

**視聴環境の変化に対応した
放送コンテンツの製作・流通の促進方策
の在り方について
中間答申**

2016 年 10 月 19 日付け諮問第 24 号

情報通信審議会

目 次

はじめに	3
第1章 放送を巡る環境の変化と放送サービスの高度化の方向性	4
1. 放送コンテンツの視聴環境の変化	4
(1) 視聴デバイスの変容	4
(2) テレビの視聴動向の変化	6
(3) 動画配信サービスの拡大・多様化	8
2. 放送事業者の取組	10
(1) 4K・8K放送の開始	10
(2) ネット配信に関する取組	11
(3) 「放送を巡る諸課題に関する検討会」における同時配信に関する議論	17
3. 諸外国における放送事業者の動向	19
4. 放送サービスの高度化の方向性と課題	23
第2章 放送コンテンツの流通を支える配信基盤及びネットワークの在り方	29
1. モバイル端末・PC向け同時配信に関する検討	29
(1) コスト試算による評価及び課題	30
(2) 今後取り組むべき事項	39
2. テレビ向け4Kコンテンツの同時配信に関する検討	40
(1) 現状と課題	40
(2) 今後取り組むべき事項	46
第3章 放送コンテンツの適正かつ円滑な製作・流通の確保	48
1. 放送コンテンツの適正な製作取引の推進	48
(1) 現状と課題	49
(2) 審議における主な意見	61
(3) 今後取り組むべき事項	64
2. 同時配信における迅速かつ円滑な権利処理に向けて	70
(1) 著作権等に関する放送とネット配信の法制度及び契約実務における取扱い	71
(2) 同時配信に関する放送事業者の試験的取組の状況	74
(3) 審議における主な意見	77
(4) 今後取り組むべき事項	79
(参考資料1) 放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会の設置	81
(参考資料2) 放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会構成員名簿	82
(参考資料3) 放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会の運営について	83
(参考資料4) 諮問書「視聴環境の変化に対応した放送コンテンツの製作・流通の促進方策の在り方」	84
(参考資料5) 放送コンテンツの製作・流通の促進検討WG設置要綱及び構成員名簿	87

(参考資料 6) モバイル同時配信技術タスクフォース開催要綱及び構成員名簿.....	90
(参考資料 7) スマートテレビ等を活用した 4K 配信技術タスクフォース開催要綱及び構成員名簿....	92
(参考資料 8) 放送コンテンツ製作取引タスクフォース開催要綱及び構成員名簿.....	94

はじめに

近年、ブロードバンドの普及やスマートフォン等のモバイル端末の普及を背景に映像コンテンツの視聴形態の多様化が進み、多くのサービスプラットフォームを通じて映像コンテンツが提供されるようになり動画配信市場の規模も拡大している。また、4K・8Kに代表されるように映像コンテンツの高品質化も進みつつある。

このような映像コンテンツを取り巻く環境変化は、我が国でも同様であり、映像コンテンツ市場の約6割を占める放送コンテンツにおいても、動画配信サービスを通じて提供されるようになっている。特に最近では、日本放送協会（NHK）や一部の民間放送事業者において、ブロードバンドを活用し、放送と同一のコンテンツを同時にモバイル端末へ、更には高精細化されたコンテンツ（4K映像コンテンツ）を同時にスマートテレビへ提供するといった、同時配信に係る取り組みも始められているところである。

このような取り組みは、質の高い放送コンテンツをより手軽に視聴でき、また、放送事業者から提供される災害情報が入手しやすくなるなど、視聴者の利便性向上や放送の社会的価値の維持・向上につながることで大きく期待される。

今後、映像コンテンツがより多くの者に視聴されるためには、視聴環境の変化に対応しつつ、質の高いコンテンツの製作・流通が拡大していくことが重要であり、放送コンテンツがその中心となることが期待されるが、実現にあたっては、多くの放送事業者が放送コンテンツの配信に取り組める環境の整備、安定的なインターネットの利用の確保、放送コンテンツの適正かつ円滑な製作・流通の確保等の課題に取り組むことが必要である。

このような状況を踏まえ、総務省は、2016年10月に、視聴環境の変化に対応した放送コンテンツの製作・流通の促進方策の在り方について情報通信審議会に諮問した。これを受けて、同月、情報通信政策部会に「放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会」が設置され、検討を進めてきたところである。

本中間答申は、これまでの検討結果を踏まえ、ブロードバンドを活用した放送サービスの高度化の方向性、放送コンテンツの流通を支える配信基盤及びネットワークの在り方並びに放送コンテンツの適正かつ円滑な製作・流通の確保方策について、中間的にとりまとめたものである。

第1章 放送を巡る環境の変化と放送サービスの高度化の方向性

1. 放送コンテンツの視聴環境の変化

(1) 視聴デバイスの変容

① モバイル端末の普及

従来、テレビ放送番組を含めた動画コンテンツは、放送波やビデオ・DVDなどでテレビから視聴することが中心であったが、ブロードバンドの進展や映像配信技術の進化により、インターネットを通じて、パソコン(PC)による動画視聴が可能となった。さらに、2010年以降、無線ネットワークのブロードバンド化が急速に進展したこともあり、スマートフォンやタブレット端末といったモバイル端末が急速に普及し、2015年には、7割以上の世帯がスマートフォンを、3割以上の世帯がタブレット端末を保有するなど、今日では、多くの人が、いつでも、どこでも、インターネットにアクセスし、多様なデバイスで動画を視聴することが可能になった(図1)。

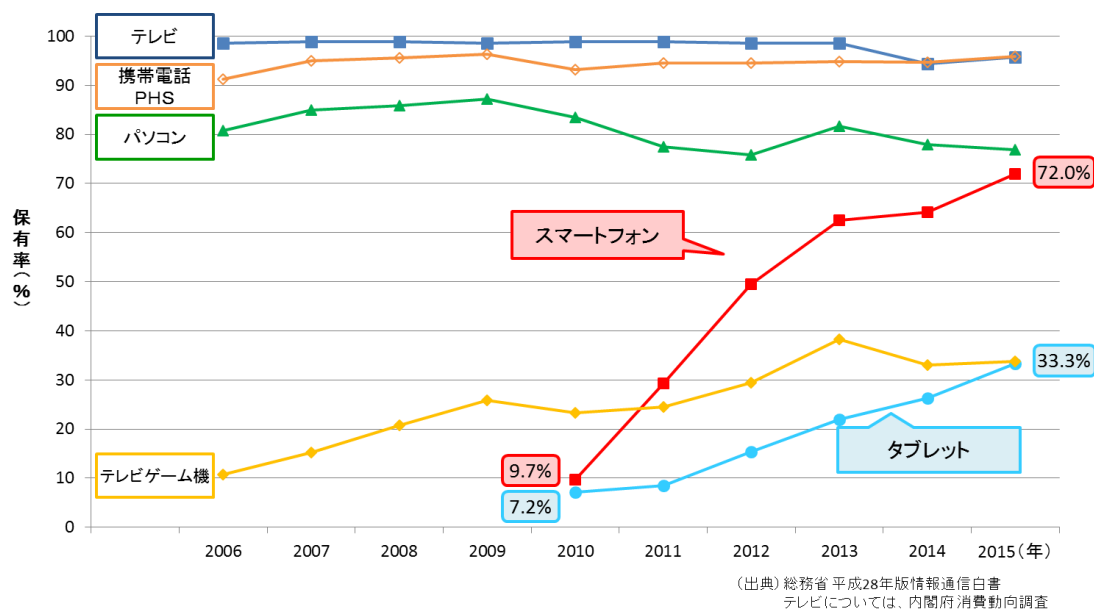


図1 情報通信端末等の世帯保有率の推移

② テレビの高度化

2007年頃より、テレビがインターネットに接続可能となり、ネット由来のサービスがテレビで利用できるようになった。また、テレビに搭載されるプロセッサの高速化やメモリの大容量化といったハードウェアの進化に伴い、いわゆるスマートテレビが登場し、放送の視聴以外にも、インターネットを通じて多様なサービスを享受できるようになってきた(図2)。また、2013年には、ネット(通信)との連携による放送サービスを可能とする、いわゆるハイブリッドキャストが実用化され、近年では、4Kテレビの多くにハイブリッドキャストの受信機能が搭載されていることから、4Kテレビの出荷台数の増加とともに普及が

進みつつある（図 3）。また、2015 年時点でテレビのインターネット接続率も 27.7%に達しており¹、今後、インターネットに接続する 4 Kテレビを通じて視聴者がコンテンツを視聴する機会が普及・拡大することとなる。

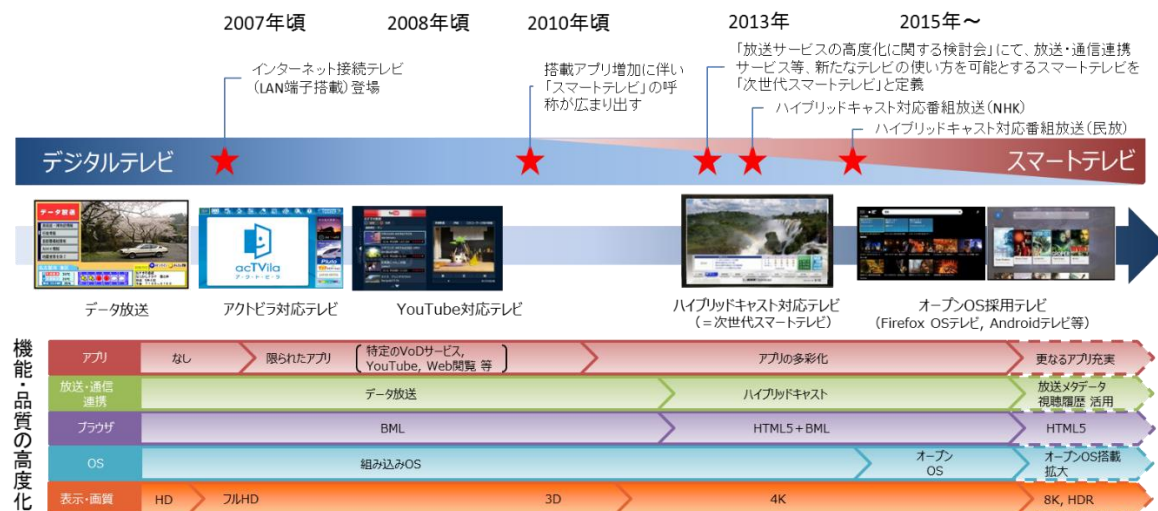
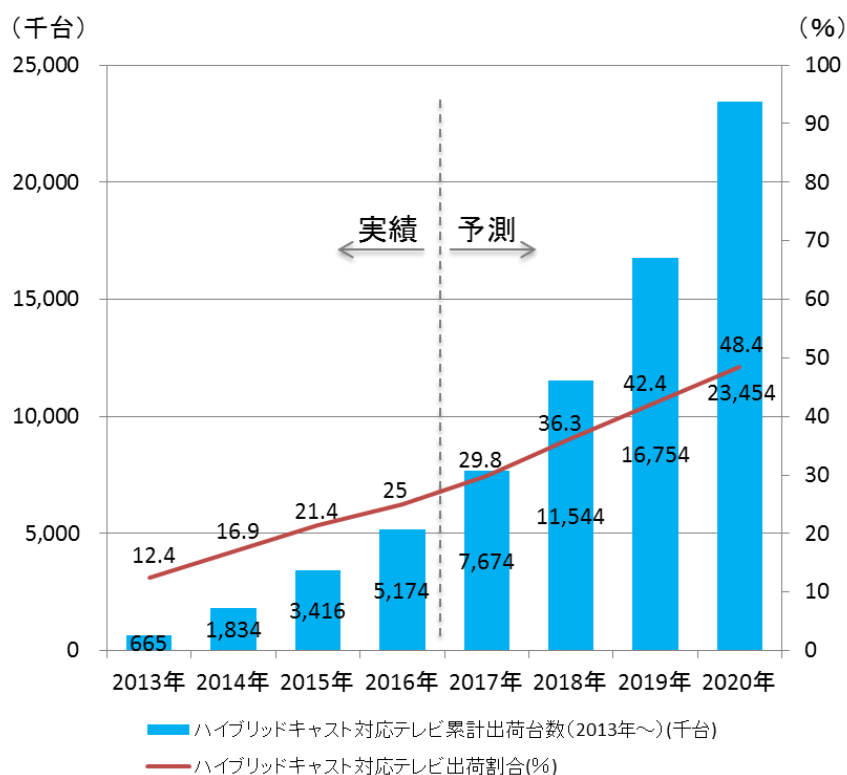


図 2 テレビの高度化のこれまでの流れ



（出典）・2016年まで：JEITA「民生用電子機器国内出荷統計」より
・2017年～2020年：JEITA「AV&IT機器世界需要動向(2017年2月)」より

図 3 ハイブリットキャスト対応テレビの出荷実績・予測

¹ 総務省「通信利用動向調査（2015年）」

（２） テレビの視聴動向の変化

2015 年の NHK 文化研究所の調査（国民生活時間調査）によれば、テレビの行為者率（1 日の中で 15 分以上テレビを見る人の率）は 85%と、ラジオや新聞、雑誌、インターネットなどの行為者率²に比べて高く、テレビ視聴は国民の日常習慣として定着している。しかしながら、2010 年以前は、平日・土曜・日曜ともに行為者率が概ね 90%、又はそれを超える割合で推移していたものの、2015 年には 85%に減少しており（図 4）、1 日あたりのテレビ視聴の平均時間も減少傾向にある（図 5）。

この傾向は、特に、10 代、20 代のいわゆる若年層に顕著となっており、内閣府の「消費動向調査」によれば、世帯全体におけるテレビ保有率の顕著な低下は見られないものの、29 歳以下世帯におけるテレビ非保有率が約 1 割にのぼっている（図 6）。

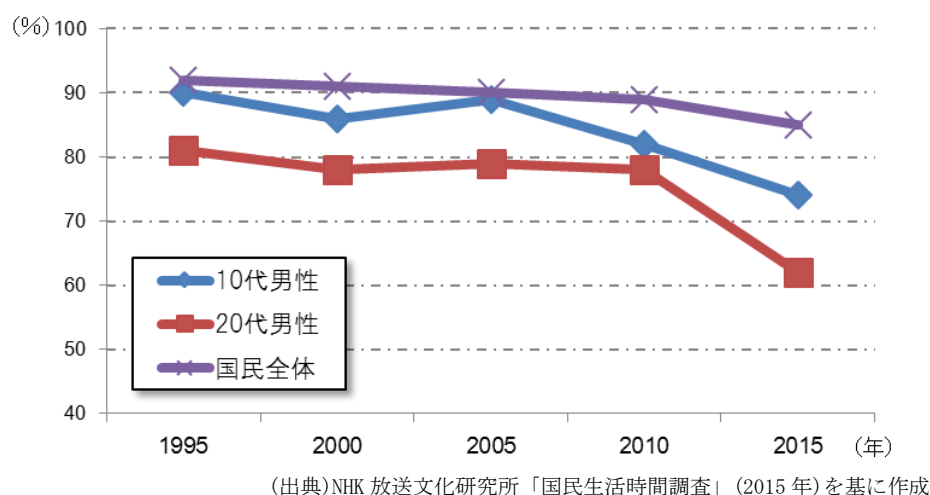


図 4 1 日 15 分以上テレビを見る率（「行為者率」：平日平均）

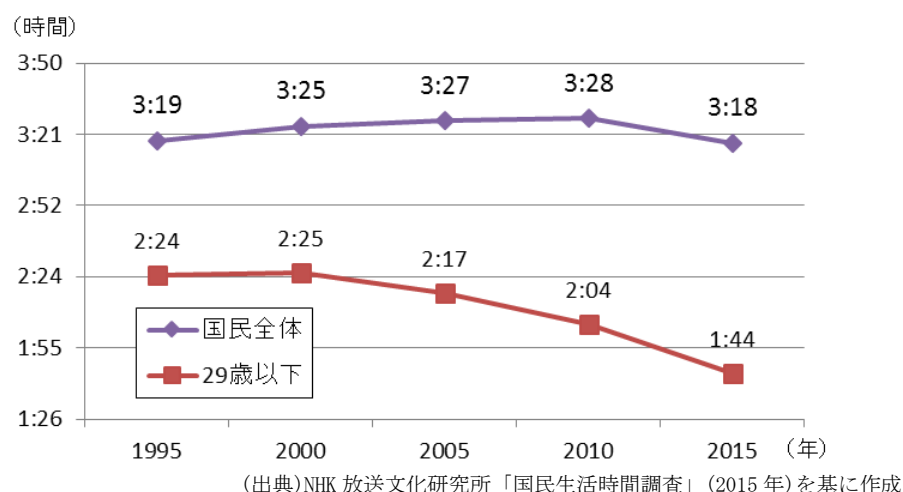


図 5 テレビ視聴時間の時系列変化（平日）

² ラジオ：12%、新聞：33%、雑誌（雑誌・マンガ・本）：16%、インターネット：23%。

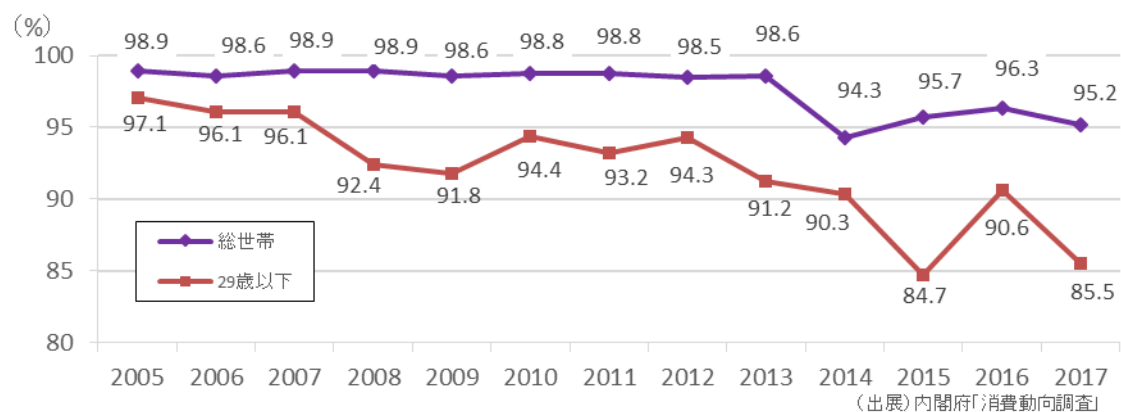


図 6 世帯主年齢別カラーテレビ普及率

また、総務省情報通信政策研究所の「平成 28 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」によれば、2014 年には、10 代、20 代では、利用時間、行為者率ともに、ネット利用がテレビのリアルタイム視聴を上回る結果となっている（表 1）。

表 1 主なメディアの平均利用時間と行為者率

平日1日		平均利用時間(分)			行為者率(%)		
		テレビ(リアルタイム)視聴	テレビ(録画)	ネット利用	テレビ(リアルタイム)視聴	テレビ(録画)	ネット利用
全年代	2013年	168.3	18.0	77.9	84.5%	17.4%	70.1%
	2014年	170.6	16.2	83.6	85.5%	16.8%	73.6%
	2015年	174.3	18.6	90.4	85.9%	16.7%	75.7%
	2016年	168.0	18.7	99.8	82.6%	17.8%	73.2%
10代	2013年	102.5	17.9	99.1	75.9%	18.7%	78.8%
	2014年	91.8	18.6	109.3	73.6%	18.6%	81.4%
	2015年	95.8	17.1	112.2	75.9%	16.5%	83.8%
	2016年	89.0	13.4	130.2	69.3%	13.2%	78.9%
20代	2013年	127.2	18.7	136.7	74.7%	16.4%	90.6%
	2014年	118.9	13.8	151.3	72.4%	15.4%	91.0%
	2015年	128.0	15.8	146.9	77.4%	13.0%	91.6%
	2016年	112.8	17.9	155.9	70.3%	18.9%	92.6%
30代	2013年	157.6	18.3	87.8	83.2%	18.9%	88.5%
	2014年	151.6	15.6	87.6	86.7%	17.3%	87.7%
	2015年	142.4	20.3	105.3	80.5%	18.9%	90.7%
	2016年	147.5	18.6	115.3	79.8%	18.7%	88.4%
40代	2013年	143.4	13.3	70.0	83.1%	15.4%	76.7%
	2014年	169.5	14.2	82.5	87.5%	17.8%	80.7%
	2015年	152.3	15.8	93.5	86.5%	16.6%	85.3%
	2016年	160.5	23.2	97.7	86.4%	23.3%	78.4%
50代	2013年	176.7	20.3	61.8	91.4%	17.4%	60.5%
	2014年	180.2	18.4	68.0	90.0%	17.3%	69.4%
	2015年	219.8	18.6	74.7	92.8%	15.8%	68.5%
	2016年	180.6	17.0	85.5	86.9%	14.8%	68.5%
60代	2013年	257.0	19.8	36.7	92.5%	18.0%	34.8%
	2014年	256.4	17.8	32.2	93.7%	15.2%	40.5%
	2015年	257.6	22.6	35.7	95.2%	18.3%	43.0%
	2016年	259.2	18.4	46.6	92.2%	15.0%	41.7%

休日1日		平均利用時間(単位:分)			行為者率(%)		
		テレビ(リアルタイム)視聴	テレビ(録画)	ネット利用	テレビ(リアルタイム)視聴	テレビ(録画)	ネット利用
全年代	2013年	225.4	30.5	86.1	86.1%	23.5%	69.8%
	2014年	228.9	30.5	100.6	86.9%	23.7%	72.1%
	2015年	231.2	33.9	113.7	86.6%	24.5%	74.2%
	2016年	225.1	32.9	120.7	85.7%	25.1%	73.8%
10代	2013年	140.7	40.1	151.7	75.5%	32.4%	80.6%
	2014年	147.4	45.0	180.5	75.7%	34.3%	83.6%
	2015年	155.8	30.6	221.3	74.1%	25.2%	88.5%
	2016年	122.9	25.9	225.7	77.1%	23.6%	84.3%
20代	2013年	170.7	35.7	170.3	77.1%	26.5%	93.7%
	2014年	161.4	24.4	194.9	73.3%	20.8%	88.7%
	2015年	155.4	34.6	210.0	79.9%	24.7%	91.8%
	2016年	152.7	26.0	216.1	74.2%	23.5%	94.9%
30代	2013年	221.0	23.7	93.8	87.1%	20.6%	86.4%
	2014年	197.5	35.2	101.7	86.8%	26.3%	86.8%
	2015年	197.1	36.9	131.3	85.1%	26.2%	92.4%
	2016年	202.5	34.8	119.5	85.0%	24.7%	86.9%
40代	2013年	204.3	28.3	73.3	84.5%	24.3%	78.7%
	2014年	233.9	28.8	82.9	90.4%	26.7%	78.2%
	2015年	208.6	34.9	91.9	85.5%	27.7%	80.0%
	2016年	222.4	48.1	117.1	86.3%	34.2%	80.8%
50代	2013年	254.2	38.3	50.0	91.8%	25.4%	56.3%
	2014年	265.3	37.8	73.7	91.8%	22.7%	66.3%
	2015年	300.1	35.7	70.4	93.4%	24.5%	65.0%
	2016年	250.4	29.7	80.1	90.4%	24.6%	65.0%
60代	2013年	305.7	24.0	29.3	93.7%	17.7%	34.0%
	2014年	310.3	19.6	33.5	94.3%	16.0%	39.3%
	2015年	317.1	29.7	37.1	94.0%	19.3%	40.0%
	2016年	325.1	26.7	43.3	93.7%	18.5%	42.6%

このように若年層を中心にテレビ離れが徐々に進んでおり、今後、世代交代等によりこの傾向が他の世代にも拡大していくおそれもある。

(3) 動画配信サービスの拡大・多様化

視聴デバイスの多様化、テレビの高度化及びブロードバンドの普及・発展により、モバイル端末や PC、テレビ等のマルチデバイス向けに、放送コンテンツを含む映像コンテンツの配信サービスが広がりを見せている。

例えば、近年では、2011 年に Hulu、2015 年に Netflix、Amazon プライムビデオ、dTV、2016 年には DAZN(ダ・ゾーン)³といった有料動画配信サービスが相次いで開始されており、日本の有料動画市場は、2011 年から 2015 年の 5 年間で、799 億円から 1,531 億円へと 2 倍以上の伸びを示している⁴。また、広告付き無料動画配信についても、GYAO や YouTube、AbemaTV など多くのサービスが提供されている。このように、近年では放送事業者以外の事業者が動画配信市場に数多く参入してきている。

³ 英パフォーム・グループが運営するスポーツ系の有料動画配信サービス (1,750 円/月。NTT ドコモユーザであれば 980 円/月で利用可能)。2016 年 8 月より日本でサービスを開始。対象競技としては、バレーボール(V・プレミアリーグ全試合、V・チャレンジリーグの一部)、サッカー(J1・J2・J3 の全ての試合、及び関連番組)等がある。

⁴ 野村総合研究所「IT ナビゲーター2017 年版」(2016 年 11 月)

また、これらの動画配信サービスにおいては、SD(Standard-definition)やHD(High-definition)品質のコンテンツだけではなく、近年では、4K等の超高精細なコンテンツの配信が拡大し始めており、インターネットに接続している4Kテレビ向けのサービスも今後拡大していくことが想定される。

一方、放送事業者においては、動画配信サービス提供事業者への出資やコンテンツ提供のほか、自らプラットフォームを構築して、VOD(Video On Demand)サービス⁵や番組編成型のストリーミングサービス⁶を提供する例が見られる。また、2015年には、在京民放キー局が連携して見逃した放送番組を視聴するためのポータルサイト「TVer」(見逃し配信サービス)⁷が開設された。(放送事業者の取組については第1章2(2)において詳述)

このような放送番組のネット配信サービスは、視聴時間の拡大をもたらす可能性を有している。電通総研の試算⁸によれば、アニメ・バラエティ・ドラマの3分野の放送番組をリアルタイム視聴とネット配信で合計した一日平均視聴時間について、同時配信や広告付き見逃し配信を実施しなかった場合に比べて、同時配信を実施した場合は2.5分(うち同時配信は7.4分)、広告付き見逃し配信及び同時配信を実施した場合には5.7分(うち広告付き見逃し配信及び同時配信は13.3分)それぞれ増加するとの結果が示されている(図7)。

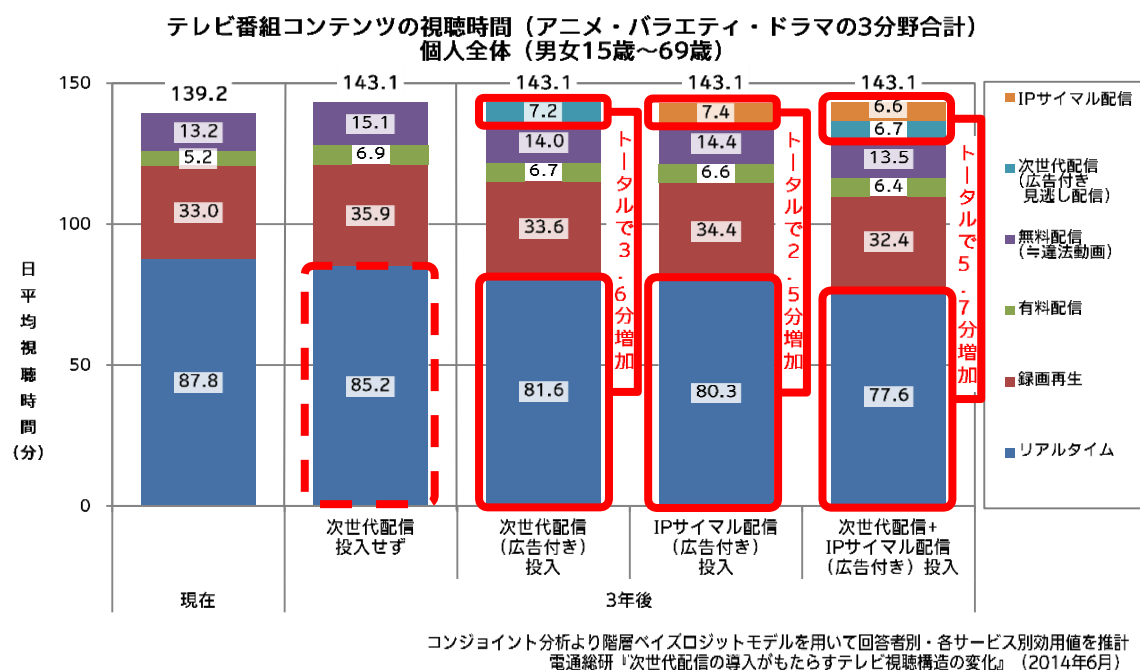


図7 放送番組のネット配信による視聴時間の変化予測の例

⁵ VOD サービス：放送された番組や公開終了後の映画などの動画コンテンツをユーザが視聴したい時に視聴できる動画配信サービス。

⁶ 番組編成型ストリーミングサービス：VODとは異なり、予め決められた番組編成(タイムテーブル)にしたがって動画コンテンツが配信される動画配信サービス。

⁷ 見逃し配信サービス：放送された番組を放送直後から一定期間(1週間等)視聴できるVODサービス。

⁸ 電通総研「生活者の動画視聴をめぐる論点」(第3回会合資料)

2. 放送事業者の取組

(1) 4K・8K放送の開始

4K・8Kは、2Kの4倍又は16倍の画素数により、時間や空間を超えてまるでその場にいるような臨場感を伝えることが可能な映像を実現する。

また、超高精細技術の利活用により、医師不足の地域等における遠隔医療の普及、高精細な映像の監視・記録による安心・安全の確保など、医療・警備など幅広い分野における社会的課題の解決を可能とするものである。

これら関連産業を含めた経済波及効果は約36兆円（2013年～2020年の累計）と見込まれ⁹、諸外国でも4K・8Kの取組を加速化している中で、我が国の経済成長や国際競争力強化を図る上でも喫緊の課題であるため、4K・8Kは、日本再興戦略2016（2016年6月閣議決定）において、東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される2020年に全国の世帯の約50%で実視聴されるとの数値目標を掲げて、短期・集中的に取り組むべき政策に位置付けられている。

なお、4K（対応）テレビは、2016年12月末時点で累計出荷台数が216万台¹⁰に達し、2020年までに約2,600万台の普及が予測されるなど、今後、視聴者が4K・8K番組に接触する機会が拡大することが期待されるところである。

