資料33－２

放送を巡る状況の変化

デジタル時代における放送制度の
在り方に関する検討会

令和７年６月９日

目次

・主な放送サービスの例・・2
・放送の市場規模の推移・・4
・地上系民間基幹放送事業者（テレビ放送）に係る収支の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6
・赤字社数（地上テレビ・ラジオ事業者）の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8
・放送を巡る社会環境の変化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・9
・地上テレビジョン放送における自主制作番組及び放送番組の種別の割合・・・・・・・・・・・・・・・・・・・10
・海外配信PFとキー局の製作費・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・12
・TVerの概要・・13
・radikoの概要・・・14
・世界的な配信プラットフォームサービスの現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・15
・本検討会の取りまとめを踏まえてこれまでに実施した主な取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・16

【参考】デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会　第１回（令和３年11月８日）資料

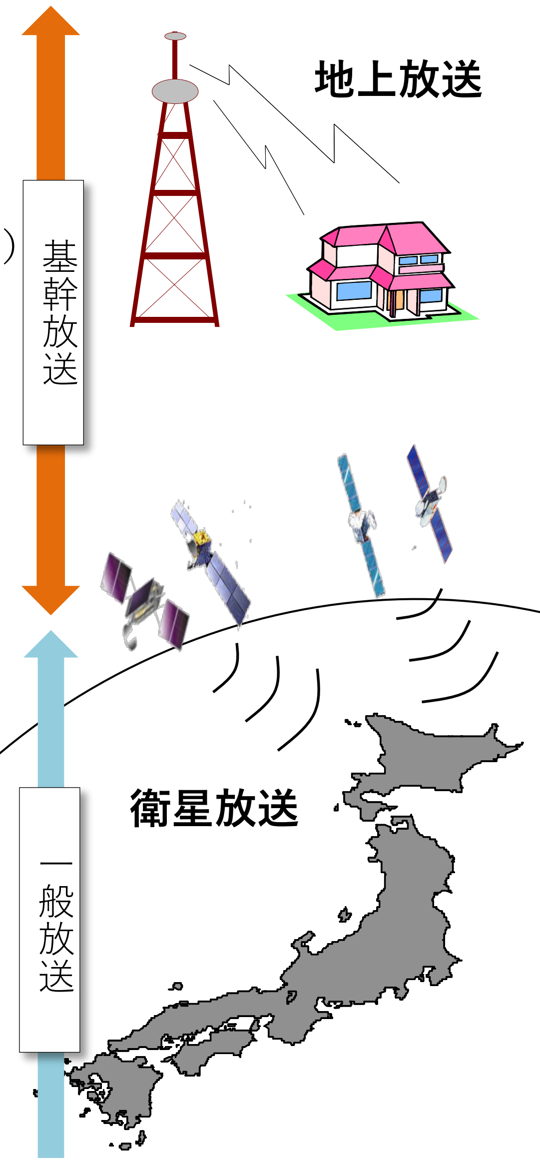
・放送を巡る現状（事務局資料）（https://www.soumu.go.jp/main_content/000777188.pdf）

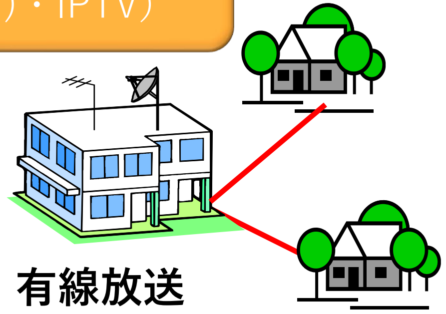
・テレビ視聴環境の現状と課題（奥構成員資料）（https://www.soumu.go.jp/main_content/000777192.pdf）

主な放送サービスの例及び事業者数

放送

- **地上放送**
  - **テレビ**
    - ＮＨＫ
    - 民間放送事業者（**127社**［±0］）
  - **ラジオ**
    - ＮＨＫ
    - 民間放送事業者（**98社**［±0］）
    - コミュニティ放送事業者（**343社**［+7］）
- **衛星放送**
  - **衛星基幹放送**（BS、東経110度CS）
    - ＮＨＫ、放送大学
    - 民間放送事業者（**39社**［±0］）
  - **衛星一般放送**（東経124/128度CS）
    - 民間放送事業者（**２社**［−2］）
- **有線放送**（ケーブルテレビ(CATV)・IPTV）
  - 民間放送事業者（**452社**［−12］）
    ※自治体・第３セクターが約８割





※事業者数は2025年４月１日時点
（有線放送のみ2024年４月１日時点）
※増減の基準は2021年９月１日

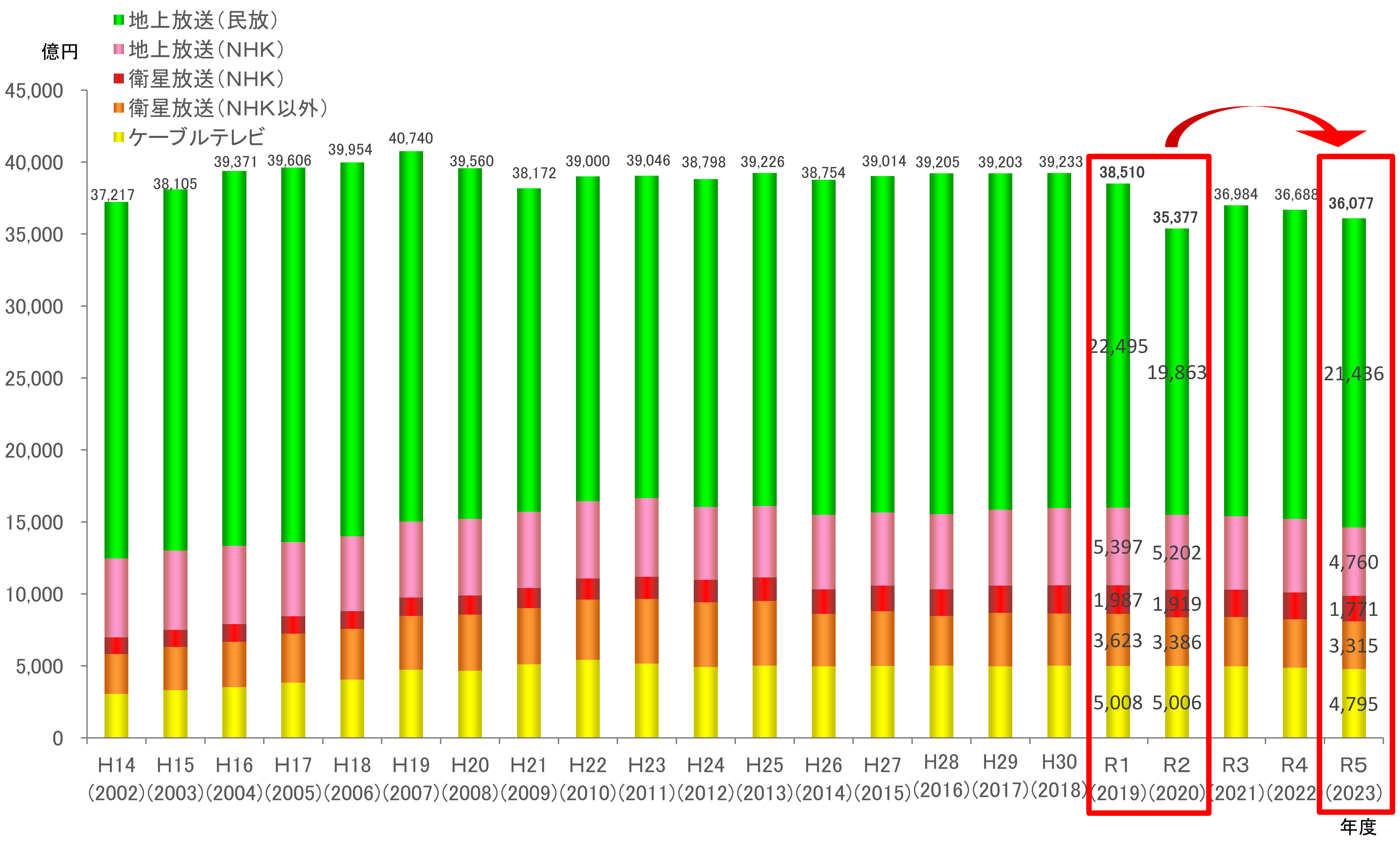
【参考１】民間地上基幹放送事業者の番組系列（テレビ127社）（2025年４月１日時点）

