

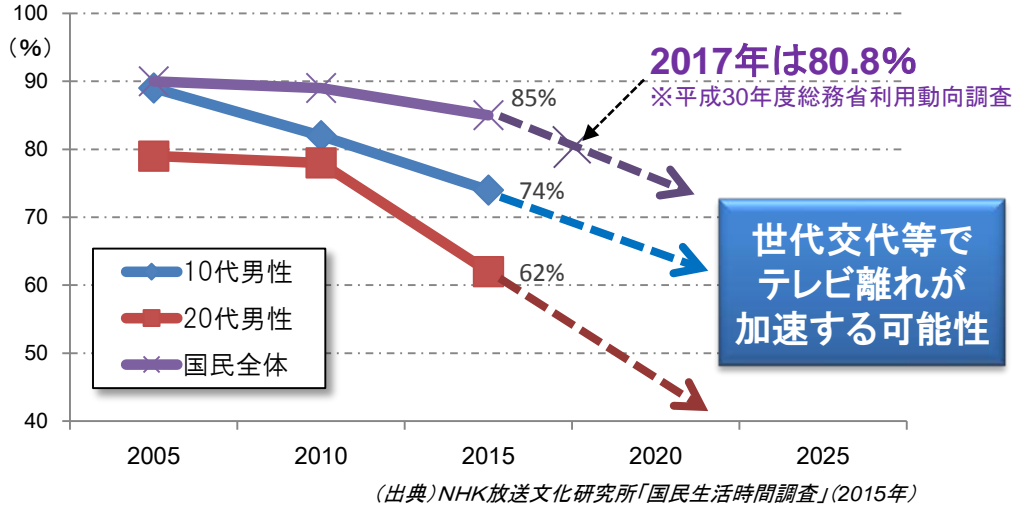
視聴環境の変化に対応した新たな放送サービスの創出に向けて

総務省情報流通行政局情報通信作品振興課
小林 伸司

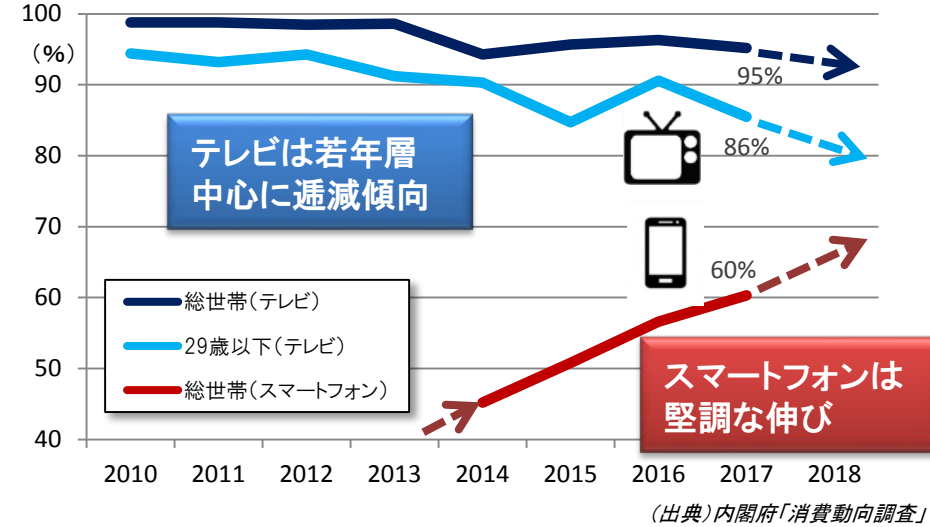
1. 放送を巡る環境の変化

若者を中心としたテレビ離れ

■ 1日15分以上テレビを見る率（「行為者率」: 平日平均）

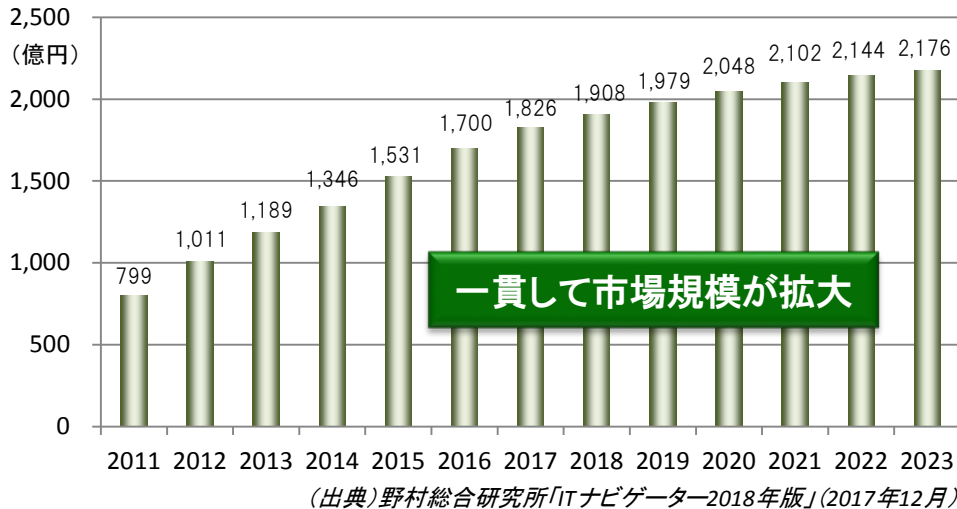


■ 世帯主別普及率「カラーテレビ」対「スマートフォン」

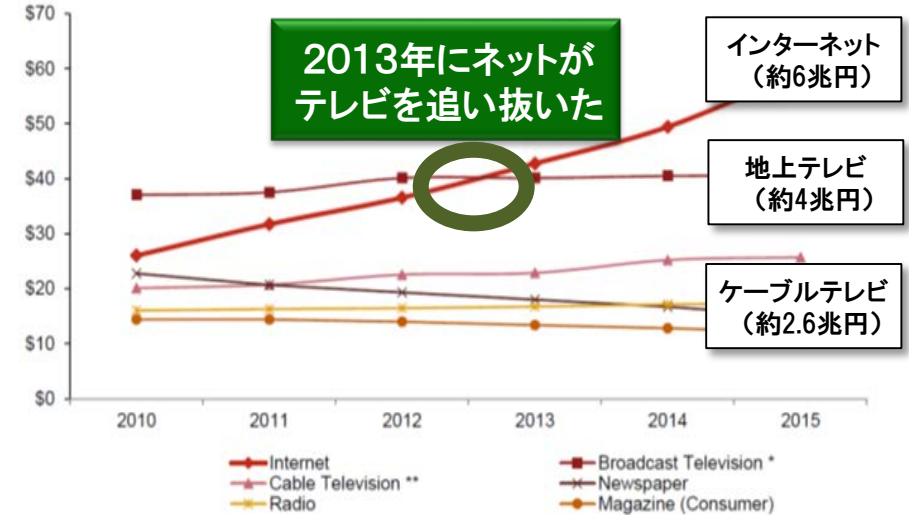


インターネット上の動画配信の進展

■ 国内動画配信市場規模（予測）



■ 米国の広告市場「テレビ」対「インターネット」



【Netflix（日本サービス開始：2015年9月～）】

- 世界190カ国で映画・ドラマ等の配信サービスを展開し、2018年5月時点で世界1億2500万の加入者数を誇る。
（アメリカの4割弱のトラフィックがNetflixとの話も）（※年間売上高：2016年約83億ドル、2017年約117億ドル）
- 視聴履歴の活用等視聴に関する技術を磨くのみならず、大胆なコンテンツへの投資を実施し、オリジナルコンテンツへ注力。
（コンテンツ費用：2016年50億ドル、2017年60億ドル、2018年80億ドル（約80本のオリジナル作品））

トップ画面（イメージ）

（ウェブサイト等を基に
総務省作成）



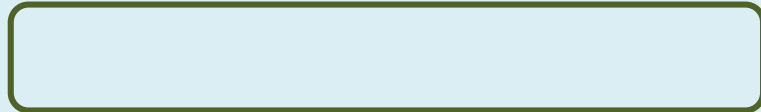
総合ランキング

「親向け」「子供向け」等を等しく配置



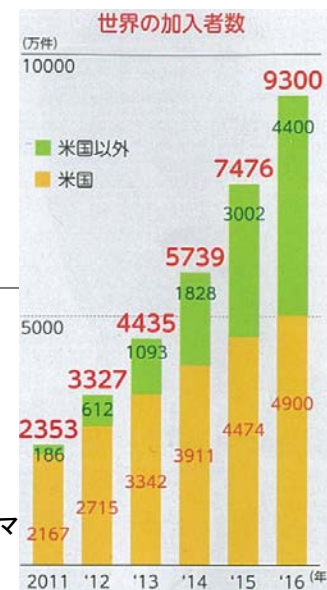
米国TVシリーズ

視聴場所、視聴履歴等に基づいて表示



オスカー受賞作

検索ワード、嗜好等に基づいて表示



サービス概要

- サービス提供地域（全190カ国）



- 提供番組：国内外のドラマ数千本を配信。

- オリジナルコンテンツの例

- 料金体系：見放題プラン（月額）
 - ・ ベーシック 650円（標準）
 - ・ スタンダード 950円（ハイビジョン）
 - ・ プレミアム 1,450円（4K（一部））

