

放送政策に関する調査研究会 (第3回会合) 議事概要

- 1 日時 平成25年1月23日(水) 14:00~15:30
- 2 場所 中央合同庁舎第2号館8階 第1特別会議室
- 3 出席者
 - (1) 構成員(五十音順、敬称略)
大久保 直樹、大谷 和子、小塚 莊一郎、曾我部 真裕、新美 育文、
長谷部 恭男(座長)、山下 東子、山本 隆司
 - (2) 総務省
橋総務大臣政務官、小笠原事務次官、田中総務審議官、吉崎情報流通行政局長、南大臣官房審議官、吉田総務課長、秋本放送政策課長、
野崎放送技術課長、長塩地上放送課長、竹村コンテンツ振興課長、
島村国際放送推進室長、岡本放送政策課企画官
 - (3) ヒアリング対象者
 - ①(株)日本ケーブルテレビジョン
山本放送事業局長、鈴木経営企画局長
 - ②NHK放送文化研究所
斉藤主任研究員、中村主任研究員
 - (4) その他出席者
 - ①NHK
近藤国際企画部長
 - ②(株)日本国際放送
森島常務取締役
- 4 議題
 - (1) ヒアリング(国際放送関係)
 - ・(株)日本ケーブルテレビジョン
 - ・NHK放送文化研究所
 - (2) テレビ国際放送に係る論点整理
 - (3) 自由討論
 - (4) その他

5 議事概要

(1) 橋総務大臣政務官あいさつ

地デジ化が全国的に完了した一方で、震災によって防災あるいは復興に果たす通信・放送の役割が見直されるなど、放送も新しい段階に入り、新しい役割も含めて考えていかなければいけない大事な時期にあると思います。

ハードでは、4K、8Kといったスーパーハイビジョンや、スマートテレビという話がありますし、ソフトでは、いろいろなコンテンツの国際展開、あるいは地方のテレビ局の在り方などの問題があります。

その中で、この調査研究会では、平成19年の放送法改正で、法施行5年後の見直しを義務付けている部分について、逐次、検討をいただいております。今日は国際放送の分野について3回目の御検討いただいておりますと承っております。

国際放送については、新藤大臣も日本という国を海外でどのように知ってもらうかという点に大変御関心をお持ちです。文化面はもちろんですが、やはり外交面、あるいは経済面においても、そういった発信は非常に大事であるということ強く思っております。

構成員の方々には、まずはこの国際放送をめぐる法的な枠組みということで御議論いただいておりますと伺っております。現在の国際放送の枠組みがこのままで良いかという論点もありますが、その枠組みの中でどのようなことを実施していけば良いかについても、併せて念頭に置いていただき、御検討を進めていただければ大変幸いに存じます。

(2) ヒアリング（国際放送関係）

①（株）日本ケーブルテレビジョン

○ 説明内容

『(株)日本ケーブルテレビジョン提出資料』(資料3-1)に基づき山本放送事業局長から説明。

②NHK放送文化研究所

○ 説明内容

『NHK放送文化研究所提出資料』(資料3-2)に基づき齊藤主任研究員から説明。

(3) 質疑応答

【島村国際放送推進室長】 日本の場合は、JIBの広告収入がなかなか増えずに苦勞しており、46億円の収入のうち広告収入は3億円ほどに止まっています。CNNは、広告収入50%、視聴収入料50%と、日本に比べるとかなり広告収入が多く、ビジネスとして成功しています。CNNのブランド力の影響はあるとは思いますが、成功の理由を教えてください。

【(株)日本ケーブルテレビジョン山本放送事業局長】 広告収入について、まず背景として、ニュースの世界的なネットワークを基本的にはCNNとBBCがリードしており、広告の展開としては競争相手が少ないということがあります。

また、細かくクライアントの要望に合わせて、フィードを分けて、どこの地域でも、ある程度プライムタイムに合わせて流せる構造を作っていますので、そのようなところにも要因があると思います。

【岡本放送政策課企画官】 BBCについて2010年にワールドニュースが黒字化したとなっています。それまでの20年近く赤字だったと理解していますが、その間の資金はどのように確保していたのでしょうか。

また、BBCが世界の国際放送の中で非常に大きなブランド力を持つに至った要因について教えていただきたいと思います。

【NHK放送文化研究所齊藤主任研究員】 BBCワールドニュースの赤字の補填について、BBCの商業部門には、BBCグローバルニュースリミテッドとは別にBBCワールドワイドという子会社があり、BBCワールドニュースの配信業務、番組の販売などを国際向け、国内向けに行っています。

