資料 31－3

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３次）［案］

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

2024年（令和6年）12月10日

目次

はじめに 3
第１章　放送の将来像 4
１．放送の価値 4
（１）基本的な理解 4
（２）近年の社会環境の変化などを踏まえた理解 5
２．放送概念 6
（１）我が国における放送概念 6
（２）諸外国における放送概念 7
（３）放送概念が将来的に向かっていくと考えられる方向 10
３．放送の担い手になることで認められる効果として考えられるもの 10
４．今後の進め方 11
第２章　小規模中継局等のブロードバンド等による代替 12
１．基幹放送の役割 12
（１）現行制度 12
（２）デジタル時代における経営の選択肢 12
（３）基幹放送をあまねく受信できるようにする枠組み 15
２．地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替することの是非 15
３．地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とする場合の要件 17
（１）基本的な考え方 17
（２）地域住民の理解を得る上で必要なプロセス 17
（３）円滑な権利処理 18
４．地上基幹放送を代替するＩＰユニキャストの在り方 19
５．ＮＨＫの地上基幹放送のＩＰユニキャストによる代替 19
６．今後の進め方 20
第３章　ラジオ放送における経営の選択肢 22
１．ＡＭ局の運用休止に係る特例措置 22
２．ＦＭ転換及びＡＭ局廃止 24
３．その他 24
おわりに 26

別添

別添１　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　３次取りまとめ

別添２　公共放送ワーキンググループ　第３次取りまとめ

別添３　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

別添４　衛星放送ワーキンググループ　取りまとめ

参考資料

参考１　開催要綱

参考２　開催状況

参考３　規制改革実施計画

参考４　ヒアリング資料等

はじめに

我が国の放送は、来年３月に開始100周年を迎える。その間、放送法の制定（1950年）、テレビ放送の開始（1953年）、カラーテレビ放送の開始（1960年）、衛星放送の開始（1989年）、ＢＳデジタル放送の開始（2000年）、地上デジタル放送の開始（2003年）、地上デジタル放送への移行完了（2012年）、４Ｋ・８Ｋ放送の開始（2018年）といった歴史を刻みながら、国民の知る権利を実質的に充足し、健全な民主主義の発達に寄与するという、その社会的な役割を一貫して担ってきた。しかし、放送はいま、社会全体で急速に進展するデジタル化に直面し、大きな岐路に立たされている状況にある。

こうした中で、本検討会においては、放送の将来像と制度の在り方について中長期的な視点から検討を進めており、これまでに第１次取りまとめ（2022年）及び第２次取りまとめ（2023年）を公表した。その中で提言した内容は、2023年の放送法・電波法改正（複数の放送対象地域における放送番組の同一化、中継局の共同利用、基幹放送事業者等の業務管理体制の確保等）や2024年の放送法改正（ＮＨＫの放送番組等の配信に係る業務の必須業務化、民間放送事業者等が行う放送の難視聴解消措置に対するＮＨＫの協力義務の強化等）などの形で実を結んでいる。

その一方で、今後も放送の社会的な役割が果たされるためには、目下の課題に対処するだけでなく、その先にある将来像を見据える努力も欠かせない。本検討会においては、本年３月以降、社会環境の変化などを踏まえて放送の価値を再検証した上で、放送概念が将来的にどのような方向に向かっていくと考えられるか、放送の社会的な役割の担い手をその編集責任に見合う形で優遇することなどの効果としてどのようなものが考えられるかといった直ちに結論を出すことが困難な検討課題に新たに取り組んだ。引き続き検討を進めていく必要はあるものの、重要な一歩を踏み出せたと考えている。

また、本検討会において継続的に取り組んできた検討課題にも着実な進展があった。本検討会の下で開催した「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」においては、約３年間にわたり小規模中継局等のブロードバンド等による代替可能性について実証や検討に取り組んできたが、その成果がいよいよ出揃うに至ったことを受けて、本検討会においても、代替に向けた制度の在り方について一定の結論を導いた。更には、放送番組のインターネット配信においてテレビ放送よりも先行するラジオ放送の経営の選択肢についても検討を進めた。

この度、以上に述べた検討の成果に本検討会の下で開催した４つのワーキンググループ等（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、公共放送ワーキンググループ、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、衛星放送ワーキンググループ）の取りまとめを加えて、本検討会の第３次取りまとめとして公表する運びとなった。本取りまとめがデジタル時代における放送の将来像と制度の在り方についての新たな道しるべとなることを期待している。

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
早稲田大学大学院アジア太平洋研究科教授　　三友仁志

第1章　放送の将来像

１．放送の価値

（１）基本的な理解

放送は、憲法が規定する表現の自由の保障の下で、国民の知る権利を実質的に充足し、健全な民主主義の発達に寄与するものとして、国民に広く普及されるべきものである[1]。放送法（昭和25年法律第132号）は、この憲法的価値の下で、放送の社会的な役割が果たされるようにこれを規律している。その中で、基幹放送の規律については、自主自律を基本とする枠組み[2]の下で、放送事業者が自らの責任において放送番組の編集を行うことを前提として、無線の伝送路を優先的に確保し[3]、計画的な普及を図り[4]、そのことが寡占性、ひいては経営基盤となる構造となっている。

また、放送は、公共性の観点からは、同時・同報の信頼される基幹的メディアとして、単に消費者が見たいときに見るという消費的・嗜好的要素を超えて、公衆を包摂・形成する社会基盤[5]というべきものであり、その帰結として、国民に広く共有されるべき基本的情報を伝達する役割を委ねられてきた[6]といえる。

その上で、デジタル時代においては、情報の伝送手段が多様化した一方で、情報空間の健全性を確保するとともに、公衆の相互理解や対話を促進することなどが課題となっており、その中にあって放送の社会的な役割に対する期待は大きい[7]。

こうした基本的な理解の下、本検討会の第１次取りまとめ[8]においては、2030年頃の放送の将来像を論ずる中で、「放送の意義・役割」として、放送には、取材に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、「知る権利」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う価値があり、デジタル時代においてこそ、放送の役割に対する期待が増していることを示したところである。

---

[1] 最高裁平成 29 年 12 月６日大法廷判決
[2] 番組編集準則（放送法第４条第１項）、番組基準（同法第５条第１項）、放送番組審議機関（同法第６条第１項）等
[3] 「基幹放送」とは、電波法（昭和 25 年法律第 131 号）の規定により放送をする無線局に専ら又は優先的に割り当てられるものとされた周波数の電波を使用する放送をいう。（放送法第２条第２号）
[4] 総務大臣は、基幹放送の計画的な普及及び健全な発達を図るため、基幹放送普及計画を定め、これに基づき必要な措置を講ずるものとする。（放送法第 91 条第１項）
[5] ここでは、社会資本として、ハードだけでなく、公衆の相互理解や対話の促進などを通じたソーシャル・キャピタル（社会関係資本）の形成に寄与するソフトをも包含するものとして用いている。
[6] 災害の場合の放送（放送法第 108 条）、災害に関する情報の収集及び伝達（災害対策基本法第 51 条）等
[7] デジタル空間における情報流通の健全性確保に向けた今後の対応方針と具体的な方策について検討する「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会（座長：宍戸常寿東京大学大学院法学政治学研究科教授）」のとりまとめにおいて、放送に期待される役割についても記載されている。
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/digital_space/02ryutsu02_04000411.html
[8] 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（2022 年（令和４年）８月５日公表）

（２）近年の社会環境の変化などを踏まえた理解

放送は、公衆の生命・身体の安全確保のために必要な情報を迅速かつ確実に提供する点でも大きな役割を果たしている。本検討会の第２次取りまとめ[9]の公表後では、令和６年能登半島地震において、関係者の高い使命感の下で、被災地の放送ネットワークや受信環境、取材網の維持が図られ、災害放送が行われた。例えば、長引く停電により被災地の中継局の発電機に燃料補給が必要となる中で、道路が寸断された状況でも、ヘリコプターによる燃料補給の継続的な実施により停波が最小限に抑えられたほか、避難所におけるテレビ・アンテナの設置や、ラジオ受信機の配布、衛星放送を活用した地上放送の放送[10]、被災地において依存度の高いケーブルテレビの復旧が進められた。また、発災直後には避難を強く促す呼びかけが行われたほか、インターネット上で偽・誤情報が広く出回る中、それらを打ち消す報道や冷静な対応を呼びかける報道も行われた。この度の地震の経験を踏まえて緊急対応力の強化に引き続き取り組む必要があるが、以上に述べたような災害放送やそれを可能とする取組を通じて、基幹的メディアとしての放送の重要性が再認識された。

また、放送は、情報空間の健全性を確保する上でも重要な役割を果たしている。取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報を発信することを基本として、例えば、ＳＮＳから発信される大量の情報を収集・分析し、重要な情報を報道につなげられるようにするための取材体制の構築、一次情報の確認や専門家や研究機関への取材などを通じた偽・誤情報の検証報道、偽・誤情報の拡散を未然に防ぐことに寄与するコンテンツの提供、放送由来のコンテンツのデジタル空間における提供、情報発信元の真正性の確保に向けた技術的手段の開発といった取組も進められている。

放送がその社会的な役割を果たす上で不可欠なコンテンツの質の確保は、それぞれの放送事業者において視聴者の意見を採り入れながら適切に図られるものである。その上での一般論として、良質なコンテンツは、一定の編集責任と経営基盤の下で、収入を確保し、人的・財政的な資源を投じて制作してこそ提供可能であり、その効用は、世代を問わず国民に広く提供されてこそもたらされる。こうした良質なコンテンツを供給し、効用をもたらす構造は、100年の歴史の中で放送が示してきたものであり、デジタル時代において伝送手段が多様化しても基本的には変わらないと考えられる。

その一方で、デジタル時代において情報空間は絶えず変化し続けるものである。例えば、市場原理に委ねているだけでは特定の分野の情報が十分に提供されなくなるおそれ[11]や、情報過多によって、信頼できる情報や自律的な価値判断を行うため

---

[9] 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）（2023 年（令和５年）10 月 18 日公表）

[10] ＮＨＫがＢＳプレミアムを放送していたチャンネル（ＢＳ１０３チャンネル）でＮＨＫ金沢放送局の総合テレビの地域向けニュースや全国ニュースを放送。

[11] 本検討会においては、情報が飽和する中では、情報空間がアテンションエコノミーに染まっていくことで、フィルターバブルが進んで、基本情報が行き届かないということが起こり得る旨の発言（第１回、山本龍彦構成

に必要な情報などにたどり着くことが難しくなるおそれがある。そうなれば、基幹的メディアとしては、それらの情報を伝達するとともに、その参照点としての役割を果たすことなどが重要になる。

こうした中で、基幹的メディアとしての放送に期待される価値の本質は変わらないとしても、その価値をもたらし、それを発揮する放送の姿は変わり得るものであり、その観点から、上記の構造や情報空間の変化なども踏まえて、必要なエビデンスを揃えながら、2030年頃だけでなくその先も見据えた放送の将来像について引き続き検討を進めていく必要がある。

【能登半島地震に関するインターネット上の真偽の不確かな投稿の例】



・二次元コードを添付して寄附金・募金等を求める投稿
・公的機関による支援や施設利用に関する不確かな情報
・被災住宅について、不要なはずの住宅改修工事を勧める投稿
・不審者・不審車両への注意を促す不確実な投稿
・過去の別場面に酷似した画像を添付して被害状況を報告する投稿
・存在しない住所が記載されるなど、不確かな救助を呼びかける投稿

（出典）総務省ウェブサイト： https://www.soumu.go.jp/use_the_internet_wisely/special/fakenews/

【能登半島地震に関するインターネット上の偽・誤情報を打ち消す報道事例】



・地震の原因が「人工地震」という主張について
科学的根拠が全くない偽情報であることを伝える報道
・嘘の救助要請について注意喚起をする報道
・感情を揺さぶられるような情報や動画を安易に拡散せず、
情報源を確認したり、行政や報道機関の情報を調べたり
するなど冷静な対応を呼びかける報道

（参考）「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24回会合（令和6年3月5日）資料24－2（事務局資料）p.3

図表１－１　令和６年能登半島地震における報道事例等

２．放送概念

（１）我が国における放送概念

放送法は、「放送」を公衆によって直接受信されることを目的とする電気通信の送

員）や典型的な報道番組や知られざる社会問題を広く知らせるドキュメンタリーは、民主主義社会にとって不可欠なものだが、政策的介入がない場合には過小供給されがちである旨の発言（第２回、曽我部構成員）があった。

信と定義している[12]。ここでいう公衆とは不特定多数の者を意味している[13]。この定義の下で、例えば、情報を受信者からの要求に応じてその都度送信する放送番組等のインターネット配信は、放送に該当しない。

また、放送法は、放送が有限希少な電波を使用することと放送の及ぼす社会的影響力が大きいことから、その社会的な役割が果たされるようにこれを規律[14]しており、その中で、基幹放送の規律については、自主自律を基本とする一定の編集責任が果たされることを前提として、無線の伝送路を優先的に確保し、計画的な普及を図り、そのことが寡占性、ひいては経営基盤となる構造となっている。

こうした現行の放送制度は、放送の技術的な特性（同時・同報で広範囲に到達すること、輻輳のないこと、経済合理性の観点から優れていること等）とその送信形態による社会的な影響力を基礎として、放送に社会的な役割を担わせることで形成されてきたと考えられる。

（２）諸外国における放送概念

諸外国においては、それぞれ異なる放送制度が形成されており、それらは必ずしも放送の技術的な特性を基礎とするものとなってはいない。例えば、米国や英国においては、放送の定義そのものは、無線通信により伝送するものに限定されている。しかしながら、米国においては、放送に対する規律の一部が放送番組のインターネット配信にも適用される仕組み[15]となっており、英国においては、放送番組のインターネット配信にも放送に対するコンテンツ規制[16]の全部又は一部が適用される仕組みとなっている。ドイツやフランスにおいては、放送又は放送に相当するメディアの定義そのものが伝送手段を問わないものとなっている。

また、英国においては、2024 年に成立した「メディア法[17]」に基づき、「規制テレビジョン選択サービス[18]」を提供する者が「指定インターネット番組サービス[19]」を適切に目立たせて提供することが義務付けられるなど、デジタル時代ならではの制

---

[12] 放送法第２条第１号
[13] 放送法逐条解説　新版（金澤薫監修　放送法制研究会編著）
[14] 不特定多数の者に届けるために同時かつ一斉に送信するものは、対象が不特定多数の者であることや送信時期が同時かつ一斉であることや情報の送信形態が映像・音声等であること等から社会的影響力が大きいものであること及び、特に無線の放送については有限希少な周波数を用いるものであること等を踏まえ、従来から放送として特別に規律されてきた。（放送法逐条解説　新版）。これに対して、2010 年の放送法改正で「放送」の定義に改正前の「有線テレビジョン放送」「有線ラジオ放送」「電気通信役務利用放送」も含めたことで伝送路の中立性は一定程度確保されており、本検討会においては、その根拠が真に根拠たり得るのか更に精緻化していく必要があるといった指摘（第 29 回、林構成員）があった。
[15] 字幕付きで放送された放送番組をインターネット上で再送信する場合における字幕の付与
[16] 番組基準を定めた「Ofcom コード」
[17] Media Act 2024
[18] インターネットに接続するテレビ機器等により提供される番組の選択・アクセスを出来るようにするサービスであって、指定されるもの
[19] ＢＢＣやＩＴＶ等の公共サービス放送事業者が提供するインターネット配信サービス等であって、指定されるもの

度整備が進められている。更には、地上テレビ放送を無制限に維持すべきとする放送業界のコンセンサスは崩れたとした上で、将来的な在り方として、その廃止を含むいくつかの選択肢を示す報告書[20]が公表されるなど、放送の将来像についての検討が進められている。

[20] 2024年５月９日に英国情報通信庁（Ofcom）が文化メディアスポーツ省に提出した「Future of TV Distribution」。同報告書は、地上テレビ放送の将来的な在り方に影響を与え得る市場の変化について調査・分析を行ったものであり、地上テレビ放送を無制限に維持すべきとする放送業界のコンセンサスは崩れたとした上で、将来的な地上放送の在り方の選択肢として、①より効率的な地上デジタルテレビサービスへの投資、②地上デジタルテレビサービスの縮小、③地上デジタルテレビサービスの廃止の３つを提案している。

	定義語	定義内容	備考
米国	放送	一般公衆により直接又は中継局を経由することにより受信されることを目的とする無線通信の伝搬	・コンテンツ規制の対象となっている。 ・地上放送のカバレッジについては、ケーブルテレビや衛星放送による再放送によっても図られる仕組みとなっている。 ・公共放送については、非放送技術の利用を含め、最も効率的かつ経済的な手段により、可能な限り多くの市民に提供する仕組みとなっている。
英国	放送	無線電信による放送	番組基準を定めた「Ofcom放送コード」が適用されている。
	テレビ番組サービス	・テレビ放送サービス（放送されることを目的として提供されるテレビ番組のサービスから構成されるサービス、かつ、公衆が受信可能なように提供されるサービス） ・テレビ免許コンテンツサービス（衛星から放送されるテレビサービス、電子通信ネットワークを利用して配信されるテレビサービス（インターネット経由で放送されるサービスを含む。）又はラジオ多重放送によって提供されるサービス） ・デジタルテレビ番組サービス ・制限的テレビサービス	
	オンデマンドプログラムサービス	主たる目的が、テレビ番組サービスに通常含まれる番組の構成・内容と同等のものであり、アクセスがオンデマンドで行われるものであり、編集責任を有する者が存在するものであり、当該者によって公衆の利用に供することとされたものであり、その者の本社が英国内にあるものであり、かつ、サービスに関する編集上の決定が英国内で行われるもの	番組基準を定めた「Ofcom放送コード」の一部が適用されている。
ドイツ	放送	報道・編集された番組を、動画又は音声で一般向けに編成・配信し、電気通信手段によって放送スケジュールに沿って同時受信すること	コンテンツ規制の対象となっている。
	テレメディア	電気通信法に規定する電気通信サービス又はメディア州際協定に規定する放送に該当しない全ての電子的情報通信サービス	
フランス	視聴覚通信	公衆へのサービスを実現する態様はどうであれ、公衆向け通信としてのラジオ及びテレビサービス又は公衆向けビデオ・オン・デマンドサービス（個人の要求により発信者と受信者の間でデジタルデータを交換するオンラインサービスを除く。）	・コンテンツ規制の対象となっている。 ・地上放送のカバレッジについては、地上波以外の手段も使って100%の人口カバー率を実現する仕組みとなっている。

図表１－２　諸外国における放送等の定義

（３）放送概念が将来的に向かっていくと考えられる方向

我が国においては、デジタル時代においても、放送の社会的な役割に対する期待が大きい一方で、情報の伝送手段が多様化し、放送の技術的な特性は相対化している。また、多様化した情報の伝送手段の間において整合的な制度や対等な経営環境が必ずしも実現していない現状があるといった指摘があった[21]。

こうした中で、放送制度やその中の放送概念[22]は、諸外国の動向も参考にしつつ、放送の将来像を見据えながら見直すべきものから見直していく必要があり、将来的には、社会基盤として維持する意義のある放送の社会的な役割を基礎として、多様な伝送手段によりその役割がより良く果たされるように再構成される方向に向かっていくと考えることは可能である。

３．放送の担い手になることで認められる効果として考えられるもの

仮に放送制度やその中の放送概念が放送の社会的な役割を基礎として再構成されるとしても、現行制度における基幹放送とは異なり、その社会的な役割を担うべきものが伝送路の優先的な確保を必要とするとは限らない。また、これに対しては、自主自律を基本とする一定の編集責任が果たされることを前提として、伝送路を優先的に確保し、計画的な普及を図り、そのことが寡占性、ひいては経営基盤となる基幹放送の規律の構造をそのまま当てはめることはできない。

この点に関して、本検討会の構成員からは例えば以下のような意見が示された。

- 現行の基幹放送の規律の枠組みを踏襲するのであれば、過渡的には、従来の放送概念における放送の担い手のうち、インターネット上でも放送の社会的な役割を自ら積極的に担おうとする者を対象として、自主自律を基本とする一定の編集責任が果たされることを前提として経営基盤の確保を図る既存の規律の構造を応用していくことになると考えられる。また、将来的には、従来の放送概念における放送の担い手であるかどうかを問わず、インターネット上で放送の社会的な役割を自ら積極的に担おうとする者を対象として、上記の既存の規律の構造を応用していくことになると考えられる。

- 経営基盤の確保は、周波数の割当てや寡占性の創出に限らず、例えば、放送の社会的な役割を担う者をその編集責任に見合う何らかの形で優遇することによっても図ることが可能と考えられる。

- 優遇措置としては、例えば、プロミネンス（プラットフォーム上で情報を目立たせ、アクセス機会を確保する措置）、権利処理、視聴データの取扱い、なりすま

[21] 例えば、本検討会においては、放送番組のインターネット配信を行う上でいわゆる「フタかぶせ」などが必要となる場合がある現状に課題がある、視聴データの取扱いを含む広告の在り方については早期の検討に値するといった指摘（第29回、奥構成員、瀧構成員）があった。

[22] 放送そのものと放送の社会的な役割と同等の役割を担うもののどちらも含み得るもの

しによる被害からの回復、放送の二元体制の下でのＮＨＫとの協力などが考えられる。

本検討会におけるこうした議論を踏まえれば、放送の社会的な役割を基礎とする放送概念を検討する上では、一定の編集責任が果たされることを前提として経営基盤の確保を図る観点から、放送の社会的な役割の担い手をその編集責任に見合う形で優遇することなどの効果についても議論を深めていく必要がある。

４．今後の進め方

本章においては、放送の将来像について、引き続き検討を進めていくことが必要であることを述べた上で、放送制度やその中の放送概念が将来的に向かっていく方向や放送概念の検討をする上で議論を深めていくべきものとして現段階で考えられるものを示した。本検討会としては、更なる検討を速やかに進めていくべきであり、その際には編集責任や優遇措置などを一体的に議論していくことが重要であると考えている。今後総務省においては、本章で述べた内容を踏まえた上で、必要な調査等を行うことを含めて検討を本格化することを期待する。

第2章　小規模中継局等のブロードバンド等による代替

１．基幹放送の役割

（１）現行制度

基幹放送は、放送の社会的な役割の実現を確実かつ適正に果たすことを確保する枠組みに基づき行われるもの[23]として位置付けられており、放送をする無線局に専ら又は優先的に割り当てられるものとされた周波数の電波を使用している[24]。

基幹放送による放送の面的な普及を図るため、ＮＨＫは、義務として、ＡＭ放送とＦＭ放送とのいずれか及びテレビ放送がそれぞれあまねく全国において受信できるように措置をしなければならないこととされている[25]。また、特定地上基幹放送事業者及び基幹放送局提供事業者は、努力義務として、放送対象地域において基幹放送があまねく受信できるように努めるものとされている[26]。

（２）デジタル時代における経営の選択肢

第１章で述べたとおりデジタル時代において放送の社会的な役割に対する期待が大きい中で、その実現を確実かつ適正に果たすことを確保する枠組みに基づき行われる放送として、基幹放送の役割は依然として重要であり、その維持・発展が望まれる。

その一方で、放送事業者は、受信料収入減や広告収入減などにより厳しい経営環境に直面しており、また、その社会的な役割を果たす上で不可欠なコンテンツの制作コストをこれからも賄う必要があることから、社会経済構造の変化に応じて業務の合理化を図るとともに付加価値を上げる経営努力が求められる。

こうした中で、基幹放送の事業の経営の選択肢については、その維持・発展を図る上での喫緊の課題として、放送の社会的な役割の実現を確実かつ適正に果たすことを確保可能なものと認められる限りにおいて拡大していく必要がある。

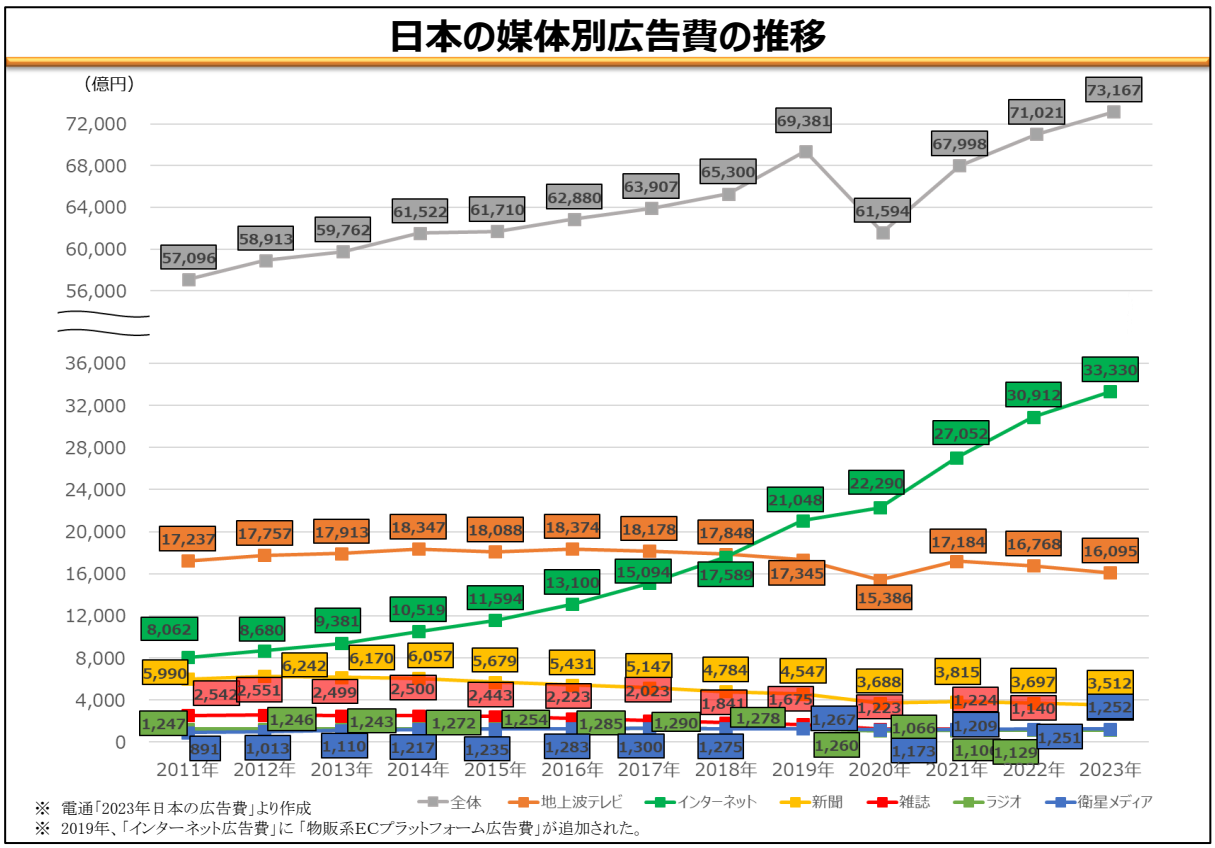
---

[23] 基幹放送は、…（中略）…民主主義の健全な発達に寄与し、国民が日常生活及び社会生活を営むに当たり必要な情報を提供し、基本的情報の共有を促進すること等の社会的な役割の実現を確実かつ適正に図るために確保する無線の放送である。（放送法逐条解説　新版）

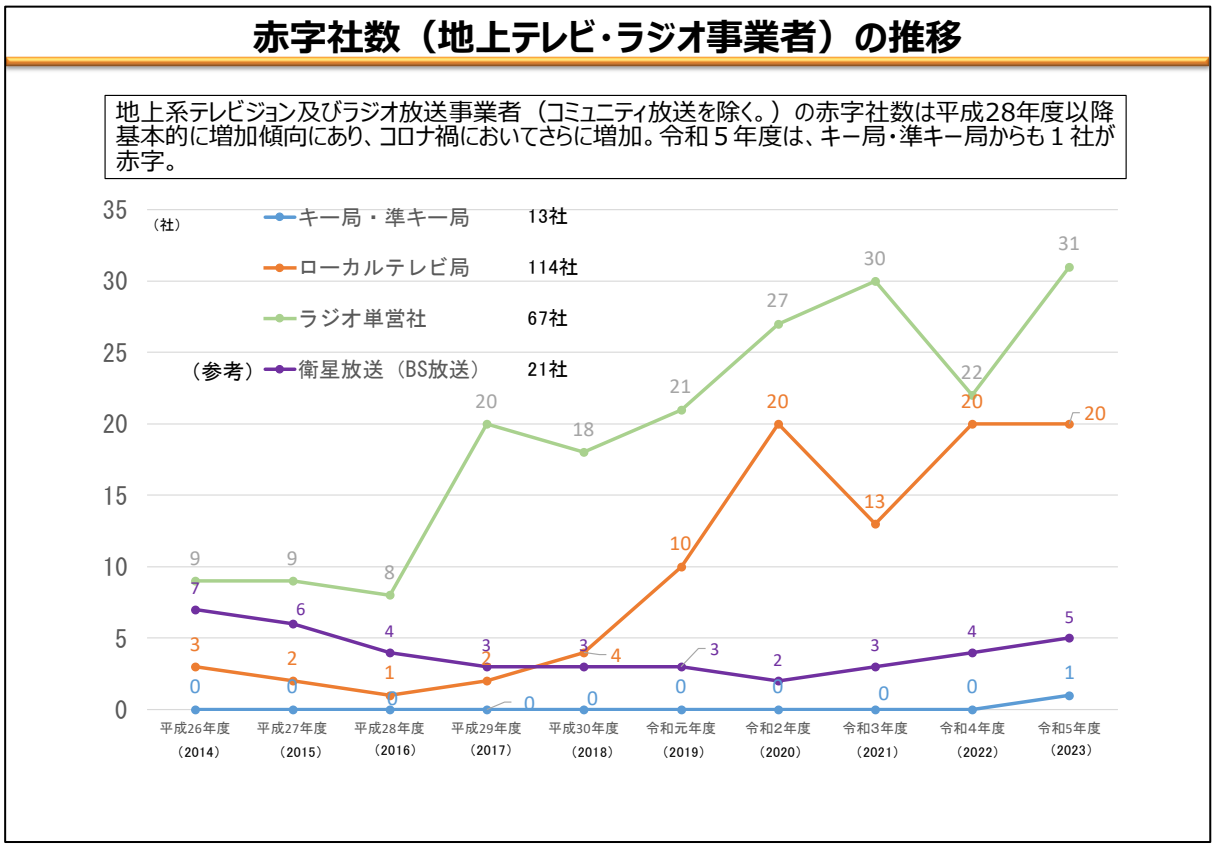
[24] 放送法第２条第２号

[25] 放送法第 20 条第５項

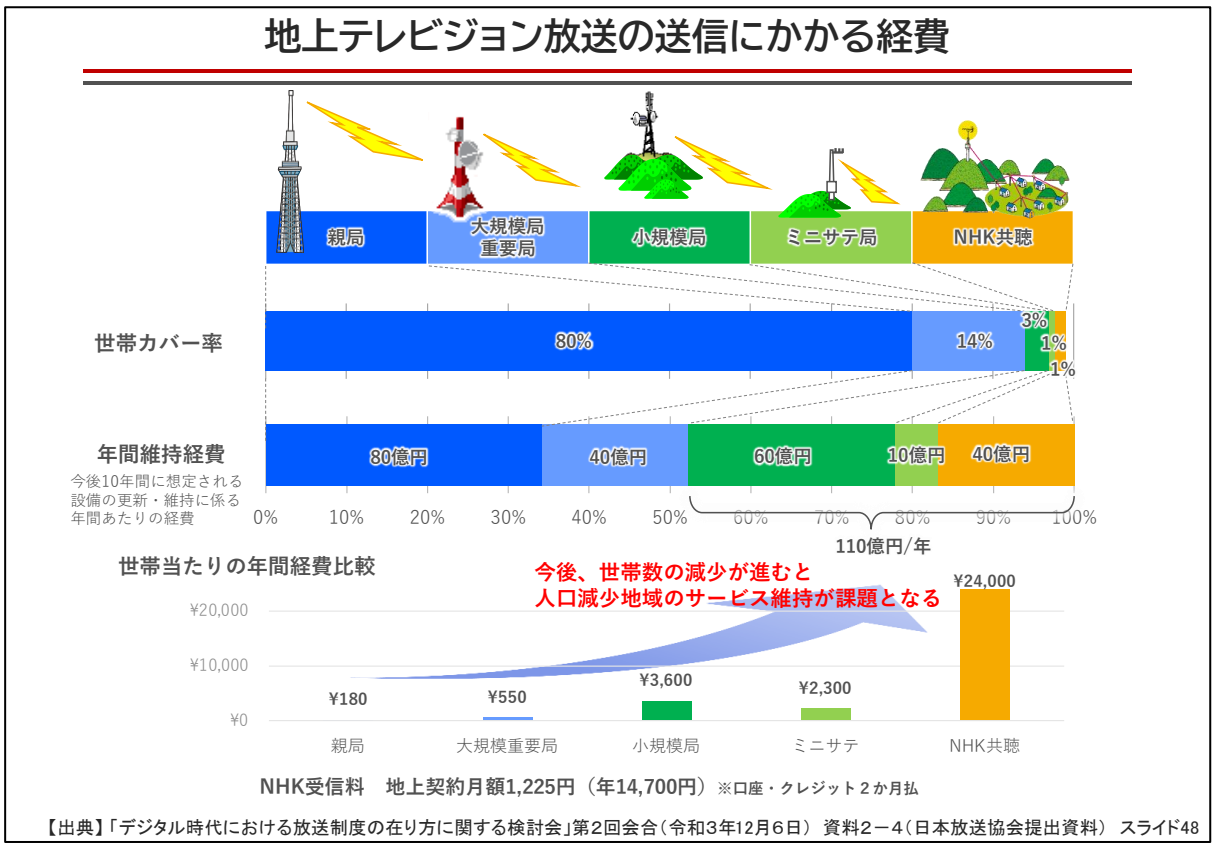
[26] 放送法第 92 条



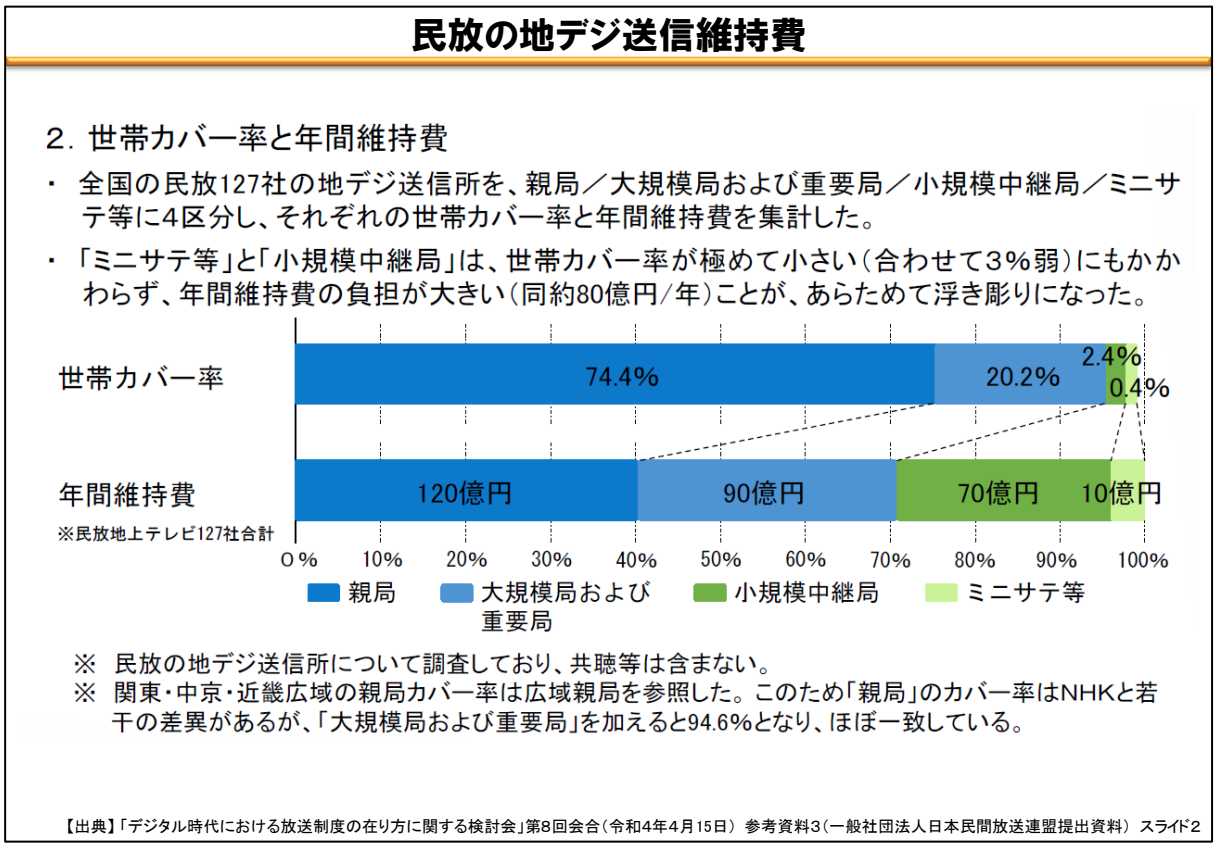
図表２－１　日本の媒体別広告費の推移



図表２－２　赤字社数（地上テレビ・ラジオ事業者）の推移



図表２－３　ＮＨＫにおける地上テレビ放送の送信に係る経費



図表２－４　民間放送における地上テレビ放送の送信に係る経費

（３）基幹放送をあまねく受信できるようにする枠組み

基幹放送が放送の社会的な役割の実現を確実かつ適正に果たす上では、国民に広く普及されて、その効用が国民にもたらされる状態にあることが重要[27]である。このことはデジタル時代においても不変であるため、基幹放送をあまねく受信できるようにする現行の枠組みはこれからも不可欠である。また、この枠組みは、放送の技術的な特性を基礎に形成されている放送制度の中で、放送の面的な普及を図るためのものであり、そのことによる内在的な制約として、基幹放送の伝送手段は放送を基本とする必要があると考えられる。

しかしながら、地域の人口減少やブロードバンド網の全国的な普及[28]、情報の伝送手段の多様化など社会環境が変化する中で、放送の技術的な特性は相対的なものとなっており、小規模中継局等[29]による放送が基幹放送の伝送手段として地域によっては必ずしも合理的なものとなっていない現状がある。また、放送がもたらす効用という観点からは、国民は、伝送手段が放送であるかそれ以外であるかを大きく意識することなく、放送番組を視聴している現状がある。

こうした現状に鑑み、放送に準ずる技術的な特性を備え、基幹放送の効用を国民にもたらす手段として利用可能な放送以外の伝送手段があるならば、それを基幹放送の伝送手段の選択肢として認める余地がある。

２．地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替することの是非

本検討会においては、従来の無線による放送とケーブルテレビや光ファイバ等のブロードバンドによる伝送の２つの方法について、両者の提供エリアの突き合わせやコスト比較の具体的な作業を行いつつ、それらによる代替可能性について検討していくべきとの方向性を示した上で、「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」を開催し、約３年間にわたる検討に取り組んできた。また、規制改革実施計画（令和４年６月７日閣議決定）では、ブロードバンド等による代替につい

---

[27] 放送法第１条は、放送を規律する原則の一つとして「放送が国民に最大限に普及されて、その効用をもたらすことを保障すること」を掲げている。

[28] 全国の光ファイバ整備率は 99.84%となっている。（令和５年（2023 年）３月末時点）

[29] 中継局としては、ミニサテライト局のほか、一部の小規模中継局を想定。なお、中継局の分類は以下のとおり。

プラン局：親局以外の基幹放送局のうち、基幹放送用周波数使用計画（昭和 63 年 10 月１日郵政省告示第 661 号）の表（注：第５表）に掲げる中継局（放送法施行規則第 103 条第２号）。

その他の中継局：親局及びプラン局以外の基幹放送局（放送法施行規則第 103 条第３号）。「空中線電力が小さく、又はその周波数の使用状況からみてあらかじめ特定の周波数を定めておくことが適当でない次に掲げる中継局」として、「テレビジョン放送（地上系）を行う 3W以下の中継局」が規定（基幹放送用周波数使用計画 第１総則 ４（５））。

ミニサテライト局：「その他の中継局」のうち、空中線電力 0.05W 以下のもの（無線設備規則第 14 条第２項及び別表第１号注 21 ただし書の規定に基づく総務大臣が別に告示する地上基幹放送局の送信設備及びその技術的条件）。

て、技術実証も実施しつつ更なる検討を行い、令和６年度に結論を得ることとされており、これも踏まえ、同作業チームにおいては、小規模中継局等のブロードバンド等による代替、とりわけ、ＩＰユニキャストによる代替が、実際に放送の代替として実現可能性があるかどうかについて検討を行い、実証事業の結果等を踏まえ、この度、一定の結論を得たところである。

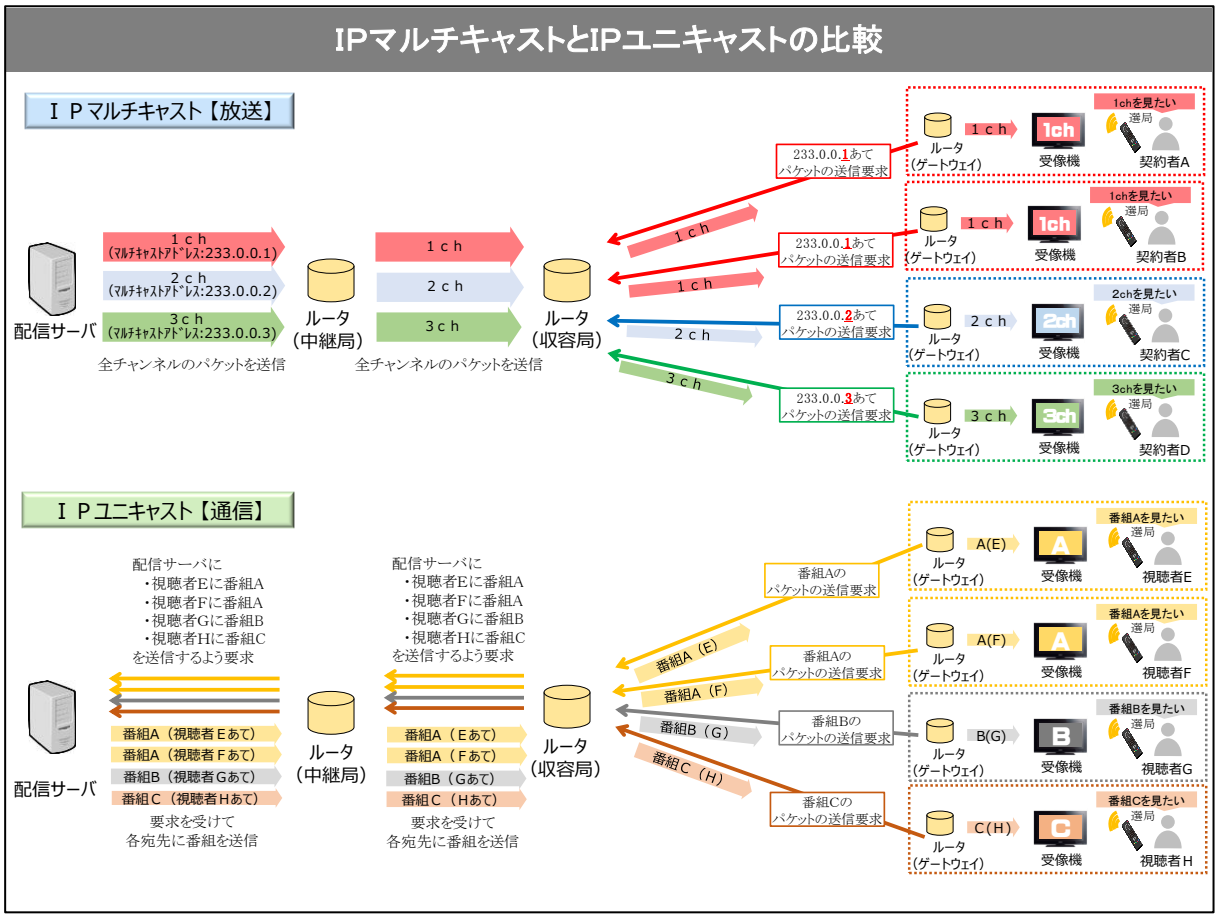
ここでいう「小規模中継局等のブロードバンド等による代替」とは、小規模中継局等がカバーする地上基幹放送の受信エリアにおいて、その伝送手段を無線による放送からブロードバンド等による伝送に置き換えるということであり、そのことを前提として、その受信エリアにおいては小規模中継局等を廃止することを意味している。このことは、放送対象地域全体で考えた場合には、地上基幹放送における無線による放送をブロードバンド等による伝送によって補完することを意味していると考えることもできる。

小規模中継局等による放送の代替手段としては、まずはケーブルテレビやＩＰマルチキャストによる放送が考えられる。しかしながら、整備状況[30]や設備コストに見合う需要規模などを踏まえれば、それらだけで小規模中継局等による放送を全て代替することは現実的ではない。

ＩＰユニキャストは、現行の放送法上、放送ではなく、品質・機能について基準が設けられていない点や技術的な制約[31]がある点に留意する必要があるものの、放送番組のインターネット配信に用いられている点に鑑みれば放送に準ずる一定の技術的な特性を備えていると考えることができる。また、全国的に普及するブロードバンド網を利用して提供可能なものであり、ケーブルテレビやＩＰマルチキャストの未整備地域やそれらの設備コストに見合う需要規模に満たない地域においても小規模中継局等による放送の代替手段となり得る。

このため、放送に準ずる品質・機能を確保した上で、基幹放送をあまねく受信できるようにする義務・努力義務を果たすべき者の責任の下で安定的かつ継続的に行われることを前提として、ＩＰユニキャストを小規模中継局等による放送の代替手段として許容することが適当である。

[30] ケーブルテレビの世帯普及率は約 52.5%（令和５年（2023 年）３月末時点）、ＩＰマルチキャストによる地上放送の再放送サービスは、株式会社アイキャストが 20 都道府県でサービスを提供している。
[31] 本検討会においては、ＩＰユニキャストによって放送を代替する場合、現時点では、数十秒程度の伝送遅延の発生やデータ放送の代替が困難であるなど、放送と同じサービスレベルでの代替を実現することが難しい機能や性能がある旨の発言（第 28 回、伊東座長代理）があった。



図表２－５　ＩＰマルチキャストとＩＰユニキャストの比較

３．地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とする場合の要件

（１）基本的な考え方

ＩＰユニキャストを小規模中継局等による放送の代替手段として許容するとしても、基幹放送の枠組みが放送の面的な普及を図るためのものであることやＩＰユニキャストの品質・機能について技術的な制約がある中で視聴者の利益の保護を図る必要があることなどを踏まえれば、基幹放送の伝送手段は放送を基本とする必要がある。この観点からは、一定の要件を満たす限定的な場合に限り、小規模中継局等による放送をＩＰユニキャストで代替することを許容することが適当である。

代替の要件については、例えば、経営状況、小規模中継局等の開設・維持に係るコストの合理性、他の代替手段の有無といった代替の必要性や地域住民の理解を得る上で必要なプロセスを踏んでいるかといった代替の受容性を勘案することが考えられる。

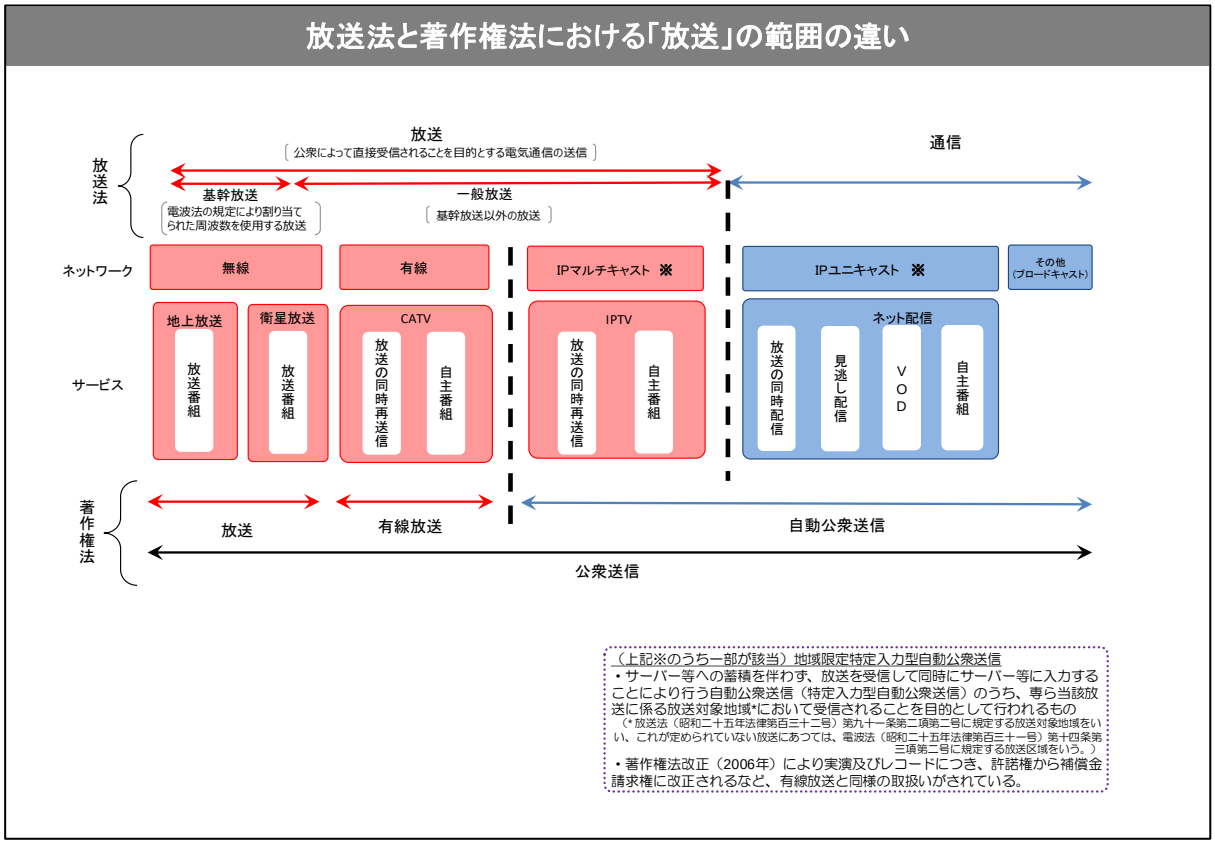
（２）地域住民の理解を得る上で必要なプロセス

地域住民の理解を得る上で必要なプロセスについては、代替が経営の選択肢であることを踏まえれば、一義的には基幹放送を行う者が主体となって取り組むべきも

のであるが、その重要性に加え、伝送手段の多様化を含めて放送の姿が変わり得るものであることについて国民的な理解を深めていく必要性も認められることから、総務省においては、公的機関の立場から必要な支援に取り組むことが望ましい。

（３）円滑な権利処理

ＩＰユニキャストで代替する場合においては、権利処理ができないことによるマスキング等の処理（いわゆる「フタかぶせ」）は可能な限り避けるべきであり、例えば、著作権については、現行の著作権法（昭和 45 年法律第 48 号）を前提とするならば、地域限定特定入力型自動公衆送信[32]（放送を受信することにより行うことや専ら放送対象地域で受信されることを目的として行うことなどが必要）に該当する範囲のＩＰユニキャストなど円滑な権利処理ができる代替手段となっているかどうかも要件を定める上で重要である。



図表２－６　放送法と著作権法における「放送」の範囲の違い

[32] 特定入力型自動公衆送信のうち、専ら当該放送に係る放送対象地域（放送法（昭和 25 年法律第 132 号）第 91 条第２項第２号に規定する放送対象地域をいい、これが定められていない放送にあつては、電波法（昭和 25 年法律第 131 号）第 14 条第３項第２号に規定する放送区域をいう。）において受信されることを目的として行われるもの（著作権法第 34 条１項）

４．地上基幹放送を代替するＩＰユニキャストの在り方

ケーブルテレビやＩＰマルチキャストは、一般放送として、参入[33]や退出[34]、設備の維持[35]などについて放送法の規律が及んでおり、業務の的確な遂行や品質・機能が確保されている。これに対して、ＩＰユニキャストは、現行の放送法上、放送ではなく、規律されていないことから、これによって小規模中継局等の放送を代替する場合には、基幹放送の効用をもたらす観点から業務の的確な遂行や放送に準ずる品質・機能を確保することが望ましい。

基幹放送を行う者が自らＩＰユニキャストを行う場合や他者に委託してＩＰユニキャストを行わせる場合には、例えば、基幹放送を行う者の業務の方法や委託内容によって、業務の的確な遂行や放送に準ずる品質・機能を確保することが可能であると考えられる。その一方で、ＩＰユニキャストを行う者の数が限定的であり、基幹放送を行う多数の者から画一的な委託を受けることとなることが明らかな場合には、ＩＰユニキャストを行う者が満たすべき能力や確保すべき品質・機能を定める方が効率性の観点からは合理的であるとも考えられる。そこで、業務の的確な遂行や放送に準ずる品質・機能を確保するための方法は、基幹放送をあまねく受信できるようにする義務・努力義務を果たすべき者とＩＰユニキャストを行う者との関係を踏まえて合理的なものにする必要がある。

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」が行った実証実験においては、ＩＰユニキャストのメリット・デメリットについての一定の理解の下、小規模中継局等による放送のＩＰユニキャストによる代替が視聴者に受容され得ることが確認された[36]。品質・機能の水準については、ＩＰユニキャストの技術的な制約を考慮するとともに、同作業チームの検討結果を踏まえて、放送に準じて視聴者が受容可能なものとすることが適当である。

５．ＮＨＫの地上基幹放送のＩＰユニキャストによる代替

ＮＨＫは、あまねく全国において受信できるように国内基幹放送を行うこと[37]をその目的の一つとしており、AM放送とＦM放送とのいずれか及びテレビ放送がそれぞれあまねく全国において受信できるように措置をする義務を負っているほか、総務大臣の認可を受けなければ、基幹放送局やその放送の業務の廃止・休止をすることができない[38]。また、事業運営の財源を受信料によって賄うことが可能である。

その一方で、公共放送として提供する放送番組の質を維持しつつ、公共放送の役割

---

[33] 放送法第 126 条第１項及び第 133 条第１項
[34] 放送法第 135 条第１項
[35] 放送法第 136 条第１項
[36] 詳細は、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３次取りまとめを参照。
[37] 放送法第 15 条
[38] 放送法第 86 条第１項

を果たすために必要な事業規模について不断の見直しを行い、事業経費の一層の合理化・効率化に取り組むとともに、受信料の適正かつ公平な負担の徹底に向けた取組を進めていくことが求められている[39]。したがって、その社会的な役割を果たす上で不可欠な放送コンテンツの制作コストをこれからも賄う観点から、社会経済構造の変化に応じて業務の合理化を図るとともに付加価値を上げる経営努力が求められる点は民間放送と変わらない。

また、難視聴解消措置については、放送全体の発展に貢献するプラットフォームとしての役割を果たす観点から、民間放送に協力する義務[40]を負っており、現に中継局の共同利用に向けた協議が進行している[41]。その中で、ＩＰユニキャストによる代替について、社会全体で二重投資にならないようにし、コストを最小化する観点からは、ＮＨＫと民間放送が協力して、ある程度の規模で利用可能な選択肢とする必要性が認められる。このため、ＮＨＫについても、放送に準ずる品質・機能を確保した上で、ＮＨＫと民間放送が協力し、ＩＰユニキャストが両者の責任の下で安定的かつ継続的に行われることを前提として、一定の要件を満たす限定的な場合[42]には、小規模中継局等による放送をＩＰユニキャストで代替することを許容することが適当である。

６．今後の進め方

本章においては、基幹放送の維持・発展を図るため、放送の社会的な役割の実現を確実かつ適正に果たすことを確保可能な限りにおいて基幹放送の事業における経営の選択肢を拡大する政策的な観点から、主として基幹放送の伝送手段の選択肢をどこまで許容することが適当であるかについて述べた。

今後総務省においては、本章で述べた内容を踏まえた上で、法制的な観点からも検討を行い、所要の制度整備を進めることを期待する。また、小規模中継局等のブロードバンド等による代替に向けては、ＮＨＫや民間放送、代替手段の提供主体などの関係者と十分に意思疎通を図り、本検討会において事務局からイメージとして示された工程を具体化していくべきである。

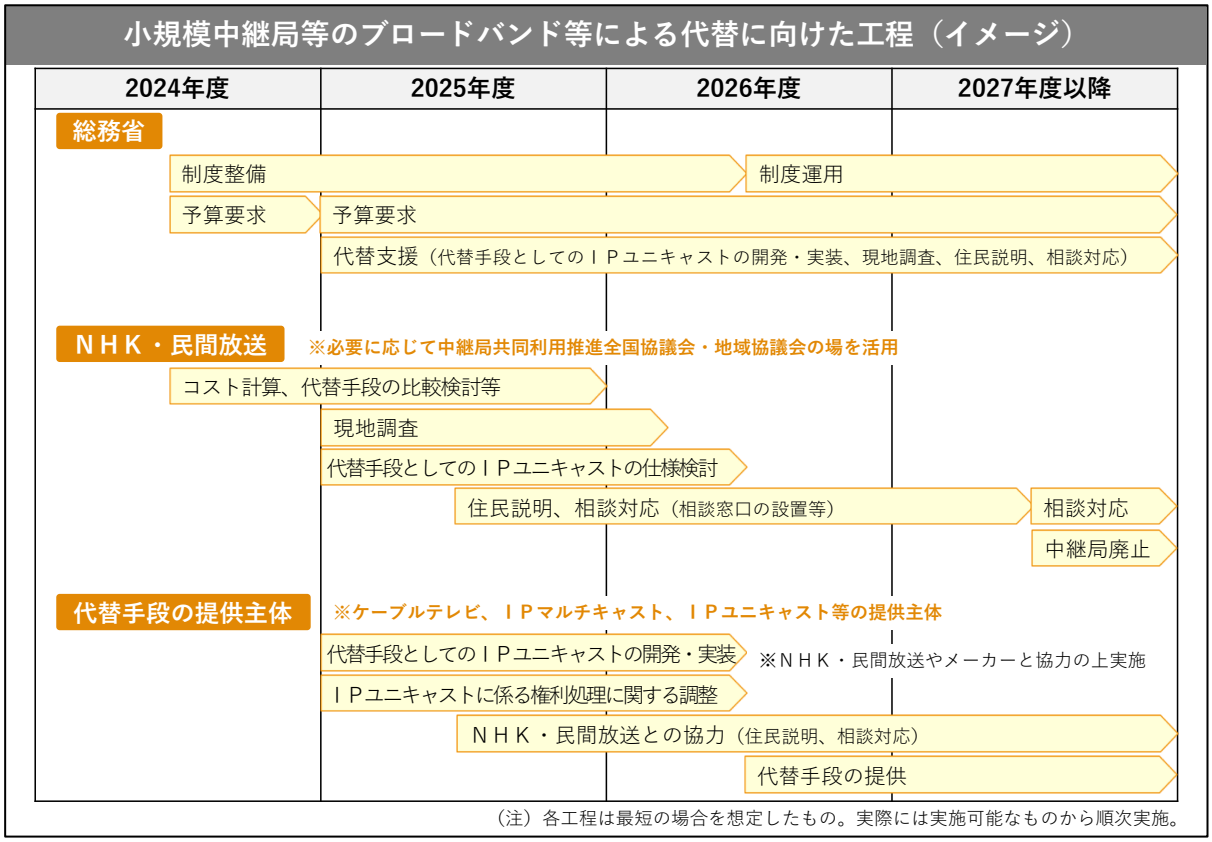
---

[39] 日本放送協会令和６年度収支予算、事業計画及び資金計画に付する総務大臣の意見

[40] 放送法第 20 条第６項

[41] 中継局の共同利用推進
（https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/housou_suishin/kyoudouriyou.html）

[42] ＮＨＫが、あまねく全国に基幹放送を送り届ける特殊法人として、民間放送とは異なる規律に服していることを踏まえれば、放送をＩＰユニキャストで代替する要件等についても、民間放送との規律の違いを踏まえた検討が必要となることに留意が必要である。



図表２－７　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工程（イメージ）

第３章　ラジオ放送における経営の選択肢

１．ＡＭ局の運用休止に係る特例措置

現在、AM放送においては、難聴対策等の観点から、ＦＭ補完中継局（ＦＭ方式による補完中継局）を整備することが可能となっている[43]。また、AM放送の厳しい経営状況を踏まえた今後の経営の選択肢として、ＦＭ転換（親局を含むＡＭ局をＦＭ方式に転換すること）及びAM局廃止（ＡＭ方式の親局を維持しつつもＦＭ補完中継局を整備するなどしてＡＭ方式による中継局を廃止すること）が検討されている[44]。

ＦＭ局のカバーエリアは一般的にＡＭ局よりも狭い[45]ため、ＦＭ転換・ＡＭ局廃止後には聴取できないエリアが生ずるおそれがある。また、ＦＭ転換後の放送やＦＭ補完中継局による放送を受信するためには、その周波数（90.0～95.0ＭＨｚ）に対応したラジオ受信機が必要となるが、古いラジオ受信機にはこの周波数に対応していないものもある。

ＦＭ転換やＡＭ局廃止を検討するに当たっては、その社会的影響を最小限にする必要があり、これを検証する観点から、令和５年（2023年）の再免許においては、ＡＭ局の運用休止に係る特例措置[46]として、所定の要件を満たした13社34局に対し６か月以上の一定期間においてＡＭ局の運用を休止することが認められた。

この特例措置においては、ＡＭ局の運用を休止する場合において、運用休止前の世帯・エリアカバー率が最大限維持できるよう努めることや特例適用局の運用休止の影響を受ける住民への周知広報を行うことなどが要件とされており、世帯・エリアカバー率は、ＡＭ局やＦＭ補完中継局等による放送を合算して算出する仕組みとなっている。

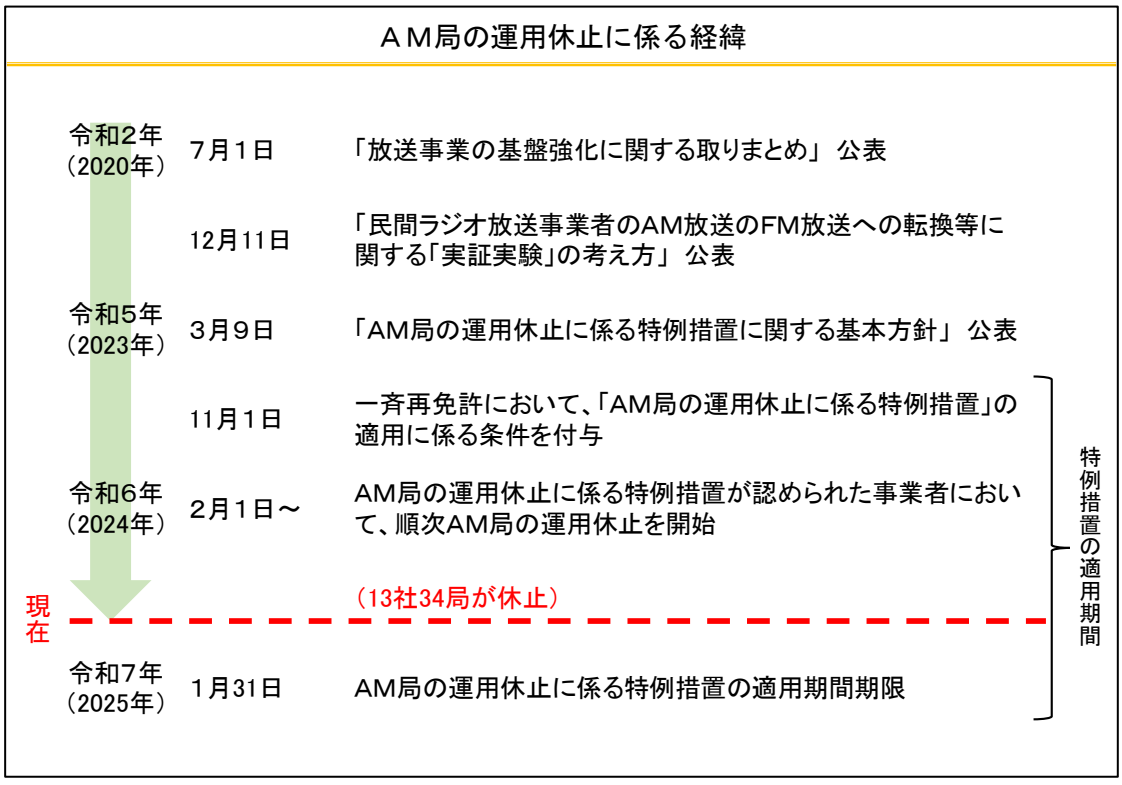
ＦＭ転換やＡＭ局廃止は、ラジオ放送の維持・発展を図る上で合理的な経営の選択肢となり得るものであり、このため、再度の特例措置を認める場合には、自治体等との丁寧な調整を前提として、今回の特例措置の実施状況等も踏まえてより多くのＡＭ放送において検証できるようにする観点から、世帯・エリアカバー率の算出に当たり聴取の実態を反映してradiko等のラジオ番組のインターネット配信を考慮することを含めて、要件を緩和することが適当である。

---

[43] 基幹放送用周波数使用計画（昭和63年10月１日郵政省告示第661号）第４の３
[44] 放送事業の基盤強化に関する取りまとめ（令和２年（2020年）７月１日公表）
[45] ＡＭラジオ放送は、ＦＭラジオ放送に比べて１局当たりのカバーエリアが広く、山間地までカバーしやすいが、建物内ではＦＭラジオに比べて聞こえにくく、また、送信アンテナの設置には河辺など広い敷地が必要となる。
[46] ＡＭ局の運用休止に係る特例措置に関する基本方針（令和５年（2023年）３月９日公表）

用途	周波数	周波数幅[47]
ＡＭ放送	526.5～1606.5ｋＨｚ	１ＭＨｚ
短波放送	3.9～26.1ＭＨｚの一部	４ＭＨｚ
ＦＭ放送	76.0～95.0ＭＨｚ	19ＭＨｚ
地上テレビ放送	470.0～710.0ＭＨｚ	240ＭＨｚ

図表３－１　地上基幹放送に使用されている周波数



図表３－２　ＡＭ局の運用休止に係る経緯

[47] 各放送用に割り当てられた周波数幅

２．ＦＭ転換及びＡＭ局廃止

ＦＭ転換やＦＭ補完中継局の設置に当たっては、ＦＭ放送用の周波数を確保する必要があるが、現在のＦＭ放送用の周波数帯（95.0ＭＨｚ以下）は逼迫しており、それらを経営の選択肢とする上で支障を来すおそれがある。このため、必要なニーズ調査を実施した上で、95.0ＭＨｚ超の周波数帯[48]について、ＦＭ放送用の周波数として既存のＦＭ放送事業者も含めて使用できるようにすることが適当である。

基幹放送普及計画[49]は、放送対象地域（ＡＭ放送・ＦＭ放送などの放送の種類その他の区分ごとの同一の放送番組の放送を同時に受信できることが相当と認められる一定の区域）や放送対象地域ごとの放送系（同一の放送番組の放送を同時に行うことのできる基幹放送局の総体）の数の目標を定めているが、ＦＭ転換を想定したものとなっていない。このため、特例措置の実施状況等も踏まえて制度面でＦＭ転換を可能とすることとし、ＦＭ転換に向けてまずはＡＭ局廃止から段階的に取り組むことを可能とすることが適当である。

３．その他

ラジオ放送においては、ＡＭ放送、ＦＭ放送及び短波放送によって多様なラジオ番組が聴取者に届けられており、近年においてはradiko等のラジオ番組のインターネット配信によってもそれらが聴取されている実態がある。

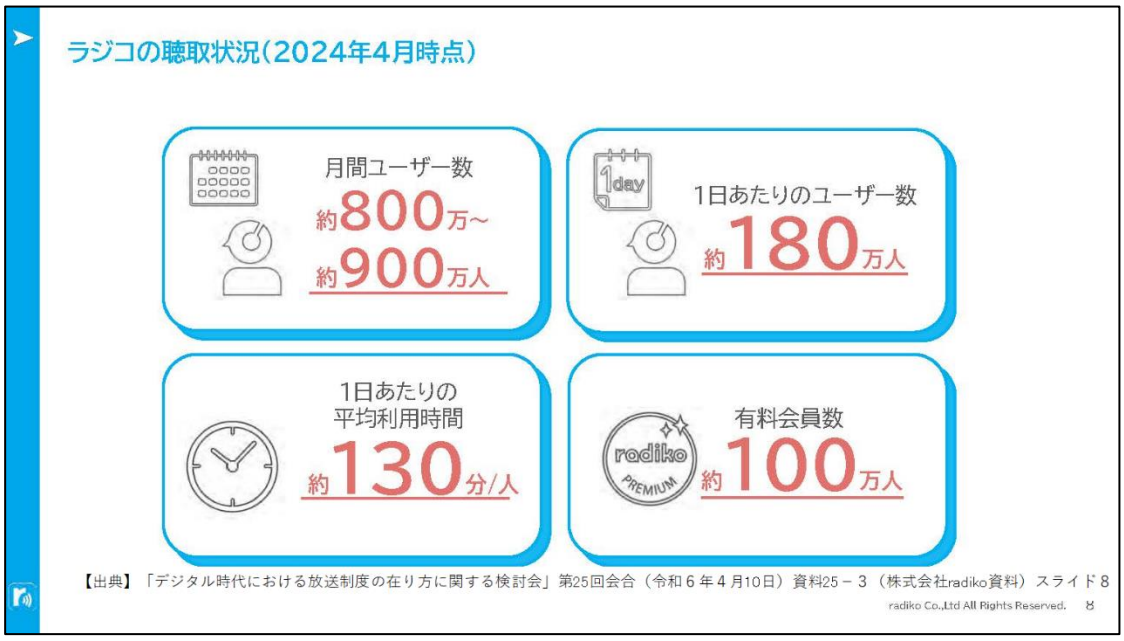
その一方で、ラジオ放送は、災害時において公衆の生命・身体の安全確保のために必要な情報を迅速かつ確実に提供する観点から、停電時においても情報の伝送が可能なメディアとして高い有用性が認められる。

こうした中で、ラジオ放送における経営の選択肢の拡大を図るに当たっては、その聴取実態に配慮するとともに、災害時の有用性に留意することが必要である。

[48] 2021年（令和３年）調査時に試算した必要な帯域幅は４ＭＨｚ幅（95.0～99.0ＭＨｚ）。
[49] 昭和63年10月１日郵政省告示第660号



図表３－３　radikoの概要



図表３－４　radikoの聴取状況

おわりに

本取りまとめにおいては、まず、放送の将来像について、引き続き検討を進めていくことが必要であるとした上で、放送制度やその中の放送概念は、将来的には、放送の社会的な役割を基礎として、多様な伝送手段によりその役割がより良く果たされるように再構成される方向に向かっていくと考えることが可能であり、その検討をする上では、放送の社会的な役割の担い手になることで認められる効果についても議論を深めていくことが必要であることなどを述べた。

次に、小規模中継局等のブロードバンド等による代替については、放送に準ずる品質・機能を確保した上で、基幹放送を行う者の責任の下で安定的かつ継続的に行われることを前提として、小規模中継局等による放送をＩＰユニキャストで代替することを許容することが適当であるとした上で、代替は、一定の要件を満たす限定的な場合に限り許容するが、複雑で厳格、硬直的な要件とならないように配慮すべきであり、品質・機能の水準については、ＩＰユニキャストの技術的な制約を考慮するとともに、放送に準じて視聴者が受容可能なものとすることが適当であることなどを述べた。

最後に、ラジオ放送における経営の選択肢については、ＡＭ局の運用休止に係る特例措置の実施状況も踏まえて制度面でＦＭ転換を可能とすることや、ラジオ放送における経営の選択肢の拡大を図るに当たっては、インターネット配信によってもラジオ番組が聴取されている実態に配慮するとともに、停電時においても情報の伝送が可能なメディアとして有用性にも留意することが必要であることなどを述べた。

放送番組を国民に広く提供するためにインターネット配信を行うこと、基幹放送の伝送手段としてＩＰユニキャストを含む多様な伝送手段を利用すること、放送概念そのものを放送の社会的な役割を基礎とするものにしていくことは、それぞれ目的も変化の段階も異なるが、情報の伝送手段が多様化し、それに伴い放送の技術的な特性が相対化する中でいずれも真摯に向き合うべきものである。

こうした中で、本検討会において、これまでよりも一歩踏み込んだ議論を行うことができたことに加えて、放送界から、地域に根ざした同時・同報の基幹的メディアとしての役割を放送がこれからも担う決意があることやＮＨＫと民間放送が手を取り合って放送の維持・発展を図る考えがあること、放送の将来像について引き続き議論していく用意があることなどを聴取することができたことは意義深い。

その一方で、本取りまとめでは取り扱わなかったものの本検討会が継続的に検討を進めている課題もあり、それらを含めて、今後も議論を深めていく必要がある。憲法が規定する表現の自由の保障の下で、国民の知る権利を実質的に充足し、健全な民主主義の発達に寄与するものとして、国民に広く普及されるべきものであるという放送の原点に立ち返り、その社会的な役割がよりよく果たされる放送制度に向けて、変化をおそれることなく前に向けて歩みを進めていきたい。

別添１

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

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

３次取りまとめ（案）

令和６年12月10日

目次

はじめに 3
第１章　本取りまとめにおいて検討した課題・論点 5
第２章　IPユニキャスト方式の代替プラットフォームにおける受容性等の検証（令和５年度実証事業）
..... 9
Ⅰ　フィールド調査 ９
１．実証エリアの選定 ９
２．フィールド調査の実施 １１
（１）被験者の属性等 １２
（２）コンテンツの利用方法と検証方針 １３
（３）調査方法 １３
（４）調査項目 １７
３．調査結果の分析・評価 １９
（１）ミニサテライト局エリア・小規模中継局エリア １９
（２）辺地共聴施設エリア ３８
Ⅱ　机上検討 ４１
１．検討の対象項目 ４１
２．検討結果 ４１
Ⅲ　ブロードバンド等代替に関する基礎的調査 ４６
１．諸外国調査 ４６
２．辺地共聴施設の現状調査 ４９
（参考）放送の将来像に関する全国調査 ５３
第３章　IPユニキャスト方式による放送の代替に関する品質・機能等の基本的な枠組み 54
Ⅰ　作業チームにおける「品質・機能」の位置づけ ５４
Ⅱ　品質・機能の基本的な枠組み ５４
１．対応デバイス ５４
（１）テレビ ５４
（２）PC、スマホ ５５
２．確実性 ５５
（１）伝送フォーマット ５５
（２）ネットワーク条件 ５５
（３）伝送遅延 ５６
（４）伝送後の品質 ５６
（５）安全・信頼性 ５７
（６）配信条件 ５７
３．映像・音声 ５７
（１）映像フォーマット ５７
（２）音声フォーマット ５８
（３）映像・音声・字幕等の同時性 ５９

４．権利保護 ６０
（１）著作権保護 ６０
（２）地域限定性 ６０
（３）プライバシー ６０
５．利便性 ６１
（１）マルチ編成 ６１
（２）データ放送 ６１
（３）電子番組ガイド ６１
（４）録画機能 ６２
（５）その他 ６２
６．その他 ６３
（１）広告差替え ６３
（２）フタかぶせ ６４
７．「品質・機能の基本的な枠組み」まとめ ６４
Ⅲ　実装にあたっての主な課題・論点への対応 ７２
１．著作権等の権利処理 ７３
２．地域制御の有無（手段） ７４
３．住民理解・受信者対策 ７５
４．ユーザーアクセシビリティの確保 ７５
５．デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上 ７６
６．放送法との関係等（制度面での検討） ７６
第４章　ブロードバンド等代替（IPユニキャスト方式）に関する実現可能性の検討 78
Ⅰ　実現可能性の検討 ７８
１．視聴者における受容性 ７８
２．技術的な裏付け ７８
３．費用とのバランス ７９
Ⅱ　結論 ７９

［付録］

はじめに

ブロードバンドインフラの普及やスマートフォン等の端末の多様化等を背景に、社会全体のデジタル化が急速に進展する中、放送の将来像や放送制度の在り方について、中長期的な視点から検討を行うため、令和３年11月より、「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）（以下「親会」という。）が開催されている。親会では、「放送ネットワークインフラの将来像」について、『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、「守りの戦略」として、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。』（「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」令和４年８月５日公表）とし、放送ネットワークインフラのコスト負担軽減に向けた具体的な方策のひとつとして、ブロードバンド等による代替（以下「BB等代替」という場合がある。）が提言された。

こうした中、ブロードバンドインフラの普及が全国的に進んでいる[1]ことなどの環境の変化を踏まえ、ブロードバンド等による代替可能性についての検討を進めるべく、親会の下で、令和４年２月より、「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」（主査：伊東晋・東京理科大学名誉教授）（以下「作業チーム」という。）を開催し、これまでに２度の取りまとめを策定してきた。

令和４年８月に公表された１次取りまとめにおいては、ブロードバンド代替について、一定の仮定の下で、比較的受信世帯数の少ない小規模中継局等の代替手段として経済合理性が期待できることを示した一方で、放送番組を配信するための放送アプリケーションについては、限られた検討期間の中で要件・構成・費用に係る検討を十分に行うことができず、経済合理性の評価が一部に留まったという点に課題が残った。また、将来的にブロードバンド等による代替を実装するにあたっての課題・論点として、「著作権等の権利処理」、「地域制御」、「住民理解・受信者対策」、「ユーザーアクセシビリティの確保」、「デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上」及び「放送法との関係等」を挙げた。これを踏まえ、令和４年度実証事業では、実証時点でIPユニキャスト方式による代替のための配信サービスが存在しないことから、既存のネット同時配信等サービスを活用して、視聴者の受容性の検証、放送アプリケーションの構成・費用構造の分析等を行った。

令和５年10月に公表された２次取りまとめにおいては、令和４年度実証事業の結果等を踏まえて、より視聴者の受容性が高い「品質・機能要件」への見直しを行い、また費用項目と費用の多寡に影響を与える要因の明確化などが図られた。しかし、この取りまとめについても、あくまでも既存のサービスを利用した実証事業の結果等に基づくものであり、IPユニキャスト方式による放送の代替の実現可能性を検討するためには、より実際の代替時に近い形

[1] 光ファイバの整備率（世帯カバー率）は令和４年度末（2022 年度末）時点で 99.84％（未整備 10 万世帯）であり（「令和４年度末ブロードバンド基盤整備率調査」の調査結果（令和６年１月 16 日　総務省））、その整備目標としては、令和９年度末（2027 年度末）までに世帯カバー率 99.9％を目指すこととされている（「デジタル田園都市国家インフラ整備計画（改訂版）」（令和５年４月 25 日　総務省））。

式での検証が必要と考えられることから、今後の検討の方向性として、「実際に放送アプリケーション（代替プラットフォーム）を試作した上で、放送番組の配信を行う新たな実証事業を実施することにより、視聴者の受容性の検証や技術的な検証を行うことが適当」との提言を行った。

これまでの議論や２度の取りまとめを踏まえ、令和５年度実証事業では、実際に放送アプリケーションを試作・利用し、より実際の代替時に近似した環境における視聴者の受容性の調査や技術面での検証を実施したほか、これまで示されてきた課題・論点などについて議論を行い、ブロードバンド等による代替の可能性について更に検討を行ってきた。この間、実装にあたっての課題・論点のうち、特に法制度に関するものについては、親会及び「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」（主査：山本龍彦・慶應義塾大学大学院法務研究科教授）において検討が行われることとなり、作業チームにおいては、令和５年度実証事業の調査結果等を踏まえ、IPユニキャスト配信に係る品質・機能の基本的枠組みを中心に議論を進めることにした。

本取りまとめは、これらの課題・論点などを整理した上で、IPユニキャスト配信による代替の可否の検討結果について、取りまとめたものである。

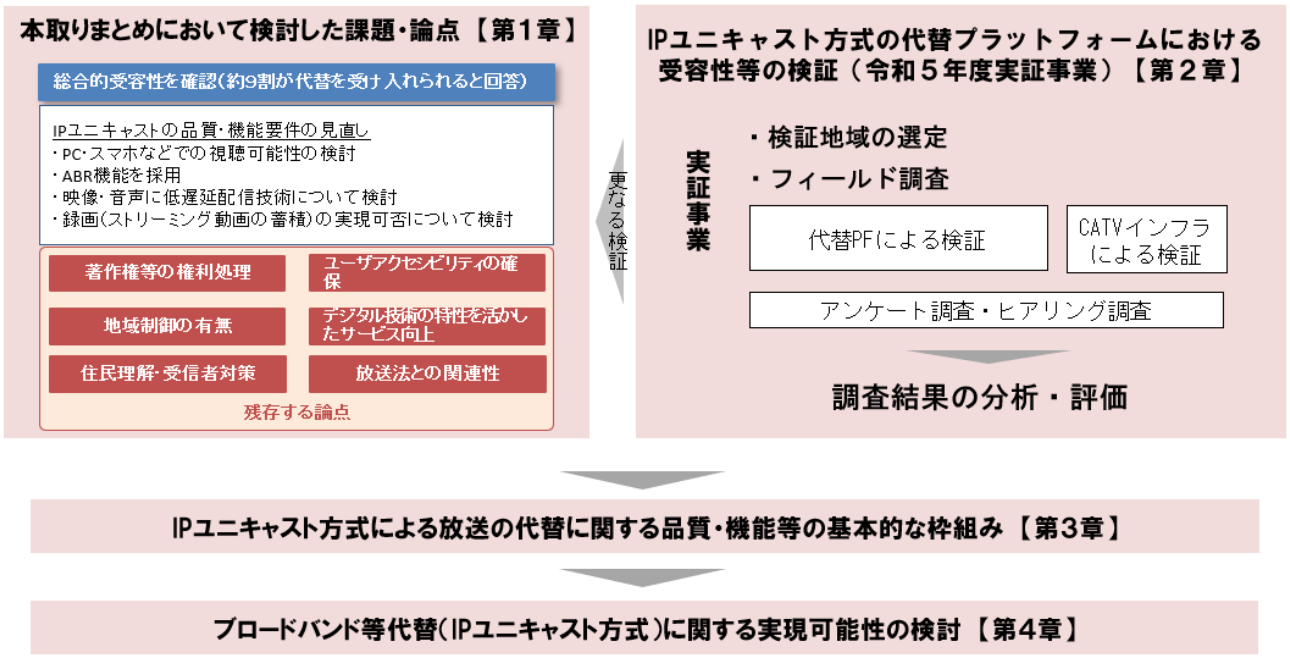


図　３次取りまとめの構成

第1章　本取りまとめにおいて検討した課題・論点

作業チームでは、ブロードバンド等による放送の代替について、ケーブルテレビや光ファイバ等のブロードバンドを対象として検討してきたが、代替の選択肢となり得るこれらのネットワークのうち、ケーブルテレビによるネットワークと、ブロードバンドネットワークのRF方式及びIPマルチキャスト方式によるものについては、放送として既に広く提供されていること、その品質・機能が規格等により基幹放送局から送信される場合と同等であることが担保されているため、これらを採用した場合の条件等については、比較的容易に検討・判断できるものと考えられた。

他方、ブロードバンドネットワークのIPユニキャスト方式については、地上テレビジョン放送のテレビ番組を常時同時配信する形態で提供されていないことに加え、現行制度では「通信」であり品質・機能に関する特段のルールが存在しないことから、作業チームでは、IPユニキャスト方式による代替の実現可能性（利用可能性）及び同方式を導入する場合の品質・機能等の検討を行うこととしてきた。

１次取りまとめでは、IPユニキャスト方式による代替の実現可能性の検討にあたり、

- IPユニキャスト方式の導入・維持のコストや品質・機能が明らかでない
- IPユニキャスト方式を基幹放送の代替として位置付ける場合の品質・機能については、受信者の理解、技術的な仕組みや制約等を考慮しつつ、慎重な議論が必要

といった課題が浮き彫りとなった。これらを踏まえ、本取りまとめでは、IPユニキャスト方式による放送の代替の実現可能性を検討するにあたり、IPユニキャスト方式の品質・機能の観点から以下の①及び②、コストの観点から以下の③の要素に分類して行うこととした。

① 視聴者における受容性（視聴者の理解）
② 技術的な裏付け（技術的な仕組み等）
③ 費用とのバランス（コストに関する検討）

上記について、２次取りまとめまでの検討状況は以下のとおりである。

① 視聴者における受容性

２次取りまとめの時点では、IPユニキャスト方式による代替のための配信サービスが存在していなかったことから、令和４年度実証事業では、既存のネット同時配信等サービスである「NHKプラス」及び「TVer」を活用して調査を実施した。調査の対象であったミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアでは、「総合的な受容性評価」について約９割の被験者から前向きな反応が得られたこと[2]など、インターネット経由での番組視聴に関する一定

[2] 令和４年度の実証事業におけるアンケート調査では、被験者に対して「もし放送の代わりにインターネット経由で番組を視聴するとなった場合に受け入れられそうですか。」との質問を行い、「全く問題なく受け入れられる」「少し違和感はあるが受け入れられる」との回答の合計が、約９割となったもの。

の受容性があることを確認した。

ただし、既存のネット同時配信等サービスを活用した調査の実施に留まったことから、今後の課題として、視聴者の受容性等の検証については、実際の代替として想定される形に可能な限り近い代替手段を活用して調査を実施することが適当である旨が示された。

② 技術的な裏付け

既存のネット同時配信等サービスを活用した調査に加えて、放送アプリケーションに関する基礎的調査を実施した。これらにより、放送アプリケーションの構成イメージの提示、必要機能とその実装に向けた検討ポイントの提示、構成ごとの特徴を分析する視点の提示等を行った。

ただし、①と同様、今後の課題として、技術的な検証についても、２次取りまとめにおける「仮置きした品質・機能要件」をベースに、実際の代替として想定される形に可能な限り近い代替手段を活用して実施することが適当である旨が示された。

また、１次取りまとめ時から指摘されていた、著作権等の権利処理等、IPユニキャスト方式の実装にあたっての課題・論点についても、令和４年度実証事業の結果等をもとに、視聴者の受容性を踏まえつつ一定の方向性を示したものの、このような課題について引き続き具体的な検討を進めていくべきであるとした。

③ 費用とのバランス

放送アプリケーションに関する基礎的調査を通じて、IPユニキャスト方式による代替に関する費用構造の分析等を行い、通信に関する費用、放送アプリケーションに関する費用も含め、ブロードバンド代替に必要な費用を算定するためのコスト試算モデルを取りまとめた[3]。

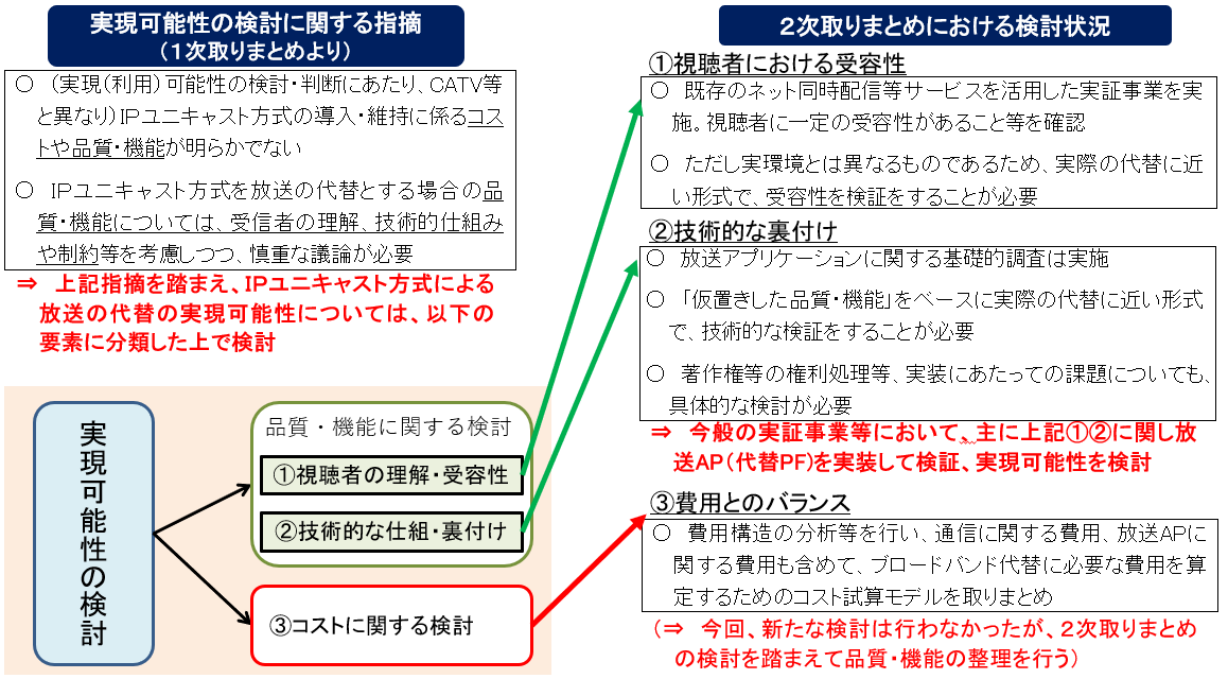


図１－１　１次取りまとめで示された課題と２次取りまとめまでの検討状況

[3] なお、経済合理性に関する評価について、２次取りまとめでは、「競争法等に準拠しつつ、全国レベルで実際の市場価格を用いた経済合理性の評価をオープンな場である作業チームにおいて行うことには限界がある」と整理している。

