報道資料

2023 年 5 月 23 日
NHK広報局

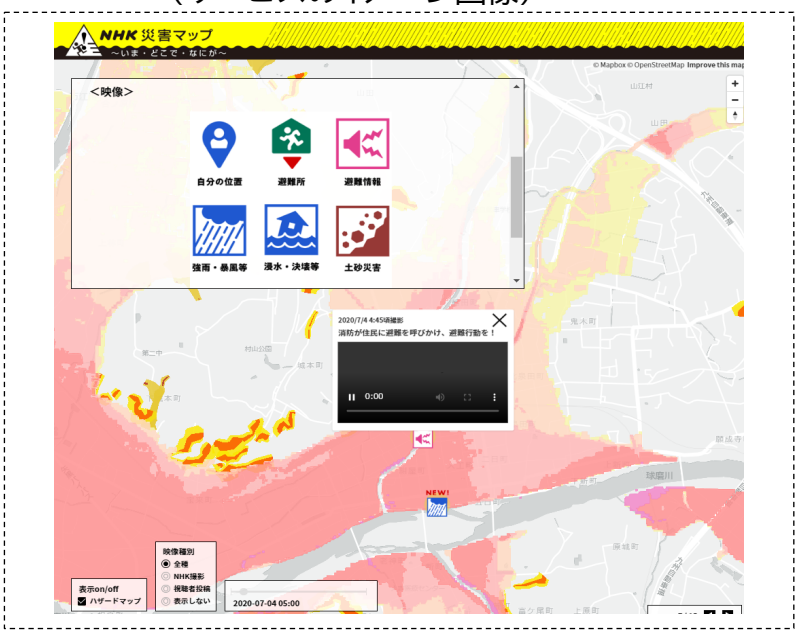
インターネットでの社会実証（第二期）の結果について

＜社会実証（第二期）の目的＞
NHKは2023年2月に、テレビを全く、あるいはほとんど見ない方を中心に「インターネット社会実証（第二期）」を実施しました。2022年4～5月に行った第一期では、情報空間の課題解決や、望ましい情報空間の実現につながるものとして一定の理解と支持が確認されました。それを受けて第二期では、さらに具体的にNHKに期待される役割・機能を検証しました。

＜社会実証（第二期）実施概要と結果概要＞　※詳細は別紙参照
・実施日程：2023年2月10日～2月24日
・実施対象：テレビを持っていない方々や日常的に利用されていない方々　あわせて約1400人
・実施方法：各サービスを体験・視聴いただいた後にアンケート調査を実施

1. 災害マップ
（検証概要）
- 防災・減災の具体的な課題として、放送で呼びかけても避難行動を起こす「避難のスイッチ」がなかなか入らないということが指摘されています。
- そこで、「過去に起きた災害」について追体験することで、「もしも」の時に避難の“行動変容”を促せるか検証しました。
- 2020年7月に熊本県の球磨川流域を中心に発生した豪雨災害を例に、NHK が取材・裏付けをした被害状況の映像などを地図上で時系列に可視化して提示しました。

（サービスのイメージ画像）



（検証結果）
- 住んでいる地域で「過去に起きた災害」について追体験する災害マップのサービスを利用したら、今後避難指示が出たときに、避難の気持ちが強まると回答した人は91．6％でした。
- 今後サービスが一般に提供されるようになった場合、88．5％の方が利用意向を示しました。

