

資料2-1

12月8日時点

日本放送協会のインターネット活用業務 の競争評価に関する準備会合（第2回）

説明資料

2023/12/8

NHK

1. 「競争評価」についての考え方 ～インターネット活用業務審査・評価委員会での経験をもとに

- ・ 審査・評価委員会 ①概要
- ・ 審査・評価委員会 ②競争評価－方針固め
- ・ 審査・評価委員会 ③競争評価－実際のフロー
- ・ (参考)BBCローカルビデオサービス
- ・ 審査・評価委員会 ④競合事業者等からの意見・苦情等の対応検討
- ・ 審査・評価委員会 ⑤活用・応用の可能性
- ・ (参考)NHKインターネット活用業務実施基準

2. 必須業務の範囲、受信料負担の在り方 ～現時点でお伝えできること

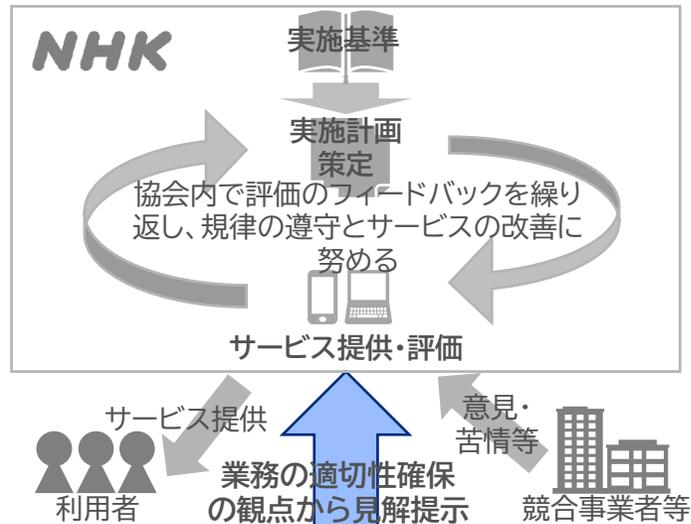
- ・ 必須業務の範囲 ①基本的な考え方
- ・ 必須業務の範囲 ②サービスイメージ
- ・ 受信料負担の在り方

1. 「競争評価」 についての考え方

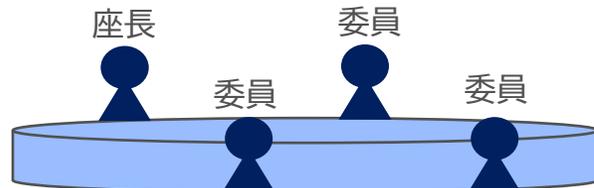
～インターネット活用業務審査・評価委員会での経験をもとに

- ◆ インターネット活用業務審査・評価委員会(以下、「審査・評価委員会」という。)は、NHKの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、NHKインターネット活用業務実施基準(以下、「実施基準」という。)に基づき、NHK会長の諮問機関として設置している(2015年2月～)
- ◆ 審査・評価委員会の委員は4名。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委員を選任している

審査・評価委員会の位置づけ



インターネット活用業務 審査・評価委員会



経済法、応用経済学・情報通信政策、憲法、公会計

審査・評価委員会の職務

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見解を提示

- NHKが策定したインターネット活用業務の実施計画、同計画の実施状況の評価(単年度)、インターネット活用業務の実施状況の評価(3か年)に対して、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提示
- 競争事業者等から寄せられた意見・苦情等へのNHKの対応案に対して、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提示

◆ 設置当初、公共放送事業者であるNHKが行うインターネット活用業務にどのような「競争評価」を実施するのが適当か、今回と同様に検討が行われた

公共目的に関する委員の見解

「公共性の考え方」に関する議論

2016年度の計画策定時に当委員会において検討し、取り入れられたように、NHKのネットサービスの公共性は、様々な範囲に及ぶ。今後、各サービスの社会的意義をどう定義付けていくか、更なる検討が望ましい(2016年度第1回)

商業主義では取り上げられない内容の提供、平等な視聴機会の確保等、ネット時代にも通じる、新しい「公共性」の中身の議論が必要(2015年度第6回)

「公共性の評価」に関する議論

ネットサービスについては、「最終アウトカムの測定」もチャレンジすべき項目である。現在、経営全体について実施している14指標評価の適用可能性につき、更に研究を深めていくことが望ましい(2016年度第1回)

各サービスが企図した公共性がどのように果たされたかについては、視聴者からの評価等を適切に把握・公開し、説明責任を果たすべき(2015年度第4回)

両者にまたがる議論

公共的な価値と市場競争への影響の比較衡量を適切に行うためにも、今後、前者について、基準に相当するものを検討していくべき(2015年度第1回)

市場競争と公共的価値の衡量は、あくまで競争法の文脈で「比較衡量」とされる。しかし、単純な衡量が不可能な場合もあり、いわば「総合衡量」と考えるべき(2015年度第3回)

市場影響の評価に関する委員の見解

「市場の画定」に関する議論

コンテンツ分野においてどのように市場を画定するか等がまだ確立しておらず、今後、研究を進め、説明責任の向上に努めるべきでは(2015年度第1回)

コンテンツ間の競争を考え、さらに分析を深める場合、流通媒体別の市場や、利用者の可処分時間から捉える市場を考慮することができるのでは(2015年度第5回)

Webサイトの市場は二面市場であり、コンテンツに価格がないという特性を踏まえた市場画定を検討する必要があるのでは(2015年度第5回)

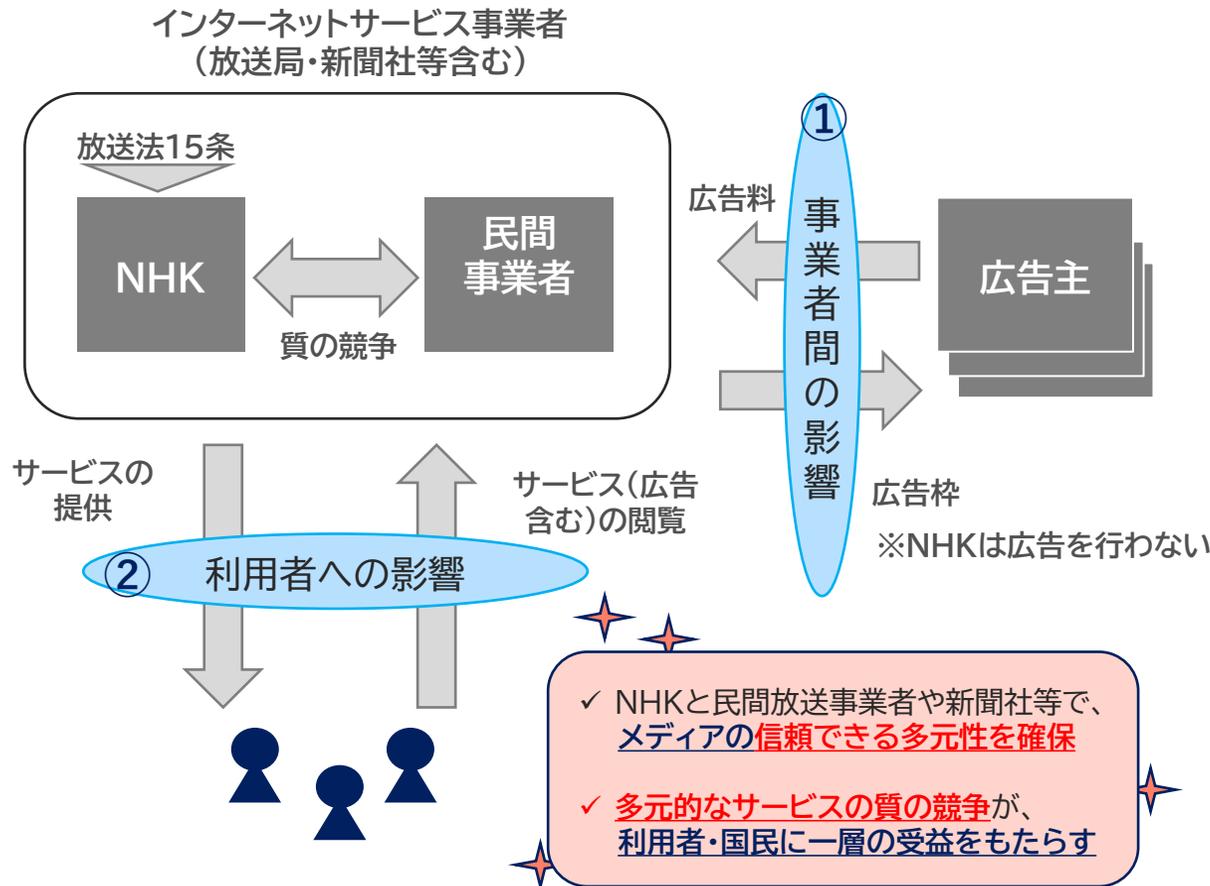
「市場影響評価の方法」に関する議論

単に事業者間競争を見るだけではなく、利用者・社会への影響も含めて両方を見る、というのが重要であり、来年度実施計画もそのように検証して来たところ(2015年度第6回)

時系列でどのように変化を評価して行くことができるか、検討すべきでは(2015年度第4回)

NHKのインターネットサービスについては、利用者サイドから見た評価を事実関係として適切に把握することが、今後の検討のためにも、必要かつ重要と考えられる(2015年度第2回)

- ◆ インターネットサービス市場を、放送市場を参考に、事業者間の市場と利用者への影響をみる利用者市場の2面に設定
- ◆ 事業者間の影響と利用者への影響を、それぞれ客観的な指標で、時系列で観測、評価



① 事業者間の影響

- ◆ 独占禁止法の趣旨に基づき、公正かつ自由な競争が妨げられていないかという視点で影響を考慮
- ✓ サービス利用数でシェアや市場集中度を測定し、事業者間の構造的多元性を衡量(後述P12～)

◆ 事業者間の影響を考慮するだけでは、サービスが放送法15条の目的達成に資するものか判断できない場合がある

② 利用者への影響

- ◆ 企図した公共性(公共的価値)が、誰にどのような影響をもたらしたかという視点で影響を考慮
- ✓ 公共的価値をあらかじめ明確に(後述P7)
- ✓ サービス利用数、利用者の声を測定、衡量(後述P24～)

公共性(公共的価値)と市場影響の“総合衡量”

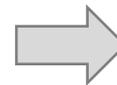
- ◆ 利用者への影響を評価するために、NHKの提供するサービスの公共性、公共的価値を定義づけ、実施計画においてあらかじめ明確化
- ◆ 明確化することによって、実施計画で企図した公共性、公共的価値が発揮できたか、事後的に検証することが可能に



