

---

**デジタル時代における  
放送の将来像と制度の在り方  
に関する取りまとめ(第4次)**

---

**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**

**2026年(令和8年)5月19日**

# 目次

はじめに.....	3
第1章 放送を取り巻く環境の変化.....	4
1. 放送の価値・役割.....	4
2. 放送を取り巻く環境の変化.....	4
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.....	10
1. ローカル局に期待される役割.....	10
2. ローカル局の経営状況.....	11
(1) ローカル局における経営状況.....	11
(2) 民間放送事業者における経営基盤の確保に関する取組.....	15
3. 自社における放送番組の制作状況、地域情報の発信に関する取組.....	16
(1) ローカル局における自社制作番組比率の状況.....	16
(2) 民間放送事業者における地域情報の発信に関する取組.....	18
(3) 地域情報の拡大に関する課題.....	22
第3章 放送番組のインターネット配信の在り方.....	23
1. テレビ番組のインターネット配信の実施状況.....	23
(1) ローカル局におけるインターネット配信の実施状況.....	23
(2) 株式会社 TVer の取組.....	24
(3) 個別の民間放送事業者におけるインターネット配信に関する取組.....	26
(4) NHKにおけるインターネット配信に関する取組.....	28
(5) テレビ番組のインターネット配信に係る課題.....	29
2. ラジオ番組のインターネット配信の実施状況.....	30
(1) 株式会社 radiko の取組.....	30
(2) AM局の運用休止に係る特例措置.....	33
(3) FM事業者からの要望.....	36
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.....	40
1. デジタル空間において期待される放送の価値・役割.....	40
(1) デジタル空間の健全性の確保への寄与.....	40
(2) 放送番組への接触機会の確保の在り方.....	41
2. 放送インフラの整備・維持の在り方.....	44
(1) 中継局の共同利用等の取組.....	44
(2) 衛星放送の在り方.....	46
(3) 広域大規模災害を想定した放送サービスの維持・確保.....	47
3. 視聴データの利活用.....	49
第5章 今後の方向性.....	51
1. 地域における放送事業者の経営基盤と地域情報の確保.....	51
(1) マスメディア集中排除原則.....	51
(2) 基幹放送普及計画.....	54
2. テレビ番組のインターネット配信の在り方.....	55
3. ラジオ番組のインターネット配信の在り方.....	55
4. 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.....	56
5. 視聴データの利活用.....	56
おわりに.....	57

## 参考資料

参考1 開催要綱

参考2 開催状況

参考3 規制改革実施計画

参考4 ヒアリング資料等

## はじめに

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（以下「本検討会」という。）は、令和6年（2024年）12月に第3次取りまとめを公表した。同取りまとめにおいて提言した内容は、地上テレビジョン放送の基幹放送事業者が中継局を廃止する際の規律の整備などにつながっている。

第3次取りまとめの公表後には、本検討会の下に令和7年（2025年）2月より「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」、同年3月より「放送・配信コンテンツ産業戦略検討チーム」を開催し、それぞれ検討を進めてきた。前者については同年9月に、後者については同年8月に、それぞれ取りまとめを公表している。また、同様に本検討会の下で開催していた「衛星放送ワーキンググループ」についても、同年7月から検討を再開し、同年12月に取りまとめを公表した。

一方、同年3月には我が国における放送が開始されてから100周年という歴史的節目を迎え、記念式典の開催や関連番組の制作が行われるなど、放送の歩みを顧みる重要な年となった。他方、民間放送事業者において、放送に対する国民の信頼を損なう事案が発生し、これが社会的に大きな関心を集めたことを契機として、放送の規律及びその果たすべき役割について、あらためて社会全体で厳しく問い直される状況となった。

このような状況のもと、本検討会においては同年4月から第4次検討を開始し、近年における放送を取り巻く環境の変化や、地域における放送事業者の経営状況をあらためて把握した上で、地域情報の確保、放送番組のインターネット配信に係る諸課題、さらにはインターネットを含む情報空間全体における放送の在り方について、精力的かつ多角的な議論を重ねてきた。議論の過程においては、地上テレビジョン放送事業者各位より、検討に資するアンケート調査への回答にご協力を賜ったほか、とりわけローカル局においては、対面による意見交換の実施や、検討会におけるプレゼンテーション等、多大なるご協力をいただいた。放送の将来像や放送制度の在り方を検討するに当たり、当事者である放送事業者の声に真摯に耳を傾けることはきわめて重要であり、ここにあらためて深甚なる謝意を表するものである。

今後においても、放送がその社会的役割を十全に果たし続けるために、本取りまとめがその一助となることを切に期待するものである。

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座長  
早稲田大学大学院アジア太平洋研究科教授 三友仁志

# 第1章 放送を取り巻く環境の変化

## 1. 放送の価値・役割

本検討会の第1次取りまとめ<sup>1</sup>においては、2030年頃の放送の将来像を論ずる中で、放送の意義・役割として、放送には、取材や編集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と示している<sup>2</sup>。

また、放送は、最高裁判決<sup>3</sup>において、「憲法21条が規定する表現の自由の保障の下で、国民の知る権利を実質的に充足し、健全な民主主義の発達に寄与するものとして、国民に広く普及されるべきものである」とされており、放送法（昭和25年法律第132号）は、この憲法的価値の下で、放送の社会的な役割が果たされるようにこれを規律している。

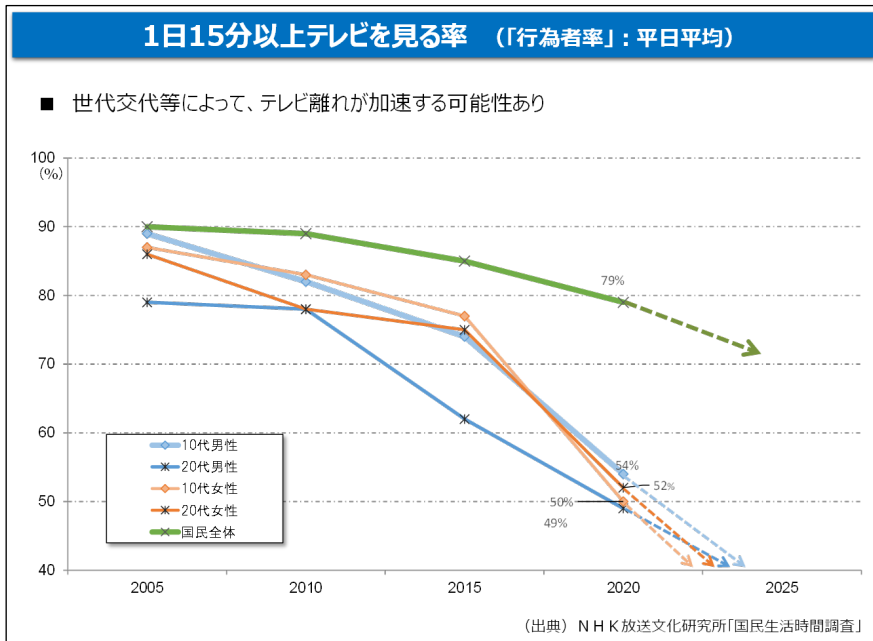
## 2. 放送を取り巻く環境の変化

上記のような価値を有する一方で、放送を受信する視聴者側の状況は、1日にテレビを15分以上見る割合が、平成17年（2005年）には国民全体の90%であったが、その後、減少が続き、令和2年（2020年）には79%まで下がっている。特に若年層については、1日に15分以上テレビを見る割合が令和2年（2020年）に10代では男性が54%、女性が50%、20代では男性が49%、女性が52%となっており、国民全体での割合と比較して低く、また、平成17年（2005年）からの減少幅が大きい。

<sup>1</sup> デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ（令和4年（2022年）8月5日公表）

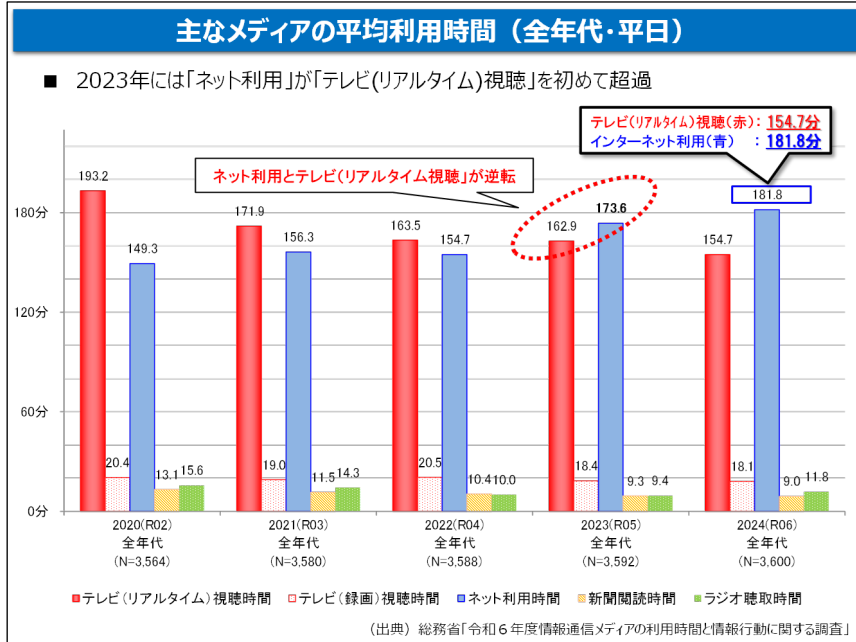
<sup>2</sup> 放送の価値・役割について、本検討会においては、情報空間の健全性の確保、広告を含めた事前審査を通じたコンテンツの信頼性・安全性、取材・調査に基づく裏付けのある事実を中立的な立場でわかりやすく伝える報道、幅広いコンテンツ（相互理解に繋がる情報、市場規模が小さい情報）への接触機会の確保、コンテンツへの無償の接触機会の確保に関する発言があった。また、大型スポーツイベントについて、放送権料が高騰していることにより、地上テレビ放送を通じて国民全体が広く視聴できる機会が減少していることに関する指摘があった。詳細は、本検討会第36回 資料36-1（第4次検討におけるこれまでの会合で出された主な意見）を参照。

<sup>3</sup> 最高裁平成29年12月6日大法院判決



図表 1-1 1日15分以上テレビを見る割合

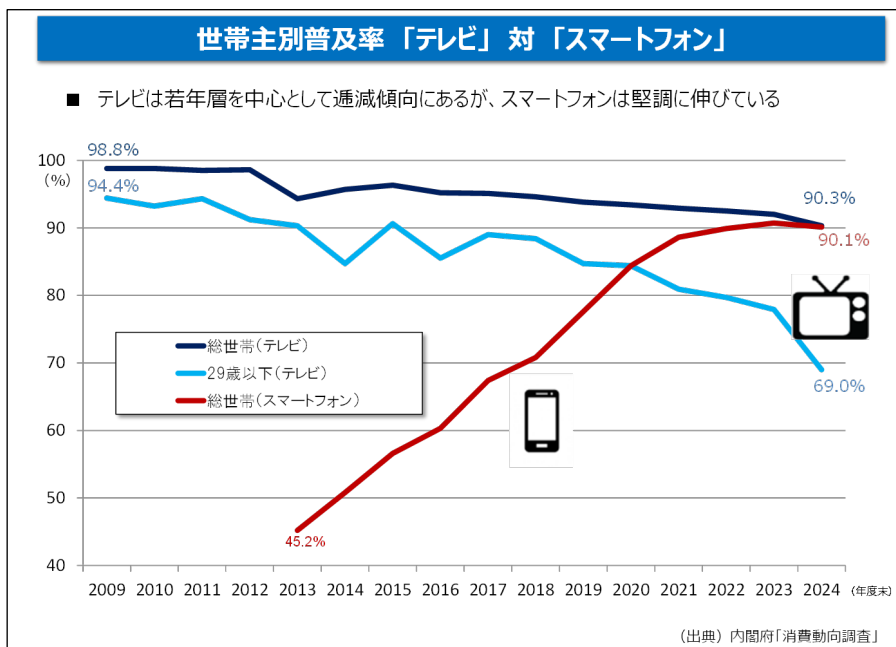
また、主なメディアの平均利用時間については、動画配信サービスの普及や視聴デバイスの多様化等を背景に、視聴者の視聴スタイルは多様化しており、令和5年(2023年)には動画配信サービスを含むインターネットの平均利用時間が、テレビ(リアルタイム視聴)を上回っている<sup>4</sup>。



図表 1-2 主なメディアの平均利用時間(全年代・平日)

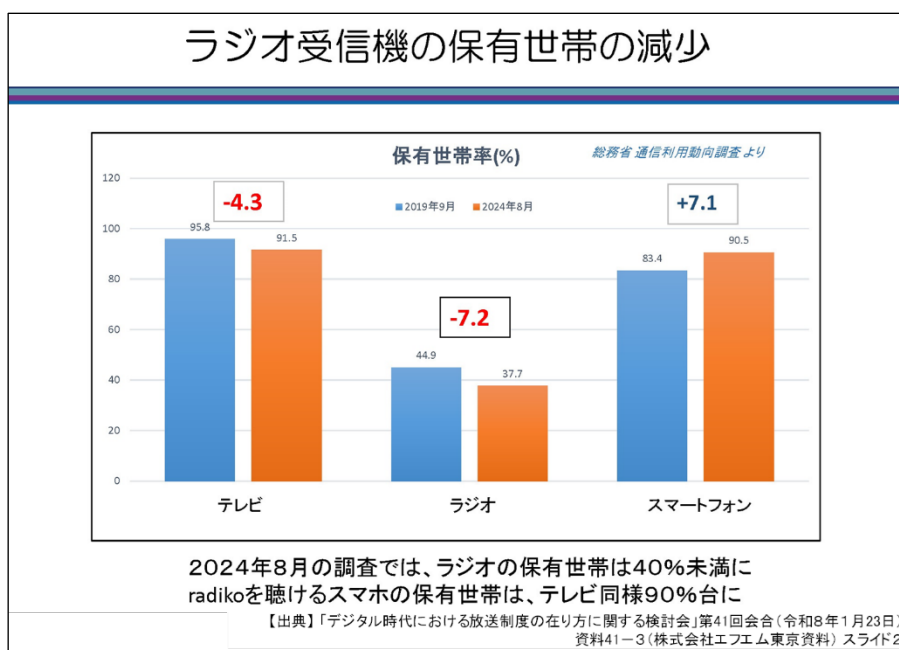
<sup>4</sup> 出典：総務省情報通信政策研究所「令和6年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」  
 なお、本検討会第33回 資料33-2(放送を巡る状況の変化(事務局資料))においては「令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」のデータを掲載しており、インターネットの平均利用時間がテレビ(リアルタイム視聴)を初めて超過したのは「令和2年(2020年)」としていた。これは、当該調査において、従来、13歳～69歳までを対象として実施してきたのに対し、令和6年度調査では70代も対象に含めて実施しており、それまでの報告書で公表していた調査結果の数値と必ずしも一致しない場合があるためである。

端末の保有率の観点からは、世帯単位のテレビの普及率について、総世帯においても平成21年度末(2009年度末)に98.8%だったものが令和6年度末(2024年度末)には90.3%と減少している。特に世帯主が29歳以下の場合については、令和5年度末(2023年度末)に77.9%だったものが翌令和6年度末(2024年度末)には69.0%と、1年で急激に減少しており、今後も加速度的にテレビ離れが進むと考えられる。



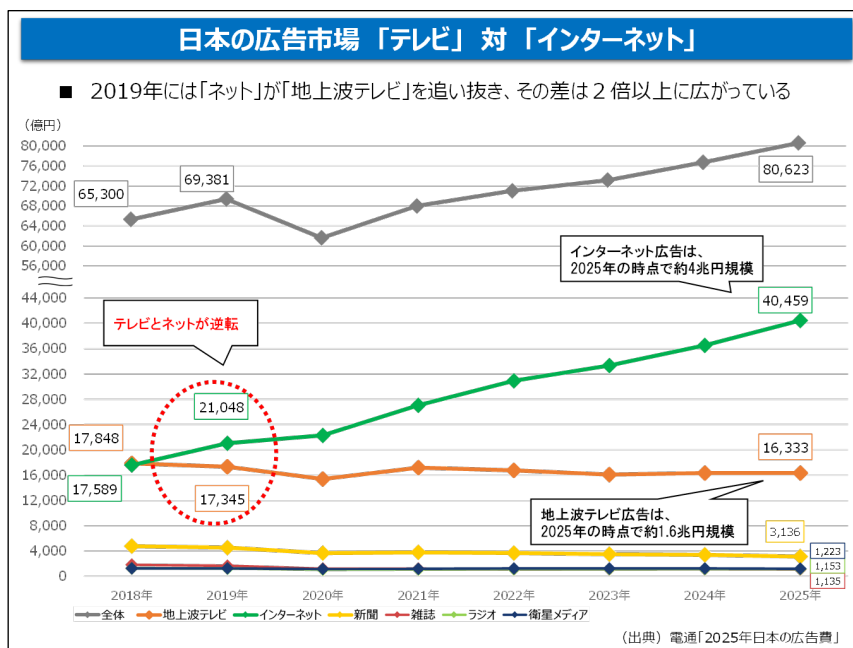
図表1-3 テレビ及びスマートフォンの世帯主別普及率

特にラジオについては、テレビと比較しても端末の保有世帯率低く、令和元年(2019年)には44.9%だったものが、令和6年(2024年)には37.7%に減少しており、減少幅も大きい。



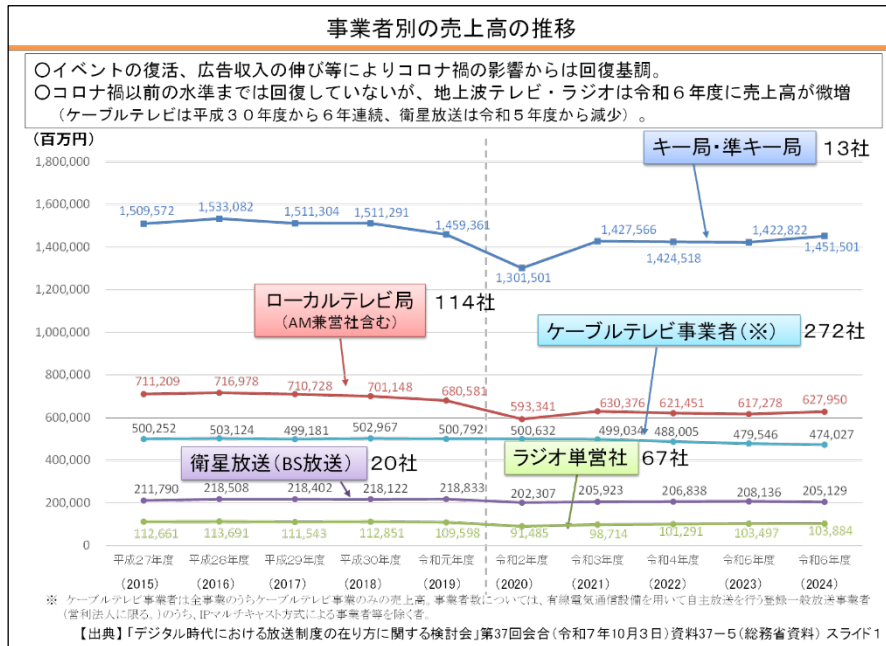
図表1-4 ラジオ受信機の保有世帯の減少

他方、放送を送信する放送事業者側の状況については、広告市場において、令和元年（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おり、令和7年（2025年）にはその差が2倍以上に広がっている。