<table>
<tr><th>都道府県</th><th>JNN（28局）</th><th>NNN（30局）</th><th>FNN（28局）</th><th>ANN（26局）</th><th>TXN（6局）</th><th>その他（13局）</th></tr>
<tr><td>北海道</td><td>北海道放送</td><td>札幌テレビ放送</td><td>北海道文化放送</td><td>北海道テレビ放送</td><td>テレビ北海道</td><td></td></tr>
<tr><td>青森</td><td>青森テレビ</td><td>青森放送</td><td></td><td>青森朝日放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>岩手</td><td>アイビーシー岩手放送</td><td>テレビ岩手</td><td>岩手めんこいテレビ</td><td>岩手朝日テレビ</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>宮城</td><td>東北放送</td><td>宮城テレビ放送</td><td>仙台放送</td><td>東日本放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>秋田</td><td></td><td>秋田放送</td><td>秋田テレビ</td><td>秋田朝日放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>山形</td><td>テレビユー山形</td><td>山形放送</td><td>さくらんぼテレビジョン</td><td>山形テレビ</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>福島</td><td>テレビユー福島</td><td>福島中央テレビ</td><td>福島テレビ</td><td>福島放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>東京</td><td rowspan="7">ＴＢＳテレビ</td><td rowspan="7">日本テレビ放送網</td><td rowspan="7">フジテレビジョン</td><td rowspan="7">テレビ朝日</td><td rowspan="7">テレビ東京</td><td>東京メトロポリタンテレビジョン</td></tr>
<tr><td>群馬</td><td>群馬テレビ</td></tr>
<tr><td>栃木</td><td>とちぎテレビ</td></tr>
<tr><td>茨城</td><td></td></tr>
<tr><td>埼玉</td><td>テレビ埼玉</td></tr>
<tr><td>千葉</td><td>千葉テレビ放送</td></tr>
<tr><td>神奈川</td><td>テレビ神奈川</td></tr>
<tr><td>新潟</td><td>新潟放送</td><td>テレビ新潟放送網</td><td>ＮＳＴ新潟総合テレビ</td><td>新潟テレビ二十一</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>長野</td><td>信越放送</td><td>テレビ信州</td><td>長野放送</td><td>長野朝日放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>山梨</td><td>テレビ山梨</td><td>山梨放送</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>静岡</td><td>静岡放送</td><td>静岡第一テレビ</td><td>テレビ静岡</td><td>静岡朝日テレビ</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>富山</td><td>チューリップテレビ</td><td>北日本放送</td><td>富山テレビ放送</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>石川</td><td>北陸放送</td><td>テレビ金沢</td><td>石川テレビ放送</td><td>北陸朝日放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>福井</td><td></td><td>福井放送</td><td>福井テレビジョン放送</td><td>福井放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>愛知</td><td rowspan="3">ＣＢＣテレビ</td><td rowspan="3">中京テレビ放送</td><td rowspan="3">東海テレビ放送</td><td rowspan="3">名古屋テレビ放送</td><td>テレビ愛知</td><td></td></tr>
<tr><td>岐阜</td><td></td><td>岐阜放送</td></tr>
<tr><td>三重</td><td></td><td>三重テレビ放送</td></tr>
<tr><td>大阪</td><td rowspan="6">毎日放送</td><td rowspan="6">読売テレビ放送</td><td rowspan="6">関西テレビ放送</td><td rowspan="6">朝日放送テレビ</td><td>テレビ大阪</td><td></td></tr>
<tr><td>滋賀</td><td></td><td>びわ湖放送</td></tr>
<tr><td>京都</td><td></td><td>京都放送</td></tr>
<tr><td>奈良</td><td></td><td>奈良テレビ放送</td></tr>
<tr><td>兵庫</td><td></td><td>サンテレビジョン</td></tr>
<tr><td>和歌山</td><td></td><td>テレビ和歌山</td></tr>
<tr><td>鳥取</td><td rowspan="2">山陰放送</td><td rowspan="2">日本海テレビジョン放送</td><td rowspan="2">山陰中央テレビジョン放送</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>島根</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>岡山</td><td rowspan="2">ＲＳＫ山陽放送</td><td rowspan="2">西日本放送</td><td rowspan="2">岡山放送</td><td rowspan="2">瀬戸内海放送</td><td rowspan="2">テレビせとうち</td><td></td></tr>
<tr><td>香川</td><td></td></tr>
<tr><td>徳島</td><td></td><td>四国放送</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>愛媛</td><td>あいテレビ</td><td>南海放送</td><td>テレビ愛媛</td><td>愛媛朝日テレビ</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>高知</td><td>テレビ高知</td><td>高知放送</td><td>高知さんさんテレビ</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>広島</td><td>中国放送</td><td>広島テレビ放送</td><td>テレビ新広島</td><td>広島ホームテレビ</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>山口</td><td>テレビ山口</td><td>山口放送</td><td></td><td>山口朝日放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>福岡</td><td>ＲＫＢ毎日放送</td><td>福岡放送</td><td>テレビ西日本</td><td>九州朝日放送</td><td>ＴＶＱ九州放送</td><td></td></tr>
<tr><td>佐賀</td><td></td><td></td><td>サガテレビ</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>長崎</td><td>長崎放送</td><td>長崎国際テレビ</td><td>テレビ長崎</td><td>長崎文化放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>熊本</td><td>熊本放送</td><td>熊本県民テレビ</td><td>テレビ熊本</td><td>熊本朝日放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>大分</td><td>大分放送</td><td>テレビ大分</td><td>テレビ大分</td><td>大分朝日放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>宮崎</td><td>宮崎放送</td><td>テレビ宮崎</td><td>テレビ宮崎</td><td>テレビ宮崎</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>鹿児島</td><td>南日本放送</td><td>鹿児島讀賣テレビ</td><td>鹿児島テレビ放送</td><td>鹿児島放送</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>沖縄</td><td>琉球放送</td><td></td><td>沖縄テレビ放送</td><td>琉球朝日放送</td><td></td><td></td></tr>
</table>

