

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

公共放送ワーキンググループ 第23回

2024年7月12日

英国**BBC**の国際放送、商業活動、外部委託等について

報告内容

1. **BBC**の国際放送

2. **BBC**の商業活動

- 商業活動の目的、商業子会社、グローバルリーチ
- 広告事業、プライバシーおよびCookieポリシー
- 広告ガイドライン、広告仕様、FASTサービス事業

3. **BBC**の外部委託

BBC国際放送の区分：公共目的と商業目的

- **BBC**本体が行う国際放送は、公共目的で実施されるもので、テレビ受信料や政府補助金を原資としており、原則、広告は不可。ただし、国務大臣の事前承認があれば可能。
- **BBC**子会社が行う国際放送は、商業目的で実施されるもので、広告は、国内外問わず可能。

主体	区分	内容	財源	広告	名称
BBC PSB (BBC本体)	公共目的	公共放送の使命を負った国際放送	テレビ受信料、政府補助金等	× (国務大臣の事前承認があれば可能)	BBC ワールドサービス
BBC Studios (BBC子会社)	商業目的	英国の文化・価値を世界に伝える国際放送	広告料、サブスク料等	○	BBC World News等

BBCの活動 (BBC特許状 第7条第6項)

- (a) 英国公共サービスの提供
- (b) **ワールドサービスの提供**
- (c) 非サービス活動
- (d) **商業子会社を通じた商業活動**
- (e) 取引活動
- (f) 指定された活動

BBCの資金調達 (BBC特許状 第49条)

BBCの活動には、受信料収入を使用することができるが、以下を含む活動は対象外。

- **商業活動**
- 主に**英国外のユーザーを対象としたサービス**を目的として行われる活動 (ワールドサービスを除く)。
- **広告、購読料、スポンサーシップ、ペーパービューシステム、またはその他の代替資金調達手段によって、全額または一部が資金調達されるテレビ、ラジオ、またはオンラインサービスの目的で行われる活動。ただし、国務大臣が事前に書面による承認を与えれば可能。**

出所：Charter and Agreement、<https://www.bbc.com/aboutthebbc/governance/charter>

ワールドサービスはワールドサービスライセンスにより定義



- ワールドサービスは、ワールドサービスライセンスによって定義され、**BCC**がその内容を設定し、公開する義務を負うが、外務大臣の合意が必要。

ワールドサービス提供に係る規定（BBC協定書 第33条～第36条）

- ワールドサービスは、主に英国外のユーザーを対象とした英語およびその他の言語による放送またはその他の配信、およびサービスの提供で構成される。
- ワールドサービスは、ワールドサービスライセンスで、その権限と範囲等が定義され、BBCが、以下を含む内容を、ワールドサービスライセンスで設定し、公開する。
 - ワールドサービスの目的、優先事項および目標（OPT）
 - ワールドサービスが提供される言語（第33条に基づいて外務大臣と合意）
 - ワールドサービスの予算
 - ワールドサービスが公共目的の促進に貢献し、その目的を達成する方法
 - BBC が適切と考えるワールド サービスに関するその他の事項
- BBCは、ワールドサービスの予算を設定し、そのパフォーマンスを評価する。
- BBCは、設定した戦略と予算を考慮して、外務大臣との間で、(a)ワールドサービスの目的、優先事項および目標、(b) ワールドサービスが提供される言語、について合意する。
- ワールドサービスの目的は、正確性、公平性、公正さという英国の価値観に基づき、質の高いニュース報道、時事問題、事実に基づく番組を、国際的な視聴者に提供することなど、使命の達成と公共目的の促進に貢献するものでなければならない。
- BBCは、BBC特許状および合意書の遵守を条件として、ワールドサービス提供のために他の収入源を得ることができる。
- BBC は、英国外の国々の国際的な動向や状況に関する情報を常に把握し、ワールドサービスの提供を計画し準備するのに必要であると考えられる場合は、外務大臣と協議してそのような情報を入手する必要がある。

ワールドサービスの目的、優先事項および目標

- BBCは、ワールドサービスのグローバルリーチについて、具体的な目標値を定め、達成度合いを評価する。
- 対象となる言語それぞれについて、任務（対象地域と媒体）および照準（視聴対象に沿った番組内容）が定められている。

目的、優先事項および目標ならびに報告 (BBC協定書 スケジュール1)

- BBCは、ワールドサービスの**目的、優先事項および目標 (OPT)**について外務大臣と合意する必要がある。
 - BBCと外務大臣が他の目的に合意する能力を制限することなく、ワールドサービスの目的は、正確性、公平性、公正さという英国の価値観にしっかりと基づき、高品質のニュース報道、時事問題、事実に基づく番組を国際的な視聴者に提供することなど、使命の達成と公共目的の促進に貢献する必要がある。
- 「目的」**： ワールド サービスの中期から長期の野心であり、一般的な言葉で表現され、ワールドサービスによる信頼できるニュースの提供、その任務の達成、公共目的の促進に関連する必要がある。
 - 「優先事項」**： 目的の相対的な重要性の表現である。
 - 「目標」**： ワールドサービスによって提供される公共価値の測定可能な基準である（特に、ワールドサービスが達成する範囲、品質、影響、費用対効果に基づく）。これは、ワールド サービスに設定された目的と優先事項と一致している必要がある。

	OBJECTIVES	PRIORITIES by 2024/25	TARGETS by 2023/24	TARGETS by 2024/25 (indicative) ¹⁰
1	To maximise the editorial impact and influence of the World Service for UK and global audiences, including retaining the footprint of language services and strengthening valued reach in line with its Remit and subject to value for money	Retaining the footprint of the World Service is essential to achieving impact and influence. Key indicators demonstrating the success of the Reach objective include the agility and flexibility of language services, specifically their ability to respond and adapt quickly to changes brought about by world	Total reach: 303m o TV: 105m o Audio: 121m o Digital: 127m Increase reach in the following segments: o Women: 36% o Young (15 – 24): 28% Build stronger audience relationships: <i>valued reach</i> • 34% of total World	Total reach: 306m o TV: 105m o Audio: 113m o Digital: 137m Increase reach in the following segments: o Women: 37% o Young (15 – 24): 29% Build stronger audience relationships: <i>valued reach</i>

(Reach)	Languages	Remit	Aims
	Arabic	Should be available to Arabic speaking audiences around the world, particularly in the Middle East and North Africa, via a 24 hours TV channel and online.	Should aim to meet the needs of Arabic speaking audiences interested in a mix of domestic and international news and current affairs, together with other genres such as debate, arts, business, technology and sport programming.
	Azeri	Should be available to Audiences in Azerbaijan and Azeri speakers around the world as an online service.	Should meet the needs of Azeri speakers by providing a mix of local news from a global perspective and international news and current affairs.