本取りまとめにおいては、これまでの作業チームにおける議論や検討を踏まえ、２次取りまとめまでに検討された「仮置きした品質・機能要件」をベースに放送アプリケーションを試作して行う実証事業等を通じて、上記「①視聴者における受容性」及び「②技術的な裏付け」に関して検証を行い、また２次取りまとめ時点で示された品質・機能に関する課題・論点も踏まえながら、IPユニキャスト方式による放送の代替を実装する場合の品質・機能の在り方について検討・整理を行った[4]。

	項目	課題	検討の方向性
フィールド調査における未検討・未到達課題	社会的な必要性	• 障害者などを含む社会的な評価が十分でない	社会的な必要性についても調査し、機能の在り方を考慮する
	インターネットを利用していない被験者	• サンプル数が少なく、評価しきれていない	集合検証を行うなどして、ネット未契約者も被験者に加える
	ITリテラシーとの関係	• インターネットを利用しない世帯の調査が不十分 • インターネット、スマホやPCの利用度でのみ評価している	インターネットリテラシーについても調査し、受容性との相関や求められる機能を明確にする
	複数端末利用における評価	• 各世帯1台のテレビでしか評価していない	複数端末同時視聴環境下での受容性を評価する
	テレビの利用実態との関係	• 個人でテレビの重要度は異なるが同列として評価している • 視聴時間やよく見る番組別等の視聴者属性別の評価が不十分	日常生活におけるテレビの重要度を調査し、視聴時間やよく見る番組といった視聴属性に合わせた受容性を評価する
	自宅以外での視聴	• 車での視聴やオフィスでの視聴など、自宅以外の利用について未検討	自宅以外でテレビがどの程度視聴されているのかを調査の上で検討を行う
映像等関連要素に関する課題	画質に関する正確な評価	• 実証の視聴中にABRがほぼ発生せず、イメージのみの回答に留まっている • 特にスポーツなど動きのあるコンテンツでは、より高画質（例えば、「6Mbps 1920×1080i相当）での同時配信の評価が必要	検証用の放送アプリケーションを実装し、ネット同時配信視聴により受容性を評価をする
	視聴コンテンツ別の評価	• スポーツなど動きのあるコンテンツでのサンプル数が少ない	検証用の放送アプリケーションを実装した上で、視聴コンテンツの種類を増やし、特にスポーツ番組視聴における受容性を評価する
	ながら視聴	• SNSやチャットなどの「ながら視聴」を想定した遅延評価を考慮していない（特に若い世代向け）	アンケートやヒアリングにてSNSやチャットを用いた「ながら視聴」における遅延等の受容性を評価する
その他要素に関する課題	住民への代替の周知方法	• 誰からどのようにあるべきか、具体的な評価が不十分	サンプル数を増やし、アンケートとヒアリングにより、住民周知の在り方と具体的な周知方法について検討を行う
	代替対象世帯の特定方法	• 中継局を代替する場合に、当該中継局の電波を受信している世帯を完全に特定することは難しい	可能な限り事前に特定することに努めるとともに、代替後においても速やかな対応が取れるよう準備を進める
	災害時/緊急時のテレビ視聴ニーズ	• テレビが使えない場合の代替手段をどうすべきか	緊急情報取得手段を検討・整理する
	（IPユニキャスト） システムの所有と運用主体	• 代替プラットフォーム、放送アプリケーションの所有者及び運用主体をどうするか	プラットフォームや放送アプリケーションの所有者・運用主体について検討を行う
	地域別、ローカル局における代替	• 地域やローカル局におけるニーズを把握できていない	地域やローカル局の実態の調査を実施するとともに、事業者ヒアリング等による要望を整理する
	導入後サポートの在り方	• 誰がどのようにサポートするべきか未検討	視聴者側の求めるサポートを調査するとともに、事業者による実現可能性（コスト面含む）について検証を行う
	代替手段のデリバリ	• 代替手段の具体的な実装方法が未検討 • 視聴者への放送アプリケーションの配布方法が未検討	放送アプリケーションの合理的な実装方法、視聴者への配布方法について検討を行う

図１－２　品質・機能に関する課題・論点（２次取りまとめ時点）

また、実装にあたっての課題・論点についても、実際の放送アプリケーションを用いた実証実験などにより得られた知見や議論の結果をもとに、作業チームにおける検討の方向性の整理を行った。

[4] 「③費用とのバランス」については、２次取りまとめにおける議論を踏まえ、本取りまとめにおいて直接的に検討の対象とはしていないが、これまでの作業チームにおける③の検討を踏まえつつ、本取りまとめで品質・機能の整理を行うこととする。



図１－３　実装にあたっての課題・論点（２次取りまとめ時点）

上記のとおり、品質・機能の在り方に関する整理や、実装にあたっての課題・論点に関する整理を行った上で、２次取りまとめまでの議論も踏まえつつ、本取りまとめにおいては、IPユニキャスト方式による放送の代替の実現可能性について一定の結論を示すこととする。

第２章　IPユニキャスト方式の代替プラットフォームにおける受容性等の検証（令和５年度実証事業）

令和５年度実証事業において、アンケート調査及びヒアリング調査を行うとともに、技術的課題の検討（以下「机上検討）という。）及び基礎的調査を行った。

Ⅰ　フィールド調査

実証エリアとして、ミニサテライト局エリア２ヶ所、小規模中継局エリア２ヶ所及び辺地共聴施設エリア２ヶ所を選定した上で、当該エリアの住民の方々にIPユニキャスト方式の代替プラットフォーム（以下、「代替PF」という。）による放送番組の視聴等を依頼し、その視聴体験に基づくアンケート等の結果について分析・評価を行った。

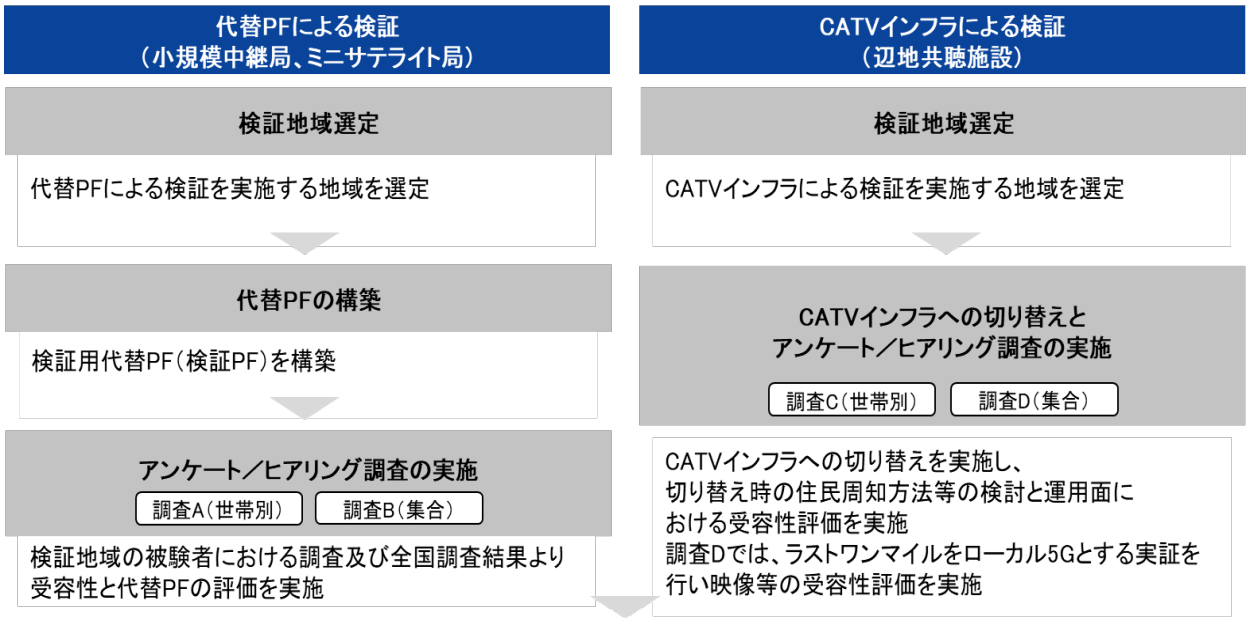


図２－１　実証エリアにおける受容性の検証の全体像

１．実証エリアの選定

実証エリアは、サンプルとしての代表性や調査のフィージビリティ確保等の観点から選定した。

		ミニサテライト局エリア		小規模中継局エリア		辺地共聴施設エリア	
放送設備等の概要	実証実験対象設備（設備所在地）	・上毛唐原中継局 ・上毛土佐井中継局 （福岡県築上郡上毛町）	・八女山内中継局 ・立花兼松中継局 （福岡県八女市）	南大牟田中継局（福岡県大牟田市）	杷木中継局（福岡県朝倉市・うきは市）	・上深荻大菅テレビ共同受信施設組合所有設備 ・町屋テレビ共同聴視施設組合所有設備 （茨城県常陸太田市）	・木原合名団地共用施設維持管理組合所有設備 ・木原西天ヶ谷テレビ共同受信組合所有設備 （千葉県山武市）
	送信出力	0.05W	0.01W	0.3W		—	
	設備カバー世帯数	・約630世帯（上毛唐原） ・約940世帯（上毛土佐井）	・約350世帯（八女山内） ・約330世帯（立花兼松）	約9,300世帯	約3,300世帯	・約100世帯（上深荻） ・約330世帯（町屋町）	各約40世帯
	波数	7				7	8
実証エリアの概要	被験者募集対象エリア	上毛町の一部2,156世帯	八女市の一部1,570世帯	大牟田市の一部6,700世帯	朝倉市・うきは市の一部2,498世帯	・約100世帯（上深荻） ・約330世帯（町屋町）	各約40世帯
	実証エリアの平均年齢	上毛町：51.4歳	八女市：51.9歳	大牟田市：52.4歳	朝倉市：51歳 うきは市：51.5歳	常陸太田市：54.9歳	山武市：52.9歳
		（参考）福岡県：47.1歳				（参考）茨城県：48.6歳	（参考）千葉県：48.8歳
		（参考）全国平均：47.6歳					

図２－２　検証地域の概要

具体的には、以下の基準に基づき、ミニサテライト局は上毛唐原中継局及び上毛土佐井中継局がカバーする「福岡県築上郡上毛町」及び八女山内中継局並びに立花兼松中継局がカバーする「福岡県八女市」を、小規模中継局は南大牟田中継局がカバーする「福岡県大牟田市」及び杷木中継局がカバーする「福岡県朝倉市・うきは市」を選定した。

a　カバー世帯数が全国平均を下回ることを基本としつつ、被験者確保を考慮した規模の局

b　多様な地域特性が確保できる局

c　NHK２波、民放５波の計７波が揃っている局

d　放送エリアにおいてブロードバンドサービスが提供されている局

e　実証のフィージビリティが確保できる局（自治体の協力、集合検証場所の確保等）

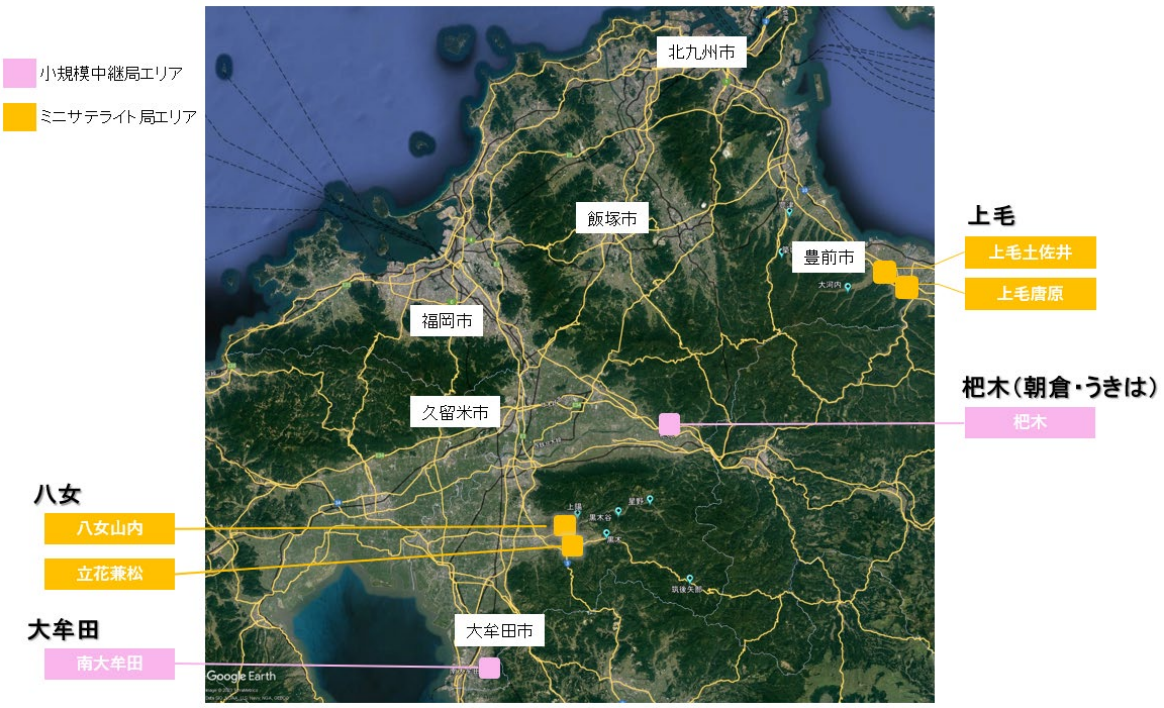


図２－３　検証地域（ミニサテライト局・小規模中継局）の概要

また、辺地共聴施設エリアについては、以下の基準に基づき、「上深荻大菅テレビ共同受信施設組合」「町屋テレビ共同聴視施設組合」「木原合名団地共用施設維持管理組合」及び「木原西天ヶ谷テレビ共同受信組合」を選定した。

a　住民の組合（非営利）が設置する施設
b　事業に対する住民（組合員）の合意が得られる施設
c　事業に対するケーブルテレビ事業者の協力が得られる施設
d　NHK２波、民放５波以上の計７波以上が揃っている施設
e　ブロードバンドサービスが提供されている施設



図２－４　検証地域（辺地共聴施設エリア）の概要

２．フィールド調査の実施

フィールド調査では、選定した各実証エリアにおいて被験者を募集し、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアについては IP ユニキャスト方式の検証による番組視聴に基づき、その受容性等についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施した。また、辺地共聴施設エリアについては辺地共聴施設からケーブルテレビへの切替え又はラストワンマイルをローカル 5G とする実証を実施し、切替え時の住民周知方法等の在り方、切替えに対する認識、将来の放送の在り方等についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施した。

（１）被験者の属性等

ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアにおける調査として、各被験者宅における「調査Ａ（世帯別調査）」と、集合会場（ホテル内会議室等）における「調査Ｂ（集合検証）」の２種類を、辺地共聴施設エリアも同様に、「調査Ｃ（世帯別調査）」と「調査Ｄ（集合検証）」の２種類を実施した。

調査Ａ及び調査Ｂの被験者は、全体で見ると 60 代が最も多く、次に 50 代及び 70 代以上が多い。また、調査Ｃ及び調査Ｄの被験者は、70 代、次いで 60 代が多い。

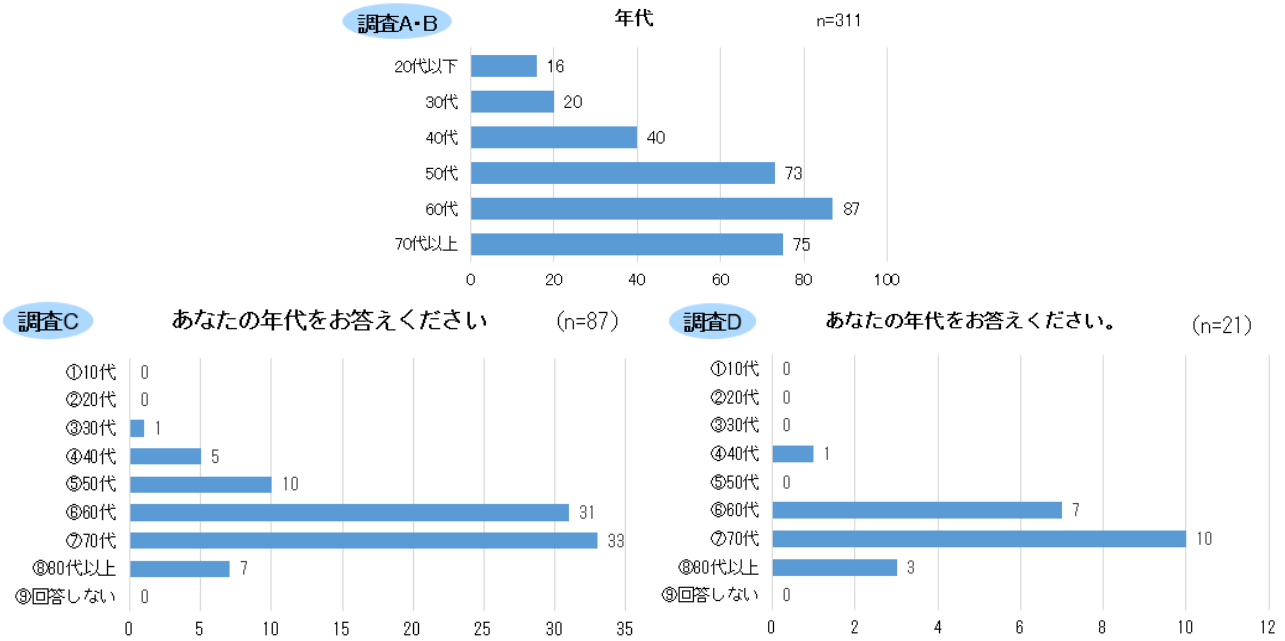


図２－５　被験者の年齢構成

各エリアにおける被験者の通信利用状況について、調査Ａの被験者世帯は全体的に良好な通信状況であり、調査Ｂの被験者の約２割が自宅での固定ブロードバンド未利用者であった。また、調査Ｃ及び調査Ｄの被験者世帯における固定インターネットの利用者は、それぞれ約６割、約５割であった。

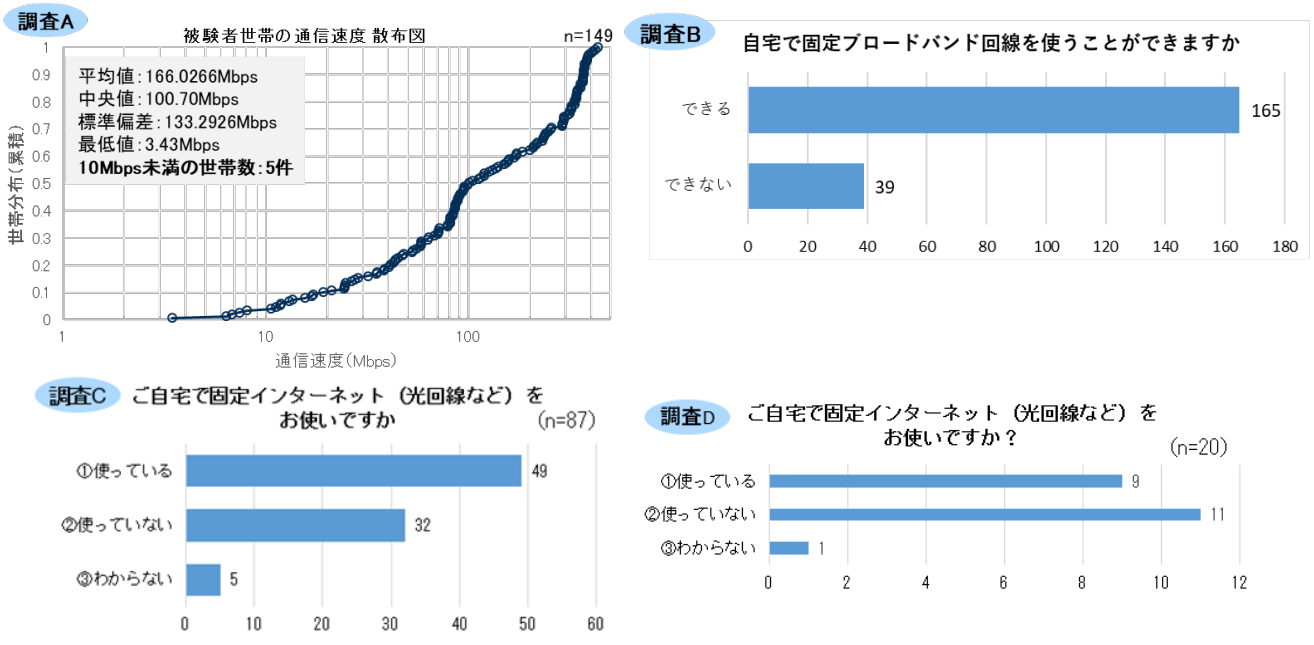


図２－６　被験者の通信利用状況（１／２）

（２）コンテンツの利用方法と検証方針

調査Ａ及び調査Ｂは代替 PF を用いた検証であり、リニア配信と見逃し配信の両方を活用することで全調査項目をカバーした。具体的には、放送の代替としての受容性を評価するため、リニア配信を地上波に代えて視聴し、画質、音声、遅延等について評価するとともに、放送に係る個別の機能の在り方を評価するために、画質（スポーツ番組）、字幕、副音声及びフタかぶせの機能を有する番組を指定し視聴することとした。

	検証方針	コンテンツ利用方法
放送代替としての検証PF（リニア配信）の総合評価	• 地上波放送の代替としての受容性を総合評価 • 被験者が**リニア配信**を放送に替えて視聴（可能な限り）	• NHK及び民放独自編成チャンネルの（同時）配信環境を利用 • NHKは放送と同時、民放独自は2つの編成を日替わり **画質、音声、遅延、緊急地震速報、チャンネル切り替え、番組表、ABR、見逃し視聴**
個別放送機能のあり方の評価	• 放送にかかる個別の機能のあり方を評価 • **見逃し配信**を活用し、調査員が番組を指定し被験者が視聴	• 以下の機能を備える番組を選定 **画質（スポーツ）、字幕、副音声、フタかぶせ**
その他の評価	• 代替PFや代替の運用、制度にかかるその他の評価 • 配信番組以外による机上の調査	• **以下の評価** **録画ニーズ、ザッピング、データ放送、タブレットでの視聴、インターネット関連、費用負担 等**

図２－７　コンテンツの利用方法と検証方針

（３）調査方法

ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアにおける調査として、「調査Ａ（世帯別調査）」は、ネット同時配信される番組を普段の視聴環境（自宅）において視聴し調査を行うものであるので視聴環境が各被験者で異なる一方、「調査Ｂ（集合検証）」は、実証事業請負事業者の研究員が検証用デバイスを接続したテレビを準備し、ネット同時配信される番組を集合会場（ホテル内会議室等）において視聴するというものであるため、全被験者共通の視聴環境における調査が可能である。

	調査A（世帯別）	調査B（集合）
目的	普段の視聴環境における受容性を調査	一定の視聴環境における受容性を調査
実施場所 （検証環境）	各被験者世帯 • 被験者が普段視聴するテレビに検証用デバイスを接続し、ネット同時配信される放送番組を視聴 • 視聴環境は各被験者で異なる • 検証用アプリの操作は各被験者が実施	集合検証会場 • ホテル等の集合会場に検証用デバイスを接続したテレビを準備し、ネット同時配信される放送番組を視聴 • 視聴環境は全ての被験者で一定 • 検証用アプリの操作体験を同時に実施 • タブレットでの視聴体験も一部の会場で実施
放送代替手段	IPユニキャスト方式	
対象 被験者	• 対象エリア内の世帯の代表者1名 • ブロードバンド（以下、BB）契約がある世帯 • ミニサテライト局地域：各20名程度 • 小規模中継局地域：各55名程度（目標：計150名程度）	• 対象エリア内の全ての住人（来場者全員が調査対象） • BB契約の有無は問わない • ミニサテライト局地域：各30名程度 • 小規模中継局地域：各95名程度（目標：計250名程度） ★インターネット環境が自宅に無い方が参加可能
調査手法	・アンケート（定量調査） ・ヒアリング（定性調査） ※1被験者当たり30分以上ヒアリング	

図２－８　小規模中継局及びミニサテライト局エリアにおけるフィールド調査の全体像

検証環境

- 調査Aでは検証用デバイスを各被験者世帯に設置し、調査Bでは集合検証会場に検証用デバイスを設置する
- Wi-Fiで検証用デバイスをインターネット接続することを想定

イメージ図

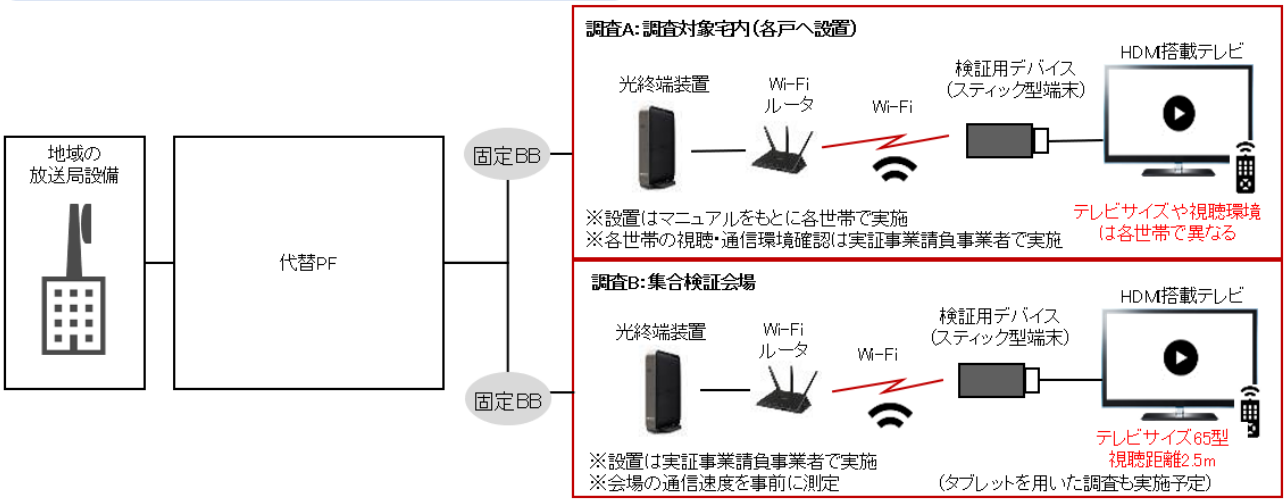


図２－９　検証環境

調査の具体的な実施手順として、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアの調査Ａ（世帯別調査）では、まず事前調査として、被験者の自宅におけるインターネット環境の有無等を確認した上で、被験者宅を訪問して、検証内容の説明、視聴日時と視聴番組の指定、視聴に必要な操作の補助を行った。翌日には、被験者自らが終日可能な限り代替 PF での視聴を行い、調査員が予め指定した操作を行った上で Web アンケートに回答した後、アンケート記入事項の詳細等について電話でヒアリングを実施した。

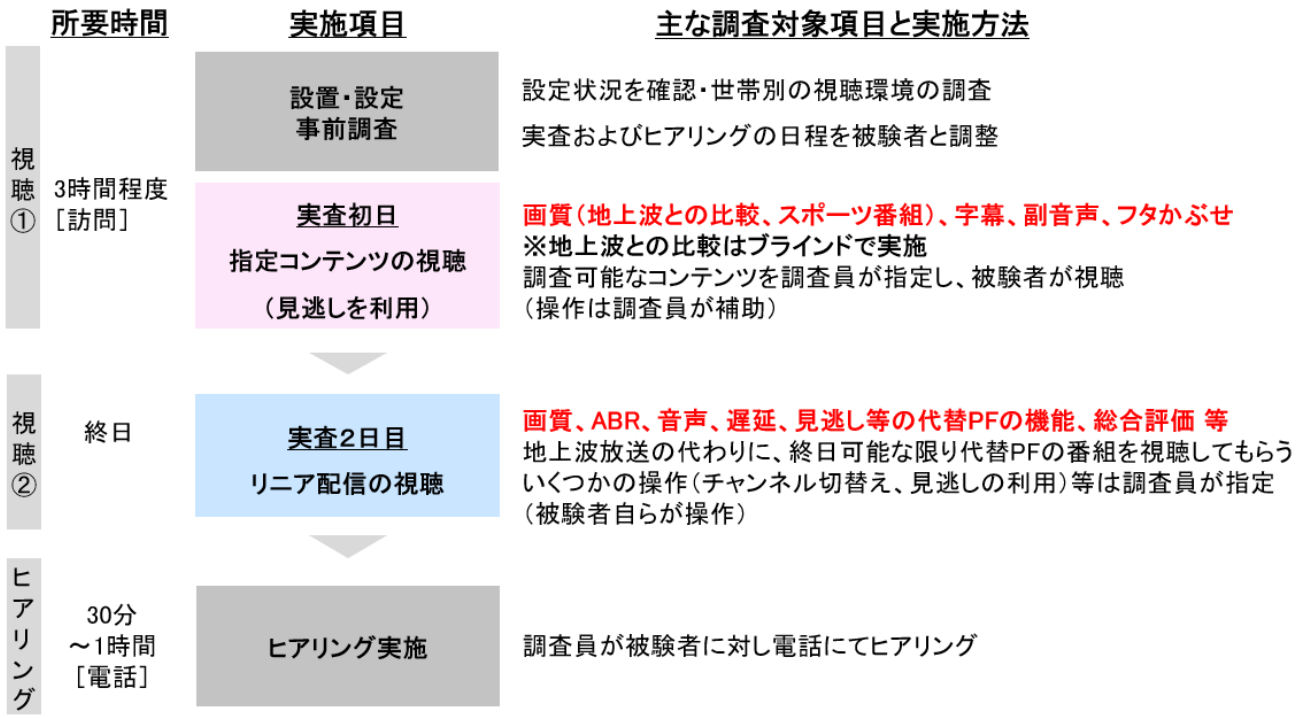


図２－10　調査Ａ（世帯別調査）の実施手順

ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアの調査Ｂ（集合検証）では、被験者を集合会場（ホテル内会議室等）に集め、会場内に３つの検証ルームを設けた上で被験者を２つのグループに分け、リニア視聴・見逃し視聴・操作体験を実施した。全ての会場で地上波が受信不可であったため、地上波との比較調査は実施しなかった。

３つの実施項目終了後、最後に、被験者１名ごとに実証事業請負事業者の調査員１名が付いて、アンケート記入事項の詳細等についてヒアリング調査を実施した。

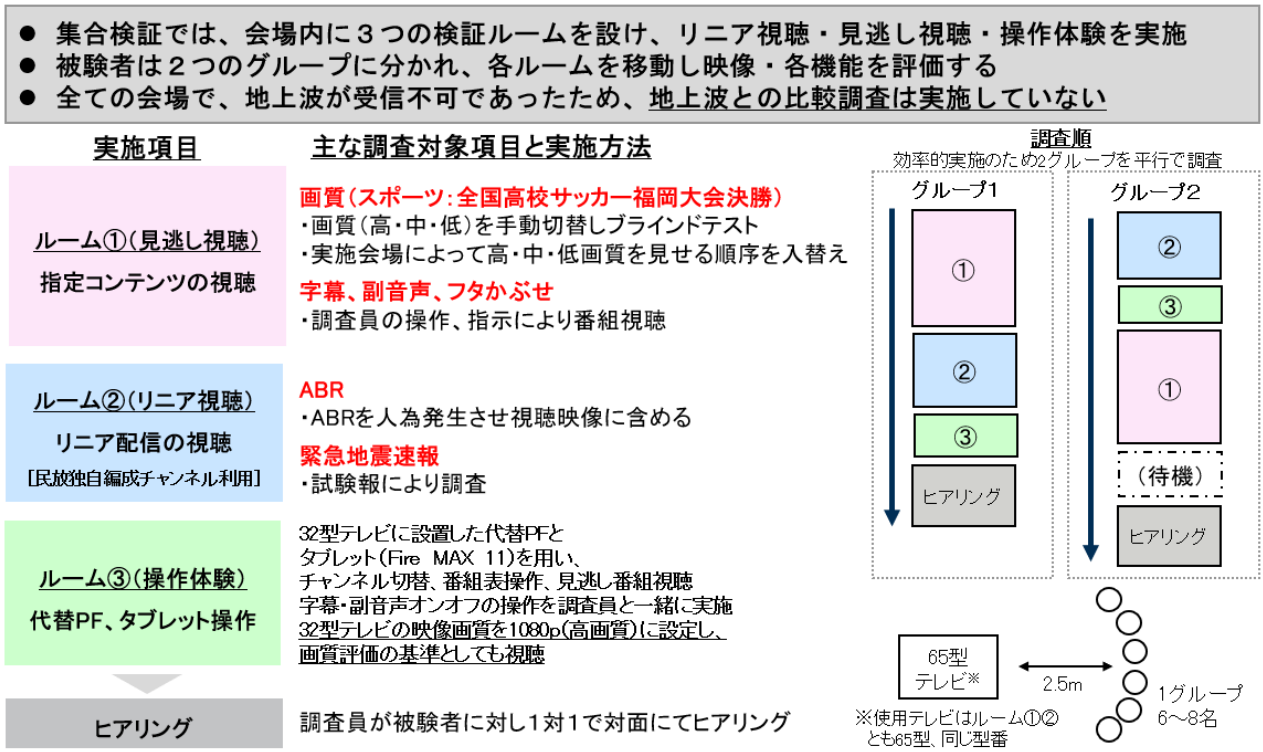


図２－11　調査Ｂ（集合検証）の実施手順及び実施環境イメージ

辺地共聴施設エリアにおいては、ケーブルテレビによる番組視聴に切り替えて受容性の検証等を行う調査Ｃ（世帯別調査）と、ローカル 5G 経由での番組視聴に切り替えてローカル 5G 活用可能性を検証する調査Ｄ（集合検証）を実施した。

	調査C（世帯別）	調査D（集合）
目的	• CATVインフラによる受容性検証 • 切替え時の住民への周知方法等の検討	• ローカル5G活用可能性の検証
実施場所 （検証環境）	各被験者世帯 • 普段被験者が視聴するテレビで、共聴施設からCATVインフラで提供される放送番組を視聴 • 視聴環境は各被験者で異なる • テレビの操作は各被験者が実施	集合検証会場（公民館） • ローカル5G環境の構築や対応端末の準備など各世帯での実施は困難であるため、集合形態で検証する • 視聴環境は一定 • テレビの操作はICRが実施
放送代替手段	CATVインフラ	CATVインフラ ※ ラストワンマイルにローカル5Gを活用
対象 被験者	• 対象エリア内の世帯の代表者1名 • BB契約有無は問わない • 総計：37名が参加 - 木原：計20名 - 上深荻：計17名 • 説明会開催時に、参加者に対するアンケートを実施	• 対象エリア内の全ての住人 • 21名（常陸太田市町屋町を対象に実施）
調査手法	• アンケート（定量調査） • ヒアリング（定性調査） ※1被験者あたり30分以上ヒアリング	

図２－12　辺地共聴施設エリアにおけるフィールド調査の全体像

調査Ｃでは、辺地共聴施設から CATV インフラへの切替工事に先立って、各実証エリアで説明会を開催しており、その際、代替に関する住民への周知方法についてアンケートを実施した。また、切替え後には視聴体験に基づくアンケート調査等を行い、ケーブルテレビによる番組視聴の受容性について分析した。

	上深荻	木原合名	木原天ヶ谷
開催日	2023年9月29日（金）30日（土）	2023年10月1日（日）2日（月）	
場所	茨城県常陸太田市 上深荻大菅コミュニティセンター	千葉県山武市 木原合名自治会館	千葉県山武市 蕨持コミュニティセンター
天候等	晴れ	晴れ	
開催別 被験者数	合計 46 名 9/29（金）13時14名、18時12名 9/30（土）13時11名、18時 9名	合計 42 名 10/1（日）13時17名 10/2（月）10時 6名	10/1（日）10時16名 10/2（月）13時 3名
CATV実証支援	株式会社JWAY	株式会社広域高速ネット二九六	

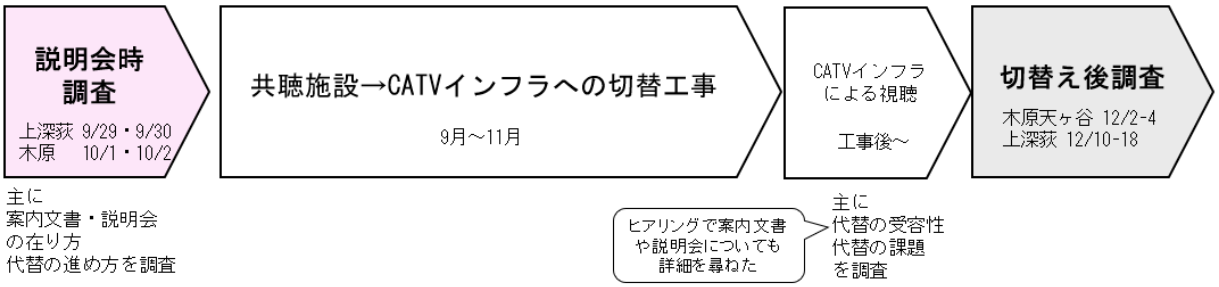


図２－13　調査Ｃ（世帯別調査）の実施方法

調査Ｄでは、集合検証会場にローカル 5G 環境を構築し、地上波とローカル 5G 経由の映像をそれぞれ視聴した。地上波の映像との比較を行うことで、CATV 代替におけるローカル 5G の活用可能性を検証した。

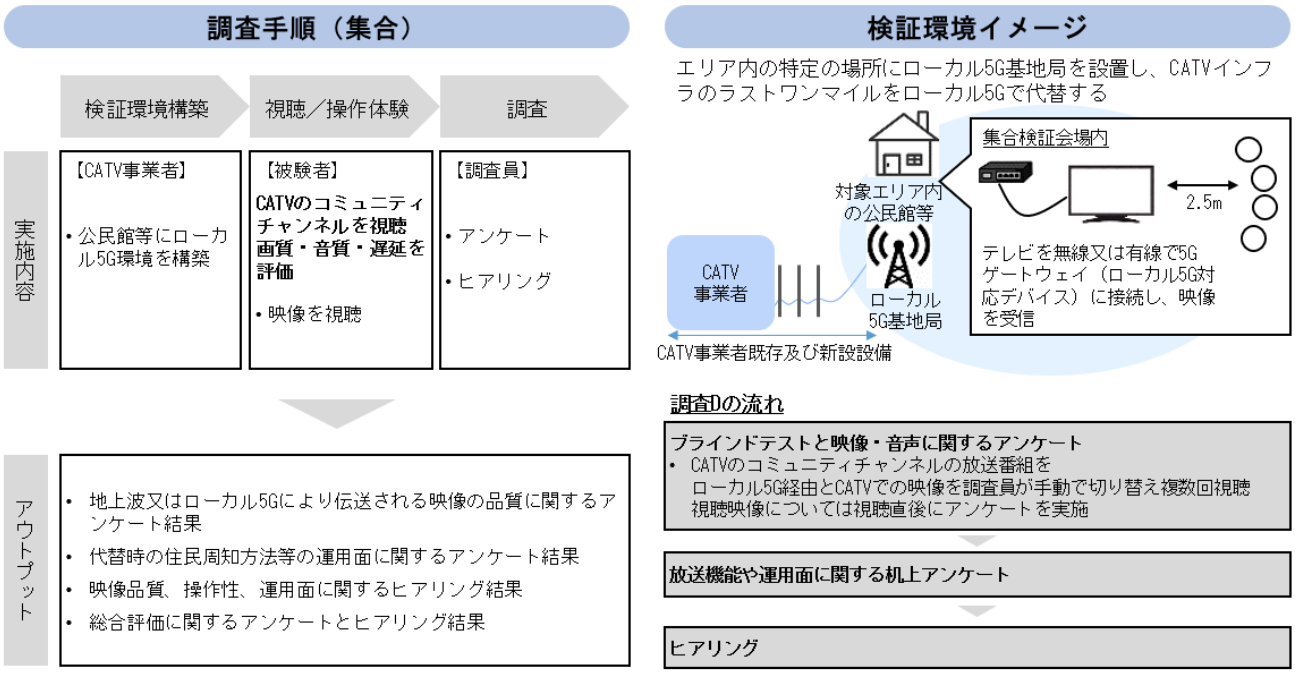


図２－14　調査Ｄ（集合検証）の実施手順及び検証環境イメージ

（４）調査項目

ミニサテライト局エリア、小規模中継局エリア及び辺地共聴施設エリアにおける調査は、いずれも被験者へのアンケート調査及びヒアリング調査により実施した。

ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアにおいては、検証環境の視聴体験を元に、

映像等関連要素、放送機能関連要素、その他要素、インターネット経由での番組視聴に対する総合的な受容性評価等、計 20 項目について調査を実施した。

グレー枠は代替PFの視聴体験をもとに調査、赤字は特定のコンテンツ視聴・機能利用により調査

	項目	内容
1	画質の違い	「画質の鮮明さ」「文字の読みづらさ」で地上波放送との違いを感じたか 特にスポーツなど動きのある映像についての評価
2	ABR	ABRが発生したように感じたか、ABRの発生をどの程度受け入れられるか
3	音声の違い	「音声」で地上波放送との違いを感じたか
4	緊急地震速報	どういった形での実現方法なら受け入れられるか
5	遅延	どの程度の遅延なら受け入れられるか
6	インターネット速度	速度に影響がでることが気になるか
7	サイバーセキュリティ	ウイルスなどのサイバーセキュリティは気になるか
8	チャンネル切り替え	チャンネル切り替え等の操作等が変わることによる混乱や支障の程度はどうか
9	番組表	普段番組表で観たい番組を探すか、テレビ上に番組表が表示されることは重要か
10	字幕	字幕の必要性
11	副音声	副音声の必要性
12	ザッピング	普段ザッピングするか、ザッピングできることは重要か
13	データ放送	どういった形での実現方法なら受け入れられるか
14	録画ニーズ ⇨見逃し視聴	普段録画するか、見逃し視聴は録画の代替となるか、見逃し視聴の提供期間
15	ソフトウェアのアップデート処理等	IPユニキャスト方式を提供するアプリケーションの更新等の作業に対する抵抗はあるか
16	インターネット独自の機能	IPユニキャスト方式ならではの機能への期待、PCやスマホでの視聴を期待するか、県外のテレビの視聴
17	フタかぶせ	フタかぶせをどの程度受け入れられるか
18	費用負担	初期費用や維持費、料金水準に関する考え方
19	視聴全体からの受容性評価	もし将来的に放送の代わりにIPユニキャスト方式で放送番組を視聴することとなった場合、受け入れられるか
20	その他	代替PF自体の操作のしやすさ、設定・設置等の実施状況、ヘルプデスク/サポートの利用状況

図２－15　ミニサテライト局・小規模中継局エリアでの調査項目（調査Ａ・Ｂ共通）

辺地共聴施設エリアの調査Ｃにおいては、ケーブルテレビへの切替え前の地上波放送番組との比較、切替えの案内文書の在り方、切替え説明会の在り方、将来の放送の在り方、共聴施設及び切替えへの認識、ケーブルテレビによる番組視聴に対する総合的な受容性評価に分け、計 10 項目について調査を実施した。また調査Ｄにおいては、遅延、緊急地震速報、字幕、ローカル 5G 経由の番組視聴に対する総合的な受容性評価など計 10 項目について調査を実施した。

案内文書・説明会の在り方

	項目	内容
1	案内文書の在り方	誰から、どのように届くとよいか
2	案内文書の理解度	案内文書を読んだか、理解できたか、不安を生じたか
3	説明会の開催日、時間帯、実施場所	辺地共聴施設エリアで説明会を実施する場合、望まれる曜日・時間帯・場所
4	会場への交通手段	地域の住民はどのような交通手段で参加したか、交通手段の在り方に検討は必要か
5	説明会への参加理由	説明会への参加理由（なぜ参加したのか）
6	説明会の理解度	説明会の内容に対する理解度
7	説明会の開催方法	説明会で望まれる開催方法（対面、集合形式、個別訪問）

切替えに対する受容性

	項目	内容
1	共聴施設及び切替えへの認識	不安や課題の認識、切替えにより良かったこと・不満なこと、工事で気になったこと、費用の考え方
2	将来の放送の在り方（参考意見）	放送機能（番組表、字幕、録画等）の重要性、災害時の情報の入手方法
3	総合評価	切替えに対する視聴面・機能面の評価、代替全体に対する評価、CATV事業者に対する期待

図２－16　辺地共聴施設エリアでの調査Ｃの調査項目

	項目	内容
1	遅延	遅延を認識したか、どの程度の遅延なら受け入れられるか
2	緊急地震速報	緊急地震速報の表示機能の重要性を確認
3	番組表	テレビ画面上に番組表が表示されることは重要か
4	字幕	字幕の必要性【自分自身にとって】【全国サービスとして】
5	副音声	副音声の必要性【自分自身にとって】【全国サービスとして】
6	ザッピング	ザッピングできることは重要か
7	データ放送	データ放送の利用状況、データ放送機能がなくなると困るか
8	録画ニーズ	普段録画するか、録画できることは重要か
9	費用負担	費用負担に関する考え
10	視聴全体からの受容性評価	実証の形態（ローカル5G＋CATV）で放送番組を視聴することとなった場合、受け入れられるか

図２－17　辺地共聴施設エリアでの調査Ｄの調査項目

３．調査結果の分析・評価

ミニサテライト局エリア、小規模中継局エリア及び辺地共聴施設エリアのフィールド調査におけるアンケート調査及びヒアリング調査の結果について分析・評価を行った。

（１）ミニサテライト局エリア・小規模中継局エリア

①　調査結果の分析・評価の枠組み

総合分析と要素別分析の２つに分け、各視点から調査結果の分析・評価を行った。総合分析では、インターネット経由での番組視聴に対する総合的な受容性評価（以下単に「総合的な受容性評価」という。）について、分析・評価を行ったほか、総合的な受容性評価に影響する要因についても分析・評価を行った。また、要素別分析では、総合的な受容性評価に影響を与える各要素について、映像等関連要素、放送機能関連要素及びその他要素に分けて分析・評価を行った。

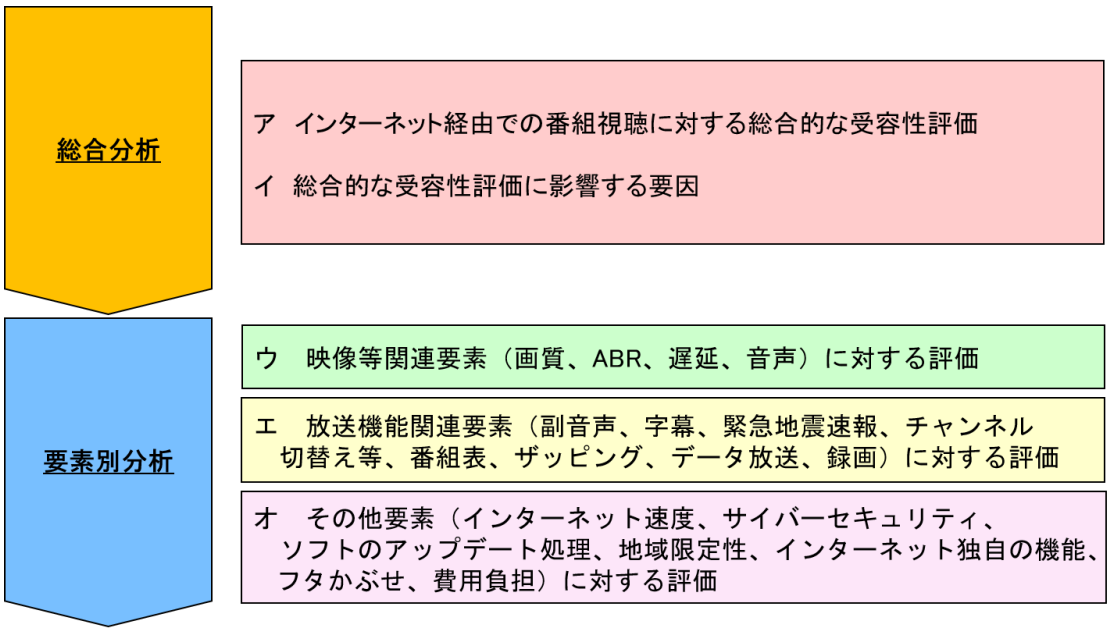


図２－18　調査結果の分析・評価の枠組み

②　総合分析

①で示した枠組みのとおり、総合分析では、総合的な受容性評価及び総合的な受容性評価に影響する要因について分析を行った。

ア　インターネット経由での番組視聴に対する総合的な受容性評価

図２－19のとおり、調査においては「ご自宅で、地上波ではなくインターネット経由で番組を視聴するとなった場合に受け入れられそうですか。」との質問を行っている。この質問に対する回答を被験者における「総合的な受容性評価」と位置付け、その結果について分析を行った。ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアにおける調査Ａ・調査Ｂを合わせて、「受け入れられる」との回答の合計が59%となる一方、「どちらともいえない」が21%、「受け入れられない」との回答の合計が20%との結果が得られた。

「受け入れられない」とした被験者が回答した「主な理由」は、調査Ａ・Ｂ共通のものとして、「画質が悪くなった」「フタかぶせが受け入れられない」「取り付けや操作がこれまで異なり順応できない」「録画ができない」といったものが挙げられ、調査Ｂ特有のものとしては「インターネット利用に係る機器設置や接続に係る費用負担が発生することが受け入れられない」「災害発生時を念頭にした放送遅延が受け入れられない」といったものがあった。また、「まったく受け入れられない」とした被験者５名の「主な理由」としては、「画質の悪化」「フタかぶせ」「費用負担」「都市部との公平性」に関するものがあった。

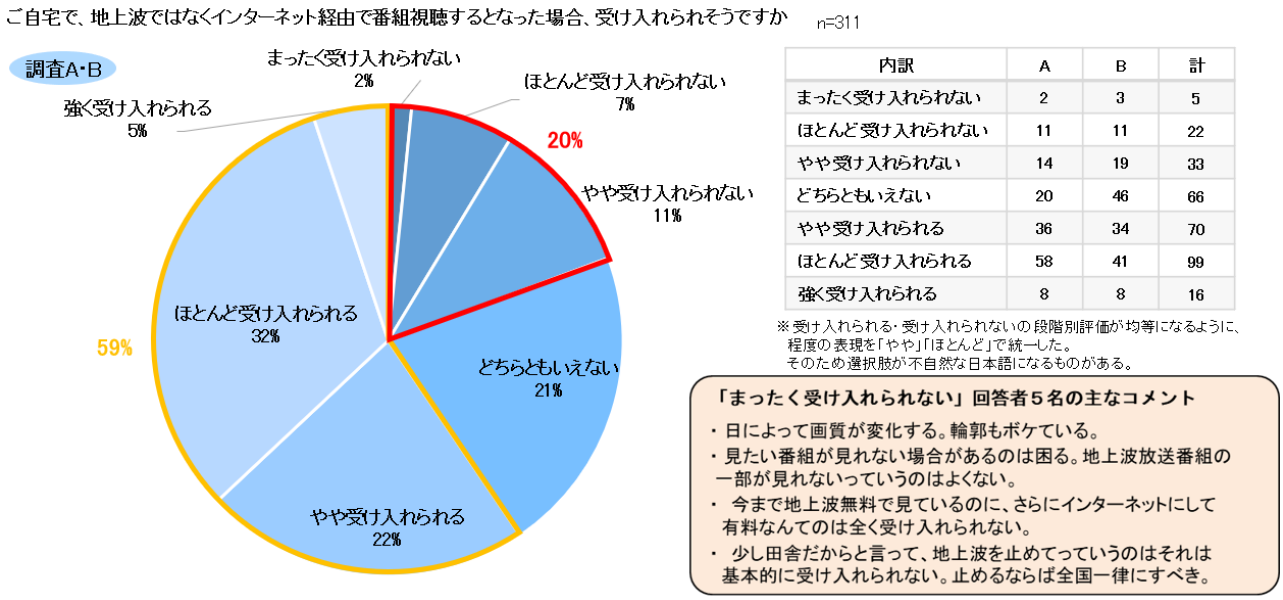


図２－19　総合的な受容性評価　ミニサテライト局・小規模中継局エリア

また、総合的な受容性評価の結果を調査Ａ・調査Ｂ別に集計し、比較分析を行った。

調査Ａと調査Ｂとを比較したところ、「受け入れられる」との回答は、調査Ａにおいては68%、調査Ｂにおいては56%となり、総合的な受容性は調査Ａの方がやや高い（＋12ポイント）という結果であった。

また、総合的な受容性を年代別に比較分析を行ったところ、世代が上がるにつれて受容性が低下する傾向にあった。

実証エリア間での比較分析においては、地域特性やミニサテライト局エリアと小規模中継局エリアとの間でほとんど違いが見られなかった。

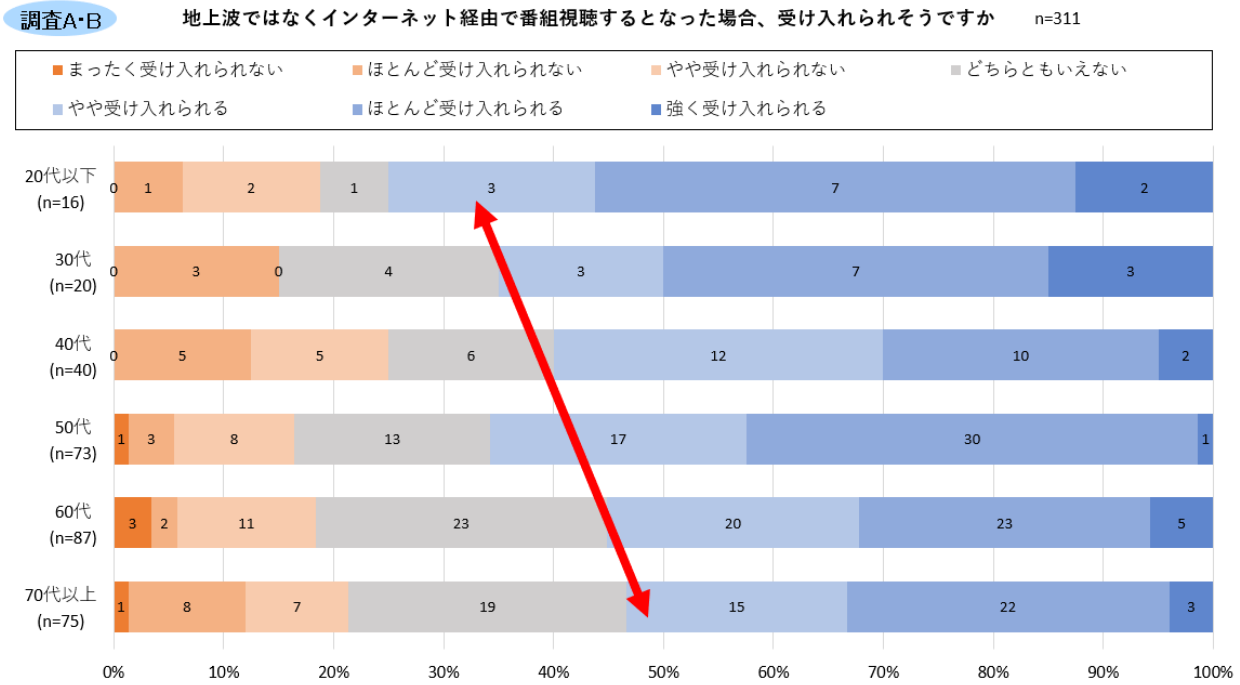


図２－20　　年代と受容性の相関関係

イ　総合的な受容性評価と各機能の受容性の関係性

代替 PF の利用体験を通じた総合評価と各機能の受容性を踏まえると、「録画・見逃し」

「緊急地震速報」「データ放送」「フタかぶせ」はさらなる検討が必要との分析結果であった。

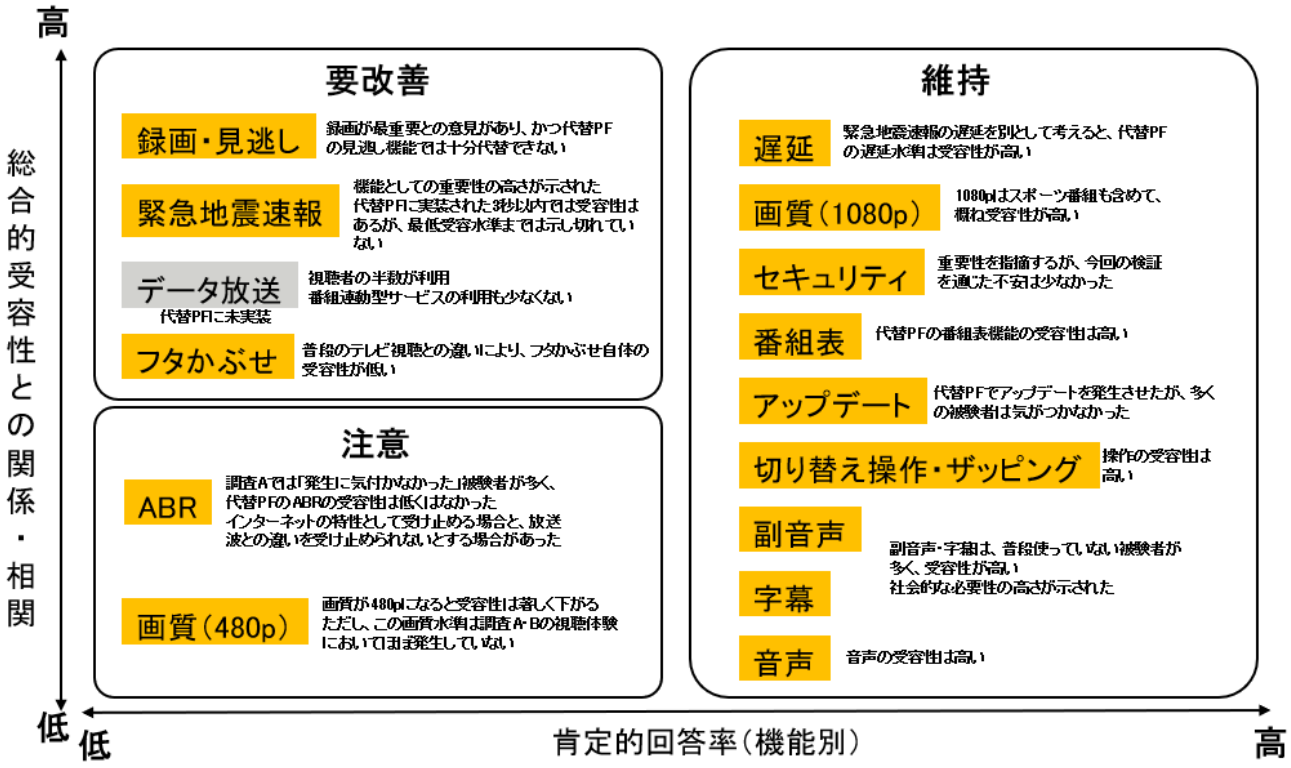


図２－21　総合評価と各機能別評価の関係性

③　要素別分析

①で示した枠組みのとおり、要素別分析では、図２－15 の調査項目のうち、総合的な受容性評価以外の設問について、

ウ　映像等関連要素（画質、ABR[5]、遅延、音声）に対する評価

エ　放送機能関連要素（副音声、字幕、緊急地震速報、チャンネル切替え等、番組表、ザッピング、データ放送、録画）に対する評価

オ　その他要素（インターネット速度、サイバーセキュリティ、ソフトのアップデート処理、地域限定性、インターネット独自の機能、フタかぶせ、費用負担）に対する評価

の３つの要素に分けて調査結果について分析を行ったところ、その結果概要は図２－22 のとおりであった。

[5] Adaptive Bit Rate の略。ネット上で動画や音声のストリーミング配信を行う際に、視聴者の通信環境に応じて自動的にコンテンツの品質・サイズを変更することができる方式のことをいう。

映像等関連要素	画質	調査Aの地上波との画質比較、スポーツ番組視聴、全期間の画質評価で、地上波との違いを感じないとの回答は4割程度だが、7割以上の被験者が受け入れられると回答。調査Bでは、高画質で受け入れられるとの回答が半数。低画質では受け入れられないとの回答が半数を超える
	アダプティブビットレート（ABR）	ABRは、発生したかわからないとの回答が最も多い。また、調査Aでは5割、調査Bでは3割の被験者が画質の低下を受け入れられると回答。映像と画質の在り方については、画質は低下しても映像は中断しないことを望む回答が半数を超える
	遅延	50秒程度の遅延に気付かなかったとの回答が7割を超え、半数を超える被験者が受け入れられると回答。遅延がない方が良い番組としてはニュース・スポーツ番組との回答が多いが、3割はどの番組でも遅延は問題ないと回答
	音声	音声については、調査A、調査Bともに違いを感じた被験者は少なく、受容性が高い
放送機能関連要素	副音声	6割が代替PFの副音声を受け入れられると回答。7割が公共性のあるサービスとして重要と回答
	字幕	7割が代替PFの字幕を受け入れられると回答。9割弱が公共性のあるサービスとして重要と回答
	緊急地震速報	9割が緊急地震速報は重要だと回答。普段はテレビとスマホで速報を受け取るとの回答が最も多い。5割が緊急地震速報の遅れは3秒以内であれば問題ないと回答
	チャンネル切り替え等	6割弱がチャンネル切り替え操作は簡単だったと回答。受け入れられないとの回答が2割に対して、5割の被験者が受け入れられると回答。チャンネル切り替えのスムーズさについては、普段と変わらないとの回答が4割で最も多い
	番組表	テレビ画面上に番組表を表示する機能は重要との回答が8割と多く、ニーズが高い。番組表から録画する操作についても同様。番組表操作は6割が簡単だったと回答し、6割が受け入れられると回答
	ザッピング	普段テレビ番組はテレビ画面上の番組表から探すとの回答が最も多く、ザッピングで探すとの回答は次に多い。また、ザッピングは重要だとの回答は5割であり、重要性については回答がわかれた
	データ放送	データ放送を使うとの回答は5割強であり、なくなった場合に困る・困らないは回答がわかれたが、利用頻度が高い被験者ほど困ると回答する割合が高い。データ放送を使う目的では、気象・災害情報の取得が最も多く、スポーツやニュース番組で使用するとの回答が多い
	録画	7割強が普段から録画すると回答。見逃し視聴が録画の代替になるのかについては、回答がわかれた。見逃し配信で録画を代替するためには、十分な配信期間とすべての番組の配信が必要だとの回答が多い
その他要素	インターネット速度	普段の自宅のインターネット速度について、気にならないとの回答は6割。調査Aで代替PFを使用した際にインターネット速度が遅くなったかについては、8割が変わらないと回答
	サイバーセキュリティ	調査Aでは2割、調査Bでは7割がセキュリティが気になると回答。高年齢層ほど、サイバーセキュリティへの懸念が強かった
	ソフトのアップデート処理	調査Aでアップデートを実施した被験者の8割が簡単だったと回答。アップデートについては自動であれば受け入れられるとの回答が半数で最も多い
	地域限定性	約6割が、離れた地域の放送番組も視聴したいと回答
	インターネット独自の機能	調査Bでタブレット端末による視聴体験を実施したところ、家の内外でテレビ以外で番組を視聴したいとの回答が多かった。また、個人データ活用の不安よりもインターネットならではの便利な機能を望む回答が多く、具体的な機能としては、おすすめ番組の情報提供を望む回答が最も多い
	フタかぶせ	フタかぶせは全く受け入れられないとの回答が約3割、場面によっては不満が残るとの回答が5割あり、フタかぶせに対する受容性は低かった
	費用負担	テレビを見るのをやめる金額として、固定ブロードバンド利用者は「月額1,000円未満」「月額1,000円程度」との回答が多く、固定ブロードバンド未利用者は「月額6,000円以上でも、視聴を続ける」との回答が2割で最も多かった 月額1,000円以上との回答は、調査A・Bともに6割以上であった

図２－22　要素別分析の結果概要（ミニサテライト局エリア・小規模中継局エリア）

ウ　映像等関連要素（画質、ABR、遅延、音声）に対する評価

a　画質（画質の「鮮明さ」、「文字の読みづらさ」）

調査Ａにおいて、画質は地上波放送番組との「違いを感じなかった」との回答と「やや悪くなった」との回答が多かった。また、自宅の視聴環境としての受容性については、「ほとんど受け入れられる」「強く受け入れられる」との回答が多かった。

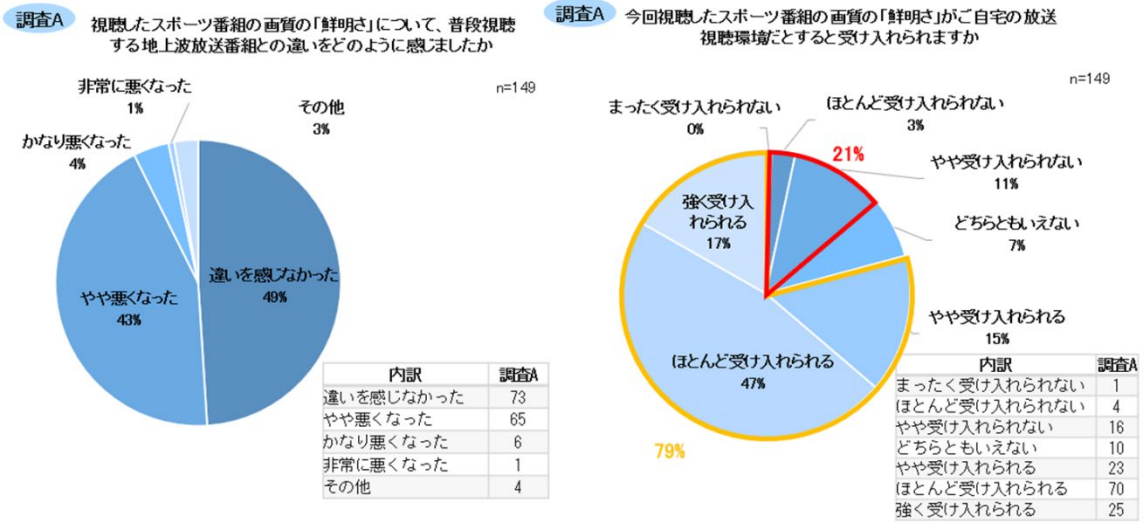


図２－23　映像等関連要素：a 画質（調査Ａ）

調査Ｂにおいて、スポーツ番組（サッカー）の画質の鮮明さでは、高画質でも画質が悪くなったとの回答が半数弱あった。中画質と高画質では評価は大きく変わらないが、低画質では著しく画質の評価が下がった。また、自宅の視聴環境としての受容性について、高画質では受け入れられるとの評価が半数を超えた。

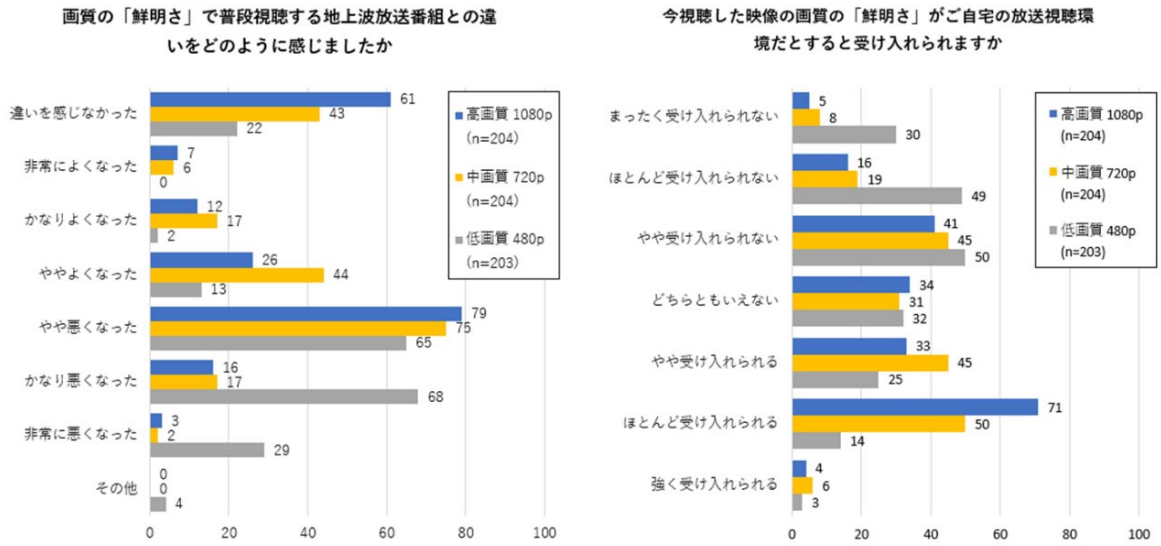


図２－24　映像等関連要素：a 画質（鮮明さ（調査Ｂ））

「文字の読みやすさ」は調査Ａ、調査Ｂ共に地上波放送番組との違いを感じないとの回答が多かった。

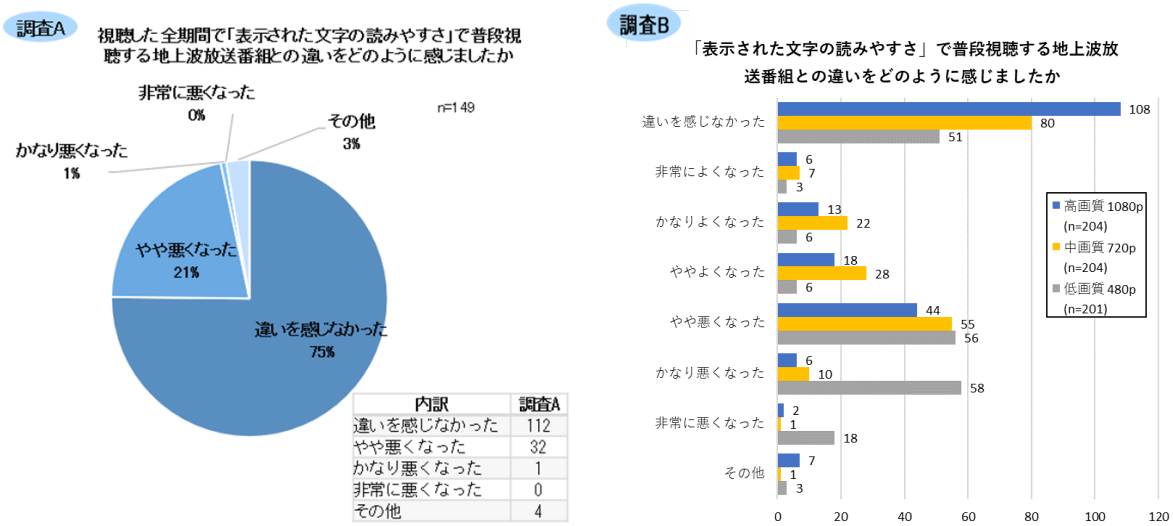


図２－25　映像等関連要素：a 画質（文字の読みやすさ）

調査Ａでは、世帯別通信速度が速いほど、画質の受容性は高くなる傾向があった。

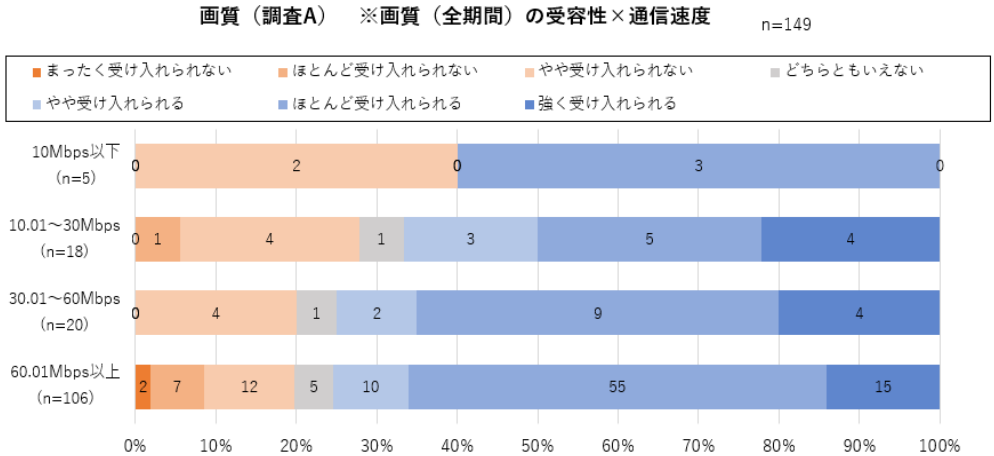


図２－26　映像等関連要素：a 画質（通信速度との関係（調査Ａ））

b　アダプティブビットレート（ABR）

ABRは、調査Ａでは発生したか分からない（発生しなかった）との回答が約７割だったのに対し、調査Ｂでは同回答は約４割に留まり、発生した又は発生したかもしれないとの回答が約５割あった。調査Ｂでは調査Ａと比較して「視聴中の画質の低下は受け入れられない」との回答が多くなっており、ABRの発生を体験したと感じた被験者の割合と「視聴中の画質の低下は全く受け入れられない」と回答した被験者の割合に一定の相関関係があると推察される。

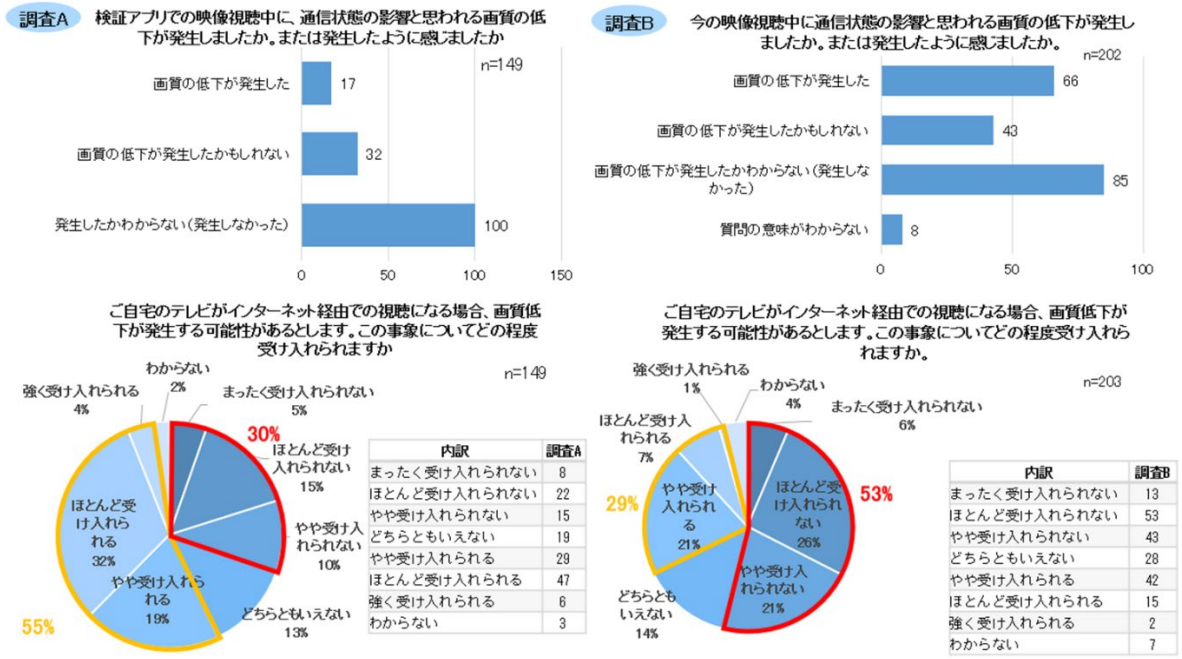


図２－27　映像等関連要素：b ABRの受容性

なお、インターネット経由での番組視聴では通信状態が悪い場合、画質が低下したり、映像が止まったりする可能性があることについて、調査Ａ・Ｂともに、画質が低下しても映像は中断しないのが望ましいとの回答が最も多かった。

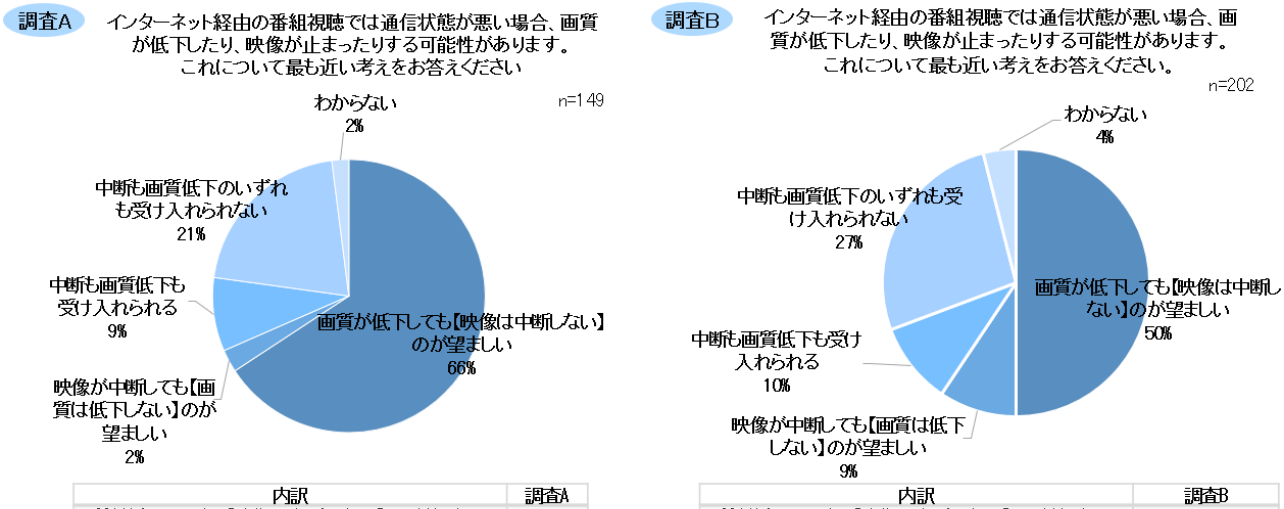
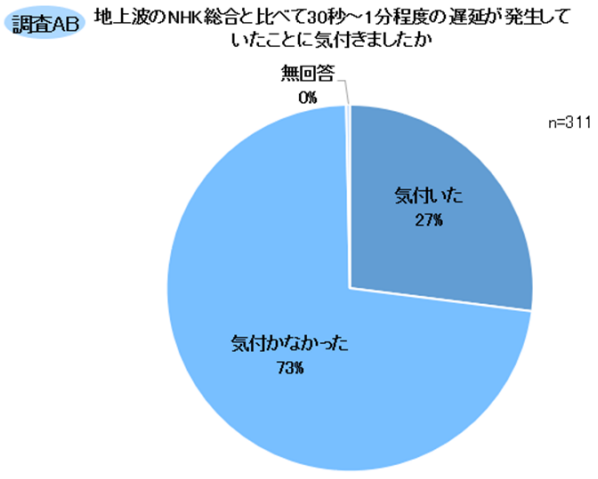


図２－28　映像等関連要素：b ABR 映像と画質の在り方

c　遅延

30秒～１分程度の映像や音声の遅延については、気づかなかったとの回答が最も多く、遅延自体は半数以上が受け入れられるとの回答だった。



内訳	調査A	調査B	計
気付いた	53	31	84
気付かなかった	96	130	226
無回答	0	1	1

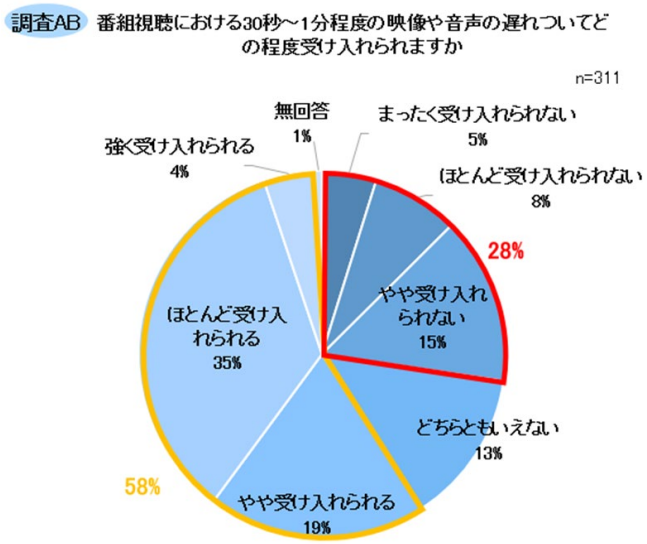


図２－29　映像関連要素：c 遅延の受容性

また、ニュースやスポーツなど速報性の高い番組ジャンルほど、遅延が無いほうが望ましいとの回答が多かった。

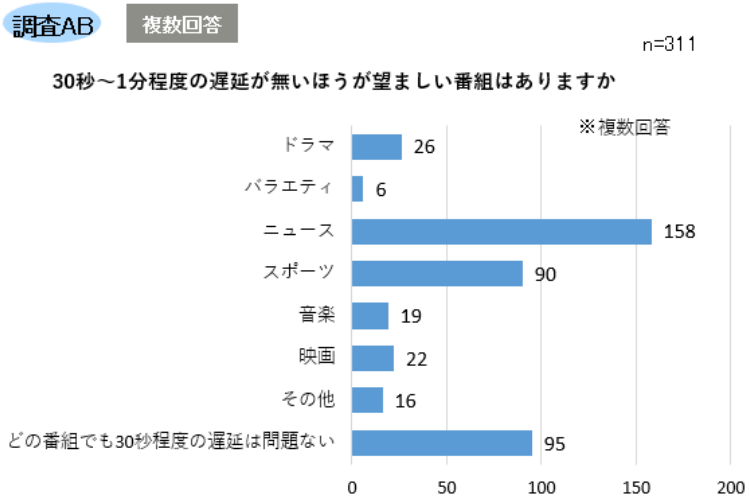


図２－30　映像関連要素：c 遅延　遅延無しが望ましい番組

d　音声

音声については、調査Ａ・Ｂともに地上波放送番組との違いを感じた被験者は少なく、受容性が高かった。

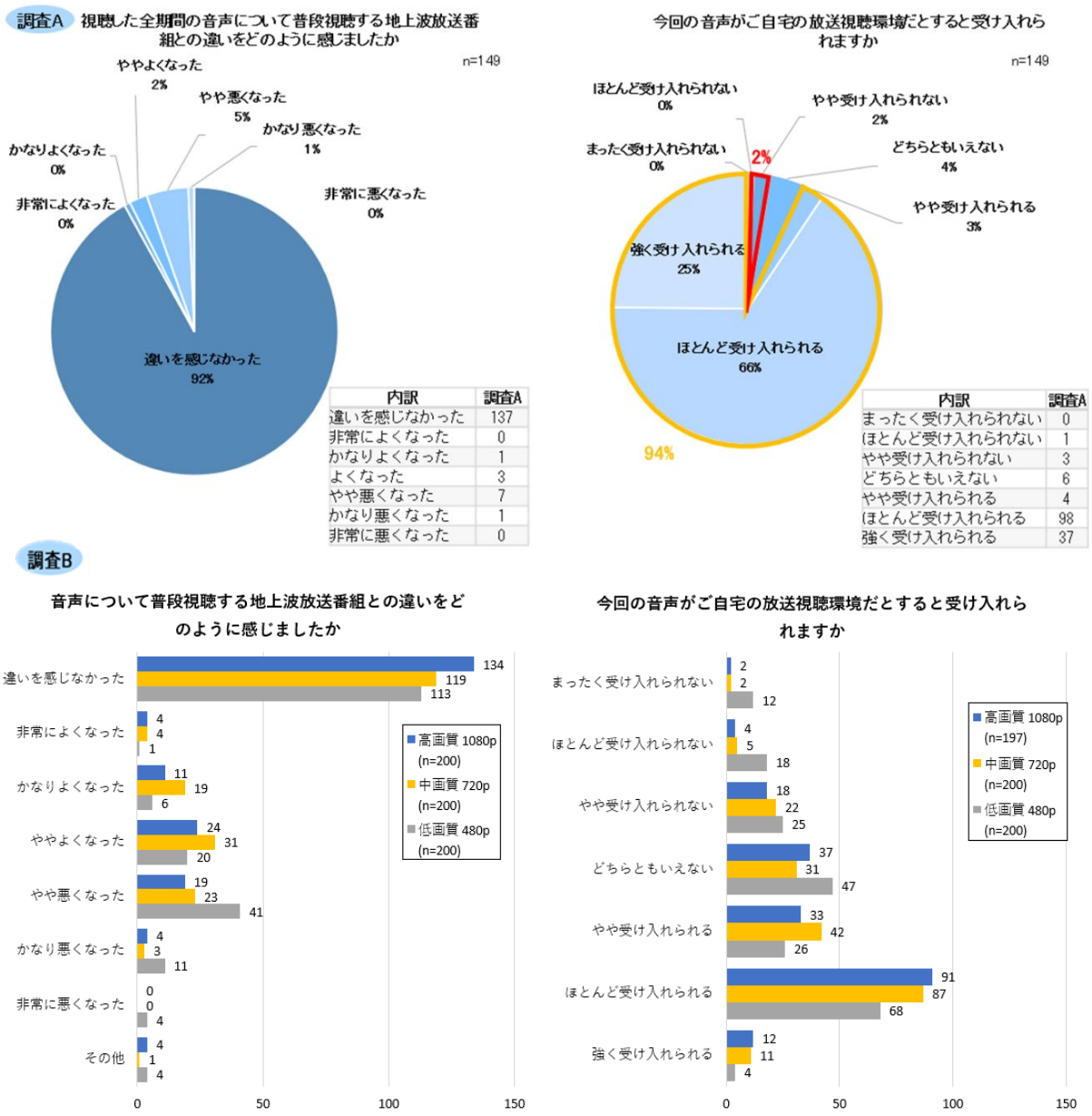


図２－31　映像等関連要素：d 音声

エ　放送機能関連要素（副音声、字幕、緊急地震速報、チャンネル切替え等、番組表、ザッピング、データ放送、録画）に対する評価

e　副音声

副音声の機能については、「使わない」との回答が多く、また、視聴した水準での副音声を「受け入れられる」との回答が多かった。

さらに、副音声機能は公共性のある全国サービスとして重要であるとの回答が多かった。

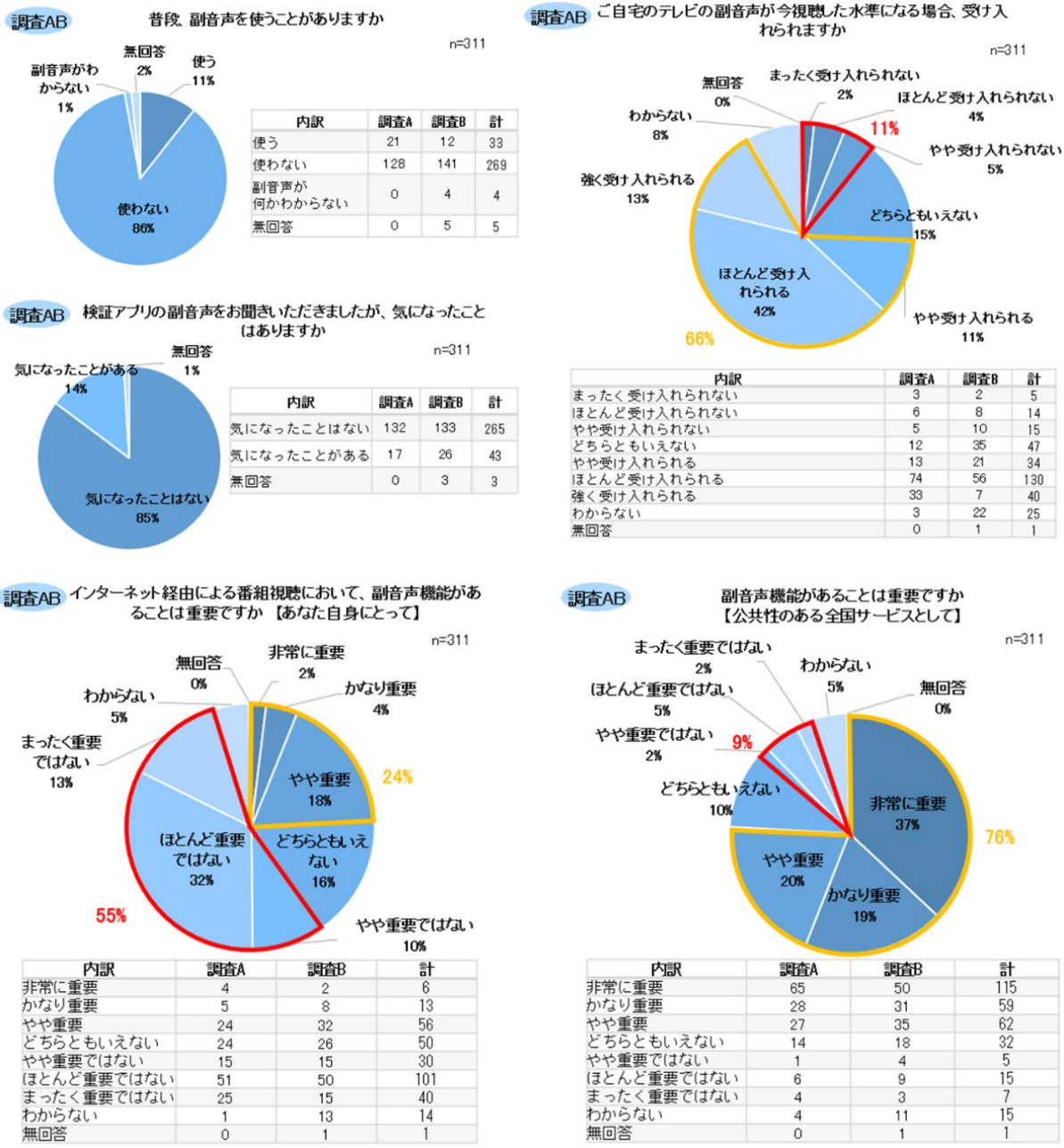


図２－32　放送機能関連要素：e 副音声

f　字幕

字幕放送については、「見ない」との回答が多く、また、視聴した水準での字幕放送を「ほとんど受け入れられる」との回答が多かった。

さらに、字幕放送機能は公共性のある全国サービスとして「重要である」との回答が87%となり、ニーズが高かった。

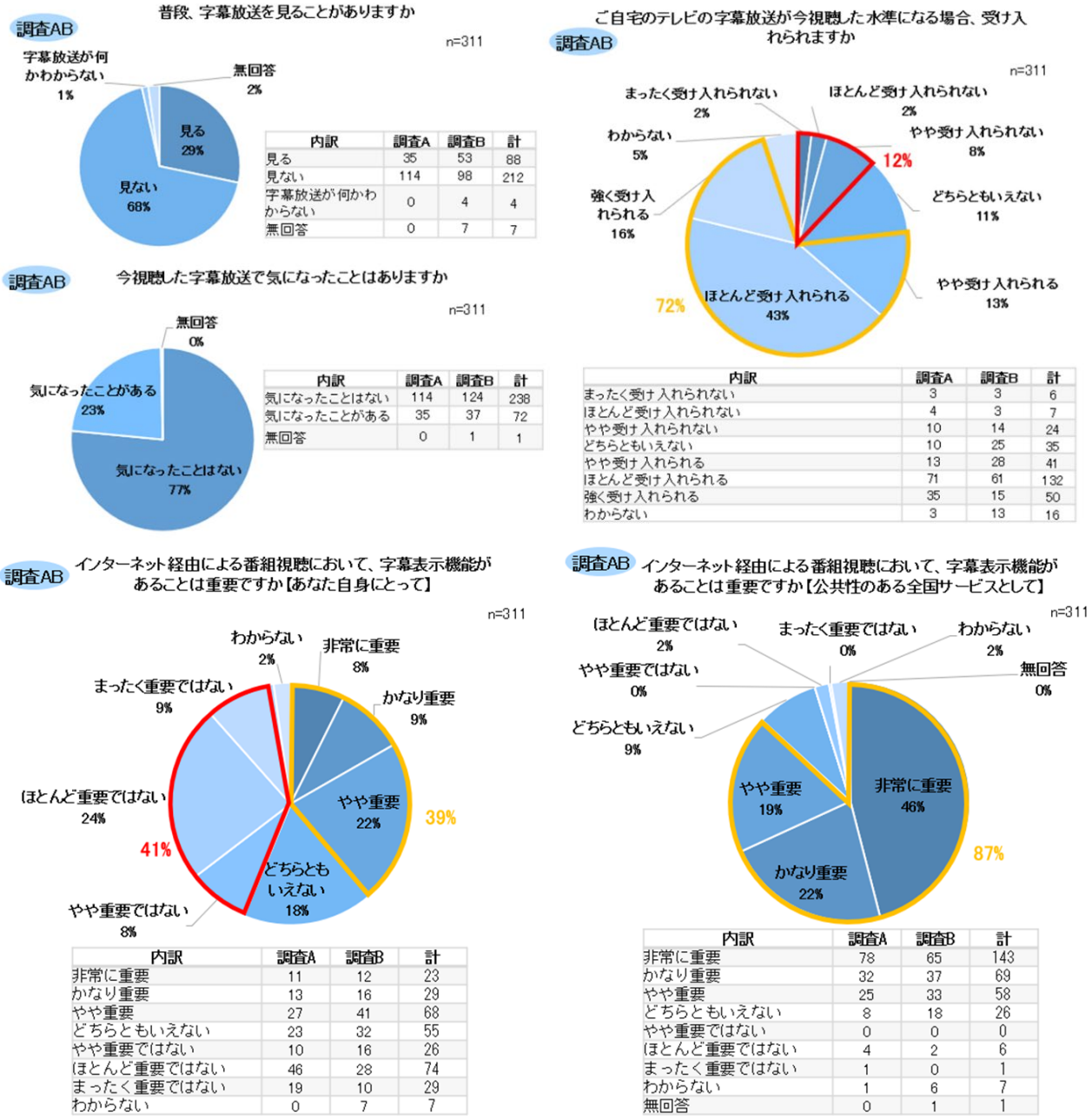
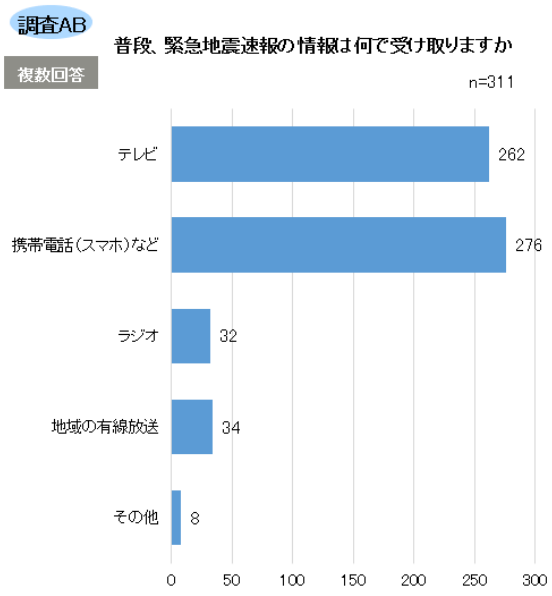


