情報通信審議会 情報通信政策部会 放送政策委員会（第５回）

資料５－３

諸外国におけるプロミネンス制度および関連動向について

2026年10月時点 調査報告

2026年11月4日

三菱総合研究所

モビリティ・通信政策本部
ICTインフラ戦略グループ

本報告の前提

- 本資料は、当社が受託している総務省「**テレビ上でのネット配信に関する諸外国の状況調査**」における**2026年10月時点版**の報告である。
- 諸外国のプロミネンス制度の運用状況・有効性等を把握し、日本での導入可能性の検討に資する示唆を得ることを目的とするものであり、プロミネンス制度運用中および運用前の以下5か国を調査対象として、デスクトップ調査およびヒアリングによって得られた調査結果をとりまとめている。

調査対象国

制度運用中の国			
			
ドイツ	フランス	イタリア	オーストラリア

制度運用前の国

イギリス

■ 制度を運用中の4か国と、具体的な制度設計が進むイギリスの計5か国

主な調査項目

調査項目	調査内容
①制度導入の背景・目的	■ 制度導入前に、何が課題として認識されていたか ■ 各国の制度導入（検討）において、主目的として何を掲げているか
②制度検討のプロセス	■ 制度導入・検討のプロセス ■ 制度化に至るまでにどのような論点が存在していたか
③制度的枠組み	■ 法律、政省令、規制当局ガイドライン、自主規制等の位置づけ ■ 拘束力や執行力の違い
④制度の内容	■ 優先表示される対象 ■ 優先表示の義務が適用される対象 ■ 優先表示の方法
⑤制度の運用状況	■ 制度施行後の運用上の課題、制度見直しの動き ■ 関係者からの評価・批判等

上記に加え、直近の生成AIの進展が放送コンテンツ等へのアクセス性にもたらす影響についても追加的に調査を実施中であり、本資料においてその一部を報告する。

Copyright © Mitsubishi Research Institute

プロミネンス制度の概要、諸外国の動向

- プロミネンスとは、特定のサービス・コンテンツをテレビ等のユーザーインターフェース上で優先的に表示すること。
- 2018年のAVMSD改正を契機に欧州各国で制度整備が進んだほか、イギリス・オーストラリア等でも制度整備が進行。

プロミネンス制度

■ プロミネンスとは、**特定サービス・コンテンツを、テレビ等のユーザーインターフェース上で優先的に表示し**、利用者が容易に発見・アクセスできるようにすること。

■ 近年、欧州等の諸外国では、公共的意義を有する放送・配信サービス等を対象として、コネクテッドTV等のユーザーインターフェース上でのプロミネンスを確保する制度の整備が進む。

プロミネンス制度の対象とされているユーザーインターフェースの一例



コネクテッドTVのホーム画面

テレビ機器のEPG（番組表）

テレビ機器のリモコン

諸外国におけるプロミネンス制度整備の動向

＊ 本調査の調査対象国の動向のみを記載

■ 2018年のAVMSD改正を契機にEU加盟国で制度整備が進展、英国・豪州でも関連法が成立。

■ 2022年にドイツで制度運用が開始されて以降、欧州をはじめとする各国で制度の運用が開始されている（イギリスは運用前）。

2018年 EU AVMSD改正

加盟国が「一般利益サービス*」の適切なプロミネンスを確保する措置を講じられることを明文化

＊一般利益（メディア多元性、表現の自由、文化的多様性）に資するものとしてEU加盟国が指定・評価する視聴覚メディアサービス

ドイツ
- 2020年、「メディア州間協定」によりプロミネンスに係る規定が制定
- 2022年より制度運用開始

フランス
- 2020年、法改正により一般利益サービスのプロミネンスに係る規定が制定
- 2024年より制度運用開始

イタリア
- 2021年、「視聴覚メディアサービス統一法典」でプロミネンスに係る規定が制定
- 2026年より制度運用開始

EU加盟国以外でも制度整備が進展

オーストラリア
- 2024年、「1992年放送サービス法」の改正によりプロミネンスに係る規定が制定
- 2026年1月より制度運用開始

イギリス
- 2024年、「メディア法」によりプロミネンスに係る規定が制定
- 2026年10月現在は運用前

出所）各国の公表資料を基に三菱総合研究所作成

Copyright © Mitsubishi Research Institute

諸外国におけるプロミネンス制度の概要

Copyright © Mitsubishi Research Institute

調査対象国5か国におけるプロミネンス制度の概要

※2026年10月時点

		ドイツ	フランス	イタリア	オーストラリア	イギリス
現在のステータス		**運用中** （2022年10月-）	**運用中** （2024年9月-）	**運用中** （2026年5月-） ＊優先表示義務は2027年5月より発生	**運用中** （2026年1月-）	**運用前**
根拠となる法律等 ＊制度の基本的枠組みを規定する法律等を記載		メディア州間協定（MStV） ＊2020年11月7日施行	コミュニケーションの自由に関する1986年9月30日の法律 ＊2020年「オルドナンス第2020-1642号」でプロミネンスに関する規定が追加	視聴覚メディアサービス統一法典（TUSMA） ＊2021年12月25日施行	1992年放送サービス法 ＊2024年「プロミネンスおよびサイフォン防止に関する通信法改正」によってプロミネンスに関する規定追加	2003年通信法 ＊2024年「メディア法」でプロミネンスに関する規定追加
制度の目的		意見の多様性の強化	多元性と文化的多様性の保護	多元性、表現の自由、文化的多様性の確保	代表民主制の支持、公共的に重要なコンテンツへのアクセス確保、多文化社会におけるコミュニケーションのニーズへの対応	PSBと視聴者の接点確保、将来のPSB制度の維持 ＊ PSB：公共サービス放送（BBC、ITV、STV、Channel 4、Channel 5、S4Cの6事業者が指定）
制度内容	優先表示される対象	公共放送と、規制監督機関が指定する民間事業者の放送・配信サービス ＊現在、300超のサービスが対象として認定（音声サービス等を含む）	公共放送と、規制監督機関が認定した事業者のサービス ＊現在、全国無料放送を行う14事業者が対象として指定	公共放送と、規制監督機関が認定した事業者のサービス ＊現在、200超のサービスが対象として認定	公共放送と商業放送等が提供するテレビ放送やビデオオンデマンドサービス等 ＊商業放送を含めて一律、法律で指定	BBCおよび規制監督機関が認定するPSBの配信サービス ＊BBC以外のPSBのサービスについては現時点で確定していない
	義務が適用される対象	一定規模以上の放送・配信サービスを選択するためのユーザーインターフェース ＊月間平均で1日2万人以上が利用するユーザーインターフェース	一定の利用者数を有する、テレビやスマートスピーカーのユーザーインターフェース ＊機器：国内提供数15万以上／サービス：国内月間利用者数300万以上	優先表示される対象にアクセスすることができるすべての機器、ユーザーインターフェース ＊スマートフォンやスマートスピーカー等の限定列挙されている機器及びユーザーインターフェースは除く	2026年1月10日以降に製造・供給された、ネットに接続してBVODを視聴することができるテレビ機器 等	国内で一定の利用者数を有するコネクテッドTVのプラットフォーム ＊未確定の草案の内容
	優先表示の方法 ＊配信サービスを対象とした規定のみ記載	容易に発見可能な形で表示（上位表示、強調表示、専用ボタン等を例示）	対象サービスもしくはそれらを集約した入口を、他の最も目立つサービスと同等の条件で表示	ホーム画面上における専用もしくは既存のストリップライン上でアイコンを表示 等	他のアプリケーションと同等の条件（サイズ・形状・エリア）で表示	対象アプリを所定の順序でアプリメニュー上位7～9枠内に表示させる（地域等により異なる）＊未確定の草案の内容

出所）各国の公表資料を基に三菱総合研究所作成

Copyright © Mitsubishi Research Institute

各国制度内容の比較｜制度の目的

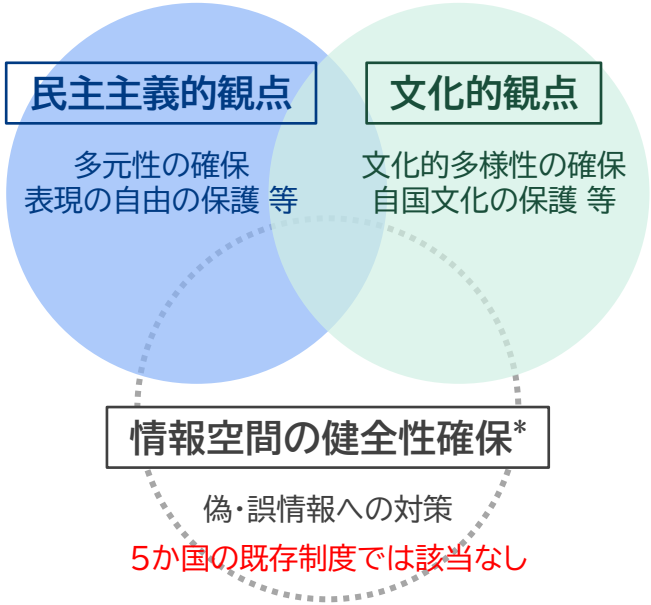
- 各国の制度目的は、民主主義的観点と文化的観点の要素に整理することが可能。
- 一方、調査対象国の現行プロミネンス制度で、偽・誤情報対策を含む「情報空間の健全性確保」を主目的として明示した例は確認されていない。

