

**デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会（第38回）
議事要旨**

1. 日時

令和7年11月6日（木）13時00分～14時48分

2. 場所

総務省内会議室及びWEB

3. 出席者

（1）構成員

三友座長、伊東座長代理、飯塚構成員、大谷構成員、奥構成員、落合構成員、曾我部構成員、瀧構成員、長田構成員、林構成員、山本（龍）構成員、山本（隆）構成員

（2）オブザーバ

日本放送協会、（一社）日本民間放送連盟、（一社）日本ケーブルテレビ連盟

（3）総務省

竹村総務審議官、山崎大臣官房長、大村大臣官房総括審議官、豊嶋情報流通行政局長、
近藤大臣官房審議官、井田同局総務課長、佐伯同局放送政策課長、根本同局放送技術課長、
坂入同局放送業務課長、吉田同局情報通信作品振興課長、増原同局放送政策課国際放送推進室長、
横澤田同局放送政策課外資規制審査官、佐々木同局放送技術課企画官、
本橋同局放送施設整備促進課企画官、佐々木同局放送業務課企画官

（4）ヒアリング

株式会社TVer 佐竹取締役

株式会社TVer 中島経営企画本部メディア戦略部長

株式会社radiko 池田代表取締役社長

株式会社radiko 中村取締役

株式会社radiko 掛原テクノロジー推進室長

4. 議事要旨

（1）前回会合における構成員コメントの関連データと分析

事務局より、資料38－1に基づき、説明が行われた。

（2）ヒアリング

株式会社TVerより、資料38－2に基づき、説明が行われた。

株式会社radikoより、資料38-3に基づき、説明が行われた。

(3) 意見交換

各構成員等から以下の通り発言があった。

【林構成員】

御説明ありがとうございました。まず、事務局説明について、経営基盤の確保と、それから地域情報の確保という観点からそれぞれ2つずつコメントないし要望があります。

経営基盤の確保という観点から、スライドの1ページから3ページ目辺りで示されていたように、放送事業者の経営が二極化してきているように感じます。ローカル事業者が経営基盤を確保するためには、できる限りの制度的対応をして経営の選択肢を持たせるのが良いと私はかねがね申し上げてきましたが、その観点から前回会合で申しましたように、マス排緩和が最後のラストピースとして考えられるというときに、そのニーズを把握するために、放送事業者からアンケートを取るなど、行政として踏み込んだ対応をしてもいいのではないかとということで申し上げましたが、前回の御回答で、民放連も独自のアンケート調査を実施しているということでありましたけれども、総務省は総務省として調査を行うこと自体は支障ないと思いますので、総務省においても御検討いただけないでしょうかというのが1点目です。

2点目は、ローカル放送事業者の経営状況について、もう少し深掘りしてもいいのではないかと思います。2ページ目から3ページにかけての図表、売上面でも純利益の面でも下方にダウンサイジングしているようですので、そういった傾向と、例えば人口であるとか経済規模、あるいは県ごとの視聴可能局数、これらと相関はないのかといったところも検証してはどうかと思います。

次に、地域情報の確保についてですが、4ページのスライドで示されているように、域内だけに向けた放送番組ではどうしても広告費用は頭打ちにあるようですので、現時点ではまだ自社番組の制作比率には大きな影響はしてないようですが、先ほどの質問に関係して、今後経営が悪化すれば、地域免許を与えられた事業者としても悪影響が出てくるおそれがあるように思いますので、放送外収入、特にネット配信のような地域コンテンツで稼げるような域外に向けたコンテンツづくり、前回会合で私から祭りや花火の例を挙げましたが、そういうのが重要ではないかと思っていますので、地域情報を整理するような形で、事務局で何か御検討いただきたいなと思います。

それから、もう一つ最後ですが、地域情報について自社制作比率だけで判断するのは難しいと思いますが、ただ、地域番組の内実について、これは瀧構成員をはじめとして色々な構成員の方々から、もう少し可視化する必要があるのではないかと御指摘があったかと思っています。もちろん議論が番組の内容に過度に関わるようなことは避けなければいけないと思いますが、例えば、地域番組の制作コストだ

