

# 放送の将来像と制度の在り方に関する 論点整理(案)

---

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事務局

令和8年2月18日

### 1 放送を取り巻く環境の現状認識

- ・「テレビ離れ」の進行・加速  
(テレビ端末保有率の減少、ネット前提の視聴環境の増加、  
若年層の接触率の低下)
- ・民放事業者における広告収入の減少

### 2 持続可能な放送事業の方向性

(具体的課題)

- ・広告収入減少を補うための収益源の多角化の必要  
(稼げるコンテンツIPの確保、出し口の多様化)
- ・放送番組を届けるための伝送手段（インフラ）の共通化と  
役割分担（平時・災害時）

(特にローカル局に顕著な課題)

- ・放送対象地域における人口減
- ・自主制作比率の低さ
- ・人材流出による担い手不足（番組制作、報道、技術）
- ・キー局からの広告料「配分」に頼る収益構造

### 3 デジタル空間全体における放送の方向性

- ・アテンションエコノミーによる偽・誤情報の拡散や、  
フィルターバブルやエコーチェンバーによる社会の分断
- ・デジタル空間の健全性の確保に寄与すべき放送の価値・役割  
(コンテンツの信頼性、安全性、幅広さ、無償性)

### 今後の検討の方向性（案）

<地域情報確保のための経営環境の整備>

- ・地域における「情報過疎」を防ぐ意味でも、地域情報をより  
増やすための経営環境を作るべきではないか。そのためには  
制度面でどのような措置が必要か。また、設備面ではどの  
ような措置があり得るか。

<放送事業者の事業の多角化に資するネット配信>

- ・「放送・配信コンテンツ産業戦略検討チーム」のとりまとめ  
やデータ利活用の必要性が示されたが、民放事業者は収益  
拡大に向けてどのような取組が必要か。また、コンテンツ  
の出し口の多様化や、放送対象地域外へのリーチ拡大など、  
市場拡大に資する全放送番組のネット配信についてどのように  
考えるか。一方で、自社での番組制作能力や経営体力  
の相対的に低い事業者については、インターネット同時配  
信が現実的に可能なのか。どのような課題や解決策がある  
と考えられるか。

<ネット同時配信の普及に応じた放送制度のアップデート>

- ・インターネット同時配信が普及すれば、基幹放送に課されて  
いる「あまねく（努力）義務」の補完として、当該同時配  
信も含めることはある得るか。

<デジタル空間における放送番組への接触機会の確保>

- ・放送コンテンツの信頼性・安全性が相対的に高いとすれば、  
アテンションエコノミーによる「情報偏在」への対抗軸と  
しての観点からも、インターネットでの接触機会を増やす  
ことが必要ではないか。そのためには、放送事業者にはど  
のような取組が必要となるか。

# 地域情報確保のための経営環境の整備

## 【放送の価値・役割】

- 放送には、取材に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る権利」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う価値がある。

## 【放送を取り巻く環境の変化】

- 若者を中心としたテレビ離れが進むとともに、2020年以降、全年代の平日のインターネットの平均利用時間が、テレビ（リアルタイム）視聴の時間を超過している。
- 広告市場においては、2019年以降、インターネットの広告費が地上テレビの広告費を超過している。
- 併せて、ラジオについても端末の保有世帯率が減少するとともに、広告収入が減少傾向にある。
- こういった状況の変化により、放送のみでは社会にとって必要な情報が国民・視聴者全体に行き届かない状況となっており、今後もこのような動きは加速すると考えられる。

## 【ローカル局に期待される役割】

- 地上放送事業者については、広域を放送対象地域とする事業者（いわゆるキー局・準キー局）と、県域を対象とする事業者（いわゆるローカル局）があるが、とりわけローカル局には、各地域における情報発信の主な担い手として、地域情報をしっかりと発信し、民主主義の基盤としての役割や地域の文化・産業の維持・発展に向けた役割を果たすことが期待されている。
- ローカル局が構築している取材網は、特定の地域内に留まらず、系列放送局による全国的な取材ネットワークを通じて、社会全体のニーズに応えた情報発信も行っている。
- 特に災害時においては、地域の住民の命を守る情報の発信拠点としてローカル局は重要であり、「広域大規模災害を想定した放送サービスの維持・確保方策の充実・強化検討チーム」において、放送サービスの維持・確保に必要な方策について、検討、整理を行っている。

# 地域情報確保のための経営環境の整備

## 【ローカル局の経営状況】

- ローカル局においては、コロナ禍前から営業利益は減少傾向にあり、2024年度は広告収入の増加等により増益となっているものの、10年前に比べて約57%減少している。
- 系列ローカル局の収入は、系列キー局が制作した番組を流す放送枠の対価として支払われるネットワーク費に支えられており、地元企業から得られる収入は2割程度で、自社制作番組の配信等による収入は極めて限定的である。
- 放送対象地域ごとの民間地上テレビジョン放送事業者1社当たりの平均売上高と人口の関係を見ると、人口が多い地域は平均売上高も高い傾向にある。なお、2020年と比較したブロックごとの2050年の推計人口は、北海道、信越、北陸、東海、近畿、中国及び九州は2割以上、東北及び四国は3割以上の減少が見込まれており、更なる売上の減少が想定される。
- テレビ放送の放送対象地域ごとの平均売上を比較すると、3事業者以上の地域において、平均売上が低下傾向にある。人口の減少に伴って地方の経済規模が縮小している中で、社数が多い放送対象地域の事業者が、より影響を受けていと考えられる。
- こうした中、ローカル局においては番組制作費等の見直しや、放送設備の更新費用の抑制といった費用削減策、広告収入や放送外収入の増加に向けた取組やインターネット配信の活用といった収入向上策に取り組んでいる。
- 一方で、ローカル局は資産効率が低く、また流動比率が高いことから、既存の資産の有効活用やM&Aや資本業務提携によって放送外収入の更なる強化に繋がるのではないかとの指摘や、コンテンツの製作力の強化や海外展開の推進等に向けて人材を確保するためには、放送事業者による積極的な情報開示が必要ではないかとの指摘もある。