2. 一望・連続再生

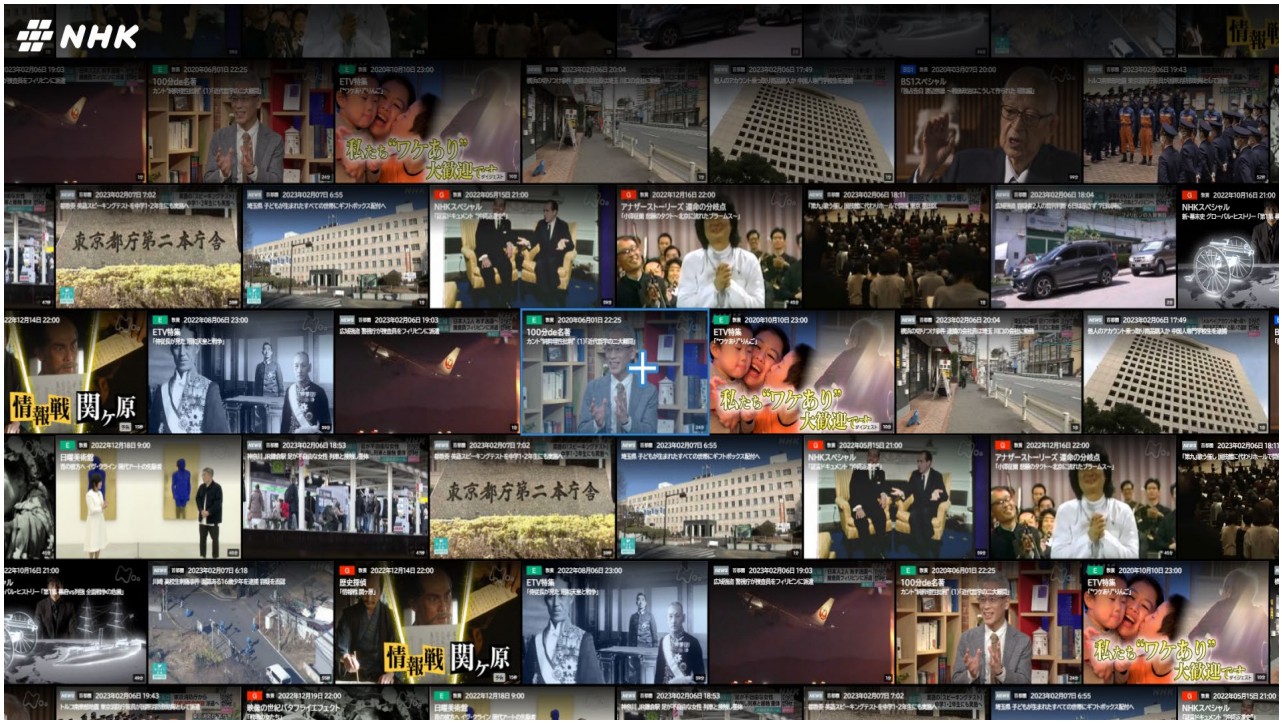
（検証概要）

- 規範的な役割・機能については第一期で評価をいただきましたが、実際には興味が向かわず使ってもらえない、一方でアテンションエコノミーに則ってしまっては意味がない、という現実に対し、NHKならではのバランスの確立をめざします。
- 多様なニュースや番組をサムネイル（縮小した画面）で一覧で提示する「一望・連続再生」では、日頃のニュースやコンテンツへのアクセスの習慣に沿って、対象を次の6つの分類に分け、「総覧視聴」「番組リスト・ニュースリスト」「検索」と一覧のコンテンツ提示の様々な手法により、放送が担ってきた多様性を提供する機能を具体的に示し、どのように受容されるかを検証しました。

日頃のニュースやコンテンツへのアクセスの習慣（日頃の情報取得の習慣）

①情報取得は受動的　　②情報取得は能動的
③レコメンドの受容性が高い　　④レコメンドの受容性が低い
⑤取得したい情報の範囲が狭い　　⑥取得したい情報の範囲が広い

（サービスのイメージ画像）



- 「総覧視聴」では、提示するコンテンツの内容を「（総覧視聴A）NHK が選んだ主要ニュースと番組」と「（総覧視聴B）自分が設定した地域ニュースと興味ジャンルの番組」をいずれも利用できるようにして体験してもらいました。
- 「番組リスト・ニュースリスト」と「検索」では、リストの分野やジャンル、検索のキーワードとは直接関連しないコンテンツをリストの内容や検索結果に混ぜてあわせて提示しました。この混ぜるコンテンツの内容は、調査の対象者別に次のAからDの4つのパターンにわけて提示しました。

A：NHKが選んだ「主要ニュース」
B：NHKが選んだ「主要ニュースと番組」、
C：NHKが選んだ「主要ニュースと番組」と自分が設定した「地域ニュース」
D：NHKが選んだ「主要ニュースと番組」と自分が設定した「地域ニュースと興味ジャンルの番組」
（コンテンツを“混ぜて”提示するか、“混ぜないか”は、自分で切り替えて選択できる。）