NHKインターネット活用業務実施計画

公共的価値の4つの基準 ※2016年度の実施計画策定時

- ①正確で公平・公正な情報や豊かで良質なコンテンツを幅広く提供し、健全な民主主義の発展と文化の向上に寄与しているか
- ②国民共有の財産である放送番組等を広く国民に還元しているか
- ③放送法の目的達成に資する放送番組を様々な伝送路を用いて提供することで、国民・視聴者の多様化・高度化するニーズに的確に対応しているか
- ④多角的・多面的な角度から番組関連情報を提供することで、国民・視聴者の様々な興味・関心に応えるとともに、放送番組の内容の理解をさらに深めるものとなっているか



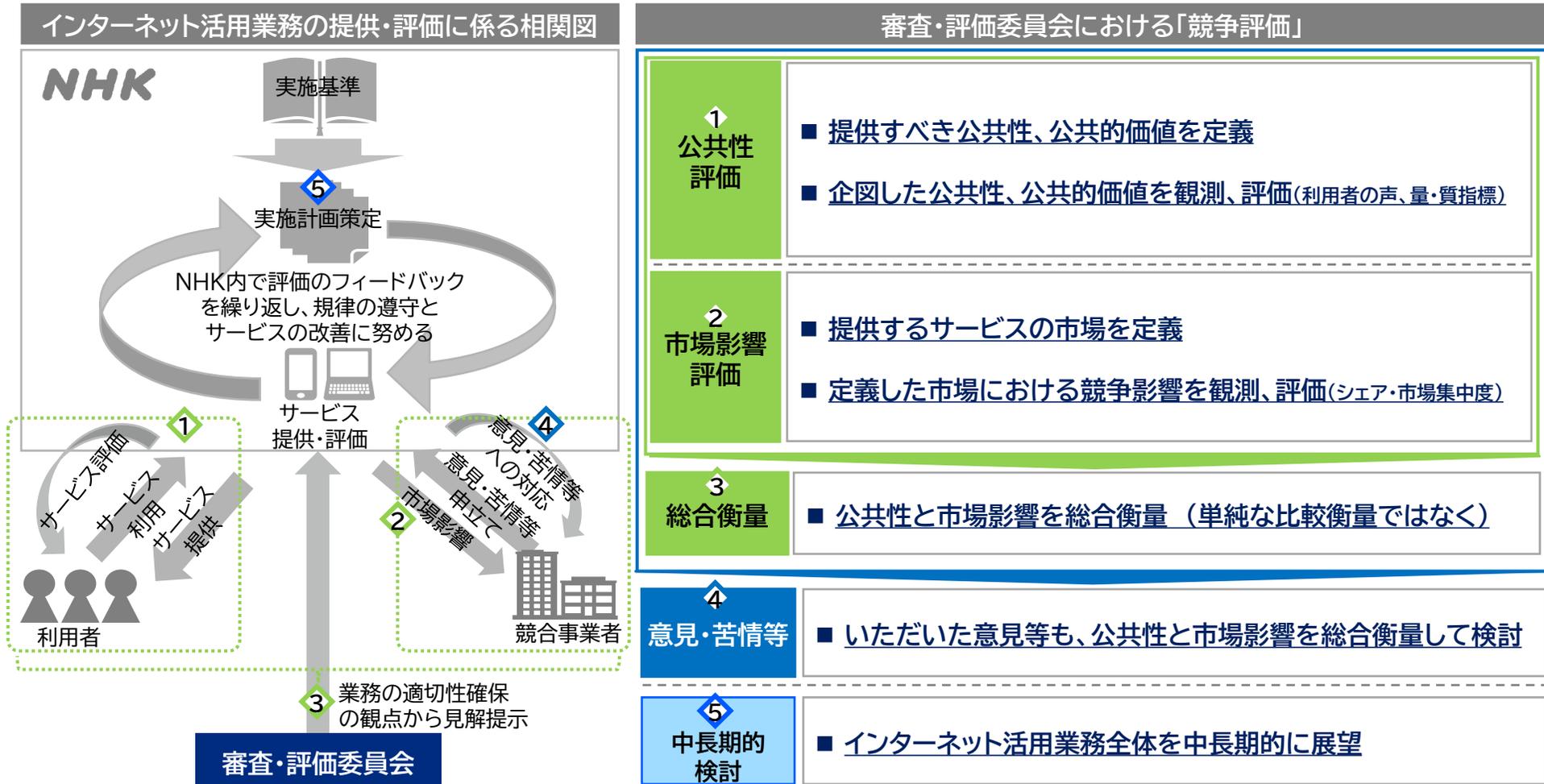
サービス例

ニュース・
防災アプリ

公共的価値

- 正確で公平・公正な防災情報やニュース等を迅速に配信することは、民主主義の発展や国民の生命・財産の保護に資する(①)
- ニュースや災害情報等をアプリを用いて広く国民に提供することで、必要な情報を適時に取得することが可能となり、利便性向上に資するサービスといえる(③)

◆ 事業者間の影響(市場影響評価)と利用者への影響(公共性評価)を総合的にみる、「**総合衡量**」での競争評価



- ◆ 事業年度終了後の実施計画の実施状況の評価に向けて、NHKは、四半期ごとに、インターネット活用業務の実施状況を審査・評価委員会に報告
- ◆ 報告内容は2つ。市場影響評価に向けたものと公共性評価に向けたもの

出典：審査・評価委員会 公表資料(抜粋)

四半期報告の 位置づけ

- NHKは、実施計画の実施状況に関する資料の作成および評価について、実施基準第8条第1項において「各事業年度の終了後、実施計画の実施状況(サービスの利用状況に関する情報および収支実績を含む。)を取りまとめるとともに、これについて評価を行う。」、同第2項において「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、前項の評価の結果も踏まえて、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を行うとともに、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(この基準の見直しを含む)を講ずる。」と定めている。
- また、実施状況の評価については、実施基準第9条第3項において、「前条第1項および第2項の評価にあたっては、審査・評価委員会に、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。」と定めている。
- これらを踏まえ、審査・評価委員会への四半期ごとの報告は、事業年度の終了後に行う実施計画の実施状況の評価に向けた中間報告として行う。

四半期報告の 内容

- **報告1 ****年度第*四半期に実施したおもなサービスの概要**
事業年度終了後に行う公共性の評価に向けて、各四半期に実施したおもなサービスの概要を報告する。
- **報告2 ****年度第*四半期における「競争評価指標」の観測状況**
事業年度終了後に行う市場競争への影響の評価に向けて、「競争評価指標」の観測状況を報告する。

◆ まず、市場影響評価に向けた報告。市場画定、市場競争への影響の評価、観測の考え方は次のとおり

市場競争への影響の評価、観測の考え方

出典：審査・評価委員会 公表資料

市場範囲画定 について

- 協会が提供するインターネットサービスを起点とした市場を、需要者にとっての代替性の観点から画定することは容易ではない
- また、仮にそのような市場を何らかの方法で画定することができたとしても、その市場の競争状況や、それに対する協会のサービスの影響を的確に表すデータを入手することは容易ではない
- これらを踏まえつつ、協会のサービスの市場競争への影響を評価する方法を検討した結果、現時点では、入手可能であり、なおかつ客観性が比較的高いと考えられるマーケティング会社の調査資料をもとに市場の画定を行うこととした

市場競争への 影響の評価、 観測について

- このような方法で画定された市場における調査データから、「競争評価指標」として協会のサービスのシェアと市場集中度を算出し、その動向を通年で観測することによって、各事業年度終了後に、当該年度における協会のサービスの市場競争への影響を評価する
- 四半期ごとの審査・評価委員会への報告では、各四半期における協会のサービスのシェアと市場集中度の観測結果について報告する
- 「シェアと市場集中度を用いて協会のサービスの市場競争への影響を評価する」という方法は、総務省の「電気通信分野における市場実証」の手法を参考にしている

- ◆ 市場競争への評価、観測にあたっては、公正取引委員会の2つの指針を参照する。「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」は、「電気通信分野における市場実証」においても引用されているものである

市場競争への評価、観測にあたって参照する指針

出典：審査・評価委員会 公表資料

企業結合審査に関する 独占禁止法の運用指針 (公正取引委員会)

- 企業合併後の市場シェアが10%以下の場合
または
- 市場シェアが25%以下であり、かつHHI*が2,500以下の場合
- 市場シェアが35%以下であり、かつHHI*が2,500以下の場合



「競争を実質的に制限することとなるとは通常考えられない」**



「競争を実質的に制限することとなるおそれは小さいと通常考えられる」**

出典：公正取引委員会「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」

流通・取引慣行に関する 独占禁止法上の指針 (公正取引委員会)

- 市場におけるシェアが20%以下の場合
- 市場におけるシェアが20%を超える場合



通常、そのような事業者が、公平な競争を阻害するおそれはなく、たとえそのような事業者が、自己の競争者との取引等の制限、厳格な地域制限、抱き合わせ販売などの行為を行ったとしても、違法とはならない



そのような事業者は、「市場における有力な事業者」と認められ、そのような事業者が取引先事業者に対して行った制限行為によって市場における競争が実質的に制限された場合、違法となる
※シェアが20%を超えただけでその事業者の行為が違法とされるものではなく、当該行為によって「市場閉鎖効果が生じる場合」または「価格維持効果が生じる場合」に違法となる

出典：公正取引委員会「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」

*ハーフィンダール・ハーシュマン指数

:当該市場における各事業者の有するシェアの二乗和で算出される、市場の集中度合いを測定する指標の一つ。

**垂直型企业結合または混合型企業結合の場合。

審査・評価委員会 ③競争評価－実際のフロー

◆ ****年度第*四半期における「競争評価指標」の観測状況について

インターネットサービスのシェアと市場集中度(ウェブサイト・アプリ)

出典:審査・評価委員会 非公表資料

| 領域 | レベル(端末) | 観測対象サービス | ****年*月 | | ****年*月 | | ****年*月 | |
|---------------|--------------------|----------------|---------|------|---------|------|---------|-----|
| | | | NHKのシェア | HHI | NHKのシェア | HHI | NHKのシェア | HHI |
| TV、ラジオ、映画情報 | Brand(PC+スマホ) | NHK全体 | 15.4% | *** | 15.6% | *** | 14.2% | *** |
| | Brand(PC) | NHK全体 | 13.6% | *** | 14.2% | *** | 12.7% | *** |
| | Brand(スマホ) | NHK全体 | 16.0% | *** | 16.1% | *** | 14.8% | *** |
| 動画配信、ストーリーミング | Channel(PC) | NHK プラス | 2.8% | | 2.9% | | 2.8% | |
| | | NHKラジオ らじるらじる | 1.0% | *** | 0.8% | *** | 0.8% | *** |
| | | NHK On Demand | 0.7% | | 0.7% | | 0.8% | |
| | Application(スマホ) | NHKプラス | 3.4% | | 3.5% | | 3.3% | |
| NHKラジオ らじるらじる | | 1.3% | *** | 1.5% | *** | 1.1% | *** | |
| TV、ラジオ、映画情報 | Channel(PC) | NHK Anime | 0.5% | | - | | - | |
| | Custom Roll Up(PC) | NHK 新標準ページ | 19.4% | | 22.0% | | 20.1% | |
| | | NHKアーカイブス | 3.9% | *** | 5.3% | *** | 3.8% | *** |
| | | 連続テレビ小説 | 1.6% | | 2.8% | | 2.1% | |
| | | NHKドラマ | 1.7% | | 1.5% | | 2.0% | |
| | | 大河ドラマ | 1.7% | | 1.9% | | 2.7% | |
| 総合ニュース | Channel(PC) | NHK NEWS WEB | 3.4% | *** | 3.8% | *** | 3.3% | *** |
| | Custom Roll Up(PC) | NHK選挙 | 0.1% | | 0.1% | | 0.1% | |
| | Application(スマホ) | NHK ニュース・防災 | 9.2% | *** | 10.9% | *** | 9.4% | *** |
| スポーツ | Channel(PC) | NHK Sports | 0.8% | *** | 0.7% | *** | 1.1% | *** |
| 教育情報 | Channel(PC) | NHK for School | 3.1% | *** | 4.9% | *** | 6.3% | *** |
| | | NHK GOGAKU | 1.1% | | 1.0% | | 1.1% | |
| | Application(スマホ) | NHKゴガク 語学講座 | 3.7% | *** | - | *** | 4.1% | *** |
| | | NHK キッズ | - | | - | | - | |
| 健康、フィットネス、栄養 | Channel(PC) | NHK KENKO | 4.2% | *** | 3.8% | *** | 2.9% | *** |
| | Custom Roll Up(PC) | ガッテン! | - | | 0.0% | | 0.1% | |

