

公共放送ワーキンググループ（第20回） 議事要旨

1 日時

令和6年5月10日（金）16時02分～17時38分

2 場所

総務省内会議室及びWEB

3 出席者

(1) 構成員

三友主査、山本主査代理、内山構成員、大谷構成員、宍戸構成員、
瀧構成員、林構成員

(2) オブザーバー

日本放送協会（小池専務理事）、（一社）日本民間放送連盟（堀木専務理事）

(3) 総務省

竹内総務審議官、小笠原情報流通行政局長、山崎大臣官房審議官、
金澤情報流通行政局総務課長、飯倉同局放送政策課長、岸同課国際放送推進室長
後白同課企画官

4 議事要旨

(1) 放送法の一部を改正する法律案について

事務局から、資料20-1に基づき、説明が行われた。

(2) 公共放送ワーキンググループにおける今後の検討項目及びスケジュール案について

事務局から、資料20-2に基づき、説明が行われた。

(3) 国際放送等の現状について

事務局から、資料20-3に基づき、説明が行われた。

(4) 内山構成員プレゼンテーション

内山構成員から、資料20-4に基づき、説明が行われた。

(5) 質疑応答・意見交換

各構成員から以下のとおり発言があった。

【林構成員】

内山構成員、大変示唆に富むプレゼンありがとうございました。最後のほうでN民の連携可能性という話がありました。先ほどお話で、いくら個社で頑張っても限界があると、どこに出歩いていても、G A F A、ネットフリックスなどの海外勢がひしめいているというお話ございましたが、実際そうなのだろうなと思って拝聴したんですが、その際に、これまでも何度か言われたことのある、いわゆる日の丸プラットフォームと申しますか、そのようなものの可能性はないでしょうかという質問であります。NHKと民間放送事業者が協力してつくる一つのプラットフォーム、あるいはその機能を共同して構築するということもあるのではないかと思います。その辺りのお考えをお聞かせいただきたいです。プラットフォームといっても、その機能はいろいろあり、多言語化の対応も一つのプラットフォーム機能ですので、どこまで共同してやるのかということは、いろいろ調整しなければならず、日の丸プラットフォームといっても、どこで競争してどこで協調するという切り分けはあると思いますし、ビジネスモデルも広告モデルもあれば、サブスクモデルも、いろいろあるわけですので、その辺り、乗り越えなければならないハードルは多々あると思うのですが、どのような形であれ、上手にマネタイズして、お金を取れる仕組みを考えていかなければいけないとも思ったりしましたので、その辺り、少し補足して御教示いただければと思います。

【内山構成員】

ありがとうございます。いろいろな前提を考えなくてはならないのですが、今、一つのトレンドとして押さえなくてはいけないことは、番組単体ではなかなか勝負できなくなりつつあるということです。世界中でネット、電波含めて、映像であふれ返ってきている状況になっているので、魂込めた1本のドキュメンタリーじゃなかなか勝て

ない状況が正直あります。そうすると、やはり束ねなきゃいけない。

もともと海外番販の世界でも、束ねるということは必要だったのですけれども、今回、その束ねるに当たってFASTのようなチャンネルを作るのがアメリカの流行になっている状況があります。

実際、FASTでいくかどうか、僕自身迷うのですけれども、FASTという形式を取らなくても、まずは魅力的なジャパンほにゃららチャンネルのような形の束ねをつくらないことには、その後、例えばbritboxのようなことをやるにしても何にしても、訴求できないだろうと思います。

だから、順番としては、魅力的な番組があることが大前提ですし、その魅力的な番組がたくさんあって、それを束ねることが次の前提としてあって、その上で、もし独自プラットフォームを作っていけるのであれば作っていくとなると思います。

この独自プラットフォームができると、例えば、違法流通対策であるとか、視聴履歴データを守るとか、あるいは広告枠とか売上分配で現地プラットフォーマーとバトルしなくて済むとか、いろいろなメリットが次に出てくるのですけれども、この番組や編成がすかさずの中でプラットフォームを立ち上げて、なかなか訴求しないので、丁寧に下から順番に積み重ねていくべきと思っています。だから、まずはちゃんと編成することから始めることになりまして、そういう点で言うと、例えば、今、JIBがやっていることも、あるいはNHKがネット系でやっているインターネット上の番組配信も含めて、魅力的な番組編成、どう組み立てられるかから始めるのがいいと個人的には思っています。

