資料６－４

主査ヒアリング（民放ローカル局・視聴者）
結果概要

令和８年１１月２４日
情報通信審議会
情報通信政策部会
放送政策委員会事務局

主査ヒアリング（民放ローカル局）の概要

ヒアリング日時

令和８年10月１日 15:00~17:00　長野朝日放送株式会社・広島テレビ放送株式会社
10月21日 16:00~17:00　株式会社新潟放送
11月４日 17:00~18:00　鹿児島テレビ放送株式会社

ヒアリング項目

（１）放送対象地域の現状（地理的背景、人口動態、経済事情、競争環境等）
（２）経営体制（資本関係、組織・人員体制等）
（３）経営状況と事業内容（放送事業、放送外事業等）
（４）放送事業者（特にローカル局）の価値・役割に対する考え方
（５）放送インフラ（ミニサテ、共聴施設、マスター設備等）の現状と課題
（６）地域情報や災害情報の発信に係る取組
（７）ネット配信の現状と課題
（８）視聴データ利活用の現状と課題、期待
（９）キー局との連携
（10）地域内における他社（民放、ＮＨＫ、新聞社等）との連携　等

主査ヒアリング（民放ローカル局）結果概要（１/６）

1.ローカル局が果たすべき価値･役割

- ローカル局の価値･役割は、単なる「全国番組を流す中継局」ではなく、地域の生活を守り、暮らしを豊かにすること。その中でも特に重要なのが、災害時における情報のライフラインとしての報道である。
- 地域の足元を照らして生活を支え、域外へ実態を伝えていくことも必要。
- 取材･記録、地域をありのままに記録し、検証できるようアーカイブ化した上で、ニュースを分析し、地域の価値を高めていく必要がある。また、地域内を支え、地域外へつなげる。まだ実施できていないが、例えばニュースの傾向を分析すると、地域差やテーマ別の差が明らかになる可能性がある。
- 放送は、無防備で視聴できる時間なのではないか。具体的には、昨今、インターネットの情報を見ていても、何かに気をつけるべき、あるいは何か引っ掛かりがあるのではないかと考えることがあるが、放送局が行う放送は無防備で安心していられる時間を提供できるのではないか。むしろ、そういった情報を届ける必要があるのではないか。
- インターネット上に真偽不明な情報が氾濫する現代において、責任ある取材体制に基づいた正確な情報を提供する、いわばファクトの保証者として、地域の言論の砦を守る最後の防波堤となることが、私たちの責務であると考えている。
- 地元産業の振興や地域ブランドの育成、文化継承を支える、いわば地域社会のハブとして地域社会の存続に貢献していきたい。
- ローカル局は、幅広い地域情報を発信することで地域に貢献する役割を担っている。特に、災害などの非常時には地域住民の生命を守るために役に立つ情報をいかに届けることができるかが重要。
- 地方では、高齢者にとってテレビが最も身近な情報源となっており、娯楽やスポーツなど日常の情報に加え、災害などの有事には地域住民に必要な情報を確実に届ける社会インフラとしての役割がある。

主査ヒアリング（民放ローカル局）結果概要（２/６）

2.系列の在り方

- 系列局間では、定期的に報道・制作に関する会議を開催し、日頃から連携を図っている。また、災害時には全国の系列局から被災地に取材班を派遣するなど相互に助け合っている。
- 取材力を高めるために、キー局とローカル局の間で、3か月から半年程度、記者の相互交換を行う研修制度を進めている。
- キー局との連携については、ネットワーク費の減少による財務面への影響に加え、ローカル局とキー局が一体となった全国発信の番組制作が減り、中継技術・制作技術の向上に繋がる機会も減少している。

3.今後の経営戦略

- 放送収入の減少を補うべく、大型イベントやIPビジネスなど、放送外事業の拡大に取り組んでいる。
- 広告収入の減少やFM転換への過渡期における一時的な経費増加などにより、放送単体の収益を維持することは極めて困難な局面である。そのため、制作プロセスの見直しと高効率化による選択と集中を行い、地域密着度の高い報道・情報番組にソースを集中投下している。一方で、収益基盤の多角化を目指し、自治体のプロポーザル事業等への積極的に参加するなど、放送外収入の獲得に繋げている。
- 放送外事業として、例えば、営業先から、従来営業先ではない者の課題解決のソリューションの相談があったことを機に、自社の営業ノウハウやVR技術のノウハウ等を組み合わせて納品したことがある。このように、営業現場においてはいろいろなシナジーが生まれてくると考えており、取り組んでいきたいと考えている。
- 自社広告に依存した経営モデルであるところ、昨今の広告収入減少の中でどうしていくかというのが大きな課題。それ如何によって赤字のリスクは常にあると考えている。
- 一人二役など技術継承ができる最低限の社員数で運営しているが、放送外収入の拡大に向けて、新しいビジネスを行うに当たっては人員についての舵切が必要かもしれない。
- 自社では、様々な事業に挑戦する必要は感じているが、番組制作を軸にしていこうと考えている。ネットワーク費が減少する中でも収益を確保する体制を作ることが課題であるが、現状地上波放送収入の補完については様々な可能性を模索中。