2016年6月3日にオリジナルドラマ「火花」を世界190カ国へ4K/HDR対応で配信

- 視聴履歴の活用

データの収集

1千を超えるパラメータに基づいてデータを収集

データの分析

視聴パターンを3千万以上に分類し、それぞれに応じた嗜好・傾向を分析

データの活用

視聴者の嗜好に最適化されたコンテンツのレコメンドにより、顧客を囲い込み
（視聴者のコンテンツ選択の75%はレコメンド機能に基づく）

【Amazon Prime Video（日本サービス開始：2015年9月～）】

- 世界200カ国以上で動画配信サービスを展開。Prime会員（※）数は、世界6,600万人以上（2016年末）。

（※）動画配信サービスに加え、無料配送サービス等を受けることのできる有料会員。

トップ画面

オリジナルコンテンツの例 「トランスペアレント」

コンテンツのローカライズの例 「仮面ライダーアマゾンズ」

2015年1月、Amazonスタジオ制作の『トランスペアレント』がゴールデングローブ賞 - 最優秀ミュージカル/コメディ賞を獲得。ストリーミング配信の番組としては初となる受賞作品。

仮面ライダーシリーズで『仮面ライダーアマゾン』のリブート作品。2016年4月1日よりAmazonプライム・ビデオにて毎週金曜に配信された。シーズン1は全13話。2017年4月7日よりシーズン2全13話が配信。

注目作品、オリジナル作品等のカテゴリー別に表示。

出典：Amazon Japan社ホームページ等

サービス概要

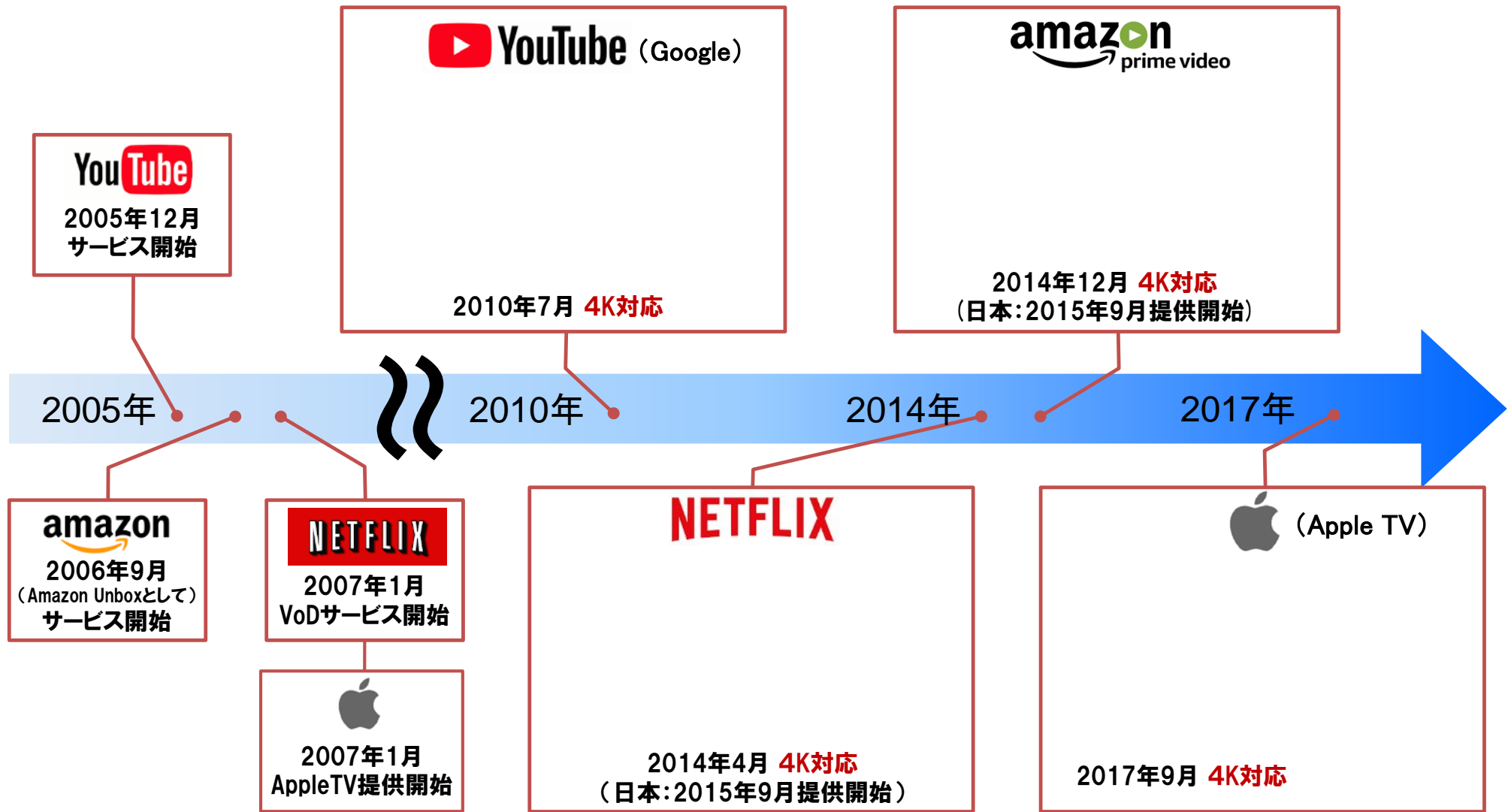
● 金額

- ・ 主要先進国 : プライム会員サービス（米：99ドル／年、英：7.99ポンド／月、日：3900円／年）
OTTサービスのみ（米：8.99ドル／月、英：89ポンド／月）
- ・ その他の地域 : OTTサービスのみ 2.99ドル

● 提供コンテンツ : 2万5000本（2017年3月末） 映画、ドラマ、アニメ、バラエティ、ドキュメンタリー

動画配信サービスの高画質化

2010年以降、YouTubeやNetflix等の動画配信サービスが順次4Kに対応。



諸外国における放送事業者によるネット配信への取組

- 米国や欧州では、既に放送事業者やインターネット事業者が、同時配信 + 見逃し配信を提供。
- 米国では、ケーブルテレビ加入者向けに4大ネットワークなどの同時配信 + 見逃し配信を提供。2015年から多チャンネルの同時配信を有料で提供するインターネット事業者が出現し、2016年にAT&T(DirecTV Now)、2017年にはGoogle (YouTube) が参入。
- 英国では、BBCや民放が2006年から無料で同時配信 + 見逃し配信を提供し、2013年には、各放送事業者のサービスを束ねて提供する事業者が登場。フランスにおいても、フランス・テレビジョンや民放が2011年から同時配信 + 見逃し配信のサービスを提供するとともに、束ねるサービスを提供する事業者も現れている。

米国



- 2013年から地上4大ネットワーク(NBC,CBS,ABC,FOX)が順次ケーブル加入者向けに同時配信 + 見逃し配信を提供
- 2015年から多チャンネルの同時配信を有料で提供するサービスが登場。
※Dish(Sling TV 2015年開始)、AT&T(DirecTV Now 2016年開始)
Google(YouTube TV 2017年開始)、Hulu(Hulu Live TV 2017年開始)
→2018年2月のスーパーボールは、ストリーミング配信での平均視聴者数が202万人。
最高時は310万人が視聴。

【YouTubeTVの画面イメージ】

英国



- 2006年からBBCや民間地上放送(Channel 4、ITV)が、順次無料で同時配信 + 見逃し配信を提供
※BBC(iPlayer 2007年開始): 約800万回視聴/日
Channel 4(All4 2006年開始)及びITV(ITV Hub 2007年開始): 1,000万以上の利用者登録
- 2013年から地上放送や娯楽・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を無料で提供するサービスが登場。
※ Simplestream (TVPlayer): アクティブユーザ数は100万人超

【TVPlayerの画面イメージ】

フランス







- 2011年からフランス・テレビジョンや民間地上放送(TF1、M6)が、順次無料で同時配信 + 見逃し配信を提供
※M6(6play 2012年開始): 1億2000万回視聴/月
- 2016年から地上放送の同時配信 + 見逃し配信を無料で提供するサービスが登場。
※ Molotov: サービス開始から半年で利用者数が100万人超

【Molotovの画面イメージ】

2. 放送サービスの高度化に向けて

ネット配信に関する放送事業者の動向(放送事業者の代表的なVODサービス)