【全体】
NHKサービスの総量を
レベル(端末)別に、
競合事業者と比較

【個別】
各領域における
個別のNHKサービスを
レベル(端末)別に、
競合事業者と比較

※統計データは、外部の
マーケティング会社から購入
。観測領域・レベル(Brand、
Channel、Application、
Custom Roll Up)等はマ
ーケティング会社にて定義

審査・評価委員会 ③競争評価－実際のフロー

◆ NHKのサービスの総量を、競合事業者のそれと比較。PC+スマホというレイヤーで観測したときの結果は次のとおり

領域ごとのシェアと市場集中度(TV、ラジオ、映画情報)

出典:審査・評価委員会 非公表資料

| レイヤー (端末) | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | |
|-----------------------|---------|----------|--------------|-------|-----|---------|----------|--------------|-------|-----|---------|----------|--------------|-------|-----|
| | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI |
| Brand (PC+ スマホ) | 1 | NHK | *** | 15.4% | *** | 1 | NHK | *** | 15.6% | *** | 1 | NHK | *** | 14.2% | *** |
| | 2 | A | *** | 8.1% | | 2 | A | *** | 8.8% | | 2 | A | *** | 8.7% | |
| | 3 | B | *** | 6.3% | | 3 | B | *** | 6.4% | | 3 | B | *** | 7.9% | |
| | 4 | C | *** | 5.2% | | 4 | C | *** | 5.0% | | 4 | C | *** | 5.7% | |
| | 5 | D | *** | 4.2% | | 5 | D | *** | 3.5% | | 5 | D | *** | 3.5% | |
| | 6 | E | *** | 3.2% | | 6 | E | *** | 3.3% | | 6 | E | *** | 3.1% | |
| | 7 | F | *** | 3.2% | | 7 | F | *** | 2.9% | | 7 | F | *** | 2.9% | |
| | 8 | G | *** | 3.0% | | 8 | G | *** | 2.8% | | 8 | G | *** | 2.7% | |
| | 9 | H | *** | 3.0% | | 9 | H | *** | 2.5% | | 9 | H | *** | 2.5% | |
| | 10 | I | *** | 1.8% | | 10 | I | *** | 2.5% | | 10 | I | *** | 2.5% | |
| | 訪問者数 総計 | | | *** | | | 訪問者数 総計 | | | | *** | | 訪問者数 総計 | | |

A~I:放送事業者、動画共有事業者、VOD事業者等の実施しているサービス名
 (※)HHIは各領域における上位10サイトのシェアを用いて算出。

:NHKのサービス

審査・評価委員会 ③競争評価－実際のフロー

◆ 個別のサービスも、各領域・レイヤーごとに、競合事業者のそれと比較

領域ごとのシェアと市場集中度(動画配信・ストリーミング)

出典:審査・評価委員会 非公表資料

| レイヤー (端末) | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | |
|-----------------|---------|-------------------|--------------|-------|-----|---------|-------------------|--------------|-------|-----|---------|-------------------|--------------|---------|-----|
| | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI |
| Channel (PC) | 1 | A | *** | 32.8% | *** | 1 | A | *** | 34.2% | *** | 1 | A | *** | 35.2% | *** |
| | 2 | B | *** | 9.5% | | 2 | B | *** | 8.6% | | 2 | B | *** | 8.3% | |
| | 3 | C | *** | 8.4% | | 3 | C | *** | 8.4% | | 3 | C | *** | 8.2% | |
| | 4 | D | *** | 6.6% | | 4 | D | *** | 6.7% | | 4 | D | *** | 7.0% | |
| | 5 | E | *** | 6.3% | | 5 | E | *** | 6.3% | | 5 | E | *** | 6.9% | |
| | 6 | F | *** | 5.1% | | 6 | F | *** | 5.6% | | 6 | F | *** | 6.0% | |
| | 7 | G | *** | 5.1% | | 7 | G | *** | 4.6% | | 7 | G | *** | 3.7% | |
| | 8 | H | *** | 3.0% | | 8 | NHK PLUS | *** | 2.9% | | 8 | NHK PLUS | *** | 2.8% | |
| | 9 | NHK PLUS | *** | 2.8% | | 9 | H | *** | 2.8% | | 9 | H | *** | 2.6% | |
| | 10 | I | *** | 2.5% | | 10 | I | *** | 2.7% | | 10 | I | *** | 2.3% | |
| | | 訪問者数 総計 | | *** | | | | 訪問者数 総計 | | | *** | | | 訪問者数 総計 | |
| Channel (PC) | 16 | NHKラジオ らじるらじ る | *** | 1.0% | *** | 14 | NHKラジオ らじるらじ る | *** | 0.8% | *** | 17 | NHKラジオ らじるらじ る | *** | 0.8% | *** |
| | 19 | NHK On Demand | *** | 0.7% | | 22 | NHK On Demand | *** | 0.7% | | 18 | NHK On Demand | *** | 0.8% | |

A~I:放送事業者、動画共有事業者、VOD事業者等の実施しているサービス名
 (※) HHIは各領域における上位10サイトのシェアを用いて算出。

:NHKのサービス

審査・評価委員会 ③競争評価－実際のフロー

領域ごとのシェアと市場集中度(動画配信・ストリーミング)

出典:審査・評価委員会 非公表資料

| レイヤー (端末) | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | |
|----------------------|---------|-------------------|--------------|-------|-----|---------|-------------------|--------------|-------|-----|---------|-------------------|--------------|-------|-----|
| | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI |
| Applicatio n(スマホ) | 1 | A | *** | 52.2% | *** | 1 | A | *** | 52.7% | *** | 1 | A | *** | 52.6% | *** |
| | 2 | B | *** | 7.6% | | 2 | B | *** | 7.8% | | 2 | B | *** | 7.6% | |
| | 3 | C | *** | 6.6% | | 3 | C | *** | 6.0% | | 3 | C | *** | 5.5% | |
| | 4 | D | *** | 6.2% | | 4 | D | *** | 5.6% | | 4 | D | *** | 5.3% | |
| | 5 | E | *** | 4.2% | | 5 | E | *** | 4.2% | | 5 | E | *** | 4.1% | |
| | 6 | NHKプラス | *** | 3.4% | | 6 | NHKプラス | *** | 3.5% | | 6 | NHKプラス | *** | 3.3% | |
| | 7 | F | *** | 2.3% | | 7 | F | *** | 2.1% | | 7 | F | *** | 2.3% | |
| | 8 | G | *** | 1.7% | | 8 | G | *** | 1.7% | | 8 | G | *** | 2.1% | |
| | 9 | H | *** | 1.4% | | 9 | H | *** | 1.7% | | 9 | H | *** | 2.1% | |
| | 10 | I | *** | 1.4% | | 10 | NHKラジオ らじるらじ る | *** | 1.5% | | 10 | I | *** | 1.5% | |
| | 訪問者数 総計 | | | *** | | | 訪問者数 総計 | | | | *** | | 訪問者数 総計 | | |
| Applicatio n(スマホ) | 11 | NHKラジオ らじるらじ る | *** | 1.3% | *** | - | - | - | - | - | 13 | NHKラジオ らじるらじ る | *** | 1.1% | *** |

A~I:放送事業者、動画共有事業者、VOD事業者等の実施しているサービス名
 (※) HHIは各領域における上位10サイトのシェアを用いて算出。

:NHKのサービス

審査・評価委員会 ③競争評価－実際のフロー

領域ごとのシェアと市場集中度(総合ニュース)

出典:審査・評価委員会 非公表資料

| レイヤー (端末) | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | |
|-----------------|---------|--------------|--------------|-------|-----|---------|--------------|--------------|-------|-----|---------|--------------|--------------|-------|-----|
| | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI |
| Channel (PC) | 1 | A | *** | 33.5% | *** | 1 | A | *** | 32.4% | *** | 1 | A | *** | 33.9% | *** |
| | 2 | B | *** | 21.6% | | 2 | B | *** | 22.1% | | 2 | B | *** | 21.9% | |
| | 3 | C | *** | 5.1% | | 3 | C | *** | 4.9% | | 3 | C | *** | 4.5% | |
| | 4 | D | *** | 3.9% | | 4 | D | *** | 4.8% | | 4 | D | *** | 4.0% | |
| | 5 | E | *** | 3.5% | | 5 | NHK NEWS WEB | *** | 3.8% | | 5 | NHK NEWS WEB | *** | 3.3% | |
| | 6 | NHK NEWS WEB | *** | 3.4% | | 6 | E | *** | 3.2% | | 6 | E | *** | 3.3% | |
| | 7 | F | *** | 2.5% | | 7 | F | *** | 2.4% | | 7 | F | *** | 2.9% | |
| | 8 | G | *** | 2.4% | | 8 | G | *** | 2.4% | | 8 | G | *** | 2.3% | |
| | 9 | H | *** | 2.2% | | 9 | H | *** | 2.2% | | 9 | H | *** | 2.3% | |
| | 10 | I | *** | 2.1% | | 10 | I | *** | 2.0% | | 10 | I | *** | 1.8% | |
| | 訪問者数 総計 | | | *** | | | 訪問者数 総計 | | | | *** | | 訪問者数 総計 | | |

A~I:放送事業者、新聞社、ニュースプラットフォーム事業者等の実施しているサービス名
 (※) HHIは各領域における上位10サイトのシェアを用いて算出。

:NHKのサービス

領域ごとのシェアと市場集中度(総合ニュース)

