資料６－１

放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース
取りまとめ（案）

2023年（令和5年）8月25日

目次

１．基本認識 **2**

２．課題とその検討の方向性 **3**
（１）地上放送の放送ネットワークインフラの効率化 3
（２）衛星放送における番組制作 5
（３）放送コンテンツのインターネット配信の推進 8
（４）衛星放送の放送ネットワークインフラの効率化 10
（５）国際発信の強化 12

３．今後の進め方 **14**

参考資料集
参考１　開催要綱
参考２　開催状況
参考３　タスクフォースにおける各検討項目に係る参考資料
参考４　ヒアリング資料

１．基本認識

放送は、有限希少な電波を用いて不特定多数に同時に同じ情報を提供する手段として大きな社会的影響力を有しており、放送事業者は、放送法（昭和 25 年法律第 132 号）の規定に基づいて、災害情報など公共性の高い情報をあまねく伝えるとともに報道は事実を曲げないですること等の番組準則に則って、「質の担保された情報」を提供する責務を有している。その中で、**我が国の放送は、受信料を財源とする公共放送である日本放送協会（以下「ＮＨＫ」という。）と、主に広告料収入を財源とする地域のローカル局を含めた民間放送事業者（以下「民放」という。）による二元体制の下、互いに切磋琢磨し創意工夫を凝らして質の高い放送番組を制作・放送し、生活や経済活動に欠かせない国民の情報基盤としての使命を果たしてきた**。

近年、ブロードバンドやスマートフォン等の急速な普及に伴い、**国民・視聴者が社会生活を営む中で必要な情報を入手する方法の多様化が進み、放送等の伝統メディアからインターネットへと移行しつつある**。他方、インターネットについては、膨大な情報が氾濫する中で、個々人の考え方に合わない情報からは隔離され自身の価値観の中で孤立してしまうフィルターバブルや、フェイクニュース等の問題が指摘されている。

こうした**フィルターバブルやフェイクニュース等の問題が顕在化するデジタル時代においてこそ、「質の担保された情報」としての放送の価値に対する期待は益々高まっている**と言える。また、我が国の放送番組は、コンテンツ産業の３割近くを占めており[1]、**我が国を牽引する産業分野としても期待**が高まっている。

国民・視聴者のいないところに放送の未来はない。**国民・視聴者の視聴スタイルの急速な変化を明確に意識**して、**デジタル時代においても放送コンテンツが国民・視聴者に確実に届くために、放送全体で速やかに対応していく必要**がある。

特にＮＨＫは、放送法に根拠を置き、その運営や業務について同法で規定され、受信料を財源とする**公共放送として、「豊かで、かつ、良い放送番組」[2]を提供すること**に加え、**放送全体のプラットフォームとして、放送番組の流通を支え、二元体制を基本とする我が国の放送業界全体の発展に貢献していくことが求められている**。

本タスクフォースでは、国民・視聴者の視点に立ち、**ＮＨＫと民放双方の放送コンテンツが効率的かつ効果的に届けられるようにするための「あるべき姿」の実現に向けた課題とその検討の方向性を提示**する。

---

[1] 「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査（令和５年６月）」（総務省情報通信政策研究所）によれば、2021 年（令和３年）における我が国のコンテンツ産業の市場規模 12 兆 4,719 億円のうち、地上テレビ番組の規模は２兆 6,951 億円（21.6％）、衛星・CATV 番組の規模は 8,556 億円（6.9％）となっている。

[2] 放送法第 81 条第１項において、「協会は、国内基幹放送の放送番組の編集及び放送に当たつては、第四条第一項に定めるところによるほか、次の各号の定めるところによらなければならない。」として、同項第１号において「豊かで、かつ、良い放送番組の放送を行うことによつて公衆の要望を満たすとともに文化水準の向上に寄与するように、最大の努力を払うこと。」と規定されている。

2. 課題とその検討の方向性

（1）地上放送の放送ネットワークインフラの効率化

＜現状＞

- ＮＨＫは、中波放送と超短波放送のいずれか及びテレビジョン放送が全国において受信できるように措置することが義務付けられている[3]。民放は、その放送対象地域内で放送があまねく受信できるように努めることとされている[4]。
- 現状、全ての放送事業者がハード・ソフト一致の形態を選択し、自らが免許人としてハード（親局・中継局）を構築し、保有・運用・維持管理している。
- 地上波中継局の「共同利用」の実現を可能とする放送法及び電波法の一部を改正する法律（令和５年法律第 40 号）が成立している。
- ＮＨＫは、「ＮＨＫ経営計画（2021-2023 年度）」（2023 年１月修正）において、「運用共同化」・「共同建設化」を含め、「ネットワークコスト削減等、視聴者の将来負担の軽減につながる先行支出等」として「総額 600 億円」を計上しているところ。
- 一般社団法人日本民間放送連盟は、中継局の共同利用を最重要課題として掲げ、その前提として、持続的な経済合理性の確保及び地域事情への配慮を求めている。

＜課題＞

- 国民・視聴者が質の高い放送コンテンツを視聴できる持続可能な仕組み作りとして、放送ネットワークインフラの効率化が必要ではないか。
- 地上波中継局の共同利用については、ＮＨＫと民放の自主的な検討を尊重すべきだが、それだけで十分か。全国各地の民放ローカル局の実情を汲みつつ、民放ローカル局の具体的な経営の選択肢を増やすべく、ＮＨＫと民放が具体的に協議を進める場が必要ではないか。

＜検討の方向性＞

- 地上波中継局の「共同利用」の実現を可能とする放送法及び電波法の一部を改正する法律（令和５年法律第 40 号）の成立を受けて、その早期実現に向け、競争法を遵守した形で、**ＮＨＫ、民放キー局、民放ローカル局等の関係者からなる全国レベル及び地域レベルでの協議の場を年内目途に設置**[5]すべき。
- その協議の場においては、**民放ローカル局の参画も得ながら地域事情を踏まえる**とともに、**全国に地域放送局を有するＮＨＫは、**地上波中継局のコスト分析や仕様検討等、競争法を遵守しつつ、**中心的な役割**を果たすべき。

---

[3] 放送法第 20 条第５項において、「協会は、中波放送と超短波放送とのいずれか及びテレビジョン放送がそれぞれあまねく全国において受信できるように措置をしなければならない。」と規定されている。
[4] 放送法第 92 条において、「特定地上基幹放送事業者及び基幹放送局提供事業者（電波法の規定により衛星基幹放送の業務に用いられる基幹放送局の免許を受けた者を除く。）は、その基幹放送局を用いて行われる基幹放送に係る放送対象地域において、当該基幹放送があまねく受信できるように努めるものとする。」と規定されている。
[5] 少なくとも全国レベルの協議の場は、年内を目途に設置すべき。

【関連する構成員等の主な意見】

・　ＮＨＫとの協力が具体化できなければ、致命傷になるローカル局も出てくると思われる。できる限り多くの放送コンテンツが今後も持続的に提供できる環境整備につながるよう議論を尽くすべき。*（第１回：落合構成員）*
・　放送のハード設備は構造転換を進めてコストを下げ、受信料を下げるなどしなければ若い人はテレビから離れてしまう。*（第１回：坂本構成員）*
・　本タスクフォースとしては、少なくとも大きな方向性を示し、関係者が前向きに議論できる「場」の設定を考えるべき。*（第１回：曽我部構成員）*
・　独禁法の観点でカルテルにならないような配慮は必要であり、共同発注行為や共同購入に一定の制限はあり得る。競争法上適正に行える範囲になっているか検討する可能性はあるが、具体的な議論の進捗に合わせて議論していくことが大事ではないか。*（第２回：落合構成員）*
・　ＮＨＫと民放の協議について、全国レベルでの議論をしていくのに加えて、地域レベルでのＮＨＫと民放ローカル局との協議の場も必要。それぞれの議論を共有して円滑に進めることのほか、地域ごとの状況を踏まえた議論にしていくためにも必要。*（第３回：落合構成員）*
・　県単位の個別分析が必要で、細やかなコンサルティング的アプローチをＮＨＫに支援いただきたい。*（第３回：クロサカ構成員）*
・　中継局の共用については、議論を急ぐべき。競争法の観点を配慮しながら、一元化できるような議論の場所を早急に設ける必要がある。地域や場所によっては複雑な個別事情があるとのことであり、詳細を把握しながらの対応が重要。少し矛盾するが、急いで丁寧に進めて行く必要。ＮＨＫや民放だけではなく総務省も一体になって検討する必要がある。*（第４回：クロサカ構成員）*

・　持続可能性のある二元体制の維持・強化に向け、放送ネットワークの最適化について、民放と連携を深めて推進していきたい。個々の事業者の判断の尊重を前提に、適切な情報交換、勉強会等の実施から開始していきたい。*（第１回：ＮＨＫ）*
・　地上波中継局（共同利用）については、経済合理性の確保と地域事情への配慮が大前提。*（第１回：一般社団法人日本民間放送連盟）*
・　民放が受け入れやすいＮＨＫからの提案を待っている。当事者間の検討を見守りつつ、ニーズに合致した環境整備の後押しを。*（第２回：一般社団法人日本民間放送連盟）*
・　可視聴エリアの拡充は緊急災害時の放送のために重要と認識。また、共同利用の推進は財務上メリットがあり、検討の価値はある。*（第２回：東京メトロポリタンテレビジョン株式会社）*
・　全局が１台の放送機から電波発射出来れば、設備の省電力化、経費削減に寄与すると考える。ただ、各社の現状設備の更新時期と放送機統一化の時期を合わせるのが困難か。*（第２回：株式会社テレビ神奈川）*
・　中継局の共同利用について、ローカル局の負担軽減につながるのであれば賛成。地域事情などに配慮すべき。*（第３回：株式会社テレビ大分）*
・　ハード会社への期待はあるが、ＮＨＫと民放の間で耐用年数や設備の仕様・コストの考え方が異なるほか、新たに発生する「会社の運営コスト」をどのように回収するかという課題もある。経済合理性は地域ごとに見極める必要がある。*（第３回：株式会社南日本放送）*

（２）衛星放送における番組制作

＜現状＞

・　ＮＨＫは、基幹放送普及計画（昭和 63 年郵政省告示第 660 号）において、ＢＳプレミアムについて外部制作事業者の企画・制作能力を放送番組に活用することが求められており、外部制作比率の努力目標[6]が規定されている。

・　ＮＨＫは、ＢＳ右旋の３波（ＢＳ１・ＢＳプレミアム・ＢＳ４Ｋ）の見直しとして、2023 年（令和５年）12 月に新ＢＳ２Ｋ（ＮＨＫ ＢＳ）と新ＢＳ４Ｋ（ＮＨＫ ＢＳプレミアム４Ｋ）に再編し、2024 年（令和６年）３月末をもってＢＳプレミアムを削減する予定[7]としている。

＜課題＞

・　ＮＨＫが公共放送として「豊かで、かつ、良い放送番組」を提供するためには、放送番組の役割や特性を踏まえつつ、多様な企画や専門性を持つ外部制作事業者との連携を進めていくことが必要ではないか。

・　我が国コンテンツ産業の発展に資する観点から、ＮＨＫによる放送全体への貢献という役割を踏まえ、コンテンツ産業の重要なプレイヤーである外部制作事業者との連携を進めていくことが必要ではないか。

・　多様性を生み出す観点から、番組制作会社のみならず、民放ローカル局やケーブルテレビにもできることがあるのではないか。

・　ＮＨＫの有する様々な優れたノウハウ等の普及につながるよう、外部制作事業者との連携を促し、我が国の映像産業の底上げ、競争力の強化につながるようにしていくべきでないか。

＜検討の方向性＞

・　本年（令和５年）12 月からのＮＨＫ衛星放送の再編に伴い、現行の外部制作比率の努力目標に代わり、実質的に現行以上となるよう、**ＮＨＫ新ＢＳ２Ｋ・新ＢＳ４Ｋそれぞれについて、「外部制作事業者に著作権が帰属する放送番組（外部制作事業者及びＮＨＫの双方に帰属するものを含む。）」を対象とする新たな目標を設定**することとし、**総務省において関係者の意見を踏まえつつ検討の上、本年 12 月の衛星放送の再編にあわせて基幹放送普及計画を改正**すべき。また、ＮＨＫ及び総務省は、**新たな目標について外部制作事業者に周知**すべき。

---

[6] 基幹放送普及計画に規定されている外部制作比率の努力目標は、以下の（１）及び（２）のとおり。
（１）各年度の総放送時間のうち、①外部制作事業者（国内の事業者に限る。以下この注釈において同じ。）に制作委託した放送番組及び②ＮＨＫと外部制作事業者とで共同制作した放送番組の放送時間が占める割合が 16%以上。
（２）各年度の総放送時間のうち、①企画競争によって制作委託した放送番組（ＮＨＫの子会社への委託を含む。）及び②外部制作事業者が制作に参加した放送番組の放送時間が占める割合が 50%以上。

[7] ＮＨＫは、2024 年（令和６年）３月末のＢＳプレミアムの削減について、2023 年（令和５年）12 月より、ＢＳプレミアムの画面上で周知を行う等、削減の円滑な実施に取り組むこととしている。

・　放送コンテンツの二次利用促進に向け、放送コンテンツ製作取引における著作権等の帰属等[8]の基本的な考え方を整理した**「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」[9]の一層の普及・定着を図る**べき。
・　外部制作事業者への発注方法を含め、「豊かで、かつ、良い放送番組」の制作につながる**質的な側面を考慮した目標や評価方法**について検討すべき。

[8] 二次使用料の分配を含む。
[9] https://www.soumu.go.jp/main_content/000720416.pdf

【関連する構成員等の主な意見】

・　ＮＨＫが様々な作り手との協働に役割を見いだしているのであれば、様々な制作事業者を活用し、広く生活者に有意義な情報を提供する存在であってほしい。*（第１回：仙北構成員）*
・　情報空間の多様性や人材育成などの面でも外部制作会社の役割は大きく、外部制作比率の設定は重要。*（第２回：曽我部構成員）*
・　衛星放送を支えてきた制作会社は有力なプレイヤーであり、ＮＨＫの衛星放送の魅力、維持発展の解を、ＮＨＫが示していくことが重要。ＮＨＫをうまく使うことによって、日本の多様性がより出てくるときの、その元になるものが実は制作会社だったり、ローカル放送局だったり、場合によってはケーブルテレビだったりということに、今以上にすることができるのではないか。*（第２回：音教授）*
・　ＢＳの外部制作比率のように国の目標として定めるほかにも、中期経営計画やその他公表される資料で番組制作者に予見可能な形で計画を具体的に示せないか。*（第３回：落合構成員）*
・　ＮＨＫが様々な番組制作会社と連携を深めていければ、コンテンツの質がより高まることが期待されるため、広く生活者に有意義な情報を提供することにつながる。是非とも進めていただきたい。「番組制作会社が著作権を持つ番組」を外部制作比率の新たな努力目標にしようとするＮＨＫの提案は非常に良い。番組制作会社との対話を進め、公共放送としてより良い番組作りに取り組んでいただきたい。*（第４回：仙北構成員）*
・　著作権の在り方については、ＮＨＫにも協力いただき、ＡＴＰ（一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟）もさらに理解を深め、二次利用しやすくする検討をしていただきたい。*（第４回：クロサカ構成員）*
・　量と質、特に質をちゃんと担保しながら量的目標を達成するような目標マップみたいなものを考える必然性はないだろうか。*（第４回：内山主査）*
・　全映協（一般社団法人全国地域映像団体協議会）のアンケートでは、ＮＨＫが企画募集をしていることがあまり知られていないことが分かった。周知に関しては、ＮＨＫが取り組む必要もあるし、民間側で広める必要もある。（*第５回：落合構成員）*
・　個々の事業者を生き残らせるためというロジックではなく、視聴者に対してより質の高い番組を最終的に提供していくことを最終目標とするべき。 前回会合でも言ったが、現実的なフィージビリティを考えていただくしかないと思う。数字の塩梅の決定については、総務省が基幹放送普及計画の中で適性に調整するのがバランスとしてよい。*（第５回：内山主査）*

・　新ＢＳ２Ｋ（ＮＨＫ　ＢＳ）・新ＢＳ４Ｋ（ＮＨＫ　ＢＳプレミアム４Ｋ）に対し、波の特性や役割に合わせてそれぞれ努力目標を設定。対象の取引は「番組制作会社が著作権を持つ番組（ＮＨＫと共同保有を含む）」とする。*（第３回：ＮＨＫ）*
・　前回会合で来年度からの衛星放送の外部制作比率について、新ＢＳ２Ｋ・新ＢＳ４Ｋのそれぞれの役割や特性を踏まえて、２波それぞれに努力目標を設定すること、対象取引は、番組制作会社が単独もしくはＮＨＫと共同で著作権を持つ番組として、番組制作会社の権利確保に資することを示したが、この方針についてＡＴＰには御理解いただいたと受け止めた。*（第４回：ＮＨＫ）*
・　ＡＴＰとしては、ＢＳの２チャンネルのそれぞれについて外部制作比率の目標が設定されること、また、これまでの指標の算定の考え方を変更し、「番組制作会社が著作権を持つ番組」を対象とすることについて、ＡＴＰの意見を踏まえていただいたものとして高く評価し、歓迎します。*（第４回：一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟（ＡＴＰ））*

（３）放送コンテンツのインターネット配信の推進

＜現状＞

- ＮＨＫは、2020 年（令和２年）４月より、地上放送の常時同時配信及び１週間の見逃し配信サービスとして、「ＮＨＫプラス」を開始。また、ＮＨＫがインターネット活用業務を行うに当たり民放と協力して取り組んでいくことは重要との観点から、ＮＨＫに対し、民放によるインターネット番組配信の円滑な実施に必要な協力をする努力義務[10]が課されている。
- 民放各社は、無料動画配信サービス「ＴＶｅｒ」をはじめ、無料・有料を問わず見逃し配信等のサービスを提供している。

＜課題＞

- 国民・視聴者からすれば、ＮＨＫや民放の放送コンテンツをテレビでもインターネットでも見たいというのが当たり前の時代になっており、放送事業者の競争領域は「放送」に閉じなくなっている。取材力や発信主体としての信頼性に裏打ちされた放送コンテンツに国民・視聴者が触れることのできる環境をインターネット上にも早急に確立することが必要ではないか。
- その際、国民・視聴者の利便性を追求する観点から、「アクセス性」・「一覧性」の確保を目指すべきであり、そのプラットフォームの在り方としては、既にいくつかのプラットフォームが存在している現状を踏まえ、それぞれの特性を活かした検討を行うべきではないか。

＜検討の方向性＞

- 国民・視聴者にとっての利便性確保の観点から、**民放ローカル局の意見も丁寧に聞きつつ**、インターネット動画配信サービスによる動画の視聴データの適切な活用にも意識して、**既存プラットフォーム間での連携や仮想的なプラットフォーム**の構築により、ＮＨＫと民放の地域情報を含めた**放送コンテンツへの「アクセス性」及びその「一覧性」が確保できる環境を整備**すべき。
- インターネット接続テレビ上での**「アクセス性」・「一覧性」確保の在り方**について、**放送事業者、メーカー等による検討体制を年内に設置**すべき。**実証事業を本年度から実施**し、**来年度を目途に、関係者の参照に資する技術仕様**を策定すべく検討すべき。その際、英国等における優先表示（プロミネンス）の動向等も参考にし、一覧性を確保するために必要となるメタデータの適切な取扱い等に留意して検討すべき。
- 放送コンテンツの二次利用促進に向け、放送コンテンツ製作取引における著作権等の権利の帰属等の基本的な考え方を整理した**「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」の一層の普及・定着を図る**べき。

---

[10] 放送法第 20 条第 15 項において、「協会は、第二項第二号の業務を行うに当たつては、全国向けの放送番組のほか、地方向けの放送番組を電気通信回線を通じて一般の利用に供するよう努めるとともに、他の放送事業者が実施する当該業務に相当する業務の円滑な実施に必要な協力をするよう努めなければならない。」と規定されている。

【関連する構成員等の主な意見】

- 有料動画配信市場ではどんどん外資勢に押されている現状がある。直近では外資のシェアが半分を超えた。視聴者のネット接触時間の増長と合わせて、国内だけにシェアを持つことの危険を訴えたい。*(第１回：内山主査)*
- 一視聴者としては放送のコンテンツをテレビでもネットでも見たいというのが当たり前になっている時代。一覧性を持ってインターネットでも民放もＮＨＫも見たいという視聴者がいっぱいいると思う。*(第２回：長田構成員)*
- ＮＨＫプラスやＴＶｅｒにローカル局のコンテンツが乗り、それが探しやすくなるような一覧性のあるプラットフォームになることができれば、これは視聴者にとっても選択肢が広がる点で有益。*(第２回：大谷構成員)*
- ネット配信の実証事業を行ってみれば、どういう課題があるのか気づきもあると思う。*(第２回：長田構成員)*
- ニュースも含めたＮＨＫと民放の一覧性のあるプラットフォームがあれば国民生活センターの啓発コンテンツのようなものも視聴者に届けやすい。課題を整理し、スピード感をもって推進していただきたい。*(第２回：仙北構成員)*
- 視聴者から見て一覧性のある入り口からＮＨＫプラスやＴＶｅｒにリンクしていくようなプラットフォームが実現すれば、ＮＨＫが放送業界に貢献した十分な実績にもなるのではないか。*(第２回：大谷構成員)*
- 各ローカル局のアンテナショップが一堂に集まったプラットフォームという考え方について、そういうお客様を引き寄せるようなプラットフォームの在り方というのも考えていく価値があるという、よいヒントをいただけたと思う。*(第３回：大谷構成員)*
- ＮＨＫ・民放各社・ローカルなど色んなコンテンツが一覧性をもって見つけられるような形でプラットフォームを実現してほしい。ＮＨＫの地方局を核として真剣に考えていただきたい。*(第３回：長田構成員)*
- テレビということで議論していると、日本のテレビ産業の中のいろんなバランスとかに目が行きがちだが、ネットメディアと戦うためにはどうしたらいいかを考えるべきであり、放送全体で何かしらのプラットフォームをつくっていくことが重要。物理的なプラットフォームに統一するということではなく、複数のプラットフォームがあっても、それらが相互に連携したり、ひとつの窓の中に全部あることで、国民に一番リーチできるのではないか。あわてて物理的に統一することに進まなくてもよい。仮想的・擬似的なプラットフォームをまずは目指すことが重要。*(第３回：三友構成員)*
- 多様性に対応したプラットフォームのニーズがあると考える。文字放送なども含めた多言語対応など、海外の方や年配の方など多様な方がシンプルな操作で誰もが良い情報に触れられる役割を、放送事業者の共通プラットフォームで準備いただくことが公共的な役割として重要ではないか。*(第４回：坂本構成員)*
- テレビのチャンネルを合わせるように、その場所に行って視聴者自身の希望に応じて、好きなチャンネル・プラットフォームを選べるような場所、Netflix のプレゼンにもあった相互推奨があるとか、番組間の連携をたどってより興味の深掘りが出来るとかそういった緩やかなつながりを持って、日本のテレビのコンテンツの魅力を見せていく取組を急ぎ進めて行く必要がある。*(第４回：松下構成員)*
- 放送由来のコンテンツは非常に信頼できる。その理由はコンテンツ作成にお金を掛けて、チェックも行っていることを踏まえ、これが放送で出ていくときに意味のある価値のあるもの、つまりはトラストの観点で、ネット配信の議論を進めていくことが必要である。*(第４回：クロサカ構成員)*
- インターネット配信において重要なのは閲覧履歴等のデータを、明確な規律の下で適正に利用し、ユーザの便益の向上につなげることである。ＮＨＫと民放が連携した配信プラットフォームの拡充において、こうした配信データの取扱いや、放送における視聴データとの連携等の課題を解決する検討が必要である。*(第４回：クロサカ構成員)*
- ＴＶｅｒが若い世代のユーザーも確保していることが分かり、テレビ離れが言われる中で心強く感じた。無料の短尺動画ばかりではなく、国内のしっかりしたコンテンツを見てもらうことは重要。*(第５回：松下構成員)*
- キーワードは「連携を密にする」、「コミュニケーションを取る」である。ＴＶｅｒの業績が伸びているのは、ローカル局との密な連携やユーザーの声を聞いていることが要因であると思う。*(第５回：仙北構成員)*
- ＮＨＫのプラットフォームにローカル局がコンテンツを出しても、地域の人に確実に届く仕組みがあるのかということや経済的なメリットがあるのかということが示されておらず、エリア事情も様々なので、多くのローカル局を交えた丁寧な議論が必要。*(第３回：株式会社テレビ大分)*

（４）衛星放送の放送ネットワークインフラの効率化

＜現状＞

- 衛星放送は、広域性・経済性・大容量性・高品質性という特徴を有するメディアである。
- 制度上、ソフト（放送の業務）とハード（衛星）が分離しており、ハードについては、ＢＳ放送においては株式会社放送衛星システム（B-SAT）、ＣＳ放送においてはスカパーJSAT 株式会社が提供している。
- 衛星放送は、高品質、高機能、多チャンネルのサービスを提供する放送メディアとして、その開始以来、成長を続けてきたが、近年では、インターネット動画配信サービスの台頭等を受け、市場規模、加入件数ともに横ばいないし減少傾向となっている[11]。

＜課題＞

- 衛星放送についても、地上放送と同様、国民・視聴者が質の高い放送コンテンツを視聴できる持続可能な仕組み作りとして、放送ネットワークインフラの効率化が必要ではないか。
- 国民・視聴者にとっての衛星放送の意義を改めて認識しつつ、質の確保とコストの抑制の両立を図るため、共同衛星、管制の在り方等について専門的・実務的な検討の場が必要ではないか。

＜検討の方向性＞

- 衛星放送の質の確保とコストの抑制の両立を図るため、**共同衛星、管制の在り方等について、株式会社放送衛星システム（B-SAT）、スカパーJSAT 株式会社等の関係者からなる検討の場を早急に設置**すべき。
- その検討の場においては、共同衛星の打上げを視野に、関係者の理解を得つつ、質の確保とコスト抑制に資する課題の整理とその課題解決方策について検討し、可能なものについて**年度内を目途に中間報告**を行うべき。

[11] 放送を巡る諸課題に関する検討会「衛星放送の未来像に関するワーキンググループ」報告書（2021 年 10 月 29 日）「第２章 衛星放送の現状・課題」「１．衛星放送をめぐる環境の変化」による。

【関連する構成員等の主な意見】

・　衛星は営利事業とはいえ、日本にとって衛星放送がどうあるべきかという方針がなければ判断できない点もある。*（第１回：クロサカ構成員）*
・　衛星分野での共同衛星、管制など大きなコストの低下が期待できることについては、早期に検討の場を設ける必要。*（第１回：大谷構成員）*
・　衛星打上げのコストや共同衛星の運用実績も踏まえ、将来形について早期の整理が必要。専門的に議論できる場を総務省が整備することが重要。*（第２回：落合構成員）*
・　少し時間をかけて検討できるようなワーキンググループということもあり得る。*（第２回：大谷構成員）*
・　衛星放送がなくなるリスクは排除しなければならない。安く安定したサービス提供を合わせて考える必要があり、結論ありきではなくプロセスも当事者で話し合うことが重要。*（第２回：音教授）*

（５）国際発信の強化

＜現状＞

- ＮＨＫは、外国人向け・在外邦人向けにテレビ・ラジオ国際放送を実施している（一部、インターネットでも配信している。）。外国人向けのテレビ国際放送は、「ＮＨＫワールドＪＡＰＡＮ」として、報道、文化、情報、ドキュメンタリー、科学等の番組を放送している。
- 放送法の規定[12]に基づき、我が国の文化、産業等の事情を海外へ紹介し、我が国に対する正しい認識を培うことにより、国際親善の増進及び外国との経済交流の発展等を図るとともに、在外邦人に対して必要な情報を提供するための要請放送を実施している。

＜課題＞

- 国際的にも放送からインターネットへのシフトは進んでおり、国際発信についても、インターネットを含めた情報空間全体で考えていくことが必要ではないか。
- 我が国コンテンツ産業の発展のため、海外との競争を意識しつつ、可能な範囲でＮＨＫと民放とが協調して前向きに取り組んでいくことが必要ではないか。

＜検討の方向性＞

- **ＮＨＫ国際放送については、我が国国際発信のフラッグシップの役割を担うもの**として、**外国人や在外邦人のアクセス方法の見直しや提供コンテンツの充実等**を図るべき。具体的には、**①インターネット配信の強化**、**②コスト負担の軽減**（インターネット配信の活用による伝送コストの軽減等）、**③コンテンツ調達の在り方**（番組制作の競争性・透明性の確保、民放や株式会社日本国際放送（ＪＩＢ）等の外部リソースの活用等）、**④財源の在り方**（要請放送交付金の使途、広告収入の可能性等）**を含め、それらの課題や課題解決方策について検討を行う場を早急に設置**すべき。
- その際、ＮＨＫが国際放送で培ってきた**放送コンテンツの制作やローカライズ等のノウハウ・技術を放送業界全体で共有することについても検討**すべき。
- 検討の結果は、可能なものについて**年内を目途に中間報告**を行うべき。

---

[12] 放送法第 65 条第１項において、「総務大臣は、協会に対し、放送区域、放送事項（邦人の生命、身体及び財産の保護に係る事項、国の重要な政策に係る事項、国の文化、伝統及び社会経済に係る重要事項その他の国の重要事項に係るものに限る。）その他必要な事項を指定して国際放送又は協会国際衛星放送を行うことを要請することができる。」と規定され、また、同法第 67 条第１項において、「第六十五条第一項の要請に応じて協会が行う国際放送又は協会国際衛星放送に要する費用及び前条第一項の命令を受けて協会が行う研究に要する費用は、国の負担とする。」と規定されている。

【関連する構成員等の主な意見】

・　本タスクフォースは、産業としてＮＨＫと民放の「協調」の側面を取り上げる場であり、国内勢で日本のメディアシーンを盛り上げていきたいという趣旨。今後のインターネット空間・情報空間での他産業や海外との競争を意識したものであり、その趣旨を理解の上、前向きな議論をお願いしたい。*（第１回：内山主査）*

・　ＮＨＫが国際的にもテレビからネットにシフトしていく中で、外国人に見ていただくという観点でインターネット配信を強化していく必要性が高まっている。*（第３回：落合構成員）*

・　ＮＨＫの国際放送については国からの要請に基づく交付金が入っており、最終的には受信料と一体で使用されているため、交付金がどういう形で使われているのか分からない部分がある。ＮＨＫ自体のガバナンス・透明性の向上のほか、様々なプラットフォームとしてのＮＨＫの活用を考えていくに当たっては、どの財源がどのように使われているかについて、ＮＨＫの説明責任を問うていくことが大事。*（第３回：落合構成員）*

・　ＮＨＫの国際放送は日本のフラッグシップとして役割を果たしている。国内で徴収した受信料で支弁することについてより理解を得ていくためにも、オールジャパンで国際に出て行くことは重要であり、そうすれば民放のコンテンツものせることの意味も出てくる。費用を支弁するひとつの方法として、海外向けについては広告収入を検討してもよいのではないか。*（第３回：三友構成員）*

・　編成によってあらかじめ調達方法が絞られてしまっているという側面があり、番組制作事業者の選定プロセスにおいて透明性や競争性を高める必要がある。*（第３回：クロサカ構成員）*

・　ＮＨＫの国際放送については、これまでネット配信の強化、広告収入の可能性、番組制作の競争性の確保、国からの要請放送交付金を含めた財源の透明性等、様々な議論が展開されてきたが、いずれも重要な意見であったと感じている。本タスクフォースでは、国際放送の視聴環境の拡大や、放送コンテンツの拡充の観点での課題解決に向けて一定の方向性をつけているところであるが、更なる課題についても引き続き検討し具体化することが重要。*（第４回：クロサカ構成員）*

・　国際発信について、広告収入の可能性について検討いただきたい。その際、二元体制の維持を考えた時に、コンテンツを制作する際にＮＨＫの行動原理が民放と同じになると二元体制の維持ができなくなる。ＮＨＫの行動原理を変えないような形での、広告料を原資とした民放への協力活動、民放への分配などを慎重に設計することは重要。*（第４回：落合構成員）*

・　今後海外で生活している現地の方々にどのようにリーチしていくのかということについて、ＮＨＫの様々な知見、必要なライツクリアランスや二次利用などについて、放送事業者や制作会社等に提供いただけないか検討していただきたい。*（第５回：クロサカ構成員）*

・　ＪＩＢ（株式会社日本国際放送）の海外展開のためにどのような部分で協業できるか、日本のコンテンツが海外に出て行くために取り組めることがあるか、模索したい。本タスクフォースの議論の中でＮＨＫが持つノウハウを認識したところ。膨大なコンテンツに字幕を付けたり、ローカライズする上で効率がいい体制ができているのでないかと思う。民放局の立場としては聞きづらいこともあるかもしれないため、ＢＥＡＪの立場として、今後ヒアリングを進めて参考にできる部分、共有できる部分の有無など聞いていきたい。*（第５回：一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構（ＢＥＡＪ））*

・　本日の発表を聞いて、ＢＥＡＪと協力していく余地があると感じた。連絡を密に取りたい。*（第５回：株式会社日本国際放送（ＪＩＢ））*

3. 今後の進め方

本タスクフォースは、2023 年（令和５年）６月 19 日の第１回会合以降、約２ヶ月間で計６回の会合を重ね、公共放送ＮＨＫが放送全体のプラットフォームとして果たすべき役割について、国民・視聴者の目線で短期集中的に議論を重ねてきた。

本タスクフォースの役割は、各検討項目について現時点で何らかの結論を導くことではなく、今後、具体的な検討を進めていくための「道標」として、課題とその検討の方向性を示すことにある。それゆえに、今後は、本取りまとめにおいて示した「道標」に基づき、新たな検討の場において具体的な検討を進めていくことが何より重要となる。

インターネットを含め情報空間が放送以外にも広がる中、放送が今後もその社会的役割に対する国民・視聴者の期待に応えていくためには、インターネットメディアにおける海外勢との競争環境の現状も踏まえつつ、ＮＨＫ、民放等の関係者が協調できるところは協調を模索していく必要がある。

関係者の協調を進めるに当たっては、将来的な展望を見据えた上で、これまでは必ずしも関係が密でなかった場合も含めて「関係者」の範囲を捉え直し、その新たな「関係者」間においてコミュニケーションを取り、互いの課題を共有することから始めることが肝要である。

また、放送業界は、多様性と多元性の追求を基本テーゼのひとつとして持つ産業領域であることにも鑑み、個々の経営主体の意思や判断は尊重されるべきものであり、これを尊重しつつ、健全な情報空間の確保という社会的役割に対する期待に積極的かつ持続的に応えていくことが求められる。

本タスクフォースとしては、ＮＨＫ、民放をはじめとする「関係者」が、こうした基本的認識の下、一丸となって精力的に検討を進めていくことを期待しており、本取りまとめがその一助となれば幸いである。

参考資料集

参考資料集 目次

参考１　開催要綱 …… 参考-１

参考２　開催状況 …… 参考-５

参考３　タスクフォースにおける各検討項目に係る参考資料 …… 参考-８

参考４　ヒアリング資料 …… 参考-29
（１）日本放送協会（資料１－４） …… 参考-30
（２）一般社団法人日本民間放送連盟（資料２－１） …… 参考-41
（３）東京メトロポリタンテレビジョン株式会社（資料２－２） …… 参考-46
（４）株式会社テレビ神奈川（資料２－３） …… 参考-49
（５）音好宏　上智大学新聞学科教授（資料２－４） …… 参考-52
（６）Netflix 合同会社（資料２－５） …… 参考-67
（７）株式会社テレビ大分（資料３－１） …… 参考-88
（８）株式会社南日本放送（資料３－２） …… 参考-94
（９）日本放送協会（資料３－３） …… 参考-99
（10）一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟（資料４－１） …… 参考-106
（11）外部制作比率に関する質問への回答（第５回会合参考資料１） …… 参考-108
（12）一般社団法人全国地域映像団体協議会（資料５－１） …… 参考-111
（13）株式会社 TVer（資料５－２） …… 参考-115
（14）株式会社日本国際放送（資料５－３） …… 参考-131
（15）一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構（資料５－４） …… 参考-135

参考１　開催要綱

デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会
「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」開催要綱

１　背景・目的

本タスクフォースは、デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会（以下「検討会」という。）及びその下で開催される各ワーキンググループにおいて、デジタル時代においてＮＨＫが担うべき役割について議論が進められる中、ＮＨＫによる「日本の放送業界への貢献」という観点も踏まえ、「放送業界に係るプラットフォーム」としての役割について、具体的な検討を行うことを目的とする。なお、既に検討会及びワーキンググループの検討項目となっているものも含め、本タスクフォースで一括して集中的に議論を行うものとする。

２　名称

本タスクフォースは「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」と称する。

３　検討項目

（１）地上波放送の中継局
（２）衛星放送の番組制作
（３）インターネット配信
（４）衛星放送
（５）国際発信
（６）その他

４　構成及び運営

（１）本タスクフォースの主査は、検討会座長が指名する。本タスクフォースの構成員は、主査が指名する。
（２）主査は、本タスクフォースを招集し、主宰する。
（３）主査は、必要があると認めるときは、主査代理を指名することができる。
（４）主査代理は主査を補佐し、主査不在のときは主査に代わって本タスクフォースを招集する。
（５）主査は、必要に応じ、必要と認める者を構成員又はオブザーバとして追加することができる。
（６）主査は、必要に応じ、構成員以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
（７）その他、本タスクフォースの運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

５　議事の取扱い

（１）本タスクフォースの会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。
（２）本タスクフォースの会議で使用した資料及び議事要旨については、原則として

公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。

６　その他

本タスクフォースの庶務は、情報流通行政局放送政策課が行い、必要に応じて関係課と連携して行うものとする。

（別紙）

「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」
構成員名簿

（敬称略・五十音順）

＜構成員＞

（主査）	内山　隆（うちやま　たかし）	青山学院大学総合文化政策学部　教授
	大谷　和子（おおたに　かずこ）	株式会社日本総合研究所　執行役員法務部長
	落合　孝文（おちあい　たかふみ）	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業 プロトタイプ政策研究所所長・シニアパートナー弁護士
	クロサカ　タツヤ	株式会社企　代表取締役
	坂本　有芳（さかもと　ゆか）	鳴門教育大学学校教育研究科　教授
	仙北　由美（せんぼく　ゆみ）	独立行政法人国民生活センター　広報部地方支援課長
	曽我部　真裕（そがべ　まさひろ）	京都大学大学院法学研究科　教授
	長田　三紀（ながた　みき）	情報通信消費者ネットワーク
	松下　東子（まつした　もとこ）	株式会社野村総合研究所　プリンシパル
	三友　仁志（みとも　ひとし）	早稲田大学大学院アジア太平洋研究科　教授

＜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

参考２　開催状況

「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」
開催状況

○第１回（令和５年６月19日（月）15:00～）

(1) 開催要綱の確認等
(2) 放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォースについて
(3) 現状と課題
(4) 大臣挨拶
(5) 日本放送協会説明
(6) 意見交換

○第２回（令和５年６月29日（木）13:00～）

(1) ヒアリング①
・一般社団法人日本民間放送連盟
・東京メトロポリタンテレビジョン株式会社
・株式会社テレビ神奈川
(2) 音教授プレゼンテーション
(3) ヒアリング②
・Netflix 合同会社
(4) 質疑応答・意見交換

○第３回（令和５年７月11日（火）10:00～）

(1) ヒアリング①
・株式会社テレビ大分
・株式会社南日本放送
(2) ヒアリング②
・日本放送協会
(3) これまでの議論の整理
(4) 意見交換

○第４回（令和５年７月25日（火）10:00～）

(1) ヒアリング
・一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟
(2) 論点整理
(3) 意見交換

〇第５回（令和５年８月４日（金）10:00～）

(1) ヒアリング

・一般社団法人全国地域映像団体協議会

・株式会社 TVer

・株式会社日本国際放送

・一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構

(2) 論点整理

(3) 意見交換

〇第６回（令和５年８月25日（金）13:00～）

(1) 取りまとめ案

(2) 意見交換

参考３　タスクフォースにおける各検討項目に係る参考資料

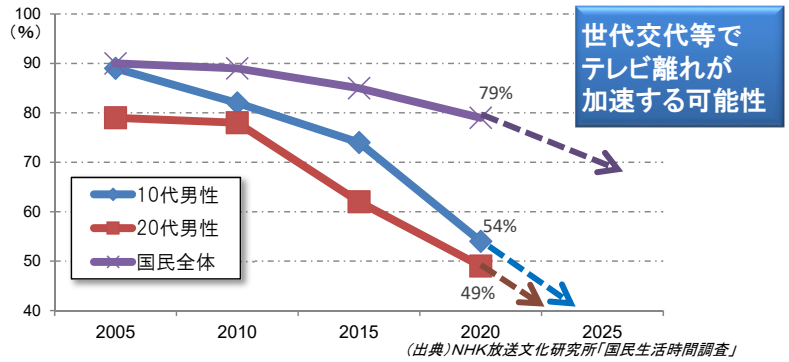
０．背景
１．地上放送の放送ネットワークインフラの効率化
２．衛星放送における番組制作
３．放送コンテンツのインターネット配信の推進
４．衛星放送の放送ネットワークインフラの効率化
５．国際発信の強化

0. 背景

放送を巡る社会環境の変化

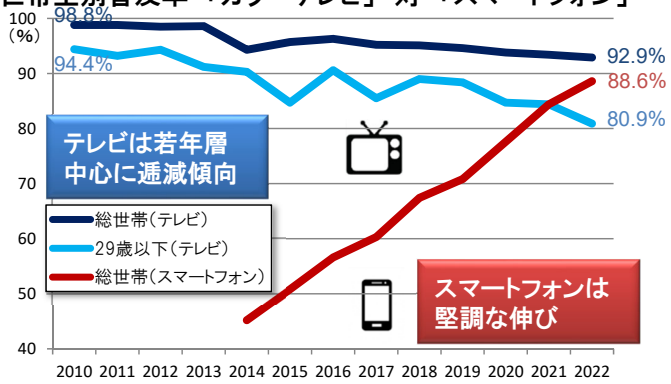
若者を中心としたテレビ離れ

■1日15分以上テレビを見る率 （「行為者率」:平日平均）



（出典）NHK放送文化研究所「国民生活時間調査」

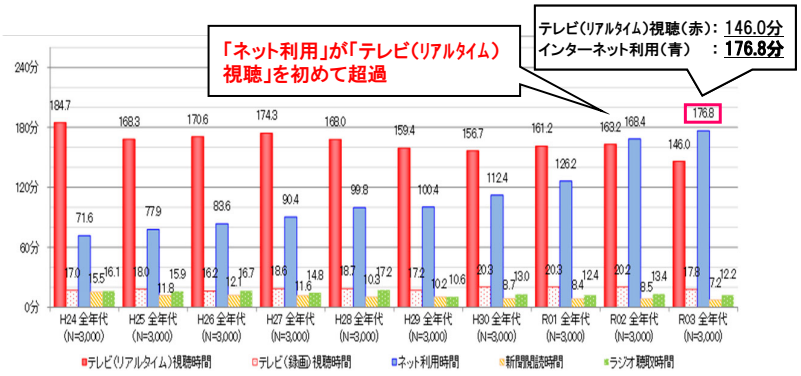
■世帯主別普及率 「カラーテレビ」 対 「スマートフォン」



（出典）内閣府「消費動向調査」

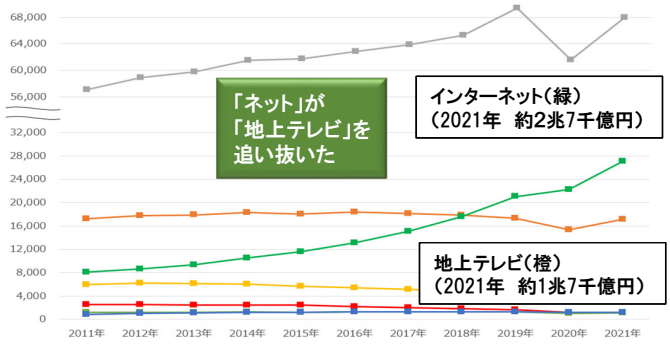
インターネット利用の進展

■主なメディアの平均利用時間（全年代・平日）



（出典）総務省「令和3年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

■日本の広告市場 「テレビ」 対 「インターネット」



（出典）電通「2021年日本の広告費」

「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」取りまとめ（令和４年８月５日公表）の概要

（座長：　三友仁志・早稲田大学大学院アジア太平洋研究科教授）

放送を取り巻く大きな環境変化

- ブロードバンドの普及、動画配信サービスの伸長
- 「テレビ離れ」、情報空間の放送以外への拡大
- 人口減少の加速

×

デジタル時代における放送の意義・役割

- 災害情報や地域情報等の「社会の基本情報」の共有
- 取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信
- 情報空間におけるインフォメーション・ヘルスの確保

2030年頃の「放送の将来像」

設備コストの負担軽減
ブロードバンド基盤やデジタル技術を積極的に活用

放送の価値のインターネット空間への浸透

① 放送ネットワークインフラ

○小規模中継局等の「共同利用型モデル」
　⇒ **柔軟な参入制度、NHKによるコスト負担等**
○小規模中継局等のブロードバンド等による代替
　⇒ **実証事業**
○マスター設備の効率化（IP化、クラウド化等）
　⇒ **安全・信頼性の要求条件**

② 放送コンテンツのインターネット配信

○インターネット空間への放送コンテンツの価値の浸透
○放送同時配信等サービスの後押し
　⇒ **継続検討**
○NHKのインターネット活用業務の見直し
　⇒ **NHKによる社会実証も踏まえ、継続検討**

③ 経営基盤の強化

○安定的な経営環境の実現　⇒ **マスメディア集中排除原則の見直し**
○コンテンツ制作への注力　⇒ **複数地域での放送番組の同一化**

法律改正事項

柔軟な制度見直しにより、経営の選択肢を拡大

放送法及び電波法の一部を改正する法律（令和５年法律第４０号）（令和５年６月２日公布）の概要

現状と課題

1. 中継局の共同利用について

○　現状、全ての地上テレビ局が、ソフト（放送番組の制作・送出）とともに、**ハード（親局・中継局）を自ら構築し、保有・運用・維持管理。**

○　中継局の更新を控え、費用対効果の低い中継局の全てを個社で保有し続けることは限界。

2. 放送設備の外部利用への対応について

○　現状では、マスター設備（番組送出設備）や中継局などの放送設備の多くを、地上テレビ局が自ら設置。

○　今後、クラウド化など**外部利用が進んでいくことが予想**される。（特にマスター設備などの更新は大きな負担）

3. 放送番組の同一化について

○　**現行放送法では、放送対象地域ごとに放送番組が異なるものとされており**、現在の地上テレビ局は、同一化は認められていない。

○　将来的に更なる固定的費用の抑制が求められるなか、個々の地上テレビ局単独での対応には限界。

○　**今後の経営形態の合理化に資するよう、放送番組の同一化が必要。**

改正の概要

1. 中継局の共同利用について

○　将来的な経営形態の合理化も見据え、現在の地上テレビ局が、中継局の保有・運用・維持管理を担う**ハード事業者（共同利用会社）の利用**を可能とする。（NHKと民放の連携も想定）