（凡例）実線枠：フルネット局　破線枠：クロスネット局

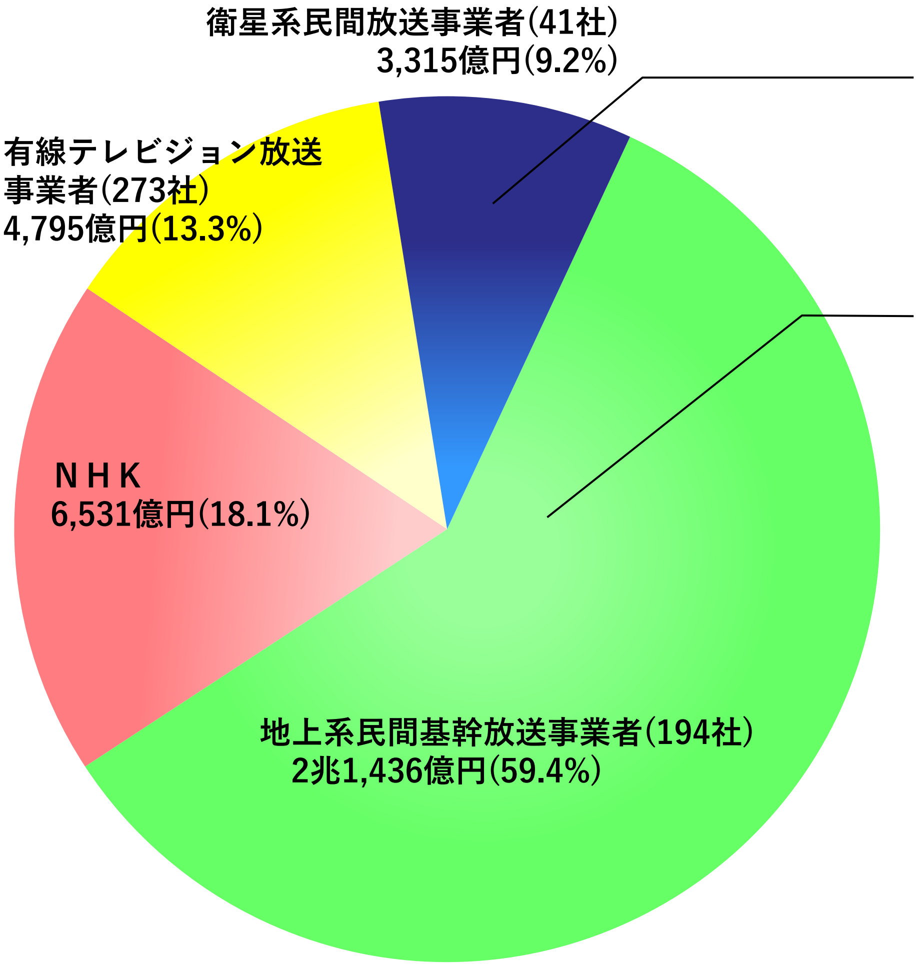
※　赤字はラテ兼営社

放送の市場規模の推移



地上放送（民放）
地上放送（NHK）
衛星放送（NHK）
衛星放送（NHK以外）
ケーブルテレビ
億円
45,000
40,000
35,000
30,000
25,000
20,000
15,000
10,000
5,000
0
37,217
38,105
39,371
39,606
39,954
40,740
39,560
38,172
39,000
39,046
38,798
39,226
38,754
39,014
39,205
39,203
39,233
38,510
35,377
36,984
36,688
36,077
22,495
19,863
21,436
5,397
5,202
4,760
1,987
1,919
1,771
3,623
3,386
3,315
5,008
5,006
4,795
H14 (2002)
H15 (2003)
H16 (2004)
H17 (2005)
H18 (2006)
H19 (2007)
H20 (2008)
H21 (2009)
H22 (2010)
H23 (2011)
H24 (2012)
H25 (2013)
H26 (2014)
H27 (2015)
H28 (2016)
H29 (2017)
H30 (2018)
R1 (2019)
R2 (2020)
R3 (2021)
R4 (2022)
R5 (2023)
年度

放送メディアの収入　２０２３年度　３兆６，０７７億円



【衛星系民間放送事業者内訳】

衛星基幹放送（ＢＳ放送）	（21社）	2,081億円（5.8%）
衛星基幹放送（東経110度ＣＳ放送）	（20社）	777億円（2.2%）
衛星一般放送（3社）		457億円（1.3%）

【地上系民間基幹放送事業者内訳】

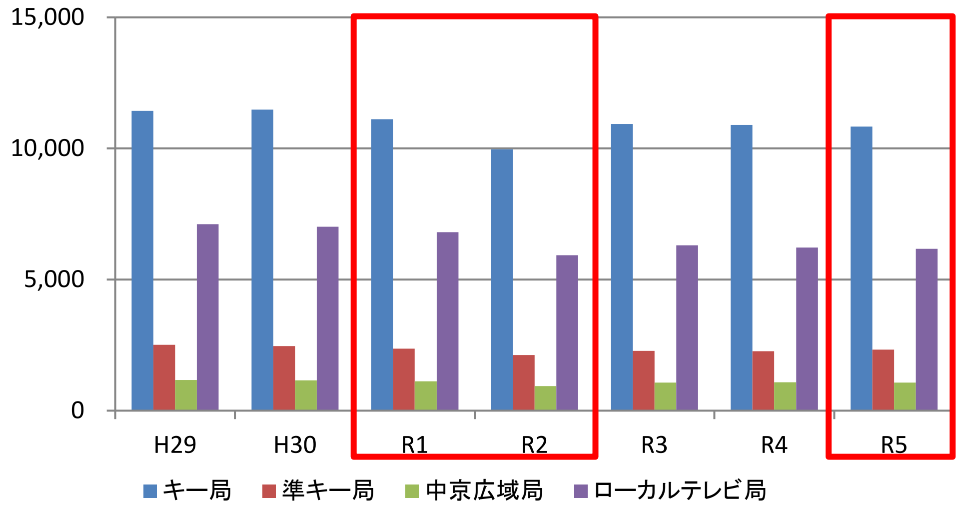
テレビジョン放送単営(96社)	1兆8,534億円（51.4%）
ＡＭ放送・テレビジョン放送兼営(31社)	1,867億円（ 5.2%）
その他(※)単営(67社)	1,035億円（ 2.9%）