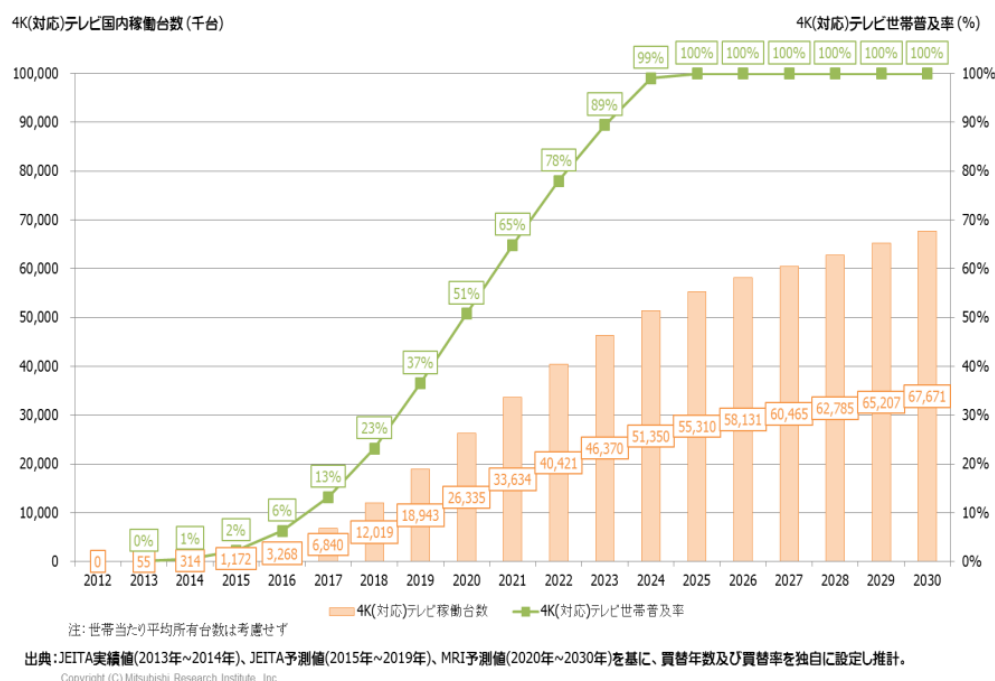


図 8 4K（対応）テレビの普及実績・予測¹¹

⁹ 総務省「4K・8Kロードマップに関するフォローアップ会合・中間報告」（2014年9月）

¹⁰ （一社）電子情報技術産業協会（JEITA）「民生用電子機器国内出荷統計」（2017年2月公表）

¹¹ 総務省「4K・8Kロードマップに関するフォローアップ会合・第二次中間報告」（2015年7月）

4 K・8 K放送については、2015 年より、ケーブルテレビ、IPTV、124/128 度 CS において、4 K 実用放送が開始されている。

ケーブルテレビは、2015 年 12 月から自主放送での 4 K 実用放送として、事業者が個別に実施するものと、業界として実施する「ケーブル 4 K」¹²がある。このうち、「ケーブル 4 K」は、全国のケーブルテレビ事業者が制作した 4 K 番組を中心として、業界初の全国統一編成により行われる 4 K の自主放送であり、全国で 64 社（2017 年 3 月時点）が参加し放送を行っている。

また、IPTV については、(株) NTT ふららが、2015 年 11 月から 4 K 自主放送を開始¹³している。同社は 4 K VOD サービスについても 2014 年 10 月より開始する等、4 K に対する積極的な取組を行っている。

さらに、BS、110 度 CS については、2016 年より 4 K・8 K の試験放送が開始されており、2018 年 12 月より実用放送が順次開始予定¹⁴となっている。

（２）ネット配信に関する取組

① 見逃し配信及びネット独自番組の配信の展開

インターネットやスマートフォン、タブレット端末等のモバイル端末の普及・展開を踏まえ、放送事業者によるネット配信に係る取組が行われている。

地方の放送事業者含めた多くの地上放送事業者は様々な提供形態でネット配信の取組を行っているが¹⁵、その殆どが“VOD”である（図 9）。

また、その多くはそれぞれの放送事業者による独自の取組となっているが、2015 年 10 月には、在京民放キー局 5 社各社が個別に実施している無料ネット動画配信（見逃し配信サービス）を共通のポータルから利用できる「TVer」が開始され、複数の放送事業者が連携したネット配信も始まっている。TVer では、各社放送中のドラマやバラエティ（2017 年 5 月時点で約 150 番組が対象）を配信しており、2017 年 5 月 1 日時点で累計 700 万ダウンロードを超えている。また、2016 年 10 月からは毎日放送、朝日放送、2017 年 3 月からは読売テレビの在阪民放 3 社がサービスに参加したところである。

¹² (一社) 日本ケーブルテレビ連盟とケーブルテレビ事業者が共同制作する「けーぶるにつぼん」シリーズを放送するほか、2016 年には、長野県上高地の槍ヶ岳から「山の日」の記念式典、徳島県では「阿波踊り」の生中継を行い全国に配信するなど、全国のケーブルテレビ事業者が、地域の魅力があふれる 4 K 番組の制作・発信に積極的に取り組んでいる。また、番組供給会社等と共同制作した 4 K 番組や、ローカル民放が制作した 4 K 番組を放送するなど、他メディアとの連携も行われている。

¹³ 「ひかり TV チャンネル 4 K」、「Kawaiian for ひかり TV 4 K」の 2 チャンネルを提供。2016 年 10 月からは HDR (High Dynamic Range) に対応。

¹⁴ BS 放送と東経 110 度 CS 放送（左旋）では、衛星放送事業者 11 社により、4 K で 18 番組、8 K で 1 番組の実用放送が予定されている。

¹⁵ 近年は放送事業者と OTT (Over the Top) 事業者との協業モデルも多く見られている。既に放送した番組の OTT 事業者 (Hulu、Netflix、YouTube、GYAO 等) 向け提供だけではなく、(株) フジテレビジョンと Netflix によるオリジナルコンテンツ (TERRACE HOUSE BOYS & GIRLS IN THE CITY、アンダーウェア等) の制作・供給に係る協業といったように新たなビジネスモデルの構築に向けた取組が行われている。

①有料VODサービス		②無料VODサービス		③地上テレビ放送の 同時配信サービス (定常的サービス)	④番組編成型 ストリーミングサービス
自社プラットフォーム	他社プラットフォーム	自社プラットフォーム	他社プラットフォーム		
10社	51社	65社	85社	2社	5社
●HTB北海道オンデマンド[*] (北海道テレビ放送) ●TBSオンデマンド[*] (TBSテレビ) ●日テレオンデマンド[*] (日本テレビ放送網) ●スマホDEカンテレ (関西テレビ放送) ●KBCオンデマンド[*] (九州朝日放送) など	※ huluやNetflix、キー局のプラットフォームでローカル局も多数コンテンツを配信	●TVer(在京キー5社、一部ローカル局) ●テレビ朝日キャッチアップ (テレビ朝日) ●Chuuu (中京テレビ放送) ●ytv MyDo! (読売テレビ放送) ●南海放送オンデマンド[*] (南海放送) など	※ YouTubeやGYAOなどのプラットフォームでローカル局も多数コンテンツを配信	●News モーニングサテライト (テレビ東京) ●EMキッズ (東京MXテレビ)	●TBSニュースバード[*] everywhere (TBSテレビ) ●日テレNEWS24 (日本テレビ放送網) ●ホウドウキョク (フジテレビジョン) ●ROCK-A-LIVE (中国放送) ●ぼるぼるTV (広島ホームテレビ)

※ 赤字はローカル局のサービス

※ テレビ放送のように番組(コンテンツ)を編成してストリーミング配信するサービスを「番組編成型ストリーミングサービス」と表記

ローカル局の自社プラットフォーム配信の例



図 9 地上民放事業者における番組配信の実施状況 (2017 年 5 月 1 日時点)

また、ネット独自のコンテンツの配信の例としては、(株)サイバーエージェントと(株)テレビ朝日との共同出資により設立されたインターネットテレビ局「(株)AbemaTV」が、2016 年 4 月より、独自の番組編成による広告付きの 24 時間無料動画ストリーミングサービスを開始する¹⁶など、テレビに近いサービス形態が出現している。

その他、衛星放送事業者やケーブルテレビ事業者といった有料放送事業者においても、VOD やライブ配信を行っており、一部の事業者では、自社が提供する専門チャンネルの一部を対象に同時配信を行っている¹⁷。

¹⁶ 28 のチャンネルを持ち (2017 年 4 月時点)、番組編成表にしたがいストリーミング配信を実施。なお、料金は基本無料であり、モバイル端末や PC で視聴可能。また、2017 年 4 月 6 日より、「AbemaTV」で放送された番組やアニメ、ドラマ等の人気作品の見逃し・オンデマンド視聴が可能(一部無料。有料のプレミアムプランに加入することで全てのコンテンツが対象)となる「Abema ビデオ」の提供を開始。

¹⁷ スカパーJSAT (株) では、「スカパー！オンデマンド」サービスにおいて VOD 配信や一部の専門チャンネル (62 チャンネルが対象) の同時配信を実施 (2017 年 4 月時点)。(株) ジュピターテレコム (J:COM) では、「J:COM オンデマンド」サービスにおいて VOD 配信やスポーツ、ニュース、アニメなど 20 チャンネルを対象とした同時配信 (一部のニュース系 2 チャンネルが放送とは独立した独自編成によるライブ配信) を実施 (2017 年 4 月時点)。(株) WOWOW では、「WOWOW メンバーズオンデマンド」サービスにおいて、一部の放送番組のライブ配信や見逃し配信を実施。(株) NTT ぷららでは、「ひかり TV どこでも」アプリにおいて、VOD 配信や一部の専門チャンネル (モバイル向けプラン加入者は 14 チャンネル、テレビ向けプラン加入者は 23 チャンネルが対象) の同時配信を実施 (2017 年 4 月時点)。

② 放送番組のモバイル端末・PC 向け同時配信の動き

放送番組の同時配信については、近年、NHK や一部の民間放送事業者において、熊本地震等の際にニュース番組の配信を行っている¹⁸ほか、以下のような取組が始まっている。

ア NHK

2014 年の放送法改正に基づき、2015 年及び 2016 年に、インターネット活用業務の一環として、地上波で放送するスポーツイベントの配信や期間を限定した NHK 総合・教育チャンネルの配信の試験的な取組（試験的提供）を行っている。

表 2 NHK の試験的提供の概要

	試験的提供 A	試験的提供 B
目的	放送を補完するため、国内テレビ放送番組の同時配信サービスの改善・向上の検討に資する。	
配信番組	スポーツイベントの生放送番組等	国内テレビ（総合・教育）の放送番組
対象利用者	一般の利用者	受信契約者（数千人～1 万人）
提供期間・対象番組	【平成27年度】 「NHK杯フィギュア」 平成27年11月27日～29日 「天皇杯決勝」 平成28年1月1日 「日本ラグビーフットボール選手権大会」 平成28年1月31日 【平成28年度】 「リオデジャネイロオリンピック」 平成28年8月5日～22日	【平成27年度】 - 総合テレビの同時配信 平成27年10月19日～11月15日 (午前7時～午後11時) 【平成28年度】 - 総合テレビ・Eテレの同時配信 平成28年11月28日～12月18日 (午前7時～午後11時)
配信時間	最大 4 時間程度／日	1 6 時間以内／日
主な検証項目	権利処理上の課題、配信システム、認証方法、費用、視聴ニーズ 等	
結果	試験計画を事前に作成・公表の上、試験の結果についても、終了後速やかにホームページで公表。	

イ 民間地上放送事業者

【(株) テレビ東京】

2015 年 4 月より、同局の有料課金制サービス「テレビ東京ビジネスオンデマンド」内の無料視聴できるページにおいて、朝の報道番組「NEWS モーニングサテライト」を配信。

【東京メトロポリタンテレビジョン (株)】

2015 年 7 月より、同社が提供するモバイル端末向けアプリ「エムキャス」において、「モーニング CROSS」等複数の番組を無料で配信¹⁹。

¹⁸ 熊本地震では、NHK 及び民放各社が地震関連ニュースの同時配信及びアーカイブ配信を実施した（NHK は NHK オンライン、(株) フジテレビジョンはホウドウキョク、(株) テレビ朝日は AbemaTV、日本テレビ放送網（株）及び（株）TBS テレビは自社動画サイト）。台風 10 号では、北海道テレビ放送（株）が台風関連ニュースを AbemaTV において同時配信を行った。なお、鳥取中部地震では、(株) フジテレビジョンのホウドウキョクや AbemaTV においては、災害情報を先行配信した。

¹⁹ その他、(株) ウェザーニューズや (株) 広島ホームテレビのネット独自番組の一部も配信しているほか、2017 年 7

【日本テレビ放送網（株）】

2017 年 4 月より、同社が運営するニュース専門チャンネル「日テレ NEWS24」を同社のホームページ、ならびに Yahoo! ニュースのウェブサイトにおいて無料で配信²⁰。

ウ 衛星放送・ケーブルテレビ・IPTV 事業者

スカパーJSAT（株）や（株）NTT ぷららが、一部の専門チャンネルを対象に自社のサービス加入者（無料で提供）及び非加入者（有料で提供）向けに配信サービスを提供。また、（株）ジュピターテレコム（J:COM）は、2017 年 4 月より、全国各地（43 拠点）に点在する同社傘下のケーブルテレビ事業者が放送している地域密着型ニュース番組「デイリーニュース」を無料で配信²¹。

また、ラジオ業界における同時配信の取組としては、民間放送事業者等による「radiko.jp」が 2010 年 10 月より、NHK による「らじる★らじる」が 2011 年 9 月よりそれぞれサービスを開始している。

「radiko.jp」は、民間放送事業者 82 局及び放送大学が参加しているサービスであり、放送対象区域の聴取は無料で提供し、放送対象区域外での聴取を月額有料で配信されている。2016 年の熊本地震時には熊本県外から熊本放送に対するアクセスが急激に増大したところ²²であり、災害等の社会的関心度の高い事案が発生した際のニーズも高いと見られる。

月からは群馬テレビ（株）及び奈良テレビ放送（株）の一部番組を同時配信している。

²⁰ なお、Yahoo! ニュースでは、ネット配信専用のニュースコンテンツの配信も行っている。

²¹ 同社が提供する地域情報アプリ「ど・ろーかる」上で配信。当該アプリは他にも、全国各地に設置された全国 52 台のライブカメラ映像や、花火大会・お祭り等の地域イベントのライブ配信、また自治体の広報番組等を無料で提供。

²² （株）radiko「ラジコに関するご説明資料」（第 4 回会合資料）

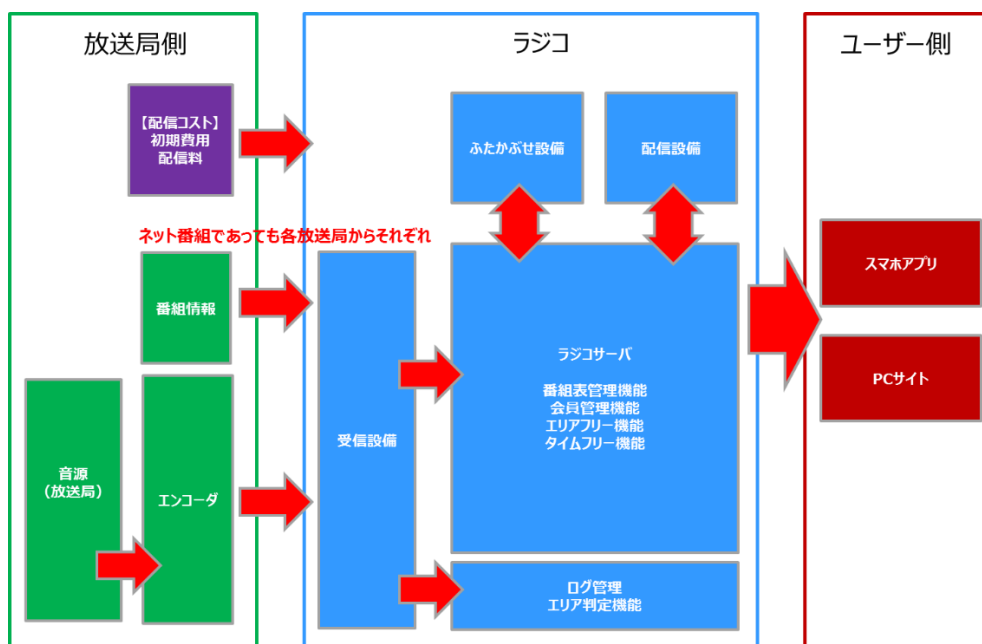


図 1 0 「radiko.jp」の仕組み

③ ハイブリッドキャストの活用による4Kコンテンツ配信に関する取組

ハイブリッドキャストは、インターネット経由のアプリやコンテンツを放送番組と連動する形で視聴者に提供する新たな放送サービスであり、2013年9月からNHKにより、2014年からは一部の民間放送事業者²³により順次開始されている。

ハイブリットキャストを活用することにより、従来のデータ放送で提供されていたようなニュースや天気予報、番組関連情報（番組の概要、出演者等）、簡易ゲーム（アンケートやクイズ等）だけではなく、スマートフォンやタブレット端末といったモバイル端末との連携や4K等の高精細な動画コンテンツの提供など、Webの最新技術²⁴の活用により、通信サービスのメリット（双方向な情報のやり取り、大容量のコンテンツ配信等）を十分に活かした新たな放送サービスの実現が可能となる。

²³ NHKだけではなく日本テレビ放送網（株）、（株）テレビ朝日、（株）TBSテレビ、（株）フジテレビジョン、（株）テレビ東京においても24時間サービスを開始。

²⁴ Web技術の国際標準化団体であるW3C(World Wide Web Consortium)で標準化されている“HTML5”(Hyper Text Markup Language version 5)と呼ばれる最新のweb技術を採用。



図 1 1 ハイブリッドキャストのサービス事例 (イメージ)

一方、ハイブリッドキャスト対応テレビの薄型テレビ全体の累計出荷台数（2013 年以降）に占める割合は約 25%²⁵であり、テレビのインターネット接続率が約 27.7%²⁶に留まっており、在京キー局以外の放送事業者によるハイブリッドキャストを活用した放送サービス（以下、「ハイブリッドキャストサービス」という。）が極めて限定的²⁷となっている現状を踏まえると、現時点では、データ放送に比べて視聴者の認知が十分とは言えない状況にある²⁸。

しかしながら、近年、一部の放送事業者において、ハイブリッドキャストを活用した新たな放送サービスの創出に向け、積極的な取組が始まっている。

例えば、北海道テレビ放送では、地域医療を支える医療機関の取組や最新の医療情報を伝える医療番組「医 TV」（毎週日曜午後 4 時 25 分から放送）において、ハイブリッドキャストを用いた実用サービス（放送中の医療機関に関する情報の提示やモバイル端末向け過去動画コンテンツの提示等）を行っている。

また、地上波放送事業者による 4 K コンテンツ配信の実現に当たり、その技術的な可能性について研究開発が進められている²⁹一方、一部の事業者では、ハイブリッドキャストの活用により、4 K コンテンツをブロードバンド経由で配信するといった取組（図 1 2）が行われている³⁰。

²⁵ 2016 年までの実績ベース（（一社）JEITA「民生用電子機器国内出荷統計」）

²⁶ 総務省「平成 27 年通信利用動向調査」（2015 年）

²⁷ 24 時間サービスを行っている事例は無く、任意の番組で試行的に取り組まれている事例が殆どである。

²⁸ 総務省「平成 28 年通信利用動向調査」（2017 年）によると、調査対象となった世帯全体のうち、約 5%がハイブリッドキャスト利用経験有りとなっている。

²⁹ ケーブルテレビや IPTV、一部の衛星放送については、4 K 実用放送が既に開始される等、放送の高度化に向けた取組が進められている。一方で、地上テレビジョン放送の高度化については、技術的な可能性が検証されている段階である。2015 年 7 月の「4 K・8 K ロードマップに関するフォローアップ会合 第二次中間報告」において、その実現には技術やコスト等の解決すべき課題は多いと指摘されている。

³⁰ 東京メトロポリタンテレビジョン（株）が 2015 年 3 月、（株）フジテレビジョンが 2015 年 12 月及び 2016 年 11 月、

こうした取組は、放送事業者による新たな事業機会の創出・拡大だけでなく、視聴者の視聴環境の向上、ひいては我が国の経済成長や地域課題の解決に寄与し得るものとして期待される。

そのためには、ハイブリッドキャストを起点とした、視聴者にとって魅力的な新たな放送サービスが一層拡がりを見せ、放送事業者による持続的な運用が可能となるよう環境を整備していくことが重要となる。

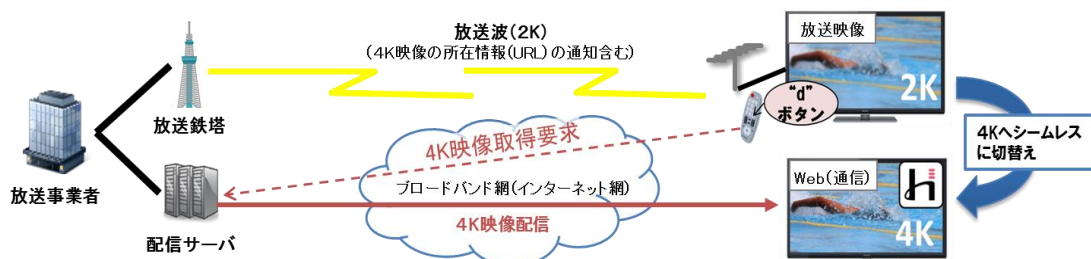


図 12 ハイブリッドキャストの活用による4Kコンテンツ配信のイメージ

(3) 「放送を巡る諸課題に関する検討会」における同時配信に関する議論

2015年11月から開催されている「放送を巡る諸課題に関する検討会」(座長 多賀谷一照 獨協大学教授)においては、放送を巡る環境の変化や放送サービスの高度化等を踏まえ、2016年9月に「第一次取りまとめ」を公表し、新サービス等の展開や地域に必要な情報流通の確保に向けた方策に加え、新たな時代の公共放送の在り方について提言がなされており、そこではNHKの業務・受信料・経営の在り方は相互に密接不可分であり、一体的な改革が必要との観点の下、引き続き検討を行うこととしている。

とりわけ、NHKの業務の扱いに関して、インターネット経由での同時配信の取組については、民間放送事業者には放送法による特段の規制はないが、NHKによる同時配信の取組については、放送法に基づいて総務大臣が認可する実施基準に沿って国内テレビジョン放送の試験的な同時配信等が行われている³¹一方、国内テレビジョン放送の“常時の同時配信”については現行法では認められていない。

そのため、2016年6月に開催された第9回会合において、NHKから、テレビ放送の常時同時配信を可能とする制度整備について検討してほしいとの要望があり、さらに、同年12月に開催された第13回会合において、24時間の常時同時配信について、2019年からの本格的なサービスを開始し、段階的に拡充したいとの意向が示された。NHKが24時間の常時同時配信を行うためには、放送法の改正が必要となるが、NHKの意向に対し、(一社)日本民間放送連盟(以下「民放連」という。)からは、「常時同時配信について、NHKに係る制度改正の方向性やサービス規模、コスト、財源などの具体的な実施計画を提示し、国民各層の合

名古屋テレビ放送(株)が2016年3月及び12月に、それぞれ4Kテレビ向け配信実証を実施。

³¹ 国民・視聴者のニーズの急速な多様化・高度化を踏まえ、NHKはインターネット活用業務について自ら定め、総務大臣による認可を受けた「実施基準」(放送法第20条第2項第2号及び第3号の業務の実施基準)に基づき実施。なお、NHKの国内テレビジョン放送の“常時の同時配信”については、現行法では認められていない。

意を得ることが不可欠である」との意見が示され、また、(一社)日本新聞協会からは、「県域免許など現行制度との整合性を十分に検討すべき」、「公共放送に係る三位一体の改革が不可欠であり、常時同時配信のみ法改正を先行させることには反対」との意見が示された。

また、同月に開催された第 14 回会合においては、民間放送事業者から、

- ドラマ等はタイムシフトでリアルタイム視聴を下支えしており、現時点で同時配信の事業性は見出し難い。
- 同時配信は、できるところから段階的に行うべき。コスト、ニーズ、権利処理など課題の解決が先である。
- 視聴率の低下などローカル局への影響も懸念している。
- 若年女性にネット見逃し配信のニーズがあることは分かっているが、常時同時配信についてのニーズがあるかはいまだ模索中。
- 同時配信のビジネスモデルを作成できる状況ではなく、将来に向けた先行投資を行う確証が持てない。
- 同時配信のニーズに確信はないが、ニーズを作り出さなければならないという問題意識はある。

といった考え方が示され、現時点では、常時同時配信の事業性を見出し難いため、同時配信は、出来るところから段階的に行うべきであり、NHK による常時同時配信については、民間企業の事業展開への配慮が不可欠との意見があった。

今後、関係者からの意見を踏まえ、引き続き、公共放送の在り方に係る議論を進めていくこととなっている。

3. 諸外国における放送事業者の動向

米国や欧州では、既に多くの放送事業者等が同時配信サービスを提供しており、視聴者が、日常的に放送番組をネットで視聴できる環境が整ってきている。

これらの同時配信サービスは、同時配信のみを視聴者に提供するのではなく、見逃し配信等のサービスと併せて提供される場合や他の有料サービスの付加価値サービスとして提供される場合が一般的となっている。また、サービスの提供形態としては、概ね、以下の3つの類型に分類される。

- ① OTT (Over The Top) サービスとして一般視聴者に提供³²
- ② 有料放送事業者や有料のコンテンツ提供サービス等の付加価値サービスとして加入者に提供
- ③ 有料放送事業者の付加価値サービスとして、リモート視聴機能を有する STB (セットトップボックス) や DVR (デジタルビデオレコーダ) を経由し、加入者が放送番組をネット経由で視聴できる環境を提供

以下に各国毎の概要を示す。

(1) 米国

近年、米国ではテレビによる視聴時間が減少する一方、多様なデバイスでのコンテンツ視聴が増加している。こうした中、NBC、ABC、CBS、FOX のいわゆる 4 大ネットワークが、ケーブルテレビ事業者や衛星放送事業者等の有料放送を通じて、有料放送加入者が無料で同時配信等を視聴できるサービスを提供している。また、CBS については、有料放送サービスの非加入者向けに、同時配信等を有料で視聴できるサービスを提供している。また、NBC では、サービスの中で、広告差し替えを実施しているほか、ABC や CBS では、地理的な視聴制約を設けることで、視聴者の所在する地域で放送されているコンテンツを配信している。

また、タイムワナーや DirecTV では、リモート視聴型サービスを提供しており、録画機能のある STB や DVR を保有している加入者は、STB や DVR を通じて加入チャンネルにアクセスすることにより、同時配信と同様のサービスを視聴することができる。

さらに、AT&T による「DirecTV Now」や衛星放送事業者 Dish による「Sling TV」等有料の同時配信サービスも提供されており、最近では 2017 年 2 月に、Google が 4 大ネットワークのほか、ESPN や地域のスポーツ放送局等のテレビ番組の同時配信やクラウド上での 9 ヶ月間の録画が可能となる YouTube のサービス (YouTube TV) を開始した。

³² 放送事業者が自ら、或いは OTT 事業者が構築する配信プラットフォーム経由で視聴者に提供する場合を含む。

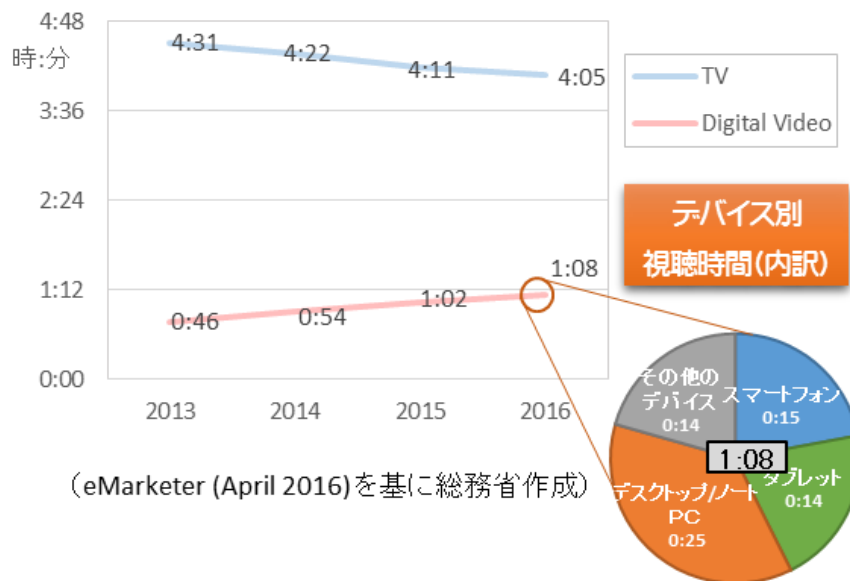
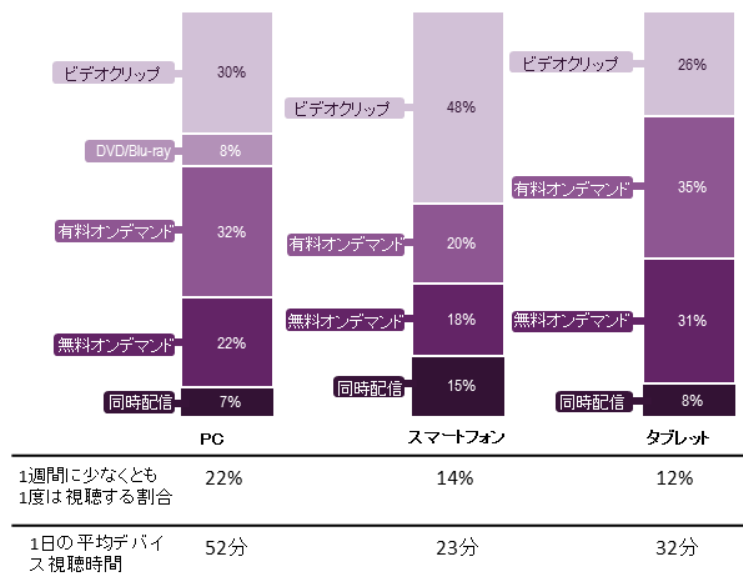


