

令和6年度総務省事業

「放送コンテンツのネット配信促進に向けた 仮想プラットフォームの構築に関する調査研究」 事業成果報告

2025年7月9日

MRI 三菱総合研究所

モビリティ・通信事業本部

ICTインフラ戦略グループ

本調査研究の目的

- 情報空間が放送以外にも広がり、インターネット空間では、アテンションエコノミーが形成され、フィルターバブルやエコーチェンバー、偽・誤情報といった問題が顕在化し、社会的分断が懸念される時代が目前となる中、放送の取材や編集に裏打ちされた信頼性高い情報発信、「知る自由の保障」、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった役割すなわち「放送の価値」に対し、情報空間全体における健全性の確保の観点から、かかる期待が増している。
- 放送事業者がこのような役割を維持し、今後も健全に発展していくためには、視聴者がインターネット経由で放送コンテンツを容易に視聴できる環境の実現や、放送・インターネット配信含めたサービス全体で価値を高める等、経営基盤の強化にも資する取組が必要である。

以上を踏まえ、本事業は、インターネット配信を視聴可能なコネクテッドテレビ上において、
視聴者がインターネット経由で放送コンテンツを容易に視聴できる環境
(視聴者の利便性向上に向けたNHKと民放の放送コンテンツの一覧性を確保した
仮想プラットフォームの実現や官民連携による放送コンテンツのプロミネンス)の実現に向け、
必要となる要件や、様々な配信コンテンツの中で放送事業者等のコンテンツへのアクセス性を高める取組等を
検証することを目的とする。

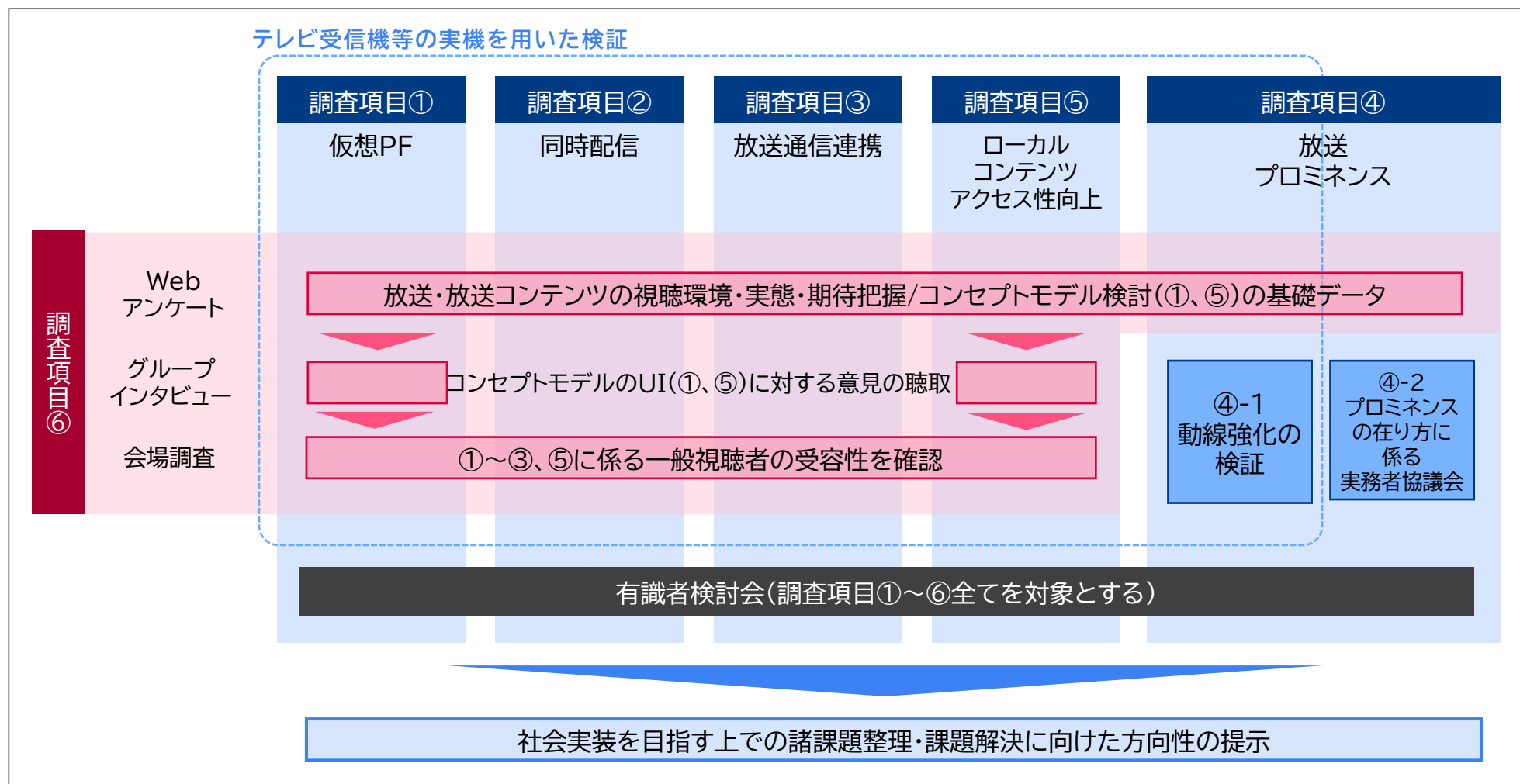
本調査研究の全体像

調査項目		主な実施事項(概要)
①	テレビ受信機等向け「仮想プラットフォーム」の検証	- 放送事業者が主体となって運営する複数の動画配信サービスにおけるコンテンツの一覧性等を備えたポータルサービスとして、TVerにNHKプラスの番組を表示する「TVerを母体とした仮想PF」のコンセプトモデルを構築。 - TVerやNHKプラスで視聴できるローカル局番組を、受信機の設置地域等に応じ目立たせるなど、地域性への配慮も踏まえた見せ方の検討も実施。
②	チューナーレス端末等向け「放送同時配信等」の検証	チューナーレス端末等において、在京5局ならびにNHKが提供する動画配信サービスにて放送同時配信等を行う検証環境を構築。
③	テレビ受信機向け「放送通信連携機能」の検証	テレビ受信機におけるテレビ放送の番組とTVerならびにNHKプラスの連携を高める手法(放送画面に関連番組を表示、放送番組の冒頭からの追っかけ再生 等)を提案し、テレビメーカー5社(LG Japan Lab、シャープ、ソニーマーケティング、TVS REGZA、パナソニックエンターテインメント&コミュニケーション)の協力のもと、その検証環境を構築。
④	テレビ受信機等における放送コンテンツ等のプロミネンス手法の検証	- テレビメーカーのプラットフォーム(商用環境)において、TVerならびにNHKプラスのバナーを目立つ位置に配置し、動線強化による効果を検証。【④-1】 - 我が国におけるプロミネンスの在り方について、主要ステークホルダーによる官民連携での自主ルール作りに資する協議を行うことを目的として、「プロミネンスの在り方に係る実務者協議会」を設置・開催。諸外国制度等も参考に、プロミネンスの「目的」、「顕著性確保の手法」、「顕著性を与えられる配信サービスが果たすべき役割」等について、放送事業者やテレビ受信機メーカー等を中心に検討。【④-2】
⑤	ローカル放送局の放送コンテンツへのアクセス性向上に資する取組の検証	受信機等において、在名民放5局の地上波放送番組とLocipo(在名5局の配信サービス)の連携を高める手法(ハイブリッドキャストを用いた、放送画面における関連番組の表示等)を検討し、NHK技研、メディアキャスト、IPGの協力のもと、その検証環境を構築。
⑥	①～⑤の検証項目を踏まえた利用者受容性調査	- Webアンケート調査により、放送・放送コンテンツの視聴環境・実態・期待を把握するとともに、調査項目①・⑤のコンセプトモデル検討における基礎データを整理 - テレビ受信機等の実機を用いた①～⑤の検証項目により提供される機能・サービス等について、利用者の受容性等を調査(グループインタビュー及び会場調査)

はじめに

各調査項目の関係

- 本調査研究において実施した各調査項目及び有識者検討会の関係は以下の通り。調査項目④-2を除き、いずれもテレビ受信機等の実機を用いた検証を行った。
- 調査項目⑥のうち、Webアンケートは①～⑤すべての項目の前提となる基礎データを収集することを目的として実施。グループインタビューは調査項目①、⑤を対象とし、会場調査は④を除く調査項目を対象として一般視聴者の受容性を確認した。



実施体制

※下線:複数事業者による体制を構築している場合の代表事業者

① テレビ受信機等向け「仮想プラットフォーム」の検証

株式会社TVer、日本放送協会

日本テレビ放送網株式会社、株式会社テレビ朝日、株式会社TBSテレビ、株式会社テレビ東京、株式会社フジテレビジョン

その他民放局(メタデータ提供における協力事業者)、ローカルコンテンツバンク(LCB)参加全国55局(A-PAB ローカルコンテンツ流通実証実験、メタデータ提供における協力事業者)

株式会社IPG、株式会社Superster Farm

② チューナーレス端末等向け「放送同時配信等」の検証

【民放実証】株式会社TVer、日本テレビ放送網株式会社、株式会社テレビ朝日、株式会社TBSテレビ、株式会社テレビ東京、株式会社フジテレビジョン

【NHK実証】日本放送協会

③ テレビ受信機向け「放送通信連携機能」の検証

【民放実証】株式会社TVer、日本テレビ放送網株式会社、株式会社テレビ朝日、株式会社TBSテレビ、株式会社テレビ東京、株式会社フジテレビジョン、株式会社IPG

【NHK実証】日本放送協会

【受信機メーカー】LG Japan Lab株式会社、シャープ株式会社、ソニーマーケティング株式会社、TVS REGZA株式会社、パナソニックエンターテインメント&コミュニケーション株式会社

④ テレビ受信機等における放送コンテンツ等のプロミネンス手法の検証

【実務者協議会構成員】(第一回)株式会社TVer、日本放送協会、日本テレビ放送網株式会社、株式会社テレビ朝日、株式会社TBSテレビ、株式会社テレビ東京、株式会社フジテレビジョン

(第二回)第一回に加え、LG Japan Lab株式会社、シャープ株式会社、ソニーマーケティング株式会社、TVS REGZA株式会社、パナソニックエンターテインメント&コミュニケーション株式会社

【放送コンテンツへの動線強化に係る検証】シャープ株式会社、ソニーマーケティング株式会社、TVS REGZA株式会社、パナソニックエンターテインメント&コミュニケーション株式会社

⑤ ローカル放送局の放送コンテンツへのアクセス性向上に資する取組の検証

東海テレビ放送株式会社、中京テレビ放送株式会社、株式会社CBCテレビ、名古屋テレビ放送株式会社、テレビ愛知株式会社

※在名5局のコンソーシアム名:Locipo

日本放送協会

株式会社メディアキャスト、株式会社IPG

⑥ ①～⑤の検証項目を踏まえた利用者受容性調査

株式会社ビデオリサーチ

はじめに

有識者検討会 開催概要(1/2)

- 本事業では、以下の通り有識者検討会を設置。
- 調査項目①～⑥の検証に関し、構成員の専門的知見によるアドバイス等を実施。併せて、オブザーバとして参画する事業者との意見交換等を行い、実装性の高い取りまとめに向けた検討を行った。

有識者検討会 構成員

※敬称略

氏 名	所属及び役職
飯塚 留美	一般財団法人マルチメディア振興センター 調査研究部 研究主幹
内山 隆	青山学院大学総合文化政策学部 教授
大谷 和子	株式会社日本総合研究所 執行役員法務部長
奥 律哉	株式会社電通総研 名誉フェロー
音 好宏	上智大学文学部新聞学科 教授
クロサカ タツヤ	株式会社企 代表取締役

開催日時・アジェンダ等

開催日時	アジェンダ
第1回 2024年9月30日(月) 9:00-11:00 ハイブリッド開催	・事業全体概要 ・各調査項目の実施方針 ・意見交換
第2回 2024年12月24日(火) 10:00-12:00 オンライン開催	・調査項目⑥Webアンケート調査結果 ・調査項目①・調査項目⑤に係るグループインタビュー結果 ・調査項目④「プロミネンスの在り方に係る実務者協議会」協議状況 ・その他進捗状況報告 ・意見交換
第3回 2025年3月12日(水) 10:00-12:00 ハイブリッド開催	・調査項目①～③、⑤会場調査結果及び今後の方向性 ・調査項目④動線強化に係る検証結果 ・調査項目④「プロミネンスの在り方に係る実務者協議会」協議状況 ・意見交換

はじめに

有識者検討会 開催概要(2/2)

有識者検討会 オブザーバー

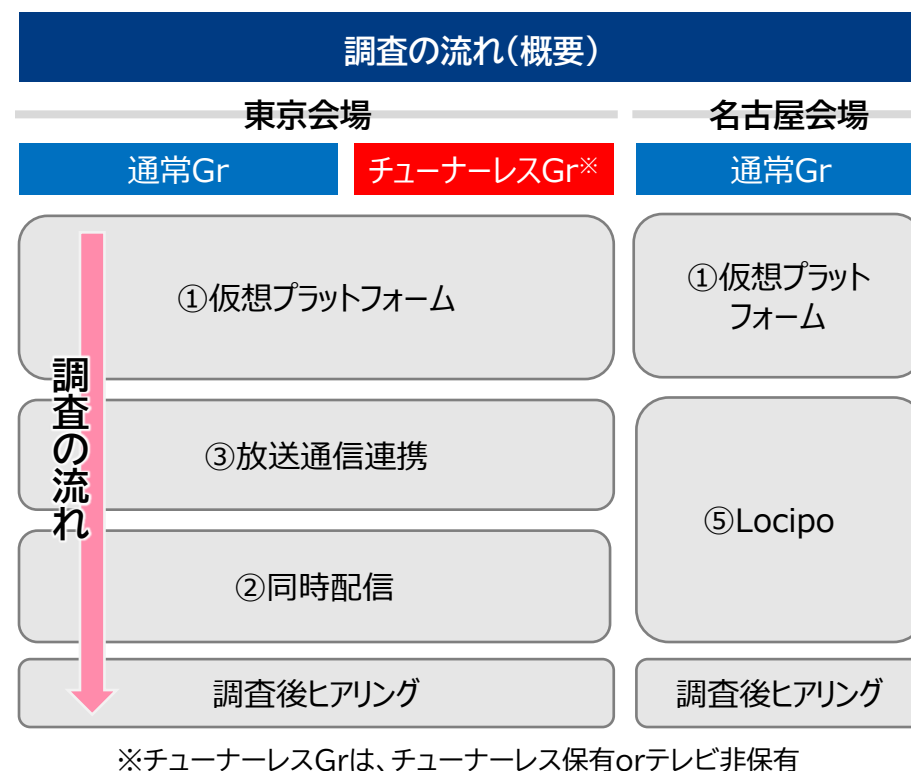
カテゴリ		事業者名
実証参画事業者	放送局 /放送コンテンツの 配信事業者	株式会社TVer
		日本テレビ放送網株式会社
		株式会社テレビ朝日
		株式会社TBSテレビ
		株式会社テレビ東京
		株式会社フジテレビジョン
		東海テレビ放送株式会社(代表事業者)
		中京テレビ放送株式会社
		株式会社CBCテレビ
		名古屋テレビ放送株式会社
		テレビ愛知株式会社
		※コンソーシアム名:Locipo
	テレビ受信機メーカー	日本放送協会
		LG Japan Lab株式会社
		シャープ株式会社
		ソニーマーケティング株式会社
		TVS REGZA株式会社
	メタデータ運用・管理事業者	パナソニックエンターテインメント &コミュニケーション株式会社
		株式会社IPG
	調査会社	株式会社ビデオリサーチ
関連団体		一般社団法人放送サービス高度化推進協会
		一般社団法人日本民間放送連盟

はじめに

会場調査 実施概要

- 調査項目⑥受容性調査の一環として、調査項目①～③、⑤を対象に一般被験者(東京及び名古屋会場、計101名)を対象に実施。但し、調査項目⑤ Locipoは地域の視聴者に向けた地域のローカル局による取組みであることから、名古屋会場のみで実施した。
- 調査項目②同時配信がチューナーレス端末等向けを想定していることから、被験者にはチューナーレス端末利用者(テレビ受信機非所持者)を一定数含む形とした。
- 調査項目②同時配信、③放送通信連携については、在京キー局の取組みであること、また権利処理上他地域のコンテンツを用いた実証が難しいことから東京会場のみで実施した。

調査概要	東京会場	● 日時 2025年2月5日(水)、6日(木)、8日(土) ● 場所 TKP新橋カンファレンスセンター ● 被験者数 8名/グループ×8グループ 計64名 ※通常の調査を6グループ、チューナーレステレビの調査実施を2グループとした
	名古屋会場	● 日時 2025年2月13日(木)～15日(土) ● 場所 TKPガーデンシティPREMIUM 名駅西口 ● 被験者数 5名×1グループ+6名/グループ×3グループ+7名×2グループ 計37名 ※当初6名×4グループの予定だったが当日1名欠席
調査実施機関		株式会社ビデオリサーチ (三菱総合研究所より委託)



調査項目①

テレビ受信機等向け「仮想プラットフォーム」の検証

仮想プラットフォームの目的

- 本事業における「仮想プラットフォーム」では、前提となる目的を踏まえ、期待される役割、及び実現すべき事項の仮説として以下の通り想定している。
- 本実証では、TVerにNHKプラスの番組を表示する「TVerを母体とした仮想プラットフォーム」のコンセプトモデル構築を通じ、これらの仮説とそのバランスの在り方についても検証することを目指した。

仮想プラットフォームの目的

テレビ受信機等でのネット配信において、広く国民に対し、
多元性・地域性・多様性に富み信頼ある放送コンテンツの提供

👉 本実証における仮説

仮想プラットフォームに期待される役割

利用者の情報的健康・情報空間の
健全性確保

放送局の配信サービス全体の
維持・発展

仮想プラットフォームが実現すべき事項

信頼ある放送コンテンツの
一元的提供

利用者が地域を含む
多様な放送コンテンツに
容易にリーチできる
UIや機能等

利用者の定着
(仮想PFの継続利用)を
実現するUIや機能等

利用者の拡大
(放送コンテンツ未視聴層の取り
込み)を実現する
UIや機能等

実施概要

- 民放公式テレビ配信サービスであるTVer(ティーバー)と、NHKの総合テレビやEテレの番組を配信しているNHKプラスのコンテンツを一覧できるプラットフォームを仮想的に構築。
- 具体的には、TVerのテレビアプリ(検証用のコンセプトモデル)において、TVerで配信されているコンテンツに加え、NHKプラスで配信しているコンテンツをTVer経由で視聴可能とした※¹。また、当該コンセプトモデル上で、視聴者の地域性等を踏まえたローカルコンテンツの表示を含め、視聴者にとって利便性の高いUIを検討した。
 - － 対象とするローカルコンテンツ例:現時点でTVerで配信されているローカルコンテンツ、LCB※²の映像クリップ 等
- 商用リリースされているTVer、NHKプラスのサービスはアプリとして提供されているが、事業者間での議論、画面検証に関するPDCAを速やかに実現するため、アプリではなく、TVerテレビアプリのデザインをベースにしたPC版HTMLのデモサイトを構築し、HDMIケーブルでチューナー搭載テレビへの表示を行った。