※…ＡＭ(16社)、短波(1社)及びＦＭ(50社)

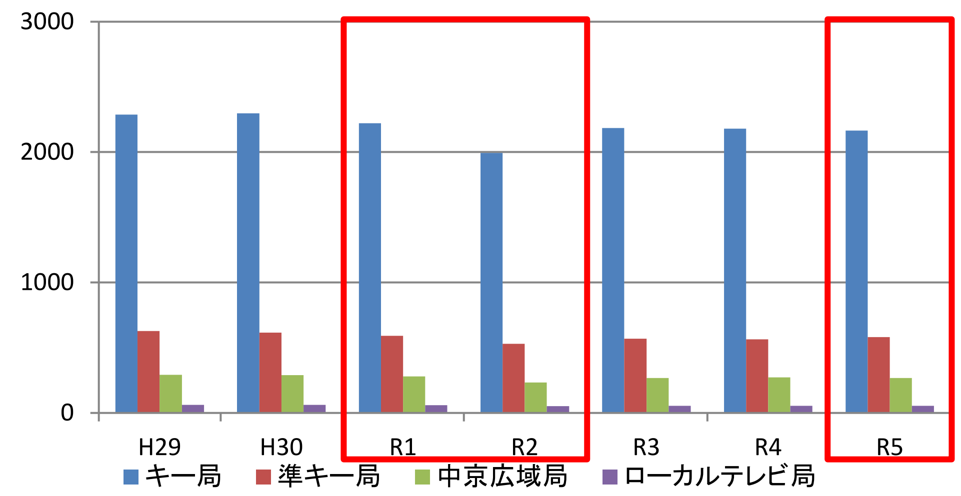
(注1) （　）内の%は、放送メディアに占める各媒体のシェア。
　　小数点第2位を四捨五入しているため合計が一致しない場合がある。
　　（ＮＨＫのみ億円未満切り捨て）
(注2) 億円未満を四捨五入しているため、内訳と合計が一致しない場合がある。
(注3) 「地上系民間基幹放送事業者」には、一般財団法人道路交通情報通信システムセンター及びコミュニティ放送事業者を含めていない。
(注4) ＮＨＫについては損益計算書（一般勘定）の経常事業収入、経常事業外収入及び特別収入の和から未収受信料欠損償却費を差し引いた値。
(注5) 放送大学学園を除く。
(注6) 「有線テレビジョン放送事業者」とは、有線電気通信設備を用いて自主放送を行う登録一般放送事業者（営利法人に限る。）のうち、ＩＰマルチキャスト方式による事業者等を除く者。
(注7) 「衛星系民間放送事業者」には、ＢＳ放送と東経110度ＣＳ放送を兼営する事業者が２社、衛星基幹放送と衛星一般放送を兼営する事業者が１社存在するため、衛星基幹放送の事業者数と衛星一般放送の事業者数を合計した事業者数と事業者の総数（41社）は一致しない。
(注8) 地上系民間基幹放送事業者については、各社作成の損益計算書上の「売上高」の額を合計したもの。

地上系民間基幹放送事業者（テレビ放送）に係る収支の推移

売上高の合計



売上高の平均



（単位：億円）　（　）内は１社平均

年度		H29 (2017)	H30 (2018)	R1 (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)
キー局（5局）	売上高	11,433(2,287)	11,486(2,297)	11,110(2,222)	9,963(1,993)	10,929(2,186)	10,897(2,179)	10,831(2,166)
	営業損益	705(141)	733(147)	590(118)	525(105)	926(185)	691(138)	483(97)
準キー局（4局）	売上高	2,508(627)	2,466(617)	2,363(591)	2,118(530)	2,275(569)	2,261(565)	2,329(582)
	営業損益	146(36)	136(34)	44(11)	53(13)	153(38)	81(20)	67(17)
中京広域局（4局）	売上高	1,172(293)	1,160(290)	1,120(280)	934(234)	1,071(268)	1,087(272)	1,068(267)
	営業損益	96(24)	88(22)	67(17)	35(9)	113(28)	67(17)	46(12)
ローカルテレビ局（114局）	売上高	7,107(62)	7,012(62)	6,806(60)	5,933(52)	6,304(55)	6,215(55)	6,173(54)
	営業損益	490(4)	423(4)	306(3)	166(1)	381(3)	211(2)	185(2)