サービス名				
開始時期	2014年	2016年4月	2018年4月1日	2015年10月26日
関係民放社	日本テレビ	テレビ朝日	TBS、日本経済新聞 テレビ東京 WOWOW 電通、博報堂DYメ ディアパートナーズ	キー局5局 在阪民放4局
利用者数	170万人 (2018年3月末時点)	<ul style="list-style-type: none"> ・3000万ダウンロード (2018年5月時点) ・月間利用者数:約1142万人 (2018年3月末時点) ・週間アクティブユーザ数:529万人 (2018年3月時点) 	—	<ul style="list-style-type: none"> ・1200万ダウンロード (2018年4月時点) ・月間利用者数:約800万 (2018年4月時点)
料金	月額933円(税抜)	<ul style="list-style-type: none"> ・無料 ・有料(プレミアムプラン月額960円) 	<ul style="list-style-type: none"> ・見放題:月額925円(税抜) ・レンタル(都度課金) 	無料
利益・投資等	当期純利益:△22.6億円 (2017年度)	<ul style="list-style-type: none"> ・2016年 約100億円投資 ・2017年 209億円投資 ・2018年 200億円投資予定 	—	—
配信コンテンツ	<VOD> 約5万千本 (2018年7月時点) 映画、ドラマ、バラエティ、アニメ、 ドキュメンタリー等	<リニア、VOD> ・約20チャンネル(ニュース、バラエティ、 アニメ、ドラマ、スポーツ、趣味) ・Abema ビデオ(VOD) 650作品、6700話(2017年4月時点)	<VOD> 1万作品以上 (2018年6月時点) 映画、ドラマ及びバラエティ等	<見逃し配信> 約170番組 各社放送中のドラマやバラエ ティ
対応デバイス	PC、スマートフォン/タブレット テレビ ブルーレイレコーダー等 AppleTV、Chromecast、ゲーム機 等	PC、スマートフォン/タブレット VRデバイス スマートスピーカー AppleTV、Chromecast等	PC、スマートフォン/タブレット FireTV Stick、AndroidTV等	PC、スマートフォン/タブレット
広告	なし	あり	なし	あり

◆多くの地方放送事業者もネット配信に取り組んでいるが、同時配信への取り組みは限定的

《地上民放事業者におけるネット配信の実施状況(2017年5月1日時点)》

[民放連調べ]

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
<ul style="list-style-type: none"> ●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) <p style="text-align: right;">など</p>	<p>※ 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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●TVer(在京キー5社、一部ローカル局) ●テレ朝キャッチアップ[®](テレビ朝日) ●Chuun(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) <p style="text-align: right;">など</p>	<p>※ 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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●News モーニングサテライト(テレビ東京) ●エムキャスト(東京MXテレビ) 	<ul style="list-style-type: none"> ●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) ●RCCカープLIVE(中国放送) ●ぽるぽるTV(広島ホームテレビ)

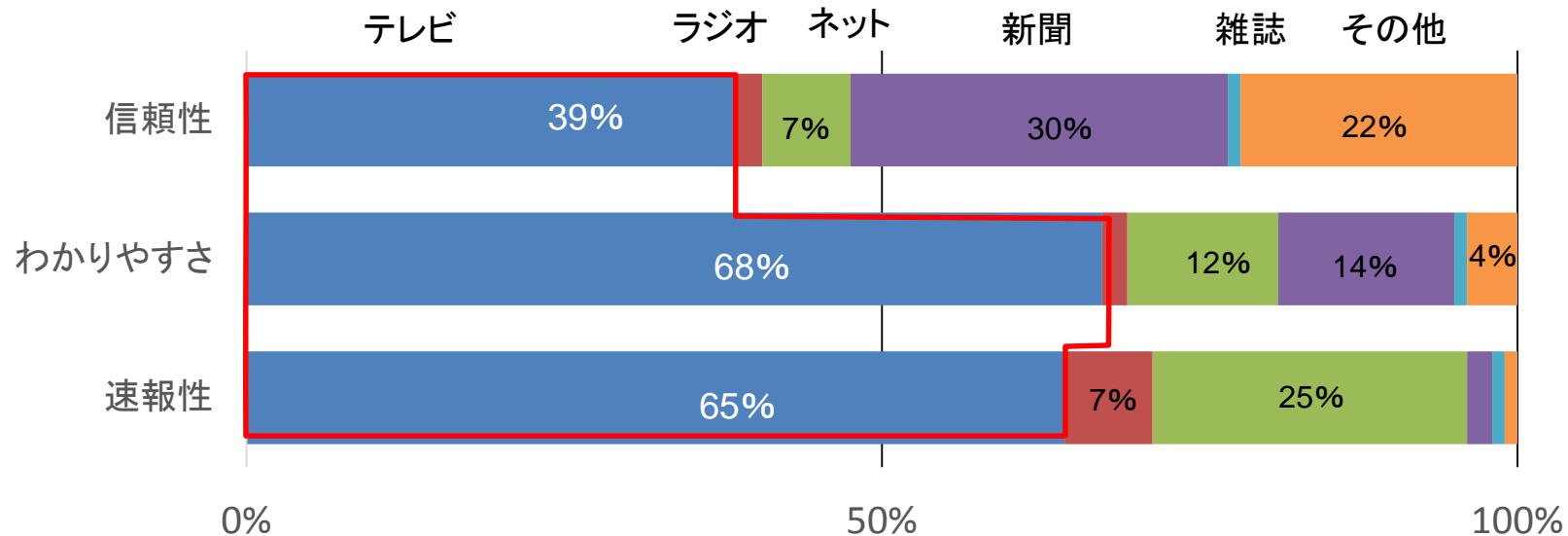
※ 赤字はローカル局のサービス

※ 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

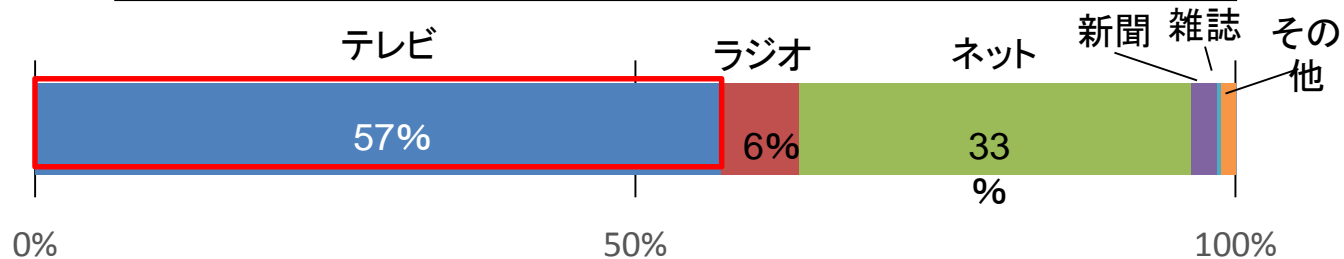
若年層のテレビ離れを指摘する声がある一方、

- メディアの提供する情報への「信頼度」は、テレビが最も高く、新聞、インターネットと続く。
- 「わかりやすさ」や「速報性」の面でも相対的な評価が高い。
- 災害時には、ほとんどの情報収集において、地上波放送が最も役に立った手段となっている。

メディアの特性



災害が身の回りで起こる場合に災害の情報を収集するメディア



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 (情報通信審議会への諮問の概要及び検討経緯)

諮問理由

- ✓ ブロードバンドの普及や視聴方法の多様化等を踏まえ、一部の放送事業者はブロードバンドを活用した同時配信の取り組みを実施。
 - ✓ 視聴者の利便性向上等につながる可能性がある一方、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が必要。
 - ✓ 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等、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、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とされている。
- ⇒ 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諮問。

検討経緯

平成28年10月19日(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」の設置

平成29年 7月20日(総会)

中間答申

平成30年 8月23日(総会)

最終答申

放送コンテンツの流通を支える配信システム及びネットワーク

- モバイル・PC向けの配信
- スマートテレビ向け4Kコンテンツの配信
- 視聴データの利活用

放送コンテンツの適正かつ円滑な製作・流通の確保

- 放送事業者による同時配信に関する権利処理
- 放送コンテンツの適正な製作取引の推進

(1) モバイル同時配信の課題

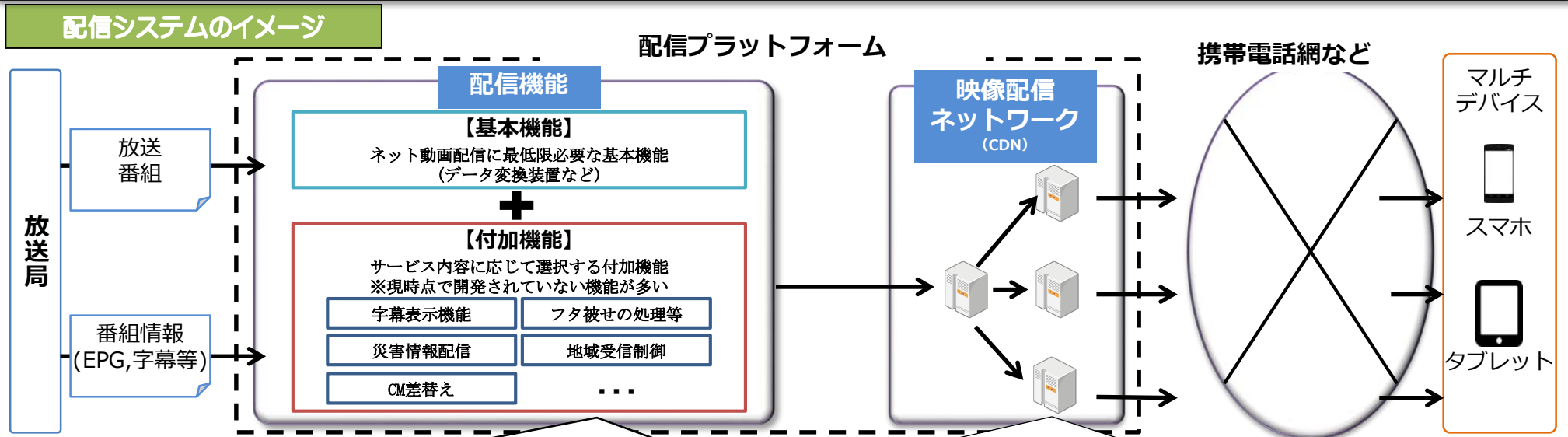
同時配信に関する放送事業者の取組例

民間放送事業者におけるスポーツ関連の主なネット同時配信

- ◆ 2017年度においては視聴者からの認知度が比較的高いと思われるスポーツ関連の放送コンテンツを同時配信する取組みが行われた。
- ◆ CM差し替え等について、運用やシステムの効率化等が課題との声が多く聞かれた