まとめ：ワールドサービスの原資や役割等

■ ワールドサービスに対して商業子会社の収入が間接的に充当

- BBC本体は、ワールドサービスを除いて、英国外のユーザーを対象としたサービスを提供するために、テレビ受信料収入を使うことはできない。
- BBCは、BBC本体として、国際放送であるワールドサービスを行っているが、これはテレビ受信料収入や政府補助金を主たる原資とするもので、原則、広告を行うことができない。ただし、国務大臣の承認があれば、この限りではない。
- 他方で、ワールドサービス提供のためには、他の収入源を得ることができる。実際、BBC商業子会社の商業活動によって得られた収入が、BBC本体に還元されている。こうした商業活動の海外事業の一つが、国際放送であるBBC World Newsで、広告料やサブスク料等が収入源となっている。

配当金（2023年）

BBC Studios : 1億7,600万ポンド（2022年: 1億3,500万ポンド）
 BBC Studioworks : 600万ポンド（2022年: 300万ポンド）

■ ワールドサービスが国際社会で果たす役割の重要性

- 2023年3月、政府は、今後2年間でワールドサービスに対して2,000万ポンドの増額を行うことを発表、英語を含む42の言語で、サービスを維持することが可能となった。
- 政府が増額を決めた背景には、世界のメディアの自由が悪意のある国家権力者によって脅かされていることや、有害な偽情報に対抗するというワールドサービスの役割の重要性が評価されていることが関係している。

■ 政府の外交戦略との関係性

- ワールドサービスライセンスについては、2024年2月、ワールドサービスの「目的、優先事項および目標（OPT）」の見直しについて、BBCと政府との間で合意。
- 対象とする言語等が適宜見直され、（費用対効果の得られないケースに対して）政府補助金が充当されることを踏まえると、ワールドサービスは政府の外交戦略の一部と位置付けることができる。

報告内容

1. **BBC**の国際放送

2. **BBC**の商業活動

- 商業活動の目的、商業子会社、グローバルリーチ
- 広告事業、プライバシーおよびCookieポリシー
- 広告ガイドライン、広告仕様、FASTサービス事業

3. **BBC**の外部委託

BBC商業活動の目的

- テレビ受信料の支払者へ質の高い独自コンテンツを提供するために必要な原資を、商業活動の収益で賄う。
- 商業活動は、公共目的に適合し、商業的効率性を示し、ブランド価値を損ねず、市場を歪めてはならない。

商業運営の目的

- BBC の商業子会社は、BBC の使命をサポートし、BBCグループに収益をもたらすこと。
- 当該企業は、BBC の知的財産の価値を最大限に高め、テレビ受信料の支払者に、高品質で独自のコンテンツを提供するための収益をもたらす、世界の舞台で英国のテレビ業界をサポートすること。

商業基準

- BBC の商業子会社は、視聴者に質の高いクリエイティブコンテンツを提供し、BBCの知的財産の価値を高めるとともに、英国および世界中の幅広いクリエイティブ業界に重要なサポートを提供する。
- 当該子会社は、BBC特許状および協定書に定められた商業基準に従って、世界中で BBC のブランドと評判を促進および保護しながらこれらを行う。
 1. 商業活動はミッションと公共目的に適合していなければならない。
 2. 商業活動は商業的効率性を示さなければならない。
 3. 商業活動は BBC の評判や BBC ブランドの価値を危険にさらしてはならない。
 4. 商業活動は、英国公共サービス、取引活動、または非サービス活動との関係の結果として、市場を歪めたり、不当な競争上の優位性を生み出したりしてはならない。

BBC商業委員会

- BBCの商業委員会は、BBCの商業目標の達成を監督。BBC の全体的な商業戦略に沿った BBC Studiosの目標の達成と、BBC Studioworks について、BBC 取締役会に報告。
- 商業委員会は、BBC 取締役会の非常勤メンバーであるデモン・バッフィーニが議長を務め、6 人の非常勤メンバーと 3 人の幹部で構成。

- BBC Studiosが、国内・海外の商業活動を担っており、広告事業も展開している。

BBC の公共サービス業務を補完する 2 つの完全所有商業子会社

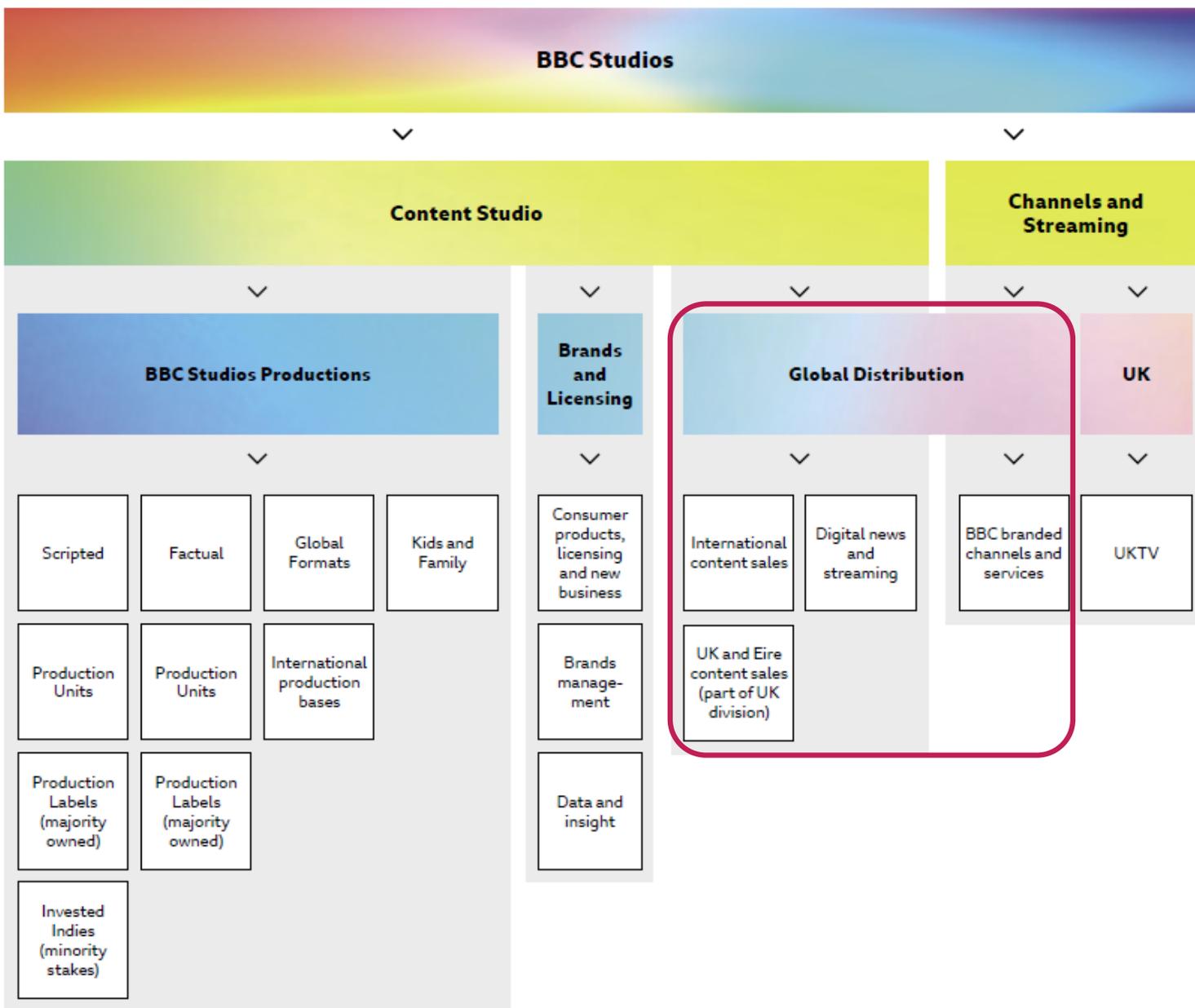
BBC Studios	<ul style="list-style-type: none">➢ コンテンツスタジオと、チャンネルおよびストリーミングの、2つの事業ラインを運営。BBC のスケジュールの中核となるコンテンツの作成、投資、開発、制作、配信を行うほか、複数のプラットフォームにより世界中で配信し、番組資金や現金配当のサポートを通じて、<u>テレビ受信料支払者に、高い価値を還元</u>。➢ BBC が組織の将来の成長に向けてデジタルファーストの変革を推進する中、BBC Studios はデジタルニュースと事実に基づくコンテンツサービスに投資し、視聴者と広告主の両方にとってさらに魅力的なものにし、BBC の<u>トップクラスのジャーナリズムの機会を拡大</u>。
BBC Studioworks	<ul style="list-style-type: none">➢ 英国各地でテレビスタジオの設備、機器、スタッフ、ポストプロダクションサービスを提供。同社は、毎年の現金配当を通じて、英国の公共放送を支援。

