。配信先も自社サイト・アプリにとどまらず、プラットフォームにも提供している。受信料を支払っていなくてもコンテンツが見られるという問題もある。
- 配信した記事が検索サービス上で上位に表示されるなど、ウェブ上にニュースを配信する以上、本質的には民間報道機関への影響は避けられない（広告を掲載していないためページの表示速度が速く、民間メディアよりも検索順位で有利ではないかという指摘もある）。
- とりわけ「理解増進情報」としてのネット展開がなし崩しの業務拡大につながっている。  
「特定の放送番組に関連付けられた補助的な情報の範囲のもの」を超えているのでは。公正な競争の確保が極めて重要。

- BBCの継続的な公共サービス活動における潜在的な影響を評価するため、Ofcomのガイドラインには競争審査を実施する際の手続きについて定められている。
- ガイドラインの第3節では、公共サービス活動に関連する競争上の懸念について規定されている。

## ○ 競争上の懸念事項の洗い出し

競争の懸念は、関係する公共サービス活動の性質と範囲によって異なるが、ほとんどの場合、競争上の懸念は以下の種類の損害に基づくと思われる。

- BBCが商業活動を圧迫するリスク
- BBCがサプライチェーンの他の場所での競争を害するリスク

## BBCが商業活動を圧迫するリスク

- 人々がBBCを好むのは無料であることや広告がないこと、そのブランド、知名度、ライセンス料で賄われる組織としての位置づけによる親近感によるものである場合もあり、このことは、BBCに他の事業者にはない競争上の優位をもたらし、例えば、視聴者はBBCのサービスをデフォルトとする傾向がある可能性。
  - BBCが特定の公共サービスを提供している場合、商業的なライバル企業の潜在的な視聴者を減少させる可能性。
  - 視聴者数の減少が広告収入の減少につながるものもある。
  - BBCの存在により、人々がメディアサービスにお金を払う意欲がなくなり、広告に対する耐性が低下し、潜在的な収入がさらに減少する可能性。
  - BBCは民間事業者の収益性を低下させる可能性。
  - その結果、競合他社の新サービスの品質向上への意欲が損なわれる可能性。
  - また、採算が合わなくなった場合、一部の民間事業者サービスの提供を中止したり、市場への参入を控える可能性。
- ⇒ 上記の競争優位性の結果、BBCの公共サービス活動は、民間事業者が行うことのできる活動を置き換える可能性がある。  
これは最終的に、選択肢の減少、質の低下をもたらす可能性がある。

## BBCがサプライチェーンの他の場所での競争を害するリスク

- BBCは英国のメディア部門に占める割合が大きく、多くの分野で民間事業者よりも規模が大きい。例えば、サービスを開発するため、コンテンツ等をどのように調達するかは、競争に悪影響を及ぼす可能性がある。発生する競争上の懸念の種類は以下のとおり。
  - たとえ競合他社がより効率的で、より良い製品やサービスを提供できるとしても、BBCは競合他社よりも自社の社内サービスや子会社を優先する場合
  - 製品やサービスを購入する際、BBCは競合他社の利用を制限するような方法で行う場合（例：BBCはサプライヤーに対し、BBCのみサービスを提供するよう要求することがある）
  - BBCは、重要な製品やサービスを他者に提供する際、不公正、不合理、差別的な方法で行うことがある。これにより、ある事業者は他の事業者に比べて競争上不利な立場に置かれるかもしれない。
- このような取り決めは、他の事業者の参入を妨げ、事業者の規模を縮小させ、あるいは市場からの撤退を招く可能性がある。その結果、選択肢、品質、イノベーションが低下し、最終的に視聴者に損害を与える可能性がある。

- ▶ ドイツでは、民間放送事業者が公共放送のインターネット上での拡大を契機として行った、欧州委員会への受信料の異議申し立てがきっかけで、テレメディア任務規制が国内法として制定されることになった。

## 民間放送事業者らの、欧州委員会への異議申し立て

- 2002年から2004年にかけて、民間放送事業者複数社および社団法人民間放送・通信協会が、公共放送の活動範囲の拡大を問題視し、当時の受信料をEU運営条約によって禁止された「国家援助」にあたるとして異議を申し立てた
- その中で、彼らは公共放送によるオンライン活動、新規のオンラインチャンネルなどを批判の対象とした

## 欧州委員会の判断

- 2005年、欧州委員会はドイツの受信料制度は禁止されている「国家援助」にあたるとの判断を示した
- 一方、ドイツ政府はその判断を否定する主張を行った

## ドイツ政府・欧州委員会の合意

- 協議の結果、2007年にドイツ政府・欧州委員会が公共放送の予算の枠組みについて合意
- この際、欧州委員会はドイツの国内法に対して以下のような項目を盛り込むことを義務付けた
  - ① 「テレメディア」に関する公共放送の任務の基準を明確に規定する
  - ② 公共放送事業者が、上記の審査基準を具体化し、審査手続きを実行する
  - ③ 公共放送事業者には、新規もしくは変更のあるオンラインコンテンツに対し「三段階のテスト」を実行させる
  - ④ 「テスト」では（1）社会の民主・社会・文化的需要に応答、（2）ジャーナリズム上の競争に寄与（3）費用の明記を満たすかどうかの審査を行うこと
  - ⑤ オンラインコンテンツについての公共放送の役割は、ジャーナリスティックかつエディトリアルなものに限定
  - ⑥ 何が公共放送の任務に含まれ、何が含まれないのかについて具体例を示したリストを作成する

## ②競争ルール的基本的方向性

# 1. 事前のルールか事後のルールか

※ 公正競争確保のための競争ルールが必要との考え方に立つとした場合

## ② 競争ルールの基本的方向性

### 【論点】

公共放送のインターネット活用業務を必須業務化する場合に、その業務の拡大によって、メディアの多元性等が損なわれないようにするための競争ルールは、どのような内容を基本とするべきか。

#### 1. 事前のルールか事後のルールか

公共放送のインターネット活用業務を拡大しようとする場合に、事前にチェックする仕組みを設けるべきか、事後にチェックする仕組みを設けるべきか。

### <WGとしての考え方（案）>

#### «案の①»

・インターネット活用業務を必須業務とする場合、国内・国際放送とインターネット配信などの必須業務の実施に公共放送の財源をどのように配分するかは基本的にNHKの経営方針に委ねるべきなので、インターネット活用業務の開始・変更前に規制するのは過剰であるが、メディアの多元性等は国として確保すべき公益であるから、現行の「理解増進情報」を巡る民放・新聞からの指摘も踏まえ、これらが損なわれるおそれがないかを公共放送自ら又は国が事後的にチェックできる仕組みを導入すべき。

（なお、「公共放送自ら」か「国」かについては、次の論点として議論）

## <WGとしての考え方（案）>

### «案の②»

- ・インターネット活用業務を必須業務とする場合でも、メディアの多元性等が損なわれないかを厳格にチェックすべきであり、現行制度でも事前認可としていることや、英国やドイツでは、業務開始・変更前に、競争への影響について評価する制度を導入していることも踏まえれば、我が国においても公共放送自ら又は国が事前にチェックできる制度を導入すべき。
- ・また、現行の「理解増進情報」を巡る民放・新聞からの指摘を踏まえれば、競争状況を適時適切に把握するため、公共放送自ら又は国が事後的に競争状況を評価して、必要があればサービスの変更等を行うといったフォローアップの制度をあわせて導入すべき。  
(なお、「公共放送自ら」か「国」かについては、次の論点として議論)

### «案の②－1»

- ・事前チェックでは公共的価値が一定程度認められれば、競争上の悪影響が明白でない限りは業務の変更・追加を認めた上で、業務開始後の競争状況のフォローアップを厳格に行うような、「フォローアップ重視型」を志向すべき。

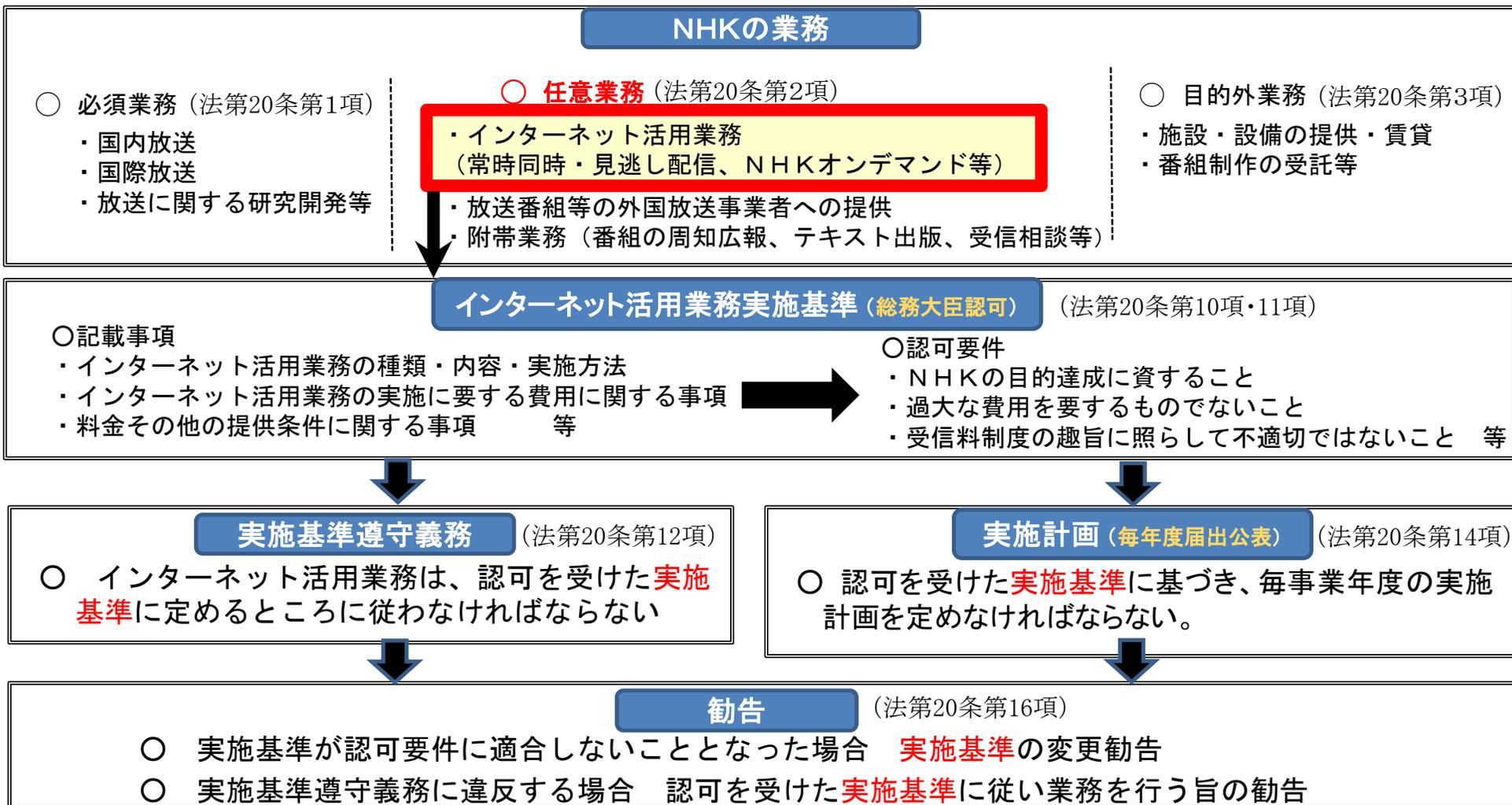
### «案の②－2»

- ・事前チェックでは将来生じうる競争上の影響を分析した上で、競争上の悪影響の程度がサービスの開始・変更によって正当化できるかを実質的に評価するなど厳格に行った上で、業務開始後の競争状況のフォローアップは、事前チェックでの評価と著しく乖離が生じていないかの観点から行うような、「事前チェック重視型」を志向すべき。