○　ＮＨＫが、自らの設備だけでなく、子会社であるハード会社の設備を用いることを可能とする。

2. 放送設備の外部利用への対応について

○　**外部利用の際の監督規定の新設**を行う。

○　具体的には、外部利用を含む業務管理体制の適合維持義務を課し、その履行を担保する制度とする。

3. 放送番組の同一化について

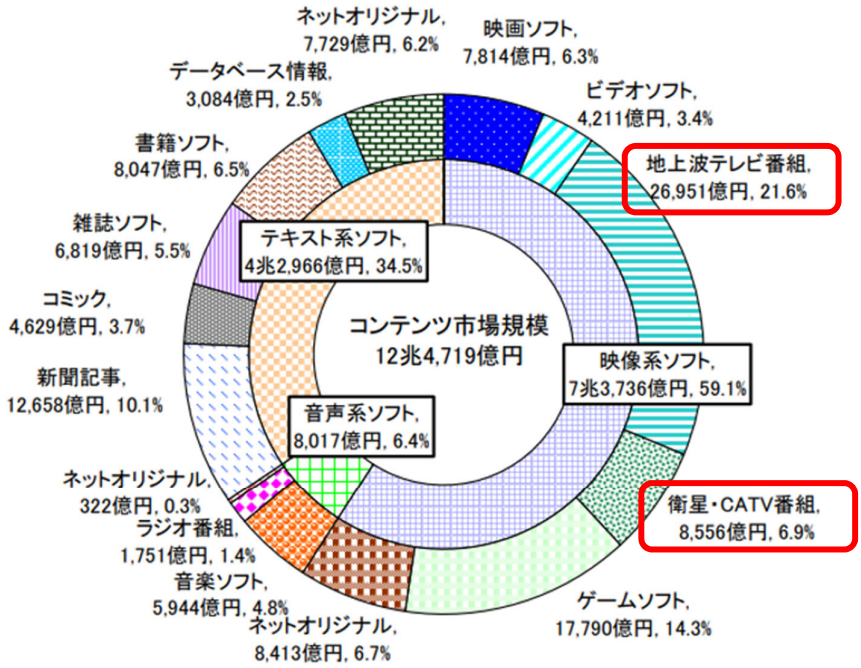
○　放送対象地域自体は変更せず、希望する地上テレビ局が、総務大臣の認定を受けることにより、複数の放送対象地域において**放送番組を同一化できる制度**を創設する。（例えば、同系列の隣県で同一化）

○　認定の要件として、同一化が可能な放送対象地域の数の上限や、**地域情報発信を確保するための仕組み**を講じることを求める。

※　公布の日から起算して１年を超えない範囲内において政令で定める日から施行予定。（一部の規定（準備行為）は公布日施行）

我が国のコンテンツ市場規模

○　2021年（令和3年）における我が国のコンテンツ産業の市場規模12兆4,719億円のうち、地上テレビ番組の規模は2兆6,951億円（21.6%）、衛星・CATV番組の規模は8,556億円（6.9%）となっている。



出典：「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査（令和5年度6月）」（総務省情報通信政策研究所）

１．地上放送の放送ネットワークインフラの効率化

放送ネットワークインフラに係るこれまでの経緯

令和４年６月　放送法改正
→　NHKによる民放への協力の努力義務について規定を追加

令和４年８月　デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ
→「複数の地上基幹放送事業者の放送ネットワークインフラをまとめて保有・運用・維持管理する「共同利用型モデル」が経営の選択肢となり得る」と提言

令和５年１月　NHK経営計画（2021~2023年度）の修正
→　民間放送事業者との放送ネットワークの効率的運用、改正放送法の協力努力義務等として、総額600億円を支出

令和５年６月　放送法等の改正
→　中継局の共同利用を可能とするための規定を整備

基幹放送の受信に係る事業者の責務（いわゆる「あまねく受信」）

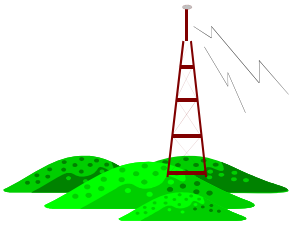
- ＮＨＫは、中波放送と超短波放送のいずれか及びテレビジョン放送が、全国において受信できるように措置することが義務付けられている。
- 地上系基幹放送事業者は、その放送対象地域内で、放送があまねく受信できるように努めることとされている。

○放送法（昭和25年法律第132号）

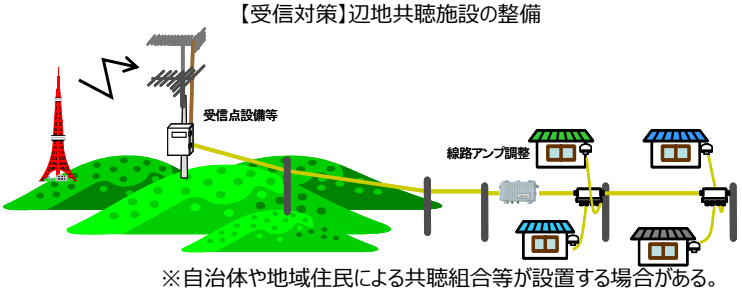
（義務）
第二十条　（略）
２～４　（略）
５　協会は、中波放送と超短波放送とのいずれか及びテレビジョン放送がそれぞれあまねく全国において受信できるように措置をしなければならない。
６～19　（略）

（基幹放送の受信に係る事業者の責務）
第九十二条　特定地上基幹放送事業者及び基幹放送局提供事業者（電波法の規定により衛星基幹放送の業務に用いられる基幹放送局の免許を受けた者を除く。）は、その基幹放送局を用いて行われる基幹放送に係る放送対象地域において、当該基幹放送があまねく受信できるように努めるものとする。

【送信対策】中継局の整備

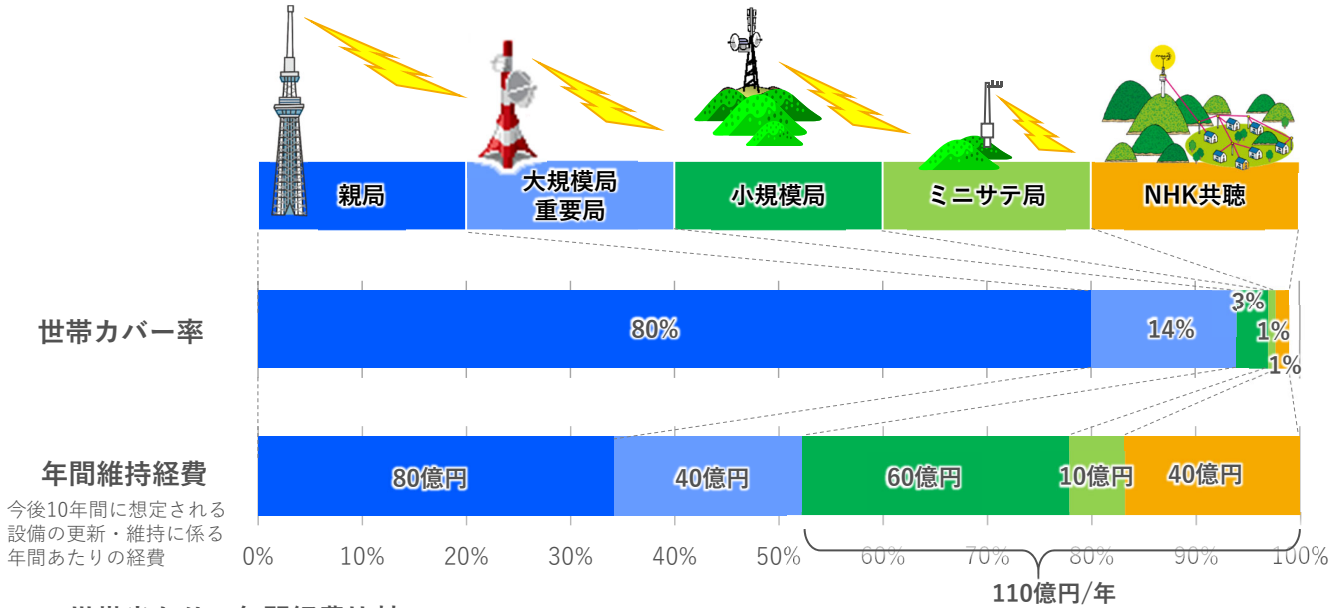


【受信対策】辺地共聴施設の整備

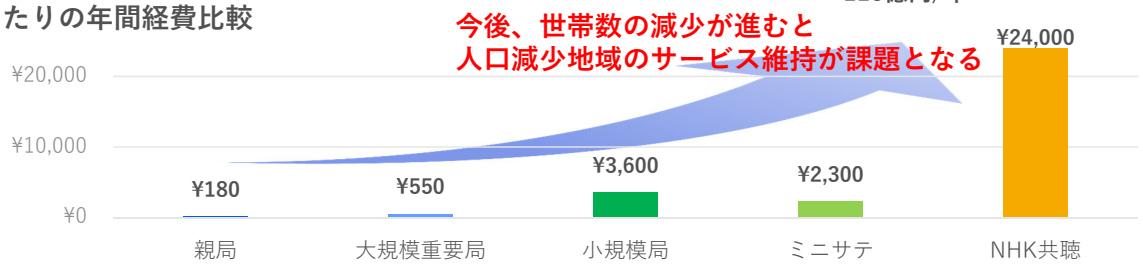


※自治体や地域住民による共聴組合等が設置する場合がある。

地上テレビジョン放送の送信にかかる経費（NHK）



世帯当たりの年間経費比較



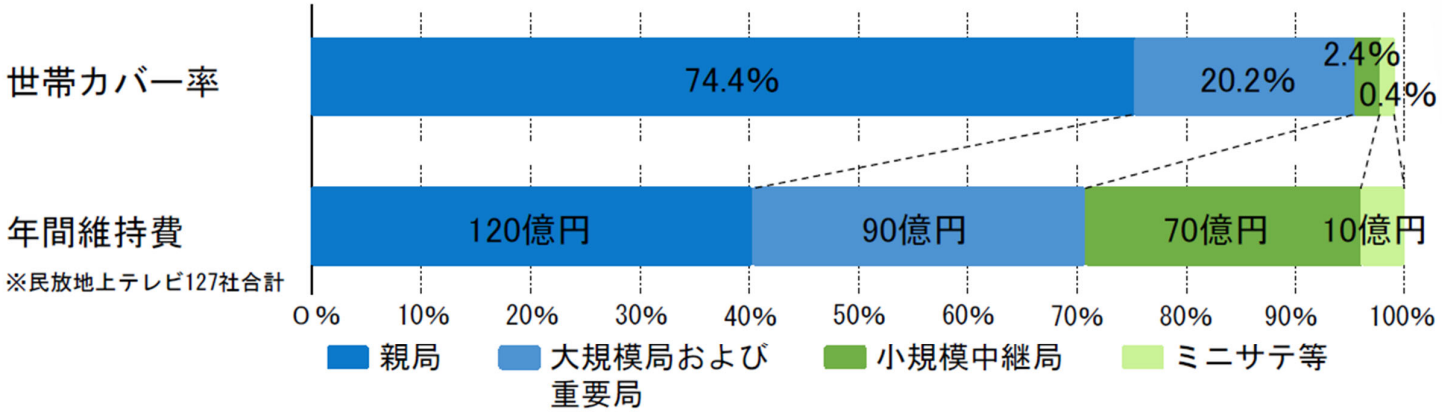
NHK受信料　地上契約月額1,225円（年14,700円）※口座・クレジット２か月払

【出典】「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」第２回会合（令和３年12月６日）　資料２－４（日本放送協会提出資料）　スライド48

民放の地デジ送信維持費

2. 世帯カバー率と年間維持費

- 全国の民放127社の地デジ送信所を、親局／大規模局および重要局／小規模中継局／ミニサテ等に4区分し、それぞれの世帯カバー率と年間維持費を集計した。
- 「ミニサテ等」と「小規模中継局」は、世帯カバー率が極めて小さい（合わせて3%弱）にもかかわらず、年間維持費の負担が大きい（同約80億円/年）ことが、あらためて浮き彫りになった。



※ 民放の地デジ送信所について調査しており、共聴等は含まない。
※ 関東・中京・近畿広域の親局カバー率は広域親局を参照した。このため「親局」のカバー率はNHKと若干の差異があるが、「大規模局および重要局」を加えると94.6%となり、ほぼ一致している。

【出典】「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」第８回会合（令和４年４月15日） 参考資料３（一般社団法人日本民間放送連盟提出資料） スライド２

日本放送協会経営計画（2021～2023年度）

視聴者のみなさまへの"還元"について

構造改革による支出削減に加えて、経営努力によって生み出した財政安定のための繰越金をもとに、下記のとおり受信料の値下げや視聴者のみなさまの将来負担の軽減につながる先行支出などを行います。

■受信料の値下げについて

➢ 現経営計画期間中の 2023 年度を含む、中長期の収支見通しを踏まえ、受信料の値下げ等（受信料体系の見直し）を実施します。

● 還元（値下げ等）の方法　※いずれも、2023 年 10 月から実施します。

✓ 地上契約および衛星契約を以下のように値下げします。

（支払方法の多様化を踏まえた、継続振込等払いと口座・クレジット払いの料額の一本化を含みます）

種別	支払方法	月額（値下げ後）	月額（値下げ前）
地上契約	口座・クレジット	**1,100 円**	1,225 円
	継続振込等		1,275 円
衛星契約	口座・クレジット	**1,950 円**	2,170 円
	継続振込等		2,220 円

✓ 学生への免除を拡大します。

● 還元（値下げ等）の規模

✓ 値下げに際して充当する還元の原資…総額 1,500 億円を想定

※なお、受信料体系の見直しは、日本放送協会放送受信規約、日本放送協会放送受信料免除基準の総務大臣認可、および各年度における予算の国会承認など、所要の手続きを経て決定され実施します。

■視聴者のみなさまの将来負担の軽減につながる先行支出等について

➢ ネットワークコスト削減等、視聴者の将来負担の軽減につながる先行支出（「3.あまねく伝える」関連）*

✓ 民間放送事業者との放送ネットワークの効率的運用、ソフトウェア化対応研究等、改正放送法の協力努力義務に係る支出…総額 600 億円（2023 年度は調査費等を計上）

➢ 日本のコンテンツ産業全体の視点から、公共的コンテンツの創造・展開の強化に係る支出*

（「1.安全・安心を支える」関連）…総額 100 億円（2023 年度は調査費等を計上）

➢ 災害時等の持続可能性を担保する、財政安定のための繰越金 …少なくとも 500 億円程度必要

*改正法放送法（第 73 条の 2 の 5 項）にもとづき、次期中期経営計画期間において「支出の予想額」に充当される想定です。
なお、これらの区分については、別途定められる総務省令により、改められることがあります。

【出典】【修正部分】日本放送協会経営計画（2021～2023年度）※2023年1月修正

デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ（抜粋）

第３章 放送ネットワークインフラの将来像

１．「共同利用型モデル」の検討

（１）総論

③今後の方向性

放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減し、コンテンツ制作に注力できる環境を整備していく観点から、例えば、株式会社放送衛星システム（基幹放送局提供事業者）のような、複数の地上基幹放送事業者の放送ネットワークインフラをまとめて保有・運用・維持管理する「共同利用型モデル」が経営の選択肢となり得る。

（中略）

この「共同利用型モデル」が具体的な選択肢となるよう、総務省も適切に関与しつつ、ＮＨＫ及び民間放送事業者をはじめとした関係者間で具体的な検討・協議を進めていくべきである。

（中略）

また、「共同利用型モデル」の留意点としては、放送設備の安全・信頼性の引き続きの確保、放送ネットワークインフラの保有・運用・維持管理を行う事業者の収益性の確保等が考えられ、これらの留意点についても「共同利用型モデル」の実現に当たっては併せて検討が必要である。

（２）地上基幹放送局

②今後の方向性

地上テレビジョン放送を行う地上基幹放送局について、諸外国の制度及び設備運用の事例も参考に、更なる効率化を図る観点から、中継局の保有・運用・維持管理を担うハード事業者（基幹放送局提供事業者）の設立も経営の選択肢となり得る。その際、ＮＨＫ及び民間放送事業者ともに現在よりもコスト削減が図られることを前提とすべきである。

ハード事業者を設立する時期については、2026年～2028年頃（令和８年～令和10年頃）に想定されるミニサテライト局の更新開始を見据え、更新することとなったミニサテライト局の保有（資産計上）が可能となるタイミングが考えられ、設立形態としては、ＮＨＫ及び民間放送事業者による共同出資等が考えられる。

（中略）

また、ハード事業者の対象エリア（全国単位、地域ブロック単位、各放送対象地域単位）は、ハード事業者の持続可能性、競争性、ガバナンス体制の確保等の観点を考慮して検討すべきと考えられる。なお、地域によっては地方公共団体等が保有する中継局も存在しているところ、これらについても地方公共団体等と調整の上でハード事業者の対象設備となり得ると考えられる。

加えて、ハード事業者のステイクホルダーは多岐に渡ることが想定されるため、透明性の確保やデジタル技術の導入等において、事業運営のためのガバナンスが適切に確保されるべきである。

ハード事業者の設立と並行して、民間放送事業者よりもＮＨＫの中継局が高コストであるとの調査結果も出ていることから、検証・シミュレーションを行ってその要因を分析し、合理的な仕様とすべきである。

なお、設立されたハード事業者においても、安全・信頼性に関する技術基準の遵守や災害発生時のオペレーションの確保は引き続き適切に行っていくべきである。

全国地上デジタル放送推進協議会について

※平成27年6月に解散

（１）目的

地上放送のデジタル化を円滑に推進するため、一般放送事業者、日本放送協会、総務省及び各地域の地上デジタル放送推進協議会（以下「地域協議会」という。）の間で検討を行うことを目的とする。

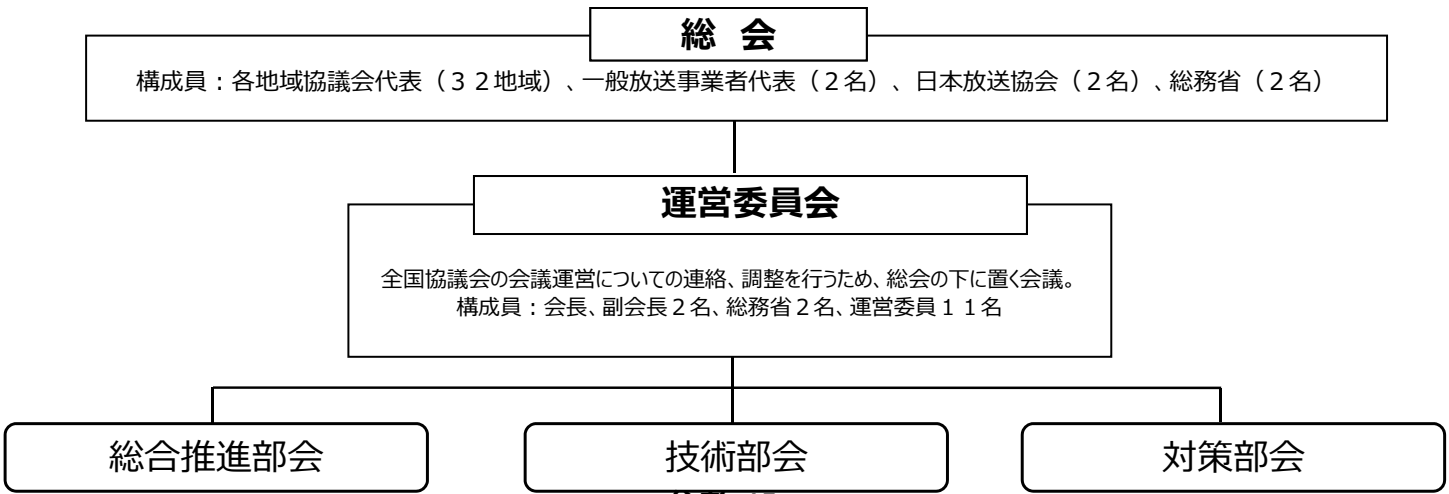
（２）主な検討事項

① アナログ周波数変更対策の円滑な実施に関する事項

② デジタル放送の送受信の技術に関する事項

③ デジタル放送の普及推進に関する事項

（３）基本構成



2．衛星放送における番組制作

BSプレミアムにおける外部制作に係る要件

概要

✓ **2006年の「通信・放送の在り方に関する懇談会」において、以下が提言された。**

① 日本のソフトパワーの強化を実現するため、放送事業者は、番組の外部調達や取引の在り方を見直し、外部調達の増大に努めることが期待される。

② 特に、公共放送であるＮＨＫは、番組制作の一定割合以上をＮＨＫの子会社以外の外部から調達すべきである。

✓ **これを受け、基幹放送普及計画において、BSプレミアムについては、外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用することが求められている。**

基幹放送普及計画（告示）抜粋

イ 衛星基幹放送

C　A(A)の放送については、その周波数(右旋円偏波の電波に係るものに限る。)の1の範囲内において、次の(A)及び(B)に掲げる各1系統の放送を行うこと。

（Ａ） 衛星基幹放送の広域性、経済性、大容量性及び高品質性を生かした情報の提供を行う総合放送　←BS１

（Ｂ） **外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用**し、過去の優れた文化の保存並びに新たな文化の育成及び普及を促進することを目的とする総合放送　←BSプレミアム

D　（略）

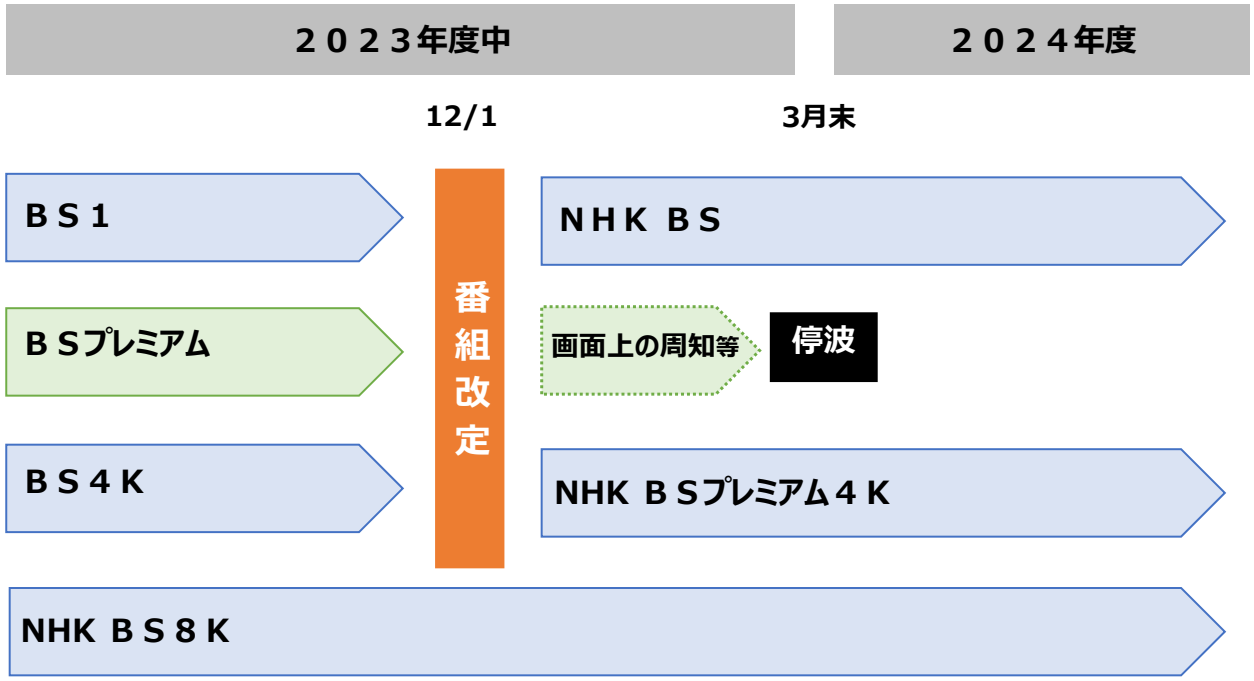
E　C(B)の放送については、次の(A)及び(B)に掲げる事項に取り組むものとする。

（Ａ） 各年度の総放送時間のうち、**協会が外部制作事業者**(国内において放送番組の制作の事業を行う者(協会の子会社及び関連会社を除く。)をいう。以下同じ。)**に制作を委託した放送番組**(協会の子会社及び関連会社を介して制作を委託したものを含む。)**及び協会と外部制作事業者が共同で制作した放送番組の放送時間が占める割合が百分の十六以上となるよう努めること。**

（Ｂ） 各年度の総放送時間のうち、**協会が企画競争等に付して他に制作を委託した放送番組及びそれ以外の外部制作事業者が制作に参加した放送番組の放送時間が占める割合が百分の五十以上となるよう努めること。**

ＮＨＫ衛星波の１波削減について

- ＮＨＫは、昨年10月、中期経営計画（2021-2023年度）の変更案において、衛星波のうち、右旋の３波（BS1・BSプレミアム・BS4K）の見直しを行い、**2024年3月末に、ＢＳプレミアムを削減**することを公表。
- **2024年度以降、BSプレミアムの番組の一部を他のチャンネルに移すなど編成上の工夫に努め、「ＮＨＫ ＢＳ」と「ＮＨＫ ＢＳプレミアム４Ｋ」が**、２Ｋと４Ｋそれぞれの特性を生かしたコンテンツを柔軟に編成していく番組再編を行うとしている。



今後のNHKにおける衛星波の削減方針

［NHK中期経営計画（2021-2023年度）抜粋］（2021年１月公表）

放送波の整理・削減にあたっては、現在提供しているコンテンツに対するニーズを踏まえ、視聴者のみなさまの利便性を損なわないことに留意しながら進めます。

衛星波は２Ｋのうち１波を削減、将来的に右旋は１波化を視野に検討

○ 衛星波のうち、右旋の３波（BS1・BSP・BS4K）の見直しを行い、**2023年度中に２Ｋのうち１波を削減**します。削減にあたっては、番組の一部を他の放送波に移すなど編成上の工夫に努めます。さらに、将来的には４Ｋの普及状況を見極めて、１波への整理・削減も視野に入れて検討を進めます。

○ BS８Ｋについては、効率的な番組制作や設備投資の抑制を徹底し、東京オリンピック・パラリンピック後に、あり方に関する検討を進めます。

［変更後のNHK中期経営計画（2021-2023年度）抜粋］（2023年１月変更）

➢ **2024年３月末に衛星波は２Ｋのうち１波を削減**します。

衛星波を「新BS４Ｋ（仮称）」と「新BS２Ｋ（仮称）」の２波とし、２Ｋ・４Ｋそれぞれの特性を生かしたコンテンツを柔軟に編成し、地上波では味わえない新たな価値を創造します。

- ✓ 新BS４Ｋ（仮称）は、世界に通用する多彩なコンテンツ／高精細クオリティを提供します。
- ✓ 新BS２Ｋ（仮称）は、衛星放送の魅力を凝縮し、ライブ感を重視した機動的な編成を行います。

BSプレミアムの外部制作比率

外部制作事業者の活用に関する努力目標の設定

目標①：１６%以上

各年度の総放送時間のうち、以下に該当する放送番組の放送時間

- ＮＨＫが外部制作事業者（国内の番組制作事業者（ＮＨＫ子会社及び関連会社を除く。））に**制作を委託**した放送番組
- ＮＨＫが子会社及び関連会社を介して外部制作事業者に**制作を委託**した放送番組
- ＮＨＫと外部制作事業者が**共同で制作した**放送番組

目標②：５０%以上

各年度の総放送時間のうち、以下に該当する放送番組の放送時間

- ＮＨＫが**企画競争等に付して**他に制作を委託した放送番組（競争の結果、ＮＨＫ子会社及び関連会社が落札等した場合を含む。）
- 外部制作事業者が**制作に参加**した放送番組
- 目標①の放送番組

目標値に算入されない番組（例）

- ＮＨＫの内部制作番組
- ＮＨＫ子会社等に制作を委託した番組（企画競争による場合を除く）
- ＮＨＫと子会社等が共同で制作した番組（企画競争による場合を除く）
- 海外からの購入番組
- 国際共同制作番組

ＢＳプレミアムの外部制作比率の推移

（出典）各年度の日本放送協会業務報告書

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
（目標①）外部制作事業者への委託等により制作した番組の割合	19.9%	15.5%	15.7%	16.3%	17.3%	17.5%	20.3%	18.8%	21.8%	20.3%	19.9%
（目標②）企画競争等を通じ制作委託したり外部制作事業者が制作参加したりした番組	35.0%	35.6%	36.3%	37.7%	40.0%	41.7%	42.2%	43.7%	44.9%	44.5%	46.8%

３．放送コンテンツのインターネット配信の推進

NHKが実施している主なインターネット配信サービスの概要

- ＮＨＫは、2008年12月から、見逃し・オンデマンド配信サービス「ＮＨＫオンデマンド」を開始。
- 2020年4月からは、常時同時配信・１週間の見逃し配信サービス「ＮＨＫプラス」を開始。

インターネット活用業務（2号受信料財源業務）

2022年度予算　190.1億円（国内：159.3億円、国際：30.8億円）
2023年度予算　197.5億円（国内：167.0億円、国際：30.4億円）

ＮＨＫプラス

・**地上波（総合・教育）**の放送番組の同時配信及び見逃し番組配信（原則１週間）サービス。
※同時配信については、原則すべて。
（総合テレビは24時間、Eテレは19時間）
・**無料**だが、受信契約を確認できない者には、同時配信の画面上に受信契約確認メッセージを表示し、見逃し番組配信は利用不可。
・**登録完了者数**は**約３７３万件**（2023年３月末時点）
・訪問ユーザ数（UB数※）は週平均約１５２万。
※一定期間内にサイトを訪問した重複のないユーザー数。



（ＮＨＫプラス リーフレットより作成）

ＮＨＫニュース・防災アプリ

・災害情報等のニュースを同時配信（2016年から）
・理解増進情報の配信



ＮＨＫワールドＪＡＰＡＮ

・外国人向け国際放送（テレビ・ラジオ）の同時配信、オンデマンド配信



らじる★らじる

・ラジオ放送（第１、第２、ＦＭ）の同時配信、聴き逃し配信（2011年９月から）

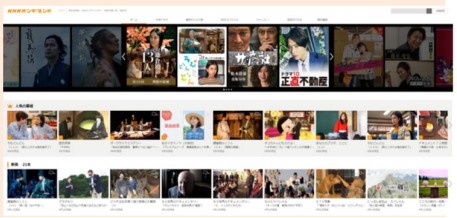


インターネット活用業務（2号有料業務）

2022年度予算　27.5億円（3号有料業務含む）
2023年度予算　31.8億円（3号有料業務含む）

ＮＨＫオンデマンド

・**衛星放送の一部番組も含む放送番組**を、2～3週間程度又は期間を定めずに提供するオンデマンド配信サービス。
・**有料**（月額990円か1本あたり110円～330円）
・**会員登録者数**は**約325万人**（2023年３月末時点）
・**10,000本以上**の番組を提供。



NHKのインターネット活用業務の制度的位置付け

- NHKプラス、NHKオンデマンドなどのインターネット活用業務は、NHKの**「任意業務」**として実施。
- 実施に当たっては、NHKが定める実施基準を総務大臣が認可する仕組みとしており、「必須業務」である放送を補完するものとして、「目的達成に資すること」「過大な費用を要するものでないこと」「受信料制度の趣旨に照らして不適切でないこと」などを要件としている。

ＮＨＫの業務

必須業務
（放送法第20条第１項）
■国内放送　■国際放送　■放送に関する研究開発等

任意業務
（放送法第20条第２項）

■インターネット活用業務

ＮＨＫプラス	ＮＨＫオンデマンド	NHKワールドJAPAN ネットサービス	NHKワールドプレミアム ネットサービス
国内地上波番組の ・放送同時配信 ・見逃し配信 （第2号）	国内地上波・衛星波番組の ・オンデマンド配信 （第2号）	外国人向け国際放送番組の ・放送同時配信 ・オンデマンド配信 （第2号）	・邦人向け国際放送番組の一部の放送同時配信・オンデマンド配信（第2号） ・日本語テレビ番組（邦人向け国際放送番組含む）を外国動画配信事業者への提供を予定（第3号）

■放送番組等の外国放送事業者への提供　■附帯業務（番組の周知広報、テキスト出版、受信相談等）

目的外業務
（放送法第20条第３項）
■施設・設備の提供・賃貸　■番組制作の受託等

インターネット活用業務実施基準（総務大臣認可）

- インターネット活用業務の種類・内容・実施方法
- インターネット活用業務の実施に要する費用に関する事項
- 料金その他の提供条件に関する事項　等

認可要件
- ＮＨＫの目的達成に資すること
- 過大な費用を要するものでないこと
- 受信料制度の趣旨に照らして不適切ではないこと　等

参考-19

インターネット活用業務に関する民間放送事業者への協力努力義務

- 我が国の放送は、ＮＨＫと民間放送の二元体制の下で発展してきたところであり、**NHKがインターネット活用業務を行うに当たっても、民間放送事業者と協力して取り組んでいくことは重要との観点**から、令和元年の放送法改正（令和２年（2020年）１月１日施行）により、NHKに対し、**民間放送事業者によるインターネット番組配信の円滑な実施に必要な協力をする努力義務**が課された。
- NHKには、こうした努力義務を十分に踏まえ、民間放送事業者の求めに応じ、その取組の具体化を図ることが期待されている。

NHKにおける取組実績

① 「Tver」を通じた番組提供（2019年8月～）
② 「radiko」を通じた番組提供（2017年10月～）
③ JOCDN株式会社への出資（2020年2月に0.9億円を出資）
④ NHKプラス等の実施により得られた知見の民間放送事業者との共有

（参考）NHKに期待される取組

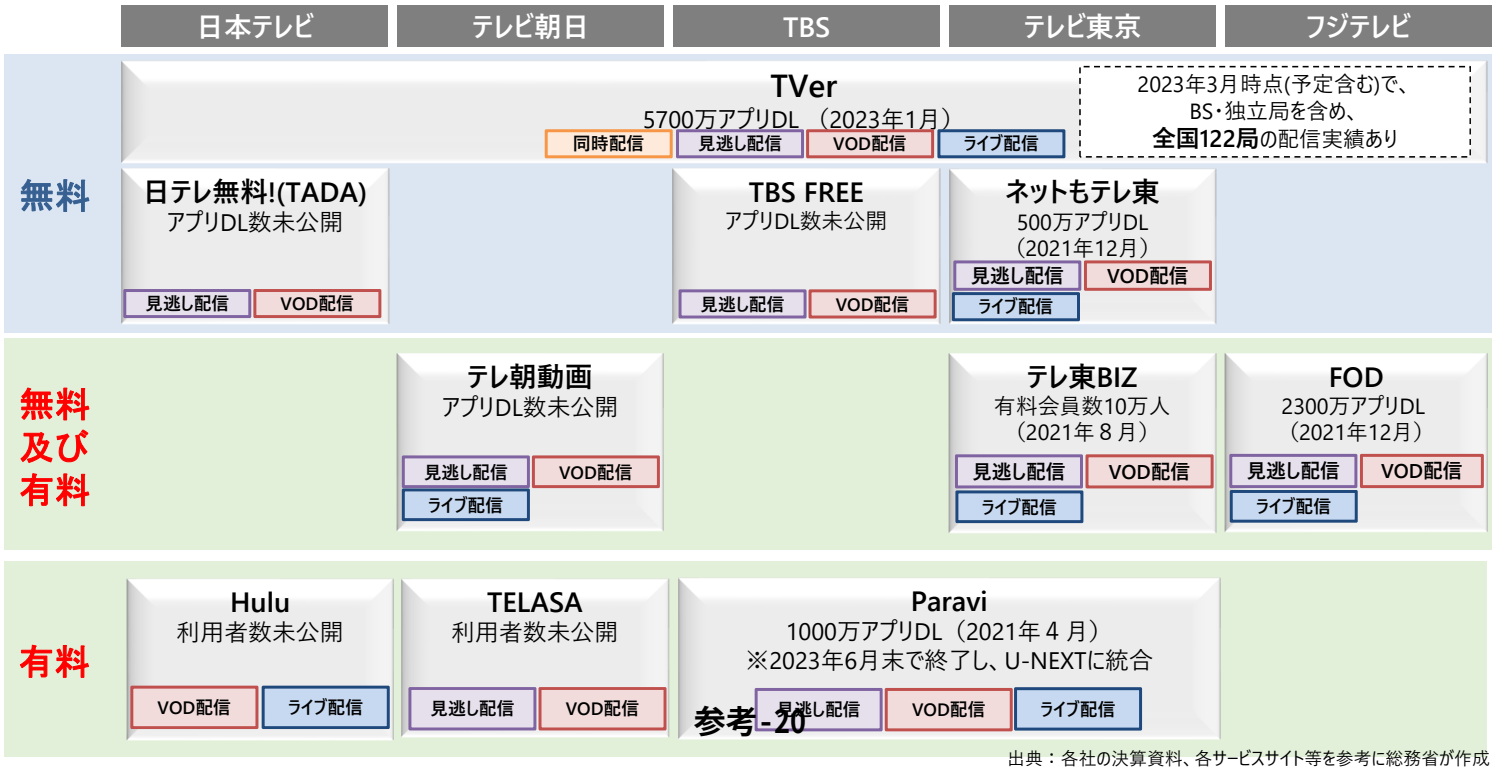
- 共通配信基盤の構築・利用
- 共通ポータルサイトやアプリ等の構築・提供、
- 権利処理や視聴関連情報の適正な利活用等に係る様々な関係者間の調整

（出典）令和元年「放送法の一部を改正する法律」 立案担当者解説（総務省学術雑誌『情報通信政策研究』第3巻第1号）p22

放送法
（業務）
第20条
15　協会は、第二項第二号の業務を行うに当たつては、全国向けの放送番組のほか、地方向けの放送番組を電気通信回線を通じて一般の利用に供するよう努めるとともに、**他の放送事業者が実施する当該業務に相当する業務の円滑な実施に必要な協力をするよう努めなければならない**。

民間放送事業者によるインターネット配信の取組（在京キー局）

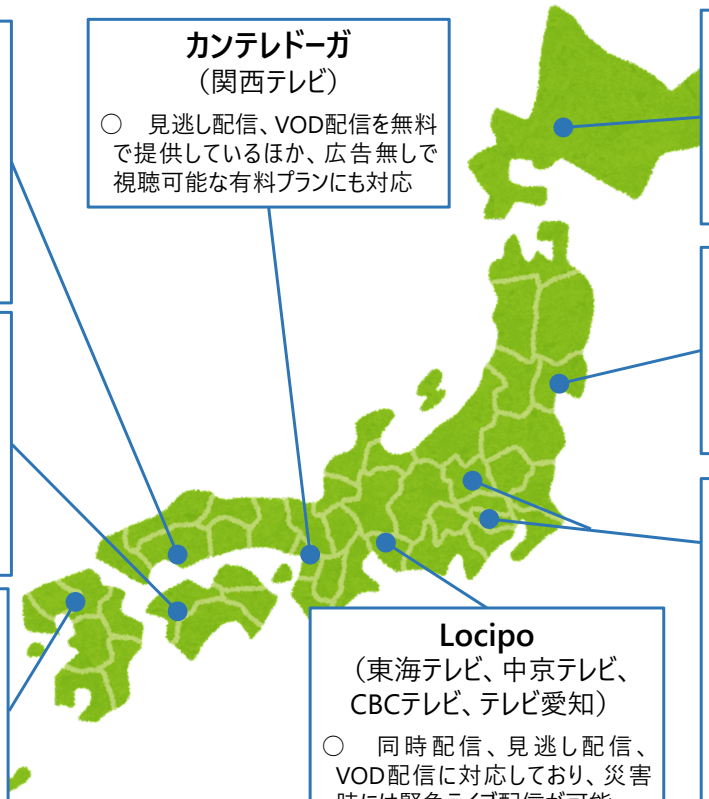
○　民放各社は、民放公式テレビポータル「TVer」をはじめ、無料、有料を問わず、各社が見逃し配信等のサービス提供を行っている状況。
○　2021年10月から、TVerにおいて日本テレビが毎日19時から23時頃までの放送番組の同時配信を開始し、2022年４月から、同サービス、同時間帯において、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビによる同時配信も開始。



出典：各社の決算資料、各サービスサイト等を参考に総務省が作成

民間放送事業者によるインターネット配信の取組（在京キー局以外の例）

○　ローカル局各社においても、民放公式テレビ配信サービス「TVer」に番組提供を行っているほか、自社ウェブサイト・アプリ等で同時配信・見逃し配信等を行っている。



IRAW by RCC
（中国放送）

○　広島のニュース・天気・暮らし・グルメ情報を集約

○　番組連動機能を有する見逃し配信や、放送されない広島のスポーツ等のライブ配信のほか、緊急ニュースの通知や災害時の情報を提供

南海放送アプリ
（南海放送）

○　番組宣伝等の動画を掲載しているほか、将来的には自社制作番組の同時配信も視野

○　アプリ内から公式YouTubeチャンネル等にも簡単にアクセス可能

どこでもアサデス。
（九州朝日放送）

○　「アサデス。KBC」の同時配信に対応しているほか、天気予報、ニュース、ポイントサービス等のサービスをあわせて提供

カンテレドーガ
（関西テレビ）

○　見逃し配信、VOD配信を無料で提供しているほか、広告無しで視聴可能な有料プランにも対応

Locipo
（東海テレビ、中京テレビ、CBCテレビ、テレビ愛知）

○　同時配信、見逃し配信、VOD配信に対応しており、災害時には緊急ライブ配信が可能

hod
（北海道テレビ）

○　見逃し配信のほか、「水曜どうでしょう」などHTB制作のバラエティなど、幅広いジャンルのVOD配信を無料（会員登録要）又は有料で提供

ミヤテレMoTTo
（宮城テレビ）

○　見逃し配信やダイジェスト、学生との共同制作や震災復興に焦点を当てたオリジナルコンテンツ等を無料で配信

エムキャス
（東京MX、群馬テレビ）

○　同時配信、見逃し配信、VOD配信に対応

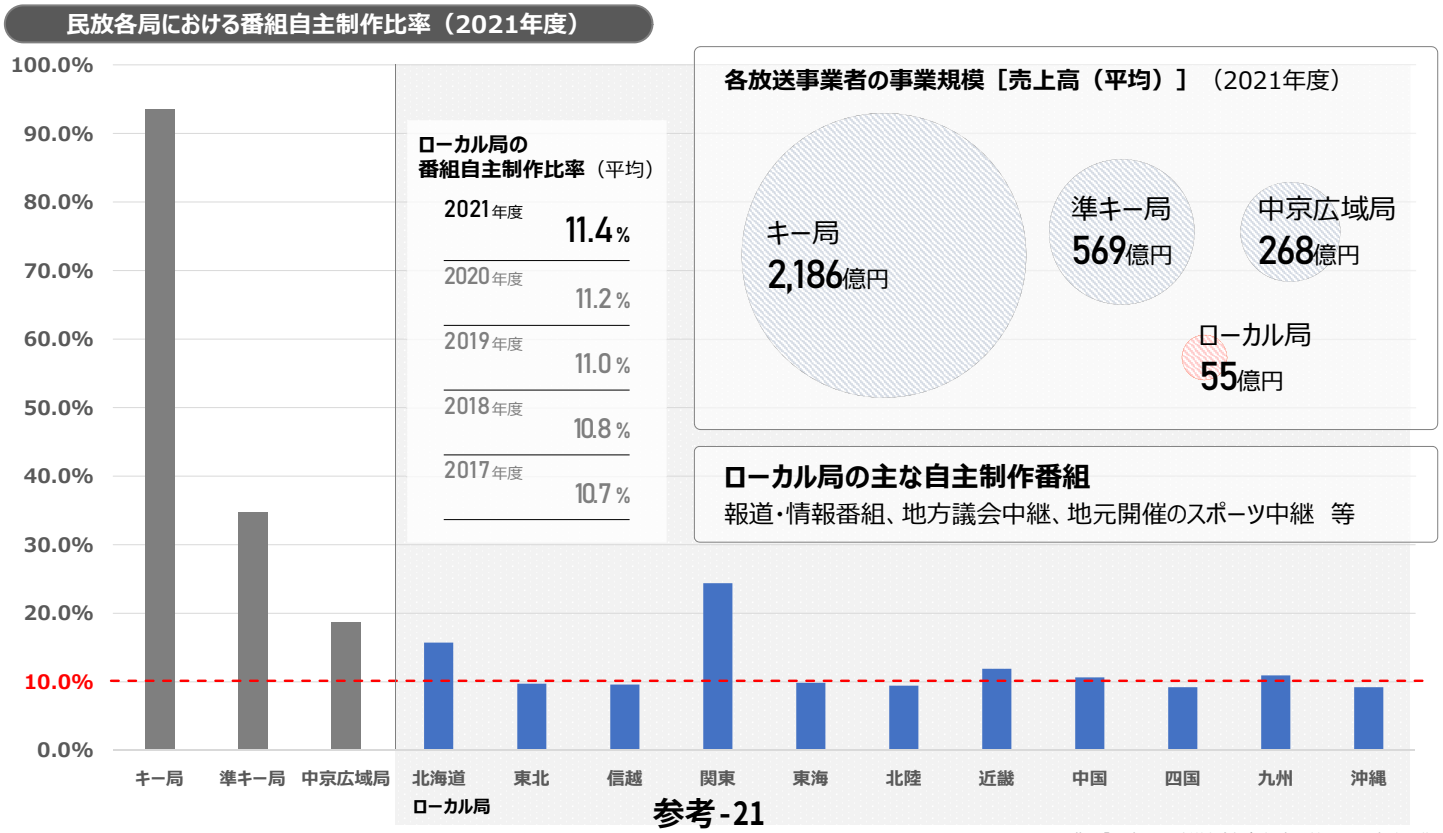
○　一部対応番組では生投票やプレゼント応募など視聴している番組と連動したコンテンツ視聴が可能

