

2026年7月時点での 米・欧の放送産業 概況

260728 青山学院大学 内山隆

目次

- ▶ 民間の経営戦略としての**放送の事業ドメイン**、産業組織
- ▶ 公的制度としての**放送の事業ミッション** プロミネンス
- ▶ 誰が視聴者に**レコメンド**するか？
- ▶ **非対称規制**の緩和
- ▶ 欧州 テレビ放送の**伝送路**
- ▶ 英国の現実性
- ▶ 欧州 **衛星放送**の前途

USD million					1ドル=79.76円 1ユーロ=111.06円				
Rank	Company	Country	Activities	2011					
1	Walt Disney	US	PROD, DIS, TV, VID, REC	29,096					
2	DirectTV	US	TV	27,226					
3	Time Warner	US	PROD, DIS, TV, VID	25,928					
4	News Corporation ⁽¹⁾	US	PROD, DIS, TV, VID	24,840					
5	Twenty First Century Fox Inc.	US	PROD, DIS, TV, VID	24,232					
6	Sony	JP	PROD, DIS, VG	22,555					
7	Microsoft (Devices and Consumers - Licensing) ⁽⁴⁾	US	VG, VoD, IT software	19,945					
8	NBC Universal	US	TV, PROD, DIS	18,050					
9	Comcast Corporation ⁽³⁾	US	TV	16,596					
10	Vivendi Universal ⁽⁸⁾	FR	PROD, DIS, TV, VG	16,546					
11	Viacom ⁽⁷⁾	US	TV, PROD, DIS	14,914					
12	Dish DBS Corporation	US	TV, RET	14,048					
13	CBS Corp.	US	TV, RAD	11,767					
14	Amazon Inc. (estimates of audiovisual media sales)	US	Retail (Music, VID, VG)	10,667					
15	Microsoft (Entertainment and Devices Division)	US	VG, IPTV software	9,599					
16	Gamestop Corporation	US	VG (retail)	9,550					
17	Apple Inc. (iTunes, software and services) ⁽⁵⁾	US	MUS, VOD	9,373					
18	Liberty Interactive Corp. ⁽⁹⁾	US	TV	8,268					
19	ARD	DE	TV, RAD	8,091					
20	BBC (Group)	GB	TV, RAD, PROD, DIS, VID	8,005					
21	Nintendo	JP	VG	7,871					
22	Bertelsmann	DE	TV, PROD, DIS	7,528					
23	Fuji Media Holdings Inc.	JP	TV, PROD, Others	7,120					
24	Globo - Comunicação e Participações S.A.	BR	TV, PROD	5,892					
25	Mediaset	IT	TV, PROD, DIS	5,631					
26	France Télévisions	FR	TV	5,542					
27	NHK	JP	TV, RAD	5,505					
28	Activision Blizzard ⁽⁸⁾	US	VG	4,755					
29	Grupo Televisa	MX	TV, RAD, CIN, others	4,495					
30	Tokyo Broadcasting System	JP	TV, PROD, DIS	4,212					
31	Discovery Communications Inc.	US	TV	4,168					
32	Electronic Arts	US	VG	4,143					
33	RAI	IT	TV, RAD, PROD, DIS	4,051					
34	Nippon Television Network	JP	TV	3,582					
35	ProSiebenSat.1 Media AG	DE	TV, RAD, PROD, VoD	3,568					
36	TF1	FR	TV, PROD, DIS	3,391					
37	ITV PLC	GB	TV	3,309					
38	Netflix	US	VoD, retail	3,204					
39	Naspers	ZA	TV	3,132					
40	HSN Inc.	US	TV	3,069					
41	Sirius XM Radio	US	RAD	3,015					
42	CC Media Holding Inc.	US	RAD	2,986					
43	TV Asahi Corporation	JP	TV, MUS, VID	2,894					
44	ZDF	DE	TV	2,580					
44	Warner Music Group	US	REC	2,311					
45	Cinemark Inc.	US	EXH	2,280					
46	Univision Communications Inc (est.)	US	TV, RAD, REC	2,200					
47	Scripps Networks	US	TV	2,072					
49	Google Inc. (estimates of YouTube revenues) ⁽¹⁰⁾	US	Open platform	2,000					
50	Modern Times Group MTG AB	SE	TV, RAD	1,956					

EURO million		1ユーロ=163.95円、1ドル=151.58円	
Rank	Company	Country	2024
1	Apple Inc. ⁽¹⁾	US	88,719
2	The Walt Disney Company	US	84,283
3	Comcast ⁽²⁾	US	72,818
4	Bytedance	CN	60,390
5	Sony	JP	48,989
6	Warner Bros. Discovery	US	36,328
7	Netflix	US	36,032
8	Google Inc. ⁽³⁾	US	33,395
9	Microsoft ⁽⁴⁾	US	31,501
10	Paramount Global ⁽⁵⁾	US	26,989
11	Tencent ⁽⁶⁾	CN	25,388
12	Meta Platforms	US	24,040
13	Amazon Prime Video ⁽⁷⁾	US	18,392
14	DirectTV	US	17,627
15	Spotify	LU	15,673
16	Charter Communications ⁽²⁾	US	15,619
17	Fox Corporation	US	12,922
18	Universal Music Group	US	11,834
19	NetEase ⁽⁸⁾	CN	10,738
20	Dish DBS Corporation	US	9,810
21	Sirius XM Radio	US	8,037
22	ARD	DE	7,153
23	Nintendo	JP	7,117
24	BBC	GB	7,012
25	Electronic Arts	US	6,950
26	Groupe Canal Plus	FR	6,449
27	RTL Group	LU	6,254
28	Warner Music Group	US	5,928
29	Take-Two Interactive Software	US	5,246
30	Nexstar Media Group	US	4,995
31	TelevisaUnivision	MX	4,671
32	AMC Entertainment	US	4,284
33	ITV	GB	4,120
34	Altice ^{(2) (9)}	NL	3,990
35	ProSiebenSat.1 Media	DE	3,918
36	iQIYI	CN	3,753
37	NHK	JP	3,679
38	Rogers Communications ⁽²⁾	CA	3,596
39	France Télévisions	FR	3,392
40	Fuji Media Holdings Inc.	JP	3,365
41	Banjay Group	FR	3,348
42	Sinclair, Inc.	US	3,278
43	BCE	CA	3,243
44	Deutsche Telekom	DE	3,107
45	Lionsgate Studios Corp.	US	2,976
46	MediaForEurope (MFE)	IT	2,946
47	Snap Inc	US	2,940
48	Bouygues ⁽²⁾	FR	2,939
49	Alibaba ⁽¹⁰⁾	CN	2,859
50	RAI	IT	2,851

メディア関連売上高 ベース 世界50メディア企業

【売上高計算に含むもの】放送、視聴覚オンデマンドサービス、映画・テレビ制作、配給、展示会、ホームビデオ、録音音楽、ビデオゲーム、視聴覚製品の小売、テーマパークなどの事業。

【含まないもの】視聴覚以外のセグメント（出版物、家電製品、ケーブルネットワーク、施設など）は含まず。

アジア、オーストラリア、中東の一部の大企業はデータなし。

- (1) Turnover as at 30 June of year + 1.
- (2) Maltby Capital Ltd, a company owned by funds managed by Terra Firma, acquired EMI PLC on
- (3) On 28/01/2011, Comcast Corporation closed its transaction with General Electric Company to
- (4) Microsoft divisions were restructurated during the fiscal year 2013-2014. The "Devices and
- (5) Includes mainly the revenues of iTunes Store. Change of definition from 2011.
- (6) Bankruptcy in 2010. The company was acquired in April 2011 by Dish DBS Corporation.
- (7) Data for 2010 are for 4 quarters calculated as at 31/09.
- (8) On 25/07/2013 Activision Blizzard announced the purchase of 429 million shares from owner
- (9) On 23/09/2011, Liberty Media Corporation completed a split-off of its wholly owned subsidiary,
- (10) Estimates by e-Marketers for 2011-2013 ; OBS estimates for 2009-2010.

Source: European Audiovisual Observatory © European Audiovisual Observatory
Yearbook Online Premium Service 2014

- (1) Includes mainly the revenues of iTunes Store.
- (2) Excludes telecom activities.
- (3) YouTube revenues.
- (4) Gaming and advertising activities. Activision partially consolidated in 2023.
- (5) 2016-2017: proforma combination of CBS Corp and Viacom revenues.
- (6) Gaming revenues.
- (7) Estimate.Includes Prime Video and Twitch.
- (8) Gaming revenues.
- (9) Combined revenues of Altice USA and Altice Europe.
- (10) Digital media & Entertainment revenues.

2011年版
注

2024年版
注

民間の経営戦略としての 放送の事業ドメイン、産業組織

米・欧においては、

「経営改革」から、
「業界再編」フェーズに
移ったのではないか？

コロナ禍過ぎまでは、米国でも、放送業界での横連携による経営改革が目立ったが、ここに来て、合併・吸収・買収話が目立ってきた。

まずは、業界“横”連携による経営改革

6

いずれも「対ネット」との競争を意識して行われたこと。

2007年； ネットワーク3社（NBC,FOX,ABC）によるHuluの立ち上げ（現在はDisney資本に集約）

2019年； NBCU、Fox、VAB主導によるJIC(Joint Industry Committee)の結成、
放送・配信広告枠販売への協業体制構築。

2024年頃； SVODサービスのバンドリング提供の活発化

2024-25年； Disney、Fox、WBD3社による共同スポーツ配信サービス venu の構想・検討。
(結果、ご破算)



バンドリングによる、対ネット専門事業者への競争

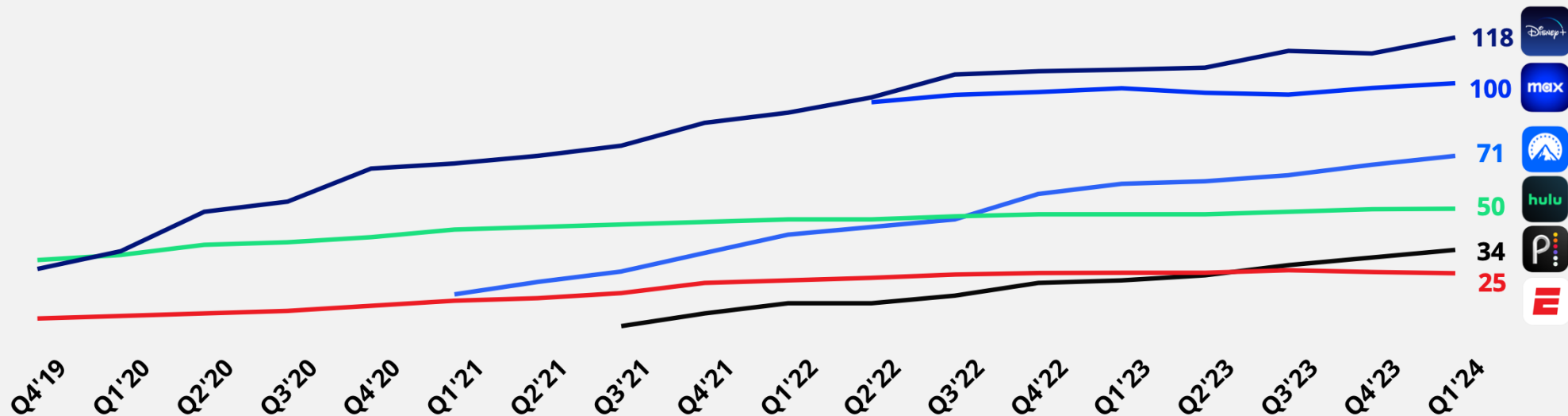
7

Streaming Paid Subscribers

Worldwide, in million

↑
Netflix 初の加入者減。
Password Sharingへの危機感max.
Crackdown開始

その後、再び加入者増



1位 & 5位
連合

V S

2位 & 3位
連合

Source: Quarterly results

appeconomyinsights.com

APP ECONOMY INSIGHTS



Spectrum TV Select Plus (メインサービス) TV Select Signature (スポーツ抜きの廉価版)

2023年8-9月のディズニーとの運送対立 ([リンク](#)、[リンク](#)) を皮切りに、チャーターは各メディア企業と交渉し、多くのストーリーミングサービスを有料テレビパッケージに組み込み、提供。

- ▶ 23年9月 有料テレビパッケージにDisney+ Basic (広告付き)、ESPN+の組み込み発表。
- ▶ 24年1月 上記の開始 ([リンク](#))
- ▶ 24年8月 Paramount+ essential 組み込み ([リンク](#))
- ▶ 24年12月 Max(広告付き) の 組み込み ([リンク](#))
- ▶ 25年3月 Peacock 組み込み ([リンク](#))
- ▶ 25年6月 Hulu (広告付き)、ESPN DTCの組み込み発表 ([リンク](#))
- ▶ 25年8月 上記の開始 ([リンク](#))
- ▶ 25年8月 FOX one 組み込み ([リンク](#))

Spectrum TV Select (月額110ドル) は、それ以上のお値打ち！ [リンク](#)

	Streaming App	Retail Value	TV Select Plus
Launched	 Bundle	\$10.99	✓
	 Unlimited (Includes ESPN+)	\$29.99	✓
	 Basic with Ads	\$9.99	✓ HBO Max Standard (Ad Free) Available in TV Platinum
	 Essential	\$7.99	✓ Paramount+ Premium Available in TV Platinum
	 Premium	\$10.99	✓
	 with Ads	\$6.99	✓
	 Premium con Anuncios	\$5.99	✓
		\$9.99	✓
Coming Soon		\$19.99	✓
	 with Ads	\$5.99	✓
	 Essential	\$5.99	✓
	Monthly Customer Value¹	\$125	✓

As of August 21, 2025

1. Including "Coming Soon" programmer apps, Spectrum TV Select Plus residential customers will receive ~\$125/mo. of programmers' streaming app retail value at no extra cost. TV Select and TV Select Signature residential customers will receive ~\$115/mo. of value (excluding Tennis Channel) at no extra cost. TV Platinum residential customers will receive HBO Max Standard (Ad Free) at a retail value of \$16.99 and Paramount+ Premium at a retail value of \$12.99 for a total value of ~\$137/mo. of value at no extra cost.