※1: NHKプラスに遷移した後の詳細ページについても、NHK監修のもと、NHKプラスを模したページをTVer社にて作成。

※2: Local Contents Bank(LCB)とは、地方テレビ局で放送した番組の切り出し動画を一堂に集め、最適なメタの付与で外部PFを繋ぐ仕組み。

A-PABが全国55局が参加するPoCを推進(令和6年度)。



PC版HTMLによるデモサイト

HDMIケーブルで
テレビに接続

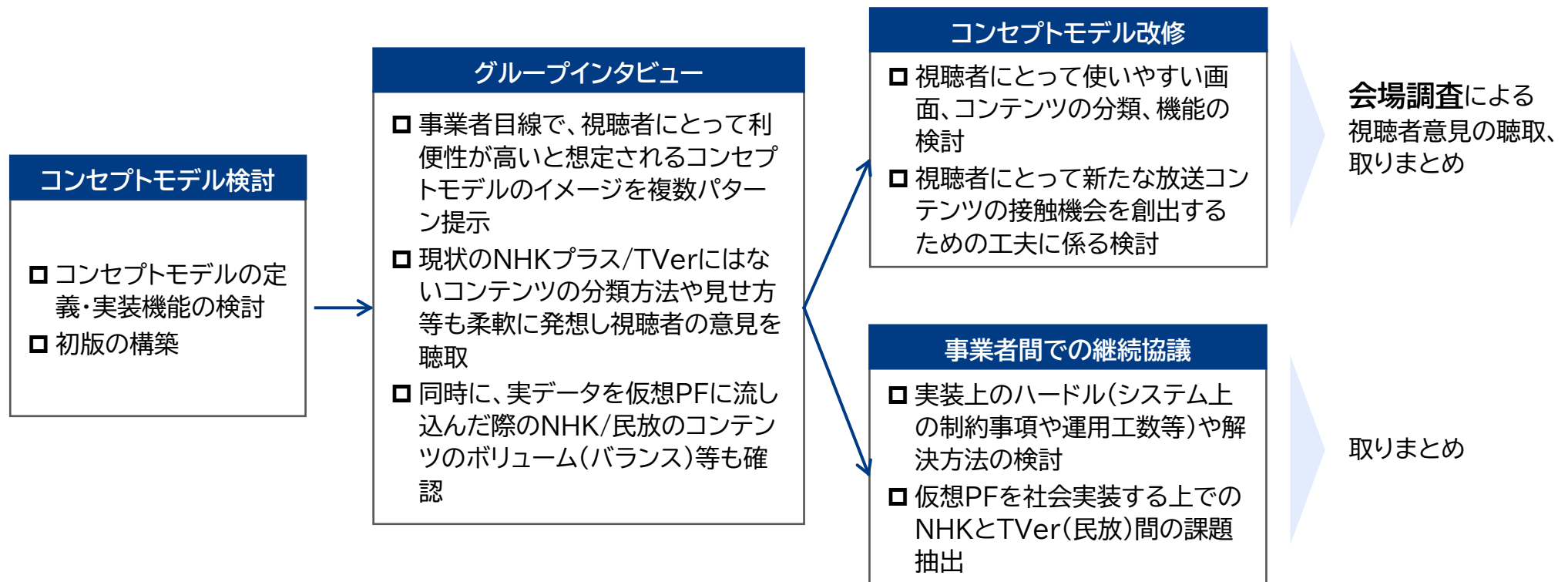


チューナー搭載テレビ 仮想プラットフォーム HOME画面



コンセプトモデル構築プロセス

- 本実証では、以下のプロセスで仮想PFのコンセプトモデルを構築。各プロセスにおいてTVer、NHK、IPGを中心とした継続的な協議を行い、コンセプトモデルの具体化や課題の抽出等を実施。
- グループインタビューは、視聴者の利用しているメディアや情報源、情報摂取の偏りに対する意識等を理解した上で、仮想PFのUIや実装機能に対する視聴者目線でのニーズを具体かつ詳細に深掘りすることで、視聴者にとって利便性が高く、かつ「情報空間の健全性」「情報的健康」に資する仮想PFの構築を目指したもの。
- グループインタビューで得られた結果については、会場調査における再度の視聴者意見聴取に向けてコンセプトモデルへの反映(改修)を行った。また、グループインタビューによって一定の視聴者ニーズが明確化し、事業者間での実装上のハードル等が課題となった事項については、会場調査で改めて聴取することはせず、取りまとめに向けて事業者間での継続協議を実施した。



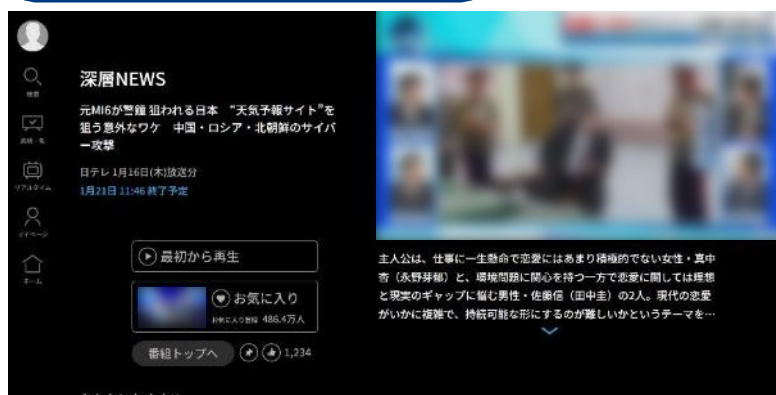
仮想プラットフォームの全体像(HOME画面メニュー一覧)

- ✓ 実証における配信コンテンツは
2025年1月20日(月)19:30時点とした。
- ✓ HOME画面の各メニューは右記の並び順で表示。

HOME画面



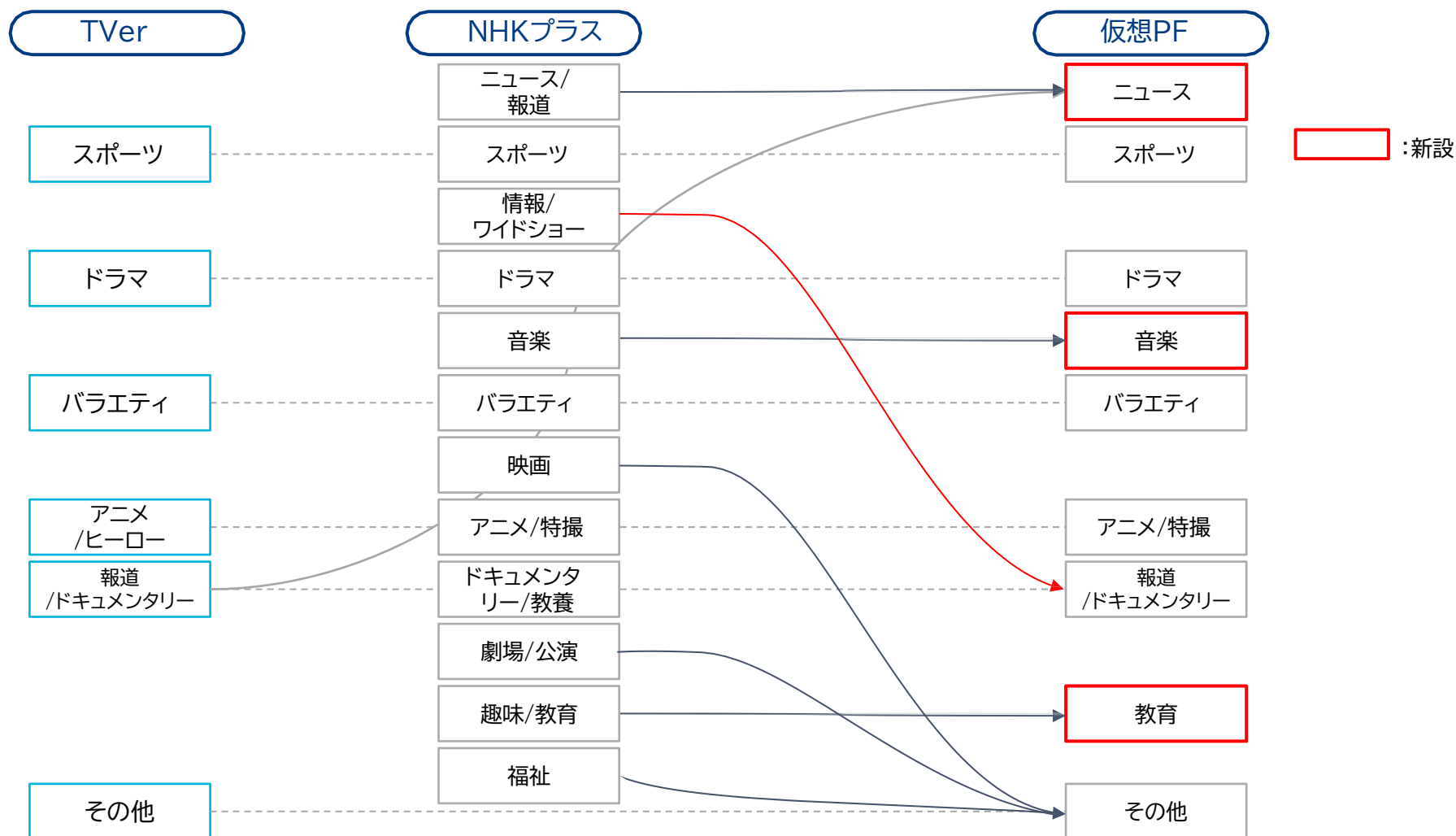
番組詳細画面



メニュー名		分類	民放・NHK	常設/入替
1	ニュース	ジャンル	民放・NHK	常設
2	TVerランキング(総合)	ランキング	民放	
3	NHKで人気の番組	特集	NHK	
4	ドラマ	ジャンル	民放・NHK	
5	バラエティ	ジャンル	民放・NHK	
6	アニメ/特撮	ジャンル	民放・NHK	
7	報道/ドキュメンタリー	ジャンル	民放・NHK	
8	スポーツ	ジャンル	民放・NHK	
9	音楽	ジャンル	民放・NHK	
10	教育	ジャンル	民放・NHK	
11	その他	ジャンル	民放・NHK	
12	NHKスペシャル・ETV特集	特集	NHK	入替
13	あなたの地域の放送局	エリア別	民放・NHK	常設
14	全国温泉特集	特集(LCB)	民放・NHK	入替
15	心の内側、語りませんか	コーナー	民放・NHK	
16	笑って楽しくストレス発散♪	コーナー	民放・NHK	
17	プロフェッショナルの素顔と人生のヒント	コーナー	民放・NHK	
18	心も体もリフレッシュ！癒しの旅	コーナー	民放・NHK	常設
19	北海道エリアのご当地番組	エリア別	民放・NHK	
20	東北エリアのご当地番組	エリア別	民放・NHK	
21	関東エリアのご当地番組	エリア別	民放・NHK	
22	甲信越エリアのご当地番組	エリア別	民放・NHK	
23	東海・北陸エリアのご当地番組	エリア別	民放・NHK	
24	関西エリアのご当地番組	エリア別	民放・NHK	
25	中国・四国エリアのご当地番組	エリア別	民放・NHK	
26	九州・沖縄エリアのご当地番組	エリア別	民放・NHK	
27	まもなく配信終了	—	民放・NHK	
28	新着	—	民放・NHK	

(補足)仮想プラットフォームにおけるジャンルの考え方

- 仮想PFにおけるコンテンツ数のバランスを考慮し、現行のTVerサービスをベースに、新設・統合を実施。
- 現行のTVerのコンテンツには教育のジャンルが付与されていないため、仮想PFでは、当該ジャンルはNHKプラスのコンテンツのみが表示される形となっている。



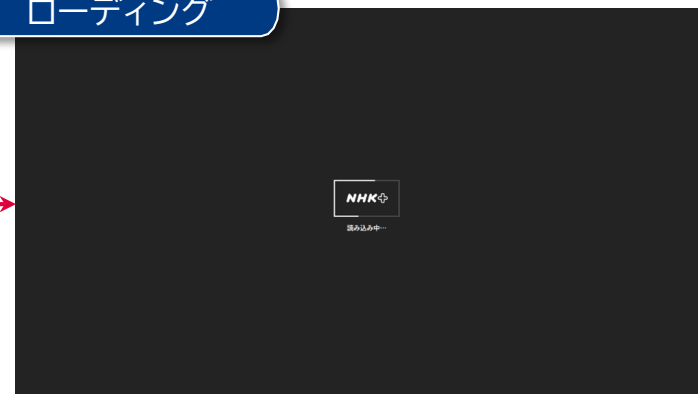
仮想プラットフォームからNHKプラスへの遷移

- 仮想プラットフォームからNHKプラスへのアプリ間遷移をPC版HTMLで再現。
- NHKコンテンツのサムネイルをクリックした際には、ポップアップで「NHKプラスアプリに遷移する」旨を表示し、1.5秒程度のローディングの後、NHKプラスの動画詳細ページに遷移。
- ポップアップには「次回から表示しない」という文言とチェックボックスを用意し、チェックを入れた場合にはポップアップを非表示としたまま遷移させることを可能とした。

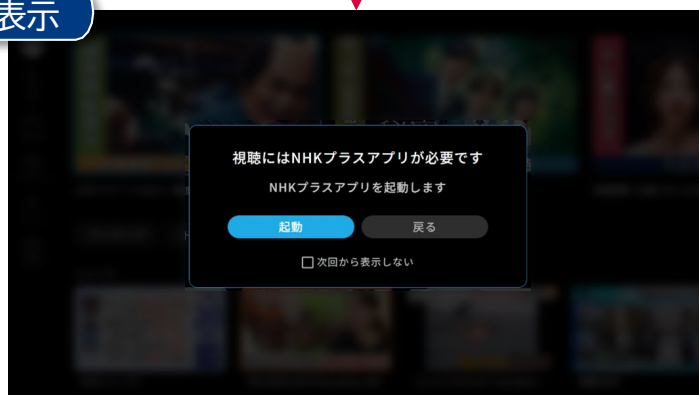
HOME画面



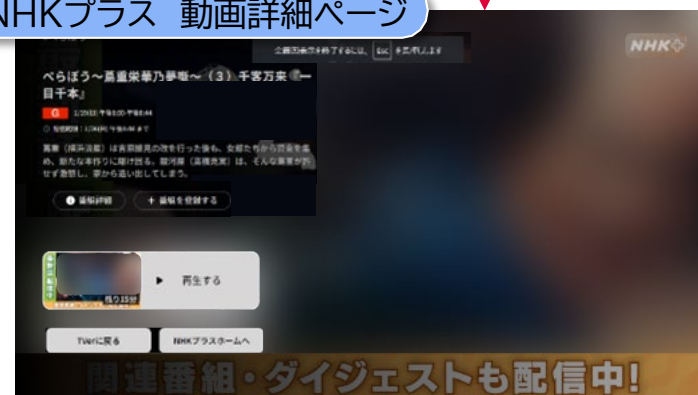
ローディング



ポップアップ表示



NHKプラス 動画詳細ページ



調査項目① テレビ受信機等向け「仮想プラットフォーム」の検証

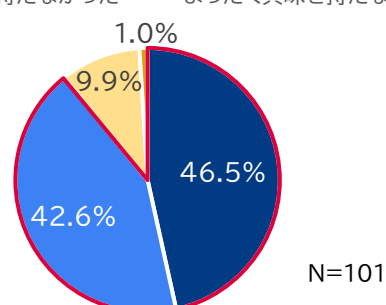
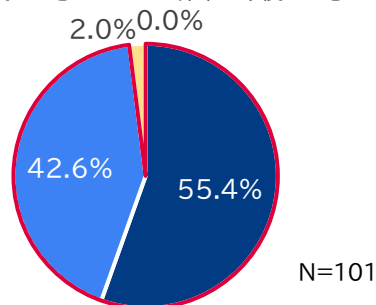
会場調査 結果抜粋

TVerとNHKプラスが一つのサービスで見られることの利便性

仮想プラットフォームへの興味

TVerとNHKプラスのコンテンツが両方表示されることについて

- 非常に便利だと思った ■やや便利だと思った ■非常に興味を持った ■やや興味を持った
 ■やや不便だと思った ■非常に不便だと思った ■あまり興味を持たなかった ■まったく興味を持たなかった



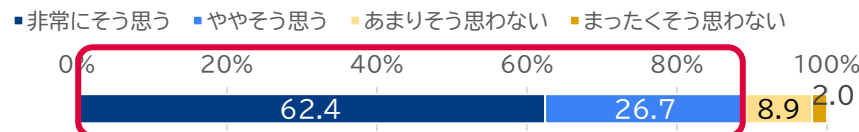
被験者の**ほぼ全員**が利便性を評価

約9割が興味を持ったと回答

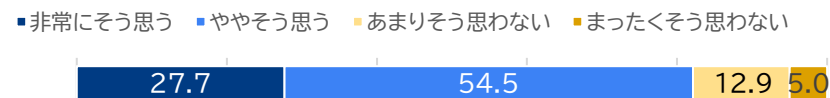
(現状のTVerには表示されていない)「ニュース」ジャンルを追加したことについて