BBC Studiosの売上高が過去最高の20億ポンドを突破

- コンテンツスタジオのハイライトには、話題を呼んだ BBC の Happy Valley の第 3 シリーズ、AppleTV+ の画期的な恐竜のランドマーク Prehistoric Planet、Disney+ での Dancing with the Stars のデビューなどがある。
- 通年の売上高は20億9,000万£（2021/22年：16億3,000万£）で、前年比28%増。これは、コンテンツスタジオの好調なラインナップが事業全体に勢いをもたらし、BBC Studiosのプレミアムカタログの売上も押し上げたことが要因。
- 世界的な長期パートナーシップ契約、BlueyとStrictly Come Dancingの好調なブランド、UKTVの市場シェアの拡大も、記録的な売上に貢献。
- BBC Studiosの全制作作品の 39% は、現在サードパーティ向けに制作されており、BBC は英国最大の TV コンテンツ輸出業者であり続けている。
- BBC Studios のコンテンツに対する需要は 1 年を通じて高まり、Apple TV+、Amazon Prime Video、Disney+、Netflix 向けの大型新シリーズなど、BBC 以外の顧客向けに制作された番組が大幅に増加。
- コンテンツへの投資は1億7,700万£（2021/22年：1億9,100万£）で、BBCへの過去最高の利益3億6,200万£（2021/22年：3億5,300万£）に貢献。

出所：BBC Group Annual Report and Accounts 2022/23、<https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/documents/ara-2022-23.pdf>

BBC Studiosの 運営体制



■ 国際的な視聴者へのアプローチ

- BBC Studiosは、英国、その文化、価値観（民主主義、自由、法の支配の重要性）を世界に伝えるために重要な役割を果たしている。
- 英国内外の優秀なクリエイティブ・タレントへの投資、そのサービス、世界中で楽しめる番組の制作と配信を通じて、BBC Studiosは、世界で週に6,300万人の視聴者を獲得している。

■ BBC Studiosの事業規模倍増計画

- BBCの「すべての人に価値を提供する」戦略の一環として、BBC Studiosは、2021/22年から2028年にかけて事業規模を2倍にすることで、世界的な商業的野心を大きく変える長期計画の初年度（2023/24）に着手。
- BBCのブランド、その価値観、知的財産（IP）を中心に構築され、新しい商業ガバナンス、借入限度額の引き上げ、より持続可能な運営への取り組みとともに、BBC Studiosは、クリエイティブなコンテンツ、アイデア、才能に投資することで成長を促進し、テレビ受信料を、より適切にサポートすることを目指す。
- これを実現するために、BBC Studiosは、既存および新規ブランドの拡大と活用、リニアチャンネルのパフォーマンスの維持、消費者向けデジタルサービスの拡大、主要顧客パートナーシップへの投資によって、自社のIPを拡大。
- これにより、短期的にはBBC StudiosのEBITDAに影響を及ぼす可能性がある。これをサポートする活動はすでに開始されており、その中には、ドクター・フーのリーチと野心を高めるためのDisney+とのグローバル契約や、BBCの国際ニュース出力の開発などがある。

出所： <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/documents/ara-2022-23.pdf>

英国、その文化と価値観を、世界に反映

- 世界中の有力者の間で **76% の認知度**を誇る、**英国で最もよく知られた文化輸出品**である BBC のグローバル サービスは、英国にとってかけがえのない資産である（出典：Tapestry Research）。
- 影響力のある世界のユーザーの **60% が**、BBC を視聴することで英国に対する印象がより良くなると回答している（出典：Tapestry Research）。

447m Down 9%

Global weekly reach
Including BBC News
and BBC Studios.

Source BBC Global
Audience Measure

318m Down 12%

**BBC World Service
weekly audience**

Source BBC Global Audience Measure

141m Down 5%

**BBC World Service
weekly digital audience**
(website and social media).

Source BBC Global Audience Measure

411m Down 10%

**BBC News international
weekly audience**

Source BBC Global
Audience Measure

105m Down 19%

**BBC World Service
weekly television audience**

Source BBC Global Audience Measure

No.1

Ranked No.1 for Trust
and Reliability amongst
international news providers.

Source BBC Brand Tracker 2022/23
(ex UK)

121m Down 24%

**BBC World Service
weekly radio audience**

Source BBC Global Audience Measure

63% 21/22 63%

% of UK adults who think
that the BBC is effective at
reflecting the UK to the world
(ineffective 14%. 21/22: 14%).

Source Ipsos UK 16+

36m Up 3%

**BBC Studios' incremental
global weekly reach**
(total reach 63m)

Source BBC Global Audience Measure

■ 国際サービスの広告

- BBC の商業部門である BBC Studios が、国際サービスで表示される広告を担当。
- Cookie とデータの設定によっては、広告の一部が、お客様やお客様の興味について既知または推測される情報に基づいてパーソナライズされることがある。パーソナライズにより、より関連性の高い広告を表示できる。また、広告主からより多くの収益を受け取ることができるため、優れたコンテンツにさらに投資できるようになる。
- お客様が消費しているコンテンツに関連する広告も表示される（コンテキスト広告）。例えば、旅行に関する記事を読んでいる場合は、航空会社の広告が表示されることがある。
- パーソナライズ用の広告プロファイルを作成するには、Cookie によって保存された ID やモバイル広告 ID（モバイル オペレーティング システムによって設定された一意のコード）など、お客様のデバイスを他のデバイスと区別するための一意の識別子IDが使用される。
- ただし、これらのIDが広告がパーソナライズに使用されないように設定することができる。

出所：<https://www.bbc.co.uk/usingthebbc/cookies/how-does-the-bbc-use-cookies-for-advertising/>