出典:審査・評価委員会 非公表資料

| レイヤー (端末) | ****年*月 | | | | ****年*月 | | | | ****年*月 | | | | | | |
|----------------------|---------|-------------|--------------|-------|---------|---------|-------------|--------------|---------|-----|---------|-------------|--------------|-------|-----|
| | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI |
| Applicatio n(スマホ) | 1 | A | *** | 41.7% | *** | 1 | A | *** | 40.2% | *** | 1 | A | *** | 41.8% | *** |
| | 2 | B | *** | 10.8% | | 2 | B | *** | 11.3% | | 2 | B | *** | 11.6% | |
| | 3 | C | *** | 9.8% | | 3 | NHK ニュース・防災 | *** | 10.9% | | 3 | NHK ニュース・防災 | *** | 9.4% | |
| | 4 | NHK ニュース・防災 | *** | 9.2% | | 4 | C | *** | 9.4% | | 4 | C | *** | 8.9% | |
| | 5 | D | *** | 8.2% | | 5 | D | *** | 8.2% | | 5 | D | *** | 8.5% | |
| | 6 | E | *** | 7.7% | | 6 | E | *** | 7.4% | | 6 | E | *** | 7.7% | |
| | 7 | F | *** | 3.3% | | 7 | F | *** | 4.1% | | 7 | F | *** | 3.7% | |
| | 8 | G | *** | 3.1% | | 8 | G | *** | 2.7% | | 8 | G | *** | 3.2% | |
| | 9 | H | *** | 2.1% | | 9 | H | *** | 2.1% | | 9 | H | *** | 2.3% | |
| | 10 | I | *** | 1.3% | | 10 | I | *** | 1.6% | | 10 | I | *** | 1.5% | |
| | 訪問者数 総計 | | *** | | | 訪問者数 総計 | | *** | | | 訪問者数 総計 | | *** | | |

A~I:放送事業者、新聞社、ニュースプラットフォーム事業者等の実施しているサービス名
 (※) HHIは各領域における上位10サイトのシェアを用いて算出。

:NHKのサービス

領域ごとのシェアと市場集中度(教育情報)

出典: 審査・評価委員会 非公表資料

| レイヤー (端末) | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | |
|-----------------|---------|----------------|--------------|-------|-----|---------|----------------|--------------|-------|-----|---------|----------------|--------------|-------|-----|
| | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI |
| Channel (PC) | 1 | A | *** | 11.0% | *** | 1 | A | *** | 10.9% | *** | 1 | A | *** | 12.7% | *** |
| | 2 | B | *** | 8.8% | | 2 | B | *** | 9.0% | | 2 | B | *** | 10.6% | |
| | 3 | C | *** | 8.7% | | 3 | C | *** | 6.5% | | 3 | C | *** | 10.1% | |
| | 4 | D | *** | 8.6% | | 4 | D | *** | 6.0% | | 4 | NHK for school | *** | 6.3% | |
| | 5 | E | *** | 7.1% | | 5 | E | *** | 5.5% | | 5 | D | *** | 5.1% | |
| | 6 | F | *** | 5.7% | | 6 | F | *** | 5.5% | | 6 | E | *** | 4.3% | |
| | 7 | G | *** | 4.3% | | 7 | G | *** | 5.1% | | 7 | F | *** | 4.2% | |
| | 8 | H | *** | 3.9% | | 8 | NHK for school | *** | 4.9% | | 8 | G | *** | 4.1% | |
| | 9 | I | *** | 3.8% | | 9 | H | *** | 4.9% | | 9 | H | *** | 3.3% | |
| | 10 | J | *** | 3.7% | | 10 | I | *** | 4.3% | | 10 | I | *** | 3.2% | |
| | 訪問者数 総計 | | | *** | | | 訪問者数 総計 | | | | *** | | 訪問者数 総計 | | |
| Channel (PC) | 12 | NHK for school | *** | 3.1% | *** | 25 | NHK Gogaku | *** | 1.0% | *** | 26 | NHK Gogaku | *** | 1.1% | *** |
| | 21 | NHK Gogaku | *** | 1.1% | | 26 | NHK Gogaku | *** | 1.1% | | | | | | |

A~J:教育(学校・社会教育等全般)に関するコンテンツ、学術論文データベース等
 (※) HHIは各領域における上位10サイトのシェアを用いて算出。

:NHKのサービス

領域ごとのシェアと市場集中度(教育情報)

出典:審査・評価委員会 非公表資料

| レイヤー (端末) | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | | ****年*月 | | | | |
|----------------------|---------|-------------|--------------|-------|-----|---------|----------|--------------|-------|-----|---------|-------------|--------------|-------|-----|
| | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI | 順位 | 観測対象サービス | 訪問者数 (千人) | シェア | HHI |
| Applicatio n(スマホ) | 1 | A | *** | 36.9% | *** | 1 | A | *** | 43.4% | *** | 1 | A | *** | 43.7% | *** |
| | 2 | B | *** | 21.0% | | 2 | B | *** | 21.1% | | 2 | B | *** | 16.9% | |
| | 3 | C | *** | 10.7% | | 3 | C | *** | 10.5% | | 3 | C | *** | 13.9% | |
| | 4 | D | *** | 6.7% | | 4 | D | *** | 8.8% | | 4 | D | *** | 10.0% | |
| | 5 | E | *** | 6.1% | | 5 | E | *** | 5.8% | | 5 | E | *** | 6.3% | |
| | 6 | F | *** | 4.0% | | 6 | F | *** | 5.1% | | 6 | NHKゴガク 語学講座 | *** | 4.1% | |
| | 7 | G | *** | 3.9% | | 7 | G | *** | 4.4% | | 7 | G | *** | 3.1% | |
| | 8 | H | *** | 3.8% | | 8 | H | *** | 1.0% | | 8 | H | *** | 2.0% | |
| | 9 | NHKゴガク 語学講座 | *** | 3.7% | | 9 | - | *** | - | | 9 | - | *** | - | |
| | 10 | I | *** | 3.1% | | 10 | - | *** | - | | 10 | - | *** | - | |
| | 訪問者数 総計 | | | *** | | | 訪問者数 総計 | | | | *** | | 訪問者数 総計 | | |

A~I:教育(学校・社会教育等全般)に関するコンテンツ、学術論文データベース等
 (※) HHIは各領域における上位10サイトのシェアを用いて算出。

:NHKのサービス

- ◆ 2023年度第2四半期における「競争評価指標」の観測状況に関するNHKの評価は次のとおり

「競争評価指標」の観測状況(2023年7月～9月)

出典:審査・評価委員会 公表資料

- ◆ マーケティング会社から購入しているインターネット利用動向の統計データにもとづき、協会のインターネットサービスを総合的に観測できる領域を市場と想定し、協会のサービスのシェアと市場集中度を観測した
- ◆ 想定した市場における協会のサービスのシェアと市場集中度を、2023年7月～9月の統計データをもとに算出した結果、それらは、「企業結合審査における独占禁止法上の運用指針」では「競争を実質的に制限することとなるとは通常考えられない」水準、また、「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」では、協会は「市場における有力な事業者」ではない水準であった
- ◆ 今後も引き続き、入手可能な統計データにもとづいて、市場競争への影響を観測していく

◆ 次に、公共性評価に向けた報告。2023年度第2四半期に実施したおもなサービスの概要、利用者の声、質的・量的指標の状況

おもなサービスの概要

出典：審査・評価委員会 公表資料

| 実施計画 | おもな実施サービス | サービス概要 |
|---|--|--|
| <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">国内インターネット活用業務</p> <p>(1) 地上テレビ常時同時配信・見逃し番組配信（「NHKプラス」）</p> | <p>✓ 「NHKプラス」</p> | <p>【「NHKプラス」の実施（7月1日～9月30日）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>地上テレビ常時同時配信として、総合テレビとEテレの放送中番組をすべて提供した</u>（提供に必要な権利を確保できないもの等を除く）。 ✓ <u>地上テレビ見逃し番組配信</u>として、総合テレビとEテレの既放送番組を、地上テレビ常時同時配信と一体のサービスとして提供した。 ✓ 実施にあたっては、受信契約の有無に基づく認証を行い、地上テレビ常時同時配信における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の表示や、地上テレビ見逃し番組配信の利用可否の制御を行うなど、<u>受信料制度を毀損することのないようにするための措置</u>を講じた。 ✓ 災害や国民の関心の高いニュースは、<u>同時配信のメッセージを外して提供</u>することがあるとしており、第2四半期には、<u>大雨や台風、北朝鮮ミサイルに関連したニュースなどを伝えるため、10回実施した</u>。 |
| <p>(2) 上記以外の国内インターネット活用業務</p> | <p>✓ 原発特設サイト「東電福島第一原発事故 日本の原子力政策」</p> <p>a. 報道番組関連サービス</p> | <p>【原発特設サイト「東電福島第一原発事故 日本の原子力政策」にて処理水放出に関する情報を提供】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>原発特設サイト「東電福島第一原発事故 日本の原子力政策」を開設し、処理水放出に関するニュースや特集記事などを提供した</u>。 ✓ 特集記事では、国や専門家の見解を取材して科学的根拠のある情報をQ&A方式にまとめた。 ✓ 他にもサイト内では、海水放射能観測データや放射線量測定値を掲載し、毎日更新した。 |

| | | |
|---|--|--|
| <p>a. 報道番組 関連サービス</p> <p>g. アーカイブス 映像・音声 等の提供</p> | <p>✓ 特設サイト 「ラグビーワールド カップ 2023」</p> | <p>【ラグビーワールドカップ 2023 フランス大会】の関連情報を特設サイトやNHKアーカイブスで提供】</p> <p>✓ <u>特設サイト「ラグビーワールドカップ 2023」では、大会に関するニュースや特集記事、試合の日程・結果など多くの情報を提供した。</u></p> <p>✓ 日本代表の情報を詳しく掲載したほか、ラグビーのルールなどについて分かりやすく解説した。</p> <p>✓ サイト内ではNHKプラスへのリンクを掲載し誘導を工夫した。</p> <p>✓ NHKプラスでは、放送と同様に副音声企画「超ラグトーク」を提供した。</p> <p>✓ 期間中はSNSでの反応を日々確認し番組と連携することで視聴者の共感を高める工夫を行った。</p> <p>✓ NHKアーカイブスでは、「特設ページ ラグビー×アーカイブス」を開設し、日本のラグビーの名試合・名場面の貴重な映像などを提供した。</p> |
| <p>b. 報道番組、 教養番組 関連サービス</p> | <p>✓ アプリ 「NHK AR タイムワ ープ」</p> | <p>【街ブラ番組で使用したアプリ「NHK ARタイムワープ」を公開】</p> <p>✓ 2023年7月17日に放送された、時代を行き来し魅力を再発見する新しい街ブラ番組「時空を超えて記念撮影まちかどタイムワープ」と連動して、<u>アプリ「NHK ARタイムワープ」を公開した。</u></p> <p>✓ <u>明治から平成にかけて撮影された浅草の映像をAR技術を用いて当時と同じ空間に表示し、現在の街と比較して見ることができるアプリで、番組で使用したアプリを体験できるようにした。</u></p> <p>✓ アプリには、当時と同じ空間にカメラをかざすと過去の映像をARで表示する機能のほか、写真機能や動画の解説機能を搭載した。</p> <p>✓ アプリは放送に併せて公開し、8月末まで提供した。</p> |
| <p>b. 報道番組、 教養番組 関連サービス</p> <p>g. アーカイブス 映像・音声等 の提供</p> | <p>✓ 特設サイト 「NHK戦争を伝える ミュージアム」</p> | <p>【特設サイト「NHK戦争を伝えるミュージアム」にて番組に関連したコンテンツを提供】</p> <p>✓ 太平洋戦争終戦から80年の2025年にかけて展開している特設サイト「NHK戦争を伝えるミュージアム」では、<u>今年は「1943年」をテーマに放送したNHKスペシャル「新・ドキュメント太平洋戦争1943」等に関連して解説記事と特集を作成した。</u></p> <p>✓ 特集に関しては、「市民たちの戦争」と「兵士たちの戦争」を新たに作成し、<u>NHKが蓄積してきた豊富なアーカイブスをまとめて提供した。</u></p> <p>✓ また、ユーザー調査の結果から要望の多かった「かんたん年表」を掲載し、歴史の流れを分かりやすいようにした。</p> |

