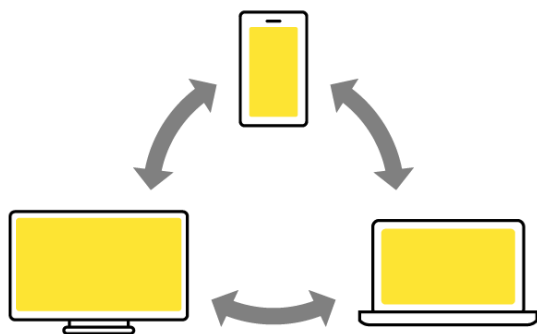


「NHK番組関連情報配信業務規程」の 変更届け出について

I. NHK ONEの開始について

「NHKの番組や情報をひとつにまとめ、現代を生きる、おひとりおひとりにお届けし、毎日の暮らしに欠かせない存在になりたい」—こうした思いをサービス名に込めました。信頼できる情報や豊かなコンテンツをこれまで以上に充実させてお届けしていきます。

NHK ONE



WEBサイト(HP)



NHK ONE

アプリ



NHKプラス



NHK ONE
ニュース・防災



NHK ONE
for School



NHKラジオ
らじる★らじる



NHKゴガク
語学講座

WEBサイトで

NHK総合テレビ、Eテレ、ラジオ番組の同時配信や、1週間の見逃し・聴き逃し配信、ニュースの記事や動画などの各種サービスを統合！インターネットを通じて、いつでもどこでもご利用になれます。

ネット対応テレビ向けアプリで

テレビ放送の見逃し配信に加え、いままでご利用いただけなかった同時配信がお楽しみいただけます。また、スマホアプリと連動し、スマホで見ていたドラマの続きをテレビアプリで視聴する、などの楽しみ方も可能となります。

スマホ・タブレット向けアプリで

「NHKプラス」「NHK ONE ニュース・防災」「NHK ONE for School」「らじる★らじる」「NHKゴガク」の5つのアプリを提供していきます。一部アプリは、新サービス開始に合わせてリニューアル・パワーアップします。

番組関連情報の提供(報道・防災)

NHK

三 NHK 東京

メニュー 検索 ログイン 新規登録

ニュース 新着・注目 社会 政治

高市内閣

大リーグ ワールドシリーズ

トップニュース 番組クリップ

おはよう日本 NHK NEWS ニュース7 ウォッチ9

いまを映す、いまを読み解く

秋田県東成瀬村 クマに襲われたか1人死亡 3人が大けが

▽物価高の影響広がる▽高市首相が所信表明演説

1/8

秋田県東成瀬村 クマに襲われたか1人死亡 3人が大けが 再生中 04:40

所信表明演説 最優先は物価高対策

動画ニュース

最新・注目の動画

NHK NEWS

秋田 東成瀬村 男女4歳男性死亡

1/4

NHK 選挙WEB

選挙に関する最新情報を発信します。知事選挙などの注目選挙は開票速報を実施。全国の選挙予定や過去の選挙結果、内閣支持率など各種調査、特集記事などを随時更新していきます。

宮城県知事選 -2025-

NHK 選挙WEB

宮城県知事選挙

現職と新人の計5人立候補 候補者アンケートを掲載しました

選挙予定 詳しくみる →

1 2 3 4 5 6 7

選挙関連ニュース

フェイク対策 ~情報を見極めるために~

「フェイク対策」ニュース一覧

フォローする シェアする

「X」が京都市に関する誤情報配信 生成AIが別記事もとに作成

NHK やさしいことば ニュース

NHK ラジオ第1 月~金 午後6:45~6:50

災害で気をつけること このサイトについて

NHK NEWS

秋田県で1人が亡くなった クマに襲われたよう

10月24日 19時30分

高市総理大臣 物価高 9月は去年より 2.9%上がった

10月24日 19時29分 10月24日 19時28分

三 NHK 東京

メニュー 検索 ログイン

現在の天気

10月25日 0:25 時点 郡宮市

全国の天気

全国の天気予報をお伝えします。今日・明日・週間天気・気温など各地の詳細な天気情報や最新ニュースもお届けします。

全国の避難情報など

避難指示

全国の防災気象情報

警報・注意報など

25 (土) 26 (日) 27 (月) 28 (火) 29 (水) 30 (木) 31 (金)

那覇 30 24 札幌 14 4 仙台 18 10 秋田 17 5 新潟 19 8 東京 16 12 松山 22 13 金沢 22 10 名古屋 19 15 大阪 19 15 福岡 24 17 高知 19 15 鹿児島 19 15

鉄道運行情報

在来線・私鉄・JR

見合わせなど 平常運転

九州 中国 近畿 中部 東北 北海道 四国 関東

地域を選択して詳細を表示できます。 もっと見る

新幹線

10月25日 0時30分 更新

現在、見合わせ・遅延などの情報はありません。

番組関連情報の提供(教育)

NHK 東京

メニュー NHK ONE 検索 ログイン 新規登録

NHK for School ばんぐみ一覧

先生向け OFF ?

さが どうがを探してみよう!

キーワードを入れてね さがす

+ くわしく探す

いま役に立つキーワード

自動車 月 地震 地層 織田信長 歴史

火山 豊臣秀吉 川 スマホ

いま役に立つ動画

国語 小学5~6年 へるめす文学堂 うざ! の巻 10:00

特活 小学1~6年 カラフル! ~世界の子どもたち~ 15:00

算数・数学 小学5年 算数バトル マスマスター

“地震”の検索 (123件)

すべて ばんぐみ クリップ

並び替え: 関連度順

NHK for School 先生向け OFF ?

理科 中学・高校 地震による被害

10min, ボックス 理科2分野 地震

緊急地震速報を揺れる前にだせるのは

地震計のしくみ、初期微動や主要動、緊急地震速報が地震が到達する前に警報を出せるしくみを説明します。

ねらい

“緊急地震速報を出せるしくみを調べることで、地震の初期微動や主要動について、興味・関心をもつ。”

内容

地震計が、地震と一緒に動いてしまうのに揺れを記録できる秘密は、金属の重りにあります。重をつり下げた部屋を揺らす実験。重りはあまり揺れません。吊り下げた重りは地震で建物が揺れても動かないという性質があります。揺れない重りには針がついていて、地震と共に動くドラムに地震の揺れを記録します。記録されるのは振動のデータです。最初の小さい振動の部分を初期微動、その後の大きな揺れを主要動といいます。また震源からの距離が異なると、記録されたデータも変わります。震源からの距離

NHK 高校講座 ライブラリーモード OFF

高校講座 > 古典探究 (TV)

古典探究 (TV) >

E 2025年度新 (定時放送はありません)

出演者紹介 | 放送回 2

学習メモ・文字と画像は年度内の公開となります

番組一覧

教科・放送を絞り込む

E 国語 現代の国語

文学国語

説話一 第1回 十訓抄 ~文 放送日: 8月15日 【学習のポイント】

今回の学習のポイントです

1. 古文の楽しみ方
2. 係り結び: 「や」と「ぞ」
3. 「ありがたかりけり」という評価について

それでは学習を始めていき

ポイント1 古文の

神谷「とても基本的なことを学ぶ『楽しさ』とは、な内田先生「一口で言うのは例えば、映画を見る『楽しさ』に『古文を学ぶ『楽しさ』」

Q1 「古文の楽しみ方」として解説で取り上げられていたものはどれですか？

- ☐ 現代のスポーツ観戦と同じく、手に汗握るような楽しさ。
- ☐ 古文に描き出される日常とは違う「異世界」に入り込む楽しさ。
- ☐ 今では理解できない昔の日本人の生き方を解き明かしていく楽しさ。

Q2

成範卿が女房の和歌から一文字だけ変えた「や」と「ぞ」は、どのような働きをする言葉ですか？

- ☐ その語を入れることによって声の調子の変化を生み、緊張感を生み出す言葉。
- ☐ 文の途中に入れることによって、疑問や強調などの意味を加える言葉。
- ☐ 文の最後につけることによって、相手を尊重する気持ちを強める言葉。

Q3

本文最後の「ありがたかりけり」からどのような作者の気持ちが読み取れますか？

番組関連情報の提供(医療・健康)

三

NHK

東京

メニュー

検索

ログイン

新規登録

教育

医療・健康

福祉

医療・健康

NHK ONE 医療・健康

総力特集

高血圧

キオスク血圧とは？

130未満とは？ 排泄とは？

今年発表された最新ガイドラインの番組情報満載！

総力特集 高血圧

●

○

○

○

⏮

⏪

⏩

⏭

お知らせ

「肺炎」に関するお悩み・疑問を「きょうの健康」で募集中！！

「減量・ダイエット」に関するお悩み・疑問を「きょうの健康」で募集中！！

「きょうの健康」10月の放送予定はこちら👉 エクササイズ・高血圧・乳がん・網膜 など

医療・健康トップに戻る

病気の 카테고리から探す

- 医療・健康トップに戻る

症状から探す
- がん

こころ・脳・神経

心臓・血管

肺・呼吸器

胃・腸・肝臓・すい臓

腎臓・泌尿器

骨・関節・筋肉

目・鼻・耳・口・皮膚・髪

糖尿病・脂質異常症・痛風・高尿酸血症

アレルギー・自己免疫疾患

ホルモン・内分泌

感染症

女性

子ども

希少疾患

救急

その他

- 医療・健康トップに戻る

症状から探す
- 痛み

頭が痛い

口・あごが痛い

歯が痛い

胸が痛い

腰痛

胃中が痛い

肩・首が痛い

肩・首がこる

手・腕が痛い

膝が痛い

ひざ痛

足・脚が痛い

全身が痛い

関節痛

お尻が痛い

動悸(どうき)・めまい・息切れ

動悸(どうき)がする

心臓・血管

「心臓・血管」に関連する病気の一覧です。

すべて 配信 番組記事

遺伝性不整脈

番組記事

きょうの健康

命を守る！脳突然死を防ぐ「若年・中年を襲う突然死」

初回放送日 2017年4月4日(火)午後8:30

くも膜下出血

番組記事

きょうの健康

命を守る！脳突然死を防ぐ「若年・中年を襲う突然死」

初回放送日 2019年5月8日(水)午後8:30

エコミークラス

番組記事

きょうの健康

スッキリむくみ徹底解消「危険なむくみを見極める」

初回放送日 2022年7月18日(月)午後8:30

血管性認知症

番組記事

きょうの健康

最新トピックス14つの認知症こう治療する「血管性認知症」進行をくいどめる

初回放送日 2019年4月16日(火)午後8:30

下肢静脈瘤(りゅう)

番組記事

きょうの健康

スッキリむくみ徹底解消「危険なむくみを見極める」

初回放送日 2022年7月19日(火)午後8:30

拡張型心筋症

番組記事

きょうの健康

「血圧」が高くなってきたら「血圧は自分で測る」

初回放送日 2025年10月26日(日)午後7:00

高血圧

番組記事

きょうの健康

「血圧」が高くなってきたら「血圧は自分で測る」

初回放送日 2025年10月26日(日)午後7:00

心筋梗塞

番組記事

きょうの健康

「血圧」が高くなってきたら「血圧は自分で測る」

初回放送日 2025年10月26日(日)午後7:00

高血圧

番組記事

きょうの健康

高血圧の新常識 最新ガイドラインから「血圧は自分で測る！」

初回放送日 2025年10月6日(月)午後8:30

今年、高血圧対策が変わる！日本高血圧学会が「高血圧管理2025」を発表！そこでNHKでは10月6日(月)午後8:30から「高血圧の新常識 最新ガイドラインから「血圧は自分で測る！」」を放送します。

「血圧は自分で測る」は、町の中に置かれた自動血圧計で自分の血圧を測ることです。学会は、誰もが気軽に自分の血圧を測るようになることを目指しています。

エピソード詳細を見る

番組記事

目次

血圧は自分で測る 目安は上の血圧130未満

なぜ血圧を自分で測る？

高血圧の診断基準と高値血圧

血圧とは？

上の血圧130mmHg以上になったら注意！

キオスク血圧を活用しよう

正しい毎朝の家庭血圧の測り方

菊尾七郎さんからのメッセージ

血圧は自分で測る 目安は上の血圧130未満

日本高血圧学会は、2025年4月から「キオスク血圧」の測定を推奨する一大キャンペーンを開始しました。「キオスク血圧」とは、町の中に置かれた自動血圧計で自分の血圧を測ることです。学会は、誰もが気軽に自分の血圧を測るようになることを目指しています。

この背景には、学会の強い危機感があります。高血圧に関連する病気のリスクを抱える人が5,000万人以上いることが明らかになり(※1)、さらに高血圧が原因の病気で亡くなる人が年間17万人にのぼることが最新研究から明らかになってきたことがあります(※2)。

番組関連情報の提供(福祉)