広告の二つの管理方法

■ 広告の管理には、自社で行うものと、広告ベンダーによるものがある。

① 契約データ処理業者の協力を得て社内で管理

- 広告は、プライバシー重視の広告プラットフォームの専門企業である Permutive が提供するプラットフォームを使用して社内で管理されている。BBC Studiosは、社内データ管理と広告のパーソナライゼーションのために Permutive と提携しているが、Permutive はデータ処理業者として業務を行っており、自らの目的のためにデータを使用することはない。
- このプラットフォームは、お客様またはお客様のデバイスから収集した当社独自の「ファーストパーティ」データによって運営されている。このデータには、お客様が当社のサービスにサインアップしたときに収集される登録情報（BBC アカウントなど）、お客様が当社のサービスを使用する際に消費する内容に基づくデータ（読んだ記事、クリックした広告など）、技術情報（ブラウザ、デバイス、インターネット サービス プロバイダーなど）、お客様の所在地（国レベル）が含まれる。次に、このデータを使用して、お客様を共通の特性（年齢、興味）を持つ他のユーザーとコホートに分類する。これらのコホートは、お客様に表示する関連広告を選択するために使用される。
- 当社は、広告主クライアントと直接連携して、クライアントが独自の顧客データを使用して広告をパーソナライズできるようにしている。クライアントは、データを既知の顧客と照合したり、類似した特性に基づいて「類似」顧客を探したりしてこれを行う。これを行う際、当社は専門技術を使用してデータを分離し、安全を保つ。このプロセスを通じて、当社独自のデータセットを、直接共有したり、強化したりすることはない。
- 当社は専門家と協力して、実際の間人（ボットではない）が広告を視聴していることを確認し、当社のウェブサイトが安全であることを確認している。
- 当社は、お客様の登録データまたは「コホート」を、広告主やその他の人物（当社の指示に従ってデータを処理する契約サプライヤーを除く）と共有することはない。

② 自動広告取引およびパーソナライゼーション

- 当社および当社の広告主は、様々な広告およびデータ会社（「広告ベンダー」）と連携して、パーソナライズされた広告とパーソナライズされていない広告の両方をお客様に表示する。
- これには、オンラインオークションで、当社の広告スペースを販売し、広告を選択して配信し、広告をパーソナライズするために必要なデータを収集して管理する、専門プラットフォームおよびネットワークが含まれる。通常、これらの会社は、個別のデータ管理者として機能しているか、当社ではなく広告主クライアントの指示に従って機能している可能性がある。
- 広告ベンダーは、お客様のデバイスによって共有されたデータと、お客様のインターネット閲覧から推測されたプロフィールデータ、およびお客様について保有している可能性のあるマーケティング情報を使用している。

出所：<https://www.bbc.co.uk/usingthebbc/cookies/how-does-the-bbc-use-cookies-for-advertising/>

広告ベンダーの事前承認

- **BBC Studios**は、国際サービス全体で広告を配信するために、多数の広告ベンダーと契約している。これらの企業は、お客様に関する収集および使用するデータについて個別に責任を負い、別々の「データ管理者」である。
- 当社は、事前承認された専門企業が、当社の広告主に代わって、限定された目的で、**Cookie**またはピクセルを使用することを許可している。当社は、これらの専門企業が、当社の品質基準を満たしていることを確認した上で、事前承認リストに掲載する。
- 当社のサイトで活動しているベンダーは、随時変更される可能性がある（商用クッキー設定プラットフォームでサードパーティのリストを確認のこと）。

出所：<https://www.bbc.co.uk/usingthebbc/cookies/how-does-the-bbc-use-cookies-for-advertising/>

BBC Studiosが提携している サードパーティ

Advertising exchanges and personalisation

- [Google Ads](#)
- [Index Exchange](#)
- [Magnite](#)
- [OpenX](#)
- [Ozone](#)
- [PubMatic](#)
- [TripleLift](#)
- [Teads](#)
- [Xandr](#)

Podcast in-stream advertising

- [Acast](#)
- [Spotify Ad Analytics](#)
- [Chartable](#)

Email advertising

- [LiveIntent](#)

Personalised content recommendations

- [Taboola](#)

Ad performance, measurement and fraud

- [Integral Ad Science \(IAS\)](#)
- [ComScore](#)
- [Nielsen](#)

£ B3.2 Income from contracts with customers

2023	Note	PSB Group £m	Studios Group £m	Other Commercials £m	Intra-group eliminations £m	Group £m
Income streams						
Content and format sales		18	452	–	(20)	450
Production income		39	984	41	(369)	695
Royalties		82	58	–	(56)	84
→ Advertising income		3	→ 295	–	–	298
Subscription fees		–	208	–	–	208
Consumer products		17	91	–	(1)	107
Other contract income		39	–	–	(28)	11
	B1, B3.1	198	2,088	41	(474)	1,853
Timing of transfer of goods and services						
At a point in time		132	1,803	–	(433)	1,502
Over time		66	285	41	(41)	351
	B1	198	2,088	41	(474)	1,853

出所 : <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/documents/ara-2022-23.pdf>

顧客との契約による収入

広告収入は2.95億£（約600億円）、BBC Studiosグループ全収入の約14%を占める。

<概要>

- BBCは、コンテンツを出す自社サイトや外部サイトでcookieやデータを取得している。
- 「BBCプライバシー及びクッキーポリシー（英国外）」において、収集する可能性のある情報、収集した情報の使用目的、連絡するために必要な情報、BBCが他者と共有する可能性のある情報、BBCへの個人情報提供に関する選択、について定められている。
- 個人情報の使用目的の一つには、BBCのサービスで広告を表示して、その効果を把握することが含まれている。
- BBCは広告会社やデータ会社と協力して、パーソナライズされた広告も販売しているが、これらの企業が別個のデータ管理者として機能している、あるいは、広告主に代わって顧客データを管理している（BBCは自らの顧客のアカウントデータを、これらの企業とは共有していない）。

BBC プライバシー及びCookieポリシー（英国外）



■ ポリシー内容

- 顧客について収集する可能性のある情報
- その情報の使用方法
- 顧客情報の詳細を使用して顧客に連絡を取る場合
- 顧客のどのような情報を他者と共有するか
- 顧客が当社に提供する個人情報に関する顧客の選択

■ ポリシーの対象範囲

- BBC.com、国際 BBC ウェブサイト、国際 BBC ニュースおよび BBC スポーツ アプリ。
- これらは BBC Studios が運営する商用サービスで、英国外でウェブサイトやアプリを使用する場合、BBC Studios が通常、顧客情報の管理者となる。
- 顧客が使用する可能性のある機能の一部は、PSB によって提供される。例えば、BBC Sounds や BBC News で読む記事などである。これらの機能には、パーソナライズが含まれる場合や、BBC PSB がサービスが世界中でどのように使用されているか、またサービスをどのように改善できるかを理解するのに役立つデータを収集する場合がある。

■ ポリシーの対象外

- BBCのサービスは、他のサイトで公開されている記事など、他社のサービスにリンクしている場合がある。これらの企業には独自のプライバシーポリシーとCookieポリシーがあるため、顧客が提供した情報はBBCポリシーではなく、各社のルールに従う。
- Facebook や Apple News の BBC News コンテンツなど、他の場所からBBCのサービスにアクセスできる場合もあるため、各社のプライバシーポリシーを確認し、顧客情報がどのように使用されるかの確認を推奨する。

