

令和6年10月31日

総務大臣

村上誠一郎 殿

日本放送協会

会長 稲葉 延雄

放送法の一部を改正する法律（令和6年法律第36号）

附則第4条に基づく業務規程の届け出について

放送法の一部を改正する法律（令和6年法律第36号）附則第4条第1項に基づき、番組関連情報配信業務の実施に関する規程を定めたので、放送法施行規則第10条の3第2項に規定の書類を添付のうえ、別冊のとおり届け出ます。

【別冊】 「NHK 番組関連情報配信業務規程」

【放送法施行規則第10条の3第2項の規定により添付する書類】

- ・業務規程の内容について「公正な競争の確保」に適合するものと判断した理由
- ・業務規程補足資料
- ・日本放送協会第1456回経営委員会議事録（2024年10月8日開催分）
（抜粋）
- ・試行的受信措置に関する事項
- ・番組関連情報配信業務の実施に要する費用の区分
- ・現段階で想定される誤受信防止措置の内容

NHK 番組関連情報配信業務規程

2024年10月8日策定
2025年10月1日施行

1. 総則

(目的)

この規程は、日本放送協会(以下「NHK」といいます。)が放送法に基づき実施する番組関連情報の配信の業務を適正に遂行するため、当該業務の種類、内容、実施方法などを定めるものです。

(定義)

この規程における用語は、次の定義に従います。

- ・ 番組関連情報
放送法第2条第32号に定める、NHKが放送するまたは放送した放送番組*の内容と密接な関連を有する内容の情報であって、当該放送番組の編集上必要な資料により構成されるもの(当該放送番組を除き、当該放送番組を編集したものを含まず。)
*この規程の施行前に放送した放送番組を含まず。
- ・ 必要的配信
放送法第20条第1項第3号から第5号に定める、NHKの放送番組の同時配信、見逃し・聴き逃し配信、番組関連情報の配信の総称
- ・ 特定必要的配信
必要的配信のうち、その受信を開始した者がNHKと受信契約を締結しなければならないもの(ラジオ放送、多重放送、国際放送または協会国際衛星放送の放送番組および当該放送番組の番組関連情報の配信を除いたもの)
- ・ 試行的受信措置
特定必要的配信の普及を図るため、特定必要的配信の対象となる放送番組および番組関連情報の全部または一部について、受信契約を締結していない者による試行的な受信を可能とするための措置

(業務実施にあたっての遵守事項)

番組関連情報配信業務は、この規程に基づいて実施します。

(特定必要的配信についての留意事項)

番組関連情報の配信を含む必要的配信業務のうち、特定必要的配信の実施に際しては、信頼できる多元性の確保、公平負担の徹底など、受信料制度の遵守の観点から、受信契約の確認等について、適時の措置を行います。

2. 番組関連情報配信業務の種類

番組関連情報配信業務は、以下の種類について実施します。

■ 国内放送番組関連情報配信業務

国内基幹放送の放送番組の内容と密接な関連を有する内容の情報であって、当該放送番組の編集上必要な資料により構成される番組関連情報(当該放送番組を除き、当該放送番組を編集したものを含みます。以下、「国内放送番組関連情報」といいます。)を配信する業務

■ 国際放送番組関連情報配信業務

国際放送および協会国際衛星放送の放送番組の内容と密接な関連を有する内容の情報であって、当該放送番組の編集上必要な資料により構成される番組関連情報(当該放送番組を除き、当該放送番組を編集したものを含みます。以下、「国際放送番組関連情報」といいます。)を配信する業務

3. 番組関連情報の基本原則

番組関連情報は、放送番組と同一の情報内容を提供し、同一の価値をもたらすもので、インターネットの視聴習慣・特性に対応して届け方を工夫します。放送番組の編成、編集で行っている、多様性の確保、多角的論点の提示について、インターネットの特性を生かして実現します。

配信期間は、放送番組の必要的配信の期間を基本としつつ、インターネットの特性に対応して長期間配信することがあります。

番組関連情報の配信は、他の事業者との公正な競争と地域を含めたメディアの多元性を確保しながら実施します。

【編成視点の工夫】

- ・ 情報更新 放送番組において随時更新される重要な情報について、更新が必要な情報に限り番組同様に随時提示内容を更新し、最新情報を提供
- ・ 期間延長 繰り返し再放送されるような情報内容については、対応する放送番組の必要的配信の期間を超えて掲載することで効果的・効率的に提供
- ・ 提示調整 総合編成を通じて提供している“バランス”や放送番組内の“文脈”をインターネットでも受容可能な形態で提示

【編集(表現)視点の工夫】

- ・ 内容抽出 放送番組で伝えた内容を視聴環境に合わせて、クリップ動画、テキストなど最適

な形態で提供(アクセシビリティ)

- ・ 効用発揮 放送番組で提示した内容について、インターネットにおける効用を発揮するために必要な形で提供

4. 番組関連情報の編集方針

番組関連情報の編集方針は、種類ごとに以下の通りとし、国内放送番組関連情報については「国内放送番組編集の基本計画」に、国際放送番組関連情報については「国際放送番組編集の基本計画」に、分野ごとの編集方針を含めて規定します。

国内放送番組

拡大する情報空間へ、正確に発信、多元性に貢献。

報道・防災、教育、医療・健康、福祉などの分野では、放送と同じ価値・情報内容を、インターネットの技術・機能を活用して提供します。

不確かな情報があふれ、情報の偏りも指摘されるインターネット上で、視聴者の“よりどころ”となるよう、正確で信頼できる、社会の基本的な情報を発信し、民主主義の基盤である多角的な視点を確保します。

- ① 報道・防災番組関連情報
- ② 大型スポーツ大会番組関連情報
- ③ 教育番組関連情報
- ④ 医療・健康番組関連情報
- ⑤ 福祉番組関連情報
- ⑥ ラジオ放送番組関連情報

※個別番組ページ

- ・ 各番組の基本情報(番組名や放送時間、出演者、各番組内で紹介した情報など)について、個別の番組ページで提供します。
- ・ 個別の番組ページでは、見逃し配信中の放送番組や、番組の予告編などの周知・広報のためのコンテンツの一部を掲載することがあります。

※ユニバーサルサービス

- ・ 自動生成等に係る技術を活用し、視覚・聴覚障害者や高齢者、在留・訪日外国人等に向けた字幕、解説音声および手話によるユニバーサルサービスに係る情報を提供することがあります。

国際放送番組

国際放送の使命を果たすため、世界のより多くの人に届けます。

国際社会との相互理解を深め、多様性を尊重する平和で持続可能な世界の構築に貢献するため、放送と同じ価値・情報内容を、インターネットの技術・機能を活用してより幅広く提供します。不確かな情報があふれ、情報の偏りも指摘されるインターネット上で、正確で信頼できる情報を世界に発信し、情報空間の健全性の確保に貢献します。

5. 各分野の番組関連情報の内容および実施方法

番組関連情報の各分野の編集方針および具体的な内容・実施方法は以下の通りです。

国内放送番組

①報道・防災番組関連情報

編集方針

- ・ 「公平・公正で、信頼できる、正確な情報」を提供し、健全な民主主義の発達に貢献します。
- ・ 取材に裏打ちされた確かな情報やジャーナリズムを多角的に多様に届けることで、「情報空間の健全性」確保につなげます。
- ・ あまねく「命と暮らしを守る正確な情報」を届け、「災害時・緊急時の命綱」としての役割を確実に果たします。
- ・ インターネットでも、ニュース速報やさまざまなジャンルのニュースを、確実に速やかに伝達します。地域情報を含め、政治、経済、社会、科学・文化、国際、スポーツなど国内外のニューステーマなどに応じて、詳細な情報を確認できるよう、見やすく多様な形式で提示します。過去の報道を集積し、一定期間公開することで、最新の事象と過去の事例を対照できるようにします。
- ・ 命と暮らしを守る災害情報、気象情報、緊急情報などを地域ごとにきめ細かく掲載・配信します。日頃の防災意識を高めるため、過去の災害から学ぶ情報や、大きな災害事例などを参照できるように提供します。

内容・実施方法

(1) 主な内容

- ・ 社会、災害、政治、経済、国際、科学、文化、医療、健康、暮らし、スポーツなど、国内外のさまざまなジャンルのニュースを、インターネットならではの機能・特性・表現方法を使って伝えます。また、国内の地域ごとのさまざまなニュースを掲載します。ニュース速報もインターネットで迅速に伝達します。さらに、ニュースのテーマやジャンルごとに見やすく整理して掲載するほか、解説や特集コンテンツも提供します。
- ・ その日のニュースをメインに伝える番組だけでなく、ニュース事象に関するさまざまな番

組(解説、討論、ドキュメンタリー、中継、そのほか特設番組など)や、スポーツジャンルの番組(中継番組も含む)に関する関連情報も伝えます。

- ・ 災害時や緊急時に命と暮らしを守るための情報を、正確かつ迅速に伝達します。災害の全体像のほか、地域ごとの詳細な災害情報・気象情報・緊急情報を掲載・配信します。緊急度の高い情報は、速報やプッシュ通知を使っていち早く提供します。地域登録や位置情報による地域ごとのきめ細かい情報も提供します。公的機関が発表する情報に加えて、取材に基づく情報や映像・画像も掲載します。また、過去の災害から学び防災意識の向上に資する情報も提供します。

(2) 主な表現方法

- ・ 動画、静止画、テキスト、図表に加えて、ライブ映像、グラフィック、通知などを使って確実に伝達します。利用者が自ら情報を選択して見ることができるよう、地図や各種データを用いた情報を提供します。

(3) 配信期間など

- ・ 過去のニュース事象、関連情報、報道内容を有機的にまとめて、最新事象と過去事例を対照できるようにして提供します。この目的のため、対応する放送番組の必要的配信よりも長期の配信を行うことがあります。
- ・ 対応する放送番組の放送を待たずに配信を開始することがあります。

(4) 提供方法

- ・ NHK が提供するウェブサイト、スマートフォン・タブレット向け公式アプリ、インターネットに接続されたテレビ受信機等向け公式アプリ、データ放送の通信機能などを通じ、それぞれ最適な形態で提供します。多様な利用者に向けて、アクセシビリティの向上に取り組みます。
- ・ 「報道・防災」以外の分野を含め、内容的につながりのある他の放送番組の必要的配信、番組関連情報、各番組の基本情報、周知・広報のためのコンテンツなどと組み合わせて提供することがあります。

②大型スポーツ大会番組関連情報

編集方針

- ・ 国民的関心の高いオリンピック・パラリンピックにおける、多種多様な競技・種目の内容や結果などについて、きめ細かく伝えスポーツ文化の向上に貢献します。
- ・ インターネットでもその機能を活かして多種多様な競技・種目を幅広く伝えます。

内容・実施方法

(1) 主な内容

- ・ 国民的関心の高いオリンピック・パラリンピックに関する大会全体の情報や、多種多様な競技・種目の内容や結果などをきめ細かく提供します。
- ・ 放送時間枠の制約などにより番組で伝えきれない中継映像・録画映像・そのほかの情報について、インターネットのライブストリーミング配信などで提供します。コンテンツライツを活用し、国際オリンピック委員会や国際パラリンピック委員会、民間放送事業者とのコンソーシアムの取り決めに沿って、多種多様な競技・種目のライブストリーミング配信を行います。

(2) 主な表現方法

- ・ 動画、静止画、テキスト、図表に加えて、ライブ映像、グラフィック、通知などを使って確実に伝達します。利用者が自ら情報を選択して見ることができるよう、地図や各種データなどを用いた情報を提供します。

(3) 配信期間など

- ・ オリンピック・パラリンピックに関する過去の事象、関連情報、報道内容を有機的にまとめて、最新事象と過去事例を対照できるようにして提供します。この目的のため、対応する放送番組の必要的配信よりも長期の配信を行うことがあります。
- ・ 対応する放送番組の放送を待たずに配信を開始することがあります。

(4) 提供方法

- ・ NHK が提供するウェブサイト、スマートフォン・タブレット向け公式アプリ、インターネットに接続されたテレビ受信機等向け公式アプリなどを通じ、それぞれ最適な形態で提供します。多様な利用者に向けて、アクセシビリティの向上に取り組みます。
- ・ 「大型スポーツ大会」以外の分野を含め、内容的につながりのある他の放送番組の必要的配信、番組関連情報、各番組の基本情報、周知・広報のためのコンテンツなどと組み合わせ提供することがあります。

③教育番組関連情報

編集方針

- ・ 幅広い世代に向け、豊かで良質なコンテンツを届け、ひろく学習の機会を提供します。
- ・ 国が定める教育課程の基準に準拠するコンテンツを体系的に提供し、教育の機会均等に貢献します。また、教員の指導方法の改善・向上に貢献します。
- ・ 家庭教育を含む教育番組についても、子どもの学びや育ちに役立つコンテンツを発達段階に応じて適切に選択できるよう提供します。保護者に向けて効果的な活用法を提示し、子どもとのコミュニケーションを促進することを支援します。
- ・ 教育行政関係者、学識経験者、および教員の代表者による第三者機関などで、教育現場の

意見要望を集約した上で、年間サービス計画をはかり、コンテンツの高い信頼と質を維持します。

- ・ インターネットでは、一人一人が環境や学習の進捗にあわせて、いつでも繰り返し学ぶことができるように、適切なタイミングや方法でコンテンツを提供します。学習内容の全体像や進捗状況も把握できるようにします。指導者や保護者に向けても、効果的な活用法を提示します。

内容・実施方法

(1) 主な内容

- ・ 一人一人にとって適切なコンテンツを選択できるよう、学習内容の系統・分類・テーマ立てなどを用いて提供します。
- ・ 一人一人のニーズに合わせて学習効果を高めるため、動画の切り出しや番組内容のテキスト、理解を深めるための図やグラフ、テキスト、動画などによる補足を行います。
- ・ 教育番組とその番組関連情報の効用を発揮するために、教育番組の利用法・指導法・活用事例・放送計画などを記載・解説した補助資料をテキスト・画像・動画などを用いて提供します。
- ・ 家庭教育を含む教育番組についても、子どもの学びや育ちに役立つ動画やテキストなどを抽出、また保護者に向けて、効果的な活用法や子育ての情報をテキストや動画で提示し、子どもとのコミュニケーションを促進することを支援します。
- ・ 番組内容の理解を深め、その効用を発揮するため番組内で双方向的な演出をしたものについてのインタラクティブコンテンツ、学習効果を高めるため番組内で追体験の演出をしたものについての学習内容の共有、動画の内容理解を確認するための設問などを、ウェブサイトなどを通じて提供します。
- ・ ユーザーが自分のニーズに合った情報を探しやすくするため、カテゴリごとに見やすく整理して提供します。

(2) 主な表現方法

- ・ 動画、静止画、テキスト、図表に加えて、グラフィック、インタラクティブコンテンツなどを使って伝達します。

(3) 配信期間など

- ・ 一人一人が環境や学習の進捗にあわせて、いつでも繰り返し学ぶことができるように、それぞれの習熟度・理解度に応じた個別最適な学びへのシフトに対応し、学校・家庭で学習機会を等しく提供するために、対応する放送番組の必要的配信よりも長期の配信を行います。教育番組の効用を発揮し学習効果を高めるために、対応する放送番組の放送前に配信を開始することがあります。学習指導要領の改訂に応じてその内容を更新します。

(4) 提供方法

- ・ NHK が提供するウェブサイト、スマートフォン・タブレット向け公式アプリ、インターネットに接続されたテレビ受信機等向け公式アプリなどを通じ、それぞれ最適な形態で提供します。多様な利用者の学びの機会を提供するため、字幕などアクセシビリティの向上に取り組みます。
- ・ とくに、学校教育に資するウェブサイトや公式アプリでは、教育効果を高めるため、放送番組の必要的配信や任意的配信と、当該番組に対応する番組関連情報を一体のものとして提供します。
- ・ 「教育」以外の分野を含め、内容的につながりのある他の放送番組の必要的配信、番組関連情報、各番組の基本情報、周知・広報のためのコンテンツなどと組み合わせて提供することがあります。

④医療・健康番組関連情報

編集方針

- ・ 医療技術や医学情報の複雑化・細分化が進み、生活習慣病から希少疾患まで、生命・身体の安全に関わる公衆のニーズは多様化しています。正確な医療・健康情報を、繰り返し参照できるような形で提供します。最先端の医療や新薬などの専門的な情報を分かりやすく伝え、フェイクや明確な根拠のない情報に対抗し、信頼できる「医療・健康情報の参照点」となります。
- ・ 災害・感染症など緊急時の命綱の役割を果たします。自然災害時における二次的な健康被害・関連死や、パンデミック時の感染拡大を防ぐための情報を迅速に伝えます。
- ・ 健康寿命を伸ばすことに貢献します。病気の予防・早期発見の契機となる情報を提供します。症状の改善につながる生活習慣について分かりやすく伝えます。
- ・ インターネットの機能を活かして、切実な悩みを抱えた人が、いつでも、その人に合った情報をわかりやすく参照できるよう提供することで、生命・身体の安全に資することに寄与します。

内容・実施方法

(1) 主な内容

- ・ 病気や健康に悩み、「多様な、個々のニーズ」を持ってアクセスしてくる人々へ、「医療・健康」のテーマごとに、番組の「医療・健康」情報を抽出し、動画・静止画・テキストやグラフィックでコンパクトかつ正確で分かりやすく提供します。ユーザーが自分のニーズに合った情報を探しやすい、類似、関連する情報をさらに閲覧しやすいように、見やすく整理して提供します。
- ・ 番組で提供した「医療・健康」情報が信頼できるものであることを示すため、情報の根拠となる論文やガイドラインの出典、監修の専門家情報などを掲載します。真偽不確かな情報が流布されているときは、番組で紹介した情報、取材情報をもとに、ユーザーの判断の助

けとなる形で提供します。

- ・ 公衆の健康リテラシーを高めるため、番組で紹介した、体操などの動画や自分で健康管理ができるチェックシートなど、セルフケアを行って効用を実感できる見せ方を工夫します。
- ・ 避難所や病院など、スマホなどでどこからでもアクセスできるよう、コンパクトに抽出された動画や記事、時には印刷に適した形式に情報をまとめるなど、ユーザーの使い勝手の良い形式で提供します。

(2) 主な表現方法

- ・ 動画、静止画、テキスト、図表に加えて、グラフィック、チェックシートなどを使って伝達します。

(3) 配信期間など

- ・ 「医療・健康」情報への多様な、個々のニーズに対応するため、次の放送あるいは再放送を待たずに情報を参照できるよう、対応する放送番組の必要的配信よりも長期の配信を行います。新薬の開発など、「常時更新される医療情報」を伝えます。

(4) 提供方法

- ・ NHK が提供するウェブサイトなどを通じ、最適な形態で提供します。多様な利用者に向けて、アクセシビリティの向上に取り組みます。
- ・ 「医療・健康」以外の分野を含め、内容的につながりのある他の放送番組の必要的配信、番組関連情報、各番組の基本情報、周知・広報のためのコンテンツなどと組み合わせて提供することがあります。

⑤福祉番組関連情報

編集方針

- ・ 誰もが人格と個性を尊重し支え合う社会の実現に向けて、課題を伝え、視聴者の意識や行動、そして社会全体の変化を促し、市民社会の成熟を図ることで、福祉の充実に貢献します。また、支援が必要な人たちへの理解を深め、支援情報を提供します。
- ・ 生きづらさを抱える人たちや家族のための共感・共助の場づくりを促します。
- ・ 高齢者や障害のある人などに、コンテンツをあまねく届けるためのユニバーサルサービス・情報保障を拡充します。
- ・ インターネットでは、いざ自分や家族が障害や疾患など困難な状況に見舞われたときに必要とされる情報を、いつでも参照できるよう提供します。番組の取材で寄せられた声を共有するなど、共感・共助の場づくりに資する情報を蓄積、更新します。

内容・実施方法

(1) 主な内容

- ・ 自分や家族が障害や疾患、介護や貧困など困難な状況となったときに、必要な福祉情報にたどりつけるよう、番組で提示した基礎情報、事例紹介、専門家の知見、相談窓口(全国、地域の自治体・支援団体)などを、さまざまなテーマやジャンルごとに見やすく掲載します。
- ・ 困難への対処方法や、障害を抱えた人たちの社会での活躍の様子など、番組で紹介したさまざまな事例を記事や動画などに抽出します。当事者や支援者を助け、さらに社会の理解を深めます。
- ・ ユーザーが自分のニーズに合った情報を探しやすくするような情報の整理を工夫します。
- ・ 制作過程でインターネットなどを通じて寄せられた当事者や支援者の声を紹介するなど、困難な状況に直面する人々の共感・共助の場を作ります。

(2) 主な表現方法

- ・ 動画、静止画、テキスト、図表に加えて、掲示板などを使って伝達します。

(3) 配信期間など

- ・ 一人一人が必要な時に必要な情報を得られ、支援を求められるよう、対応する放送番組の必要的配信よりも長期の配信を行います。法制度の改正や支援方法、制度など、最新の福祉情報に更新します。
- ・ 共生社会の実現に向けて、社会課題を提示するために、継続的にとりあげる情報を有機的にまとめて提供します。

(4) 提供方法

- ・ NHK が提供するウェブサイトなどを通じ、最適な形態で提供します。福祉情報は、その特性上、アクセシビリティの向上に取り組みます。字幕、音声、手話、音声情報のテキスト化など、視覚障害、聴覚障害などさまざまな状況で情報にアクセスできるように提供します。
- ・ 「福祉」以外の分野を含め、内容的につながりのある他の放送番組の必要的配信、番組関連情報、各番組の基本情報、周知・広報のためのコンテンツなどと組み合わせて提供することがあります。

⑥ ラジオ放送番組関連情報

編集方針

- ・ ラジオでも、正確で信頼できる社会の基本的な情報と、民主主義の基盤である多角的な視点を、あまねく伝えます。暮らしの安全・安心を担い、様々な知的欲求や幅広い興味関心に応えます。
- ・ より幅広い利用者にラジオの情報に触れていただけるよう、インターネットの機能を活かした形式で提供します。

内容・実施方法

(1) 主な内容

- ・ 長時間の生番組など、番組の内容・情報を伝えるために、番組内容を記事や切り出しの音声ファイルで、分かりやすくコンパクトに抽出して伝えます。
- ・ ユーザーが自分のニーズに合った情報を探しやすくするような、情報の整理を工夫します。
- ・ ラジオ放送番組における「報道・防災」「大型スポーツ大会」「教育」「医療・健康」「福祉」の各分野の番組関連情報を配信する場合は、それぞれの番組の編集上必要な資料を、各分野の内容と工夫に従って提供します。

(2) 主な表現方法

- ・ 音声ファイルに加えて、テキスト、静止画、図表などを使って伝達します。

(3) 配信期間など

- ・ 「報道・防災」「大型スポーツ大会」「教育」「医療・健康」「福祉」の各分野について、前述の通りです。

(4) 提供方法

- ・ NHK が提供するウェブサイトのほか、ポッドキャスト、スマートフォン・タブレット、スマートスピーカー向け公式アプリなどを通じ、最適な形態で提供します。聴覚障害者へ情報を伝えるアクセシビリティの向上のために、読み上げソフトに対応するテキスト化などにも積極的に取り組みます。
- ・ とくに、ラジオ放送番組を専門に取り扱うウェブサイトや公式アプリでは、音声波の特性を踏まえた利便性の向上を目的に、ラジオ放送番組の番組関連情報を、対応する放送番組の必要的配信や任意的配信と一体のサービスの中で提供します。
- ・ 「ラジオ」以外の分野を含め、内容的につながりのある他の放送番組の番組関連情報、各番組の基本情報、周知・広報のためのコンテンツなどと組み合わせて提供することがあります。

国内放送番組各分野の番組関連情報に共通する事項

(流通経路の概要)

- ・ 国内放送番組の番組関連情報は、①～⑥の各分野の情報を中心的に取り扱う個別のウェブサイトや公式アプリのほか、NHKが提供する放送番組の必要的配信や各番組の基本情報、周知・広報のためのコンテンツなどを一体のサービスとして取り扱うウェブサイトや公式アプリの個別番組ページなどにおいて配信します。
- ・ 国内放送番組の番組関連情報は、原則としてNHKが提供するウェブサイトや公式アプリにおいてのみ配信します。

(提供条件等)

- ・ NHKが提供するウェブサイトや公式アプリでは、提供する番組関連情報が特定必要的配信に該当する場合は、特定必要的配信の受信を目的としない者が誤って受信を開始することを防止するための措置を講じます。また、利用者を識別するための認証などを行うことがあります。
- ・ アクセリビリティ確保の観点から、一部の番組関連情報はテキスト版として提供し、音声読み上げソフトに対応します。

国際放送番組

国際放送番組関連情報

編集方針

- ・ 日本の視座に立った信頼される確かな情報を、公平・公正なニュースや、専門性を生かした解説などを通じて発信し、民主主義の基盤である多角的な視点を広く世界に提供します。
- ・ 日本の地域や文化、先進的な取り組みなどを、多彩で質の高いコンテンツを通じて外国人にも分かりやすく伝え、日本への理解を促進することで、国際社会との相互理解を深めます。
- ・ 世界の一人でも多くの人に届けるために、英語をはじめ、言語や地域ごとのニーズに合わせて多言語で発信します。
- ・ 訪日・在留外国人に向け、災害時などに安全・安心を支える正確な情報を迅速に届けます。
- ・ インターネットでは、日本の視点を伝えるニュースや、日本語や大相撲など日本の文化の理解を促進するコンテンツ、訪日・在留外国人に向けた災害時に命を守る情報などを、いつでも繰り返し参照できるよう一定期間公開します。また、上記内容に関して、必要に応じて外部プラットフォームも活用し、国際社会に広く視聴の機会を提供します。
- ・ 偽情報や誤情報が拡散するインターネット上で、取材に基づく確かな情報を、インターネットの特性を生かして国際社会に届けることで、情報空間の健全性の確保に貢献します。

内容・実施方法

(1) 主な内容

- ・ 国内外の様々なジャンルのニュースや、理解を深めるための解説・特集など日本の視座に立った確かな情報を、インターネットならではの機能・特性・表現方法を活用して伝えます。ニュース速報もインターネットで迅速に伝達します。
- ・ 多彩なコンテンツを世界に効果的に届けるため、番組の切り出しや要点をまとめた動画、外国人には難解な日本の地域や文化などの理解に資する情報を提供します。

- ・ 番組の同時配信、見逃し・聴き逃し配信とあわせて、英語をはじめ、多言語の字幕や台本、音声を提供し、より多くの人に届けます。
- ・ 共生社会の実現や国際社会との相互理解のために、ラジオ放送番組で提供した情報について、外国人にも分かりやすいように動画や静止画と組み合わせる伝えます。
- ・ 訪日・在留外国人に向け、災害時や緊急時に命を守るための情報を、多言語で、正確かつ迅速に伝達します。緊急時は、速報やプッシュ通知を通じていち早く提供するほか、国内放送の番組に英語などの字幕や音声を付して伝えるなど情報提供に努めます。また、防災知識や法令など日本に滞在するうえで必要な情報も多言語で提供します。
- ・ 日本語学習番組について、日本語を学びたい人たちや日本語教育に携わる人たちが学習効果を高められるように、動画・音声の切り出しや番組内容のテキスト、理解を深めるための図やテキスト、動画などによる補足を行います。また、これらを利用した指導法などを記載・解説した補助資料をテキスト・画像・動画などを用いて提供することがあります。

(2) 主な表現方法

- ・ 動画、静止画、テキスト、図表、ライブ映像、ライブ音声、音声ファイル、グラフィック、データ、地図、通知、字幕、教育コンテンツの理解をサポートするための学習素材などを使って伝達します。

(3) 配信期間など

- ・ 海外ではNHKの認知が限られている中で、より多くの人に届けるため、日本の視点を伝えるニュースや国際社会との相互理解を促進するコンテンツなどについて、対応する放送番組の必要的配信よりも長期の配信を行います。また、必要な情報を迅速に発信するため、対応する放送番組の放送前に配信を開始することがあります。
- ・ 番組で紹介した日本の文化などに関する解説動画や情報を、外国人が必要な時に参照して理解を深めることができるように、対応する放送番組の必要的配信よりも長期の配信を行います。
- ・ 訪日・在留外国人が日本における防災情報などをいつでも繰り返し参照できるように、対応する放送番組の必要的配信よりも長期の配信を行い、最新状況に応じてその内容の更新に努めることで、安心して過ごすためのガイドとしての役割を果たします。
- ・ 日本語学習コンテンツについて、学習者や指導者が進捗にあわせて繰り返し活用することができるように、対応する放送番組の必要的配信よりも長期の配信を行います。
- ・ 不確かな情報があふれるインターネット上で、取材に基づく確かな情報を、対応する放送番組の必要的配信よりも長期に配信することで、世界における視聴の機会をより広く提供し、情報空間の健全性確保に寄与します。

(4) 提供方法

- ・ NHKが提供するウェブサイトのほか、スマートフォン・タブレット向け公式アプリ、インターネットに接続されたテレビ受信機等向け公式アプリ、ポッドキャストなどを通じ、それぞれ最適

な形態で提供します。

- ・ とくに、国際放送を取り扱うウェブサイトや公式アプリでは、ユーザーの利便性向上を目的に、国際放送番組の番組関連情報を、対応する放送番組の必要的配信や任意的配信と一体のサービスの中で提供します。
- ・ 内容的につながりのある他の国際放送番組の番組関連情報、各番組の基本情報、周知・広報のためのコンテンツなどと組み合わせて提供することがあります。
- ・ 他国のメディアの情報を得るためにソーシャル・ネットワーキングサービスや動画投稿サービスを利用する習慣のある地域・ユーザーに向け、これらのサービスも活用して国際放送番組関連情報を効果的に届けるよう取り組みます。

6. 番組関連情報配信業務の実施に要する費用の規模

番組関連情報の編集および配信に係る費用は、放送法施行規則にのっとり、各事業年度の「収支予算、事業計画及び資金計画」に「国内放送番組等配信費」または「国際放送番組等配信費」として計上します。その規模は、年額 90 億円程度を想定しています。なお、年度ごとに変動するものであり、人件費、減価償却費や、対応する番組の取材制作に係る費用は含みません。

7. 番組関連情報配信業務以外のインターネット利用

【必要的配信】

番組関連情報配信業務のほか、放送法の定める必要的配信業務として、放送番組の同時配信、見逃し・聴き逃し配信を行います。その全体像は、各年度の放送番組編集の基本計画および放送番組編成計画において示します。

【試行的配信】

特定必要的配信の普及のため、試行的受信措置として、放送番組および番組関連情報の全部または一部を、利用が制限された状態で配信することがあります。なお、公衆の生命または身体の安全の確保のために特に必要な情報については最小限度の制限とすることがあります。

【任意的配信】

放送法の定める任意的配信業務として、実施基準の定めるところにより、放送番組の配信を行います。必要的配信と一体的に実施するものがあります。各年度の業務内容は任意的配信業務の実施計画において示します。

【周知広報】

インターネットを利用して、放送番組や上記配信業務の周知・広報を行います。NHKのウェブサイトを利用するほか、ソーシャル・ネットワーキングサービスや動画投稿サービスなどの外部プラットフォームを利用することがあります。また、インターネット広告を活用することがあります。その際、それらの目的に照らして一般に認められる程度・態様において、放送番組または放送番組の編集上必要な資料を用いることがあります。

【その他】

取材・番組制作、受信料の契約・収納、職員採用などの業務を実施し、または公共放送の事業案内、事業活動に関する情報公開、調査研究を行う目的でインターネットを活用することがあります。その際、それらの目的に照らして一般に認められる程度・態様において、放送番組または放送番組の編集上必要な資料を用いることがあります。

※外部プラットフォームの利用

「5.各分野の番組関連情報の内容および実施方法」において示した通り、国内放送番組関連情報配信業務においては、ソーシャル・ネットワーキングサービスや動画投稿サービスなどの外部プラットフォームは原則として利用しません。外部プラットフォームの利用は放送番組および必要的配信の周知広報業務に用いることを基本とします。周知広報で用いるソーシャル・ネットワーキングサービスや動画投稿サービスの公式アカウントについては、NHKのウェブページに常時掲載します。

また、【その他】で示した取材・番組制作、公共放送の事業案内などの目的にも用いることがあります。

公衆の生命または身体の安全の確保のために特に必要な放送番組および番組関連情報は、試行的受信措置として、ソーシャル・ネットワーキングサービスや動画投稿サービスなどを通じた配信を行うことがあります。

8. 放送法(第20条の4第2項)への適合

<放送法 第20条の4 第2項>

- 2 業務規程の内容は、次の各号のいずれにも適合するものでなければならない。
- 一 当該業務規程に定められた番組関連情報配信業務の種類、内容及び実施方法が、放送番組の内容がその視聴の環境に適した形態で提供されることに対する公衆の要望を満たすために必要かつ十分なものであること。
 - 二 当該業務規程に従った番組関連情報配信業務の実施により、公衆の生命又は身体の安全の確保のために必要な情報が迅速かつ確実に提供されることが確保されるものであること。
 - 三 当該業務規程に従った番組関連情報配信業務の実施により、全国向け又は地方向けに他の放送事業者その他の事業者が実施する配信の事業その他これに関連する事業における公正な競争の確保に支障が生じないことが確保されるものであること。

以下の措置により、この規程の内容が放送法第20条の4第2項各号に適合するようにしています。番組関連情報配信業務の種類・内容・実施方法を変更する際には、同様の措置を講じます。

(1)第1号に適合するための措置

- ・ 番組関連情報配信業務において実施する各分野は、NHKが実施する世論調査や、NHKのインターネットサービスのアクセスデータなどを踏まえて選び、国内放送番組関連情報編集方針および国際放送番組関連情報編集方針として、それぞれの編集方針を明確にしています。また、それぞれの内容・実施方法も具体的に明記しています。
- ・ 国内放送番組関連情報編集方針(案)については中央放送番組審議会に、国際放送番組関連情報編集方針(案)については国際放送番組審議会に諮問し、可とする答申を得ました。
- ・ サービスの実施状況については、各番組審議会に随時報告し、意見を求めます。

(2)第2号に適合するための措置

- ・ 国内放送番組関連情報編集方針において、①報道・防災番組関連情報では、命と暮らしを守る正確な情報を届けること、また、④医療・健康番組関連情報では、正確な医療・健康情報の参照点となり、災害・感染症など緊急時の命綱の役割を果たすことなど、国際放送番組関連情報編集方針において、訪日・在留外国人に向け、災害時などに安全・安心を支える正確な情報を迅速に届けることなどを編集方針として明確にしています。また、それぞれの内容・実施方法も明記しています。
- ・ 国内放送番組関連情報編集方針(案)については中央放送番組審議会に、国際放送番組関連情報編集方針(案)については国際放送番組審議会に諮問し、可とする答申を得ました。
- ・ サービスの実施状況については、各番組審議会に随時報告し、意見を求めます。

(3)第3号に適合するための措置

- ・ 「3. 番組関連情報の基本原則」、「4. 番組関連情報の編集方針」、「5. 各分野の番組関連情報の内容および実施方法」の案により想定するサービスイメージを示して調査を実施しました。学識経験者およびメディア関係者からなる競争評価に関する委員会に、この調査の分析結果を示したうえで、
 - 一 番組関連情報が放送番組と密接な関連を有する情報であって、放送番組の編集上必要な資料によるものであること(放送との情報内容・価値の同一性)が確保されているか
 - 二 公正な競争を阻害するおそれがないか
 - 三 質の高い情報発信が、NHKだけでなく、地方向けを含めた他のメディアにおいても確保されているか
 の3つの観点から意見を聴取しました。
- ・ 番組関連情報配信業務の実施にあたっては、業務開始後もサービスの実施状況に関する調査・分析を行うとともに、競争評価に関する委員会への意見聴取を実施した上で、業務について検討するなど、公正な競争の確保に支障が生じないよう努めます。

9. 番組関連情報配信業務の実施状況およびその評価

各年度の終了後に、番組関連情報配信業務の実施状況を取りまとめます。取りまとめた実施状況は、中央放送番組審議会、国際放送番組審議会、学識経験者およびメディア関係者からなる競争評価に関する委員会にそれぞれ報告し、番組審議会や委員会の意見を踏まえ、NHKとして番組関連情報配信業務の実施状況の評価を行います。これらのプロセスを通じて、次年度以降の番組関連情報配信業務についても検討していきます。

放送法第20条の4第4項の、少なくとも3年ごとに行う評価については、年度ごとの実施状況の評価を踏まえて行います。

業務規程の内容について「公正な競争の確保」
に適合するものと判断した理由

NHKでは、放送法の一部を改正する法律（令和6年法律第36号）の成立・公布を受け、同法の附則第4条に基づく業務規程の策定について、準備・検討を続けてきた。業務規程は新法第20条の4第2項各号に適合することが求められ、中でも第3号への適合については、「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」の議論も踏まえ、新法第20条の4第2項第3号への適合を担保するよう、NHKにおける競争評価プロセスを構築し、適切にプロセスを経て、令和6年10月8日、経営委員会の議決により、「NHK番組関連情報配信業務規程」を策定した。

経営委員会では、業務規程の記載内容を確認するとともに、問題があれば検知・改善できる仕組みを構築していること、市場調査と専門家・関係者への意見聴取を行っており、一定の客観性と信頼性が担保された判断プロセスであることなどを評価し、妥当なものと判断している。

本資料は、業務規程の内容が「公正な競争の確保」に適合するものと判断した理由として、上記に加え、NHKにおける競争評価プロセスの概要を示し、市場調査の内容と結果、専門家・関係者の意見、調査の結果と意見を踏まえたNHKとしての評価を示すものである。

I	NHKにおける競争評価プロセスの概要	3
II	競争評価のための調査・分析	10
	②独占禁止法的市場評価	11
	③多元性評価	58
III	各観点についての番組関連情報競争分科会の意見と意見を踏まえた評価	68
	①放送との同一性判断	69
	②独占禁止法的市場評価	72
	③多元性評価	76
IV	各観点の評価を踏まえた判断	79

I NHKにおける競争評価プロセスの概要

改正放送法に規定された「業務規程」について

◆ 「業務規程」による規律のスキームに関する規定

- ✓ 番組関連情報の配信を自らの判断と責任において適正に遂行するために定める
- ✓ 総務大臣に届け出・公表(変更の際も同様)
- ✓ 「番組関連情報」の配信にあたっては、業務規程に従う
- ✓ 3年ごとに「番組関連情報」の配信実施状況について評価し、総務大臣に報告
- ✓ 総務大臣は下記③の公正競争確保の観点から学識経験者や利害関係者に意見聴取を行い、下記①②③のいずれかに適合しないことが明らかなきは「業務規程」の変更勧告・命令が可能

◆ 「業務規程」が適合すべき3つの要件

①公衆の要望※を満たすよう、放送番組の内容をインターネットに適した形態で提供すること

②災害報道など公衆の生命又は身体の安全の確保のために必要な情報は迅速かつ確実に提供すること

③他の放送事業者等が実施する配信事業や関連する事業における公正競争を確保すること

※放送法81条「豊かで、かつ、良い放送番組の放送を行うことによつて公衆の要望を満たす(後略)」と同様の規律

要件①②③については、要件を満たしていることを業務規程に明記するよう省令で求められる見込みであり、NHK内の「業務規程」策定プロセスにおいて、適合を担保する仕組みの構築が必要

NHKにおけるプロセス・対応方針

- 要件①②③について、それぞれ適切な機能を有する機関において担保するプロセスを構築する
- このプロセスを経ることで、「業務規程」のコアとなる、「番組関連情報編集方針(案)」(＝番組関連情報の”中身”を示したもの)について、要件の適合性を確認する

要件①②

- ✓ 放送の編成計画、投資計画と整合していないと「放送番組の編集上必要な資料で構成されるもの」という番組関連情報の定義から外れる恐れ
- ✓ 放送とインターネットでそれぞれ別個のプロセスとならないよう、統一的な業務設計に基づく必要

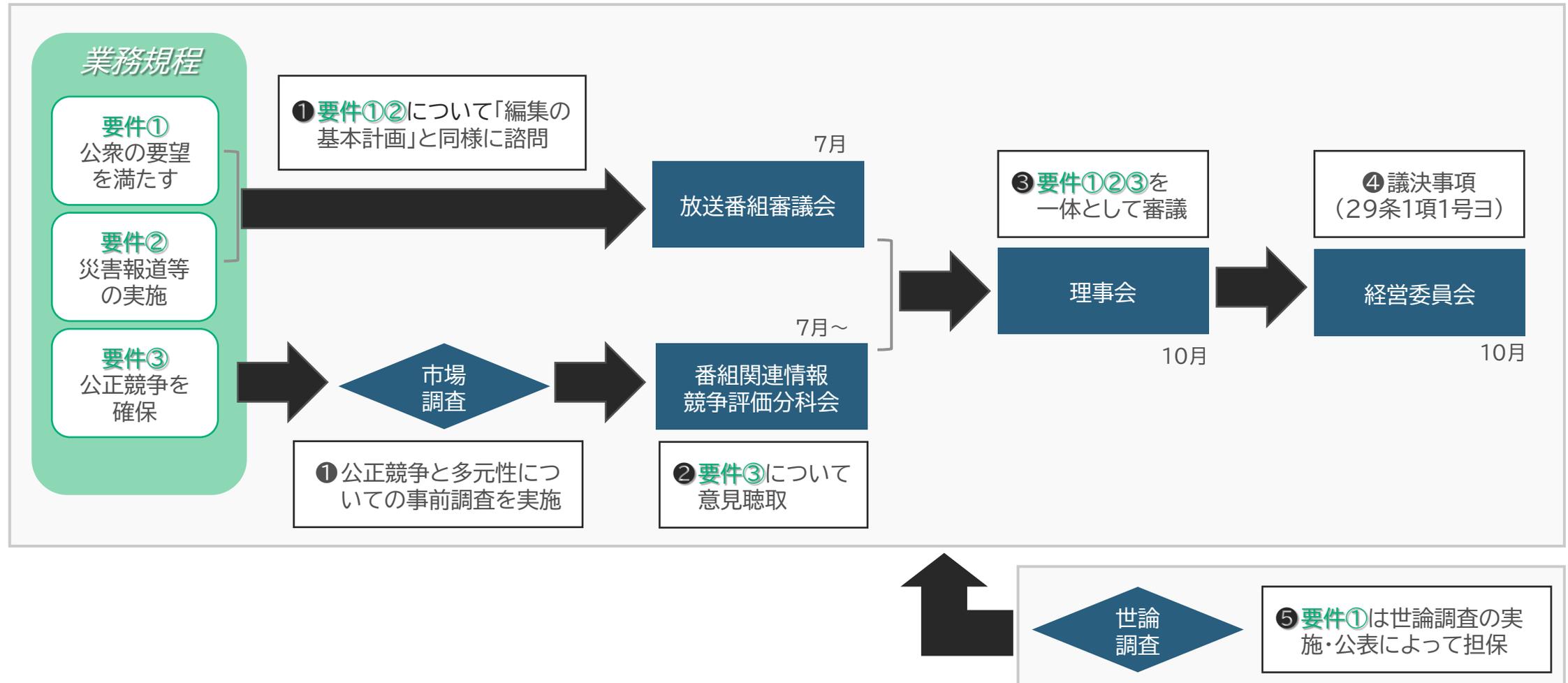
- 放送番組審議会への諮問を行うなど従前の「放送番組の編集に関する基本計画」策定プロセスに準じる形で対応
- 6月予備審議→7月諮問

要件③

- ✓ 従来の「インターネット活用業務審査・評価委員会」において、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するなど知見がある

- インターネット活用業務審査・評価委員会の役割との近似性を踏まえ、競争評価に対応する「番組関連情報競争評価分科会」を新たに組成
- 執行部からの案について、次の観点から意見聴取
 - ▼放送と同一の情報内容・価値であることの確認
 - ▼公正競争が阻害されるおそれがないことを確認
 - ▼多元性が確保されていることの確認

「業務規程」が、要件①②③についてそれぞれ適合しているか、確認を行い、最終的にプロセス、内容を経営委員会で審議し、議決する



「インターネット活用業務審査・評価委員会規程」 抜粋

(職務)

第12条 分科会の委員は、業務規程に基づく番組関連情報配信業務の実施により、全国向け又は地方向けに他の放送事業者その他の事業者が実施する配信の事業その他これに関連する事業における公正な競争の確保に支障が生じないかについて、客観的かつ中立公正な判断をもって協会からは独立して意見を述べるものとする。

- 2 分科会の委員は、前項の意見を述べるにあたっては、次の観点からこれを行うものとする。
 - 一 番組関連情報が放送番組と密接な関連を有する情報であって、放送番組の編集上必要な資料によるものであること(放送との情報内容・価値の同一性)が確保されているか
 - 二 公正な競争を阻害するおそれがないか
 - 三 質の高い情報発信が、協会だけでなく、地方向けを含めた他のメディアにおいても確保されているか

番組関連情報競争評価分科会 委員

◆ 「インターネット活用業務審査・評価委員会」の委員のうち会長が指名する者

おおくぼ なおき
大久保 直樹 氏

学習院大学法学部教授(経済法)

くろだ としふみ
黒田 敏史 氏

東京経済大学経済学部准教授(応用経済学、情報通信政策)

◆ その他市場競争の評価等に知見を有する学識経験者の中から会長が委嘱する者

あおやぎ ゆか
青柳 由香 氏

法政大学法学部教授(公益事業分野競争法)

やまだ ひろし
山田 弘 氏

専修大学大学院経済学研究科客員教授・元公正取引委員会審査局長

◆ メディア関係者等の中から会長が委嘱する者

いなだ ひでお
稲田 日出男 氏

日本新聞協会メディア開発委員会

「通信・放送メディアの将来像と法制度に関する研究会」代表幹事

たかた ひとし
高田 仁 氏

日本民間放送連盟企画部長

検証観点と検証方針

- ①放送の情報内容・価値の同一性、②公正競争、③メディアの多元性の3つの観点を検証する。
- ①については、想定する番組関連情報の機能を提示し、②③については関連知見を参考にしつつ消費者調査を活用し検証する。

番組関連情報 検証の観点	検証方針
<p>①放送との情報内容・価値の同一性が確保されているか (放送との同一性判断)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 同一性については、メディアのプロフェッショナル視点で見ていただくことが重要であり、競争評価分科会委員の意見をふまえて定性的に評価
<p>②公正な競争を阻害するおそれがないか (独占禁止法的市場評価)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 公正取引委員会の調査の設計や設問を参考に、消費者に対するアンケート調査を活用し検証 • NHKのインターネットサービスについて利用意向があると回答した回答者に対して、利用することにより想定される影響をポジティブ・ネガティブ両面で聴取
<p>③質の高い情報発信が、協会だけでなく、地方向けを含めた他のメディアにおいても確保されているか (多元性評価)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ofcomの多元性測定の観点的検証方法など関連知見を参考にしつつ、消費者に対するアンケート調査を活用し検証 • メディアの聴取項目・例示については総務省調査などを参考に設定 • 利用可能なメディア数、各メディアのリーチ・利用しているメディア数、各メディアの信頼を算出

→71ページ

→75ページ

→78ページ

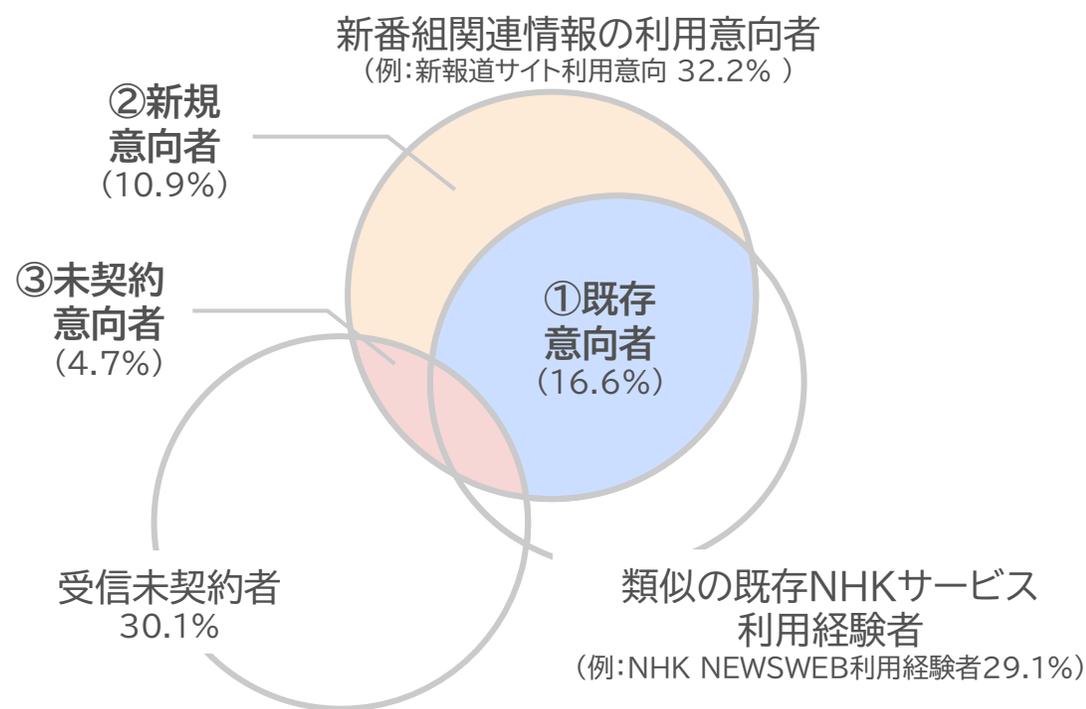
Ⅱ 競争評価のための調査・分析

II-1 ②独占禁止法の市場評価

Ⅱ-1-1. ネット調査による影響評価

影響評価 分析の前提・考え方

- 想定しているNHKの番組関連情報を利用し、影響を受ける可能性のある利用意向者を、既存のNHKサービスを利用しておらずに利用される可能性のある①既存意向者、既存のNHKサービスを利用しておらず実際に利用するまでにやや障壁のある②新規意向者、受信契約がなく支払障壁のある③未契約意向者の3つに分類する。
- これら3つのセグメントで影響の生じ方が異なると想定されるため、これらに分類した上で分析を行う。



注) 数値は、報道サイトにおける例。領域によって値は異なる

注) 既存利用かつ未契約者は、③未契約者に分類

注) 未契約者は、「受信料契約なし」または「わからない」と回答した人

利用意向者の分類	競争への影響
新番組関連情報の利用意向者	<ul style="list-style-type: none"> ・番組関連情報を利用し、影響を受ける可能性のある人全体
① 既存意向者	<ul style="list-style-type: none"> ・新番組関連情報と類似の既存のNHKサービスの利用経験がある、利用意向者 ・利用障壁が最も低く、影響が最初出やすい。一方で、既存サービスでの影響は既に発生しており、サービスの変更が少なければ影響も小さい
② 新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> ・類似のNHKサービスの利用経験がない、受信契約のある利用意向者 ・既存のNHKサービス利用者にと比べると、認知の障壁が存在するため利用されにくい
③ 未契約意向者	<ul style="list-style-type: none"> ・受信契約のない利用意向者 ・新番組関連情報は、受信契約が前提となるため、支払障壁が存在する

〔報道〕 番組関連情報の利用意向者

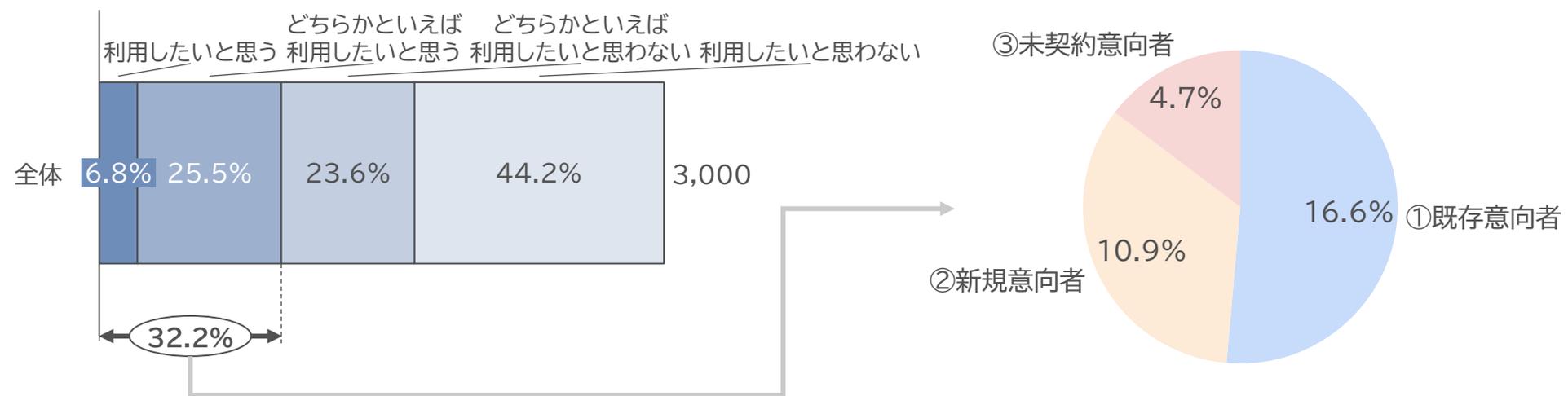
■ NHKが想定している新たなニュースサービス(番組関連情報)への利用意向は32.2%。
そのうち、①既存意向者は16.6%、②新規意向者は10.9%、③未契約意向者は4.7%。

