

**公共放送ワーキンググループ（第24回）
議事要旨**

1 日時

令和6年8月22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、内山構成員、大谷構成員、落合構成員、瀧構成員、長田構成員、林構成員、水谷構成員

(2) オブザーバー・出席者

日本放送協会（前田経営企画局長）、
（一社）日本民間放送連盟（堀木専務理事）、
一般財団法人マルチメディア振興センター（飯塚研究主幹）、
株式会社テレビ東京ホールディングス（川崎専務取締役）

(3) 総務省

竹内総務事務次官、山崎大臣官房総括審議官、豊嶋情報流通行政局長
赤阪大臣官房審議官、飯倉情報流通行政局総務課長、佐伯同局放送政策課長
後白同課企画官、細野外資規制審査官

4 議事要旨

- 議事に先立って、日本放送協会から、ラジオ国際放送等における事案について発言があった。

【日本放送協会 前田経営企画局長】

NHKラジオ国際放送で中国籍スタッフが発言した事案につきまして御説明させていただきます。

事案が起きたのは、8月19日午後1時1分から1時15分まで、NHKの短波ラジオと衛星ラジオの国際放送、ラジオ第2放送で伝えた中国語のニュースです。この中で、日本語の原稿を翻訳して読んでいた中国籍の外部スタッフが、靖国神社で落書きが見つかったというニュースを伝えた後、沖縄県の尖閣諸島について中国の領土であると述べるなど、原稿にはない発言を行いました。

NHKは、19日の午後8時半からの短波ラジオ放送と衛星ラジオ放送と翌20日午後1時1分からのラジオ第2放送の中国語のニュースの中でお断りとおわびを中国語でお伝えしました。また、NHKワールド JAPANの中国語のニュースサイトにもおわびなどを掲載しました。また、国内向けのニュースやホームページでも視聴者の皆様にお伝えいたしました。

今回の事案は、国際番組基準に抵触するなど、NHKが放送法で定められた担うべき責務を適切に果たせなかったという極めて深刻な事態であり、重く受け止めています。深くおわび申し上げます。

今回の事案に厳正に対処し、再発防止策を徹底していくとともに、引き続き国際放送・国際発信の強化に努めていく所存です。

(1) 日本放送協会のインターネット活用業務の競争評価に関する準備会合について

事務局から、資料24-1に基づき、説明が行われた。

また、各構成員から以下のとおり発言があった。

【大谷構成員】

教えていただきたいのは、準備会合での議論の一部を紹介いただいている17ページのところで、特徴的な表現で「しみ出す」という言葉があります。これは試行的な配信について、恐らく放送番組、放送コンテンツに誘導するための情報の提供ということになるのだと思いますが、それが競争評価上どのような位置づけになってくるのかは私も関心を持っているところでございまして、NHKで業務規程をつくられる際に、それをどのように位置づけてこられるのか教えていただければと思っております。

それから、「しみ出す」という表現の理解の仕方について、もし誤っているようだったら訂正していただければと思います。

【細野放送政策課外資規制審査官】

準備会合での議論の中では「しみ出す」という言葉がよく使われておりまして、この「しみ出す」という言葉は、大谷構成員御指摘のとおり、その配信業務そのものとは言い難いけれども、その影響を与える得るものとして一体的に検討しなくてはいけないもの、という趣旨で御議論いただいたものでございました。具体的には、周知等のために使われるようなSNSなどを中心として、まずは、こういう部分についても一体的な検討を行うべきであるという御指摘をいただいたものと認識しております。実際の業務規程もしくは競争評価プロセスでの検証に当たっては、この点、どのようにお考えになっているかも含めて、NHKが業務規程などに記載した上で、検証会議（仮）で検討していくものと思っております。

(2) 株式会社テレビ東京からの説明

株式会社テレビ東京ホールディングス 川崎専務取締役から、資料24-2に基づき、説明が行われた。

また、各構成員から以下のとおり発言があった。

【瀧構成員】

1つ質問がございまして、コンテンツのローカライズと申しますか、海外に出て行くにあたって、どれぐらい外に出していくコンテンツを日本で流していたものから変えていくようなことがあったのか、もしくは変えるようなアイデアはそもそも持ち得るのかということをお聞きしたいと思いました。テレ東は、よく災害時だとテレ東伝説と呼ばれているように、業界への貢献度がものすごく認知されているところだと思いますので、その中でそもそもいじる必要はないのではないかという仮説を持っているところです。ぜひこのお考えのところをお聞かせください。