事業者名	日本テレビ	TBSテレビ	テレビ東京
①番組・配信日	<ul style="list-style-type: none"> ○第94回箱根駅伝 ・2018年1月2日 ・2018年1月3日 	<ul style="list-style-type: none"> ○ニューイヤー駅伝 ・2018年1月1日 	<ul style="list-style-type: none"> ○世界卓球2017ドイツ ・2017年5月28日 ～6月6日 ○NEWSモーニング サテライト ・月～金曜日の朝 ○世界卓球2018最終選考会 ・2017年12月23日～12月24日
②視聴方法	<ul style="list-style-type: none"> ○番組HP ○動画配信サービス内 	<ul style="list-style-type: none"> ○番組HP 	<ul style="list-style-type: none"> ○番組HP ○専用アプリ ※NEWSモーニングサテライトのみ
③取組概要	<ul style="list-style-type: none"> ○番組HPにおいてCM差し替えを実施 （動画配信サービスでは放送のCM間は「リアルタイム交通情報」等を配信） 	<ul style="list-style-type: none"> ○番組HPにおいてCM差し替えを実施 （複数のCM素材を視聴者ごとにランダムに配信） 	<ul style="list-style-type: none"> ○番組HP及び専用アプリにおいてCM差し替えを実施

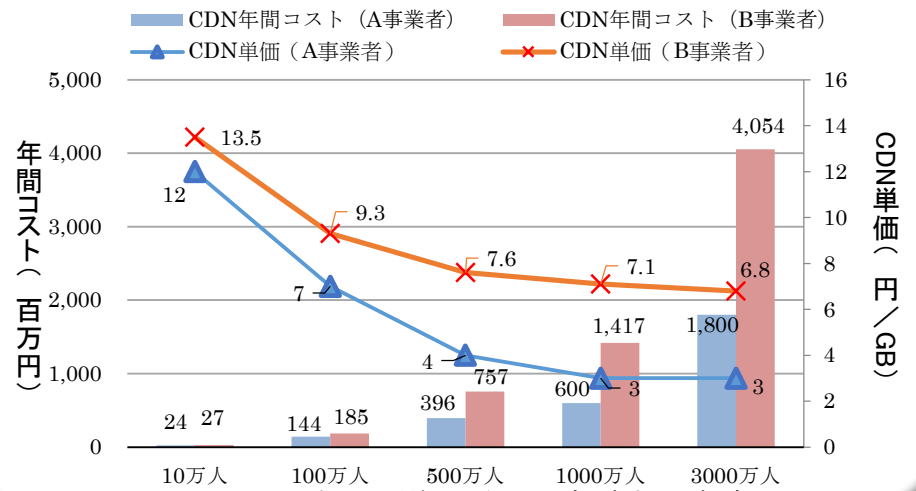
◆ 情報通信審議会中間答申(2017年7月)では、モバイル・PC向け同時配信サービスに係る技術課題を検討するため、サービス内容に応じて必要となる機能、システム構成のパターン整理及びコスト試算を実施



配信機能に係るコストは、年間0.9億～2.2億程度。

配信機能 (付加機能の組み合わせ例)				年間コスト (百万円)
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			86
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 シーン単位での自動化	番組表配信 番組名 番組内容 出演者等	132
災害情報配信 放送と比べ一定の遅延あり		音声配信 2種類	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	217
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 背景毎及びシーン単位での自動化	番組表配信 番組名 番組内容 出演者等	217
災害情報配信 放送との遅延はなし	CM運用 アドサーバ利用	音声配信 2種類	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	
データ放送 地デジと同様のコンテンツ表示	地域受信制御 GPS_基地局 IPアドレス	視聴ログ		

視聴数の増加により、CDN単価は下がるが総コストは上昇。



(注) 上記各種コストは、複数の配信プラットフォーム事業者等からのヒアリングに基づき試算

配信システムの共同利用のコスト試算及び課題

(1) 配信機能の共同開発・運用

複数局が共同開発・運用することで
1局あたりのコストを低減

配信機能開発・運用の年間コスト

217百万円

10局が共同利用

※インターフェース等は
共用不可

36百万円/局

課題：開発すべき機能及び方式の具体化

(2) CDNの共同利用

①複数局(例:10局)が共同で単一契約することで配信コストの低減
②アクセス集中時の通信への影響分析が必要
(特に災害やスポーツイベント時)

対1000万人の年間配信コスト

140百万円/局 (単価7円/GB) ※

10局単一契約による
ボリュームディスカウント
(GB単価：7円→3円)

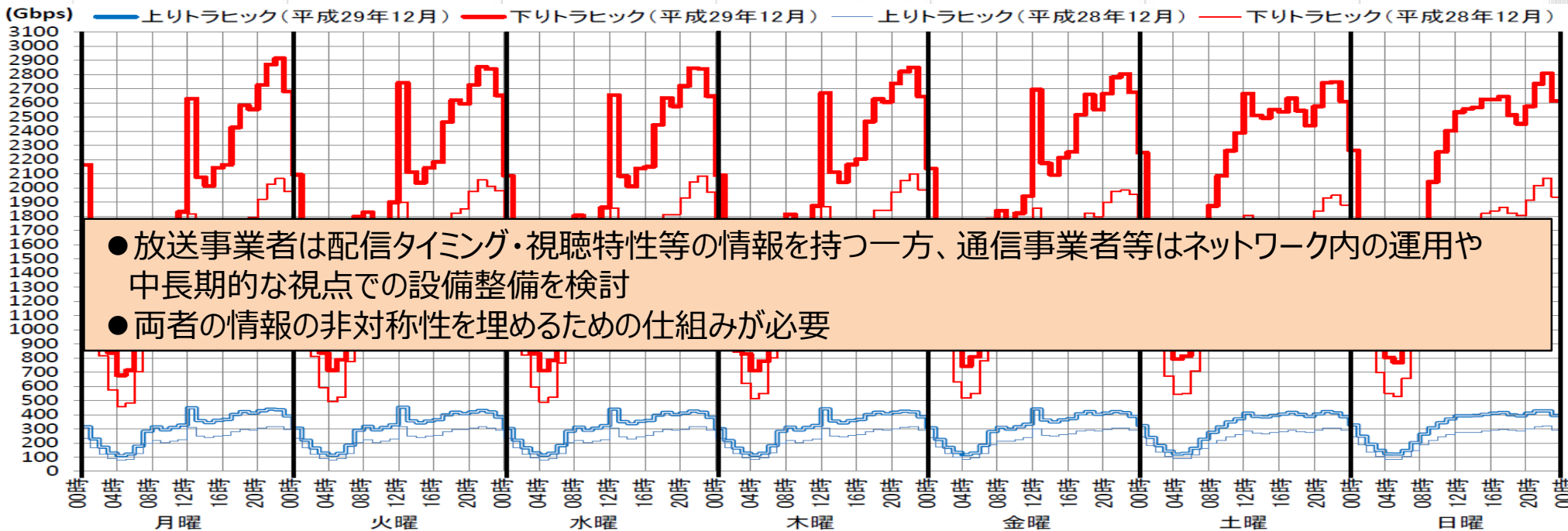
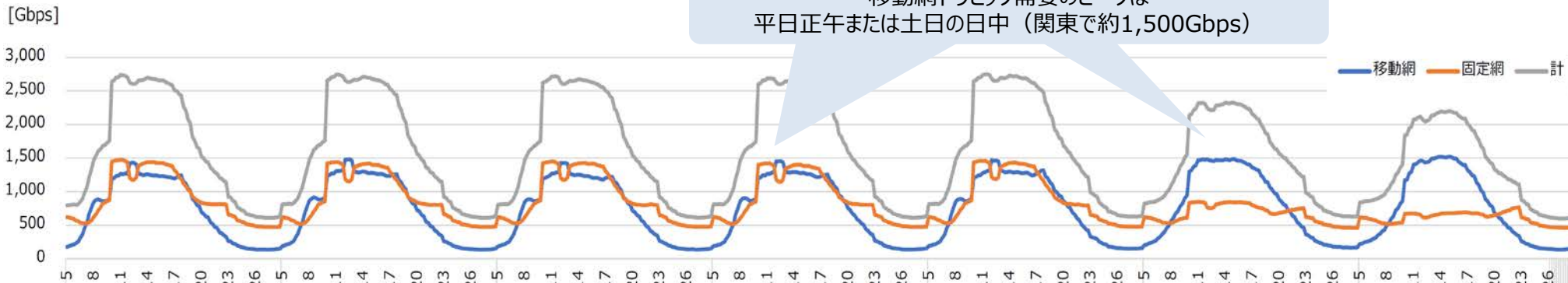
※一人当たり平均7.4分/日が視聴すると想定