## 【自社における放送番組の制作状況、地域情報の提供に関する取組】

- 2022年度から2024年度までの自社制作番組比率について、キー局が8割以上であるのに対し、準キー局は約3割、独立局は約2割、系列ローカル局は約1割となっている。
- 自社制作番組の展開について、系列ローカル局の多くは同系列の放送事業者に対して行っているが、約4割が独立局、約2割が海外の放送事業者に対して行っている。また、独立局においては、他の独立局のほか、ケーブルテレビ事業者や海外の放送事業者に対して展開している。
- 今後、人口減少が進むと地域での番組制作環境はより厳しくなるという意見が見られたほか、ネット配信等による放送対象地域外への積極的な配信先の拡大などについての意見も見られた。
- 地上波のテレビ及びラジオに加え、ケーブルテレビやコミュニティ放送も地域情報の担い手として様々な取組を行っている。

# 地域情報確保のための経営環境の整備

## 【今後の方向性】

- 若者を中心としたテレビ離れが進み、広告市場がインターネットに移ってきてている中、特に人口減少が進む地域にあるローカル局の経営は厳しい状況にあり、今後も加速していくことが想定される。
- これまでローカル局は各地域における情報発信の主な担い手として、地域住民の要望に応えるべく特に地域内を主眼に地域情報を発信してきたが、同時に地域外に向けた情報を発信する役割も担っている。今後、地域の人口減少が進む中においては、地域そのものを活性化し、経営基盤を強固なものとするためにも、地域向けの情報を確保しつつ、その地域の情報を外向きに積極的に発信するという観点がますます重要となるのではないか。
- こうした地域内外への情報発信の担い手の役割をローカル局が引き続き果たし続けるためには、必要に応じて経営基盤の強化に繋がるような対応が取れるよう、なるべく多くの選択肢を準備しておくことが重要である。
- この点、経営の選択肢の拡大の観点から、本検討会では、これまで認定放送持株会社制度における地域制限の撤廃や、異なる放送対象地域について兼営・支配を可能とする緩和の提言を行ってきた。一方で、同一放送対象地域については、多元性・多様性・地域性に重きを置き、ラジオについては4局、テレビについては1局までの現状維持が適当であるとした。
- 他方、人口減少が進む中で、ローカル局の経営基盤を強化する観点から、今後は経営の選択肢の拡大のため、地上テレビ放送についても、多元性・多様性・地域性の確保に留意しつつ、同一放送対象地域内の複数局の支配を認めるべきではないか。そのことにより、組織や拠点の共通化によるコスト削減が可能となり、効率化によって得られたリソースをコンテンツ製作や地域における新たなビジネス展開に割り振ることも期待されるほか、仮に柔軟な番組編成が可能となれば、より魅力あるコンテンツ製作につながる可能性もあるのではないか。
- なお、同一放送対象地域内におけるテレビの複数局支配を容認するのであれば、基幹放送普及計画の基本的事項として、民間地上テレビジョン放送事業者の放送について、全国の各地域で4系統の放送があまねく受信できることとしている点については、全国各地域における放送系の数の拡大を目指していた制定当初からの環境変化を踏まえ、現状の実態に即した修正を行うことが適切ではないか。
- また、これまで本検討会において放送ネットワークインフラの維持に係る検討を行ってきたように、放送の維持・確保といった視点や放送番組の活用といった視点、視聴者側の動向変化への対応といった観点から、今後とも現状及び課題に即したアップデートを行っていくべきではないか。

# 地域情報確保のための経営環境の整備

【構成員の意見等】

## ●放送の価値・役割

- ・デジタルコンテンツの偽誤情報や詐欺広告などが社会課題となっている中、放送局の安心安全で信頼されたコンテンツは希少な存在であり、ビジネス価値も高い。(第34回・博報堂資料)
- ・自ら取材し、調査分析し、しっかりとした裏づけのある事実を中立的な立場で分かりやすく編集して視聴者に伝える機能は必要。(第34回・伊東座長代理)
- ・福祉のように接触頻度が低い情報のジャンルは、市場原理に任せてしまうと情報提供が減っていく可能性があることを、はっきりと伝え、裏づけとなるデータをいただいたことは非常に有益。こういったジャンルの情報についても偏りなく提供してきた放送事業者、放送という伝統的メディアの役割というのが、改めてここで認識できたのではないか。(第33回・大谷構成員)
- ・特に災害報道や地域情報といった公共的役割を担う上では、すべての人が経済状況や通信環境にかかわらず、平等に情報へアクセスできる仕組みを維持・強化する必要がある。(第33回・奥構成員資料)