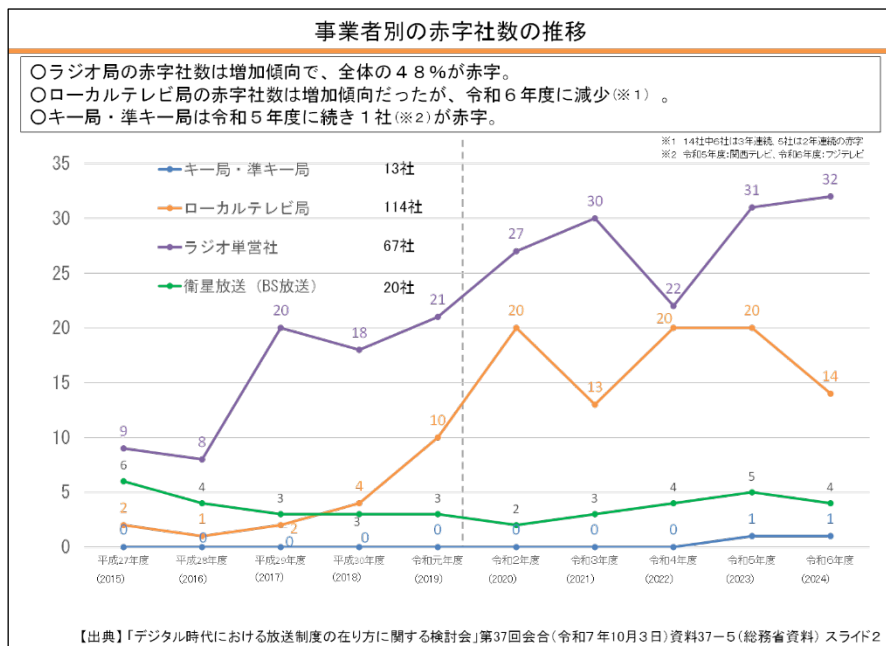


図表 1 - 5 日本の広告市場

また、民間放送事業者の売上高については、コロナ禍の影響で大きく落ち込んだ令和2年度（2020年度）からは回復基調にあるものの、まだそれ以前の水準には戻っておらず、特にケーブルテレビは平成30年度（2018年度）から6年連続、衛星放送は令和5年度（2023年度）から2年連続で減少している。また、ローカルテレビ局の赤字社数については、令和6年度（2024年度）に減少しているものの、これまで増加傾向にある。ラジオ単営社についても赤字社数が増加傾向にあり、令和6年度（2024年度）においてはその割合は全体の48%となっている。

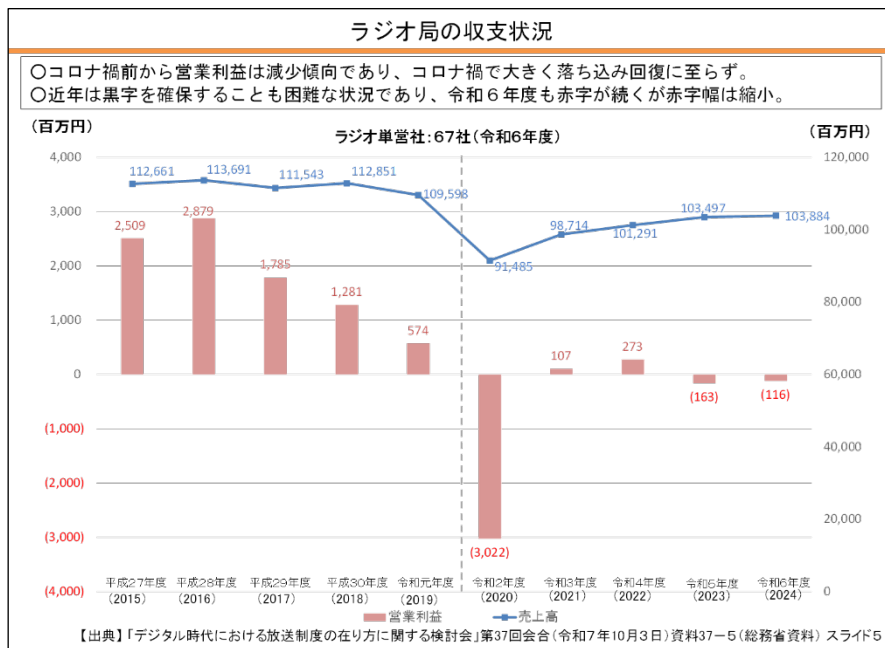


図表1-6 事業者別の売上高の推移



図表1-7 事業者別の赤字社数の推移

ラジオ単営社の収支状況については、コロナ禍前から営業利益は減少傾向であり、コロナ禍で大きく落ち込んだ利益は現在でも回復に至っていない。近年は黒字を確保することも困難な状況にある。



図表 1 - 8 ラジオ局の収支状況

以上のように、視聴者側の状況としては、若者を中心としてテレビを視聴する時間が短くなるとともに、普及率が逡減傾向にあり、動画配信サービスを含むインターネット利用時間がテレビを上回っている状況にある。

また、放送事業者の状況としては、インターネットの広告費が地上テレビの広告費を大きく超過しており、売上高や赤字社数の推移を見ると、厳しい経営状況にあると言える。

こういった放送を取り巻く環境の変化により、国民・視聴者における情報の入手及び視聴の対象が、放送からインターネットへと移行しつつあり、今後もこのような動きは加速すると考えられる。

## 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. ローカル局に期待される役割

地上放送事業者については、基幹放送普及計画（昭和63年郵政省告示第660号）において広域を放送対象地域とされている事業者（いわゆるキー局・準キー局（東名阪広域局））と、県域を対象とされている事業者（いわゆるローカル局）がある<sup>5</sup>。

特にローカル局について、本検討会の第1次取りまとめ及び第2次取りまとめ<sup>6</sup>においては、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としている。

また、ローカル局が各地域で構築している取材網は、特定の地域内に留まらず、同じ系列の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。構成員からは、取材した結果を調査・分析し、編集された地域情報を放送対象地域の隅々まで届けることは、放送事業者の基本的かつ重要な任務でもあるといった意見や、地域情報を「地域のための情報」としてだけでなく、「地域からの情報」として捉え直す必要があるのではないかといった意見があった。

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」（主査：三友 仁志 早稲田大学大学院アジア太平洋研究科教授）（以下「災害検討チーム」という。）においては、広域大規模災害を想定した放送を維持するための方策、ローカル局の放送が停波した場合の代替手段の確保、被災者の視聴環境の確保等について、検討、整理を行っている<sup>7</sup>。

<sup>5</sup> 地上放送事業者間で番組提供等の協力関係を構築するためのネットワーク協定が締結されており、同じネットワーク内のキー局及びローカル局は、それぞれ「系列キー局」及び「系列ローカル局」と呼ばれ、複数のネットワークに属しているローカル局は「クロスネット局」、いずれのネットワークにも属していないローカル局は「独立局」と呼ばれる。

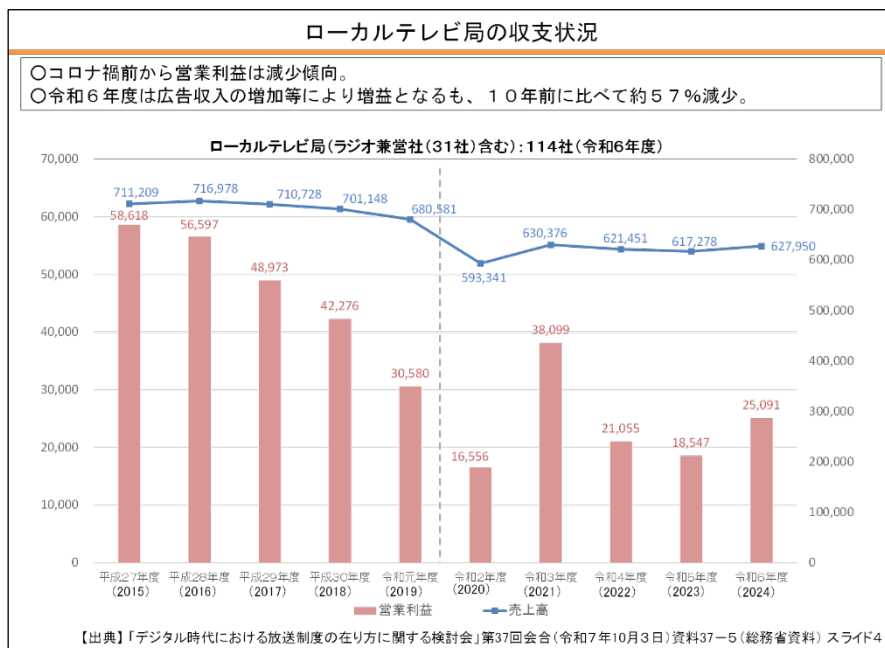
<sup>6</sup> デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ（第2次）（令和5年（2023年）10月18日公表）

<sup>7</sup> 詳細は「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 取りまとめ」（令和7年（2025年）9月12日）を参照。

## 2. ローカル局の経営状況

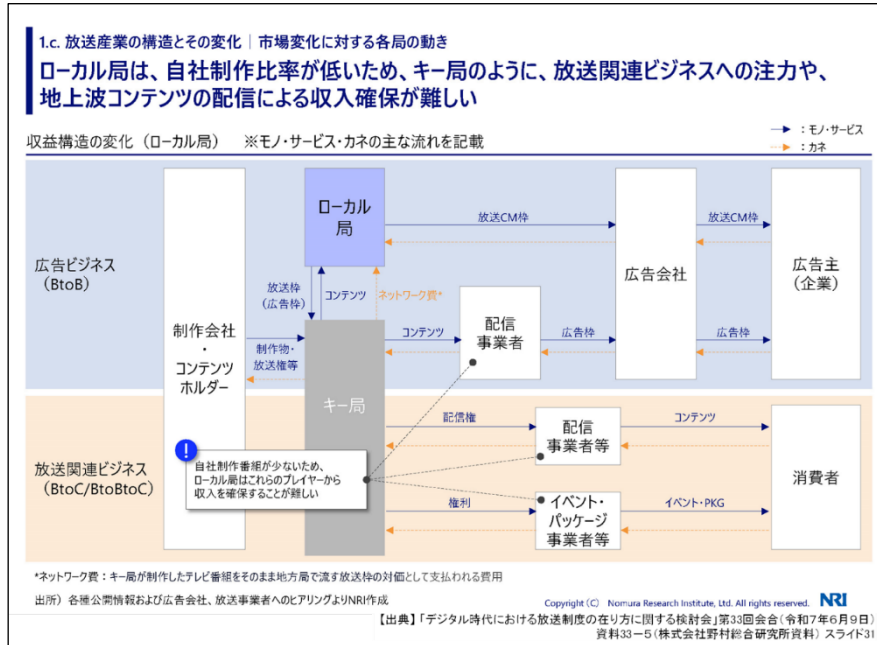
### (1) ローカル局における経営状況

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、令和6年度(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。また、図表1-7のとおり、特にコロナ禍以降、赤字社数は高い水準となっている。

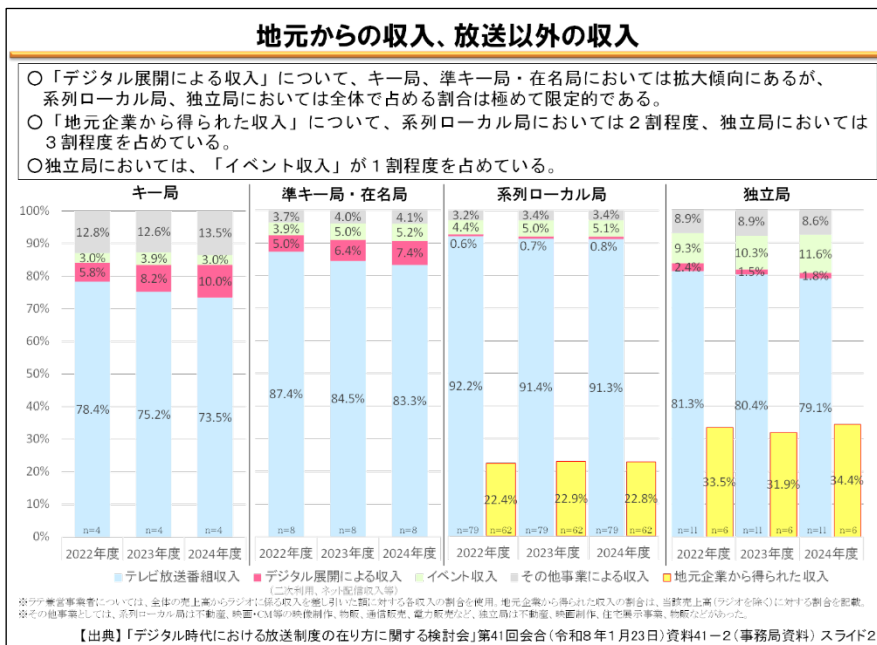


図表2-1 ローカル局の収支状況

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<sup>8</sup>、地元企業から得られる収入は2割程度である。また、「2.（1）ローカル局における自主制作番組比率の状況」で述べるように、ローカル局は自社制作比率が低いことから、キー局のように、インターネット配信等による収入は極めて限定的である。



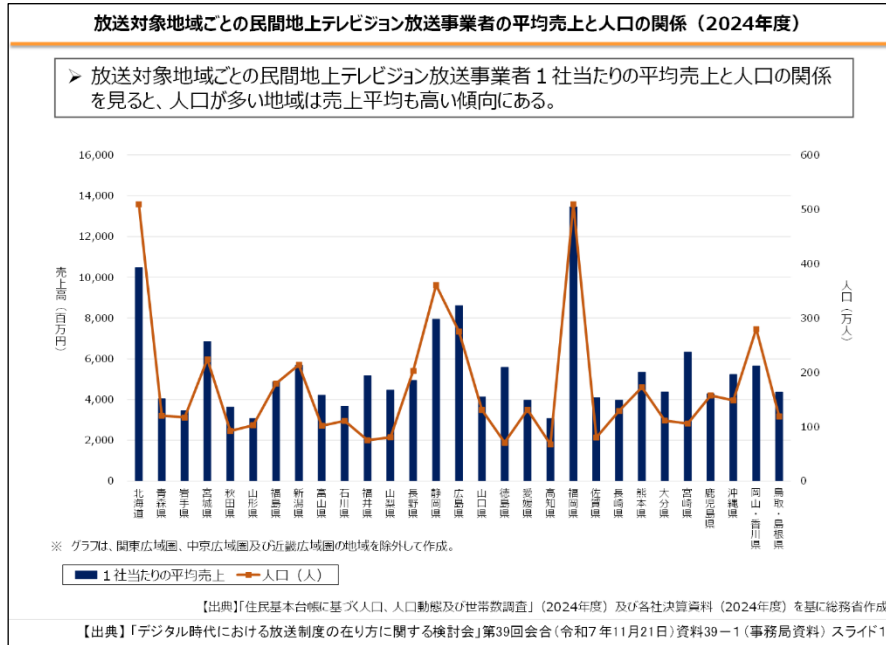
図表 2-2 ローカル局の収益構造



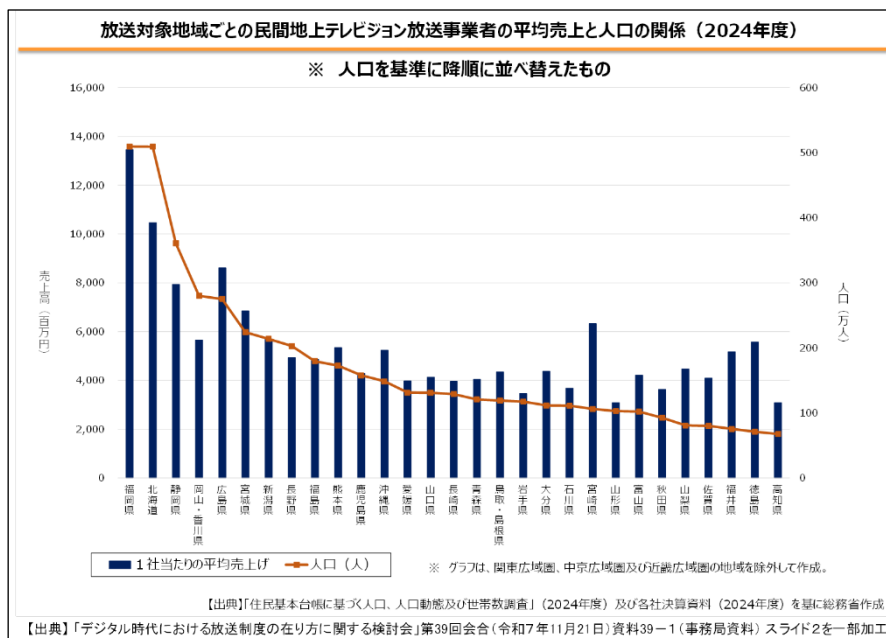
図表 2-3 地元からの収入、放送以外の収入

<sup>8</sup> 令和7年（2025年）には、キー局において放送に対する国民の信頼を失墜させる事案が発生し、当該局が赤字となったが、このような収益構造により、系列ローカル局の収益にも影響が生じることとなった。