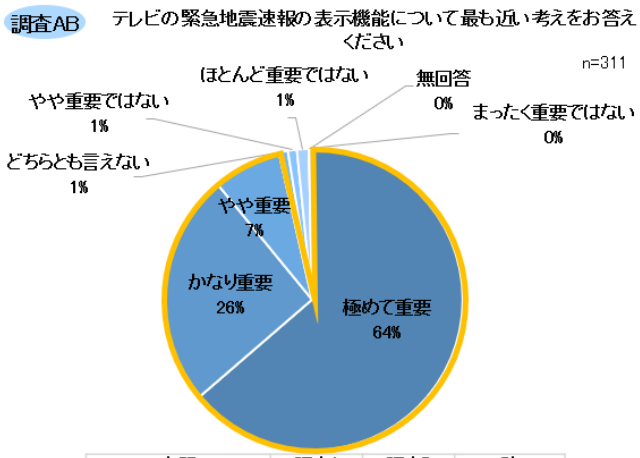
図２－33　放送機能関連要素：ｆ 字幕

ｇ　緊急地震速報

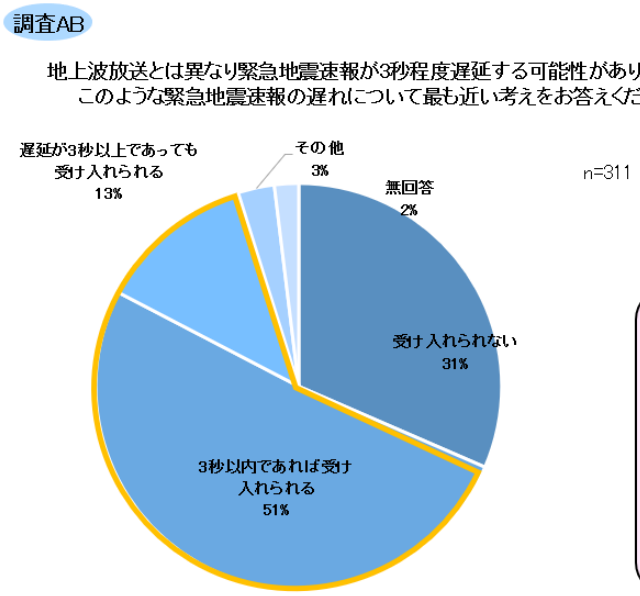
緊急地震速報は、テレビ、スマホなどで受け取るとの回答が多く、緊急地震速報の表示機能が重要であるとの回答は97%と極めて多かった。

また、緊急地震速報の遅延について半数以上が３秒以上であっても３秒以内であっても受け入れられるとの回答だったが、「受け入れられない」又は「３秒以内であれば受け入れられる」との回答者の中には、ヒアリング時の発言として、平成28年発生の熊本地震を想起した慎重な意見が少なくなかった。





内訳	調査A	調査B	計
極めて重要	87	111	198
かなり重要	40	39	79
やや重要	16	7	23
どちらとも言えない	2	1	3
やや重要ではない	2	1	3
ほとんど重要ではない	2	2	4
まったく重要ではない	0	0	0
無回答	0	1	1



内訳	調査A	調査B	計
受け入れられない	44	54	98
3秒以内であれば受け入れられる	79	80	159
遅延が3秒以上であっても受け入れられる	24	15	39
その他	2	7	9
無回答	0	6	6

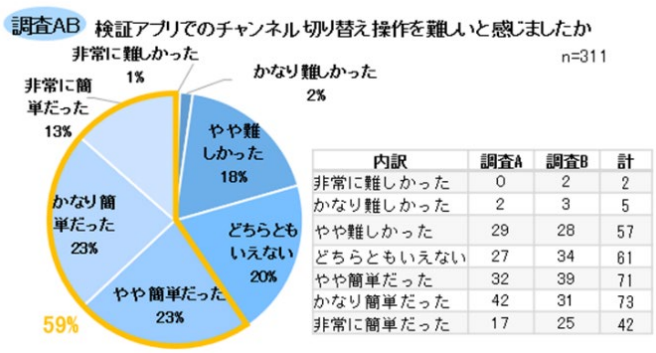
「受け入れられない」「3秒以内であれば受け入れられる」回答者の主なヒアリング時発言

- 被災の経験（熊本地震）から3秒遅れるともう地震が始まっている。（受け入れられない）
  ※熊本地震は例として多く挙げられた
- スマホの方が先に鳴るので3秒以上だと意味がない。（3秒以内であれば受け入れられる）

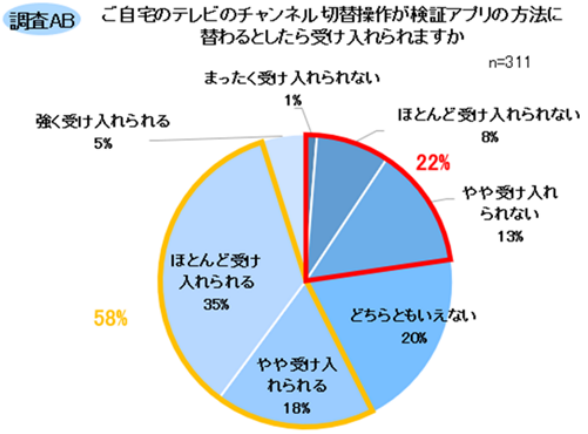
図２－34　放送機能関連要素：g 緊急地震速報

h　チャンネル切替え操作

調査Ａ及び調査Ｂの被験者はFire TV Stick上で動作するアプリを操作したが、簡単だったとの回答が59%と多く、自宅のチャンネル切替え操作がこの方法に替わったとしても、受け入れられるとの回答が多かった。



内訳	調査A	調査B	計
非常に難しかった	0	2	2
かなり難しかった	2	3	5
やや難しかった	29	28	57
どちらともいえない	27	34	61
やや簡単だった	32	39	71
かなり簡単だった	42	31	73
非常に簡単だった	17	25	42

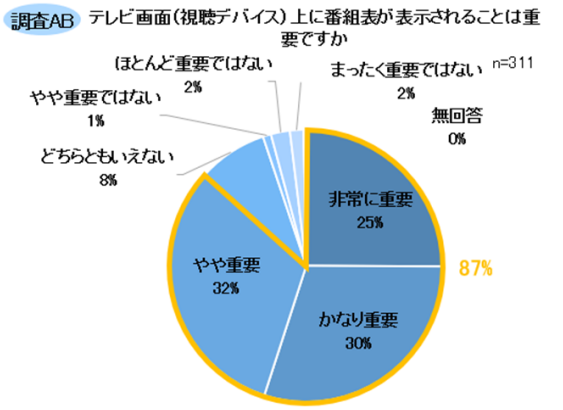


内訳	調査A	調査B	計
まったく受け入れられない	3	1	4
ほとんど受け入れられない	15	10	25
やや受け入れられない	26	15	41
どちらともいえない	27	35	62
やや受け入れられる	21	34	55
ほとんど受け入れられる	52	57	109
強く受け入れられる	5	10	15

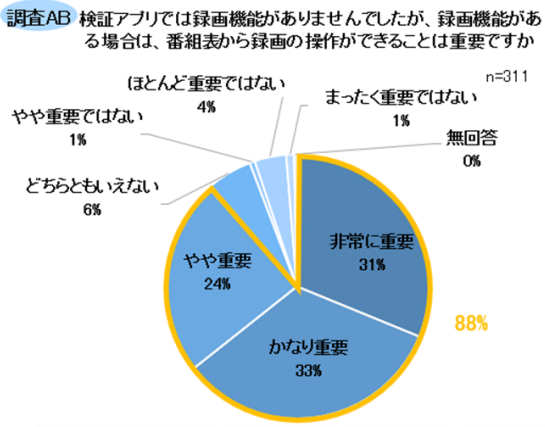
図２－35　放送機能関連要素：h チャンネル切替え等

ｉ　番組表

テレビ上に「番組表を表示する機能は重要」という回答は87%と多く、ニーズが高かった。また、番組表から録画操作できることが重要との回答が多かった。



内訳	調査A	調査B	計
非常に重要	44	34	78
かなり重要	48	45	93
やや重要	39	59	98
どちらともいえない	11	15	26
やや重要ではない	0	3	3
ほとんど重要ではない	4	3	7
まったく重要ではない	3	2	5
無回答	0	1	1



内訳	調査A	調査B	計
非常に重要	55	42	97
かなり重要	52	51	103
やや重要	30	45	75
どちらともいえない	6	12	18
やや重要ではない	0	2	2
ほとんど重要ではない	5	7	12
まったく重要ではない	1	2	3
無回答	0	1	1

図２－36　放送機能関連要素：ｉ 番組表

ｊ　ザッピング

半数以上がザッピングをよくすると回答した一方で、普段はテレビ画面上の番組表から番組を探すとの回答が最も多かった。また、半数以上がザッピングできることは重要と回答した。

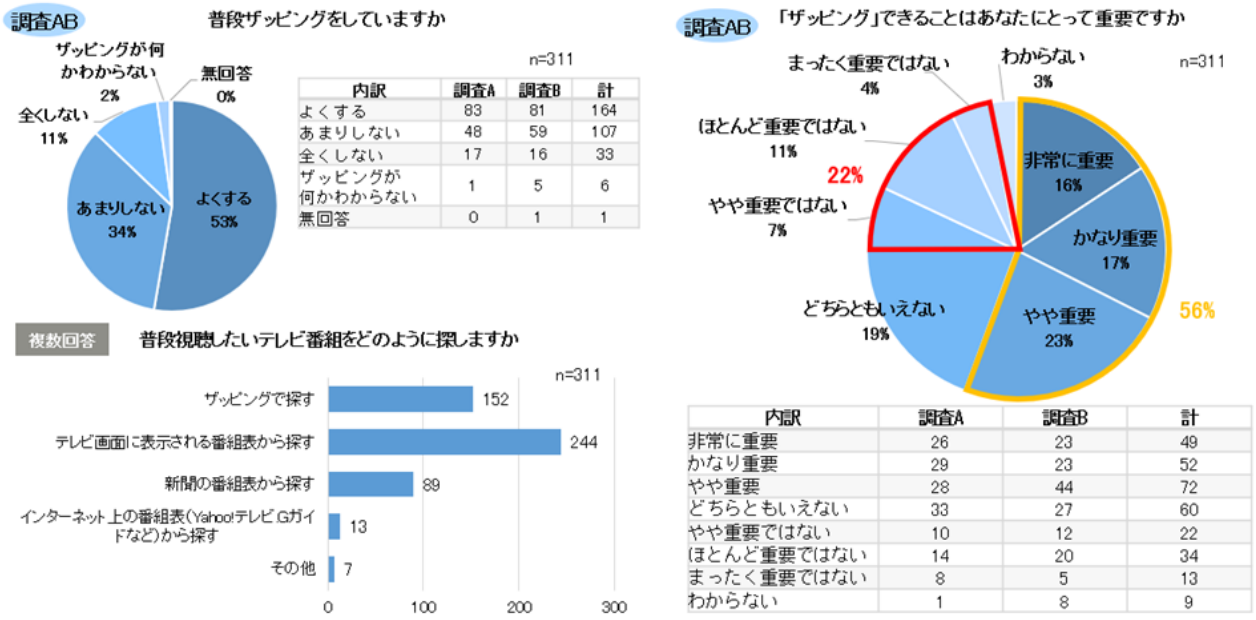
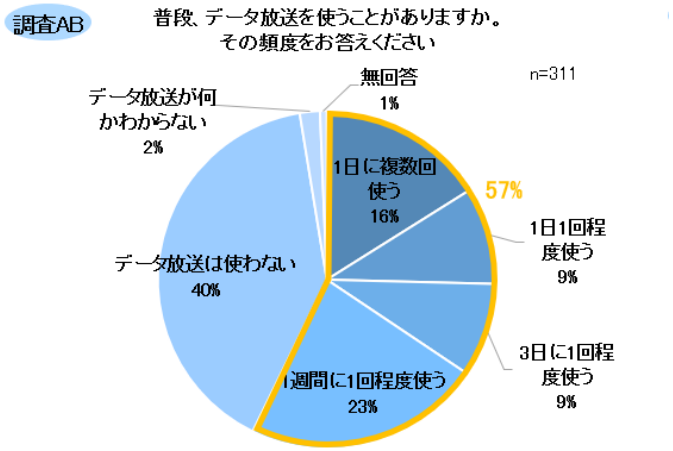


図２－37　放送機能関連要素：j ザッピング

k　データ放送

データ放送は、半数以上が使うと回答し、使う頻度が高い回答者ほど機能が無くなると困るとの回答が多かった。また、20代ではデータ放送機能を使わないとの回答が多い一方､30代以上では半数以上が使うとの回答であり､世代による違いも見られた。

さらに、データ放送の利用目的としては「気象・災害情報」が、データ放送を使う番組ジャンルとしては「ニュース・報道」が最も多かった。



内訳	調査A	調査B	計
1日に複数回使う	18	32	50
1日1回程度使う	16	13	29
3日に1回程度使う	16	12	28
1週間に1回程度使う	36	35	71
データ放送は使わない	63	62	125
データ放送が何かわからない	0	6	6
無回答	0	2	2

図２－38　放送機能関連要素：k データ（１／２）

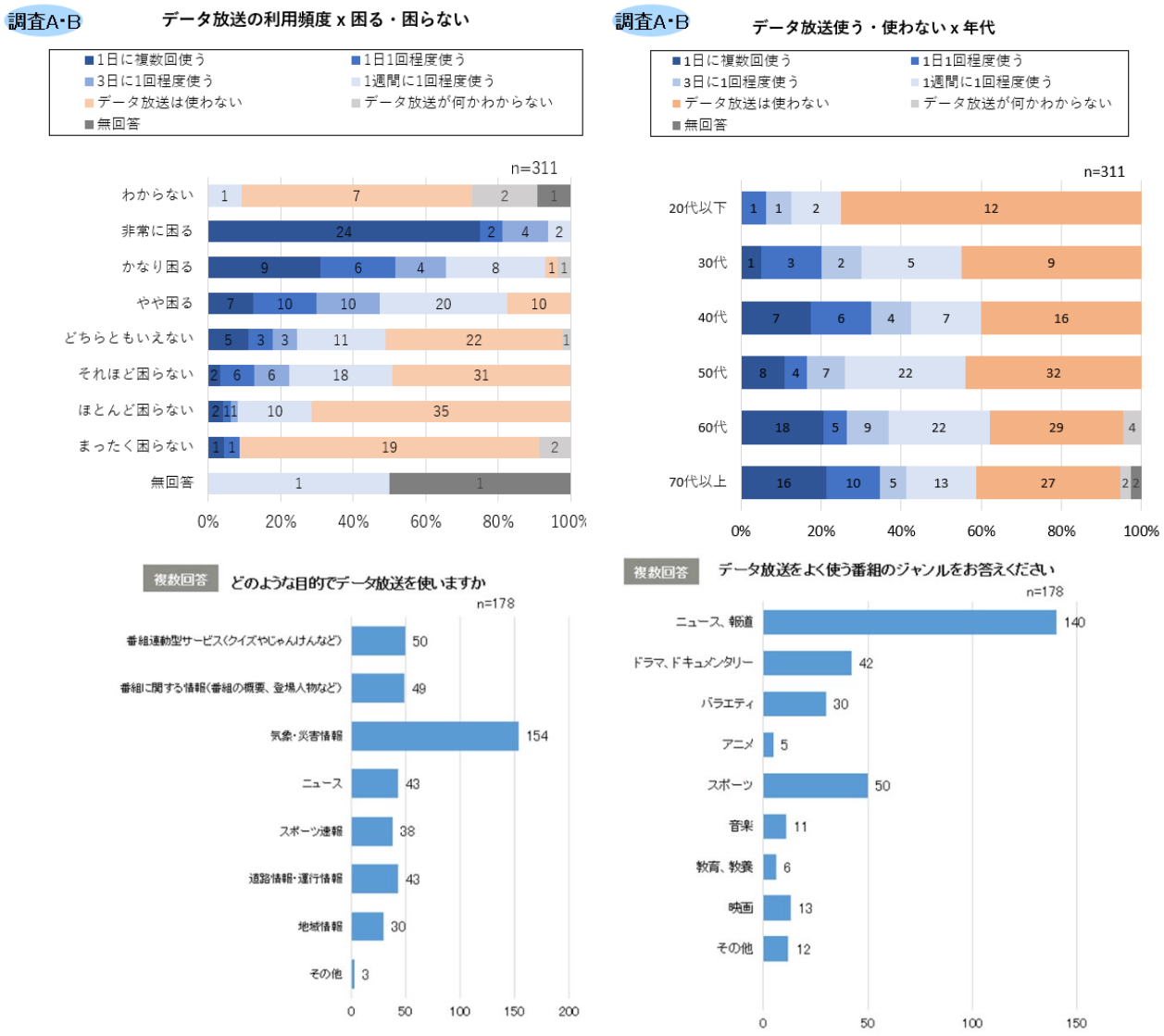
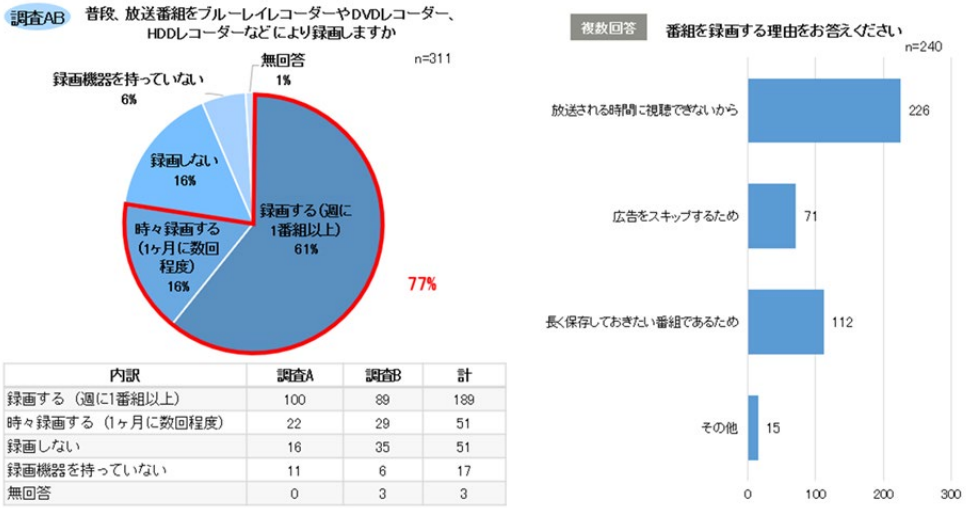


図２－38　放送機能関連要素：k データ放送（２／２）

l　録画及び見逃し視聴

被験者の77%が放送番組をブルーレイレコーダーやDVDレコーダー、HDDレコーダーなどにより録画すると回答した。番組を録画する理由は「放送される時間に視聴できないから」が最も多かった。



内訳	調査A	調査B	計
録画する（週に1番組以上）	100	89	189
時々録画する（1ヶ月に数回程度）	22	29	51
録画しない	16	35	51
録画機器を持っていない	11	6	17
無回答	0	3	3

図２－39　放送機能関連要素：l 録画

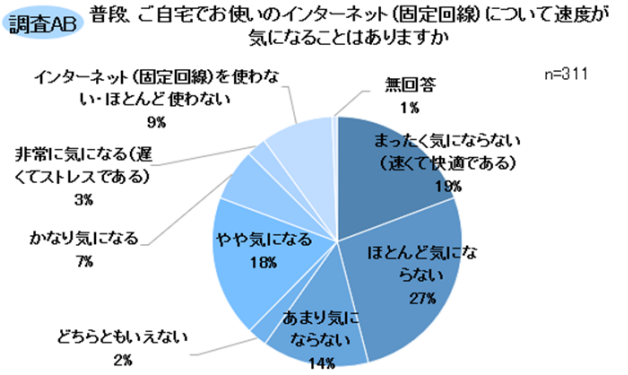
また、検証では１週間の見逃し配信機能があったが、見逃し配信により録画機能を代替する場合、１週間の見逃し期間が十分であったかについては回答が分かれ、見逃し配信は録画機能の代用とならないとの回答が代用できるとの回答を上回った。

オ　その他要素（インターネット速度、サイバーセキュリティ、ソフトのアップデート処理、地域限定性、インターネット独自の機能、フタかぶせ、費用負担）に対する評価

m　インターネット速度

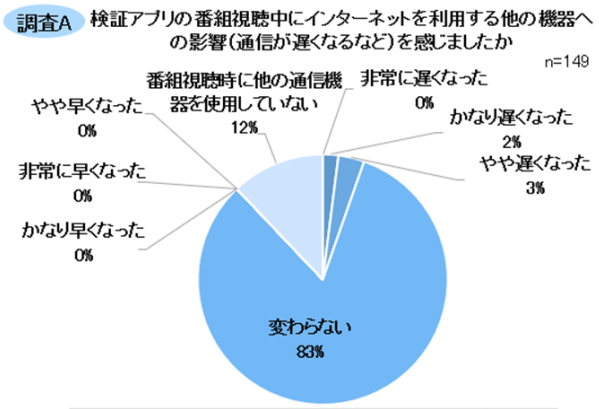
普段のインターネットの速度が気になるかについては、気にならないとの回答が60%と多かった。

インターネット経由で番組を視聴することによる他の機器への影響については、変わらないとの回答が83%と多かった。



内訳	調査A	調査B	計
まったく気にならない（速くて快適である）	41	19	60
ほとんど気にならない	49	34	83
あまり気にならない	22	21	43
どちらともいえない	2	6	8
やや気になる	20	37	57
かなり気になる	10	11	21
非常に気になる（遅くてストレスである）	4	4	8
インターネット（固定回線）を使わない・ほとんど使わない	1	28	29
無回答	0	2	2

※固定回線ではなくスマートフォンの通信速度を回答した被験者がいると推測

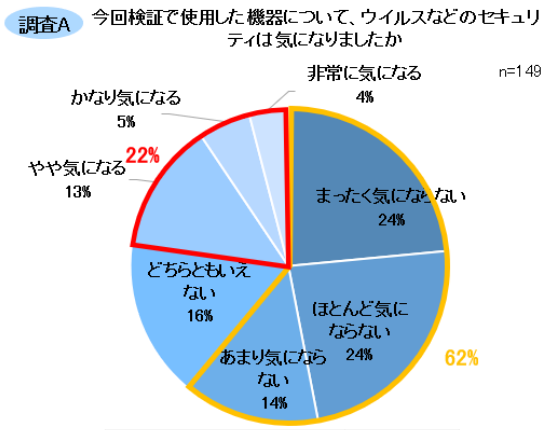


内訳	調査A
非常に遅くなった	0
かなり遅くなった	3
やや遅くなった	5
変わらない	123
かなり早くなった	0
非常に早くなった	0
やや早くなった	0
番組視聴時に他の通信機器を使用していない	18

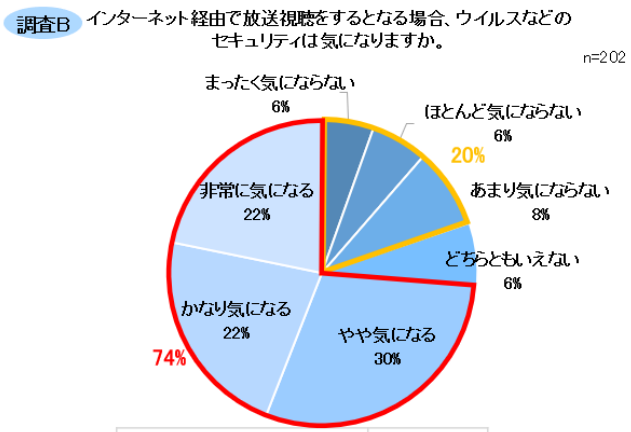
図２－40　その他要素：m インターネット速度

n　サイバーセキュリティ

調査Ａでは、ウイルス等セキュリティ面が「気にならない」との回答が62%であったが、調査Ｂでは「気になる」との回答が74%と多かった。



内訳	調査A
まったく気にならない	35
ほとんど気にならない	35
あまり気にならない	21
どちらともいえない	24
やや気になる	20
かなり気になる	8
非常に気になる	6

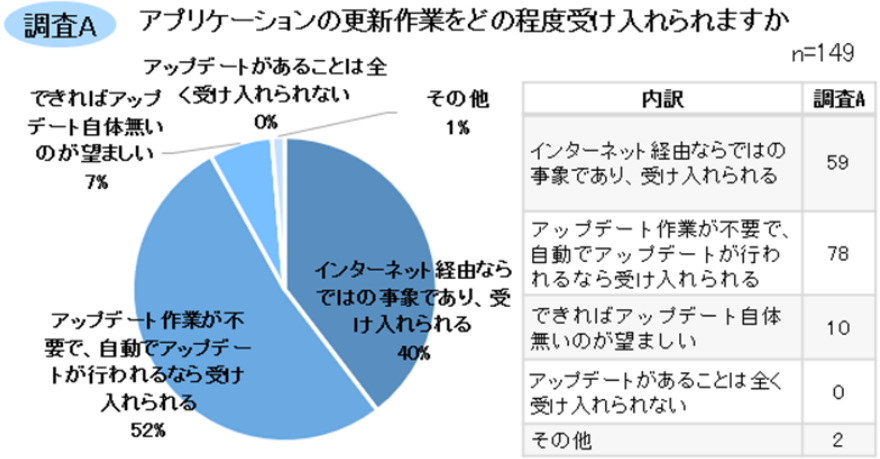


内訳	調査B
まったく気にならない	11
ほとんど気にならない	12
あまり気にならない	17
どちらともいえない	13
やや気になる	60
かなり気になる	45
非常に気になる	44

図２－41　その他要素：n サイバーセキュリティ

o　ソフトのアップデート処理

調査Ａでアップデート作業を実施した者のうち、自動アップデートを約半数が望んでいる。少数ではあるが、アップデート自体無いほうがよいとの回答もあった。



内訳	調査A
インターネット経由ならではの事象であり、受け入れられる	59
アップデート作業が不要で、自動でアップデートが行われるなら受け入れられる	78
できればアップデート自体無いのが望ましい	10
アップデートがあることは全く受け入れられない	0
その他	2

図２－42　その他要素：o ソフトのアップデート処理

p　地域限定性

インターネット経由で離れた地域の放送番組も視聴したいとの回答が63%と多かった。

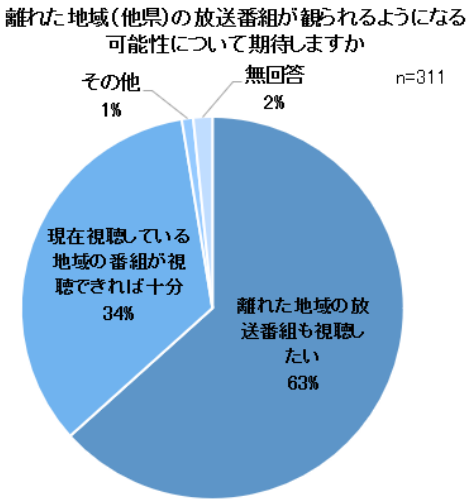
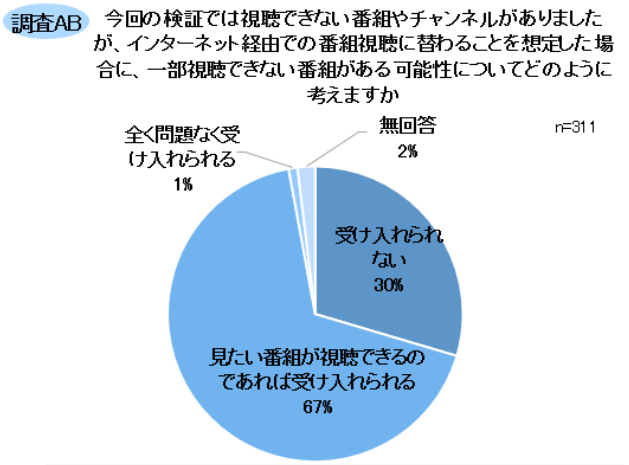


図２－43　その他要素：p 地域限定性

q　インターネット独自の機能

インターネットでは一部視聴できない番組やチャンネルがある可能性について､｢見たい番組が視聴できるのであれば受け入れられる」との回答が67%と多かった。

インターネット独自の機能として､｢追っかけ再生」｢再生速度の変更」の実装を望む回答が多かった。



内訳	調査A	調査B	計
受け入れられない	47	45	92
見たい番組が視聴できるのであれば受け入れられる	101	109	210
全く問題なく受け入れられる	1	2	3
無回答	0	6	6

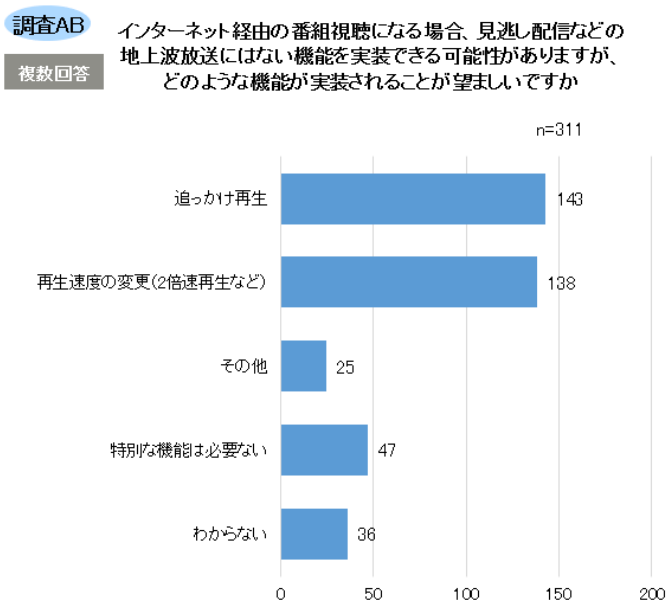


図２－44　その他要素：q インターネット独自の機能

r　フタかぶせ

フタかぶせは「場面により不満が残る」又は「全く受け入れられない」との回答が81%と多く、受容性は低かった。

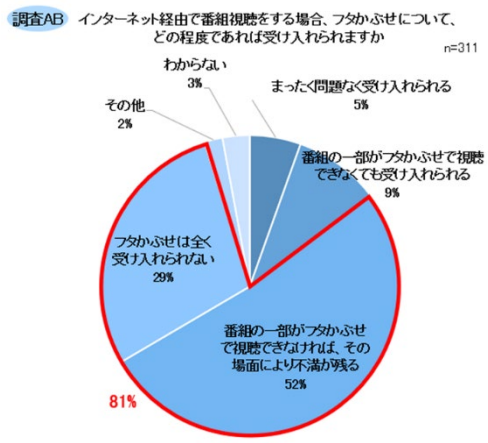


図２－45　その他要素：r フタかぶせ

s　費用負担

番組視聴がインターネット経由になった場合の費用について、「もしこの金額を超過するならテレビ番組を一切視聴しない」という金額を尋ねた。既に自宅に固定ブロードバンドがある回答者では「月額1,000円未満」との回答が最も多かったものの、金額に対する回答は分かれた。一方、自宅に固定ブロードバンドがない回答者では「月額6,000円以上でも、視聴を続ける」との回答が最も多かった。

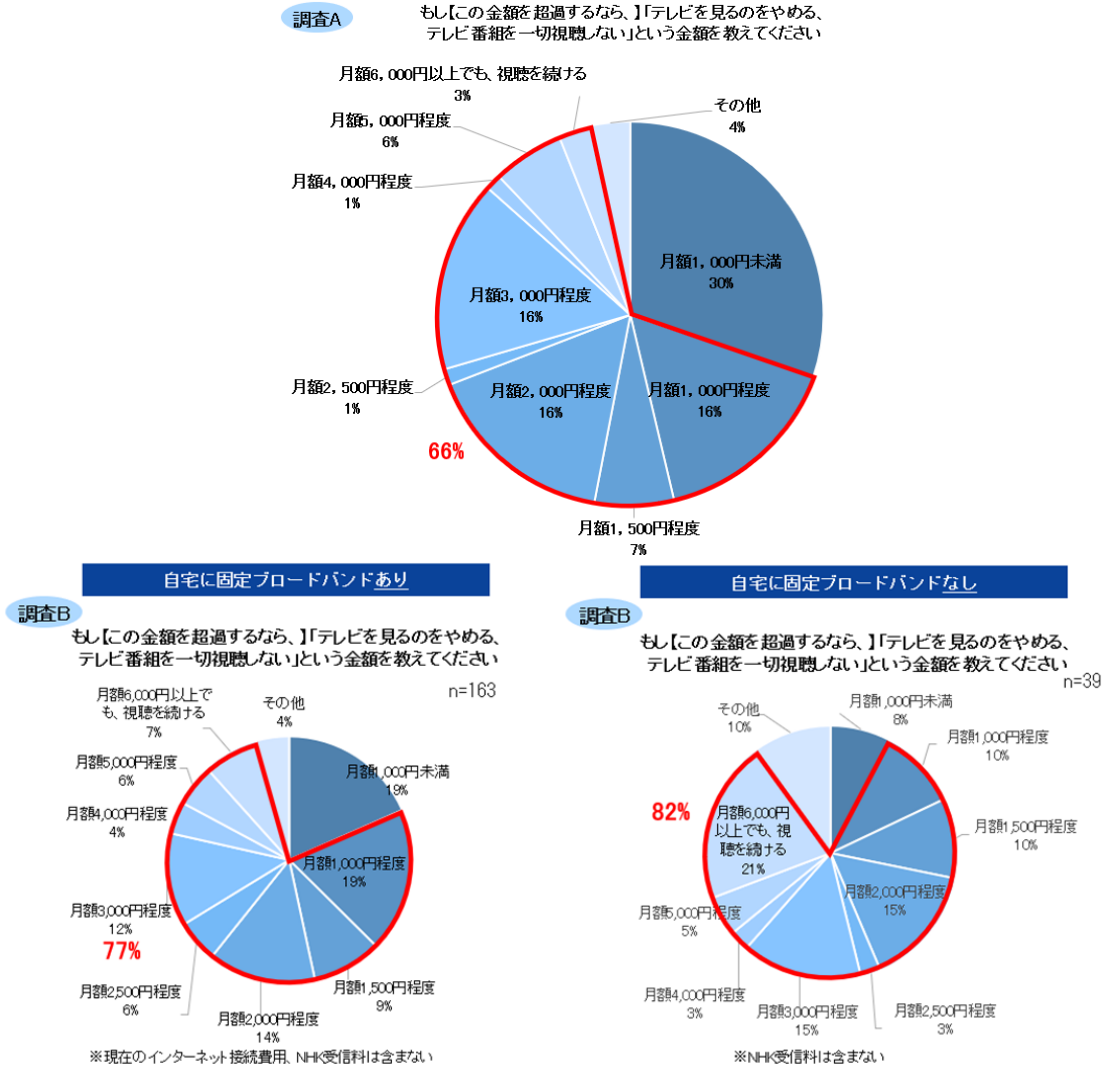


図２－46　その他要素：s 費用負担

（２）辺地共聴施設エリア

①　調査結果の分析・評価の枠組み

ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアと同様、総合分析と要素別分析の２つに分け、各視点から調査結果の分析・評価を行った。総合分析では、辺地共聴施設エリアにおいてケーブルテレビによる番組視聴に切り替えた場合の総合的な受容性評価（以下「ケーブルテレビ視聴に対する総合的な受容性評価」という。）及びローカル 5G 経由での番組視聴に切り替えた場合についての総合的な受容性評価（以下「ローカル 5G 経由での視聴に対する総合的な受容性評価」という。）について分析・評価を行った。また、要素別分析では、切替えの案内方法や説明会の在り方等のほか、参考調査として、機能面での将来の放送の在り方について分析・評価を行った。

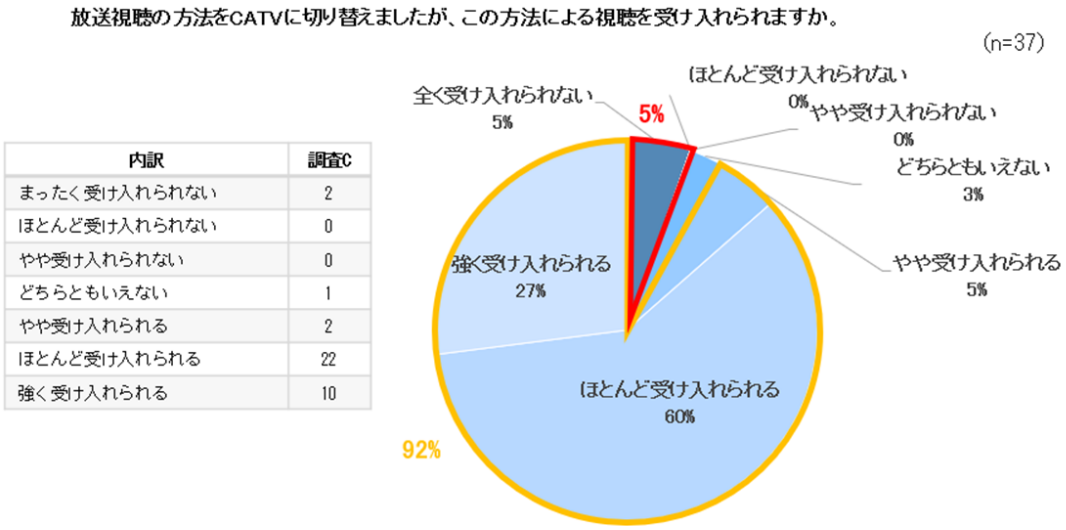
②　総合分析

①で示した枠組みのとおり、総合分析では、ケーブルテレビ視聴に対する総合的な受容性評価及びローカル 5G での番組視聴に対する総合的な受容性評価について分析・評価を行った。

ア　ケーブルテレビによる番組視聴に対する総合的な受容性評価

図２－47 で示したとおり、調査Ｃにおいては「放送視聴の方法を CATV に切り替えましたが、この方法による視聴を受け入れられますか。」との質問を行ったところ、「受け入れられる」との回答の合計が 92%となった。

なお、「全く受け入れられない」とした２名の被験者について、ヒアリングの際、調査員がその理由を尋ねたところ、視聴方法の切替えによる費用負担の増加であることが判明した。



内訳	調査C
まったく受け入れられない	2
ほとんど受け入れられない	0
やや受け入れられない	0
どちらともいえない	1
やや受け入れられる	2
ほとんど受け入れられる	22
強く受け入れられる	10

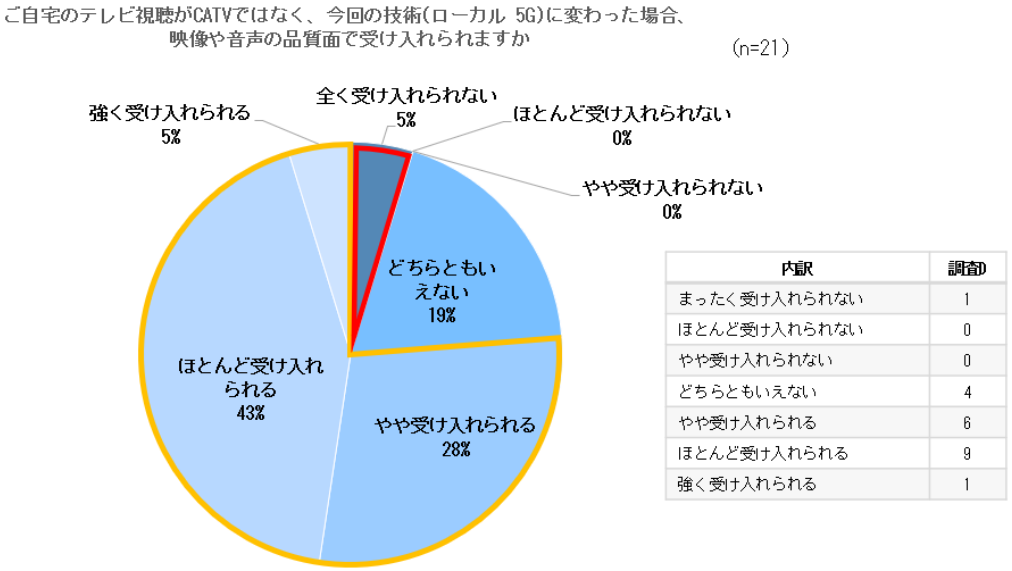
「まったく受け入れられない」回答者2名のヒアリング時発言

- 気に入らないのがお金がかかるとか、それだけです。映像とかだけの話になると全く問題ない。
- お金がかかるんであればもうTV要らないかな。

図２－47　ケーブルテレビ視聴に対する総合的な受容性評価
辺地共聴施設エリア

イ　ローカル 5G での番組視聴に対する総合的な受容性評価

図２－48 で示したとおり、調査Ｄにおいて「放送視聴の方法が CATV ではなく、ローカル 5G に変わった場合、映像や音声の品質面で受け入れられますか。」との質問を行ったところ、「受け入れられる」との回答の合計が 76%となった。



内訳	調査D
まったく受け入れられない	1
ほとんど受け入れられない	0
やや受け入れられない	0
どちらともいえない	4
やや受け入れられる	6
ほとんど受け入れられる	9
強く受け入れられる	1

図２－48　ローカル 5G での番組視聴に対する総合的な受容性評価
辺地共聴施設エリア

③　要素別分析

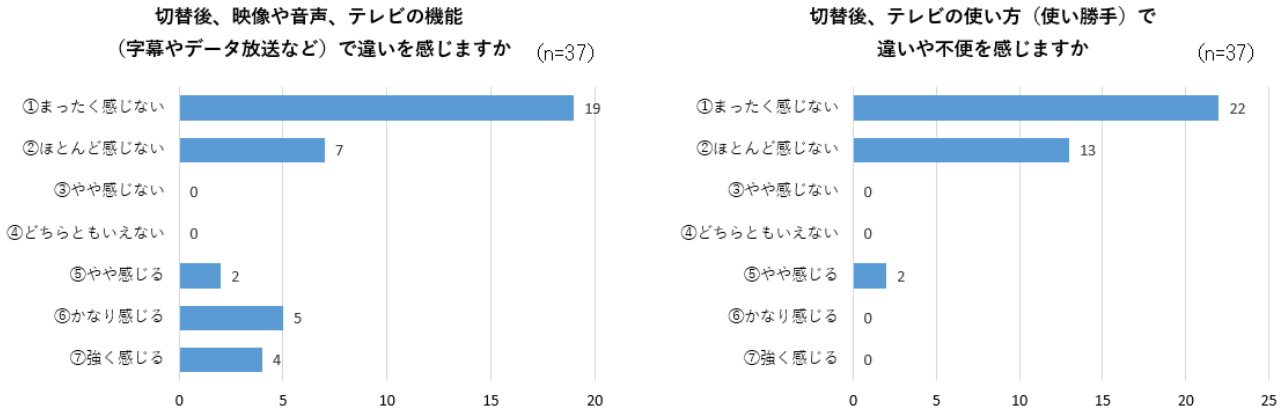
①で示した枠組みに基づき、要素別分析では、図２－16 の調査項目のうち、「総合評価」以外の設問に係る調査結果について分析を行ったところ、その結果概要は以下のとおりである。

（１）案内文書の在り方	誰から、どのように届くとよいか	• 説明会の参加者の多くが案内文書を読んでいた • 事業者名による回覧による案内文書配布、組合長名と事業者連名の案内文書をポスト投函の2つの異なる方法で案内をしたが、いずれの方法も不安を感じた方は少なかった
（２）案内文書の理解度	案内文書を読んだか、理解できたか、不安を生じたか	• 案内文書が届いた際に不安に感じた方は少なかったが、さらに説明会に参加し不安が払拭したとの回答が多かった • 説明会の出席者の多くは案内文書を読んでおり、理解度は高かったと推測される
（３）説明会の開催日、時間帯、実施場所	辺地共聴施設エリアで説明会を実施する場合、望まれる曜日・時間帯・場所	• 都合の良い曜日は土日・祝日との回答が平日と比べて多いが、「どちらでもよい」という回答も多かった • 参加しやすい時間帯（午前・午後・夜）は、実証地域で回答が分かれた
（４）会場への交通手段	地域の住民はどのような交通手段で参加したか、交通手段のあり方に検討は必要か	• 徒歩や自分が運転する車での参加が多かった ※地域の広さや会場の位置により交通手段は変わると考えられる
（５）説明会への参加理由	説明会への参加理由	• 「詳細を確認したかった」「情報が少ないと思った」「将来のテレビ視聴に不安を感じる」との回答が多かった
（６）説明会の理解度	説明会の内容に対する理解度	• 説明会の内容を理解した回答が多かった
（７）説明会の開催方法	説明会で望まれる開催方法	• 説明会は対面での実施を望む声が多かった
（８）共聴施設及び切替えへの認識	不安や課題の認識、切替えにより良かったこと・不満なこと、工事で気になったこと、費用の考え方	• 住んでいる地域が共聴施設を利用していることや、CATV等に切り替える必要性について、本調査以前より認識しているとの回答が多かった • CATV事業者の認知度は低かったが、説明会を経て理解したとの回答が多かった • 切替に際して工事の不安は「まったくなかった」との回答が多かった • テレビ視聴を止める料金水準について、月額2,000円、5,000円とした回答者が多かった
（９）将来の放送の在り方 ※参考意見	放送機能（番組表、字幕、録画等）の重要性、災害時の情報の入手方法	• テレビの緊急地震速報は利用度・重要性ともに高い • 台風や線状降水帯等の災害時の情報もテレビで入手するとの回答が多かった • データ放送は無くなると困るとの回答が多かった
（１０）総合評価	CATVへの切替に対する視聴面、機能面の評価、代替全体に対する評価、CATV事業者に対する期待	• 放送視聴の方法をCATVに切り替えることを、受容できるという回答が多かった • CATVへ切替後に、映像・音声、テレビの機能に違いを感じないとの回答が多かった • ローカル5Gを用いた実証では、映像・音声ともに違いを感じることが少なく、総合的な受容性は高かった • 電波の受信や機器等の費用について、ローカル5Gへのさらなる関心や疑問なども聞かれた

図２－49　要素別分析の結果概要（辺地共聴施設エリア）

ウ　映像等関連要素（画質）

ケーブルテレビへ切替え後、映像や音声、テレビの機能に違いを感じるかどうか尋ねたところ、「違いを感じない」との回答が多数であったが、違いを感じるとした回答者からは、「映像が良くなった」との回答が多かった。また、テレビの使い方について違いや不便を感じないとの回答が多かった。



切替後、映像・音声・機能で違いを「感じる」（⑤⑥⑦）回答者のヒアリング時発言

- （共聴施設では映像が）良くなかった。TVのせいかもしんないが、輪郭がハッキリしなかった。（CATVでは）くっきり見えるようになった。
- 以前より映りがいい。

図２－50　映像等関連要素：a 画質

エ　その他（説明会）

ケーブルテレビへの切替えに係る共聴組合員への説明会について尋ねたところ、対面の説明会について、「必要」又は「あったほうがよい」との回答が約 87%と多かった。

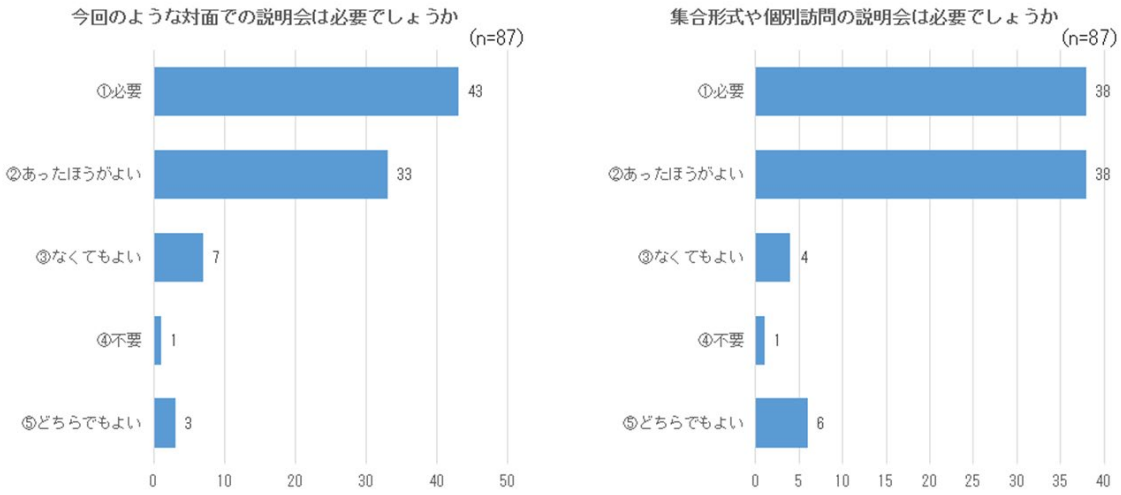


図２－51　その他要素：c 説明会

Ⅱ　机上検討

フィールド調査では、期間や規模の制限により、代替 PF 等に実装できなかった機能や項目（以下「機能等」という。）があったため、それらの機能等について、技術的視点を中心に主な実装方法を洗い出し、留意点や比較の検討を行うため、机上検討を実施した。

１．検討の対象項目

「対応デバイス（視聴者の利用端末）」「映像フォーマット（画質）」「映像／音声に関する伝送遅延」「緊急地震速報」「緊急警報信号」「データ放送」「5.1ch 音声」「サービス提供区域の制御手段」「マルチ編成（サブチャンネル）」「一世帯あたりの同時視聴可能な数」「タイムシフト視聴の手段」「品質管理（伝送後の品質）」「CDN[6]」「放送波受信中継による構成（エア受け）」の 14 の項目を検討対象とした。

検討の対象とした項目	「品質・機能の具体的な枠組み」における項目
1. 対応デバイス（視聴者の利用端末）	➢ 対応デバイス－テレビ／PC、スマホ
2. 映像フォーマット（画質）	➢ 確実性－ネットワーク条件－通信容量 ➢ 映像・音声－映像フォーマット－有効走査線数
3. 映像／音声に関する伝送遅延	➢ 確実性－伝送フォーマット－伝送信号の構成 ➢ 確実性－伝送遅延－映像・音声・データの伝送遅延
4. 緊急地震速報	➢ 映像・音声－映像・音声・字幕等の同時性－緊急地震速報（文字スーパーによるもの）
5. 緊急警報信号	➢ 確実性－伝送遅延－緊急警報信号の遅延
6. データ放送	➢ 確実性－伝送遅延－データ放送の待ち時間 ➢ 利便性－データ放送－提供機能
7. 5.1ch音声	➢ 映像・音声－音声フォーマット－最大入力音声チャンネル
8. サービス提供区域の制御手段	➢ 権利保護－地域限定性－サービス提供区域
9. マルチ編成（サブチャンネル）	➢ 利便性－マルチ編成－提供機能
10. 一世帯あたりの同時視聴可能な数	➢ 利便性－その他－同時視聴及び録画
11. タイムシフト視聴の手段	➢ 利便性－その他－同時視聴及び録画
12. 品質管理（伝送後の品質）	➢ 確実性－伝送後の品質
13. CDN	➢ 確実性－配信条件－CDNの利用
14. 放送波受信中継による構成（エア受け）	➢ （該当項目なし）

図２－52　検討対象項目

２．検討結果

本項では、第３章以降で詳述する「品質・機能の基本的な枠組み」の検討に影響を及ぼした検討対象項目のうち、「対応デバイス（視聴者の利用端末）」「映像／音声に関する伝送遅延」「緊急地震速報」「データ放送」「5.1ch 音声」「サービス提供区域の制御手段」の６つの検討項目に絞って、検討結果を以下のとおり述べることとする。

[6] Content Delivery Network の略。Web 上で送受信されるコンテンツを効率的に配送するために構築されたネットワークのことをいう。また、これを利用して顧客企業のコンテンツを高速に配信するサービス（CDN サービス）のことをいう。

① 対応デバイス（視聴者の利用端末）

視聴者がBB代替によるテレビ視聴を行う際に利用する端末の選択肢として、「専用STB[7]」「ドングル型汎用ストリーミングデバイス」「PC（Webブラウザ）」「スマートデバイス（スマホ／タブレット）」「スマートテレビ（Android TV／チューナーレスTV等）の５つを選択肢とした。

それぞれの選択肢の留意点について比較検討を行ったところ、専用STBは実装可能な機能の制限が少ないが、費用が高く提供までの期間が長くなることが分かった。ドングル型は、構築・導入時のコストが安く早期提供も可能である一方、タイムシフト視聴対応が困難であり、サービス提供区域の制御手段としてGPSやICカードなど一部の手段が利用できないことが分かった。なお、フィールド調査は、ドングル型汎用ストリーミングデバイス及びスマードデバイスを用いて行っている。

主な留意点／比較		選択肢				
		① 専用STB	② ドングル型 汎用ストリーミングデバイス	③ PC （Webブラウザ）	④ スマートデバイス （スマホ／タブレット）	⑤ スマートテレビ （Android TV等）
	長所／利点	✓ **タイムシフト視聴対応** 「録画方式」の実現が可能（HDD内蔵型等も考えられる） ✓ **その他の機能の実装** 実装予定の機能に応じてHWを設計可能なため、多様で高度な機能が実装可能	✓ **構築／導入コスト** HWの費用は比較的廉価で、限定された環境向けのSW開発のため、比較的安い ✓ **提供までの期間** 仕様決定後、SW開発の期間のみで、提供後もオンラインでのアップデートが可能なことから早期提供が可能 ✓ **運用時の対応** HWは一般に流通している機器を利用し、最新のSWはオンラインで提供可能なため、負荷が少ない	✓ **タイムシフト視聴対応** 「録画方式」の実現が可能 ✓ **構築／導入コスト** SW開発に限定されるため、比較的安い ✓ **提供までの期間** 仕様決定後、SW開発の期間のみで、提供後もアップデートが可能なことから早期提供が可能	✓ **タイムシフト視聴対応** 「録画方式」の実現が可能 ✓ **構築／導入コスト** SW開発のみで比較的安い ✓ **提供までの期間** 仕様決定後、SW開発の期間のみで、提供後もアップデートが可能なことから早期提供が可能 ✓ **運用時の対応** 最新のSWはオンラインで提供可能 ✓ **サービス提供区域の制御手段** GPSやICカード利用などの実現が容易	✓ **統合された操作性** スマホで利用可能なリモコンアプリで提供されているなど、視聴アプリケーション用のリモコンアプリをテレビのリモコンと同様のUXで提供することで、操作に対するハードルを低減可能 ✓ **提供までの期間** 仕様決定後、SW開発の期間のみで、提供後もアップデートが可能なことから早期提供が可能
	短所／懸念点	✓ **構築／導入コスト** HW/SWの設計／製造工程が入り、それらを一括提供する必要があるため、比較的高くなる ✓ **提供までの期間** 設計／製造等の工程のため、提供までの期間が長くなる ✓ **運用時の追加の対応** 一般に流通していない機器のため、宅内での故障時のサポート等の体制を構築する必要がある	✓ **タイムシフト視聴対応** 「録画方式」の実現は難しい（一部、内蔵ストレージを持つ機器を除く） ✓ **サービス提供区域の制御手段** GPSやICカード利用などの一部の手段が利用できない ✓ **その他の機能の実装** 利用可能なリソースに制限があるため、低遅延技術の実装等で課題が出る可能性がある	✓ **構築／導入時の追加の対応** 対象機器を保有していない視聴者向けの対策が必要 ✓ **運用コスト** 対象の環境が多様で更新等で変化するため、比較的高くなる （視聴者からの問合せ対応も高度で複雑）	✓ **構築／導入時の追加の対応** 対象機器を保有していない視聴者向けの対策が必要 ✓ **運用コスト** 対象の環境が多様で更新等で変化するため、比較的高くなる （視聴者からの問合せ対応も高度で複雑）	✓ **所有世帯が限定的** 通常のテレビ／スマホ／PCと比較すると、まだ、普及が限定的（場合によっては、HWと一体で提供が必要） ✓ **様々な機種が存在** 多様な機種が存在し、サポートする機種の選定を前提としても、複数環境に対する開発／動作検証／サポートが必要となる ✓ **開発ノウハウ** スマホ／PCと比較すると、まだ、アプリ開発のノウハウが限定的

図２－53　対応デバイス別の留意点・比較

② 映像／音声に関する伝送遅延

通常使われる配信プロトコル（MPEG-DASH、もしくはHLS）は約30秒から１分程度の遅延時間が発生するため、低遅延の伝送手段であるCMAF[8]を用いて伝送遅延を短縮できないか検討を行った。

CMAFは、細かい粒度のデータの送信が可能であることから、データ受信後の再生タイミングが早くなると共に、バッファリングの期間を短くすることで遅延時間を短くすることが可能であった。一方、留意点として３点挙げられる。１点目は、利用可能なCMAFに対応したソフトウェアやCDNサービス等がまだ多くない状況にあるという点、２点目は、CMAFで低遅延化を行う場合、代替PFや端末において字幕表示やDRM[9]の処理を行う必要が

---

[7] Set Top Boxの略。ディスプレイやテレビ、デジタルサイネージなどの画面表示装置に接続し、表示すべき映像信号を送り出す働きをする機器の総称をいう。分野や時代によって接続先や機能が異なる。

[8] Common Media Application Formatの略。HTTPストリーミングの新しい規格のことをいい、AppleとMicrosoftにて共通の規格として2016年に策定され、2018年にISO国際標準化された。

[9] Digital Rights Managementの略。デジタルデータとして表現されたコンテンツの著作権を保護し、

あるが、送受信タイミングに合わせて高速に処理する必要があるため、それを可能とする端末や代替 PF 側のコンピューティングリソースを強化する必要があるという点、３点目は、バッファを少なくすると、途中経路の通信品質が悪化した場合に、直接影響される形で再生されている映像や音声の品質が劣化し、最悪の場合、停止してしまうという点である。

伝送遅延と画質は一定程度のトレードオフの関係にあり、CMAF による伝送遅延の短縮は、映像品質とのバランスを考慮する必要がある。

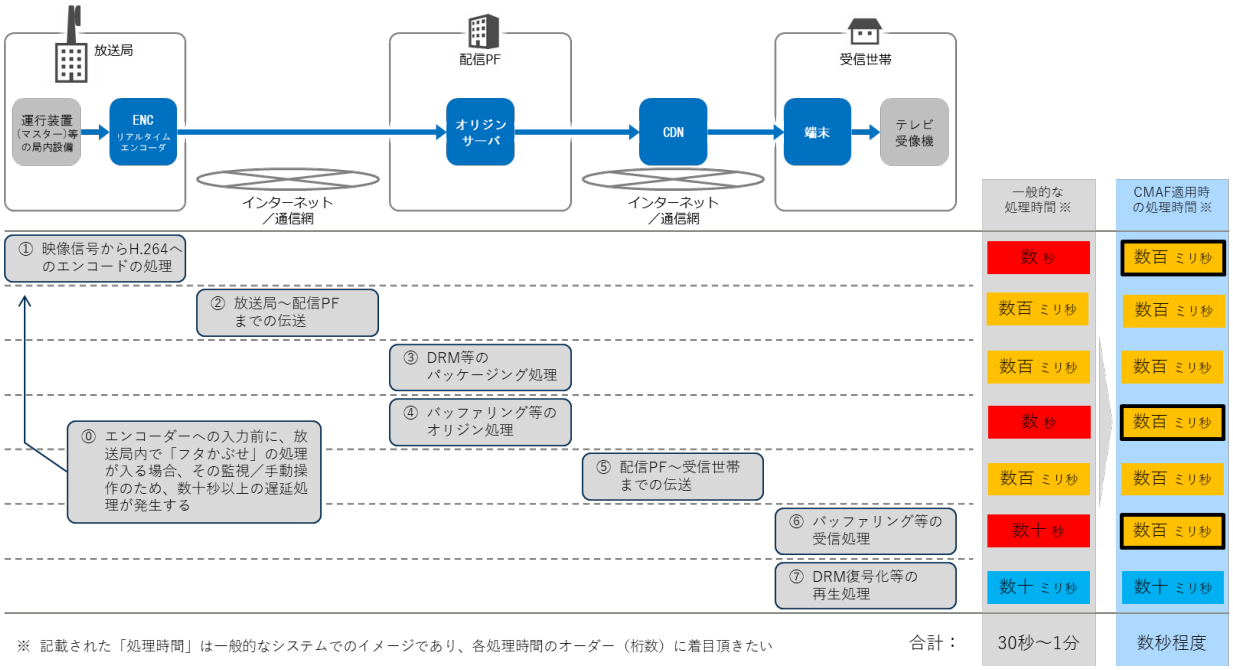


図２－54　「遅延の発生箇所」と「CMAF による低遅延化」のポイント

③ 緊急地震速報

緊急地震速報には、配信する映像・音声のストリームに重畳する方法（以下「MTE 方式」という。）と、別アプリケーションの通信で実現する方法（以下「サーバプッシュ方式」という。）の大きく２つの方式がある。

MTE 方式は、MPEG-DASH 等の MTE[10]を用いて、視聴中のチャンネルの配信ストリームの MTE に緊急地震速報の情報を載せて端末に表示する方法であり、サーバプッシュ方式は、配信とは別のアプリケーションで緊急地震速報の情報をサーバから端末に配信し表示する方法である。

両方式でそれぞれ配信の遅延時間や対応可能な配信プロトコルなどが異なる。MTE 方式では、映像／音声の伝送遅延時間と同じような遅延時間が発生し、配信プロトコルは MPEG-DASH をベースに検討されているため、CMAF については別途検討する必要があるなど利用するプロトコルに制限がある。また、端末の電源 OFF 時や録画視聴中には受信が不可能であることにも留意する必要がある。一方、サーバプッシュ型の場合には、アプリケーションの設計や実装によって配信の遅延時間は様々に設計が可能であるが、一般的に、端末が多くなると遅延時間にばらつきが出る可能性があり、配信プロトコルは MPEG-DASH 及び

その利用や複製を制御・制限する技術の総称をいう。音声・映像ファイルにかけられる複製の制限技術などが有名だが、広義には画像ファイルの電子透かしなども含まれる。

[10] Media Timed Events の略。動画のシーンに応じて付与できるイベント情報のことをいう。

CMAF 共に対応可能である。さらに、MTE 方式では、オリジンサーバや端末側緊急地震速報が含まれる MTE に対応できるよう、個別開発することで実現可能となるが、サーバプッシュ方式では、ブッシュ型通知のための汎用サービスが存在しており、それらのサービスを利用して実現することも可能と思われる。

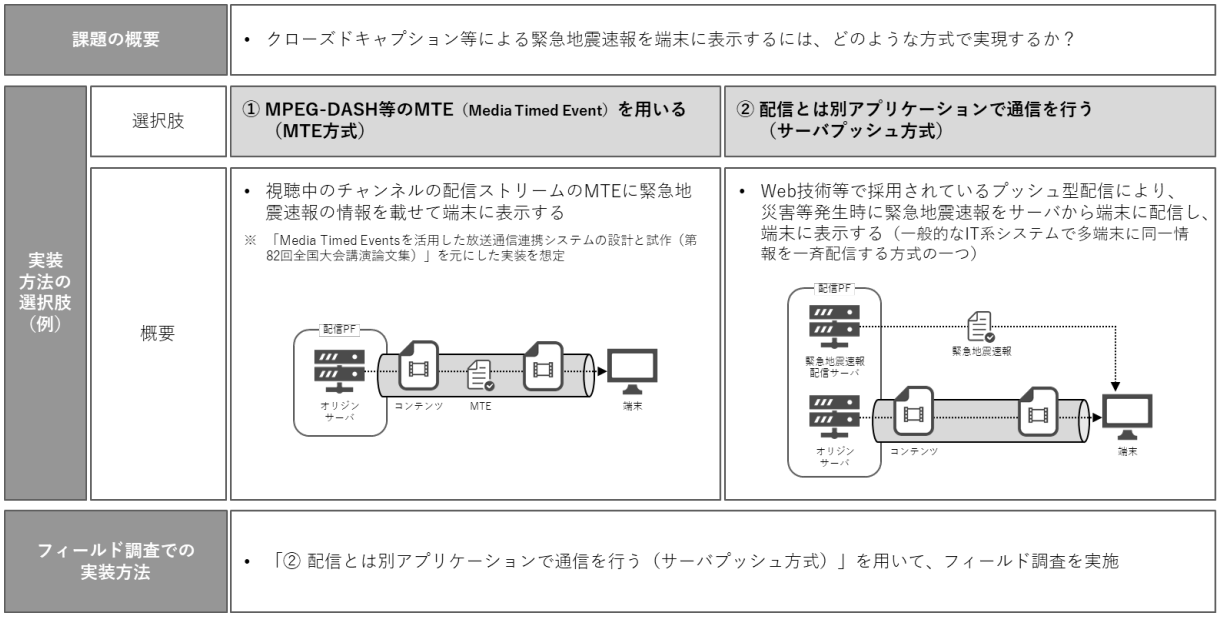


図２－55　MTE 方式とサーバプッシュ方式の概要

④ データ放送

データ放送は、端末側の仕組みを、汎用 OS を搭載した機器やスマホ、PC 等の IT 系機器にどう実装するのかというところが技術的な課題であり、その方式としては BML-HTML 変換[11]のスクラッチ開発を行う方式と BML ブラウザ等のパッケージ製品を利用する方式の２つが考えられる。

両方式に共通する留意点として、データ放送で実現されている機能は端末へのデータ放送による情報の表示以外にも、端末に対して表示切替え等のイベントの発生があるなど単純な HTML への変換だけでは実現が難しい機能が存在する点が挙げられる。

各方式固有の留意点として、スクラッチ開発を行う方式では、BML には ECMAScript[12]等による独自機能があり、高度な開発が要求される可能性があり、一方、パッケージ製品を利用する方式では、実装可能なハードウェア等に依存する機能制限がある可能性がある点が挙げられる。

⑤ 5.1ch 音声

5.1ch サラウンド放送による 5.1ch 音声を実現するために、標準のステレオ／モノラルとは別に 5.1ch 配信を行う方法と、ステレオ／モノラルと 5.1ch の音声を重畳して配信する方法の２つの比較検討を行った。両方法に共通する留意点としては、5.1ch の実装方法や機能制限の内容は、端末の実装形態に大きく依存することや視聴者が予め専用の設備環

---

[11] データ放送は BML（Broadcast Markup Language）を用いて実現されているが、それを IT 系機器で扱いやすい HTML（Hyper Text Markup Language）に変換する。

[12] JavaScript の標準規格。欧州の標準化団体である ECMA が策定。

境を整え適切な設定を行う必要があることが挙げられる。前者の方法では、既存の製品や技術の活用がしやすい一方で、後者の方法では独自開発箇所が多くなる可能性が高い点が主な留意点である。

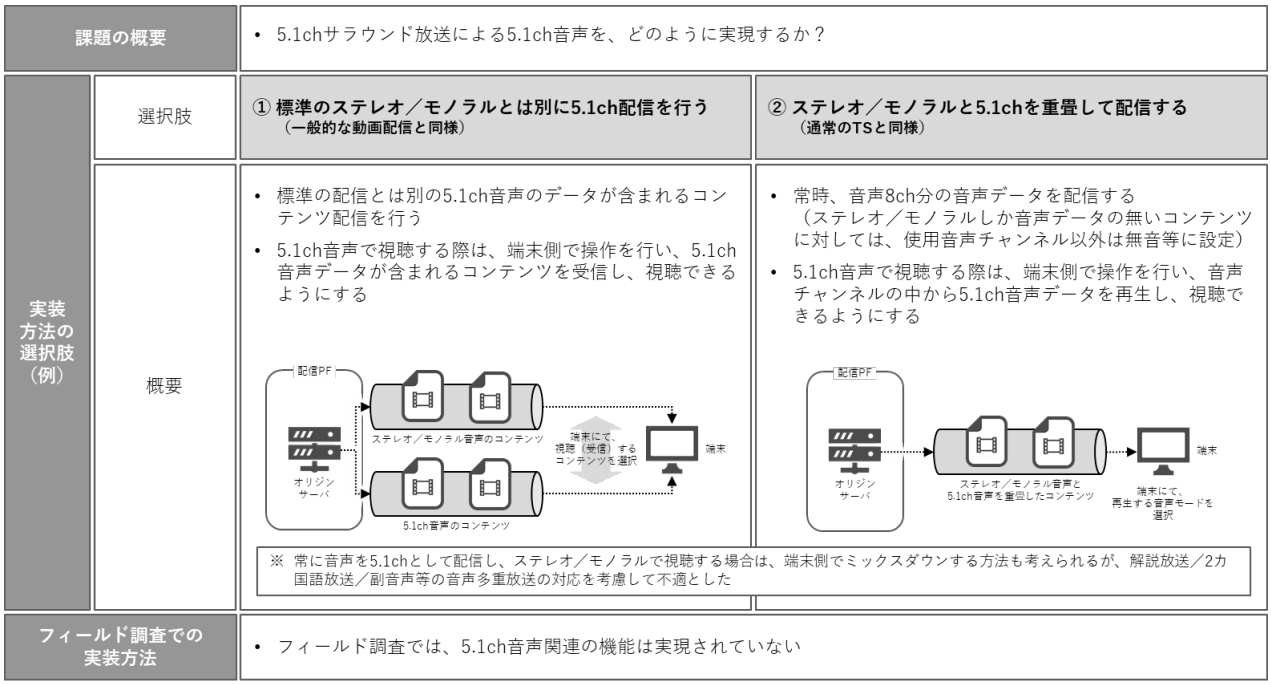


図２－56　音声配信の各方式の概要

⑥ サービス提供区域の制御手段

サービス提供区域の制御手段として、ユーザ ID・パスワードによるアクセス制限のほか、端末の IP アドレスによるアクセス制限、GPS による端末の位置情報を用いたアクセス制限、端末 ID によるアクセス制限、IC カードによるアクセス制限及び端末流通による制限の６つの選択肢について検討を行った。

検討の結果、いずれの方法においても、何らかの利用者サポートが必要であり、一長一短がある状況であったことから、要件によって実装手段を検討し、複数の選択肢を組み合わせて実現をしていく方法も考えられる。

	選択肢	考慮事項／その他の課題
実装方法の選択肢（例）	① ユーザID／PWによるアクセス制限	✓ 引越しに伴う域外への転出対応を考慮する必要がある（NHKの受信契約の情報と紐付けることで、引越し等による居住状況の変更を反映できないか？）
	② 端末のIPアドレスによるアクセス制限	✓ FTTH以外に、モバイルや衛星通信（Starlink等）などのISPを用いたBB代替の利用を希望される場合も想定され（特に災害時等）、その場合はIPアドレスによるアクセス制限はほぼ機能しないと想定される
	③ GPSによる端末の位置情報を用いたアクセス制限	✓ 屋内ではGPS信号を受信出来ないため、GPSアンテナの利用が必要になるが、マンション等の共同住宅での設置は非常に難しいと想定される
	④ 端末IDによるアクセス制限	✓ IT系汎用機器に設定されている端末IDは、昨今の個人情報保護の流れからアプリケーションから利用することが難しい状況となっている ✓ 一方、アプリケーションで端末IDを設定した場合、書き換え等の恐れがある
	⑤ ICカードによるアクセス制限	✓ マイナンバーカードを利用する場合、住所情報等を取得可能と思われるが、一世帯で複数端末を利用する場合、世帯の中の誰のマイナンバーカードを登録するかなどの整理が必要である
	⑥ 端末流通による制限	✓ 転売制限、転出時の返却や定期的な機器の棚卸しなどの方策の検討が必要である
	その他、共通する考慮事項	✓ いずれの方法においても、何らかの利用者サポートが必要 ✓ NHKの番組視聴に対してスクランブルを導入しない方針との整合を考慮する必要がある ✓ 複数の選択肢を組合わせて実現（いいとこ取り）する方法もある

図２－57　サービス提供区域の制御手段ごとの考慮事項

Ⅲ　ブロードバンド等代替に関する基礎的調査

令和５年度実証事業においては、フィールド調査等に加えて、ブロードバンド等代替に関する諸外国調査や、辺地共聴施設の現状調査等を実施した。

１．諸外国調査

諸外国調査では、米国・英国・フランスの３カ国におけるブロードバンド等による放送の代替に関して調査・分析を行った。米国・英国・フランスと日本の放送事業構造の概要は以下の図のとおりである。

	米国	英国	仏国	日本
放送免許の対象	➢ 周波数免許は局の建設許可として付与。放送設備を建設した免許人に番組及び伝送路を一体として運用することを認める免許制度。 ➢ 約1800のローカル局が存在し、そのうち非商業局は約380局。	➢ 周波数免許はマルチプレックス事業者（放送ネットワークに含める番組やその数を決定）に付与。カバレッジ義務を負う。 ➢ マルチプレックスは全国６系統で、５つのマルチプレックス事業者が存在。 ➢ 番組免許は放送局に付与され、公共サービス放送（Public Service Broadcasting：PSB）を対象とした番組免許が存在する。	➢ 周波数利用免許は放送局に付与。地上波の無料放送向けの周波数割当を受けた事業者が人口カバレッジ義務を負う。 ➢ 周波数利用免許を有する放送局の集合体（コンソーシアム）がマルチプレックス運用事業者を指定、マルチプレックスの運用を委託。	➢ 我が国の放送の免許制度は、米国の制度と類似しており、ハード・ソフト一致型の制度である。
送信事業の実際	➢ ローカル局は自前で親局と中継局を運用しているが、送信設備のなかで外部リソースを使っているのはタワー会社のアンテナ。 ➢ タワー会社（ATC等）が構築したSFNインフラを複数局が共用しているケースがある（複数局対応のマルチチャンネルアンテナシステムを開発しアンテナを共用）。 ➢ ATSC 1.0から3.0への移行では、1.0と3.0で使用する送信鉄塔を区別し、複数のローカル局が、それぞれの鉄塔を共用して、サイマル放送を実施しているケースがある。	➢ マルチプレックス事業者が、送信業務を兼業しており、Arqivaが国内最大手。 ➢ 複数のマルチプレックス事業者が、Arqivaの送信サービスを利用。	➢ マルチプレックス事業者（放送局の集合体であるコンソーシアム）が、送信会社に送信業務を委託して、放送を行っている。 ➢ TDFが国内最大手であるが、2005年にtowerCastが、2021年にValocimeが新規参入している。	➢ 我が国では、送信業務を放送局が自前で行うケースが多いが、一部のローカル局では、第三者（ローカル局の共同出資会社）が、送信業務を行っているケースがある。

図２－58　４カ国（米英仏日）における放送に関する事業構造の概要

地上波放送のカバレッジ要件について、英国では公共サービス放送（PSB）の地上波デジタル放送が世帯カバー率98.5%、フランスでは地上波デジタル放送の無料チャンネルが人口カバー率95%（地上インフラ部分のみ、他の配信インフラを加算した場合は100%）とされている。

難視聴対策として、英仏では、衛星、ケーブル、IPTVの利用が推奨されている。また、フランスでは、難視聴世帯に対してテレビ受信支援基金より必要経費が支給される（上限250ユーロ／世帯：一回限り）。米国は、ローカル局が中継設備を利用するケースのほか、マストキャリー義務・再送信同意義務、再送信要請等を通じて、ケーブル、衛星等経由で放送エリアを拡大している。

	米国	英国	仏国
地上波代替の実際	➢ 地上波の世帯カバレッジのデータは見当たらないが、ローカル局は全国210市場すべてで放送を実施。 ➢ 難視聴対策としては、ローカル局免許人がブースター局や中継局を設置する場合や、LPTV局やTV中継局を活用。 ➢ ローカル局の地上波TV放送をアンテナ経由で視聴する世帯は2割に満たない。 ➢ ただし、マストキャリー義務/再送信同意義務により、ローカル局の放送信号は当該免許地域で操業するケーブル事業者が再送信している。 ➢ また、衛星事業者（全国をカバー）は、当該市場で操業するローカル局から要請がある場合、当該市場におけるすべてのローカル局の信号を再送信しなければならない（一部局のみ選択することは不可）。	➢ デジタル地上放送の世帯カバレッジ（公共サービス放送：PSB）は98.5%で、アナログ放送の時の放送範囲と一致することが「2003年通信法」で義務付け。地上波TV番組の共同プラットフォームFreeviewのみの視聴世帯比率は40%。 ➢ 受信障害やDTT信号が未達の場合、デジタル衛星放送、ケーブルテレビ、ブロードバンドテレビ、自助リレー（“self-help relays”）などの代替手段を検討。 ➢ 自助リレーとはコミュニティTV中継サービス（community television relay services）と称され、地域ユーザーが所有する送信機のこと。アナログ時代は数百件存在したが、デジタル化後は「自主的管理による移行」により、主に衛星への移行が進み、現在残っているのは10件未満。自助リレーへの国としての資金提供スキームはないが、コミュニティが資金提供するケースはある。 ➢ 自助リレー免許は、周波数が利用可能であれば、誰でも取得可能。ただし、アナログの既存リレーの周波数計画費用はOfcomとBBCが負担する一方で、デジタルの新規リレーの計画費用はオペレーターが負担する。また、無線電信免許料として75£（5年間）必要。通信庁（Ofcom）としては、衛星、ケーブル、ブロードバンドを選択できれば、自助リレーは不要との見解。 ➢ 地上波TVの共同プラットフォームFreeviewを、ブロードバンド上で再現するための専用アプリFreelyが開発中で、2024年上半期から次世代スマートTVに組み込まれる予定。空中線アンテナがなくても無料TVのリニア放送が視聴可能に。	➢ 地上デジタルの無料チャンネルについては、国内人口の95%を地上インフラでカバー、他の配信インフラを加算してカバー率を100%とすることが基本法で義務付けられている。2022年末現在、地上デジタルの人口カバー率は97%。 ➢ 2007年に難視聴地域をカバーする衛星無料サービスが開始。利用世帯数は200万強。 ➢ 難視聴世帯に対しては、テレビ受信支援基金より、世帯当たり最大250ユーロが必要経費として支給。衛星の視聴者カードは15ユーロ。 ➢ 難視聴地域のカバー手段としてブロードバンドはあり得るが、政府主導での活用の取り組みはなし。 ➢ 辺地共聴施設としては（DTT信号が未達の地域）、地方自治体の要求に応じて放送規制機関が補助的な送信機（再送信）を許可するケースがあり、2021年末には全国の自治体の0.1%が利用している。 ➢ 国内のテレビ視聴媒体では、IPTVが圧倒的なシェアを得ており、2022年末には単独で42%強、他の媒体と合わせて合わせて70%近くの世帯が利用している。地上デジタルのみを視聴する世帯は世帯は20%弱。 ➢ IPTVの伸長は2000年代から通信事業者がブロードバンド接続とのバンドルプランを中心サービスとしているためであり、放送政策と直接の関わりはない。

図２－59　米英仏における難視聴対策としての地上波放送代替の概要

ブロードバンド等による地上波放送の代替を行う場合の品質・機能については、米英仏いずれも、地上波放送の代替としてブロードバンドを導入するための特段の制度はなく、地上波放送を配信するIPTV、ストリーミングデバイス、アプリ等は市場ベースで普及が進んでいるものとなっている。

なお、英国BBCでは、BBCの番組をオンラインで視聴できるサービス「BBC iPlayer」を提供しているが、BBC iPlayerの品質・機能は以下のとおりである。

品質・機能の例示：BBC iPlayer

	内容
インターネット接続に必要な速度	➢ 3.2Mbpsまたは最高のHD品質を楽しむには、5Mbpsで再生できる十分な速度のインターネット接続を推奨。 ➢ 品質に応じて最大 5 Mbps またはメガビット (5000 kbps) でストリーミングされる。iPlayerの標準品質バージョンは 1.5 Mbps (1500 kbps)。3840ピクセルのUltra HDをフルに体験するには24Mbps、2560ピクセルのUltra HDを体験するには12Mbpsのインターネット接続が必要。
ビデオ品質の自動的な切替え	➢ 一部のデバイスでは、BBC iPlayer はアダプティブ・ビット・レート (ABR) と呼ばれる技術を使用。 ABR を備えたデバイスでは、ビデオ品質設定を選択していない場合、デフォルトで自動的に最高品質が設定される。 ➢ ブロードバンドサービス利用にデータ制限がある場合は、最高品質での視聴が望ましくない可能性がある。この場合、標準解像度に戻すことができる。 ➢ ABRがないデバイスの場合、HDボタンを選択してHDをオンにすると、BBC iPlayerはこの設定を保存し、今後の再生はすべてHDになる。HDをオフにすると、この設定は保存される。
高解像度と標準解像度の違い	➢ 最高の高解像度として分類されるには、少なくとも 1280x720 の解像度または 720p でエンコードする。ビットレート 3.2Mbps (接続が許せば、最高品質を得るには最大 5Mbps) と 128kbps オーディオの、H.264 を使用。これは、HD 品質でプログラムをストリーミングすると、ネットワーク接続に負荷がかかることを意味する。 ➢ 標準解像度は、720p 未満でストリーミングする解像度。 通常、SD プログラムはストリーミングとダウンロードに必要な帯域幅が少なく、HD プログラムほどネットワーク接続を要求しない。 ➢ 一部の TV デバイスでは 、1080p の HD ストリームを配信できる。
BBC iPlayer対応デバイスの認定	➢ BBC iPlayerをサポートしているデバイス・リストは、Supported devicesのサイトに掲載。BBC iPlayer での使用が認定されたデバイスとは、デバイスメーカーからBBCにデバイスが提出され、BBCの基準を満たしており、BBCのテストに合格しているもの。 ➢ リストにないデバイスは、BBC iPlayer の優れたエクスペリエンスに必要なベンチマークに達していない。認定されていないデバイスでは、BBC iPlayer で問題が発生する可能性がある。 ➢ テレビ受信料を支払わずに、ダウンロードや録画をした場合は、1000ポンドの罰金が課される。
可用性の改善	➢ 擬似 VoD と呼ばれる技術の導入により、以前よりも迅速に番組を iPlayerで、オンデマンドで視聴できるようになった（2023年8月）。これにより、番組終了から数分以内にオンデマンド視聴ができるようになる。
遅延の削減	➢ ライブビデオの遅延を削減するアップデートを実施し、遅延を約20秒短縮（2023年8月）。 ➢ 依然としてテレビ放送より約60秒遅れているが、BBCはさらに遅延を短縮する取組を実施する。