BBC プライバシー及びCookieポリシー（英国外）

■ BBCが収集する個人情報

a. 顧客から提供される情報

- 顧客の行動に応じ、顧客の名前と連絡先、または生年月日。顧客から提供される情報には、顧客がBBCと共有するコメントやビデオクリップ（「作成物」）の情報（作成物に登場する人物の名前など）が含まれる場合がある。
- BBCアカウントに登録したり、詳細や設定を更新したりすると、メールアドレス、国、年齢などの個人情報を尋ねる。

b. デバイス情報

■ デバイスの種類

- コンピューター
- 携帯電話
- タブレット

- BBCアカウントにサインインしていない場合でも、これらのデバイスや Web ブラウザーから、一部の技術情報を自動的に収集する。これには次の情報が含まれる場合がある。

- IP（インターネット プロトコル）アドレス
- デバイス ID
- アプリ ID
- ベンダー ID
- 広告 ID

英国内では、位置情報も収集対象

c. BBC 外での顧客の活動に関する情報

- 例えば、Twitter の投稿でBBCについて言及した場合、BBCは顧客の Twitter ハンドルを収集する。

d. 顧客がBBCのサービスをどのように利用しているかに関する情報

- 例えば、顧客が読んだ記事など。

BBC プライバシー及びCookieポリシー（英国外）

■ BBCが個人情報を使用する目的

- a. サービスを提供し、そのサービスに関する情報を提供する
- b. ニュース、オファー、プロモーションに関するメールを顧客に送信
- c. 顧客のリクエスト、苦情、お問い合わせに対応する
- d. 顧客の体験とマーケティング コミュニケーションをパーソナライズする
 - BBC アカウントを使用すると、BBC のオンライン体験をパーソナライズできる。そのためには、アカウントを作成するときに「パーソナライズを許可する」をオンに設定する。
 - オンライン サービスの利用方法に関する情報は、顧客の体験と、BBCの広告をパーソナライズするために、顧客がBBCに提供するその他の情報と結び付けられる。
 - こうした設定を望まない場合は、アカウント設定でいつでもパーソナライズをオフにすることができる。
- e. BBCのサービスで広告を表示し、その効果を把握するため
 - 広告の一部は、顧客向けにカスタマイズされる場合がある。このために、顧客のBBC アカウント情報を使用する場合がある。例えば、顧客の年齢や登録した国に基づいて、広告を表示する場合がある。
 - 顧客がアカウント情報をこのように使用することを望まない場合、アカウント設定でカスタマイズをオフにすることができる。
- f. ソーシャルメディアで顧客にBBCの製品やサービスを宣伝するため
- g. 顧客がどのようなサービスを利用するかを把握するため
 - 顧客が他の人と情報を共有する方法を把握するため
- h. 顧客が興味を持つと思われるものを推奨するため
- i. BBC が調査と革新を行えるようにするため
 - 顧客はモルモットではないが、顧客がBBCのサービスをどのように利用しているかを知ることによって、次の大きな技術革新につながる可能性がある。
- j. 様々なことについて顧客に連絡するため

■ BBCが個人情報を他社と共有するとき

a. あなたが何かを公開したとき

b. BBCが他の企業を利用して、BBCのサービスを強化したとき

c. 広告会社が広告スペースを購入し、広告をパーソナライズしたとき

- BBCは、様々な広告会社やデータ会社と協力して、広告を販売および配信し、その成果を追跡する。これらの広告の一部は、パーソナライズされている。通常、これらの企業は、別個のデータ管理者として機能し、または当社ではなく広告主クライアントに代わって、顧客データを管理する場合がある。BBCは顧客のアカウントデータを、これらの企業と共有しない。

d. BBC 系列の企業と個人情報を共有する場合

- BBC Studios と BBC PSB は、BBC アカウントなどの機能や、BBC サービスが世界中でどのように使用されているかの理解に協力している。つまり、一部の情報はBBC間で共有されている。

e. 共同研究を行う場合

- BBC PSB は研究パートナーと協力することがある。BBCは時折、これらのパートナーとデータを共有する。これには、顧客について収集した情報が含まれる場合がある。ただし、共有する内容と BBC 研究パートナーがそれを使ってできることについては注意を払っている。

f. 法律により、顧客の情報を他の組織に渡す必要がある場合がある

■ 顧客の権利

- パーソナライズされた広告の Cookie やその他の追跡をオプトアウトする
 - サインインしたユーザーは、アカウント設定でパーソナライズをオフにすることで、登録データを広告目的で使用しないようにオプトアウトすることもできる。
 - カリフォルニア州にお住まいの場合：
 - BBCは、パーソナライズされた広告を表示するために、広告会社があなたの IP アドレス、デバイス情報、場所、閲覧データなどの限られた量の情報を収集することを、許可している。
 - この種のデータを共有することは、カリフォルニア州消費者プライバシー法 2018（「CCPA」）の目的において「個人情報」の「販売」とみなされる可能性がある。
 - 個人情報の今後の「販売」をオプトアウトすることができる。

■ Cookieの使用

b. クッキーやその他のトラッキングを使用する理由

- ユーザーに関する情報を記憶し、再度情報を提供しなくても済むようにするため。
- デバイスが変わってもサインインしたままにするため
- ユーザーがサービスをどのように使用しているかを把握し、サービスを改善するため
- 広告を配信するため
- ユーザーの好みや設定を記憶して、BBC をユーザーに合わせてカスタマイズするため
- メールが読まれたかどうか、また、ユーザーがメールを役に立ったかどうかを知るため

BBC商業サービス向け広告およびスポンサーシップガイドライン

広告原則

- 2.1 BBC** の商業サービスにおけるすべての広告は合法でなければならない。地域によって異なる可能性がある、適用される広告法および規制に、従う必要がある。特定の地域で許容される基準を決定する際には、現地の市場慣行を考慮する必要がある。**BBC** は常に市場のベストプラクティスの最高水準に位置づけられるよう努める必要がある。例えば、英国では、雑誌や **Web** サイトは広告基準局 **CAP** コードに従う必要がある。
- 2.2** 広告は誤解を招いたり、有害であったり、不快なものであってはならない。不快または有害な内容の掲載から一般の人々を適切に保護するために、すべての広告内容には一般に受け入れられる基準を適用する必要がある。
- 2.3** 広告は **BBC** の評判を落としたり、**BBC** ブランドの価値を危険にさらしたりしてはならない。広告は、次の条件を満たしていなければならない。
- a) 対象視聴者に適するものであること
 - b) BBC ブランドに対する消費者の期待に応えること
 - c) BBC の公平性、編集の誠実性、独立性を損なわないこと
- 2.4** すべての広告は、編集コンテンツとは区別して、商業コンテンツとして、明確に提示する必要がある。広告関係の性質は透明でなければならない。視聴者が商業メッセージを見ていることが明確にわかるようにする必要がある。秘密の広告やサブリミナル広告は禁止されている。
- 2.5 BBC** は、すべての編集コンテンツに対して、独立した編集管理権と責任を保持する必要がある。広告主は、**BBC** の責任と編集の独立性を損なうような方法で、コンテンツに影響を与えてはならない。
- 2.6** 広告の取決めには**BBC**によるいかなる推奨も含めてはならず、**BBC**が推奨しているかのような印象を与えてはならない。
- 2.7** 同じ広告が**BBC**のサービスに何度も登場する累積的效果によって、**BBC**の公平性、編集の誠実性、独立性が損なわれてはならない。

