

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24回

2024年8月22日

諸外国の公共放送の国際放送、商業活動、
インターネット配信等について

報告内容

1. イギリス
2. ドイツ
3. フランス
4. 韓国

各組織の概況



	イギリス		ドイツ	フランス	韓国	
組織	BBC PSB	BBC Studios	Deutsche Welle	France Media Monde	KBS	韓国放送交流財団
区分	公共放送	商業放送	公共放送（国際）	公共放送（国際）	公共放送	公共放送（国際）
根拠法令等	BBC特許状、BBC協定書	BBC100%子会社	ドイチェ・ベレ法	放送基本法、政府との協約	放送法第43条	民法第32条、政府による海外広報放送運営主体指定等
国際放送サービス	BBC World Service	BBC World News	DW News	France24	KBS World	アリラン国際放送
対応言語（テレビ以外も含む）等	42言語	200以上の国・地域（英語）	32言語	約20言語	13言語	8言語
財源	受信許可料、政府補助金等	制作収入、広告収入、サブスク料等	政府補助金、広告収入等	政府補助金、広告収入等	受信料、広告収入、政府補助金等	広告収入等
広告可否	原則不可	可	可	可	可	可
広告収入（比率）	300万£（1.5%）	2億9500万£（14%）	610万€（1.2%）	510万€（1.8%）	1967億₩（14%）	—
民間放送事業者との共同事業への支出	有：Freely（ITV、Channel 4、Channel 5）	有：BritBox（ITV）	無	無	無	無
FASTサービス提供	—	○	準備中	○	×	○
外部の配信PF利用	○	○	○	○	○	○

イギリス（BBC、BBC Studios）

1. BBC, BBC Studiosのサービス

BBC World Service（BBC）とBBC World News（BBC Studios）の違い	○BBC World Serviceは、BBCの公共サービスの一部であり、42の言語で運営 ○BBC Studiosは、商業部門として、ニュース・コンテンツやサービスを商業化することが可能であり、BBC World Newsは商業出資による国際ニュース・情報テレビチャンネルとして設けている
BBC World Serviceの対象言語、サービス地域、番組内容等の設定基準	○BBCは外務大臣と合意したBBC WORLD SERVICE LICENCEにおいて、BBC World Serviceの目的、優先事項、目標、対象言語、対象地域、番組内容等を設定 ○BBC World Serviceにとって最も重要な第5の公共目的「BBCは正確さ、公平さ、公正さという英国の価値観に基づき、質の高い報道を国際的な視聴者に提供すべきである」を満たすように設定。英国を世界的な文脈に位置づけ、英国全体の理解を助けるものでなければならない、世界中の人々が楽しめる番組やサービスを提供しなければならない、としている
BBC World Serviceの目標を達成できなかった場合の措置	○BBCはWORLD SERVICE LICENCEに定められた目標が確実に達成されるよう努めるが、目標を達成できなかった場合の具体的な罰則は定められてない
BBC Clearviewの効果	○コスト増やインフレの影響によりBBCの財政負担が大きくなり、2022年に、映像コンテンツ・商品力に投資するため、5億£のコストカットと再投資計画を発表 ※「BBC Clearview」の詳細は不明とのこと。

2. 国際放送における広告の導入

BBC Studiosの広告獲得と民間放送事業者の広告獲得の競合関係	○特許状及び協定書において、BBCの活動が公正で効果的な競争に与える影響を検討する義務がOfcomに課されており、BBCが英国内で広告を出すことは一般的に禁止 ○他方、英国外でのBBC Studiosの活動に対して英国内と同じ仕組みは適用されない。実際的には、海外市場におけるプレゼンスを踏まえると、英国外の市場において英国内と同様の影響を与える可能性は低いと考える
BBC Studiosグローバル事業部門の広告業務に関する規模（組織体制、人数、予算等）	○公表していない
BBC Studiosの広告効果の測定方法	○広告指標は、プラットフォームにより異なり、市場の変化に合わせて常に修正している
広告効果・視聴者を増やすための取組	○デジタルサービスの拡大を最優先し、リーチを維持
広告料収入の民間放送事業者との共同事業への支出の有無	○他のPSB等と協力し、インターネット配信への移行を模索中であり、無料のテレビデバイス向けのIPライブ配信サービス「Freely」を立ち上げ

3. インターネット配信プラットフォーム

利用者データの広告表示以外での利用方法	○コンテンツ制作、ジャーナリズム、デジタル製品開発、マーケティング等、組織全体の意思決定に役立てている
位置情報を英国外では取得せず、英国内では取得している理由	－（回答なし）
配信上の課題	○独立テレビ制作会社の業界団体（Pact）は、PSBに対し一次利用権・二次利用権・国際利用権について個別交渉するよう、「取引条件」を規定。従って、独立テレビ制作会社が、二次権・国際的権利を売却しない場合、他の放送局等と二次利用・国際利用の交渉において優位に立つことができる

ドイツ（ドイチェ・ベレ（Deutsche Welle））

1. 国際放送における広告

広告の導入の有無	☐ テレビ広告、オンライン広告※1を導入 ☐ 広告形態はDW法※2第10条※3、スポンサーシップは同法第11条※4により規定 ※1：オンライン広告は6年前から ※2：ドイチェ・ベレ法（ドイチェ・ベレの存在を規定）
民間放送事業者との棲み分け	☐ 広告パートナーやコンテンツの選定を厳格化（例えば、コンテンツを邪魔するものはない）
広告を得るための営業活動体制	☐ マネタイゼーション・プログラマティック広告の専門家、営業責任者、広告代理店から構成
広告効果の測定方法	☐ 収益や広告のクリック回数
広告効果・視聴者を増やすための取組	☐ スポンサーードコンテンツ（DWが広告編集し、広告主がスポンサード）の掲載を許可し始めた
広告の種類	☐ テレビ広告（英語・アラビア語・スペイン語の3チャンネル） ☐ 自社サイトでのデジタル広告（全 約30言語） ☐ YouTubeでの配信に伴う広告
広告料収入の使途	☐ ドイチェ・ベレの全体予算に還元 ※民間放送事業者との共同事業への支出はなし
FASTサービスの利用の有無	☐ チャンネル設立に向けて準備中