BBCワールドワイドもBBCワールドニュースも、BBCコマーシャルホールディングスという持株会社の傘下に位置付けられており、BBCワールドワイドの収益などをBBCワールドニュースの赤字を補填するために充当していたようです。

【NHK放送文化研究所中村主任研究員】 BBCのブランド力の確立については、質問で言及があったように歴史的な経緯もあると思いますが、一方でBBCのブランドの源泉が何かというと、まず大事なことは、クオリティーが非常に高いことであり、特にニュース部門に関しては政府からの独立性や報道の客観性、不偏不党性、正確さが保たれていることが、ブランドを支えていると考えられます。

これは一朝一夕に得られているものではありません。幾つかの逸話がありますので、御紹介します。

1932年にエンパイアサービスとして英連邦諸国向けの英語サービスで開始され、1938年に中東向けのアラビア語のワールドサービスが開始されました。当時の英国の外務省は、アラビア語放送は英語によるエンパイアサービスとは全く異なるもので、アラビア語のニュースは国益に見合

い、外務省の見地から賢明でない項目を排除すべきであるとの見解を示し、編集部門に対してそのような要請を行ったと聞いています。

その外務省の見解に対して、もっと歴史のあるエンパイアサービスの当時の責任者は、アラビア語サービスの担当者に対して、「大英帝国の利益にかなうことは疑いの余地もないけれども、それを実行するためには、いわゆるダブルスタンダードで放送をすることなく、政府に都合が悪い事項であっても、エンパイアサービスで放送すべき項目はアラビア語放送でも行うべきであり、そのことが結果としては全体的な国益にかなうものとなる」との助言を行ったということが、BBCワールドサービスの中では神話として残っています。

また、1991年のソビエト連邦崩壊のときに、当時のゴルバチョフ大統領がクリミアで軟禁された際、軟禁場所で、ワールドサービスのロシア語放送を聞くことで、いわゆる守旧派のクーデターの実情と反クーデター派の動き等を正確に知ることができたということが、後日、氏の談話として披露され、BBCワールドサービスのニュースの評価を高めたということがありました。こうした長い歴史の中でブランド力が作られたのではないかと想像しています。

ただし、テレビによるワールドニュースに関しては、CNNが先駆けであり、BBCに比べても非常に大きな力を持っているものと思っています。

【曾我部構成員】 CNNについて、一部の国内向けのCMの差し替えは、どの程度の枠で行い、どのようなCMを流しているのか。また、営業活動として順調なのかを教えてください。

また、ドイチェ・ベレのミッションは法令上で明示されているということですが、法令を受けてどのような番組が行われているのか教えてください。

【(株)日本ケーブルテレビジョン山本放送事業局長】 日本国内の広告営業について説明します。日本サイドでローカル枠として設定されているのは、1時間平均数分です。ただし、大きなニュースがあった場合は、CNNの編成方針でCMの放送を中止します。そのような編成が前提となりますので、広告の営業としては非常に厳しいセールスになります。

広告主は、民放の地上波と同じようなメーカーや金融機関などが主要な広告主です。ただし、CNNをご覧になる層は、年収900万円以上の方々、非常にインターナショナルのニュースに興味がある方など、ある程度限られている層ですので、そこに対してアプローチをしたい方が広告主となります。

現在の営業収入は、圧倒的に視聴料収入の比率が高く、視聴料収入が9

5%、広告収入5%程度というのが実態です。

【NHK放送文化研究所齊藤主任研究員】 ドイチェ・ベレの活動目的は、ドイツへの理解促進、意見交換と相互理解の促進、ドイツ語の普及と、大きく3つに分かれています。ドイツへの理解促進という面では、ドイツに関するニュース、情報番組などを放送しています。意見交換等という面では、国際問題等に関する討論番組を行っています。番組の他にも、インターネットでこのような意見交換の場を目的としたサイト等を提供しています。

また、ドイツ語の普及という点では、各言語によるドイツ語入門番組、ラジオの場合は各言語によるドイツ語講座などの番組を放送、さらに、インターネットでもドイツ語学習コーナーが設けられています。テレビでは、基本的にドイツ語専門チャンネルがあり、これがドイツ語の普及の大きな1つの柱という位置付けになっています。

【新美構成員】 BBCワールドの広告は、英語放送以外の番組に導入されたとの御説明でしたが、どうして広告の導入は、英語以外の番組に限定して行われたのでしょうか。その理由を教えてください。