三 NHK ONE 東京

メニュー 検索 ログイン 新規登録

教育 医療・健康 福祉

ハートネット

NHK ONE 福祉
ハートネット

視覚障害と生きる コンテンツ集

視覚障害と生きる

● ○ ○ ○

⏮ ⏪ ⏩ ⏭

お知らせ

10月の「ハートネットTV」は「薬害サリドマイド事件から60年」特集。当事者の声に耳を傾けます。

「眠れぬ夜はAIさんと」シーズン3スタート！豪華ゲストが続々登場！“お悩み”に向き合い、語ります。

福祉番組コンテンツ一覧

テーマで探す

子ども >

貧困 >

生きづらさ >

依存症 >

がん >

難病 >

介護・リハビリ >

認知症 >

身体障害(肢体不自由) >

視覚障害 >

聴覚障害 >

知的障害 >

精神障害 >

発達障害 >

その他の障害・病気 >

障害と暮らし >

障害者スポーツ >

性/ジェンダー >

妊娠・出産・育児 >

外国につながる人 >

災害 >

いのち・生命倫理 >

福祉関連の法律・制度・歴史 >

視覚障害と生きる コンテンツ集

「視覚障害と生きる」に関するNHK福祉番組のコンテンツ集です。番組の記事、動画などを掲載しています。

🔍 フォローする ⏮ シェアする

記事 エピソード 関連プレイリスト

記事

目が見えない、見えにくいことにより、日常生活や情報取得に困難を抱える視覚障害者。視覚に障害がありながら、自分らしく生きる人たちの姿を伝えます。

記事や動画などは各番組エピソードをご覧ください。

関連リンク

続きを読む

エピソード >

番組記事
ハートネットTV
Dive to the Heart!
～第29回 NHKハート展～
初回放送日 E 2025年6月30日(月)午後8:00

番組記事
ハートネットTV
言葉のちから 第92回
全国盲学校弁論大会

視覚障害と生きる

ハートネットTV
「文字の獲得は光の獲得
目と両手を失って教師になる」

初回放送日 E 2021年5月5日

番組記事
作家柳田邦男さんが鮮烈な印象とあります。「文字の獲得は光の獲得」1946年・小学2年生の時に、不発弾を失った藤野高明さん(82)でした。学校に通えない日々を送った藤野さんの方法を身につけ、文字を獲得した束が開け、教師を志すようになって希望を与えた生きざまをお伝えします。

🔍 シェアする

エピソード詳細を見る

番組記事

目次
10項目

- テキスト版 ハートネットTV 文字の獲得は光の獲得でした ～両目と両手を失って～
- 1-1.作家 柳田邦男さんの記憶に刻まれた手記
- 1-2.教師として生きた藤野高明さん
- 1-3.不発弾が爆発し両目と両手を失う
- 1-4.点字と出会う
- 1-5.目の前に立ちほだかった壁
- 1-6.手記を書く
- 1-7.差別との闘いはつづく
- 【動画】不発弾で両目と両手を失って教師になる
- 【動画】不発弾で両目と両手を失って教師になる【字幕つき】

テキスト版 ハートネットTV 文字の獲得は光の獲得でした ～両目と両手を失って～

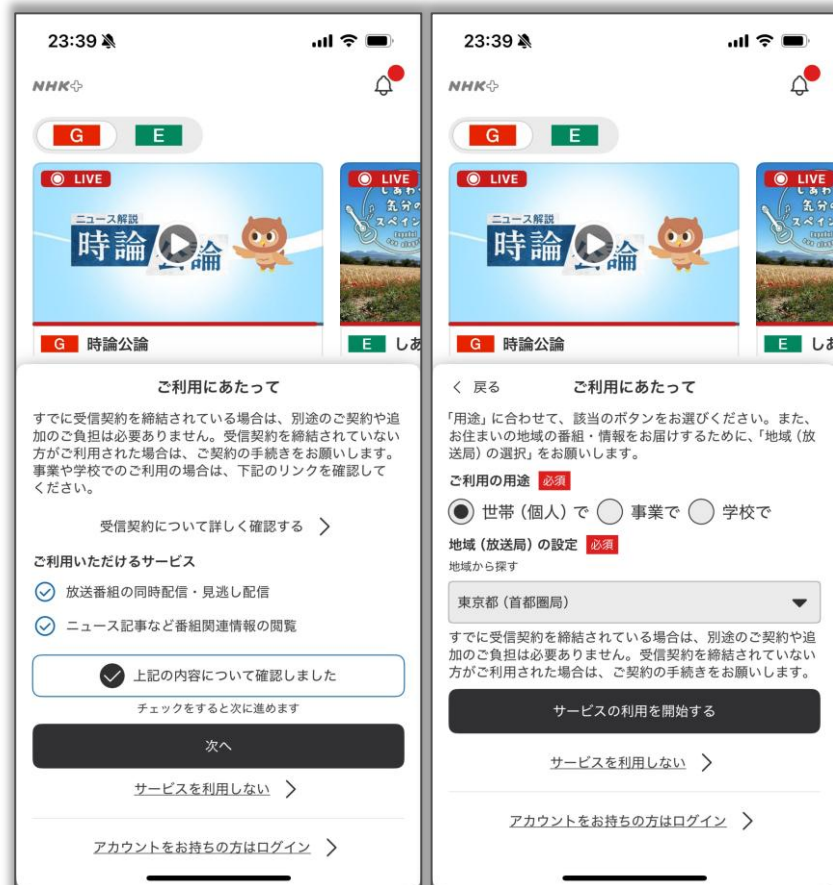
記事公開日:2021年05月20日

これは、2021年5月5日に放送した番組の内容をテキスト化したものです。
障害のある人もとまらぬ手記の「フクロウ」

「ご利用にあたって」(誤受信防止措置)と登録のながれ

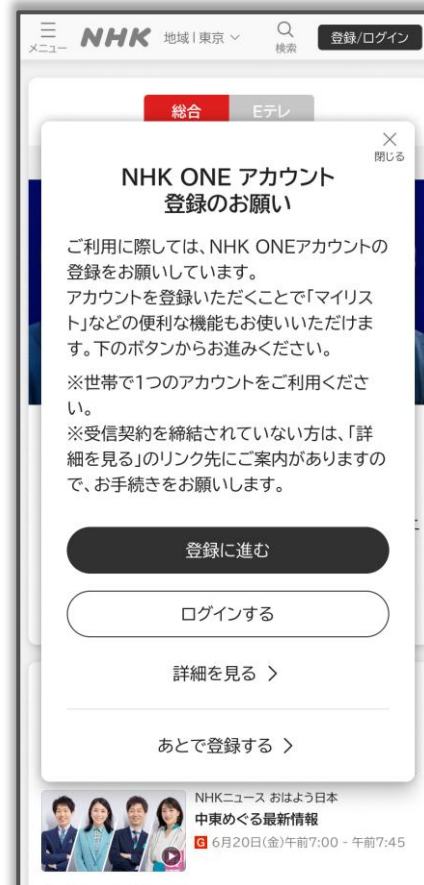
「ご利用にあたって」画面の確認

「NHK ONE」のサービス(ラジオ関連サービスを除く)にアクセスすると下記の「ご利用にあたって」画面が表示されます



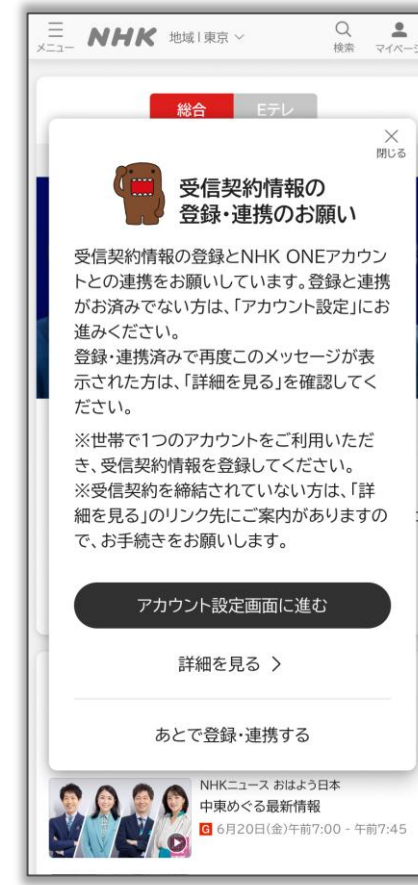
「NHK ONE」アカウントの登録

「NHK ONE」アカウントの登録勧奨メッセージを1日1回の頻度で表出し、アカウントの登録をお願いします。アカウントを登録すると便利な機能をお使いいただけます。



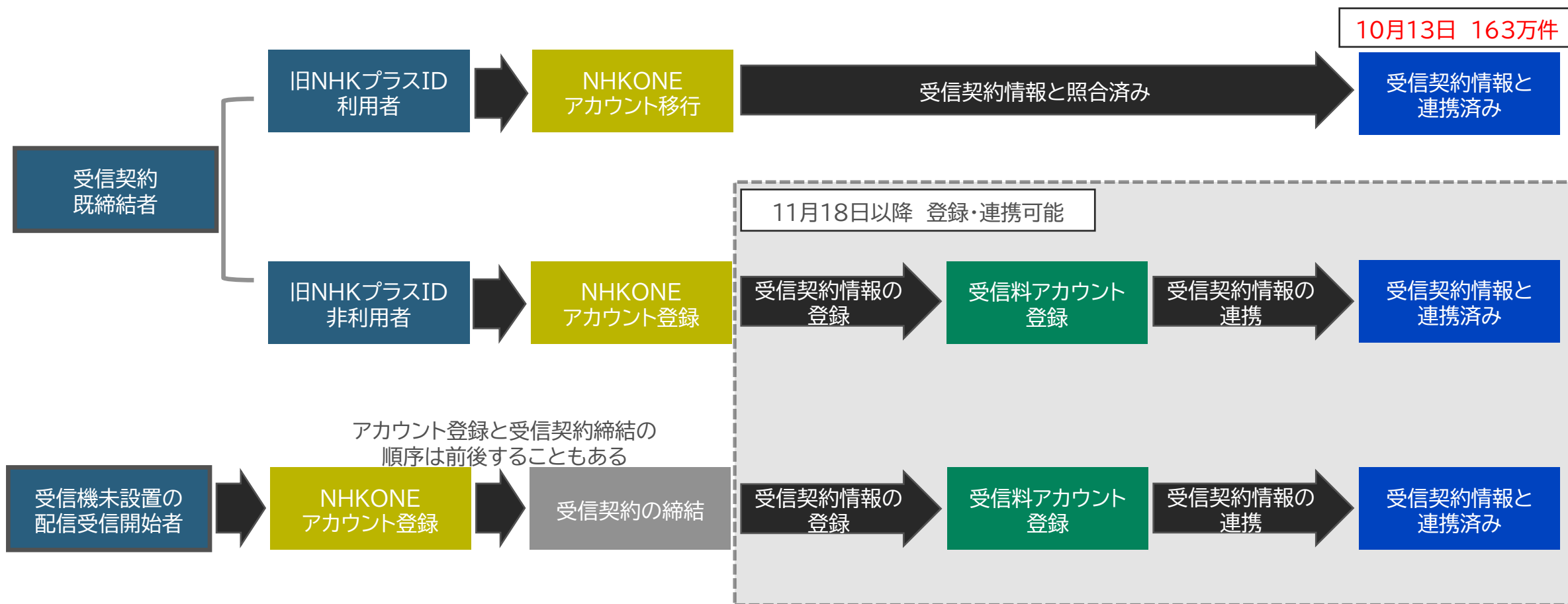
受信契約情報の登録・連携

11月中旬以降、「NHK ONE」アカウントと受信契約情報の登録・連携をお願いすることになります。下記のメッセージはユーザーデータを見ながら頻度を調整して表出します。



受信契約情報との連携済み件数について

- サービス開始直後は、まずは旧NHKプラスのID利用者の移行を優先的に進めてきた。10月13日の段階で受信契約と連携済みのNHKONEアカウントは163万件。
- 一方、旧NHKプラスユーザーでない方も、NHKONEアカウントを作成してご利用いただいている。こういった方には、11月18日から、受信契約情報(受信料アカウント)の登録と連携がシステム上可能になり、画面に勧奨メッセージを表示して手続を呼びかけていく。



Ⅱ.「NHK番組関連情報配信業務規程」の 変更について

追加する教養分野のサービスイメージ(番組関連情報)



業務規程の変更について

NHK 番組関連情報配信業務規程

2025年10月14日改定
2026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みます。)

*この規程の施行前に放送した放送番組を含みます。

- 必要の配信
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
- 特定必要の配信
必要の配信のうち、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
特定必要の配信の普及を図るため、特定必要の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。

- (特定必要の配信についての留意事項)

(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、放送番組の必要の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の配信、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教育番組関連情報

編集方針

- 一般的教育の向上を図り、文化水準、社会的関心を高め、生活文化の知識を深めることに貢献し、今を生きる人々が未来に向けてどう考え、行動するべきか、思考のよりどころとなります。
- 歴史番組では、正確な取材に基づく歴史情報を多角的な視点で体系的に取り上げ、過去から学び、現在を理解し、未来を考えるための思考の土台を提供します。自然番組では、各地の自然や生き物、人間と自然の共生の記録を網羅的・多面的に扱い、地域固有の魅力・生態系・生命の尊厳の理解や環境保全に貢献します。戦争と平和に関する番組では、時代・地域・人物などの多角的な視点から戦争の実相を伝える情報を提供し、恒久的な平和と民主主義の発展に寄与します。各地に残された戦争証言、戦跡などを次世代に継承します。
- インターネットでは、放送で長期間かけて伝えてきた時代・地域・分野などの体系的な価値や、地域固有の情報の多面性をわかりやすく参照できるよう提供するため、必要に応じて過去の番組を集積、一定期間公開し、理解を深めることに貢献します。