○　2022年３月時点で315万アプリDLを記録

出典：各サービスサイト等を参考に総務省が作成

地域における映像コンテンツ制作

○　ローカル局が自主制作するコンテンツは報道・情報番組等が主であり、**番組自主制作比率はおおむね10%程度**。



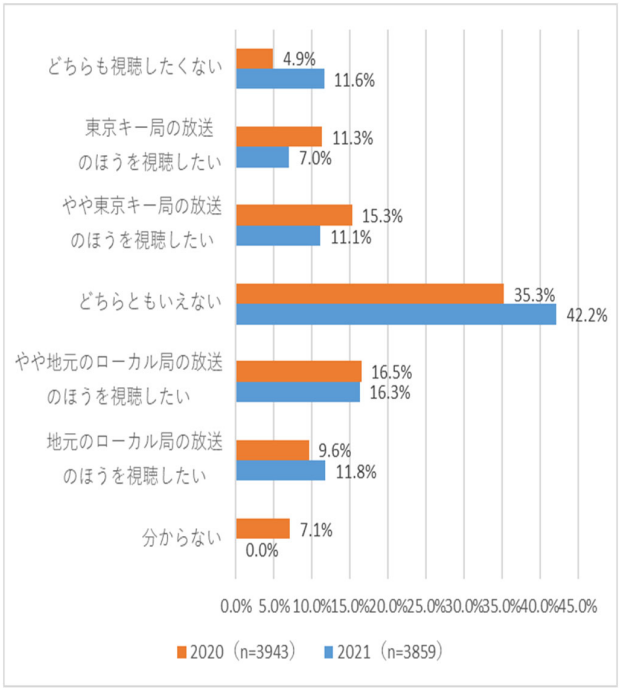
参考-21

出典：「日本民間放送年鑑」各年度版等をもとに事務局作成

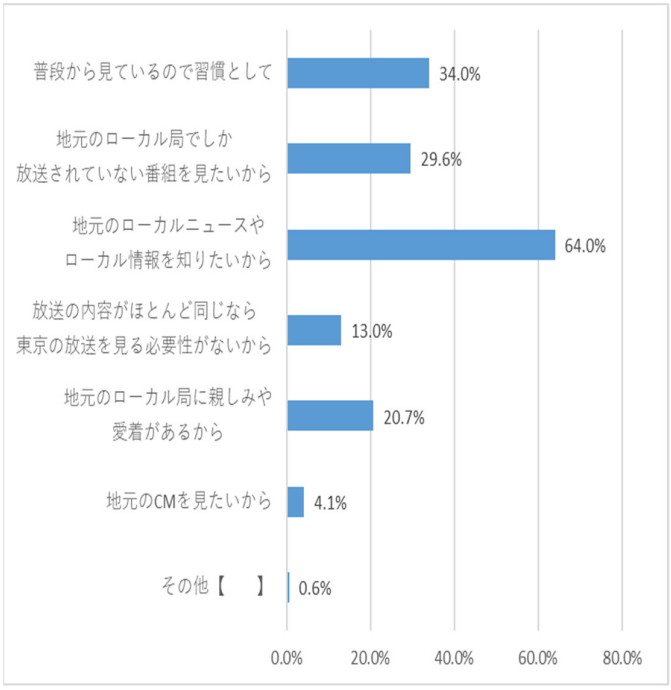
視聴者へのローカル局への期待

○　在京キー局の同時配信等に対する関東以外からの視聴ニーズが相当程度存在している一方、地元ローカル局の同時配信等に対する視聴ニーズも（それと同等以上に）存在している。

在京キー局とローカル局がどちらもエリア制限を掛けずに全国で常時同時配信を実施した場合の利用意向（関東以外の在住者のみ回答）



なぜ（同時配信で）地元ローカル局の放送を視聴したいと思われるのでしょうか。（いくつでも）（n＝1084）



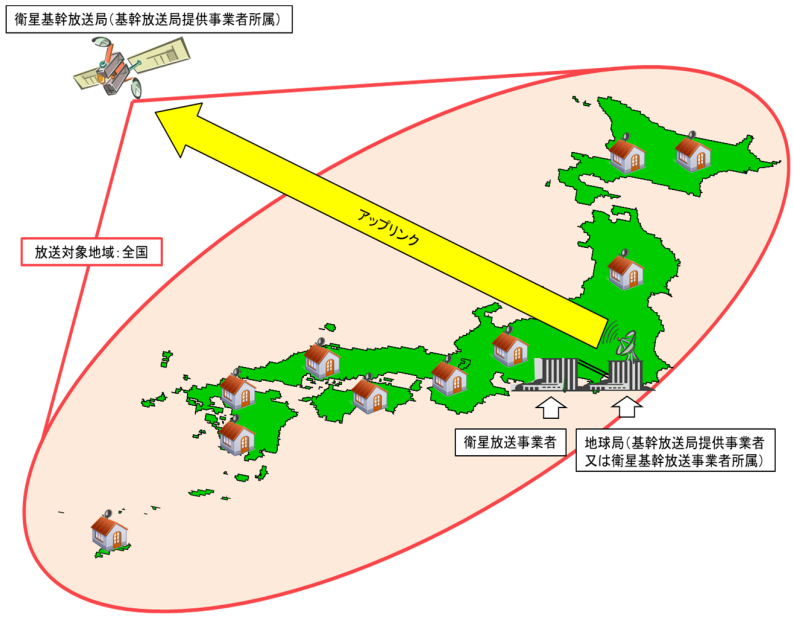
出典：民放onlineローカル局の同時配信へのニーズはキー局以上にある可能性も～同時／見逃し視聴サービスの利用意向に関する調査結果④（https://minpo.online/article/post-70.html）

４．衛星放送の放送ネットワークインフラの効率化

衛星放送のメディアとしての特性

広域性
経済性

一つの送信点から一波で全国をカバーすることにより経済的、効率的に全国放送を実現することが可能であり、離島等における難視聴解消にも適していること。



大容量性
高品質性

広帯域の伝送路を設定し、数多くの高画質番組を同時に提供することが可能であり、かつ、視聴者の数がどれほど増えても、それによって品質の劣化が生じないこと。

地上放送のチャンネル数（民放テレビジョン放送）	都道府県の数	うち衛星放送の普及率(注)が全国平均を上回っている都道府県の数
５波以上の都道府県	２０	５
３波以下の都道府県	１４	９

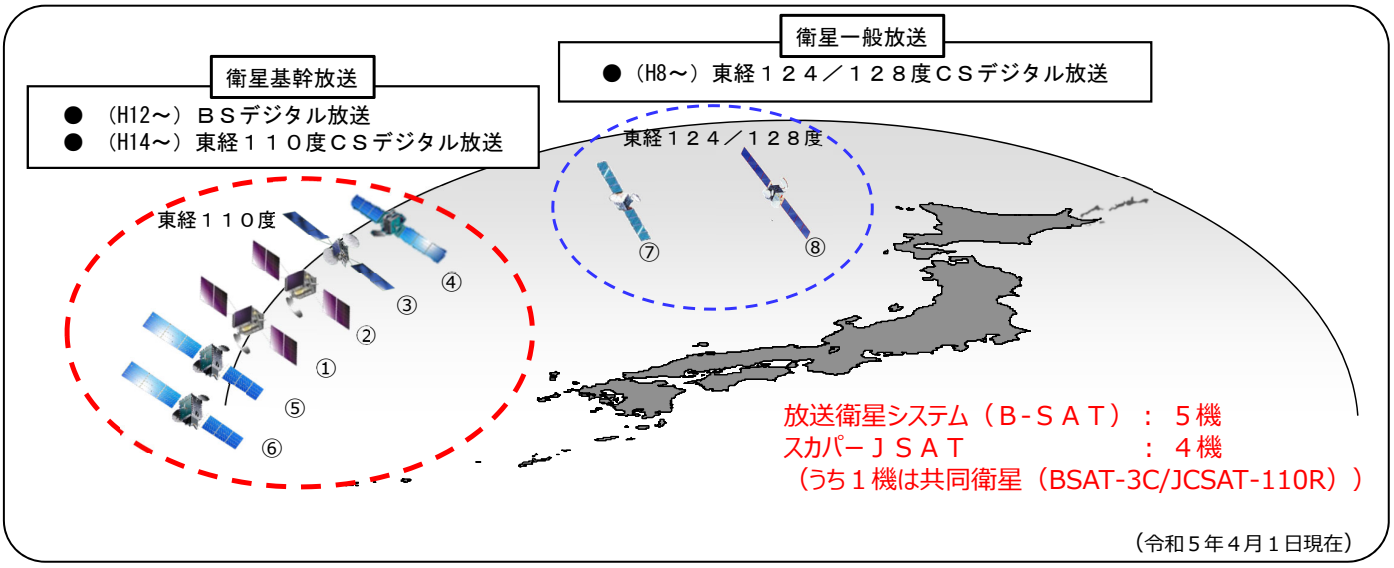
（注）ＮＨＫの受信契約に占める衛星契約の比率（令和４年３月末現在）

衛星放送の現況について

衛星放送		
衛星基幹放送		衛星一般放送
ＢＳ放送 ＢＳ：Broadcasting Satellite	東経110度ＣＳ放送 ＣＳ：Communication Satellite	東経124/128度ＣＳ放送
【ハード事業者】 ㈱放送衛星システム（Ｂ－ＳＡＴ） 【ソフト事業者】 衛星基幹放送事業者：23者	【ハード事業者】 スカパーＪＳＡＴ㈱ 【ソフト事業者】 衛星基幹放送事業者：20者	【ハード事業者】 スカパーＪＳＡＴ㈱ 【ソフト事業者】 衛星一般放送事業者：２者
＜番組数＞ （右旋）４Ｋ：６番組　ＨＤ：29番組 （左旋）８Ｋ：１番組　４Ｋ：３番組	＜番組数＞ （右旋）ＨＤ：42番組　ＳＤ：12番組 （左旋）４Ｋ：８番組	＜番組数＞ ４Ｋ：1番組　ＨＤ：136番組　等
＜普及状況＞ ＮＨＫ-ＢＳ契約件数：2269.8万件 ＷＯＷＯＷ加入者数　：　254.9万件	＜普及状況＞ スカパー！サービス 加入者数：211.3万件	＜普及状況＞ スカパー！プレミアムサービス 加入者数：69.2万件

（注１）衛星一般放送には、東経124/128度ＣＳ放送のほかに東経144度ＣＳ放送及び東経154度ＣＳ放送もあり。
（注２）ＢＳ放送及び東経110度ＣＳ放送のソフト事業者には兼営２者を含む。
（注３）番組数は令和５年６月１日時点。
（注４）普及状況の加入者数は令和５年５月末時点。ＮＨＫ-ＢＳの契約件数は令和５年４月末時点。

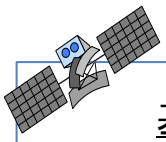
衛星放送に用いられている主な人工衛星



運用中の主な衛星

	衛星名	軌道位置	国際周波数割当上の位置づけ	放送種別	運用開始	管理会社
①	BSAT-3a	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	平成19年10月	㈱放送衛星システム
②	BSAT-3b	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	平成23年７月	㈱放送衛星システム
③	BSAT-3c /JCSAT-110R	東経110度	放送衛星業務 固定衛星業務（宇宙から地球）	衛星基幹放送	平成23年９月	㈱放送衛星システム スカパーJSAT㈱
④	JCSAT-110A	東経110度	固定衛星業務（宇宙から地球）	衛星基幹放送	平成29年４月	スカパーJSAT㈱
⑤	BSAT-4a	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	平成30年12月	㈱放送衛星システム
⑥	BSAT-4b	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	令和２年９月	㈱放送衛星システム
⑦	JCSAT-4B	東経124度	固定衛星業務（宇宙から地球）	衛星一般放送	平成24年８月	スカパーJSAT㈱
⑧	JCSAT-3A	東経128度	固定衛星業務（宇宙から地球）	衛星一般放送	平成19年３月	スカパーJSAT㈱

衛星基幹放送における衛星放送事業者の免許・認定



【ハード】

基幹放送局提供事業者

（放送局の管理・運用主体）

《ＢＳ放送》 株式会社放送衛星システム（B-ＳＡＴ）
《ＣＳ放送》 スカパーＪＳＡＴ株式会社

電波法に基づく

『 免 許 』

（免許期間５年、再免許あり）

【免許要件】
- 経理的基礎、技術的能力
- 技術基準適合性
- 外国性の排除　　等

- 衛星基幹放送事業者への役務提供義務
- 役務の料金その他の提供条件の届出

【ソフト】



衛星基幹放送事業者

（放送番組の編集主体）

《ＢＳ放送》 ２３者
《ＣＳ放送》 ２０者（東経110度ＣＳ放送）

放送法に基づく

『 認 定 』

（認定期間５年、認定更新あり）

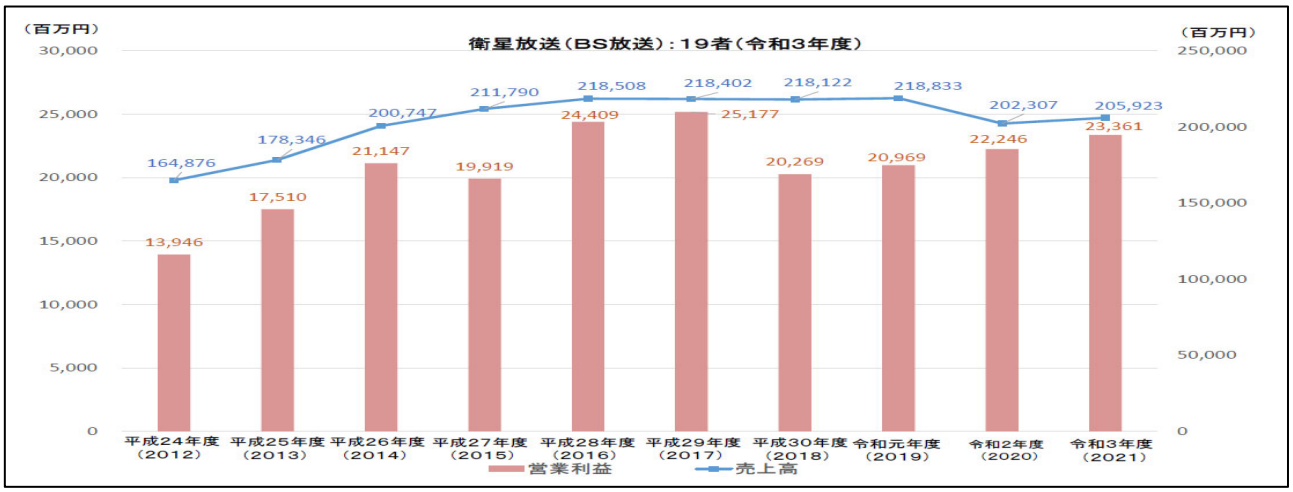
【認定要件】
- 経理的基礎、技術的能力
- マスメディア集中排除原則への適合
- 外国性の排除　　等

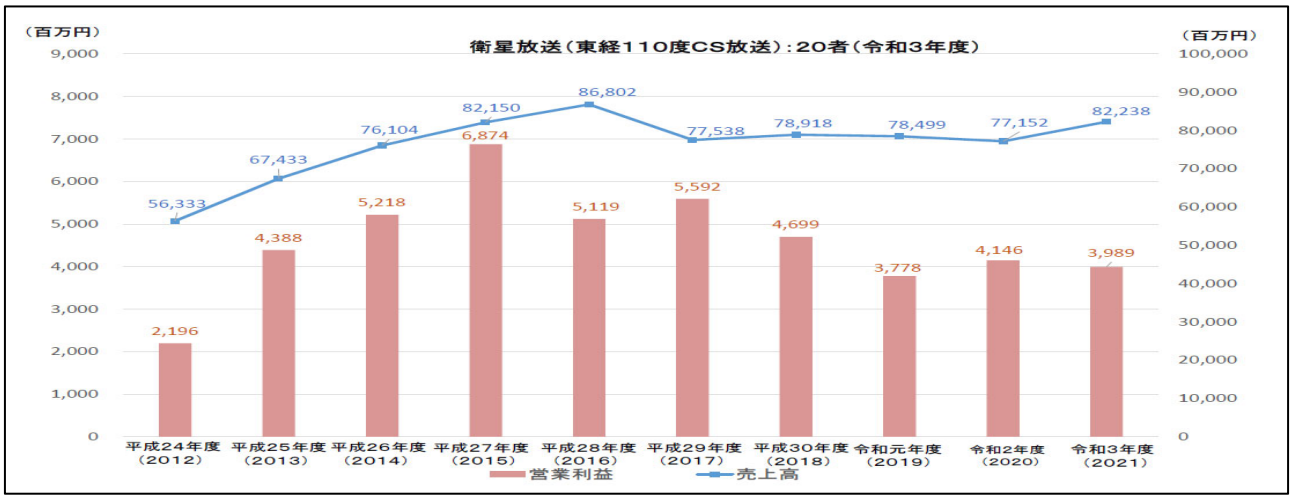
- 番組規律（公序良俗等）
- 有料放送の約款の届出等

放送番組の送信の委託

参考-24

民間衛星放送事業者の収支状況（推移）





衛星の統合、衛星管制の効率化（スカパーJSAT説明資料）

1.インフラ設備、運用業務の集約と低減 – 衛星の統合、衛星管制の効率化

110度衛星放送向けの衛星配置

【現状】

BS専用衛星



BSAT-4a（打上: 2017/9）



BSAT-4b（打上: 2020/8）



BSAT-3a（打上: 2007/8）



BSAT-3b（打上: 2010/10）

共同衛星



BSAT-3c / JCSAT-110R（打上: 2011/8）

110CS衛星



JCSAT-110A（打上: 2016/12）

【当社の将来構想】

BS+CS 新衛星



統合新衛星#1　統合新衛星#2

同じ東経110度に位置する衛星であり、2機体制による110度BS/CS放送の安定的提供は可能

BS,CSを統合した全中継器を搭載する新衛星2機（現用＋予備）の投入により一層効率的なインフラ整備を目指したい
↓
インフラコストの低減、コンテンツ投資の拡充へ

1. 衛星調達コスト*／減価償却費の圧縮

- BS/CS個別衛星を調達する場合との比較で3/4以下に

2. 衛星管制にかかる経費の圧縮

- 管制に要するアンテナ設備数が、BS/CS個別衛星調達の場合との比較で半減
- 仮に当該衛星の衛星管制を当社が行った場合には、12機の静止衛星群を管制しているスケールを活かした効率的な管制が可能

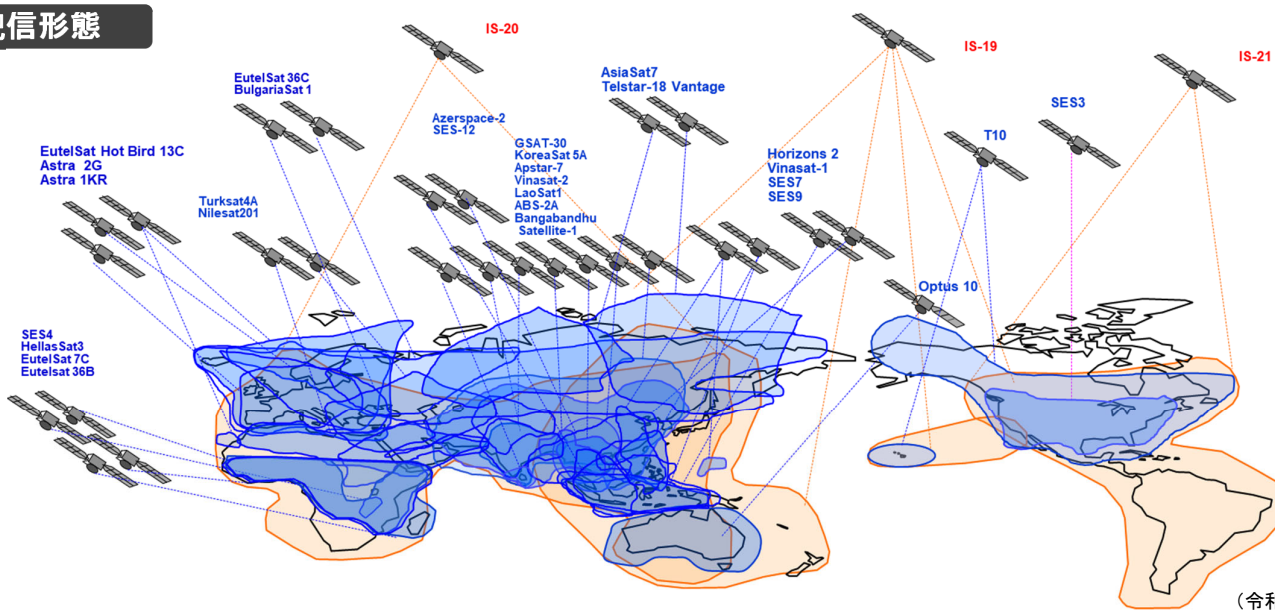
＊主に衛星、打上げサービス及び打ち上げ保険の調達コストで、減価償却費の大部分を構成。絶対額については円レートや物価動向でも変化

© 2023 SKY Perfect JSAT Group
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS PRESENTATION.

5．国際発信の強化

テレビ国際放送の現状

配信形態



（令和5年3月末時点）

主として小さなアンテナで受信可能
（主に一般家庭向け）

直径2．5～6メートルのアンテナで受信可能
（主に事業者向け）

概要

① 放送時間　１日約23．7時間（うち、要請放送は12時間）

② 使用言語　英語

③ 放送区域　ほぼ全世界をカバー

④ 送信施設　外国衛星32基

㈱日本国際放送（Japan International Broadcasting Inc.）の概要

（令和４年３月現在）

設立年月日

平成20年4月4日

資本金

３億9千万円

NHK2.0億円（持株比率51.28%）

民間1.9億円（持株比率48.72%）

事業内容

- テレビ国際放送向け番組の企画・制作
- 衛星放送を使用したテレビ国際放送
- インターネットを活用した海外向けテレビ国際放送の送信
- 配信ルートの整備 (NHK WORLD/jibtv、NHK WORLD PREMIUM)
- その他 テレビ国際放送に付随する業務

体制

代表取締役社長　髙尾　潤

従業員数　９１名（令和４年３月現在）

出資している民間企業		持株比率
民間放送	日本テレビ放送網	2.56%
	東京放送ホールディングス	2.56%
	フジ・メディア・ホールディングス	2.56%
	テレビ朝日ホールディングス	2.56%
制作会社	共同テレビジョン	2.56%
ＩＴ企業	日本マイクロソフト	2.56%
	ＮＴＴコミュニケーションズ	2.56%
商社	伊藤忠商事	5.12%
	丸紅	5.12%
	住友商事	2.56%
金融	大和証券グループ本社	2.56%
	みずほ銀行	2.56%
NHKｸﾞﾙｰﾌﾟ	NHKエンタープライズ	5.12%
	NHKグローバルメディアサービス	7.69%

（計１億９千万円）

NHKワールドJAPAN（テレビ）の番組構成

・ NHKワールドJAPANでは、1時間のうち前半は「NHK NEWSLINE」、後半は音楽、旅行、ライフスタイルなどを含む文化・情報やドキュメンタリー、科学等の番組を放送。6時間をひとつの単位として番組編成を行い、１日４回繰り返して放送。

・ 「NHK NEWSLINE」を「要請放送」としてカウントして、放送時間を算出している。

＜番組表（イメージ）＞

8:30	NHK NEWSLINE
	CYCLE AROUND JAPAN
9:30	NHK NEWSLINE
	Journeys in Japan
10:30	NHK NEWSLINE
	Dining with the Chef
11:30	NHK NEWSLINE
	The Signs
12:30	NHK NEWSLINE
	Medical Frontiers
13:30	NHK NEWSLINE
	DEEPER LOOK from NY

※番組情報は、2023年3月現在

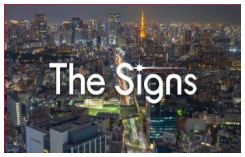
＜主な番組＞



・NHK NEWSLINE
毎日生放送されているニュース番組。番組名を「NEWSLINE」から変更し、リポートや解説を充実。
※内容は毎正時更新



・Medical Frontiers
世界をリードする日本の医療・サービスと日常の中で簡単にできる健康法を発信する情報番組。



・The Signs
コロナ禍で日々生み出されるニューノーマルの兆しを描き出す番組。



・CYCLE AROUND JAPAN
自転車ならではのスピードと目線で各地を駆け抜け、新しい日本の姿を紹介する番組。

＜大型ニュース番組＞



・NEWSROOM TOKYO
日本とアジアの1日の　動きを、現場からの中継やリポートを中心に、専門家や取材記者の解説を交え、深く分かりやすく伝えるニュース番組。

＜討論番組＞



・DEEPER LOOK from NY
社会、経済、国際関係、文化等の関心の深いテーマについて、世界各地のキーパーソンに深く鋭く対論で切り込んでいく。



・GLOBAL AGENDA
世界のオピニオンリーダーによる討論を通じて、国際政治・経済から環境問題など、幅広いテーマで日本と世界が直面する課題の解決に向けた提言を行う大型討論番組。
月１回程度放送。

要請放送

➢ 放送法の規定に基づき、ＮＨＫに国際放送を行うことを要請することにより、我が国の文化、産業等の事情を海外へ紹介し、我が国に対する正しい認識を培うことによって、国際親善の増進及び外国との経済交流の発展等を図るとともに、在外邦人に対して必要な情報を提供するために実施している。

１．制度の概要

- 総務大臣は、NHKに対し、放送区域、放送事項その他必要な事項を指定して国際放送を行うことを要請することができる（放送法第65条）。
- 放送法第67条の規定に基づき、要請放送実施に要する費用は、国として予算計上。

※令和４年度予算は、テレビ：約26.3億円、ラジオ：約9.6億円。合計約35.9億円。

２．要請内容

- 邦人の生命、身体及び財産の保護に係る事項、国の重要な政策に係る事項、国の文化、伝統及び社会経済に係る重要事項、その他国の重要事項について、外国人向けのテレビ国際放送（英語等）、邦人向け及び外国人向けラジオ国際放送（日本語・中国語・朝鮮語）の実施を要請。

国際戦略調査

- NHKは、年２回、「国際戦略調査」を実施し、世界各地の人々に、四半期ごとのリーチとともに、「ＮＨＫの国際放送を通して、日本への理解を促進できているか」について調査している。
- 令和４年度に実施した調査では、NHKの国際放送に接触した「リーチ者」は、接触していない「非リーチ者」よりも日本に対する理解度が統計的に高く、高水準を維持していることから、国際放送が理解促進に貢献していることが確認された。

（%）

		2020	2021		2022	
		4Q	2Q	4Q	2Q	4Q
四半期リーチ率(※1)		17.3	16.6	15.9	17.0	15.5
	放送リーチ者	10.5	10.2	9.2	9.8	9.0
	配信リーチ者	14.1	14.0	13.7	14.9	13.4
日本の理解度(※2)	四半期リーチ者	84.7	86.5	85.9	86.4	85.4
	放送リーチ者	84.3	88.0	87.0	87.2	86.6
	配信リーチ者	87.4	87.7	87.9	88.1	87.2
	非四半期リーチ者	48.0	48.8	48.9	49.0	47.9

四半期の間に国際放送を見た人と、見ていない人とでは、日本への理解度に有意差が生じている

○は前期、前年同期と比較してともに有意に増加した項目、○は前期、前年同期と比較してともに有意に減少した項目（今期はなし）
※1:四半期リーチ者はNHKのテレビ、ウェブサイト・アプリ、ラジオのほか、外部プラットフォーム（動画等投稿サイト、SNS等）での視聴者を指す
※2:「日本の理解度」は「日本全般」「国民性」、「政治面」、「経済面」、「文化面」の5指標の平均値
出所）2023年1月10日～2023年2月7日実施のインターネット調査結果。 調査範囲（7か国9都市）：ワシントンDC：1,023 ニューヨーク市：1,037 ロサンゼルス：1,028 タイ：1,865 インドネシア：1,876 シンガポール：1,852 ベトナム：538 イギリス：1,846 フランス：1,838

【出典】NHK 2022年度 第4四半期業務報告

国際放送のインターネット配信

➢ 国際的な受信環境の変化に伴う「リーチ率」のトレンドに対応して、国際放送コンテンツのインターネット配信も推進。

NHKワールドJAPAN

外国人向け

テレビ
■ 日本やアジア、世界の最新情報など多彩な番組を１日24時間世界に向けて**英語で放送**
（※衛星やケーブルテレビを通じて約160か国・地域、約4.2億世帯で24時間視聴**可能**）

ラジオ
■ 全世界に向けて、17言語でラジオ国際放送を実施

ネット配信
■NHKワールドJAPAN公式アプリ
NHKワールドJAPANが多言語で発信しているニュース・番組が視聴可能
■NHK WORLD-JAPAN HP
国際放送（テレビ・ラジオ）の同時配信・オンデマンド配信等
■外国のネット動画配信事業者を通じた配信

NHKワールド・プレミアム

在外邦人向け

テレビ
■ 在外邦人に向けて**日本語で放送**するとともに、外国放送事業者に番組提供
■ NHKのニュース・情報番組等の放送に加え、子供向け番組、スポーツ、文化・芸能などさまざまな番組を提供

ラジオ
■ 日本語で日本の情報や海外安全情報を放送（NHKワールド・ラジオ日本）

ネット配信
■NHK WORLD-JAPAN HP
「海外向け日本語サービス」として、国際放送（テレビ・ラジオ）の同時配信・オンデマンド配信等
■日本語テレビ番組（在外邦人向け放送番組を含む）の外国ネット動画配信事業者を通じた配信を予定

【インターネット配信の事例】



【出典】2023-2024 NHKワールドJAPANパンフレット

参考４　ヒアリング資料

資料１－４

放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース（第１回）説明資料

２０２３年6月１９日
日本放送協会

NHK

目次

NHK

１．情報空間の課題に対する人々の認識

２．情報空間の変化とＮＨＫ、伝統メディアへの期待

３．“プラットフォーム”としてのＮＨＫ～協働・協創するＮＨＫの役割

①厳しくなる経営環境下、より効率的な地上放送ネットワークの構築に寄与する役割

②“コンテンツ創造”のを支える役割（衛星プラットフォーム）

・様々な作り手とともに多元性に貢献

・より効率的な伝送に貢献

③地域コンテンツを情報空間に展開する役割

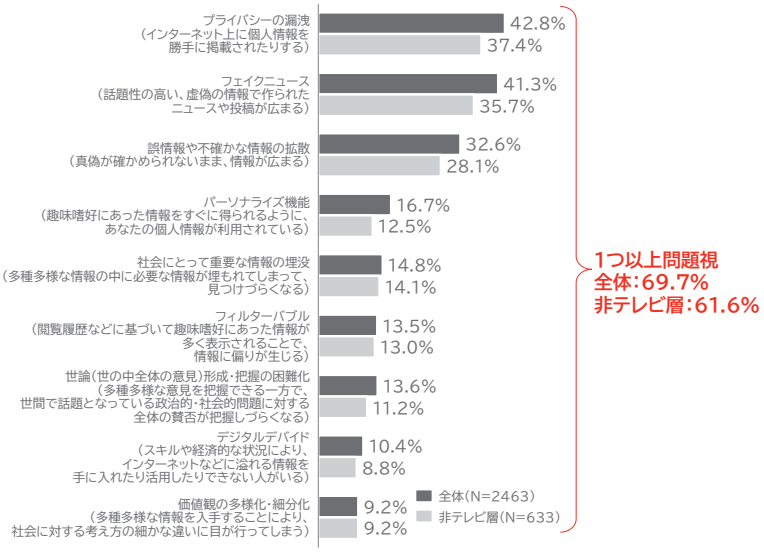
④日本の視座を世界に伝える役割

（参考資料）

1．情報空間の課題に対する人々の認識

NHK

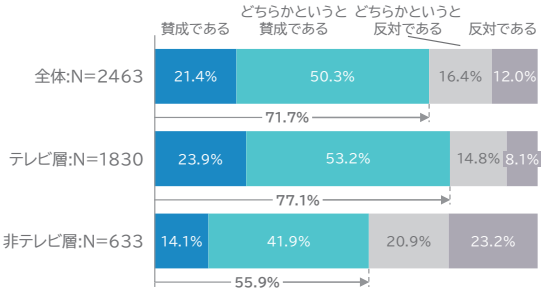
- テレビ層・非テレビ層を問わず、**拡大する情報空間に対する課題認識は幅広く、ＮＨＫへの期待も高い**
  - フェイクニュースやプライバシーの漏洩といった課題に対する問題意識は、「全体」の**7割**
    ネットに慣れているであろう「非テレビ層」であっても、**6割**が同じ問題意識を持っている
  - そのような課題に対応するために、ＮＨＫが報道等の分野を強化し提供していくことに、「全体」の**7割**、「非テレビ層」の**５５%**が賛成している



非テレビ層；平日と休日のテレビ視聴時間が両方とも1時間程度以下の層
出所：ＮＨＫ調査（2022年10月　全国15－79歳男女、インターネット調査、N＝2463

「1. 安全・安心を支える」の中の「国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。」に関連してお伺いします。
インターネット上において、新型コロナウイルスワクチンに関するデマやフェイクニュース、極端な説を強調する記事、対立を煽る投稿、世界での紛争を偏った視点で伝えるネット記事等、不確かで曖昧な情報が増えているなどという課題に対処するために、
NHKが、報道分野や、災害・科学・軍事・国際分野等の社会が要請する分野を大幅に強化し、放送やインターネットで提供していくべきだという意見があります。

Q.あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。
（ひとつだけ）【必須】

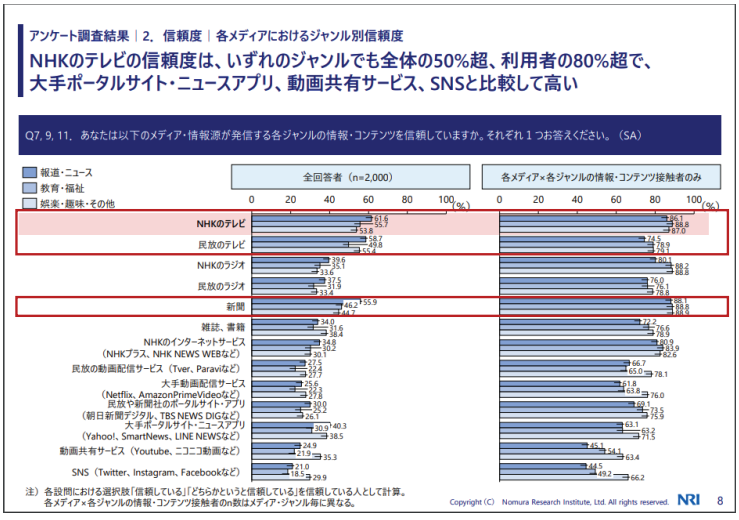


3

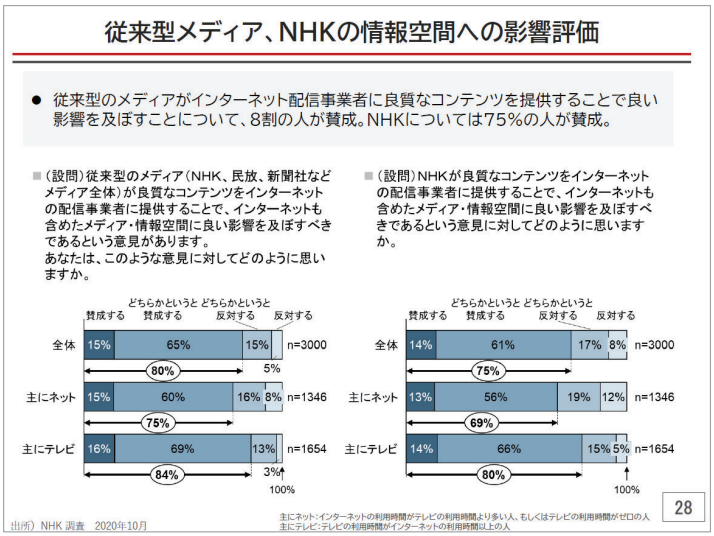
1．情報空間の課題に対する人々の認識

NHK

- 新聞、民放、ＮＨＫという伝統メディアに対する「信頼」は、利用者の**7割**以上の水準にある
- さらに、**伝統メディアが情報空間に良い影響を及ぼすことへの「期待」**も、全体の**8割**、
  主にネットを利用している人でも７５%と高い水準にある



出所：公共放送ワーキンググループ（第2回）「公共放送」に関するWEBアンケート調査結果
（強調はＮＨＫ追加）



出所：デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会（第2回）

4

2．情報空間の変化とＮＨＫ、伝統メディアへの期待

NHK

「情報空間の参照点」への期待
（社会において信頼できる基本的情報の提供）

テレビ層・非テレビ層を問わず、
拡大する情報空間に対する課題認識は幅広い

「信頼できる多元性確保」への期待

新聞、民放、NHKという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きい

- 伝統メディア、公共放送が対応してきたものであり、非テレビ層に向けてのサービスには一定の期待・評価が確認されている（社会実証）
- 新聞、民放、ＮＨＫという伝統メディアに対する期待、信頼は、ネットヘビー層でも大きく、これを維持して情報空間の課題に対処していくことが、視聴者・国民に大前提として求められている

- この二つの「期待」について、これまで培ってきた、ＮＨＫと民放の「二元体制」で、相互補完し切磋琢磨することで民主主義の発達に寄与していく

2．情報空間の変化とＮＨＫ、伝統メディアへの期待

NHK

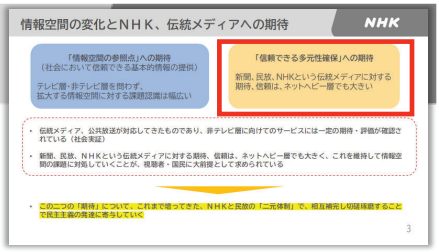


- 情報空間が拡大する中、国民の「知る自由」を保障し、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった社会基盤としての役割を果たすことで、健全な民主主義の発達に貢献し、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルス（情報的健康）を確保することが必要になっている。
- これまで、国民の「知る権利」を保障し、「社会の基本情報」の共有等の役割を果たしてきた伝統メディア（ＮＨＫ、民放、新聞）が、インターネットを含む情報空間全体の健全化等の観点から、何ができるか、何をすべきかが問われている。

「情報空間の参照点」の提供
（社会において信頼できる基本的情報の提供）

「質」「量」ともに充実した、**世界に通用**する
ニュース・コンテンツの提供という“原点回帰”
（そのために、取材力・制作力を“純化”）

3. “プラットフォーム”としてのNHK



切磋琢磨することで質を高めていく「多元性確保」へ
どのように具体的に貢献すべきか

➡ “プラットフォーム”として、協働・協創するNHKの役割

①厳しくなる経営環境下、より効率的な地上放送ネットワークの構築に寄与する役割

②“コンテンツ創造”を支える役割（衛星プラットフォーム）
- ➢ 様々な作り手とともに多元性に貢献
- ➢ より効率的な伝送に貢献

③地域コンテンツ等を情報空間に展開する役割

④日本の視座を世界に伝える役割

7

（参考）情報空間全体の多元性確保への貢献への期待

NHK

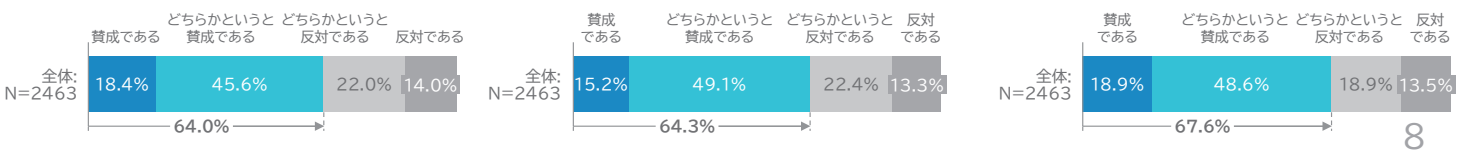
- **NHKが、多元性の確保のために以下のような業務に取り組むことに対して、国民の約6～7割が賛成**している
  - 放送ネットワークを、NHKが民放と協力しながら効率的に維持・管理することに約64%が賛成
  - NHKが日本のコンテンツ産業を後押しすることに、約64%が賛成
  - NHKが中心となり、放送とインターネット両方に対応できるようなソフトウェア開発等を進めていくことに約68%が賛成

「3. あまねく伝える」の中の「二元体制の持続可能性を高め、あらゆる地域へ放送の価値を届け続けます。」に関連してお伺いします。
日本の人口減少の加速や、大雨、地震等の自然災害の増加により、放送事業者が日本全国各地の人々に向けて放送ネットワークを維持することが困難になり、NHKと民放の二元体制の下で提供されてきた社会にとって必要とされる基本的な情報※が、地域に住む人々に届けられにくくなるという課題に対して放送事業者が単独で対応していくには限界があり、業界全体で対応していく方が効率的です。そこで、今は各社バラバラに対応していることが多い**放送のネットワーク（鉄塔等）**を、今後NHKが中心となって民放と協力を進めながら、**効率的に維持・管理して行くべき**だという意見があります。
※全国向けの情報だけでなく、地域社会の課題・自治体や選挙の情報・生活情報等

「1. 安全・安心を支える」の中の「国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。」に関連してお伺いします。
海外の事業者が多くの世界の視聴者に見てもらうことを優先することで、一見日本風ではあるものの、日本人視点で見ると違和感のあるコンテンツのみが広まり、日本の文化・社会等を題材とした日本らしいコンテンツがなくなるという課題に対処するために、NHKが、業界全体の制作力向上支援や日本コンテンツへの投資促進支援等を通じて、**日本のコンテンツ産業を後押し**していくべきだという意見があります。

「1. 安全・安心を支える」の中の「国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。」に関連してお伺いします。
欧米を中心とした海外の放送局では、放送と同時にインターネットにコンテンツを提供していくことが標準になっています。
日本としても同様に対応していくために、NHKが中心となり**放送とインターネット両方に対応できるようなソフトウェア開発**等を進めて行くべきだという意見があります。

Q.あなたは、このような意見に対してどのように思いますか。（ひとつだけ）【必須】



8

出所:NHK調査（2022年10月 全国15－79歳男女、インターネット調査、N＝2463）

①より効率的な地上放送ネットワークの構築に寄与する役割

NHK

- 持続可能性のある二元体制の維持・強化に向け、放送ネットワークの最適化について、民放と連携を深めて推進していきたい
- 個々の事業者の判断の尊重を前提に、適切な情報交換、勉強会等の実施から開始していきたい

放送ネットワークインフラの在り方について

二元体制への期待に応えるために、更なる効率化を進め、
持続可能性のある“あまねく”伝えるを実現する

最新の技術を活用して放送ネットワークの最適化を進める必要がある
（とくに過疎化が進む地域について）

下記の点を踏まえて
検討すべきではないか

- 世帯数の減少に伴い、インフラ維持に係るコストが増大
- 自治体ケーブルや地元視聴者が設置・管理している辺地共聴施設などのインフラも老朽化が進展
- 放送ネットワーク維持・管理の担い手確保の困難化（高コスト化の原因に）
- 代替可能性のあるインフラ（CATV、ブロードバンド、5G）等の普及

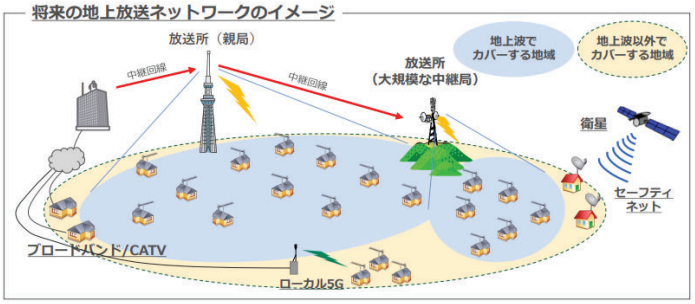
持続可能性ある二元体制の維持・強化に向け、
放送のネットワークの最適化について、民放と連携を深めて推進していきたい。

54

今後の地上テレビジョン放送のネットワークイメージ

これまで　⇒ 地上波を基本に構成
これから　⇒ 地上波を含む多様な伝送手段を活用
（例）・親局・大規模中継局の対象エリア（全世帯の94%程度）は地上波でカバー
・残りのエリア（最大で6%）は、ブロードバンド/CATV、ローカル5G、衛星などでカバー

将来の地上放送ネットワークのイメージ



今後のブロードバンド網整備の進展を注視しながら、
ブロードバンドを放送の一部として活用する可能性について検討すべきではないか

56

9

出所：デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会（第２回）（NHK提出資料）

②コンテンツ創造を支える役割（衛星プラットフォーム）～様々な作り手との協働

NHK

- 修正経営計画において、コンテンツ産業の信頼性向上、コンテンツ業界の人材育成などに取り組むことを明記
- 衛星波の整理・削減後も、衛星放送全体で外部制作事業者との連携を維持・強化

コンテンツの信頼性向上　健全性確保への貢献

NHK

1月に修正したNHK中期経営計画で「コンテンツ産業への貢献」を明記

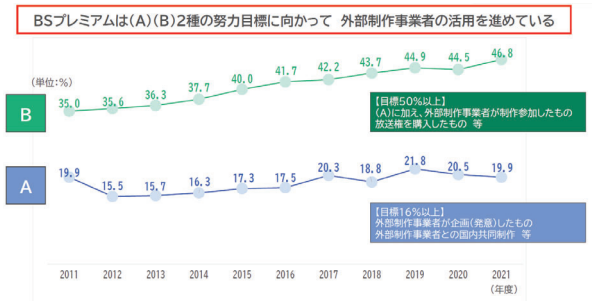
強化する重点項目	繰越金を活用した還元
1．安全・安心を支える 災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。 ○国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、健全な情報空間の維持に貢献します。 ・フェイクニュースが蔓延する時代に対応し、事実を見極めるための情報の取材・制作機能を強化します。 ・取材に裏打ちされた信頼性の高い報道を維持するため、ジャーナリズム人材の育成に注力します。 ・専門プロジェクトを設けるなど、災害、科学、安全保障といった社会が要請する分野の強化に取り組みます。 ○信頼されるメディアとしてコンテンツ強化に取り組むとともに、国内で流通するコンテンツの信頼性向上にも貢献します。 ・学習所間の多様化に応じた教育コンテンツの充実など、質の高いコンテンツに経営資源を集中します。 ・放送通信融合の時代における日本のコンテンツ産業の信頼性向上に、業界と協力しつつ取り組みます。	繰越金を活用したその他の還元 視聴者のみなさまの将来的な負担軽減に向けて先行投資に取り組みます 視聴者のみなさまに追加負担を強いることなくいかなる事態でも、信頼できる情報を届け続けることができる存在へ ※余剰が出れば「還元目的積立金」へ（改正放送法で明記） ○民間放送事業者と連携し放送ネットワークインフラ維持コストを低減 ※次頁参照 ○設備投資コスト削減に向けた投資 ○情報空間の健全性担保のための投資 ○日本のコンテンツ業界の人材育成 還元規模（想定※）　７００億円程度

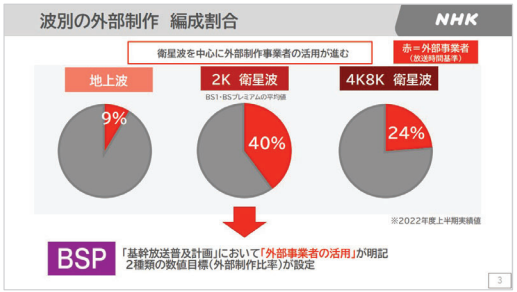
■放送通信融合時代における日本のコンテンツ産業の信頼性向上に業界と協力しつつ取り組みます