| | | | |
|---|--|---|--|
| (2) 上記以外の国内インターネット活用業務 国内インターネット活用業務 | d. ラジオ放送を補完するインターネットサービス | ✓ 「らじる★らじる」 | 【「らじる★らじる」のウェブサイトのアクセシビリティを向上させリニューアル】 ✓ <u>2023年7月24日に「らじる★らじる」のウェブサイト</u> をリニューアルした。 ✓ NHKではデジタルサービス全体でアクセシビリティの規格適合化を進めている。 ✓ <u>らじる★らじるのウェブサイトでは、2022年度に適合性チェックを行い、その結果を基にアクセシビリティを向上させ</u> 、スマホおよびPC向けのサイトでは、チャンネルのロゴや再生ボタンを視認しやすくなるようにコントラスト比を改善した。 ✓ また、スマホ向けのサイトでは、チャンネル選択が容易になるようなデザインに改善した。 |
| | f. 地域放送局のウェブサイトを通じた地域情報の提供 g. アーカイブス映像・音声等の提供 | ✓ 特設サイト「関東大震災100年 命・暮らしをまもるために」 ✓ 特集「地図で見る関東大震災の写真と動画」 | 【関東大震災に関する情報をNHK首都圏ナビやNHKアーカイブスにて提供】 ✓ 関東大震災から100年が経ち、首都圏の災害への備えを改めて見直すきっかけとなることを目的に、 <u>NHK首都圏ナビの特設サイト「関東大震災100年 命・暮らしをまもるために」</u> では、関東大震災に関する取材記事や、自治体ごとの震災への備えに関する記事等を提供した。 ✓ <u>NHKアーカイブスの特集「地図で見る関東大震災の写真と動画」</u> では、NHKアーカイブスから見つかった関東大震災当時の写真の撮影場所を特定し、 <u>地図上で公開した</u> ほか、NHKが保存していたニュースフィルムや、関連する過去の放送番組も加え提供した。 |

インターネットサービスに関する利用者の声(2023年7月～9月)

出典:審査・評価委員会 公表資料
(月刊みなさまの声 2023年7月～9月分)

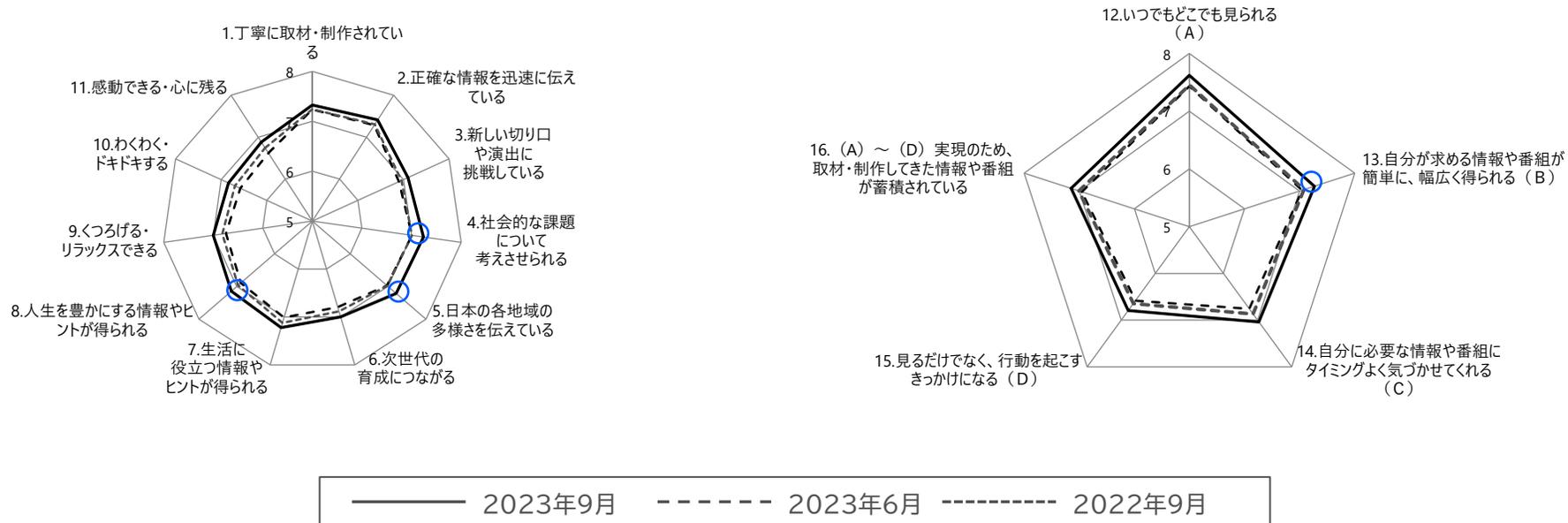
| | 全体 | NHKプラス |
|---------|--|---|
| 2023年7月 | <ul style="list-style-type: none"> ■ インターネット業務に関する声の受付件数は15,696件で、前月より869件減った。 ■ NHKを名乗る架空の発信元からのメールやダイレクトメッセージについての問い合わせや相談件数は71件で、前月より297件減少した。今後も状況を注視しながら、注意喚起などの対応を進める。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ インターネット業務に関する声の受付件数全体のうち84%が、NHKプラスについての問い合わせであった。 ■ NHKプラスでは6月から全国各地でお伝えしているすべての午後6時台ニュース、あわせて48番組が視聴可能となったが、「京都の番組が1時間遅れで見られた!」「沖縄のファンですが、沖縄の最新情報やニュースが見られ楽しみです」といった好評の意見が引き続き寄せられている。 |
| 2023年8月 | <ul style="list-style-type: none"> ■ インターネット業務に関する声の受付件数は17,248件で、前月と比べて1,552件増加し、今年度最多となった。 ■ NHKを名乗る架空の発信元からのメールやダイレクトメッセージについての問い合わせや相談件数は71件で、前月と同数であった。今後も状況を注視しながら、注意喚起などの対応を進める。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ インターネット業務に関する声の受付件数全体のうち87%がNHKプラスへのもので、「災害の時に特に役に立つと思う」「台風関連のニュースで非常に役立っている。地域のニュースを見られるのがいい」といった災害時の活用について好評意見が寄せられた。 |
| 2023年9月 | <ul style="list-style-type: none"> ■ インターネット業務に関する声の受付件数は16,038件で、前月より1,210件減った。 ■ NHKを名乗る架空の発信元からのメールやダイレクトメッセージについての問い合わせや相談件数は200件を超え、前月の71件から急激に増加した。今後も状況を注視しながら、放送やホームページで注意喚起するなどの対応を進める。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ インターネット業務に関する声の受付件数全体のうち88%がNHKプラスへのもので、「あさいちの不登校特集がとてもよかったので、NHKプラスの見逃し配信を友人に勧めた」「見逃し配信で見た『日本人は農なき国を望むのか』のメッセージを次世代にも伝えたい」といった番組に対する好評意見が寄せられた。 |

インターネットサービスの質的指標の評価

出典:審査・評価委員会 公表資料

インターネットサービスの16指標(10点満点)

インターネットの質的指標は、前期および前年同期と比較して、「4.社会的な課題について考えさせられる」などにおいて統計的に評価が高まった



※ 放送の11指標・インターネットサービスの5指標は、各チャンネルとインターネットの質に対する視聴者調査による評価。年4回、インターネットで調査を行い、結果を10点満点で、レーダーチャートで表示。
 (前期および前年同期と比較して、統計的に評価が高まった指標を青丸で表記。)
 母数は各チャンネル等に月に1回でもリアルタイムか、録画再生で接触した人(インターネットは、インターネットサービス利用者)
 出所)2023年9月 トータルリーチ調査 (web調査、全国20-70代)

インターネットサービスの量的指標の状況

出典: 審査・評価委員会 公表資料

インターネット全体(NHKオンライン)の量

| | 2022年 7-9月 | 2022年 10-12月 | 2023年 1-3月 | 2023年 4-6月 | 2023年 7-9月 |
|---------------------------------|------------|--------------|------------|------------|------------|
| NHKオンライン全体の訪問UB数* | 3182.7万 | 2903.7万 | 2839.2万 | 2880.7万 | 2912.8万 |
| 週次UB数の期間平均(出典: Adobe Analytics) | | | | | |

*NHKオンライン全体の訪問UB数: 各ドメイン(NHK.or.jp、NHK.jp、「NHKプラス」)のサイト・アプリへの訪問UB(ユニークブラウザ)数の累計(2020年4月～)