## 【構成員等の主な意見】

- ・ NHK NEWS WEBやNHKニュース・防災アプリは、コンテンツの内容や訪問者数を見る限り、その存在感は非常に大きく、有料会員や広告収入を目指す民間のデジタルサービスとは競合環境にある。NHKのインターネット展開は、理解増進情報の下でどんどん拡大している。インターネット空間のゆがみの是正にはNHKの役割が大きくなる方が望ましいという声もあるようだが、その是正効果が示されていない上に、そうした効果以上に民間事業者への悪影響が大きい。(第3回:新聞協会)
- ・ NHKのインターネット活用業務の中には理解増進情報の範囲を逸脱しているものがあるのではないか。例えば、政治マガジンなどどのような番組と関連付けられるのか。補助的な情報の範囲なのか。公正競争や受信料制度との整合性の観点からも課題があり、なし崩しの業務拡大につながっている理解増進情報の在り方を抜本的に見直すべき。(第3回:新聞協会)
- ・ 放送番組以外の「理解増進情報」を拡大解釈すると競争環境を阻害するおそれがある。具体的な事例は現段階ではないが、拡大解釈していくと、それは限りなくオリジナルコンテンツに近くなる。現在の制度は「既放送番組等」しかネット配信できないため、そこから逸脱していくと、財源の受信料制度をどうするかという議論が、まだまだこれからである。(第3回:民放連)
- ・ 理解増進情報が特に新聞をはじめとする非放送ジャーナリズムの機能を発揮される主体にとってのネット業務と競合する側面があるということは、全くそのとおりだろう。そうした観点から、単なる経済的競争だけでなく、真に公衆形成に役立つのかとか、自由競争では提供されない情報なのかといったことを勘案しながら限定をかける仕組みが必要。(第4回:宍戸構成員)
- ・ NHKの理解増進情報の提供をめぐる問題について具体的な指摘があったことは重く受け止める必要がある。現時点において、理解増進情報のなし崩しの拡大解釈が見られるのだとすれば、今後の新しい業務範囲においても同様の現象が生じるおそれが想定される。このことは、新たな業務範囲の設定後、その逸脱をモニターし、チェックする仕組みが必要不可欠であることを示唆している。理解増進情報については、今後の規律の在り方を考える重要な素材として、現状の明確化と対応の在り方を掘り下げて検討する必要がある。(第3回:曾我部構成員)
- ・ 理解増進情報という枠組み自体が、あまりガバナンスが効いていない可能性もあるのではないか。公共目的をしっかりと考えた上で、さらに加えて、公正競争の観点でレビューをするという点が重要なのではないか。(第3回:落合構成員、新聞協会)
- ・ 現状の理解増進情報の運用について批判があると仄聞するが、紛争や疑義があったときにどういう形で解決・調停していくのか、その問題に還元できる部分もあるのではないか。規律の仕組みづくりの際に考慮すべき。(第2回:曾我部構成員)

- 放送法上、NHKのインターネット配信等の業務（インターネット活用業務）は任意業務であり、放送受信者から徴収された受信料で実施する場合の適切性を確保するため、総務大臣から認可を受けた実施基準に基づき、毎年度、実施計画を定めて実施することとされている。



# (参考) NHKインターネット活用業務実施基準の審査基準 (概要)

- NHKのインターネット活用業務の実施基準は、**総務大臣の認可を受けることが必要**。
- 認可の審査基準は、**放送法及び省令を踏まえ、「日本放送協会のインターネット活用業務の実施基準の認可に関するガイドライン」(平成26年11月 (令和4年10月最終改定))**で具体化されている。

放送法上の認可要件	審査基準
(1) <u>NHKの目的達成に資すること</u>	インターネット活用業務の内容について、 ① NHKの目的に照らして適切な業務であること ② 市場の競争を阻害しないこと ③ 地方向け放送番組の提供に関する事項が適正かつ明確であること ④ 他の放送事業者との協力に関する事項が適正かつ明確であること 等
(2) <u>業務の種類、内容及び実施方法が 適正かつ明確に定められていること</u>	① 業務の種類、内容及び実施方法が適正かつ明確に定められていること ② 業務の対象が、放送法第20条第2項第2号及び第3号に規定されている範囲に収まっていること
(3) <u>料金その他の提供条件が受信料制度の趣旨に照らして不適切でないこと</u>	業務の種類、内容及び実施方法並びに提供条件が、受信料制度の趣旨との整合性を十分に踏まえたものとなっていること
(4) <u>業務の実施に過大な費用を要するものでないこと</u>	① 受信料財源業務の実施に要する費用の上限が適正かつ明確に定められていること ② インターネット活用業務全体の実施に要する費用が任意業務の趣旨に照らして適切な規模であること
(5) <u>特定の者に対し不当な差別的取扱いをするものでないこと</u>	業務の実施方法や料金その他の提供条件が、特定の者を合理的な理由なく有利又は不利に取り扱うものでないこと
(6) <u>利用者の利益を不当に害するものでないこと</u>	① 利用条件等に対する考え方が適正かつ明確に定められていること ② 個人情報その他の情報の適正な取扱いについて必要な措置が講じられていること 等
(7) <u>総務省令で定める実施基準の記載事項が適正かつ明確に定められていること</u>	インターネット活用業務に係る苦情その他の意見の受付及び処理に関する事項、実施の状況の評価及び改善に関する事項等が適正かつ明確に定められていること

# NHKにおけるインターネット活用業務の「評価」の取組

- NHKは、放送法の規定（第20条第18項）により、**少なくとも3年ごとに**、インターネット活用業務に関する技術の発達及び需要の動向その他の事情を勘案し、**当該業務の実施の状況について評価を行う**とともに、その結果に基づき**当該業務の改善を図るため必要な措置を講ずるよう努めなければならない**とされている。
- これを受け、NHKは、インターネット活用業務実施基準において、**インターネット活用業務に関する評価・改善**に関する事項、**インターネット活用業務審査・評価委員会**に関する事項を定めている。

## インターネット活用業務に関する評価・改善（第8条）

- ① **各事業年度の終了後、実施計画の実施状況を取りまとめ、評価する。**
- ② **インターネット活用業務の実施状況について、少なくとも3年ごとに、①の評価結果も踏まえて、技術の発達および需要の動向その他の事情を勘案して評価する。**その結果に基づき必要があると認める場合には、当該業務の改善を図るための措置を講ずる。
- ③ これらは協会のウェブサイトに掲載して公表する。

## インターネット活用業務審査・評価委員会（第9条）

- ① インターネット活用業務における適切性の確保に資するため、会長の諮問機関として、学識経験者からなる「インターネット活用業務審査・評価委員会」を置く（委員は市場競争の評価等に関する知見を有し、客観的かつ中立公正な判断をすることができる者を選定。）。
- ② **実施計画の策定及び上記評価に当たっては、同委員会に、インターネット活用業務の公共性および市場競争への影響等、公共放送の業務としての適切性を確保する観点からの見解を求め、これを尊重する。**
- ③ 同委員会は、実施計画の策定及び上記評価に関して見解を述べるために必要と認めるときは、競合事業者及びNHKが委託等によりインターネット活用業務の一部を担わせる事業者に意見を求めることができる。

- NHKは、放送番組に加え、**放送番組に対する理解の増進に関する情報(理解増進情報)のインターネット提供も可能**(放送法第20条第2項第2号)。
- この理解増進情報は、インターネット活用業務実施基準において、法の趣旨を踏まえ、**特定の放送番組に関連付けられた補助的な情報の範囲のもの**とされ、**その類型が限定列挙**されている(インターネット活用業務実施基準第5条。類型は下表「類型」のとおり。)
- また、**特定の放送番組との対応関係を確認し、少なくとも3か月に一度ウェブサイトに掲載して公表すること**とされ(同基準第13条第3項)、**少なくとも年1回、その社会的意義を勘案して必要性・有効性を点検し、それらがなくなったと判断したものはその時点で終了すること**とされている(同基準第18条第1項)。

## 理解増進情報の具体例

類型	具体例(タイトル)
一 放送番組を周知・広報するもの	NHK_PR、NHKドラマ、NHKアニメ
二 放送番組等を再編集したもの	NHKアーカイブス
三 放送番組の内容を解説・補足するもの	健康チャンネル、解説委員室
四 放送番組のために収集した情報であって災害等の予防や被害の軽減に資するもの	あなたの天気・防災
五 協会が放送した放送番組の一部を編集したものまたは当該放送番組のために収集した資料であって創作用素材として提供するもの	クリエイティブライブラリー
六 その他放送番組の視聴に関して参考となるべき情報	具体例なし

## ○放送法

### (業務)

**第二十条** 協会は、第十五条の目的を達成するため、次の業務を行う。

一 次に掲げる放送による国内基幹放送(特定地上基幹放送局を用いて行われるものに限る。)を行うこと。

イ 中波放送

ロ 超短波放送

ハ テレビジョン放送

二 テレビジョン放送による国内基幹放送(電波法の規定により協会以外の者が受けた免許に係る基幹放送局を用いて行われる衛星基幹放送に限る。)を行うこと。

三 放送及びその受信の進歩発達に必要な調査研究を行うこと。

四 邦人向け国際放送及び外国人向け国際放送を行うこと。

五 邦人向け協会国際衛星放送及び外国人向け協会国際衛星放送を行うこと。

2 協会は、前項の業務のほか、第十五条の目的を達成するため、次の業務を行うことができる。

一 (略)

二 協会が放送した又は放送する放送番組及びその編集上必要な資料その他の協会が放送した又は放送する放送番組に対する理解の増進に資する情報(これらを編集したものを含む。次号において「放送番組等」という。)を電気通信回線を通じて一般の利用に供すること(放送に該当するものを除く。)

三 放送番組等を、放送番組を電気通信回線を通じて一般の利用に供する事業を行う者(放送事業者及び外国放送事業者を除く。)に提供すること(協会のテレビジョン放送による国内基幹放送の全ての放送番組を当該国内基幹放送と同時に提供することを除く。)

3～9 (略)

(業務)

