

公共放送ワーキンググループ（第21回） 議事要旨

1 日時

令和6年5月23日（木）16時00分～18時00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、大谷構成員、落合構成員、宍戸構成員、曾我部構成員、瀧構成員、
長田構成員、林構成員

(2) オブザーバー・出席者

日本放送協会（小池専務理事、那須国際企画部長、金谷統括プロデューサー、高橋
専任部長）、

（一社）日本民間放送連盟（堀木専務理事）、

株式会社日本国際放送（安井専務取締役、薮並取締役）

(3) 総務省

竹内総務審議官、山崎大臣官房審議官、飯倉情報流通行政局放送政策課長、
後白同課企画官

4 議事要旨

(1) 放送の国際発信・国際展開の在り方に係る検討の方向性について

事務局から、資料21-1に基づき、説明が行われた。

(2) 日本放送協会からの説明

日本放送協会 小池専務理事から、資料21-2に基づき、説明が行われた。

(3) 株式会社日本国際放送からの説明

株式会社日本国際放送 安井専務取締役から、資料21-3に基づき、説明が行われ

た。

(4) 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】

NHKに対して2点質問がございます。1点目は、コンテンツの海外展開推進方策、あるいは海外向けの配信の在り方についてでありまして、先ほどの事務局資料の1ページの論点項目2に対応するものです。放送コンテンツの制作・流通の促進に関するWGでも申し上げましたが、今後我が国のコンテンツ市場の拡大であるとか、あるいは放送コンテンツを通じて文化・教養を広めていくといった放送の社会的役割を維持していくには、事務局資料にもありますように、コンテンツ産業全体の競争力の強化が不可欠で、そのためには海外を含めてNHKと民放が、日の丸プラットフォームのようなものを構築することで、共同で流通基盤を強化して、日本の放送コンテンツのブランド力を高めていくという視点が非常に重要ではないかと思えます。

その際、NHKと民放のビジネスモデルの違いを超えて、マネタイズできる仕組みにすることも重要で、広告料収入の導入の是非が本日議題になったわけですが、それについては、本日は慎重な検討を要するのではないかというのがNHKの話だったように思います。そもそもその前段階として、放送コンテンツの流通促進に向けて、NHKと民放の共同での配信プラットフォームの在り方については、どのようにお考えでしょうかというのが質問の1点目であります。

折しも電波の放送ではNHKと民放の共同利用型モデルの検討が進められていますので、コンテンツ配信の面でも、また、海外巨大プラットフォーム事業者への対応、あるいは対峙という観点からも、放送事業者間の横の連携というのは不可欠、極めて重要だと思っています。国としてもその実現性を高めるために、流通基盤の強化を後押ししていく必要があるのではないかと思うわけですが、この点、NHKに敷衍してお答えいただきたいのは1点目であります。

2点目は、細かい話ですが、毎年、電波監理審議会では、日本放送協会に対する国際放送等実施要請の諮問を受けておりまして、今年度のテレビ国際放送の要請内容では、新たに費用の内訳の公表という項目が加わりました。現在NHKにおかれては国際放送でもインターネットでの配信への切替えを進めておられると思えますけ

れども、例えば令和6年度予算で申し上げますと、国際放送費は前年度比で4億円減額になっているようでありまして、これはこのような配信方法の順次切替えによる効率化が含まれての減額と理解しておりますけれども、質問としては、こういう業務に要した費用の内訳の公表という場合、その粒度と申しますか、どれくらいの詳細さで考えておられますでしょうかということでもあります。これは今年度の決算の公表までに具体的なイメージが出てくると思います。

これは国際放送に限った話ではありませんが、NHKの放送にかかる費用は、国民・受信契約者にできる限り透明化が求められているという点と、その一方で放送法の規定があって、協会の放送番組の編集の自由に配慮しなければならないという2つの考慮要素がありますので、この辺りは国際放送に限った話ではないのかもしれませんが、どのような情報公開の粒度が適切なのか、お考えをお聞かせいただければと思います。