※3 §10 広告

- (1) (略)
- (2) 広告は、人間の尊厳を侵害したり、性別、人種・民族、国籍、宗教・信条、障害、年齢、性的指向に基づく差別を含んだり、助長したりしてはならない。
- (3) 広告は、消費者の誤解を招いたり、消費者の利益を損ねたり、消費者の健康や安全、環境保護を危険にさらす行為を促進してはならない。広告は、児童および青少年に身体的または心理的な危害を与えてはならない。また、児童や青少年を対象とする広告や児童や青少年を利用する広告は、児童や青少年の利益を害したり、児童や青少年の未熟さを利用したりしてはなりません。したがって、広告は以下のことをしてはならない。
- 児童や青少年の経験の浅さや騙されやすさにつけこんで、商品やサービスの購入やレンタルを直接呼びかける内容。
 - 児童または青少年に対し、広告された商品またはサービスを購入するよう両親または第三者を説得することを直接的に奨励すること。
 - 子供や青少年が両親や教師などに抱いている特別な信頼を利用すること、または
 - 正当な理由なく、子供や青少年を危険な状況に置くことを示す。
- (4) アルコール飲料の広告は、以下の基準を満たす必要があります。
- (略)
- (5) ～(16) (略)

2. 国際放送における外部制作

外部制作事業者との連携の有無	☐ 外部制作会社と協力している ☐ 例えばDWのスタッフがいない海外で現地製作者を雇用することもある ※自社スタッフを海外派遣するよりも現地製作者を雇う方が、安価で質のコンテンツを入手可能との考え
外部制作比率の目標設定の有無	☐ 外部制作比率にルールは設けていない ※報道番組を除く多くの番組をドイツ国内・ヨーロッパから購入 ※外部コンテンツ・製作者については取引前に審査 ※報道番組は自主制作

3. インターネット配信プラットフォーム

PFの活用状況	☐ メインは自社サイト（全 約30言語） ☐ YouTubeでは数十の専門チャンネルを運営 ☐ Instagram, Facebook, TikTok等のショート動画
視聴データの活用	☐ 再生回数等をモニタリングし、普及率の観点から評価 ☐ テレビ局向けコンテンツの制作に活用
配信上の課題	☐ 特定ジャンルの権利料が割高 ※このため、サッカー、ロック音楽はDWで視聴不可 ☐ 著作権管理団体の数や種類の多さ、団体間のコミュニケーション不足

※4 §11 協賛

- (1) スポンサーシップとは、放送活動、テレメディアの提供、または視聴覚著作物の制作に関与していない自然人もしくは法人、または人の団体による、その人の名前、ブランド、イメージ、活動またはサービスを促進するために、テレメディアまたは放送に直接的または間接的に資金を提供することである。
- (2) ～(6) (略)

(参考) ドイツ

公共放送の国際放送における広告の導入

■ 使命 (**Deutsche Welle Act (DWG) : 第1条～第4条**)

- ドイツェ・ベレ (Deutsche Welle : DW) は、非営利の公共放送機関として、海外の放送機関や放送局と協力しながら、海外向けにラジオ、テレビ、テレメディアを、多言語で提供する。
- DWの番組は、ヨーロッパの伝統に則った文化国家、自由で民主的な立憲国家としてのドイツのイメージを伝えることを目的とし、主に政治、文化、経済の分野における重要なテーマについて、ドイツの視点をヨーロッパその他地域で紹介し、異なる文化や人々の間での理解と意見交換を促進する。
- DWウェブサイトによると、6つのトピックを中心に番組を制作 (①自由と人権、②民主主義と良い統治、③自由貿易と社会正義、④技術とイノベーション、⑤健康教育、栄養、環境保護、⑥ドイツとヨーロッパの文化)。

■ 広告 (**DWG : 第10条～第11条**)

- 広告とは、特にラジオ／テレビ広告、スポンサーシップ、プロダクト・プレースメントを指す。
- 広告は、人間の尊厳を侵害するものであってはならず、また、性別、人種もしくは民族的出身、国籍、宗教もしくは信条、障害、年齢もしくは性的指向に基づく差別を含むものであってはならず、またはこれを助長するものであってはならない。

■ 財源 (**DWG : 第44条**)

- ドイツ連邦議会の予算法に基づく補助金および財政支援、ならびにその他の収入によって資金を調達する。
- 2022年度の総収入は5億400万ユーロで、そのうち政府補助金は4億6200万ユーロ、販売収入は1020万ユーロ (広告収入610万ユーロ (前年同期390万ユーロ)、商用ライセンス収入130万ユーロ (同80万ユーロ)、サブスクリプション料金収入110万ユーロ (同120万ユーロ))。

(参考) ドイツ

公共放送の国際放送における外部制作

■ 番組制作（DWG：第9条）

- 番組は、①DWが企画・制作したもの（自社制作）、②DWが第三者と協力して制作したもの（共同制作）、③DWの指示を受け第三者が制作したもの（外注制作）、④第三者から購入したもの（第三者制作）、で構成される。
- 外部制作比率に関する規定はない。