内容・実施方法

(1) 主な内容

- 教育の向上を図る、生活文化の知識を深める、社会現象の背景を詳しく知り、未来を考えていく材料にするなど、個人の多様な問題意識や興味関心に対応できるよう、放送で長期間提供してきた蓄積も含め、テーマやジャンルごとに見やすく整理して掲載します。
- 歴史に関しては、1つのテーマに対して多角的な視点を得やすくするため、番組を部分的に切り出した動画やテキストを、関連付けながら提供します。そして、利用者が体系的かつ網羅的に歴史情報を得られるよう、地図・年表・事典などの形態で見やすく整理して表示します。

- 自然に関しては、生物多様性や生態系のあり方を多角的に理解してもらうため、番組を部分的に切り出した動画やテキストを、関連付けながら提供します。そして、各地域の動植物の情報や自然環境の変化などを網羅的かつ多面的に伝えるため、また利用者が必要な情報にアクセスしやすいよう、地図・年表・事典などの形態で見やすく整理して表示します。
- 戦争と平和に関しては、各地に残された戦争証言、戦跡などに関する情報や、広島・長崎の原爆、沖縄戦などのテーマについて、多角的な視点を得ってもらうため、番組を部分的に切り出した動画やテキストを、関連付けながら提供します。そして、利用者が必要なタイミングでアクセスできるよう、地図・年表・人物・テーマなどの形態で見やすく整理して表示します。
- 年度ごとの編成の方針を反映した動画を、見やすい形式で提示します。また、利用者のニーズに合った情報を閲覧しやすく提供するため、ジャンルを超えて関連する動画を表示します。

(2) 主な表現方法

- 動画に加えて、静止画、テキスト、グラフィックなどを使い、利用者が全体を俯瞰して見ることができるよう地図、年表、事典などの形態で伝達します。

(3) 配信期間など

- 放送で切り口を変えて繰り返し取り上げるような事象を集積し、網羅的・体系的な価値や、地域固有の多面的な情報を提供できるよう、放送番組の必要の配信よりも長期の配信を行います。

(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。
- 「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の配信、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。

教養分野の追加にあたっての検証と既存分野の調査について

- 昨年の検証会議でいただいた意見も踏まえ、今年10月の番組関連情報配信業務の開始前に、規定済みの各分野についての調査を再度実施した。
- 業務規程の変更に向けた教養分野についての調査も一体的に実施し、関係者の意見聴取も併せて行った。

参考 「日本放送協会の業務規程に係る意見」(令和6年12月18日)より

【「公正な競争の確保」を維持するための取組に関する意見】
(今後の競争評価・検証の進め方について)

- 今後、番組関連情報配信業務やその影響を評価するために必要なデータの収集・補完を適切に実施していただきたい。特に、同業務の開始前後の変化を捉えることが重要であり、時系列データを積み重ね、定点観測を可能にするための調査設計・データ収集を行っていただきたい。
- 今回の検証の場での議論も踏まえ、日本放送協会は番組関連情報配信業務等の内容を具体化し、業務を開始することになるが、今回の検証において指摘されたポイントを踏まえて、日本放送協会自身が業務について競争評価を行い、検証することを要望する。その際には、ローカルメディアへの影響も含めて丁寧に調査・検証を行うことを求める。
- 現時点では、開始するサービスの内容や、誤受信防止措置などの取組等が明確になっておらず、これからサービス開始に向けて、業務規程の内容の具体化が進むものと考えられる。そのため、サービス開始までの期間を含めて今後も、適切なタイミングで検証を行っていくことが重要。総務省においても、行政側の立場から、適切に取り組んでいただきたい。

Ⅲ.業務規程と添付資料について

1_届け出について.....	1
2_NHK番組関連情報業務規程 新旧対照表.....	2
3_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.....	11
I NHKにおける競争評価プロセスの概要.....	14
II 競争評価のための調査・分析.....	22
1 独占禁止法的市場評価.....	30
2 多元性評価.....	152
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	160
1 放送との同一性判断.....	161
2 独占禁止法的市場評価.....	169
3 多元性評価.....	174
IV 各観点の評価を踏まえた判断.....	177
4_番組関連情報の費用の区分について.....	181
5_現在講じている誤受信防止措置の内容.....	185

Ⅲ-1.届け出資料抜粋

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ときは「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

- 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→9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

「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

◆ 「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

おおくほ 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

しみず けんいちろう
清水 健一郎 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

- 調査する観点は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
- 昨年の調査の設問や方針に大きな変更点はないが、事前調査ではアップデートした番組関連情報のイメージを提示し、調査を実施
- 業務規程にあらたに追加する教養分野を調査項目に加える

番組関連情報 検証の観点	検証方針	
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)	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	→153 ～155ページ
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)	- 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	→161 ～162ページ
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)	- 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	→165ページ 10

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」

◆ 放送との同一性について

- 番組関連情報業務規程の基本原則では「放送番組と同一の情報内容を提供」とあります。番組編成上、放送していない番組関連情報を提供することのないよう、基本原則を順守することを求める。ライブ配信や選挙報道に関する回答を見る限り、その範囲を拡大解釈しているように感じ、強い違和感がある。(第1回分科会 清水委員)
- NHK番組関連情報配信業務規程の番組関連情報の基本原則において、「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る」との記載もあるが、「配信期間は、放送番組の必要的配信の期間を基本」とされている。この基本原則を逸脱しないように求める。(第1回分科会 清水委員)
- どういった手順で配信での取り扱いを判断するのかがわかるようなものがあれば示してほしい。NHK内部のルールは必要だとは思う。(第1回分科会 青柳委員)
- 番組関連情報については、任意業務とのバランスも見ながら限定的に実施していただきたい。(第1回分科会 高田委員)
- ▼放送との同一性について、ガイドラインはこの分科会で見せていただく機会があるのか。▼あわせて、個別に判断をしていくというご説明をいただいているが、それはどれくらいのレベルの方が最終的な決定するのか。▼事後的なレビューのようなものは予定されているか。苦情があった場合などの外的な契機ではなく、内発的な見直しや精査の機会を設定する予定があるか。(第2回分科会 青柳委員)
- 民放連としても、ネットオリジナルのコンテンツは実施しないということを、明確にご説明していただいたことで、納得している。抑制的、限定的にやっていただくということが必要。(第2回分科会 高田委員)
- 「番組関連情報の基本原則を歪めることのないよう、適切に運用する、または、過去事例を対照する観点で必要な範囲に限定して運用する」という回答もあったが、適切な運用や必要な範囲などの具体的な基準が不明なため、ルールの透明化を図った上で、実績を公開して、仮に放送と同一性を超える運用を行った場合は、外部から検証できるようにした方がいいのではないかと。(第3回分科会 清水委員)
- 放送との同一性ということが独り歩きをしているのではと感ずることがある。公正な競争に影響があるのかどうかという点に立ち戻ること重要。もちろん、法律の趣旨に則ってあれもこれもなんでもやりたいという風に言うのはいけない。(第3回分科会 大久保委員)
- 10月1日以降のサイトを見る限り回答に沿った運用がなされているとは言えず、この点を改めて確認したい。(第4回分科会 清水委員)
- 理解増進情報として提供していたコンテンツについては放送との同一性の観点から、掲載すべきでないと考える。(第4回分科会 清水委員)

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」

◆ 教養(歴史、自然、戦争と平和)分野の追加について

- 業務規程を変更し、番組関連情報に新たに「教養」分野を追加するとの話があった。なぜ、今年度の業務規程に盛り込まず、来年度から追加することとなったのか。また、今後もジャンルを追加する予定はあるのか。際限なく番組関連情報の範囲が広がるのではないかと、といった点を危惧している。
(第1回分科会 清水委員)
- 「教養分野」のうち、なぜ教養の中から歴史、自然、戦争を選んだのか確認したい。
(第2回分科会 清水委員)
- 教養分野の配信期間について、業務規程変更案で「放送番組の必要的配信よりも長期の配信を行います」とした点は不適切だ。「長期の配信を行うことができる」との記述にとどまっている報道・防災分野でさえ配信期間に関する懸念があり、「長期の配信を行う」との記述では際限ないコンテンツ展開につながる恐れがある。
(第4回分科会 清水委員)

◆ 勧奨メッセージについて

- フリーライド防止について、「ご利用にあたって」の画面とその後の勧奨プロセスの中で、いずれにおいてもフリーライドを防止する実効的な措置がとられていないのではないかと評価する。「ご利用にあたって」の段階で、例えば氏名連絡先の入力を求める措置をとり、ユーザーに受信契約義務が生じることを強く認知させ、その後の×ボタンを削除することでメッセージを消せなくするなど、利用実態に応じた勧奨が必要ではないか。
(第2回分科会 清水委員)
- フリーライドを解消するためには、ご利用意向の確認を経た後に、そのままサービスアカウント登録に遷移する手続きに改めるべきではないかと考える。加えて、サービスアカウント登録の段階で、現状はメールアドレスだけだが、住所、氏名、電話番号の入力まで求めるようにすべきではないか。住所、氏名、電話番号があればフリーライドをしている視聴者の把握が容易になるので、フリーライド抑止につながるのではないかと考える。
(第3回分科会 清水委員)
- サービスアカウントを登録してから受信契約情報の登録・連携までの間に、勧奨メッセージがあるが、未契約の状態を是認することになるため、これを閉じる×ボタンをつける対策だけでは不十分ではないかと思う。1/3程度の大きさを目安に表示するというご説明だが、さらに、フリーライドを実効的に防げるように引き続き検討を進めることが必要だと考える。
(第3回分科会 清水委員)
- NHKは基本的にテレビを通じて接触しているメディアなので、受信料を払わないでサービスを利用する人たちへの呼びかけは、テレビが一番のツールだと思う。これまで、訪問員が大勢いて、契約を取りに行っていた時代があったが、それをやめて、フリーライドをしやすい状況になっているのではないかと危惧している。
(第3回分科会 黒田委員)

◆ 意見(放送との同一性)

- 番組関連情報業務規程の基本原則では「放送番組と同一の情報内容を提供」とあり、この基本原則を順守することが重要。ライブ配信や選挙報道に関する回答を見る限り、その範囲を拡大解釈しているように感じ、強い違和感がある。
- NHK 番組関連情報配信業務規程の番組関連情報の基本原則において、「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る」との記載もあるが、「配信期間は、放送番組の必要的配信の期間を基本」とされている。この基本原則を逸脱しないようにすることが重要。
- 事後的なレビューなど、苦情があった場合などの外的な契機ではなく、内発的な見直しや精査の機会の設定が必要。
- ネットオリジナルのコンテンツは実施しないとの説明のとおり、ライブ映像を含む番組関連情報の配信は業務規程にそって抑制的、限定的に実施することが必要。
- 報道・ニュースについて、「番組関連情報の基本原則を歪めることのないよう、適切に運用する、または、過去事例を対照する観点で必要な範囲に限定して運用する」という回答もあったが、適切な運用や必要な範囲などの具体的な基準が不明なため、ルールの透明化と実績の公開を行うことで、仮に放送と同一性を超える運用を行った場合は、外部から検証できるようにすべき。

◆ NHKの考え方

- 報道・ニュースの場合には、1つの事象に対して、同一の編集方針・判断のもとに、放送とインターネットそれぞれの特性にあわせて実施することで、同一の情報内容、同一の価値であることを担保する。
- 例えば、放送で「特設ニュース」や「ニュース速報」を行うような、緊急にいち早く伝える必要があると判断した事象については、インターネットでは、その速報の手段の1つとしてライブでの映像配信を行うことがあるが、その実施は、放送・ネットを統括する報道責任者が編成的観点も加味したうえで判断する。番組関連情報の基本原則をゆがめることのないよう適切に運用する。
- ニュースについては一週間の配信を基本としつつ、最新事象と過去事例を対照できる必要がある場合には、より長期の配信を行うが、単に関連する記事というだけではなく、過去事例の対照という観点で必要な範囲に限定して運用する。▼ニュースの配信期間については、ニュースの編集責任者による専門チームが一元的に判断し、定期的に再チェックを行う。▼個別の判断は編集判断にあたり、まずは編成・報道の組織内で、セルフチェックも含めて自律的にレビューすべきものであり、適宜実施する。このほか、放送番組と同様に、NHK内部では品質管理・リスク管理を含めて放送考査を担当する考査室が、外部の目としては放送番組審議会が、役割を担う。
- 以上の考え方で業務規程を順守して配信業務を実施し、サービス開始後に、可能な範囲で実績として示し、情報共有のうえ議論させていただくなど、検討していく。

◆ NHKの評価

委員の意見を踏まえ、上記のNHKの考え方にそって実施することで、放送との同一性を確保できるのではないかと

◆ 意見(勧奨メッセージについて)