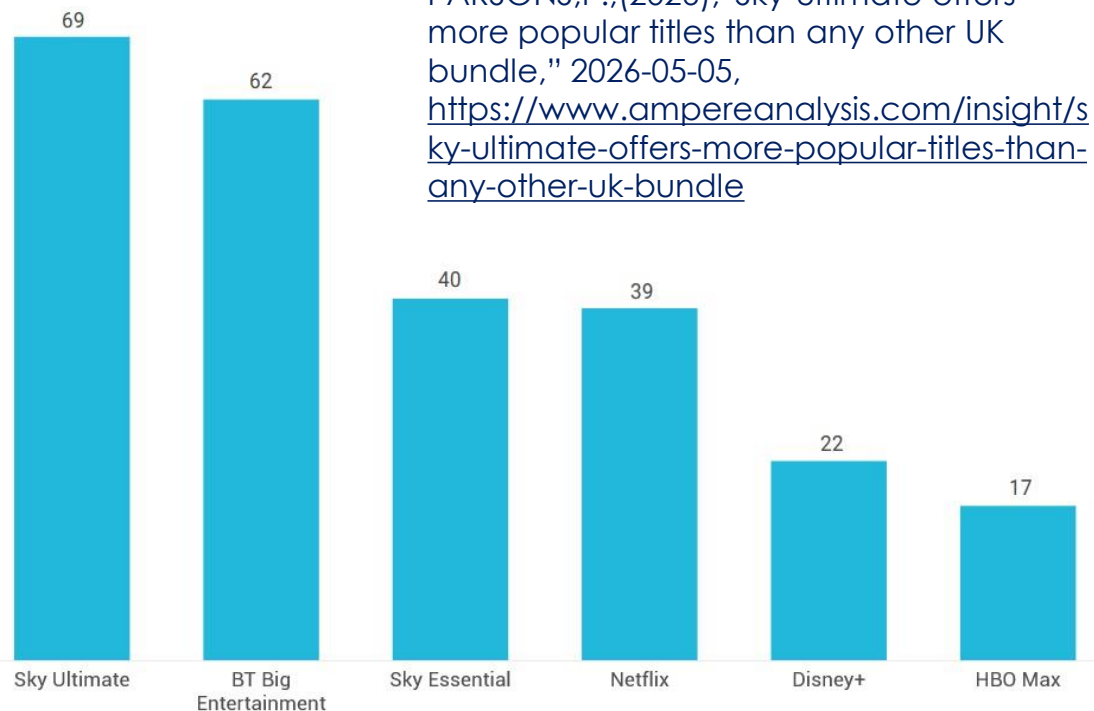
SVODバンドリング

9

2026年2月11日

- Skyが、複数の大手動画配信サービスを1つの契約にまとめたセットプラン（バンドル）を発表。
- 対象サービス：Netflix、Disney+、Hayu、HBO Max、
- 価格；月額24ポンド（約20ポンド相当の配信アプリ代含む）
- 提供スケジュール：ディズニーとの新たな複数年契約によるDisney+の統合に加え、3月26日からはHBO作品、7月からはHayuのリアリティ番組が順次追加

UK, February/March 2026: Number of 100 most popular titles, by platform/bundle



Source: Ampere Analytics – Cross Platform



"Sky brings together Netflix, Disney+, HBO Max and Hayu into one single subscription, exclusively on Sky," Wednesday 11 February 2026,
<https://www.skygroup.sky/en-gb/article/sky-brings-together-netflix-disney-hbo-max-and-hayu-into-one-single-subscription-exclusively-on-sky>

吸収合併という荒療治



吸収合併・再編（米ネットワーク）

11

【最近10年】

2018年； AT&TによるTime Warner買収完了。

2019年； Disneyによる21世紀FOXの買収。

（映画部門等、エンタメ領域のディズニー買収、FOX Network等、報道領域は独立で残る）。

2022年； AT&TからのWarner Mediaの分離とDiscoveryとの合併、

WBD（ワーナー・ブラザーズ・ディスカバリー）の成立、

2024-25年； オラクルを背景に持つSkydance(製作会社)によるParamount買収劇、PSKY誕生。

2025-26年； WBD自身の分割計画発表の後、PSKYとNetflixのWBD買収競争。結果的にPSKYが獲得。

2026年； Comcast NBCUから、いくつかのケーブル・ネットワークを束ねたVersantを分離。

2026年； Comcast NBCUが、Comcast（通信）とNBCU（メディア）に2分割発表。

ハリウッドは6大グループから

4大グループ（ディズニー&FOX、ユニバーサル、ソニー、パラマウントSKY）
へ再編。

PSKY & WBD 12州合併反対訴訟 (26.07.13)

12

カリフォルニア州司法長官ロブ・ボンタ氏率いる12州からなる連合は月曜日、パラマウント・スカイダンスとワーナー・ブラザーズの合併を阻止するため、独占禁止法違反訴訟を起こした。これは、先月この合併を承認した司法省の決定に反する動き。1110億ドルのこの取引は、大規模劇場配給、興行収入上位作品の劇場配給、基本ケーブルライセンスという3つの異なる市場における競争を阻害することで、クレイトン法に違反していると、主張。

- ▶ Paramount Says States' Lawsuit Seeking To Block WBD Deal "Will Only Harm Entertainment Workers"
<https://deadline.com/2026/07/paramount-wbd-deal-antitrust-lawsuit-entertainment-workers-1236980971/>
- ▶ States Sue to Block Paramount-Warner Bros. Merger, Defying DOJ, <https://variety.com/2026/film/news/paramount-warner-bros-merger-states-lawsuit-1236806824/>
- ▶ 12州 ; California, Arizona, Colorado, Connecticut, Massachusetts, Minnesota, Nevada, New Jersey, New Mexico, New York, Oregon, Washington.
- ▶ カリフォルニア州は、一旦14日間、差し止め (26.07.20、<https://oag.ca.gov/system/files/attachments/press-docs/ordergranting27motionfortemporaryrestraining.pdf>)

WGAも訴訟(26.07.14)

- ▶ WGA Files Lawsuit to Block Paramount-Warner Bros. Discovery Merger, <https://www.wga.org/news-events/news/press/2026/wga-files-lawsuit-to-block-paramount-warner-bros-discovery-merger>
- ▶ [Variety](#), [Deadline](#),



吸収合併・再編（米ローカル放送局）

13

米国上位10テレビ局グループ（BIAまとめ 2024年）

Group	Markets	Actual Coverage	% FCC Coverage	'24 Ad Rev (Millions)	'24 Retrans Rev (Millions)	Total Rev (Millions)
1 Nexstar	114	70.0%	39.1%	\$2,415	\$2,928	\$5,407
2 Gray	121	37.4	25.2	1,987	1,482	3,469
3 Sinclair	79	36.6	23.0	1,543	1,557	3,100
4 Tegna	52	38.7	31.9	1,600	1,456	3,056
5 NBC (Comcast)	30	37.9	20.0	1,503	1,553	3,056
6 Fox	18	38.5	26.2	1,625	1,219	2,845
7 CBS (Paramount)	18	37.1	24.1	1,562	1,038	2,600
8 ABC (Disney)	8	21.8	20.1	1,078	669	1,747
9 Scripps	74	71.4	38.7	895	764	1,659
10 Hearst	27	19.3	13.6	918	667	1,585

39%ルール観点、他で、物議をかもしている、

1位ネクスターと4位テグナの合併。

2026年3月19日、FCC、連邦司法省承認済みだが、複数州での差し止め訴訟のため、統合は停止状態。

FCCの複数局所有規制：局運営会社1社が全国視聴可能世帯率が**39%を超える放送免許を所有することを禁止（47CFR§73.3555(e)）**

Ducey,R.(2025),"Top Local TV Groups Revealed, but M&A May Change the Usual Line-Up for Next Year," BIA, Aug 19, 2025, <https://bia.com/blog/top-local-tv-groups-revealed-but-ma-may-change-the-usual-line-up/>



ローカル放送局 Nexstar & Tegna 合併

14

26年3月19日、FCCは、

- ✓ 39%全国所有上限について**waiver（適用除外）**
- ✓ 39%ルール自体は法律に存在するが、FCCにはwaiverを認める法的根拠があり、本件では個別の適用除外が公益にかなうという趣旨（[リンク](#)）
- ✓ 一部DMAで重複所有となる局については**6局の売却を条件**として買収を承認。

FCC計算ルールでは、39%ルールの突破は無理。

項目	Nexstar単独	Nexstar + Tegna
実到達率	約70%	約80%
FCC計算（UHFディスカウント適用）	約39%弱	54.5%
承認方法	UHFディスカウントで適合	waiverにより承認

- ✓ FCCに39%ルールのwaiverを認める権限があるか？。
- ✓ 州側が主張する反トラスト上の競争制限（料金上昇・ニュース競争減少）が立証されるか？。
- ✓ 予備的差止命令に対するNexstarの控訴・本案訴訟がどう進むか？。

合併のステイタス

項目	7月1日時点の状況
FCC審査	承認済み（2026年3月19日）
DOJ（連邦司法省）	提訴せず
買収（Closing）	完了済み（2026年3月19日）
州司法長官訴訟 13州	係属中
統合（Integration）	裁判所の仮差止命令により停止中
Tegnaの運営	Nexstar傘下だが独立運営を維持

合併反対13州

州	司法長官（2026年7月時点）	所属政党	備考
California	Rob Bonta	民主党	訴訟主導州
Colorado	Phil Weiser	民主党	当初から参加
Connecticut	William Tong	民主党	当初から参加
Illinois	Kwame Raoul	民主党	当初から参加
New York	Leticia James	民主党	当初から参加
North Carolina	Jeff Jackson	民主党	当初から参加
Oregon	Dan Rayfield	民主党	当初から参加
Virginia	Jason Miyares	共和党	当初から参加
Indiana	Todd Rokita	共和党	2026年4月追加
Kansas	Kris Kobach	共和党	2026年4月追加
Massachusetts	Andrea Joy Campbell	民主党	2026年4月追加
Pennsylvania	Dave Sunday	共和党	2026年4月追加
Vermont	Charity Clark	民主党	2026年4月追加

FCC 39%ルール撤廃？

15

8月6日に、FCCは、「全国的な上限規制を撤廃し、新たな個別案件ごとのアプローチを採用するか」どうかを採決する予定。

- ▶ <https://www.breitbart.com/politics/2026/07/15/exclusive-fcc-chairman-brendan-carr-restoring-balance-to-the-broadcast-airwaves/>
- ▶ <https://tvnewscheck.com/regulation/article/fcc-plans-aug-6-vote-to-repeal-39-national-tv-ownership-cap/>

これについてはNABや放送局グループも賛成側。

- ▶ <https://www.tvtechnology.com/regulatory-legal/fcc-to-vote-on-replacing-national-broadcast-ownership-cap>



ローカル放送局 NABの政策的要望事項

16

NAB Broadcasters' Policy Priorities 119th Congress

<https://www.nab.org/policypriorities/>

政策要求・アピール	NABの主張	主な対象
①放送局所有規制 (Ownership Rules) の緩和	テレビ39%全国到達率規制、Top-4 Rule、ローカル所有規制、ラジオ所有規制などは時代遅れ。ストリーミングや巨大IT企業と公平に競争できるよう規制を見直すべき。 https://nab.org/ModernizeTheRules/	FCC・議会
② AMラジオを自動車へ義務搭載	災害時・緊急警報システムの中核であり、自動車メーカーがAMラジオを削除しないよう「AM Radio for Every Vehicle Act」の成立を求める。 https://www.wearebroadcasters.com/dependonam/default.asp	議会
③ NEXTGEN TV (ATSC 3.0) の全国展開促進	FCCに全国的な移行スケジュールを設定するよう要求。2028年・2030年为目标とする段階的完全移行を提案。GPS代替となるBroadcast Positioning System (BPS) の整備も強調。 https://www.nab.org/bps/	FCC
④放送局のローカルコンテンツ投資の保護	AI・デジタルプラットフォーム等による無断利用からニュース・番組など放送局の投資を守る制度整備を求める。	議会・FCC
⑤ラジオへの新たな著作隣接権使用料 (Performance Tax) 反対	地上ラジオ放送がレコード会社・実演家へ新たな演奏権使用料を支払う制度 (Performance Tax) の導入に反対。地方局の経営を圧迫すると主張。	議会
⑥ 広告費の損金算入制度の維持	広告費の税務上の損金算入 (tax deductibility) を縮小・制限する法改正に反対。広告市場の縮小は地域放送局経営を悪化させると主張。	議会



米 ローカル局の実情

17

これほど端的にまとめた記事はなかなか。

Friedman, W., (2026), "Legacy Stations On The Ropes? Define Their 'Core'," June 1, 2026,
<https://www.mediapost.com/publications/article/415422/legacy-tv-stations-on-the-ropes-define-their-core.html>

- ▶ 最大のプラス要因は、大手ブランドの認知度を高める上で、地元市場の視聴者へのリーチが大きいことだろう。
- ▶ コア広告（政治広告以外）は、せいぜい一桁前半の伸びにとどまり、成長を続けるデジタルメディアやソーシャルメディアプラットフォーム（Meta、Google、TikTokなど）との競争激化に直面し、低迷が続いている。
- ▶ 再送信収入(Retransmission Consent Fee)は、依然としてテレビ局グループにとって十分な収益源となっている。
- ▶ 新たな収益源、その対象には地域スポーツネットワークから離れようとしているチームやリーグが提供する大規模なローカルスポーツ番組コンテンツも含まれる。
- ▶ ローカルニュースにこれ以上多額の投資をすることはできない。ほぼ最初から最後までニュース番組でスケジュールが埋まっているから。
- ▶ エンターテインメントに特化したシンジケート番組事業を拡大するつもりもない。勢力を増すストリーミングプラットフォームの台頭により、苦境に立たされ続けている。
- ▶ **残るものは何か？ 統合だ（What's left? Consolidation）。**

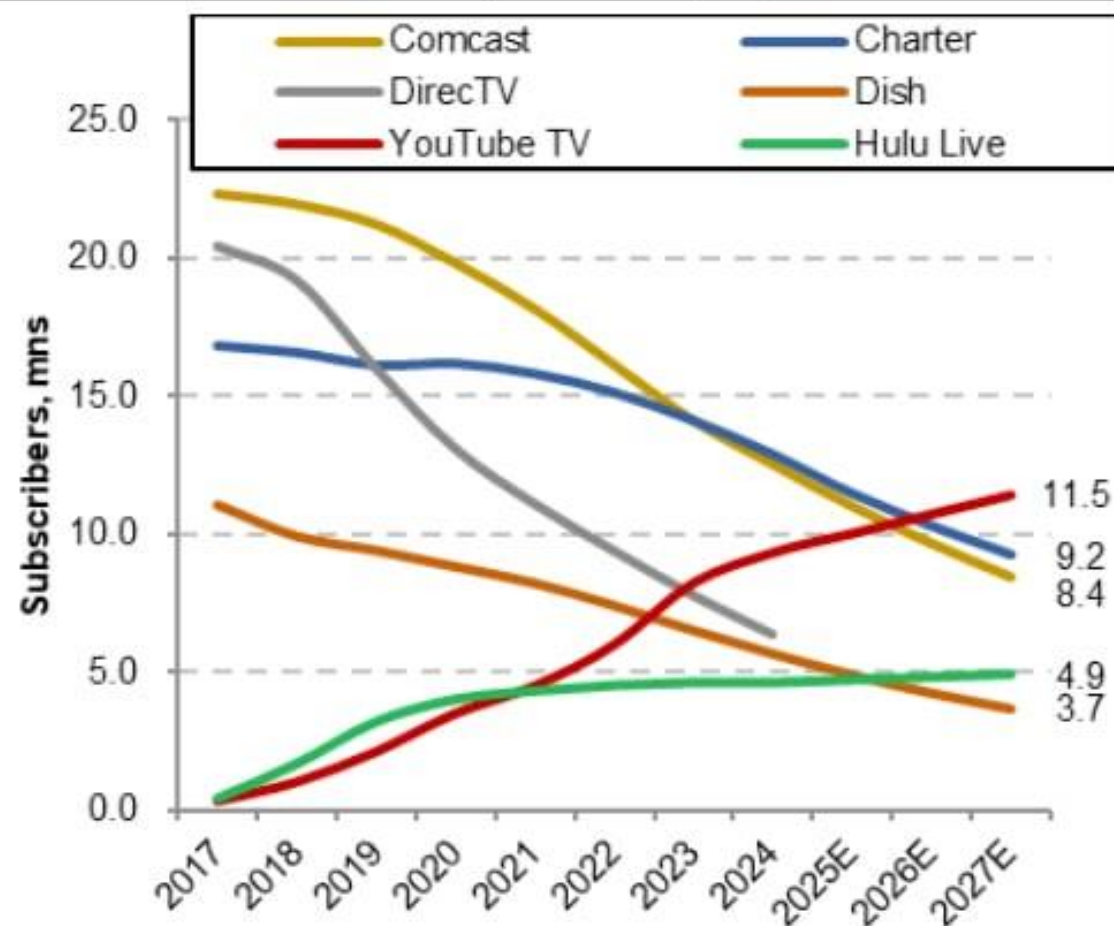


吸収合併・再編（北米MVPD）

18

- ▶ 2025年5月16日；MSOとしてのCharter(加入者数約1270万、第一位)によるCox（加入者数約250万、第8位）の買収・事業統合が発表（[Charter](#)）、承認（[FCC](#)）。
- ▶ 2026年6月29日；Comcast NBCUが、Comcast（通信）とNBCU（メディア）に2分割発表([Comcast](#))。
- ▶ 2024年9月30日；衛星大手DirecTVは、Dishを買収する計画を発表（[DirecTV](#)）。この衛星大手2社の合併計画は2001年に続き、2度目である。しかし今回も中止を発表(11月21日 [PR Newswire](#))。

**Pay TV Subscribers, by Provider
(2017 – 2027E)**



Source: Company reports, MoffettNathanson estimates and analysis

Frankel,D.,(2025),"YouTube TV has amassed 9.4 million subscribers, analyst estimates," Apr 2, 2025 12:12pm,
<https://www.streamtvinsider.com/video/youtube-tv-has-amassed-94-million-subscribers-analyst-estimates>



