

「外国人向けの映像による国際放送」の在り方とその推進方策

＜平成18年 諮問第10号 答申＞

答申（案）の概要

平成19年8月2日
情報通信審議会

「外国人向けの映像による国際放送」の在り方とその推進方策 答申の主な内容

映像国際放送強化の狙い・目的

『日本の対外イメージの向上、親日感の醸成』『欧米によるアジア理解の向上』を通じて、『日本のプレゼンスの向上、国際世論形成力の向上』を目指す。究極的に産業、観光振興等『幅広い国益の増進』を期待。

映像国際放送の具体的方向性

視聴者層

オピニオンリーダー及び次世代に重点。

番組編成

他の国際放送に見られない特色、斬新なアイデアを投入。工業デザイン、アニメ等現代日本文化を積極的に発信。等身大の日本の今を伝える。

アジアの視点

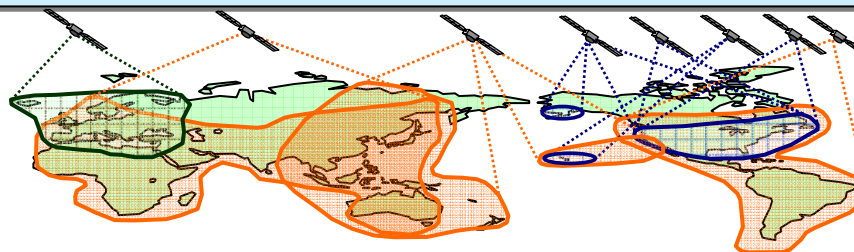
アジア関連情報の充実。日本的、アジア的な見地からの報道姿勢。

受信環境

地域衛星やケーブルチャンネル等、対象地域等に応じた効果的な配信方法の選択。インターネットの活用。

放送開始時期

平成20年度後半中の放送開始を目指す。



映像国際放送の事業主体及び財源の在り方

事業主体の枠組

「外国人向け」の番組制作及び送信業務をNHK子会社に委託。併せ、子会社自身も独自の放送を実施。

NHKの既存のリソースを有効に活用しながら、「外国人向け」放送に特殊なノウハウを子会社に効率的に蓄積、発展させていく。

見込まれる費用、収入

BBC等とほぼ同レベルの番組編成を実現する場合のシミュレーションを実施。事業の安定性の観点から、持続的・安定的な国費投入等が不可避。

国費投入及び国の関与

国費投入に伴う効果検証のための仕組みを検討。

民間による出資及び支援

出資及び出資以外の物的・財政的支援を幅広く確保するための方策を検討。

広告収入(子会社独自放送部分)

ブランドイメージ広告出稿の可能性を追求。

財源、物的・人的資源の確保に向けて

関係省庁による主体的かつ一体となった予算要求。(アジア・ゲートウェイ構想、知的財産戦略本部の取組等、省庁横断的な取組との連携又は活用。)

民間に広告出稿、資金提供等を促すための環境整備。(税制上の優遇措置、民間企業がステークホルダーへの説明責任を果たすことが可能な仕組み作り等)

人的交流の推進による、民間ノウハウの導入及び開拓精神の発揚。

答申のポイント ～中間とりまとめからの主な変更点

<p>1 放送開始時期の前倒し →「4(7)放送開始時期」 (本文P9)</p>	<p>「平成21年度当初からの放送開始」を、「平成20年度後半中の放送開始」に変更。</p>
<p>2 新たな経費試算 →「5(1)見込まれる費用、収入」 (本文P10～11)</p>	<p>運営経費「230～270億円」について、新たな試算結果として事業主体枠組み第2案(NHK国際放送の業務委託)を前提にする場合の試算結果を追加。</p>
<p>3 国費投入に伴う効果検証方法の具体化 →「5(2)国費投入及び国の関与」 (本文P11)</p>	<p>効果検証の仕組みの具体例として、「政策評価法に基づく政策評価制度の活用」等の記述を追加。</p>
<p>4 民間による支援方法の具体化 →「5(3)民間による出資及び支援」 (本文P12)</p>	<p>民間による支援について、「税制上の優遇措置」のほか、出資企業が「ステークホルダーへの説明責任を適切に果たすことを可能とする仕組み作り等」の記述を追加。</p>
<p>5 広告収入の可能性の明示 →「5(4)広告収入」 (本文P12)</p>	<p>いわゆるブランドイメージ広告について、「番組編成・内容の訴求力如何によっては伸張する可能性もあり」との記述を追加。</p>
<p>6 事業主体の枠組みの特定 →「5(5)事業主体の枠組み」 (本文P12～14)</p>	<p>第1案(NHK国際放送とは別スキームとする)、第2案(NHK国際放送の業務委託)両論中立的な記述を、「第2案を基本とすることが適当」との記述に変更するとともに、その理由を記述。</p>
<p>7 省庁一体となった予算確保 →「6(1)財源及び物的・人的資源の確保」 (本文P15)</p>	<p>関係省庁連携による予算要求について、「アジアゲートウェイ構想、知的財産戦略本部、観光立国推進戦略会議による取組等との連携」との記述を追加。</p>