■情報空間の健全性確保のための投資

■日本のコンテンツ業界の人材育成

17





10

出所：放送コンテンツの制作・流通の促進に関するWG（第５回）（NHK資料）

②コンテンツ創造を支える役割（衛星プラットフォーム）～様々な作り手との協働

NHK

- 協働の例

“開かれた制作体制”により産業振興に貢献

NHK

※BSプレミアム放送の受賞作品より



文化庁芸術祭　大賞
「忠臣蔵狂詩曲No.5　中村仲蔵　出世階段」
（2022年・第77回　テレビドラマ部門）
制作会社：オッティモ



ATP賞　最優秀賞
「魔改造の夜　トースター高跳び／ワンちゃん25m走」
（2021年　第37回情報・バラエティ部門）
制作会社：テレビマンユニオン

外部制作会社は、公共放送NHKを支える上での**欠かせないパートナー**
NHKは**番組制作会社との協業を通じて**　日本全体の**コンテンツ制作力向上に貢献**

1

コンテンツ産業への貢献①

協業による多様性の創出

NHK

独創性　×　多様性　＝　視聴者の満足度向上



各社との協業で制作するコンテンツ群が
衛星放送の多様性や豊かさを創出

7

- このほか、地域民放ほか、コンクールを受賞した番組を紹介する「ベストテレビ」等を放送。

11

出所：放送コンテンツの制作・流通の促進に関するWG（第５回）（NHK資料）

②コンテンツ創造を支える役割（衛星プラットフォーム）～より効率的な伝送

NHK

- 衛星放送においても、地上放送同様の環境変化（「安定運用とインフラコストの合理化の両立」が必須に）
- 環境変化に的確に対応し、ステークホルダーの意向も踏まえ、信頼性を確保しつつ、運用面・経済性で、より合理的・効率的になるよう、検討を進めていくことが重要と認識

大きな環境変化の中で今後の衛星放送に求められる諸課題について

1

現 状

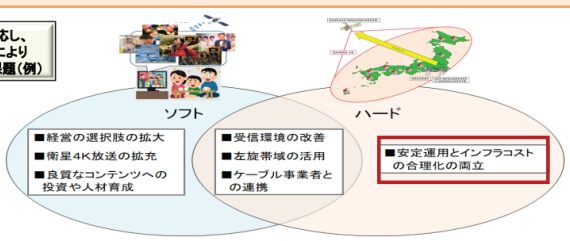
◆ 衛星放送は、**ハードとソフトを制度上分離**することにより**経営リスクを分散し効率的な事業運営を行うことを可能**としており、**広域性や経済性、大容量性や高品質性といった強み**を持つメディアである。

課 題

◆ 衛星放送を取り巻く**環境が大きく変化している中**、それを的確に捉え、**衛星放送ならではのメリットを最大限活かしつつ、ハード事業者とソフト事業者の一層の連携を促し、良質な放送コンテンツを引き続き全国の視聴者に届けその社会的役割を持続的に維持・発展させる環境を整えることが求められ**ている。

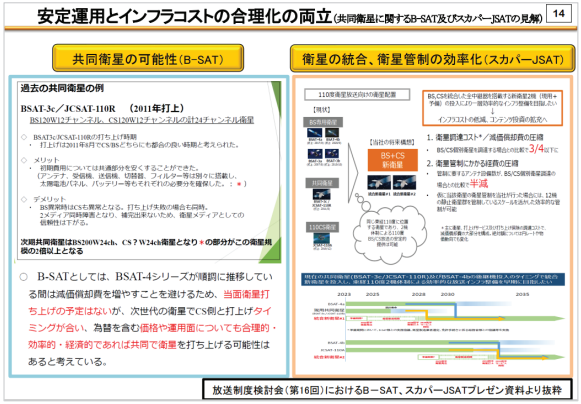
⇨ その前提の下、本検討会第15回会合（1月31日）及び第16回会合（3月13日）における衛星インフラ事業者からのヒアリング結果等も踏まえ、例えば、以下のような**短期・中期にわたる諸課題への対応に関し、具体的・専門的な検討を行う必要性についてどう考えるべきか**。

大きな環境変化に対応し、ソフト・ハードの連携により取り組む短期・中期的課題（例）



安定運用とインフラコストの合理化の両立（共同衛星に関するB-SAT及びスカパーJSATの見解）

14



12

出所：デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会（第18回）（赤枠はNHK追記）

③地域コンテンツ等を情報空間に展開する役割

NHK

- 「地域の人々に社会にとって必要な情報が届けられなくなること」「地域の情報の担い手が減少すること」に対して約７５％が問題と感じている。その問題意識は、ネットヘビー層の方が高い
- ＮＨＫのインターネットへの取り組みの基本は、『放送と同様の効用・価値』を届けること

修正経営計画についてのネット調査から(3.あまねく伝える)

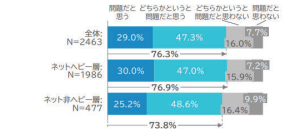
NHK

- 人口・世帯数の減少により「地域の人々に社会にとって必要な情報が届けられなくなること」「地域の情報の担い手が減少することに」対して、約75%が問題と感じている。その問題意識はネットヘビー層の方が高い

現在、日本の人口減少が加速しており、2050年には全国の居住地域の約半数で50%以上の人口が減ることが予測されています。
また、大雨、地震等の自然災害がさらに増加していくことにより、放送設備の事故が増えていく可能性も高まっています。
このような状況の中、放送事業者が日本全国各地の人々に向けて放送ネットワークを維持することが困難になり、NHKと民放の二元体制の下で提供されてきた社会にとって必要とされる基本的な情報※が、**地域に住む人々に届けられにくくなる可能性**が指摘されています。
※全国向けの情報だけでなく、地域社会の課題・自治体や選挙の情報・生活情報等

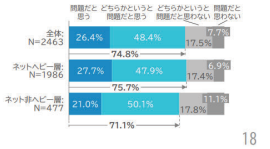
今後、人口減少がさらに進むことにより、地方の放送局の経営が厳しくなり、立ち行かなくなる(つぶれる)ところも出てくる可能性があります。
それにより、記者による取材が全国各地で行われなくなり、地域社会の課題・自治体や選挙の情報・生活情報等の**地域に住む人々が必要な情報を得られなくなったり**、地域の活性化につながる観光・産業の情報や、地域社会の課題等の**地域情報が全国各地に届けられにくくなる可能性**が指摘されています。

Q.あなたは、このことを問題だと思いますか。(ひとつだけ)【必須】



※ネットヘビー層:ポータルサイト・アプリ、ニュースキュレーションアプリ、専門サイト・アプリ、レビューサイトやブログ、SNS、動画共有サービス、無料・有料の動画配信サービス、NHK・民放・新聞社のサイト・アプリのいずれかを毎日利用していると回答した人
出所:NHK調査(2022年10月 全国15~79歳男女、インターネット調査、N=2463)

Q.あなたは、このことを問題だと思いますか。(ひとつだけ)【必須】

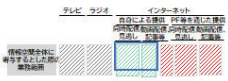


18

基本:「放送の同時配信・見逃し」「報道サイト(「放送」と同一の情報内容の多元提供)」

NHK

・「放送の同時配信・見逃し」と「報道サイト(「放送」と同一の情報内容の多元提供)」が基本
上記以外は「放送と同様の効用が異なる態様」で実現されるもの」について実施(後述)



現在のサービス「NHKプラス」「NHK NEWS WEB」

NHK+

- 常時同時配信・見逃し番組配信サービス
- 各地域のコンテンツもスマホなどで視聴可能
- 利用者に対価を求めず、現在は受信契約者本人と、本人と生計を同一にする方のみが視聴可能
- テレビを保有していないインターネットのみの利用者は視聴不可



⇒以下のような価値を提供
- いつでも どこでも公共放送の番組を視聴可能
- 地域理解促進、異なる考え方を発見

NHK NEWS WEB

- 動画配信、記事等
- 社会・気象/災害・科学/文化・スポーツなど、多様な情報を提供
- 様々なデバイス・認証等なしで閲覧可能



⇒以下のような価値を提供
- 公平・公正で信頼できる情報を取得
- 世の中で議論となっている事象・問題を把握

12

出所:NHK「インターネットでの社会実証(第一期)結果報告」より抜粋

13

出所:公共放送ワーキンググループ(第３回)(第８回)ＮＨＫ提出資料

④日本の視座を世界に伝える役割

NHK

- 「日本の情報を世界に伝えること」を重要視している人における、ＮＨＫの「インターネット活用」への期待度は約６割で増加傾向あり、インターネットの活用を通じた国際発信への期待は徐々に高まっているといえるのではないか
- 海外のコンテンツプロバイダーは、現地の環境に合わせてネット展開を促進しており、同種の適応(そのための協働・協創等)が重要ではないか

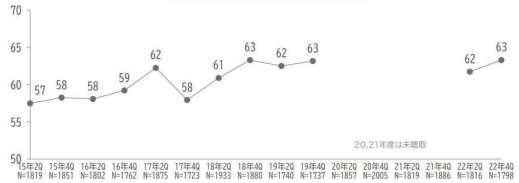
放送と同様の効用で異なる態様のもの:例)国際のインターネット発信

NHK

- 「日本の情報を世界に発信し、世界の人々の日本への理解を促進する」という国際放送の効用を、放送だけでなく現地のOTTやSNSを通じて実現する「異なる態様」
  - 「日本の情報を世界に伝えること」を重要視している人における NHKの「インターネット活用」への期待度は約6割。さらに、長期的に増加傾向にあり、インターネットの活用を通じた国際発信への期待は徐々に高まっているといえるのではないか



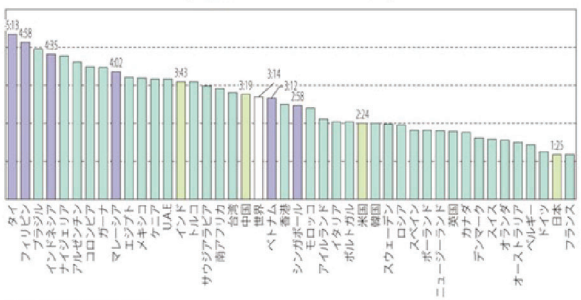
「日本の情報を世界に伝えること」を重要視する人における NHKの「インターネット活用」への期待度



※「日本の情報を世界に伝えること」を重要視する人とは、「日本が、日本の情報を世界に伝えること」を「重要だと思う・どちらかというと重要だと思う」と回答した人。
※インターネットの活用を期待している人とは、NHKが「インターネットを通じて、放送番組の内容の理解に役立つ情報を提供すること」または「インターネットを活用して、放送と同様に、質の高い番組や情報を提供すること」を「期待している・どちらかというと期待している」人。
出所:NHK世論調査(層化二段階抽出法で抽出した全国16歳以上の男女3600名への調査。
2020年2Qまでは訪問留置、2020年4Qからは郵送調査)

16

世界各国の一日当たりのインターネット利用時間(携帯デバイスのみ)



備考:携帯デバイスに限る。
資料:We are Social から作成。

- 世界のモバイル利用時間は、日本より多い
- 特に東南アジア、南米の利用時間が多い

出所:経済産業省　令和2年版　通商白書

14

出所:公共放送ワーキンググループ(第８回)ＮＨＫ提出資料

④日本の視座を世界に伝える役割

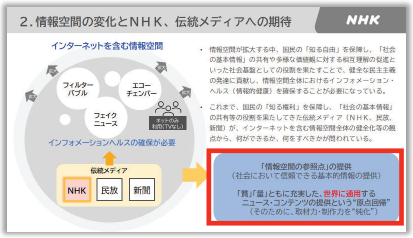
NHK

- 他方、「日本の視座を世界に」は**あくまで世界に通用するコンテンツ**から
- 下記、**Global Agenda**ほか、取材力・制作力を“純化”“原点回帰”をめざす

GLOBAL AGENDA
Broadcast on
one Saturday per month (UTC)







4. 今後に向けて～多元性確保へのさらなる貢献

NHK

- 国内外で、情報空間全体の多元性確保等に資する、新聞、民放、公共放送という伝統メディアによる協力体制が築かれはじめている。このようなさまざまな取り組みに、積極的に貢献していきたい

（さまざまな事象・事例イメージ）

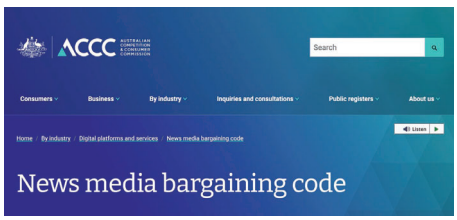
トラステッド・ニュース・イニシアティブへの参加

trusted news initiative

- 有害な偽情報・誤情報に関する知見や対策方法を共有する国際的なメディアネットワーク
- BBCやワシントン・ポストなど欧米の主要メディアや、大手ITプラットフォーム企業が連携し、2019年に開始
- NHKは2022年から参加している

出典：
https://www.bbc.co.uk/beyondfakenews/trusted-news-initiative/about-us/

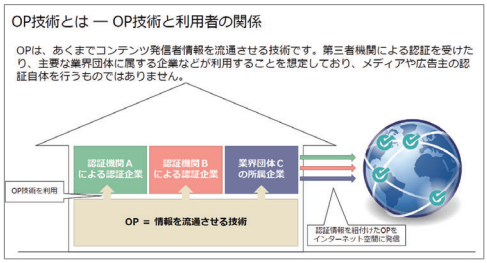
ニュースコンテンツの“対価”を得る法的枠組み確立へ協力・貢献（オーストラリア等）



- いわゆる大手ITプラットフォーム企業を対象に、新聞、民放、公共放送などの報道機関への正当な対価の支払いなどを義務付ける規律を策定
- メディア環境の激変の中で、情報空間の課題に伝統メディアが共闘して対応した

出典：https://www.accc.gov.au/by-industry/digital-platforms-and-services/news-media-bargaining-code/news-media-bargaining-code

（参考）オリジネーター・プロファイル技術（最新技術により情報空間の信頼性向上へ）



➡情報空間全体の信頼性、透明性を高めていく技術開発については、ぜひ積極的に貢献していきたい

出所：デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会（第18回）「Originator Profile概要説明資料」

NHK

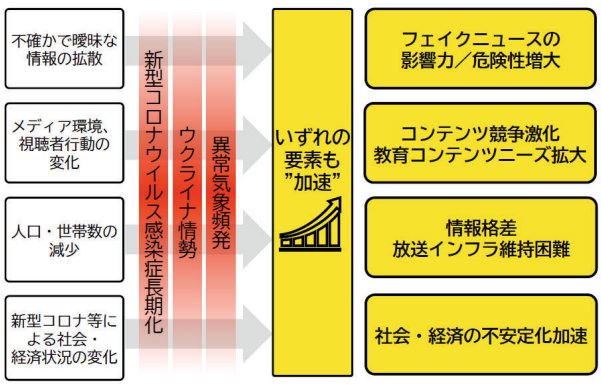
（参考）修正経営計画の重点事項：“安全・安心”と“あまねく”の追求

NHK

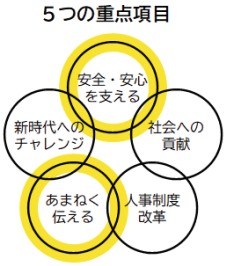
経営計画で想定した環境変化の加速

新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢等の影響により、放送を取り巻く環境変化が加速し、新たに課題が発生し深刻化しています。

環境変化は大きく“加速”



強化する重点項目



強化する内容

”安全・安心”の追求

災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。

”あまねく”の追求

地域インフラへの投資を強化し、放送通信融合の時代に、世代や場所にかかわらず「放送の価値」を届け続けます。

＋

徹底した構造改革

これまでの方針の進化・深化

営業改革の完遂により安定収入を確保し、放送通信融合時代にふさわしい業務フローへの転換を図ります。

（参考）修正経営計画

NHK

視聴者のみなさまへの“還元”について

構造改革による支出削減に加えて、経営努力によって生み出した財政安定のための繰越金をもとに、下記のとおり受信料の値下げや視聴者のみなさまの将来負担の軽減につながる先行支出などを行います。

■受信料の値下げについて

- 2023 年度を含む、中長期の収支見通しを踏まえ、受信料の値下げ等（受信料体系の見直し）を実施します。
  - 還元（値下げ等）の方法　※いずれも、2023 年 10 月から実施します。
    - ✓ 地上契約および衛星契約を以下のように値下げします。

（支払方法の多様化を踏まえた、継続振込等払いと口座・クレジット払いの料額の一本化を含みます）

種別	支払方法	月額（値下げ後）	月額（値下げ前）
地上契約	口座・クレジット	1,100 円	1,225 円
	継続振込等		1,275 円
衛星契約	口座・クレジット	1,950 円	2,170 円
	継続振込等		2,220 円

    - ✓ 学生への免除を拡大します。
  - 還元（値下げ等）の規模
    - ✓ 値下げに際して充当する還元の原資…総額 1,500 億円を想定

※なお、受信料体系の見直しは、日本放送協会放送受信規約、日本放送協会放送受信料免除基準の総務大臣認可、および各年度における予算の国会承認など、所要の手続きを経て決定され実施します。

■視聴者のみなさまの将来負担の軽減につながる先行支出等について

- ネットワークコスト削減等、視聴者の将来負担の軽減につながる先行支出（「3.あまねく伝える」関連）*
  - ✓ 民間放送事業者との放送ネットワークの効率的運用、ソフトウェア化対応研究等、改正放送法の協力努力義務に係る支出…総額 600 億円（2023 年度は調査費等を計上）
- 日本のコンテンツ産業全体の視点から、公共的コンテンツの創造・展開の強化に係る支出*（「1.安全・安心を支える」関連）…総額 100 億円（2023 年度は調査費等を計上）
- 災害時等の持続可能性を担保する、財政安定のための繰越金　…少なくとも 500 億円程度必要

*改正放送法（第 73 条の２第５項）にもとづき、次期中期経営計画期間において「支出の予想額」に充当される想定です。
なお、これらの区分については、別途定められる総務省令により、改められることがあります。

計画期間中の収支見通し

収支見通し

- 2023 年 10 月からの受信料の値下げ等により、受信料収入約 460 億円の減収を想定しています。
- 事業収支差金のマイナスは、値下げのために確保した還元の原資から充当することで解消します。
- 受信料値下げの継続を可能にするため、支出規模を段階的に縮減する間、還元の原資を活用します。

2023 年度の収支のみ変更

区 分	2020 年度予算	2021 年度	増減	2022 年度	増減	2023 年度	増減
事 業 収 入	7,204	6,900	△304	6,890	△10	6,440	△450
うち受信料収入	6,974	6,714	△260	6,700	△14	6,240	△460
事 業 支 出	7,354	7,130	△224	6,890	△240	6,720	△170
事業収支差金	△ 149	△230	△80	0	230	△280	△280
還元の原資を充当						280	+280
還元の原資残（後年度用）						1,220	

出典：「NHK経営計画（2021－2023）の修正について」より

19

（参考）BSP 外部制作に係る要件

NHK

出典：「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するWG」（第1回）総務省資料

概要

✓ **2006年の「通信・放送の在り方に関する懇談会」において、以下が提言された。**

① 日本のソフトパワーの強化を実現するため、放送事業者は、番組の外部調達や取引の在り方を見直し、外部調達の増大に努めることが期待される。

② 特に、公共放送であるＮＨＫは、番組制作の一定割合以上をＮＨＫの子会社以外の外部から調達すべきである。

✓ **これを受け、基幹放送普及計画において、BSプレミアムについては、外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用することが求められている。**

基幹放送普及計画（告示）抜粋

イ 衛星基幹放送

C　A(A)の放送については、その周波数(右旋円偏波の電波に係るものに限る。)の1の範囲内において、次の(A)及び(B)に掲げる各1系統の放送を行うこと。

（A）衛星基幹放送の広域性、経済性、大容量性及び高品質性を生かした情報の提供を行う総合放送　←BS１

（B）**外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用**し、過去の優れた文化の保存並びに新たな文化の育成及び普及を促進することを目的とする総合放送　←BSプレミアム

D　（略）

E　C(B)の放送については、次の(A)及び(B)に掲げる事項に取り組むものとする。

A　（A）各年度の総放送時間のうち、**協会が外部制作事業者**（国内において放送番組の制作の事業を行う者（協会の子会社及び関連会社を除く。）をいう。以下同じ。）**に制作を委託した放送番組**（協会の子会社及び関連会社を介して制作を委託したものを含む。）**及び協会と外部制作事業者が共同で制作した放送番組の放送時間が占める割合が百分の十六以上となるよう努めること。**

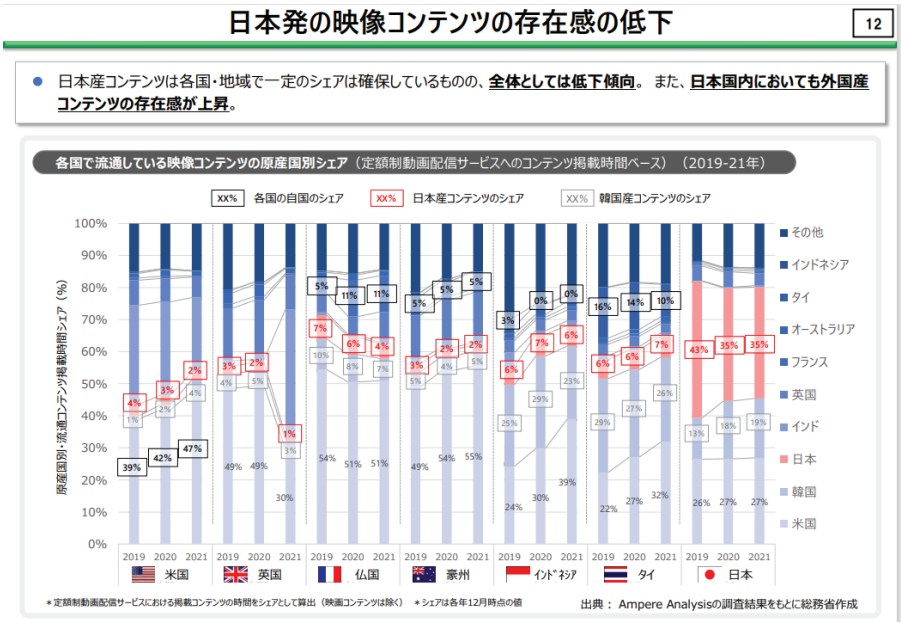
B　（B）各年度の総放送時間のうち、**協会が企画競争等に付して他に制作を委託した放送番組及びそれ以外の外部制作事業者が制作に参加した放送番組の放送時間が占める割合が百分の五十以上となるよう努めること。**

20

（参考）日本発の映像コンテンツの存在感の低下

NHK

- 日本産コンテンツのシェアは、国内外において低下傾向にある



出所：放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ（第6回）（事務局資料）

資料２－１

日本民間放送連盟

ＮＨＫと民放事業者との協力について

2023年６月29日

一般社団法人　日本民間放送連盟

1

本日のご説明

- はじめに
1. 地上波放送の中継局（共同利用）について
2. その他の検討項目について
- 結び

はじめに

■我が国の放送は、受信料収入を経営の基盤とするNHKと、広告収入などを経営の基盤とする民放事業者による二元体制の下、それぞれの特性を活かし相互補完することで、全体として視聴者への適切な情報発信が確保されてきました。

■デジタル時代においてもNHKと民放事業者が必要に応じて連携・協力し、視聴者の期待に応えていくことは極めて重要です。

■本タスクフォースが掲げる、NHKによる「日本の放送業界への貢献」によって、各地域における情報発信の重要な担い手でありながら厳しい経営環境にある民放ローカル局が、放送番組の制作・提供に注力し、今後も地域に貢献し続けていく環境が整うことを期待しています。

1．地上波放送の中継局（共同利用）について（1）

民放事業者にとって検討項目①「地上波放送の中継局（共同利用）」が最も重要であり、全力で取り組むべき課題と考えます。

■「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」（放送制度検討会）第19回において、広告会社の電通および博報堂DYメディアパートナーズから、テレビ広告収入の漸減により、民放のエコシステムに大きな影響があるとの説明がありました。スポット広告収入の割合が大きい民放ローカル局において影響は特に深刻であり、経費削減が喫緊の課題です。

■放送制度検討会第８回（2022年４月15日）に報告した「民放の地デジ送信維持費について」（参考資料3）にあるとおり、民放のミニサテおよび小規模中継局は世帯カバー率が極めて小さい（合わせて3％程度）にも関わらず、年間維持費の負担が大きい（同約80億円／年）ことが問題です。こうした事情はNHKとも共通しています。

■NHKと民放との共同利用により、地デジの送信維持費を圧縮することを、多くの民放ローカル局が期待しています。

1．地上波放送の中継局（共同利用）について（2）

「中継局の共同利用」の実現に当たっては、(a) 経済合理性の確保と、(b) 地域事情への配慮が大前提です。

【(a) 経済合理性の確保】

■前述の「民放の地デジ送信維持費について」にも記載したとおり、NHKの中継局は、民放事業者よりも高コストであるとの認識です。

■両者が協力・連携関係を深めるためには、現在の仕様の相違やその要因に関する分析が欠かせません。また、「あまねく受信」に関するNHKの措置義務と、民放の努力義務の違いに留意することも重要です。

■前回の本タスクフォースでは落合構成員から「独占禁止法に配慮した具体化」について指摘がありました。これは重要な視点であり、同法への抵触を避けつつ適切に検討を進めるための方策等について、ご助言をいただきたいと考えます。

1．地上波放送の中継局（共同利用）について（3）

【(b) 地域事情への配慮】

■放送対象地域によって、中継局を取り巻く事情はさまざまです。地域事情の反映のためには、各地域において、放送事業者による個別具体的な検討が不可欠です。

■共同利用の検討を全国各地に広げていく際は、民放ローカル局が主体的に参加できる検討体制の構築が必要と考えます。行政には今後の地方自治体などとの調整を含め、協力や支援を期待します。

【NHKと民放による検討の推進】

■前回の本タスクフォースにおいて、NHKは中継局の共同利用について、「民放の皆さんとは適切な情報交換、勉強会等の実施から開始したい」などと述べ、検討を推進する方針を示されました。

■NHKには経済合理性の確保と地域事情への配慮を強く意識していただき、民放事業者が受け容れやすい提案をお願いします。

2. その他の検討項目について（1）

■NHKが、民放ローカル局の番組をBSで放送する場合（検討項目②）や、国際発信する場合（検討項目⑤）において、 NHKの協力がローカル局の収支に寄与するためには、

▽ 放送番組の販売（番販）

▽ CM付きの放送

などが選択肢となります。ビジネスとして成り立つかどうかの視点での検討をお願いします。

2. その他の検討項目について（2）

■2020年１月施行の放送法改正により、NHKには「民間放送事業者によるインターネット番組配信の円滑な実施に必要な協力をする努力義務」が規定されています。前回の本タスクフォース（資料１－３）では、これに関するNHKにおける取組実績として「TVerを通じた番組提供」が紹介されています。

■NHKは2019年８月からTVerに番組提供を行っていますが、現在も一度に視聴できるのは１０数番組にとどまっており、残念ながら十分な規模とは言えません。

■NHK番組のTVerへの提供が難しい主な理由としては、▽フリーライドへの懸念（受信料の支払いがないユーザの利用）、▽広告との隣接への懸念、▽視聴データ共有の問題――などがあると聞いています。

■インターネット配信におけるNHKと民放の協力については、まずは現在実施している取り組みを検証する必要があると考えます。

結び

■民放ローカル局の経営環境が厳しさを増す中で、経費削減は喫緊の課題です。民放連は検討項目①「地上波放送の中継局（共同利用）」が最も重要であり、全力で取り組むべき課題と考えています。

■2023年５月の放送法・電波法改正により、「放送ネットワークの共同利用」が制度上可能となりました。早期に具体化できることを期待しています。

■「地域の強みや良いところを地域の人々と共有することこそがローカル局の使命ではないか」。民放連の会員各社から、こうした意見を聞くことが増えました。ことは民放だけの問題ではありません。「公共政策として最低限確保すべき情報は何かという視点でアジェンダを整理すべきではないか」（曽我部構成員）との指摘は重要だと考えます。

■民放とNHKとの共同事業においては、当事者である民放とNHKとの間で協力の在り方を検討し、合意形成することが重要です。行政は当事者間の検討を見守りつつ、当事者のニーズに合致した環境整備を後押ししていただきたいと考えます。

資料２－２

放送業界に係るプラットフォームの在り方に関する タスクフォース

2023年6月29日
東京メトロポリタンテレビジョン株式会社
編成局

TOKYO MX

TOKYO MXの理念

ビジョン　vision

国際都市・東京の情報を国内外に発信し、世界に開かれたテレビ局を目指す

使命 mission

自然と人との共存を大切にし、感動と共感をテーマに、広く社会に貢献する

共有すべき価値観 values

凛とした矜持を持った放送人として、広く視聴者からの信頼確保に努める

放送倫理、社会倫理、及び関係法規を遵守することにより、健全な放送の確保に努める

公平・公正を旨として正確で迅速な報道に努め、民主主義の発展に寄与する

品位と節度を持った番組を通じ、文化活動、スポーツ活動の支援に寄与する

公共の福祉に役立つ広告・宣伝を提供し、社会・経済の発展に寄与する

① 地上波放送の中継局

- 地上波放送について、ＮＨＫと民放との中継局の共同利用の実現に向けて取組を加速化していく上で、ＮＨＫ・民放等が果たすべき役割は何か

可視聴エリアの拡充は、緊急災害時の放送使命のために重要と認識している。特に、弊社の防災システムの充実のために価値があるが、現状の放送運行において課題があるという状況ではない。共同利用の推進は、**財務上メリットがあり検討する価値はある**。

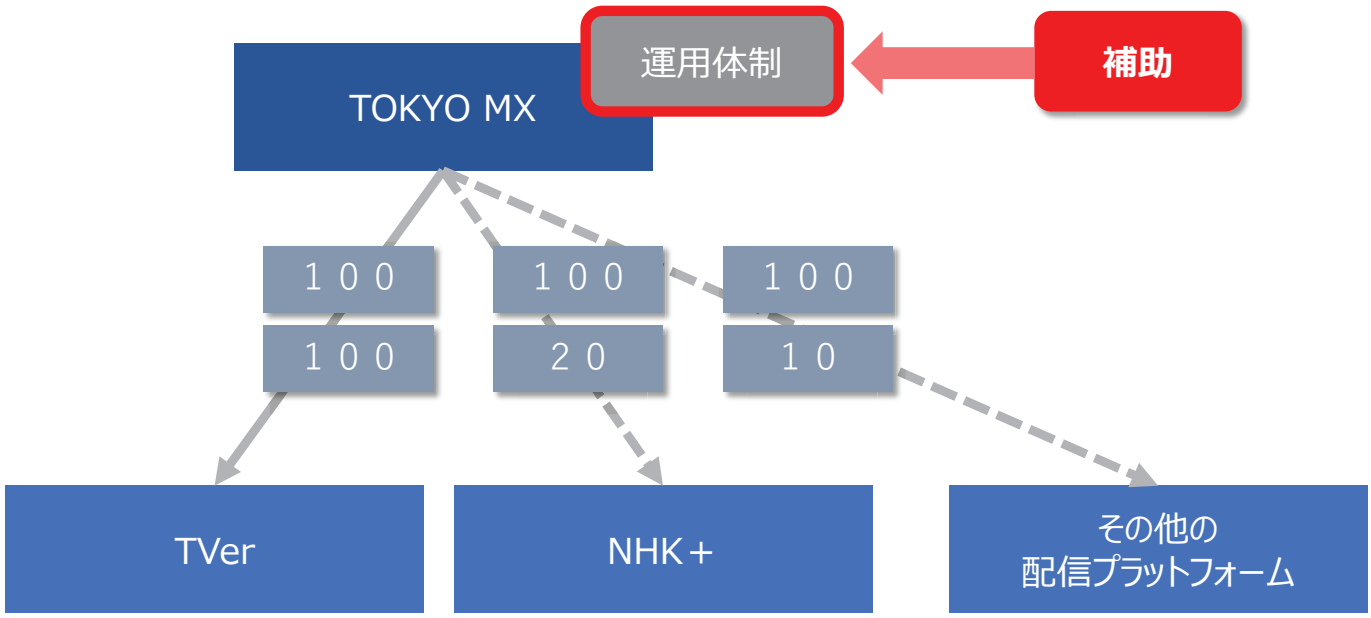
防災上のエリア	電波の状況	中継局
都民の居住地域	●	現状の共同利用
観光地	▲	●



③ インターネット配信

- ローカル局の放送番組も含め、放送業界全体での放送番組のインターネット配信の推進に向けて、ＮＨＫ・民放等が果たすべき役割は何か

NHK＋のなかのチャンネル運用は、視聴者との接点拡充やブランド・認知拡大に価値があるが、運用体制（人・モノ・費用）を前提に考えると、一定の補助が必ず必要となる。



⑤ 国際発信（※夏以降も継続検討）

- 日本の放送番組の国際発信について、放送業界全体での国際発信の推進に向けて、NHK・民放等が果たすべき役割は何か

今後の国際的な人・情報・経済の流出入が拡大するなかで、当社のブランド・認知拡大を推進していく上では、価値があると認識。

課題は、①**収益化モデル**の体制構築、②東京を世界に発信する為に、海外を対象にした**番組の制作体制**の構築、などがある。

対応策（案）

① 番組販売をする仕組み(権利処理等を含む)

② 番組制作のためのNHKの経営資源を共有する仕組みなど

資料２－３

〇地上波放送の中継局について

＜現状＞

・tvkは、親局+中継局30局で神奈川県内をカバーしている。

・親局とｔｖｋ単独中継局1局を除き、NHK、東京民放5社と共同利用している。

・共同利用している設備、共同利用社の関係は局所ごとに異なるが、
局舎、鉄塔、アンテナ、電源設備、非常用発電機、蓄電池は全て共用。

〇地上波放送の中継局について

＜課題など＞

・神奈川では設備の共同利用が進んでいるが、更に効率化、費用削減を
進めるのであれば、各社単独で設備している中継放送機の共用が実現
できないか。
全局（NHK+広域民放+ｔｖｋ）が1台の放送機から電波発射出来れば、
設備の省力化、経費削減に寄与すると考える。

・ただし、各社の現状設備の更新時期と放送機統一化の時期を
合わせるのが困難か。

・ｔｖｋの中継局放送機は、2024年度～28年度にかけて、全ての局所で
更新を行う計画としている。

〇インターネットの配信について

NHKのインターネット配信については、基本的に民放連と同様の意見

＜現状＞

・TVerではレギュラーの２番組を配信中。その他単発番組などもスポットで配信。

・Youtubeは自社番組を配信する公式チャンネルと、ニュースチャンネルの
２つを運営。

・コンテンツ毎に、amazonプライムやU-NEXTなど配信事業社に依頼。

・情報番組「猫のひたいほどワイド」では、
ニコニコ動画のプラットフォームを利用し、サブスク有料配信。

〇インターネットの配信について

＜課題など＞

・収益の面からは、自社プラットフォームに視聴者を集められるのが理想。
しかし、コンテンツの品ぞろえやユーザビリティが不足し、ローカル局は
埋没してしまう。

・民放のプラットフォームは、TVerなどひとつに集約し競争力を
高める必要があると考える。

・放送エリアを越えた発信に加え、将来的にはリコメンドによる
県内視聴の増加にも期待。

・民放を統合するプラットフォームへの参画と並行し、
番組を核にローカルなコミュニティを形成するファンサイトを拡大していく。

〇国際発信について

＜現状＞

・国際発信は、地域情報の海外発信の面からも、
番組販売の拡大の面からも課題だが、取り組めていない。

＜課題など＞

・国外放送のための権利処理など、ノウハウが不足している。

・民放としては、マネタイズの仕組みを整える必要がある。

資料２－４

放送業界に係るプラットフォームの在り方に
関するタスクフォース

衛星放送における今後の展望と期待

２０２３年６月２９日
音好宏（OTO Yoshihiro)
上智大学新聞学科

１.衛星放送は、どう発展してきたのか

1953年2月 1日 NHK東京総合テレビ 開局　8月28日 日本テレビ放送網 開局
→ 放送普及基本計画 に基づき、多極化が進行
1960年代　前田義徳NHK会長　「衛星放送構想」
『放送朝日』 後藤和彦・小松左京対談 「放送の未来」　など
1989年　NHK−BS1/BS2 本放送開始　(1984年5月 NHK-BS試験放送開始）
… 独自編成＋あまねく規定に基づく難視聴対策放送
1991年　日本衛星放送（現WOWOW）サービス開始
1992年　CSアナログ放送開始（CSバーン、スカイポート）
1993年　株式会社衛星システム設立
1996年　CSデジタル放送開始（PerfecTV）
2000年　BSﾃﾞｼﾞﾀﾙ放送開始（民放BSスタート）
2002年　110度CS放送開始
2018年　BS4K/8K放送開始

2.衛星放送には何が期待され、どんな役割を果たしてきたか

■難視聴対策
→あまねく規定に基づき、地上テレビ放送の難視聴地域の解消

■多チャンネル化
→多様な文化の表現の場
→ケーブルとともに、90年代以降の「多チャンネル化」の担い手

■新たな放送技術の開発の場
→高画質化(ハイビジョン)、デジタル化、超高精細度化(4K、8K)

3.衛星放送が直面する課題とは

■メディア環境の変化
・利用デバイスの変化
スマホ利用の急伸
・メディア別接触の変化
ネット情報・動画配信の伸張、テレビ接触の相対的低下(特に若年層)

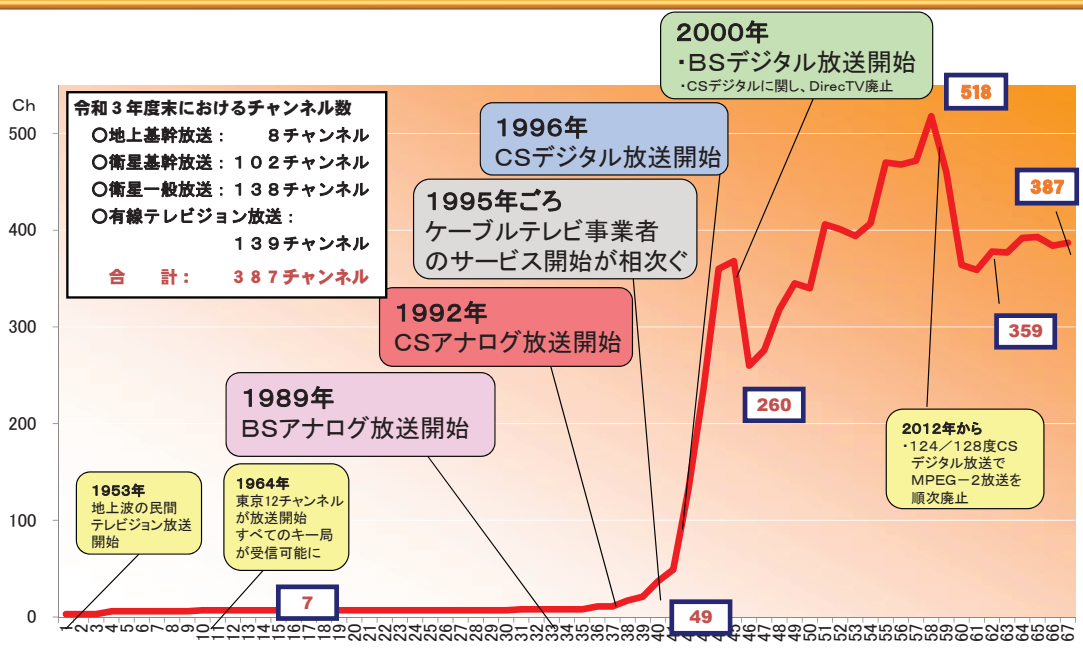
■衛星放送受信環境の整備
→特に集合住宅における左旋円偏波対応

■衛星放送のチャンネル／番組の埋没感
→戦略的PRの重要性

■4K8Kの魅力の到達
→大型のテレビ受像機で魅力は届きやすいが...