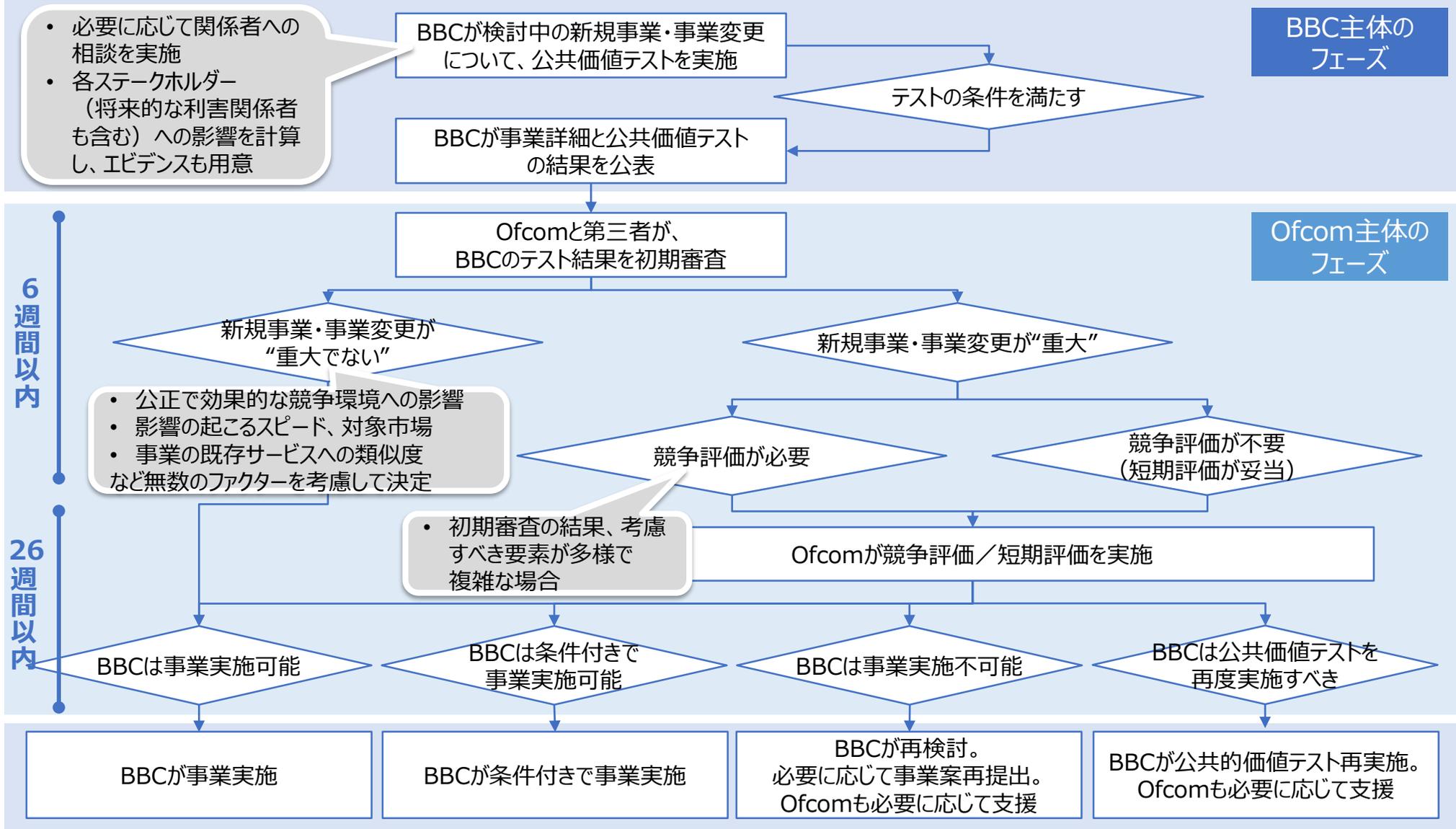
## 第二十条

- 1 0 協会は、第二項第二号又は第三号の業務を行おうとするときは、次に掲げる事項について実施基準を定め、総務大臣の認可を受けなければならない。これを変更しようとするときも、同様とする。
- 一 第二項第二号又は第三号の業務の種類、内容及び実施方法
  - 二 第二項第二号又は第三号の業務の実施に要する費用に関する事項
  - 三 第二項第二号の業務にあつては、当該業務に関する料金その他の提供条件に関する事項
  - 四 その他総務省令で定める事項
- 1 1 総務大臣は、前項の認可の申請が、次の各号のいずれにも該当すると認めるときは、同項の認可をするものとする。
- 一 第十五条の目的の達成に資するものであること。
  - 二 第二項第二号又は第三号の業務の種類、内容及び実施方法が適正かつ明確に定められていること。
  - 三 第二項第二号又は第三号の業務の種類、内容及び実施方法並びに同項第二号の業務に関する料金その他の提供条件に関する事項が、特定受信設備（第六十四条第一項に規定する特定受信設備をいう。）を設置した者について、同条第一項の規定により協会と同項に規定する受信契約を締結しなければならないこととされている趣旨に照らして、不適切なものでないこと。
  - 四 第二項第二号又は第三号の業務の実施に過大な費用を要するものでないこと。
  - 五 第二項第二号の業務にあつては、特定の者に対し不当な差別的取扱いをするものでないこと。
  - 六 第二項第二号の業務にあつては、利用者（同号に規定する一般の利用について、協会と契約を締結する者をいう。）の利益を不当に害するものでないこと。

## (業務)

## 第二十条

- 1 2 協会は、第二項第二号又は第三号の業務を行うに当たっては、第十項の認可を受けた実施基準に定めるところに従わなければならない。
- 1 3 協会は、第十項の認可を受けたときは、遅滞なく、その実施基準を公表しなければならない。
- 1 4 協会は、第二項第二号又は第三号の業務を行うに当たっては、第十項の認可を受けた実施基準に基づき、総務省令で定めるところにより、毎事業年度の当該業務の実施計画を定め、当該事業年度の開始前に、これを総務大臣に届け出るとともに、公表しなければならない。これを変更しようとするときも、同様とする。
- 1 5 協会は、第二項第二号の業務を行うに当たっては、全国向けの放送番組のほか、地方向けの放送番組を電気通信回線を通じて一般の利用に供するよう努めるとともに、他の放送事業者が実施する当該業務に相当する業務の円滑な実施に必要な協力をするよう努めなければならない。
- 1 6 総務大臣は、次の各号に掲げる場合に該当すると認めるときは、協会に対し、期限を定めて、当該各号に定める勧告をすることができる。
  - 一 第十項の認可を受けた実施基準が第十一項各号のいずれかに該当しないこととなつた場合 その実施基準を変更すべき旨の勧告
  - 二 協会が第十二項の規定に違反している場合 第十項の認可を受けた実施基準に従い第二項第二号又は第三号の業務を行うべき旨の勧告
- 1 7 総務大臣は、協会が前項の勧告に従わなかつたときは、第十項の認可を取り消すことができる。
- 1 8 協会は、少なくとも三年ごとに、第二項第二号又は第三号の業務に関する技術の発達及び需要の動向その他の事情を勘案し、当該業務の実施の状況について評価を行うとともに、その結果に基づき当該業務の改善を図るため必要な措置を講ずるよう努めなければならない。
- 1 9～20 (略)



- BBCの規制監督はOfcomが担っており、BBCが新規の事業を行う際／もしくは既存事業の大きな変更を行う際、「公共価値テスト」「競争評価」の実施について、協定書（2017年の第9次特許状に伴うもの）で定めている。

## 8. 公共価値テスト

- (1) BBCは、以下の要件が満たされていることを確認しなければならない。
- (a) 英国公共サービスに対する変更案が、使命の遂行および**1または2以上の公的目的の振興に貢献**すること。
  - (b) 変更案が公正かつ実効的な競争に対して実効的な使命の遂行と公的目的の振興を図る上で**不必要な悪影響を及ぼすことがない**よう、**BBCによって合理的な措置が講じられている**こと。
  - (c) 変更案の公共価値を理由に**公正かつ実効的な競争に及ぼす悪影響を正当化**できること。
- (2) 公共価値テストを実施するにあたり、BBCは、公正かつ実効的な競争に及ぼす悪影響の規模と可能性との関連で、公共価値の規模と可能性を検討しなければならない。BBCの決定では、定性的評価の実施要求に加え、公共価値要因と公正かつ実効的な競争に及ぼす可能性のあるリスク要因との比較が指示されるものとし、その旨が了解される。
- (3) 公共価値テストが満たされた後に、提案した重大な変更の実施をBBCが希望する場合、BBCは、当該変更案を公表し、Ofcomに変更案の写し1通を送付しなければならない。

## 10. 競争評価

- (1) Ofcomは、英国公共サービスに対して重大な変更が提案された場合は、当該変更案の競争評価を実施することができる。
- (2) Ofcomが第9条第(2)項に基づいて競争評価の実施を決定した場合、Ofcomは、決定から6カ月以内に評価を完了し、第11条に基づく決定を行わなければならない。特別な状況が生じた場合、Ofcomは、これより長い期間を許可することができる。
- (3) 競争評価を実施するにあたり、Ofcomは以下を実施しなければならない。
- (a) 公共価値テストを実施する際に**BBCが従った手順のレビュー**
  - (b) 英国公共サービスの変更案の公共価値について行われた**BBCの評価のレビュー**
  - (c) 変更案が**公正かつ実効的な競争に及ぼす悪影響の評価**
  - (d) 変更案の公共価値を理由に**公正かつ実効的な競争に及ぼす悪影響を正当化できるかどうか**についての評価
- (4) 競争評価を実施するにあたり、Ofcomは、公正かつ実効的な**競争に及ぼす悪影響の規模・程度**と相対的な形で、公共価値の規模・程度を考慮しなければならない。この決定では**定性的評価の実施が要求されること**、また、公共価値要因と公正かつ実効的な競争に及ぼすリスク要因との**直接的な比較が困難であること**が認識されている。

- また、現在実施中の事業についてもOfcomが合理的根拠に基づいて、公正競争に悪影響を及ぼしていると判断する場合は「競争レビュー」を実施できる。

## 12.競争レビュー

- (1)Ofcomが合理的な根拠に基づいて、公共サービスの実施によって公正かつ実効的な競争に重大な悪影響が生じていると考える場合、Ofcomは、公共サービスの競争レビューを実施することができる。
- (2)Ofcomは、Ofcomが適切と考える手順の実施後に、公共サービスの公共価値と公正かつ実効的な競争に及ぼす悪影響を検討するための評価の実施をBBCに要求することができる。
- (3)競争レビューを実施する過程で、公正かつ実効的な競争に重大な悪影響が生じていることをOfcomが発見したときは、Ofcomは、サービスの公共価値を理由に公正かつ実効的な競争に及ぼす悪影響を正当化できるかどうかを評価しなければならない。
- (4)競争レビューを実施するにあたり、Ofcomは、公正かつ実効的な競争に及ぼす悪影響の規模・程度と相対的な形で、公共価値の規模・程度を考慮しなければならない。この決定では定性的評価の実施が要求されること、また、公共価値要因と公正かつ実効的な競争に及ぼすリスク要因との直接的な比較が困難であることが認識されている。
- (5)競争レビューを考慮した上で、Ofcomは、以下のいずれかを決定することができる。
  - (a)BBCは、英国公共サービスの実施を継続することができる。
  - (b)BBCは、Ofcomが適切と考えるサービスの変更に従ってサービスを実施するか、またはOfcomが適切と考える条件に従うことができる。
- (6)本条において、英国公共サービスとの言及には、当該サービスの一部への言及も含まれる。

- ▶ iPlayerの見逃し配信期間を30日間から12か月（一部例外あり）に延長する際（2019年）BBCが公共価値テストを、Ofcomが競争評価を実施して、同提案は実装可能と評価された。

## BBCの公共価値テストの結果（サマリ）

- 本提案が大きな公共的価値を生み出すことは明らかである
- 調査対象者の63%は、この変更がライセンス料の価値向上を意味すると同時に、視聴者の現在の期待に応えるユニバーサルサービスを提供することにつながると感じている
- この変更が競争を排除することはない。この変更は、単にBBC iPlayerを業界標準に合わせるものである。この変更により、今後5年間に予想されるBBC iPlayerの継続的な衰退を止めることができる
- この変更は、BBCが公共の目的を果たすために必要最小限のものである。BBCがこの変更を行うことができない場合、BBC iPlayerは市場からさらに遅れを取り、特に若い視聴者に対し、BBCの公共の目的を果たす能力が脅かされることになる
- BBCは、これらの調査結果を考慮すると、Ofcomは本提案について短期評価を実施するのが妥当で、それによりこれ以上の不要な遅延を避けることができると期待している

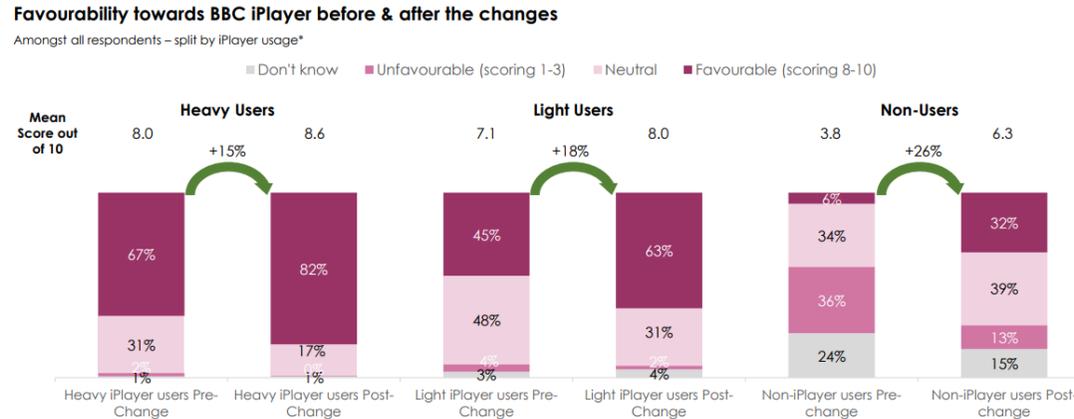
## Ofcomの競争評価の結果（サマリ）

- 人々の番組の視聴方法は急速に変化しており、視聴者がBBCに期待することも変わりつつあり、これは特に若者に当てはまる
- 提案には、BBCのほとんどの番組を12カ月間、一部の番組をそれ以上、すべての子供向け番組を5年間視聴可能にすることが含まれている
- 我々は競争評価（短期評価でない）を通じてこれらの提案を検討した
- 変更による公共的価値の提供が、公正かつ効果的な競争への悪影響を正当化するものであると判断した。この後、BBCは変更を条件付きで行うことができる
  - 他の放送事業者のVODやBritBoxのような潜在参入者への影響は注意が必要
  - BBCは公共の目的の達成状況を測定する方法をOfcomに相談の上2019年中に更新する必要がある。また、iPlayerの利用状況もモニタリングすることを条件とする
- 今回の公共的価値テストの実施手順では、ステークホルダーから大きな批判があった
  - 以後、BBCはステークホルダーと継続的・積極的かつ透明に議論を続けるべき

▶ iPlayerの見逃し配信期間を30日間から12か月に延長する際（2019年）の例

- 「公共放送の目的に貢献」するかどうかについては、視聴者アンケート結果（デプスインタビュー、オンラインサーベイ）、パブリックコメント、モデルに基づく視聴増加の試算といったエビデンスを提示している