【株式会社テレビ東京ホールディングス 川崎専務取締役】

正直言いますと、日本の特にアニメにつきましては、映像表現が世界と比べてかなり緩いといえますか、世界は非常に厳しい部分があったので、昔は放送——昔といってもついこの前までですけども、日本で放送したコンテンツを、アメリカバージョン、ヨーロッパバージョン、北欧バージョン、いろいろなバージョンに変えて、例えば最低でも5

つぐらい準備して世界展開をしておりました。それは放送中心のときでした。ところが、配信になったら、逆に言うとそういう必要がなくなりまして、日本のバージョンだけでいけるようになりましたので、実は5か国語バージョンで対応していたときは、ゲームにしても何にしてもまだ登場してこない人たちも含まれていますので、それを全部排除してゲーム展開をしていましたので、例えばゲームメーカーも5倍のコストがかかっていました。我々も、展開も世界一緒にはできなかつた。それが配信の時代になって非常にビジネスが進んだという部分はございます。

【瀧構成員】

私の理解が正しければ、コンプライアンスの観点から、それぞれに、要は各国で過激な表現と捉えられるものを変えていく必要があったという感じで、何か現地の文化におもねって内容を変えるというよりは、放送コード的な配慮としてそれをされていたという理解で合っておりますか。

【株式会社テレビ東京ホールディングス 川崎専務取締役】

その部分はあると思います。やはりアニメの場合には、日本は違うのですが、もう大分北米を中心に変わってはきましたけども、どうしても教育の部分が強いです。アニメ、イコール子供が見るもの、イコール教育という部分が非常に各国強いものがございますので、その部分で変えなければいけないという部分があります。ただ、一方で例えば銃の弾が出る部分は駄目だとか、そういう表現上の問題はもちろんありますけども、それは各国の規制を参考にして相談しながらやっていたという部分があります。ただ、これも世界的に見て配信の時代は非常に緩くというか、ハードルが下がっていることは事実です。

【林構成員】

興味深いプレゼン、ありがとうございました。質問が2点ございます。

1点目ですけれども、本日のプレゼンでは、アニメビジネスにおけるIPの重要性、これが強調されていたように思いますが、テレ東ではグループ全体のアニメ戦略を統括するものとしてアニメIP戦略室というものを新設されたと承知していますけれども、その具体的な役割を教えてくださいというのが1点目でございます。

2点目は、御社のIR資料によりますと、テレ東は、有力なIPの獲得に加えて、アニ

メのビジネスモデルの拡大を同時並行で進めている中において、先ほど御説明あったように、年間230本ほどのアニメ作品が生まれる中で、全てがヒットするわけではないけれども、当社はファンの動向をいち早く把握していると自負していると。そのノウハウもあるという旨の決算でのやり取りの資料がございますけれども、具体的にどういうノウハウがあるのか、手の内をお聞きするようで恐縮に存じますが、差し障りのない範囲で、そこでの御社の強みみたいなものを御教示いただけましたら幸いです。

【株式会社テレビ東京ホールディングス 川崎専務取締役】

まず、うちのホールディングスに戦略室をつくりました、アニメIP戦略室。これは実はアニメのビジネス規模が我が社の中で非常に大きくなっておりまして、テレビ東京の中にアニメ局というものをいち早くキー局の中でつくって対応していたのですが、どうしても規模が大きくなってきて、アニメビジネスも二、三年後先の新作を作るとか、二、三年タームでのビジネス展開ということを考える人と、もう少し長いタームで、例えば非常に遠いところで遊戯施設をつくるとか、そういった中・長期的な視点が必要なビジネスというのが増えてきました。短視といいますか、短期間的に考えることと、どうしても中・長期的なその先というのは分ける必要が出てきましたので、ここを分けさせていただいて、戦略室ではもう少し現場とは違った立ち位置で中・長期的に考えようと考えております。ですので、ビジネス中心と考えております。

