

放送の国際発信・国際展開の在り方に係る 検討の方向性（案）

令和 6 年 5 月 23 日
公共放送WG事務局

- 公共放送ワーキンググループ第1次取りまとめ（令和5年10月18日公表）及び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（同日公表）において、NHKは、放送コンテンツ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全体の発展に貢献していく役割を担うべきとされた。
- こうしたNHKの役割を踏まえつつ、我が国放送の国際発信・国際展開については、海外プラットフォーム事業者等との産業間競争にあるとの現状認識の下、コンテンツ産業における競争力や経済安全保障の確保等の観点から、NHKと民放が協調してオールジャパンで取り組んでいくことが重要。
- 具体的には、我が国放送コンテンツの国外への流通を支えるプラットフォームの構築・強化として、例えば、以下の事項について検討すべきではないか。
- より効果的な国際発信・国際展開が可能となるよう、関係者ヒアリングも実施しつつ、既存の関連取組を参照し、目的や課題を整理しながら検討を進めていくべきではないか。

1. NHK国際放送

- ✓ 国際ニュース報道について、NHKは、我が国やアジアの視点での情報発信等、信頼できる情報発信主体としての取組を進めるべきではないか。
 - － NHKは、中期経営計画において、『分断、民主主義の危機が進むなか、国際発信を再強化し「日本の視座」を発信』するとしている。
- ✓ 民放も含めたプラットフォームとしての事業に充てる財源として、NHK国際放送への広告料収入の導入を検討すべきではないか。
 - － その際、広告収入を得るに相応しい放送番組、営業活動の在り方、詐欺広告への対応方策、広告料収入の使途（例えば、下記2の配信プラットフォーム事業等）、株式会社日本国際放送（JIB）や海外番組販売等との役割分担等について検討が必要。
- ✓ コンテンツ産業の競争力確保の観点から、外部制作事業者との連携を進め、NHK国際放送について外部制作比率の目標※の設定も検討すべきではないか。
 - － その際、競争力のある番組制作に資する目標として相応しい内容、設定の手段等について検討が必要。

※ NHK国内衛星基幹放送の「NHKBS」・「NHKBSプレミアム4K」については、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取りまとめを踏まえ、基幹放送普及計画（告示）において、外部制作比率の目標が設定されている。

- － 総放送時間（ニュース・スポーツ中継番組を除く。）に占める外部制作事業者に著作権が帰属する放送番組の割合
「NHKBS」：15%以上、「NHKBSプレミアム4K」：25%以上

2. 国際インターネット配信

- ✓ NHK・民放の共同により、我が国放送コンテンツの国外への流通を促進するためのインターネット配信プラットフォームの構築を目指すべきではないか。
 - － その際、既存の配信プラットフォームとの関係性、事業の運営方法、放送コンテンツの権利処理の円滑化等について検討が必要（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において具体的に検討）。

2. NHKの役割

(1) 放送全体の発展への貢献

放送法は、公共放送であるNHKについて、放送及びその受信の進歩発達に必要な業務を行うことを目的とすることを定め、放送及びその受信の進歩発達に必要な調査研究を行うことを必須業務とするなど、従来から放送全体の発展に貢献することを期待している。近年のインターネットの普及により、情報空間がインターネットへと広がりを見せる中、我が国のコンテンツ産業は、NetflixやAmazon Prime Videoなどの海外事業者をはじめとする動画配信プラットフォーム事業者との激しい競争に直面している。

我が国のコンテンツ産業の中でも、放送コンテンツは3割近くを占めており、依然として重要な地位にあることを踏まえ、本ワーキンググループにおいて、NHKの将来を検討するに当たっては、単に放送業界のみならず、コンテンツ産業の今後についても視野に入れて検討してきたところである。そうした観点から、NHKが、民間放送との二元体制の下で、従来から時代や技術の変化に適切に対応しながら放送全体の発展に貢献してきたことの延長線上にあるものとして、NHKは、放送コンテンツ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全体の発展に貢献していく役割を担うべきと考えられる。

