

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2次取りまとめ
（案）

2024年(令和6年)6月24日

目次

1. 基本認識	3
2. 検討の背景(放送コンテンツを取り巻く環境)	3
(1) コンテンツ産業の市場規模	3
(2) 動画配信サービスの伸長と視聴端末・視聴スタイルの多様化	5
① 動画配信サービスの伸長	5
② 視聴端末・視聴スタイルの多様化	7
3. 第1次取りまとめ後の現状及び課題並びに対応策	9
(1) コンテンツ制作・流通に関わる人材の確保・育成方策を含む制作・流通環境の改善の在り方	9
① 放送コンテンツの制作・流通に関わる人材の確保・育成方策	9
② 放送コンテンツの製作取引の一層の適正化	13
(2) 放送コンテンツを通じた我が国・地方の魅力の世界への発信を促進する方策の在り方	15
(3) 国内における更なる流通促進の在り方	21
① 権利処理の円滑化	21
② 動画配信プラットフォームの在り方	26
4. おわりに	31

付録

別添1 開催要綱

別添2 開催状況

別添3 課題ごとの構成員等の主な意見

別添4 参考資料

1. 基本認識

「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」(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)から2022年(令和4年)8月に公表された「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」において、「人口減少や視聴スタイルの変化等、放送を取り巻く環境が急速に変化する中においては(略)良質な放送コンテンツを全国の視聴者に届けるため、放送事業者の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ことが重要である」と言及されたことを踏まえ、デジタル時代における、放送コンテンツの制作・流通を促進するための方策の在り方について検討する場として、「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」(以下「本ワーキンググループ」という。)を開催している。

2022年(令和4年)12月以降、本ワーキンググループにおいては、コンテンツ制作・流通に関わる人材の確保・育成方策を含む制作・流通環境の改善の在り方、放送コンテンツを通じた我が国・地方の魅力の世界への発信を促進する方策の在り方及び放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方について計9回の会合を開催して検討を行い、2023年(令和5年)10月に現状及び課題、そして対応策を取りまとめ(以下「第1次取りまとめ」という。)¹、公表した。

本第2次取りまとめは、第1次取りまとめを踏まえ、対応策の検討状況の把握や具体化、新たな課題整理等について、2023年(令和5年)12月の第10回会合以降、計7回の会合を開催し、検討を行い、その結果を取りまとめたものである。

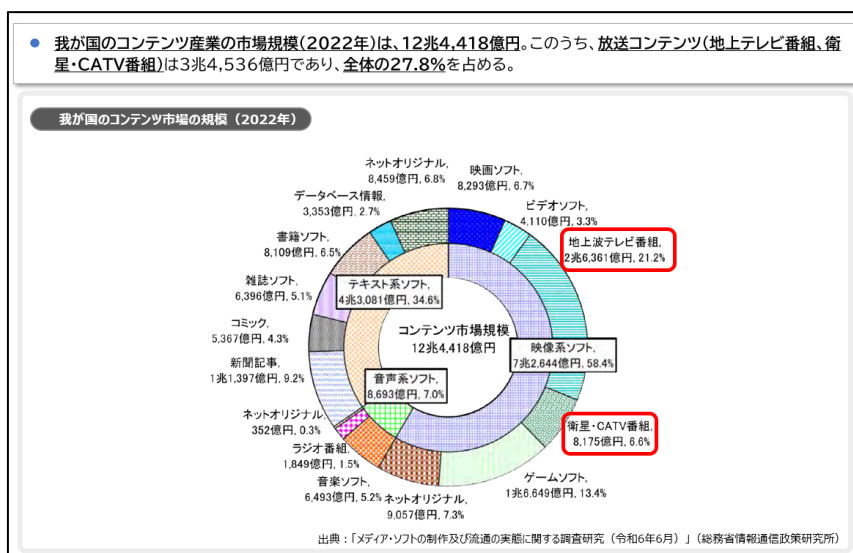
2. 検討の背景(放送コンテンツを取り巻く環境)

ここでは、放送コンテンツを取り巻く環境について、第1次取りまとめからの時点更新を行い、本ワーキンググループにおける検討の背景を振り返ることとする。

(1) コンテンツ産業の市場規模

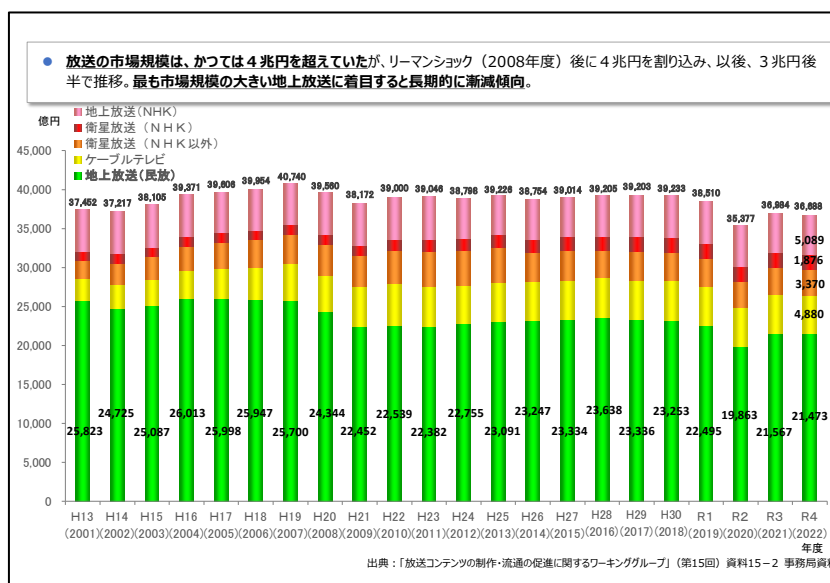
我が国の2021年のコンテンツ産業の市場規模は12兆4,418億円であり、このうち、放送コンテンツ(地上テレビ番組、衛星・CATV番組)は3兆4,536億円で、全体の27.8%を占め、コンテンツ産業の要となっている。

¹ 「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(第2次)」の別添3として公表。



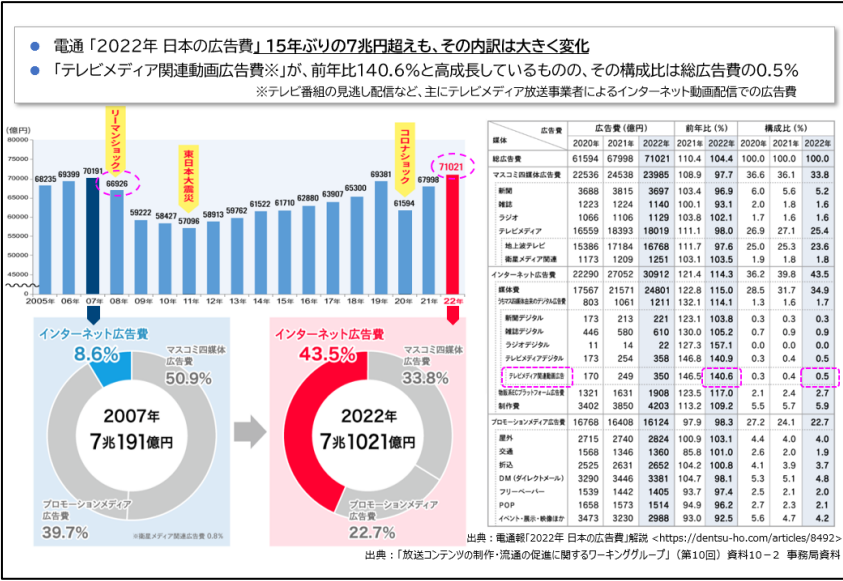
図表 2-1 コンテンツ産業の市場規模

他方、放送の市場規模は、かつては4兆円を超えていたが、リーマンショック(2008 年度)後に4兆円を割り込み、以後、3兆円後半で推移している。最も市場規模の大きい地上放送に着目すると長期的に漸減傾向にある。



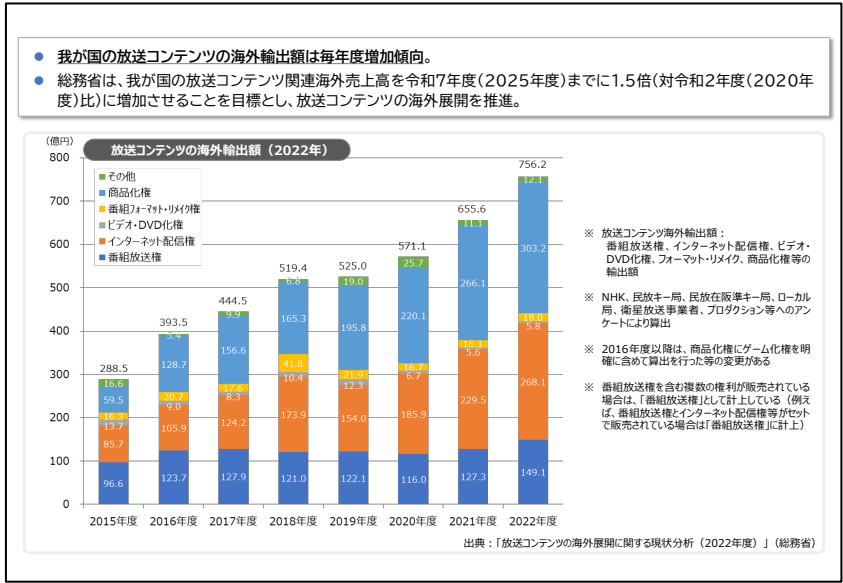
図表 2-2 我が国の放送事業の市場規模

また、我が国の広告費を見ると、2022年に15年ぶりに7兆円を超えたが、2007年に8.9%であったインターネット広告費が2022年には43.5%まで伸びており、広告費の内訳は大きく変化している。一方、テレビ番組の見逃し配信等、主にテレビメディア放送事業者によるインターネット配信での広告費である「テレビメディア関連動画広告費」が、2022年に前年比140.6%と高成長しているものの、その構成比は総広告費の0.5%にとどまっている。



図表 2-3 広告費のネットシフト

我が国の放送コンテンツの海外輸出額は毎年度増加傾向にあり、2021 年度の 655.6 億円に対し、2022 年度は 756.2 億円に伸びているが、そのうち9割がアニメである。



図表 2-4 我が国の放送コンテンツの海外輸出額

(2) 動画配信サービスの伸長と視聴端末・視聴スタイルの多様化

ブロードバンドの普及や映像配信技術・インフラの進展等を背景として、動画配信サービスが伸長するとともに、スマートフォンやタブレット端末等の視聴端末の多様化や、動画配信におけるタイムシフト視聴といった視聴スタイルの多様化が進んでいる。

① 動画配信サービスの伸長

動画配信サービスでは、放送コンテンツを含む様々な映像コンテンツが、スマートフォンや

タブレット、インターネットに接続するテレビ受信機(コネクテッドテレビ、スマートテレビ、結線テレビ等)等に対応する形で提供されている。

「NETFLIX」・「Amazon Prime Video」・「Disney+」等の世界的な動画配信プラットフォームによるサービスや、「TVer」・「NHKプラス」等の放送事業者による見逃し配信サービス、「Hulu」・「TELASA」・「テレ東 BiZ」・「FOD」・「NHKオンデマンド」等の放送事業者によるVOD(Video On Demand) サービスが提供されている。

サービス名	YouTube 	NETFLIX 	Amazon Prime Video 	Disney+ 	Tencent Video 
運営企業	Google < Alphabet Inc > (アメリカ)	NETFLIX Inc. (アメリカ)	Amazon.Com, Inc. (アメリカ)	The Walt Disney Company (アメリカ)	Tencent (中国)
運営企業 時価総額	2兆1,500億ドル	2,731億ドル	1兆8,600億ドル	1,873億ドル	3,702億ドル
サービス開始	2005年	2007年	2006年	2019年	2011年
事業モデル	AdVOD	SVOD	SVOD/TVOD	SVOD	AdVOD/SVOD
加入者数/ ユーザー数	24億人以上 (2023年時点)	2億6,960万人 (2024年3月時点)	2億人 (2021年4月時点、 Amazon Prime会員数)	1億5,000万人 (2023年11月時点)	1億1,600万人 (2024年3月時点)
料金	—	月額790円～	月額600円	月額990円	月額約550円