【NHK放送文化研究所齊藤主任研究員】 BBCのウェブサイトは、複雑な構造で、本体BBCと複数の子会社が運営している部分が混然一体となっています。

海外向けの英語のニュースサイトには以前から広告がありましたが、ワールドサービスが担当している部分は広告をこれまで出していませんでした。

ワールドサービスについては、これまで、ウェブサイトだけではなく、ラジオ、テレビも含めて広告を一切行っていませんでしたが、去年の1月に広告を行うことを決断、それによって広告収入が、ワールドサービスに初めて導入されることになった次第です。

【大久保構成員】 国際放送には、自国の広報的な情報発信を国際的に放送する場合と、世界中の人が共通して関心を持っている事項に対する自国の考えを国際的に発信する場合があります。CNNとBBCは、自国の宣伝よりは、世界の関心事項に対する自国の考えや状況を国際的に発信することに重点を置かれているように思いますが、ドイチェ・ベレは、どのように取り組んでいますか。また、それはどういう方針によるもののでしょうか。

一方、CNNについて、世界中の人が共通の関心を持っていることに関して国際的に発信されているようですが、それは単体で、商業ベースで成り

立つものなののでしょうか。

最後に、イギリスのBBCについて、BBCは外務省や文化・メディア・スポーツ省との間で特許状のやりとりをしているとのことですが、国際放送の方針は明示的に記されているものなののでしょうか。それともBBCが自主的に発信をする内容を決定しているのか教えいただきたいと思います。

【(株)日本ケーブルテレビジョン山本放送事業局長】 CNN Internationalの編成方針としては、アメリカの考えや、アメリカの利益を損なうといった意識は全くありませんが、あくまで中立な立場で紛争その他の放送を行っています。CNNの米国内フィードにくらべても、国際放送のCNN Internationalは、より一層できるだけ中立にということをご心掛けています。

【大久保構成員】 CNN Internationalで放送する話題は、アメリカ国内の話題が多いのでしょうか。

【(株)日本ケーブルテレビジョン山本放送事業局長】 アメリカ国内の話題として、CNN/USが放送しているものをそのまま生放送することもあります。これはCNN International側の編成の担当者が、世界的にも必要な情報と判断してUSを放送する、しないを決めています。

【NHK放送文化研究所齊藤主任研究員】 ドイツ・ベレの基本となる編集方針について、制度的にもかなり政府と距離を置いた制度になっています。また、実際の編集に当たっても、政府とは距離を置いた客観的な不偏不党な立場でドイツに対する国際的な理解を深めることに非常に神経をとがらせて編集業務を行っているように思います。

BBCについては、協定書の取り決めには、ある程度具体的なものが決められており、国内や国際的な出来事に関して、正確、不偏不党、独立した立場でニュースサービスを提供することという規定が設けられています。

【山本構成員】 資料の3ページ、2014年からのBBCワールドサービスの財源の受信許可料への移行について、負担の在り方に関する議論はあったのでしょうか。

また、ドイツ・ベレに関して、財源が徐々にカットされているという話ですが、広告収入を増やそうという議論はあるのでしょうか。

それから、予算に関して連邦政府と折衝をする際は、具体的には連邦政府のどの機関が対応するのかを教えてください。

【NHK放送文化研究所中村主任研究員】 受信許可料への全額移行に関する取り決めをめぐる議論について、この取り決めが行われた舞台裏については報道されていないのでわかりません。

ただし、そもそも受信許可料は、一旦国庫の資金として徴収、納入される極めて公的な資金であり、また、受信許可料の使い道は、担当省と財務省と議論され、その上でBBCが使用可能な金額を決定しており、全て国内のサービスに使われることが前提となっているわけではありません。

財源の移行は2010年の政府のスペンディング・レビューの中で決められたもので、外務省、財務省、メディア担当省、BBCトラスト及び執行役員会との協議の結果、これでやむを得ないとの結論に至ったようです。

これについて、受信許可料の財源の規模が、デジタル移行費のために積み上げられていたため、2012年のデジタル完了後、その財源の用途を検討できる余地があったことも、この取り決めにつながった一因だと思います。

ただし、利用者からの反発等は非常に大きく、一部、別に補助金を出したという話も聞いています。

【NHK放送文化研究所齊藤主任研究員】 ドイツ・ベレについて、交付金は首相府の予算から出ています。しかし、首相府の担当者がドイツ・ベレと交渉することはなく、別の文化担当大臣がドイツ・ベレと政府の間で、予算に関する情報交換などを行います。