- 「ご利用にあたって」の段階で、例えば氏名連絡先の入力を求められる措置をとり、ユーザーに受信契約義務が生じることを強く認知させ、その後の×ボタンを削除することでメッセージを消せなくするなど、利用実態に応じた勧奨が重要。
- サービスアカウント登録の段階で、現状はメールアドレスだけだが、住所、氏名、電話番号の入力まで求めるようにするなど、利用者の把握を早期に行い、フリーライド抑止につなげるべき。
- サービスアカウント登録や受信契約情報の登録・連携の勧奨メッセージの表出方法については、閉じられなくすることに加え、メッセージの大きさなど、さらにフリーライドを実効的に防げるように引き続き検討を進めることが必要。
- ×ボタンをなくしメッセージを閉じることができなくなった画面は、3分の1より大きく表示し、勧奨メッセージを挟まず速やかにこの画面に移行するようにすべき。

◆ NHKの考え方

- NHKは、ご利用意向の確認を経て利用される方に対して、サービスを提供することが義務付けられており、放送においてスクランブルができないのと同じく、受信契約の有無や、受信契約に関わる情報提供に応じたか否かによって、コンテンツを利用させないようにすることはできない、公平負担の観点から、利用されている方に受信契約を確認するための手続きを求め、確実に実施していただけるよう、勧奨メッセージの表示などの施策を行う。
- サービスアカウントの登録を勧奨するメッセージについては10月の開始当初から1日に1回、受信契約情報の登録・連携を勧奨するメッセージについては、10月の開始当初から11月中旬までは7日に1回のペースで表示する予定だが、利用状況をユーザーデータをみながら頻度・強度を随時調整する。
- より強い施策としては、「ご利用にあたって」の確認後、受信契約の登録・連携までしていない利用者が視聴・閲覧を続ける際に、サービスアカウント登録や受信契約情報の登録・連携の勧奨メッセージを表示するが、一定回数は×ボタンで閉じることのできるメッセージを表示したうえで、3分の1程度の面積にメッセージ縮小しそれらのメッセージの×ボタンをなくしメッセージを閉じることができなくする方法も準備を進め、必要に応じて実施していく。
- 以上の方針のうえで、今後も利用状況等を踏まえ、必要に応じて対応策を検討していく。

◆ NHKの評価

委員の意見を踏まえ、上記のNHKの考え方にそって実施することで、放送との同一性を確保できるのではないかと154

◆ 意見(教養(歴史、自然、戦争と平和)分野の追加について)

- 際限なく番組関連情報の範囲を広げないことが重要。
- 教養分野の配信期間について、業務規程変更案で「放送番組の必要的配信よりも長期の配信を行います」との記述では際限ないコンテンツ展開につながる恐れがある。



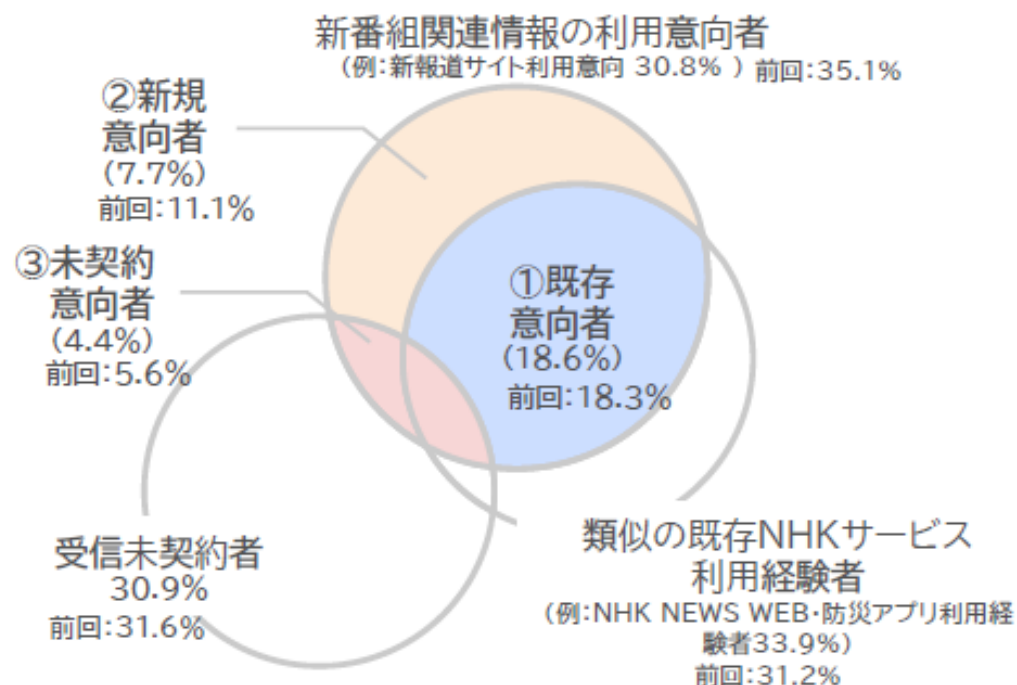
◆ NHKの考え方

- 今後もサービスのあり方の検討自体は不断に行うべきものだが、現時点で新たな分野の追加は想定していない。
- 今回の教養分野の追加は「歴史、自然、戦争と平和」の3つのサブジャンルに限定したもので、教養分野の中でも別の番組について番組関連情報の提供を行う際には、改めて業務規程を変更する手続きをとる。
- 教養分野については、教育分野や医療・健康分野と同様の考え方で、放送番組では毎回異なる内容を放送し、ある程度長期間の編成の中で体系的・網羅的な情報提供を行っている。これをネット上では一人一人の事情や必要性、関心に応じて提示できるようにするため、それぞれの番組の関連情報は、長期間配信することをサービス上想定している。ただし、歴史、自然、戦争と平和に関する番組に限定しており、例えば知見が古くなった歴史番組の動画などは随時配信を終了していく。

◆ NHKの評価

委員の意見を踏まえ、上記のNHKの考え方にそって実施することで、放送との同一性を確保できるのではないか

- 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りすぐ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。



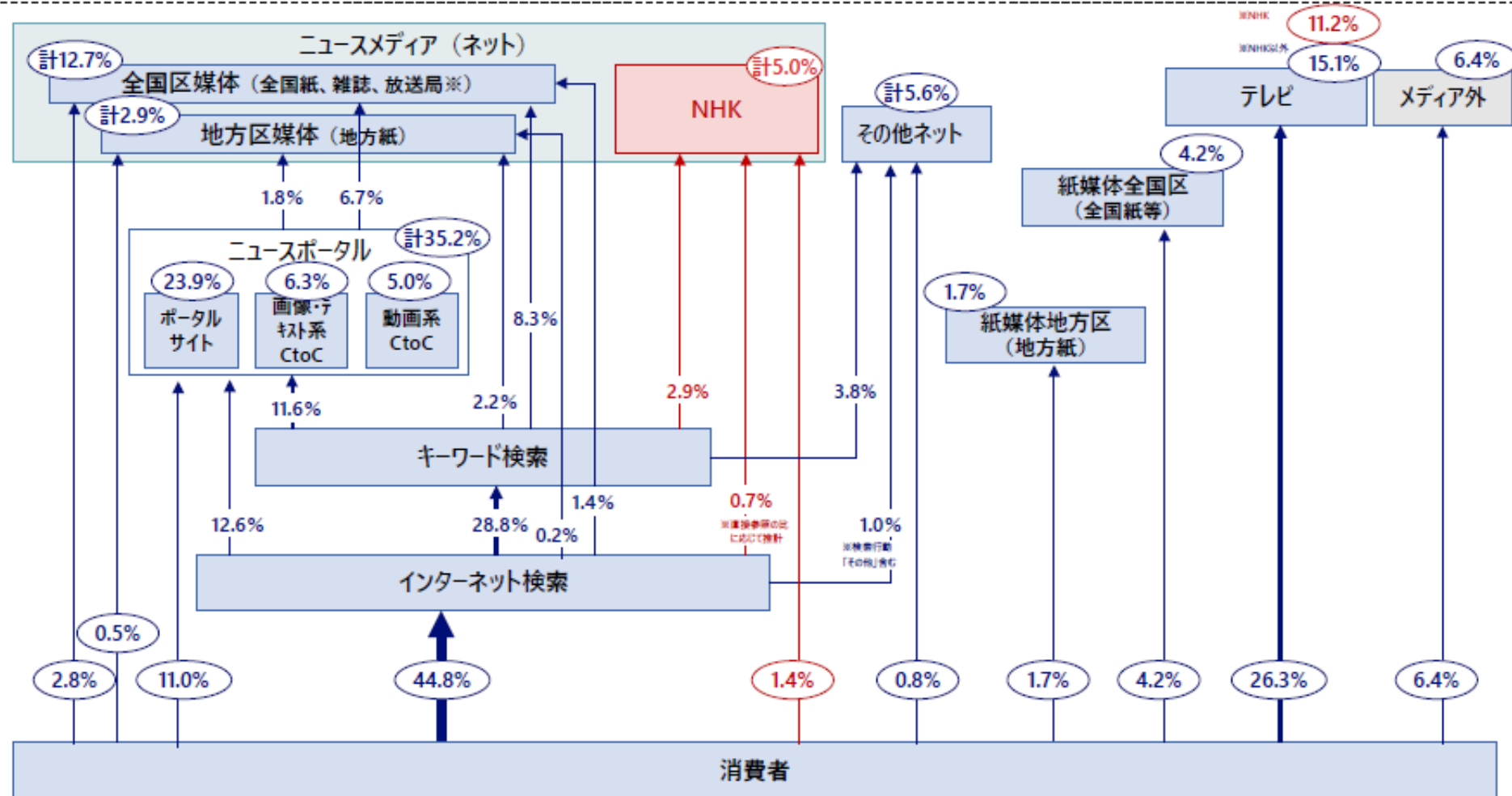
注)数値は、報道サイトにおける例。領域によって値は異なる
 注)既存利用かつ未契約者は、③未契約者に分類
 注)未契約者は、「受信料契約なし」または「わからない」と回答した人

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	・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	・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	・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	・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

② 独禁法的 市場評価

〔報道〕 ニュースの取得フロー(2025年7月調査)

■ インターネット検索→キーワード検索→ニュースポータルという経路での取得が最も大きい。NHKネットは全体の約5%。

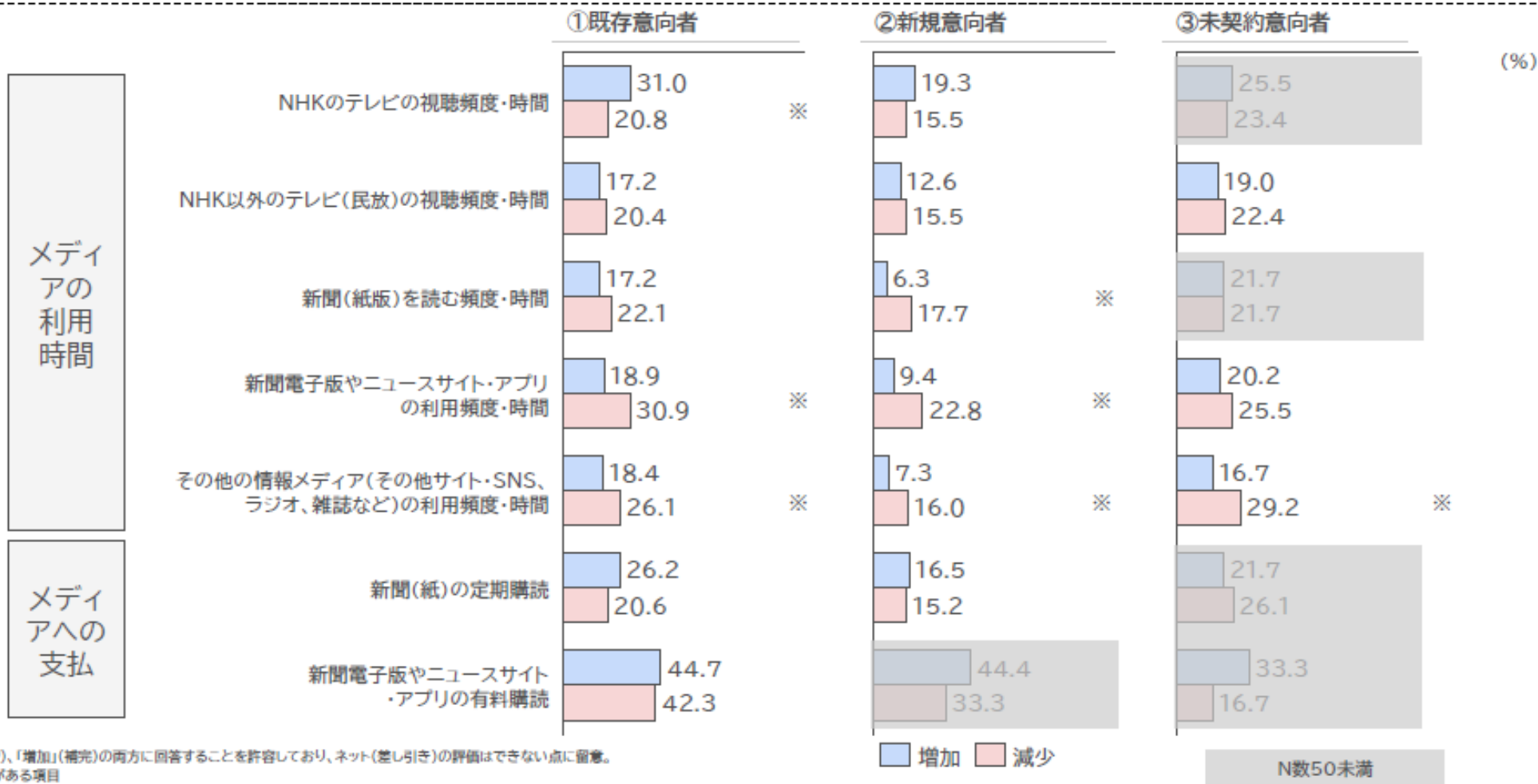


画像・テキスト系CtoC: SNS (X (旧: Twitter)、Instagram、Facebookなど)
動画系CtoC: 動画共有サービス (YouTube、TikTok、ニコニコ動画など)