60百万円/局

課題：放送局が本格的に同時配信を行う場合の
トラフィック需要や変動の推計

- ◆ ネット同時配信が本格化した場合の通信ネットワークへの影響を分析できる推計モデルの机上検討を実施。
- ◆ 10年に1度程度の激しい揺れを伴う地震が平日の昼間に関東で発生した直後、関東圏で2,700Gbps、うち移動網に1,500Gbps（全国の平均的トラフィックの8割に相当）のトラフィックが集中するとの結果。

■ トラフィック需要推計（大震災発生直後）



今後に向けて

多様な放送コンテンツをより気軽に視聴できる環境を整備するため、以下の取り組みを進める。

- 実証事業などを通じて、ネット同時配信を行うために必要な**配信システム機能の共通化の検討を進め**、ローカル局を含めた多くの放送事業者が**ネット同時配信を継続的に実施しやすい環境を整備**。
- ネット同時配信の本格化に備え、ピークトラフィック需要の推計に必要な**データ蓄積を図り**、トラフィックが急増した場合の対応について、放送事業者と通信事業者などの**ステークホルダー間の連携体制構築を支援**。

【FIFAワールドカップロシア大会配信実証実験】

- ①実施主体 : 在京5社配信ビジネス検討会議（日本テレビ、テレビ朝日、TBSテレビ、テレビ東京、フジテレビ）
- ②期間 : 2018年6月14日～7月15日
- ③配信コンテンツ : 全64試合中、民放配信予定の全32試合を配信（ハイライト配信等も実施）
- ④検証内容 : ライブ配信によるアクセス状況の分析、システムの運用検証

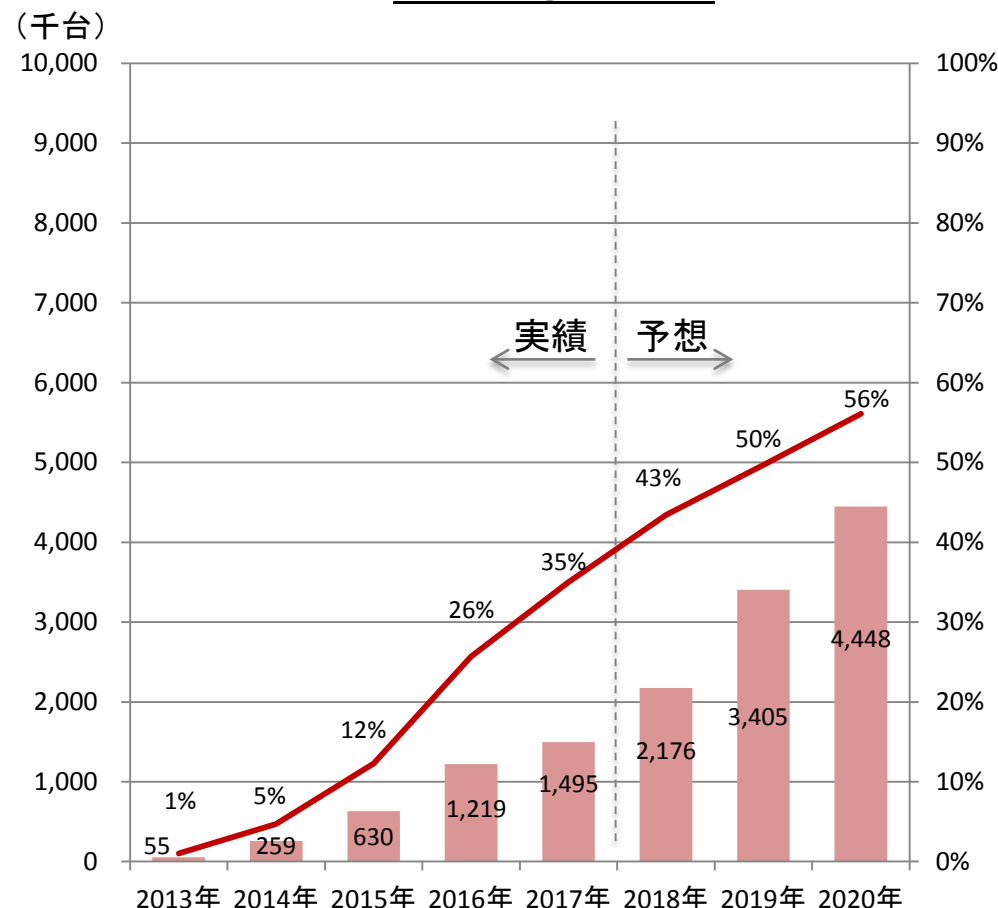
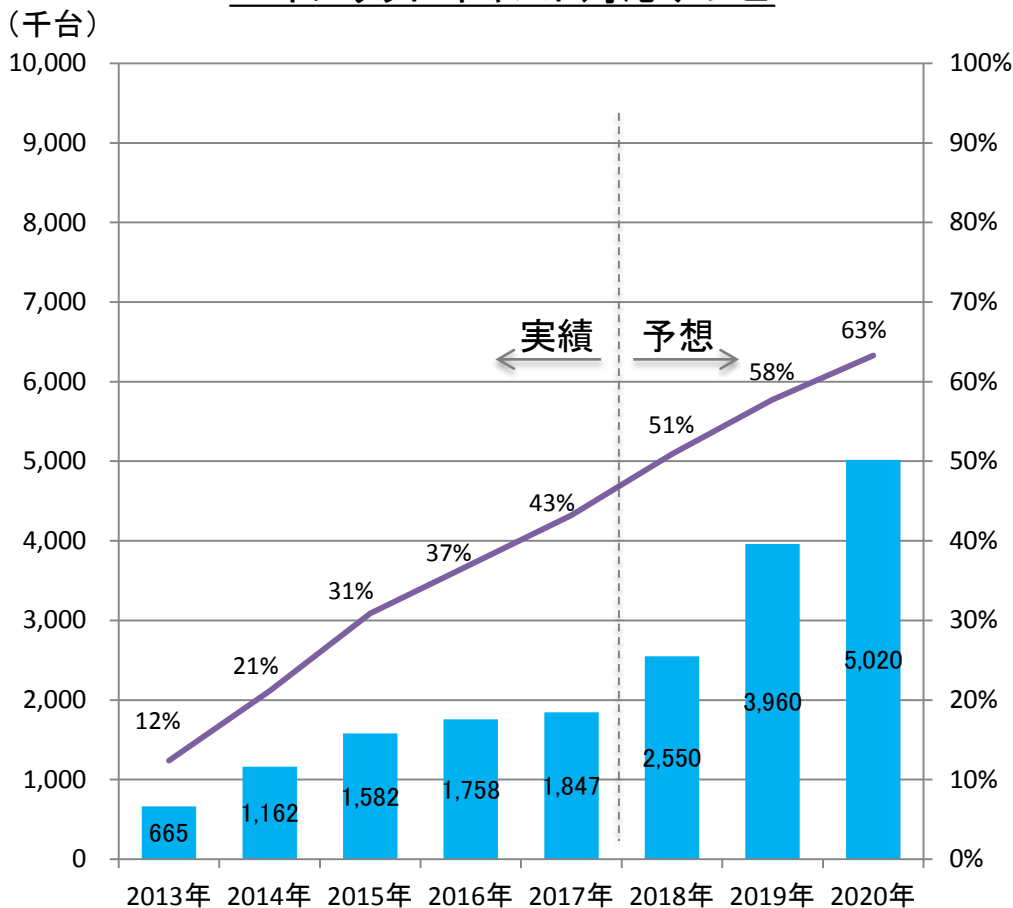


(2)ブロードバンドを活用したテレビ向け放送サービスの高度化

4K対応テレビは概ねハイブリッドキャストにも対応しているため、一体となった受信機普及が予想される。

ハイブリッドキャスト対応テレビ

4K・8K対応テレビ



■ ハイブリッドキャスト対応テレビ出荷台数(千台)
 ■ ハイブリッドキャスト対応テレビ出荷割合(%)

■ 4K・8K対応テレビ出荷台数(千台)
 ■ 4K・8K対応テレビ出荷割合(%)

・2017年まで: JEITA「民生用電子機器国内出荷統計」による
 ・2018年~2020年: JEITA「AV&IT機器世界需要動向(2018年2月)」による

・2017年まで: JEITA「民生用電子機器国内出荷統計」による
 ・2018年~2020年: JEITA「AV&IT機器世界需要動向(2018年2月)」による
 ・2017年~: 8K対応テレビを含む