吸収合併・再編（欧州）

19

2018年； Comcast(米)によるSky（英）買収。310億ポンドで買収（18年10月9日、[リンク](#)）。

2020年； Banijay（仏）がEndemol Shine(英蘭)を22億ドルで買収（20年7月3日、[リンク](#)）。

2024～25年； ViVendi（仏）の分割・再編。Canal+、Havas、Louis Hachetteへの分社化。

2025年； ドイツ商業放送の第二位ProSiebenSat.1が、イタリア、フィニンヴェスト傘下の欧州最大手のメディア企業M f E (Media for Europe)の資本傘下へ（25年9月4日、[リンク](#)）。

2026年； BanijayとAll3Media(英)の統合（26年3月3日発表[リンク](#)、7月9日完了[リンク](#)）

2026年； Sky Deutschland(米Comcast資本)が、ドイツ商業放送の第一位、R T Lへ売却(26年6月1日完了[リンク](#))。

2026年； ドイツでの衛星事業を売却したComcast Skyは、英国にてI T Vの放送・配信部門の買収（26年7月6日 [リンク](#)）。

- ▶ I T Vは過去にもT F 1、C V Cキャピタル、Banijay、All3Media、Mediawan、等、による買収や合併が模索された経緯あり。
- ▶ もしSkyへの売却が完了すれば、I T V自身はITV Studios（製作会社）に事業を集中する方針。実際、I T VとITV Studiosは、この数年間、英国内外のいくつかの製作会社の買収を進めている。

					
公共放送	BBC	france.tv	ARD ZDF	Rai	tve
商業放送 1 位	itv	TF1	RTL	MFE MEDIAFOREUROPE	ATRESMEDIA
商業放送 2 位	売却 合意 26.07.06 リンク	度々の合併協議。 今のところ、 当局認めず。	売却	ProSiebenSat.1 Media SE	MEDIASETespaña.
商業放送、他	sky	6	sky Deutschland	sky Italia	M+ Movistar Plus+
有力 有料放送		CANAL+	Fremantle		
		Vivendi グループ	直系製作会社	直系製作会社	
有力 製作会社		STUDIOCANAL	ベルテルスマン資本	seven.one studios	MEDIAPRO
	Redbird IMI資本 Sky合併の 対象外	資本離脱			
	EndemolShine Group	Banjay Entertainment			
	itv STUDIOS	Mediawan STUDIO TF1			
ハリウッ드의 製作子会社	Disney, Universal, Paramount, Columbia, Warner,	Disney, Warner	Warner, Disney		

* Skyは米Comcast NBCU資本。なお米国本国では、ComcastとNBCU & Skyの2つに分割発表(26.06.29, [リンク](#))。

民間の激しい資本移動と、公共放送の安定感。二元体制を持つことの価値。

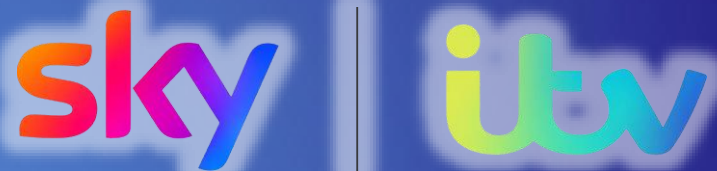


26年7月6日 I T V 「放送・配信」部門の、 Skyへの売却、ITV Studiosへの専念

21

“Sky agrees to acquire ITV Media & Entertainment, creating a commercial streaming champion for the UK” (Comcast発表、25.07.06, [リンク](#))

- ▶ Comcast Sky(米)が、ITV(英)の放送・配信 (M&E) 部門を最大16億ポンドで買収。無料地上波チャンネル (ITV1~4) と無料動画配信プラットフォーム「ITVX」が買収対象。
- ▶ 番組製作会社「ITV Studios」は対象外。独立企業としてロンドン証券取引所への上場を維持。製作会社「Love Productions」のITVへの譲渡。Skyは2028~32年の間に、ITV Studiosから少なくとも21億ポンドのコンテンツ投資を確約。
- ▶ 無料放送の維持。買収後もITVの各番組やスポーツ中継は無料 (Free-to-air) で提供。ニュース番組 (ITN)、ITN株20%を取得するが、「Sky News」と「ITV News」の編集権の独立性は少なくとも2034年まで維持。
- ▶ 株主承認や規制当局 (CMA、Ofcom) の審査を経て、2027年後半に取引の完了を目指す。



1960年代 "Swinging London"を思い起こさせるような動き。

- ▶ UK発の若者文化とハリウッド資本の結合。『007』シリーズやビートルズ映画等。「60年代の終わりまでには、イギリスで制作される映画の資金の約90%がアメリカ資本 (ハリウッド)」 (Petley, J., (1986), "Cinema and state," p31, in Charles Barr eds, All Our Yesterdays: 90 Years of British Cinema, BFI, 1986.)
- ▶ 米国資本 (ハリウッド・メジャー) の欧州進出における、橋頭保としてのLondon。
- ▶ 一方、英国自身は、英語というアドバンテージを活かし、欧州大陸のみならず、"Commonwealths"という巨大な二次展開先を持つ国。
- ▶ 英国での製作費高騰により、終焉 (昨今の韓流の動きと類似?)。

こうした米・欧の動きに比して、 日本は静か（よきことかな）

- 少なくともこれまでは、規制当局も経営者も上手くやってきたのではないか？
- ただ、それが未来を保証するものではない。

公的制度としての 放送の事業ミッション プロミネンス



AVMSD(2018)プロミネンス条項

24

- ▶ 【一般的関心 **SIG; Services d'intérêt général**】 7条a “Member States may take measures to ensure the appropriate prominence of audiovisual media services of **general interest**. “
- ▶ 【作品の国籍条項 **European works**】 13条1. “Member States shall ensure that media service providers of on-demand audiovisual media services under their jurisdiction secure at least a 30 % share of **European works** in their catalogues and ensure prominence of those works.”

定義不能な「一般的関心(SIG)」

- ✓ 欧州人権裁判所（ECtHR） Satakunnan Markkinapörssi Oy v. Finland（2017）の判例「**公共の利益は通常、市民の生活や地域社会の生活に影響を与える、国民が正当な関心を持てる、注目を集める、あるいは重大な程度において国民に関わる事柄に関連する。同時に、公共の利益は他人の私生活に対する情報への渴望やセンセーショナリズムへの欲求には還元できない**」
- ✓ AVMSD(2018) Recitals(25)「**メディアの多元主義、言論の自由、文化の多様性など、定義された一般的利益目的の下で、“一般的利益”のコンテンツの適切なプロミネンスを確保する義務を課す加盟国の能力を損なうものではない。かかる義務は、加盟国がEU法に従って明確に定義した公益の目的を達成するために必要な場合に限り課されるべきである**」



EU指令なので、加盟各国は何らかの対応をとる義務。

25

- ▶ 現実に7条a（一般的関心SIG）を自国法制化できているのは、仏独伊＋英国。
- ▶ 13条（国籍条項）については、長い歴史もあり、多くの加盟国で実施。一部国（ベルギー、フランス、スペイン、ポルトガル、イタリア、等）は、上乗せ規制。

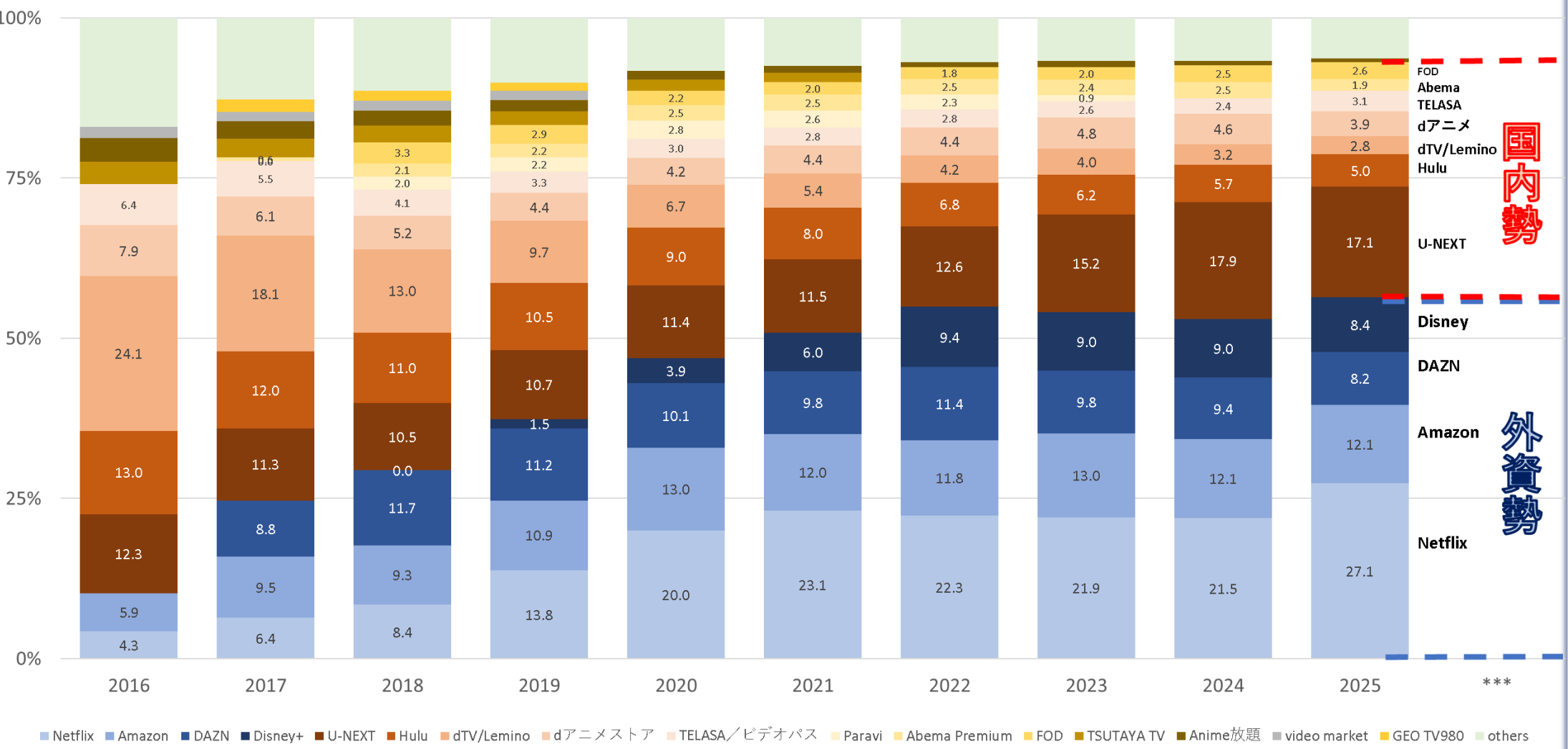
項目	フランス	ドイツ	イタリア	英国
① 根拠法令・制度の枠組み				
国内根拠法	1986年通信の自由法(Loi L��otard)第20��7条(2021年改正)	メディア州間協定(MStV)第84条(2020年施行、2023年第3次改正)	視聴覚メディアサービス統合法(TUSMA)第29条(2021年立法デクレ第208号)	Communications Act 2003 + Media Act 2024 EU離脱後独自制度
規制当局	ARCOM	Landesmedienanstalten(州メディア当局). ZAK(認可監督委員会)が調整役.	AGCOM (通信・メディア規制当局)	Ofcom
② 「一般的利益のあるサービス(SIG; Services of General Interest)」の定義・対象範囲				
SIG定義の方法	二層構造:法律で公共放送を当然に指定＋ARCOMが全国TNT民放等を追加指定	二層構造:公共放送は自動適格＋州メディア当局の審査(3年ごと更新)で民間も対象	カテゴリー方式:ジャンル×ニュース番組保有の要件を満たすサービスをAGCOMが実名リスト化	機関的定義:法定PSB(Public Service Broadcaster)をCommunications Act上で明示
当然指定(公共放送)	France T��l��visions、Radio France、France M��dias Monde、Arte-France、LCP(議会CH)、INA、TV5	ARD(各州放送局)、ZDF、Deutschlandradio(法定受信料財源放送全般)	RAI(地上波・衛星・オンライン全サービス)	BBC、ITV、Channel 4、Channel 5、S4C
民間放送の扱い	ARCOMが全国TNT免許を持つ無料民放(TF1、M6等)とそのVODを追加指定(2024年決議)	「意見多様性への顕著な貢献」を条件に民間サービスも申請可。354件中54件却下(寛大な運用)	全国無料放送でニュース番組を含む総合・情報・子ども・文化ジャンルの民間チャンネル(RTI、La7等)	法定PSBのみ。ただしMedia Act 2024で「designated internet programme services」概念を新設し商業局も一部対象化
地域・ローカル放送	含まれない(全国TNT中心)	地域・ローカル情報の報道量が選定基準の一つ(MStV第84条第5項)	ニュース番組を持つ地域地上波(DTT)民放を明示的に含む	S4C(ウェールズ語)・一部地域PSBを含む。Ofcomが追加指定可
ラジオ・音声の扱い	含む(Radio France等は法律上当然指定。音声サービスを明示的にカバー)	含む(Deutschlandradio等)	含む(RAIラジオ、FM系列のオンライン配信を明示。車載インフォテインメントへの適用も規定)	含む(BBC Soundsほか。Ofcomの放送コードで音声サービスも対象)
③ 義務を負う事業者(インターフェース事業者)の範囲				
閾値・対象条件	デクレ2022-1541: ①物理デバイス��年間仏国内販売、15万台 以上 ②プラットフォーム��月間UU、300万 以上(前暦年基準)	MStV上の閾値なし(すべてのメディアプラットフォーム・UIプロバイダーが対象)。ただし不釣り合いな負担の場合は免除規定あり	決議390/24/CONSによる機器リスト制(スマートTV・STB・ドングル・コンソール等)。販売台数閾値は設けず機器種別で対象化	Communications Act 2003 s.310:EPGプロバイダー全般。Media Act 2024:Ofcomが「appropriate prominence provider」を指定(閾値は今後Ofcomが設定)
対象デバイス・プラットフォーム	スマートTV、スマートスピーカー(enceinte connect��e)、ISP提供STB、アプリストア、ゲーム機、ドングルを明示	スマートTV OS、EPG、スマートスピーカー、車載エンターテインメントシステム(越境適用を含む)	スマートTV、デコーダ、ドングル、ゲームコンソール、車載インフォテインメント(ラジオSIG向け)	従来:EPGプロバイダー。Media Act 2024以降:スマートTV・ストリーミングデバイス・アプリストア等のUIプロバイダーも対象化
④ 主な優遇措置の内容				
中心的な義務	SIGへのアクセス手順が他のサービスより「多くなく・より制約的でない」こと(相対的非差別基準)	恣意的な劣後禁止＋「発見可能性(Auffindbarkeit)」の確保義務(非差別・機会均等アクセス)	ホーム画面ナビゲーションルールへの4種アイコン表示義務(位置・サイズの明示的規定)	EPGにおける「卓越した地位(due prominence)」の確保＋Media Act 2024でオンラインUIにも拡張
ホーム画面・UIでの表示	①SIG共通アプリへのアクセスが「最もよく配置されたサービス」と同条件での表示 ②SIG or 共通アプリのアクセスポイントが最高露出度のサービスと同一箇所配置	放送全体を第1選択階層で「容易に発見可能」な状態に置く義務。法定受信料財源放送は中でも優先。デフォルト並び順の規制	ナビゲーションルール上に固定配置: ①全国SIG5社アイコン ②ローカルTVアイコン ③全国SIG集約(Nationals)アイコン ④ラジオSIGアイコン	EPGの上位グループ(第1グループ内)に配置。Ofcomコードが「目立つ(prominent)」の基準を詳細規定
検索・レコメンド	①検索・レコメンドでSIGを他と公平・非差別的に扱う義務 ②SIGを明示的に対象とする検索結果では放送事業者直営サービスを最初に表示(別段合意がない限り)	検索結果・オートコンプリートを含め非差別的であること。対価による並び順操作を原則禁止	検索アルゴリズムへの具体的規定はAGCOMガイドラインの範囲外だが、LCN順序との整合を推奨	Ofcomが今後定める「appropriate prominence code」で検索・レコメンドへの要件も規定予定(Media Act 2024)
リモコン・ボタン	「デバイスのリモコン」への表示が法律(第20��7条)上の視認性確保手段の一つとして明示	MB規程:リモコン専用ボタンの有無が発見可能性判断の考慮要素。ハードウェア改修まで求める	リモコンボタンへの明示的言及なし(アイコン表示義務が中心)	EPGの文脈でリモコンによる直接アクセスを「卓越した地位」の要素として考慮。Media Act 2024でも引き継ぎ
ユーザーカスタマイズとの関係	ユーザー自身によるカスタマイズ結果は義務の対象外(DSA第27条に基づく設定変更を明示除外)	ユーザーは自分でサービスの並び順を自由に変更可能。ただしアップデートを含む第三者がその並び順を変更してはならない	ユーザーカスタマイズに関する明示規定は250/25/CONSでは未確定(今後の検討事項)	ユーザーの「デフォルト変更権」(EMFA第19条相当)はCommunications Act上明示なし。Ofcomコードで今後対応予定
⑤ 報告義務・執行・制裁				
報告義務	毎年2月15日までに前年度の視認性確保措置をARCOMに報告	UIプロバイダーはZAKへの届出義務。パブリックバリュースリストは3年ごとに更新	AGCOMへの定期報告義務。250/25/CONSでモニタリング枠組みを整備	OfcomへのEPG事業者の年次報告。Media Act 2024でUIプロバイダーの報告義務も規定
不遵守時の制裁	ARCOMが是正命令を発出。不遵守の場合は法律第42��2条・第42��7条に基づく制裁金	州メディア当局による勧告・命令。最終的にはMStV上の行政制裁	AGCOMによる調査・警告・行政制裁金(TUSMA上の一般的執行権限に基づく)	Ofcomによる調査・是正通知・制裁金(Communications Act 2003 s.316ほか)
⑥ 特記事項・論点				
主な業界からの批判・論点	Free社:ISP系UIでは既に好条件で配信中のSIGを共通アプリにまとめると視認性が下がる逆説。比例原則違反の指摘	民間の「パブリックバリュース申請」が300件超と過剰になりプロモンスのゼロサムゲームで意味を失う可能性。ハードウェア改修要求への批判	LCN順序とアイコン配置の実装コストの問題。車載デバイス適用範囲の解釈	「due prominence」基準の主観性・不明確性。BBC以外のPSBとの格差。オンライン拡張後の基準設定遅延
EMFA(欧州メディア自由法)との関係	EMFA第19条(ユーザーのデフォルト変更権)は第7条a)によるプロミネンス義務に影響しないと明示(両立)	越境適用問題はEMFAの域内市場条項(第3条)とも関係。今後の調整課題	EMFAのPSM保護規定(第5条)とTUSMA上の義務が整合的	EU離脱によりEMFA直接適用なし。ただしEMFAを「参照モデル」として立法設計に活用