（検証結果）

【総覧視聴】

- 日頃の情報取得の習慣の6つの分類のうち、思いがけないコンテンツなどに触れたと広がりを実感したと回答した人は総覧視聴Aが56．0%から69．7%と、いずれも総覧視聴B（50．5%から63．0%）よりも多く、NHKが選んだ主要ニュースと番組の提示が広がり実感が高いことが確認されました。

コンテンツの広がり実感：「実感した」＋「まあ実感した」（%）

		総覧視聴A（NHKが選んだ主要ニュースと番組）	総覧視聴B（自分が設定した地域ニュースと興味ジャンルの番組）	n=
非テレビ層全体		64.6%	58.4%	1,123
情報取得の能動性	受 検索した結果、知りたかったことがわかればそれで満足する	61.7%	59.5%	420
	能 検索した結果を見て、さらに興味の深掘りのための検索をする	66.4%	57.8%	703
レコメンド受容性	高 動画やニュースなどがレコメンドされることは自分の興味に合ったものを効率的に見られるのでありがたい	69.7%	63.0%	709
	低 動画やニュースなどがレコメンドされることは余計なおせっかいだと感じる	56.0%	50.5%	414
取得したい情報の範囲	狭 自分の興味・関心のあるジャンルや好きなコンテンツだけ見ていたい	63.2%	58.0%	541
	広 興味はなくても、世の中の動きとして知っておいた方が良い情報やコンテンツには触れておきたい	66.0%	58.8%	582

…65%以上　…60%以上　…55%以上　…50%以上

Q.今回のNHK社会実証サイトで提供した「総覧視聴・連続再生」機能では、YouTubeのように関連する動画が次々に表示されるのではなく、多角的な視点のきっかけとして色々な分野のコンテンツが表示されました。この機能を利用して、思いがけないコンテンツや普段はあまり目にしないようなコンテンツに触れたことを実感しましたか。
出所）社会実証調査（2023年2月実施）

- 日頃の情報取得の習慣の6つの分類では、「状況に応じて総覧視聴のAとBどちらも利用したい」「Aを利用したい」とそれぞれ回答した人をあわせると73．0%から82．8%となり、「NHKが選んだ主要ニュースと番組」の提示に、一定の利用意向があることが確認されました。

【番組・ニュースリスト】

- リストの内容に、4つのパターンを混ぜた結果、日頃の情報取得の習慣の6つの分類で、パターンBは、52．0%～66．9%の人が思いがけないコンテンツなどに触れたと広がりを実感したと回答。6つの分類のうち、4つの分類で、パターンBは、ABCDのパターンの中で最も多い結果でした。

リストの分野やジャンルとは直接関連しないコンテンツの混ぜ方

コンテンツの広がり実感：「実感した」＋「まあ実感した」（%）

		A NHKが選んだ主要ニュース	B NHKが選んだ主要ニュース＋番組	C NHKが選んだ主要ニュース＋番組、自分が設定した地域のニュース	D NHKが選んだ主要ニュース＋番組、自分が設定した地域のニュース＋興味ジャンルの番組	n=
非テレビ層全体		58.0%	61.4%	53.0%	58.0%	1,123
情報取得の能動性	受 検索した結果、知りたかったことがわかればそれで満足する	59.4%	65.1%	49.1%	57.6%	420
	能 検索した結果を見て、さらに興味の深掘りのための検索をする	57.2%	59.2%	55.8%	58.2%	703
レコメンド受容性	高 動画やニュースなどがレコメンドされることは自分の興味に合ったものを効率的に見られるのでありがたい	62.3%	66.9%	57.4%	62.4%	709
	低 動画やニュースなどがレコメンドされることは余計なおせっかいだと感じる	52.1%	52.0%	44.9%	49.5%	414
取得したい情報の範囲	狭 自分の興味・関心のあるジャンルや好きなコンテンツだけ見ていたい	52.7%	64.1%	53.3%	53.4%	541
	広 興味はなくても、世の中の動きとして知っておいた方が良い情報やコンテンツには触れておきたい	62.6%	58.7%	52.8%	62.1%	582