※ SVOD(Subscription Video On Demand) : 定額制動画配信
TVOD(Transactional Video On Demand) : 都度課金型動画配信
AdVOD(Advertising Video On Demand) : 広告型動画配信

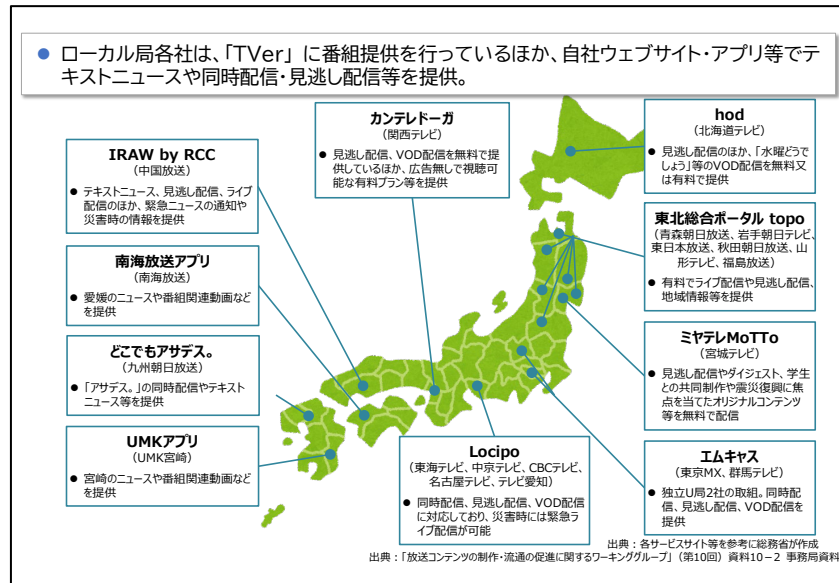
【出典】 Netflix Quarterly Earnings[Stakeholders Letter] 2020 Q4, Netflix Quarterly Earnings[Stakeholders Letter]
Amazon[Investor Relation], Third Bridge[Forum], Tencent Holdings Inc[2019 Annual Report]
PwC「Global Top 100 companies by market capitalization May 2021」その他、各社HP等を参考に作成

図表 2-5 世界的な動画配信サービスの現状

	NHK	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ
無料	NHKプラス (100%視聴には受信料が必要)			TVer		
		日テレ無料 TADA		TBS FREE	ネットもテレ東	
無料 および 有料			テレ朝動画		テレ東BIZ	FOD
				Paravi (U-NEXTに統合)		
有料	NHKオンデマンド	hulu	TELASA			

出典：「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10回) 資料10-2 事務局資料

図表 2-6 NHK及び在京キー局の主なインターネット配信サービス



図表 2-7 在京キー局以外の主なインターネット配信サービス

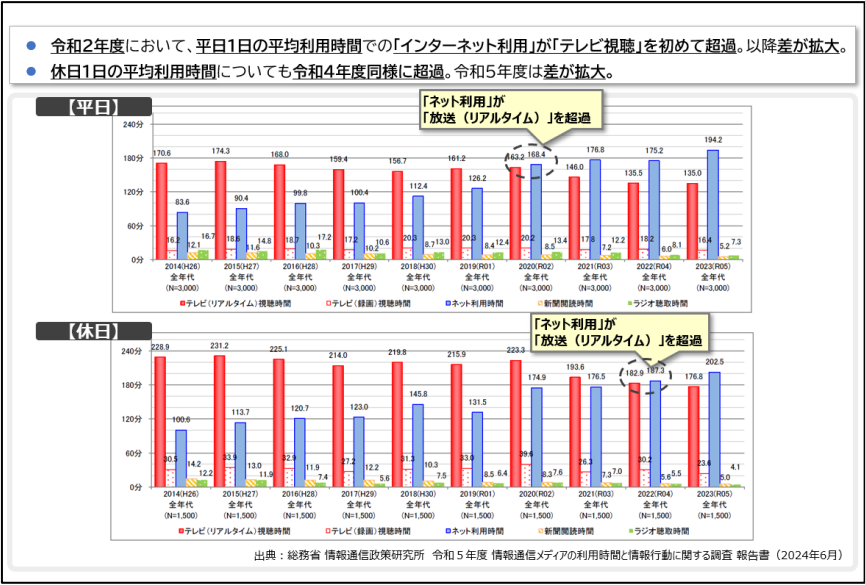


図表 2-8 NHKによるインターネット配信サービスの取組

② 視聴端末・視聴スタイルの多様化

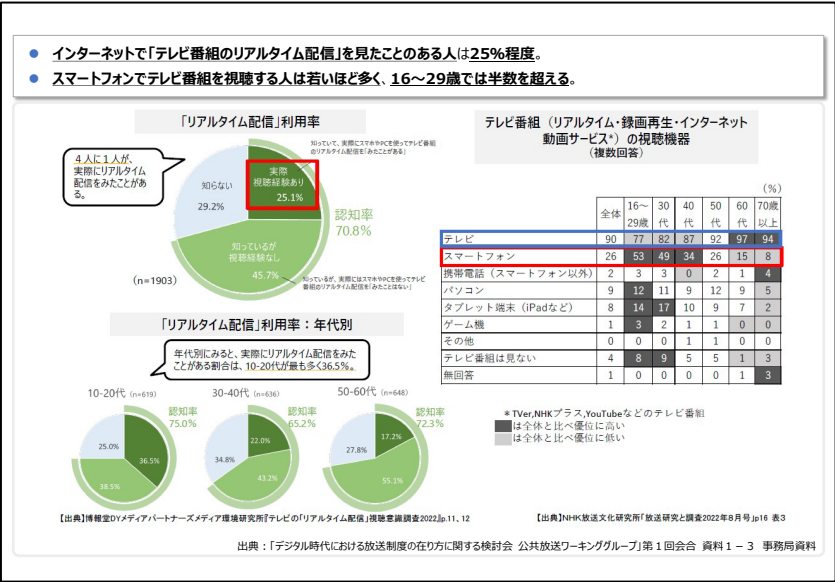
ブロードバンドの進展やスマートフォンやタブレットの普及に伴い、多くの人が、いつでも、どこでも、インターネットにアクセスし、多様な端末で映像コンテンツを視聴することが可能になった。

「インターネット利用」時間と「テレビ視聴」時間を比較すると、令和2年度において、平日1日の平均利用時間での「インターネット利用」が「テレビ視聴」を初めて超過し、令和4年度では、「インターネット利用」と「テレビ視聴」との時間差が更に拡大している。また、休日1日の平均利用時間においても令和4年度同様に超過し、令和5年度では時間差が更に拡大している。

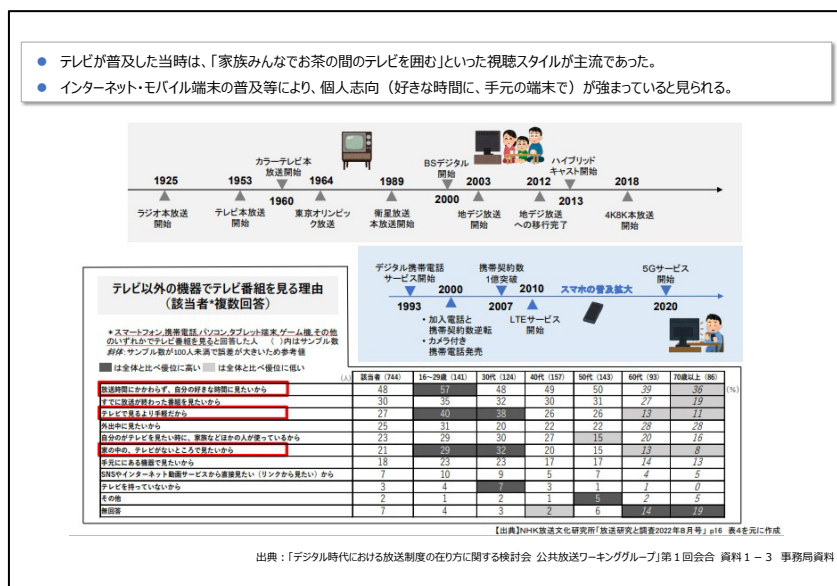


図表2-9 インターネット利用の伸長

テレビ受信機でリアルタイムに放送コンテンツを視聴するという従来の視聴スタイルは減少している一方、放送コンテンツを視聴するデバイスがテレビ受像機以外にスマートフォン、タブレット等多様化しており、放送コンテンツの視聴機会は分散化している。若年層（16～29 歳）では、スマートフォンでテレビ番組を視聴する人は半数を超え、また好きな時間に、手元の端末で見るという個人志向が強まる等、視聴端末や視聴スタイルの多様化が進んでいる。そのような中で視聴者に放送コンテンツが視聴され続けるためには、魅力的なコンテンツを制作することや、放送コンテンツを提供する動画配信プラットフォームの在り方が重要になっている。

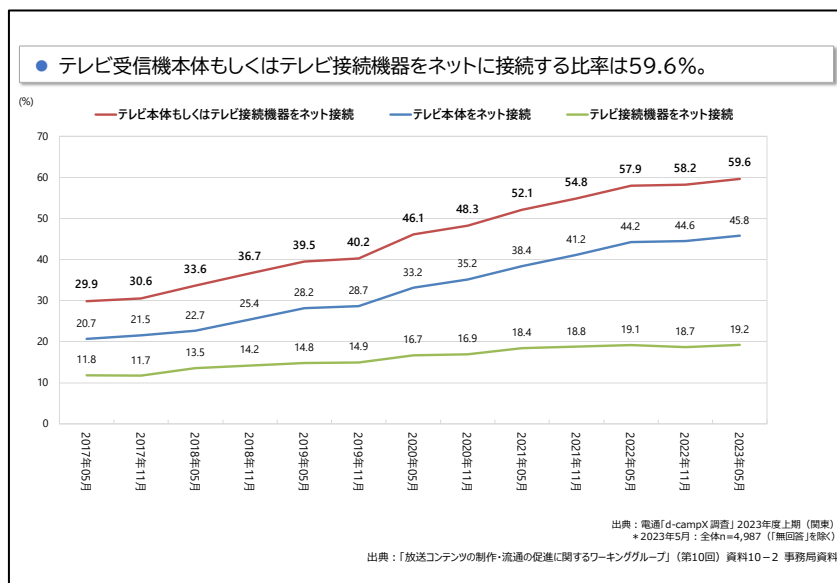


図表2-10 インターネットでの放送コンテンツの視聴



図表 2-11 視聴スタイルの変化

また、テレビ受信機をインターネットに接続する割合は2023年5月に60%に迫っており、テレビ受信機は放送番組を視聴するだけの端末ではなく、動画配信サービスを視聴する機能を併せ持った端末となっている。



図表 2-12 テレビ受信機のネット接続率の推移（関東）

3. 第1次取りまとめ後の現状及び課題並びに対応策

(1) コンテンツ制作・流通に関わる人材の確保・育成方策を含む制作・流通環境の改善の在り方

① 放送コンテンツの制作・流通に関わる人材の確保・育成方策

<検討の経緯>

第1次取りまとめにおいて、放送が、引き続き、国民の「知る自由」を保障し、災害情報や地

域情報等の「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し続けるためには、放送コンテンツの制作・流通に関わる人材を確保・育成することは必要不可欠であり、海外を含む、放送対象地域以外の地域向けのコンテンツを制作する機会が不足しているローカル局や番組制作会社、ケーブルテレビ事業者等に対して、国がコンテンツの制作・流通の機会を提供することにより、不足しているノウハウの獲得・共有の支援を行うことが必要であるとされた。