インターネット配信プラットフォーム

■ 利用状況

- DWウェブサイトによると、32言語（利用上位言語：英語、スペイン語、アラビア語）に対応し、週間利用件数は、ビデオ：3億2000万、音声：5100万、テキスト：1200万。
- DWの利用が最も多いのがアフリカ（サハラ以南）で、ハウサ語と英語によるEco Africa（ナイジェリアのChannels TV、NTVウガンダとの共同制作）やThe 77 Percent（人口の77%を占める35歳未満の若者を対象）の成功が貢献。ラテンアメリカは、DW EspañolとDW Documentalの成功により、DWのYouTube利用率が最も高い。インドでの利用数増加は、ショートビデオプロバイダーJoshでの、英語、ヒンディー語、タミル語によるビデオ提供が奏功。
- DWは、移民・難民を対象とした情報プラットフォームとして、オンライン・プロジェクト「InfoMigrants」を、協力パートナーであるFrance Médias Monde、イタリアの通信社ANSAとともに、2017年3月に立ち上げ。

■ 配信経路

- テレビ配信パートナー：1億2000万人
- DWのTVチャンネル：3200万人
- デジタルプラットフォーム
 - YouTube：3200万、Facebook：2800万人、Instagram：1,500万人、Josh：1400万人、TikTok：1,000万人

■ DW Smart TV App対応デバイス

- Samsung（Tizen）、LG（Web OS）、ソニー、シャープ、Philips、セットトップボックス（Nvidia Shield、Nexus、Xiaomi）、Apple TV Box、Amazon Fire TV Box/stick、Rokuストリーミングデバイス。
- DWライブストリームにより、DW English、DW Español、DW Arabiaが視聴可能。

フランス（フランスメディアモンド）

1. 国際放送における広告

広告の導入の有無	○チャンネル設立時から、広告を導入 ○その目的は、チャンネルの経営資源に貢献し、他のメディアと肩を並べる
民間放送事業者との棲み分け	○広告の仕様について制限している。公共チャンネルでの広告の制限は、民間チャンネルとは異なり、様々な広告の中で埋没されないメッセージを放送したい広告主にとってセールスポイントになる ○France24で許可される広告時間上限は、1時間あたり平均9分
広告を得るための営業活動体制	○広告枠の販売担当3名、販売マーケティング担当2名、広告企画・販売事務担当2名で構成
広告効果の測定方法	○放送される信号や言語が多く、カバーされる地域が広いと、総合的な視聴者調査、放送範囲、リスナーや視聴者のプロフィールに基づいてマーケティングを行う ○一般的に使用されるKPI（印象、クリック数、視聴時間など）に基づいた正確な数値を提供できるのはデジタル広告のみである
広告効果・視聴者を増やすための取組	○メディアの消費のされ方により、番組編成が調整されるかもしれない。一方、我々の広告枠は固定されており、番組スケジュールに挿入される。広告主の活動や提供する商品によって、番組や最も有望な目標に応じて広告部門が広告をプログラムする
広告の種類	○ラジオスポット・テレビスポット、スポンサーリンク、ブランド記事、デジタル広告等
広告料収入の使途	○会社全体の予算に貢献
FASTサービスの利用の有無	○France24のFASTチャンネルでの英語配信を開始した ○広告枠は放送プラットフォーム（サムスン、楽天など）によって販売され、収益分配が行われる

2. 国際放送における外部制作

外部制作事業者との連携の有無	○外部企業と協力している。 ○プロジェクトや必要性に応じ、一定の支出基準額以上の入札募集又は競争入札の募集を行うことを義務付ける公共調達規則を遵守しながらパートナーシップを構築
外部制作比率の目標設定の有無	○外部制作比率は決まっていない

3. インターネット配信プラットフォーム

PFの活用状況	○ウェブサイトやアプリケーションなどの自社環境と、ラジオやテレビのコンテンツをホスティングするフランス国内外の外部環境を利用
視聴データの活用	○視聴者をターゲットにするために多くのデータを使用
配信上の課題	○国際的に放送するメディアにとって、権利管理は不可欠。我々のメディアは国際に放送されるため、一般的に全世界を対象に権利交渉が行われる ○交渉は、交渉相手（フランス又は外国の報道機関、共同プロデューサーや制作会社等）によって、生放送、VOD、ライセンス供与などの使用目的によって異なる ○一般的にコストは非常に高く、交渉ではプラットフォーム、流通ゾーン、流通手段、用途をマッピングし、考慮することが重要

(参考) フランス

公共放送の国際放送における広告の導入

■ 「コミュニケーションの自由に関する1986年9月30日の法律第86-1067号」(放送基本法)

- 政府が全株式を有する国有会社「France Media Monde」が、公共放送として国際放送を実施。
 - France24： TVニュース(言語：英仏西アラビア)
 - RF1： ラジオ総合(言語：仏+16言語 FM, DAB+, 衛星で配信)
 - Monte Carlo Doualiya： 中東向けラジオニュース(言語：アラビア語、衛星、FMで配信)
 - ENTR： 欧州若年層向けビデオ配信SNS(言語：英仏独、ポーランド、ポルトガル、ルーマニア、オランダ、ブルガリア)
 - InfoMigrants： 非定住民向けニュースサイト(言語：英仏アラビアの他3ローカル言語)

■ 「Cahier des Charges」(政府とのサービス条件協約、2024年5月改定)