…65%以上　…60%以上　…55%以上　…50%以上

Q.この機能を利用して、思いがけないコンテンツや普段はあまり目にしないようなコンテンツに触れたことを実感しましたか。
出所）社会実証調査（2023年2月実施）

- 日頃の情報取得の習慣の6つの分類では、“混ぜる”と“混ぜない”を「どちらも利用したい」「常に混ぜて利用したい」と回答した人をあわせると、69．4%～91．3%と、リストの内容とは直接関連しないコンテンツを混ぜる提示に一定の利用意向があることが確認されました。
- このうちパターンB「NHKが選んだ主要ニュースと番組を混ぜる提示」の利用意向は、79．4%から84．8%で、NHKが選んだ主要ニュースと番組を混ぜる提示に一定の利用意向があることが確認されました。

【検索】

- 検索結果に、4つのパターンを混ぜた結果、日頃の情報取得の習慣の6つの分類で、パターンBは、50.0%～59.0%の人が思いがけないコンテンツなどに触れたと広がりを実感したと回答。6つの分類のうち、5つの分類で、パターンBは、ABCDのパターンの中で最も多い結果でした。

検索結果に提示した、検索キーワードとは直接関連しないコンテンツの混ぜ方

コンテンツの広がり実感：「実感した」＋「まあ実感した」(%)

		A NHKが選んだ主要ニュース	B NHKが選んだ主要ニュース＋番組	C NHKが選んだ主要ニュース＋番組、自分が設定した地域のニュース	D NHKが選んだ主要ニュース＋番組、自分が設定した地域のニュース＋興味ジャンルの番組	n=
非テレビ層全体		53.5%	55.7%	47.0%	49.6%	1,123
情報取得の能動性	受 検索した結果、知りたかったことがわかればそれで満足する	50.0%	55.7%	45.7%	44.6%	420
	能 検索した結果を見て、さらに興味の深掘りのための検索をする	55.6%	55.7%	47.9%	52.2%	703
レコメンド受容性	高 動画やニュースなどがレコメンドされることは自分の興味に合ったものを効率的に見られるのでありがたい	58.1%	59.0%	48.1%	53.0%	709
	低 動画やニュースなどがレコメンドされることは余計なおせっかいだと感じる	47.1%	50.0%	44.9%	43.2%	414
取得したい情報の範囲	狭 自分の興味・関心のあるジャンルや好きなコンテンツだけ見ていたい	45.8%	56.3%	48.2%	49.6%	541
	広 興味はなくても、世の中の動きとして知っておいた方が良い情報やコンテンツには触れておきたい	60.0%	55.1%	45.8%	49.7%	582

…65%以上 …60%以上 …55%以上 …50%以上

Q.この機能を利用して、思いがけないコンテンツや普段はあまり目にしないようなコンテンツに触れたことを実感しましたか。
出所）社会実証調査（2023年2月実施）

- 日頃の情報取得の習慣の6つの分類では、“混ぜる”と“混ぜない”を「どちらも利用したい」「常に混ぜて利用したい」と回答した人をあわせると、64.3%～89.6%と、検索結果とは直接関連しないコンテンツを混ぜる提示に利用意向があることが確認されました。

- このうちパターンB「NHKが選んだ主要ニュースと番組を混ぜる提示」の利用意向は、76.1%から85.5%で、NHKが選んだ主要ニュースと番組を混ぜる提示に一定の利用意向があることが確認されました。

【全体まとめ】

- 災害マップでは、住んでいる地域で「過去に起きた災害」について追体験する機能を利用するとしたら、将来の「もしも」の時にこれまでよりも避難の気持ちが強まるとの高い評価が得られました。将来の災害時に、ネットサービスで、避難の“行動変容”を促せることが確認できたと考えています。

- 一望・連続再生では、日頃の習慣で、自分の興味・関心のあるコンテンツだけで満足する人などでも、そうでない人でも、「NHKが選んだ主要ニュースや多様なジャンルの番組」の提示に、思いがけないコンテンツなどに触れられた、利用したいとの評価が一定程度得られました。アテンションエコノミーに則らないで、興味が向かい使ってもらえる意向が確認でき、NHKならではのバランスの確立をできる見通しが確認できたと受け止めています。

- 災害マップ、一望・連続再生のいずれも、放送の効用を企図したサービスで、同様の効用をもたらすことが確認されたと言えるのではないかと考えています。