映像国際放送の在り方に関する検討委員会・中間とりまとめの主な内容

映像国際放送強化の狙い・目的

『日本の対外イメージの向上、親日感の醸成』を通じて、『日本のプレゼンスの向上、国際世論形成力の向上』を目指す。究極的に産業、観光振興等『幅広い国益の増進』を期待。

映像国際放送強化の具体的方向性

対象地域

限定せず、地域等に
応じた番組編成に配慮。

視聴者層

オピニオンリーダー
及び次世代に重点。

番組内容

他の国際放送に見ら
れない特色、斬新なア
イディアを投入。

使用言語

当面、英語を使用。
次のステップとして英
語以外の言語を考慮。

受信環境

対象地域等に応じた効
果的な配信方法の選択。
インターネットの活用。

映像国際放送の事業主体及び財源の在り方

事業主体の枠組

①NHK国際放送とは別スキームの新放送主体として創設②NHK国際放送のうち、外国人向け放送を委託して実施させる、2案あり。「実施主体がNHKの既存のノウハウ、資産を十二分に活用できる」等の観点から、第2案がより適切との見方が可能であるが、慎重な検討が必要。

見込まれる費用、収入

放送局新設の場合、運営費は
最大で230～270億円。
事業の安定性の観点から、国費
投入等が不可避。

国費投入及び国の関与

国費を投入する以上、効果検証
のための仕組みが必要。
編集権の所在の明確化、番組編
集の自由の適切な担保も必要。

民間による出資及び支援

出資及び出資以外の物的・財政的支
援を幅広く確保するための方策を検
討すべき。

広告収入

グローバル広告への需要は
あまり期待できず、直接広告
でない資金提供等の仕組み
の導入の検討も必要。

従来の枠組みにとらわれない、真に実の挙がる取組

関係省庁が主体性を持ち、かつ一体となって、予算要求に当たる

民間に広告出稿、資金提供等を促すための環境整備

人的交流の推進による、民間ノウハウの導入及び開拓精神の発揚