とか、地域番組に紐づいた広告収入の内訳とか比率とか、そういったものは継続的、あるいは統計的に可視化するためのデータとして何か取れないのかなと思います。

最後TVerへ1つ質問ですが、スライドの9ページでミラノ・コルティナオリンピックについて、TVer上でほぼ全競技のライブ配信が実施されて、ライブを含めて全コンテンツをコネクテッドTVでも展開されるということですが、それは確かに視聴者のには大変ウェルカムな取組だと思われる一方で、地上波は特にローカル局と競合する恐れはないのかということがちょっと心配であります。オリンピックは時期も限られていますが、例えばゴールデンとかプライムのキー局番組の同時刻同内容がTVerのリアルタイム配信で、スマホとかPCで視聴できるとなると、確実に視聴者の一部が地上波から移動するように思いまして、さすがにTVerのリアルタイム配信はコネクテッドTVでは非対応だと思いますが、現状そういった競合の懸念のようなものはローカル局から上がっていないのでしょうか。あるいは、それに対する歯止めのようなものはどのように考えておられるのかというのを、御参考までに御教示いただければと思います。

【伊東座長代理】

TVerサービスについて伺いたいしたいと存じます。

先月開催されました衛星放送ワーキングのヒアリングの際に伺ったお話ですが、コンテンツの尺が長ければ長いほど大きな受像機で見るという傾向が強く、スマホで2時間の映画を見るのはなかなか辛いので、少なくともタブレットぐらいの大きさは欲しいといった趣旨のお話でした。これは動画配信にも精通された方の御意見であったのですが、私自身もスマホで見る動画はニュースの映像などが中心で、10分以上の動画を視聴することはまずないなど。年齢のせいもあるのだと思いますが、長時間のスマホでの視聴は疲れてしまってなかなか難しいというのが実情であります。

本日の資料の7ページには、TVerのサービスについても、テレビ端末、コネクテッドTVでの再生が年々増加しているという様子が記載されており、さもありなんと思いました。その一方で、スマホやタブレットでの再生がいまだに50%を超えているとのことで、これがどういう形態あるいは状況で視聴されているのかなかなかうまく理解することができません。TVerは民放のテレビ番組の配信基盤であり、スマホを意識した動画配信サービスではありませんから、尺の短い番組はそもそも数が限られていると思われる、その点ではスマホとの相性は必ずしも良くないようにも推察されます。この辺りについて少し解説というか、御説明いただければありがたいです。

また、11ページには先月からスマホに適した縦型ショート動画機能を追加した旨の記述がございまして、こちらについてはなるほどと納得した次第ですが、これは一種の予告編のようなもので、民放のテレビ番組の配信基盤という位置づけから脱皮し、新しいサービス領域に踏み出そうというわけではない

との理解でよろしいのでしょうか。この点についても教えていただければと存じます。

【奥構成員】

TVer10周年、radiko15周年ということでおめでとうございます。

事務局の資料についてのコメントでございます。冒頭1ページ、2ページ、3ページとあります民放の経営規模について、グラフが顕著に示していると感じます。特に2ページにありますグラフ、2004年と2024年の20年間で、40億から50億ぐらいの規模の放送事業者の数が減少しています。そこを下回ってくるということになると、やはりかなり厳しいのではないかと一般的に言えると思います。この点に関して、先ほど林先生もおっしゃっていますが、「何局地区なのか、どこのエリアなのか」ということが重要です。その辺りももう少ししっかりファクトとして見ていければと感じた次第であります。

それから、同じ話として関連するのが6ページです。自社制作比率と売上げの相関関係ということでグラフ化されていますが、このグラフを見ると、いかにも自社制作比率を示す横軸（X軸）を上げれば売上げ（Y軸）が上がるかのように見えますが、実は全くそうではなくて、自社制作比率と売上げには因果関係はなく、これは明らかに第3の交絡因子であるエリアという経済規模が隠れているわけでして、ここはなかなか変え難いものです。そういう意味でも、このグラフについては誤解を招きやすいのではと感じます。

それから、メディアごとの重要度・信頼性についてですが、この資料の通り過去に比べれば下がったもののテレビはスコアが大きいということです。生活者は「信頼性があるから使うのではなくて」「使っているからこそ、信頼性というか親近感を持つ」という逆の因果関係がだんだん大きくなっているのではと推測しております。そうするとやはり見ている方の数が減っていくと、どうしてもマスメディア側の分が悪くなると考えます。一方で、情報源について、「信頼しているか、情報はしっかりしているか、裏打ちが取れているのか」ということで言えば、高等教育を受けている誰もが「ジャーナリズムとしてのマスメディアには一定の信頼がある」と回答すると思います。この辺りはアンケートとユーザーの実感とはかなりかけ離れていくと思うので、本スコアにあまりこだわっていても今後のサービス展開には参考にならないのではと感じました。こちらはコメントでした。

radikoさんに1点質問です。様々なサービスがどんどん増えて、すばらしいと思っております。15ページに記載されているradiko代替としての既存FM局の小規模中継局代替、これはテレビ放送におけるBB代替と同じ話、つまりFM波（MHz帯）で放送されているFM局のミニサテも、地上波のミニサテと同じ状況に置かれていると理解してよろしいのでしょうか？お伺いできればと思います。以上であります。