あるといいなと思った

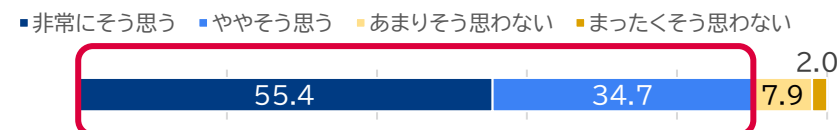
N=101



コンテンツが探しやすくなった



知らない番組、ニュースを知るきっかけとなると回答



「ニュース」ジャンルに対して**約9割**のニーズを確認。また、**約9割**が、知らない番組、ニュースを知るきっかけとなると回答

見たいコンテンツの量が増える

N=101



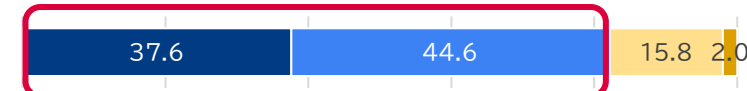
これまでよりも便利に利用できるようになる



これまでよりもTVerを立ち上げる機会が増える



見たい番組が決まっていなくても、TVerを利用する機会が増える



普段視聴していないコンテンツにも興味を持つ可能性がある



見たい番組が決まっていなくてもTVerの利用機会が増えると回答した層が**約8割**など、利用者拡大・コンテンツ接触機会の増大に寄与する可能性が示された

成果概要/課題解決に向けた対応の方向性

- 本実証は、テレビ受信機等でのネット配信において、広く国民に対し、多元性・地域性・多様性に富み信頼ある放送コンテンツを提供することを目的に、仮想PFを「視聴者の情報的健康・情報空間の健全性確保」と「放送局の配信サービス全体の維持・発展」を実現する一つ的手段と位置づけ、行ったものである。
- 本実証では仮にTVerを母体とした場合を想定して仮想PFのコンセプトモデルを構築し、一般の被験者を対象とした会場調査をおこなった。その結果、仮想PFは上記手段の一つとして役割を果たしうるものであり、視聴者の利便性が高いことが確認できた。また、実証に参画した在京キー5局・TVer・NHKなどの関係者間で、実証構築のプロセスからグループインタビュー・会場調査に至るまで、多くの意見交換の場を通じ、実証の成果を踏まえた共通の課題認識やその解決に向けた対応の方向性を議論することができた。
- 一方で、社会実装にあたっては、運営体制やビジネスモデル、放送と異なる権利処理など、解決すべき課題が多数存在するため、関係事業者が主体となったさらなる協議や、国による制度整備等、多方面での対応が求められることが改めて浮き彫りになった。
- 課題解決に向けては、放送事業者のビジネスや運営の根幹に係る経営レベルの議論であることに留意すべきである。基本は制度面を除いてNHKと民放で議論すべき事項であり、今後、NHK・民放間での検討体制を構築し、海外大手PFの急速な拡大など放送・配信を取り巻く環境変化を踏まえた具体的な検討を進めていく必要がある。

仮想プラットフォームの社会実装に向けて解決されるべき課題

- 仮想プラットフォームの社会実装に向けて解決すべき課題として、現時点で想定されるものは以下のとおり。

1. 仮想PFの運営体制

- 公共性の高い全国の放送局コンテンツが集約されている仮想PFの社会実装を実現するには、運営主体について検討する必要がある。
- 現行サービスと並行しての運営では、TVerに限らず人的・金銭的リソースの面で大きな負担となるため、改めて関係事業者の経営判断と体制整備に向けた検討が必要である。

2. ビジネスモデル

- 民放とNHKでは、ビジネスモデルが異なる(広告収入モデルと受信料モデルの違い、NHKにおける広告隣接が許容可能か、同一サービス上におけるプライバシーポリシーの適用差異)ことに加え、NHKにおいては2025年10月からネット必須業務化となること等も踏まえ、同一PFにおける両事業者の事業面におけるバランスの在り方を、両者の制度上の差異も踏まえた上で、市場における競争評価の観点等も含めて検討する必要がある。
- 収益の観点では、仮想PFの実装によって新たに期待される付加価値や収入源としてどのようなものが考えられるのかについても検討の余地がある。
- データに関しては、NHKと民間放送事業者における取り扱いの在り方が必ずしも一致しないことを念頭に仮想PFの設計を検討する必要がある。
- 本実証における、ローカルコンテンツがUI上で見つけやすくなるための取組みについては、引続き、多様な状況にあるローカル局と協力しながら、後述の権利処理も含めた課題の洗い出しと、対応策の検討を行う必要がある。

3. 放送と異なる権利処理

- 仮想PFで放送と同等のコンテンツを配信するためには、新たな権利処理や費用が生じることが改めて浮き彫りになった。その課題解決のためには、民放として配信による利益拡大などに向けた新たなビジネスモデルの確立と合わせて、権利処理の円滑化や制度整備などに係る国の後押しが必要である。

調査項目②

チューナーレス端末等向け「放送同時配信等」の検証

調査項目② チューナーレス端末等向け「放送同時配信等」の検証

背景

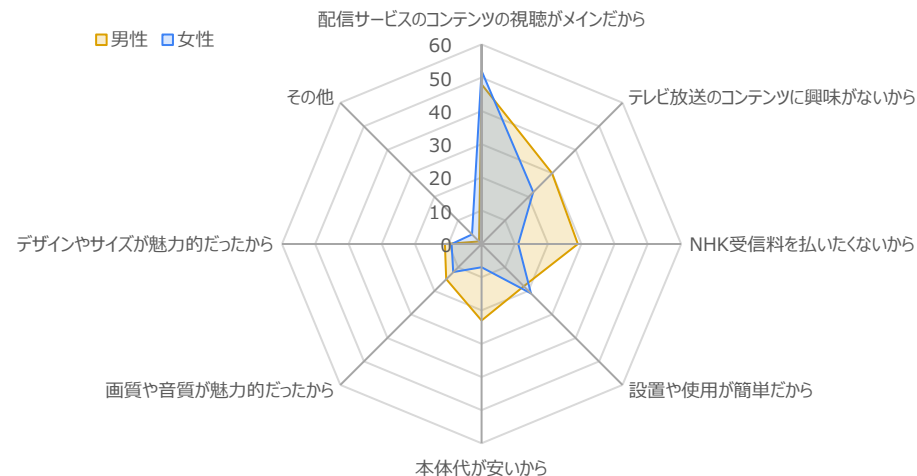
※1：令和6年度の同調査（令和7年5月30日発表）では、
チューナーレス端末のみ所有している世帯は10.6%、
チューナーレステレビと両方所有している世帯は0.9%へと増加。

- 総務省令和5年通信利用動向調査によると※1、チューナーレス端末のみ所有している世帯は8.6%、チューナー付きテレビと両方所有している世帯は0.7%であり、約1割の世帯にチューナーレス端末が存在。
 - 本事業の調査項目⑥において実施した調査※2によれば、チューナーレステレビ利用者がチューナーレステレビを購入した理由として、「配信サービスのコンテンツの視聴がメインだから」が50.0%を占め最も多く、次に「テレビ放送のコンテンツに興味がないから」が26.0%と多かった。また、チューナーレステレビ利用者によるチューナーレステレビの利用目的として、「メインテレビとしての利用」が72.5%を占め最も多く、次ぐサブテレビ利用は25.0%、ゲーム等のディスプレイ利用は10.5%と低かったことから、**チューナーレステレビ利用者は放送コンテンツをそもそも視聴せず、チューナーレス端末のメイン利用で充足している状況**と想定される。
- ※2：調査項目⑥Webアンケート調査による
- こうした状況を踏まえ、本実証では、チューナーレス端末における放送同時配信の実現により、**チューナーレス端末の利用者においても、放送コンテンツの接触機会を提供すること**を目指し、民放及びNHKによるデモアプリを通じて視聴者の利便性の高いUIや機能等について検証を行うとともに、事業者目線でサービス運用面等での課題抽出、対応策の検討等を実施した。

チューナーレステレビ利用者像(Webアンケート結果)

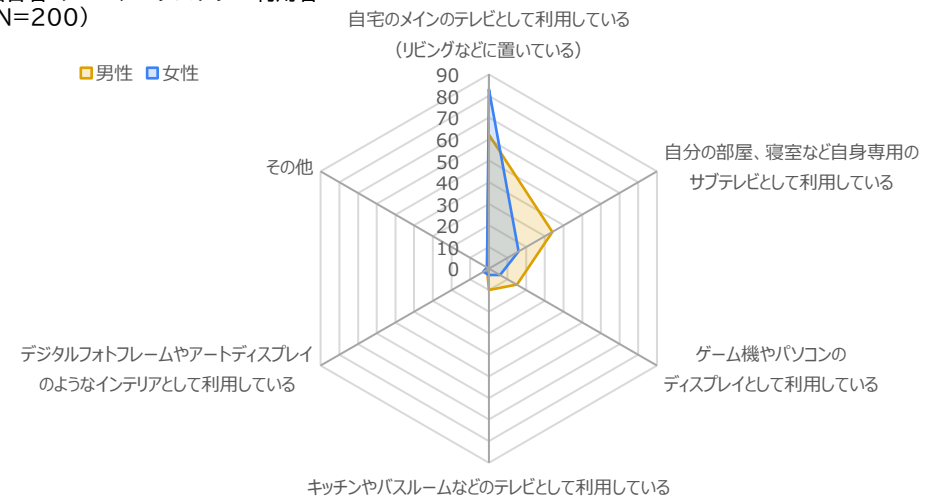
チューナーレステレビを購入した理由

回答者：チューナーレステレビ利用者
(N=200)



チューナーレステレビの利用目的

回答者：チューナーレステレビ利用者
(N=200)



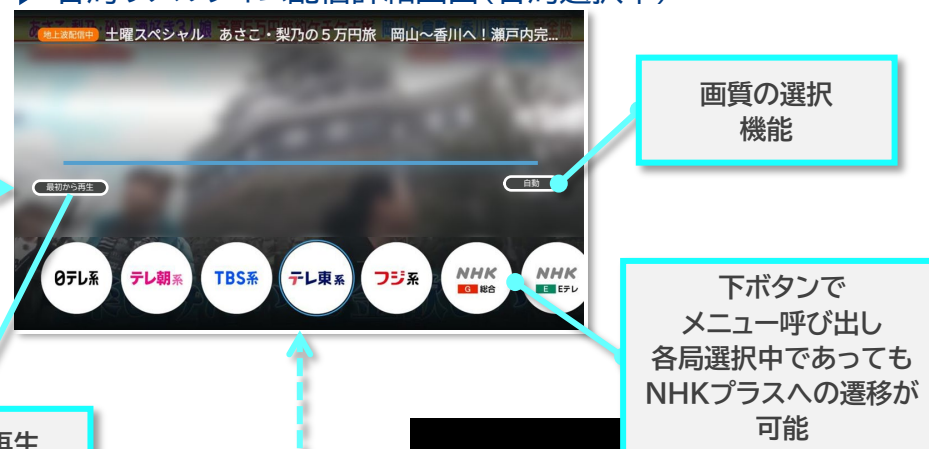
実装機能及びUI等(メニュー、詳細画面)

TVer同時配信デモアプリ

▶メニュー画面



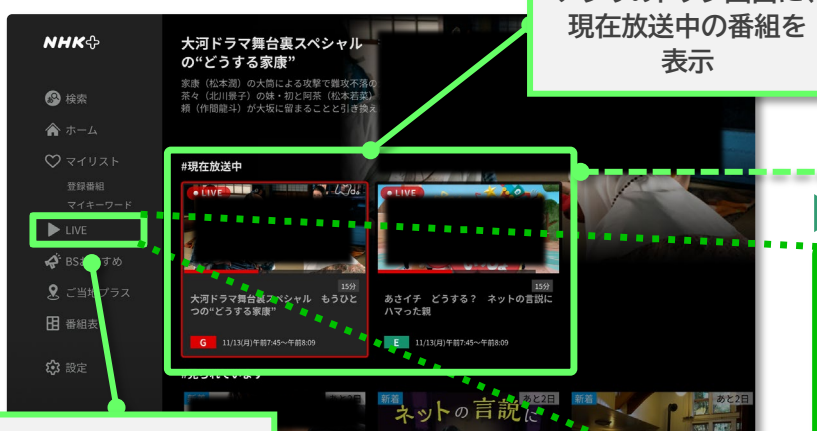
▶各局リアルタイム配信詳細画面(各局選択中)



追っかけ再生モードへ

NHKプラス デモアプリ

▶トップ画面



グローバルメニューに「LIVE」を追加

▶放送同時配信(詳細)画面



左右ボタンで民放5系列をザッピング再生

▶ザッピング(ストリーム切替)



実装機能及びUI等(TVer同時配信デモアプリからNHKプラスへの遷移)

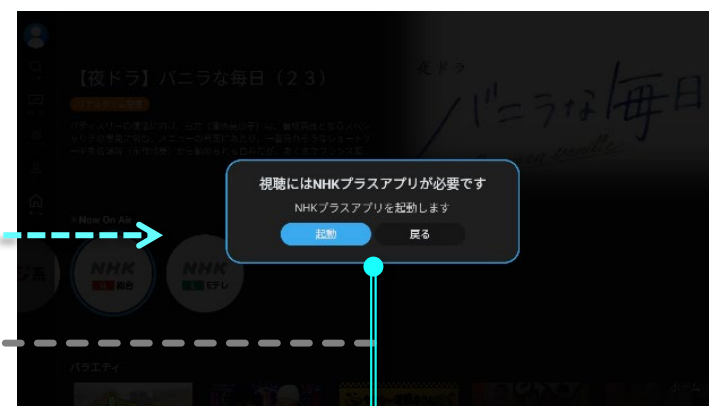
TVer同時配信デモアプリ

▶メニュー画面

NHKの番組メタ情報・サムネイルを取得してTVerアプリ上に表示



▶別アプリに遷移する旨のメッセージ表示



NHKプラスからTVerに戻る際は、TVer上で最後に選択した放送局（ラストチャンネル）へ遷移する
※動画プレイヤーのメニューから遷移した場合は配信中映像に戻る

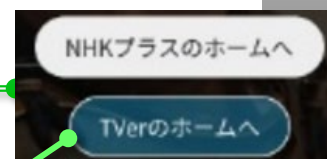
アプリ未インストールの場合
(未実装)

アプリストア

ランディングページは設けず、アプリ起動と同時に、放送同時配信を開始
(NHK側で実装)

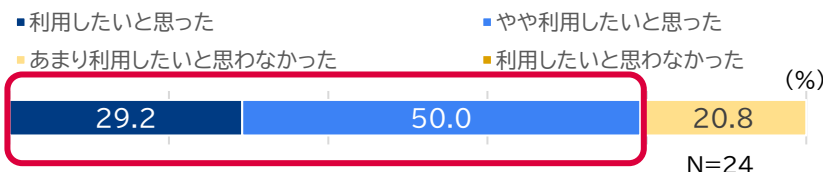
NHKプラス

TVerから遷移した場合のみ、アプリ終了時にTVerへ戻るボタンを表示
(NHK側で実装)



会場調査 結果抜粋

チューナーレステレビにおける民放リアルタイム配信の利用意向



👍 約8割の利用意向を確認

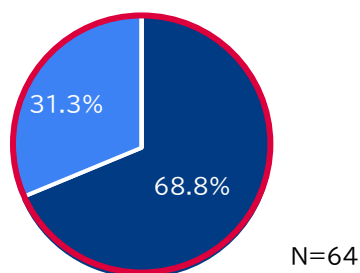
チューナーレステレビにおけるNHKリアルタイム配信の利用意向



👍 7割超の利用意向を確認

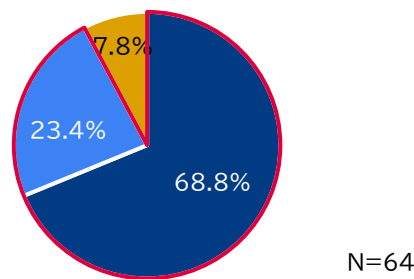
民放5系列による放送同時配信アプリにNHKプラスのコンテンツもあることの利便性

- 非常に便利だと思う
- やや便利だと思う
- 非常にスムーズだった
- ややスムーズだった
- あまり便利だと思わない
- 全く便利だと思わない
- あまりスムーズでは無かった
- 全くスムーズでは無かった



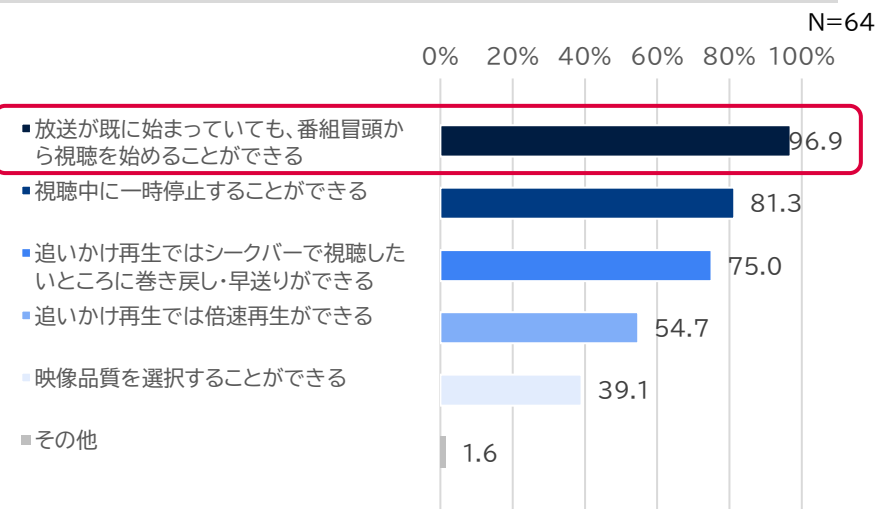
👍 被験者全員が利便性を評価

TVer同時配信デモアプリからNHKプラスへの移動の操作性



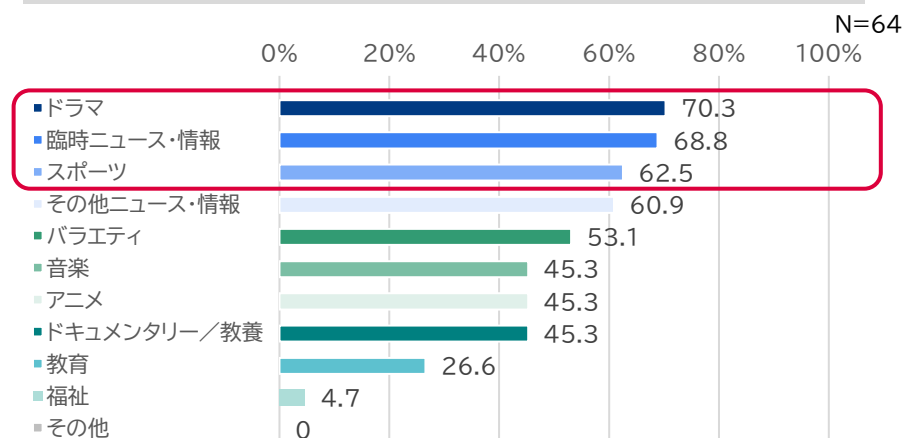
👍 約9割が操作性を評価

リアルタイム配信で利用したい機能



👍 リアルタイム配信への最も多いニーズは「最初から見る」機能

リアルタイム配信で視聴したいジャンル



👍 リアルタイム配信で視聴したいジャンルはドラマや臨時ニュース・情報、スポーツ

成果概要/課題解決に向けた対応の方向性

- 民放5系列、NHKそれぞれによるチューナーレス端末向け同時配信アプリ(モックアプリ)は、いずれも高い利便性及び利用意向を確認。また、民放5系列による同時配信アプリにおいてNHKのコンテンツを選択できることについて被験者全員が利便性を評価した他、当該アプリからNHKプラスへのアプリ間遷移における操作性についてもほぼ全員がスムーズであったと回答した。
- 通常のテレビ(チューナー搭載テレビ)におけるリアルタイム配信のニーズも確認されたほか、チューナーレステレビ及び通常のテレビ双方における、リアルタイム配信が実現した場合の放送コンテンツの視聴機会増加の可能性も確認された。
- 一方で、本事業を通じて得られた課題については、以下の通り解決に向けた対応の方向性を整理した。