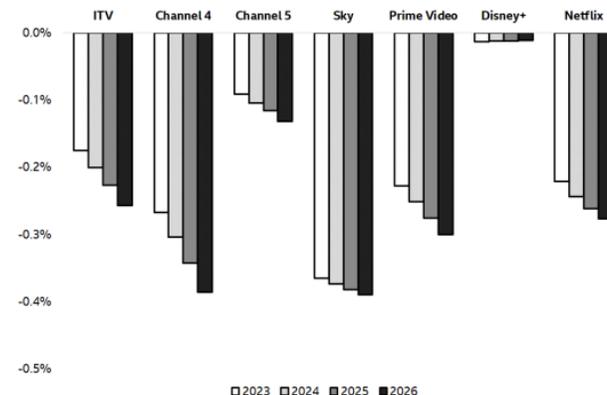
例) BBC iPlayerのアーカイブの拡大に関する公共価値テストの結果に含まれる、視聴者アンケート結果 (BBC好感度の変化)



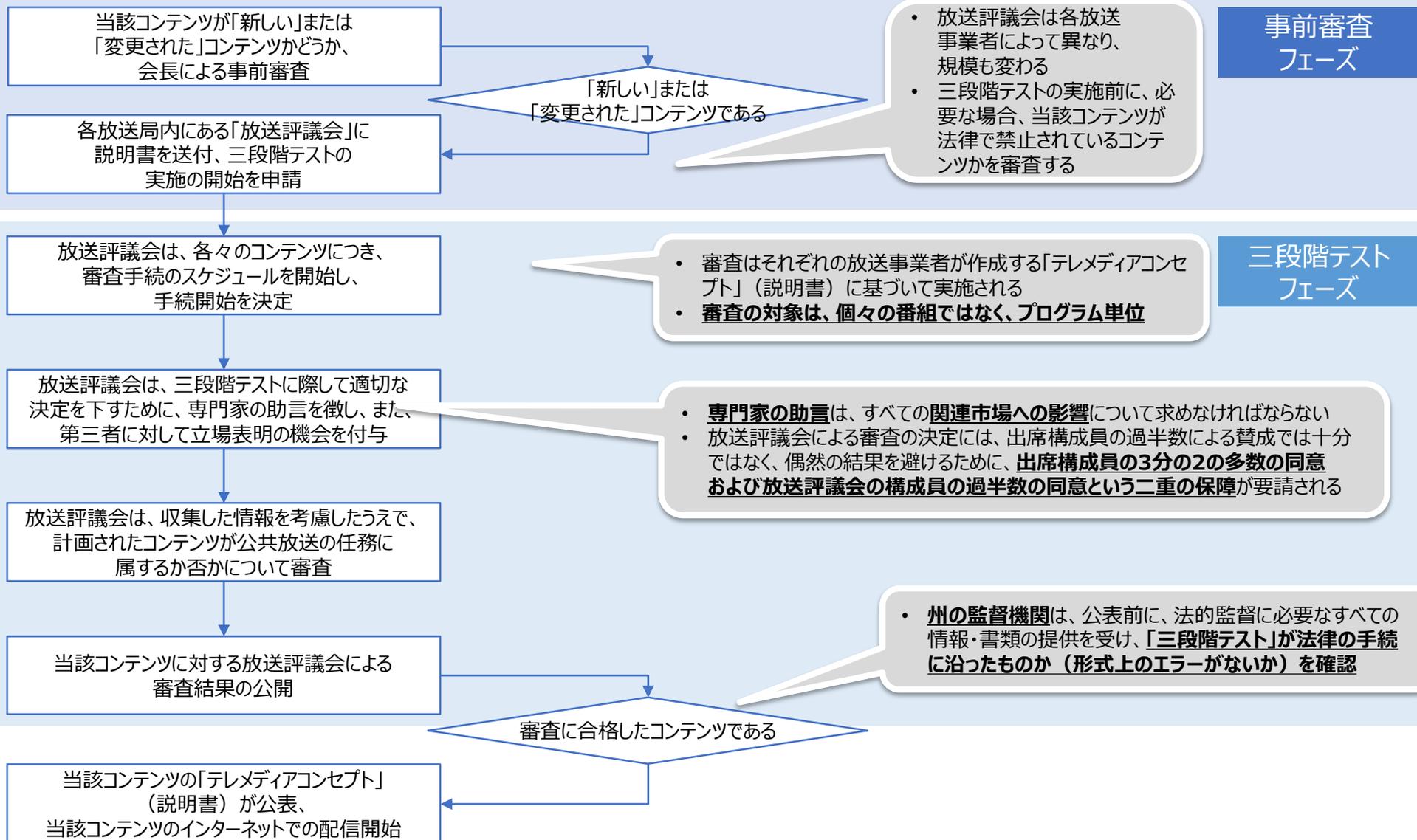
- 「競争上の悪影響」はモデルに基づき試算

例) BBC iPlayerのアーカイブの拡大による他社サービスの売上減少幅予測

Figure 37: Combined revenue impact for 300% increase in BBC iPlayer Archive



具体的には以下のようなプロセスで三段階テストは実施される。



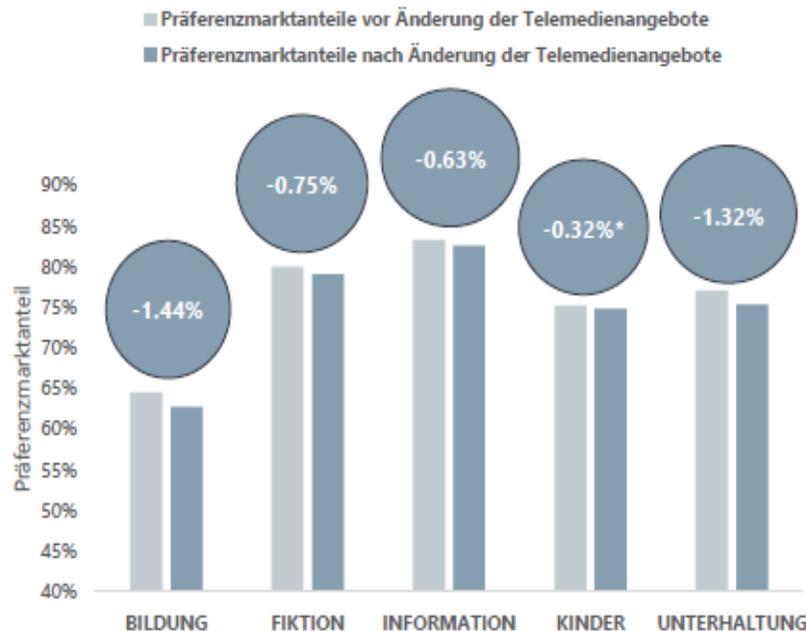
- ▶ ドイツ公共放送のオンラインコンテンツ規制は、2009年に第12次改正放送州間協定で定められていたが、2019年に公共放送のオンラインコンテンツ（「テレメディア任務」）についての改革を含む第22次改正放送州間協定が発効した。
- ▶ 提供可能なコンテンツの条件の1つである、三段階テストは以下のような基準で視点で審査される。

## 第22次改正放送州間協定の内容（三段階テストについて）

- 新しく制作された又は本質的に変更されたテレメディアコンテンツは、公共放送のテレメディア任務に適合しているかについて「三段階テスト」で審査される。具体的には、計画段階で以下の3点について、**放送評議会（各州の公共放送局ごとに設置されている最高機関であり、任命権や統制権が付与される）**に説明を求められる。
  - ① **どの程度、社会の民主的、社会的、文化的な需要に応じているか**
  - ② **どの範囲で、質的な観点からジャーナリズム上の競争への寄与がなされるか**
  - ③ **どのような財政上の費用が必要か。**
- 新しいテレメディアコンテンツまたは本質的な変更の採用が上記要件に適合しているか否かの決定には、管轄権を有する放送評議会の出席構成員の3分の2の賛成、かつ、少なくとも同委員会構成員の過半数の賛成が必要
- また、公共放送は放送評議会を介して新しい／変更されるテレメディアコンテンツを採用する前に第三者に対して立場表明の機会を与える必要がある。また、放送評議会は審査結果の決定前に独立した専門家による助言を受けることができ、特に関連市場への影響の推定については専門的助言を求めなければならない
- 州の監督機関は、「三段階テスト」が法律の手に沿ったものか（形式上のエラーがないか）を確認する
- その後、公共放送は、当該テレメディアコンテンツについての情報を公共放送のウェブサイトで公表しなければならない

- ZDFは、2019年の放送州間協定の改正に伴い、テレメディアコンセプトの変更案を公表
  - ZDFが提供するテレメディアにおける独立したオーディオビジュアルコンテンツの提供（「オンライン・ファースト」「オンライン・オンリー」）
  - 放送に関連したオファーや大きなイベントなど、利用ニーズやユーザーの習慣に合わせて滞在時間を調整すること。
  - 現代史や文化史のためのアーカイブを作ること
  - 特に若年層にリーチするために、ZDFのコンテンツをサードパーティーのプラットフォームで配信すること
- 市場への影響調査については、ZDFテレビ評議会が外部の専門家に委託して実施。

- テレメディアコンセプトの変更が、市場シェアの変化に及ぼす影響
- テレメディアコンセプトの変更による市場拡大効果



	A-VOD			PAY-VOD			GESAMT
	MARKT (MIO. EUR)	AB-WAN- DERUNG	ÄQUI- VALENZ- WERT ZDF*	MARKT (MIO. EUR)	AB-WAN- DERUNG	ÄQUI- VALENZ- WERT ZDF*	ÄQUI- VALENZ- WERT ZDF*
UNTERHALTUNG	357	1,08%	1,90	66	0,24%	0,16	2,06
NACHRICHTEN	142	0,61%	0,42	13	0,02%	0,00	0,42
FIKTION	47	0,36%	0,09	1.671	0,38%	6,42	6,51
BILDUNG	30	1,07%	0,10	51	0,37%	0,19	0,29
KINDER	77	0,19%	0,06	317	0,14%	0,43	0,49
SONSTIGES	392	-	-	284	-	-	-
<b>KOMMERZIELLER WETTBEWERB</b>	<b>653</b>	<b>0,4%</b>	<b>2,57</b>	<b>2.119</b>	<b>0,3%</b>	<b>7,21</b>	<b>9,78</b>

\*Markt-Äquivalenzwert der Änderungen der ZDF-Telemedienangebote in Mio. EUR  
Quelle: Goldmedia 2019

- フランスでは、「公共価値テスト」や「三段階テスト」に該当する審査はないが、国の関与の下、COM（目標手段契約）の中で中長期計画を定めており、その中で一部具体的サービスについても触れている。

## COMとは

- COM（目標手段契約）は、公共放送が、その中長期計画（3か年～5か年）を政府と協議して決定し、その手段、すなわち財源を国家が保障するという、契約システム
- COMの原案は公共放送が作成するが、その内容については、経済省、財務省、文化・コミュニケーション省や監督機関ARCOMなどから担当者が加わって議論を行う
- また、COMの調印に先立ち、議会と元老院の文化・予算担当委員会及び視聴覚高等評議会に送達され、国会審議が行われる

## COMの内容（抜粋）

### 2011年－2015年COM

- 5年間の14の目標
  - ③デジタル分野への全面展開を図る
    - ✓ 番組をインターネット（ニュース、スポーツ、VODプラットフォーム）上に展開し、SNSも活用した上で、スマートフォン向けアプリを開発する

### 2016年－2020年COM

- オンライン・放送の融合サービスの展開の加速
  - 24時間ニュース専門サービス（放送、インターネット同時配信）であるFranceinfoについて、ローカルニュースの強化による内容の多様化
- Netflixなど海外の動画配信事業者にフランスオリジナルコンテンツを積極的に提供する

## 本来業務

〔持株会社:NTT法第2条第1項第1号から第3号〕  
〔地域会社:NTT法第2条第3項第1号〕

目的を達成するために持株会社及び地域会社が行うこととされている業務。

- ・持株会社: 地域会社の株式の保有・権利行使、地域会社への助言等、基礎研究
- ・地域会社: 法定区域内での地域電気通信役務の提供

※一定の要件の下、総務大臣の認可を受けることにより他社設備の使用が可能。

## 附帯業務

〔持株会社:NTT法第2条第1項第4号〕  
〔地域会社:NTT法第2条第3項第2号〕

本来業務を営むうえで通常附帯すると考えられる業務。

### 【具体例】

- ・通信サービスの利用に不可欠な端末機器(電話機等)の販売

## 総務大臣への事前届出により営むことが可能

### 目的達成業務

〔持株会社:NTT法第2条第2項〕  
〔地域会社:NTT法第2条第4項〕

持株会社及び地域会社が「目的を達成するため」に必要と認められる業務であるが、本来業務及び附帯業務には該当しないもの。

### 【具体例】

- ・他の電気通信事業者の商品の販売・取次
- ・他社料金の回収代行

### 活用業務(NTT東西のみ)

〔地域会社:NTT法第2条第6項〕

本来業務、附帯業務及び目的達成業務には該当しないが、本来業務である地域電気通信業務を営むために保有する設備、技術、職員を有効に活用して行う電気通信業務その他の業務。