【増原国際放送推進室長】

事務局から、林構成員と奥構成員からいただいた御意見、コメントに対してお答えさせていただければと思います。

林構成員、奥構成員からもいただきましたが、まだまだ深掘りが足りてないということで、まさに人口ですとか地域の経済規模といったもの、あとは波数ということでしたでしょうか、そういったものを踏まえての相関というか分析ができるかということは少し試みたいと思いますし、まさに6ページの資料は出すときになかなか悩みまして、おっしゃるとおり後ろに因子としてそういった人口、経済規模というのも入ってくると思いますので、そういったものを踏まえてまた少し検討させていただければと思います。

それから、林構成員からの御意見で、やはり総務省としてもマス排の緩和等々、制度的な対応に向けての調査をしてはどうかという御示唆を前回に引き続きいただいたというふうに承知しております。こちらのほう、少し前向きの検討、対応をさせていただければと考えているところでございます。

それから3点目、地域情報の整理について、まだできてなくて恐縮でございます。前回もいただいたと承知しておりますが、中向けではなくて配信も含めた外向けの情報というのを地域情報との関係でどう位置づけていくかということで少し整理を試みたいと考えていたところでございます。

最後の点は非常に悩ましいところでございまして、おっしゃるとおりなかなか広告の内訳等、放送事業者の各内実というのはまだまだ我々としては持っていないところでございますが、今後それをどう取っていくかというのが1つの課題なのかなということで受け止めたところでございます。以上でございます。

【三友座長】

6ページの回帰分析の図については、私もこれを見て、ちょっとミスリードをする可能性があるということは非常に強く感じるところでございます。基本的には自社制作比率はあまり変わってないというところで、売上げだけが落ちていっているというところが見えてみると、その程度に解釈する以外ないのかなと思っていますが、もう少しデータがあればより深い分析ができますので、その辺りはまた民放連からも御協力いただければ、もう少し深い分析もできるのかなと思います。

【TVer（佐竹取締役）】

林構成員からいただいた質問について、ミラノ・コルティナオリンピックに関しまして準備を進めているところでございますが、テレビ放送との競合のようなことについての御質問だったと思っております。これはTVerの中で働いている者の肌感としてもございますが、テレビで放送されているものがございましたら、これは皆さんテレビで見ているのかなと。実感としましても、何となく見えてくるデータ

の中でもそれは感じられるところでございます。テレビで見られないような競技に関しましても、TVerの方ではほぼ全競技配信をしまいいりますので、そういったものに関しては、もしかしたらテレビ端末でTVerを利用という局面もあるのかもしれませんが、広く日本国民の関心のあるような競技に関しましては、基本的には地上波で放送されていると思いますので、そういったものに関しましてはテレビで、つまり地上波放送で見るという方向は変わらないのではないかなと考えております。

TVerで提供しているのはタイムフリー、プレイスフリーというか、いつでもどこでも関心のあるものを見られるようにするために、それを補完するというようなことでございますので、家にいてそれを見るというようなことであれば、きっと放送で見られる方が圧倒的なのではないかなと考えているところでございます。

もう一つ、伊東構成員から、2つほど御質問いただいたかと思います。尺が長いときには大きな画面で見たいと、スマホにTVerサービスはフィットしていないのではないかなというようにしたことだったかと思いますが、我々が傾向を見ていますと、特に若年層の方々、今は割と御高齢の方も含めまして、スマホで長時間見られるということに割と抵抗は少なくなってきたのかなと思います。もちろん家族で見られる、お茶の間で見られるというようなことであったり、大画面、大音量でコンテンツのクオリティの高いものを見たいというものがあつた場合にはもちろんテレビ端末でということでございますが、逆にみんなで見るところで見たくない、これは自分1人で自分の部屋で見たいということで、わざわざテレビはあるけれども、自分の部屋に帰ってスマホでドラマを見られるというようなことも多々ございますので、長時間のスマホの視聴がそこまで敬遠されているかというところではないと思いますが、もちろん御説明させていただいたとおり、テレビ端末でのテレビアプリでの視聴というのは、これからもう少しシェアが増えていくのかなと考えているところでございます。その辺りが今、まだ5割超以上はスマホやタブレットで御覧いただいているというところにつながっているのかなと考えております。

