

放送コンテンツの制作・流通の促進に関するWG(第3回)
議事要旨

1 日時

令和5年3月22日(水) 13:00～15:00

2 場所

ウェブ会議

3 出席者

(1) 構成員

山本主査、内山主査代理、鳥海主査代理、荒井構成員、有賀構成員、大谷構成員、落合構成員、音構成員、長田構成員、西田構成員、長谷川構成員、林構成員
(欠席:福井構成員)

(2) オブザーバ

日本放送協会、一般社団法人日本民間放送連盟、株式会社TBSテレビ、株式会社テレビ朝日、株式会社テレビ東京、日本テレビ放送網株式会社、株式会社フジテレビジョン、株式会社 TVer、一般社団法人大手家電流通協会、一般社団法人電子情報技術産業協会(JEITA)テレビネットワーク事業委員会、一般社団法人 IPTVフォーラム、一般社団法人放送サービス高度化推進協会(A-PAB)、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)、グーグル合同会社、ヤフー株式会社、Netflix 合同会社、一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟(ATP)、一般社団法人全国地域映像団体協議会、一般社団法人日本動画協会、経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課、総務省情報流通行政局情報流通振興課、総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政第二課

(3) 総務省

山崎大臣官房審議官、井田情報流通行政局情報通信作品振興課長、向井同局情報通信作品振興課放送コンテンツ海外流通推進室長

(4) ヒアリング事業者

北海道テレビ放送株式会社 編成局編成部 佐々木部長
コンテンツビジネス局ネットデジタル事業部 田中
部長

九州朝日放送株式会社 野村アサデス GP
株式会社Glocal K 持留代表取締役社長

山陰中央テレビジョン放送株式会社 コンテンツプロデュース局コンテンツ戦略部
岡本部長

4 議事要旨

(1) 開会

山本主査よりオブザーバの追加に関する報告。

(2) 議題(1) 音構成員プレゼンテーション

資料3-1に基づき、音構成員より説明。

【内山構成員】

イメージと異なり、放送局は事業者としては小規模である。小規模のまま各事業者が奮闘すべきなのか。それとも連合を組むべきなのか。

【音構成員】

どちらがよいということではない。ケーブルテレビの例のように、奮闘している事業者を支援することが政策の役割である。5年程前までは、週刊紙が、年に1度、放送局が潰れる危機にあるという旨の特集をしており、番組を制作しない事業者が生き残ると主張していた。しかし、最近はそのような特集がされなくなり、各事業者がそれぞれの役割を果たすのが生き残るために必要だということが共通認識になっている。そうした各局の取組を顕在化させるために支援を行うのが政策の役割だろう。

【長田構成員】

信頼はどのように収益に繋がるのか。

【音構成員】

ローカル局の自社制作比率は高くないが、地域社会を顕在化させている番組を継続的に制作して、信頼を得ている局は一定数存在する。アワード等を通して、地域社会を盛り立てる支援が必要である。一方で、現存する事業者全てがそうした活動ができるかは議論の余地がある。

【西田構成員】

現状、情報番組等を除くと、ローカルコンテンツと全国で放送・配信されるコンテンツとの違いはコストの差異に過ぎないのではないかと。ローカルコンテンツの独自性

は何だと考えているか。コストが決まっているのであれば、コンテンツの出し先が多様になっていく中で、競争においてクオリティを磨くしかないのではないか。

【音構成員】

ジャンルによる。例えば、民放局は必ず報道部門を持っているが、報道部門の制作したコンテンツの出口は基本的に夕方の放送のみである。そのコンテンツを編集し、ドキュメンタリーにすることが考えられる。しかし、ドキュメンタリーを制作したところで、年1回の放送では利益にならない。そのため、YouTube等でインターネット媒体から配信することで利益を得られる仕組みができればよい。そうした取組に積極的な姿勢の配信事業者も存在する。プラットフォームが多くあることから、プラットフォームに投資することは重要だが、それだけではなくコンテンツが埋没しないような仕組みが必要である。理念的な部分とビジネス的な部分のバランスをとりつつ、コンテンツの出し先を拡充することが重要である。