TVer・在京キー5局

- 今回はCTV向けに4Mbpsで配信を実施したが、会場調査では画質に満足している層が約4割にとどまった。視聴者利便性と、システムやコストの制約を踏まえ、最適なビジネスモデルを模索する。
- 民放番組(特にニュース)の配信を今後拡大するためには、権利処理(要員・工数・金額)、系列局(ネットゾーン/ローカルゾーン)、視聴データ収集・管理(ローカル・NHKを含む)が大きな課題。

NHK

- 会場調査では、各種機能の利便性は高く評価されたものの、直感的な操作についてはやや難しさを感じた層が存在。本実証で得た知見を活かし、UI・UXの工夫を検討する必要がある。

全体

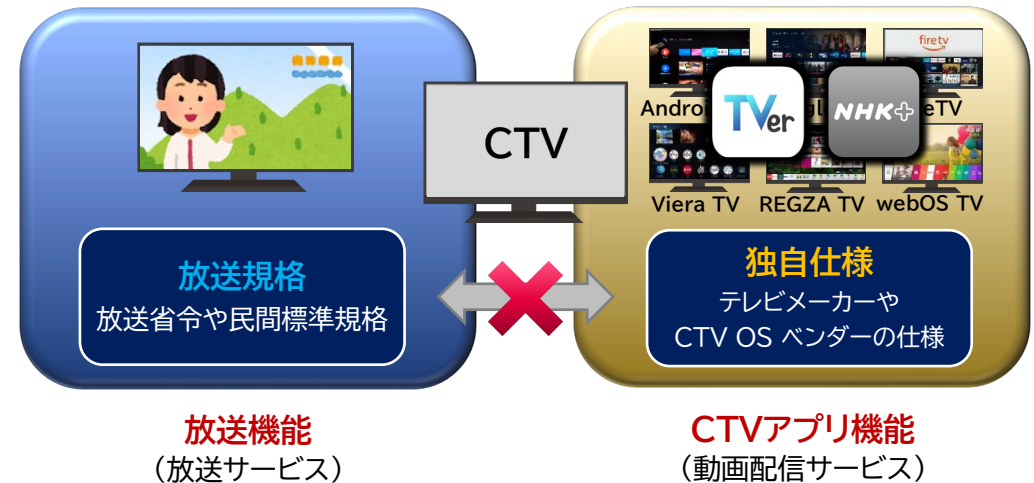
- 実装においては、チューナー搭載CTVへ展開した場合の放送と同時配信の機能的役割・位置づけの整理や、アプリが未インストールの場合のユースケースおよび動作の検証などが必要。

調査項目③

テレビ受信機向け「放送通信連携機能」の検証

背景

- TVerやNHKプラスを始めとする放送局由来のテレビデバイス向け動画配信の多くは、放送選局状態や視聴地域、チューナー有無などの放送機能に依存しない、**CTVアプリ**により提供されている。
- テレビデバイスにおいて、放送機能は放送省令や民間規格などの**放送規格**に基づいて実装される。一方、CTVアプリ機能はテレビメーカーやCTV OSベンダーの**独自仕様**に基づいて実装される。
- このように仕様の策定者が異なるため、放送とCTVアプリは相互に連携ができず(右図)、放送と放送局由来の動画配信間で相互に視聴遷移する**放送通信連携サービスを提供することは難しかった**。



- こうした中、2023年3月に「地上デジタルテレビジョン放送 運用規定 (ARIB TR-B14) 6.10版」において、放送のデータ放送コンテンツと、放送局が一般社団法人放送サービス高度化推進協会 (A-PAB) に届け出た動画配信サービス等のCTVアプリ (登録一般アプリケーション) が、それぞれのプログラム動作によって相互の視聴遷移を実現できる(左図)、新たな放送通信連携仕様が追加された。



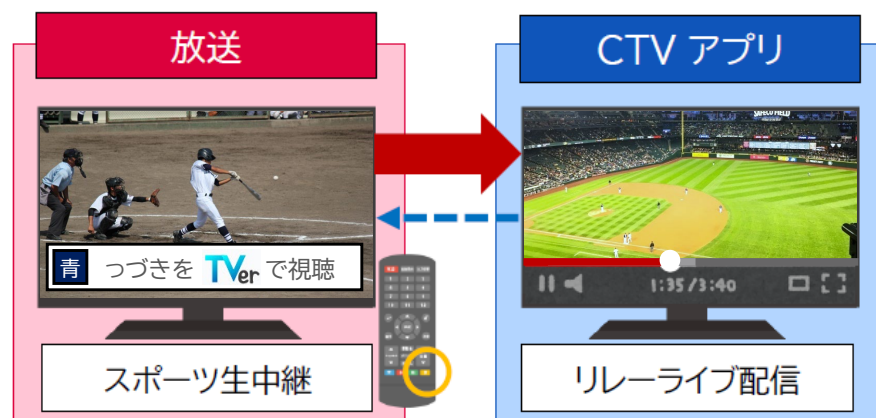
- 本仕様に対応するテレビデバイスでは、放送から配信への視聴遷移シナリオとして、放送視聴者に放送番組と**関連する配信番組**や**地域放送局が制作する配信コンテンツ**等への接触機会を提供し、配信動画視聴後も簡単に放送に戻れる利便を提供したり、配信から放送への視聴遷移シナリオとして**各地域放送局の放送番組**や国民の安心・安全に関わる**緊急ニュースなどの放送**への接触機会を提供し、放送視聴後も簡単に配信に戻れる利便を提供するといった、**放送と放送由来の動画配信間の一体的な視聴体験**を実現し、多様な放送コンテンツへの接触機会を醸成できるようになると期待される。

ユースケース検討における仮説シナリオ

仮説シナリオ（参考：ARIB TR-B14 6.10版 第二編13章、第三編 10章）

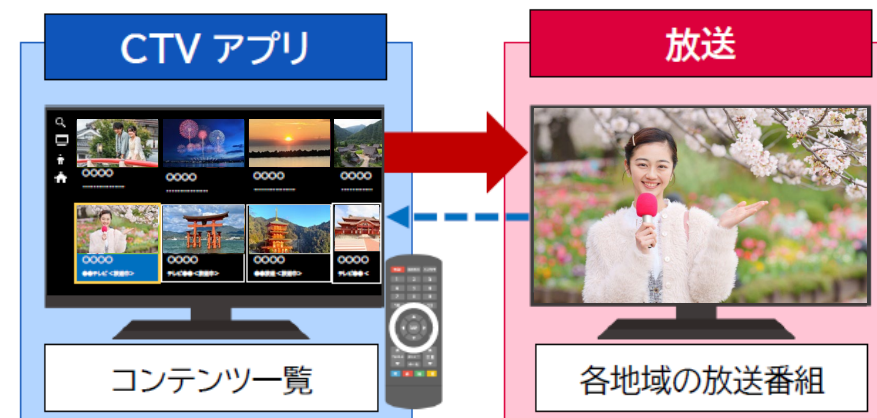
■ 放送→CTVアプリの遷移

A. 放送と関連する配信コンテンツ間のスムーズな視聴遷移

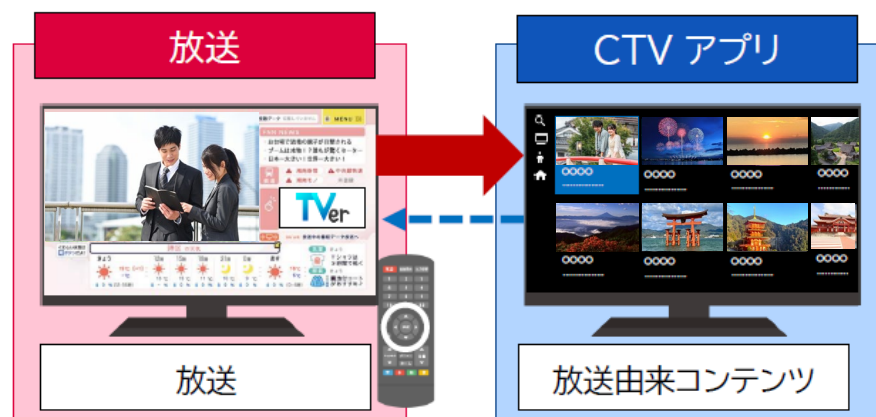


■ CTVアプリ→放送の遷移

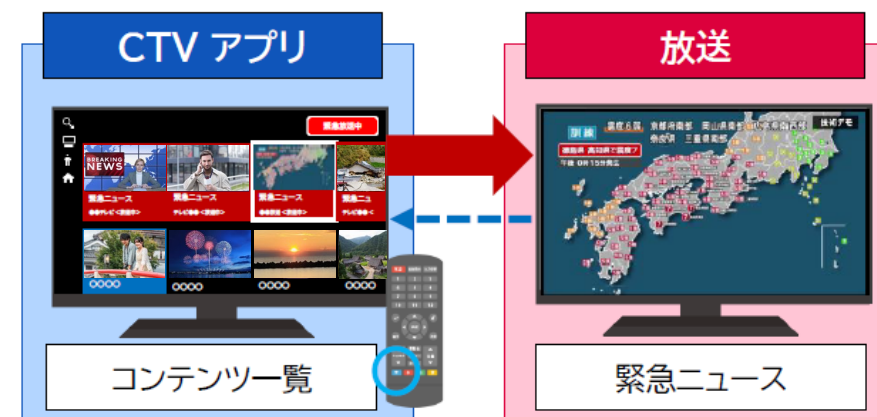
C. 配信から各地域の放送への接触機会を提供



B. 放送と配信のスムーズなサービス間遷移



D. 放送の安心・安全情報を見逃さないサービス間遷移



【TVer・民放】対象ユースケース一覧

ユースケースA ユースケースB 放送→CTVアプリのユースケース

A-1 エピソード詳細リンク



1. 放送番組視聴中にリモコンボタンの押下で、関連動画のサムネイル一覧が表示され、選択したエピソード詳細画面（CTVアプリ）に遷移できる。
2. 放送から遷移して来た場合、「戻るボタン」の押下で放送（ラストチャンネル）に戻れる。

A-2 シリーズリンク



1. 放送番組視聴中にリモコンボタンの押下で、当該番組の過去作品などのシリーズ配信画面（CTVアプリ）に遷移できる。
2. 放送から遷移して来た場合、「戻るボタン」の押下で放送（ラストチャンネル）に戻れる。

A-3 番組リレーリンク



1. スポーツ中継などで放送終了時間に競技が終了しない場合、「青ボタン」などの押下で番組リレー配信に遷移して簡単に継続視聴できる。
2. 放送から遷移して来た場合、配信終了や「戻るボタン」で簡単に放送（ラストチャンネル）に戻れる。

B-1,2 系列リンク（メニュー、色ボタン）



1. 放送視聴中のデータ放送画面で「TVer」メニューを選択、又は透明画面中のボタン押下で、視聴中チャンネルの系列コンテンツ集に遷移できる。
2. 放送から遷移して来た場合、「戻るボタン」の押下で簡単に放送（ラストチャンネル）に戻れる。

B-3,4 お気に入りリンク（メニュー、色ボタン）



1. 放送視聴中のデータ放送画面で「TVerお気に入り」メニューを選択、又は透明画面中のボタン押下で、TVerマイページ（お気に入り）に遷移できる。
2. 放送から遷移して来た場合、「戻るボタン」の押下で簡単に放送（ラストチャンネル）に戻れる。

【TVer・民放】対象ユースケース一覧

ユースケースC

ユースケースD

CTVアプリ→放送のユースケース

C-1,2

放送・同時配信出し分け（通常）



1. TVer を模した CTV アプリ画面（同時配信モックアプリ）で放送局アイコンを選択 または リモコンのチャンネルボタンを押下すると、チューナーレスデバイスでは当該アプリでリアルタイム配信を再生し、チューナー搭載機では選択した放送チャンネルに遷移する。
2. ユースケース A, B の遷移機能により、再び CTV アプリに簡単に戻ることができる。

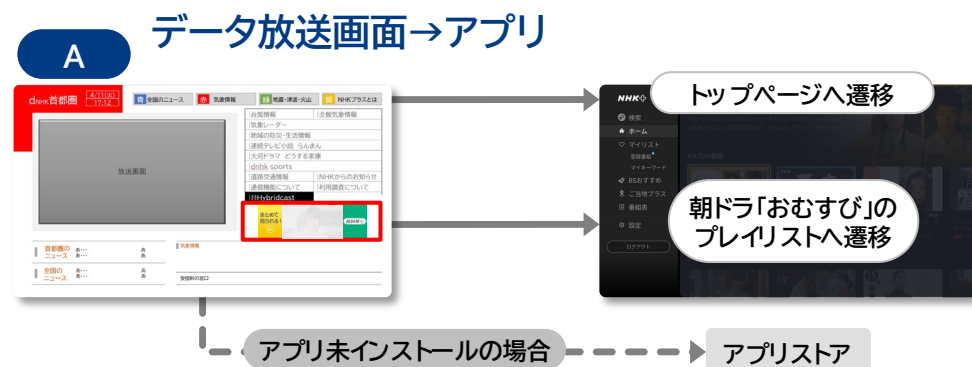
D-1

放送・同時配信出し分け（緊急ニュース）

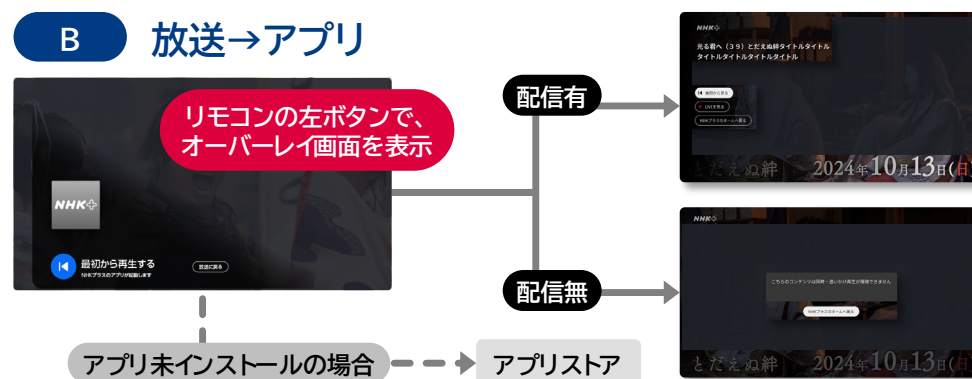


1. TVer を模した CTV アプリ画面（同時配信モックアプリ）で緊急放送中のチャンネルを目立たせる（複数チャンネルが並ぶ配信サービスならではの掲示方法の配慮が必要）
2. 放送局アイコンを選択 または リモコンのチャンネルボタンを押下すると、チューナーレスデバイスでは当該アプリでリアルタイム配信を再生し、チューナー搭載機では選択した放送チャンネルに遷移する。
3. A および B の遷移機能により、ふたたび CTV アプリに簡単に戻ることができる。

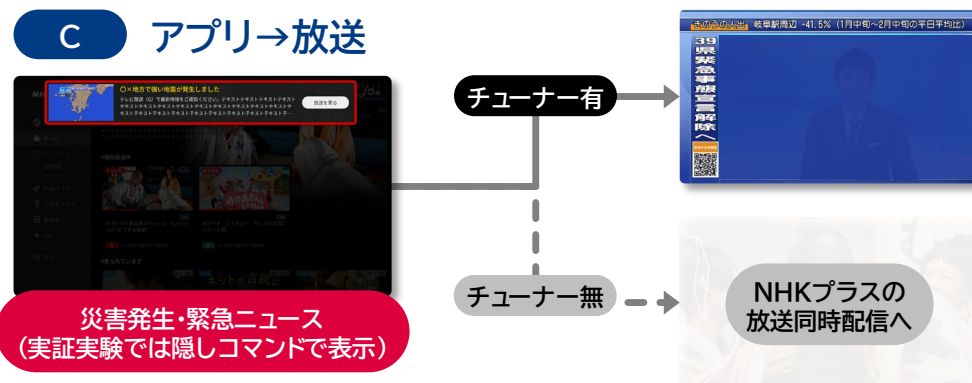
【NHK】対象ユースケース一覧



- 放送番組視聴中に、リモコンの[dボタン]でデータ放送画面を表示
- NHKプラスへのバナーを選択すると、NHKプラスの見逃し視聴へディープリンク遷移する
 - アプリが未インストールの場合、アプリストアへ遷移し、インストールを促すことが期待されるが、本実証では未実装
 - デモアプリを用いる関係上、アプリインストール済みという前提で実施
- 放送からアプリへ遷移してきた場合、アプリの終了により放送(ラストチャンネル)に遷移する



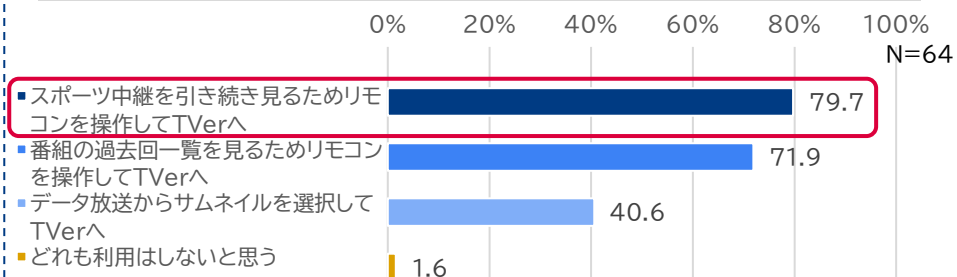
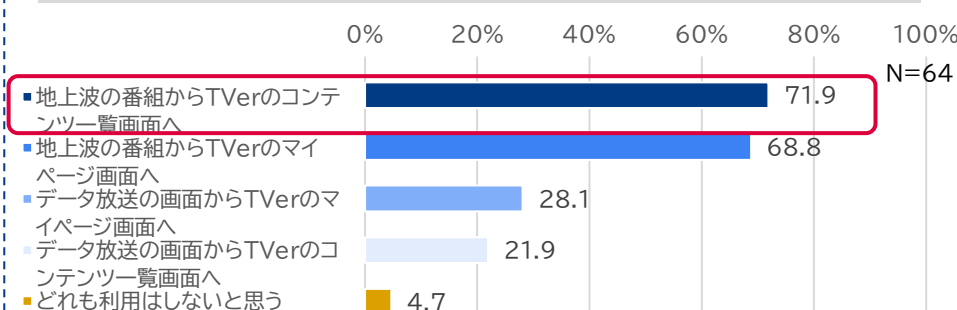
- 放送番組視聴中に、リモコンの[左ボタン]を押すと、NHKプラスの追いかけて再生へ促すオーバーレイ画面を表示
- [最初から再生する]を選択すると、NHKプラスの放送同時・追いかけて再生の画面へディープリンク遷移する
 - アプリが未インストールの場合、アプリストアへ遷移し、インストールを促すことが期待されるが、本実証では未実装
 - デモアプリを用いる関係上、アプリインストール済みという前提で実施
- 放送からアプリへ遷移してきた場合、アプリの終了により放送(ラストチャンネル)に遷移する