## ●放送を取り巻く環境の変化

- ・自らが頼りにするメディアへの度合い年代別特徴を見ると、30代以下では音楽・動画配信、SNS・ブログ等が高いのに対し、60代ではNHK／新聞(一般紙)、民放番組などマスメディアが高い。(第33回・電通メディアイノベーションラボ資料)
- ・特に、単身世帯において、テレビ保有率が今後も減少し、単身世帯割合の上昇に伴い、総世帯におけるテレビ保有率も減少する見込み。(第33回・野村総合研究所資料)
- ・2024年暦年の日本の広告費は、マス4媒体のシェアが30.4%。インターネットが47.6%ということで、差引きで15ポイント以上の差がついた。この勢いは恐らく今後も変わらず、全てはインターネット側に包含されていくと感じる。(第32回・奥構成員)
- ・放送とネット、双方を駆使してようやく全体に届く状況であるので、共存、両方使うということしかない。代替ではなく補完関係、放送とネットはお互いを補う関係。その第一歩がまさにNHKが始めた放送同時配信。(第33回・奥構成員)

## ●ローカル局に期待される役割

- ・報道を中心とした地域情報は、主として、新聞社、通信社、放送局が汗をかい取材し、調査・分析を経て編集されたものが多い。この情報を放送対象地域の隅々まで届けることは、放送局の基本的かつ重要な任務。(第36回・伊東座長代理)
- ・放送メディアにおける地域情報の確保はこれまで非常に意義が大きく、大きな役割を果たしてきたが、従来以上にメディア間の連携も必要。地方紙などの協働も含めて、様々な可能性を探ることが必要。(第36回・大谷構成員)

# 地域情報確保のための経営環境の整備

## 【構成員の意見等】

### ●マスメディア集中排除原則

- ・現状は、多様性・多元性・地域性の確保が目的とされているが、地域性の確保に役立っているのかが問題。事業者の数が多くても地域情報が多く制作されなかったり、事業者の数が少なくても体力のある事業者が地域情報を強力に発信することもあり得る。マス排による規制にどれだけの効果があるか振り返ってみる必要がある。(第36回・曾我部構成員)
- ・経営基盤の確保について、放送事業者の経営が二極化している。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。(第38回・林構成員)
- ・経営の選択肢の拡大として、マス排の緩和について考えていくべき。次の緩和では、同一圏域・エリア内での規制緩和がテーマになり、同一圏域エリアでの複数兼営支配、あるいは、認定放送持株会社設立による複数支配などを可能にする制度改正はできないだろうか。(第37回・林構成員)
- ・1局2波に関する受け止めについては、やや賛同する意見のほうが多いという状況であるようにも見受けられる。ぜひ経営の選択肢を確保するという観点で、改めて検討していくことは重要ではないか。一方、多元性や地域性、放送の価値についての懸念する声も重要。地域の情報や多元性自体に価値があることを確認しつつ、後押しするような形で要件を整理していくといい。(第40回・落合構成員)
- ・エリア内での横の連携(1局2波)について、これだけ前向きな意見がしっかり出てくることは大きく受け止める必要がある。それぞれの放送局の財務状況によって意見が変わるとと思うが、遅かれ早かれ同じ環境になるとすると、非常に大事なことであり、今後、議論できればよい。(第40回・奥構成員)
- ・事業者アンケートの結果について、想定したよりも1局2波の要望が多かった。放送事業者自身にも危機感に似たマインドが大きくなっていると推察される。一方で、更なるマス排の緩和については「多元性」の観点から懸念を示す声もあるように見受けられる。ただ、多元性については、多様性や地域性を担保するための手段と捉えることも可能なので、経営の選択肢として、一定程度の緩和を検討してもよいのではないか。新規ビジネスへの取組等、経営の多角化や、拠点・部門・役職員の共通化、番組の相互供給や柔軟な編成などの観点で一定のメリットが生じ得ると思われ、制度的な手当てをしておくことが大事。(第40回・林構成員)
- ・経営の選択肢として活用できることについて期待する意見も多数あったが、実際にどのようなコスト削減が可能で、本当に経営状態の好転につながるのかどうか、もう少し細かい議論を進めることが必要ではないか。特に放送波が少ない地域において、兼営による多元性への影響は小さくないが、ネット配信などで得られる情報との関係も踏まえながら、地域の情報空間への影響を慎重かつ総合的に検討する場を設けないといけない。本格的に規制緩和する場合は、多元性、多様性、地域性を失わないための補完的な措置も含めて制度設計していくことが必要。(第40回・大谷構成員)