【林構成員】

ネットワーク設備の固定費の負担について、公共放送と民間放送の二元体制を維持するために、ネットワークを別で整備する必要はないと思っている。特に、ローカル局は負担感が大きいだろう。例えば、ネットワークインフラを分離して、系列や地域で統合することもありえるのではないか。

【音構成員】

その通り。例えば、名古屋の情報局は東南海地震を想定し、名古屋方式として、各局が所持する飛行機を使用し、エリアを分担して震災時に対応することを決めている。このようにインフラにも様々な種類があり、インフラ種別に応じた対応を検討している。しかし、諸事情により、連携が難しいものもあり、対処方法は検討が必要である。対処を実装していくためのパターンとしては、トップダウンで指示する方式と、ボトムアップで実施していくことを促進する方式があるだろう。

【大谷構成員】

コンテンツの出口について、現在のネット環境の中で、十分に目立つ形でローカル局のコンテンツを提供できるのか。YouTubeでギャラクシー賞を受賞した番組を見たところ、それほど再生回数が多いわけではない。放送番組のまま掲載しても、埋もれてしまう可能性があり、ネットに出す際の出し方は検討が必要である。想定している解決策はあるか。

【音構成員】

ローカル放送局がドキュメンタリーを作成し、映画化することがブームになってい

る。その際には、配給会社や宣伝を行う会社のテクニックがヒット作品となるかの決め手のようだ。配信の在り方を検討する際に、どのように見せていくかはテクニックが必要であり、ノウハウの蓄積が重要である。

(3) 議題(2) 地域からの情報発信に関する放送局の取組についてのヒアリング

- ①資料3-2に基づき、北海道テレビ放送佐々木氏、田中氏より説明。
- ②資料3-3に基づき、九州朝日放送野村氏、Glocal K 持留氏より説明。
- ③資料3-4に基づき、山陰中央テレビジョン放送 岡本氏より説明。

(4) 議題(3) 意見交換

【大谷構成員】

地域の文化振興や地域と世界の接点づくりのために努力していると感じたが、政策的な支援の必要性を感じた場面はあったか。

【北海道テレビ放送(佐々木氏)】

インフラとして、コロナ禍やオンラインイベントを経て、自社動画配信サービス(hod)を現状の形に発展させてきた。しかし、全てのローカル局で同様の取組ができるわけではない。北海道テレビ放送は、「水曜どうでしょう」という特殊なコンテンツを保有していることも踏まえ、作品の価値を最大化するために、本日発表したような取組を行ってきた。マンパワーや開発コストに関して、行政等からの支援があれば活用したかった。今後、そのような支援が行われれば、他局が支援を活用しつつ同様の取組を進めることで、コンテンツの出し先の選択肢を増やすことにつながる可能性がある。

【九州朝日放送(野村氏)】

リアルタイム配信について、TVer でも去年4月から提供が開始されたサービスであり、まだ対応が脆弱な分野である。権利処理について、放送か配信かの2択区分されている。例えば、WBC は、放送は何分まで、配信は行えない、と決められている。著作権法で、リアルタイム配信等、新たなジャンルが設けられたことも踏まえ、権利処理でもリアルタイム配信の項目を設けてほしい。リアルタイム配信の認知度が低く、また、報道番組や情報番組を扱っている局が少ないために分類として設けられていないのだと思うが、リアルタイム配信が制度の認可をもらえるようにサポートいただきたい。

【Glocal K(持留氏)】

Glocal K は主に人や組織のエンパワーメントやプロジェクトマネジメントを行って

いるため、直接的に、支援の必要性を感じた場面はない。

【山陰中央テレビジョン放送(岡本氏)】

マルチにコンテンツを制作しており、放送だけでなく配信や動画制作を行っている。配信や動画制作に関わる転換設備やファイルの送信環境の整備に関する支援があると取組が活性化するだろう。

また、総務省事業では、現在、海外での番組放送やコンテンツ配信、動画コンテンツの発信に対して支援が行われているが、それに加えて、ライブ配信やライブコマース等、ライブ分野の支援もしていただきたい。