BBC商業 サービス向 け広告及び スポンサー シップガイ ドライン



Contents

01 <small>03 – 05</small> Introduction	02 <small>07 – 18</small> Advertising
03 <small>19 – 23</small> Advertisement Features	04 <small>25 – 32</small> Sponsorship
05 <small>33 – 39</small> Children's Content	06 <small>41 – 45</small> News and Current Affairs Content
07 <small>47 – 49</small> Syndication	08 <small>51 – 54</small> Programme and Format Sales
09 <small>55 – 59</small> Meanings	

June 2019 edition

広告仕様例：FASTチャンネル



■ 広告仕様

- BBCは、BBCのブランドとプラットフォームのポートフォリオ全体にわたる、広告ソリューションの包括的な仕様を提供（TV、Websites、AppsおよびOff-Platform）。

TV

BBC News

Downloadable forms:

[New centralised hub for TV advert delivery](#)

[BBC News advertising delivery specs](#)

Other channels:

[BBC Fast Channel](#)

BBC Earth TV Asia

Downloadable forms and Rate Cards:

[BBC Earth TV Asia ratecard](#)

HD Tech Specs

[Download the HD specs here](#)

Programme content layout

[Download the programme content layout](#)



FAST Channel - BBC studios 3rd Party Hosted Video Traffic Instructions				
*ALL TAGS MUST BE SSL COMPLIANT (HTTPS INSTEAD OF HTTP)				
THIRD-PARTY TAGS MUST BE ABLE TO SERVE VIA SSL (HTTPS://).				
ALL SUBSEQUENT CALLS TO THIRD PARTIES AFTER THE INITIAL AD REQUEST MUST ALSO USE SSL				
VAST TRANSCODES:	VAST 2.0 REQUIRED for Web, App, and CTV: H.264 (MP4) assets must be included in the VAST Tag & we only accept 1 VAST Tag per creative length. A minimum of three different bit rates need to be included. Recommended bit rates are below:			
Bit Rate	Codecs	Min Dimensions	Max File Size	
8-30 Mbps	H.264 (MP4)	1920x1080	1.7 GB Max	
*Required for OTT and SSAI environments				
Transcodes listed below are required in all VAST 2.0 Tags:				
Bit Rate	Codecs	Min Dimensions	:15	:30
Accepted				
3000 kbps +	H.264 (MP4)	1280 x 720	:15 - 4.5 MB	:30 - 9 MB
1,200 kbps +	H.264 (MP4)	854 x 480	:15 - 3.5 MB	:30 - 7 MB
500 kbps +	H.264 (MP4)	640 x 360	:15 - 1.8 MB	:30 - 3.5 MB
Audio Codec	<ul style="list-style-type: none"> • Peak audio range between -12db and -24db Stereo • 44.1 - 48 kHz sampling rate AAC-LC 			
VPAID 2.0 (NO LONGER ACCEPTED)	Will no longer be able to accept VPAID tags. We ask that you can please provide us with one cross-platform VAST 2.0 tag. This tag will be able to run across FAST partners inventory that have platforms such as Web, APP, CTV.			
Aspect Ratio	16x9			
Ad Dimensions	<ul style="list-style-type: none"> • 1920 x 1080 • 1280 x 720 • 854 x 480 • 640 x 360 			

■ FAST (Free Ad-supported Streaming TV Services) チャンネル市場でのシェア拡大

- BBC Studiosは2023年、無料広告付きテレビ (FAST) チャンネル市場でのシェアを拡大し、現在、北米で12チャンネル、EMEAで10チャンネルの、FASTチャンネルを提供している。
- これらを含めると、Samsung TV Plus、Roku、Amazon Freevee、楽天などの主要プラットフォームで、6,000エピソード以上のコンテンツを配信している。
- 2022年は米国のすべての主要コンテンツプラットフォームにとって厳しい年であったが、BBC Americaは引き続き好調な収益とキャッシュを生み出し、主な番組にはMood (BBC Three) やFrozen Planet II (BBC One) などがある。

■ 米国市場のCTV/FASTプラットフォームでBBC Newsチャンネルを開始

- AMC Networks と BBC グループの商業子会社である BBC Studios は2024年3月13日、さまざまな主要 CTV/FAST プラットフォームで新しい 24 時間ライブ ニュース チャンネルとして BBC News を開始することを発表。最初の開始パートナーは、Pluto TV、Samsung TV Plus、Xumo Play、VIZIO WatchFree+、Sling Freestream、Plex。
- AMC Networks は、BBC Americaとのジョイント・ベンチャーを通じた、米国における BBC News の配信および販売代理店。
- BBC NewsのCTV/FASTでの配信は、DIRECTV、Comcast の Xfinity、Charter の Spectrum、YouTube TV、Philo、DISH などの有料テレビプラットフォームでの既存の広範な配信を補完するもの。BBC Newsの番組には、Verified Live、BBC News America、Newsday、Influential with Katty Kay、World Business Report などの人気の主力番組に加え、引き続き人気の The Travel Show、Click、BBC Documentaries が含まれる。
- 公共サービスの使命と、公平性への取り組みを原動力とする、BBC News チャンネルは、BBC だけが実現できる方法で、最新ニュースや世界的に重要な瞬間を、24 時間年中無休で報道している。BBC Newsは世界で最も信頼されている国際ニュース放送局であり、BBCの最高のジャーナリズムとストーリーテリングを世界中から伝えている。
 - 「BBC にとって重要な節目。独立したニュースや情報へのアクセスが、これまで以上に重要になっているこの時期に、米国での BBC News チャンネルの現在のリーチと可用性が、2 倍以上に拡大するからである。BBC ニュースのプリントを拡大し、BBC のジャーナリズムを、この地域のより幅広い視聴者に届け続ける中で、多くの主要な CTV/FAST プラットフォーム パートナーのサポートを得て、このチャンネルを立ち上げることができて誇りに思う。」
(Tara Maitra, Chief Commercial Officer, Global Media & Streaming, BBC Studios)

出所： <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/documents/ara-2022-23.pdf>
<https://www.bbcstudiospressroom.com/press/bbc-news-channel-launches-on-leading-ctv-fast-platforms/>