まずは「国籍条項」、 次いで「一般的関心(SIG)」。

- ▶ 映画のスクリーン・クォータ、放送の放送クォータ等、国籍を意識した規制は、世界を見渡せば、特段、特異なものではない。
- ▶ わが国でも既に存在する放送局の「外資規制」の趣旨を鑑みて、
- ▶ 「日本の事業者を優先する」旨の精神的な条項。
- ▶ 外資規制の「外国資本を制限する」旨との対比

さて日本の場合、（入手できるデータの範囲では）配信市場の国内シェアは30%前後くらい？しかし欧州とは、米国との言語文化的距離が異なるので、日本の場合、もっと高い数値であるべき。

GEM Standard 公表値に基づく有料動画配信シェア（％）



映像があふれかえる時代において、

誰が視聴者に
“レコメンド”するか？

もちろん最後は視聴者の選択次第だが、
その一手手前の段階

コンテンツ ホルダー

編成・PF 機能

物理 伝送路

端末・視聴者 (番組／チャンネル選択)

クラシック チューナーTV

- 倫理基準を持つ
プロの制作者

- 数局の地上波ch.
- 数士の衛星／ケーブルch.

- 電波
- ケーブル

視聴者の意思で、EPG番組表とリモコンでch.選択



この時点で既に、

レガシー放送局
の存在感は低下
している

無尽蔵な番組量

- 数局の地上波ch.
- 数士の衛星／ケーブルch.
- 数百のFAST ch.
- 数万のVOD作品カタログ
- UGCアプリ
- その他アプリ

- 電波
- ケーブル
- ネット

【未来】 端末搭載の
TV OSと視聴履歴データに基づく
エージェンティックなAIレコメンドで、
全てのch.とコンテンツが無差別に扱われる？

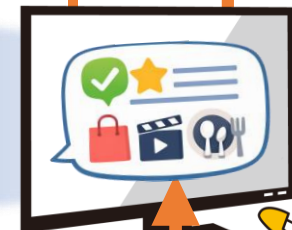
視聴履歴データ



おすすめをレコメンド!

エージェンティックAIな

テレビOS



作品の接触分析・取捨選択

“賢い”TV OSを持つ チューナー付きCTV

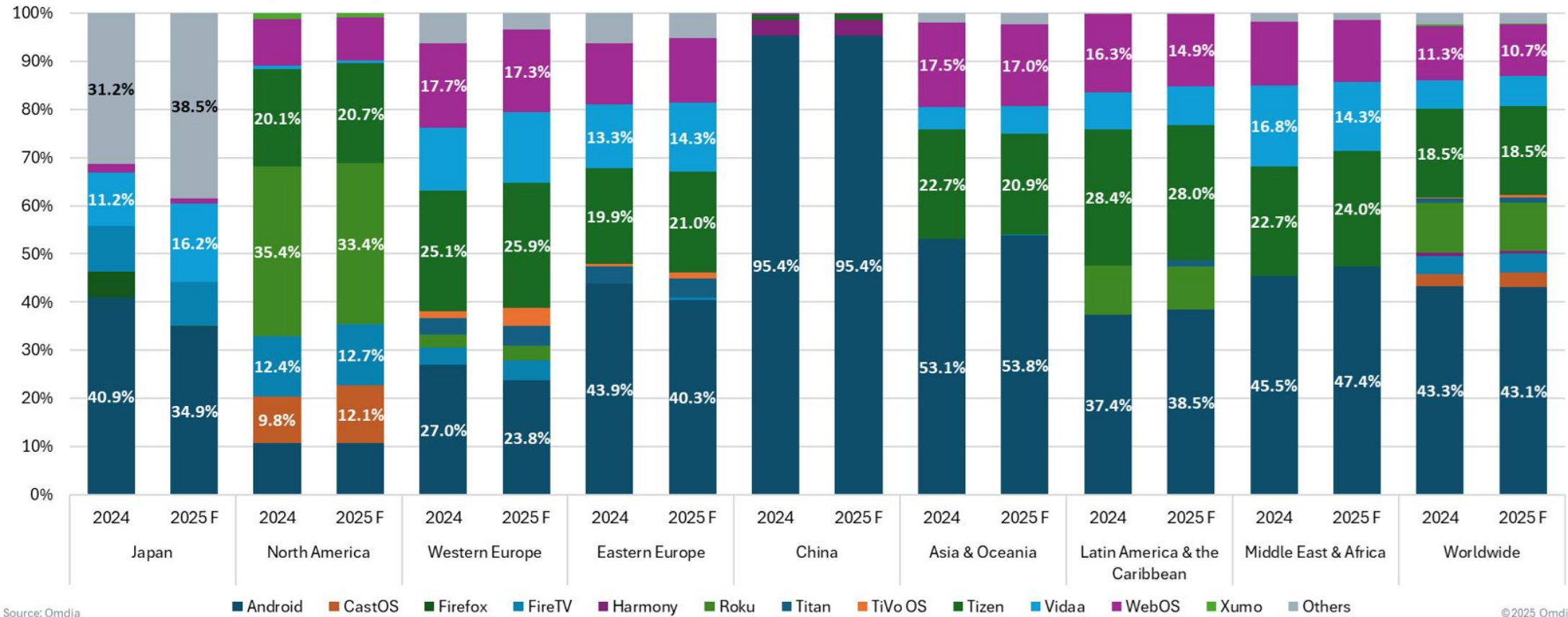
- 倫理基準を持つ
プロの制作者
- 倫理的に多様な
アマチュア層

テレビOSシェア Omdia 25年データ

31

北米だけがGoogle寡占に対して対抗できており、Rokuや中韓受像機メーカーの存在感は大きい。

Regional smart TV unit share by smart OS/platform in 2024 / 2025 F

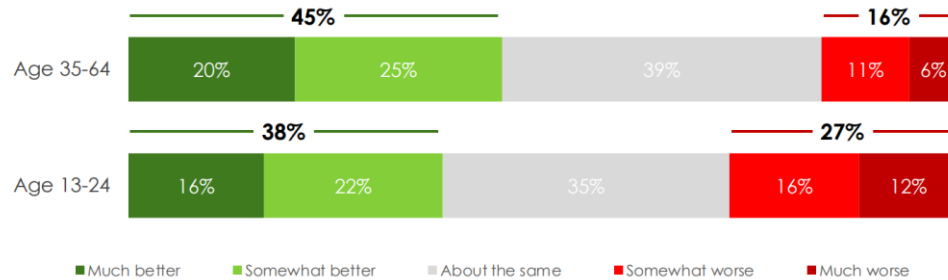


Omdia: Vizio CastOS and Amazon FireTV Gain Strong Momentum in North American TV Operating System Jul 9, 2025 4:00 AM Eastern Daylight Time, <https://www.businesswire.com/news/home/20250708293325/en/Omdia-Vizio-CastOS-and-Amazon-FireTV-Gain-Strong-Momentum-in-North-American-TV-Operating-System>

テレビアプリの体験 streaming user experience (UX)

32

Is the user experience on TV apps better or worse than other apps you use?
(E.g. Instagram, TikTok, Reddit, or any other apps)



Base: Total Respondents N=3,000
Q22. Now think about other apps that you use a lot - e.g., Instagram, TikTok, WhatsApp, Reddit, or anything else. In general, how does the user experience on a TV service or app compare to the experience of those other apps?

<https://www.streamtvinsider.com/technology/what-viewers-say-about-tv-app-user-experience>

デザインによる価値創造：より優れたストリーミングUXと発見体験の構築 オリジナル・プレス・リリース

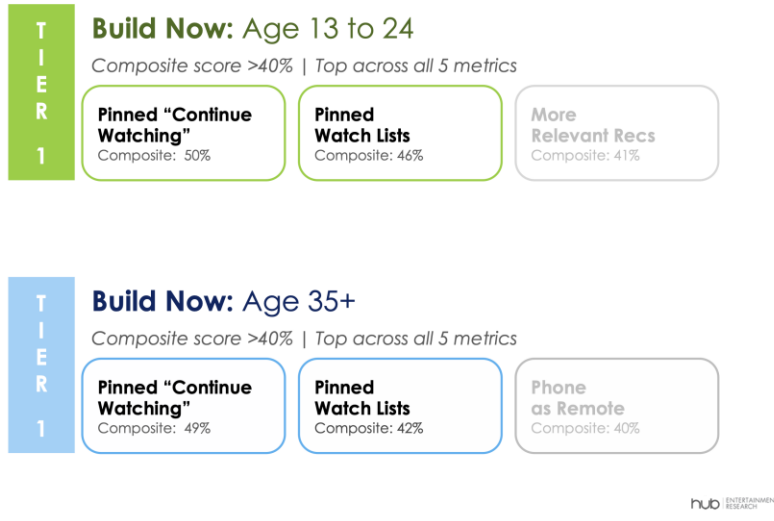
- ・視聴者は、どの番組を見るべきかを判断する権威としてテレビアプリを信用していない。
- ・テレビアプリのおすすめは、パーソナライズされておらず、ありきたりに感じられる。
- ・ユーザーはデザインやユーザーエクスペリエンスにおける摩擦を個人的な問題として捉える
- ・視聴者の80%が「常に」発生する問題を少なくとも1つ経験しており、それがサービスの価値を低下させている。
- ・視聴者の3分の2は、テレビアプリ以外で意思決定を行っている。

- ・ Value by Design: Building a Better Streaming UX and Discovery Experience, July 1, 2026,
- ・ <https://www.ctam.com/executive-education/consumer-insights-meeting/ctam-hub-consumer-insights-study-2026/>
- ・ New Research From CTAM and Hub Highlights the Cost of Bad User Experience (UX), July 1, 2026,
- ・ <https://www.ctam.com/new-research-from-ctam-and-hub-highlights-the-cost-of-bad-user-experience-ux>

引用内容

<https://www.newscaststudio.com/2026/07/07/more-than-a-third-of-viewers-canceled-streaming-services-over-poor-ux/>
<https://www.advanced-television.com/2026/07/07/research-poor-streaming-ux-can-erode-loyalty>

- ・回答者の90%はストリーミング体験に非常に満足またはある程度満足。回答者の90%はストリーミング体験に非常に満足またはある程度満足していると答えたものの、72%は「非常にイライラする」と感じる問題を少なくとも1つ経験していた。また、80%は「常に」少なくとも1つの問題に遭遇している。
- ・最も深刻なナビゲーション上の問題点は、ページの下の方に配置されすぎている「続きを見る」セクションや、見つけにくいウォッチリストなど、一般的な機能が見つけにくいこと。
- ・固定表示される「続きを見る」機能は、回答者の46%が支持し、63%が利用すると回答した。また、42%がこの機能によってサブスクリプションの価値が高まると回答し、48%がサービスを継続利用する可能性が高まる。
- ・ピン留めされたウォッチリストは回答者の39%に支持され、56%が利用したいと回答した。36%は購読の価値が高まると回答し、43%はサービスを継続する可能性が高くなると回答した。
- ・13歳から24歳の視聴者のうち、43%がテレビをつける前に何を見るか決めていないと回答したのに対し、それ以上の年齢層の回答者では35%だった。また、若い視聴者の48%がソーシャルメディアの予告編を通して番組や映画を知ったと回答したのに対し、それ以上の年齢層の視聴者では38%だった。



<https://www.newscaststudio.com/2026/07/07/more-than-a-third-of-viewers-canceled-streaming-services-over-poor-ux/>

今後、番組流通において、
誰が受像機端末までの主導権を握るか？
予測不能な時代。

- ？ メジャーなコンテンツ・ホルダー？
- ？ リニア／IP編成プラットフォーム？
- ？ テレビOSサプライヤー？

上記の誰が主導権をとったとしても、

放送法「外資規制」の趣旨を活かしつつ、理念としてのプロミネンス条項は必要。

その際、各レイヤー＆各供給者が組み込むであろう、AIレコメンドがどう振舞うか？
は、より一層、予測不能なので、理念だけは急ぎ、確立したほうがよい。

政策トレンド 通信と放送の 非対称規制の緩和・解消



【前回掲出】 非対称規制の緩和の 必要性

35

- ▶ 放送と通信の間での非対称性は、完全に無くせるものではないが、**緩和を目指す**ことは、当局に求められる点。
- ▶ 本年のEU AVMSD revisionにあたってのEBU(欧州放送連盟)要望(26.04.30)のひとつ。