表. EUおよび調査対象国5か国におけるプロミネンス制度導入の目的

共同体・国	目的	根拠（法律・法令等）
EU	メディアの多元性、表現の自由および文化的多様性の確保	AVMSD 前文第25項、第7a条、第13条 「加盟国が、メディアの多元性、表現の自由、文化的多様性など、明確に定められた公益目的に基づき、公益性の高いコンテンツが適切に優先表示されるよう義務を課すことを妨げるものではない。」（前文第25項）
ドイツ	意見の多様性の強化	公共的価値法令（Public-Value-Satzung）前文 「メディア州間協定に定められた、世論形成において特に重要なサービスをユーザーインターフェース上で容易に発見できるようにする仕組みは、意見の多様性を強化するとともに、発見可能性の重要性が高まっている状況に対応することを目的としている。」（前文 第2段落より抜粋）
フランス	多元性と文化的多様性の保護	Arcom プロミネンス政策に係るプレスリリース Arcomは、この制度を通じて、（中略）意見の多元性と文化的多様性を引き続き保護し、AVMSDにおいて認められた民主主義的・社会的価値を十分に守っていく考えである。（2024/9/26プレスリリースより抜粋）
イタリア	多元性、表現の自由、文化的多様性の確保	視聴覚メディアサービス統一法典 第29条第1項 メディアの多元性、表現の自由、文化的多様性を確保するとともに、可能な限り幅広い視聴者・利用者に対して情報が実効的に提供されることを目的として（中略）適切な優先表示が保障される。（TUSMA 第29条第1項より抜粋）
オーストラリア	代表民主制の支持、公共的に重要なコンテンツへのアクセス確保、多文化社会におけるコミュニケーションのニーズへの対応	1992年放送サービス法 第130ZZG条 「目的（中略）オーストラリアの代表民主制を支えること。（中略）視聴者が、地域、広域又は全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こと。（中略）多文化社会における情報・コミュニケーションのニーズへの対応に寄与すること。」（第130ZZG条より抜粋）
イギリス	PSBと視聴者の接点確保、PSB制度の維持 ＊ PSB：公共サービス放送（BBC、ITV、STV、Channel 4、Channel 5、S4Cの6事業者が指定）	Ofcomのメディア法関連のページ 「メディア法は、PSBが今後も視聴者とつながり続けられるようにするための重要な変更を導入した。具体的には、コネクテッドテレビ上でPSBの存在を目立たせるための新たな規定を設けるとともに、長年にわたる規制を更新し、将来にわたってPSB制度を支える内容となっている。」（Ofcomサイト）

出所）各国の公表資料を基に三菱総合研究所作成

図.プロミネンス制度の主な目的の整理



＊ 5か国の既存制度では、制度導入の主たる目的として明示した例は確認されていない。

＊ 一方で、イギリスでは、文化・メディア・スポーツ省※が2026年6月に公表したグリーンペーパーにおいて、偽・誤情報対策を目的としてSNS上の信頼できるニュースの優先表示制度が新たに提案された。

※2026年7月よりデジタル・文化・メディア・スポーツ省に改称

Copyright © Mitsubishi Research Institute

各国制度内容の比較｜優先表示される対象

- 各国で公共放送は一律で対象とされる一方、民間事業者については規制監督機関が個別に対象を認定する国が大半。
- また、ドイツ・イタリアでは事業者の申請に基づいて認定されるフローであり、現在は両国で数百件に及ぶサービスが認定。

表. 調査対象国5か国における優先表示される対象のサービス、指定・認定フロー

国	優先表示される対象*		指定・認定フロー		
	公共放送のサービス	民間事業者のサービス	指定・認定方法	最新の指定・認定時期	更新周期
ドイツ	一律で対象 ARD、ZDF等のサービス	規制監督機関（ZAK）が認定したサービス 現在、324のサービスを認定	公共放送：法律で指定 商業放送：ZAKが事業者の申請に基づき認定	2025年6月4日	3年ごと
フランス	一律で対象 France Télévisions、ARTE等のサービス	規制監督機関（Arcom）が認定した事業者のサービス 現在、11の民間事業者のサービスを指定	公共放送：法律で規定 商業放送：Arcomが公開協議を経て指定	2025年12月3日	1年ごと
イタリア	一律で対象 RAIのサービス	規制監督機関（AGCOM）が認定した事業者のサービス 現在、200超のサービスを認定	公共放送・商業放送：AGCOMが事業者の申請に基づき認定	2026年5月4日	1年ごと
オーストラリア	一律で対象 ABC、SBSのサービス	衛星放送事業者等を除く、主要放送事業者のサービス 3事業者のサービスを指定	公共放送、商業放送：基本的に法律で指定されるが、追加で大臣が指定することもできる	2024年12月16日	定期的な更新はない
イギリス	一律で対象 BBCのサービス	規制監督機関（Ofcom）が認定するBBC以外のPSBのサービス ＊現時点で未確定	BBCは法律で規定され、BBC以外のPSBについてはOfcomが事業者の申請を審査し、公開協議を経て認定	手続き中 今後、Ofcomによる案の公開協議を経て認定予定	定期的な更新はない

出所）各国の公表資料を基に三菱総合研究所作成

＊ 上記事業者が提供するすべてのサービスが一律で優先表示の対象に指定されるわけではない

Copyright © Mitsubishi Research Institute

各国制度内容の比較｜義務が適用される対象

- ドイツ・フランス等では、音声機器等を含め幅広いユーザーインターフェースを対象とする一方、オーストラリア・イギリス等では対象がコネクテッドTV等に限定。指定基準の有無・閾値についても各国で異なる対応。

表. 調査対象国5か国における優先表示の義務が適用される対象、指定フロー

共同体・国	義務が適用される対象	義務が課される対象	指定基準	義務の適用開始・遵守期限	指定フロー
ドイツ	国内の一定規模以上の利用者数を有するユーザーインターフェース*全般 ＊メディアプラットフォーム上のサービスやコンテンツ、関連アプリを一覧表示し、利用者が直接選択できるようにするサービス	対象ユーザーインターフェースの提供事業者* ＊ユーザーインターフェースにおける一覧表示の構成について、最終的な決定権を有する事業者	月間平均で1日2万人以上 ＊CATV等のユーザーインターフェースは接続住戸数1万戸以上	最新のPublic Valueリストの公表日から6か月以内	UI提供事業者がサービス開始の1か月前までに規制当局に届出を行い、サービスを開始
フランス	一定の利用者数を有する、テレビやスマートスピーカーのユーザーインターフェース	対象ユーザーインターフェースにおけるサービスの表示方法を決定する事業者	機器：国内提供数15万以上／サービス：国内月間利用者数300万以上	Arcomの対象リストの公表日から9か月以内	政令で規定された閾値に基づいて、Arcomが対象リストを毎年公開する
イタリア	優先表示される対象にアクセスすることができるすべての機器、ユーザーインターフェース	対象の機器メーカー、ユーザーインターフェース運営事業者、放送・配信サービス提供事業者等	-	優先表示対象リストの更新日から12か月以内	すでに市場に流通している機器においても製造・保守・ソフトウェア更新の期間内である場合は義務の対象となる
オーストラリア	ネットに接続してBVODを視聴することができる視聴機器（スマートTV、ストリーミングデバイス等）	対象となる視聴機器の製造事業者	-	2026年1月10日（これ以降に製造・供給された機器が対象）	BVODを視聴できるCTVは原則対象となるが、ACMAが追加/除外対象を指定できる
イギリス	国内で一定の利用者数を有するコネクテッドTVのプラットフォーム	対象のコネクテッドTVのプラットフォームの提供事業者	国内アクティブユーザー数70万/年以上	実施規範・ガイダンスの発行から12か月以内（案）＊Ofcomが作成した草案に記載された基準	Ofcomの提案に基づいて国務長官が個別に指定する

出所）各国の公表資料を基に三菱総合研究所作成

Copyright © Mitsubishi Research Institute

各国制度内容の比較｜主な義務の内容

- 各国、配信サービスの優先表示に関する規定が存在するものの、優先表示における具体的条件の具体性に幅が存在。
- また、その他の義務としてリニア放送へのアクセス確保、検索・レコメンデーションの公平な扱い等を規定。

表. 調査対象国5か国におけるプロミネンス制度における主な義務

国	プロミネンス制度における主な義務			
	配信サービス	リニア放送サービス	検索・レコメンデーション	その他の主な項目
ドイツ	**優先表示** 容易に発見可能な形で表示（表示位置・順位の一律指定なし）	**優先表示** 第一選択階層から1回の操作で到達可能な位置に配置	**公平な扱い** 検索結果および検索中に掲示される候補は差別なく表示	**自社サービス優遇禁止** UI提供者による自社サービス・コンテンツの優先表示は原則禁止（利用が有償の場合を除く）
フランス	**優先表示** 対象サービスもしくはそれらを集約した入口を、他の最も目立つサービスと同等の条件で表示	**優先表示** 対象サービスもしくはそれらを集約した入口を、他の最も目立つサービスと同等の条件で表示	**公平な扱い** 検索結果・レコメンデーションにおいて、対象サービスを、他サービスと比較して公平かつ差別なく扱うよう表示	-
イタリア	**優先表示** ユーザーに提示される最初の画面上で既存もしくは専用のストリップラインに、対象サービスにアクセス可能なアイコンを表示	**優先表示** ユーザーに提示される最初の画面上で既存もしくは専用のストリップラインに、対象サービスにアクセス可能なアイコンを表示	-	-
オーストラリア	**優先表示** 対象のBVODを、ユーザーの操作なしに、他のアプリケーションと同等の条件（サイズ・形状・エリア）で表示	**優先表示** リニア放送サービスの入り口を、主要インターフェース上において他のアプリケーションと同等の条件で表示等[*1]	-	**プリインストール** 対象のBVODを、事前もしくはインターネット初回接続時にインストールされるようにする
イギリス[*2]	**優先表示** 対象アプリを所定の順序でアプリメニュー上位7～9枠内に表示（地域等により異なる）	**チャンネル表示順の指定** リニア放送の領域がある場合、対象の放送チャンネルを指定の順序で表示	**関連性に応じた表示** 検索結果において、対象PSBのサービスのコンテンツを関連性に応じて目立たせて表示	**コンテンツ表示** 主要コンテンツ表示エリアにおいて、PSB番組全体の表示の程度が、その他番組の程度を下回らないよう表示

出所）各国の公表資料を基に三菱総合研究所作成

＊1：このほか対象サービスにチャンネル番号を割り振ることや、また、対象機器に電子番組ガイド（EPG）機能がある場合は、EPGに容易にアクセス可能とすること、EPGから対象サービスにアクセス可能とすること等が規定 ＊2：Ofcom草案の内容