# 地域情報確保のための経営環境の整備

## 【構成員の意見等】

### ●基幹放送普及計画

- ・基幹放送普及計画の役割と今後についての議論をすべき。かつては放送インフラの全国的整備とその普及が主眼であったが、今日では状況が大きく変化している。基幹放送普及計画についても、現在の課題とか技術的進展に即してアップデートしていく必要性がある。言わば普及という側面から活用とか高度化といった側面へバージョンアップしていくべきで、これはIT化、クラウド化への推進とか、高齢者とか外国人とか障害者向けのアクセシビリティーのさらなる強化とか、あるいはテレビ離れ層にリーチする新たな施策とか、あるいは災害報道について、テレビとかスマホ通知だとか自治体アプリなどいろいろなチャンネルがあるが、そういうチャンネルを一元管理するような体制の整備とか、そういういろいろな今日的課題とそれに対応する施策を盛り込んでいくべき。(第32回・林構成員)
- ・経営の選択肢を最大限確保するために、マスメディア集中排除原則のさらなる緩和を求め、ローカル局の経営の選択肢を拘束する放送法における規律を最大限合理化していくことが必要。基幹放送普及計画の見直しも必要な要素の一つ。(第32回・落合構成員)
- ・放送系の目標などの要望についても、経営の選択肢を念頭に置きつつも、多元性、多様性、地域性をどう担保していくかを常に念頭に置いて議論をしていけるといい。(第40回・落合構成員)
- ・民放連から「参入は現在も将来も期待できないと考える」旨の意見が出ていたことを考えれば、基幹放送普及計画における「放送系の数の目標」を見直してもよいのではないか。この目標自体が時代にそぐわなくなってきたので、「多元性」については柔軟な考え方をとる時期に来ているのではないか。(第40回・林構成員)

# 放送事業者の事業の多角化に資するネット配信

## 【民放テレビ番組のインターネット配信の実施状況】

- 放送のみでは情報を届けられる範囲が放送対象地域に限定され、人口の減少に伴って地方の経済規模が縮小している中で、広告収入が頭打ちになっていくことが想定される。そのような中で、インターネット配信を通じて、放送対象地域外にも情報を発信することにより、収益を拡大・多様化することが考えられる。
- 民放テレビ番組のインターネット配信については、収益の拡大・多様化の観点のほか、視聴者の生活様式に合わせた対応、災害時を含めた情報伝達手段の多重化といった観点からも、前向きな展望が一定程度見られている。
- 民放テレビ事業者においては、多くの社がTVer及びYouTubeでの番組配信を実施している一方で、系列ローカル局及び独立局において国内配信事業者及び海外配信事業者における配信を実施しているのは一部にとどまっている。
- TVerにおいては、2025年11月にはアプリダウンロード数の累計が9,000万人を突破し、普及が進んでいる中、ローカル局のレギュラー配信番組数が増加傾向にあり、また、ローカル局のバラエティに特化したランキングを新設するなど、ローカル局の放送コンテンツに係る取組を実施している。
- 他方、ローカル局においては、自社が権利を有する自社制作番組しか配信することが困難であるという課題がある。
- なお、NHKについては、第2次取りまとめを受け、2024年の放送法改正により放送番組等のインターネット配信が必須業務化されたことを踏まえ、2025年10月1日から「NHK ONE」を開始し、放送番組の同時配信及び1週間の見逃し配信等が行われている。現在、一部の地方の番組や衛星放送の番組については当分の間配信が猶予されているが、NHKとしては計画的に対象を拡大できるように努めていくとしている。

## 【視聴データの利活用】

- 視聴データについては、広告の高度化、番組制作や編成への活用、関連サービスとの連携による放送外収入の確保に資することが考えられ、将来的には公益目的での利用も期待される。
- 放送事業者に対するアンケートにおいても、一部の放送事業者から、配信時の視聴データを活用した収益の拡大に係る期待が示された。
- 一方で、放送事業者間でデータの管理の方法や事業上の位置づけに差異・乖離がある状態にあり、また、視聴者側の理解は一定程度進んでいるものと考えられるものの、引き続き信頼性を高める取り組みが必要であると考えられる。

## 【今後の方向性】

- 放送事業者の経営基盤の強化の観点から、放送対象地域外への放送番組の配信を強化することが必要ではないか。併せて、特にローカル局における配信の推進に繋がる自社制作番組の拡大が必要ではないか。
- 視聴データの利活用については、各社の取組を踏まえつつ、引き続き検討が必要ではないか。

# 放送事業者の事業の多角化に資するネット配信

【構成員の意見等】

## ●インターネット配信全般

- ・同時性があることに強い意味があるコンテンツもあると思うが、全ての番組を同時配信していくべきなのは考へてもいいのではないか。また、どういった形で無償・有償コンテンツをネット配信していくかという戦略も、業界において総合的に考へていただきたい。(第36回・落合構成員)
- ・ネットの同時配信を「あまねく(努力)義務」の対象に含めることには賛成だが、全ての同時配信は必ずしも必要ない。例えば、地域情報に限定することでコストメリットが見込めるのであれば、今後のサステナビリティを考えたら、現実的な選択肢となる。(第36回・瀧構成員)
- ・テレビ視聴とネット視聴は両方あって当たり前なので、放送法の建付けの中で、この両方を対等に考へていく必要がある。日常使いのメディアに情報が流れることが大事なので、同時配信は非常に有効。放送のウインドウをもう少しユーザーに届くように拡大する必要がある。(第36回・奥構成員)
- ・米国では、テレビ視聴における世代間ギャップが顕著になっている。若い世代がローカルニュースへの接触機会を持つことなく大人になると、ローカルメディアは衰退し、地域社会は信頼できる情報源を失ってしまう危険性が指摘されている。世代間ギャップを解消するためには、デジタルプラットフォームでの同時配信や若者向けの短尺のローカルニュースの配信など、配信方法を根本的に変えていく必要がある。NHKと民放が協力してローカルニュースを充実させ、メディアの多元性を確保していくことが求められる。(第36回・飯塚構成員)
- ・地域情報について、全国的あるいは世界的に特に人気のあるコンテンツは、情報の送り手が地域・ローカルであっても、受け手は地域・ローカルとは限らないので、全国発信していくべきではないか。地域情報の発信は、発信は地域だが、受信は全国あるいは世界という非対称性を前提に設計すべきであり、地域のための情報だけでなく、地域からの情報として捉え直す必要があるのでないか。(第37回・林構成員)
- ・我々は地域の中で完結するような情報を求めがちだが、ネットに配信しているようなものは、「地域からの情報」という観点もあるかと思う。各社ともYouTubeに公式チャンネルを持ち、地域コンテンツを日本あるいは世界に向けて発信することが、一つの貢献となっている。一方、なかなか収益性が上がらないという課題もある。(第37回・三友座長)
- ・今まで放送波だったが、インターネットの普及拡大に伴い、コンテンツを域外へ配信することが可能になった。TVerの在り方には、コンテンツが満遍なく見られない国民のニーズに応えている側面と、域外へのコンテンツ配信の側面がある。(第37回・奥構成員)