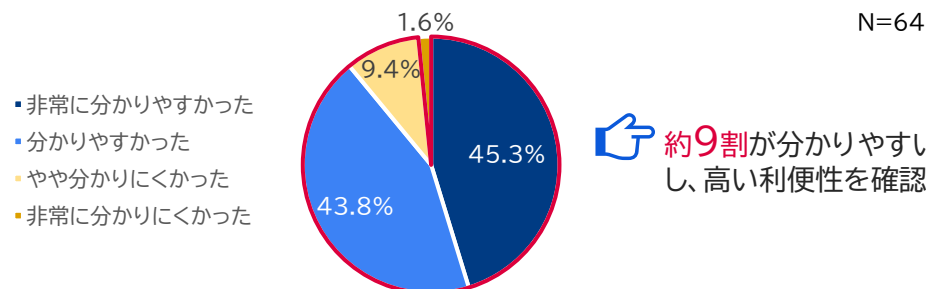
- 災害発生時や緊急ニュース(Jアラート等)時に、NHKプラス上に放送へ遷移可能なポップアップを表示
 - 実証においては、リモコンの隠しボタンにより任意のタイミングで表示
- [放送を見る]を選択すると、NHK総合へチャンネル指定遷移する
 - チューナー搭載の有無による遷移先の振り分けするユースケースも想定されるが本実証では未実装

調査項目③ テレビ受信機向け「放送通信連携機能」の検証

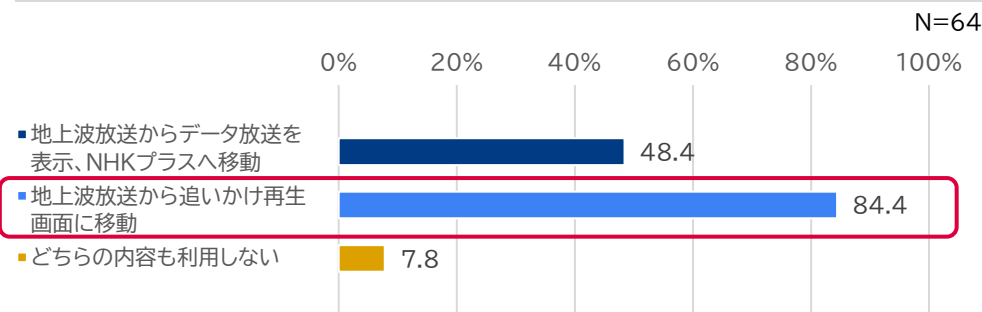
会場調査 結果抜粋

民放5局におけるユースケース(放送→CTVアプリ(TVer))のうち
実際に搭載された場合、利用すると思う機能民放5局におけるユースケース(CTVアプリ(モック)→放送)のうち
実際に搭載された場合、利用すると思う機能

👉 番組リレーリンクや、地上波の番組からTVerのコンテンツ一覧へ遷移する系列リンクには特に高いニーズを確認

民放5局におけるユースケース(CTVアプリ(モック)→放送)のうち
緊急放送を実施しているチャンネルの強調表示の分かりやすさ

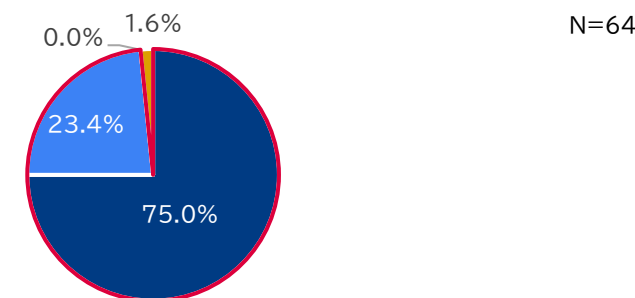
👉 約9割が分かりやすいと回答し、高い利便性を確認

NHKにおける
データ放送画面→アプリ、放送→アプリのユースケースのうち、操作をすると思う機能

👉 特に地上波放送から追いかけて再生画面に移動するユースケースに対する高いニーズを確認

NHKプラスにおける災害発生を知らせるポップアップの分かりやすさ

■ 非常に分かりやすい ■ やや分かりやすい ■ やや分かりにくい ■ 非常に分かりにくい



👉 ほぼ全員が分かりやすいと評価

成果概要/課題解決に向けた対応の方向性

民放5局

- 民放5局によるユースケースのうち、放送から配信(TVer)へのユースケースは、**新たな放送コンテンツへの接触機会やTVer利用機会への寄与の可能性**が確認できた。また、スポーツ中継などを引き続き視聴するための**番組リレーリンクや、地上波の番組からTVerのコンテンツ一覧へ遷移する系列リンク**には特に**高いニーズ**がみられた(それぞれA-1～A-3、B-1～B4の中で最も高い)。
- 一方、放送から配信への遷移における画面表示内容の分かりやすさや、ボタンに割り振る機能への統一などのニーズも確認された。
- CTVアプリ(モック)から放送へのユースケースである災害時の安心・安全リンクは、約9割が分かりやすいと回答し、高い利便性を確認した。

NHK

- NHKにおけるユースケースのうち、放送(データ放送/本放送)からアプリへのユースケースでは、**いずれも高い利便性**を確認でき、**特に地上波放送から追いかけて再生画面に移動するユースケースのニーズが高い**結果となった。
- アプリから放送へのユースケースである災害時のポップアップ表示についてはほぼ全員が分かりやすいと評価したほか、その操作性についても高く評価された。

全体

- 全体としていずれのユースケースも高い利便性が確認される結果となったが、一部の層においては操作が難しい等の声が聞かれたことから、**今回の実証成果を踏まえたさらなるUI・UXの改善**を検討する。

社会実装に向けた取組み

各配信事業者・放送局における事項

ローカル局も導入しやすい 技術環境の整備

- メーカー横断ライブラリ、導入ドキュメントの整備（配信事業者依存部分）、関連技術共有（配信事業者横断部分）
- 維持・運用体制、技術支援の検討

対応テレビの 普及促進

- メーカー向けテストストリームの整備（メーカー依存部分）
- 維持・運用体制の検討

事業者間の連携体制

- 同一アプリ連携に関する放送局・配信事業者・対応メーカー間の連携継続

配信運用の技術蓄積

- 番組リレーなど、放送視聴規模の一斉配信遷移に対応できる放送通信連携特有の配信運用に関する技術蓄積

ユースケースベースの 検証継続

- 先行社会実装を通じた継続的なサービス改善（2/17より先行開始済）
- UI/UXなど技術面・運用面を考慮した継続検証

技術規格・研究等の一般における事項

規格周辺の整備

- 放送通信連携規定が定めるアプリ届出制度の整備・届出（2025年2月完了）
- CTV領域でも可能な範囲で仕様明確化・統一等、運用ルール面の整理検討

対応テレビの 普及促進

- 対応テレビ・サービスのプロモーション、規定に対する一般名称の整備
- メーカー向けテストストリームの整備（メーカー非依存部分）

事業者間の連携体制

- 視聴者の利便や混乱防止などの観点で、色ボタンの用途や、機能周知などに関する放送局間の連携

放送由来のSVOD等 拡大促進

- 関係団体・業界誌などを通じた実証成果の周知（例: A-PAB, IPTVフォーラム, 「放送技術」誌など）

放送制度の動向等を踏まえた 研究継続・技術確立

- DVB-I 等のサービス発見ほか、多様な伝送手段で放送を届けるための技術群
- CTV 向けの緊急通知技術

【TVer・民放】社会実装に向けた取り組み

■ 実証事業期間中に、社会実装に向けた取り組みとして以下が開始された。

登録一般アプリケーション届出制度の運用開始

2025年2月中旬～ 一般社団法人放送サービス高度化推進協会

- ARIB TR-B14 6.10版において、放送通信連携アプリケーション（登録一般アプリケーション）の社会実装にあたっては、あらかじめ放送事業者がアプリケーションを一般社団法人放送サービス推進協会（A-PAB）に届出し、アプリケーションIDの発行を受けること、とされている。
- 当該届出制度は準備中であった所、実証のユースケース検証において、在京民放5社による「TVer（ティーバー）」、日本放送協会が「NHKプラス」の届出シミュレーションを行った結果、A-PABにおいて社会実装に必要な届出制度の整備が行われた。
- 本実証成果により、運用を希望する放送事業者が「TVer（ティーバー）」を届出し、2025年2月中旬より初の社会実装が可能となった。



株式会社 TVer との協力による実際の放送における実証実験/初期サービスの開始

2025年2月17日～4月25日(予定) 株式会社TBSテレビ(実証実験)
2025年2月17日～ 株式会社フジテレビジョン(初期サービス開始)

- ARIB TR-B14 6.10 版で追加された新たな放送通信連携規定は、「放送規格のデータ放送」と「各テレビメーカーの商品企画（任意仕様）の CTV アプリ」の間に連携を図る規定であるため、同規定の共通仕様の範囲で、各 CTV OS アプリと連携する具体仕様は各テレビメーカーに委ねられている。
- 実証を通じ、TVer・放送事業者において、テレビメーカーとの間で具体仕様の明確化や受信機実装が行われ、技術検証およびユースケース検討が進むと共に、社会実装に向けて一部テレビメーカーにおいて対応テレビの市販や必要なソフトウェアアップデート等が進んだ。
- 本実証成果により、2025年2月17日より株式会社TBSテレビが実際の放送における実証実験を開始。また、同日に株式会社フジテレビジョンが実際の放送における初期サービスを開始した。

TBSニュースリリース



https://ssl4.eir-parts.net/doc/9401/ir_material3/245243/00.pdf

フジテレビニュースリリース



<https://www.fujitv.co.jp/company/news/250217.html>

調査項目⑤

ローカル放送局の放送コンテンツへのアクセス性向上に資する取組の検証

実施概要

- 地域に根ざした放送事業者(ローカル局)の提供するローカルコンテンツは、きめ細かい地域情報や時事性の高いコンテンツを豊富に有している一方、パッケージ化されていなかったり短尺ものも多い。既存配信サービスにおけるVODと比較すると、対象とする視聴者や情報の賞味期限が限定的である他、コンテンツの数も少なく、同一サービス内で配信する場合には埋没してしまう可能性が懸念される。
- そのため本実証では、こうしたローカル局のコンテンツに接触しやすいよう、**放送視聴画面を起点として簡単なリモコン操作でローカル局の配信コンテンツが視聴できる仕組み**を構築。名古屋市に本社を置く在名民放テレビ局が共同運営している無料のインターネット配信プラットフォーム「Locipo」をベースとした、ローカルコンテンツプラットフォームのデモ環境、及び実装に向けて必要となる機能の構築・検証を行った。
- 具体的には、実際にハイブリッドキャストを用いた配信視聴の仕組みを構築し、利用者(視聴者)の受容性を確認した。並行して、上記実装に向けた技術検証及び、ローカル局におけるコンテンツ配信の運用を効率化するため、スマートフォン・PC向け配信の運用やコネクテッドTV向け配信の運用を可能な限り共通化する仕組みをはじめ、エコシステムとして成立するモデルの検討を行った。

放送波に関連コンテンツをオーバーレイ表示



放送波を見ながらポータルサイトでコンテンツ検索



画面遷移

- 放送波起点で、十字キーと、dボタン、決定ボタン、戻るボタンのみで以下デモ画面操作が可能な環境を構築。



画面構成

トップ画面

各放送事業者・配信PFが提供するコンテンツをジャンルごとに並べ、一覧化した画面。



トップ画面の例

- 新着順やおすすめ順に東海5局のコンテンツが表示。
- 表示コンテンツを特定局のみに絞ることも可能。
- 右上に放送波画面が表示、TVを見ながらコンテンツ選択が可能。

コンテンツ再生画面

コンテンツ再生時の画面。



コンテンツ再生画面の例

- 再生コンテンツは10秒送り、戻し機能や次のコンテンツを表示する機能がある。
- 動画再生終了後は、自動で次のコンテンツが表示される。

他地域への遷移画面

他の地域のローカルコンテンツ表示に切り替える為の画面。



番組表の例(愛知)

- 本実証では、Locipoをベースとした東海コンテンツの他に、石川4局コンテンツ表示機能を実装。
- 石川コンテンツPFを選択すると、同一構成の石川局版が表示される。

番組詳細説明画面

コンテンツを選択した際に、表示される番組詳細説明画面。



番組詳細画面の例

- 出演者や紹介しているお店の情報等が記載。
- QRコードから、スマホで本コンテンツにアクセスできる仕組みを今後実装予定。
- 本画面で決定ボタンを押すと動画コンテンツが再生される。

実証成果概要

A)ローカル局の放送起点でのコンテンツ配信ポータル実現に係る検証

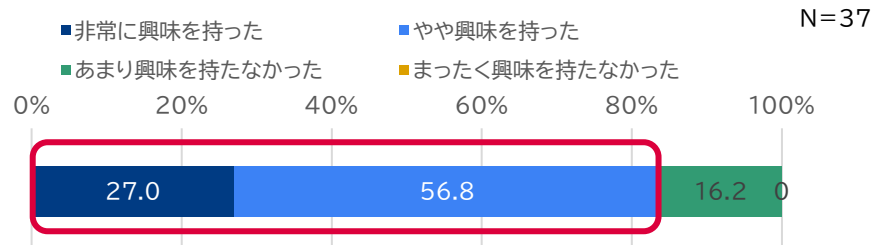
実証項目			実証成果
A-1	番組の発局に応じた配信連動の制御に係る検証	技術検証(運用性)	放送波同等の疑似波によりデモコンテンツを送出、市販受信機による動作確認を行い、スムーズに動作することを確認した。サービス時間帯を設定する手法や、デモコンテンツ表示の制御スクリプト(BML)を試作、配信連動制御における課題解決手法を整理。
A-2	コンテンツ差し替えの技術検証	技術検証(運用性)	地域別表示や広告(CM)表示に不可欠となるコンテンツ差し替え手法について、HC対応機における提示や広告効果測定が可能であるか検証実施。一部メーカー機種によってはSSAI、CSAIとも挙動し、広告効果測定も可能であったことから、今後HCにおける動画プレーヤーや、HCの規定として必要な提案事項について整理した。
A-3	ローカル局コンテンツ配信に係るUIの検証	技術検証(受容性)	LocipoのPC/スマホ向け配信サーバーのAPI活用、およびNHK技研のコンテンツ連係(発見)サーバーを活用、放送画面上に動画配信コンテンツサムネイルを並べるUIの受容性評価を行い、8～9割の高評価を得た。
A-4	オンエア番組に連動した関連動画情報の提示制御の検証	技術検証(運用性)	コンテンツ連係サーバーを活用し、放送番組の過去放送回や過去コーナーを連係表示するデモ調査を行い、高い評価を得た。実放送波の差し替えにおいても関連動画がスムーズに表示再生できることを確認した。

B)社会実装・横展開に向けた検証

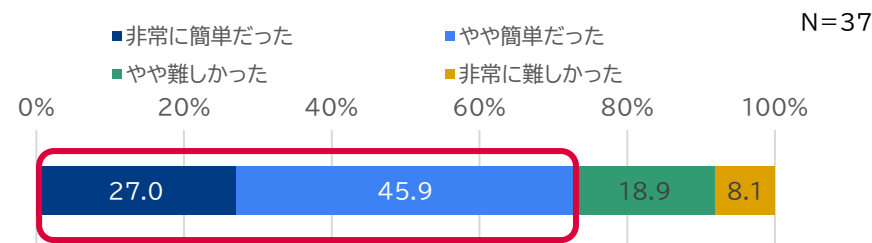
実証項目			実証成果
B-1	PC・スマホ向け動画配信とTV向け動画配信とのリソース共有化の検証	技術検証(運用性)	LocipoでPC/スマホ向けに配信する動画コンテンツ(HLS形式)をMpeg-Dash形式に自動変換するサーバー(NHK技研開発)を活用、CTV向け動画配信対応を実現、即時性(変換・再生)も問題なく、商用展開時のリソース共有化の目途が立った。
B-2	コンテンツリスト連係サーバーの運用性検証	技術検証(運用性)	番組単位の配信と、番組内コーナー単位の配信それぞれの再生に対応可能なメタデータの管理を行うコンテンツ連係サーバーを運用、放送事業者で共同運用する際の規格など課題を整理した。
B-3	他地域ローカル局による実証検証・評価	技術検証(受容性)	他地域ローカル局の実務者にデモ視察会にご参加いただき、アンケート・ヒアリングを実施。横展開する際の課題や受容性を整理した。

会場調査 結果抜粋

ローカルコンテンツプラットフォームへの興味

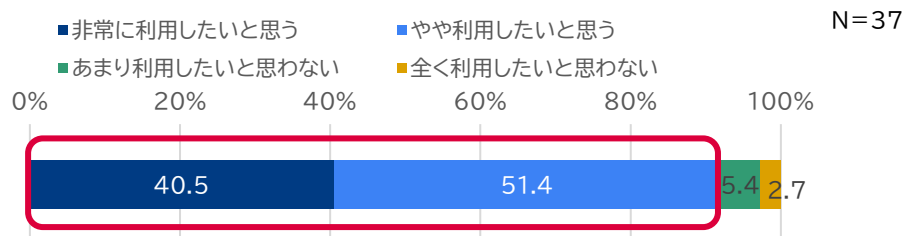


ローカルコンテンツプラットフォームの操作感



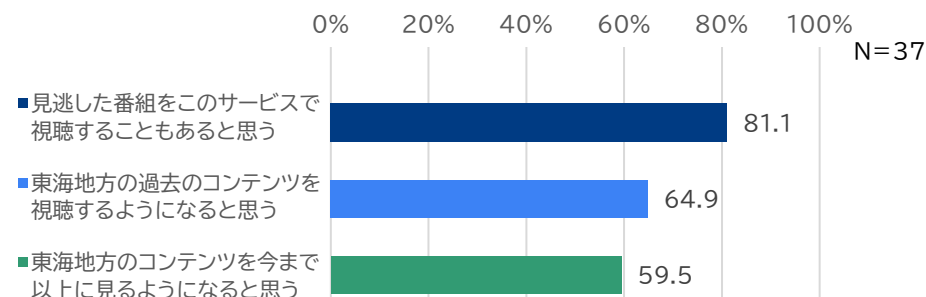
👍 サービス全般及び操作性に関して、**7～8割程度**が肯定的な意見（興味が薄い、操作性を難しく感じるのは40代以降）