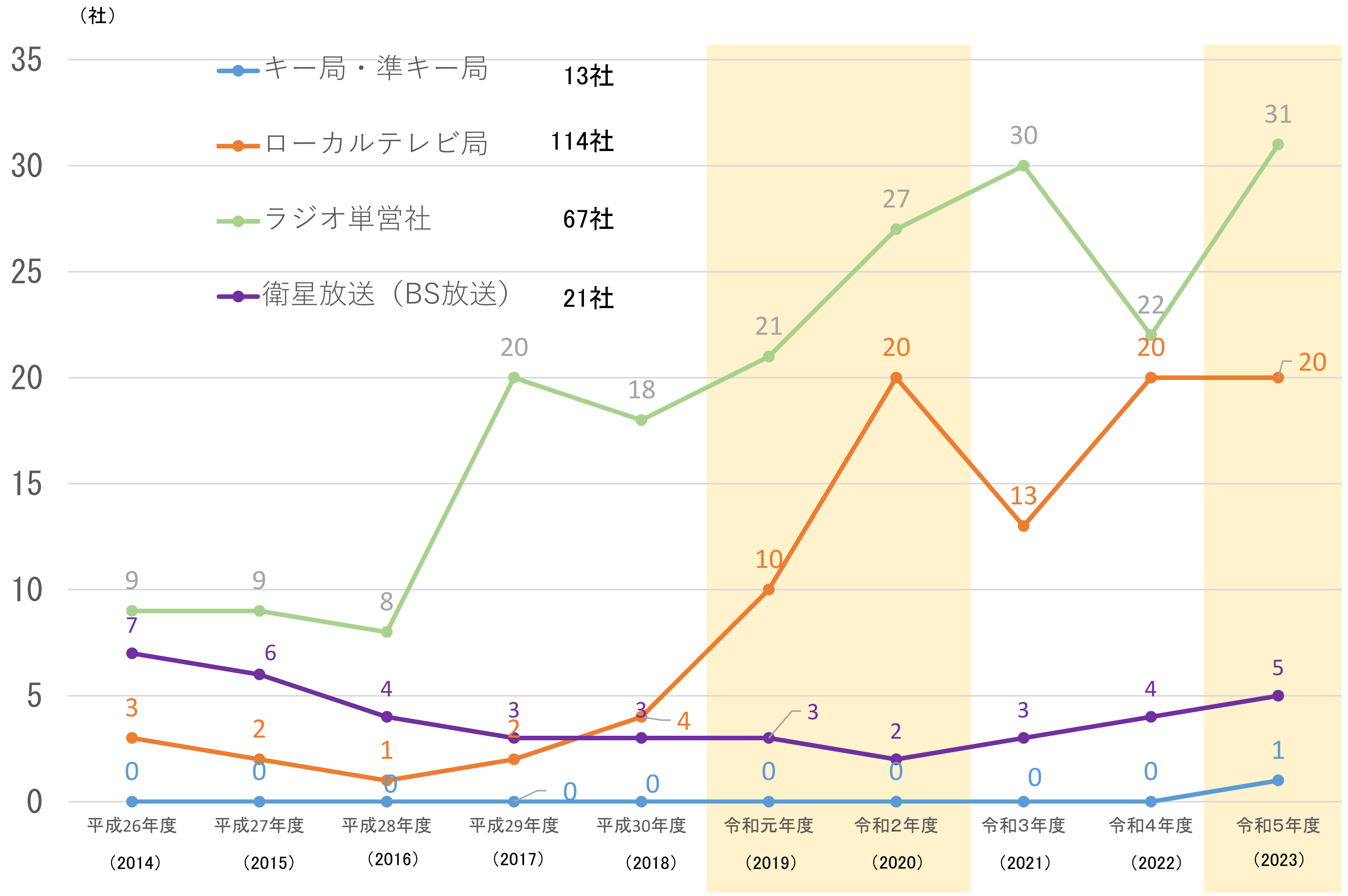
【参考３】地上系民間基幹放送事業者（テレビ放送）に係る放送事業収入の推移

（単位：億円）（　）内は１社平均

年度		H29 (2017)	H30 (2018)	R1 (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)
東名阪テレビ社（15局）	売上高	15,356(1,024)	15,347(1,023)	14,822(988)	13,216(881)	14,504(967)	14,476(965)	14,461(964)
	うち放送事業収入	13,329(889)	13,213(881)	12,718(848)	11,454(764)	12,675(845)	12,255(817)	11,990(799)
系列ローカルテレビ社（99局）	売上高	6,281(63)	6,211(63)	6,047(61)	5,252(53)	5,590(56)	5,491(55)	5,467(55)
	うち放送事業収入	5,619(57)	5,536(56)	5,372(54)	4,808(49)	5,119(52)	4,933(50)	4,874(49)
独立局（13局）	売上高	586(45)	568(44)	533(41)	480(37)	485(37)	493(38)	473(36)
	うち放送事業収入	506(39)	498(38)	462(36)	426(33)	433(33)	433(33)	409(31)
テレビ放送事業者計（127局）	売上高	22,223(175)	22,127(174)	21,402(169)	18,948(149)	20,579(162)	20,460(161)	20,401(161)
	うち放送事業収入	19,454(153)	19,247(152)	18,551(146)	16,688(131)	18,226(144)	17,621(139)	17,273(136)