これを踏まえ、海外展開を見据えた放送コンテンツの制作・流通等の効率化、クリエイター等人材確保・育成にも資するデジタル技術の活用方策、海外向けコンテンツ制作に知見を持つ者、海外放送事業者に関係性を持つ者等の活用、海外展開に向けたローカル局同士の広域連携の有用性について検討を行った。

<現状・課題>

我が国の放送コンテンツが、グローバルに展開していくためには、海外のニーズに合わせたコンテンツの制作が求められる。近年の視聴者側の環境変化、例えば、視聴デバイスのさらなる高解像度化や、コネクテッドテレビの普及、そして、世界的にヒットしているコンテンツの傾向等を踏まえると、今後、先進的なデジタル技術(4K、VFX(バーチャルプロダクション)、3DCG、AI等)を活用した高品質なコンテンツのニーズが高まるものと考えられる。

他方で、我が国においては、こうした高品質の放送コンテンツを制作するために必要となる先進的なデジタル技術(4K、VFX、3DCG、AI等)を使いこなせるスキルを有するクリエイターが不足している。これらのデジタル技術をコンテンツ制作に取り入れていくためには、コンテンツ制作のフローへの理解とともに、デジタル技術の進展に合わせた活用ノウハウの蓄積が必要となるものの、放送事業者・番組制作会社において、こうしたノウハウも圧倒的に不足している。

なお、放送コンテンツの制作の担い手である番組制作会社は、規模が小さく、マンパワーが限られている(従業員99人以下の企業が約80%、年間売上高10億円以下の企業が70%、資本金5千万円以下の企業が85%)ことにも留意が必要である。

- 従業員数**

年齢層	割合
1～4人	1.9%
5～9人	0.0%
10～49人	16.7%
50～99人	14.8%
100～499人	38.8%
500人以上	12.9%

年間売上高

売上高	割合
1.1千万円以下	0.0%
2.1千万円超、3千万円以下	2.3%
3.3千万円超、1億円以下	2.7%
4.1億円超、10億円以下	9.9%
5.10億円超、100億円以下	14.8%
6.100億円超	45.6%
7.回答できない	3.8%
無回答	20.9%

資本金

資本金	割合
1.1千万円以下	0.8%
2.1千万円超、5千万円以下	2.7%
3.5千万円超、1億円以下	0.0%
4.1億円超、3億円以下	11.1%
5.3億円超	10.6%
6.その他(個人事業主等)	44.5%
無回答	40.3%



図表3-3 VFXの活用（バーチャルプロダクション）



図表3-4 AI業務支援システム

放送事業者同士が連携することで、これらのノウハウや技術を共有し、質の高い番組制作や人材育成等につながることが見込まれ、今後、本格的に連携に取り組んでいくことが重要である。

併せて、特にアニメと比べて十分な展開が進んでいない実写コンテンツの領域において、グローバル展開の拡大を図るためには、デジタル技術を含め、世界の潮流にキャッチアップしていくことが非常に重要である。そのためには、先進的なデジタル技術を活用してコンテンツを制作できる人材育成の支援や、海外放送事業者等との関係性の構築等を促進することが重要である。

<対応策>

海外に通用する放送コンテンツの制作力を強化する観点から、放送事業者・番組制作会社に対し、グローバル水準のコンテンツ制作や諸外国での展開実績を有する海外事業者の招聘や、先進的なデジタル技術に関する研修等を通じて、制作過程におけるデジタル技術の活用を含め、高品質コンテンツを制作するためのノウハウ習得を図る人材育成の取組への国の支援が必要である。

② 放送コンテンツの製作取引の一層の適正化

<検討の経緯>

第1次取りまとめにおいて、番組制作会社のコンテンツ製作に係るインセンティブや創意工夫の意欲を削ぐ、又は下請事業者の働き方改革を阻害するような取引慣行の改善により、放送コンテンツの制作・流通に関わる優れた人材を継続的に確保する必要があり、放送コンテンツの製作取引の実態調査や「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」(以下「ガイドライン」という。)の遵守状況に係る指導を徹底するとともに、当該調査の結果等を踏まえ、「放送コンテンツの適正な製作取引の推進に関する検証・検討会議」(以下「検証・検討会議」という。)において議論を行い、必要に応じてガイドラインの改訂や周知広報等の措置を講じる等、ガイドラインの普及・定着を図ることとされた。また、検証・検討会議における議論に当たっては、下請事業者における働き方改革や親事業者による働き方改革の下請事業者へのしわ寄せ等の影響にも留意するべきであるとされた。

良質で魅力ある放送コンテンツの製作・流通を促進する観点から、放送事業者と番組制作会社との間の放送コンテンツの適正な製作取引を一層推進するため、総務省及び民間における取組について専門的見地から助言を得ること等を目的として平成30年10月から開催。																					
1 主な検討事項																					
「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」(以下「ガイドライン」という。)のフォローアップ調査等の結果に対する評価・分析及び次回調査内容に係る助言 - ガイドラインの見直しなど放送コンテンツの適正な製作取引を促進するために講ずべき措置 など																					
2 構成員 (参加者)																					
座長 舟田 正之 立教大学法学部名誉教授 座長代理 新美 育文 明治大学名誉教授 石岡 克俊 慶應義塾大学大学院法務研究科教授 上杉 達也 パートナー弁護士(TH総合法律事務所) 内山 隆 青山学院大学総合文化政策学部教授 音 好宏 上智大学文学部教授 小塚 莊一郎 学習院大学法学部教授 酒井 麻千子 東京大学大学院情報学環准教授 長谷河 亜希子 弘前大学人文社会科学部教授 林 秀弥 名古屋大学大学院法務研究科教授	(オブザーバー) ・公正取引委員会事務局経済取引局取引部企業取引課 ・文化庁長官官務室制作権限審判部流通課 ・経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課 ・中小企業庁事業環境部取引課 ・放送コンテンツ適正取引推進協議会事務局 (日本民間放送連盟及び全日本テレビ番組制作社連盟)																				
3 ワーキンググループ (参加者)																					
親事業者(放送事業者、関係団体)と下請事業者(制作会社関係団体)が参加するワーキンググループを設置。																					
主任 舟田 正之 立教大学法学部名誉教授 内山 隆 青山学院大学総合文化政策学部教授 音 好宏 上智大学文学部教授	<table border="1"> <thead> <tr> <th>【放送事業者、放送事業者関係団体】</th><th>【番組制作会社関係団体】</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>日本放送協会</td><td>(一社)全日本テレビ番組制作社連盟(ATP)</td></tr> <tr> <td>日本テレビ放送網(株)</td><td></td></tr> <tr> <td>(株)テレビ朝日</td><td></td></tr> <tr> <td>(株)TBSテレビ</td><td>(一社)全国地域映像団体協議会(NRA)</td></tr> <tr> <td>(株)テレビ東京</td><td>(一社)日本放送協会(AJA)</td></tr> <tr> <td>(一社)フジテレビジョン</td><td></td></tr> <tr> <td>(一社)日本放送放送連盟</td><td></td></tr> <tr> <td>(一社)日本ケーブルテレビ連盟</td><td></td></tr> <tr> <td>(一社)衛星放送協会</td><td></td></tr> </tbody> </table>	【放送事業者、放送事業者関係団体】	【番組制作会社関係団体】	日本放送協会	(一社)全日本テレビ番組制作社連盟(ATP)	日本テレビ放送網(株)		(株)テレビ朝日		(株)TBSテレビ	(一社)全国地域映像団体協議会(NRA)	(株)テレビ東京	(一社)日本放送協会(AJA)	(一社)フジテレビジョン		(一社)日本放送放送連盟		(一社)日本ケーブルテレビ連盟		(一社)衛星放送協会	
【放送事業者、放送事業者関係団体】	【番組制作会社関係団体】																				
日本放送協会	(一社)全日本テレビ番組制作社連盟(ATP)																				
日本テレビ放送網(株)																					
(株)テレビ朝日																					
(株)TBSテレビ	(一社)全国地域映像団体協議会(NRA)																				
(株)テレビ東京	(一社)日本放送協会(AJA)																				
(一社)フジテレビジョン																					
(一社)日本放送放送連盟																					
(一社)日本ケーブルテレビ連盟																					
(一社)衛星放送協会																					

図表 3-5 「放送コンテンツの適正な製作取引の推進に関する検証・検討会議」

1. 背景及び対象 下請代金支払遅延等防止法の対象である「情報成果物作成委託」に係る取引の適正化に対応するため、平成21年2月に策定。著作権の帰属に関する整理表等を追加した改訂第7版を令和2年9月末に公表。 ガイドラインの対象：地上テレビジョン放送、衛星放送、有線テレビジョン放送等を行う放送事業者 放送コンテンツの製作に関わる番組製作会社	
2. ガイドラインの目的 ① 放送コンテンツ製作に関するインセンティブ向上を図り、もって、我が国における放送の発展を目的とする。 ② 自由な競争環境を整備しながら、番組製作会社のコンテンツ製作に係るインセンティブや創意工夫の意欲を削ぐような取引慣行の改善及び番組製作に携わる業界全体の向上を目指す。	
3. 主な内容	
○ ガイドラインに主に記載している項目 1 書面の交付 2 取引価格の決定 3 著作権の帰属 (1) 著作権の帰属、窓口業務 (2) 放送番組に用いる楽曲に関する取引 (3) アニメの製作に関する取引 4 取引内容の変更・やり直し 5 その他 (1) 下請代金の減額 (2) 支払期日の起算日 (3) 契約形態と取引実態の相違 (4) トンネル会社の規制 (5) 下請事業者の振興のための取組	○ 問題となり得る取引事例 【具体例】 ● 発注書の書面交付が行われていない場合があった ● 取引価格等の決定について、事前に十分な協議の機会が設けられていなかった ● 著作権の帰属について、事前に十分な協議の機会が設けられていなかった ○ 望ましいと考えられる事例 【具体例】 ● 放送番組製作委託契約の際、書面が交付されていない場合は、アラートが表示されるシステムを導入している ● 製作会社が著作権を放送局に譲渡する場合には、放送局は製作会社に対し、「著作権の対価」に係る部分を、製作委託費とは別に明示して支払っている

図表3-6 「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」の概要

＜検討状況＞

検証・検討会議において、ガイドラインの改訂に向けて、主に①著作権の帰属、②適正な製作費、③就業環境の適正化の3点について、現状と課題の把握を行った。

その結果、2020年(令和2年)の第7版の改訂以降に総務省が実施した「ガイドライン遵守状況調査」(ヒアリング)及び「放送コンテンツ製作取引実態調査」(アンケート)を通じて、書面の交付状況や取引価格の決定に係る事前協議の実施状況、著作権の譲渡等の有無等について、放送事業者と番組製作会社との間の認識の差は依然として存在することや、2021年(令和3年)から中小企業庁が実施している「価格交渉促進月間」フォローアップ調査においては、「放送コンテンツ」の業種別の価格転嫁率の順位が低い状況が続いている(価格交渉促進月間(2023年9月)フォローアップ調査結果:27業種中26位)こと等が判明した。

以上を踏まえ、検証・検討会議において発注側と受注側を代表する業界団体からそれぞれヒアリングを実施するとともに、番組製作現場の就業環境の実態について、国の相談窓口寄せられた内容や中小企業庁の下請Gメンが聞き取った内容を共有し、ガイドライン第8版の改訂内容を検討した。今後、検討内容を踏まえ、製作した番組の著作権の帰属、製作費への転嫁、就業環境の適正化等について、ガイドラインに反映させていく予定である。