広告料について、ドイツ・ベレ法の広告に関する規定に基づき行われており、今後増やしていこうという話は特に出していないようです。現状の規模も正確なことはわかりませんが、多くても数百万ユーロ程度だと思います。

(4) テレビ国際放送に係る論点整理

『我が国のテレビ国際放送のこれまでの議論の整理（案）』（資料3-3）に基づき事務局から説明。

(5) 自由討論

【山下構成員】 予算が限られているため、外国では短波放送の廃止、インターネット配信へのシフトなどによりコスト削減を図っているようです。日本の国際放送も伝送路をコストエフェクティブなものに変えていくという方向性を打ち出せば良いのではないのでしょうか。

前回会合で、見逃し番組に対する視聴の要望があると聞きました。インターネット等により、見てもらいたいと考えるものを本当に見たい人に届ける

最も経済的な方法を考えてもいいのではないのでしょうか。

【小塚構成員】 資料3-3の整理(案)は、基本的に適当な内容と思います。

この案に加えて、CNNでは元の放送時のローカライズだけではなく、現地の販売体制下でのローカライズにも取り組んでおり、日本でも同様の仕組みを戦略に入れていく必要があると思いました。

また、TV Everywhereという考え方は非常に重要なことであると思います。国際放送では、伝送路は手段でしかなく、コンテンツを届けることが一番大事なことです。今後の端末の革新は、日本の国際放送の地位を向上させるチャンスになるのではないかと思います。

以上を踏まえますと、JIBが直ちにNHKから自立することは困難だと私も認識しており、しばらく制度は変更せずに状況を見る方が賢明だと思います。

【大谷構成員】 BBCやCNNなどは、番組の多様性が大きな特徴になっています。いずれもトップニュースではワールドワイドな話題をカバーし、中東やアフリカの情勢などについても、多様な角度から報道しており、基本的な取材力や人材育成にかけてきた長い歴史、その重みを感じました。

BBCに比べ小規模のドイチェ・ベレでも同様であり、日本国内で関心が持たれているものと、ワールドワイドでの関心事とはずれがあるということに改めて認識させられました。中長期的な課題ですが、世界の関心事に対して日本人の感性を育て、日本人としての考え方を表明するような幅広い番組作り、そしてそのための人材育成や体制作りにも、今後、取り組む必要があると思います。

放送制度を短期的に変更するのではなく、中長期的に番組の充実を図るための議論を継続していく必要があると感じました。

【曾我部構成員】 国際放送のミッションの明確化が重要だと思います。自国の文化等の発信を主たるものとするのか、それともグローバルな問題についてBBC、CNN並みに取材し、報道していくことが使命なのかという2つに大きく区別ができ、日本の国際放送のミッションをどちらにするかを考えれば、おのずと方向性が決まっていくのではないかと思います。

仮に日本文化の発信等を考えていくのであれば、BBCがパブリック・ディプロマシーの一環でブリティッシュ・カウンシル等と連携しているように、日本でも、関係機関と連携しながら日本文化の発信を進めていくことも考えられると思います。

【新美構成員】 J I Bについて、現時点でNHKから自立させることはできないと思いますが、いくつかの制約を受けているNHKでは自由にできないようなことでも、それを制約なく、自由に活動できるようにということで、J I Bは設立されたわけですので、その特色をもっと生かすことを考えるべきだと思います。

例えばTV Everywhereにつきましても、J I Bが日本の今後の国際放送ないし放送業界全体の先駆者として動けるような、あるいは動くような戦略を立てた方がよいのではないかと考えます。

【山本構成員】 これからの世界展開を限られた予算、人員の中で行っていくためには、長期的、重点的に行う事項の優先順位について戦略を考える必要があります。ドイチェ・ベレは、ラテンアメリカに重点を置いていくとしており、日本もどこに重点的なターゲットを置いていくかということを考えていく必要があると思います。

J I Bについて、財源や、ブランド力の向上を検討する中で、大きな制度上の枠組みは変えない方がいいと思います。むしろ、J I Bがもっと自由に、世界展開のための戦略を立てていくということが重要だと思いました。

【大久保構成員】 優先順位について、日本に期待されることはまだはっきりわかっていませんが、例えば先進国の一員である日本がアジアについてどのように考えているのかというのは、全世界で興味を持ってもらえるのではないかと考えています。しかし、そのミッションをどうやって制度論に細かく落とししていくのかは考えていますが、まだ答えが出ていません。

—以 上—