縦型のショート機能に関しましても御質問いただきました。新しい領域に踏み出すということなのかと問われますと、そういうことではないということかなと思います。あくまでもTVerを訪れていただきた方に、新たなコンテンツに出会っていただくセレンディピティというようなことで表現させていただきましたが、より簡易に知らないコンテンツ、新たなコンテンツに出会っていただいて、新たなコンテンツのファンを増やしていき、その視聴をスムーズにさせていただくというような目的のためにつくっておりますので、ひいてはそれはそのコンテンツのファンが増えていって地上波放送しかり、そういったものにコンテンツのファンになっていただいておりますというようにも目指しているということなのかなと思いますので、TVerサービスが新たな領域にというようなことではないと御理解いただければありがたいなと思っております。以上でございます。

【radiko（中村取締役）】

御質問ありがとうございました。奥構成員の御質問内容は、私どもがradiko代替と呼んでいるFM局に関しては、テレビのBB代替と同等かという御質問かと思えます。私どもとしましては、大きな意味では同じものと考えて発言をさせていただいたつもりでございます。ただ、私はラジオ局の人間ですので、あまり細かい事情まで把握しておりませんが、テレビのBB代替が想定よりうまく進んでいない実状を肌感として持っておりますので、やはりFM局に関しましても、そう簡単には進まないのではないかなというところはございますが、一つ一つ着実に考えていきたいというところです。よろしくお願いいたします。

【大谷構成員】

御説明どうもありがとうございました。TVerに3点ほど質問と、それからradikoにも1点質問させていただきたいと思えます。

まず、TVerの説明資料の中では10ページのところだったと思いますが、連続再生のサービスを提供されているということで、これについては番組を熱心に見たい方にとっては非常に有益なサービスだと思っておりますが、嗜好によって選択した情報が連続して再生されるということになりますと、やはりネット上で懸念されている、情報空間を歪めるフィルターバブルなどの現象に近いことが発生するのではないかと、それが杞憂であればよいかと思っておりますが、御説明の中でセレンディピティについて触れられているように、嗜好のみではなく偶然の出会いを演出する何らかのアルゴリズムを入れていらっしゃるのであれば、そのアルゴリズムの御説明をお願いするというわけにはいかないと思っておりますが、やはりフィルターバブル的な現象がTVerのサービス上で起こらないようにするための御留意点などをお持ちであれば御紹介いただければと思っております。

その関係で、今回の説明資料にはありませんでしたが、御社のホームページの中で、非常に共感を持って拝見した、社長のメッセージを読ませていただきます。「何をやろうが見られれば良い、という姿勢は、TVerには似合いません。公共の福祉に適合し、国民に最大限に普及され、自律を保障することで表現の自由が確保され、健全な民主主義の発達に資するのか。これら放送局が大切に考え、長い時間をかけて積み上げてきた信頼こそが今、インターネット配信の時代にあってTVerをユニークなものにしていると思えます。放送局クオリティであること、それが私たちの最大の武器であり」というような、非常に共感を持って拝見させていただいている社長メッセージなのですが、そのような視点で御社のサービスの提供される情報の多様性などについての何らかの検証が行われているかということについて教えていただければと思えます。

それから、3点目の質問になります。ローカル放送局への営業活動を熱心に行われて、また、その広告収益の配分なども行われているということで、12ページの資料にあったかと思えます。広告収益以外

にローカル局へ御提供されているベネフィット、例えば情報の分析の結果であるとか、そういったものを提供されているようでしたら、これはローカル局にとっても非常に魅力のあるものになると思いますので、御紹介いただければと思います。

続けてradikoにも1点教えていただければと思います。御説明資料の中で、「FIND YOUR VOICE.」という、理念的な15周年を記念するメッセージを挙げていただいて、こちらちょっとうるうるしながら読ませていただきましたが、ここではたくさんの声が聞こえるということ、やはり多様性に関われているということ、現実にはラジオの放送をradikoを通して聞けるという意味で、それが現実のものにはなっていると思いますが、情報の偏在とか偏りとかそういったものが生じないような何か工夫をされているようでしたら、それについて御紹介いただきたいという趣旨でございます。よろしくお願いいたします。

【落合構成員】

御説明をいただきましてありがとうございました。それぞれの御報告は、大変参考になる内容だったと思っております。

1つ、まず、総務省にお伺いしたいと思いましたが、資料でいただいていた中で、売上規模というところを見ていただいております。全体として売上規模というのは、恐らく放送外収入も含めてというものでまとめているのではないかと思います。ただ、これは各社決算なので、若干分からない部分は残るところではあると思いますが、基本的には全体として、総額での収益自体は下がってきている側面があるのだろうと考えております。