図 1 3 米国における 1 日当たり平均視聴時間とデバイス別の内訳

(2) 英国

英国では、公共放送であるBBCが2007年から、商業放送であるChannel4が2006年から、ITVが2007年から、それぞれテレビライセンス保有者向けに同時配信や見逃し配信のサービスを提供しており、これらのサービスの利用が広がっている³³。



出展: Ofcom Digital Day 2016. Base: Adults aged 16+ who watched anything on each type of device
 ※ Ofcomの資料を基に試算すると、同時配信の視聴は1.6分/日・人、見逃し配信の視聴は4.3分/日・人

図 1 4 英国における視聴方法ごとの視聴時間の割合（画面別）

³³ Channel4 が提供するサービスには、1,300 万人、ITV が提供するサービスには、1,600 万人がそれぞれ登録している。

BBCの提供するiPlayerには1日約810万件（2016年1月）のアクセスを記録しており、時間帯別にみたiPlayerの視聴パターンは、インターネットの利用パターンよりもテレビの視聴パターンに近似しているとの報告もある。

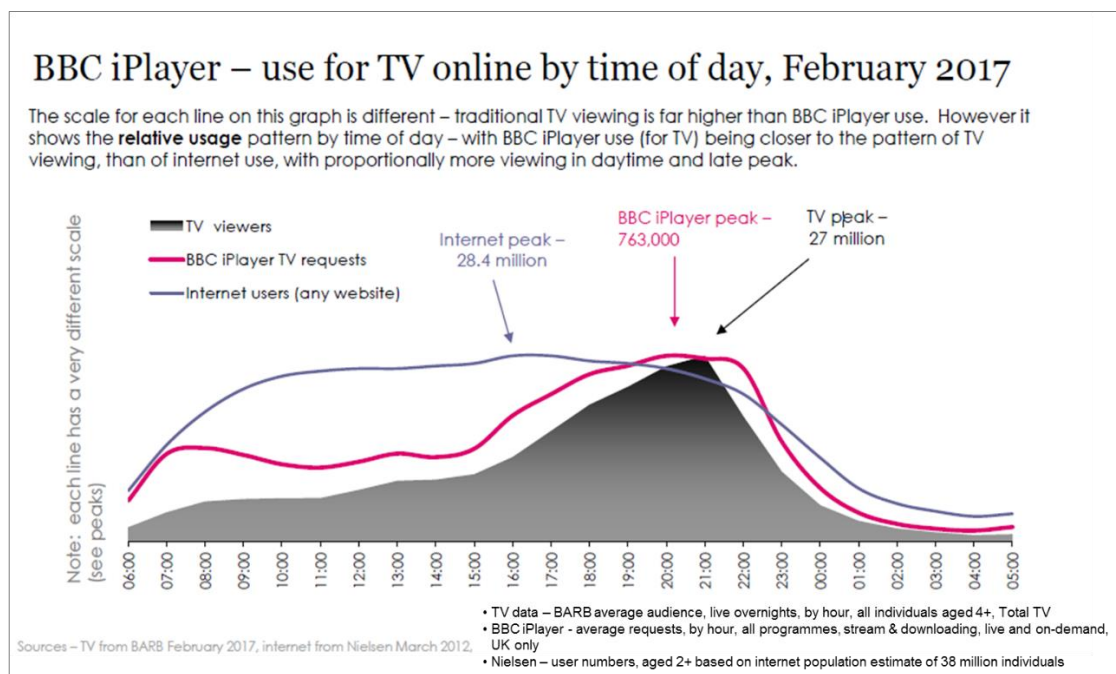


図 15 テレビ視聴と iPlayer の視聴のパターン比較

また、2013年には、Simplestreamが、BBC、Channel4、ITV等の無料地上波放送や娯楽・音楽・ニュース・通販等の専門チャンネル等系79チャンネルの同時配信サービスを無料で視聴できるアプリケーション（TVPlayer）の提供を開始し、現在では、アクティブユーザーが100万人を超えているといわれている。

なお、英国における無料のネット配信市場における広告収入は2010年から2015年の6年間で0.7億ポンドから2.8億ポンドと4倍になっている（2015年のテレビ広告収入³⁴は約50億ポンド）。

³⁴ 放送、スポンサーシップ及びネット動画配信（オンラインビデオサービス）による広告収入のことを指す。

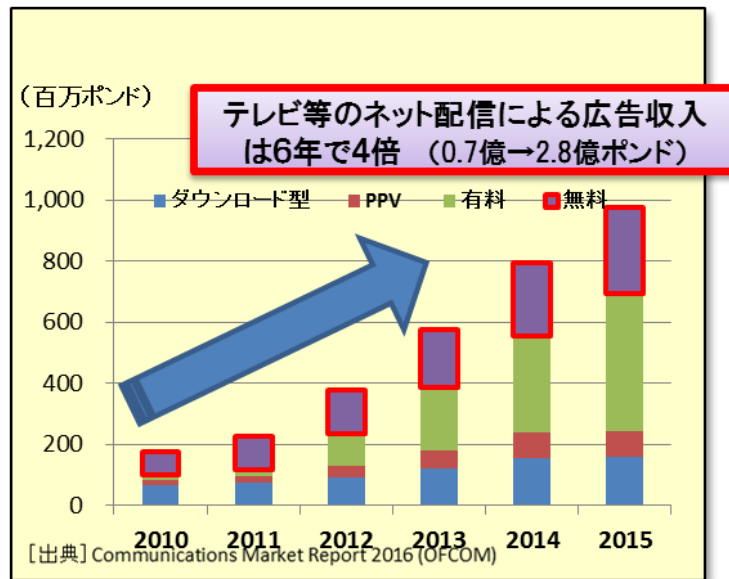


図 1 6 英国におけるネット動画市場の状況

(3) ドイツ

ドイツでは、公共放送連盟である ARD に加盟する複数の放送局が、2008 年から同時配信や見逃し配信サービスを提供しており、17 チャンネルが同時配信で視聴可能となっている。

また、商業放送事業者である ZDF は、2007 年から、また、メディア企業である ProSieben Sat. 1 は傘下の放送事業者が、2006 年から、同時配信や見逃し配信（7 日間）サービスを提供しており、2014 年に有料のモバイル端末向けアプリを提供開始していたが、2016 年には、一部の放送事業者の同時配信を無料で視聴できるアプリの提供を始めている。

(4) フランス

フランスでは、2011 年から公共放送であるフランステレビジョンが、2012 年から商業放送である M6 が同時配信や見逃し配信サービスを提供している。フランステレビジョンが提供する France3 視聴時には、24 地域から希望の地域を選択して同時配信を視聴することができる。また、M6 では、月に 1 億 2000 万回の動画視聴数を記録しており、広告動画の視聴完了率が 96%となっている。

さらに、2016 年からは、Molotov が、全地上放送の同時配信や配信可能な見逃し配信サービス等を提供するサービスを開始しており、サービス開始から約半年で、利用者が 100 万人を超えている。

4. 放送サービスの高度化の方向性と課題

視聴環境の変化や国内外の最近の動向を踏まえると、放送事業者によるテレビ・スマートフォン・PC 等多様なデバイスへのネット配信の拡大は、より多くの放送コンテンツの視聴機会の拡大に寄与すると考えられる。特に、テレビ放送が、他のメディアにくらべて、「伝達力」、「わかりやすさ」、「速報性」の点から国民に広く評価³⁵されてきたことを踏まえると、スマートフォン・PC 向けのネット配信は、これまでのテレビによる視聴に加えて、視聴の場所や時間を広げる可能性を有しているとともに、災害時等における情報伝達手段としての役割も期待され³⁶、また、4 Kテレビの普及やテレビのネット接続率の上昇傾向を踏まえると、テレビ向けのネット配信は、多くの放送事業者に4 Kコンテンツを製作・流通する機会を広げることに寄与することが期待される。

また、放送コンテンツは、映像コンテンツ市場の約6割を占めているが、現時点では、通信系コンテンツ市場（PC や携帯電話などインターネット等を経由したコンテンツ市場）での割合は1割にも満たない状況であり、ネット配信が拡大することによって、コンテンツ市場全体の成長に繋がることも期待される。さらに、ネット配信は双方向性という一方のメディアである放送にはない特色があり、例えば、放送事業者は、同時配信等のネット配信サービスを提供することにより、視聴データ等の視聴者の行動に関するデータを取得することも可能となる。こうしたデータは、放送コンテンツに対する視聴者ニーズの詳細な分析などの放送事業への活用だけでなく、デジタルマーケティング（ターゲティング広告やマーケティングプランニング等）などの分野にも有効に活用できる可能性があり、従来の放送事業の枠を超えた新たな事業の展開に繋がる可能性もある。

表 3 映像コンテンツ市場の規模（2015 年）³⁷

メディア・ソフト	映像コンテンツ市場			
	全体		うち通信系コンテンツ市場	
	市場規模(億円)	割合	市場規模(億円)	割合
地上テレビ番組	27,964	44.7%	688	4.2%
衛星・CATV 放送	9,211	14.7%	594	3.6%
映画ソフト	7,368	11.8%	1,960	11.9%
ビデオソフト	4,050	6.5%	1,963	11.9%
ゲームソフト	11,849	18.9%	9,204	55.7%
ネットオリジナル	2,104	3.4%	2,104	12.7%
合 計	62,547	100.0%	16,513	100.0%

³⁵ NHK 放送文化研究所「日本人とテレビ 2015」（2015 年 7 月）

³⁶ NHK による災害時等における同時配信においては、熊本地震関連ニュースでは 2016 年 4 月 14～18 日の間で約 529 万人、2015 年の関東・東北集中豪雨関連ニュースでは 2015 年 9 月 10 日及び 11 日で約 373 万人のアクセスに達している。

³⁷ 総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査結果」（2017 年 7 月）に基づき作成。

しかしながら、具体的に今後どのようなサービスがどのように提供されていくのかという点については、以下のとおり構成員から様々な観点から意見が示されたところであり、特に、放送事業者による放送コンテンツの同時配信については、実践事例も少なく、事業の実施にあたっては多くの検討すべき事項があることが示されたところである。

《構成員から示された同時配信サービスに関する主な意見》

【同時配信の実施の方向性に係る意見】

- 若年層のテレビ離れが早く進み、放送業界が危機的な状況に陥る前に早急に検討することが必要。
- 公共放送としての使命や、受信料という財源を持つ NHK と、広告収入で成り立つ民放の構造の違いも念頭に置くことが必要。
- 同時配信を検討するにあたっては、各社のビジネス戦略に十分に配慮することが不可欠。
- 同時配信について一定のニーズはあると考えるが、常時同時配信にはクリアすべき課題が多く、現時点ではビジネスモデルが見通せない。
- 全ての番組をネット同時配信することだけでなく、ネット同時配信をあえて行わない番組もある等、柔軟に事業戦略を考えられるようにすべき。

【同時配信サービスの提供方法に関する意見】

- デバイスやネットワークに係わらず、サービスを視聴できるような検討が必要。
- 高齢化社会が進行する中、高齢者でも視聴しやすいユーザーインターフェースの在り方を検討すべき。
- ライフラインとしての放送の役割に鑑みれば、遅延が発生するネット同時配信でも防災・減災情報や緊急性のある情報を正確に迅速に配信することが必要。
- 複数の放送局が提供するネット同時配信・見逃し配信・災害情報配信を1つのアプリ・サイトで利用できるようなユーザーインターフェースが必要。
- ユーザはインターネットで新しいサービスを期待している訳ではなく、テレビが生活の中に入り込んでいるということとスマートフォンやタブレット端末を常時身近に持っているということを踏まえて検討すべき。
- 配信プラットフォームを複数の放送局が共同で構築し、開発コスト・運用コストを低減する施策を検討することが必要。
- 地方の放送事業者も参入しやすい仕組みを検討することが必要。
- ハイブリッドキャストはまだ浸透していない。4Kテレビを購入すれば標準で付与される機能にも関わらず活用できていないことは問題。4Kの普及はオリンピックを控え、更に浸透させていかなければいけない。

【放送コンテンツの製作・流通に関する意見】

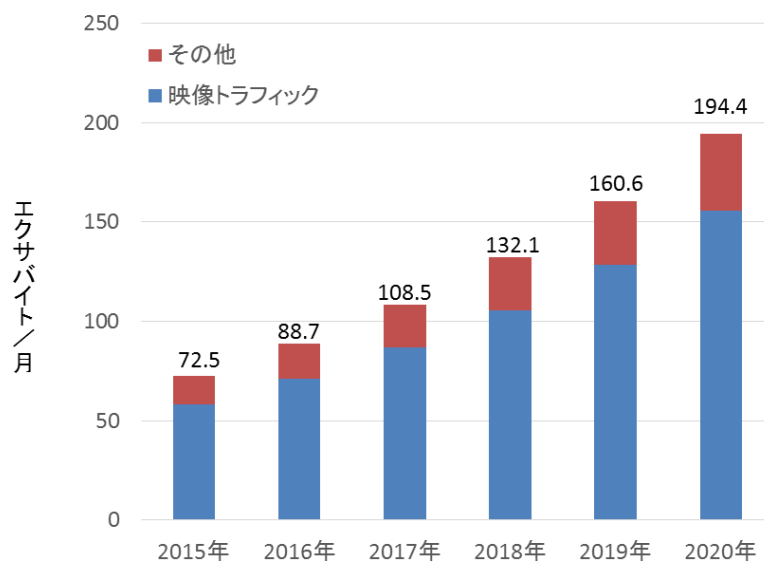
- 放送コンテンツの二次利用の進展に対応した製作・流通の確保のためには、放送事業者と製作会社間の取引が「適正」に行われることが不可欠。
- 同時配信の推進にあたっては、映像、音楽、出演者などの権利者との間で、迅速かつ円滑な権利処理が行われることが必要。

また、同時配信の推進にあたって、通信インフラへの影響や効率的な配信方法等についても考慮しておくことが必要である旨が構成員から示されたところである。

《構成員から示された通信ネットワークとの関係に関する主な意見》

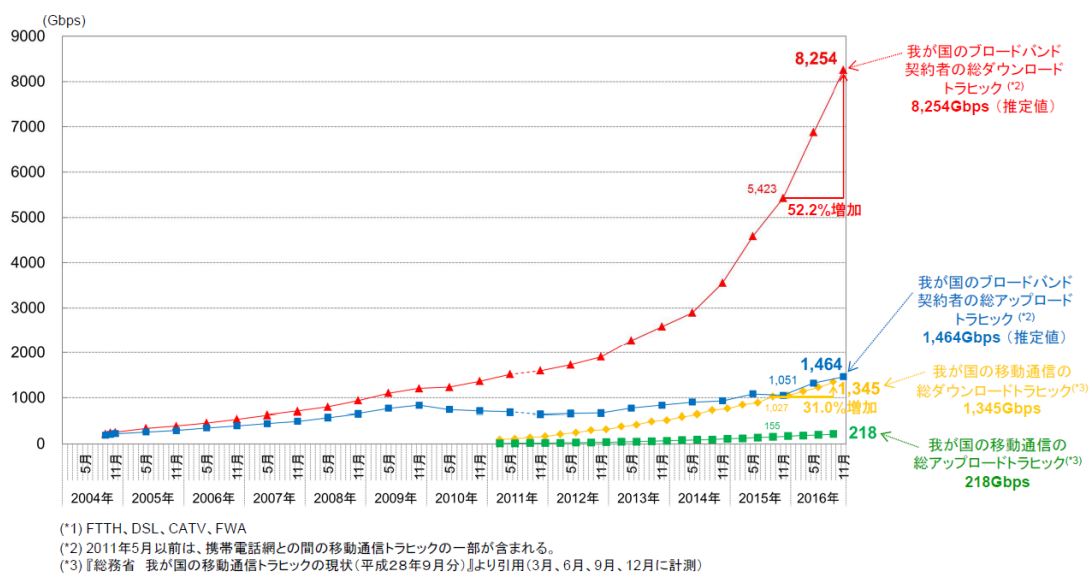
- 大容量のトラフィックが流通することにより、現在の通信ネットワークの容量で十分な品質が維持できるか、既存のユーザの通信への影響が出ないか、あるいは大容量トラフィックを流通させるためのネットワーク増強のコスト負担をどうするかといった課題など、持続的なサービスの提供に向けてステークホルダー間の連携・調整が不可欠。
- 第5世代移動通信システムの導入といった移動通信ネットワークの高度化の流れにどのように反映させていくのかという点もあわせて考えていくことが必要。
- 関係者間での課題が多岐に渡るため、スモールスタートでサービスを開始し、通信のボトルネックといった課題等を解決していくことが必要。
- 同時配信の推進にあたり、特に災害時や有事などにテレビをもたない層や、移動中などどこにいても、ネットを活用して広くユーザに伝えるためには、多種多様な配信ネットワークで提供できることが重要。

例えば、放送コンテンツを含めた映像トラフィックは世界のトラフィック全体の80%～90%を占め、2020年には82%を占めるとの予測がある。また、日本よりも動画配信サービスの普及している北米地域においては、動画配信サービスがピークトラフィックの6割以上を占めるとの調査結果もある。日本の地上テレビ番組の視聴時間は、国内で流通するコンテンツ量の約8割を占めているとの試算があり、仮に、今後、地上波放送の同時配信が本格的に提供された場合には、通信ネットワーク全体の流量を大幅に押し上げる要因となり得る。



出典: Cisco VNI: 全世界のIPトラフィック予測, 2015~2020年

図 1 7 全世界の IP トラフィックに占める映像トラフィックの割合



(*)1) FTTH、DSL、CATV、FWA

(*)2) 2011年5月以前は、携帯電話網との間の移動通信トラフィックの一部が含まれる。

(*)3) 『総務省 我が国の移動通信トラフィックの現状(平成28年9月分)』より引用(3月、6月、9月、12月に計測)

図 1 8 国内の固定通信トラフィックと移動通信トラフィック ³⁸

³⁸ 総務省「我が国のインターネットにおけるトラフィックの集計結果」(2017年2月)に基づき作成。

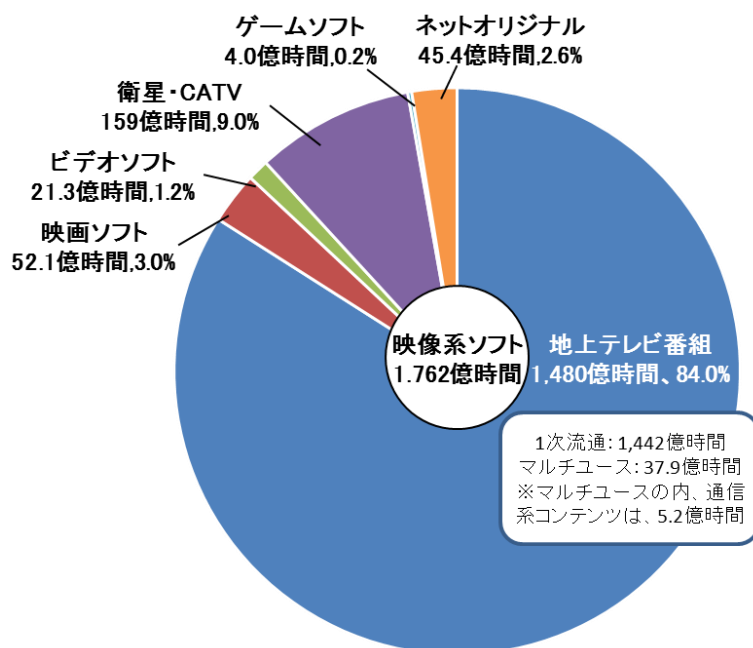


図 19 映像系ソフトの流通量 (2015 年) ³⁹

こうした点を踏まえれば、同時配信の円滑な展開を図っていくためには、その需要や配信される映像の高精細化を想定し、第5世代移動通信システムをはじめとする通信ネットワークの高度化を踏まえつつ、放送コンテンツを安定的にかつ効率的に配信する場合の具体的方策について、放送事業者や通信事業者などの関係者が連携して検討していくことが重要である。

もとより、具体的な事業展開の方法やサービス内容は各放送事業者の経営判断によるが、ネット配信の拡大を図る上では、地方の放送事業者も含めてより多くの放送事業者が多様なネット配信サービスの展開に取り組めるよう環境整備を進めることが必要であり、サービスを安定的に実施する上での課題に対応するためには、放送事業者のみならず、多くのステークホルダー間の連携・調整が不可欠であると考えられる。

以上の点を踏まえ、審議においては、特に取組が始まったばかりである同時配信の実施に関して、①地方の放送事業者を含めた多くの放送事業者が参画可能な環境整備、②大容量のトラフィックが発生した場合の通信ネットワークに対する負荷への対応、③放送コンテンツの二次利用の進展に対応した製作・流通の確保、を検討すべき課題ととらえ、

① 放送コンテンツの流通を支える配信基盤及びネットワークの在り方

② 放送コンテンツの適正かつ円滑な製作・流通の確保

に関して、モバイル端末・PC 向け及びテレビ向けの両方のサービスを念頭に置いて、具体

³⁹ 総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作および流通の実態に関する調査結果」(2017年7月)に基づき作成。

的課題を整理するとともに、今後取り組むべき事項を示すこととし、次章以降においてこれまでの検討結果をとりまとめた⁴⁰。

⁴⁰ 「モバイル同時配信技術タスクフォース」「スマートテレビ等を活用した4K配信技術タスクフォース」「放送コンテンツ製作取引タスクフォース」を設置し、各種の課題について検討を行った。なお、各タスクフォースの開催要綱及び構成員名簿については、参考資料6～8を参照。

第2章 放送コンテンツの流通を支える配信基盤及びネットワークの在り方

前章4で述べたとおり、同時配信については、地方の放送事業者を含めた多くの放送事業者が取組を進める上で多くの課題が提起されている。本章では、このうち配信基盤及びネットワークの在り方について、モバイル端末・PC 向け及びテレビ向けそれぞれについて検討を行った。

1. モバイル端末・PC 向け同時配信に関する検討

同時配信については、放送と比べて受信の遅延が大きいほか、視聴数が多いほど配信に要するコストが増加していくことから、構成員からは、

- ・ 現時点では、事業性が見だしにくく、技術的課題も多いため、小規模な形から段階的に拡大して技術課題を検証していくべき。
- ・ 配信システムの構築・運用には多額の費用がかかることから、複数の放送事業者が共同のプラットフォームを構築する等の取組が必要。
- ・ 配信システムの仕組みの検討にあたっては、地方の放送事業者を含めてできるだけ多くの事業者が参加できるハードルの低い方法を考えるべきではないか。

といった配信システムの構築・運営に関する意見が示されたところである。

こうした意見を踏まえ、配信システムの技術課題の検証や効率的な構築・利用の在り方について検討を進めるため、

- ・ モバイル端末や PC 等への同時配信サービス内容（字幕、地域制御等）に応じて必要となる機能、システム構成のパターンの整理及び想定されるコストの試算
- ・ 上記の試算等を踏まえた上での課題抽出

を行った。

なお、上記のコスト試算や課題抽出等に係る検討にあたっては、以下を基本的な考え方とした。

- ・ 想定するシステム構成パターンや試算結果は、今後の放送事業者のシステム構成やサービスを制約するものではない。
- ・ 試算の対象は配信に係るシステムであり、放送事業者設備の改修・コンテンツ製作・権利処理・ユーザーインターフェース・サービスの宣伝費等及び通信事業者のネットワークに関するコストは対象外である。
- ・ 検討結果は、放送事業者がネット同時配信サービスを検討する際の参考に資するものであり、各放送事業者のネット同時配信サービスの実施時期・内容などを決定するものではない。

(1) コスト試算による評価及び課題

① システム構成のパターン整理等

試算にあたっては、

- ア 視聴デバイスやネットワークに関する前提
- イ 配信システムの機能
- ウ 配信システム等の構成パターン及び CDN⁴¹の構成

に関して以下のとおり整理を行った上で配信システムと CDN のコスト試算を行った（図 20）。

ア 視聴デバイスやネットワークに関する前提⁴²

できるだけ多様な機器での視聴を担保するため、配信システムは、モバイル端末及び PC での視聴を前提とした。また、一人あたりの平均視聴時間を 7.4 分⁴³とした。

イ 配信システムの機能

配信システムを構成する機能を「基本機能」と「付加機能」に分類し整理した（表 4）。

基本機能：動画配信を行うにあたって最低限必要となる機能

付加機能：放送サービスと同様のサービスをネット配信で実現するための機能やネット同時配信を行う上で、導入される可能性がある機能。

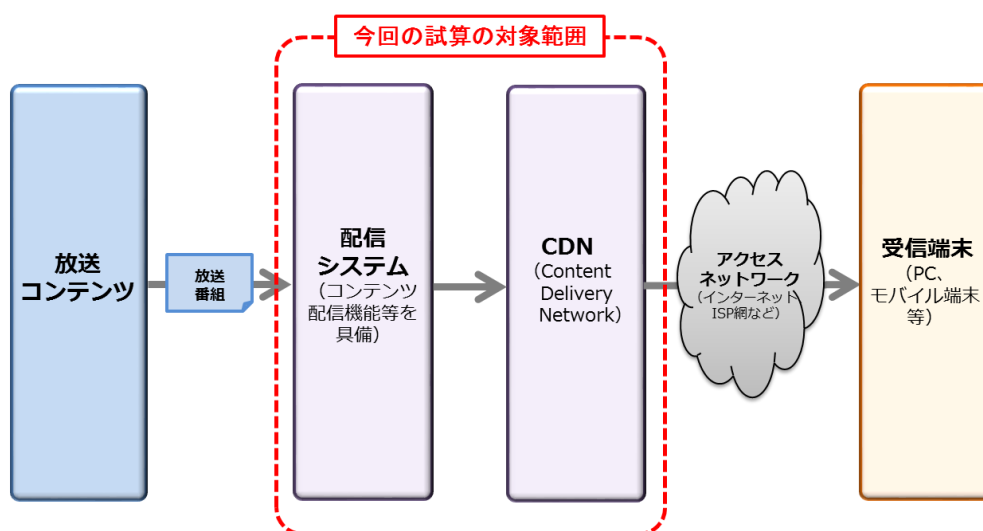


図 20 コスト試算の対象範囲

⁴¹ Content Delivery Network の略。データサイズが大きいデジタルコンテンツをネットワーク経由で配信するために最適化されたネットワーク。

⁴² 配信番組や 1 日あたりの配信時間については、各事業者の事業戦略に大きく依存するものであるため、具体的想定を置いていない。

⁴³ 電通総研「生活者の動画視聴をめぐる論点」（第 3 回会合資料）より。前掲 9 頁図 7 の「IP サイマル配信」に対応するアニメ・バラエティ・ドラマの 3 分野合計の日平均視聴時間（分）。

表 4 配信システムの機能概要

機能名		機能概要			
		オプション①	オプション②	オプション③	オプション④
基本機能		映像・音声エンコーダーおよびトランスコードを使用して配信フォーマットに変換し、配信元となるオリジンサーバにアップした上でCDNを通してマルチデバイスに配信端末側で配信された各情報を表示 ※事前ファイル化して送付する場合、エンコーダ及びトランスコードは不要。			
字幕重畳		対応無し	画面に焼きこむ（オープンキャプションによる表示）	焼きこまずにクローズドキャプション表示、または画面外に表示	-
災害情報配信		対応無し	災害情報を映像に重畳して配信・表示（放送波のまま、映像として災害情報を放送事業者より受領しそのまま表示することを想定）	インターネット配信およびスマホPUSH（インターネット配信は端末側に災害情報取得および表示の仕組みを想定。スマホPUSHはスマホのOSが提供するメッセージのPUSH機能を使用する想定。この場合視聴用アプリの提供が前提となる）	放送事業者がキャリア緊急速報サービス（エリアメール）を活用し、緊急速報を視聴側に配信
データ放送		対応無し	ワンセグと同様の簡易表示（TOPページのための配信とし、コンテンツ自体は外部リンク（やアプリ）連携とする等）	地デジと同様のコンテンツに対応（BML、ECMA Script等への対応）	ハイブリッドキャストに対応（HTML5）
音声配信		モノラルの音声の配信	ステレオ（2ヶ国語・副音声）の音声配信	-	-
番組表配信（EPG）		対応無し	現在及び次番組のみの表示、番組記述無し（ワンセグ同等）。内容は番組名のみの想定。	現在及び次番組のみの表示、番組記述有り（PDA、車載器向けと同程度）。内容は番組名と番組情報を想定。	8日分の番組表示（フルセグ同等）。内容は番組名と番組情報（出演者等の詳細の番組情報含む）
コンテンツ保護		対応無し	コンテンツ自体を保護するための暗号化も実施※トークン方式でのコンテンツ保護を利用するなど、どのようなオプションを検討するかによって、変動要素あり	コンテンツ自体を保護するための暗号化に加え、伝送路の暗号化も実施	-
フタ被せ(※1)の処理等		手動	権利処理が出来ていない番組を番組単位で（放送時間を）指定することでフタ被せ実施を自動的に実施	オプション②の番組単位のフタ被せに加え、権利処理ができていない楽曲に対して、指定時間のみ全音声をカットする簡易な仕組みで楽曲対応を想定	オプション③の番組単位・楽曲に加え、背景毎及びシーン単位でのフタ被せ処理を自動的に実施(実現方法は要検討)
CM運用		アドサーバを利用せず、放送と同様CMを番組映像と同じ扱いでそのまま配信	アドサーバを利用し、放送のCMキュー信号などをともに指定されたCMを配信	-	-
地域受信制御	モバイル端末向け	制御無し	GPS機能が付属しているモバイル端末で、GPS情報から取得した位置情報を元に視聴地域を特定し、閲覧コンテンツの制御を実施	オプション②のGPSに加え、公開されているAPIやサービスを利用し、携帯電話の基地局やWi-Fi APなどから取得した位置情報を元に視聴地域を特定閲覧可能コンテンツの制御を実施	オプション③GPS情報および追加情報での制御に加え、ユーザ申告による視聴エリアの制御を実施
	PC向け	制御無し	GPS機能が付属していない端末の場合、アクセス元IPアドレスから位置情報を判別し視聴地域を特定し、閲覧コンテンツの制御を実施	-	オプション②IPアドレスによる制御に加え、ユーザ申告による視聴エリアの制御を実施
コンテンツ管理(※2)		局側の各種システムとは独立したCMS(Content Management System)	局側の各種システムとファイルを使って連携する	局側の各種システムとオンラインで連携する	-
視聴ログ		端末のアプリ内（またはWEBスクリプト）から取得した視聴情報を配信サーバ側にアップロードし、配信サーバ側で各端末よりアップロードされた視聴情報を蓄積・解析取得情報の粒度や取得情報の内容などの取り扱いは課題			
放送設備連携用インタフェース		放送事業者が保有している情報（EPGデータ、字幕データなど）を取得するインタフェース。放送事業者毎に各データフォーマット等が異なることが想定される。			