NHKでは、次のようなオンラインでのニュースサービスを提供することを検討しています。

このサービスでは、「公平・公正な、信頼できる、正確な情報」を動画やテキストで提供します。世の中で議論や話題となっている事象や課題、さらに埋もれている重要な事象を偏りなく把握できるようにします。このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ①ニュース速報や、主要なニュース・各地域のニュース、天気・スポーツ、身近な話題やトレンド情報等の動画や記事が、一覧や短くまとめた動画など見やすい形式で配信されます。
- ②多様な視点を得られるようにするため、様々な分野や地域のニュースが、過去の経緯や背景をとりあげたドキュメンタリー番組などとともに、表示されます。
- ③SNSなどで広がる偽情報・誤情報に警戒を呼びかけ、正確な情報が提供されます。
- ④選挙や感染症などについて、関連するデータがグラフや地図などで示され、自ら関心がある詳細な情報を簡単に確認できるように提供されます。(画像は次ページ)

Q27.このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。[SA]
※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。



出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

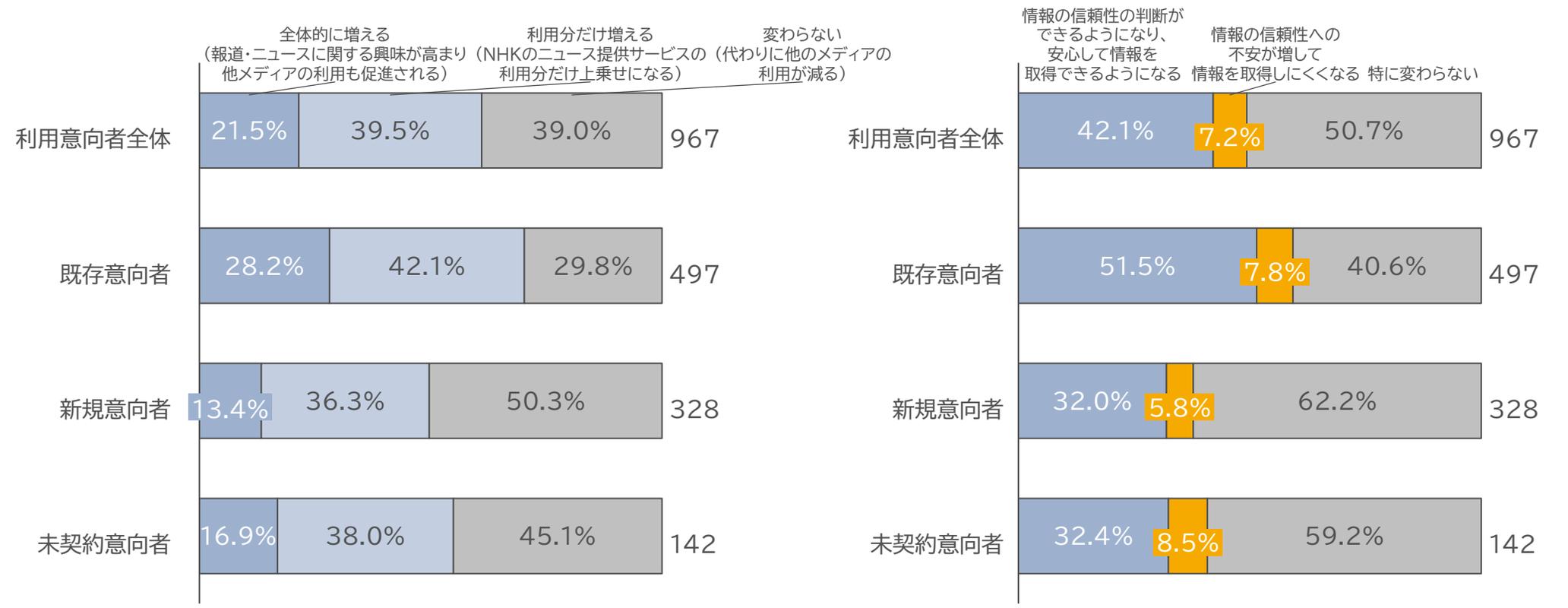


〔報道〕 番組関連情報のメディア全体の利用時間・信頼への影響

■ NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用によって、情報を取得する総時間は増えると思う人が61.0%、情報を取得する際の気持ちは信頼が増すと思う人が42.1%。

【新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用したい・どちらかという
利用したいと回答した人】
Q28.前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用
することで、あなたが報道・ニュースジャンルでの**情報・コンテンツを取得する総時間**は
どのように変わるとおもいますか。[SA]

【新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用したい・どちらかという
利用したいと回答した人】
Q29.Q27で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用
することで、あなたがインターネット上の**情報・コンテンツ全般を取得するときの気持ち**は
どのように変わるとおもいますか。[SA]

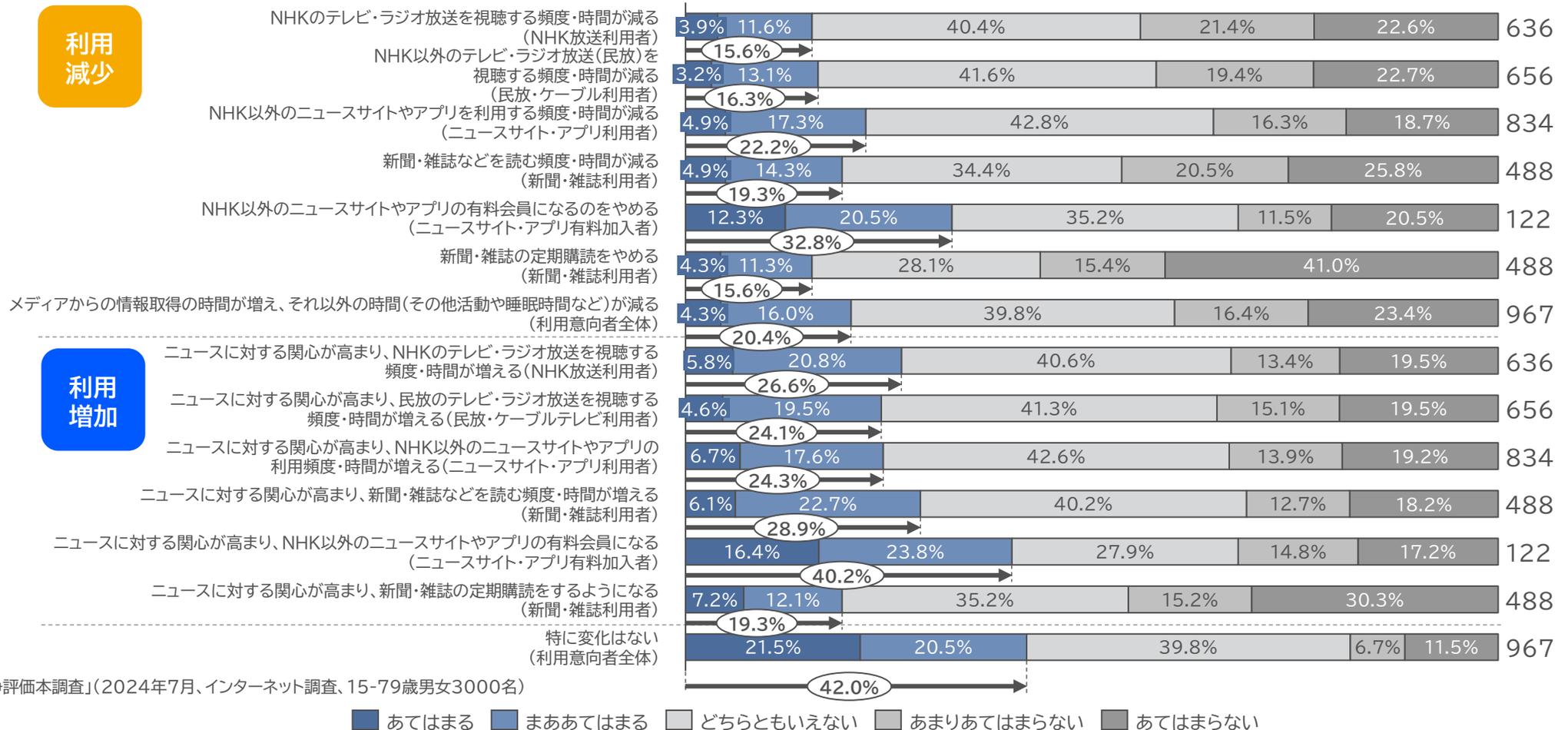


出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

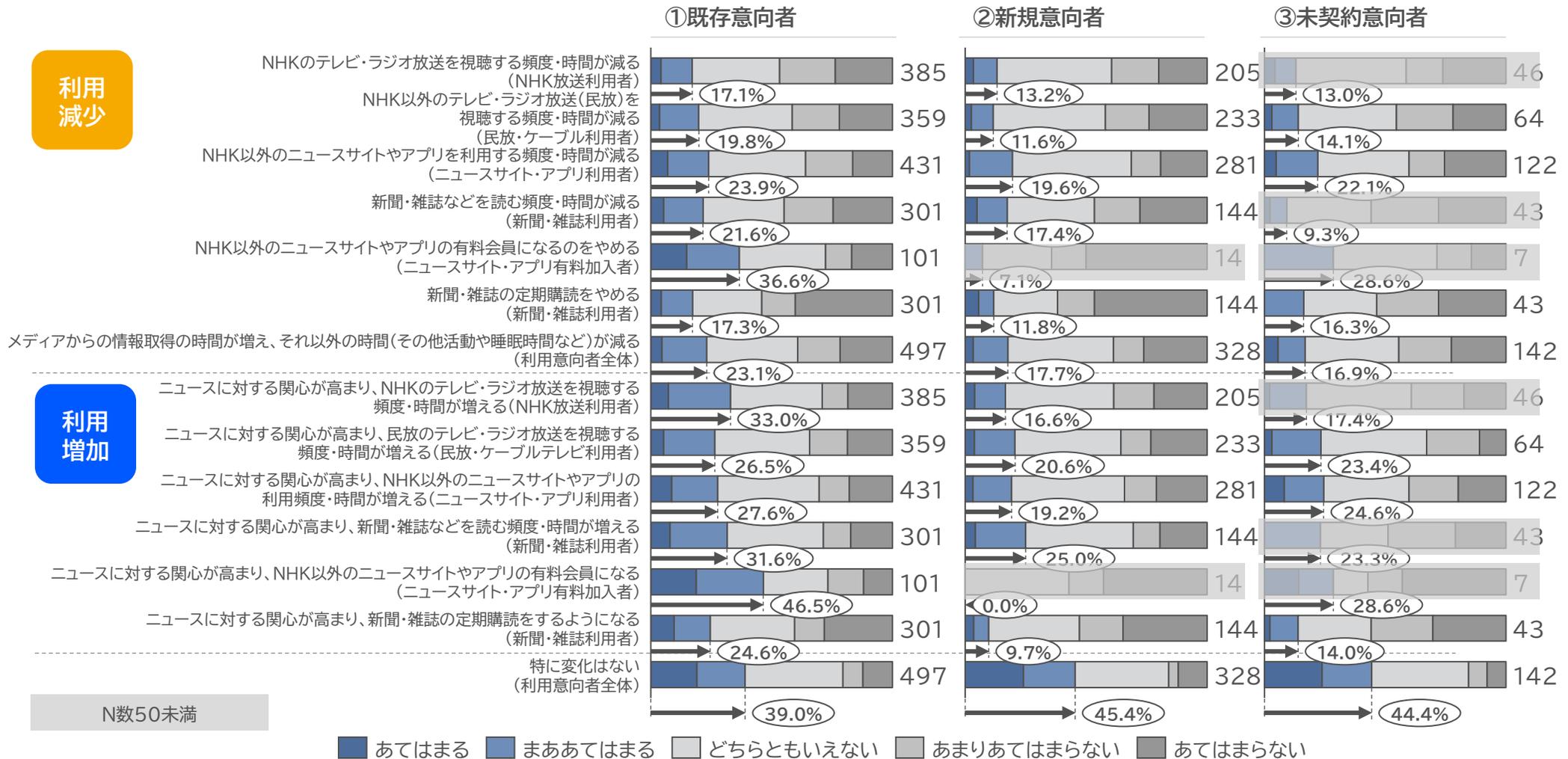
■ NHKサービスを利用することで、他のメディアの利用が増加すると考える人は、利用が減少すると考える人を上回っている。

【新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】Q30.あなたがQ27で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用することで、他のメディアからのニュース取得にどのような影響があると思いますか。[SA]

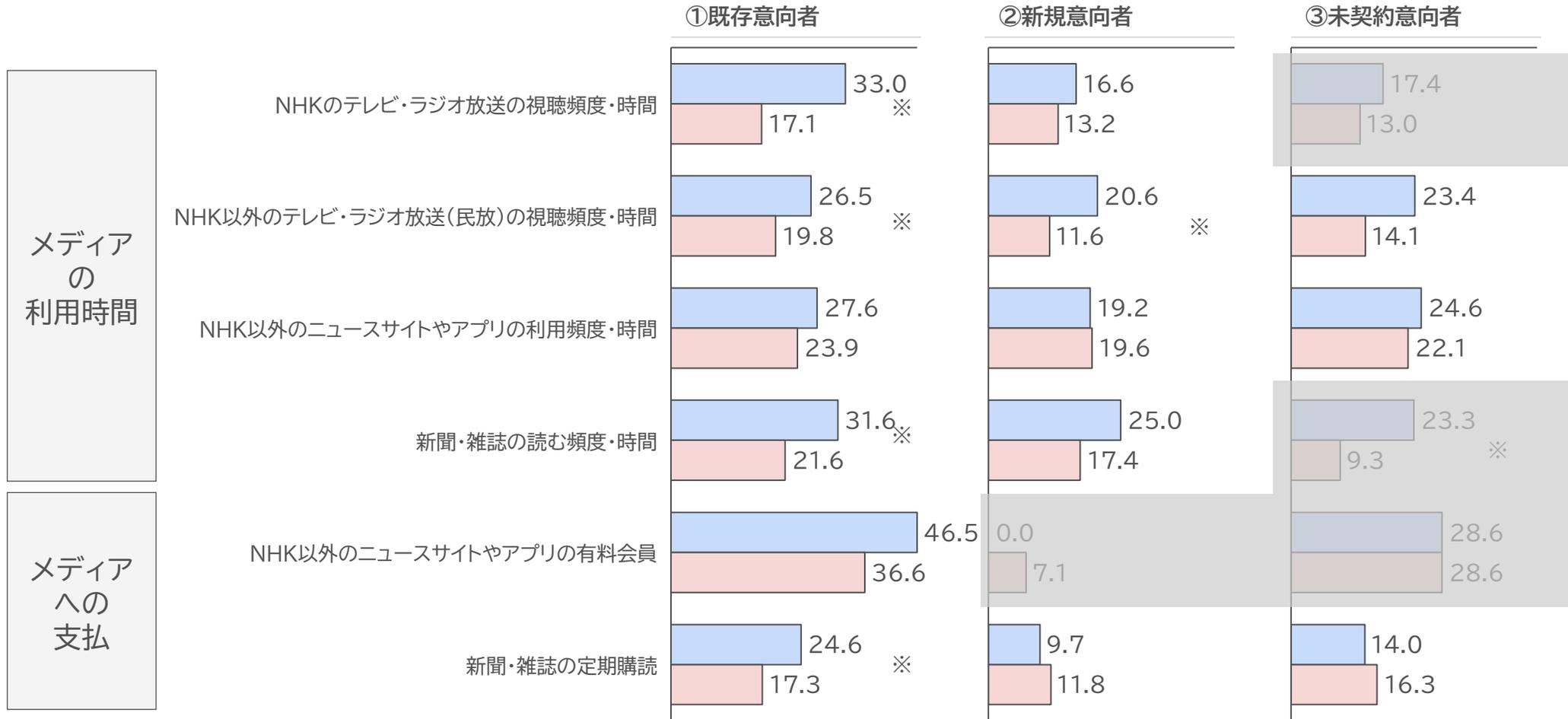
母数：回答者(利用意向者)のうち、各項目に対応するサービスの実際の利用者・支払者



■ ①既存意向者では多くの項目で利用増加が減少を上回る。②③では、利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度。



■ ①既存意向者では多くの項目で利用増加が減少を上回る。②③では、利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度。



※:統計的に増加と減少に差がある項目

増加:前ページの利用時間や支払の増加に関する項目について「あてはまる」「まああてはまる」と回答した割合

減少:同減少に関する項目について「あてはまる」「まああてはまる」と回答した割合

出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

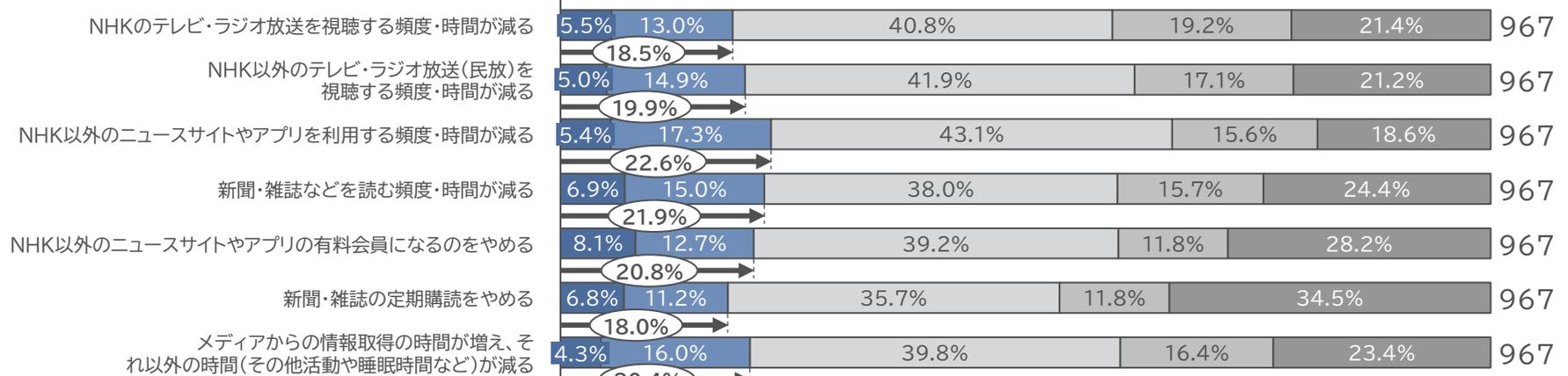
N数50未満

■ 参考までに、各メディアの非利用者も含めた利用意向者全体で見ても、多くの項目で、利用時間が増加すると考える人が、減少すると考える人よりも多い

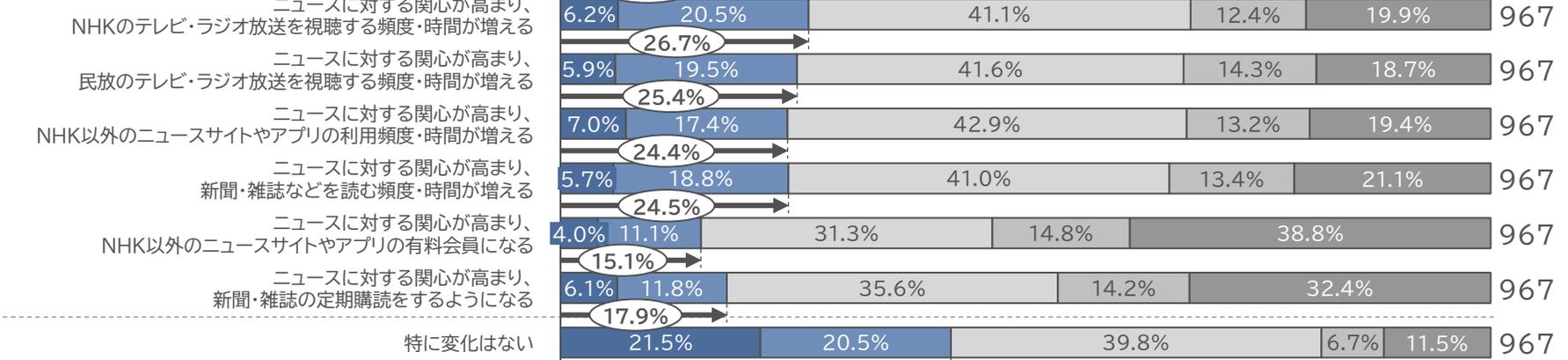
【新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】Q30.あなたがQ27で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用することで、他のメディアからのニュース取得にどのような影響があると思いますか。[SA]

母数: 回答者(利用意向者)全体

利用
減少



利用
増加



出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

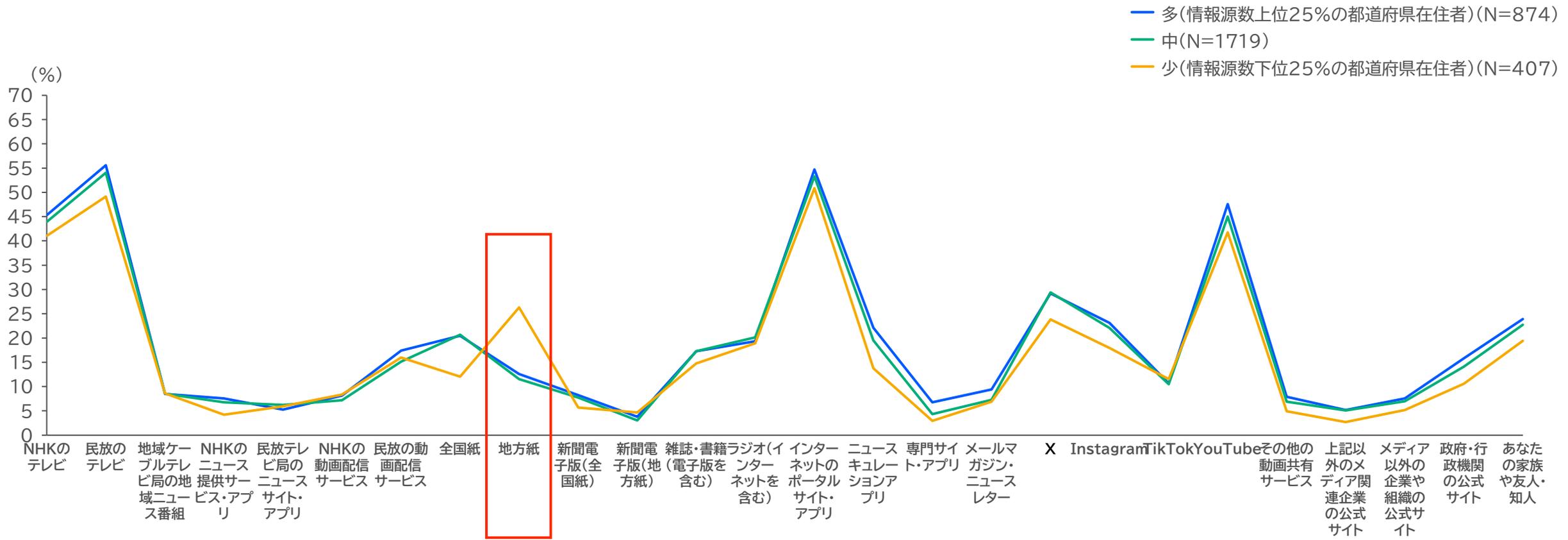
■ あてはまる ■ まああてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

② 独禁法的市場評価 (地域の多元性考慮)

ニュース取得情報源の多寡別の利用している情報源

■ 情報源数の少ない地域は、テレビや全国紙・ネットサービスの利用率がやや低く、地方紙の利用率が高い。

ニュース取得において実際に利用している情報源



② 独禁法的市場評価 (地域の多元性考慮)

取得情報源の多寡別の番組関連情報(報道)の利用意向

- NHKが想定している新たなニュースサービス(番組関連情報)への利用意向は、利用している情報源が多い地域でやや高く、少ない地域でやや低い傾向。

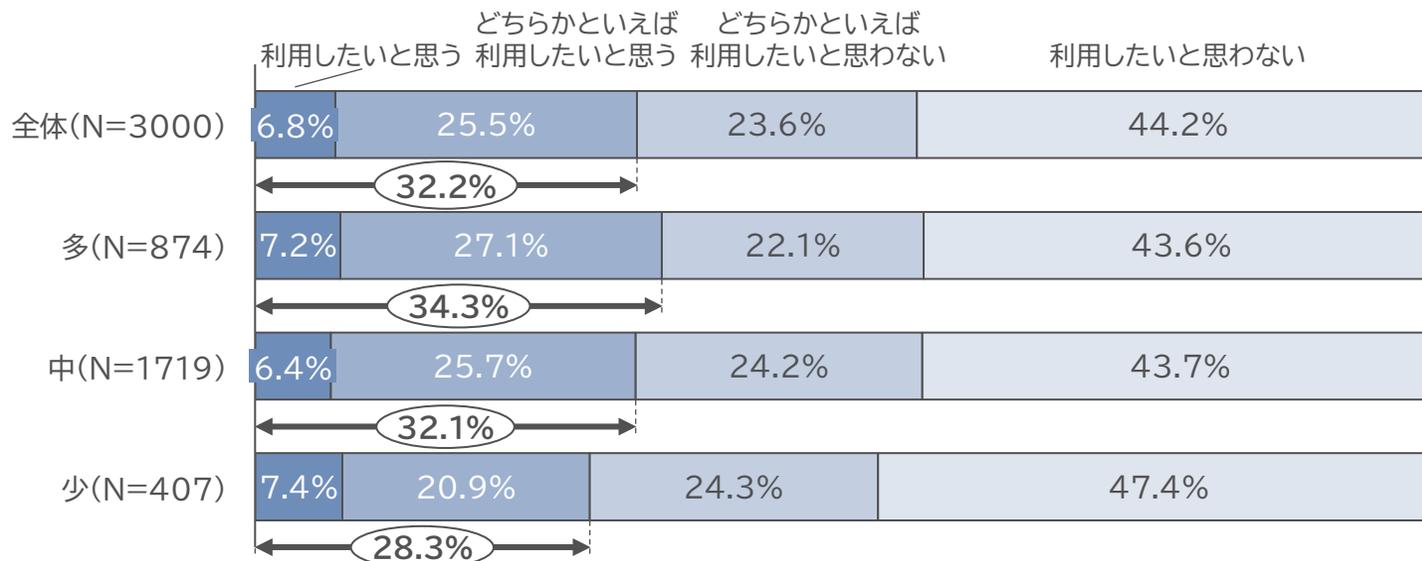
NHKでは、次のようなオンラインでのニュースサービスを提供することを検討しています。

このサービスでは、「公平・公正な、信頼できる、正確な情報」を動画やテキストで提供します。世の中で議論や話題となっている事象や課題、さらに埋もれている重要な事象を偏りなく把握できるようにします。このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ① ニュース速報や、主要なニュース・各地域のニュース、天気・スポーツ、身近な話題やトレンド情報等の動画や記事が、一覧や短くまとめた動画など見やすい形式で配信されます。
- ② 多様な視点を得られるようにするため、様々な分野や地域のニュースが、過去の経緯や背景をとりあげたドキュメンタリー番組などとともに、表示されます。
- ③ SNSなどで広がる偽情報・誤情報に警戒を呼びかけ、正確な情報が提供されます。
- ④ 選挙や感染症などについて、関連するデータがグラフや地図などで示され、自ら関心がある詳細な情報を簡単に確認できるように提供されます。(画像は次ページ)

Q27.このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。[SA]

※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。

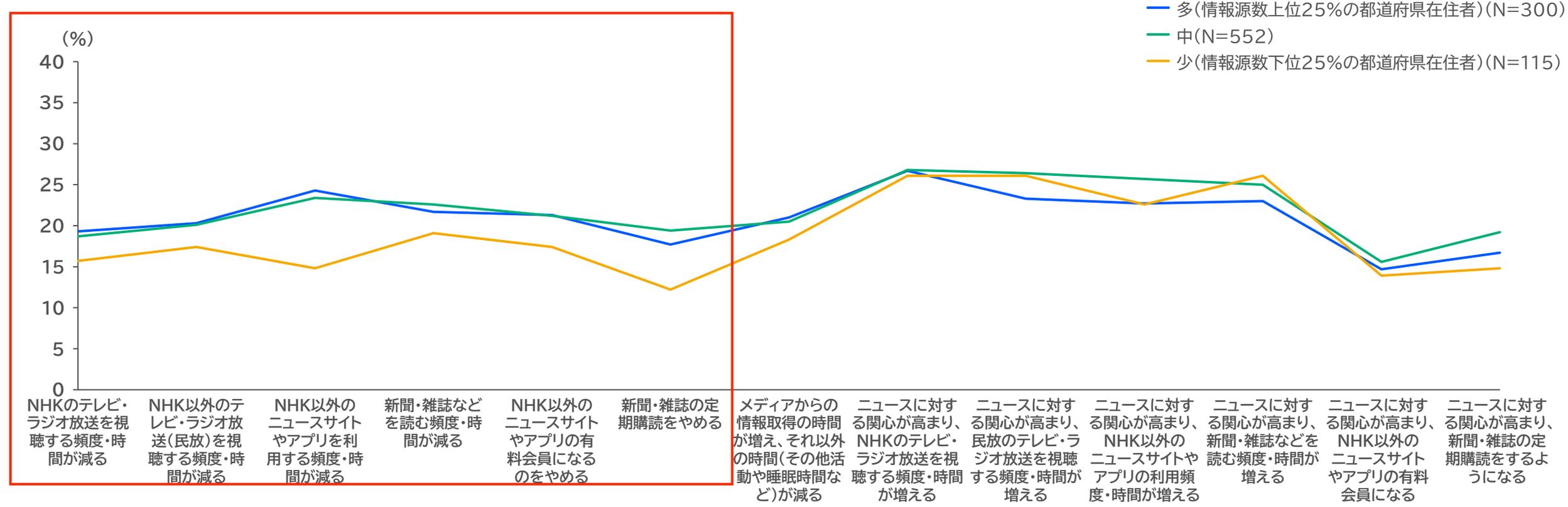


② 独禁法的市場評価 (地域の多元性考慮)

ニュース取得情報源の多寡別の番組関連情報による影響

■ 情報源数の少ない地域においては、NHKの新たな番組関連情報によって他メディア利用が減ると考える人の割合は低い。

NHK番組関連情報(報道サイト)による各サービス利用への変化 (情報源数多・中・少別)



※それぞれの項目について「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した割合

出所)競争評価本調査(2024年7月)

〔報道〕 番組関連情報のまとめ

② 独禁法的 市場評価

- 情報空間への信頼は、どのセグメントでも安心して情報取得できるようになると考える人が一定存在。
- メディアの利用時間では、①で多くの項目で利用時間が増加、②③では増加と減少が同程度。
- 支払については、①で新聞の定期購読が増加すると考える利用者は多く、ネットサービスでは増加と減少が同程度。②③では増加と減少が同程度。

	情報空間への信頼(安心)	他メディアの利用時間	他メディアへの支払
①既存意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約5割が、安心して情報取得できるようになる 約4割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 多くの項目で、利用時間が増加すると考える人の方が多い 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、増加すると考える利用者の方が多い 他メディアネットサービスでは、支払が増加すると考える加入者と減少すると考える加入者はほぼ同数 (現在も利用者であることから、総体の影響は小さいか)
②新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約3割が、安心して情報取得できるようになる 約6割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、支払が増加すると考える利用者と減少すると考える利用者はほぼ同数 他メディアネットサービスの支払者は、このセグメントには殆どいない
③未契約意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約3割が、安心して情報取得できるようになる 約6割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、支払が増加すると考える利用者と減少すると考える利用者はほぼ同数 他メディアネットサービスの支払者は、このセグメントには殆どいない

- NHKが想定している医療・健康情報サービスの利用意向は31.5%。そのうち、①既存意向者が15.4%、②新規意向者が11.8%、③未契約意向者が4.4%。

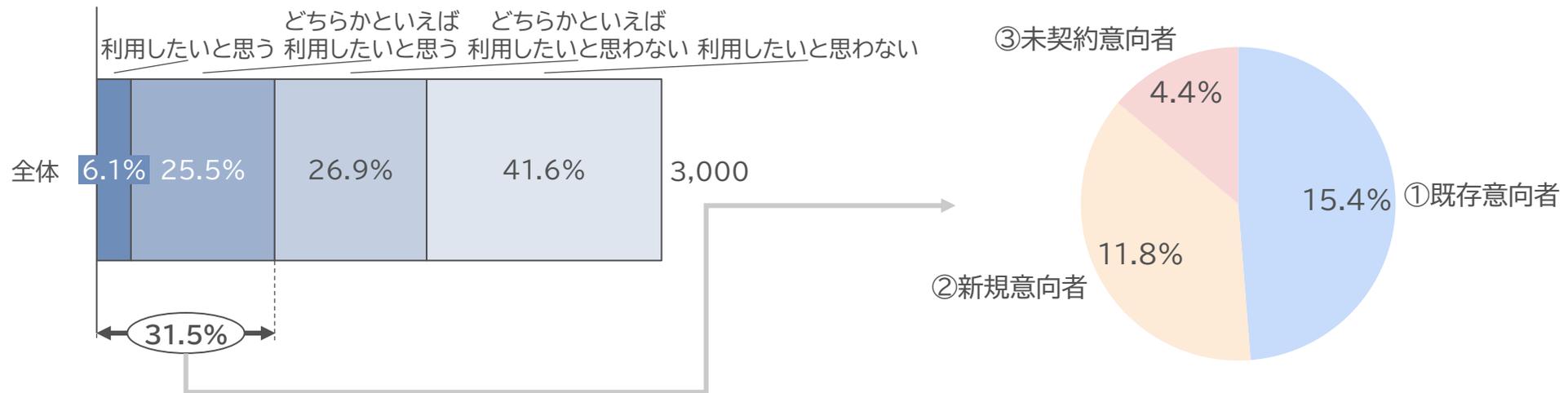
NHKでは、次のようなオンラインでの医療・健康情報サービスを提供することを検討しています。

このサービスでは、医師や専門家への取材に基づいて最先端の「確かで信頼できる医療・健康情報」を動画やテキストでインターネットの特性を生かして提供します。このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ①自ら必要とする情報について、各分野をリードする第一級の医師・専門家の監修や取材、最新のガイドラインなどの取材に基づいた、偏りのない確かな情報を見ることができます。
- ②最先端の医療・健康情報を、自らの関心にあわせて選んで見ることができます。
- ③難しい専門用語は平易な言葉で補足・解説され、動画や図なども活用されて、判りやすく情報を得ることができます。
- ④最新の治療法や予防法、新薬などの情報を、いち早く見ることができます。

Q46.このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。[SA]

※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。





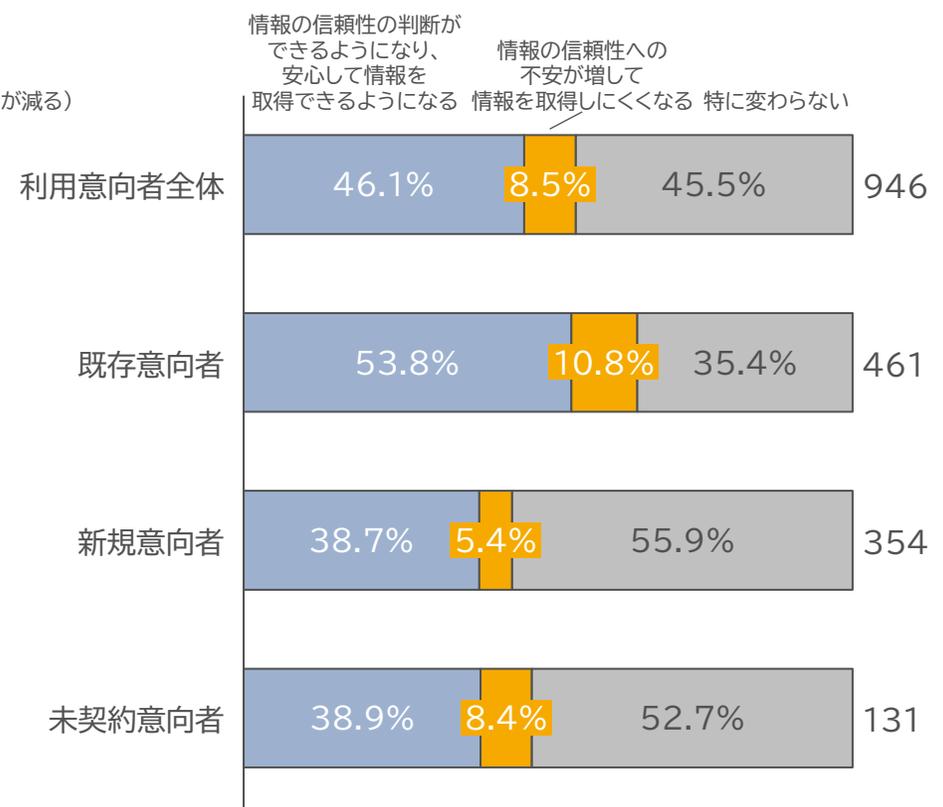
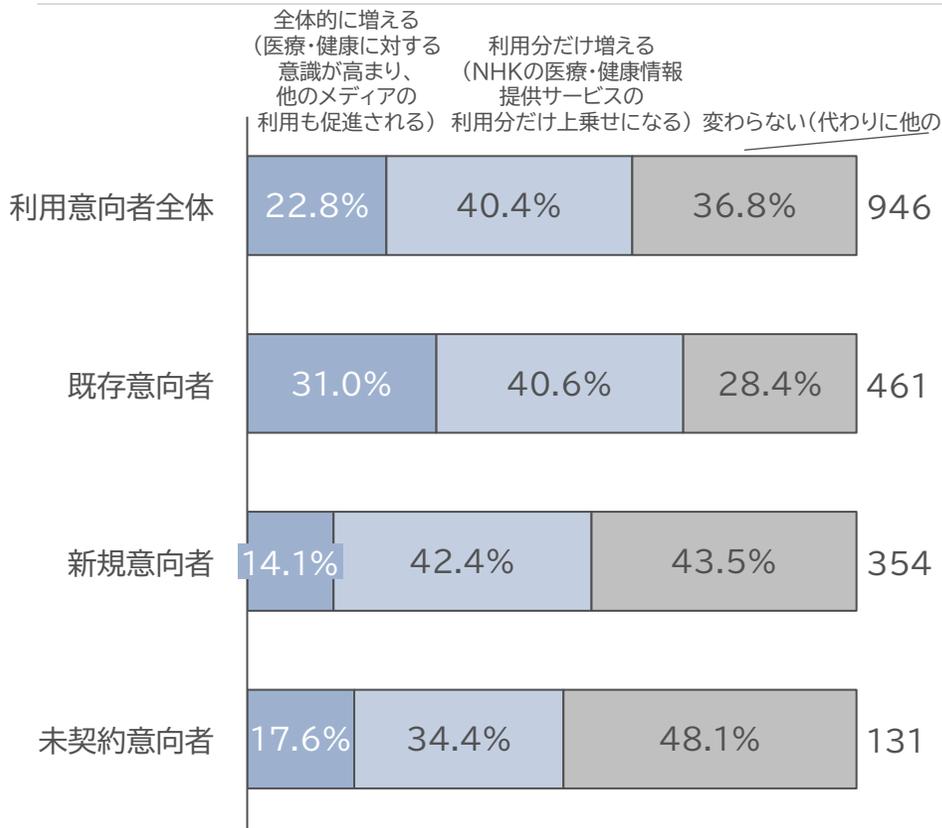
② 独禁法的市場評価

〔医療・健康〕
番組関連情報のメディア全体の利用時間・信頼への影響

■ NHKの新しい医療情報サービスの利用により、医療情報の取得にかかる総時間が増加する人は63.2%、信頼・安心が増す人は46.1%

【NHKの新しい医療・健康情報サービスを利用したい・どちらかという
利用したいと回答した人】
Q47.前問で紹介したようなNHKの新しいオンラインでの医療・健康情報提供サービス
を利用することで、あなたが医療・健康情報を取得する総時間は
どのように変わりますか。[SA]

【新しいNHKの新しい医療・健康情報サービスを利用したい・どちらかという
利用したいと回答した人】
Q48.Q46で紹介したようなNHKの新しいオンラインでの医療・健康情報提供サービス
を利用することで、あなたがインターネット上の医療・健康情報全般を取得するときの
気持ちはどのように変わりますか。[SA]



出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

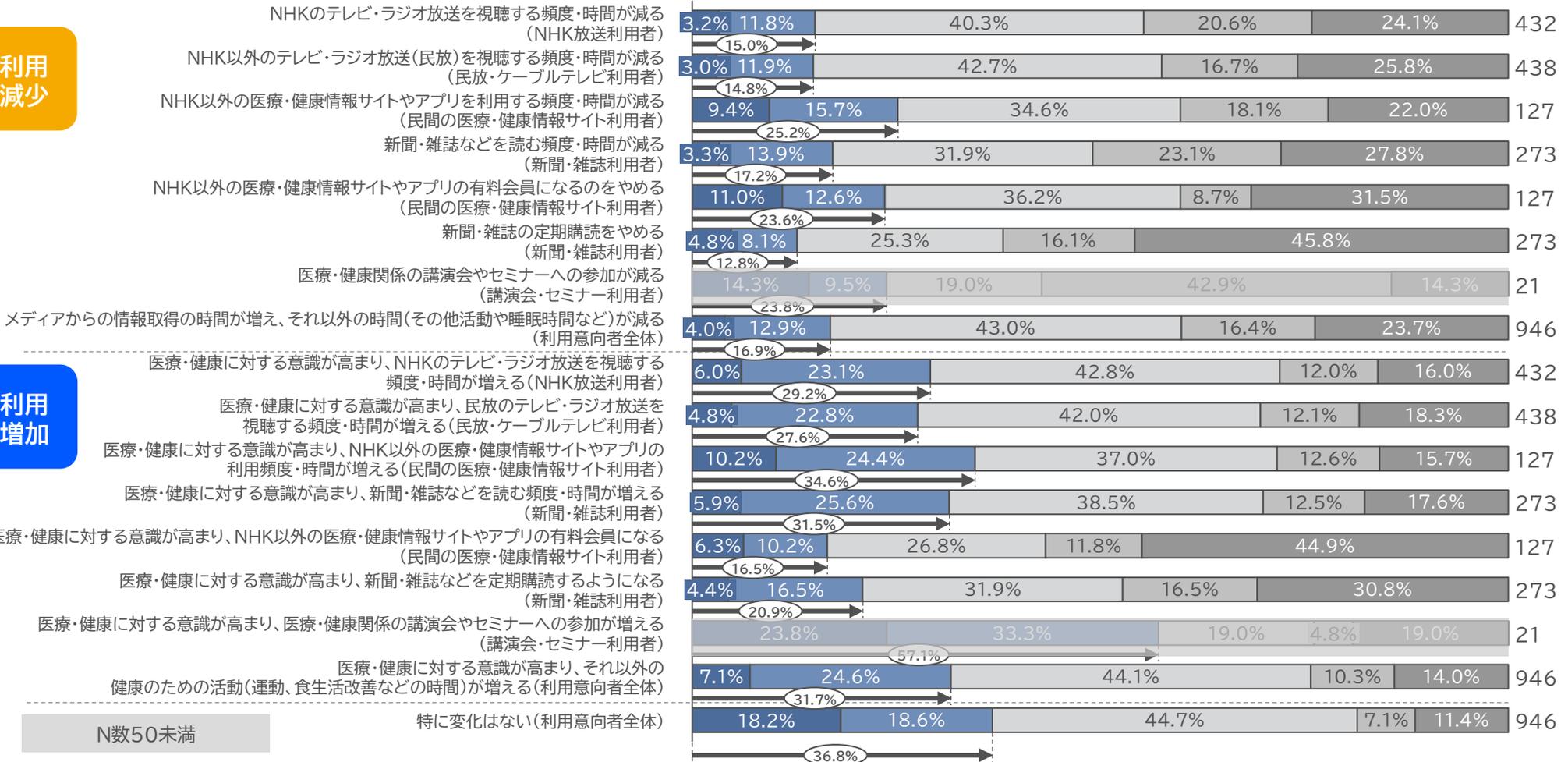
■ NHKサービスを利用することで、他のメディアの利用が増加すると考える人は、利用が減少すると考える人を上回っている。

【NHKの新しい医療・健康情報サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】Q49.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの医療・健康情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]

母数:回答者(利用意向者)のうち、各項目に対応するサービスの実際の利用者・支払者

利用減少

利用増加



N数50未満

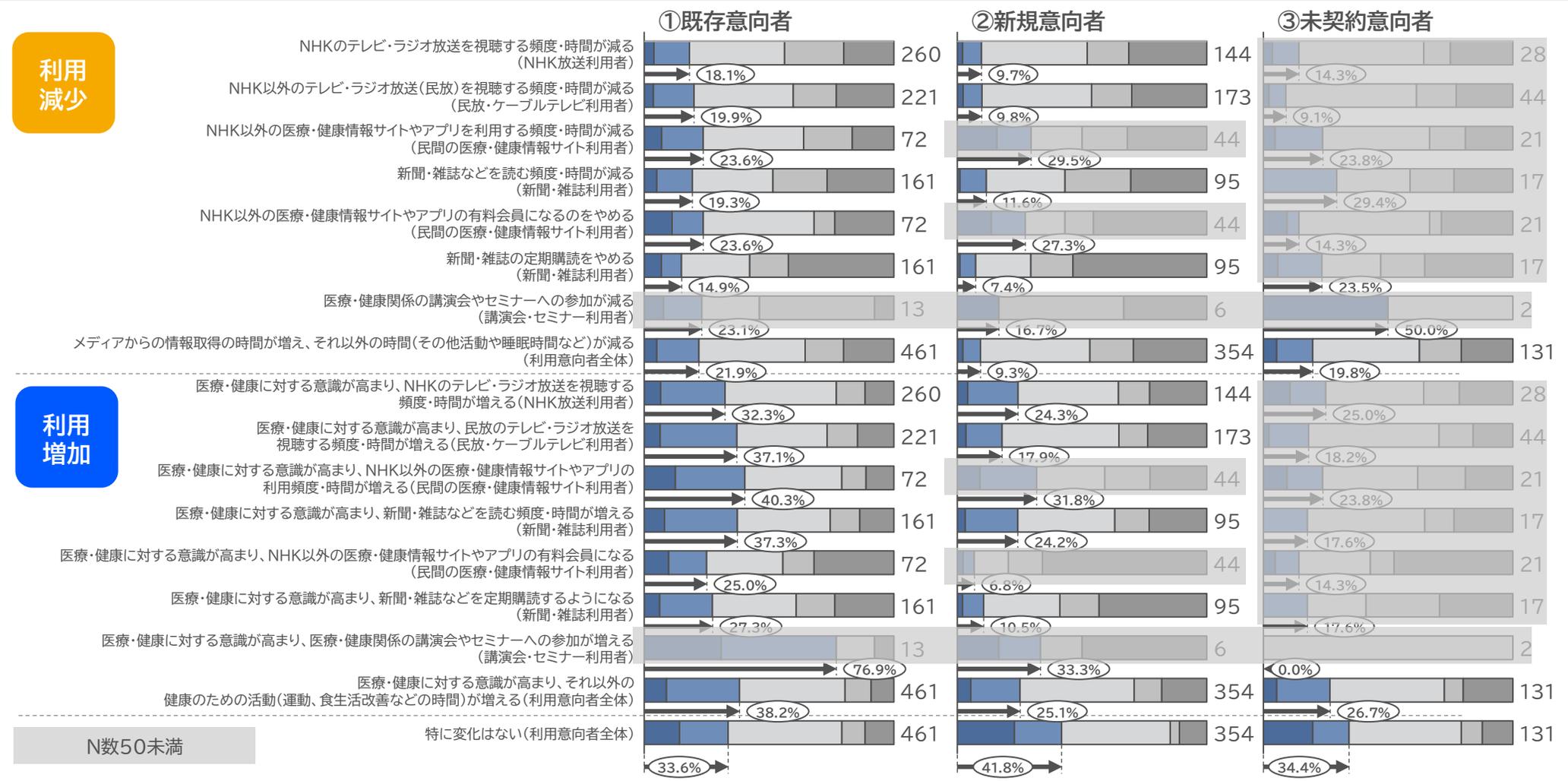
特に変化はない(利用意向者全体)

② 独禁法的市場評価

〔医療・健康〕番組関連情報の各メディアへの影響(3セグメント別)

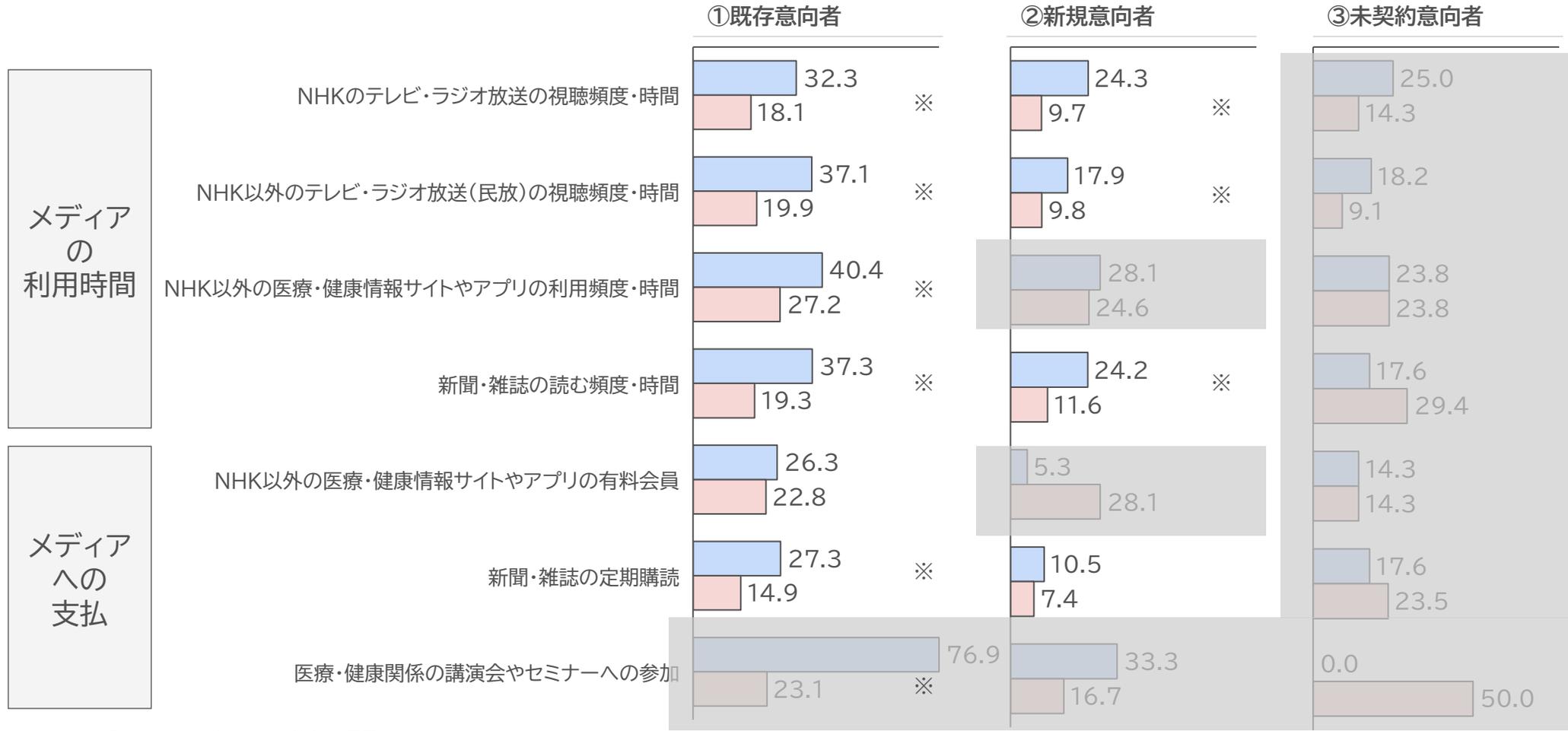
■ ①既存意向者、②新規意向者では、多くの項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る。③未契約意向者はサンプル数僅少のため参考値。

【NHKの新しい医療・健康情報サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】Q49.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの医療・健康情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]



出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

■ ①既存意向者、②新規意向者では、多くの項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る。③未契約意向者はサンプル数僅少のため参考値。