併せて、ガイドラインの遵守の徹底に向け、総務省において、地域ごとに調査・指導を行うため、全国的に体制を強化する予定である。

ガイドライン改訂の検討の経緯 - 令和2年の第7版の改訂以降に実施した「ガイドライン遵守状況調査（ヒアリング）」及び「製作取引実態調査（アンケート）」を通じて、書面の交付や取引価格の決定、著作権の帰属などについて、放送事業者と番組製作会社との間の認識の差がやや拡大傾向にあったことや、令和3年から中小企業庁が実施している「価格交渉促進月間」フォローアップ調査において、「放送コンテンツ」の業種別の価格転嫁率の順位が27業種中26位と低い状況が続いていることなどが判明。 - 以上を踏まえ、検証・検討会議において第8版の改訂内容を検討。当該検討に当たっては、発注側と受注側を代表する業界団体からヒアリングを実施するとともに、番組製作現場の就業環境の実態について、国の相談窓口に寄せられた内容や中小企業庁の下請Gメンが聞き取った内容を共有。	
主な論点と検討の方向性	
1. 著作権の帰属	「十分に協議や対価の支払いをせずに一方的に著作権を発注者に帰属させないことを共通認識とし、「十分な協議」の内容について、成功事例や例示をガイドラインに反映し、共有することは有益ではないか - ガイドラインに記載する際の粒度や形式については、発注者・受注者双方が協議に入りやすいか、分かりやすさ、浸透させることができるか等の観点から検討が必要ではないか - 取引当事者の間で協議をする際の手がかりをガイドライン等で示すことはできるのではないか
2. 適正な製作費	- 十分に協議を尽くせば、コストの全額を転嫁できなくても問題にはならないはずだが、取引の一方当事者が協議を尽くしたと認識するだけでは不十分のではないか - 必要な経費について、費目を洗い直して優先順位をつけるなど、業界全体で統一的な基準、モデルを作成できないか 価格転嫁を促進するようなツールの作成や市場の相場感覚の形成に向けた取組が必要ではないか
3. 就業環境の適正化	- 発注者は、下請である受注者の問題とせず、サプライチェーン全体の中での人権侵害や制作環境にも目を配っていくべきではないか - 発注者が設置する相談窓口の案内や周知の在り方については、実態を把握し、好事例の機展開を図るなどの工夫が必要ではないか。 - 行先においても、相談窓口の運営見直し、発注者への指導・監督などを行うべきではないか - 取引関係の構造、契約書の交付や業務の委託内容の曖昧さ、製作のシステム化、事業者の規模・地域による差異、人材確保など、発注者・受注者の間でそれぞれの課題について情報共有を行った上で、業界全体の在り方を議論すべきではないか
4. その他	第7版改訂後に新たに制定又は改定された法令やガイドラインの内容について、反映する

図表3-7 「放送コンテンツの適正な製作取引の推進に関する検証・検討会議」におけるガイドライン改訂の検討状況

(2) 放送コンテンツを通じた我が国・地方の魅力の世界への発信を促進する方策の在り方

< 検討の経緯 >

第1次取りまとめにおいて、海外の放送事業者や動画配信サービス事業者等との取引機会の拡大を図るため、国際見本市において放送事業者等が共同しての日本発コンテンツのプロモーションが重要であること、デジタル基盤を活用した通年の情報発信や取引が可能となる環境の整備や、海外拠点を活用した取引機会の獲得にも取り組むことが必要であること、官民が連携し、取引実態の把握や課題と対応策、共有すべきノウハウ等の整理を行うことが必要であること、意欲ある事業者に対してチャレンジできる機会を提供する等の国の支援を強化することが必要であること等とされた。

これを踏まえ、放送コンテンツの海外向けプロモーションの強化方策、我が国の放送コンテンツを紹介するデジタル基盤の機能拡充の在り方、海外向け配信の推進方策等について検討を行った。

< 現状・課題 >

我が国の放送を取り巻く環境が変化する中、放送が社会的役割を今後も維持し、健全に発展していくためには、放送事業者の経営基盤の強化が必要であり、また、国内放送で最も市場規模の大きい地上放送の市場規模が長期的に漸減傾向にある中、国内向けのサービスにとどまることなく、グローバルに我が国の魅力ある放送コンテンツを制作・流通し続けることがこれまで以上に重要となるため、海外市場への展開は避けて通れない。

そのような中、世界のコンテンツマーケット（見本市等）への出品・出展は、海外バイヤーに対し日本コンテンツの魅力をPRできる限られた機会であり、また、オンライン上でプロモーションし商談を可能とするデジタル基盤も有用であるが、いずれも効果的なプロモーションに向け拡充・見直しの余地がある。

国際見本市等のスケジュール					
月	国際見本市	開催地	その他見本市	開催地	招待制
4月	MIP TV	フランス・カンヌ			
5月			CONTENT LA (フォーマット・リメイク等) カンヌ映画祭	フランス・カンヌ	LA Screenings
6月	MIP China 上海テレビ祭/映画祭	中国・杭州 中国・上海			
7月			Annecy (アニメ・映画)	フランス・アヌシー	
8月	韓国BCWW	韓国・ソウル			
9月	MIP Africa	南アフリカ・ケープタウン			
10月	MIPCOM TIFFCOM	フランス・カンヌ 日本・東京			
11月	MIP Cancun	メキシコ・カンクーン	CONTENT LONDON (フォーマット・リメイク等)	イギリス・ロンドン	
12月	ATF	シンガポール			
2月			ベルリン映画祭	ドイツ・ベルリン	LONDON Screenings
3月	香港FILMART	香港	Anime Japan (アニメ) Series Mania (ドラマ、リメイク等)	日本・東京 フランス・パリ	

出典：「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4回）資料4-2 一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構（BEA）資料

図表 3-8 海外の主なコンテンツ関連の国際見本市等



図表 3-9 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

また、3. (1)①で言及したとおり、視聴デバイスのさらなる高解像度化や、コネクテッドテレビの普及、そして、世界的にヒットしているコンテンツの傾向等を踏まえると、高付加価値な放送コンテンツを制作するに当たって、高機能設備（4K、VFX（バーチャルプロダクション）、3DCG、AI等）の活用性の重要性が増している。例えば、VFXを活用することで、天候や環境等に左右されずに撮影が行えるようになり、現実には起こりえないような映像表現を実現するだけでなく、制作の効率化も可能となる。

これらの最新の高機能設備の活用は、コンテンツ制作力全体の底上げにも資するものであるが、放送事業者・番組制作会社の自主的な取組のみでは、その高額な費用やオペレートする人材のスキル不足が原因となって、これらの設備や技術が十分に活用されず、海外に通用する放送コンテンツの制作が進まないおそれがある。

【日本】4K8K衛星放送における放送番組（18番組）		【米国】ハリウッドの映画会社 4K HDR対応映画作品の例		
BS右旋				
No	社名	チャンネル名		
1	(株)BS朝日	BS朝日 4K		
2	(株)BSテレビ東京	BSテレビ東京 4K		
3	(株)BS日本	BS日テレ 4K		
4	日本放送協会 準4K	NHK BS 4K		
5	(株)BS-TBS	BS-TBS 4K		
6	(株)ビーエスフジ	BSフジ 4K		
BS左旋				
No	社名	チャンネル名		
1	SCワザライ(放送(株))	ショップチャンネル 4K		
2	(株)KVCサテライト	4K GVC		
3	(株)WOWOW	WOWOW		
4	日本放送協会 準8K	NHK BS 8K		
110度CS左旋				
No	社名	チャンネル名		
1	(株)スカパー・エンターテインメント	J SPORTS 1 (4K)		
2		J SPORTS 2 (4K)		
3		J SPORTS 3 (4K)		
4		J SPORTS 4 (4K)		
5		スターチャンネル 4K		
6		スカチャン1 4K		
7		スカチャン2 4K		
8		日本映画+時代劇 4K		
出典：総務省 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 衛星放送ワーキンググループ資料（令和5年11月30日）				
・ 20世紀スタジオ 社(旧 FOX)		> アバター (2022年公開) > ボヘミアンラプソディー (2018年公開)		
・ ウォルト・ディズニー・スタジオ社				
・ ルーカス・フィルム社		> リトルマーメイド (2023年公開) > インディージョーンズ (2023年公開)		
・ ユニバーサル・ピクチャーズ社				
		> ジュラシックワールド (2022年公開) > スーパーマリオブラザーズ (2023年公開)		
出典：「Apple TVアプリ(Tunes)」の4K HDR対応映画作品の一覧 https://www.apple.com/jp/apple-tv-app-tunes-4k-hdr-movies-mar-9-2024/				

図表3-10 4Kコンテンツの状況（再掲）

● 背景映像の仮想空間と実物の被写体を同時に撮影し、合成する制作環境を実現することで、クリエイターの想像力や演者の表現力を再現に引き出し、コンテンツの価値を高めることに貢献。

VFXの活用（バーチャルプロダクション）

バーチャルプロダクションでの撮影風景

drive behind the scenes <https://www.youtube.com/watch?v=wcjd5Hulgg>

©Sony PCL Inc.

出典：「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12回）資料12-2 ソニーPCL資料

図表3-11 VFXの活用（バーチャルプロダクション）（再掲）



図表3-12 AI業務支援システム（再掲）

また、地方の放送事業者等において、自治体と連携した発信によるインバウンド獲得の事例も生まれているが、経営悪化による制作力の低下を克服するまでには至らず、他地域への広がりが限定的である。海外事業者とも十分な関係性を有しておらず、海外展開先の市場環境や商慣習等、買い手のニーズを十分に把握できていないため、コンテンツをビジネスに十分につなげられていない状況である。



図表3-13 放送コンテンツを通じた地方の魅力の発信による地方創生の事例

インターネット配信や海外展開等国内放送以外でのコンテンツの流通に必要となるのが権利処理である。放送事業者の多くが意欲があっても権利処理体制の課題を抱え、権利処理のノウハウ・経験が不足していることを踏まえれば、放送事業者が、複数にわたる著作権者・著作隣接権者との権利処理を短期間で個社単独で行うことは困難であり、インターネット配

信や海外展開に踏み切ることが容易でない状況である。

ローカル局における権利処理業務担当者の人数は「1～2人」との回答が最も多く、約7割に上る。また、担当者が「0人」と回答した社も一定数見られた。		
【ローカル局（※1）における権利処理業務担当者（※2）の人数】 ※1 民間地上基幹放送事業者（テレビジョン放送）のうち、キー局5社を除く122社を対象に実施（令和4年11月24日～12月23日）。 ※2 各番組制作等の中での担当業務の1つとして楽曲情報の入力等の業務を行っている方は含まず、各放送局の権利処理の担当部局などで、主たる業務として権利処理（権利者団体との交渉等）に取り組む担当者の人数を回答。		
人数	回答数	割合
0人	7	7.7%
1～2人	64	70.3%
3～4人	13	14.3%
5～9人	4	4.4%
10人～14人	2	2.2%
15人～19人	0	0%
20人以上	1	1.1%
総計	91	