- 仏国外での視聴覚通信を業務とする国営番組制作会社(フランスメディアモンド)は、フランス、フランス語圏、欧州また国際関係に関するニュースに関わる番組を作成・編集し、テレビ、ラジオあるいは公衆通信網サービスを通じて配信する義務を負い、サービス全体を通じて番組の多様性・多民族性を保証する。
- 国営番組制作会社の広告放送規定は、ラジオ、TVサービスに適用される。
 - 広告放送時間：TVは(1日平均で)1時間につき平均9分、最長12分まで。ラジオは、(年平均で)1日につき30分まで。
 - 広告内容規制(ラジオのみ)：一般名称を用いること。法的な禁止事項、度数1.2%以上のアルコール飲料の広告は禁止。
 - 広告掲載料：全ての広告主に対して公開かつ平等なアクセスを提供。ただし、公的機関や仏首相の同意を得た広告は減額対象。
 - 広告料収入全体に占める単独の広告主の割合：商品やサービスの数にかかわらず20%を上限。
 - スポンサーシップの禁止：テレビの場合、政治に関する情報、政策討論、時事ニュースに加え、健康情報に関する番組。

■ 財源

- 政府からの交付金(付加価値税収の一部)は2億7,530万EUR(2024年予算)。
- 総収入額は1,380万EURで、広告収入は全収入の2%程度(2023年度)

■ FASTサービス

- 2023年12月、サムスンとの契約によりSamsung TV Plusで、France24(英語版)が初のFASTチャンネルとして開始。欧州全域(オーストリア、ベルギー、ドイツ、イタリア、オランダ、スペイン、スウェーデン、スイス、英国)で、3000万台以上のコネクテッド・テレビにリーチ。

(参考) フランス

公共放送の国際放送における外部制作

- 「コミュニケーションの自由に関する**1986年9月30日の法律第86-1067号**」(放送基本法)
 - 国際放送を含む公共放送番組制作会社に対し、国内の商事裁判所に財務報告を行っていることが条件。
- 「**Cahier des Charges**」(政府とのサービス条件協約、**2024年5月改定**)
 - France Media Mondeの「Cahier des Charges」には、番組制作における外部委託に関する、特段の条項はない。
 - ただし、ニュース配信を主な業務とするため、有料放送Canal+の国際部門「Canal+International」との協力関係(第46条)、他国のラジオ・テレビ事業者との交流関係(第47条)等が規定されている。
 - なお、France Televisionグループは広告エージェント子会社「FranceTV Publicité」を運営しており、国際放送チャンネルの広告放送についても、主に当該会社が仲介業務を務めている。

インターネット配信プラットフォーム

- 「コミュニケーションの自由に関する**1986年9月30日の法律第86-1067号**」(放送基本法)
 - 地上波以外の媒体で放送コンテンツを配信する事業者に対し、公共放送の無料配信を課している(第34-2条)。配信費用は配信プラットフォームが負担する。フランスの主な通信サービス事業者4社はいずれもIPTVサービスを実施しており、当該規定に従い、チャンネルパッケージに公共テレビ放送フランス・テレビジョンの全チャンネルのほか、国際放送チャンネルを含めている。
 - フランス・テレビジョンに対して、「自身が提供するすべての番組(映画及びスポーツ放映の一部を除く)を地上波による放送から7日間は公衆が無償で視聴できるVoDサービス」の実施を義務付けている(第48条)。当該規定に従い、見逃し視聴に独自コンテンツを加えた「France・tv」アプリを提供しており、通信サービスの加入者は、Google及びAppleのアプリストアでこれ入手、視聴することができる。
- ネット配信の実際
 - 国際放送については、ニュースチャンネル「France24」がウェブページで各サービス地域の主要ニュースのハイライト映像を提供するほか、重要ニュースについてはYouTubeで直接映像配信を実施している。

韓国（KBS、アリラン国際放送）



1. 国際放送における広告

	KBS	アリラン国際放送
広告の導入の有無	○導入している ○政府機関・自治体からの発注が多い	○導入している
民間放送事業者との棲み分け	○KBS WORLDと類似の国際放送を行っている民放はほとんど皆無であり、広告受注競争はあまりない	○民放とは送出範囲・広告素材の性格が異なるため、広告受注競争は多くない
広告を得るための営業活動体制	○民間代行業を活用 ○広告料の一定額を代行手数料として支給	○公的機関・一般企業に営業活動 ○アリラン傘下の「メディア協力センター」が担当
広告効果の測定方法	○検討中	○全世界を対象にする国際放送の特性上、直接の効果測定は困難 ○専門機関の「視聴者評価指数調査」を通じ補助的に測定
広告効果・視聴者を増やすための取組	○視聴者の共感を得られる番組（K-Pop, ドラマ等）を主要時間帯に配置	○状況に応じジャンル別編成比率を修正 例）南北首脳会談時は「報道」、韓国文化の関心が高まれば「文化教養」の番組制作を増加
広告の種類・規制	○政府機関・自治体の広報 ○独自の広告審議を実施	○韓国関連の広告 ○国家・放送のイメージを損なう広告は規制 ※煽情性、政治的理念的的中立性等について事前審議
広告料収入の用途	○番組制作・送出システム使用料に活用 ※民間放送事業者との共同事業への支出はなし	○放送運営に投入

	KBS	アリラン国際放送
FASTサービスの利用の有無	○なし	○あり

2. 国際放送における外部制作

	KBS	アリラン国際放送
外部制作事業者との連携の有無	○制作パートの連携あり ※番組企画機能と品質制御機能はKBSが保有して制作を進める	○一部番組について連携 ※制作主体、協業範囲、放送圏域、コンテンツ著作権の所有、ネット配信の範囲は契約で規定
外部制作比率の目標設定の有無	○なし	○なし