一方で、この次の例えば5ページとか6ページの部分で、自社制作比率の関係というところで見えたときに、自社制作比率というものに対する今の時代と過去のものというのをある種単純に比較をできるものなのかどうか少しあるかと思いました。つまり、これは例えばTVerで放映していただくということもそうかもしれませんし、その他の形でインターネットで配信をされたり、放送局によっては、例えばYouTubeなどで、ニュースその他の番組を配信されることもあるのかなと思っております。そうであるとする、ある種これは放送法の枠組みの中ではありますので、どうしてもその中にとらわれざるを得ないところはあるとは思いますが、メディアとしてのコンテンツの作り手としての放送事業者としては、放送波及びインターネットを通じて、それぞれ自ら作っている情報を流していったという状況があると思います。この点、5ページや6ページの部分は、放送波の基準で見たときの数値が出ているのではないかと考えております。現代的にはより一層インターネット空間にて流されている部分、これと放送波を単純に合算するという手法自体がなかなか難しいのではないかとと思いますが、その部分も含めて自ら作られているコンテンツが流されて、結果として視聴され、それによって収益が出ているのではないかと思います。収益としては広告収益であったりですとか、何らかの課金の収益でもよろし

いかと思いますが、そういう収益も獲得できているとすれば、この検討会の視点ではなお喜ばしいことではあると思いますが、比較の観点で、昔と今とでは対象となる活動が異なるので、単純に比較することはできないとも思います。そういった点も少し見ていったほうが、要するに放送事業者自体が情報空間の中で果たしている役割を評価していく中では、意義がある側面もあるのではないかともしました。今後、そういうことも少し考えながら、単に電波の中だけではなく、もう少しよりよい取組や、事業の継続性を高めるだとか、社会にしっかり信頼できる情報を届けているという評価をしていく、という意味の観点もあってもいいかと思いました。こういった点についてどう思われるかというのが1点目であります。

2点目については、今、1点目で述べた点と重なってくると思いますが、やはり自社制作比率や、何らかの比較をしていくための指標というのは、本日も林構成員もおっしゃられていましたし、瀧構成員も以前言われていたところだとは思いますが、もう少し言葉にして書いていける部分があるといいかと思っております。

具体的にどこの部分を見て評価をしているのか、もしくは比較できるようにしているのかがしっかり明示されていたほうが、それ自体で全ての放送事業者の活動を捉えられるかどうかはまた別にして、少なくとも定点比較をしていくという観点では有意義なのではないかと思えます。これは総務省に直にお答えをいただくというよりは、どういった要素があるのかを、少し書き下していくということ自体が大事なのではないかと思っております。

そのときに、最終的に出来上がったものをどう使っていくのかは、あくまで事業者の選択肢をつくるために議論していくためのものであり、事業の継続可能性や情報を社会に広げていくときの活動を後押しするために使っていくということで、放送事業者の最終的に自主的ないろいろな御判断を縛るものではないということで理解しております。しかし、良い形で取り組みを進めて頂く材料になるように、できる限りこういった場で議論していったり、知恵を出していったりするということで、不利益になったりするようなものではないような形で取り扱っていきながら、できればよい取組をより多くの事業者に行っていくことができるように、整理ができるのではと思っております。2点目については、コメントになります。

【瀧構成員】

皆様、御発表ありがとうございます。私からは3つコメント、2つはその中に質問があります。

まず、1つ目は総務省への質問含みのコメントです。統計をまとめていただいてありがとうございます。皆様からいろんな反応があるように、数字が出てくると新しいいろんな言いたくなることもありますが、こうやって初報的にも出していただいたことは非常に大事だと思っております、感謝申し上げます。

ます。やはり資料の中で、これは私が何度も申し上げている点ではありますが、民間放送年鑑で得られる決算のデータというのは私はパブリックドメインで、エクセルで分かるように頒布すべきものだと思いますので、その点何卒御検討いただければと思います。それが1点目です。

2点目はTVerに質問がございまして、TVerの機能と、例えば今、キー局では当然無償的なストリーミングのチャンネルもされていたり、例えばFODのように有償化もできるキー局のチャンネルもあられたり、同じようなタイミングで物を見ようとしたときに、TVerではなくても追っかけ視聴がいろいろできるところがあるときに、ビジネスとしてこうやって住み分けていますという説明をするときにはどういう言い方になっているのでしょうかという質問がございまして、競争としてどのように捉えればいいのかの観点でお聞きしたいなというのが2点目でございます。