出所：https://www.bbc.co.uk/iplayer/help/questions/features

図２－60　BBC iPlayerの品質・機能の概要

	概要
放送事業構造	➢ 米国と日本はハード・ソフト一致型、英国と仏国はハード・ソフト分離型。 ➢ 英仏は、放送のデジタル化によってマルチプレックスを導入し、多チャンネル化を推進。 ➢ 英仏は送信業務の全てをタワー会社に委託する仕組みで、米国は一部を委託する等放送事業者によってケースバイケース。
公益的使命	➢ 米国は、商業放送であれ非商業放送であれ、公共の利益に資することが規定。 ➢ 英仏は、公益的使命を負う放送事業者を指定し、法的義務を課すことが規定。
ネット同時配信	➢ 英仏は、電子通信（Electronic Communications）ネットワークでの同時配信やオンデマンドも、放送の対象。 ➢ 一方、米国は、ネット配信は、放送規定の対象外であるため、各局の事業戦略のなかで任意で行うもの。 ➢ 米英仏ともにスマートTVが普及し、ストリーミング視聴も伸張。仏国はIPTVの世帯普及率が最も高い。
ブロードバンド整備	➢ 米国は国としての整備目標はない。一方、英仏は光ファイバと5Gの整備目標が国家ブロードバンド計画で設定。 ➢ FTTHの接続可能世帯率は、仏が最も高く83%で、米英は約50%。いずれの国もルーラル地域のブロードバンド整備に国家予算が投入。
難視聴対策	➢ 難視聴対策として、英仏では、衛星、ケーブル、IPTVの利用が推奨。地上波の再送信／中継設備をコミュニティが所有して運用することも制度上は可能だが、原則ユーザ負担。仏国では、難視聴世帯に対してテレビ受信支援基金より対応機器購入のための必要経費が支給（上限250ユーロ／世帯：一回限り）。 ➢ 米国は、ローカル局が中継設備を利用するも、マストキャリー義務／再送信同意義務、再送信要請、当事者間交渉を通じて、ケーブル／衛星／通信経由で、地上波TV番組の放送エリアを拡大。 ➢ 仏国のテレビ視聴媒体はIPTVが圧倒的なシェアを占めるが、サービス市場競争の結果であって、放送政策との直接の関係はない。米英でのIPTV利用も、市場競争によるもの。
ブロードバンド代替	➢ 米英仏いずれも、地上波の代替としてブロードバンドを導入する制度はない。 ➢ DTT再送信を地上波と同様の条件で視聴するには、下り速度30Mbpsのブロードバンド接続が必要（仏国）。 ➢ Ofcomは、DTTからIP配信への移行をサポートするには、ブロードバンドのカバレッジ、信頼性、普及度、ネット中立性の制限、ISPに対する義務等を含む政策課題に取り組む必要性があると指摘。IP配信は、マルチキャストが技術的に最も効率的であるが、ベストエフォート型ユニキャストへ市場が変化する可能性も（英国）。
品質及び機能	➢ 英米仏いずれも、地上波TVを配信するIPTV、ストリーミングデバイス、アプリ等は市場ベースで普及が進んでいるもので、IP配信の品質や機能は、採用される配信技術、デバイスやアプリの仕様、利用可能なブロードバンドサービスグレード等によって異なり、受信側で自動又は手動で最適化されるのが実情。
検討のポイントとなり得る諸外国の事例	➢ 難視聴世帯に対して、上限を設けて、申請に基づき、補助金を支給している事例あり。 ➢ 各国とも、辺地共聴施設は、経済合理性のある他の代替手段の利用可能性の高まりから、縮小している傾向あり。 ➢ 地上波の再送信に適切な速度要件を設けている事例あり。 ➢ ブロードバンドの整備に政府として目標を設定している事例、予算を投入している事例あり。 ➢ 地上波からブロードバンドへの移行についてブロードバンドのカバレッジ、信頼性、普及度、社会的弱者への配慮等の課題に取り組む必要性があると指摘されている事例あり。

図２－61　米英仏のブロードバンド等代替に関する現状まとめ

２．辺地共聴施設の現状調査

全国の辺地共聴施設や組合の現状を調査し、実態の把握を行った。調査対象としては、

・　有線電気通信法に基づく共聴施設等の届出データから、設置理由が地形による放送波の受信困難と分類されるものであって、主体が自主共聴組合とされるものを抽出

・　過去の総務省における調査等において把握した廃止等施設を除外

した上で、約8,600施設を対象に郵送等によるアンケートを実施したところ、3,980施設から回答があった。

自主辺地共聴施設の規模について、各施設に加入している世帯数を尋ねたところ、30世帯以下の小数世帯施設が約75%を占めている。世帯数について回答のあった3,980施設の単純平均世帯数は33.6世帯（５世帯以下が19.6%、10世帯以下が41.5%、30世帯以下が74.6%）となっている。

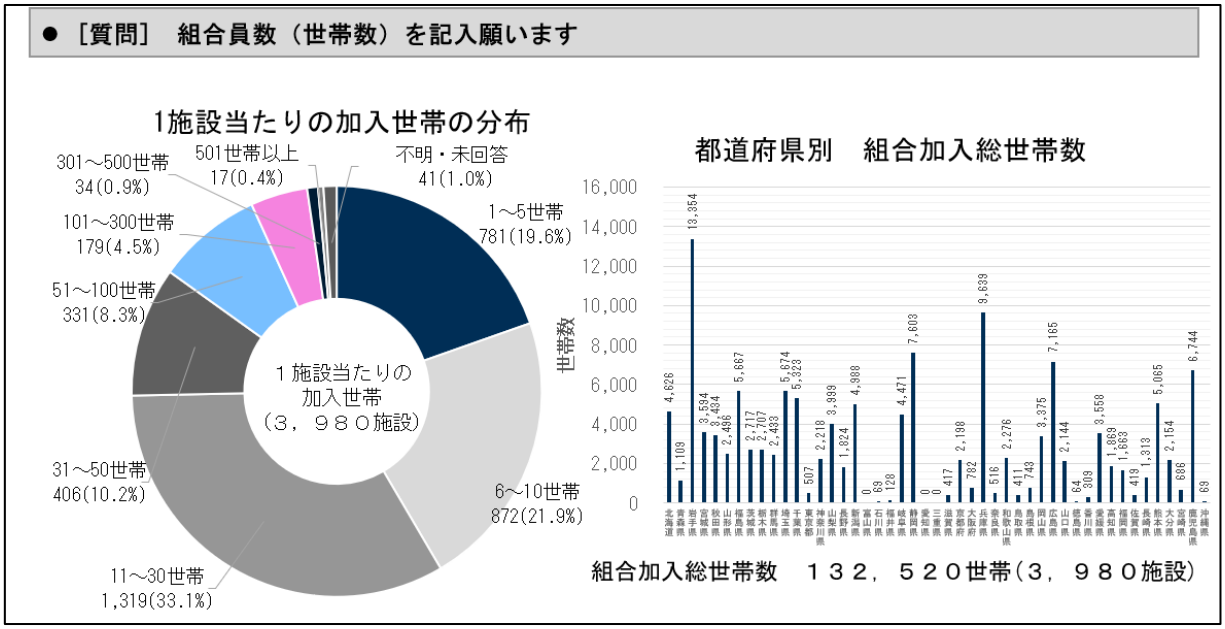


図２－62　自主辺地共聴施設の規模

施設の改修について、直近の大規模改修の時期を尋ねたところ、不明・無回答が62.9%と最も多かった。(これは、過去に実施された記録が残されていないためと推測される。)また、アナログ放送が終了した2011年から2021年以降に大規模改修した施設の累計が23.7%となっており、それ以外の76.3%の施設は、デジタル化に伴う最小限の改修以外、大規模な設備改修・更新等は行われていない可能性が高いと推測される。

今後、３年以内を目処に施設更新の意向があるかについて尋ねたところ、意向ありとする施設は10.1%であった。なお、意向なしとした施設の一部において、「更新の必要性は認識するも先送りしている」、「資金の目処が立たないため」などというコメントがあったことに留意する必要がある。

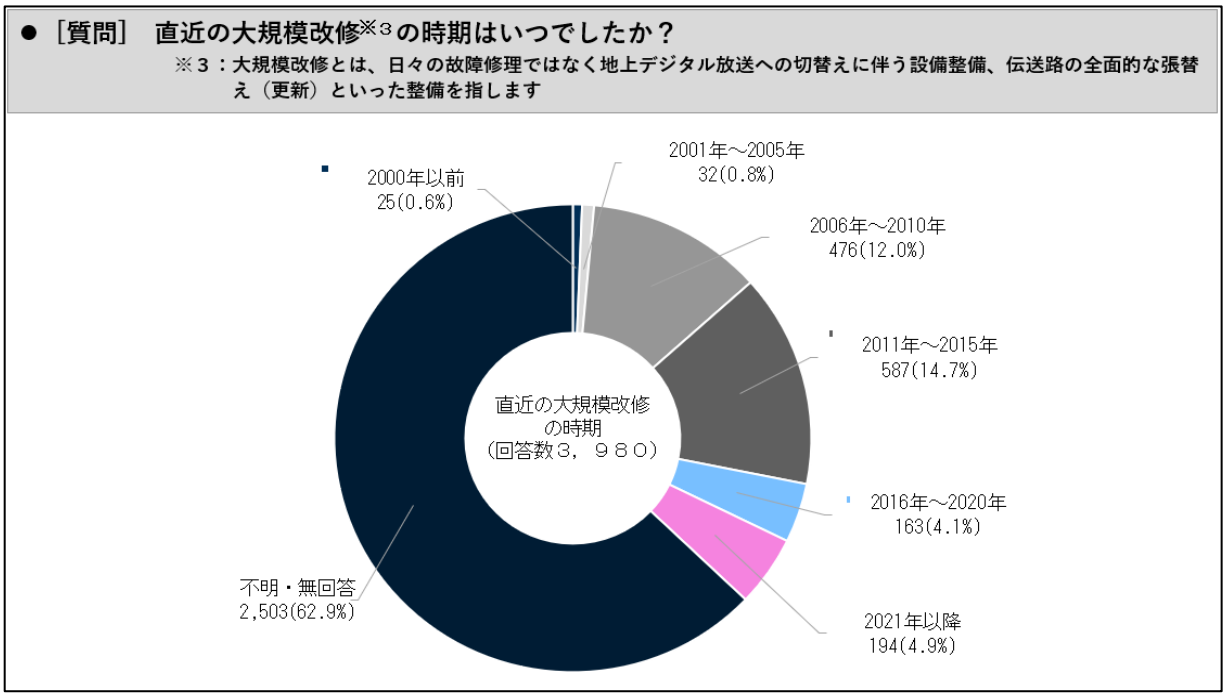


図２－63　直近の大規模改修の時期

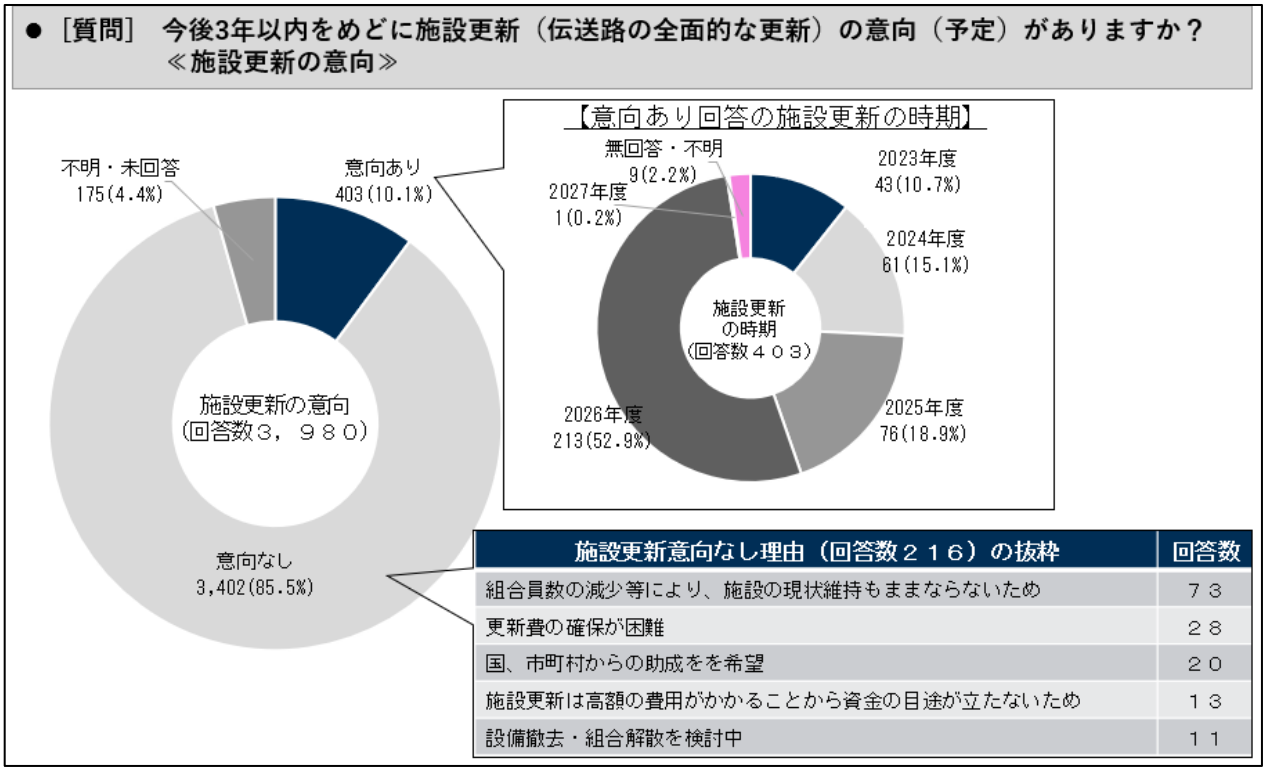


図２－64　３年以内の施設更新に関する意向

自主辺地共聴施設の維持管理・更新に関して、その地域ならではの事情について尋ねたところ、組合員の高齢化、故障復旧対応に時間がかかること、施設の維持管理や設備更新への費用助成など、自主辺地共聴施設の課題に関する様々な意見が寄せられた。

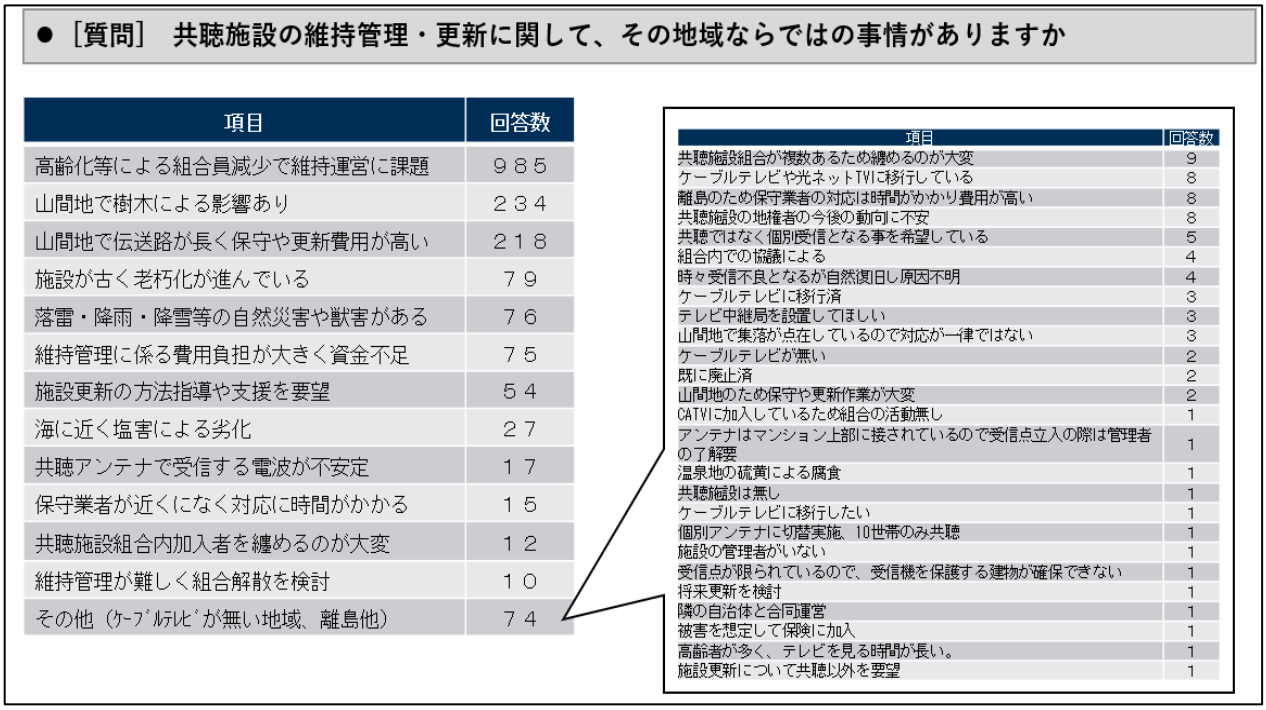


図２－65　自主辺地共聴施設の維持管理・更新に関する課題

その他、共聴組合の経営状況等を調査しており、概要は以下のとおり。

1. 自主辺地共聴施設約８，６００施設にアンケート調査を実施し、３，９８０施設から回答が得られた。
2. 自主辺地共聴施設の世帯数構成は３０世帯以下が７４．７％を占め、そのうち５世帯以下の施設が１９．６％を占めている。
3. 組合の経営状況について、年間収入が１０万円未満は５２．５％、同様に年間支出が１０万円未満は６３．５％を占めた。
4. 組合費は、「定期的に徴収している」が７５．８％を占めて最も多く、「必要な場合その都度徴収」と合わせると８８．９％の施設が維持運営費を何らかの手段で徴収している。世帯当たりの徴収年額は、有効回答数３，０１８件の平均で８，３６３円/年（６９６円/月）となった。
5. 施設更新のための積立ては、４０．５％の施設が行っている。
6. 施設更新について、３年以内をめどとする施設は１０．１％であった。なお、意向なしとした施設の一部において、「更新の必要性は認識するも先送りしている」、「資金の目処が立たないため」などというコメントがあったことに留意が必要。
7. ケーブルテレビへの移行を希望する施設は１１．７％となっており、希望するとした施設に対して、ケーブルテレビ移行が許容される月額利用料を確認したところ、１，０００円未満と回答した割合は３６．３％、１，０００円以上２，０００円未満は２２．１％であった。なお、アンケートの回答は代表者が記入しているため、必ずしも、組合の総意とは限らない点に留意が必要。

図２－66　自主辺地共聴施設の現状調査　まとめ

（参考）放送の将来像に関する全国調査

ブロードバンド等による放送の代替可能性を評価するため、放送の将来像について一般国民を対象としたオンライン(Web)によるアンケート調査を実施し、約9,600名の回答を得た。ただし、作業チームでは、上記調査結果の単純集計の報告に留まったことから、本取りまとめにおいては、調査結果について、大まかな傾向を示す「参考」として取り扱うこととする。

	主な調査結果
社会的必要性	➢ 字幕や副音声の放送機能については、社会的な重要性が高いとの回答が多かった
複数端末利用	➢ 所有台数は2台までが多いが、60代・70台では3台以上が3割を超える
テレビの利用度	➢ テレビが見られなくなると「困る」との回答は、全世代で6割を超える ➢ 全世代で様々なジャンルが視聴されている ➢ 低年齢層ほどアニメ・音楽の比率が高い傾向
タブレット等での視聴	➢ テレビ番組は、テレビで視聴できれば十分との回答が全世代で5割を超え、この傾向は高年齢層ほど強い
ながら視聴	➢ 低年齢層ほど「ながら視聴」をする割合が高く、20代以下・30代では5割を超える
切替え案内	➢ 地上波からインターネット経由へ切り替わる場合は、国・放送事業者からの案内であればより安心できるとの回答が多い
重視する要素	➢ 最も重視する要素は「画質」との回答が最も多く、全世代で3割程度 ➢ 続いて「インターネット速度に影響がでないこと」が多かった
重視しない要素	➢ 重視しない要素は回答が分散した ➢ 「遅延の無さ」「副音声」がやや多かった
その他の主な結果	➢ データ放送は使わない・なくなっても困らないとの回答がやや多く、利用目的は「気象・災害情報」が全世代で最も多かった ➢ 全世代で「頻繁に録画をする」との回答が多かった ➢ 見逃し配信サービスが録画の代用にならないとの回答者は半数強 ➢ 費用負担は行いたくないとの回答が全世代で多い。費用を支払って視聴を継続する場合でも、その水準は月額「1,000円程度」「1,000円未満」とする回答が8割程度

図２－67　放送の将来像に関する全国調査における大まかな傾向（単純集計によるもの）

第3章　IPユニキャスト方式による放送の代替に関する品質・機能等の基本的な枠組み

Ⅰ　作業チームにおける「品質・機能」の位置づけ

１次取りまとめにおいては、IPユニキャスト方式による放送の代替の可能性を検討するにあたって、統一的な規格や同種のサービスが存在していなかったことから、既存の放送の方式や動画配信サービスにおける品質・機能を踏まえつつ、視聴者の視聴体験の程度が大きく変わらないよう、IPユニキャスト方式による放送の代替の品質・機能を仮置きし、それを前提として評価を行った。２次取りまとめにおいては、この「仮置きした品質・機能要件」をベースとして、議論や実証事業（令和４年度実証事業）を行い、その結果を踏まえて、「品質・機能要件」の見直しを行った。

本章では、「品質・機能要件」に関するこれまでの作業チームにおける議論や令和５年度実証事業、机上検討等を踏まえて、実際にIPユニキャスト方式による放送の代替を行う場合に、各構成要素における視聴者の受容性や、技術面等において実現可能であることなどの観点から、関係者間において共有する枠組みとして考えられる品質や機能を、作業チームにおける「品質・機能の基本的な枠組み」として整理することとする[13]。

なお、作業チームの「品質・機能の基本的な枠組み」は、あくまでも受容性・技術面等の観点から、放送の代替として妥当性のある品質・機能を示すものであり、品質・機能の提供主体や範囲・実現方法については、制度整備等が行われる段階で、整理されるべきものと考えられる。すなわち、実際の実装段階において、視聴者の視聴体験をより向上させるような品質・機能を提供することを妨げるものではない。

Ⅱ　品質・機能の基本的な枠組み

１．対応デバイス

（１）テレビ

２次取りまとめでは、令和４年度実証事業の結果等を踏まえて、品質・機能要件を「スマートTV向けアプリ」と仮置きし、スマートTV向けアプリの実装方法として「STB、ドングル等の活用可能性や特定のOSに依存しない形で実現すること」を今後の検討事項と整理した。

令和５年度実証事業では、１種類の標準OSに対応した視聴アプリをスティック型端末（Fire TV Stick）で実装したところ、実現可能であり、また高い受容性も確認されたことから、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みは「HDMI入力端子を備えたTV（STB、

[13] 「品質・機能の基本的枠組み」は、２次取りまとめにおける「青写真（ブループリント）」と同趣旨のものとして整理する。

ドングル等により実現可能な入力機能を有するもの）又はスマートTV向けアプリ」と整理した。

（２）PC、スマホ

２次取りまとめでは、令和４年度実証事業のアンケート等調査における視聴者ニーズを踏まえて、１次取りまとめにおいてブロードバンド代替の課題として挙げた「デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上」の方策のひとつとして、「PC、スマホなどでの視聴可能性（視聴ソフトウェア、アクセス制御方法等）」を今後の検討事項と整理した。

令和５年度実証事業では、タブレットによる視聴・操作を実装したところ、実現可能であり、また高い受容性も確認された。また、机上検討において、機器を保有していない視聴者向けの対策が必要であることから運用コストは高くなるが、構築・導入コストが安価であること等が確認された。ただし、PC、スマホ等による視聴は、現時点では補完的な位置づけであると考えられることから、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みとはせず、「付加的な手段として、視聴環境の構築について検討することが望ましい」ものと整理した。

２．確実性

（１）伝送フォーマット

２次取りまとめでは、令和４年度実証事業のアンケート等調査における視聴者ニーズや、作業チームにおける議論を踏まえて、品質・機能要件のうち、IPアドレスについては「ISPのサービス仕様に依存」、多重化方式については「MPEG2-TS又はISOBMFF」、伝送信号の構成については「IPによる配信（HLS又はMPEG-DASH）」と配信において現在主流として利用される要件を仮置きし、「低遅延配信技術（CMAF等）」についての検証を今後の検討事項と整理した。

令和５年度実証事業では、仮置きした各要件を実装したところ、実現可能であり、遅延についても視聴者の一定の受容性が確認された。また、机上検討においては、低遅延配信技術（CMAF等）について、実現可能であるものの、映像品質が劣化する恐れがあるとの検討結果が示された。これらの結果及び放送サービスの技術革新等を踏まえた具体的な実装を考慮し、品質・機能の基本的な枠組みは「視聴者の視聴環境を踏まえつつ、伝送路及び受信端末における適切な伝送フォーマットで送信すること」とし、低遅延配信技術（CMAF等）については基本的な枠組みとはしないことと整理した。

（２）ネットワーク条件

２次取りまとめでは、品質・機能要件としてネットワーク制御については「ベストエフォート」、通信容量については、「6.0Mbps(1080p)、3.0Mbps(720p)、1.5Mbps(540p)、768kbps(360p)、384kbps(252p)、192kbps(180p)」と仮置きした。

令和５年度実証事業では、仮置きした要件及びシステム構築を考慮し、通信容量を高画質「6Mbps(1080p)」、中画質「3Mbps(720p)」、低画質「1Mbps(480p)」の３種類を実装したところ、アンケート調査等において、高画質、中画質は受容性が高いが、低画質は受容性が低いことが確認された。これらを踏まえて、通信容量については、後述する３．（１）映像フォーマットにて決定される有効走査線数や符号化方式によって必要な通信容量が異なること、

適切な品質で映像や音声を提供する必要性があることに留意し、品質・機能の基本的な枠組みは「映像符号化方式を踏まえながら、視聴者が視聴に耐えうる十分な容量が確保されること」と整理した。

（３）伝送遅延

映像・音声・データの伝送遅延について、２次取りまとめでは、令和４年度実証事業のアンケート等調査における視聴者ニーズや、作業チームにおける議論（CMAF等を用いた低遅延化技術についても検証すべきではないかとの意見等）を踏まえて、伝送遅延の要件として「約30秒程度」を仮置きした上で、「低遅延配信技術（CMAF等）」についての検証を今後の検討事項と整理した。

令和５年度実証事業では、仮置きした要件を実装したところ、環境によって最大約50秒程度の伝送遅延が発生しており、ベストエフォート回線を利用するにあたって不安定な遅延が排除できないことが確認された一方、当該遅延についても視聴者の一定の受容性が確認された。また、机上検討においては、「低遅延配信技術（CMAF等）」について、実現可能であるものの、映像品質が劣化する恐れがあるとの検討結果が示された。これらを踏まえて、本取りまとめでは、品質・機能の基本的枠組みは「実際の放送アプリケーションの仕様等を踏まえつつ伝送遅延を短縮させること」とし、「低遅延配信技術（CMAF等）」については基本的な枠組みとはしないことと整理した。

緊急警報信号の遅延について、２次取りまとめでは、品質・機能要件を「何らかの方法で緊急信号にともなう通知を行うと考慮」と仮置きし、後述する３．（３）映像・音声・字幕等の同時性に含まれる「緊急地震速報（文字スーパーによるもの）」と同様、低遅延プッシュ型配信についても検討を行うべきと考え、「低遅延プッシュ型配信（MTE等）」について今後の検討事項と整理した。

令和５年度実証事業では、机上検討において、緊急警報信号に相当する信号の伝送は実装可能であるものの、受信機の自動起動等は技術的に実現困難であることが判明した。なお、「緊急地震速報（文字スーパーによるもの）」の遅延に関する調査結果を踏まえれば、３秒程度の遅延に一定の受容性があるものと判断できる。また、机上検討においては、「低遅延プッシュ型配信技術（MTE等）」について、端末の電源OFF時や録画視聴中には受信が不可能であること、利用するプロトコルに制限があること等が示された。これらを踏まえて、本取りまとめでは、品質・機能の基本的枠組みは「緊急警報信号の内容を速やかに表示させること」及び「プッシュ通知の技術の実装」とし、「低遅延プッシュ型配信（MTE等）」については基本的な枠組みとはしないことと整理した。

（４）伝送後の品質

２次取りまとめでは、品質・機能要件として適切なサービス提供を担保するため、「QoE/QoSの監視」を仮置きした。

令和５年度実証事業では、一般的な配信システム監視以外に動画配信監視サービス（NPAW）を実装したところ、実現可能であることが確認された。机上検討において、品質把握は、代替 PF から端末間の End-to-End を対象として、時間ごとの視聴端末数、パケット損失、リバッファリング、視聴されている映像フォーマット、視聴アプリケーションのエラー等につい

て分析してはどうかとの提案等が示された。これらを踏まえても、伝送後のサービス品質について、適切な品質の監視を行うことは、社会通念上当然の責務であるため実施されるべきと考えられるが、一方で具体的な監視方法については、ベストエフォート回線を利用していること等他律的な要因も含まれることから、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みは、実施主体において「適切な手法で監視されるべき」と整理した。

（５）安全・信頼性

２次取りまとめでは、品質・機能要件として放送アプリケーションの詳細なシステム構成や CDN の利用等は未検討としつつ、「既存の放送事業、電気通信事業等での基準に準拠」と仮置きした。

令和５年度実証事業においては、安全・信頼性のうち、サイバーセキュリティについて「気になる」との回答が多数であり、高い関心が寄せられていること等も踏まえて、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みは、基幹放送における「既存の基準を踏まえて、一定程度確保されること」と整理した。今後、安全・信頼性として規定する項目も含め、将来的な制度整備等の可能性を見据えつつ、引き続き検討を進める必要があると考えられる。

（６）配信条件

配信条件として、２次取りまとめでは、オリジンサーバや CDN の利用について、規定内容として項目を設定し、放送アプリケーションの詳細なシステム構成や CDN の利用などは未検討としつつ、「クラウドサービス、CDN サービスの利用を前提とした準拠」、「CDN 利用」をそれぞれ品質・機能要件として仮置きした。

令和５年度実証事業においては、放送コンテンツが放送局内のリアルタイムエンコーダからインターネット経由で代替 PF 内のオリジンサーバに伝送され、番組表管理システムとリンクの上、CDN を経由して端末に配信されるシステム構成を実装したところ、実現可能であることが確認された。あわせて、机上検討により「放送波受信」の構成が実現可能であることも示された。「放送波受信」の構成となった場合、極小地域での放送サービス提供の可能性も排除されず、柔軟な配信構成が可能となる。これらのことから、品質・機能の基本的な枠組みは、CDN の利用を前提として仮置きしていたオリジンサーバの項目を削除し、CDN の利用については、CDN を通じた配信を行う構成も可能であることから、「CDN 利用を妨げない」と整理した。

３．映像・音声

（１）映像フォーマット

有効走査線数については、２次取りまとめでは、令和４年度実証事業の結果も踏まえつつ、円滑に配信を行う上で必要な機能と考えられるABRを要件として加えることとし、品質・機能要件を「1080、720、540、360、252、180　※ABR機能を採用」と仮置きした。この他、映像フォーマットに関する項目の要件として、走査方式、フレーム周波数、画面の縦横比、色域、映像符号化方式について、放送波受信を前提としてそれぞれ現在の地上基幹放送と同一の方式である、「順次」、「30/1.001Hz」、「16：9」、「輝度信号及び色差信号（ITU-R BT.709)」、「H.264」と仮置きした。

令和５年度実証事業では、有効走査線数及び走査方式については、高画質（1080p）、中画質（720p）、低画質（480p）を実装し、映像フォーマットに関するその他の項目については仮置きした要件を実装したところ技術的に実現可能であることが確認された。また、視聴者へのアンケート調査等では、高画質（1080p）、中画質（720p）については受容性が高く、低画質（480p）については受容性が低いことが確認された。さらに、ABRについては受け入れられないとの回答が多い一方で、画質が低下しても映像は中断しない方が望ましいとの回答も多かった。これらを踏まえて、有効走査線数に係る品質・機能の基本的な枠組みは、「720以上での設定ができること」、「特段の事情がなければ、有効走査線数1080以上での提供を行うこと」、「ABR機能を搭載すること」と整理した。

また、その他の関連項目のうち、走査方式、フレーム周波数、画面の横と縦の比及び色域については、仮置きした要件を基本的な枠組みとして維持し、映像符号化方式については、今後の技術革新等による新たな符号化方式の利用可能性を踏まえて、指定しないことと整理した。

（２）音声フォーマット

最大入力音声チャンネルについて、地上デジタルテレビジョン放送では、標準テレビジョン放送等のうちデジタル放送に関する送信の標準方式（平成23年総務省令第87号）（以下「標準方式」という。）において5.1chと規定され[14]、実現もなされている。また、地上デジタル放送IP再放送についても、有線一般放送の品質に関する技術基準を定める省令（平成23年総務省令第95号）において5.1chと規定[15]されていること等を踏まえて、２次取りまとめでは、品質・機能要件を「5.1ch」と仮置きした。この他、音声フォーマットに関する項目の要件として、サンプリング周波数、音声の量子化ビット数、音声符号化について、「48kHz」、「16bit」、「MPEG-2 AAC」をそれぞれ仮置きした。

令和５年度実証事業では、最大入力音声チャンネルについて、ステレオ×２chを実装したところ、実現可能であることが確認されたほか、机上検討において、5.1chについて実現可能であることが確認された。これらの結果や、一般的な視聴環境はステレオであることも踏まえて、最大入力音声チャンネルに係る品質・機能の基本的な枠組みは、「２ch」及び「5.1chの入力音声も実現できる機能の構築を推奨する」と整理した。また、その他の関連項目について、サンプリング周波数は基幹放送のフォーマットに準じて「32kHz以上（基幹放送のフォーマットに準じる）」、音声の量子化ビット数については仮置きした内容を維持して「16bit以上」、音声符号化方式は、今後の技術革新等による新たな符号化方式の利用可能性を踏ま

---

[14] 標準方式第７条第４項において、「音声信号のうちPESパケットによるものの最大入力音声チャンネル数は、五チャンネル及び低域を強調する一チャンネルとする。」と規定されているとともに、第45条第４項において、「音声信号のうち同期パケットによるものの最大入力音声チャンネル数は、五チャンネル及び低域を強調する一チャンネルとする。」と規定されている。

[15] 有線一般放送の品質に関する技術基準を定める省令第20条において準用する第９条において、「デジタル有線テレビジョン放送方式による有線テレビジョン放送等を行う場合のヘッドエンドの主たる機器の入力端子（総務大臣が別に告示で定める箇所とする。第十三条、第十七条及び第二十条において同じ。）における入力信号は、次の表の上欄に掲げる入力信号の区別に従い、それぞれ同表の下欄に掲げる条件に適合するものでなければならない。」と規定されており、「一　デジタル放送の標準方式のうち地上基幹放送局に係るものによる放送を受信し、そのデジタル信号を再放送する場合」の区分の場合は、標準方式第７条第４項「音声信号のうちPESパケットによるものの最大入力音声チャンネル数は、五チャンネル及び低域を強調する一チャンネルとする。」に規定されているとおりとなる。

えて指定しないこと整理した。

（３）映像・音声・字幕等の同時性

映像と音声のタイミング誤差については、現行の動画配信サービスでは一般的に１フレーム以内が実現されており、また、地上デジタル放送IP再放送方式審査ガイドライン（平成23年８月１日　地上デジタル放送補完再放送審査会）（以下「地デジIP再放送審査ガイドライン」という。）においても１フレーム以内と規定されている[16]ことから、２次取りまとめでは、品質・機能要件を「１フレーム以内」と仮置きした。

令和５年度実証事業では、オリジンサーバからの送信において、１フレーム以内を実装したところ技術的に実現可能であることが確認されたことから、品質・機能の基本的な枠組みは、仮置きした内容を維持して「１フレーム以内」と整理した。

字幕表示タイミング誤差について、２次取りまとめでは、品質・機能要件として「放送用字幕を変換して配信（WebVTT/TTML）」と仮置きしつつ、字幕表示のタイミング精度や外字等の扱いについても検討を行うことが適当と考え、「タイミング精度や外字等の扱い」について今後の検討事項と整理した。

令和５年度実証事業では、字幕表示（外字への対応）を実装したところ、字幕表示タイミング誤差について、基本的に問題がなく適時適切なタイミングで字幕を表示する機能の実装が可能であり、視聴者の受容性も高いことが確認された。また、字幕表示機能そのものの必要性について、アンケート調査では、自分自身にとって必要ではないものの公共性のあるサービスとして非常に重要との回答が多く、社会的なニーズが確認された。これらを踏まえて、本取りまとめにおける品質・機能の基本的枠組みは「表示切替機能等、字幕を表示する機能」及び「放送での字幕表示タイミングに合わせて、速やかに表示させることが望ましい」と整理した。

緊急地震速報（文字スーパーによるもの）について、２次取りまとめでは、令和４年度実証事業のアンケート等調査における視聴者ニーズや、作業チームにおける議論（緊急地震速報に関しては、CMAFを実装した上でMTEを活用した低遅延のプッシュ型配信についても検討できるのではないかとの意見等）、さらに、地デジIP再放送審査ガイドラインにおいて、「文字スーパ（速報ニュース、編成ことわり、時報、緊急地震速報など）については、映像・音声と同期表示させることなく、速やかに表示することが望ましい。」と規定されている[17]ことも踏まえ、品質・機能要件は「速やかに表示させることが望ましい」と仮置きし、「低遅延プッシュ型配信（MTE等）」について今後の検討事項と整理した。

令和５年度実証事業では、アンケート調査等により、緊急地震速報についての高い視聴者

---

[16] 地デジ IP 再放送審査ガイドラインにおいては、「２．４ 技術面の同一性」において、「⑧IP 再放送方式に起因する映像に対する音声の相対タイミング誤差は、±１フレーム以内であること。」と規定されている。

[17] 地デジ IP 再放送審査ガイドラインにおいては、「２．３ サービス・編成面の同一性」において、「④字幕サービスについて、画面表示形式、映像・音声に対する表示タイミングが、地上デジタルテレビジョン放送の電波による受信の場合と同等であること。ただし、文字スーパ（速報ニュース、編成ことわり、時報、緊急地震速報など）については、映像・音声と同期表示させることなく、速やかに表示することが望ましい。」と規定されている。

ニーズと、３秒程度の遅延についての一定の受容性が確認された。また、机上検討においては、低遅延プッシュ型配信技術（MTE等）について、端末の電源OFF時や録画視聴中には受信が不可能であること、利用するプロトコルに制限があること等が示された。これらを踏まえて、本取りまとめでは、品質・機能の基本的枠組みは、「速やかに表示させること」及び「プッシュ通知の技術の実装」とし、「低遅延プッシュ型配信（MTE等）」については基本的な枠組みとはしないことと整理した。

４．権利保護

（１）著作権保護

コンテンツ保護機能として、２次取りまとめでは、仮置きした要件を「AES128bit 相当の暗号化」とし、今後の検討課題として「DRM 対応等で実装できると想定しているが詳細は未検討」とした。

令和５年度実証事業では、AES128bit 相当の暗号化として、Widevine DRM[18]による暗号化を実装したところ、実現可能であることが確認された。これらの結果や、今後の技術革新の可能性を踏まえ、品質・機能の基本的な枠組みは「AES128bit 相当以上の暗号化」と整理した。

（２）地域限定性

サービス提供区域について、２次取りまとめでは、ブロードバンド代替は、一般的な同時配信サービスとは異なり、地上波放送の代替となるため、サービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアと同様とすべきであるとの議論を踏まえて、品質・機能要件は「サービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアに同じ」とし、「制御の実装方式と合わせて実現可能な制御の粒度（視聴制御、同時視聴数制限）等」について今後の検討事項と整理した。

令和５年度実証事業では、ユーザIDによるアクセス制限が実現可能であることが確認されているが、机上検討において複数の制御手段（ユーザID、IPアドレス、GPS等）のそれぞれにメリット・デメリットがあることが確認されており、特定の手段が他の手段と比較して優位性があるとの結論には至らなかった。これらの結果と、辺地共聴施設等により視聴している地域の代替も対象になることを踏まえて、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みは「サービス提供区域は、代替する小規模中継局・辺地共聴施設等の放送エリアに同じ」とし、制御手段については基本的な枠組みとはしないことと整理した。

（３）プライバシー

視聴履歴について、２次取りまとめでは、令和４年度実証事業のアンケート調査等において、視聴データの活用について一定のニーズが確認されたことなどを踏まえて、デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上の方策のひとつとして、「視聴データの活用方法」について今後の検討事項と整理した。

令和５年度実証事業のアンケート調査等においては、個人の視聴データを取得されること

[18]デジタルコンテンツの著作権保護システム（DRM）の一種。

に対する不安よりもインターネットならではの便利な機能への期待の方が大きく上回る結果が示された。一方で、視聴者データの活用に関しては、プライバシー保護などの課題の整理が必要であり、今後、視聴者ニーズを踏まえつつ、実装方法の具体化が進められる中で、放送事業者等において適切に検討されることが望ましいと考えられることから、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みとはしないことと整理した。

５．利便性

（１）マルチ編成

マルチ編成の提供機能として、２次取りまとめでは、品質・機能要件として「マルチ編成あり」と仮置きした。

令和５年度実証事業において、机上検討を行い、マルチ編成について、実現可能であることが確認されたため、品質・機能要件の基本的な枠組みは、仮置きした内容を維持して「マルチ編成あり」と整理した。

（２）データ放送

データ放送の提供機能として、２次取りまとめでは、令和４年度実証事業における視聴者ニーズが高かったことを踏まえ、技術的に実現が困難であるとしても、データ放送で提供している情報をどのように提供していくかという「提供の在り方」を含めて検討を行うべきと考え、品質・機能要件を「提供の在り方について検討」と整理した。

令和５年度実証事業で実施したアンケート調査等では、データ放送に関して「使用している」との回答が多く、使用目的は「気象・災害情報」が圧倒的に多いことなど、一定のニーズが確認された。また、机上検討において、現時点では現行の放送と同等のデータ放送機能を実現することは技術的に困難であることが確認されている。このような技術的な制約を考慮した代替の在り方は、制度的な観点からも検討されるべきものと考えられることから、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みとはしないことと整理した。

（３）電子番組ガイド

電子番組ガイドの提供機能として、２次取りまとめでは、令和４年度実証事業のアンケート調査等における視聴者ニーズや、作業チームにおける議論（デジタル情報であることのメリットをより一層活用する方策を検証する観点から、例えば、EPGからダイレクトにチャンネルを切り替えたり、EPGと見逃し配信の番組や、既にダウンロードした番組等をリンクさせる機能について検証に値するとの意見等）を踏まえ、デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上の方策のひとつとして、品質・機能要件を「番組表の提供」及び「番組表からのチャンネル切替え機能」とし、「番組表と録画・ダウンロード番組や見逃し配信番組とのリンク機能」について今後の検討事項と整理した。

令和５年度実証事業では、番組表、番組表からのチャンネル切替え機能、番組表と見逃し配信番組とのリンク機能を実装したところ、実現可能であり、また高い受容性も確認された。なお、アンケート調査等において、番組表及び番組表からの録画番組とのリンク機能について、ニーズが高いことが確認された。これらを踏まえて、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みは、仮置きした内容を維持し「番組表の提供」及び「番組表からのチャンネ

ル切替え機能」とした。また、番組表と録画、ダウンロード番組や見逃し配信番組とのリンク機能の提供については、放送事業者等が、配信の形態に応じて、実装に向けた検討を行うことが適当であると考えられるため、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みとはしないことと整理した。

（４）録画機能

録画機能について、２次取りまとめでは、令和４年度実証事業のアンケート調査等における視聴者ニーズや、作業チームにおける議論（権利保護機能付きのファイルのダウンロードや、現行よりも長い期間視聴可能な見逃し配信などについて、実際に実装してその機能性や受容性を検証していくことが必要ではないかとの意見等）を踏まえ、品質・機能要件を「録画（ストリーミング動画の蓄積）の代替機能として、ファイルダウンロード機能及び見逃し配信機能」とし、「録画（ストリーミング動画の蓄積）の実現可否」について今後の検討事項と整理した。

令和５年度実証事業では、仮置きした要件で機能実装したところ、録画についてのニーズは高く、見逃し配信では番組の網羅性や配信期間の点で充足されないことが確認された。また、机上検討においては、STBでの録画は可能だが、ドングルでの録画はストレージの実装が困難であること、録画の手段として、端末側に番組を保存する端末録画方式と代替PFに放送済み番組を保存する見逃し配信方式があることが示された。

録画については、視聴者の受容性の観点から実装が強く望まれる機能であることから、令和５年度実証事業の結果も踏まえ、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みは「録画（ストリーミング動画の蓄積）など、放送後であっても視聴者が放送番組を視聴できる環境が確保されていること」と整理しつつ、権利処理等について引き続き課題の整理が必要である旨付記することとした。なお、ファイルダウンロード機能及び見逃し配信機能については、「番組の網羅性や配信期間などの点で、視聴者に録画機能と同等の視聴体験を提供できるのであれば、録画の代替機能として選択」し得るものと考えられる。

（５）その他

利便性を向上させるその他の規定内容のうち、選択可能チャンネルについて、２次取りまとめでは、品質・機能要件として「対象地域における地デジ放送を前提とする」を、主としてNHKが実施する地上放送に対するBB代替を想定し「放送アプリケーションについてはNHK単体（総合、Eテレ）を中心とした検討」と仮置きした。さらに今後の検討事項として「視聴者視点では民放も同時にBB代替されることを勘案する必要（実装の詳細については未検討）」と整理した。

令和５年度実証事業では、提供する番組としてNHK・民放独自編成の２chを実装したところ実現可能であることが確認された。実際に放送を代替する場合、対象の地域で放送されているすべての番組を伝送することが前提となることから、品質・機能の基本的な枠組みは、仮置きした要件のうち、「対象地域における地デジ放送を前提とする」と整理した。

同時視聴に関する規定内容として、２次取りまとめでは、現行でサービスされているIPマルチキャスト放送を参考に、「平均同時視聴可能数：２」と仮置きした。

令和５年度実証事業において、机上検討を行ったところ、同時視聴可能な最大数は端末の

総数やCDN等のコストへの影響を考慮する必要があることが示された。このため、配信アプリケーションの実装を考慮し、品質・機能の基本的な枠組みは「同時視聴数は１世帯あたり２チャンネル以上または２端末以上とすることが望ましい」と整理した。

受信機の使用感として、２次取りまとめでは、令和４年度事業における視聴者の受容性は高かったものの、ユーザーアクセシビリティ確保の観点から、可能な限り地上デジタル放送の受信機と同等とすべきと考え、品質・機能要件を「可能な限り、地デジ受信機と同等の操作性」と仮置きした。
令和５年度実証事業では、１種類の標準OSに対応した視聴アプリのスティック型端末（Fire TV Stick）での利用を実装したところ、実現可能であり、高い受容性が確認されたことを踏まえ、ユーザーアクセシビリティの観点から、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組は「インターネットによる動画配信と同等以上の操作性を確保すること」と整理した。

チャンネル切替え時間については、２次取りまとめでは、令和４年度実証事業における視聴者の受容性は高かったものの、ユーザーアクセシビリティ確保の観点から、可能な限りシームレスな切替えを可能とすべきと考え、品質・機能要件を「可能な限り、シームレスなチャンネル切替えが可能なもの」と仮置きした。
令和５年度実証事業では、１種類の標準OSに対応した視聴アプリのスティック型端末（Fire TV Stick）での利用を実装したところ、実現可能であり、また高い受容性が確認されたことを踏まえ、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みは、仮置きした内容を維持し「可能な限り、シームレスなチャンネル切替えが可能なもの」と整理した。

副音声（解説放送・２か国語放送）については、令和４年度実証事業のアンケート調査等における視聴者ニーズ（社会的な必要性を意識した回答）や、作業チームにおいても社会的な必要性が指摘されたこと等を踏まえて、２次取りまとめでは、品質・機能要件を「２か国語放送・解説放送あり」と整理した。
令和５年度実証事業において、副音声（解説放送・２か国語放送）を実装したところ、技術的に実現可能であることが確認されたほか、アンケート調査等においては、個人的な必要性よりも、社会的な必要性が高いということが改めて確認された。これらを踏まえて、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みは、仮置きした内容を維持して「解説放送あり」及び「２か国語放送あり」と整理した。

６．その他

（１）広告差替え

２次取りまとめでは、広告差替えの有無・方法は未検討としつつ、引き続き検討を行うこと整理していた。
本項目について、作業チームにおいて検討した結果、IPユニキャスト方式による放送の代替は、放送と同じコンテンツで配信されることが原則であること、また、著作権法上「地域限定特定入力型自動公衆送信」として配信が実施される場合は同時配信が前提となることから、品質・機能の枠組みとして、広告差替えは「実施しない」と整理した。

（２）フタかぶせ

１次取りまとめ及び２次取りまとめでは、小規模中継局等の代替がIPユニキャスト方式により行われる場合、権利処理が未了のために行われる映像の差替え、いわゆる「フタかぶせ」が行われることは、回避されるべきであるとし、品質・機能要件は「なし（放送と同内容）」と整理した。

本項目について引き続き検討を進め、令和５年度実証事業では、NHKチャンネルでは「NHKプラス」のフタを、民放チャンネルでは請負事業者が作成した独自のフタを挿入したところ、「番組の一部がフタかぶせで視聴できなければ、その場面により不満が残る」、「フタかぶせは全く受け入れられない」との回答が８割に達し、フタかぶせの受容性は低いことが確認された。

これらの検討結果や「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」における検討及び見解（本章「Ⅲ 実装にあたっての主な課題・論点への対応」（１）で詳述）、またそもそも小規模中継局等の代替については、放送と同じ内容の配信がなされることが原則であることなどを踏まえ、本取りまとめでは、品質・機能の基本的な枠組みは「なし」と整理した。

なお、実装の際は、配信の形態により著作権法上の取扱いが異なることを踏まえて、適切な権利処理を行う必要があると考えられる。

７．「品質・機能の基本的な枠組み」まとめ

上記を含め、IP ユニキャスト方式による放送の代替に関する品質・機能（各構成要素）の基本的な枠組みについては、別表「品質・機能の基本的な枠組み」において整理することとする。

担保事項	規定項目	規定内容	2次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
対応デバイス		テレビ	スマートTV向けアプリ	STB、ドングル等の活用可能性や特定のOSに依存しない形での実現可能性を検討	・1種類の標準OSに対応した視聴アプリをスティック型端末（Fire TV Stick）で利用を実装したところ、簡単な操作で高い受容性により実現可能であることが確認された。	HDMI入力端子を備えたTV（STB、ドングル等により実現可能な入力機能を有するもの）又はスマートTV向けアプリ	
		PC、スマホ		PC・スマホなどでの視聴可能性について検討（視聴ソフトウェア、アクセス制御方法等）	・タブレットによる視聴・操作を実装したところ、簡単な操作により実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、PC、スマートフォン、タブレットについて、視聴ニーズが高いことが確認された。 ・机上検討において、PC、スマートフォン、タブレットについて、機器を保有していない視聴者向けの対策が必要であり、運用コストが高くなるが、録画が実現可能であり、構築・導入コストが安価で、提供までの期間が短いことが確認された。		付加的な手段として、PC、スマホ、タブレットによる視聴環境の構築についても検討することが望ましい
確実性	伝送フォーマット	IPアドレス	ISPのサービス仕様に依存		・現在の仮置きの要件を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、遅延について、一定の受容性が確認された。 ・机上検討において、低遅延配信技術（CMAF等）について、実現可能であることが確認されたものの、映像品質が劣化する恐れがあるとの検討結果が出た。	視聴者の視聴環境を踏まえつつ、伝送路及び受信端末における適切な伝送フォーマットで送信すること	・実証事業において、仮置きした要件※を実装したところ、実現可能であることが確認された ※IPｱﾄﾞﾚｽ：ISPのサービス仕様に依存/多重化方式：MPEG2-TS又はISOBMFF/伝送信号の構成：IPによる配信(HLS又はMPEG-DASH)
		多重化方式	MPEG2-TS又はISOBMFF				
		伝送信号の構成	IPによる配信(HLS又はMPEG-DASH)	低遅延配信技術(CMAF等)について検証			
		緊急警報信号の構成					

別表「品質・機能の基本的な枠組み」（１／８）

担保事項	規定項目	規定内容	2次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
確実性	伝送損失	パケット損失率			－		
	ネットワーク条件	ネットワーク制御	ベストエフォート		－		
		通信容量	6.0Mbps(1080p) 3.0Mbps(720p) 1.5Mbps(540p) 768kbps(360p) 384kbps(252p) 192kbps(180p)		・高画質（6Mbps（1080p））、中画質（3Mbps（720p））、低画質（1Mbps（480p））を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、高画質、中画質は受容性が高いが、低画質は受容性が低いことが確認された。	映像符号化方式を踏まえながら、視聴者が視聴に耐えうる十分な容量が確保されること	
	伝送遅延	映像・音声・データの伝送遅延	約30秒程度 ※フタかぶせなし(放送と同内容)を前提	低遅延配信技術(CMAF等)について検証	・実証事業においては、環境により約50秒程度の伝送遅延が発生した。この遅延を前提にアンケート・ヒアリング調査を実施したが、一定の受容性が確認されている。 ・机上検討において、低遅延配信技術（CMAF等）について、実現可能であることが確認されたものの、映像品質が劣化する恐れがあるとの検討結果が出た。	実際の放送アプリケーションの仕様等を踏まえつつ伝送遅延を短縮させること	
		緊急警報信号の遅延	何らかの方法で緊急信号にともなう通知を行うと考慮	・低遅延プッシュ型配信（MTE等）について検討	・アンケート・ヒアリング調査において、緊急警報信号の遅延について、一定の受容性が確認された。また、９割弱の被験者が「携帯電話（スマホ）など」で情報を受け取ると回答し、その割合は「テレビ」で受け取ると回答した者よりも多かった。 ・机上検討において、低遅延プッシュ型配信技術（MTE等）について、端末の電源OFF時や録画視聴中には受信が不可能であること、利用するプロトコルに制限があること等が示された。	・緊急警報信号の内容を速やかに表示させること ・プッシュ通知の技術の実装	
		データ放送の待ち時間		・BMLからHTMLへの変換等の実装方法とそれに伴う実現可能な性能は未検討	・アンケート・ヒアリング調査において、データ放送について、使用しているとの回答が多かったが、なくなっても困らないという回答が多かった。使用目的としては、「気象・災害情報」が圧倒的に多かった。 ・机上検討において、データ放送について、技術的に実現が困難なことが示された。		・技術的に一定程度の実装は可能であるが、現時点で現行の放送と同等のデータ放送機能を実現することは困難と確認された

別表「品質・機能の基本的な枠組み」（２／８）

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
映像・音声	映像フォーマット	有効走査線数	1080 720 540 360 252 180 ※ABR機能を採用		・有効走査線数及び走査方式については、高画質（1080p）、中画質（720p）、低画質（480p）、フレーム周波数については、30/1.001Hzを実装したところ、実現可能であることが確認された。その他の項目については、仮置きした要件どおりに実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、高画質、中画質は受容性が高いが、低画質は受容性が低いことが確認された。 ・ABRは受け入れられないとの回答が多いことが確認されたが、画質が低下しても、映像は中断しないほうが望ましいとの回答が多いことが確認された。	・720以上での設定ができること ・特段の事情がなければ、有効走査線数1080以上での提供を行うこと ・ABR機能を実装すること	
		走査方式	順次			順次	
		フレーム周波数	30/1.001Hz			30/1.001Hz	
		画面の横と縦の比	16:9			16：9	
		色域	輝度信号及び色差信号（ITU-R BT.709）			輝度信号及び色差信号（ITU-R BT.709）	
		映像符号化	H.264				符号化方式は指定しない
		IP再放送映像の品質					
	音声フォーマット	最大入力音声チャンネル	5.1ch		・最大入力音声チャンネルについて、ステレオ×２chを実装したところ、実現可能であることが確認された。その他の項目については、仮置きした要件どおりに実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・机上検討において、5.1chについて、実現可能であることが確認された。	・2ch ・5.1chの入力音声も実現できる機能の構築を推奨する	
		サンプリング周波数	48kHz			32kHz以上（基幹放送のフォーマットに準ずる）	
		音声の量子化ビット数	16bit			16bit以上	
		音声符号化	MPEG-2 AAC				符号化方式は指定しない

別表「品質・機能の基本的な枠組み」（３／８）

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
映像・音声	映像・音声・字幕等の同時性	映像と音声のタイミング誤差	１フレーム以内		・映像と音声のタイミング誤差については、オリジンサーバからの送信において、1フレーム以内を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・字幕表示（外字への対応）を実装。高い受容性により実現可能であることが確認された。 ・字幕機能についてはアンケート・ヒアリング調査において、個人的な必要性は低いが、社会的な必要性は高いことが確認された。 ・字幕表示タイミング誤差については、今回の実証事業の利用機種／実行環境において、基本的に問題がないことが確認された。	１フレーム以内	
		字幕表示タイミング誤差	放送用字幕を変換して配信（WebVTT/TTML）	・タイミング精度や外字等の扱いについて検討		・表示切替機能等、字幕を表示する機能 ・放送での字幕の表示タイミングに合わせて、速やかに表示させることが望ましい	
		緊急地震速報（文字スーパーによるもの）	速やかに表示させることが望ましい	・低遅延プッシュ型配信（MTE等）について検討	・アンケート・ヒアリング調査において、緊急地震速報の遅延について、一定の受容性が確認された。 ・机上検討において、低遅延プッシュ型配信技術（MTE等）について、端末の電源OFF時や録画視聴中には受信が不可能であることや利用するプロトコルに制限があること等が確認された。	・速やかに表示させること ・プッシュ通知の技術の実装	
		イベントメッセージの表示タイミング誤差			－		
		時刻指定発火サービスのタイミング誤差					
		受信機の内部時計誤差					
権利保護	著作権保護	コンテンツ保護機能	AES128bit相当の暗号化	・DRM対応等で実装できると想定しているが詳細は未検討	・AES128bit相当の暗号化として、Widevine DRMによる暗号化を実装したところ、実現可能であることが確認された。	AES128bit相当以上の暗号化	
		実効性					
	限定受信システム（CAS）	スクランブル方式			－		

別表「品質・機能の基本的な枠組み」（４／８）

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
権利保護	地域限定性	サービス提供区域	サービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアに同じ	・制御の実装方式と合わせて実現可能な制御の粒度（視聴制御、同時視聴数制御）等について要検討 ・対象世帯が数世帯だけなどNWだけでの制御が難しい場合も想定され、その場合には受信世帯毎のID等での管理も必要と想定 ・全国の放送局共通の仕組みとして詳細検討が必要と想定	・ユーザIDによるアクセス制限を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・机上検討において、複数の手法（ユーザID、IPアドレス、GPS等）のメリット・デメリットについて考察がなされた。	サービス提供区域は、代替する小規模中継局・辺地共聴施設等の放送エリアに同じ	
		意図しない送信の排除			－		
	プライバシー	視聴履歴	特殊な対応なし	・視聴データの活用方法について検討	・アンケート・ヒアリング調査において、個人の視聴データを取得されることに対する不安をインターネットならではの便利な機能への期待が大きく上回る結果となった。 ・具体的な機能としては、個人向けおすすめ番組の情報提供への期待が最も多かった。		視聴データの活用については、視聴者ニーズを踏まえつつ、実装方法の具体化が進められる中で、適切に検討されることが望ましい
利便性	マルチ編成	提供機能	マルチ編成あり		・机上検討において、マルチ編成について、実現可能であることが確認された。	マルチ編成あり	
	データ放送	提供機能		・提供の在り方について検討	・アンケート・ヒアリング調査において、データ放送について、使用しているとの回答が多かったが、なくなっても困らないという回答が多かった。使用目的としては、「気象・災害情報」が圧倒的に多かった。 ・机上検討において、データ放送の実現について、技術的に実現が困難なことが示された。		・技術的に一定程度の実装は可能であるが、現時点で現行の放送と同等のデータ放送機能を実現することは困難と確認された ・制度上の整理など別途検討が必要

別表「品質・機能の基本的な枠組み」（５／８）

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
利便性	電子番組ガイド	提供機能	番組表の提供 番組表からのチャンネル切替え機能	・番組表と録画・ダウンロード番組や見逃し配信番組とのリンク機能について検討	・番組表、番組表からのチャンネル切替え機能、番組表と見逃し配信番組とのリンク機能を実装したところ、簡単な操作で高い受容性により実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、番組表及び番組表からの録画番組とのリンク機能について、ニーズが高いことが確認された。	・番組表の提供 ・番組表からのチャンネル切替え機能	番組表と録画、ダウンロード番組や見逃し配信番組とのリンク機能の提供については、配信の形態に応じて、実装に向けた検討が必要
	エンジニアリング	提供機能			－		
	その他	選択可能チャンネル	対象地域における地デジ放送を前提とする 放送アプリケーションについてはNHK単体（総合、Eテレ）を中心とした検討	・視聴者視点では民放も同時にBB代替されることを勘案する必要（実装の詳細については未検討）	・NHK・民放独自編成の2chを実装したところ、実現可能であることが確認された。	対象地域における地デジ放送を前提とする	
		同時視聴及び録画	平均同時視聴可能数：２		・机上検討において、同時視聴可能な最大数は端末の総数やCDN等のコストへの影響を考慮する必要があることが示された。	同時視聴数は１世帯当たり２チャンネル以上または２端末以上とすることが望ましい	
			録画（ストリーミング動画の蓄積）の代替機能として、ファイルダウンロード機能及び見逃し配信機能	・録画（ストリーミング動画の蓄積）の実現可否について検討	・アンケート・ヒアリング調査において、録画についてはニーズが高く、見逃し配信では番組の網羅性や配信期間の点で、充足されないことが確認された。 ・机上検討において、現時点では、STBでの録画は可能だが、ドングルでの録画はストレージの実装等実現が困難であることが確認された。 また、録画の手段として、端末側に番組を保存する端末録画方式と配信PFに放送済番組を保存する見逃し配信方式があることが示された。	録画（ストリーミング動画の蓄積）など、放送後であっても視聴者が放送番組を視聴できる環境が確保されていること	・引き続き課題の整理は必要 ・番組の網羅性や配信期間などの点で、視聴者に録画機能と同等の視聴体験を提供できるのであれば、録画の代替機能として選択可能とする

別表「品質・機能の基本的な枠組み」（６／８）

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
利便性	その他	複数サービス同時提供時の条件			－		
		受信機の使用感	可能な限り、地デジ受信機と同等の操作性		・1種類の標準OSに対応した視聴アプリのスティック型端末（Fire TV Stick）での利用を実装したところ、簡単な操作で高い受容性により実現可能であることが確認された。	インターネットによる動画配信と同等以上の操作性を確保すること	
		チャンネル切替え時間	可能な限り、シームレスなチャンネルの切替えが可能なもの		・同上	可能な限り、シームレスなチャンネルの切替えが可能なもの	
		解説放送	２か国語放送・解説放送あり		・副音声を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、２か国語放送・解説放送について、個人的な必要性は低いが、社会的な必要性は高いことが確認された。	解説放送あり	
		２か国語放送				２か国語放送あり	
確実性	伝送後の品質	サービス品質	QoE/QoSの監視		・一般的な配信システム監視以外に動画配信監視サービス（NPAW）を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・机上検討において、品質把握は、配信PF～端末間のEnd-to-Endを対象として、時間ごとの視聴端末数、パケット損失・リバッファリング、視聴されている映像フォーマット、視聴アプリケーションのエラー等について分析してはどうかとの提案等が示された。	適切な手法で監視されるべき	
		音声品質					
		マルチ編成の品質					
		データ放送の品質					
	安全・信頼性	耐震対策	既存の放送事業、電気通信事業等での基準に準拠	・放送アプリケーションのシステム構成は未検討 ・CDNは未検討	―	既存の基準を踏まえて、一定程度確保されること	安全・信頼性として規定する項目も含め、将来的な制度整備等の可能性を見すえつつ、引き続き要検討
		停電対策					
		サイバーセキュリティ対策			・アンケート・ヒアリング調査において、サイバーセキュリティについて、気になるとの回答が多数であることが確認された。		

別表「品質・機能の基本的な枠組み」（７／８）

担保事項	規定項目	規定内容	2次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
確実性	配信条件	オリジンサーバ	クラウドサービス、CDNサービスの利用を前提とした準拠	・放送アプリケーションにおける詳細のシステム構成等は未検討	・放送コンテンツが放送局内のリアルタイムエンコーダからインターネット経由で配信PF内のオリジンサーバに伝送され、番組表管理システムとリンクの上、CDNを経由して端末に配信されるシステム構成により放送アプリケーションを実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・机上検討により「放送波受信」の構成が実現可能であることが確認された。		
		CDNの利用（利用有無、契約条件、目標とするユーザ視聴体験の設定等）	CDN利用	・CDNサービスの詳細仕様等は未検討		CDN利用を妨げない	
その他	広告差替え			・広告差替えの有無・方法等は未検討	―	実施しない	著作権法上「地域限定特定入力型自動公衆送信」として実施される場合、「同時配信」が前提となる
	フタかぶせ		なし（放送と同内容）		・NHKチャンネルでは「NHKプラス」のフタを、民放独自編成チャンネルでは番組間に請負事業者が作成した独自のフタを挿入した。 ・アンケート・ヒアリング調査において、「番組の一部がフタかぶせで視聴できなければ、その場面により不満が残る」、「フタかぶせは全く受け入れられない」との回答が多いことが確認された。	なし	実装の際は、配信の形態により著作権法上の取り扱いが異なることを踏まえて、適切な権利処理を行う必要がある

別表「品質・機能の基本的な枠組み」（８／８）

Ⅲ　実装にあたっての主な課題・論点への対応

作業チーム１次取りまとめ及び２次取りまとめにおいては、ブロードバンド代替を実装するにあたって想定される課題・論点として、（１）著作権等の権利処理、（２）地域制御の有無、（３）住民理解・受信者対策、（４）ユーザーアクセシビリティの確保、（５）デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上及び（６）放送法との関係等を例示し、その検討の方向性について示してきた。

本項では、これらの課題・論点について、これまでの作業チームにおける議論や、実証事業の結果等を踏まえながら、以下のとおり検討の方向性を整理する。

１．著作権等の権利処理

令和４年度実証事業における調査では、ブロードバンド等による代替を行った場合にフタかぶせが生じうることについて、視聴者の受容性は比較的低いという結果が示された（フタかぶせは「できればないのが望ましい」又は「受け入れられない」との回答が約７割）。放送アプリケーションを通じて、より実際の視聴環境に近い形式で実施した令和５年度実証事業においても同様の調査を行い、フタかぶせが生じうることについて視聴者の受容性は低かった（「不満が残る」又は「受け入れられない」との回答が約８割）ことを踏まえ、本取りまとめ第３章の品質・機能の基本的な枠組みにおいても、フタかぶせは「なし」と記載することとした。

IPユニキャスト方式による放送の代替を実施しようとする場合に、このような品質・機能を達成するためには、著作権等の円滑な権利処理が重要となる。この観点から、作業チームでは、「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」と連携して、より専門的な視点から検討、論点の整理等を実施することとした。同ワーキンググループにおいては、総務省と文化庁との間で整理された「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」が提示され、IPユニキャスト方式による代替に係る代表的な２つの構成例について、

- 一般的な放送コンテンツのネット配信に近い形態で行われる配信は、現行の著作権法に照らすと著作権法上「放送同時配信等」に該当すると考えられる
- 放送波を受信して同時に、配信用データを生成し、再送信する形態で行われる配信は、BB代替の地域を放送対象地域内に限定した形であれば、著作権法上「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

との解釈が提示されたほか、構成員からは「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ことが期待できる」といった見解が示された。

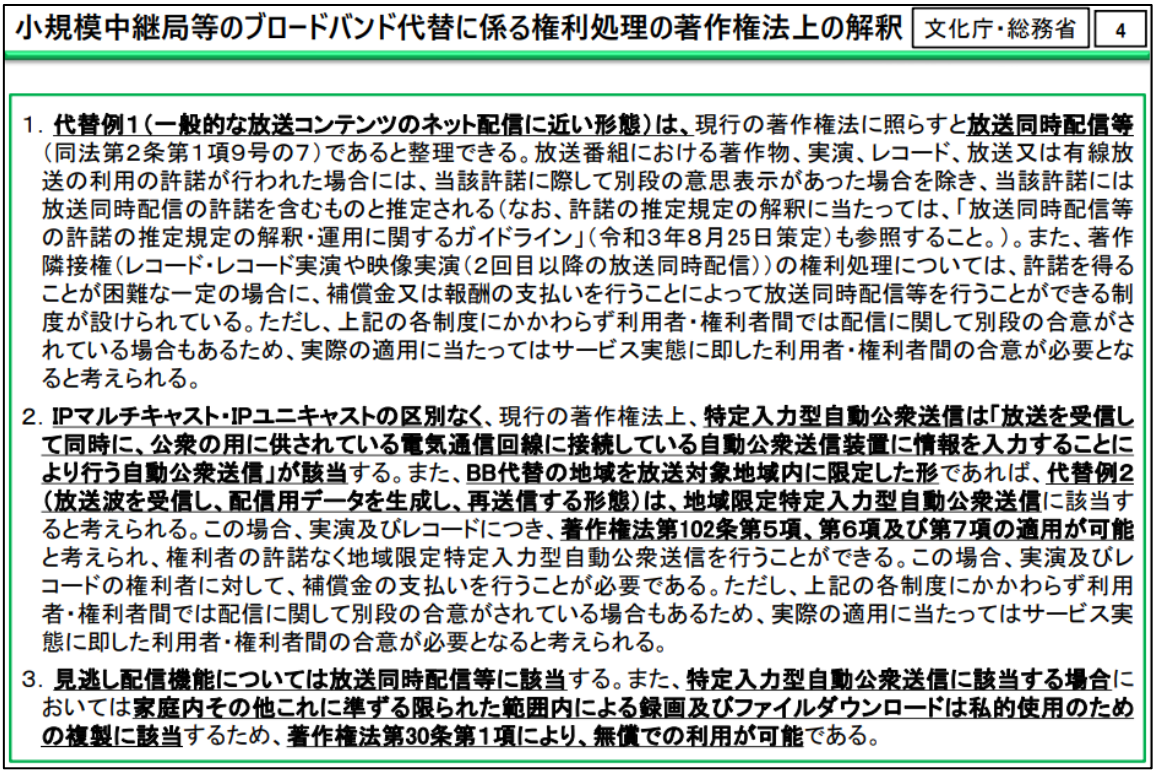


図３：BB代替に係る権利処理の著作権法上の解釈

同ワーキンググループにおける議論により、IPユニキャスト方式による放送の代替を実施した場合における著作権法上の取扱いが整理され、とりわけ「地域限定特定入力型自動公衆送信」に該当する形態で行われる配信では、現行の著作権法における権利処理が円滑に進む可能性が示された。これにより、IPユニキャスト方式による放送の代替の円滑な実施に向けて、一定の方向性が得られたものと考えられる。

他方、著作権等の権利処理については、配信するコンテンツの内容や形態等により、その対応方法が変わりうるものとも考えられる。IPユニキャスト配信による放送の代替を実施しようとする放送事業者等においては、作業チーム及び同ワーキンググループの議論を参考にしつつ、その配信の内容や形態等を踏まえ、適切な権利処理を行う必要がある。

なお、作業チームでは、同ワーキンググループからの報告を受けて、「地域限定特定入力型自動公衆送信」に該当する形態で行われる配信についても検討を行い、本取りまとめ第３章Ⅱの品質・機能の基本的枠組み等に反映している。

２．地域制御の有無（手段）

今般の実証事業においては、地域制御を行うために地域限定性を確保する手段としてユーザIDを用いたが、その運用等にあたって特段の問題は生じていない。

また、実証事業と同時に実施した机上検討において、地域限定性を確保しうるその他の手段として、IPアドレス、GPS等についても検討を行った。これらについては、いずれの手段にもメリット・デメリットが存在し、特定の手段が他の手段と比較して優位であるとの結論には至らなかった。なお、作業チームにおける議論では、構成員より、「特定の手段によらず、視聴端末に応じて各手段の組み合わせが重要」、「地域の人たちの利便性を第一に考えた、なるべく簡便な方法を取ることが望ましい」といった意見が示された。

IPユニキャスト配信による放送の代替を実施しようとする放送事業者等においては、実証

事業等の結果や作業チームの議論も参考にしつつ、配信の内容や形態等を踏まえた地域制御の手段を選択することが適当であると考えられる。

３．住民理解・受信者対策

住民理解・受信者対策について、令和４年度実証事業では既存のネット同時配信等サービスを活用した調査であったことや、被験者の数や調査対象地域の数に限りがあったことから、一定の検証に留まった。今回、令和５年度実証事業では、前年度の実証事業と比較して被験者数も調査対象地域も増やしたことに加え、IPユニキャスト方式については、試作した放送アプリケーションを通じて体験した被験者を対象として実施することで、より実際の視聴環境に近い形式における評価を実現した。

令和５年度実証事業において、総合的な受容性評価として実施した「もし放送の代わりにインターネット経由で番組を視聴するとなった場合に受け入れられそうですか。」との質問に対しては、ミニサテライト局エリア及び小規模中継局エリアの全体で約６割の被験者が「受け入れられる」と回答し、「受け入れられない(20%)」及び「どちらとも言えない(21%)」の回答を大きく上回った。また、インターネット経由での番組の視聴を受容できる費用水準について、「もしこの金額を超過するなら、テレビを見るのをやめる、テレビ番組を一切視聴しないという金額を教えてください』との質問を行ったところ、比較的分散する結果となったものの、フィールド調査の調査Ａ（被験者世帯で視聴した被験者への調査）では被験者の約７割、調査Ｂ（ホテル内会議室等の集合会場で視聴した被験者への調査）のうち、自宅で固定ブロードバンドを利用している被験者の７割以上、利用していない被験者の約８割が、「月額1,000円程度」以上の金額を選択した。また、住民理解を得ていくプロセスとして、地上波からインターネット経由への切替えに係る案内は、「国」からだと安心とする回答が多数となったほか、「国以外の行政機関」「放送事業者」との回答も多く示された。また、辺地共聴施設エリアにおいては、対面での説明会を必要とする回答が多数を占め、説明会などの機会を適切に用意することの重要性がうかがえた。

今回の実証事業を通じて、住民理解・受信者対策を進めるために、視聴者の動向や、対応の在り方等について一定程度方向性を示すことができたものと考えられる。他方、住民理解や受信者対策にあたっては、地域により環境が必然的に異なり、それぞれの事情も踏まえながら進めていく必要がある。ブロードバンド等による放送の代替を実施しようとする放送事業者等においては、今回の実証事業の結果等を参考にしつつ、放送の代替を実施しようとする地域の環境や事情等を踏まえ、総務省等の行政機関とも協力しながら住民理解等を得られるようにしていく必要がある。

４．ユーザーアクセシビリティの確保

ブロードバンド等による配信について、操作性の観点からは、これまでの作業チームでチャンネル切替えの操作感などが議論、検討されており、２次取りまとめの「仮置きした品質・機能要件」では「可能な限り、シームレスなチャンネルの切替えが可能なもの」としてきた。令和５年度実証事業では、この品質・機能をベースに試作した放送アプリケーションを実際に体験した視聴者にアンケート調査等を実施した結果、チャンネルの切替え操作や番組表からの操作などの点においては高い受容性が確認されていることから、仮置きした要件を「品質・機能の基本的枠組み」として維持することとしている。

また、副音声（解説放送・２か国語放送）や字幕については、令和４年度実証事業の調査において、被験者自身が利用するかについては意見が分散したものの、サービス機能としては重要との意見が多かったことから、２次取りまとめの「仮置きした品質・機能要件」ではいずれも配信することを前提に、更なる検討を行うこととしてきた。令和５年度実証事業では、この品質・機能により試作した放送アプリケーションを、実際に体験した視聴者にアンケート調査等を実施した結果、改めて公共性の観点からの必要性が確認されたことから、本取りまとめにおける、品質・機能の基本的な枠組みとして、仮置きした要件を維持することとしている。

放送事業者等においては、実際にブロードバンド等による放送の代替を実施しようとするにあたって、引き続きユーザーアクセシビリティの向上に向けて検討を行うことが重要である。

５．デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上

デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上について、これまで作業チームでは、主に録画（ストリーミング動画の蓄積）やデータ放送、電子番組ガイド（番組表）などによるサービス向上に関して検討を行ってきた。令和４年度実証事業においては、いずれも被験者のニーズが比較的高く、２次取りまとめでは、実現に向けた検討を進めるべきとしてきた。

令和５年度実証事業においては、特に録画についての視聴者ニーズが高く、見逃し配信等では、番組の網羅性や配信期間の点で、必ずしも充足されないことが確認された。また、机上検討において録画（ストリーミング動画の蓄積）が技術的に実現可能であることが確認されている。これらを踏まえ、「品質・機能の基本的な枠組み」については、視聴者の受容性の観点からは、放送後であっても視聴者が放送番組を視聴できる環境が確保されることが適当であるとしたが、一方で、権利処理を含む課題の整理が必要である旨の留意事項を付記している。

データ放送に対する評価は分散したもの、ニーズは比較的高く、特に気象・災害情報等を利用しているという回答が多かった。ただし、今回の実証事業と同時に実施した机上検討では、データ放送を IP ユニキャスト配信と同時に配信することについて、現時点では技術的に困難と判明しており、代替的な方法で情報を提供する手段等についても検討が必要である。

また、PC・スマホ等による視聴については、実装が可能であり、視聴者ニーズが高いことが確認されており、付加的な手段として視聴環境の構築について検討されることが望ましいと考えられる。

今後もさまざまなデジタル技術の発展が見込まれる中、関係者間においては、本取りまとめや作業チームの議論も参考に、視聴者の受容性も考慮しつつ、デジタル技術の特性を活かしたサービス向上について検討していくことが適切である。

６．放送法との関係等（制度面での検討）

IP ユニキャスト方式による放送の代替が、放送法の趣旨に照らして適正なものとして実施されるためには、技術的観点のみならず、親会等において議論された制度的な観点等を踏まえた検討が必要と考えられる。例えば、作業チームにおける検討を通じて、現行の放送で実装されている品質・機能の一部は、IP ユニキャスト方式による代替において技術的に実現困難であることが確認されており、このような技術的な制約を考慮した代替のあり

方等についても、今後、総務省において関係者等とともに検討されるべき課題の一つと考えられる。

第4章　ブロードバンド等代替（IPユニキャスト方式）に関する実現可能性の検討

作業チームでは、議論の開始以降、ブロードバンド等代替、とりわけ、IPユニキャスト方式を用いた代替が、実際に放送の代替として実現可能性があるかどうかについて、検討を続けてきたところである。これまでの作業チームにおける議論や、それらを基とした２度の取りまとめにおいては、この代替の可能性を検討するにあたり、制度面や技術面、実装にあたって想定される課題など、さまざまな論点が示されてきた。

本取りまとめでは、残存する課題・論点について、２次取りまとめ以降の作業チームでの議論及び実証事業の結果等を踏まえ、一定の方向性が得られたことから、ブロードバンド代替（IPユニキャスト方式）に関する実現可能性について、「視聴者における受容性」、「技術的な裏付け」及び「費用とのバランス」の観点から、結論を得るものである。

Ⅰ　実現可能性の検討

１．視聴者における受容性

本取りまとめで示した品質・機能の基本的な枠組みは、令和５年度実証事業の結果を踏まえて作成したものである。この実証事業では、２次取りまとめにおいて示した「仮置きした品質・機能要件」に関し、

- 実証事業実施の観点から実現可能であった品質・機能をベースに放送アプリケーション（代替PF）を構築し、実際に放送コンテンツを配信
- 実証事業において含まれていない品質・機能についても、その品質・機能の内容を詳細に提示

した上で、被験者に対してアンケート調査やヒアリング調査を行ったものである。これにより、IPユニキャスト方式による代替に関する総合的な受容性のみならず、IPユニキャスト方式の品質・機能を構成するさまざまな要素ごとに、視聴者の受容性や評価等を確認した（第２章参照）。本取りまとめにおけるIPユニキャスト方式の品質・機能の基本的枠組みは、この実証事業の結果等を踏まえて整理したものであり、視聴者において一定の受容性があるものと考えられる。

２．技術的な裏付け

上記「視聴者における受容性」と同様、令和５年度実証事業においては、２次取りまとめにおいて示した「仮置きした品質・機能要件」をベースとして放送アプリケーションを構築して実施しており、技術的にも十分実現可能であることが判明した。

また、実証事業において、放送アプリケーション構築にあたり導入されていなかった品質・機能については、実証事業内で別途机上検討などを行い、その多くが技術的に実現できる可

能性が高いことを確認した[19]。

３．費用とのバランス

費用とのバランスに関しては、２次取りまとめにおける費用構造分析等を踏まえ、視聴者の受容性と実現に必要となるコストと機能を外形的に考慮した「品質・機能等の基本的枠組み」を整理した。これにより、既存の中継設備よりも費用の抑制が可能となるようなIPユニキャスト方式による代替を含め、他のブロードバンド等の方式と比較しながら、代替を検討することが可能になったものと考えられる。

Ⅱ　結論

このように、これまでの議論や実証事業等を踏まえて整理されたIPユニキャスト配信の品質・機能は、一般の視聴者において一定の受容性があり、また、技術的な仕組み等の面でも実現可能と認められるものと考えられる。したがって、放送事業者等が、品質・機能の基本的枠組みを踏まえてIPユニキャスト方式によりコンテンツ配信を行うことは、放送の代替手段となり得るものと考えられる。

ただし、現時点のIPユニキャスト方式による代替には技術的制約など、現行の放送とは異なる点があることを踏まえ、関係者間において、視聴者の受容性を考慮しつつ引き続き技術的検討を進めることが適当である。今後の制度整備や運用に向けては、制度面における課題についても、作業チームにおける議論や親会における議論の結果を踏まえて、総務省が関係者等とともに検討し、課題解決に向けた取り組みを進めるべきと考えられる。

また、放送事業者等は、BB等代替を検討するにあたっては、これまで作業チームで行われた議論や実証事業の結果等を参考にしつつ、各地域の中継局共同利用推進協議会等において、代替を行おうとする地域の環境を考慮した費用算定を行い、既存設備の維持・更新費用と比較検証した上で、住民理解を得られるように、対象中継局及び代替手法の選定など検討していくことが求められる[20]。

作業チームでは、これまで２年以上にわたりIPユニキャスト方式による放送の代替の実現可能性について議論や検討を続け、本取りまとめにおいては、上記のとおり一定の結論が得られた。しかし、IPユニキャスト方式による代替を実装するにあたっては、住民理解の促進、制度整備、一部の品質・機能の実現等に関して、整理・検討すべき課題が残されているもの

---

[19] 本取りまとめで示した品質・機能の基本的な枠組みは、技術面における検討も踏まえて整理を行ったものである。

[20] なお、辺地共聴施設に関しては、総務省において、共聴組合の理解を得つつケーブルテレビに代替するにあたっての基本的な考え方、協議の進め方、支援方策及び留意事項等を示す「辺地共聴施設のケーブルテレビへの代替に向けたマニュアル」を取りまとめている。２次取りまとめにおいては、「標準的手順」について、辺地共聴施設のケーブルテレビ切替えに係る実証事業の実施・検討が参考になる旨指摘していたところ、本マニュアルは、代替の検討にあたり留意すべき事項や、住民理解・受信者対策における検討事項などを取りまとめており、放送事業者等においてブロードバンド代替を検討する際にも参考になるものと考えられる。
総務省 HP、ケーブルテレビ政策ポータルサイト
（https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/housou_suishin/catv_portal.html）

と考えられる。放送事業者、通信事業者、ベンダー、総務省等の関係者間において、IPユニキャスト方式に係る残存課題に引き続き共同で取り組んで行くことを期待する。

付録

１．　開催要綱　・・・付録－ 2

２．　開催状況　・・・付録－ 6

１．開催要綱

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
「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」
開催要綱（改訂版）

１　背景・目的

本作業チームは、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（以下「検討会」という。）の下で開催される会合として、小規模中継局等のブロードバンド等（ケーブルテレビ、光ファイバ等）による代替可能性について検討することを目的とする。

２　名称

本作業チームは「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」と称する。

３　検討項目

（１）小規模中継局等のカバーエリアにおける代替手段の利用可能性
（２）代替手段としてのブロードバンド等に求められる機能・品質要件
（３）その他

４　構成及び運営

（１）作業チームの主査は、検討会座長が指名する。作業チームの構成員は、主査が指名する。
（２）主査は、必要があると認めるときは、主査代理を指名することができる。
（３）主査代理は主査を補佐し、主査不在のときは主査に代わって作業チームを招集する。
（４）主査は、必要に応じ、構成員以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
（５）その他、作業チームの運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

５　議事の取扱い

（１）作業チームの会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。
（２）作業チームの会議で使用した資料及び議事要旨については、原則として公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。

６　その他

作業チームの庶務は、情報流通行政局放送政策課が、同局情報通信作品振興課、放送技術課、地上放送課及び衛星・地域放送課地域放送推進室の協力を得て行うものとする。

別紙

「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」構成員名簿

（敬称略・主査を除き五十音順、令和６年６月 14 日現在）

＜構成員＞

（主査）	伊東　晋（いとう　すすむ）	東京理科大学　名誉教授
	石塚　功（いしづか　いさお）	日本テレビ放送網株式会社　技術統括局長
	市川芳治（いちかわ　よしはる）	日本放送協会　経営企画局専任局長
	伊藤寿浩（いとう　としひろ）	日本放送協会　技術局長
	大矢晃之（おおや　てるゆき）	ソフトバンク株式会社　執行役員　テクノロジーユニット統括　モバイル＆ネットワーク本部　本部長
	小川栄治（おがわ　えいじ）	株式会社フジテレビジョン　技術局長
	落合孝文（おちあい　たかふみ）	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業　プロトタイプ政策研究所所長・シニアパートナー弁護士
	京屋知行（きょうや　ともゆき）	株式会社TBSテレビ　メディアテクノロジー局長
	クロサカ　タツヤ	株式会社企　代表取締役
	齋藤　一（さいとう　はじめ）	株式会社テレビ東京　技術局長
	高木武彦（たかぎ　たけひこ）	株式会社テレビ朝日　技術局長
	髙田　仁（たかた　ひとし）	一般社団法人日本民間放送連盟　企画部長
	髙田光浩（たかだ　みつひろ）	一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟　副理事長
	滝川大介（たきがわ　だいすけ）	東日本電信電話株式会社　ビジネス開発本部　クラウド＆ ネットワークビジネス部　部長
	平林義和（ひらばやし　よしかず）	西日本電信電話株式会社　バリューデザイン部 コミュニケーション基盤部門 NWサービス担当　担当部長

丸田　徹（まるた　とおる）	ＫＤＤＩ株式会社　執行役員　技術企画本部　副本部長
三友仁志（みとも　ひとし）	早稲田大学大学院アジア太平洋研究科　教授
森川博之（もりかわ　ひろゆき）	東京大学大学院工学系研究科　教授

＜オブザーバ＞

岡村憲優（おかむら　のりまさ）	一般社団法人電子情報技術産業協会 テレビネットワーク事業委員会 前委員長
長田三紀（ながた　みき）	情報通信消費者ネットワーク
林　秀弥（はやし　しゅうや）	名古屋大学大学院法学研究科　教授

２．開催状況

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
「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」
開催状況（第15回以降）

〇第15回（令和５年11月２日（木）17:00～）

⑴ 作業チームの今後の進め方について

⑵ 令和５年度実証事業の実施計画案について

⑶ 意見交換

〇第16回（令和５年12月20日（水）17:00～）

⑴ 実証事業の一部調査結果の速報

⑵ 今後の実証事業の予定

⑶ 他WGとの連携について

〇第17回（令和６年１月29日（月）17:00～）

⑴ 実証事業の一部調査結果の速報

⑵ 今後の実証事業の予定

〇第18回（令和６年２月22日（木）17:00～）

⑴ 実証事業の一部調査結果の速報

⑵ 今後の実証事業の予定

〇第19回（令和６年３月28日（木）13:00～）

⑴ 実証事業報告

⑵ 「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」からの報告

⑶ 意見交換

〇第20回（令和６年５月22日（水）17:00～）

⑴ 中間整理（案）について

⑵ 実証事業の結果を踏まえた技術的検討について

⑶ R6年度のBB代替「小規模中継局におけるケーブルテレビ代替等による技術的検証等」について

⑷ 意見交換

〇第21回（令和６年７月18日（木）17:00～）

(1) 実証事業の結果を踏まえた技術的検討について

(2) 品質・機能要件について

〇第22回（令和６年８月７日（水）17:00～）

(1) 共聴マニュアルについて

(2) ３次取りまとめ骨子案について

〇第23回（令和６年９月４日（水）17:00～）

(1) ３次取りまとめ案について

(2) 意見交換

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

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 ３次取りまとめ（案）の概要

令和６年12月10日

3次取りまとめの構成案

0. はじめに

・作業チームにおける検討の概要（背景・趣旨・目的）

1. 本取りまとめにおいて検討した課題・論点

・ブロードバンド等代替（IPユニキャスト方式）に関する実現可能性の検討
・品質・機能に関する課題・論点（2次取りまとめ時点）
・実装にあたっての課題・論点（2次取りまとめ時点）