■4K(8K)コンテンツの充実
→オリジナル4Kコンテンツの不足

多チャンネル化の状況　衛星／ケーブルが多チャンネル化を牽引



注1　地上基幹放送については、東京都で受信可能なテレビジョン放送のチャンネル数。
注2　衛星基幹放送及び衛星一般放送については、テレビジョン放送のチャンネル数の合計。
注3　有線テレビジョン放送については、東京都の主要なケーブルテレビ事業者によって提供されているチャンネル数の平均。

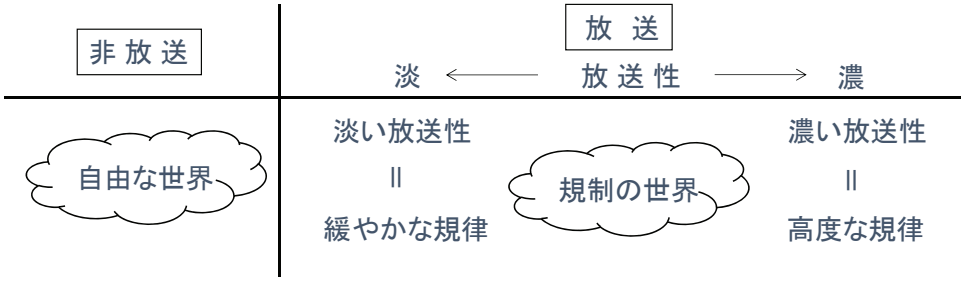
4

放送メディアの多様性と規律の濃淡、そして、非放送の拡張

「放送」該当性と「放送性」の濃淡

- 1985年に、当時の郵政省に設置された『ニューメディア時代における放送に関する懇談会(放送政策懇談会)』(座長：吉国一郎・元内閣法制局長官)は、「所謂ニューメディア時代における放送の役割について長期展望を行うとともに、国民の多様化する要望にこたえ得る放送の在り方について検討」を行って、1987年に報告書を提出した。その報告書の中で、「放送性」の濃淡に応じたきめ細かな規律の整理の必要性にふれている。次のとおり。

  「典型的な放送概念とそれに対する現行の制度的対応を一方の端に、典型的な電気通信概念とそれに対する現行の制度的対応を他方の端に観念し、その両端を結んだ線分上において、広義の放送概念に含まれる諸メディアを配置分類し、各メディアの特性に応じ、高度な規律を課すべきメディアと緩やかな規律を課すべきメディアをきめ細かく整理することが新たな行政課題となっている。」



5

衛星放送の未来像に関するワーキンググループ報告書（令和3年10月）概要

現状・課題

○ 平成30年12月の「新4K8K衛星放送」以降、視聴可能受信機は累計約1,003万台（※）に到達。一方、受信環境の整備、4Kコンテンツの充実、視聴者に対する周知広報の一層の推進が必要。 ※ 2021年8月末時点
○ 今後、BS右旋で一定の空き帯域が発生。また、BS及びCSの左旋においては、依然として多くの未使用帯域が存在。
○ インターネット動画配信の普及や新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、放送事業者の経営環境は厳しさを増しており、衛星の中継器料等のインフラ利用料金の負担軽減といった新たな課題が発生。

今後取り組むべき事項

1. 新4K8K衛星放送の普及

(1) 受信環境整備の推進

(2) 4Kコンテンツの充実
① ピュア4Kコンテンツの質・量両面での充実が不可欠
② 訴求効果の高い周知広報の推進

2. 周波数の有効利用の推進

(1) BS右旋の空き帯域の活用

① 今後、一定の空き帯域が確保できた場合には、4K放送普及の観点から、当該帯域は4K放送に割当て。 等

(2) 左旋の未使用帯域の活用

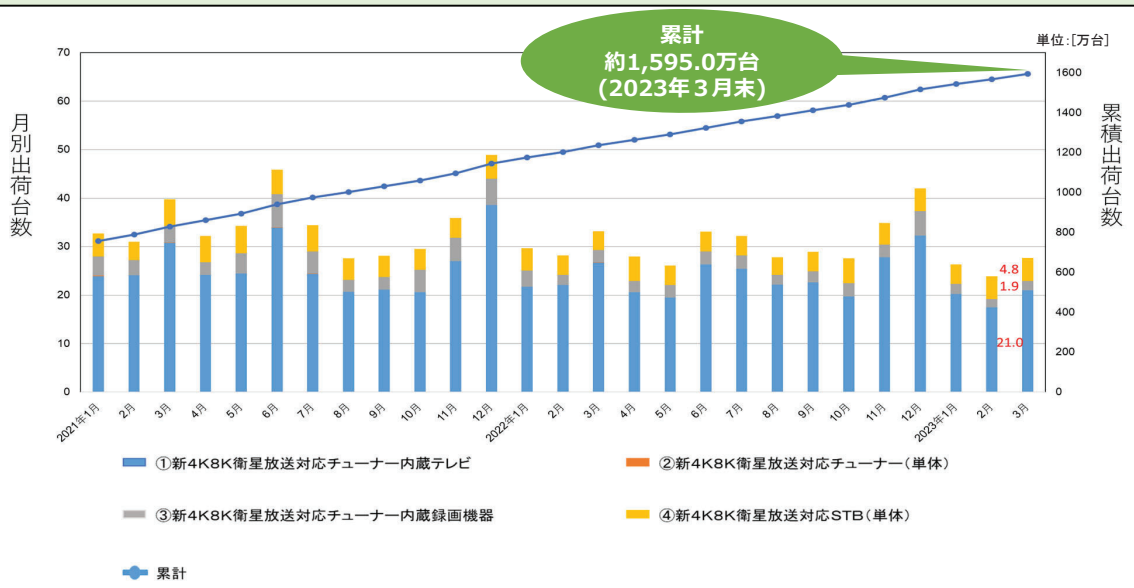
3. 経営環境変化への対応

(1) インフラ利用料金の負担軽減

等

受信環境の改善（新4K8K衛星放送視聴可能機器の出荷状況）

- 新4K8K衛星放送視聴可能機器の累計出荷台数は**累計約1,595.0万台（2023年３月末）**。
- 新4K8K衛星放送の普及に向け、受信環境整備の推進、コンテンツの充実、国民・視聴者への継続的な周知・広報が必要。



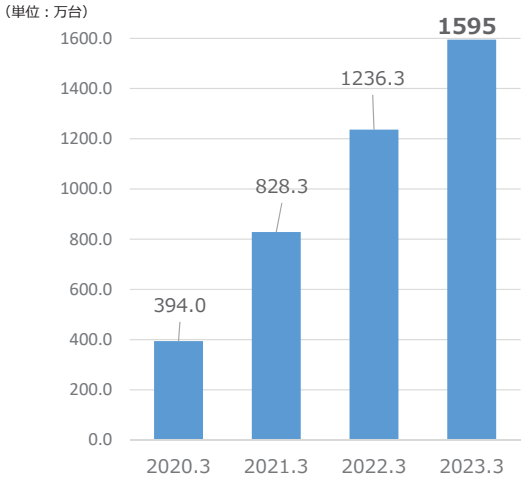
※千台未満を四捨五入し表記しているため累計や合計が表記数字の計と一致しないことがある。
※（一社）放送サービス高度化推進協会 “新4K8K衛星放送”視聴可能機器台数より

※ ①, ②, ③：一般社団法人 電子情報技術産業協会発表出荷台数。（②については、2022年4月から出荷統計数値公表の対象外となっている。）
※ ④：一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟ヒアリングによる設置増台数。

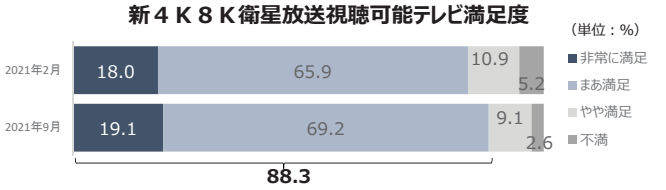
受信環境の改善（4K放送の満足度・ニーズ）

- 2021年９月にA-PABが実施した４K・８K放送市場調査によれば、新４Ｋ８Ｋ衛星放送視聴可能テレビ所有者の約９割が満足している。
- 一方で、新４Ｋ８Ｋ衛星放送視聴可能テレビに対する不満足の理由として、**「新４K８K衛星放送のチャンネルが少ない」と答えた回答者の割合が、同年2月調査に比して倍増しており、４Kチャンネル増加のニーズは高まっている。**
- **４K放送が増えることにより**、受信機を購入した**視聴者の満足度の向上につながることが期待**されるとともに、新4K8K衛星放送視聴可能機器の更なる普及につながる。

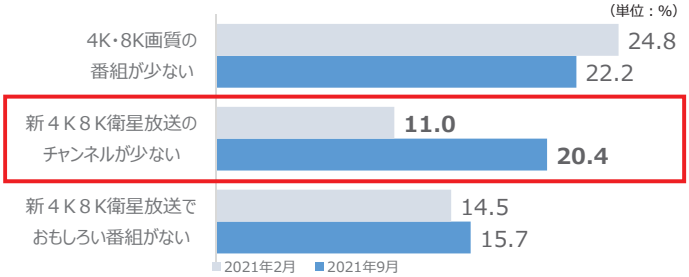
新４Ｋ８Ｋ衛星放送視聴可能機器の出荷状況



新４Ｋ８Ｋ衛星放送視聴可能テレビ満足度



新４Ｋ８Ｋ衛星放送視聴可能テレビ不満足理由（放送関連）



【参照：A-PAB調査「新4K8K衛星放送視聴可能機器台数」、A-PAB調査「「新4K・8K衛星放送」市場調査結果」(R3.11)】

衛星4K放送の拡充（BS放送の右旋帯域における事業者の公募・認定）

- ＮＨＫのＢＳ１波削減（令和５年度末）後の空き帯域やその他既に生じている空き帯域を活用し、**ＢＳ放送の右旋帯域において４Ｋ放送を実施する衛星基幹放送事業者（３チャンネル分）の公募・認定**を行う。

新４Ｋ８Ｋ衛星放送における放送番組（18番組）

BS右旋

No	社名	チャンネル名	周波数
1	(株)ＢＳ朝日	ＢＳ朝日４Ｋ	７ch
2	(株)ＢＳテレビ東京	ＢＳテレ東４Ｋ	７ch
3	(株)ＢＳ日本	ＢＳ日テレ　４Ｋ	７ch
4	日本放送協会　※4K	ＮＨＫ　ＢＳ４Ｋ	１７ch
5	(株)ＢＳ－ＴＢＳ	ＢＳ－ＴＢＳ　４Ｋ	１７ch
6	(株)ビーエスフジ	ＢＳフジ４Ｋ	１７ch

BS左旋　※新4K8K衛星放送の開始に向けて、新たに開始した電波

No	社名	チャンネル名	周波数
1	SCサテライト放送(株)	ショップチャンネル４Ｋ	８ch
2	(株)QVCサテライト	４Ｋ　ＱＶＣ	８ch
3	(株)WOWOW	ＷＯＷＯＷ	１２ch
4	日本放送協会　※8K	ＮＨＫ　ＢＳ８Ｋ	１４ch

110度CS左旋　※新4K8K衛星放送の開始に向けて、新たに開始した電波

No	社名	チャンネル名	周波数
1	(株)スカパー・エンターテイメント	ＪＳＰＯＲＴＳ　１（４Ｋ）	３ch
2		ＪＳＰＯＲＴＳ　２（４Ｋ）	３ch
3		ＪＳＰＯＲＴＳ　３（４Ｋ）	１１ch
4		ＪＳＰＯＲＴＳ　４（４Ｋ）	１１ch
5		スターチャンネル　４Ｋ	１９ch
6		スカチャン１　４Ｋ	１９ch
7		スカチャン２　４Ｋ	２１ch
8		日本映画＋時代劇　４Ｋ	２３ch

BS右旋における空き帯域の活用



スケジュール

◎ 令和５年３月22日～５月31日　**認定申請公募**

◎ 令和５年夏頃　電波監理審議会への諮問・答申を経て衛星基幹放送事業者を認定

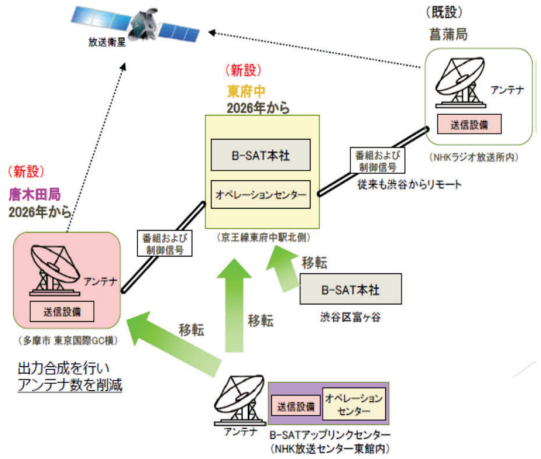
安定運用とインフラコストの合理化の両立（B-SATのインフラコストの見直しや設備の効率化）

トランスポンダ料金の見直し

- 2021年10月（2011年から継続してきた料金について）
  - ♦ 2K放送 中継器 基本料金　10%値下げ
- 2023年12月（予定）
  - ♦ 2K4K8K放送統一中継器料金
    - 中継器 基準料金を値下げ
    - さらに15%程度の値下げを検討中
    - （右旋4K放送については約24%の値下げ）

アップリンク設備の移転・合理化

アップリンクの移転を契機に
全更新・拠点集約・設備の合理化を進める

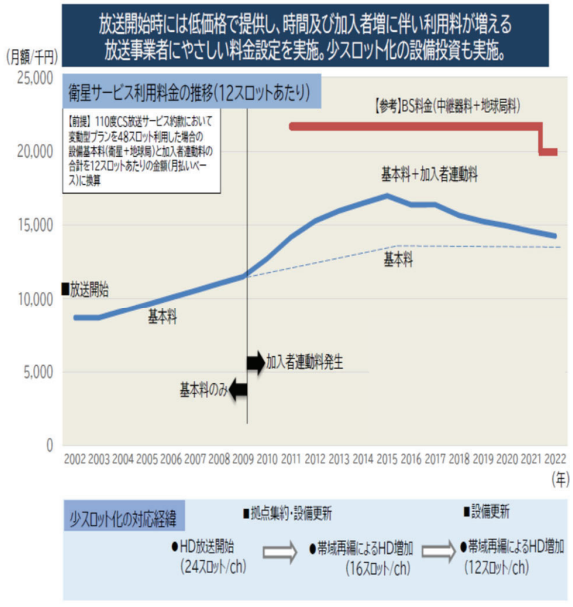


放送制度検討会（第16回）におけるB－SATプレゼン資料より抜粋

10

安定運用とインフラコストの合理化の両立（スカパーJSATのインフラコストの見直しや設備の効率化）

トランスポンダ料金の合理化



アップリンク設備の集約・合理化

スカパー東京メディアセンター

200チャンネルを超える番組を集約し、番組編成に従って、衛星放送とインターネット配信を送り出す国内随一の拠点

■主な機能

番組の送出、送信
- 東経110度CSに送信（右旋/左旋 計20中継器）
- 東経124度/128度CSに送信（計25中継器）
- BS放送の番組（計11チャンネル）をBSATアップリンクセンターに送出
- インターネット等の配信プラットフォームに送出
- 番組の送出、送信の24/365監視

番組編集、制作、伝送
- スタジオ、編集、回線センター





放送制度検討会（第16回）におけるスカパーJSATプレゼン資料より抜粋

11

安定運用とインフラコストの合理化の両立（共同衛星に関するB-SAT及びスカパーJSATの見解）

共同衛星の可能性（B-SAT）

過去の共同衛星の例

BSAT-3c／JCSAT-110R　（2011年打上）

BS120W12チャンネル、CS120W12チャンネルの計24チャンネル衛星

◇ BSAT3c/JCSAT-110Rの打ち上げ時期
- 打上げは2011年8月でCS/BSどちらにも都合の良い時期と考えられた。

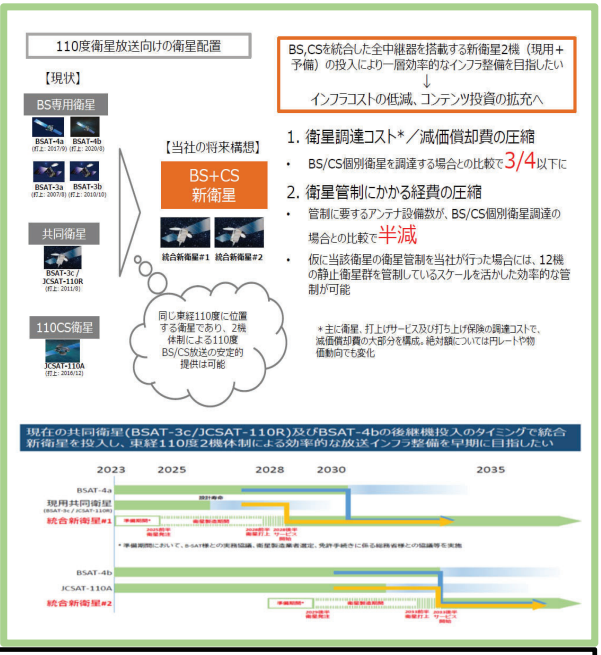
◇ メリット
- 初期費用については共通部分を安くすることができた。
（アンテナ、受信機、送信機、切替器、フィルター等は別々に搭載し、太陽電池パネル、バッテリー等もそれぞれの必要分を確保した。：＊）

◇ デメリット
- BS異常時はCSも異常となる。打ち上げ失敗の場合も同時。
2メディア同時障害となり、補完出来ないため、衛星メディアとしての信頼性は下がる。

次期共同衛星はBS200W24ch、CS？W24ch衛星となり＊の部分がこの衛星規模の2倍以上となる

○ B-SATとしては、BSAT-4シリーズが順調に推移している間は減価償却費を増やすことを避けるため、当面衛星打ち上げの予定はないが、次世代の衛星でCS側と打上げタイミングが合い、為替を含む価格や運用面についても合理的・効率的・経済的であれば共同で衛星を打ち上げる可能性はあると考えている。

衛星の統合、衛星管制の効率化（スカパーJSAT）

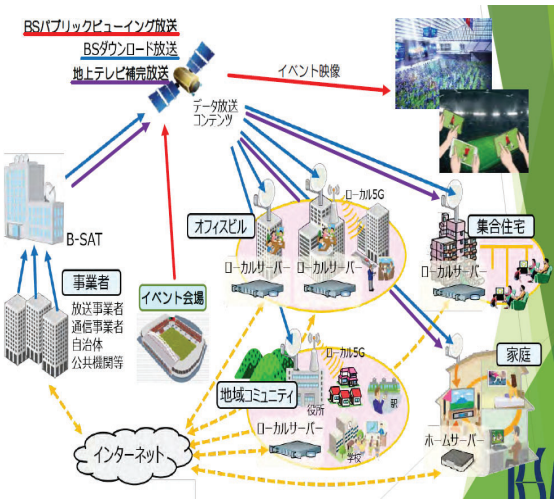


放送制度検討会（第16回）におけるB－SAT、スカパーJSATプレゼン資料より抜粋

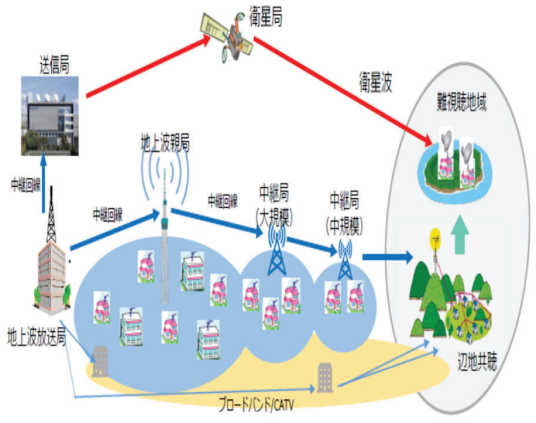
12

左旋帯域の新たなサービスへの活用可能性（事業者からの提案例）

B-SATの提案



スカパーJSATの提案
（辺地共聴対策等（2K HEVCでの伝送想定））



※受信するためには左旋に対応した受信機などの環境を整えることが必要。

放送制度検討会（第16回）におけるB－SAT、スカパーJSATプレゼン資料より抜粋

13

大きな環境変化の中で今後の衛星放送に求められる諸課題について

現 状

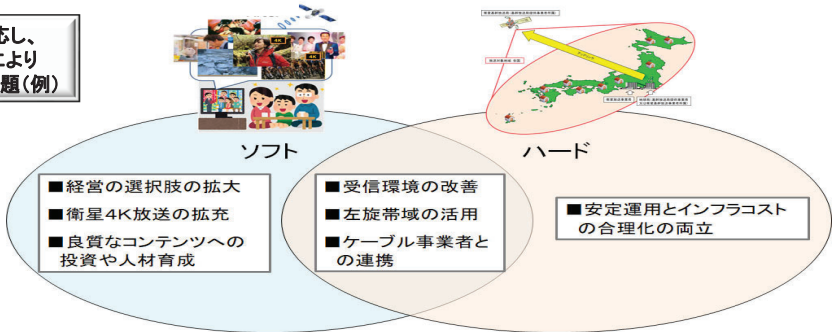
◆ 衛星放送は、**ハードとソフトを制度上分離**することにより**経営リスクを分散し効率的な事業運営を行うことを可能**としており、**広域性や経済性、大容量性や高品質性といった強み**を持つメディアである。

課 題

◆ 衛星放送を取り巻く**環境が大きく変化している中**、それを的確に捉え、**衛星放送ならではのメリットを最大限活かしつつ、ハード事業者とソフト事業者の一層の連携を促し、良質な放送コンテンツを引き続き全国の視聴者に届けその社会的役割を持続的に維持・発展させる環境を整えることが求められ**ている。

その前提の下、本検討会第15回会合（1月31日）及び第16回会合（3月13日）における衛星インフラ事業者からのヒアリング結果等も踏まえ、例えば、以下のような**短期・中期にわたる諸課題への対応に関し**、**具体的・専門的な検討を行う必要性についてどう考えるべきか**。

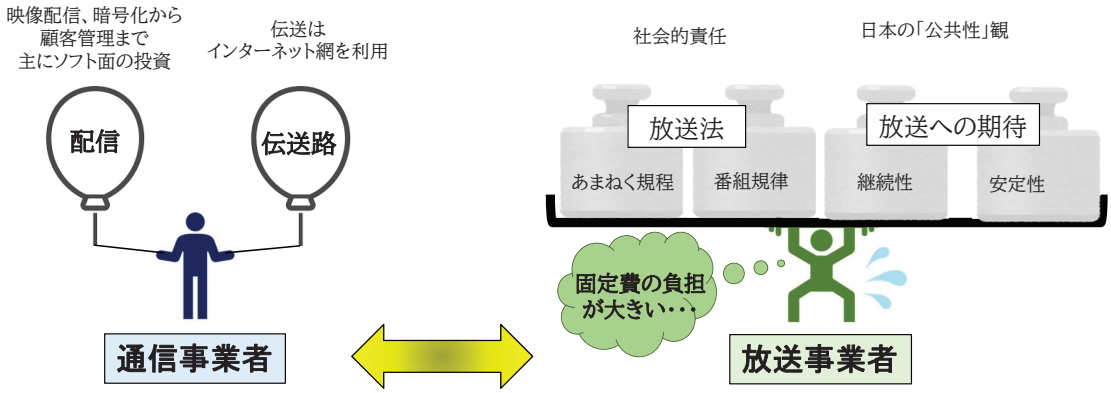
大きな環境変化に対応し、ソフト・ハードの連携により取り組む短期・中期的課題（例）



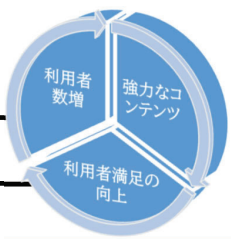
14

放送の大きな固定負担

① 固定費の概要



② コンテンツへの投資



固定費の効用は？その低廉化は可能か？

15

4.衛星放送に求められるものとは

■容易なアクセス
→誰でも、どこでも、途切れることなく

■新たな感動、多様で豊かな番組の提供
→多様性は、成熟した民主主義の証

■信頼性
→放送サービスゆえの信頼ある情報の安定的/継続的提供

⇒そのためには、関係者・有識者らによる丁寧な検討と、改革に向けた環境整備が肝要

16

追１．NHK-BS減波による影響

資　料

2006年の「通信・放送の在り方に関する懇談会」において、日本のソフトパワーの強化を実現するため外部調達増大を提言。特に、公共放送であるＮＨＫは、番組制作の一定割合以上をＮＨＫの子会社以外の外部から調達すべきとし、「放送普及基本計画」において、BSプレミアムについては、外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用することが求められている。

ー基幹放送普及計画（告示）抜粋ー

（Ｂ）外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用し、過去の優れた文化の保存並びに新たな文化の育成及び普及を促進することを目的とする総合放送　（※BSプレミアム）

（Ａ）各年度の総放送時間のうち、協会が外部制作事業者(国内において放送番組の制作の事業を行う者(協会の子会社及び関連会社を除く。)をいう。以下同じ。)に制作を委託した放送番組(協会の子会社及び関連会社を介して制作を委託したものを含む。)及び協会と外部制作事業者が共同で制作した放送番組の放送時間が占める割合が百分の十六以上となるよう努めること。

（Ｂ）各年度の総放送時間のうち、協会が企画競争等に付して他に制作を委託した放送番組及びそれ以外の外部制作事業者が制作に参加した放送番組の放送時間が占める割合が百分の五十以上となるよう努めること。

☞ATP：BS減波により外部制作委託減、番組製作費への影響はあり、クリエイターと製作環境の維持向上および経営を圧迫される

ATP20230424　17

製作会社への影響(1) ～2008年ATP提言より

ATP20230424

ATPでは、平成20年（2008年）総務省「ＮＨＫの衛星放送の保有チャンネル数の在り方に関する研究会」（第６回）」にて、BS減波について下記の懸念点を発表していたが、昨年のATP調査で懸念が実態となっており、拡大が想定されることを確認している。15年という月日を経過をしても製作会社の立場が変わらない実態もある。多様で高品質のコンテンツ維持には、適正な外部制作委託比率は必須と考える。

（1）新作全体量が減ることで民放で展開が困難な（教養）ドキュメンタリー系プロダクションの経営を圧迫する

（2）人材育成の面から見て、若手の人材育成の場が閉ざされる

（3）ＮＨＫの門戸開放で良き状況だが、波削減により逆行、ＮＨＫ買手市場となり製作会社の権利が相対的に弱まる

（4）ＮＨＫ職員だけの閉鎖的空間ではなく、多様なクリエーター が参加する開かれた《広場》であるべき

（5）二次展開が適性かつ透明な取引形態で実現するよう基盤整備が図られるれるべき
例えば、国際市場に通用するコンテンツの制作費には、放送局のみならず制作ファンドなどの資金が提供され、放送局には放送権だけが譲渡され、製作会社が権利処理を果たしたうえで二次展開権は製作会社に留保されるべき

（6）受信料財源はコンテン ツ向上のために配分・還元され、国際的な競争に打ち克つ育成に貢献すべき

以上のシステム上の改善がなされることを前提とするのであれば、ＮＨＫ提案のハイビ ジョン２波体制は検討に値するものと考える（平成20年2月29日資料より抜粋）

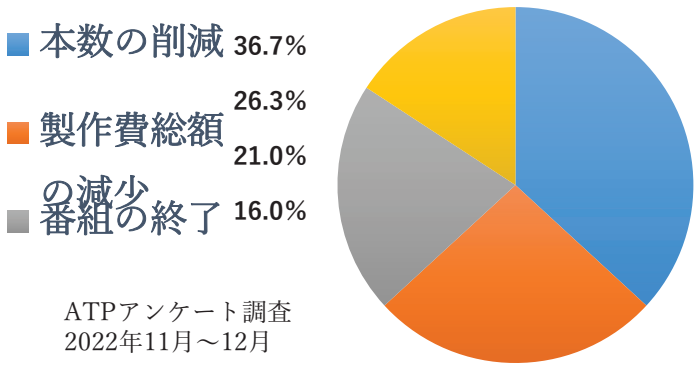
18

製作会社への影響(2) ～ATP緊急アンケートより

ATPでは、次年度編成が見えた昨年11月下旬に、緊急アンケートを実施。昨年末時点で既に影響が確認されたため、今後の拡大を懸念しています。

※この時点では、本数や尺の言及のみの段階で、製作費減少に言及されていない時期であったため継続的に調査をする予定です

BS減波による影響内容



ATPアンケート調査
2022年11月～12月

【記述回答】

・番組製作費総額から約500万円の削減。
・レギュラー枠が他企画枠と抱き合わせになり削減。
・30分番組30本が、60分番組4本に削減。製作費２億円以上の減少。
・30分番組33本が特集へと移行。（現段階では本数予算は不明）
・本数27本から24本　尺49分から29分へ。
・60分番組が30分番組に。トータルで収入減。

NHK取引実績社の中から27社回答

ATP20230424

19

NHK 外部制作委託比率説明

ATP20230424

国/地域	日　本	
メディア	NHK全体	NHK BSプレミアム（削減）
経緯	2009（平成21）年度～2011（平成23年）年度のNHK経営計画で「番組制作会社の制作拡大で、日本のコンテンツ制作力向上に貢献」するため、「NHK・子会社等以外が制作する番組の編成比率を**衛星２波で40%程度、テレビ４波で25%程度**まで高める（５年間で）」ことを公に謳っていた。	2006年「通信・放送の在り方に関する懇談会」にて 日本のソフトパワーの強化、外部調達の増大、公共放送であるNHKは、番組制作の一定割合以上をNHK子会社以外の外部から調達すべきであると提言 その後、基幹放送普及計画に外部制作比率が記載された。
外部製作比率設定形式	努力目標	努力目標
内容	番組制作会社の制作拡大で、 日本のコンテンツ制作力向上に貢献するため （NHK経営計画2009－2011）	外部事業者の企画・制作能力を放送番組に活用。文化の保存、新たな文化の育成・普及・促進 2010年基幹放送普及計画（告示）記載
外部事業者	**NHKの子会社等以外が制作**する番組の編成比率 **※NHK関連会社対象　外部制作、外部一部制作、国内共同制作、国内完全購入が対象** **・衛星２波で40%**程度 **・テレビ４波で25%**程度まで5年間で高める	**①外部制作委託＋共同制作** **16%以上** **②企画競争＋外部制作参加** **50%以上**
報告公開		NHK業務報告書（2021年 令和3年）公開 BSプレミアム ①外部制作委託　**19.9%** ②NHK関連 企画競争＋外部制作　**46.8%**
出所	NHK経営計画 ATP理事会資料	総務省　放送コンテンツ制作・流通に関するワーキンググループ資料 NHK業務報告書（令和３年）

ATPが考えるNHK外部製作比率への問い

1.　一見高く見える比率であるが実態は低い→拡大へ

・BBCの外部発注比率は全ての放送波が対象で25%となっています。
ATPとしては、多様で高品質なコンテンツを維持し日本のコンテンツパワーを強化するためには、基本的に全ての波（BS、地上波）で外部製作比率をより一層拡大して頂きたいと考えています。
・特にBSPにおいて示された企画競争＋外部制作参加の番組で50%という指標は、一見大きく見えますが、これには製作会社が著作権を持たない契約の割合も含んでいます。新BS（２K、４K）においてもこの50%という指標は維持しつつ、番組の多様性、品質の確保という点から、製作会社が著作権を持つ外部制作委託や共同制作の割合である16%の比率を拡大して頂きたいと考えます。
・2009年～2011年に経営計画で、外部製作比率（外部一部契約を含む）が衛星２波で40%程度、テレビ4波で25%程度という比率が示されましたが、この考え方の継承、堅持を要望。
・BS波削減によって分母が減ることを鑑みると、これまでより制作の機会が失われていくことが想定され、一層の比率拡大を求めます。また比率を上げるだけでなく、クオリティや人材育成のため、適正な制作費の確保を要望します。その点で、外部製作の総製作費が減っていくことのないよう、総製作費の開示を求めます。
・但し、現段階でATPはクオータ制の導入を要望するものではなく、製作会社のコンテンツパワーを維持、発展していくために比率の拡大を希望する意図です。

2．NHK BS特性 教養ジャンルコンテンツ減の懸念

民放では少ない教養・教育・ドキュメンタリージャンルの番組減が懸念されます。それを得意とする製作会社の経営圧迫は否めず、また、映像文化保存、新たな文化育成のためにも外部製作比率の拡大により維持向上することを要望します。

ATP20230424

BS減波による
影響想定まとめ
および施策要望

製作会社意見より
ATP

ATPが投げたボールに、NHKはどう応えるか

1.NHKは、日本の映像文化にとってインキュベーターであり、製作会社にとって重要なパートナーです。
製作会社および製作者は、日本のコンテンツ産業にとって重要なプレイヤーです。

2.製作会社は、新２K４K共に活躍の場が必要です。
- 外部製作委託比率は、新２K４Kで拡大および、再放送は含まない等、内訳を明確にすることを要望。
- ４K製作現場の負担増が懸念されるため、その環境整備。
- クオリティや人材育成のため、正当な製作費の確保および外部製作全体の総製作費の開示も要望。
- 教養コンテンツは映像文化にとって重要なジャンルと考えます。

ATP20230424

追2. 国際放送について　JAMCOの活動

1 国際版テレビ番組の開発途上国への提供、提供支援

JAMCOは2011年度から自主財源で途上国のテレビ局に国際版テレビ番組の無償提供を始めました。ABU（アジア太平洋放送連合）を通じて周知活動を行い、2021年度は、アジアの開発途上国の5放送局及びアフリカ・ガーナに計400本の国際版番組を無償で自主提供しています。 また、JAMCOの国際版番組は、国際交流基金の事業などを通じても、アジア、中南米、中東、アフリカなどの開発途上国のテレビ局に無償提供されてきました。これまでJAMCOが提供した国・番組数はのべ100か国、14,067本に上ります。 JAMCOの番組は途上国の教育教材としても使われており、インドネシアで現場の教育活動に活用されています。 なお、著作権上の理由により、これらの番組は個人には提供していません。

2 テレビ番組国際版の募集、選定、制作及び保管

日本の文化や現状を海外、特に途上国に紹介するのにふさわしいテレビ番組や、途上国の教育レベルの向上に役立つテレビ番組をNHKと全国の民放テレビ局から募集し、外部の専門家等で構成する委員会で審議のうえ選定したテレビ番組を、英語、スペイン語、フランス語などの国際版に改編し、海外、特に途上国のテレビ局へ提供するため「国際版のテレビ番組ライブラリー」として保管運用しています。
ライブラリーの国際版テレビ番組は2021年度末で1,836本になっています。

⇒番組評価委員会で検討

3 国際シンポジウム

JAMCOは、テレビ番組の国際交流やテレビメディアの国際化などをテーマにしたシンポジウムを設立以来ほぼ毎年行っており、2002年度からはWeb方式のシンポジウムとして続けています。
シンポジウムの内容は冊子にまとめて、大学や図書館に寄附しています。

4 テレビ番組海外動向調査

現地調査等によって、途上国での日本のテレビ番組へのニーズや途上国テレビ局の放送事情、放送システムなどを幅広く調べ、番組提供に役立てています。

放送番組国際交流センターHPより

一般社団法人
日本ケーブルテレビ連盟

HOME | ケーブルサービスとは | ケーブルテレビ事業者紹介 | 日本ケーブルテレビ連盟について | プレスリリース New

HOME > 番組アワード > 第48回番組アワード > 第48回番組アワードトップページ



9月末を目途に審査員による講評と受賞者によるコメントを掲載するとともに、
作品をストリーミング配信で視聴していただけるように更新する予定です。
どうぞお楽しみに。

24

グランプリ 総務大臣賞

株式会社キャッチネットワーク

FOR GOOD BAIT ～自分らしい人生の終い方～



準グランプリ

株式会社インフォメーション・ネットワーク・コミュニティ

いのちを紡ぐ ～カイコと過ごした小学生の記録～



25

4K特別賞

株式会社ケーブルテレビ富山

天空への一本道

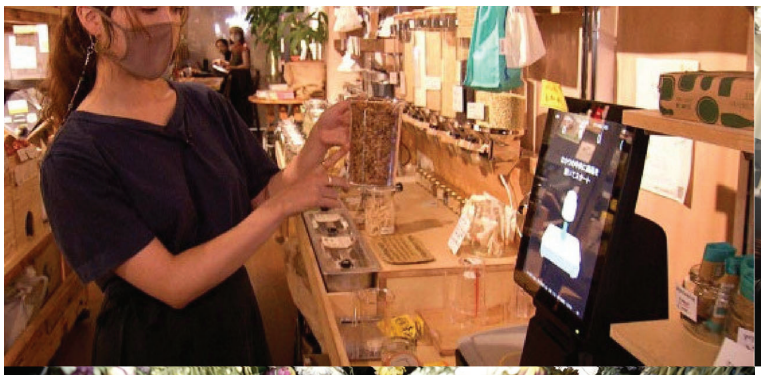


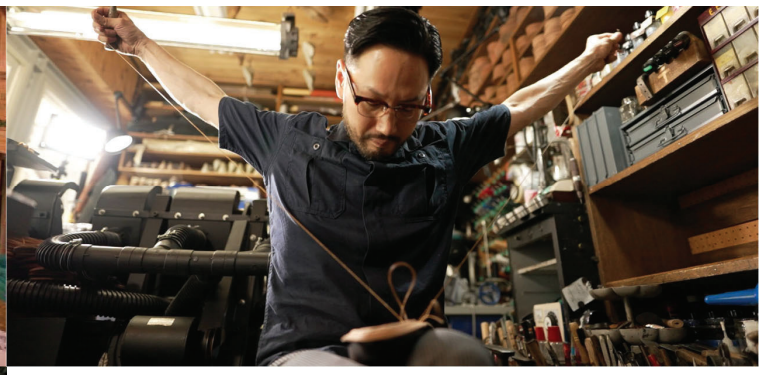
NHK WORLD-JAPAN賞

株式会社ぴ～ぷる

島の未来を守るために　海のサムライの挑戦









例えば、上智大学SPSFにて、講義に活用

NHK WORLD-JAPAN's Programs on Sustainability

*Click each title or image to go to its video page.



Planet-friendly Blue Jeans



Zero Waste Town Kamikatsu



Ethical Every Day

29 min. × 5 episodes

How can we reduce our burden on the global environment? We'll share some simple, practical ideas about little things each of us can do right now to help create a healthier society.



Giving Bali's Waste New Life

28

ご清聴ありがとうございました。

資料２－５

Netflix の取り組み

2023年6月

Netflix合同会社　杉原 佳尭

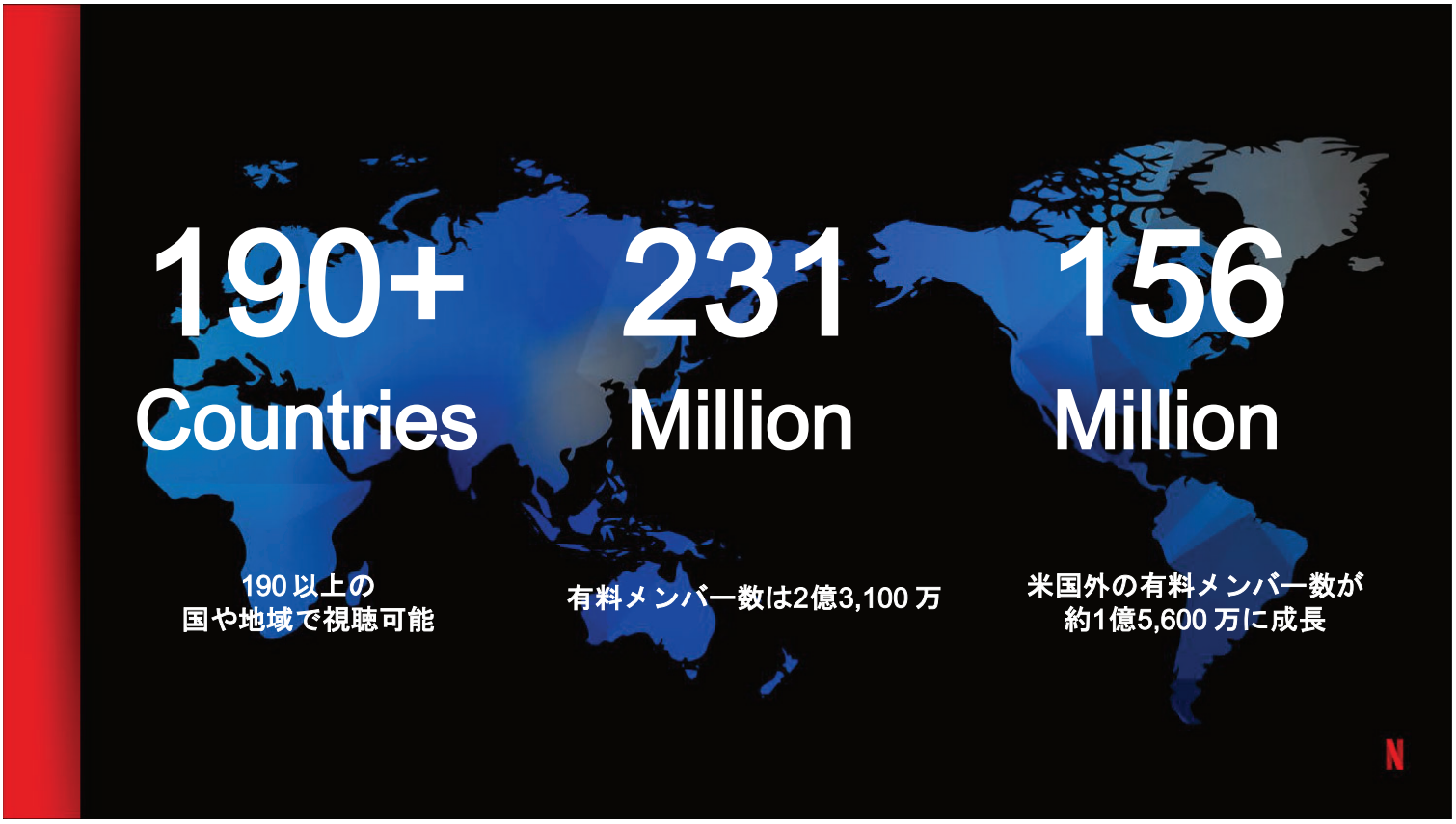
NETFLIX

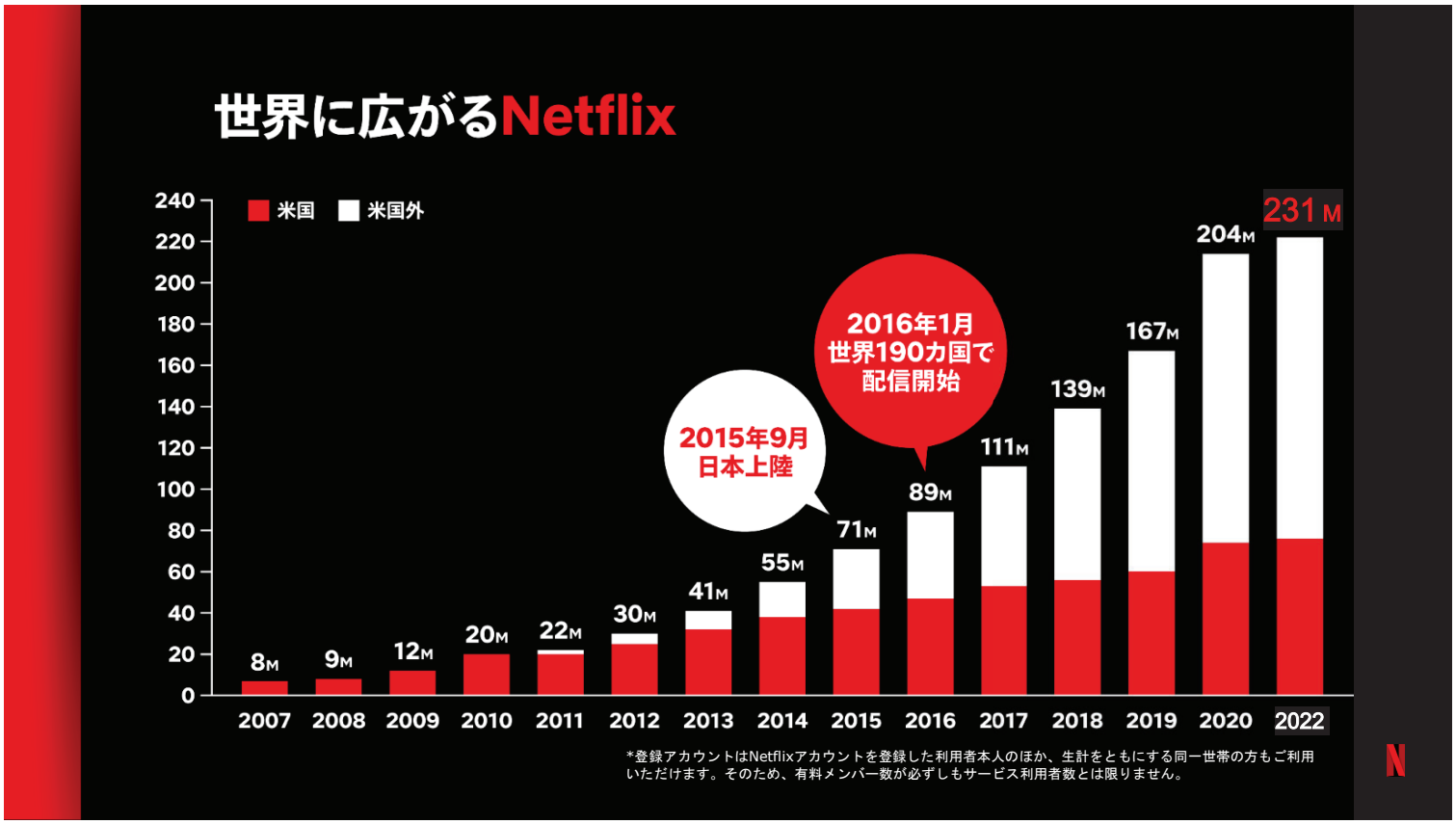
目次

- Netflixについて
- 放送事業者様との取り組み
- リコメンデーション機能
- 人材育成について

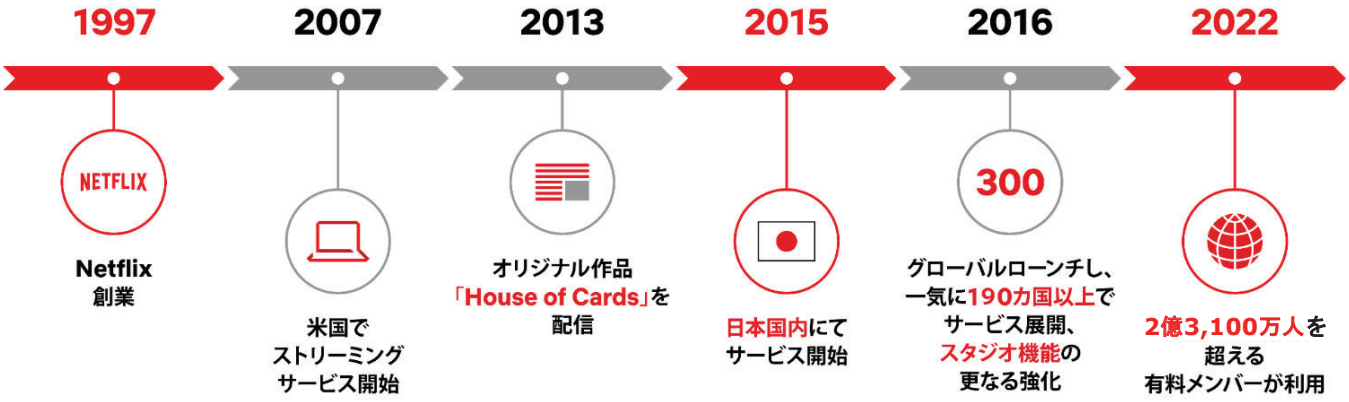
- Appendix

Netflix について




世界に広がるNetflix
米国
米国外
240
220
200
180
160
140
120
100
80
60
40
20
0
8M
9M
12M
20M
22M
30M
41M
55M
71M
89M
111M
139M
167M
204M
231 M
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
2019
2020
2022
2015年9月
日本上陸
2016年1月
世界190カ国で
配信開始
*登録アカウントはNetflixアカウントを登録した利用者本人のほか、生計をともにする同一世帯の方もご利用いただけます。そのため、有料メンバー数が必ずしもサービス利用者数とは限りません。

Netflix の歴史


1997
NETFLIX
Netflix
創業
2007
米国で
ストリーミング
サービス開始
2013
オリジナル作品
「House of Cards」を
配信
2015
日本国内にて
サービス開始
2016
300
グローバルローンチし、
一気に190カ国以上で
サービス展開、
スタジオ機能の
更なる強化
2022
2億3,100万人を
超える
有料メンバーが利用


Entertain the World

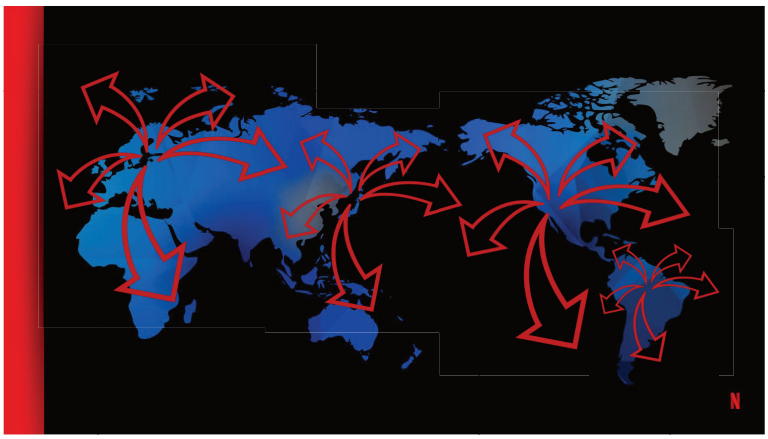

Local to Global

Local to Globalビジネスモデル

強力IPのコンテンツを一国で制作し、全世界に展開



各国で魅力ある作品を制作し、全世界に展開し、IPを育てる。



9

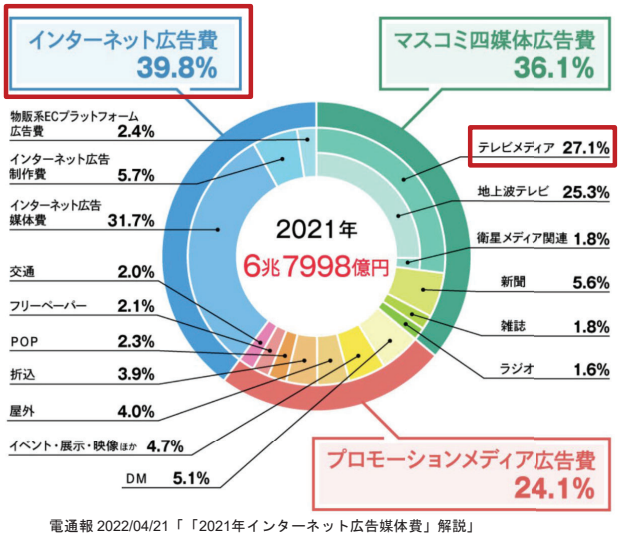
世界100拠点以上でオリジナル作品を制作



放送事業者様との取り組み

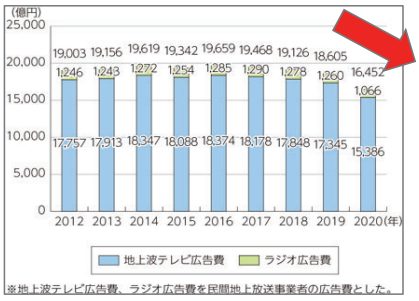
放送業界の概況

- 90年代にはドラマの視聴率が国民の3分の１が同時視聴していた（視聴率30.0%超）
- スマートフォンやブロードバンドの普及に伴う視聴形態の変化を受け、企業等がテレビCMへ振り向ける広告費の配分が変化。**インターネット広告費が初めてマスコミ四媒体広告費(※)を上回った**
- CNNの業績悪化など、放送事業者の広告収入は**世界的に縮小するトレンド**。情報媒体の増加を背景に、放送事業者の収益力維持には、**コンテンツのクオリティ向上と多面的展開が必須の条件。**



電通報 2022/04/21「「2021年インターネット広告媒体費」解説」

地上系民間基幹放送事業者の広告費の推移
16,452億円

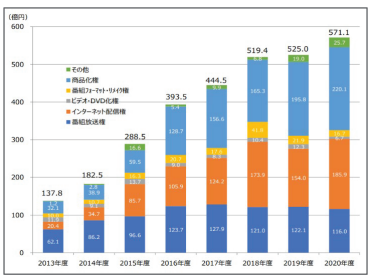


※地上波テレビ広告費、ラジオ広告費を民間地上放送事業者の広告費とした。

総務省「令和3年版情報通信白書」
図表4-1-8-3　地上系民間基幹放送事業者の広告費の推移

※マスコミ四媒体広告費＝「新聞」、「雑誌」「ラジオ」「テレビメディア（地上波テレビ＋衛星メディア関連）」の媒体費と制作費の合算。

日本の放送コンテンツ海外輸出額の推移
571億円



総務省「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析（2020年度）」P.4「日本の放送コンテンツ海外輸出額の推移」

Netflixと放送事業者の関係

- **放送事業者とNetflixは「相互補完的」なビジネスパートナー。**
- 放送事業者が作成したコンテンツをNetflixが世界中に配信する関係。
- 見逃し視聴の需要等が後押しとなり、**放送局・系列プロダクション制作の作品との連携**が進展。