※放送局は、ローカル局・キー局の区分をしていない点に留意

出所)公正取引委員会「ニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書」のフロー図を参考に、「2025年度競争評価調査」(2025年7月、インターネット調査、15-79歳男女3000名)を活用し推計

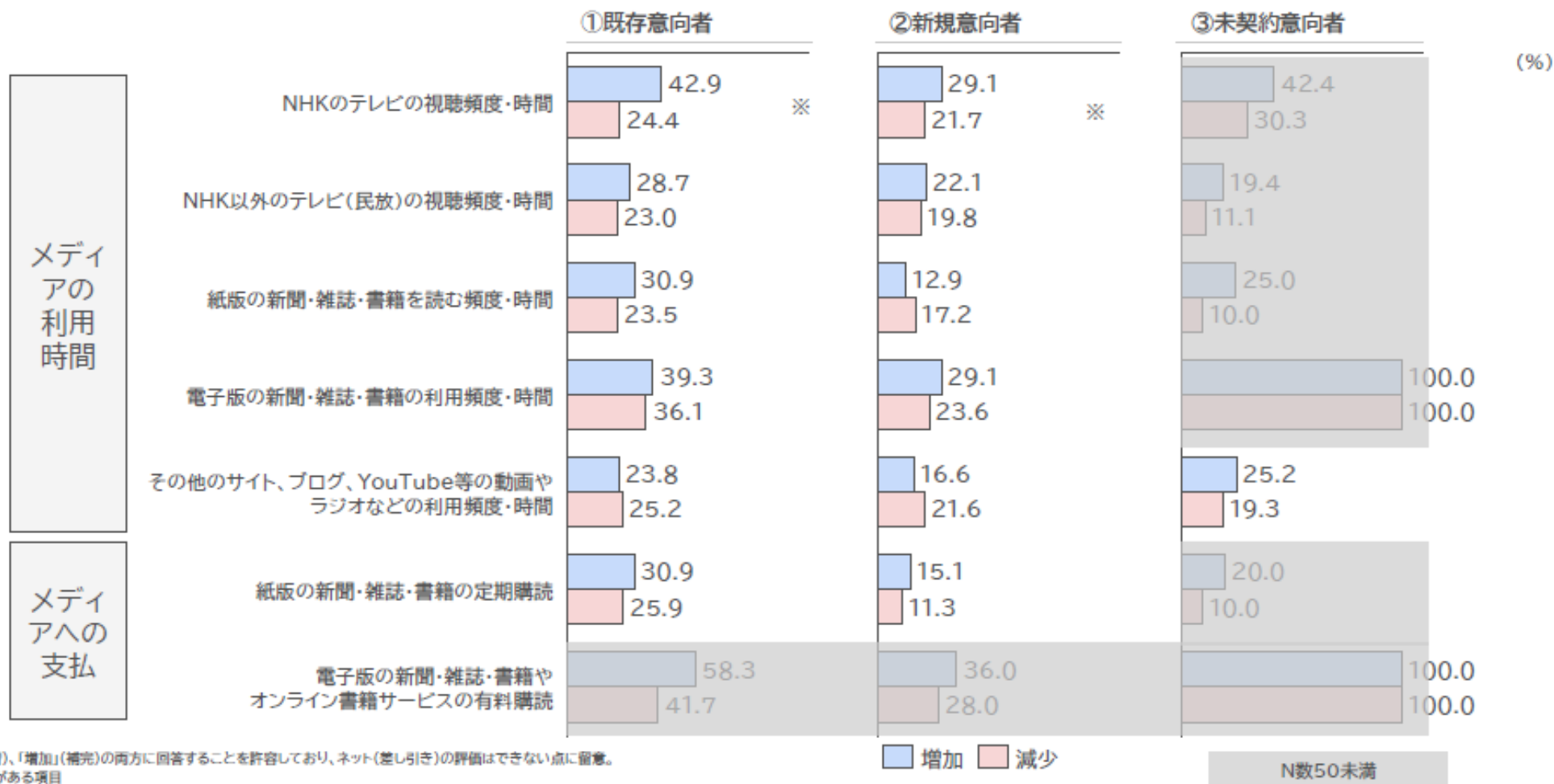
- ①②③のいずれも、支払が増加すると考える人と減少すると考える人が同程度か、有料利用者が少ない。
- 一方で、いくつかのメディアにおいて、利用が増加すると考える人は、利用が減少すると考える人を下回った。



- 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。
- ①②③のいずれにおいても、一部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下回っている。
- 支払については、①②③とも、新聞(紙)、および、新聞電子版を含むオンラインニュースメディアのいずれも増加すると考える人と減少すると考える人が同程度か、有料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	・ 6割強が、安心して情報取得できるようになる ・ 約3割は影響なし	・ NHKテレビについては増えるが、新聞電子版やニュースサイト・アプリ、その他の情報メディアは「減る」と答える人の方が「増える」と答える人よりも多い	・ 新聞(紙)の定期購読では、増加すると考える加入者と減少すると考える利用者はほぼ同程度 ・ 新聞電子版やニュースサイト・アプリ等サービスでは、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程度
②新規意向者	・ 約45%が、安心して情報取得できるようになる ・ 約半数は影響なし	・ 新聞(紙版)、新聞電子版やニュースサイト・アプリ、その他の情報メディアは「減る」と答える人の方が「増える」と答える人よりも多い	・ 新聞(紙)の定期購読では、増加すると考える加入者と減少すると考える利用者はほぼ同程度 ・ 新聞電子版やニュースサイト・アプリ等サービスの有料利用者が、このセグメントには殆どいない
③未契約意向者	・ 約45%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	・ その他の情報メディアは「減る」と答える人の方が「増える」と答える人よりも多い	・ 新聞(紙)、新聞電子版やニュースサイト・アプリ等サービスの有料利用者が、このセグメントには殆どいない

- ①②③のいずれも、多くのメディアにおいて、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と同程度か、やや多くなっている。
- 支払については、支払が増加すると考える人と減少すると考える人が同程度か、有料利用者が少ない。



- 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考える人が一定存在。特に①では7割近くと多い。
- メディアの利用時間では、①②で利用時間が増加すると考える人と減少すると考える人が同程度、③は利用者自体が少ない。
- 支払については、支払が増加すると考える人と減少すると考える人が同程度か、有料利用者が少ない。

	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	・ 約7割が、安心して情報取得できるようになる ・ 約2割は影響なし	・ 利用が増加すると考える人と減少すると考える人がほぼ同程度	・ 新聞(紙)・雑誌・書籍の購読では、増加すると考える加入者と減少すると考える利用者はほぼ同程度 ・ 電子版やオンラインサービスでは、有料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
②新規意向者	・ 約55%が、安心して情報取得できるようになる ・ 約35%は影響なし	・ 利用が増加すると考える人と減少すると考える人がほぼ同程度	・ 新聞(紙)・雑誌・書籍の購読では、増加すると考える加入者と減少すると考える利用者はほぼ同程度 ・ 電子版やオンラインサービスでは、有料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
③未契約意向者	・ 約4割が、安心して情報取得できるようになる ・ 約45%は影響なし	・ 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	・ 有料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

エグゼクティブサマリー (1/2)

目的

- ・ 第一回中間報告では、NHKのサービスについて比較対象となり得る競争事業者を、類似性スコアに基づいて選定。第二回中間報告では、比較対象として選定した事業者（以下「対象事業者」という。）とNHKとの競争環境を評価するためのKPI分析及びアンケート調査分析から得られる示唆と、今後に向けた課題について報告する。

KPI分析の概要

- ・ 報道: オンラインによる報道サービス市場全般に関するKPI分析に加えて、参議院選挙を対象として主に地方メディアへの影響を評価するイベント分析を実施した。「NHKニュース」は比較的良好なKPI指数を示すが、相対的に規模が小さく、いずれの分析においても「NHKニュース」が市場の競争環境に重大な影響を及ぼしているという関係性は認められなかった。
- ・ 教育: デジタル教材を用いて学校教育用に提供される場合（パターン1）と、学習者及びその保護者の意思に基づいて個人学習用に利用される場合（パターン2）のそれぞれについてKPI分析をそれぞれ実施した。いずれの市場についても、NHKが競争関係に影響を及ぼしている事実は認められなかった。ただし、どちらについても、KPIデータの入手が困難な競争事業者が複数存在すること、NHKのデータについても、市場別に明確に切り分けることができなかったことから、現状では信頼性の高い分析結果が得られたとはいえない。
- ・ 医療・健康: 市場全体に関するKPI分析に加えて、「NHK健康」のサイト終了に焦点を当てたイベント分析を実施した。市場全体についてみると、足下のNHKのプレゼンスは限定的であり、競争への影響力は低いという示唆が得られた。「NHK健康」サイト終了のタイミングで、各社のユーザー数及びセッション数に変動が見られたが、それと「NHK健康」のサイト終了との関係性は認められなかった。
- ・ 福祉: 「NHKハートネット」の提供する情報が広範にわたるため、福祉全般に関する分析と、介護分野に限定した分析の2つのKPI分析を実施した。いずれの市場においても、「NHKハートネット」が市場の競争環境に重大な影響を及ぼしているというような関係性は認められなかった。

エグゼクティブサマリー (2/2)

アンケート調査分析の概要

- NHKが実施したアンケート調査の結果に基づいた回帰分析により、(1)NHKの新サービスが情報取得の総時間に及ぼす影響の測定、及び(2)NHKの新サービスが他のメディア事業者の行うサービスに及ぼすプラスの影響とマイナスの影響の比較を行った。分析の結果、(1)どの対象分野についても、NHKの新サービスの利用が情報取得の総時間の増加に繋がる傾向が確認でき、また、(2)NHKの新サービスの利用に伴う他メディアの利用の減少が増加を上回るという傾向は確認できなかった。加えて、分野によっては、NHKの新サービスの導入によって、他メディアの利用が増加する傾向が確認された。したがって、本分析結果に基づけば、NHKの新サービスの導入による競争上の懸念は大きくない。

構成員限り

構成員限り

KPI分析の分析手法

4サービスに関する対象事業者のウェブトラフィックデータを可視化し、市場シェア、競争力、サービス利用者の併用状況の3つの視点から分析

目的	「報道」「教育」「医療・健康」「福祉」の4サービスを例にとり、NHKのサービスとの競争の状況や、サイトのリニューアルが、NHKのサービスと類似のサービスを提供する対象事業者及び当該市場に与えた影響について調査
アプローチ	 a. 類似サービスの特定 b. 市場の画定 c. データの収集 d. データの可視化 e. 分析 a. 類似サービスの特定: 当該サービスに固有の特徴を、対象事業者のサービスの比較要素として抽出し、明確化 b. 市場の画定: 対象事業者が開設・運営しているウェブサイト特定することにより、これらのサービスについて市場を画定 c. データの収集: 対象事業者のウェブサイトに関するKPIデータを公開情報及び独自のソース(Dockpit)から収集 d. データの可視化: Tableauを利用してKPIデータを可視化 e. 分析: 市場シェア、競争力、併用状況の3つの視点から競争環境への影響を考察
データ	「Dockpit」は250万人のWeb行動ログデータをもとに作成されたデータ分析プラットフォーム ¹ 。Dockpitが提供する指標のうち、ウェブサイトのパフォーマンスに直接関係する「ユーザー数」「セッション数」「ページビュー数」「直帰率」「平均滞在時間」の5指標について、24カ月間分(2023年7月～2025年6月)のデータを抽出(なお、サイトへのアクセスとしては、PC又はスマートフォン上のインターネットブラウザを経由するものと、スマートフォン上のアプリ内ブラウザを経由するものがあるが、アプリ内ブラウザを経由するものの中には、技術的理由によりDockpitからKPIデータを取得できないものがある。)
制限・前提条件	対象事業者のウェブサイトの中には、上記の理由によりKPIデータを取得できないものや、ビジネスモデルが異なるために直接的な比較ができないもの(例: 動画配信サービス、専用タブレット端末を通じたサービス)も存在。代替的なデータ(例: 売上高、会員数等)が特定できる場合は、当該代替的なデータにより間接的な影響を評価を行い、代替的なデータがない場合は比較分析の対象外とした