もう一つ、ノウハウという部分ですけども、当然、230本全部がヒットするわけではなく、しかも、いろいろなターゲットの視聴層を抱えていますので、付き合う方々も違います。いわゆる原作を持ってくるという意味ですね。オリジナルも含めていろいろな原作、漫画とか、ゲームとか、玩具とかいろいろありますけども、そこを出発点としている業界のほかの業界の方がたくさんいらっしゃいます。ですので、そういった方々がどういうふうに関後戦略を持って、今のニーズが、三、四年後、どういうニーズになっているから、こういうことをやりましょうという情報をいかに早くつかんでやっていくのかというのが一つのポイントになります。やはりアニメの場合、企画・立ち上げから作るのに3年かかりますので、そういった意味でいえば、今動いているから、じゃあ来年やりましょうという、ちょっと実写の番組とは違う側面がございますので、そういった人間関係と、あとはファンの動向、弊社の場合には1週間に30枠ぐらいやっていて、いろいろなイベントもやっていますので、いわゆる顧客層といいますか、視聴者と非常に近いところにあり

ますので、そういったものもノウハウとっております。

【内山構成員】

先ほどの最後のところで周辺ビジネスという言い方をされていたと思いますけれども、要はマーチャндаイジングのところ、ここ10年ぐらいのトレンド感で構造的に変わった部分、もし差し支えなければ教えてほしいなと思います。例えば、どういったことが膨らんでいて、どういったことが駄目になってきたかという辺りでございます。

【株式会社テレビ東京ホールディングス 川崎専務取締役】

正直言って、日本のコンテンツが広まっているといっても、まだ一部の大ヒット作品に集中している部分がございます。ですので、扱う流通も非常に増えてはいますけれども、では、ほかのものに、家電とか車とかに比べて、日本のエンタメから派生している商品が当たり前のようになっているかという、まだまだこれからだと思っています。ですので、我々の宿題は、今、非常に引っ張っている大ヒット作品でつくった販路なり何なりを、我々が次はいかに、自前にももちろん一方ではこだわり、一方では他社さんの力を借りて、ほかの作品、230本全部が幸せになるわけにはいかないと思いますけれども、流通をもう少し王道にしたい、しなければいけないというのが現状です。

【内山構成員】

その際に、恐らくファンドレイジングの問題はありそうなのですけれども、日本のアニメなのでどうしても製作委員会方式が多いとは思いますが、それ以外のファンドレイジングということで何か新しい動きというのはございますか。

【株式会社テレビ東京ホールディングス 川崎専務取締役】

結構、いわゆる製作委員会でやっているものと、それではないものというのが、若干考え方が合わないところがあります。製作委員会の場合には、やはり出資をした段階で、ある意味、相当なその作品に対しての腹のくくりというのがあるのですけれども、お金目線でいくとなかなか百発百中というわけにはいきませんので、そこら辺の考え方の違いというのは、正直言ってちょっと難しいという部分はありますね。

(3) 一般財団法人マルチメディア振興センターからの説明

一般財団法人マルチメディア振興センター 飯塚研究主幹から、資料23-3に基づき、説明が行われた。

また、各構成員から以下のとおり発言があった。

【林構成員】

フランスについてお聞きしたいのですが、フランスは、たしか公共放送の財源については、2022年の財政法改正によって、いわゆる公共放送の受信料を付加価値税の一部に置き換えるということになったと思います。まだ議論は続いていると思いますが、その改正法の中で、公共放送における広告を制限するというのを一つの目的にしていると思います。要するに、当然、付加価値税に替わるわけですから、付加価値税で財源をつくるのに、それで広告を上限なしでどんどん流すとすると、それはそもそも付加価値税で財源にすることにした趣旨にそぐわないということだろうと思うのです。その中にはもちろん、メディアモンドだけじゃなくて、フランス・テレビジョンとかラジオ・フランスとか全部ひっくるめた話ですが、そういった広告収入とスポンサーシップ収入の上限は公共財源に基づいて設定されるのだということで、私、耳学問なので、ちゃんと勉強したわけではないので、間違っていたら御訂正をお願いしたいのですが、そういうフランスの特殊事情で広告の位置づけについてもかなり制約があるように思うのですが、その辺り、ちょっと補足をさせていただけますと幸いです。

【一般財団法人マルチメディア振興センター 飯塚研究主幹】

林構成員の御指摘のとおりと承知しております。まだ議論の途中という理解をしておりますが、御指摘のあった国際放送のメディアモンド、それから国内の公共放送のフランス・テレビジョン、それから公共放送のラジオ、全て含めて一体化して持ち株会社のような形にして公共放送として再出発するという組織運営体制が検討されているという理解をしております。その議論の中で、御指摘のとおり広告収入に対する位置づけは現状ではどんどん縮小していく、そういう議論にあると理解しております。御承知のとおり、国内のフランス・テレビジョンにおきましても、当然、規模は大きくはないのですが、広告収入も得ており、実際に財務諸表に載せております。また、フランス・テレビジョンの子会社に広告エージェントというものを設けて、そこに広告事業を委託しているという構造になってい