出典：総務省「放送コンテンツ等のネット配信に係る権利処理の実態等に関する調査研究」（2022年度）

図表 3-14 ローカル局における権利処理の課題①（権利処理体制の問題）

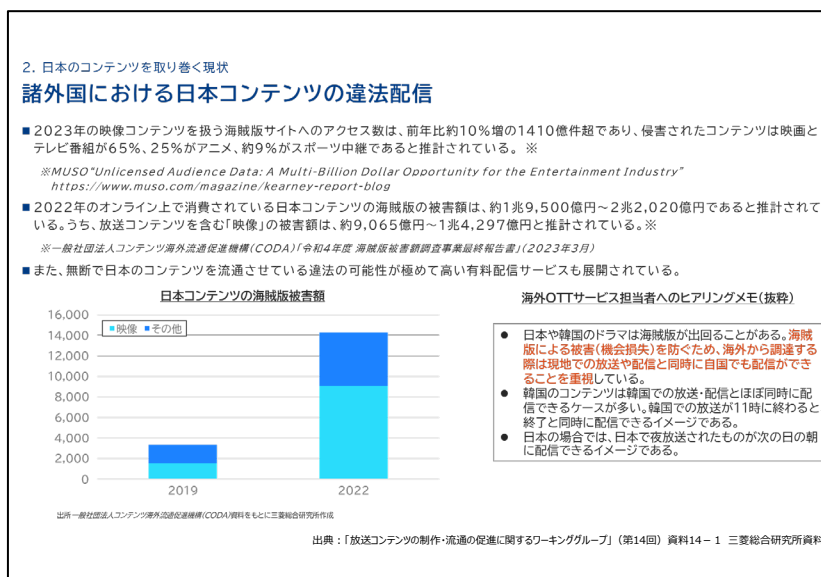
- ローカル局が放送コンテンツの同時配信を行う際の課題と考えるものとして、「<u>放送番組の同時配信に係る権利処理についてノウハウがなく、何をすればいいかわからないこと</u>」、「<u>放送番組の同時配信に係る権利処理に対応するだけの人員が足りないこと</u>」といった回答が多く挙げられた。 - 令和4年度調査結果においても、同様の結果が見られている。		
【ローカル局（※）が放送コンテンツの同時配信を行う際に最も大きな課題と考えるもの】 ※ 民間地上基幹放送事業者（テレビジョン放送）のうち、在京キー局5社を除く122社を対象にアンケートを実施（令和5年11月1日～11月30日）		
選択肢	回答数	割合
放送番組の同時配信に係る権利処理についてノウハウがなく、何をすればいいかわからないこと	36	38.7%
放送番組の同時配信に係る権利処理に対応するだけの人員が足りないこと	23	24.7%
放送番組の同時配信に係る権利処理に必要な使用料について、予算の制約があること	9	9.7%
どれだけスポンサーが付くかわからないなど、ビジネスモデルとして成り立つかが経営判断が困難なこと	24	25.8%
その他	1	1.1%
総計	91	100.0%

出典：総務省「放送コンテンツ等のネット配信に係る権利処理の実態等に関する調査研究」（2023年度）をもとに作成

図表 3-15 ローカル局における権利処理の課題②（ノウハウ・人員不足）

一方、我が国の放送コンテンツの海外への配信は、現状、海外の動画配信プラットフォームを通じて行われている状況であるが、これとは別に我が国の放送コンテンツを中心に据えた番組表示や機動的なコンテンツの配信や価格戦略等、日本の放送事業者にとって自由度の高い流通手段の選択肢の確保が課題である。また、日本の制作者への対価が還元される形で、海外市場への展開を拡大する観点や、諸外国で日本の放送コンテンツが違法と疑われる動画配信サービスにより流通していることへの対応として、摘発に向けた国際的な官民連携での取組に加え、正規版の動画配信サービスによる流通促進が求められている観点から、海外へのインターネット配信の更なる積極的な展開が課題となっている。この点、国内のインターネット配信サービスについては、各事業者から個別提供されており、日本の放送コン

テンツが集約化されておらず、仮にこれをそのまま国外向けに配信したとしても、アクセス性、網羅性等の観点から利用者利便の低いものとなることが予想される。



図表 3-16 諸外国における日本コンテンツの違法配信

● **放送局**は、無料広告モデル(AVOD)、都度課金(TVOD)、月額課金(SVOD)など様々な課金モデルや、コンテンツを差別化したもの(ニュース・教養に特化したもの等)など、**様々な映像配信サービスを提供**。

● 「NHKプラス」、「TVer」では、**電波の放送と同じタイミングで番組をネット経由で届ける同時配信を実施**。

	NHK	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ
無料	NHKプラス (10番組に15分番組が中心)			TVer		
		日テレ無料TADA		TBS FREE	ネットもテレ東	
無料および有料			テレ朝動画		テレ東BIZ	FOD
				Paravi (U-NEXTに統合)		
有料	NHKオンデマンド	hulu	TELASA			

出典：「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10回) 資料10-2 事務局資料

図表 3-17 NHK及び在京キー局の主なインターネット配信サービス（再掲）

< 対応策 >

グローバルに通用する放送コンテンツの制作力向上を図るため、放送事業者・番組制作会社に対する高機能設備の利用・導入に係る国の支援が必要である。また、地方でのクリエイターの発掘・育成、地域発コンテンツの制作等、地方における海外展開の推進方策を講じるべきである。

更に、引き続き、国として国際見本市等への出展支援を実施しつつ、見本市の規模や参加する海外バイヤー等の最新の動向を踏まえ、より効果的なオールジャパンでのコンテンツのPR方法を検討するとともに、デジタル基盤の機能拡充が必要である。併せて、民間団体の海外事務所を活用し、放送事業者等の求めに応じて、現地のマーケティング、海外展開に

関する相談、海外事業者(海外の放送事業者、プロダクション、動画配信プラットフォーム)との契約交渉等の対応を行う仕組みの整備が必要である。

一方、放送事業者の権利処理円滑化を推進するため、以下の取組が個社単独で権利処理を行うことが困難な放送事業者等に対して講じられる必要があり、また、当該取組をサポートする機能があることが望ましい。

- ・インターネット配信や海外展開における権利処理に係る業務フローを解説したガイドブックの提供
- ・放送事業者側の権利処理に係る利用申請・報告時の作業を効率化するシステムの整備等

また、各放送事業者の権利処理に係る法務能力の強化の観点から、放送事業者間の協力・連携が模索されることも期待される。

更に、既存の配信プラットフォームとの関係性や事業の運営方法等に留意しつつ、NHK・民放の共同により、我が国放送コンテンツが適時に海外で視聴できる環境の創出及び正規の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ある。

(3) 国内における更なる流通促進の在り方

① 権利処理の円滑化

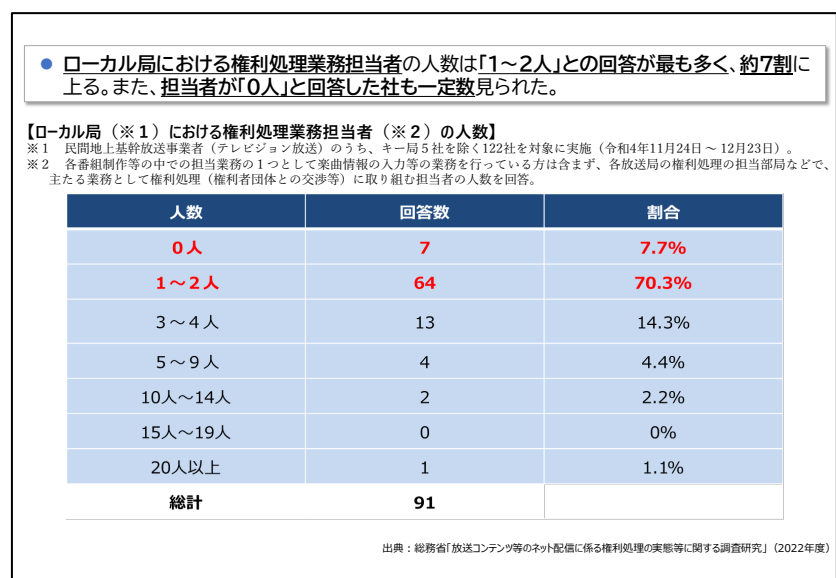
<検討の経緯>

(2) で言及したとおり、第1次取りまとめにおいて、インターネット配信を行う場合の権利処理等について、コンテンツ制作・流通の現場の状況把握をしつつ、官民が連携し、共有すべきノウハウの整理や、インターネット配信に取り組むローカル局の連携・サポート体制の構築に向けた検討に早急に着手する必要があるとされた。

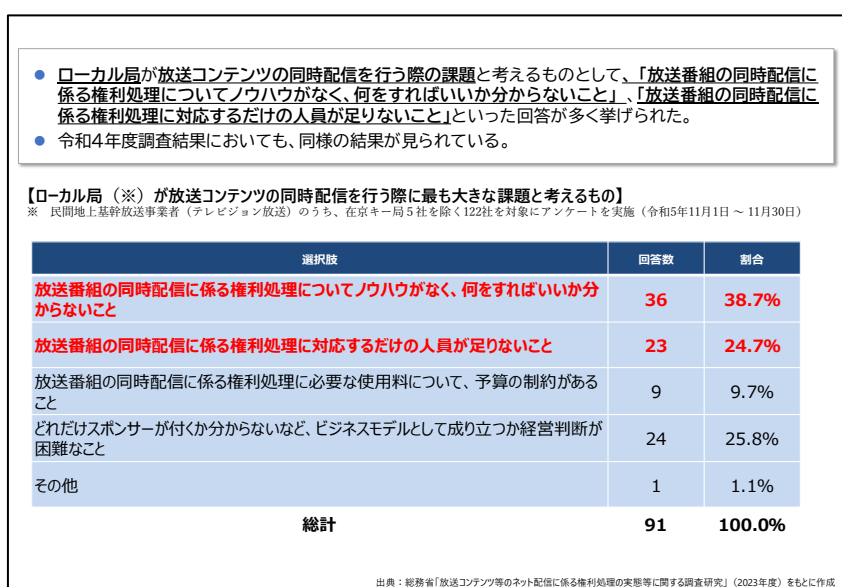
また、「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」において、IPユニキャスト方式について、いわゆる「フタかぶせ」が回避され、放送の一部としての著作物の利用が確保されるようにするため、著作権法(昭和四十五年法律第四十八号)の改正によって解決していない課題があるか検討すべきとされていた。

<現状・課題>

(2) で言及したとおり、インターネット配信や海外展開等国内放送以外でのコンテンツの流通に必要となるのが権利処理である。放送事業者の多くが意欲があっても権利処理体制の課題を抱え、権利処理のノウハウ・経験が不足していることを踏まえれば、放送事業者が、複数にわたる著作権者・著作隣接権者との権利処理を短期間で個社単独で行うことは困難であり、インターネット配信や海外展開に踏み切るのが容易でない状況である。



図表3-18 ローカル局における権利処理の課題①（権利処理体制の問題）（再掲）



図表3-19 ローカル局における権利処理の課題②（ノウハウ・人員不足）（再掲）

＜対応策＞

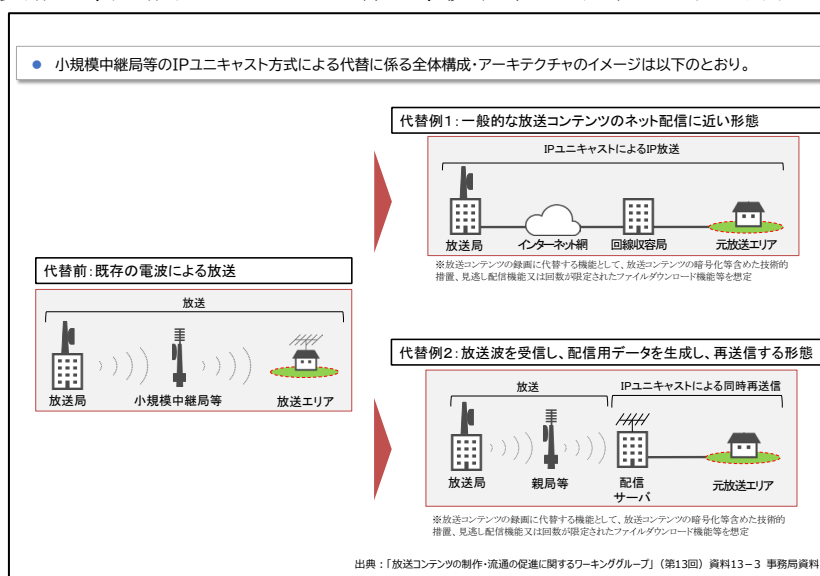
放送事業者の権利処理円滑化を推進するため、以下の取組が個社単独で権利処理を行うことが困難な放送事業者等に対して講じられる必要があり、また、当該取組をサポートする機能があることが望ましい。（再掲）