¹ <https://www.valuescoo.com/dockpit/>。Dockpitのデータベースについての詳細は附録資料1を参照

NRIのアンケート調査の結果に基づく回帰分析

NRIが実施したアンケート調査によって得られたデータを基に、各分野において、NHKの新サービスの利用意向による他のメディアの利用傾向の分析を試行

目的	- 今回の競争評価の一環として、NHKの新サービスを取り上げ、対象となる5分野(4サービス+教養)において、新サービスの導入による他のサービス提供者に対する消費動向の及ぼす影響について分析 - 分析①総時間の分析:新サービスの利用意向の高まりによる、情報取得の総時間への影響の測定 - 分析②メディア利用意向の分析:アンケート調査の集計だけでは推定できない、新サービスの導入による正の効果と負の効果を比較
アプローチ	- フェーズ2で用いたものと同様の分析手法を使用し、NHKの新サービスの利用意向による他のメディアの消費の増減傾向に及ぼす影響について、統計的手法により分析: - 分析①総時間の分析:NHKの新サービスへの利用意向の程度によるコンテンツ取得の総時間への影響を測定 - メディア利用の全体的な増減を明らかにするもので、テレビ・新聞・雑誌というメディアタイプ別の増減を示すものではない - 分析②メディア利用意向の分析:NHKの新サービスへの利用意向の程度によるメディアタイプ別の利用の増減への影響を比較 - アンケート調査では、同一の回答者に対しネガティブな要素とポジティブな要素を示した上で利用意向を質問しているため、同一回答者が相反する利用意向を示す場合があった。したがって、アンケート調査の回答数の単純な集計ではメディア利用意向への影響を正確に測ることができない - Seemingly Unrelated Regression(SUR)法を用いることにより、各回答の相関関係を考慮した上で、NHKの新サービスの導入がメディアタイプ別の利用に与える正負の影響を評価することとした - ユーザーの特徴(性別、年齢、学歴、所得水準、婚姻状況等)については、これらを変数として回帰式に組み入れることによって、これらの影響を排除することとした
データ	- NHK「競争評価調査」(2025年7月、インターネット調査、国内に居住する15-79歳男女3000名) - 回帰分析に用いたデータの観測数:130名~762名(分野によって異なる)
制約	分野によっては、グループ内における観測数が少ないものがあり、そうしたものについては分析結果の信憑性に影響が生じていたおそれがある。また、観測数の限界により、今後行う見込みの追加分析にも限界が生じる

概要

NHKのサービス

サービス名	対象URL・アプリ・SNS			サービス内容
「NHKニュース」	https://www3.nhk.or.jp/news/ https://www3.nhk.or.jp/lnews/ https://www3.nhk.or.jp/shutoken-news/ https://www3.nhk.or.jp/shutoken/ https://www3.nhk.or.jp/sapporo-news/ https://www3.nhk.or.jp/tohoku-news/ https://www3.nhk.or.jp/tokai-news/ https://www3.nhk.or.jp/kansai-news/	https://www3.nhk.or.jp/hiroshima-news/ https://www3.nhk.or.jp/fukuoka-news/ https://www3.nhk.or.jp/matsuyama-news/ https://www.nhk.or.jp/kishou-saigai/ https://www.nhk.or.jp/senkyo/ https://www.nhk.or.jp/senkyo2/ https://www.nhk.or.jp/bousai/	https://www.nhk.or.jp/shuwa/ https://www.nhk.or.jp/saigai-map/ https://www.nhk.or.jp/campaign/w-hazardmap/ NHKプラス(アプリ) NHKニュース・防災(アプリ) @NHK(YouTube等) ^(注)	「NHKニュース」は、NHKがオンラインで提供している報道サービスであり、速報・国内・国際・天気・スポーツなどの報道コンテンツを提供するサービス

注: NHKプラス(アプリ)、NHKニュース・防災(アプリ)、@NHK(YouTube等)はDockpitからデータを取得できないため、今回の分析の対象外。

分析内容

トピック1: 主要メディア事業者との競争関係

インターネット上でニュースコンテンツを提供するサービス(以下「報道サービス」という。)を行っている主要メディア事業者と「NHKニュース」の競争関係について検証

主要メディア事業者については、以下の定義による。

(なお、ラジオ専門局及び専ら新聞以外の紙媒体を用いてニュースを提供する事業者(雑誌社等)は検討の対象外)

- ① 報道サービスを行っている全国及び地方のテレビ局及び新聞社
- ② 上記テレビ局及び新聞社のコンテンツを、自社独自のプラットフォーム上で消費者に提供するアグリゲーター及びキュレーションアプリ事業者(例:「Yahoo! ニュース」や「SmartNews」など)

トピック2: 地方メディアとの競争関係

「NHKニュース」は、全国ニュースのほか地域ニュースも提供しているため、地方メディアの提供するニュースコンテンツと内容が重複する可能性がある

トピック2では、令和7年に実施された参議院議員選挙の地方選挙区(福井県及び岐阜県)に関して、NHK及び地方メディア事業者間の競争関係及び代替関係について検証

構成員限り

構成員限り

構成員限り

構成員限り

構成員限り

構成員限り

構成員限り

構成員限り

構成員限り

NRIのアンケート調査の結果に基づく回帰分析

NRIが実施したアンケート調査によって得られたデータを基に、各分野において、NHKの新サービスの利用意向による他のメディアの利用傾向の分析を試行

目的	- 今回の競争評価の一環として、NHKが新しく提供するオンラインサービスを取り上げ、対象となる5分野において、新サービスの導入による他のサービス提供者に対する消費動向の及ぼす影響について分析 - 分析①総時間の分析：新サービスの利用意向の高まりによる、情報取得の総時間への影響の測定 - 分析②メディア利用意向の分析：アンケート調査の集計だけでは推定できない、新サービスの導入による正の効果と負の効果と比較
アプローチ	- フェーズ2で用いたものと同様の分析手法を使用し、NHKの新サービスの利用意向による他のメディアの消費の増減傾向に及ぼす影響について、統計的手法により分析： - 分析①総時間の分析：NHKの新サービスへの利用意向の程度によるコンテンツ取得の総時間への影響を測定 - メディア利用の全体的な増減を明らかにするもので、テレビ・新聞・雑誌というメディアタイプ別の増減を示すものではない - 分析②メディア利用意向の分析：NHKの新サービスへの利用意向の程度によるメディアタイプ別の利用の増減への影響を比較 - アンケート調査では、同一の回答者に対してネガティブな要素とポジティブな要素を示したうえで、利用意向を質問しているので同一回答者が相反する利用意向を示す場合があった。したがって、アンケート調査の回答数の単純な集計ではメディア利用意向への影響を正確に測ることができない - Seemingly Unrelated Regression(SUR)法により、増加傾向との回答と減少傾向との回答との間に生じうる相関関係を考慮しながら、アンケート調査結果の単純集計では評価できない増加傾向と減少傾向の比較を行う（詳細についてはp.115を参照） - ユーザーの特徴（性別、年齢、学歴、所得水準、婚姻状況等）などを変数として回帰式に組み入れることによって、これらの影響を排除
データ	- NHK「競争評価調査」（2025年7月、インターネット調査、国内に居住する15-79歳男女3000名） - 回帰分析に用いたデータの観測数：130名～762名（各分野によって異なる）
制約	分野によっては、グループ内における観測数が少ないものがあり、そうしたものについては分析結果の信憑性に影響が生じていたおそれがある。また、観測数の限界により、今後行う見込みの追加分析にも限界が生じうる

分析②: NRIのアンケート調査の結果に基づく回帰分析

回帰分析の結果から得られる示唆(増減傾向)

分野	民放の増減への影響	新聞(紙)の増減への影響	新聞(電子版)の増減への影響
報道ニュース	増減の差異は統計的に有意でなく、いずれかの傾向が強いとは言えない	増減の差異は統計的に有意でなく、いずれかの傾向が強いとは言えない	増減の差異は統計的に有意でなく、いずれかの傾向が強いとは言えない
教養	増減の差異は統計的に有意でなく、いずれかの傾向が強いとは言えない	増加効果が減少効果より有意に大きく、NHKの新サービスにより、外部(書籍など)の需要が高まることを示唆	増減の差異は統計的に有意でなく、いずれかの傾向が強いとは言えない
医療・健康	増減の差異は統計的に有意でなく、いずれかの傾向が強いとは言えない	増減の差異は統計的に有意でなく、いずれかの傾向が強いとは言えない	増加効果が減少効果より有意に大きく、NHKの新サービスにより、外部(アプリ・ウェブなど)の需要が高まることを示唆
福祉	増減の差異は統計的に有意でなく、いずれかの傾向が強いとは言えない	増加効果が減少効果より有意に大きく、NHKの新サービスにより、外部(新聞(紙)など)の需要が高まることを示唆	増加効果が減少効果より有意に大きく、NHKの新サービスにより、外部(新聞(紙)など)の需要が高まることを示唆
教育 ⁽¹⁾	増減の差異は統計的に有意でなく、いずれかの傾向が強いとは言えない	増減の差異は統計的に有意でなく、いずれかの傾向が強いとは言えない	増加効果が減少効果より有意に大きく、NHKの新サービスにより、外部(教育アプリ)の需要が高まることを示唆

(1) : 教育については、「新聞(紙)」は「学習動画」、「新聞(電子版)」は「教育アプリ」と読み替える。

◆ アンケー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。

- ニュース取得の経路は、インターネット検索→キーワード検索→ニュースポータルという経路での取得が最も大きい。NHKネットは全体の約5%。
- 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74.5%、情報を取得する際の気持ちは信頼が増すと思う人が55.6%。
- 報道：一部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下回っている。支払いについては増加すると考える人と減少すると考える人が同程度。
- 医療・健康：ほとんどのメディアで利用が増加すると考える人と減少すると考える人は同程度だが、一部減少すると考える人が増加すると考える人を上回るメディアもある。支払いについては増加すると考える人が減少すると考える人を上回るか、同程度。
- 教育および福祉分野：全てのメディアで利用が増加すると考える人と減少すると考える人は同程度。支払いについては影響を受ける可能性がある利用者自体が少ない。
- 教養：全てのメディアで利用が増加すると考える人と減少すると考える人は同程度。支払いについても増加すると考える人と減少すると考える人は同程度。

◆ 独禁法事案で活用される経済コンサルティング会社の“アンケート調査を基にした回帰分析”によって次のことがわかった。

- どの対象分野についても、NHKの新サービスの利用が情報取得の総時間の増加に繋がる傾向が確認できた
- また、NHKの新サービスの利用に伴う他メディアの利用の減少が増加を上回るという傾向は確認できなかった。加えて、分野によっては、NHKの新サービスの導入によって、他メディアの利用が増加する傾向が確認された。
- したがって、本分析結果に基づけば、NHKの新サービスの導入による競争上の懸念は大きくない。

◆ 独禁法事案で活用される経済コンサルティング会社の“各分野ごとに行ったKPI分析等”によって次のことがわかった。

- 報道：オンラインによる報道サービス市場全般に関するKPI分析に加えて、参議院選挙を対象として主に地方メディアへの影響を評価するイベント分析を実施した。「NHKニュース」は比較的良好なKPI指数を示すが、**プレゼンス**は相対的に小さく、いずれの分析においても「NHKニュース」が市場の競争環境に重大な影響を及ぼしているという関係性は認められなかった。
- 教育：市場を「学校教育用デジタル教材」と「個人学習用デジタル教材」の2つに分けてKPI分析をそれぞれ実施した。いずれの市場についても、NHKが競争関係に影響を及ぼしているとする関係性は認められなかった。
- 医療・健康：市場全体に関するKPI分析に加えて、「NHK健康」のサイト終了に焦点を当てたイベント分析を実施した。市場全体についてみると、足下のNHKのプレゼンスは限定的であり、また、競合するサイトとはユーザー層が異なることから、競争への影響力は低いという示唆が得られた。
- 福祉：「NHKハートネット」の提供する情報が広範にわたるため、福祉全般に関する分析と、介護分野に限定した分析の2つのKPI分析を実施した。いずれの市場においても、「NHKハートネット」が市場の競争環境に重大な影響を及ぼしているとする関係性は認められなかった。