ローカルコンテンツプラットフォームに対する利用意向



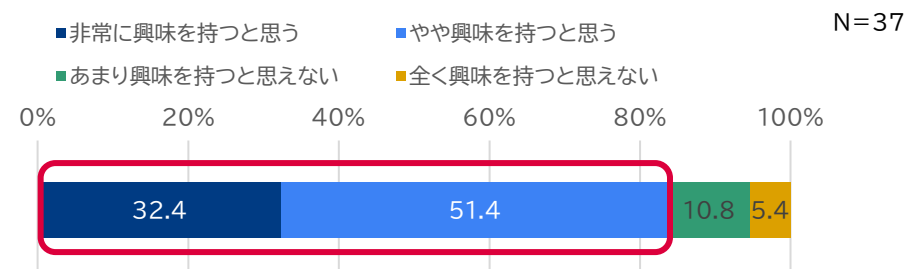
👍 サービス利用意向は**9割超**。

ローカルコンテンツプラットフォームを利用した場合における今の視聴スタイルの変化



👍 ローカルコンテンツを含め、**放送コンテンツの接触機会増大に寄与する可能性**を確認

ローカルコンテンツプラットフォームを利用した場合に、普段視聴していないコンテンツ・ジャンルにも興味を持つと思うか



👍 **8割以上**の人が**普段視聴していないコンテンツ・ジャンルに興味を持つ**と回答

成果概要/課題解決に向けた対応の方向性

- 現状はAndroid系独自テレビアプリによるコネクテッドTV上の動画配信を進めることが主流となりつつある。コネクテッドTV上で放送事業者が意図する動画配信コンテンツ視聴のUIを実現するためには、現状自らがアプリケーションを提供するのが一般的であり、テレビOSに合わせた独自アプリを開発する手法が取られている。
- ローカル局にとって、UI上の顕著性確保は事業継続性にかかわる重要なテーマであり、本実証ではローカル局としてハイブリッドキャストによる動画配信コンテンツ視聴のUIを検証、主に会場調査にて高い受容性を確認することができた。
- ハイブリッドキャストは13年前に登場し、標準化が図られた規格であるが、旧来の技術と捉えられていた。しかし、受信機(テレビ)の性能が向上していることから本実証により動画配信コンテンツ視聴をストレスなく実現し得ることを確認できた。
- 本実証により、事業リソースに限りのあるローカル局にとって、放送事業者側の意図する表現が可能となるハイブリッドキャストに、受信機の性能向上も相まって新たな可能性を見出すことができたといえる。
- 技術革新に応じたアップデートが容易なAndroid系技術が本事業領域で広がりをみせているが、一方で放送と連動した信頼性の高い情報を配信しうる動画配信のルートをハイブリッドキャスト等の技術特性を活かして実現することも、並行して検討する価値があると考ええる。

課題と解決に向けた対応の方向性

課題		対応の方向性
1	技術的課題	・ハイブリッドキャストの汎用性を高める技術開発(広告対応など)を進める ・地域情報提示モデルの高度化を進める ・本実証で整理できた課題について、実機環境における調査・検証を進める。
2	ビジネスモデル上の課題	・サービスを実現するシステムの共用化を目指し、モデル提案と必要経費を例示する ・PC/スマホ向け配信と同等のアドテク対応を実現する ・ステークホルダー(コンテンツ供給者、広告出稿者等)へのモデル例示を進める ・利用体験者を増加させる ・ハイブリッドキャスト対応受信機での動作保証台数拡大を目指し、IPTVフォーラム等を通じて本実証の成果をアピール、対応メーカー・機種拡大を図る

調査項目④

テレビ受信機等における放送コンテンツ等のプロミネンス手法の検証

実施概要

本調査の目的

テレビ受信機等において、放送事業者等が提供する動画配信サービスのアプリや当該アプリが提供するコンテンツ等を表示するポータル※を運用するプラットフォーム事業者等の協力を得つつ、放送事業者等が提供する動画配信サービスのアプリや当該アプリが提供するコンテンツ等へのプラットフォーム上での動線強化・アクセス性を向上させる取組について検討した上で、放送事業者等やプラットフォーム事業者等の関係者が協力して社会実装を目指す上での諸課題等を整理するとともに、検証を通じて課題解決に向けた対応の方向性を示す。

※ テレビ受信機メーカーが運営するものや、テレビ受信機のOSを提供する事業者が運営するもの

調査項目④-1

放送コンテンツへの動線強化に係る検証

- ご協力頂けるテレビ受信機メーカーが運営する商用環境のポータルサイトやアプリ一覧において、放送事業者等が提供する動画配信サービスのアプリや当該アプリが提供するコンテンツ等へのプラットフォーム上での動線強化を実施。
- 具体的な放送事業者等が提供する動画配信サービスとしては、TVer及びNHKプラスとした。

調査項目④-2

プロミネンスの在り方に係る実務者協議会

- 我が国におけるプロミネンスの在り方について、主要ステークホルダーによる官民連携でのルール作りに資する協議を行うことを目的として、「プロミネンスの在り方に係る実務者協議会」を設置・開催した。

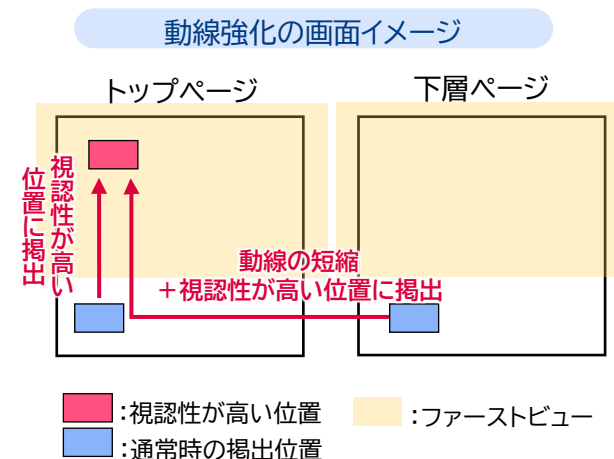
主要ステークホルダーと連携しながら、
我が国におけるプロミネンスの在り方やその手法について検討した。

調査項目④-1

放送コンテンツへの動線強化に係る検証

実施概要

- テレビ受信機メーカーが運営する商用環境のポータルサイトやアプリ一覧において、**NHKプラス及びTVerのアプリのバナーを視認性が高い位置へ掲出し**、通常時の起動回数と比較することで、プラットフォーム上での動線強化に係る検証を実施した。
- 昨年度総務省事業ではソニーマーケティング及びパナソニックエンターテインメント&コミュニケーションの協力のもと、**視認性が高い位置へのバナー掲出及び動線の短縮が**、放送コンテンツへの動線強化(サービスの起動回数の増加)に有効である、すなわち**サービスのプロミネンスに重要であることを確認した**。
- 今年度の検証はこの結果を踏まえ、**検証対象とするテレビ受信機メーカーを拡大し、当該施策の有効性を確認した**もの。具体的には、昨年度総務省事業と同様に、基準期間を設け、基準期間と実証期間における起動回数の増減率を確認し、視認性が高い位置にバナーを掲出することの効果を定量的に検証した。



バナー掲出先		NHKプラス		TVer		取得データ
		基準期間	実証期間	基準期間	実証期間	
シャープ株式会社	COCORO VISION	2024年 11/4(月)～12/1(日)	2025年 1/20(月)～2/16(日)	2024年 11/4(月)～12/1(日)	2025年 1/20(月)～2/16(日)	・各アプリの起動回数増減率(日別) ・機器ログを基にした、NHKプラス、TVerの利用時間等
ソニーマーケティング株式会社	My BRAVIA	2024年 8/22(木)～9/5(木) 9/12(木)～9/19(木) 10/3(木)～10/10(木)	2025年 1/23(木)～2/20(木)	2024年 8/22(木)～9/5(木) 9/12(木)～9/19(木) 10/3(木)～10/10(木)	2025年 1/23(木)～2/20(木)	・My BRAVIAからの各アプリ起動回数増減率(日別)
TVS REGZA株式会社	みるコレ>おすすめの番組 みるコレ>動画配信サービス/人気の動画	2024年 11/4(月)～12/1(日)	2025年 1/20(月)～2/16(日)	2024年 11/4(月)～12/1(日)	2025年 1/20(月)～2/16(日)	・各アプリの起動回数増減率(日別)
パナソニックE&C株式会社	ビエラアプリ一覧	2024年 11/6(水)～12/5(木)	2025年 1/15(水)～2/12(水)	2024年 11/6(水)～12/5(木)	2025年 1/15(水)～2/12(水)	・各アプリの起動回数増減率(日別)

※NHKプラス、TVerのダイレクトボタンがない受信機を対象とした

検証結果

赤枠内の数値は
構成員のみ開示

- すべての受信機メーカーにおいて、視認性が高い位置にバナーを掲出することで、**掲出しない期間に比べて起動回数が増加し、動線強化の効果が確認**された。昨年度は2社だった対象の受信機メーカー数を4社に拡大し、基準期間を2週間から4週間に延長したが、動線強化により起動回数が増加する傾向は昨年度と同様であった。
- いずれの受信機メーカーにおいても、TVerと比べるとNHKプラスの起動回数の増加が見られた。この要因として、TVerはNHKプラスよりも早期にサービスを開始しており、既に一定の認知度を獲得していることが考えられる。

シャープ

基準期間を基準とした時の週別の起動回数増減率

	11/4-12/1
TVer	基準期間 (100%)
NHKプラス	基準期間 (100%)

ソニーマーケティング

基準期間

	8/22-10/10
TVer	基準期間 (100%)
NHKプラス	基準期間 (100%)

TVS REGZA

基準期間

	11/4-12/1
TVer	基準期間 (100%)
NHKプラス	基準期間 (100%)

パナソニック エンターテインメント&コミュニケー

基準期間

	11/6-12/3
TVer	基準期間 (100%)
NHKプラス	基準期間 (100%)

※NHKプラスは通常時の掲載位置が深い位置にあるため、動線強化の効果が著しく確認された。

調査項目④-2

プロミネンスの在り方に係る実務者協議会

「プロミネンスの在り方に係る実務者協議会」の位置づけ

- 「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するWG 第2次取りまとめ」において、以下の課題共有、課題解決に向けた検討の要請がなされ、国としても情報空間の健全性や国民の情動的健康的確保の重要性を認識し、その方策としてのプロミネンス実現に向けてステークホルダーの協力を求めるところ。
- プロミネンスの在り方は、放送事業者のみならず情報を届ける媒介となり得るプラットフォーム事業者、デバイス事業者など、かかるステークホルダーが一体となって臨む必要があるが、係る検討の一部として、まずは放送事業者において、当該課題解決に向けた協力の在り方、大枠の考え方を整理するため、当該協議会を開催。
- 今後も課題解決に向け、実証において、プラットフォーム事業者やデバイス事業者の理解・協力を得つつ、検討を継続する。

② 動画配信プラットフォームの在り方

<現状・課題>

情報空間が放送以外にも広がり、インターネット空間では、アテンションエコノミーが形成され、フィルターバブルやエコーチェンバー、偽・誤情報といった問題が顕在化し、社会的分断が懸念される時代が目前となる中、放送の取材や編集に裏打ちされた信頼性高い情報発信、「知る自由の保障」、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送の価値が、情報空間全体における健全性の確保の観点から、その役割に対する期待が増している。また、それらの役割を維持し、健全に発展していくためには、放送・インターネット配信含めたサービス全体で価値を高める取組が必要である。

放送が果たすべき役割やその期待に応えるべく、インターネット配信を視聴可能なコネクテッドテレビ上において、視聴者がインターネット経由で放送コンテンツを容易に視聴できる環境（視聴者の利便性向上に向けたNHKと民放の放送コンテンツの一覧性を確保した仮想プラットフォームの実現や官民連携による放送コンテンツのプロミネンス（本ワーキンググループにおいて「表示・操作性等により、放送コンテンツが視聴者に視聴されやすいようにする取組」と定義する）の在り方）の早期実現が必要である。

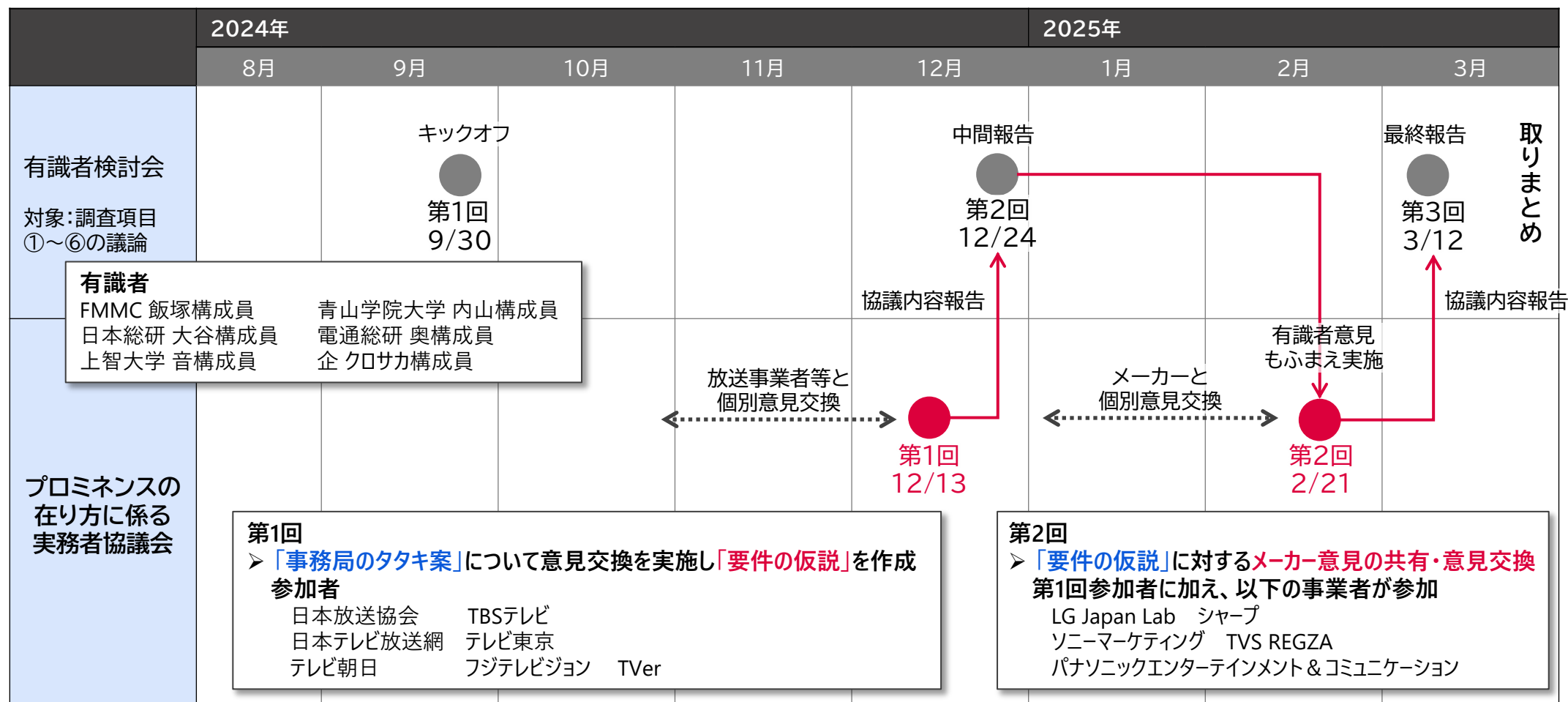
<対応策>

プロミネンスの在り方を検討していくに当たっては以下の点等に留意して、まずは、**政府による実証等を通じて、放送事業者のインターネット配信サービス、テレビ受信機メーカー、テレビ向けOS事業者等による自主ルール作りを官民連携して進めていくべきである。**

- ・ 放送コンテンツのプロミネンスは、技術進歩等に応じてその在り方が変わりうること
- ・ 公正取引委員会「コネクテッドTV及び動画配信サービス等に関する実態調査報告書」における、テレビ向けOSレイヤーに対し、インターネット配信サービスの多様性を尊重し、良質なコンテンツを享受することができる環境の整備を図る観点からの取組が望ましい、との言及があること
- ・ 放送コンテンツに対するプロミネンスの在り方（プロミネンスの対象や範囲等）やその社会的意義を関係者間において意見交換しながら検討を進めること
- ・ 具体的なプロミネンスの手法については、海外の取組状況を注視しつつ、プロミネンスによって生じ得る国民による放送コンテンツを見る頻度の変化、国民の視聴する情報への受けとめ方等を調査すると共に、我が国における上記の社会的意義を踏まえた対応に対するユーザの受容性やプロミネンス手法の透明性を考慮しながら、手法に対するユーザや関係事業者の理解の醸成を念頭に、講じるべき手法を検討すること

実施スケジュール

- 第1回(2024年12月13日開催)では、事務局が作成した「要件のタタキ案」について、放送事業者等と意見交換を実施し、「要件の仮説」を作成。第2回有識者検討会において、協議状況を報告し、有識者からご意見を頂いた。
- 第2回(2025年2月21日開催)では、「要件の仮説」に対する受信機メーカーの意見の共有、ならびに意見交換を実施した。
- 2025年3月12日に開催した第3回有識者検討会(最終報告)において、協議内容を報告。有識者からのご意見も踏まえ、一連の協議内容整理、取りまとめを行った。



【要件の方向性(仮説)】1.プロミネンスの目的

例えば、以下のような目的が考えられるのではないか。

現状認識

- 情報空間は、インターネットの急速な普及により、従来のメディアの枠組みを超えた広がりを見せ、ネット空間におけるアテンションエコノミーを中心としたフィルターバブルやエコーチェンバー、偽・誤情報といった問題が顕在化。これにより国民の情報摂取の偏り、社会的分断が懸念される時代が目前となっている。
- 加えて、インターネットの普及は、SNSや海外動画配信プラットフォームの台頭、スマートフォンやコネクテッドTVの普及といった社会環境の変化やそれに伴う国民のニーズの変化をもたらし、従来のメディアが果たしてきた役割・価値は、国民・社会に届きづらい状況となりつつある。

プロミネンスの目的

- このような現状認識に立てば、プロミネンスの目的は、ネット空間においても信頼できる情報、バランスのとれた多様な情報・価値観を、広く・安定的に国民に供給することである。
- **コネクテッドTVという情報空間の一部において考えるならば、その目的は、災害時に生命・身体を守る迅速な情報発信、取材や編集に裏打ちされた信頼性高い情報発信、知る自由の保障、社会の基本情報の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進、文化の保存・育成、国民の知る権利の実質的な充足、公衆を包摂・形成する社会基盤といった放送の役割を引き続き発揮させ、健全な民主主義の発達に寄与することである。**