## 【構成員の意見等】

### ●インターネット配信全般(続き)

- ・域内だけに向けた放送番組では広告収入は頭打ちなので、放送外収入やネット配信等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作りが重要。(第38回・林構成員)
- ・若者とテレビの距離感をどう縮めていくのかが重要。視聴習慣の実態調査を実施することによって、今後の施策やサービス展開に繋げていく必要がある。(第38回・飯塚構成員)
- ・インターネット配信について、情報伝達手段の多重化や、収益の拡大、多様化といった点に言及しているということは、放送事業者が環境変化にしっかり認識を持ってきているということで、まずそれ自体が非常によいことではないか。その上で、権利処理やコンテンツ制作に関する課題について、できる限り今後もサポートを行っていくべき。今後、この検討会や関連する検討の中で、引き続き、新しい取組につながるところを後押ししていくことが重要。(第41回・落合構成員)

### ●ローカル局におけるインターネット配信

- ・キー局は、BSやTVerなど様々なウインドウを持っているので対応できるが、ローカル局にとっては自社の番組が見られる確率が低くなることになる。ローカル局は自社制作番組比率が低く、なおかつ、ネット配信するリソースもなかなかない。このような状況を放置してもいいのかは、「あまねく」との兼ね合いで考えるべきではないか。(第36回・奥構成員)
- ・自主制作のコンテンツは権利許諾が得やすく、ネット配信できる可能性を含んでいるもの。一方、10%程度の自主制作番組比率の場合、約90%を系列ネットワーク局制作の番組を放送しているということ。仮に放送と同じ番組を同時配信をしようとすると、権利を持っている自社制作番組しか配信できないので、24時間365日のタイムテーブルを作ることができないことに繋がり、放送と同じ構造をネット空間には作れないことを意味している。(第37回・奥構成員)
- ・TVerでオリンピックの全競技がライブ配信されることは視聴者的には良い取組と思うが、地上波、特にローカル局と競合する恐れはないのか。ゴールデンや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やPCで視聴できるとなると、確実に一部の視聴者は地上波から移動してしまうのではないか。(第38回・林構成員)
- ・ローカル局は、自社制作番組比率の低さから編成タイムテーブルを全配信しようとしても埋め切れない。ストリーミング配信、ファストサービスは対応できず、VODサービス、あるいはキャッチアップで番組単位でしか配信できないという板挟みの中で、前向きな発言と後ろ向きの発言があるのだろう。(第41回・奥構成員)

# 放送事業者の事業の多角化に資するネット配信

## 【構成員の意見等】

### ●視聴データ利活用

- ・実現可能ないしはユーザーに対しての説明が可能なところからステップを踏んでいくべきなのは、より丁寧に議論を重ねていくべきであり、なおかつ、できるだけ開かれた形で議論を進めていくべき。(第35回・クロサカ特任准教授)
- ・視聴者のコンテンツの選別につながるようなデータの利活用について、引き続きじっくり丁寧に検討を進めていくことはとても大事。テレビ番組におけるコンテンツのフィルターバブルとかエコーチェンバーが起きないようにするということと、売れる番組、要するに視聴データによって売れる価値が明確になる番組だけが全てではないという理解は共通していると思うので、その観点も入れて慎重に検討するべき。(第35回・大谷構成員)
- ・視聴データの利活用により、今まで見た番組や自社商材の広告を出すということは非常に重要な視点であるのと同時に、これを過度にやり過ぎると、フィルターバブルの中にどんどん入っていってしまう可能性がある。また、1つのチャンネルに完全にロックオンされてしまう状況を、視聴者・放送事業者が好まないという可能性がある。何が本当に視聴者にとって必要なものなのかという議論から進めていくべきで、少し大きな整理が必要ではないか。(第35回・クロサカ特任准教授)
- ・社会において、放送という媒体がどのような機能を果たしているのか、役割を果たしているのかということを、検証していく必要がある。一体何が自らの価値として特定されるべきなのかということについて、まだまだ議論が必要。(第35回・クロサカ特任准教授)
- ・オンラインにおける放送を考えるのであれば、その中の一つの整備すべき要素として、データという議論もある。できるところからまずデータを使えるようにしていくことは大変重要ではないか。(第36回・落合構成員)
- ・テレビ広告もデータを活用し、広告の品質をネット広告にも染み出してくるような要素があるのではないか。ターゲティングの在り方はいろいろあるが、そちらに行かないという選択肢はない。ターゲティングできる広告に進化し、大きくなってきた市場にテレビは積極的に介在した方がいい。(第36回・瀧構成員)
- ・データ利活用について、放送局各社で考え方が違い、統一的な見解はないと感じた。データ利活用に魅力とニーズを感じているのは、広告主であり、広告代理店。データ利活用によって、テレビ媒体に出稿を寄せる、広告費を拡大できるかとの裏表の関係になる。この辺りは、今後、時間をかけてしっかりヒアリングしてニーズを聞くべき。(第36回・奥構成員)
- ・パーソナライズ広告、ターゲティング広告は新たな広告収入源として持続可能な経営に貢献できるように推進していくべき。そのためには、個人情報や視聴データの扱いに関するプライバシーポリシーの策定や、視聴者からの事前同意の取り方などについて、放送業界全体としての共通の仕様を取り決めておくということが有用ではないか。(第41回・飯塚構成員)