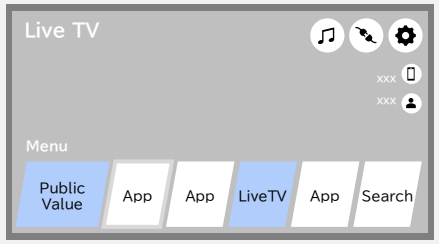
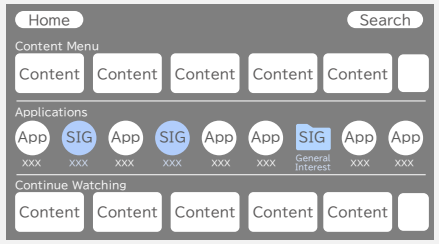
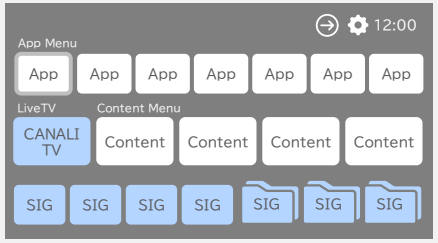
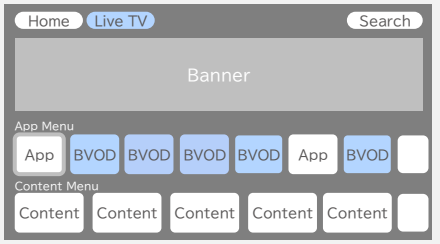
Copyright © Mitsubishi Research Institute

各国制度内容の比較｜優先表示の条件（運用中4か国）

- 運用が開始している4か国を比較しても、優先表示における具体的条件の具体性に幅が存在。
- 4か国では、制度整備時期が比較的新しい国ほど、より具体的に優先表示の条件を規定した例がみられる。

表. プロミネンスに係る制度を運用中の4か国における優先表示の条件の比較

優先表示の条件における具体性*1：低 → 高

国	ドイツ	フランス	イタリア	オーストラリア
規定	**容易に発見可能な形で表示（表示位置・順位の一律指定なし）** ＊配信サービスの表示に関する規定	**対象サービスもしくはそれらを集約した入口を、他の最も目立つサービスと同等の条件*で表示** ＊配置、サイズ、クリック数等	**ホーム画面上における専用もしくは既存のストリップライン上に、対象サービスを個別もしくは集約表示**	**対象BVODを、ファーストビューの領域に、他のアプリケーションと同等条件*で表示** ＊サイズ・形状・エリア等
比較ポイント	■ 対象サービスを、ホーム画面上で容易に発見可能な形で表示 ■ 上位表示、強調表示、専用ボタン等が例示されている一方、実装方法はUI提供事業者に委ねられる ■ 対象サービスを集約して表示することも可能	■ 対象サービスを、ホーム画面上で他の最も目立つサービスと同等の条件（配置、サイズ、クリック数等）で表示 ■ 対象サービスを集約して表示することも可能	■ 優先表示対象4区分*について、それぞれ個別もしくは集約して表示 ■ 別途設けられたDTTアイコン規則により地上放送にアクセスするアイコンの表示が義務化 ＊①全国テレビ放送（総合）、②地域テレビ放送、③全国テレビ放送（①以外）、④全国・地方ラジオ放送 ＊優先表示義務は2027年5月より発生	■ ファーストビューの領域に、対象サービスすべてを表示 ■ 表示条件（サイズ、形状、エリア）についても他のアプリケーションと同等にする必要性あり ■ リニア放送の入口も表示義務あり
イメージ図 ※2				

出所）各国の公表資料を基に三菱総合研究所作成

＊1：三菱総合研究所による独自評価　＊2：当該国で発行されているガイドラインや実際のTV機器の画面を基に三菱総合研究所で作成したイメージ（実際の運用状況や、OS提供事業者・TV機器メーカーによって表示が異なることに留意）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

ドイツ・フランスにおけるプロミネンス制度の運用状況

Copyright © Mitsubishi Research Institute

制度概要



- ドイツでは2020年にプロミネンスが法制化され、2022年と比較的早期に運用が開始。
- 制度の内容としては、優先表示対象が広範囲なこと、具体的な表示位置・順位の一律指定がないこと等が特徴。

制度の概要

ステータス *2026年10月時点	**運用中** - 2020年制度化 - 2022年10月に運用開始
制度導入目的	**意見の多様性の強化** 公共の世論形成に特に重要なサービスを、ユーザーインターフェース上で容易に発見可能にする仕組みによって、意見の多様性を強化する（公共的価値法令の前文より）
制度構造	**制度の基本的内容をメディア州間協定によって規定 優先表示方法等を法令によって規定** ① **メディア州間協定**（MStV） ドイツ16州が締結した州間協定であり、プロミネンスの枠組み、優先表示対象、義務が適用される対象等を規定 ② **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** 優先表示の義務が課される基準となる閾値の算定方法、優先表示の具体的方法等を規定 ③ **公共的価値法令**（Public-Value-Satzung） 民間サービスを優先表示対象に認定するための手続き・基準を規定

制度の具体的内容・運用状況

優先表示対象 （左記①・③で規定）	**公共放送と、認定された民間の放送・配信サービス** 公共放送および、公共的価値を有するサービスとして認定された民間の放送・配信サービスが対象であり、現在は音声サービスを含めて300件超のサービスが対象として認定
義務を課される対象 （左記①で規定）	**一定規模以上の放送・配信サービス選択用ユーザーインターフェース全般** 月間平均で1日2万人以上が利用するユーザーインターフェース、または接続住戸数1万戸以上のCATV等が提供するユーザーインターフェース
優先表示方法 （左記②で規定）	**容易に発見可能にすること**（表示位置・順位の一律指定なし） 公共放送および、認定された民間のサービスについて、容易に発見可能にすること。ただし、それを実現する具体的な方法は、ユーザーインターフェース提供事業者の任意
制度運用状況	**2022年10月より運用が開始、事業者は表示対象の多さと優先表示方法を課題として指摘** - 放送事業者は、対象サービスが多すぎることで制度の効果が限定的になっていると評価 - また放送事業者の調査では、視聴者のPublic Valueセクションを認知している割合は10～15%に留まる

出所）公表資料を基に三菱総合研究所作成

Copyright © Mitsubishi Research Institute

制度検討の背景・プロセス

- ドイツでは、2018年のAVMSDに先行して、2010年代前半からプロミネンスに関わる制度の検討が進行。
- 利用者の選択の自由や技術革新への影響を配慮し、優先表示義務とUI提供事業者の設計裁量を両立する制度に。

導入背景

2012年
州メディア監督機関 課題提起

■ 州メディア監督機関 スマートTV等への規制拡張を提起（2012年-）

- 2012年、州メディア監督機関は、スマートTV等においても非差別性・機会均等を確保するための規制の必要性を指摘。
- 2013年、連立協定で社会的に重要なサービスの発見可能性を確保する方針を明記。

制度設計

2016年6月
メディア融合委員会 報告書発行

■ メディア融合委員会 UI規制の方向性を提示（2016年-）

- 2016年、連邦・州メディア融合委員会の報告書において、スマートテレビ等の新たなサービス形態が従来のプラットフォーム規制では十分に対象とされていないことが指摘され、スマートTV等のUIを規制対象に含め、非差別性・透明性・利用者の自律性等に基づく発見可能性の確保を提案。
- 一方、優先的な発見可能性の義務については結論が持ち越された。州メディア監督機関は、利用者の自己決定を重視し、具体的なUI構造や表示順序は提供事業者に委ねる考え方を提示。

2017年
NRW州 改正条文案提示

2018年11月
EU AVMSD改正

■ 優先表示義務の制度が具体化（2017年-）

- 2017年、NRW州が優先表示義務を含む改正条文案を提示し、具体的な制度内容の検討が進展。
- 2018-19年のメディア州間協定案の意見募集では、放送事業者が優先表示を支持する一方、家電・通信業界等は、UI設計への過度な介入が利用者の選択の自由や技術革新を阻害すると懸念を表明。

運用前

2020年11月
メディア州間協定 発効

■ 優先表示義務が制度化（2020年-）

- 2020年11月、メディア州間協定が発効し、対象サービスの容易な発見可能性が制度化。社会的に重要なサービスの発見可能性を保障する一方、具体的な表示方法は一律に指定せず、UI提供事業者に設計上の裁量を認める仕組みが採用。

運用

2022年9月
Public Valueリスト公表

出所）die medienanstalten「Jahrbuch 2011/2012」（2012年）、CDU・CSU・SPD「Koalitionsvertrag」（2013年）、Bund-Länder-Kommission「Bericht zur Medienkonvergenz」（2016年6月）、ARD GVK「Stellungnahme zum Medienstaatsvertrag」（2018年9月）、ZVEI「Neue Medienordnung verhindert Innovationen」（2019年8月）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

制度の内容（適用対象、表示方法 等）

- 公共放送と、公共的価値を有すると認められた民間の放送・配信サービスが対象とされ、後者には300超のサービスが認定。
- 「容易に発見可能にすること」が規定されるものの、具体的な表示位置・順位等に関する一律の指定はない。

What 優先表示される対象

公共放送と、公共的価値を有するものとして認定された民間の放送・配信サービス
（現在、300以上のサービスが対象）

- メディア州間協定において、公共放送等および、公共的価値を有する*と認められた民間事業者の放送・配信サービスを優先表示の対象とすることを規定。
  - ＊公共的価値を有する…法律では、「連邦全域における世論形成およびサービスの多様性に特に大きく寄与する」番組・サービスが対象とされる
- 民間のサービスについては、法令*に基づき州メディア監督機関が、ニュース・地域情報・欧州作品等の基準を踏まえて認定。
  - ＊公共的価値法令
- 2025年の手続では、テレビ・ラジオ・オンラインサービス等を含む民間の計324サービスが認定された（全国対象72件、地域・州等を対象とする252件）。