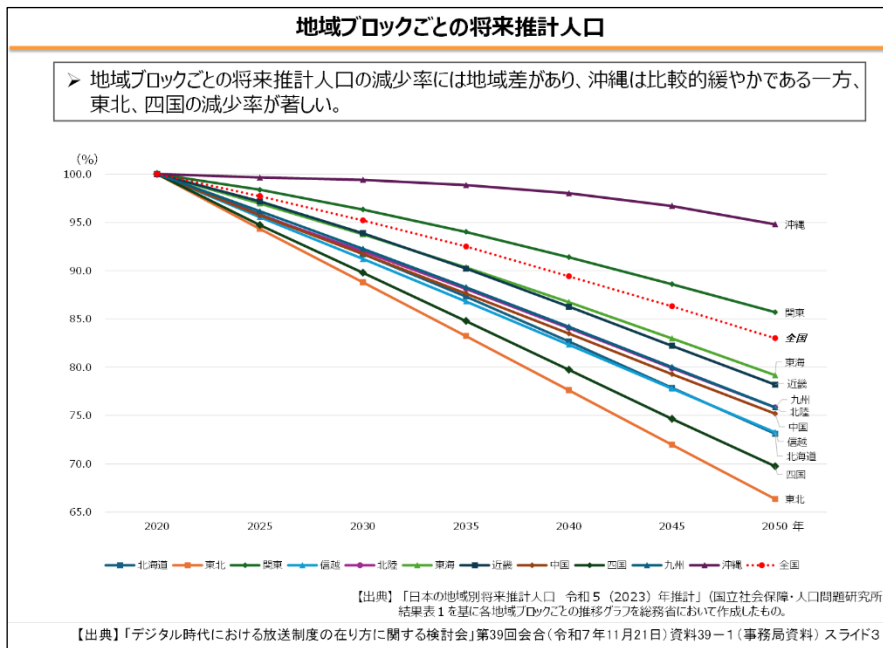
また、放送対象地域ごとの民間地上テレビジョン放送事業者1社当たりの平均売上高と人口の関係を見ると、人口が多い地域は平均売上高も高い傾向にある。なお、2020年と比較したブロックごとの2050年の推計人口は、北海道、信越、北陸、東海、近畿、中国及び九州は2割以上、東北及び四国は3割以上の減少が見込まれており、更なる売上の減少が想定される。



図表2-4 放送対象地域ごとの民間地上テレビジョン放送事業者の平均売上と人口の関係（2024年度）

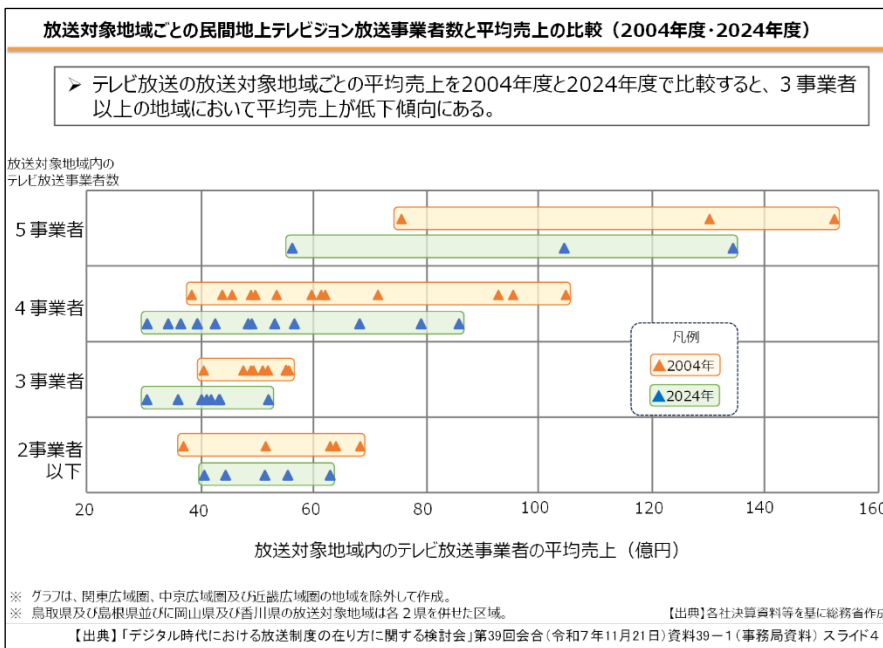


図表2-5 放送対象地域ごとの民間地上テレビジョン放送事業者の平均売上と人口の関係（2024年度）（人口順）



**図表 2-6 地域ブロックごとの将来推計人口**

テレビ放送事業者の放送対象地域ごとの平均売上を2004年度と2024年度で比較すると、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ると考えられる。



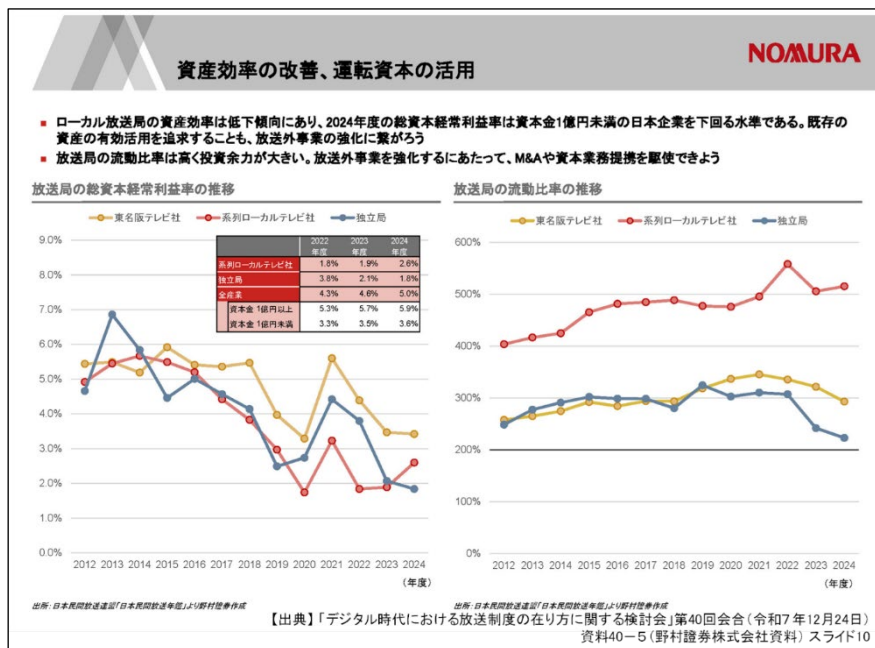
**図表 2-7 放送対象地域ごとの民間地上テレビジョン放送事業者数と平均売上上の比較（2004年度・2024年度）**

以上のことから、ローカル局の経営は厳しい状況にあり、系列キー局からのネットワーク費によって支えられ、地元企業からの収入が限定的である中、特に人口が少ない地域や3事業者以上の放送対象地域においては、今後も売上の減少が想定される。人口減少が更に進む中で、放送事業の持続可能性を確保するため、経営基盤を強化する取組が必要となる。

## (2) 民間放送事業者における経営基盤の確保に関する取組

こういった状況の中、ローカル局においては、経営の持続可能性の確保に関する取組として、番組制作費や人件費、固定費の見直しや、放送設備の更新費用の抑制、業務の効率化等といった費用削減方策や、広告収入の増加やインターネット配信の活用、放送外収入の増加に向けた取組といった収入向上策に取り組んでいる。

一方で、本検討会においては、ローカル局は資産効率が低いことから既存の資産の有効に活用したり、また流動比率が高く、投資余力が大きいことから、M&Aや資本業務提携を行ったりすることによって、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った。



図表2-8 放送事業者における総資本経常利益率及び流動比率の推移

### 3. 自社における放送番組の制作状況、地域情報の発信に関する取組

「1. ローカル局に期待される役割」で述べたように、ローカル局については、各地域における情報発信の主な担い手として、各社の取材網によって収集した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おり、地域情報の収集及び発信が、その存在意義であると考えられる。

各放送事業者においては、自社で番組を制作し、放送対象地域内で放送するほか、他の放送事業者への展開や第3章で述べるインターネット配信を通じて、放送対象地域外への地域情報の発信を行っている。

#### (1) ローカル局における自社制作番組比率の状況

令和4年度（2022年度）から令和6年度（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。平成6年（1994年）以降の自社制作比率の推移<sup>9</sup>を見ると、系列ローカル局は概ね9パーセント前後で推移している。

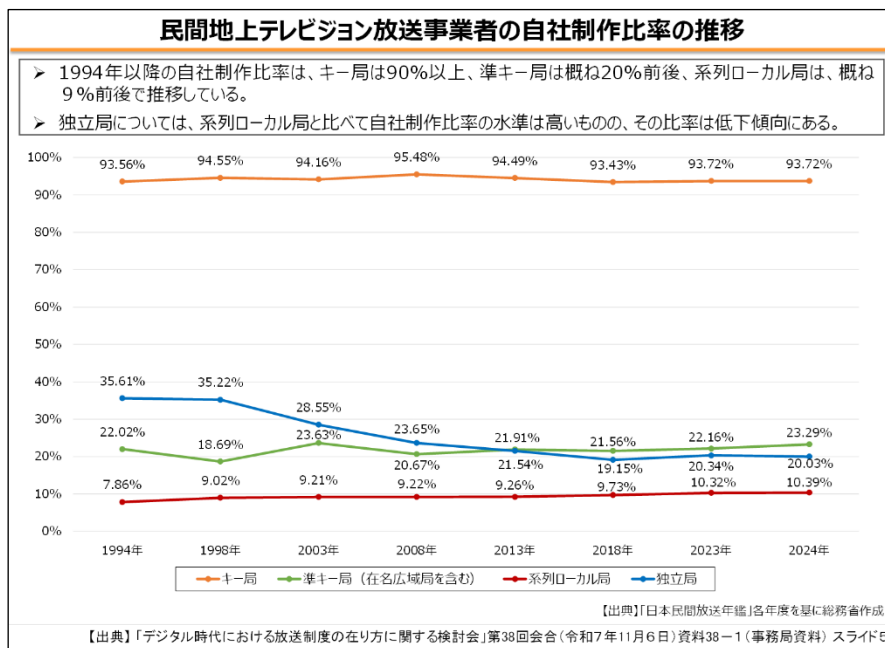
自社制作番組比率			
○直近3年間の自社制作比率について、キー局においては8割以上となっているのに対し、準キー局においては約3割、系列ローカル局においては約1割、独立局においては約2割となっている。			
	2022年度	2023年度	2024年度
キー局 <全5社>	84.68 % (n=3)	85.60 % (n=4)	84.98 % (n=3)
準キー局・在名局 <全8社>	26.77 % (n=8)	27.35 % (n=8)	27.63 % (n=8)
系列ローカル局 <全101社>	10.87 % (n=84)	10.86 % (n=95)	10.99 % (n=84)
独立局 <全13社>	20.24 % (n=12)	20.55 % (n=12)	19.73 % (n=12)

※算出時点や番組表は各社で異なるため、単純比較はできない。

【出典】「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41回会合（令和8年1月23日）資料41-2（事務局資料）スライド3

図表 2-9 自社制作番組比率の状況（2022年度～2024年度）

<sup>9</sup> 図表 2-9（自社制作番組比率の状況（2022年度～2024年度））については、令和7年（2025年）に実施した放送事業者に対するアンケートの結果を元にした資料であり、図表 2-10（自社制作番組比率の推移）については、日本民間放送年鑑を元にした資料であり、前者のアンケートは一部の事業者から回答を得られていないこと等から、数値に差がある。



**図表 2-10 自社制作番組比率の推移**

ローカル局においては、地域情報の発信につながる自社制作番組比率の向上が期待される一方で、自社制作番組の拡大と人員や制作に係るコストの抑制はトレードオフの関係にあり、費用削減のために自社制作番組を減らす場合もあるが、必要なコストを賄えるほどの広告収入を確保することは困難であるとの指摘があった。また、自社制作番組比率は基本編成で計算しており、地域社会の魅力や課題を紹介する単発番組が含まれていないことから、比率を上げることだけに着目することは適当ではなく、正確な取材が行われているか、視聴率がどれくらいであるか、広告収入に占めるローカル比率がどれくらいか、地域との間でどのような繋がりがあるかといった点も考慮するべきとの指摘もあった。

## (2) 民間放送事業者における地域情報の発信に関する取組

系列ローカル局においては、音楽、ドラマ、アニメなどの一部を除き、幅広いジャンルの番組を自社制作している。配信や番組販売により、地域外に展開することで訴求力があると考えているジャンルとしては、ドキュメンタリーや観光・グルメが挙げられた。一方、訴求力が低いものとしては、生活情報、イベント情報が挙げられた。

自社制作番組のジャンルと訴求力								
<p>○系列ローカル局においては、音楽、ドラマ、アニメなどの一部を除き、幅広いジャンルの番組を自社制作している。</p> <p>○配信や番組販売により、地域外に展開することで訴求力があると考えているジャンルとしては、ドキュメンタリーや観光・グルメが挙げられた。一方、訴求力が低いものとしては、生活情報、イベント情報が挙げられた。</p>								
ジャンル	キー局 n=5		準キー局・在名局 n=6		系列ローカル局 n=99		独立局 n=12	
	制作	訴求力あり	制作	訴求力あり	制作	訴求力あり	制作	訴求力あり
報道（定常的なもの以外）	100%	80%	100%	88%	87%	62%	83%	60%
教育・教養	100%	80%	100%	63%	98%	57%	100%	67%
ドキュメンタリー	100%	80%	100%	88%	92%	80%	67%	100%
観光・グルメ	100%	80%	88%	100%	95%	97%	83%	90%
スポーツ	100%	100%	88%	86%	93%	70%	92%	73%
生活情報	100%	80%	88%	43%	93%	34%	92%	27%
イベント情報	100%	80%	75%	50%	84%	37%	83%	30%
音楽	100%	80%	75%	83%	40%	48%	67%	38%
バラエティ	100%	100%	100%	100%	83%	80%	83%	60%
ドラマ	100%	100%	75%	100%	16%	88%	42%	80%
アニメ	100%	100%	50%	100%	7%	71%	25%	67%
その他	20%	100%	0%	-	12%	25%	8%	100%

※割合のうち、「制作」は、全回高数のうち、当該ジャンルを制作している事業者の割合、「訴求力あり」は、当該ジャンルを制作している事業者のうち、配信や番組販売により、地域外に展開することで訴求力があると考えている事業者の割合。  
 ※「その他」は、自社制作番組の宣伝番組、通販番組、自動車情報、地域経済などがあつた。  
 【出典】「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41回会合（令和8年1月23日）資料41-2（事務局資料）スライド4

図表 2-11 自社制作番組のジャンルと訴求力

また、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。

自社制作番組の他の放送事業者への展開状況			
○系列ローカル局の多くは「同系列」の放送事業者に対して自社制作番組を展開しているが、約4割の事業者が「独立局」に対して、約2割の事業者が「海外の放送事業者」に対して展開している。 ○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」に対しても自主制作番組を展開している。			
展開先	準キー局・在名局 n=8	系列ローカル局 n=99	独立局 n=12
	実施割合	実施割合	実施割合
同系列	キー局	100%	42%
	同一の地域ブロック内	50%	83%
	その他	100%	79%
他系列	キー局	0%	6%
	同一の放送対象地域	0%	0%
	同一の地域ブロック内	0%	8%
	その他	75%	16%
その他	独立局	100%	83%
	ケーブルテレビ事業者	75%	58%
	海外	100%	25%
	その他（BS放送など）	63%	17%

【出典】「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41回会合（令和8年1月23日）資料41-2（事務局資料）スライド5


図表2-12 自社制作番組の他の放送事業者への展開状況

ローカル局においては、地域情報をより増やすために、自社制作番組の放送枠の拡大や再放送による地元視聴者の接触機会の増加、番組制作費・人員の確保、番組制作の効率化、他の放送事業者や自治体等との連携による共同コンテンツ制作といった取組が行われている。

複数のネットワークに属しているクロスネット局である株式会社テレビ宮崎においては、複数の系列キー局に対して地域情報を提供するとともに、大規模災害や全国的な事件事故の際などはそれぞれからの取材応援の要請に対応している。

**報道**  
**クロス局の特徴**

- ▶ 3系列に対して宮崎のニュース、情報を届ける事ができ、更に3系列から情報提供を受ける事ができる
- ▶ 3系列それぞれに対しての取材対応が必要になる
- ▶ 大規模災害時や全国的な事件事故の際などは、3系列それぞれから取材応援を受ける一方で3系列それぞれからも取材応援の要請がある
- ▶ 宮崎で取材する際の独自の取材運用モデルがあり



©MIYAZAKI TELECASTING. ALL RIGHTS RESERVED.


【出典】「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37回会合(令和7年10月3日)  
資料37-4(株式会社テレビ宮崎資料)スライド7

**図表 2-13 株式会社テレビ宮崎における  
地域情報の発信に関する取組**

また、ネットワークに属さない独立局である株式会社とちぎテレビでは、地域の祭り・スポーツ、地方選挙といった地域に根ざす情報発信、独自企画や地域企業との連携を柔軟に実現できる編成・番組制作の自由度、ローカルタレントの活用、市民生活に直結したニュース・情報の提供、地域広告ニーズに対応した柔軟さなどをキー局や系列ローカル局との差別化のポイントとして、地域情報を送り届けている。

**■キー局などとの差別化のポイント**

- ▶ 災害報道への対応
  - ➔ 2011年3月東日本大震災、2015年9月関東東北豪雨での経験
- ▶ 地域に根ざす情報発信
  - ➔ 地元の出来事・人・文化に光を当てること  
全国ネットでは拾われないローカルニュース、地域の課題や祭り・スポーツ
  - ➔ 国政から市議や町議までフォローする選挙報道
- ▶ 編成・番組制作の自由度
  - ➔ ネットワーク系列の縛りが少ないからこそ、独自企画や地域企業との連携を柔軟に実現
- ▶ ローカルタレントの活用
  - ➔ 身近なテレビ局である事、あなたが主役です！！
- ▶ 市民生活に直結したニュース・情報の提供
  - ➔ 開局以来放送を続けている長寿番組“おくやみ”  
とちテレ=おくやみ 県民への浸透
- ▶ 地域広告ニーズに対応した柔軟さ
  - ➔ 企業規模に応じた広告展開



【出典】「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37回会合(令和7年10月3日)  
資料37-2(株式会社とちぎテレビ資料)スライド10

**図表 2-14 株式会社とちぎテレビにおける  
地域情報の発信に関する取組**

さらに、ケーブルテレビやコミュニティ放送を含むラジオ放送においても、地域の行政情報や交通情報、防災・災害情報といった地域住民に役に立つ情報を提供しているほか、放送事業外での取組も通じて地元への貢献を行っており、それぞれ放送メディアの特性・特質に応じた形で、地域に根差したメディアとしての役割を果たしている。

**地域情報提供関連の取組事例 ①**

**地域情報の県内外発信「上越妙高タウン情報」【上越ケーブルビジョン】**

- 上越ケーブルビジョン（新潟県上越市）においては、上越地域の情報を発信するポータルサイトを2016年11月に開設。
- テレビ、インターネット、ラジオを融合した情報発信手段として、年間2,000本以上の地域ニュース記事、ライブカメラ（50か所）の映像、行政安全メールと連携した災害情報などを配信し、県内外への情報発信を強化。
- 月間200万PV以上を記録しており（過去最高は同616万PV（コロナ禍の2022年1月））、また、アクセスの4割近くが関東圏。