## 【インターネット配信による放送の補完・代替】

- インターネット配信によってテレビ放送を補完又は代替することについて、テレビを見ない層へのリーチの拡大、伝達手段としての活用、放送施設に係る経費節減といった観点から前向きな意見が見られた一方で、地上波離れの加速、収入の減少・負担の増加、視聴者の受容性の観点から、懸念を示す意見も見られた。
- さらに、代替については安全性・到達性・同等性等の観点から懸念を示すものの、補完については難視聴エリア対策や生活様式の変化等への観点から期待を示す意見も見られた。
- 現状、民放テレビ番組のインターネット同時配信は一部にとどまることから、まずはその拡大が期待される。
- 他方、ラジオ放送のインターネット同時配信については、radikoにおいて、民放ラジオ全99局とNHKが参加し、各社の放送対象地域においてサービスを提供している。ラジオ放送の代替に向けて、低遅延の対策、輻輳の影響を受けにくい回線網、より耐災害性の強い設備の導入についての検討を行っている。
- AM局の運用休止に係る特例措置を踏まえた検証に関連して、第3次取りまとめを受けて、2024年12月、radiko等のインターネット配信サービスによるカバーを考慮することが可能となり、2025年12月以降、第二期の検証が実施されている。
- 日本民間放送連盟からは、ラジオ中継局を廃止する際の代替的視聴手段として、radiko等のIPユニキャスト配信を追加する要望に加え、FM事業者の中継局の廃止についても、AM事業者と同様の措置となることへの期待が示された。
- FM事業者からは、AM事業者と同様、中継局を廃止する際にradikoを代替的視聴手段として認めてほしい旨の要望に加え、中継局を廃止するにあたっては、先だって一定期間休止し、地元の反応を把握する考えも示された。

## 【今後の方向性】

- AM事業者の経営が厳しい状況に鑑みれば、親局を含むAM局をFM方式に転換することについて、必要な制度整備の検討を着実に進めるべきではないか。また、AM局のインターネット配信によるラジオ放送の補完・代替については、ラジオ番組の同時配信が実現していることやラジオ端末の保有率が低いこと、また、「広域大規模災害を想定した放送サービスの維持・確保方策の充実・強化検討チーム」において、ネット配信を含む情報伝達手段の重層化の重要性が示されたことを踏まえ、運用休止に係る特例措置による検証等も含め、ユーザーの受容性や災害時の対応等の条件面を具体的に検討する段階に来ているのではないか。
- FM事業者が中継局の廃止を検討する場合については、まずは、その廃止に係る自治体やリスナーの反応を把握する取組を行うべきではないか。

# ネット同時配信の普及に応じた放送制度のアップデート

## 【構成員の意見等】

### ●インターネット配信と「あまねく(努力)義務」の関係

- これまでの電波という伝送路に着目した制度の下で、あまねく受信を実現し、視聴者に放送番組を届けるということは限界に来ている。こうした状況を補完ないし補強するには、全ての視聴者が地上波の無料放送サービスに容易に、簡単にアクセスできるような仕組みを整えておくことが必要と考えられる。(第32回・飯塚構成員)
- 通信によるネット配信によってあまねく義務を果たしたとすることも可能になり得るのではないかと考えており、放送概念の見直し、制度の見直しには賛成。(第36回・宍戸構成員)
- 「あまねく(努力)義務」と配信の関係は、いずれ検討を余儀なくされる重要なテーマ。普及が大前提でありつつも、実質的に補完機能を果たしていると評価するためには何ができるかといった要件を検討することから始めが必要。(第36回・大谷構成員)