現行の命令放送制度を新国際放送に適用することは避けるべき。
現行制度の「命令」という言葉が誤解を与えるおそれがあり、この際、併せて十分な検討を行うことが適切。

參考資料

政策部会及び総会での主な議論

情報通信政策部会（平成18年12月21日）

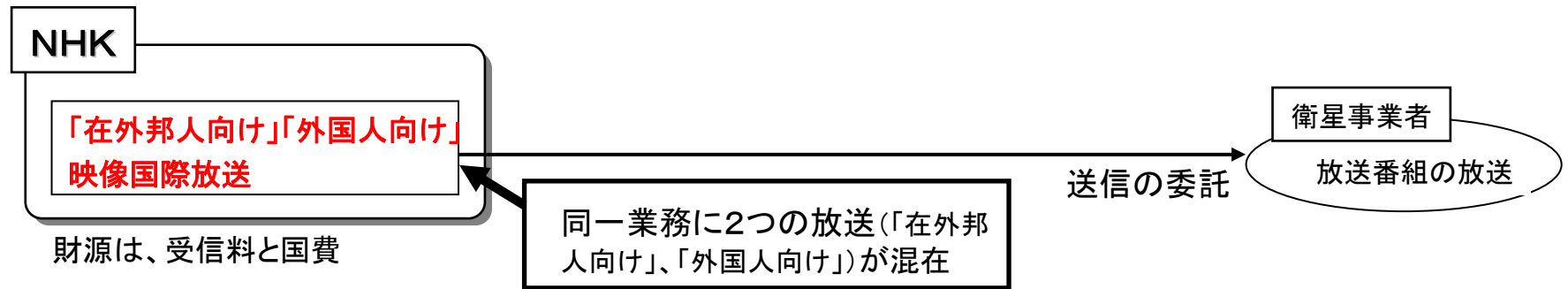
- 広告ニーズについては、業界ヒアリングを実施し、検証すべき。番組に魅力があれば企業は検討の余地もあろう。輸出を行う企業等であれば、オリジナルCMの制作もあり得るだろう。
- 新映像国際放送の実施にふさわしいコンテンツについて、専門家も交えた検討を行うべき。
- 国費投入の効果検証の必要性に関する記述について、民間による支援についても同様に、説明責任があることを明示した記述にすべき。
- ニュース中心番組か、エンタメ中心の文化紹介番組とするか、どのようなスタンスの放送とするかで経費や広告の取り方も変わる。
- 専用チャンネルを獲得して放送するのではなく、既存チャンネルに番組販売や放送枠購入を行う戦略も可能ではないか。
- 海外で認知してもらうには、放送と同時にネット配信も重要。また、チャンネル認知のための周知広報費用も必要。
- インターネット配信を基本にして受信環境を整備すれば、莫大な国費投入は不要ではないか。

情報通信審議会 総会（平成19年1月9日）

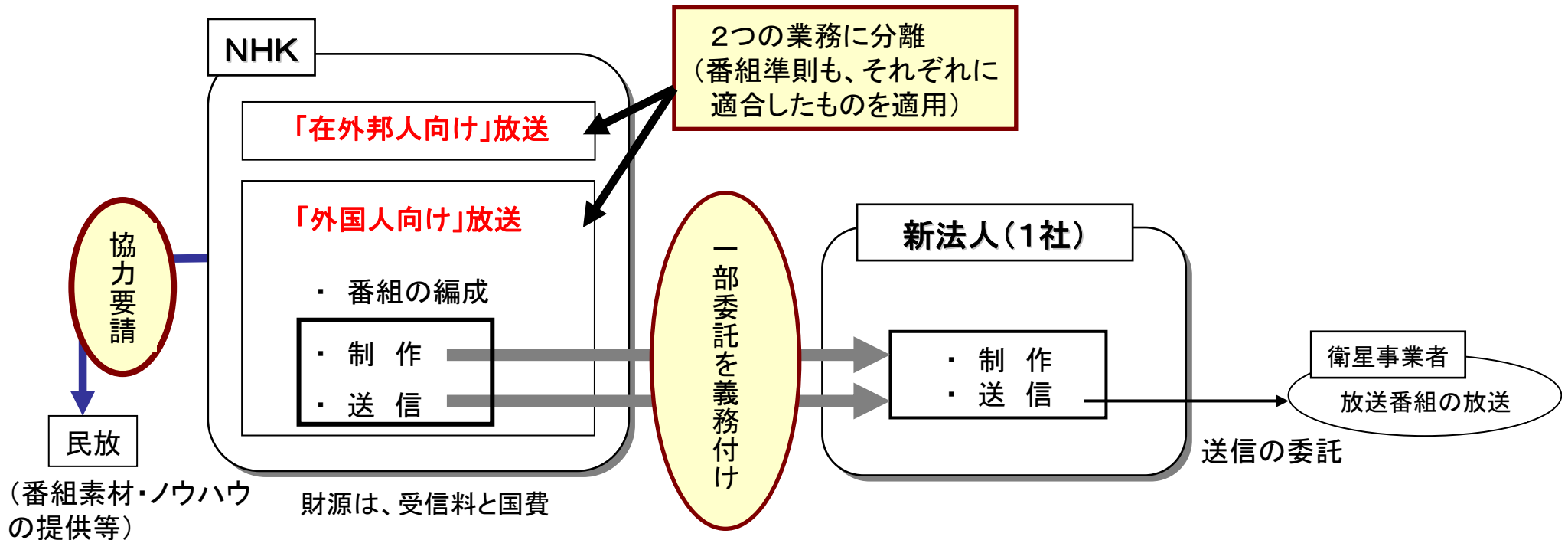
- コンテンツの充実が不可欠。
- CMの有効性についても検証すべきであり、現地日系企業等のヒアリングを実施すべき。
- 予算額の精査・検証、出資者のアカウントビリティの確立が必要。
- 国費を投入する以上、費用対効果を明確にすべき。
- コンテンツは国内から調達し、日・中・西のマルチリンガルで配信すべき。また、インターネットと連携させるべき。