【林構成員】

下からの積み上げが大事だということで、よく理解しました。ありがとうございます。

【大谷構成員】

内山構成員の御意見、非常に盛りだくさんで、なかなか消化不良のところもあります。2点ほど教えていただければと思います。

一つは、FASTに取り組むのであれば、その商業性にどう向き合うかは一つのポイントだと思っています。BBCの例を御紹介いただいたのですけれども、資料の

29ページでは、本国の受信料値下げのためという大義名分が本国で支持されているものの、批判がないわけではないということを含弧内で書いていただいたのですが、どのようなポイントがその批判の的になっているのかということと、それをどのようにBBCが乗り切っているのかについて御教示いただきたいというのが1点目です。

もう一つは、N民共同の取組だけでは不十分で、政府の後押しが必要なのではないかというご意見には私も非常に共感するところで、これは最後の36ページに書いていただいたのですが、諸外国で政府がどのくらい後押しをしているのかという情報などありましたら、それも教えていただければと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

【内山構成員】

まず、前者のBBCの商業活動に対する批判についてですけれども、やはり日本と同じです。つまり直接でなくても間接的に、一種の民業圧迫じゃないですけれども、そういうワードが出てくるのは事実です。

そういう点も含めて、日本と同じですけれども、英国国内でやれる範囲ということと、それから英国外に出たときにやれる範囲、これをまず切り分けた上で、では、英国内では、あるいは海外ではというところで、この範囲であればというところで議論したのが前回のチャーター更新時や、そのもう一歩手前のチャーター更新時だった記憶がございます。でも、それでその批判がゼロにできるかと言われると、なかなか微妙かもしれないですね。

それから、国の後押しという点で、プラットフォームそのものとなると、正直、事例がなかなか見当たらないというのが実際のところですが、もともとヨーロッパは、ハードウェアや伝送路に対してよりは、コンテンツそのものに補助金を出す文化を持っている国々であり、それは映画であったり、放送番組であったりに対して、算定式型の自動補助金であるとか、あるいはタックスベネフィットの形で、たくさんお金を出してきた歴史がございますので、その形が一つ考えられるとは思いますが。

【後白放送政策課企画官】

事務局から補足させていただければと思います。

御質問の諸外国の政府の支援という点につきまして、韓国の事例を少し御紹介した

いと思います。

韓国におきましては、コンテンツの海外展開ということで、文化体育観光部の韓国コンテンツ振興院、KOCCAという組織がございまして、こちらの組織は、分野別に設置されていたコンテンツ振興機関を統合しまして、2009年に設立をされている組織ということでございます。

どのような支援をしているのかということでございますが、企画からビジネスの組成まで総合的な支援をしているようでございまして、例えば、海外進出支援のためのコンサルティングサービスのようなことでしたり、ビジネス拠点に対する支援ということで、市場情報の提供や現地でのネットワーキングなどの支援、あるいは輸出の専門人材の育成、海外の法制度についての情報提供、また、オンラインプラットフォームに対する進出に対する支援、それから博覧会、マーケティング、展示会といったところでの支援等を精力的にやられている状況ということでございます。

【内山構成員】

少しその範囲まで広げて考えるのであれば、なかなかテレビだけという切り出しが難しいですけれども、映画、放送、ビデオ、あるいは配信作品などの映像コンテンツ全体に対して言うと、一番補助金を出しているのは言うまでもなくフランスです。今年、去年は為替レートがおかしいので、なかなか例えづらいですが、もう少し昔の1ドル110円ぐらいで安定していたときのレートでいうと、フランスは大体年間1,000億ぐらいの政府予算が映画、放送、配信などに補助金等の形で回っています。次いでお金を出している国がドイツと韓国です。大体300億円ぐらいの規模感です。