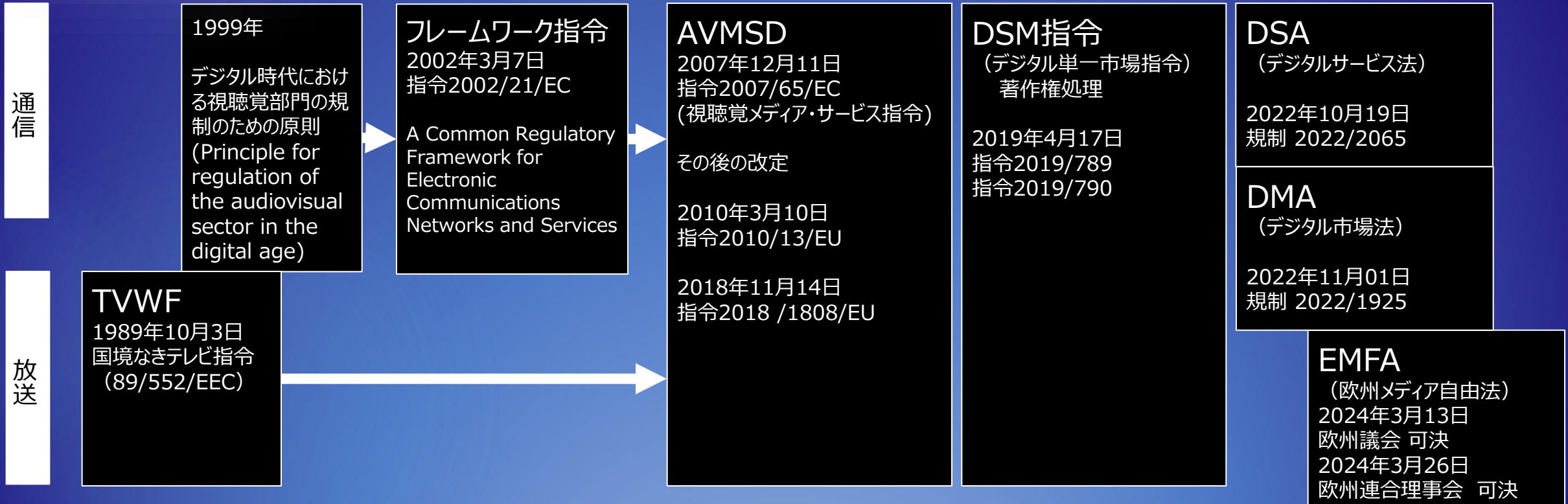
3. Reduce **regulatory asymmetries** and ensure that **audiences are well protected everywhere**

- Video-sharing platforms (VSPs) compete directly with editorial media for audience attention and advertising revenues on small and big screens, at home and on the go. Yet, they are subject to much lighter regulation compared to broadcasters and VOD providers. As a result, audiences are poorly protected on VSPs against harmful and / or illegal content and abusive advertising practices. One particularly troubling example is the spread of AI-driven celebrity scams on VSPs. They exploit trusted media brands and journalists' identities to deceive audiences, while seriously eroding trust in and the reputation of the media. **We therefore call for aligning rules for VSPs with the stricter rules applicable to other audiovisual media services. We also welcome legal clarity to ensure that influencers abide by relevant AVMSD rules.** Consistent application of the rules is key to avoid regulatory gaps, maintain fair competition, and protect audiences wherever media is consumed, irrespective of the provider or service.
- https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/News/Position_Papers/open/2026/20260430-EBU-Position-Paper-AVMSD-revision-final.pdf



EUでの通信制度と放送制度

36





改正AVMSD(2018)の精神; 伝送路無差別、編集責任、総合編成

37

放送（視聴覚サービス）の定義

第一条 (a) ‘audiovisual media service’ means:

- ▶ (i) a service as defined by Articles 56 and 57 of the Treaty on the Functioning of the European Union, where the principal purpose of the service or a dissociable section thereof is devoted **to providing programmes, under the editorial responsibility of a media service provider, to the general public, in order to inform, entertain or educate, by means of electronic communications networks** within the meaning of point (a) of Article 2 of Directive 2002/21/EC; such **an audiovisual media service** is either a **television broadcast** as defined in point (e) of this paragraph or **an on-demand audiovisual media service** as defined in point (g) of this paragraph;

“**electronic communications networks**”の定義

フレームワーク指令 Directive 2002/21/EC Article 2(a)

electronic communications network means transmission systems and, where applicable, switching or routing equipment and other resources which permit the conveyance of signals by wire, radio, optical or other electromagnetic means...

【前回掲出】 内容面についての規制と振興 (誘因制度)

38

放送側（公衆送信）

通信側（私的通信）

内容規制／倫理規制 厳

内容規制／倫理規制 緩

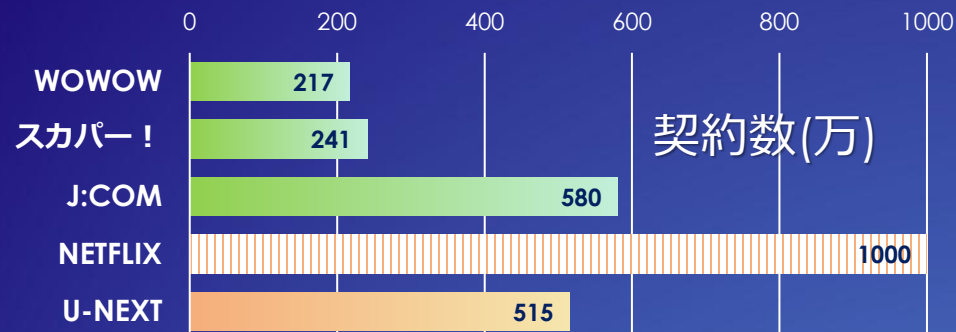
この状況で、通信側の規制強化が叶うならば、対称性は確保されるが、
「言論の自由」、「通信の秘匿」に守られて、難しい。
ISPやVSPへの規制強化は謳われるが、
どこまでも個社依存（指導力ある第三者や業界団体が存在する?）

次善の構図として

内容規制／倫理規制 厳
振興（誘因制度） 充

内容規制／倫理規制 緩
振興（誘因制度） 乏

こうした対称性を是とするか否か？



倫理綱領の側面において、放送法と情プラ法？
は、同等といえるかどうか？

倫理体制

	サービス	最新契約者数	基準時点	データの開示	データの出所	個社倫理基準	業界レベル倫理基準制定機関（ソフトロー）	倫理基準（ハードロー）
放送（BS）	WOWOW	公表約217万	2026年3月末	2026年度から四半期ごとに加入件数を開示。	(WOWOW IR)	基準 番審	日本民間放送連盟 衛星放送協会 BPO	放送法 その他
放送（CS）	スカパー！	公表約241万	2026年6月末	スカパー！契約件数（月次公表）。	(スカパーJSAT ニュースリリース)	基準 番審	衛星放送協会	放送法、 その他
放送（CATV）	J:COM	公表約580万	2026年3月	数字でわかるJ:COM	(J:COM)	基準 番審	日本ケーブルテレビ連盟	放送法、 その他
通信（SVOD）（AVOD）	NETFLIX（日本）	非公表 (推計810万MAU) (日本担当VP発言 1000万) (Netflix Co-CEO 発言 1000万以上)	n.a. 2023年通期 2024年上期 2025年9月5日	Netflixは日本国内契約者数を開示せず。世界契約者数は不定期に公表。(Netflix)	n.a. (MPA/ampd)(リンク) (Reuter) (Netflix 公式news)	基準	?	民放連やBPO並みに、日本の倫理／感性を踏まえた強い指導力／影響力のある組織の有無は？
	U-NEXT	公表約515万	2026年Q2期	2026年8月期 第2四半期決算	(U-NEXT)	基準	?	(情プラ法?) その他
映画	劇場公開	1億4444万(入場者数) 1億8876万(入場者数)	2024年 2025年	日本映画産業統計	(映連)	基準	映画倫理機構 (劇場公開作品の90数%の作品が審査を受ける)	その他

✓ 「番審」；番組審議会設置義務。

✓ ハードローの「その他」では、刑法、児童ポルノ法、景表法、等、特に映像コンテンツ・サービスだけを特定していない法規を想定。

✓ 26年3月のWBC Netflix独占配信結果に関して、全試合3140万人、日本対オーストラリア戦1790万人視聴者数という数字を公表している(26.03.25, [NETFLIX](#))。

「公衆送信(放送)」と「私的通信(通信)」の二分法では グレーゾーンを解消できない？

日本の難しさは「伝送路ニュートラル」の実現と、倫理・内容面での「非対称規制」緩和。

放送法は「私的通信的な利用」(⇒私的送信)を、本格的に定義すべきでは？

電気通信事業法と情プラ法は「公衆送信的な利用」(⇒公衆通信)

		リーチ	
		不特定（弱い排他性）	特定（強い排他性）
物理 伝送路	放送（片方向通信）	伝統的放送「公衆送信」	「 私的送信 」概念
	通信（双方向通信）	「 公衆通信 」概念	伝統的通信「私的通信」

放送伝送路は、（原理的に）上り方向を持たないので、伝統的な「私的通信」にはならないが、契約等によって、受信者が不特定・公衆と言えない利用形態への応用。

eg.衛星の通信利用転用。

「通信の秘匿」を当てはめることが不適當なくらいに、大多数を相手にした情報提供サービスの存在。

- ・ **物理伝送路**だけで区別することの限界。
- ・ プラスして「**リーチ**」を考慮。
- ・ その「リーチ」は、数字で把握するしかない。
- ・ EUやフランスでは、だいたい人口や世帯の10%超の契約が閾値。
- ・ 実際のわが国での導入にあたっては、かなり大きめの閾値をとり、**放送以上のリーチを持つ場合に限定**が望ましい。



欧州 テレビ放送の伝送路

伝送路

周波数融通・共同利用 ()

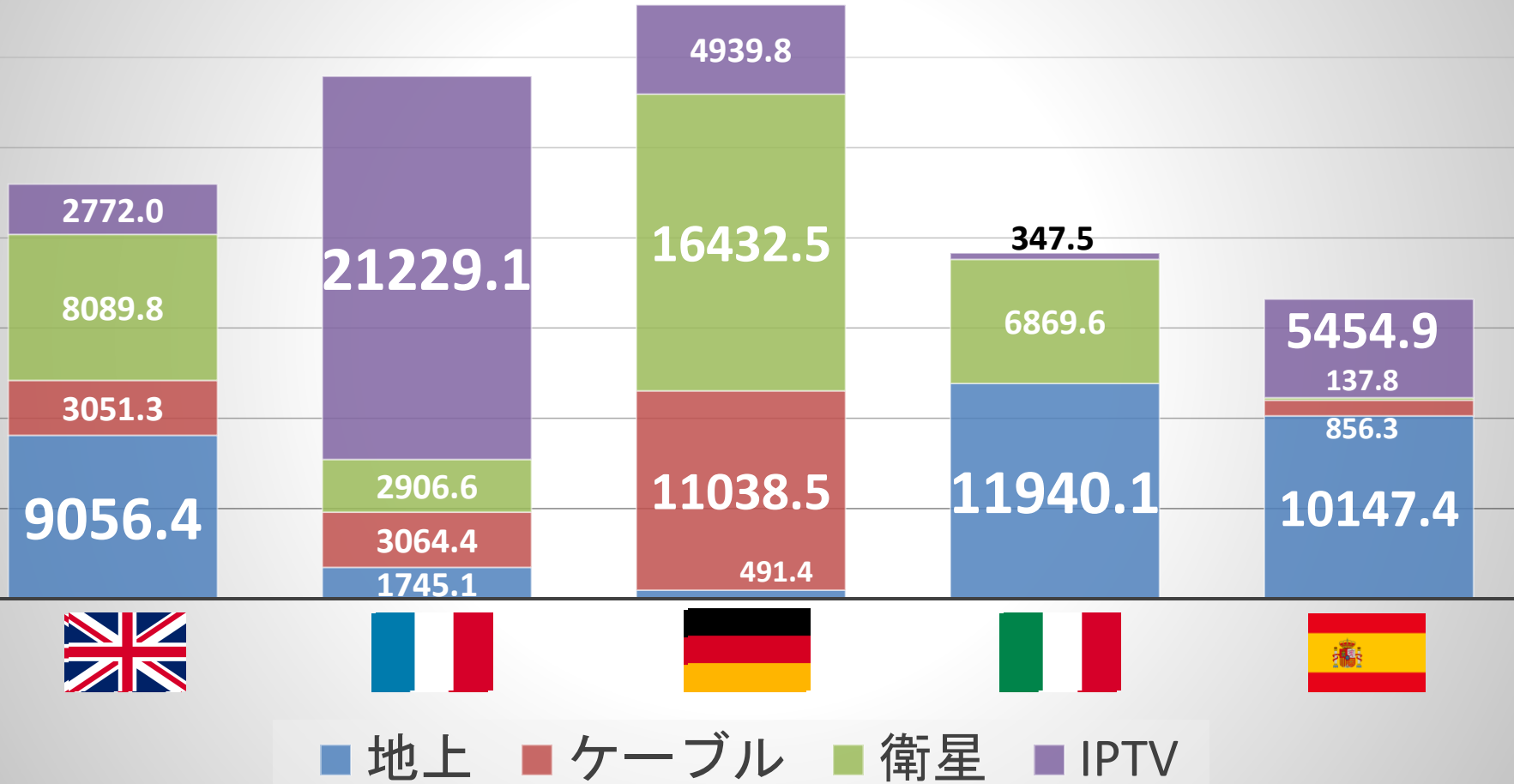
ネットシフト (  )

地上波、どうする？ ( )

各国テレビ受信形態（現状）

43

主たるテレビ受信伝送路 （2024年、単位 千）



地上波の英・伊・西

IPTVの仏・西

衛星・ケーブルの独

独仏 全国放送のネット伝送路

今、注目の的

44

		独自配信 P F		配信パートナー		独自配信PF リンク
				Netflix	Amazon Prime	
				 2026年6月		https://www.tf1.fr/
					 2025年7月	https://www.france.tv/
			相互接続する"ARD/ZDF Streaming Network"		 2020年7月	https://www.ardmediathek.de/
		(ZDF-Mediathek) ZDF Streaming Portal			 2020年7月	https://www.zdf.de/

- Netflix and TF1 Group Join Forces to Bring TF1 to Netflix Members in France ([18 June 2025](#))
- More to Watch, All in One Place: TF1+ and TF1 Live Channel Now Available on Netflix in France ([19 June 2026](#))
- もともとネットフリックス(fr)は、2020年11月からライブ配信実験を進めていた。 [Netflix Picks France to Test First Linear Offering](#) (Nov 6, 2020 3:27am PT)
- Prime Video et France Télévisions annoncent le lancement de france.tv sur Prime Video dès le 3 juillet 2025 ([03 juillet 2025](#))
- Amazon launches 'free' live TV package in Germany(BroadbandTV news, 2020/07/16)
- <https://www.broadbandtvnews.com/2020/07/16/amazon-launches-free-live-tv-package-in-germany/>
- <https://winfuture.de/news,117166.html>
- <https://www.4kfilme.de/amazon-prime-video-bietet-ard-zdf-und-co-gratis-als-live-tv-in-hd/>

政策上の、TV放送 あまねく義務

45

- ▶ 1986年自由コミュニケーション法 (Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986、[リンク](#)) による普及・カバレッジ義務 (obligations de diffusion / couverture)。 (Arcomの免許条件、cahier des charges(公共放送の仕様書))
- ▶ TNT(地デジ)による全国普及率目標という**数値目標**のある国。
- ▶ 1986年法 第34条 -1,-2,-4項に基づくArcomのTNTチャンネル番号の再編成(2025年1月9日決定、2025年6月6日施行、[リンク](#))では、TNTだけでなくADSL・光ファイバー・衛星・ケーブルなど他の配信方式にも同一チャンネル番号を適用することを明記。**IPTVがTNTと同等の主たる受信手段**として扱われ始める。

内容	根拠条文	数値
地上波(TNT)カバレッジ義務	自由コミュニケーション法1986年法 第96-1条	本土人口の95%以上(実績約97%)
県別下限	Arcom運用基準	91%以上/県
未カバー地域の自治体補完	同法第30-3条	約320局
衛星による補完(無料)	同法第98-1条	本土100%(TNTSAT/FRANSAT)
配信事業者への再送信義務	同法第34-4条	公平・非差別条件
集合住宅共同受信の再送信義務	Décret n° 92-881 (Must Carry、 リンク)	主要7局を必須配信
海外領土カバレッジ実績	2009年法第2009-258号第23条/オルドナンス第2009-1019号	DROM 89-97%、COM 43-94%(平均91.5%)
公共放送(France Télévisions)明細書	デクレ第2009-796号(1986年法9条・27条・44条・48条に基づく)	(内容規定中心)