新たな国際放送のイメージ(1)

〔現行〕

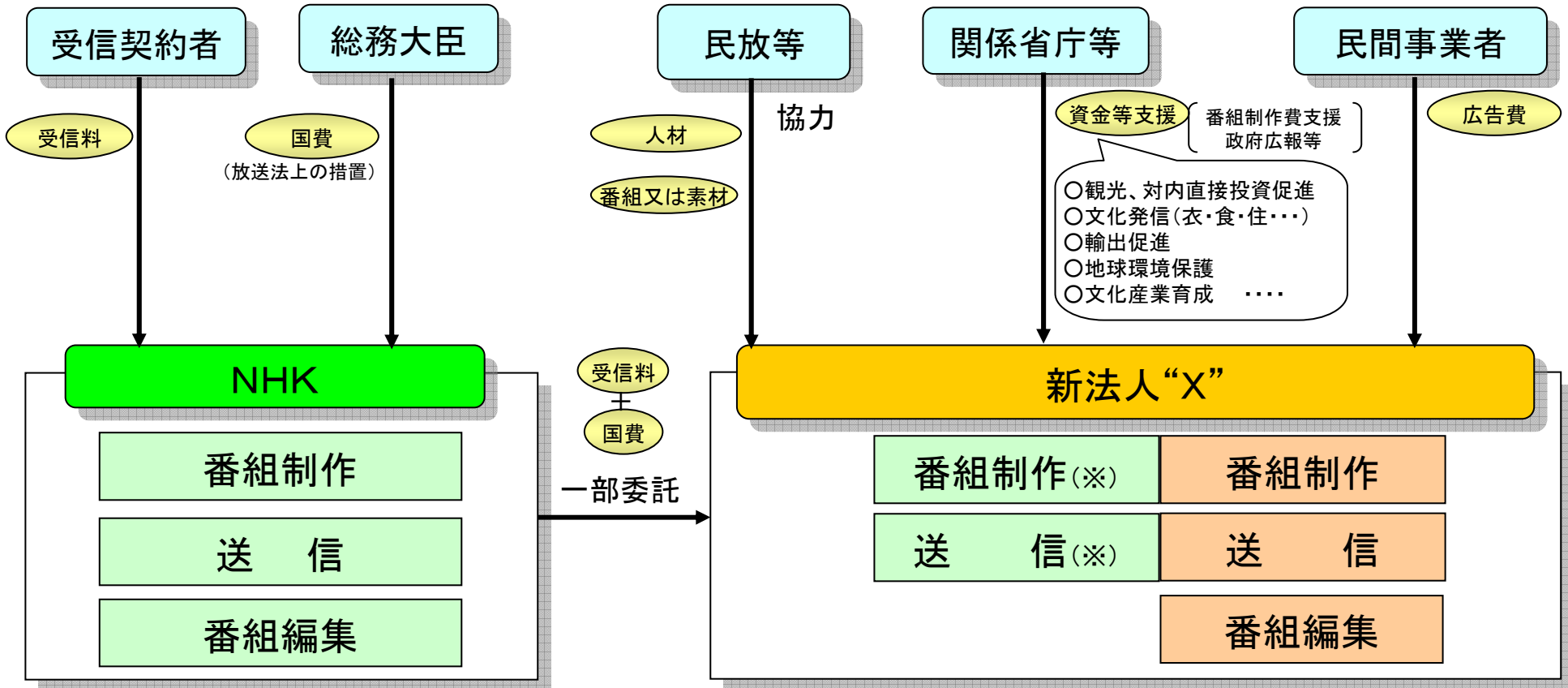


〔改正案〕



(注) 新法人は、自主放送を併せ行うことが可能。

新たな国際放送のイメージ(2)