3点目はradikoへの質問です。エリアフリーというのが恐らくこれまでのプレミアムサービスの中での売りだったと思いますが、タイムフリーが出てきて、何か見える世界は変わったのかというのをぜひお聞きしたく思っています。私も色々なラジオのPodcastが好きで聞く人間ですが、タイムフリーはPodcastでは強い発信者だともう出してしまうケースがあったりするので、あまりそこで課金しようと思ったことがありませんでした。サービスといいますか、コンテンツを出してみても、何か見えてくる世界が変わったか否かというあたりをぜひお聞きできればと思います。私からは以上です。

【TVer（佐竹取締役）】

3つ御質問いただきました。まずは連続再生について御質問いただいたと思います。ページにも書かせていただいているところがございますが、ユーザーでオンオフを選べるということになっておりますので、それぞれの嗜好で連続再生するのかもしれないかは選べるということがございます。

あとはおっしゃっていただきましたが、我々の手法としましても、偶然の出会いというようなことの演出は確実に必要だと思っています。もちろんある程度嗜好に沿ったコンテンツというような意味合いも、必要だと思っています。絶妙なバランスでのアルゴリズムというのは今後も検討していかなければいけない、チューニングしていかなければいけないというのは間違いなく思っているところでございます。本当にアテンションばかりになってしまう空間というのは、結果的にユーザーの満足度においても、そこまででもないものになっていくのかなと思います。あくまでもメディアのようなものを志向するならば、結果的にそのユーザーの満足度を上げるためには新たな出会いのようなものが演出できる、そういった機能というのは持っていかなければいけない、連続再生はまずはその1つでございますけれども、これからも模索していかなければいけないことだと思っています。

2つ目、ホームページを引いていただきまして、ありがとうございます。こちら、我々TVer経営陣も社員もみんなこの思いでやっているものでございます。ホームページにも書かれておりますけれども、

放送局クオリティであることというのは、我々の最大の武器であるということを考えております。そもそもTVerに並んでいるコンテンツ、全て放送法にのっとったコンテンツである安心安全なコンテンツの集積、それがTVerであるということでもありますので、例えば動画そのものもそうですし、サムネイルですとかメタ情報のようなものもございます。こういったものも含めて局の方にお任せしているところがございますが、我々TVer独自のコンテンツ運用ルールも持っておりますので、我々のほうから言うことはそれほどなくて済んでいます。例えば刺激的なメタ情報でのアテンションのようなものも過度にならないように、局の方とはいつも意見交換をさせていただいているところがございます。

先ほど資料の中でもありました、関西バラエティ、ローカルバラエティーのようなもののいろいろな特集ですとかコンポーネントと言われるようなもので、多様なコンテンツに出会っていただけるようなホーム編成、UI/UXのようなものも、日々日々進化しているというふうに思います。TVerを訪れていただければ多様なコンテンツに、しかも安心安全な多様なコンテンツに出会っていただけるというようなことをこれからも推進していきたいなと思っております。

そして、ローカル放送局に資するものという御質問だったと思います。データに関しましては、直接参画でコンテンツを出していただいている局の方にもダッシュボードの形で、どのような形でこのコンテンツが見られたのかというようなことは見られる状況にしておりますし、都度都度、状況の説明会のようなものも開かせていただいて、TVerに溜まっているナレッジのシェアですとか、そういったことはさせていただいております。あとは局側のメリットとしては、これは局の方によくお伺いするレベルですけれども、ローカルで放送をするだけでなくTVerで配信をするということが、そもそも取材対象者に喜ばれるですとか、その出演者の方が、TVerで配信するなら出ますというようなことで、ブッキングの幅が広がるとかというようなこともあると聞いておりますので、その辺はメリットになっているのかなと考えております。

瀧構成員からの御質問、局の複数のチャンネル、無償のストリーミング、あとは有料のプラットフォーム、キー局と在阪の一部の局に関しましては、有料プラットフォームをお持ちの方も多いと思います。そして外資も含めまして、そういった有料のOTTのようなところにコンテンツを出していくというようなこともあるかと思えます。これらは全てそれぞれの局のコンテンツ戦略でございますので、我々として何か物を言うということではないということはもちろん理解しております。

ただ、今、TVerはほぼほぼ全ての局からこうやってコンテンツを出していただけている状況になっております。間に広告が入りますけれども、無料でそれを見ていただける、TVerにあれば基本的にはテレビコンテンツ、ほとんどのものに出会えるというようなところ、その辺を強みにしておりますし、TVerでそれらが無料で見られるということで、そのコンテンツのファンが増えていって、ひいてはそれが局の後の有料プラットフォームの視聴につながるというようなことで、それが全体としてのビジネスを拡