【長谷川構成員】

九州朝日放送や山陰中央テレビジョン放送がコンサル会社やジョイントベンチャーを立ち上げている一方で、北海道テレビ放送では、自社内で地元の商材と連携した取組を行っているとのことだった。地域と連携した取組は、放送局の事業の中でどのような利益として扱われているのか。

【北海道テレビ放送(佐々木氏)】

北海道テレビ放送内に、営業局戦略プロデュース部があり、自治体のプロポーザル案件や地域とのつながり、海外発信を担当している。しかし、ドラマ等、本日紹介した事例では、コンテンツを持続的に生み出し続ける制作力が必要である。そのため、特定部署だけが関わるのではなく、全社で地元に着目するという思いを持って取り組むべきだと考え、全社が関わる体制を構築して利益を追求している。案件によっては、戦略プロデュース部が担当することもある。

【長谷川構成員】

各社が独自の取組を行っていることは心強い。現在は、各局が独自に取組を進めていると認識した。多種多様な取組が行われていることは重要だが、ローカル局同士は競合になりづらいため、各社のナレッジを言語化して共有することが望ましく、それを総務省が支援できるとよい。例えば、権利処理は共通課題だろう。また、地域のローカル局で制作した番組のアーカイブはこれから地域のコンテンツとして可能性が秘められていると思うが、アーカイブを記録しておくためにはコストがかかり負担が大きいことも共通課題だろう。こうした共通課題について、ノウハウを共有するとよい。

【林構成員】

2点質問がある。

1点目は、デジタル化を進める中で、各社の自社制作番組の視聴データの取得・

蓄積を行っていると思うが、どのように利活用しているのか。プライバシー保護や個人情報保護を行う必要があり悩ましい部分もあると思うが、課題も含めて教えてほしい。

2点目は、エリア外へのコンテンツ配信やライブコマース等のデジタル展開について、相互に送客を行ったり、商材を充実させたり、大手プラットフォームとの交渉力を保ったりすることを目的に、志を同じくする複数の局で連携することも一案だと思うが、他局との連携についてどのような展望を持っているか。

【山陰中央テレビジョン放送(岡本氏)】

視聴データの活用について、テレビでは、従来通りの使い方をしている。デジタルでは、WeChatを使用したライブ配信、ライブコマースでは詳細なデータが収集できる。例えば、同時視聴者数や実際にファンになった方の数等の把握ができる。それを活かし、クライアントへの提案においても、具体的なデータを示すことで納得いただけるようになった。毎日ライブ配信を行っているのは、現場の情報を届けることとデータ収集の両側面がある。むしろ、データの収集の方が大きな価値を生んでいる。

マルチ展開の共同活動について、中国マーケットを市場とするにあたり、系列等の垣根を越えて、全国を1つのターゲットとすることを考えている。例えば、北海道の全局や沖縄の局を回り、ともにキャラバンを行う等、一緒に事業を行う仲間を増やしている。このような取組により、新たな連携の広がりがみられる。

【九州朝日放送(野村氏)】

視聴データの活用について、今後、サードパーティーデータを収集できなくなることを踏まえると、自社でデータを収集することの意味は大きい。今よりも、データを収集できるような仕様にしたい。番組制作や営業に活かすことを想定しているが、収集した視聴データをどのように活かすかは検討中である。

マルチ展開の共同活動について、一長一短である。各局のプラットフォームでコンテンツ提供を行う場合、各局が様々なアドサーバ等を導入しなければならず、それに対し利益が見合わない可能性がある。一方で、TVer等でコンテンツを提供すればその負担が解消されるが、コンテンツが埋もれてしまう可能性がある。今後、協議する必要がある。

【北海道テレビ放送(田中氏)】

視聴データの活用について、当社の放送エリアが北海道であるので現在収集している視聴データは北海道内の視聴者に限定されている。自社の配信プラットフォーム上のサービスは、道内よりも道外のマーケットが圧倒的に大きいため、視聴データ等ユーザー情報を利活用するメリットが少なく、さらに、個人情報保護やプライ

バシー保護等の観点からも利活用は難しい。

マルチ展開の共同活動について、外部のプラットフォームでの提供もありえるが、特に有料コンテンツに関して、出演者の所属事務所との契約関係等の調整が難しく、ハードルが高い。一部、北海道の風景等、アーカイブにできるコンテンツは外部のプラットフォームで提供できる可能性がある。