主査ヒアリング（民放ローカル局）結果概要（３/６）

4.放送インフラ

- 今後の放送インフラの基本的な考え方として、特にローカル局においては、設備投資の最小限化は必要なのではないか。具体的には、中小規模の中継局とミニサテの運用を効率化する必要がある。また、取材用のヘリコプターのブロック地区共同運用を考えており、実際に新聞社と提携して実施している。
- 設備のスペースの縮小も可能なのではないか。スタジオもバーチャルを活用できれば、従来の大きなスタジオではなく、一般建屋の3フロア程度でも放送局の設備が成り立つのではないかと考え始めている。
- 系列内では、機器は全てIP化することを前提に、現時点では個社での更新を行う方向で議論が進んでいる。具体的にどのようにマスターがコンパクト化できるのかについては研究中。
- 中継局やマスター設備は、15年程度で更新する必要があり、放送局の重い負担となっている。
- 設備費や人件費の高騰が経営を圧迫する中、技術人材のIT業界への流出により、人材確保も深刻な課題となっている。
- 視聴実態の少ない地域では、代替手段が取れれば移行を希望している。しかしながら、ケーブルテレビのサービスエリア外である等、代替手段の確保が難しいケースがあるほか、中継局を廃局するガイドラインはあるものの、手探りで悩んでいるところ。
- 親局以外の中継局は、県内民放他社及びNHKとの共同利用を進めているほか、今後ミニサテの共同利用も推進する方針。過疎化が極度に進むエリアについて、ブロードバンド代替などの議論を一層加速してほしい。
- マスターの集約化は更新費用や人件費の削減といったメリットがある一方、ローカル局の番組編成の自由度が制約される懸念がある。
- 放送インフラの共有化に向け、ミニサテの共同利用（J-BN）や公的支援を活用した小規模局の整備を進めるとともに、一部地域では基幹局の廃局を見据え、ブロードバンドによる代替を検討している。
- 多くの有人離島を抱える条件不利地域では、限られた世帯への放送を維持するために多額の費用を要しており、大きな経営課題になっている。

主査ヒアリング（民放ローカル局）結果概要（４/６）

５.インターネット配信

- 従来の企業間の文化も尊重しながら、地上波、ケーブルテレビ、配信一体運用で県内の共同制作基盤を作れたらと考えている。例えば、夕方のローカルニュースについては、配信ベースでニュース制作し、それを放送番組に生かしていくことも考えられるのではないか。

- ローカル局では配信できるコンテンツが限られていることから収益も少なく、通常の番組制作にプラスアルファの業務となっており、制作現場の負担が増えている。さらに、人材や資金を投入した場合でも、インターネット上にコンテンツが溢れている中、採算性が不透明であり、踏み込めないのが現状。

- バラエティ・情報番組の配信では、出演者を含む権利処理が課題となっているため、地上波で放送する権利から配信・二次利用に係る権利処理の円滑化に向けた仕組みを期待したい。

- 配信における最大の課題は、マネタイズとコストの乖離。現状、ローカルコンテンツ単体のデジタル広告収益は非常に限定的であるにもかかわらず、配信や権利処理のコストが先行発生している。特に、権利処理手続の標準化と、持続可能なビジネスモデルの早期確立が急務。

- 県外へのインターネット配信を通じて、県外に移住した人や若年層などのデジタル接点を構築していきたい。放送に頼る収益の形をやめる方針となり、放送と通信の垣根がなくなった現状においては、放送外の案件に関しても、県内にとどまらず、県外に出て積極的に行動する方向性に変えた。最近では、東京でのご当地PR企業イベントをPodcastで配信したり、県外に流出した方に向け積極的にPRすることを心がけている。成果を具体的に計測することは難しいが、こうした地道な努力が自社の位置付けにつながることを期待している。