目的達成の要諦

- このようなプロミネンスの目的・社会的要請に応えるためには、官民連携で、放送事業者のみならず情報を届ける媒介となり得るプラットフォーム事業者、デバイス事業者など、かかるステークホルダーが一体となって臨む必要があり、目的達成にむけた相互の理解・協力が不可欠である

【要件の方向性(仮説)】2.プロミネンスの対象

例えば、以下のような対象が考えられるのではないかな。

- 放送法の規律(4、5、106条等)がかかる地上基幹放送事業者が、放送編成と同程度のコンテンツを「見逃し配信」ならびに「同時配信」にて提供する配信サービス。
または、地上基幹放送事業者”等”が一体となって、相当数の各局の放送編成と同程度のコンテンツを「見逃し配信」ならびに「同時配信」にて提供する配信サービス。

当該 配信サービス内における表示の在り方は、運営主体の裁量に委ねることを基本としつつも、利用者にとって新規性や多様性のあるコンテンツと利用者の嗜好に沿ったコンテンツ、その双方の視聴機会を確保する表出のバランスや、ローカル局が提供する地域情報等の放送コンテンツに当該地域の利用者等が容易に到達できる工夫等が求められる。

- 地上基幹放送事業者の提供する地上基幹放送。

イメージ例

プロミネンス対象のイメージ①

NHKプラス アプリ

- ✓ NHK総合等の放送編成と同程度のコンテンツ
- ✓ 「見逃し配信」および「同時配信」での提供

プロミネンス対象のイメージ②

TVer アプリ

- | | |
|------------------------|---------------------|
| ✓ 地上基幹Aの放送編成と同程度のコンテンツ | ✓ 地上基幹Cのニーズ中心のコンテンツ |
| ✓ 「見逃し配信」および「同時配信」での提供 | ✓ 「見逃し配信」での提供 |
| ✓ 地上基幹Bの放送編成と同程度のコンテンツ | ✓ 地上基幹Dのニーズ中心のコンテンツ |
| ✓ 「見逃し配信」および「同時配信」での提供 | ✓ 「見逃し配信」での提供 |

⋮

⋮

プロミネンス対象のイメージ③

TVer アプリ にNHKプラスコンテンツを追加 (仮想PF)

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| ✓ NHK総合等の放送編成と同程度のコンテンツ | ✓ 地上基幹Cのニーズ中心のコンテンツ |
| ✓ 「見逃し配信」および「同時配信」での提供 | ✓ 「見逃し配信」での提供 |
| ✓ 地上基幹Bの放送編成と同程度のコンテンツ | ✓ 地上基幹Dのニーズ中心のコンテンツ |
| ✓ 「見逃し配信」および「同時配信」での提供 | ✓ 「見逃し配信」での提供 |

⋮

⋮

NHKプラス
アプリ

← TVerでNHK番組を選択し、
視聴時はNHK+アプリへ遷移

【要件の方向性(仮説)】3.プロミネンスを具現化する場・対象

例えば、以下のような場・対象が考えられるのではないか。

- プロミネンスの目的に資する場(プラットフォーム)や対象(機器等)は、サービス・技術の進化に伴い変化しうるものとの基本認識のもと、まずもって念頭とする場・対象としては、例えば、以下が考えられるのではないか。

CTV等のホーム画面

- 映像を視聴することを主たる目的としたCTV等の機器(コネクテッドTV、チューナーレスTV、ストリーミングデバイス)において、複数事業者のアプリやコンテンツの選択が可能なプラットフォームであり、機器において基本となるホーム画面。但し、当該プラットフォームが一定規模以上の利用者数等を有し、市場に対し一定の影響力を有するものを対象とする。

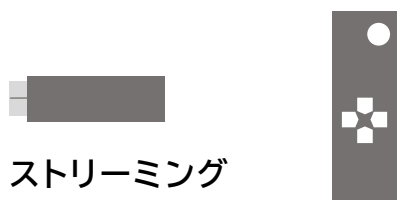
CTVリモコン

- CTVのリモコンにおける、放送波の視聴に関連するボタンやその機能

映像視聴を主たる目的としたCTV等の機器のイメージ

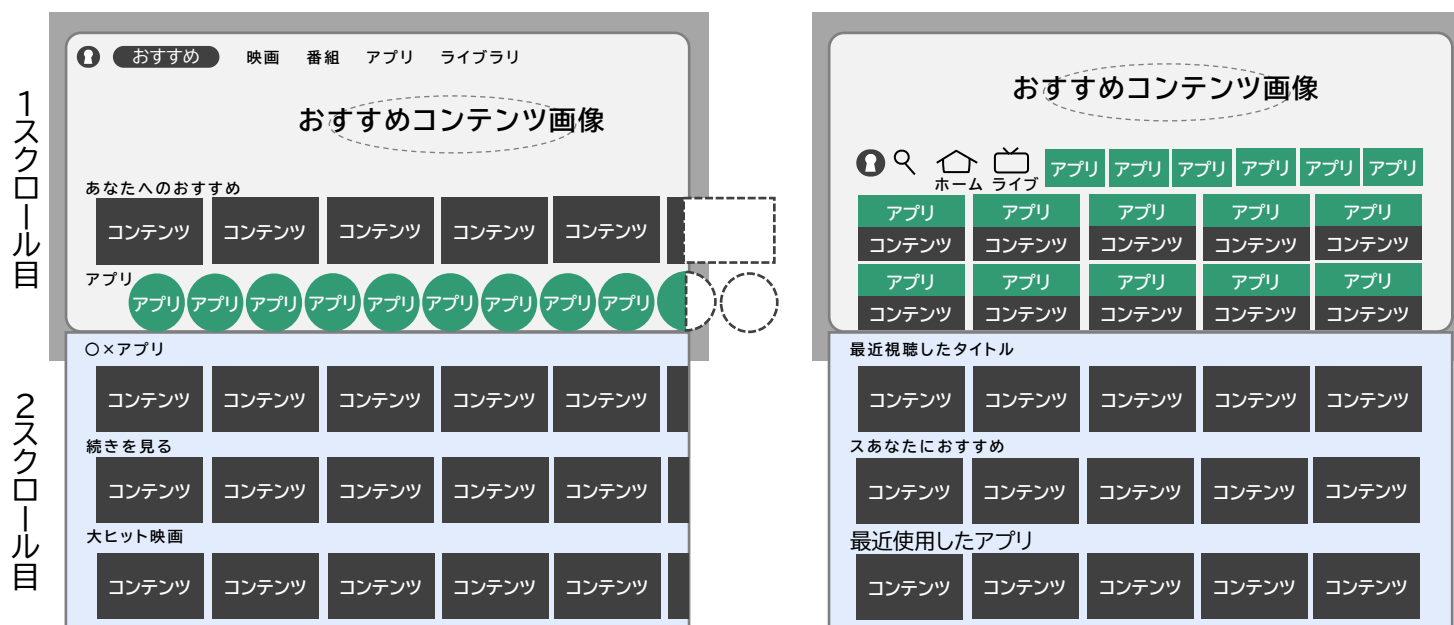


コネクテッドTV
(チューナーレス含む)



ストリーミング
デバイス
(HDMI dongle) テレビ
リモコン

機器において基本となるホーム画面のイメージ



※プロミネンスの対象／実施手法は様々なものが考えられ、何ら今後の議論を拘束するものではないことに留意

【要件の方向性(仮説)】4.プロミネンスの実施手法

例えば、以下のような実施手法が考えられるのではないかな。

- 基本的な認識として、アプリやコンテンツ等を表示するプラットフォームのUIは、原則としてプラットフォーム事業者の自由な裁量において変わり得るものであることや、サービス・技術の進化に応じてUIやそれに沿うプロミネンスの在り方も変わりうること、ユーザーのカスタマイズ権を侵さない必要があることを鑑みると、実施手法は固定せず普遍的なものとする必要がある。
このような基本認識を持ちつつも、現状においては、以下のような対象や手法が今後の協議に向けては念頭とされるのではないかな。

CTV等のホーム画面

- 「対象プラットフォーム」において、「対象配信サービス」及び「地上基幹放送」の「アイコン」及び「コンテンツサムネイル」に対し、適切な程度の顕著性を与えること。その際、具体的実施手法は、事業者間において協議し決定することが望ましい。

CTVリモコン

- CTVのリモコンにおける、放送波の視聴に関連するボタンやその機能の維持

CTV等の機器・プラットフォーム画面における表箇所等のイメージ

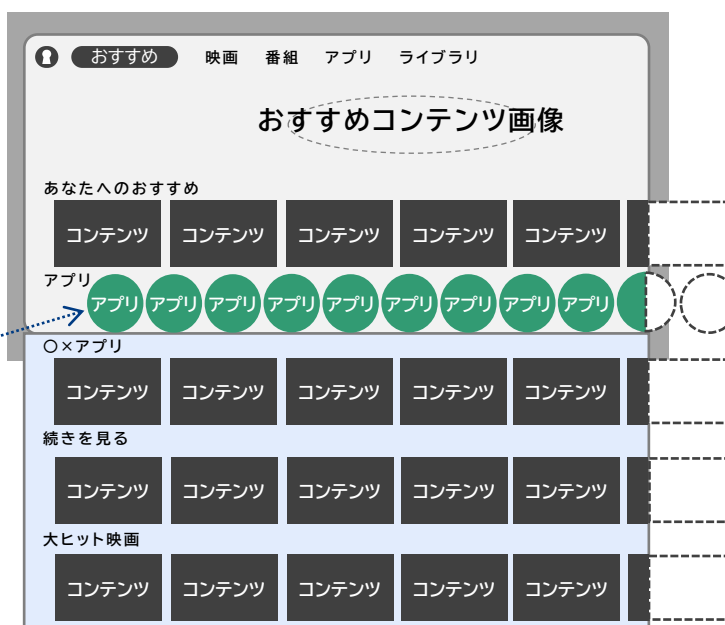
プロミネンス対象における
コンテンツ/サービスの主な表示箇所の例

- ✓ 検索結果
- ✓ おすすめコンテンツ画像
- ✓ レコメンドロジック
- ✓ アプリ/アイコン の表示位置
- ✓ アプリ/コンテンツの表示位置

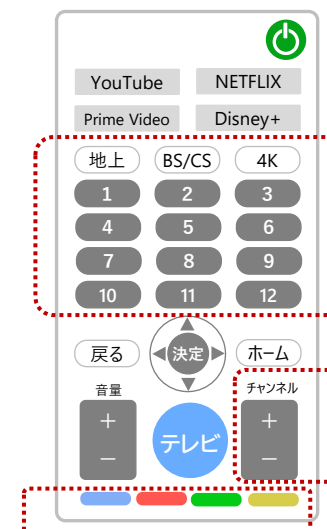
アプリの並び順(左右)は
ユーザーがカスタマイズ可能

1スクロール目

2スクロール目



CTVリモコンの放送波の視聴に関連するボタンのイメージ



※プロミネンスの対象／実施手法は様々なものが考えられ、何ら今後の議論を拘束するものではないことに留意

放送事業者等の主な意見

目的	● 情報空間の健全性や国民の情報的健康の確保が目的のひとつではないか ● 我が国特有の事情、とりわけ災害時の報道や多様性に富む地域情報の維持といった観点が必要ではないか ● 諸外国におけるプロミネンスの目的には、意見の多様性や自国文化の保護などが掲げられている。日本においても文化の振興・保護を打ち出すべき ● プロミネンスの目的は、究極的には民主主義に資するということではないか ● プロミネンスは、国益に資する理念が重要。社会の要請に基づき、政府が目的達成のために、放送事業者やプラットフォーム事業者、デバイス事業者に協力を求めているものではないか ● 一定の規律をもって制作された信頼あるコンテンツが国民に届きやすい環境を作ることの先に、放送の社会基盤の確保があるのではないか ● プロミネンスの目的が情報空間の健全性や国民の情報的健康の確保であるならば、放送の世界だけでなく偽・誤情報対策を含めた広い視野での議論、省庁横断のグランドデザインも今後必要ではないか
対象	● 対象は、放送法の構成要素になり得るものを品揃えしている”配信サービス”ではなく、それを提供する”地上基幹放送事業者”ではないか ● 少なくとも放送チューナーを搭載した機器・プラットフォームにおいては、地上基幹放送がプロミネンスの対象とされることが前提ではないか ● 同時配信は世の潮流からして今後不可避であると考え、著作権の課題やビジネス面の課題もあり、段階的なものとして、まず一定の限定的な条件で対象になり得るようにすべきではないか ● 対象を定めるにあたっては、地域情報の観点も重要 ● “放送されたコンテンツ”と“放送事業者が制作したコンテンツ”の違いは意識しておく必要
具現化する場・対象	● デバイスについては、スマートフォン等も考えられるが、映像視聴が主用途であるコネクテッドTV、チューナーレスTV、ストリーミングデバイスが適当ではないか ● プラットフォームは、複数事業者のアプリやコンテンツを選択する場であるが、1つのデバイスには複数のプラットフォームが併存している。デバイスにおいて主要なUI・ホーム画面となっているプラットフォームを対象とするといった明確化が必要 ● 対象を定めるにあたっては、競争法的観点、当該プラットフォームの市場への影響力といった観点が必要 ● 地上基幹放送がプロミネンスの対象とされるのであれば、リモコンのチャンネルボタンが今後も利用可能であるよう整理することも必要
実施手法	● 今後の技術進化や利用者の使い方の変化に追従可能な普遍的な考え方が必要 ● 硬直化・形骸化しない大枠のルールが、プロミネンスの目的達成、ひいてはプラットフォーム事業者や利用者にとっても有用 ● ビジネスに委ねる部分とルールに委ねる部分のバランスが必要 ● 利用者の利便を過度に制約しないとの考え方が必要 ● 放送チューナーを搭載したデバイスにあつては、放送の視聴時間が漸減し続けている現状を鑑みれば、「放送」と「配信サービス」両方のプロミネンスが必要ということではないか

受信機メーカーの主な意見

目的	● 今我々に依頼されていることはリモコンボタンにおける放送ボタンの維持、それだけなら別にそれほど気にすべきことではないが、ホーム画面に何を載せるみたいな話をしていく際に、どこまでをプラットフォームにお願いするのかなども含めて、皆の認識を合わせるためにもしっかりプロミネンスの定義があった方がよいと思う。 ● 偽・誤情報への対策だけでなく、国内放送文化を優遇するのだと言い切った方が分かりやすい。社会的意義の高い、偽・誤情報でないものを届けるためのみとしてしまうと、ホーム画面に放送事業者の配信サービスアプリの1行を確保できたとして、国内ドラマやバラエティ番組が多く出ると、目的とのズレが大きくなっていく可能性がある。 ● TV受信機は若い世代も含めて受け入れられる方向を模索しているが、その中でプロミネンスにも貢献できる形を考えないといけない。 ● 番組制作基準があり放送は一定の枷の中で活動せざるを得ないが、視聴者の視線に触れるものを作りやすいのはインターネット配信のコンテンツとなる。一方で自由に作ったものばかり見ては情報が偏ってしまう。両方フラットに見られる、多様なコンテンツに触れられる環境が望ましい。 ● 「信頼できる者により編集され一定の質が担保された放送コンテンツの価値がより高まった」との記載(自・戦略調査会提言)があるが、この1年で状況が変わってきていないか心配である。国民の共通認識であるのかを丁寧に確認しながら進めるべき。
対象	● 民放は公共性だけを求めるとスポンサーがつかなくなる。ユーザーのニーズが高いものも必要で、それとの比率をどうするかということに行き着くのではないかと。プロミネンスは、ニュース的なものだけを目立たせるといことも考えられるのかもしれないが、配信サービス全体のラインナップを考え直さないといけないということにもなるのかもしれない。 ● 学生はYouTubeやスマホで情報を得ている人が大半だと思うが、どうしても好きなものばかり見てしまい世の中のことが分からなくなっているとの心配も感じているようだ。
具現化する場・対象	● プロミネンスの具現化は、一定規模以上の利用者数等を有し、市場に対し一定の影響力を有するOS事業者が提供するプラットフォームやホーム画面を場・対象として検討が行われていると理解している。OS事業者が提供するホーム画面以外にメーカー独自で提供している画面があるが、これらは本質的に異なるものであるため同等に扱わないようにご留意いただきたい。 ● インターネットは自由競争の場であり、OS事業者が運用するホーム画面の良い部分にアイコンを置くなどは経済原理が働くところ。収益性に関わることであり、テレビ全体の市場が厳しい中、事業に影響が出ないよう配慮をお願いしたい。 ● 放送局のアプリ等を目立つところに置くといった、ホームUIなどのソフトウェアに対しリクワイアメントが増えてくるとなると、プラットフォーム側のオペレーションなどビジネス的にもインパクトがある。グローバルパートナーとの関係・調整も鑑みる立場からすると非常に難しいところ。 ● 日本においては、受信機のOSは、Android OS と Fire OS のプラットフォームの存在感が大きく、メーカーが独自性を出せなくなっている。メーカーとの協議は重要だが、ユーザーインターフェースの在り方については、Google、Amazonの理解を得ることは絶対に必要。 ● ホーム画面についてはFire TV、Google TVなどプラットフォームが運用する形となってきた。プラットフォーム側の協力を得ないと進まないのではないかと。 ● BB代替の議論など、放送を受けられないエリア・人が今後は想定される中で、放送波に関するリモコンボタンをテレビに残してくれというのは先が見えない中で難しい部分もあるのではないかと。テレビデバイスは、ユーザが使いやすく、必要と思ってもらえるものでないと売れない。チューナーレスのデバイスも出てきている中で、チューナ付きテレビに対して、今ルール化してしまっているのか疑問が残る。 ● リモコンについては、放送の受信を実現するために最小限の手段が規定されているが、仕様は商品企画であることをご留意いただきたい。 ● テレビ受信機の放送波に関するリモコンボタンの仕様はARIBの技術仕様(TR)に明確に書いてあり、受信機仕様については「望ましい」ということになっているものの、メーカー横並びの世界かと思っている。
実施手法	● 「放送」という観点でまずは考えないとならないと思うが、「配信」のおすすめという観点では、「このようなものもありますよ」といったレコメンドロジックの手法などにも広がる話かと思う。 ● メーカーの視点として、公平性、真実性を重視しないといけないという社会的要請も理解するが、音声入力にしてもリモコン操作にしてもユーザーのニーズをいかに正確に読み取って形にする(効率的なリーチを提供する)かが商品力に繋がる。プロミネンスの話は、相反する部分がある。あまりに押し付けになるとユーザーにとっても面白みがなくなる。そこをどう折り合いをつけて着地させるかが大事。 ● 継続的に成立する形とする必要。プラットフォームとしても、CTVプラットフォームを運営する上でコストもかかる。プロミネンスにより、ビジネス的な部分も含めうまく回っていけばよいが、放送事業者のみが振興や恩恵を得る形となると進んでいけないのではないかと。 ● 「適切な程度の顕著性を与える」というのは妥当。メーカーの立場では、各OS事業者・プラットフォームがプラットフォーム上でのリカーリングビジネスを運用しており、そこを侵害することになるとメーカーの不利益にもつながりかねない。適切なコンテンツをお届けするというミッションとともに利益・事業を継続するというミッションがある中でどうバランスよく協業できるか、この先の議論でも意見交換させていただきたい。