(※)NHK受託分

<24時間番組表のイメージ>

外国人向け映像国際放送チャンネル

■ NHKブランド ■ "X"ブランド

6:00		12:00										18:00										24:00										6:00							
ニュース	ドキュメンタリー	経済情報(旅行)	日本語講座	特集番組	エンタメ	ニュース	天気	伝統文化	日本の情報発信	ドキュメンタリー	ドキュメンタリー	ニュース	情報(料理)	アニメ	ニュース	ドキュメンタリー	ドキュメンタリー	ドキュメンタリー	ニュース	情報(料理)	アニメ	ニュース	ドキュメンタリー	ドキュメンタリー	ドキュメンタリー	ニュース	情報(料理)	アニメ	ニュース	ドキュメンタリー	ドキュメンタリー	ドキュメンタリー	ニュース	情報(料理)	アニメ	ニュース	ドキュメンタリー	ドキュメンタリー	ドキュメンタリー

知的財産戦略本部における検討状況

■背景

平成14年2月に小泉首相が施政方針演説の中で、知的財産の創造とその戦略的な保護・活用を国家の目標とすると表明。これ以降、知的財産立国に向けた政府の取組が矢継ぎ早に実施。

※「知的財産立国」

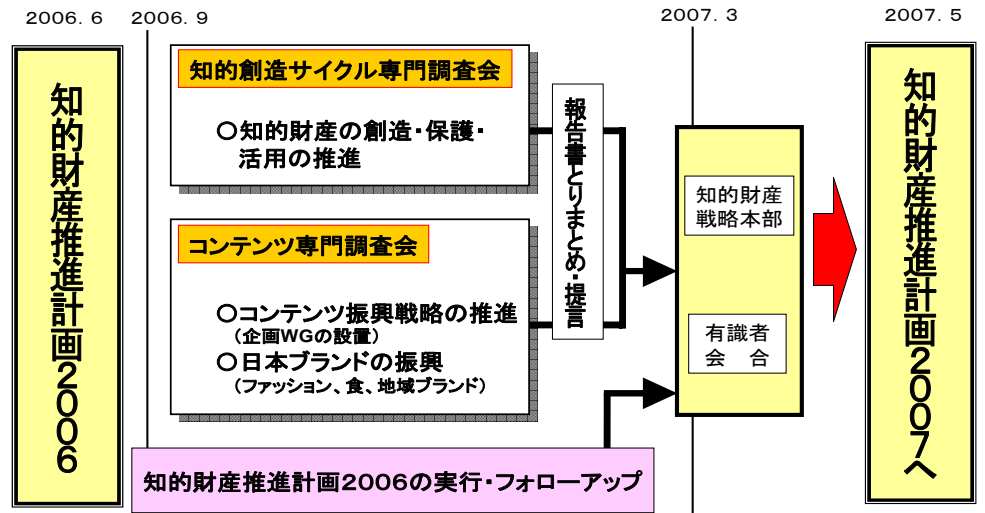
発明・創作を尊重するという国の方向性を明らかにし、「ものづくり」に加えて、技術・デザイン、ブランドや音楽・映画等のコンテンツといった価値ある「情報づくり」、すなわち無形資産の創造を産業の基盤に据えることにより、我が国経済社会の再活性化を図るというビジョンに裏打ちされた国家戦略。

平成14年 2月	小泉総理 施政方針演説
平成14年 3月	知的財産戦略会議 発足
平成14年 7月	知的財産戦略大綱 決定 →「知的財産立国」を目指すことを表明
平成14年11月	知的財産基本法 成立
平成15年 1月	小泉総理 施政方針演説
平成15年 3月	知的財産基本法 施行 知的財産戦略本部 発足
平成15年 7月	知的財産推進計画 決定

【小泉首相の施政方針演説(平成14年2月4日)】

我が国は、既に、特許権など世界有数の知的財産を有しています。研究活動や創造活動の成果を、知的財産として、戦略的に保護・活用し、我が国産業の国際競争力を強化することを国家の目標とします。このため、知的財産戦略会議を立ち上げ、必要な政策を強力に推進します。

■最近の検討状況



(出典:内閣官房知的財産戦略推進事務局作成資料)

「世界最先端のコンテンツ大国の実現を目指して」

(国際放送関係抜粋)

(コンテンツ専門調査会報告書(平成19年3月8日)より)