- 自社制作番組のインターネット配信数を増やすため、権利処理や人員確保に加え、配信上でのローカル番組の認知度向上が課題。

主査ヒアリング（民放ローカル局）結果概要（５/６）

６.視聴データ

- ローカルセールスにおいて、出稿や値付けに視聴率を使う場面がとても少なく、使わないものへの費用負担という感触を持っている。
- （住民同士がお互いに顔と名前を多少なりとも知っている状況にある中で、）地域のプライバシーについての実態をもう少し把握してみることが必要になるのではないか。個人情報の利用目的を明確にできれば、利活用が進む可能性がある。
- キー局とローカル局の売上には大きな格差があるが、データの収集管理にかかるコストは局の規模に関わらず一定。放送免許のエリアを越えて、全国の系列で連携してデータについて取り組んでいきたい。
- 視聴率データをセールスの指標や番組制作の向上に活用しているが、取得地域やサンプル数が限られており、正確な視聴率の把握は難しい状況。今後はキー局等で先行して検討が進められている非特定視聴データの活用を参考にしたい。
- 個社単独での利活用は進んでいるとは言えない状況だが、費用高騰により視聴率調査の維持が困難になっているため、視聴データを活用した代替方法による費用低減を望んでいる。単独局でのデータ量や分析リソースには限界があるため、民放共通の広告指標として活用し、地上波の価値をデジタル広告と同等水準まで引き上げていく業界連携を強く期待する。
- 47都道府県のうち主要都市は直接調査されるが、自身の地域は推計でデータを出されることが多い。同県の在民放が一緒になって（ファーストパーティデータについて）取り組んで行くべきではないか。
- 現時点では、どのようなニュースや番組が県民に受け入れられているのかを視聴率を精緻に分析することで、番組の向上に繋げているが、視聴データの活用についてはまだ出来ておらず、今後検討していきたい。

主査ヒアリング（民放ローカル局）結果概要（６/６）

７.その他

- AI等の技術は取り入れているが、社内で生成AIのガイドラインを策定し、事実確認が不十分な情報は放送に乗せないようにしている。
- 駅前ビジョンで地域情報と災害時情報などを発信している。
- 新卒で就職を希望する人には、自治体との併願が非常に多い。気づかぬうちに、放送局としてやっていることが公共的だと受け取られるようになっているのではないか。
- 地域内の地元活字メディアと連携し、クロスメディアでの地域課題の発信や現場での共同ニュース企画を展開。
- 日本郵便にこれまでの自社の防災・減災の取組を理解いただき、協定を結んだ。災害時を想定した情報伝達協力の表明を行った他、今後は日本郵便の持つ救命救急の知識や我々の持つ伝え方の知識について相互に講習を行う予定。この取組を全国に発信していきたい。

主査ヒアリング（視聴者）の概要

ヒアリング日時

令和８年10月21日 17:00~18:00　（ヒアリング対象：20代の学生６名）

ヒアリング項目

（１）放送とインターネット配信の視聴実態

（２）放送の価値・役割に対する意見

（３）NHKの役割に対する意見

（４）プロミネンス（放送コンテンツの優先表示）に対する意見

（５）視聴データ活用に対する意見

主査ヒアリング（視聴者）結果概要（１/６）

１．視聴実態

- テレビは朝の準備をする時間に流し見の形で視聴することが多い。
- 実家にいる時は地方の夕方のニュース番組を家族で見ていたが、一人暮らしを始めてからは見る機会が減った。
- 普段テレビを視聴する機会がなく、ニュース等の情報はSNSから入手している。
- 放送時に家にいれば、大画面で視聴でき、なおかつ権利の都合で見られなくなる部分が無いため、同時配信よりテレビを優先することが多い。
- テレビの地上波放送だけでなく、YouTubeやTVerなどの広告付き無料ネット配信も視聴している。
- SNS上の情報は広まるスピードは速いが、誤情報や個人の投稿も含まれている。一方、放送は、多くの関係者が関与して制作されるため、SNS上の情報と比べて信頼性や正確性が高い。災害発生時も、まずテレビで情報を確認することが多い。
- テレビは、地域のイベントなど地域に根差した情報を得やすいため、地域情報を収集する際はテレビを利用する。
- テレビは、一人暮らしを始めてから購入しておらず、テレビを見る機会はない。ニュースは、スマホから入手しており、気になったニュースに関しては、自分で検索して調べている。