Who 義務が適用される対象

一定規模以上の
ユーザーインターフェース全般

- メディア州間協定第84条において、一定規模以上のユーザーインターフェース*提供事業者に優先表示の義務を課す。
  - ＊メディアプラットフォーム上のサービスやコンテンツ、関連アプリを一覧表示し、利用者が直接選択できるようにするサービス
- 月間平均で1日2万人以上が利用する、もしくは接続住戸数1万戸以上のCATV等が提供するユーザーインターフェースが対象。

対象ユーザーインターフェース 類型

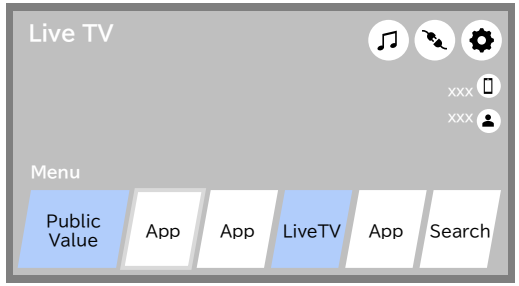
UIの類型	具体例
スマートテレビ	スマートテレビのホーム画面
セットトップボックス	セットトップボックスのホーム画面
EPG	ケーブルテレビ等の電子番組表
アプリ内UI	メディアサービス選択アプリのメニュー画面
音声操作UI	音声アシスタント、スマートスピーカー
車載UI	車載メディア・エンタテインメントシステム

How 優先表示の方法

容易に発見可能な形で表示
（具体的な表示位置・順位の一律指定なし）
*配信サービスに関する規定

- メディア州間協定第84条において、対象サービスを「容易に発見可能にすること」を規定。
- 関連法令*において、表示方法として上位表示、強調表示、専用ボタン等を例示。一方、公式FAQ *では具体的な優先表示方法はユーザーインターフェース提供事業者に委ねられると説明。
  - ＊関連法令：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 第10条、FAQ：州メディア監督機関が公開した優先表示に関するFAQ

優先表示のイメージ（MRI作成）



＊ドイツで実際に使用されるTVのホーム画面を参考に三菱総合研究所で作成

出所）BAYERN-RECHT「Medienstaatsvertrag（MStV）」（2026年6月2日閲覧）、die medienanstalten「Public-Value-Satzung」（2026年6月2日閲覧）、die medienanstalten「Public Value sichtbar machen」（2025年11月）、die medienanstalten「MB-Satzung」§10（2021年）、「FAQ Leichte Auffindbarkeit von Public-Value-Angeboten」（2025年）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

優先表示対象の申請手続き・認定基準

- 放送事業者からの申請に基づいて、規制監督機関が優先表示対象となるサービスを認定。
- 認定基準は報道番組割合、地域番組割合などであり、制度導入目的（意見の多様性強化）を踏まえたもの。

優先表示対象の申請・認定手続きの概要

公共放送を除く放送事業者が、優先表示対象となるための申請・認定に関する手続きは、州メディア監督機関が発行する「公共的価値法令」（2021年6月発行）で詳細が規定されている。

■ **申請資格** …「連邦全域における意見およびサービスの多様性に特に寄与する民間事業者の放送サービス」（もしくは同様の放送類似テレメディアサービス等）。

■ **申請手続** …事業者側から、自社提供サービス・アプリケーションが意見およびサービスの多様性に対してどのように寄与するかを示した資料を添付して申請（右記基準に関する情報を含む）。

■ **認定手続** …各地域を所管する州メディア監督機関が申請を審査し、認可・監督委員会（ZAK）が、認定基準の充足を決議。その決議に基づき所管の州メディア監督機関が正式に認定し、対象サービスをリストに掲載・公表する。

＊ 公共放送についてはメディア州間協定において一律で優先表示の対象と規定されている。

申請資格・認定基準が制度目的を反映

ドイツにおけるプロミネンス制度導入の目的「意見の多様性の強化」

優先表示対象の認定基準

メディア州間協定第84条第5項において、州メディア監督機関が対象民間サービスを認定するに当たって、以下の基準を考慮することを規定。

1. 政治および時事に関するニュース報道の時間的割合
2. 地域情報およびローカル情報の時間的割合
3. 自主制作番組コンテンツと外部制作番組コンテンツとの比率
4. アクセシブルなサービスの割合
5. 番組制作に関与する、訓練済みおよび訓練中の従業員との比率
6. 欧州作品の比率
7. 若年層を対象としたサービスの割合

＊ 上記の基準について、公共的価値法令において以下のように補足されている。
- アクセシブルなサービス…障害のある人々が、特段の困難なく利用することができるサービス。
- 訓練を受けた従業員…番組制作におけるジャーナリズム上またはメディア技術上の職務に対応する職業訓練もしくは相応の大学教育を修了した者、または5年以上の職業経験を証明できる者。
- 認定の原則においては、上記基準の中でも1、2、7を優先的に考慮するものとされている。

出所）BAYERN-RECHT「Medienstaatsvertrag（MStV）」（2026年6月2日閲覧）、Verantwortung für Vielfalt「Public-Value-Satzung」（2026年6月2日閲覧）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

制度の運用事例

- ドイツでは、コネクテッドTVのホーム画面上に、優先表示対象を集約する「Public Value」（コンテナ方式）と、リニア放送への入口である「Live TV」を配置した事例を確認。
- コンテナ方式の事例では、「Public Value」内において公共・民間の対象サービスがアルファベット順に掲載されていた。

コネクテッドテレビの表示例　LG（webOS）

ホーム画面上に、「Public Value」という対象サービスを集約した入口と、「Live TV」というリニア放送の入口が表示。

- 公式FAQでは、優先表示対象をまとめて表示させる場合、それがPublic Value（公共的価値）の対象であることが認識できるようにすることが原則求められており、それに則った表示に。
- 関連規則では、リニア放送は、第一選択階層から1回の操作でアクセスできることが求められており、それに対応する表示に。

「Public Value」を選択すると、ARDやZDF等公共放送の配信サービス、RTL等の民間放送のサービスの一覧が表示。

- 公共放送…ARD、Arte、Deutsche Welle、KiKA、ZDF
  民間…BILD、Pluto TV、RTL+
- 対象のサービスはアルファベット順で掲載されており、公共放送ZDFは最後に掲載されている。



出所）三菱総合研究所（2026年2月撮影）

図 LG製TV端末のホーム画面・Public Valueアイコン内部

Copyright © Mitsubishi Research Institute

放送事業者 ヒアリングの結果概要



- ヒアリングを実施したドイツの放送事業者は、現行制度の放送事業者への影響や視聴者の認知・理解は限定的であると評価。
- 主な課題・改善点として対象サービスの多さと、1つのアイコンに集約して優先表示する方法の実効性を指摘。

ヒアリング観点	事業者回答要点	事業者の主なコメント
1. UI提供事業者の制度への対応状況 例：コネクテッドTV上の主なユーザーインターフェースは、どのようにしてプロミネンス制度の要件を遵守していますか？	- プラットフォームごとに、表示位置や導線は統一されていない - 多くの事業者が、対象サービスを集約する方式を採用	- 各メーカーは異なるモデルを採用しており、アイコンへ集約する方式や、ホーム画面上に専用エリアを設ける方式等が混合している。（大手放送事業者 法務担当） - 「Public Value」アイコンは様々なプラットフォームで広く用いられており、ある種のコンテナのようなもの。優先表示対象に多くの放送事業者が含まれているため、コンテナを作ってそこに対象のサービスを集約させている。（大手放送事業者 デジタルプロダクト担当）
2. 制度導入による自社への影響 例：制度が導入されたことで、主要UI上における自社サービスへのアクセス経路・アクセス量に具体的にどのような変化がありましたか？	- 現時点で実務上の効果は限定的だが、一種のセーフガードとしての意義はある - 一方、データが不足しており、効果測定は困難	- 実務上の効果は限定的である。ただし、制度は一種のセーフガードであり、今後の規制を積み上げていくための出発点ではある。（大手放送事業者 法務担当） - 利用者のアプリやコンテンツへのアクセス経路について、プラットフォームからデータを得ることができず、自社での測定も困難なため、制度効果を有効に測定することはできない。（大手放送事業者 デジタルプロダクト担当）
3. 視聴者の認知度・受容性 例：視聴者に制度がどの程度認知されていると考えますか？また、この制度は視聴者に受け入れられていると認識されていますか？	- 「Public Value」という用語や表示は利用者目線で設計されたものではなく、利用者の理解は限定的	- 自社調査では、公共的価値セクションが存在することに気づいている利用者はわずかであった。その背後に何があるのか、何を意味するのかまで理解している利用者はさらに少ない。（大手放送事業者 デジタルプロダクト担当） - 「Public Value」という用語は利用者目線で作られたものではない。また、対象サービスが非常に多いため、利用者が理解しやすいものではない。（大手放送事業者 デジタルプロダクト担当）
4. プロミネンス制度の評価全般 例：制度の対象や義務の内容は適切だと考えますか？また、各UI提供事業者の対応は十分だと考えていますか？	- 対象サービス数の多さや集約表示の方法について、改善の余地がある	- 現在の対象サービスのリストは非常に長い。効果的なプロミネンスを実現するためには、リストを何らかの形で限定する必要がある。（大手放送事業者 法務担当） - 難しい点は、コンテンツやアプリケーションがトップ画面に表示されていないこと。単にコンテンツを一つのカテゴリーの下に置くだけでは、利用者にとって分かりやすくならない。（大手放送事業者 法務担当）

出所）ドイツ国内主要放送事業者へのヒアリング（2026年8月実施）より　※必要に応じてコメントを意訳

Copyright © Mitsubishi Research Institute

制度概要

- フランスでは2020年と比較的早期にプロミネンス制度が法制化。2024年9月にArcomが優先表示対象と具体的な表示条件を決定し、これらの規定に基づく制度の運用段階へ移行。
- 運用が先行するドイツに比べると、優先表示対象の範囲が狭く、また優先表示方法に関する規定もより具体的。