【出所】上越ケーブルビジョン株式会社 資料

2030 Cable Vision Japan Cable and Telecommunications Association Confidential and Proprietary

【出典】「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39回会合（令和7年11月21日）資料39-3（一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟資料）スライド6

図表2-15 上越ケーブルテレビジョン株式会社における地域情報を発信するポータルサイトに関する取組

**(2) 地域との連携事例**


**<事例①：えふえむ花巻株式会社(FM One /78.7MHz 岩手県花巻市)>**

**『クマ出没情報』**

現在、被害が多発しているクマの出没情報を発信。市役所から提供される目撃情報を基とした出没と注意喚起、捕獲や駆除、子どものタクシーでの送迎情報等を伝えている。

(電話、FAXやLINEでの連絡要請に基づく)

10/22~11/12 計49回放送実施



(FM One 提供資料)

出没情報は、目撃情報を基とするため、時間や場所が特定できない。また、状況や対応や頻繁に変化する内容であり、時間帯も不定形なため、他の媒体(県域放送やテレビ、防災行政無線等)よりコミュニティ放送が適しており、臨機応変に地域住民に伝えている。

**類似事例**

- 害獣出没情報：イノシシやサル、野犬等の出没時に注意喚起や対応方法を伝える。
- 未帰宅者情報：未帰宅者の情報を伝え、住民からの目撃情報や保護協力を促す。
- インフラ復旧情報：水道・電気・ガス等の生活インフラの障害時に状況や復旧について伝える。
- 災害後の復旧情報：他メディアでは取り上げられにくい状況について伝える。

※その他、防災行政無線や文字情報ではわかりにくいことを伝えるケースが多い。

一般社団法人 日本コミュニティ放送協会

【出典】「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39回会合（令和7年11月21日）資料39-4（一般社団法人日本コミュニティ放送協会資料）スライド5

図表2-16 えふえむ花巻株式会社における地域との連携に関する取組

### **(3) 地域情報の拡大に関する課題**

ローカル局においては、地域スポーツ、ローカルイベントなどタイムテーブルには反映されない単発番組の制作も含め、地域社会の魅力や課題に対して向き合っている。一方で、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想定されるとの意見が見られた。あわせて、ネット配信等による放送対象地域外への積極的な発信や配信先の拡大などについての意見も見られた。

## 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

#### (1) ローカル局における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、収益源を拡大・多様化することが期待される。

民放テレビ番組のインターネット配信については、収益源の拡大・多様化の観点のほか、テレビを見ない層や放送対象地域外へのリーチの拡大など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は、国内配信事業者及び海外配信事業者<sup>10</sup>における配信を実施している事業者は一部にとどまっている。

インターネットへの番組配信の展開状況					
○放送事業者の種類を問わず、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、「国内配信事業者」及び「海外配信事業者」について、キー局及び準キー局においては多くの社が番組を配信しているものの、系列ローカル局及び独立局においては一部にとどまる。					
配信先		キー局 n=5	準キー局・在名局 n=8	系列ローカル局 n=99	独立局 n=12
放送事業者が運営等している動画配信サイト	TVer	100%	100%	95%	67%
	YouTube (公式チャンネル等)	80%	100%	95%	100%
	系列キー局の動画配信サイト	100%	88%	49%	—
	自社の動画配信サイト	100%	50%	30%	33%
	共同運営の動画配信サイト	40%	63%	8%	17%
ニュースサイト	その他の動画配信サイト	80%	25%	9%	17%
	系列局のニュースサイト	60%	75%	72%	—
国内配信事業者	その他のニュースサイト	100%	88%	60%	58%
	Hulu	100%	100%	29%	8%
	U-NEXT	80%	100%	19%	17%
海外配信事業者	TELASA	60%	75%	4%	0%
	Netflix	80%	88%	3%	8%
	Prime Video	80%	88%	16%	8%
配信事業者以外	その他	60%	63%	15%	17%

※その他の配信先としては、ABEMA、DMM TV、Lemino、スポーツブル、Disney+、FANYチャンネル、機内上映(JAL、ANA等)などがあった。  
【出典】「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41回会合(令和8年1月23日)資料41-2(事務局資料)スライド8

**図表3-1 インターネットへの番組配信の展開状況**

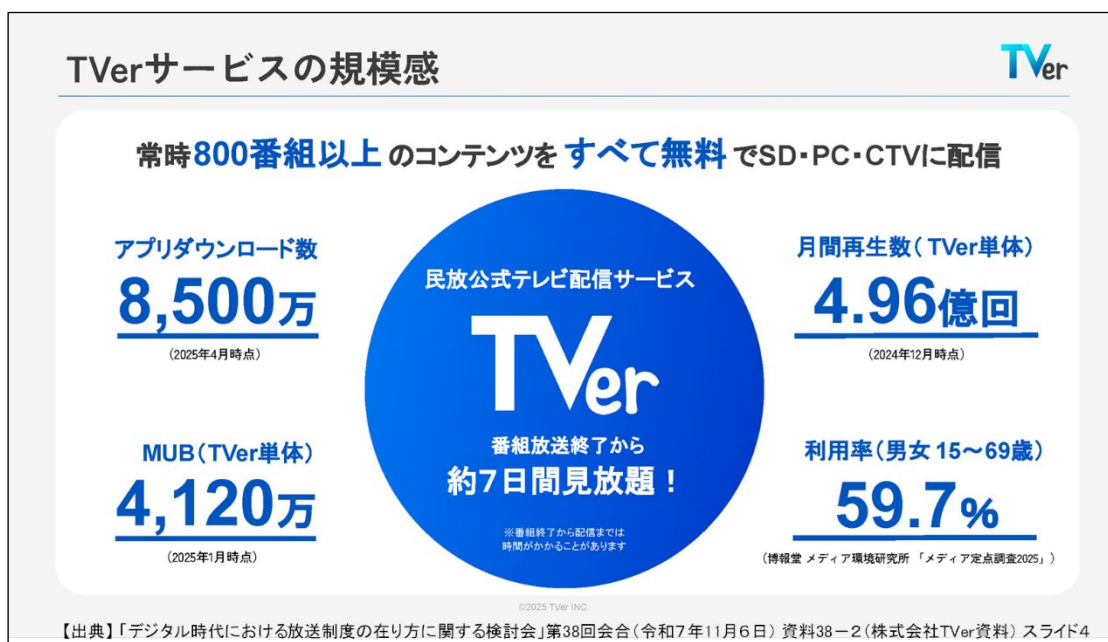
<sup>10</sup> 国内配信事業者についてはHulu、U-NEXT及びTELASA、海外配信事業者についてはNetflix及びPrime Videoへの展開状況について、アンケートを行った。

## (2) 株式会社 TVer の取組

株式会社TVerが提供する民放の配信プラットフォームであるTVerにおいては、5系列の民放キー局の一部の放送番組の同時配信を提供しており、令和7年（2025年）11月にはアプリダウンロード数の累計が9,000万を突破するなど、視聴者の間で普及が進んでいる。番組放送終了後1週間の見逃し配信を提供しているほか、パソコンやスマートフォンアプリ、タブレットアプリ、テレビアプリなど多様な端末で利用可能であり、時間と場所の制約が少ない視聴が可能となっている。



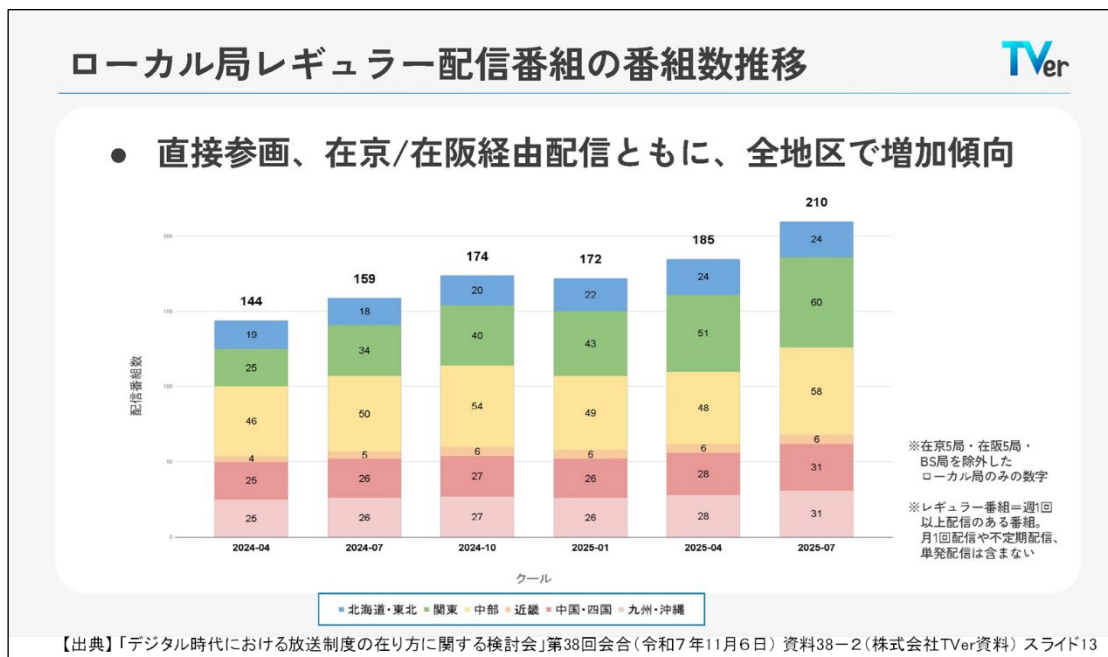
図表 3-2 TVerの概要



図表 3-3 TVerのサービスの規模<sup>11</sup>

<sup>11</sup> 資料中のアプリダウンロード数は、令和7年（2025年）4月時点のもの。同年11月時点で9,000万となっている。

ローカル局が制作した放送番組についてはアーカイブ配信が提供されており、レギュラー配信番組数<sup>12</sup>が増加傾向にあるとともに、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といった取組を実施している。



図表3-4 TVerにおけるローカル局のレギュラー配信番組の番組数<sup>13</sup>の推移



図表3-5 TVerにおけるローカル局のバラエティに特化したランキングの新設

<sup>12</sup> 週1回以上配信のある番組であり、月1回配信や不定期配信、単発配信は含まない。

<sup>13</sup> 在京キー局5局、在阪準キー局5局及びBS局を除外したローカル局のみの数字。

### (3) 個別の民間放送事業者におけるインターネット配信に関する取組

放送事業者における取組としては、例えば、独立局である株式会社とちぎテレビでは、TVerやYouTubeでの番組配信、自社ホームページやYahoo!ニュースといった各ニュースサイトへの配信、ニュースと気象情報に特化した自社アプリ「とちテレアプリ」との連動といった取組を行っている。

■ ネット・配信関連事業

- ▶ TVer・YouTubeでの番組配信 → U字工事の旅！発見、カミナリのチャリ旅等
- ▶ 各ニュースサイトへの配信 → 自社HP、Yahooニュース、LINE、Youtube等
- ▶ 大手民間気象会社との連携による地震速報、津波速報の配信の開始
- ▶ 自社アプリとの連動 → ニュースと気象情報に特化したとちテレアプリの運営
- ▶ データ放送 → Lアラート連携による地域情報、防災情報の運営

2025年10月現在 県内6市町と連携

【出典】「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37回会合(令和7年10月3日) 資料37-2(株式会社とちぎテレビ資料)スライド14

図表3-6 株式会社とちぎテレビにおけるインターネット配信に関する取組

また、放送対象地域が鳥取県と島根県の2県にまたがる山陰中央テレビジョン放送株式会社では、ある自社制作番組について、TVerの見逃し配信のほか、系列キー局の動画配信サイトであるFODや、国内配信事業者であるFANY Channel、Lemino、U-NEXTにおいてSVOD配信（定額制動画配信サービス）を行っており、当該番組の収益に占めるネット配信の割合が年々増加傾向にあることが示された。



図表3-7 山陰中央テレビジョン放送株式会社におけるインターネット配信に関する取組

ケーブルテレビ事業者においては、放送対象地域内外に地域情報を発信するポータルサイトにおける番組の配信<sup>14</sup>や、全国のケーブルテレビ局の有する地域コンテンツを視聴することができる配信プラットフォームの運用といった取組が行われている。



図表3-8 株式会社ニューメディアにおける全国のケーブルテレビ局の有する地域コンテンツの配信プラットフォームに関する取組

<sup>14</sup> 「第2章 3.（2）民間放送事業者における地域情報の発信に関する取組」中、図表2-15を参照。

#### (4) NHKにおけるインターネット配信に関する取組

NHKについては、本検討会の第2次取りまとめを受け、令和6年(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、令和7年(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。

10月1日から「NHK ONE」サービス開始

NHK

「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。

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いただけます。

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。

**NHK WORLD JAPAN** 「国際放送 NHKワールドJAPAN」について  
NHKワールドJAPANはテレビ、ラジオ、インターネットを通じて、世界に向けて多言語で情報をお届けしているほか、アプリではスマートフォン向けに「NHK WORLD JAPAN」を配信しています。NHKの国際放送は「NHK ONE」のサービスには含まれません。これまで通りご利用いただけます。

【出典】「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40回会合(令和7年12月24日) 資料40-1(日本放送協会資料) スライド15

図表3-9 NHK ONEの概要

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<sup>15</sup>が、NHKとしては計画的に配信の対象を拡大できるように努めていくこととしている。

配信の猶予について

NHK

○改正放送法では、日本放送協会の放送番組のインターネット配信の実施になお準備又は検討を要するため、当分の間、配信を実施しない放送番組を、告示により総務大臣が指定することで、配信が猶予される。  
 ○2025年8月に施行された告示の概要は以下の通り。NHKとしては配信の拡大について継続的に検討を行い、計画的に拡大できるように努めていく。

《総合テレビ》同時配信	南関東放送分は配信、それ以外は猶予 公衆の生命又は身体の安全の確保のために必要な情報に係る放送番組は配信
《総合テレビ》見逃し配信	地域の18～21時までの番組や特別編集番組は配信、それ以外は猶予
《ラジオ》同時配信	東京・拠点局の放送分は配信、それ以外は猶予 公衆の生命又は身体の安全の確保のために必要な情報に係る放送番組は配信
《ラジオ》聴き逃し配信	地域の定時番組(ニュースを除く)や特別編集番組は配信、それ以外は猶予
《BS》同時配信と見逃し配信	猶予

【出典】「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40回会合(令和7年12月24日) 資料40-1(日本放送協会資料) スライド37

図表3-10 インターネット配信を猶予されている放送番組

<sup>15</sup> 日本放送協会の配信の実施のためなお準備又は検討を要する放送番組を指定する件(令和7年総務省告示第272号)

## (5) テレビ番組のインターネット配信に係る課題

テレビ番組のインターネット配信については、放送事業者からは採算性や広告収入の減少、コストの増大、ニーズの有無、プレミアムコンテンツへの埋没といった懸念が示されている。また、インターネット配信するにはその権利を有していることが前提となるが、特にローカル局においてはその権利を有する自社制作番組が少ないという課題がある。

一方、テレビを見ない層や放送対象地域外へのリーチの拡大など視聴者の生活様式に合わせるための対応や、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、テレビ番組のインターネット配信の強化は不可避であると考えられる。また、インターネット配信を着実に拡大していくためには、必要なコストとの関係も踏まえつつ、自社制作番組の拡大も併せて期待される。

## 2. ラジオ番組のインターネット配信の実施状況

### (1) 株式会社 radiko の取組

ラジオ放送のインターネット同時配信<sup>16</sup>については、株式会社radikoが提供する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が提供されている。



図表3-11 radikoの概要



図表3-12 radikoの聴取状況

<sup>16</sup> なお、コミュニティ放送についてはradikoに参加していないものの、他の配信サービスにおいてインターネット同時配信が行われている。詳細は、本検討会第39回 資料39-4(日本コミュニティ放送協会 説明資料)を参照。

地域情報に関する取組として、同社においては地域ごとに担当を置き、ローカル局に対してセミナー等を実施することで、全国で情報差分が生じないようにコミュニケーションを図っているほか、放送対象地域外においても番組を聴取できるエリアフリーのサービスを有料で提供している。

radikoの概要

## radikoが取り組んでいるローカル対策

- 1 ローカル担当制
- 2 情報差分をなくすためのコミュニケーション量の増加
- 3 ローカルMAUの20%増をKPIに

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

【出典】「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回会合（令和7年11月6日）資料38-3（株式会社radiko資料）スライド12

図表 3-13 radikoが取り組んでいる地域情報に関する取組

radikoの概要

## 多様な聴取体験の提供を通して、音声コンテンツの価値を拡大

<b>ライブ</b> 現在放送中の番組を聴く	<b>タイムフリー</b> 過去7日以内の番組を聴く	<b>エリアフリー</b> 日本全国の番組を聴く	<b>Podcast</b> 聴取期限のない番組を聴く	<b>NEW 車載機対応</b> Apple CarPlay & Android Auto対応
---------------------------	-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------	--

2025年7月～提供開始

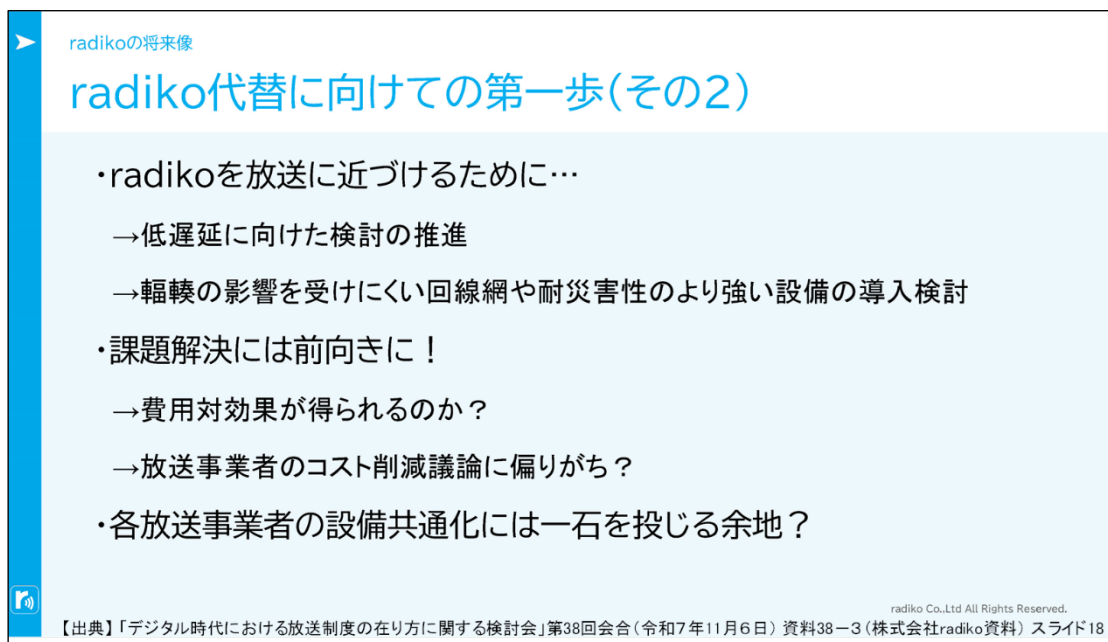
※有料会員に提供するラジオプレミアムでは、3つのプランを提供 全国のラジオ番組が楽しめる「エリアフリープラン（月額385円/税込）」、過去30日前までの番組を時間制限なしで楽しめる「タイムフリー30プラン（月額480円/税込）」 エリアフリーとタイムフリー30をダブルで楽しめる「ダブルプラン（月額685円/税込）」 ※記載はWEB課金単価、App内課金は異なります。