3. コンテンツ大国を実現するための具体策

(1) 海外展開を促進する

② 日本をクリエイションの拠点とするとともに、魅力を世界に伝える

<課題>

日本がコンテンツ大国として世界から評価を受けるようになるため、国籍を問わず新人クリエイター等がデビューし、能力を発揮させる機会を提供するとともに、日本の魅力を海外に戦略的に発信する必要がある。

<解決策>

viii) 国際放送の活用

外国人向けの映像による国際放送を日本のコンテンツの発信の場として活用する。

アジア・ゲートウェイ戦略会議の検討状況

■アジア・ゲートウェイ構想の概要

日本の安定した経済成長の実現のため、アジアなど海外の成長や活力を取り込むことが重要な課題。このため、人・モノ・資金・文化・情報の流れにおいて、日本がアジアと世界の架け橋となることを目指すもの。

具体的には

- 「閉鎖的」イメージ刷新のための基盤整備
 - 情報発信力の強化
 - アジアの共通発展基盤作り
- 等に関するビジョン及び政策を取りまとめていく。

■検討状況

- 第1回会合 平成18年11月 8日
(開催趣旨の説明等)
- 第2回会合 平成18年11月21日
(アジア・ゲートウェイ構想の具体的な検討等)
- 第3回会合 平成18年12月19日
(基本的考え方、人流・物流インフラ機能の強化と関連制度の改革について等)
- 第4回会合 平成19年 1月26日
(アジアの共通発展基盤の整備)
- 第5回会合 平成19年 2月23日
(日本とアジアの金融資本市場の機能強化等)
- 第6回会合 平成19年 3月22日
(日本の魅力の向上・発信、アジア・ゲートウェイ構想の中間論点整理(案) 等)
- 第7回会合 平成19年4月25日
(航空の自由化、大都市圏空港の国際化・24時間化 等)
- 第8回会合 平成19年5月10日
(航空の自由化、大都市圏空港の国際化・24時間化 等)
- 第9回会合 平成19年5月16日
(アジア・ゲートウェイ構想のとりまとめ)

「アジア・ゲートウェイ構想の基本的考え方」(抜粋)
(平成18年12月19日)

IV アジア・ゲートウェイ構想が掲げる7つの重点政策

6. 日本の魅力の向上・発信

～「美しい国、日本」、知的創造力に富んだ「クリエイティブ・ジャパン」を創り世界に発信～

(「日本文化産業戦略」の策定等による文化・芸術振興、ファッション・ポップカルチャーなどCool JAPANの発信力の強化、コンテンツの創出・流通促進のための制度整備、国際放送の強化等による「美しい日本」の発信等)

「アジア・ゲートウェイ構想」(抜粋)
(平成19年5月16日)

(6)日本の魅力の向上・発信～日本文化産業戦略を軸に、感性豊かなクリエイティブ・ジャパンに

【政策】

○海外への日本の魅力の発信基盤の整備

・「外国人向けの映像による国際放送の強化」に向けた政府や関係団体一体の取組の推進

「日本文化産業戦略」
～文化産業を育む感性豊かな土壌の充実と戦略的な発信～(抜粋)
(平成19年5月16日)

5. 具体的な政策課題

(1)「日本の魅力」の海外への発信による市場の拡大

(2)海外への発信基盤の整備

○映像国際放送の強化(等身大の生活・文化等を、多様な価値観のバランスをとりつつ、欧米からの見地だけでなく日本的、アジア的な見地から発信。)

→「外国人向けの映像による国際放送の強化」に向けた政府や関係団体一体の取り組みの推進

命令放送に関する制度改正のポイント

改正案の概要	現行規定の概要
<p>1 総務大臣は、協会に対し、放送区域、放送事項その他必要な事項を指定して国際放送を行うことを要請することができる。</p> <p>2 協会は、総務大臣から前項の要請があつたときは、これに応じるよう努めるものとする。</p>	<p>総務大臣は、協会に対し、放送区域、放送事項その他必要な事項を指定して国際放送を行うべきことを命ずることができる。</p>

諸外国における映像による情報発信強化の動き

フランス

官民出資(折半)により、新放送局「フランス24」を設立し、昨年12月より、放送開始。運営経費は全て国費。

イギリス

BBCが、アラビア語の映像国際放送を開始予定(今年秋)。

カタール

王族抛出予算に基づくアラビア語放送「アルジャジーラ」が、昨年11月より、英語放送「アルジャジーラ・イングリッシュ」を開始。現地の衛星放送・CATVチャンネルに積極的に参入。