「日本沈没～希望のひと～」
（TBS） オンエアの３時間後の配信







「未来日記」（TBS）「あいのり：African Journey」（フジテレビ）
テレビ局と共同制作した恋愛リアリティショー



「はじめてのおつかい」
（日本テレビ）
テレビ局企画の海外展開

「深夜食堂」
（テレビ朝日）
テレビ局企画のオリジナル化



13

放送事業者の二つの事業とNetflix

- **放送事業者は、「放送波の提供」と「コンテンツの制作」の二種類の事業領域を持つ**
- **Netflixはクリエイティブ部分においては放送事業者と協業が可能**

放送事業者の機能

- **放送波提供**

- **制作**
  - ○ **報道**



  - ○ **エンタメ**

テレビ局との協業実績の拡大

- **「日本沈没～希望のひと～」（TBS）**
  - ○ オンエアの３時間後の配信
- **「未来日記」（TBS）**
- **「あいのり」（フジテレビ）**
  - ○ テレビ局と共同制作した恋愛リアリティショー
- **「はじめてのおつかい」（日本テレビ）**
  - ○ テレビ局企画の海外展開
- **「深夜食堂」（テレビ朝日）**
  - ○ テレビ局企画のオリジナル化

14

出典：https://www3.nhk.or.jp/news/ https://www3.nhk.or.jp/news/

動画配信により、地方のコンテンツを日本全体、そして世界へ

- デジタル化の進む世界では、映像作品のデジタル化 = 動画配信によって、**海外展開が用意に**
- 映画館やテレビの前でなくてもどこでも**スマホやタブレット端末、PCで作品を鑑賞できる**
- リコメンデーション・テクノロジーにより、**個人の好みに合わせた「おすすめ」動画に出会える**
- 地方局製作のドラマがNetflixで配信されて全国的人気になったケースも**生まれている。**

1700以上の種類のデバイスの視聴に対応



北海道テレビ放送（HTB）製作番組がNetflixで配信され、
SNSの“クチコミ”でじわじわと人気に



2015 年のサービス開始以降、200 本以上の地方事業者のコンテンツを配信

配信本数

200 本以上

主な取引事業者

8 カンテレ
HTB
MBS 毎日放送
ytv media design
ABC FRONTIER 株式会社 ABCフロンティアホールディングス

ネットフリックス上で人気の地方事業者のコンテンツは、水曜どうでしょうシリーズ、伊藤潤二マニアックなど

人気コンテンツ例

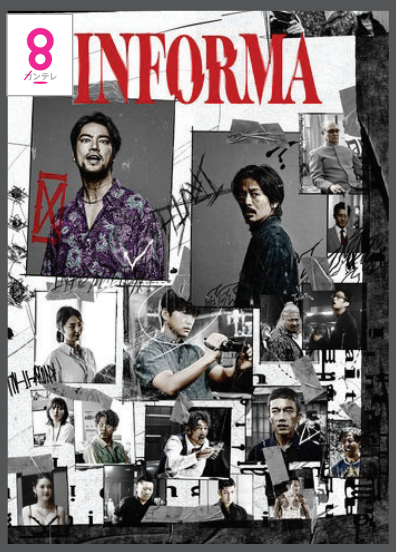








インフォーマは国内でもトップ10入りを果たしたほか、20言語の字幕が付され世界配信された



国内: トップ10入り

12 日間

今日のTV番組Top10 入り

最高2位

にランクイン

海外: 20言語の字幕を付し世界配信

- アラビア語
- 中国語（簡体字）
- 中国語（繁体字）
- オランダ語
- 英語
- フランス語
- ドイツ語
- インドネシア語
- イタリア語
- 日本語
- 韓国語
- マレー語
- ポーランド語
- ポルトガル語（ブラジル）
- ルーマニア語
- スペイン語（南米）
- スペイン語（スペイン）
- タイ語
- トルコ語
- ベトナム語

ネットフリックスオリジナルと地方コンテンツの相乗効果も期待される

サンクチュアリ -聖域- × めんたいぴりり
ともに江口カン監督作品。サンクチュアリ公開後にネットフリックス上でめんたいぴりりの視聴が急増





リコメンデーション機能

レコメンデーション機能



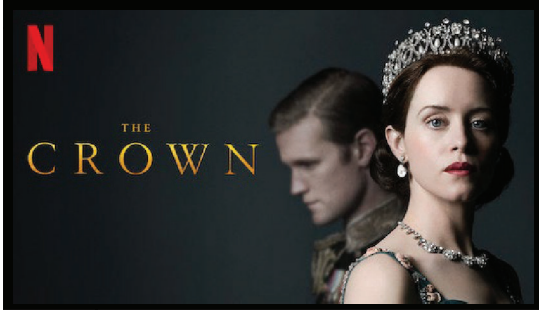
リコメンデーション機能

世界の中でベストなストーリーを探し出そう！

The Best Stories from Around the World





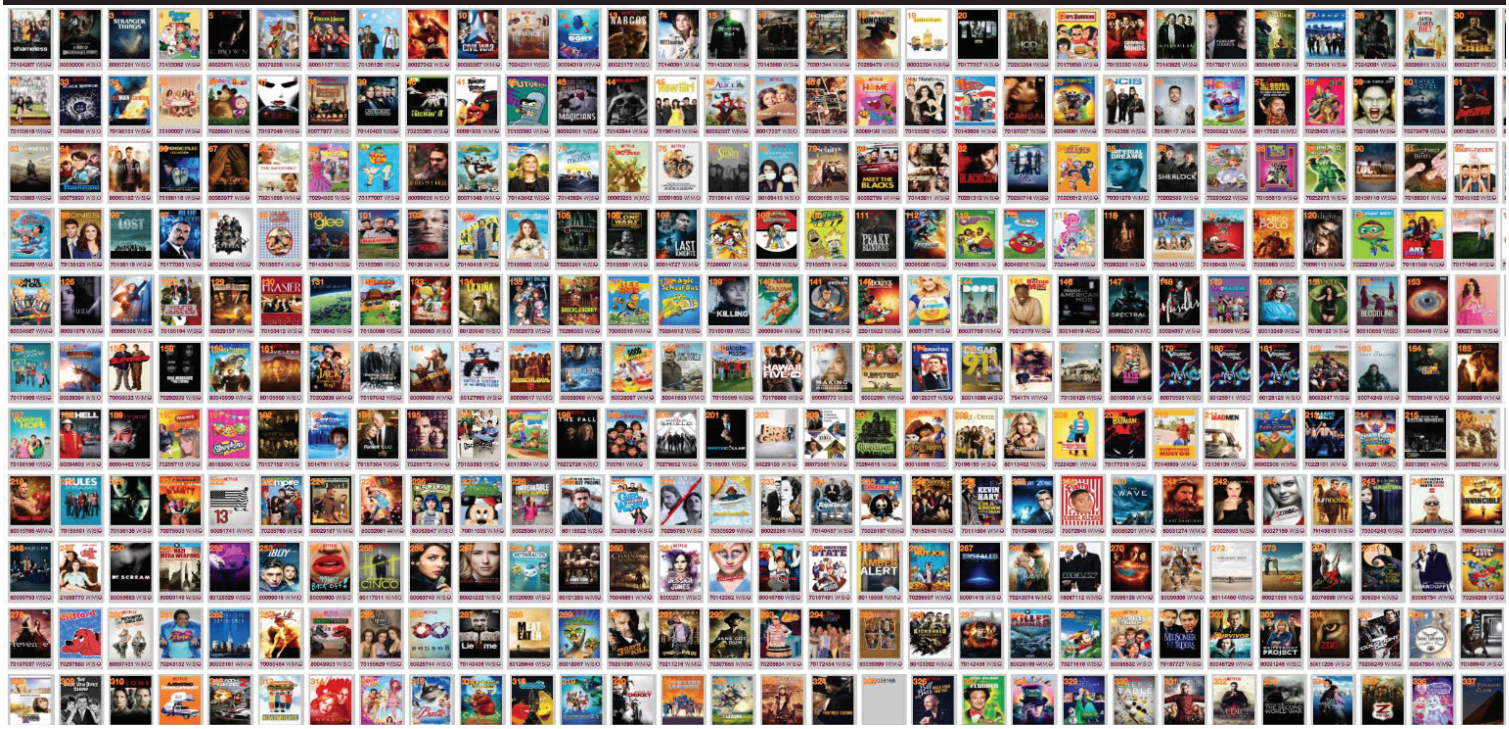




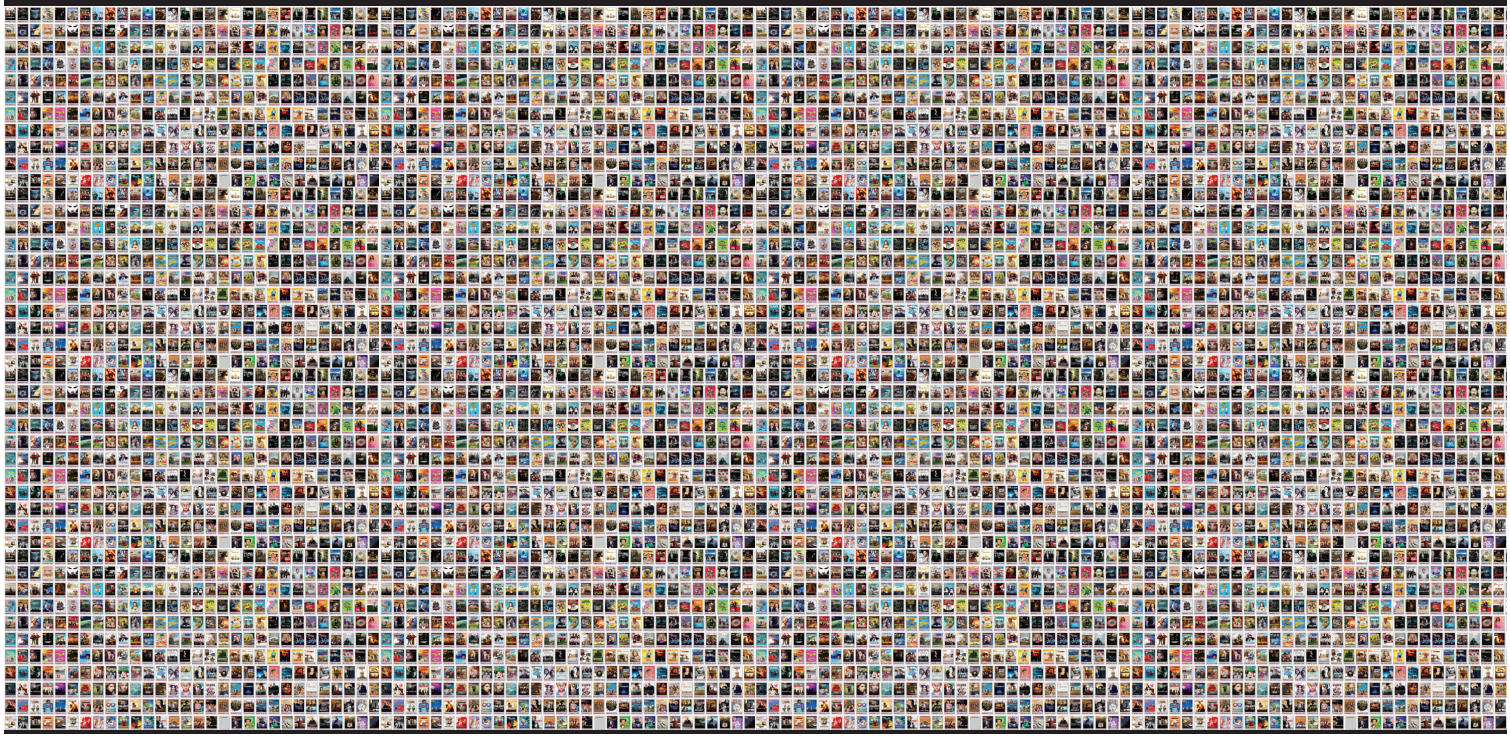


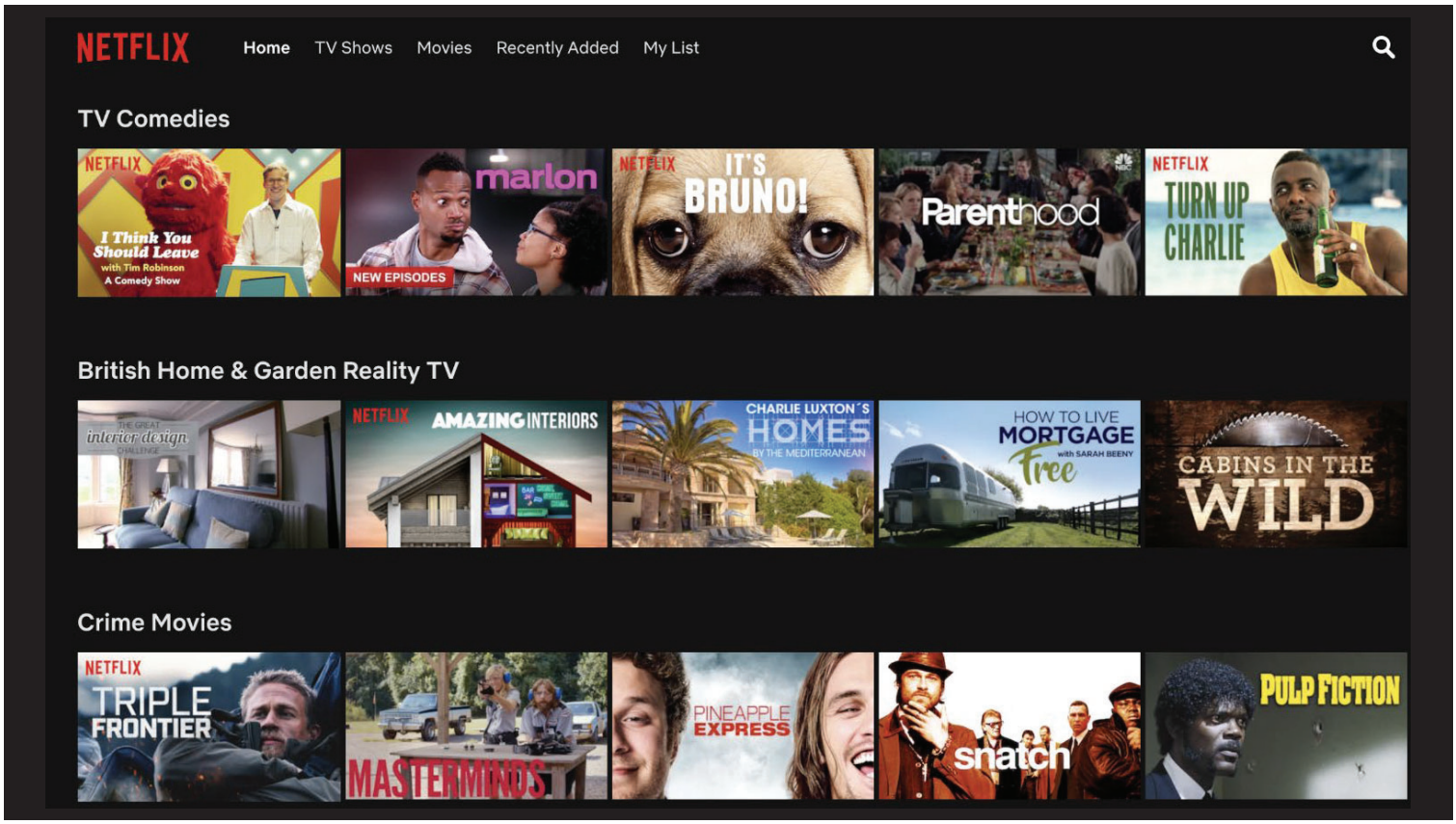


Is This Our Catalog?



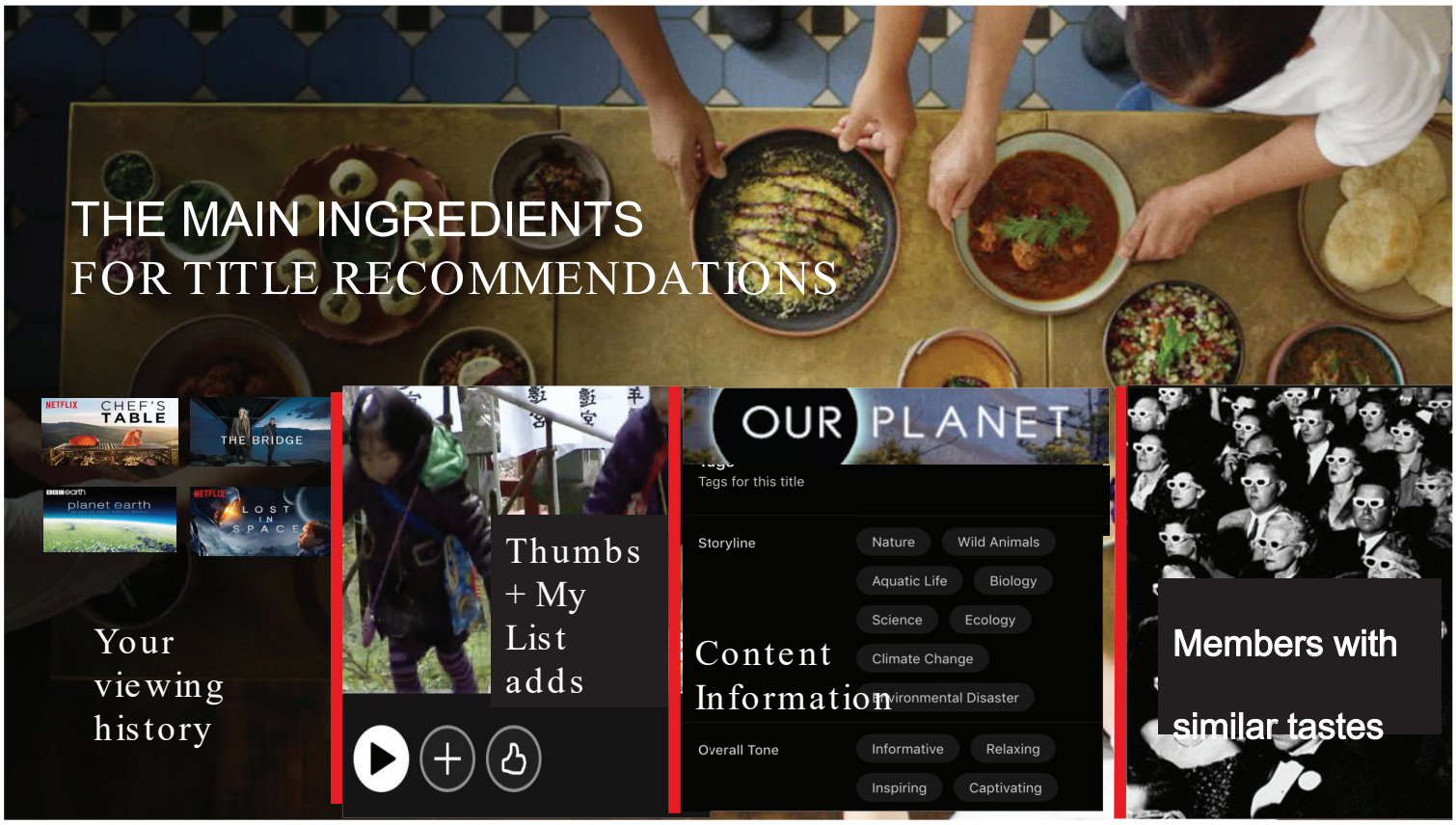
This is our Catalog!





なぜ、リコメンデーション機能が重要なのか?

- メンバーのユニークな好みを膨大なカタログの中から、最適化して見つけ出すことができる。
- 新しい映画やテレビショーをメンバーが探し出す手助けをする。
- 今際の際のアリスやBakiなどローカルなコンテンツが世界中で観られるようにすることが可能となる。



Core logic behind recommendations

Based on what you've watched...

Find clusters of members with similar interests




NETFLIX
Grace and Frankie
LUPIN
NETFLIX
DARK
THE HOUSE OF FLOWERS THE MOVIE
SQUID GAME
今際の国のアリス
NETFLIX

人材育成について

「世界で競える作品づくり」に向けて取り組むべき課題

- DXにより**映像作品の消費サイクルが早期化**
- 質の高い作品を数多く継続的に作るためには、産業を支えるエコシステムが必要だが、**人材・環境（デジタル化への対応の遅れ）・多額の投資を受け止める受け皿の不足**が存在

① 人材育成・人材離れの課題

- **世界で戦える脚本、演技力を含めた製作力が弱い**
- 映像制作の専門人材育成のための仕組みが整備されていない
- 学校を卒業してからプロとして使える人材になるまでのブリッジが弱い
- 長時間労働・経済的に不安定な就労環境が主な原因で**離職率が高い**
- **ビジネスを考える人材**が足りない

② デジタル化など環境整備を阻む課題

- テクノロジーに**多額の投資を行う財務的体力が無い**製作会社が多い
- **作品の消費サイクルの早期化**に対応しづらい体制・商慣習(分業体制が取れない)
- 個社だけのDXではなく、サプライチェーン全体へのテクノロジーの導入が必要

③ 多額の投資を受け止める受け皿の不足

- **多重の下請け構造で、クリエイターや製作スタッフに利益が還元されにくい**
- **既存の下請け構造の中でプロダクションにナレッジ・ノウハウの蓄積がなく、大きな資本を受け入れ高クオリティの作品を製作できる受け皿がない**

31

課題①：人材育成・人材離れ

- 世界水準の競争力とは、**企画力、マーケティング力、技術力、予算**。
- **日本市場の特殊性に最適化(ガラパゴス化)されてきた環境の抜本的な変革**が必要。

企画・脚本

- 脚本の仕立て、表現やテーマがガラパゴス化
  - ハイコンテキストな日本語
  - 説明が必要な背景設定
  - 決め台詞などの独特な構成
  - 抱き合わせキャストなどの独自の商慣行

技術

- 視聴デバイスの主流は4Kへ
  →4Kの映像コンテンツを作る体制がないと、品質が不十分で二次利用ができない作品になってしまう
- アナログな制作工程
- 専門人材のキャリアパスがない

演技・演出

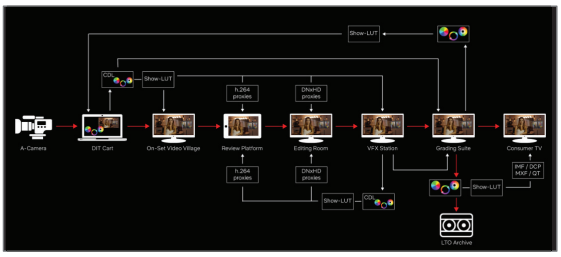
- 高品質な作品に共通する、演者の高い演技力やパフォーマンスレベル

世界水準で戦うためには、
企画・マーケティング・技術・演技・演出など、制作のすべてにおいて変革が必要。

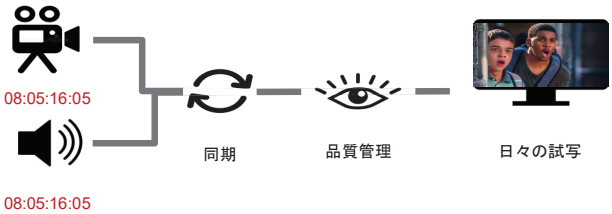
32

課題②：デジタルに対応した環境整備の遅れ

- **アナログな製作手法により、**現場の情報を効率よく後工程に引き継げないなど、**長時間を要する非効率な製作**になっており、**作品のクオリティも確保できていない。**
- 高効率・高クオリティの作品制作のためには、**早期のデジタル化が不可欠**







海外の製作体制

専門性の高い技術者の登用
（フォーカスプラー）

カラーマネジメント
各工程で同じ色が再現できているか技術的に確認する環境整備

映像と音声の同期
(タイムコードシンクロ)

制作工程の高度化
(撮影段階からのVFXの挿入)

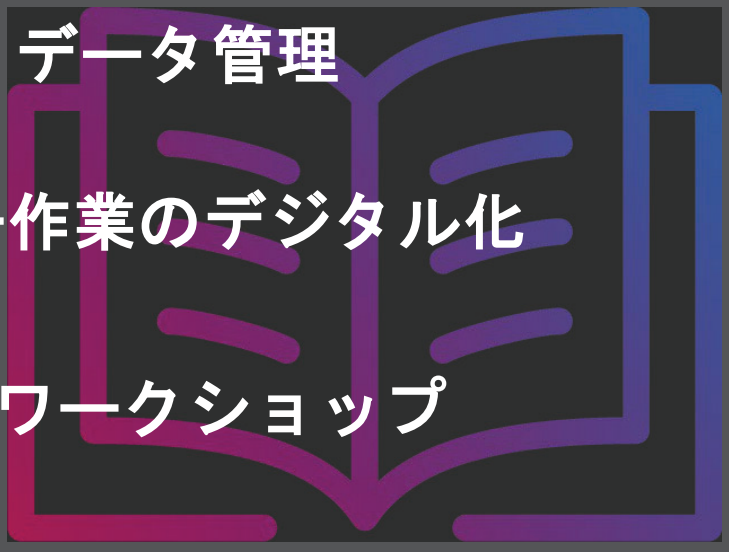
33

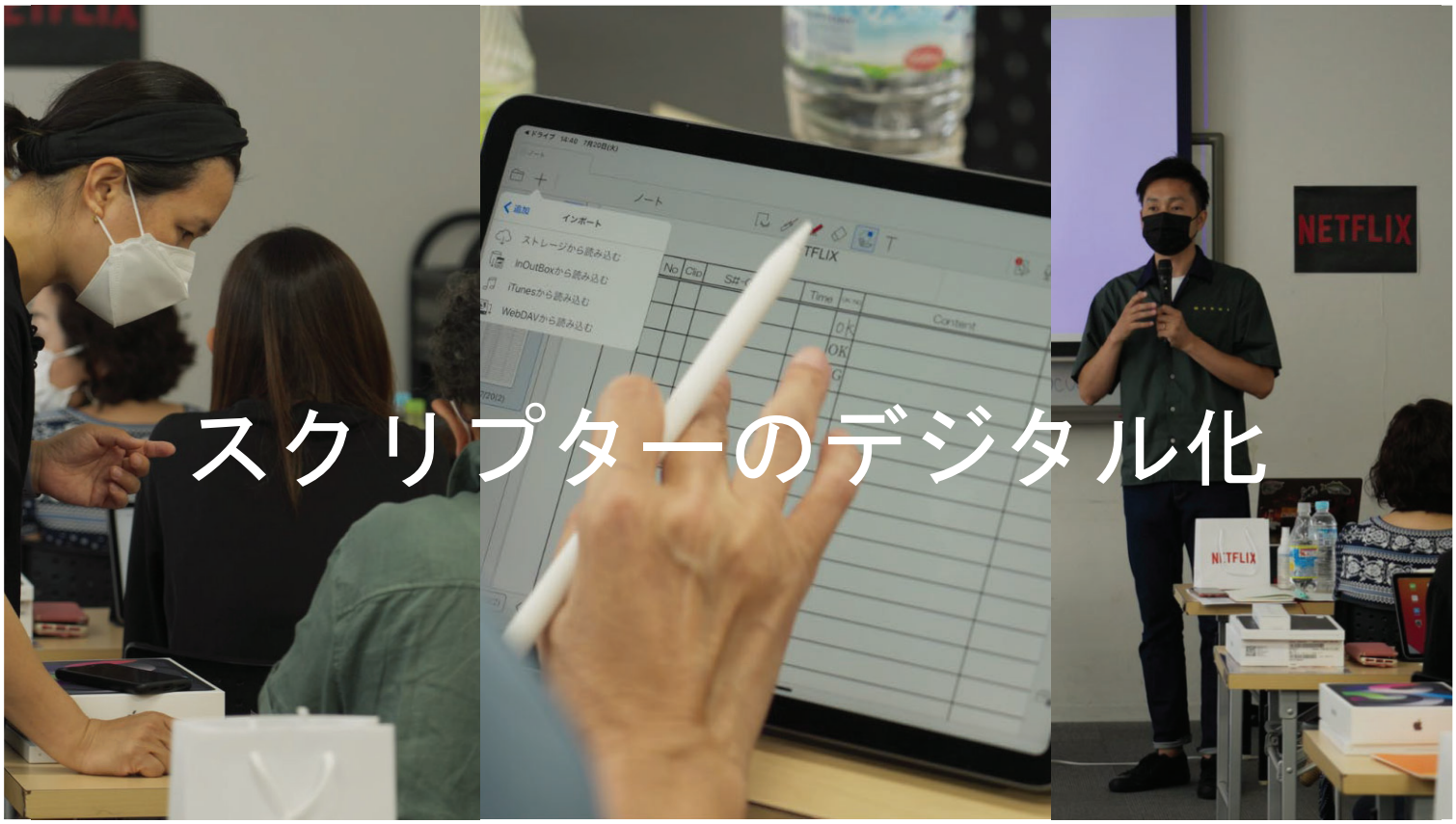
Netflix がグローバルで培ったノウハウの共有

QC・データ管理

スクリプター作業のデジタル化

バイブルワークショップ





②最新技術の導入と技術的なトレーニングの実施

2021 年
Netflix Virtual Production Open House

2022 年
Focus Puller Workshop

2023 年
ASC Master Class in Japan

業界にさきがけて、Virtual Production Open Houseを実施



バーチャルプロダクションという技術が急速に広がっている。**インカメラVFX**といい、今までは後工程だったVFXの作業を撮影時に実現しようという試み。

最たるものが**LEDスクリーンの活用**。今まではグリーンバックで撮影し後で合成していたところを、今はLEDスクリーンであらかじめ投写しておくという手法が出てきている。

ただ、インターネットで検索しても、日本語でのリソースは限られていたので、実際観て、体験してもらうことは、新しいテクノロジーを進める大きな一歩となった。



Appendix

コンテンツ供給における多様な連携①

- **放送と動画配信は「相互補完的」な存在**
- 映像作品は**地域の魅力を世界へ発信・訴求できる力**があることから、地域との連携も活発
- 放送・劇場映画、動画配信が相互に連携し、**視聴者の獲得の仕方**や**ビジネスのリクープの仕方**が**多様化**

「離婚しようよ」
2023年、全世界へ番組配信予定。
愛媛県のフィルムコミッションとの
タッグで制作





「バブル」
劇場とのコラボレーション
（劇場公開前独占配信）

コンテンツ供給における多様な連携②

- TBSホールディングス傘下の製作会社**The SEVENとNetflixは戦略的提携契約を締結**。
- 今回のパートナーシップで、より大きな規模と予算で、THE SEVENはより自由な作品製作が可能に。そしてTHE SEVENの画期的な作品をNetflixの配信により、世界中に発信する。



ご清聴ありがとうございました

杉原 佳尭
ysugihara@netflix.com

資料３－１

2023年7月11日
TOSテレビ大分
代表取締役社長　池邉強

放送業界に係るプラットフォームの在り方に関する タスクフォース

ご説明資料

TOSテレビ大分について



TOSテレビ大分

・開局　昭和45年

・クロスネット局(全国的にも珍しい)

・売上高　約46.4億円(2022年度)
→営業赤字・経常黒字

・大分県　人口　約110万人

【社是】
放送活動を通じて郷土の発展に貢献する

【社の方針】
・地域に寄り添い地域のために全力を

【TOSの商品】
・媒体価値＝地域からの信頼

TOSテレビ大分

■自社制作比率　10.6%

【主な自社制作番組】
・ゆ～わくワイド＆News(月～金)16:50～19:00

・サタデーパレット(土)10:25～11:40

・O！ITAめじろおし(土)11:40～11:45

・vang2vasagey！(日)9:55～10:00

・TOSニュース(月～金)7:55～8:00

・トスクリップ(火)22:54～23:00

・FNN TOS　Live News　days11:30～

・中島知子のおんせんさんぽ(土)20:54～21:00

・宇宙人ニュース(日)20:54～21:00

■デジタル中継局

68局

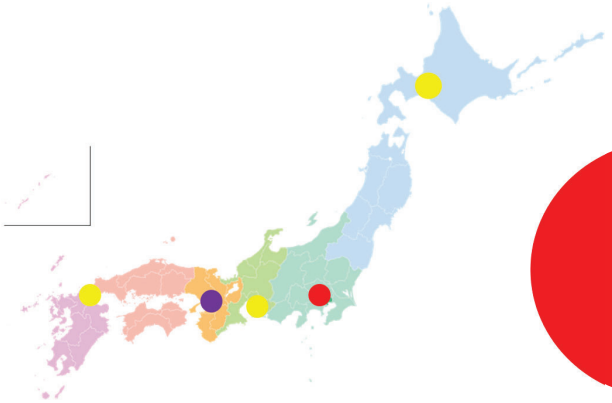


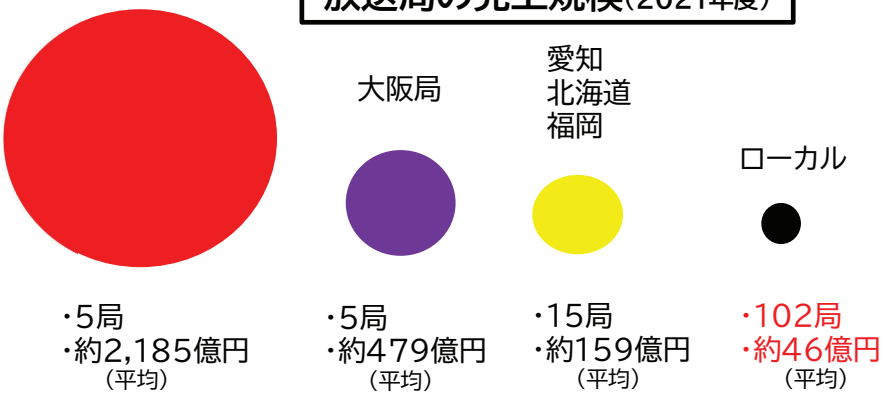
2

放送局の規模は様々
→8割以上は小規模のローカル局

赤字のローカル局も増加

※地上波テレビ・ラテ兼営社
全127社(民放連加盟)





3

TOSの考えるローカル局の使命ー

コンテンツの制作・発信を通じて地方を豊かにする

事件・事故　自然災害　選挙　文化・芸術　スポーツ　生活情報　ETC…








生活者にとって有益な情報を電波を使って、広く発信することで地域住民の生活を支える

地域への関心、愛着、故郷への誇りを育む

ローカル局の役割ー

NHKとの違い＝収入源となる「CM」の有無



地域にとってはCMも重要なコンテンツ

→生活者が地域に関心を持ってアクションを起こす

→「テレビ」が地域経済の活性化に寄与

地方は課題山積

人口減少、過疎高齢化…→コミュニティの維持が困難に　TOSの取り組み

大分で唯一の夕方ベルト番組

ゆ～わくワイド＆ニュース（10年目）







月曜日～金曜日　夕方4:50～7:00

・地域特派員が自らマイクを持ち地元の話題を紹介

・地元高校生がアナウンサーとして参加

地域、産官学連携





・地元自治体、経済界との意見交換（防災減災への取り組み）

・大学や高校での講演・授業

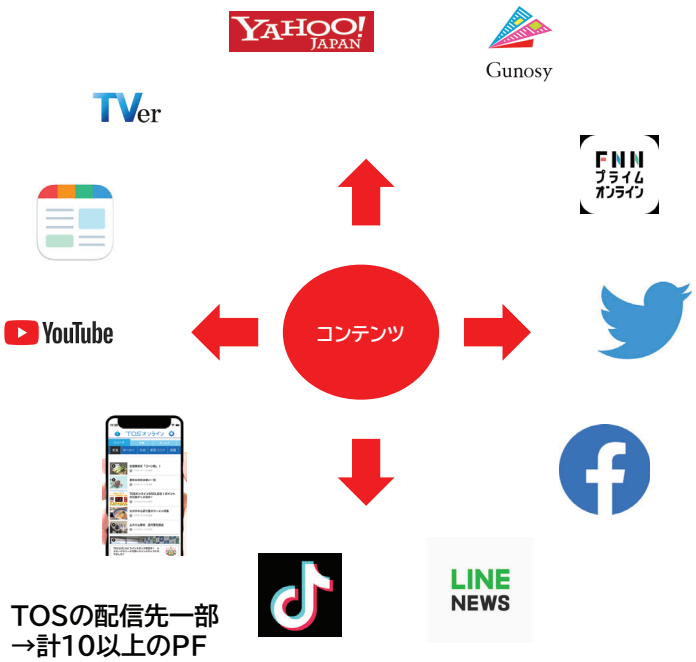
・おおいた地域連携プラットフォーム

・地元紙と連携した学生スポーツ応援「オーエス」

従来の役割に加え、地域のハブ機能やプロデュースする役割の必要性

ローカルも配信に注力

配信＝テレビを見ない人にも大分の情報を提供



TOSの配信先一部
→計10以上のPF

TOSの配信

ローカルニュースや自社制作番組のコーナーや特集を動画・記事として各プラットフォームに配信

地上波用ニュースは基本的に全て配信。二次利用だけでなく配信用コンテンツなども展開

（収入）PVやレベニューシェア

→売上高に占める割合は1%未満

※リーチ（エリア限定の生活情報はうずもれる）＆単価

配信の課題

①コスト（人的、配信環境整備、ランニング）

②放送と異なる権利処理（BGM,CG,取材対象の了承）

③ユーザー対応（デジタルタトゥーなどへの配慮）

ローカル局への期待

ゆ～わくワイド＆ニュース



月曜日～金曜日　夕方4:50～7:00

17時台はTOSのみ自社制作枠

民放各局は18時台にローカルニュース枠

☆昨年度のローカルニュース枠　平均個人視聴率

・TOS…7.2%　・A局…7.0%　・B局…4.1%

→民放3局合計で18.3%

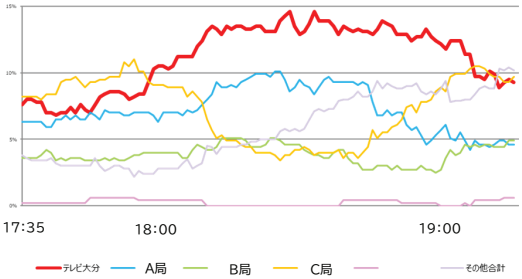
・C局…5.1%

非常時には特に重要な情報源に

☆災害発生時は指定地方公共機関としての役割を果たす使命がある
→総力をあげて放送

2022年9月　過去最強級　台風14号





当日のニュース時間帯の平均視聴率　13.3%(TOS)
→民放3局で25.8%

8

本タスクフォースに関するTOSの見解

検討項目①中継局の共同利用	・ローカル局の負担軽減につながるのであれば賛成 → 地域事情などへの配慮を
検討項目③NHKのプラットフォームへの配信	・限られた期間での議論であり、現時点で採算性や事業性など具体的内容が示されていない ・唐突感や違和感 → 現時点ではお答えの仕様がありません

ローカル局のコンテンツは地域の人が知りたいこと・伝えるべきことに人員と予算を割いている
→NHKのプラットフォームにローカル局がコンテンツを出した場合の採算性や事業性は？

（例えば…）

・ローカル局のコンテンツが地域の人に確実に届く仕組みがあるのか

・配信したローカル局に一定水準の経済的なメリットがあるのか

→具体的な全体像が示されていない

エリア事情も様々　多くのローカル局を交えた丁寧な議論が必要

9

全国どこのローカル放送局も、良質なコンテンツを通して地域に貢献し、地方を豊かにしたいと考え、コンテンツを守るために自助努力を続けています。

人口減少・過疎高齢化をはじめ地方を取り巻く課題が山積しているからこそ、そうした取り組みを是非、応援していただければ幸いです。

今後の議論においては、5年後、10年後の地方創生につながるのか、地方からの視点を常に忘れないで頂きたいと私は強く思っています。

ご清聴ありがとうございました

資料３－２

放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース（第3回）

2023年7月11日
株式会社南日本放送

株式会社南日本放送（MBC）



【設立】
1953年6月（今年で創立70周年）
テレビ・ラジオの兼営局

【本社】
鹿児島市

【社是】
ふるさとたっぷり

【企業理念】
地域の人々と喜怒哀楽をともに

【放送活動の2本柱】
「かごしまじかん」、「防災の日常化」

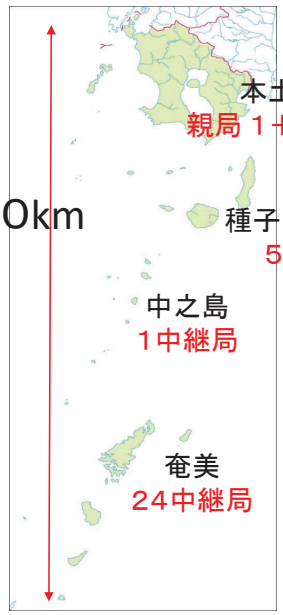
株式会社南日本放送（MBC）

テレビ	ラジオ	インターネット
■自社制作率　13．0%	■自社制作率　47．8%	■自社アプリ　27．5万DL
➢ ニューズナウ（月～金　18:15～） ➢ かごしま4（月～金　15:49～） ➢ あの日のふるさと（月～金　18:55～） ➢ てげてげ（水　19:00～） ➢ どーんと鹿児島（水　20:00～） ➢ 週刊1チャンネル（土　12:00～） ➢ かごしま防災スイッチ（土　12:55～） ➢ 新 窓をあけて九州 ➢ 世界一の九州がはじまる ➢ 日本のチカラ ➢ ダイドーグループ 日本の祭り など	➢ Morning Smile（月～金　6:30～） ➢ たんぽぽ倶楽部（月～金　10:00～） ➢ 城山スズメ（月～金　13:30～）　★70年目 ➢ ゆうぐれエクスプレス（月～金　18:00～） ➢ 土曜ラジオ（土　9:00～） ➢ あまみじかん（土　13:00～） ➢ 青だよ！たくちゃん（土　13:30～） ➢ やくしまじかん（土　16:30～） ➢ Radio BURN（土　18:00～） ➢ たけまる商店営業中（日　10:30～） ➢ てげてげハイスクールハウス（日　14:30～） ➢ 希望のリボン（毎日）　★70年目 など	◎ニュース配信 ➢ 自社アプリ、ホームページ ➢ JNN NEWS DIG ➢ Yahoo、スマートニュース他　13 PFで配信 ◎TVer ➢ どーんと鹿児島　を配信 ◎独自配信 ➢ 災害、選挙特番、コロナ会見等 ⇒ YouTube（アプリ、HP） ➢ スポーツ、イベント等　CM入り配信 ⇒ 配信PFを使用

◆ 地域社会の健全な民主主義の発展
◆ 地域社会の情報インフラの役割＝ 情報のライフラインである
◆ 地域の特徴を活かし、自律的で持続的な社会をつくる「地域創生」に貢献

ふるさとたっぷり MBC南日本放送 70th

◎地上波放送（テレビ）の中継局



【親局】　1
【大規模局】　17
【小規模局】　40
【ミニサテ】　31
} 計88中継局

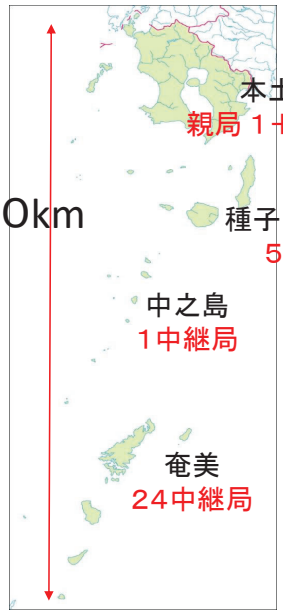
＜参考　九州・沖縄の中継局（JNN系列）＞
福岡59　長崎68　熊本64
大分67　宮崎46　沖縄31

⇒ 中継局の数には地域差あり

⇒ 鹿児島は離島が多く、
中継局の整備・保守にとって条件的に不利

ふるさとたっぷり MBC南日本放送 70th

◎地上波放送(テレビ)の中継局



■鹿児島エリアの中継局整備・保守の現状と課題

【現状】

- ✓ エリアが広く、離島も多いため、全ての中継局を複数社で共建、共同利用（敷地・鉄塔・局舎・電源設備等）
- ✓ 災害等での障害発生時は、各中継局ごとに定めている幹事社を中心に復旧対応
- ✓ 設備更新は、共同利用している会社同士で更新時期や内容、金額の妥当性等を協議 ⇒ 各社で意思決定

【課題】

- ✓ 現在、更新時期を迎えているが、前回更新時に比べ、機材の調達コストや輸送費、人件費、保守費等が値上がり
- ✓ 電力費の値上がりによる固定費の増加
- ✓ 納期の長期化（24～30か月）

ふるさとたっぷり MBC南日本放送 70th

◎地上波放送(テレビ)の中継局

■共同利用型モデルの検討について

- ✓ 共建による更なる合理化の余地がないか？検討や働きかけを進めたい
- ✓ ハード会社への期待はある。ただし、NHKと民放の間で耐用年数や設備の仕様・コストの考え方が異なるほか、新たに発生する「会社の運営コスト」をどのように回収するか、課題もある
- ✓ ハード会社へのNHK参画によるコストダウンには期待。ただし、経済合理性は地域ごとに見極める必要あり

■ブロードバンド等による代替について

- ✓ 視聴者の理解が大前提。その上でBB代替を実施した場合の地上波ビジネスモデルとのマッチングや、中継局ごとの経済合理性を見極めたい
- ✓ ミニサテ継続の場合は、NHK主導での設備更新を期待

■マスター設備の効率化（IP、クラウド化等）について

- ✓ 放送局の心臓部分であるマスターは経営の根幹
- ✓ 研究は必要。経済合理性のみならず、各局のマスター設備に対する考え方（経営判断）が前提となる

ふるさとたっぷり MBC南日本放送 70th

◎インターネット配信

■大前提として・・・

キー局、NHK　100%のコンテンツメーカー

ローカル局　　自社制作率は平均で約10%　残り90%は言わば流通業（キー局等の番組を地域に届ける）

ほとんどが生放送のニュース・情報番組　PFに載せる価値（番組）は僅かしかない
ローカルにとって配信は「プラスα程度」の収益　大きな期待は寄せられない

■現状認識と懸念

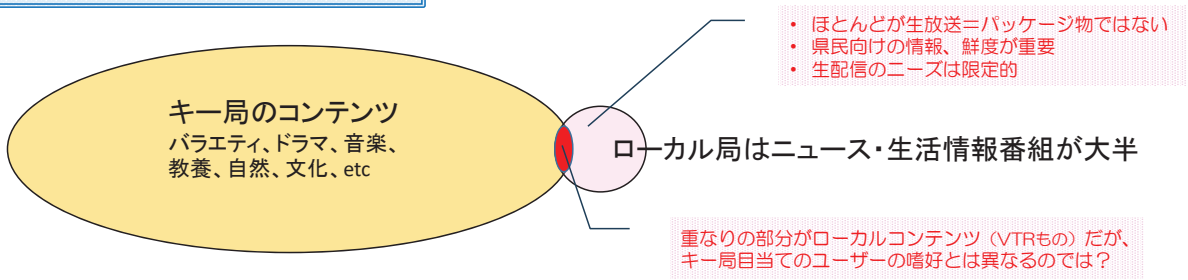
多様なデバイス、CTVの将来的な拡大によって、TVコンテンツの配信ニーズが高まるのは時代の要請