【日本放送協会 小池専務理事】

最初の御質問、NHKと民放のインターネットの配信のプラットフォームについての御質問だったと思いますが、NHKの基本的な考え方は、本日御説明したとおり、視聴環境が変化する中においても、国際発信・国際展開の双方で「日本の視座」、そしてアジアの視点を発信して、公共放送の役割を果たしてまいりたいということでございます。その上で、御質問いただいた配信プラットフォームの構築については、まずはこのワーキンググループの議論を注視させていただきたいということでもあります。

それから、2番目の要請放送に関する費用の細目の公表の件だったと承知しておりますが、これについては、今年度の決算の中でどのような形で明らかにしていくのか、公表していくのかを今検討しているところでございますので、また状況を見て、御説明させていただければと思います。

【瀧構成員】

NHKとJIBそれぞれに御質問させてください。

まず、コメントではあるんですけども、非常に丁寧にいろいろな試行錯誤をされていたり、今の林構成員のお言葉にもありましたけれども、費用がどう考えられているか、結構個人的にも気になっているところでして、どれぐらいがある意味、番組の再編成にかかるものなのかとか、実際にこれのために用いているインフラがどれぐら

いなのかというところは、ちゃんと把握する手段があるのかもしれないですが、非常に重要なポイントとっております。

質問としては、NHKに向けて、私は前回10日の会合で、いろいろなパーパスが国際放送にはあり、安全保障なり、娯楽なり、文化外交なり、それぞれ恐らく切り分けた目標設定がされていくべきという意図で意見を申し上げました。お聞きしたいのが、今恐らく5時間のループで、一波で放送しているというところだと思うのですが、これが、コンテンツ視聴の在り方が明らかにスマホであったり、そもそもブロードバンド環境があるとか、いろいろと視聴環境が変わってきており、それに伴い一番効率的な方法が変わってきている中で、これまでと変わらない点、変えない点と、今後変えていくべき点について御意見をいただきたくっております。

個人的には、地域ごとに切り分けなくてよいのかという話もあろうかと思えますし、ループで流していくというのが本当に最適なのが分からなくなっているというのがございますので、特に5時間のループというのはいつ頃から、始まった頃からずっと同じ形であるのか、もしくは例えば今の視聴形態の中で生まれてきたものなのかということについて、これまでの経緯を含めて御教示いただきたいというのが1点目でございます。

JIBに向けては、また同様のコメントで、いろいろと試行錯誤をされている中で、特に、今も述べましたけど、資料7ページにございますような世界一波で放送しているというのは広告上非常に大きなディスアドバンテージだろうと感じておりますので、ここをうまく解消する方法は何だろうかということは思うところがございます。

質問としては、資料の最後に事例として「Trailblazers」の番組編成のお話がありました。これは非常に新しい、いろいろな連携、共同制作の形を取られたと思えますし、こういうチャレンジ自体は非常に重要な事例だと考えております。これがそもそも企画として盛り上がってきた背景でありますとか、現状での、いろいろなKPIとかも見られていると思えますが、評価、また、似たような形のことを今後広げられていく御展望がごありかということについて、ぜひ自由に教えていただければと思います。以上2点でございます。

【日本放送協会 小池専務理事】

今の編成の在り方というのは、2009年から現在と同様の5～6時間のサイズを

1日4～5回放送しているという編成方法になっております。ただ、瀧構成員がおっしゃられた視聴環境の変化、これは我々としても十分承知しております。一方で、現在の編成で放送を御覧いただいている方もいるので、そういう方のことも考慮しながら、また、体制や要員など、制作体制の問題もありますので、そういうことも踏まえながら、より良い編成を目指していきたいと考えております。

【株式会社日本国際放送 兼並取締役】

「Trailblazers」という番組につきましては、きっかけとなりましたのは、たまたまBSフジから海外発信をしたいという番組についての話がありまして、そのときはその番組のみの話だったんですけども、そういう形で、BSフジとお付き合いが始まって、いろいろお聞きすると、海外発信に対して非常に前向きに考えていらっしゃるということが分かりました。そういうことであればJIBと一緒に取組を始めませんかということで始まったのがきっかけと聞いております。