※1 権利処理の関係で配信できない番組をマスクする（別の画像等で覆い被せる）機能。
 ※2 配信対象となるコンテンツの配信制御、管理等を行う機能。
 本試験にあたっては、コンテンツ配信やフタ被せの制御、また番組メタ情報や地域制御のための諸情報の登録・管理等を想定。

ウ 配信システム等の構成パターン及びCDNの構成について

放送事業者が同時配信サービスの提供を検討する上で、柔軟なサービス運営の参考となるよう、配信システムの構成やCDNについて、以下の前提とした。

- 放送コンテンツの配信システムへの送付方法については、以下の2つの方法を想定。
 - (i) 番組を事前ファイル化して送付（例：収録番組）
 - (ii) 番組を事前ファイル化しないで送付（例：ライブ番組）
- 配信システムの機能等の構成パターンについては、動画配信に最低限必要な基本機能で構成されるシステム（ケースA）から、付加機能を加えたシステムについては、放送と類似のサービスをネット配信において実現するために必要と想定される機能で構成されるシステム（ケースF）までを想定⁴⁴。
- CDNの構築は基本的にCDN事業者に委ねることを前提とする。

⁴⁴ ケースBからケースEまでは、現在提供されているサービスを参考に、付加機能を追加。

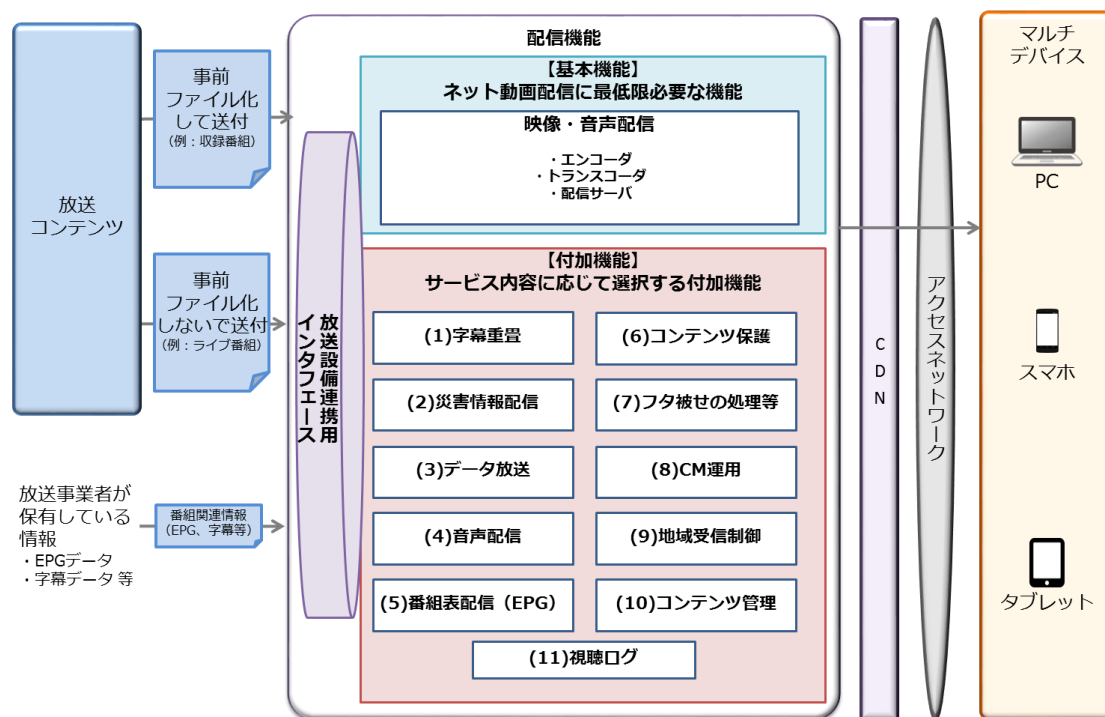


図 2 1 システム構成イメージ

② コスト試算の結果

ア 配信機能のコスト

配信機能のコストについては、複数の配信プラットフォーム運営事業者からのヒアリングに基づき、新たに機能を設置した場合の初期開発コストと当該機能の維持・管理等に係る年間運用コストを推計した。

また、各機能の減価償却期間を5年間と設定し、初期開発コストを年間コスト化した。
 $(\text{年間コスト} = \text{初期開発コスト} / 5 \text{年} + \text{年間運用コスト})$

なお、配信システムについては、現に配信サービスを提供している放送事業者が保有する設備を有効利用することも想定されるが、試算にあたっては、新たに全ての配信システムを構築し、長期間運用した場合における平均的な年間コストを算定した。

表 5 ケース毎の配信機能のコスト

(i) 番組を事前ファイル化して送付する場合(例:収録番組)⁴⁵

ケース	配信機能				初期開発 コスト	年間運用 コスト	年間 コスト
A-a	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS			71 (基本機能:25)	64	78
B-a	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS			71	64	78
C-a	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS	番組表配信 番組名 番組内容		104	72	93
D-a	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化 CM運用 アドサーバ利用	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS	番組表配信 番組名 番組内容 出演者等	災害情報配信※3 放送との 遅延はほぼなし ※3:但しNW輻 輳の影響有り	104	72	93
E-a	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS	字幕重畳 クローズドキャプション表示 または画面外に表示	災害情報配信 放送との 遅延はほぼなし ※3:但しNW輻 輳の影響有り	104	72	93
F-a	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化 CM運用 アドサーバ利用	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS	字幕重畳 クローズドキャプション表示 または画面外に表示	番組表配信 番組名 番組内容 出演者等 データ放送 地デジと同様の コンテンツ表示	192	135	174

※ コストの単位は百万円。

※ エンコーダとトランスコーダは1局あたり1台必要。

(ii) 番組を事前ファイル化しないで送付する場合(例:ライブ番組)

ケース	配信機能				初期開発 コスト	年間運用 コスト	年間 コスト
A-b	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS			101 (基本機能:55)	66	86
B-b	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS	番組選択の自動化 番組単位で自動選択		101	66	86
C-b	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS	番組選択の自動化 番組単位で自動選択	番組表配信 番組名 番組内容	139	77	104
D-b	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化 CM運用 アドサーバ利用	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS		災害情報配信※3 放送との 遅延はほぼなし ※3:但しNW輻 輳の影響有り	139	77	104
E-b	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS	フタ被せの処理※4 シーン単位での自動化 字幕重畳 クローズドキャプション表示 または画面外に表示	番組表配信 番組名 番組内容 出演者等 ※4:背景は未対応	224	87	132
F-b	コンテンツ保護 コンテンツ及び伝送路両方 の暗号化 CM運用 アドサーバ利用	コンテンツ管理 局側の各種システムとは 独立したCMS	フタ被せの処理 背景音及びシーン 単位での自動化 字幕重畳 クローズドキャプション表示 または画面外に表示	番組表配信 番組名 番組内容 出演者等 データ放送 地デジと同様の コンテンツ表示	326	152	217

※ コストの単位は百万円。

※ エンコーダとトランスコーダは1局あたり1台必要。

⁴⁵ CM運用は、使用頻度によってコストが大きく異なるため、今回の試算の対象外としている。

イ CDN コスト

CDN のコストについては、複数の配信プラットフォーム運営事業者からのヒアリングに基づき年間コストを推計した。

また、発生トラフィックや CDN コストの算定にあたっては以下を前提とした。

(i) 発生トラフィック算定の前提条件

- ・ サービス内容に係わらず一人あたりの 1 日平均視聴時間を 7.4 分と設定⁴⁶。
- ・ 平均ビットレートは 1 Mbps⁴⁷と設定。

(ii) CDN の利用単価

複数の配信プラットフォーム運営事業者からのヒアリングを基に年間発生トラフィックに応じて単価を設定。なお、ヒアリングによれば、総トラフィック量が多いと、単価のディスカウントが可能とのことであった⁴⁸。

(iii) ピーク帯域に対応するための追加コスト

ピーク帯域が大幅に増大する場合には、回線を確保するための追加コストが発生することも見込まれるが、今回の試算では考慮していない。

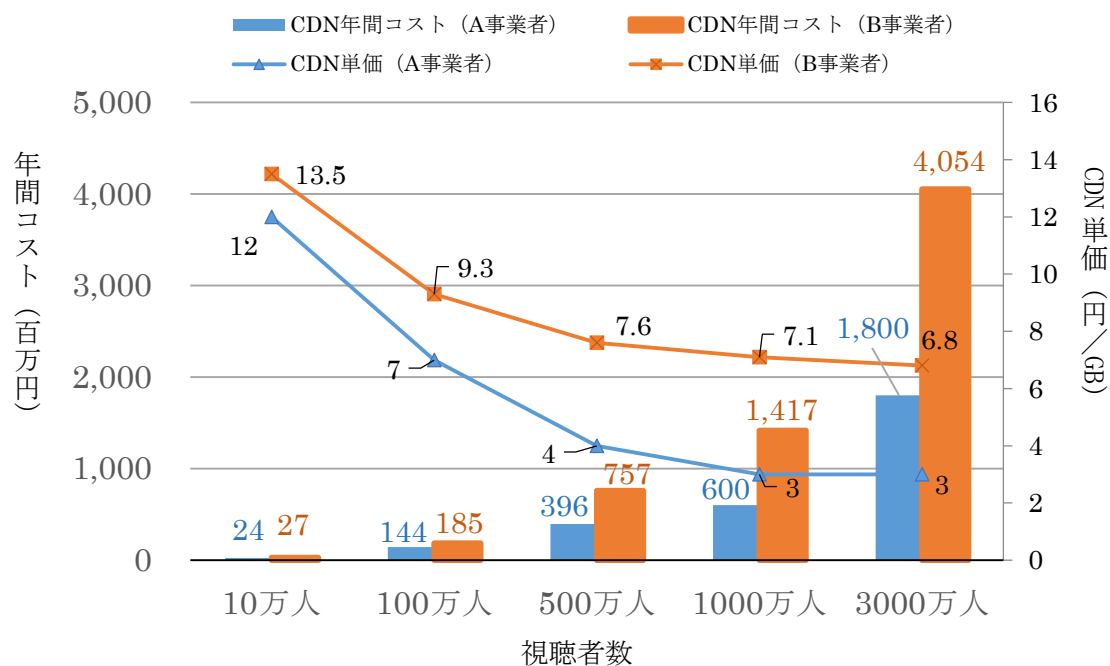


図 2 2 CDN 年間コスト及び CDN 単価

⁴⁶ 電通総研「生活者の動画視聴をめぐる論点」（第3回会合資料）

⁴⁷ 視聴者数が 1000 万人の場合の年間トラフィック容量の算出例：1000 万人（視聴者数）× 7.4 分（1 人あたりの 1 日平均視聴時間）× 60 秒（7.4 分を秒に変換）× 1 Mbps × 30 日 × 12 ヶ月 ÷ 8（ビットからバイトに変換）= 199,800,000,000MB（200PB）。

⁴⁸ 実際には、事前のボリューム保証が必要となる。

ウ 年間コスト

配信機能の年間コストと CDN の年間コストの比較検討を行った。

視聴者数が少ない場合、相対的に配信機能の構築・運用に必要なコストの割合が高いが、配信機能の構築・運用に関わるコストは一定であることから、視聴者数が増加して総視聴時間（トラフィック総量）が増えることにより、その割合は下がることが示された。

また、CDN の年間コストについては、視聴者数の増加によりトラフィック総量が増えると CDN コストも増加するが、CDN 単価の推移を踏まえると、一定の視聴規模を超えると、その増加率が抑制されることが示された。

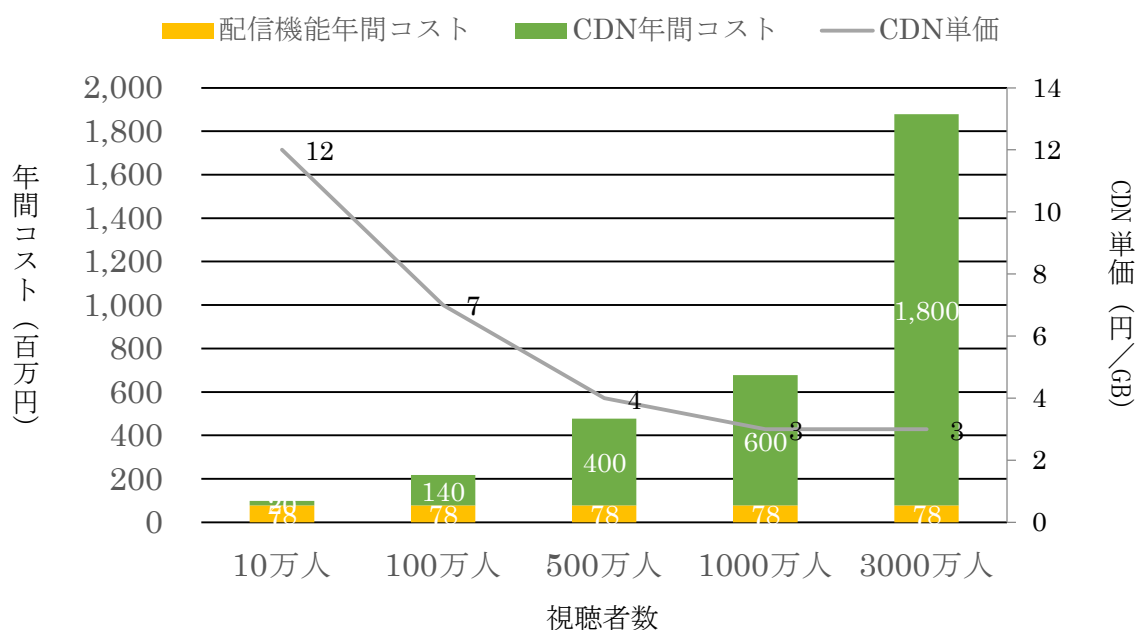


図 2 3 配信機能年間コスト（ケース A-a の場合）+CDN 年間コスト⁴⁹

⁴⁹ 年間に発生するコストは、前ページの CDN 年間コスト(A 事業者)と配信機能の構築(減価償却期間 5 年)・運用で発生するコストからなっている。今回の算出では、アクセス回数・通信量などによる配信機能年間コストの変動は無いものと仮定している。

③ 配信システムの共同利用について

地方の放送事業者も含めてできるだけ多くの事業者が参加できる方法を検討するため、「各放送事業者が個別仕様で構築する場合」と「複数の放送事業者が共同で配信システムを構築・利用する場合」を想定し、以下の前提条件のもとで、配信システム及びCDNに係るコストの比較を行った。

【共同利用に係るコスト試算の前提条件】

- 共同利用する各放送事業者のコストは、「基本機能」と「付加機能」を全ての放送事業者が共同利用することを前提とし、放送事業者数に対して均等に按分。
- エンコーダなどの基本機能に含まれる設備については、既に VOD サービスを提供している放送事業者が保有している可能性も高いが、試算では、全ての事業者が新規構築することを前提。
- 視聴者のユーザーインターフェースの共通化に係るコストは試算の対象外。
- 事前ファイル化しないで送付する場合、エンコーダや放送設備連携用インターフェース（番組情報・字幕・フタ被せタイミングなど）は共同利用できない機能として試算（図 24）。
- 複数の放送事業者が共同利用する場合、サーバ増強等の対応が必要となるため、その対応コストを加味。
- 事前ファイル化して送付する場合、放送事業者が規定のフォーマットで同時配信に必要なファイルを準備する想定のため、全ての機能を共同利用できる機能として試算。

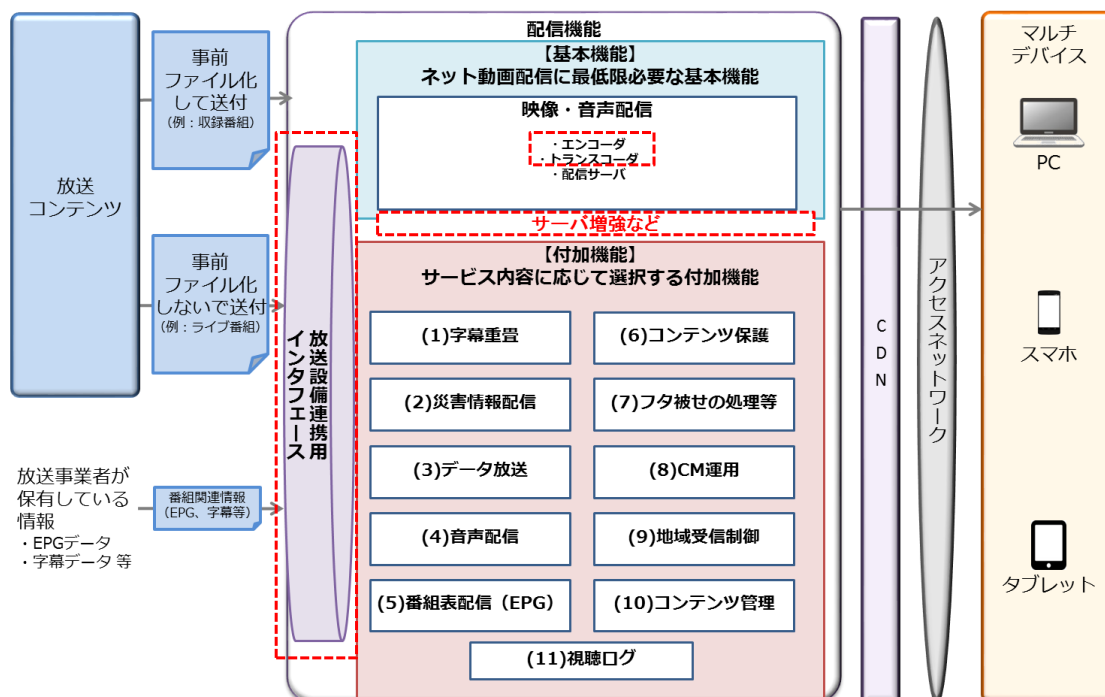


図 24 共同利用出来ない設備について（破線部分）

ア 配信システムを共同利用した場合の配信機能のコスト

「10 者が個別仕様で構築・利用する場合」と「10 者が共同で構築・利用する場合」を想定してコストの比較を行った⁵⁰。

複数放送事業者が共同利用する場合、サーバ増強等の対応コストが必要となるが、1 者あたりの配信機能のコスト低減を図れることが示唆された⁵¹。

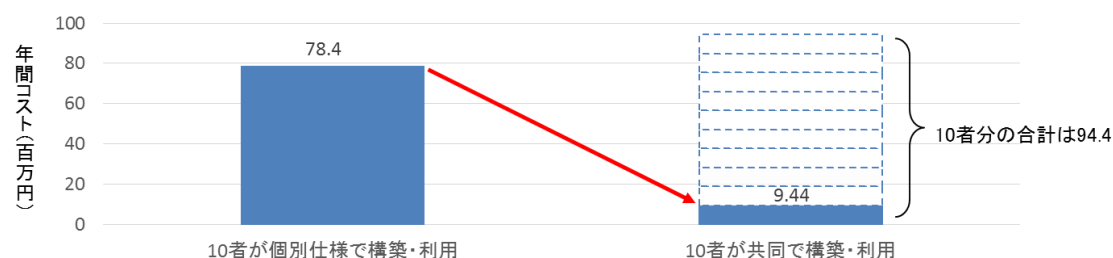


図 2 5 共同利用した場合の配信機能のコスト比較 (ケース A-a の場合)

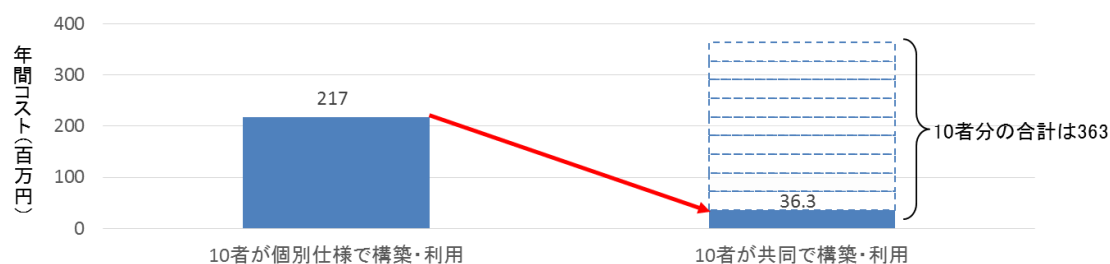


図 2 6 共同利用した場合の配信機能のコスト比較 (ケース F-b の場合)

イ CDN を共同で単一契約した場合の CDN コスト

「10 者が個別で CDN を契約した場合」と「10 者が CDN を共同で単一契約した場合」を想定して、コストの比較を行った⁵²。

複数放送事業者が共同で単一の CDN 契約した場合、年間トラフィック契約量が大きくなり、CDN 単価の低減を図れることが示唆された。

⁵⁰ 放送事業者が現に保有する機能を利用することも想定されるが、新たに全ての配信機能を構築したものとしてコストを算定。

⁵¹ 個別仕様で構築・利用する場合でも、複数社が同時配信を行う場合は、受注側が複数社からの受注を期待し、共通化可能な機能の開発費を一定程度値下げする可能性がある。

⁵² 複数の事業者からのヒアリングを基に年間発生トラフィックに応じて単価を設定。

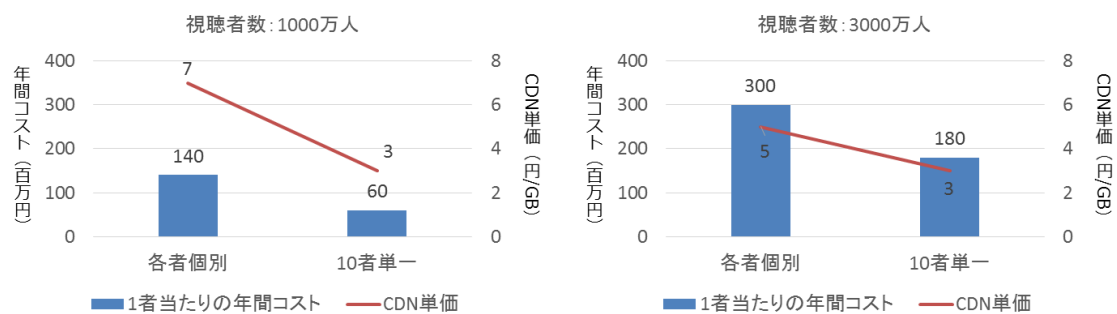


図 2-7 CDN を共同で単一契約した場合の CDN コスト比較

④ コスト試算を踏まえた課題

ア 配信機能の開発コストの試算に係る課題

「災害情報配信機能」、「字幕重畳機能」、「フタ処理機能」といった付加機能については、現時点では、動画配信事業者がサービス提供する類似のシステムがないため、試験的に開発されたシステムのコストや机上で推計したコストを用いた。

このため、実際に開発した場合には、今回示した試算を大きく上回るコストが発生する可能性があり、実際に開発すべき機能や方式を具体化していくことが必要である。

イ トラフィック需要の推計に必要なデータの不足

今回のコスト試算では、複数の放送事業者が同時配信を行った場合のデータがないことから、一定の仮定でのコスト算出に止めざるを得なかった。実際のサービス提供を想定した CDN コストを推計するためには、以下のトラフィック需要を推計するためのデータを収集することが必要である。

(i) 総トラフィック：一定期間に発生するトラフィックの総量⁵³

(CDN 単価の見込みを推計する場合に必要)

(ii) ピーク帯域：一秒単位あたりに発生する最大伝送帯域

(CDN 事業者が回線を確保するためのコストを推計する場合に必要)。

また、ピーク帯域の推計は、ピークアクセス時や配信エリアによる通信インフラへの影響や配信サービスの安定性を分析する観点からも重要である。

ウ 共同利用に関する具体的な分析の必要性

配信システムについては、全てを新たに構築することとし、既存設備の改修コスト等は試算の対象外としている。このため、今回のコスト試算では、配信システムや CDN の共同利用について、一定のコスト低減効果は認められた一方、多くの放送事業者が実際に共同利用を行う場合のコストについて、より実態に即した具体的な検討を行うには、以下の分析が必要となる。

⁵³ トラフィック算定に係る要素例：平均視聴時間、平均ビットレートなど。

- (i) 共同利用にあたっての放送事業者側の設備改修の必要性
- (ii) 放送設備連携用インターフェースに係るコスト低減のための各放送事業者のデータ形式等の標準化に対応するための放送事業者側の対応コスト

(2) 今後取り組むべき事項

今回のコスト試算による評価及び課題を踏まえ、効率的な配信システムの構築、通信ネットワークへの影響やサービスの安定性確保及び地方の放送事業者を含めた多くの放送事業者が参加できるための仕組みを検討するため、今後、複数の放送事業者が連携した実証事業を行い、以下の事項について検討を進めることが不可欠である。

① 同時配信システムに係る機能の開発に関する検討

現在提供されている動画配信サービスでは一般に提供されていない「災害情報配信機能⁵⁴」、「字幕重畳機能⁵⁵」、「フタ処理機能」といった機能や放送事業者が動画配信を行うにあたってニーズがあると思われる「地域受信制御機能」、「視聴ログ」といった機能については、開発に係るコストの効率化を図る観点から、複数の放送事業者が連携し、視聴者のニーズを踏まえ、具体的な実現方式や機能の標準化・共通化を検討していくことが重要である。

② トラフィック需要の推計

放送事業者が CDN を効率的に利用する観点や同時配信が既存の通信システムや通信サービスに与える影響などを分析する観点から、

- 複数の放送事業者が共通の視聴者のユーザーインターフェースでチャンネルを提供した場合の一定期間のトラフィック総量
- アクセスが集中すると想定されるイベント発生時（例：国際的なスポーツイベントなど）のピークトラフィック

など同時配信の実施によって見込まれるトラフィックを推計することが重要である。

③ 配信システムの共同利用に関する検討

配信システムの共同利用に関して、放送事業者側の設備改修コスト及びデータ変換作業などの運用コストについて、放送設備から配信システムに送られる各種データ（EPG、字幕等）フォーマット等の標準化による影響分析を合わせて検討することが重要である。

⁵⁴ 放送事業者がネット同時配信において提供すべき情報の範囲を踏まえ、放送との遅延をなくす方法の検討の必要性や具体的方式（通信キャリアとの連携）等の整理が必要。

⁵⁵ 字幕機能として担保すべき品質（視聴者への表示方法や放送との遅延）の整理が必要。

2. テレビ向け4Kコンテンツの同時配信に関する検討

(1) 現状と課題

一部の民間放送事業者において、ハイブリッドキャストを活用し、地上波放送番組に同期させる形で当該番組の4K映像をブロードバンド経由で4Kテレビ向けに同時配信するといった実証が行われている⁵⁶。

また、NHKは、2016年8月に、ハイブリッドキャストを活用し、リオデジャネイロオリンピックの一部競技に係る4K映像のライブ配信及び見逃し配信を実施した。

表 6 リオデジャネイロオリンピックにおけるNHKの実施内容

項目	内容
実施番組数	・計16番組 (ハイブリッドキャスト経由8番組、NHKオンデマンド8番組)
提供方式	・ハイブリッドキャスト経由での配信 (8K素材映像を4K変換し、ライブ配信および見逃し配信) ・NHKオンデマンドによる配信 (SHV試験放送の既放送番組を4Kに変換して配信) (ひかりTV、J:COM、アクトビラ、milplus、VideoMarketの5社)
実施期間	・ハイブリッドキャストによる配信 平成28年8月6日～8月31日 ・NHKオンデマンドによる配信 平成28年8月7日～12月31日
ポイント	・ハイブリッドキャスト経由での4Kネット配信はNHK初 ・NHKオンデマンドで放送直後の見逃し配信を4Kで行うのは初めて

このような取組により、幅広く4K映像を視聴できるようになれば、視聴者の利便性や今後普及が期待される4Kテレビの価値の向上が図られるだけではなく、地域コンテンツの高度化に繋がる可能性がある。

他方で、ハイブリッドキャストの活用による4Kコンテンツの同時配信の本格的な展開にあたっては、

- ①ハイブリッドキャストに対する視聴者認知の向上
- ②4Kコンテンツを同時配信する場合の仕組みや運用ルール、試験環境等の整備
- ③4Kコンテンツ等の高精細映像の安定的・効率的な配信

といった課題が挙げられている。

① ハイブリッドキャストに対する視聴者認知の向上

第1章2(2)③で述べたように、2013年に開始されたハイブリッドキャストについては、在京キー局やNHKを中心とした限定的なサービスの提供に留まっていることから、視聴者がハイブリッドキャストを認知している程度は高くないのが現状である。こうした背景

⁵⁶ 東京メトロポリタンテレビジョン(株)が2015年3月、(株)フジテレビジョンが2015年12月及び2016年11月、名古屋テレビ放送(株)が2016年3月及び12月に、それぞれ4Kテレビ向け配信実証を実施。

にはハイブリッドキャストに対応した受信機が普及途上にあることも要因と考えられるが、こうした状況が続けば、将来受信機が一定程度普及しても、テレビを起点とする新たなサービスに対するインセンティブは高まらず、仮にサービスを提供しようとしてもハイブリッドキャストに係る受信機の改良やメンテナンスを行う場合の受信機メーカーの負担が増すおそれがあるなど、ハイブリッドキャストに係るサービスの普及にとって大きな阻害要因となる可能性がある。

このため、今後、ハイブリッドキャストの普及にあたっては、4Kテレビの普及や2020年における東京でのオリンピック・パラリンピック開催を見据えて、ハイブリッドキャストサービスの国民への浸透をさらに進めることが重要であり、放送事業者によるサービスの実績を積み重ねていくことが必要である。

特に、ハイブリッドキャストを全国で提供できるNHKがより積極的な取組を進めるほか⁵⁷、地方の放送事業者によるサービス参画も同時に図っていくことが重要となる。キー局やNHKに比べて人員や経営の面で小規模な地方の放送事業者によるハイブリッドキャストのサービス参画を図っていくには、効率的にサービスを提供できるよう環境整備を進めることが必要であり、具体的には、以下のような取組が必要との意見が提起されている⁵⁸。