3. インターネット配信プラットフォーム

	KBS	アリラン国際放送
PFの活用状況	○活用していない ○配信プラットフォームをどのような方式で進めることが効果的か調査中	○4つのチャンネルをYouTubeで運営 ※テレビ・K-Popは24時間ストリーミング ※外国人に身近なグローバルPFでの流通に集中
視聴データの活用	-	○YouTube公式データ提供サービス（YouTube Studio）により、再生回数の推移等の視聴動向を把握し、広報資料等に反映
配信上の課題	-	○一般的な法規、YouTube規定・出演者との契約内容を遵守しており、特段の課題なし

(参考) 韓国

公共放送の国際放送における広告の導入

■ 国内

- 放送法に基づき、放送事業者は、放送広告と放送番組とを混同しないよう、明確に区別することを条件に、放送広告を行うことができる（放送法第73条）。放送事業者は、放送広告を放送する前に自ら審議するか、あるいは、第三者機関（放送通信委員会に届出された専門組織）に委託することができる（同法第86条）。
- 地上放送事業者等は、原則、広告販売代理店が委託した広告以外の広告の放送を、行ってはならない（放送広告販売代理店等に関する法律（放送広告販売代理店法）第5条）。広告販売代理の業務を行う者は、放送通信委員会の許可を受けなければならない（同法第6条）。

■ 国外

- 放送法には、国際放送や国際放送広告に係る、特段の規定はない。
- KBS Worldの広告代理店として、韓国放送広告振興公社（KOBACO）（放送広告販売代理店法第24条）が、海外進出を支援している。
- 2023年から、LG電子のスマートTVでは、アリランTVのFASTチャンネルがサービス開始されている。チャンネルサービスの運用は、「アリランTV広告基盤無料ストリーミング（FAST）チャンネル運営代行役務」に関する公共調達を通じて行われている。

公共放送の国際放送における外部制作

■ 国内

- 総合番組を制作する放送事業者は、各半期において、主視聴時間帯の放送時間の15/100以内で、純粋に外部委託された放送番組（純粋委託放送番組）を編成しなければならない（放送法施行令第58条）。

■ 国外

- 国際放送における外部委託に係る、特段の規定は見当たらない。

インターネット配信プラットフォーム

■ KBS World

- デジタルプラットフォームとして、YouTube、Facebook、Instagram、旧Twitterが利用されている。
- KOBACOのウェブサイトによると、KBS WorldのYouTubeチャンネルを通じてオンライン広告を提供し（登録者数2,000万人）、海外放送の国内チャンネルでは最多のSNS登録者数を誇る（1,500万人）。

（参考）韓国

KBS Worldの概要

- サービス開始：2003年7月
 - 視聴可能な地域および世帯：世界142か国、約1億4,000万世帯（2022年基準）
 - 提供番組：KBS 1、2チャンネルの主要番組を活用した総合編成
 - 字幕対応言語：7か国語（英語・日本語・中国語・マレー語・インドネシア語・ベトナム語・タイ語）
- * KBSの総収入に占める受信料収入割合は48%（2023年基準）

KBS Worldの広告種類

番組スポット広告 番組の前中後に15～60秒の CM	TYPE 1
---	--------

ネクスト字幕広告 画面の1/4サイズで字幕を10秒 間表示	TYPE 2
--	--------

番組タイトルスポンサーシップ 番組終了後10秒間表示	TYPE 3
--------------------------------------	--------

KBS Worldホームページバナー 広告 ホームページ月間訪問者数約14 万	TYPE 4
--	--------

(参考) NHKの国際放送

NHK国際放送の概要

1

- NHKは、**国際放送を必須業務**として実施(放送法第20条第1項第4号及び第5号)。
- **ラジオ国際放送**は、**1935年**6月に放送開始。**テレビ国際放送**は、**1995年**4月に放送開始。

ラジオ国際放送

- 全世界に向けて、17言語(衛星)で放送
 - ※ 八俣送信所(茨城県)から直接送信を行うとともに、海外の9か所の送信施設を利用して中継送信を実施
- 2024年度NHK予算額: 45億円(人件費、減価償却費を含めた額)

テレビ国際放送

「NHKワールド JAPAN」(外国人向け)

- 日本やアジア、世界の最新情報など多彩な番組を1日24時間世界に向けて英語で放送(※衛星やケーブルテレビを通じて約160か国・地域、約4.2億世帯で24時間視聴可能)
- 2024年度NHK予算額: 194億円(人件費、減価償却費を含めた額。NHKワールド・プレミアム分を含む)

要請放送

- ・ 総務大臣は、NHKに対し、放送区域、放送事項その他必要な事項を指定して国際放送を行うことを要請することができる。例年4月1日要請。
- ・ 放送法の規定に基づき、要請放送実施に要する費用は、国として予算計上。(2024年度: テレビ: 26.3億円、ラジオ: 9.6億円)

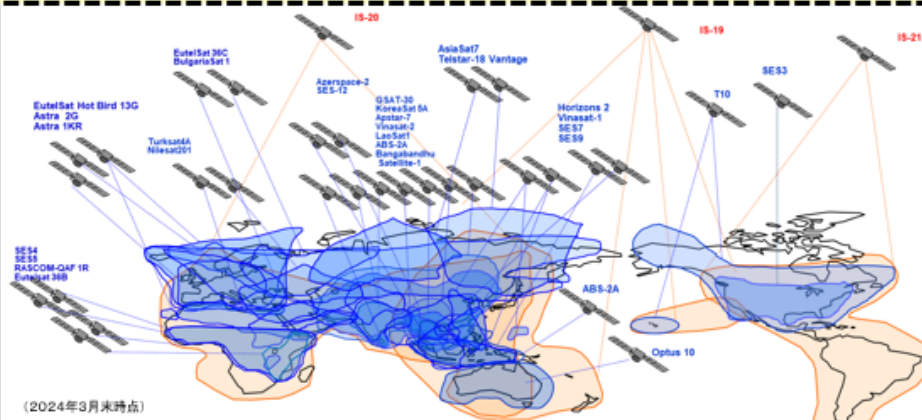


(2024年3月末時点)