【出典】「日本民間放送年鑑」各年度を基に総務省作成

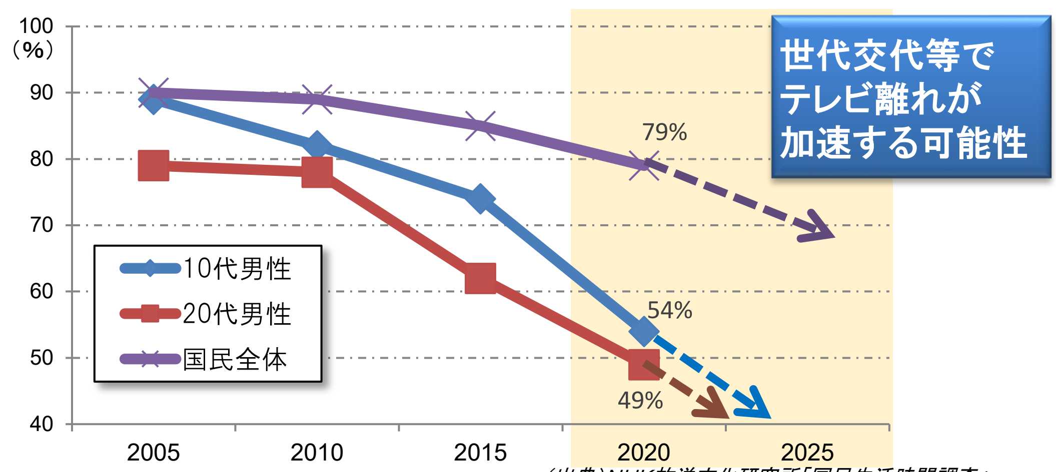
赤字社数（地上テレビ・ラジオ・ＢＳ事業者）の推移



放送を巡る社会環境の変化

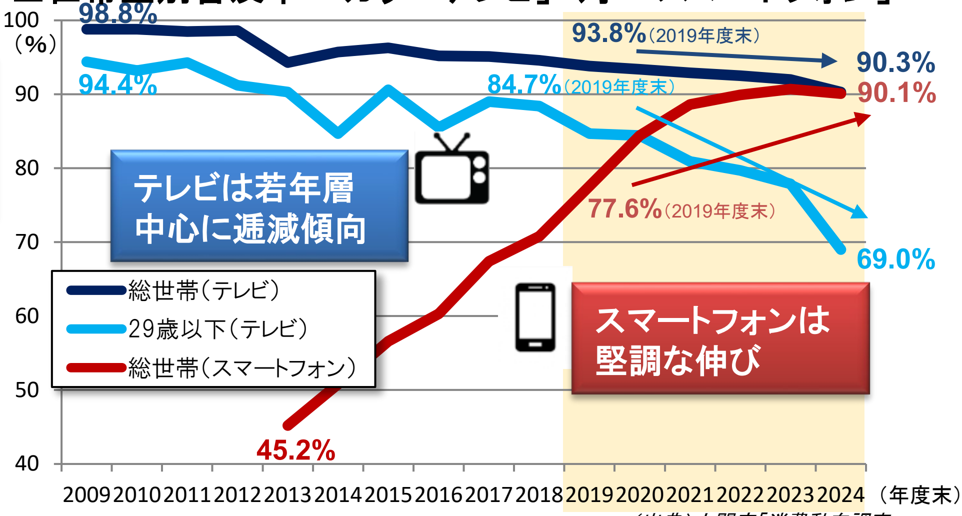
若者を中心としたテレビ離れ

■1日15分以上テレビを見る率（「行為者率」:平日平均）



（出典）NHK放送文化研究所「国民生活時間調査」

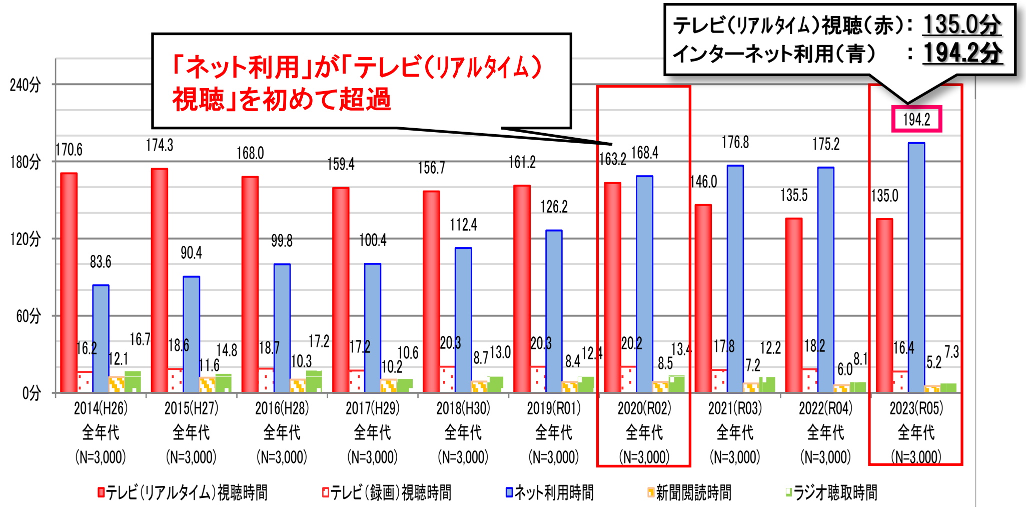
■世帯主別普及率「カラーテレビ」対「スマートフォン」



（出典）内閣府「消費動向調査」

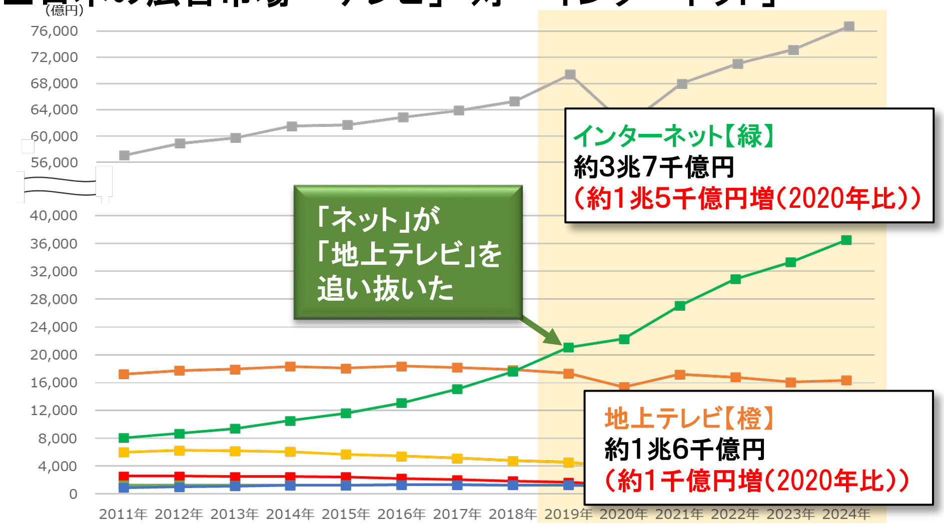
インターネット利用の進展

■主なメディアの平均利用時間（全年代・平日）



（出典）総務省「令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

■日本の広告市場「テレビ」対「インターネット」



（出典）電通「2024年日本の広告費」

地上テレビ放送における自主制作番組及び放送番組の種別の割合

自主制作番組比率

15.8%
（2018年4月時点）

→

16.6%
（2023年4月時点）

放送番組の種別

		2018年４月	2023年４月
報道		19.8%	19.5%
教育		12.2%	12.7%
教養		22.8%	23.0%
娯楽		33.5%	31.9%
その他	通信販売	10.7%	11.9%
	通信販売以外	1.0%	1.0%

※総務省調べ。テレビ放送を行う民間基幹放送事業者127社の平均値。

自主制作番組比率

	2018年４月	2023年４月
関東広域圏	85.2%	87.3%
中京広域圏	23.3%	21.4%
近畿広域圏	34.2%	33.1%
３波以下地域	8.8%	9.9%
４波以上地域	10.9%	11.1%
独立局	23.0%	26.4%

※関東広域圏５社、中京広域圏４社、近畿広域圏４社、３波以下地域32社、 ４波以上地域69社、独立局13社。

テレビ局の広告収入と番組制作費

（単位：億円）

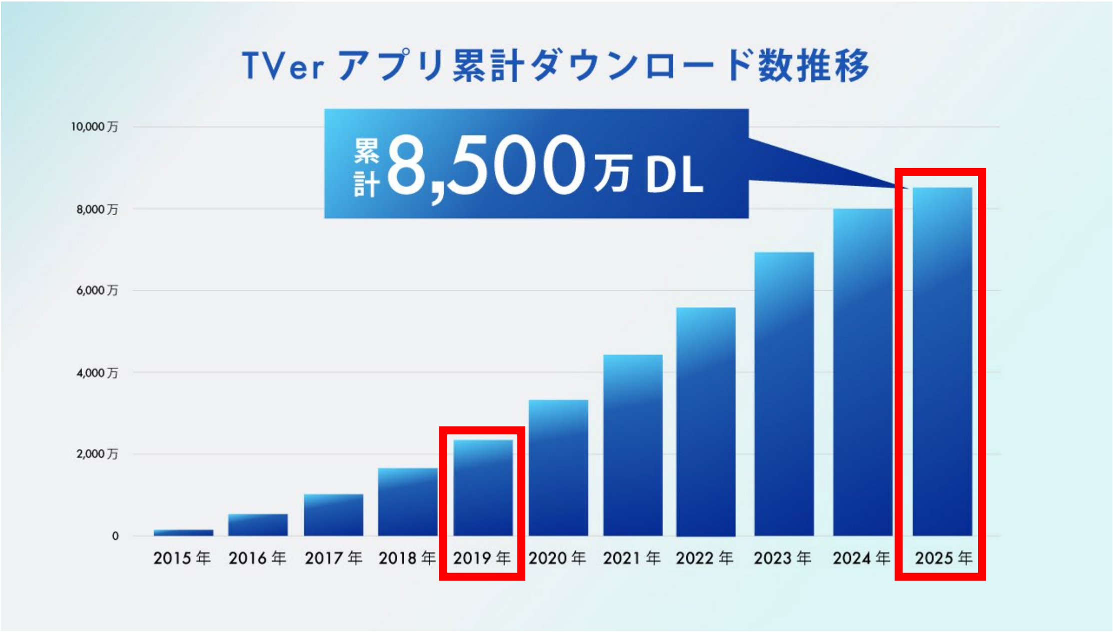
	2016年度		2023年度	
	広告収入	番組制作費	広告収入	番組制作費
日本テレビ	2,558	980	2,261 （▲11.6%）	893 （▲8.9%）
テレビ朝日	1,956	908	1,669 （▲14.7%）	791 （▲12.9%）
TBSテレビ	1,716	982	1,594 （▲7.1%）	974 （▲0.8%）
テレビ東京	810	403	695 （▲14.2%）	328 （▲18.6%）
フジテレビ	2,015	882	1,473 （▲26.9%）	683 （▲22.6%）