いろいろなところで計算して批判されるんですけど、日本は総務省と経産省と文化庁、多分3省庁合わせて、コロナ禍という少し特殊な状況は別にして考えて、ざっくり平均して80億ぐらいというのが、政府支援金の規模となっています。

【大谷構成員】

詳しい御説明ありがとうございました。

【瀧構成員】

一つは、内山構成員に教えていただきたいのが、地域によって放送内容を変えるべ

きではないかという問題意識がありまして、御質問になります。

いろいろな世界の事例を触れられてきた中で、先ほど拝見した中だと、BBCが、例えば、言語が一緒であっても、アメリカというところは切り出されたりしているというのがあります。普通に考えると、インターネットの時代に何が受けるかは、ラテン系の国だったら歌番組が受けそうみたいな偏見を持っていたりするんですが、一律の同じ内容を、今ぐるぐる回している状態だと思っただけで、それもいろいろなタイムゾーンでのプライムに合わせている要素もあるんだと思います。世界のゾーンごとにコンテンツを分けていくメリットは、もちろん番組を編成しつくるコストはどんどん増えるわけですが、どのような御見解があるかというのを聞かせていただければと思っています。

あとは一般的なコメントになりますが、本日、いろいろなお話を聞いている中で、非常に大きな国際放送のパーパスというのを、もう少し分けて明文化といえますか、ローコンテキストに捉えていく必要があるなと思っております。

もともと在外邦人、同胞に向けた娯楽みたいな要素もあれば、ある意味、安全保障や邦人の保護、日本は大丈夫かみたいな、ある意味、安全保障的な色彩のものもあれば、文化の外交という、いろいろな要素もあるのだと思っています。それぞれ、かなりベクトルが異なるパーパスを同じ国際放送という目的の下で束ねているのだと思っております。

例えば、本当に安全保障や邦人の保護であれば、何か有事が起きたときや、日本で大災害が起きたときに、あのチャンネルをつけようと認知されていて、つけられる環境にあるかが、本来であれば制作のKPIになるのだと思いますし、あとは普通に文化的に面白いが、インバウンド需要を狙って、日本に行ってみたいなと思わせることが目的なのであれば、それは異なるKPIが立ってくるわけでございます。その辺のバランスというのが、私、以前も、数字をベースに議論したいという発言をしたわけですが、少しぼわっと捉えているなという感覚がずっとございます。

個人的には、インターネットが当たり前になり、本日いただいたように、いろいろなストリーミングの形態が出てきたことで、多分、娯楽をあまねく邦人に配信する機能というのは、本来であれば下がってきているはずで、それよりも外国人に向けた文化外交のほうがどうしても価値が高まるでしょうし、それもネットでなぜできないのですかといったときに、じゃあ、今やっているもの、朝ドラとかそうかもしれないの

ですが、そういうものにどんどん分けた議論をしなくてはいけないのではないかと思います。かなり大きい問題意識ですので、一旦、問題意識を述べるにすぎないですが、内山構成員に最初の質問のところだけお願いできると幸いです。

【内山構成員】

後者に関して、本当に全く同様で、先ほども私、自分の資料でも出したとおりで、1回交通整理した方がいいという点も同じ問題意識としてはございました。

前者のほうの質問でございますけれども、結局、ローカライズしていくという話になってくると思うんですね。完全にグローバル統一なコンテンツだけじゃなくて、例えば、アメリカ向け、あるいはイギリス向け、フランス向けとローカライズしていくという議論があるかと思います。

そのローカライズをしていくとなったときに、では、日本から支店であったり、子会社であったり、デポをつくって、日本人がそこに転勤して頑張るべきか、あるいは現地の信頼できるパートナーと一緒にローカライズ展開ということを考えるか、そのオプションが多分出てくると思います。結局、BBCがアメリカで活動を始めたときも、やはり入口は在米のイギリス人向けのサービスとしてケーブルを通してBBC America（チャンネル）を始めました。同じ英語だったので、アメリカ人にも提供できるということで、徐々に広がっていくのですけれども、そのときにAMCと一緒に組んでやっているということはあって、特定国向けにローカライズしながらやっていくとなると、変に日本人だけで頑張っても無理というところがあるので、やはり現地のいいパートナーを見つけられるかが一つポイントになってくると思います。