- ・ 放送事業者の運用や受信機の挙動に係る標準化
- ・ ハイブリッドキャスト向けコンテンツの製作及び機種毎の受信機の動作検証に要する人材の確保並びにこれらの作業に要するコストの低廉化
- ・ コンテンツの製作や動作検証時に必要となる諸情報の共有化（情報共有基盤の強化）
- ・ Web系IT技術者等の人材確保又は社内での人材育成（ハイブリッドキャストはWeb系の最新技術であるHTML5をベースとしているため）

② 4Kコンテンツを同時配信する場合の仕組みや運用ルール、試験環境等の整備

ハイブリッドキャストを活用した場合、インターネット経由によるコンテンツ配信であっても放送を提供している放送事業者からコンテンツがテレビに配信されるため、視聴者は放送と同程度のサービスを期待する可能性が高い。

また、放送事業者としても自身の放送を起点としたテレビ向けのサービスにおいては、特に放送で提供している防災・減災情報や緊急性のある情報を可能な限り視聴者に提供したいとする意見も提起されている⁵⁹。

⁵⁷ なお、同局が公表する2017年度の「インターネットサービス実施計画」

(<http://www.nhk.or.jp/mediaplan/pdf/netriyou29.pdf>)において、ピョンチャンオリンピック・パラリンピック（オリンピック：2018年2月9日～25日、パラリンピック：同年3月9日～18日）をはじめとした様々なスポーツイベントにおいて、スーパーハイビジョンとインターネットを繋ぐ実験的な取組を推進する旨明示する等、継続的な取組の推進を今後の方針として掲げている。

⁵⁸ 「スマートテレビ等を活用した4K配信技術タスクフォース」における名古屋テレビ放送（株）のプレゼン内容に基づく。

⁵⁹ 東京メトロポリタンテレビジョン（株）「TOKYO MXの取組について」（第2回会合）、及び（株）フジテレビジョン「Hybridcastを用いた現行地上HD放送と同期した4K配信の実証実験について」（第2回会合）での発表より。

この点、例えば、ネット経由の配信画面から、イベントメッセージを利用して、放送画面に自動的に引き戻すための仕組みの確立に向けた取組が行われている。



図 28 イベントメッセージ (EM) を利用した放送画面への引き戻し方式の概要

また、特に民間放送事業者が同時配信等のハイブリッドキャストサービスを継続・拡大していく観点からは、ネット配信の利点を活かした視聴地域や視聴者嗜好に応じた広告配信、またネット配信の視聴率の扱いなど、サービスの収益化に向けた仕組みも重要となる。

しかしながら、何れも現時点では、放送事業者等の仕組みや運用方式が統一されておらず、また、受信機側においても、こうした仕組みに対応した機能の実装が限定的となっている。

こうした課題について、例えば、ハイブリッドキャストの規格・推進団体である(一社)IPTV フォーラム⁶⁰においては、

- ・ 技術仕様や運用ルール⁶¹の策定
 - ・ ハイブリッドキャストのコンテンツと対応受信機の動作検証支援のための環境整備(検証用コンテンツの生成⁶²、テストセンターの運用等)
 - ・ ハイブリッドキャストサービスの実施に関わる情報(技術課題、対応受信機・番組等)の共有と外部向け発信
 - ・ 広報普及(展示会への出展⁶³等)、人材育成活動(アプリ開発セミナーの実施協力⁶⁴等)
- といった取組が行われているが、受信機メーカーが受信機の挙動を検証するための検証環境

⁶⁰ 通信事業者、受信機メーカー、放送事業者等が参加し、IPTV 技術に関する規格化及び普及を促進する団体として 2008 年 5 月に設立。2011 年末からハイブリッドキャストに係る規格化や広報普及活動を実施。

⁶¹ 災害情報の提供方法としてイベントメッセージ利用した放送波への引き戻し、またマルチピリオドを用いた MPEG-DASH による広告挿入は、現在のハイブリッドキャスト運用規定及び運用ルールにおいて規定されているが、受信機の実装有無や実装されている場合でも実装方法が受信機によって異なるといった課題がある。

⁶² 放送事業者によるハイブリッドキャストの実証等に係る取組を通じ、受信機の機種によってコンテンツの動作に差異が生じないように受信機開発の際の検証に用いることを目的としたコンテンツ。(株)フジテレビジョンやNHKを中心とした取組が行われている。

⁶³ 2016 年 11 月 16 日(水)～18 日(金)の期間で開催された InterBee2016 において(一社)IPTV フォーラムブースを出展(<http://www.iptvforum.jp/info/2016/11181642.html>)。

⁶⁴ (一財)NHK エンジニアリングシステム(NES)主催の技術セミナー「実践!ハイブリッドキャスト運用規定対応 MPEG-DASH」に協力(<http://www.nes.or.jp/seminar/2016/11/mpeg-dash/>)。

の更なる充実化や放送事業者によるハイブリッドキャストサービスの運用パターンを網羅的にカバーするなど、今後、実用ベースの運用ルールの確立が必要といった意見が示された。

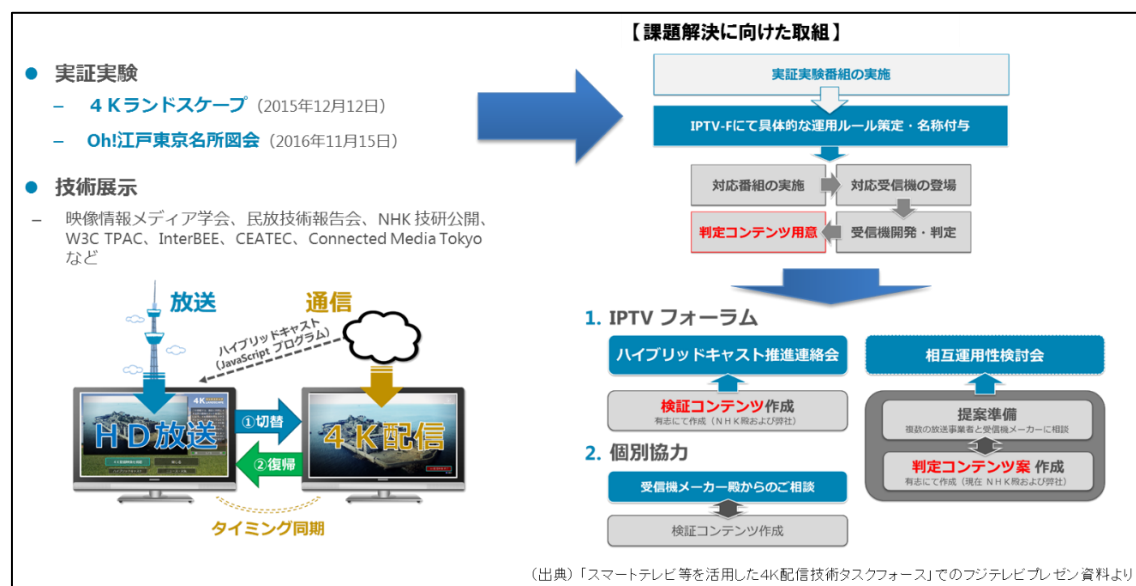


図 2.9 フジテレビにおける実証を踏まえた取組事例

③ 4Kコンテンツ等の高精細映像の安定的・効率的な配信

4K放送番組の同時配信等の高精細映像をネット配信する場合、データ量が大きくなることから、視聴者が多くなると配信コストの増大や通信ネットワークの負荷が大きな課題となり得る⁶⁵ため、効率的な配信の在り方についても検討しておくことが重要となる⁶⁶。

こうした中、ハイブリッドキャストを活用した4K放送番組の同時配信について、配信コストの低廉化の観点から、一部の民間放送事業者により、現在ネット配信で一般的に用いられているユニキャストに代えて、マルチキャストを用いたハイブリッドキャストサービスの導入に関する実証が行われている⁶⁷。

⁶⁵ ネット同時配信を行った場合のトラフィックは現時点の日本の総トラフィックの5%~25%を占める可能性がある(5%:視聴者数が11,100万人で、PC・モバイル端末向け配信した場合。25%:視聴者数が11,100万人で、PC・モバイル端末向け配信に加え4K映像配信した場合)。((株)インターネットイニシアティブ「インターネットで同時配信を実施する場合の考察」(第3回会合資料))

⁶⁶ 仮に、HDコンテンツのネット配信に必要な配信ビットレートを1.5Mbps(NHKの試験的提供Bにおける最高値)とし、4Kコンテンツのネット配信に必要な配信ビットレートを25Mbps(Netflixにおける最高値)とした場合、約17倍の配信量の差異が生じる。

⁶⁷ 読売テレビ放送(株)が2016年3月及び6月に実施。なお、東京メトロポリタンテレビジョン(株)は2016年3月に4Kテレビ向けマルチキャスト配信実証を行う旨報道発表。

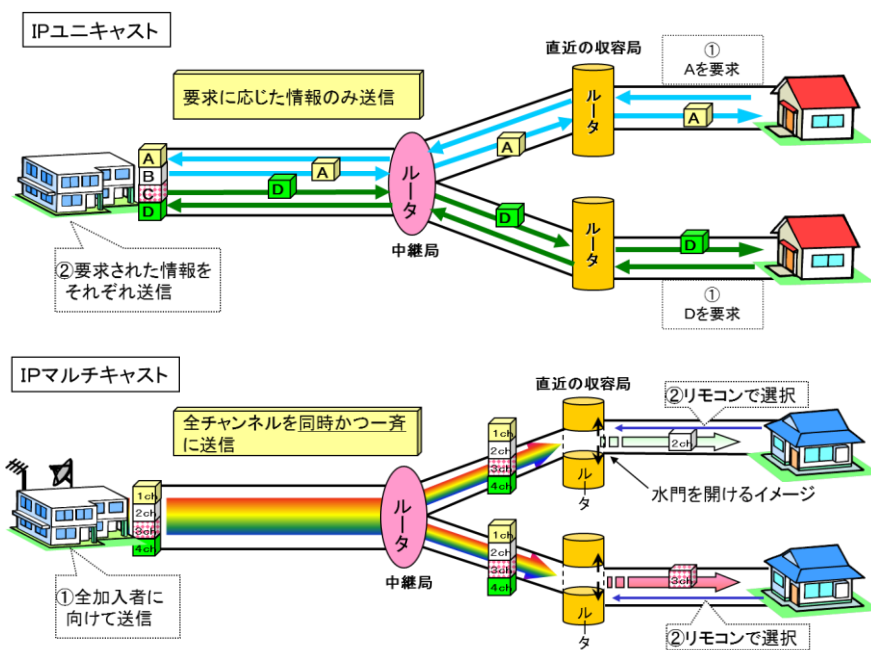
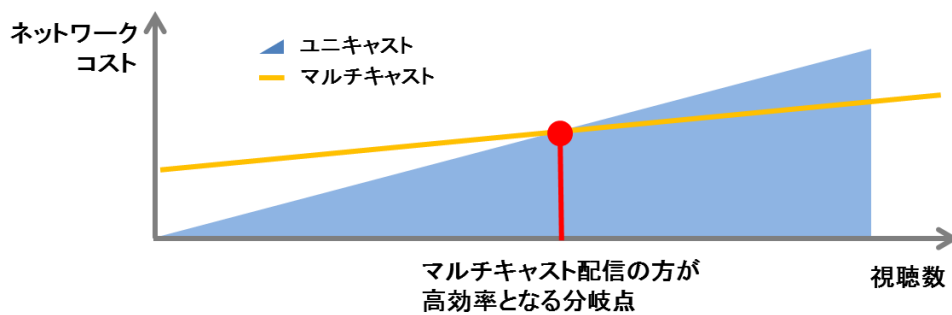


図 30 ユニキャストとマルチキャストのイメージ例

マルチキャストでは、個々の視聴者の要求に応じてコンテンツを送信するユニキャストと異なり、ネットワーク内で必要に応じてデータを複製して配信するため、ユーザ数の増加に対する配信コストの増大を抑えられることが期待されている⁶⁸ (図 31)。



※マルチキャストでも通信サービスの利用に係るコストは発生する。

図 31 ユニキャストとマルチキャストの配信コストイメージ

⁶⁸ マルチキャスト等の通信サービスの利用に係るコストは発生する。

しかしながら、マルチキャストについては、

- ケーブルテレビ事業者⁶⁹や電力系通信事業者の多くのネットワークがマルチキャストに未対応。
- 一部の通信事業者のネットワークでは、既にマルチキャストに対応しているもの、4K映像等大容量コンテンツの大量配信を想定した設計・構成とはなっていない。
- マルチキャストを用いたハイブリッドキャストサービスに対応している受信機（テレビ等）や宅内機器がない。

といった現状にある。

表 7 現在のマルチキャストへの対応状況

	NTT	KDDI	CATV		電力系通信事業者A (※4)
			FTTH	HFC	
局舎設備 (配信サーバ、ルータ等)	対応済 (※1) 配信事業者にて 配信サーバの 用意が必要	対応済 (※2)	• JCTAによる“ケーブル4K”では、日本デジタル配信(JDS)、ジャパンケーブルキャスト(JCC)による4KマルチキャストサービスをCATV事業者向けに配信中。(但し、運用局数としてはごく僅かであり、主流はRF伝送) • 一部のCATV事業者は、受信したマルチキャストをそのまま自社の加入者宅向けに配信。	• 一部のCATV事業者は、CMTS*パイパス/ダイレクト方式によりマルチキャストを配信。 *Cable Modem Termination System	• PPPoE接続用構成(BAS*)のため、マルチキャストに非対応 • *Broadband Access Server • L3機器が下位局まで整備されていないため、マルチキャスト対応の効果が薄い
アクセス 伝送路	• 最大1Gbps の帯域	• 最大1Gbps の帯域	• 最大1Gbpsの帯域	• 最大1Gbpsの帯域 (※3)	• 最大1Gbpsの帯域
宅内端末 (CM, HGW, STB, TV等)	対応済 (※1)	対応済 (※2)	• 規格: JLabS SPEC-028制定 • (IP-)STB: マルチキャスト対応機販売中(但し対応機種は少ない) • CATVの地デジIP再送信: メーカーからプロトタイプ展示 • なお、IPv6対応は少ない	• HGW(Home Gateway): CATV局用HGWでIPv4マルチキャスト対応機の販売開始(但し対応機種は少ない) • CM(Cable Modem): マルチキャスト対応CMが必要	非対応

※上記については、現状、既に提供されているサービスに基づき記載。

※現状の各社ネットワークは4K映像等大容量コンテンツの大量配信を想定した設計・構成ではなく、利用状況によっては混雑による影響が生じる可能性がある。

※1・NTT東日本・NTT西日本の提供する「フレッツ・キャスト」サービスのマルチキャストは、フレッツ光(コラボ光含む)※の加入者への配信が可能。※フレッツ光ライト、フレッツ光ライトプラス等を除く
・ユーザ宅内機器としては、フレッツ光回線ご利用の環境(ONU、ルータ等)に加え、場合によっては、映像視聴用のSTBやソフト/アプリ等の用意が必要。

※2・同社が提供するauひかりのCS多chサービス加入者が対象。
・マルチキャスト対応の局設備(IPマルチ対応の配信サーバ、ルータ、OLT)、及び宅内機器(ONU、HGW、チューナ(IP-STB)等)にて対応。

※3・DOCSIS3.0技術仕様上の理論値。但し、実際に運用している局は把握できていない。

※4・マルチキャストの対応のためには、ネットワークの大規模更改だけでなく、IPv4アドレス枯渇の課題がある。

こうした中、一部の放送事業者や通信事業者からは、今後、

- 放送事業者、ケーブルテレビ事業者を含めた通信事業者、受信機メーカー等のステークホルダー間において、マルチキャストの導入にあたってのそれぞれのメリット・デメリット、またビジネス面、運用面、標準化面等での課題の整理が必要ではないか。
- マルチキャスト、ユニキャスト、放送波等の複数経路の活用による高精細映像の安定的かつ効率的な配信方法の在り方に係る検証、及びコスト試算の検討が必要ではないか。

といった意見が示された。

⁶⁹ ケーブルテレビ業界では、RF伝送が主流であることから、マルチキャストに未対応の事業者が多いが、一部のケーブルテレビ事業者は、マルチキャストへの対応を検討している。

（２） 今後取り組むべき事項

① ハイブリッドキャスト活用による４Ｋコンテンツ同時配信の普及に向けた取組

４Ｋコンテンツの同時配信の普及にあたっては、視聴者のハイブリッドキャストに対する認知の向上を図るとともに、視聴者の安心・安全の確保や事業継続性の観点から、ハイブリッドキャストに係る「イベントメッセージを利用した放送波引き戻し」及び「マルチピリオドによる広告挿入」といった仕組みに対応できる受信機の早期普及拡大を図ることが重要であり、

- ・ 放送事業者によるハイブリッドキャストの展開の促進、とりわけ地方の放送事業者の更なる参画を図っていくこと。
- ・ ハイブリッドキャストの認知向上に向け、NHK においてはより一層の取組を推進していくこと。
- ・ 受信機の各仕組みに対応した機能の実装の観点から放送事業者の運用パターン及び受信機が実装すべき機能の整理を図ること

が必要である。

また、あわせて、ハイブリッドキャストサービスの将来的な海外展開を見据え、海外における規格⁷⁰との相互親和性に配慮して行くことが重要である。

以上を踏まえ、今後、以下の事項に取り組むことが必要である。

- ・ 複数の放送事業者が実施する実証事業を早急に実施し、実証事業を通じて、規格・推進団体（（一社）IPTV フォーラム等）等が中心となり、放送事業者の運用パターンと受信機が実装すべき機能の整理を踏まえた検証環境（テストコンテンツ等）の整備を図ること。
- ・ 上記の実証事業にあたっては、できるだけ地方の放送事業者の参画を得るとともに、その成果については規格・推進団体が中心となり、地方の放送事業者がサービス提供を行いやすくするための情報基盤の整備（コンテンツ開発上のノウハウや検証に必要な受信機挙動に関する情報等）や地方での人材育成等に活用していくこと。また、実証事業は、放送事業者と受信機メーカーの相互協力による新たなサービス（広告挿入、視聴データ利活用等）の検討に資するよう多様な提案を取り入れ、その成果についても幅広く共有することにより、民間放送事業者の更なる参画を図っていくこと。
- ・ スポーツイベントでの利用など 2020 年に日本でオリンピック・パラリンピックが開催されることを念頭においた取組を図るほか、全国でハイブリッドキャストを提供する NHK においては、引き続き視聴者利便性向上に係る取組やスポーツイベントでのサービス実施など、サービスの拡大を図るとともに、得られた知見を民間放送事業者や受信機メーカーと共有していくこと。

⁷⁰ 欧州規格である HbbTV 等。

② 高精細映像の安定的・効率的な配信について

4 Kコンテンツの安定的・効率的な配信を図る観点からは、マルチキャストの導入も有力な方法と考えられるものの、現時点では、マルチキャストを用いたハイブリッドキャストサービスの検討を行っている放送事業者は極めて限定的であり、対応受信機も市場に存在しないことから、マルチキャスト導入にあたっての技術課題や方策の整理として、以下の点について調査研究を進め、その結果得られた知見（ノウハウ、具体的な方策案等）を関係業界（放送事業者、ケーブルテレビ事業者等）内で幅広く共有するとともに、整理された方策の中で規格化・標準化すべき事項がある場合は、既存仕様（（一社）IPTV フォーラム仕様／（一社）日本ケーブルラボ（JLabs）仕様等）との整合性を踏まえ必要な措置を講ずることが重要と考えられる。

- 複数放送事業者／回線事業者が存在する環境下での効率的なコンテンツ配信の実現に向けた事業者間での共通的なコンテンツ授受の仕組みや役割分担に係る検討
- 4 Kコンテンツの配信における品質要件の在り方に係る検討
- 宅内の通信・放送機器（CM(Cable Modem)/HGW(Home Gateway)や、STB/テレビ等）のマルチキャスト対応の在り方
- 視聴者の安心・安全（イベントメッセージを活用した放送波引き戻し等、ハイブリッドキャストを活用した場合の災害情報の提供など）の確保の在り方 等

また、将来の高精細映像の伝送としては、マルチキャストやユニキャスト、放送波等の複数経路が混在した伝送が行われることが想定される。このため、伝送方式が混在する中で、高精細映像の安定的かつ効率的に伝送するための伝送経路の組み合わせ等に係る調査研究を進めていくことも必要である。また、高精細映像の流通が増加した場合等でも、高精細映像配信サービスが持続的に提供可能となるようなステークホルダー間の連携・協業の在り方についても検討することが必要である。

以上を踏まえ、今後、以下の事項に取り組むことが必要である。

- 放送事業者、通信事業者、ケーブルテレビ事業者及び受信機メーカー等、幅広い関係者が連携した実証事業を早急に実施し、実証事業を通じて、各種課題に対する具体的な方策を取りまとめること。
- 上記実証事業で得られた成果のうち、規格化・標準化すべき事項がある場合、関係する規格・推進団体（（一社）IPTV フォーラム等）へ成果展開を行い、当該団体の今後の活動を促進すること。
- 上記実証事業で得られた成果を基に、事業可能性を踏まえつつ、規格・推進団体が中心となって、マルチキャストを活用した4 K同時配信の実施にあたって必要となるガイドライン（導入にあたっての課題に対応した配信設備の構成や宅内受信環境のパターン、各パターンのメリット・デメリット等を整理したもの）を整備し、関係者に幅広く情報提供を行うこと。

第3章 放送コンテンツの適正かつ円滑な製作・流通の確保

1. 放送コンテンツの適正な製作取引の推進

インターネットを活用した放送コンテンツの配信サービスの提供といった放送コンテンツの二次利用⁷¹の更なる進展に対応するためには、放送コンテンツ分野における製作環境の改善や製作意欲の向上等を図る観点から、製作現場に適正にビジネス活動の利益が還元される環境を整備することで取引の適正化を図っていくなど放送コンテンツの適正な製作取引の確保が一層重要となる。

平成28年情報通信業基本調査（2017年3月総務省・経済産業省発表）によれば、番組製作会社が2015年度に製作し、「完パケ⁷²」納品した放送コンテンツのうち、二次利用を行っているものは70.5%と、放送コンテンツの多くが二次利用されている状況であり⁷³、この割合は、近年では、7割から8割強で推移している⁷⁴。

二次利用を行っている番組製作会社の具体的な形態をみると、「再放送への利用」が71.0%と最も多く、次いで「ビデオ化（DVD・BD・CD-ROM化等を含む）」が43.2%、「インターネットによる配信」が40.0%となっている。このうち、「インターネットによる配信」は、2011年度時点の27.8%から5年間で約1.4倍に増加している状況にある⁷⁵。

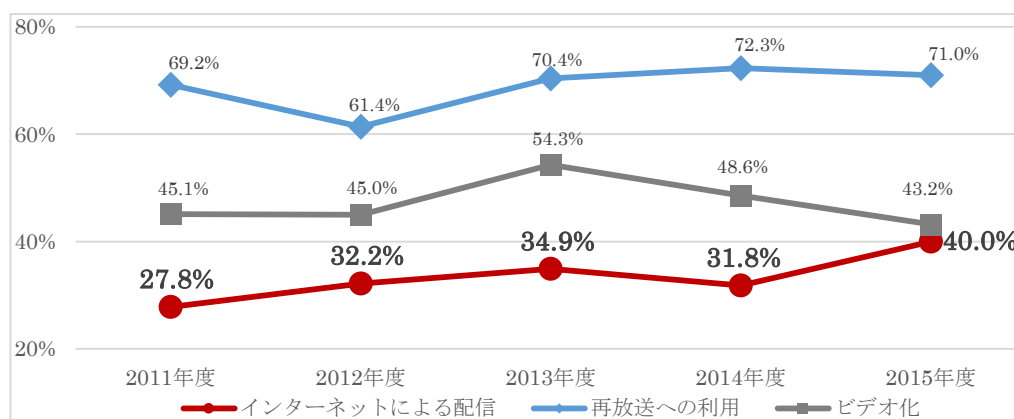


図 3 2 テレビ放送番組の二次利用の形態（番組製作会社からの回答）

さらに、同調査において、放送事業者が「新たに事業展開したい分野」では、「ウェブコンテンツ配信」が33.3%と最も多くなっており、近年、増加している状況にある⁷⁶。

⁷¹ 放送コンテンツのインターネットによる配信のほか、再放送への利用、ビデオ化といったものがある。

⁷² 「完パケ」とは、「完全パッケージ」の略であり、収録・編集などが終わりいつでも放送できるように完全に出発している番組のことをいう。（総務省・経済産業省「平成28年情報通信業基本調査票③（テレビジョン番組制作業、ラジオ番組制作業）」4頁（注1））

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/gaiyo/HICT2014Q3.pdf>

⁷³ 総務省・経済産業省「平成28年情報通信業基本調査結果」48頁 図表3-18（2017年3月28日公表）

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/jouhoutsusuin170328b.pdf>

⁷⁴ 平成24年から平成28年までの情報通信業基本調査結果

⁷⁵ 平成24年から平成28年までの情報通信業基本調査結果に基づき作成。

⁷⁶ 平成24年から平成28年までの情報通信業基本調査結果に基づき作成。

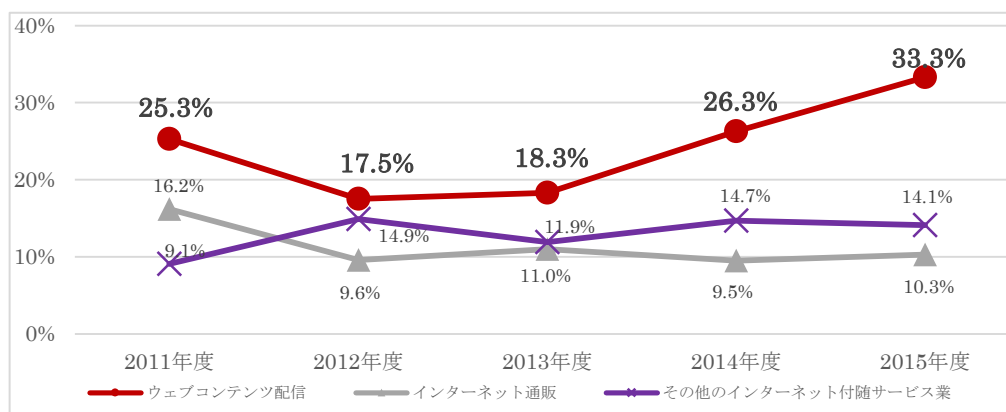


図 3 3 今後新たに展開したいと考えている事業の内容（民間放送事業者からの回答）

これらの状況から、放送コンテンツの二次利用は今後も一定程度の高い割合を保つと考えられる。さらに、第1章で述べた状況を考え合わせると、その具体的な形態としては、「インターネットによる配信」の割合が高まっていくことが想定される。その場合、放送事業者と番組製作会社との放送コンテンツの製作取引についても、これまでと異なる新たな二次利用の形態に対応して、当事者間の協議等を通じて製作現場に適正にビジネス活動の利益が還元される環境を確保することが新たに必要となってくる。

（1）現状と課題

① 現状

ア 行政等における取組

放送コンテンツの適正な製作取引の確保に関して、行政等において、これまで以下のような取組が行われている。

（i）総務省における取組

総務省では、放送コンテンツの製作取引の業種特性に応じた対応を行うため、2002 年から「ブロードバンド時代における放送番組制作に関する検討会」を開催し、「放送番組の制作委託に係る契約見本」（2004 年 3 月策定）を策定するなど、放送番組の製作体制の公正性・透明性の向上に取り組んできている。

放送コンテンツの製作取引は、2003 年の下請代金支払遅延等防止法（昭和 31 年法律第 120 号。以下「下請法」という。）の改正により、「情報成果物作成委託」に係る取引として同法の規制対象に追加され、法令上も放送コンテンツの製作取引の一層の適正化の促進が求められることとなった。

このような状況に対応するため、下請法だけでなく私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和 22 年法律第 54 号。以下「独占禁止法」という。）等の視点も含めた検討を行い、2009 年、放送コンテンツ分野における製作環境の改善及び製作意欲の向上等を図る観点から、「放送コンテンツの製作取引適正化に関

するガイドライン」を策定した⁷⁷。

また、当該ガイドラインのフォローアップとして、放送事業者及び番組製作会社を対象とした放送コンテンツの製作取引の状況に関する調査を定期的に実施し、その結果を公表するとともに⁷⁸、当該ガイドラインの内容を解説する講習会を開催するなど当該ガイドラインの浸透・定着に向けた取組を実施している。

(ii) 公正取引委員会における取組

公正取引委員会では、独占禁止法の優越的地位の濫用規制及び下請法の違反行為の未然防止等のための取組の一環として、2006 年以降、様々な業種における優越的地位の濫用に関する実態調査を実施しており、2015 年には、放送コンテンツの製作取引の実態を把握するための調査を実施し、同年 7 月にその結果を公表している⁷⁹。

(iii) 下請等中小企業の取引に関する業種横断的な取組

放送コンテンツの製作取引を含む下請等中小企業の取引に関する業種横断的な取組として、中小・小規模事業者が賃上げを行いやすい環境を作る観点から、下請等中小企業の取引実態を把握し、取引条件改善に必要な検討を行うため、2015 年 12 月に「下請等中小企業の取引条件改善に関する関係府省等連絡会議」が設置された⁸⁰。

同連絡会議では、中小企業庁が実施した下請等中小企業の取引に関する業種横断的な調査の結果等が報告されるとともに、この調査等で明らかになった課題の改善につながるよう、独占禁止法その他の関連法規の運用を強化するとともに、業種別下請ガイドラインの充実・改善を行うことを通じ、下請等中小企業の取引条件の改善を図ることとされている。

(iv) 下請振興基準等の改正

2016 年 9 月、経済産業省は下請取引における親事業者と下請事業者双方の「適正取引」や「付加価値向上」、サプライチェーン全体にわたる取引環境の改善を図ること等を目的とした「未来志向型の取引慣行に向けて」を発表した⁸¹。これを受け、同年 12 月 14 日に「下請中小企業振興法第 3 条第 1 項の規定に基づく振興基

⁷⁷ 総務省「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」(2009 年 2 月 25 日策定)
http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/pdf/140310_01.pdf

⁷⁸ 総務省『放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン』平成 28 年度フォローアップ調査結果(2017 年 3 月 31 日公表)
http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01ryutsu04_02000064.html