最近のハイブリッドキャストを活用した取組について NHK ピョンチャンオリンピックの4Kネット配信サービス

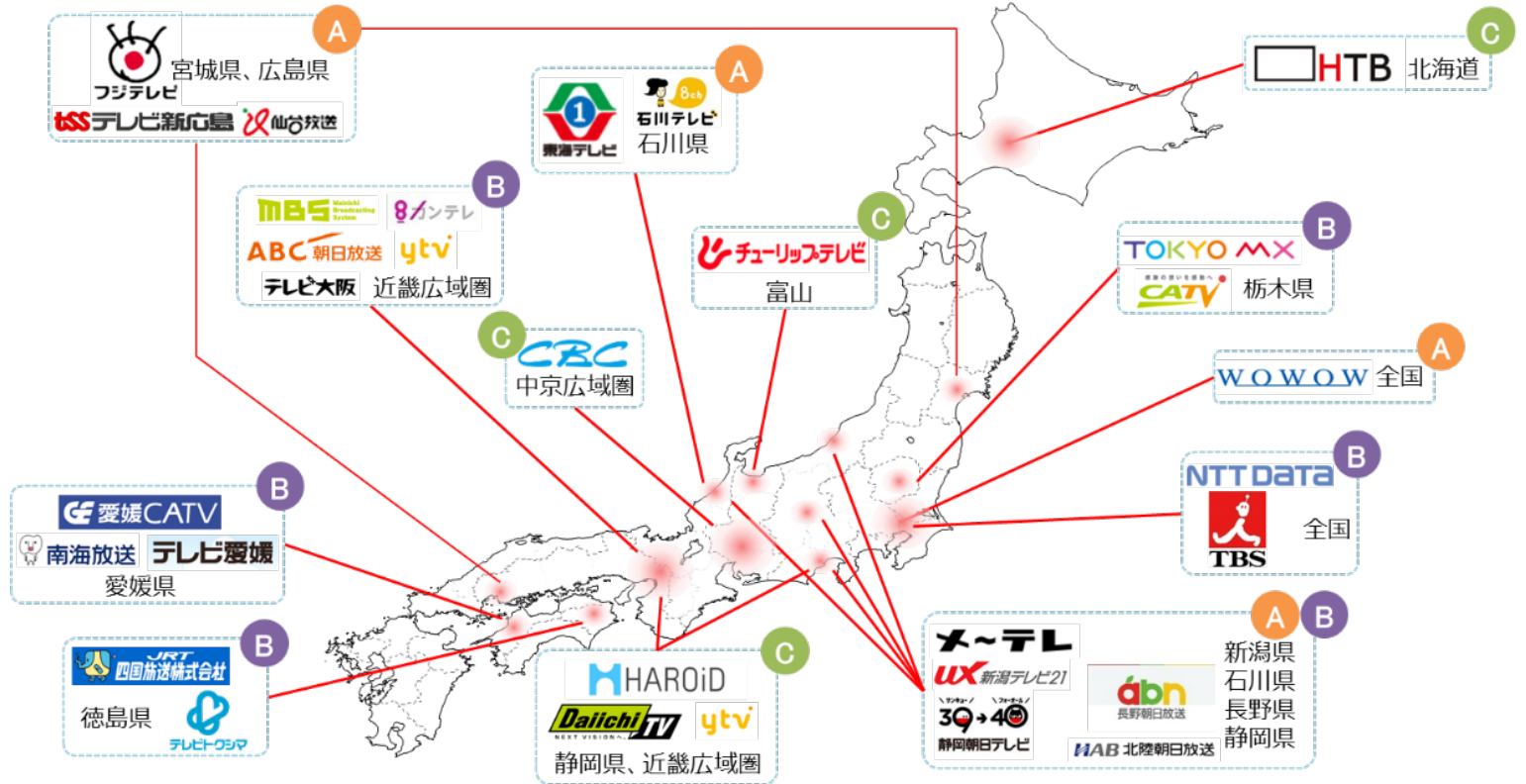
ピョンチャンオリンピックの4Kネット配信サービスとして、4K映像（または4Kにダウンコンした8K映像）をハイブリッドキャスト(CDN配信)、マルチキャスト配信、およびNODで配信した

ハイブリッドキャスト(CDN配信)、マルチキャスト配信		NOD (参考)
試験的提供C	4Kライブ・見逃し配信	
<p>SHV試験放送(4K/8K) (8K番組は4Kにダウンコンして配信)</p> <p>放送同時配信 見逃し配信</p>		<p>SHV試験放送 (8K番組は4Kにダウンコンして配信)</p> <p>見逃し配信</p>
<p>国際信号(4K)</p> <p>ライブ配信 見逃し配信</p>		
実施期間	● 2018年2月12日(月)～3月5日(月)	● 2018年2月9日(金)～3月5日(月)
提供内容	<ul style="list-style-type: none"> ● スーパーハイビジョン試験放送の競技放送の一部を提供 ● 8K番組は4Kにダウンコンして配信 ● 同時配信、見逃しの配信を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● 4K画質の国際信号の一部を提供 ライブ配信、見逃しの配信を実施
提供時間	<ul style="list-style-type: none"> ● 1日5時間以内 ● 提供実績は47時間17分(16本) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 提供実績は42時間4分(20本)

注: マルチキャスト配信はひかりTV利用者に限定

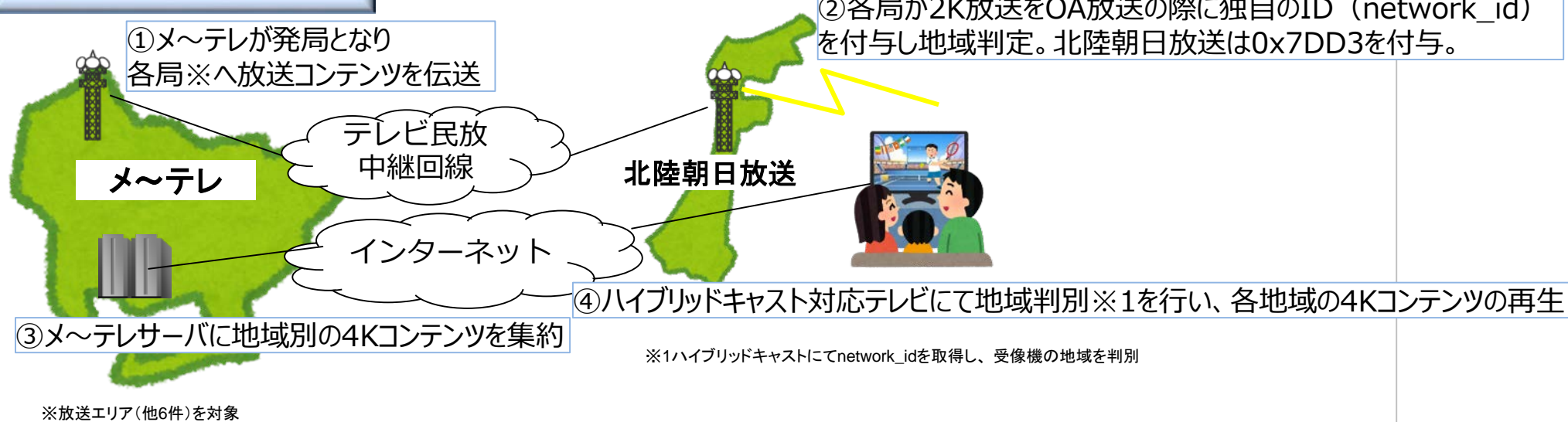
平成29年6月に公募を開始し、11月までに、日本全国で計 13 コンソーシアムが実証事業を実施

類型A	4K同時配信、再生に係る検証(ユニキャスト)
類型B	4K配信方法に係る検証通信事業者やCATVとの連携配信(マルチキャスト等)
類型C	視聴データ活用による新サービスモデル・運用方法の在り方に係る検証

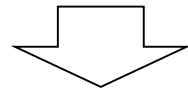


- ◆ 名古屋テレビ(連携事業者：北陸朝日放送) は、ハイブリッドキャスト制作設備を持たない局であっても発局の制御信号によりハイブリッドキャストビデオ（4Kコンテンツ）の放送と地元情報の差し替えを実証。