※: 統計的に増加と減少に差がある項目

増加: 前ページの利用時間や支払の増加に関する項目について「あてはまる」「まああてはまる」と回答した割合

減少: 同減少に関する項目について「あてはまる」「まああてはまる」と回答した割合

■ 増加 ■ 減少

N数50未満

② 独禁法的市場評価

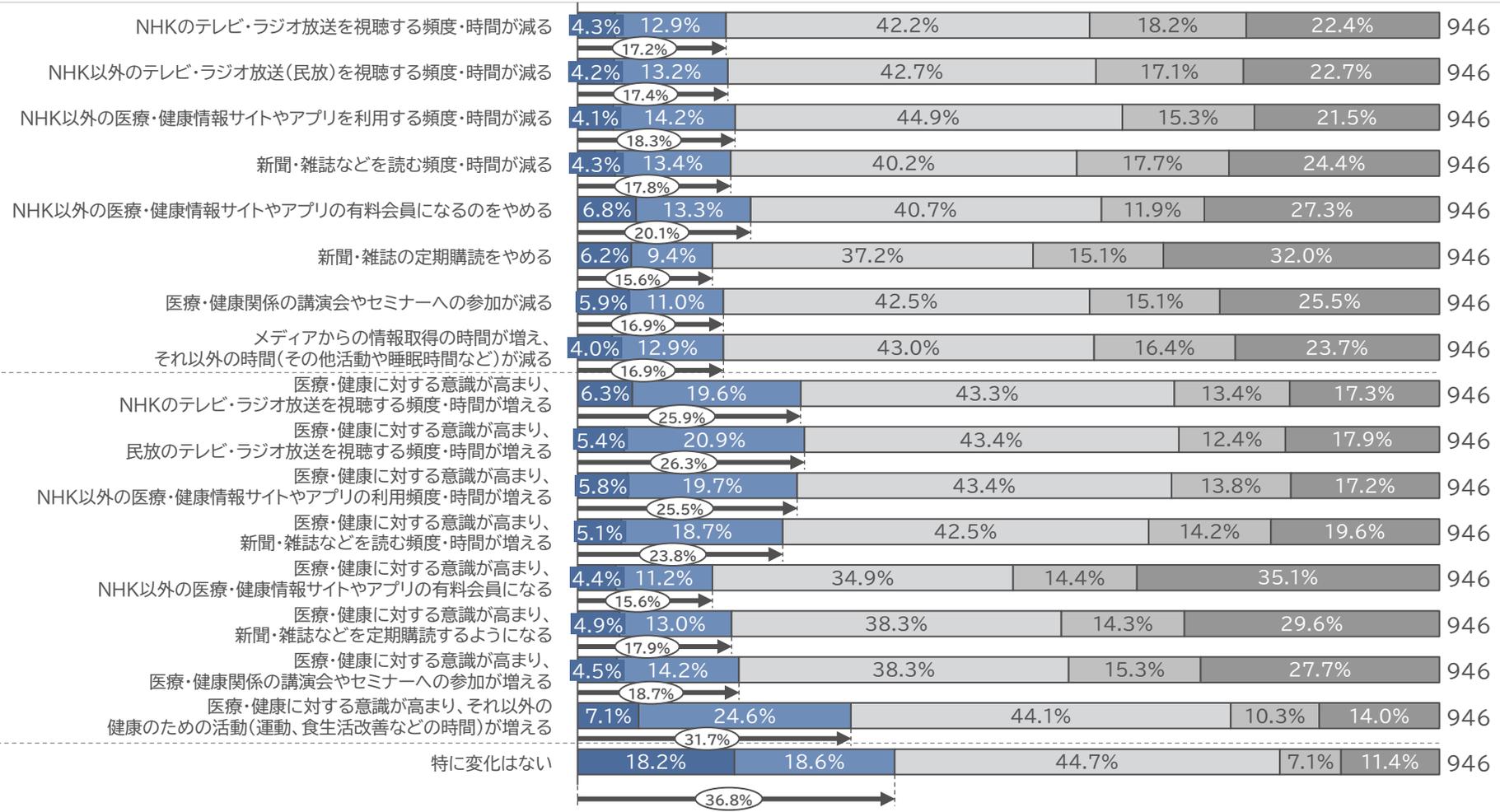
〔医療・健康〕番組関連情報の各メディアへの影響(非利用者含む)

■ 参考までに、各メディアの非利用者も含めた利用意向者全体で見ても、多くの項目で、利用時間が増加すると考える人が、減少すると考える人よりも多い

【NHKの新しい医療・健康情報サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】
Q49.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの医療・健康情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]

利用減少

利用増加



出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名) ■ あてはまる ■ まああてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

〔医療・健康〕
番組関連情報のまとめ

- 情報空間への信頼は、どのセグメントでも安心して情報取得できるようになると思う人が半数。
- メディアの利用時間では、①②の多くの項目で利用時間が増加すると考える人の方が多く、③は利用者自体が少ない。
- 支払については、①で新聞の定期購読が増加すると考える利用者の方が多い。その他は、増加と減少が同程度か、利用者自体が少ない。

	情報空間への信頼(安心)	他メディアの利用時間	他メディアへの支払
①既存意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約5割が、安心して情報取得できるようになる 約35%は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 多くの項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る 	<ul style="list-style-type: none"> 医療・健康情報サイトの有料加入では、支払が増加すると考える利用者とはほぼ同数 新聞・雑誌の定期購読では、増加すると考える利用者の方が多い (現在も利用者であることから、総体の影響は小さいか)
②新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約4割が、安心して情報取得できるようになる 約55%は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 多くの項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、支払が増加すると考える利用者とはほぼ同数 他メディアネットサービスの利用者は、このセグメントには殆どいない
③未契約意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約4割が、安心して情報取得できるようになる 約5割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない

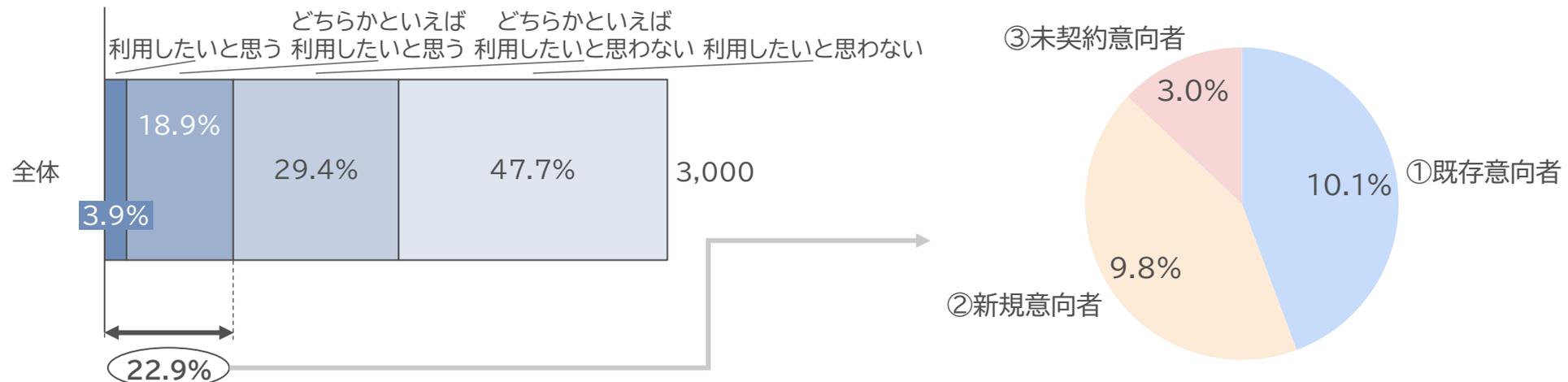
- NHKが想定している福祉情報サービスの利用意向は22.9%。そのうち、①既存意向者が10.1%、②新規意向者が9.8%、③未契約意向者が3.0%。

NHKでは、次のようなオンラインでの福祉情報サービスを提供することを検討しています。

このサービスでは、「社会的支援を必要とする人々への認識を高め、相互理解を促進し、社会全体の成熟につなげるための情報」を動画やテキストでインターネットの特性を生かして提供します。このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ①自分や家族が障害や疾患など困難な状況に見舞われたときに必要とされる情報を、いつでも参照できるよう提供します。
- ②掲示板や投稿フォームなどを通じて、当事者、周りの方々の思いを共有する場づくりを促すと同時に、寄せられた声を番組制作に繋げていきます。
- ③番組で提示した基礎情報、事例紹介、専門家の知見、相談窓口(全国、地域の自治体・支援団体等)など具体的な支援情報を掲載します。
- ④高齢者や障害のある人などに、コンテンツをあまねく届けるためのユニバーサルサービス・情報保障を拡充します。

Q52.このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。[SA]
※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。



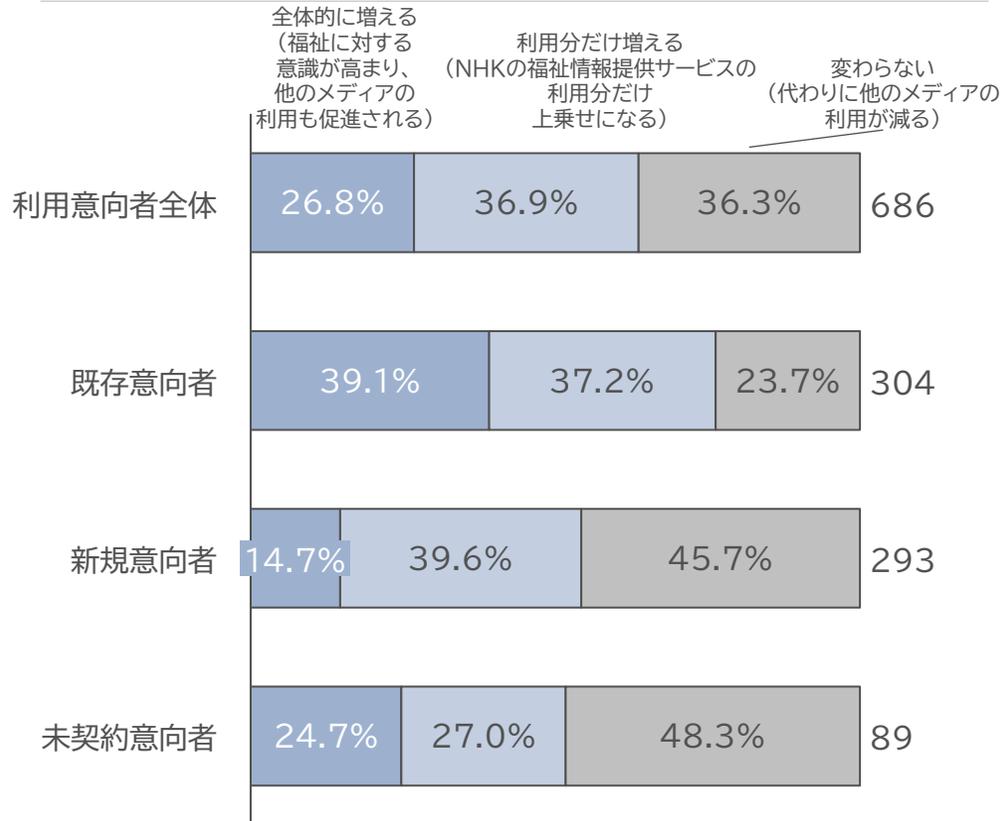
② 独禁法的市場評価

新たな福祉情報サービス(番組関連情報)で提示した画像

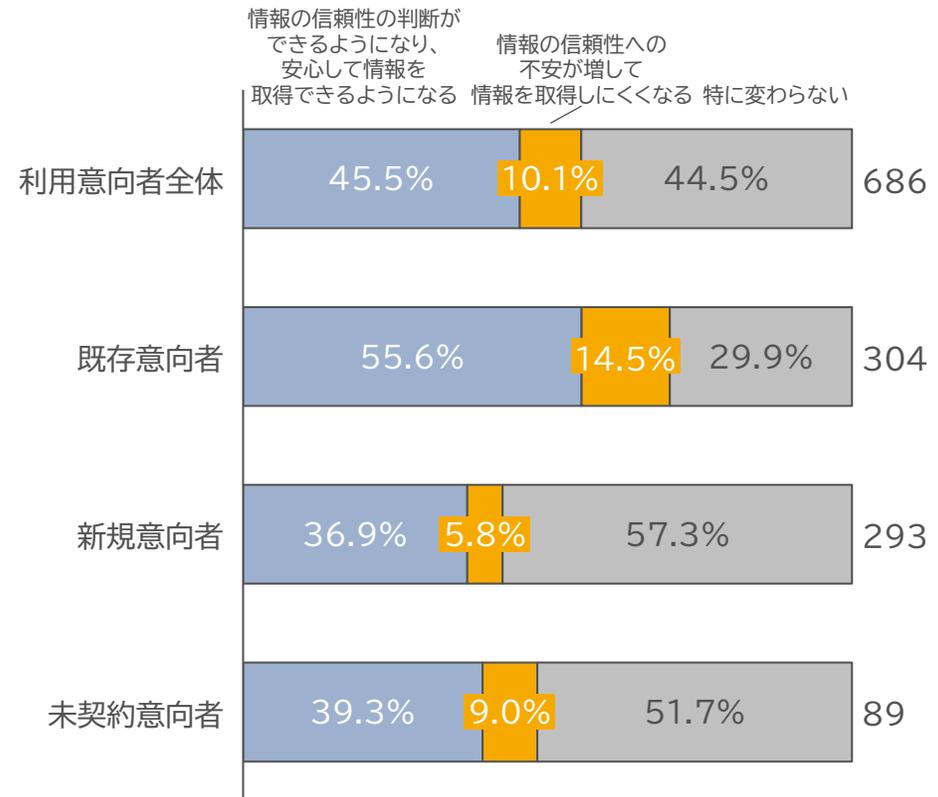


■ NHKの福祉情報サービスの利用によって、福祉情報の取得にかかる時間が増加する人が63.7%、信頼・安心が増すと感じる人が45.5%

【NHKの新しい福祉情報サービスを利用したい・どちらかという
利用したいと回答した人】
Q53.前問で紹介したようなNHKの新しい福祉情報提供サービス
を利用することで、あなたが福祉情報を取得する総時間は
どのように変わるとおもいますか。[SA]



【新しいNHKの新しい福祉情報サービスを利用したい・どちらかという
利用したいと回答した人】
Q54.Q52で紹介したようなNHKの新しい福祉情報提供サービス
を利用することで、あなたがインターネット上の福祉情報全般を取得するときの
気持ちはどのように変わるとおもいますか。[SA]

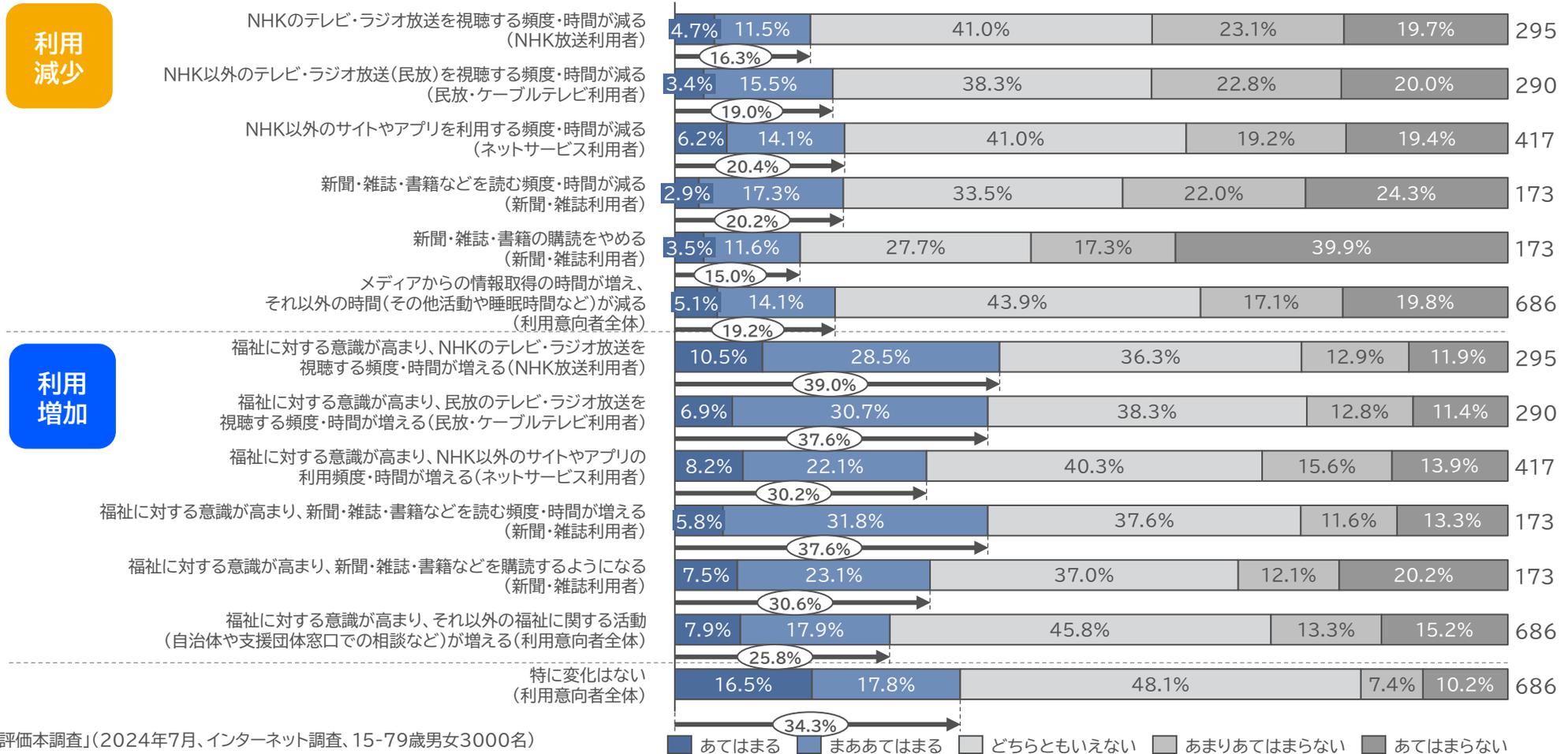


■ NHKサービスを利用することで、他のメディアの利用が増加すると考える人は、利用が減少すると考える人を上回っている

【NHKの新しい福祉情報サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】

Q55.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの福祉情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]

母数: 回答者(利用意向者)のうち、各項目に対応するサービスの実際の利用者・支払者



② 独禁法的市場評価

〔福祉〕番組関連情報の各メディアへの影響(3セグメント別)

■ サンプル数僅少の項目を除く、ほぼ全ての項目で利用・支払が増加すると考える人が減少すると考える人を上回る。

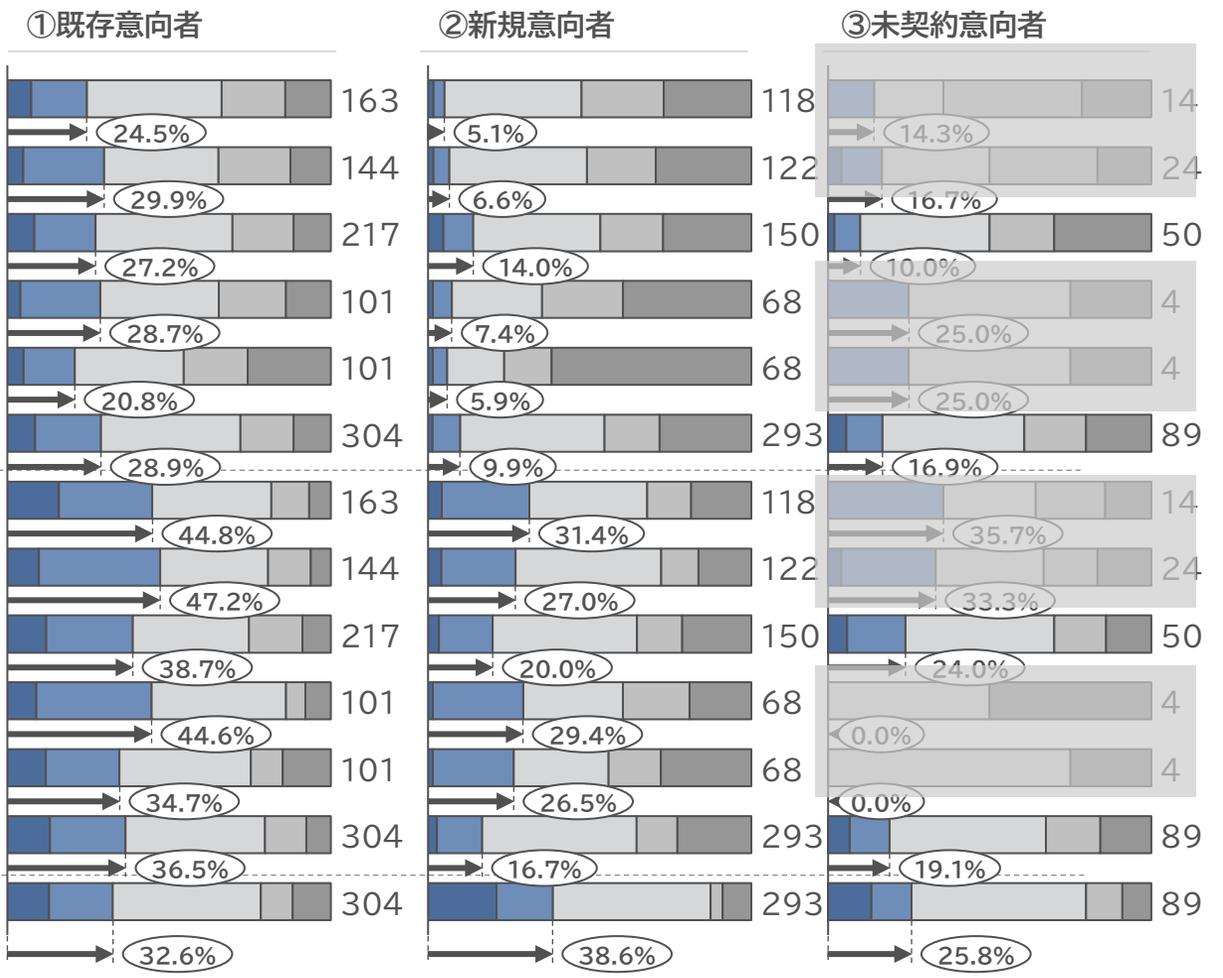
【NHKの新しい福祉情報サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】Q55.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの福祉情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]

母数:回答者(利用意向者)のうち、各項目に対応するサービスの実際の利用者・支払者

利用減少

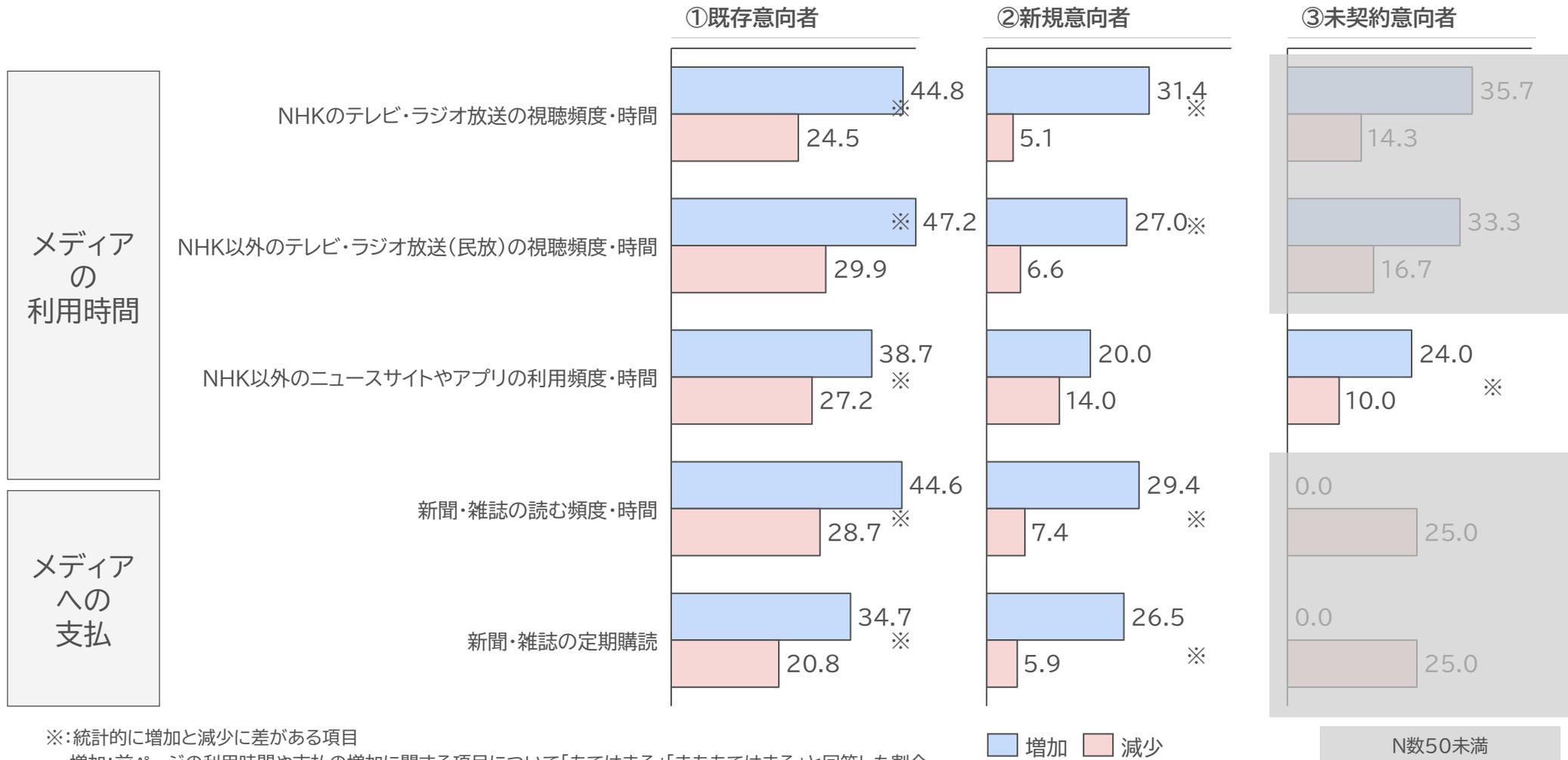
利用増加

N数50未満



■ あてはまる ■ まああてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

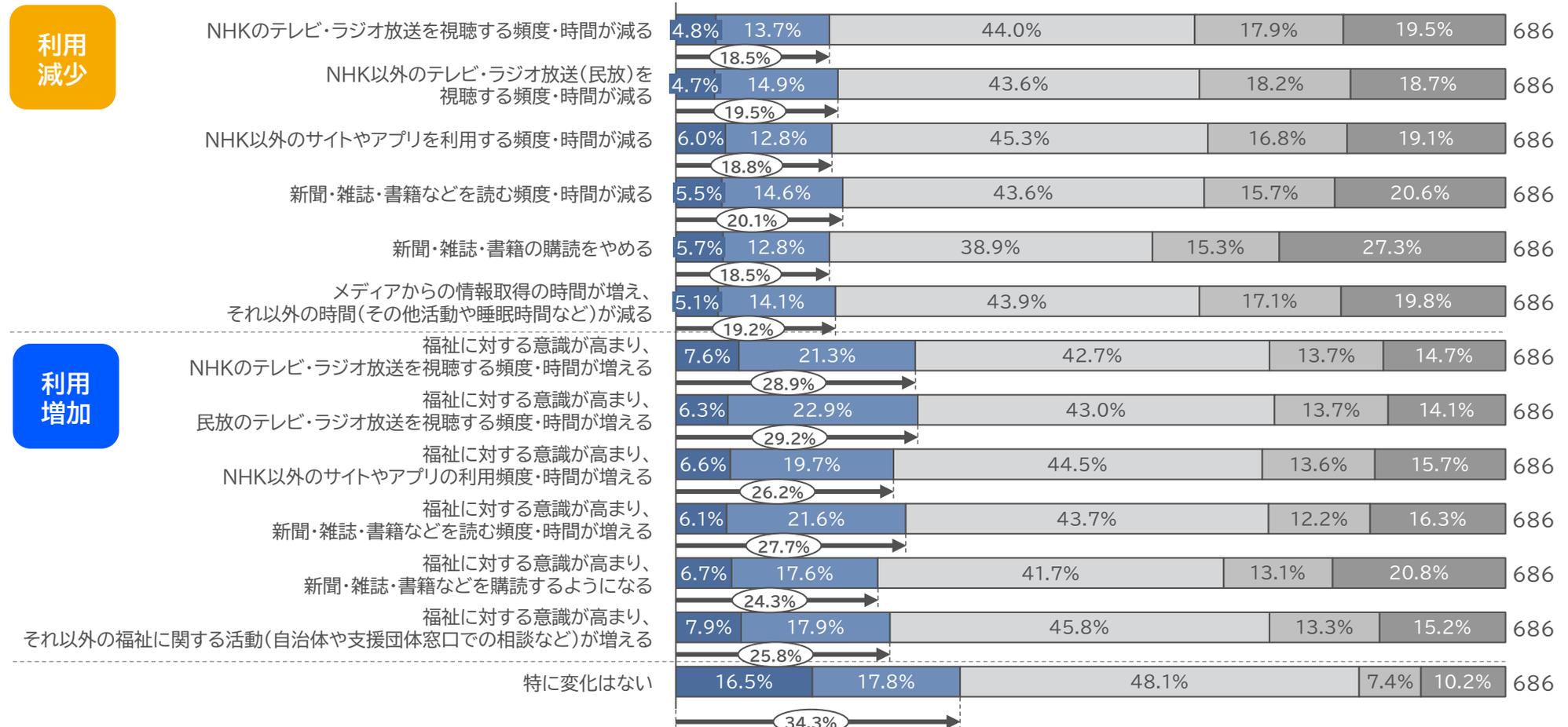
■ サンプル数僅少の項目を除く、ほぼ全ての項目で利用・支払が増加すると考える人が減少すると考える人を上回る。



■ 参考までに、各メディアの非利用者も含めた利用意向者全体で見ても、多くの項目で、利用時間が増加すると考える人が、減少すると考える人よりも多い

【NHKの新しい福祉情報サービスを利用したい・どちらかというとなりたいと回答した人】

Q55.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの福祉情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]



〔福祉〕
番組関連情報のまとめ

- 情報空間への信頼は、どのセグメントでも安心して情報取得できるようになると思う人が一定存在。
- メディアの利用時間では、①②の殆どの項目で利用時間が増加すると考える人の方が多く、③は利用者自体が少ない。
- 支払については、①②の全項目で支払が増加すると考える利用者の方が多い、③は利用者が少ない。

	情報空間への信頼(安心)	他メディアの利用時間	他メディアへの支払
①既存意向者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 約55%が、安心して情報取得できるようになる ・ 約3割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全項目で支払が増加すると考える人が減少を上回る (現在も利用者であることから、総体の影響は小さいか)
②新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 約35%が、安心して情報取得できるようになる ・ 約6割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ほぼ全ての項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全項目で支払が増加すると考える人が減少を上回る (現在未利用で、認知障壁があるため、効果は実際の利用開始状況に左右される)
③未契約意向者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 約4割が、安心して情報取得できるようになる ・ 約5割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> ・ NHK以外のニュースサイト・アプリで、利用が増加すると考える人が減少を上回る ・ その他は、利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない

■ NHKが想定している教育サービスの利用意向は、高校生以下の子持ちの33.2%。そのうち、①新規意向者が14.3%、②既存意向者が14.3%、③未契約意向者が2.6%。

NHKでは、次のようなオンラインで教育サービスを提供することを検討しています。

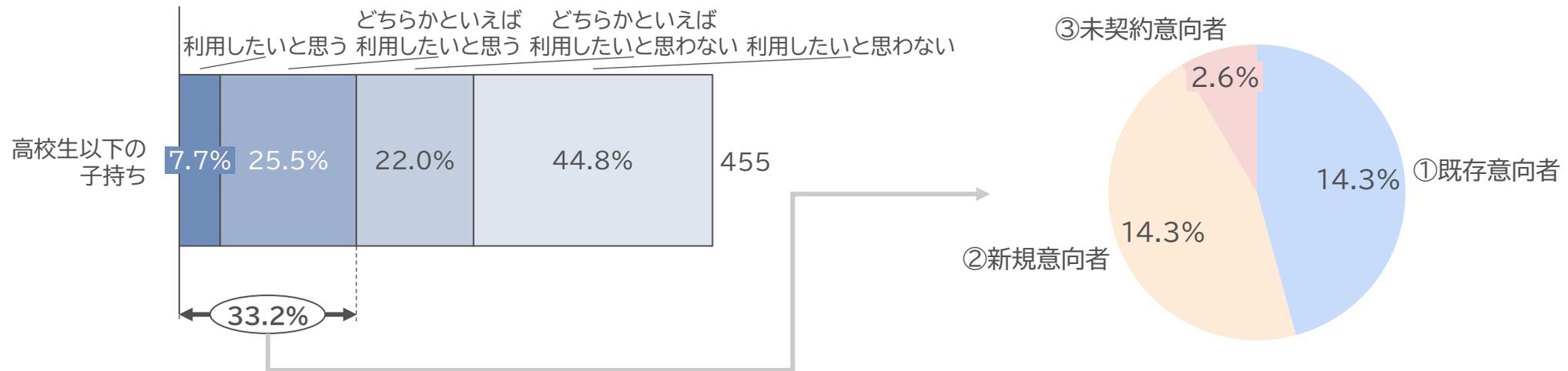
このサービスでは、子どもたちが、必要なときに必要なことを学べるよう、子どもの学びを支援していきます。
このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ①学習指導要領に沿って学校でも自宅でも動画や音声、テキストで、学ぶことができます。
- ②一人一人が環境や学習の進捗にあわせて学ぶことができるよう、コンテンツを長期間、視聴できるようにします。
- ③学習内容の全体像や進捗状況を一覧で示して、全体のどのあたりを学んでいるかを簡単に把握することができます。
- ④学校等の教材としても活用できるよう、利用ガイドや補足情報も掲載しています。
- ⑤様々な番組を短い動画に切り出し、学びのテーマごとに再構成して系統立てて学べるように掲載します。

【高校生以下の子供がいる人】

Q63.このようなサービスが実用化された場合、あなたのお子さんに利用させたいと思いますか。[SA]

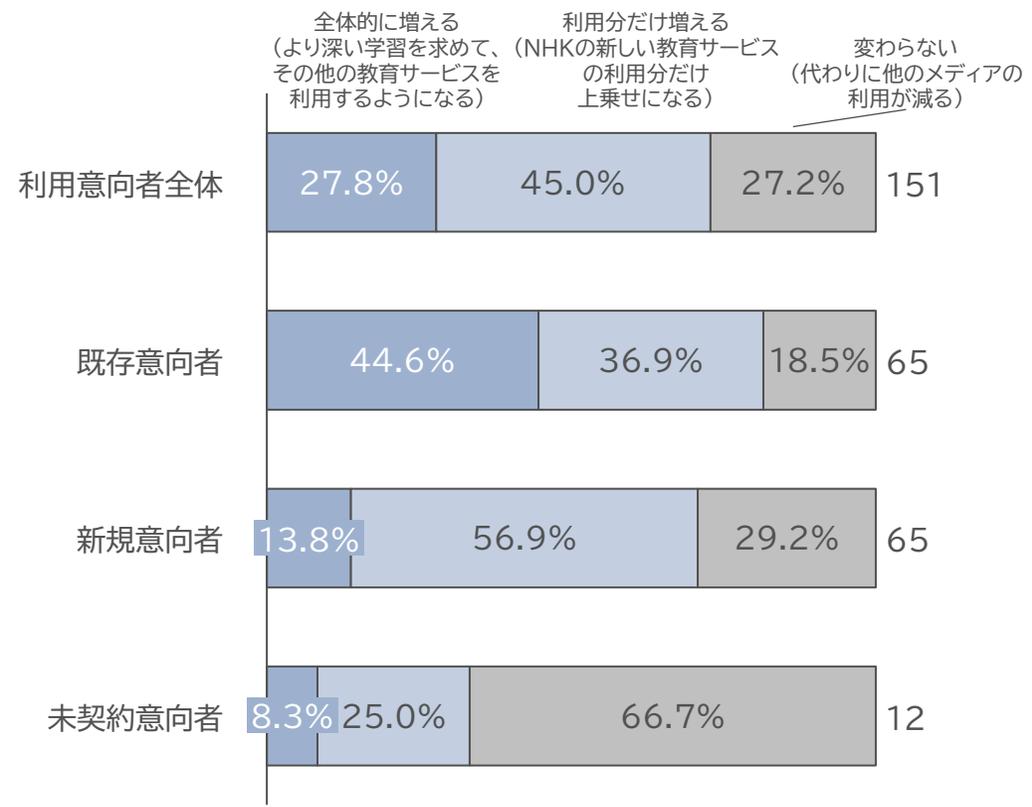
※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。





■ NHKの新しい教育サービスの利用により、学校以外の学習時間は増えると感じる人が72.8%

【自分の子供に、NHKの新しい教育サービスを利用させたい・どちらかという利用させたいと回答した人】
Q64.前問で紹介したようなNHKの新しいオンラインでの教育サービス
を利用することで、あなたのお子さんの学校の勉強以外で学習する総時間はどのように変わると
思いますか。[SA]

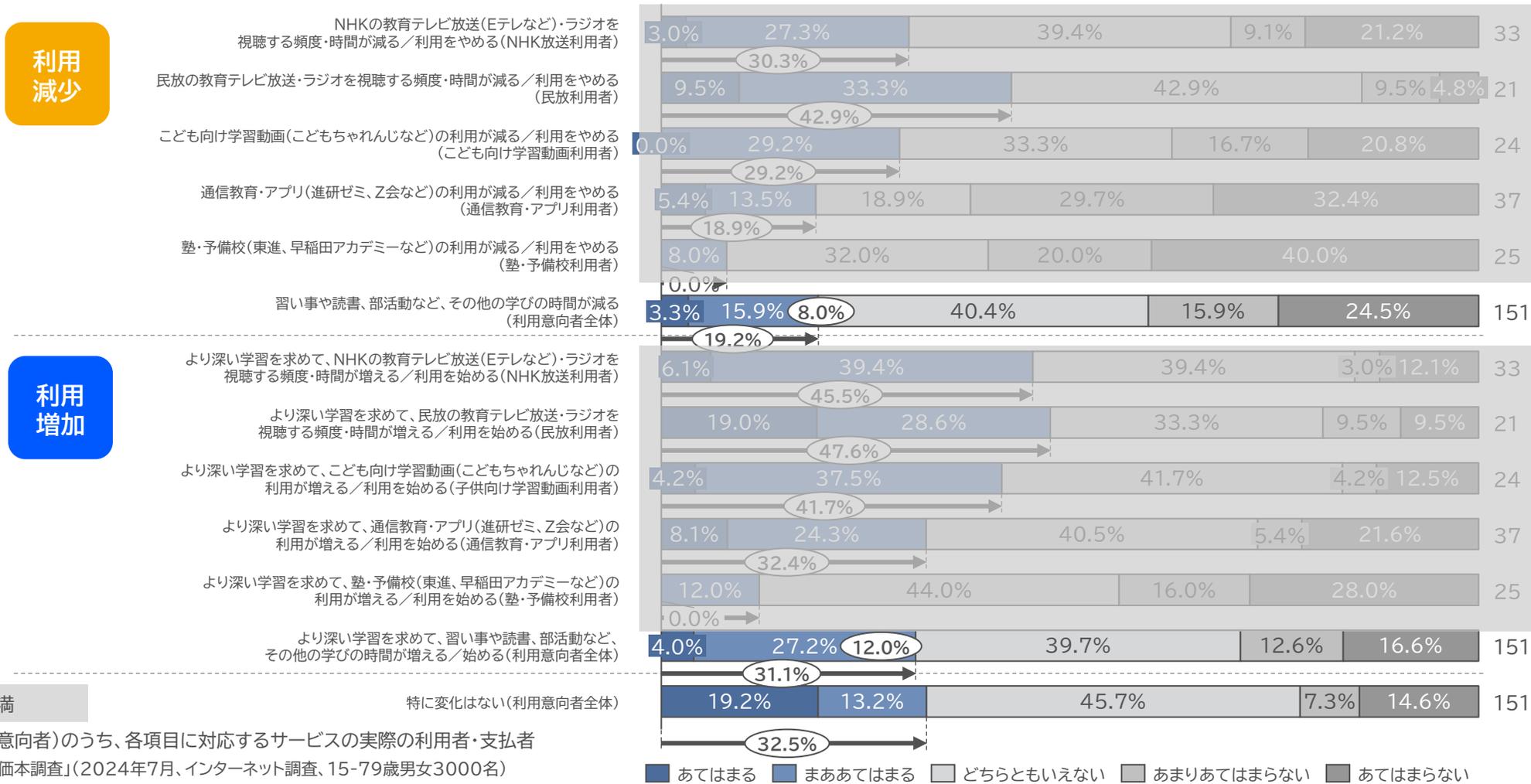


教育サービスについては
学習機会の提供が主目的
インターネット空間の情報に
対する信頼への影響は
未聴取

■ 各メディア利用者に絞るとサンプル僅少であるが、多くの項目で、他のメディアの利用が増加すると考える人が、利用が減少すると考える人を上回っている

【自分の子供に、NHKの新しい教育サービスを利用させたい・どちらかという利用させたいと回答した人】

Q65.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの教育サービスをあなたのお子さんが利用することで、他の教育サービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]



母数:回答者(利用意向者)のうち、各項目に対応するサービスの実際の利用者・支払者
出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

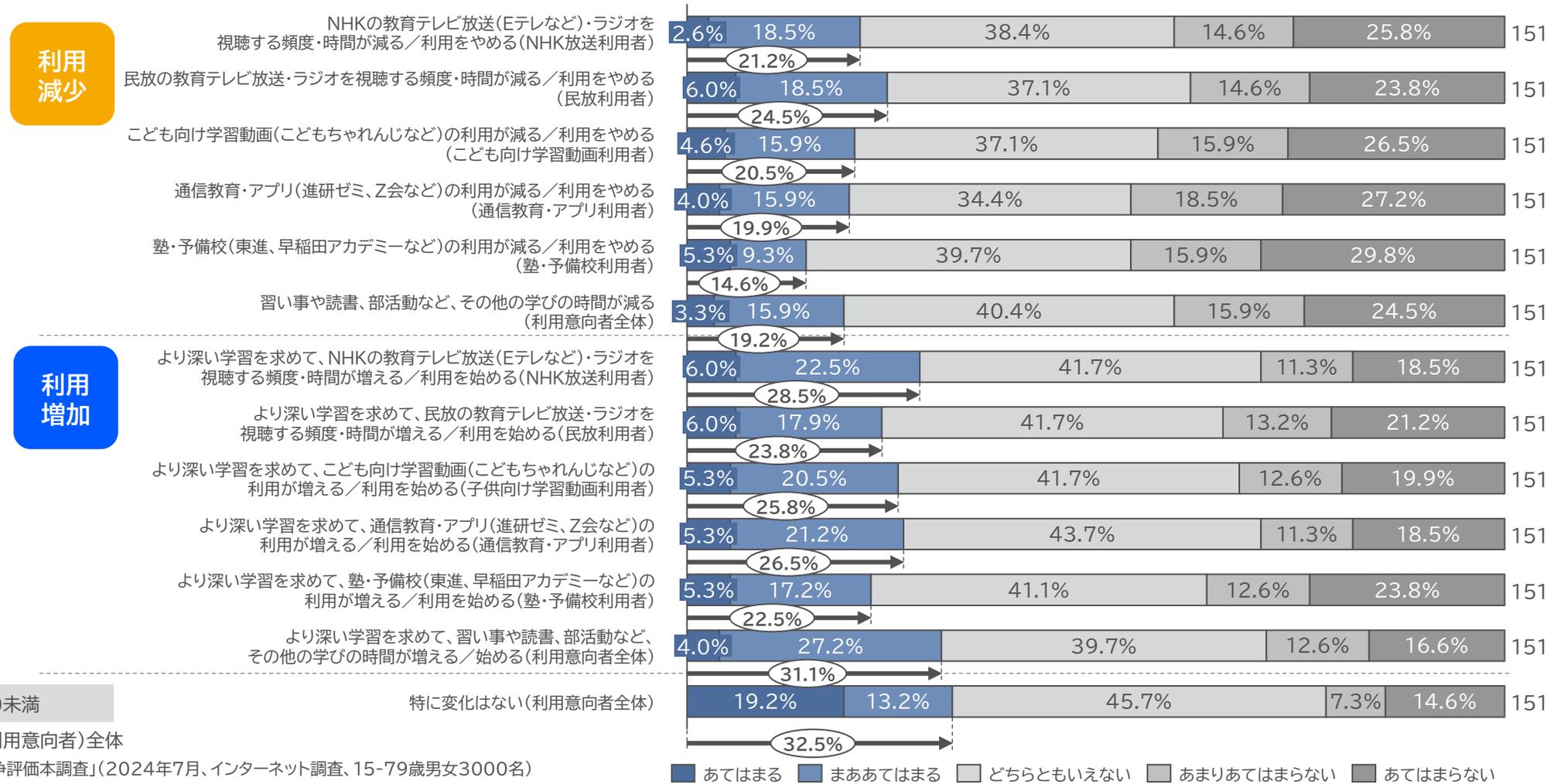
■ あてはまる ■ まああてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

② 独禁法的市場評価

〔教育〕番組関連情報の各メディアへの影響(非利用者含む)

■ 参考までに、各メディアの非利用者も含めた利用意向者全体で見ると、全ての項目で、利用時間が増加すると考える人が、減少すると考える人よりも多い

【自分の子供に、NHKの新しい教育サービスを利用させたい・どちらかという利用させたいと回答した人】
Q65.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの教育サービスをあなたのお子さんが利用することで、他の教育サービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]



N数50未満

母数:回答者(利用意向者)全体

出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

あてはまる まああてはまる どちらともいえない あまりあてはまらない あてはまらない

② 独禁法的市場評価

〔教育〕
番組関連情報の各メディアへの影響(非利用者含む) (3セグメント別)

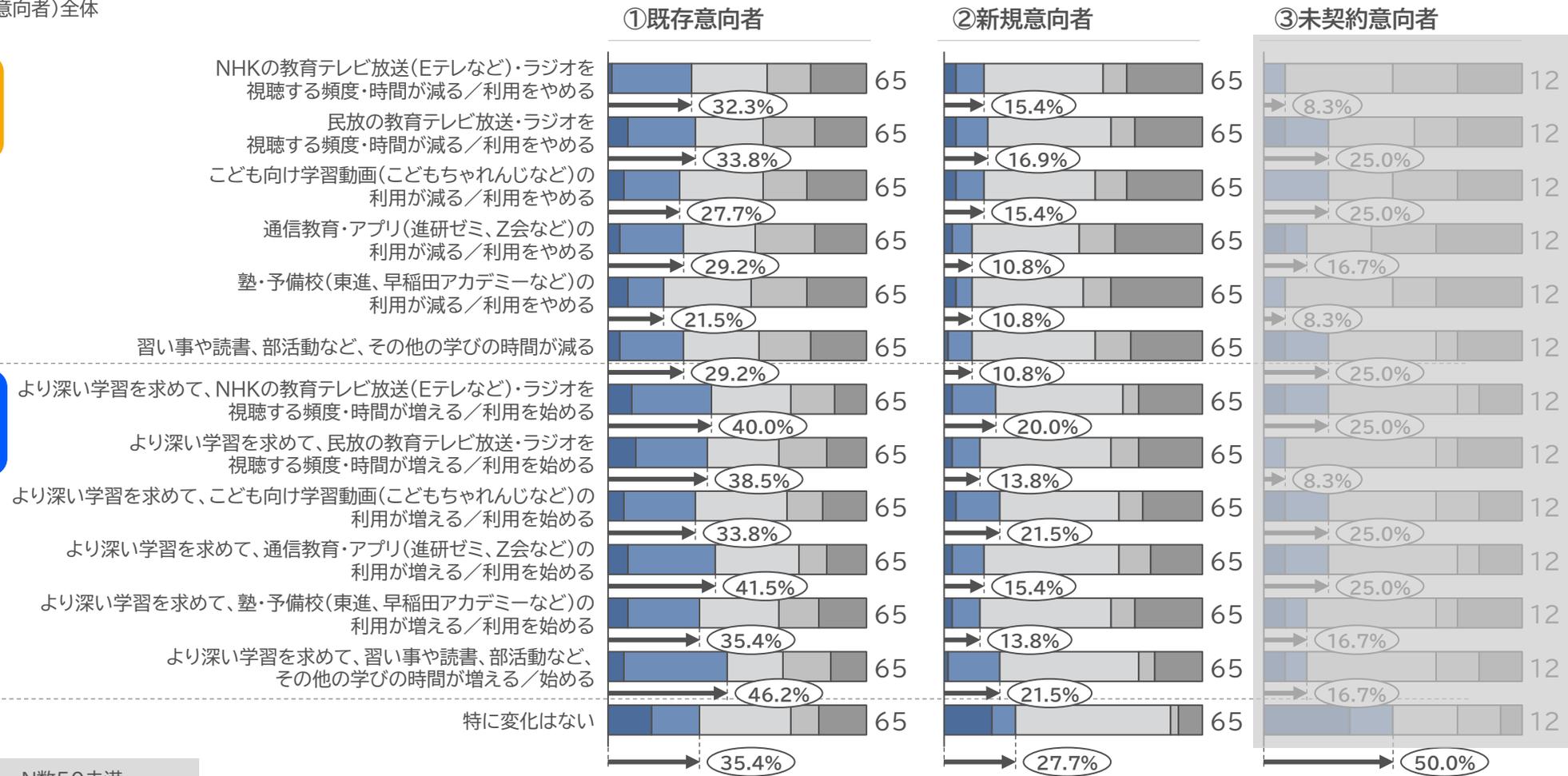
■ 利用意向者の分類別で見ても、ほぼ全ての項目で利用・支払が増加すると考える人と減少すると考える人と同程度か、増加すると考える人の方が多い

【自分の子供に、NHKの新しい教育サービスを利用させたい・どちらかという利用させたいと回答した人】Q65.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの教育サービスをあなたのお子さんが利用することで、他の教育サービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]

母数:回答者(利用意向者)全体

利用減少

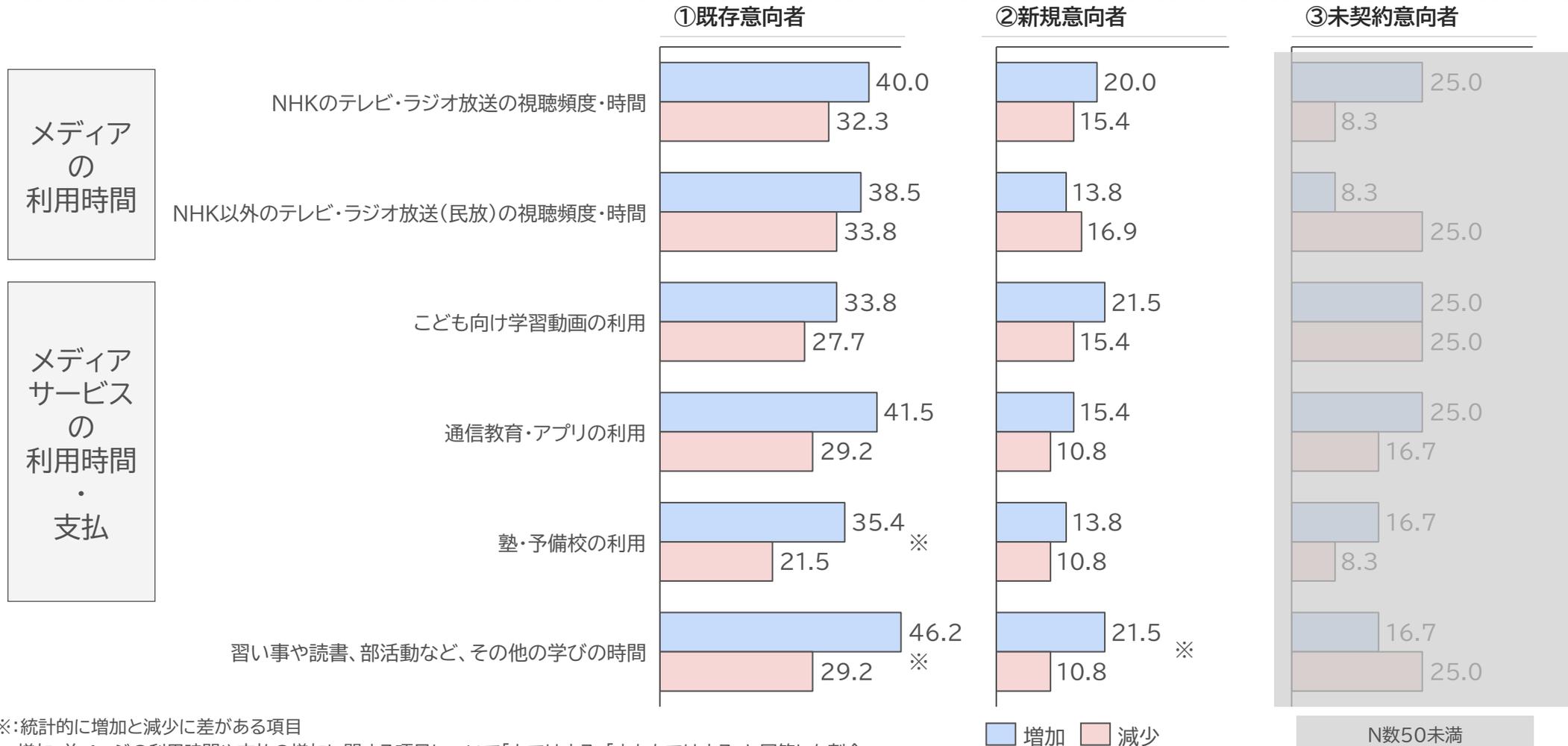
利用増加



N数50未満

■ あてはまる ■ まああてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

■ 利用意向者の分類別で見ても、ほぼ全ての項目で利用・支払が増加すると考える人と減少すると考える人と同程度か、増加すると考える人の方が多い



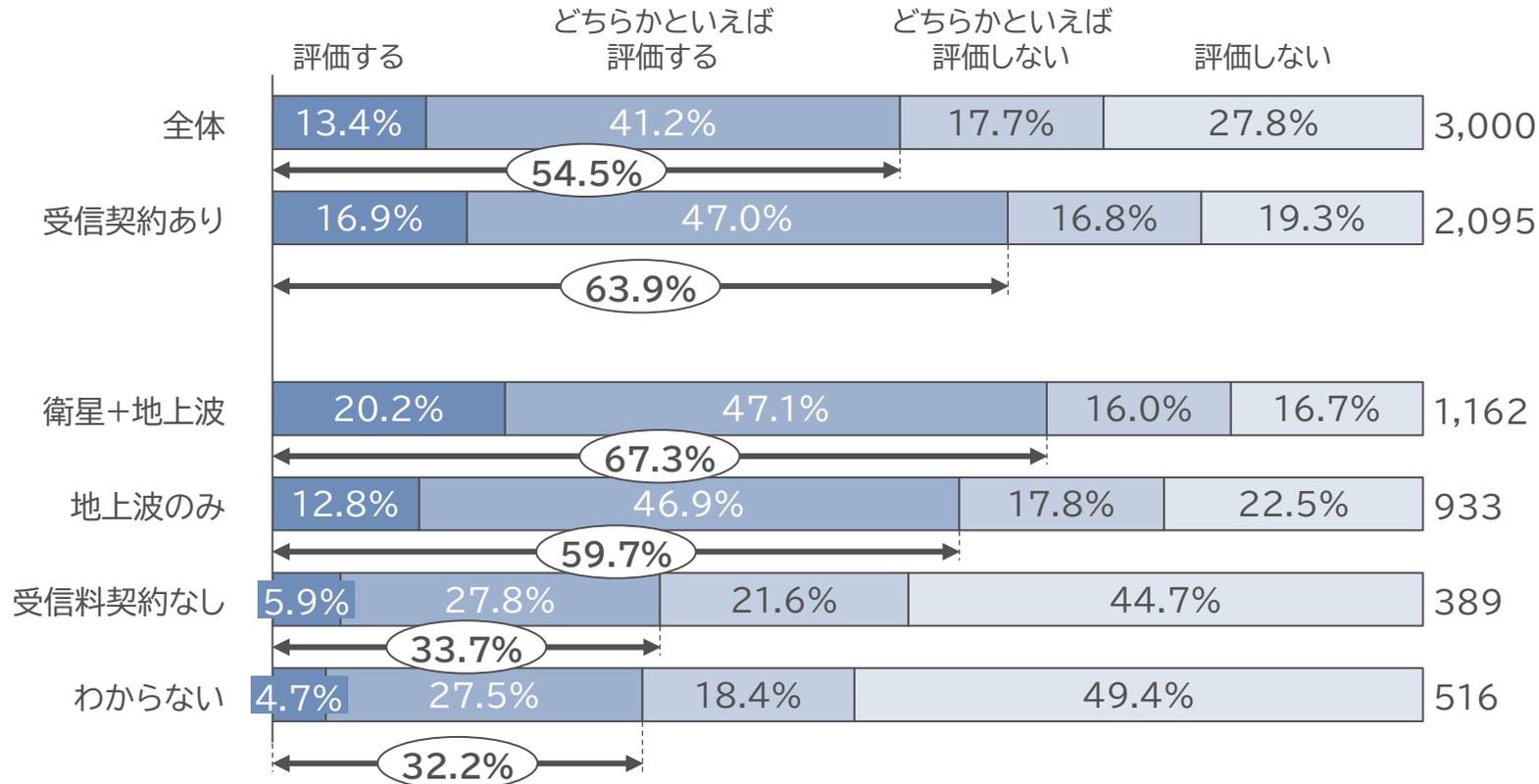
〔教育〕
番組関連情報のまとめ

- 各メディア未利用者も含む利用意向者で見ると、メディアの利用時間では、①②の全項目で増加すると考える人と減少すると考える人が同程度か、増加すると考える人の方が多い。
- 支払については、①では塾・予備校の利用で増加すると考える人が減少を上回り、②では増加・減少が同程度。