報告内容

1. **BBC**の国際放送

2. **BBC**の商業活動

- 商業活動の目的、商業子会社、グローバルリーチ
- 広告事業、プライバシーおよびCookieポリシー
- 広告ガイドライン、広告仕様、FASTサービス事業

3. **BBC**の外部委託

外部委託に関する現行規定

- **BBCは番組（国際放送番組を含む）の制作の外部委託を推進。**
- 外部委託には、**独立制作枠**と**競争枠**があり、独立制作者を支援しながら、**BBCと外部制作との競争を確保。**
 - **独立制作枠**：「2003年通信法」により、国務大臣が命令により指定できるテレビ番組（「適格番組（qualifying programmes）」と称され、BBC協定書でBBC OneおよびBBC Twoが指定）の総時間数の25%を**独立制作（放送事業者と関係を持っていない独立系）**に割当て。
 - BBC One：スコットランド、ウェールズ、北アイルランド向けと、イングランド地域とチャンネル諸島向けのジャンル混合チャンネルで、一般視聴者向けに幅広い番組を提供している。
 - BBC Two：ウェールズ版と北アイルランド版があるジャンル混合チャンネルで、一般視聴者向けに幅広い番組を放送するが、特にドキュメンタリー番組、革新的なコメディ、ドラマに重点を入れている。
 - **競争枠**：2027年12月末までに、「関連するテレビ番組」の全ての放送時間を、BBC商業子会社（BBC Studios）と**外部制作者（独立系か否かを問わない）**との競争によって割当て。
 - BBCは、BBC Studiosと外部制作者との間で、番組制作の権利について、**公正、合理的、非差別的かつ透明性のある基準をもって、競争入札を行い、評価**しなければならない。
 - 「関連するテレビ番組」とは、英国公共サービスに含まれる全てのテレビ番組を意味するが、①独立制作の番組、②ニュース及びニュース関連の時事番組、③BBCが費用対効果が得られないと判断した番組、を除く。

＜独立制作枠＞ 独立制作向けに確保される番組（BBC2017年協定書 スケジュール3 第6条）

「2003年通信法」（スケジュール12：独立制作枠）に基づき、BBCは毎年、テレビ放送サービスに含まれる**適格番組（BBC OneおよびBBC Two）**の放送に割り当てられた**総時間数の25%以上**を、多岐にわたる多様な**独立制作**の放送に割り当てなければならない。

＜競争枠＞ テレビ、ラジオおよびオンライン制作（BBC2017年協定書 スケジュール3 第7条）

区分	期限	競争目標	達成状況（2022年12月末）
テレビ	2018年12月31日	ドラマ、コメディ、エンターテインメント、ファクチュアル番組の放送時間の40%	—
	2019年12月31日	子供番組、スポーツ番組、ニュース以外の時事番組の放送時間の100%	—
	2027年12月31日	全ての「関連するテレビ番組」の放送時間（100%）	63%
ラジオ	2022年12月31日	放送時間の60%以上	62%（達成済）
オンライン	2027年12月31日	関連オンライン素材の100%	80%

テレビ番組制作における完全競争への取組み

- 独立制作枠（25%）は維持する一方、2007年BBC協定書が規定していた自社制作比率（50%）を廃止して、競争枠を通じた完全競争へ移行（詳細な経緯は、31ページを参照）。
 - ※ 自社制作とは、BBCの社内制作施設を通じて制作された番組。
- ただし、2017年BBC協定書の規定（BBCのニュースおよびニュース関連の時事番組は、完全競争のアプローチの対象外）に基づき、BBCは同社が定める委託手続き枠組みにおいて、PACT（映画テレビプロデューサー連盟）との合意の下、ニュースおよびニュース関連の時事番組は、自社制作に40%、独立制作に40%を確保し、残る20%を完全競争に開放すると定めた。

BBC委託手続き枠組み（BBC Commissioning Process Framework）

3 テレビ番組の完全競争への取組み

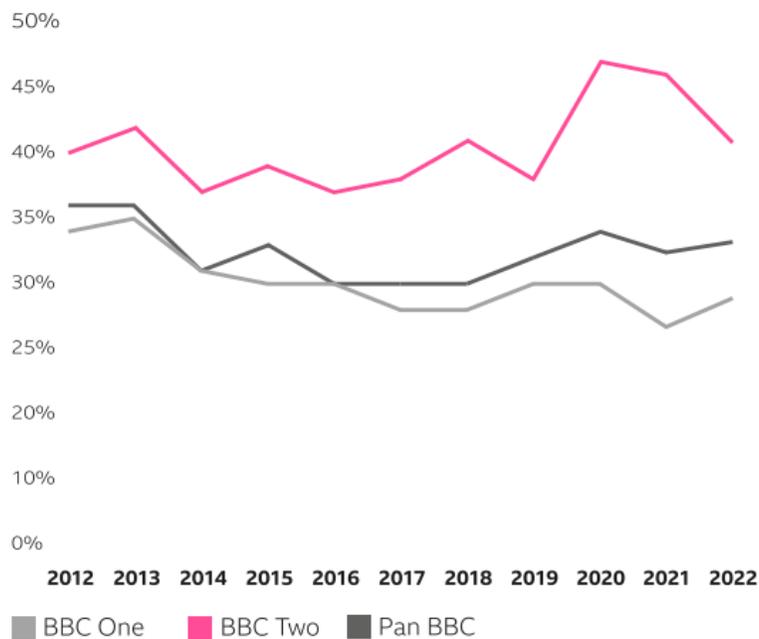
- 3.1 BBCは、費用対効果を考慮しつつ、2016年12月のBBC協定書に記載されているとおり、テレビ番組の完全競争を実施することに取り組む。
- 3.2 BBCは、引き続き独立制作割当て（BBC One、BBC Two、および全てのBBC テレビサービス）を満たすが、既存の自社制作保証（in-house guarantee）は全て廃止する。BBCは、国や地域での制作に対する取り組みも引き続き満たす。
- 3.3 完全競争への取組みは、BBCにとって大きな変化であり、2015年12月にBBCが映画テレビプロデューサー連盟（Producers Alliance for Cinema and Television : PACT）と最初に取り組んだ取組みよりもさらに進んでおり、十分な移行期間が必要になる。
- 3.4 BBCは、2018年12月31日までに、ネットワークのドラマ、コメディ、エンターテインメント、ファクチュアル、デイトムの自社制作保証時間の少なくとも40%を競争に開放する必要がある。これに続いて、BBCは特許状期間の終了までに100%の競争を達成する。BBC理事会が費用対効果の理由で例外を特定しない限り、既存の自社制作保証番組は全て完全競争の対象となる。
- 3.5 BBCは、BBC理事会が費用対効果の観点から例外を認めない限り、2019年までに子供向け番組、スポーツ番組、ニュースに関連しない時事番組では、完全な競争が行われるようにする必要がある。
- 3.6 BBC協定書では、BBCのニュースおよびニュース関連の時事番組は完全な競争のアプローチから除外されるべきであると規定されている。ネットワークニュース関連の時事番組については、BBCはPACTと合意した取決めを実施することに尽力する。つまり、40%の時間は自社制作に、40%の時間は独立系プロデューサー用に確保し、残りの20%は完全な競争に開放する。
- 3.7 BBC理事会は、上記の規定に沿って競争を実施するための計画が確実に実施されるようにする。

出所：September 2017, BBC Commissioning Process Framework、<https://downloads.bbc.co.uk/commissioning/site/bbc-commissioning-process-framework.pdf>