【内山構成員】

2点質問がある。

1点目について、北海道テレビ放送がドラマ等を定期的に制作し続けていることには敬意を表する。ある番組製作においては、Netflix からの収入や、自社の CM 枠タイム販売からの収入、コンテンツの国内売販による収入があるだろう。こういったリクーポイントを引きつけて番組製作の費用を賄おうとしているのか。

2点目について、割に頻繁に北海道テレビ放送、九州朝日放送、名古屋テレビ、他の複数局で、番組の共同制作を行っている認識している。連携している理由は何か。同じテレビ朝日系列であることが一番の理由だとは思いますが、キー局抜きで連携している理由は何か。

【落合構成員】

積極的な情報発信の取組を進めているローカル局がいることは素晴らしい。

北海道テレビ放送について、人材確保に関する取組も行っているとのことだった。しかし、ローカル局の中では十分に人材確保ができず、制作をアウトソーシングしていることも少なくないと思う。人材の確保についてどのような取組が肝になるのか、明示的に議論していけるとよい。また、プライバシーの観点から視聴データを取り扱いにくいと伺った。プライバシーの問題は、一般事業者と共通のものなのか、放送事業者特有のものか知りたい。具体的に、何に困っているのか。

九州朝日放送について、権利処理の取組を行われておりよい。既に著作権法の改正等がされており政策的な支援も進めているが、これに加え、現場でのノウハウの蓄積が重要だと思い、ノウハウを共有する取組も考えられるが、どのようなノウハウが蓄積されるとよいと考えるか。

山陰中央テレビジョン放送について、動画配信を行うコンテンツは季節性を排除する等、ライブコンテンツと異なる工夫をされていると認識した。一方で、中国をはじめ、海外向けにコンテンツを提供する際に工夫されている点やノウハウはあるか。総務省事業として、海外展開を行ったと思うが、役に立った支援は何であったか。

【北海道テレビ放送(佐々木氏)】

内山構成員の1点目の質問について、特定の収入源に絞ったリクーポイントは特に決めていない。収入金額の大小はあるが、企画段階では、全ての収入の合計

額が制作費を上回ることができるかで検討している。

2点目の質問について、例えば、2022年12月には4局で朝番組の共同制作を行った。4局とも、平日の朝の6時～8時の枠で朝番組を放送していたため、各地域の情報を提供する実験的な取組として行った。

落合構成員の人材確保の質問について、本日発表したドラマの制作に関しては、できるだけ内製しようとして取り組んだ。それにより、どの程度社内に負担が生じるかが判明した。例えば、情報番組からディレクターを、完パケ番組から人材を出すと、人材を提供した番組側の負担が大きくなる。この体制を一定期間続けることが可能かは冷静に判断する必要がある。外部の力を借りる部分を多くする等して調整しながら、人材育成と利益の両立をトータルで考えなければならない。

視聴データの質問について、個人情報と結び付けると、扱いが難しくなる。そのハードルをクリアして視聴データを利活用することは現時点では難しいと感じている。

【北海道テレビ放送(田中氏)】

直近の個人情報保護法改正や放送事業者のガイドラインでは、視聴データの扱いに関する取決めが強化されている。例えば、動画の視聴者の居住地域やグッズを購入有無等の特定をしたいというニーズはあるが、視聴者個人を特定するような扱いをするためには、オプトインで視聴者に同意をとり、データの収集目的を明確にする必要がある。また、収集した個人情報の管理も難しい。

【九州朝日放送(野村氏)】

内山構成員の2点目の質問について、北海道テレビ放送、名古屋テレビ等と連携した理由は、朝番組を同じ時間帯に設けていたことが大きい。朝番組の中で、地域のプロ野球に関する情報を提供するコーナーがあり、地域対決のようなコンテンツを直近10年程度制作し続けており、密な連携ができる理由となった。

落合構成員の権利処理の質問について、リアルタイム配信の認知度を上げる支援をしてほしい。また、洋楽のシンクロライゼーション権の処理が難しい。例えば、マイケルジャクソンの曲を使用する際に、放送では使用可能だが、配信では使用できない場合がある。配信がこれから発展していく中で、ローカル局1社で対応できるものではないため、検討いただきたい。