### 【具体例】

- ・次世代ネットワーク(NGN)を利用した県間伝送サービス

■ シェアが高く市場支配力を有する事業者(市場支配的事業者)に対し、市場支配力を濫用して公正な競争を阻害することがないように、**不当な競争を引き起こすおそれがある行為についてあらかじめ禁止している。**

<対象事業者>  
【固定通信市場】 一種指定事業者：NTT東西  
【移動通信市場】 二種指定事業者のうち、収益シェア等を勘案して\*指定されたもの：NTTドコモ

\* 収益シェアが25%を超える場合にその推移その他の事情を勘案

## 禁止される行為

### 接続の業務に関し知り得た情報の目的外利用・提供

【具体例】  
他の事業者との接続の業務に関して知り得た情報を、本来の利用目的を超えて社内他の部門や他社に提供すること



<対象事業者>  
【固定通信市場】:NTT東西  
【移動通信市場】:NTTドコモ

### 特定の事業者に対する不当に優先的・不利な取扱い

【具体例】  
特定の事業者\*のみと連携し、排他的な取引をすること  
\* 移動通信市場においてはグループ内の事業者(子会社、親会社、兄弟会社等であって、総務大臣が指定する者)



<対象事業者>  
【固定通信市場】:NTT東西  
【移動通信市場】:NTTドコモ

### 製造業者等への不当な規律・干渉

【具体例】  
製造業者・コンテンツ事業者等に対し、他の事業者と取引をしないことを強要すること



<対象事業者>  
【固定通信市場】:NTT東西  
【移動通信市場】:なし

## 1 銀行

	ゆうちょ銀行	他の民間銀行
郵政民営化法	限度額 通常貯金1,300万円・定期性貯金1,300万円	(限度額なし)
	新規業務規制(認可等)	(新規業務規制なし)
	銀行法の規制	銀行法の規制

\* ゆうちょ銀行、他の民間銀行のいずれも、元本1,000万円及び利息の預金額が保護される(預金保険法)。

## 2 生命保険会社

	かんぽ生命保険	他の民間生保
郵政民営化法	限度額1,000万円 (加入後4年以上経過2,000万円)	(限度額なし)
	新規業務規制(事前届出) <small>※令和3年6月9日に認可制から届出制へ移行(詳細は後述)</small>	(新規業務規制なし)
	保険業法の規制	保険業法の規制

1. 郵政民営化法に基づく  
総務大臣及び金融庁長官の認可

ゆうちょ銀行

新規業務の認可申請

総務省及び  
金融庁

意見聴取

郵政民営化  
委員会

意見提出

郵政民営化委員会の意見を踏まえ、認可を判断

認可基準(郵政民営化法第110条)

次に掲げる事情を考慮し、郵便貯金銀行と他の金融機関等との間の適正な競争関係及び利用者への役務の適切な提供を阻害するおそれがないと認めるときは、当該認可をしなければならない。

<以下の事情を考慮>

- 日本郵政株式会社が保有する郵便貯金銀行の議決権がその総株主の議決権に占める割合その他の金融機関等との間の競争関係に影響を及ぼす事情
- 郵便貯金銀行の経営状況

2. 銀行法に基づく金融庁長官の承認  
(参考)

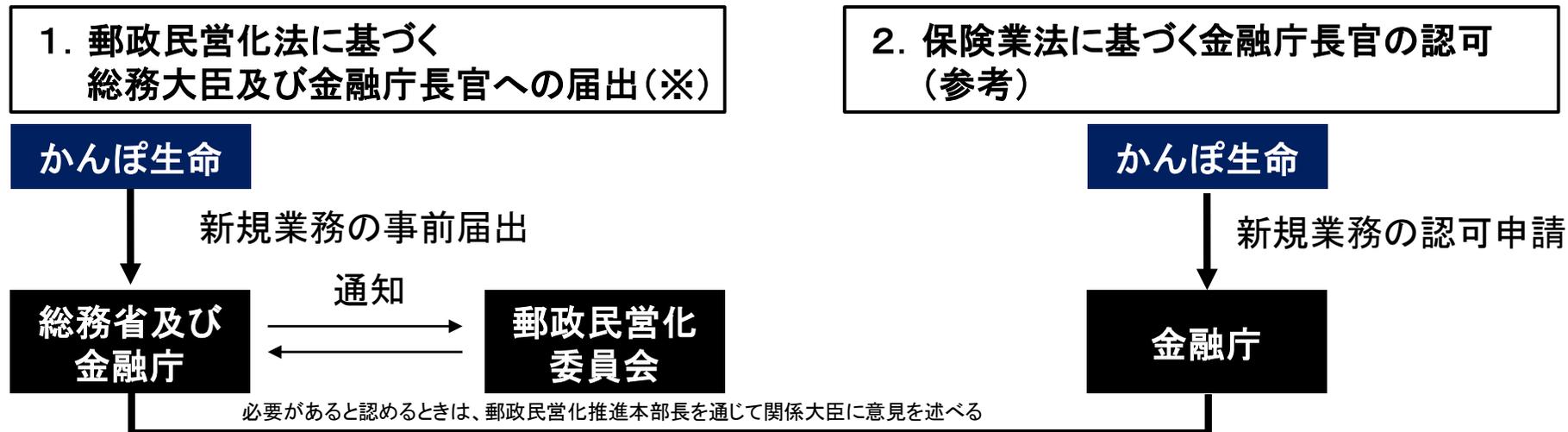
ゆうちょ銀行

新規業務の承認申請

金融庁

銀行法の承認基準に基づき、承認を判断

1の認可及び2の承認を得られた場合に、ゆうちょ銀行は新規業務の実施が可能



(※) 郵政民営化法138条の2の規定により、日本郵政による保有割合が50%を切ると、日本郵政が株式の二分の一以上を処分した旨を総務大臣に届け出た日以後、新商品等認可は、届出に移行。

○今後、新規業務等を行う際は、かんぽ生命は、他の生命保険会社との適正な競争関係及び利用者への役務の適切な提供を阻害することのないように特に配慮しなければならない。

(参考) 従前の新規業務認可は、前出ゆうちょ銀行の  
新規業務実施までの流れと同様。

保険業法の承認基準に基づき、承認を判断

1の届出を実施し、2の認可を得られた場合に、かんぽ生命は新規業務の実施が可能

## 2. 競争ルールの枠組みにおける 国の関与の在り方

## 2. 競争ルールの枠組みにおける国の関与の在り方

(1) 公共放送のインターネット活用業務の**個別具体的な変更・追加など**に対して、国がどのように関わるべきか。(競争評価に必要なデータの取得・分析に関する役割・能力を公共放送と国のどちらが担うべきか。)

### <WGとしての考え方(案)>

#### 【共通の前提】

英国やドイツでは、公共放送が個別のインターネット活用業務の開始・変更が与える競争への影響等について自ら評価を行う仕組みとされており、インターネット活用業務の競争状況を詳細に把握・分析していく観点からは、公共放送（我が国で言えばNHK経営委員会）が自らの経営情報などを基に個別の業務の競争状況等を把握・分析すべき。そのため、これを可能とするための能力を公共放送に備えさせるべき。

#### 《案の①》

・現行のインターネット活用業務実施基準における自己評価の仕組みのように、公共放送に必要な能力を備えさせ、評価プロセスの透明性や、民放・新聞などの利害関係者の意見表明の機会を確保する仕組みとすればよく、個別の業務のチェックに国の関与は不要と考えるべき。

## <WGとしての考え方（案）>

### «案の②»

・公共放送に競争評価に必要な能力を備えさせるとしても、現行制度でも「インターネット活用業務実施基準」を認可制とし公正な競争の観点からも審査していることや、公共放送による競争評価の妥当性の客観的な確認や、民放・新聞などの利害関係者の意見表明の公平な機会確保が必要であることを重視して、英国やドイツのように、個別の業務のチェックに国も関与する仕組みを設けるべき。

### «案の②－1»

・英国のように、公共放送による競争評価の結果を検証して必要な改善を施したり、あるいは個別業務に関する競争評価を自ら実施したりする機能や、利害関係者の意見を自ら聴取する機能を国も持つような仕組みとすべき。

### «案の②－2»

・公共放送による個別業務に関する競争評価が充実していることを前提として、国は、ドイツのように、公共放送による個別業務に関する競争評価が適正な手続にのっとり行われたかを確認したり、公共放送と民放・新聞などの利害関係者との間を調整・仲介したりする「第三者」的な機能を持つような仕組みとすべき。

## 2. 競争ルールの枠組みにおける国の関与の在り方

- (2) ( (1) のような個別具体的な変更・追加などとは別に、あるいはあわせて) メディアの多元性、ひいては言論の多様性を確保するための**競争ルールの運用状況の検証**を国はどのように行うべきか。

### <WGとしての考え方(案)>

競争ルールの運用の結果が、メディアの多元性等を損なうものとなっていないかを絶えず検証することは、これらの価値を確保すべき国の責務であるから、国が公共放送のインターネット活用業務の競争状況等を定期的に把握・評価して競争ルールの制度や運用の改善に反映する仕組みを設けるべき。

## 【構成員等の主な意見】

- ・ マルチステークホルダープロセスで、NHKの活動が適正な範囲に収まっているかを継続的に評価し、**不断の改革ができるガバナンスを構築**するといった議論が、この場で必要ではないか。(第1回: 宍戸構成員)
- ・ 公共的な情報流通を担保し、国民の知る権利を実現すると同時に、NHKが突出して情報空間を歪めたりしないという点でイギリスやドイツのような仕組みが非常に重要となるが、この議論をする以上は、NHKのガバナンスの問題の議論は不可避であり、当然に**経営委員会のガバナンスの問題が極めて重要**。(第3回: 宍戸構成員)
- ・ **公共放送の独立性、自立性を担保**しようとする、経営委員会をどう活用していくのかという点も制度的論点。独立性、自律性の担保が崩れてはならず、**信頼の根源でもあるので、経営委員会の機能・役割について今後議論が必要**。(第3回: NHK)
- ・ **独立性・自律性を担保するためには、経営委員会の機能も論点**になると思う。本WGでも議論を深めていただくことを期待するが、重要なのは独立性・自律性の担保であり、それが信頼の根源であると考えている。(第3回: NHK)
- ・ **個別の市場分析について総務省が細かにチェックすることは難しく、それ自体適切ではない**ので、協会の最高意思決定機関である**経営委員会**が、最終的にしっかりと**自らチェックするようなガバナンスの仕組みが必要**だろう。WGでは、その前提として、こうした仕組みのベースをなす基本的なルール作りを議論する必要がある。(第1回: 林構成員)
- ・ デジタル空間におけるメディアの課題、**競争と協調といった問題を実効的にガバナンスするためには、重層的にNHKのガバナンスを仕組む必要**がある。その中心となる**NHKの経営委員会制度については、この点からも見直しが必要**だと強く主張したい。せめて法律の規定上、委員の選任要件に、デジタル社会に詳しい者であるとか、経済競争政策に詳しい者とかを入れ、そこが**しっかりとしたガバナンスができるのであれば、国のチェックはマイクロマネジメントにならないようにする**。(第4回: 宍戸構成員)
- ・ **Ofcomによる詳細な競争評価スキームは非常に有益な制度で、わが国においても一定の示唆に富む**と思われるが、有識者から成る独立した10名以上の常勤・非常勤の委員によるOfcom委員会を設置され、そのボードを通じて合議によって基本的な政策決定がなされているので、**執行体制としてはわが国の総務省とはかなり異なっている**。わが国の示唆を考える場合には**そのあたりを頭の片隅に置いて議論しないと、制度の実行可能性という点でうまくワークしないということがありうる**。(第4回: 林構成員)