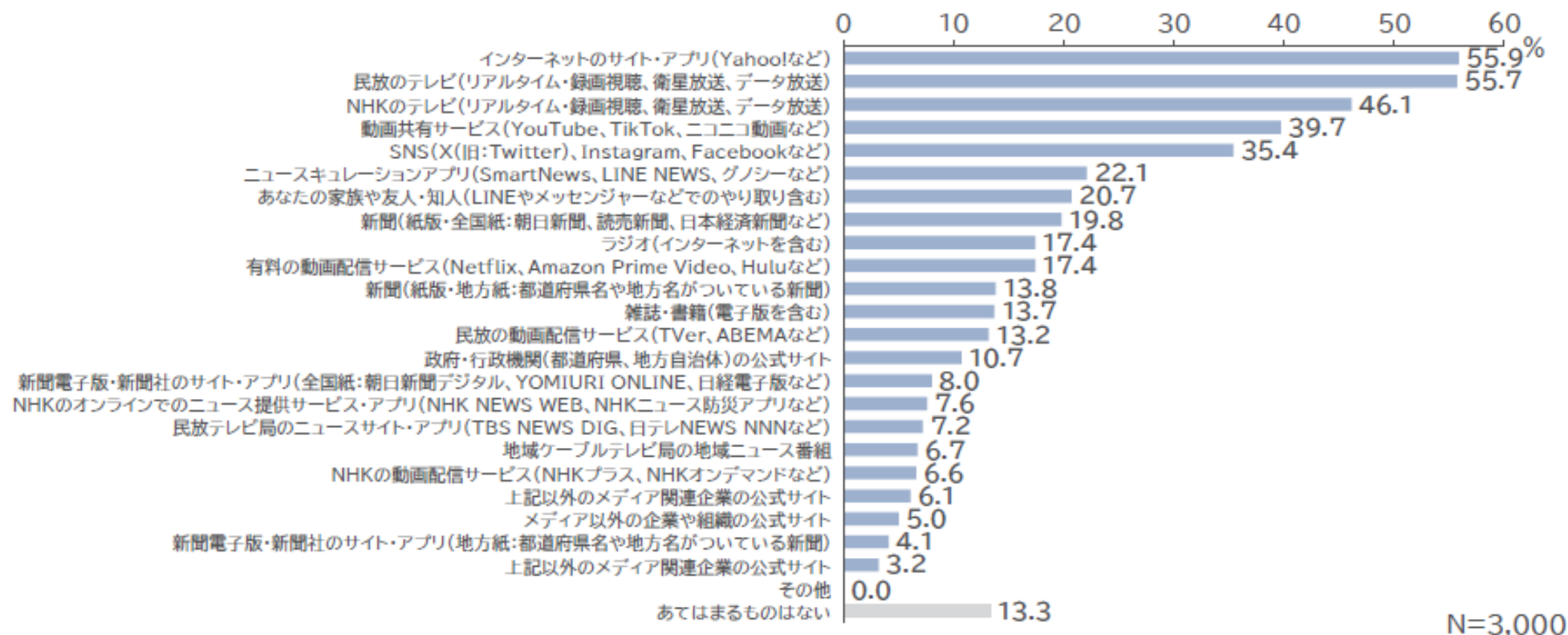
教養分野を含めて、現時点の想定サービスでは、独禁法的評価においては、
問題があるとは言えないのではないか

※ただし、サービス開始前の調査であること、分野によってはデータの入手に制約があったことに留意し、サービス開始後も市場の状況を継続的に確認していくとともに、データの取得や分析の方法についても検討を重ねていく

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)

- ニュース取得において1ヶ月以内に利用したもののトップは「インターネットのサイト・アプリ」「民放のテレビ」「NHKのテレビ」「動画共有サービス」が続く。
- 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。

Q7.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サービスを、以下の4つの段階ごとにお知らせください。(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この1ヶ月以内に利用した情報源【MA】



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。

Q7.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サービスを、以下の4つの段階ごとにお知らせください。

(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この1ヶ月以内に利用した情報源【MA】

	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	137	32	21	60	22	27	38	64	19	33	191	162	380	249	32	21
NHKのテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	46.1	35.8	50.0	57.1	50.0	40.9	48.1	47.4	40.6	42.1	51.5	39.8	50.0	52.6	47.4	53.1	52.4
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)	55.7	46.7	62.5	42.9	58.3	40.9	70.4	57.9	59.4	57.9	63.6	48.7	61.1	61.3	56.6	62.5	66.7
地域ケーブルテレビ局の地域ニュース番組	6.7	3.6	9.4	4.8	6.7	9.1	3.7	0.0	3.1	5.3	9.1	3.1	4.9	5.3	5.6	9.4	14.3
NHKのオンラインでのニュース提供サービス・アプリ	7.6	3.6	9.4	4.8	6.7	13.6	7.4	10.5	9.4	0.0	3.0	7.9	8.0	7.9	8.0	9.4	4.8
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)	7.2	4.4	3.1	4.8	6.7	4.5	3.7	7.9	6.3	0.0	3.0	6.8	5.6	10.0	5.6	3.1	4.8
NHKの動画配信サービス(NHKプラス、NHKオンデマンドなど)	6.6	4.4	3.1	9.5	5.0	9.1	3.7	10.5	4.7	5.3	3.0	6.3	9.3	8.7	6.8	6.3	4.8
民放の動画配信サービス(TVer、ABEMAなど)	13.2	11.7	6.3	14.3	13.3	27.3	14.8	15.8	10.9	10.5	15.2	13.6	11.7	13.9	11.2	12.5	19.0
新聞(紙版・全国紙:朝日新聞、読売新聞、日本経済新聞など)	19.8	16.1	9.4	9.5	13.3	18.2	14.8	15.8	18.8	10.5	15.2	20.4	24.7	25.0	26.1	31.3	19.0
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	24.8	31.3	28.6	30.0	27.3	25.9	23.7	6.3	26.3	6.1	2.1	4.9	5.5	3.6	21.9	33.3
新聞電子版・新聞社のサイト・アプリ(全国紙)	8.0	5.1	9.4	9.5	8.3	9.1	7.4	7.9	12.5	0.0	6.1	5.8	9.9	13.4	8.0	9.4	0.0
新聞電子版・新聞社のサイト・アプリ(地方紙)	4.1	8.0	6.3	19.0	1.7	9.1	11.1	2.6	4.7	0.0	3.0	2.6	4.3	3.9	2.4	3.1	0.0
雑誌・書籍(電子版を含む)	13.7	12.4	12.5	14.3	13.3	13.6	14.8	10.5	15.6	10.5	9.1	9.9	16.7	17.6	14.5	15.6	19.0
ラジオ(インターネットを含む)	17.4	16.1	15.6	28.6	18.3	13.6	29.6	13.2	21.9	15.8	15.2	14.7	20.4	17.9	16.5	12.5	23.8
インターネットのサイト・アプリ(Yahoo!など)	55.9	48.2	53.1	42.9	58.3	50.0	55.6	44.7	43.8	63.2	39.4	57.1	63.0	57.9	54.6	65.6	52.4
ニュースキュレーションアプリ(SmartNews、LINE NEWS、グノシーなど)	22.1	22.6	18.8	9.5	21.7	18.2	22.2	15.8	17.2	15.8	27.3	24.1	29.0	23.2	22.9	25.0	19.0
SNS(X(旧:Twitter)、Instagram、Facebookなど)	35.4	36.5	43.8	23.8	43.3	13.6	33.3	26.3	21.9	52.6	39.4	35.6	34.6	40.3	35.3	31.3	42.9
動画共有サービス(YouTube、TikTok、ニコニコ動画など)	39.7	40.1	46.9	38.1	35.0	31.8	37.0	26.3	26.6	52.6	42.4	37.7	38.9	42.1	37.8	34.4	38.1
有料の動画配信サービス(Netflix、Amazon Prime Video、Huluなど)	17.4	16.1	12.5	19.0	18.3	4.5	18.5	13.2	14.1	15.8	9.1	18.3	22.8	19.2	16.5	18.8	14.3
上記以外のメディア関連企業の公式サイト	3.2	0.7	3.1	0.0	5.0	0.0	3.7	5.3	1.6	5.3	0.0	2.6	1.9	4.7	3.2	6.3	0.0
メディア以外の企業や組織の公式サイト	5.0	3.6	3.1	4.8	8.3	4.5	7.4	5.3	3.1	5.3	0.0	4.2	6.2	7.4	4.4	6.3	0.0
政府・行政機関(都道府県、地方自治体)の公式サイト	10.7	6.6	3.1	19.0	15.0	13.6	11.1	7.9	17.2	10.5	3.0	9.4	13.6	11.6	9.6	12.5	9.5
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)	20.7	20.4	6.3	19.0	18.3	18.2	22.2	7.9	20.3	15.8	21.2	18.3	19.8	23.9	18.9	28.1	23.8

- 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。

Q7.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サービスを、以下の4つの段階ごとにお知らせください。

(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この1ヶ月以内に利用した情報源【MA】

	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	13	15	22	38	75	204	43	22	70	239	115	27	13	18	5
NHKのテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	46.1	53.8	46.2	53.3	36.4	57.9	37.3	46.1	32.6	45.5	40.0	41.4	51.3	37.0	38.5	61.1	80.0
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)	55.7	57.7	69.2	53.3	50.0	55.3	49.3	53.9	48.8	50.0	58.6	54.8	58.3	59.3	46.2	66.7	60.0
地域ケーブルテレビ局の地域ニュース番組	6.7	15.4	15.4	20.0	9.1	2.6	5.3	5.4	4.7	9.1	12.9	5.0	10.4	3.7	15.4	16.7	40.0
NHKのオンラインでのニュース提供サービス・アプリ	7.6	7.7	15.4	26.7	4.5	2.6	5.3	6.4	7.0	4.5	8.6	5.4	13.0	3.7	0.0	5.6	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)	7.2	11.5	0.0	20.0	9.1	5.3	5.3	8.3	2.3	9.1	8.6	8.8	9.6	3.7	0.0	5.6	20.0
NHKの動画配信サービス(NHKプラス、NHKオンデマンドなど)	6.6	3.8	0.0	13.3	13.6	2.6	5.3	4.9	2.3	0.0	7.1	7.5	8.7	3.7	0.0	0.0	20.0
民放の動画配信サービス(TVer、ABEMAなど)	13.2	15.4	7.7	6.7	13.6	2.6	9.3	13.7	7.0	4.5	15.7	13.0	16.5	11.1	7.7	5.6	40.0
新聞(紙版・全国紙:朝日新聞、読売新聞、日本経済新聞など)	19.8	3.8	15.4	33.3	13.6	13.2	9.3	14.2	14.0	40.9	25.7	25.9	19.1	22.2	23.1	22.2	40.0
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	69.2	33.3	22.7	23.7	25.3	21.6	20.9	0.0	25.7	6.3	8.7	3.7	15.4	22.2	60.0
新聞電子版・新聞社のサイト・アプリ(全国紙)	8.0	3.8	0.0	13.3	0.0	2.6	5.3	4.9	4.7	4.5	15.7	4.6	11.3	11.1	15.4	5.6	20.0
新聞電子版・新聞社のサイト・アプリ(地方紙)	4.1	3.8	0.0	6.7	0.0	2.6	2.7	3.4	4.7	0.0	12.9	2.5	6.1	0.0	0.0	0.0	20.0
雑誌・書籍(電子版を含む)	13.7	11.5	7.7	20.0	4.5	5.3	9.3	11.8	9.3	9.1	20.0	15.5	14.8	7.4	0.0	0.0	0.0
ラジオ(インターネットを含む)	17.4	11.5	30.8	26.7	4.5	18.4	14.7	19.6	20.9	18.2	22.9	17.2	17.4	11.1	0.0	0.0	60.0
インターネットのサイト・アプリ(Yahoo!など)	55.9	61.5	53.8	60.0	54.5	68.4	45.3	57.8	53.5	68.2	61.4	53.1	63.5	59.3	69.2	44.4	60.0
ニュースキュレーションアプリ(SmartNews、LINE NEWS、グノシーなど)	22.1	19.2	15.4	20.0	18.2	23.7	6.7	14.7	18.6	45.5	27.1	20.5	27.0	18.5	23.1	27.8	40.0
SNS(X(旧:Twitter)、Instagram、Facebookなど)	35.4	34.6	38.5	33.3	27.3	34.2	40.0	32.4	27.9	54.5	42.9	34.7	35.7	44.4	61.5	33.3	20.0
動画共有サービス(YouTube、TikTok、ニコニコ動画など)	39.7	42.3	61.5	40.0	40.9	55.3	36.0	32.4	37.2	59.1	41.4	37.7	47.8	44.4	69.2	27.8	40.0
有料の動画配信サービス(Netflix、Amazon Prime Video、Huluなど)	17.4	11.5	30.8	20.0	13.6	13.2	16.0	12.7	18.6	22.7	15.7	19.7	14.8	18.5	38.5	5.6	40.0
上記以外のメディア関連企業の公式サイト	3.2	0.0	0.0	6.7	0.0	5.3	2.7	2.5	2.3	0.0	7.1	2.5	4.3	0.0	0.0	0.0	20.0
メディア以外の企業や組織の公式サイト	5.0	0.0	0.0	6.7	0.0	5.3	6.7	2.9	2.3	4.5	10.0	3.8	6.1	7.4	7.7	0.0	20.0
政府・行政機関(都道府県、地方自治体)の公式サイト	10.7	7.7	7.7	20.0	4.5	7.9	6.7	8.3	14.0	22.7	12.9	10.5	16.5	3.7	0.0	5.6	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)	20.7	30.8	15.4	20.0	13.6	21.1	16.0	18.1	14.0	13.6	30.0	22.2	24.3	33.3	46.2	16.7	20.0

- 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。

Q7.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サービスを、以下の4つの段階ごとにお知らせください。
(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この1ヶ月以内に利用した情報源【MA】