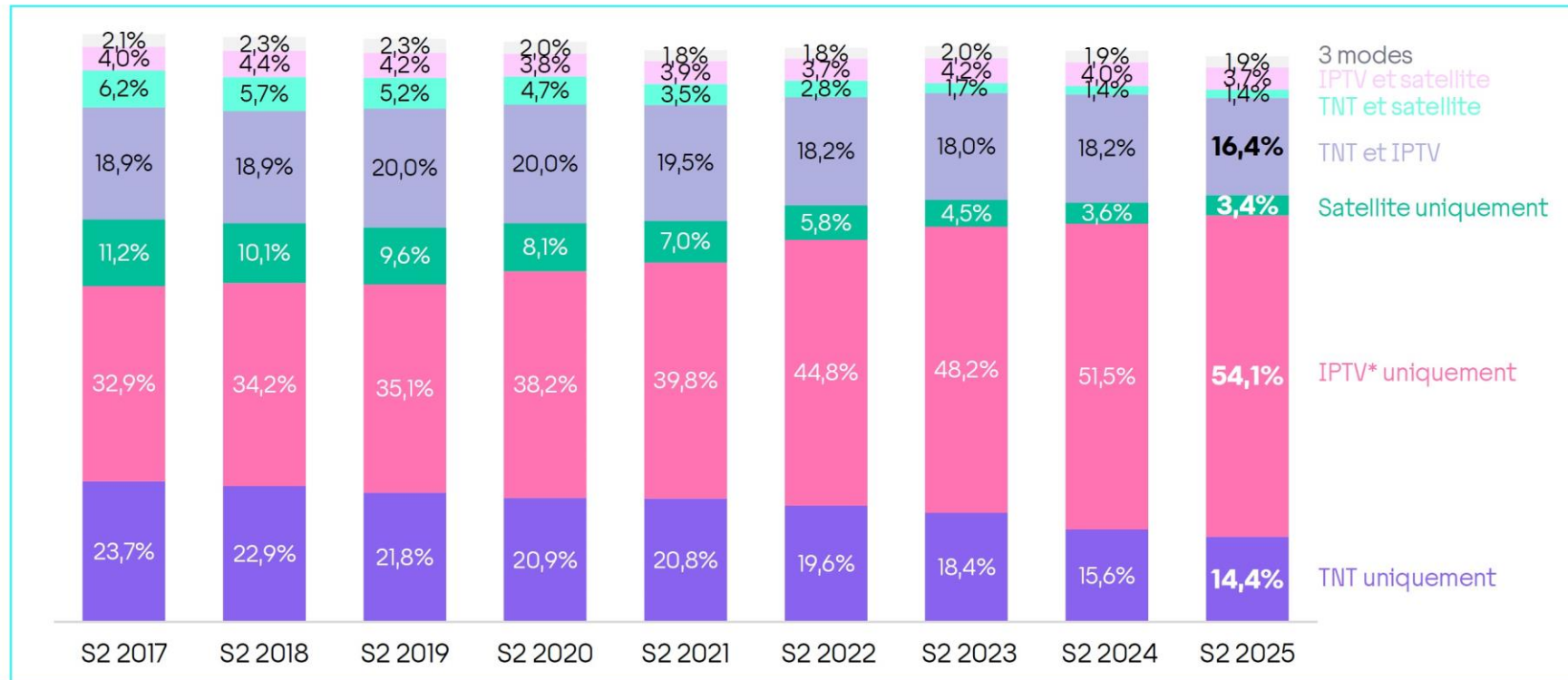
実態上、TV受信はIPTV中心

46

MODES DE RÉCEPTION 世帯の半数以上がインターネット経由のみでテレビを視聴しており、14.4%は依然として地上波デジタル放送（TNT）のみを通じて視聴している（2023年比で4ポイント減） **Arcom**

Plus de la moitié des foyers reçoit la télévision uniquement par internet, et 14,4% la reçoivent toujours exclusivement via la TNT (-4 points vs 2023).

Réception de la télévision sur l'ensemble des postes du foyer



3 伝送路
IPTV+衛星
地上+衛星
地上+IPTV
衛星

IPTV
地上

Arcom (2025),
Tendances
audio-vidéo
2026 synthèse,
Mars 2026,
p9.

*Internet Protocol Television (IPTV) reçue grâce aux réseaux xDSL, câble (gratuit et par abonnement) et fibre (FttX). Le câble gratuit ne peut pas être ici distingué de l'IPTV.

伝送路論争 TNT地デジ vs IPTV

47

2024年10月； IPTV受信は環境負荷／電力消費の観点からネガティブ（2024年10月のArcom・Arcep・Ademe共同調査結果。[リンク](#)、[リンク](#)、[リンク](#)）。

2025年1月9日； Arcom TNT ch番号の再編成決定

TNTチャンネル番号の再編成(、2025年6月6日施行、[リンク](#))

2026年4月24日； Arcomによる公開協議開始。

<https://www.arcom.fr/vos-services-par-media/consultations-publiques/consultation-publique-sur-lavenir-de-la-tnt-et-du-media-televisuel>

Arcomは、「TNTと放送メディア全体の将来に関する公開協議」(consultation publique)を開始。

2027年12月11日に、6つの無料全国チャンネルのTNT免許期限。この周波数資源をどう再配分するかという目先の問題。

Arcom自身が「送信局数の削減」「番組編成の絞り込み」「視聴者・編成事業者への移行支援策」といったTNT網の段階的縮小、あるいは将来的な完全停止まで視野に入れた具体的なシナリオを協議事項として明示。

2027年6月15日を提出期限、2027年上半期に白書を公表予定。

2026年6月； Canal+, TNT停止によるTNTコスト増。

2025年6月にCanal+が有料サービスのTNT配信を停止。その結果、共同利用されているインフラのコストが残存チャンネルに再配分され、1利用者あたりのコストが約3分の1上昇。TNT27チャンネル全体の年間配信コストは約1億5000万ユーロ(フランス人1人あたり年間約2ユーロ)。(出典；2026年2月26日 フランス上院(Sénat)での、Chaize議員の質問主意書([リンク](#)))

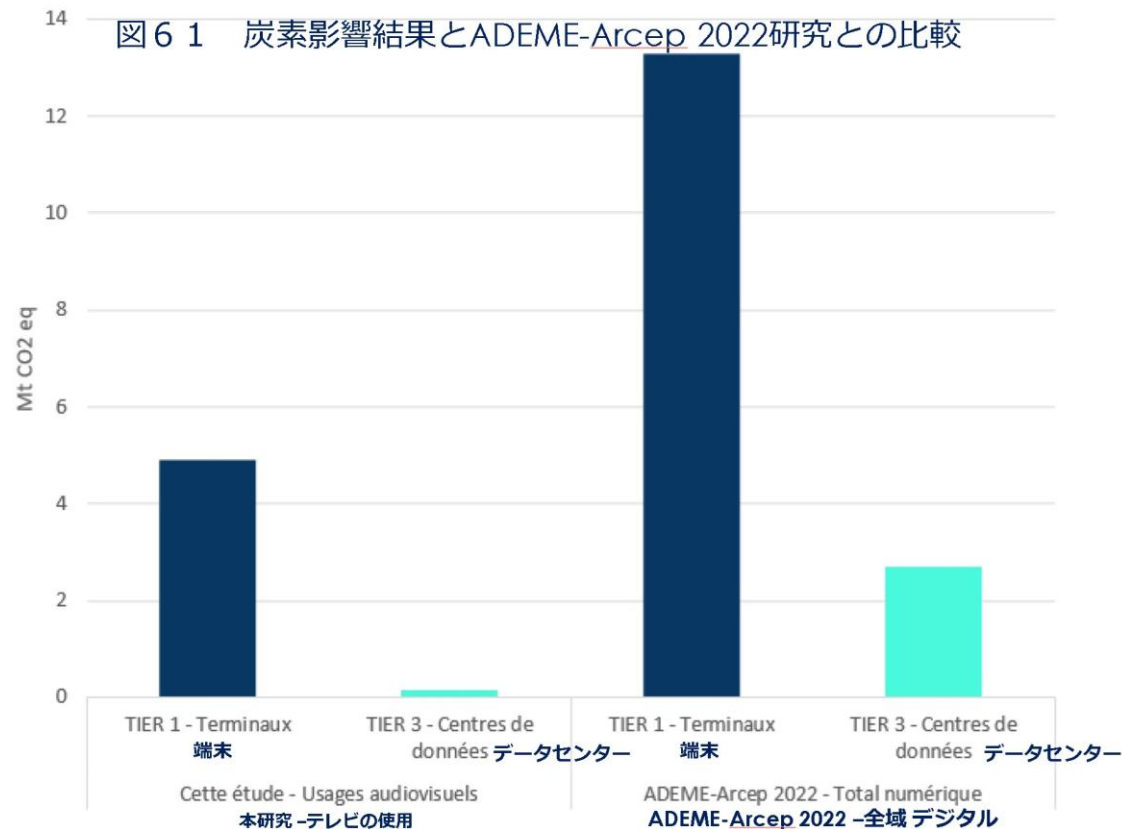


Figure 61 – Comparaison des résultats d'impact carbone avec l'étude ADEME-Arcep 2022

【出所】 Arcom(2024), [リンク](#), p190.



BBC と ITVの あまねく義務

48

BBCの規定でのあまねく規定

- ▶ Royal Charter(勅許状) <https://www.bbc.com/aboutthebbc/governance/charter>
- ▶ Framework Agreement(枠組み協定) <https://www.gov.uk/government/publications/bbc-charter-and-framework-agreement/bbc-framework-agreement>

内容	根拠条項
使命・公共目的(理念)	Royal Charter Article 4, 5, 6
地上波デジタルカバレッジ義務	Framework Agreement Clause 44 第44条(1) BBCはCoverage Planに従い、英国の各世帯がテレビアンテナを通じてUK Public Television Servicesをデジタル形式で受信し続けられるようにする義務を負う 同条(3) Coverage Planを、2008年10月31日に文化・メディア・スポーツ大臣が承認したデジタルテレビ伝送網の技術詳細を含む、BBCが策定する放送計画と定義 同条(4)(5) Coverage Planの変更にはOfcomとの協議を経た大臣の承認が必要とされ、政府の一存では地上波網を縮小できない。
デジタルラジオの同等カバレッジ	Framework Agreement Clause 45 第45条(3)(a) 現在BBCの全国ラジオサービスをアナログ地上波(家庭のラジオアンテナ)で受信している世帯とほぼ同じ割合が、デジタル形式でも受信できるようにすること。
一般的な普及義務	Framework Agreement Clause 61 第61条(1) BBCは視聴者・聴取者・利用者が、地上波・衛星・ケーブル・ブロードバンド(有線・無線)・インターネットなど、現在利用可能な、または将来利用可能になりうる便利で費用対効果の高いあらゆる方法で、UK Public Servicesにアクセスできるように、合理的に実行可能なあらゆることを行わなければならない
配信戦略の策定義務	Framework Agreement Clause 62 第62条(1)は、BBCはUK Public Servicesの配信に関する戦略と方針を策定・公表しなければならない、その方針に従って番組・サービスを配信しなければならない

ITV(PSB)に対する規定

- ▶ DTTで98.5%の人口をカバーすること。Ofcomのライセンス条件<https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/tv-radio-and-on-demand/tv-ops/licensing-c3-c5.pdf>



U K 議論 伝送路 地デジDTT将来 たたき台 (green paper)

49

注目を集めるグリーンペーパー”**Watch this Space: A new strategic direction for UK media,**”
([リンク](#)、**2026年6月23日**)。現在、公開協議期間中（～8月31日（10週間））。

- ▶ 2034年まで延長されているマルチプレックス免許を、その後以降をどうするか素案。
- ▶ 3つのシナリオ（②2034年末終了 ③2044年末までの期限付延長）を描きつつきも、
- ▶ 超長期的にはIP移行の意思がにじみ出ている。地デジをどのように縮小・停止するかを探るたたき台でもある（と解釈しています）。

I P 移行への反対・慎重

- ▶ **高齢者・低所得層保護団体、400万世帯超のDTT受信者、**
- ▶ 送信インフラ事業者Arqivaが主導する業界キャンペーン「**Broadcast 2040+**」（since 2022、[リンク](#)）は、2034年以降も無料地上波TV・ラジオサービスの存続を確保することを目指す。当初5団体だったメンバーは37団体まで拡大（[リンク](#)）。



イタリア 伝送路

50

「AGCOMは700MHz帯を携帯電話向けに再編、放送局を470～694MHzへ再配置」 (注 次頁)
したことに伴い、ローカルテレビ局が利用できる周波数 (MUX) が減少したため、

- 複数局による送信設備・伝送容量の共同利用 (capacity sharing)
- ローカル局間で伝送容量を売買できる制度

を整備。

【伝送容量の売買制度】

- 決議 Delibera 85/15/CONS ([リンク](#))
伝送容量 (MUX容量) を他局へ提供・売買するための制度。
- 決議 Delibera 622/15/CONS ([リンク](#)) (注 次々頁)
地方テレビ局間で伝送容量を譲渡・利用する際の具体的なルールと料金算定方法を決定。
料金算定モデルやネットワークカバー率の計算方法を提示。

イタリア 伝送路（補足）

51

「AGCOMは700MHz帯を携帯電話向けに再編、放送局を470～694MHzへ再配置」。

- ① 2015～2017年；EU決議（[Decision \(EU\) 2017/899](#)）700MHz帯（694～790MHz）を携帯ブロードバンド（4G/5G）用へ移行勧告（Article 1(1)。700MHz帯（694～790MHz）は電波が遠くまで届く、建物の中にも入りやすい、という特徴ゆえ4G/5Gに適）。470～694MHz（sub-700帯）は少なくとも2030年まで地上テレビ放送に利用可能（Article 4）。
- ② 2015年から、イタリア政府は放送波の移転の検討開始。当局は、放送局を470～790MHzから、470～694MHzへ再配置したが、帯域が狭くなったため、伝送容量MUXが低下。
- ③ AGCOMが、MUX共同利用、容量売買ルール、価格規制を整備。
- ④ 電波利用体制の変化。

「ローカル局 → 自前MUX → 放送」体制から、

「MUX運営会社 → 複数局 → 共同利用」体制へ。

Operatore di rete と番組製作編成の会社 FSMA（Fornitore di Servizi di Media Audiovisivi）の分離

年	EUの動き	イタリア政府・AGCOMの動き
2015	EUで700MHz帯をモバイルブロードバンドへ転用する方針の議論が本格化。	AGCOMがDelibera 85/15/CONSを制定し、ローカルテレビ局間の伝送容量（MUX容量）取引制度の検討を開始。
	—	AGCOMがDelibera 622/15/CONSを制定。ローカル局間のMUX容量売買の価格・契約条件・非差別原則を正式決定。
2017	Decision (EU) 2017/899採択（5月17日）。	EU決定に基づき国内制度の具体化を開始。
2018	EU決議第5条に基づき、加盟国は国家ロードマップ（National Roadmap）を策定・公表する期限。	イタリア政府（当時MISE、現MIMIT）が国家ロードマップを策定し、700MHz帯解放計画を作成。併せてAGCOMが新しい地上テレビ周波数計画（PNAF）を策定。（MINIT, リンク ）
2019	—	MISEが全国移行スケジュールについて公開協議を実施し、最終的なロードマップを公表。2020～2022年の段階的移行計画を決定。（MINIT, リンク ）
2020	EU決議の原則期限（2020年6月30日）。加盟国は700MHz帯をモバイル通信へ利用可能とすることが求められる。	イタリアはEU決定で認められた延期制度を活用し、移行期間を延長。
2020～2022	EU決議では、技術移行や国境調整など正当な理由があれば最大2年間延期可能。	イタリア全土でDVB-T2への移行と700MHz帯の解放を段階的に実施。ローカル局はMUX共同利用・容量取引制度を活用しながら再編。



イタリア 伝送路（補足）

52

【伝送容量MUXの売買制度】

2015年時点でイタリアには400以上のネットワーク事業者が存在し、DVB-T規格ではマルチプレックス1本あたり平均6～8番組を伝送可能だが、実際の平均伝送番組数は5～6にとどまり、相当程度の未使用容量が存在。既存の任意契約は非常に不均一で、(a)相互乗り入れ型(対価として無償で相手の番組も伝送する)、(b)現金対価型(地域により価格が大きく変動)、(c)広告収入のレベニューシェア型、の3類型が混在していた環境を整備。

決議 Delibera 622/15/CONS ([リンク](#))