大していくというようなことにもつながる局面もあるかなと思っておりますので、そういった関係なのかなと思います。

最終的には全ての民放の局の方に、基本的にはTVerと一緒に四つに組んでほとんどのコンテンツ、日本にある全てのコンテンツはTVerで見られるというような形にしていってほしいというのが全体的に良いと全ての局に思ってもらえるようなことを目指したいというのが我々の立場でございます。

【瀧構成員】

広告の購買など、流すことができるコマーシャルの例えば内容やパラなどで、他のストリーミングにおける無料モデルと差があるといった考え方は成り立ちますか。

【TVer（佐竹取締役）】

CMの中身での差別化といったことは特には考えておりませんが、先ほどの御質問もあった、TVerにあるものは基本的には安心安全なコンテンツである、企業のブランディング戦略にも資するものであるということ。ユーザー生成コンテンツに比べますと非常にクオリティの高いものであるということ、より価値の高い、効果の高いCMであるというようなことは、もちろん企業の方には訴求していきたい部分でございます。

【radiko（池田代表取締役社長）】

まずは大谷構成員からの御質問にお答えします。今回15周年を機に、「FIND YOUR VOICE.」というキャッチフレーズをつけました。「FIND YOUR VOICE」というメッセージには2つ意味を込めています。英語本来の意味では、「自分自身の言葉や表現を見つける」ということだと思いますが、もう一つの意味として、直訳的に「あなたの声を見つける。あなたに合った、あなたの好みの、あなたの心にフィットする声を見つけてください。」というメッセージを15周年に掲げたいと思っています。ラジオから届いたその言葉から、自分自身の言葉や表現を見つけてみませんか？という意味を込めております。

情報の偏在や偏りというところに関しましては、radikoはNHKを含めて100局のそれぞれのライブ配信のコンテンツがあります。そういった部分においても豊富な情報の中から番組をチョイスできます。さらにradikoのアプリの中で、様々なハッシュタグをつけて好みの番組を選べる機能をつけています。例えば、「#誰にも言えないお悩み相談が聞ける番組」とか、「#政治経済を学べる番組」とか、「#朗読を楽しめる番組」というような、ジャンル分けをしています。そういったところから自分自身の好みの番組を選んでいただけるので、情報の偏在がないような案内に取り組んでおります。

瀧構成員から、タイムフリーに関しての御質問をいただきました。radikoのタイムフリーは、1週間

は無料で聴取できます。最近radikoではSNS等で番組のシェアを積極的に行っております。時に、そのリンクが切れてしまっているというような状況もあり、30日間に延長した部分を有料プランとして御提供しているというところがございます。

また、ラジオは非常に深いエンゲージメントを築きますので、タレントさんが好きとか、その芸人さんが好きというような推し活の要素もあると思っております、何度も何度も聞くというリスナーも非常に多くいらっしゃいます。そういったことにもより長く対応するというところで実装しています。私からは以上でございます。

【増原国際放送推進室長】

落合構成員からの御意見について、自社制作番組比率を経年で取らせていただきましたが、これがやはり昔と今とでは出し先も増えている中で、その意味づけというのは変わってきているのではないかという御示唆だったかと思います。まさにおっしゃるとおりだと思っております、自社制作番組比率、今回あまり大きく動きがなく推移しているというのは、1点良かったと思っておりますが、それが配信などを含めて、今後収益を上げていくための1つの資源だと思っておりますので、そういったことも含めて評価をしていくものだとして理解しております。

【落合構成員】

ありがとうございます。詳細はまた今後議論して詰めていくべきことだと認識しています。どうもありがとうございます。

【三友座長】

瀧構成員からの統計データについての御質問については、民放連様がいらっしゃると思いますので、もしよろしければお答えいただければと思いますが、いかがでしょう。

【日本民間放送連盟（赤塚担当部長）】

専務理事の堀木に代わりお答えします。

瀧構成員から、民放年鑑のデータはパブリックドメインなので、エクセルで出してもらいたいとのコメントをいただいたと思います。御承知のとおり、各社からは民放年鑑への掲載を前提に情報をいただいているものですので、コメントとしては受け止めさせていただき、内部で検討させていただきたいと思います。

【三友座長】

期待したいと思っております。よろしくお願いいたします。

【曾我部構成員】

TVer構成員に1点質問です。6ページの地域別の利用者数の統計について、確かに人口に比例しているのかなと思いましたが、九州からが若干多い気がしまして気になりました。九州はクロスネット局とか系列局がない県が比較的、他の地方と比べて多いような気がしますので、それが関係しているのか、ひいてはキー局の番組に対するニーズがやはり全般的に多いということの反映がこういった形であらわれているのかなということが気になりましたので、もし分かれば教えていただきたいというのが1点です。