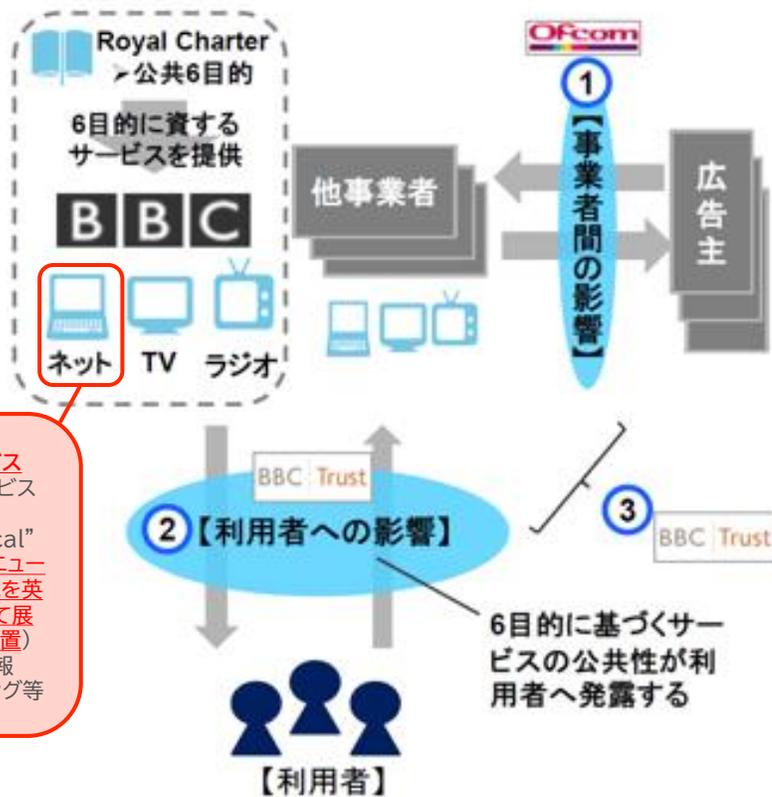
その他のサービス

| | 2022年 7-9月 | 2022年 10-12月 | 2023年 1-3月 | 2023年 4-6月 | 2023年 7-9月 |
|-----------------------------------|------------|--------------|------------|------------|------------|
| NHKプラス 視聴UB数** | 122.4万 | 132.8万 | 151.5万 | 150.6万 | 163.9万 |
| 週次UB数の期間平均(出典: NPAW Suite) | | | | | |
| らじる★らじる 聴取UB数** | 106.6万 | 97.0万 | 98.2万 | 105.5万 | 98.2万 |
| 週次UB数の期間平均(出典: Adobe Analytics) | | | | | |
| NHK World-JAPAN ONLINE 訪問UB数** | 107.4万 | 103.2万 | 141.9万 | 86.2万 | 81.0万 |
| 週次UB数の期間平均(出典: Adobe Analytics) | | | | | |
| NHK オンデマンド 登録会員数 | 約316.5万人 | 約320.4万人 | 約325.4万人 | 約329.5万人 | 約333.1万人 |
| 各四半期末時点における会員数(外部提供事業者を除く) | | | | | |

**UB数: ユニークブラウザ数

(参考)BBCローカルビデオサービス

- ◆ 2008年5月、BBC執行部が新サービス「ローカルビデオサービス」を提案した
- ◆ 公共価値テストにて事業者間の影響と利用者への影響の双方を考慮。利用者のメディアの多元性確保が損なわれる、と却下に



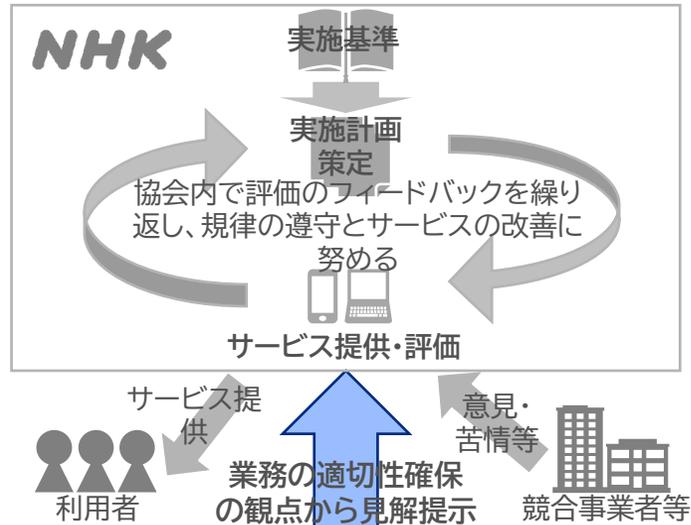
ローカルビデオサービス
 ~地域向けネットサービスの充実

- ◆ 既存の“BBC Local”を発展(ローカルニュース、スポーツ、天気を英国60地域について展開。記者400人配置)
- ✓ ビデオニュース速報
- ✓ ライブストリーミング等

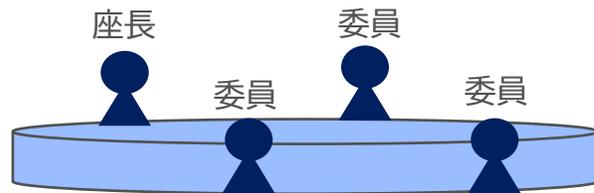
| | |
|------------------------|---|
| <p>① 事業者間の影響 (MIA)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ◆ サービスがローカル事業者をはじめとする事業者へ与える影響の検討 ✓ 売上・シェアを観測 <p style="text-align: right;"></p> |
| <p>② 利用者への影響 (PVA)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ◆ ターゲットとする利用者に同サービスが適切に提供されることによるメディアの多元性を検討 ✓ 利用者数(リーチ)を観測 <p style="text-align: right;"></p> |
| <p>③ 結果</p> | <p>却下(以下、いくつかの理由)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ ローカルメディア事業者にとって、受信許可料を財源とする全国組織BBCの市場参入は大きな脅威。彼らの競争を阻害することは、地方におけるメディアの多元性を害し、民主主義の発展に影響を与える ◆ ネット市場での悪影響が本業であるテレビ・ラジオ・新聞における競争をも阻害する恐れがある ◆ ターゲット利用者の多くはBB環境が不十分。提供コストを考慮すると、インターネットをプラットフォームとすることが最適な方法とはいえない <p style="text-align: right;"></p> |

◆ 事後チェックの仕組みの一つとして、審査・評価委員会は、競合事業者等から寄せられた意見・苦情等へのNHKの対応案に対して見解を述べる

審査・評価委員会の位置づけ



インターネット活用業務 審査・評価委員会



経済法、応用経済学・情報通信政策、憲法、公会計

審査・評価委員会の職務

- NHKが策定したインターネット活用業務の実施計画、同計画の実施状況の評価(単年度)、インターネット活用業務の実施状況の評価(3か年)に対して、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提示
- 競合事業者等から寄せられた意見・苦情等へのNHKの対応案に対して、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提示

- ◆ 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の第2次取りまとめ(2023年10月18日公表)にて、インターネット活用業務に対する競合事業者等からの意見・苦情等を受け付ける仕組みについて「(前略)NHKのインターネット活用業務が必須業務として提供されることとなる場合でも、同様の仕組みが継続されるとともに、適切に機能することが求められる」との指摘があった
- ◆ 現行、競合事業者等からのご意見等は、専用サイトに設置したメールフォームまたは郵送で受け付けている
- ◆ 受理要件は、意見・苦情等を申し立てるに足りる、①正当な理由があること②合理的な根拠があること
- ◆ 要件については、総務省・放送を巡る諸課題に関する検討会の第2次取りまとめ(2018年9月28日公表)を受け、2019年2月改定。もともとあった3号「苦情を申し立てる以外に救済の方法がないこと」を削除した
- ◆ 2015年設置当初～現在で、申立件数は131件
- ◆ いずれも受理要件を満たしていないため不受理(一般の方からの放送番組や受信契約等に関する意見のみ)

- ◆ 審査・評価委員会は、設置以来、NHKが策定したインターネット活用業務の実施計画、同計画の実施状況の評価(単年度)、インターネット活用業務の実施状況の評価(3か年)に対して、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見解を述べてきた
- ◆ 公共性の考え方、公共性の観測・評価方法、市場画定の考え方、市場影響の観測・評価方法を検討し、実施してきた枠組みは、今般、競争評価の仕組みを検討するにあたり参考になるのではないか
- ◆ 特に、公共性と市場影響を総合衡量し、サービスの提供が適切であったかを検討してきた手法は有用ではないか
- ◆ 法律の枠組みのなかで、どのような競争評価の仕組みを実施できるか、引き続き検討する

(実施状況の公表、評価および改善)

- 第8条 各事業年度の終了後、実施計画の実施状況(サービスの利用状況に関する情報および収支実績を含む。)を取りまとめるとともに、これについて評価を行う。
- 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、前項の評価の結果も踏まえて、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を行うとともに、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(この基準の見直しを含む。)を講ずる。
 - 3 第1項の実施状況および評価ならびに前項の評価および措置は、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 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、協会の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(以下「審査・評価委員会」という。)を置く。
- 2 審査・評価委員会の委員の委嘱にあたっては、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することとする。
 - 3 実施計画の策定ならびに前条第1項および第2項の評価にあたっては、審査・評価委員会に、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。
 - 4 審査・評価委員会は、実施計画の策定ならびに前条第1項および第2項の評価に関して見解を述べるために必要と認めるときは、インターネット活用業務に係るサービスと同種のサービスを行う事業者(以下「競合事業者」という。)および協会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(以下「外部事業者」という。)に意見を求めることができる。
 - 5 前条のインターネット活用業務の実施状況の公表および評価のあり方については、審査・評価委員会の見解等を踏まえて不断に見直す。
 - 6 審査・評価委員会の規程、議事の概要、会合における配付資料およびその他の資料は、審査・評価委員会の定めるところにより、原則として公表する。公表は、協会のウェブサイトに掲載して行う。
 - 7 審査・評価委員会の運営に必要な事項については、審査・評価委員会の定めるところによる。

(競合事業者等からの意見・苦情等への対応)

- 第39条 競合事業者または外部事業者から意見・苦情等が寄せられたときは、適切かつ速やかにこれを受け付けて対応する。
- 2 前項の意見・苦情等への対応については、審査・評価委員会に、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検討を求め、その結果を尊重して必要な措置を講ずる。
 - 3 第1項の意見・苦情等の受付方法ならびに前項の検討にあたっての考え方、検討の結果および措置は、協会のウェブサイトに掲載して公表する。

2. 必須業務の範囲、受信料負担の在り方

～現時点でお伝えできること

◆ 今回の、インターネット活用業務の必須業務化に関する検討における基本的な考えは次のとおり

放送の受信料と同様の考え方を、ネットで同様の環境にある方にも適用するもの。そうであるならば、受け手の視聴者・国民において、放送経由でも、ネット経由でも、同等の、変わらない、同一の内容、同一の受益がもたらされることが第一の要件だと考えている

必須業務の範囲 ①基本的な考え方

- ◆ NHKの究極の使命・役割は、放送が健全な民主主義の発達に資するようにすること
- ◆ その使命・役割を果たすために、**情報空間の参照点を提供し、信頼できる多元性確保へ貢献する**

究極の使命は、「健全な民主主義の発達に資する」こと(放送法) 今、日本の公共放送(メディア)NHKに何が求められているのか



◇ 災害時

- ・ 自然災害の激甚化が進み、デジタル化の負の側面でもある、社会の混乱を招くフェイクニュースが蔓延
- ➔ ひとりでも多くの命を救うため、緊急時の報道をさらに充実させる。フェイクニュースの駆逐も欠かせない。

◇ 平時

- ・ ロシアによるウクライナ侵攻は、「世界の健全な民主主義の発達に資する」という使命を、世界的視野で再認識させるもの
- ➔ 情報空間の健全性を確保することで平和で豊かに暮らせる社会を実現し、民主主義の発展に寄与する。

基軸は

- ▶ 信頼できる基本的な情報を提供すること = 「**情報空間の参照点**」を提供すること
- ▶ 民主主義の基盤である多角的な視点 = 「**信頼できる多元性確保**」へ貢献すること