【出典】各社決算資料、公式HP等を基に作成。

TVerの概要

○ 民間放送各社が制作したテレビ番組を、いつでもどこでも無料で楽しめる広告付きの配信サービス。
○ 一部の番組を放送終了後一定期間視聴可能。見逃し配信のほか同時配信、追っかけ配信も実施。
○ 2024年12月の月間動画再生数は4.96億回。2025年１月の月間ユーザー数は4120万人を記録。同年４月にはスマートフォン、タブレット、コネクテッドテレビを合わせた累計のアプリダウンロード数が8500万を突破。

TVerアプリのダウンロード数の推移（累計）



【参考】
ウェザーニュースアプリ　4700万(2025年４月)
PayPay登録者数　6800万(2025年３月)

サービス名	TVer（ティーバー）
開始時期	2015年10月26日
配信実績	・118社で番組配信実績有、番組の配信は在京５社、在阪５社、BS10社、ローカル98社（2025年1月クール期間） ・2023年９月より、ローカル局がTVerに直接コンテンツを提供・配信可能な仕組みを開始し、63社で活用中（2025年4月時点）
提供期間等	原則１週間（放送終了後から次回放送まで）
料金	無料
視聴環境	・パソコン ・スマートフォンアプリ ・タブレットアプリ ・テレビアプリ
配信コンテンツ	・3,700番組以上の見逃し配信を実施（2025年1月クール期間） ・2019年８月26日からNHKが番組提供を開始（NHKの提供番組数は限定） ・オリジナルコンテンツ有
広告	広告付き（運用型広告も実施）
字幕	2020年４月から一部のドラマ番組で対応開始
倍速再生	2020年９月から対応開始

【出典】TVerのウェブサイト、報道発表、放送・配信コンテンツ産業戦略検討チーム第２回会合配布資料等を基に総務省作成

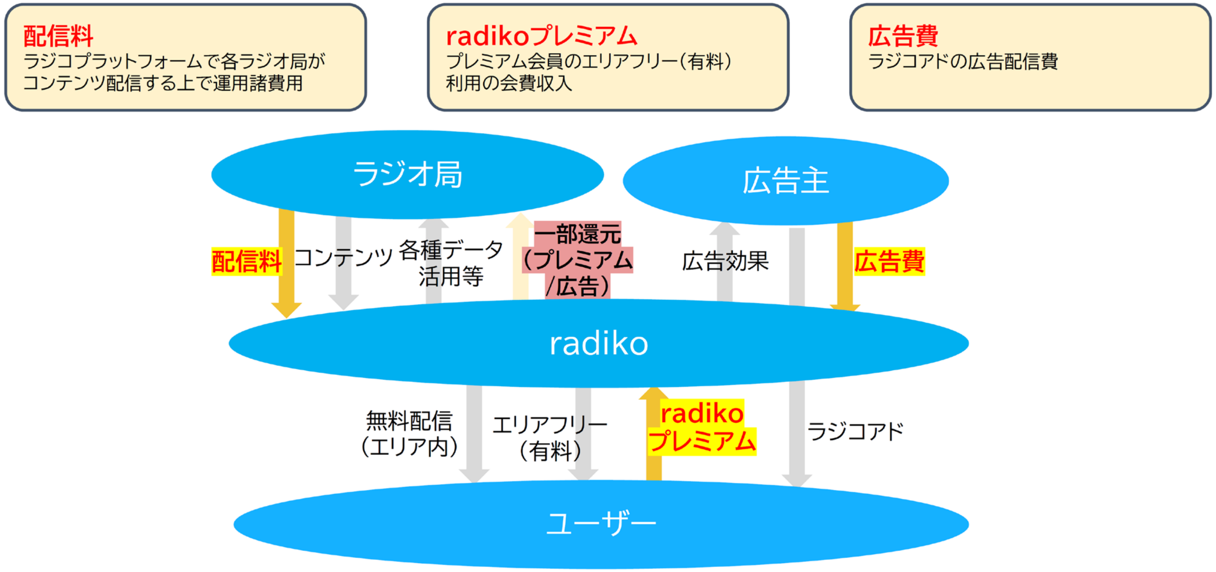
radikoの概要

○radiko（ラジコ）
- ラジオ番組をインターネット経由で同時配信、聴き逃し配信するサービス。
- 電通及び参加するラジオ社が出資して事業会社（株式会社radiko）を設立し、2010年12月1日からサービス開始（無料。月間ユニークユーザ数：約800万～約900万人（2024年４月時点））。
- パソコン、スマートフォン等で利用可能。
- 2020年9月から民放ラジオ全99局が聴取可能。各社の放送対象地域においてサービスを提供。

○「**ラジコプレミアム**」（**エリアフリー聴取**）
- radikoのサービスを全国で聴取できるサービス。
- 2014年4月1日からサービス開始（月額385円（税込）。会員数：約100万人（2024年４月時点））。
- 民間ラジオ全99局がサービスを提供。

※ ラジオＮＩＫＫＥＩ第１、ラジオＮＩＫＫＥＩ第２は通常のサービスにより全国で聴取可。

radikoのビジネスモデル（簡易イメージ）



【出典】radikoウェブサイトに掲載の報道資料、デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会第25回会合配布資料等を基に総務省作成

世界的な配信プラットフォームサービスの現状

サービス名	YouTube	NETFLIX	Amazon Prime Video	Disney＋	Tencent Video
運営企業	Google ＜Alphabet Inc＞ （アメリカ）	NETFLIX Inc. （アメリカ）	Amazon. Com, Inc. （アメリカ）	The Walt Disney Company （アメリカ）	Tencent （中国）
運営企業時価総額	1兆8,940億ドル	3,990億ドル	2兆160億ドル	1,780億ドル	5,780億ドル
サービス開始	2005年	2007年	2006年	2019年	2011年
主な事業モデルと料金	AdVOD	SVOD	SVOD/TVOD	SVOD	AdVOD/SVOD
	―	月額890円～	月額600円	月額990円～	月額約550円
加入者数/ユーザー数	**20億人以上** （2020年時点） ↓ **27億人以上** （2024年12月時点）	**2億1,356万人** （2021年9月時点） ↓ **3億163万人** （2024年12月時点）	**2億人** （2021年４月時点）	**1億1,600万人** （2021年7月時点） ↓ **1億5,860万人** （2024年9月時点）	**1億2,500万人** （2021年6月時点） ↓ **1億1,300万人** （2024年12月時点）

※ 時価総額は2025年3月時点で算出
※ SVOD(Subscription Video On Demand) ： 定額制動画配信
TVOD(Transactional Video On Demand) ： 都度課金型動画配信
AdVOD(Advertising Video On Demand) ： 広告型動画配信