## 【構成員等の主な意見】

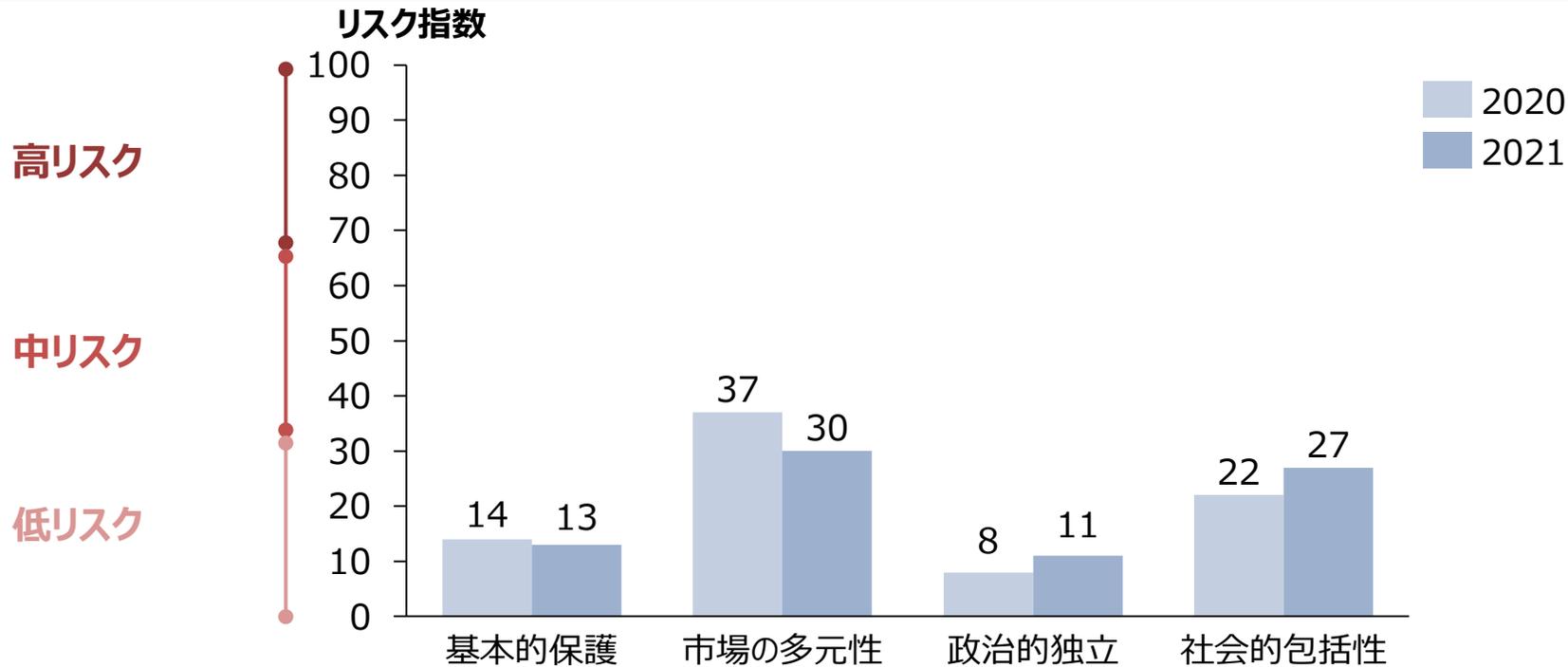
- ・ 具体的なデータないし指標に基づいて、NHKが本来あるべきものをやっているのかやっていないのかとか、こういうことがあったら公正競争を害するおそれがあるという抽象的な話ではなくて、具体的に害するおそれがあるからこの業務はこうやめようとかいった議論にならないといけないのではないか。総務省において放送法を所管されている以上、放送政策の効果がどうあるべきかということは、事業者から、あるいはそれ以外のアンケート等を通じてデータを把握して、この場に出していただいて議論すべき。(第4回: 宍戸構成員)
- ・ エビデンスに基づいて、今後、競争評価のスキーム、メカニズムというものを構築し、かつ洗練化させていくべきだとっておきまして、そのための議論を進めていかなければならない。ただ、競争法でこうなっているからそれを真似て運用するというだけでは、放送の世界ではやはりもたないと思っています。放送の場合には、個別のサービスについてだけではなくて、公共の利益にかなうかどうかについて、関連する複数の種類のサービスについて、ある意味、鳥瞰的、総合的に見るために、俯瞰的に市場画定を行って、競争分析しているというところがある。(第4回: 林構成員)
- ・ シティズン・ウェルフェアのようなことが、法律によって設置され、特別に受信料によって支えられるNHKの活動について、よりデータに基づいてしっかり指標を定めて測っていくということが大事なのではないか。それが果たせないならNHKは要らないのであり、あるいは放送制度全体もそういうことがあり得るかもしれないが、そういった点を重視していくべきではないかと思います。(第4回: 林構成員)

- 欧州委員会では2015年以降、EU各国（の一部）のメディア多元性を計測し、レポートとして公表している
  - ・ メディアフリーダム法案にて同様の方法が採られるかどうかはわからないが、既存の計測方法として参照させる可能性がある
  - ・ 毎年のメディア多元性のレポートでは、以下の4領域、それぞれ5指標合計20指標についてアンケート結果等に基づき、計測結果を公表している

メディア多元性の領域	基本的保護	市場の多元性	政治的独立	社会的包括性
各領域を計測するための指数	自由な表現の保護	メディアの所有関係の透明性	メディアの政治的独立性	マイノリティのためのメディアへのアクセス
	知る権利の保護	ニュースメディアの集中度	編集の独立性	ローカル/地域メディアやコミュニティメディアへのアクセス
	職業ジャーナリスト、基準及び保護	オンラインプラットフォーム：集中度と競争の係る執行	視聴覚メディア、オンラインプラットフォーム、選挙	女性のためのメディアへのアクセス
	メディア規制当局の独立と有効性	メディアの存続可能性	国家によるリソースの規制と支援	メディア・リテラシー
	伝統的メディアのユニバーサルリーチ及びインターネットアクセス	編集コンテンツに対する商業的及び所有者の影響	PSMガバナンスと財源からの独立性	違法・有害なスピーチからの保護

## ニュースメディアの集中度は以下のようなサブ指標を合わせて計測

- ①法的指標：メディアの所有権について、各メディア分野内の水平的集中と、分野をまたぐような集中を防ぐ法制度の有無及びその有効性、監督機関による法令順守の監督の有無
- ②経済的指標：トップ4企業の収益シェア、読者シェア



## 基本的保護

- 基本的保護のうち、「ジャーナリストの行動指針、保護」という項目が最もリスクが大きい
- これは、ジャーナリストに対する暴力的行為や発言がオンライン・オフライン双方で起こっているからである

## 市場の多元性

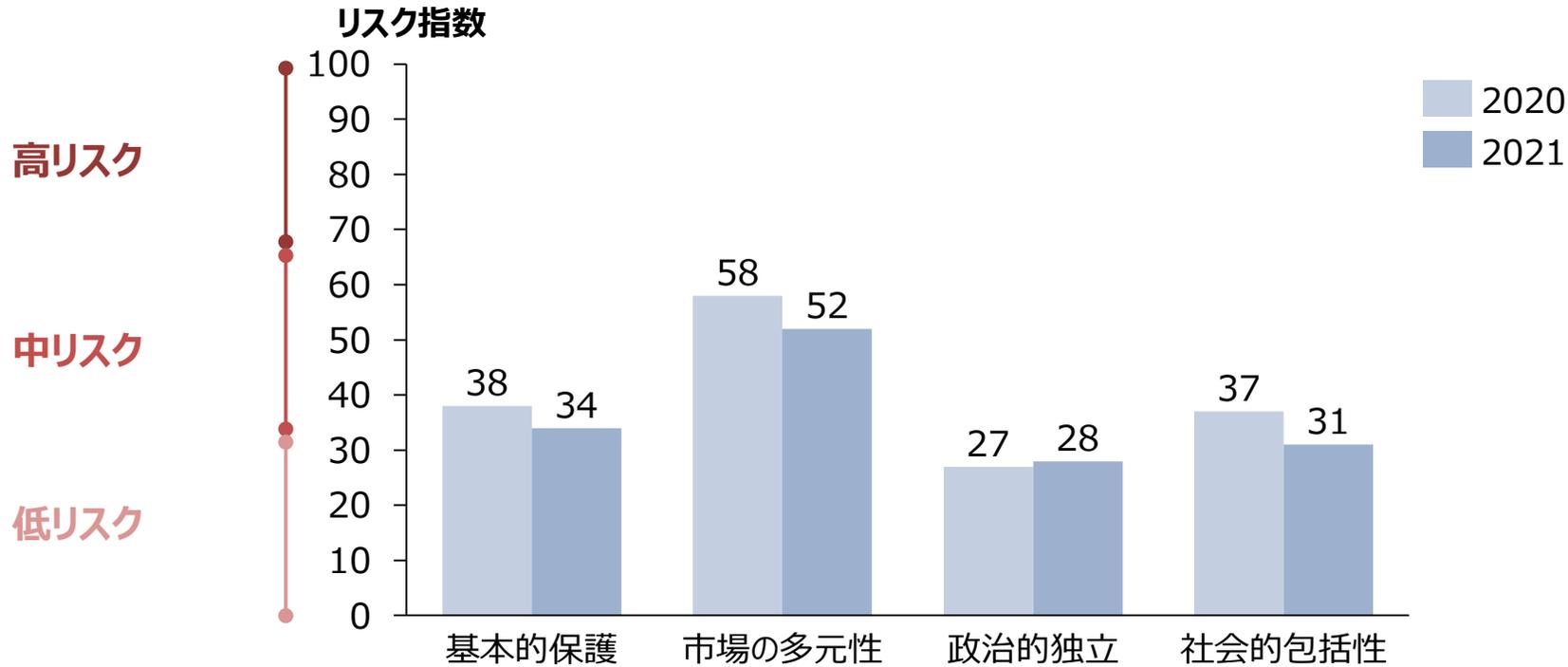
- 「ニュースメディアの集中度」、「オンラインプラットフォームの集中度」が中程度のリスクであり、理由は、現行のメディア集中度の効果薄いことと、一部地域での権力集中が進んでいることである。
- また、「メディアの存続可能性」が中程度のリスク評価となっている理由は、ローカルコンテンツの減少である

## 政治的独立

- 全体的に低リスクだが、「視聴覚メディア、オンラインプラットフォーム、選挙」「国家によるリソースの制限と分配」という項目は相対的にリスクが高い。前者は、オンライン領域では政治的広告に対する規制がないため、後者は、公共部門が広告支出に関する費用を報告する義務がないからである

## 社会的包括性

- 「マイノリティのメディアへのアクセス」相対的に最も高いリスクを示し、次いで「女性のメディアへのアクセス」
- どちらの分野でも立法に向けた活動が見られるが、これまでのところ影響は大きくない



## 基本的保護

- 内部告発者の権利保護に関する法律が議会で承認されたことによって「知る権利の保護」が改善したこと、警察に関して“危害を加える意思”を持って報道を行った者を起訴できる法律が成立しなかったことによって「自由な表現の保護」が改善したことによって、全体的に改善した

## 市場の多元性

- 「ニュースメディアの集中度」が高リスクである。その原因は今年に入ってTF1とM6の統合計画が出るなど、寡占化の兆しが見られたことである
- また、「メディアの存続可能性」もコロナ禍の中心時よりは改善したが、未だに中～高リスクである

## 政治的独立

- 「編集の独立性」が中～高リスクであり、昨年度からも悪化している。
- 国や警察が、ジャーナリストが特定の事柄を深く掘り下げた際に圧力をかける事例が見られている