有識者検討会 構成員の主な意見(1/3)

※実務者協議会の協議内容に関する報告(有識者検討会第2回、第3回において実施)を踏まえ、プロミネンスに関連するご意見のみ記載

FMMC 飯塚構成員	
第2回	- 英国では、地上波の番組表内で公共サービス放送(PSB)を上位表示する制度が従前からあったが、放送由来とネット由来の番組がオンライン上で併存する中で、公共サービス放送を視聴者が容易に見つけアクセスできるよう、オンラインプロミネンス制度が導入されたところ。CTV、STB、ストリーミングスティックが「インターネットテレビ機器」として定義され、これら機器において指定されたプラットフォーム(TSS)においては、放送のテレビアプリとコンテンツを目立たせ、容易にアクセス可能とすることが求められる。 - 英国の事例を踏まえると、プロミネンスに関わる、テレビ機器、プラットフォーム、テレビアプリ等の指定において、法的根拠の下、国の関与が必要。テレビアプリの指定においては、市場競争では計れない放送の価値や社会的意義について、ステークホルダーの理解を得ることが必要。 - プロミネンスにより視聴者に安心して視聴可能な環境が提供され、それにより利用者が増え、メディア・広告媒体としての価値が高まることから、放送事業者だけでなく、テレビメーカー、プラットフォーム、広告主、全てに便益をもたらすことになるため、各ステークホルダーが協力することが重要。
第3回	- イタリアでは、2025年6月よりスマートTVメーカーに対し、テンキーリモコンの搭載を義務付けることとなった。技術に不慣れな人を排除することなくすべての人にアクセスを保証するために重要な措置であり、民主主義の基本的な価値である情報の多元性の保護に貢献するものと説明されている。 - 英国では、CTV-PFとは、OSとUIの2つが構成要素として定義され、OSの機能には、レコメンド機能、検索アルゴリズム、音声アシスタント等が、UIにはホーム画面、コンテンツ誘導・導線、電子番組ガイド等が含まれている。CTV-PFの事業機会を制限することなく、公共の利益に資する放送アプリをプロミネンスして表示することの社会的な意義を、OS事業者との間で意識共有し、調整していくことが今後重要。 - どの放送コンテンツをプロミネンスするのか、営利目的で行われているレコメンド機能のアルゴリズムとは一線を画す必要があると考えられる。公共利益に資する放送番組についてどのようなレコメンドアルゴリズムにしていくのか、重要な論点と考えられる プロミネンス制度では、ユーザがインターフェースの構成を自由にカスタマイズできるよう、ユーザの選択に制限を与えてはいけないということを担保する必要がある。国による一定の関与のためには、プロミネンス制度の原則について法律で定めておくことが必要不可欠。
青山学院大学 内山構成員	
第2回	- プロミネンス政策を、偽誤情報問題のみに依拠して進めることは難しい。EUのプロミネンス政策は、7条a(国民の一般的な関心)と13条(自国文化の保護)に依拠するが、13条の方が長い歴史。「自国文化の優遇」といった外形的に白黒の判断が付く視点を持たないと非常に危険。 プロミネンス政策の実施体制としては、官民協議会のような方式が望ましいのではないか。
第3回	プロミネンス政策の論拠は、偽誤情報だけでなく自国文化保護に立脚した方が容易だ。 放送通信連携や動線強化ではテレビOSの問題が絡んでくるので、当然OS事業者がステークホルダーになる。競争が過度すぎると緊張状態があるので出し抜きのようなことも起こりうる。世界全体を見るとテレビOSも分散してくる、それが望ましいのかどうかも含めてどのように考えていくかの余地あり。 - 欧州各国は、General Interests(国民の一般的な関心)については、かなり難渋し、検討・議論を続けている。我が国の場合、親会※メンバーのように、倫理側面から制度を検討できるような場面で議論すべきだろう。また、国内文化については相対的に制度化が容易なのでそういうことも合わせ技で考えていくべき。(※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を指す)

有識者検討会 構成員の主な意見(2/3)

実務者協議会の協議内容に関する報告(有識者検討会第2回、第3回において実施)を踏まえ、プロミネンスに関連するご意見のみ記載

日本総研 大谷構成員

第2回	● プロミネンスの目的がよく整理されており、放送の信頼性をベースに、社会に広く受容可能な内容となっている。調査では、レコメンド機能への忌避感が示されており、機会があれば多種多様な情報に接触したいと考える方があらゆる年代層に多いことを鑑みると、プロミネンスが社会で受け止められる良い時期に差し掛かっているのではないかと。 ● 信頼できる情報を整理するためには、取材や編集に一定のコストがかかるところ、それに見合う適切なアテンションという報酬を得るためには、プロミネンスが一番有効な手法として、英国など世界各国で進んでおり、その手法を取り入れていくことが非常に合理的。コストを分担しているという意識は、放送メディアだけではなく、社会全体で共有する必要があり、政府も含め、何のためのプロミネンスなのか等について、理解を深める努力を今後も継続する必要。
第3回	● 会場調査の結果※として「番組を知るきっかけになった」という肯定的意見があった、プロミネンスが持っているセレンディピティの効果がまさに発揮されたと思っている。自分自身の情報接取行動が偏っているという心理的抵抗がある方にとってもセレンディピティの経験が豊かになるとプロミネンスが受容される余地が大きくなっていく。(※会場調査:調査項目①仮想PFの実証において実施したもの) ● 伝統メディアに対し、代わりを求める動きが過剰に生じており、プロミネンスの根拠を放送メディアの信頼性にのみ求めるのは難しいとの考え方は理解できる。それでも、しっかりとした取材に裏付けられた放送番組の信頼性は決して損なわれているものではなく、メディア内部の信頼性確保に対する危機意識が示されたことを見ても、信頼性に一定の根拠を置いた仕組みとしてプロミネンスを考えていくことが必要 ● OS事業者をどのように巻き込んでいくか難しいが、これまでの議論を知っていただくことの意義は大きく、関与を求めていくことに賛同する。 ● プロミネンスが放送概念の再構築にもつながっていくという意見もあったが、今後親会などしかるべき場所でこの議論を引き継いでいくということが一番求められている

電通総研 奥構成員

第2回	● 若年層が「フィルターバブルの状態にあり、少し違うものを見ても良い」といった認識を持っていることは、プロミネンスにより、幅広くコンテンツを見せることに、確実に可能性はあると感じる。専念視聴・ながら視聴、共視聴など、CTV利用者のその時のコンディションによって求める番組は変わってくるものであり、レコメンドやプロミネンスすべきものも変わってくるのではないかと。 ● 放送の社会的な意義・役割の検討を継続しつつ、総務省、プラットフォーム事業者、テレビデバイス事業者が歩み寄って進んでいければ。
第3回	● 放送経由で見る人の比率が低くなるのはやむを得ない。ネット側に動画を出さないといけないとなると著作権隣接権問題が課題だと思うが、UIをどう考えるかは非常に大きいと思う。動線強化の検証で出ているように今までNHKプラス、TVerを見ていなかった人が見るようになる、つまり滞在時間が増えているということになる。こういう点を上手く使い、サービスを進めていくことが非常に大事だ。

有識者検討会 構成員の主な意見(3/3)

実務者協議会の協議内容に関する報告(有識者検討会第2回、第3回において実施)を踏まえ、プロミネンスに関連するご意見のみ記載

上智大学 音構成員	
第2回	生活情報など、日頃から見ている・見ることが容易な情報空間であって、緊急時の情報もそこに提示されるといった環境をどう作っていくかが問われている。プロミネンス制度を検討するうえで、市場では後位になりがちな地域の情報をどのような形で担保するかは非常に重要であり、またこれについては一定の社会的な合意が得られやすいのではない。
第3回	- 放送事業者もメーカーも、基本的な考え方としては民主主義システムをうまく展開しないといけないし、メディアの役割も非常に重要だと共通認識とされている。 - トータルとして今あるシステムをニューテクノロジーのフェーズにしていける際に、トータルとして経済活動をより活性化するとか、市民社会がより健全になっていくという共通認識を持ちながら、共創しながら枠組みを作っていくことが重要。
企 クロサカ構成員	
第2回	- 偽・誤情報問題、何が正しくて何が正しくないかという議論をし始めると、最終的には哲学問題に至る。重要なのは、マスメディア発、個人発に関わらず、多様な情報により接触できる状態を作ること。 - 情報の品質にかかる多様性を一つの評価軸として考え、プロミネンスを構成していくこと。情報的健康とは、清濁併せ呑むとの考え方であり、清濁のバランスをどのように作るかが、プロミネンスの重要な論点。
第3回	プロミネンスに関しては、OS事業者にも、いかに取り組みを理解していただくことが重要。

OS事業者のご意見

総務省様ご提供資料

※本事業終了後に、総務省様においてOS事業者からのご意見を聴取されたもの

目的	● 過去に弊社は「総務省の問題意識に基づくならば、現在放送局がインターネット上で配信しているコンテンツだけでなく、適切な放送編成のもとで「社会の基本情報」を放送している報道等も含む放送局の地上波の同時放送を、コネクテッドテレビでも見られるようにすることは、社会にとって有益である」という意見を申し上げたが、あくまで「社会の基本情報」を「コネクテッドテレビ」上でも「見られるようにすること」が有益と申し上げたものであり、そもそもプロミネンスの法制化には反対の立場である。目的と、その目的のために導入する施策の対象、実施手法が合理的に合致するよう、施策検討にあたっては極めて慎重な議論を求める。 ● ビジネスディールの結果としての優先表示ならともかく、法制度として、放送事業者の提供するコンテンツを、放送事業者が提供するという理由で優先的に表示することを義務付けることには相当な違和感がある。一方で、報道、及び、ドラマ・バラエティ等を含む放送局のコンテンツは、多くの日本国民にとって価値あるコンテンツと承知している。従って、コネクテッドテレビのOS提供事業者として、これらの価値ある放送コンテンツがOTT形式(インターネット回線を通じたコンテンツ配信)にて、より広く国民に届けられる状態を作ること重要だと考えている。
対象	—
具現化する場・対象	—
実施手法	● 視聴者のニーズに沿ったサービスを展開している事業者にとって、施策・法整備により特定の仕様を強いられることは、視聴者の多様なニーズに対応できる余地を損ない、事業に深刻な影響を及ぼす。そのため、視聴者のニーズに十分な配慮をいただきたい。また、上述の通り放送コンテンツが価値の高いコンテンツであるかぎりにおいて、OTTでのライブ視聴を幅広く可能にすることで、視聴者の選択により、実質的な顕著性は実現されるのではないかと考える。

【参考】今後の情報通信政策に関する提言 抜粋

2024年9月2日
自由民主党 政務調査会 情報通信戦略調査会

Ⅱ.放送制度及び放送コンテンツの在り方に関する提言

(現状)

昨年9月、情報通信戦略調査会では、インターネットの急速な普及、若年層をはじめとするテレビ離れ、海外の動画配信プラットフォーム事業者の台頭等、現在生じている社会や国民の変化に「放送」はどう対応し、どう変化するべきかという観点から幅広く提言をとりまとめた。その後、能登半島地震等における偽・誤情報の氾濫や、放送業界の人材の海外のプラットフォーム事業者への流出を踏まえ、本調査会では、信頼性の高い情報へのアクセス確保、我が国のコンテンツ産業の強化について検討を行ってきた。

アテンション・エコノミー、フィルターバブル、エコーチェンバー等の問題が顕在化するインターネット時代において、信頼できる者により編集され一定の質が担保された放送コンテンツの価値がより高まったことは、昨年の提言でも指摘した。

世界各国の選挙や能登半島地震において偽・誤情報が氾濫するなどインターネット空間におけるこれらの問題は深刻さを増しており、民主主義の危機とも言える状況にある。もはや「**放送**」の価値の源泉は、**電波を使った効率的な伝送手段であるということから、中身の信頼性にシフトしている。**

インターネット空間に信頼できる情報を継続的・安定的に供給するため、昨年の提言を踏まえ、NHKにインターネット配信を義務付ける放送法の一部改正が行われた（令和6年法律第36号）。

～以下、省略～

(対応案)

以上のような現状や課題に対応するため、本調査会では有識者や事業者からのヒアリングを実施しつつ、議論・検討を重ねてきた。**以下、政府、NHK、民間放送事業者への提言**である。

(1)信頼性の高い情報へのアクセス確保

①伝送路にとらわれない放送制度の検討

電波による「放送」とインターネットによる「配信」（特に放送の「同時配信」）は、伝送手段が異なるものの、信頼性が確保された情報入手手段という点では共通であり、利用者である国民はその違いを意識することはない。それ故に令和6年の放送法改正ではNHKに放送に加えてインターネット配信を義務付けた。

しかしながら、「放送」には放送法の規律が適用されるが、（NHK以外の放送事業者が提供する）「配信」には適用されない。このような現状は社会経済状況の変化や技術の進歩等に対応して見直していくべきものである。総務省はようやく制度的な検討を開始したが、制度的縦割り打破に向けて中期的な課題として、「放送」とは何かということを含め、伝送路にとらわれない放送制度の検討を進めるべきである。

その際、権利処理の円滑化等、**放送の社会的役割維持に向けた効果（メリット）についても併せて検討を行うべき**である。この**メリットの一つがいわゆる「プロミネンスルール」、つまり、（アテンション・エコノミーのなかでも）社会生活において重要で信頼性の高い情報を目立たせ、国民のアクセス機会を確保する「顕著性確保ルール⁸」ではないかと考えられる。**英国等の制度も参考に検討を行うことが求められる。

なお、NHKの放送技術研究所においても、伝送路にとらわれずに広く映像伝送などの技術の研究開発を行い、その成果をスタートアップなど広く社会に還元することが期待される。【総務省、NHK】

～以下、省略～

8:「顕著」とは、際だって目につくさまのこと。

【参考】番組編集の基準

出所)総務省様ご提供資料

放送法

第1条【目的】

- ◆ 次に掲げる原則に従って、放送を公共の福祉に適合するように規律し、その健全な発達を図ること。
 - 放送が国民に最大限に普及されて、その効用をもたらすことを保障すること。
 - 放送の不偏不党、真実及び自律を保障することによって、放送による表現の自由を確保すること。
 - 放送に携わる者の職責を明らかにすることによって、**放送が健全な民主主義の発達に資するようにすること。**

第3条【番組編集の自由】

- ◆ 放送番組は、法律に定める権限に基づく場合でなければ、何人からも干渉され、又は規律されることがない。

第4条第1項

(NHK・民放共通)

- 公安及び善良な風俗を害しないこと
- 政治的に公平であること
- 報道は事実をまげないですること
- 意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること

第81条第1項

【番組準則】(NHKについて追加)

- 公衆の要望を満たすとともに文化水準の向上に寄与するよう最大の努力をすること
- 全国向けの放送番組のほか、地方向けの放送番組を有するようにすること
- 我が国の過去の優れた**文化の保存並びに新たな文化の育成及び普及**に役立つようにすること

第106条第1項

【番組調和原則】※

- 教養番組又は教育番組並びに報道番組及び娯楽番組を設け、放送番組の相互の間の調和を保つようにしなければならない。

第5条

【番組基準の策定】

- 放送番組の種別及び放送の対象とする者に応じて放送番組の編集の基準を定め、これに従って放送番組の編集をしなければならない。

第6条

【番組審議機関の設置】

- 放送番組の適正を図るため、放送番組審議機関を置くものとする。

第107条による読み替え後の第6条【放送番組の種別等の公表等義務】※

- 放送番組の種別及び放送番組の種別ごとの放送時間を公表しなければならない。
- 放送番組の種別及び放送番組の種別ごとの放送時間を審議機関に報告しなければならない。

※ 対象となる放送:基幹放送事業者のテレビジョン放送(特別な事業計画によるものを除く)及びNHKの中波放送・超短波放送

国内番組基準

放送番組審議会

【国内番組基準の概要】

- その放送において、
1. 世界平和の理想の実現に寄与し、人類の幸福に貢献する
 2. 基本的人権を尊重し、民主主義精神の徹底を図る
 3. 教養、情操、道徳による人格の向上を図り、合理的精神を養うのに役立つようにする
 4. わが国の過去のすぐれた**文化の保存**と新しい**文化の育成**・普及に貢献する
 5. 公共放送としての権威と品位を保ち、公衆の期待と要望にそう

NHK

放送基準

ほぼ準拠

放送基準(各社)

放送番組審議会(各社)

放送連盟
日本民間

【民放連・放送基準の概要】

次の点を重視して、**番組相互の調和**と放送時間に留意するとともに、即時性、普遍性など放送のもつ特性を発揮し内容の充実につとめる。

- 正確で迅速な報道**
- 健全な娯楽**
- 教育・教養の発展**
- 児童および青少年に与える影響
- 節度をまもり、真実を伝える広告

【参考】プロミネンスを検討するにあたっての対象整理

出所)総務省様ご提供資料

コンテンツ

コンテンツ単体：ニュース9（10月2日放送回）、等

ジャンル：ドラマ、ドキュメンタリー、ニュース、映画、アニメ、スポーツ、等

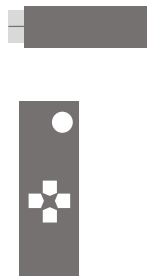
サービス

放送波：地上波、BS、CS、CATV

動画配信：NHKプラス、TVer、NHKオンデマンド、hulu、FOD、テラサ、U-NEXT、ABEMA、Netflix、Amazon Prime Video、等

プラットフォーム

CTV等の機器（コネクテッドTV、チューナーレスTV、ストリーミングデバイス）において、複数事業者のアプリやコンテンツの選択が可能なプラットフォームであり、機器において基本となるホーム画面。



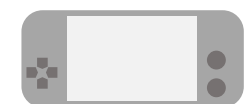
【コンテンツ/サービスの主な表示箇所の例】

- 検索結果（入力時のオートコンプリート含む）
- おすすめコンテンツ画像
- レコメンドロジック
- アプリ/アイコン の表示位置
- アプリ/コンテンツの表示位置

デバイス



スマートTV（チューナーレス含む）

テレビ
リモコンストリーミング
デバイス
（HDMI dongle）ケーブル
STBBlu-ray
レコーダー等

家庭用ゲーム機

その知と歩もう。

MRI 三菱総合研究所