- ・インターネット配信や海外展開における権利処理に係る業務フローを解説したガイドブックの提供
- ・放送事業者側の権利処理に係る利用申請・報告時の作業を効率化するシステムの整備等

また、各放送事業者の権利処理に係る法務能力の強化の観点から、放送事業者間の協力・連携が模索されることも期待される。

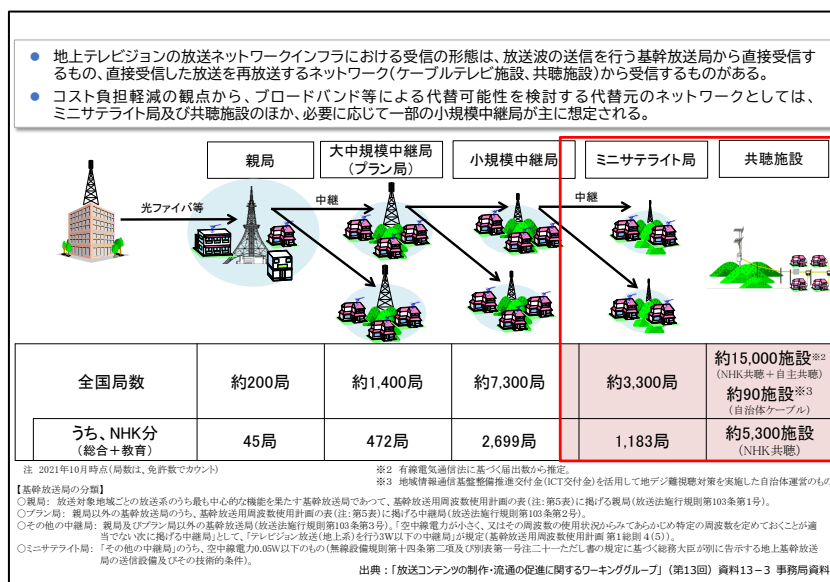
< 検討状況(「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」関係) >

小規模中継局等のIPユニキャスト方式による代替に係る全体構成・アーキテクチャのイメージは2種類示されている。代替例1は、放送事業者から視聴者の端末までをインターネットで配信する形態で一般的な放送コンテンツのネット配信に近い形態である。代替例2は、放送波を一旦受信し、配信用サーバを生成し、視聴者の端末まで同時再送信する形態である。



図表 3-20 小規模中継局等のブロードバンドによる代替のイメージ

コスト負担軽減の観点から、ブロードバンド等による代替可能性を検討する代替元のネットワークとしては、ミニサテライト局及び共聴施設のほか、必要に応じて一部の小規模中継局が主に想定される。



図表 3-21 代替元として検討対象となる放送ネットワークインフラの範囲

以上の2種類の代替例に関し、権利処理の現行著作権法上の解釈を文化庁と共に整理した。

代替例1(一般的な放送コンテンツのネット配信に近い形態)は、現行の著作権法に照らすと放送同時配信等(著作権法第2条第1項9号の7)であると整理できる。放送番組における著作物、実演、レコード、放送又は有線放送の利用の許諾が行われた場合には、当該許諾に際して別段の意思表示があった場合を除き、当該許諾には放送同時配信の許諾を含むものと推定される(なお、許諾の推定規定の解釈に当たっては、「放送同時配信等の許諾の推定規定の解釈・運用に関するガイドライン」(2021年(令和3年)8月25日策定)も参照。)。また、著作隣接権(レコード・レコード実演や映像実演(2回目以降の放送同時配信))の権利処理については、許諾を得ることが困難な一定の場合に、補償金又は報酬の支払いを行うことによって放送同時配信等を行うことができる制度が設けられている。ただし、上記の各制度にかかわらず利用者・権利者間では配信に関して別段の合意がされている場合もあるため、実際の適用に当たってはサービス実態に即した利用者・権利者間の合意が必要となると考えられる。

IPマルチキャスト・IPユニキャストの区別なく、現行の著作権法上、特定入力型自動公衆送信は「放送を受信して同時に、公衆の用に供されている電気通信回線に接続している自動公衆送信装置に情報を入力することにより行う自動公衆送信」が該当する。また、BB代替の地域を放送対象地域内に限定した形であれば、代替例2(放送波を受信し、配信用データを生成し、再送信する形態)は、地域限定特定入力型自動公衆送信に該当すると考えられる。この場合、実演及びレコードにつき、著作権法第102条第5項、第6項及び第7項の適用が可能と考えられ、権利者の許諾なく地域限定特定入力型自動公衆送信を行うことができる。この場合、実演及びレコードの権利者に対して、補償金の支払いを行うことが必要である。ただし、上記の各制度にかかわらず利用者・権利者間では配信に関して別段の合意がされている場合もあるため、実際の適用に当たってはサービス実態に即した利用者・権利者間の合意が必要となると考えられる。

見逃し配信機能については放送同時配信等に該当する。また、特定入力型自動公衆送信に該当する場合においては家庭内その他これに準ずる限られた範囲内による録画及びファイルダウンロードは私的使用のための複製に該当するため、著作権法第30条第1項により、無償での利用が可能である。

1. 代替例1(一般的な放送コンテンツのネット配信に近い形態)は、現行の著作権法に照らすと放送同時配信等(同法第2条第1項9号の7)であると整理できる。放送番組における著作物、実演、レコード、放送又は有線放送の利用の許諾が行われた場合には、当該許諾に際して別段の意思表示があった場合を除き、当該許諾には放送同時配信の許諾を含むものと推定される(なお、許諾の推定規定の解釈に当たっては、「放送同時配信等の許諾の推定規定の解釈・運用に関するガイドライン」(令和3年8月25日策定)も参照すること。)。また、著作権隣接権(レコード・レコード実演や映像実演(2回目以降の放送同時配信))の権利処理については、許諾を得ることが困難な一定の場合に、補償金又は報酬の支払いを行うことによって放送同時配信等を行うことができる制度が設けられている。ただし、上記の各制度にかかわらず利用者・権利者間では配信に関して別段の合意がされている場合もあるため、実際の適用に当たってはサービス実態に即した利用者・権利者間の合意が必要となると考えられる。 2. IPマルチキャスト・IPユニキャストの区別なく、現行の著作権法上、特定入力型自動公衆送信は「放送を受信して同時に、公衆の用に供されている電気通信回線に接続している自動公衆送信装置に情報を入力することにより行う自動公衆送信」が該当する。また、BB代替の地域を放送対象地域内に限定した形であれば、代替例2(放送波を受信し、配信用データを生成し、再送信する形態)は、地域限定特定入力型自動公衆送信に該当すると考えられる。この場合、実演及びレコードにつき、著作権法第102条第5項、第6項及び第7項の適用が可能と考えられ、権利者の許諾なく地域限定特定入力型自動公衆送信を行うことができる。この場合、実演及びレコードの権利者に対して、補償金の支払いを行うことが必要である。ただし、上記の各制度にかかわらず利用者・権利者間では配信に関して別段の合意がされている場合もあるため、実際の適用に当たってはサービス実態に即した利用者・権利者間の合意が必要となると考えられる。 3. 見逃し配信機能については放送同時配信等に該当する。また、特定入力型自動公衆送信に該当する場合においては家庭内その他これに準ずる限られた範囲内による録画及びファイルダウンロードは私的使用のための複製に該当するため、著作権法第30条第1項により、無償での利用が可能である。

出典：「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13回) 資料13-3 事務局資料

図表 3-22 小規模中継局等のブロードバンド代替に係る権利処理の著作権法上の解釈 (文化庁・総務省)

また、上記の整理に関して、構成員より、一般的な放送コンテンツのネット配信に近い形態より、放送波を受信し、配信用データを生成し、再送信する形態が現行の著作権法上権利処理が円滑に進む、ということが意見として出された。²

・代替例1(一般的な放送コンテンツのネット配信に近い形態)は、同時配信の推定を整備いただいたことをトレースしているとの認識。これにより、一定の範囲でフタかぶせが減少し、著作権処理の実務にも良い影響があった。しかしながら、推定はあくまで推定であるため、主に映像素材等に関わるアウトサイダーの著作権者が配信向けの利用を許容しないことを理由として、商用サービスと同様のフタかぶせが生じ得る。著作権隣接権者に対する権利制限も、アウトサイダーに限定されている。必ずしも十分ではないように思える。代替例2(放送波を受信し、配信用データを生成し、再送信する形態)は現行のIPマルチキャストと同じ形態であることになるが、IPマルチキャストが放送法上の放送に位置付けられているということ、著作権隣接権者に対する権利制限についても、著作権等管理事業者である権利者団体を含んでいることから、放送同時配信にあわせて円滑な利用が可能になっている。以上を踏まえ、現行の著作権法に照らし合わせると、代替例2(放送波を受信し、配信用データを生成し、再送信する形態)の方がより円滑な権利処理が実現し得る。IPマルチキャストと同様、IPユニキャストによるブロードバンドによる代替も放送法上、放送と位置付けることにより、より円滑な権利処理が期待できる。今後も本WGを中心に、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及び小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム並びに文化庁と連携し、準備を進めていただくことが重要。【落合構成員(第13回)】 ・代替例1(一般的な放送コンテンツのネット配信に近い形態)は、インターネット配信に近い同時配信等であり、著作権法では令和3年に法改正の手当がされている。既に実施しているインターネット配信と同じ仕組みだが、フタかぶせが課題になると認識。また、許諾を推定する条件は、推定が覆されるおそれ。つまり、実施しやすいがフタかぶせが生じやすい方法。代替例2(放送波を受信し、配信用データを生成し、再送信する形態)は、放送扱いであることからおそらくフタかぶせは生じにくい。しかしながら、放送を受信して配信する仕組みであることから、新たな設備投資を要する場合がある。代替例1(一般的な放送コンテンツのネット配信に近い形態)で権利処理が円滑になれば良いと考えるが、現状、フタかぶせを急激になくす方法はないと認識しているため、実施できるものをやっていくことが必要。現行制度ではこれが限界。【福井構成員(第13回)】
--

出典：「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13回) 資料13-3 事務局資料

図表 3-23 小規模中継局等のブロードバンド代替に係る権利処理の著作権法上の解釈に対する構成員の意見

² なお、本ワーキンググループにおける検討内容は、「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」(第19回)(2024年(令和6年)3月28日)において報告され、同(第20回)(2024年(令和6年)5月22日)において先の報告内容が盛り込まれた中間報告として整理された。また、同中間報告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(第26回)(2024年(令和6年)5月24日)に報告された。

② 動画配信プラットフォームの在り方

<検討の経緯>

第1次取りまとめにおいて、視聴者がインターネット経由で放送コンテンツを容易に視聴できる環境の早期実現のため、まずは、インターネットに接続するテレビ受信機において、複数のインターネット配信プラットフォームが連携し、当該プラットフォームが配信する放送コンテンツの一覧性が確保される入口（仮想的なプラットフォーム）からの適切な導線の実現に向けて、視聴者にとっての利便性という観点からも、容易に放送コンテンツを視聴できる表示・操作性について、放送事業者や様々な関係者共同による枠組みにおける検討・検証を官民が連携して行うことが必要であるとされた。

これを踏まえ、コネクテッドテレビ上における、視聴者の利便性向上に向けた放送コンテンツの一覧性を確保した仮想プラットフォームの実現や官民連携による放送コンテンツのプロミネンスの在り方について検討することとされた。