	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	53	69	28	12	24	34	14	158	19	38	30	24	15	33	16
NHKのテレビ(リアルタイム・録画視聴、衛星放送、データ放送)	46.1	43.4	47.8	50.0	66.7	58.3	58.8	57.1	36.1	42.1	55.3	53.3	41.7	60.0	45.5	31.3
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)	55.7	50.9	58.0	46.4	58.3	58.3	67.6	64.3	49.4	63.2	60.5	50.0	58.3	53.3	45.5	43.8
地域ケーブルテレビ局の地域ニュース番組	6.7	5.7	7.2	10.7	8.3	8.3	11.8	7.1	5.7	21.1	5.3	13.3	12.5	33.3	12.1	18.8
NHKのオンラインでのニュース提供サービス・アプリ	7.6	7.5	8.7	0.0	33.3	0.0	11.8	7.1	7.0	21.1	2.6	23.3	4.2	13.3	9.1	6.3
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)	7.2	1.9	10.1	7.1	0.0	0.0	5.9	14.3	8.2	5.3	2.6	10.0	12.5	20.0	9.1	6.3
NHKの動画配信サービス(NHKプラス、NHKオンデマンドなど)	6.6	1.9	5.8	7.1	16.7	4.2	5.9	7.1	7.6	5.3	2.6	16.7	8.3	6.7	6.1	6.3
民放の動画配信サービス(TVer、ABEMAなど)	13.2	9.4	7.2	17.9	25.0	29.2	20.6	21.4	17.1	5.3	18.4	16.7	20.8	6.7	12.1	6.3
新聞(紙版・全国紙:朝日新聞、読売新聞、日本経済新聞など)	19.8	18.9	13.0	25.0	25.0	8.3	26.5	28.6	13.9	5.3	13.2	13.3	16.7	13.3	15.2	6.3
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	22.6	18.8	21.4	25.0	20.8	17.6	50.0	8.9	5.3	13.2	26.7	20.8	13.3	15.2	25.0
新聞電子版・新聞社のサイト・アプリ(全国紙)	8.0	3.8	13.0	10.7	16.7	0.0	5.9	14.3	7.0	15.8	2.6	10.0	12.5	0.0	6.1	0.0
新聞電子版・新聞社のサイト・アプリ(地方紙)	4.1	1.9	10.1	3.6	0.0	0.0	0.0	7.1	3.8	10.5	2.6	6.7	4.2	0.0	3.0	0.0
雑誌・書籍(電子版を含む)	13.7	20.8	20.3	14.3	16.7	8.3	23.5	21.4	10.8	5.3	5.3	16.7	16.7	6.7	12.1	6.3
ラジオ(インターネットを含む)	17.4	15.1	15.9	25.0	16.7	8.3	20.6	28.6	13.3	15.8	15.8	16.7	25.0	20.0	24.2	18.8
インターネットのサイト・アプリ(Yahoo!など)	55.9	58.5	47.8	50.0	83.3	50.0	64.7	57.1	55.1	68.4	47.4	60.0	66.7	53.3	51.5	50.0
ニュースキュレーションアプリ(SmartNews、LINE NEWS、グノシーなど)	22.1	18.9	30.4	21.4	33.3	12.5	17.6	35.7	19.6	31.6	15.8	20.0	37.5	26.7	30.3	31.3
SNS(X(旧:Twitter)、Instagram、Facebookなど)	35.4	37.7	39.1	32.1	16.7	37.5	44.1	42.9	27.2	21.1	31.6	33.3	25.0	33.3	33.3	31.3
動画共有サービス(YouTube、TikTok、ニコニコ動画など)	39.7	37.7	40.6	42.9	50.0	45.8	55.9	57.1	36.1	42.1	34.2	46.7	41.7	46.7	45.5	50.0
有料の動画配信サービス(Netflix、Amazon Prime Video、Huluなど)	17.4	13.2	17.4	14.3	50.0	25.0	14.7	14.3	19.0	10.5	10.5	30.0	25.0	13.3	15.2	18.8
上記以外のメディア関連企業の公式サイト	3.2	1.9	4.3	0.0	8.3	4.2	5.9	14.3	4.4	5.3	0.0	3.3	8.3	0.0	3.0	0.0
メディア以外の企業や組織の公式サイト	5.0	1.9	7.2	3.6	0.0	8.3	0.0	14.3	4.4	10.5	2.6	10.0	4.2	6.7	3.0	0.0
政府・行政機関(都道府県、地方自治体)の公式サイト	10.7	9.4	7.2	10.7	16.7	12.5	11.8	35.7	7.6	21.1	13.2	16.7	12.5	13.3	12.1	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)	20.7	17.0	21.7	25.0	16.7	25.0	23.5	42.9	17.1	21.1	28.9	23.3	16.7	20.0	24.2	0.0

◆ 現在の状況について

- 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が確認できた。
- 今回の調査ではニュース取得のために、平均で、テレビは3.1チャンネル、新聞・ラジオは0.7紙、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都道府県在住者はNHKの新サービスの利用意向が小さい傾向にある。



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

※ただし、サービス開始前の調査であること留意し、サービス開始後も継続して確認していく

番組関連情報配信業務規程の変更については、前回経営委員会での審議を経て、本日、執行部から議決事項として提案がありました。

変更案では、番組関連情報の種類として「教養番組関連情報」を加え、その編集方針と内容・実施方法について記述しています。

この業務規程は、「公衆の要望の満足」、「生命や身体の安全確保」、「公正競争の確保」という3つの要件に適合する必要があります。

このうち、「公衆の要望の満足」と「生命や身体の安全確保」に関しては、教養番組関連情報を含む「編集方針(案)」を執行部が放送番組審議会に諮問し、これを可とする答申を得ました。

もう一つの「公正な競争の確保」に関しては、想定される今後のサービスについて、執行部で、アンケート調査による影響評価や独禁法事案での手法による専門調査を実施したうえで、番組関連情報競争評価分科会の意見を聴取しました。

執行部では、「放送との同一性」、「公正競争を阻害するおそれ」、「多元性の確保」の観点からの分科会の意見を踏まえ、放送との同一性を確保するための運用について考え方をまとめるなどしたうえで、現時点で想定されるサービスに問題があるとは言えず、「公正な競争の確保」の要件に適合していると判断しています。

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。

経営委員会は、以上の確認を経て今回の変更案を原案どおり議決しました。

経営委員会としては、今後、NHKがインターネット配信に求められる公正競争確保のあり方等についての検討をさらに深めつつ、サービス内容の充実に努め、視聴者・利用者の期待に応えていくよう要望します。

現在講じている誤受信防止措置の内容

誤受信防止措置の実際の画面

1枚目

2枚目

誤受信防止措置(「ご利用にあたって」)で求める操作

- ◆ 1枚目
 - 「上記の内容について確認しました」にチェック
 - 「次へ」をクリック⇒2枚目へ
- ◆ 2枚目
 - 「ご利用の用途」を選択
 - 「地域(放送局)の設定」を選択
 - 「サービスの利用を開始する」⇒サービスの利用を開始(契約締結義務も発生)

放送法(第20条の3第9項)

「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

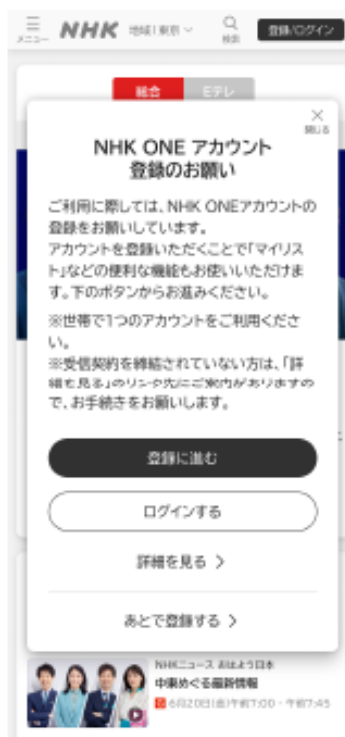
(特定必要的配信についての留意事項)

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。

① 同一性 判断

勧奨メッセージの当面の運用方針

- 10月のサービス開始時は、NHK ONEアカウントの登録勧奨メッセージは1日に1回の頻度で表出、契約情報の登録・連携勧奨は11月中旬までは7日間に1回の頻度で表出する。利用状況に応じて、頻度・強度を随時調整する。
- 当面上記の通りだが、NHK ONEアカウントの登録勧奨メッセージも必要に応じて、頻度・強度の見直しは行っていく想定。



NHK ONEアカウント登録勧奨

サービス開始時点では

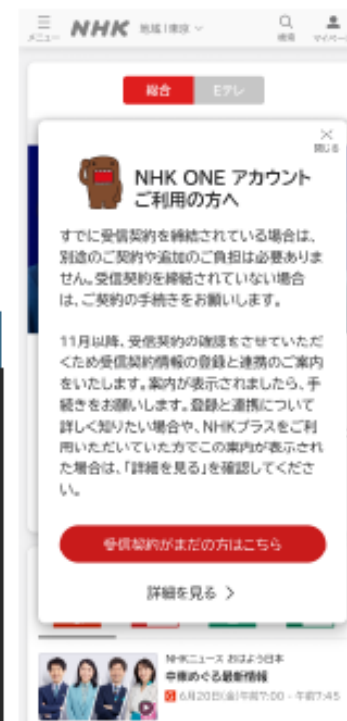
- NHKプラスからの移行ユーザーに速やかにNHK ONEアカウントを作成いただく
- ユーザーにアカウント作成の利便性(プロフィール・マイリスト機能・デバイス連携など)を体感していただく
- サービス開始時は、**1日に1回の頻度**でNHK ONEアカウントの登録勧奨を表出する
(「ご利用にあたって」を通過直後は、アクセス集中・コールセンター対応の集中を防ぐため7日後に初回の表出を行う想定)
- 勧奨の効果をユーザーデータを見ながら**頻度を随時調整**する。



契約情報の登録・連携勧奨(11月中旬までは予告)

10月～11月中旬までは受信料アカウントを作成できない

- 受信契約の連携有無によるメッセージの出し分けはできず、全ユーザーに一律表出(NHKプラスからの移行ユーザーのみ非表出)
- 全体の約8割の世帯がすでに受信契約を結んでいる
- 【10月～11月中旬】サービス開始時は、**7日に1回の頻度**で表出する想定、勧奨の効果をユーザーデータを見ながら**頻度を随時調整**する。
- 【11月中旬以降】勧奨の効果をユーザーデータをみながら**頻度・強度を随時調整**する



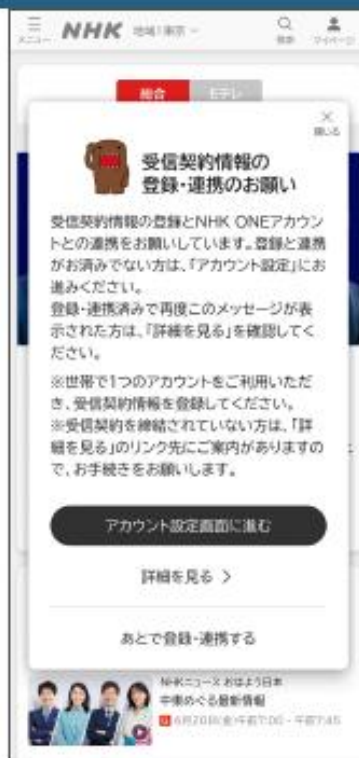
① 同一性判断

フリーライド抑止策のさらなる強化案について (勧奨メッセージを縮小し「×」ボタンを削除)

- 「ご利用にあたって」の確認後、受信契約の登録・連携を行っていない利用者に対して、NHK ONEアカウント登録の勧奨、受信契約情報の登録・連携勧奨のメッセージ表示を行う。
- さらなる強化案では、①利用開始の初期段階では大きな面積で勧奨メッセージを表示し、×ボタンも設置するが、②その後、NHK ONEアカウントの登録や受信契約情報の登録・連携がなければ、×ボタンをなくし、3分の1程度の面積でメッセージを表示することを可能にする改修を準備中。
- 改修は早ければWEBは年内、アプリは年度内を想定しており、必要に応じて実施していく。

<運用イメージ>

大きな面積・×ボタンあり



登録・連携
しないと
強い表現に

大きな面積・×ボタンあり メッセージ強



登録・連携
しないと
常時表示に

3分の1程度の面積 ×ボタンなし



※メッセージの場所・
大きさ等具体的な
実装方法は検討中

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、記載した業務を年度を通して実施した場合の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	業務を年度を通じて実施した場合の定常的な費用の規模
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

2025年10月14日

IV. 番組関連情報の予算について

サービス単位での予算計上の手順イメージ

- 競争評価で各種サービスのコスト・価値創出の評価をするため、合理的にコストを振り分ける。
- 予算全体の金額確定に先行するという限界があるので、直課コスト・配賦コストの二段階でサービス単位のコストを集計。

サービス単位の切り分け

競争評価実施の単位となるよう
サービス単位を選定

- ・ 競争評価の対象となる「番組関連情報」が対象
- ・ 現状の予算開示には存在しない新たな粒度を設定

報道
防災

教育

...

サービス独自の直課コスト

サービスの実施で生じる新たな費用は確実に当該サービスの費用

- ・ 基本的には管理会計の考え方
- ・ 把握・集計が難しい・客観情報活用が必要な場合などは税務手法（移転価格税制等）も参考

直課コスト

直課コスト

...

報道
防災

教育

...

放送等と共通の配賦コスト

他の番組関連情報サービスや放送等と共通で要する費用を配賦

- ・ 合理的かつ適切な按分ポリシーを定める必要

配賦コスト

配賦コスト

直課コスト

直課コスト

...

報道
防災

教育

...

構成員限り