⁷⁹ 公正取引委員会「テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書」(2015 年 7 月 29 日公表)
<http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h27/jul/150729.html>

⁸⁰ 下請等中小企業の取引条件改善に関する関係府省等連絡会議
http://www.kantei.go.jp/jp/singi/torihiki_kaizen/

⁸¹ 経済産業省「未来志向型の取引慣行に向けて」(2016 年 9 月 15 日公表)
<http://www.meti.go.jp/press/2016/09/20160915002/20160915002.html>

準」(平成 28 年経済産業省告示第 290 号。以下「下請振興基準」という。)⁸²、「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」(平成 15 年公正取引委員会事務総長通達第 18 号)⁸³及び「下請代金の支払手段について」(平成 28 年 0161207 中第 1 号 公取企第 140 号)⁸⁴が改正された。

このうち下請振興基準の改正においては、

- ・ 親事業者による、業種別ガイドラインを遵守するためのマニュアルや社内ルールを整備努力義務
 - ・ 業界団体等による、業種別ガイドラインに基づく活動内容を定めた自主行動計画の策定及びその結果の継続的なフォローアップ実施の努力義務
- 等が新たに規定され⁸⁵、これを受け、2016 年度末までに、(一社)日本自動車工業会、(一社)情報通信ネットワーク産業協会など 8 業種 21 団体が自主行動計画を策定し、公表している⁸⁶。

⁸² 経済産業省「下請中小企業振興法第 3 条第 1 項の規定に基づく振興基準」(平成 28 年経済産業省告示第 290 号)
<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2016/161214Shitauke1A.pdf>

⁸³ 公正取引委員会「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」(平成 15 年公正取引委員会事務総長通達第 18 号)
http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h28/dec/161214_1.html

⁸⁴ 経済産業省・公正取引委員会「下請代金の支払手段について」(平成 28 年 0161207 中第 1 号 公取企第 140 号)
<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2016/161214Shitauke2.pdf>

⁸⁵ 脚注 82 経済産業省「下請振興基準」第 8 3) (1) 及び (2)

⁸⁶ (一社)日本自動車工業会「適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」(2017 年 3 月 16 日)
<http://www.jama.or.jp/release/topics/pdf/20161222.pdf>
(一社)日本自動車部品工業会「適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」(2017 年 3 月 16 日)
http://www.japia.or.jp/info/JAPIA_jisyukoudoukeikaku.pdf
(一社)素形材センター等 計 9 団体「素形材産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」(2017 年 3 月 30 日)
https://www.sokeizai.or.jp/japanese/document/h29_jishukodo.pdf
(一社)日本建設機械工業会「協力企業との適正取引の推進に向けた行動計画」(2017 年 3 月 23 日)
http://www.cema.or.jp/general/news/pdf/170323_1.pdf
(一社)電子情報技術産業協会「適正取引の推進とパートナーとの価値協創に向けた自主行動計画」(2017 年 3 月 8 日)
<http://www.jeita.or.jp/japanese/public/pdf/20170309.pdf>
(一社)情報通信ネットワーク産業協会「適正取引の推進とパートナーとの価値協創に向けた自主行動計画」(2017 年 3 月 15 日)
<http://www.ciaj.or.jp/ciaj-wp/wp-content/uploads/2017/03/6dfb74fd685cccb7158524436c9d693b.pdf>
(一社)ビジネス機械・情報システム産業協会「適正取引の推進とパートナーとの価値協創に向けた自主行動計画」(2017 年 3 月 8 日)
<http://www.jbmia.or.jp/whatsnew/download.php?id=965&f=1>
(一社)日本電機工業会「適正取引の推進とパートナーとの価値協創に向けた自主行動計画」(2017 年 3 月 16 日)
<http://jema-net.or.jp/Japanese/info/news/pdf/170316.pdf>
日本繊維産業連盟、繊維産業流通構造改革推進協議会「繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」(2017 年 3 月 1 日)
<http://www.jtf-net.com/news/PDF/170301Jisyukodo.pdf>
(公社)全日本トラック協会「トラック運送業における適正取引推進、生産性向上及び長時間労働抑制に向けた自主行動計画」(2017 年 3 月 9 日)
http://www.jta.or.jp/yuso/2017_0310_jisyukeikaku.pdf
(一社)日本建設業連合会「下請取引適正化と適正な受注活動の徹底に向けた自主行動計画」(2017 年 3 月 28 日)
http://www.nikkenren.com/publication/pdf/255/plan2017_0328.pdf
(一社)情報サービス産業協会「情報サービス・ソフトウェア産業における適正取引の推進のための自主行動計画」(2017 年 3 月 29 日)
<http://www.jisa.or.jp/Portals/0/data/pdf/20170329.pdf>

(v) 放送コンテンツの製作取引適正化に関する政府決定

放送コンテンツを含む下請取引の適正化については、以下のとおり、複数の政府決定等において取組等が掲げられており、重要な政策課題と位置付けられている。

○知的財産推進計画 2017（2017 年 5 月 16 日知的財産戦略本部決定）⁸⁷（抜粋）

（下請取引における知財の取扱いの適正化の推進）

- ・「下請代金支払遅延等防止法」（昭和 31 年法律第 120 号）の内容に関する周知を行うとともに、法令違反や望ましくない取引慣行などの知財に関する事例も含めて提示した「下請適正取引等の推進のためのガイドライン」や「価格交渉事例集」の周知を行い、知的財産権に関連する下請法違反行為があれば厳正に対処する。

○知的財産推進計画 2017（2017 年 5 月 16 日知的財産戦略本部決定）⁸⁸（抜粋）

（コンテンツ制作現場の環境の改善・取引の適正化）

- ・コンテンツ制作現場に適正にビジネス活動の利益が還元される環境を整備し、取引の適正化を図るため、独占禁止法及び下請代金支払遅延等防止法を厳正に運用するとともに、クリエイター等の就労環境の改善・向上の重要性にも鑑み、取引適正化に関するガイドラインの普及・啓発を進める。

○未来投資戦略 2017—Society 5.0 の実現に向けた改革—（2017 年 6 月 9 日閣議決定）⁸⁹（抜粋）

Ⅲ 地域経済好循環システムの構築 1, (2) i)

- ・昨年 12 月の、違反行為事例の大幅追加等を行った下請法運用基準、望ましい取引慣行を追記した下請振興法に基づく下請振興基準、下請代金の現金払いの原則化の要請に基づき、昨年度末までに策定した主要業界の自主行動計画（略）における適正取引や付加価値向上の取組を促進し、下請Gメンによる調査等を通じて、下請事業者の取引条件の着実な改善を図る。（略）

イ 放送コンテンツ分野における放送事業者及び業界団体の取組

放送事業者及び業界団体においても、適正な製作取引を確保するため、これまで、以下のような様々な取組が行われている。

⁸⁷ 「知的財産推進計画 2017」46 頁（2017 年 5 月 16 日知的財産戦略本部決定）
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/chizaikeikaku20170516.pdf>

⁸⁸ 「知的財産推進計画 2017」69 頁

⁸⁹ 「未来投資戦略 2017—Society 5.0 の実現に向けた改革—」140 頁（2017 年 6 月 9 日閣議決定）
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/miraitousi2017.pdf>

(i) NHK における取組⁹⁰

NHK においては、2009 年に、NHK と番組製作会社との取引を権利と責任を明確にした健全で透明性の高いものとするを目的として「放送番組の制作に関する番組製作会社との取引基準」を策定した。

また、NHK 及び NHK 関連団体と、番組製作会社との業務委託契約や予約購入契約等の公正性・透明性の確保を目的に、NHK 内に「外部制作委員会」設置し、疑義がある場合の相談窓口を常設している。

このほか、NHK 職員、NHK グループ社員の委託業務担当者を対象とした業務委託説明会を毎年開催することに加え、公正取引委員会による調査や総務省によるフォローアップ調査を受け、委託業務担当者に加え提案採択部局や地方局において下請法・独占禁止法の勉強会を開催している。

さらに、番組製作会社と課題を共有し、解決を目指すために、(一社)全日本テレビ番組製作社連盟(以下「ATP」という。)との間で年3～4回の定期協議を開催している。

(ii) 民放連における取組⁹¹

民放連においては、2003 年に「番組制作委託取引に関する指針」を定めている。

また、同年の下請法改正に際しては、公正取引委員会と協議のうえ、「下請法遵守マニュアル」を作成するとともに「改正下請法全社説明会」を開催して同マニュアルの周知を図り、その後も同マニュアルを全会員社に継続的に周知している。

その後、2009 年に「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」が策定された際には、全国で説明会を開催するとともに、「下請法遵守マニュアル」に同ガイドラインを収録し、全会員社に周知している。

さらに、定例的、継続的な周知活動として、毎年、会員社を対象に開催している「著作権研修会」で放送コンテンツの製作に関わる契約実務と法令について解説する講義を設けるとともに、全国の著作権責任者が集まる会合でも関係省庁の動向を定期的に報告している。

(iii) 放送事業者における主な取組⁹²

放送事業者における主な取組は、以下のとおりである。

a 講習会等の対応

⁹⁰ NHK「NHK および関連団体における番組制作委託取引の適正化の取り組み」(第5回会合資料)
http://www.soumu.go.jp/main_content/000468643.pdf

⁹¹ 民放連「適正な番組制作取引に向けた民放連のこれまでの取り組みについて」(第5回会合資料)
http://www.soumu.go.jp/main_content/000468644.pdf

⁹² 事務局「放送コンテンツ製作取引タスクフォース検討結果」(第6回会合資料) 2 頁
http://www.soumu.go.jp/main_content/000480980.pdf

- 官庁主催の下請法関連の講習会に出席し、最新の状況を把握。
- 民放連による著作権法関連のセミナーの中の下請法の講義に参加。

b 基本指針等の公表

- 自社のホームページに「番組制作発注に関する自主基準」を掲載し、製作業務発注に際して遵守すべき具体的な内容を番組製作会社に対しても公開。
- 番組製作会社から契約について質問相談があれば丁寧に説明。

c 製作現場レベルへの周知

- 年に複数回、社内で下請法関連講習会を実施。実務担当者、番組や企業の責任者も参加。個別の取引について、下請法の対象かどうかなどを相談。
- 講習会では、ガイドラインや民放連のマニュアルをもとに、社内弁護士がそれらをまとめた教材を使用。
- 「番組制作会社とのパートナーシップガイドライン」の遵守、番組製作会社との適正な契約、出演者との適正な契約、下請法の遵守などを盛り込んだ「番組制作ガイドブック」というマニュアルを数年おきに作成。編成局・制作局の番組製作担当者を中心に、社員だけでなく番組スタッフも含め、社内各所に配布。
- ガイドライン、下請法の条文、運用基準及び下請法講習会テキストを社内のイントラに掲示。
- 発注書面はイントラ上のフォーマットに入力しプリントアウトすることで作成できる。それぞれの取引毎に使えるようカスタマイズ。
- 製作会社に委託するときには、よく話し合って委託するよう指導。
- 編成局や制作局の様々な会議において、適正な製作取引について個々のケースを議題に討議し、製作現場への周知を徹底。

d 製作取引に関するチェック

- 全社的な取引に関する専用システムを開発・運用し、下請法にそった発注、書面交付、納品、支払い等を実施。(経理システムと連動し、適切に支払いが行われる設計。担当者だけでなく、上位の承認者、部署の業務担当者など複数人の確認が可能)
- 取引に関するシステムに、下請法が適用される取引に該当するかどうかのチェックボックスが設けられており、下請法を遵守した支払いが行われるよう設計。
- 発注書の発行・期限内の支払いについて、管理部門によるチェックを実施。
- 発注書・契約書が適正に交わされているかどうか、編成部・著作権契約部、編成業務部が中心となり、複数の部署がその内容、タイミングの適法性をチェック。

e 意思決定機関等への報告

- 書面調査内容等については担当取締役に報告。
- 中小企業庁の立入検査結果などを取締役会・監査役に報告。
- 本年2月の総務省・経済産業省・公正取引委員会による「下請等中小企業の取引条件の改善に関する要請」をうけて、下請法に関する法令やガイドラインの改正など、行政の動向を取締役に対する報告事項として位置付け。

f その他

- 毎年の公正取引委員会・中小企業庁による書面調査や総務省のフォローアップ調査への回答に際して、関係部署へのヒアリング調査を行うことを通じて、担当者が下請法やガイドラインを再認識。

② 課題

上記①のように行政、放送事業者及び業界団体において様々な取組が行われているが、放送コンテンツの製作取引の現状について、総務省及び公正取引委員会が実施した調査の結果は以下のとおりとなっている。

ア 総務省による平成28年度フォローアップ調査の結果

総務省では、最新の放送コンテンツの製作取引の状況の把握を目的に、2016年1月1日から同年12月31日までの製作取引を対象として、同年12月20日から2017年1月31日までの間、アンケート形式によるフォローアップ調査を実施し、同年3月31日にその結果が公表された⁹³。

この調査では、放送事業者からは425社（回答率73.1%）、番組製作会社からは336社（回答率30.4%）の回答が得られた（番組製作会社からの回答は、いずれの業界団体にも属していない社からの回答が163社であり、番組製作会社からの回答の約半数（48.5%）を占めている）⁹⁴。

調査対象期間中（2016年1月1日から同年12月31日まで）に放送コンテンツの製作取引を行った放送事業者は、地上基幹放送事業者（テレビジョン放送を行う者）99.1%、衛星系放送事業者70.9%及びケーブルテレビ事業者57.8%であり、衛星系放送事業者及びケーブルテレビ事業者においても、放送コンテンツの製作取引が行われている⁹⁵。

取引内容に関する調査結果においては、発注書の書面交付について、「交付しない（受けなかった）場合があった」又は「交付を全くしていない（受けなかった）」と回答した者の割合が、放送事業者では21.5%、番組製作会社では42.4%となっている⁹⁶。

⁹³ 脚注78 総務省「平成28年度フォローアップ調査結果」

⁹⁴ 脚注78 総務省「平成28年度フォローアップ調査結果」（別紙2）1頁

⁹⁵ 脚注78 総務省「平成28年度フォローアップ調査結果」（別紙2）6頁

⁹⁶ 脚注78 総務省「平成28年度フォローアップ調査結果」（別紙2）14頁

また、以下のとおり、放送事業者と番組製作会社との間で、回答割合について大きな違いがみられた事項があった。

- 完全製作委託型番組（完パケ番組）の製作委託をする（受ける）際に、その番組や素材に関する著作権等の取扱いについて「事前に協議をしていない（協議の機会を設けられない）場合があった」又は「事前に協議をしていない（協議の機会を設けられない）」と回答した者の割合が、放送事業者からの回答では14.0%であったのに対し、番組製作会社からの回答では42.1%であった⁹⁷。
- 放送番組の製作委託をする（受ける）際に、取引価格の決定について「事前に協議をしていない（協議の機会を設けられない）場合があった」又は「事前に協議をしていない（協議の機会を設けられない）」と回答した者の割合は、放送事業者では2.4%であったのに対し、番組製作会社では32.7%であった⁹⁸。
- 「当初の発注書や契約書に記載のない業務の追加の発注や、やり直しを要請した（要請された）」と回答した者の割合は、放送事業者では2.0%であったのに対し、番組製作会社では17.3%であった⁹⁹。

さらに、「追加の発注ややり直しを要請した（要請された）」と回答した者のうち、追加の発注ややり直しを行うための追加費用について「協議がなく放送事業者が一方的に決定した割合を支払った（支払われた）」又は「追加の費用を支払わなかった（支払われなかった）」と回答した者の割合は、放送事業者では16.7%であったのに対し、番組製作会社では54.2%であった¹⁰⁰。

⁹⁷ 脚注 78 総務省「平成 28 年度フォローアップ調査結果」（別紙 2）17 頁

⁹⁸ 脚注 78 総務省「平成 28 年度フォローアップ調査結果」（別紙 2）24 頁

⁹⁹ 脚注 78 総務省「平成 28 年度フォローアップ調査結果」（別紙 2）32 頁

¹⁰⁰ 脚注 78 総務省「平成 28 年度フォローアップ調査結果」（別紙 2）35 頁

表 8 「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」
平成 28 年度フォローアップ調査結果（抜粋）（2017 年 3 月 総務省公表）

1. 回答状況

①放送事業者からの回答状況

事業者種別	対象社数	回答数（回答率）
放送事業者	581 社	425 社（73.1%）
地上基幹放送事業者 （テレビジョン放送を行う者）	128 社	107 社（83.6%）
衛星系放送事業者	86 社	55 社（64.0%）
ケーブルテレビ事業者	367 社	263 社（71.7%）

②番組製作会社からの回答状況

団体名等	対象社数	回答数（回答率）
番組製作会社	1,104 社	336 社（30.4%）
（一社）全日本テレビ番組製作社連盟	126 社	50 社（39.7%）
（一社）全国地域映像団体協議会	175 社	81 社（46.3%）
（協組）日本映像事業協会	128 社	49 社（38.3%）
（一社）日本動画協会	52 社	15 社（28.8%）
団体未加盟	662 社	163 社（24.6%）

※複数の団体に加盟している番組製作会社：対象社数 39 社、回答社数 23 社

2. 調査対象期間（2016 年 1 月 1 日から同年 12 月 31 日まで）中に放送コンテンツの製作取引があったと回答した者の割合

放送事業者	69.9%	番組製作会社	82.7%
（地上基幹放送事業者	99.1%）	（地上基幹放送事業者と製作取引 があった	76.2%）
（衛星系放送事業者	70.9%）	（衛星系放送事業者と製作取引が あった	32.1%）
（ケーブルテレビ事業者	57.8%）	（ケーブルテレビ事業者と製作取 引があった	16.4%）

3. 放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドラインを知っていると回答した者の割合

放送事業者	95.6%	番組製作会社	87.4%
（地上基幹放送事業者	100%）		

(衛星系放送事業者 97.4%) (ケーブルテレビ事業者 92.1%)	
--	--

4. 具体的な取引内容に関する事項

○放送コンテンツの製作取引を行う際に、発注書の書面交付について、「交付しない（受けなかった）場合があった」又は「交付を全くしていない（受けなかった）」と回答した者の割合

放送事業者	21.5%	番組製作会社	42.4%
-------	-------	--------	-------

○完全製作委託型番組（完パケ番組）の製作委託をする（受ける）際に、その番組や素材に関する著作権等の取扱いについて「事前に協議をしていない（協議の機会を設けられない）場合があった」又は「事前に協議をしていない（協議の機会を設けられない）」と回答した者の割合

放送事業者	14.0%	番組製作会社	42.1%
-------	-------	--------	-------

○放送番組の製作委託をする（受ける）際に、取引価格の決定について「事前に協議をしていない（協議の機会を設けられない）場合があった」又は「事前に協議をしていない（協議の機会を設けられない）」と回答した者の割合

放送事業者	2.4%	番組製作会社	32.7%
-------	------	--------	-------

○「当初の発注書や契約書に記載のない業務の追加の発注や、やり直しを要請した（要請された）」と回答した者の割合

放送事業者	2.0%	番組製作会社	17.3%
-------	------	--------	-------

○「追加の発注ややり直しを要請した（要請された）」と回答した者のうち、追加の発注ややり直しを行うための追加費用について「協議がなく、放送事業者が一方的に決定した割合を支払った（支払われた）」又は「追加の費用を支払わなかった（支払われなかった）」と回答した者の割合

放送事業者	16.7%	番組製作会社	54.2%
-------	-------	--------	-------

イ 公正取引委員会による調査の結果

公正取引委員会では、放送コンテンツの製作取引において、独占禁止法の優越的地位の濫用規制上又は下請法上問題となり得る行為が行われていないかについて、2015年2月16日から同年3月16日までの間、実態調査を実施し、同年7月29日にその結果を公表している¹⁰¹。

その結果、調査対象期間中（2014年1月1日から同年12月31日まで）に、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を1つ以上受けたと回答した番組製作会社の割合は39.4%となっており¹⁰²、この調査結果を受け、公正取引委員会では、放送事業者等の関係事業者団体に対して、業界における取引の公正化に向けた自主的な取組を要請することとしている。

なお、これまで、放送事業者に対する独占禁止法の法的措置や下請法に基づく勧告が行われた事案はないものの、下請法上の指導件数は、2012年度32件、2013年度36件、2014年度45件と増加している¹⁰³。

表 9 テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書（抜粋）
（2015年7月 公正取引委員会公表資料）

1. 回答状況

調査対象事業者	調査票発送数	回答者数（回答率）
テレビ局	500名	379名（75.8%）
局系列テレビ番組製作会社	76名	54名（71.1%）
テレビ番組製作会社	800名	280名（35.0%）

2. 取引依存度

最も年間取引高の多い取引先テレビ局等に対する取引依存度が30%を超えるテレビ番組制作会社は45.4%に上り、また、同取引依存度が50%を超えるテレビ番組制作会社も27.8%に上っていた。

このように、テレビ番組制作会社は、テレビ局等に比べて事業規模が小さく、特定の取引先テレビ局等との取引に依存している傾向がみられた。

3. テレビ局等とテレビ番組制作会社との取引の状況

○書面の交付状況

取引条件等を記載した書面の交付状況については、多くのテレビ局等が書面を交

¹⁰¹ 脚注 79 公正取引委員会「テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書」

¹⁰² 脚注 79 公正取引委員会「テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書」（本文）48 頁

¹⁰³ 公正取引委員会「事務総長定例会見記録」（2015年7月29日付け）。なお、当該会見記録は、脚注 79 公正取引委員会「テレビ番組制作の取引に関する実態調査報告書」公表時のものである。

http://www.jftc.go.jp/houdou/teirei/h27/7_9/kaikenkiroku150729.html

付していた（84.1％）が、「交付していない」又は「交付しなかったことがある」とのテレビ局等も一定数見受けられた（15.9％）。

○取引条件の内容

発注内容、支払金額及び支払期日といった主要な取引条件については、多くのテレビ局等（95％超）がテレビ番組制作の委託を行うに当たり、あらかじめ定めていた。

著作権に関する取引条件については、多くのテレビ局等（71.9％）が「著作権の譲渡・許諾の範囲」についてあらかじめ定めていたものの、「著作権の譲渡対価」は33.5％、「二次利用の窓口業務に関する事項」は28.8％、「二次利用の収益配分に関する事項」は20.3％にとどまり、「著作権の譲渡・許諾の範囲」に比べてあらかじめ定めていた割合が低くなっていた。

○優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を受けたテレビ番組制作会社の状況

優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為を1つ以上受けたと回答したテレビ番組制作会社⇒109名のうち43名（39.4％）

・採算確保が困難な取引（買ったたき）	109名のうち22名（20.2％）
・やり直し	109名のうち13名（11.9％）
・著作権の無償譲渡等	109名のうち14名（12.8％）
・二次利用に伴う収益の不配分等	109名のうち11名（10.1％）

⇒採算確保が困難な取引（買ったたき）ややり直しのほかに、著作権の無償譲渡等や二次利用に伴う収益の不配分等、著作権の取扱いについての行為が比較的高い割合となっていた。

4. 公正取引委員会の対応

本調査の結果、テレビ番組制作に関する一部の取引において、テレビ局等による優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為が行われていることが明らかとなった。公正取引委員会としては、テレビ局等によりテレビ番組制作会社に対する優越的地位の濫用規制上問題となるような行為が行われることがないように注視していく必要がある。

このため、公正取引委員会は、違反行為の未然防止及び取引の公正化の観点から、本調査結果を公表するとともに、以下の対応を行うこととする。

- ・ テレビ局等の関係事業者団体に対して、本調査結果を示すとともに、テレビ局等がテレビ番組制作に関する取引の問題点の解消に向けた自主的な取組を行えるよう、改めて優越的地位の濫用規制及び下請法の内容を傘下会員に周知徹底するなど、業界における取引の公正化に向けた自主的な取組を要請する

(2) 審議における主な意見

上記(1)に掲げた現状及び課題を踏まえ、放送コンテンツの適正な製作取引の推進を図るための方策について審議を行った。構成員等からは、大きく、①審議の前提となる基本的な考え方、②具体的な取組の方向性、③取組の対象となる者の範囲、④業種特性に応じた個別の課題への対応の4つの観点からの意見が提起された。

① 審議の前提となる基本的な考え方

ア 放送コンテンツの製作取引の課題について、以下のような意見が提起された。

- ・ 2009年に「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」が策定されたが、発注書の交付や事前協議の実施等についてあまり改善がみられないのが現実。
- ・ 放送事業者と番組製作会社との間での著作権の帰属や譲渡、二次利用等著作権の取扱い及び取引の適正価格に関して、双方に認識違いが生じているため、より具体的に議論する場が必要。

イ 上記アの指摘に関して、以下のような意見が提起された。

- ・ 良質なコンテンツをつくるためには、その前提として取引の適正化が必要。どうやって適正な取引を実現していくかが我々に課せられた課題。
- ・ コンテンツ産業の未来のために、放送局と製作会社が真のイコール・パートナーとなり、世界に発信出来るコンテンツを生み出す環境を作ることが必要不可欠。
- ・ 同時配信など様々な二次利用に関して、技術的な発展は今後も続いていくと思うが、創造性にあふれた番組というものができてコンテンツが充実していくことが必要。そのためには集中的な討議の場を設けて議論を進めるべき。
- ・ 放送業界はジャーナリズムを抱えており、また、日々業務に追われていることからすると、なるべく自主的に活動できる方がよいと思うので、規制・監督よりは、普及・振興という手法の中で取引環境を向上させていくという姿勢は受容できるのではないか。
- ・ 総務省だけでなく中小企業庁など政府全体で下請法に関する強化を図っている状況であり、その中で、小規模の下請事業者であったとしても、親事業者との構造上の力関係があることを所与のものとして、取引の内容をどのように適正化していくかというのが重要な課題。
- ・ 取引の中には情報成果物作成委託や役務提供委託に該当しないものもあるが、それについては同時に優越的地位濫用の問題があるので、下請法の対象かどうかに関係なく、このような力関係が構造上生じている関係において、適正な取引をめざしていくべきだということが大前提。
- ・ 明らかに法に抵触しているとか好ましくないことは、全体で是正していかざるを得ないと思うので、まずは事実関係を調査した上で検討していくべき。

② 具体的な取組の方向性

ア 上記①に挙げられた意見に対し、具体的な取組を進める方向性について、以下のよう意見が提起された。

- 放送事業者と番組製作会社との継続的・定例的な現状把握と意思疎通の場の在り方について検討すべき。
- 放送事業者側と番組製作会社側との間で話し合いのテーブルを常に持つておくということは適切。
- 各放送事業者との個々の協議だけでなく、連絡協議会のようなものを恒常的に設けてやっていくことができると、ガイドラインの普及などに関してはより効果的ではないか。
- 根本的にどこに問題があるのかを話し合っ、お互いに力を合わせるにはどうしたらいいかということをごつくばらんに話せる場が恒常的にできるとよい。
- 個別の取引でどのように丁寧合意形成をしていくか、それがいかに大事かということ放送事業者の現場にわかつてもらい、番組製作会社団体は傘下の各社にわかつてもらうという努力をお互に行い、パートナーとして良い放送コンテンツをこれからもつくり続けようという協力関係を維持することが何より大事であり、そういうことを地道に続けることが重要。

イ 上記アで提起された方向性の下で取り組むべき具体的な内容について、以下のよう意見が提起された。

- 適正な取引の普及・定着のためには、これまでも実施している番組製作担当者への勉強会を地道に継続し、取引の現場で丁寧に合意形成を得ていくことの大切さを周知していくことが必要。
- 総務省と地方の業界団体との共催で研修会などを開催するのも一考。
- 団体未加盟社や地方の製作会社に対する研修会・説明会を、総務省、中小企業庁、公正取引委員会と連携して取り組む方法を検討して欲しい。
- ガイドラインの内容をさらにわかりやすくした教材や広報資料があれば、各社の研修等にも使いやすいので開発して欲しい。
- 放送事業者、番組製作会社の別を問わず、さまざまなポジション、職種の社員、スタッフに訴求する教材、広報材の在り方について検討すべき。
- どういう教材を作り、どのようにその教材を使うのかと考えて周知を行うことは、通常の業務を離れて行う職業訓練（Off the Job Training：Off-JT）に時間をかけられないこの業界にとって重要。
- 望ましい取引慣行（ベストプラクティス）の見本となる取引を行っている発注側・受注側の両社を業界団体連名で表彰するなど、ベストプラクティスを業界全体に定着させて製作現場の改善になるような取組を行うべき。
- 放送事業者の実際の取組事例の中にもベストプラクティスとして扱うべきもの

があるのではないか。

- 教材の開発や研修会の徹底によりガイドラインを周知した際に、その後どうなったかという点検作業も必要。

③ 取組の対象となる者の範囲

上記②で述べた取組を行うにあたって、対象となる者の範囲について、以下の意見が提起された。

ア 現在、「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」の対象となっている放送事業者は、テレビジョン放送を行っている地上基幹放送事業者に限られているが、これに関し、以下の意見が提起された。

- 衛星放送について、地上波民間放送と違う状況にあるとはいえないと思うので、この場での議論をどのように徹底していくかということについて協力を惜しまない。
- フォローアップ調査の結果を見ると、ケーブルテレビ事業者も十分に対応していない部分があるので、周知・徹底をしっかりとやっていきたい。

イ また、本審議会の審議に参加していない放送事業者や小規模な番組製作会社に対する取組に関し、以下の意見が提起された。

- 小規模又は業界団体に未加入の番組製作会社にどのようにアプローチしていくかは大きな課題。
- 特に小規模の下請事業者を保護するということが適正取引の実現につながるものであり、その方法論については検討しなければならないのではないか。
- 団体未加入の小規模な番組製作会社は日々の業務で精一杯であり、下請法などの法令について無頓着な部分は現実的には多いと思われる。そういうところへの周知は必要であり、特に地方の場合は放送事業者との関係が非常に強いということもあるので、キー局はもちろん、民放連も通じて、地方の放送事業者に適正な取組を徹底させる動きをしていかないとなかなか広まっていけない。
- 在京キー局等では取組も徹底しているが、地方ではなかなか取組が徹底されていない。
- 取組を全国に浸透させるという観点からは、それぞれの地域で活動している親事業者、番組製作会社としっかりと向き合う体制にしないといけないが、その際、地方のそれぞれの放送局の要である NHK の協力・支援が必要。
- 研修会参加のために地方から東京へ来てもらうのはなかなか難しいため、研修会を地方に広げて欲しい。