ます。BBCもそうでしたが、今後、組織再編をして、そういった子会社として商業活動をさせるのか、させないのか、そこら辺の話が恐らく今後出てくるのではないかとということとは推測しております。現状まだ議論の途中ということで、注視をしなければいけないということになるかと思えます。

【落合構成員】

極めて詳細な御調査をいただいております、大変詳しく諸外国における状況が描き出されているように思っております。何点か追加してお伺いしたいと思いますが、当然ながら、既にかなりおまとめいただいているので大分細かくはなってしまうのですが、お伺いできればと思っております。

1つが、まず2ページのところ、イギリスのBBC PSBについて、広告可否が原則不可とはなっておりますが、広告収入が300万ポンドとなっております。比率で1.5%ということで、例えば、可としているドイツなどよりは広告収入比率が高くなっているようにも思われます。この辺り、原則例外というのは、そういうふうルール化してしまう際にいろいろ混雑しやすいのは日本でもよく見かけるところではありますが、何かいろいろ事情があるのかなとは思いましたので、この辺り、どういった事情があるのかといったところを、もしお分かりになる範囲があれば、教えていただきたいということが1つ目でございます。

2点目が、またイギリスのBBCのインターネット配信の関係ですが、ほかの御報告の中で、フランスや韓国、ドイツについては外部メディアを使っていることを明示的に書いていただいています。私も認識している限りでは、ユーチューブや、そのほかのプラットフォームでもBBC自体は配信されていて、一方で、BBC自体は上手くブランドを立てて、その配信を直接見ていただくようとしている努力も相当されているとは思っております。プラットフォームの選択としては、必ずしも独自プラットフォームというか、いわゆるインターネットプラットフォームの利用はしている場合もあるのでは、とも思いますので、その理解でよろしいかを念のためお伺いしたいということが2つ目です。

最後に3つ目が利用者データの関係でございます。視聴データ等の活用については、それぞれ各国によって、例えばフランスでターゲットにするためと書かれていますので、実際、GDPRの実施状況でも比較的フランスなどは厳しく実施されている印象もある中で、割とターゲティングが使われているようにも見えるところもございます。各国でそれぞれ

視聴データを利用されているように見受けられます。ターゲティングまでするかどうかは別にして、どういう番組を作ったりするかや、放送の方針検討には使われているのかとお見受けいたしました。これらの国々では、放送関連もしくはインターネット配信に関連して、とりわけ自主規制であったりだとか、当該分野についてより厳しいデータ利用に関する何か決め事がされていることはあまりないかとは思ったのですが、どういう状況か、もしお分かりになる範囲がありましたら、教えていただければと思います。

【一般財団法人マルチメディア振興センター 飯塚研究主幹】

原則不可と記載しておりますのは、広告を掲載する場合には、事前に大臣の許可を得れば広告が認められるということになっておりますので、大臣の事前承認が条件になっているということになっております。直近ですと広告収入は300万ポンドでしたが、最新のアニュアルレポートがBBCから出てまして、確認したところ、広告収入は0ポンドになっておりました。よって、原則禁止、不可という整理で問題ないと考えています。

2番目のBBCの外部プラットフォームの利用について、落合構成員御承知のとおり、YouTubeチャンネルでもBBC World Serviceのチャンネルがあり、様々に活用しているということは他国と変わらないということになります。

視聴データに関する件ですが、ヨーロッパは御指摘いただきましたとおりGDPRがあります。例えばフランスは、ヨーロッパの中でもIPテレビに加入する世帯比率が非常に高いです。半分以上の世帯がIPテレビに加入しておりますが、通信事業者によっては加入している世帯の半数以上はGDPRに同意しまして、トラッキングやターゲティング広告してもよいという許諾をしているケースが非常に高くなっている状況があるようです。事前同意の比率が国による特徴なのかというところの検証は必要となるかと思いますが、少なくともフランスに関しては事前同意しているユーザー数がそれなりに多いということがありまして、恐らくそういったことを前提にして視聴データが活用される契機になっていると言えるかと思えます。ほかの国について実際どのぐらいのユーザーが承認しているのかという数値が追い切れておりませんが、少なくともフランスはかなりの比率で事前承認しているとみられ、データの活用が進んでいるという、落合構成員御指摘のような状況にあると言えるかもしれません。