名古屋テレビによる実証の概要



Hybridcast起動時：network_idをHybridcastで取得



地域別文字スーパー：

放送局別に異なる文言をHybridcastでスーパー（例：北陸朝日放送をご覧の皆様には...）

地域別4Kコンテンツ差し替え：

放送局別の4Kコンテンツをマルチピリオドで切り替え

地域別強制引き戻し：

放送局別に異なるタイミングで4Kから2Kに強制引き戻し

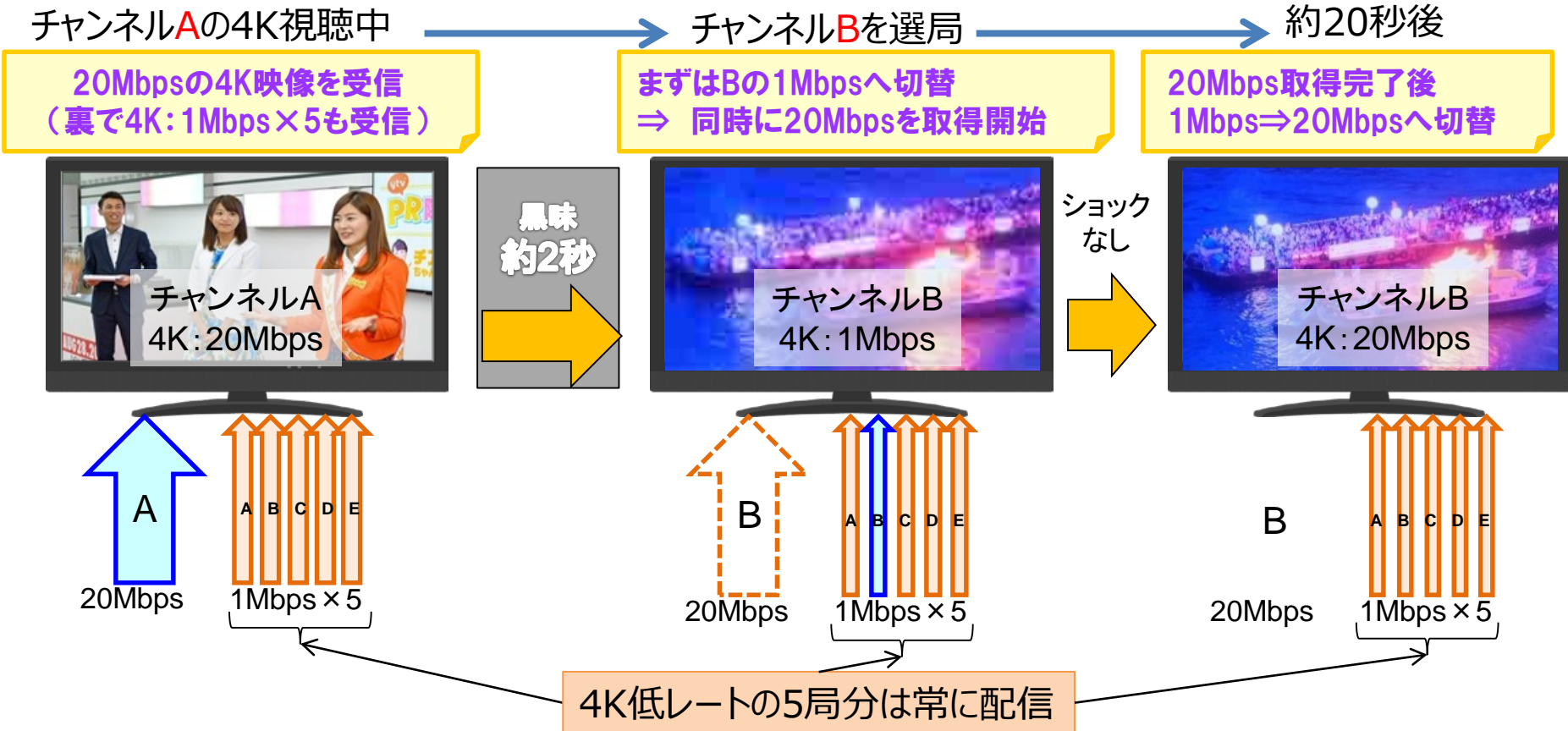
◆ 地上波放送と同様に5チャンネルを4K映像でネット配信する場合、以下の課題あり。

- ・ユニキャストで配信した場合には、チャンネル切り替え時にブラックアウトする。
- ・マルチキャスト配信する場合には、対応できるアクセス回線に限られる。
(例：1ch20Mbpsならば、20Mbps×5社分)

こうした課題に対応するため、在阪5社は、マルチキャストによりスムーズに4Kチャンネルを選局できる方式を実証。(NTT西の試験網を利用)

【在阪5社によるマルチキャスト配信実験の例】

視聴映像（高映像レート（20Mbps））と選局映像（低映像レート（1Mbps）×4）をマルチキャストで配信。



4K同時配信等の普及に向けて

◆ IPTVフォーラムは、ハイブリッドキャストサービスの円滑な普及促進に向け、今回の検証結果等を踏まえ、以下のような対応を実施／検討中

- 放送・通信連携サービスの更なる拡充に向けた仕様の策定等
 - ① ハイブリッドキャスト4Kビデオの仕様を策定／検証コンテンツを整備（2018年1月）
 1. 柔軟なコンテンツの差替え／切り替えを実現する仕組み
 2. 緊急時等における放送への引き戻しを実現する仕組み
 - ② HDR等先進機能への対応の検討
 - ③ IPTVフォーラムで提供している動画再生プレーヤーの利用に係るノウハウ共有のための場の活用・促進
- 対応受信機の円滑な普及
 - ① ハイブリッドキャスト4Kビデオ対応受信機であることが確認できるロゴの策定・公開を予定
 - ② 受信機メーカー協力のもと、対応受信機情報のIPTV-F HP上での公開を検討
- 放送事業者等のコンテンツ施策支援
 - ① HCコンテンツ等を制作できる人材育成に資する技術講習会／セミナー等の開催

今後に向けて

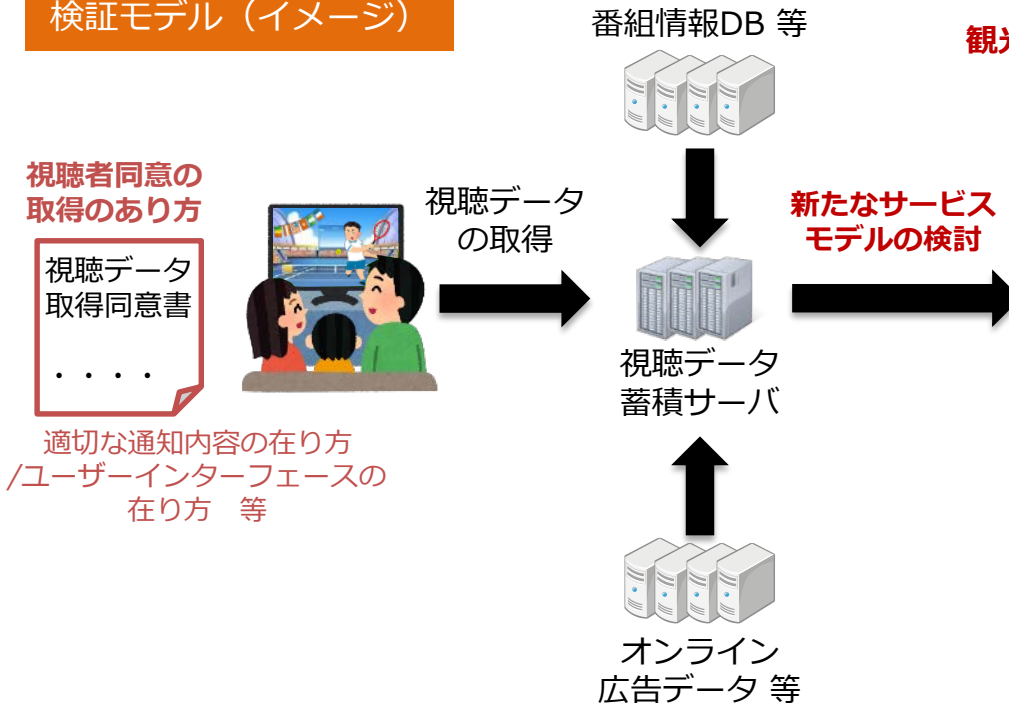
放送・通信連携サービスの更なる拡充により**地域の放送コンテンツが手軽に高精細映像で視聴できる環境の実現**を目指し、以下の取り組みを進める。

- **規格・推進団体が中心となり、円滑な4K同時配信の提供に必要な技術仕様の策定、対応受信機に関する情報共有、人材育成支援等を行えるよう支援。**
- ケーブルテレビのIP放送の技術基準(品質基準)の検討状況を踏まえつつ、**放送事業者や通信事業者がユニキャストやマルチキャストなど異なる方式で高精細映像の配信を安定的かつ効率的に配信できる方策の検討を促進。**

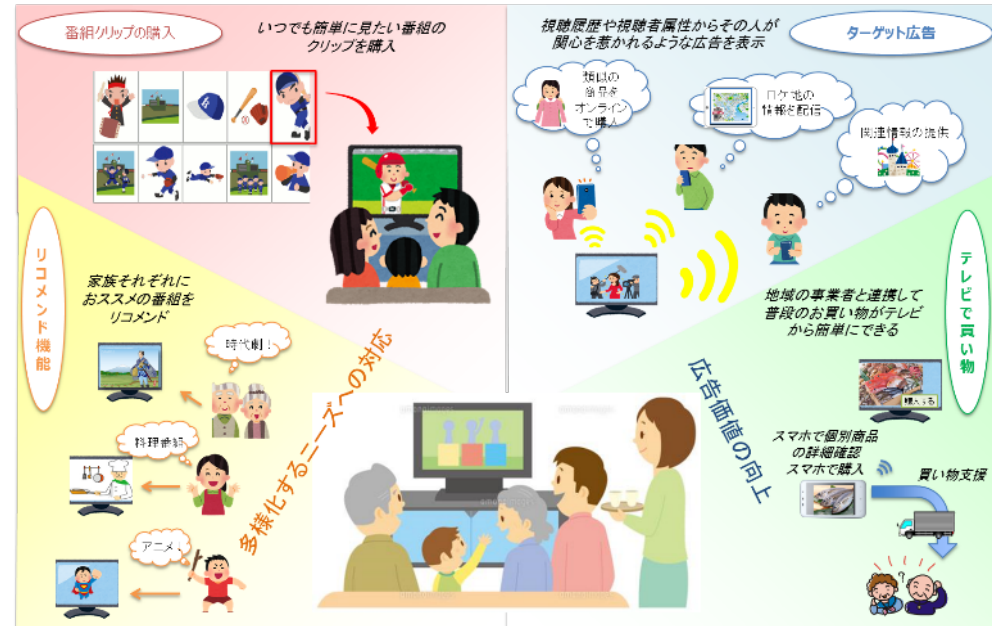
(3) 視聴データを活用した放送サービス

視聴データを活用した新たな視聴サービスモデルの検証を行うとともに、視聴データの利活用に係るルール整備（視聴者同意の取得の在り方、適切な通知内容の在り方、ユーザーインターフェース等）に係る検証を実施。