中国

国営放送CCTVが英語チャンネルの他、スペイン語・フランス語チャンネルを配信。現地の衛星放送・CATVチャンネルに積極的に参入(特に米国を重視、全米向け衛星放送のベーシックチャンネルやロスのCATVのベーシックチャンネルに参入)。太平洋地域では受信パラボラを設置、普及に努めている。

韓国

政府主導で設立されたアリランTVが、三つの英語チャンネル(中国語字幕、スペイン語字幕、アラビア語字幕)を配信。現地の衛星放送・CATVチャンネルに積極的に参入。

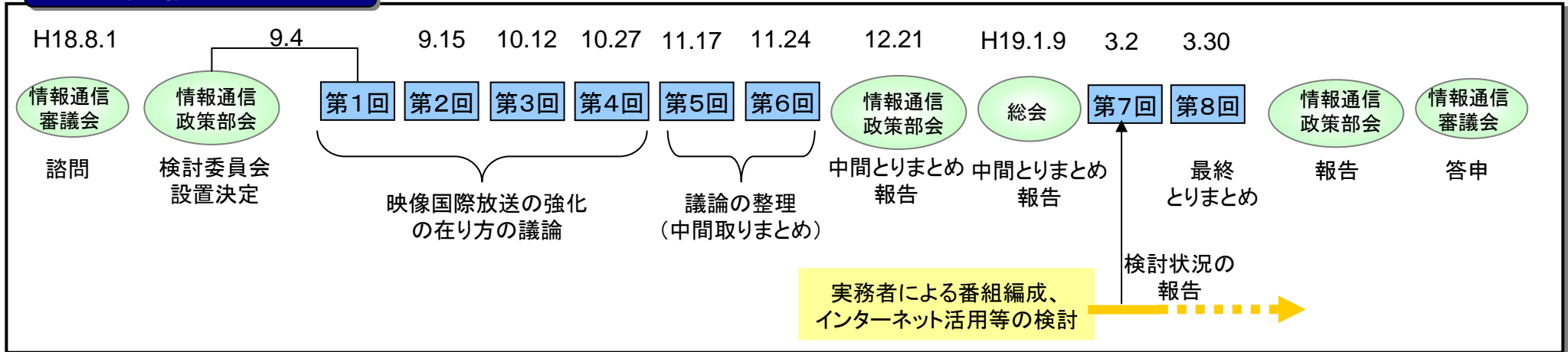
映像国際放送の在り方に関する検討委員会【概要】

1 検討事項

「外国人向けの映像による国際放送」の早期具体化を図るため、以下の事項について検討。

- ① 実施主体の在り方 ② 財源及び制度(国の役割及び負担の在り方を含む) ③ 対象地域 ④ 放送番組の内容 等

2 開催状況



3 構成員

- 朝海 和夫 (独) 日本原子力研究開発機構特別顧問
- 熱田 充克 (株) フジテレビジョン国際局長
- 音 好宏 上智大学文学部教授
- 角川 歴彦 (株) 角川ホールディングス代表取締役会長
- 清水 英一 日本アルカテル・ルーセント(株) 代表取締役社長兼会長
- 高島 肇久 学習院大学特別客員教授/外務省参与
- 高畑 文雄 早稲田大学理工学術院教授
- 橋・フクシマ・咲江 日本コーン・フェリー・インターナショナル(株) 代表取締役社長
- 寺島 実郎 (財) 日本総合研究所会長 / (株) 三井物産戦略研究所所長
- 中川 潤一 日本放送協会理事

- 永松 恵一 (社) 日本経済団体連合会常務理事
- 福田 俊男 (株) テレビ朝日常務取締役
- 船山 龍二 (社) 日本ツーリズム産業団体連合会会長 / (株) ジェイティービー代表取締役会長
- 村上 輝康 (株) 野村総合研究所理事長
- 安田 雄典 BNPパリバ在日代表
- ロバート・フェルドマン モルガン・スタンレー証券(株) チーフ・エコノミスト

- 【オブザーバー】
- 外務省広報文化交流部総合計画課
 - 文化庁長官官房国際課
 - 国土交通省総合政策局国際観光課

(敬称略)