	情報空間への信頼(安心)	他メディアの利用時間	他メディアへの支払
①既存意向者		<ul style="list-style-type: none"> 全ての項目で利用が増加すると考える人と減少すると考える人と同程度か、増加すると考える人の方が多い ※利用者に限定しない参考値 	<ul style="list-style-type: none"> 塾・予備校の利用で、増加すると考える人が減少を上回る その他の項目では、増加・減少が同程度 ※利用者に限定しない参考値
②新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> — (学習機会の提供が主目的のサービスのため、未聴取) 	<ul style="list-style-type: none"> 全ての項目で利用が増加すると考える人と減少すると考える人と同程度か、増加すると考える人の方が多い ※利用者に限定しない参考値 	<ul style="list-style-type: none"> 全項目で増加・減少が同程度
③未契約意向者		<ul style="list-style-type: none"> 利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない

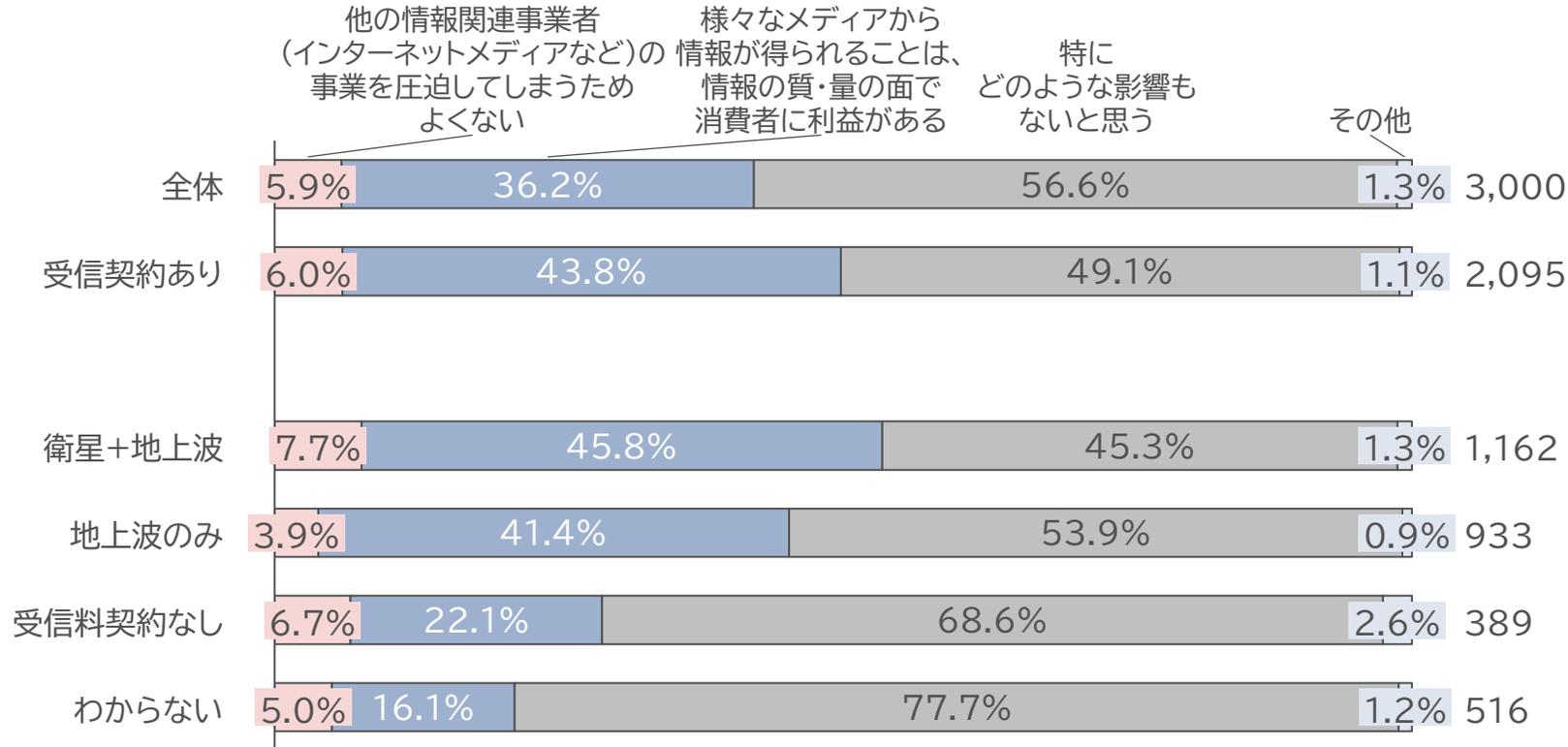
- NHKが報道、災害、教育、医療・健康などの分野でインターネットの特性を活かした情報提供に取り組むことについて、全体の約55%、受信契約者の6割強が評価すると回答している。

Q69.あなたは、NHKが報道や災害、教育、医療・健康、福祉などの分野において、ここまでおうかがいしてきたようなサービスにより、インターネットの特性を活かした情報提供に積極的に取り組んでいくことについて、評価しますか。[SA]



- NHKが番組関連情報に取り組むことで、消費者に利益があると考えているのは、全体の4割弱、契約者の4割強。
- 特にどのような影響もないと考えるのは、全体の6割弱、契約者の5割弱。
- 他の事業者の事業を圧迫してしまうと考えるのは、全体の約6%、契約者の約6%。

Q70.NHKが報道や災害、教育、医療・健康、福祉などの分野において、インターネットの特性を活かした情報提供に取り組むことについて、以下の考えのうち、あなたの考えに近いものをお知らせください。[SA]



Ⅱ-1-2.独禁法事案で活用される 経済コンサルティング会社による分析

AlixPartners

NHK競争評価本調査の結果に基づく 暫定的な経済分析

最終報告

2024年8月28日

01 競争評価本調査の結果に基づく回帰分析

競争評価本調査（24年7月実施）によって得られたデータを基に、NHKのサービスが市場やNHK以外のサービスに与える影響に関する分析を試行

目的

- 「新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービス」を例にとり、NHKの防災サービスサイト（「NHK防災」）リニューアル⁽¹⁾や新たなオンラインでのニュース提供サービスの導入が、類似のサービスを提供する他者の事業や当該サービスの市場全体に及ぼす影響について分析。

アプローチ

- 独占禁止法の実務で用いられているものと同様の分析手法により⁽²⁾、「NHK防災」の利用実態が類似のサービスの利用や防災情報を取得する総時間に及ぼす影響について、統計的手法により分析。
- この分析手法のメリットは以下のとおり。
 - ユーザーの特徴（性別、年齢、都道府県、婚姻の有無、所得水準等）、テレビやインターネットの利用頻度などを変数として回帰式に組み入れることによって、これらの影響を取り除くことが可能となる。
 - 仮想的な分析ではあるものの、新たなオンラインでのニュース提供サービスについても上記と同様の観点の分析を行うことが可能となる。

データ

- NHK「競争評価本調査」（2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名）

(1) 従来いくつかのサイトに分散して設けられていた防災関連の情報を一元化して新たに開設した。

(2) 公取委が具体的な事例においてこうした分析を行った例は、例えば、口ノ町達朗「公正取引委員会における経済分析の取組」公正取引、No.886、2024年8月、10～14頁などに紹介されている。

02 NHKの新たなオンラインニュース提供サービスに関する 回帰分析：分析手法

NHKの新たなオンラインニュース提供サービスが市場全体及びNHK以外のサービスに与える影響について、以下の回帰式により分析

- **NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの影響**を示すデータ（**被説明変数**）として、次の質問への回答を利用
 - 「前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用することで、あなたが**報道・ニュースジャンルでの情報・コンテンツを取得する総時間はどのように変わると**思いますか。」という質問（Q.28）への回答
 - 「全体的に増える（報道・ニュースに関する興味が高まり、他のメディアの利用も促進される）」（回答値1）
 - 「利用分だけ増える（NHKのオンラインでのニュース提供サービスの利用分だけ上乗せになる）」（回答値2）
 - 「変わらない（代わりに他のメディアの利用が減る）」（回答値3）
 - 「あなたがQ27で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用することで、他のメディアからのニュース取得にどのような影響があると思いますか。以下の内容ごとにお知らせください。」という質問（Q30）への回答のうち
 - 「**NHK以外のニュースサイトやアプリを利用する頻度・時間が減る**」に関するもの（Q30_3）
 - あてはまる（回答値1）～あてはまらない（回答値5）
 - 「**ニュースに対する関心が高まり、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度・時間が増える**」に関するもの（Q30_10）
 - あてはまる（回答値1）～あてはまらない（回答値5）
- **NHKの新たなオンラインニュース提供サービスに対する関心の程度**を示すデータ（**説明変数**）として、**利用意向の強さに関する次の質問への回答**を利用
 - 「このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。」（Q27）
 - 利用したいと思う（回答値1）～利用したいと思わない（回答値4）
- 推定式は、順序付きロジットモデル（ordered logit model）を使用。

02 NHKの新たなオンラインニュース提供サービスに関する 回帰分析：暫定的な分析結果

NHKの新たなオンラインニュース提供サービスが市場全体及びNHK以外のサービスに与える影響について推定した結果は以下のとおり

➤ Q27の回答の係数推定値：

	Q28	Q30_3	Q30_10
係数推定値 (標準誤差)	1.724*** (0.178)	0.485*** (0.163)	0.644*** (0.163)

***はp値が0.001未満であることを示す

- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、報道・ニュースジャンルでの情報・コンテンツを取得する総時間が長くなる (Q28)
- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が減る (Q30_3)
- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、ニュースに対する関心が高まり、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が増える (Q30_10)

02 NHKの新たなオンラインニュース提供サービスに関する 回帰分析：分析結果から得られる示唆

NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの開始は、オンラインニュース提供サービスの市場全体を拡大させるとともに、NHK以外のサービスの利用を減少させる一方で増加させる効果もあると考えられる

- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、報道・ニュースジャンルでの情報・コンテンツを取得する総時間が長くなる（Q28）
 - **市場全体が拡大**する可能性を示している
- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が減る（Q30_3）
 - NHKの新たなオンラインニュース提供サービスとNHK以外のニュースサイトやアプリとの間には**代替関係**があることを示している
- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、ニュースに対する関心が高まり、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が増える（Q30_10）
 - NHKの新たなオンラインニュース提供サービスとNHK以外のニュースサイトやアプリとの間との間には**補完関係**があることを示している
- 代替関係と補完関係のどちらが強いかについては、現時点でははっきりとしたことは言えない
 - 両者の係数推定値を比較すると補完関係の方が強いように見えるが、この結果をもって代替関係と補完関係の強弱について統計的に意味のある判断を行うことは困難（→変数として用いるデータの収集方法についての検討が必要）

02 NHKの新たなオンラインニュース提供サービスに関する 回帰分析：暫定的な分析結果

NHKの新たなオンラインニュース提供サービスが市場全体及びNHK以外のサービスに与える影響は情報源として利用している数により差がある

- ニュース取得のために情報源として利用している数（都道府県別）の多寡でグループ分けした上で、グループごとに、NHKの新たなオンラインニュース提供サービスが与える影響が異なる可能性を考慮した分析を実施
 - 情報源数が多い都道府県（上位25%）・・・グループ1
 - 情報源数が少ない都道府県（下位25%）・・・グループ3
 - その他都道府県・・・グループ2
- グループ1とグループ3のダミー変数と、Q27の回答との交差項（掛け算）を独立変数に含め、Q27の回答がQ28、Q30_3、Q30_10に与える影響がグループごとに異なる可能性を勘案
 - グループ2との比較において、グループ間の差異を勘案する
- **情報源として利用している数が少ないグループでは、NHKの新たなオンラインニュース提供サービスによる需要増進の効果が比較的小さい一方、他のサービスとの代替の程度も小さい**
 - NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、報道・ニュースジャンルでの情報・コンテンツを取得する総時間が長くなるが、その影響は、情報源として利用している数が少ないグループにおいては、上記「その他都道府県」との比較で有意に小さい
 - NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が減るが、その影響は、情報源として利用している数が少ないグループにおいては、上記「その他都道府県」との比較で有意に小さい
 - NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、ニュースに対する関心が高まり、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が増えるという傾向は、上記モデルでは確かめられない

Ⅱ-2 ③多元性評価

③ 多元性評価 評価の枠組み

- Ofcomでは、多元性を測定する観点として、availability、consumption、impactの3つがあり、それらを測定するための方法を例示している。
- これらの測定方法を参考に、競争評価のための調査では、consumptionの観点を中心に多元性測定のための設問の聴取を行った。

Ofcomの多元性測定の観点・測定方法例

多元性測定の観点

測定方法の例

availability
(利用可能性)

プロバイダーの数
(ニュースを提供する情報源の数)

consumption
(消費)

リーチ(メディア・情報源別リーチ)
シェア(メディア・情報源別のシェア)
マルチソーシング(平均利用数) など

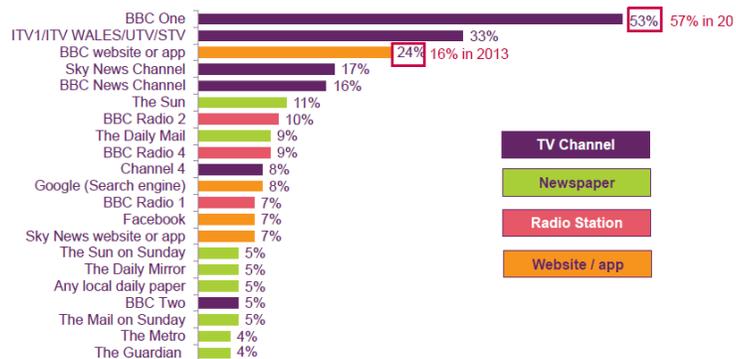
impact
(影響)

メディア・情報源別の重要性、信頼性など

Ofcomの調査結果例

ニュース情報源のリーチ

Figure 1: Top 20 news sources, reach among all adults: 2014

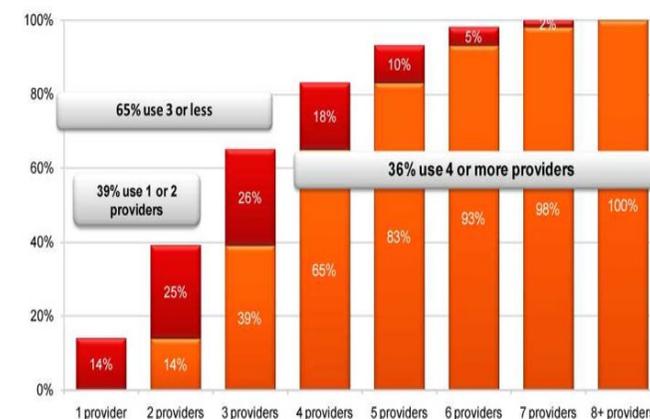


Source: Ofcom research, April 2014

Q5a-e) Thinking specifically about <Source> which of the following do you use for news nowadays:
Base: All adults 16+ (2731) Note: 2013 figures only shown where there are statistically significant differences between 2013 and 2014

ニュースで利用するメディア数 (利用数別の出現率)

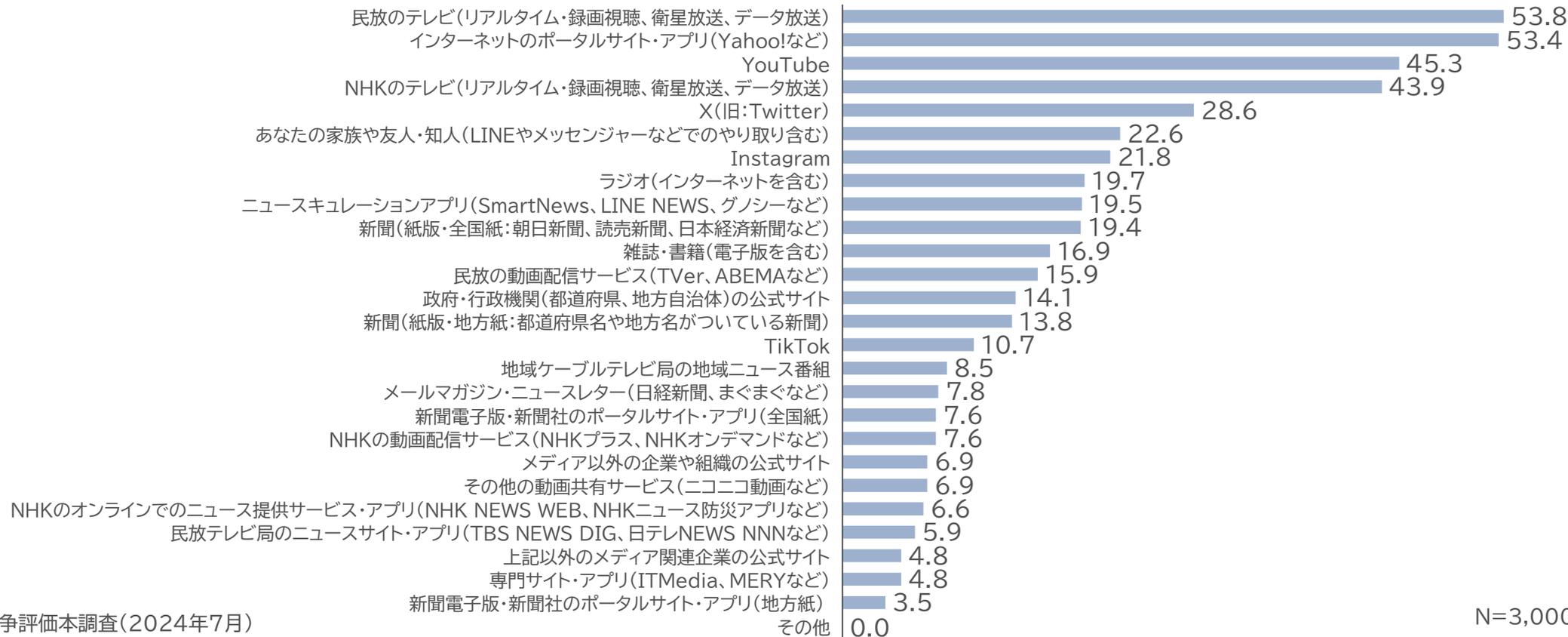
Chart 4.2.4 – Number of providers used for news



③ 多元性評価 ニュースを取得するメディア・情報源のリーチ(全国)

- ニュース取得に利用されるメディア・情報源は、民放のテレビ、インターネットのポータルサイト、YouTube、NHKのテレビなどが高い。
- 消費者は、特定のメディアだけでなく、複数のメディアから情報を得ている状況である。
- 今後も、このような多元性が維持されるかを継続確認する必要がある。

Q11.以下のうち、あなたが普段、報道・ニュースジャンルの情報・コンテンツ取得に利用している制作者やサービスを、以下の4つの段階ごとにすべてお知らせください。(2)報道・ニュースジャンルの情報・コンテンツ取得のために**実際に利用している**情報源[MA]



N=3,000

③ 多元性評価 ニュースを取得するメディア・情報源のリーチ(都道府県別1/3)

- 都道府県別にみても、消費者が、特定のメディアだけでなく、複数のメディアから情報を得ている状況は同様である。

ニュース取得において実際に利用している情報源(都道府県別)

	全体	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県
N数	3000	155	29	25	58	17	25	28	13	38	35	198	175	377	252	35	9
NHKのテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	43.9	45.8	41.4	60.0	46.6	35.3	36.0	32.1	30.8	60.5	45.7	41.4	57.1	44.8	48.4	48.6	22.2
民放のテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	53.8	54.8	55.2	64.0	53.4	35.3	60.0	53.6	30.8	57.9	51.4	57.1	68.6	56.0	59.9	57.1	33.3
地域ケーブルテレビ局の地域ニュース番組	8.5	3.9	20.7	4.0	3.4	0.0	4.0	7.1	0.0	7.9	5.7	7.6	9.1	7.7	8.3	8.6	11.1
NHKのニュース提供サービス・アプリ(NHK NEWS WEB、NHKニュース防災アプリなど)	6.6	4.5	3.4	0.0	6.9	5.9	8.0	10.7	0.0	18.4	11.4	3.5	8.6	8.0	9.1	14.3	0.0
民放テレビ局のニュースサイト・アプリ(TBS NEWS DIG、日テレNEWS NNNなど)	5.9	4.5	3.4	8.0	5.2	11.8	8.0	7.1	0.0	2.6	11.4	7.1	8.6	5.0	8.7	8.6	0.0
NHKの動画配信サービス(NHKプラス、NHKオンデマンドなど)	7.6	7.7	10.3	8.0	10.3	23.5	4.0	7.1	7.7	13.2	2.9	7.1	8.0	8.0	11.5	5.7	0.0
民放の動画配信サービス(TVer、ABEMAなど)	15.9	18.7	13.8	40.0	17.2	11.8	28.0	10.7	0.0	18.4	8.6	15.7	19.4	17.2	13.5	11.4	11.1
新聞(紙版・全国紙:朝日新聞、読売新聞、日本経済新聞など)	19.4	9.0	6.9	12.0	13.8	5.9	16.0	14.3	15.4	26.3	25.7	19.7	30.3	20.4	27.4	8.6	22.2
新聞(紙版・地方紙:都道府県名や地方名がついている新聞)	13.8	33.5	24.1	20.0	8.6	23.5	16.0	21.4	15.4	15.8	22.9	3.0	6.3	6.6	3.6	20.0	11.1
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(全国:朝日新聞デジタルなど)	7.6	5.2	6.9	8.0	8.6	0.0	4.0	14.3	15.4	7.9	11.4	6.6	11.4	9.5	11.1	2.9	0.0
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(地方:都道府県名や地方名がついてる)	3.5	6.5	3.4	4.0	1.7	5.9	4.0	3.6	7.7	5.3	8.6	2.5	1.7	4.2	2.8	2.9	0.0
雑誌・書籍(電子版を含む)	16.9	17.4	13.8	28.0	12.1	5.9	24.0	25.0	7.7	13.2	28.6	13.1	21.1	17.8	19.8	14.3	11.1
ラジオ(インターネットを含む)	19.7	24.5	17.2	44.0	17.2	17.6	12.0	39.3	23.1	10.5	25.7	20.7	25.1	17.0	20.6	28.6	11.1
インターネットのポータルサイト・アプリ(Yahoo!など)	53.4	51.0	48.3	44.0	55.2	70.6	52.0	71.4	30.8	50.0	54.3	52.0	63.4	54.6	54.0	54.3	55.6
ニュースキュレーションアプリ(SmartNews、LINE NEWS、グノシーなど)	19.5	13.5	13.8	24.0	25.9	0.0	20.0	25.0	15.4	13.2	25.7	20.2	21.7	22.5	20.6	22.9	0.0
専門サイト・アプリ(ITMedia、MERYなど)	4.8	3.2	6.9	0.0	3.4	0.0	4.0	3.6	0.0	5.3	5.7	1.0	4.6	8.0	6.0	2.9	0.0
メールマガジン・ニュースレター(日経新聞、まぐまぐなど)	7.8	7.7	3.4	4.0	5.2	5.9	4.0	14.3	0.0	5.3	8.6	6.6	8.6	9.3	9.1	2.9	0.0
X(旧:Twitter)	28.6	29.0	27.6	36.0	25.9	5.9	48.0	21.4	38.5	26.3	28.6	30.3	37.1	30.8	31.3	42.9	33.3
Instagram	21.8	20.6	17.2	32.0	24.1	5.9	28.0	17.9	23.1	18.4	20.0	19.2	22.3	21.8	19.4	22.9	33.3
TikTok	10.7	9.0	20.7	28.0	10.3	5.9	20.0	17.9	7.7	10.5	5.7	10.1	10.9	9.8	6.3	11.4	22.2
YouTube	45.3	47.7	17.2	60.0	46.6	23.5	52.0	42.9	38.5	34.2	42.9	47.0	52.0	45.4	42.9	54.3	44.4
その他の動画共有サービス(ニコニコ動画など)	6.9	4.5	3.4	16.0	3.4	5.9	8.0	14.3	0.0	7.9	5.7	5.1	8.0	6.6	5.2	5.7	0.0
上記以外のメディア関連企業の公式サイト	4.8	2.6	3.4	0.0	1.7	0.0	4.0	3.6	0.0	5.3	8.6	6.1	8.6	5.8	6.3	2.9	0.0
メディア以外の企業や組織の公式サイト	6.9	6.5	3.4	0.0	3.4	0.0	0.0	3.6	0.0	7.9	14.3	7.6	10.3	8.5	6.3	8.6	0.0
政府・行政機関(都道府県、地方自治体)の公式サイト	14.1	11.6	10.3	8.0	10.3	11.8	0.0	7.1	7.7	15.8	20.0	13.6	19.4	15.6	16.3	14.3	0.0
あなたの家族や友人・知人(LINEやメッセージなどでのやり取り含む)	22.6	18.1	24.1	24.0	17.2	17.6	16.0	10.7	0.0	15.8	14.3	24.7	28.6	23.6	24.6	31.4	22.2

③ 多元性評価 ニュースを取得するメディア・情報源のリーチ(都道府県別2/3)

- 都道府県別にみても、消費者が、特定のメディアだけでなく、複数のメディアから情報を得ている状況は同様である。

ニュース取得において実際に利用している情報源(都道府県別)

	全体	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県
N数	3000	26	17	9	35	46	70	205	47	20	60	217	148	30	11	7	7
NHKのテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	43.9	53.8	47.1	55.6	34.3	47.8	45.7	42.4	51.1	40.0	50.0	37.3	38.5	56.7	18.2	28.6	28.6
民放のテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	53.8	34.6	64.7	77.8	37.1	58.7	52.9	49.8	57.4	50.0	58.3	51.6	50.0	56.7	27.3	57.1	42.9
地域ケーブルテレビ局の地域ニュース番組	8.5	15.4	29.4	22.2	11.4	2.2	4.3	10.2	21.3	5.0	8.3	6.5	12.2	10.0	0.0	14.3	14.3
NHKのニュース提供サービス・アプリ(NHK NEWS WEB、NHKニュース防災アプリなど)	6.6	23.1	5.9	11.1	5.7	0.0	2.9	7.8	8.5	10.0	11.7	5.5	4.1	16.7	0.0	14.3	14.3
民放テレビ局のニュースサイト・アプリ(TBS NEWS DIG、日テレNEWS NNNなど)	5.9	15.4	11.8	11.1	8.6	2.2	1.4	4.4	6.4	5.0	5.0	6.0	4.7	6.7	9.1	14.3	0.0
NHKの動画配信サービス(NHKプラス、NHKオンデマンドなど)	7.6	11.5	5.9	11.1	8.6	2.2	11.4	9.3	8.5	10.0	3.3	4.6	5.4	16.7	0.0	14.3	0.0
民放の動画配信サービス(TVer、ABEMAなど)	15.9	15.4	41.2	11.1	14.3	15.2	15.7	15.6	17.0	35.0	8.3	12.9	17.6	36.7	0.0	14.3	0.0
新聞(紙版・全国紙:朝日新聞、読売新聞、日本経済新聞など)	19.4	11.5	11.8	44.4	14.3	15.2	15.7	12.2	27.7	15.0	26.7	27.6	20.9	26.7	9.1	14.3	0.0
新聞(紙版・地方紙:都道府県名や地方名がついている新聞)	13.8	26.9	52.9	55.6	28.6	34.8	32.9	22.0	21.3	10.0	15.0	2.3	4.7	3.3	9.1	42.9	57.1
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(全国:朝日新聞デジタルなど)	7.6	7.7	5.9	22.2	11.4	8.7	4.3	8.3	8.5	10.0	3.3	6.9	4.7	13.3	0.0	0.0	0.0
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(地方:都道府県名や地方名がついてる)	3.5	3.8	5.9	22.2	5.7	4.3	2.9	5.4	2.1	5.0	1.7	2.3	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0
雑誌・書籍(電子版を含む)	16.9	0.0	11.8	44.4	20.0	21.7	17.1	20.0	21.3	10.0	16.7	12.9	16.2	26.7	27.3	0.0	28.6
ラジオ(インターネットを含む)	19.7	11.5	17.6	44.4	25.7	26.1	21.4	20.5	27.7	10.0	20.0	14.7	16.2	30.0	9.1	28.6	14.3
インターネットのポータルサイト・アプリ(Yahoo!など)	53.4	38.5	47.1	77.8	31.4	54.3	57.1	48.8	59.6	65.0	56.7	53.0	52.7	63.3	54.5	57.1	57.1
ニュースキュレーションアプリ(SmartNews、LINE NEWS、グノシーなど)	19.5	3.8	41.2	22.2	17.1	8.7	21.4	21.5	14.9	25.0	21.7	17.5	27.0	16.7	36.4	14.3	14.3
専門サイト・アプリ(ITMedia、MERYなど)	4.8	3.8	11.8	11.1	8.6	6.5	4.3	3.9	4.3	0.0	6.7	5.1	2.7	16.7	0.0	0.0	0.0
メールマガジン・ニュースレター(日経新聞、まぐまぐなど)	7.8	11.5	17.6	22.2	11.4	2.2	10.0	6.8	6.4	10.0	10.0	5.1	6.1	20.0	0.0	0.0	14.3
X(旧:Twitter)	28.6	15.4	35.3	44.4	20.0	19.6	30.0	29.3	34.0	40.0	23.3	29.0	29.1	33.3	18.2	14.3	28.6
Instagram	21.8	19.2	41.2	33.3	14.3	21.7	17.1	24.4	29.8	35.0	21.7	21.7	25.0	20.0	9.1	14.3	14.3
TikTok	10.7	3.8	23.5	22.2	14.3	4.3	1.4	13.2	12.8	20.0	1.7	12.0	11.5	13.3	9.1	14.3	0.0
YouTube	45.3	30.8	58.8	66.7	40.0	47.8	51.4	42.4	55.3	60.0	50.0	43.3	48.0	63.3	45.5	57.1	71.4
その他の動画共有サービス(ニコニコ動画など)	6.9	7.7	11.8	22.2	11.4	6.5	10.0	8.8	2.1	5.0	6.7	6.0	8.8	20.0	0.0	0.0	0.0
上記以外のメディア関連企業の公式サイト	4.8	0.0	5.9	11.1	8.6	4.3	5.7	6.3	0.0	10.0	6.7	2.8	4.7	6.7	0.0	0.0	0.0
メディア以外の企業や組織の公式サイト	6.9	0.0	5.9	11.1	5.7	4.3	14.3	7.8	0.0	10.0	11.7	8.3	4.7	13.3	9.1	14.3	0.0
政府・行政機関(都道府県、地方自治体)の公式サイト	14.1	7.7	17.6	33.3	17.1	6.5	22.9	14.6	17.0	15.0	21.7	13.4	12.2	30.0	9.1	14.3	14.3
あなたの家族や友人・知人(LINEやメッセージなどでのやり取り含む)	22.6	15.4	23.5	22.2	17.1	23.9	25.7	22.4	27.7	30.0	33.3	19.4	21.6	36.7	9.1	28.6	28.6

③ 多元性評価 ニュースを取得するメディア・情報源のリーチ(都道府県別3/3)

- 都道府県別にみても、消費者が、特定のメディアだけでなく、複数のメディアから情報を得ている状況は同様である。

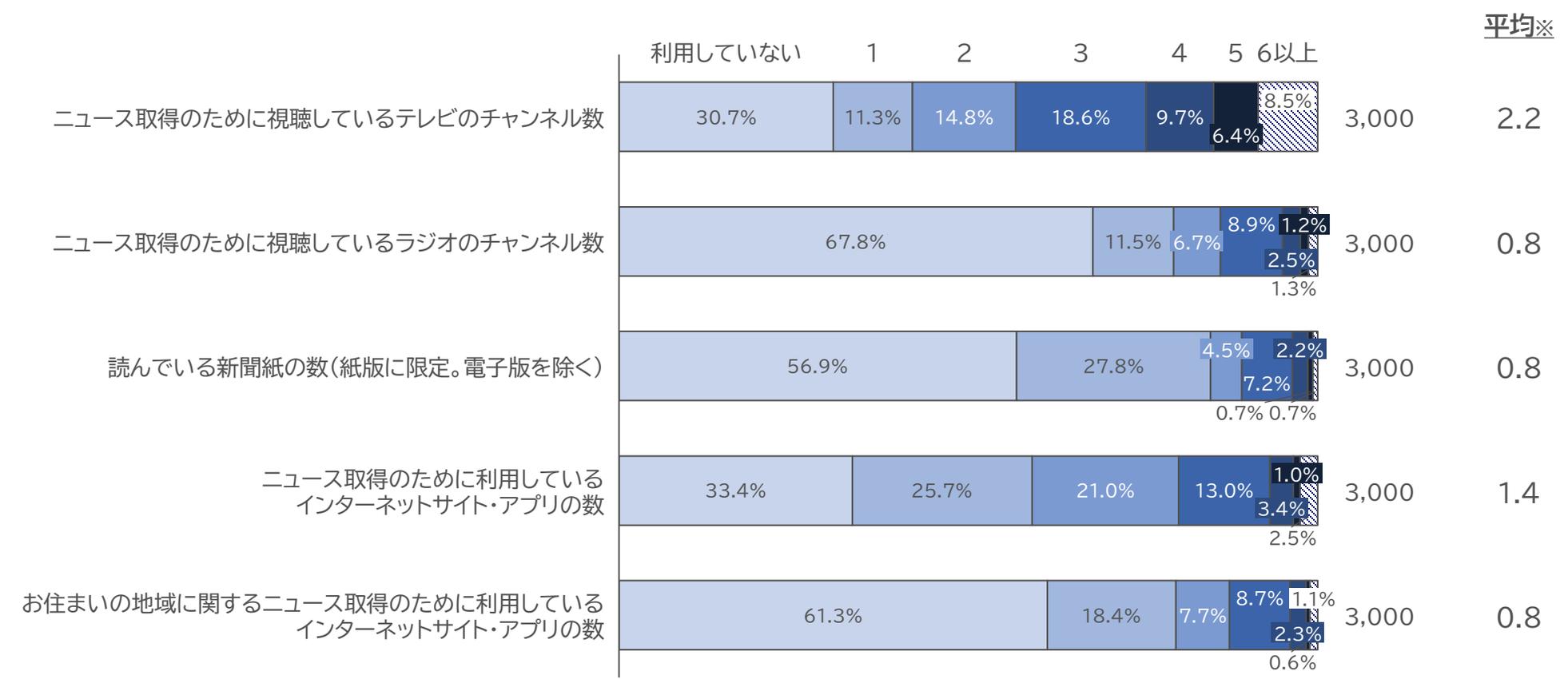
ニュース取得において実際に利用している情報源(都道府県別)

	全体	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
N数	3000	49	79	28	12	26	29	20	150	18	37	29	22	22	33	22
NHKのテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	43.9	40.8	39.2	28.6	33.3	46.2	51.7	40.0	40.0	61.1	43.2	41.4	27.3	22.7	42.4	40.9
民放のテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	53.8	51.0	46.8	39.3	33.3	46.2	58.6	50.0	52.0	72.2	51.4	37.9	40.9	45.5	27.3	59.1
地域ケーブルテレビ局の地域ニュース番組	8.5	14.3	6.3	14.3	16.7	7.7	10.3	5.0	8.0	11.1	13.5	3.4	13.6	9.1	3.0	18.2
NHKのニュース提供サービス・アプリ(NHK NEWS WEB、NHKニュース防災アプリなど)	6.6	2.0	5.1	3.6	0.0	3.8	0.0	5.0	5.3	11.1	2.7	0.0	9.1	0.0	6.1	4.5
民放テレビ局のニュースサイト・アプリ(TBS NEWS DIG、日テレNEWS NNNなど)	5.9	8.2	2.5	10.7	0.0	3.8	3.4	5.0	6.7	0.0	8.1	0.0	4.5	0.0	3.0	4.5
NHKの動画配信サービス(NHKプラス、NHKオンデマンドなど)	7.6	8.2	3.8	10.7	8.3	11.5	0.0	0.0	7.3	5.6	2.7	3.4	9.1	0.0	6.1	9.1
民放の動画配信サービス(TVer、ABEMAなど)	15.9	12.2	11.4	3.6	16.7	15.4	13.8	20.0	17.3	5.6	10.8	10.3	22.7	4.5	9.1	31.8
新聞(紙版・全国紙:朝日新聞、読売新聞、日本経済新聞など)	19.4	12.2	11.4	28.6	16.7	23.1	20.7	10.0	20.7	16.7	16.2	6.9	18.2	13.6	12.1	4.5
新聞(紙版・地方紙:都道府県名や地方名がついている新聞)	13.8	24.5	19.0	7.1	25.0	15.4	20.7	35.0	9.3	16.7	21.6	13.8	13.6	31.8	21.2	22.7
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(全国:朝日新聞デジタルなど)	7.6	2.0	3.8	7.1	0.0	15.4	3.4	5.0	8.0	0.0	5.4	0.0	4.5	4.5	6.1	9.1
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(地方:都道府県名や地方名がついてる)	3.5	2.0	2.5	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	4.7	0.0	2.7	0.0	4.5	0.0	0.0	9.1
雑誌・書籍(電子版を含む)	16.9	18.4	15.2	14.3	8.3	11.5	27.6	15.0	14.7	11.1	5.4	6.9	9.1	9.1	15.2	31.8
ラジオ(インターネットを含む)	19.7	12.2	12.7	14.3	16.7	19.2	20.7	30.0	19.3	22.2	8.1	10.3	22.7	18.2	9.1	40.9
インターネットのポータルサイト・アプリ(Yahoo!など)	53.4	46.9	45.6	35.7	50.0	53.8	58.6	40.0	52.0	50.0	54.1	58.6	72.7	45.5	42.4	81.8
ニュースキュレーションアプリ(SmartNews、LINE NEWS、グノシーなど)	19.5	12.2	11.4	21.4	8.3	15.4	13.8	20.0	21.3	27.8	10.8	24.1	18.2	4.5	6.1	22.7
専門サイト・アプリ(ITMedia、MERYなど)	4.8	0.0	2.5	10.7	8.3	0.0	3.4	5.0	6.0	0.0	2.7	10.3	9.1	0.0	3.0	13.6
メールマガジン・ニュースレター(日経新聞、まぐまぐなど)	7.8	10.2	6.3	10.7	0.0	0.0	3.4	5.0	8.7	16.7	8.1	10.3	9.1	4.5	12.1	18.2
X(旧:Twitter)	28.6	18.4	22.8	25.0	25.0	15.4	13.8	25.0	21.3	22.2	16.2	44.8	22.7	13.6	15.2	45.5
Instagram	21.8	14.3	21.5	14.3	16.7	15.4	24.1	30.0	24.0	27.8	13.5	24.1	45.5	22.7	12.1	36.4
TikTok	10.7	14.3	12.7	7.1	0.0	3.8	6.9	15.0	14.7	22.2	13.5	10.3	18.2	13.6	6.1	4.5
YouTube	45.3	44.9	36.7	42.9	25.0	34.6	37.9	45.0	42.0	55.6	37.8	41.4	59.1	45.5	39.4	54.5
その他の動画共有サービス(ニコニコ動画など)	6.9	2.0	1.3	7.1	8.3	3.8	3.4	10.0	10.7	11.1	8.1	10.3	13.6	9.1	6.1	4.5
上記以外のメディア関連企業の公式サイト	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	5.0	6.0	0.0	2.7	0.0	18.2	9.1	0.0	4.5
メディア以外の企業や組織の公式サイト	6.9	2.0	5.1	0.0	0.0	7.7	13.8	5.0	6.0	0.0	2.7	0.0	13.6	9.1	0.0	9.1
政府・行政機関(都道府県、地方自治体)の公式サイト	14.1	6.1	11.4	3.6	8.3	7.7	24.1	20.0	11.3	16.7	8.1	3.4	31.8	9.1	3.0	13.6
あなたの家族や友人・知人(LINEやメッセージなどでのやり取り含む)	22.6	22.4	24.1	7.1	8.3	19.2	24.1	15.0	21.3	33.3	18.9	6.9	40.9	31.8	15.2	36.4

③ 多元性評価 ニュースを取得するチャンネル・新聞・サイトの数(全国)

■ ニュース取得のために、平均で、テレビは2.2チャンネル、新聞は0.8紙、アプリ・サイトは1.4サイト利用されている。

Q12.あなたが普段、報道・ニュースジャンルの情報・コンテンツ取得に利用している制作者やサービスの数を、以下の項目ごとにお知らせください。[SA]

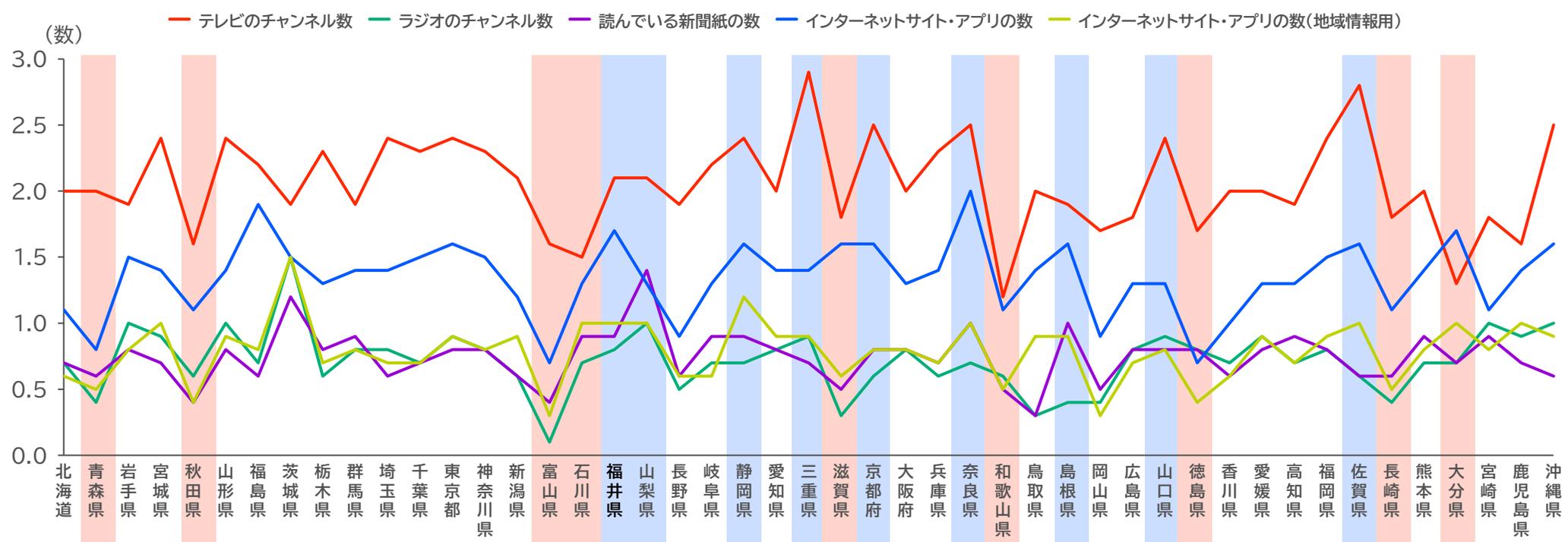


※「6以上」は6として平均を算出

③ 多元性評価 ニュースを取得するチャンネル・新聞・サイトの数(都道府県別)

- 都道府県別にみると、ニュース取得のために情報源として利用している情報数は、どの地域でも一定あるものの、地域ごとの多寡は存在。
- ただし、回答者の認識であり、実際の供給数とは一致しない可能性がある点は留意が必要。

ニュース取得のために情報源として利用している数(都道府県別)



情報源数が多い都道府県(上位25%)

情報源数が少ない都道府県(下位25%)

出所)競争評価本調査(2024年7月)

③ 多元性評価 (独禁法的評価も考慮)

取得情報源の多寡別の番組関連情報(報道)の利用意向

- NHKが想定している新たなニュースサービス(番組関連情報)への利用意向は、利用している情報源が多い地域でやや高く、少ない地域でやや低い傾向。

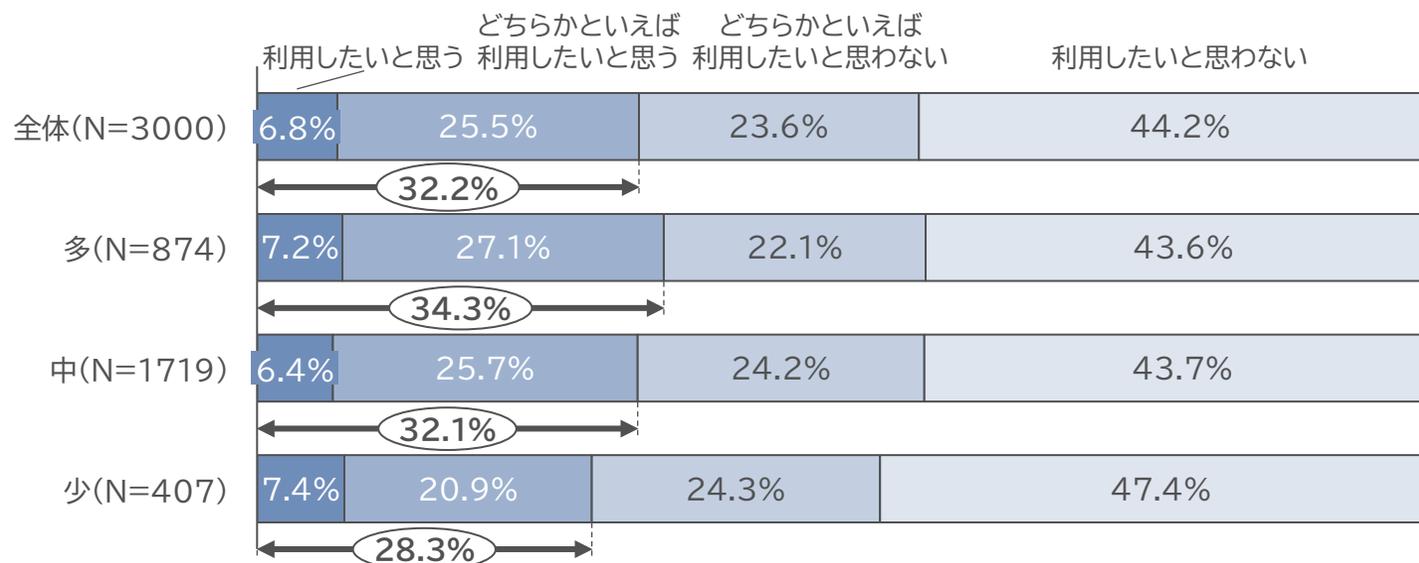
NHKでは、次のようなオンラインでのニュースサービスを提供することを検討しています。

このサービスでは、「公平・公正な、信頼できる、正確な情報」を動画やテキストで提供します。世の中で議論や話題となっている事象や課題、さらに埋もれている重要な事象を偏りなく把握できるようにします。このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ① ニュース速報や、主要なニュース・各地域のニュース、天気・スポーツ、身近な話題やトレンド情報等の動画や記事が、一覧や短くまとめた動画など見やすい形式で配信されます。
- ② 多様な視点を得られるようにするため、様々な分野や地域のニュースが、過去の経緯や背景をとりあげたドキュメンタリー番組などとともに、表示されます。
- ③ SNSなどで広がる偽情報・誤情報に警戒を呼びかけ、正確な情報が提供されます。
- ④ 選挙や感染症などについて、関連するデータがグラフや地図などで示され、自ら関心がある詳細な情報を簡単に確認できるように提供されます。(画像は次ページ)

Q27.このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。[SA]

※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。



③ 多元性評価 (独禁法的評価も考慮)

〔報道〕 番組関連情報のまとめ

- 情報空間への信頼は、どのセグメントでも安心して情報取得できるようになると考える人が一定存在。
- メディアの利用時間では、①で多くの項目で利用時間が増加、②③では増加と減少が同程度。
- 支払については、①で新聞の定期購読が増加すると考える利用者は多く、ネットサービスでは増加と減少が同程度。
②③では増加と減少が同程度。

	情報空間への信頼(安心)	他メディアの利用時間	他メディアへの支払
①既存意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約5割が、安心して情報取得できるようになる 約4割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 多くの項目で、利用時間が増加すると考える人の方が多い 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、増加すると考える利用者の方が多い 他メディアネットサービスでは、支払が増加すると考える加入者と減少すると考える加入者はほぼ同数 (現在も利用者であることから、総体の影響は小さいか)
②新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約3割が、安心して情報取得できるようになる 約6割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、支払が増加すると考える利用者と減少すると考える利用者はほぼ同数 他メディアネットサービスの支払者は、このセグメントには殆どいない
③未契約意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約3割が、安心して情報取得できるようになる 約6割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、支払が増加すると考える利用者と減少すると考える利用者はほぼ同数 他メディアネットサービスの支払者は、このセグメントには殆どいない

Ⅲ 各観点についての 番組関連情報競争分科会の意見と 意見を踏まえた評価

Ⅲ-1 ①放送との同一性判断

観点①:「番組関連情報が放送番組と密接な関連を有する情報であって、放送番組の編集上必要な資料によるものであること(放送との情報内容・価値の同一性)が確保されているか」