- 地域（州）別の上限価格 (price cap) の設定 (MIMIT, [リンク](#))

価格 = f (インフラコスト, 人口カバー率, 送信局数)

- 非差別原則、
- コミュニティ放送優先原則；「コミュニティ型」FSMA(非営利・文化的/民族的/宗教的性格を持つ、広告放送時間が全放送時間の5%以下等の要件を満たす協会・財団・協同組合が運営する放送事業者)には有利な条件を提供しなければならない。



英国の現実性



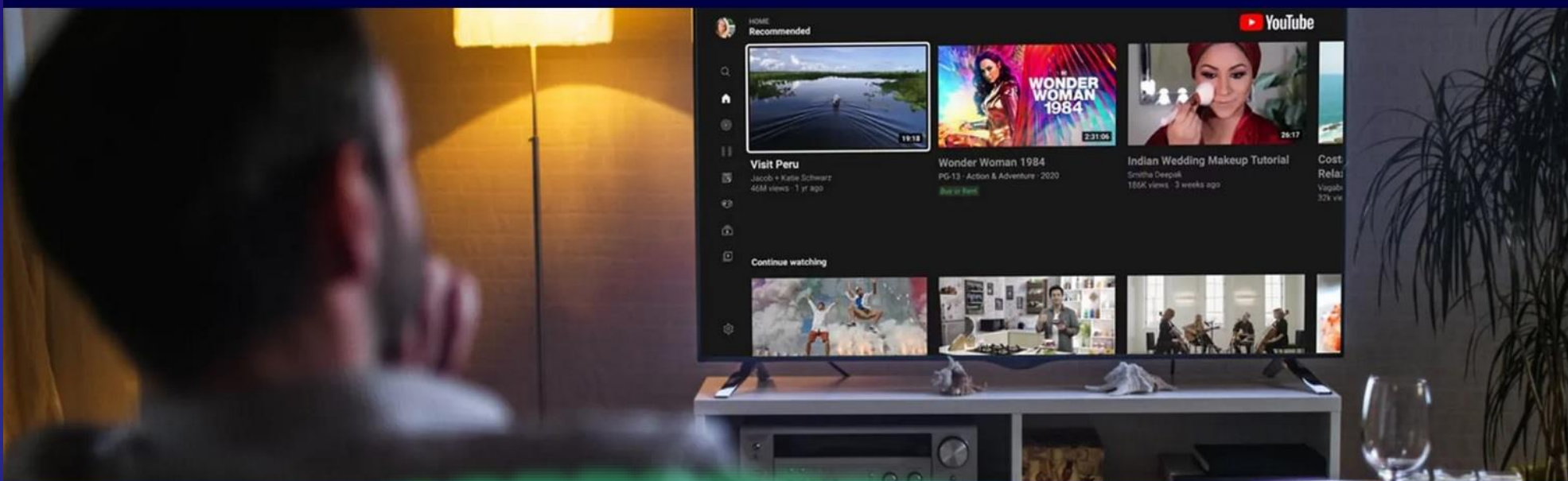
Ofcomのリアリティ

54

← → ↺ 🏠 🔒 www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/public-service-broadcasting/public-service-content-should-be-findable-on-youtube 📄 🖨 🗑 ☆ 🔍 ofcom youtube PSB × → 🔍 📱 📄 ☰

Ofcom Topics ▾ Ofcom's work ▾ Complaints ▾ Licences ▾ 🔍 Cymraeg

Home > TV, radio and on-demand > Public service broadcasting > Public service content should be findable on YouTube



Public service content should be findable on YouTube

Share this page 🔄

<https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/public-service-broadcasting/public-service-content-should-be-findable-on-youtube>

(21 July 2025)

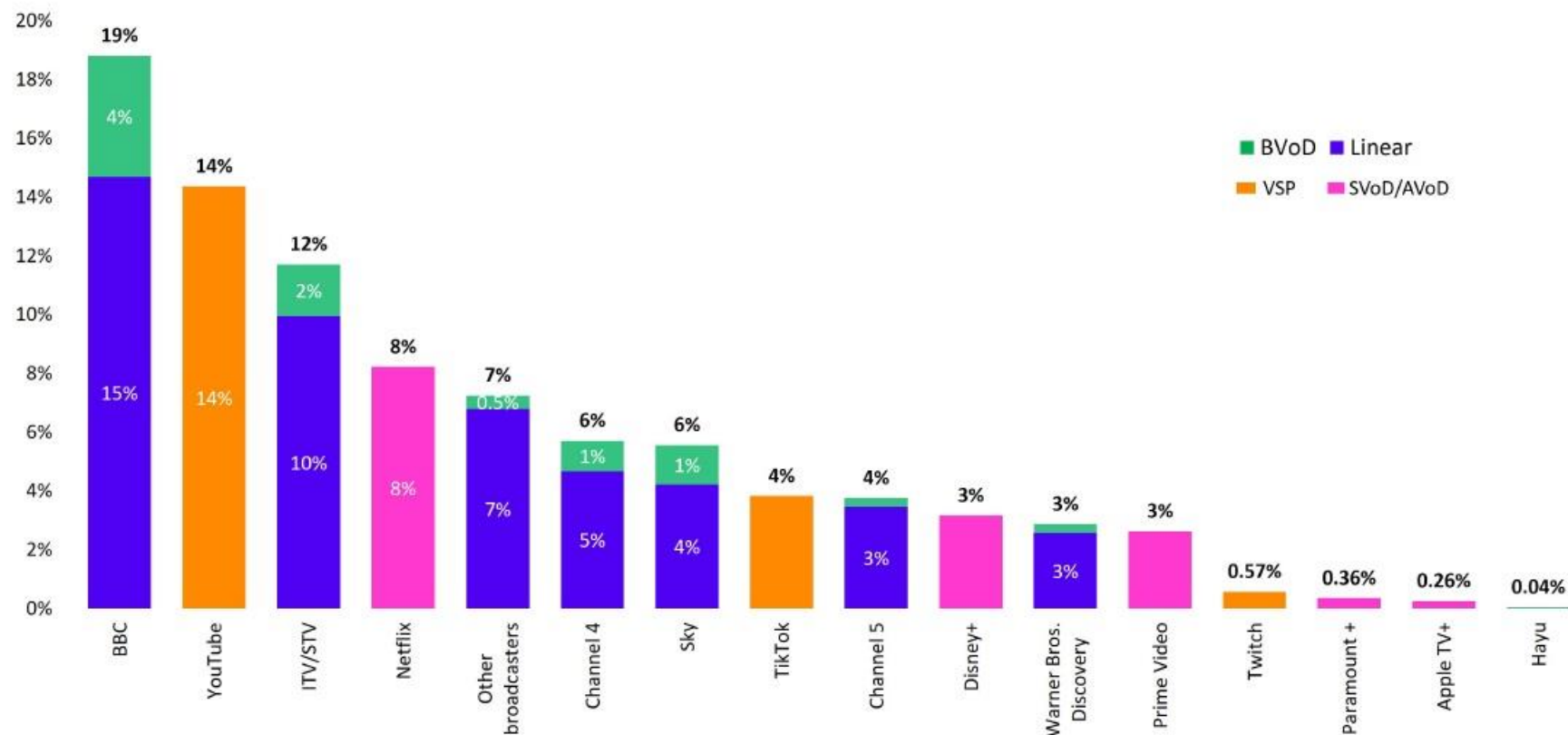




「YouTubeがITVを追い越し、英国で2番目に視聴されているサービスに」

55

Figure 16: Share of total video viewing for individual services: 2024



Source: Barb as-viewed on TV sets and other devices using the home's WiFi network, individuals 4+. 'Linear' includes broadcast content watched live or via recorded playback.

Ofcom(2025), Media Nations 2025, 30 July 2025

<https://www.ofcom.org.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-adults/media-nations-2025>



ゆえにUK BarbもYouTubeを測定に入れる。(25年7月31日)

56

- ▶ 調査パートナーのKantar Mediaと共同で、テレビ視聴からYouTubeチャンネルへの視聴のレポートを開始。
- ▶ Barbは、最も視聴されているYouTubeチャンネル200本を厳選し、定期的な視聴者レポートに組み入れました。選ばれたチャンネルは、BlueyやPeppa Pigなどの子供向けコンテンツ、FIFAやWWEなどのスポーツ、Fox NewsやTimes Newsなどの英国および国際ニュースや政治、Doctor WhoやWarner Bros. Entertainmentなどのエンターテインメント、そしてMrBeast、Sidemen、Topper Guildなどの人気YouTuberなど、多様な興味やトピックを網羅しています。
- ▶ 200のYouTubeチャンネルを選定するにあたり、BarbはYouTube広告キャンペーンの企画を専門とする独立系企業SeeViewsと協力しました。選定は主に視聴回数に基づき、チャンネルが業界標準のブランドセーフティ基準を満たしているかどうかも考慮されました。

Barb(2025), "Barb starts reporting TV-set viewing to YouTube channels in world-first initiative," 31 July 2025,
<https://www.barb.co.uk/news/barb-starts-reporting-tv-set-viewing-to-youtube-channels-in-world-first-initiative/>

Weekly YouTube viewing by channel (TV set only) – week ending July 20th 2025

Channel	Reach 000s Ind 4+	Reach % Ind 4+	Share (of total identified via TV) Ind4+	Total weekly minutes on channel (000s) Ind4+	Duration / Exclusivity Indicator
Peppa Pig - Official Channel	758	1.2	0.06%	48,172	B3
Universal Pictures All-Access	562	0.9	0.01%	5,654	B3
JoBlo Animated Videos	537	0.9	0.02%	12,330	B3
Moonbug Kids - After School Club	414	0.7	0.02%	15,298	B3
Bluey - Official Channel	356	0.6	0.02%	14,161	B3
MrBeast	319	0.5	0.01%	7,911	A1
Blippi Toys	310	0.5	0.01%	5,842	B2
Blippi - Educational Videos for Kids	279	0.5	0.01%	8,339	B2
IGN	258	0.4	0.01%	7,381	C3
Danny Go!	233	0.4	0.00%	3,499	A1
Sheriff Labrador - Kids Cartoon	229	0.4	0.02%	12,319	B2
Super Simple Songs - Kids Songs	223	0.4	0.03%	27,605	B2
Warner Bros Entertainment	210	0.3	0.00%	3,268	A2
Baby Shark - Pinkfong Kids' Songs & Stories	186	0.3	0.01%	7,548	B2
WWE	159	0.3	0.00%	3,676	C3
BabyBus - Kids Songs and Cartoons	156	0.3	0.00%	3,750	B2
Sony Pictures Entertainment	138	0.2	0.00%	1,400	B2
Ben and Holly's Little Kingdom - Official Channel	127	0.2	0.00%	1,974	B3
CoComelon JJ's Animal Time - Nursery Rhymes	124	0.2	0.00%	2,605	B3
MeidasTouch	114	0.2	0.01%	4,517	C1

セッション。単なる番宣手段からファンダム形成へ。

- ▶ BBC/YouTubeセッションでは、BBCスタジオがYouTubeで番組をプロモーションし独自のチャンネルを開設することで、視聴者数の増加だけでなく、はるかに重要な成果を得られた点が焦点となった。それは番組を軸に**熱狂的なファンコミュニティが形成されたこと**であり、これは封建メディア時代における究極の目標と言える。Wolk,A.,(2025),"Wolk's Week in Review: Forget Pushing, Why MIPCOM Was All About The Pull," Oct 17, 2025 1:00pm, <https://www.streamtvinsider.com/content/wolks-week-review-forget-pushing-why-mipcom-was-all-about-pull>
- ▶ 「**ファンダム（オンラインで特定のIPに感情移入する視聴者層）を育むことが成功の鍵**」、「もはやプッシュメカニズムではなく、プルメカニズム」 Ford,L.,(2025),"YouTube Takes MIPCOM: EMEA Chief Pedro Pina and BBC Studios' Jasmine Dawson Say It's All About "Feeding Fandom"," October 13, 2025 6:33am, <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/youtube-mipcom-bbc-studios-pedro-pina-partnership-content-1236399228/>
- ▶ BBC Studios Digital SVP Jasmine Dawson 「視聴者へのこだわりをあらゆる活動の中心に据えていることが、今の私たちのビジネスの成功の秘訣です。『**ファンダム第一**』を掲げています」「**BBCスタジオは、世界中で最大級のファンダムを築き上げていることを誇りに**思っています。だからこそYouTubeとのパートナーシップは非常に重要です。このパートナーシップこそが、『**クリエイター第一**』の精神を育み、推進するからです。」「1,400万人の登録者数を誇るBBC Earth YouTubeチャンネル」 Yossman,K.J.,(2025),"BBC Studios Lauds YouTube Partnership at Mipcom: 'We Have Found Our Fandoms and Have Cracked Their Code'," Oct 13, 2025 4:48am PT, <https://variety.com/2025/tv/global/youtube-mipcom-broadcast-1236547938/>
- ▶ 「特にYouTubeとのパートナーシップの可能性を模索し、クリエイティブ経済革命を豊かにすることで、テレビ業界がこれにどのように反応するか」 Hopewell,J., et al(2025)"Mipcom 2025: Sunny but Sobering, Galvanised by the Rise of YouTube and the Creator Economy as the TV Industry Shifts Focus Once More," Oct 16, 2025 8:18am PT , <https://variety.com/2025/tv/global/youtube-creator-economy-banijay-fremantle-sony-mediawan-1236554534/>
- ▶ Keslassy,E.,(2025),"Creator Economy Crosses Over Into Mainstream Media at Mipcom as After Party Studios, Dhar Mann Studios and Tubi Unpack Their Different Models," Oct 15, 2025 2:30am PT, <https://variety.com/2025/tv/global/creator-economy-upfronts-mipcom-after-party-dhar-mann-tubi-1236552566/>



BBCとYouTubeの協働 (26, Jan, 21)

58

In partnership with



“BBC Group and YouTube announce new strategic partnership to deliver more for audiences and support Creators across the UK,” 11:00 am, 21 January 2026,
<https://www.bbc.co.uk/mediacentre/2026/bbc-group-youtube-strategic-partnership>

- ▶ BBCが生み出す最高のストーリーテリングとニュースを紹介する、YouTube優先の斬新な番組制作への投資。
- ▶ 英国を一つにするBBCの瞬間を際立たせるためのコラボレーション。
- ▶ BBCとYouTubeが共同で、クリエイターのスキル向上とパートナーシップ構築を目的とした新たなスキル・トレーニングプログラムを開始。英国各地のBBC拠点にて、クリエイターや実績のあるテレビプロデューサーとの連携強化を図る。

These programmes are designed to help industry professionals adapt, upskill and thrive in a digital-first media landscape, <https://nfts.co.uk/create-x-connect>



この発言のインパクトの大きさ

59

← → ↺ 🏠 [www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/public-service-broadcasting/public-service-content-should-be](https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/public-service-broadcasting/public-service-content-should-be-findable-on-youtube) 🔍 📄 🗨️ ☆ ofcom youtube PSB × → 🔍 📄 🗨️ ☰

Ofcom Topics ▾ Ofcom's work ▾ Complaints ▾ Licences ▾ 🔍 Cymraeg

[Home](#) > [TV, radio and on-demand](#) > [Public service broadcasting](#) > Public service content should be findable on YouTube



Public service content should be findable on YouTube

Share this page 📄

TV, radio and on-demand Published: 21 July 2025

<https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/public-service-broadcasting/public-service-content-should-be-findable-on-youtube>

(21 July 2025)