主査ヒアリング（視聴者）結果概要（２/６）

2.放送の価値・役割

- 家族や友人と同じ番組をリアルタイムで視聴し、感想を共有できることがテレビならではの魅力。
- 災害発生時に一番最初に確認する情報元はテレビであり、その後スマホで情報を仕入れていることが多い。
- テレビで放送されている情報の方が信憑性が高く、SNSよりもそちらを利用することが多い。
- 災害時にSNSよりもテレビの情報を先にチェックするのは、安心感があるため。何か起こって不安な時にSNSの不確実な情報を受け取るのは怖い。
- テレビニュースは信頼性が高い情報が得やすい。一方、SNSは情報の広まるスピードが速い点が特徴だと思っている。ただし、SNSにはデマ情報も多くあるため、情報の正確性に違いがある。
- テレビの方が地元のイベントごとや地域に根差した情報が手に入りやすい。
- 放送されるまでに取材・確認・編集を行っているため信頼性が高いのではないかと感じている。また、テレビは放送局が重要だと判断した幅広い情報が流れる印象があるが、SNSや動画配信サービスでは個人の好みや興味に合った情報が表示されやすくなっていると感じる。
- 意図していない偶発的なコンテンツとの出会いがある。ネットや動画配信サービスでは自分で見るコンテンツを選択する、または自分の好みに合わせたおすすめが表示されることが多いが、テレビでは決まった時間に決まった番組が流れており、不意にテレビをつけていた時に、面白いドラマ、アニメ、スポーツ、バラエティに出会い、自分の好きなコンテンツが増え興味が広がるという点で、テレビで視聴することには価値があると感じる。
- スマートフォンは検索することが必須だが、テレビではニュースや社会問題について電源をつけるだけでまんべんなく知ることができる。世の中について特定の話題ではなく、幅広い情報を知りたいときはテレビを見る。

主査ヒアリング（視聴者）結果概要（３/６）

3.NHKの役割に対する意見

- 例えば、野球の地区予選大会のように、地元の友人が出ている場合や、地元に関連するスポーツ中継を視聴している。
- 幼少期から教育番組を見て育った世代なので今でも教育番組を視聴することがある。自分が親世代になったときにも、同じように子供に見せて育てたいなと思う。
- 親戚の子供に会う前にはNHKの番組の歌を覚えていって、一緒に歌ったりしている。また、たまに友人と一緒にこんなのがあったよねと話題に出すことも多い。歌のように耳から仕入れた情報が今でも残っているものが多いので、そのようなところがNHKのよいところだと思う。
- 若者が普段利用しているSNSや動画配信サービスも活用し、テレビをあまり見ない人にも情報が届くようにしてほしい。
- どのように利用されて役立っているか、国民に分かりやすく発信してほしい。
- NHKは災害時にどこの放送局よりも早く正確な情報を届けてくれる、非常に信頼性の高いメディアというイメージを持っている。ニュースや教育番組を中心に堅実で真面目な内容が多い放送局だと感じる。民間放送事業者はエンタメ的なトレンドを意識した多彩な番組を提供し、NHKは災害報道や教育・文化など公共性の高い情報を全国へ公平に届ける役割がある。受信料制度については、公的インフラを維持するために必要であると思う一方で、テレビ離れや多様な配信サービスが展開される中では、受信料を払う納得感がそこまで高く感じられない面があると思う。
- 民放は娯楽性の高い、みんなのための情報を伝える役割がある一方で、NHKは防災や地域情報など公共性が高く、特定の人のための情報を伝える役割がある。受信料に関してはコンテンツを視聴している以上は払うべきだと考える。
- NHKは災害時の速報やニュース等の視聴に特化している。公共放送事業者として、国民にしっかりと情報を発信する義務があると思う。

主査ヒアリング（視聴者）結果概要（４/６）

3.NHKの役割に対する意見（続き）

- NHKは災害時のニュースや全国各地の情報を伝える役割が大きいと思う一方で、民放に比べると、普段から積極的に視聴する機会は少ない。NHKは災害情報や教育、地域の情報など、誰もが必要とする情報を幅広く提供する役割があり、民放は娯楽番組や独自の企画などを通じて、多様なニーズに応える役割があると思う。受信料については、公共性の高い情報を安定して提供するために必要な面があると感じる一方で、テレビをあまり見ない人や、インターネットを中心に情報を得ている人にとっては、負担に感じると思う。

- NHKはどの地域に行っても絶対に放送していて、ニュースなどは一番信頼している。どこよりも早く、正確であり、またわかりやすい放送をしているのはNHKであると思う。