【山陰中央テレビジョン放送(岡本氏)】

落合構成員の総務省事業の効果の質問について、ローカル局が海外展開に挑戦するのはかなりハードルが高いものだが、総務省事業の支援により、ノウハウやチャレンジ精神が生まれた。全世界にコンテンツを販売するため、英語でコンテンツを制作した。共同制作ではなく、自社で著作権を全て保有して自社番組を制作した

ことがメリットとなった。そのため、現在も自社で著作権を全て保有して番組制作している。

また、総務省事業を行うため、2018年には東京支社にコンテンツ戦略室を設け、それを格上げする形で、2022年には本社にコンテンツ戦略部という部署を新たに設け、現在も事業を継続している。

人材確保の観点では、海外向けのコンテンツの制作を望む人材が、就職活動の中で自社を受験してくれるようになった。ロシアや中国のスタッフも採用しており、ローカル局ながら国際的な広がりを実現できている。

落合構成員の海外向けコンテンツ制作における工夫点の質問について、社内の若い従業員は、あえて地域密着にこだわらずに、かつ、季節ネタや時事ネタを除外して、ターゲットを絞り、エッジの効いたコンテンツ制作を意図している。あえて、ローカル性を捨てるという発想も重要だろう。

【西田構成員】

ローカル局におけるグッドプラクティスを共有いただいた。一方で、事業性の難しさに関する指摘もあった。事務局には、ローカル局全体として、近年の情報環境の変化をチャンスと捉えているのか、脅威と捉えているのか、実情を把握することが今後議論をする上で、重要であると認識いただきたい。以前、民放連の調査を示してもらったと思うが、当時から変化が生じているのではないか。

北海道テレビ放送の24時間ニュース配信について、素晴らしい取組である。しかし、説明されていたよりも視聴者がかなり少ないと感じたが、その理由は何か。

【北海道テレビ放送(田中氏)】

HTB北海道ニュース24では、現時点ではアクセスはそれほど大きく跳ね上がってはいないかもしれないが、災害発生時や緊急のブレーキングニュース配信時にアクセス数は大きくなることもある。また、報道の取材動画などは、ネットではコンテンツをアーカイブとして残すことができるので、視聴者から様々なリアクションをいただくことができ、エリア外である北海道以外のユーザーにも見てもらえる。これまで地上波では視聴率で評価されていたが、YouTubeでは他のチャンネルからリコメンドされ再生回数が数万件以上に大きく跳ね上がるコンテンツもあり、現場報道記者のモチベーションアップにも繋がっている。

【北海道テレビ放送(佐々木氏)】

北海道ニュース24の仕組みについて、技術局の若手スタッフが少ない労力でアップロードする自動化の仕組みを内製している。そのため、そこまでコストをかけずに運用ができている。そのため、事業性の観点では、利益が出ていなかったり、初期費用を賄えていなかったりということはない。

【西田構成員】

放送番組との連動に関する工夫はしているか。

【北海道テレビ放送(佐々木氏)】

北海道ニュース 24 について、不定期ではあるが、ほぼ毎週金曜日の情報番組終了後に、ニュースでは伝えきれなかった旬なトピックスを深掘りするコンテンツをリアルタイムで配信している。6時台の地上波のニュース番組と相互に補完し合う形で価値を高めている。

【山本主査】

北海道テレビ放送からプラットフォームの話があった。動画コンテンツを配信するのみのプラットフォームに留めるのはもったいないと感じた。例えば、地域トークンや地域ポイントを付与するプラットフォームとして、地域へのエンゲージメントを高めていくことも一案である。

プラットフォームでの配信について、放送事業者・配給会社・プラットフォーム事業者がどのように役割分担を行うのかについて、詳細な議論ができるだろう。

視聴データについて、利活用を控える方向で進めていくのではなく、どのような目的で利活用していくのかが重要である。地域の文化発信を目的とした位置情報の利用や、ローカル局が制作したコンテンツをしかるべき人に届けることを目的としたターゲティングは積極的に行うべきだろう。

(5) 閉会

事務局より伝達事項の連絡。

以上