◆ 分科会委員の意見は次のとおり

- 「放送と同一の情報内容・価値」を超えて、展開される余地はないか。番組関連情報は「放送と同一の情報内容・価値をインターネットならではの特性に合わせて提供する」というのが基本的なルールだと考える。しかし、「インターネットならではの特性」の解釈によっては、逸脱しかねない。22 頁の「ネットの性質を活かした表現・享受方法に合わせて工夫」の①～⑤の例示は、サービス段階に落とし込む際「放送と同一」を超える可能性はないか。(第1回 稲田委員)
- 分科会においては、「放送との内容の同一性」を特に重視してチェックしていきたいと考えている。(第1回 稲田委員)
- NHK は「放送とネットは同一」と繰り返し説明しているが、ネットを必須業務化した後に「放送とネットが同一」の方針を順守するために、局内でどのような取り組みをしていくのか、説明してほしい。先日発表した組織改革に沿って、コンテンツの取材～制作～放送・配信までの仕事の進め方がどう変わるのか。(第2回 稲田委員)
- パーソナライゼーションについて、13頁で、テレビでは時系列に番組が並ぶので、見たくない情報を見た後に見たい情報を見ることになる、ネットではタップして見ることになるのである程度、見たいものを見る傾向は出てしまうことになると思う。放送と同等の多様な情報に触れさせようとすると、多様な情報をタップさせる必要があるのではないか。これはなかなか難しいことと思うが、将来的な課題としてパーソナライズしたうえで、放送と同等の多様な番組触れられるようにしていただきたい。(第3回 黒田委員)
- 会員登録やログインを求めず、受信契約を厳密に求めないのであれば、ユーザーは事実上無料で継続的に利用できることになる。「ネットのみの利用であっても、特殊な負担金である受信料の支払いや受信契約を求める」という今回の法改正の趣旨に反すると考える。今回の「誤受信防止措置」の仕組みでは受信料負担者との公平性に問題があり、影響はより深刻になる。ネットで放送と同一価値のサービスを事実上無料で利用できるなら、ユーザーはテレビの受信契約をしなくなるのではないか。新聞をはじめとする民間のメディアは購読料や視聴契約といった収入を得て運営しており、無料の場合でも広告収入などの対価を得ている。受信料制度を基盤に全国で取材・報道活動を行う NHK が事実上、無料で運営するのであれば競争は成り立たず、メディアの多元性を脅かすと考える。(第3回 稲田委員)
- スマートフォンでも手軽に利用できるようになれば、事実上の無料になることの影響は特に大きい。放送の視聴を目的とするテレビとは異なり、汎用型端末であるスマートフォンに即した誤受信防止措置の仕組みを講じるべきだ。(第3回 稲田委員)

◆ 意見

- 「インターネットならではの特性」については、組織・方針によって、解釈の逸脱を防ぐガバナンスが前提である。
- 「ネットの特性を活かした表現・享受方法の工夫」をサービスに落とし込む際、「放送と同一の価値・受益」を超えることがないようにすべき。
- 多様性を確保するという方針を守るよう、様々な工夫をしていくことが、重要である。
- 受信料制度、信頼できる多元性確保の遵守に照らし、サブスクリプションとなってはならないが、適切なフリーライド抑止が重要である。
- スマートフォンでも手軽に利用できるようになれば、事実上の無料になることの影響は特に大きい。汎用型端末であるスマートフォンに即した誤受信防止措置の仕組みを講じるべきだ。
- 以上のような点について、継続的にチェックを行っていくことが重要である。

上記のような指摘を踏まえることで、確保できるのではないか

Ⅲ-2 ②独占禁止法の市場評価

観点②:「公正な競争を阻害するおそれがないか」

◆ 分科会委員の意見は次のとおり

- 「公正な競争」という文言は多様な解釈が可能である。公取委の考える「公正な競争」とは、「不適切な競争手段が用いられることなく事業者間で自由な競争が行われている状態」といったものを念頭に置いているのに対し、総務省などは「先行し又は支配的な事業者がその市場における優越的な立場を利用することによってその他の事業者が不利な立場に置かれることのないような状態」を想起しているようでもある。このように、人や組織によって「公正競争」に関する概念がかなり異なっており、しかもその違いを解消することは困難だと思われるので、評価の取りまとめに当たっては、「公正な競争」について、それがいかなる考え方に立っているものであるかを明確に示すことが必要である。場合によってはそれぞれ異なる視点に立った複数の評価を併記することも有益ではないかと考える。(第1回 山田委員)
- これまでNHKはインターネット活用業務として、理解増進情報を実施してこられ、上限として予算上のキャップをはめていた。今回は予算の制約はあるのかどうか、そしてそれは公正競争に資するのではないか、という点は論点としてあると思う。(第1回 高田委員)
- NHKは偽情報や偏った情報を供給しないことにより、信頼できるメディアの基準を供給する事で、他のメディアの需要を増加させる正の外部性を発揮しうる。このような信頼の供給元となる情報については正の外部性の存在があり、番組関連情報を積極的に配信していくことが公正な競争に繋がると考えられる。(第2回 黒田委員)
- 経済理論では同一の競争手段であっても市場における地位の違いによってその効果は変わってくる。公取の公正な競争の考え方は様々な市場環境を想定した一般論であり、総務省の競争評価における公正な競争は旧国営の支配的事業者が存在することに条件付けた特殊ケースである。つまり、公取の公正競争の考え方は総務省の考え方を内包していると考えられる。(第2回 黒田委員)

観点②:「公正な競争を阻害するおそれがないか」

◆ 分科会委員の意見は次のとおり

- 分科会で議論される競争評価のプロセスはこれまでの議論を踏まえ、「メディアの多元性」と「放送と同一の価値・受益」をもたらすことを前提に議論されていくと理解している。経済学的な「公正競争」とは意味合いが異なるものだと考える。
(第1回 稲田委員)
- 「公正な競争の阻害」及び「地方向けを含めた他メディアにおける質の高い情報発信の確保」に関しては、まずは NHK が実施する調査や、他メディアの意見等から影響の有無を点検していく必要があると考える。そのうえで、影響をみるためのより良い手法等については分科会で議論を進めていくよう要望する。分科会を来年度以降も継続的に開催するとともに、問題があると判断した場合は、分科会を速やかに開催するよう要請する。
(第2回 稲田委員)
- 現状得られる情報からだとアリックス社の実施した回帰分析をして、どんな人がどういう行動パターンなのかの相関を見ることしかできないと思われる。サービスが始まった後に、何がしかの因果関係を特定できる統計的分析手法を使っていくことが必要。
(第3回 黒田委員)
- 独禁法の執行という観点からみると、競争関係にあるかどうかというのは、通常、同様のサービス間で代替関係がみられるかどうかで判断する。今回の分析結果を見る限り、NHKのオンラインサービスと他のオンラインサービスとの間には必ずしも明確な代替関係は認められないようだ。あくまでも今回は限られたデータによる分析なので、次年度以降はより精緻な分析を行うことが重要である。
(第3回 山田委員)
- 「放送法との適合」の点において、第三者は、苦情申し立てなどを含めどのように関与できるのか。
(第3回 青柳委員)

公正な競争確保の観点についての評価

◆ ネット調査*による影響評価については各分野について次のような結果となった。

- 情報空間への信頼(安心)については、どのセグメント※でも安心して情報取得できるようになると考える人が一定以上存在する
- 他メディアの利用時間については、影響の出やすい既存意向者※で多くの項目で利用時間が増加すると考える人が多い
- 他メディアの支払については、影響の出やすい既存意向者※で新聞の定期購読など他の支払が増加すると考える利用者は多い

※想定しているNHKの番組関連情報を利用し、影響を受ける可能性のある利用意向者を、次の3つのセグメントに分類した

- ①既存のNHKサービスを利用しておりすぐに利用される可能性のある“既存意向者”、
- ②既存のNHKサービスを利用しておらず実際に利用するまでにやや障壁のある“新規意向者”、
- ③受信契約がなく支払障壁のある“未契約意向者”

◆ 独禁法事案で活用される経済コンサルティング会社による“競争評価本調査*を基にした回帰分析”で 次のことがわかった。

- NHKのサービスが市場全体を拡大させるとともに、NHK以外のサービスの利用を減少させる一方で増加させる効果もあると考えられること

現時点の想定サービスでは、独禁法的評価においては、
問題があるとは言えないのではないか

*業務規程策定時の想定による調査であることに留意

Ⅲ-3 ③多元性評価

③ 多元性評価 意見整理

観点③:「質の高い情報発信が、協会だけでなく、地方向けを含めた他のメディアにおいても確保されているか」

◆ 分科会委員の意見は次のとおり

- 多元性の検証と競争の評価というのは、若干ディメンションが違うような気がする。純経済学的な意味での競争というのは、市場でどれだけ効率的な競争が行われているのか、NHKが新しいサービスを始めたときに既存のサービスは押し出されてしまうのか、それとも市場全体の需要が増えるのかというような観点で判断されるのに対し、多元性というのは、恐らく、NHKが新しいサービスを始めたとしても、他のメディアその他いろいろな情報提供の経路はきちんと確保されるのか、これまでと同様にちゃんと共存していけるというような観点で判断されるものというイメージかと思う。これは競争の効率性とは違う基準によって判断されるものだと思うので、両者を切り分けて考えていくことが必要である。
(第1回 山田委員)
- 「メディアの多元性」、つまり取材に基づく情報を日常的に提供する、自律したメディアが全国各地に複数存在し、国民・視聴者がそうした情報に接することにある状態にあることが極めて重要だと考えている。
(第2回 稲田委員)
- 多元性は供給者の属性として観測されることになっている。Ofcom「Measuring media plurality」でも同様の考え方が採用されている。しかし供給者が多様であっても報道内容の質の多様性が確保されるとは限らない。2011年時点では報道内容の多元性を直接評価する事が困難であったためこのような手法がとられたのだろうが、近年の自然言語分析の技術を使えば供給者の属性ではなく、報道内容によって傾向を把握する事も可能になってきている。
(第2回 黒田委員)
- 調査結果から「NHK のネットサービスによって民間のサービスが悪影響を受けることはない」といった分析・結論を導き出している。設問を見ると受信料を支払う必要があるとの本質を回答者に十分伝えていないと言えない。このため調査結果自体に疑義がある。
(第3回 稲田委員)

③ 多元性評価 メディアの多元性の観点についての評価

◆ 現在の状況について

- 今回の調査*では、全国的に、消費者が、特定のメディアだけでなく、複数のメディアから情報を得ている状況であった。
- ニュース取得のために、平均で、テレビは2.2チャンネル、新聞は0.8紙、アプリ・サイトは1.4サイト利用されていることがわかった。
- ニュース取得のために情報源として利用している情報数は、どの地域でも一定あるものの、地域毎に多寡は存在する。

◆ 必須化後の多元性の評価について

- 委員の皆様からのご意見を参考にしながら、基本的には今回実施した調査結果を基に、上記の状況がどのように推移するかを確認していきたい。
- 取得メディア数が少ないところにおいても、悪影響が想定されない。

現時点の想定サービスでは、多元性評価においては、問題があるとは言えないのではないか

*業務規程策定時の想定による調査であることに留意

IV 各観点の評価を踏まえた判断

各観点の評価を踏まえた判断

観点①:「番組関連情報が放送番組と密接な関連を有する情報であって、放送番組の編集上必要な資料によるものであること(放送との情報内容・価値の同一性)が確保されているか」

分科会委員の指摘を踏まえることで、確保できるのではないか

観点②:「公正な競争を阻害するおそれがないか」

現時点の想定サービスでは、独禁法的評価においては、問題があるとは言えないのではないか

観点③:「質の高い情報発信が、協会だけでなく、地方向けを含めた他のメディアにおいても確保されているか」

現時点の想定サービスでは、多元性評価においては、問題があるとは言えないのではないか

以上により、「公正な競争の確保」に適合するものと判断

経営委員会の判断(総括)～経営委員会議事録(委員長発言)から

番組関連情報配信の業務規程の議決にあたり、経営委員会としてひと言申し上げます。経営委員会では、前回、前々回とガバナンス協議会を開催し、番組関連情報配信の業務規程について執行部に説明を求め、審議・検討を重ねてきました。そして本日経営委員会は、執行部から提案された業務規程案について、法令の求める要件に形式的、実効的に適合しているかどうか総合的に考慮したうえで、現時点では相当と判断し、議決しました。

改正放送法により、必須業務である番組関連情報の配信の業務を協会みずからの判断と責任において適正に執行するため、実施に関する業務規程を定めることになりました。

そして、業務規程を策定する際には、①公衆の要望の満足、②生命や身体の安全確保、③公正な競争の確保という3つの要件に適合する必要があります。

執行部は、①公衆の要望の満足、②生命や身体の安全確保については、放送番組審議会に番組関連情報配信業務の編集方針(案)について諮問し、可とする答申を得ていることから、要件に適合していると判断しました。経営委員会としては妥当なものと考えます。

③公正な競争の確保については、執行部はまずサービスイメージをもとに、3,000人を対象に行ったインターネット調査による影響評価や、独禁法事案で活用されている経済コンサルティング会社による専門調査を実施したうえで、学識経験者、メディア関係者で構成され、NHKが実施する市場調査・分析に関して意見を述べる競争評価分科会に意見聴取したうえで、「問題があるとは言えない」という判断をしています。

加えて、「放送と同一の情報内容・価値」「多元性の確保」という観点についても、同分科会の意見も勘案したうえで、業務規程案を策定しています。

さらに、配信業務開始後も執行部では、競争評価分科会を適宜開催することも含めて、問題があれば感知、改善できる仕組みを構築することも確認しました。

市場調査と専門家・関係者への意見聴取を行っており、一定の客観性と信頼性が担保された判断プロセスであり、妥当なものと考えます。

また、当該業務の種類、内容、実施に要する費用の規模を含んだ実施方法について具体的に明記してあることなども確認しました。

以上のような確認を経て、冒頭述べたように、現時点では相当と判断しました。

業務規程では、各年度の終了後に、当該業務の実施状況を取りまとめることにしています。経営委員会は、配信開始後の評価プロセスを重視していますので、実施状況について、執行部は、適宜、報告をお願いします。経営委員会は継続的にモニタリングし、監督責任を果たしていきます。

最後に、経営委員会では、必須業務開始後も、公正な競争評価によるメディアの多元性の維持を重要視するとともに、インターネットサービスを通じて、視聴者・国民の皆さまの多様なニーズに対応することが極めて重要と考えています。執行部には、経営委員会で出た「公共メディアとしての使命達成」「公共メディアの価値を裏付けるエビデンス」「情報セキュリティ確保」「外部プラットフォームの利用」「視聴者・国民の皆さまにご理解いただける受信料体系および水準」などの意見も考慮していただき、必須業務の開始に向けて、視聴者・国民の皆さまの期待に応えられるよう、万全の準備を進めていただきたい、このように考えています。

業務規程補足資料(番組関連情報競争評価分科会)

◆ 「インターネット活用業務審査・評価委員会」の委員のうち会長が指名する者

おおくぼ なおき
大久保 直樹 氏

学習院大学法学部教授(経済法)

くろだ としふみ
黒田 敏史 氏

東京経済大学経済学部准教授(応用経済学、情報通信政策)

◆ その他市場競争の評価等に知見を有する学識経験者の中から会長が委嘱する者

あおやぎ ゆか
青柳 由香 氏

法政大学法学部教授(公益事業分野競争法)

やまだ ひろし
山田 弘 氏

専修大学大学院経済学研究科客員教授・元公正取引委員会審査局長

◆ メディア関係者等の中から会長が委嘱する者

いなだ ひでお
稲田 日出男 氏

日本新聞協会メディア開発委員会

「通信・放送メディアの将来像と法制度に関する研究会」代表幹事

たかた ひとし
高田 仁 氏

日本民間放送連盟企画部長

番組関連情報競争評価分科会 意見整理

- 1. 放送との同一性判断について..... 4
- 2. 独占禁止法的市場評価について..... 7
- 3. 多元性評価について..... 11

1.放送との同一性判断

◆ 意見

- 「インターネットならではの特性」については、組織・方針によって、解釈の逸脱を防ぐガバナンスが前提である。
- 「ネットの特性を活かした表現・享受方法の工夫」をサービスに落とし込む際、「放送と同一の価値・受益」を超えることがないようにすべき。
- 多様性を確保するという方針を守るよう、様々な工夫をしていくことが、重要である。
- 受信料制度、信頼できる多元性確保の遵守に照らし、サブスクリプションとなってはならないが、適切なフリーライド抑止が重要である。
- スマートフォンでも手軽に利用できるようになれば、事実上の無料になることの影響は特に大きい。汎用型端末であるスマートフォンに即した誤受信防止措置の仕組みを講じるべきだ。
- 以上のような点について、継続的にチェックを行っていくことが重要である。

上記のような指摘を踏まえることで、確保できるのではないか

観点①:「番組関連情報が放送番組と密接な関連を有する情報であって、放送番組の編集上必要な資料によるものであること(放送との情報内容・価値の同一性)が確保されているか」

◆ 分科会委員の意見は次のとおり

- 「放送と同一の情報内容・価値」を超えて、展開される余地はないか。番組関連情報は「放送と同一の情報内容・価値をインターネットならではの特性に合わせて提供する」というのが基本的なルールだと考える。しかし、「インターネットならではの特性」の解釈によっては、逸脱しかねない。22 頁の「ネットの性質を活かした表現・享受方法に合わせて工夫」の①～⑤の例示は、サービス段階に落とし込む際「放送と同一」を超える可能性はないか。(第1回 稲田委員)
- 分科会においては、「放送との内容の同一性」を特に重視してチェックしていきたいと考えている。(第1回 稲田委員)
- NHK は「放送とネットは同一」と繰り返し説明しているが、ネットを必須業務化した後に「放送とネットが同一」の方針を順守するために、局内でどのような取り組みをしていくのか、説明してほしい。先日発表した組織改革に沿って、コンテンツの取材～制作～放送・配信までの仕事の進め方がどう変わるのか。(第2回 稲田委員)
- パーソナライゼーションについて、13頁で、テレビでは時系列に番組が並ぶので、見たくない情報を見た後に見たい情報を見ることになる、ネットではタップして見るようになるのである程度、見たいものを見る傾向は出てしまうことになると思う。放送と同等の多様な情報に触れさせようとする、多様な情報をタップさせる必要があるのではないか。これはなかなか難しいことと思うが、将来的な課題としてパーソナライズしたうえで、放送と同等の多様な番組触れられるようにしていただきたい。(第3回 黒田委員)
- 会員登録やログインを求めず、受信契約を厳密に求めないのであれば、ユーザーは事実上無料で継続的に利用できることになる。「ネットのみの利用であっても、特殊な負担金である受信料の支払いや受信契約を求める」という今回の法改正の趣旨に反すると考える。今回の「誤受信防止措置」の仕組みでは受信料負担者との公平性に問題があり、影響はより深刻になる。ネットで放送と同一価値のサービスを事実上無料で利用できるなら、ユーザーはテレビの受信契約をしなくなるのではないか。新聞をはじめとする民間のメディアは購読料や視聴契約といった収入を得て運営しており、無料の場合でも広告収入などの対価を得ている。受信料制度を基盤に全国で取材・報道活動を行う NHK が事実上、無料で運営するのであれば競争は成り立たず、メディアの多元性を脅かすと考える。(第3回 稲田委員)
- スマートフォンでも手軽に利用できるようになれば、事実上の無料になることの影響は特に大きい。放送の視聴を目的とするテレビとは異なり、汎用型端末であるスマートフォンに即した誤受信防止措置の仕組みを講じるべきだ。(第3回 稲田委員)

II-2. 独占禁止法の市場評価

公正な競争確保の観点についての評価

◆ ネット調査*による影響評価については各分野について次のような結果となった。

- 情報空間への信頼(安心)については、どのセグメント※でも安心して情報取得できるようになると考える人が一定以上存在する
- 他メディアの利用時間については、影響の出やすい既存意向者※で多くの項目で利用時間が増加すると考える人が多い
- 他メディアの支払については、影響の出やすい既存意向者※で新聞の定期購読など他の支払が増加すると考える利用者は多い

※想定しているNHKの番組関連情報を利用し、影響を受ける可能性のある利用意向者を、次の3つのセグメントに分類した

- ①既存のNHKサービスを利用しておりすぐに利用される可能性のある“既存意向者”、
- ②既存のNHKサービスを利用しておらず実際に利用するまでにやや障壁のある“新規意向者”、
- ③受信契約がなく支払障壁のある“未契約意向者”

◆ 独禁法事案で活用される経済コンサルティング会社による“競争評価本調査*を基にした回帰分析”で次のことがわかった。

- NHKのサービスが市場全体を拡大させるとともに、NHK以外のサービスの利用を減少させる一方で増加させる効果もあると考えられること

現時点の想定サービスでは、独禁法的評価においては、
問題があるとは言えないのではないかと

*業務規程策定時の想定による調査であることに留意

観点②:「公正な競争を阻害するおそれがないか」

◆ 分科会委員の意見は次のとおり

- 「公正な競争」という文言は多様な解釈が可能である。公取委の考える「公正な競争」とは、「不適切な競争手段が用いられることなく事業者間で自由な競争が行われている状態」といったものを念頭に置いているのに対し、総務省などは「先行し又は支配的な事業者がその市場における優越的な立場を利用することによってその他の事業者が不利な立場に置かれることのないような状態」を想起しているようでもある。このように、人や組織によって「公正競争」に関する概念がかなり異なっており、しかもその違いを解消することは困難だと思われるので、評価の取りまとめに当たっては、「公正な競争」について、それがいかなる考え方に立っているものであるかを明確に示すことが必要である。場合によってはそれぞれ異なる視点に立った複数の評価を併記することも有益ではないかと考える。(第1回 山田委員)
- これまでNHKはインターネット活用業務として、理解増進情報を実施してこられ、上限として予算上のキャップをはめていた。今回は予算の制約はあるのかどうか、そしてそれは公正競争に資するのではないか、という点は論点としてあると思う。(第1回 高田委員)
- NHKは偽情報や偏った情報を供給しないことにより、信頼できるメディアの基準を供給する事で、他のメディアの需要を増加させる正の外部性を発揮しうる。このような信頼の供給元となる情報については正の外部性の存在があり、番組関連情報を積極的に配信していくことが公正な競争に繋がると考えられる。(第2回 黒田委員)
- 経済理論では同一の競争手段であっても市場における地位の違いによってその効果は変わってくる。公取の公正な競争の考え方は様々な市場環境を想定した一般論であり、総務省の競争評価における公正な競争は旧国営の支配的事業者が存在することに条件付けた特殊ケースである。つまり、公取の公正競争の考え方は総務省の考え方を内包していると考えられる。(第2回 黒田委員)

観点②:「公正な競争を阻害するおそれがないか」

◆ 分科会委員の意見は次のとおり

- 分科会で議論される競争評価のプロセスはこれまでの議論を踏まえ、「メディアの多元性」と「放送と同一の価値・受益」をもたらすことを前提に議論されていくと理解している。経済学的な「公正競争」とは意味合いが異なるものだと考える。
(第1回 稲田委員)
- 「公正な競争の阻害」及び「地方向けを含めた他メディアにおける質の高い情報発信の確保」に関しては、まずは NHK が実施する調査や、他メディアの意見等から影響の有無を点検していく必要があると考える。そのうえで、影響をみるためのより良い手法等については分科会で議論を進めていくよう要望する。分科会を来年度以降も継続的に開催するとともに、問題があると判断した場合は、分科会を速やかに開催するよう要請する。
(第2回 稲田委員)
- 現状得られる情報からだとアリックス社の実施した回帰分析をして、どんな人がどういう行動パターンなのかの相関を見ることしかできないと思われる。サービスが始まった後に、何がしかの因果関係を特定できる統計的分析手法を使っていくことが必要。
(第3回 黒田委員)
- 独禁法の執行という観点からみると、競争関係にあるかどうかというのは、通常、同様のサービス間で代替関係がみられるかどうかで判断する。今回の分析結果を見る限り、NHKのオンラインサービスと他のオンラインサービスとの間には必ずしも明確な代替関係は認められないようだ。あくまでも今回は限られたデータによる分析なので、次年度以降はより精緻な分析を行うことが重要である。
(第3回 山田委員)
- 「放送法との適合」の点において、第三者は、苦情申し立てなどを含めどのように関与できるのか。
(第3回 青柳委員)

3.多元性評価

③ 多元性評価 メディアの多元性の観点についての評価

◆ 現在の状況について

- 今回の調査*では、全国的に、消費者が、特定のメディアだけでなく、複数のメディアから情報を得ている状況であった。
- ニュース取得のために、平均で、テレビは2.2チャンネル、新聞は0.8紙、アプリ・サイトは1.4サイト利用されていることがわかった。
- ニュース取得のために情報源として利用している情報数は、どの地域でも一定あるものの、地域毎に多寡は存在する。

◆ 必須化後の多元性の評価について

- 委員の皆様からのご意見を参考にしながら、基本的には今回実施した調査結果を基に、上記の状況がどのように推移するかを確認していきたい。
- 取得メディア数が少ないところにおいても、悪影響が想定されない。

現時点の想定サービスでは、多元性評価においては、問題があるとは言えないのではないか

*業務規程策定時の想定による調査であることに留意

観点③:「質の高い情報発信が、協会だけでなく、地方向けを含めた他のメディアにおいても確保されているか」

◆ 分科会委員の意見は次のとおり

- 多元性の検証と競争の評価というのは、若干ディメンションが違うような気がする。純経済学的な意味での競争というのは、市場でどれだけ効率的な競争が行われているのか、NHKが新しいサービスを始めたときに既存のサービスは押し出されてしまうのか、それとも市場全体の需要が増えるのかというような観点で判断されるのに対し、多元性というのは、恐らく、NHKが新しいサービスを始めたとしても、他のメディアその他いろいろな情報提供の経路はきちんと確保されるのか、これまでと同様にちゃんと共存していけるというような観点で判断されるものというイメージかと思う。これは競争の効率性とは違う基準によって判断されるものだと思うので、両者を切り分けて考えていくことが必要である。
(第1回 山田委員)
- 「メディアの多元性」、つまり取材に基づく情報を日常的に提供する、自律したメディアが全国各地に複数存在し、国民・視聴者がそうした情報に接することにある状態にあることが極めて重要だと考えている。
(第2回 稲田委員)
- 多元性は供給者の属性として観測されることになっている。Ofcom「Measuring media plurality」でも同様の考え方が採用されている。しかし供給者が多様であっても報道内容の質の多様性が確保されるとは限らない。2011年時点では報道内容の多元性を直接評価する事が困難であったためこのような手法がとられたのだろうが、近年の自然言語分析の技術を使えば供給者の属性ではなく、報道内容によって傾向を把握する事も可能になってきている。
(第2回 黒田委員)
- 調査結果から「NHK のネットサービスによって民間のサービスが悪影響を受けることはない」といった分析・結論を導き出している。設問を見ると受信料を支払う必要があるとの本質を回答者に十分伝えていないとは言えない。このため調査結果自体に疑義がある。
(第3回 稲田委員)

参考

参考

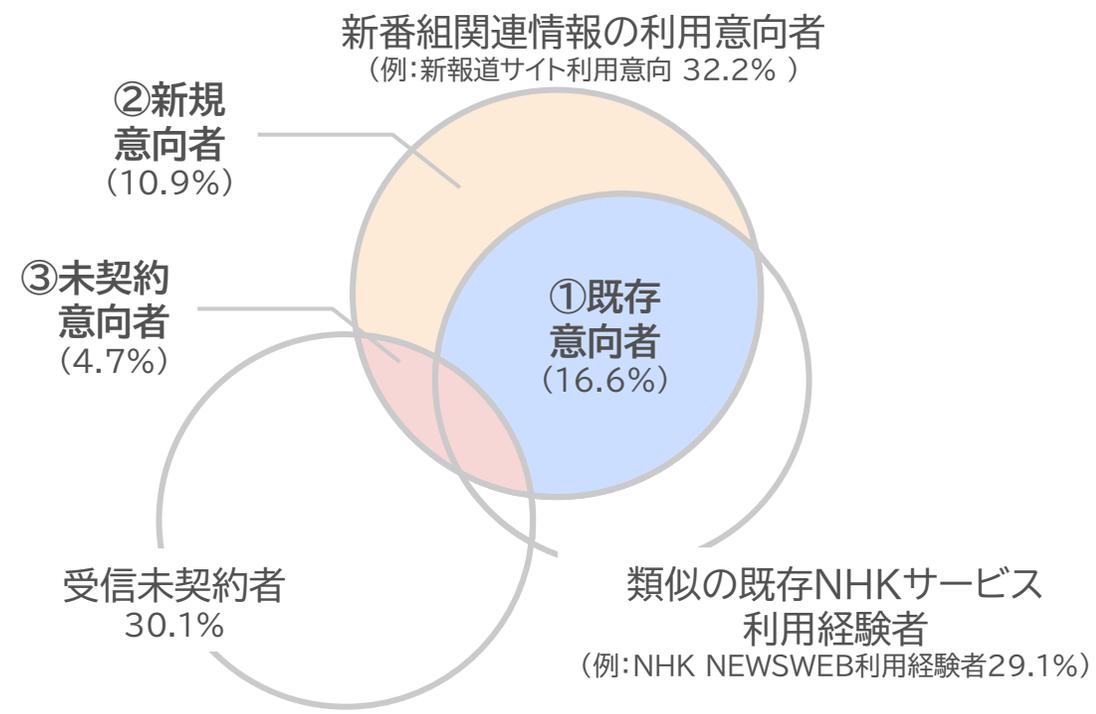
2-①. ネット調査による影響評価

② 独禁法的市場評価

参考

影響評価 分析の前提・考え方

- 想定しているNHKの番組関連情報を利用し、影響を受ける可能性のある利用意向者を、既存のNHKサービスを利用しておらずに利用される可能性のある①既存意向者、既存のNHKサービスを利用しておらず実際に利用するまでにやや障壁のある②新規意向者、受信契約がなく支払障壁のある③未契約意向者の3つに分類する。
- これら3つのセグメントで影響の生じ方が異なると想定されるため、これらに分類した上で分析を行う。



注) 数値は、報道サイトにおける例。領域によって値は異なる
 注) 既存利用かつ未契約者は、③未契約者に分類
 注) 未契約者は、「受信料契約なし」または「わからない」と回答した人

利用意向者の分類	競争への影響
新番組関連情報の利用意向者	<ul style="list-style-type: none"> 番組関連情報を利用し、影響を受ける可能性のある人全体
① 既存意向者	<ul style="list-style-type: none"> 新番組関連情報と類似の既存のNHKサービスの利用経験がある、利用意向者 利用障壁が最も低く、影響が最初出やすい。一方で、既存サービスでの影響は既に発生しており、サービスの変更が少なければ影響も小さい
② 新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> 類似のNHKサービスの利用経験がない、受信契約のある利用意向者 既存のNHKサービス利用者にと比べると、認知の障壁が存在するため利用されにくい
③ 未契約意向者	<ul style="list-style-type: none"> 受信契約のない利用意向者 新番組関連情報は、受信契約が前提となるため、支払障壁が存在する

- NHKが想定している新たなニュースサービス(番組関連情報)への利用意向は32.2%。
そのうち、①既存意向者は16.6%、②新規意向者は10.9%、③未契約意向者は4.7%。

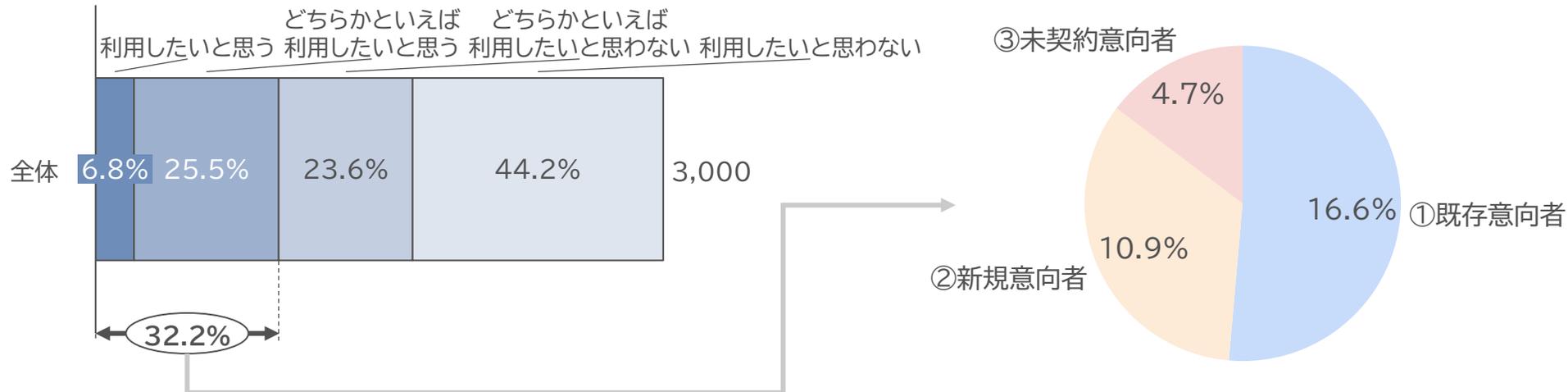
NHKでは、次のようなオンラインでのニュースサービスを提供することを検討しています。

このサービスでは、「公平・公正な、信頼できる、正確な情報」を動画やテキストで提供します。世の中で議論や話題となっている事象や課題、さらに埋もれている重要な事象を偏りなく把握できるようにします。このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ①ニュース速報や、主要なニュース・各地域のニュース、天気・スポーツ、身近な話題やトレンド情報等の動画や記事が、一覧や短くまとめた動画など見やすい形式で配信されます。
- ②多様な視点を得られるようにするため、様々な分野や地域のニュースが、過去の経緯や背景をとりあげたドキュメンタリー番組などとともに、表示されます。
- ③SNSなどで広がる偽情報・誤情報に警戒を呼びかけ、正確な情報が提供されます。
- ④選挙や感染症などについて、関連するデータがグラフや地図などで示され、自ら関心がある詳細な情報を簡単に確認できるように提供されます。(画像は次ページ)

Q27.このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。[SA]

※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。



出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

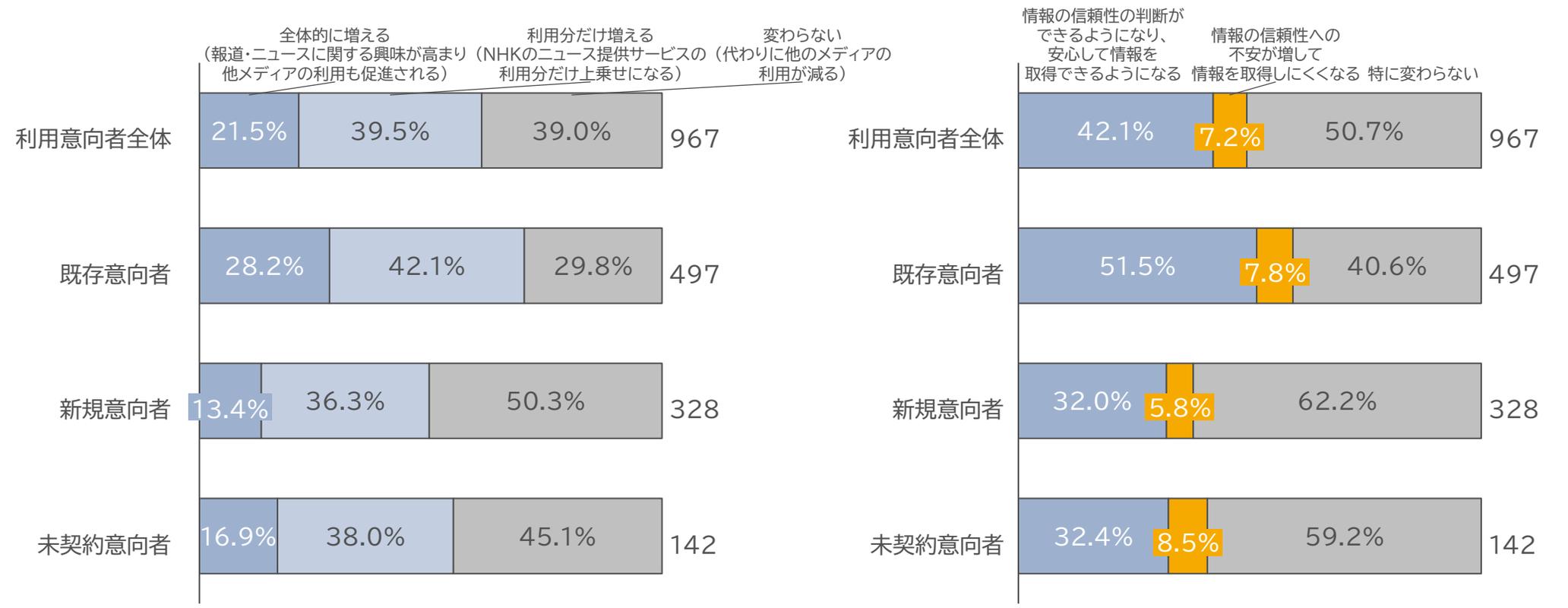


〔報道〕 番組関連情報のメディア全体の利用時間・信頼への影響

■ NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用によって、情報を取得する総時間は増えると思う人が61.0%、情報を取得する際の気持ちは信頼が増すと思う人が42.1%。

【新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】
Q28.前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用することで、あなたが報道・ニュースジャンルでの**情報・コンテンツを取得する総時間**はどのように変わるとお考えですか。[SA]

【新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】
Q29.Q27で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用することで、あなたがインターネット上の**情報・コンテンツ全般を取得するときの気持**はどのように変わるとお考えですか。[SA]

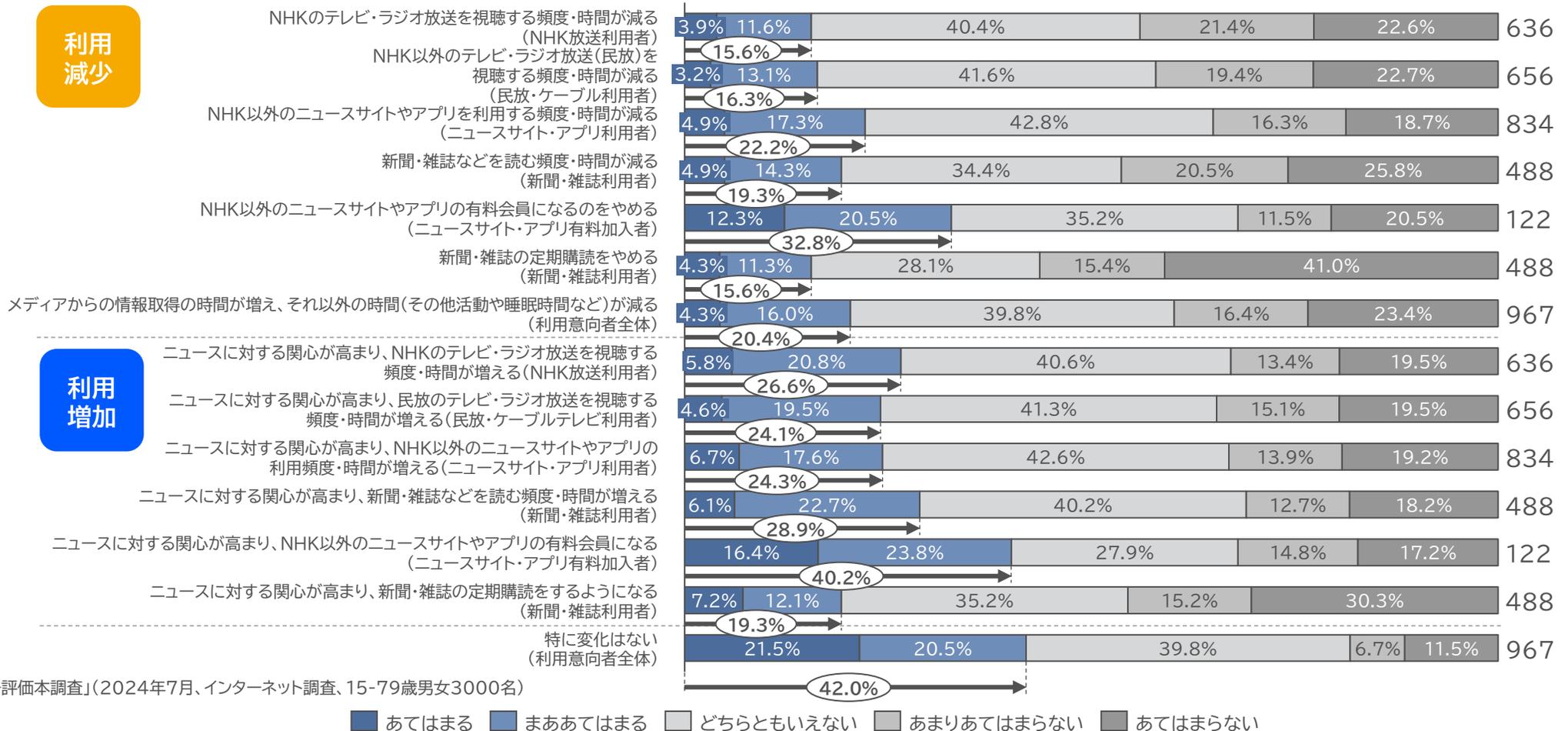


出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

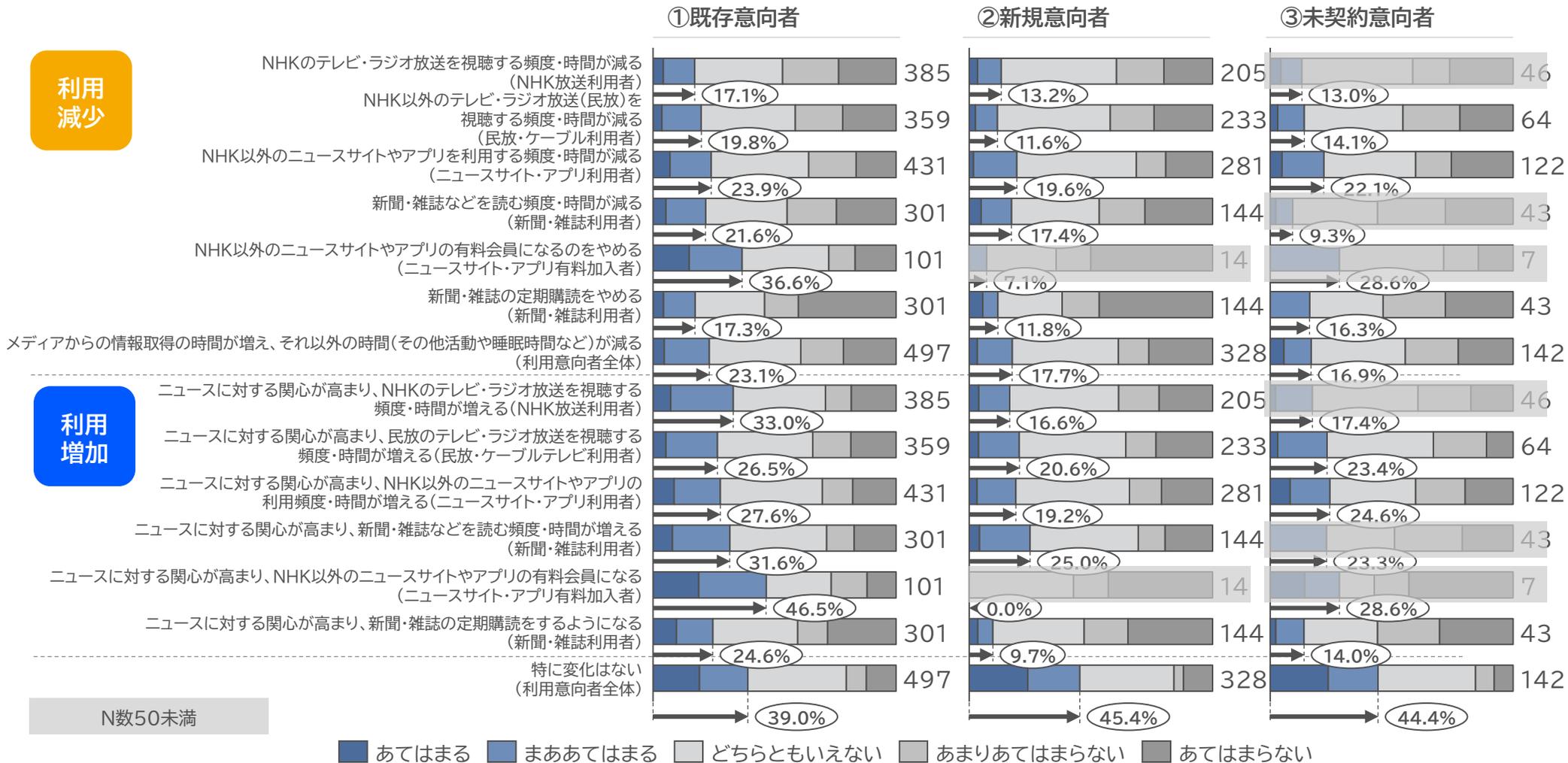
■ NHKサービスを利用することで、他のメディアの利用が増加すると考える人は、利用が減少すると考える人を上回っている。

【新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】Q30.あなたがQ27で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用することで、他のメディアからのニュース取得にどのような影響があると思いますか。[SA]

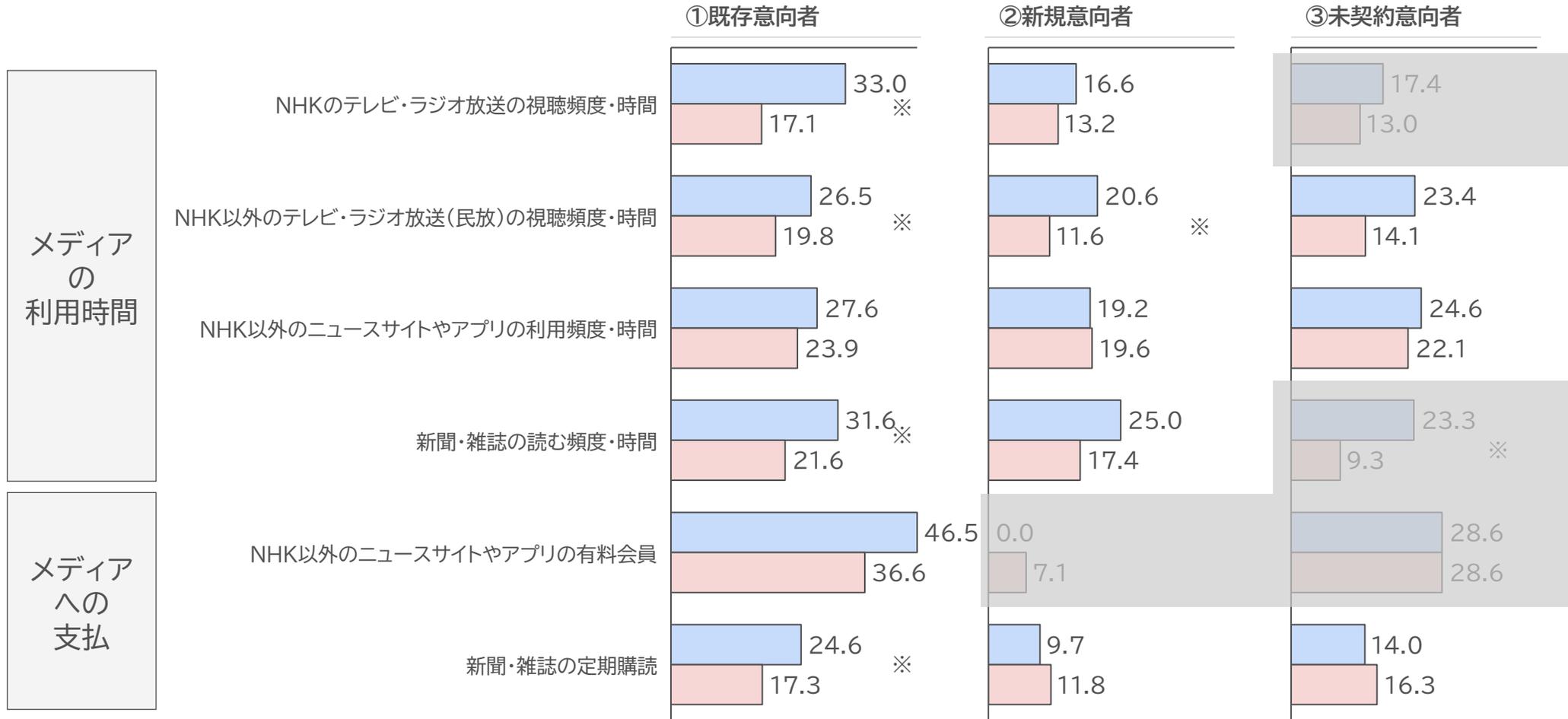
母数:回答者(利用意向者)のうち、各項目に対応するサービスの実際の利用者・支払者



■ ①既存意向者では多くの項目で利用増加が減少を上回る。②③では、利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度。



■ ①既存意向者では多くの項目で利用増加が減少を上回る。②③では、利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度。



※:統計的に増加と減少に差がある項目

増加:前ページの利用時間や支払の増加に関する項目について「あてはまる」「まああてはまる」と回答した割合

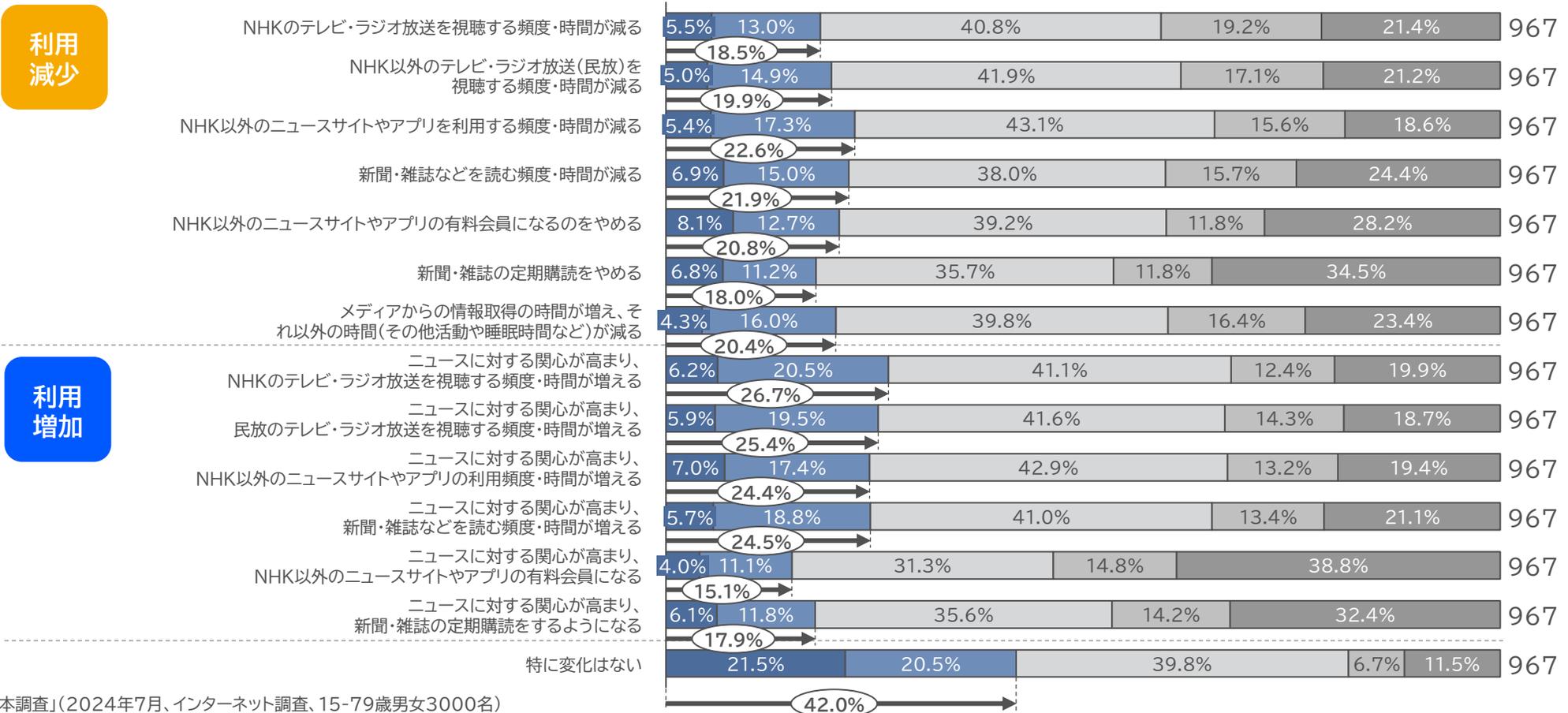
減少:同減少に関する項目について「あてはまる」「まああてはまる」と回答した割合

出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

■ 参考までに、各メディアの非利用者も含めた利用意向者全体で見ても、多くの項目で、利用時間が増加すると考える人が、減少すると考える人よりも多い

【新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】Q30.あなたがQ27で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用することで、他のメディアからのニュース取得にどのような影響があると思いますか。[SA]