制度の概要

ステータス *2026年10月時点	**運用中** - 2020年制度化 - 2024年9月に本格運用開始
制度導入目的	**意見の多元性、文化的多様性** 一般利益サービス（Services d'Intérêt Général：SIG）*として認定されたサービスおよび番組へのアクセスを確保することで、**意見の多元性および文化的多様性**を引き続き擁護すること（Arcom報道発表より） ＊ SIG：AVMSDが定める一般利益サービスに対応
制度構造	**制度の枠組み等を法律で規定し、優先表示の条件等を政令・独立規制機関決定で規定** ① **コミュニケーションの自由に関する法律 第20-7条** 制度の枠組み（対象事業者がSIGを優先表示すること）や、公共放送を優先表示対象とすること等を規定 ② **政令第2022-1541号** 優先表示の義務が課される事業者を定義するための販売台数およびユーザー数等の閾値を規定 ③ **Arcom決定（審議第2024-18、審議第2024-19）** 上記法律で定められた公共放送等以外の優先表示対象、優先表示の条件等を規定

制度の具体的内容・運用状況

優先表示対象 （左記①・③で規定）	**全国無料放送サービス、関連オンデマンドサービス** SIGとして指定された、公共放送等のサービス、無料の全国地上放送サービス、それに密接に関連するオンデマンドサービス（現在は14事業者の放送・配信サービスが対象）
義務を課される対象 （左記①・②で規定）	**一定シェアを有するユーザーインターフェース** 国内で販売されるユーザー数または販売台数が政令で定められた閾値*を超えるユーザーインターフェース上でサービスの表示方法を決定する事業者 ＊機器は国内提供数15万以上、サービスは月間300万以上
優先表示方法 （左記③で規定）	**ホーム画面で最も目立つサービスと同等条件で表示** SIG、またはそれらを集約する環境へのアクセスポイントは、最も目立つ位置に表示される他のサービスと同等の位置に配置されなければならない
制度運用状況	**2024年9月より運用が開始され、2026年にArcomによる運用状況レビューが進行中** - 2024年9月までに制度の対象や具体的条件等が規定され、実質的に制度運用が開始 - Arcomはプロミネンスの運用状況・実効性に関する報告書を秋頃に公表する予定

出所）公表資料を基に三菱総合研究所作成

Copyright © Mitsubishi Research Institute

制度検討の背景・プロセス

- フランスでは2013年時点で、公共放送のオンデマンドサービスの優先表示に関する具体的な制度対応が提案。
- その後、2018年改正AVMSDを踏まえ、2019年の国内制度改革・CSA提言を経て、2020年に優先表示義務を法制化。

導入背景

2013年5月
政府「レスキュール報告書」公表

2017年10月
France Télévisions 提言

制度設計

2018年11月
EU AVMSD改正

2019年11月
CSA 政府改革案への意見書

運用前

2020年12月
コミュニケーションの自由に関する法律 改正

運用

2024年9月
Arcomが関連審議を決議

■ 放送・配信環境の変化と問題提起（2013年、2017年）

- 2013年、政府の委託調査による報告書（レスキュール報告書）は、公共放送が文化的多様性の確保に重要な役割を担う一方、コンテンツが膨大化する中で、それらのサービスが視聴者に届かなくなることを懸念。配信を義務付けるだけでなく、プラットフォーム上で公共放送のオンデマンドサービスを優先的に表示する義務を提案した。
- 2017年、CSAが地上波放送の将来に関する意見募集を実施。France Télévisionsは、地上波放送だけでは一般利益コンテンツへのアクセスを十分に保障できないとして、配信技術や端末にかかわらず、当該コンテンツを適切に優先表示する必要性を提言。

■ EUがプロミネンス規制の導入を容認（2018年-）

- 2018年11月、EUでAVMSDが改正され、第7a条を新設。加盟国が一般利益を有する視聴覚メディアサービスの適切な優先表示を確保するための措置を講じることができる旨が規定。

■新たなUIへの規制対応と優先表示義務の法制化（2018-2019年）

- 2018年、CSAはOS・アプリストア等の新たな仲介事業者に対応するため、従来の配信事業者規制の見直しを提案した。
- 2019年、政府の放送制度改革案に対し、CSAは従来のチャンネル番号による規制ではアプリ型UI等に対応できないと指摘し、公共放送の優先表示義務を法案に盛り込むよう要請。

■ 優先表示義務が制度化（2020年）

- 2020年12月、AVMSDの国内法化に係るオルドナンス第2020-1642号により1986年法第20-7条が新設され、一定規模以上のUIに一般利益サービスの優先表示が法定化。

出所）Pierre Lescure「Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique」（2013年5月）、France Télévisions「Contribution à la consultation publique sur l'avenir de la plateforme TNT」（2017年）、CSA「Refonder la régulation audiovisuelle」（2018年9月）、CSA「Avis sur le projet de loi relatif à la communication audiovisuelle」（2019年11月）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

制度の内容（適用対象、表示方法 等）

- SIGとして指定された、全国無料放送を提供する14事業者の放送・配信サービスが優先表示対象として指定。
- ホーム画面で最も目立つサービスと同等条件で表示することが義務づけられる一方、入口を集約して表示することが可能。

What 優先表示される対象

全国無料放送サービス、関連オンデマンドサービス（14事業者の放送・配信サービス）

- 法律においてSIGに指定されたサービスを優先表示の対象とすることが規定され、SIGの具体的対象として下記①～③が指定。
  - ＊ ①はコミュニケーションの自由に関する法律 第20-7条で規定、②・③はArcom決定（審議第2024-18）で規定
- Arcomが公表する優先表示対象を記載したリストには、14事業者の放送・配信サービスが対象として掲載（リストは毎年更新）。

優先表示対象 概要

区分	対象サービスの一例	対象
① 公共放送が提供するサービス	France Télévisionsの放送チャンネル（France 2等）や配信サービス（france.tv等）	3事業者
② 全国無料放送サービス（商業放送）	TF1放送チャンネル（TF1等）	11事業者
③ ②関連の無料オンデマンドサービス	TF1配信サービス（TF1+等）	

Who 義務が適用される対象

国内で一定シェアを有するユーザーインターフェースの表示方法を決定する事業者（ユーザーインターフェース23件が対象）

- 法律*において対象をユーザー数・販売台数が一定の閾値以上のテレビ機器・スマートスピーカー・配信サービス等のユーザーインターフェースと規定。
  - ＊ コミュニケーションの自由に関する法律 第20-7項Ⅰ
- 政令*において閾値として、国内提供数15万以上または国内月間利用者数300万以上と規定。
  - ＊ 政令第2022-1541号

対象ユーザーインターフェース 概要

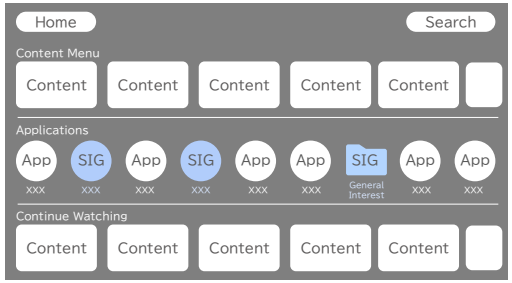
区分	対象UIの一例	件数
テレビ機器	Samsung（Tizen搭載）	4件
スマートスピーカー	Googleアシスタント	3件
ストリーミングデバイス	Amazon Fire TV Stick	3件
ゲーム機	PlayStation 5	1件
配信サービス	Google TV、Orange等	12件

How 優先表示の方法

SIGもしくはそれらを集約した入口を、ホーム画面で最も目立つサービスと同等条件で表示

- Arcomの決定*等において、SIGまたはそれらを集約する環境への入り口を、ホーム画面上の最も目立つ他のサービスと同等の条件（配置、サイズ、クリック数）で配置されなければならないと規定。
- また、検索・レコメンデーション結果において、他のサービス・プログラムと比較して公平に扱われ、提供者が明示されなければならないと規定。
  - ＊ Arcom決定（審議第2024-19）

優先表示のイメージ（MRI作成）



＊フランスで実際に使用されるTVのホーム画面を参考に三菱総合研究所で作成。

出所）Légifrance「Loi n° 86-1067 relative à la liberté de communication」（2026年10月30日閲覧）、Arcom「Ensuring appropriate visibility for services of general interest」（2026年10月30日閲覧）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

制度の運用事例

- TVメーカーごとに実装方法は異なるものの、対象SIGのすべてがホーム画面上に表示されることはなく、一部のみが専用アイコンに集約されるなど、SIGの間でも扱いにばらつきが存在。

表示例　TCL（Google TV）

SIGのうち、ホーム画面の第一階層に直接掲載されるものと、SIG用アイコンに集約されているものが混在して表示。

- TF1+やM6+などはホーム画面の第一階層に直接掲載される一方、france.tvやarte.tv等はSIG用コンテナに集約。
- 直接表示と集約表示が混在している要因は画面からは特定できず、商業契約等の影響の可能性については確認を要する



図 TCL製TV端末のホーム画面の一部（Arcom向け事業者報告より）

表示例　Samsung（Tizen OS）

SIGの一部はホーム画面の第一階層に直接掲載されている一方、他のサービスはアプリ一覧画面上の専用エリアに集約。

- TF1+、france.tv、M6+などはホーム画面上の目立つ位置にアイコンが掲載。
- 他のサービスは、アプリ一覧画面（ホーム画面とは別画面）の専用エリアに集約されており、このエリアには同画面の上部にある専用アイコンからアクセスすることができる。



図 Samsung製TV端末のホーム画面（2026年9月、パリにて三菱総研撮影）

出所）Arcom「2026 Review of the implementation and effectiveness of measures to ensure the visibility of services of general interest on user interfaces: launch of a public consultation」（2026/6/23公開）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

放送事業者 ヒアリングの結果概要



- ヒアリングを実施したフランスの放送事業者は、ドイツと比較して制度の具体性を一定程度評価する意見があった一方、TVメーカーの実装状況に課題があるとしたうえで、現時点で制度導入の効果や、視聴者の認知は限定的であると評価。