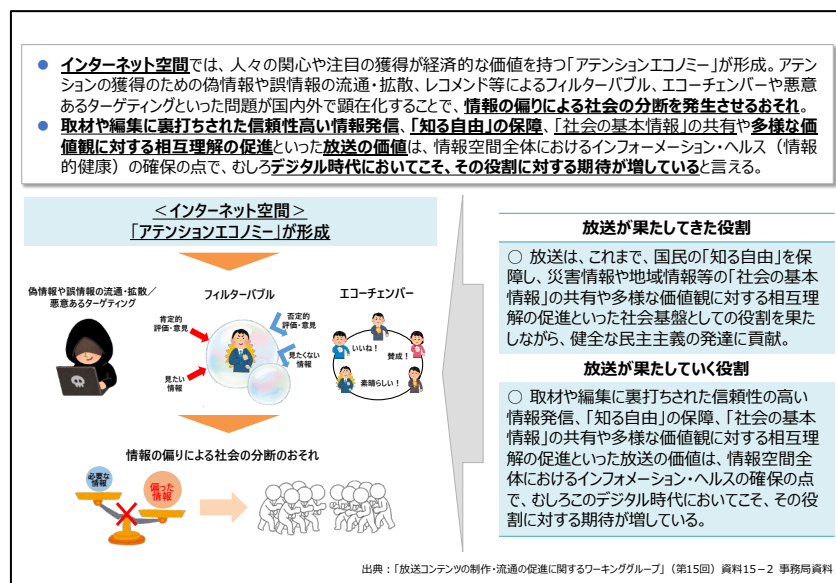
<現状・課題>

情報空間が放送以外にも広がり、インターネット空間では、アテンションエコノミー³が形成され、フィルターバブル⁴やエコーチェンバー⁵、偽・誤情報といった問題が顕在化し、社会的分断が懸念される時代が目前となる中、放送の取材や編集に裏打ちされた信頼性高い情報発信、「知る自由の保障」、「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放送の価値が、情報空間全体における健全性の確保の観点から、その役割に対する期待が増している。また、それらの役割を維持し、健全に発展していくためには、放送・インターネット配信含めたサービス全体で価値を高める取組が必要である。

³ 人々の関心や注目の度合いが経済的価値を持つという概念。

⁴ アルゴリズムがネット利用者個人の検索履歴やクリック履歴を分析し学習することで、個々のユーザにとっては望むと望まざるとにかかわらず見たい情報が優先的に表示され、利用者の観点に合わない情報からは隔離され、自身の考え方や価値観の「バブル(泡)」の中に孤立するという情報環境。

⁵ ソーシャルメディアを利用する際、自分と似た興味関心をもつユーザをフォローする結果、意見をSNSで発信すると自分と似た意見が返ってくるという状況を、閉じた小部屋で音が反響する物理現象にたとえたもの。



図表 3-24 インターネット空間における社会問題と放送の役割

放送が果たすべき役割やその期待に応えるべく、インターネット配信を視聴可能なコネクテッドテレビ上において、視聴者がインターネット経由で放送コンテンツを容易に視聴できる環境（視聴者の利便性向上に向けたNHKと民放の放送コンテンツの一覧性を確保した仮想プラットフォームの実現や官民連携による放送コンテンツのプロミネンス（本ワーキンググループにおいて「表示・操作性等により、放送コンテンツが視聴者に視聴されやすいようにする取組」と定義する）の在り方）の早期実現が必要である。

2023年度（令和5年度）、適切な視聴履歴の取扱いを行う放送コンテンツのインターネット配信において、コネクテッドテレビ上における、操作や放送コンテンツの表示に対する利便性に係る調査を行った。その結果、様々な内容の放送コンテンツの網羅性の確保と視聴者の視点に寄り添った設計のバランスや、地域性を持つコンテンツの表出の在り方等について更なる検討の必要性を確認した。

調査研究の背景・目的・概要		
■ インターネット動画配信サービスの伸長や視聴スタイルの多様化、インターネットを通じた情報空間の広がりなど、放送を取り巻く環境が変化するなか、取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る自由」の保障、「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放送の価値は、情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルス（情報の健康）確保の点で、その役割に対する期待が増している。 ■ 放送がこれまで果たしてきた社会基盤としての役割を引き続き果たし続けるためには、放送波に限らず、インターネットにおける多様なプラットフォームの活用促進によって、ローカル局を含む多様な放送コンテンツが広く流通することが重要であると考えられる。その際、インターネット経由での放送コンテンツの利用に係る視聴履歴の適切な取扱いや、適切な視聴履歴の取扱いを行う放送同時配信等のサービスがプラットフォームにおいて視聴されやすくなる表出の在り方等について検討が必要。 ■ 以上を踏まえ、以下①～③の項目について調査研究を実施。		
調査研究項目	概要	調査手法
① 放送同時配信等における視聴履歴等の取得・個人情報属性推定に係るメカニズムの確認	・テレビ受信機等における放送同時配信等の視聴履歴等が一般的にどのように取得されるかに関する調査 ・当該視聴履歴等から利用者の属性（性別・年代）や趣味嗜好等を推定する際に行われる一般的行為・手法に関する調査	文献・ウェブサイト・ヒアリング等
② 視聴履歴等取扱い同意プロセス等に係る視聴者の受容性の確認	・調査研究項目①において調査した視聴履歴等の活用実態等に対する受容性調査 ・放送同時配信等の動画配信サービス利用開始時に確認する当該サービスのプライバシーポリシー等における視聴履歴等取扱いに係る提示に対する受容性調査	・一般生活者へのwebアンケート ・モック構築及び一般生活者による評価（会場調査）
③ 視聴履歴による／よらないユーザー利便性を配慮したテレビ受信機等操作・表示の実証	テレビ受信機等に構築したデモサービスにおける、視聴履歴の適切な取扱いを前提とした番組レコメンド機能または視聴履歴によらない番組レコメンド機能を表示するエリアの操作・表示に対する利便性に関する調査	・実機環境におけるデモサービス構築及び一般生活者による評価（会場調査）

出典：「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14回）資料14-3 三菱総合研究所資料

図表 3-25 放送同時配信等における視聴履歴等の取扱いの適正化に関する調査研究（1）

調査研究項目③（デモサービス実証）結果概要	
基本的な考え方	評価（視聴者・事業者）
A)視聴者利便性への寄与	● 全体の9割超がサービス利用意向有 ● 「生活情報」は全体の約6割が必要を感じると回答 ● トップページのジャンルの並べ方3パターンのうち、もっとも選択されたパターンは「地域（越境）型」で、自分の地域では放送されていないコンテンツ（バラエティ）が視聴が可能である点が評価された。なお、ドラマ・バラエティのニーズは全般的に高い傾向。 ● 一方トップ画面の情報量が多すぎることへの懸念や、コンテンツ再生までの操作が多い（番組詳細画面は不要）という声もあり（視聴者はコンテンツへの極力簡便なリーチを期待）。
B)視聴者の「情報的健康」への寄与	● ほぼ全員が、デモサービスによりコンテンツを新たに知ることができると思うと回答。視聴するコンテンツやジャンルの種類が増えたと回答した層も約8割。 ● 地域（越境）型は通常放送されていないコンテンツを視聴できるという観点で最も使いやすいという評価（全体の約4割）。次いで地域型が評価され、トップ画面でのローカルプロミネンスによるローカルコンテンツへのリーチへの効果を確認。 ● 地域一覧画面により、ほぼ全員が、色々な地域のコンテンツを見つけやすいと回答。地域一覧画面という直接的なローカルコンテンツへの動線がローカルコンテンツへのリーチに寄与することを確認。
C)事業者間での公平な表出	● 現状、ローカルコンテンツと在京キー局のコンテンツでは制作しているコンテンツのジャンルや量、コンテンツ配信をする場合のリソースに大きな差がある一方、地域に根差したローカルコンテンツへのニーズ（地域外も含む）は明らか。 ● 一方、サービス全体としての価値を高めるためには、ドラマやバラエティといった消費者の嗜好・ニーズへの対応も必要であり、コンテンツの性質（時事性・創作性や、全編・コーナー等）を踏まえて、視聴者視点に寄り添ったサービス設計と、それを実現する事業者間での公平な表出ルールを検討すべき。

出典：「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14回）資料14-3 三菱総合研究所資料

図表 3-26 放送同時配信等における視聴履歴等の取扱いの適正化に関する調査研究（2）

調査研究項目③（デモサービス実証）放送コンテンツの横断的な配信サービスの将来像（案）	
● 放送コンテンツの流通を促進し、視聴者への多種多様なコンテンツ接触機会の提供・情報的健康に寄与するには、供給者目線だけではなく、視聴者目線に立ち、放送事業者が一丸となって、ローカルプロミネンスの考え方や、レコメンドーションの最適なバランス等を含め、視聴者のニーズやサービス利用フェーズに合わせた仕掛けを設計する必要。	
手段：各放送事業者が提供する放送コンテンツが横断的に表示され、視聴可能なサービス（デモサービス）	
画面構成 サービスの入り口（トップ画面） 役割 多種多様なコンテンツ接触機会提供の観点を満たしつつ、視聴者への関口を広げ、サービス利用につなげる 情報の新規性 ✓ 時事性をもったコンテンツや、視聴者の嗜好以外のコンテンツ（コンテンツとの「偶然の出会い」）等、視聴者にとって新規性のある多種多様なコンテンツを提示すること 例）ニュース（全国・ローカル）/生活情報（ローカル）/越境コンテンツ（ローカル）等のジャンルや、視聴者にとって（喜望の視聴ジャンルやコンテンツとは異なる）セレンディビティ（偶然の出会い）感のあるコンテンツ 等 視聴者嗜好性 ✓ 視聴者の嗜好に沿ったジャンル等、視聴者が関心を持っていることが分かっているコンテンツを提示すること（簡易なリーチを実現するため視聴者によるカスタマイズの実現も有効） 透明性 コンテンツの表示ルールやレコメンドロジック等が透明性をもち、サービスとして信頼できること ➢ 全国/ローカルの違いを踏まえ、適切な機会を公平に提供	入り口以降の画面階層 視聴者のサービス内における回避性（ロイヤリティ）を高める 情報の総量性 ✓ 視聴したいコンテンツが放送局横断かつ、過去や関連コンテンツを含めサービス内で網羅的に表示できること ✓ ジャンルや放送局など、視聴者にとって分かりやすい切り口や並べ方でコンテンツが表示されていること 情報の新規性 ✓ 視聴データ分析等による「視聴していない」コンテンツのレコメンドや、連続視聴機能等による、さらなる新規コンテンツとの出会いの提供を継続して実現すること 情報の検索性 ✓ 簡易かつ高精度な検索機能が具備されていること（視聴したいコンテンツにすぐにリーチできること） 目的：情報的健康の基盤・放送コンテンツの流通促進

出典：「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14回）資料14-3 三菱総合研究所資料

図表 3-27 放送同時配信等における視聴履歴等の取扱いの適正化に関する調査研究（3）

また、官民連携による放送コンテンツのプロミネンスの在り方に関し、諸外国の制度やサービス等を紹介し、各国における検討状況を確認した。

イギリスにおいては、公共サービス放送事業者（PSB）コンテンツがオンライン空間でも優先表示され、視聴者が見つけやすくすることを目的にしたメディア法案が議会に提出された。当該法案において、インターネットに接続して利用するテレビ端末等で提供される「規制テレビジョン選択サービス」において、BBC等の放送事業者が提供する「指定インターネット番組サービス」に対し、適切な程度の顕著性を与えることとされている。⁶

⁶ その後、メディア法案は議会を通過し、令和6年（2024年）5月24日、国王裁可を得て、成立し

Ofcom は今後、規制テレビジョン選択サービス提供者と放送事業者の間で締結する顕著性に関する協定に盛り込むべき事項を示した指針と、規制テレビジョン選択サービス提供者が果たすべき顕著性に関する実施規範等を作成、公表する予定である。