それからもう一つ、TVerの13ページのローカル局からの配信の数字なんですけれども、これは系列のローカル局と独立局とが区別されていないのですが、やはり系列、ローカル局と独立局と置かれている状況が相当異なるかと思しますので、もし可能であれば、それを分けた数字をお示ししていただくと参考になるのかなと思ひまして質問させていただきました。以上です。

【TVer（佐竹取締役）】

まず、九州が若干多く見えるというようなお話でございます。確かに若干多く見えますし、TVerが発表している1人当たりの平均再生数ランキングでも宮崎県が1位だったりします。平均再生時間ランキングでも宮崎県が1位だったりしますので、多少こういったことは影響している、関係している。クロスネットとか系列局のない県といったようなことが多少は影響しているかなと思いますが、御覧いただいたとおり、全体おしなべて見ると、バランスは割と良くなってきたのかなというところでございます。

あとはもう1点、ローカル局レギュラー配信番組の番組推移のところ、独立局に関する御質問だったと思います。独立局でも、例えばMXテレビはドラマをたくさん出していただいていたたりして、かなり配信数的にも良かったりします。バラエティに関しても出していただいているところだと思います。キー局、系列局と独立局で全くそれがかけ離れているというようなことではなく、逆に今、そういった独立局やBS局で積極的に御活用いただいている局面が非常に増えてきているのかなと考えているところでございます。

【曾我部構成員】

ありがとうございます。結局、独立局とローカル系列局の数字は基本的には出せないということでしょうか。

【TVer（佐竹取締役）】

今のところお出ししているのはここが限界でございまして、申し訳ございません。

【曾我部構成員】

了解しました。ありがとうございます。

【飯塚構成員】

TVerに1つ御質問をさせていただきます。

コネクテッドテレビへの対応に注力とありますが、スマートプロジェクターに対してはどのような取組をされていますかという質問になります。昨今の大学生は、自分で稼いだお金でAmazon PrimeですとかNETFLIXに個人で加入しているケースが増えていると言われておりまして、視聴形態はスマホがメインではありますが、大画面で見たいときはスマホ経由でWi-Fi接続されたスマートプロジェクターを使って部屋で見たり、寝転がって天井に投影して見たりするなど、スマートプロジェクターが若者の間で流行っていくかもしれないと感じております。今の若い方々は、目的視聴というのはNETFLIXやAmazon Prime、ながら視聴というのはYouTube、テレビはといいますと災害情報をみるというような傾向になってきているとみられ、やはりこういった状況に対して、若者との間でテレビとの距離感をどうやって縮めていくのかというところがとても重要ではないかと思った次第でした。

若者のテレビ離れが指摘されておりますけれども、実際の視聴習慣の実態調査というのも、今後やっていくことによって、そうした調査結果を基に今後の施策、もしくはサービス展開につなげていく必要があるのではないのか感じた次第です。スマートプロジェクターについて教えていただければ幸いです。

【TVer（佐竹取締役）】

御質問ありがとうございます。今、御指摘いただいたような危機感というか、これからやらなければならないことを、課題として非常に我々も考えております。テレビとTVerのこの2つが一体となってぜひテレビコンテンツのニーズというものを拡大していくということは、これから一番注力してやっていかなければいけないことなのかなと思っております。

御質問のプロジェクターです。3社に既に対応しておりまして、Aladdinシリーズ、そしてXGIMI（エクスジミー）シリーズ、そしてもう一つがアンカー・ジャパンNebulaというシリーズ、こちらに関しましては既に対応ができていますということでございますし、先ほどプレイステーション5のところでも申し上げましたが、こうした様々なプラットフォーム、デバイスに対応していくということは、テレビが

もしかしたら届かない層に、TVerを通じてコンテンツを届ける仕組みとして非常に大事なものだと思っていますので、注力していきたいなと思っています。以上でございます。

【三友座長】

ありがとうございます。若者ばかりと言わず、シニアもこうした機能を結構使っておりますので、シニアにも目を向けてください。よろしくお願いいたします。

本日も活発に御議論いただきまして、ありがとうございました。ヒアリングに御対応いただきました2社の皆様、本当にありがとうございました。今後の検討課題の参考にさせていただきたいと思います。

本日の議題は以上になりますが、もし時間の関係で発言ができなかった御意見などがございましたら、事務局にお寄せいただければと思います。

【佐伯放送政策課長】

追加の御意見につきましては、13日の木曜日までに御連絡をお願いいたします。

(4) 閉会

事務局より、第39回会合については、別途構成員に案内する旨連絡があった。