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

【出典】「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回会合（令和7年11月6日）資料38-3（株式会社radiko資料）スライド7

図表 3-14 radikoが提供する多様な聴取体験

また、本検討会の第3次取りまとめ<sup>17</sup>においては、ラジオ放送における経営の選択肢の拡大を図るに当たっては、その聴取実態に配慮するとともに、災害時の有用性に留意することが必要であると示しているが、株式会社radikoにおいては低遅延に向けた対策に加え、輻輳の影響を受けにくい回線網や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。



radikoの将来像

## radiko代替に向けての第一歩(その2)

- radikoを放送に近づけるために…
  - 低遅延に向けた検討の推進
  - 輻輳の影響を受けにくい回線網や耐災害性のより強い設備の導入検討
- 課題解決には前向きに！
  - 費用対効果が得られるのか？
  - 放送事業者のコスト削減議論に偏りがち？
- 各放送事業者の設備共通化には一石を投じる余地？

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.  
【出典】「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回会合(令和7年11月6日)資料38-3(株式会社radiko資料)スライド18

図表3-15 radikoにおける放送の代替に向けた取組

<sup>17</sup> デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ(第3次)(令和6年(2024年)12月13日公表)

## (2) AM局の運用休止に係る特例措置

現在、AM放送の厳しい経営状況を踏まえた今後の経営の選択肢として、FM転換（親局を含むAM局をFM方式に転換することをいう。）及びAM局廃止（AM方式の親局を維持しつつもFM補完中継局を整備するなどしてAM方式による中継局を廃止することをいう。）が検討されている。

FM転換やAM局廃止を検討するに当たっては、その社会的影響を最小限にする必要があり、これを検証する観点から、所定の要件を満たした場合、6か月以上の一定期間においてAM局の運用を休止する特例措置が設けられている。

この特例措置においては、運用休止前の世帯・エリアカバー率が最大限維持できるよう努めることや特例適用局（特例措置の適用を受けるAM局をいう。）の運用休止の影響を受ける住民への周知広報を行うことなどが要件とされており、世帯・エリアカバー率は、AM局やFM補完中継局等による放送を合算して算出する仕組みとなっていた。

本検討会の第3次取りまとめにおいては、特例措置の実施状況等も踏まえ、より多くのAM放送において検証できるようにする観点から、世帯・エリアカバー率の算出に当たり、聴取の実態を反映してradiko等のラジオ番組のインターネット配信を考慮することを含めて、要件を緩和することが適当であると示している。

これを受けて、令和6年（2024年）12月に「AM局の運用休止に係る特例措置に関する基本方針」を改定<sup>18</sup>し、FM局等の放送<sup>19</sup>によるカバーが地理的・地形的特性、経済合理性等の観点から特例適用局がカバーする一部の地域において困難な場合にあっては、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った。

---

<sup>18</sup> AM局の運用休止に係る特例措置に関する基本方針（令和6年（2024年）12月13日改定）

<sup>19</sup> 特例適用局以外のAM局、FM局（特例措置の適用期間中に新設を計画するFM局を含む。）及び特例適用局の放送を特例適用局以外から受信し再送信するケーブルテレビ。

### AM局の運用休止に係る特例措置に関する基本方針の改定概要

○ ラジオ事業者の厳しい経営状況を踏まえ、**2023年11月の再免許時に、ラジオ事業者が、経営判断として運営負担の大きいAM局を休止し、負担の小さいFM局に転換した場合の影響を検証**するため、特例措置（※）を設けた。  
※ 当該特例措置の内容及その要件、手続等を示す「AM局の運用休止に係る特例措置に関する基本方針」を2023年3月9日に公表し、13社34局が特例措置を受けて休止。2025年1月31日までの休止を予定していたが、インターネット配信サービスによるカバーも考慮した検証を行う観点から休止期間を2026年9月30日まで延長

○ 第3次取りまとめを踏まえ**2024年12月、再度の特例措置における要件の緩和等を行う改定を実施。**

1. 特例措置の効果  
ラジオ事業者が、**6か月以上の期間AM局の運用休止を行っても、免許取消事由に該当しないものとする。**

2. 主な要件  
（第3次取りまとめ抜粋）  
特例措置の実施状況等も踏まえて制度面でFM転換も可能とすることとし、FM転換に向けてまずはAM局廃止から段階的に取り組むことを可能とすることが適当である。

- AM局を運用休止しても、**放送エリアを最大限維持できるように努めること。**（※）  
※ AM・FM・CATVによるカバーが地理的・地形的特性、経済合理性などの観点から一部の地域において困難な場合、**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が可能。**
- 運用休止日の遅くとも3か月前から、**住民への周知広報を行うとともに、問合せ窓口を設置**すること。
- AM局の運用休止による**住民及び経営への影響等を検証の上、報告書を作成し、総務省に提出**すること。

3. 適用期間  
以下2回の適用期間（休止期間）を設ける。  
①適用期間：2023年11月1日～2025年1月31日  
**運用休止：2024年2月1日以降に開始し、適用期間内に終了** ⇒結果は次ページ  
②適用期間：2025年9月1日～2026年10月31日  
**運用休止：2025年12月1日以降に開始し、2026年9月30日までに終了**

4. 今後の総務省の対応  
（第3次取りまとめ抜粋）  
特例措置の実施状況等も踏まえて制度面でFM転換も可能とすることとし、FM転換に向けてまずはAM局廃止から段階的に取り組むことを可能とすることが適当である。

**2028年の一斉再免許までに必要となる制度整備に先行し、特例措置の適用を受けて運用休止を行ったAM中継局について、再度の特例措置の適用期間が終了後、AM局廃止が可能となるような制度整備等を行う。**

【出典】「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32回会合（令和7年4月25日）資料32-1（事務局資料）スライド4

**図表 3-16 AM局の運用休止に係る特例措置に関する基本方針の改訂概要について**

既に運用休止を行っていた13社34局<sup>20</sup>に加え、令和7年（2025年）9月から令和8年（2026年）10月までを適用期間として、新たに54局<sup>21</sup>の運用が休止されることとなっている。

### AM局の運用休止（特例期間：2024年2月1日～2025年1月31日）の結果について

○ AM局の運用休止（特例期間：2024年2月1日～2025年1月31日）を行った13社34局の報告書の結果概要は以下のとおり。

#### 住民・地方公共団体等の認知・理解

休止事業者に寄せられた問合せ件数 ※13社の合計

294 (2023.2), 483 (2024.2), 189 (2024.3), 152 (2024.4), 118 (2024.5), 84 (2024.6), 141 (2025.1)

● 休止直後に問合せが増加したが、時間の経過とともに問合せ件数が減少傾向  
※13社で休止タイミングが異なることから、休止開始日を基に集計したもので、6か月目は、上記の数値を算出できなかった

#### 住民・地方公共団体等へのアンケート

● 住民アンケートにおいて、「**休止を継続して支障がある**」との回答が半数以上だったのは**13社中2社**。その理由は、災害時の対応への懸念やAM放送以外の聴取方法が不明であることに起因するものであるため、**放送内での呼びかけの徹底や住民説明会の実施といった対応を事業者において行う予定**

● 地方公共団体等アンケートにおいて、「**休止を継続して支障がある**」と回答があったのは**13社中4社**。その理由は、高周波に起因するものであるため、**放送内での呼びかけの徹底や住民説明会の実施といった対応を事業者において行う予定**

※報告書から同様のアンケートは2回行ったところ、「支障あり」と回答したのは1件あったため、営業開始前調査も併せて

休止に際し一定期間周知を行うことで、聴取者の認知・理解が進んでいると考えられる。他の放送事業者においても**休止を可能とするため、再度の特例措置を設けることが適当**。なお、周知に当たって災害時における対応やAM放送以外の聴取方法に重点をおいた説明が必要と考えられる。

#### 経営基盤強化への影響・効果

「休止」による費用削減効果 ※13社の中央値

休止によって削減された主な費用

25万円程度/年の電気料金が削減された  
（参考：各社の削減額）3～240万円程度/年

（参考）廃局した場合の削減効果

電気料金	保守費	将来の設備更新費
40万円程度/年 <small>（参考：各社の削減額）10～570万円程度/年</small>	100万円程度/年 <small>（参考：各社の削減額）40～1500万円程度/年</small>	1億5000万円程度 <small>（参考：各社の削減額）1000～5000万円程度 ※なお、休止を行った社の平均5年間の事業利益は、13社中7社が赤字</small>

● AM局の運用「**休止**」により削減された費用は主に電気料金であり、その効果は**限定的**  
※事業単位の費用であり、休止したAM局の数や規模が異なるため、削減効果には幅があると考えられる。

「休止」による収入（減少）への影響

● 13社中11社において影響はないとの報告であり、影響があったと報告した事業者も休止を継続する意向

「休止」による費用削減効果は限定的であるため、**第3次取りまとめに記載のとおり、AM「中継局廃止」から段階的に取り組むことが適当**。

【出典】「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32回会合（令和7年4月25日）資料32-1（事務局資料）スライド5

**図表 3-17 AM局の運用休止の結果（特例期間：令和6年（2024年）2月～令和7年（2025年）1月）について**

<sup>20</sup> 当初、令和5年（2023年）11月から令和7年（2025年）1月までを適用期間としていたが、インターネット配信サービスによるカバーも考慮した検証を行うため、休止期間を令和8年（2026年）9月30日まで延長している。

<sup>21</sup> 運用休止を行う22社中、8社は他の局で既に運用休止を行っており、残り14社は新たに運用休止を行っている。

今後、総務省においては、特例措置の実施状況等を踏まえ、FM転換及びAM局廃止に必要な制度整備について検討を行うとともに、その際に考慮すべき事項について整理及び公表を行うこととしている。

なお、日本民間放送連盟や放送事業者からは、radiko等のラジオ番組のインターネット配信を放送の補完・代替手段として認め、ラジオ中継局を廃止する際の代替手段として追加してほしい旨の要望が出されている。

### ラジオ中継局のradiko等による代替について

- 本年10月1日施行の改正放送法は、地域の人口の著しい減少その他の理由により、中継地上基幹放送局をやむを得ず廃止することを想定し、視聴継続措置の努力義務とその公表について規定しています。本年7月の改正放送法の施行に伴う省令改正案等に対する意見募集において、民放連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よう要望**しました。

#### 改正放送法の施行に伴う省令改正案等に対する民放連意見(ラジオ部分抜粋)

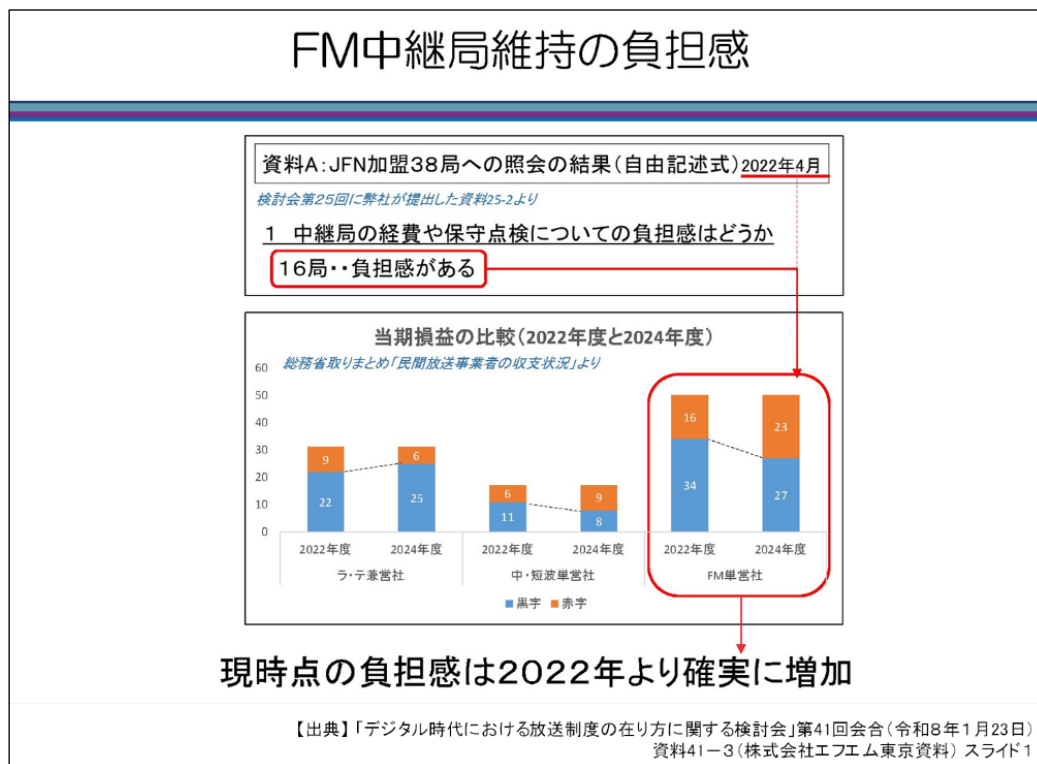
- ラジオ放送については、先行して実施している「AM局の運用休止に係る特例措置」との整合性を保つに留まっており、さらなる検討や措置が必要です。総務省はラジオ放送事業者の意見を汲み上げたうえで、今後の制度整備に反映していただくよう、強く要望します。
- 民放連は「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」第29回会合(2024年8月19日開催)において、「ラジオ中継局のIPユニキャスト(radikoを含む)による代替についても、経営の選択肢を拡げるため、radikoの普及などラジオ特有の事情も踏まえ、コスト面での実現可能性を十分考慮に入れて、検討いただきたい」と要望しました。
- 総務省において検討を進め、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よう要望します。
- ▽FM放送及び短波放送の中継局を廃止する場合には本制度の適用を受ける、▽radiko等のラジオ番組のインターネット配信が本制度の視聴継続措置として提供される代替的手段になり得るかについては、(中略)FM転換を可能とする制度整備の際に措置する——との記載はたいへん重要です。

【出典】「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39回会合(令和7年11月21日)  
資料39-2(一般社団法人日本民間放送連盟資料)スライド1

図表3-18 ラジオ中継局のradiko等による代替に関する  
日本民間放送連盟の要望

### (3) FM事業者からの要望

AM事業者においては、FM転換やAM局廃止に向けた取組が進められているが、FM事業者についても、その中継局の維持に係る負担感が増加していることが示された。



図表3-19 FM中継局の維持に係る負担感の増加

こういった状況を踏まえ、株式会社エフエム東京からは、なるべく早期にradikoをラジオ放送の代替的手段として認めることや、FM転換及びAM局廃止に関する制度整備に当たっては、radiko等のインターネット配信サービスの扱いについて、FM中継局廃止においても同時に措置することについて要望されている。FM局について、AM局と同様の措置とすることについては、日本民間放送連盟からも要望されている。

## 1. FM中継局のradiko代替

- 中継局からの電波で聴くラジオ受信機が減る一方、radikoで聴けるスマホは普及しており、経営上の理由から中継局を減らしたいという意向はFM局の間に高まりつつあります

なるべく早期に、radikoを代替的視聴手段として認めて頂きたい

- 中継局をradikoで代替することへの反応に、AMリスナーとFMリスナーで差があるとは考えられず、制度化の際は、FMもAMと同時に認めて頂きたい

【出典】「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41回会合（令和8年1月23日）資料41-3（株式会社エフエム東京資料）スライド3

図表3-20 FM中継局におけるradikoによる代替に関する株式会社エフエム東京の要望

## ラジオ中継局のradiko等による代替について

- ラジオ放送の視聴継続措置の実施および公表については、ラジオ各社の過度の負担とならないよう、地域ごとの事情や経営体力に配慮した形で、あらかじめガイドラインの整備を行うことが必要です。
- 総務省はラジオ各社の意見や個別の事情を丁寧に汲み上げたうえで、できるだけ早期にラジオ放送の取扱いを具体化するよう要望します。

<参照：民放連意見（2025年7月30日）<https://j-ba.or.jp/category/topics/jba106628>>

- 同意見募集では、民放連がラジオ中継局のradiko等による代替を要望しています。多くの民放ラジオ社も、同趣旨の要望をしています。
- これに対し、総務省は意見募集結果（2025年8月20日公表）において、「radiko等のラジオ番組のインターネット配信が本制度の視聴継続措置として提供される代替的視聴手段となり得るかについては、2回目の『AM局の運用休止に係る特例措置』において行われる検証の結果等を踏まえ、総務省において検討し必要に応じFM転換を可能とする制度整備の際に措置するもの」との考えを示しています。
- 総務省において早期に検討が行われ、措置されることを期待します。なお、既存FM局の既存中継局廃止についても、「AMのFM転換の際のradiko等代替」と同様の措置となることを望みます。

【出典】「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39回会合（令和7年11月21日）資料39-2（一般社団法人日本民間放送連盟資料）スライド2

図表3-21 FM中継局廃止の際のradiko等による代替に関する日本民間放送連盟の要望

併せて、株式会社エフエム東京からは、FM中継局廃止に当たって地元の理解を得るために、必要に応じて、一定期間、中継局を休止し、地元の反応を把握し、対応するというプロセスを踏むことも一つの方策であるとの考え方が示された。

中継局廃止への地元の理解を得るために
<ul style="list-style-type: none"><li>• ただし、中継局の廃止によって電波が届かなくなる地点のリスナーの反応は、一般論で推測するのではなく、個別に把握して対応することが必要な場合もあります</li><li>• <b>FM局は全てラジオ単営局</b>であり、テレビの影響力や認定持株会社の信用力をバックに持っておらず、<b>リスナーの信頼を獲得し続けることが、生命線</b>です</li><li>• 必要に応じて、<b>一定期間、中継局を休止し、地元の反応を把握して、対応した上で、廃止に踏み切る</b>というプロセスを踏むことも、ひとつの方策と考えています</li></ul>
<small>【出典】「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41回会合(令和8年1月23日) 資料41-3(株式会社エフエム東京資料) スライド4</small>