母数：回答者(利用意向者)全体



出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

■ あてはまる ■ まああてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

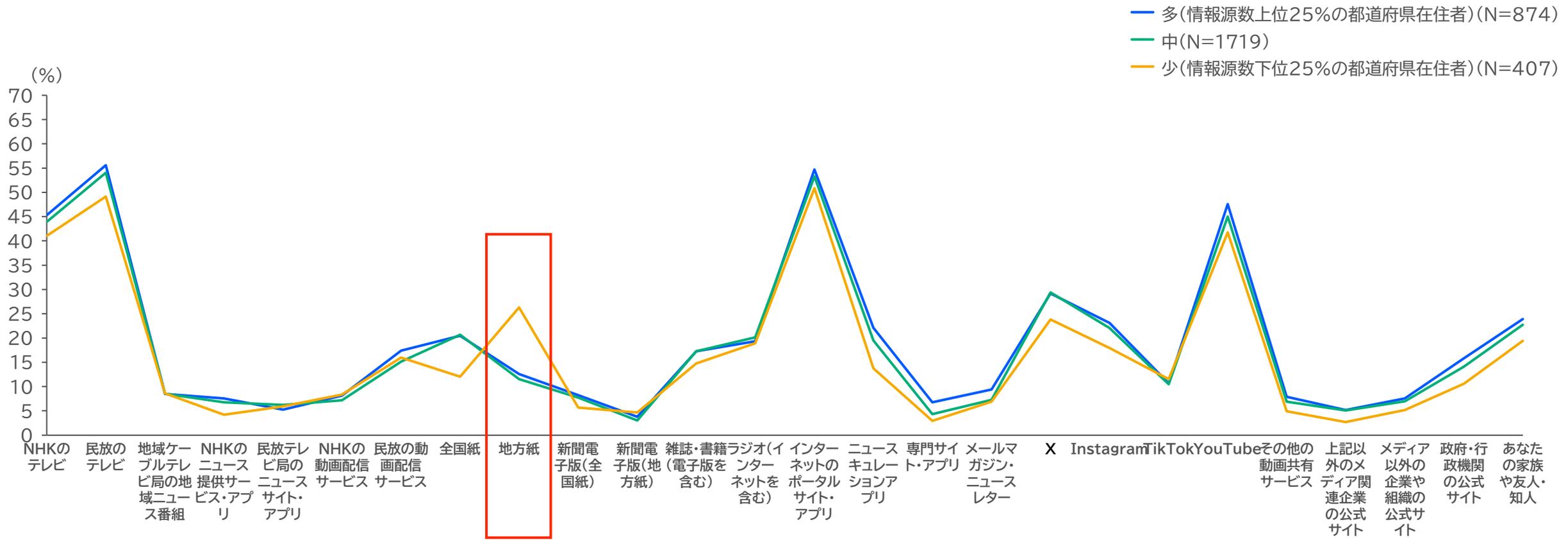
② 独禁法的市場評価 (地域の多元性考慮)

参考

ニュース取得情報源の多寡別の利用している情報源

■ 情報源数の少ない地域は、テレビや全国紙・ネットサービスの利用率がやや低く、地方紙の利用率が高い。

ニュース取得において実際に利用している情報源



② 独禁法的市場評価
(地域の多元性考慮)

参考

取得情報源の多寡別の番組関連情報(報道)の利用意向

■ NHKが想定している新たなニュースサービス(番組関連情報)への利用意向は、利用している情報源が多い地域でやや高く、少ない地域でやや低い傾向。

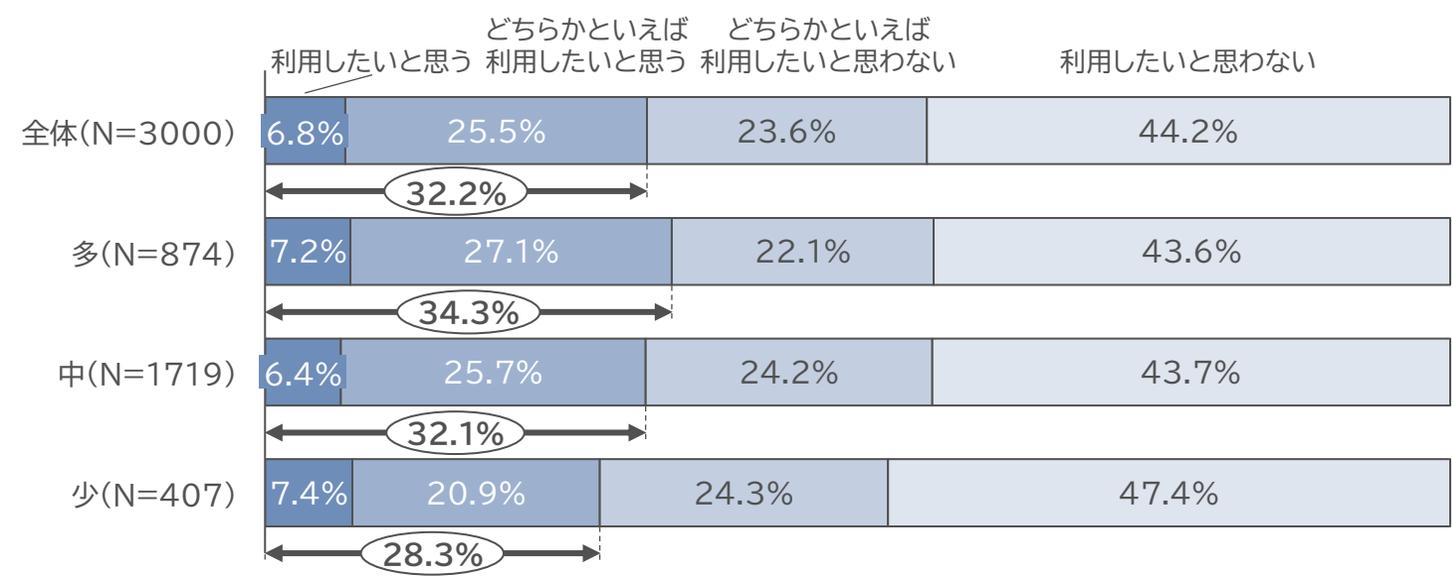
NHKでは、次のようなオンラインでのニュースサービスを提供することを検討しています。

このサービスでは、「公平・公正な、信頼できる、正確な情報」を動画やテキストで提供します。世の中で議論や話題となっている事象や課題、さらに埋もれている重要な事象を偏りなく把握できるようにします。このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ① ニュース速報や、主要なニュース・各地域のニュース、天気・スポーツ、身近な話題やトレンド情報等の動画や記事が、一覧や短くまとめた動画など見やすい形式で配信されます。
- ② 多様な視点を得られるようにするため、様々な分野や地域のニュースが、過去の経緯や背景をとりあげたドキュメンタリー番組などとともに、表示されます。
- ③ SNSなどで広がる偽情報・誤情報に警戒を呼びかけ、正確な情報が提供されます。
- ④ 選挙や感染症などについて、関連するデータがグラフや地図などで示され、自ら関心がある詳細な情報を簡単に確認できるように提供されます。(画像は次ページ)

Q27.このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。[SA]

※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。



出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

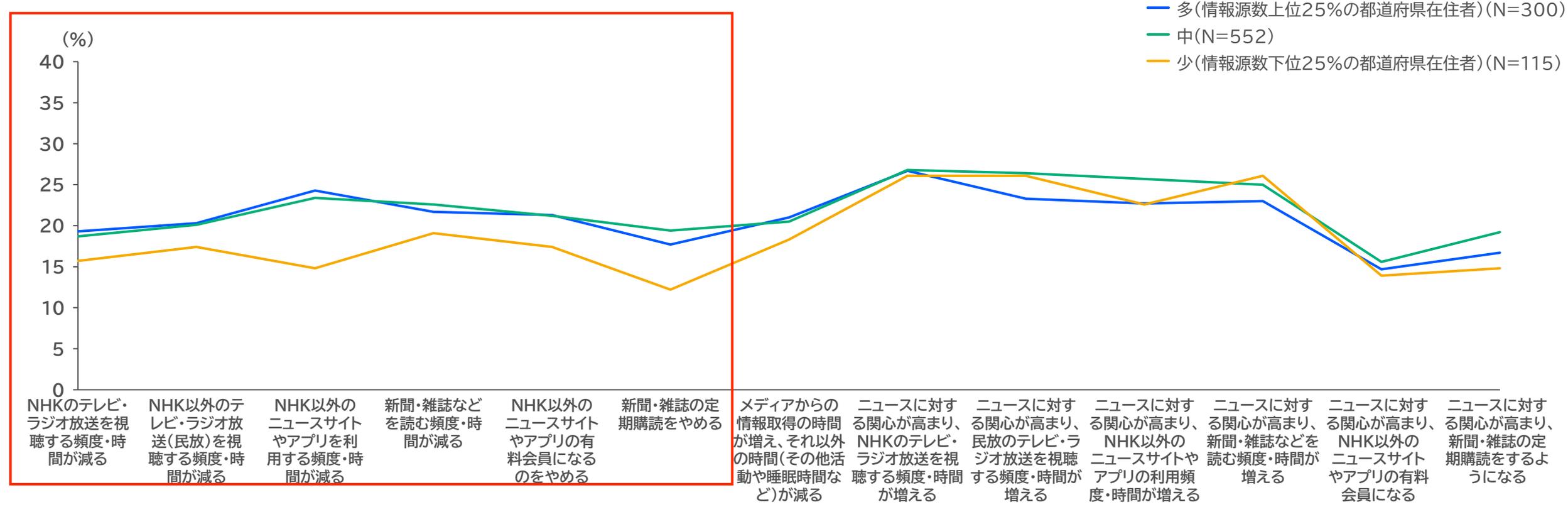
② 独禁法的市場評価 (地域の多元性考慮)

参考

ニュース取得情報源の多寡別の番組関連情報による影響

■ 情報源数の少ない地域においては、NHKの新たな番組関連情報によって他メディア利用が減ると考える人の割合は低い。

NHK番組関連情報(報道サイト)による各サービス利用への変化 (情報源数多・中・少別)



※それぞれの項目について「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した割合

出所)競争評価本調査(2024年7月)

〔報道〕
番組関連情報のまとめ

- 情報空間への信頼は、どのセグメントでも安心して情報取得できるようになると考える人が一定存在。
- メディアの利用時間では、①で多くの項目で利用時間が増加、②③では増加と減少が同程度。
- 支払については、①で新聞の定期購読が増加すると考える利用者は多く、ネットサービスでは増加と減少が同程度。
②③では増加と減少が同程度。

	情報空間への信頼(安心)	他メディアの利用時間	他メディアへの支払
①既存意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約5割が、安心して情報取得できるようになる 約4割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 多くの項目で、利用時間が増加すると考える人の方が多い 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、増加すると考える利用者の方が多い 他メディアネットサービスでは、支払が増加すると考える加入者と減少すると考える加入者はほぼ同数 (現在も利用者であることから、総体の影響は小さいか)
②新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約3割が、安心して情報取得できるようになる 約6割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、支払が増加すると考える利用者と減少すると考える利用者はほぼ同数 他メディアネットサービスの支払者は、このセグメントには殆どいない
③未契約意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約3割が、安心して情報取得できるようになる 約6割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、支払が増加すると考える利用者と減少すると考える利用者はほぼ同数 他メディアネットサービスの支払者は、このセグメントには殆どいない

■ NHKが想定している医療・健康情報サービスの利用意向は31.5%。そのうち、①既存意向者が15.4%、②新規意向者が11.8%、③未契約意向者が4.4%。

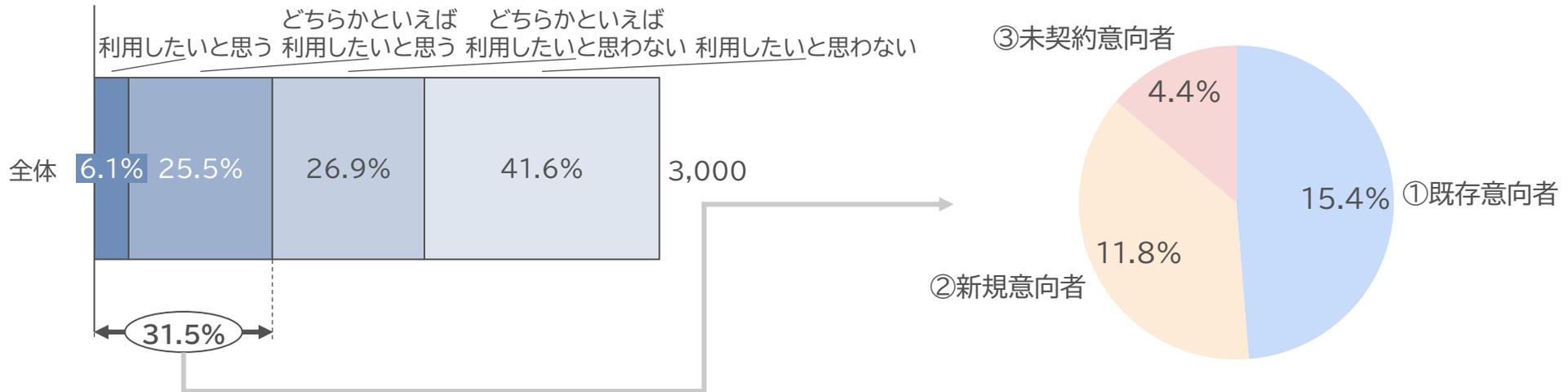
NHKでは、次のようなオンラインでの医療・健康情報サービスを提供することを検討しています。

このサービスでは、医師や専門家への取材に基づいて最先端の「確かで信頼できる医療・健康情報」を動画やテキストでインターネットの特性を生かして提供します。このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ①自ら必要とする情報について、各分野をリードする第一級の医師・専門家の監修や取材、最新のガイドラインなどの取材に基づいた、偏りのない確かな情報を見ることができます。
- ②最先端の医療・健康情報を、自らの関心にあわせて選んで見ることができます。
- ③難しい専門用語は平易な言葉で補足・解説され、動画や図なども活用されて、判りやすく情報を得ることができます。
- ④最新の治療法や予防法、新薬などの情報を、いち早く見ることができます。

Q46.このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。[SA]

※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。





② 独禁法的市場評価

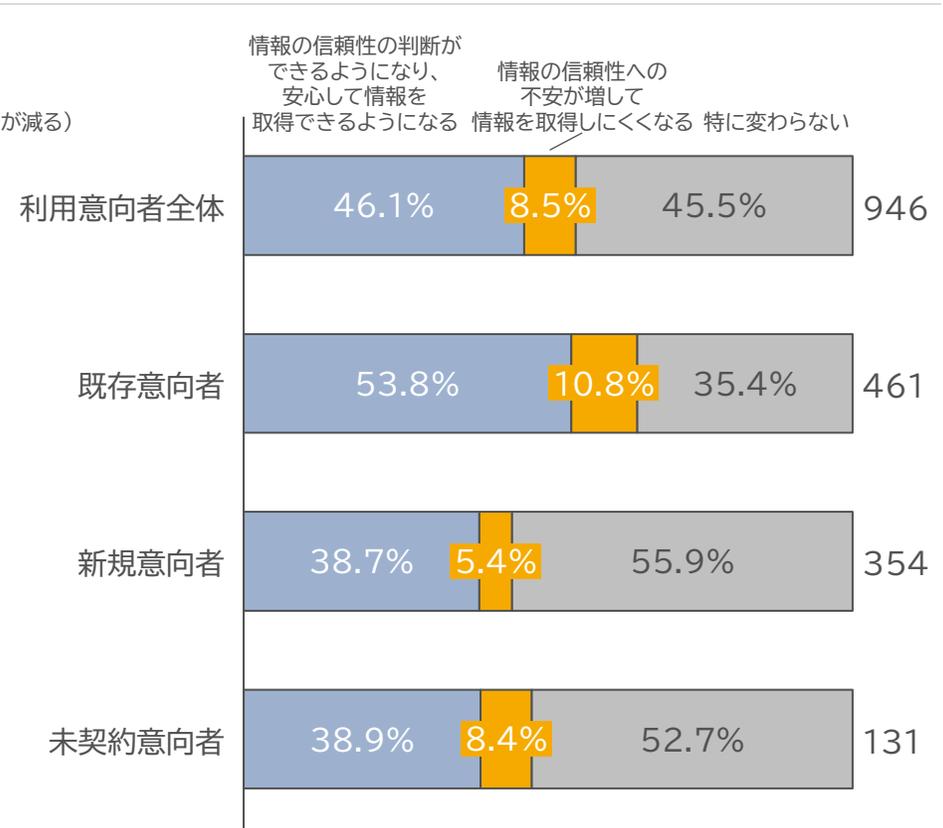
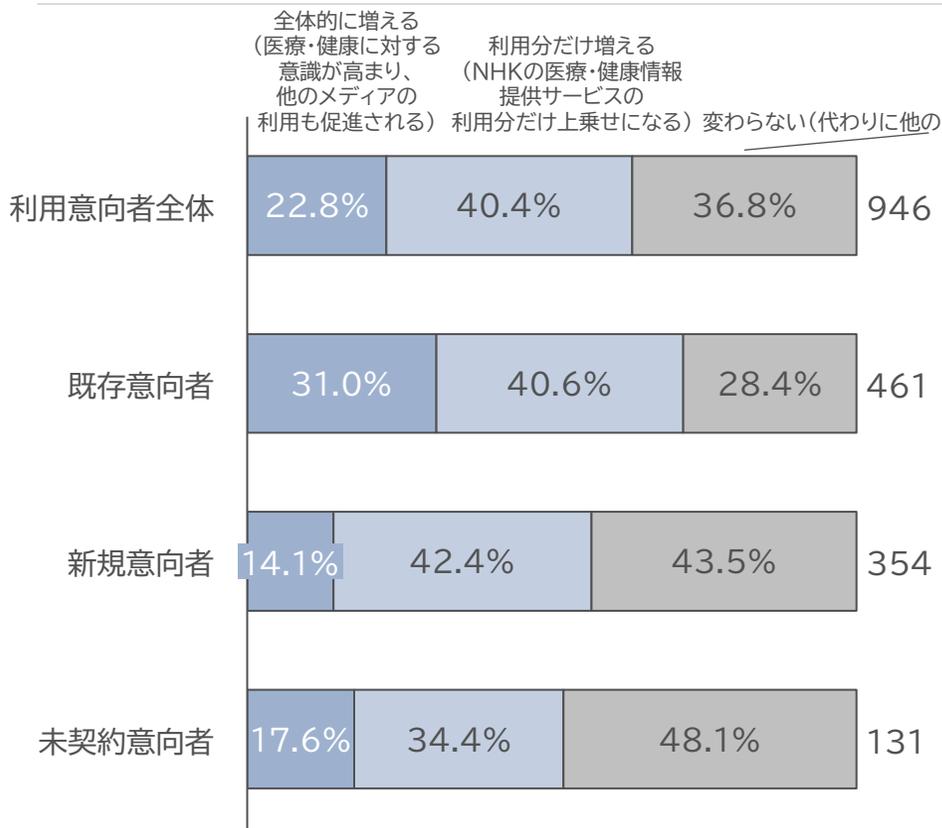
参考

〔医療・健康〕
番組関連情報のメディア全体の利用時間・信頼への影響

■ NHKの新しい医療情報サービスの利用により、医療情報の取得にかかる総時間が増加する人は63.2%、信頼・安心が増す人は46.1%

【NHKの新しい医療・健康情報サービスを利用したい・どちらかという
利用したいと回答した人】
Q47.前問で紹介したようなNHKの新しいオンラインでの医療・健康情報提供サービス
を利用することで、あなたが医療・健康情報を取得する総時間は
どのように変わりますか。[SA]

【新しいNHKの新しい医療・健康情報サービスを利用したい・どちらかという
利用したいと回答した人】
Q48.Q46で紹介したようなNHKの新しいオンラインでの医療・健康情報提供サービス
を利用することで、あなたがインターネット上の医療・健康情報全般を取得するときの
気持ちはどのように変わりますか。[SA]



出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

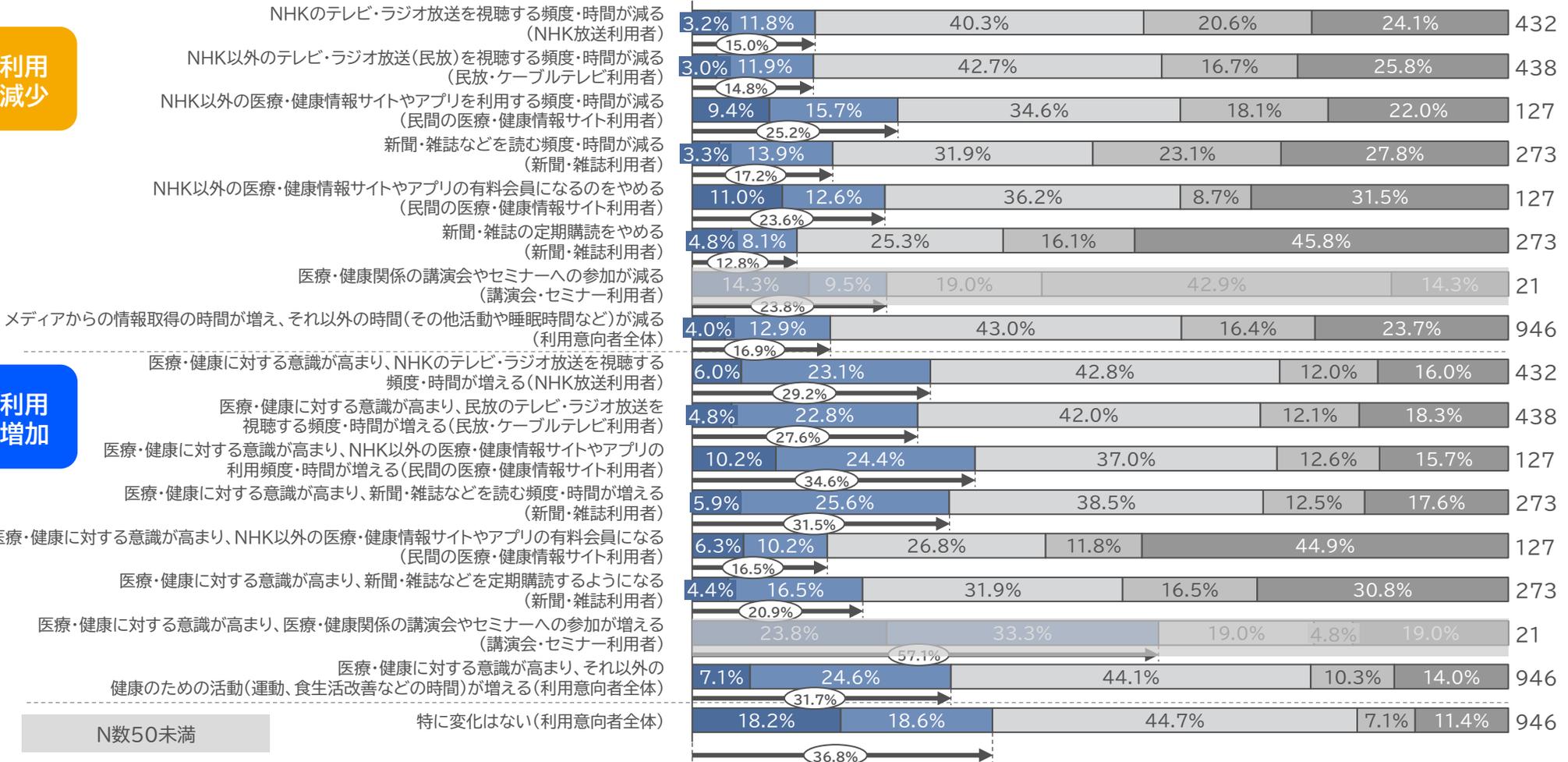
■ NHKサービスを利用することで、他のメディアの利用が増加すると考える人は、利用が減少すると考える人を上回っている。

【NHKの新しい医療・健康情報サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】Q49.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの医療・健康情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]

母数:回答者(利用意向者)のうち、各項目に対応するサービスの実際の利用者・支払者

利用減少

利用増加

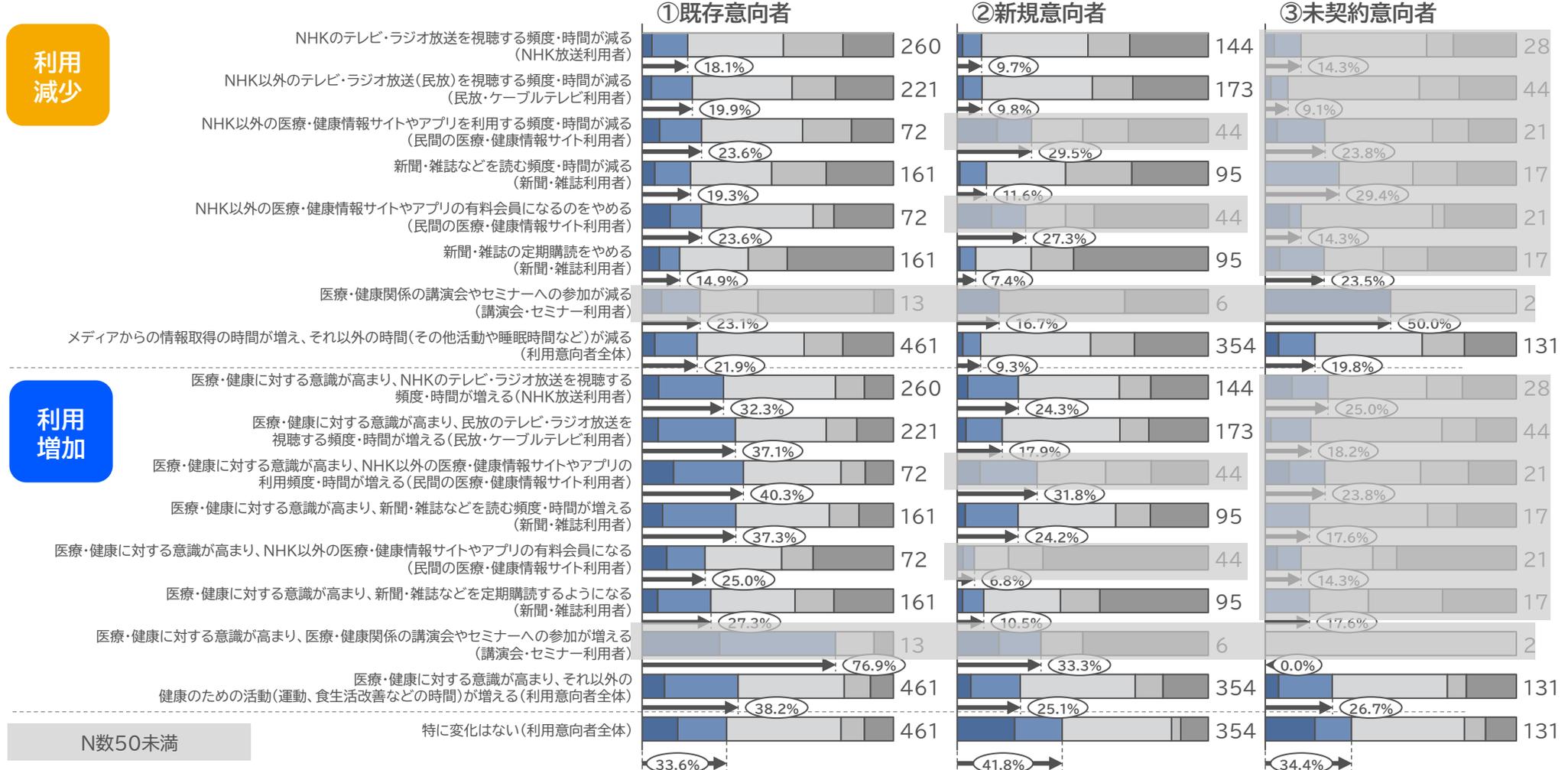


N数50未満

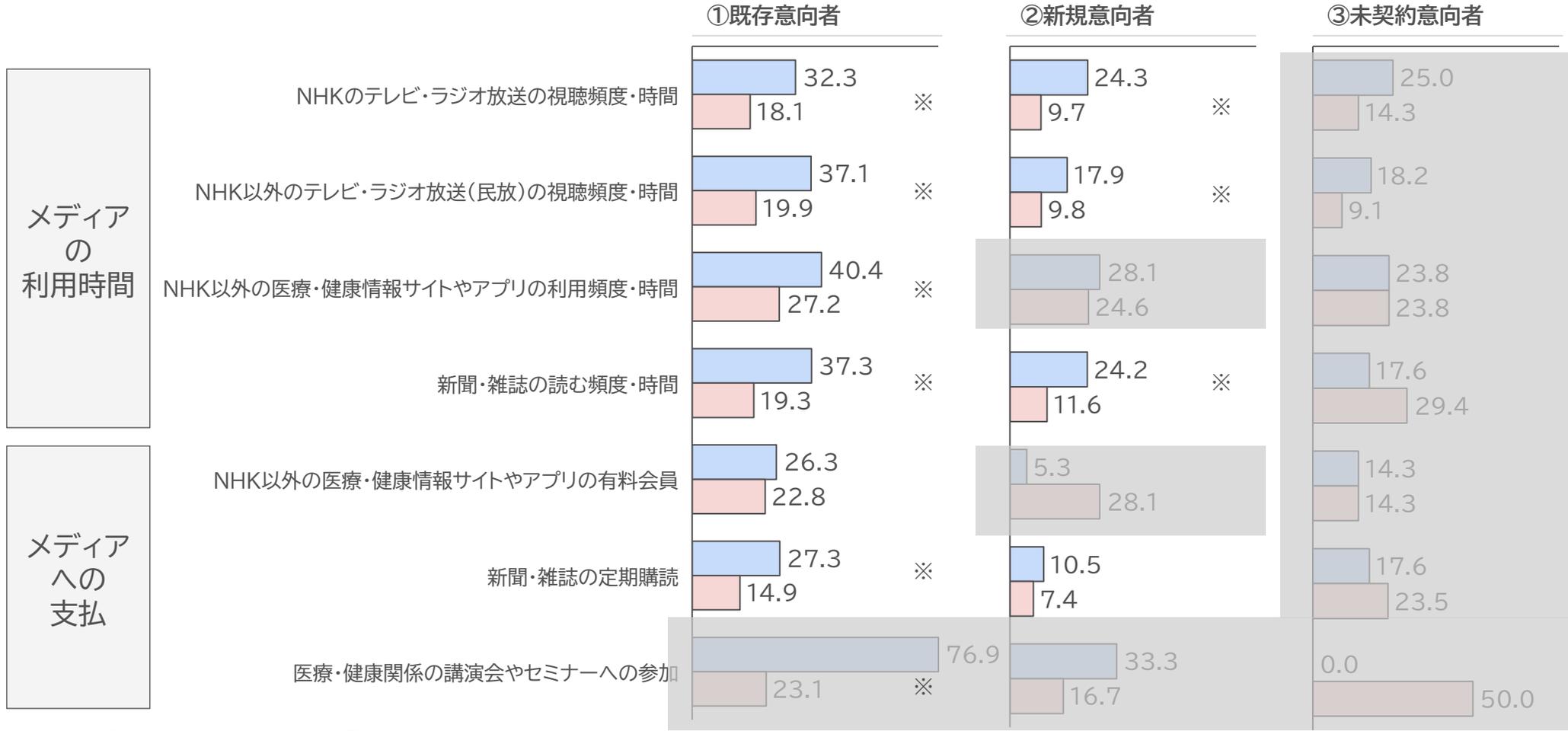
特に変化はない(利用意向者全体)

■ ①既存意向者、②新規意向者では、多くの項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る。③未契約意向者はサンプル数僅少のため参考値。

【NHKの新しい医療・健康情報サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】Q49.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの医療・健康情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]



■ ①既存意向者、②新規意向者では、多くの項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る。③未契約意向者はサンプル数僅少のため参考値。



※: 統計的に増加と減少に差がある項目

増加: 前ページの利用時間や支払の増加に関する項目について「あてはまる」「まああてはまる」と回答した割合

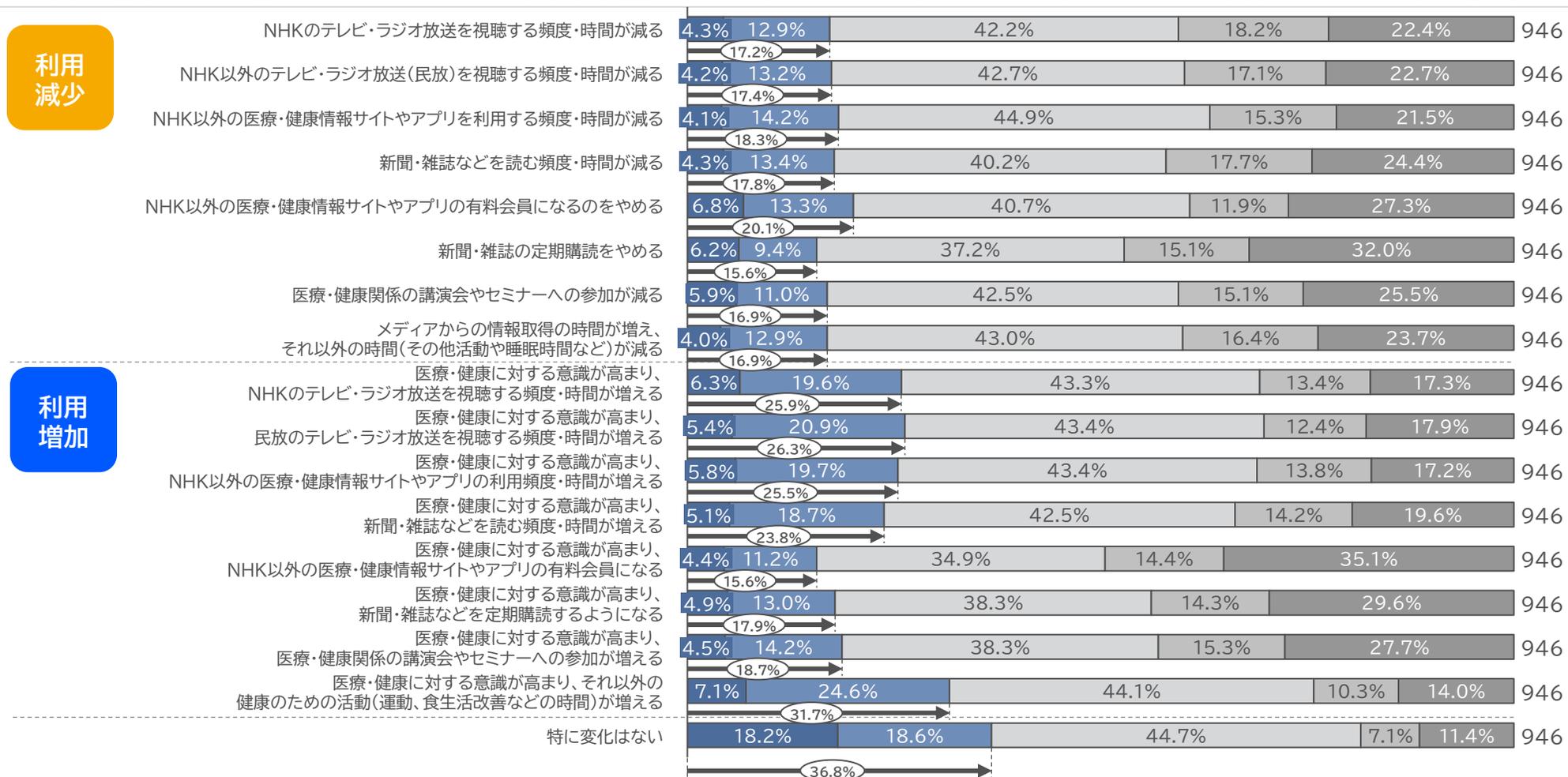
減少: 同減少に関する項目について「あてはまる」「まああてはまる」と回答した割合

■ 増加 ■ 減少

N数50未満

■ 参考までに、各メディアの非利用者も含めた利用意向者全体で見ても、多くの項目で、利用時間が増加すると考える人が、減少すると考える人よりも多い

【NHKの新しい医療・健康情報サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】
Q49.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの医療・健康情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]



〔医療・健康〕 番組関連情報のまとめ

- 情報空間への信頼は、どのセグメントでも安心して情報取得できるようになると思う人が半数。
- メディアの利用時間では、①②の多くの項目で利用時間が増加すると考える人の方が多く、③は利用者自体が少ない。
- 支払については、①で新聞の定期購読が増加すると考える利用者の方が多い。その他は、増加と減少が同程度か、利用者自体が少ない。

	情報空間への信頼(安心)	他メディアの利用時間	他メディアへの支払
①既存意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約5割が、安心して情報取得できるようになる 約35%は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 多くの項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る 	<ul style="list-style-type: none"> 医療・健康情報サイトの有料加入では、支払が増加すると考える利用者で減少と考える利用者はほぼ同数 新聞・雑誌の定期購読では、増加すると考える利用者の方が多い (現在も利用者であることから、総体の影響は小さいか)
②新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約4割が、安心して情報取得できるようになる 約55%は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 多くの項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、支払が増加すると考える利用者で減少と考える利用者はほぼ同数 他メディアネットサービスの利用者は、このセグメントには殆どいない
③未契約意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約4割が、安心して情報取得できるようになる 約5割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない

〔福祉〕 番組関連情報の利用意向者

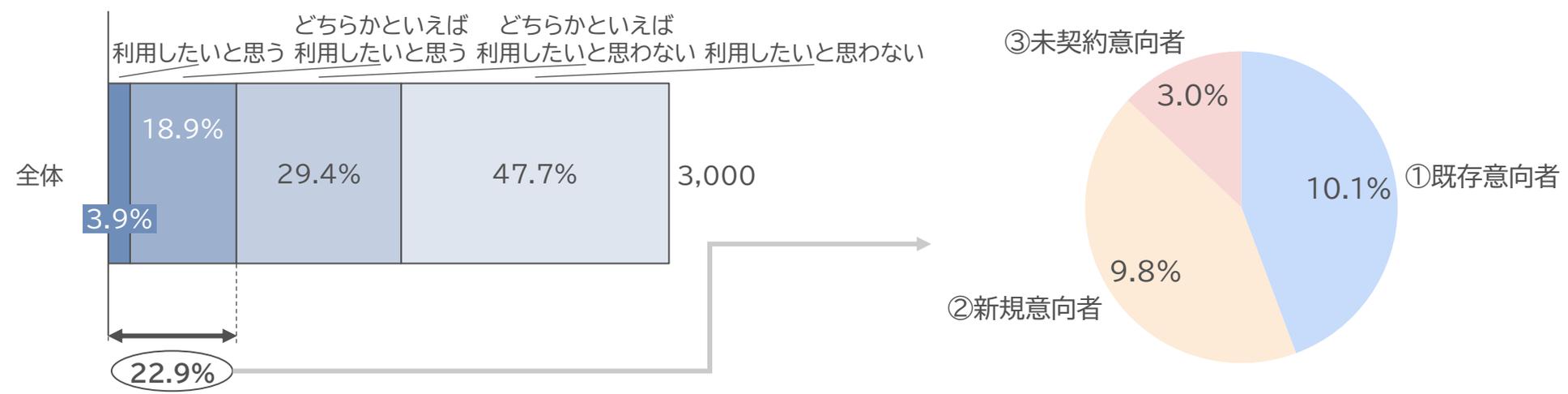
■ NHKが想定している福祉情報サービスの利用意向は22.9%。そのうち、①既存意向者が10.1%、②新規意向者が9.8%、③未契約意向者が3.0%。

NHKでは、次のようなオンラインでの福祉情報サービスを提供することを検討しています。

このサービスでは、「社会的支援を必要とする人々への認識を高め、相互理解を促進し、社会全体の成熟につなげるための情報」を動画やテキストでインターネットの特性を生かして提供します。このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ①自分や家族が障害や疾患など困難な状況に見舞われたときに必要とされる情報を、いつでも参照できるよう提供します。
- ②掲示板や投稿フォームなどを通じて、当事者、周りの方々の思いを共有する場づくりを促すと同時に、寄せられた声を番組制作に繋げていきます。
- ③番組で提示した基礎情報、事例紹介、専門家の知見、相談窓口(全国、地域の自治体・支援団体等)など具体的な支援情報を掲載します。
- ④高齢者や障害のある人などに、コンテンツをあまねく届けるためのユニバーサルサービス・情報保障を拡充します。

Q52.このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。[SA]
※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。

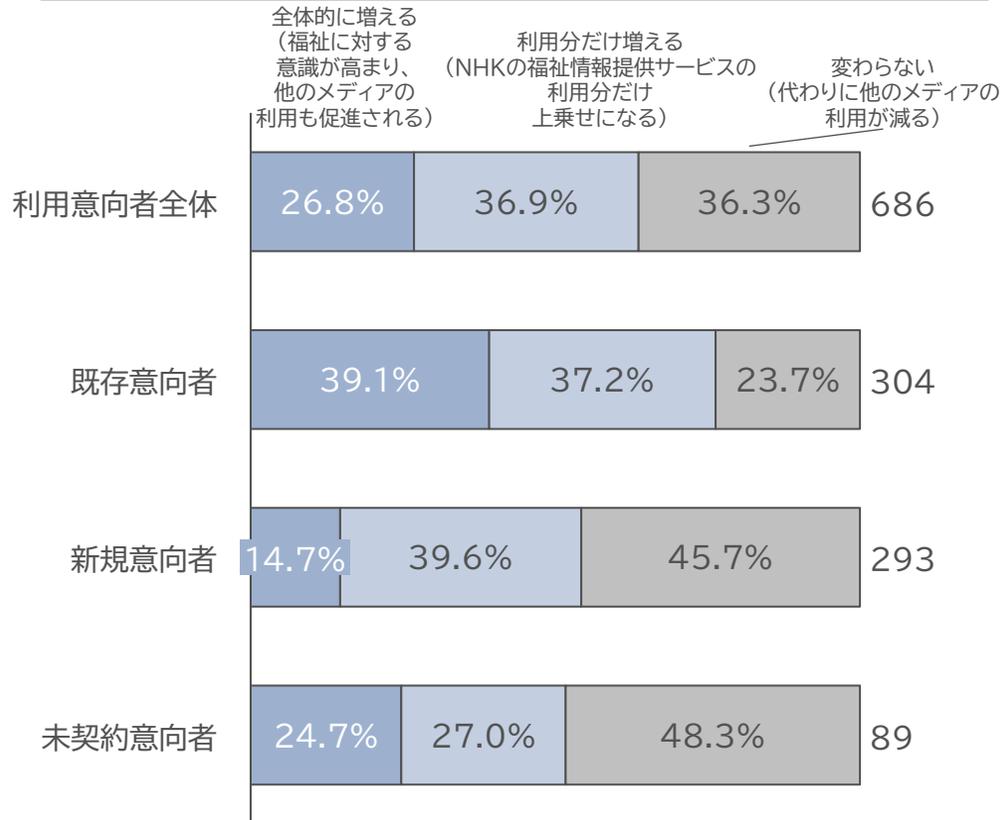


出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

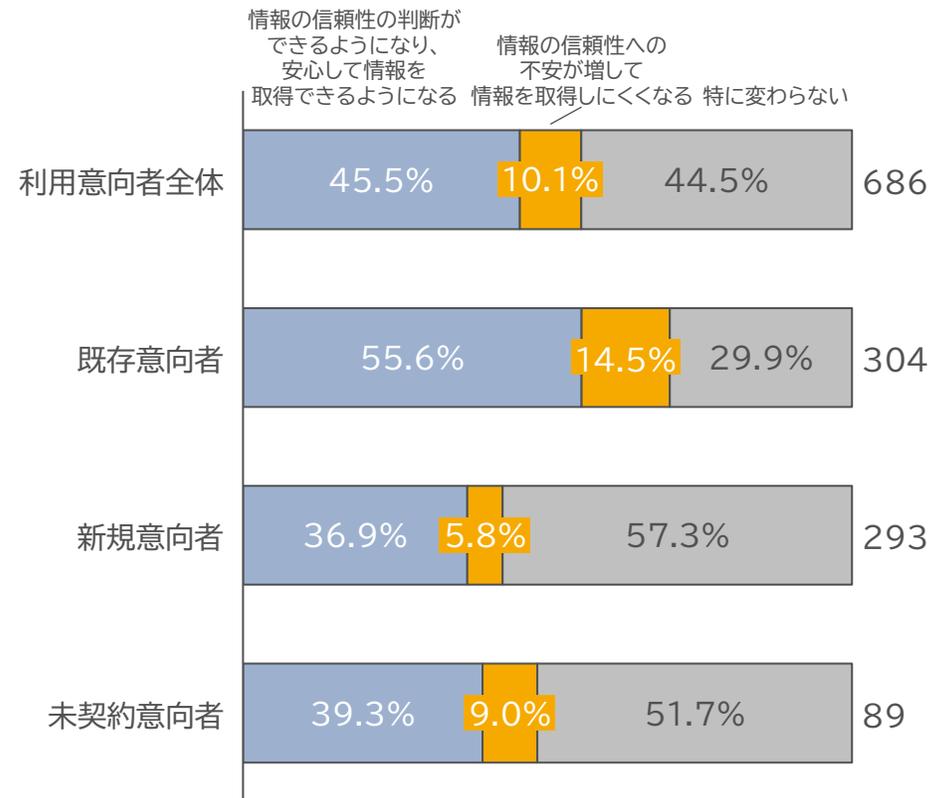


■ NHKの福祉情報サービスの利用によって、福祉情報の取得にかかる時間が増加する人が63.7%、信頼・安心が増すと感じる人が45.5%

【NHKの新しい福祉情報サービスを利用したい・どちらかという
利用したいと回答した人】
Q53.前問で紹介したようなNHKの新しい福祉情報提供サービス
を利用することで、あなたが福祉情報を取得する総時間は
どのように変わるとお考えですか。[SA]



【新しいNHKの新しい福祉情報サービスを利用したい・どちらかという
利用したいと回答した人】
Q54.Q52で紹介したようなNHKの新しい福祉情報提供サービス
を利用することで、あなたがインターネット上の福祉情報全般を取得するときの
気持ちはどのように変わるとお考えですか。[SA]

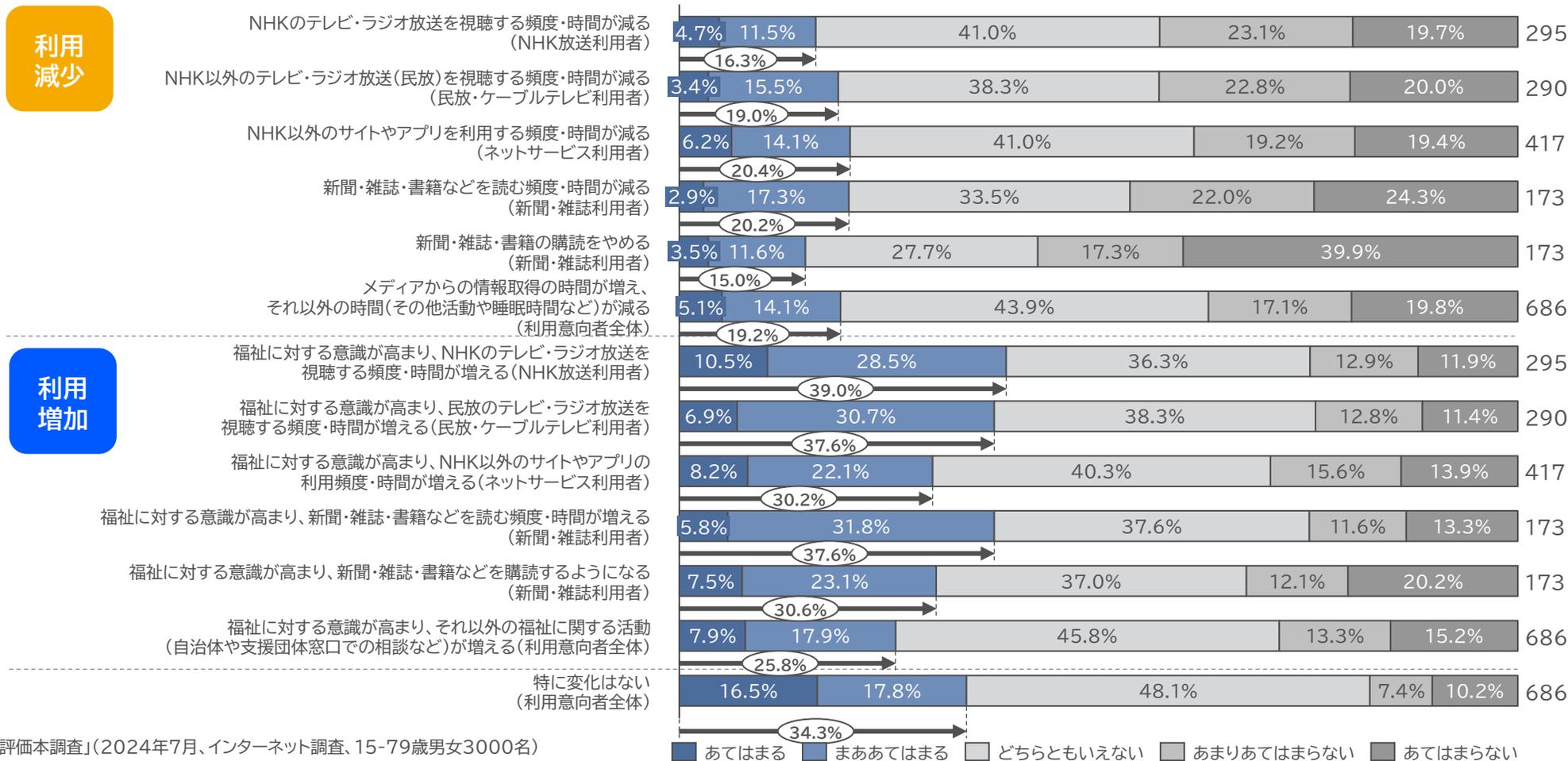


■ NHKサービスを利用することで、他のメディアの利用が増加すると考える人は、利用が減少すると考える人を上回っている

【NHKの新しい福祉情報サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】

Q55.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの福祉情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]

母数:回答者(利用意向者)のうち、各項目に対応するサービスの実際の利用者・支払者

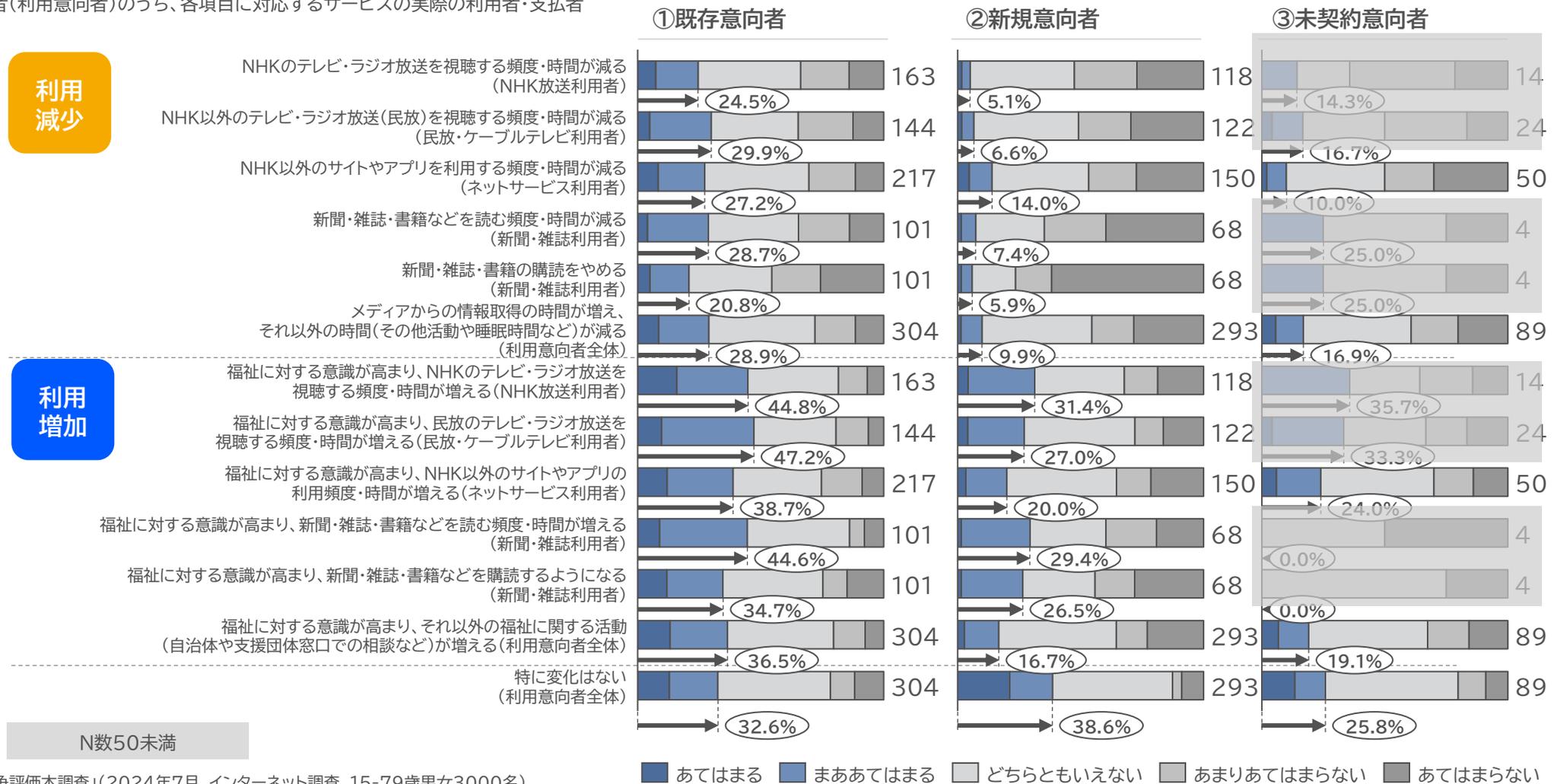


〔福祉〕 番組関連情報の各メディアへの影響(3セグメント別)