検証モデル（イメージ）



観光誘致/地域情報発信/ターゲティング広告/医療情報配信（レコメンド）



成果展開

- 視聴データを活用した新たなサービスモデルに対するリファレンスの提言
- （一社）放送セキュリティセンター（SARC）における視聴データの取扱いに係るガイドライン（放送分野の個人情報保護に関する認定団体指針等）の整備等に係る取組への寄与

実証の目的等

- 「放送受信者等の個人情報に関する指針」改正（平成29年4月）により、視聴履歴の利用範囲について、目的制限（課金・統計）を撤廃し、多様なサービスのための利活用を可能に。
（視聴履歴の第三者提供について、事前の同意取得を要件化、同意の撤回のためのオプトアウトの導入などを新たに規定。）
- 上記を踏まえ、視聴データを利活用し、視聴者ニーズに応じた番組関連サービス等を提供する新たなサービスモデルに関する検証を実施

地域観光番組：番組内で紹介した観光地商店のクーポン配信など

医療情報提供番組：視聴データに基づく関連情報の提供など

（地域観光においては、懸賞応募まで至った視聴者（146名）のうち86%がサービスに満足との回答を示すなど、一定の評価）

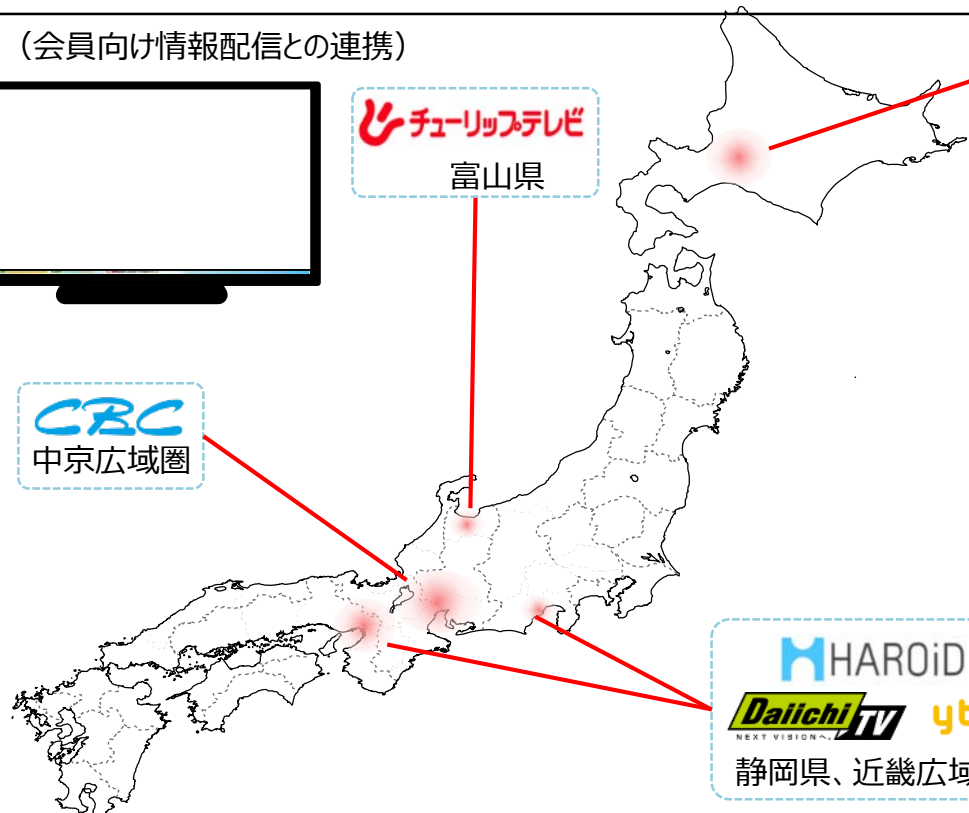
地域情報（会員向け情報配信との連携）



医療（医TVの拡充）



観光（スポンサーとの連携）



小売り（オンライン広告との連携）

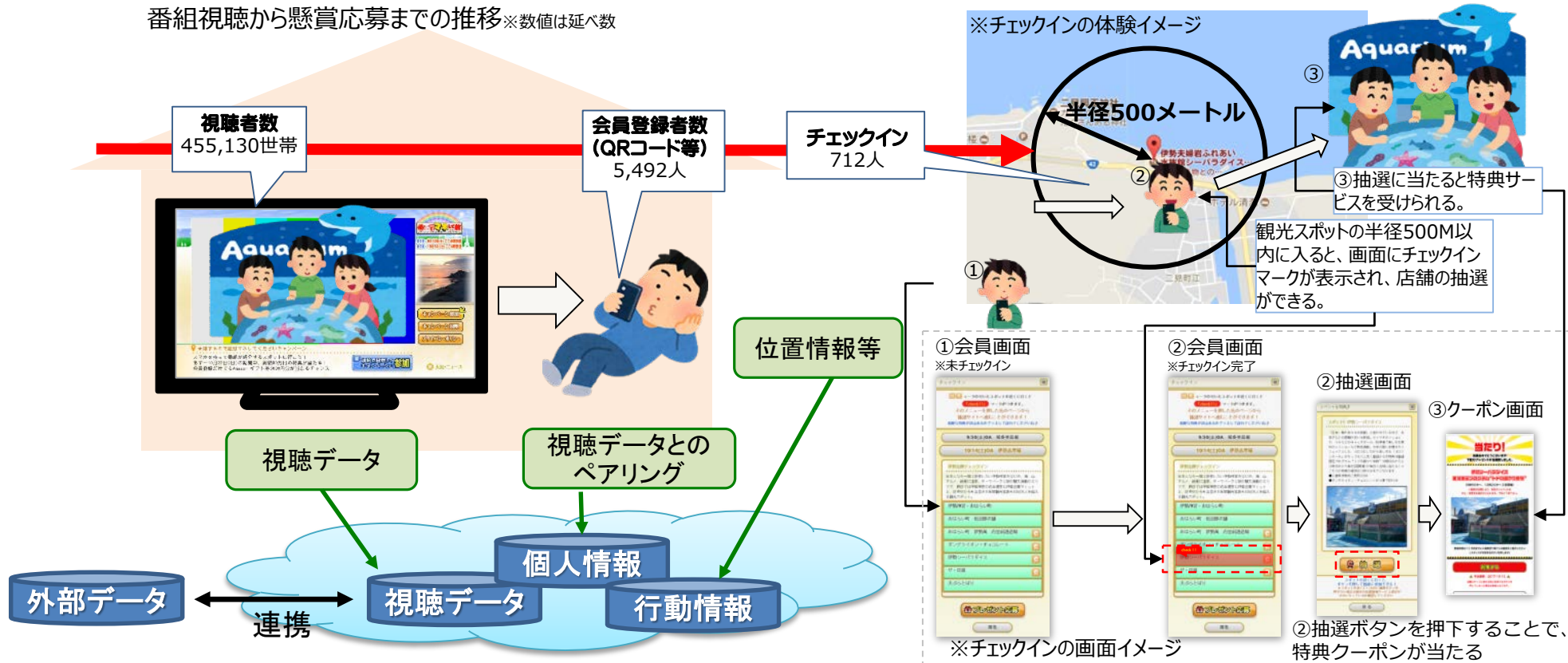


◆ 登録した視聴者に番組に関連したクーポンを配信し、サービス有効性やデータ取得同意について検証。

【参考】検証結果の概要

- ・サービスの有効性：参加した店舗からは、クーポンを配信したことで追加購入も目立ち購買に繋がったとの声。
- ・データ取得同意：視聴者の参加規約の同意（通知された内容、表示の仕方）について、視聴者アンケート（約15名）では7割強が同意内容を理解。6割を超える視聴者から同意画面の操作性について問題ないと回答。一方、約2割がテレビ画面上で同意を取ることに違和感を感じたと回答。

◆ CBCテレビによる観光誘致の事例（放送日：9月30日（土）、10月14日（土）の2回）
番組視聴から懸賞応募までの推移※数値は延べ数



視聴データ利活用に向けた課題

【利活用の促進】

- 今後、視聴データ等を活用しネット広告市場の取り込みや番組の商業価値を高めることなど、具体的なビジネスモデルをどのように構築するか必要
- AIスピーカなどの普及により、多様な事業者が視聴データを容易に収集することが可能となる中、円滑なデータ利活用の観点からは、取得される視聴データの品質（信頼性、データ量）の確保が必要
- チャンネル毎に放送事業者独自にデータを保有するのではなく、各地域の放送事業者が横断的に視聴データを取得・共有化していくことが重要。

【視聴者の安全安心の確保】

- 視聴者の認知を高めることや視聴者の安全安心を確保しながら、視聴データの収集・利用が行える仕組み等を構築することが必要。



今後に向けて

放送と通信の枠を超えた新たなビジネスを創出できるよう、放送番組の視聴データを活用した以下の取り組みを進める。

- 視聴データを利活用し、広告ビジネスなどの放送関連事業はもとより、**地域経済や地域社会に利用・還元できる仕組み**（例えば、地方自治体のオープンデータ等の連携による視聴者に身近な課題解決モデルの構築）を支援。
- 収集した視聴データの信頼性の確保や利便性を確保するため、**複数の放送事業者が視聴データを円滑に共有するためのルール作り**を支援
- **視聴者の安全安心を確保**するためのデータ収集・利活用に関するルール作りを支援