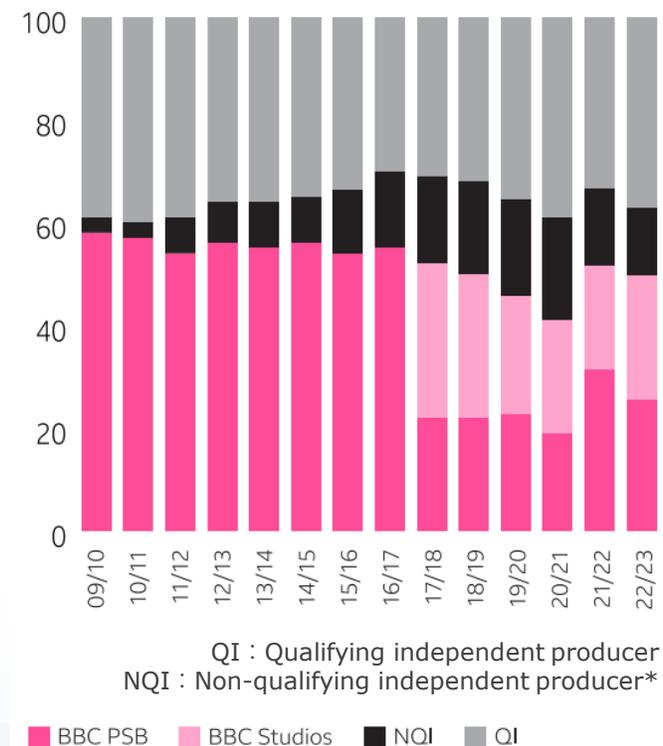
外部制作比率の実際

- 独立制作枠： 独立系の制作番組が占める割合は全体で**33%**で、**BBC One**では**29%**、**BBC Two**では**41%**。
- 競争枠： 全体の番組の**63%**、子供向け番組の**82%**が、競争入札によるもの。

Independent production quota



Levels of business – trend



外部制作（QI：適格独立制作会社およびNQI：非適格独立制作会社）のレベル

*Ofcomが定義する非適格独立制作会社（NQI）とは、放送事業者の従業員であるか、放送事業者の株式を25%以上保有しているか、英国の単一の放送事業者が25%以上（または英国の複数の放送事業者が50%以上）の株式を保有しているか、制作契約によって放送事業者の制作施設を使用しているか、他の放送事業者の制作施設を使用しないことを義務付けられている制作会社。

（補足）TV小規模インディーズ基金

BBCは、ドラマ、コメディ、エンターテインメント、ドキュメンタリー、デイトム、子供向け番組を含む48の会社を小規模インディーズ基金に選出。当該基金は、小規模会社を支援するために100万ポンドの開発費を調達。2022年末までに、前年度選出された50社は、53件の新規委託を獲得しており、さらに多くのアイデアが現在も開発中で、シリーズの再委託も含まれる。委託作品には、コースト・トゥ・コースト・フード・フェスティバルがあり、フリエル・キーンとアリーキャッツは映画制作を委託された。アリーキャッツは、BBC Twoのクライヴ・マイリーのイタリア・ロードトリップの制作も委託された。

自社制作比率を廃止し、外部との競争を促進して、BBCの番組制作の競争力を確保

- 2007年のBBC協定書に基づき、BBCは、①自社制作比率：50%、②独立制作者比率：25%、③創造的競争の窓口（WoCC：Windows of Creative Competition）比率：25%、の番組制作割当て義務を負っており、二年ごとの見直しが義務付けられていた。
 - ※ WoCCとは、独立枠の25%（「2003年通信法」規定）と自社枠の50%（2007年BBC協定書規定）の対象外の枠のことで（残りの25%）、自社（BBC）および外部制作者（独立系プロダクション（放送事業者と関係を持っていない企業）であるか否かを問わない）を対象とした競争入札を通じて、番組を割り当てるもの。
- BBC Trust（当時のBBCの監督機関。現在はOfcomに監督機能を移管）による2015年の見直しの結果、**番組制作市場の変化**として、中小企業であった独立系プロダクション部門の大幅な成長や、M&Aによるプロダクション部門の統合の増加等があり、その結果、少数の大手の非独立系プロダクションがWoCCの大部分を獲得するようになり、WoCCにおける中小の独立系プロダクションへの割当てが減少するリスクが生じる等、WoCCがかつてのように効果的で幅広い創造的な競争を刺激しておらず、長期的に維持できないと判断した。そのため、BBCは自社制作枠を削減／撤廃し、従来の自主制作枠を競争枠に組み込んで、自社と外部との競争入札による割当てを拡大した。
- 他方で、**番組供給におけるパワーバランス**が、放送局から大手グローバル制作会社へとシフトしており、英国の視聴者が期待する番組を適正な価格で確保することができなくなる懸念等が指摘されたことから、BBCはBBCの番組制作の競争力を高めるため、当時のBBC Worldwide（販売・配給部門）とBBC Studios（コンテンツ制作部門）を統合し、新たに「BBC Studios」として再編することとなった。これにより、BBC Studiosは、BBCグループ向けと英国および国際的な他の放送局向けの番組を制作する組織となり、BBCはBBC Studiosと外部制作者（独立系プロダクションまたは非独立系プロダクション）との競争を通じて番組調達を行うことになった。
- 同結果は、現行の2017年のBBC特許状及び協定書の内容に反映されることとなった。

出所：BBC Trust, The Operation of the Window of Creative Competition (WOCC), First Biennial Review by the BBC Trust, July 2008

https://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/review_report_research/wocc/trust_report.pdf

BBC Trust, The supply arrangements for the production of the BBC's television content, radio content and online content and services, June 2015

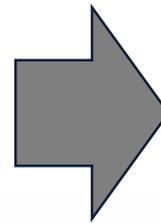
https://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/our_work/content_supply/2015/content_supply_review.pdf

外部委託に係る規定の変更

- 「2003年通信法」(スケジュール12)により、BBCが提供するテレビ放送サービスに含まれる適格番組の総時間数の25%以上が、独立制作に割り当てられるようにする義務を負う。
- 2007年BBC協定書では、総関連放送時間の50%を独立制作またはWoCC(創造的競争の窓口)を通じて制作された番組に割り当て(第54条)、残りの50%を自社制作による番組に割り当てる(第56条)。
- 2017年BBC協定書では、適格番組における独立制作枠を25%以上と規定。一方で、ニュースおよび関連時事番組における自社制作比率のみを残して自社制作枠を廃止し、ニュースおよび関連時事番組の独立制作割当てを除いて、その他残りの放送時間は全て競争入札により割り当てる。

【2007年BBC協定書】

総関連放送時間(英国公共テレビサービス)	独立制作枠: 25% (適格番組: BBC One、BBC Two)
	創造的競争の窓口 (WoCC): 25%
	自社制作枠: 50%



【2017年BBC協定書】

適格番組時間 (BBC One、BBC Two)	独立: 25%
ニュースおよび関連時事番組時間	自社: 40% 独立: 40% 競争: 20%
上記の独立、自社割り当て以外の関連するテレビ番組(英国公共サービス)時間	競争: 100% (~2027年12月)



一般財団法人

マルチメディア振興センター

Foundation for MultiMedia Communications