図表 3-22 FM中継局廃止に係る地元の理解に関する  
株式会社エフエム東京の考え方

構成員からは、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エリアがカバーされるが、FM局が中継局を廃止する場合には、代替手段としてradiko等のインターネット配信が想定され、通信ネットワークを用いることとなることから、必ずしも同様には扱えないのではないかといった指摘もあった。

また、災害検討チームでの議論において、構成員からは、放送のインターネット配信における留意点として、インターネット配信が放送波と共生・補完することで、全体として放送のレジリエント化を促進しうる、電波とインターネット配信を両輪としてのレジリエント化を更に急ぐべき、といった指摘もあった。

## ネット時代の放送レジリエント化2

8

### ネット配信放送の強化

- ネット配信が放送波と共生・補完することで、全体として放送のレジリエント化を促進しうる
- とはいえ同時配信等の取組み、それ自体のさらなる強化は当然ながら望ましい
- したがってネット配信の短所の解決への努力も重要
  - 輻輳
    - ビットレートの適応化+ネットワークの強化 (次の2ページで言及)
  - 遅延
    - 緊急地震速報の信号をメインの映像ストリームから分離することにより緊急地震速報を迅速に送信することも考えられるのではないか
- 電波とネット配信を両輪としてのレジリエント化を更に急ぐべき
- さらに、放送のネット配信のレジリエント化のみならず、報道機関としての信頼に基づく情報提供、ファクトチェックなどのネット情報配信体制も充実すべき

【出典】「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」第4回会合（令和7年4月25日）  
資料4-4（鈴木構成員提出資料）スライド8

図表3-23 放送のインターネット配信に関する鈴木構成員の考え方

## 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

#### (1) デジタル空間の健全性の確保への寄与

第1章でも述べたように、デジタル時代において、若者を中心とした「テレビ離れ」など、放送を取り巻く環境は大きく変化しており、情報空間はインターネットを含めて放送以外にも広がっている。

インターネットを含めて情報空間が放送以外にも広がる中、そうしたデジタル空間においては、近年、生成AIやメタバース等の新しい技術やサービスの進展・普及により、偽・誤情報等が流通・拡散することによって、権利侵害や社会的混乱が発生する等、実空間に影響を及ぼす課題が発生していることが指摘されている。「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会 取りまとめ」<sup>22</sup>では、SNS等のプラットフォームサービスの進展・普及に伴い、その利用者による投稿・クリック履歴を元に表示内容を決定するアルゴリズム等の影響によりフィルターバブル<sup>23</sup>やエコーチェンバー<sup>24</sup>と呼ばれる現象が生じ、利用者が多種多様な情報を受信できずに自律的かつ適切な判断を下すことが困難となる結果、社会経済の混乱等がもたらされる可能性が指摘されている。

また、その中で、「安心かつ安全で信頼できる情報空間としてのデジタル空間の実現」がますます求められるようになってきているほか、伝統メディア（放送・新聞等）に期待される役割・責務として、例えば「デジタル空間で流通する情報の収集・分析を含む取材に裏付けられ、偽・誤情報等の検証報道・記事や偽・誤情報等の拡散を未然に防ぐコンテンツを含む信頼できるコンテンツを発信すること」なども含めた整理がなされている。

本検討会の第1次取りまとめにおいては、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<sup>25</sup>が形成され、前述のような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、放送の価値は、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）<sup>26</sup>の確保の点で、むしろこのデジタル時代においてこそ、その役割に対する期待が増していることを示している。

<sup>22</sup> デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会 取りまとめ（令和6年（2024年）9月10日公表）

<sup>23</sup> アルゴリズムがネット利用者個人の検索履歴やクリック履歴を分析し学習することで、個々のユーザにとっては望むと望まざるとにかかわらず見たい情報が優先的に表示され、利用者の観点に合わない情報からは隔離され、自身の考え方や価値観の「バブル（泡）」の中に孤立するという情報環境。

<sup>24</sup> ソーシャルメディアを利用する際、自分と似た興味関心をもつユーザをフォローする結果、意見をSNSで発信すると自分と似た意見が返ってくるという状況を、閉じた小部屋で音が反響する物理現象にたとえたもの。

<sup>25</sup> 人々の関心や注目の度合いが経済的価値を持つという概念。

<sup>26</sup> 多様な情報にバランスよく触れることで、フェイクニュース等に対して一定の「免疫」（批判的能力）を獲得している状態。

## (2) 放送番組への接触機会の確保の在り方

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、放送番組への接触機会の増加を通じた放送の持続性の確保に資することが期待される。「デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会 中間とりまとめ」<sup>27</sup>においても、信頼できるコンテンツをプロミネンス（優先表示）することは偽・誤情報の流通・拡散に対して、カウンター発信としての効果があると考えられるとされている。

また、オーストラリアやドイツ等の一部諸外国においては、コネクテッドテレビ（以下「CTV」という。）上のプラットフォーム事業者等に対して放送事業者の放送サービスや配信サービス等を優先表示させることを義務付けるといったいわゆるプロミネンス制度が導入・運用されている<sup>28</sup>。

一方、本制度による効果は現時点で必ずしも明らかになっておらず、構成員からは、諸外国の例をそのまま参考にするには難しく、まずはその効果が可視化されることが必要ではないかといった意見や、関係する事業者が放送の価値・役割についての認識を共有した上で議論を行っていく必要があるのではないかといった意見、視聴者がどのようなコンテンツを優先表示させるべきと考えるかを考慮する必要があるのではないかといった意見があった。

3. 諸外国における放送コンテンツのプロミネンスに関する調査				
国ごとの比較   プロミネンス制度の背景/きっかけ、目的				
	イギリス	フランス	オーストラリア	ドイツ
<b>背景/きっかけ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「2003年放送法」に基づく、電子番組ガイドにおけるリニアチャンネルの顕著性向上を、オンデマンドサービスに拡大すべきとの公共放送事業者からの要求</li> <li>Ofcom「Small Screen : Big Debate」において、コネクテッドテレビのPF上でPSBサービス・コンテンツを利用可能なべきとの検討結果を公表</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Commission des affaires culturelles（文化委員会）が実施したテレビへのリモコンボタンの影響度等調査、およびArocomの視聴実態調査において、一般的な関心のあるサービスとしてArcomが定めている放送事業者等のサービスが視聴されづらくなくなることが課題として認識</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ACCC（オーストラリア競争消費者委員会）によるデジタルPFに関する国民市場影響調査</li> <li>無料放送事業者からのプロミネンスフレームワークの要求</li> <li>上記を踏まえた、オーストラリア政府のプロミネンス制度の選挙公約の設定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>州メディア監督機関による大手PFへの規制の検討</li> <li>欧州評議会の「視聴覚メディアサービスに関する欧州指令」</li> </ul>
<b>目的</b> <small>※各制度に目的が記載されていない場合あり、()で出所を記載</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>放送局事業者が、英国全土の視聴者に対し、普遍的に利用可能な高品質の番組・サービス等を継続的に提供する</li> <li>視聴者にとって最適な方法で、インターネットに接続されたデバイス・主要なオンラインPFにおいて、放送事業者のコンテンツに容易にアクセスできる（Media Bill policy background）内、文化・メディア・スポーツ担当事務局長 Lucy Frazer氏の発言</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多元主義の擁護・文化的多様性促進の役割を果たしているArcomが定めたサービス・コンテンツに直感的かつ迅速にアクセスできるようにする（通信の自由に関する1986年9月30日の法律120条(7)、欧州評議会の「視聴覚メディアサービス指令」17条）</li> <li>国内の視聴覚・映画の著作物の資金調達、および放送または上映に関するサービスを提供している放送事業者への貢献（Arcomへのヒアリング）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>オーストラリアの代議制民主主義を支援する</li> <li>オーストラリア全土の視聴者が地方・地域・国レベルで公共的に重要なコンテンツにアクセスできるようにする</li> <li>多文化社会のコミュニケーションニーズを満たすために、無料放送の放送コンテンツにアクセスできるようにする（改正通信法（プロミネンスおよびアンチ・サイフォン）2024年、13022G Objects）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人と公共の意見の自由な形成、および意見の多様性の確保に尽力している公共放送と民間放送を見つげやすくなること</li> <li>財政基盤の維持・確保を含め、公共放送を存続し発展させること（メディア州開議案内、前文）</li> </ul>

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI**

【出典】「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34回会合（令和7年7月9日）資料34-3（株式会社野村総合研究所資料）スライド45

図表4-1 諸外国におけるプロミネンス制度の背景、目的等

<sup>27</sup> デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会 中間とりまとめ（令和7年（2025年）9月17日公表）

<sup>28</sup> 詳細は、本検討会第34回 資料34-3（野村総合研究所資料）を参照。

3. 諸外国における放送コンテンツのプロミネンスに関する調査

国ごとの比較 | プロミネンス制度の概要

		イギリス	フランス	オーストラリア	ドイツ
制度名		メディア法	SGI <sup>※1</sup> の適切な可視性に関する2つの審議 (根拠法は「通信の自由に関する1986年9月30日の法律」)	通信法改正法(プロミネンスおよびアンチ・サイフォン)2024 プロミネンス規則	<ul style="list-style-type: none"> <li>メディアプラットフォームとユーザーインターフェースに関する法令</li> <li>公共価値法令 (根拠法は「メディア州間協定」)</li> </ul>
優先表示される対象		<ul style="list-style-type: none"> <li>放送事業者の放送、配信サービス、もしくは同サービス内のコンテンツ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SGIが提供する放送、配信サービス、もしくは同サービス内のコンテンツ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>放送事業者の放送、配信サービス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>放送事業者の放送、配信サービス</li> </ul>
優先表示の実施場面	機器	<ul style="list-style-type: none"> <li>スマートテレビ</li> <li>セットトップボックス</li> <li>ストリーミングスティック</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレビ</li> <li>メディアゲートウェイ</li> <li>ゲームコンソール</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スマートテレビ</li> <li>セットトップボックス</li> <li>ストリーミングスティック (スマートプロジェクト、スマートモニターも対象となる可能性がある)</li> </ul>	テレビ受信機 (ケーブルSTBも含める)
	サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>規制テレビジョン選択サービス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>配信サービス(プラットフォーム)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>プライマリユーザーインターフェース</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>メディアプラットフォームのユーザーインターフェース</li> </ul>
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>電子番組ガイド(EPG)</li> </ul>	該当なし	<ul style="list-style-type: none"> <li>電子番組ガイド(EPG)</li> </ul>	該当なし
優先表示の義務を課せられる対象		<ul style="list-style-type: none"> <li>テレビ受信機等上のプラットフォーム事業者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレビ受信機等上のプラットフォーム事業者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレビ受信機等の製造メーカー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレビ受信機等上のユーザーインターフェースを提供する事業者</li> </ul>
優先表示の手法		<ul style="list-style-type: none"> <li>適切な程度の顕著性を与える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SGIサービスをまとめた共通アプリケーションを他サービスと同等に表示し、容易にアクセス可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>プライマリユーザーインターフェース(ユーザ操作なしで表示されるスペース)で表示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ファーストビューで放送を表示</li> <li>非差別的・機会均等なコンテンツの表示</li> <li>検索機能の提供</li> </ul>
ユーザーの選択権		<ul style="list-style-type: none"> <li>視聴者の自由な選択やカスタマイズ機能を妨げない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>カスタマイズ可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>移動・アンインストール可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツの並べ替え、または配置を容易かつ恒久的にカスタマイズ可能</li> </ul>

※1: SGIとは、一般的な関心のあるサービスとしてArcomが定めるもの

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI**

【出典】「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34回会合(令和7年7月9日)資料34-3(株式会社野村総合研究所資料)スライド46

図表4-2 諸外国におけるプロミネンス制度の概要

国内において、まずは放送事業者、テレビ受信機メーカー、テレビ向けOS事業者等のステークホルダーによる自主ルール作りを官民で連携して進めていくために、令和6年度（2024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」において「プロミネンスの在り方に係る実務者協議会」が開催され、CTV上でプロミネンスを行う場合の目的やその対象、実施手法等に関する「要件の方向性（仮説）」に基づき関係者間での議論が行われた<sup>29, 30</sup>。

「プロミネンスの在り方に係る実務者協議会」におけるプロミネンスの「要件の方向性（仮説）」	
<b>目的</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
<b>対象</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>地上基幹放送事業者の提供する地上基幹放送</li> </ul>
<b>具現化する場・対象</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>（CTV等のホーム画面において、）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等を有し、市場に対し一定の影響力を有する者を対象とする。</li> <li>（CTVリモコンにおいて、）放送波の視聴に関連するボタンやその機能</li> </ul>
<b>実施手法</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>（CTV等のホーム画面において、）「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。</li> <li>（CTVリモコンにおいて、）放送波の視聴に関連するボタンやその機能の維持</li> </ul>

【出典】「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34回例会（令和7年7月9日）資料4（三菱総合研究所提出資料）に基づき、事務局作成

図表4-3 「プロミネンスの在り方に係る実務者協議会」におけるプロミネンスの「要件の方向性（仮説）」

<sup>29</sup> 詳細は、本検討会第34回 資料34-4（三菱総合研究所資料）を参照。

<sup>30</sup> ローカル局が制作する放送コンテンツについては、キー局や動画配信サービス事業者が制作するコンテンツと比較して、対象とする視聴者が限定的であり、またコンテンツの数が少ないことから、同一動画配信サービス内で配信する際に埋没してしまう可能性が懸念される。この点について、同総務省事業においては、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プラットフォームの構築及び検証を行っている。当該検証においては、本プラットフォームの利用を通じ、ローカルコンテンツを含めた放送コンテンツの接触機会が増大に寄与する可能性が確認されたとともに、普段視聴していないコンテンツやジャンルに興味を持つ可能性が示された。詳細は、本検討会第34回 資料34-4（三菱総合研究所資料）を参照。

一方で、前述の「デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会中間とりまとめ」においても、どのような情報源・情報の内容を信頼できる情報と位置付けるべきか、また、当該情報の表示をどのように優先すべきかといった点について、各プラットフォーム事業者に共通する一律の具体的な基準を示すことには、現時点で課題があることから、プロミネンスに関する制度的対応については、業界団体による自主規制型行動規範を活用しつつ、各事業者が提供するサービスの性質等に応じた形で信頼できる情報の優先表示の実施を求めるかどうかも含め、更に検討を深めることが適当であるともされている。

## 2. 放送インフラの整備・維持の在り方

本検討会においては、放送を取り巻く環境が急速に変化する中における「守りの戦略」として、良質な放送コンテンツを全国の視聴者に届けるため、放送事業者の放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減し、コンテンツ制作に注力できる環境を整備するための検討を行ってきた。

第1次取りまとめにおいては、「共同利用型モデル」に対応した柔軟な参入制度等について提言を行い、これを受けて、放送法及び電波法の一部を改正する法律（令和5年法律第40号）によって複数の特定地上基幹放送事業者による中継局設備の共同利用が可能となり、また、放送法の一部を改正する法律（令和6年法律第36号）によって民間放送事業者等が行う放送の難視聴解消措置に対するNHKの協力業務が強化されている。

また、第3次取りまとめにおいては、小規模中継局等のブロードバンド等による代替等について提言を行い、これを踏まえた電波法及び放送法の一部を改正する法律（令和7年法律第27号）により、地上波の基幹放送事業者が中継局を廃止する際の規律の整備等がなされている。

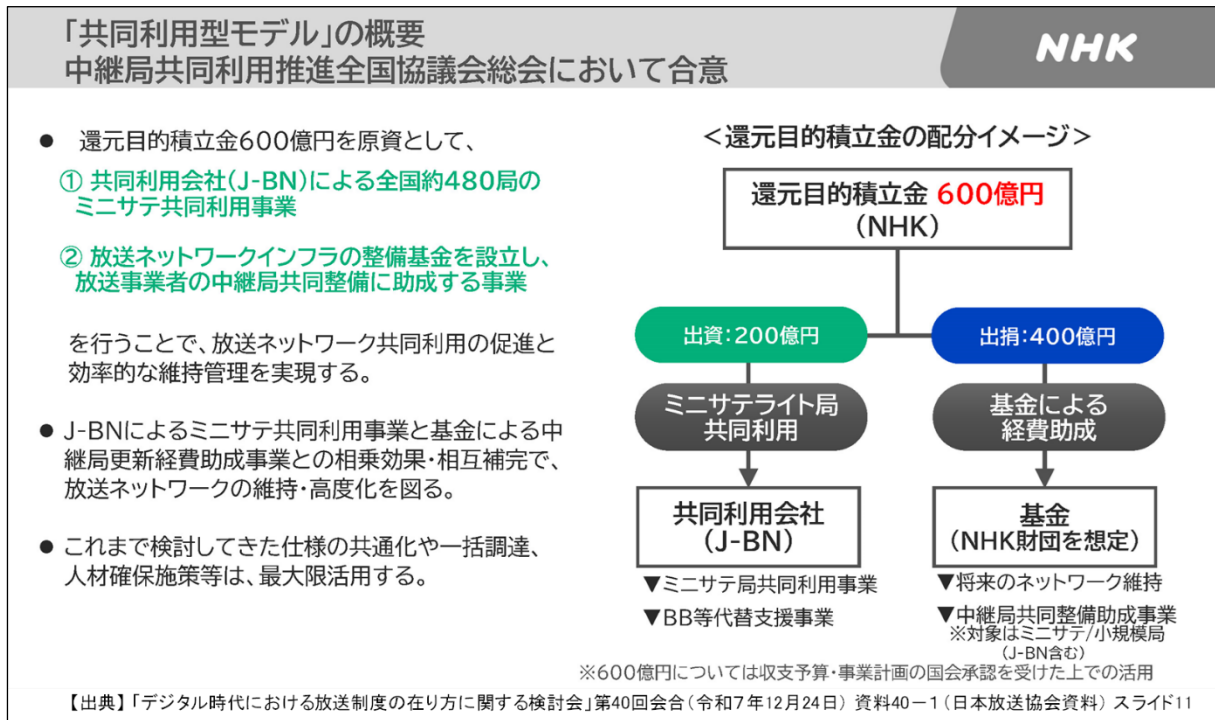
### （1）中継局の共同利用等の取組

本検討会の取りまとめや法改正を受けて、令和5年（2023年）12月に中継局共同利用推進全国協議会<sup>31</sup>が発足し、令和6年（2024年）12月にはNHKが100%出資するかたちで、「日本ブロードキャストネットワーク」（J-BN）が設立されている。令和7年（2025年）12月には、還元目的積立金600億円を原資として、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等を内容とする「共同利用型モデル」について、上記協議会総会において基本合意がなされており、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。

---

<sup>31</sup> 放送法及び電波法の一部を改正する法律（令和5年法律第40号）により可能となる地上波中継局の共同利用等、放送ネットワークの効率化に向けた検討を行うとともに、関係者の役割分担の明確化や共通課題・先行事例の共有等により地域における検討を促進することを目的とするもので、日本民間放送連盟や日本放送協会、総務省、地域協議会の代表等が構成員となっている。