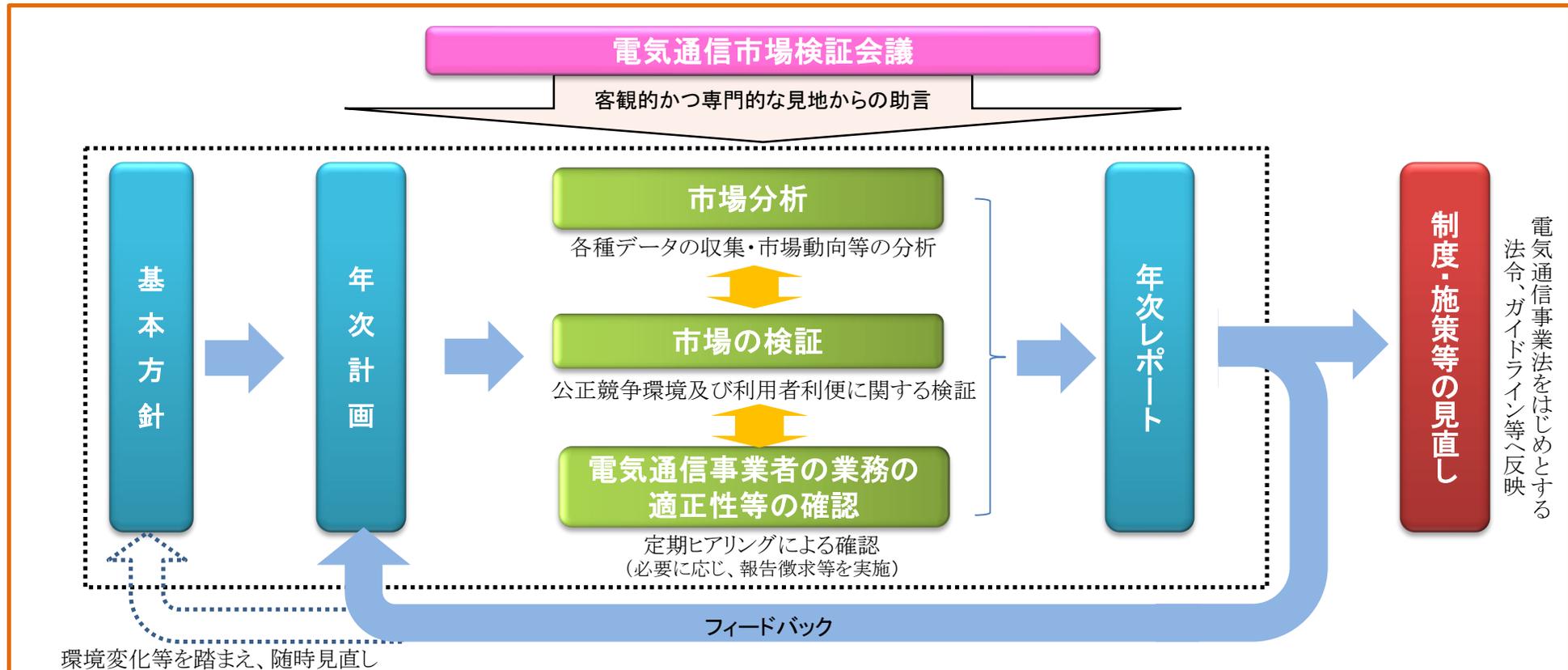
## 社会的包括性

- 障害者のためのメディアを奨励するプログラムなどによって、「マイノリティのメディアへのアクセス」が大きく改善した
- 「メディア・リテラシー」は近年のメディア教育に関する取組により大きく改善した

# (参考) 電気通信市場検証会議

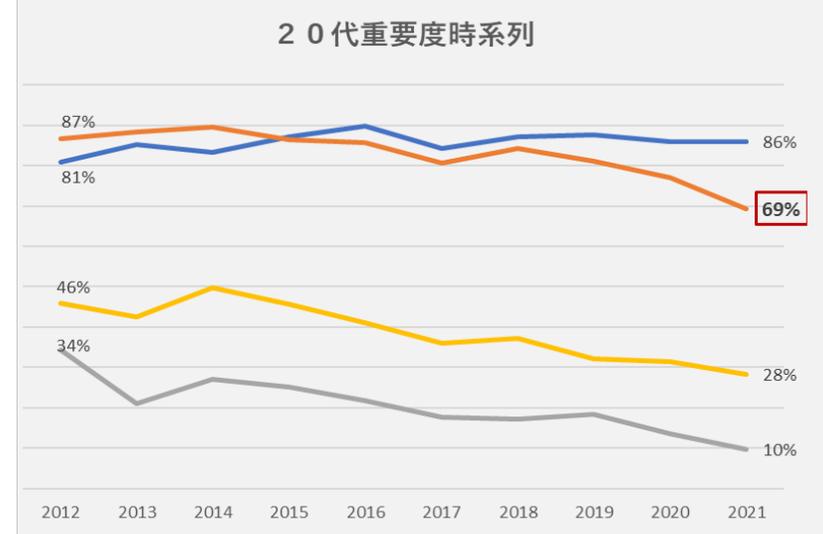
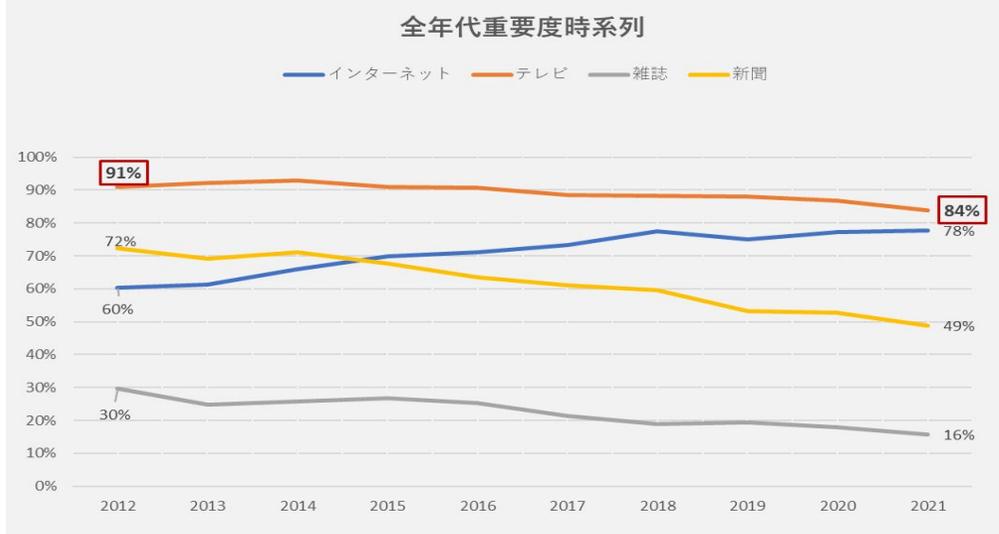
- 市場検証に関する基本的な考え方や重点事項等を示す「基本方針」を策定・公表。
- 各年度における重点事項、分析・検証の実施方針等を示す「年次計画」を毎年度策定・公表。
- 料金政策や消費者保護政策に係る市場動向も含む電気通信市場全般の動向について分析・検証を実施するとともに、定期的・継続的に電気通信事業者の業務の適正性等の確認を実施。
- 毎年度の分析・検証の結果等について「年次レポート」を策定・公表。今後、重点的に取り扱う課題・取組等を次年度の「年次計画」に反映。
- 市場検証プロセスの運用に当たり、学識経験者等で構成する「電気通信市場検証会議」からの助言を踏まえ、各取組を実施。

## 新たな市場検証プロセス

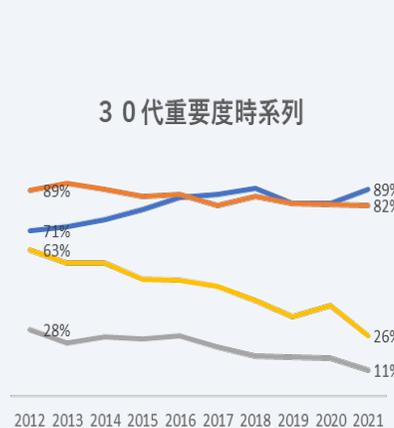


# (参考) 放送市場・サービスの現状を示すデータ①

- 「インターネット」「テレビ」「雑誌」「新聞」の各メディアの情報源としての重要度を時系列で見ると、2012年時点では全年代平均において91%が情報源として「テレビ」が重要であると回答していたが、2021年においては84%に低下している。
- 特に、20代における情報源としての「テレビ」の重要度は、2021年において69%と大幅に減少しているが、他の年代においては80%台を維持しており、現在においても情報源としての「テレビ」は一定程度重要であると評価できる。



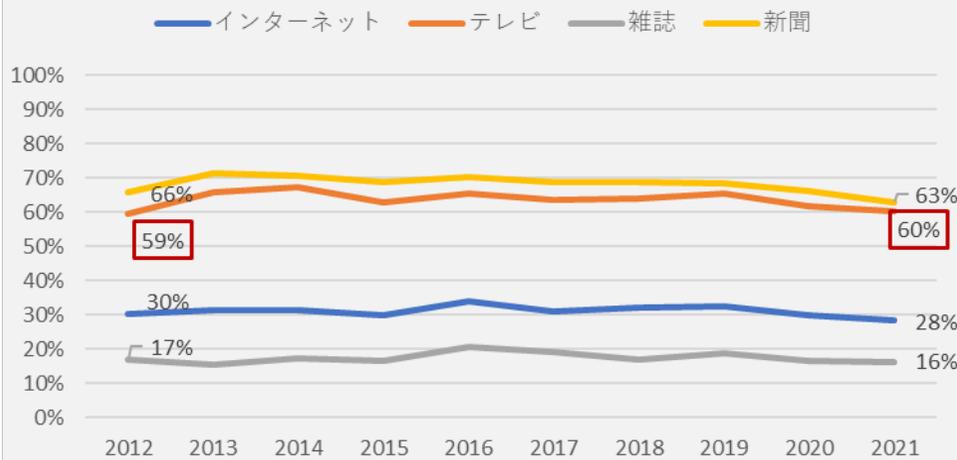
(参考)



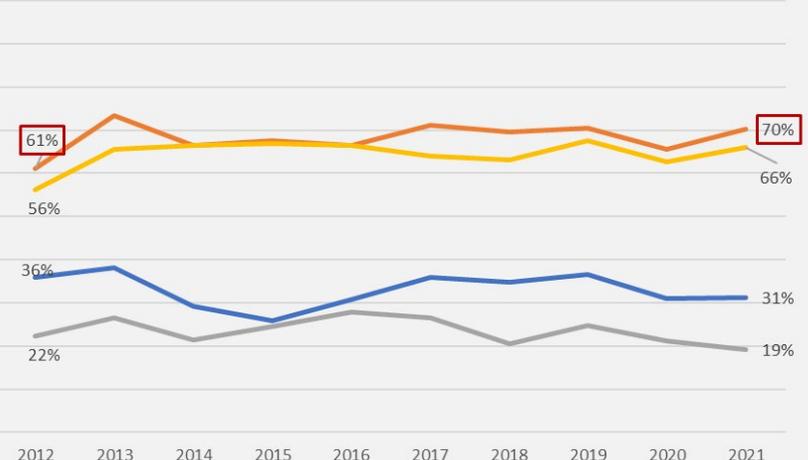
【出典】総務省情報通信政策研究所「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」（平成24年度～令和3年度）を基に作成

- 「インターネット」「テレビ」「雑誌」「新聞」の各メディアの信頼度を時系列で見ると、全年代平均では2012年から2021年までの間、大きな変化は見られない。
- また、10代においては、2012年における信頼度が61%だったところ、2021年では70%と上昇している。