配信PFの議論　・・・　キー局は「コンテンツメーカー」、ローカル局は「生活情報」が中心　同じ土俵に立てない
（コンテンツ産業論）　同時配信はローカル局のビジネスモデルに多大な影響 ⇔ 収益を上げる道筋が描けていない

配信にかかる人、コスト、手間の問題
ローカル局のビジネスモデルが実装されたPFが必要　} キー局とも事情が違う

ふるさとたっぷり MBC南日本放送 70th

◎インターネット配信



■ローカル局にとっての配信

✓ NHKとはビジネスモデルが違う。 TVコンテンツ産業を担うキー局ともビジネスモデルが違う？かもしれない

✓ 「TVer ではローカル番組が埋もれてしまう」との意見 → インターフェイスの問題だけではない？かもしれない

ローカル局にとって、「極力、配信コストがかからず、かつ収益を上げられる」ビジネスモデルが見出せていない中、
ローカルの視点が十分とは言えない場づくり議論が先行している印象であり、不安
ローカルPFは民放事業者やローカル連合で検討するのが妥当ではないか
その上で、配信に参加するかは、あくまでも各事業者の経営判断

ふるさとたっぷり MBC南日本放送 70th

◎変革期のローカル局として

技術やシステムの変革の中で、ローカル局の地域性が弱まったり、
経済合理性が優先されるあまり、地域の人たちへの存在価値が失われてはならない。
これからのローカル局の生命線は地域密着の深化。
あらゆる判断は、常にその目線で検討していく。

資料３－３

放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース（第3回）説明資料

日本放送協会

2023/7/11

NHK

NHK

1. NHKの衛星波での外部制作事業者との連携について

番組制作会社はNHKを支えるパートナー

NHK



Tokyo Docs（国際共同制作）
- ドキュメンタリーの国際共同制作のための企画提案会議
- ATP・NPO法人Tokyo Docs 共催
- NHKは協賛　採択番組はBS1などで放送

NHK BS1「ミニドキュメンタリー」（企画競争）
- 企画募集「ミニドキュメンタリー」で数多くの提案のなかから採択された番組を放送
- ディレクターは番組制作会社に所属する主に35歳以下の若手



番組制作会社とNHKは互いに切磋琢磨し
適切な競争関係を促進して
制作能力の向上をはかることで
視聴者に成果を還元してきました。
この役割は新しい衛星2波でも変わりません

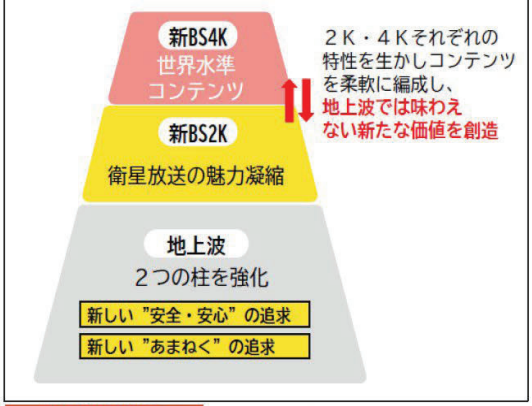
新しい衛星波のトータルプラン

NHK

衛星波の整理・削減　概要

NHK

(2023年1月修正) **衛星波削減を踏まえた放送サービスのトータルプラン**



	サービスプラン	主な番組のジャンル
新BS4K	世界に通用する多彩なコンテンツ・高精細クオリティを提供	● 自然・紀行番組 ● ドラマ ● 音楽番組 ● 教養エンターテインメント番組 ● 4Kリマスター番組　など
新BS2K	BS1・BSプレミアムのコンテンツを中心に、衛星放送の魅力を凝縮し、ライブ感を重視した機動的な編成	● 国内ニュース ● 国際ニュース・報道番組 ● 海外ドキュメンタリー ● プロスポーツ ● アマチュアスポーツ　など ● 災害・事件事故等の場合、総合テレビと同時に緊急ニュースを放送 ● 2Kテレビで衛星放送をご覧になる視聴者に向け、新BS4Kの番組も放送

大規模災害時の対応　地震・津波等の大規模災害が発生し、東京の放送センターから放送ができなくなった場合は大阪放送局から新BS2Kに送信し全国の放送局が受信して放送する

出所：放送コンテンツの流通の促進に関するワーキンググループ（第5回）NHK提出資料より

新BS2波 外部制作の基本的考え方

NHK

期待される役割

- **衛星放送全体で番組制作会社と協業**し、高品質のコンテンツを制作・放送する
- 放送・通信融合の時代を迎え、**番組制作会社の著作権確保、2次展開を重視**し産業育成に貢献する
- 衛星放送の特徴である**「多様性」「先進性」**を引き続き実現する
- 衛星放送の**「広域性」**を生かし、**新BS2Kは首都直下地震等**が発生した場合の**放送継続**を担う
- 受信料収入が今後減少するなか、**番組制作会社・NHKの双方にとって持続可能な協業の形**を追求する

基本的考え方

- 新BS2K(NHK BS)・新BS4K(NHK BSプレミアム4K)に対し、**波の特性や役割に合わせてそれぞれ努力目標を設定**
- 対象の取引は**「番組制作会社が著作権を持つ番組(NHKと共同保有を含む)」**とする

新BS2波　努力目標の対象取引

NHK

- **番組制作会社が著作権を保有**＝企画を発意し、制作責任を持つ(いずれもNHKと共同含む)委託番組が対象
- 番組制作会社による**放送・配信・番組販売など多角的な展開、国内・国際共同制作の促進**に貢献

		定義(番組制作会社との取引内容)	最終的な著作権の帰属	権料収入の配分
①	**放送番組制作業務委託(外部制作)**	番組制作会社が企画提案しNHKが採択した番組につき、番組制作会社とNHKまたは関連団体の共同の制作統括の下に制作される番組につき、その制作業務を委託するもの	NHKおよび番組制作会社の共有	あり(NHKの定めた配分比率による)
②	**国内共同制作**	NHKと番組制作会社が双方で一定の費用を負担し、共同で番組を制作するもの	NHKおよび番組制作会社の共有	双方の権利行使範囲および権料収入配分を個別に規定
③	**国際共同制作**			
④	**予約購入**	番組制作会社が企画・制作する番組の放送権を制作・完成に先立って購入するもの	番組制作会社	※NHKは初回放送から一定期間、独占的放送権を有するが、番組制作会社の事業展開のため一時的な解除が可能

※現在の「外部制作比率」では、「予約購入」「国際共同制作」は含まれていない
※現在の「外部制作比率」における「企画競争」のうち、番組制作会社が企画提案するものは①に含まれる

品質向上・人材育成にも協力して貢献

NHK

コンテンツの信頼性向上　健全性確保への貢献

NHK

1月に修正したNHK中期経営計画で「コンテンツ産業への貢献」を明記

強化する重点項目

1．安全・安心を支える

災害のみならず、安全保障、感染症、地域課題など、
暮らしの安全を支える「信頼できる情報」の発信を強化します。

○国際情勢や地域環境の変化を踏まえ、信頼できる情報の担い手として、
健全な情報空間の維持に貢献します。

・フェイクニュースが蔓延する時代に対応し、事実を見極めるための情報の取材・制作機能を強化します。
・取材に裏打ちされた信頼性の高い報道を維持するため、ジャーナリズム人材の育成に注力します。
・専門プロジェクトを設けるなど、災害、科学、安全保障といった社会が要請する分野の強化に取り組みます。

○信頼されるメディアとしてコンテンツ強化に取り組むとともに、
国内で流通するコンテンツの信頼性向上にも貢献します。

・学習形態の多様化に応じた教育コンテンツの充実など、質の高いコンテンツに経営資源を集中します。
・放送通信融合の時代における日本のコンテンツ産業の信頼性向上に、業界と協力しつつ取り組みます。

繰越金を活用した還元

繰越金を活用したその他の還元

視聴者のみなさまの将来的な負担軽減に向けて
先行投資に取り組みます

視聴者のみなさまに
追加負担を強いることなく
いかなる事態でも
信頼できる情報を届け
続けることができる存在へ
※余剰が出れば
「還元目的積立金」へ
（改正放送法で明記）

○民間放送事業者と連携し
放送ネットワークインフラ維持コストを低減
※次頁参照
○設備投資コスト削減に向けた投資
○情報空間の健全性担保のための投資
○日本のコンテンツ業界の人材育成

還元規模（想定※）　７００億円程度

■放送通信融合時代における
日本のコンテンツ産業の信頼性向上に
業界と協力しつつ取り組みます

■情報空間の健全性確保のための投資

■日本のコンテンツ業界の人材育成

17

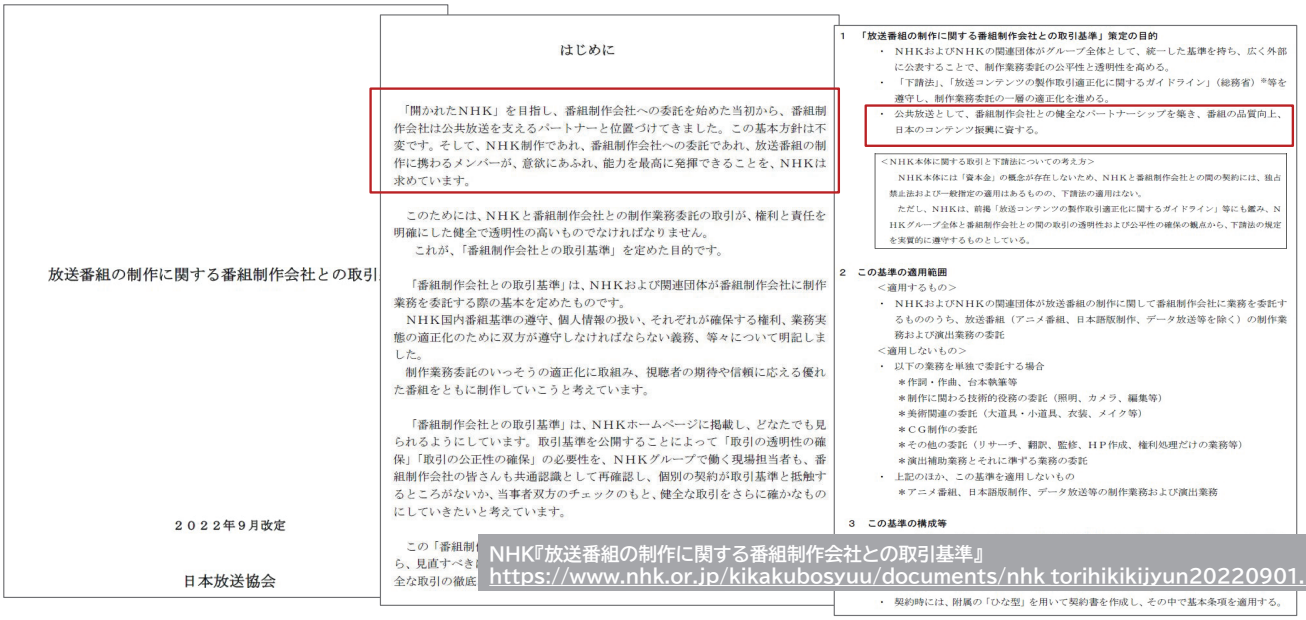
出所：放送コンテンツの流通の促進に関するワーキンググループ（第5回）NHK提出資料より

6

番組制作会社との取引基準

NHK

- 取引基準に『番組制作会社は公共放送を支えるパートナー』と明記
- 健全なパートナーシップを築き、**番組の品質向上、日本のコンテンツ振興に資する**ことを目的としている



放送番組の制作に関する番組制作会社との取引

２０２２年９月改定

日本放送協会

はじめに

「開かれたＮＨＫ」を目指し、番組制作会社への委託を始めた当初から、番組制作会社は公共放送を支えるパートナーと位置づけてきました。この基本方針は不変です。そして、ＮＨＫ制作であれ、番組制作会社への委託であれ、放送番組の制作に携わるメンバーが、意欲にあふれ、能力を最高に発揮できることを、ＮＨＫは求めています。

このためには、ＮＨＫと番組制作会社との制作業務委託の取引が、権利と責任を明確にした健全で透明性の高いものでなければなりません。
これが、「番組制作会社との取引基準」を定めた目的です。

「番組制作会社との取引基準」は、ＮＨＫおよび関連団体が番組制作会社に制作業務を委託する際の基本を定めたものです。
ＮＨＫ国内番組基準の遵守、個人情報の扱い、それぞれが確保する権利、業務実態の適正化のために双方が遵守しなければならない義務、等々について明記しました。
制作業務委託のいっそうの適正化に取組み、視聴者の期待や信頼に応える優れた番組をともに制作していこうと考えています。

「番組制作会社との取引基準」は、ＮＨＫホームページに掲載し、どなたでも見られるようにしています。取引基準を公開することによって「取引の透明性の確保」「取引の公正性の確保」の必要性を、ＮＨＫグループで働く現場担当者も、番組制作会社の皆さんも共通認識として再確認し、個別の契約が取引基準と抵触するところがないか、当事者双方のチェックのもと、健全な取引をさらに確かなものにしていきたいと考えています。

この「番組制作
ら、見直すべき
全な取引の徹底

1　「放送番組の制作に関する番組制作会社との取引基準」策定の目的

・ＮＨＫおよびＮＨＫの関連団体がグループ全体として、統一した基準を持ち、広く外部に公表することで、制作業務委託の公平性と透明性を高める。
・「下請法」、「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」（総務省）※等を遵守し、制作業務委託の一層の適正化を進める。
・公共放送として、番組制作会社との健全なパートナーシップを築き、番組の品質向上、日本のコンテンツ振興に資する。

＜ＮＨＫ本体に関する取引と下請法についての考え方＞
ＮＨＫ本体には「資本金」の概念が存在しないため、ＮＨＫと番組制作会社との間の契約には、独占禁止法および一般指定の適用はあるものの、下請法の適用はない。
ただし、ＮＨＫは、前掲「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」等にも鑑み、ＮＨＫグループ全体と番組制作会社との間の取引の透明性および公平性の確保の観点から、下請法の規定を実質的に遵守するものとしている。

2　この基準の適用範囲

＜適用するもの＞
・ＮＨＫおよびＮＨＫの関連団体が放送番組の制作に関して番組制作会社に業務を委託するもののうち、放送番組（アニメ番組、日本語版制作、データ放送等を除く）の制作業務および演出業務の委託
＜適用しないもの＞
・以下の業務を単独で委託する場合
＊作詞・作曲、台本執筆等
＊制作に関わる技術的役務の委託（照明、カメラ、編集等）
＊美術関連の委託（大道具・小道具、衣装、メイク等）
＊ＣＧ制作の委託
＊その他の委託（リサーチ、翻訳、監修、ＨＰ作成、権利処理だけの業務等）
＊演出補助業務とそれに準ずる業務の委託
・上記のほか、この基準を適用しないもの
＊アニメ番組、日本語版制作、データ放送等の制作業務および演出業務

3　この基準の構成等

・契約時には、附属の「ひな型」を用いて契約書を作成し、その中で基本条項を適用する。

NHK『放送番組の制作に関する番組制作会社との取引基準』
https://www.nhk.or.jp/kikakubosyuu/documents/nhk torihikikijyun20220901.pdf

7

2. NHKの国際放送について

NHK国際放送　番組編集の基本方針

①「放送法」や「国際番組基準」等に基づき、各年度の番組編集を実施
②「国際社会への公平・正確な情報発信と日本理解の促進」をミッションに、ニュース・報道や多彩な番組を発信

【日本放送協会　国際番組基準】

日本放送協会は，放送法の定めるところにより，わが国を代表する国際放送機関としての自覚のもとに，外国人向けおよび邦人向け国際放送および協会国際衛星放送を通じて，諸外国のわが国にたいする理解を深め，国際間の文化および経済交流の発展に資し，ひいては国際親善と人類の福祉に貢献するとともに，邦人に適切な報道および娯楽を提供するため，次のとおり外国人向けおよび邦人向け国際放送および協会国際衛星放送の放送番組の編集の基準を定める。

第1章　一般基準

1　編集にあたっては人権を尊重し，自由と民主主義とを基調とする。
2　内外のニュースを迅速かつ客観的に報道するとともに，わが国の重要な政策および国際問題にたいする公的見解ならびにわが国の世論の動向を正しく伝える。
3　外国人向け国際放送および協会国際衛星放送（以下「外国人向け放送」という。）にあっては，ひろくわが国の文化，産業等の実情を紹介する。
4　邦人向け国際放送および協会国際衛星放送（以下「邦人向け放送」という。）にあっては，邦人に適切な情報と安らぎを与える。
5　放送番組の編集にあたっては，「国内番組基準」の「第1章　放送番組一般の基準」を準用する。（ただし書き略）

【2023年度 国際放送番組編集の基本計画】

編集の基本方針　～新しいNHKらしさの追求～

ロシアによるウクライナ侵攻、世界的な物価高、パンデミックによる経済への打撃など国際情勢は大きく揺れ動いています。NHKの国際放送は、日本やアジアの視点から、世界の視聴者が求める公平・公正で確かな情報を発信します。
質の高いサービスを効果的・効率的に世界に届けるため、コンテンツのマルチ展開と多様な伝送路の活用を進めます。
災害のみならず安全保障、感染症などに関する安全・安心情報を、多言語で広く迅速に届けます。

2023年度　4つの重点事項

1. ポストコロナを見据え、日本の価値と魅力を世界に再発信
2. 世界で分断が深まる中、日本・アジアからの多様な視点を提示
3. 訪日・在留外国人向けに、安全・安心を支える情報発信を強化
4. 国内放送との連携、デジタル活用による効率的展開を拡大

NHK国際放送(外国人向け・テレビ)の編成と番組制作の現状

NHK

①「毎時ニュース＋一般番組」の5～6時間セットを4～5回ループで編成し、各国の好適視聴時間に効率的に対応（ニュースは最新の情報）
②番組制作提案は、定時番組については原則として年1回募集、特集番組については随時募集
③番組制作は、本体制作もしくは関連団体委託（日本国際放送〔JIB〕など）、外部プロダクションとも連携

【編成のイメージ（日本時間）】

9	00	NEWSLINE
	30	Journeys in Japan（紀行）
10	00	NEWSLINE
	30	Dining with the Chef（食）
11	00	NEWSLINE
	30	Document 72 Hours（ドキュメンタリー）
12	00	NEWSLINE
	30	Medical Frontiers（医療）
13	00	NEWSLINE
	30	DEEPER LOOK（インタビュー）

9～13	
14～18	〃
19～23	〃













10

NHK国際放送における民放・CATVとの連携

NHK

①毎年、特集番組として、民放・CATVが制作した番組のうち、コンクールで受賞したものなどの提供を受け、英語化して放送している
②この取り組みは、放送法第26条に基づく民放との連携の一環として、2009年度より実施している
③また近年は、「地域特集」の編成時等に、当該地域のCATV事業者が制作したミニ番組なども英語化して放送
④番組の英語版は、制作した事業者に還元しており、国際コンクールへの応募時などに利用されている

【2022年度 放送実績】

	番組名	尺	制作した事業者	コンクール受賞歴・備考	初回放送
1	「からくり人形師」	50分	大垣ケーブルテレビ	2021年「地方の時代」映像祭ケーブルテレビ部門 優秀賞	7/2
2	「丸裸温泉街」	50分	キャッチネットワーク	2021年「地方の時代」映像祭ケーブルテレビ部門 選奨	8/27
3	「にっこり笑って～山あいの写真館 10年の物語～」	50分	高知放送	2022年「地方の時代」映像祭放送局部門 選奨	1/14
4	「命の光を燃やし続ける～よだか診療所～」	30分	中海テレビ放送	2022年「地方の時代」映像祭ケーブルテレビ部門 優秀賞	2/18
5	「大輝、15の春」	50分	長崎放送	第59回ギャラクシー賞テレビ部門 選奨	3/4
6	「島の未来を守るために 海のサムライの挑戦」	30分	ぴ～ぷる	第48回日本ケーブルテレビ大賞番組アワード NHKワールドJAPAN賞	12/4
7	「若竹の杜 若山農場」	3分	宇都宮ケーブルテレビ	地域特集「栃木月間」向けミニ番組	10/3
8	「うつのみや花火大会」	3分			10/21
9	「鹿沼秋まつり」	3分	鹿沼ケーブルテレビ		10/4
10	「つがの里 ハス池」	3分	ケーブルテレビ株式会社		10/5
11	「太山寺 しだれ桜」	3分			10/6
12	「しもつかれ作り」	3分			10/7
13	「寒ざらしそばと滝行」	3分			10/18
14	「フレスコ画公開制作」	3分	佐野ケーブルテレビ		10/17
15	「光のイベント2022」	3分	那珂川町ケーブルテレビ		10/19
16	「流しびな」	3分	テレビ小山放送		10/20
17	「一針一針心を込めて」	3分	石見ケーブルビジョン	地域特集「島根月間」向けミニ番組	2/6
18	「ふるさと遺産 諸手船神事」	3分	山陰ケーブルビジョン		2/7
19	「松江ふるさと遺産 月照寺」	3分			2/8
20	「松江ふるさと遺産 爾佐神社・流鏑馬神事」	3分			2/9

11

NHK国際放送のインターネット配信の現状

①世界中で放送からネット配信へのシフトが進む中、公式ウェブサイト・アプリを中心に、外部プラットフォームも有効活用しながら、重点的にネット配信を行っている

②公式ウェブサイト・アプリでは、放送の同時配信（24時間）およびオンデマンド配信（2,300本以上）のほか、テキストニュースや多言語コンテンツ、日本語学習コンテンツ等を提供

③また送信網においても、視聴者の利便性向上やコスト低減を図るため、「衛星放送」や「短波放送」中心の送信網から、海外OTT事業者等への提供を含む「ネット併用型」送信網へのシフトをすすめている ※在外邦人向けサービス含む

④四半期リーチ率は「放送」が9～10%、「ネット配信」が13～14% ※国際戦略調査 2021年度以降



【公式ウェブサイト・アプリ】
「大相撲」は、公式ウェブサイト・アプリの中でもっとも人気が高いコンテンツのひとつ



【外部プラットフォーム】
「Digital Eye - Ukraine」はYouTubeで440万回再生されており
CNNなどからの流入も多い

資料４－１

NHK の衛星放送における外部制作事業者の活用と外部制作比率について

一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟（ATP）

NHK の衛星放送における外部制作事業者の活用と外部制作比率については、本年 4 月 24 日に開催された「放送コンテンツの制作・流通の促進に関する WG」第 5 回会合において、ATP として意見を述べる機会をいただきました。

その中でも申し上げた通り、2023 年度末の BS 減波により、NHK からの外部制作委託の減、番組制作費への影響が既に確認されているところであり、日本の多様で高品質のコンテンツを維持するためにも、適正な外部制作比率は必須のものと考えております。

また、現行の目標値については、一部に番組製作会社が著作権を持たない契約の割合を含んでいることから、番組製作会社が著作権を持つ番組の割合を拡大していただきたいとも申し上げました。毎年会員社を対象に行っている経営情報アンケートでは、NHK 番組の著作権保有率が 2021 年に激減しており、ATP として大きな危惧を持って受け止めています（25.0%（2018 年）→25.4%（2019 年）→24.7%（2020 年）→18.0%（2021 年））。

NHK は、これらの点について、前回の「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」第 3 回会合において、新 BS2 波の外部制作の基本的考え方を、「新 BS2K（NHK BS）・新 BS4K（NHK BS プレミアム 4K）に対し、波の特性や役割に合わせてそれぞれ努力目標を設定」「対象の取引は「番組制作会社が著作権を持つ番組（NHK と共同保有を含む）」とする」と説明されておられます。

ATP としては、BS の 2 チャンネルのそれぞれについて外部制作比率の目標が設定されること、また、これまでの指標の算定の考え方を変更し、「番組制作会社が著作権を持つ番組」を対象とすることについて、ATP の意見を踏まえていただいたものとして高く評価し、歓迎します。

他方で、以下の項目については、改めて意見を述べたいと思います。

１.「新 BS２波　努力目標の対象取引」について

・NHK における番組制作取引について透明性をもって取り組んでいただくため、対象取引については、その類型ごとの内訳の実績値（類型ごとの放送時間の割合等）についても毎年公開していただくことを希望します。

・外部制作比率の算出にあたっては、引き続き、「総放送時間に占める対象番組の放送時間の割合」とする方向であると思われますが、その場合は、分子となる対象番組から「再

放送の番組」の時間数は対象外とすべきと考えます。対象番組の再放送によって、外部制作比率が増加しても、新たな番組の制作機会を増やすことには繋がらないからです。

・具体的な比率については、2009 年～2011 年の NHK 経営計画で記載された数値を踏まえて、新 BS2 波 40%以上としていただくことを希望します。

2．新 BS２波の編成について

・BS プレミアムの減波により、民放では少ない教養・教育・ドキュメンタリージャンルの番組減が懸念されます。放送文化の維持向上と視聴者の皆様にあまねくご覧いただきたいという思いから、特に新 BS２K（NHK BS）においても、こうしたジャンルの番組が引き続き制作されることを希望します。

3．次期の経営計画に向けて検討いただきたい要望事項

・2009 年～2011 年の NHK 経営計画においては、外部制作比率（外部一部契約を含む）を衛星２波で 40%程度、地上波２波を含むテレビ４波で 25%程度まで高めるという目標が示されましたが、この考え方を次期の経営計画でも製作会社が著作権を持つ番組だけを対象にした下限値として、継承・堅持していただくことを要望します。

4．付則要望

・ATP としては著作権が製作会社にある外部制作委託（共同保有含む）にかかる総制作費の開示も求めております。時間案分の外部発注比率の向上が重要なことではありますが、それだけがクリアされても総制作費が削減されては、品質が落ち、製作会社としての経営にも影響を及ぼすため総制作費の開示を要望いたします。

参考資料1

第４回会合における
外部制作比率に関する質問への回答

放送業界に係る
プラットフォームに関する
タスクフォース事務局

令和５年８月４日

質問と回答①

1

（内山主査）
問１　一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟（ＡＴＰ）の意見書（資料４－１）では、「2009年～2011年のＮＨＫ経営計画においては、外部制作比率（外部一部契約を含む）を衛星２波で40％程度」とある一方で、ＡＴＰ会員社アンケートではＮＨＫ番組の著作権保有率は例えば2018年には25％とあるところ、目標と実態の間には大きな乖離があると推測されるが、その乖離の要因は何だと考えるか。

■日本放送協会回答
○　ＮＨＫの2009年～2011年経営計画においては、「番組制作会社の制作拡大で、日本のコンテンツ制作力向上に貢献」するため、外部制作会社に著作権が帰属するかどうかにかかわらず「ＮＨＫ・子会社等以外が制作する番組の編成比率を衛星２波で今後５年間で40％程度に高める（2007年：27％）」ことを自主目標として掲げておりました。
　この実績値は、2022年度上半期において、衛星２波（ＢＳ１、ＢＳプレミアム）で40％となっています。
　ＡＴＰのアンケートの内容は承知していませんが、記載の25％と目標・実態の形で直接的に結びつくものではないと考えます。
○　なお、４月のコンテンツＷＧでのＡＴＰのご要望も踏まえ、これまでＢＳプレミアム１波のみについて設定し、基幹放送普及計画で記載されていた外部制作の努力目標について、
▼　新ＢＳ２Ｋ、新ＢＳ４Ｋ、それぞれの「役割」や「特性」を踏まえ、２波それぞれに、外部制作の比率の努力目標を設定すること、
▼　対象の取引は、番組制作会社が単独、もしくはNHKと共同で著作権を持つ番組とし、番組制作会社の権利確保に資する努力目標にすること
を提案させていただきました。
○　番組制作会社は公共放送を共に支えるパートナーであり、その役割は、今後も変わらないと考えております。
（ＮＨＫ経営計画2009年～2011年）
https://www.nhk.or.jp/pr/keiei/plan/plan21-23/index.html
（「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ（第５回）」（4/25開催）のＮＨＫ説明資料（3ページ））
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/digital_hososeido/02ryutsu04_04000215.html

■一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟回答
○　ＡＴＰ経営情報アンケートの著作権保有率は、各製作会社のＮＨＫ製作番組数を分母に、そのうち製作会社が著作権を保有している番組数を分子にした比率となります。これに対してご指摘の「外部制作比率」は、ＮＨＫの衛星２波の放送時間の内、ＮＨＫから外部製作会社に委託された番組の放送時間の比率を示しておりますので、「目標と実態の乖離」を示す数値として単純比較できないと考えます。
○　ＡＴＰとしては、まずは「外部制作比率」の下限目標を設定していただき、その上で、番組製作の実態に基づいた適正な著作権帰属について、ＮＨＫと製作会社が協議できる環境づくりを、このタスクフォースの場などでご理解をいただきながら進めていければと考えております。先の発表でお示しいたしましたように、ＮＨＫ番組の著作権保有率が激減している状況もありますので、是非ともご理解お力添えをいただければと存じます。

質問と回答②

（内山主査・松下構成員）
問２　一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟の意見書（資料４－１）では、「新BS２波40%以上としていただくことを希望します」と、現行よりもかなり高い目標が希望として示されているが、その実現可能性についてどのように考えるか。

■日本放送協会回答
○　衛星放送を行うことは協会の必須業務であり、原則として番組の制作・編集等を協会自らが行うことが期待されており、効率的な業務実施が可能な場合にのみ、その一部を他者に委託することが認められているものと承知しています。（放送法第20条、第23条）
○　一方で、現在は、ＢＳプレミアム１波に限定する形で、「外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用」することが、基幹放送普及計画に記載されていますが、これは、ＮＨＫに対して、日本のコンテンツ産業の発展に資することが求められているものと認識しています。
○　番組制作の内製・外製のバランスをとりながら、公共放送として、質が高く社会的に価値のある番組を制作・放送していくことは、ＮＨＫにとって重要な使命であると認識しています。
○　再編後の衛星２波のうち、新ＢＳ２Ｋは、ニュースや国際情報、スポーツなどの編成割合が高く、年間を通して機動的な編成が必要となります。さらに、大規模災害が発生した際には、長期間にわたって災害報道を放送し続けることが想定されます。
　また、今秋の受信料額値下げ等により、今後、長期的には受信料収入の減少が見込まれます。
○　外部制作比率の数値目標を設定するにあたっては、ニュースや緊急報道・災害報道など新ＢＳ２Ｋの役割に影響が出ないようそれぞれの波の「役割」や「特性」を踏まえたうえで、番組制作会社とＮＨＫの双方にとって持続可能な協業の形を追求していきたいと考えます。

■一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟回答
○　ＮＨＫの平成21（2009）年度第４四半期業務報告にて（P.16 方針２）、
「主な実績・継続課題の改善【ＮＨＫ・子会社等以外が制作する番組の編成比率をテレビ４波で25%程度まで、衛星２波で40%程度まで高める（５年間で）】
21年度のＮＨＫ・子会社等以外が制作する番組の編成比率は、テレビ５波平均24.8%・衛星３波平均37.9%だった。前年度の実績値であるテレビ５波平均17.1%・衛星３波平均26.1%より大幅に向上し、経営計画の目標値である５年でテレビ４波平均25%・衛星２波平均40%に近づいた。」と公表されています。
○　ここで対象となっているのは、外部制作委託、外部一部委託、国内共同制作、購入番組ですが、この内、著作権のない外部一部の割合は大きいものではないと考えられるので、ＡＴＰの要望の数値が高いとは言えず、実現可能な数値であると考えます。

質問と回答③

（内山主査）
問３　英国BBCでは、自社内規律としてWoCC(Window of Creative Competition)を定め、50%は自社内制作、25%は独立系制作への割当、残り25%は競争枠という割り当てにしていたことがある（※）が、新たな努力目標までの移行期間中の措置として、こうしたスキームを採用する可能性についてどのように考えるか。

（※参考）「コンテンツ政策論の一側面 ～映画・テレビ・ネット映像配信からみる垂直統合・分離政策、レイヤー間接続問題」（内山隆（青山学院大学）総務省 学術雑誌『情報通信政策研究』第3巻第2号）　https://www.soumu.go.jp/main_content/000679320.pdf

■日本放送協会回答
○　さきほど問２でお答えしたとおりです。
○　なお、ＢＢＣのスキームをそのままＮＨＫに適用することが適当かどうかについては、日本とイギリスの放送を取り巻く環境の違いなどを踏まえた慎重な検討が必要なのではないかと考えます。

■一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟回答
○　このスキームが、製作会社だけでなく放送事業者も含めたコンテンツ製作者にとって、どのような利点があるのか、精査した上でないと、ＡＴＰとしての考えはお伝えしづらいと思っています。ただ、このスキームは検討に値するのではないかと思いまので、今後の議論の行方を見ながら、ＡＴＰとしても研究、検討して参りたいと思います。

質問と回答④

（内山主査）
問４　番組の「質」を担保しながらも量的目標を達成するための多次元的な指標はあり得ると考えるか。

■日本放送協会回答
○　コンテンツの評価にあたっては、「質的指標」と「量的指標」を用いることで、多くの視聴者に向けて、質の高いコンテンツを維持・向上させることに取り組んでいます。
○　「質的指標」は11の指標について年4回調査を行い、その結果は制作現場で共有し改善に生かしているほか、「四半期業務報告」で公開をしています。
（参考：質的指標）
①丁寧に取材・制作されている
②正確な情報を迅速に伝えている
③新しい切り口や演出に挑戦している
④社会的な課題について考えさせられる
⑤日本の各地域の多様さを伝えている
⑥次世代の育成につながる
⑦生活に役立つ情報やヒントが得られる
⑧人生を豊かにする情報やヒントが得られる
⑨くつろげる・リラックスできる
⑩わくわく・ドキドキする
⑪感動できる・心に残る
○　「量的指標」は、ビデオ・リサーチの調査による視聴率やリーチのデータについて、制作・放送の参考にするとともに、地上波・衛星波（総合、Ｅテレ、ＢＳ１、ＢＳプレミアム）について「四半期業務報告」で結果を公開しています。

■一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟回答
○　「質」を担保することは、発注比率だけではなく、制作費のあり方が大きな要因になると考えます。その点も含めた「多次元的な指標」というのが設定できるのであれば有効であり、あり得ると考えます。ただし、その指標がどのような方法で算出されるかを明示していただく必要はあると思います。継続的に把握しやすい方法があれば、指標の一案になるのではないでしょうか。

質問と回答⑤

（内山主査）
問５　一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟の意見書（資料４－１）によれば、「対象取引については、その類型ごとの内訳の実績値（類型ごとの放送時間の割合等）についても毎年公開していただくことを希望」とのことだが、この細分化したデータを得る目的は何か。

■一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟回答
○　まず「類型」につきましては、前回の会議資料で説明不足の点がありましたので、改めてご説明申し上げます。
○　ＡＴＰより申し上げた「類型」は、第３回タスクフォースのＮＨＫ資料P. ５の対象取り引きの①外部制作 ②国内共同制作 ③国際共同制作 ④予約購入 の「類型」ではなく、ＮＨＫ「放送番組の制作に関する番組制作会社との取引基準」（P. ７）に記載されている３つの委託区分「外部制作」「外部一部」「演出」を指しております。それぞれの委託取引は著作権帰属と密接に関係しております。
「外部制作比率」の中で、これらの取引がどういう内訳なのか、またどう変化しているのかを明示していただくことは、ＮＨＫが製作会社の企画、製作力をどう活用していただいているかを把握するために必要と考えます。

資料5－1

「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」

全映協加盟社に於けるNHK番組（地上波･BS）制作の実績や実態に関するアンケート

報告書

令和5年8月4日

一般社団法人
全映協 National Board of Regional Visual Industry Associations 全国地域映像団体協議会

全国地域映像団体協議会は、総務省情報流通行政局情報通信作品振興課より依頼を請け
放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース向けに
「全映協加盟社に於けるNHK番組（地上波･ＢＳ）制作の実績や実態に関するアンケート」を
行いました。

・アンケートは以下の４項目について、匿名形式で行いました。
(1) 今まで、NHKの番組制作（人材や技術請負を除く※）を直接受注したことがありますか？
ある場合は、完パケですか、コーナー請けですか？
(2) 今までNHKの番組制作を受注しようとしたことがありますか？また、その理由は？
(3) NHKの番組制作の門戸が開放されていると知っていましたか？
(4) NHKの番組制作が平等に行われていると感じていますか？

・以上の質問に対して、全映協加盟115社中38社より回答をいただきました。
・アンケートは7月21~31日の期間（実働６日間）の短期間で行いました。
・全映協会員社には技術系や非放送系の社も多数存在します。
また、NHK系列社や民放系列の社など回答し辛い社もあるので、
短い期間でしたが、回答が可能な社からほぼご回答いただけたと思います。

※番組制作の業務には番組全体を包括して請負う「完パケ」、番組内のコーナーVTR制作を請負う「コーナー請け」、
番組制作の一部を請負う「人材や技術請負」、人材を先方の指揮管理下に置く「人材派遣」などの形態がります。
今回は、著作権上で権利が発生する「完パケ」と「コーナー請け」を対象にアンケートを行いました。

【質問１】今まで、NHKの番組制作（人材や技術請負を除く）を直接受注したことがありますか？
ある場合は、完パケですか、コーナー請けですか？

ある 5社（13%）　無い 33社（87%）

あると答えた方のご意見（抄）

・完パケ･コーナー請けともに有り。（2社）
・コーナー請け。（2社）
・他に直接派遣契約をしていたので、その関係からコーナー請負で受注したことがあります。

無いと答えた方のご意見（抄）

・NHKエンタープライズから、コーナー請けしたことがある。
・グループ会社のローカルテレビ局を経由した孫請け。
・地域局共同キャンペーンや他社を通してのコーナー請け。

【質問２】今までNHKの番組制作を受注しようとしたことがありますか？また、その理由は？

ある 8社（21%）　無い 30社（79%）

あると答えた方のご意見（抄）

・制作スケジュールが確保されており、粗利が確保されているので。
・売上の獲得のため。（数社）
・企画内容に興味があり、受注を希望したことはあります。
・グループ会社以外の「外販」拡大の一環です。
・指名でお仕事がきます。
・取引先を増やすため。

無いと答えた方のご意見（抄）

・営業して受注獲得ができるイメージが低い。
・弊社が民放系列局の子会社なので、受注しようとしたことはない。
・NHK本体だと大きすぎますし、ローカルだと本社の意向を忖度します。
・その制度についての情報が無かったので。
・局の業務においては系列外を受けにくいものと思い込んでいたので、目を向けたことはなかった。
・ルートがないから。
・特に意識していなかった。
・どのような案件がどこにあるのかわからない。
・アプローチの方法がわかりません。
・東京の局系の大きな制作会社が受注しているという認識であり、弊社の体制はNHKの番組を受注できる規模でないと思っているから。
・制作期間、予算などが合わなかったから。
・どのような案件がどこで募集されているのかがわからない。

【質問３】NHKの番組制作の門戸が開放されていると知っていましたか？

知っていた 13社（34%）　知らなかった 25社（66%）

知っていたと答えた方のご意見（抄）
- 知ってはいたが、NHKには関連会社もあるので、関わるのは難しいと思っていた。
- 地元のNHKに番組コーナー請負の企画提案を行ったことがある。
- 関連会社が多いので、番組制作の門戸が以前より広がっていると思います。
- 番組企画提案を募っていることは知っている。
- 「公募されることがある」ということは承知していますが、そのルールや方法などの詳細については承知していません。

知らなかったと答えた方のご意見（抄）
- 開放されているとは思われません。
- 直接のコネクションがないと難しいだろうと思っておりました。
- BSPにおける外部制作会社参加の努力目標については知りませんでした。
- 東京局制作にその傾向は感じていたが、地方においてもそれがあるとは考えてはみなかった。
  NHK地方放送局の制作を受託している方が既知の企業ではなかったことから、
  地方でも制作体制が変わっているのかもしれないというイメージは持った。
- 子会社経由と理解していました。

【質問４】NHKの番組制作が平等に行われていると感じていますか？

平等と思う 4社（11%）　そうは思わない 18社（47%）　分からない 16社（42%）

平等と思うと答えた方のご意見（抄）
- 仕事をされているプロダクションさんは、努力された結果なのだと思います。
- 不平等とは思っていないが、新参業者は入り込むのが難しい印象。門戸が開放されていると知り驚いた。

そうは思わないと答えた方のご意見（抄）
- 平等のイメージが低く、業務受注に至る可能性がありましたらその展開方法を探りたいです。
- とてもとても、平等とは思われません。
- 「平等」が「行政のプロポーザル」的なことを意味するのであれば、「そうではない」。
- 「平等」が「民放と比べて」という意味であれば、時間や予算の掛け方に相当の差異があり、
  平等とは言い難いと感じます。
- 制作が都会に集中していて公平ではないと思います。
- 感じていません。官公庁並みに企画募集がオープンになると良いと思っています。
- 思いません。NHKプラネットのみが制作できる。
- NHK地方局においても制作会社に制作体制が解放されている旨の連絡は欲しいと思う。
- NHKのグループ会社が中心となって番組制作が行われているという印象です。
- NHKの各外部制作事業者の取り扱いは平等だと思いますが、
  NHKの内部制作事業者と各外部制作事業者の扱いは平等ではないと思います。
- NHKの関連会社のみが番組を制作できると思っている。（複数）

分からないと答えた方のご意見（抄）
- NHKから他社への対応がわかりませんので、平等とも不平等とも感じておりません。
- 何をもって平等というべきか分からない部分もある。
- 判断する材料を持ち合わせておりません。
- 取引が無い。

地方に於けるアンケートの結果をまとめてみました。

・NHKから直接番組制作を受注したことがある制作会社は、極めて少ない。NHK関連会社からの受注は数多くある。
・元々NHKから直接受注できると思っていない制作会社が多い。系列局との関係を重視してNHKとの取引を行おうと考えていない社も多い。はじめから諦めている。
・NHKの門戸開放については知らなかった社も多い。知っていても受注が難しいと考え、積極的に取り組んでいる社は少ない。
・NHKの番組制作が平等に行われていると感じる社は極めて少ない。発注はNHKの関連会社に集中している、あるいは東京の大手プロダクションに集中していると感じている感じている社が多い。また、NHKの自局の関連会社と他社の扱いは平等ではないと感じている社もいる。

・私もこの業界に40年以上いますが、この地方でCK（NHK名古屋局）から直接請負ったという話を殆ど聞いたことがありません。全て系列会社（現在のNHKエンタープライズ）経由です。
・個人で役務（構成作家･ディレクター･カメラマン･照明など）を提供されている方は、CKと直接契約されている方も多いです。

資料5－2



TVerの現状

～ サービスの現状と課題 ～

2023/8/4

株式会社TVer



TVerサービスの現状

TVerとは

民放テレビ局がひとつに なったテレビの新しいプラットフォーム
見逃し配信サービスだけでなく、地上波放送のリアルタイム配信も開始！

好きな環境で楽しめる！



PC/スマートフォンアプリ/
タブレットアプリ/テレビアプリ
全て無料！

番組放送終了から約7日間見放題！



※番組終了から配信までは、
時間がかかることがあります

リアルタイム配信



追っかけ再生も！

無料で、安心安全なコンテンツを配信(あらゆる方々への視聴機会の提供)
広告においても放送クオリティの広告考査の元に配信

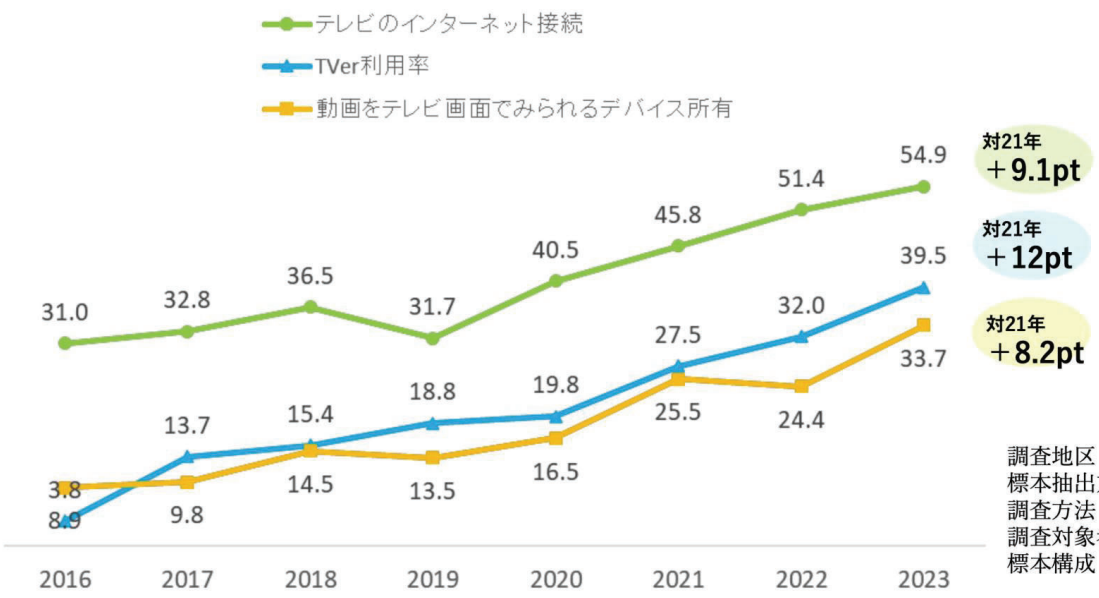
TVerとは

「TVer」は、民放テレビ局が運営するキャッチアップサービス
現在、約650番組をすべて無料で
パソコン・スマートフォン・タブレット・テレビに配信

民放公式テレビ配信サービス
TVer

アプリ ダウンロード数	**6,354万**（2023年7月末時点）
MUB(月間ユーザー数)（TVer単体・訪問ベース）	**2,836万**（2023年7月・Google Analytics）
動画再生数（TVer単体）	**3億4533万回**（2023年5月・株式会社ビデオリサーチ調べ）
認知率（15～69歳/男女）	**69.9%**（2023年4月時点・株式会社マクロミル調べ）

(参考)メディア環境研究所「TVer利用率」



調査地区：東京都
標本抽出方法：RDD
調査方法：郵送調査法
調査対象者：15～69歳男女
標本構成：629サンプル

出典：博報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所「メディア定点2023」
https://mekanken.com/contents/2917/

(参考)LINEリサーチ「ふだん使っている動画配信サービス

使っている動画配信サービス【総合TOP10】

順位		
1	YouTube	78.6%
2	Amazon Prime Video	40.4%
3	TVer	39.5%
4	ABEMA	20.8%
5	Netflix	17.8%
6	NHKプラス	6.6%
7	Hulu	6.2%
8	Disney+	6.0%
9	U-NEXT	5.2%
10	DAZN	3.3%

(n=50000)

LINEリサーチ調べ 2023.05
複数回答
※小数第二位を四捨五入して表記
※動画配信サービス(動画コンテンツを配信している有料・無料のサービス)