私どもの会社でも、同じような形でコンテンツを一緒につくりながら、スポンサーも一緒に獲得を実現しながら事業を展開していけないかということで、機会あるごとにいろいろな方々にはお声をおかけしてはいるんですけども、なかなか、そこまでお答えいただけるような新たなパートナーは正直なところ、見つかっておりません。

【瀧構成員】

NHKの答えは正直、これからの宿題ですというふうにはしか私は受け取れなかったもので、非常に戦略というか、最も根幹的に大事なポイントかと思っておりますので、これからのまた意見交換させていただく際等に、しっかりカバーしていただければと思っております。

本当にどうでもいい話ですけど、マネーフォワードの入社式を今年の4月にNHKワールドで取り上げていただいたんです。それで、何度もそれが流れるのはありがたい話だなとは思っておりますが、これは海外から日本に働きに来る人に割とフォーカスした情報提供だったのかと一般化してみると思うところでもありまして、そういうトピックは例えばどう届けるのがよいのかとか、多分情報の質によってかなり異なってくるのではないかという仮説はあまり変わらず持っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

JIBのところは、本当に丁寧に御説明いただきありがとうございます。個人的には、これは営利性というか、広告収入がもっと精緻に地域ごとに特化できると、きっとスポンサーの考え方とか、それこそ自社がもしこういうところに出稿したいとなったときに、エンジニアを募集していますみたいなこと、どう聞くか分からないですけど、ある意味あり得るのかもしれないみたいなところですよ。ぜひそういうことも含めて、様々な御検討の内容を御教示いただいたことを感謝申し上げます。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

【長田構成員】

私からはNHKに感想と一つ質問です。

NHKの国際放送、いろいろ努力をされているというお話を伺いましたけれども、実感としては、まだまだ認知度が必ずしも高くはないのではないかとも思いました。私自身の息子がブリュッセルに4年ぐらいおりましたけれども、何も知らずに行っていたと思います。日本国内での放送の中でも、普段からたまにはこういう国際放送の取組についての周知が行われていると、いざ自分が海外赴任になるという場合にも、どうすればいいのかすぐに興味も湧くと思いますし、視聴拡大にもつながるように、これは個人的にはそう思いました。

そこでNHKとしては、日本国内での周知も含めて、国際放送の認知度を上げるためにどのような取組をしていらっしゃるか、教えていただければと思います。

【日本放送協会 小池専務理事】

長田構成員が御指摘のとおり、国際放送の取組を日本国内の視聴者の皆様、そして訪日・在留外国人の皆様にお伝えすることは大変重要だと考えております。NHKでは、総合テレビで日曜夜に「ハロー！NHKワールドJAPAN」という国際放送の取組を紹介する番組、5分番組ですけれども、午後10時45分から放送しております。また、NHKの事業運営の取組などを紹介する、これは総合テレビで日曜日の午前11時から11時25分までの「どーも、NHK」という番組でも、国際放送に関する取組を積極的に放送しております。そして国内・国際連携番組や、国際放送の番組の国内放送での放送なども行っております。

また、イベント会場や観光拠点となるターミナル駅、空港など、訪日外国人観光客

や在留外国人が集う場所でPRを行ったり、在留外国人や留学生に向けた防災セミナーを実施したりしております。さらに留学生の多い大学、外国籍従業員を多く雇用している企業、それに観光庁などとの連携も進めております。さらに能登半島地震や台風などの災害の発災時には、国内放送の画面にNHKワールド JAPANのホームページに誘導するQRコードも表示しております。

御指摘を踏まえながら、これからも国内の視聴者や訪日・在留外国人の皆様への認知度の向上、理解促進に取り組んでいきたいと考えております。

【長田構成員】

NHKプラスのちょっとした紹介をいろんな場面で拝見したりするものですから、ああいう感じで、そんなに長いきちんとした番組でなくても取り入れていただけたらいいなと個人的に思いました。