ヒアリング観点	事業者回答要点	事業者の主なコメント
1. UI提供事業者の制度への対応状況 例：プロミネンスの義務が課される事業者による対応状況について、放送事業者の立場から十分なものと評価していますか？	- **ユーザーインターフェース提供事業者の実装状況は不十分** - **TVメーカーと放送事業者の商業契約が、SIGの表示方法に影響を及ぼしている**	- Arcomに報告書を提出したユーザーインターフェース提供事業者のうち、大半でプロミネンスに関する義務が実装されていない。実装済みの場合でも、大半のケースでその対応は不十分である。（大手放送事業者A 渉外担当） - コネクテッドTV（CTV）メーカーは、一部の放送事業者と商業契約を結んでおり、結果、契約のある大手サービスだけがホーム画面に表示され、それ以外のSIGはコンテナへまとめられてしまうことがある。（大手放送事業者B 将来戦略担当）
2. 制度導入による自社への影響 例：制度が導入されたことで、主要UI上における自社サービスへのアクセス経路・アクセス量に具体的にどのような変化がありましたか？	- **フランスではIPTV経由の視聴が広く利用されており、CTVのホーム画面における優先表示措置に対する現時点での反応は限定的**	- フランスでは、IPTVを契約している世帯が非常に多いことから、CTVを保有していても、その機能（CTVのホーム画面等を通じたコンテンツ視聴等）を十分に活用していない視聴者が多い。そのため、（CTVを対象とする優先表示義務に対する）現時点の反応は大きくないとみている。（大手放送事業者A 幹部） - この制度は現状に対応するとともに今後10年間を見据えて設計されたものである。すでに多くの視聴者がCTVのみでテレビを視聴するようになりつつあり、この問題の重要性はますます高まっている。（大手放送事業者B 将来戦略担当）
3. 視聴者の認知度・受容性 例：視聴者に制度がどの程度認知されていると考えますか？また、この制度は視聴者に受け入れられていると認識されていますか？	- **視聴者によるプロミネンス制度の認知は限定的との見方** - **「一般利益サービス（SIG）」という表示は視聴者にとって理解しづらい**	- 制度そのものについては、ほとんどの視聴者は認識していないと思う。若い視聴者であれば、興味のあるチャンネルのアプリがホーム画面になくても、自分でアプリストアにアクセスする可能性があるが、アプリがホーム画面に表示されていないことは、明らかに不利に働く。（大手放送事業者B 将来戦略担当） - フランスの一般の人は、「一般利益サービス（SIG、service d'intérêt général）」という言葉の意味を理解するのは難しいと思われる。（大手放送事業者B 将来戦略担当）
4. プロミネンス制度の評価全般 例：制度の対象や義務の内容は適切だと考えますか？また、各UI提供事業者の対応は十分だと考えていますか？	- **ドイツの制度と比較すれば具体的な要求を出している** - **一方で、より優位な表示やプリインストール義務化などが必要**	- ドイツの制度と比較して、フランスのArcomの方が、より具体的で明確な要求を出していると評価している。ただし、現時点では十分に満足できる成果が得られているわけではない。（大手放送事業者B 将来戦略担当） - SIGについては、CTVの検索システムが必ず番組データを取り込むよう義務付けるべきだと主張している。（大手放送事業者B 将来戦略担当）

出所）フランス国内主要放送事業者へのヒアリング（2026年9月実施）より　※必要に応じてコメントを意訳

＊「コネクテッドTV（CTV）」には、スマートTVやストリーミングデバイス等に加えてIPTVが含まれる場合もあるが、本ページでは、事業者のコメントの趣旨を踏まえ、IPTVは含まないものとする。

Copyright © Mitsubishi Research Institute

プロミネンス制度に係る今後の論点

Copyright © Mitsubishi Research Institute

新たな論点｜ゲートウェイ多様化への対応

- メディア環境において、OTT、動画共有サービス・SNS等のサードパーティプラットフォームに加え、生成AI／AI検索の普及により、視聴者・利用者が情報・コンテンツに接するゲートウェイの多様化が更に進展。
- 放送事業者等のコンテンツのアクセス性を、拡張する情報流通経路においてどう捉えるかが新たな論点に。

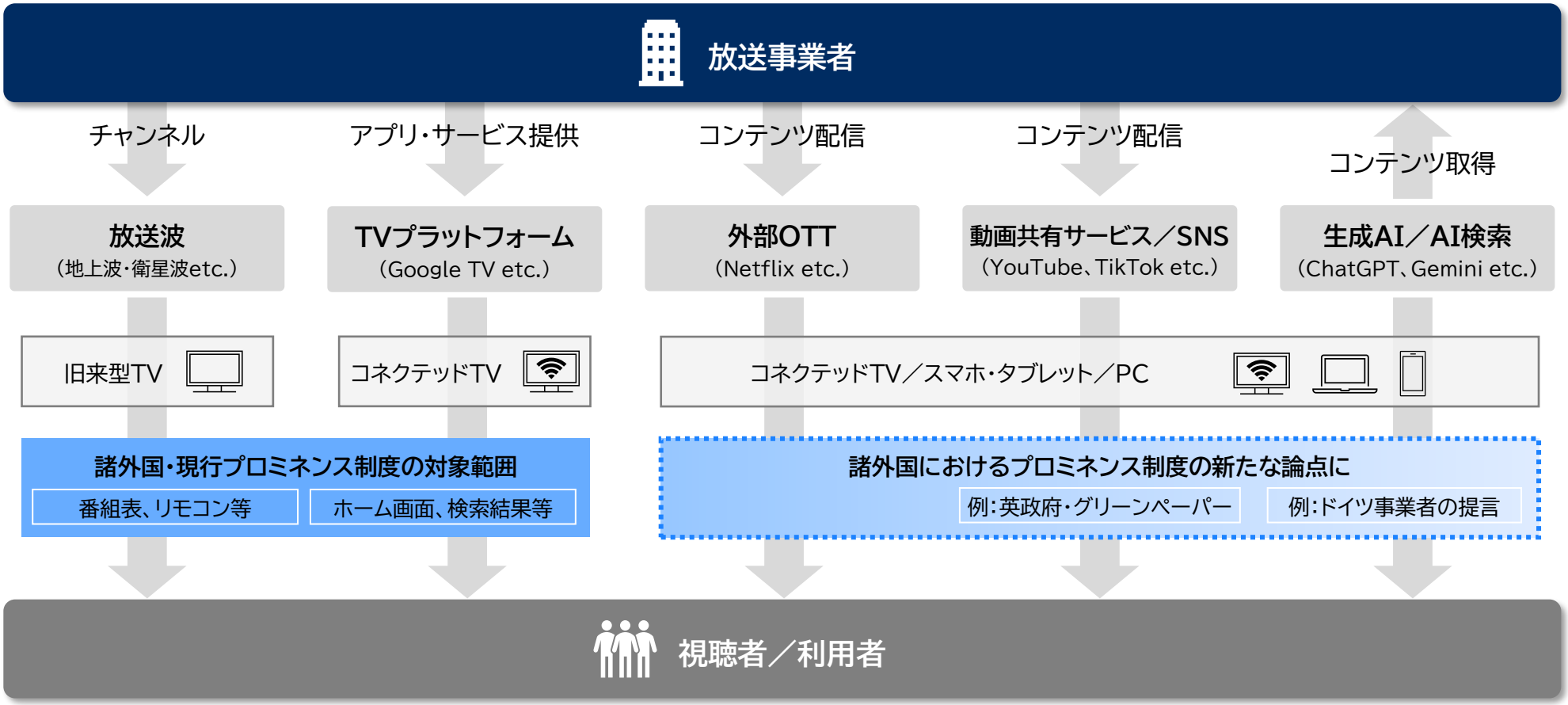


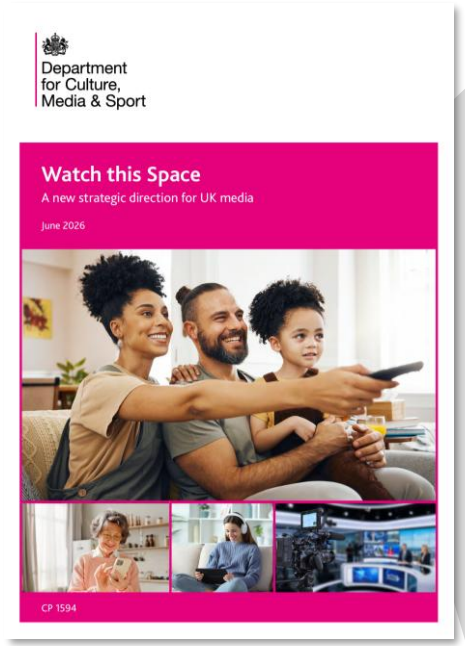
図 放送サービス・コンテンツのゲートウェイ多様化に伴うプロミネンス制度の論点の変化

出所）三菱総合研究所作成

Copyright © Mitsubishi Research Institute

関連事例｜イギリス メディア・グリーンペーパー(1)

- 英政府DCMSは2026年6月にグリーンペーパーを公表し、メディア政策の方向性を案として提示。
- 地上波の将来方針等に加えて、PSMコンテンツのサードパーティプラットフォーム上のプロミネンス確保の必要性等を提案。
  ＊PSM:公共サービスメディア(Public Service Media)



英政府メディア・グリーンペーパー（通称）

- メディア政策の検討案を示し、関係者・国民の意見を募るための政策協議文書
- パブリックコンサルテーションの意見を踏まえて最終的な政策方針やホワイトペーパーで具体化する流れが想定