2. IPユニキャスト方式の代替プラットフォームにおける受容性等の検証（令和5年度実証事業）

Ⅰ フィールド調査
・総合的な受容性評価
・要素別分析
Ⅱ 机上検討
Ⅲ ブロードバンド等代替に関する基礎的調査

3. IPユニキャスト方式による放送の代替に関する品質・機能等の基本的な枠組み

Ⅰ 作業チームにおける「品質・機能」の位置づけ
Ⅱ 品質・機能の基本的な枠組み
1. 対応デバイス（テレビ、PC、スマホ）
2. 確実性（伝送フォーマット、ネットワーク条件、伝送遅延、伝送後の品質、安全・信頼性、配信条件）
3. 映像・音声（映像フォーマット、音声フォーマット、映像・音声・字幕等の同時性）
4. 権利保護（著作権保護、地域限定性、プライバシー）
5. 利便性（マルチ編成、データ放送、電子番組ガイド、録画、その他）
6. その他（広告差替え、フタかぶせ）
7. 「品質・機能の基本的な枠組み」まとめ

Ⅲ 実装にあたっての主な課題・論点への対応
1. 著作権等の権利処理
2. 地域制御の有無（手段）
3. 住民理解、受信者対策
4. ユーザーアクセシビリティの確保
5. デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上
6. 放送法との関係等（制度面での検討）

4. ブロードバンド等代替（IPユニキャスト方式）に関する実現可能性の検討

Ⅰ 実現可能性の検討
1. 視聴者における受容性
2. 技術的な裏付け
3. 費用とのバランス
Ⅱ 結論

3次取りまとめの全体像（案）

○　本作業チームでは、これまでの2度の取りまとめを踏まえ、令和5年度実証事業や作業チームにおける議論を通じて、残された課題・論点等への対応について更なる検討を進めてきた。

○　実証事業では、試作した放送アプリケーションを利用し、主に受容性・技術面の観点から、ブロードバンド代替（IPユニキャスト方式）として妥当性のある品質・機能の基本的な枠組みについて検討を行った。

本取りまとめにおいて検討した課題・論点 【第1章】

総合的受容性を確認（約9割が代替を受け入れられると回答）

IPユニキャストの品質・機能要件の見直し
- PC・スマホなどでの視聴可能性の検討
- ABR機能を採用
- 映像・音声に低遅延配信技術について検討
- 録画（ストリーミング動画の蓄積）の実現可否について検討

残存する論点
- 著作権等の権利処理
- ユーザアクセシビリティの確保
- 地域制御の有無
- デジタル技術の特性を活かしたサービス向上
- 住民理解・受信者対策
- 放送法との関連性

更なる検証

IPユニキャスト方式の代替プラットフォームにおける受容性等の検証（令和５年度実証事業）【第２章】

実証事業
- 検証地域の選定
- フィールド調査

代替PFによる検証

CATVインフラによる検証

アンケート調査・ヒアリング調査

調査結果の分析・評価

IPユニキャスト方式による放送の代替に関する品質・機能等の基本的な枠組み 【第3章】

ブロードバンド等代替（IPユニキャスト方式）に関する実現可能性の検討 【第4章】

第１章　本取りまとめにおいて検討した課題・論点

ブロードバンド等代替（IPユニキャスト方式）に関する実現可能性の検討

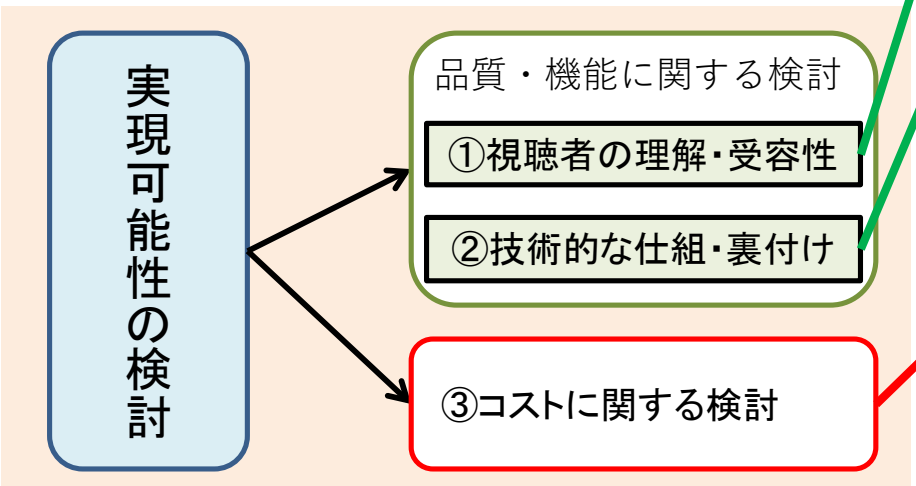
- ブロードバンド等による代替の選択肢となりうるネットワークのうち、CATVネットワーク、ブロードバンドネットワーク（RF方式、IPマルチキャスト方式）は既存サービスがあり、その提供範囲・準拠する品質・機能要件の参照により代替可能性を検討可能。
- 一方、IPユニキャスト方式は既存サービスがないことから、本作業チームにおいて、IPユニキャスト方式による代替の実現可能性、導入する場合の品質・機能等の検討を実施。

実現可能性の検討に関する指摘（１次取りまとめより）

○ （実現（利用）可能性の検討・判断にあたり、CATV等と異なり）IPユニキャスト方式の導入・維持に係るコストや品質・機能が明らかでない

○ IPユニキャスト方式を放送の代替とする場合の品質・機能については、受信者の理解、技術的仕組みや制約等を考慮しつつ、慎重な議論が必要

⇒ 上記指摘を踏まえ、IPユニキャスト方式による放送の代替の実現可能性については、以下の要素に分類した上で検討



２次取りまとめにおける検討状況

①視聴者における受容性

○ 既存のネット同時配信等サービスを活用した実証事業を実施。視聴者に一定の受容性があること等を確認

○ ただし実環境とは異なるものであるため、実際の代替に近い形式で、受容性を検証をすることが必要

②技術的な裏付け

○ 放送アプリケーションに関する基礎的調査は実施

○ 「仮置きした品質・機能」をベースに実際の代替に近い形式で、技術的な検証をすることが必要

○ 著作権等の権利処理等、実装にあたっての課題についても、具体的な検討が必要

⇒ 今般の実証事業等において、主に上記①②に関し放送AP（代替PF）を実装して検証、実現可能性を検討

③費用とのバランス

○ 費用構造の分析等を行い、通信に関する費用、放送APに関する費用も含めて、ブロードバンド代替に必要な費用を算定するためのコスト試算モデルを取りまとめ

（⇒ 今回、新たな検討は行わなかったが、２次取りまとめの検討を踏まえて品質・機能の整理を行う）

品質・機能に関する課題・論点（２次取りまとめ時点）

【出典】第14回BB等代替作業チーム資料14-2

実証事業の実施を通じて抽出された検討課題と検討の方向性
（ミニサテライト局エリア・小規模中継局エリア）

35

	項目	課題	検討の方向性
フィールド調査における未検討・未到達課題	社会的な必要性	• 障害者などを含む社会的な評価が十分でない	社会的な必要性についても調査し、機能の在り方を考慮する
	インターネットを利用していない被験者	• サンプル数が少なく、評価しきれていない	集合検証を行うなどして、ネット未契約者も被験者に加える
	ITリテラシーとの関係	• インターネットを利用しない世帯の調査が不十分 • インターネット、スマホやPCの利用度でのみ評価している	インターネットリテラシーについても調査し、受容性との相関や求められる機能を明確にする
	複数端末利用における評価	• 各世帯1台のテレビでしか評価していない	複数端末同時視聴環境下での受容性を評価する
	テレビの利用実態との関係	• 個人でテレビの重要度は異なるが同列として評価している • 視聴時間やよく見る番組別等の視聴者属性別の評価が不十分	日常生活におけるテレビの重要度を調査し、視聴時間やよく見る番組といった視聴属性に合わせた受容性を評価する
	自宅以外での視聴	• 車での視聴やオフィスでの視聴など、自宅以外の利用について未検討	自宅以外でテレビがどの程度視聴されているのかを調査の上で検討を行う
映像等関連要素に関する課題	画質に関する正確な評価	• 実証の視聴中にABRがほぼ発生せず、イメージのみの回答に留まっている • 特にスポーツなど動きのあるコンテンツでは、より高画質（例えば、「6Mbps　1920×1080」相当）での同時配信の評価が必要	検証用の放送アプリケーションを実装し、ネット同時配信視聴により受容性を評価をする
	視聴コンテンツ別の評価	• スポーツなど動きのあるコンテンツでのサンプル数が少ない	検証用の放送アプリケーションを実装した上で、視聴コンテンツの種類を増やし、特にスポーツ番組視聴における受容性を評価する
	ながら視聴	• SNSやチャットなどの「ながら視聴」を想定した遅延評価を考慮していない（特に若い世代向け）	アンケートやヒアリングにてSNSやチャットを用いた「ながら視聴」における遅延等の受容性を評価する
その他要素に関する課題	住民への代替の周知方法	• 誰からどのようにあるべきか、具体的な評価が不十分	サンプル数を増やし、アンケートとヒアリングにより、住民周知の在り方と具体的な周知方法について検討を行う
	代替対象世帯の特定方法	• 中継局を代替する場合に、当該中継局の電波を受信している世帯を完全に特定することは難しい	可能な限り事前に特定することに努めるとともに、代替後においても速やかな対応が取れるよう準備を進める
	災害時/緊急時のテレビ視聴ニーズ	• テレビが使えない場合の代替手段をどうすべきか	緊急情報取得手段を検討・整理する
	（IPユニキャスト） システムの所有と運用主体	• 代替プラットフォーム、放送アプリケーションの所有者及び運用主体をどうするか	プラットフォームや放送アプリケーションの所有者・運用主体について検討を行う
	地域別、ローカル局における代替	• 地域やローカル局におけるニーズを把握できていない	地域やローカル局の実態の調査を実施するとともに、事業者ヒアリング等による要望を整理する
	導入後サポートの在り方	• 誰がどのようにサポートするべきか未検討	視聴者側の求めるサポートを調査するとともに、事業者による実現可能性（コスト面含む）について検証を行う
	代替手段のデリバリ	• 代替手段の具体的な実装方法が未検討 • 視聴者への放送アプリケーションの配布方法が未検討	放送アプリケーションの合理的な実装方法、視聴者への配布方法について検討を行う

実装にあたっての課題・論点（２次取りまとめ時点）

【出典】第14回BB等代替作業チーム資料14-2

１次取りまとめで例示された課題に係る検討状況と今後の検討の方向性

（1）著作権等の権利処理

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、著作権法の改正によってもなお解決していない課題があるか検討すべき。

【検討状況】
○「フタかぶせ」は「できれば無いのが望ましい」又は「受け入れられない」との回答が約7割と多かった。
【今後の検討の方向性】
○権利処理に係る課題と対策について更に検討。

（2）地域制御の有無

・ 放送コンテンツが他の地域でも視聴できることについて、どう考えるか議論すべき。
・ 仮に地域制御（対象エリアや対象者の制限）を行う場合、どのような仕組みで確保されるか検討すべき。
・ 「区域外受信」について、何らかの課題があるか検討すべき。

【検討状況】
○「品質・機能要件」において、「サービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアに同じ」とした。
【今後の検討の方向性】
○IPアドレス、GPS、ユーザーID等、複数の制御手段について、メリット・デメリットを含めて検討。

（3）住民理解・受信者対策

・ ブロードバンド等の利用に係る経済的負担や放送との品質・機能の違いに関する住民視点での受容性をどう確認するか検討すべき。
・ 大規模改修が生じうる集合住宅の居住者や生活困窮世帯などを含め、どのようなプロセスによって住民理解を得ていくべきか検討すべき。

【検討状況】
○ブロードバンド代替について約9割が受け入れられるとの回答。
○住民理解を得ていくためのプロセスについて辺地共聴施設エリアにおいて調査。
【今後の検討の方向性】
○具体的に放送アプリケーションを試作し、被験者の数を増やす等し、更に検討。

（4）ユーザーアクセシビリティの確保

・ 操作性、一覧性など、受信端末が利用しやすい環境が確保されるのか検討すべき。
・ 字幕の表示等に支障は生じないか検討すべき。
・ 代替が実現され、更には上記のような機能が実現・確保されるための課題についても検討すべき。

【検討状況】
○操作感が異なっても「難しくない」又は「慣れそうだ」との回答が計約9割。
○副音声及び字幕は、社会的な重要性が指摘。
【今後の検討の方向性】
○具体的に放送アプリケーションを試作し、更に検討。

（5）デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上

・ 放送との品質・機能の違いが想定される中、新たな機能・サービスの提供について、どう考えるか議論すべき。
・ IPユニキャスト方式において視聴データが活用される場合、放送におけるプライバシー保護に関する要件の取扱いをどう考えるか検討すべき。

【検討状況】
○PC・スマホでの視聴、録画、番組表に対する高いニーズを確認。
○視聴データ活用については、セキュリティ不安よりも便利な機能への期待が上回った。
【今後の検討の方向性】
○具体的に放送アプリケーションを試作し、更に検討。

（6）放送法との関連等

・ IPユニキャスト方式について「あまねく受信（努力）義務」との関係をどう考えるか検討すべき。
・ 災害時の情報入手に支障が生じないためにどのような課題があり、どのような対策が必要か検討すべき。
・ 限られた地域・受信者を念頭に置いたIPユニキャスト方式について、NHK受信料をどう考えるか検討すべき。

【検討状況】
○緊急地震速報に対するニーズが非常に高いという結果が得られた。
【今後の検討の方向性】
○緊急地震速報について具体的に検証を行うとともに、その他の課題についても検討。

第２章　IPユニキャスト方式の代替プラットフォームにおける受容性等の検証（令和５年度実証事業）

令和5年度実証事業の概要

【出典】第15回BB等代替作業チーム資料15-1（一部修正）

○ 令和5年度の実証事業は、2次取りまとめを踏まえて放送アプリケーション（IPユニキャストBB代替プラットフォーム）を試作の上、放送コンテンツを配信し、技術的検証、視聴者の受容性の確認等を通じ、**代替可能性の総合的評価**を行う。
○ 実証事業の成果を踏まえ、作業チームにおいてIPユニキャスト方式による代替の品質・機能等について検討し、令和6年夏頃までにIPユニキャスト方式による代替の可否について結論を得る（その後、必要な制度的手当を行う）。

○ IPユニキャスト方式によるブロードバンド代替の可能性等に関する検証

［形態］ ・検証対象地域は、小規模中継局エリア： 2地域、 ミニサテライト局エリア： 2地域、 辺地共聴施設エリア： 2地域。
・放送アプリケーションを通じて放送コンテンツを配信
・被験者は、各検証対象地域の合計で400名程度を予定（世帯別調査及び集合検証の合計。当該地域内で被験者を特定して実施。）

① 検証方法の検討

・検証環境や検証スケジュール
・アンケート・ヒアリング項目　等

② 検証の実施

・IPユニキャストBB代替PFを通じた配信の実施（配信期間：令和6年1～2月の一部期間）、被験者へのアンケート・ヒアリング（受容性等）
・辺地共聴施設のケーブルテレビによる代替の実施（ローカル5Gの活用を含む）、被験者へのアンケート・ヒアリング（代替の周知方法、辺地共聴施設に係る課題、ローカル5Gを活用した場合における視聴の受容性等）　　等

③ BB代替プラットフォームの有効性等の評価

・技術面・運用面等からのBB代替プラットフォームの有効性の評価
・視聴者の受容性評価に基づく品質・機能要件の許容レベル　等

○ IPユニキャスト方式によるブロードバンド代替の可能性に関する総合的な評価等

・IPユニキャスト方式によるブロードバンド代替の品質・機能要件の評価
・今後継続して検討すべき課題を抽出・整理
・辺地共聴施設等のケーブルテレビ代替の円滑な実施に資する取組マニュアルの策定　等

○ ブロードバンド等代替に関する基礎的調査

① 諸外国調査

・3ヵ国を対象に、ブロードバンド等代替に関する制度や導入事例等を調査

② 放送の将来像に関する全国調査

・約9,600名を対象に、ネットアンケート等により、ブロードバンド代替が実施された場合における映像・音声その他機能の必要性等を調査

③ 辺地共聴施設の現状調査

・約8,600施設の自主辺地共聴施設を対象に、施設の現状や課題等を調査

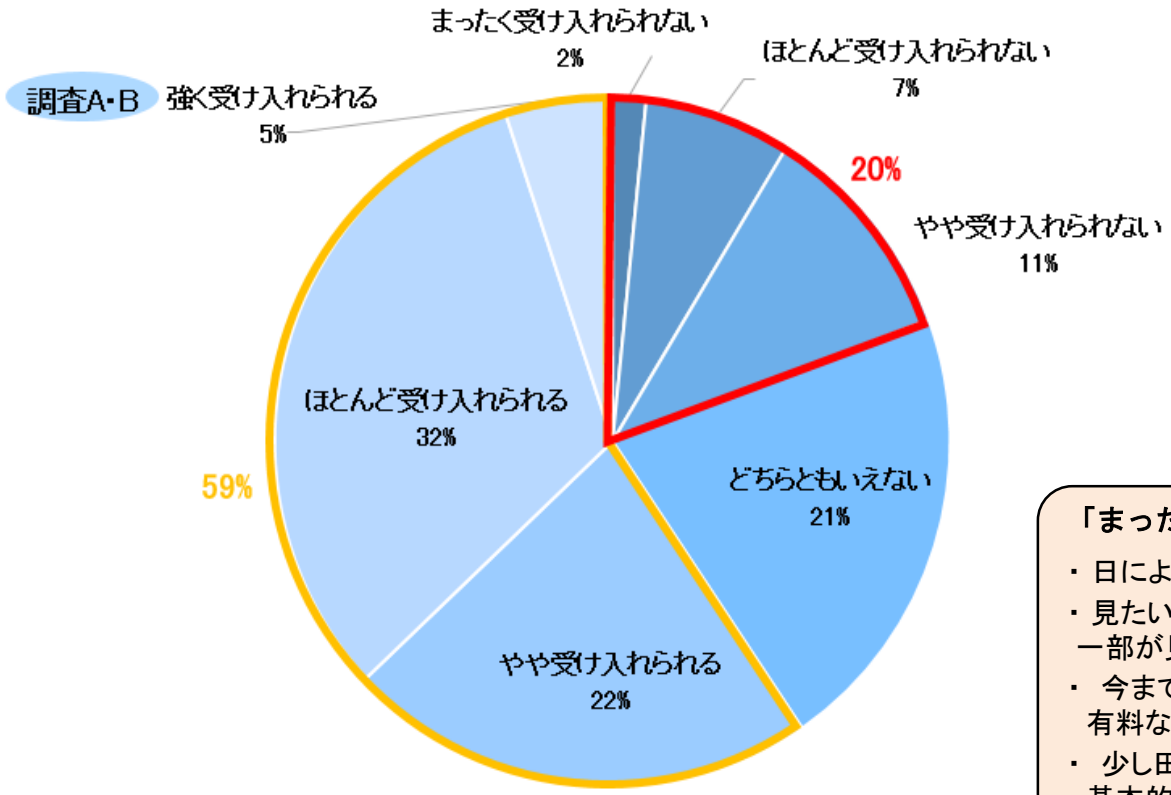
受容性の検討（IPユニキャスト方式の総合的な受容性評価）

○ 実際の放送コンテンツの視聴・操作体験を踏まえた総合評価として、「インターネット経由で番組視聴するとなった場合、受け入れられそうですか」と質問。
○ 「受け入れられない」との回答は全体の約2割であった一方、「受け入れられる」の回答は全体の約6割と前者を大きく上回り、IPユニキャスト方式による代替が視聴者に受容され得ることが確認された。

【出典】第19回BB等代替作業チーム資料19-1-1

ご自宅で、地上波ではなくインターネット経由で番組視聴するとなった場合、受け入れられそうですか

n=311



内訳	A	B	計
まったく受け入れられない	2	3	5
ほとんど受け入れられない	11	11	22
やや受け入れられない	14	19	33
どちらともいえない	20	46	66
やや受け入れられる	36	34	70
ほとんど受け入れられる	58	41	99
強く受け入れられる	8	8	16

※受け入れられる・られないの段階別評価が均等になるように、程度の表現を「やや」「ほとんど」で統一した。
そのため選択肢が不自然な日本語になるものがある。

「まったく受け入れられない」回答者５名の主なコメント

- 日によって画質が変化する。輪郭もボケている。
- 見たい番組が見れない場合があるのは困る。地上波放送番組の一部が見れないっていうのはよくない。
- 今まで地上波無料で見ているのに、さらにインターネットにして有料なんてのは全く受け入れられない。
- 少し田舎だからと言って、地上波を止めてっていうのはそれは基本的に受け入れられない。止めるならば全国一律にすべき。

受容性の検討（IPユニキャスト方式の要素別分析）

○　映像等関連要素、放送機能関連要素及びその他要素の3つに分け、各項目の検証結果を分析。概要は、以下のとおり。

【出典】第19回BB等代替作業チーム資料19-1-1

映像等関連要素	画質	調査Aの地上波との画質比較、スポーツ番組視聴、全期間の画質評価で、地上波との違いを感じないとの回答は4割程度だが、7割以上の被験者が受け入れられると回答。調査Bでは、高画質で受け入れられるとの回答が半数。低画質では受け入れられないとの回答が半数を超える
	アダプティブビットレート（ABR）	ABRは、発生したかわからないとの回答が最も多い。また、調査Aでは5割、調査Bでは3割の被験者が画質の低下を受け入れられると回答。映像と画質の在り方については、画質は低下しても映像は中断しないことを望む回答が半数を超える
	遅延	50秒程度の遅延に気付かなかったとの回答が7割を超え、半数を超える被験者が受け入れられると回答。遅延がない方が良い番組としてはニュース・スポーツ番組との回答が多いが、3割はどの番組でも遅延は問題ないと回答
	音声	音声については、調査A、調査Bともに違いを感じた被験者は少なく、受容性が高い
放送機能関連要素	副音声	6割が代替PFの副音声を受け入れられると回答。7割が公共性のあるサービスとして重要と回答
	字幕	7割が代替PFの字幕を受け入れられると回答。9割弱が公共性のあるサービスとして重要と回答
	緊急地震速報	9割が緊急地震速報は重要だと回答。普段はテレビとスマホで速報を受け取るとの回答が最も多い。5割が緊急地震速報の遅れは3秒以内であれば問題ないと回答
	チャンネル切り替え等	6割弱がチャンネル切り替え操作は簡単だったと回答。受け入れられないとの回答が2割に対して、5割の被験者が受け入れられると回答。チャンネル切り替えのスムーズさについては、普段と変わらないとの回答が4割で最も多い
	番組表	テレビ画面上に番組表を表示する機能は重要との回答が8割と多く、ニーズが高い。番組表から録画する操作についても同様。番組表操作は6割が簡単だったと回答し、6割が受け入れられると回答
	ザッピング	普段テレビ番組はテレビ画面上の番組表から探すとの回答が最も多く、ザッピングで探すとの回答は次に多い。また、ザッピングは重要だとの回答は5割であり、重要性については回答がわかれた
	データ放送	データ放送を使うとの回答は5割強であり、なくなった場合に困る・困らないは回答がわかれたが、利用頻度が高い被験者ほど困ると回答する割合が高い。データ放送を使う目的では、気象・災害情報の取得が最も多く、スポーツやニュース番組で使用するとの回答が多い
	録画	7割強が普段から録画すると回答。見逃し視聴が録画の代替になるのかについては、回答がわかれた。見逃し配信で録画を代替するためには、十分な配信期間とすべての番組の配信が必要だとの回答が多い
その他要素	インターネット速度	普段の自宅のインターネット速度について、気にならないとの回答は6割。調査Aで代替PFを使用した際にインターネット速度が遅くなったかについては、8割が変わらないと回答
	サイバーセキュリティ	調査Aでは2割、調査Bでは7割がセキュリティが気になると回答。高年齢層ほど、サイバーセキュリティへの懸念が強かった
	ソフトのアップデート処理	調査Aでアップデートを実施した被験者の8割が簡単だったと回答。アップデートについては自動であれば受け入れられるとの回答が半数で最も多い
	地域限定性	約6割が、離れた地域の放送番組も視聴したいと回答
	インターネット独自の機能	調査Bでタブレット端末による視聴体験を実施したところ、家の内外でテレビ以外で番組を視聴したいとの回答が多かった。また、個人データ活用の不安よりもインターネットならではの便利な機能を望む回答が多く、具体的な機能としては、おすすめ番組の情報提供を望む回答が最も多い
	フタかぶせ	フタかぶせは全く受け入れられないとの回答が約3割、場面によっては不満が残るとの回答が5割あり、フタかぶせに対する受容性は低かった
	費用負担	テレビを見るのをやめる金額として、固定ブロードバンド利用者は「月額1,000円未満」「月額1,000円程度」との回答が多く、固定ブロードバンド未利用者は「月額6,000円以上でも、視聴を続ける」との回答が2割で最も多かった 月額1,000円以上との回答は、調査A・Bともに6割以上であった

受容性の検討（辺地共聴施設エリアにおける総合的な受容性評価）

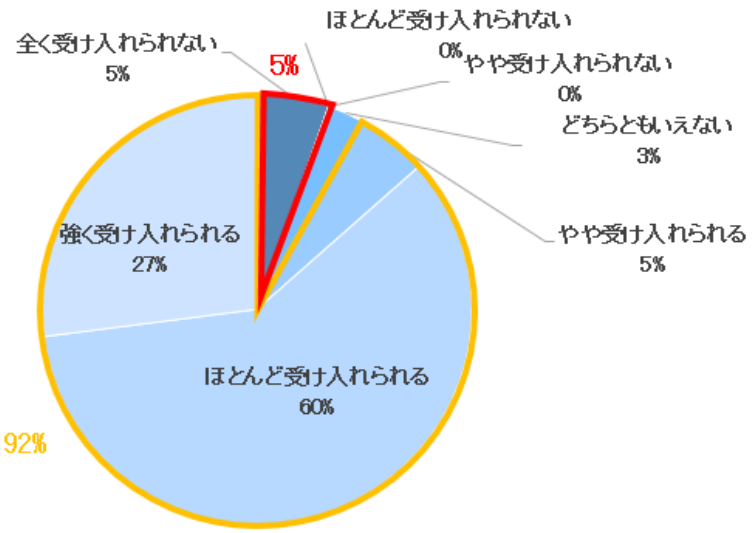
○　実際の視聴・操作体験を踏まえた総合評価として、調査Cでは「放送視聴の方法をケーブルテレビに切り替えましたが、この方法による視聴を受け入れられますか」と質問したところ、「受け入れられる」が多数。
○　同様に、調査Dでは「自宅のテレビ視聴がCATVではなく、ローカル5Gに変わった場合、映像や音声の品質面で受け入れられますか」と質問。「受け入れられない」との回答は１名のみであった。

【出典】第19回BB等代替作業チーム資料19-1-1

調査C

放送視聴の方法をCATVに切り替えましたが、この方法による視聴を受け入れられますか。

n=37



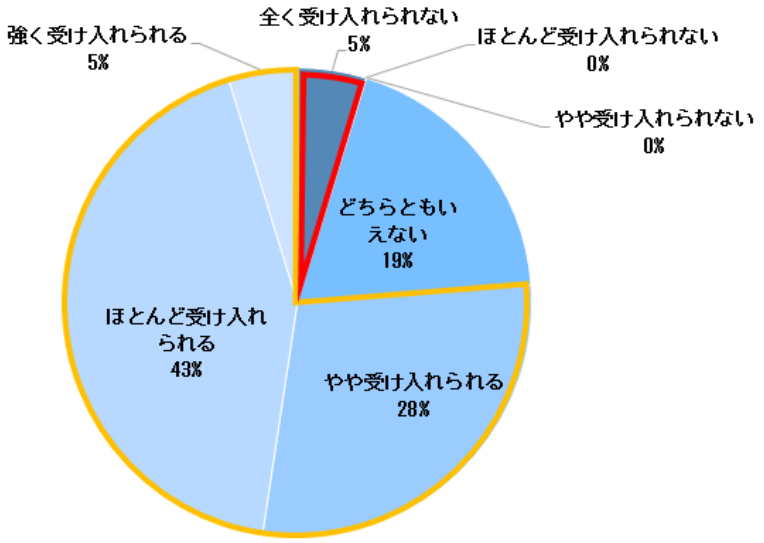
「まったく受け入れられない」回答者２名のコメント

- 気に入らないのがお金がかかるとか、それだけです。
  映像とかだけの話になると全く問題ない。
- お金がかかるんであればもうTV要らないかな。

調査D

ご自宅のテレビ視聴がCATVではなく、今回の技術（ローカル 5G）に変わった場合、
映像や音声の品質面で受け入れられますか

n=21



受容性の検討（辺地共聴施設エリアにおける要素別分析）

【出典】第19回BB等代替作業チーム資料19-1-1

（1）案内文書の在り方	誰から、どのように届くとよいか	• 説明会の参加者の多くが案内文書を読んでいた • 事業者名による回覧による案内文書配布、組合長名と事業者連名の案内文書をポスト投函の2つの異なる方法で案内をしたが、いずれの方法も不安を感じた方は少なかった
（2）案内文書の理解度	案内文書を読んだか、理解できたか、不安を生じたか	• 案内文書が届いた際に不安に感じた方は少なかったが、さらに説明会に参加し不安が払拭したとの回答が多かった • 説明会の出席者の多くは案内文書を読んでおり、理解度は高かったと推測される
（3）説明会の開催日、時間帯、実施場所	辺地共聴施設エリアで説明会を実施する場合、望まれる曜日・時間帯・場所	• 都合の良い曜日は土日・祝日との回答が平日と比べて多いが、「どちらでもよい」という回答も多かった • 参加しやすい時間帯（午前・午後・夜）は、実証地域で回答が分かれた
（4）会場への交通手段	地域の住民はどのような交通手段で参加したか、交通手段のあり方に検討は必要か	• 徒歩や自分が運転する車での参加が多かった ※地域の広さや会場の位置により交通手段は変わると考えられる
（5）説明会への参加理由	説明会への参加理由	• 「詳細を確認したかった」「情報が少ないと思った」「将来のテレビ視聴に不安を感じる」との回答が多かった
（6）説明会の理解度	説明会の内容に対する理解度	• 説明会の内容を理解した回答が多かった
（7）説明会の開催方法	説明会で望まれる開催方法	• 説明会は対面での実施を望む声が多かった
（8）共聴施設及び切替えへの認識	不安や課題の認識、切替えにより良かったこと・不満なこと、工事で気になったこと、費用の考え方	• 住んでいる地域が共聴施設を利用していることや、CATV等に切り替える必要性について、本調査以前より認識しているとの回答が多かった • CATV事業者の認知度は低かったが、説明会を経て理解したとの回答が多かった • 切替に際して工事の不安は「まったくなかった」との回答が多かった • テレビ視聴を止める料金水準について、月額2,000円、5,000円とした回答者が多かった
（9）将来の放送の在り方 ※参考意見	放送機能（番組表、字幕、録画等）の重要性、災害時の情報の入手方法	• テレビの緊急地震速報は利用度・重要性ともに高い • 台風や線状降水帯等の災害時の情報もテレビで入手するとの回答が多かった • データ放送は無くなると困るとの回答が多かった
（10）総合評価	CATVへの切替に対する視聴面、機能面の評価、代替全体に対する評価、CATV事業者に対する期待	• 放送視聴の方法をCATVに切り替えることを、受容できるという回答が多かった • CATVへ切替後に、映像・音声、テレビの機能に違いを感じないとの回答が多かった • ローカル5Gを用いた実証では、映像・音声ともに違いを感じることが少なく、総合的な受容性は高かった • 電波の受信や機器等の費用について、ローカル5Gへのさらなる関心や疑問なども聞かれた

受容性の検討（分析結果まとめ①）

○　代替PFでの放送視聴体験を通じた代替に対する総合的な受容性評価について、受け入れられるが約59%、受け入れられないが20%、どちらともいえないが21%との回答となった。

【出典】第19回BB等代替作業チーム資料19-1-1

総合分析のポイント

- 「自宅でインターネット経由で番組視聴をするとなった場合に受け入れられるか」を尋ねた総合評価において、ミニサテライト局・小規模中継局の全体結果は受け入れられるが約59%、受け入れられないが20%、どちらともいえないが21%との回答となった
- 総合評価を年代別にみると、若年層ほど受容性が高い傾向がみられた
- インターネット経由の番組視聴をするとなった場合に最も重視する点は「地上波と同等の画質」が最も多く、セキュリティや地上波と同等の提供番組、フタかぶせも多かった
- 総合評価を受け入れられないとした回答者の評価の理由は多岐に渡るが、総合的にテレビとの比較劣後を憂慮するものがみられた
- 辺地共聴施設エリアにおけるCATVへの切替え視聴については、多くの被験者が受け入れられると回答した

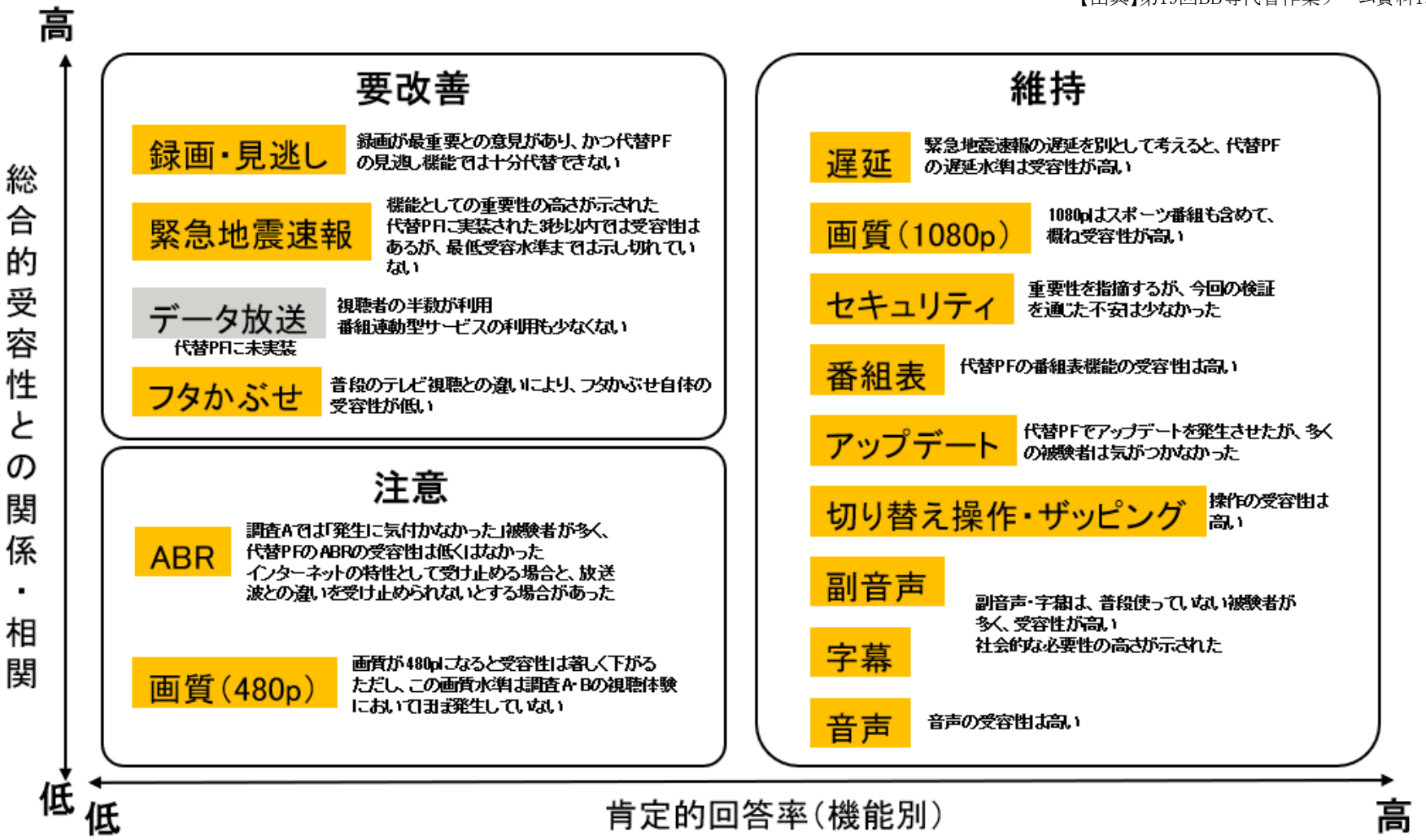
要素別分析のポイント

映像等関連要素	画質 ABR 遅延 音声	• 1080pの視聴で地上波との違いを感じないとの回答は4割程度だが、7割程度の被験者が受け入れられるとした • 遅延は50秒程度あったが、気付かなかったとの回答が7割強。半数強が受け入れられると回答
放送機能関連要素	副音声 字幕 緊急地震速報 チャンネル切り替え等 番組表 ザッピング データ放送 録画	• 副音声、字幕は社会的な必要性の高さが示された • 約5割が、緊急地震速報の遅れは3秒以内であれば問題ないと回答 • データ放送が無くなると困る・困らないかの回答は分かれた • 見逃し視聴が録画の代替になるかについては回答が分かれた。代替のためには、十分な配信期間、全ての番組の配信が必要との回答が多かった
その他要素	インターネット速度 サイバーセキュリティ アップデート処理 地域限定性 インターネット独自の機能 フタかぶせ 費用負担 切り替え案内 説明会	• セキュリティについては年齢層が高いほど重要性の高さが伺えた • フタかぶせは受け入れられない、場面によっては不満が残るとの回答が多数 • 費用負担は、インターネット利用・未利用で水準が変わる結果となった • 代替時の案内は、国や行政機関からのものが望ましいとの回答が多かった

受容性の検討（分析結果まとめ②）

○ フィールド調査で用いた代替PFの利用体験を通じた総合評価と各機能の受容性の比較から、「録画・見逃し」「緊急地震速報」「データ放送」「フタかぶせ」はさらなる検討が望まれる。

【出典】第19回BB等代替作業チーム資料19-1-1



机上検討

○ 期間等の制約により、フィールド調査の代替PFに実装できなかった機能や項目について、机上検討を実施。

	主な選択肢	方向性
対応デバイス （視聴者の利用端末）	① 専用STB（BB代替専用のSTB型のHW）、② ドングル型汎用ストリーミングデバイス（ストリーミングデバイスとして流通しているドングル型デバイス向けのアプリ）、③ PC（視聴者が保有するPC上のWebブラウザで視聴）、④ スマートデバイス（視聴者が保有するスマホ／タブレット向けの専用アプリ）、⑤ スマートテレビ（Android等の汎用OSを搭載した機器向けの専用アプリ）	✓ 「①専用STB」、「②ドングル型汎用ストリーミングデバイス」は、既存のテレビ受像機にHDMIで接続して利用できることから主たる対応デバイスとして妥当ではないか ✓ ①専用STBは、②ドングル型汎用ストリーミングデバイス等と比較して、一般的に、高機能を柔軟に実現可能だが、開発／導入のコストが高くなる可能性がある
映像/音声に関する伝送遅延	■ 通常の配信（MPEG-DASH、HLS等）による遅延が約30秒～1分であるのに対して、配信にCMAFを採用することで数秒程度に短縮できる	✓ 送受信のバッファを小さくすることで遅延時間の短縮が実現されているため、インターネットやWi-Fi等の回線品質が悪化した際、映像／音声の破綻や停止などが発生しやすくなってしまい、視聴者が画質の悪化を感じやすくさせてしまう可能性がある ✓ 視聴者の画質に関する受容性が高品質であることが望ましいと強く出ていることを考慮する必要がある
緊急地震速報	① MPEG-DASH等のMTE（Media Timed Event）を用いる（MTE方式） ② 配信とは別アプリケーションで通信を行う（サーバプッシュ方式）	✓ MTE方式では、映像／音声の伝送遅延と同様の遅延が発生、利用可能な配信プロトコルが制限される等の性質がある ✓ サーバプッシュ方式は、設計によって遅延時間の設計が可能であり、既存のPCやスマホ向けのプッシュ型通知のための汎用サービスが利用可能である
データ放送	① BML → HTML変換のスクラッチ開発 ② BMLブラウザ等のパッケージ製品の利用	✓ 既存の実装例／実現例の調査によると、一定程度のデータ放送機能を表示する技術は存在するが、製品化／市場投入を想定した技術ではないため、利用に際して、適用環境との整合や試験／修正対応などが必要と思われる
5.1ch音声	① 標準のステレオ／モノラルとは別に5.1ch配信を行う（一般的な動画配信と同様） ② ステレオ／モノラルと5.1chを重畳して配信する（通常のTSと同様）	✓ 実装方法や機能制限の内容は、端末の実装形態に大きく依存するとともに、5.1ch音声で視聴したい視聴者は、事前に、設備環境を整え、適切な設定を行う必要がある ✓ 現行の地上デジタル放送では番組毎等に音声モードが切り替るが、BB代替でのライブ配信を受信時に、同様の挙動を行うためには、検討すべき項目や制限が存在する
サービス提供区域の制御手段	① ユーザID／PWによるアクセス制限 ② 端末のIPアドレスによるアクセス制限 ③ GPSによる端末の位置情報を用いたアクセス制限 ④ 端末IDによるアクセス制限 ⑤ ICカードによるアクセス制限 ⑥ 端末流通による制限	✓ ①はPWの漏えい／流用、②は判定の粒度が大きい（県単位等）、③はマンション等の室内では測定できない、④は利用可能（アプリケーションからアクセス可能で書換えできない など）なIDが限定的、⑤はICカード読取りHWが必要、⑥は転売制限や定期的な棚卸しの必要性、などの課題が存在する ✓ 視聴者の転居（転入／転出）やモビリティ（機器を域内外に移動させての利用に対する制御）などにも考慮が必要 ✓ 求められる判定精度（許容するケース 等）に応じて、複数の手段を組合わせて実現するのが適当

映像フォーマット（画質）	✓ 利用可能なコーデック等の考慮が必要
緊急警報信号	✓ 「緊急地震速報」と同様な実装が可能（自動起動を除く）
マルチ編成（サブチャンネル）	✓ サブチャンネルも配信することで実現可能
一世帯あたりの同時視聴可能な数	✓ 利用可能帯域等の考慮が必要

タイムシフト視聴の手段	✓ 「端末録画」と「見逃し配信」がある ✓ 「端末録画」の方が実現の難易度が比較的高い
品質管理（伝送後の品質）	✓ 配信事業者が管理できない区間がある
CDN	✓ 利用可能なプロトコル等の考慮が必要

基礎的調査（諸外国調査）

○ 英国、フランス、米国の3カ国について、ブロードバンド等代替に関する制度や導入事例等を調査。

【出典】第16回BB等代替作業チーム資料16-1-1

	概要
放送事業構造	➢ 米国と日本はハード・ソフト一致型、英国と仏国はハード・ソフト分離型。 ➢ 英仏は、放送のデジタル化によってマルチプレックスを導入し、多チャンネル化を推進。 ➢ 英仏は送信業務の全てをタワー会社に委託する仕組みで、米国は一部を委託する等放送事業者によってケースバイケース。
公益的使命	➢ 米国は、商業放送であれ非商業放送であれ、公共の利益に資することが規定。 ➢ 英仏は、公益的使命を負う放送事業者を指定し、法的義務を課すことが規定。
ネット同時配信	➢ 英仏は、電子通信（Electronic Communications）ネットワークでの同時配信やオンデマンドも、放送の対象。 ➢ 一方、米国は、ネット配信は、放送規定の対象外であるため、各局の事業戦略のなかで任意で行うもの。 ➢ 米英仏ともにスマートTVが普及し、ストリーミング視聴も伸張。仏国はIPTVの世帯普及率が最も高い。
ブロードバンド整備	➢ 米国は国としての整備目標はない。一方、英仏は光ファイバと5Gの整備目標が国家ブロードバンド計画で設定。 ➢ FTTHの接続可能世帯率は、仏が最も高く83%で、米英は約50%。いずれの国もルーラル地域のブロードバンド整備に国家予算が投入。
難視聴対策	➢ 難視聴対策として、英仏では、衛星、ケーブル、IPTVの利用が推奨。地上波の再送信／中継設備をコミュニティが所有して運用することも制度上は可能だが、原則ユーザ負担。仏国では、難視聴世帯に対してテレビ受信支援基金より対応機器購入のための必要経費が支給（上限250ユーロ／世帯：一回限り）。 ➢ 米国は、ローカル局が中継設備を利用するも、マストキャリー義務／再送信同意義務、再送信要請、当事者間交渉を通じて、ケーブル／衛星／通信経由で、地上波TV番組の放送エリアを拡大。 ➢ 仏国のテレビ視聴媒体はIPTVが圧倒的なシェアを占めるが、サービス市場競争の結果であって、放送政策との直接の関係はない。米英でのIPTV利用も、市場競争によるもの。
ブロードバンド代替	➢ 米英仏いずれも、地上波の代替としてブロードバンドを導入する制度はない。 ➢ DTT再送信を地上波と同様の条件で視聴するには、下り速度30Mbpsのブロードバンド接続が必要（仏国）。 ➢ Ofcomは、DTTからIP配信への移行をサポートするには、ブロードバンドのカバレッジ、信頼性、普及度、ネット中立性の制限、ISPに対する義務等を含む政策課題に取り組む必要性があると指摘。IP配信は、マルチキャストが技術的に最も効率的であるが、ベストエフォート型ユニキャストへ市場が変化する可能性も（英国）。
品質及び機能	➢ 英米仏いずれも、地上波TVを配信するIPTV、ストリーミングデバイス、アプリ等は市場ベースで普及が進んでいるもので、IP配信の品質や機能は、採用される配信技術、デバイスやアプリの仕様、利用可能なブロードバンドサービスグレード等によって異なり、受信側で自動又は手動で最適化されるのが実情。
検討のポイントとなり得る諸外国の事例	➢ 難視聴世帯に対して、上限を設けて、申請に基づき、補助金を支給している事例あり。 ➢ 各国とも、辺地共聴施設は、経済合理性のある他の代替手段の利用可能性の高まりから、縮小している傾向あり。 ➢ 地上波の再送信に適切な速度要件を設けている事例あり。 ➢ ブロードバンドの整備に政府として目標を設定している事例、予算を投入している事例あり。 ➢ 地上波からブロードバンドへの移行についてブロードバンドのカバレッジ、信頼性、普及度、社会的弱者への配慮等の課題に取り組む必要性があると指摘されている事例あり。

基礎的調査（辺地共聴施設の現状調査）

○ 全国の辺地共聴施設を対象に、現状を調査し運営の実態を把握した。

【出典】第16回BB等代替作業チーム資料16-1-1を一部更新

1. 自主辺地共聴施設約８，６００施設にアンケート調査を実施し、３，９８０施設から回答が得られた。

2. 自主辺地共聴施設の世帯数構成は３０世帯以下が７４．７％を占め、そのうち５世帯以下の施設が１９．６％を占めている。

3. 組合の経営状況について、年間収入が１０万円未満は５２．５％、同様に年間支出が１０万円未満は６３．５％を占めた。

4. 組合費は、「定期的に徴収している」が７５．８％を占めて最も多く、「必要な場合その都度徴収」と合わせると８８．９％の施設が維持運営費を何らかの手段で徴収している。世帯当たりの徴収年額は、有効回答数３，０１８件の平均で８，３６３円/年（６９６円/月）となった。

5. 施設更新のための積立ては、４０．５％の施設が行っている。

6. 施設更新について、３年以内をめどとする施設は１０．１％であった。なお、意向なしとした施設の一部において、「更新の必要性は認識するも先送りしている」、「資金の目処が立たないため」などというコメントがあったことに留意が必要。

7. ケーブルテレビへの移行を希望する施設は１１．７％となっており、希望するとした施設に対して、ケーブルテレビ移行が許容される月額利用料を確認したところ、１，０００円未満と回答した割合は３６．３％、１，０００円以上２，０００円未満は２２．１％であった。なお、アンケートの回答は代表者が記入しているため、必ずしも、組合の総意とは限らない点に留意が必要。

第３章　IPユニキャスト方式による放送の代替に関する品質・機能等の基本的な枠組み

作業チームにおける「品質・機能」の位置付け

○ 本作業チームにおいてIPユニキャスト方式による放送の代替の可能性を検討するにあたっては、統一的な規格や同種のサービスが存在していなかったことから、既存の放送の方式や動画配信サービスにおける品質・機能を踏まえつつ、視聴者の視聴体験の程度が大きく変わらないよう、IPユニキャスト方式による放送の代替の品質・機能を仮置きし、それを前提として評価することとしてきた。（作業チーム１次取りまとめ（令和４年８月））。作業チームでは、これまで、この「仮置きした品質・機能要件」をベースとして、議論や実証事業を行い、その結果を踏まえて、「品質・機能要件」の見直しを続けてきた（作業チーム２次取りまとめ（令和５年１０月））。

○ 本章では、「品質・機能要件」に関するこれまでの作業チームにおける議論や実証事業、机上検討等を踏まえて、実際にIPユニキャスト方式による放送の代替を行う場合に、各構成要素における視聴者の受容性や、技術面等において実現可能であることなどの観点から、関係者間において共有する枠組みとして考えられる品質や機能を、本作業チームにおける「品質・機能の基本的な枠組み」として整理することとする。（２次取りまとめにおける「青写真（ブループリント）」と同趣旨のものとして整理。）

○ なお、本作業チームの「品質・機能の基本的な枠組み」は、あくまでも受容性・技術面等の観点から、放送の代替として妥当性のある品質・機能を示すものであり、品質・機能の提供主体や実現方法については、制度上の整備等が行われる段階で、整理されるべきものと考えられる。すなわち、実際の実装段階において、視聴者の視聴体験をより向上させるような品質・機能を提供することを妨げるものではない。

品質・機能の基本的な枠組み

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
対応デバイス		テレビ	スマートTV向けアプリ	STB、ドングル等の活用可能性や特定のOSに依存しない形での実現可能性を検討	・1種類の標準OSに対応した視聴アプリをスティック型端末（Fire TV Stick）で利用を実装したところ、簡単な操作で高い受容性により実現可能であることが確認された。	HDMI入力端子を備えたTV（STB、ドングル等により実現可能な入力機能を有するもの）又はスマートTV向けアプリ	
		PC、スマホ		PC・スマホなどでの視聴可能性について検討（視聴ソフトウェア、アクセス制御方法等）	・タブレットによる視聴・操作を実装したところ、簡単な操作により実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、PC、スマートフォン、タブレットについて、視聴ニーズが高いことが確認された。 ・机上検討において、PC、スマートフォン、タブレットについて、機器を保有していない視聴者向けの対策が必要であり、運用コストが高くなるが、録画が実現可能であり、構築・導入コストが安価で、提供までの期間が短いことが確認された。		付加的な手段として、PC、スマホ、タブレットによる視聴環境の構築についても検討することが望ましい
確実性	伝送フォーマット	IPアドレス	ISPのサービス仕様に依存		・現在の仮置きの要件を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、遅延について、一定の受容性が確認された。 ・机上検討において、低遅延配信技術（CMAF等）について、実現可能であることが確認されたものの、映像品質が劣化する恐れがあるとの検討結果が出た。	視聴者の視聴環境を踏まえつつ、伝送路及び受信端末における適切な伝送フォーマットで送信すること	・実証事業において、仮置きした要件※を実装したところ、実現可能であることが確認された ※IPｱﾄﾞﾚｽ：ISPのサービス仕様に依存/多重化方式：MPEG2-TS又はISOBMFF/伝送信号の構成：IPによる配信(HLS又はMPEG-DASH)
		多重化方式	MPEG2-TS又はISOBMFF				
		伝送信号の構成	IPによる配信(HLS又はMPEG-DASH)	低遅延配信技術(CMAF等)について検証			
		緊急警報信号の構成					

品質・機能の基本的な枠組み

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
確実性	伝送損失	パケット損失率			―		
	ネットワーク条件	ネットワーク制御	ベストエフォート		―		
		通信容量	6.0Mbps(1080p) 3.0Mbps(720p) 1.5Mbps(540p) 768kbps(360p) 384kbps(252p) 192kbps(180p)		・高画質（6Mbps（1080p））、中画質（3Mbps（720p））、低画質（1Mbps（480p））を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、高画質、中画質は受容性が高いが、低画質は受容性が低いことが確認された。	映像符号化方式を踏まえながら、視聴者が視聴に耐えうる十分な容量が確保されること	
	伝送遅延	映像・音声・データの伝送遅延	約30秒程度 ※フタかぶせなし(放送と同内容)を前提	低遅延配信技術(CMAF等)について検証	・実証事業においては、環境により約50秒程度の伝送遅延が発生した。この遅延を前提にアンケート・ヒアリング調査を実施したが、一定の受容性が確認されている。 ・机上検討において、低遅延配信技術（CMAF等）について、実現可能であることが確認されたものの、映像品質が劣化する恐れがあるとの検討結果が出た。	実際の放送アプリケーションの仕様等を踏まえつつ伝送遅延を短縮させること	
		緊急警報信号の遅延	何らかの方法で緊急信号にともなう通知を行うと考慮	・低遅延プッシュ型配信（MTE等）について検討	・アンケート・ヒアリング調査において、緊急警報信号の遅延について、一定の受容性が確認された。また、９割弱の被験者が「携帯電話（スマホ）など」で情報を受け取ると回答し、その割合は「テレビ」で受け取ると回答した者よりも多かった。 ・机上検討において、低遅延プッシュ型配信技術（MTE等）について、端末の電源OFF時や録画視聴中には受信が不可能であること、利用するプロトコルに制限があること等が示された。	・緊急警報信号の内容を速やかに表示させること ・プッシュ通知の技術の実装	
		データ放送の待ち時間		・BMLからHTMLへの変換等の実装方法とそれに伴う実現可能な性能は未検討	・アンケート・ヒアリング調査において、データ放送について、使用しているとの回答が多かったが、なくなっても困らないという回答が多かった。使用目的としては、「気象・災害情報」が圧倒的に多かった。 ・机上検討において、データ放送について、技術的に実現が困難なことが示された。		・技術的に一定程度の実装は可能であるが、現時点で現行の放送と同等のデータ放送機能を実現することは困難と確認された

品質・機能の基本的な枠組み

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
映像・音声	映像フォーマット	有効走査線数	1080 720 540 360 252 180 ※ABR機能を採用		・有効走査線数及び走査方式については、高画質（1080p）、中画質（720p）、低画質（480p）、フレーム周波数については、30/1.001Hzを実装したところ、実現可能であることが確認された。その他の項目については、仮置きした要件どおりに実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、高画質、中画質は受容性が高いが、低画質は受容性が低いことが確認された。 ・ABRは受け入れられないとの回答が多いことが確認されたが、画質が低下しても、映像は中断しないほうが望ましいとの回答が多いことが確認された。	・720以上での設定ができること ・特段の事情がなければ、有効走査線数1080以上での提供を行うこと ・ABR機能を実装すること	
		走査方式	順次			順次	
		フレーム周波数	30/1.001Hz			30/1.001Hz	
		画面の横と縦の比	16:9			16：9	
		色域	輝度信号及び色差信号（ITU-R BT.709）			輝度信号及び色差信号（ITU-R BT.709）	
		映像符号化	H.264				符号化方式は指定しない
		IP再放送映像の品質					
	音声フォーマット	最大入力音声チャンネル	5.1ch		・最大入力音声チャンネルについて、ステレオ×２chを実装したところ、実現可能であることが確認された。その他の項目については、仮置きした要件どおりに実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・机上検討において、5.1chについて、実現可能であることが確認された。	・2ch ・5.1chの入力音声も実現できる機能の構築を推奨する	
		サンプリング周波数	48kHz			32kHz以上（基幹放送のフォーマットに準ずる）	
		音声の量子化ビット数	16bit			16bit以上	
		音声符号化	MPEG-2 AAC				符号化方式は指定しない

品質・機能の基本的な枠組み

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
映像・音声	映像・音声・字幕等の同時性	映像と音声のタイミング誤差	１フレーム以内		・映像と音声のタイミング誤差については、オリジンサーバからの送信において、1フレーム以内を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・字幕表示（外字への対応）を実装。高い受容性により実現可能であることが確認された。 ・字幕機能についてはアンケート・ヒアリング調査において、個人的な必要性は低いが、社会的な必要性は高いことが確認された。 ・字幕表示タイミング誤差については、今回の実証事業の利用機種／実行環境において、基本的に問題がないことが確認された。	１フレーム以内	
		字幕表示タイミング誤差	放送用字幕を変換して配信（WebVTT/TTML）	・タイミング精度や外字等の扱いについて検討		・表示切替機能等、字幕を表示する機能 ・放送での字幕の表示タイミングに合わせて、速やかに表示させることが望ましい	
		緊急地震速報（文字スーパーによるもの）	速やかに表示させることが望ましい	・低遅延プッシュ型配信（MTE等）について検討	・アンケート・ヒアリング調査において、緊急地震速報の遅延について、一定の受容性が確認された。 ・机上検討において、低遅延プッシュ型配信技術（MTE等）について、端末の電源OFF時や録画視聴中には受信が不可能であることや利用するプロトコルに制限があること等が確認された。	・速やかに表示させること ・プッシュ通知の技術の実装	
		イベントメッセージの表示タイミング誤差			―		
		時刻指定発火サービスのタイミング誤差					
		受信機の内部時計誤差					
権利保護	著作権保護	コンテンツ保護機能	AES128bit相当の暗号化	・DRM対応等で実装できると想定しているが詳細は未検討	・AES128bit相当の暗号化として、Widevine DRMによる暗号化を実装したところ、実現可能であることが確認された。	AES128bit相当以上の暗号化	
		実効性					
	限定受信システム（CAS）	スクランブル方式			―		

品質・機能の基本的な枠組み

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
権利保護	地域限定性	サービス提供区域	サービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアに同じ	・制御の実装方式と合わせて実現可能な制御の粒度（視聴制御、同時視聴数制御）等について要検討 ・対象世帯が数世帯だけなどNWだけでの制御が難しい場合も想定され、その場合には受信世帯毎のID等での管理も必要と想定 ・全国の放送局共通の仕組みとして詳細検討が必要と想定	・ユーザIDによるアクセス制限を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・机上検討において、複数の手法（ユーザID、IPアドレス、GPS等）のメリット・デメリットについて考察がなされた。	サービス提供区域は、代替する小規模中継局・辺地共聴施設等の放送エリアに同じ	
		意図しない送信の排除			―		
	プライバシー	視聴履歴	特殊な対応なし	・視聴データの活用方法について検討	・アンケート・ヒアリング調査において、個人の視聴データを取得されることに対する不安をインターネットならではの便利な機能への期待が大きく上回る結果となった。 ・具体的な機能としては、個人向けおすすめ番組の情報提供への期待が最も多かった。		視聴データの活用については、視聴者ニーズを踏まえつつ、実装方法の具体化が進められる中で、適切に検討されることが望ましい
利便性	マルチ編成	提供機能	マルチ編成あり		・机上検討において、マルチ編成について、実現可能であることが確認された。	マルチ編成あり	
	データ放送	提供機能		・提供の在り方について検討	・アンケート・ヒアリング調査において、データ放送について、使用しているとの回答が多かったが、なくなっても困らないという回答が多かった。使用目的としては、「気象・災害情報」が圧倒的に多かった。 ・机上検討において、データ放送の実現について、技術的に実現が困難なことが示された。		・技術的に一定程度の実装は可能であるが、現時点で現行の放送と同等のデータ放送機能を実現することは困難と確認された ・制度上の整理など別途検討が必要

品質・機能の基本的な枠組み

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
利便性	電子番組ガイド	提供機能	番組表の提供 番組表からのチャンネル切替え機能	・番組表と録画・ダウンロード番組や見逃し配信番組とのリンク機能について検討	・番組表、番組表からのチャンネル切替え機能、番組表と見逃し配信番組とのリンク機能を実装したところ、簡単な操作で高い受容性により実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、番組表及び番組表からの録画番組とのリンク機能について、ニーズが高いことが確認された。	・番組表の提供 ・番組表からのチャンネル切替え機能	番組表と録画、ダウンロード番組や見逃し配信番組とのリンク機能の提供については、配信の形態に応じて、実装に向けた検討が必要
	エンジニアリング	提供機能			―		
	その他	選択可能チャンネル	対象地域における地デジ放送を前提とする 放送アプリケーションについてはNHK単体（総合、Eテレ）を中心とした検討	・視聴者視点では民放も同時にBB代替されることを勘案する必要（実装の詳細については未検討）	・NHK・民放独自編成の2chを実装したところ、実現可能であることが確認された。	対象地域における地デジ放送を前提とする	
		同時視聴及び録画	平均同時視聴可能数：２		・机上検討において、同時視聴可能な最大数は端末の総数やCDN等のコストへの影響を考慮する必要があることが示された。	同時視聴数は１世帯当たり２チャンネル以上または２端末以上とすることが望ましい	
			録画（ストリーミング動画の蓄積）の代替機能として、ファイルダウンロード機能及び見逃し配信機能	・録画（ストリーミング動画の蓄積）の実現可否について検討	・アンケート・ヒアリング調査において、録画についてはニーズが高く、見逃し配信では番組の網羅性や配信期間の点で、充足されないことが確認された。 ・机上検討において、現時点では、STBでの録画は可能だが、ドングルでの録画はストレージの実装等実現が困難であることが確認された。また、録画の手段として、端末側に番組を保存する端末録画方式と配信PFに放送済番組を保存する見逃し配信方式があることが示された。	録画（ストリーミング動画の蓄積）など、放送後であっても視聴者が放送番組を視聴できる環境が確保されていること	・引き続き課題の整理は必要 ・番組の網羅性や配信期間などの点で、視聴者に録画機能と同等の視聴体験を提供できるのであれば、録画の代替機能として選択可能とする

品質・機能の基本的な枠組み

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
利便性	その他	複数サービス同時提供時の条件			―		
		受信機の使用感	可能な限り、地デジ受信機と同等の操作性		・1種類の標準OSに対応した視聴アプリのスティック型端末（Fire TV Stick）での利用を実装したところ、簡単な操作で高い受容性により実現可能であることが確認された。	インターネットによる動画配信と同等以上の操作性を確保すること	
		チャンネル切替え時間	可能な限り、シームレスなチャンネルの切替えが可能なもの		・同上	可能な限り、シームレスなチャンネルの切替えが可能なもの	
		解説放送	２か国語放送・解説放送あり		・副音声を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・アンケート・ヒアリング調査において、２か国語放送・解説放送について、個人的な必要性は低いが、社会的な必要性は高いことが確認された。	解説放送あり	
		２か国語放送				２か国語放送あり	
確実性	伝送後の品質	サービス品質	QoE/QoSの監視		・一般的な配信システム監視以外に動画配信監視サービス（NPAW）を実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・机上検討において、品質把握は、配信PF～端末間のEnd-to-Endを対象として、時間ごとの視聴端末数、パケット損失・リバッファリング、視聴されている映像フォーマット、視聴アプリケーションのエラー等について分析してはどうかとの提案等が示された。	適切な手法で監視されるべき	
		音声品質					
		マルチ編成の品質					
		データ放送の品質					
	安全・信頼性	耐震対策	既存の放送事業、電気通信事業等での基準に準拠	・放送アプリケーションのシステム構成は未検討 ・CDNは未検討	―	既存の基準を踏まえて、一定程度確保されること	安全・信頼性として規定する項目も含め、将来的な制度整備等の可能性を見すえつつ、引き続き要検討
		停電対策					
		サイバーセキュリティ対策			・アンケート・ヒアリング調査において、サイバーセキュリティについて、気になるとの回答が多数であることが確認された。		

品質・機能の基本的な枠組み

担保事項	規定項目	規定内容	２次取りまとめ内容		実証事業における検討結果	品質・機能に関する基本的な枠組み	
			仮置きした要件	備考（今後の検討事項等）		基本的枠組み	補足（今後の検討事項等）
確実性	配信条件	オリジンサーバ	クラウドサービス、CDNサービスの利用を前提とした準拠	・放送アプリケーションにおける詳細のシステム構成等は未検討	・放送コンテンツが放送局内のリアルタイムエンコーダからインターネット経由で配信PF内のオリジンサーバに伝送され、番組表管理システムとリンクの上、CDNを経由して端末に配信されるシステム構成により放送アプリケーションを実装したところ、実現可能であることが確認された。 ・机上検討により「放送波受信」の構成が実現可能であることが確認された。		
		CDNの利用（利用有無、契約条件、目標とするユーザ視聴体験の設定等）	CDN利用	・CDNサービスの詳細仕様等は未検討		CDN利用を妨げない	
その他	広告差替え			・広告差替えの有無・方法等は未検討	―	実施しない	著作権法上「地域限定特定入力型自動公衆送信」として実施される場合、「同時配信」が前提となる
	フタかぶせ		なし（放送と同内容）		・NHKチャンネルでは「NHKプラス」のフタを、民放独自編成チャンネルでは番組間に請負事業者が作成した独自のフタを挿入した。 ・アンケート・ヒアリング調査において、「番組の一部がフタかぶせで視聴できなければ、その場面により不満が残る」、「フタかぶせは全く受け入れられない」との回答が多いことが確認された。	なし	実装の際は、配信の形態により著作権法上の取り扱いが異なることを踏まえて、適切な権利処理を行う必要がある

実装にあたっての課題・論点（２次取りまとめ時点）（再掲）

【出典】第14回BB等代替作業チーム資料14-2

１次取りまとめで例示された課題に係る検討状況と今後の検討の方向性

34

（1）著作権等の権利処理

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、著作権法の改正によってもなお解決していない課題があるか検討すべき。

【検討状況】
○「フタかぶせ」は「できれば無いのが望ましい」又は「受け入れられない」との回答が約7割と多かった。
【今後の検討の方向性】
○権利処理に係る課題と対策について更に検討。

（2）地域制御の有無

・ 放送コンテンツが他の地域でも視聴できることについて、どう考えるか議論すべき。
・ 仮に地域制御（対象エリアや対象者の制限）を行う場合、どのような仕組みで確保されるか検討すべき。
・ 「区域外受信」について、何らかの課題があるか検討すべき。

【検討状況】
○「品質・機能要件」において、「サービス提供区域は、代替する小規模中継局等の放送エリアに同じ」とした。
【今後の検討の方向性】
○IPアドレス、GPS、ユーザーID等、複数の制御手段について、メリット・デメリットを含めて検討。

（3）住民理解・受信者対策

・ ブロードバンド等の利用に係る経済的負担や放送との品質・機能の違いに関する住民視点での受容性をどう確認するか検討すべき。
・ 大規模改修が生じうる集合住宅の居住者や生活困窮世帯などを含め、どのようなプロセスによって住民理解を得ていくべきか検討すべき。

【検討状況】
○ブロードバンド代替について約9割が受け入れられるとの回答。
○住民理解を得ていくためのプロセスについて辺地共聴施設エリアにおいて調査。
【今後の検討の方向性】
○具体的に放送アプリケーションを試作し、被験者の数を増やす等し、更に検討。

（4）ユーザーアクセシビリティの確保

・ 操作性、一覧性など、受信端末が利用しやすい環境が確保されるのか検討すべき。
・ 字幕の表示等に支障は生じないか検討すべき。
・ 代替が実現され、更には上記のような機能が実現・確保されるための課題についても検討すべき。

【検討状況】
○操作感が異なっても「難しくない」又は「慣れそうだ」との回答が計約9割。
○副音声及び字幕は、社会的な重要性が指摘。
【今後の検討の方向性】
○具体的に放送アプリケーションを試作し、更に検討。

（5）デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上

・ 放送との品質・機能の違いが想定される中、新たな機能・サービスの提供について、どう考えるか議論すべき。
・ IPユニキャスト方式において視聴データが活用される場合、放送におけるプライバシー保護に関する要件の取扱いをどう考えるか検討すべき。

【検討状況】
○PC・スマホでの視聴、録画、番組表に対する高いニーズを確認。
○視聴データ活用については、セキュリティ不安よりも便利な機能への期待が上回った。
【今後の検討の方向性】
○具体的に放送アプリケーションを試作し、更に検討。

（6）放送法との関連等

・ IPユニキャスト方式について「あまねく受信（努力）義務」との関係をどう考えるか検討すべき。
・ 災害時の情報入手に支障が生じないためにどのような課題があり、どのような対策が必要か検討すべき。
・ 限られた地域・受信者を念頭に置いたIPユニキャスト方式について、NHK受信料をどう考えるか検討すべき。

【検討状況】
○緊急地震速報に対するニーズが非常に高いという結果が得られた。
【今後の検討の方向性】
○緊急地震速報について具体的に検証を行うとともに、その他の課題についても検討。

実装にあたっての課題・論点に対する検討の方向性①

２次とりまとめにおいて「今後の検討課題・論点」とされた事項について、実証事業の結果や作業チームにおける議論等を踏まえて以下のとおり整理。

1. 著作権等の権利処理

○　コンテンツWGから総務省と文化庁との間で整理されたBB代替に係る著作権法上の取り扱いにつき以下の解釈が提示された。
- 　一般的な放送コンテンツのネット配信に近い形態で行われる配信は、現行の著作権法に照らすと著作権法上「放送同時配信等」に該当すると考えられる。
- 　放送波を受信し、同時に配信用データを生成し、再送信する形態で行われる配信は、BB代替の地域を放送対象地域内に限定した形であれば、著作権法上「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。

○　コンテンツWGの構成員より、「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ことが期待できる。」との見解が示された。

○　**ＩＰユニキャスト方式による放送の代替を実施した場合において、著作権法上の取扱いが整理され、とりわけ「地域限定特定入力型自動公衆送信」に該当する形態で行われる配信では、現行著作権法における権利処理が円滑に進む可能性が示された**。

○　他方、著作権等の権利処理については、配信するコンテンツの内容や形態等により、その対応方法が変わりうるものとも考えられる。**作業チーム及び同ワーキンググループの議論を参考にしつつ、その配信の内容や形態等を踏まえ、著作権等の権利処理を行うことが適切**である。

2. 地域制御の有無（手段）

○　実証事業においては、地域制御の手段としてユーザーＩＤを用いたが、特段の問題は生じなかった。また、実証事業と同時に実施した机上検討において、その他の手段である、IPアドレス、GPS等についても検討したが、いずれにもメリット・デメリットがあり**「特定の手段が、他の手段と比較して優位である」との結論には至らなかった**。

○　作業チームでは、構成員より、「特定の手段によらず、視聴端末に応じて各手段の組み合わせが重要」、「地域の人たちの利便性を第一に考えた、なるべく簡便な方法を取ることが望ましい」旨の意見。

○　**実証事業の結果や作業チームの議論も参考にしつつ、配信の内容や形態等を踏まえた手段を選択することが適当**である。

実装にあたっての課題・論点に対する検討の方向性②

3. 住民理解、受信者対策

○　代替PFにおける視聴体験を通じた総合的な受容性評価では、全体の**約６割が「受け入れられる」と回答**。「受け入れられない（20%）」・「どちらとも言えない（21%）」を大きく上回った。

○　放送事業者等においては、今回の実証事業の結果等を参考にしつつ、**放送の代替を実施しようとする地域の環境や事情等を踏まえ、総務省等の行政機関とも協力しながら住民理解等を得られるようにしていく必要**がある。

4. ユーザーアクセシビリティの確保

○　チャンネル切替えについて、操作性等では「比較的簡単で受け入れられる」との回答が多く、反応時間の点では「普段と変わらない」・「遅い」がほぼ同数で多い結果を踏まえ、「可能な限り、シームレスな切替えが可能なもの」が実装されることが適当である。

○　副音声（解説放送・２か国語放送）や字幕については、技術的に実現可能であることが確認された。また、アンケート調査では、公共性のあるサービスとして重要との意見が多数であったことも踏まえ、実装されることが適当である。

5. デジタル技術の特性を活かしたサービスの向上

○　録画について、視聴者ニーズが高く見逃し配信等では充足されないことが確認された。また、机上検討において録画（ストリーミング動画の蓄積）が技術的に実現可能と確認された。受容性の観点から、**放送後であっても視聴者が放送番組を視聴できる環境が確保されることが適当**であるが、一方で、権利処理を含む課題の整理が必要である。

○　PC・スマホ等による視聴については、簡単な操作により実装可能であり、視聴者ニーズが高いことが確認された。デジタル技術の特性を活かしたサービス向上の観点から、**付加的な手段として視聴環境の構築について検討されることが望ましい。**

6. 放送法との関係等（制度面での検討）

○　IPユニキャスト方式による放送の代替が、放送法の趣旨に照らして適正なものとして実施されるためには、技術的観点のみならず、親会等において議論された制度的な観点等を踏まえた検討が必要と考えられる。

○　放送で実現されている品質・機能の一部については、IPユニキャスト方式を用いて代替を実施しようとする場合に、達成が困難であった（例えばデータ放送について、現時点では、現行の放送と同等の機能を実現することが困難）。

○　IPユニキャスト方式の技術的な制約により、代替前の放送と同等の品質・機能を達成できない状況が生じうることについて、制度上どのように整理されるべきか等についても、今後、総務省において関係者等とともに検討されるべき課題の一つと考えられる。

第４章　ブロードバンド等代替（IPユニキャスト方式）に関する実現可能性の検討

ブロードバンド等代替（IPユニキャスト方式）に関する実現可能性

実現可能性の検討

①視聴者における受容性

○　実証事業では、作業チーム２次取りまとめで整理した「仮置きした品質・機能要件」をベースに放送アプリケーション（代替PF）を構築し、実際に放送コンテンツを配信した上で、視聴者にアンケート調査等を実施。

○　**IPユニキャスト方式の品質・機能等を構成するさまざまな要素について、視聴者の一定の受容性を確認。**

②技術的な裏付け

○　実証事業において導入した品質・機能については、技術的にも十分実現可能であることが判明。

○　実証事業において導入できなかったそれ以外の品質・機能についても、机上検討を実施し、**技術的に実現できる可能性が高いことを確認。**

③費用とのバランス

○　２次取りまとめにおける費用構造分析等を踏まえ、視聴者の受容性と実現に必要となるコストと機能を外形的に考慮した「品質・機能等の基本的な枠組み」を整理。

○　既存中継設備よりも費用を抑制できるIPユニキャスト方式を含めたBB等代替の検討が可能な状況に至った。

結論

○　これまでの議論や実証事業等を踏まえて整理されたIPユニキャスト方式の**品質・機能は、一般の視聴者において一定の受容性がある**ものと考えられ、また、**技術的な仕組み等の面でも実現可能**と認められると考えられる。

○　**放送事業者等が、品質・機能の基本的枠組みを踏まえてIPユニキャスト方式により放送コンテンツの配信を行うことは、放送の代替手段となり得る**ものと考えられる。

○　ただし、IPユニキャスト方式には技術的制約があるため、制度面における課題については、本作業チームにおける議論や親会における議論の結果を踏まえて、総務省が関係者等とともに検討し、課題解決に向けた取り組みを進めるべきと考えられる。

※　放送事業者等は、BB等代替を検討するにあたっては、これまで作業チームで行われた議論や実証事業の結果等を参考にしつつ、各地域の中継局共同利用推進協議会等において、代替を行おうとする地域の環境を考慮した費用算定を行い、既存設備の維持・更新費用と比較検証した上で、住民理解を得られるように、対象中継局及び代替手法の選定などを検討していくことが求められる。

別添２

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３次取りまとめ（案）

令和6年12月10日

目　次

１．はじめに 2

２．放送の国際発信・国際展開の現状と課題、目指すべき方向性 4

（１）NHK における取組状況 4
（２）民間放送事業者等における取組状況 10
（３）我が国放送コンテンツを取り巻く環境の変化 13
（４）課題と目指すべき方向性 16

３．具体的対応策 18

（１）NHK 国際放送が果たすべき役割 18
（２）視聴者リーチの拡大とコスト負担の軽減 19
（３）NHK 国際放送の財源の在り方 20
（４）NHK 国際放送における外部制作事業者との連携 21
（５）NHK・民間放送事業者の共同による国外流通促進のための
インターネット配信プラットフォームの構築 21

４．おわりに 22

１．はじめに

「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」（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）から令和４年８月５日に公表された「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、ブロードバンドの普及や動画配信サービスの伸長と視聴デバイスの多様化、これらに伴う視聴スタイルの変化と「テレビ離れ」等を背景に、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コンテンツの価値をインターネット空間にも浸透させていくための方策の一つとして、日本放送協会（以下「NHK」という。）のインターネット配信の在り方について引き続き検討することとされ、その検討の場として、令和４年９月から、同検討会の下で「公共放送ワーキンググループ」を開催してきた。

【第１次取りまとめについて】

令和４年９月以降、公共放送ワーキンググループにおいては、二元体制の一翼を担う公共放送 NHK がデジタル時代にどのような役割を果たすべきか、そして、これに対応した NHK のインターネット活用業務の在り方（放送制度の中でどのように位置付けていくべきか、規制はどのように課されるべきか）、また、デジタル時代の NHK の事業運営を支える財源はどのような形であるべきか、といった点について計 13 回の会合を開催して検討を行い、令和５年 10 月 18 日に取りまとめ（以下「第１次取りまとめ」という。）[1]を公表した。

第１次取りまとめにおいては、「NHK の役割」として、「民間放送との二元体制の下で、従来から時代や技術の変化に適切に対応しながら放送全体の発展に貢献してきたことの延長線上にあるものとして、NHK は、放送コンテンツのプラットフォームとして放送番組の流通を支え、二元体制を基本とする我が国の放送全体の発展に貢献していく役割を担うべきと考えられる。」とするとともに、NHK インターネット活用業務の在り方については、「テレビなどの受信設備を持たずにインターネットを通じて視聴する者に対しても、NHK の放送番組を受信することのできる環境にある者に該当するとして相応の費用負担を求め、継続的・安定的に放送番組の同時・見逃し配信を全国において提供することが必須業務化の意味である」とした上で、少なくとも地上波テレビ放送のインターネット活用業務は必須業務化すべきとした。

【第２次取りまとめについて】

第１次取りまとめ以降は、①地上波テレビ放送以外の放送、すなわち、地上波ラジオ放送、衛星放送及び国際放送[2]の NHK インターネット活用業務の在り方、②NHK のガバナンスの在り方、③NHK 国際放送の在り方（①を除く。）等に関して検討を行い、令和６年２月 28 日に第２次取りまとめを公表した。

---

[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２として公表。

[2] 本第３次取りまとめにおける「NHK 国際放送」あるいは「国際放送」とは、NHK が行う放送のうち、放送法（昭和 25 年法律第 132 号）第２条第５号の「国際放送」及び同法第２条第９号の「協会国際衛星放送」をいう。

第２次取りまとめにおいては、地上波テレビ放送以外の放送の NHK インターネット活用業務について、地上波ラジオ放送及び国際放送は地上波テレビ放送と同様、そのインターネット活用業務を必須業務化することが適当であるとし、衛星放送は、放送番組の権利処理に係る困難性やコスト等の課題を踏まえ、実施環境が整うまでの当面の間は、必須業務化を見送ることが適当であるとした。この NHK インターネット活用業務の必須業務化等の内容については、第１次取りまとめにおける内容と併せて、令和６年５月 24 日に公布された放送法の一部を改正する法律（令和６年法律第 36 号）に反映された。

NHK のガバナンスについては、経営委員会・監査委員会による監督・監査機能の強化のほか、インターネット活用業務の必須業務化を見据えたガバナンスの在り方等について、実効性を確保するための取組について提言した。

NHK 国際放送の在り方については、「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」（主査：内山隆　青山学院大学総合文化政策学部教授）の取りまとめ（令和５年 10 月 18 日公表）[3]において、「我が国国際発信のフラッグシップの役割を担うものとして、外国人や在外邦人のアクセス方法の見直しや提供コンテンツの充実等を図るべき。」として、「インターネット配信の強化、コスト負担の軽減、コンテンツ調達の在り方、財源の在り方を含め、それらの課題や課題解決方策について検討を行う場を早急に設置すべき。」、「検討の結果は、可能なものについて年内を目途に中間報告を行うべき。」とされ、この NHK 国際放送の在り方についても公共放送ワーキンググループにおいて継続検討することとした。第２次取りまとめにおいては、その時点で検討・整理できた方向性を述べるに留め、今後の継続検討課題とした。

【第３次取りまとめについて】

第２次取りまとめ以降は、上述した継続検討課題について、「放送の国際発信・国際展開の在り方」として検討を行った。これは、NHK の放送コンテンツのプラットフォームとしての役割を踏まえると、NHK 国際放送の在り方を検討の中心に据えつつ、民間放送事業者等における国際展開も含めて「放送の国際発信・国際展開の在り方」として包括的に検討を行うことが適当と考えられるためである。

本第３次取りまとめは、この「放送の国際発信・国際展開の在り方」について、令和６年５月 10 日の第 20 回会合以降、計６回の会合を開催し、オブザーバである NHK 及び一般社団法人日本民間放送連盟等の参加も得ながら検討を行い、その検討結果として、放送の国際発信・国際展開に係る現状と課題、目指すべき方向性及び具体的対応策について取りまとめたものである。

[3] 「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４として公表。

2. 放送の国際発信・国際展開の現状と課題、目指すべき方向性

（１）NHK における取組状況

NHK は、放送法第 20 条第１項に定められた必須業務の一つとして、外国人向け・在外邦人向けの国際放送を行っている。外国人向けの国際放送としては、「NHK ワールド JAPAN」として、ラジオ（短波放送等、衛星放送）[4]及びテレビ（衛星放送）[5]により、報道、文化、情報、ドキュメンタリー、科学等の番組を放送している。また、在外邦人向けの国際放送としては、ラジオ（短波放送等）[6]及びテレビ（衛星放送）[7]により、日本語で我が国の情報等を放送している。

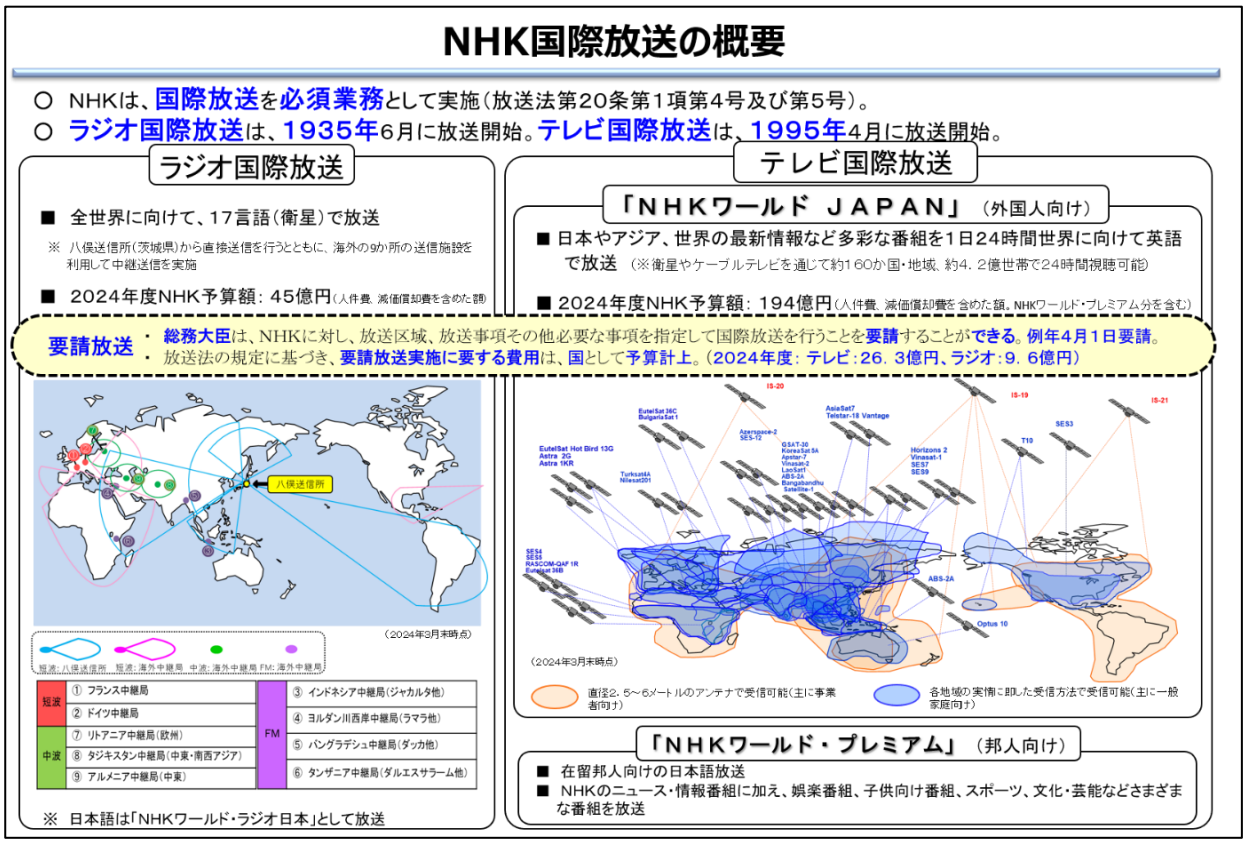


図１　NHK 国際放送の概要

---

[4] 短波放送等によるラジオ放送は世界 12 の放送区域に向けて 15 言語（アラビア語、ベンガル語、ビルマ語、英語、中国語、フランス語、ヒンディー語、インドネシア語、朝鮮語、ペルシャ語、ロシア語、スワヒリ語、タイ語、ウルドゥー語及びベトナム語）で放送され、衛星放送によるラジオ放送は全世界に向けて 17 言語（ラジオ放送と同じ 15 言語に加えて、ポルトガル語及びスペイン語）で放送されている。

[5] 衛星放送によるテレビ放送は、日本や世界の最新情報等の多彩な番組を１日 24 時間世界に向けて英語で放送されている。

[6] 「NHK ワールド・ラジオ日本」として、在外邦人向けに、ラジオ第１放送の放送番組を基本に日本語で放送されている。

[7] 「NHK ワールド・プレミアム」として、ニュース・情報番組等に加え、子供向け番組、スポーツ、文化・芸能等、様々な番組が日本語で放送されている。

この NHK 国際放送は、我が国の対外情報発信力を強化するため、放送法等の一部を改正する法律（平成 19 年法律第 136 号）による放送法の改正によって、それまでのテレビによる国際放送を「外国人向け」と「邦人向け」とに分離し、それぞれに求められる番組準則を別に適用[8]するとともに、外国人向けテレビ国際放送について、事業運営の集中化・効率化、事業展開の弾力化及び財源の多様化を図る[9]ため、その番組制作等を NHK の子会社に委託する制度を創設する[10]こととされ、当該子会社として、平成 20 年４月に、NHK のほか、民間放送事業者等からの出資[11]を受けて株式会社日本国際放送（Japan International Broadcasting Inc.）（以下「JIB」という。）が設立された。

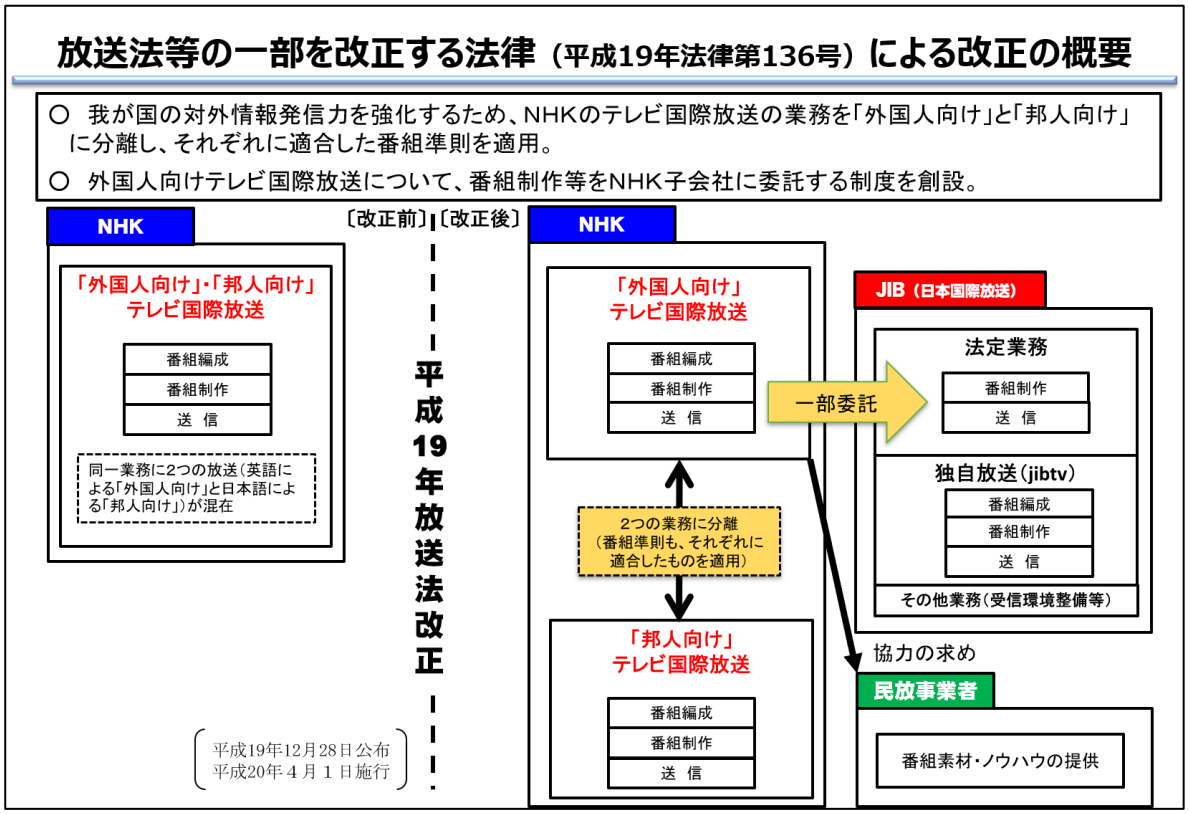


図２　放送法等の一部を改正する法律（平成 19 年法律第 136 号）による改正の概要

---

[8] 外国人向け国際放送には「我が国の文化、産業その他の事情を紹介して我が国に対する正しい認識を培い、及び普及すること等によつて国際親善の増進及び外国との経済交流の発展に資するようにしなければならない。」（放送法第81条第５項）、邦人向け国際放送には「海外同胞向けの適切な報道番組及び娯楽番組を有するようにしなければならない。」（同条第４項）という番組準則が適用される。