この「共同利用型モデル」では、中継局共同整備に助成する事業のほか、放送を巡る環境の変化やインターネットの進展等を踏まえた放送インフラの将来像の具体化に寄与し、将来を見据えた二元体制による放送ネットワークの持続可能性の向上を図ることを目的として、ブロードバンド等代替などの新たな伝送技術の開発・導入促進、将来の放送ネットワークの維持に向けた活用（次世代伝送路整備、設備更新等への原資）、大規模災害時のリスク対応などに取り組んでいくこととしている。



図表 4-4 「共同利用型モデル」 概要

## (2) 衛星放送の在り方

本検討会の第2次取りまとめを受けて設置された「衛星放送ワーキンググループ」（主査：伊東 晋 東京理科大学名誉教授）においては、令和6年（2024年）12月に衛星放送に係るインフラコストの低減等に関する検討課題をとりまとめた「第一次取りまとめ」<sup>32</sup>を公表するとともに、平成27年（2015年）に策定された「4K・8K推進のためのロードマップ」から10年を経て、その間の視聴環境の変化や現在の4K衛星放送の状況等を確認したうえ、政策的観点やメディア戦略等の観点から、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、令和7年（2025年）12月に「第二次取りまとめ」<sup>33</sup>を公表した。

衛星放送ワーキンググループ 第二次取りまとめ（概要）		
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 衛星放送ワーキンググループ（主査：伊東 晋 東京理科大学名誉教授）は、2025年7月から2025年12月までに7回の会合を開催。</li> <li>● 会合では、2015年に策定された「4K・8K推進のためのロードマップ」から10年を経て、その間の視聴環境の変化や現在の4K衛星放送の状況等を確認したうえ、政策的観点やメディア戦略等の観点から、今後の4Kコンテンツの流通や利用の拡大に向けてどのように取り組んでいくべきかを議論。</li> </ul>		
2. 衛星放送及び4Kをめぐる現況		
2.1 衛星放送の現況	2.2 4Kに関する世界の潮流	2.3 我が国における4K放送の現況
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社会全体でデジタル化が進化する中、広告市場全体における民放BSの経済的な存在感が相対的に低下。</li> <li>● 視聴者による配信サービスへの接触が増加する中、衛星デジタル放送の特徴であるとされてきた多チャンネル性もインターネット配信にシフトしつつある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 4K制作は視聴側・供給側の双方にとって、現実的な選択となり、諸外国では放送・配信の垣根を越えた4Kの運用が進んでいると言える。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 4Kコンテンツでオリジナル編成で放送するNHKのBSP4Kが一定の視聴者への接触を確保している一方、2Kコンテンツをアップロードしたサイマル放送中心の民放キー局系のBS4Kは費用回収も不可能な状況。</li> <li>● 通信販売を主とするBS4Kやケーブルテレビによる4K放送は一定のプレゼンスを確保。</li> </ul>
<p>➢ 衛星放送を収益の柱としつつも、その番組のインターネット配信やその他の権利処理等を前提に、番組を設計し、事業を運営し、収益を拡大していくことが求められている。</p>	<p>➢ 世界的な潮流の中で、放送事業者を始め、我が国のコンテンツ産業が4Kに対してどういった位置に立つのか問われている。</p>	<p>➢ キー局系のBS民放各社においては、視聴者や関係事業者からステークホルダーの利益にも配慮しつつ、魅力ある4Kコンテンツを製作・提供していく企業経営に期待。</p>
3. 4Kに関するビジネスモデルの再検討に向けて		
3.1 テレビを取り巻く新たな市場構造とビジネスモデルの再検討の必要性	3.2 4Kコンテンツの提供とインターネット配信等への展開の必要性	3.4 4Kコンテンツを配信するプラットフォーム
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市場構造の変化により、テレビは世界中の動画コンテンツに併置され、比較に晒される時代。高画質のみの特徴で差別化は困難。</li> <li>● 伝送路としての特性、費用対効果、編成方針等を踏まえ、4Kはコンテンツの付加価値として位置づけられ、戦略的に活用して収益を確保していくことが求められる。</li> <li>● BS4Kは、引き続き、4Kコンテンツを視聴者に届けるための「太い幹」としての役割を担うにも足るものであるとともに、先進的なチャレンジの場であると言えるが、放送業界として次の展開を戦略的に検討していくべき状況。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内における4K需要の掘り起こし、市場拡大に期待。</li> <li>● コネクテッドTVが受信機的主流となりつつある現状から、4Kコンテンツをインターネット配信等に多面的・複線的に展開していくことが有効。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 4Kの配信プラットフォームについては、コンテンツ集約によるリーチやインプレッションの獲得、視聴データの活用等が重要。</li> <li>● キー局系BS4K等の配信は、既存のTVVerが有しているポテンシャルをはじめ、活用可能なリソースの最大限の活用と収益確保を前提に、業界として適切なプラットフォームを選択すべき。NHKを始め、他の放送事業者もそれぞれ配信サービスに取り組んでいくべきであると考えられる。</li> <li>● いずれにせよ、様々な収益モデルの可能性、技術要件や権利処理、運用コストやデータ活用の特徴も、資本関係等を総合的に検討していくことが期待。</li> </ul>
3.3 4K放送と配信を組み合わせた収益の確保		
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 放送と配信それぞれの特性を活用し、広告モデルや課金モデルとの複合的な検討・設計が求められる。</li> <li>● 広告収入モデルにおいては視聴者のエンゲージメントの評価指標や視聴データの活用による広告主への訴求も非常に重要。</li> </ul>		
3.5 行政に求められる役割		
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 総務省として、必要に応じて、産業への支援、制度上の対応を検討していくことが求められる。</li> </ul>		
4. 4Kコンテンツの製作の推進		
4.1 4Kを基礎としたコンテンツ製作の推進		4.2 4Kコンテンツの製作支援について
<ul style="list-style-type: none"> <li>● マルチユース展開を想定する放送コンテンツについては、経済合理性に留意しつつ、はじめから4Kで製作（撮影・編集等）することが重要。</li> <li>● 4Kコンテンツは、経済的な価値に加えて、文化遺産としての価値やアーカイブとしても捉えることができる。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● NHKにおける外部製作会社との協業は4Kコンテンツの製作力向上の観点から重要な機会に。今後は、地方の民放事業者が製作した4Kコンテンツの系列内での活用等、4Kの「出口」の検討も望まれる。</li> <li>● 総務省は引き続きコンテンツの海外市場への展開を促進。4Kコンテンツの製作についてのインセンティブや支援等の在り方は、必要に応じて、更なる検討を進めることが望ましい。</li> </ul>
<p>➢ 個々の経営課題については、本来、各事業者において対応していくものであるものの、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。</p>		

図表4-5 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  
衛星放送ワーキンググループ 第二次取りまとめ 概要

<sup>32</sup> 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 衛星放送ワーキンググループ 第一次取りまとめ（令和6年（2024年）12月13日公表）

<sup>33</sup> 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 衛星放送ワーキンググループ 第二次取りまとめ（令和7年（2025年）12月26日公表）

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。

また、令和11年度（2029年度）後半の打上げを目標としている新規衛星の免許方針などを含む今後のBS及び東経110度CSに係る衛星放送分野の政策検討に資するため、総務省は令和8年（2026年）2月に衛星放送業に携わる者及び衛星放送業への参入を検討している者を対象に、衛星放送インフラのあり方等に関する意見募集を実施している。これに対し、放送事業者からは「BS・CS共同衛星の実現や左旋の中継器を搭載しないことによりインフラコストを低減すべき」、「放送局設備供給役務に係る料金算定の根拠、コスト構造、コスト削減計画等を開示すべき」といった意見が提出されている<sup>34</sup>。

なお、先述の本検討会の第2次取りまとめにおいては、衛星放送は、特に離島を多く抱える地域や中山間地域、受信障害地域といった地域における放送の受信環境の維持・確保の上で、有効な手段となり得るものであるとの指摘もあった。また、令和7年（2025年）9月に公表された災害検討チームの取りまとめにおいても、発災時に地上波・ケーブルテレビの被災状況を踏まえた衛星放送の既存の仕組みの活用などについても検討すべきとされている。本検討会の第3次取りまとめにおいても指摘された様々な課題等を含めて、今後、引き続き将来に向けた検討が求められる。

### **（3）広域大規模災害を想定した放送サービスの維持・確保**

災害検討チームにおいては、デジタル時代において、放送を取り巻く環境が大きく変化する中でも、放送が、災害情報や避難情報等をいち早く提供するなど、国民の安全・安心を支える極めて重要な社会基盤であることを前提として、広域大規模災害発生時の放送サービスの維持等のための方策について検討・整理を行い、令和7年9月取りまとめを公表している。

当該取りまとめにおいては、放送サービスの維持・確保の方策として、放送事業者による災害対策本部へのリエゾン派遣や官民連携の訓練等を通じた自治体等の関係機関との連携体制の充実、広域大規模災害に対応しうるバランスの取れた災害対策の実施、放送ネットワークの強靱化等を進めることや、インターネット配信の活用も含めた情報伝達手段の重層化の重要性についての提言がなされており、将来に向けた検討と並行して、必要な取組を進めることが重要である。

---

<sup>34</sup> 令和8年（2026年）3月9日付け総務省報道資料「今後のBS及び東経110度CSに係る衛星放送インフラのあり方等に関する意見募集の結果の公表」

## 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 取りまとめ（概要）

「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」の下に「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」（主催：三友 仁志 早稲田大学大学院アジア太平洋研究科教授）を立ち上げ、2025年（令和7年）2月の第1回会合以降、計6回の会合を開催し、①広域大規模災害を想定した放送を維持するための方策、②ローカル局の放送が停波した場合の代替手段の確保、③被災者の視聴環境の確保等について検討、整理を行った。

### 取りまとめのポイント

#### ○リエゾン派遣などを通じた官民連携の充実

放送事業者による設備機能維持のための災害対策本部へのリエゾン派遣の検討促進や官民連携の訓練等を通じて緊急対応力の向上を図るほか、放送種別や放送エリアを超えた連携や、自治体等との連携体制の充実に取り組むべき。

#### ○事業継続計画の実効性確保、放送ネットワークの強靱化

放送事業者は、経営環境に配慮しつつ、広域大規模災害に対応しうるバランスのとれた災害対策や事業継続性確保のためのPDCAサイクルの適切な実施に取り組むべき。

総務省は、放送ネットワークの強靱化、被災した場合の早期復旧のための財政支援の継続・拡充に取り組むほか、災害時等の緊急時における許認可手続の簡素化を行うべき。

#### ○衛星放送やインターネットによる地上波放送の代替・周知

発災時に、地上波・ケーブルテレビの被災状況を踏まえ、東経110度CS放送におけるニュース専門チャンネルのスクランブルを解除して放送を行うべき。一月を目途としたきめ細かい対応も想定し、入念な準備を整えるべき。さらに、効果的な周知の在り方や、他の衛星放送の既存の仕組みを活用した代替の検討を進めるべき。

総務省は、地域の特性に応じ、インターネット番組配信を含む情報伝達手段の重層化に向けた体制づくりを進め、平時から代替手段へのアクセス方法等に関し周知を行うほか、災害時には停波の状況や代替手段が一覧できる情報発信を行うべき。

#### ○臨時災害放送局の活用促進

コミュニティ放送局と諸元が変わらない場合の無線従事者資格を、コミュニティ放送局と同等にすることや災害時の特例措置のほか、希望する地域において利用可能な周波数の選定について検討するべき。

開設や運営を支援するスタッフを確保できるよう関係機関との協力体制の構築に向け引き続き支援するべき。

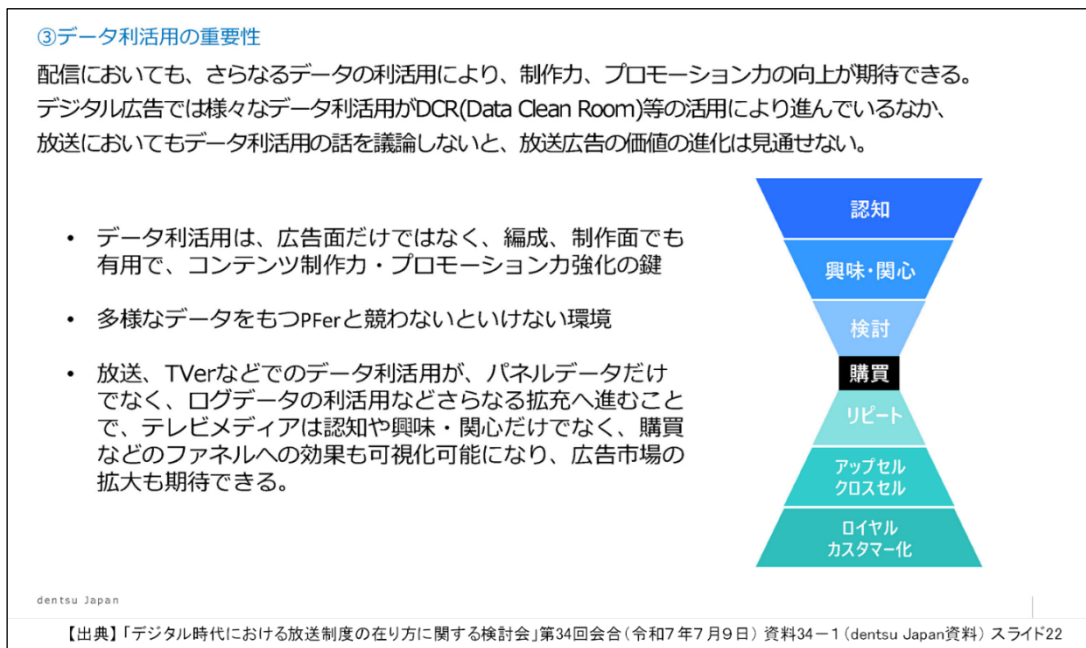
#### ○受信環境の確保、平時からの備え

避難所等でのテレビやラジオ等の情報入手手段が十分に確保できるよう、国、自治体、放送事業者をはじめとする関係者が連携し、役割を果たすための体制の構築に取り組むべき。

図表4-6 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 取りまとめの概要

### 3. 視聴データの利活用

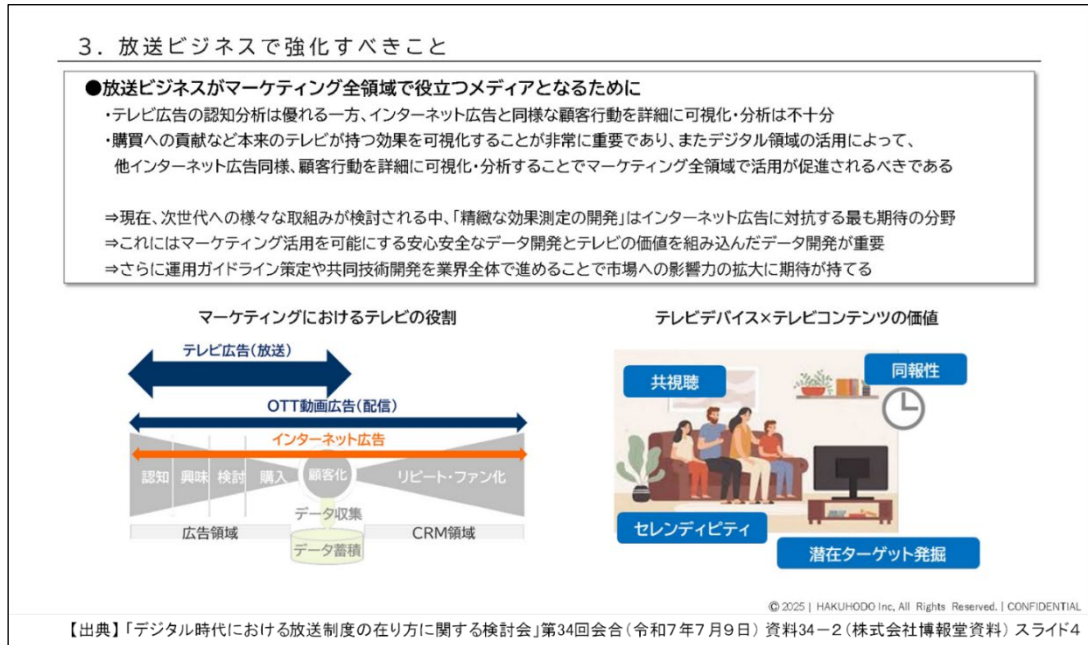
若者を中心としたテレビ離れが進み、広告市場が地上テレビからインターネットに移ってきている中、放送事業者は今後より一層、インターネットを含めた情報空間全体で収益を確保するとともに、放送の役割を果たしていくことが期待される。放送事業者による放送や配信に関する視聴データの利活用は、収益増に資する広告の高度化、番組制作や編成への活用、関連サービスとの連携による放送外収入の確保に資することで、放送事業者の経営基盤の強化に繋がることが期待される。併せて、将来的な公益目的での利用<sup>35</sup>も考えられる。



図表4-7 放送事業者におけるデータ利活用の重要性

<sup>35</sup> 例えば、災害発生時の被災状況の把握、平時における地域のニーズの詳細な把握、地域経済循環の強化への寄与などが考えられる。

広告の高度化について、テレビ広告は認知の獲得に効果的なメディアとされる一方で、顧客行動の可視化や分析が不十分であり、拡大するインターネット広告に対抗するためには視聴データの利活用が重要であるとの指摘があり、放送事業者からも、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ている。一方で、視聴データの管理の方法や事業上の位置付け、データ利活用に係る投資の在り方について、現時点で放送事業者間で差異、乖離があることが指摘されている<sup>36</sup>。



図表4-8 テレビ広告におけるデータ利活用の重要性

また、データの利活用に当たっては、視聴者側の理解も重要である。この点に関して、視聴者側の理解は一定程度進んでおり、データ利活用そのものへの強い拒否感は減りつつあるとの指摘がある。今後、更にデータ利活用を進めていくに当たっては、放送事業者による自らの信頼性を高める取組が引き続き必要である。

なお、視聴者のコンテンツの選別に繋がるようなデータの利活用について、インターネット空間におけるフィルターバブルやエコーチェンバーのような状況が生じないように、留意すべきという指摘があった。この点については、放送に期待される価値・役割を踏まえつつ、慎重に議論を進めていく必要がある。

<sup>36</sup> 詳細は、本検討会第35回 資料35-3（慶応義塾大学 クロサカ特任准教授資料）を参照。

## 第5章 今後の方向性

### 1. 地域における放送事業者の経営基盤と地域情報の確保

第1章や第2章でも述べたように、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、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と考えられる。経営状況が加速度的に厳しくなっていく中で、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事前に準備しておくことも重要である。