【宍戸構成員】

大体この種の会議で、私は大体法律や制度やらうるさいことを申し上げるのですが、最初は、視聴者的な話から入りますと、私、今日のNHKからの御発表の中で、国際共同制作の番組で出てくるかなと思って出てこなかったのがっかりしたのですけれども、「シャンシャンに会いたい」という番組があります。これは、NHKでなければできない番組だと思って、我が家で何度も録画を見直しています。日本にシャンシャンがいたときの画像をNHK側が持っている、それから中国で行った先のことを中国の放送局と連携して、それぞれ日中での人々の受け止めを取り上げている。少なくとも私がインターネットで見ている限りでは、相当の人気のある番組だろうと思っております。

もう完全な視聴者としての印象ですけれども、申し上げたいのは、そうやって国際共同制作でおつくりになった番組がどれだけ、それぞれ共同制作をした国でどう見られ、受け止められているのか、今いろいろ把握する方法があると思います。単独制作の番組とどう違うのか、あるいはさらに、今後公共メディアとしてのNHKの役割を考えたときに、そういうところを媒介にして何かできないかとか、考えられるのではないかと思います。

共同制作で番組をつくりました、流しましたというだけではもったいない、その後

の番組をつくるというのはもちろんあるんだと思いますけれども、例えばそういう取組も本来考えられるのではないかということでございます。

ここから先、2つNHKに御質問がございます。一つは、今日お話しいただいたように国際共同制作のよさは大変分かるわけですが、そうであれば、その共同制作の番組はもっとあってもいいのではないかという話に当然なるわけでありまして、それを増やしていくための課題、多分予算、受信料でやっているということもあると思いますし、人の問題、編成の体制の問題、それからそもそも企画をどうやってつくるか、いいネタがさきほどの番組のようにあるかなど、課題としてどういう点があるとお考えであり、それを現状、NHKにおいてどうやって乗り越えられようかとされているのか、教えていただければと思います。

もう1点は、私は貴協会の経営計画を拝見しております、国際放送の強化も書いてあり、今日も御言及いただいているわけですが、計画にお書きになったことはそれとして、具体的にどういうロードマップを3年間で描かれて、国際放送についてどういう到達点に向かっていこうとされているのか。あるいはそのロードマップを例えばこういう総務省の検討の場であったり、視聴者に対してであったり、提示をされることはあるのでしょうかということでございます。

とりわけ受信料財源との関係で若干気になっておりますのは、この国際放送の展開で、副次収入への貢献も期待できるという趣旨のことが書いてございます。私も貴協会の2002年から2003年まで開かれましたデジタル時代の公共放送勉強会で、国際放送とか副次収入とかの問題も若干考えたわけですが、しかし、本当に国際放送で副次収入は増えるのか、コストはむしろかかるのではないのか。別にコストがかかっても公共メディアとしてやるべきことをやればよいと思うのですが、その実績でありますとか、今後の副次収入増加への見込みは具体的にお立てになっているのか、あるいはそういうことについて、こういう場でお話しいただけるものなのか、その点をお伺いさせていただければと思います。

【日本放送協会 小池専務理事】

それでは、宍戸構成員の御質問、2問目の国際放送・国際発信の強化の話について私からお答えさせていただきます。1問目の国際共同制作の課題につきましては、陪席の者からお答えさせていただきます。

まず、国際放送・国際発信の強化についての御質問ですけれども、NHKとしても中期経営計画に基づいて、その実現に向けて具体的な取組を進めていくことが大事であると考えております。先ほど資料の8ページで、今年度の編集の基本方針、重点事項を御紹介しましたが、これまでも戦略的に強化してきたニュース・情報発信を今日的な問題・関心の下、再強化する考えで、今年度は特に国内外の幅広い取材ネットワークを生かした、日本・アジアを中心としたニュース・解説の強化や、日本などに関する偽情報・誤情報に対する正確で信頼できる情報の発信、気候変動や高齢化社会などグローバルな課題についての日本の先進的な試みの発信、それから日本国内や国際社会における様々な事象を日本の視点で深く掘り下げる本格ドキュメンタリー枠の新設などに取り組んでおります。