もちろん現地パートナーと日本の誰かが直接ということもあるでしょうし、もう一段、そこに代理店なりエージェンシーが入ってくるのも海外番販や海外展開ではよく見られていた話なので、それが、例えば、今回の話で言うJIBのようなポジションで、そこにはもしかしたら必然性はあるのかもしれないなどは見てはおります。そのため、完全グローバル統一型と、それから各文化圏ごとにローカライズしたものと、恐らくまたそのプラットフォームを作るとなれば、その辺りの切り分けも、また考えていかなくてはならないと思います。

【瀧構成員】

やはり広告を打っていくみたいな目線を持ったときには、特に現地理解があることが大事だと思います。

私は80年代にイギリスに住んでいたことがあるのですが、当時の日本語放送は、OCSという国際輸送サービスのCMばかりやっていた記憶があります。恐らく今だったらもっと戦略的にいろいろな広告クライアントを探す機能とかも求めていくんだと思っていて、そういうところの期待も含めてあるのかなと思いました。

【穴戸構成員】

基本的に国際放送の話で、少しやや出遅れた感じもいたしますが、内山構成員にもお伺いしてみたいこともございまして、内山構成員への御質問と併せて意見ということで、国際放送に関して申し上げたいと思います。

イギリスBBCとの比較含めて、大変勉強になったわけでございますけれども、ここから日本がN民連携して国際放送をしっかりとやっていき、それに対して、社会全体として、場合によっては国が制度も含めて何らかの支援をしていくという上では、かなりきっちりとした取組といたしますか、国全体、社会全体で支えて、そして成果を上げていく体制をしっかりと作っていくことが大事だと思います。N民連携という場合、NHK、それから民放各社は、それぞれ業務、ビジネスがあると思いますので、このような検討会で、国際放送をみんな頑張っていて、応援していると言っても、笛吹けど踊らずになり得るんじゃないか。できるだけ能動的・主体的に、放送界の中で、他の様々なステークホルダーの方と連携して、こういうことをやっていきたいという取組を進めていって、内発的な動きと外からの支援がうまくかみ合っていくことを考えていかなければいけないのではないかと思います。その意味で、いずれNHK、それから民間放送各社の中でも、国際放送、国際展開に対して、どういう期待ないし、あるいはどういう視点が必要なのか、どういう協力が放送界の中であり得るのか、お話を伺ってみたいと思います。

その上で、特に司令塔的な拠点の一つになるのはJIBであり、JIBの在り方を考えなければいけないのではないかと考えております。制度の議論としてできることは、一つそこがポイントになるのではないかと思います。

内山構成員から編成の機能の部分が特に重要というお話がありましたけれども、内

山構成員にお伺いしたかったのは、一つはJ I Bの編成に関する機能を強化することが考えられるのか、そのような施策として、どういうことがあり得るのか。特に内山構成員が今日お話になったようなこととでいいますと、それを担う人材、番組制作だけでなく、編成であるとか、プラットフォームとの向き合い方とか、今までの放送界の人材とは少し違う人材が必要になるのではないかと。あまりこういう場でこういうことを言っているのかどうか分かりませんが、私からすると、内山構成員をJ I Bの役員に入れたらいいのではないかとか思ったりもしないのでもないのですけれども、どういう点をJ I Bの組織ないし在り方として変えていくことがあり得るのか、こう変えたらいいのではないかとかいうお考えがあれば、ほかの構成員もそうですけれども、特に内山構成員にお伺いしてみたいところです。

【内山構成員】

具体的なアイデアは正直ないのは事実ですが、確かにJ I Bは、そういう意味では一つの候補にはなり得るでしょう。あるいは、もちろんNHKの本体がもっと頑張るとしてもオプション的にはあり得ると思います。

もし、独自プラットフォームで展開するというのであれば、それは例えばNHKプラスを海外展開するとかということも、もちろんオプション的にはあり得るかなとは思っています。