### ●radikoによるラジオ放送の代替・補完

- AMラジオにおけるradikoによる完全な代替は難しいとしても、AMのFM転換を補完する役割としてradikoへの期待は大きい。ただ、radikoは通信であり、放送固有の役割を期待できない部分がある。radiko代替又は補完で注意すべきことは、災害時にradikoでは放送の役割を完全に代替できるかということ。通信環境や電源の問題があるため、通信であるradikoには脆弱性があり、その点、ラジオはレジリエンスがある。radikoを実質的な放送扱いにすることについて、事業者から反対はほとんどないと推測されるが、事業者の議論ではコスト削減の観点に偏りがちになるので、それだけでなくユーザーの利便性又はユーザーの利益の観点から、この問題を議論する必要がある。(第36回・林構成員)
- radiko代替については早急に進めていくべき。ラジオについては、首都圏の地下街や高速道路のトンネル内など、電波では届かないものの、radikoなどでは受信できる逆転現象が起きている。radikoは、エリア制御に加え、タイムフリー、エアフリーなどの付加機能が付いており、ほぼラジオの受信機能を全て包含した形となっているので非常に最適なモデルではないか。(第39回・奥構成員)
- AM局の運用休止に係る特例措置に関連して、radiko等も代替措置として認めるべきという考えは今も変わっていないが、少なくとも現行制度下では、radikoによる代替を際限なく拡大するわけにもいかないのではないかと認識している。(第39回・伊東代理)
- AMの鉄塔設備等も含めて設備コストがかかるとのことであるので、経営上の費用負担軽減の観点からも、radiko代替等の検討を進めるべき。(第39回・三友座長)

# ネット同時配信の普及に応じた放送制度のアップデート

## 【構成員の意見等】

### ●radikoによるラジオ放送の代替・補完(続き)

- ・FMにおいても中継局を廃止する際の代替的視聴手段としてradikoを認めてほしいという要望は理解。一方、代替的視聴手段という限り、その利用は抑制的であるべきで、あまねく努力義務との兼ね合いもある。AM局が中継局を廃止する際には、まずFM転換が想定され、引き続き放送ネットワークによってカバーするが、FM局が中継局を廃止する場合には、代替手段としてradikoが想定されるので、通信ネットワークを用いたサービス提供となる。このように考えると、AM局とFM局では中継局廃止の意味合いが異なるので、同じように扱えないのではないか。(第41回・伊東構成員)
- ・コンテンツを継続的に提供できるということに意義があり、経営の選択肢として必要であれば検討しないといけない。ラジオについては、災害のようなときに情報を伝達する手段という側面も配慮しつつ、可能な範囲において、できる限り選択肢を認めていくことが重要。(第41回・落合構成員)
- ・電波での受信が難しい地域のためにradikoで視聴できないという方や、ラジオを普段は聞いていないが、災害時に備えて用意している方たちに対して、丁寧に伝えておく必要がある。いざというときに困ることになるというのは非常に問題があるので、ユーザーにどう伝えていくのかという対策を考えていきたい。(第41回・長田構成員)
- ・通信と放送というそれぞれの手段のメリット、デメリットというのを幅広に考える必要がある。放送の代替というからには、幅広い層のユーザーへの影響も含めて、より総合的に考えなければならない。スマホでradiko代替ということになると、輻輳などの問題以外にも通信費用負担の問題、あるいはスマホ自体の操作の容易性の問題についてきめ細やかに考えていかないといけない。(第41回・林構成員)

# デジタル空間における放送番組への接触機会の確保等

## 【デジタル空間において期待される放送の価値・役割、放送番組への接触機会の確保】

- インターネット空間では、人々の関心や注目の獲得ばかりが経済的な価値を持つ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、フェイクニュースといった問題も顕在化する中で、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルス（情報的健康）の確保の点で、デジタル時代においてこそ、健全な民主主義の発達に貢献するという放送の役割に対する期待が増している。
- デジタル空間においても信頼できる放送コンテンツが視聴者にとって容易に見つけられる環境が整備されることは、情報空間全体における健全性の確保や、放送の持続性の確保に資することが期待され、動画配信サービス等の中で放送コンテンツを優先的に表示させるプロミネンスの導入が方策の一つとして考えられる。
- 一方で、既に導入されている諸外国における前提条件や効果が現時点では必ずしも明らかではなく、我が国に導入する場合の目的やその手法、対象、優先表示の範囲等について、引き続き検討を進める必要がある。

## 【インターネット配信時代における放送インフラの在り方】

- 第1次取りまとめを受け、2023年の放送法改正により中継局設備の共同利用が可能となり、また2024年の同法改正により、民放が行う放送の難視聴解消措置に対するNHKの協力業務が強化されている。これを受け、2024年12月には「日本ブロードキャストネットワーク」（J-BN）が設立され、2025年12月には、①J-BNによる全国約480局のミニサテ共同利用事業、②放送ネットワークインフラの整備基金を設立し、放送事業者の中継局共同整備に助成する事業やブロードバンド等代替など新たな伝送技術の開発・導入促進等を内容とする「共同利用型モデル」について基本合意がなされ、共同利用やブロードバンド等代替など放送ネットワークの効率化に向けた取組が着実に進められている。
- 衛星放送ワーキンググループにおいては、この10年の視聴環境の変化を踏まえつつ、今後の4Kコンテンツの流通や利用の拡大に向けて取り組むべき方向性等について検討を行い、2025年12月26日に「第二次取りまとめ」を公表した。当該取りまとめにおいては、インターネット配信サービスの伸展や視聴者の視聴形態の変化により衛星放送業界が厳しい状況に直面している中で、ビジネスモデルの再検討等の必要性とともに、個々の事業者では対応が困難な課題について、関係事業者・団体・総務省が問題意識を共有し、協力・連携して、着実に取り組んでいくことを期待する旨が示された。