さらに、VODやSNS、ライブプラットフォームなどへの展開を強化して、効果的・効率的に提供すること、ニュースや特集企画のデジタル発信を拡充していく、VODの多彩なラインナップをさらに充実させる、また、AI自動翻訳を活用して、多言語コンテンツを強化していく、公式ウェブサイトのデザイン刷新と操作性の向上を図る、さらには訪日・在留外国人向け安全安心情報発信の強化として、非常時の情報に加えて、日常の防災、暮らしに役立つ情報を発信していくことなど、視聴環境の変化に合わせて、デジタルもフル活用しながら取り組んでいきたいと考えております。

今後も、日本の公共メディアとして、公平公正で信頼できるニュースや、多様で良質なコンテンツを通じて、「日本の視座」を発信して、国際社会との相互理解を深めてまいりたいと考えております。

さらにまた、今まさに新しい経営計画に入ったところでありまして、投資の集中と選択、それから組織改正等も検討している段階であります。毎年度の事業計画の中で、こういう取組については具体的に明らかにしていきたいと考えております。御理解を賜ればと思います。

【日本放送協会 金谷統括プロデューサー】

宍戸構成員、「シャンシャンに会いたい」を御覧いただきまして、本当にありがとうございました。国際共同制作は、先ほど説明がありましたとおり、相手国がローカライズできるというのがメリットとなっております。そのため、残念ながら中国での反響がNHKの放送の後にすぐに入っていない場合もございまして、現状では中国での

反響というのは私のところには来ておりません。ただ、こちらの制作者同士は非常に協力的な関係において、それぞれの放送を出しておりますので、制作者会議や国際会議、海外での定期的なミーティングで会う際には、中国での放送・配信がどのようなものだったかというのを必ず聞くようにはしております。

ほかの事例にはなりませんけれども、相手国における番組への反響が参考になったケースもございます。先ほど資料で紹介させていただきました、ダイオウイカの番組ですが、あちらに関しては、アメリカのディスカバリーチャンネルという放送局が共同制作相手でしたけれども、ダイオウイカの共同制作の番組と併せて、アメリカの視聴者が非常に好むサメなどの深海生物の放送番組を幾つか併せて編成をして、独自のキャンペーンを展開していたことを覚えております。

共同制作のメリットは、先ほども説明がありましたとおり、相手国がどのような広報展開、二次展開をするのか、その辺りまで含めていろいろと協議をしたり、情報交換をすることができるというところがメリットでして、今後も御指摘ありましたとおり、NHKの放送に生かしていきたいと考えております。

【大谷構成員】

若干のファクトを提供いただければと思います。NHKに3点質問、それからJIBに1点質問させていただければと思います。

まず、NHKの資料では、能登半島地震の際に、発災時の訪日外国人、在留外国人向けの放送を充実されていたということで、それは私も伝わってきていましたが、その効果については、検証の機会を持ったのか、実際に届いたのか、どれほど役に立ったか、必要な情報があったのかどうかといったことについての検証がなされているかというのを教えていただきたいと思います。

2点目でございますけれども、27ページのところで配信リーチについて、以前も話題になったところだと思えますが、改めて拝見しますと、配信リーチ14%ぐらいから12%ぐらいまで経年で減ってきているような印象を受けております。これは減ったと受け止めていいのか、また何か高めるための努力をされているようでしたら、それを御紹介いただければと思います。

3点目でございますが、30ページのところでNHKワールド JAPANなどの外部制作比率についての課題を御提示いただきましたが、現状その外部制作比率はどの

ようになっているのか、数字を教えてくださいと思います。

JIBにも御質問させていただければと思います。NHKの資料で、30ページのあたりだったと思いますが、広告によるオールジャパンの取組については、JIBの取組を整理した上で考える必要があるということで、もっともな指摘だと思っております。JIBとしてこのコメントをどのように受け止めて、どのように整理されているのか。特に課題として認識されている内容などがありましたら御紹介いただければということでございます。よろしくお願いいたします。

【日本放送協会 小池専務理事】

まず、能登半島地震におけるNHKワールド JAPANを使った訪日・在留外国人向けの情報発信の反応ということだと思っておりますが、今、国際放送局のほうで、各国の大使館を通じて、それぞれの国の訪日・在留外国人の方々がどのような受け止めをしているのかをヒアリングしている最中でございます。このヒアリングの結果を受けて、また、今後の災害報道などに役立てていければと考えております。