【落合構成員】

英国の最新のアニユアルレポートで広告収入がゼロになっているというところですが、何か説明されているものがあれば、教えていただければと思います。

【一般財団法人マルチメディア振興センター 飯塚研究主幹】

確認して、また御報告したいと思います。

【大谷構成員】

韓国の例で国際的にも訴求するコンテンツをたくさんお持ちだと思いますので、広告主、スポンサーを見つけるのも苦しめないのではないかなという勝手な想像ですが、アリラン国際放送の事業運営上、広告収入がある程度大きな収入源と位置づけられているのか、その実態面、特にFASTサービス関係にどのくらい寄与しているのかについて、もし情報がありましたら教えていただきたいと思います。

【一般財団法人マルチメディア振興センター 飯塚研究主幹】

大谷構成員御指摘の質問については情報が公になっていないようでして、財務データが公表されていないので、情報収集は少し難しいかなと思います。また、法律で定められた組織ということで国の財源がかなり入っているということから鑑み、収益を得ることがアリラン国際放送の目的ではないということを考えますと、広告収入が収益基盤になるというところまでには至っていないのではないかと思います。

(4) 放送の国際発信・国際展開に係る論点と考え方（案）について

日本放送協会 前田経営企画局長から、以下のとおり、公共放送ワーキンググループ第23回会合での水谷構成員からの質問に対する回答があった。

回答後、事務局から、資料24-4に基づき、説明が行われた。

【三友主査】

前回の会合におきまして水谷構成員から、「NHKが担ってきたいわゆる報道のようなジャーナリスティックなコンテンツを海外に届けることは重要。ジャーナリスティックなコンテンツを海外に展開していくという点についてNHKとしてはどのようにお考えなのかということについてお伺いしたい」という御質問がございましたので、この点につきま

して、NHKから御回答いただきたいと思います。

【日本放送協会 前田経営企画局長】

水谷構成員の御認識のとおり、報道コンテンツを世界に届けていくことは、NHKとしても大変に重要なことであると考えております。NHKでは、今年度から3か年の中期経営計画において、報道コンテンツを含めた海外展開について国際発信・国際展開双方を強化していく、そして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発信していくとしております。

その上で、今年度の国際放送番組の編集の基本計画では、世界が混迷の度を深め、情報の氾濫や偏りによって社会の混乱や分断が進んでいる中、NHKの国際放送は、信頼される公平・公正で確かな情報を日本の視点から発信し、民主主義の一翼を担うとともに、平和で持続可能な世界の構築に貢献するとしております。そして、日本の視座に立った信頼される確かな情報を発信、分断が進む国際社会に多角的な視点を提供し、相互理解に貢献、日本の多様な魅力や価値を伝え、日本への理解を促進するとともに、グローバルな課題への先進的な取組を発信し、世界に貢献といったことを編集の重点事項として掲げております。

このような年度編集方針にのっとり、日々の放送において最新のニュースと深掘りしたニュースの双方の発信に努めるとともに、調査報道番組、ドキュメンタリー、国際討論番組、解説番組など、様々な報道番組をお届けしております。今年度後半には、日本のジャーナリズム的な情報を多角的に発信する番組やドキュメンタリー番組を新設するなど、日本の視座の発信を強化してまいります。

日本の視座を世界に発信することを通じて、国際社会に新たな視点や解釈を提供し、国際世論の健全な形成に貢献していく、今後ともそういった新しい国際放送における報道の在り方をしっかりと考え、取り組んでまいりたいと考えております。

(5) 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国際放送に期待される役割の点に関し、論点2について、先ほどNHKさんから

お詫びのあったラジオ国際放送の放送中に「尖閣諸島は中国領だ」と外部スタッフが発言した問題ですが、単に不適切発言だということにとどまらず、その発言内容自体が全くあり得ないもので、資料の18ページには、NHKの今年度重点事項として「日本の視座に立った信頼される確かな情報を発信」とございますが、それと真逆の放送がなされてしまったということでございます。放送されてしまった不適切発言というのは政治的にも極めて機微に関わる、かつ日本の国益の毀損にも直結し得るものだっただけに、しっかり検証していただきたいと思います。幾つか報道等で拝見しましたが、まだ直近の話ですので、おわびだということしか出ておらず、今後、具体的な再発防止策をどう取っていくのかということがよく分かりません。事前収録に切り替えるということもあろうかと思いますが、発言自体が今回重大なものだっただけに、しっかり検証する必要があると思います。今後の具体的な再発防止策について現時点で考えておられることなどございましたら、NHKさんへの質問になるかと思いますが、補足して御説明いただくと幸いです。