- NHKは幼少期によく見ていて、教育番組が充実しているイメージ。

4.プロミネンスに対する意見

- SNSでは個人の関心に応じた情報が優先的に表示され、フィルターバブルやエコーチェンバーが生じる可能性があるため、放送コンテンツを優先的に表示し、誰もが公平に情報に触れられる機会を確保できるのは良い。

- プロミネンスの法制化については消極的である。視聴者の選択に委ねたとしても十分な効果が得られないと考えるため、放送事業者と連携した取組が良いのではないか。

- プロミネンスが実施されても、新たな番組やコンテンツを知るきっかけにはなるものの、視聴行動への大きな影響はないと考えるが、制度として導入されたら少なからず反感を買ってしまうのではないか。

- プロミネンスは、自発的に情報を収集しなくても、災害情報や地域のニュース、信頼できるニュースが真っ先に目に入るため、安心感につながると感じる。情報過多な時代において非常に有効な取組。

主査ヒアリング（視聴者）結果概要（５/６）

4.プロミネンスに対する意見（続き）

- プロミネンスとしてホーム画面に表示されても、自分は見たいコンテンツを探しているから視界に入らないと思う。プロミネンスによって情報空間の偏りは多少緩和できると思うが、自分と同じように見たいコンテンツを探していく中で信頼性がある放送番組が出てきても無視する人は一定数いると考える。

- 公共性の高い放送番組が見つけやすい位置に表示されることには賛成。災害情報や地域のニュースなど、生活に必要な情報を簡単に得られるようになるため安心した生活につながると思う。ただし、国が表示方法を決めることで、視聴者の選択の自由が制限される可能性があるため、優先表示を義務付ける制度には反対。

- 緊急で災害情報が何分間か流れるのは良いが、日常的に表示された場合、他のコンテンツに集中できなくなってしまうと感じる。視聴が増えるかわからないが、信頼性のある放送番組に触れる機会が増えることが重要だと思うので類似の制度を設けるべき。

- 普段は自分の興味がある動画を優先して選ぶことが多いため、災害情報や地域のニュースなど、普段はあまり意識していない情報に触れるきっかけになると思う。特に災害時には、必要な情報をすぐに確認できるため、見つけやすい位置に表示されることは便利だと感じる。優先表示する対象は災害情報や緊急性の高いニュースなどに限定するべきだと思う。全てのニュースや番組を優先表示すると、利用者が自分の好きなコンテンツを自由に選びにくくなる可能性があるため、特に重要性や緊急性の高い情報を優先することで、利便性と選択の自由を両立できると思う。

主査ヒアリング（視聴者）結果概要（6/6）

5.視聴データ

- データ漏えいの恐れがあるため不安はある。利用者へのわかりやすい説明と明確な同意を得ることで、データ取得目的や管理方法についての透明性を高めることが必要。
- CMを見ることに嫌悪感を抱く人も多いと思うため、趣味嗜好に合ったCMが流されるのはストレスが軽減される可能性があり、メリットがある。
- 自分の興味や関心に合ったCMが流れることで、商品やサービスを知るきっかけになり、興味のない広告を見る機会も減ると思う。
- 関心のあるCMばかり流れると自分の世界の中に留まってしまい、新しい発見や興味が広がらない。テレビCMを通じて無意識に新しい商品や文化を知り、興味を持つケースも多いため、パーソナライズされすぎることで偶発的な出会いが減る点に懸念を感じる。利用者へのわかりやすい説明と明確な同意を得ることで、データ取得目的や管理方法についての透明性を高めることが必要。
- 視聴データの活用によるCM制御については、CMは色々なことを知れる機会だと考えているため、メリットを感じない。番組改善のために使われる、サブスクのように番組レコメンデーションのために使われることは許容できる。
- 自分に合った番組を見つけやすくなるため、番組改善と番組のおすすめへの利用は許容できる。しかし、広告配信への利用は、個人の趣味や関心を推測されることに少し抵抗があるため、慎重に扱うべき。

6.その他

- 知りたい情報があるときは、半分程度はAIを利用している。
- 映画やアニメ、ドラマなど後から好きなタイミングで見るために、有料配信サービスを利用しないと見られないものに限定して放送を録画することがある。
- テレビでは番組からすぐ広告に移ってしまったりと広告の量が多く、動画配信サービスでも広告で途切れたりと、広告に対しては消極的なイメージを持っている。動画配信サービスで課金して広告がないプランに加入しているものもある。