NHKには、こうした役割の下で、民間放送事業者等と協調・協力した取組を具体的に進めていくことが期待される。その際、インターネットへと情報空間が広がった中で、放送業界全体が動画配信プラットフォーム事業者等との視聴者獲得競争のフェーズに入っていることを直視し、その中で放送コンテンツが埋没しないような仕組みをどのように作り上げていくかという視点を持つべきである。もっとも、NHKには、放送コンテンツのプラットフォームとして、放送番組の流通のみならず、報道や教育といった一般的に採算性が低いと考えられるが公共性の高いコンテンツの制作を支えていくことも期待される。

我が国のコンテンツ産業の発展を視野に入れつつ、デジタル時代における我が国の放送コンテンツの制作と、国内外への流通を促進するための具体的方策については、「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」（主査：山本龍彦 慶應義塾大学大学院法務研究科教授）（以下、「コンテンツWG」という。）において議論され、取りまとめられており、そこで示された内容を踏まえ、総務省、NHK、民間放送事業者など関係者が連携・協力して取り組んでいくことが重要である。

また、放送全体の発展に貢献するプラットフォームとしてのNHKの役割については、別途、「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」（主査：内山隆 青山学院大学総合文化政策学部教授）（以下、「プラットフォームTF」という。）において取りまとめられた内容に沿って、その役割を果たすことが期待される。

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な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、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」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。

2. 課題とその検討の方向性

（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。

4. 国際放送の在り方

国際放送の在り方については、今後引き続き検討していくこととしているが、以下では現時点までに検討した方向性について述べる。

（１）国際放送に関する基本認識

国際放送に関する基本認識として、我が国の情報の国際発信におけるフラッグシップの役割を担うものであり、国際的ニュースの報道において我が国やアジアの視点で情報発信する等、信頼できる情報発信主体としての取組を進めるとともに、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、NHKと民間放送事業者とが協調して取り組んでいくことが重要である。

（２）コスト負担の軽減

衛星放送、短波放送、ケーブルテレビ、インターネット配信等の様々な手段を適切に組み合わせ、視聴者へのリーチの確保とコスト負担の軽減を両立させていくことが重要である。

（３）財源の在り方

国際放送の実施に必要な財源は、国民全体の利益に資するものであるという考え方の下、基本的に受信料によって賄われている。ただし、国際放送のうち株式会社日本国際放送の独自放送枠については、NHKの放送枠とは異なり、一部に広告料収入が充てられている。

国際放送は、二元体制の下で発展してきた国内放送とは異なる状況にあり、NHKの事業規模の縮小が見込まれる中でも、引き続き重要な役割を担う必要があることから、NHKの放送枠についても、民間放送事業者も含めたプラットフォームとしての事業に充てるものとして、広告収入を得ていくことについて検討すべきである。ただし、国際放送として具体的にどのような放送番組が広告料収入を得るべきものとして相応しいかといった詳細なスキーム等については、民間放送事業者等の関係者の意見を聴きつつ検討が必要である。

また、国が負担する要請放送に要する費用については、交付金としてNHKに交付され、受信料財源と一体的に放送番組の制作・放送等に使用されている。国の予算の使途の透明性確保等の観点から、例えば、放送枠を国が購入して放送番組の単位で区別することも考えられるが、要請放送の実施に当たってはNHKの放送番組の編集の自由への配慮義務が放送法に規定されていることを踏まえるほか、放送番組の企画・制作を放送事業者ではない国が担うことは困難と考えられること、要請放送の放送事項とNHKの国際放送の内容は密接に関連している部分が多く、ひとつの放送番組として一体的に表現する現在の構成の方がより高い効果が見込まれること等から、こうした現在の放送番組の構成は維持することを前提とした上で、要請放送の交付金の使途の透明性確保に向けてどのような方法が考えられるか総務省及びNHKにおいて検討すべきである。