2問目の四半期のリーチ率、配信リーチと放送リーチの話ですが、四半期リーチ率につきましては、27ページの資料の調査の結果の下に注記しているとおり、2023年度の調査から集計方法に一部変更を加えまして、動画等投稿サイトやSNSについて、NHKアカウントでの視聴者に限定しております。これはNHK自身の配信サービスの取組の成果を、より正確に把握しようとしているために変更したものです。2023年度については、外部アカウントを除いた分、数値は下がっているのですが、NHKアカウントでの配信リーチ者についてはおおむね維持していると分析しております。

NHKとしては、本日御説明したように様々な取組をしっかりと進めて、国際発信・国際展開で、「日本の視座」、そしてアジアの視点を発信して、公共放送の役割を果たすことで、リーチの向上に努めてまいりたいと考えております。

3番目の質問で、外部制作の比率でございますが、これについては今のところ公表しておりませんので、御理解いただければと思います。以上でございます。

【株式会社日本国際放送 安井専務取締役】

「JIBが果たしてきた役割を十分に整理した上で」の意味ですが、これは私の解

釈ですが、不遜ではございますが、議論の原点に戻っていただくことが幸いです。なぜJIBを生んだのかでございます。日本でもイギリスでも海外向けの国際放送には広告をつけてもいいのではないかという議論は古くからありました。そして、ヨーロッパで暮らした人やヨーロッパを研究した人は詳しいですが、ヨーロッパも二元体制、日本も二元体制といっても内実は全然違うわけでございます。

民間放送は、ヨーロッパでは1970年代になってやっと誕生しました。今でも公共放送が圧倒的に強いのです。そこでは公共放送に広告をつけようかという話になっていきました。日本は、これは委員の皆様は御承知でしょうが、テレビの放送免許を最初に得たのはNHKではないのです。これは日本テレビ放送網です。そして、民放こそが街頭テレビですとか、プロレス中継ですとか、いろいろ国民大衆にテレビ文化を広めていって、そしてNHK共々、同じジャンルで切磋琢磨、日本の放送文化を向上させてきたわけでございます。

イギリスも二元体制、日本も二元体制ですが、内実が全然違って、日本のほうが、私は世界に冠たる二元体制ではないかと思っております。ですから、民間放送とも連携して、いろいろ模索してきました。従業員は頑張っておるのですが、なかなかうまくいきません。そういった経緯も御説明しました。ぜひ検証をしていただいて、特に今日も議論が出ておりましたが、ローカライズは費用がかかる、そうしたものをどうしたらいいのかといった御議論を詰めていただければ幸いです。その辺りが私は「JIBが果たしてきた役割を十分整理した上で」ということに当たるのではないかとと思っております。よろしく申し上げます。

【落合構成員】

質問ということではありますが、ディスカッションのポイントになるかもしれないようなポイントでもあるように思っておりますので、3点御質問ないしコメントさせていただきたいと思っております。

一つがNHK、JIBそれぞれに対してです。これまでの会合で事務局や内山構成員から発表があったと思いますが、国際発信・国際展開ということを考える上では、他国の事例ですとか取組が非常に重要になってくるかと思っております。他国の事例の分析について、NHK、JIBのほうで、それぞれどう行われているかどうかという点です。

例えば英国のBBCと韓国のKBSの差異であったり、戦略ターゲット、投資規模の違いがどういふふうになるかはいかがでしょうか。また、NHKのサービスの強みをどういふふうに、国際的に見た場合に分析をしているのかという点、さらにその分析を基に、NHKとしてはどういふ立ち位置を目指そうとしているのかという点をお教え頂きたい、というのがまず第1点であります。

第2点としましては、NHKのほうに、BBC Studiosのほうでも始めたようなFASTサービス、無料広告型のストリーミングサービスですが、視聴者へのリーチの確保ですとか視聴データに基づく広告主への訴求といったような点で優位性があり、考える価値があるのではないかと思います。NHKのほうで仮にこういったサービスを行うとすれば、どういふ課題があると考えられているかをお伺いしたく存じます。また、こういった、BBCのものに限らず、何らかりーチを確保するために準備をしている施策があるのかどうかというのが第2点であります。