欧州 衛星放送の前途



欧州 主要 放送利用 衛星

61

	長期的な見通し	主な利用放送事業者	
Astra (SES)	継続	● Sky Deutschland、● HD+、● RTL Deutschland、● ProSiebenSat.1、● ARD、● ZDF、● ORF、● SRG SSR、● Freesat UK、● BBC、● ITV、● Channel 4、● Channel 5	ドイツ・英国向けDTHは2030年代も維持。ただし新規放送専用衛星は減少。
HOTBIRD (Eutelsat)	継続・再編	● Rai、● Mediaset、● Sky Italia、● TVP、● TVN、● Polsat、● ERT、● CyBC、● TV5MONDE、● France 24、● Euronews、● Al Jazeera English、● NHK World-Japan、● CGTN、● M7 Group (Canal+)、● Rai (配信)、● RTSH、● RTCG、● HRT、● Nova Broadcasting Group、● Arena Sport、● DigitAlb、● Tring TV	欧州最大の国際テレビハブとして残る可能性大。9°E・16°Eの一部は後継衛星へ集約される可能性。
Thor	縮小	● Allente、● Digi TV Romania、● Focus Sat、● NRK、● SVT、● DR、● Yle、● TV2 Norway	北欧市場の縮小に合わせて能力最適化。
Hispasat	放送→通信へ転換	● Movistar Plus+、● RTVE、● Canal Sur、● EitB、● 3Cat (TV3 Catalunya)、● Telemadrid、● Canal Extremadura、● RTP Internacional、● SIC Internacional、● TVI Internacional	放送比率は低下し、政府・企業通信が増加。
Türksat	維持	● TRT、● ATV、● Kanal D、● Show TV、● Star TV、● NOW TV、● TV8、● Habertürk TV、● CNN Türk、● A Haber、● NTV Türkiye、● TGRT Haber、● Kanal 7	トルコ政府需要が強く、放送も比較的堅調。
HellasSat	維持	● Nova Greece、● Cyta TV、● ERT World、● RIK、● Sigma TV、● ANT1 Cyprus、● Omega Channel、● MAD TV Greece	地域衛星として存続。

- 公共放送
- 商業放送・チャンネル
- DTHプラットフォーム、衛星放送サービス事業者
- 国際放送・ニュース専門チャンネル



欧州 主要衛星 全体動向

62

- ▶ 放送用途の縮小トレンド、ただし、ドイツやRTLなどは使い続ける意向。またイザというときの伝送路（∴UA番組のように一斉同報においてはコスト安、有事の際の利用）。
- ▶ 他用途への転用。政府通信、モバイル通信、航空・船舶通信、インターネット、等。

例えばEutelsatでは

- ▶ 衛星の将来キャッシュフローを大幅減額。
- ▶ 動画事業は毎年減収。
- ▶ 新規静止衛星計画を中止。

放送用衛星の「高出力、広域カバー、高信頼性」が政府用途と合致。

- NATO
- 欧州各国軍
- 国境警備
- 外交通信

転用先	実例	将来性
航空機Wi-Fi	Eutelsat Quantum	非常に高い
船舶通信	SES・Eutelsat	非常に高い
政府・防衛通信	SES、Eutelsat	非常に高い
5Gバックホール	SES、Intelsat	高い
災害通信	欧州各国	高い
衛星測位補強（SBAS）	HOTBIRD 13G	高い
データセンター間通信	一部事例	中程度



最大の衛星放送 活用国、 ドイツ 衛星活用の方向性

63

1. 【positive】SESのアストラ衛星群の更新は2028年の打ち上げ分まで確保済み、衛星寿命を踏まえれば2040年前後までのサービス継続が、SESの投資計画に、担保されている。
2. 【negative】政策方針と財政面(受信料)からの効率化圧力が最も現実的な衛星縮小リスク：州間協定(Reformstaatsvertrag)による公共放送のSD放送停波と将来のチャンネル統合方針、KEF(放送財源需要審査委員会)による配信コスト精査によって、公共放送による衛星配信は削減方向。
3. 【neutral】視聴側では衛星の相対シェアはIPTV/ストリーミングに緩やかに侵食されるが、衛星伝送の無料・全国均質・高画質という特性ゆえに、無くなるのではなく、縮小しながら並存する形が最も現実的なシナリオ。
4. 【positive】誰もが高速インターネットにアクセスできる保証がない以上、ネット・リアル配信は、衛星のような放送ネットワークに勝る手段とはなっていない。ドイツでは、集合住宅での共同受信設備が多い。

ドイツの公共放送インフラの再設計

2025年 第7次 公共放送改革に関する州間協定、州際メディア協定64

視点が「**伝送路**（チャンネル数や伝送路そのものを維持）から**公共的コンテンツ**へ」

伝送路中立性（Übertragungswegneutralität）

公共放送の任務は、そのサービス・提供物 (Angebote) の制作 (Herstellung) と配信 (Verbreitung) を通じて、自由な個人及び公共の意見形成に寄与すること（Medienstaatsvertrag §26）

項目	2025年 第7次 公共放送改革に関する州間協定Reformstaatsvertrag後の方向性
テレビチャンネル	必要性を評価し削減可能（州間合意により個別チャンネルを廃止・統合）。重複サービス、利用の少ない専門チャンネルは整理対象になり得る。
ラジオチャンネル	統合・共同運営を促進
地上波(DVB-T2)	維持するが拡大は前提としない
衛星	当面維持するが、伝送コスト削減。
ケーブル	市場任せ
OTT・Mediathek	将来の中心プラットフォーム
制作	共同制作・共同配信を拡大

【出典】 2025年 第7次 公共放送改革に関する州間協定=Reformstaatsvertrag 州際メディア協定=Medienstaatsvertrag

- 州間協定(Reformstaatsvertrag, Staatsvertrag zur Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ; 公共放送改革に関する州間協定) 本文:
<https://www.ministerpraesident.sachsen.de/ministerpraesident/TOP11-Staatsvertrag-zur-Reform-des-oeffentlichen-rechtlichen-Rundfunks.pdf>
- 立法理由書(Begründung):
<https://rundfunkkommission.rlp.de/fileadmin/rundfunkkommission/Dokumente/ReformStV/7. MAESTV ReformStV Staatsvertrag und Begrueendung/7. MAESTV-ReformStV Begrueendung FINAL mit Datum.pdf>
- 州首相会議(Rundfunkkommission der Länder): <https://rundfunkkommission.rlp.de/rundfunkkommission-der-laender/reformstaatsvertrag>
- 州際メディア協定 Medienstaatsvertrag (MStV) – <https://www.die-medienanstalten.de/service/rechtsgrundlagen/medienstaatsvertrag/> ドイツ全16州が共同で運営する“Rundfunkkommission（放送委員会）”の事務局機能をラインラント＝プファルツ州が担当しているため、全国的な公共放送改革の公式情報がここに集約) <https://rundfunkkommission.rlp.de/>



ドイツでの放送・伝送コスト

公共放送(ARD, ZDF, Deutschlandradio)の合算値

	年	①年平均コスト (百万€)	②受信世帯数 (百万世帯)	1世帯当たりコスト(€) =①／②	データ出所、注釈
衛星	2017-2020	65.3	16.867	3.87	年平均値はKEF第23次報告書記載の申請額の2017-2020の4年平均。 受信世帯数はDigitalisierungsbericht Video 2021 Chart Report(Kantar)の2021年数値。
	2021-2024	42.5	16.356	2.60	年平均値はKEF第24次報告書記載の申請額の2021-2024の4年平均。 受信世帯数はVideo Trends 2023 Ergebnisbericht(Kantar)の2023年数値。
	2025-2028	41.5	不明		年平均値はKEF第25次報告書記載の認定額の2025-2028の4年平均。
ケーブル	2017-2020	66.1	16.933	3.90	年平均値はKEF第23次報告書記載の申請額の2017-2020の4年平均。 受信世帯数はDigitalisierungsbericht Video 2021 Chart Report(Kantar)の2021年数値。
	2021-2024	30.9	15.942	1.94	年平均値はKEF第24次報告書記載の申請額の2021-2024の4年平均。 受信世帯数はVideo Trends 2023 Ergebnisbericht(Kantar)の2023年数値。
	2025-2028	29.8	不明		年平均値はKEF第25次報告書記載の認定額の2025-2028の4年平均。
IPネット	2017-2020	24.8	3.910	6.35	年平均値はKEF第23次報告書記載の申請額の2017-2020の4年平均。 受信世帯数はDigitalisierungsbericht Video 2021 Chart Report(Kantar)の2021年数値。
	2021-2024	42.9	4.641	9.24	年平均値はKEF第24次報告書記載の申請額の2021-2024の4年平均。 受信世帯数はVideo Trends 2023 Ergebnisbericht(Kantar)の2023年数値。
	2025-2028	62.1	不明		年平均値はKEF第25次報告書記載の認定額の2025-2028の4年平均。
地上波	2017-2020	128.7	3.910	32.92	年平均値はKEF第23次報告書記載の申請額の2017-2020の4年平均。 受信世帯数はDigitalisierungsbericht Video 2021 Chart Report(Kantar)の2021年数値。
	2021-2024	123.1	4.641	26.53	年平均値はKEF第24次報告書記載の申請額の2021-2024の4年平均。 受信世帯数はVideo Trends 2023 Ergebnisbericht(Kantar)の2023年数値。
	2025-2028	132.6	不明		年平均値はKEF第25次報告書記載の認定額の2025-2028の4年平均。

RFinStV (Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag, 州間放送財政条約) に基づき、KEF(放送財政需要算定委員会)は、4年ごとに、受信料制度の一環として財政審査を行い、KEF第 x 次報告ををまとめている。最新は2025-2028年対象の第25次報告書。

商業放送1位(R T L + S K Y)

66

現状維持のレガシー伝送路(衛星・ケーブル・地上波)

- ▶ 地上波（DVB-T2）；Media Broadcastとの契約を前倒しで延長し、RTLグループの各チャンネルは少なくとも2030年末まで確約。
- ▶ 衛星；衛星は全国配信の基幹インフラ。ASTRA 19.2°Eが重要基盤。SD放送を廃止するARD/ZDFと異なり、RTLは衛星・ケーブル経由のSD放送チャンネルの停波を近い将来には行わない方針。

積極攻勢のネット伝送路（RTL+/Sky統合ストリーミング）

- ▶ RTLのIP配信：クリアHD戦略「IP分野では、明確なHDのみの戦略を追求」（[リンク](#)）
- ▶ 広告収入のネット・シフト対応（TV広告収入は32.44億から30.83億ユーロ）。サブスク契約の伸び（前年比19%増の810万人、ストリーミング収益は26.3%増の5.09億ユーロ。RTLの2025年決算[リンク](#)、[リンク](#)）。
- ▶ Sky Deutschlandの買収完了（26年6月1日、[リンク](#)）、DACH地域で約1,200万人の有料加入者。

州際メディア協定 26条

Medienstaatsvertrag §26

67

公共放送の責務、9項目

【DeepL訳】公共放送局の使命は、番組の制作・配信を通じて、自由な個人および公的な意見形成のプロセスにおける媒体および一要素として機能し、それによって①社会の民主的、社会的、文化的なニーズを満たすことにある。公共放送局は、その番組において、生活のあらゆる重要な分野における②国際的、欧州の、国内的、地域的な出来事について包括的な概観を提供しなければならない。これにより、③国際的な相互理解、欧州統合、社会的結束、ならびに連邦および州レベルにおける社会全体の議論を促進しなければならない。公共放送局は、④すべての人々に向けた包括的な番組を提供する責務を負っている。番組編成にあたっては、⑤受信料による資金調達から生じる可能性を活用するとともに、独自のイニシアチブや視点を通じて、メディアコンテンツの多様性に寄与しなければならない。あらゆる層の人々が情報社会に参加できるよう配慮されるべきである。その際、⑥すべての年齢層、とりわけ子ども、青少年、若年成人、障害を持つ人々のニーズ、および家族の要望が適切に考慮されるものとする。公共放送のサービスは、⑦文化、教育、情報提供、および相談支援に資するものでなければならない。公共放送の理念に合致する娯楽番組も、その使命の一部である。第8項および第9項に規定される使命は、⑧自局のポータルサイトにおける最初の選択レベルにおいて、また⑨全日を通じての総合番組において、その全範囲にわたって明確に認識されるものでなければならない。

(○番号はうちやまが追記)



この州際メディア協定(MStV)での“あまねく義務”

68

- ▶ 公共放送(ARD・ZDF・Deutschlandradio)には基盤的サービス(Grundversorgung)の義務。前頁(§26)の公共放送の使命①～④。
- ▶ 基盤的サービス使命を果たすための伝送手段について、その供給使命(Versorgungsauftrag)を果たすため、適切な伝送路(geeignete Übertragungswege、事実上、衛星・ケーブル・地上波)を通じて番組を提供するとされ、複数の伝送路を用いて全国あまねく受信を確保する法的枠組み（伝送・供給義務:MStV §30d、伝送容量に関する§100以下）。

MStV §30d(1)(2) ; ARD系列局・ZDF・Deutschlandradioは、適切な伝送路を利用することでその法的使命を果たす。伝送路の選択にあたっては経済性・節約の原則を考慮しなければならない。既に完全デジタル配信されている番組のアナログ配信は認められない。(中略)民間放送事業者およびこれと関連する企業と協力すべきである。協力形態としては特に、公共放送コンテンツのリンク化(埋め込み)その他のネットワーク化、公共放送コンテンツ提供手続の簡素化、またはインフラの共同利用が含まれる。

- ▶ 財政的手当は公共放送がその憲法上・法律上の任務を果たせるようにするものであり、特に公共放送の存続と発展を保証するものでなければならないという原則(§32)。これがKEFが財政需要算定を行う根拠。

妄想的に思うこと 衛星電波帯域の“一時貸し”はできないものか？

69

【特性】

- ▶ 多くが理解している衛星電波特性＝広範囲に輻輳なく、遅延なく送れる手段。しかしそれに見合った番組が、常時あるわけではないし、日本の主要事業者にとっての本丸は衛星以上に地上波。しかし地上波はUHDを送れない。

【事例】

- ▶ フランスの臨時UHD/HDRチャンネルの事例（FT F3、M6 HDR、Canal+ Événement Sport UHD HDR）
- ▶ 能登地震の際のBS103を活用した、NHK金沢放送局のサイマル放送。
- ▶ （計画のみ）2020年夏、東京五輪開催期間中の放送大学跡地でのインバウンド向け全国地域放送（五輪が延びたことも含めて具現化せず）
cf, 諸課題検 [「放送用周波数の活用方策に関する取りまとめ」](#)

【一般化】

- ▶ 大規模災害時のweekly, monthlyの臨時免許。
- ▶ 国民的中継（英国でいうユニバーサル・アクセス番組）に対しての時間貸し。そうした中継権を確保した事業者（放送／配信事業者 問わず）に貸し出す。 等

【運用】

- ▶ 結果的に24時間365日、番組編成されるものではないが、国民的アクセスを確保するために、**リモコンの1 c hから1 2 c hのどこかの周波数帯で実施**することが肝要。もちろん周波数配分は5年免許を運用する事業者が優先であるのは当然。
- ▶ 難点は「**管理事業者**」をどうするか？

結語

- ▶ 世界のメディア産業のうち、レガシー側は、再編で大荒れ状態。でも日本は静か。
- ▶ プロミネンス制度は、せめて基本方針だけでも明文化を急ぐべき。今後、どの中間業者が主導権を握るか、予測不能。まずは国籍条項から入る。既に放送法には外資規制があり、その趣旨を活かすべき。
- ▶ 複数の国で、「あまねく」や「ユニバーサル」自体には、迷いはない。しかしそれを実施する伝送路を、電波だけで達成する必然性は弱い。包括的に考える国もある。国民がネットシフトしている現実を直視すべき（英ofcom）。国民に届けることが目的であって、伝送路の選択は手段(EU、英、伊、独)。
- ▶ 伝送コストが安いことは正義（独）。どれが安いかは一概にはいえない。放送伝送路の効率化は、利用制度面からも方法（伝送容量売買、等）がある（伊）。利用効率向上、低コストの推進は肝要。
- ▶ 放送局の存在意義は、「伝送路」から、「編成・プラットフォーム」さらに「番組コンテンツ」へと、より上流に向かってシフトすることは避けられない（EU、独、英ITV）。特に「編集・編成への責任」、「総合編成」への責任への比重増加。
- ▶ 法体系が、伝送路別2分法（放送と通信）において対応できていない点が、まだまだあるのでは？ 伝送路別に加え「リーチの大小」を考慮に入れた対応を考慮すべき時ではないか？ 英仏はそこに向かって動き出している。一方、既存の有料放送よりもはるかに強い影響力を持つネット専門配信サービスがあるが、実態は「公衆送信」でも、原理的には「私的通信」のまま。一方で放送で使っている衛星は、緩やかに多用途な利用を視野に入れるべきではないか？