【日本放送協会 前田経営企画局長】

極めて深刻な事態であって、国際番組基準に抵触するということ、本当に重く受け止めております。今回の事案、調査をしているところでございまして、再発防止策は徹底しなければいけませんし、そこは精緻に考えて、いずれ発表させていただきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

【水谷構成員】

1点目は、林構成員がおっしゃられたこととほぼ同様の趣旨のこととして、関連して、論点のうちの15ページの2ポツ目の部分、国際放送の機能としてこの部分は非常に重要なはずで、以前に出させていただいた私からの質問に対して本日、NHKから非常に丁寧な御回答をいただきました。その御回答の中にも、日本の視座を提供する、国際世論の形成に寄与するという御指摘がありました。私もこの御指摘は非常に重要だと思っており、国際世論の形成に寄与することが巡り巡って日本の民主主義や世論形成にとって重要な機能を果たすということになると思っております。こうした期待される役割の観点からも、今般の国際放送での不適切な発言の問題というのは、先ほど林構成員の質問に対する御回答の中にもありましたが、きちんと精査していただいて、再発防止を明示していただくということが重要かと思っております。

2点目は63ページの論点の6番目についてですが、まず、NHK・民放の共同でインターネット配信プラットフォームの構築を目指しつつ、次善の策として、私も同様の指摘を以前にさせていただきましたが、各国で浸透している既存の配信プラットフォームの活用も考えていくという2段階自体に私自体は全く異存ありません。NHK・民放でそういう共同のインターネット配信プラットフォームの構築ができるのであれば、ぜひやるべきだと思っております。ただ、同時に、既存のプラットフォームの活用を考えたときに、案の中にも、単なるコンテンツ供給者にとどまることがないように、編成権や二次利用権の確保に努めるということが書かれている点が非常に重要で、コンテンツ供給者とプラットフォーム事業者との関係性でプラットフォーム事業者のほうが、非常に力が強いわけですから、それを考えるとますますこの点は重要かと思えます。また既存プラットフォーム上の配信時のレコメンドの仕組みを含めてアルゴリズムやアーキテクチャの設計はプラットフォーム事業者が一元的に握っているのも、我が国の放送コンテンツの認知度や露出機会の向上を考える点では、編成権や二次利用権のコントロールの確保だけではなくプラットフォームの設計の部分も無視できない部分があるかと思えます。この点についても考慮していく必要があるのかと思いました。

【落合構成員】

1点目は、NHKの最初の御説明にもございましたが、先般の誤った内容での放送については、ぜひ再発防止を行っていただくことが重要かと思えます。適切な情報発信を行っていく点はNHK国際放送において期待される役割と密接に関わってくると思っておりますので、ぜひ今後、再発防止の策定をお願いしたいと思っております。

2点目は、NHK国際放送に関する財源になる部分です。34ページにおいて、財源はどうあるべきかということで、JIBの創設趣旨も踏まえて御整理をいただいていると思っております。先ほど飯塚構成員に御質問させていただきましたが、公共放送において広告の財源を直接的に取るのがよいかという点は、BBCでも直近ではそれをゼロにしたという動きがあるということですし、直接NHKが受領することがどうなのか自体は、より一層、論点として深い部分があると思いました。

JIBの収益が厳しい状況ということもありましたが、放送コンテンツ自体に本来的に収益を生む力があるのであれば、収入に換えていくということ自体は重要なことだと思います。国内放送に比べると国際放送に関してはそういった取組をしていくことに関する正