## 【今後の方向性】

- 放送番組への接触機会の確保の在り方については、放送コンテンツのインターネット配信の拡大を見据えつつ、インターネットも含めた情報空間全体という観点から検討を行う必要があるのではないか。
- また、地上波、衛星波など、放送全体での将来的なインフラの在り方についても、同様の観点から検討を行う必要があるのではないか。

## 【構成員の意見等】

### ●デジタル空間において期待される放送の価値・役割

- ・SNSが投票行動に与えた影響を丁寧に分析すること、そして放送の役割を見つめ直すことの大切さを考えさせられる。放送事業者の役割は、ソーシャルメディアに親しむ若い世代にも放送コンテンツへの接点となる配信を増やし、偽情報を疑う視点を提供すること。(第32回・大谷構成員)
- ・放送の具体的な定義や効果などはかなりの議論を積み重ねる必要があり、放送事業者における信頼性確保の観点において、どういうことを実施するべきなのかを考えるために必要な論点であるということを踏まえて、放送事業者が今後果たすことが期待される役割がどういうことかを整理し、放送事業者への現代的期待というものを、特に先行して整理していくことが極めて重要。(第32回・落合構成員)

### ●放送番組への接触機会の確保

- ・プロミネンスの実際の効果が可視化されないと、なかなか議論が前に進まないのではないか。(第34回・林構成員)
- ・業界の自主ルールや事業者の手挙げ方式といったものをベースとしながら、手を挙げた放送事業者をプロミネントな存在として、当該事業者のネット配信を識別化するというようなソフトのアプローチで進めるというのが、我が国の実情に合っていると思う。(第34回・林構成員)
- ・諸外国の事例、国内の実証事業の成果を踏まえながら、全ての関係する事業者が放送の価値や役割についての認識を共有した上で、利害関係者の調整を図りながら社会実装につなげていくためには、継続的に検討や議論を行っていくことが求められる。(第34回・飯塚構成員)
- ・どのようなコンテンツを望むかという、実際に視聴する方々の声も活かしながら、これからプロミネンスの在り方について議論をしなければならない。(第34回・大谷構成員)
- ・プロミネンスの仕組みが最大限効果を発揮するためには、ユーザー側のリテラシーの視点も重要であり、リテラシー向上の取組を合わせて実施することで、多様性ある豊かな情報に多くのユーザーが接していくことができる正の循環が実現する。この点については、しかるべき場所・機会において、議論を継続することが極めて肝要。(第34回・山本(龍)構成員)
- ・インターネットにおける接触機会について、どういった情報偏在に対応していくのか論点を明確化することが重要。その観点で、放送として何ができるのかを議論することによって、デジタル空間を議論する検討会等との連携による有益な議論ができる。(第36回・落合構成員)
- ・動画共有サイトでは放送局のコンテンツが優先表示される実態があるところ、プラットフォーム規制の関係だと思うが、それらも視野に入れる必要がある。(第36回・曾我部構成員)
- ・プレミアムコンテンツへの埋没に関するコメントがあったが、プロミネンスを導入すると解決できるのではないか。英国の規制当局は、プロミネンスによって、視聴者の放送番組へのアクセスを容易にすると同時に広告収入の確保に貢献できるのではないかと指摘している。政策支援の一環として考慮の余地があると考えられる。(第41回・飯塚構成員)

## 第1章 放送を取り巻く環境の変化

- ・放送の価値・役割（信頼性の高い情報発信、「知る権利」の保障、「社会の基本情報」の共有、多様な価値観に対する相互理解の促進）
- ・ローカル局に期待される役割
- ・「テレビ離れ」の進行・加速（テレビ端末保有率の減少、ネット前提の視聴環境の増加、若年層の接触率の低下）
- ・民放事業者における広告収入の減少

## 第3章 放送番組のインターネット配信の在り方

1. テレビ番組のインターネット配信の実施状況
  - ・ローカル局におけるインターネット配信実施率
  - ・各事業者の取組（民間放送事業者、TVer、NHK）
  - ・インターネット配信に係る課題
2. インターネット配信によるラジオ放送の補完・代替
  - ・radiko社の取組
  - ・AM局における運用休止に係る特例措置による検証
  - ・FM局からの要望

## 第2章 地域における放送事業者の経営基盤と地域情報の確保

1. ローカル局の経営状況
  - ・減少傾向にある営業利益
  - ・放送対象地域における人口減少
  - ・各放送事業者の取組
2. 自社における放送番組の制作状況、地域情報の提供に関する取組
  - ・ローカル局における自主制作番組比率
  - ・各放送事業者の取組（独立局、複数県域局、クロスネット局、ケーブルテレビ事業者、コミュニティ放送事業者）
  - ・地域情報の拡大に係る課題
3. 視聴データの活用
  - ・視聴データの活用に係る期待と課題

## 第4章 インターネットを含めた情報空間全体における放送の在り方

1. デジタル空間において期待される放送の価値・役割
  - ・デジタル空間の健全性の確保に寄与すべき放送の価値・役割
  - ・役割を果たすために必要な事項（プロミネンス等）
2. 放送インフラの整備・維持の在り方
  - ・ネット配信時代における放送インフラの在り方

## 第5章 今後の方向性