ただ、そういう外形的な話以上に、結局、誰が熱量・パッションを持ってやるかというところは、宍戸構成員と同じ共感を持っていて、なかなかそこまで具体的に踏み込めないのが（外野の人間としての）実際的なところではありますけれども、例えば、韓流が2000年代後半から10年代を通して席卷していたぐらいの熱量みたいなものは間違いなく必要だと思いますし、それから何よりも、冒頭に挙げた話で、産業界の競争から産業間の競争になっているという意識改革は誰であっても持ってもらう必要があります。国内の競争においてもこれからシビアになっていくので、産業間競争という意識というのは、より一段、みんなが持ってほしいというところではあります。

もちろんJ I B、あるいはNHK本体以外にも、これまでたくさんいろいろな外郭団体がつくられてきているので、そこの再活用というオプションもあり得ると思いますが、いろいろなしがらみがあって、またそのしがらみによって動けないということであれば、ゼロベースでやったほうがいいのかなという気もしないでもないことはあ

ります。

いずれにしても強いリーダーシップが必要ということだけは共通して思っているのですが、それが具体的に誰がとなってくると、さすがになかなか分からないというか、あまり固有名詞が思いつかないというか、そんな感じであります。

【三友主査】

私から1点、お願いしたいことがございます。NHKを中心として、海外展開をどうするかということ、これから議論しようというところでございますが、これまでの議論でも言っておりますように、エビデンスがないと、どれぐらいリーチしているのか、していないのかということも全く分からないわけでありまして。NHKの国際放送がどのぐらいに届いているのか、エリア的な問題もありますし、契約的な問題もあると思っておりますが、そういったデータをある程度出していただく必要があるのではないかと思っています。

私は海外にすることが結構多いのですが、ヨーロッパだけではなくて、アジアにいても、日系でないホテルに泊まると、テレビつくとBBC、CNN、CCTV、あるいはアルジャジーラとか、あるいはアヒランといったチャンネルは見られるのですが、日本の放送が見られないホテルというのは結構あります。これは最近の傾向なのか、もともとそうなのか、何とも言えないんですが、放送されてない、リーチしていないというところが結構あるように思います。それが何に起因しているのか、実はそんなことはなくて単なる私の思い過ごしなのかということも含めて、できればデータでその状況を示していただきたいと思っております。そうではないと、何となく漠然とした議論ばかり続いて、何したらいいというのも非常に曖昧になってしまいます。先ほど瀧構成員からもKPIという御指摘がございましたが、現状のエビデンスをそろえていただければと思いますので、ぜひよろしくお願いいたします。

【林構成員】

全体ということで1点だけ、コメントのようなことを発言させていただければと思います。

まさに今日の内山構成員のプレゼンに触発されてなんですが、先ほどの内山構成員にもお話ありましたように、産業内競争じゃなく産業間競争であるということござ

いました。

その意味では、私がかねてから思っているのですが、伝送路問題といえますか、伝送路が多様化している中において、大半の国民は、それが放送波経由なのかインターネット経由なのかということは、伝送路の区別を意識することなく、コンテンツや情報を入手していますので、このワーキンググループで検討するかどうかはともかくとして、必要に応じて何が放送なのかということ、その再定義に向けた検討というのは、遅かれ早かれ着手しないといけないのではないかと思います。定義の問題もありますし、それから著作権法上の問題もありますし、いろいろなことが関わっています。放送番組を通信の手段で視聴者に伝送するという場合に、いろいろな現行法上の縛りというか、縦割りのようなものがございまして、その辺りも将来を見据えて検討、研究する必要があるのではないかと考えた次第です。

【三友主査】

おっしゃるとおりだと私も思いますし、特に著作権の問題は非常に避けて通れない問題なのかなとも思っております。

前段の、何が放送なのかというのは、国際放送に限ってのことではないわけですが、今後考えていかなければいけない問題だと思います。

それでは、特に御意見ございませんので、本日の議論はここまでとさせていただきます。

(3) 閉会

事務局から伝達事項の連絡があった。

(以上)