短波: 八俣送信所 短波: 海外中継局 中波: 海外中継局 FM: 海外中継局

短波	① フランス中継局	FM	③ インドネシア中継局(ジャカルタ他)
	② ドイツ中継局		④ ヨルダン/西岸中継局(ラマラ他)
中波	⑦ リトアニア中継局(欧州)		⑤ バングラデシュ中継局(ダッカ他)
	⑧ タジキスタン中継局(中東・南アジア)		⑥ タンザニア中継局(ダルエスサラーム他)
	⑨ アルメニア中継局(中東)		

※ 日本語は「NHKワールド・ラジオ日本」として放送



(2024年3月末時点)

直径2.5〜6メートルのアンテナで受信可能(主に事業者向け)

各地域の実情に即した受信方法で受信可能(主に一般家庭向け)

「NHKワールド・プレミアム」(邦人向け)

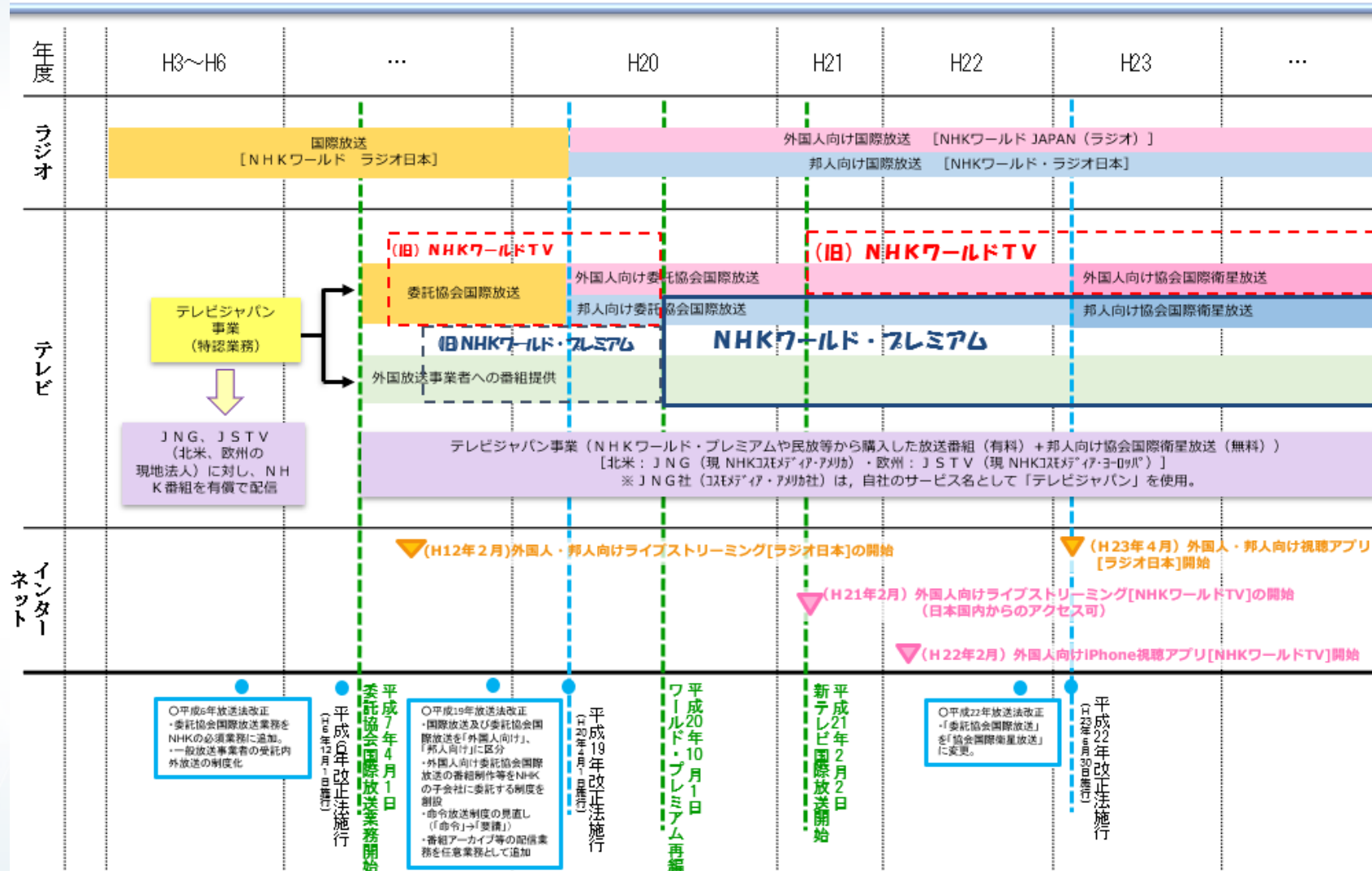
- 在留邦人向けの日本語放送
- NHKのニュース・情報番組に加え、娯楽番組、子供向け番組、スポーツ、文化・芸能などさまざまな番組を配信