NHK他 国際展開の整理

33

複数ある国際展開チャネルの役割分担を再確認することから始めるべきでは？

NHK等による海外展開に寄せられる期待を再確認することも必要では？

- ▶ 日本国民のプライド？ 国際交流？
- ▶ 在外邦人へのサービス。
- ▶ インバンドのような外国人向けの情報発信、波及効果。
- ▶ 同業の放送事業者の海外展開サポート。
- ▶ 経済安全保障的な観点、日本のソフトパワーの強化。

そのうえで

- ▶ 目的；ターゲット（国・地域や層）とコンテンツ・ジャンル
- ▶ 手段；伝送路（レガシーとネット）、配給チャネル、他

を整理して、効果的な国際展開ができるようにしていくべきではないか？

N民の連携可能性

35

民間が自律的に販売・展開できる条件下では、N民の連携可能性は乏しいし、求められない。そうでない条件下、芽はどこにあるか？ 民間においても、右下がりの放送広告収入、それに比べても過少な放送コンテンツの輸出額は事実であるが、人口減の時代、「国内だけでリクープ」という日本の映像産業の慣習を少しでも転換していくために（先行例はアニメ産業）、海外展開による外貨獲得が放送の役割を維持・強化し続けるためのN民共通の課題であることをまずは認識すべき。これは**産業内競争ではなく、産業間競争でもある**。

- ▶ 供給本数が確保できないが、**魂こもった単体の作品を売り込みたい**場合。海外セールスで求められる番組供給本数を必ずしも満たせない局も多いはず。そうした中で魂こもった質の高い作品を売り出していくにはN民共同による特徴ある「編成」が重要（そもそも民間は独自の配信によるチャンネル事業を持っていない）。
- ▶ 自社が持たない／全く**流通チャネルがない国・地域**向け。
- ▶ **FAST**（残念ながら日本勢の取り組みは国際的にみれば進展していない）。既存のプラットフォームの活用に加えて、N民共同でALL JAPANの配信プラットフォームを目指せるか？
- ▶ **製作志向な放送局&独立系製作会社**の海外アウトレットとして。それが（目先の救済ではなく）真に競争力ある番組や企画の掘り起こしにつながるのであれば、一時的に、国際放送に外部製作比率目標を設定するのもオプションか？。英国／BBCがどのような経緯をたどったか、よく観察すべき。
- ▶ NHKの事業規模が大幅に縮小しているなかで、何らかのスクラップ拔きに新規事業は難しいのではないか？

プラットフォームタスクフォースで示された

【課題に対する私見】

36

①インターネット配信の強化、②コスト負担の軽減

⇒世界的なFASTの波に乗るか、伝統的な番販とケーブル・衛星伝送に頼り続けるか？ レガシー伝送路であってもネット配信であっても、運営組織的な固定費（や、通常の海外展開に求められるローカライズ費用・権利処理費用、等）は大きく変わらないことには留意しなければならない。伝送路直接費用は如何に？ また独自PFによる手法は、それらに加え、サービスPFのマーケティング／プロモーション費用、コンテンツの集約化費用等が上乗せになる。上述の「供給本数」や「編成」の課題も考慮すると、N民共同による取組み抜きには難しいのではないかと（その場合には政府の大きな後押しも必然的）。

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）

⇒ 商慣習上、既存の国際放送やJIB、JAMCOの番組ラインナップを劇的に増やすことは難しいであろうが、放送産業でのワンソース・マルチユースはまだまだ開拓の余地があるのではないかと。またBBC Studiosの大幅な方針転換のように、ラインナップ再編成の工夫の余地はあるのではないかと？

④財源の在り方

メディア産業にとっての財源は、基本3つしかなく（受信料的なもの、広告収入、契約者収入）、その組み合わせに対しては柔軟であるべきで、そのどれか一つだけに依存する必然性はない。