使っている動画配信サービス【男女別TOP10】

順位	男性	
1	YouTube	78.4%
2	Amazon Prime Video	40.9%
3	TVer	31.5%
4	ABEMA	22.6%
5	Netflix	15.4%
6	NHKプラス	5.9%
7	U-NEXT	5.3%
8	Hulu	5.3%
9	Disney+	5.3%
10	DAZN	4.4%

(n=25490)

順位	女性	
1	YouTube	78.9%
2	TVer	47.4%
3	Amazon Prime Video	40.0%
4	Netflix	20.3%
5	ABEMA	19.0%
6	NHKプラス	7.3%
7	Hulu	7.1%
8	Disney+	6.7%
9	U-NEXT	5.2%
10	FOD (フジテレビオンデマンド)	3.7%

(n=24510)

LINEリサーチ調べ 2023.05
複数回答
※小数第二位を四捨五入して表記
※動画配信サービス(動画コンテンツを配信している有料・無料のサービス)

【調査について】
LINEユーザーを対象にしたスマートフォンWeb調査
調査対象：日本全国の12歳～59歳の男女
実施時期：2023年5月31日～6月5日
有効回収数：50,000サンプル
※性別年代構成比を市場にあわせてウェイトバック
※表/グラフ中の数字は小数第一位または第二位を四捨五入しているため、合計しても100%にならなかったり、同じパーセンテージでも見え方が異なったりする場合があります

出典：LINEリサーチ
https://lineresearch-platform.blog.jp/archives/42762240.html

コンテンツ

レギュラー番組約650番組のほか、
地上波放送のリアルタイム配信やライブ配信も

レギュラー番組　650番組

番組画像

スポーツライブの拡充も

番組画像

様々な層をカバーした特集展開

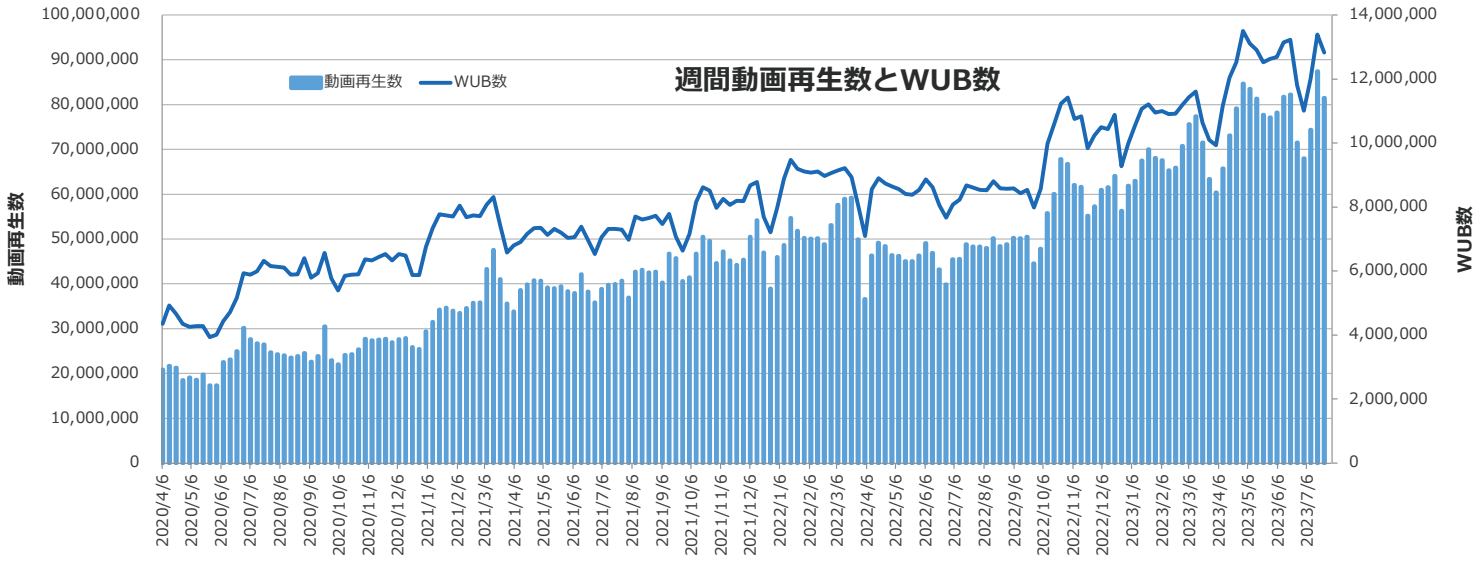


番組画像



TVer：再生数とUB数の推移(週次)

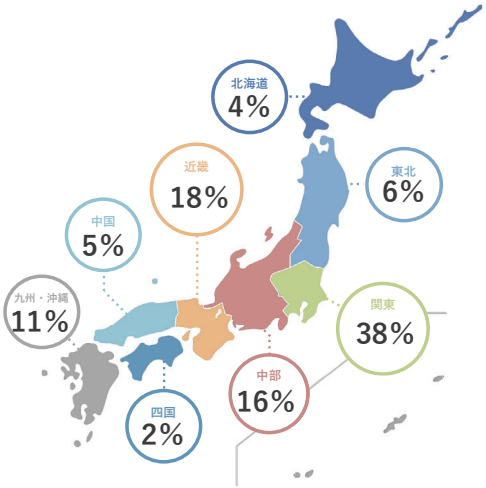
再生数、UB数(ユーザー数)ともに、成長を継続
再生数は、3年間で約4倍に



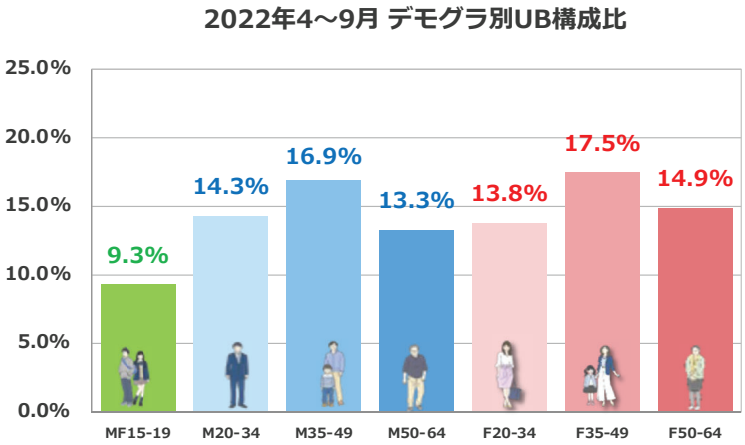
ビデオリサーチ調べ

TVer：利用者の構成比推移

エリアに関しては人口動態に近い形で分布している
バラエティの充実、スポーツのライブ配信などにより、
Teen層、M1層の構成比が伸張



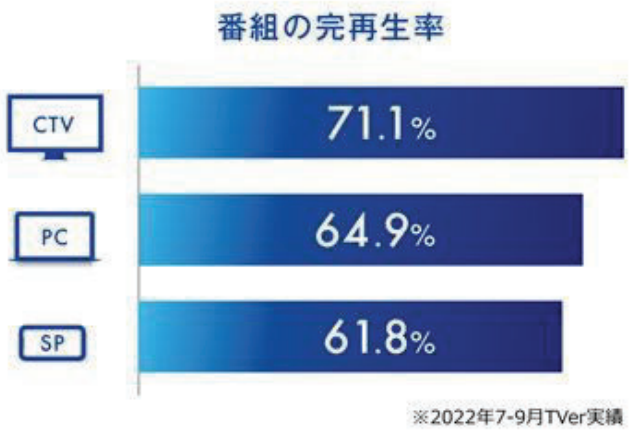
※TVer調べ



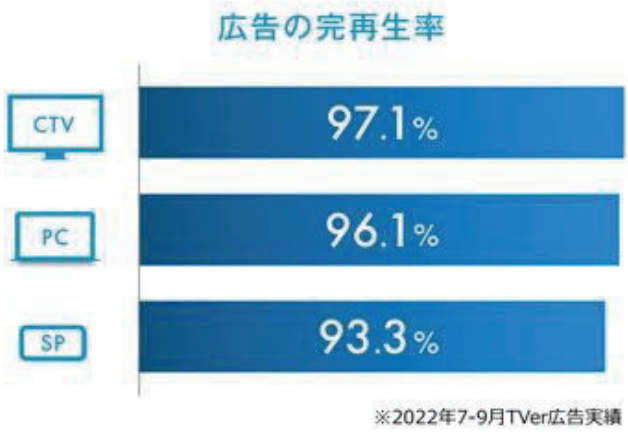
ビデオリサーチ調べ

高い番組と広告の完再生率

番組、CMともに、高い完再生率。
特に、CTVで高い傾向。



※2022年7-9月TVer実績



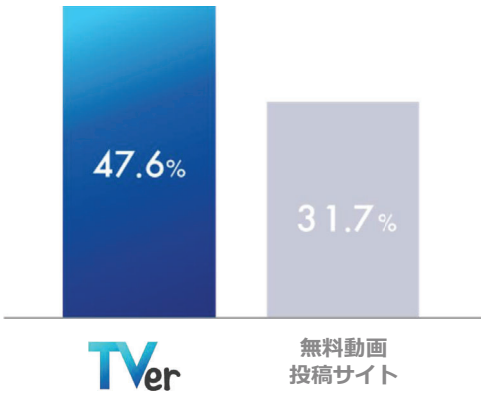
※2022年7-9月TVer広告実績

ビデオリサーチ調べ

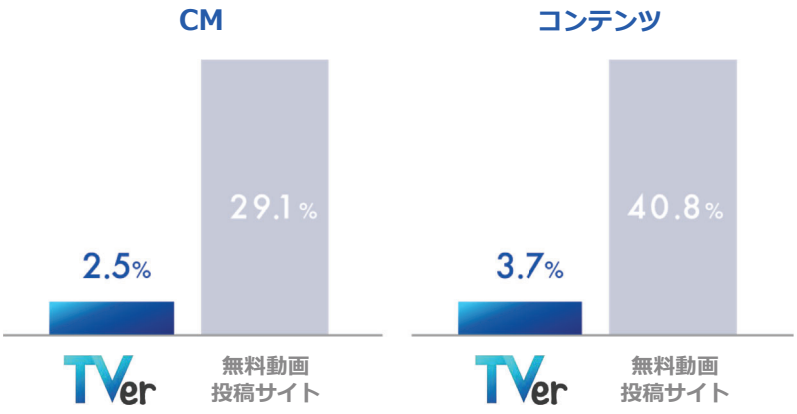
嫌悪感・違和感のない広告への期待

テレビ番組と同様の形態での広告挿入タイミング、放送と同様の考査体制などにより、嫌悪感・違和感なく広告が受け入れられている

【動画広告を自然に見られる】



【子どもや青少年に不適切・不快な表現がある】



左：株式会社ビデオリサーチ調べ　中央・右：株式会社マクロミル調べ

※当社はJICDAQの認証を取得しており、広告掲載先となる配信面の品質とトラフィックの品質基準については、JIAAのガイドラインに準じて取引を行います。
JIAA（一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会）制定の『広告掲載先の品質確保に関するガイドライン（ブランドセーフティガイドライン）』 『広告トラフィックの品質確保に関するガイドライン(無効トラフィック対策ガイドライン）』
https://www.jiaa.org/wp-content/uploads/2019/04/2019_JIAA_Brand_Safety_Guideline.pdf　https://www.jiaa.org/wp-content/uploads/2021/04/JIAA_IVT_guideline_20210420.pdf

TVer IDの提供開始

TVer IDに登録するともっと便利に、もっと快適に！

ID数は順調に伸長



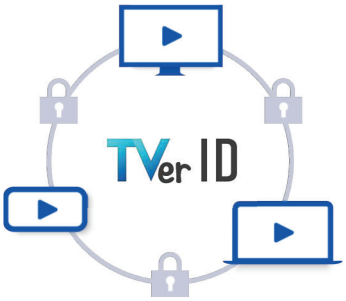
自分のアカウントが作れる！

リアルタイム配信中の番組を最初から見られる追っかけ再生



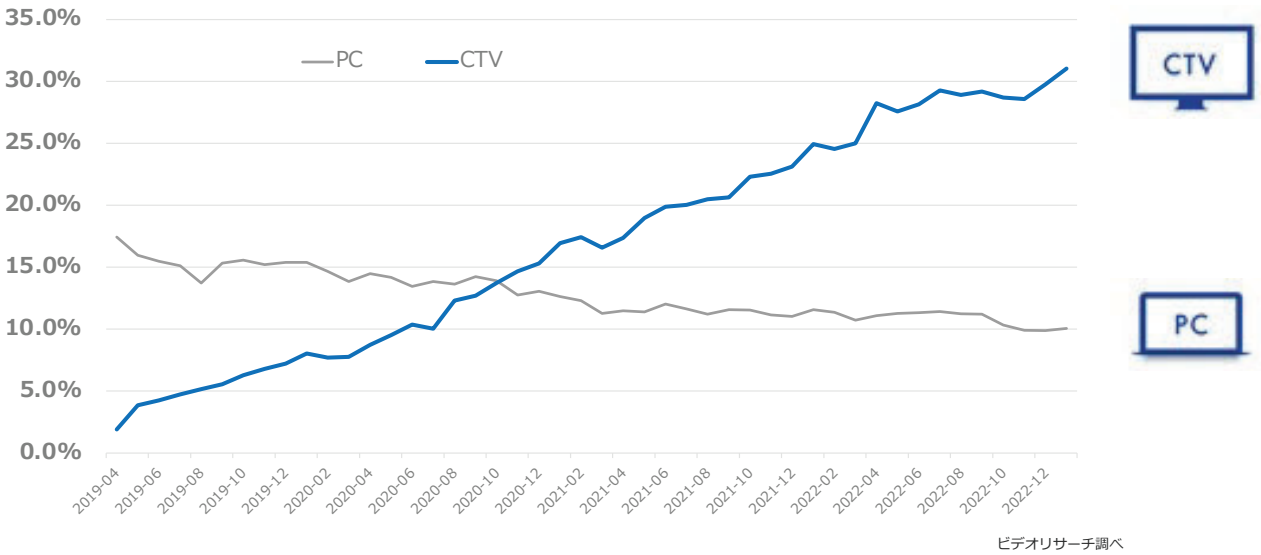
TVerID登録者のみ
お気に入り登録上限が増加
※番　組：50件 ➡ 200件
※出演者：50件 ➡ 150件

再生中の番組やお気に入り番組がデバイス横断で連携



動画再生数に占めるConnectedTVの割合

再生数に占めるConnectedTVの割合は、約30%に上昇。



ビデオリサーチ調べ

ConnectedTV対応

テレビデバイスの拡充に努めており、年々対応デバイスが追加



ConnectedTV対応

テレビデバイスの拡充に努めており、年々対応デバイスが追加



スマートテレビ



ストリーミングデバイス



プロジェクター



セットトップボックス

AQUOS シャープ TVerボタン付き
BRAVIA ソニー
FUNAI 船井電機 TVerボタン付き
Hisense ハイセンス TVerボタン付き
fire tv stick アマゾン TVerボタン付き
Chromecast with Google TV グーグル
Aladdin X Aladdin X
au ひかり テレビサービス KDDI
ケーブルプラスSTB-2 KDDI
J:COM TV J:COM TVerボタン付き
LUCA アイリスオーヤマ TVerボタン付き
LG LG TVerボタン付き
REGZA TVS REGZA TVerボタン付き
VIERA パナソニック TVerボタン付き

リモコンに、TVerボタン搭載

J:COMの「J:COM LINK」のほか、TVS REGZA・アイリスオーヤマ・Panasonic・SHARP・LG・Hisenseのテレビ、Amazon Fire TVにも、TVerボタン搭載。



J:COM



REGZA



アイリスオーヤマ



Panasonic



SHARP



LG



FUNAI



Hisense



Fire TV

リモコンに、TVerボタン搭載

J:COMの「J:COM LINK」のほか、
TVS REGZA・アイリスオーヤマ・Panasonic・SHARP・LG・Hisenseのテレビ、
Amazon Fire TVにも、TVerボタン搭載。





REGZA



Panasonic



LG



FUNAI Fire TV


J:COM



アイリスオーヤマ



SHARP



Hisense



Amazon Fire TV

17



ローカル局連携

コンテンツ配信局一覧（2023年7月時点）

在京・在阪局を経由して、TVerでの番組配信
BS・独立局を含めて、全国124局の配信実績

※複数局による共同制作番組含む

	NTV系列	EX系列	TBS系列	TX系列	CX系列
東京	NTV	EX	TBS	TX	CX
大阪	YTV	ABC	MBS	TVO	KTV
愛知	CTV	NBN	CBC	TVA	THK
福岡	FBS	KBC	RKB	TVQ	TNC
北海道	STV	HTB	HBC	TVh	UHB
青森	RAB	ABA	ATV		
秋田	ABS	AAB			AKT
岩手	TVI	IAT	IBC		MIT
宮城	MMT	KHB	TBC		OX
山形	YBC	YTS	TUY		SAY
福島	FCT	KFB	TUF		FTV
新潟	TeNY	UX	BSN		NST
長野	TSB	ABN	SBC		NBS
山梨	YBS		UTY		
静岡	SDT	SATV	SBS		SUT
富山	KNB		TUT		BBT

	NTV系列	EX系列	TBS系列	TX系列	CX系列	独立局
石川	KTK	HAB	MRO		ITC	
福井	FBC				FTB	
鳥取・島根	NKT		BSS		TSK	
岡山・香川	RNC	KSB	RSK	TSC	OHK	
広島	HTV	HOME	RCC		TSS	
山口	KRY	YAB	TYS			
徳島	JRT					
愛媛	RNB	EAT	ITV		EBC	
高知	RKC		KUTV		KSS	MX
長崎	NIB	NCC	NBC		KTN	TVK
大分		OAB	OBS		TOS	CTC
佐賀					STS	GTV
熊本	KKT	KAB	RKK		TKU	TVS
宮崎			MRT		UMK	SUN
鹿児島	KYT	KKB	MBC		KTS	BS11
沖縄		QAB	RBC		OTV	BS12
BS	BS日テレ	BS朝日	BS-TBS	BSテレ東	BSフジ	

TVer：地域別のレギュラー配信番組

在京・在阪局を経由して、
半数以上のローカル局がレギュラー番組を配信中

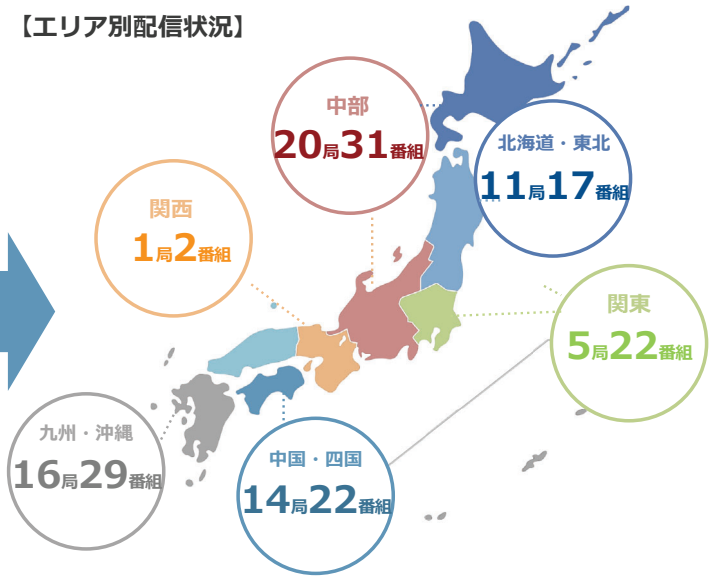
【レギュラー番組配信状況】

局数：67局

番組数：129番組

・2023年4月クール（TVer調べ）
・在京5局,在阪5局,BS局の番組を除くレギュラー番組
（単発番組除く）

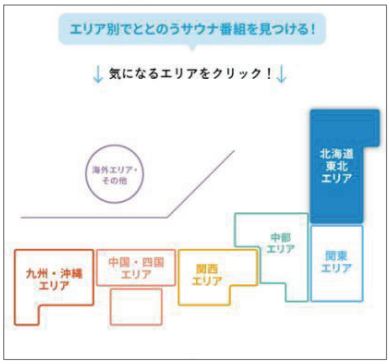
【エリア別配信状況】



サウナ番組特集

「サウナ」をテーマに特集を構成
全国のサウナ関連番組、200本以上のエピソードを配信





番組画像

【番組画像 構成員限り】

番組名や出演者ではない切り口で番組を浮き上がらせる仕組み

21

キャンプ番組特集



番組画像



22

旅行・街ブラ特集



番組画像

23

TVerとしてのローカル局との取り組み

■個別各局との取り組み

- RCC中国放送、TSKさんいん中央テレビとデータ分析の取り組み

■総務省実証事業(2022年1～3月)

- 5局との取り組み(データ分析など)
- 113局から、アンケートによる現状や課題のヒアリング

■サウナ特集・キャンプ特集・街ブラ特集

■ローカル局から直接TVerに参画する仕組みの構築

- 7月末より申込を開始

■ローカル局訪問やメルマガでの情報発信など

- 2021年秋より各エリアで意見交換。17エリア65局の本社を個別に訪問。
- 毎月、TVerの現状などをメルマガで配信(現在約1030名の登録)

TVerからローカル局に提供できるメリット

■ **集客力**

- ➢アプリDL数、ユーザー数
- ➢全国レベルでのTVerの認知

■ **ConnectedTVアプリの開発負担の削減**

- ➢デバイスごとに開発、保守が必要なConnectedTV

■ **運用コスト**

- ➢サーバー費用など、在京局、在阪局の包括契約の単価でビジネスが可能

■ **広告セールス**

- ➢TVer広告の活用など広告セールスでのサポート

25



NHK連携

TVerにおけるNHKの配信

■ **2019年8月から実施**

➢NHKのインターネット実施基準の範囲内で、5～10番組を配信



27

NHKとTVerの間の課題

■無料サービスTVerと、受信料で成り立つNHKの事情

■NHKからの広告近接を避けたいという要望

■データの取扱い方針の違い

国内PFとしての強化を図るための連携はむしろ歓迎すべきこと
ただし、この4年間の連携で分かった立場の違い、課題が存在するのも事実

28



まとめ

まとめ

TVerは、どなたでも、「安心・安全な動画コンテンツを見られる」
を実現するために、国内の放送局・広告会社が協力して運営する、
広告無料型の動画配信プラットフォームです。

グローバルな動画配信サービスが市場を席捲する中で、
日本の放送コンテンツの存在感の維持拡大に向けて、
努力したいと考えています。

TVerとしては、民放各局と一体となって、ユーザーの
「いつでも・どこでも・どんなデバイスからも」見たいという
要望に応える事を第一に進めていきます。また、民間事業者として
アドバタイザーの期待に応えられる広告プロダクトを提供したい。
そのためのデータ利活用も重要なテーマです。
ユーザーに有用な情報を届ける事との両立が大事だと考えています。

Mission

テレビを開放して、
もっとワクワクする未来を

TVerと新しい世界を、一緒に。

資料５－３

（株）日本国際放送（JIB）の独自放送について

株式会社日本国際放送
Japan International Broadcasting Inc.

1

JIBの設立と始動

2007年8月　「情報通信審議会」答申

2008年4月　国際放送強化の改正放送法施行　NHKの法定子会社、JIB設立

資本金　3億9,000万円　　NHKグループ 2.5億円(64.1%)　※NHK 2億円(51.3%)
NHKグループ外 1.4億円（35.9.%）
→　商社、民放、通信企業、IT企業、銀行・証券会社等　“オールジャパンで発信”

2009年2月　NHKテレビ国際放送の大幅な改編、JIBが独自放送を開始

放送法２１条
協会は、テレビジョン放送による外国人向け協会国際衛星放送の業務を円滑に遂行するため、収支予算、事業計画及び資金計画で定めるところにより、次に掲げる業務を行うことを主たる目的とする会社を一に限り子会社（略）として保有しなければならない。
一　協会の委託を受けてテレビジョン放送による外国人向け放送番組を制作すること。
二　協会の委託を受けて、電波法の規定により基幹放送局の免許を受けた協会以外の者又は外国の放送局を運用する者に対し、その放送局を協会が行うテレビジョン放送による外国人向け協会国際衛星放送の業務の用に供させること。（←いわゆる「受信環境整備」）（以下略）

2

JIB放送枠(jibtv)について

NHK WORLD JAPAN

NHK WORLD-JAPAN 24時間放送
5～6時間セットを4～5回ループで編成



3

“JIB枠”の広告

1) 協賛企業等紹介（提供クレジット） 指定ロゴ表示（＋読み上げ）
2) CM放送

CM事例

企業の英語CMを放送



日本語のCM素材を翻訳、字幕を付けて放送



企業・官公庁・財団等の協賛番組例

Speeding to Glory: The Shinkansen



新幹線は長い歴史の中で「死傷者ゼロ」の安全性高速鉄道の安全を守るため、自動列車制御装置をを誇り、平均遅れ時間１分以内と世界で最も信頼性が高い。備え、新幹線総合指令所が全ての運行状況を管理している。UIC世界高速鉄道会議の模様を織り込みながら、安全と信頼の新幹線の魅力の全貌を紹介します。

FORWARD



「FORWARD」は2012年2月から10月まで放送した震災復興番組シリーズです。タイトルは、前へ、先を見て、将来に向かって進もうという思いを込め、震災を乗り越え、力強く歩を進める日本の姿を発信するという意思で名づけました。
番組は、各民放局をはじめ映像プロダクション会社の協力を得て42本制作し、再放送を含め合計85回放送を行いました。

Web of Life
The MIDORI Prize for Biodiversity



公益財団法人イオン環境財団が主催し、国連環境計画・生物多様性条約事務局が共催する「第5回生物多様性みどり賞」を受賞した３氏の活動と思いそして未来に対するメッセージを届けます。

OUR BLUE PLANET
Uncovering Clues for a Sustainable World



地球環境問題への貢献を称え毎年2組に贈られるブループラネット賞。今年の受賞者はオーストラリアの生態学者ブライアン・ウォーカー教授とスウェーデンの国際水文学者マリン・ファルケンマーク教授です。番組は二人の功績と具体的な活動を紹介します。

The Next 100 Years
Cultivating New Potential



巨大企業が生き残るために今、何が必要なのか？創業100週年を迎えた日本を代表する総合家電企業パナソニックが、次の100年を生き抜くために注目しているのは人材。有能な人材をさらに活かそうと、様々な取り組みを始めている。
「Contributing Sustainable Value」と共に2部作。

The Road to TICAD7
Africa and Japan: Partners in Development



日本政府はアフリカ開発をテーマに1993年から国際連合などとの共催でTICAD(アフリカ開発会議)を開催。2019年で7回目となるTICAD7開催の前に、10月6、7日にＴＩＣＡＤ閣僚会合が東京で開かれます。アフリカの発展に取り組む日本の企業や人材育成や農業振興の分野での日本の支援を紹介し、TICAD7に向けた今後の展望を探ります。

スポンサー獲得　その課題

●<u>設立直後、世界的な大不況</u>
2008年4月JIB設立の直後の9月、リーマン・ブラザーズ経営破綻。世界恐慌以来の世界的な大不況となり、民間スポンサー獲得が困難に。
その後も苦戦続く。

●<u>「世界１波」</u>
2013年「放送政策に関する調査研究会　第一次取りまとめ」
「ＪＩＢ独自番組の時間枠を拡大するためには、広告放送の増加（広告料の増収）が課題となるが、世界一波での放送であることから、グローバル広告がメインとなり、広告のスポンサー獲得にも限界があるのが実情である。」

●<u>民間企業に説得的な視聴データ</u>
国際放送では視聴率の把握が困難。モニター制度による分析を行っているが、説得的な視聴データを得ることが課題。

自らの取り組み

●再生回数を把握できるインターネットでの動画配信を推進し、JIB公式YouTubeフォロワー数の拡大などに全力

●民放と共同制作・営業連携

●CATV局等との連携を探る　など

Japan International Broadcasting Inc.

資料５－４

放送番組の海外展開から、
日本の製品・サービスの
ビジネス普及拡大へ

一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構

BEAJ
Broadcast Program
Export Association of Japan

BEAJが取り組む
放送コンテンツ海外展開の支援事業

一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）

2023年８月

放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）とは

BEAJ
Broadcast Program Export Association of Japan

1. 概要：
放送局や権利者団体、大手総合商社、広告会社等が中心となり、
日本の放送コンテンツの海外展開促進を目的として、2013年8月23日に設立

2. 構成：

理 事 長	岡素之（住友商事株式会社　特別顧問）	
理 事 社	放送局	日本放送協会、日本テレビ、テレビ朝日、TBSテレビ、フジテレビジョン、テレビ東京、WOWOW
	権利者団体	日本音楽事業者協会、日本芸能実演家団体協議会、日本レコード協会
	関係業界	住友商事、電通、博報堂DYメディアパートナーズ、日本民間放送連盟

３．会員社：　96社　（2023年４月現在）

４．運営：　会員社からの会費収入と事業収入で運営

５．設立目的：日本の放送コンテンツの国際競争力の向上を促進し、アジアを中心とする各国の放送枠で日本の放送コンテンツを露出。それにより、日本の技術、文化や日本語などへの関心を向上させ 、「ビジット・ジャパン戦略」「地方創生」にも寄与する。

BEAJ会員社の中の放送局一覧　（2023 年4月）

会員　　96社
（うち放送局　72社）



＜北海道＞
札幌テレビ放送
北海道テレビ放送
北海道放送
北海道文化放送

＜東北＞
青森朝日放送
青森テレビ
秋田テレビ
秋田放送
秋田朝日放送
岩手めんこいテレビ
宮城テレビ
仙台放送
山形放送
山形テレビ
テレビユー山形
福島中央テレビ
テレビユー福島
福島テレビ
福島放送
東日本放送

＜近畿＞
読売テレビ
朝日放送
毎日放送
関西テレビ
テレビ大阪

＜中国＞
日本海テレビジョン
TSKさんいん中央テレビ
広島テレビ
テレビ新広島
岡山放送
山口放送

＜関東＞
日本放送協会
日本テレビ
テレビ朝日
WOWOW
東京メトロポリタンテレビジョン
ワールド・ハイビジョン・チャンネル
ジャパンエフエムネットワーク
テレビ東京
フジテレビ
TBSテレビ
日本国際放送

＜九州・沖縄＞
福岡放送
RKB毎日放送
長崎国際テレビ
大分朝日放送
熊本県民テレビ
南日本放送
沖縄テレビ
九州朝日放送
テレビ西日本
テレビ長崎
テレビ熊本
宮崎放送
琉球朝日放送
琉球放送

＜四国＞
南海放送
あいテレビ

＜東海・甲信越＞
名古屋テレビ
中京テレビ
CBCテレビ
東海テレビ
テレビ愛知
テレビ静岡
静岡朝日テレビ
北陸朝日放送
北陸放送
テレビ新潟
テレビ山梨
山梨放送
信越放送
長野放送

BEAJ事業の５本柱

1．放送コンテンツ等海外展開支援事業 採択候補の推薦及びフォロー

2．会員社による「海外情報レポート」の制作と情報共有

3．放送コンテンツ海外展開のプロモーション支援

　①コンテンツ国際見本市でのセッションの企画・実施

　②海外バイヤー向けサイト「JPC」を使った支援

　③海外展開に効果的なトレーラーの制作支援

4．放送局等の海外ビジネスの企画組成・交渉をサポート

　①フォーマット開発勉強会

　②ビジネス・契約相談会

5．BEAJセミナー等を通じた会員社への情報共有・交流

1.「放送コンテンツ等海外展開支援事業」採択候補の推薦とフォロー

BEAJ
Broadcast Program Export Association of Japan

放送コンテンツ等海外展開支援事業とは？

成長著しいASEANを中心に、
- 日本の魅力を紹介する番組を海外の放送局等と共同で制作し、海外現地で放送する

＋

- 放送と連携したイベントを海外現地で開催
  日本の食や地域産品の紹介、日本ツーリズム紹介

「ビジット・ジャパン」「地方創生」に寄与する

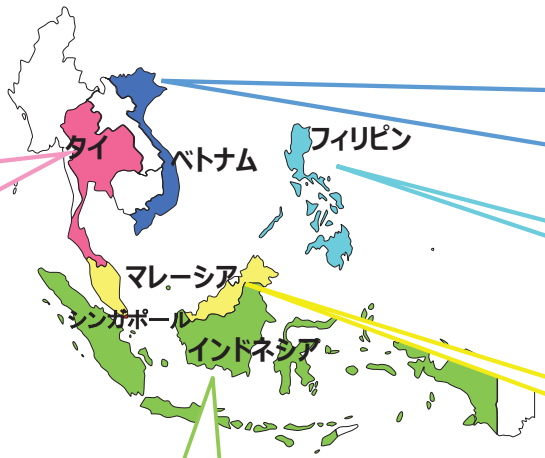
■BEAJの役割
- **採択候補案件の推薦**
- **採択案件の優良事例を取材し成功要因を分析**
- **会員各社等に情報共有する**

平成26年度以降の実施案件

平成26 (2014)年度実施	43件
平成27 (2015)年度実施	34件
平成28 (2016)年度実施	36件
平成29 (2017)年度実施	43件
平成30 (2018)年度実施	45件
令和元 (2019)年度実施	48件
令和２ (2020)年度実施	58件
令和３ (2021)年度実施	47件
令和4 (2022)年度実施	**34件**
累計	**388件**

令和4年度補助事業　採択案件一覧 (東南アジア)

BEAJ
Broadcast Program Export Association of Japan



【タイ】
信越放送
テレビ岩手
テレビ静岡
テレビユー山形
長崎国際テレビ
北海道文化放送

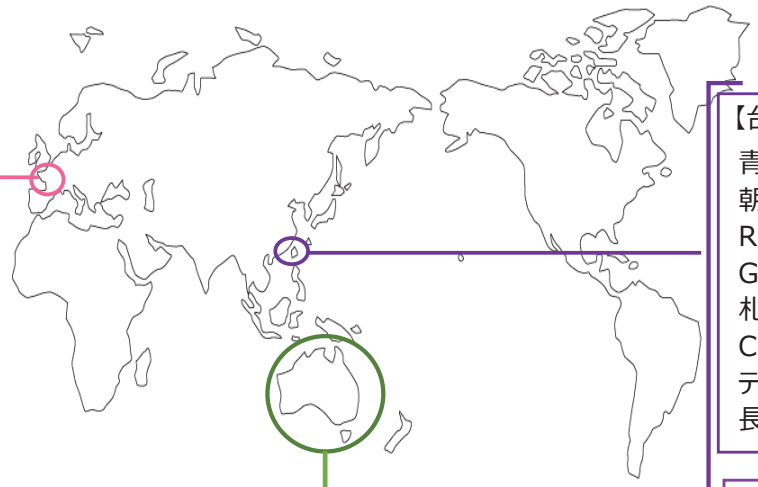
【ベトナム】
テレビ東京メディアネット
テレビ長崎
テレビ山梨
日本電波ニュース社

【フィリピン】
TSKエンタープライズDC

【マレーシア】
山形放送

【インドネシア】
南海放送
山形放送

令和４年度補助事業　採択案件一覧（東南アジア以外）



【フランス】
テレビ新広島
長崎国際テレビ

【台湾】
青森朝日放送
朝日放送テレビ
RKB毎日放送
Goolight
札幌テレビ放送
CBCテレビ
テレビ熊本
長野放送
名古屋テレビ
東日本放送
福岡放送
北海道放送
宮崎放送
山口放送
琉球朝日放送

【香港】
信越放送
テレビ新潟

【オーストラリア】
大分朝日放送

令和4年度地域情報発信実証事業採択案件

総計22件

＜北陸＞　1件
井波日本遺産推進協議会
X　ティエスティテクノ

＜信越＞　2件
長野県高井郡小布施町 X Goolight
新潟県長岡市　X テレビ新潟

＜中国＞　2件
津山市観光協会（岡山県）
X 瀬戸内海放送岡山本社
広島県　X　TSSプロダクション

＜九州・沖縄＞　2件
長崎県五島市 X　長崎国際テレビ
大分県、大分サステナブル・ガストロノミー推進協議会
（大分県）X 大分朝日放送

＜沖縄＞　1件
沖縄県　X 琉球放送



＜北海道＞　2件
阿寒観光協会まちづくり推進機構
X 札幌テレビ
北海道空知郡中富良野町 X 北海道放送

＜東北＞　3件
二戸フードダイバシティ協議会
X　テレビ岩手
秋田県　X　秋田放送
山形県山形市　X　山形放送

＜関東＞　2件
埼玉県入間郡三芳町　X 日本国際放送
山梨県ワイン酒造協同組合
甲府商工会議所　X　テレビ山梨
甲府市商工会（山梨県）

＜東海＞　2件
岐阜県高山市　X　東海テレビ
静岡県観光協会　X　テレビ静岡

＜近畿＞　3件
南丹市美山観光まちづくり協議会　（京都府）
X　KCNなんたん
大阪府箕面市　X　スタジオライトワークス
高野町観光協会(和歌山県) X　テレビ和歌山

＜四国＞　2件
四国ツーリズム創造機構(香川県）X 南海放送
小豆島観光協会（香川県）　X エフエム香川

2. 会員社による「海外情報レポート」の制作と情報共有

アジアの放送＆動画配信の最新情報を収集・分析

毎年度末に冊子及びPDFデータとして発刊
会員間で最新データと情報の共有を図る。

＜主な内容＞

◆諸外国のメディアの状況等の情報・データを掲載
- ・各国・地域の主要放送局概要とシェア
- ・主な動画配信プラットフォームとシェア
- ・俯瞰的なメディア事情
- ・それぞれの地域特性と展開例

＋

◆BEAJ会員社が各国・地域のメディア関係者をオンラインで取材し、レポートを寄稿
- ・各国・地域の主要テレビ局、制作会社、配信プラットホーム等へのインタビュー
- ・海外共同制作の体験談報告
- ・SNS、メタバース等の展開例

【調査対象国又は地域】：計 10 の国と地域

タイ、ベトナム、インドネシア、
マレーシア、シンガポール、フィリピン、
韓国、中国、香港、台湾

参考：2022年度版「BEAJ海外情報レポート」



3．プロモーション支援　①国際見本市

- **MIPCOM 2022**
  2022年10月@フランス
- **TIFFCOM 2022**
  2022年10月@日本（オンライン）
- **ATF 2022**
  2022年12月@シンガポール

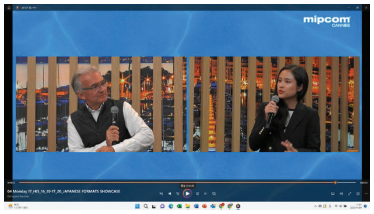
にて

プロモーション/ネットワーキングイベントやオンラインセッションの開催による放送局支援

日本のコンテンツや事業の現状を海外へ発信し、海外バイヤーやパートナーとの出会いの場を創造

MIPCOM 2022にて（2022/10/17－20）
「TREASURE BOX JAPAN」





TIFFCOM 2022 にて（2022/10/25－27）
「Precious Formats Return to TIFFCOM」





日本のキー・準キー局等の最新フォーマットを紹介

ATF2022にて（2022 /12/7－9）
「Japan Networking Lunch」



ATFに出展している放送局が各国のバイヤーとの情報交換、交流を深めることができる場を提供

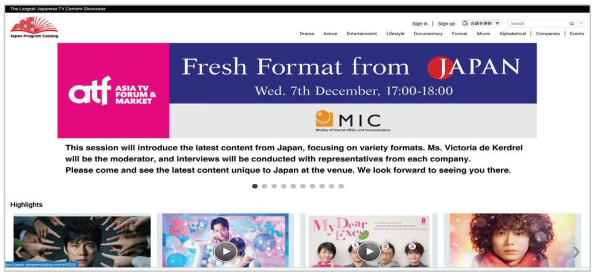
3．プロモーション支援　②JPC

Japan Program Catalog（JPC）

日本の放送コンテンツの
海外向けBtoBオンライン・カタログ（英語）

■約60社の1,300以上の番組を掲載
　うち　300以上の番組のトレーラー動画を配信
■海外バイヤー約400人が登録



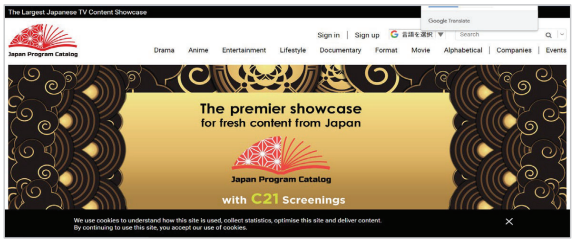


●国際見本市に合わせたプロモーション

MIPCOM、**TIFFCOM**、**ATF**の開催に合わせ、JPC内に**特設ページ**を開設。出展社の紹介や番組のPRとともに、各イベントの公式ページとの相互リンクで相互送客を行う。

●C21Screeningsと連携した番組トレーラー配信

国際的な映像コンテンツメディア**C21Mediaの**
オンラインスクリーニングにJPCパビリオン・サイトを開設し、日本の**番組トレーラー約100本**を配信し、PRを行う。



3．プロモーション支援　③トレーラー制作

海外バイヤーにアピールするトレーラー制作ワークショップ

●海外制作会社でのトレーラー制作

・応募社から課題番組を選定
2022年度　会員社の番組から**6番組**を選定

・海外の制作会社でトレーラーを制作
イギリス、フランスの2社に依頼。番組素材からトレーラーを新たに制作

・新トレーラーを国際見本市等で披露

・海外とのオンライン・ワークショップで議論
新旧トレーラーを見比べ、制作意図等を聞いて参加社と討論



ドラマ「アノニマス」



「福岡恋愛白書」


「所JAPAN」


「北の海　よみがえる絶景」



「超主観旅」



「おおごとなんよ～女性杜氏の180日」

4. ビジネスの企画組成のサポート ①フォーマット開発

フォーマット開発のワークショップ（新規）

●海外制作会社によるバイブル作成

・応募社から課題番組を選定
2022年度　会員社の番組から**２番組**を選定

・海外の制作会社でフォーマットバイブルを制作
・番組素材や資料等から番組のセールスポイントを確認
・海外の制作会社に依頼しコマーシャルバイブルを制作

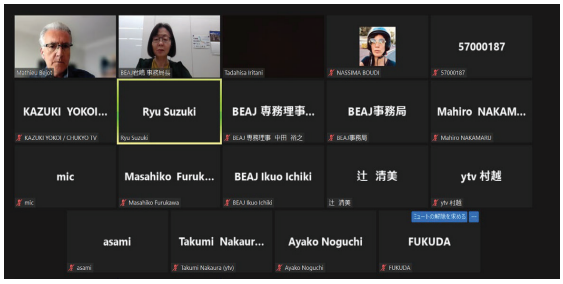




フォーマットバイブルを制作した番組

●効果的な番組フォーマットバイブル制作の勉強会

専門家による講義
・フォーマットバイブル制作のポイント
・個別番組（フォーマット）についての考察



4. ビジネス・契約交渉のサポート ②ビジネス・契約相談会

ローカル局等の課題である海外事業者とのビジネス・契約交渉ノウハウの伝授・共有

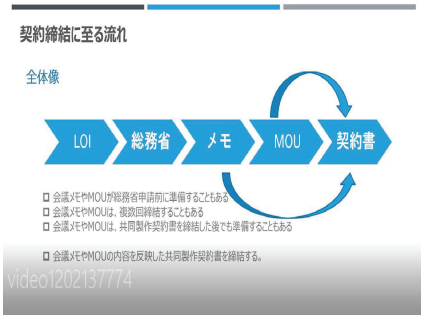
2022年度は、各社の具体的な課題や問題を相談できるビジネス・契約相談会を実施

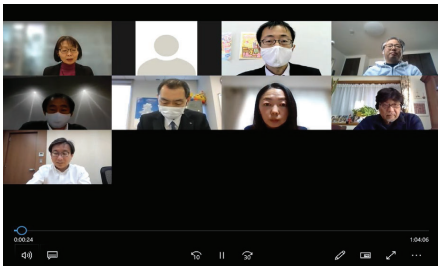


会員社向け海外番販契約書のひな型



潮見坂綜合法律事務所　藤本弁護士





オンライン相談会の様子

海外法務弁護士との相談会を秋・冬2回実施。
ローカル局等の海外ビジネスの企画組成や契約知識の習得・意識向上を図る

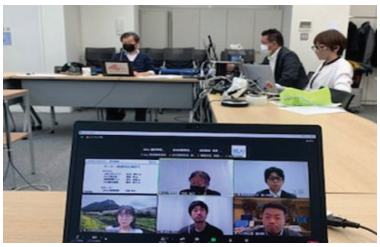
参考-141

5．BEAJセミナー等を通じた会員社への情報共有・交流

●BEAJセミナー

先進的なローカル局やBEAJ事務局員を講師にセミナー形式で知見・ノウハウの共有を図る

2022年11月18日（金）のテーマ
・自走化を目指す海外展開について（総務省事業）
・JPCの効果的な利用方法
・アフターコロナにおける国際見本市への心構え
・バイヤーにアピールする番組トレーラー



●トレーラー勉強会

海外専門家によるトレーラー制作のポイントの講義

2023年2月28日（火）　TVF International
2023年3月　1日（水）　Ikigai Media



●BEAJ相談会

会員社が抱える海外展開の相談や悩み等に対応する相談会をオンラインで開催

海外案件についての情報交換や系列を超えたネットワークづくりの場として会員社が活用

放送コンテンツの海外展開の課題と対策

●「放送コンテンツ等海外展開支援事業」の実績から判明した課題とその対策について

（総務省補助事業：日本の魅力を紹介する番組を海外の放送局等と共同で制作し、海外現地で放送。平成26年度から実施、令和4年までに388件実施済み）

課題：ほとんどの作品が本事業実施後の活用がされていない

- 放送は現地語、または日本語に現地語字幕付与（他地域への汎用性が低い）
- 訴求効果を高めるために、現地で人気のタレントなどを起用（他地域への汎用性が低い）、また、現地レギュラー番組のコーナー企画、特別番組として制作の場合、制作著作を持てない
- 他地域への販売のノウハウがなく、また単発番組（本数が少ない）の販売は難しく、効率も悪い

対策：作品の２次利用を図るために

- 作品の多言語化（プロモーション用に英語字幕は不可欠）
  → **国際放送を恒常的に実施しているNHKが持つ制作のノウハウを地方放送事業者を中心とした放送業界全体で共有することは可能か。**
- 複数国・地域への展開を想定した編集、別バージョンの制作
- 露出先の確保
  → ①「放送コンテンツ等海外展開支援事業」で採択、制作された作品など地方放送事業者の作品群の中から、他地域への販売が見込める作品をピックアップ、ある程度の本数をそろえる（パッケージ化：地域別・テーマ別、季節別等）ことで露出先を確保。
  ②露出先についてはNHKの国際放送など、日本起源の知名度の高い媒体であれば、より訴求効果が上がるのではないか。
- 販売のノウハウを持つディストリビューター（販売代理業者）の活用

参考資料2