【出典】公共放送ワーキンググループ 第14回会合(令和5年10月19日) 資料14-2を一部更新

(参考) NHKの国際放送

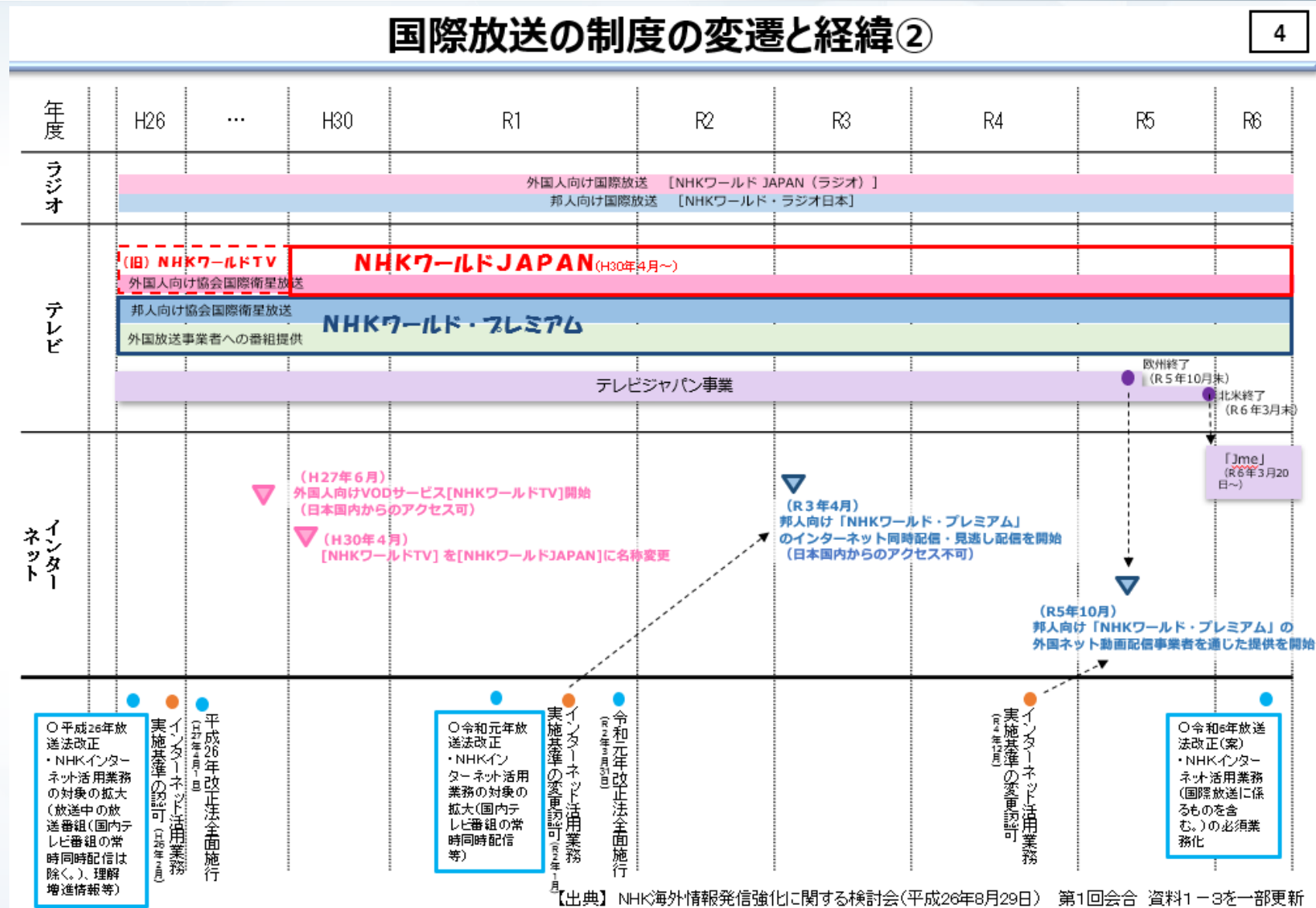
国際放送の制度の変遷と経緯①

3



【出典】NHK海外情報発信強化に関する検討会(平成26年8月29日) 第1回会合 資料1-3を一部更新

(参考) NHKの国際放送



(参考) NHKの国際放送

NHK国際放送に係るインターネット活用業務

9

- NHK国際放送に係るインターネット活用業務は、外国人向け及び邦人向けともに実施。

NHKワールド JAPAN関係 (外国人向け)

■ NHK WORLD-JAPAN HP

国際放送（テレビ・ラジオ）の同時配信・オンデマンド配信等



■ NHKワールド JAPAN公式アプリ

NHKワールド JAPANで多言語で発信しているニュース・番組を提供



■ 外国のネット動画配信事業者を通じた配信



【出典】maxstreamサイト

NHKワールド・プレミアム関係 (邦人向け)

■ NHK WORLD-JAPAN HP

「海外向け日本語サービス」として、国際放送（テレビ）の同時配信・オンデマンド配信等

NHKワールド・プレミアム

海外の日本人向けの日本語チャンネル、NHKワールド・プレミアムは、国内で放送されているニュース・情報番組、ドラマ、音楽番組、子ども番組、スポーツ中継などから選んだ番組を24時間編成しています。世界の100以上の国・地域の約2,000万世帯で視聴できます。



■ 外国のネット動画配信事業者を通じた配信

Toover、Tivify等を通じて、欧州諸国向けに配信

【出典】公共放送ワーキンググループ 第14回会合（令和5年10月19日）資料14-2を一部更新

(参考) NHKの国際放送

NHK国際放送に係るインターネット活用業務 理解増進情報

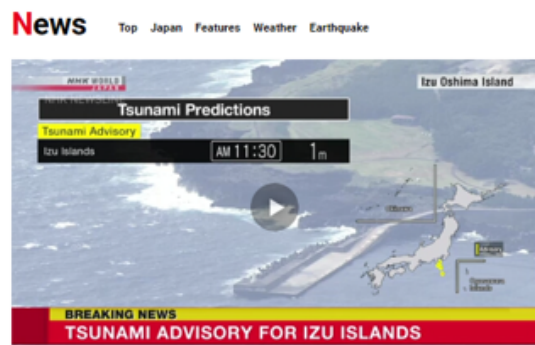
10

- 国際放送に係る理解増進情報としては、国際放送番組を周知・広報し、又は解説・補足する番組関連情報等を提供。

NHK WORLD-JAPAN HP※

※NHKワールド JAPAN公式アプリでも一部提供

< News >



Tsunami advisory issued for Japan's Izu Islands after M6.6 quake

1 hour ago

Japan's Izu Islands are under a tsunami advisory after a magnitude 6.6 earthquake struck nearby in the Pacific Ocean.