■ サンプル数僅少の項目を除く、ほぼ全ての項目で利用・支払が増加すると考える人が減少すると考える人を上回る。

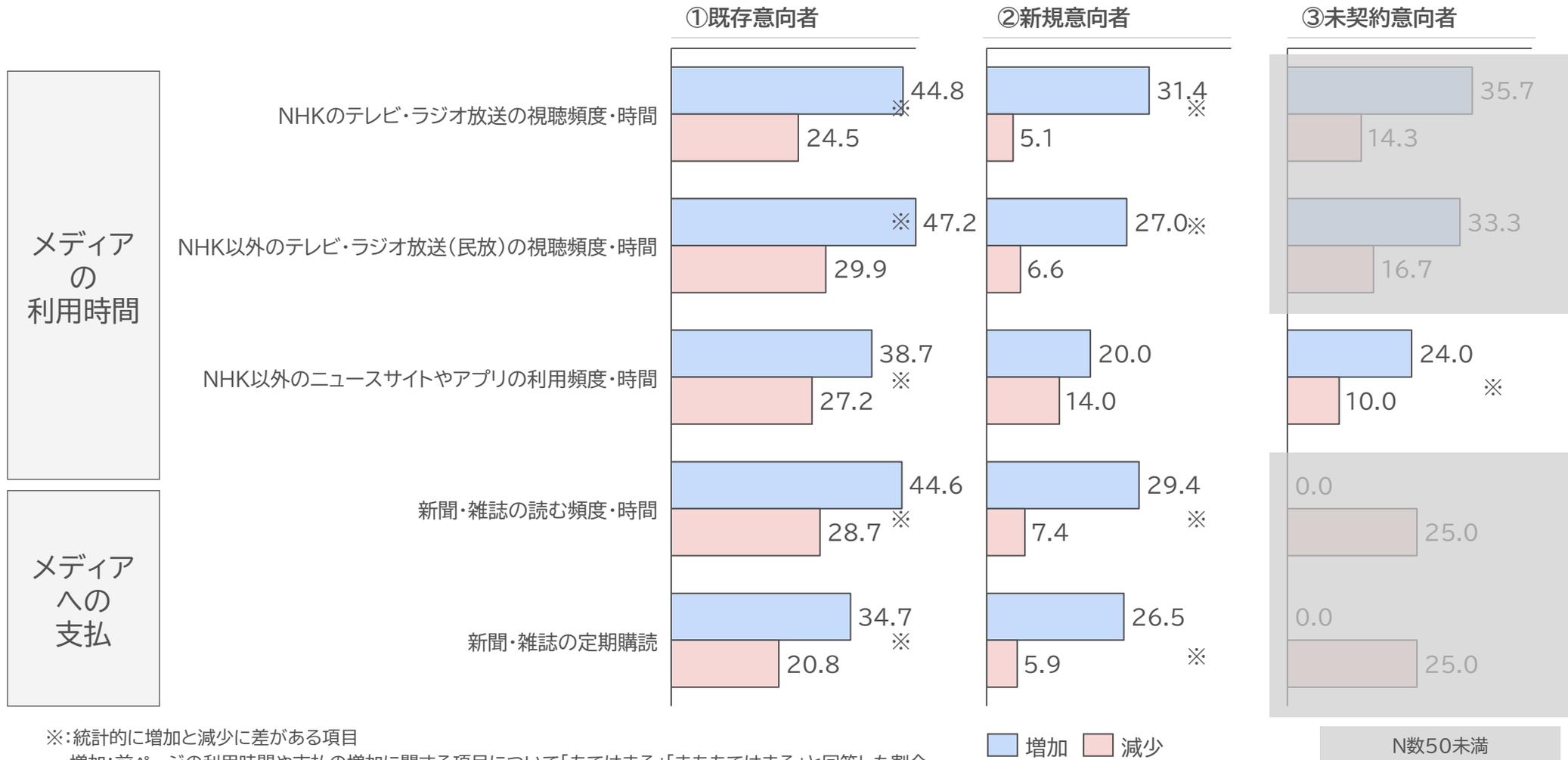
【NHKの新しい福祉情報サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】Q55.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの福祉情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]

母数:回答者(利用意向者)のうち、各項目に対応するサービスの実際の利用者・支払者



N数50未満

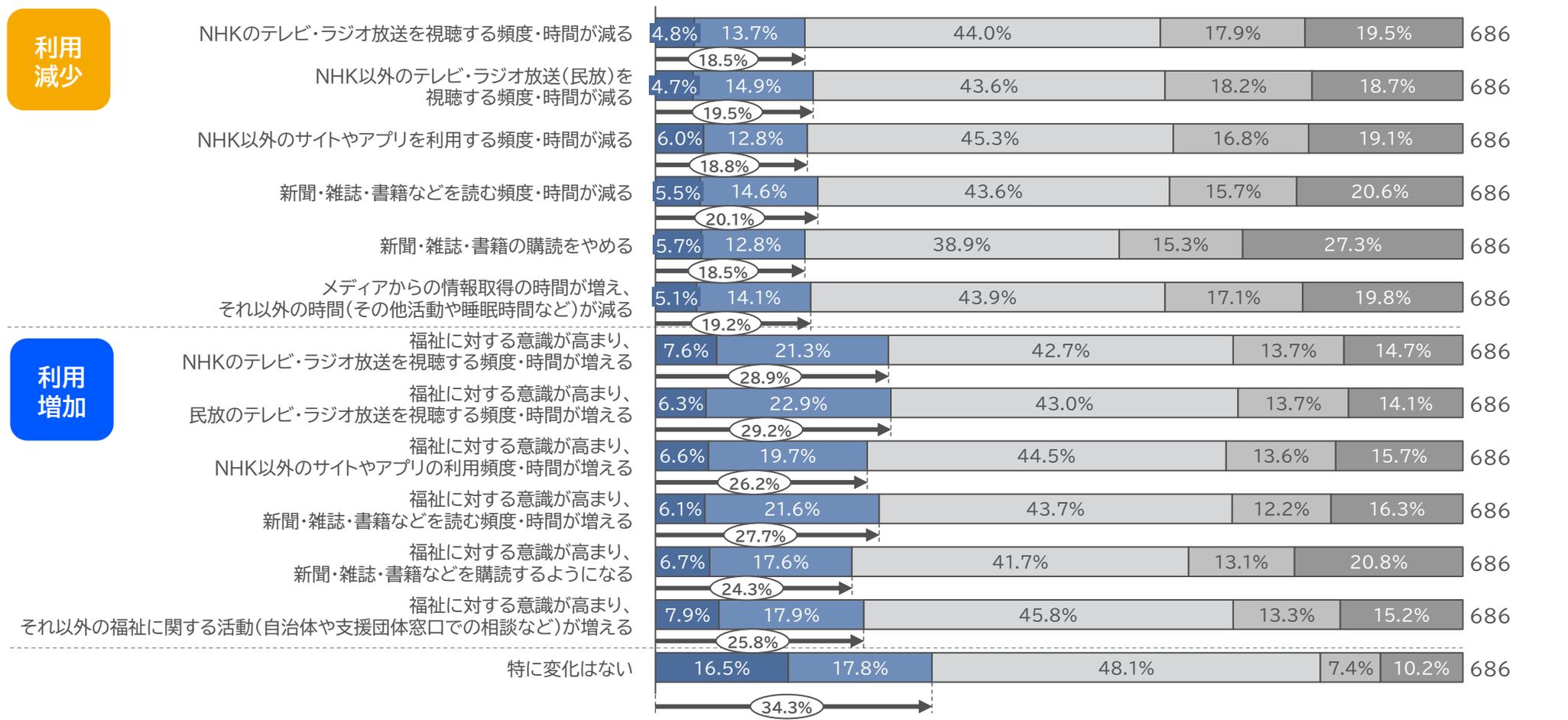
■ サンプル数僅少の項目を除く、ほぼ全ての項目で利用・支払が増加すると考える人が減少すると考える人を上回る。



〔福祉〕 番組関連情報の各メディアへの影響(非利用者含む)

■ 参考までに、各メディアの非利用者も含めた利用意向者全体で見ても、多くの項目で、利用時間が増加すると考える人が、減少すると考える人よりも多い

【NHKの新しい福祉情報サービスを利用したい・どちらかという利用したいと回答した人】
Q55.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの福祉情報サービスを利用することで、他のサービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]



出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

■ あてはまる ■ まああてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

- 情報空間への信頼は、どのセグメントでも安心して情報取得できるようになると思う人が一定存在。
- メディアの利用時間では、①②の殆どの項目で利用時間が増加すると考える人の方が多く、③は利用者自体が少ない。
- 支払については、①②の全項目で支払が増加すると考える利用者の方が多い、③は利用者が少ない。

	情報空間への信頼(安心)	他メディアの利用時間	他メディアへの支払
①既存意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約55%が、安心して情報取得できるようになる 約3割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 全項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る 	<ul style="list-style-type: none"> 全項目で支払が増加すると考える人が減少を上回る (現在も利用者であることから、総体の影響は小さいか)
②新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約35%が、安心して情報取得できるようになる 約6割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> ほぼ全ての項目で利用が増加すると考える人が減少を上回る 	<ul style="list-style-type: none"> 全項目で支払が増加すると考える人が減少を上回る (現在未利用で、認知障壁があるため、効果は実際の利用開始状況に左右される)
③未契約意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約4割が、安心して情報取得できるようになる 約5割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> NHK以外のニュースサイト・アプリで、利用が増加すると考える人が減少を上回る その他は、利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない

■ NHKが想定している教育サービスの利用意向は、高校生以下の子持ちの33.2%。そのうち、①新規意向者が14.3%、②既存意向者が14.3%、③未契約意向者が2.6%。

NHKでは、次のようなオンラインで教育サービスを提供することを検討しています。

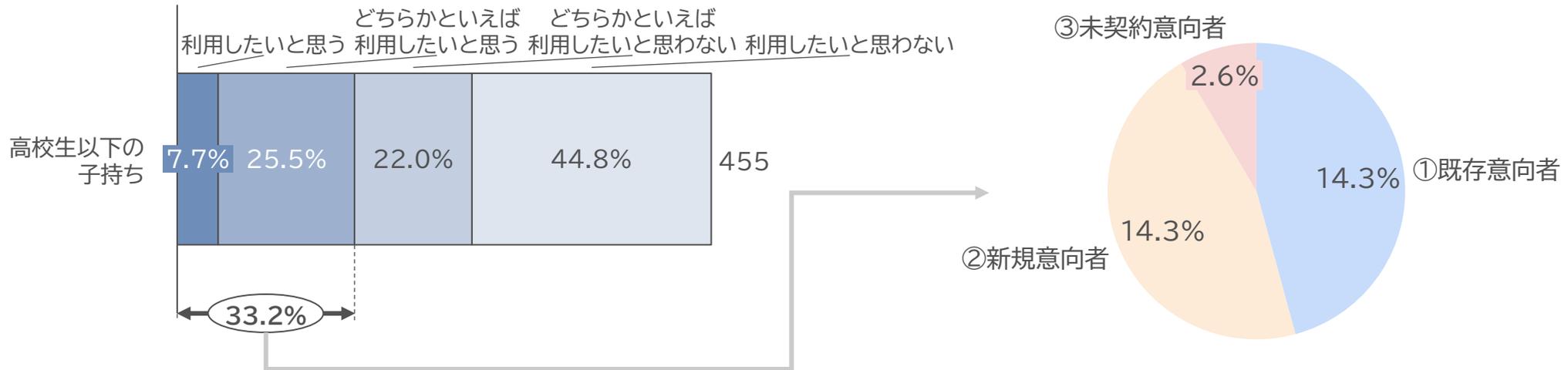
このサービスでは、子どもたちが、必要なときに必要なことを学べるよう、子どもの学びを支援していきます。
このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ①学習指導要領に沿って学校でも自宅でも動画や音声、テキストで、学ぶことができます。
- ②一人一人が環境や学習の進捗にあわせて学ぶことができるよう、コンテンツを長期間、視聴できるようにします。
- ③学習内容の全体像や進捗状況を一覧で示して、全体のどのあたりを学んでいるかを簡単に把握することができます。
- ④学校等の教材としても活用できるよう、利用ガイドや補足情報も掲載しています。
- ⑤様々な番組を短い動画に切り出し、学びのテーマごとに再構成して系統立てて学べるように掲載します。

【高校生以下の子供がいる人】

Q63.このようなサービスが実用化された場合、あなたのお子さんに利用させたいと思いますか。[SA]

※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。

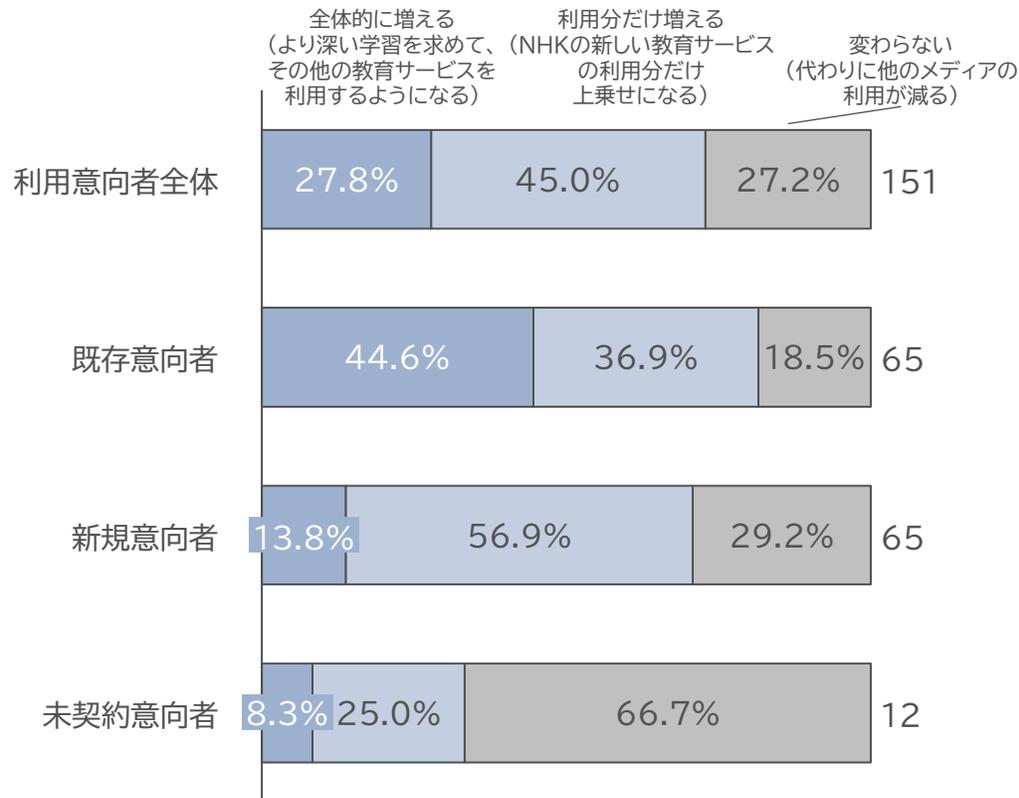


新たな教育情報サービス(番組関連情報)で提示した画像



■ NHKの新しい教育サービスの利用により、学校以外の学習時間は増えると感じる人が72.8%

【自分の子供に、NHKの新しい教育サービスを利用させたい・どちらかという利用させたいと回答した人】
Q64.前問で紹介したようなNHKの新しいオンラインでの教育サービス
を利用することで、あなたのお子さんの学校の勉強以外で学習する総時間はどのように変わると
思いますか。[SA]

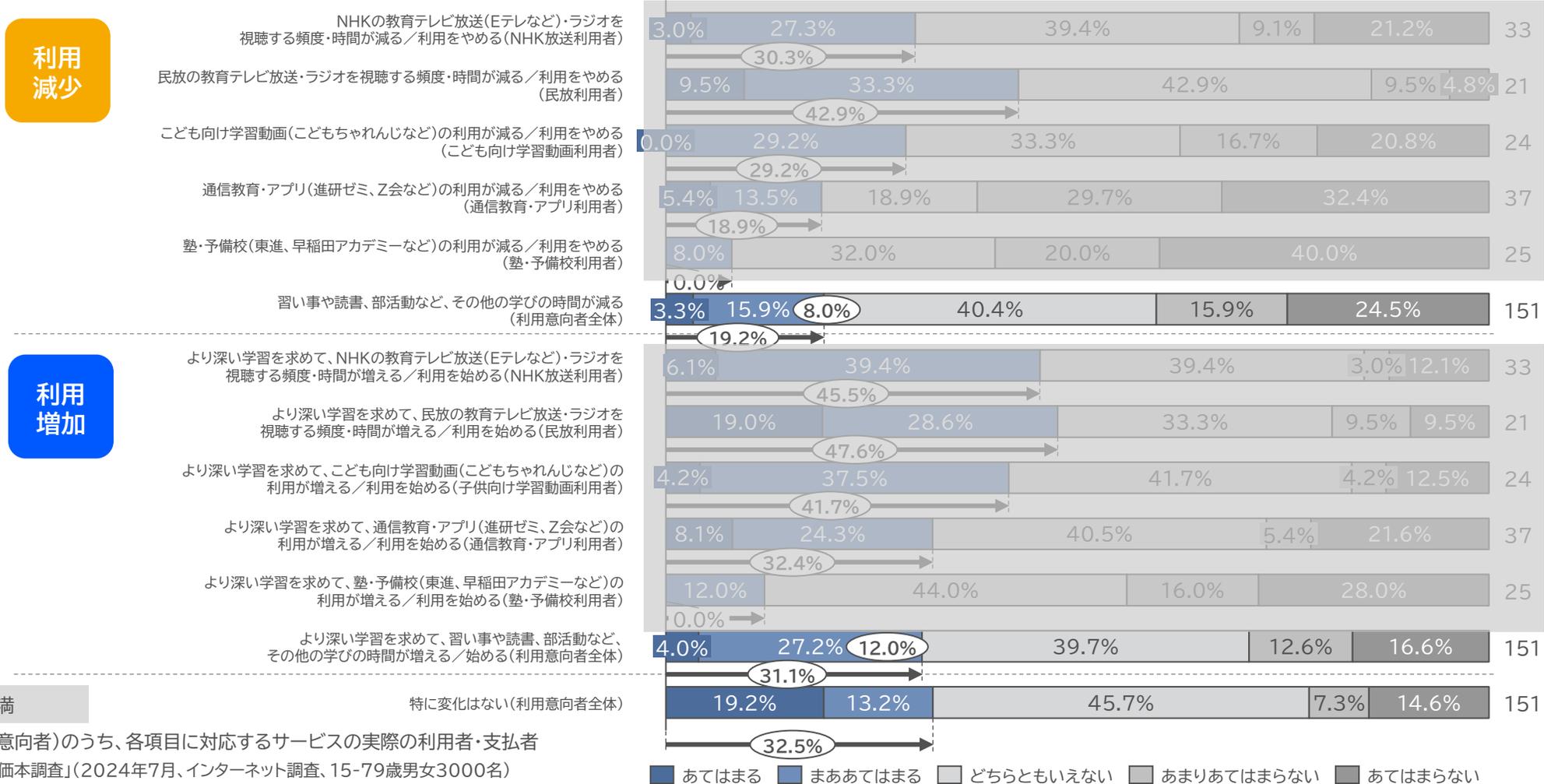


教育サービスについては
学習機会の提供が主目的
インターネット空間の情報に
対する信頼への影響は
未聴取

■ 各メディア利用者に絞るとサンプル僅少であるが、多くの項目で、他のメディアの利用が増加すると考える人が、利用が減少すると考える人を上回っている

【自分の子供に、NHKの新しい教育サービスを利用させたい・どちらかという利用させたいと回答した人】

Q65.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの教育サービスをあなたのお子さんが利用することで、他の教育サービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]



母数:回答者(利用意向者)のうち、各項目に対応するサービスの実際の利用者・支払者(出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

■ あてはまる ■ まああてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

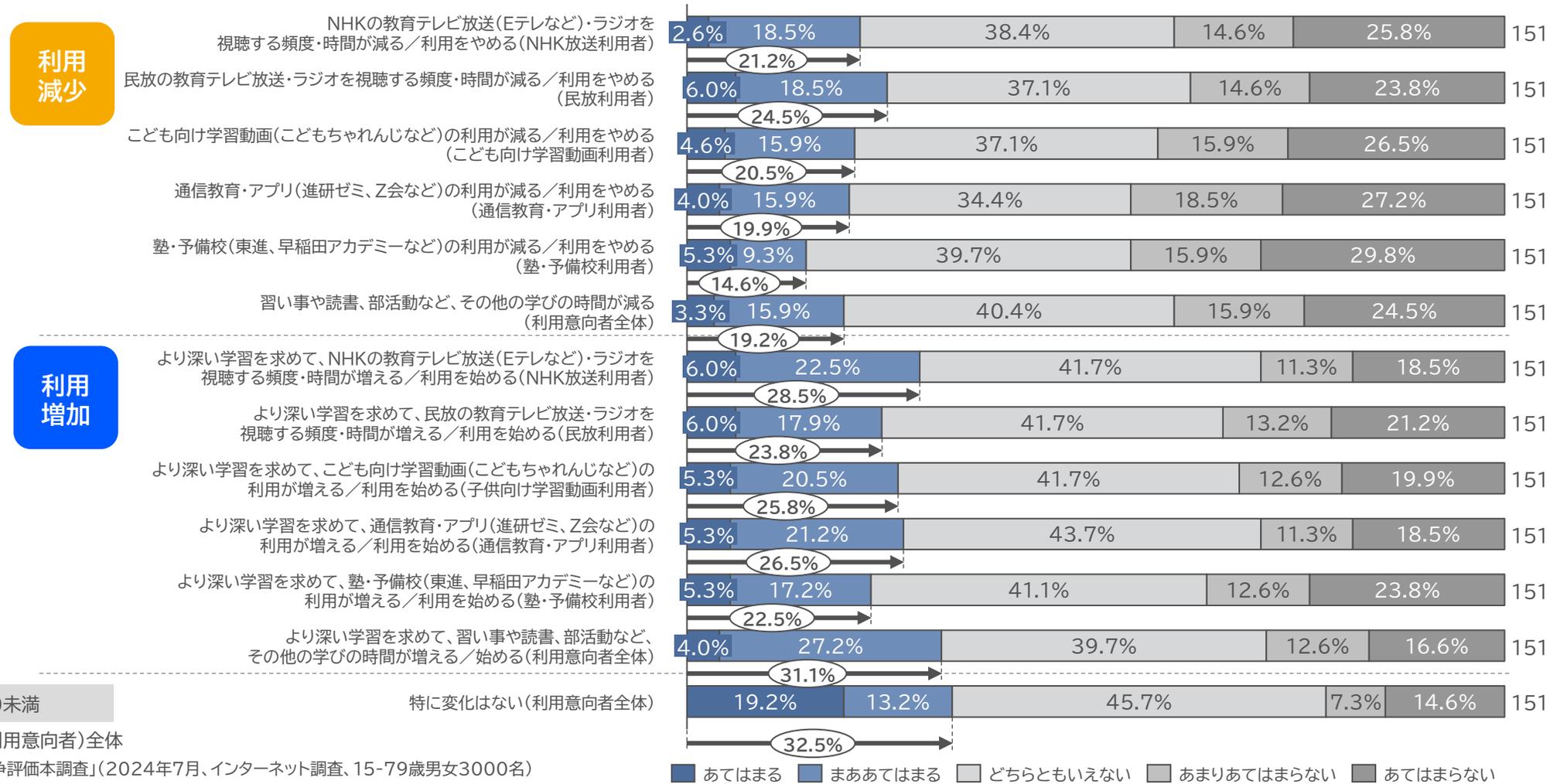
② 独禁法的市場評価

参考

【教育】番組関連情報の各メディアへの影響(非利用者含む)

■ 参考までに、各メディアの非利用者も含めた利用意向者全体で見ると、全ての項目で、利用時間が増加すると考える人が、減少すると考える人よりも多い

【自分の子供に、NHKの新しい教育サービスを利用させたい・どちらかという利用させたいと回答した人】
Q65.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの教育サービスをあなたのお子さんが利用することで、他の教育サービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]



母数:回答者(利用意向者)全体

出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

■ あてはまる ■ まああてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

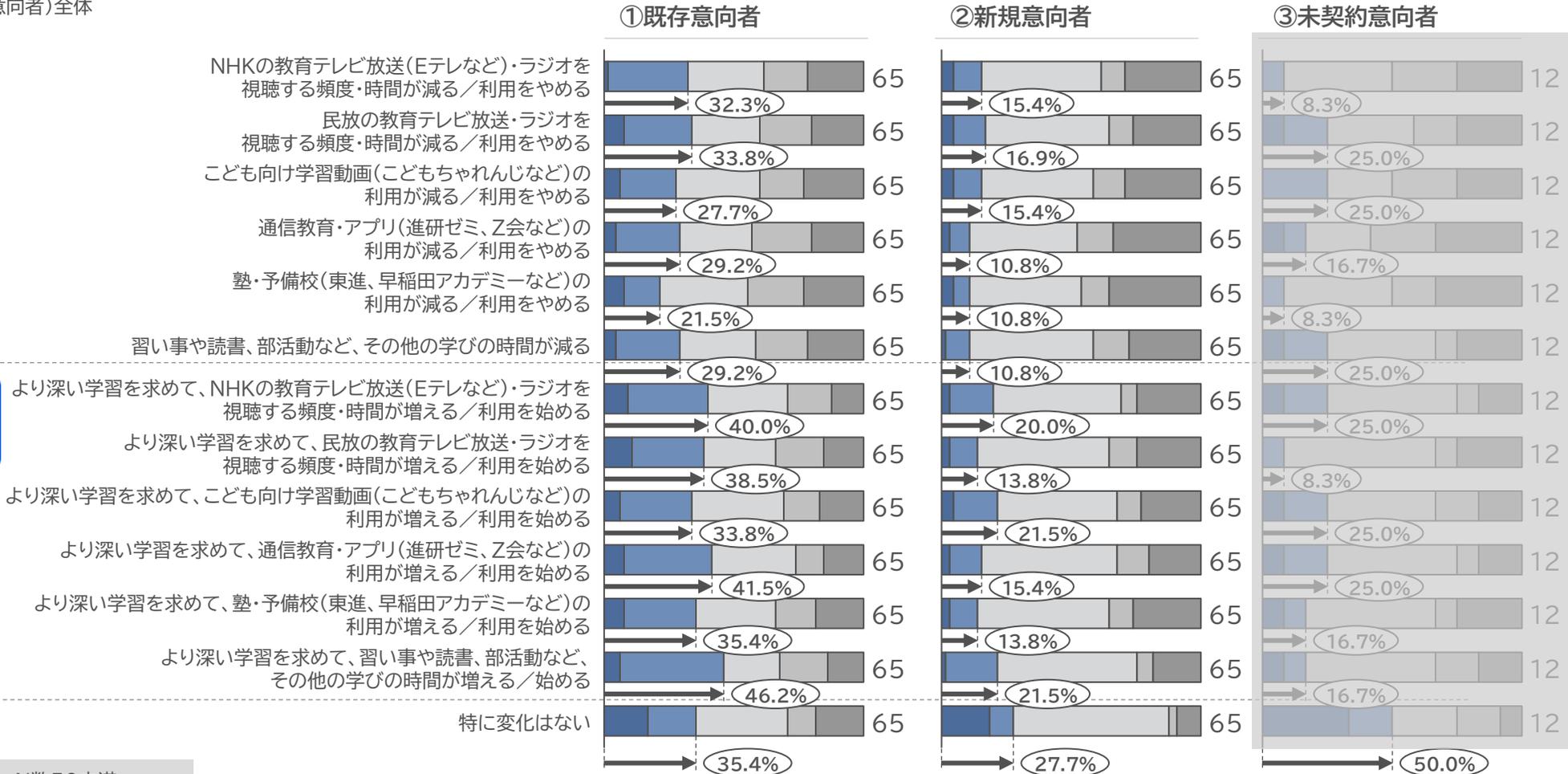
■ 利用意向者の分類別で見ても、ほぼ全ての項目で利用・支払が増加すると考える人と減少すると考える人と同程度か、増加すると考える人の方が多い

【自分の子供に、NHKの新しい教育サービスを利用させたい・どちらかという利用させたいと回答した人】Q65.あなたが前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでの教育サービスをあなたのお子さんが利用することで、他の教育サービスの利用にどのような影響があると思いますか。[SA]

母数:回答者(利用意向者)全体

利用
減少

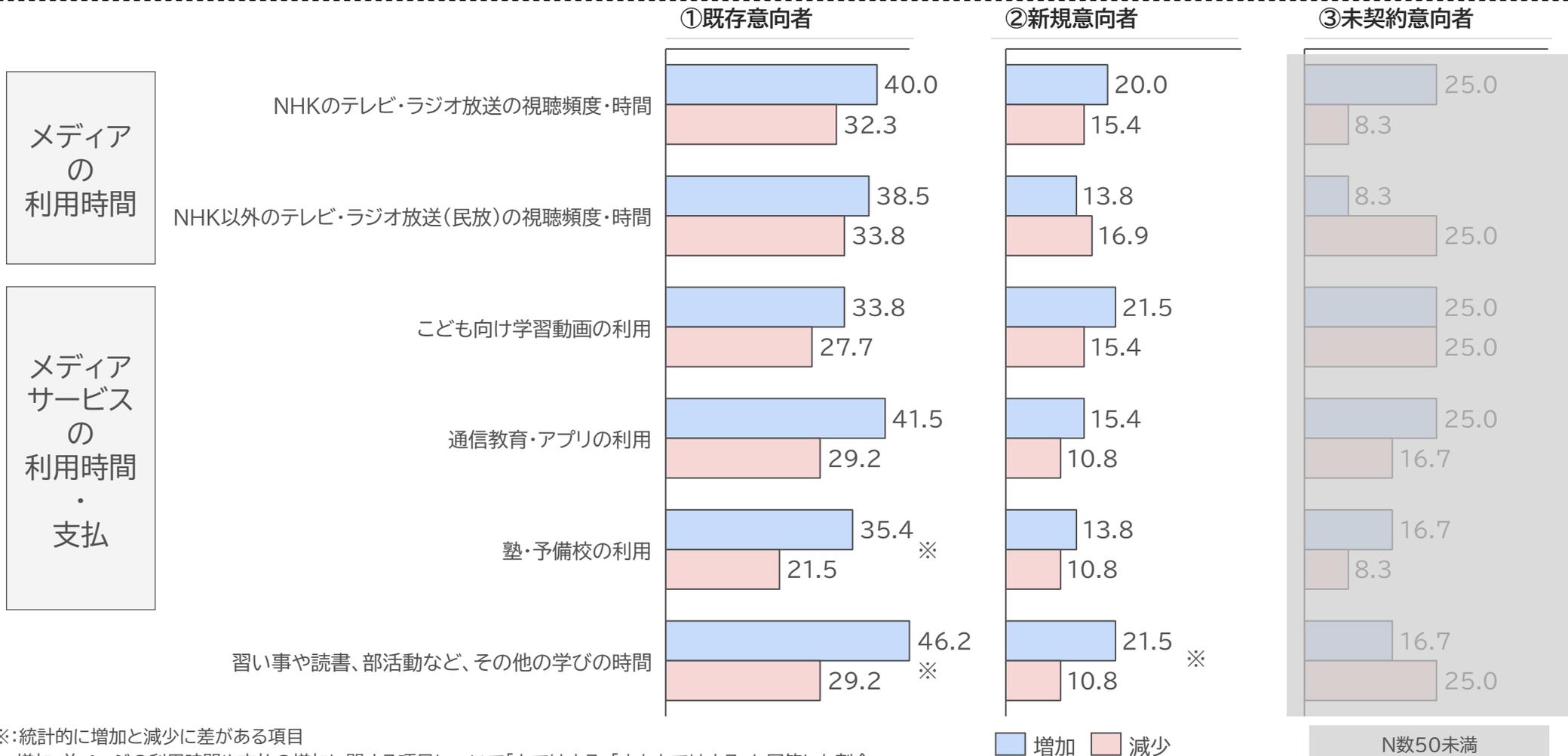
利用
増加



N数50未満

■ あてはまる ■ まああてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

■ 利用意向者の分類別で見ても、ほぼ全ての項目で利用・支払が増加すると考える人と減少すると考える人と同程度か、増加すると考える人の方が多い



〔教育〕
番組関連情報のまとめ

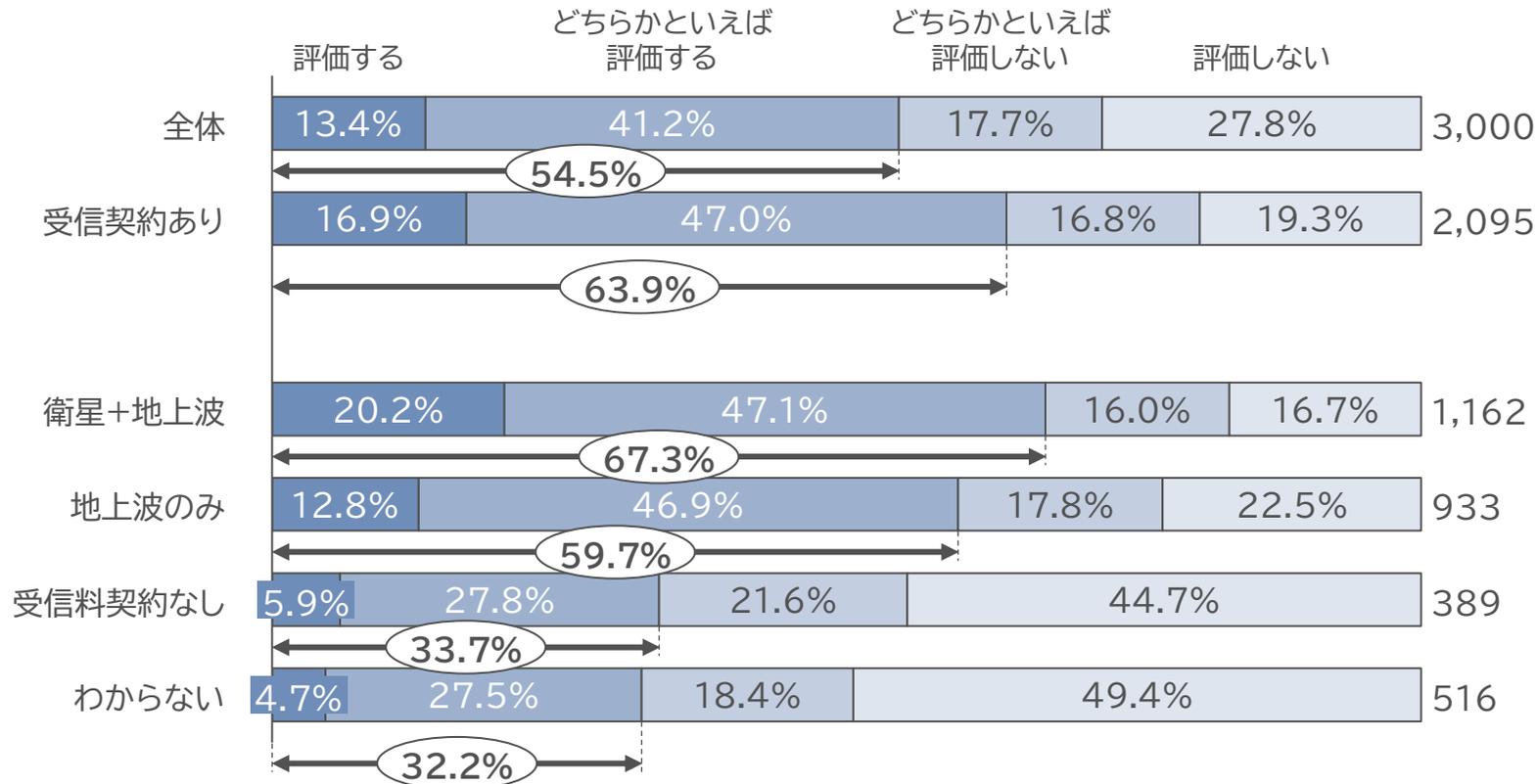
- 各メディア未利用者も含む利用意向者で見ると、メディアの利用時間では、①②の全項目で増加すると考える人と減少すると考える人が同程度か、増加すると考える人の方が多い。
- 支払については、①では塾・予備校の利用で増加すると考える人が減少を上回り、②では増加・減少が同程度。

	情報空間への信頼(安心)	他メディアの利用時間	他メディアへの支払
①既存意向者		<ul style="list-style-type: none"> 全ての項目で利用が増加すると考える人と減少すると考える人と同程度か、増加すると考える人の方が多い ※利用者に限定しない参考値 	<ul style="list-style-type: none"> 塾・予備校の利用で、増加すると考える人が減少を上回る その他の項目では、増加・減少が同程度 ※利用者に限定しない参考値
②新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> — (学習機会の提供が主目的のサービスのため、未聴取) 	<ul style="list-style-type: none"> 全ての項目で利用が増加すると考える人と減少すると考える人と同程度か、増加すると考える人の方が多い ※利用者に限定しない参考値 	<ul style="list-style-type: none"> 全項目で増加・減少が同程度
③未契約意向者		<ul style="list-style-type: none"> 利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者のサンプル数僅少。影響を受ける可能性のある利用者が、このセグメントには少ない

NHKが番組関連情報に取り組むことへの評価

- NHKが報道、災害、教育、医療・健康などの分野でインターネットの特性を活かした情報提供に取り組むことについて、全体の約55%、受信契約者の6割強が評価すると回答している。

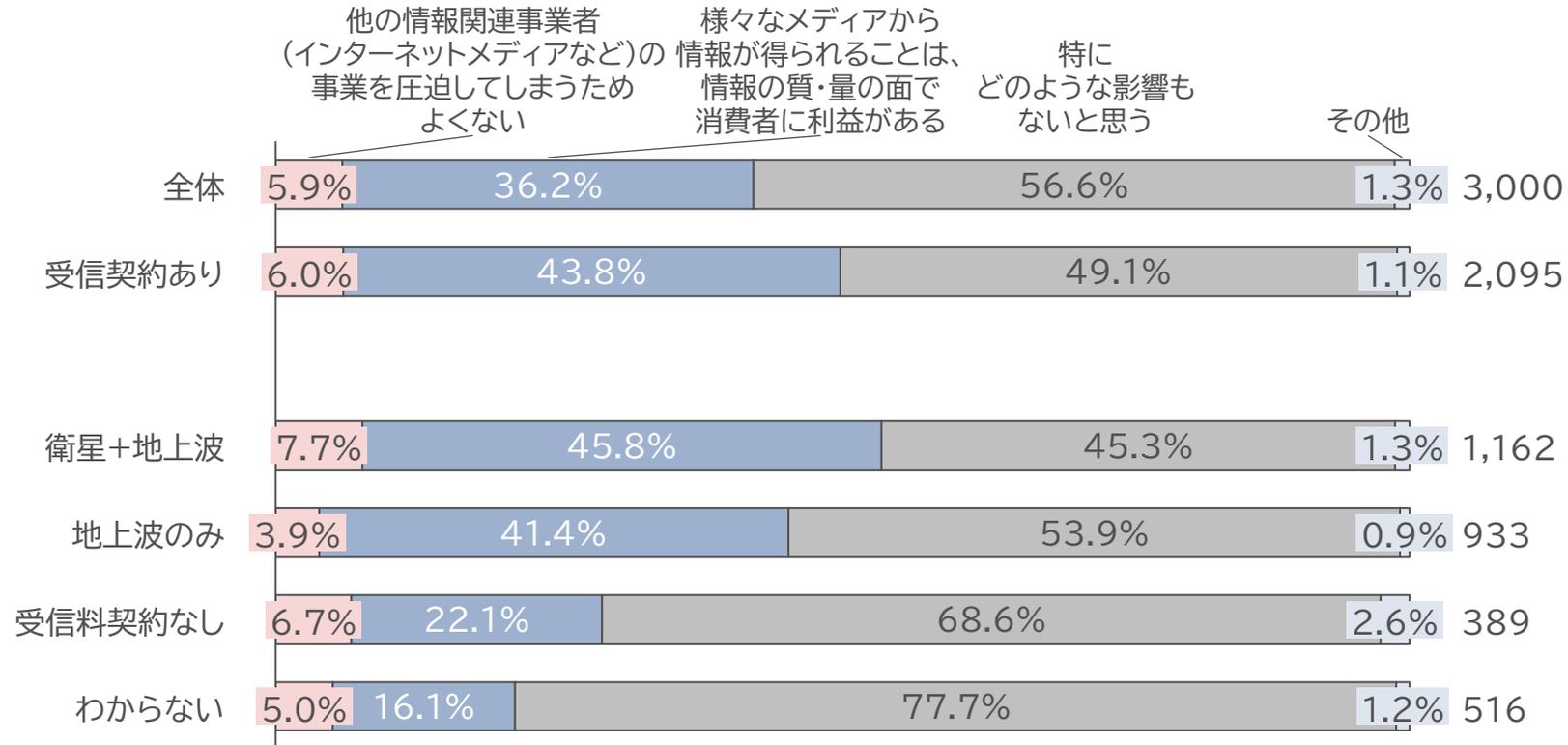
Q69.あなたは、NHKが報道や災害、教育、医療・健康、福祉などの分野において、ここまでおうかがいしてきたようなサービスにより、インターネットの特性を活かした情報提供に積極的に取り組んでいくことについて、評価しますか。[SA]



NHKが番組関連情報に取り組む影響に対する考え

- NHKが番組関連情報に取り組むことで、消費者に利益があると考えているのは、全体の4割弱、契約者の4割強。
- 特にどのような影響もないと考えるのは、全体の6割弱、契約者の5割弱。
- 他の事業者の事業を圧迫してしまうと考えるのは、全体の約6%、契約者の約6%。

Q70.NHKが報道や災害、教育、医療・健康、福祉などの分野において、インターネットの特性を活かした情報提供に取り組むことについて、以下の考えのうち、あなたの考えに近いものをお知らせください。[SA]



参考

2-②.独禁法事案で活用される

経済コンサルティング会社による分析

AlixPartners

NHK競争評価本調査の結果に基づく 暫定的な経済分析

最終報告

2024年8月28日

01 競争評価本調査の結果に基づく回帰分析

競争評価本調査（24年7月実施）によって得られたデータを基に、NHKのサービスが市場やNHK以外のサービスに与える影響に関する分析を試行

目的

- 「新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービス」を例にとり、NHKの防災サービスサイト（「NHK防災」）リニューアル⁽¹⁾や新たなオンラインでのニュース提供サービスの導入が、類似のサービスを提供する他者の事業や当該サービスの市場全体に及ぼす影響について分析。

アプローチ

- 独占禁止法の実務で用いられているものと同様の分析手法により⁽²⁾、「NHK防災」の利用実態が類似のサービスの利用や防災情報を取得する総時間に及ぼす影響について、統計的手法により分析。
- この分析手法のメリットは以下のとおり。
 - ユーザーの特徴（性別、年齢、都道府県、婚姻の有無、所得水準等）、テレビやインターネットの利用頻度などを変数として回帰式に組み入れることによって、これらの影響を取り除くことが可能となる。
 - 仮想的な分析ではあるものの、新たなオンラインでのニュース提供サービスについても上記と同様の観点の分析を行うことが可能となる。

データ

- NHK「競争評価本調査」（2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名）

(1) 従来いくつかのサイトに分散して設けられていた防災関連の情報を一元化して新たに開設した。

(2) 公取委が具体的な事例においてこうした分析を行った例は、例えば、口ノ町達朗「公正取引委員会における経済分析の取組」公正取引、No.886、2024年8月、10～14頁などに紹介されている。

02 NHKの新たなオンラインニュース提供サービスに関する 回帰分析：分析手法

NHKの新たなオンラインニュース提供サービスが市場全体及びNHK以外のサービスに与える影響について、以下の回帰式により分析

- **NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの影響**を示すデータ（**被説明変数**）として、次の質問への回答を利用
 - 「前問で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用することで、あなたが**報道・ニュースジャンルでの情報・コンテンツを取得する総時間はどのように変わると**思いますか。」という質問（Q.28）への回答
 - 「全体的に増える（報道・ニュースに関する興味が高まり、他のメディアの利用も促進される）」（回答値1）
 - 「利用分だけ増える（NHKのオンラインでのニュース提供サービスの利用分だけ上乗せになる）」（回答値2）
 - 「変わらない（代わりに他のメディアの利用が減る）」（回答値3）
 - 「あなたがQ27で紹介したような新しいNHKのオンラインでのニュース提供サービスを利用することで、他のメディアからのニュース取得にどのような影響があると思いますか。以下の内容ごとにお知らせください。」という質問（Q30）への回答のうち
 - 「**NHK以外のニュースサイトやアプリを利用する頻度・時間が減る**」に関するもの（Q30_3）
 - あてはまる（回答値1）～あてはまらない（回答値5）
 - 「**ニュースに対する関心が高まり、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度・時間が増える**」に関するもの（Q30_10）
 - あてはまる（回答値1）～あてはまらない（回答値5）
- **NHKの新たなオンラインニュース提供サービスに対する関心の程度**を示すデータ（**説明変数**）として、**利用意向の強さに関する次の質問への回答**を利用
 - 「このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。」（Q27）
 - 利用したいと思う（回答値1）～利用したいと思わない（回答値4）
- 推定式は、順序付きロジットモデル（ordered logit model）を使用。

02 NHKの新たなオンラインニュース提供サービスに関する 回帰分析：暫定的な分析結果

NHKの新たなオンラインニュース提供サービスが市場全体及びNHK以外のサービスに与える影響について推定した結果は以下のとおり

➤ Q27の回答の係数推定値：

	Q28	Q30_3	Q30_10
係数推定値 (標準誤差)	1.724*** (0.178)	0.485*** (0.163)	0.644*** (0.163)

***はp値が0.001未満であることを示す

- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、報道・ニュースジャンルでの情報・コンテンツを取得する総時間が長くなる (Q28)
- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が減る (Q30_3)
- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、ニュースに対する関心が高まり、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が増える (Q30_10)

02 NHKの新たなオンラインニュース提供サービスに関する 回帰分析：分析結果から得られる示唆

NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの開始は、オンラインニュース提供サービスの市場全体を拡大させるとともに、NHK以外のサービスの利用を減少させる一方で増加させる効果もあると考えられる

- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、報道・ニュースジャンルでの情報・コンテンツを取得する総時間が長くなる（Q28）
 - **市場全体が拡大**する可能性を示している
- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が減る（Q30_3）
 - NHKの新たなオンラインニュース提供サービスとNHK以外のニュースサイトやアプリとの間には**代替関係**があることを示している
- NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、ニュースに対する関心が高まり、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が増える（Q30_10）
 - NHKの新たなオンラインニュース提供サービスとNHK以外のニュースサイトやアプリとの間との間には**補完関係**があることを示している
- 代替関係と補完関係のどちらが強いかについては、現時点でははっきりとしたことは言えない
 - 両者の係数推定値を比較すると補完関係の方が強いように見えるが、この結果をもって代替関係と補完関係の強弱について統計的に意味のある判断を行うことは困難（→変数として用いるデータの収集方法についての検討が必要）

02 NHKの新たなオンラインニュース提供サービスに関する 回帰分析：暫定的な分析結果

NHKの新たなオンラインニュース提供サービスが市場全体及びNHK以外のサービスに与える影響は情報源として利用している数により差がある

- ニュース取得のために情報源として利用している数（都道府県別）の多寡でグループ分けした上で、グループごとに、NHKの新たなオンラインニュース提供サービスが与える影響が異なる可能性を考慮した分析を実施
 - 情報源数が多い都道府県（上位25%）・・・グループ1
 - 情報源数が少ない都道府県（下位25%）・・・グループ3
 - その他都道府県・・・グループ2
- グループ1とグループ3のダミー変数と、Q27の回答との交差項（掛け算）を独立変数に含め、Q27の回答がQ28、Q30_3、Q30_10に与える影響がグループごとに異なる可能性を勘案
 - グループ2との比較において、グループ間の差異を勘案する
- **情報源として利用している数が少ないグループでは、NHKの新たなオンラインニュース提供サービスによる需要増進の効果が比較的小さい一方、他のサービスとの代替の程度も小さい**
 - NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、報道・ニュースジャンルでの情報・コンテンツを取得する総時間が長くなるが、その影響は、情報源として利用している数が少ないグループにおいては、上記「その他都道府県」との比較で有意に小さい
 - NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が減るが、その影響は、情報源として利用している数が少ないグループにおいては、上記「その他都道府県」との比較で有意に小さい
 - NHKの新たなオンラインニュース提供サービスの利用意向が強いほど、ニュースに対する関心が高まり、NHK以外のニュースサイトやアプリの利用頻度が増えるという傾向は、上記モデルでは確かめられない

参考

3. ネット調査による多元性評価

③ 多元性評価 評価の枠組み

- Ofcomでは、多元性を測定する観点として、availability、consumption、impactの3つがあり、それらを測定するための方法を例示している。
- これらの測定方法を参考に、競争評価のための調査では、consumptionの観点を中心に多元性測定のための設問の聴取を行った。

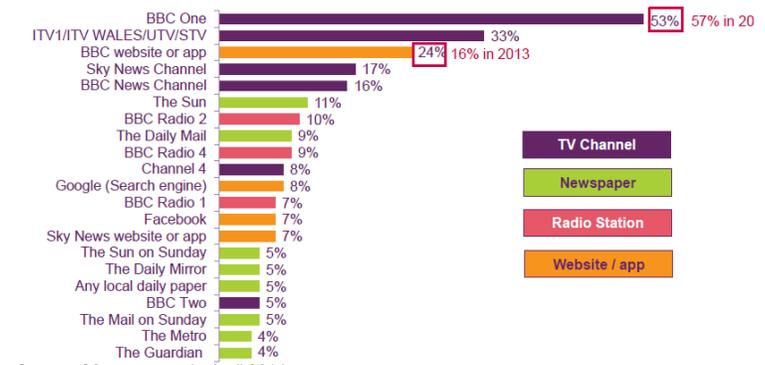
Ofcomの多元性測定の観点・測定方法例

多元性測定の観点	測定方法の例
availability (利用可能性)	プロバイダーの数 (ニュースを提供する情報源の数)
consumption (消費)	リーチ(メディア・情報源別リーチ) シェア(メディア・情報源別のシェア) マルチソーシング(平均利用数) など
impact (影響)	メディア・情報源別の重要性、信頼性など

Ofcomの調査結果例

ニュース情報源のリーチ

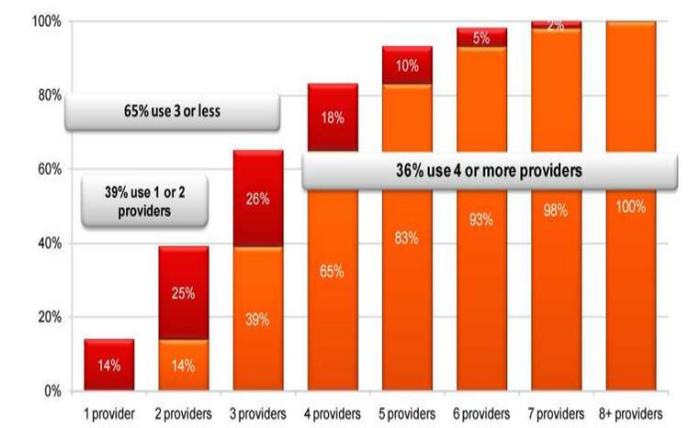
Figure 1: Top 20 news sources, reach among all adults: 2014



Source: Ofcom research, April 2014
 Q5a-e) Thinking specifically about <Source> which of the following do you use for news nowadays:
 Base: All adults 16+ (2731) Note: 2013 figures only shown where there are statistically significant differences between 2013 and 2014

ニュースで利用するメディア数 (利用数別の出現率)

Chart 4.2.4 – Number of providers used for news

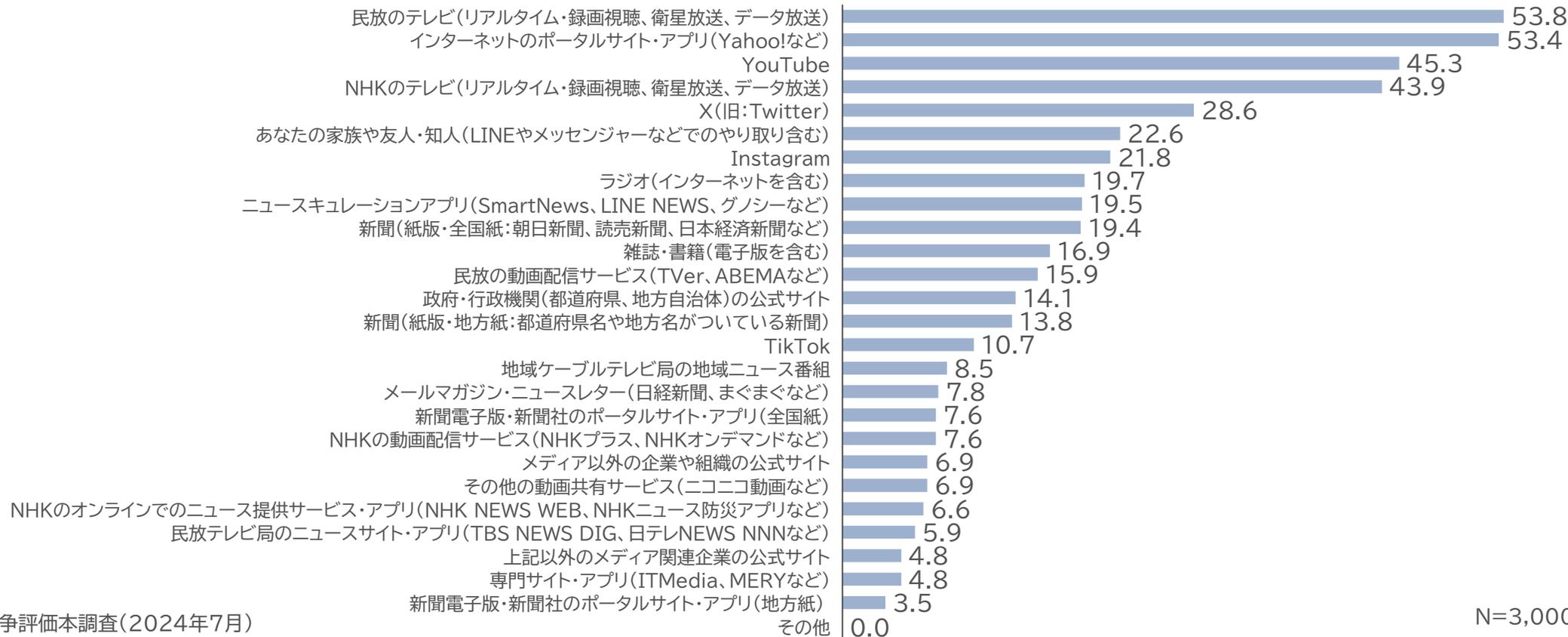


③ 多元性評価

ニュースを取得するメディア・情報源のリーチ(全国)