背景	**第1章 市場・視聴者を取り巻く環境** Chapter 1: Market and audience context	・リニア放送からストリーミング、YouTube、SNS等への視聴移行や、プラットフォームのアルゴリズムの影響。 ・PSMは収入減少や制作費上昇等の圧力を受けており、高品質な英国コンテンツを持続的に提供できる環境の確保が必要と指摘。
政策方向性	**第2章 健全な情報環境の形成に向けて** Chapter 2: Supporting a healthy information environment	・SNS等での偽・誤情報拡散、ニュースへの信頼低下を課題とし、信頼できるニュースをオンラインでも発見しやすくする必要性を提示。 ・具体策として、**SNS上で信頼できるメディアのニュースを目立たせる制度**の検討や、**メディア・リテラシー施策の強化**を提案。
	第3章 テレビコンテンツへのアクセス確保に向けて Chapter 3: How audiences will continue to access high-quality, trusted television content	・IPTVへの視聴移行を踏まえ、**地上波放送(DTT)を少なくとも2034年末まで維持し、その後の計画的な移行**と視聴者支援を検討。 ・放送と配信サービス間の規制差を踏まえ、**視聴者がコンテンツを発見・消費する環境を基準とした規制体系への転換**も検討。
	第4章 PSMコンテンツのアクセス性確保に向けて Chapter 4: Ensuring PSM content remains accessible and relevant to audiences	・YouTube等の視聴拡大を踏まえ、サードパーティプラットフォーム上のPSMコンテンツのプロミネンスを確保する必要性を提示。 ・サードパーティプラットフォーム上でのプロミネンス確保については、**事業者間のパートナーシップによる対応を優先**することとしている。

出所)Department for Culture, Media & Sport「Watch this space: a new strategic direction for UK media」(2026年6月23日)

Copyright © Mitsubishi Research Institute

関連事例｜イギリス メディア・グリーンペーパー（2）

- 視聴者のYouTube等への移行を踏まえ、「ユニバーサルアクセス」を単なる視聴可能性だけでなく、発見可能性まで含む概念として捉え、サードパーティプラットフォーム上でもPSMコンテンツを発見しやすくする方策を検討。



政策方向性

第4章 PSMコンテンツのアクセス性確保に向けて

Chapter 4: Ensuring PSM content remains accessible and relevant to audiences

- YouTube等の視聴拡大を踏まえ、サードパーティプラットフォームにおけるPSMコンテンツのプロミネンスを確保する必要性を提示。
- サードパーティプラットフォーム上でのプロミネンス確保について、自主的・商業的な対応を優先し、不十分な場合は法制化も検討。

背景・課題

視聴はサードパーティプラットフォームに移行、PSMコンテンツはアルゴリズム型のフィード上で他コンテンツと競合。

視聴環境の変化により、現行制度だけでは「ユニバーサルアクセス」確保が困難に。



＊概念イメージ（生成AIにより作成。実際のUI・サービスを示すものではない）

検討する政策方向

サードパーティプラットフォームのユーザーインターフェースを含めた、PSMコンテンツの発見可能性向上策を検討。

提案された制度

視聴者が放送を視聴する場所において、PSMコンテンツが目立ち、発見しやすく、かつ積極的に提示されるようにする。

対象ユーザーインターフェース

YouTube等のサードパーティプラットフォームのユーザーインターフェース。

対象コンテンツ

ニュースや子ども向けコンテンツを基本に、全てのPSMコンテンツを対象とすべきか検討。

制度設計・今後の検討

サードパーティプラットフォームにおけるプロミネンスについては、自主的な事業者間合意を優先。

- まずはPSM事業者とプラットフォームによるパートナーシップによってプロミネンスを高めることを優先。
- 検討に向けて、視聴者が十分なPSMコンテンツにアクセスできているか、既存のPSM・プラットフォームのパートナーシップが有効に機能しているか検証。

出所）Department for Culture, Media & Sport「Watch this space: a new strategic direction for UK media」（2026年6月23日）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

関連事例｜イギリス 放送事業者主導のプラットフォーム

- 2024年時点でIP専用世帯が英国のテレビ視聴世帯の約25.5%を占める中、イギリスの主要PSB4社が共同運営するFreelyは、ホーム画面・番組表・リモコンという「入口」のプロミネンスをテレビ受信機メーカーとのパートナーシップ契約において交渉。
- 共同で運営することで交渉力を高め、IP移行を見据えた放送コンテンツへのアクセス性と視聴者との接点を確保。

Freelyの仕組み：テレビ画面の“入口”を押さえる

ホーム画面	番組表	リモコン
ライブTVのレール	ガイドボタンで起動	Freelyボタン

- TVメーカーとのパートナーシップ契約※において、上記プロミネンス条件について交渉。
- HbbTVベースのOpAppを複数メーカーの対応機器で共通展開し、メーカー側のソフトウェア更新を待たずにFreelyアプリを更新できる。

※テレビの販促やマーケティング等における相互協力に基づく契約

Freelyの利用状況

提携メーカーのシェア **約50%** — Freelyが提携するテレビメーカーの小売販売のシェア（2026年8月）

約200万人 — Freelyの月間アクティブユーザー *2026年FIFAワールドカップ期間中

各社にとってのFreelyの意義（事業者へのヒアリングおよび公表資料に基づき三菱総研にて解釈、整理したもの）

Everyone TV（サービス運営事業者）

個社ではなく共同で、テレビサービスの「入口」を確保

放送事業者間の連携に加え、テレビ受信機メーカー、OS事業者との協力によって実現するもの

BBC（公共放送）

視聴者とのつながりの強化と将来のIP配信に向けた基盤

放送からオンライン視聴への移行において、BBCと視聴者とのつながりを強化し、将来の全面的なIP配信に向けた基盤となると評価。

ITV（商業放送）

グローバルプラットフォームへの依存リスクの低減

グローバルプラットフォームへの依存によるコンテンツの表示・配信に関する主導権の低下や、収益面への影響といったリスクを軽減する取組の一つとしてFreelyを評価。

共同運営がもたらすもの

交渉力の強化
共同で運営することで、メーカーやグローバルなプラットフォームへの交渉力が高まる。

視聴者との接点の維持・拡大
IP移行も見据えた放送コンテンツに対するアクセス性の確保

出所）DCMS「Watch this space: a new strategic direction for UK media - green paper and public consultation」（2026年6月23日）、UK Parliament Communications and Digital Committee「BBC Charter Renewal - Oral evidence」（2026年6月16日）、BBC「Annual Report and Accounts 2025/2026」（2026年7月14日）、Everyone TVへのヒアリング（2026年9月実施）を基に三菱総合研究所作成

Copyright © Mitsubishi Research Institute

関連事例｜イギリス サードパーティPFやAI等への対応と普及拡大

- 視聴の場がYouTubeやAIによる推薦等へ広がる中、英国の放送事業者はサードパーティPFとの提携や対応端末の拡大等を通じて視聴者との接点とコンテンツ表示の主導権確保を目指す。
- 協調と競争が併存している中、コンテンツの「見せ方」を誰が決めるかが放送事業者共通の論点。

	Everyone TV	BBC	ITV
YouTube等のサードパーティPF	Freelyは、YouTubeのコンテンツやその他の定額制動画配信（SVOD）コンテンツを表示せず、YouTubeを通じてFreelyアプリケーションを提供することもない（**FreelyとYouTubeの間にサービスレベルの統合はない**）	• 2026年1月、BBCグループとYouTubeが戦略的パートナーシップを発表 • BBCは上記を**肯定的に評価**する一方、BBCを含むPSBは連名で、**YouTube上での公正な商業条件**を求めている※1	• YouTubeとの配信・商業パートナーシップを発表、YouTube上のITV番組の広告を自社で販売（2024年12月）※4 • 一方で、ITV幹部は「**YouTubeは広告市場における強力な競争相手**」と表現※5
推薦・AI	自社のメタデータをアルゴリズム／AIによるコンテンツ発見にどのように活用できるかを検討	BBC会長（Director-General）は、米テック企業の商業的誘因に偏らない『**public service algorithm**』が必要と発言（2026年8月、報道に基づく）※2	ITV幹部によれば、YouTube上での自社コンテンツの表示の約8割はアルゴリズム推薦経由。**PSBコンテンツが推薦上でも優先的に扱われることを重視**※6
視聴者・端末の拡大	Manhattan、NetgemおよびHumaxのストリーミング端末を利用可能にすることで、**Freelyに対応していない既存のテレビにも利用範囲を拡大**	IPサービスを十分に利用できていない層に向け、**UIを簡素化したストリーミング端末**の構想を提示（2025年5月）※3	YouTube等を通じ、**若年層を中心に追加リーチを獲得**※7

出所）Everyone TVへのヒアリング（2026年9月実施）及び以下の情報に基づき三菱総合研究所作成
※1：Channel 4「Joint Public Service Broadcasters' Op-Ed - RTS Cambridge 2025」（2025年9月18日）
※2：The Guardian「BBC chief proposes 'public service algorithm' and YouTube-style user-generated content」（2026年8月27日）
※3：BBC「A Catalyst for Building Trust」（2025年5月14日）、 ※4：ITV「ITV and YouTube Announce New Partnership」（2024年12月13日）
※5：英国下院ウェールズ問題委員会議事録（2026/9/9、Q45）
※6：英国上院コミュニケーション・デジタル委員会「BBC charter renewal」（2026年6月16日、口頭証言議事録、Q56・Q57）
※7：ITV plc, Annual Report and Accounts 2025（2026年3月公表）
記事はいずれも2026年10月30日最終閲覧

Copyright © Mitsubishi Research Institute

関連事例｜テレビOSへの生成AI機能実装

- 2025年以降、Gemini for TVをはじめ、主要なテレビOSにおいて生成AIを活用した機能の提供が拡大。
- AI対話型検索に加えて、実際のニュース等に基づく要約提示や、画像・動画生成の機能が提供されるなど、新たな情報入手経路になる可能性。

主な事例｜Gemini for TV

2025年9月の米国での提供開始以降、随時機能が追加
2026年、日本国内で提供開始（対応メーカー：TCL、ソニー）

＊Gemini for TVは、一部の国・地域と言語で、所定のOS・機種・プロフィール条件でのみ利用できる。

2025年9月 **米国・カナダで提供開始**
提供開始時点での機能は、対話型のコンテンツ検索、前シーズンのあらすじ要約、YouTube動画を交えた学習支援など。

2026年1月 **CES 2026で新機能を発表**
画像・動画を使った回答、複雑なトピックを深掘りする「Deep dives」、対話による画質・音声の設定変更などが発表。