#### (1) マスメディア集中排除原則

本検討会では、経営の選択肢の拡大の観点から、これまでもマスメディア集中排除原則<sup>37</sup>を緩和する提言を行ってきた。

本検討会の第1次取りまとめにおいては、経営の選択肢を増やす観点から、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・地域性の確保に重きを置き、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。

<sup>37</sup> マスメディア集中排除原則は、「基幹放送をすることができる機会をできるだけ多くの者に対し確保することにより、基幹放送による表現の自由ができるだけ多くの者によって享有されるようにする」（放送法第91条第2項第1号）ため、放送の多元性・多様性・地域性の確保を目指すものである。

一の基幹放送事業者が二以上の基幹放送を行うこと（兼営）のほか、基幹放送事業者が「支配関係」を有する者を通じて二以上の基幹放送を行うこと（支配）を原則として禁止している。

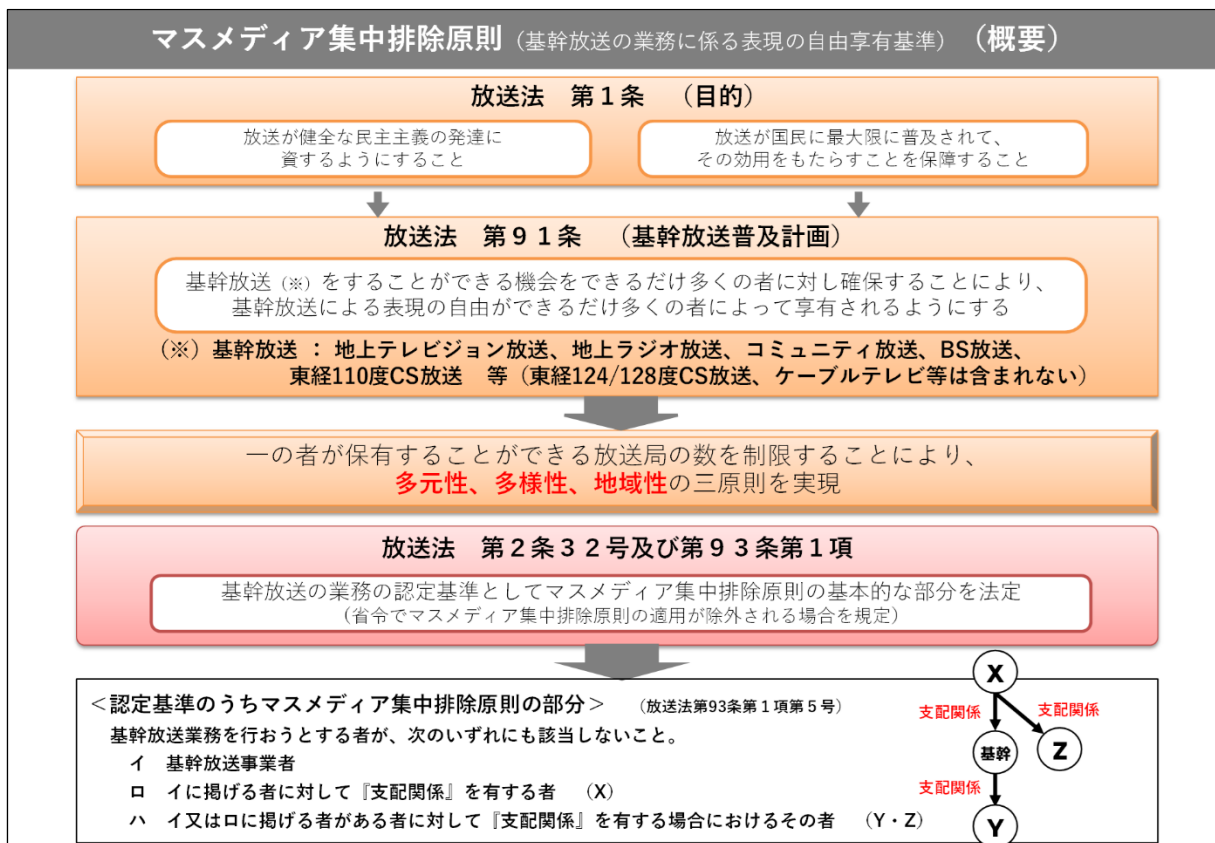
○ 「支配関係」の基準（地上基幹放送の場合）

・議決権保有割合：同一放送対象地域 1/10超、異なる放送対象地域 1/3超

・役員兼任割合：特定役員 の1/5超

・代表権を有する特定役員又は常勤の特定役員の兼任

○ 特例として、ラジオ4局特例、特定放送番組同一化実施方針認定制度における役員兼任に係る特例、経営困難特例、認定放送持株会社制度に係る特例等が設けられている。



**図表5-1 マスメディア集中排除原則の概要**

マスメディア集中排除原則（過去の主な緩和の例）	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 1957年の民間テレビ予備免許の際にマスメディア集中排除原則を条件として設定。 ※複数の放送局の開設、一定割合を超える議決権のある資本の所有、一定割合を超える役員の兼任、常勤の役員又は主要職員の兼任等を禁止</li> <li>○ 1959年にはマスメディア集中排除原則を省令として制度化。新規開設の放送局について、一の者が所有・経営支配できる放送局を1局に限定。 ※支配関係の基準：①議決権の総数の1/10超の所有、②1/5超の役員の兼任、③代表権を有する役員又は常勤の役員の兼任</li> <li>○ 2010年の放送法改正（翌年施行）によってマスメディア集中排除原則の基本的な部分を法定。</li> </ul>
<b>緩和の過去例</b>	
<b>1995年</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 放送対象地域が重複しない場合の支配関係の基準を緩和（議決権の1/10超→1/5以上）</li> </ul>
<b>2004年</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 隣接特例、連続放送対象地域特例、経営困難特例を創設</li> <li>①隣接特例：隣接している放送対象地域の数が7地域以内の連携の場合、支配関係の基準を緩和（議決権の1/5以上→1/3以上） ※関東広域圏を放送対象地域とする放送局を除外</li> <li>②連続放送対象地域特例：放送対象地域のすべてがそのうちのいずれか一つの放送対象地域に隣接している場合等において、議決権の保有制限、役員兼任制限の規定を適用除外 ※合併、完全子会社化等も可能 ※関東、中京、近畿広域圏を放送対象地域とする放送局は除外</li> <li>③経営困難特例：経営困難時の特例措置として議決権保有制限、役員兼任制限を適用除外 ※合併は不可</li> </ul>
<b>2008年</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ FM放送とテレビ放送の兼営特例を創設</li> <li>・ 認定放送持株会社制度を創設 ※認定放送持株会社の子会社である地上放送事業者の放送対象地域の数の合計が12以下であれば子会社は放送局を開設可能</li> </ul>
<b>2011年</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ラジオに係る適用除外を拡大</li> <li>①放送対象地域の重複を問わず、ラジオ4局（コミュニティ放送を除く。）までは適用除外</li> <li>②従来の兼営特例を拡大し、放送対象地域の重複を問わず、テレビ1局・ラジオ4局（コミュニティ放送は1局）までは適用除外</li> <li>・ 放送対象地域が重複しない場合の支配関係の基準を緩和（議決権の1/5以上→33.33333/100超）</li> </ul>
<b>2023年</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 認定放送持株会社傘下の地上基幹放送事業者の地域制限（12都道府県まで）を撤廃</li> <li>・ 放送対象地域の隣接・非隣接に関わらず、テレビ、ラジオについて、それぞれ9局（コミュニティ放送の場合は放送対象地域が9都道府県分）までの兼営・支配を可能とする特例を創設 ※同一放送対象地域内ではテレビ1局、ラジオ4局（コミュニティ放送は1局）までが適用除外</li> </ul>

**図表5-2 マスメディア集中排除原則における過去の主な緩和の例**

他方、公衆の知る権利を満たす放送事業の持続可能性という観点からは、多元性・多様性・地域性のうち、特に多様性が重要であり、3つの要素を並列に考える必要はないといった意見が構成員からあった。また、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との意見もあった。

ラジオについては既に同一放送対象地域内で4局まで兼営・支配することが可能となっているが、テレビについても同一放送対象地域内において複数局の兼営・支配を可能とすることにより、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制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制作につながる可能性もあると考えられる。以上を踏まえ、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、同一放送対象地域内の複数局の兼営・支配を認めることが適当である。

なお、その場合においても、多元性・多様性・地域性の確保に留意する必要がある<sup>38</sup>が、地域情報の収集及び発信というローカル局の存在意義を踏まえ、ローカル局の地域性を表す指標が必要ではないかとの意見があった。地域性を表す指標の一つとして自社制作番組比率が考えられるが、その拡大と人員や制作に係るコストはトレードオフの関係にあり、地域性の向上が経営基盤を棄損するおそれもあることから、同比率のみをもって地域性を判断することは、必ずしも適当ではないとの意見もあった。他方、インターネット配信を含めた地域情報の発信に関する取組について積極的に情報開示していくことにより、地域で活動する事業主体としての信頼性の確保に繋がるのではないかとの意見もあった。

---

<sup>38</sup> 構成員からは、放送事業者の社数が多い地域ほど人口減少の影響を強く受けているという状況を踏まえると、4事業者がいる放送対象地域において認める意義は大きい一方で、事業者数が少ない地域ほど経営が脆弱であることから、そういった地域を制度の枠外に置くことは整合性を欠くのではないかといった意見があった。併せて、キー局や準キー局といった広域圏の事業者については、相対的に経営体力があることから、同一放送対象地域内の兼営・支配を認めることの必要性や緊急性に乏しく、市場支配力の強化に繋がりがかねないことから、対象に入れることは避けるべきではないかとの意見があった。

## (2) 基幹放送普及計画

民間地上テレビジョン放送事業者の放送については、基幹放送の計画的な普及及び健全な発達を図ることを目的として、基幹放送普及計画が定められており、「基幹放送の計画的な普及及び健全な発達を図るための基本的事項」として、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が指針とされている<sup>39</sup>。

基幹放送普及計画	
○ 放送法第91条第1項の規定に基づき、基幹放送の計画的な普及及び健全な発達を図るため、総務大臣が定めるもの。 ○ NHKの業務（放送法第20条）、基幹放送用割当可能周波数（電波法第5条）、放送に関する技術の発達及び需要の動向、地域の自然的経済的社会的文化的諸事情等を踏まえて定めることとされている。	
<b>構成・概要</b>	
<b>第1 基幹放送の計画的な普及及び健全な発達を図るための基本的事項</b>	
1 基幹放送を国民に最大限に普及させるための指針	あまねく受信できるようにする地上基幹放送の系統数、NHK、放送大学学園及び民間基幹放送事業者が行う衛星基幹放送、放送の多様化、高度化等のための施策などを規定
2 基幹放送をすることができる機会をできるだけ多くの者に対し確保することにより、基幹放送による表現の自由ができるだけ多くの者によって享有されるようにするための指針	できるだけ多くの者に対し基幹放送を行う機会を開放すること、各地域社会における各種の大衆情報提供手段の所有及び支配が、原則として、特定の者に集中することを避けることを規定
3 その他基幹放送の計画的な普及及び健全な発達を図るための基本的事項	民間基幹放送事業者による地上基幹放送については、放送事業者の構成及び運営において地域社会を基盤とし、放送を通じて地域住民の要望にこたえることで、地域社会の要望を充足することを規定
<b>第2 放送法第93条第1項第6号に規定する「基幹放送普及計画に適合すること」への適合</b>	基幹放送の業務の認定が基幹放送普及計画に適合することその他放送の普及及び健全な発達のために適切であることの要件として、番組相互間の調和を保つこと、教育番組の内容がその放送の対象とする者に有益適切であること、災害の発生予防・被害軽減に役立つ放送をすることなどを規定
<b>第3 基幹放送の区分ごとの放送対象地域及び放送対象地域ごとの放送系の数等の目標</b>	基幹放送の区分ごとの放送対象地域及び放送対象地域ごとの放送系の数の目標を個別具体的に規定

図表5-3 基幹放送普及計画の概要

この指針については、全国各地域における放送系の数の拡大を目指して規定したものと考えられるが、人口減少などの制定当初からの環境変化を踏まえて、(1)の同一放送対象地域内におけるテレビの複数局の兼営・支配の容認に併せて、現状の各地域の放送系の数の実態に即した修正を行うことが適当である。

また、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ことが適当である。

<sup>39</sup> 基幹放送普及計画（昭和63年郵政省告示第660号）（抄）

第1 基幹放送の計画的な普及及び健全な発達を図るための基本的事項

1 基幹放送を国民に最大限に普及させるための指針

(1) 国内放送の普及

(エ) テレビジョン放送

協会の放送については総合放送及び教育放送各1系統の放送並びに民間基幹放送事業者の放送については総合放送4系統の放送が、全国各地域においてあまねく受信できること。ただし、全国の主要地域において行う民間基幹放送事業者の放送については、5系統以上の放送が各主要地域においてあまねく受信できること。

## 2. テレビ番組のインターネット配信の在り方

今後、放送に係る広告収入が頭打ちになっていくことが想定される放送事業者にとって、テレビ番組のインターネット配信は、放送対象地域外への自社制作番組の発信や収益源の拡大・多様化に繋がることが期待される。その際、特にローカル局については、インターネットに配信できる自社制作番組の拡大に資する取組を進めることが適当である。

## 3. ラジオ番組のインターネット配信の在り方

ラジオ放送については、放送を受信する端末の保有率が低下する中、radiko等によってインターネット同時配信が既に実現している状況にある。AM事業者については、FM転換及びAM局廃止に向けた取組として、AM局の運用を休止する特例措置による検証が行われており、当該検証においては、世帯・エリアカバー率の算出にあたり、FM局等の放送によるカバーが地理的・地形的特性、経済合理性等の観点から特例適用局がカバーする一部の地域において困難な場合にあつては、radiko等のラジオ番組のインターネット配信によるカバーを考慮することが可能とされている。FM転換及びAM局廃止に必要な制度整備について、AM事業者からはラジオ中継局を廃止する際の代替手段としてインターネット配信を認めるよう要望されており、併せてFM事業者からも、FM中継局廃止においても同様の措置とするよう、要望されている。

併せて、災害検討チームの取りまとめにおいては、インター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ている。

こういった状況を踏まえ、AM事業者については、厳しい経営状況に鑑み、AM局の運用休止に係る特例措置の実施状況等も踏まえつつ、必要な制度整備の検討を着実に進めることが適当である。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、AM局の運用休止に係る特例措置の実施状況等も踏まえつつ、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ことが適当である。

一方、FM事業者については、AM事業者のような中継局の廃止に向けた運用休止に係る取組は行われておらず、その影響について把握できる状況にはなっていないと考えられる。そのため、仮にFM事業者が中継局の廃止を検討する場合については、AM事業者が運用休止に当たって地方公共団体や住民等に対してアンケート調査を行っていること等も参考にしつつ、まずは、放送区域内の地方公共団体や住民等の廃止に係る反応を把握する取組を行うことが適当である。

#### 4. 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

情報空間がインターネットも含めて放送以外に拡大している中で、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「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は、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルス（情知的健康）の確保の点で、むしろこのデジタル時代においてこそ、その役割に対する期待が増している。こういった中で、一部諸外国においては、放送事業者の放送サービスや配信サービス等を優先表示させるプロミネンス制度が導入・運用されているが、各国において放送の定義や制度の目的や規律の具体的な内容等に相違があり、また、本制度による効果も現時点で必ずしも明らかになっていない。

こういった既に制度を導入・運用している各国の状況や放送の定義等の制度を踏まえつつ、プロミネンスといった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、インターネットも含めた情報空間全体という観点から、その目的や対象、実施手法等について、更なる検討を行うことが適当である。

さらに、災害検討チームの取りまとめを踏まえると、情報伝達手段の重層化は重要であり、放送ネットワークの強靱化にも引き続き取り組むことが重要である。そのため、インターネットを含めた情報空間全体の中での放送インフラという視点で、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、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、更なる検討を行うことが適当である。

#### 5. 視聴データの利活用

視聴データの利活用については、広告の高度化等を通じて経営基盤の強化に資するという観点等から期待が示されているが、現時点では放送事業者間で視聴データの管理の方法や事業上の位置付け、データ利活用に係る投資の在り方について差異、乖離が生じている。こういった状況を踏まえ、各社の取組<sup>40</sup>や視聴者側の理解、放送に期待される価値・役割を踏まえつつ、業界全体での視聴データの利活用にも資するよう、引き続き、関係者間において検討を行うことが適当である。

---

<sup>40</sup> 直近の各社の取組事例として、日本テレビの「Ad Reach MAX（地上波テレビ広告枠をより柔軟に取引するためのプラットフォーム）」の運用開始や、フジテレビのアドレスサブルTV広告（受信機ごとに異なるCMを届ける広告）の実証等がある。

## おわりに

本検討会は、令和3年（2021年）11月の発足以来、約4年半にわたり、計44回にわたって開催され、デジタル時代における放送の将来像や放送制度の在り方について、中長期的な視点から検討を行ってきた。その過程において提言した内容は、令和5年（2023年）の放送法・電波法改正（複数の放送対象地域における放送番組の同一化、中継局の共同利用、基幹放送事業者等の業務管理体制の確保等）や令和6年（2024年）の放送法改正（NHKの放送番組等の配信に係る業務の必須業務化、民間放送事業者等が行う放送の難視聴解消措置に対するNHKの協力義務の強化等）、令和7年（2025年）の放送法・電波法改正（地上波の基幹放送事業者が中継局を廃止する際の規律の整備等）などの政策へと結実している。

これらの成果を踏まえ、必須業務化されたNHKにおける放送番組の同時及び見逃し配信等が令和7年（2025年）10月から実施されている。また、同年12月には株式会社日本ブロードキャストネットワークによるミニサテライト局の共同利用事業及び放送事業者の中継局共同整備を助成する事業を内容とする「共同利用型モデル」について、中継局共同利用推進全国協議会総会において基本合意がなされるなど、放送番組のインターネット配信の推進及び放送ネットワークの効率化に向けた取組が着実に進展している。

本取りまとめにおいては、若者を中心とした「テレビ離れ」や広告費の減少などに見られるように、放送を取り巻く環境が大きく変化し、国民・視聴者における情報の入手及び視聴の対象が、放送からインターネットへと移行しつつある現状を踏まえ、地域における放送事業者の経営基盤の確保と地域情報の維持、放送番組のインターネット配信の在り方、さらには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について、今後の方向性を示す提言を行った。

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については、検討会開始当初から議論を重ねているが、国民の視点に立ち、放送とは何か、いかにあるべきかをあらためて検討する必要性が一層高まっている。取材及び編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信といった放送の価値・役割が今後も適切に発揮され、放送が健全な民主主義の発達に資することができるよう、引き続き、放送事業者の経営基盤の強化に向けた不断の取組が推進されることを期待する。