Japan's Meteorological Agency says the quake occurred at around 11:00 a.m. on Thursday at a depth of 10 kilometers near Torishima Island in the Izu chain, which is part of Tokyo.

The agency issued the tsunami advisory at 11:06 a.m.

Tsunami waves of up to one meter were expected to hit the islands at 11:30 a.m.

People are advised to stay away from the seashore and river mouths. Some changes in tide levels were also expected along the Pacific coast of Japan's main islands.

Japan Earthquake

< Links for Multilingual News & BOSAI Info >



< やさしい日本語 >



Fast track



Characters



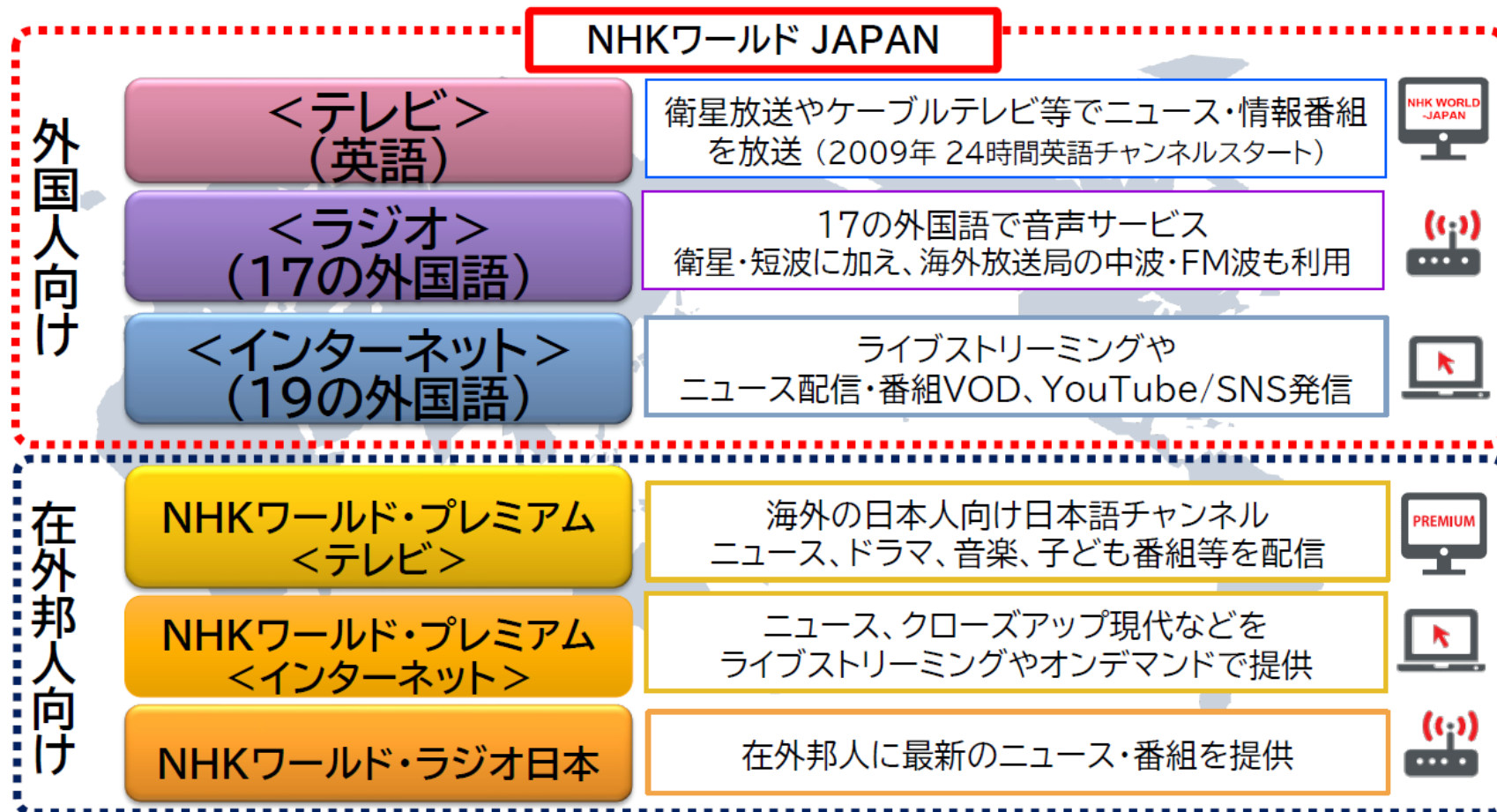
【出典】公共放送ワーキンググループ 第14回会合(令和5年10月19日) 資料14-2

(参考) NHKの国際放送

NHKの国際放送・国際発信

NHK

○ 国際放送・発信は、限られた予算の中で外国人／邦人向け、多言語展開など、特有のニーズに対応する必要がある。





一般財団法人

マルチメディア振興センター

Foundation for MultiMedia Communications