- ニュース取得に利用されるメディア・情報源は、民放のテレビ、インターネットのポータルサイト、YouTube、NHKのテレビなどが高い。
- 消費者は、特定のメディアだけでなく、複数のメディアから情報を得ている状況である。
- 今後も、このような多元性が維持されるかを継続確認する必要がある。

Q11.以下のうち、あなたが普段、報道・ニュースジャンルの情報・コンテンツ取得に利用している制作者やサービスを、以下の4つの段階ごとにすべてお知らせください。(2)報道・ニュースジャンルの情報・コンテンツ取得のために**実際に利用している**情報源[MA]



N=3,000

③ 多元性評価 ニュースを取得するメディア・情報源のリーチ(都道府県別1/3)

- 都道府県別にみても、消費者が、特定のメディアだけでなく、複数のメディアから情報を得ている状況は同様である。

ニュース取得において実際に利用している情報源(都道府県別)

	全体	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県
N数	3000	155	29	25	58	17	25	28	13	38	35	198	175	377	252	35	9
NHKのテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	43.9	45.8	41.4	60.0	46.6	35.3	36.0	32.1	30.8	60.5	45.7	41.4	57.1	44.8	48.4	48.6	22.2
民放のテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	53.8	54.8	55.2	64.0	53.4	35.3	60.0	53.6	30.8	57.9	51.4	57.1	68.6	56.0	59.9	57.1	33.3
地域ケーブルテレビ局の地域ニュース番組	8.5	3.9	20.7	4.0	3.4	0.0	4.0	7.1	0.0	7.9	5.7	7.6	9.1	7.7	8.3	8.6	11.1
NHKのニュース提供サービス・アプリ(NHK NEWS WEB、NHKニュース防災アプリなど)	6.6	4.5	3.4	0.0	6.9	5.9	8.0	10.7	0.0	18.4	11.4	3.5	8.6	8.0	9.1	14.3	0.0
民放テレビ局のニュースサイト・アプリ(TBS NEWS DIG、日テレNEWS NNNなど)	5.9	4.5	3.4	8.0	5.2	11.8	8.0	7.1	0.0	2.6	11.4	7.1	8.6	5.0	8.7	8.6	0.0
NHKの動画配信サービス(NHKプラス、NHKオンデマンドなど)	7.6	7.7	10.3	8.0	10.3	23.5	4.0	7.1	7.7	13.2	2.9	7.1	8.0	8.0	11.5	5.7	0.0
民放の動画配信サービス(TVer、ABEMAなど)	15.9	18.7	13.8	40.0	17.2	11.8	28.0	10.7	0.0	18.4	8.6	15.7	19.4	17.2	13.5	11.4	11.1
新聞(紙版・全国紙:朝日新聞、読売新聞、日本経済新聞など)	19.4	9.0	6.9	12.0	13.8	5.9	16.0	14.3	15.4	26.3	25.7	19.7	30.3	20.4	27.4	8.6	22.2
新聞(紙版・地方紙:都道府県名や地方名がついている新聞)	13.8	33.5	24.1	20.0	8.6	23.5	16.0	21.4	15.4	15.8	22.9	3.0	6.3	6.6	3.6	20.0	11.1
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(全国:朝日新聞デジタルなど)	7.6	5.2	6.9	8.0	8.6	0.0	4.0	14.3	15.4	7.9	11.4	6.6	11.4	9.5	11.1	2.9	0.0
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(地方:都道府県名や地方名がついてる)	3.5	6.5	3.4	4.0	1.7	5.9	4.0	3.6	7.7	5.3	8.6	2.5	1.7	4.2	2.8	2.9	0.0
雑誌・書籍(電子版を含む)	16.9	17.4	13.8	28.0	12.1	5.9	24.0	25.0	7.7	13.2	28.6	13.1	21.1	17.8	19.8	14.3	11.1
ラジオ(インターネットを含む)	19.7	24.5	17.2	44.0	17.2	17.6	12.0	39.3	23.1	10.5	25.7	20.7	25.1	17.0	20.6	28.6	11.1
インターネットのポータルサイト・アプリ(Yahoo!など)	53.4	51.0	48.3	44.0	55.2	70.6	52.0	71.4	30.8	50.0	54.3	52.0	63.4	54.6	54.0	54.3	55.6
ニュースキュレーションアプリ(SmartNews、LINE NEWS、グノシーなど)	19.5	13.5	13.8	24.0	25.9	0.0	20.0	25.0	15.4	13.2	25.7	20.2	21.7	22.5	20.6	22.9	0.0
専門サイト・アプリ(ITMedia、MERYなど)	4.8	3.2	6.9	0.0	3.4	0.0	4.0	3.6	0.0	5.3	5.7	1.0	4.6	8.0	6.0	2.9	0.0
メールマガジン・ニュースレター(日経新聞、まぐまぐなど)	7.8	7.7	3.4	4.0	5.2	5.9	4.0	14.3	0.0	5.3	8.6	6.6	8.6	9.3	9.1	2.9	0.0
X(旧:Twitter)	28.6	29.0	27.6	36.0	25.9	5.9	48.0	21.4	38.5	26.3	28.6	30.3	37.1	30.8	31.3	42.9	33.3
Instagram	21.8	20.6	17.2	32.0	24.1	5.9	28.0	17.9	23.1	18.4	20.0	19.2	22.3	21.8	19.4	22.9	33.3
TikTok	10.7	9.0	20.7	28.0	10.3	5.9	20.0	17.9	7.7	10.5	5.7	10.1	10.9	9.8	6.3	11.4	22.2
YouTube	45.3	47.7	17.2	60.0	46.6	23.5	52.0	42.9	38.5	34.2	42.9	47.0	52.0	45.4	42.9	54.3	44.4
その他の動画共有サービス(ニコニコ動画など)	6.9	4.5	3.4	16.0	3.4	5.9	8.0	14.3	0.0	7.9	5.7	5.1	8.0	6.6	5.2	5.7	0.0
上記以外のメディア関連企業の公式サイト	4.8	2.6	3.4	0.0	1.7	0.0	4.0	3.6	0.0	5.3	8.6	6.1	8.6	5.8	6.3	2.9	0.0
メディア以外の企業や組織の公式サイト	6.9	6.5	3.4	0.0	3.4	0.0	0.0	3.6	0.0	7.9	14.3	7.6	10.3	8.5	6.3	8.6	0.0
政府・行政機関(都道府県、地方自治体)の公式サイト	14.1	11.6	10.3	8.0	10.3	11.8	0.0	7.1	7.7	15.8	20.0	13.6	19.4	15.6	16.3	14.3	0.0
あなたの家族や友人・知人(LINEやメッセージなどでのやり取り含む)	22.6	18.1	24.1	24.0	17.2	17.6	16.0	10.7	0.0	15.8	14.3	24.7	28.6	23.6	24.6	31.4	22.2

③ 多元性評価 ニュースを取得するメディア・情報源のリーチ(都道府県別2/3)

■ 都道府県別にみても、消費者が、特定のメディアだけでなく、複数のメディアから情報を得ている状況は同様である。

ニュース取得において実際に利用している情報源(都道府県別)

	全体	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県
N数	3000	26	17	9	35	46	70	205	47	20	60	217	148	30	11	7	7
NHKのテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	43.9	53.8	47.1	55.6	34.3	47.8	45.7	42.4	51.1	40.0	50.0	37.3	38.5	56.7	18.2	28.6	28.6
民放のテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	53.8	34.6	64.7	77.8	37.1	58.7	52.9	49.8	57.4	50.0	58.3	51.6	50.0	56.7	27.3	57.1	42.9
地域ケーブルテレビ局の地域ニュース番組	8.5	15.4	29.4	22.2	11.4	2.2	4.3	10.2	21.3	5.0	8.3	6.5	12.2	10.0	0.0	14.3	14.3
NHKのニュース提供サービス・アプリ(NHK NEWS WEB、NHKニュース防災アプリなど)	6.6	23.1	5.9	11.1	5.7	0.0	2.9	7.8	8.5	10.0	11.7	5.5	4.1	16.7	0.0	14.3	14.3
民放テレビ局のニュースサイト・アプリ(TBS NEWS DIG、日テレNEWS NNNなど)	5.9	15.4	11.8	11.1	8.6	2.2	1.4	4.4	6.4	5.0	5.0	6.0	4.7	6.7	9.1	14.3	0.0
NHKの動画配信サービス(NHKプラス、NHKオンデマンドなど)	7.6	11.5	5.9	11.1	8.6	2.2	11.4	9.3	8.5	10.0	3.3	4.6	5.4	16.7	0.0	14.3	0.0
民放の動画配信サービス(TVer、ABEMAなど)	15.9	15.4	41.2	11.1	14.3	15.2	15.7	15.6	17.0	35.0	8.3	12.9	17.6	36.7	0.0	14.3	0.0
新聞(紙版・全国紙:朝日新聞、読売新聞、日本経済新聞など)	19.4	11.5	11.8	44.4	14.3	15.2	15.7	12.2	27.7	15.0	26.7	27.6	20.9	26.7	9.1	14.3	0.0
新聞(紙版・地方紙:都道府県名や地方名がついている新聞)	13.8	26.9	52.9	55.6	28.6	34.8	32.9	22.0	21.3	10.0	15.0	2.3	4.7	3.3	9.1	42.9	57.1
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(全国:朝日新聞デジタルなど)	7.6	7.7	5.9	22.2	11.4	8.7	4.3	8.3	8.5	10.0	3.3	6.9	4.7	13.3	0.0	0.0	0.0
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(地方:都道府県名や地方名がついてる)	3.5	3.8	5.9	22.2	5.7	4.3	2.9	5.4	2.1	5.0	1.7	2.3	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0
雑誌・書籍(電子版を含む)	16.9	0.0	11.8	44.4	20.0	21.7	17.1	20.0	21.3	10.0	16.7	12.9	16.2	26.7	27.3	0.0	28.6
ラジオ(インターネットを含む)	19.7	11.5	17.6	44.4	25.7	26.1	21.4	20.5	27.7	10.0	20.0	14.7	16.2	30.0	9.1	28.6	14.3
インターネットのポータルサイト・アプリ(Yahoo!など)	53.4	38.5	47.1	77.8	31.4	54.3	57.1	48.8	59.6	65.0	56.7	53.0	52.7	63.3	54.5	57.1	57.1
ニュースキュレーションアプリ(SmartNews、LINE NEWS、グノシーなど)	19.5	3.8	41.2	22.2	17.1	8.7	21.4	21.5	14.9	25.0	21.7	17.5	27.0	16.7	36.4	14.3	14.3
専門サイト・アプリ(ITMedia、MERYなど)	4.8	3.8	11.8	11.1	8.6	6.5	4.3	3.9	4.3	0.0	6.7	5.1	2.7	16.7	0.0	0.0	0.0
メールマガジン・ニュースレター(日経新聞、まぐまぐなど)	7.8	11.5	17.6	22.2	11.4	2.2	10.0	6.8	6.4	10.0	10.0	5.1	6.1	20.0	0.0	0.0	14.3
X(旧:Twitter)	28.6	15.4	35.3	44.4	20.0	19.6	30.0	29.3	34.0	40.0	23.3	29.0	29.1	33.3	18.2	14.3	28.6
Instagram	21.8	19.2	41.2	33.3	14.3	21.7	17.1	24.4	29.8	35.0	21.7	21.7	25.0	20.0	9.1	14.3	14.3
TikTok	10.7	3.8	23.5	22.2	14.3	4.3	1.4	13.2	12.8	20.0	1.7	12.0	11.5	13.3	9.1	14.3	0.0
YouTube	45.3	30.8	58.8	66.7	40.0	47.8	51.4	42.4	55.3	60.0	50.0	43.3	48.0	63.3	45.5	57.1	71.4
その他の動画共有サービス(ニコニコ動画など)	6.9	7.7	11.8	22.2	11.4	6.5	10.0	8.8	2.1	5.0	6.7	6.0	8.8	20.0	0.0	0.0	0.0
上記以外のメディア関連企業の公式サイト	4.8	0.0	5.9	11.1	8.6	4.3	5.7	6.3	0.0	10.0	6.7	2.8	4.7	6.7	0.0	0.0	0.0
メディア以外の企業や組織の公式サイト	6.9	0.0	5.9	11.1	5.7	4.3	14.3	7.8	0.0	10.0	11.7	8.3	4.7	13.3	9.1	14.3	0.0
政府・行政機関(都道府県、地方自治体)の公式サイト	14.1	7.7	17.6	33.3	17.1	6.5	22.9	14.6	17.0	15.0	21.7	13.4	12.2	30.0	9.1	14.3	14.3
あなたの家族や友人・知人(LINEやメッセージなどでのやり取り含む)	22.6	15.4	23.5	22.2	17.1	23.9	25.7	22.4	27.7	30.0	33.3	19.4	21.6	36.7	9.1	28.6	28.6

参考

③ 多元性評価 ニュースを取得するメディア・情報源のリーチ(都道府県別3/3)

■ 都道府県別にみても、消費者が、特定のメディアだけでなく、複数のメディアから情報を得ている状況は同様である。

ニュース取得において実際に利用している情報源(都道府県別)

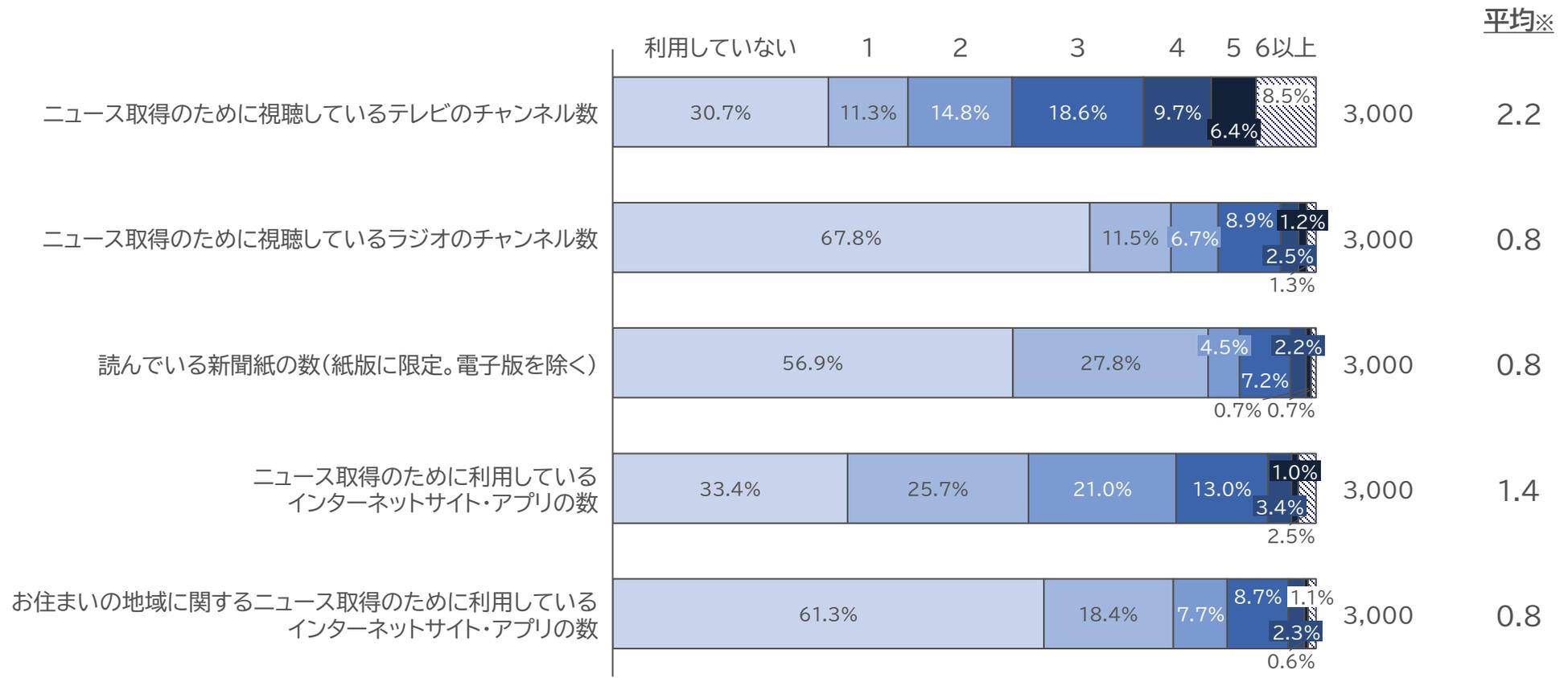
	全体	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
N数	3000	49	79	28	12	26	29	20	150	18	37	29	22	22	33	22
NHKのテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	43.9	40.8	39.2	28.6	33.3	46.2	51.7	40.0	40.0	61.1	43.2	41.4	27.3	22.7	42.4	40.9
民放のテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	53.8	51.0	46.8	39.3	33.3	46.2	58.6	50.0	52.0	72.2	51.4	37.9	40.9	45.5	27.3	59.1
地域ケーブルテレビ局の地域ニュース番組	8.5	14.3	6.3	14.3	16.7	7.7	10.3	5.0	8.0	11.1	13.5	3.4	13.6	9.1	3.0	18.2
NHKのニュース提供サービス・アプリ(NHK NEWS WEB、NHKニュース防災アプリなど)	6.6	2.0	5.1	3.6	0.0	3.8	0.0	5.0	5.3	11.1	2.7	0.0	9.1	0.0	6.1	4.5
民放テレビ局のニュースサイト・アプリ(TBS NEWS DIG、日テレNEWS NNNなど)	5.9	8.2	2.5	10.7	0.0	3.8	3.4	5.0	6.7	0.0	8.1	0.0	4.5	0.0	3.0	4.5
NHKの動画配信サービス(NHKプラス、NHKオンデマンドなど)	7.6	8.2	3.8	10.7	8.3	11.5	0.0	0.0	7.3	5.6	2.7	3.4	9.1	0.0	6.1	9.1
民放の動画配信サービス(TVer、ABEMAなど)	15.9	12.2	11.4	3.6	16.7	15.4	13.8	20.0	17.3	5.6	10.8	10.3	22.7	4.5	9.1	31.8
新聞(紙版・全国紙:朝日新聞、読売新聞、日本経済新聞など)	19.4	12.2	11.4	28.6	16.7	23.1	20.7	10.0	20.7	16.7	16.2	6.9	18.2	13.6	12.1	4.5
新聞(紙版・地方紙:都道府県名や地方名がついている新聞)	13.8	24.5	19.0	7.1	25.0	15.4	20.7	35.0	9.3	16.7	21.6	13.8	13.6	31.8	21.2	22.7
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(全国:朝日新聞デジタルなど)	7.6	2.0	3.8	7.1	0.0	15.4	3.4	5.0	8.0	0.0	5.4	0.0	4.5	4.5	6.1	9.1
新聞電子版・新聞社のポータルサイト・アプリ(地方:都道府県名や地方名がついてる)	3.5	2.0	2.5	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	4.7	0.0	2.7	0.0	4.5	0.0	0.0	9.1
雑誌・書籍(電子版を含む)	16.9	18.4	15.2	14.3	8.3	11.5	27.6	15.0	14.7	11.1	5.4	6.9	9.1	9.1	15.2	31.8
ラジオ(インターネットを含む)	19.7	12.2	12.7	14.3	16.7	19.2	20.7	30.0	19.3	22.2	8.1	10.3	22.7	18.2	9.1	40.9
インターネットのポータルサイト・アプリ(Yahoo!など)	53.4	46.9	45.6	35.7	50.0	53.8	58.6	40.0	52.0	50.0	54.1	58.6	72.7	45.5	42.4	81.8
ニュースキュレーションアプリ(SmartNews、LINE NEWS、グノシーなど)	19.5	12.2	11.4	21.4	8.3	15.4	13.8	20.0	21.3	27.8	10.8	24.1	18.2	4.5	6.1	22.7
専門サイト・アプリ(ITMedia、MERYなど)	4.8	0.0	2.5	10.7	8.3	0.0	3.4	5.0	6.0	0.0	2.7	10.3	9.1	0.0	3.0	13.6
メールマガジン・ニュースレター(日経新聞、まぐまぐなど)	7.8	10.2	6.3	10.7	0.0	0.0	3.4	5.0	8.7	16.7	8.1	10.3	9.1	4.5	12.1	18.2
X(旧:Twitter)	28.6	18.4	22.8	25.0	25.0	15.4	13.8	25.0	21.3	22.2	16.2	44.8	22.7	13.6	15.2	45.5
Instagram	21.8	14.3	21.5	14.3	16.7	15.4	24.1	30.0	24.0	27.8	13.5	24.1	45.5	22.7	12.1	36.4
TikTok	10.7	14.3	12.7	7.1	0.0	3.8	6.9	15.0	14.7	22.2	13.5	10.3	18.2	13.6	6.1	4.5
YouTube	45.3	44.9	36.7	42.9	25.0	34.6	37.9	45.0	42.0	55.6	37.8	41.4	59.1	45.5	39.4	54.5
その他の動画共有サービス(ニコニコ動画など)	6.9	2.0	1.3	7.1	8.3	3.8	3.4	10.0	10.7	11.1	8.1	10.3	13.6	9.1	6.1	4.5
上記以外のメディア関連企業の公式サイト	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	5.0	6.0	0.0	2.7	0.0	18.2	9.1	0.0	4.5
メディア以外の企業や組織の公式サイト	6.9	2.0	5.1	0.0	0.0	7.7	13.8	5.0	6.0	0.0	2.7	0.0	13.6	9.1	0.0	9.1
政府・行政機関(都道府県、地方自治体)の公式サイト	14.1	6.1	11.4	3.6	8.3	7.7	24.1	20.0	11.3	16.7	8.1	3.4	31.8	9.1	3.0	13.6
あなたの家族や友人・知人(LINEやメッセージャーなどでのやり取り含む)	22.6	22.4	24.1	7.1	8.3	19.2	24.1	15.0	21.3	33.3	18.9	6.9	40.9	31.8	15.2	36.4

参考

③ 多元性評価 ニュースを取得するチャンネル・新聞・サイトの数(全国)

■ ニュース取得のために、平均で、テレビは2.2チャンネル、新聞は0.8紙、アプリ・サイトは1.4サイト利用されている。

Q12.あなたが普段、報道・ニュースジャンルの情報・コンテンツ取得に利用している制作者やサービスの数を、以下の項目ごとにお知らせください。[SA]



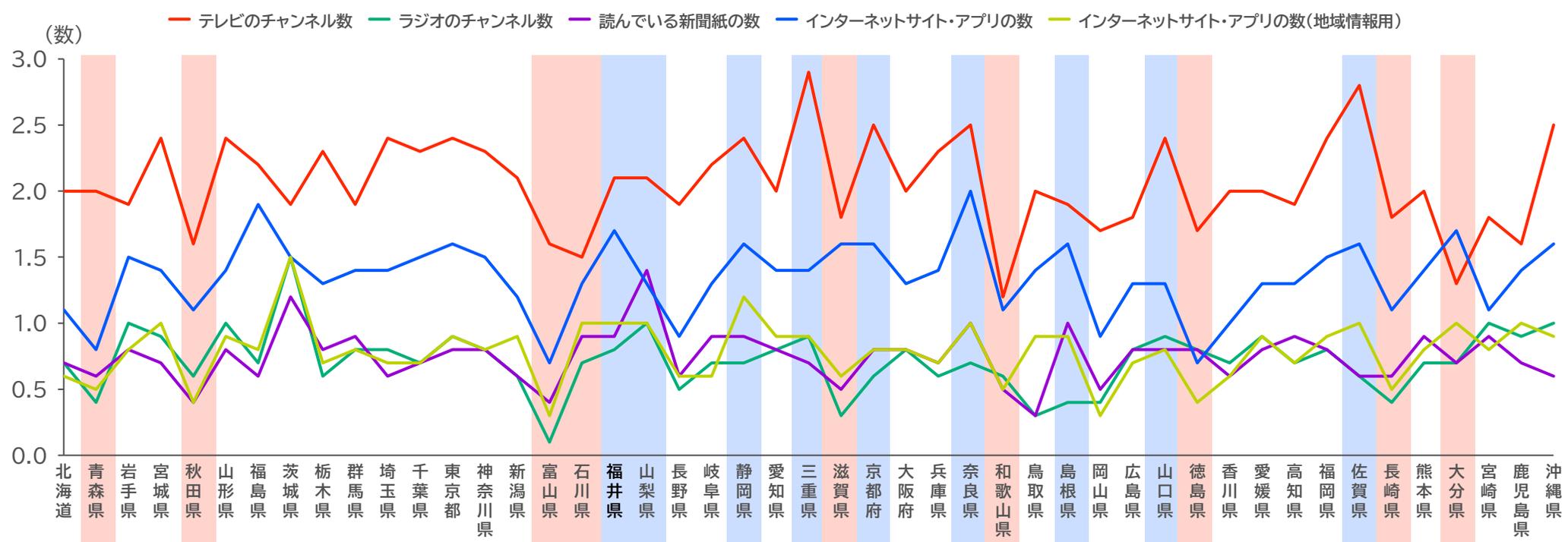
※「6以上」は6として平均を算出

参考

③ 多元性評価 ニュースを取得するチャンネル・新聞・サイトの数(都道府県別)

- 都道府県別にみると、ニュース取得のために情報源として利用している情報数は、どの地域でも一定あるものの、地域ごとの多寡は存在。
- ただし、回答者の認識であり、実際の供給数とは一致しない可能性がある点は留意が必要。

ニュース取得のために情報源として利用している数(都道府県別)



情報源数が多い都道府県(上位25%)

情報源数が少ない都道府県(下位25%)

参考

③ 多元性評価 (独禁法的評価も考慮)

取得情報源の多寡別の番組関連情報(報道)の利用意向

■ NHKが想定している新たなニュースサービス(番組関連情報)への利用意向は、利用している情報源が多い地域でやや高く、少ない地域でやや低い傾向。

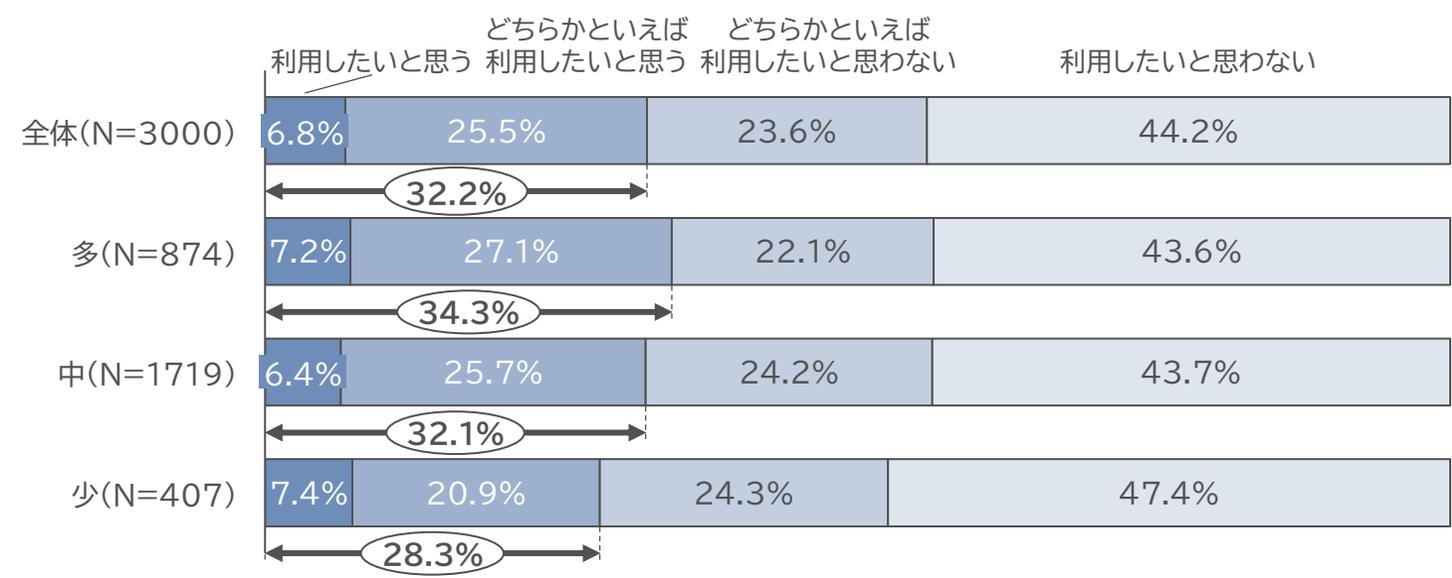
NHKでは、次のようなオンラインでのニュースサービスを提供することを検討しています。

このサービスでは、「公平・公正な、信頼できる、正確な情報」を動画やテキストで提供します。世の中で議論や話題となっている事象や課題、さらに埋もれている重要な事象を偏りなく把握できるようにします。このサービスには、例えば以下のような特徴があります。

- ①ニュース速報や、主要なニュース・各地域のニュース、天気・スポーツ、身近な話題やトレンド情報等の動画や記事が、一覧や短くまとめた動画など見やすい形式で配信されます。
- ②多様な視点を得られるようにするため、様々な分野や地域のニュースが、過去の経緯や背景をとりあげたドキュメンタリー番組などとともに、表示されます。
- ③SNSなどで広がる偽情報・誤情報に警戒を呼びかけ、正確な情報が提供されます。
- ④選挙や感染症などについて、関連するデータがグラフや地図などで示され、自ら関心がある詳細な情報を簡単に確認できるように提供されます。(画像は次ページ)

Q27.このようなサービスが実用化された場合、あなたは利用したいと思いますか。[SA]

※なお、利用には受信契約を確認するためのポップアップが表示されます。



出所) NHK「競争評価本調査」(2024年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)

参考

〔報道〕 番組関連情報のまとめ

③ 多元性評価 (独禁法的評価も考慮)

- 情報空間への信頼は、どのセグメントでも安心して情報取得できるようになると考える人が一定存在。
- メディアの利用時間では、①で多くの項目で利用時間が増加、②③では増加と減少が同程度。
- 支払については、①で新聞の定期購読が増加すると考える利用者は多く、ネットサービスでは増加と減少が同程度。②③では増加と減少が同程度。

	情報空間への信頼(安心)	他メディアの利用時間	他メディアへの支払
①既存意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約5割が、安心して情報取得できるようになる 約4割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 多くの項目で、利用時間が増加すると考える人の方が多い 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、増加すると考える利用者の方が多い 他メディアネットサービスでは、支払が増加すると考える加入者と減少すると考える加入者はほぼ同数 (現在も利用者であることから、総体の影響は小さいか)
②新規意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約3割が、安心して情報取得できるようになる 約6割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、支払が増加すると考える利用者と減少すると考える利用者はほぼ同数 他メディアネットサービスの支払者は、このセグメントには殆どいない
③未契約意向者	<ul style="list-style-type: none"> 約3割が、安心して情報取得できるようになる 約6割は影響なし 	<ul style="list-style-type: none"> 利用増加すると考える人と減少すると考える人が同程度 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞の定期購読では、支払が増加すると考える利用者と減少すると考える利用者はほぼ同数 他メディアネットサービスの支払者は、このセグメントには殆どいない

日本放送協会第1456回経営委員会議事録
(2024年10月8日開催分)
【抜粋】

第 1456 回 経 営 委 員 会 議 事 録

< 会 議 の 名 称 >

第 1456 回 経 営 委 員 会

< 会 議 日 時 >

2024 年 10 月 8 日 (火) 午後 1 時 00 分から午後 3 時 50 分まで

< 出 席 者 >

[経 営 委 員]

◎古 賀 信 行 ○榊 原 一 夫 明 石 伸 子

磯 山 誠 二 大 草 透 尾 崎 裕

坂 本 有 芳 不 破 泰 前 田 香 織

水 尾 衣 里

◎委員長 ○委員長職務代行者 (以下、「代行」という。)

[執 行 部]

稲 葉 会 長 井 上 副 会 長 竹 村 専 務 理 事

小 池 専 務 理 事 山 名 専 務 理 事 根 本 理 事

中 嶋 理 事 安 保 理 事 寺 田 理 事・技 師 長

平 理 事 黒 崎 理 事 原 理 事

< 場 所 >

○放送センター 22 階 経 営 委 員 会 室

< 議 題 >

- 1 視聴者のみなさまと語る会（広島・学生）の開催について
- 2 NHK番組関連情報配信業務規程について
- 3 インターネット活用業務実施基準の変更に対する意見募集の結果について
- 4 新役員あいさつ
- 5 議事録確認
- 6 議決事項
 - (1) NHK番組関連情報配信業務規程について
- 7 審議事項
 - (1) NHK経営計画（2024-2026年度）の修正（案）について
- 8 会長報告
- 9 議決事項
 - (2) 放送センター建替工事における工事請負契約について
 - (3) 国際放送番組審議会委員の委嘱について
- 10 審議事項
 - (2) インターネット活用業務実施基準の変更について

< 議事経過 >

< 経営委員 入室 >

古賀委員長が経営委員会の開会を宣言。

本日の議題および日程について説明。

1～5 (省略)

6 議決事項

(1) NHK番組関連情報配信業務規程について

(小池専務理事)

本日は、これまで二度にわたりガバナンス協議会でご審議をいただいた業務規程について、議決をお願いします。

「業務規程(案)」について説明します。前回お示しした案から若干の変更もありますが、骨格は変わりません。確認の意味も含めて、改めて全体をご説明させていただきます。

業務規程(案)の1ページをご覧ください。1は「総則」です。規程の目的、用語の定義などを記しています。また、留意事項として、「特定必要的配信の実施に際しては、信頼できる多元性の確保、公平負担の徹底など、受信料制度の遵守の観点から、受信契約の確認等について適宜の措置を行う」、つまり適宜フリーライド抑止の措置をしていくことを記しています。

2ページをご覧ください。2には番組関連情報配信業務の種類として、「国内」と「国際」の2種類を規定しています。続いて、3には番組関連情報の基本原則として「放送番組と同一の情報内容」「同一の価値を提供するものであること」「インターネットの視聴・特性に対応して届け方を工夫して配信すること」「番組関連情報の配信は、ほかの事業者との公正な競争と地域を含めたメディアの多元性を確保しながら実施すること」に加えて、具体的な「編成視点の工夫」および「編成(表現)視点の工夫」を記しています。

3 ページをご覧ください。4 として、番組関連情報の編集方針を記しています。こちらはすべて中央放送番組審議会と、国際放送番組審議会に諮問したものです。国内放送番組では、①から⑥の各分野について番組関連情報を提供すること、このほか個別の番組ページやユニバーサルサービスについても提供することを規定しています。国際放送番組と合わせて大きく7つの分野があります。

続いて4ページです。5では、各分野の編集方針と内容・実施方法を規定しています。4で示した全体の編集方針、5で示した各分野の編集方針を併せて番組審議会に諮問しています。内容・実施方法として、各分野のサービス内容をさらに詳しく記載しています。競争評価に関する調査においては、編集方針だけでなく、これらの内容・実施方法も踏まえてサービスイメージを示しました。

以下、報道・防災、大型スポーツ大会、教育、医療・健康、福祉、ラジオ放送、国際放送と、それぞれ詳しい記述が14ページまで続きます。

14ページ、6には番組関連情報配信業務の実施に要する費用の規模を示しています。来年度以降の収支予算・事業計画では、「番組関連情報の編集および配信にかかる費用」を記載することが求められています。業務規程では、あらかじめ規模を示すことにしています。

7には番組関連情報配信業務以外のインターネット利用について、同時配信、見逃し・聴き逃し配信、任意的配信、周知広報等に加え、外部プラットフォーム利用の考え方を説明しています。

16ページをご覧ください。8には、放送法第20条の4第2項への適合の在り方およびプロセスについて記しています。第1号「公衆の要望を満たすために必要かつ十分なものであること」、第2号「公衆の生命または身体の安全の確保のために必要な情報が迅速かつ確実に提供されること」については、この規程で定めている「編集方針」について、案を番組審議会に示して諮問し、可とする答申を得ました。また、第3号については、競争評価に関する委員会、名称は「競争評価分科会」ですが、これを設置し、サービスについての調査を行い、分析結果を示して意見を聴取したことを記載しています。意見聴取の結果については、別途補足資料にまとめていますのでこのあとご説明します。この8のパートは前回から変更点があり、サービスの開始後も、実施状況について調査を行い、番組審議会や

競争評価分科会に報告や意見聴取を行うことを明記しました。また、番組関連情報配信業務の種類・内容・実施方法を変更する際には、(1)、(2)、(3)のそれぞれについて同様の措置を講じることを明記しました。

17ページをご覧ください。9では番組関連情報配信業務について、各年度終了後にとりまとめ、評価することを記しています。

業務規程についての説明は以上です。

ここからは、補足資料によって「公正な競争の確保に支障が生じないこと」を確認したプロセスについて説明します。

まず、2ページですが意見聴取にご協力いただいた競争評価分科会の委員です。現在、任意業務として実施しているNHKのインターネットサービスについて、市場影響等の観点から意見をいただいている「インターネット活用業務審査・評価委員会」からお二人の委員にご参加いただいています。それぞれ競争法、応用経済学がご専門です。さらに、市場競争の評価に関する知見を有する専門家お二人にも加わっていただいています。競争法の中でも特に公益事業について詳しい方、公正取引委員会の調査手法に知見のある方です。また、メディア関係者として、日本新聞協会メディア開発委員会、日本民間放送連盟からもそれぞれ一人ずつ、計6名です。

3ページをご覧ください。競争評価分科会においては、3つの観点について検討しました。これらの観点は、事前に総務省における競争評価に関する準備会合において、専門家や関係者の議論を経て、観点として示されたものです。

4ページから、「放送との同一性」の観点について、意見と評価をお示ししています。

5ページは委員からの意見を踏まえた執行部としての評価です。なお、評価についても妥当なものかどうか、委員に確認をいただいています。

「『インターネットならではの特性』については、組織、方針によって解釈の逸脱を防ぐガバナンスが前提である」「『ネットの特性を生かした表現・享受方法の工夫』をサービスに落とし込む際、放送と同一の価値・受益を超えることがないようにすべき」「多様性を確保するという方針を守るよう、さまざまな工夫をしていくことが重要である」「受信料制度や信頼できる多元性確保の順守に照らして、サブスクリプションとなつては

ならないが、適切なフリーライド抑止が重要である」「スマートフォンでも手軽に利用できるようになれば、事実上の無料になることの影響は特に大きい。汎用型端末であるスマートフォンに即した誤受信防止措置の仕組みを講じるべきだ」以上のような点について、継続的にチェックを行っていくことが重要であるというご意見をいただいております、これらの指摘を踏まえることで、放送との同一性は確保できるのではないかと執行部では評価しています。

6 ページは委員からいただいたご意見です。

7 ページから、「公正な競争の確保」の観点についての意見と評価をお示ししています。

8 ページは調査の分析結果とその評価です。こちらの分析結果と評価についても妥当なものかどうか、委員に確認をいただいております。

ネット調査による影響評価や、独禁法事案で活用される経済コンサルティング会社による回帰分析から、現時点の想定サービスでは独禁法的評価において、問題があるとは言えないのではないかと執行部では評価しています。

9 ページ、10 ページは委員からの具体的なご意見を記しています。

11 ページから、「メディアの多元性」の観点について意見と評価をお示ししています。

12 ページは、調査の分析結果とその評価です。こちらの分析結果と評価についても妥当なものかどうか、委員に確認をいただいております。全国的に消費者が特定のメディアだけでなく、複数のメディアから情報を得ている状況であり、現時点の想定サービスでは、多元性評価においては問題があるとは言えないのではないかと執行部では評価しています。今回実施した調査結果がどのように推移するかは、サービス開始後も確認していきたいと思っております。

13 ページは委員からの具体的なご意見を紹介しています。

14 ページ以降は、参考として、調査の内容、分析結果です。ここまで業務規程（案）と補足資料についてご説明しました。

改めて申し上げますが、放送法で求められている3つの要件について、執行部としては、「公衆の要望を満たすものであること」や「生命、身体の安全のために必要な情報の提供」については番組審議会に編集方針の案

について諮問し、答申を得たことで適合していると判断しています。また、「公正な競争の確保」については、競争評価に関する調査を実施したうえで、競争法や公正競争の専門家、メディア関係者からなる委員会に意見を聴取しました。その結果、問題があるとは言えないと評価し、適合していると判断しています。

業務規程を議決いただくにあたり、執行部としてのこうした一連のプロセス、対応も含めてご判断いただければと思います。

(大草委員) 経営委員会として、プロセス面の適正性を改めて確認する意味で、再度確認させてください。まず放送法第20条の4第2項への適合について、①、②に関しては放送番組審議会に諮問して、「可」という答申を得ているということでしょうか。③の公正な競争の確保に関しては、競争評価分科会に意見を聴取しているということで、答申ではなく意見聴取となっています。そして、「問題があるとは言えない」と説明されましたが、この主語は、「NHK執行部としては」という理解でよろしいでしょうか。

(小池専務理事) そのとおりです。

(大草委員) あともう1点は、業務規程本文についても、競争評価分科会の委員に見せたうえで意見を聴取しているということでしょうか。

(小池専務理事) はい、そのとおりです。

(不破委員) 業務規程案の15ページに「外部プラットフォームの利用」という項目があります。原則として外部プラットフォームは利用しませんと書かれていますが、これはなぜでしょうか。これまでの経営委員会の中でも、合理的な理由があれば外部プラットフォームもうまく活用して、という意見が出ていたと思いますが、理由を教えてください。

(小池専務理事) 原則として国内の番組関連情報配信業務には利用しないのですが、放送番組の周知・広報、あるいは必要的配信の周知・広報に用いることを基本とする、というよう

に記しています。

(不破委員) 経営委員会での議論は、NHKが独自にプラットフォームをつくる方法と、すでにあるいろいろな外部プラットフォームをうまく活用する方法と、両方の議論があったと思います。今ここで外部プラットフォームは原則として利用しないというのは唐突な感じがして、かえってNHKの今後の判断を縛ることにならないでしょうか。

(小池専務理事) インターネットでの配信、必要的配信というものが必須業務になりますので、まずはここでしっかり視聴者にご利用いただいて、NHKの存在価値やコンテンツの価値をご理解いただき、できるだけ広く普及していくということが重要です。

(不破委員) 外部プラットフォームを使うと何かそれに支障が出てくるという判断でしょうか。

(経営企画局 専任局長) ご指摘のように、外部プラットフォームを活用するという考え方はあるのですが、例えば誤受信防止措置を経て、受信料をお支払いいただくというプロセスを外部のプラットフォームでできるならばよいのですが、外部のプラットフォームは恐らく何らかのマネタイズの方法をとられていると思います。不破委員のご指摘のように、NHKと完全に合致する適切な活用に限ることができる、という意味で、原則として利用しない、というように書いています。皆さまが想像されるようなプラットフォーム事業者ですと、それぞれ広告を掲載したり別の課金が必要であったりということで、NHKが業務規程で用意しているような仕組みのまま利用することは恐らく不可能だと思います。また、コンテンツを分けて配信するようなことはしませんので、今は原則として利用しない、という形で書いています。可能性を排除しているものではありません。

(不破委員) 分かりました。あと、フリーライド抑止やそういった点も技術的に問題があるというような観点もあるのでし

ようか。

(経営企画局 専任局長) そのとおりです。そういった点が解消されるときがありましたら、この業務規程自体は変えることができますので、そのときはまた検討ということです。可能性を排除しないために、小池専務理事が申しましたとおり、「原則としては使わない」というように書いています。

(榊原代行) 分科会に提示した資料の確認ですが、補足資料で出てくるアンケートや統計分析的な資料もすべて提示しているという理解でよいでしょうか。

(小池専務理事) そのとおりです。そのうえで判断をいただいています。

(榊原代行) そのうえで、現段階で問題があるというご意見はないということでしょうか。

(小池専務理事) そうです。問題があるとは言えないということです。

(榊原代行) これから、配信業務の開始後にいろいろな形で精緻な分析などをしながら、問題があればきちんと是正していくということを確保すれば、ひとまずはスタートしてよいただろうというようなご意見をいただいているという理解でよいでしょうか。

(小池専務理事) はい。ご意見をいただいたうえで、さらに総務省の検証会議（仮）があり、そこでも確認のプロセスを経るという流れです。

(榊原代行) はい、ありがとうございます。

(尾崎委員) 配信業務を始めるにあたって、番組関連情報の放送との同一性という、そのような枠組みの中でインターネットの特徴を活用して、新しいサービスというものを模索していけるのではないのでしょうか。インターネットを使った新しい配信業務というものにチャレンジしていける、そのようなことができる業務規程になっていると思ってよいでしょうか。

(小池専務理事) われわれとしてはそのような思いを持って新しいサービスを行っていきたい、そうすることで、視聴者の理解

を得ていきたいということです。

採決の結果、原案通り議決。

(古賀委員長)

ただいまの議決にあわせて、経営委員会としての見解を私から申し上げます。

番組関連情報配信の業務規程の議決にあたり、経営委員会としてひと言申し上げます。経営委員会では、前回、前々回とガバナンス協議会を開催し、番組関連情報配信の業務規程について執行部に説明を求め、審議・検討を重ねてきました。そして本日経営委員会は、執行部から提案された業務規程案について、法令の求める要件に形式的、実効的に適合しているかどうか総合的に考慮したうえで、現時点では相当と判断し、議決しました。

改正放送法により、必須業務である番組関連情報の配信の業務を協会みずからの判断と責任において適正に執行するため、実施に関する業務規程を定めることになりました。

そして、業務規程を策定する際には、①公衆の要望の満足、②生命や身体の安全確保、③公正な競争の確保という3つの要件に適合する必要があります。

執行部は、①公衆の要望の満足、②生命や身体の安全確保については、放送番組審議会に番組関連情報配信業務の編集方針（案）について諮問し、可とする答申を得ていることから、要件に適合していると判断しました。経営委員会としては妥当なものと考えます。

③公正な競争の確保については、執行部はまずサービスイメージをもとに、3,000人を対象に行ったインターネット調査による影響評価や、独禁法事案で活用されている経済コンサルティング会社による専門調査を実施したうえで、学識経験者、メディア関係者で構成され、NHKが実施する市場調査・分析に関して意見を述べる競争評価分科会に意見聴取したうえで、「問題があるとは言えない」という判断をしています。

加えて、「放送と同一の情報内容・価値」「多元性の確保」という観点についても、同分科会の意見も勘案したうえで、業務規程案を策定してい

ます。

さらに、配信業務開始後も執行部では、競争評価分科会を適宜開催することも含めて、問題があれば感知、改善できる仕組みを構築するということも確認しました。

市場調査と専門家・関係者への意見聴取を行っており、一定の客観性と信頼性が担保された判断プロセスであり、妥当なものと考えます。

また、当該業務の種類、内容、実施に要する費用の規模を含んだ実施方法について具体的に明記してあることなども確認しました。

以上のような確認を経て、冒頭述べたように、現時点では相当と判断しました。

業務規程では、各年度の終了後に、当該業務の実施状況を取りまとめることにしています。経営委員会は、配信開始後の評価プロセスを重視していますので、実施状況について、執行部は、適宜、報告をお願いします。経営委員会は継続的にモニタリングし、監督責任を果たしていきます。

最後に、経営委員会では、必須業務開始後も、公正な競争評価によるメディアの多元性の維持を重要視するとともに、インターネットサービスを通じて、視聴者・国民の皆さまの多様なニーズに対応することが極めて重要と考えています。執行部には、経営委員会が出た「公共メディアとしての使命達成」「公共メディアの価値を裏付けるエビデンス」「情報セキュリティ確保」「外部プラットフォームの利用」「視聴者・国民の皆さまにご理解いただける受信料体系および水準」などの意見も考慮していただき、必須業務の開始に向けて、視聴者・国民の皆さまの期待に応えられるよう、万全の準備を進めていただきたい、このように考えています。

7 審議事項 (以降省略)

試行的受信措置に関する事項

試行的受信措置に関する事項

- ◆「NHK番組関連情報配信業務規程」では、試行的受信措置について、「7.番組関連情報配信業務以外のインターネット利用」において以下のように規定している。

【試行的配信】

特定必要的配信の普及のため、試行的受信措置として、放送番組および番組関連情報の全部または一部を、利用が制限された状態で配信することがあります。なお、公衆の生命または身体の安全の確保のために特に必要な情報については最小限度の制限とすることがあります。

※外部プラットフォームの利用

「5.各分野の番組関連情報の内容および実施方法」において示した通り、国内放送番組関連情報配信業務においては、ソーシャル・ネットワーキングサービスや動画投稿サービスなどの外部プラットフォームは原則として利用しません。外部プラットフォームの利用は放送番組および必要的配信の周知広報業務に用いることを基本とします。周知広報で用いるソーシャル・ネットワーキングサービスや動画投稿サービスの公式アカウントについては、NHKのウェブページに常時掲載します。

また、【その他】で示した取材・番組制作、公共放送の事業案内などの目的にも用いることがあります。

公衆の生命または身体の安全の確保のために特に必要な放送番組および番組関連情報は、試行的受信措置として、ソーシャル・ネットワーキングサービスや動画投稿サービスなどを通じた配信を行うことがあります。

- ◆これらの規定の案については、番組関連情報競争評価分科会の委員に対し、会合の内外で説明を行った。「試行的受信措置」については、外部プラットフォームにおいては「公衆の生命または身体の安全の確保のために」必要な場合を除いて実施しないこと、このことが業務規程に明記されることを、業務規程(案)により確認した。

番組関連情報の費用の区分について

業務規程で記載した番組関連情報の費用規模は、必須業務化対応による開発経費を除いた2026年度以降に想定する定常的な費用規模を記載。人件費や減価償却費などの費用は除いた国内放送番組等配信費と国際放送番組等配信費で計上される番組関連情報の金額となっている。

区 分	予算	摘 要
番組関連情報費用規模	約90億円	必須業務化対応による開発経費を除いた定常的な番組関連情報の費用
国内放送番組等配信費	約75億円	
コンテンツ関連	約40億円	サイトやアプリの構築・改修に要する経費 等
配信関連	約15億円	公開基盤やCDNの利用に要する経費、配信コンテンツ監視業務に要する経費 等
認証・視聴者対応など	約20億円	認証・認可基盤の利用に要する経費、契約照合やサービスに関する問い合わせ対応に要する経費 等
国際放送番組等配信費	約15億円	
業務関連経費	約10億円	サイトやアプリの構築・改修費、クリップ動画制作に係る経費 等
設備関連	約5億円	CDNや配信監視業務に係る経費 等

現段階で想定される 誤受信防止措置の内容

現段階で想定される誤受信防止措置の内容

放送法

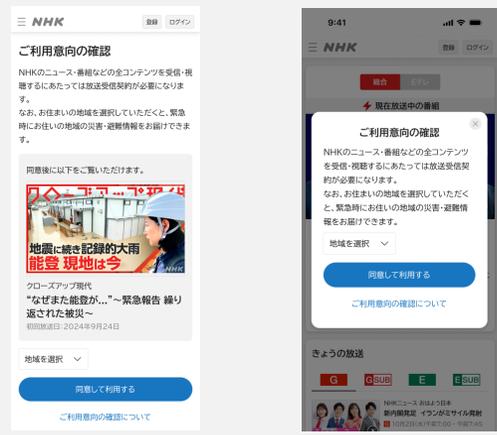
NHKの必須業務(受信契約対象)全てに対して誤受信防止措置を講じることを規定(放送法第20条の3)
「特定必要的配信」の受信を開始しようとする者に対して通信端末機器の操作を求める措置その他の特定必要的配信の受信を目的としない者が誤ってその受信を開始することを防止するための措置を講じなければならない

業務規程

(特定必要的配信についての留意事項)
番組関連情報の配信を含む必要的配信業務のうち、特定必要的配信の実施に際しては、信頼できる多元性の確保、公平負担の徹底など、受信料制度の遵守の観点から、受信契約の確認等について、適時の措置を行います。

契約対象外

誤受信防止措置



- ・ 確認(押下等)で特定必要的配信の受信開始
- ・ 契約締結義務も発生

契約対象

利用 & 契約勧奨

特定必要的配信の受信

利用アカウントの登録

契約の確認

- ・ 受信料制度を遵守 = サブスクにもフリーライドにもならないかたちで実施