[9] 「放送政策に関する調査研究会」第１回会合（平成 24 年 11 月 21 日開催）資料１－３によれば、それぞれ次のとおり。

・【事業運営の集中化・効率化】国内番組とは視聴対象、制作の手法・技術、送信の仕組みが異なる。主体を分けたほうが集中的かつ効率的な事業運営が期待できる。また、当初は、NHK から新法人への業務委託方式とするが、将来的には、NHK の持てる人材、資源を新法人に移管し、独立した国際放送の主体とすることにより、NHK のスリム化に寄与できる。

・【事業展開の弾力化】外国において多くの者に視聴してもらえるよう、外国の衛星やケーブル会社のチャンネル枠や広告主の確保に必要な交渉術、マーケティング能力といった民間の経営ノウハウを活用できる仕組みを作り、弾力的な事業展開を可能とする。

・【財源の多様化】運営コストを賄うため、国費のほか、受信料や広告収入（政府広報を含む。）を充てることができる仕組みを作る。

[10] 英国、仏国、独国等においても、対外情報発信力の強化策として、公共放送本体から切り離した別会社方式によって公共放送と民間の双方の知恵と活力を生かせる仕組みが採用されている。例えば、英国は BBC の子会社である BBC Studios、独国は ZDF（第２ドイツテレビ）及び各州の公共放送体とは別会社のドイチェ・ベレ、仏国はフランステレビジョンとは別会社のフランスメディアモンドが国際放送を行っている。

[11] 資本金の構成は、NHK が 2.0 億円（持株比率 51.28%）、NHK 以外の者が 1.9 億円（持株比率 48.72%）［令和５年度末時点］。後者の NHK 以外の者の持株比率の内訳は、民間放送事業者が 10.26%、制作会社が 2.56%、IT 企業が 5.13%、商社が 12.82%、金融機関が 5.13%、NHK グループ会社が 12.82%となっている。

JIB は、放送法第 21 条第１項において、「主たる目的」として、NHK の委託による外国人向けテレビ国際放送（NHK ワールド JAPAN）の放送番組の制作、NHK の委託による外国人向けテレビ国際放送（NHK ワールド JAPAN）の外国放送局等に対する放送の委託が定められているが、その「主たる目的」に支障がない範囲において、他の業務を行うことは禁止されておらず、現在、「主たる目的」以外の業務の JIB 独自事業として、「NHK ワールド JAPAN」の毎週金曜日の 30 分間の放送枠において JIB 独自制作の放送番組（jibtv）を放送しているほか、YouTube 上での jibtv の配信、広報戦略を展開する地方公共団体や企業等から受注する情報発信業務等を行っている。



図３　株式会社日本国際放送（JIB）の業務

また、世界的に視聴者の視聴スタイルが変化する中、NHK は、国際放送番組のインターネット配信についても順次強化を図ってきている。外国人向けテレビ国際放送番組については、例えば、平成 27 年６月に VOD（Video On Demand）サービスを開始し、現在では、「NHK WORLD-JAPAN HP」や「NHK ワールド JAPAN 公式アプリ」[12]において、同時配信[13]及び見逃し配信[14]、ニュース（短編動画及びテキスト）、防災情報等を提供している。邦人向けテレビ国際放送番組については、令和３年４月に同時・見逃し配信、令和５年 10 月に

[12] 外国人向けテレビ国際放送番組は、YouTube 上でも同時配信・見逃し配信を提供している（言語は英語のみ）。
[13] 英語によるテレビ国際放送の同時配信に併せて、自動翻訳機能による９言語（ウクライナ語、中国語、フランス語、インドネシア語、朝鮮語、ポルトガル語、スペイン語、タイ語、ベトナム語）の字幕を付与して配信。
[14] 英語によるテレビ国際放送の見逃し配信に併せて、19 言語（アラビア語、ベンガル語、ビルマ語、中国語、英語、フランス語、ヒンディー語、インドネシア語、朝鮮語、ペルシャ語、ポルトガル語、ロシア語、スペイン語、スワヒリ語、タイ語、トルコ語、ウクライナ語、ウルドゥー語、ベトナム語）の字幕を付与して配信。

は海外の動画配信事業者を通じた配信を開始している[15]。また、北米では、NHK コスモメディア・アメリカにより、令和６年３月に動画配信サービス「Jme（ジェイミー）」が開始されており、日本語による NHK の放送番組等が視聴可能となっている。



図４　NHK 国際放送のインターネット配信①（放送番組の配信）

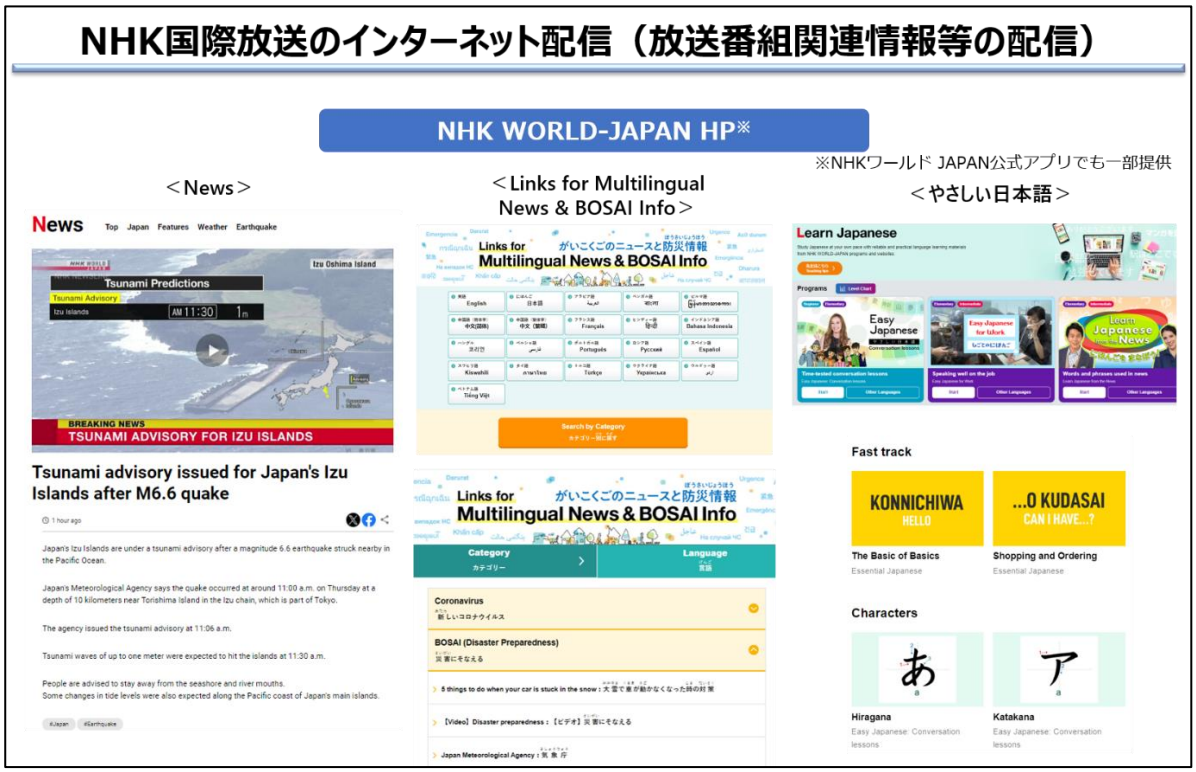


図５　NHK 国際放送のインターネット配信②（放送番組関連情報等の配信）

[15] JIB は、NHK からの委託を受けて、これらインターネット配信の配信ルートの整備も行っている。

NHK 国際放送では民間事業者との連携も進められている。NHK は、放送法第 26 条の規定に基づき、民間放送事業者が制作した番組のうち、コンクールで受賞したもの等の提供を受け、特集番組として英語化して放送している。番組の英語版は、制作した事業者に還元され、国際コンクールへの応募時等に利用されている。また、外部制作事業者との連携については、外部制作事業者からの提案を受けて、ドキュメンタリー等の放送番組を制作・放送している。



図６　NHK 国際放送における民間事業者との連携事例①（民間放送事業者）



図７　NHK 国際放送における民間事業者との連携事例②（外部制作事業者）

このほか、NHK グループでは、製作したコンテンツの多角的な流通にも取り組み、国際見本市への出展や海外事業者への番組販売などの国際展開を進めている。

また、NHK 国際放送については、放送法第 65 条第１項の規定に基づき、総務大臣が NHK に対し、放送区域、放送事項（邦人の生命、身体及び財産の保護に係る事項、国の重要な政策に係る事項、国の文化、伝統及び社会経済に係る重要事項その他の国の重要事項に係るものに限る。）等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、いわゆる要請放送の制度が設けられており、その費用は、同法第 67 条第１項の規定に基づき、国が負担するものとされている。

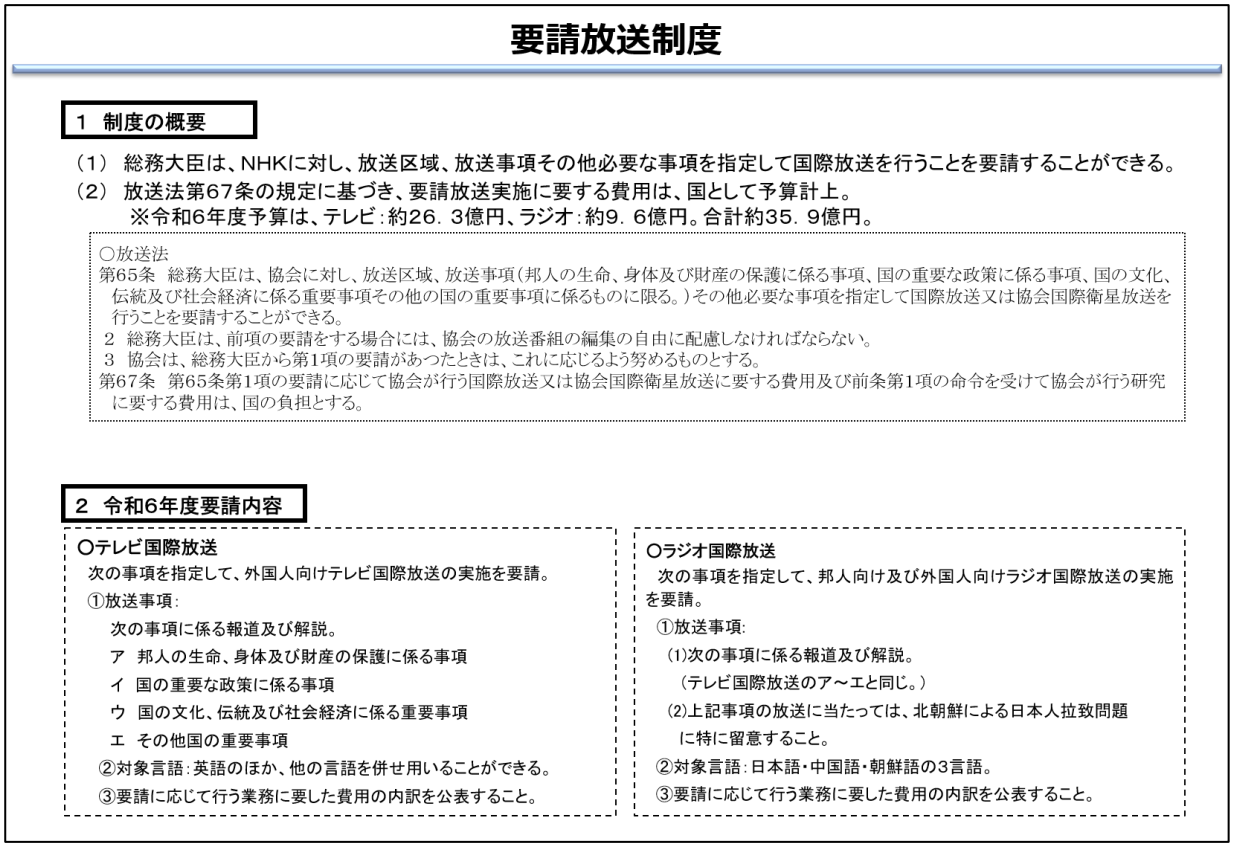


図８　要請放送制度

（２）民間放送事業者等における取組状況

民間放送事業者等における海外展開の取組は、事業者によって段階が分かれている状況にある。キー局や準キー局等は、MIPCOM[16]等のトップ水準の国際見本市に常に出展し、世界市場におけるブランディングと利潤追求の段階にあると言える。一方、地方ローカル局等は、地方公共団体との連携を図ったり国の補助金等を活用したりしながら、海外における放送番組の放送・配信、ATF[17]、TIFFCOM[18]等の国際見本市への共同出展等を行っている。



図９　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

例えば、公共放送ワーキンググループにおいてヒアリングを行った南海放送株式会社は、ハワイの CATV 会社を活用した自社番組の米国向け発信、総務省事業を活用した海外向けコンテンツ発信、メインターゲット国であるインドネシアの現地放送事業者との連携（現地放送事業者のレギュラー番組枠を活用した旅ロケ番組の制作・放送、愛媛と広島を舞台にした連続ドラマの制作・放送）等に取り組んでいる。

---

[16] MIPCOM（Marché International des Programmes de Communication）は、毎年 10 月にフランスのカンヌで開催されるテレビ業界の見本市。

[17] ATF（Asia TV Forum & Market）は、毎年 12 月にシンガポールで開催されるテレビ業界の見本市。

[18] TIFFCOM は、毎年 10 月に東京で東京国際映画祭（Tokyo International Film Festival :TIFF）と併催されるコンテンツマーケット。

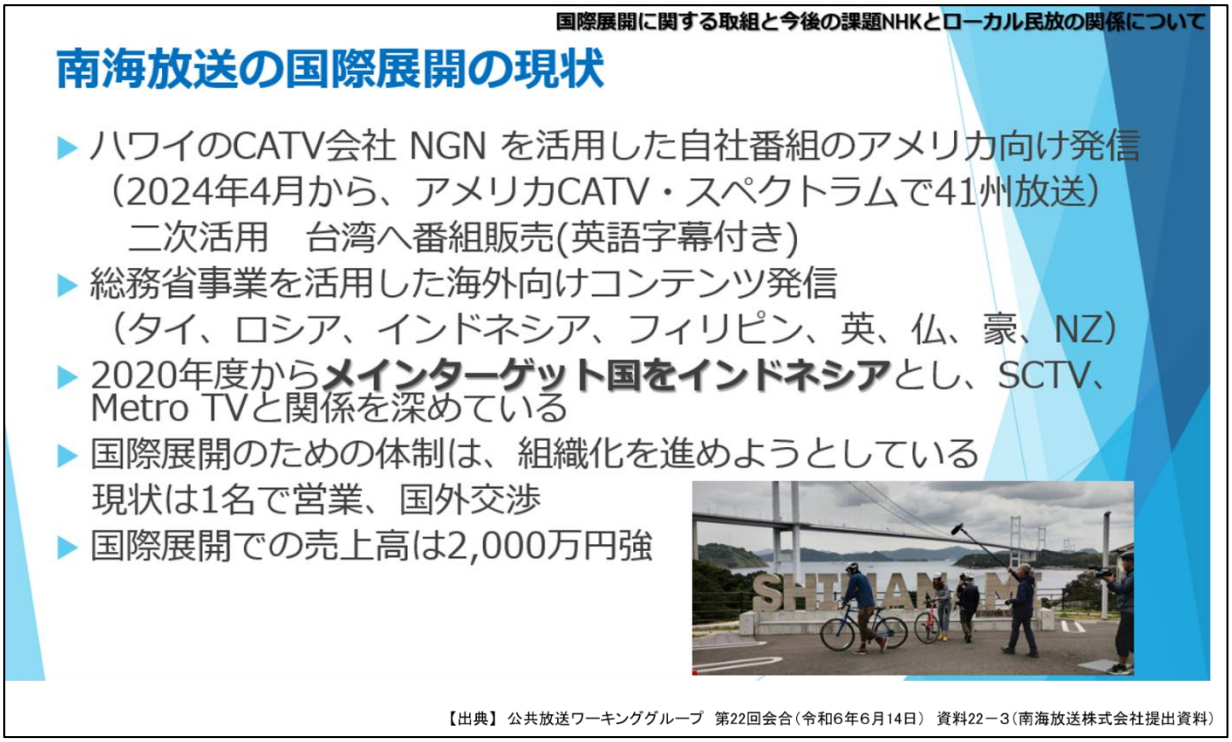


図 10　南海放送株式会社の国際展開の現状

このように、地方ローカル局等の国際展開の取組は、インバウンド需要の獲得等に結びついているものもあるが、その広がりは限定的な状況にある。また、コンテンツのジャンル別に見ると、アニメ等[19]と比べ、映画等の実写コンテンツの国際展開は、低調な状況にある[20]。

[19] 例えば、公共放送ワーキンググループ第 24 回会合（令和６年８月 22 日開催）においてヒアリングを行った株式会社テレビ東京は、世界でヒットするアニメ作品の増加に伴い、違法なインターネット配信による視聴が横行する中、ファン向けメニューの提示、ゲームやイベント等の周辺事業の展開によるファンが楽しめる機会の創出等の工夫を行いながら、アニメの国際展開を行っている。

[20] 「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 2024 年改訂版」（令和６年６月 21 日閣議決定）基礎資料集によれば、我が国コンテンツの海外売上のジャンル別割合は、アニメ・ゲームが約 90％（約４兆 2,372 億円）である一方、実写コンテンツ（映画・テレビ）は約３％（約 1,310 億円）。

こうした中、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構（Broadcast Program Export Association of Japan ：BEAJ）は、国際見本市等における個社のプロモーション活動の後押しをする共同プロモーション活動や、キー局・NHK が持つ放送コンテンツの海外展開に関するノウハウの地方ローカル局等への共有等により、我が国放送コンテンツの海外展開強化に取り組んでいる。

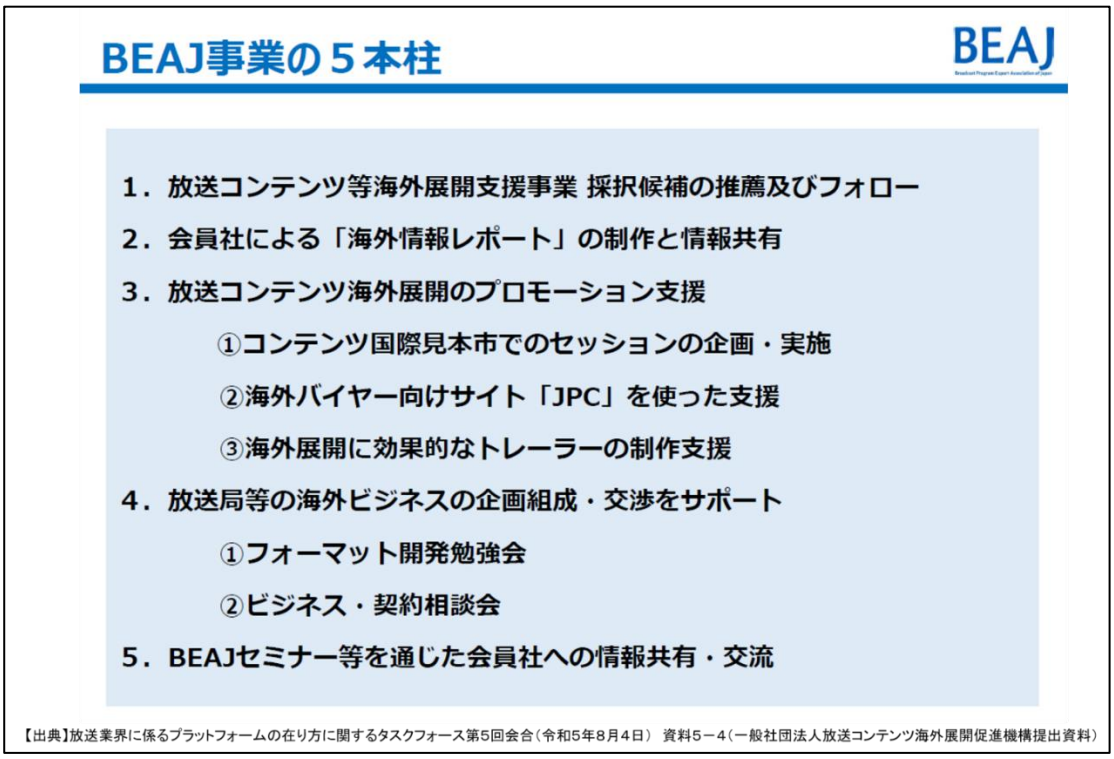


図 11　一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）の取組

また、一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟（Association of All Japan TV Program Production Companies ：ATP）は、実写コンテンツの国際競争力を高めるため、アワードやフォーラムの開催等の海外プロジェクトを推進している。

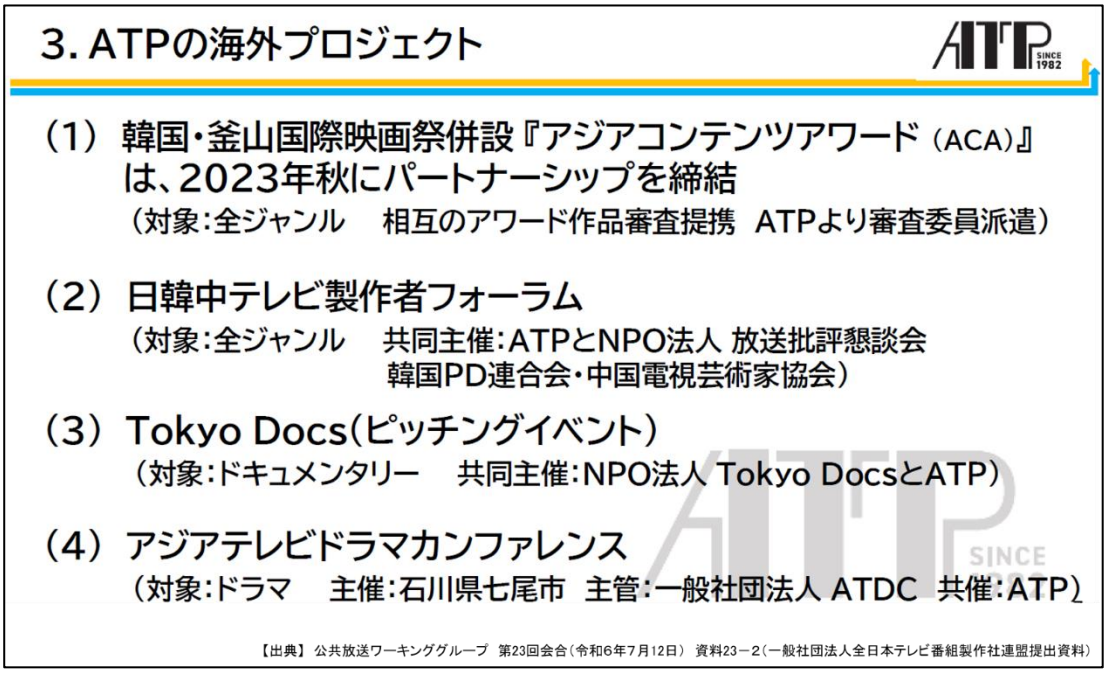


図 12　一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟（ATP）の取組

（３）我が国放送コンテンツを取り巻く環境の変化

我が国放送コンテンツを取り巻く環境の変化については、「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）において、コンテンツ産業の市場規模、広告費の推移、視聴端末・視聴スタイルの多様化等を含め、詳細に整理されているが、ここでは、我が国放送の国際発信・国際展開を進める上で把握しておくべき部分に絞って簡単に振り返っておきたい。

インターネット時代において、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、我が国に限らず世界的に急速に変化しており、インターネット経由で個々人の好きな時間に手元の端末で、放送コンテンツに限らない多種多様な動画コンテンツを視聴する傾向が強まっている。

そうした中、動画コンテンツについては、放送コンテンツを含む様々なコンテンツが、スマートフォンやタブレット、インターネットに接続されたテレビ受信機等に対応する形で提供されており、「NETFLIX」、「Amazon Prime Video」、「Disney+」等の海外プラットフォーム事業者が世界的にサービスを展開している状況にある。他方、我が国においては、「NHK プラス」、「TVer」等の同時・見逃し配信サービス、「NHK オンデマンド」、「Hulu」、「TELASA」、「テレ東 BiZ」、「FOD」、「U-NEXT」等の VOD サービスが放送事業者等によって提供されており、その中には、堅調にユーザー数を伸ばしているものもあるが、海外プラットフォーム事業者による世界的な動画配信サービスの後塵を拝している状況にあると言わざるを得ない。

世界的な動画配信サービス

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 13　世界的な動画配信サービス



図 14　我が国の動画配信サービスの例

他方、我が国コンテンツ産業の市場規模は 12 兆 4,418 億円（令和４年）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、我が国コンテンツ産業の要となっているほか、放送コンテンツの海外輸出額は、毎年度増加傾向にあり、令和３年度の 655.6 億円に対し、令和４年度は 756.2 億円に伸びており、更なる成長可能性を有している。

我が国のコンテンツ市場の規模

- 我が国のコンテンツ産業の市場規模(2022年)は、12兆4,418億円。このうち、放送コンテンツ(地上テレビ番組、衛星・CATV番組)は3兆4,536億円であり、全体の27.8%を占める。

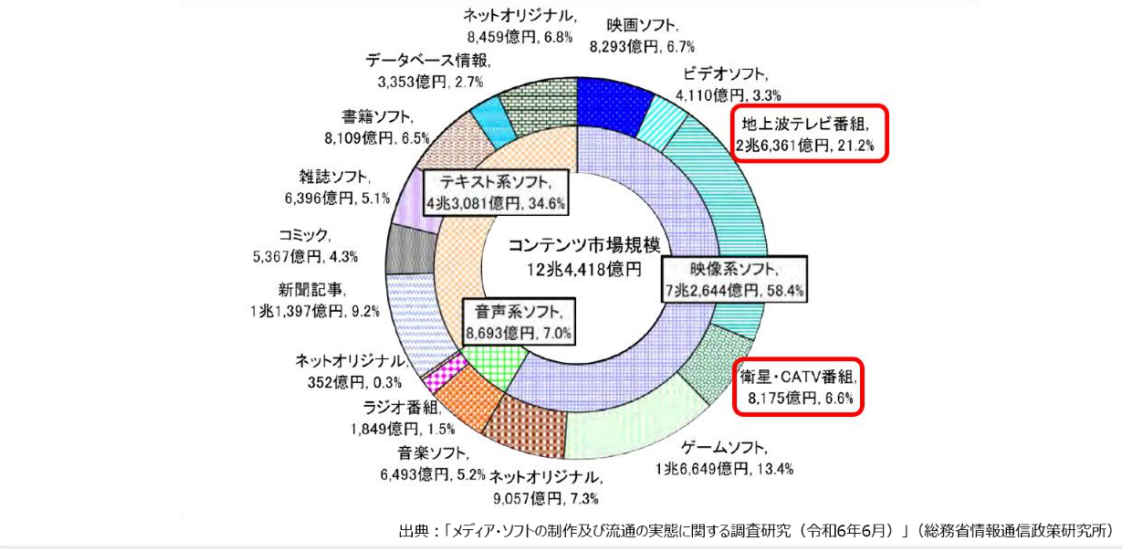


図 15　我が国のコンテンツ市場の規模

我が国放送コンテンツの海外輸出額

- 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。
- 総務省は、我が国の放送コンテンツ関連海外売上高を令和7年度(2025年度)までに1.5倍(対令和2年度(2020年度)比)に増加させることを目標とし、放送コンテンツの海外展開を推進。

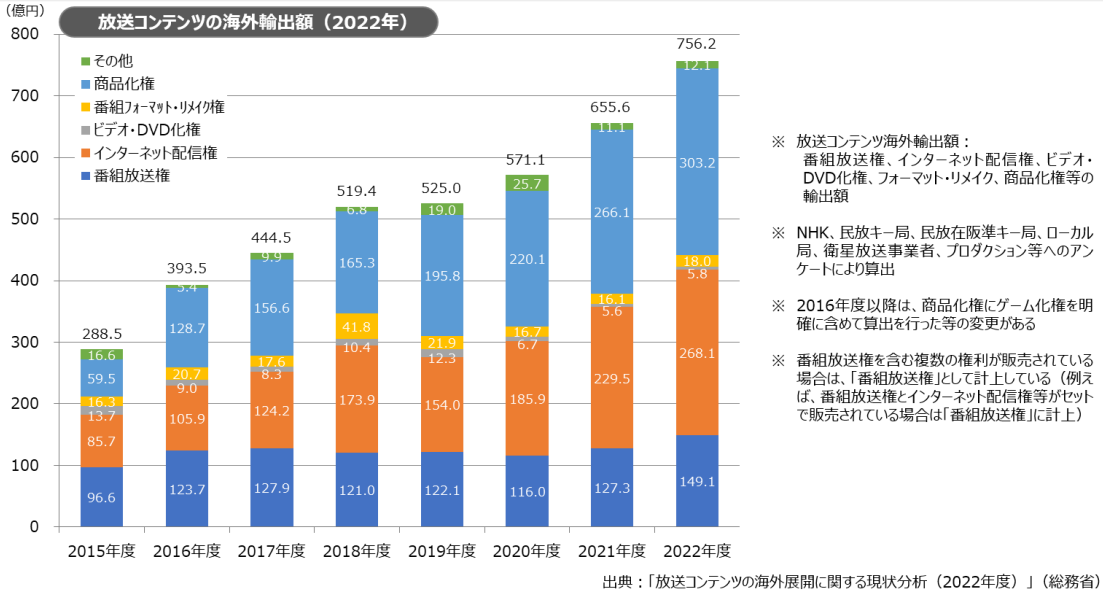


図 16　我が国放送コンテンツの海外輸出額

（４）課題と目指すべき方向性

放送の国際発信・国際展開は、我が国に対する理解の増進やイメージ向上に寄与し、ソフトパワーの強化につながることが期待されるほか、我が国の自然や文化、地域産品・農産品等に対する関心を高め、インバウンド需要の獲得や地域産品等の販路拡大等につながる経済的な効果も期待されるものである。

しかしながら、現在、世界的に視聴者の視聴スタイルが急速に変化し、我が国放送事業者の動画配信サービスについても海外プラットフォーム事業者による世界的な動画配信サービスの後塵を拝している中にあって、ニュース・報道番組をはじめとして、国際社会に対する我が国の情報発信は必ずしも十分とは言えないほか、国際展開によるインバウンド需要の獲得等の経済的な効果についても限定的な状況にある。

こうした状況において、今後は、様々な手段を駆使して必要な情報を国際社会に向けて迅速かつ確実に伝えていくことが重要であり、また、コンテンツ産業における競争力確保の観点からは、国内向けのサービス[21]に留まることなく、グローバルに魅力ある放送コンテンツを展開していくことがこれまで以上に重要になってくるものと考えられ、国際発信・国際展開の強化に取り組んでいくべきである。

さて、第１次取りまとめにおいては、「NHK の役割」について、「NHK は、放送コンテンツのプラットフォームとして放送番組の流通を支え、二元体制を基本とする我が国の放送全体の発展に貢献していく役割を担うべきと考えられる。」とした。この NHK の放送コンテンツのプラットフォームとしての役割を踏まえると、我が国放送の国際発信・国際展開の強化を図るに当たっては、海外プラットフォーム事業者等との産業間競争にあるとの現状認識の下、NHK が民間放送事業者等と協調してオールジャパンで取り組んでいくことが肝要である。その一環として、NHK には、民間放送事業者等との共同制作を含めた良質な番組制作、我が国放送コンテンツに対する認知度の向上、権利処理等の点において先導的役割を果たすことも期待される。

国際発信については、世界的に視聴者の視聴スタイルが急速に変化する中、ニュース・報道番組をはじめとして、必要な情報を世界に向けて迅速かつ確実に伝えていくためにはどうしていくべきかという視点が必要である。特に、インターネットを含めてマルチプラットフォームの時代になっていることを前提に、オウンドメディア（自社で保有するメディア）に限らず、様々なメディアを通じた効果的な情報発信の在り方を考えていくべきである。

また、国際展開については、マルチプラットフォーム時代を前提に、特定のメディアに囚われることなく、様々なメディアにおいて非排他的なマルチユースを可能とすることが必要であり、そのために必要となるコンテンツ制作能力（ネットワーキング力、権利処理能力等）の育成、視聴者ニーズ等の情報を有する海外の現地パートナーとの協働等について取り組んでいくことが重要である。

---

[21] 我が国における放送の市場規模は、かつては４兆円を超えていたが、リーマン・ショック（平成 20 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。

なお、国際発信・国際展開の強化を図るために必要となる対応策については、「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）においても放送コンテンツの世界への発信として提言されている[22]ことから、本第３次取りまとめにおいては、NHK 国際放送として取り組むべきもの及び NHK が民間放送事業者等と協調してオールジャパンで取り組むべきものについて提言することとする。

[22] 例えば、「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」として、「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。」とされているほか、「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」として、「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。」、「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。」、「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。」等とされている。

3. 具体的対応策

（１）NHK 国際放送が果たすべき役割

NHK と民間放送事業者の二元体制の下、国際発信・国際展開において NHK 国際放送の果たすべき役割は、我が国の経済・社会・文化等を正しく伝え、我が国に対する理解や関心を培うことにあり、その役割が果たせるよう、各地域の視聴者ニーズ等も踏まえつつ、ニュース・報道、ドキュメンタリー、教養、地域情報等の幅広く良質な放送番組を効果的に発信していくべきである。

特に、ニュース・報道については、偽・誤情報が世界的に問題となっている現状も踏まえ、NHK は、我が国やアジアの視点での情報発信等、信頼できる情報発信主体としての取組を進めるべきである[23]。

NHK 国際放送にはこうした役割が求められる中、令和６年８月 19 日に放送された NHK ラジオ国際放送等の中国語ニュースの中で、NHK の関連団体が業務委託契約を結んでいた中国籍の外部スタッフが、尖閣諸島の帰属に関する発言等、ニュース原稿にはない日本政府の公式見解とは異なる発言を行う事案が発生した。本事案について、NHK は、令和６年９月 10 日に公表した「ラジオ国際放送問題への対応について」[24]において、「自ら定めた NHK 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果たせなかったという極めて深刻な事態となった。」、「こうした事態を招いた背景には、NHK の危機意識の乏しさがあった。」とし、役職員の責任の所在を示した。その上で、再発防止策として、事前収録への切り替えや国際番組基準遵守の再確認等の短期的施策の確実な実施のほか、国際放送局と国内放送の編集体制の連携強化、NHK グループ全体でのリスク再点検及びルール見直し等の組織的な対策を示した。また、総務省は、令和６年９月 11 日、放送法第５条第１項「放送事業者は、放送番組の種別及び放送の対象とする者に応じて放送番組の編集の基準を定め、これに従って放送番組の編集をしなければならない」との規定に抵触するものと認められるとして、NHK に対し、このような問題が再び発生することがないよう注意を行うとともに、再発防止策の徹底とその遵守状況の公表を要請する行政指導を行っている[25]。

我が国の経済・社会・文化等を正しく伝え、我が国に対する理解や関心を培う役割を担う NHK 国際放送において、本事案が発生したことは遺憾である。公共放送ワーキンググループでは、第２次取りまとめにおいて、経営委員会・監査委員会による監督・監査機能の強化や子会社等の監督を含め、NHK におけるガバナンスの実効性確保のための取組について提言した。NHK においては、当該提言も踏まえ、二度とこのような事案が発生しないよう、確実な対策を講じ、その後の対策状況を公表していくべきである。これが信頼できる情報発信主体としての取組を進める上での出発点である。

---

[23] NHK は、「NHK 経営計画　2024-2026 年度」（中期経営計画）において、「分断、民主主義の危機が進むなか、国際発信を再強化し「日本の視座」を発信」としている。また、「2024 年度（令和６年度）国際放送番組編集の基本計画」において、「１．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」及び「２．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り組みを発信し、世界に貢献」を重点事項として掲げている。

[24] https://www.nhk.or.jp/info/otherpress/pdf/2024/20240910_1.pdf

[25] https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01ryutsu07_02000291.html

（２）視聴者リーチの拡大とコスト負担の軽減

世界的に視聴者の視聴スタイルが変化し、放送からインターネットへのシフトが進む中、衛星放送、短波放送、ケーブルテレビ、インターネット配信等の様々な手段を適切に組み合わせ、視聴者へのリーチの拡大とコスト負担の軽減を両立させていくことが重要である。

視聴者へのリーチの拡大については、現地パートナーとの協働を含め、NHK 国際放送の認知度の向上に一層取り組むとともに、リーチ率や理解度等についてその調査方法の改善を図りつつ詳細な把握に努め、リーチ拡大に向けて取り組むべきである[26]。視聴者へのリーチの現状は、NHK が「国際戦略調査」として、毎年度２回、７か国・９都市において、インターネットにより、リーチ率や「日本の理解度」について調査している。この「国際戦略調査」における「日本の理解度」については、NHK 国際放送の強み・弱みを分析して改善につなげていくことが重要である旨、公共放送ワーキンググループにおいても指摘したところであり、そうした分析に資する調査結果についても公表していくべきである。

また、コスト負担の軽減については、視聴者保護を前提としつつ、従来の放送（テレビ・ラジオ）中心の送信網からネット併用型の送信網へのシフトを図ること等により実現していくべきである。その際、外部プラットフォーム事業者との連携も含め、インターネット配信の流通経路の多様化についても検討を行うべきである。

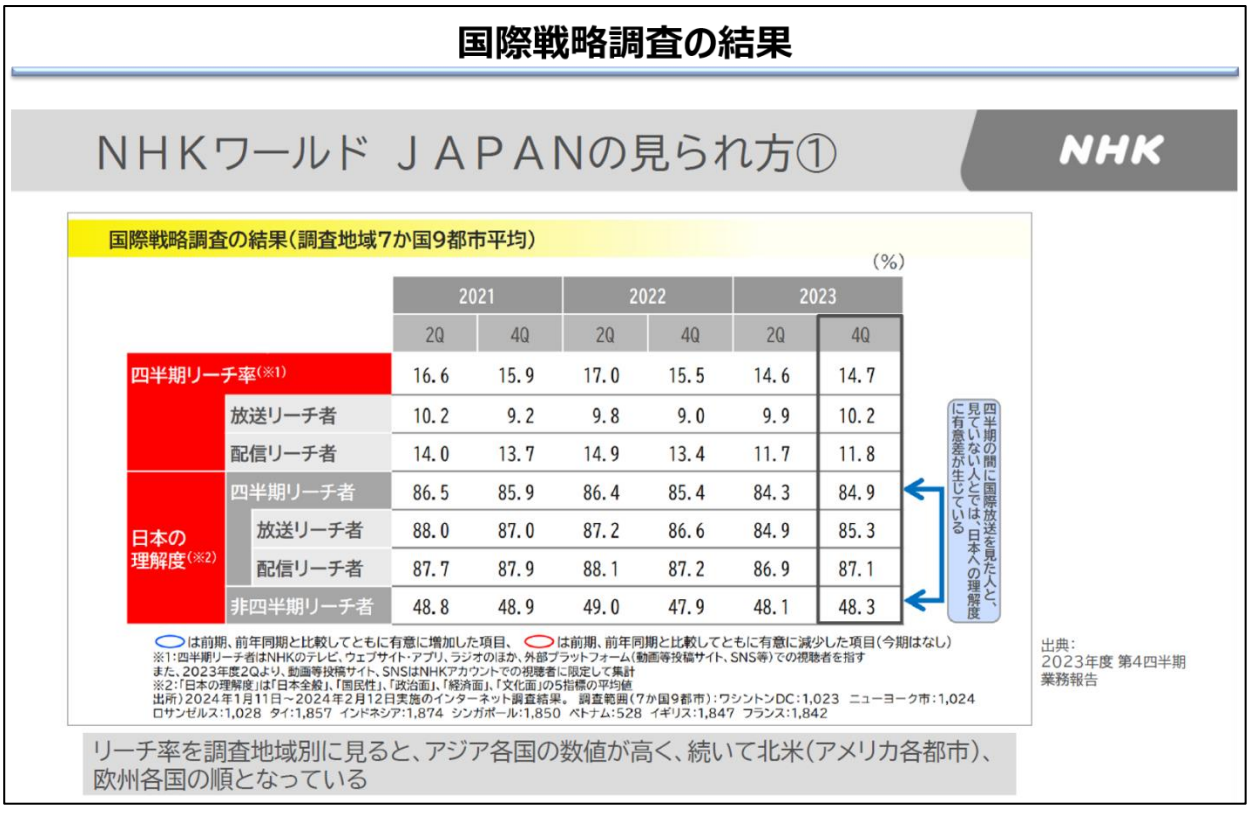


図 17　国際戦略調査の結果

[26] 例えば、英国 BBC は、BBC 協定書に基づき外務大臣と合意した「BBC WORLD SERVICE LICENCE」において、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、達成度合いを評価しており、対象となる言語それぞれについて、任務（対象地域と媒体）及び照準（視聴対象に沿った番組内容）を定めている。

（３）NHK 国際放送の財源の在り方

現状、NHK 国際放送の財源は、NHK の放送番組については基本的に受信料収入、JIB 独自制作の放送番組（jibtv）については広告料収入等の JIB の資金によって構成されている。

NHK の放送番組に広告放送を認めるべきか否かについては、民間の経営ノウハウを活用して弾力的な事業展開を可能としつつ、その財源については広告料収入を含めて多様化を図るという JIB の創設趣旨を踏まえ、JIB の活用・強化を図るべきである[27]。

JIB の収益は、厳しい現状[28]にあり、このままでは創設趣旨を十分に達成することができていないことから、より積極的に改善を図っていくことが必要であり、JIB において、これまでの事業の評価、課題の抽出及び対応方策の検討を行った上で、強化を図っていくことが求められる。具体的には、民間放送事業者等と連携しつつ、魅力あるコンテンツの充実や、インバウンドや地場産業等の産業創出に資する企業広告、広報戦略を展開する地方公共団体を含めた公的機関等からの情報発信業務の受注に注力して広告料収入の拡大に取り組むほか、インターネット配信の流通経路の多様化による視聴者へのリーチ拡大や視聴データに基づく広告主への訴求[29]等によって改善を図っていくことが期待される[30]。

また、第２次取りまとめにおいて検討を求めた「要請放送の交付金の使途の透明性確保」については、総務省において検討が行われた結果、令和６年度の要請内容に、「要請に応じて行う業務に要した費用の内訳を公表すること。」が盛り込まれ[31]、決算の際に NHK から公表される予定であり、今後の公表状況を注視すべきである。

---

[27] 例えば、英国 BBC Studios、独国ドイチェ・ベレ、仏国フランスメディアモンドも、広告料収入を得て国際放送を行っている。それぞれの広告料収入の額は、順に、2.95 億ポンド（収入全体の約 14%）[2023 年度]、約 610 万ユーロ（収入全体の約 1.2%）[2022 年度]、約 510 万ユーロ（収入全体の約 1.8%）[2023 年度]となっている。

[28] JIB の当期純利益は、平成 27 年度（約 3.8 億円）をピークに減少傾向にある。令和４年度は売上高が約 77.2 億円、当期純利益が△約 0.4 億円、令和５年度は売上高が約 83.1 億円、当期純利益が約 1.2 億円となっている。

[29] JIB は、公共放送ワーキンググループ第 21 回会合（令和６年５月 23 日開催）のヒアリングにおいて、スポンサー獲得の課題として、国際放送が全世界に向けての１波での放送であること、国際放送のモニター制度による分析のみでは広告主に説得的な視聴データを得ることが困難であることを挙げている。

[30] 例えば、英国 BBC Studios は、北米等の現地放送事業者と連携した FAST（Free Ad-supported Streaming TV Services：無料広告型ストリーミングサービス）チャンネル開設によるシェア拡大、広告ベンダーとの連携、視聴データの活用等を進めている。

[31] 令和６年３月 15 日付け総務省報道資料（https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01ryutsu07_02000281.html）を参照。

（４）NHK 国際放送における外部制作事業者との連携

我が国放送の国際発信・国際展開については、海外プラットフォーム事業者等との産業間競争にあるとの現状認識の下、NHK の放送コンテンツのプラットフォームとしての役割を踏まえ、コンテンツ産業における競争力の確保等の観点から、NHK 国際放送において、外部制作事業者との連携を進めるべきである。

外部制作比率の努力目標については、NHK 自らの判断と責任において、より効果の高い国際放送番組の制作が行われるよう、例えば NHK 中期経営計画等において、自主的に設定すべきである[32]。その際、目標として有効に機能するものを設定した上で、PDCA サイクルを適切に実行していくことが重要である。

（５）NHK・民間放送事業者の共同による国外流通促進のためのインターネット配信プラットフォームの構築

海外プラットフォーム事業者等との産業間競争にあるとの現状を踏まえ、コンテンツ産業における競争力確保等の観点から、我が国放送コンテンツの国外への流通を促進するため、NHK・民間放送事業者の共同による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。

なお、その際、既存のインターネット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するとともに、我が国放送コンテンツの認知度や露出機会を向上させる観点からは、それぞれの国・地域で浸透しているインターネット配信プラットフォームの活用も考えるべきである。ただし、単なるコンテンツ供給者に留まることのないよう、編成権や二次利用権等のコントロール権の確保に努めるべきである。

---

[32] 例えば、英国 BBC では、その放送番組（国際放送番組に限らない）の外部制作比率について、2007 年 BBC 協定書に基づき、①自社制作比率：50%、②独立制作比率：適格番組に指定された BBC One 及び BBC Two の総放送時間の 25%、③創造的競争の窓口（WoCC：Windows of Creative Competition）比率：25%、とされていた。その後、見直しが行われ、2017 年 BBC 協定書に基づき、②独立制作比率（25%）は維持しつつ、①自社制作比率（50%）を廃止して、2027 年 12 月末までに完全競争へ移行する（ただし、ニュース及び時事番組等は完全競争の対象外）こととされている。なお、見直しの過程において、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及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 と外部制作者との競争を通じて番組調達を行うことになった。

4. おわりに

公共放送ワーキンググループにおいては、令和６年２月 28 日の第２次取りまとめの公表以降、放送の国際発信・国際展開の在り方について、NHK の放送コンテンツのプラットフォームとしての役割を踏まえ、NHK 国際放送の在り方を中心に据えつつ、民間放送事業者等における国際展開も含めて包括的に検討を重ねてきた。

本第３次取りまとめにおいては、NHK の放送コンテンツのプラットフォームとしての役割を踏まえつつ、我が国放送の国際発信・国際展開について、海外プラットフォーム事業者等との産業間競争にあるとの現状認識の下、コンテンツ産業における競争力等の観点から、NHK が民間放送事業者等と協調してオールジャパンで取り組んでいくことが肝要であるという方向性を示した上で、具体的対応策として、「NHK 国際放送が果たすべき役割」、「視聴者リーチの拡大とコスト負担の軽減」、「NHK 国際放送の財源の在り方」、「NHK 国際放送における外部制作事業者との連携」及び「NHK・民間放送事業者の共同による国外流通促進のためのインターネット配信プラットフォームの構築」の５項目について提言した。

これら対応策を実際に有効に機能させるためには、NHK、民間放送事業者等の関係者自らがその置かれている状況を正確に把握し、課題意識を持って積極的に取り組み、総務省もその取組を支援することが重要である。

公共放送ワーキンググループとしては、魅力ある我が国放送コンテンツの国際発信・国際展開が進み、我が国に対する理解の増進やイメージ向上、我が国コンテンツ産業の競争力の確保につながることを期待したい。

参考資料集

目次

参考１　開催要綱 ····· 参考-3

参考２　開催状況 ····· 参考-7

参考３　ヒアリング資料等（第 20 回会合以降） ····· 参考-14
（１）内山構成員プレゼンテーション資料（資料 20-４） ····· 参考-15
（２）第 23 回会合意見交換における内山構成員投影資料 ····· 参考-33
（３）日本放送協会（資料 21－２） ····· 参考-34
（４）株式会社日本国際放送（資料 21－３） ····· 参考-54
（５）第 21 回会合におけるヒアリングでの構成員の
　　質問への回答（資料 22-２） ····· 参考-64
（６）南海放送株式会社（資料 22-３） ····· 参考-70
（７）株式会社テレビ東京（資料 24-２） ····· 参考-77
（８）一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟（資料 23-２） ····· 参考-80
（９）一般財団法人マルチメディア振興センター（資料 23-３） ····· 参考-94
（10）一般財団法人マルチメディア振興センター（資料 24-３） ····· 参考-111

参考１　開催要綱

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」開催要綱

１　背景・目的

本ワーキンググループは、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（以下「検討会」という。）の下で開催される会合として、検討会取りまとめの第４章「放送コンテンツのインターネット配信の在り方」を踏まえ、インターネットを含めて情報空間が放送以外にも広がる中において、信頼性の高い情報発信などの放送コンテンツの価値を情報空間全体に浸透させる観点から、ＮＨＫのインターネット配信の在り方等について検討することを目的とする。

２　名称

本ワーキンググループは「公共放送ワーキンググループ」と称する。

３　検討項目

（１）インターネット時代における公共放送が担うべき役割
（２）ＮＨＫのインターネット活用業務の在り方
（３）その他

４　構成及び運営

（１）本ワーキンググループの主査は、検討会座長が指名する。本ワーキンググループの構成員は、主査が指名する。
（２）主査は、本ワーキンググループを招集し、主宰する。
（３）主査は、必要があると認めるときは、主査代理を指名することができる。
（４）主査代理は主査を補佐し、主査不在のときは主査に代わって本ワーキンググループを招集する。
（５）主査は、必要に応じ、必要と認める者を構成員又はオブザーバとして追加することができる。
（６）主査は、必要に応じ、構成員以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
（７）その他、本ワーキンググループの運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

５　議事の取扱い

（１）本ワーキンググループの会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。
（２）本ワーキンググループの会議で使用した資料及び議事要旨については、原則として公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。

６　その他

本ワーキンググループの庶務は、情報流通行政局放送政策課が行い、必要に応じて関係課と連携して行うものとする。

別紙

「公共放送ワーキンググループ」構成員名簿

（敬称略・主査及び主査代理を除き五十音順）

＜構成員＞

（主査）	三友 仁志（みとも ひとし）	早稲田大学大学院アジア太平洋研究科　教授
（主査代理）	山本 隆司（やまもと りゅうじ）	東京大学大学院法学政治学研究科　教授
	内山 隆（うちやま たかし）	青山学院大学総合文化政策学部　教授
	大谷 和子（おおたに かずこ）	株式会社日本総合研究所　執行役員法務部長
	落合 孝文（おちあい たかふみ）	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業　プロトタイプ政策研究所所長・シニアパートナー弁護士
	瀧 俊雄（たき としお）	株式会社マネーフォワード　執行役員CoPA Fintech研究所長
	長田 三紀（ながた みき）	情報通信消費者ネットワーク
	林 秀弥（はやし しゅうや）	名古屋大学大学院法学研究科　教授
	水谷 瑛嗣郎（みずたに えいじろう）	関西大学社会学部メディア専攻　准教授

＜オブザーバ＞

日本放送協会
一般社団法人日本民間放送連盟

参考２　開催状況

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」
開催状況

〇第１回（令和４年９月21日（水）17:00～）
⑴ 開催要綱の確認等
⑵ 公共放送ワーキンググループについて
⑶ 公共放送の現状について
⑷ 公共放送ワーキンググループの論点(案)
⑸ 意見交換

〇第２回（令和４年10月17日（月）13:00～）
⑴ 曽我部構成員プレゼンテーション
⑵ 内山構成員プレゼンテーション
⑶ 「公共放送に関するWEBアンケート調査」の結果について
⑷ 質疑応答・意見交換

〇第３回（令和４年11月24日（木）15:00～）
⑴ ヒアリング①
・日本放送協会
⑵ 質疑応答①
⑶ ヒアリング②
・（一社）日本民間放送連盟
・（一社）日本新聞協会メディア開発委員会
⑷ 質疑応答②
⑸ 諸外国の公共放送に関する制度について（※第４回会合に持ち越し）
⑹ 質疑応答③・意見交換

〇第４回（令和４年12月22日（木）16:00～）
⑴ 諸外国の公共放送に関する制度について
⑵ 質疑応答①
⑶ 前回会合における質問事項への回答
⑷ 質疑応答②・意見交換
⑸ これまでの議論の整理について
⑹ 質疑応答③・意見交換

〇第５回（令和５年２月24日（金）16:00～）
⑴ インターネット時代における公共放送の役割に関する論点と考え方（事務局）
⑵ 意見交換①
⑶ インターネット時代における公共放送の業務に関する論点と考え方（事務局）
⑷ 意見交換②

〇第６回（令和５年３月15日（水）16:00～）
⑴ 前回の議論の振り返り
⑵ インターネット活用業務の財源と受信料制度に関する論点
⑶ 意見交換
⑷ NHKインターネット活用業務の検討に対する民放連の見解と質問の提出について

〇第７回（令和５年４月27日（木）13:00～）
⑴ 前回の議論の振り返り
⑵ インターネット活用業務の財源と受信料制度に関する論点
⑶ 意見交換
⑷ NHKインターネット活用業務の検討に対する民放連の見解と質問の提出について

〇第８回（令和５年５月26日（金）15:00～）
⑴ 前回の議論の振り返り等
⑵ ヒアリング
・日本放送協会
⑶ 質疑応答・意見交換

〇第９回（令和５年６月７日（水）10:00～）
⑴ 日本放送協会からの説明
⑵ 質疑応答①
⑶ ヒアリング
・（一社）日本民間放送連盟
・（一社）日本新聞協会メディア開発委員会
⑷ 質疑応答②・意見交換

〇第10回（令和５年６月30日（金）15:00～）
⑴ 日本放送協会からの説明
⑵ （一社）日本民間放送連盟及び（一社）日本新聞協会メディア開発委員会の質問への回答
⑶ 質疑応答・意見交換

〇第11回（令和５年７月24日（月）10:00～）
(1) これまでの主な検討項目について（事務局）
(2) 質疑応答・意見交換

〇第12回（令和５年８月10日（木）16:00～）
(1) これまでの主な検討項目について（事務局）
(2) 質疑応答・意見交換

〇第13回（令和５年８月29日（火）15:00～）
(1) 公共放送ワーキンググループ取りまとめ案について
(2) 意見交換

〇令和５年９月７日（木）から９月28日（木）まで
・「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）（案）」の意見募集

〇令和５年10月18日（水）
・「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）」の公表
※公共放送ワーキンググループ取りまとめは、別添２。

〇第14回（令和５年10月19日（木）16:00～）
⑴ これまでの検討結果と今後の検討項目について
⑵ 今後の検討項目に係る現状について
⑶ 意見交換

〇第15回（令和５年11月９日（木）16:00～）
⑴ 今後の検討項目について
⑵ ＮＨＫヒアリング
⑶ 意見交換

〇第16回（令和５年12月５日（火）10:00～）
⑴ これまでの主な議論
⑵ ヒアリング
①一般社団法人日本民間放送連盟
②一般社団法人日本新聞協会メディア開発委員会
③株式会社J-WAVE
⑶ 意見交換

〇第17回（令和５年12月26日（火）10:00～）
⑴ ＮＨＫのガバナンスに関する制度の現状と論点について
⑵ ＮＨＫヒアリング
⑶ 意見交換

〇第18回（令和６年１月26日（金）10:00～）
⑴ 第２次取りまとめ案について
⑵ 意見交換

〇令和６年１月30日（火）から２月20日（火）まで
・「公共放送ワーキンググループ第２次取りまとめ（案)」の意見募集

〇第19回（令和６年２月21 日（水）～同月26 日（月）・メール開催）
⑴ 第２次取りまとめ（案）についての意見募集の結果
⑵ 第２次取りまとめの了承

〇令和６年２月28日（水）
・「公共放送ワーキンググループ第２次取りまとめ」の公表

〇第20回（令和６年５月10日（金）16:00～）
⑴ 放送法の一部を改正する法律案について
⑵ 公共放送ワーキンググループにおける今後の検討項目
及びスケジュール案について
⑶ 国際放送の現状について
⑷ 内山構成員プレゼンテーション
⑸ 意見交換

〇第21回（令和６年５月23日（木）16:00～）
⑴ 放送の国際発信・国際展開の在り方に係る検討の方向性について
⑵ ヒアリング
①日本放送協会
②株式会社日本国際放送
⑶ 意見交換

〇第22回（令和６年６月14日（金）16:00～）
⑴ 開催要綱の改訂について
⑵ 第21回会合におけるヒアリングでの構成員の質問への回答
⑶ ヒアリング
・南海放送株式会社
⑷ 意見交換

〇第23回（令和６年７月12日（金）16:00～）
⑴ 改正放送法の施行に伴う放送法施行規則の一部改正等について
⑵ ヒアリング
・一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟
⑶ 英国ＢＢＣの国際放送、商業活動、外部制作等について
（一般財団法人マルチメディア振興センターからのプレゼンテーション）

〇第24回（令和６年８月22日（木）16:00～）
⑴ 日本放送協会の番組関連情報配信業務の競争評価に関する
検証会議（仮）について
⑵ ヒアリング
・株式会社テレビ東京
⑶ 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
（一般財団法人マルチメディア振興センターからのプレゼンテーション）
⑷ 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
⑸ 意見交換

〇第25回（令和６年10月11日（金）17:30～）

(1) 公共放送ワーキンググループ第３次取りまとめ（案）について

(2) 意見交換

参考３　ヒアリング資料等

（第 20 回会合以降）

1

資料20－4

国際放送と海外展開に対する一私見

240510　青山学院大学　内山　隆

2

【海外番販／展開　環境変化】

様変わりしつつある放送番組の海外展開

3

放送局の海外番販、海外展開

- **2000年代**　放送権中心の販売。バイヤーは、海外の放送局とそれにつながる代理店。
- **2010年代前半**　放送局バイヤーからの**配信権**の需要急増。その機に乗じて成功した韓流。
- **2010年代後半**　Amazon, Netflix等の**専業配信事業者の台頭**、
  放送権販売よりも配信権販売の時代へ。

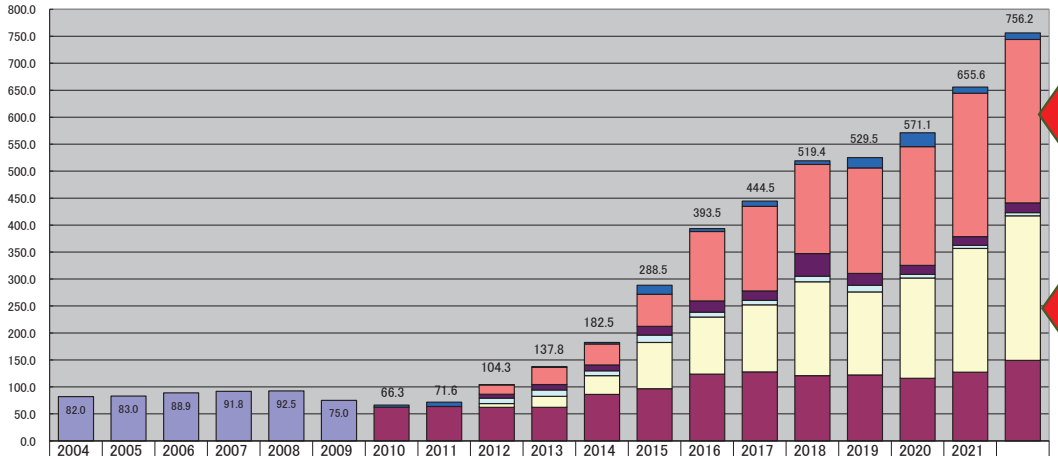
コロナ禍をはさみ

- **2020年代　今**　**専業配信事業者との共同製作の流行**、必ずしもexclusiveではない。
  リアル見本市の苦境。FASTチャンネル編成での展開。
  FAST市場も既にレッド・オーシャン

配信権と商品化権が中心になった海外番販

4

放送コンテンツの輸出金額 （億円）



	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
その他							3.8	8.0	0.4	1.2	2.8	16.6	5.4	9.9	6.8	19.0	25.7	11.1	12.1
商品化権									17.3	32.1	38.9	59.5	128.7	156.6	165.3	195.8	220.1	266.1	303.2
フォーマット/リメイク権									7.3	10.0	10.7	16.3	20.7	17.6	41.8	21.9	16.7	16.1	18.0
ビデオ化権									10.1	11.9	9.1	13.7	9.0	8.3	10.4	12.3	6.7	5.6	5.8
配信権								0	6.9	20.4	34.7	85.7	105.9	124.2	173.9	154	185.9	229.5	268.1
放送権							62.5	63.6	62.2	62.1	86.2	96.6	123.7	127.9	121.0	122.1	116.0	127.3	149.1
総額	82.0	83.0	88.9	91.8	92.5	75.0												0.0	

（出典： 総務省 情報通信政策総合研究所、「メディア・ソフト研究会 報告書」、各年、総務省 コンテンツ振興課

マーチャンダイジング

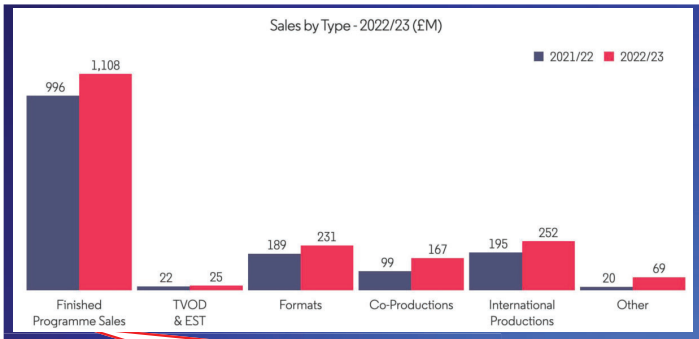
配信権

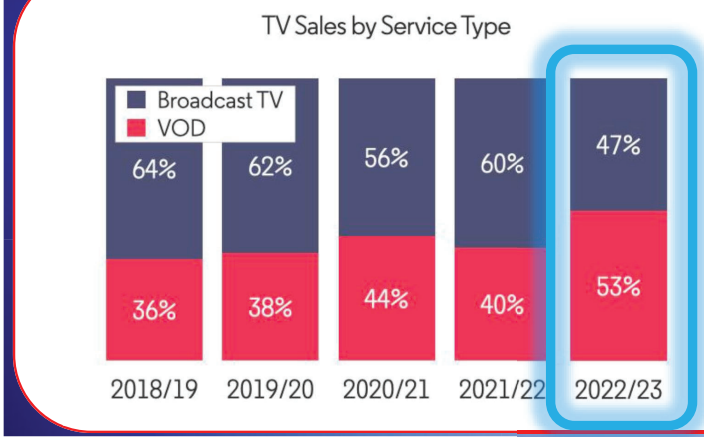
産業内ではなく、
産業間の取引や
競争に転じている。

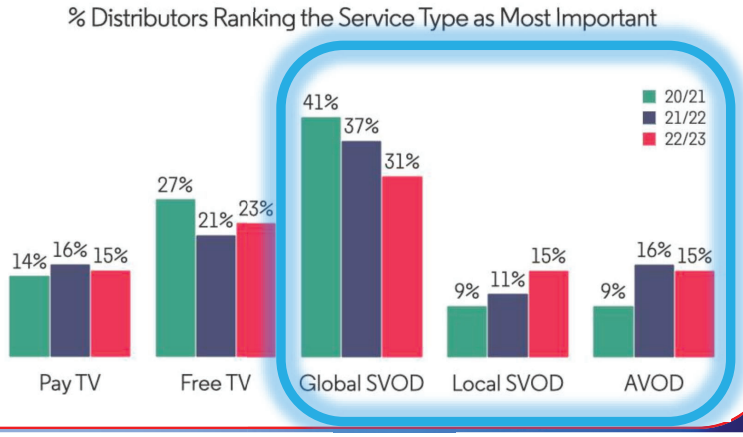
UKの場合

5

3Vision(2023), *UK TV Exports Report 2022-23*, Nov.2023

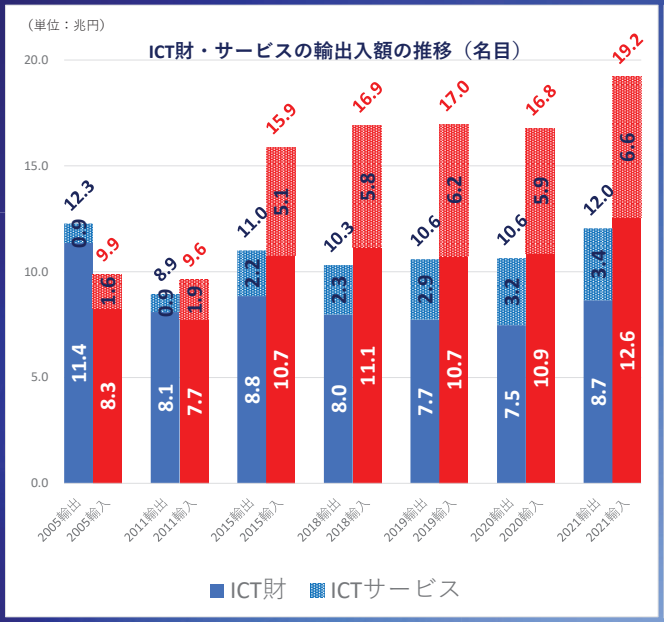


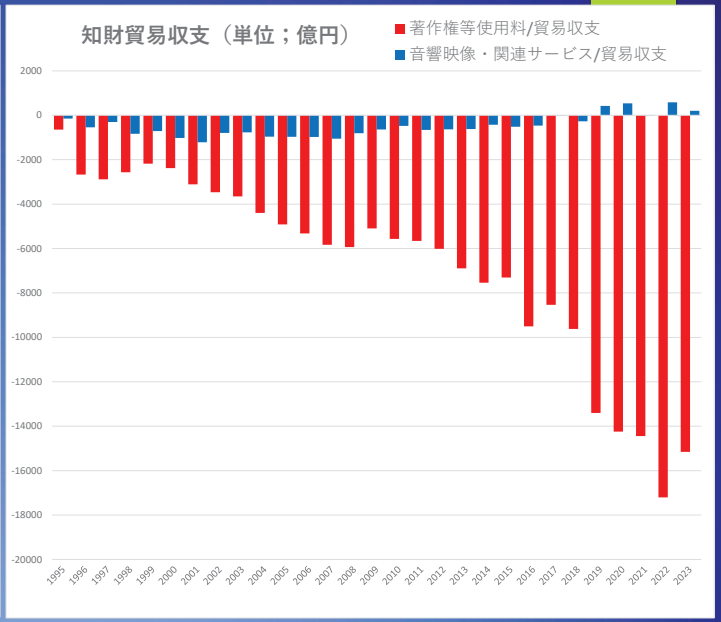




デジタル赤字

6





【データ出所】総務省『情報通信白書令和５年版』第２部第１節、４．
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r05/html/nd241400.html

【データ出所】日本銀行　国際収支統計

7

【FAST の隆盛】

Free Ad-supported Streaming TV Services

今回の海外展開政策は、どこを目指すか？

【配信中心】で考えるならば、世界のどこでもGAFANの存在がある。

【GAFANの本国；北米】競争がSVODからAVOD・***FAST***へ。

【日本】はまだ、AbemaTVくらい。経験値が乏しい。

伝送路・端末　FAST/CTV時代への対応

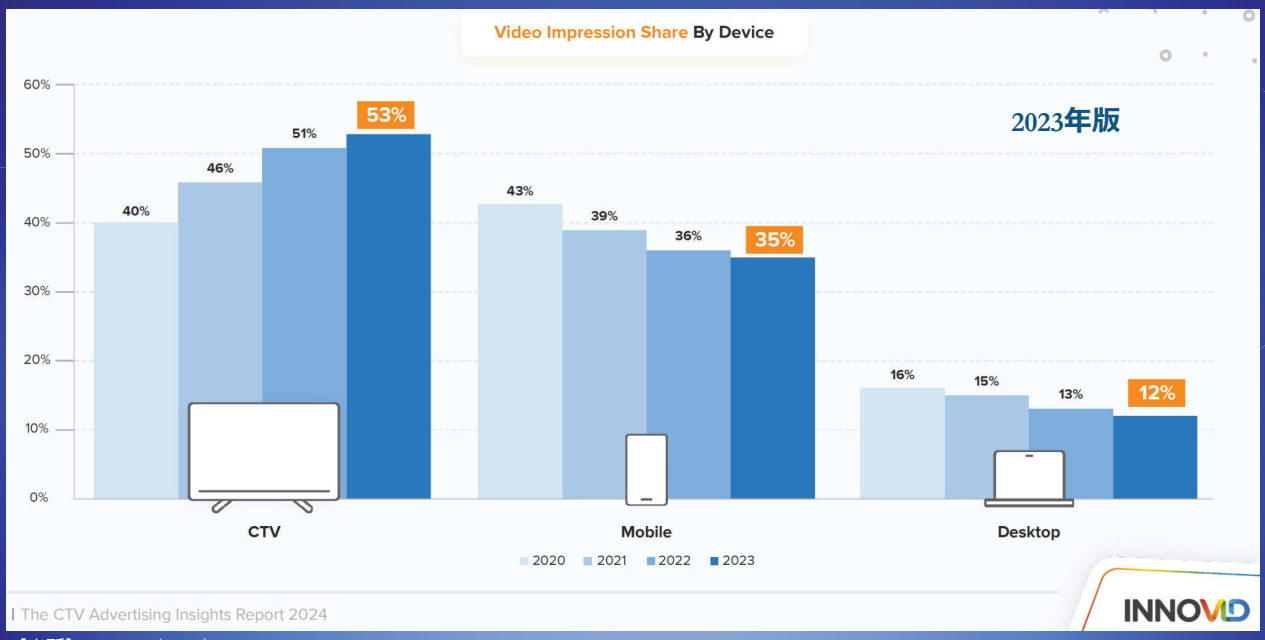
8

北米では、

- （2010年代前半からのコードカットの持続、コロナ禍明け以降の各家庭でのメディア支出の見直し傾向、等、を背景に）チャンネル・ネットワークは、ケーブル、衛星のMVPD上に、チャンネルや番組を供給する形態から、FAST (Free Ad-supported Streaming TV) に展開する時代へ。
- SVODもAVODへのシフトが顕著。
- 北米は、FASTサービスも既にレッドオーシャン。もうすでに過酷な競争フェーズに入っている。海外展開のためには、Ｎ民が協調して、グローバルの最新ビジネストレンドに合わせて対応していくことが必要。
- もっともＦＡＳＴの過酷な競争状態は、'90年代後半、チャンネル・ラインナップ拡張によって、多チャンネル・ケーブル／衛星がシェアを競っていた時代のデジャブ―感はある。

9

モバイルでもなく、CTVが視聴の中心へ
Innovid社データ　インプレッション・ベース



【出所】Innovid (2024), The CTV Advertising Insights Report 2024, 2024/03/20, p5, https://info.innovid.com/2024-ctv-advertising-insights-report

10

VOD型から、
FAST へ

いまはチャンネル・ラインナップ拡張期
どこか、ニューメディア時代（'90年代、CS放送導入期）の
デジャブー感

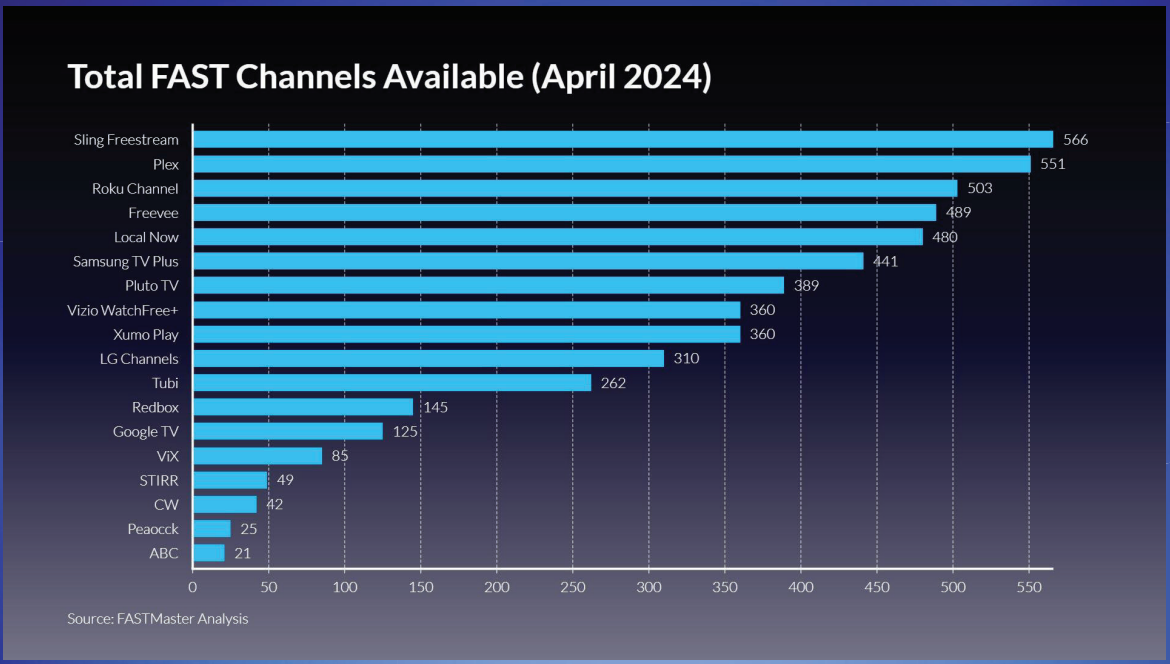
FAST 有力プレイヤー（バンダラー）

11

- ハリウッド系； Pluto(Paramount/Viacom), Tubi(FOX),
  Xumo(Comcast/Charter)、他
- 衛星放送系； sling TV(Dish)、 local now(Weather Channel)、他
- ＩＴ系/独立系； Roku，Amazon Freevee，plex，redbox, 他
- ＴＶメーカー系； LG Channels，Samsung TV Plus，VIZIO，他

各FAST、300から500チャンネルは当たり前

12

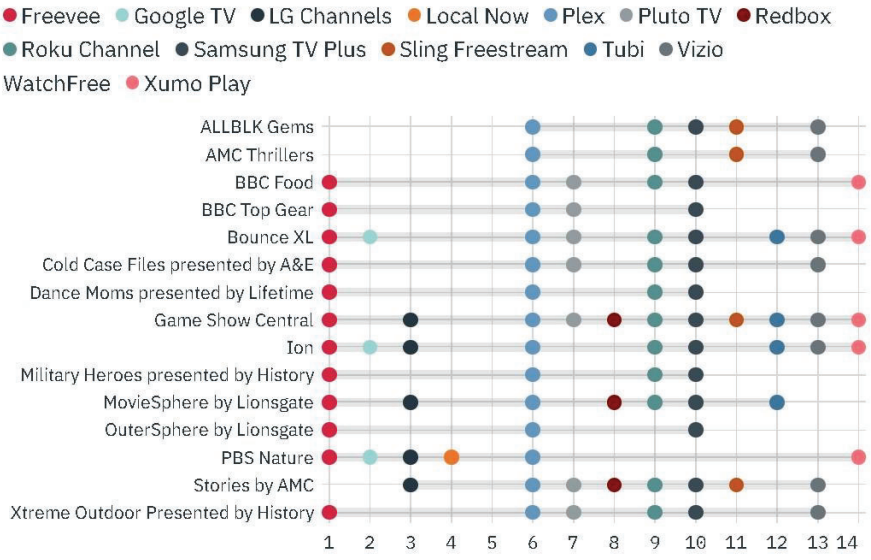


Bridge,G.,(2024), “FAST Channels by Service for April 2024,” *The FASTMaster*, Apr 26, 2024, https://fastmaster.substack.com/p/fast-channels-by-service-for-april

各チャンネルは、non-excusiveに展開

13

Distribution of Select Branded FAST Channels



FOR MORE DATA, VISIT VIP+

SOURCE: VARIETY INTELLIGENCE PLATFORM ANALYSIS
NOTE: DATA AS OF JULY 2023

Bridge,G.,(2023), THE BRANDIFICATION OF FAST, *VIP+*, AUGUST 15, 2023 6:00AM PT.
https://variety.com/vip/the-brandification-of-fast-paramount-nbcuniversal-lionsgate-sony-bbc-amc-1235693287/

FAST Channel Service Lineup by Shared Distribution (July 2023)

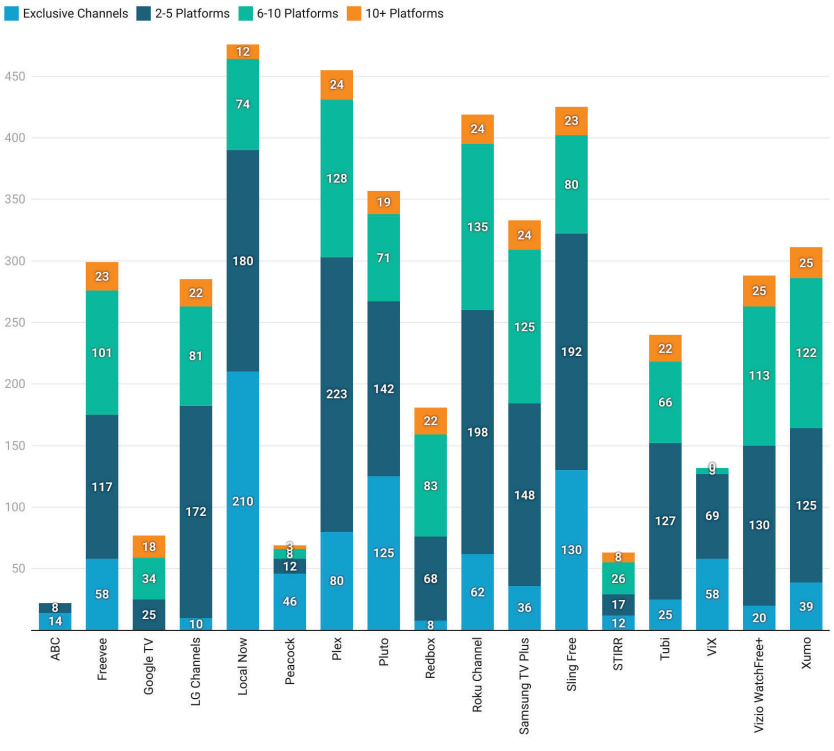


Chart: FASTMaster • Source: FASTMaster • Created with Datawrapper

14

Bridge,G.,(2023), "FAST Friends #5," *The FASTMaster*, Sep 22, 2023, https://fastmaster.substack.com/p/fast-friends-5

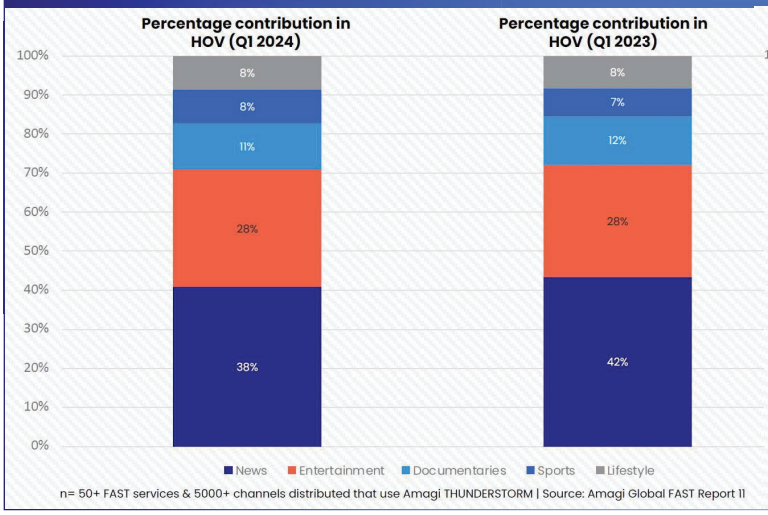
FASTで嗜好されているジャンルは、ニュース

15

Top genres by HOV & ad impressions
Global | Q1 2024 vs. Q1 2023

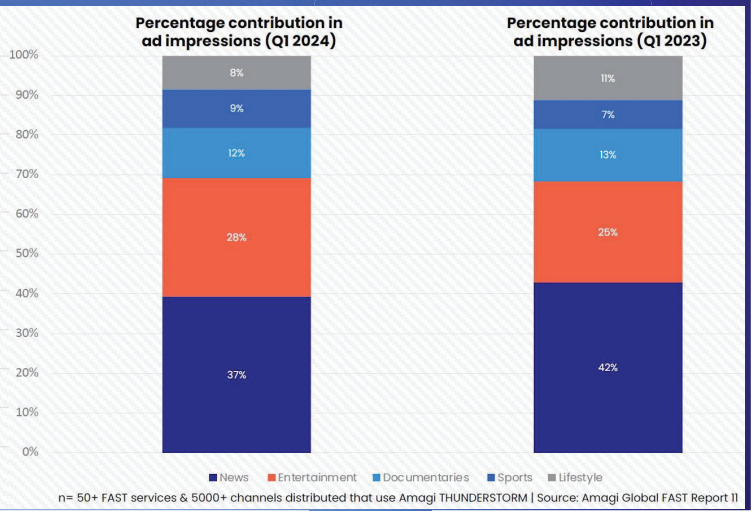
【出典】Amagi(2024), *Grabbing the remote control: What's on FAST?*, Amagi Global FAST Report | Edition #11 | April 2024, p11.

HoV （Hours Of Viewing）



n= 50+ FAST services & 5000+ channels distributed that use Amagi THUNDERSTORM | Source: Amagi Global FAST Report 11

広告インプレッション



n= 50+ FAST services & 5000+ channels distributed that use Amagi THUNDERSTORM | Source: Amagi Global FAST Report 11

CNN FAST

16

- LONDON, UK – (May 23, 2023)
- 23年5月よりヨーロッパの数カ国でRakuten TVで開始され、5月24日からはLGチャンネルでも視聴可能となり、続いて6月にはSamsung TV Plusでも視聴可能。
- オーストリア、ベルギー、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、アイルランド、イタリア、ルクセンブルク、オランダ、ノルウェー、ポルトガル、スペイン、スウェーデン、スイス、英国。
- https://cnnpressroom.blogs.cnn.com/2023/05/23/cnn-launches-new-fast-channel-in-europe/

【英国事例】

17

- BBCの海外での活動と商業活動。
- 本WGのこの「国際放送」アジェンダについては、BBC2017年チャーター更新にあたって、BBCが2015-17年あたりに議論していたことからの暗示が多いのではないか（それを復習するのがよいのではないか）。

2017年　チャーター期（～2028）

18

BBCの公共サービスに資金を提供するために、

- BBCスタジオが競合する放送局の番組を制作することも認める再編案をバーターに、
- BBCスタジオと第三者がBBCの非ニュース番組を制作するための入札を許可することに同意。
- 前後して、WoCC(Windows of Creative Competition)廃止。

BBCの商業部門

- BBC Studios
- BBC Studioworks(撮影所、ポスプロ)

https://www.bbc.com/aboutthebbc/whatwedo/commercialservices

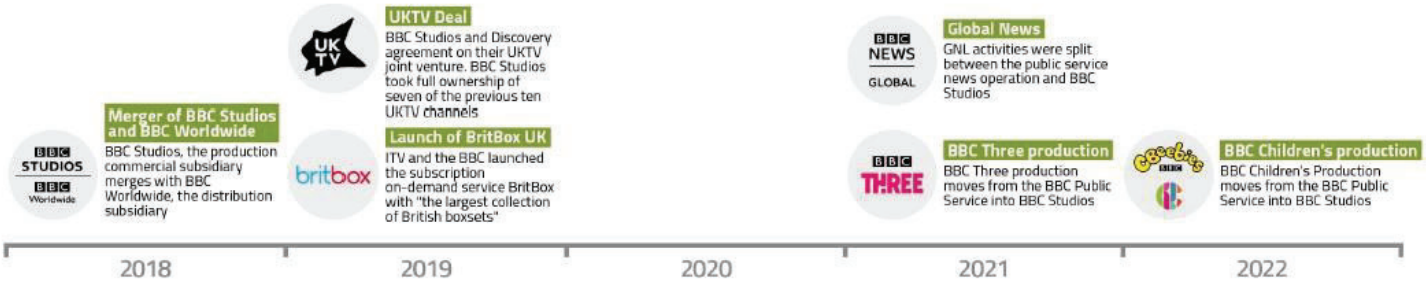
英国BBC Studiosの事例

19

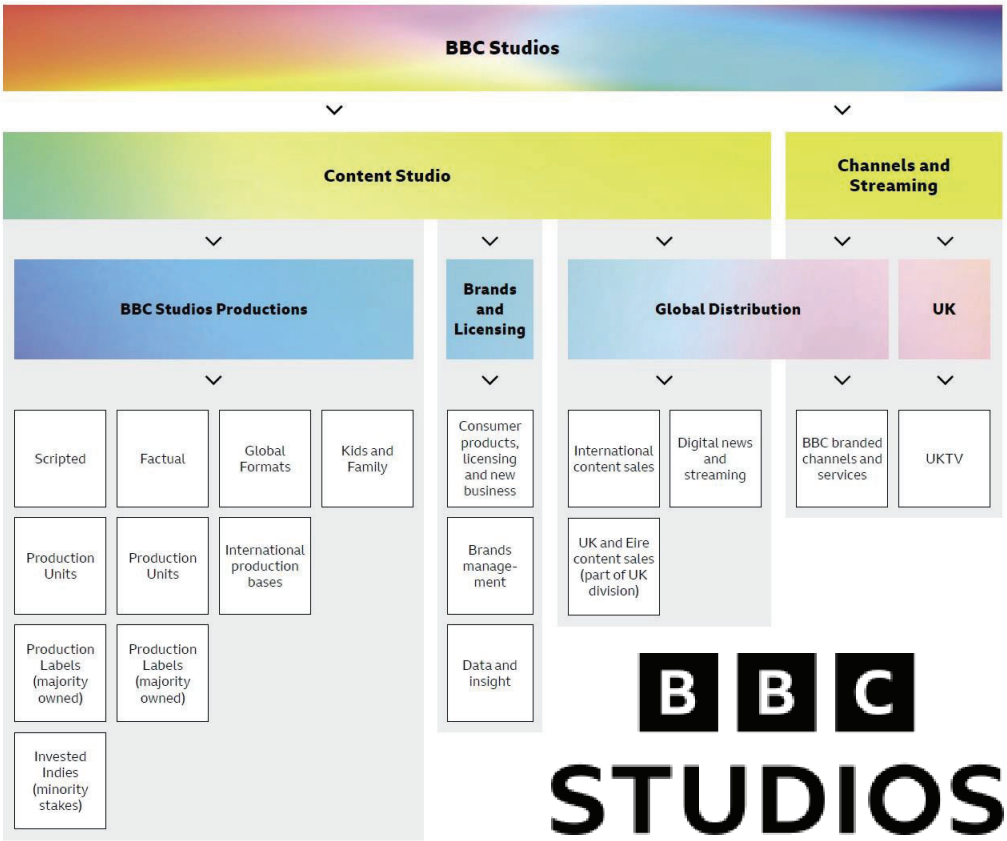
変遷

- BBCの制作部門の独立として、2015年2月27日 発足（製作会社としての側面）。
- 2018年10月1日　BBC Worldwide Ltd.を統合（海外番販・流通代理店としての側面）

Figure 2.2: Timeline of changes to BBC Studios: 2018-22[24]



Ofcom(2022), Review of the interaction between BBC Studios and the BBC public service, 22 June 2022, p6.