④ 業種特性に応じた個別の課題への対応

ア 放送コンテンツ分野に関して行政が中心となって取り組むべき事項について、以下の意見が提起された。

- ・ 明らかに法に抵触しているとか好ましくないといったようなことは、全体では正していかなるを得ないと思うので、まずは事実関係を調査した上で検討していくべき。
- ・ 個々の取引に関する具体的な事実関係を把握することは困難と思われるが、なるべく詳細に把握し公開して欲しい。

イ また、具体的に取り組むべき個別の事項として、以下の指摘があった。

- ・ 放送事業者と番組製作会社との間で、例えば発注書等の書面を交付したかどうかについて、当事者で確認する、あるいは中立的な弁護士等に頼んでチェックするなど、まずはガイドラインを遵守するためのシステムをつくるのが重要。
- ・ 放送コンテンツを二次利用しようとする者からすれば、自らが扱う放送コンテンツに関する製作取引の条件等がみえなければ、二次利用市場への参入が困難であり、これらを客観的に第三者に示す仕組みが必要ではないか。
- ・ 取引に関して疑義がある場合には、仕事が打ち切られるのではないかという心配なしに相談できる匿名の相談窓口の存在も必要。
- ・ 個別の課題については、放送コンテンツの製作取引分野の専門家や有識者で構成される総務省の検討会で引き続き検討していただきたい。

(3) 今後取り組むべき事項

上記(2)の意見は、放送事業者及び番組製作関係団体等放送コンテンツの製作取引に直接関係を有する者も参加した審議を通じて提起されたものであり、これらの意見をもとに、今後、関係者において以下の事項について継続的に取り組むことが適当である。

① 基本的な考え方

放送コンテンツの製作取引は、企業間の私的取引による経済活動であるとともに、放送の社会的役割を支える社会的な活動としての重要性を有しており、これに携わる者には広く国民の信頼に応え得る質の高い番組を製作していく責務がある。そのためには、放送番組の製作に携わる放送事業者、番組製作会社等の関係者が共通の理解の下に取り組んでいくことが重要である。

下請振興基準に規定されているとおり、放送コンテンツの製作取引を含む下請取引においては、下請企業（番組製作会社）の事業活動は親事業者（放送事業者）の発注のあり方に大きな影響を受けるという実態があり、この点から、まず何よりも、親事業者と下請事業者の取引の公正と、これを通じた下請事業者の正当な利益の確保が、適切に図られなければならない。このためには、取引条件は親事業者と下請事業者の双方が対等な立場で

十分に協議し、双方にとって合理的な内容で決定されることが基本であると考える。

審議の過程において、行政、業界団体及び各事業者におけるこれまでの取組並びに総務省及び公正取引委員会が行った調査の結果について報告が行われたが、放送コンテンツの製作取引について、放送事業者と番組製作会社の認識に相違がみられるところであり、まずは、双方が共通の認識に立った上で、共通の目標に向け、取組を進めることが必要であると考える。このためには、業界団体及び関係企業の対話・情報共有を図り、双方の合意の下、適正取引の推進に資する民間主体の継続的な取組を推進していくことが適当であると考える。

また、放送コンテンツの製作取引の実態について、構成員から事実関係の把握の重要性について指摘があった。この点について、引き続き、行政が中心となって継続的に現状の把握に努めていくべきであると考える。同様に、審議の過程では、構成員から業種特性に起因する複数の個別の課題について指摘があった。この点についても行政が中心となって、引き続き、必要に応じて対応を検討していくことが適当であると考える。

② 継続的な対話・情報共有の場の設置

ア 「放送コンテンツ適正取引推進協議会」の設置

上記①で述べた基本的な考え方に従い実際の取組を行っていく方向性として、(2)②で述べたとおり、放送事業者と番組製作会社の業界団体等による民間主体の対話・情報共有の場を設置してはどうかとの意見が提起された。この点に関して、審議の過程の中で、放送事業者と番組製作会社の業界団体等から、民放連及び ATP を共同事務局とし、学識経験者も構成員に含めた民間主体の「放送コンテンツ適正取引推進協議会」(以下「推進協議会」という。)を設置することを決定した旨の報告を受けた。

推進協議会は、「業界団体及び関係企業の情報の共有を促進することにより、下請法等関係法令及び放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドラインの周知・啓発を図っていくことを目的」としたものであり、上記①で述べた基本的な考え方にも合致することから、推進協議会の設置は適切なものであると考える。

推進協議会は、2017年4月17日に設立準備会合が開催され、同年6月27日に設立された。構成員として、学識経験者をはじめ事務局を務める民放連及び ATP のほか、放送事業者側として NHK、(一社)衛星放送協会及び(一社)日本ケーブルテレビ連盟が、番組製作会社側として(一社)全国地域映像団体協議会(以下「全映協」という。)及び(一社)日本動画協会(以下「動画協会」という。)が参加し、業界の主要団体が参画している。また、行政側からは、推進協議会の取組を支援していく立場から、オブザーバーとして総務省が参加している。

目的

業界団体及び関係企業の情報の共有を促進することにより、下請法等関係法令及び放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドラインの周知・啓発を図っていくことを目的とする。

名称

本会の名称は「放送コンテンツ適正取引推進協議会」とする。

組織体制

学識経験者並びに放送事業者及び番組製作会社の業界団体等により構成し、(一社)日本民間放送連盟及び(一社)全日本テレビ番組製作社連盟を共同事務局とする民間ベースの推進協議会として設置する。なお、オブザーバーとして関係行政機関が参加する。

活動内容

- (1) 業界全体への普及促進策の浸透に向けた取組み
- (2) 推進計画の作成
- (3) 研修教材等の開発・提供、説明会の実施
- (4) 業界団体等が開催する研修会・説明会のスケジュール調整
- (5) ベストプラクティスの収集・共有
- (6) 推進計画のフォローアップ

スケジュール

平成29年4月17日 設立準備会合開催
平成29年6月27日 設立

【構成員】

- 学識経験者
 - ・内山 隆 青山学院大学 総合文化政策学部 教授
- 放送事業者側
 - ・(一社)日本民間放送連盟
 - ・日本放送協会
 - ・(一社)衛星放送協会
 - ・(一社)日本ケーブルテレビ連盟
- 番組製作会社側
 - ・(一社)全日本テレビ番組製作社連盟
 - ・(一社)全国地域映像団体協議会
 - ・(一社)日本動画協会
- オブザーバー
 - ・総務省 情報流通行政局 コンテンツ振興課
- 事務局
 - ・(一社)日本民間放送連盟
 - ・(一社)全日本テレビ番組製作社連盟

図 3 4 「放送コンテンツ適正取引推進協議会」の設置¹⁰⁴

上記(1)①ア(iv)において、業界団体等による自主行動計画の策定の動きについて述べたが、これらは主として発注側の業界団体がそれぞれ単独で実施しているものである。これに対して、推進協議会は、これまでの審議を踏まえて適正取引の推進をめざし、発注側と受注側の双方の主要団体が参加する民間主体の継続的な取組を行おうとするものであり、当事者間の継続的な対話・情報共有の場として意義深いものといえる。

当審議会としては、今後、推進協議会における取組が真に実効性のあるものになるよう、関係者が一体となって推進計画を作成し、自らフォローアップしていくことによって、具体的な施策を計画的に実施することを期待するものである。

イ 「放送コンテンツ適正取引推進協議会」の活動について

推進協議会の活動内容については、これまでの審議を踏まえ、具体的な取組として、(i) 研修教材等の開発・提供、説明会の実施、(ii) 業界団体等が開催する研修会・説明会のスケジュール調整、(iii) ベストプラクティスの収集・共有が掲げられている。

当審議会としては、これらの活動に関して、審議における意見をもとに、以下の点に留意して効果的に取り組まれることを期待するものである。

¹⁰⁴ 事務局「放送コンテンツ製作取引タスクフォース検討結果」(第6回会合資料)を基に作成。

なお、当審議会としては、これらの活動が継続的・効率的に行われていくよう、実施した施策についての事後検証が必要であると考え。推進協議会でも推進計画の作成及び推進計画のフォローアップを活動として掲げているところであり、取組の実施状況や事後検証の結果等については、今後、当審議会としても報告を求めていくことが適当であると考え。

(i) 研修教材等の開発・提供、説明会の実施

「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」等が業界全体に実効性のある浸透を図るには、製作取引の現場の担当者にも理解を深めてもらう取組が必要である。審議においては、具体的な取組として、放送事業者及び番組製作会社の別を問わず、様々なポジション、職種の社員、スタッフに対して、それぞれに対応が可能な研修教材等の開発・提供及びこれらの研修教材等の活用方法に関する説明会の実施の必要性が指摘されたところである。

この点について、映像教材など、より分かりやすく、ポイントをより鮮明にした研修教材等を開発・提供することができれば、ガイドラインや関係法令への理解が増し、放送コンテンツの適正な製作取引の確保に資するものと考え。このため、推進協議会において、これらの研修教材等が開発され提供されることを期待するものである。

(ii) 業界団体等が開催する研修会・説明会のスケジュール調整

これまで、行政及び業界団体等において、随時、各地でガイドラインや下請法等の関係法令に関する研修会・講習会・説明会が行われてきたところであるが、総務省の平成 28 年度フォローアップ調査によれば、2016 年において研修会等に参加したことのある番組製作会社は約 40%にとどまっている¹⁰⁵。

今後、この割合を高めていくためには、行政と業界団体が連携し、研修会の開催場所や時期等を調整することにより、系統的に研修会を開催することが適当であると考え。推進協議会においては、このような業界団体等が開催する研修会・説明会の調整機能を果たすことを期待する。

(iii) ベストプラクティスの収集・共有

「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」には、望ましい取引慣行(ベストプラクティス)の事例は既に記載されているところであるが、これに加え、放送事業者と番組製作会社がイコール・パートナーとして対話・情報共有を通じ、ベストプラクティスの事例を継続して収集し、これを関係者間で共有していくことは、ベストプラクティスを業界全体に普及・定着させていく上で必要な対応であり、積極的に実施されることを期待するものである。

¹⁰⁵ 脚注 78 総務省「平成 28 年度フォローアップ調査結果」(別紙 2) 9 頁

(iv) 上記 (i) ～ (iii) の取組によるすべての放送事業者及び番組製作会社へのガイドラインの内容の浸透・定着

審議の過程においては、当審議会の審議に参加していない放送事業者、小規模又は団体に加盟していない番組製作会社及び地方で事業を行っている番組製作会社に対する取組を行っていくことの必要性についての指摘があった。

総務省の平成 28 年度フォローアップ調査の対象となった番組製作会社 1,104 社のうち、ATP、全映協、動画協会又は（協組）日本映像事業協会のいずれの団体の会員ではない者は 662 社（約 60%）に上っており¹⁰⁶、関係者が一体となって取組を進めるに当たり、これらの者に対する取組は重要と考える。

推進協議会においては、今後、これらの者も含めて、全ての放送事業者及び番組製作会社に対して「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」が浸透・定着する方法についても関係者間で検討を行い、取組を実施していくことを期待する。

③ 「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」の対象となる者の範囲

「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」の対象となる放送事業者は、その策定の経緯から、現時点では、地上テレビジョン放送を行う基幹放送事業者に限定されている¹⁰⁷。一方、下請法や下請中小企業振興法（昭和 45 年法律第 145 号）の対象となる放送事業者は、資本金の額による条件により決定されており、地上テレビジョン放送、衛星放送、ケーブルテレビといった放送事業者が行うサービスによる区別はない。また、総務省の平成 28 年度フォローアップ調査の結果によれば、衛星放送事業者及びケーブルテレビ事業者も放送コンテンツの製作取引を行っている又はこれらの放送事業者からの委託を受けているとの回答があったところである¹⁰⁸。

当審議会としては、このような放送コンテンツの取引実態を反映して、今後、放送コンテンツの適正な製作取引の推進を発注側と受注側の双方が一体となって進めていく上で、衛星放送事業者及びケーブルテレビ事業者もガイドラインの対象として取組を行っていくことが好ましいと考える。したがって、今後、上記②で述べた具体的な取組を行うに当たり、その取組をより実効性のあるものとするために、衛星放送事業者とケーブルテレビ事業者を「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」の対象に加える方向で検討されることが適当である。

④ 業種特性に応じた個別の課題への対応

これまで、上記①で述べた基本的な考え方に従い、関係者が一体となって取り組むべき事項、その枠組み、具体的な内容、その対象となる者の範囲について検討を行ってきた。

¹⁰⁶ 脚注 78 総務省「平成 28 年度フォローアップ調査結果」（別紙 2）1 頁

¹⁰⁷ 脚注 77 総務省「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」3 頁、6 頁

¹⁰⁸ 脚注 78 総務省「平成 28 年度フォローアップ調査結果」（別紙 2）6 頁

審議の過程においては、このほか、行政が中心となって取り組むべき事項として、定期的な調査の必要性についての指摘があった。当審議会としては、上記②及び③で述べた取組を行う上での前提ともなる現状の把握、又はこれらの取組の効果を検証するための指標として、行政による中立的な立場からの定期的な調査を継続的に実施し、その内容を関係者に公表することが必要であると考え。このため、総務省においては、これまで実施してきた調査を引き続き定期的に実施し、上記②及び③で述べた取組に資する情報を提供すべきである。また、審議の過程では、業種特性に起因する複数の個別の課題に関する指摘があった。この点は、今後、当該分野に専門的知見を有する有識者等で構成される総務省の検討会において必要に応じて検討を実施することが適当であると考え。

2. 同時配信における迅速かつ円滑な権利処理に向けて

第1章で述べたとおり、放送を巡る環境の変化を背景として、インターネットを活用した放送コンテンツの配信サービスが拡大しつつある。このような放送コンテンツのネット配信をより多くの放送事業者が行っていくためには、第2章で述べたネットワークに関する課題に対する検討に加え、ネット配信を含めた放送コンテンツの適正かつ円滑な利活用を確保する観点から、前節で述べた放送コンテンツの適正な製作取引の推進とともに、迅速かつ円滑な権利処理が必要となる。

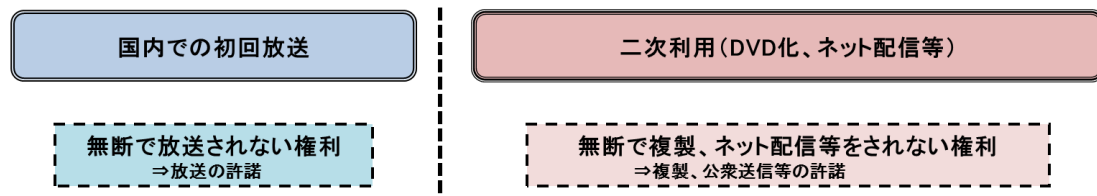
特に、同時配信は、放送と同時にネットで配信を開始するため、放送後にネット配信を行う場合とは異なり、放送が開始されるまでに権利処理を行うことが必要となる。第1章2(2)②でも述べたとおり、現時点では、同時配信は一部の放送事業者において取組が始まった段階であるが、今後、サービスが展開されていく場合には、多くの放送事業者が放送コンテンツについて迅速かつ円滑な権利処理を行うことが不可欠となる。

放送コンテンツの流通のために必要とされる権利処理には、例えば、著作権法（昭和45年法律第48号）上の著作権の権利者としての原作者、脚本家、作詞家・作曲家の権利、さらには、著作権法上の著作隣接権の権利者としての実演家、レコード製作者の権利に関するものがある。その他、著作権法上の権利ではなく、契約自由の原則のもとにある契約上の権利として、スポーツやイベントの中継映像に関するいわゆる放映権の処理も必要となる（図35）。

このように放送コンテンツの同時配信にあたって処理すべき権利は様々であるが、本節では、同時配信における迅速かつ円滑な権利処理に向けて、著作権法上の著作権及び著作隣接権（以下「著作権等」という。）に関して、放送とネット配信の法制度及び契約実務における取扱いを確認し、放送事業者の同時配信に係る試験的取組の実施状況について整理した上で、審議における主な意見及び今後取り組むべき事項について述べることにする。

放送コンテンツに係る権利

○ 国内での初回放送以降、DVD化やネット配信といった二次利用を行うためには、著作権法等に基づき、それぞれ権利者（著作権者・著作隣接権者等）の許諾が必要。



○ 放送コンテンツに係る主な著作権、著作隣接権及び民民間の契約上の権利

著作権		著作隣接権		民民間の契約上の権利
原作 脚本	音楽 （作詞・作曲）	レコード （原盤）	実演 （映像）	スポーツやイベント の中継映像
原作：日本文藝家協会 脚本：日本脚本家連盟 日本シナリオ作家協会	日本音楽著作権協会 （JASRAC） ©NexTone （ホクストーン）	日本レコード協会	映像コンテンツ権利処理機構 （aRma） または 芸能プロダクション	スポーツやイベントの主権者 （いわゆる放映権※）

※ 著作権法上の権利ではなく、民民間の契約上の権利

図 3 5 放送コンテンツの二次利用に関する著作権法上の権利処理等について¹⁰⁹

（１） 著作権等に関する放送とネット配信の法制度及び契約実務における取扱い

放送における著作権等に関する権利処理については、放送が開始されるまでに大量の放送コンテンツを製作し、迅速かつ円滑に権利処理を行っていく必要があることから、これまで放送事業者と権利者の団体である著作権等管理事業者を中心とする双方の取組によって、実務上の運用手続が構築されてきた。また、放送後の放送コンテンツのネット配信についても、同様に、契約に基づく実務上の運用手続が構築されつつある。

放送コンテンツの流通のために必要とされる主な権利については、著作権法等の法制度のもと、放送事業者と著作権等管理事業者との包括的利用許諾契約¹¹⁰等を中心に、図 3 6 のとおり、実務上の運用手続が実際に行われている。なお、ここで対象とする放送コンテンツは、放送事業者が自社において製作する放送番組を地上波において初回放送する場合及び当該放送番組をネット配信する場合とし、それらの権利処理の主要なものに係る原則的運用を例示的に記載することとする。

¹⁰⁹ 事務局「放送番組の視聴に係る環境の変化と放送事業者の取組について」（第2回会合資料）

¹¹⁰ 著作権等管理事業者の管理する著作物の利用にあたって包括的に許諾する契約。これにより、当該著作物等に関する個別の許諾が不要になる。

権利種別	権利者	法と実態	放送 (地上波の初回放送※の例)	ネット配信 (VOD等の異時配信の例)
著作権	原作者	著作権法	公衆送信権	公衆送信権
		実際の運用	個別許諾	個別許諾
	脚本家	著作権法	公衆送信権	公衆送信権
		実際の運用	個別許諾	個別許諾
	作詞家 作曲家 JASRAC 等	著作権法	公衆送信権	公衆送信権
		実際の運用	包括許諾(各放送事業者)	包括許諾(各放送事業者)
著作隣接権	実演家(映像)	著作権法	放送権	送信可能化権
		実際の運用	個別許諾(芸能プロダクション⇔各放送事業者)	個別許諾(aRma※※⇔各放送事業者)
	レコード 原盤権者 日本レコード協会	著作権法	報酬請求権	送信可能化権
		実際の運用	包括契約(NHK・民放連)	包括許諾(各放送事業者)

※ 放送事業者が自ら放送番組を製作する場合

※※ aRma: 一般社団法人 映像コンテンツ権利処理機構 (audiovisual Rights management association)

図 3 6 放送とネット配信における主な権利処理の原則的運用¹¹¹

ア 放送（初回放送）の場合

(i) 作詞家・作曲家の権利

音楽の作詞家及び作曲家は、音楽を使用した番組が放送されるにあたって、著作権法上の著作権である公衆送信権を有する。放送事業者は、音楽著作権の管理団体である（一社）日本音楽著作権協会（以下「JASRAC」という。）及び（株）NexTone 等と放送に関する年間の包括的利用許諾契約を事前に締結することにより、放送に関する公衆送信権等の許諾を得ている。これにより、放送事業者は、著作権等管理事業者が放送の許諾に関する管理を行っている楽曲について、個別に許諾を得ることなく放送で使用する事が可能となっている。

(ii) レコード原盤権者（レコード製作者）の権利

レコード原盤権者は、レコードを使用した番組が放送されるにあたって、著作権法上、二次使用料を受ける権利（いわゆる報酬請求権）を有する。二次使用料については、各放送事業者と著作権法に基づき文化庁長官の指定を受けている（一社）日本レコード協会（以下「レコード協会」という。）との協議により契約で定められ、レコード協会を通じて権利者に分配されている。

¹¹¹ 事務局「放送番組の視聴に係る環境の変化と放送事業者の取組について」（第2回会合資料）

(iii) 実演家（映像）¹¹²の権利

映像に関する実演家は、出演した番組が放送されるにあたって、著作権法上の著作隣接権である放送権を有する。放送事業者は、実演家が所属する個別のプロダクションに対して、個別の番組ごとに出演及び出演料について交渉を行い、放送権の許諾を得るのが一般的となっている。

イ ネット配信の場合

一方、放送事業者が放送コンテンツのネット配信を行う場合、放送に係る権利処理とは別に、ネット配信に係る権利について、それぞれ権利者の許諾を得る等の権利処理を行う必要がある。この点は、現行の著作権法上の取扱いとは、同時配信の場合も放送後のネット配信の場合も同一である。放送コンテンツのネット配信においては、著作権法上、放送とは一部法律上の制度が異なる部分があるものの、放送後のネット配信については、以下のとおり、現行の著作権法等の法制度のもと、権利者の団体である著作権等管理事業者を中心として、包括的利用許諾契約や権利処理窓口の一元化など、円滑な権利処理を目的とした一定の実務上の運用手続が構築されている。

(i) 作詞家・作曲家の権利

音楽の作詞家及び作曲家は、音楽を使用した放送コンテンツがネット配信されるにあたって、放送と同様に、著作権法上の著作権である公衆送信権を有する。放送事業者は、JASRAC 等とネット配信サービスごとに配信に係る包括的利用許諾契約を事前に締結することにより、公衆送信権等の許諾を得ている。これにより、放送事業者は、契約相手の著作権等管理事業者がネット配信の許諾に関する管理を行っている楽曲について、個別の許諾を得ることなく当該サービスにおいて使用することが可能となる。

(ii) レコード原盤権者（レコード製作者）の権利

レコード原盤権者は、レコードを使用した放送コンテンツがネット配信されるにあたって、著作権法上の著作隣接権である送信可能化権を有する。放送事業者がネット配信を行う場合には、放送と異なり、ネット配信に関するレコード原盤権者の許諾が必要となる。このため、放送事業者は、レコード協会とネット配信に係る包括的利用許諾契約を事前に締結することにより、送信可能化権の許諾を得ている。これにより、放送事業者は、レコード協会がネット配信の許諾に関する管理を行っているレコードについて、個別の許諾を得ることなく当該サービスにおいて使用することが可能となる。

(iii) 実演家（映像）の権利

映像に関する実演家は、出演した放送コンテンツがネット配信されるにあたって、著作権法上の著作隣接権である送信可能化権を有する。放送事業者は、（一社）映像コンテンツ権利処理機構を窓口として、実演家が所属するプロダクションに対してネット

¹¹² いわゆる放送番組の出演者である映像に関する実演家を指す。

配信に係る個別の許諾を得るのが一般的である¹¹³。

（２） 同時配信に関する放送事業者の試験的取組の状況

第１章２（２）②で述べたとおり、一部の放送事業者では同時配信の取組が行われているが、テレビジョン放送の同時配信にあたって、著作権等を含む権利の処理については、現時点ではそれぞれの放送事業者が個別に行っており、権利処理が済んでいない場合、番組を配信しないか、済んでいない部分を配信しない処理（いわゆる「フタかぶせ」）を行って番組を配信している。具体的な状況について、審議においてヒアリングを行った放送事業者のうち、NHK 及び地上民間放送事業者における事例を以下に示す。

ア NHK

前述のとおり、NHK では、2015 年及び 2016 年に国内テレビジョン放送の同時配信の試験的な取組（試験的提供）を行っている。この取組のうち、受信契約者から適正に募集・依頼する参加者を対象に、１日 16 時間の範囲で期間を限定して行う取組（試験的提供 B）については、権利処理上の課題を検証項目の一つとしている。

表 10 試験的提供 B の概要

	平成 27 年度（2015 年度）	平成 28 年度（2016 年度）
配信対象	総合テレビ	総合テレビ・教育テレビ
実施期間	平成 27 年 10 月 19 日～11 月 15 日	平成 28 年 11 月 28 日～12 月 18 日
時間帯	午前 7 時～午後 11 時	午前 7 時～午後 11 時

権利処理の結果は以下のとおりであるが、平成 27 年度（2015 年度）と平成 28 年度（2016 年度）では、実施期間の番組編成に差異があることから、これらの数字を単純に比較することは必ずしも適切ではない点に留意する必要がある。

¹¹³ （一社）映像コンテンツ権利処理機構に許諾手続きを委任していないプロダクションについては、放送事業者は直接許諾を得ることとなる。

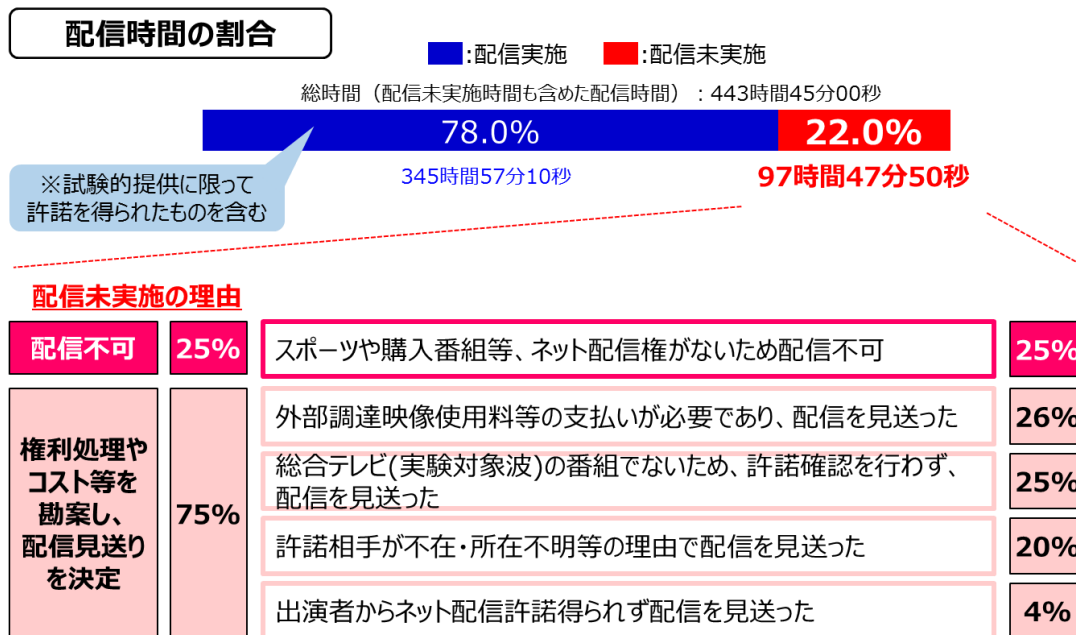


図 3 7 平成 27 年度（2015 年度）試験的提供 B の結果¹¹⁴

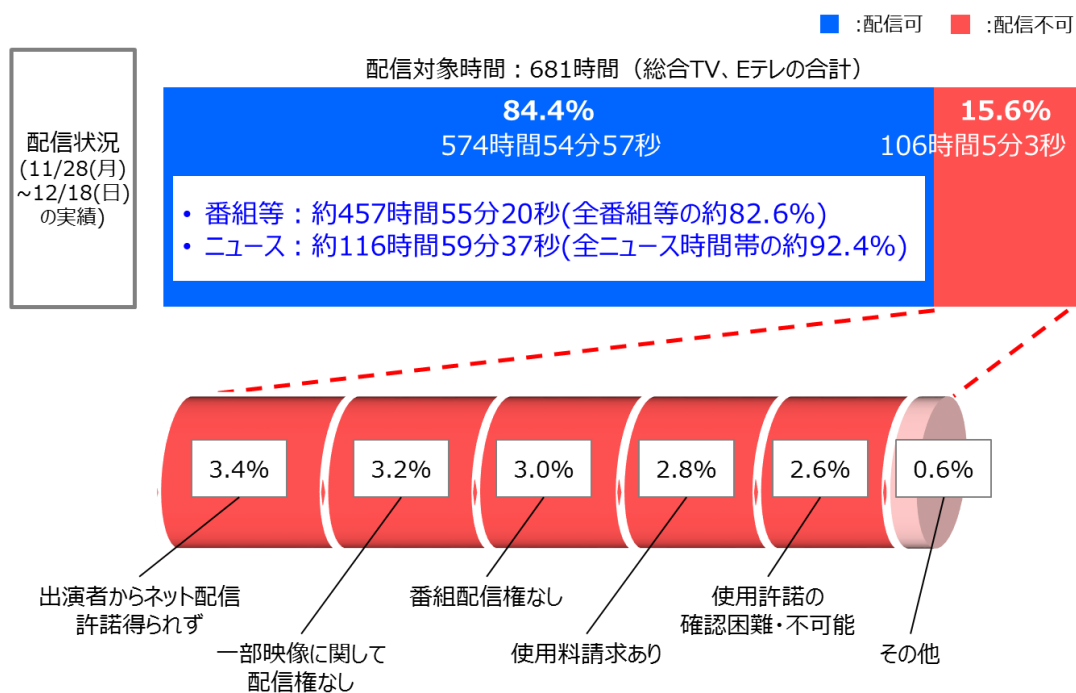


図 3 8 平成 28 年度（2016 年度）試験的提供 B の結果¹¹⁵

¹¹⁴ NHK「テレビ放送の同時配信実験（試験的提供）および災害時等における放送同時提供の取り組み概要と課題」（第3回会合資料）

¹¹⁵ NHK「テレビ放送の同時配信の試験的提供（試験的提供 B）について」（第6回会合資料）

なお、審議におけるヒアリングの際の意見として、構成員から以下のような指摘があった。

- (i) 平成 27 年度（2015 年度）に NHK が実施した試験的提供 B では、出演者からネット配信許諾を得られなかった割合は配信時間全体の 0.8%しかないにも関わらず、実演家の権利者団体が解決すべき課題であるような表現はミスリードだと思われる。
- (ii) 平成 28 年度（2016 年度）に NHK が実施した試験的提供 B の結果において、配信不可の理由が挙げられているが、どのような条件の下で許諾が得られなかったのかわからない。権利処理の課題として提示するのであれば、どのような条件のもとで許諾が得られたのかあるいは得られなかったのかという整理が必要だと思うので、その点を今後詰めていただきたい。