必須業務の範囲 ①基本的な考え方

◆ この考えのもと、必須業務として実施するインターネット活用業務の範囲は、「放送と同様の効用」をもたらす範囲に限ることが適切

インターネット活用業務に関する基本的な考え方

NHK

「情報空間の参照点」の提供

「信頼できる多元性確保」への貢献

上記を通じて、放送法に掲げる「健全な民主主義の発達に資すること」を目指す
NHKと民放の「二元体制」で、相互補完し切磋琢磨することで民主主義の発達に寄与していく
放送法に基づく指標に対する「NHK」への期待度



放送法に基づく指標に対する「民放」への期待度



“必須業務化”に際しては、伝統メディア全体への期待・信頼が高いことを踏まえ、NHKに関しては「放送と同様の効用」をもたらす範囲に限って実施していくのが適切と考える

9

※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」と回答した人の割合、※「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、※赤丸：NHKまたは民放がもう一方に比べて5pt以上高い項目、また、同水準の項目
出所：公共放送ワーキンググループ（第3回）NHK提出資料より抜粋（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））

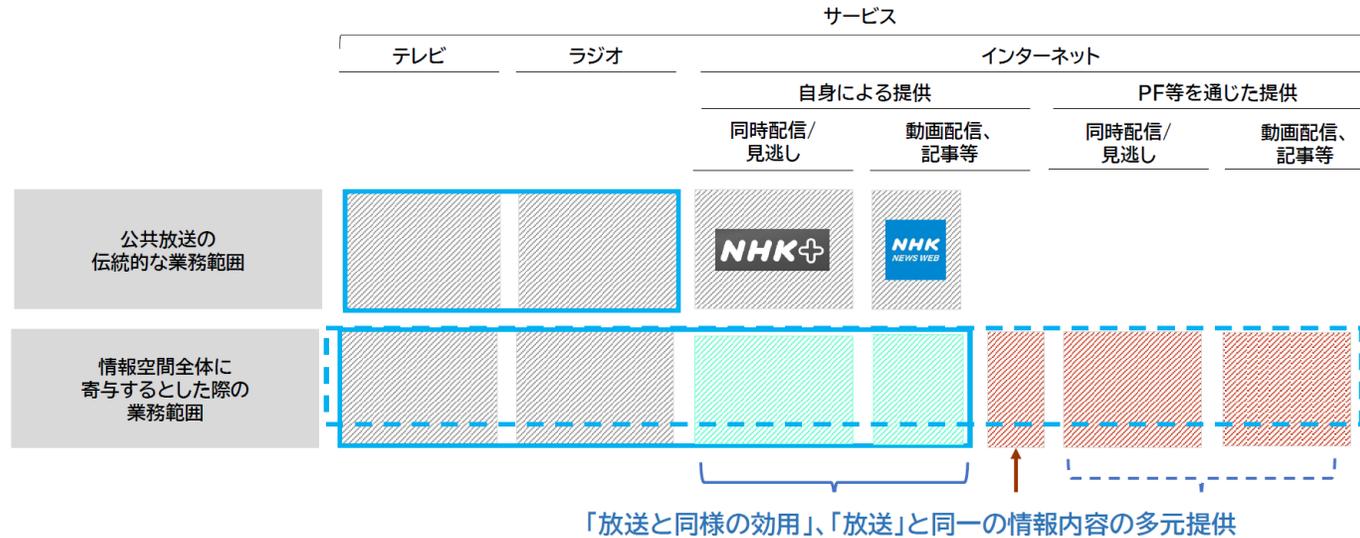
必須業務の範囲 ①基本的な考え方

- ◆ 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の第2次取りまとめ(2023年10月18日公表)で示されたとおり、基本は、放送番組と同一のもの(映像及び音声)を提供
- ◆ また、放送番組そのものではない情報についても、「放送と同一の情報内容」に限り多元提供

業務範囲の考え方(模式図)

NHK

- ・ 「放送の同時配信・見逃し」と「報道サイト(「放送」と同一の情報内容の多元提供)」が基本
上記以外は、「放送と同様の効用が、異なる態様」で実現されるものについて実施(詳細は後述)
- ・ 同様の効用をもたらすという観点から、全体として、公平性確保、多角的論点提示等の規律が必要
(「放送」同様の、自律型モデルが望ましいと考える)



参照点・多元性の確保を大前提としたうえで
「放送と同様の効用で異なる態様のもの」を提供

- ◆ 放送番組と同一のもの(映像及び音声)を提供するサービスとして「NHKプラス」
- ◆ 放送番組(映像及び音声)と同一の情報内容を、多元提供するサービスとして「報道サイト(仮称)」

必須業務として想定する業務範囲について

・現時点で想定する必須業務の基本は、「放送の同時配信・見逃し」と「報道サイト」

理解を容易にするため、以下は、現在の基幹サービスである「NHKプラス」「NHK NEWS WEB」をベースに記述

- 常時同時配信・見逃し番組配信サービス
- 各地域のコンテンツもスマホなどで視聴可能
- 受信契約者本人と本人と生計を同一にする方のみが視聴可能
- テレビを保有していないインターネットのみの利用者は視聴不可



⇒以下のような価値を提供

- ・ いつでも どこでも公共放送の番組を視聴可能
- ・ 地域理解促進、異なる考え方を発見

報道サイト(同内容のアプリ提供も想定)

- 動画配信、記事等
- 社会・気象/災害・科学/文化・スポーツなど、放送同様の情報を提供
- 様々なデバイスで閲覧可能



⇒放送同様、以下のような価値を提供

- ・ 公平・公正で信頼できる情報を取得
- ・ 世の中で議論となっている事象・問題を把握

NHK NEWS WEB 等を再整理したものを想定
(放送と**同一の情報内容**の多元提供)

- ◆ 必須業務になれば、放送と同一の情報内容をネットの特性に合わせて提供(同一内容、マルチアウトプット)することに注力することに
- ◆ 現在の「理解増進情報」は必然的に再整理され则认为している

現在の「理解増進情報」の今後について

現在の規律(「NHKインターネット活用業務実施基準」(総務大臣認可))

第2条 この基準における用語は、次の各号の定義に従うものとする。

- 一 放送番組
放送をする事項の種類、内容、分量および配列
- 二 理解増進情報
日本放送協会(以下「協会」という。)が放送したまたは放送する放送番組の編集上必要な資料その他の協会が放送したまたは放送する放送番組に対する理解の増進に資する情報(放送番組または当該情報を編集したものを含む。)
- 三 放送番組等
協会が放送したまたは放送する放送番組および当該放送番組に係る理解増進情報

(理解増進情報の提供に係る基本原則)

第5条 理解増進情報は、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し、次の各号のいずれかに該当するものに限る。

- 一 放送番組を周知・広報するもの
- 二 放送番組等を再編集したもの
- 三 放送番組の内容を解説・補足するもの
- 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
- 五 協会が放送した放送番組(以下「既放送番組」という。)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
- 六 その他放送番組の視聴に関して参考となるべき情報

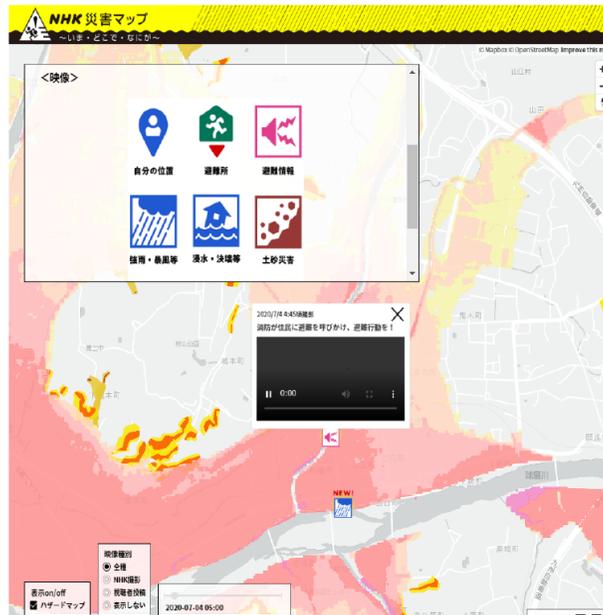
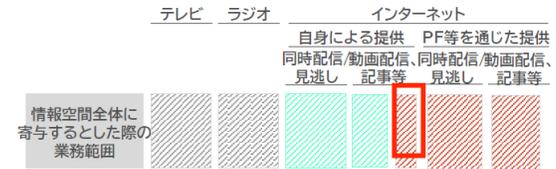
- あくまで個別サービスの内容、提供の実態で判断されるものであるが、インターネット業務が必須となった際には、上記のように規定される現在の放送番組に対する「理解増進情報」は必然的に再整理され则认为している。
 - インターネット業務が放送同様のミッションになる以上、付加的な情報によって、放送への“誘引”効果を高めるようなサービスについては、今の形のまま残ることはないと考えている。
- ➡放送からだけ情報を得る方も、ネットからだけ情報を得る方も、等しく「NHKの提供する価値」を享受いただくよう努める義務を負うのが、“必須業務化”だと理解している(公平性、同等性)

4

- ◆ 災害報道による防災・減災は、「放送」の公共的価値の一つ。自然災害の頻発・激甚化に対し、インターネット活用業務でも、ネットの強みや特性を生かしたサービスを提供し「命と暮らしを守る」報道を深化。放送とデジタルが連動して、防災・減災を実現

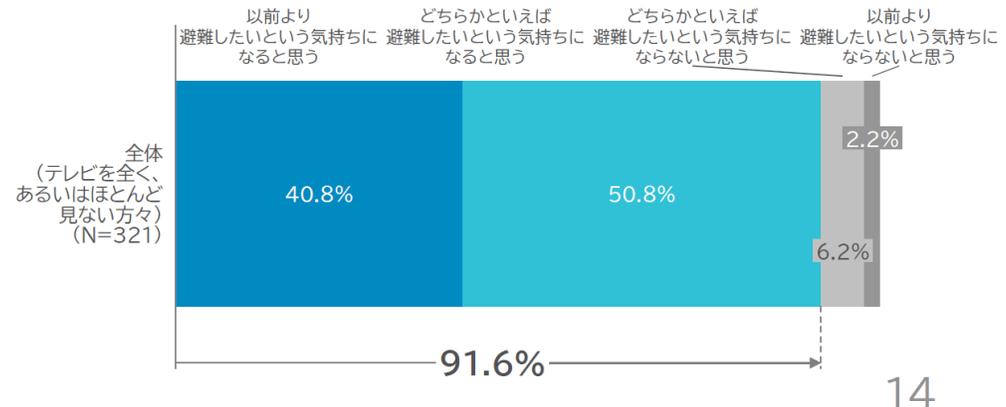
放送と同様の効用で異なる態様のもの:例)災害マップ

- 災害報道による防災・減災は公共放送の必須機能。放送では提供する情報の「時間」「範囲」が限定されることで、「避難のスイッチ」がなかなか入らないとの指摘
 - ▶居住地近くの報道関連映像を時系列に地図上で可視化することで、迅速な避難につなげるという効用を提供する(「異なる態様」の一例)
- 利用者の「9割」が「これまでよりも避難したいという気持ちになる」と回答