20

事業ドメイン

- 非報道系、スクリプト系の番組制作、流通
- ライツ管理、
- UKTV（英国国内向け多チャンネル・サービス）
- 番販、BBC America　などの海外展開、
- などなど。

21

The 20 leading production companies in Europe by operating revenues (in EUR million)

!!! Some companies may be active both in production and distribution. Some companies belonging to the same group may trade services and therefore the revenues may be duplicate

Rank	Company	Country	Final owner	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2022/2021
1	Banijay Group	FR	Lov/DeA/Vivendi	777.0	846.6	900.0	900.0	2,700.0	2,756.0	3,211.6	16.5%
2	ITV Studios	GB	ITV	1,708.0	1,805.6	1,887.8	2,075.7	1,539.8	2,047.5	2,457.9	20.0%
3	BBC Studios	GB	Government of the United Kingdom	0.0	1,599.9	1,557.0	1,565.8	1,406.3	1,916.4	2,417.9	26.2%
4	Fremantlemedia	DE	Bertelsmann	1,500.0	1,472.0	1,592.0	1,793.0	1,537.0	1,926.0	2,347.0	21.9%
5	Formula One World Championship	GB	John Malone	1,312.5	1,269.0	1,233.9	1,432.2	821.5	1,410.8	n.a.	n.a.
6	Mediaproduccion SLU	ES	Dong Fang Hong Tai Zhi He	1,537.0	1,177.0	1,490.2	1,261.1	1,115.0	1,218.0	n.a.	n.a.
7	All3Media (DLG Acquisitions)	GB	Discovery Inc/John Malone	588.6	682.4	759.5	848.5	737.8	1,008.1	1,197.1	18.7%
8	Mediawan (estimate) (1)	FR	Mediawan	0.0	115.7	258.6	338.0	n.a.	1,000.0	1,000.0	0.0%
9	Nordisk Film A/S (Egmont)	DK	Egmont Fonden	530.0	498.0	559.0	541.0	366.0	742.0	573.0	-22.8%
10	Highlight Communications AG	CH	Highlight Communications AG	405.2	337.1	460.4	437.6	387.3	470.1	521.3	10.9%
11	TF1 (Newen Studios)	FR	Bouygues	392.8	411.3	424.2	398.4	323.9	335.6	427.9	27.5%
12	ProSiebenSat.1 (Red Arrow Studios)	DE	ProSiebenSat.1 Media	421.0	523.0	552.0	652.0	620.0	491.0	384.0	-21.8%
13	StudioCanal	FR	Vivendi	416.0	467.0	462.0	462.0	360.0	474.0	383.0	-19.2%
14	Sky Studios	GB	Comcast	33.3	59.1	66.4	122.1	113.1	320.1	n.a.	n.a.
15	Bavaria Film GmbH	DE	WDR	207.1	241.0	274.8	284.1	277.0	269.5	n.a.	n.a.
16	Tinopolis Limited	GB	Tinopolis	260.1	247.9	257.2	307.0	211.9	242.4	n.a.	n.a.
17	SF Studios (Bonnier Group)	SE	Bonnier Group	0.0	144.1	122.5	179.3	178.9	159.6	239.6	50.2%
18	Gaumont	FR	Gaumont	188.7	177.0	196.2	212.1	154.0	266.2	217.9	-18.1%
19	Independent Television News Ltd	GB	ITV plc	158.8	144.3	143.4	154.8	136.0	146.7	192.8	31.4%
20	Left Bank Pictures (Television) Ltd	GB	Sony Corporation	93.6	39.6	122.4	140.2	13.8	173.7	n.a.	n.a.

(1) Source for 2021: Mediawan website - includes Leonine

Conversion from local currencies to EUR is based on the actual dates of the companies' fiscal year.

Source: European Audiovisual Observatory/ © European Audiovisual Observatory/ Yearbook 2023

22

【北米での活動】BBC America

- BBC StudiosとAMCの合弁事業。ケーブル／衛星向けのチャンネル・ネットワーク・サービス。
- 財源は有料契約者収入と広告収入。
- 北米での主要TVチャンネルのなかでも、比較的上位のポジション。

*Variety*誌【ゴールデンタイムのテレビ放送のランキング】；いわゆる４大ネットワーク系が300～500万視聴者に対し、BBCアメリカ（チャンネル）は16-18万視聴者、50～60位前後のチャンネル。

https://variety.com/2023/tv/news/most-watched-channels-2023-tv-network-ratings-1235850482/

- 北米でのレガシーMVPD衰退(コードカット）の流れのなかで、、、

THE MOST-WATCHED NETWORKS OF 2023 (BY TOTAL VIEWERS)

Rank	NETWORK	VIEWERS (000)	% CHANGE
1.	NBC	4,537	-12%
2.	CBS	4,508	-12%
3.	ABC	3,888	+1%
4.	Fox	3,353	+4%
5.	Fox News	1,899	-20%
6.	ESPN	1,705	-9%
7.	Univision	1,265	-4%
8.	MSNBC	1,220	+2%
9.	Ion	997	-3%
10.	HGTV	943	-13%
11.	TNT	938	-3%
12.	Hallmark Channel	929	-10%
13.	Telemundo	859	-8%
14.	TBS	78	
15.	History	77	
16.	TLC	74	
17.	INSP	70	
18.	Discovery Channel	70	
19.	USA Network	68	
20.	Food Network	67	
21.	Me TV	63	
22.	CNN	59	
55.	FXX	204	-17%
	E!	204	-12%
57.	NFL Network	197	-5%
58.	Cozi	196	-3%
59.	LMN	191	-19%
60.	Nickelodeon	190	-34%
	Start TV	190	-8%
62.	Motor Trend	184	-14%
63.	BBC America	179	-6%
64.	IFC	177	-21%
65.	Court TV Mystery	174	-6%
66.	Magnolia Network	170	-16%
67.	CMT	169	-22%
	Heroes and Icons	169	-2%
69.	HBO	166	-34%
	HLN	166	-21%
71.	CNBC	163	-17%

BBC StudiosのFAST展開

23

- 2023 年 10 月 10 日発表
- バンダラー；*Amazon freevee*
- ５つのFASTチャンネルをアマゾン*freevee*上に展開。

BBC Comedy

BBC Gameshows

BBC Sci-Fi

BBC Travel

Silent Witness/New Tricks

- 結果、2023 年10月時点で、BBC スタジオは米国で 17 の FAST チャンネルを立ち上げることに。
- 2023 年 10 月 10 日発表　https://www.bbcstudiospressroom.com/press/bbc-studios-exclusively-launches-five-new-fast-channels-on-amazon-freevee/

さらに *BBC News* がFAST 参入

24

- BBC AmericaとAMCのＪＶ
- Pluto TV、Samsung TV Plus、Xumo Play、VIZIO WatchFree+、Sling Freestream、Plex　にて配信予定。



2024 年 3 月 13 日発表
https://www.bbcstudiospressroom.com/press/bbc-news-channel-launches-on-leading-ctv-fast-platforms/

BBCの商業／広告に関連する活動

25

- 広告／スポンサーシップ基準（BBC本体から商業活動部門へ） 大筋、標準的な記述。 https://www.bbc.com/editorialguidelines/commercial-services

印象的なフレーズ

“the BBC should always seek to position itself at the top end of market best practice. ”

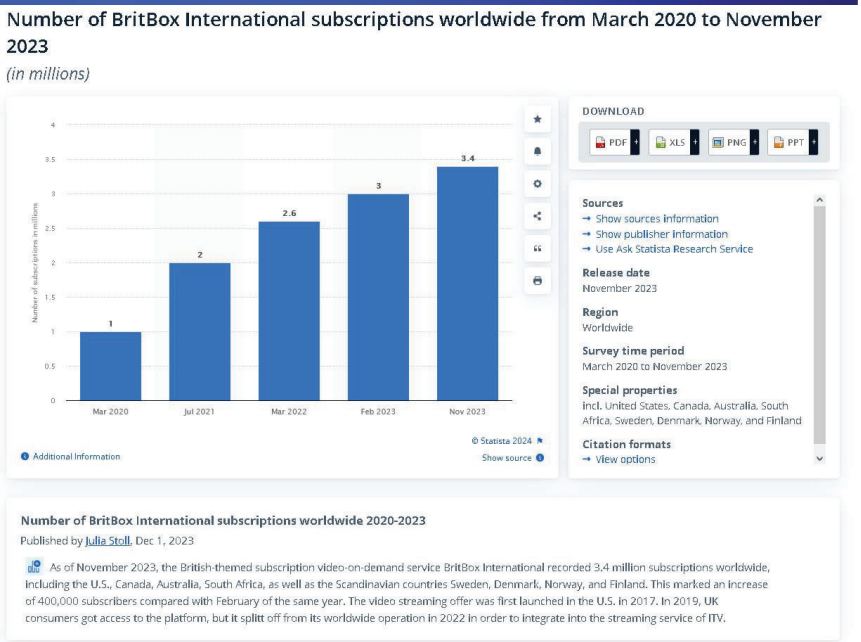
- 広告取引関係のベンダー業者リスト(BBC Studios)。 概ね、今時のプログラマティック広告対応できるような事業者群。 https://docs.google.com/presentation/d/1AA18-LxVEyu2ddinpHD5SeHnnOADML1KQfORo1Vto1s/edit#slide=id.g1287b5520c1_0_725

- 広告クリエイティブの作成（BBC Studios）https://www.advertisingonbbc.com/

britbox BY BBC & itv

26

- **BBCおよびITVの国際的なSVoD展開のJV事業**として2017年に発足。
- 現在、US, Canada, Australia, South Africa, Sweden, Norway, Denmark , Finland で展開。UK国内に対してはBBC Studiosが展開。
- 世界全体で、約375万契約者数(24年3月1日発言）。 https://www.bbc.co.uk/mediacentre/bbcstudios/2024/bbc-studios-takes-full-ownership-of-britbox-international-in-historic-deal/



他例 viaplay

北欧を中心に展開する**欧州最大の民族系 映像配信プレイヤー**。本社スウェーデン。

【海外展開】
22年11月1日　UKにて独自DTCアプリ展開。
23年2月22日　米国にて独自DTCアプリ展開
23年3月７日　カナダにて独自DTCアプリ展開
24年2月28日　米国・英国での独自DTCアプリ閉鎖。
北米 Comcast Xfinity、Roku、Xumoでは展開中。

24年４月　米国*Amazon Prime*上で、SVoD再展開(SVOD, $5.99/月）。

欧州における主たる OTT SVOD 推計契約者数（単位千、2022年12月）

These subscribers figures are only estimations and only for over-the-top SVOD services.

	ドイツ	スペイン	フランス	イタリア	EU全体	イギリス
グローバルプレイヤー						
Netflix	9874	5363	10405	4780	49290	14853
Amazon	12187	2858	5151	3729	30010	12312
Disney+	5667	2701	5283	2275	23756	6012
Warner Bos. Discovery (HBO Max/Discovery+/Player.pl)	672	1774		989	10882	1517
Paramount+	2445		2347	1756	7022	3547
Apple (Apple TV+)	2048	547	1056	514	6111	1918
DAZN	2529	1295		2424	6638	
ナショナルプレイヤー						
Viaplay					6099	
RTL Group (RTL+/Videoland)	4016				5237	
Sky (SkyShowtime/Now TV/Wow)	985			401	2921	1824
TIM Vision				2390	2390	
MediaForEurope (Mediaset Infinity/Mitele)		178		1465	1643	
Vivendi (Canal+ Series)			1504		1504	
Joyn (ProSiebenSat.1 Media)	1430				1430	
OCS			983		983	
France Télévision/TF1/RTL (Salto)			846		846	
BBC/ITV (BritBox)						700
ITVX						650
Atresplayer Premium		431			431	
Molotov			412		412	
Rakuten TV		163			163	

Source: AmpereAnalysis　© European Audiovisual Observatory　Yearbook 2023

- https://www.viaplaygroup.com/news/news-releases/viaplay-launch-uk-1-november
- https://www.viaplaygroup.com/news/news-releases/viaplay-sets-us-and-canada-direct-consumer-launch-dates
- Spangler, T.,(2024), "Nordic Streamer Viaplay Launches on Amazon's Prime Video Channels in U.S., Following Shutdown of Its Own Service, Variety, Apr 17, 2024 7:24am PT, https://variety.com/2024/tv/news/viaplay-us-launch-amazon-prime-video-channels-1235973818/
- Whittock,J.,(2024), "Viaplay Launching On Prime Video Channels After Shutting Down U.S. Streaming App," DEADLINE, April 17, 2024 6:00am, https://deadline.com/2024/04/viaplay-prime-video-channels-launch-1235887096/

【考察】

英国事例からの示唆

29

- BBC/英国のような海外展開の数量的な大きさを、NHKに対しては期待しにくいかもしれないが、

∵旧植民地／コモンウエルス諸国の広がりとその豊かさ、その結果としての文化的な財の貿易でのCultural Discount の小ささ、英語ネイティブの有利さ、等、UK/BBCコンテンツは、素地として海外流通の可能性、受容性が高い。

- しかしながら、制度や構造的なものは、十分に範にできる。

- 商業性を持つことは悪ではなく、本国の「受信料値下げのため」という大義名分は一貫している（もちろん英国内での批判がないわけではない）。数量的に商業活動による利益の本体への財務的貢献は、£368m(2022), £353m(2021)、受信料収入の 9.68%(2022), 9.40%(2021)。

- BBCは前回のチャーター更新にあたっての議論のなかで、結果として、**組織体制（国内と海外、PSBと商業）をシンプルに再編した。**

30





UK		日本
約3908.2億円 （25億8700万£） （国家統計局 数値）	**海外番販(2021)の輸出金額**	655.6億円 （総務省数値）
16,181mil.US$	**放送産業規模（2022, pwc数値）**	24,525 mil.US$
BBC 6623.2 mil.€	**公共メディア事業規模（2022, European Audiovisual Observatory 数値）**	NHK 4890.0 mil.€
5,749 mil.US$	**OTT video 市場規模（2022, pwc数値）**	4,426 mil.US$

海外番販の王者国

放送産業自体は日本が大

相対的に民放の大きな日本

国内配信事業は英国のほうが先進的。

3つの海外展開モード

31

事業ドメイン	事業モデル	コア・コンピタンス	BBCグループの場合
制作	番販	キラーコンテンツ	BBC Studios Showcase, The London TV Screenings, 等での番販
制作 = **編成**（統合）	チャンネル事業	一定水準以上のクオリティを持つ大量の番組を調達・編成する能力。	BBC America (on レガシーMVPDs) BBC FAST ５チャンネル(on freevee) BBC News (on レガシーMVPDs & FAST各サービス)
制作 = 編成 = **伝送**（統合）	ＰＦ事業	インフラのアクセシビリティ、“便利さ”、“高性能”。 顧客獲得・維持能力	britbox (独自PF)

進化

過去、*JET TV, WAKUWAKU TV* 等で、日本勢が最も苦労してきたのは、「編成」ではないか？
北米でのFASTは90年代の数百チャンネル・ケーブル／衛星放送のような様相を示しており、競争は容易ではない。いかに特徴ある「編成」ができるかが鍵ではないか？

現在のJIBも同じ課題を抱えていないか？

海外展開手法

32

	バイヤー	場	核となるもの	NHKの場合	民間
番販（含　ライセンシング、フォーマット）	放送局とその代理店、SVoD事業者	見本市	完パケ、脚本、企画書、バイブル	株)NHKエンタープライズ、株)NHKグローバルメディアサービス、株)日本国際放送、等による海外向け活動	各社海外番販
共同製作		様々な人的ネットワーク、コプロ（企画）マーケット	資金、ショーランナー、	本体国際放送局、国際展開ユニット、等による諸活動 上記関連子会社によるコプロ座組み。 一財)放送番組国際交流センター(JAMCO) による途上国向けローカライズ。	
チャンネル事業（レガシー）	現地ケーブル／衛星事業者		番組編成能力、顧客サービス能力	株)日本国際放送 、NHK Cosmomedia America, Inc 、 ↓ NHK World(国際放送)、Jme.	JET TV, WAKUWAKU JAPAN（過去）
チャンネル事業（ネット。独自、FAST等）	ネット映像配信事業者、TVOS事業者		番組編成能力、顧客サービス能力		

NHK他　国際展開の整理

複数ある国際展開チャネルの役割分担を再確認することから始めるべきでは？？

NHK等による海外展開に寄せられる期待を再確認することも必要では？

- 日本国民のプライド？　国際交流？
- 在外邦人へのサービス。
- インバンドのような外国人向けの情報発信、波及効果。
- 同業の放送事業者の海外展開サポート。
- 経済安全保障的な観点、日本のソフトパワーの強化。

そのうえで

- 目的；ターゲット（国・地域や層）とコンテンツ・ジャンル
- 手段；伝送路（レガシーとネット）、配給チャネル、他

を整理して、効果的な国際展開ができるようにしていくべきではないか？

TV JAPANから　Jmeへ

NHKコスモメディア・アメリカが、北米での在外邦人向けに運営する日本語チャンネル。サービス開始は1991年。テレビジャパンを視聴するためには、当初からこれまで各地のケーブル・衛星放送（SpectrumやDishネットワークなど）との有料契約経由。

Jmeとして、ネット**SVOD**サービスに転換。

- https://www.tvjapan.net/
- https://watch.jme.tv/
- https://minpo.online/article/jme.html



N民の連携可能性

35

民間が自律的に販売・展開できる条件下では、N民の連携可能性は乏しいし、求められない。そうでない条件下、芽はどこにあるか？　民間においても、右下がりの放送広告収入、それに比べても過少な放送コンテンツの輸出額は事実であるが、人口減の時代、「国内だけでリクープ」という日本の映像産業の慣習を少しでも転換していくために（先行例はアニメ産業）、海外展開による外貨獲得が放送の役割を維持・強化し続けるためのN民共通の課題であることをまずは認識すべき。これは**産業内競争ではなく、産業間競争でもある。**

- 供給本数が確保できないが、**魂こもった単体の作品を売り込みたい**場合。海外セールスで求められる番組供給本数を必ずしも満たせない局も多いはず。そうした中で魂こもった質の高い作品を売り出していくにはN民共同による特徴ある「編成」が重要（そもそも民間は独自の配信によるチャンネル事業を持っていない）。
- 自社が持たない／全く**流通チャネルがない国・地域**向け。
- **ＦＡＳＴ**（残念ながら日本勢の取り組みは国際的にみれば進展していない）。既存のプラットフォームの活用に加えて、Ｎ民共同でALL JAPANの配信プラットフォームを目指せるか？
- **製作志向な放送局＆独立系製作会社**の海外アウトレットとして。それが（目先の救済ではなく）真に競争力ある番組や企画の掘り起こしにつながるのであれば、一時的に、国際放送に外部製作比率目標を設定するのもオプションか？。英国／BBCがどのような経緯をたどったか、よく観察すべき。
- NHKの事業規模が大幅に縮小しているなかで、何らかのスクラップ抜きに新規事業は難しいのではないか？

プラットフォームタスクフォースで示された

【課題に対する私見】

36

①インターネット配信の強化、②コスト負担の軽減

⇒世界的なFASTの波に乗るか、伝統的な番販とケーブル・衛星伝送に頼り続けるか？　レガシー伝送路であってもネット配信であっても、運営組織的な固定費（や、通常の海外展開に求められるローカライズ費用・権利処理費用、等）は大きく変わらないことには留意しなければならない。**伝送路直接費用は如何に？**　また独自PFによる手法は、それらに加え、サービスPFのマーケティング／プロモーション費用、コンテンツの集約化費用等が上乗せになる。上述の「供給本数」や「編成」の課題も考慮すると、N民共同による取組み抜きには難しいのではないか？（その場合には政府の大きな後押しも必然的）。

③コンテンツ調達の在り方　（番組制作の競争性・透明性の確保、民放や株式会社日本国際放送（ＪＩＢ）等の外部リソースの活用等）

⇒　商慣習上、既存の国際放送や*JIB,JAMCO*の番組ラインナップを劇的に増やすことは難しいであろうが、放送産業でのワンソース・マルチユースはまだまだ開拓の余地があるのではないか？。また*BBC Studios*の大幅な方針転換のように、ラインナップ再編成の工夫の余地はあるのではないか？

④財源の在り方

メディア産業にとっての財源は、基本３つしかなく（受信料的なもの、広告収入、契約者収入）、その組み合わせに対しては柔軟であるべきで、そのどれか一つだけに依存する必然性はない。

世界に通用するような
製作会社を育てるような政策を。

マルチユースを前提とした座組みと製作。

- 世界の同業種、関連異業種に対するネットワーキングの広さ、
- ライツ処理能力を有するもの、
- ファンド・レイジング能力を有するもの
- 世界展開においては、AVOD・FAST前提の時代なので、番組はエクスクルーシブに供給するものではなく、ノン・エクスクルーシブに供給するもの。

= BBC 2017年チャーター時の組織改編は、「編成」と「製作」の分離を進め、BBCの"海外での商業活動"をやりやすくしたのではないか？

= そういった点での、NHK本体と nep, EDU, G-Media の関係は？　またJIBに何が足りないのか？

= 韓国・スタジオ・ドラゴンもこうした能力を有する事例ではないか？

そうはいっても　それぞれの進出先で
現地パートナーを見つけることは重要！

- "微に入り細に入り"で、"機微な"、外国視聴者の受容性は、なかなか外国から手出しできるものではない。
- 番販、チャンネル事業、PF事業、いずれのレベルでも、"日本勢だけで"というのは、無理がないか？（いわんや"個社だけ"では、もっと無理がある）

※　BBC Studios,北米の場合は、AMC NETWORKS

- またしっかり広告収入を得るための、（ネット広告カオス・マップには常連な）現地ベンダー事業者との付き合いのリスト。

これらの意味で、NHKの海外でのネットワーキングはいかがなものか？
それら抜きには、「番販」ステージから、ステップアップできない。

資料21－２

公共放送ワーキンググループ（第21回）説明資料

2024/5/23

NHK

目次

１．はじめに

２．ＮＨＫの放送・インターネットによる国際発信の現状

３．ＮＨＫの国際共同制作の取り組み

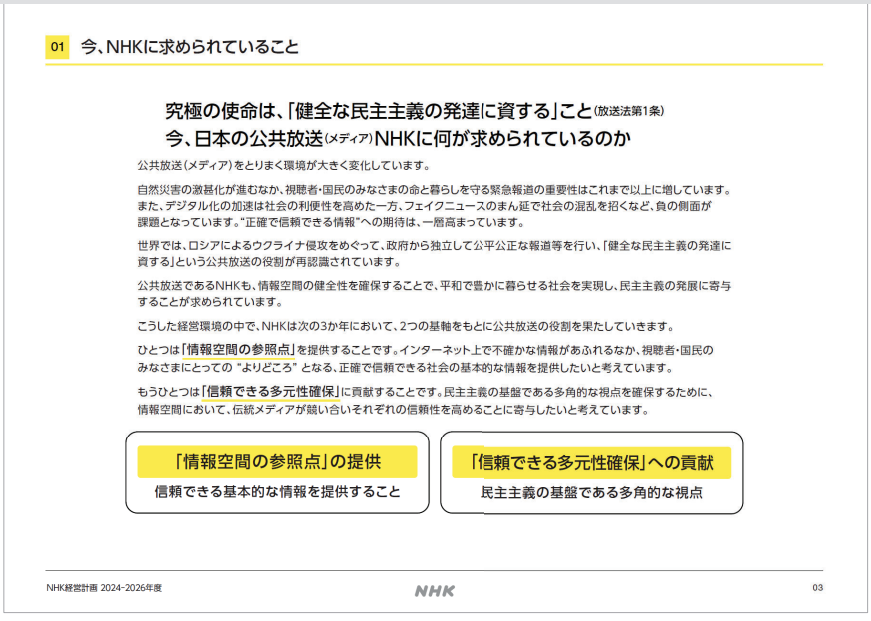
４．おわりに

1．はじめに

3

ＮＨＫ経営計画（2024-2026年度）より

放送においても、インターネット上においても、安全安心を支え、あまねく伝えることで、健全な民主主義の発達に資するという、公共的な役割を果たしていく
基軸は「『情報空間の参照点』の提供」と「『信頼できる多元性確保』への貢献」



01 今、NHKに求められていること

究極の使命は、「健全な民主主義の発達に資する」こと(放送法第1条)
今、日本の公共放送(メディア)**NHKに何が求められているのか**

公共放送（メディア）をとりまく環境が大きく変化しています。

自然災害の激甚化が進むなか、視聴者・国民のみなさまの命と暮らしを守る緊急報道の重要性はこれまで以上に増しています。また、デジタル化の加速は社会の利便性を高めた一方、フェイクニュースのまん延で社会の混乱を招くなど、負の側面が課題となっています。"正確で信頼できる情報"への期待は、一層高まっています。

世界では、ロシアによるウクライナ侵攻をめぐって、政府から独立して公平公正な報道等を行い、「健全な民主主義の発達に資する」という公共放送の役割が再認識されています。

公共放送であるNHKも、情報空間の健全性を確保することで、平和で豊かに暮らせる社会を実現し、民主主義の発展に寄与することが求められています。

こうした経営環境の中で、NHKは次の3か年において、2つの基軸をもとに公共放送の役割を果たしていきます。

ひとつは「情報空間の参照点」を提供することです。インターネット上で不確かな情報があふれるなか、視聴者・国民のみなさまにとっての "よりどころ" となる、正確で信頼できる社会の基本的な情報を提供したいと考えています。

もうひとつは「信頼できる多元性確保」に貢献することです。民主主義の基盤である多角的な視点を確保するために、情報空間において、伝統メディアが競い合いそれぞれの信頼性を高めることに寄与したいと考えています。

「情報空間の参照点」の提供
信頼できる基本的な情報を提供すること

「信頼できる多元性確保」への貢献
民主主義の基盤である多角的な視点

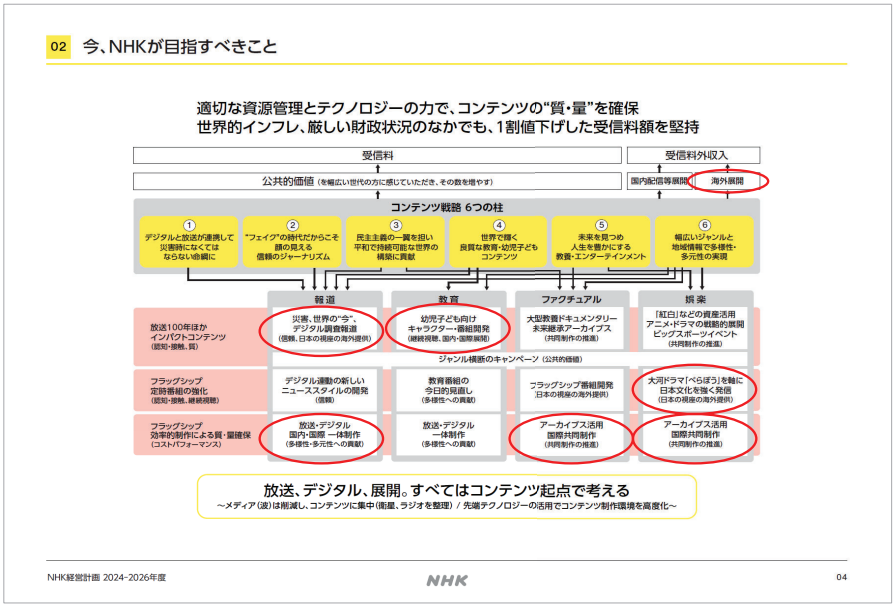
NHK経営計画 2024-2026年度　NHK　03

NHK経営計画（2024-2026年度）
説明資料より

4

ＮＨＫ経営計画（2024-2026年度）より

「放送、デジタル、展開。すべてをコンテンツ起点で考える」
コンテンツ戦略 6つの柱と、インパクトコンテンツ、定時番組の強化、効率的制作による質・量確保
⇒ 「日本の視座の海外提供」「国際展開」「国内・国際一体制作」「国際共同制作」などを推進



NHK経営計画（2024-2026年度）
説明資料より

ＮＨＫ経営計画（2024-2026年度）より

グローバル展開については、「国際発信（フロー）」と「国際展開（ストック）」双方を強化
⇒ 視聴環境が変化する中においても、「日本の視座」を発信するなど、公共放送の役割を果たしていく



NHK経営計画（2024-2026年度）
説明資料より

2．ＮＨＫの放送・インターネットによる国際発信の現状

ＮＨＫ国際放送が目指すもの

NHK

《編集の基本方針》

緊迫が続くウクライナや中東をめぐる情勢、米中対立など、世界は混迷の度を深め、情報の氾濫や偏りにより、社会の混乱や分断が進んでいます。

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します。

公共に資する良質なコンテンツを効果的・効率的に世界に届けるため、国内放送との連携を一層強化し、多様なプラットフォームでの展開を進めます。

災害時の安全・安心情報など、訪日・在留外国人に向けた情報発信も充実させ、多言語で広く迅速に届けます。

《2024年度　重点事項》

1. **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
2. **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り組みを発信し、世界に貢献
3. **国内放送との連携やデジタル活用により、効率的な展開を推進**
4. **訪日・在留外国人向けに、安全・安心を支える情報発信を充実**

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。

NHKワールド JAPAN

外国人向け

＜テレビ＞（英語）	衛星放送やケーブルテレビ等でニュース・情報番組を放送（2009年 24時間英語チャンネルスタート）
＜ラジオ＞（17の外国語）	17の外国語で音声サービス 衛星・短波に加え、海外放送局の中波・FM波も利用
＜インターネット＞（19の外国語）	ライブストリーミングや ニュース配信・番組VOD、YouTube/SNS発信

在外邦人向け

NHKワールド・プレミアム＜テレビ＞	海外の日本人向け日本語チャンネル ニュース、ドラマ、音楽、子ども番組等を配信
NHKワールド・プレミアム＜インターネット＞	ニュース、クローズアップ現代などを ライブストリーミングやオンデマンドで提供
NHKワールド・ラジオ日本	在外邦人に最新のニュース・番組を提供

9

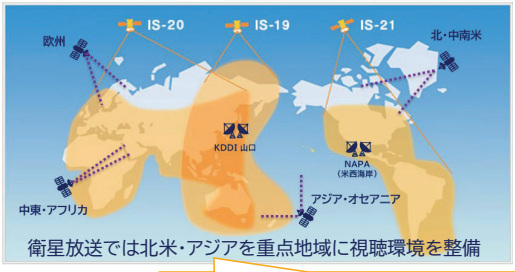
テレビ国際放送・配信の受信世帯数等

NHK

NHKワールド JAPAN

【放送】
各地の衛星放送のほか、CATV、IPTVなどを通じて
約160の国と地域の4.2億世帯で視聴可能(2024年3月末現在)

【配信】
海外事業者を通じたOTT配信を2021年に開始
約9,200万世帯で視聴可能(2024年3月末現在)



衛星放送では北米・アジアを重点地域に視聴環境を整備

視聴可能世帯数は
3.3億(2018年)⇒4.2億(2023年)に拡充

＊公式ウェブサイト・アプリでは全世界に放送の同時配信(24時間)およびオンデマンド配信を配信しているほか、
Apple TVやAmazon Fire TV、ROKUなどテレビに接続する機器向けのアプリを提供し配信するなど
配信手段を多様化し、インターネットでの視聴に誘導するよう周知広報に取り組んでいる。

NHKワールド・プレミアム

【放送】
約110の国と地域の2,200万世帯で視聴可能(2024年3月末現在)

【配信】
海外事業者を通じたOTT配信を、欧州で2023年10月、北米で2024年4月に開始
視聴可能世帯数は集計中

10

外国人向け／テレビ国際放送の番組編成①

NHK

- 日本やアジアの情報を取り上げたニュースや多彩な番組を１日24時間、世界に向けて英語で発信
- 「毎時ニュース＋一般番組」の5～6時間セットを4～5回ループで編成し、各国の好適視聴時間に効率的に対応（ニュースは最新の情報）
- テレビ国際放送に係る経費は2024年度予算で194.6億円　※人件費、減価償却費を含む　※在外邦人向けを含む

【編成のイメージ（日本時間）】

9	00	NHK NEWSLINE
	30	Journeys in Japan(紀行)
10	00	NHK NEWSLINE
	30	Dining with the Chef(食)
11	00	NHK NEWSLINE
	30	Document 72 Hours(ドキュメンタリー)
12	00	NHK NEWSLINE
	30	Medical Frontiers(医療)
13	00	NHK NEWSLINE
	30	DEEPER LOOK(インタビュー)

9～13	
14～18	〃
19～23	〃

【2024年度編集方針】

NHKワールド JAPAN テレビ(英語・外国人向け放送)

□日本の視座に立った信頼される確かな情報で世界に貢献
- 日本の視点やアジアの立地を生かしたニュースや、専門性を生かした深い解説を強化し、世界の視聴者の理解を助ける情報を提供する
- 国際放送のフラグシップとなるドキュメンタリー枠を新設
調査報道番組も充実させ、グローバルな課題に向き合う

□日本の魅力や取り組みを伝えるコンテンツの充実
- 気候変動や高齢化社会などグローバルな課題について日本の先進的な取り組みを発信し、持続可能な社会の構築に寄与
- インバウンドの復活を受け、日本の地域や文化の魅力・価値を掘り下げる

□国内放送との連携やデジタル活用により、効率的な展開を推進
- 企画段階からの一体化制作など、国内番組との連携を強化
- NHK スペシャルなどドキュメンタリー番組の英語化を拡充
- VODやSNS・外部プラットフォームなどへの展開を強化し、効果的・効率的に提供

□訪日・在留外国人向け情報発信の充実
- 訪日・在留外国人の安全・安心を支える情報を発信
- 多様性を支え相互理解を促進するコンテンツを強化

外国人向け／テレビ国際放送の番組編成②

NHK

ニュース・報道

前半に最新ニュース、後半はニュースを深掘り

00分 NHK NEWSLINE（最新ニュース）
15分 NEWSLINE IN DEPTH ／NEWSLINE BIZ

ニューヨークスタジオからも放送（2021年～）


NYスタジオ



NHK NEWSLINE from New York

アジア情報の発信

- 毎日、タイのバンコクからの中継で、アジアの最新情報を発信。
- ラジオ「Asian View」は、日本・アジアの最新ニュースを5分にまとめて発信。



多彩な番組ラインナップ



国内番組との連携



外国人向け／テレビ国際放送の番組編成③

NHK

経営計画の実現に向けたコンテンツ制作

日本の視座に立った信頼される確かな情報で国際社会に貢献



調査報道番組「Digital Eye」
「北朝鮮　独裁国家の隠された“リアル”」



ウクライナ出身ディレクターのセルフ
ドキュメンタリー「私の故郷　ウクライナ」



地球規模の課題解決に向けて提言する
国際討論番組「GLOBAL AGENDA」



国際情勢や時事問題について識者の
知見を伝える「DEEPER LOOK」

日本の多様な魅力や価値を伝え、日本への理解を促進



日本が誇る最新の医療技術を紹介
「Medical Frontiers」



「もったいない」思想を具体化する
取り組みを紹介「Zero Waste Life」



地域局制作番組の英語化で地域の
情報を発信「Hometown Stories」



海外でも人気の作品やその舞台裏を紹介
「ANIME MANGA EXPLOSION」

共生社会の実現



在留外国人の暮らしから共生社会の
ヒントを探る「Where We Call Home」



在留外国人とつながる参加型番組
「Chat Room Japan」



ニュースで日本語を学ぶ「Learn
Japanese from the News」

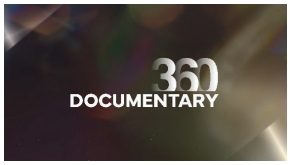
良質な教育コンテンツ



国内の優れた教育コンテンツを発信する
「Kids Edutainment」

外国人向け／テレビ国際放送の番組編成④

NHK



2024年度より国際放送のフラグシップ・ドキュメンタリー枠として「Documentary 360」を新設。「NHKスペシャル」「ETV特集」などの英語版や、国際放送の独自番組から厳選したラインナップで、日本ならではの視点やグローバルな課題に対する取り組みなどを世界に向けて発信している。

【2024年度 既放送番組】

放送日	日本語タイトル	国内連携
4/6	ルポ「死亡退院」	ETV特集 英語化
4/7	世界に響く歌　日韓POPS新時代	NHKスペシャル 英語化
4/13	ゲームプラネット	BSスペシャル 英語化
4/14	戦場のジーニャ　～ウクライナ　兵士が見た”地獄”	NHKスペシャル 英語化
4/20	わが娘を手放した日　中国”一人っ子政策”のその後	BSスペシャル 英語化
4/21	映像記録　関東大震災　帝都壊滅の三日間　前編	NHKスペシャル 英語化
4/27	人新世　ある村にて	ETV特集 英語化
4/28	映像記録　関東大震災　帝都壊滅の三日間　後編	NHKスペシャル 英語化
5/4	立つ女たち　～女性議員15%の国で	国際放送独自
5/5	戦火の放送局Ⅱ　～ウクライナ　うつりゆく”正義”	NHKスペシャル 英語化
5/11	福島モノローグ	国内国際共同採択
5/12	ドキュメント”宗教2世”を生きる	NHKスペシャル 英語化



「立つ女たち ～女性議員15%の国で」



「福島モノローグ」



「戦場のジーニャ　～ウクライナ　兵士が見た”地獄”」

外国人向け／ラジオ国際放送

NHK

- 17の外国語で全世界にニュースや最新情報、話題を発信
- 衛星・短波に加え、海外放送局の中波・ＦＭ波も利用
- ラジオ国際放送に係る経費は2024年度予算で45億円　※人件費、減価償却費を含む　※在外邦人向けを含む

English 英語	اللغة العربية アラビア語	বাংলা ベンガル語	မြန်မာဘာသာ ビルマ語	华语 中国語	Français フランス語
हिन्दी ヒンディー語	Bahasa Indonesia インドネシア語	코리언 ハングル	فارسی ペルシャ語	Português ポルトガル語	Русский язык ロシア語
Español スペイン語	Kiswahili スワヒリ語	ภาษาไทย タイ語	اردو ウルドゥー語	Tiếng Việt ベトナム語	



【2024年度編集方針】

NHKワールド JAPAN ラジオ(17 言語・外国人向け放送)

□多様なメディアの組み合わせによる情報発信
- インターネット配信、現地ラジオ局での再送信、短波、衛星放送など、地域の特性に合わせて最適な手段で情報を発信

□24時間の英語音声サービス
- テレビ英語放送のコンテンツをマルチ展開 衛星放送のほか、インターネットでも配信し、スマートスピーカーなどを通して広く提供

15

邦人向け／国際放送（テレビ・ラジオ）

NHK

NHKワールド・プレミアム ＜テレビ＞

- 海外在住、あるいは海外旅行中の日本人のために、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、スポーツ番組などから選んだ番組を編成
- 海外の日本人の安全と安心に貢献



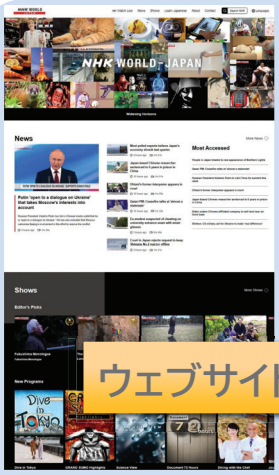
NHKワールド・ラジオ日本

- 在外邦人に向けて、ラジオ第1放送の番組の同時放送を基本に日本語で発信

16

外国人向けインターネットサービスの概要

NHK



英語テレビ放送のライブ配信
9言語(10種類) でAI字幕 を付与



SNS(英語) ※Facebookは10言語(11種類)

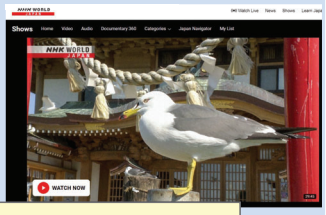


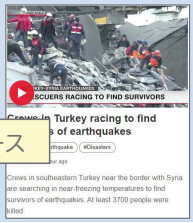
YouTube

ニュースやショート動画、番組情報を発信
2022年3月よりYouTubeでニュース番組のライブ配信をスタート

NHK WORLD JAPAN

ウェブサイト ※19言語(20種類)

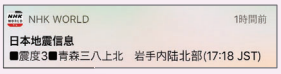




ニュース

VOD
オーディオクリップ配信

プッシュ通知 ※4言語(5種類)

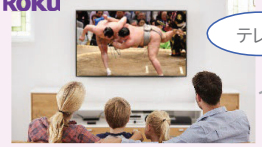


アプリ ※19言語(20種類)



スマートフォン
・タブレット

androidtv
Roku
amazon fireTV
tv



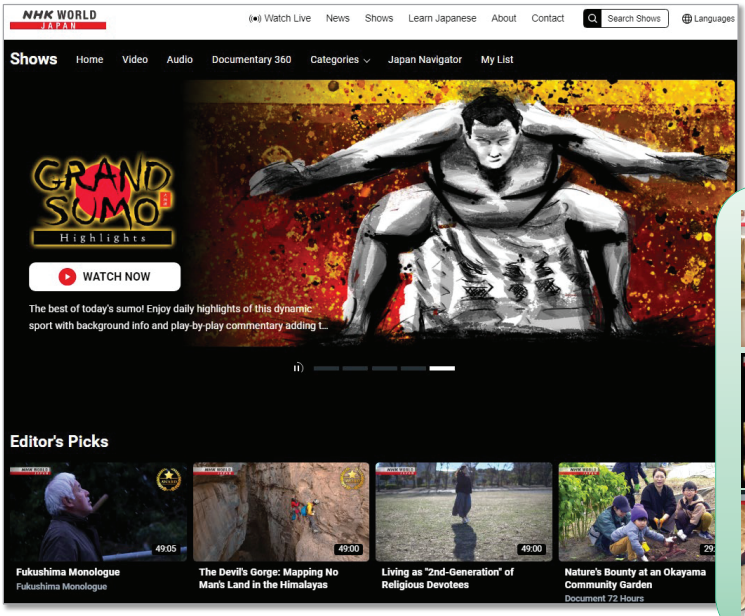
テレビ

ホームページと同様、
国際放送のニュースや番組を視聴可能

外国人向けインターネットサービスの取組例 ～VOD（見逃し配信）～

NHK

番組のビデオ・オンデマンド配信は、番組数およびジャンルの拡大や提供期間の延長、
多言語化/トランスクリプト付与など質量双方で充実強化を進めている。



19言語20種類で延べ約5,600本を無料配信
(2024年3月末現在)

常時公開本数の平均は直近5年で
3,683本(2019年度平均)⇒6,878本(2023年度平均)に倍増

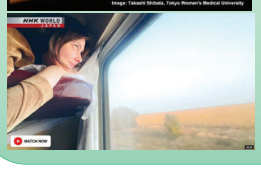
反響の大きいコンテンツ例



「End-of-life Guardians」
(2023年3月放送)
特別養護老人ホームで暮らし、お年寄りに寄り添う"看取り犬"の日々を取材。
YouTubeの公式チャンネルでも紹介し、70万回再生された(2024年4月現在)



「Medical Frontiers:
The Culprit Behind Osteoporosis」
(2022年2月放送)
東洋医学も交え、骨粗しょう症の解説やリスクを下げる食品・運動を紹介。視聴UB数は世界で90万以上を記録。(2024年5月現在)



「Home is Where the War is」
(2024年2月放送)
ウクライナ人であるNHKディレクターの帰国に密着。戦争と共に生きるウクライナの今を伝え、大きな反響が寄せられた。

NHKワールド JAPANウェブサイト機能強化①

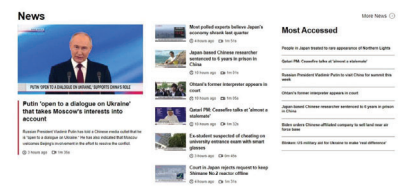
- 2024年3月、NHKワールド JAPANのウェブサイトについて、内容の拡充や新規サービス追加など機能を強化して一新
- 世界に向けてコンテンツの魅力をより効果的に発信し、日本の理解促進に資することを目指す

トップページ

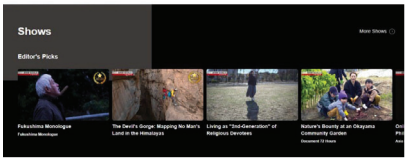
グローバルナビゲーションを採用し、操作性を向上。



検索機能を大幅に向上し、結果を関連度の高い順にソートする機能を追加。
選択肢の幅を広げ、より利便性を高めた。



NHKワールド JAPANの多彩で豊富なコンテンツをグリッドで表示した。
常に新しいエピソードに更新し、おすすめ番組や最新番組を紹介。



Japan Navigator

日本地図を活用した動画トラベルマップ。
関心のある地域やテーマを選んで番組を視聴でき、訪日外国人に役立つ新サービスとして、訪問UB数が増えている。

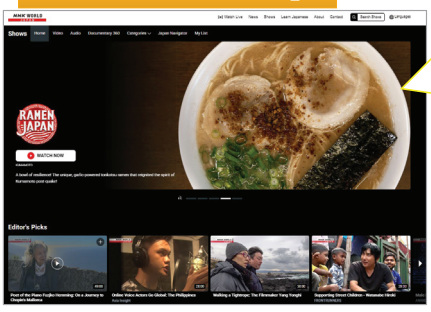


日本の食、伝統工芸、神社仏閣、祭りなど、カテゴリーを表示

選択したカテゴリーでその地域に該当するコンテンツ数を表示

NHKワールド JAPANウェブサイト機能強化②

VODサイト「Shows」

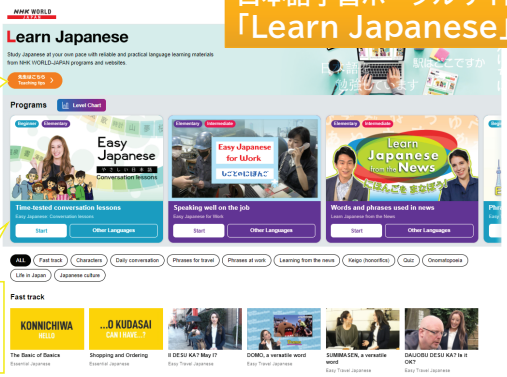


2,500本を超えるNHK WORLD-JAPANの放送番組を、ジャンルやカテゴリーごとにまとめ、視聴者の関心に合わせて、より見やすい表示とした。

日本語教師向けのガイドも追加し、効果的に活用頂けるよう強化した。

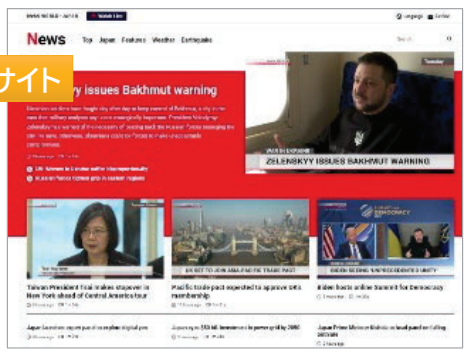


日本語学習ポータルサイト「Learn Japanese」



学習コンテンツを用途別にまとめて探しやすく表示。

ニュースサイト



多言語の地震・津波地図付き速報ページ



11言語のニュースサイトで自動作画の地図を配信。
アプリのプッシュ通知をクリックするとこの画面に切り替わる。情報量を増やし、理解しやすく工夫した。

災害時の迅速な報道と安全安心情報発信

NHK

- 世界に向けた迅速・正確なニュースと、訪日・在留外国人に役立つ安全安心情報を両輪で発信
- 大規模災害時は世界からNHKワールド JAPANウェブサイトへの訪問が急増。日本の災害情報や防災に関心が高い
- 経営計画“「命と暮らしを守る」報道の深化”に寄与

多言語によるニュース・防災情報 ポータルサイト



2024年4月開始。
外国人の日本での生活や防災に役立つ情報をまとめた多言語ポータルサイト。
やさしい日本語を含め20言語で展開。

大規模地震や津波警報時は各言語ニュースへのリンクを自動的に上部に表示。

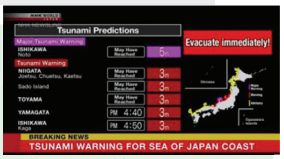
緊急情報の発信

- モバイルアプリで、日本国内の地震・津波情報を4言語(英語・中国語(簡体字・繁体字)・ベトナム語・ポルトガル語)で、ニュース速報を英語でプッシュ通知
- 11言語のニュースサイトに「震度5以上の地震」「注意報以上の津波」の気象庁電文を自動表示



令和6年能登半島地震での対応
～訪日・在留外国人に役立つ最新情報を継続発信～

- テレビ、ラジオ、インターネットで、合わせて**19の外国語**で最新情報を発信
- 発災直後はスマホアプリで**4言語**(英語、中国語、ベトナム語、ポルトガル語)によるプッシュ通知で速報
- SNSを通じ**10の外国語**で避難を呼びかけ
- テレビ英語放送では特設ニュースを**9時間あまり**連続放送
- ライフラインや避難所など生活情報を英語で提供するウェブサイトを開設
- 被災地で話者の多い**4言語**(中国語、インドネシア語、ポルトガル語、ベトナム語)でも停電や断水時の対応、自治体の多言語相談窓口の情報 等を紹介



総合テレビでの速報2分後にはNHKワールド JAPANで特設ニュースを開始
震度・津波の高さと該当地域などを総合波とずれなく英語表示し続けた



被災地の訪日・在留外国人に役立つ災害・生活情報の特設サイトを開設



ベトナム語Facebookで石川県多言語相談窓口を紹介



総合テレビ特設ニュースに
AI英語字幕・読み上げ音声を付けてライブ配信

21

効率的な取組～AIを活用したニュースの多言語化・災害報道等～

NHK

■AI多言語生字幕ライブ配信



ウェブサイトやアプリで視聴可能なNHK WORLD-JAPAN テレビライブ配信では、AIを活用し英語字幕を元に9か国語の多言語字幕にリアルタイム翻訳して提供

<提供言語>中国(簡・繁)、フランス、インドネシア、ハングル、ポルトガル、スペイン、ベトナム、ウクライナ、タイ

英語字幕 → AI翻訳 → 多言語字幕

■ニュース記事の多言語化



プロ翻訳者がAI翻訳を下訳に活用して多言語ニュース制作を迅速化



■ビデオオンデマンド多言語字幕作成



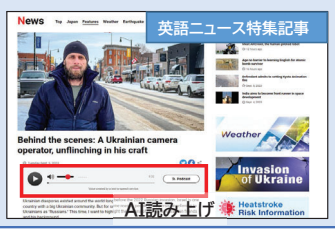
VOD化された番組は放送台本(英語)から精度の高い英語字幕を自動生成トランスクリプトとしても活用

さらに多言語字幕(AI下訳)を生成
手間のかかる多言語字幕制作を効率化

放送台本(英語) → AI翻訳 → 多言語字幕

■AI音声読み上げサービス

AI音声合成を利用した英語ニュース特集記事の読み上げサービスを開始



NHK総合緊急特設ニュース(日本語)にAIで英語字幕・読み上げを付けてライブ配信



ＡＩを活用し、英語圏以外の外国人への情報提供や、在留外国人への緊急情報の情報提供を実施

22

在外邦人向けのインターネット発信

NHK

◆ NHKワールド・プレミアム

○ 邦人向けテレビ国際放送のニュース・番組は、一部を除き　海外向けにネットでも配信
（海外のみで視聴可能）

○　2023年10月、OTT配信を開始
（上記番組も含め、ワールド・プレミアムの全ての番組配信を外国OTT事業者を通じて視聴可能（有料））

◆ 邦人向けラジオ国際放送「ラジオ日本」の配信は、ニーズ等を踏まえ、2022年度末に終了



【邦人向けテレビ国際放送で配信しているニュース・番組】

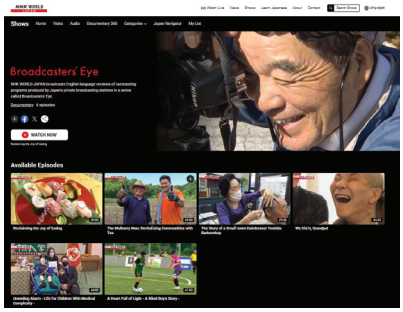
番組名	曜日	時間	配信内容
おはよう日本	月～土	6:00	同時配信・見逃し配信（1週間）
おはよう日本	月～日	7:00	見逃し配信（1週間）
ニュース	月～日	12:00	同時配信・見逃し配信（1週間）
ニュース7	月～日	19:00	同時配信・見逃し配信（1日）
クローズアップ現代	月～水	19:30	同時配信・見逃し配信（1週間）
首都圏ニュース845	月～金	20:45	同時配信
ニュースウオッチ9	月～金	21:00	同時配信
時論公論	月～金	23:30	同時配信
ニュース・気象情報	月～金	23:40	同時配信
国際報道 2024	月～金	23:45	同時配信・見逃し配信（1週間）
ニュース・気象情報	土	20:55	同時配信
サタデーウオッチ9	土	21:00	同時配信
ニュース	日	6:00	同時配信
さわやか自然百景	日	7:45	同時配信・見逃し配信（1週間）
小さな旅	日	8:00	同時配信・見逃し配信（1週間）
日曜討論	日	9:00	同時配信
ニュース・気象情報	日	20:45	同時配信

23

民間放送・ＣＡＴＶ事業者との連携①

NHK

- 毎年、特集番組として、民放・CATVが制作した番組のうち、コンクールで受賞したものなどの提供を受け、英語化して放送
- 放送法第26条に基づく民放との連携の一環として、2009年度より実施
- 番組の英語版は、制作した事業者に還元しており、国際コンクールへの応募時などに利用されている



【地域民放・CATV事業者の受賞番組英語化】2023年度放送実績

＊「Broadcaster's Eye」として放送

放送日	放送時間	タイトル	制作事業者	番組コンクールの受賞歴
7/1(土)	9:10～9:57	「太一の光～全盲の少年　7年間の記録～」	長野放送	＊2022年「日本民間放送連盟賞」特別表彰部門 青少年向け番組 優秀賞
8/26(土)	10:10～10:54	目撃者f「消えないアラーム～医療的ケア児 命つないだ先に～」	福岡放送	＊2022年「日本民間放送連盟賞」特別表彰部門 青少年向け番組 優秀賞
11/4(土)	9:10～9:54	「やったぜ！じいちゃん」	CBCテレビ	＊2022年「日本民間放送連盟賞」番組部門 テレビエンターテインメント 最優秀賞、テレビ・準グランプリ
12/2(土)	9:10～9:39	「伊那まちの理髪店～吉田理容館～」	伊那ケーブルテレビジョン	＊第49回　日本ケーブルテレビ大賞番組アワード NHK WORLD-JAPAN賞
1/27(土)	9:10～9:59	「ワタシ桑ノ集落再生人～限界集落で挑戦した11年～」	テレビ山梨	＊2023年「日本民間放送連盟賞」番組部門 テレビ教養 優秀賞
2/17(土)	10:10～10:59	「口福の献立～お腹と心を満たす嚥下食～」	山形放送	＊2023年「日本民間放送連盟賞」番組部門 テレビ教養 優秀賞

一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟主催の「日本ケーブルテレビ大賞」に、NHKよりNHK WORLD-JAPAN賞を授与。毎年、受賞作品をNHKで英語化し、NHKWORLD-JAPANで放送している。



「第49回日本ケーブルテレビ大賞番組アワード」贈賞式の様子

24

民間放送・ＣＡＴＶ事業者との連携②

NHK

- 近年は、NHK地域放送局と連携して当該地域の魅力や文化を伝える番組を集中的に発信する「地域特集」の編成時などに、当該地域のCATV事業者が制作したミニ番組等を英語化して放送
- 該当地域の自治体や、外国籍従業員を雇用する企業、在留外国人などにもPR活動を実施
- NHK地域放送局と地域CATV事業者との連携強化にも繋げている

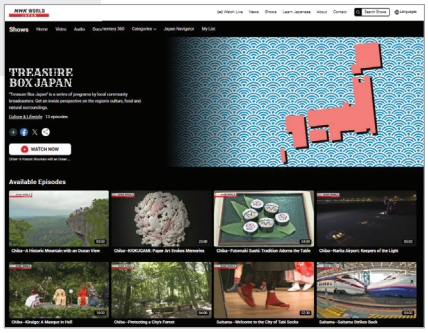
【地域特集に合わせたCATV事業者制作番組の英語化】

2023年度放送実績　＊「Treasure Box」として放送

「地域特集」エリア	日本語タイトル	長さ	制作会社名	初回放送日
広島	「海霧」	2分	MCAT	2023/5/1
	「家庭の味 漬物を探して」	5分	三次ケーブルビジョン	2023/5/2
	「日本酒で町おこし」	5分	東広島ケーブルメディア	2023/5/3
	「この地で生きる」	3分30秒	ケーブル・ジョイ	2023/5/4
	「陶芸家　今井政之」	5分	たけはらケーブルネットワーク	2023/5/5
	「宮島の四季」	2分	ちゅピCOM	2023/5/8
	「路面電車で行くひろしま世界遺産」	5分	ちゅピCOM	2023/5/17
	「瀬戸内しまなみ海道 トレッキング」	5分	ちゅピCOMおのみち	2023/5/18
埼玉	「奇祭　しりあぶり」	3分	東松山ケーブルテレビ	2023/11/6
	「伝統を受け継ぐ越生うちわ」	3分30秒	ゆずの里ケーブルテレビ	2023/11/7
	「長い歴史を持つ狭山市入間川七夕まつり」	3分15秒	狭山ケーブルテレビ	2023/11/8
	「鉄道の街　大宮」	5分	ジェイコム埼玉・東日本	2023/11/9
	「足袋の街　行田」	2分30秒	行田ケーブルテレビ	2023/11/10



NHK WORLD-JAPAN「地域特集」チラシ



「地域特集」エリア	日本語タイトル	長さ	制作会社名	初回放送日
千葉	「市民が守る森～こんぶくろ池自然博物公園」	4分	ジェイコム千葉	2024/2/3
	「800年の鬼舞～地獄劇・鬼来迎」	10分	広域高速ネット二九六	2024/2/10
	「壮観・夜の成田空港」	5分	広域高速ネット二九六	2024/2/10
	「太巻き寿司　梅」	4分	いちはらケーブルテレビ	2024/2/10
	「和菓子x和紙～KIOKUGAMI」	25分	広域高速ネット二九六	2024/2/17
	「絶景・鋸山」	3分	広域高速ネット二九六	2024/2/17

25

外部制作事業者との連携

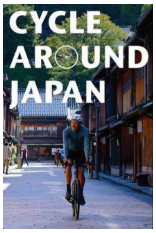
NHK

- 関連団体を通して、外部制作事業者からも多彩なコンテンツ提案が寄せられている
- 外部制作事業者によるコンテンツは国際放送を通じて広く世界の視聴者に親しまれている

【外部制作事業者制作・定時番組】2023年度実績

タイトル	内容
Asia Insight	アジア各地の「今」を伝えるドキュメンタリー。
CYCLE AROUND JAPAN	外国人レポーターが、四季折々の美しい自然と人々の営みに触れながら、自転車で日本各地を巡る。
CYCLE AROUND JAPAN Highlights	人気番組「CYCLE AROUND JAPAN」の27分版。
Trails to Oishii Tokyo	世界中の食材が集まる東京の市場での食材との出会いをスタートに、各地の生産現場を訪れ、日本の食文化の奥深さと多様さを探求する。
Zero Waste Life	昔からモノを大切にし慈しむMOTTAINAI精神を育んできた日本。今、地球規模で求められている「捨てない暮らし」を実践する人々を各地で取材し、世界に発信する。
ANIME MANGA EXPLOSION	2023年度に開始。海外でも認知度の高いアニメ・マンガ作品とその制作の舞台裏を紹介。







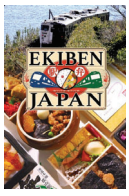






【外部制作事業者制作・特集番組】2023年度実績







カメルーン出身の漫画家・星野ルネさんが日本で暮らす外国人の子どもたちを訪ねる番組「Rene Goes to School」、日本各地の駅弁の魅力を紹介する番組「Ekiben JAPAN」、雄大な景色とハイキング文化を伝える「Let's Trek Japan」など、多彩なコンテンツを発信

26

NHKワールド ＪＡＰＡＮの見られ方①

NHK

国際戦略調査の結果（調査地域7か国9都市平均）

（%）

		2021		2022		2023	
		2Q	4Q	2Q	4Q	2Q	4Q
四半期リーチ率(※1)		16.6	15.9	17.0	15.5	14.6	14.7
	放送リーチ者	10.2	9.2	9.8	9.0	9.9	10.2
	配信リーチ者	14.0	13.7	14.9	13.4	11.7	11.8
日本の理解度(※2)	四半期リーチ者	86.5	85.9	86.4	85.4	84.3	84.9
	放送リーチ者	88.0	87.0	87.2	86.6	84.9	85.3
	配信リーチ者	87.7	87.9	88.1	87.2	86.9	87.1
	非四半期リーチ者	48.8	48.9	49.0	47.9	48.1	48.3

四半期の間に国際放送を見た人と、見ていない人とでは、日本への理解度に有意差が生じている

◯は前期、前年同期と比較してともに有意に増加した項目、 ◯は前期、前年同期と比較してともに有意に減少した項目（今期はなし）
※1：四半期リーチ者はNHKのテレビ、ウェブサイト・アプリ、ラジオのほか、外部プラットフォーム（動画等投稿サイト、SNS等）での視聴者を指す
また、2023年度2Qより、動画等投稿サイト、SNSはNHKアカウントでの視聴者に限定して集計
※2：「日本の理解度」は「日本全般」、「国民性」、「政治面」、「経済面」、「文化面」の5指標の平均値
出所）2024年1月11日～2024年2月12日実施のインターネット調査結果。 調査範囲（7か国9都市）：ワシントンDC：1,023 ニューヨーク市：1,024 ロサンゼルス：1,028 タイ：1,857 インドネシア：1,874 シンガポール：1,850 ベトナム：528 イギリス：1,847 フランス：1,842

出典：
2023年度 第4四半期
業務報告

リーチ率を調査地域別に見ると、アジア各国の数値が高く、続いて北米（アメリカ各都市）、欧州各国の順となっている

27

NHKワールド ＪＡＰＡＮの見られ方②

NHK

2023年度 海外コンクールにおける国際放送番組の主な受賞実績

「Women on the Front Line: 15% of Japan's Politicians」（「立つ女たち ～女性議員15%の国で」）
2023 AAA（アジアン・アカデミー・クリエイティブ・アワーズ） ニュース・時事番組部門 最優秀賞

「Art is Our Voice」（「戦禍のウクライナ国立バレエ」）①
2023 AAA音楽・ダンス番組部門 最優秀賞 / 国際エミー賞 アート番組部門ノミネート



「Digital Eye Ukraine: The New Satellite War」（「デジタル・ウクライナ」）②
28th アジア・テレビ賞 ドキュメンタリーシリーズ部門 最優秀賞
2023 ワールド・メディア・フェスティバル ニュース：調査報道部門 銀賞



「FINDING SATOSHI」（「謎の日本人サトシ～世界が熱狂した人探しゲーム～」）
2023 ワールド・メディア・フェスティバル エンターテインメント（ドキュメンタリー）部門 金賞
2023 ニューヨーク・フェスティバル ドキュメンタリー：論評・視点部門 銅賞



「The Unknown Master of Restoration」（「ゴッドハンド 闇より来たる修復師」）
2023 ニューヨーク・フェスティバル ドキュメンタリー：伝記・プロフィール部門 金賞

「BUZZ CREATORS: Hacking a New Genre Director Hori Takahide」③
（「映画監督 堀貴秀 たった一人の映像革命」） 2023 ワールド・メディア・フェスティバル ドキュメンタリー：バイオグラフィー部門 金賞

28

今後のWGにおける検討に向けて

NHK

ご検討にあたっては、下記の点等にご留意の上、中長期的な視点から、丁寧な議論をお願いします

【視聴環境の変化への対応とコスト負担の軽減】

○　世界で放送からネット配信へのシフトが進む中、ＮＨＫも積極的にネット配信に取り組んでおり、従来の放送（テレビ・ラジオ）中心の送信網からネット併用型の送信網へのシフトを進めている。

○　現在は放送・ネット両方で世界をカバーしているが、基幹衛星による放送を受信するには大型のパラボラアンテナが必要で、個人受信は限定的。費用を抑制しながら、視聴者の利便性向上を図り、発信力強化とリーチ拡大をめざすには、地域の特性等に合わせたより効率的な送信網構築が必要。活発なご議論をお願いしたい。

【国際放送等の将来像】

○　ＮＨＫの国際放送は報道番組の比率が高く、ニーズも高い。一方で報道以外にも多彩な番組を放送し、民放・ＣＡＴＶとの連携を進めるなど、日本のコンテンツ発信に積極的に取り組んでいる。

○　国際放送等の将来像について議論するにあたっては、現在ＮＨＫが果たしている役割、そしてテレビ国際放送と同じ波で放送している「オールジャパン」のＪＩＢの役割を考える必要があり、その際には、両者の取組、民放等・広告主のニーズといったものを踏まえることが必要と考える。

○　ＮＨＫは、自らの編集権の中で「日本の視座」発信に積極的に取り組む考え。国内・国際連携の推進も含め、コンテンツの充実に努めている。

今後のWGにおける検討に向けて②

NHK

【財源の在り方（広告導入の検討）】

○　ＮＨＫへの広告導入を検討するのであれば、広告を導入する目的、ＪＩＢの役割、広告主のニーズ、制度面（ＮＨＫの目的、国際放送関係の諸規定、広告放送を禁止する放送法第83条との関係等）の検討が必要と考える。

○　特に、広告による「オールジャパン」の取組については、これまでＪＩＢが担ってきていることから、ＪＩＢが果たして来た役割を十分に整理した上で議論することが必要と考える。

○　ＮＨＫは、報道番組や多彩な番組を放送・配信するという役割を担っている。その役割を考えれば、主に受信料を財源として業務を行っている現在の形態は適切ではないか。

【外部制作比率の目標設定】

○　衛星放送において外部制作比率が目標設定された経緯とは異なる点を十分に踏まえて検討すべき。衛星放送は、現在の衛星放送における外部制作比率の目標は、「基幹放送普及計画」において、衛星放送のうち１波が「外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用し、過去の優れた文化の保存並びに新たな文化の育成及び普及を促進することを目的とする総合放送」とされたことから設定されたもの。仮に目標設定の要否について検討を行うのであれば、まずは、目標設定はＮＨＫの業務に制約を課すものであること、国際放送の目的をどのように考えるのか、法令等の中でどのように位置づけるのかなどの議論を踏まえ、その要否について検討する必要があるのではないか。

○　外部制作番組については、テレビ国際放送では放送される時間枠が衛星放送と比べて少ない中で、既に相当数の番組がＮＨＫの編集権の中で採択・放送されている。目標設定は、外部制作番組以外の番組の採択への制約となるため、競争力強化という目的に資するものかの検討も必要ではないか。

３．ＮＨＫの国際共同制作の取り組み

国際共同制作とは

NHK

○　複数の放送局や制作会社が企画段階からアイデアを出し合い、番組のねらい、構成、演出、スケジュールなどに合意しながら、協力して番組を作る手法。

○　規模の小さいヨーロッパの公共放送が協力し合い番組をつくる過程で発展してきた。

○　今では、巨額の予算を必要とする超大型シリーズやドラマ、世界的に関心の高いテーマを扱うドキュメンタリーを協力して制作する手法として、世界中で広く一般的に用いられている。

国際共同制作の具体例①「日本関連」

NHK



フロム・ザ・スカイ～空から見た日本～

国際共同制作：Gedeon Programmes（フランス）

２０１９年放送



新・映像詩　里山

国際共同制作：Arte（フランス）　２０２２年放送



ノーナレスペシャル
私の小学校 ～“新しい日常”一年の物語～

国際共同制作：Cineric Creative(アメリカ)、フランステレビジョン(フランス)、YLE(フィンランド)

２０２２年放送

国際共同制作の具体例②「科学・自然」

NHK



ＮＨＫスペシャル「世界初撮影！深海の超巨大イカ」

国際共同制作：Discovery Channel（アメリカ）/ NEP ２０１３年放送



ＮＨＫスペシャル　シリーズ 古代遺跡透視
「大ピラミッド 発見！謎の巨大空間」

国際共同制作：Bonne Pioche （フランス） ２０１７年放送



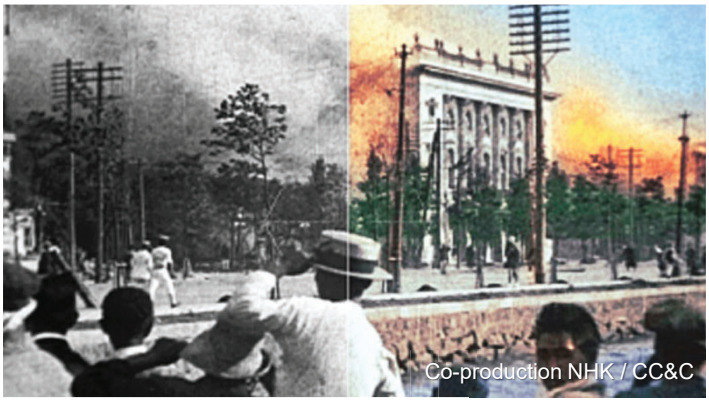
ＮＨＫスペシャル「恐竜超世界２」

国際共同制作：Bonne Pioche （フランス）、Curiosity(アメリカ)、AUTENTIC(ドイツ)

２０２３年放送

国際共同制作の具体例③「歴史・文化」

NHK



ＮＨＫスペシャル
「カラーでよみがえる東京～不死鳥都市の１００年～」

国際共同制作：ＣＣ＆Ｃ（フランス）

２０１４年放送



プレミアムシアター
小澤征爾指揮 ベルリン・フィルハーモニー
管弦楽団演奏会（1986 年）

国際共同制作：ベルリンフィルメディア（ドイツ）

２０２４年放送

国際共同制作の具体例④「次世代・教育」

NHK



ＡＢＵこどもドラマ

国際共同制作： ＡＢＵ（アジア太平洋放送連合）

２００４年～２０２３年放送



大科学実験

国際共同制作：カタール、南アフリカ、
ドイツ、スウェーデン、韓国、台湾

２０１０～２０２１年放送



ＦＡＣＥＳ いじめをこえて

国際共同制作：ドイツ、スペイン、クロアチア、
メキシコ、南アフリカ、タイほか

２０１７～２０２３年放送

国際共同制作のメリットとＮＨＫの取り組み

NHK

【国際共同制作のメリット】

１）　特別な場所、モノ、情報、技術のアクセスを得ることができる
２）　制作費を効率的に利用することができる
３）　コンテンツの“世界標準化”と“ローカライズ”
４）　国際人材の育成（クリエイターとプロデューサー）

○　国際共同制作は、日本のコンテンツ・公共放送ＮＨＫならではの番組の世界への発信、コンテンツ制作力の強化に大きく貢献

○　世界における視聴環境の変化に関わらず、国際共同制作によるコンテンツ発信は今後も重要な役割を果たし続ける

NHKは、これからもコンテンツ戦略の大きな軸の1つとして、
国際共同制作に積極的に取り組んでいく

NHK

４．おわりに

今後のご議論に向けて

NHK

○　本日は、前回会合における内山構成員のプレゼンにおける「編成」に該当するものとして現在の国際放送等を通じた国際発信を、「制作」の事例として国際共同制作を通じた国際発信について、それぞれご説明させていただいた。また、今後のご議論の前提となる現状把握に資するよう、ＮＨＫの現在の取組等に関する具体的な情報・エビデンスを示させていただいた。

○　国際放送・国際発信へのリーチを高めていくためには、まずはプレゼンスを高めていくことが先決と考える。

○　ＮＨＫはこれからも、国際放送・国際発信へのリーチを一層高めるべく努力しながら、中期経営計画に基づき、世界に「日本の視座」をお届けしてまいりたい。

○　繰り返しになるが、様々な課題を検討するにあたっては、最新の世間の動き、日本の情報に対するニーズ、広告出稿に対するニーズ等を踏まえた議論が必要と考える。中長期的な視点も踏まえた、丁寧な議論をお願いしたい。

NHK

（株）日本国際放送（JIB）の独自放送について

株式会社日本国際放送
Japan International Broadcasting Inc.

1

「オールジャパンで発信」めざし、JIB始動

2007年8月 「情報通信審議会」答申

「NHKの新しい子会社が性格の異なる２つの放送を担う仕組みを基本とすることが適当」

2008年4月 国際放送強化の改正放送法施行　NHKの法定子会社、JIB設立

資本金　3億9,000万円　　NHKグループ 2.5億円(64.1%)　※NHK 2億円（51.3%）
NHKグループ外 1.4億円 （35.9.%）
→　商社、民放、通信企業、IT企業、銀行・証券会社等　　“オールジャパンで発信”

2009年2月 NHKテレビ国際放送の大幅な改編、JIBが独自放送を開始

放送法２１条
JIBの主たる業務は、①NHKからの委託で番組制作　②NHKからの委託で受信環境整備
ただし、審議会答申の趣旨から、独自放送も行うことが当初から想定されていた

2

JIB放送枠(jibtv)について

NHK WORLD JAPAN

NHK WORLD-JAPAN 24時間放送
5～6時間セットを4～5回ループで編成



3

“JIB放送枠”の広告

1) 協賛企業等紹介（提供クレジット） 指定ロゴ表示（＋読み上げ）
2) CM放送

CM事例

企業の英語CMを放送



日本語のCM素材を翻訳、字幕を付けて放送



4

企業・官公庁・財団等の協賛番組例

Speeding to Glory: The Shinkansen



新幹線は長い歴史の中で「死傷者ゼロ」の安全性高速鉄道の安全を守るため、自動列車制御装置ををを誇り、平均遅れ時間１分以内と世界で最も信頼性が高い。備え、新幹線総合指令所が全ての運行状況を管理している。UIC世界高速鉄道会議の模様を織り込みながら、安全と信頼の新幹線の魅力の全貌を紹介します。

FORWARD



「FORWARD」は２012年2月から10月まで放送した震災復興番組シリーズです。タイトルは、前へ、先を見て、将来に向かって進もうという思いを込め、震災を乗り越え、力強く歩を進める日本の姿を発信するという意思で名づけました。
番組は、各民放局をはじめ映像プロダクション会社の協力を得て42本制作し、再放送を含め合計85回放送を行いました。

Web of Life
The MIDORI Prize for Biodiversity



公益財団法人イオン環境財団が主催し、国連環境計画・生物多様性条約事務局が共催する「第5回生物多様性みどり賞」を受賞した３氏の活動と思いそして未来に対するメッセージを届けます。

OUR BLUE PLANET
Uncovering Clues for a Sustainable World



地球環境問題への貢献を称え毎年2組に贈られるブループラネット賞。今年の受賞者はオーストラリアの生態学者ブライアン・ウォーカー教授とスウェーデンの国際水文学者マリン・ファルケンマーク教授です。番組は二人の功績と具体的な活動を紹介します。

The Next 100 Years
Cultivating New Potential



巨大企業が生き残るために今、何が必要なのか？創業100週年を迎えた日本を代表する総合家電企業パナソニックが、次の100年を生き抜くために注目しているのは人材。有能な人材をさらに活かそうと、様々な取り組みを始めている。
「Contributing Sustainable Value」と共に2部作。

The Road to TICAD7
Africa and Japan: Partners in Development



日本政府はアフリカ開発をテーマに1993年から国際連合などとの共催でTICAD(アフリカ開発会議)を開催。2019年で7回目となるTICAD7開催の前に、 10月6、7日にＴＩＣＡＤ閣僚会合が東京で開かれます。アフリカの発展に取り組む日本の企業や人材育成や農業振興の分野での日本の支援を紹介し、TICAD7に向けた今後の展望を探ります。

5

「オールジャパンで被災地復興を発信」 FORWARDから「OYAKO Forever」









海外視聴者からのコメント

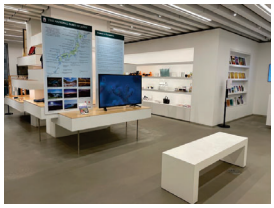
- 「番組自体とても感動的で、涙を誘った」（ポルトガル・弁護士）
- 「日本への思いが一気にあふれて涙がこぼれた」（ドイツ・学生）
- 「写真が被災者の家族をひとつにし、元気づけるという手法が素晴らしい」（インドネシア・教師）

6

国立公園の魅力を発信する番組シリーズ
政府の対外発信拠点「ジャパン・ハウスLA」と連携

JAPAN HOUSE
LOS ANGELES

国立公園企画展『National Parks of Japan – Stories to Experience』の開催








企画展と連動して「阿蘇・くじゅう国立公園」と「伊勢志摩国立公園」の魅力を語るウェビナーの開催








7

スポンサー獲得　その課題

●**設立直後、世界的な大不況**

2008年4月JIB設立の直後の9月、リーマン・ブラザーズ経営破綻。
世界恐慌以来の世界的な大不況となり、民間スポンサー獲得が困難に。
その後も苦戦続く。

●**「世界１波」**

2013年「放送政策に関する調査研究会　第一次取りまとめ」
「ＪＩＢ独自番組の時間枠を拡大するためには、広告放送の増加（広告料の増収）が課題となるが、世界一波での放送であることから、グローバル広告がメインとなり、広告のスポンサー獲得にも限界があるのが実情である。」

●**民間企業に説得的な視聴データ**

国際放送では視聴率の把握が困難。モニター制度による分析を行っているが、説得的な視聴データを得ることが課題。

自らの取り組み

- JIB公式YouTube登録者数増加へ注力
  ～ネット動画配信は再生回数が把握可能
  ～登録者数増加によるJIBの認知度向上

⇩

スポンサー獲得

- 民放と共同制作・営業連携
- CATV局等との連携を探る　など

“J民連携”

JIB独自番組

Trailblazers
～次なる日本の革新者たち～



BSフジ × 株式会社日本国際放送 Japan International Broadcasting Inc.

共同制作・営業連携

2022年度開始

参 考 資 料

資料20-3「国際放送等の現状」
（5月10日 第20回会合 事務局資料）

関係部分抜粋

国際放送の強化に係る経緯

5

■平成１８年２月　小泉首相（当時）が閣僚懇談会で、ＮＨＫによる海外情報発信の強化を関係方面に指示。

■平成１８年６月６日
通信・放送の在り方に関する懇談会
「通信・放送の在り方に関する懇談会報告書」（抜粋）
⑤ 国際放送の強化
（略）
そうした国際放送を実施する主体としては、公共放送であるＮＨＫが最適であると考えられるが、同時に、民間放送事業者のノウハウや番組提供も必要であることから、新たにＮＨＫの子会社を設立して実施することとし、当該子会社に対する民間の出資を積極的に受け入れるようにすべきである。
その際、こうした新しい国際放送の採算性を安定的に確保するため、編集の独立性は確保しつつ、運営財源として財政支援も検討すべきである。

■平成１８年６月２０日
自由民主党　電気通信調査会
通信・放送産業高度化小委員会
「今後の放送・通信の在り方について」（抜粋）
（２）国際放送のあり方
（略）この新しいチャンネルの放送について、ＮＨＫ主体で行うのか、子会社で行うのかについての検討が必要である。
ただし、いずれにしてもこのような放送は採算ベースに乗せることは極めて難しく、必要な国費の投入を検討することが必要である。

■平成１８年６月２０日　政府与党
「通信・放送の在り方に関する政府与党合意」（抜粋）
ＮＨＫ関連
・ 新たに外国人向けの映像による国際放送を早期に開始する。その際、新たに子会社を設立し、民間の出資等を積極的に受け入れるとともに、必要な国費を投入する。

■平成１９年８月２日　情報通信審議会（答申）（平成１８年１２月２１日、中間取りまとめ報告公表）
「外国人向けの映像による国際放送」の在り方とその推進方策＜平成１８年 諮問第１０号 答申＞（抜粋）
（５）事業主体の枠組み
政府与党の合意を踏まえ、事業主体の枠組みを整理するとした場合、当該合意において、実施主体とされているＮＨＫ子会社をどのように位置づけるかにより、次の選択肢が考えられる。
（第１案）
ＮＨＫが行う国際放送とは異なる枠組みの下で、新たに「外国人向け」放送を行う主体を創設する。
この場合、ＮＨＫが現在行っている国際放送について、現状どおりとするか、「外国人向け」放送は、新たな主体に移行するかの選択肢がある。
（第２案）
ＮＨＫが行う国際放送を「外国人向け」と「在外邦人向け」に分離した上で、「外国人向け」放送について、ＮＨＫ子会社に委託することにより実施させる。
（略）
政府与党合意の趣旨を踏まえた場合、（略）、当面、第２案を基本とすることが適当であると考える。

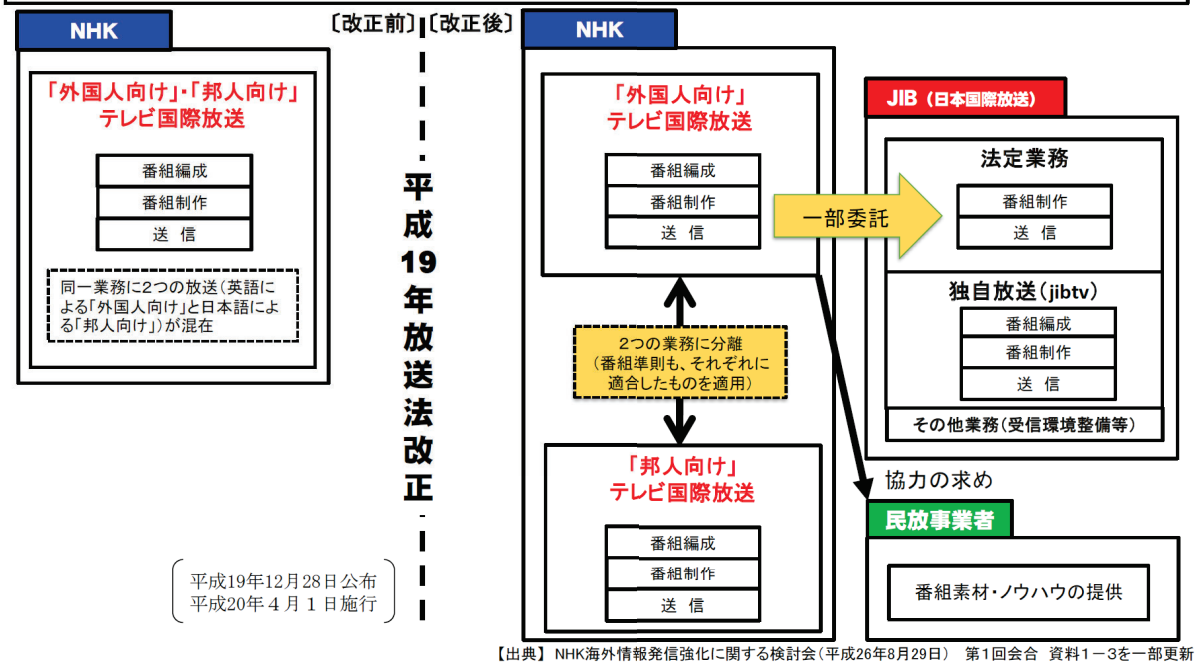
■ 平成１９年４月　放送法改正案を国会に提出
平成１９年１２月　改正放送法成立（施行平成２０年４月）
○放送法（※平成１９年放送法改正の反映後）（抜粋）
（外国人向け委託協会国際放送業務の方法）
第九条の二　協会は、テレビジョン放送による外国人向け委託協会国際放送業務を円滑に遂行するため、収支予算、事業計画及び資金計画で定めるところにより、次に掲げる業務を行うことを主たる目的とする会社を一に限り子会社（略）として保有しなければならない。
一　協会の委託を受けてテレビジョン放送による外国人向け放送番組を制作すること。
二　協会の委託を受けてテレビジョン放送による外国人向け放送番組を電波法の規定により受託協会国際放送をする無線局の免許を受けた者又は受託協会国際放送をする外国の無線局を運用する者に委託して放送させること。
２　協会は、テレビジョン放送による外国人向け委託協会国際放送業務を行うに当たつては、当該業務を円滑に遂行できるようにするために協会が定める基準に従い、当該業務の一部を前項に規定する子会社に委託しなければならない。

【出典】放送政策に関する調査研究会　第1回会合（平成24年11月21日）資料1－3

平成19年放送法改正の概要（国際放送関係）

6

○ 我が国の対外情報発信力を強化するため、NHKのテレビ国際放送の業務を「外国人向け」と「邦人向け」に分離し、それぞれに適合した番組準則を適用。
○ 外国人向けテレビ国際放送について、番組制作等をNHK子会社に委託する制度を創設。



【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

株式会社日本国際放送（Japan International Broadcasting Inc.：JIB）の概要

13

（令和５年３月現在）

設立年月日

平成20年4月4日

資本金

３億9千万円

NHK　　2.0億円（持株比率51.28%）

NHK以外　1.9億円（持株比率48.72%）

事業内容

- テレビ国際放送向け番組の企画・制作
- 衛星放送を使用したテレビ国際放送
- インターネットを活用した海外向けテレビ国際放送の送信
- 配信ルートの整備（NHK WORLD/jibtv、NHK WORLD PREMIUM）
- その他 テレビ国際放送に付随する業務

体制

代表取締役社長　髙尾　潤

従業員数　93名（令和５年３月現在）

NHK以外の出資者		持株比率
民間放送	日本テレビ放送網	2.56%
	ＴＢＳホールディングス	2.56%
	フジ・メディア・ホールディングス	2.56%
	テレビ朝日ホールディングス	2.56%
制作会社	共同テレビジョン	2.56%
ＩＴ企業	日本マイクロソフト	2.56%
	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ	2.56%
商社	伊藤忠商事	5.12%
	丸紅	5.12%
	住友商事	2.56%
金融	大和証券グループ本社	2.56%
	みずほ銀行	2.56%
NHKｸﾞﾙｰﾌﾟ	NHKエンタープライズ	5.12%
	NHKグローバルメディアサービス	7.69%

（計１億９千万円）

【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

株式会社日本国際放送（JIB）を創設した理由

14

○ 株式会社日本国際放送（JIB）は、放送法の規定（第21条）に基づき、次に掲げる業務を行うことを主たる目的とするNHKの子会社として創設。
・NHKの委託による、NHK外国人向けテレビ国際放送（NHKワールド JAPAN）の放送番組の制作
・NHKの委託による、NHK外国人向けテレビ国際放送（NHKワールド JAPAN）の外国放送局等に対する放送の委託

①　事業運営の集中化・効率化

国内番組とは視聴対象、制作の手法・技術、送信の仕組みが異なる。主体を分けたほうが集中的かつ効率的な事業運営が期待できる。

また、当初は、ＮＨＫから新法人への業務委託方式とするが、将来的には、ＮＨＫの持てる人材、資源を新法人に移管し、独立した国際放送の主体とすることにより、ＮＨＫのスリム化に寄与できる。

②　事業展開の弾力化

外国において多くの者に視聴してもらえるよう、外国の衛星やケーブル会社のチャンネル枠や広告主の確保に必要な交渉術、マーケティング能力といった民間の経営ノウハウを活用できる仕組みを作り、弾力的な事業展開を可能とする。

③　財源の多様化

運営コストを賄うため、国費のほか、受信料や広告収入（政府広報を含む。）を充てることができる仕組みを作る。

④　別会社方式が国際的な主流

英国、フランス等においても、対外情報発信力の強化策として、公共放送本体から切り離した別会社方式によって公共放送と民間の双方の知恵と活力を生かせる仕組みを用いており、これが国際的に主流となりつつある。

［平成19年12月4日　衆・総務委員会］
○寺田（学）委員　（略）
冒頭お伺いさせていただきましたけれども、何で国際放送が充実しないのかという話のときに、何らこの施策に対応するような問題点というのは出てこなかったと思うんですが、何でこういうような仕組みをつくるんですか。いかがですか。
○小笠原政府参考人
今回、ＮＨＫの子会社というものを主体といいますか中心に新たな映像国際放送のスキームを考えました理由ということでございますけれども、基本的には、先ほどもちょっと御説明したかもわかりませんけれども、ＮＨＫのみならず、広く民間のノウハウ、識見を新たな映像国際放送の充実に活用したいということがございまして、ＮＨＫとは独立した存在ということを考えているわけであります。
ただ、現実、これまで国際放送を行ってまいりましたのはＮＨＫがほとんどを占めておりますので、ＮＨＫのそうしたこれまでの蓄積というものから全く離れた形で開始するのも、それもまた効率性という面からいかがかということで、ＮＨＫの子会社というスキームを考えたものでございます。
そして、一に限ってということでございますけれども、それは、そうしたＮＨＫの子会社といいますものが、今後どんどん独自のノウハウを蓄積し、自律といいますか自主的に、まず編成の部分を拡大していくことが期待されます。そういう意味からしますと、多数の会社に分散してやるよりは、できる限りそのノウハウの蓄積というのは集中して行われるようにするのが望ましいという観点から、一に限り保有というような改正法案を御提案しているところでございます。

【出典】放送政策に関する調査研究会 第1回会合（平成24年11月21日） 資料1－3に一部追記（上枠囲みの記述を追記）

株式会社日本国際放送（JIB）の業務

15

1 NHKからの受託事業

1 NHK国際放送の番組制作

「NHKワールド JAPAN」で放送する番組※を制作。

※ ニュース番組（NHKにおいて制作）は除く。

【番組例】



「Journeys in Japan」
外国人リポーターが各地を訪ね、日本の新たな魅力を発見する旅番組。地域に深く入り込む旅や、テーマに沿って巡ります。

「DIRECT TALK」
日本や世界のビジネスリーダー、科学技術・文化・スポーツなど様々な分野のキーパーソンや「時の人」にインタビューします。

2 NHK国際放送 編集・送出

「NHKワールド JAPAN」及び「NHKワールド・プレミアム」の番組を編成し、送出。
必要に応じて、「フタかぶせ」処理等も実施。

3 受信環境整備

世界各国のOTT事業者、配信事業者、中継事業者と提携し、
「NHKワールド JAPAN」及び「NHKワールド・プレミアム」を放送・配信。
デジタルメディア（ウェブサイト、アプリ、SNS等）による情報提供を強化。

2 JIB独自事業

1 JIB放送枠（jibtv）の番組制作

「NHKワールド JAPAN」のJIB放送枠（jibtv、毎週金曜日の30分枠）※で発信する番組を企画・制作。

※ 1日4回繰り返し放送、CM放送も可能。

【番組例】

「CATCH JAPAN」
「CATCH JAPAN」は食、技術、地域振興、環境など4つのテーマを柱に、日本の魅力やさまざまな情報を提供し、世界の人々に、今の日本をそして未来の日本の姿を知ってもらうマガジンスタイルの番組です。企業や自治体、官公庁、各種団体など、様々な分野における最新プロジェクト、日本らしい取り組みなどの情報を取り上げます。

2 企画営業

国際的な広報戦略を展開する官公庁や企業等から情報発信の業務を受注。
jibtvでの発信のほか、各種イベントで上映を実施。

【番組例】

「Trailblazers」
新たな地平を切り拓く日本人に焦点を当てる番組（株式会社ビーエスフジとの共同制作）。
jibtvで英語版を、株式会社ビーエスフジで日本語版を放送し、日本芸術文化振興会、徳島県鳴門市から協賛を獲得。

【出典】株式会社日本国際放送のホームページ及び第15期事業報告（2022年4月1日～2023年3月31日）を元に総務省作成

株式会社日本国際放送（JIB）の事業収支等

16

決算状況

（単位：百万円）

	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
売上高	763	2,509	3,937	4,574	4,985	5,650	6,582	7,957	7,871	8,142	8,113	8,167	7,323	7,699	7,723
当期純利益	△ 125	△ 16	79	138	231	149	286	386	318	272	275	163	117	106	△ 48
繰越利益剰余金	△ 125	△ 141	△ 62	76	307	457	743	1,130	1,449	1,722	1,931	1,957	2,074	2,181	2,057

NHKからの業務委託の状況

（単位：百万円）

	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
売上高	763	2,509	3,937	4,574	4,985	5,650	6,582	7,957	7,871	8,142	8,113	8,167	7,323	7,699	7,723
NHK取引	741	2,411	3,031	3,491	3,693	4,452	5,102	6,104	6,258	6,323	6,496	6,556	5,783	6,047	6,141
その他取引	22	98	906	1,083	1,292	1,197	1,480	1,852	1,612	1,818	1,616	1,611	1,540	1,651	1,581

従業員数

（単位：人）

H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
34	33	39	46	58	63	60

H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
65	69	81	85	88	90	91	93

2022年度 jibtv枠の独自番組での協賛者等の例

【官公庁・自治体】
- 静岡市
- 内閣官房
- 内閣府
- 鳴門市
- 新潟県
- 福井県

【その他】
- アイヌ民族文化財団
- 旭硝子財団
- 日本芸術文化振興会
- 日本貿易振興機構
- 日本政府観光局

ほか

【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


jibtv
Japan
International
Broadcasting Inc.