当性も見だしやすいという点は、飯塚構成員の御説明を踏まえても、国内放送のほうで財源問題として、補助金ないし交付金など、何らかの制度的手当がされた収入があることで広告と両立しにくいという話とは、単純に同じ位相にあるわけではないように思っております。そういう意味では、ぜひJ I Bを通じることも含めて広告料収入を取るといったことがあると思います。少し前の回で議論させていただきましたが、恐らくNHKでは広告に関する直接的な営業等を行うノウハウ・経験がないことも踏まえると、J I Bと組んでいただいて、J I Bにおいてはある程度収入を確保していただくことがあると思います。ただ、その結果としては、先ほど水谷構成員も言及されていたような日本における、プラットフォームの運営や、何らかのコンテンツ作成にうまく還元されていくような、エコシステムにつながるような広告財源の確保と、国内への還流ということをJ I BとNHK全体として適切に組んで実施することが必要ではないかと思っております。こういった点はぜひ事務局においてもより突っ込んで考えていただけないかと思っております。2点目については事務局にもご見解について、少し御質問をさせていただきたいと思っております。

最後に、3点目としましてはインターネット配信プラットフォームとの関係についてです。先ほど水谷構成員は、コンテンツモデレーション等に関わり得るようなところ、ないし広告配信等も含めたアルゴリズムの点にも触れられていたように思います。そういった点でどこまで関与できるかは、国内で別途議論されているコンテンツモデレーション等の議論もあります。部分的には何らかのプラットフォームにおいて尊重していただく可能性自体は、欧州ではデジタルサービス法などがあることも含めて、国内の要請は先例があり、考慮の余地があるかと思っております。一方で、国外向けの放送の場合、日本の制度的要請でどこまでできるか、日本の今の交渉力でどこまでできるかは別途課題があるかもしれません。その点に限らず、データの点、著作権など権利関係の点も含めて整備していただいて、できるだけ多くの交渉材料を確保していく形で取り組むことが重要ではないかと思っております。

【後白放送政策課企画官】

落合構成員の3点の御指摘のうち、2点目の財源の部分に関しまして、NHKとJ I Bが組んで取り組んでいくべき、エコシステムを確立していくべきという点で、事務局でも突っ込んで考えてほしいという御意見だったかと思っております。この点につきまして、事務局といたしましても落合構成員御指摘のとおりの問題意識を持っているところでございます

ので、NHK、J I Bとも協議をしながら、どういったことができるのかをしっかりと考えていきたいと思っているところでございます。

【内山構成員】

34ページ目の丸3つ目の辺りですが、このようなイメージ感があります。つまり、放送番組等の企画、制作、流通・配給、伝送という職能があつて、再三、BBC Studiosの話を出したことについては、結局これらがワンストップになっているということになりますけれども、対してNHKグループというところを見たときに、J I BはNHKと民放のジョイントベンチャーではあるものの、どこを競争優位として担うんだろうという意味合いで、隘路に落ちている感じがいたしますし、NHKグループだけで考えても、例えばNEP等も海外番販機能を持っておりますので、位置づけが非常に難しいなということがあります。あるいは、企画から伝送までの一連のワークフローを考えたときに、いろんな会社を転々とする形になっており、あまりスムーズではないと思うわけです。ですので、財源云々ということはあると思いますが、ワークフローの組立て方は、総務省や我々が触れる話ではないかもしれませんが、ある程度NHKのマネジメントとしてお考えいただくのがよいのかなと思う次第でございます。

【瀧構成員】

インシデントでございますけれども、本件は、やや危惧していますのは、通常の事故が起きたというだけでなく、攻撃を受けたような要素もあるインシデントだと思っております。それがゆえに、再発防止対応策の中で、ヘイトを生んでしまわないかという点を逆に心配しているところもございます。再発防止に向けたお話の中でも、くれぐれもその方向でのメッセージが増長されることがないようにという懸念を少し持った次第でございます。そこは重めの御配慮をいただければと感じました。

もう一つは、63ページの配信プラットフォームの件でございます。我々がほかの国々のコンテンツにどう触れているかを考えると、基本的に民間から来ているものを読み聞きしているわけです。一事業会社のセンスから申し上げますと、不穏な表現ですが、撤退基準を決めてやるべきものだと思っております。そうすると、何をベネフィットとして捉えてコストを抑えていくのか、優先順位を絞って進めるべきだと思います。例えばソフトウェアのほうにハードウェアよりは予算を寄せ、場合によってはソフトウェアよりもマーケ

ティングにお金を寄せる必要があるかもしれません。ほかの国々におけるプロミネンスに何らか働きかけることができないかなど、そういうお金の使い方がベネフィットに近づくのではないかという感想を持っております。間違ってもハードウェアに大半の予算が消えたという形にはならないことがとても重要ではないかと考えた次第でございます。

(6) 閉会

事務局から伝達事項の連絡があった。

(以上)