出所: NHK「インターネットでの社会実証(第二期)結果報告」

Q.あなたは、今回ご利用いただいた「災害マップ」のように、今後、お住まいの地域についての「過去に起きた災害の情報」を利用することで、実際に災害が起きテレビなどを通じて避難指示が出た際に、これまでよりも避難したいという気持ちになるとは思いますか。



- ◆ インターネットでの社会実証(第二期)(2023年2月10日~2023年2月24日)で検証した、「災害マップ」の機能は次のとおり
- ◆ こういったサービスは「**放送と同一**」ではないので、**競争評価にかけることが必要**

サービス① 災害マップ 機能イメージ

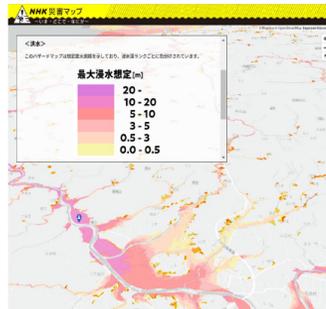
災害マップ

問題意識に対し、3つの機能を提示。

課題と狙い

- 防災・減災の具体的な課題として、放送で呼びかけても、一般的過ぎて、「避難のスイッチ」がなかなか入らない、ということが指摘されている。
- そこで、第一期のサービスの具体的な応用として、「過去に起きた災害」について追体験することで、将来の「もしも」の時に“行動変容”を促せるのか、検証した。
- 検証では、2020年7月に熊本県の球磨川流域を中心に発生した豪雨災害の被害状況のNHK撮影映像などを地図上で時系列に可視化した。

①被害想定を見る機能 (ハザードマップ)



お住まいの地域のリスクを、地方自治体などが公開しているハザードマップと重ねて確認することができる。

②各地域の映像を見る機能 (被害状況マップ)



各地域で撮影された映像を見て、実際の災害状況を確認することができる。映像はNHK撮影のもの、もしくは視聴者から投稿されたもの(公開前にNHK側が確認)で、撮影した場所と紐づけて表示される。

③避難所の位置、道路状況を確認する機能



アイコンで周辺の避難所の位置と、各道路が通行できそうかどうか、通行実績を表示し、どのように避難すべきかの判断材料の一環として活用できる。

- ◆ 公平性、公平負担の観点から、放送と同様の効用、同一の情報内容、同一の受益を得る環境にある方に、受信料を負担いただくのが適当ではないか
- ◆ もちろん、同等性の観点から、多機能端末であるスマートフォンを保有しただけではテレビを設置したことと同じ環境と考えることはできない

NHK

負担の在り方

- ・ 負担の在り方を検討するにあたっては、「公平性」と「同等性」が重要となるのではないか
- ・ フリーライドを抑止し、ネットのみの環境の方に機会を提供する一方、多機能端末であるスマートフォンを保有しただけで、現在のテレビ受信機のように扱うことは選択肢には入らない

| (業務範囲の想定) | サービス | | | | | |
|------------------------------|------|-----|-------------------------|--------------|---------------------------|--------------|
| | テレビ | ラジオ | インターネット | | | |
| | | | 自身による提供 同時配信/ 見逃し | 動画配信、 記事等 | PF等を通じた提供 同時配信/ 見逃し | 動画配信、 記事等 |
| 公共放送の 伝統的な業務範囲 | | | | | | |
| 情報空間全体に 寄与するとした際の 業務範囲 | | | | | | |

ネットを
使っている人は
タダ乗りできるの？

放送のみ視聴者

放送の視聴者だけが負担をする
「公平性」の課題

テレビが無いと
NHKのサービスが
受けられないの？

ネットのみ視聴者

放送の視聴者しか視聴できない
「公平性」の課題

多機能端末であるスマホ保有だけでの負担はない
「同等性」の課題

スマホを持った
だけで
受信料を払うの？

20

出所: 公共放送ワーキンググループ(第3回)NHK提出資料より抜粋

受信料負担の在り方

- ◆ 「放送と同様の効用」「放送と同一の情報内容」を受益することができるタイミングから、受信料を負担いただくのが適当ではないか

負担の在り方

- 『公平性』と“受益感”（個人、社会への貢献の実感＝一定の『同等性』の証拠）が同様になるタイミングから、支払いをお願いすることが望ましいのではないか
 - ➡ “受益感”が無い“所有即契約”ではなく、“受益感”が公平性を上回る有料契約＝“サブスク”でもない形
 - ・ 詳細は、エンフォースメントの在り方も含め、法的・技術的要件を精確に詰めていく必要

公共放送ワーキングでの構成員からのご意見

- （瀧構成員）必須業務化によってネットから受ける便益がテレビと変わらなくなるので、負担を求めることが公平であり受信料制度の考え方にも整合すると考えている。（中略）パイオールの先にあるコンテンツは広く世の中に伝わらないと思っているので、NEWS WEBなどは無料で出しておいた方が良いという結論になるように思う。テレビを持たず、積極的にネット上での配信も見にいかないという人たちに対して、広く言論空間であったり文化へのスピルオーバーはあるものだったりするので、その余地の存在を確認しておくことは大事なのかなと思った。
- （落合構成員）「公共放送を受信できる環境にある」とは何かを精査すべきだ。（中略）「受信しうる環境」は、アプリをダウンロードしたときか、利用規約を承諾したときか。（中略）ソフトウェアは、比較的簡単に取り外しができる。その特性上、アプリを入れただけで受信設備を置いたのと同じと言えるか。
- （宍戸構成員）インターネット端末をいわばテレビとして使う何らかの契機をつかまえて受信料相当の負担を求める、というのが筋ではないか。
- （林構成員）公共放送を受信できる環境にあることを受信者の黙示の意思表示として契約関係を生じさせる意思主義的な法的整理がよいと思う。

出所：公共放送ワーキンググループ（第7回）議論よりNHK作成
（議事要旨公開前のため文責NHK）

これまでの構成員等の主な意見

17

【構成員等の主な意見】

- 費用負担のあり方については今後丁寧な議論を尽くすべきであると考えているので、受益者負担という原則に立つならば、受益する者が平等な負担感を持つことが肝要。（第1回：三友主査）
- 最高裁判決を踏まえ、受信し得る環境にある者に広く公平に負担を求めていくのが受信料であると認識しているが、ネット配信というのは現状、部分的であり、放送全部を見るものと同等の負担を課するのがよいのかということもある。（第1回：落合構成員）
- PCやスマートフォンを保有するだけでは受信料を課さないことをもって、テレビ受信機に紐づく従来の受信料制度との整合性や、負担の公平性などの議論を先送りしてはならない。（第3回：民放連）
- インターネット活用業務の必須業務化がなぜ必要なか、任意業務ではできないが必須業務になるとできるようになることができるのか、必須業務化に伴い、受信料制度の見直しが必要なのかどうか、よく分からない点が多い、NHKに期待する機能や役割の検討を先行して、NHKの将来像や受信料制度の見直しといった肝心な議論が後回しになっており、視聴者には分かりにくい議論となるのではないかと危惧している。（第5回：民放連）
- 受信料制度の在り方に関しては、インターネットに接続する機器を保有しているだけで受信料を払うような制度をいきなり考えるというのは難しいのではないかと。（第1回：山本主査代理、宍戸構成員、瀧構成員、長田構成員、林構成員）
- 最近のテレビは違う部分もあるが、少なくとも当初、放送法ができて昭和、平成の中期ぐらいまでは利用用途が放送受信に限られていた一方で、スマートフォンやPCなどは必ずしもネット配信を見るためだけのものではないことが明らかなので、保持者をもっと視聴者と捉えてよいかについても難しい問題がある（第1回：落合構成員）
- スマホのアプリをインストールするような自らNHKを受信できる環境を整えようとする視聴者については、ある意味積極的に受信に関与しようとするのであるから、このWGで議論自体はしてもよいのではないかと。（第1回：三友主査、林構成員）
- 現行の受信料制度は放送の対価ではないが受益の観点も加味した制度となっており、この考え方を前提としても、無料にする、アプリをインストールした場合に有料とする、端末所有者に負担させるなど多様な選択肢があり得る。第2の選択肢が、受益の観点を加味するという考え方に親和性が高いと考えられるが、いずれも理論的に決め手はない。（第2回：曾我部構成員）

出所：公共放送ワーキンググループ（第7回）
「インターネット活用業務の財源と受信料制度に関する論点」
（事務局説明資料）

22

- ◆ 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の第2次取りまとめ(2023年10月18日公表)等を踏まえながら、引き続き、**受信料制度の枠組みのなかでどのような負担の在り方が考え得るか検討**する

3. インターネット活用業務の財源と受信料制度

6

- ・ インターネット活用業務を必須業務化する場合には、テレビなどの受信設備を持たずにインターネットを通じて視聴する者に対しても、NHKの放送番組を受信することのできる環境にある者に該当する限りにおいて相応の費用の負担を求めることが適当であり、その具体的範囲は、放送法第64条第1項の「協会の放送を受信することのできる受信設備…を設置した者」に基づいて定めることが適当。
- ・ スマートフォン・PC等の通信端末を取得・保有しただけで「協会の放送を受信することのできる受信設備を設置した者」と同等と評価することは、視聴者の理解を得ることができないため、適当ではない。これに対して、「協会の放送を受信することのできる受信設備を設置した者」と同等と評価される行為を行った者に対して費用負担を求めることを基本とすべき。
- ・ 同等と評価される行為の具体的内容については、例えば、スマートフォンについて、まず、その購入のみで費用負担を求めるべきではない。加えて、NHKの放送番組を視聴する意思が外形的に明らかになるような、i) アプリのダウンロード、ii) IDやパスワードの取得・入力、iii) 一定期間の試用・利用約款への同意などの行為も含めて解釈していくことが必要との指摘も踏まえ、今後、総務省において制度化の検討を進める中で、これらの積極的な行為が費用負担の要件であることを、視聴者にとってわかりやすい形で明確化を図っていくべき。
- ・ 現在のテレビなどの受信設備の設置に伴う受信契約は世帯単位となっているが、スマートフォンやPC等の通信端末からの能動的な行為を基にNHKと締結する契約を個人単位とするのか等受信契約の単位に関する課題については、インターネットの普及等に伴う視聴実態を勘案しつつ、引き続き検討すべき。
- ・ NHKの事業運営は、テレビなどの受信設備の設置を通じて支払われる受信料と、それと同等と評価できる通信端末上の行為を通じて支払われる負担金の全体で支えられるものと考えるのが自然。その負担により得られる財源の使途について、放送全体に貢献する役割に対応したNHKの事業運営費用にも充てられるべきものであることを明確化すべき。

NHK