第3点が、NHKにですが、インターネットの活用による国際展開については、日本の独自のプラットフォームを考えていくということはタスクフォースなども含めて議論しており、重要なことだと思っております。他方で、他事業者のプラットフォームの活用というのも選択肢の一つになってくるのではないかと思います。これは、インターネットベースでのプラットフォーム等のサービスも含まれるかと思いますが、独自のプラットフォーム、日本のプラットフォームと海外のプラットフォームの利用、それぞれ長所・短所がどこにあるとお考えになられているかをお伺いしたいと思っております。

特に他事業者のインターネットベースのサービスを利用するような場合についてですが、経済安全保障等も含めて、様々留意すべき点があろうかと思っております。全般としては、日本が一方で安売りをされ過ぎないということも必要かと思っておりますので、交渉力を維持した形で展開できるかがポイントになるかと思っておりますが、これらについてもどう考えられているかという、以上3点でございます。

【日本放送協会 小池専務理事】

まず、NHKの強みというところだと、先ほども27ページで紹介しましたリーチ率です。地域別の状況を示しましたが、アジアと北米、欧州でリーチが異なる状況、特にアジアのリーチ率が高いというところを踏まえても、視聴環境が変化する中にお

いても、国際発信・国際展開の双方で「日本の視座」をお伝えしていく、そしてアジアの視点を発信して、この強みを生かして公共放送としての役割を果たしていきたいと我々は考えているところでございます。

2番目に御質問いただいたFASTについてですけれども、先に申し上げた広告の論点というのが課題であると考えております。しかし、視聴環境の変化に対応しないと、国際放送の将来は見通せないわけですし、しっかり検討していきたいと考えております。今は地域ごとのメディア事情にあわせて、より見てもらいやすい配信方法の確保に努めているわけですが、リーチ確保に向けては、本日御説明した取組をしっかり進めていきたいと思っております。

3番目の御質問につきましては、海外のプラットフォームに関する質問だったと承知しております。ここについては、きちんと編集権、コントロール権を確保しつつ、ということが大前提であり、これが大事になると思っております。海外の公共放送も是々非々で取り組んでいるわけですが、先ほどの林構成員からの質問への補足にもなりますけれども、配信についても民放と協調できるところは協調すべきだとももちろん考えております。TVerでもある程度配信の協調を進めております。今後とも公共放送と民間放送、それぞれの相互の性格を踏まえつつ、協力の在り方を探っていき、進めていければと考えております。

【株式会社日本国際放送 安井専務取締役】

基本的にNHKと同じでございます。私どもも様々研究しております。BBCやKBSとの差異、投資規模の違いなどを申し上げれば、私どもは売上高83億という小さな会社ですので、こういったものはあまり参考にはなりません。ただ、例えば、先ほど私は「Forward」から「OYAKO」という番組を紹介させていただきましたが、中国語、スペイン語、アラビア語字幕をつけております。

この考え方は、ドイチェ・ヴェレを参考にしております。ドイチェ・ヴェレは、中南米の好適視聴時間にスペイン語を放送しております。今も放送しているかどうか分かりませんが、私の記憶では、少なくともかつてそうやっておりました。それと同じように、日本時間の朝9時台は、地球の裏側ラテンアメリカ、スペイン語圏が好適視聴時間だということで、スペイン語字幕をつけるということをやっております。世界各国の公共放送の国際放送が、その費用も少ない中で、どういう戦略で臨んでいるかと

いうことはいろいろ学んでおります。

【落合構成員】

どちらかというとう J I B のほうがある程度国際比較も含めて、もしくは手段間の比較を含めて御回答いただいたように思っておりますが、例えば各国との比較分析で、どういう立ち位置を取るかを検討しなければならないのではないかと思います。それを踏まえて戦略を立てないといけないのではないかとといったことですか、プラットフォーム間の選択についても、どういうふうにそれぞれ取り組んでいくのかというのが、具体論がよく分からなかったというところがありますので、今後、深めていただくことが重要ではないかと思います。私から以上です。