上記のうち、(ii)については、NHK から権利処理に係る使用料等の支払いを行わない条件で権利団体及び権利者の了解を得て配信を実施しているとの回答があった。

イ 地上民間放送事業者

同時配信を行っている東京メトロポリタンテレビジョン（株）及び（株）テレビ東京からのヒアリングによれば、権利処理ができなかった映像については、「権利の都合上、映像を差し替えています」等の説明文を付した静止画像に差し替えを行っている。また、テレビ東京においては、音楽に関して、オープニングのテーマ曲については権利処理を行い使用しているが、それ以外の音楽は、特にニュース番組ということもあり、使用する音楽が直前にならないと決まらないことから、ネット配信では音楽を消しているとのことであった。



図 39 いわゆる「フタかぶせ」の実例¹¹⁶

¹¹⁶ 東京メトロポリタンテレビジョン（株）「TOKYO MX の取組について」（第 2 回会合資料）

また、ラジオにおいては第1章2(2)②で述べたとおり、複数の民間ラジオ放送事業者等の同時配信サービス「radiko.jp」が実施されており、権利処理については、主に、当該配信を行っている(株)radikoが手続を行っている。なお、エリア内の配信については、著作権処理が弊害となって配信できない番組は、現時点では存在せず、全て配信されている。エリア外への配信等については、5%未満であるが配信できない番組があり、その場合はフィラー音楽に差し替えられている。

(3) 審議における主な意見

① 放送事業者からの意見

今回の審議において、同時配信の取組を行っている放送事業者から、同時配信における権利処理に関して、以下のような発言があった。

- 同時配信を推進するにあたって、映像、音楽、出演者や脚本家などの権利者に対して、適切かつ円滑な権利処理を行うことが課題。
- 権利者側との交渉を通じて、事前に一定の条件等について了解を得ていたため、同時配信を比較的スムーズに実施できた。
- 著作権に関する検討は、権利者団体の方々と具体的な条件等について協議を重ね、個別の事例や経験値などを積み上げていった上で、大枠の方向性ができてくることを期待。
- より多くの視聴者により多くの番組を届けるために、配信可能な番組数の拡大に向けた権利処理の在り方について関係者との間で幅広い議論が必要。
- 放送の許諾に加えて、新たにネット配信の許諾を同時に取る作業を行わなくてはならない。社員数の少ないローカル局にとってネット配信の許諾を得るための時間、労力を減らすことができるかが肝心。今の放送の権利処理のみしていれば同時配信できることを希望。

② 権利者団体からの意見

他方、権利者団体からは、放送コンテンツの流通のために必要とされる権利処理について、以下のような指摘があった。

- 権利処理の問題において、放送事業者ごとに体制の充実度合いに温度差がある。
- 通信事業者等の放送事業者以外の者による映像の配信においては、現行の法律内で必要な契約書等の書類を作り、権利処理をしている。「著作権上の課題」と主張されている内容は、自社が今までのようなビジネスモデルの延長線上でやるには、現状では手間や面倒がかかるから、自社に楽をさせてほしいとか、経費を抑えるために許諾権を切り下げて自社に有利にしてほしいという、勝手な理屈だと思われる。権利許諾にあたって「何に、どのくらい」滞ったのか具体的な過程を提示せず、あいまいな表現で遠回しに権利制限を提案することは、「著作権そのものが悪の元

凶」という誤解を生じかねない。

- 許諾が間に合わないのは、出演契約書、あるいは一般の企業であれば当たり前の義務であり商慣習である「納品書」すらとっておらず、製作の事前段階で、誰が出演者なのかを把握していないことが問題なのではないのか。
- そもそも権利処理のやり方はこれまで随分積み上げられてきており、放送事業者と実演家の間ではさまざまな蓄積があり、これは非常にうまくいっているという前提がある。放送が終わってから二次利用に向けて処理をする場合には、現在、ある程度迅速なシステムが完成されている。他方で、同時配信に関しては、配信以前に処理しなければいけない諸問題が出てくるために、これまで放送では許されていたことを配信においてもクリアにする手続を事前に前倒しで行うことになる。この点について、例えば業界を含めて同時配信についても合理的なシステムをつくるということには全くやぶさかではないが、処理が面倒くさいので単純にしようというように、処理が膨大だという言葉の持っているイメージがひとり歩きするのはいかなものかなと思う。

③ 検討の方向性に関する意見

上記①及び②の発言を踏まえて、検討の方向性に関して議論が行われ、以下のよう
な意見が提起された。

- radiko がラジオ局の権利処理をまとめて引き受けて処理することは、合理的なやり方だと思う。テレビの同時配信を考える場合もこの方向性で考える方がいいのではないか。
- 放送に関しては法律に基づく商慣習ができてきており、ネット配信においても法律にのっとった商慣習を作っていけるのではないか。その際、団体間で包括的に話し合いを行うことが1つの解になってくるのではないか。
- 権利者団体の役割は、できるだけ集中化を進めた上で、効率的に話し合いをしていくところにあるが、何か新しいことをやろうとするときに権利処理のスピードアップを図るためには、権利者側の努力だけではなく、放送事業者側でも何らかの合理性のあるシステムに落とし込んでいくこと等が必要ではないか。今は各社の対応はまちまちであると思うが、そういった部分を含めた検討を行うことで初めて権利処理全体のスピードが上がっていくと思う。
- 権利処理に関しては、法律問題というよりもマネジメントや効率の問題として捉え直したほうがいいかもしれない。同時配信を1つの社会インフラとして扱うということであれば、通信自体の混雑だけでなく、その裏側で起きている作業の混雑を理由として配信ができないことが起きるのは望ましくない。
- 権利処理が間に合わないために結果として同時配信ができないということは望ましくないが、コンテンツのジャンルによっては、経営戦略として意図して放送事業

者や権利者が同時送信しないということも尊重しなければならない。両者の切り分けをきちんとできるような検証を行うことはできないか。

- 現在 NHK が公共放送という財源の中で実証実験をおこなっているが、もう少し民放的な立場の視点でも実証実験を行うことはできないか。
- 権利処理のマネジメントの効率化を図るための次のフェーズとして、図上演習的な取組を行うことは考えられないか。

(4) 今後取り組むべき事項

上記(3)で述べたように、放送における権利処理の場面では、現行の著作権法上の制度を前提にしながら、権利処理の迅速化・効率化を目的として、一部の権利について放送事業者と権利者団体との包括的利用許諾契約等による実務上の運用手続が形成されており、放送事業者側及び権利者側の双方から評価を得られている。また、放送後のネット配信においても、放送と比較して一部について著作権法上の規律が異なる部分があるものの、現行制度を前提に、権利者団体を中心として、包括的利用許諾契約や権利処理窓口の一元化など、円滑な権利処理を目的とした一定の実務上の運用手続が形成されつつある。

放送コンテンツの同時配信の実施にあたっては、放送が開始されるまでに迅速かつ円滑に権利処理を行っていかなくてはならない。そのため、同時配信における権利処理の在り方については、これまで積み上げられてきた放送や放送後のネット配信における権利処理の運用実務を参考にしつつ、具体的な権利処理方法の形成について検討することが必要である。なお、これまでの審議では、上記(3)に記載したとおり、放送事業者から同時配信における権利処理に関する課題について意見があったものの、抽象的な内容に留まっており、具体的にどのような課題があるのかについて十分に明らかとなっていないところである。

したがって、今後は、具体的な同時配信の展開手法やサービス内容をもとに、放送事業者及び権利者団体等が中心となって権利処理の手続を整理し、それを通じて具体的な課題を抽出した上で、これらの抽出された課題に対応するための具体的な権利処理方法の形成について検討することが必要である。その際、特に著作権法上の権利については、権利の種別ごとに具体的な課題を抽出し、それに基づいた検討が必要であると考ええる。

放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会の設置

平成二十八年十月一九日

情報通信審議会情報通信政策部会決定第二四号

本部会に「視聴環境の変化に対応した放送コンテンツの製作・流通の促進方策の在り方」(平成二十八年諮問第二十四号)に関する専門的な事項を調査するため、次の委員会を設置する。

一 名称

放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会

二 構成

- 1 主査を長とし、部会長の指名する委員、臨時委員又は専門委員をもって構成する。
- 2 主査は、委員、臨時委員又は専門委員の中から部会長が指名する。
- 3 委員会には、主査を補佐して調査の進行を助けるために主査代理を置くことができる。
- 4 主査代理は、委員、臨時委員又は専門委員の中から主査が指名する。
- 5 主査に事故があるときは、主査代理がその職務を代理する。

三 関係者の出席等

- 1 主査は、調査を進めるに当たって必要と認めるときは、関係者に対して出席を求め、説明又は文書等資料を提出させることができる。
- 2 その他委員会の運営に関し必要な事項は、主査が委員会に諮り定めることができる。

情報通信審議会 情報通信政策部会
放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会構成員名簿

(敬称略)

(所属等については 2017 年 4 月時点)

氏 名		主 要 現 職
主 査 臨 時 委 員	村井 純	慶應義塾大学 環境情報学部長・教授
委 員	近藤 則子	老テク研究会 事務局長
〃	谷川 史郎	株式会社 野村総合研究所 理事長
〃	新美 育文	明治大学 法学部 教授
〃	三尾 美枝子	キューブ M 総合法律事務所 弁護士
〃	森川 博之	東京大学 大学院 工学系研究科 教授
専 門 委 員	内山 隆	青山学院大学 総合文化政策学部 教授
〃	大谷 和子	株式会社 日本総合研究所 法務部長
〃	河島 伸子	同志社大学 経済学部 教授

放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会の運営について

放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会の設置（平成 28 年 10 月 19 日情報通信審議会情報通信政策部会決定第 24 号）第 3 項第 2 号の規定に基づき、放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会の議事の手続、その他その運営に関し必要な事項を次のとおり定める。

- 1 主査は、委員会の議事を掌握する。
- 2 委員会には、主査を補佐して調査の進行を助けるために必要に応じ主査代理を置くことができる。
- 3 主査代理は委員、臨時委員又は専門委員の中から主査が指名する。
- 4 委員会の会議（以下「会議」という。）は、主査が召集する。この場合、主査は、委員会の構成員にあらかじめ会議の日時、場所及び議題を通知する。
- 5 主査は、必要があると認める時、委員会に必要と認める者の出席を求め、意見を述べさせ、又は説明させることができる。
- 6 会議は、原則として公開する。ただし、会議を公開することにより当事者又は第三者の権利、利益や公共の利益を害するおそれがある場合その他の主査が非公開とすることを必要と認めた場合は、会議の全部又は一部を非公開とすることができる。
- 7 事務局は、会議が開催されるときは、会議名、日時、場所、議題、会議の公開・非公開の別及び傍聴申込要領を記載した開催案内を総務省ホームページに掲載すること等により、周知する。
- 8 事務局は、会議後速やかに、会議に出席した委員の確認を得て議事録を作成し、配付資料とともに、閲覧その他の方法により、原則として公開する。
ただし、議事録及び配付資料（以下「議事録等」という。）を公開することにより当事者又は第三者の権利、利益や公共の利益を害するおそれがある場合 その他の主査が非公開とすることを必要と認めた場合は、議事録等の全部又は一部を非公開とすることができる。
- 9 議事録等の公開・非公開の決定は、主査が行う。なお、議事録等を非公開とする場合は、その理由を公表する。
- 10 その他委員会の運営に関し必要な事項は主査が定める。

諮 問 第 2 4 号

平成28年10月19日

情報通信審議会

会長 内山田 竹志 殿

総務大臣 山本 早苗

諮 問 書

下記について、別紙により諮問する。

記

視聴環境の変化に対応した放送コンテンツの製作・流通の促進方策の在り方

諮問第 2 4 号

視聴環境の変化に対応した放送コンテンツの製作・流通の促進方策の在り方

1 諮問理由

近年、ブロードバンドの普及やスマートフォン等の普及による視聴方法の多様化に伴い、放送コンテンツがインターネット経由で多様な動画配信サービスから提供されるなど、動画配信市場の規模が拡大している一方、テレビ視聴については、若者を中心に、テレビ離れが進みつつあると言われている。

こうした中、日本放送協会や一部の民間放送事業者において、ブロードバンドを活用し、放送と同一のコンテンツを同時にスマートフォンへ、更には高精細化されたコンテンツ（4K映像コンテンツ）を同時にスマートテレビへ提供するといった、同時配信に係る取組が始められている。

視聴環境の変化に対応した放送コンテンツの配信は、高度化された放送コンテンツをより手軽に視聴でき、また、放送事業者から提供される災害情報が入手しやすくなるなど、視聴者の利便性向上や放送の社会的価値の維持・向上につながる可能性がある。

この点に関して、「放送を巡る諸課題に関する検討会 第一次とりまとめ」（平成 28 年 9 月）においては、視聴者のライフスタイルの変化に対応した地域コンテンツの配信や放送とインターネットを連携させた高品質のサービスの提供の重要性等が示される一方、多くの視聴者が同時に視聴した場合のシステムへの負荷等の技術面での課題、ネットワーク利用に係る費用負担や権利処理の在り方等、放送コンテンツの配信を実現する上での課題について検討を行うことが必要である旨が示されている。

さらに、インターネットを活用した放送コンテンツの提供サービス等による放送コンテンツの二次利用の進展に対応するため、放送コンテンツ分野における製作環境の改善や製作意欲の向上等を図る観点から、製作現場に適正にビジネス活動の利益が還元される環境を整備することで取引の適正化を図っていく等、放送コンテンツの適正かつ円滑な製作・流通を確保していくことが重要であり、「知的財産推進計画 2016」（平成 28 年 5 月知的財産戦略本部決定）においても同様の指摘がなされている。

以上を踏まえ、視聴環境の変化に対応した放送コンテンツの製作・流通の促進方策の在り方について、総合的な検討を行うため情報通信審議会に諮問する。

2 答申を希望する事項

- (1) ブロードバンドを活用した放送サービスの高度化の方向性
- (2) 放送サービスの高度化を支える放送・通信インフラの在り方
- (3) 放送コンテンツの適正かつ円滑な製作・流通の確保方策
- (4) その他必要と考えられる事項

3 答申を希望する時期

平成 30 年 6 月目処（平成 29 年 6 月を目処に中間答申を希望）

4 答申が得られたときの行政上の措置

今後の情報通信行政の推進に資する。

放送コンテンツの製作・流通の促進検討 WG 設置要綱

放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会における審議を円滑かつ効率的に進めるため、放送コンテンツの製作・流通の促進検討ワーキンググループ（以下「WG」という。）を設置し、放送コンテンツの製作・流通の促進方策に係る取組等の状況等を把握し、検討を行う。

1. WG の運営について

- (1) WG の主任及び構成員は、同委員会主査が指名する。
- (2) 主任は WG の議事を掌握する。
- (3) WG に主任代理を置くことができ、主任が指名するものがこれに当たる。
- (4) 主任に事故があるときは主任代理がその職務を代理する。
- (5) WG の会議（以下「会議」という。）は主任が招集する。この場合、主任は構成員にあらかじめ会議の日時、場所及び議題を通知する。
- (6) 主任は必要があるときは、審議事項に関する関係者に対し、出席と説明を求めることができる。
- (7) 特に迅速な調査を必要とする場合であって、会議の招集が困難な場合には、主任は電子メール等による調査を行い、これを会議に代えることができる。
- (8) WG において調査・検討された事項については、主任が取りまとめ、これを委員会に報告する。
- (9) その他 WG の運営に関し必要な事項は主任が定める。

2. 会議の公開について

- (1) 会議は、次の場合を除き、原則として公開する。会議の公開・非公開の決定は主任が行い、非公開とする場合は、その理由を公開する。
 - ① 会議を公開することにより当事者又は第三者の権利、利益や公共の利益を害するおそれがある場合
 - ② その他、主任が非公開とすることを認めた場合
- (2) 会議の配付資料及び議事概要（以下「資料等」という。）は、次の場合を除き、閲覧その他の方法により、原則として公開する。資料等の公開・非公開の決定は主任が行い、非公開とする場合は、その理由を公表する。
 - ① 資料等を公開することにより当事者又は第三者の権利、利益や公共の利益を害するおそれがある場合
 - ② その他、主任が非公開とすることを認めた場合

3. 事務局について

WG の事務局は、情報流通行政局情報通信作品振興課が関係課室の協力を得て行う。

放送コンテンツの製作・流通の促進検討 WG 構成員名簿

(敬称略、主任・主任代理を除き五十音順)

(所属等については 2017 年 4 月時点)

主任	村井 純	慶應義塾大学環境情報学部長・教授
主任代理	新美 育文	明治大学法学部教授
	相子 宏之	株式会社TBSテレビ取締役
	石川 豊	株式会社電通執行役員
	石澤 顕	日本テレビ放送網株式会社取締役常務執行役員
	岩浪 剛太	株式会社インフォシティ代表取締役
	宇佐見 正士	KDDI株式会社理事技術統括本部新技術企画担当
	遠藤 誠	一般社団法人全国地域映像団体協議会副理事長
	木村 信哉	一般社団法人日本民間放送連盟専務理事
	木田 由紀夫	一般社団法人衛星放送協会理事（第 3 回～第 7 回）
	小林 丈記	ソフトバンク株式会社技術統括ネットワーク本部本部長
	近藤 宏	日本放送協会メディア企画室長
	桜井 徹哉	株式会社博報堂DYメディアパートナーズ取締役常務執行役員
	澤田 隆治	協同組合日本映像事業協会会長
	椎名 和夫	一般社団法人映像コンテンツ権利処理機構理事
	設楽 哲	一般社団法人電子情報技術産業協会理事
	清水 賢治	株式会社フジテレビジョン執行役員総合開発局長
	清水 哲也	一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟理事・メディアセンター長
	角 隆一	日本電信電話株式会社研究企画部門プロデュース統括部長
	世古 和博	一般社団法人日本音楽著作権協会常任理事
	園田 義忠	一般社団法人衛星放送協会専務理事（第 1 回、第 2 回）
	高杉 健二	一般社団法人日本レコード協会常務理事

土屋 円	一般社団法人放放送サービス高度化推進協会専務理事
長田 三紀	全国地域婦人団体連絡協議会事務局長
林 正俊	一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟専務理事
廣瀬 和彦	株式会社テレビ東京ホールディングス常務取締役
福井 省三	一般社団法人IPTVフォーラム理事
藤ノ木 正哉	株式会社テレビ朝日専務取締役
別所 直哉	ヤフー株式会社執行役員（インテリジェンス管掌）
堀 義貴	一般社団法人日本音楽事業者協会会長（第1回～第3回）
宮下 令文	一般社団法人日本動画協会理事・著作権委員会委員長
吉田 正樹	一般社団法人日本音楽事業者協会映像知的財産委員会委員（第4回～第7回）

【オブザーバー】

文化庁著作権課
経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課

モバイル同時配信技術タスクフォース 開催要綱

1. 目的

本タスクフォース（以下「タスクフォース」という。）は、「放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会」の下に設置される会合として、スマートフォンやPC等への同時配信に係る技術課題の検討等を行うことを目的とする。

2. 名称

本会合は、「モバイル同時配信技術タスクフォース」と称する。

3. 検討事項

- (1) 同時配信に関する機能の検討
- (2) (1) を踏まえた配信システムモデルの検討
- (3) その他、モバイル同時配信技術に係る検討

4. 構成及び運営

- (1) タスクフォースの構成員は、別紙のとおりとする。
- (2) タスクフォースには、主任を置く。
- (3) 主任は、放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会主査が指名することとし、主任は必要に応じて主任代理を指名することができる。
- (4) 主任はタスクフォースを招集し、主宰する。また、主任代理は、主任を補佐し、主任不在のときは、主任に代わってタスクフォースを招集し、主宰する。
- (5) 主任は、必要があるときは、必要と認める者をタスクフォースの構成員として追加することができる。
- (6) 主任は、タスクフォースの会合ごとに、当該会合の議題に応じ、必要があるときは、必要と認める者をタスクフォースのオブザーバーとすることができる。
- (7) 主任は、必要があるときは、外部の関係者の出席を求め、意見を聞くことができる。
- (8) タスクフォースは原則として非公開とする。
- (9) その他、タスクフォースの運営に必要な事項は、主任が定めるところによる。

5. 事務局について

タスクフォースの事務局は、情報流通行政局情報通信作品振興課が関係課室の協力を得て行う。

モバイル同時配信技術検討タスクフォース 構成員名簿

(敬称略)

(所属等については2017年3月時点)

主任	森川 博之	東京大学先端科学技術研究センター教授
	高木 冬夫	日本テレビ放送網株式会社 技術統括局 インターネット技術部長
	手柴 英斗	日本テレビ放送網株式会社 メディア戦略局 メディア戦略部 主任
	岩田 淳	株式会社テレビ朝日 経営戦略部 渉外担当部長
	安田 元	株式会社テレビ朝日 技術戦略部
	富澤 淑光	株式会社TBSテレビ メディア戦略室 担当部長
	前田 理恵	株式会社TBSテレビ メディア戦略室 担当局次長
	田中 英治	株式会社テレビ東京 技術開発部
	山本 名美	株式会社テレビ東京 メディア戦略室 部長
	池貝 真	株式会社フジテレビジョン 総合開発局 企画担当局長
	廣野 二郎	株式会社フジテレビジョン 総合技術局 技術業務センター 技術開発部 部長
	石井 令人	日本放送協会 メディア企画室 副部長
	今泉 浩幸	日本放送協会 技術局 計画部 専任部長
	高田 仁	一般社団法人日本民間放送連盟 企画部専任部長
	武田 裕之	一般社団法人日本民間放送連盟 企画部主幹 (第4回)
	松尾 真一	一般社団法人日本民間放送連盟 企画部主幹 (第1回～第3回)

【オブザーバー】

大矢 晃之	ソフトバンク株式会社 技術統括 コアネットワーク&デバイス技術本部 C&I統括部 統括部長
土橋 寿昇	日本電信電話株式会社 研究企画部門 プロデュース担当 担当部長
宮地 悟史	KDDI株式会社 バリュー事業本部 新規ビジネス推進本部 メディア企画 部 部長

スマートテレビ等を活用した4K配信技術タスクフォース 開催要綱

1. 目的

本タスクフォース（以下「タスクフォース」という。）は、「放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会」の下に設置される会合として、スマートテレビ等を活用した4K同時配信に係る技術課題の検討等を行うことを目的とする。

2. 名称

本会合は、「スマートテレビ等を活用した4K配信技術タスクフォース」と称する。

3. 検討事項

- (1) ハイブリッドキャスト活用による4Kコンテンツ同時配信の検討
 - ・迅速な災害情報提供
 - ・広告等のコンテンツ挿入に係る検討
- (2) 高精細映像の安定的・効率的な配信に係る検討
 - ・マルチキャスト方式の導入可能性及び課題の整理
 - ・上記課題の対応策等
- (3) その他、ブロードバンド網を活用した4K配信に係る検討

4. 構成及び運営

- (1) タスクフォースの構成員は、別紙のとおりとする。
- (2) タスクフォースには、主任を置く。
- (3) 主任は、放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会主査が指名することとし、主任は必要に応じて主任代理を指名することができる。
- (4) 主任はタスクフォースを招集し、主宰する。また、主任代理は、主任を補佐し、主任不在のときは、主任に代わってタスクフォースを招集し、主宰する。
- (5) 主任は、必要があるときは、必要と認める者をタスクフォースの構成員として追加することができる。
- (6) 主任は、タスクフォースの会合ごとに、当該会合の議題に応じ、必要があるときは、必要と認める者をタスクフォースのオブザーバーとすることができる。
- (7) 主任は、必要があるときは、外部の関係者の出席を求め、意見を聞くことができる。
- (8) タスクフォースは原則として非公開とする。
- (9) その他、タスクフォースの運営に必要な事項は、主任が定めるところによる。

5. 事務局について

タスクフォースの事務局は、情報流通行政局情報通信作品振興課が関係課室の協力を得て行う。

スマートテレビ等を活用した4K配信技術タスクフォース 構成員名簿

(敬称略)

(所属等については2017年3月時点)

主任	村井 純	慶應義塾大学環境情報学部長・教授
	伊藤 正史	株式会社フジテレビジョン 総合技術局 技術業務センター 技術開発部 主任
	井上 博和	株式会社テレビ朝日 技術戦略部
	遠藤 洋介	NHK放送技術研究所 伝送システム研究部
	大吉 なぎさ	株式会社TBSテレビ メディア戦略室 担当部長
	川上 皓平	日本テレビ放送網株式会社 技術統括局
	杉原 賢治	株式会社テレビ東京 技術開発部
	服部 弘之	東京メトロポリタンテレビジョン株式会社 事業局 クロスメディア推進部 部長
	浜口 斉周	日本放送協会 技術局計画部 副部長
	池田 浩幸	パナソニック株式会社 アプライアンス社 テレビ事業部 事業開発部 部長
	石橋 泰博	東芝映像ソリューション株式会社 技師長
	奥村 友秀	三菱電機株式会社 京都製作所 AVディスプレイ製造部 主席技師長
	高橋 幸雄	シャープ株式会社 ディ스플레이デバイスカンパニー デジタル情報家電事業本部 栃木開発センター 第一開発部 部長
	宮下 英久	ソニー株式会社 R&Dプラットフォーム システム研究開発本部 要素技術開発部門 アライアンス戦略担当 シニアマネジャー
	木村 明夫	KDDI株式会社 メディア・CATV推進本部 メディアプロダクト技術部 技術開発グループ グループリーダー
	土橋 寿昇	日本電信電話株式会社 研究企画部門プロデュース担当 担当部長
	早田 叔弘	ソフトバンク株式会社 技術統括ネットワーク本部 ブロードバンドプロダクト統括部 統括部長
	今泉 浩幸	一般社団法人IPTVフォーラム 技術委員会 主査
	大久保 達也	一般社団法人電子情報技術産業協会 専門職調査役 (第2回)
	中尾 浩治	一般社団法人電子情報技術産業協会 コンシューマ・プロダクツ部長 (第1回)
	中島 寛	一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟 技術部長
	土屋 円	一般社団法人放送サービス高度化推進協会 専務理事

放送コンテンツ製作取引タスクフォース 開催要綱

1. 目的

本タスクフォース（以下「タスクフォース」という。）は、「放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会」の下に設置される会合として、放送事業者及び番組製作会社における取組の状況等を踏まえ、放送コンテンツの製作取引に係る課題の検討等を行うことを目的とする。

2. 名称

本会合は、「放送コンテンツ製作取引タスクフォース」と称する。

3. 検討事項

- (1) 「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」（以下「ガイドライン」という。）の内容の普及・定着を図るための、行政、関係団体及び関係各社が具体的に取り組むべき措置
- (2) ガイドラインの実効性を確保するための方策及び今後の取引を円滑なものとするための手法など継続的な取組み
- (3) その他必要な措置

4. 構成及び運営

- (1) タスクフォースの構成員は、別紙のとおりとする。
- (2) タスクフォースには、主任及び主任代理を置く。
- (3) 主任は、放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会主査が指名することとし、主任代理は主任が指名する。
- (4) 主任はタスクフォースを招集し、主宰する。また、主任代理は、主任を補佐し、主任不在のときは、主任に代わってタスクフォースを招集し、主宰する。
- (5) 主任は、必要があるときは、必要と認める者をタスクフォースの構成員として追加することができる。
- (6) 主任は、タスクフォースの会合ごとに、当該会合の議題に応じ、必要があるときは、必要と認める者をタスクフォースのオブザーバーとすることができる。
- (7) 主任は、必要があるときは、外部の関係者の出席を求め、意見を聞くことができる。
- (8) タスクフォースは、原則として非公開とする。
- (9) その他、タスクフォースの運営に必要な事項は、主任が定めるところによる。

5. 事務局について

タスクフォースの事務局は、情報流通行政局情報通信作品振興課が関係課室の協力を得て行う。

放送コンテンツ製作取引タスクフォース 構成員名簿

(敬称略)

(所属等については2017年3月時点)

主任	内山 隆	青山学院大学 総合文化政策学部 教授
	河島 伸子	同志社大学 経済学部 教授
	木田 由紀夫	一般社団法人 衛星放送協会 理事・総務委員長
	山口 純也	一般社団法人 衛星放送協会 倫理委員会副委員長
	遠藤 誠	一般社団法人 全国地域映像団体協議会 副理事長
	清水 哲也	一般社団法人 全日本テレビ番組製作社連盟 理事・メディアセンター長
	下温湯 健	一般社団法人 全日本テレビ番組製作社連盟 執行理事
	加藤 浩丈	株式会社TBSテレビ 総務局 ビジネス法務部長
	渡部 敏雄	株式会社TBSテレビ メディア戦略室 担当部長
	菊池 満士	株式会社テレビ朝日 契約著作権部 ライツ業務担当部長
	野瀬 洋一	株式会社テレビ朝日 法務部長
	大澤 靖	株式会社テレビ東京ホールディングス 法務統括局次長
	土橋 聡	株式会社テレビ東京ホールディングス メディア戦略室長
	須田 真司	一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟 著作権委員会 委員長
	山本 学	一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟 業務部長
	赤間 佳彦	日本テレビ放送網株式会社 制作局業務推進部長
	後藤 俊哉	日本テレビ放送網株式会社 コンプライアンス推進室法務部 担当副部長 (第2回、第3回)
	田村 徹	日本テレビ放送網株式会社 メディア戦略局 メディア戦略部 担当副部長 (第1回)
	笹平 直敬	一般社団法人日本動画協会 著作権委員会副委員長
	宮下 令文	一般社団法人日本動画協会・理事 著作権委員会委員長
	佐藤 直樹	日本放送協会 知財センター著作権・契約部長
	湯川 英俊	日本放送協会 編成局計画管理部専任部長
	田嶋 炎	一般社団法人日本民間放送連盟 番組・著作権部長
	堀木 卓也	一般社団法人日本民間放送連盟 事務局次長兼企画部長
	現王園 佳正	株式会社フジテレビジョン 編成局 局次長兼編成情報センター室長
	立本 洋之	株式会社フジテレビジョン 編成局 局次長

【オブザーバー】

上杉 達也 弁護士 (TH弁護士法人)