【出典】 Netflix Quarterly Earnings「Stakeholders Letter」、 Amazon「Investor Relation」、 Third Bridge「Forum」、 Tencent Holdings Inc「2024 Annual Report」 、 PwC 「Global Top 100 companies by market capitalization May 2025」その他、Statista及び各社ＨＰ等を参考に作成

本検討会の取りまとめを踏まえてこれまでに実施した主な取組

考え方
（第１次取りまとめ）

① 放送ネットワークインフラに係る**コスト負担の軽減**
② インターネットによる配信を含めた**多様な伝送手段の確保**
③ 良質な放送コンテンツを引き続き全国の視聴者に届けることによる**社会的役割の維持・発展**
④ 経営の選択肢を拡大する観点からの**放送制度の柔軟な見直し**

	取組内容	実施状況
第１次 （2022.8）	中継局の共同利用	・法改正（施行済み） ・全国協議会及び地域協議会を設置 ・共同利用準備会社を設立
	マスター設備の集約化、ＩＰ化、クラウド化	・法改正（施行済み）　※業務管理体制の確保 ・放送設備のIP化に係る技術基準を整備 ・クラウド化に係る技術実証を実施 ・今後ガイドラインを整備予定
	放送番組の同一化	・法改正（施行済み） ・同一化が可能な地域として「全国」を指定
	マスメディア集中排除原則の緩和	・省令改正（施行済み） ・隣接・非隣接を問わず異なる放送対象地域で地上テレビ放送を９つまで支配・兼営可能 ・認定放送持株会社については放送対象地域が重複しない地上放送を上限なく支配可能
第２次 （2023.10）	ＮＨＫのインターネット配信業務の必須業務化	・法改正（本年１０月施行予定） ・番組関連情報に係る業務規程の競争評価を実施
	マスメディア集中排除原則の緩和	・省令改正（施行済み） ・認定放送持株会社についても衛星放送のトランスポンダを４つまで使用可能
第３次 （2024.12）	小規模中継局等のブロードバンド等による代替	・法改正（未施行）　※受信者保護規律の整備 ・今後省令、ガイドラインを整備予定
	ＡＭ局のＦＭ転換	・ＡＭ局の運用休止に係る特例措置を改定・継続 ・ＦＭ放送用周波数を拡充

【参考５】近年の放送法改正

2019 **放送法の一部を改正する法律（令和元年法律第23号）成立・公布**

①ＮＨＫのインターネット活用業務の対象の拡大　※放送番組の常時同時配信
②ＮＨＫグループの適正な経営を確保するための制度の充実
③衛星基幹放送の業務の認定要件の追加

2021 デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会　検討開始

2022 **電波法及び放送法の一部を改正する法律（令和4年法律第63号）成立・公布**

①情報通信分野の外資規制の見直し
②ＮＨＫの還元目的積立金
③ＮＨＫの関連事業持株会社への出資
④ＮＨＫの受信契約の締結義務の履行遅滞に係る割増金
⑤他の放送事業者等による責務の遂行に対するＮＨＫの協力
⑥基幹放送事業者の基幹放送の業務等の休止又は廃止の公表

デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ（第1次）

2023 **放送法及び電波法の一部を改正する法律（令和5年法律第40号）成立・公布**

①複数の放送対象地域における**放送番組の同一化**
②複数の特定地上基幹放送事業者による**中継局の共同利用**
③基幹放送事業者等の**業務管理体制**の確保

デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ（第2次）

2024 **放送法の一部を改正する法律（令和６年法律第36号）成立・公布**

①ＮＨＫの**放送番組等の配信に係る業務の必須業務化**
②民間放送事業者等が行う放送の**難視聴解消措置に対するＮＨＫの協力義務**の強化

デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ（第3次）

2025 **電波法及び放送法の一部を改正する法律（令和７年法律27号）成立・公布**

地上波の基幹放送事業者が**中継局を廃止する際の規律**の整備　**※代替措置及び公表**

【参考６】放送事業の基盤強化に関する取りまとめ（2020年６月）の主な内容とその後の状況

ローカル局の経営	・広告収入の伸びを期待することは厳しい。 ・放送設備更新等の課題を抱えている。 ・地域情報番組は「親しみを感じる」との評価が高い。 ・災害時における期待が大きい。 ・地域経済・社会への貢献が期待されている。 ・社会的役割は今後も維持すべき。 ・地場有力スポンサーの広告需要の取り込み、地域産業の活性化を契機にしたメディア価値の向上、地域産業プロモーションによる地域価値向上を通じた地場企業との連携、地域資源を活用したインバウンド喚起や内需の拡大が求められる。 **→赤字社が増加、キー局の経営状況の影響を受けるおそれが顕在化** **→本検討会でも検討を継続し、中継局の共同利用などコスト軽減に向けた取組は前進**
経営ガバナンス	・民放連がアンケート調査を実施。およそ９割の社が視聴者である地域住民との交流を通じて事業への理解醸成に務め、地域に根ざすローカル局の社会的価値の実現を目指している。 ・業務の効率化、多様な人材の確保・育成・活用策、メディア環境の変化に対応した事業・施策などに関するベストプラクティスの共有が図られた。 ・各放送事業者において自律的な経営ガバナンス強化の取組を継続的に行うことが期待される。 **→民放連が「民間放送の価値を最大限に高め、社会に伝える施策」を公表** **→本検討会でも検討を継続中** **→人権尊重、コンプライアンス、ガバナンスに関する施策の実効性確保を民放連に要請**
ＡＭラジオ放送	・運用の工夫による経営基盤強化を図ることができるよう、ＦＭに転換した場合のカバーエリア、ＦＭ補完放送の対応受信機、周知広報、ＦＭ用周波数の効率的な利用などの課題を検討しつつ現行制度を見直すべき。 ・実証実験としての停波の実施を具体化すべき。 **→本検討会でも検討を継続し、ＡＭ休止に係る特例措置やＦＭ放送用周波数拡充として具体化**
ローカル局の事業拡大・多様化	・経営の変革に取り組むとともに放送事業外収入の拡大を図ることが必要。 ・ステークホルダーとの連携により地域の人作りや安心・安全に資することが重要。 ・既存の業務やシステムの効率化を抜本的に進めることを検討していく必要がある。 ・ベストプラクティス等先導的取組に関する情報を共有できる仕組みを構築することが有効。 ・制作や海外展開を行う人材の育成が重要。 ・共通の配信基盤を構築するなどインターネット等の活用を推進すべき。 ・海外との番組共同制作や国際コンテンツ見本市を通じた海外展開支援、人材育成等が重要。 **→放送事業外収入は今なお限定的** **→TVerにおけるローカル局直接参加の取組** **→放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ及び放送・配信コンテンツ産業戦略検討チームにおいて放送・配信コンテンツの制作・流通や産業戦略について検討**

【出典】放送を巡る諸課題に関する検討会 放送事業の基盤強化に関する検討分科会「放送事業の基盤強化に関する取りまとめ」（2020年６月公表）に基づき事務局作成