

番組審議会

第702回

2026年3月16日

■ 委員の出席

委員長	音	好	宏	
副委員長	江	澤	佐知子	
委員	田	中	東子	谷本歩実
	洞	口	依子	長嶋有
	二	関	辰郎	水無田気流
	目	加	田	説子
	川	喜	田	尚 (レポート提出)

TBSテレビ	龍	宝	社長
	合	田	専務
	井	上	取締役
	三	城	コンテンツ戦略局長
	荒	井	報道局長
	奥	野	報道局 編集部 統括編集長
	赤	川	「選挙の日2026」 制作プロデューサー
	宮	本	「選挙の日2026」 番組プロデューサー
	藤	田	編成考査局長
	浜	崎	カスタマーサクセス室長
	満	田	番組審議会事務局長

■ 議事概要

1. 審議事項

- (1) 衆議院選挙報道「選挙の日」
- (2) その他

2. 報告事項

(1) 2026年度上期の編成方針

(2) 「TBSグループ 人権WEEK2026」について

3. 事務局報告事項

(1) 視聴者からの声

(2) 次回審議会の議題及び日程

【審議番組について】(衆議院選挙報道「選挙の日」)

公示から投開票までわずか16日間、戦後最短となった今回の衆議院選挙。超短期決戦だからこそ、有権者の「ちゃんと知りたい」という気持ちに応えるべく。地上波・デジタルの両輪で選挙報道に取り組んだ。

投票に資する情報を投票日前に提供するため、力を入れたのが事前報道キャンペーン「選挙の日、そのまえに。」。報道・情報番組あわせて160本・16.5時間という他局を上回る放送量でより豊かな選挙情報を届けた。テレビ放送を縦軸・デジタルを横軸に、情報の広がりも重視。特に力を入れて時間を割いたのは「選挙情勢」、データに基づく正確な情勢を伝えた。

開票特番「選挙の日2026」では、序盤は「結果」をいち早く正確に伝え、中盤には結果を受けて「トップの覚悟は？」を問う各党党首との掛け合い中継、終盤はこの先どういうことが起こりうるのか「明日につながる視点」を提示。また「結果を全ての人に伝える」ため、テロップ・CGには「カラーUD(ユニバーサルデザイン)」を採用、さらに「音UD」として人がしゃべる周波数とかぶらないBGM選びを行った。

一連の選挙報道を通して、各党の党首・キーマンに「あなたはどこまで本気なのか」と覚悟を問うスタンスで臨んだ。

【委員の主な意見】

<選挙報道全般について>

- 急に決まった選挙で、テレビの現場も大変だったのは容易に想像できる。短時間で何をやるか非常に発奮、ある意味充実した内容になっていたのでは。

- 今回のように多数の政党が出ていて何を判断基準にしたらいいか迷いがちな中、論点整理をし、かみ砕いて説明、わかりやすい報道を心がけていた印象。
- 政治にSNSの影響力が極めて大きくなっていく中、バランスをとって報道しようという意思が感じられた。

<事前報道キャンペーン「選挙の日、そのまえに。」について>

- 「政治的公平性」が放送法第4条にあるが、全く問題なくしっかりやっていた。「質的公平」という点からも非常に努力していたと思う。
- 投票日前日の「報道特集」は防衛費の増税などを扱う非常によい内容だった。期日前投票が増えている中、可能ならばもっと早い時期に放送してもよかった。
- いきなり党首討論を見せるのではなく、その前に現在の日本の社会課題が何であるかを入れると、日本がいま置かれている政治的文脈の中で党首討論の見どころがわかるのではないかと思った。
- 情勢報道で圧勝、圧勝と繰り返し伝えることで、バンドワゴン効果のような影響を及ぼしていなかったか。TBSだけの問題ではないが、今後改善すべき点として検討する必要があるのでは。

- 情勢報道について逆の言い方をすると、TBS/JNNはそれだけ分析能力があるということ。その分析に基づいた形での展開をすることはとても大事。

<開票特番「選挙の日2026」>

- 分析がわかりやすく、選挙が“推し活”化している現状を理解するのに役立った。SNSの動向をタイムリーに俯瞰できるのはテレビならではだと思ふ。
- 太田光さんの、高市氏への「どう責任をとるおつもりですか」という質問。

「今回はそこを追及した」という狙いがあったと伺って、率直な気持ちを上手に引き出したのかなと思った。

- 当選した議員にキャッチフレーズのような言葉をつけていた。他局で評判がよかったものを各社横並びで取り入れているのだろうが、今回これほどの大差が付いた選挙結果の中で「キングダムが好き」みたいなものはしらけた。あれはやめてもいいのでは。

<デジタルとの連携>

- NEWS DIGと連動させて、ノーカット動画や全文配信などを行っていたのは意義深い。より知ろうとする有権者には極めて親切なコンテンツ。
- 情報源としてNEWS DIGを活用した。テレビだけだとどうしても聞き逃すことがあるが、DIGでは自分の知りたいことを深掘りできるのが非常にいい。情報のデジタル化というものの具現化に成功している。
- テレビを縦軸、横軸をデジタルとしたとき、座標軸は視聴者が探し出すのか。ものすごい情報量の中、そこから何をチョイスするのか難しい時代になった。

<今後の選挙報道に望むこと>

- 政党の「成績表」、掲げてきた公約をどれだけ達成したのかという検証があまりない。選挙の前にきちんと検証した上で「じゃあ今回どうなんですか」という報道がいいのではないか。
- 選挙よりもっと前、選挙以外の時期から、政治、政策の知識や文脈作りを絶えず心がけていかないと間に合わないんだと実感した。
- 選挙期間中だけでなく、日頃の情報提供が重要。選挙制度自体の問題といった点では、中長期的に取り上げて検証していく必要があるのでは。有権者に判断材料を提供する報道を続ける意義は重い。

- 公約・重点政策は、単なる選挙対策のためのお題目ではないはず。報道機関はあいまいな点を深掘りし、選挙後も定期的なチェックを実施、日常の報道にもそのデータを活かすなど、そのときだけの特番ではない報道を望む。

【局からの回答】

- 検証、成績表という話は、事前報道の内容を決める段階で話に上がったが、一方で評価の基準が非常に難しいとも感じていた。次の選挙では、改めて考えていきたい。
- 委員の皆さんの指摘で共通していたのが“文脈”。情報のバブル化が進むSNS時代に、どれだけマスメディアが対話の土台となる文脈を提供できるのか。より丁寧な情報発信が求められると改めて感じた。
- 普段から政治の文脈を伝えることが大事だというご指摘、本当にそうだなと思った。太田光さんの質問が「意地悪」と言われる時代だが、そこをあきらめてはいけなくて、普段から聞くべきことを聞く、伝えるべきことを伝える、ということをやらなくてはいけないんだという思いを新たにした。事前報道の重要性が増すなか、「次の選挙報道はもう始まっている」という気概で日頃の報道に取り組んでいきたい。