2026年3月 **スポーツの試合結果の要約機能を追加（米国・カナダ）**
2025年に導入済みのニュース要約機能（news briefs）に続き、スポーツの試合結果の要約機能（sports briefs）の提供を開始。

2026年4月 **画像・動画の生成機能の追加（米国）**
Nano Banana・Veoによる画像・動画の生成機能を提供開始。

2026年8月 **日本国内でも対応テレビが登場**
TCLが2026年モデルで対応開始。ソニーも製品ページで対応案内。

現在利用可能な国・地域｜オーストラリア、ブラジル、カナダ、フランス、インド、イタリア、日本、メキシコ、ニュージーランド、スペイン、イギリス、米国

他の主要テレビOSの動き

2025年1月発表
LG（webOS）｜LG AI TV
- LLMを活用した対話型検索「AI Search」等の機能やCopilotとの連携を発表。
- 2026年はGeminiを追加し、視聴中の作品に関する出演者や関連コンテンツ等の情報を提供する「In This Scene」機能などを強化。

2025年2月発表
Amazon（Fire TV）｜Alexa+
- 対話によるコンテンツの検索や家電の操作機能を提供。
- 2026年8月、米国でPrime会員以外にも無料で提供開始。
- 2026年9月、リアルタイムのイベント等を踏まえた推薦機能の強化を発表。

2025年9月発表
Samsung（Tizen）｜Vision AI Companion
- 強化版Bixbyに加え、Copilot・Perplexityを独立したAIエージェントアプリとして搭載。
- ニュース等を要約し、関連動画を推薦する「Today's Topic」提供。

出所）2026年10月21日時点での各社公表資料を基に三菱総合研究所作成

＊各社の機能・提供地域・対応機種は随時更新されている。

Copyright © Mitsubishi Research Institute

関連事例｜ドイツ 生成AIに関するメディア事業者提言

- ドイツの放送事業者等は、AIゲートキーパー台頭を背景に、生成AIにもプロミネンス等のルールが必要と提言。
- AI生成物における報道・編集コンテンツのアクセス性が、プロミネンス政策の新たな論点となることを示唆。



ドイツ 放送事業者・メディア業界団体等による共同提言

（2026年4月21日公表）

参加事業者・業界団体

- ■ ARD、ZDF …ドイツ公共放送
- ■ BDZV …新聞社・デジタル出版社の業界団体
- ■ MVFP …雑誌出版社を中心とする業界団体
- ■ VAUNET …民間放送・配信事業者の業界団体

背景 「AIゲートキーパー」台頭によるメディア事業者・生活者への影響

- デジタル市場において、ビッグ・テック企業のプラットフォームが「AIゲートキーパー」としての地位を強化。
- 現状、デジタル市場における制度整備や、報道・編集サービスへの投資を保護する仕組みが不十分。

メディア事業者への影響

ビッグ・テック企業は報道・編集コンテンツに投資することなく、メディア事業者のコンテンツを利用し、自社のAI情報サービスを通じて提供。

生活者の情報アクセスへの影響

巨大プラットフォームやAIゲートキーパーは、人々がアクセスできる情報を左右する存在になり、生成AIの普及で影響力はさらに強固に。

提言 著作権法に関する提言

AIによるコンテンツ利用に対する管理権限と適正な対価の確保

- 報道・編集コンテンツの利用については、メディア事業者自身が決定権を持つべき。
- AIプラットフォームに対し、メディア事業者への適切な対価の支払いを義務化。
- 前提として、報道・編集コンテンツの利用について、情報開示を義務付けることが必要。

提言 メディア法に関する提言

AIによる情報提供におけるプロミネンス等のルール整備によるメディアの多様性確保

- AI分野においても、アクセスの確保、プロミネンス、情報発信元の明示、無差別な取扱い、資金面での保障に関するルールが必要。
  - ＊ ルールの具体的内容については言及されていない。
- こうしたルールは、AIが生成する回答において多様な報道コンテンツが表示され、メディア事業者が収益を得られるようにするために不可欠。

参考）ARD「Presse und Rundfunk fordern faire Rahmenbedingungen für eine vielfältige Informations- und Medienlandschaft im Zeitalter künstlicher Intelligenz」（2026年4月21日公表）

Copyright © Mitsubishi Research Institute

プロミネンス制度に係る今後の論点

- 先行国の運用事例や放送事業者等へのヒアリングを通じて、表示方法や視聴者の認知・理解など、プロミネンス制度の実効性を高めるための論点が具体化。
- また、視聴・情報取得経路の多様化を踏まえ、従来のテレビUIを超えたアクセス性の確保も新たな論点に。

主な論点	現時点までの調査で得られた示唆
論点(1) **制度の実効性**	**実質的な発見可能性の向上に向け、対象サービスの範囲や表示・アクセス方法、履行確保の仕組みが重要** ・ドイツでは、UI提供事業者による制度への対応が進む一方、対象サービスの多さや集約表示、複雑なアクセス導線などにより、実質的な発見可能性は限定的との評価。 ・フランスでは、一部UIでの義務の未実装や不十分な表示方法等が指摘されており、制度の履行確保が課題。 ・また、UI提供事業者からアクセス経路等のデータが十分提供されず、制度導入による効果の定量的な検証も困難。
論点(2) **視聴者の認知・理解**	**優先表示をサービスの発見・利用につなげるため、視聴者にとって分かりやすい名称や表示方法が重要** ・ドイツの放送事業者による調査では、利用者のうち「Public Value(公共的価値)」セクションに気づく割合はわずかであり、その意味を理解する利用者はさらに少ない。 ・フランスの放送事業者からも、「一般利益サービス(SIG)」という名称は一般視聴者に理解されにくく、制度の認知度が低いとの評価がみられた。 ・両国の放送事業者は、単に公共的価値を有するサービスを集約表示するだけでは、視聴者にとっての価値が十分伝わらないと指摘。
論点(3) **ゲートウェイ多様化への対応**	**動画共有サービス・SNS・生成AI等の普及で、従来のテレビUIを超えたアクセス性確保が新たな論点に** ・OTT、動画共有サービス・SNS、生成AI等の普及により、利用者がメディアコンテンツに接する経路が多様化。 ・英国では、YouTube等における公共サービスメディア(PSM)コンテンツの発見可能性向上を検討。 ・ドイツでは、放送事業者・メディア業界団体の提言で、生成AIによる情報提示におけるプロミネンス適用に言及。

出所)三菱総合研究所作成

※放送事業者の意見を踏まえた示唆については、ヒアリング対象が限定的であることに留意

Copyright © Mitsubishi Research Institute

Appendix

Copyright © Mitsubishi Research Institute

諸外国のプロミネンス制度に関する出所

対象国	発行者・公開元	資料名・記事名	公開・発行・決議	リンク
ドイツ	BAYERN-RECHT	Medienstaatsvertrag (MStV)	2020/11/7発行	リンク
	die medienanstalten	Public Value	-	リンク
	die medienanstalten	Satzung zu Medienplattformen und Benutzeroberflächen	2021/3/17制定	リンク
	die medienanstalten	Public-Value-Satzung	2021/6/24制定	リンク
	die medienanstalten	Ausschreibung 2021	-	リンク
	die medienanstalten	Grundsätze zur leichten Auffindbarkeit von Public-Value-Angeboten/FAQs	2025/10公開	リンク
フランス	Légifrance	Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication	-	リンク
	Arcom	Ensuring appropriate visibility for services of general interest	-	リンク
	Arcom	Deliberation relating to the list of services qualified as being of general interest	2024/9/26公開	リンク
	Arcom	Deliberation relating to the conditions of appropriate visibility of services of general interest	2024/9/26公開	リンク
	Arcom	List of user interfaces 2025	2025/4公開	リンク
	Arcom	Liste des services d’intérêt général 2025	2026/4公開	リンク
	Arcom	2026 Review of the implementation and effectiveness of measures to ensure the visibility of services of general interest on user interfaces	2026/6/23公開	リンク
イタリア	Italian Government	Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 208	2021/12/10公布	リンク
	AGCOM	Delibera 250/25/CONS「Revisione delle linee guida in materia di prominence dei servizi di media audiovisivi e radiofonici di interesse generale」	2025/10/28決議	リンク
	AGCOM	Lista dei servizi di interesse generale distribuiti online di cui alla delibera n. 250/25/CONS	2026/5公開	リンク
	AGCOM	Delibera 294/23/CONS「Regolamentazione in materia di accessibilità del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre」	2023/12/6発行	リンク
	AGCOM	Delibera 250/25/CONS, Allegato A「Linee guida in materia di prominence dei servizi di media audiovisivi e radiofonici di interesse generale」	2025/10/28決議	リンク

Copyright © Mitsubishi Research Institute

諸外国のプロミネンス制度に関する出所

対象国	発行者・公開元	資料名・記事名	公開・発行・決議	リンク
オーストラリア	Australian Government	Prominence for connected television devices	2026/9/30更新	リンク
	Australian Government	Broadcasting Services Act 1992	2024/12/16改正	リンク
	Australian Government	Broadcasting Services (Minimum Prominence Requirements) Regulations 2024	2024/12/16制定	リンク
	ACMA	Devices that need to comply with the TV prominence framework: Guidelines for manufacturers	2025/3/26公開	リンク
	ACMA	Minimum prominence requirements for a primary user interface: Guidance for manufacturers	2025/8公開	リンク
イギリス	Legislation.gov.uk	Media Act 2024	2024/5/24制定	リンク
	Legislation.gov.uk	Communications Act 2003	2024/5/24改正	リンク
	Ofcom	The Media Act – update on our progress	2026/2/25公開	リンク
	Ofcom	Statement: Final report to the Secretary of State on the designation of television selection services	2025/12/26公表	リンク
	Ofcom	Consultation: Prominence and accessibility on connected TV platforms - Draft code of practice and draft guidance on the agreement objectives	2026/1/14公開	リンク

Copyright © Mitsubishi Research Institute

その知と歩もう。

MRI 三菱総合研究所