【三友主査】

NHK の資料で、27 ページに、今回リーチに関する情報を出していただきまして、これは恐らく私が前回エビデンスを出してくださいということを申し上げたことで、出していただけたのではないかと考えております。

それに絡めて、確認の意味で質問をさせていただきたいのですが、まず 10 ページに、テレビ国際放送の配信・受信世帯数等というスライドがございまして、右上の世界地図のカバレッジを見ると、ほぼ人が住んでいるところ全部に関してカバーをしているように思いますが、ここで視聴可能な世帯数を 4.2 億世帯という数字を出していらっしゃいます。この世帯という単位が、日本では世帯というのは当たり前ですけども、国際的に世帯といったときに、あまり意味を成さない数字であると思っておりますけれども、この世帯という数字の意味するところは何かという点です。

もう一つは、視聴可能というのは、常にそのチャンネルがあって、そのチャンネルに合わせれば NHK が見られるという、そういう意味でしょうか。それとも、ただ単に電波がカバーされているという意味なのか確認したいというのが一つです。

もう一つは、先ほどの 27 ページのリーチの話ですけども、日本でリーチというと、分母は決まっておりますが、世界で見たときのリーチ率の分母は何でしょうかというのがもう一つの質問です。その地域全体の世帯数を言っているのか、あるいは NHK の電波が届いてチャンネルがある世帯の中でのリーチを言っているのか、このリーチの言葉の意味、定義を教えてくださいというのがもう一つです。細かい点です。

れども、お願いいたします。

【日本放送協会 小池専務理事】

まず、この10ページのところの4.2億世帯という表現につきましては、NHKワールドを配信しているテレビ事業者、IPTVも含めてでありますけれども、これらの160の国と地域のテレビ事業者が契約している世帯数の合計が4.2億世帯という計算で表示させていただきました。

視聴可能という表現でございますが、これはNHKの国際放送を見ることが可能な世帯という意味で、こういう表現にさせていただいております。

3番目のこのリーチについての分母は幾つなのかということですが、これはサンプル調査の結果でございます。サンプル調査のところで、27ページの、細かくて申し訳ないのですが、調査範囲7か国9都市のサンプルの数をワシントンDC1,023、ニューヨーク市1,024というサンプル数が書いてありますので、これが分母になるわけであります。

【三友主査】

このリーチ率というのは全く日本でいうリーチ率とは違うということ。サンプルの中で、どれだけ見たかということになると思われますので、サンプルの取り方がどうなっているか分からないが、その辺を明確にさせていただかないと、数字だけが独り歩きしているように思います。数字は誰でも検証可能であるべきだと思いますので、どういふ方法で調査したかということをもう少し明確に出していただいて、例えばどういふ形でサンプリングをしたかといった情報が必要であろうかと思います。

4.2億世帯という数ですけども、世界にどれだけの数世帯があるかというのは分かりませんが、数字はありません。ですが、人口を仮に80億として、1世帯3.5人ぐらいが平均だと言われているので、20数億の世帯があるわけです。そのうちの4.2億を大きいと見るか小さいと見るかという問題があろうかと思います。もっとカバレッジといいますか、リーチを増やせるのではないかとというのが私の意味するところではあります。ただ、そのリーチの低さは、低いかどうか分かりませんが、ほかの国際事業者、例えばBBCやKBSといったものと比べてどうなのかということも気になるところです。また、もし日本でリーチをもっと増やすために何が必要なのか、

例えば予算がもっと必要なのか、あるいは人が必要なのか、あるいは例えば契約をするようなところの仕組みがもっと必要なのか、ボトルネックとなっているものが何かということをお教えいただければ、また議論の具体的な方向も見えるのではないかと思います。

もし具体的な数字が出せる、状況が出せるのであればいただければと思います。

【日本放送協会 小池専務理事】

リーチや世帯のことにつきましては、細かい点を確認した上でお答えしたいと思います。

(5) 閉会

事務局から伝達事項の連絡があった。

(以上)