オーストラリアにおいては、2022 年(令和4年)12 月、豪州政府・DITRDCA(インフラ・運輸・地方開発・通信・芸術省)が、「コネクテッドTVに関するプロミネンスフレームワーク提案書」を公表した。同提案書によると、プロミネンスフレームワークは、コネクテッドテレビ上で自国のTVサービスを容易に見つけられるようにすることで、オーストラリアの公共・文化的生活の維持に貢献することを目的としたものとされている。

提案書に対する意見募集を経て、2023 年(令和5年)11 月、議会に「プロミネンスおよびサイフォン防止に関する通信法改正案」が提出された。同案によると、「規制テレビサービス」が、「規制テレビ装置」の主要なインターフェース上において、他のアプリと同一の領域に、他のアプリと同様のサイズ・形状で配置されなければならないとされ、最低限の顕著性要件を満たしていない場合、オーストラリア国内で当該装置を供給してはならないとされている。

また、2024 年(令和6年)2月、豪州政府が、審議中の通信法改正案の審議に役立てる目的で、関連規則「プロミネンス規則案」を公表した。同案によると、「規制テレビ装置」において、「ビデオオンデマンド放送サービス(アプリ)」を目立たせるため、主要ユーザーインターフェース上かつ他のアプリと同一の領域に、他のアプリと同様のサイズ・形状で配置することが最低限の顕著性要件として示されている。

ドイツにおいては 2020 年(令和2年)11 月、「メディア州間協定(Medienstaatsvertrag (MS tV))」が発効された。放送の定義を「電波」から「電気通信」を用いるものと変更し、従来の放送(リニアサービス)とテレメディア(ノンリニアサービス)に関する規制に加え、メディアプラットフォームやユーザーインターフェース等に関する新たな規制を設け、デジタル時代のメディア環境の中で意見の多様性を保障することを目的としている。同協定の第 84 条(UIにおけるファインダビリティ)において、「放送」や「放送に類するテレメディア」等の見つけやすさ等に関する規定がある。

また、2021 年(令和3年)3月、「メディア州間協定」第 84 条第8項等に基づく「メディアプラットフォームとユーザーインターフェースに関する法令(Satzung zu Medienplattformen und Benutzeroberflächen)」が発効された。これはメディアプラットフォーム及びユーザーインターフェースに関する「メディア州間協定」の法的規定の実体上及び手続上の詳細を規定しているものである。

更に、2021 年(令和3年)6月、「公共的価値法令(Public-Value-Satzung)」が発効された。これは「メディア州間協定」第 84 条第8項等に基づくが、意見の多様性(提供物と提供者の多様性)を積極的に保護する役割を果たすことを目的としたものであり、プロミネンスの対象となることを希望する事業者の申請に係る所要の手続き等を規定しているものである。

	イギリス	オーストラリア	ドイツ
制度の目的	● 公共サービス放送事業者（Public Service Broadcaster）が提供するコンテンツ※1がオンライン空間でも優先表示され、視聴者が見つけやすくなること ※1:公共利益を目的として、報道、地域、文化、教育等の番組を提供することがPSBの任務とされている	● 以下の目的で、オーストラリア全土の視聴者が無料放送のテレビコンテンツにアクセスできるようにすること ● 公開討論等、民主的意識決定に関する問題を知らせ民主主義を支援すること、公共的意義のあるコンテンツにアクセスできるようにすること、オーストラリアの多文化社会のコミュニケーションニーズを満たすこと	● メディア州間協定に規定されている世論形成に関連する特定のコンテンツ※10をユーザーインターフェース上で見つけやすくし、多様性を強化すること等を目的 ※10:政治、歴史、地域、欧州、若年層に関する番組等
社会の基本情報、多様な価値感を国民に知らせること			
義務を課される対象	● 「インターネットテレビジョン機器※2」にて提供される「規制テレビジョン選択サービス※3」 ※2:DSIT大臣の制定した規則に定める機器又は機器の組み合わせをいう ※3:英国の相当数の公衆に利用され、DSIT大臣が制定する規則により当分の間指定されるもの	● 「規制テレビ装置※7」の製造事業者又は製造事業者の関連団体 ※7:「ビデオオンデマンド放送サービス」へのアクセスや、視聴覚コンテンツの視聴を容易にすることを主たる目的として設計された装置。最低限の顕著性要件に適合していない場合、当該装置を供給してはならない。また、要件に適合する装置に関して、規制テレビサービス・プロバイダーに料金を請求してはならない	● 「メディアプラットフォーム※11」のユーザーインターフェースのプロバイダー※12 ※11:「放送」、「放送に類するテレメディア」やこれらを制御するアプリを組み合わせた全体的な提供を形成するテレメディア ※12:テレビ受信機メーカーやOS事業者等が念頭とされる
テレビ受信機等上のプラットフォーム事業者			
優先表示の対象	● 公共サービス放送事業者（Public Service Broadcaster）に課せられた任務の履行に大きく貢献するものとして、Ofcomが指定するインターネット番組サービス※4及び放送 ※4:BBC iPlayer等、BBC、ITV、チャンネル4・5等のPSBが提供する動画配信サービス	● 「規制テレビサービス※8」 ※8:豪州放送協会(ABC)、特別放送サービス協会(SBS)、商業テレビ放送免許事業者、コミュニティテレビ放送事業者等が提供する「ビデオオンデマンド放送サービス」や「リニアテレビジョン放送サービス」	● 「放送」、「放送に類するテレメディア※13」、又はこれらを「制御するアプリ」 ※13:ラジオやテレビに形式やデザインが類似し、ユーザーが選択した時間に個別に取得できるコンテンツを有するARDの一部である公共放送の共同テレメディア、ZDFとDeutschlandradioのテレメディア等
放送事業者の「放送」及び「インターネット配信サービス」			
優先表示の手法（ネット配信関連）	● 「インターネットテレビジョン機器」にて提供される「規制テレビジョン選択サービス」にて、「指定インターネット番組サービス」に適切な程度の顕著性を与えること ● 「規制テレビジョン選択サービス」事業者及び「指定インターネット番組サービス」事業者は、Ofcomが規定する「実施規範※5」や「協定の目的に関する指針※6」を参考に、プロミネンスの手法について協定を締結しなければならない ※5:「規制テレビジョン選択サービス」事業者が、利用者に「指定インターネット番組サービス」を提示する方法として推奨する行為を示す規範 ※6:「指定インターネット番組サービス」事業者及び「規制テレビジョン選択サービス」事業者が、「指定インターネット番組サービス」に適切な程度の顕著性を与えるための行動指針	● 「規制テレビ装置」の「主要ユーザーインターフェース※9」において、「ビデオオンデマンド放送サービス」が、他のアプリと同様のサイズ・形状で、同一の領域に配置されなければならない ※9:装置のホーム画面又はメイン画面や、ビデオオンデマンド放送サービスにアクセスするために最も一般的に使用されるメイン・インターフェース。主要UIには、その装置の補助的なハードウェア等は含まれない	● ユーザーインターフェースは、 ・検索機能を提供しなければならない。検索候補を含め、差別的であってはならない ・前面に表示、独立したボタン等で強調されていると、シンプルかつ迅速に見つけやすくなる ・放送等の提供物が他の提供物と同様に簡単・迅速に見つけられることは必要だが、それだけでは十分ではない ・ホーム画面のファーストビューでは、放送全体を見つけやすくないといけない ・デフォルトの設定にかかわらず、ユーザーが提供物等を簡単かつ迅速に並べ替え・整理できなければならない ● 上記は、ユーザーインターフェースの提供者が、実装が技術的に不可能であること、又は著しく不釣り合いな労力であることを証明する場合には適用されない。
民間の協議を尊重			
優先表示の手法について一定の言及			

図表3-28 各国プロミネンス制度の概要⁷

放送コンテンツのプロミネンスは、技術進歩等に応じてその在り方が変わりうること、また、公正取引委員会「コネクテッドTV及び動画配信サービス等に関する実態調査報告書」⁸における、テレビ向けOSレイヤーに対し、インターネット配信サービスの多様性を尊重し、良質なコンテンツを享受することができる環境の整備を図る観点からの取組が望ましい、との言及にも留意する必要がある。

⁷ イギリス及びオーストラリアは審議中の法案を元に作成している。

⁸ <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/mar/240306ctv.html>

＜対応策＞

NHKと民放共同で、放送コンテンツの一覧性を確保した仮想プラットフォームを実現していくに当たっては以下の点等に留意して、政府による実証等を通じて、官民連携による取組を深めていくべきである。

- ・視聴者にとって新規性や多様性のあるコンテンツと、視聴者の嗜好に沿ったコンテンツ、双方の視聴機会を確保する表出のバランス
- ・ローカル局が提供する地域情報等の放送コンテンツに当該地域の視聴者等が容易に視聴できる環境づくり
- ・前二者を実現するに当たって、個人情報保護・プライバシーに配慮した視聴データの取扱いに対する高い受容度やコンテンツへの信頼度の高さを踏まえ、視聴データの積極的な利活用等、放送とインターネット配信が一体となったサービス全体での価値を高める取組を検討すること

プロミネンスの在り方を検討していくに当たっては以下の点等に留意して、まずは、政府による実証等を通じて、放送事業者のインターネット配信サービス、テレビ受信機メーカー、テレビ向けOS事業者等による自主ルール作りを官民連携して進めていくべきである。

- ・放送コンテンツのプロミネンスは、技術進歩等に応じてその在り方が変わりうること
- ・公正取引委員会「コネクテッドTV及び動画配信サービス等に関する実態調査報告書」における、テレビ向けOSレイヤーに対し、インターネット配信サービスの多様性を尊重し、良質なコンテンツを享受することができる環境の整備を図る観点からの取組が望ましい、との言及があること
- ・放送コンテンツに対するプロミネンスの在り方（プロミネンスの対象や範囲等）やその社会的意義を関係者間において意見交換しながら検討を進めること
- ・具体的なプロミネンスの手法については、海外の取組状況を注視しつつ、プロミネンスによって生じ得る国民による放送コンテンツを見る頻度の変化、国民の視聴する情報への受けとめ方等を調査すると共に、我が国における上記の社会的意義を踏まえた対応に対するユーザの受容性やプロミネンス手法の透明性を考慮しながら、手法に対するユーザや関係事業者の理解の醸成を念頭に、講じるべき手法を検討すること

4. おわりに

本ワーキンググループは、2023年（令和5年）10月の第1次取りまとめの公表以降も引続き、デジタル時代における、放送コンテンツの制作・流通を促進するための方策の在り方について議論を重ねてきた。

検討にあたっては、第1次取りまとめにおいて整理した事項の検討を深めていく観点から、大きく3つのテーマに関し、構成員、放送コンテンツ制作・流通を担う放送事業者、番組制作会社、調査会社等からのヒアリングを行い、また、事務局からも検討に資する実態・制度等の紹介を行い、課題を認識し、対応策を議論した。

議論を踏まえ、本取りまとめにおいて示した3点の柱における対応策は、いずれも放送コンテ

ンツの制作・流通を促進に向けて必要不可欠なものであり、今後はこれに基づき、総務省において必要な措置を講じていくことが望ましい。

上記の措置を有効に進めていくために重要な点は、放送業界全体で自らが置かれている状況を正しく把握し、必要に応じ、共同・協調して放送コンテンツの制作・流通に尽力していくことである。また、状況は日々刻々と変化する分野であり、そうした変化に対応すべく、不断の努力を続けることが肝要である。また、国費を投じる措置にあつては、その効果が必ずしも年度単位で発揮されるものではなく、継続的な取組が多いものもあることも念頭におきつつ、当該措置に対する必要性・有効性について検証することにも留意すべきである。

本ワーキンググループとしては、以上の観点を踏まえて、質の高い放送コンテンツが数多く制作され、国内外に幅広く流通され、我が国の放送業界が果たしてきた社会的役割を引続き担い続けていくことを期待したい。