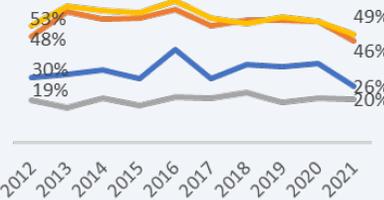
### 全年代信頼度時系列



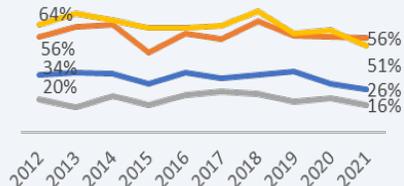
### 10代信頼度時系列



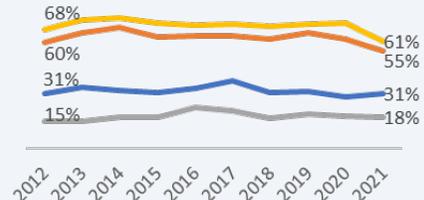
### 20代信頼度時系列



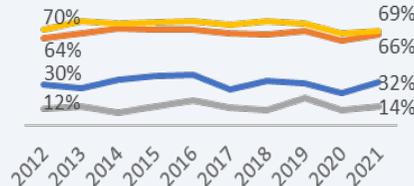
### 30代信頼度時系列



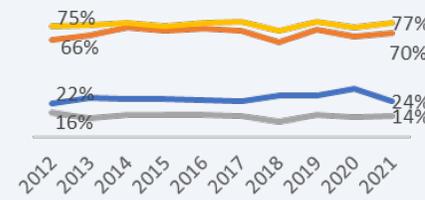
### 40代信頼度時系列



### 50代信頼度時系列



### 60代信頼度時系列

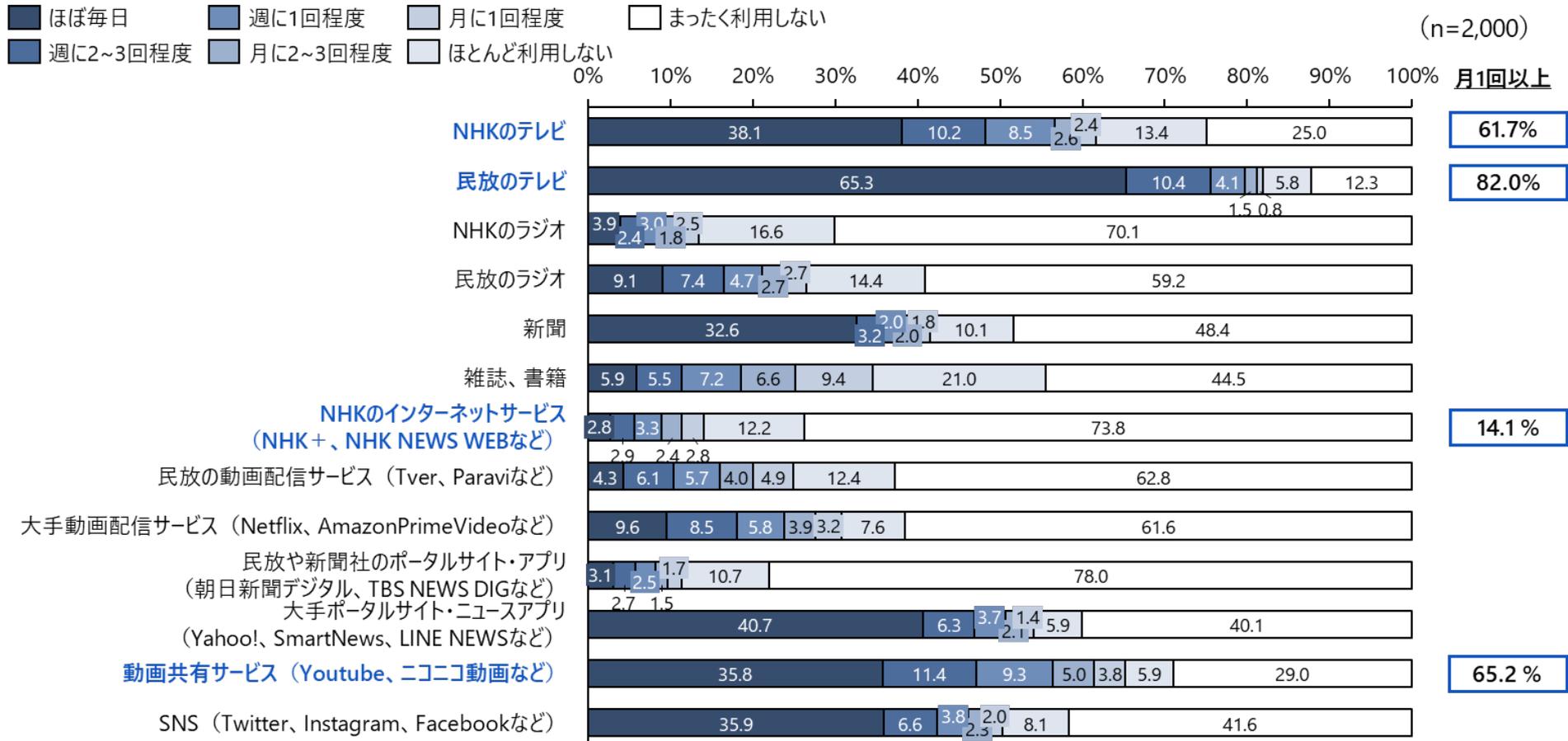


【出典】総務省情報通信政策研究所「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」（平成24年度～令和3年度）を基に作成

## アンケート調査結果 | 1. 利用率 | 各メディアの利用頻度

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、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%

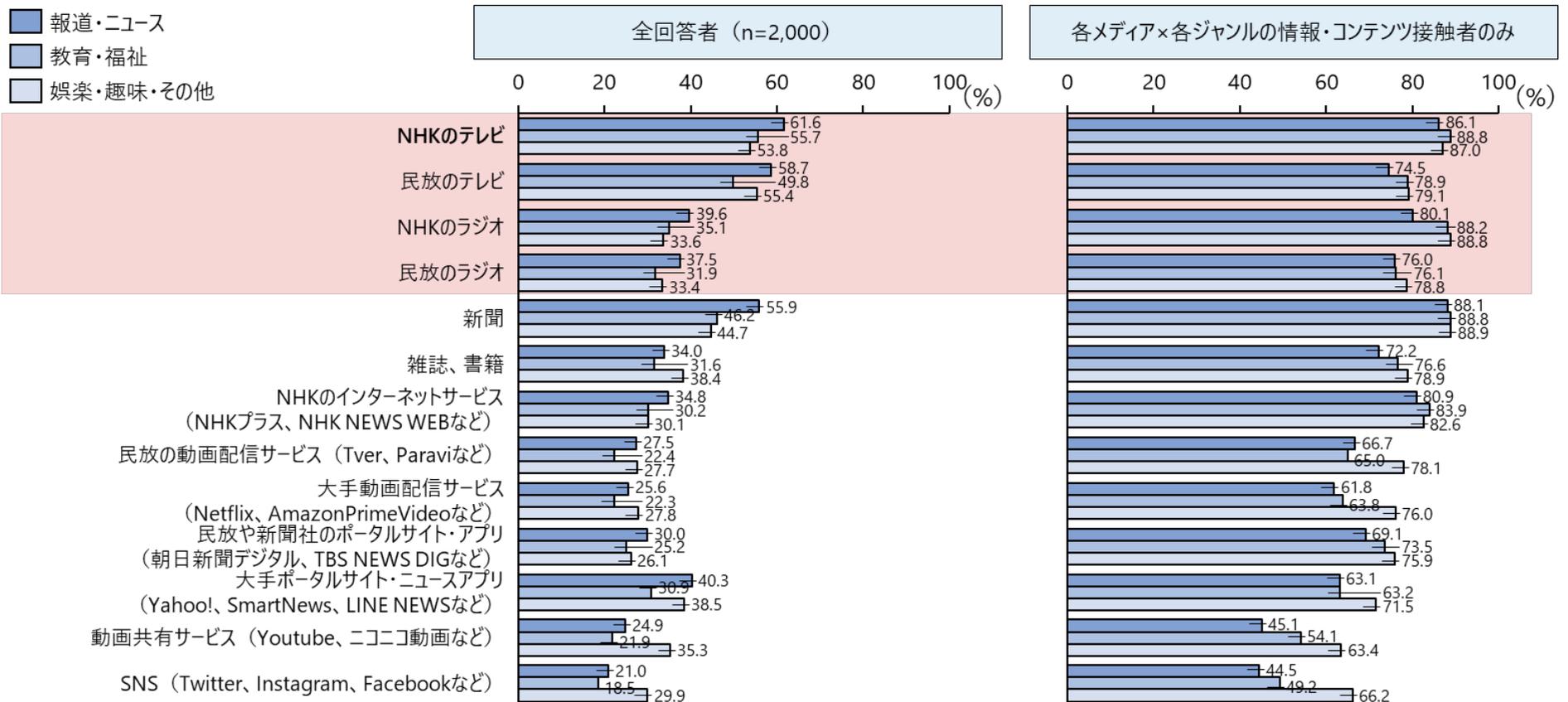
Q5. あなたは普段、以下のメディアをどの程度利用していますか。各メディアそれぞれについてお答えください。(SA)



## 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

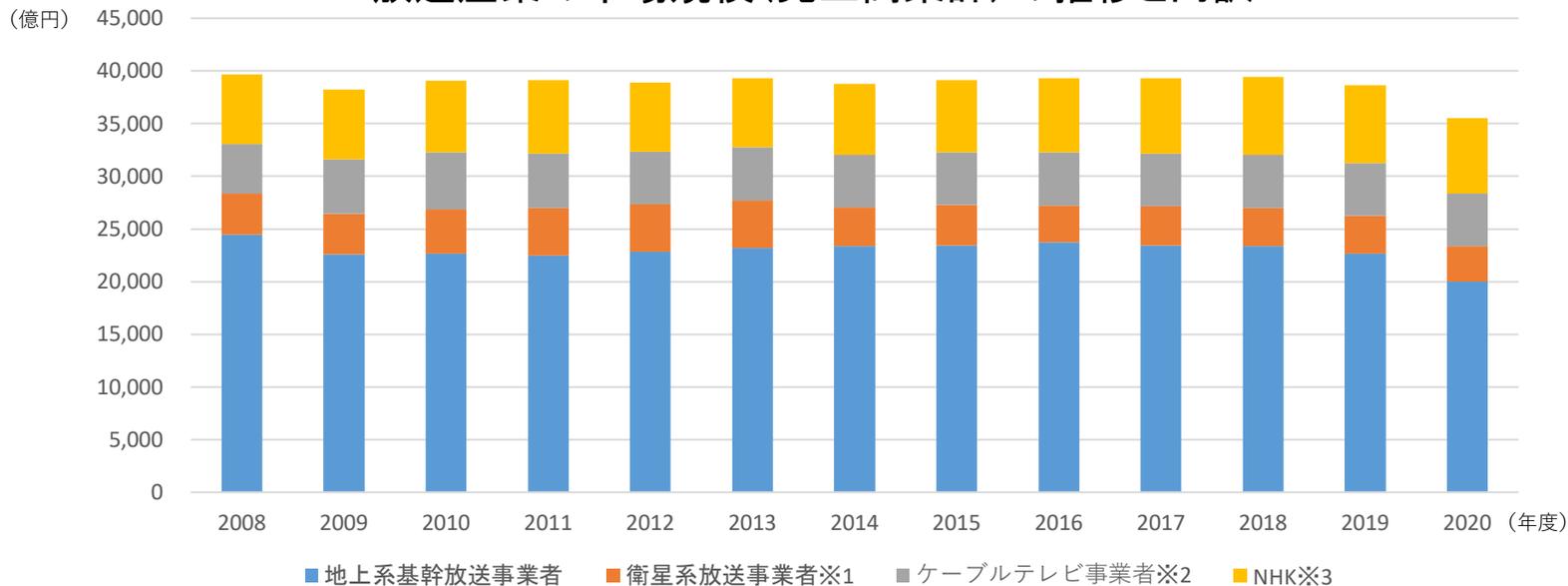
Q7, 9, 11. あなたは以下のメディア・情報源が発信する各ジャンルの情報・コンテンツを信頼していますか。それぞれ1つお答えください。(SA)



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。

▶ 放送事業収入及び放送事業外収入を含めた放送事業者全体の売上は、2008年度から2019年度まではほぼ横ばいであったものの、2020年度においては、前年度比11.7%減となった。

### 放送産業の市場規模(売上高集計)の推移と内訳



年度		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
民間放送事業者	地上系基幹放送事業者	24,493	22,574	22,655	22,502	22,870	23,216	23,375	23,461	23,773	23,471	23,396	22,640	19,993
	(うちコミュニティ放送※4)	150	123	116	120	115	124	127	126	136	136	143	145	130
	衛星系放送事業者※1	3,905	3,887	4,185	4,490	4,510	4,491	3,661	3,809	3,463	3,697	3,619	3,623	3,386
	ケーブルテレビ事業者※2	4,667	5,134	5,437	5,177	4,931	5,030	4,975	5,003	5,031	4,992	5,030	5,008	5,006
NHK※3		6,624	6,659	6,812	6,946	6,604	6,570	6,748	6,879	7,045	7,177	7,373	7,372	7,137
合計		39,689	38,254	39,089	39,115	38,915	39,307	38,759	39,152	39,312	39,337	39,418	38,643	35,522

※1 衛星放送事業に係る営業収益を対象に集計。

※2 ケーブルテレビ事業者は、2010年度までは自主放送を行う旧有線テレビジョン放送法の旧許可施設（旧電気通信役務利用放送法の登録を受けた設備で、当該施設と同等の放送方式のものを含む。）を有する営利法人、2011年度からは有線電気通信設備を用いて自主放送を行う登録一般放送事業者（営利法人に限る。）を対象に集計（いずれも、IPマルチキャスト方式による事業者などを除く。）。

※3 NHKの値は、経常事業収入。

（出典）総務省「民間放送事業者の収支状況」及びNHK「財務諸表」各年度版を基に作成

※4 ケーブルテレビなどを兼業しているコミュニティ放送事業者は除く。

【出典】令和4年度情報通信白書（図表3-3-1-1 P59）

- 2011年度から2020年度までの「地上波テレビ番組」「衛星・CATV番組」「ネットオリジナル」の市場規模の推移を見ると、「衛星・CATV番組」はあまり変化が見られないが、近年「地上波テレビ番組」については減少傾向。
- また、「ネットオリジナル」の市場規模については増加傾向が見られ、2020年度の規模は2011年度の規模の約4倍。

## 我が国のコンテンツ市場（映像系）の推移