資料22－2

公共放送ワーキンググループ第21回会合における ヒアリングでの構成員の質問への回答

令和６年６月14日

質問と回答①

1

（林構成員）
問１　コンテンツ産業全体の競争力の強化のために、ＮＨＫと民放が共同して日の丸配信プラットフォームを構築し、日本の放送コンテンツのブランド力を高めていくという視点が重要であると考える。その際、ＮＨＫと民放のビジネスモデルの違いを超えて、マネタイズできる仕組みにすることも重要。このような放送コンテンツの流通促進に向けたＮＨＫと民放の共同での配信プラットフォームについてＮＨＫはどう考えるか。

■日本放送協会回答
（第21回会合における回答）
○　ＮＨＫの基本的な考え方は、本日御説明したとおり、視聴環境が変化する中においても、国際発信・国際展開の双方で「日本の視座」、そしてアジアの視点を発信して、公共放送の役割を果たしてまいりたいということ。その上で、ＮＨＫと民放の共同での配信プラットフォームの構築については、まずは公共放送ワーキンググループでの議論を注視したい。

（追加回答）
○　第21回会合で事務局が示された「より効果的な国際発信・国際展開が可能となるよう」「目的や課題を整理しながら検討を進めていくべき」という検討の方向性、そして林構成員のご発言にある「日本の放送コンテンツのブランド力を高めていくという視点が重要である」「マネタイズできる仕組みにすることも重要」という点については、ＮＨＫとしても同様の問題意識を持っている。一方で、ＮＨＫと民放が共同でプラットフォームを構築することについては、様々な課題があり、また、民放のお考えも伺うことが必要であると考えている。
　放送のみならず、配信についても、民放と協調できるところは協調すべきだと考えている。ＴＶｅｒでもある程度配信の協調を進めているところであり、今後とも公共放送と民間放送、それぞれの相互の性格を踏まえつつ、協力の在り方を探っていきたい。

（林構成員）
問２　令和６年度の（総務大臣からの）国際放送の実施の要請にあたっては、新たに、この業務に要した費用の内訳の公表という項目が加わった。この費用の内訳の公表の粒度はどれぐらいのものを考えているか。

■日本放送協会回答
（第21回会合における回答）
○　今年度の決算の中でどのような形で明らかにしていくのか、公表していくのかを、現在検討中。

質問と回答②

（瀧構成員）
問３　前回会合において、国際放送は、安全保障なり、娯楽なり、文化外交なり、それぞれ切り分けた目標設定がされていくべきという意図で、いろんなパーパスがあるという意見を述べた。今は５～６時間のループで一波で放送されているが、いろいろと視聴環境が変わってきている中で、これまでと変わらない点とか、今後変えていくべき点について御意見をいただきたい。特に、地域ごとに切り分けた放送をしなくてもよいのか、ループで放送することが最適なのかと感じる。５～６時間のループによる放送はいつから始まり、その理由は例えば今の視聴環境という前提で生まれてきたものなのかなど、経緯について教えてほしい。

■日本放送協会回答
（第21回会合における回答）
○　２００９年から現在と同様のループ編成。視聴環境の変化は承知しており、現在の編成で視聴いただいている視聴者の方への影響も考慮しながら、制作体制も踏まえ、より良い編成を目指したい。

（追加回答）
○　第２１回会合でご説明したとおり、視聴環境の変化への対応とコスト負担の軽減の観点から、ネット併用型の放送網へのシフトを進めている。
　テレビ国際放送の番組はほぼすべてオンデマンドで視聴できるようにしている。公開期間を長く確保しているほか、（多くの番組は１年以上公開）、ＳＮＳなどを使ったオンデマンド視聴への誘導、動画等投稿サイトでの一部の番組を全編公開などを行い、リーチ拡大に向けた取り組みを行っている。国際放送のインターネット配信も必須業務化されることとなっており、５～６時間ループで実施している放送をご覧いただけない方を含めて世界のより多くの視聴者にご覧いただくため、引き続きネット配信の権利確保や周知広報等に努めてまいりたい。

（瀧構成員）
問４　世界に対して１波での放送というのは、広告を得る上ではディスアドバンテージだと感じており、うまく解消する方法はないかと思う。他方、ＢＳフジとの共同制作「Ｔｒａｉｌｂｌａｚｅｒｓ」はチャレンジとして重要な事例と思うが、企画として盛り上がってきた背景や評価（ＫＰＩ）、同様の事例を今後広げていく展望があるかについて聞きたい。

■株式会社日本国際放送回答
（第21回会合における回答）
○　たまたまＢＳフジから海外発信をしたいという話があり、それがきっかけで始まったもの。他の方にも共同での制作・スポンサー獲得を目指して、機会があるごとに声をかけているものの、お答えをいたたけるパートナーが今は見つかっていない。

質問と回答③

（長田構成員）
問５　ＮＨＫ国際放送は努力をされているというお話を伺ったが、実感としては、認知度が必ずしも高くないのではないかとも思う。国内でも周知を行うことで海外赴任した際に視聴拡大につながるではないか。認知度を上げる取り組みはどのように行っているのか。

■日本放送協会回答
（第21回会合における回答）
○　ご指摘のとおり、国際放送の取組を日本国内の視聴者や訪日・在留外国人に伝えることは重要と考えている。総合テレビで日曜夜に、「ハロー！ＮＨＫワールド　ＪＡＰＡＮ」という番組を放送している。また、同じく総合テレビの日曜午前には、ＮＨＫの事業運営を紹介する番組「どーも、ＮＨＫ」を放送しており、その中でも国際放送に関する取組を積極的にお知らせしている。その他、国内・国際放送連携の番組制作や国際放送番組の国内での放送、イベント会場、観光拠点となるターミナル駅や空港など、訪日外国人観光客や在留外国人が多い場所でのＰＲ、留学生の多い大学、外国籍従業員を多く雇用している企業、観光庁とも連携した周知を行っている。能登半島地震などの災害の発災時には、在留外国人向けに、「ＮＨＫワールド　ＪＡＰＡＮ」のホームページに誘導するＱＲコードも表示している。今後も認知度の向上、理解促進に取り組んでいきたい。

（宍戸構成員）
問６　国際共同制作について、国際共同制作した国ではどのように受け止められているのか。単独制作とは何が違うのか。公共放送の役割を考えたときに国際共同制作を媒介にして何かできないか。

■日本放送協会回答
（第21回会合における回答）
○　国際共同制作は、相手国がローカライズできるというのが条件になっている。相手国の反響はなかなかすぐに入ってこないが、制作者同士は協力的な関係を築いており、制作者会議とか国際会議、海外で定期的にミーティングで会う際には、相手国での受け止めを聞くようにしている。

質問と回答④

（宍戸構成員）
問７　国際共同制作の良さは大変分かる。国際共同制作を増やしていくための課題について聞きたい。予算、編成、企画における課題などが考えられる。現状どう取り組んでいて、どのように改善を図っているのか。

■日本放送協会回答
（第21回会合における回答）
○　国際共同制作は、相手国がどのような二次展開ができるのを見据えて番組制作を行えるのがメリット。このメリットも生かして、ＮＨＫの放送に生かしていきたい。

（追加回答）
○　国際共同制作の現場は、海外の放送局や制作会社と日常的に情報交換を行っている他、国際的な制作者会議などへの参加を通じて企画開発を行っている。制作そのものの実務は、通常の番組と同様、制作部局が主体となり、編成、経理、技術、著作権など部局が後方支援を担っている。不況の中、国際的な基準を満たす良質な番組を効率的に確保するための切り札として、その必要性は増している。国際共同制作を今後増やしていくためには、海外パートナーとの関係構築、情報交換だけでなく、国際人材の育成にも注力していきたいと考えている。

（宍戸構成員）
問８　中期経営計画では国際発信・国際展開の強化ということが記載されているが、具体的なロードマップや到達点はあるのか。またそれを今後提示する予定はあるのか。

■日本放送協会回答
（第21回会合における回答）
○　国際発信・国際展開の強化については、ＮＨＫとしても、中期経営計画に基づいて、その実現に向けて具体的な取組を進めていくことが重要と考えている。これまでも戦略的に強化してきたニュース・情報発信を今日的な問題・関心の下、再強化する考えであり、視聴環境の変化に合わせて、デジタルもフル活用しながら取り組んでいきたい。今は、投資の集中と選択、組織改正等を検討している段階。毎年度の事業計画の中で、取り組みについて具体的に明らかにしていきたい。

質問と回答⑤

（大谷構成員）
問９　能登半島地震の際に、ＮＨＫは訪日・在留外国人向けの放送も行っていたとのことだが、効果の検証は行っているのか。

■日本放送協会回答
（第21回会合における回答）
○　現在、各国の大使館を通じて、それぞれの国の訪日・在留外国人の方の受け止めのヒアリングをしているところであり、このヒアリング結果を受けて、今後の災害報道に役立てていければと考えている。

（大谷構成員）
問１０　「ＮＨＫワールド　ＪＡＰＡＮ」の配信リーチについて、経年で見ると少し減っているような認識を受けるが、そのように受け止めて良いのか。また、何らか高めるための方策は行っているのか。

■日本放送協会回答
（第21回会合における回答）
○　四半期リーチ率については、より正確に把握するために２０２３年度の調査から集計方法に一部変更を加え、動画等投稿サイトやＳＮＳについて、ＮＨＫアカウントでの視聴者に限定した。２０２３年度については、外部サイトを除いた分、数値は下がっているが、ＮＨＫアカウントに限ればリーチ率は維持している。
　ＮＨＫとしては、本日ご説明したような様々な取り組みをしっかりと進め、国際発信・国際展開で、「日本の視座」、そしてアジアの視点を発信し、公共放送の役割を果たすことで、リーチの向上に努めてまいりたい。

（追加回答）
○　ＮＨＫでは、世界でより多くの視聴者にリーチするため、多言語発信強化に取り組んでいる。外国人向けテレビ国際放送は英語で、外国人向けラジオ国際放送は１７言語で放送している。インターネット配信では、１９言語で多言語化を行っている。英語のテレビ国際放送のライブストリーミングに自動翻訳機能を用いた多言語字幕を付与するサービスを行っている。今後もホームページとＳＮＳを効果的に活用して、情報発信力をいっそう高めてまいりたい。

質問と回答⑥

（大谷構成員）
問１１　「ＮＨＫワールド　ＪＡＰＡＮ」の外部制作比率について、現状はどれぐらいなのか。

■日本放送協会回答
（第21回会合における回答）
○　公表していないため、理解いただきたい。

（大谷構成員）
問１２　ＮＨＫからの発表で、広告による「オールジャパン」の取組については、これまでＪＩＢが担ってきた役割を整理した上で議論すべきということであった。ＪＩＢはこのコメントをどう受け止めているか。

■株式会社日本国際放送回答
（第21回会合における回答）
○　ＪＩＢが設立された原点に戻るべき。ヨーロッパでは民間放送は規模が小さいので、公共放送に広告をつけようという話になる。他方、日本では民放も含めテレビ文化の発展に大きな貢献をしてきた。民間放送とも連携して模索してきたが、ローカライズは費用がかかるということも含めて、なかなかうまく行っておらず、そうした経緯も検証していただき、議論いただきたい。それがＪＩＢが担ってきた役割を整理するということに当たるのではないか。

質問と回答⑦

（落合構成員）
問１３　国際発信・国際展開を考える上では、他国の事例を参照することが重要。他国の事例の分析は行っているのか。例えば、英国のＢＢＣや韓国のＫＢＳなどとの戦略・ターゲットの違いや、ＮＨＫのサービスの強みはどう分析しているのか。その中で、ＮＨＫの国際放送はどのような立ち位置を目指すのか。各国との比較分析で、どういう立ち位置を取るかというのを検討しなければならず、それを踏まえて戦略を立てないといけないのではないか。

■日本放送協会回答
（第21回会合における回答）
○　アジアと北米、欧州でリーチが異なっており、特にアジアのリーチ率が高いことが強みであり、視聴環境が変化する中においても、国際発信・国際展開の双方で「日本の視座」をお伝えしていく、そしてアジアの視点を発信して、この強みを生かして公共放送の役割を果たしてまいりたい。

（追加回答）
○　ＮＨＫとしても、他国の国際放送の分析を随時行っている。ＮＨＫの国際放送は、英語を母国語とするＢＢＣや、ドラマ・エンターテインメント中心のＫＢＳとは異なり、日本の公共メディアとして、公平・公正で信頼できるニュースや多様で良質なコンテンツを通じて「日本の視座」を発信し、国際社会との相互理解を深めていくことを目指している。
　ターゲットとする地域としては、国際的に大きな影響力を持ち、日本とも関係の深い「北米」と、日本文化への親和性が高い「アジア」を戦略的に重点地域と位置付け、リーチの拡大に取り組んでいる。
　ターゲット層は、第一には国際的なオピニオンリーダーやビジネス層であり、グローバルな情報を多面的に知りたいというニーズにこたえるため、日本やアジアの視点を生かして、他の国際放送との差別化を図っている。続いて、日本に関心が高い層や訪日の意向がある視聴者向けに、旅、食、文化など多彩なジャンルの番組で日本の魅力を発信している。また、地震や台風などの災害時には、訪日・在留外国人の安全安心に役立つ情報を発信することも重要であると考えている。

■株式会社日本国際放送回答
（第21回会合における回答）
○　例えば、資料で紹介した「ＯＹＡＫＯ　Ｆｏｒｅｖｅｒ」の字幕の付け方については、ドイチェ・ヴェレの方法を参考に、好適視聴時間を考慮して付与する字幕の言語を変えている。他国の国際放送も事業規模が小さい中で工夫しているので、分析をして参考にできるものは参考にしている。

質問と回答⑧

8

（落合構成員）

問１４　ＢＢＣ　Ｓｔｕｄｉｏｓが行っているＦＡＳＴサービス（Free Ad-supported Streaming TV Services；無料広告型ストリーミングサービス）は、視聴者へのリーチ確保や視聴データに基づく広告主への訴求という観点から優位性がある。ＮＨＫで仮にＦＡＳＴサービスを行うとすればどのような課題があるか。また、ＦＡＳＴサービスに限らず、ＮＨＫは何らかリーチ確保のための準備はしているのか。

■日本放送協会回答

（第21回会合における回答）

○　ＦＡＳＴについては、広告の論点が課題であると考えている。視聴環境の変化に対応しないと国際放送の将来は見通せないので、しっかり検討していきたい。また、リーチ確保について現在は地域ごとのメディア事情にあわせて、より見てもらいやすい配信方法の確保に努めており、会合で御説明した取組をしっかり進めていきたい。

（追加回答）

○　世界のより多くの視聴者にご覧いただくため、従来通り、各国の衛星放送や地上波、ＣＡＴＶ、ＩＰＴＶにＮＨＫワールドＪＡＰＡＮを再送信してもらう取り組みを継続しつつ、さらにリーチを拡大するため、英語・多言語によるウェブサイト・アプリでのネット配信のほか、ＳＮＳや動画等投稿サイトによる情報発信、英語テレビ放送の海外のＯＴＴ事業者経由でのネット配信（ＯＴＴ配信）を強化している。ＯＴＴ配信は現在約9,200万世帯が視聴可能である。今後とも世界のメディア環境をふまえ、より効率的・効果的な送信網でリーチ拡大をめざしていく。

質問と回答⑨

9

（落合構成員）

問１５　独自プラットフォームを考えることは重要である一方で、他事業者の活用も選択肢の１つ。独自プラットフォームと他事業者の活用について、それぞれどのような長所・短所があると考えているのか。他事業者を活用する上では、経済安全保障等も含めて様々留意するべき点があるし、いかに交渉力を維持した形での展開ができるかがポイントになると思うが、どう考えているか。具体論を深めていただくことが重要と思う。

■日本放送協会回答

（第21回会合における回答）

○　きちんと編集権・コントロール権が確保できるということが大前提であり、大事と考えている。配信についても民放と協調できる範囲は協調し、ＮＨＫと民放それぞれの性格を踏まえつつ、協力の在り方を探って進めていきたい。

（追加回答）

○　落合構成員のご発言にある「他事業者を活用する上ではいかに交渉力を維持した形での展開ができるかがポイントになる」という点については、ＮＨＫとしても同様の問題意識を持っており、会合でも編集権・コントロール権の確保について申し上げたところ。一方で、独自プラットフォームを構築することについては、要する費用を始め様々な課題がある。また、ＮＨＫ・民放共同での構築を前提に検討するのであれば、民放各社のお考えを伺うことが必要であると考えている。

質問と回答⑩

（三友主査）

問１６　ＮＨＫ資料１０ページの配信可能世帯数について、視聴可能世帯数４．２億世帯という数値はどのように算出しているのか。「世帯」という単位について、日本では世帯というのは当たり前だが、国際的にはあまり意味をなさないのではないか。また、視聴可能というのは、チャンネルにあわせるとＮＨＫが視聴できるとうことなのか、それとも単に電波が飛んでいるということなのか。ほかの事業者、国際事業者と比べて、どうなのかということも気になるし、日本でリーチをもっと増やすために何が必要なのか、ボトルネックとなっているものが何なのかということを教えていただければ、また議論の具体的な方向も見えるのではないか。

■日本放送協会回答

（第21回会合における回答）

○　ＮＨＫワールド ＪＡＰＡＮを配信している１６０の国と地域のテレビ事業者（ＩＰＴＶを含む）が契約している世帯数の合計値が４．２億世帯という数値。また、視聴可能というのは、国際放送が視聴できる世帯ということを表している。

（追加回答）

○　国際放送は基幹衛星３基で世界のほぼ全域をカバーしているが、受信するためには大きなアンテナが必要なため、４．２億世帯という数字に基幹衛星の視聴可能世帯は含んでいない。世界各国の衛星放送や地上波、ＣＡＴＶ、ＩＰＴＶでＮＨＫワールド ＪＡＰＡＮを再送信してもらうべく、世界中の事業者に営業をかけることで、今ではＢＢＣ（第20回事務局資料２０ページでは４．５億世帯）やＣＮＮ（同３．７億世帯）と遜色ない視聴可能世帯数となったが、ご認識のとおり、視聴可能世帯が増えただけでは効果的な国際発信が出来たとは言えず、今後は「いかに多くの視聴者に見てもらうか」ということに注力していきたい。その一環として、利便性が高く、低コストで、効果測定がしやすいネット配信の強化を進めている。今後さらにリーチを拡大していくためには、まずコンテンツの強化が重要だと考えるが、合わせてＯＴＴ配信など外部プラットフォームの有効活用や周知広報の強化に取り組んでいく。そして、限られた予算で効率的にリーチを拡大し、国際放送の使命を達成していくことが重要であり、従来の放送（テレビ・ラジオ）中心の送信網からネット併用型の送信網へのシフトを、制度、権利、コストなどさまざまな面から検討し、進めていく。

質問と回答⑪

（三友主査）

問１７　ＮＨＫ資料２７ページの「ＮＨＫワールド ＪＡＰＡＮ」のリーチ率について、分母は何であり、どのような定義なのか。その地域全体の世帯数を言っているのか、それともＮＨＫの電波が届いて、あるいはチャンネルがある、そういう世帯の中でのリーチについて言っているのか。サンプルの取り方を明確にしないと、数字だけが独り歩きしてしまう。数字は誰でも検証可能であるべきなので、例えばどういう形でサンプリングをしたかなど、どういう方法で調査したかを明確に出していただくことが必要。

■日本放送協会回答

（第21回会合における回答）

○　リーチ率は、サンプル調査を行っている。サンプルの数を分母として、リーチ率を算出している。

（追加回答）

○　ＮＨＫでは、「ＮＨＫ経営計画 2015-2017年度」において「日本を世界に、積極的に発信」を５つの重点方針の１つに掲げ、国際発信・国際展開の強化に積極的に取り組んだ。とりわけ、英語によるテレビ国際放送「ＮＨＫワールドＴＶ」（当時）について、北米とアジアを重点地域と位置付け、「見たくなる国際放送」を目指して視聴意向などを把握し、ニュース・番組や編成の充実・強化を図った。これらの取り組みについて、経営視点から評価し、国際発信強化の手応えを客観的に把握し改善に資するため、2015年に重点地域を中心とした国・地域を対象にした「国際戦略調査」を開始した。

国際戦略調査によるリーチ率の算出は、ＮＨＫ国際放送（ＮＨＫワールド　ＪＡＰＡＮ）を放送および配信で視聴することができる、アメリカの３都市（ワシントンＤＣ、ニューヨーク市、ロサンゼルス）および、タイ、インドネシア、シンガポール、ベトナム、イギリス、フランスを対象に、年２回実施している。 調査手法はインターネット調査により行い、サンプル数は各国1,800人（アメリカ３都市は1,000人ずつ、ベトナムは500人）となっている。

調査対象者は調査会社のパネルから、母集団（対象国の国民、対象都市の住民）の年齢層と性別が近似になるように抽出している。また、調査対象者からマスコミ関係者やマーケティング関係者など、メディアに対する知見を備える方を外すことで、それぞれの国の実情により近い調査結果となるように工夫している。有意水準は1%としている。

第21回会合で御説明したとおり、「ＮＨＫ経営計画（2024-2026年度）」においても、「戦略的に強化してきたニュース・情報発信を、今日的な問題・関心のもと、再強化」することや、「各国で浸透するＯＴＴほか、コンテンツの流通革命に合わせ、戦略的に制作・展開の可能性を探る」としており、国際発信・国際展開の双方で公共放送の役割を果たしてまいりたい。「国際戦略調査」についても改善を図っており、問10で御回答したとおり、より正確に状況を把握するため、2023年度からは動画等投稿サイトやＳＮＳについて、ＮＨＫアカウントでの視聴者に限定した。また、本WG第16回会合資料で、大谷構成員からのご質問に「『日本への理解度』に国際放送のどういった内容の番組が貢献しているかを測る『質の評価』については、試行として2022年度上期から調査を行っており、その概要について構成員限りでお示しさせていただいた。」とご回答したが、この「質の評価」についても試行を踏まえ、今年度より「四半期業務報告」で結果を公表する方向で検討を進めている。引き続き、調査の改善と活用を図り、国際発信のさらなる強化に取り組んでまいりたい。

資料22－3

国際展開に関する取組と今後の課題
NHKとローカル民放の関係について

令和6年6月14日

私たちは、愛媛主義
南海放送

南海放送株式会社

- 所在地 愛媛県松山市本町1-1-1
- 資本金 3億6000万円
- 開局　昭和28年10月（開局71年目）
- 従業員 112名　平均年齢45.9歳
- 売上　5,503百万円（令和5年度）

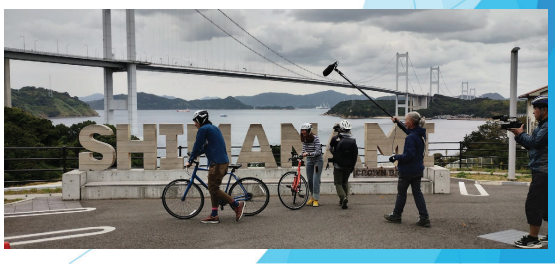


本社　昭和51年にコンベンション会館として建設

- 主な事業　放送法による基幹放送事業（ラジオ・テレビ）
  文化事業および放送その他に関連する事業
  指定管理者制度による施設の管理および運営

南海放送の国際展開の現状

- ハワイのCATV会社 NGN を活用した自社番組のアメリカ向け発信
  （2024年4月から、アメリカCATV・スペクトラムで41州放送）
  二次活用　台湾へ番組販売(英語字幕付き)
- 総務省事業を活用した海外向けコンテンツ発信
  （タイ、ロシア、インドネシア、フィリピン、英、仏、豪、NZ）
- 2020年度から**メインターゲット国をインドネシア**とし、SCTV、Metro TVと関係を深めている
- 国際展開のための体制は、組織化を進めようとしている
  現状は1名で営業、国外交渉
- 国際展開での売上高は2,000万円強



南海放送･メトロTV
JOURNEY
23秒

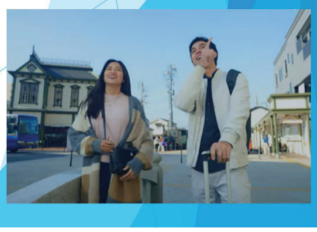
南海放送の国際展開の現状

- **インドネシアMetro TVのレギュラー番組枠を活用した旅ロケ番組**
  日本とインドネシアの国交樹立65周年を記念し、愛媛と広島を巡る番組を制作。2023年12月の毎日曜、4週連続放送。
  知名度の高い広島から愛媛への旅を紹介。
  インバウンド、アウトバウンドともに目的。
  俳句、パンテュン（四行詩）を番組エンディングで活用し、知的好奇心の高いアッパーミドル層以上にも訴求した



- **インドネシアSCTVと、愛媛と広島を舞台にした連続ドラマ制作**
  Sinemart(インドネシア制作会社)と連携し、一時間ドラマ４話の大部分を日本で撮影し2023年1月に放送。





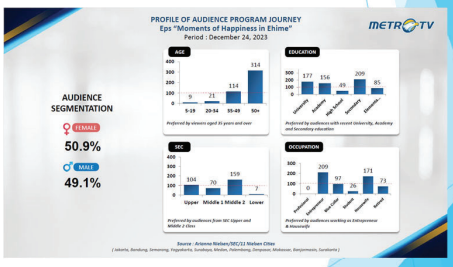
国際展開に関する取組と今後の課題NHKとローカル民放の関係について

国際展開に関する取組の課題

- **営業活動**（広告出稿の確保等）
  対象国の放送局と連携した営業活動
  （対象国に進出している日本企業へのセールス）
- **コンテンツのラインナップ充実化**
  現状は原資が無く、販売先の目途無い時点でローカライズは厳しい
  ターゲット国の策定が必須
- **ローカライズ費用**
  吹き替えが望ましいが、費用が無く、番組提供のバーターとして、
  字幕によるローカライズをしている。
- **番組制作でのカスタマイズ**
  展開先の視聴スタイルや文化に合わせた展開先に合わせ、宗教、習慣、
  法律などを確認しての制作が必要
  （鵜飼いNG、温泉での肌露出、豚肉…）

国際展開に関する取組の課題

- **権利処理**
  国内の取材許可等は日本側で実施。
  著作権（著作隣接権、著作人格権は、基本的に海外放送局側に持たせる。
  番組販売の権利は、番組ごとに販売国を決定している。
  が、ローカライズ費用等の関係もあり、なかなか販売は成功していない
- **視聴データの活用**
  収集はしているが活用できていない。
  単発番組のデータでは、
  なかなかCM営業等に活用できない。
- **番組認知度の向上**
  連携する海外放送局側に依存している。
  番組開始時には、出演者が総がかりでSNS発信をし視聴をPR



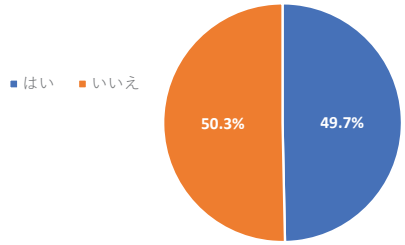
国際展開に関する今後の方向性

- **視聴媒体の多様化への対応**
  国外の放送局は、一つのコンテンツを、
  ・地上波放送（テレビ視聴）
  ・自社プラットフォームでの同時配信（ネット視聴）
  ・自社ホームページに、YouTubeを埋込みアーカイブ配信（同）
  ・番組をCM間単位でカットし、ショート版としてSNSなどでアップ（同）
  など、多岐にわたり使用できる権利環境が整っている。

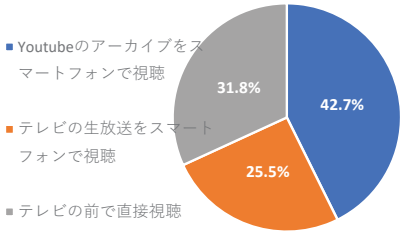
  →　日本では、地上波、Tver、アプリでの同時配信程度

インドネシアでのアンケート結果

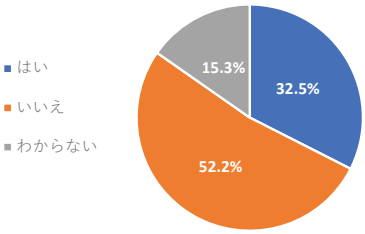
定期的にテレビを見ますか?



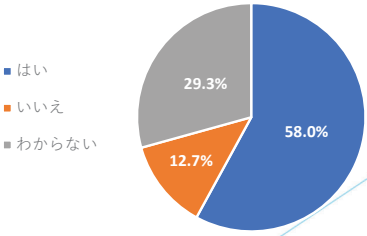
テレビ番組の見方で一番多い方法は?



メトロTVの「Journey」を知っていますか?

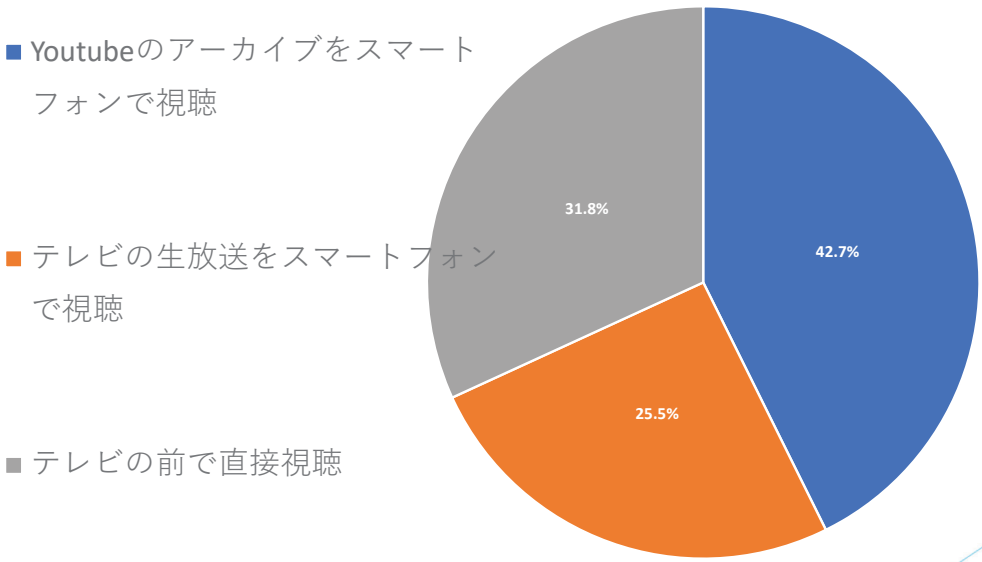


メトロテレビの「Journey」で放送する愛媛と広島に興味はありますか?



インドネシアでのアンケート結果

テレビ番組の見方で一番多い方法は?



国際展開でのＮＨＫ・ＪＩＢとの連携の可能性

- **放送コンテンツのラインナップ充実化**
  著作権処理が地上波放送と同等で、適正な価格での買い上げであれば自社制作番組の販売によるラインナップの充実は可能
- **NHKとの共同制作**
  適切な制作費配分と、リクープがあれば大歓迎である
- **インフラコストのシェア**
  出資時以外のランニングコストについても、共通基盤的な部分は、NHK・JIBの一部負担を期待できるか？
- **ＮＨＫの技術（ＡＩによる多言語翻訳技術等）やノウハウの活用**
  無償か、収益化できる適正額であれば、技術も、ノウハウも活用したい
  ただ、戸田奈津子さんのような意訳（雰囲気）がのぞましい
- **ALL JAPAN（NHKと民放共同）での日本コンテンツＰＲによる認知度向上**
  ワールドワイドなプラットフォームが複数ある中で、国外での認知度向上は、相当の努力が必要ではないか。

国際展開に関する取組と今後の課題NHKとローカル民放の関係について

ＮＨＫ国際放送への広告導入に対する考え方

①広告発信の効果をどう収集し、クライアントにどのように説明するのか。
②放送の国際発信・国際展開の対象国が多岐にわたる中で、国ごとにターゲット商品や表記言語が異なる点はどう解決するのか。
③国によって、税や資金提供などの考え方や法律が異なるが、日本国内法人と発信・展開先の現地法人間で、税や資金提供面などで問題は発生しないのか。

＜参考＞海外での広告宣伝費の負担が寄附金課税された事例
日本親会社が計上した広告宣伝費のうち、中国市場向けの広告宣伝費は、中国の合弁会社が負担すべきものであるとして寄附金課税されました（平成14年6月24日、非公開裁決）。https://kaikeizine.jp/article/14896/

いわゆる　”NHK+民放プラットフォーム構想”　について

- 国際発信へ、日本独自のプラットフォームを立ち上げた場合

→選択するとすれば

あまたあるプラットフォームの一つとの認識されるかが課題。
話題にできる、魅力あるコンテンツがてんこ盛りである
見たくなる、そそるPRがスマホ画面に出ればついつい見る。かも。

ローカル局の矜持として、、、

ローカル局である当社は、制作原資が担保されるのであれば、多言語や宗教対応を含め、国際発信・国際展開に対応したコンテンツを作り続けたいと考える。

そのためには、海外コンテンツに負けない、クリエーターの育成や機材整備が必要だが、放送業界全体の売上減少もあり、厳しい環境に置かれている。
ローカル番組の制作予算は、東京では考えられないほどの少額だが、その費用ですら確保が難しい。

愚痴はさておき、
日本の活性化へ向けインバウンドとアウトバウンドを意識した放送局として、是非貢献したい。

資料24－2

アニメ世界展開が軌道に乗るまで

24/8
川崎由紀夫

作品ヒットが生んだ違法拡大

・99年頃から、世界でヒットする作品増加
　（ポケモン、遊戯王の大ヒットを受け、集英社作品中心に欧米へ）
・7年間、各国、テレビを中心に拡大
・その間、違法視聴が横行
　07年頃　違法対策多数（シンガポールでの活動、YOUTUBEでの目視削除等）
　　当時の放送状況・・・1度ヒットが生まれれば連日放送や枠拡大
　　・・・視聴層限られ、スポンサーも限られるアニメの
　　敬遠が始まる
　⇒さらに、「見られない」ファンが違法配信へ

違法が多い＝需要が多い

・ビジネス⇒　①需要を作る・・・ヒット作品を創り出す
　　②需要に答える・・・顧客＝ファンにプランを提示する

・クランチロールを正規流通に誘導
　08年当時、ビジネスの興味はアドで、サブスクは存在していなかった
⇒ファンの欲求に答える・・・「早く見たい、綺麗な映像で見たい」
⇒ファン向けのサブスクと、スポンサー向けのアドの混在が有効
⇒トップページに、ファンへのメッセージ掲示
　「お金を払っていただければ、我々は良い作品を作り続けられます」

北米での経験を経て、中国へ

・11年、UGCサイトに対し、ビジネスを提案
　・・・1社独占⇒17サイトに警告（2/3が即刻削除）
　・・・ライセンス希望急増（正規のスタートにより、権利意識拡大）
　・・・16年、4社非独占にモデル転換

現在

・年間約230本の新作がスタート
・制作費高騰下でも本数ほぼ同数
・一部の需要で業界が支えられている側面
・アニメビジネスは、映像中心から、周辺関連に拡大
（必要なのは、ファンが楽しむ機会の創出
・・・商品化、ゲーム、イベント等をどう伸ばすか）

資料23―2

一般社団法人 全日本テレビ番組製作社連盟

ASSOCIATION OF ALL JAPAN
TV PROGRAM PRODUCTION COMPANIES



2024年7月12日 総務省 公共放送WG発表「ATPの海外プロジェクトについて」

一般社団法人 全日本テレビ番組製作社連盟 理事
一般社団法人 ATDC代表
沼田 通嗣
NPO法人 Tokyo Docs 理事長
天城 靭彦

Table of Contents

1. はじめに～ATP海外プロジェクトの目的
2. 日本の実写コンテンツの現在地
3. ATPの海外プロジェクト
4. アジアコンテンツアワード連携～パートナーシップ締結
5. 日韓中テレビ製作者フォーラム
6. Tokyo Docs
7. アジアテレビドラマカンファレンス
8. 海外プロジェクトの共通課題とATP提言
～参考資料：ATPとは

1. はじめに～ATP海外プロジェクトの目的

ATPは放送局と共存共栄の関係であり、主に“実写コンテンツ”を製作している団体です。

日本のコンテンツの海外売上のジャンル別比率は、ゲーム・アニメが90%、実写コンテンツは僅か3%であるデータが公開されています。
この要因には「創り手」だけでは解決できない実態があります。

そこでATPでは、国際競争力を高めるグローバルコンテンツ製作を実現するために、その起点づくりとして4つの海外プロジェクトを推進しています。

しかしながら、現活動だけでは、持続力やエコシステムが確立せず、課題解決には時間を要します。 日本のコンテンツ産業の重要な分野である実写コンテンツの未来のために、今こそ官民が連携し向上させる時と言えます。

2. 日本の実写コンテンツの現在地 ①

新しい資本主義実現会議（令和6年4月17日）で、岸田総理をはじめ、構成員より、製作会社やクリエイターへの対価還元や海外進出に言及、問題提起がされた

岸田総理コメント　第26回「新しい資本主義実現会議」 首相官邸HPより抜粋

- 海外展開を促進するため、国際見本市や国際映画祭における出展機能や、海外への進出に際しての製作会社に対するビジネス展開の支援の抜本強化、そして、若い人に対する留学支援や国内での学びの場の整備などを実施いたします
- 官は環境整備を図りますが、民のコンテンツ制作には口を出さないという、官民の健全なパートナーシップを築くことを目指して、この春の実行計画の改訂に向けて、政府を挙げて、官民連携によるコンテンツ産業活性化戦略を策定していきます

構成員意見　内閣官房HP　資料2：論点案　（放送番組・音楽等の世界に通用するコンテンツの制作・流通）より抜粋

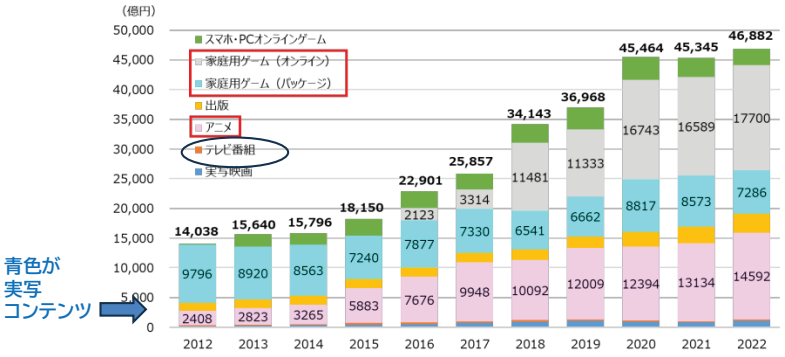
- 世界に通用する放送コンテンツの制作・流通を推進し、クリエイターへの適切な対価還元を実現するため、クリエイターのための4K設備等の利用環境整備、4K制作技術等のノウハウ習得のための人材育成や権利処理効率化を支援すべきではないか
- 海外向け放送コンテンツの制作・流通を円滑化するため、国内外への展開に向けた共同の配信機能強化を後押しすべきではないか

日本の実写コンテンツの現在地 ②

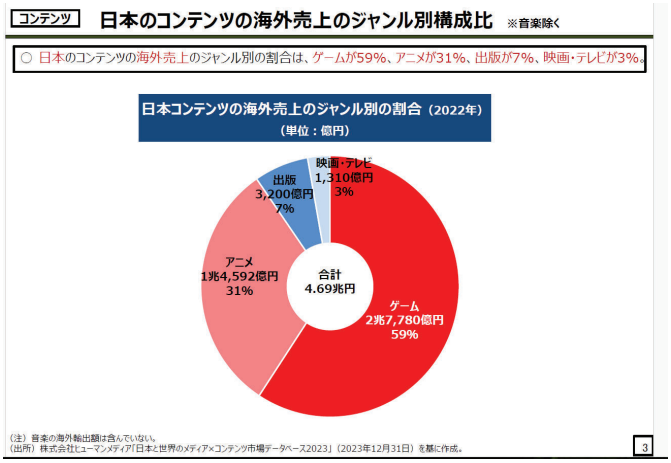
日本のコンテンツ産業は、輸出額などの海外展開において鉄鋼産業に匹敵し、半導体産業に迫る勢いの 4.7 兆円規模と大きなビジネスとなっており、多くの外貨を獲得する基幹産業として位置付けられるようになっている。しかしながら、海外売上の内訳はアニメ・ゲームが90%、実写(映画・テレビ)は僅か3%の現状。

① コンテンツの海外展開

日本のコンテンツの海外における売上の市場規模は、アニメやゲームを中心に拡大してきており、4.7 兆円（2022 年）となっている（2012 年（1.4 兆円）比：約 3.3 倍）[25]。これは海外展開（輸出額）において、鉄鋼産業に匹敵し、半導体産業に迫る規模[26]である。



（資料） 「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース 2023」（(株) ヒューマンメディア）をもとに作成



【図表２ 日本のコンテンツの海外市場規模とジャンル別内訳】

出所:新たなクールジャパン戦略 内閣府知的財産戦略本部 2024年6月4日 ※実写部分に加筆

出所:第26回 新しい資本主義実現会議 基礎資料

日本の実写コンテンツの現在地 ③

国内放送局収入減 → 制作費減 → 番組劣化 ＝ 国際競争力を持たないコンテンツとなる

コンテンツ **テレビ局の広告収入と番組制作費**

○ テレビの東京キー局すべてにおいて、過去6年間で、広告収入が減少し、これと相関して、番組制作費も減少。

広告収入、番組制作費の推移 （単位：億円）

	2016年度		2022年度	
	広告収入	番組制作費	広告収入	番組制作費
日本テレビ	2,558	980	2,369（▲189）	875（▲105）
テレビ朝日	1,956	908	1,720（▲236）	773（▲135）
TBSテレビ	1,716	982	1,629（▲87）	952（▲30）
テレビ東京	810	403	730（▲80）	334（▲69）
フジテレビ	2,015	882	1,604（▲411）	721（▲161）

出所:第26回 新しい資本主義実現会議 基礎資料

3. ATPの海外プロジェクト

（1） 韓国・釜山国際映画祭併設『アジアコンテンツアワード（ACA）』は、2023年秋にパートナーシップを締結
（対象：全ジャンル　相互のアワード作品審査提携　ATPより審査委員派遣）

（2） 日韓中テレビ製作者フォーラム
（対象：全ジャンル　共同主催：ATPとNPO法人 放送批評懇談会
韓国PD連合会・中国電視芸術家協会）

（3） Tokyo Docs（ピッチングイベント）
（対象：ドキュメンタリー　共同主催：NPO法人 Tokyo DocsとATP）

（4） アジアテレビドラマカンファレンス
（対象：ドラマ　主催：石川県七尾市　主管：一般社団法人 ATDC　共催：ATP）

4. 釜山国際映画際併設『アジアコンテンツアワード』連携

ー目　的ー
・2023年秋、
日本の団体で初めて
パートナーシップを締結

・アジアコンテンツによる
クリエイター交流

・ATP会員社作品の
グローバル化

・2024年8月
ATP賞受賞式に来日予定



5. 日韓中テレビ製作者フォーラム https://www.atp.or.jp/overseas/jkc-forum.php

主　催：ATPと放送批評懇談会の共同事務局
※放送人の会から2022年にATPが引き継ぎ、主軸をビジネスマッチングへ。
2025年は日本がホスト国になり韓国・中国を招待する予定

目　的：北東アジアを牽引する3か国が文化的チャネルでクリエイター交流を行い、共同製作等を目指す

韓　国：韓国PD連合会
中　国：中国電視芸術家協会
開催・予定：2022年日本　2023年韓国京畿道坡州市　2024年中国杭州

※2023年 韓国開催：日本・テレコムスタッフ ドキュメンタリーピッチング / ABCリブラディレクターQ&A　吉本興業クリエイター 講演



9

第20回(2022年)日本オンライン開催：日韓中テレビ製作者フォーラム

各国交流にあたり、日本の製作会社・クリエイターPR『ATPクリエイターズ電子カタログ』を作成



日本語版　ATPクリエイターズカタログ　　英語版　　ATPクリエイターズカタログ

◆テーマ・プログラム：
シンポジウム　「ヒットコンテンツの新潮流」
ワークショップⅠ「日韓中　トップランナーたちと探る国際協業の可能性」
ワークショップⅡ「今、注目のメディア～中国配信メディア」
◆参加者：約200名
◆日　時：2022年12月6日
◆日本オンライン開催





10

第21回(2023年)韓国開催:日韓中テレビ製作者フォーラム

◆テーマ:「ノンスクリプト」
◆参加者:約300名
◆日　時 :2023年11月8日(水)～11月11日(土)
◆場　所 :韓国京畿道坡州出版市
◆プログラム
　1日目　マスタークラス講演
　　NETFLIX・ IDA国際ドキュメンタリー協会
　2日目　ドキュメンタリーピッチング＆フィードバック
　　日本から2作品参加　　三か国パネルディスカッション
　3日目　エンタテイメント　グローバルOTTヒットプログラムの事例
　　日本から2社参加
　　NETFLIX韓国ドラマロケ地ギャラリーで懇親
　4日目　DMZツアー













11

6. Tokyo Docsとは　https://tokyodocs.jp/

TokyoDocs

Go Beyond Yourself with Docs !
自分の枠を超えて世界とつながろう！

- ドキュメンタリーの国際共同製作など国際展開を支援するプラットフォーム
- 毎年1回、ピッチングフォーラムを開催して、ドキュメンタリー制作者と海外のプロデューサーのマッチングをはかる
- 人材育成のためのワークショップやマスタークラスも開催
- 日本の製作会社の中堅プロデューサーがボランティアで運営

【Tokyo Docsの設立趣旨と歴史】https://org.tokyodocs.jp/

12

Tokyo Docs ～ピッチングとは

【“ピッチング”とは】



- 企画をプロデューサーに提案すること
- ピッチャー＝ディレクター、キャッチャー＝プロデューサー
- 特に国際共同製作のためのピッチングセッションでは、テレビ局、配信プラットフォーム、配給会社などで決定権を持つプロデューサーを“デシジョンメーカー”と呼んで提案の受け手として招聘する

➡ なぜ“ピッチング”か

- 国内にドキュメンタリー枠が少ない
  ＝ 資金は海外調達
- グローバルコンテンツを目指す





Tokyo Docs の目標（2013年制定）

【目標】

①国際共同製作を仕切る製作会社所属の国際プロデューサー10人育成

②Tokyo DocsをオランダのIDFAやカナダのHot Docsと並ぶ、
ドキュメンタリー国際共同製作のハブに育てる

【目標達成度】

①国際プロデューサー10人育成➡達成

国際共同製作を経験するプロデューサーが増えた。

Colors of Asia(*)でアジアの制作者と共同製作することでも経験を積んだ。

＊ Colors of Asiaは、NHKとの共同製作プロジェクト。アジアの制作者の企画に日本の製作会社がパートナーとして参加。NHK・BSでの放送を目指すとともに、欧米メディアとの共同製作による幅広い海外展開の実現をめざすスキーム。

②国際共同製作のハブ化➡課題あり

事業規模、影響力などで課題が多い。競合するアジアのドキュメンタリー祭に負けない努力が求められる。

Tokyo Docs の成果

・応募企画数：1000本以上
・ピッチした人：500名（延べ人数）以上の制作者
・80本以上の企画が国際共同製作を含む国際展開を実現

例：テレビ局で放送
配信プラットフォームで配信
海外映画祭で上映
国内外で劇場上映



Tokyo Docs 2023の様子

Tokyo Docs 主な成果事例①

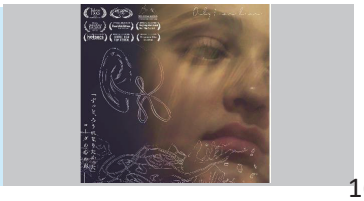
「波の向こう」（Tokyo TV Forum 2011 ※Tokyo Docsの前身）
・浪江町に住む叔母を主人公に、震災被災者の白黒つけがたい複雑な胸の内を描く。
・BBC（イギリス）、WDR（ドイツ）、SVT（スウェーデン）、Knowledge Network（カナダ）など7カ国と共同製作。
・震災をテーマにした7カ国参加の大型共同製作。



「RED CHILDREN」（Tokyo Docs 2015）
・中国の文化大革命に欧米人の子女が紅衛兵として参加していた知られざる事実を50年ぶりに明らかにした。
・テムジン、NHK、NHKエンタープライズ、DOCDAYS Productions（ドイツ製作会社）で共同製作。
・NHKでの放送の他にドイツを中心にヨーロッパ各国の多くのテレビ局で放送された。



「私だけ聴こえる」（Tokyo Docs 2016）
- 聴覚障害者の家族の中で唯一の健常者として生まれたCODA（Child of Deaf Adults）と呼ばれる子どもたちの苦悩と夢を描く。
- テムジンとカナダの制作会社がNHKと共同製作。日本とカナダで放送された。



Tokyo Docs 主な成果事例②

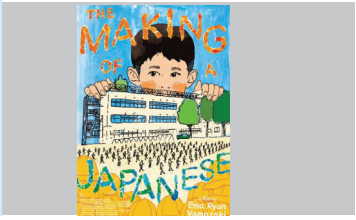
「Hope Frozen」(Tokyo Docs 2017)

- 2歳で亡くなった娘が医学の進歩により蘇る日を信じて遺体を冷凍保存することにしたタイの家族の物語。敬虔な仏教徒が何故このような選択をしたのかを追う。
- タイの製作会社と中国の配信サイトbilibiliの国際共同製作。カナダで開催される北米最大のドキュメンタリー祭Hot Docsで最優秀作品に選ばれて上映されたのちにNetflixで世界配信。
- 国際エミー賞2021を受賞。



「The Making of a Japanese」(Tokyo Docs 2021)

- 日本人の特性は小学校教育で形成されるというディレクター自身の経験に基づき、東京の公立小学校の1年生と6年生のクラスに1年間密着。
- Cineric CreativeとNHKが共同製作して「わたしの学校」を放送。フランス、フィンランドが参加する共同製作で長編版を制作。東京国際映画祭でプレミア上映し、フランスとフィンランドでも放送。



「Shaking up Sake」(Tokyo Docs 2022)

- 山口県の酒蔵とアメリカの大農場が手を組みニューヨークで日本酒を醸造し世界の食卓に革命を起こす
- リトルネロフィルムズと台湾CNEXとNHKの共同製作。
- NHKで国内版を2024年3月に放送。
- 国際版を台湾CNEXと共同製作中。



17

Tokyo Docs の課題 および 海外イベント事例

①国際共同製作の変化

メディアの転換(テレビからネットへ) / デシジョンメーカーの弱体化

②アジアの競合イベントとの連携

韓国、台湾、中国、インド、インドネシア

③運営と支援の資金確保

Tokyo Docs運営費＋制作者支援金総計

2023年度　4700万円

ー参考事例ー

韓国 K-DOCS

- 主催:　EIDF+EBS
- 後援:　KCA(Korea Communications Agency)
  HUNDAI HOME SHOPPING
- 運営費＋制作者支援金総計:
  110万ドル＝1億7600万円

18

7. アジアテレビドラマカンファレンス

https://www.atdc2023.org/

主催：石川県 七尾市（2023年）※地方＋コンテンツカンファレンス
主管：一般社団法人 ATDC（Asian Tv Drama Conference） 共催：ATP

目的：日本の脚本家、市川森一氏と韓国のプロデューサー、シン・ヒョンテク氏が「テレビドラマの脚本家や製作者が相容れることで、アジア全地域に歓迎されるドラマ創りや、ハリウッドを越える文化コンテンツ産業のセンターを創り、アジアから世界に文化を発信する」ことを目的として２００６年から韓国のKOFICE（韓国国際文化交流院）の主催で開始

開催：第１５回　２０２３年2月　第１６回　２０２３年１２月
場所：加賀屋姉妹館「あえの風」国際会議場　石川県七尾市和倉温泉
参加：９か国より 各回約３００名
参加国及び地域：日本、韓国、中国、タイ、台湾、インドネシア、フィリピン、マレーシア、イギリス
協力：全日本テレビ番組製作社連盟　日本放送作家協会　日本脚本家連盟
日本シナリオ作家協会　地域企業連合会九州連携機構
韓国放送作家協会　韓国ドラマ制作社協会　中国北京映画芸術協会ほか

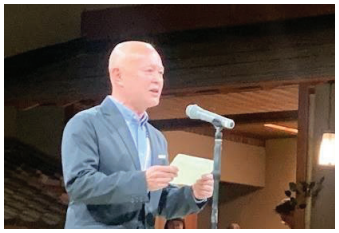


19

運営の変遷（アジアテレビドラマカンファレンス）

韓国のコンテンツ政策資金で開始された

◇２００６年スタート時
・韓国の目的は「日本のドラマ制作に追い付くため」
・運営はKOFICE（韓国国際文化交流院）が行い、資金は韓国の国家予算



◇２０１８年
・開催予算が韓国の国会で否決、理由は「日本を追い抜いたから」



◇２０１９年
・Netflix Koreaより「今後 韓国のドラマ界にお世話になるので」との資金提供で開催　その後一旦終了

◇２０２３年　２月・１２月
・今度は日本が「韓国に追い付くことを目的に」石川県七尾市主催で開催。ATDCが主管となり「企業版ふるさと納税」や協賛等を資金に再開。９か国から七尾市に来訪。ロケ地ツアー等で地域活性化も担う

◇２０２４年は韓国開催予定　韓国ドラマ制作社協会の資金調達で再開予定

20

七尾市開催の内容（アジアテレビドラマカンファレンス）

・各国ピッチング
・各国制作者セッション
・若手クリエイターセッション
・制作者ディスカッション
・スピーチ

・各国作家セッション
・作家ディスカッション
・制作者 作家交流パーティ
・プレスインタビュー

・ビジネスマッチング

・協賛企業スピーチ
・協賛ブース

・開催地名物アクト
・開催地ロケ地ツアー
・その他

時間	エントランス／フェスティバルホール／花舞茶寮	ロビーラ
8:30～9:15	七尾市民参加イベント　受付開始・開場	
9:15～9:25	七尾市長挨拶	
9:25～11:25	第一部 「君は放課後インソムニア」上映会	
11:30～12:30	第二部　トークショー	
12:00～	参加者到着開始＆受付（～13：30）	
12:30～	昼食 @1階レストラン波の花（～14：30）	
14:00～14:30	オープニングピッチング	
14:30～15:30	参加者紹介ピッチング	
15:30～16:00	スペシャルピッチング①	
16:00～16:30	スペシャルピッチング②	
16:30	休憩	
17:30～18:30	能登空港午後便 参加者到着＆受付	
18:30～21:30	オープニングセレモニー＆ウェルカムパーティ @花舞茶寮 ①ウェルカムアクト『七尾まだら』 ②七尾市長挨拶 ③ATDC 代表挨拶 ④歓迎挨拶 （韓国放送作家協会＆ドラマ制作者協会） ⑤食事スタート・歓談 ⑥御陣乗太鼓パフォーマンス ⑦協賛企業挨拶	

時間	エントランス／フェスティバルホール／花舞茶寮	ロビーラウンジ	でか山	ホワイエ
9:00~9:15	本会議開会（OP 映像）及び 参加者紹介			
9:15~9:20	市川森一脚本賞財団 スピーチ			
9:20~9:40	Session1-1 中国制作者			
9:40~10:00	Session1-2 日本制作者			
10:00~10:20	Session1-3 韓国制作者			
10:20~10:50	制作者セッションディスカッション			
10:50~11:20	協賛企業ピッチング①			
11:20~12:00	若手クリエイターセッション：韓国			
12:00~13:00	昼食（弁当）			
13:00~13:20	参加者1 min ピッチング× 15 名			
13:20~13:50	協賛企業ピッチング②			
13:50~16:15	休憩	ビジネスマッチング 13:50-16:15	協賛企業 BtoB	協賛ブース
16:15~16:35	Session1-1 中国作家			
16:35~16:55	Session1-2 日本作家			
16:55～17:15	Session1-3 韓国作家			
17:15～17:45	作家セッションディスカッション			
17:45～18:00	統括スピーチ			
18:00～18:15	Libelante ／登壇挨拶・紹介			
18:15～18:30	記念撮影			
19:00～21:00	夕食バイキング			

21

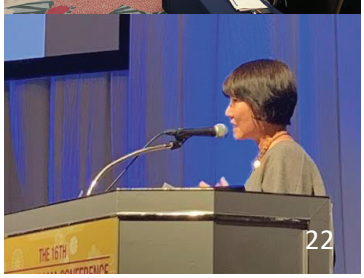
喫緊の課題（アジアテレビドラマカンファレンス）

前提：ドラマ製作者育成、および1作品の完成には数年かかる、
ガラパゴス化からの脱却

① 現役製作者の育成と意識改革
② グローバルコンテンツ製作の起点作り
③ 国際競争力の強化＝分散の一元化
④ 資金調達～受注だけではないコンテンツビジネスへの取組み
⑤ 著作権保有の向上

→製作会社だからこそできる海外展開がある





22

なぜ製作会社に著作権が必要か

1. 日本のコンテンツ力強化のため、創り手への還元がなければ、人材が枯渇、担い手が途絶える。
国際競争力強化どころか、コンテンツ産業の衰退を招く。

2.多様なコンテンツを生み出す土壌が失われ、視聴者利益の減少が起こる。

3. 製作会社は、番組を企画製作した当事者だからこそ、詳細な説明や情熱を持ってアピールできる展開力がある。
この展開力を十分に活かすためにも、著作権を保有することが重要である。

23

成　果 ①（アジアテレビドラマカンファレンス）

・アジア各国のドラマにおける作家、製作者の知見と人脈を共有する交流と学びの場となっている
・クリエイティブ、ビジネス、契約や各国の制度（ハリウッドやイギリス等）など多角的な面から作家やディレクターを育成する場となっている

◆韓国成果事例　2007年「テレシネマセブン」（※韓国主導の時期）

韓国が、自国の作家と製作者成長のために、日本と韓国のトップ作家による作品の企画を日本のメディアに持ち込み、ドラマ化の実現をした。
当初韓国は、IP脚本は日本、制作のノウハウはハリウッドから学び、起点とした。

◆韓国のグッドプラクティスをもとに、世界の中の日本の現在地を謙虚に受け入れ、意識改革と実践に取り組んでいる段階



24

成　果 ②～地方創生の一環としてのコンテンツ製作

・アジアテレビドラマカンファレンスのプレイベントとして、石川県知事、七尾市長等が座談会を開催。七尾市は東アジア文化都市に指名された。第二の安全保障と言われる文化安全保障についても語られ、地域振興とコンテンツ政策について報道された

・最終日のロケ地ツアーの成果として、韓国がドラマ制作ロケ地として候補に上げていたが、震災により休止している状況
ドラマのロケ地はアニメの聖地巡礼と同様、活性化へとつながる

※震災後、被災された皆様に、各国参加者（日本、韓国、タイ、中国）より義援金が届き、七尾市にお届けした


日本経済新聞

日本のテレビドラマ「質への転換を」　国際会議で議論に

和倉で語る ドラマ発展

「アジアカンファレンス」開幕









8. 海外プロジェクトの共通課題とATP提言

・国際競争力を高めるために、至急の現役製作者育成（ビジネスPDや技術的ハイスキル人材育成）

・育成事業への資金調達支援

・コンテンツ製作への官民連携の支援

※ATPは本会議以外の様々な場で、若手クリエイターの育成のために、欧米・韓国のような大学等教育機関での高度専門教育や、コンテンツ製作に関する国の専門機関の設置、および国の資金的な継続支援の必要性について提言を行っています

参考資料：全日本テレビ番組製作社連盟 ATPとは

発　足	1982年　42年目の製作社連盟
目　的	テレビ番組の質的向上を図ることによって、放送文化の発展と国民の文化的生活向上に寄与することを目的として活動
正会員社	製作会社　120社以上　約1万人のクリエイターが加盟
賛助会員社	放送局ほか38社が加盟
ATPの組織	組織戦略センター・メディアセンター・事業センター・関西センター・ 広報推進会議
主な事業	顕彰事業（創り手のための賞「ATP賞」「上方番組大賞」 メディア勉強会　海外プロジェクト　新卒合同採用イベント事業　育成事業 新人合同研修

ATPの主張 ☞ ATPの主張～製作と権利の認識について

- 著作権は創り手にあり
- 適正な制作費の実現
- 二次利用の主体であり、適正な収益の配分を求める
- 製作会社にこそ実現できる海外展開がある



Thank You

Contact Us

一般社団法人
全日本テレビ番組製作社連盟（ATP事務局）

Mail: jimukyoku@atp.or.jp

HP ：http://www.atp.or.jp

資料23－3

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

一般財団法人　マルチメディア振興センター
Foundation for MultiMedia Communications

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

All rights reserved ©FMMC 2024

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、ペイ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

All rights reserved ©FMMC 2024

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。

All rights reserved ©FMMC 2024

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。

a. **「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。

b. **「優先事項」**： 目的の相対的な重要性の表現である。

c. **「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** **(Reach)**	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: *valued reach* • 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: *valued 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.

All rights reserved ©FMMC 2024
出所：https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/managementstructure/structureandgovernance/world_service_licence.pdf

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。

All rights reserved ©FMMC 2024

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

All rights reserved ©FMMC 2024

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し、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イモン・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。

All rights reserved ©FMMC 2024
出所：BBC Group Annual Report and Accounts 2022/23、https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/documents/ara-2022-23.pdf

BBCの商業子会社

■ **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	➢ 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、テレビ受信料支払者に、高い価値を還元。 ➢ 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 のトップクラスのジャーナリズムの機会を拡大。
BBC Studioworks	➢ 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。

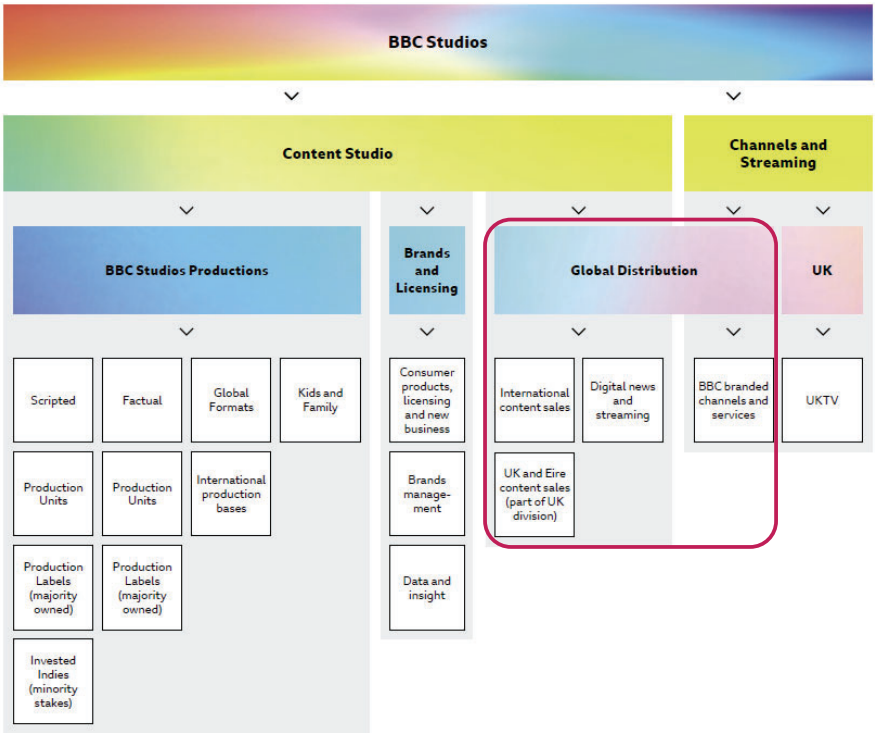
BBC Studiosの売上高が過去最高の20億ポンドを突破

- 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

All rights reserved ©FMMC 2024

BBC Studiosの運営体制



出所：https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/documents/ara-2022-23.pdf（82頁）

グローバルリーチの拡大

■ 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

All rights reserved ©FMMC 2024

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

411m Down 10%
BBC News international weekly 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)

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+

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

105m Down 19%
BBC World Service weekly television audience
Source BBC Global Audience Measure

121m Down 24%
BBC World Service weekly radio audience
Source BBC Global Audience Measure

36m Up 3%
BBC Studios' incremental global weekly reach
(total reach 63m)
Source BBC Global Audience Measure

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

BBCの広告事業

- 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/

All rights reserved ©FMMC 2024

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（ブラウザー、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、実際の人間（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ァイルデータ、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/

All rights reserved ©FMMC 2024

広告ベンダーとの提携

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/

All rights reserved ©FMMC 2024

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

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

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。

BBC プライバシー及びCookieポリシー（英国外）

＜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）。

All rights reserved ©FMMC 2024

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。

All rights reserved ©FMMC 2024
出所：https://www.bbc.com/usingthebbc/privacy-policy-outside-the-uk

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。

All rights reserved ©FMMC 2024
出所：https://www.bbc.com/usingthebbc/privacy-policy-outside-the-uk

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で、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

All rights reserved ©FMMC 2024
出所：https://www.bbc.com/usingthebbc/privacy-policy-outside-the-uk

BBC プライバシー及びCookieポリシー（英国外）

■ **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

All rights reserved ©FMMC 2024
出所：https://www.bbc.com/usingthebbc/privacy-policy-outside-the-uk

BBC プライバシー及びCookieポリシー（英国外）

■ 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

All rights reserved ©FMMC 2024
出所：https://www.bbc.com/usingthebbc/privacy-policy-outside-the-uk

商業サービスの広告ガイドライン

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ず、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効果によって、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。

出所：https://www.bbc.com/editorialguidelines/commercial-services

All rights reserved ©FMMC 2024

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

June 2019 edition

出所：https://downloads.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/pdfs/bbc-commercial-services-guidelines.pdf

広告仕様例：FASTチャンネル

FMMC

- 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	• 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	• 1920 x 1080 • 1280 x 720 • 854 x 480 • 640 x 360			

All rights reserved ©FMMC 2024

出所：https://bbcnews.bbcstudios.com/advertising/ad-specs/

FASTサービス事業の拡大

- **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。
  - これらを合わせると、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 ニュースのフットプリントを拡大し、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/

All rights reserved ©FMMC 2024

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**

All rights reserved ©FMMC 2024

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、革新的なコメディー、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%

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

All rights reserved ©FMMC 2024

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、自社制作用に40%、独立制作用に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、デイタイ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%の時間は自社制作用に、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。

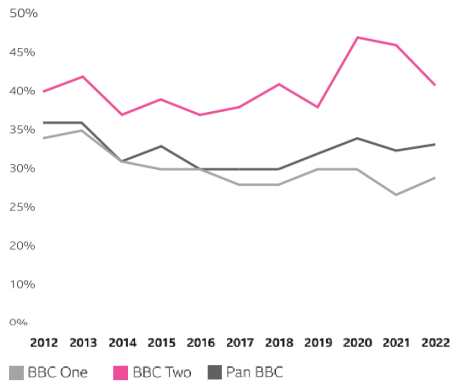
出所：September 2017, BBC Commissioning Process Framework、https://downloads.bbc.co.uk/commissioning/site/bbc-commissioning-process-framework.pdf

All rights reserved ©FMMC 2024

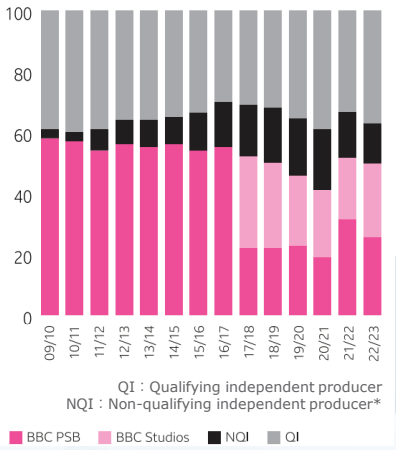
外部制作比率の実際

- 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



QI：Qualifying independent producer
NQI：Non-qualifying independent producer*

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、デイタイム、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。

All rights reserved ©FMMC 2024
出所：BBC Commissioning Supply Report 2022/23、https://www.bbc.co.uk/commissioning/documents/bbc-commissioning-supply-report-202223.pdf

自社制作比率の廃止の経緯

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

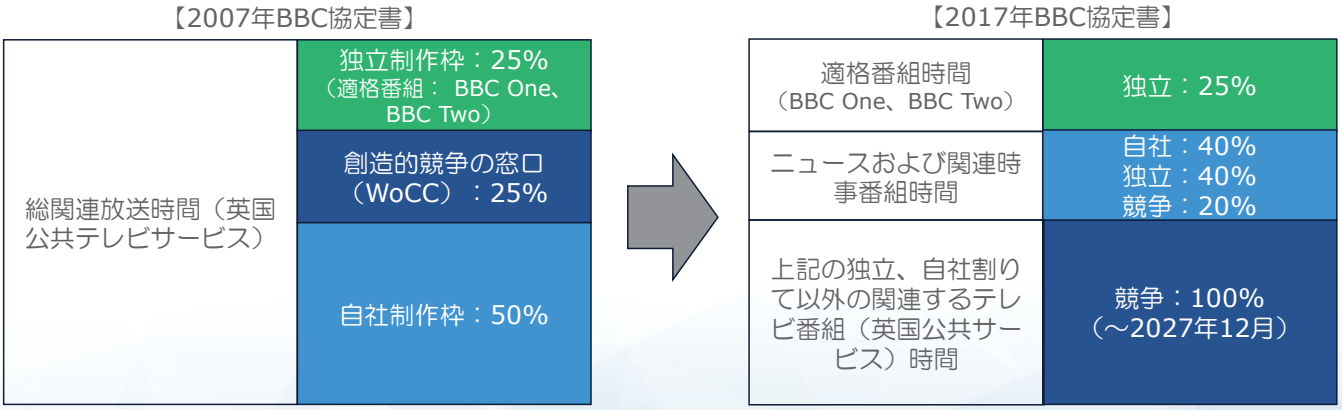
- 2007年のBBC協定書に基づき、BBCは、①自社制作比率：50%、②独立制作者比率：25%、③創造的競争の窓口（WoCC：Windows of Creative Competition）比率：25%、の番組制作割当て義務を負っており、二年ごとの見直しが義務付けられていた。
  - ※ WoCCとは、独立枠の25%（「2003年通信法」規定）と自社枠の50%（2007年BBC協定書規定）の対象外の枠のことで（残りの25%）、自社（BBC）および外部制作者（独立系プロダクション（放送事業者と関係を持っていない企業）であるか否かを問わない）を対象とした競争入札を通じて、番組を割り当てるもの。
- 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

All rights reserved ©FMMC 2024

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。



All rights reserved ©FMMC 2024

一般財団法人
マルチメディア振興センター
Foundation for MultiMedia Communications

資料24－3

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

一般財団法人　マルチメディア振興センター
Foundation for MultiMedia Communications

報告内容

1．イギリス
2．ドイツ
3．フランス
4．韓国

All rights reserved ©FMMC 2024

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	○	○	○	○	○	○

All rights reserved ©FMMC 2024

出所：各種ウェブサイト情報をもとに作成

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ず、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

All rights reserved ©FMMC 2024

【出典】BBCへのヒアリング結果を基に作成

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。
1. 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。
2. 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。
3. 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
4. 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）

All rights reserved ©FMMC 2024
【出典】ドイチェ・ベレへのヒアリング結果を基に作成

（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）**
  - ドイチェ・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））。

All rights reserved ©FMMC 2024
出所：各種ウェブサイト情報をもとに作成

（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。

All rights reserved ©FMMC 2024

出所：各種ウェブサイト情報をもとに作成

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こと
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ため、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ァイ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

All rights reserved ©FMMC 2024

【出典】フランスメディアモンドへのヒアリング結果を基に作成

（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。

All rights reserved ©FMMC 2024
出所：各種ウェブサイト情報をもとに作成

（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を入手、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。

All rights reserved ©FMMC 2024
出所：各種ウェブサイト情報をもとに作成

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、政治的理念的中立性等について事前審議
広告料収入の使途	○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

All rights reserved ©FMMC 2024

【出典】KBS、アリラン国際放送へのヒアリング結果を基に作成

（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）。

All rights reserved ©FMMC 2024

出所：各種ウェブサイト情報をもとに作成

（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

All rights reserved ©FMMC 2024

出所：KBS World等

（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。

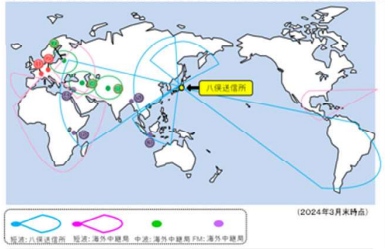
ラジオ国際放送

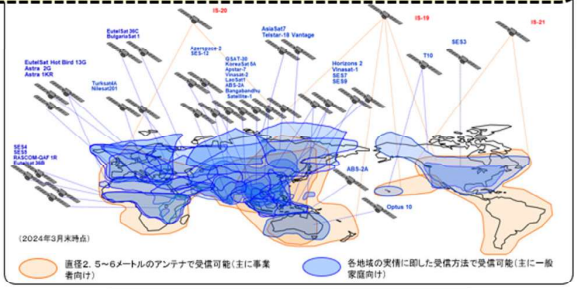
■ 全世界に向けて、17言語（衛星）で放送
※ 八俣送信所（茨城県）から直接送信を行うとともに、海外の5か所の送信施設を利用して中継送信を実施
■ 2024年度NHK予算額：45億円（人件費、減価償却費を含めた額）

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（※衛星やソ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）





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 ヨルダン川西岸中継局（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・南西アジア）		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

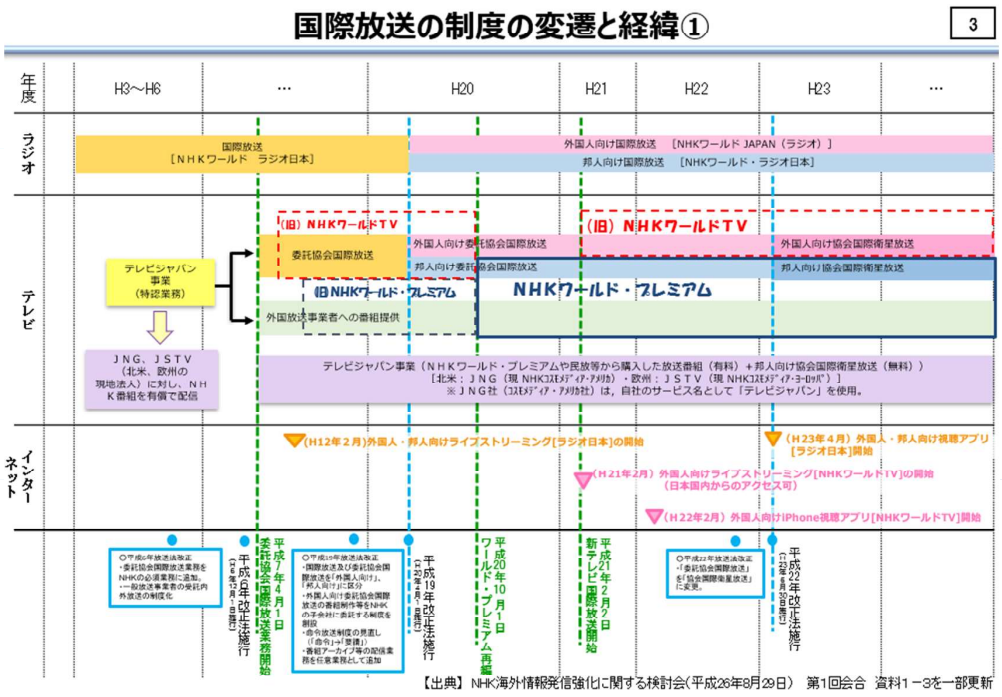
「NHKワールド・プレミアム」（邦人向け）
■ 在留邦人向けの日本語放送
■ NHKのニュース・情報番組に加え、娯楽番組、子供向け番組、スポーツ、文化・芸能などさまざまな番組を配信

【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

All rights reserved ©FMMC 2024

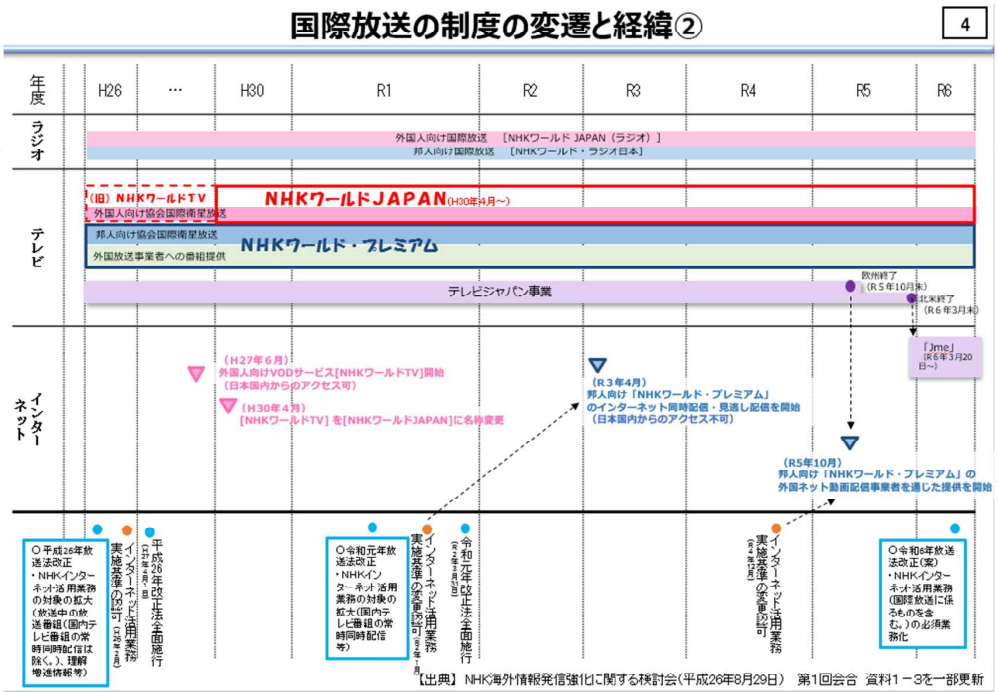
【出典】公共放送ワーキンググループ第20回会合（令和６年５月10日）資料20-3

（参考）NHKの国際放送



All rights reserved ©FMMC 2024

（参考）NHKの国際放送



All rights reserved ©FMMC 2024

（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

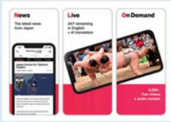
○ NHK国際放送に係るインターネット活用業務は、外国人向け及び邦人向けともに実施。

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



■外国のネット動画配信事業者を通じた配信
Toober、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

All rights reserved ©FMMC 2024

（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

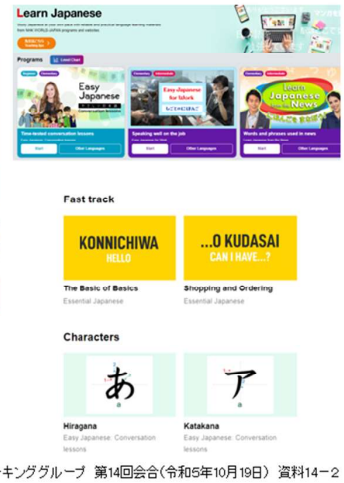
＜News＞



＜Links for Multilingual News & BOSAI Info＞



＜やさしい日本語＞



【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

All rights reserved ©FMMC 2024

（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。



9

All rights reserved ©FMMC 2024

【出典】公共放送ワーキンググループ第21回会合（令和６年５月23日）資料21-2

一般財団法人
マルチメディア振興センター
Foundation for MultiMedia Communications

公共放送ワーキンググループ第３次取りまとめ（案）の概要

○ 公共放送ワーキンググループは、令和5年10月18日に第1次取りまとめ、令和6年2月28日に第2次取りまとめを公表し、**NHKインターネット活用業務の必須業務化等の内容については、放送法の一部を改正する法律（令和6年法律第36号）に反映**された。
○ その後、NHKの放送コンテンツのプラットフォームとしての役割を踏まえ、NHK国際放送の在り方を中心に据えつつ、民放等における国際展開も含め、包括的に**「放送の国際発信・国際展開」について検討**を行った。

現状と課題、目指すべき方向性

○ 放送の国際発信・国際展開は、**我が国に対する理解の増進やイメージ向上**に寄与し、**ソフトパワーの強化**につながることが期待。我が国の自然や文化、地域産品・農産品等に対する関心を高め、**インバウンド需要の獲得等の経済的な効果**も期待。
○ 現在、**世界的に視聴者の視聴スタイルが急速に変化**する中、**国際社会に対する我が国の情報発信は必ずしも十分とは言えない**。インバウンド需要の獲得等につながる**経済的な効果についても限定的**な状況であり、**国際発信・国際展開の強化に取り組んでいくべき**。
○ 国際発信・国際展開の強化に当たっては、**NHKの放送コンテンツのプラットフォームとしての役割**を踏まえつつ、**海外プラットフォーム事業者等との産業間競争にあるとの現状認識**の下、**NHKが民放等と協調してオールジャパンで取り組んでいくことが肝要**。

①NHK国際放送が果たすべき役割

○ 我が国の経済・社会・文化等を正しく伝え、我が国に対する理解や関心を培うため、**幅広く良質な放送番組を効果的に発信**すべき。
○ 特に、ニュース・報道については、**我が国やアジアの視点での情報発信等、信頼できる情報発信主体としての取組**を進めるべき。
○ **NHKラジオ国際放送における中国籍外部スタッフの発言事案**については、**第2次取りまとめで提言したガバナンス実効性確保のための取組も踏まえ、確実な対策を講じ、その後の対策状況を公表**すべき。

②視聴者リーチの拡大とコスト負担の軽減

○ 放送、インターネット配信等の**様々な手段を適切に組み合わせ、視聴者へのリーチの拡大とコスト負担の軽減を両立**。
○ **リーチ率等について詳細な把握**に努め、リーチ拡大に向けて取り組むべき。
○ **ネット併用型の送信網へのシフト**を図るべき。**インターネット配信の流通経路の多様化**についても検討を行うべき。

③NHK国際放送の財源の在り方

○ **JIB**（日本国際放送）**の創設趣旨**（民間の経営ノウハウの活用、広告料収入を含めた財源の多様化）**を踏まえ、JIBの活用・強化**を図るべき。
○ 民放等と連携しつつ、**企業や地方公共団体を含む公的機関等からの受注に注力して広告料収入の拡大**に取り組むほか、**インターネット配信の流通経路の多様化による視聴者へのリーチ拡大**や**視聴データに基づく広告主への訴求**等によって改善を図る。

④NHK国際放送における外部制作事業者との連携

○ NHKの放送コンテンツのプラットフォームとしての役割を踏まえ、**外部制作事業者との連携を進める**べき。
○ **外部制作比率の努力目標**については、NHK自らの判断と責任において、より効果の高い国際放送番組の制作が行われるよう、**例えばNHK中期経営計画等において、自主的に設定**すべき。

⑤NHK・民放の共同による国外流通促進のためのインターネット配信プラットフォーム構築

○ 我が国放送コンテンツの国外への流通を促進するため、**NHK・民放の共同による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。
○ その際、既存のインターネット配信プラットフォームとの関係性等に留意するとともに、それぞれの国・地域で浸透しているインターネット配信プラットフォームの活用も考えるべき。

別添３

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）12月10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 8
3. 第1次取りまとめ後の現状及び課題並びに対応策 10
（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 10
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 10
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。

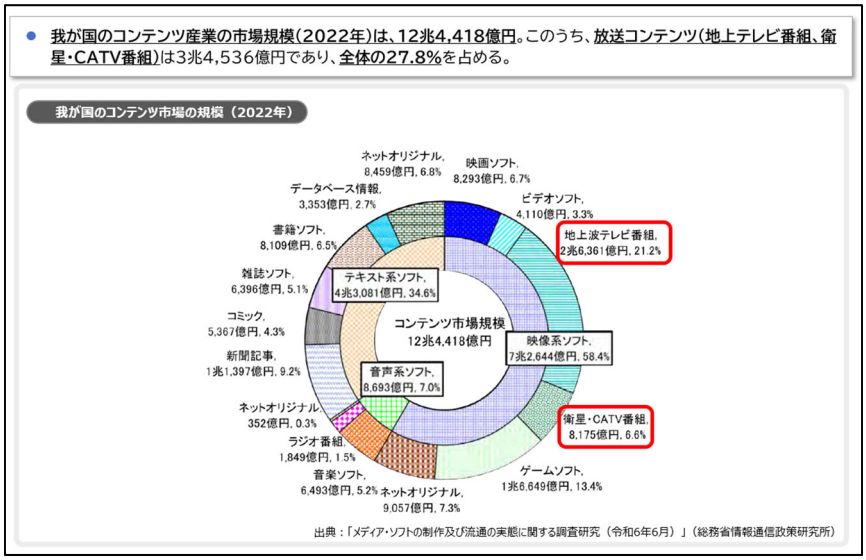
2. 検討の背景（放送コンテンツを取り巻く環境）

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

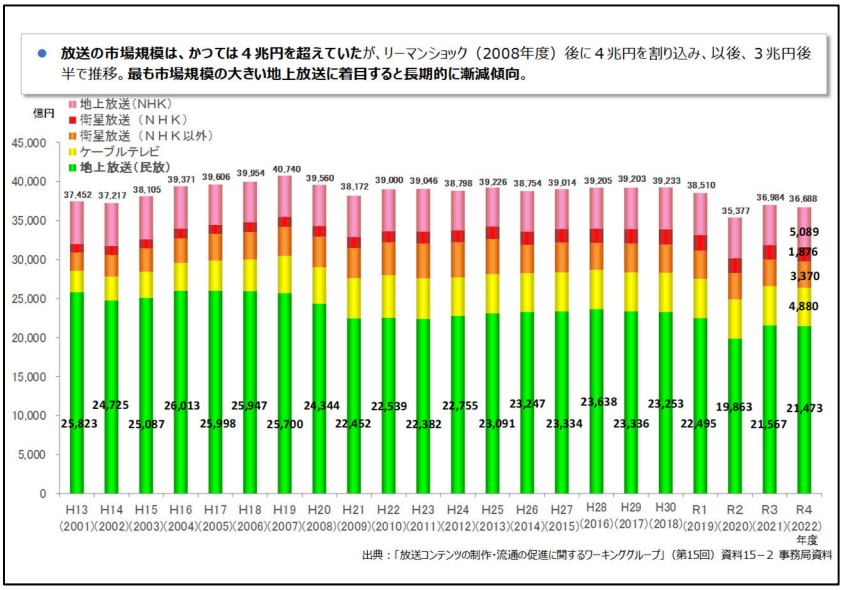
我が国の2022年のコンテンツ産業の市場規模は12兆4,418億円であり、このうち、放送コンテンツ（地上テレビ番組、衛星・CATV番組）は3兆4,536億円で、全体の27.8%を占め、コンテンツ産業の要となっている。

[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。



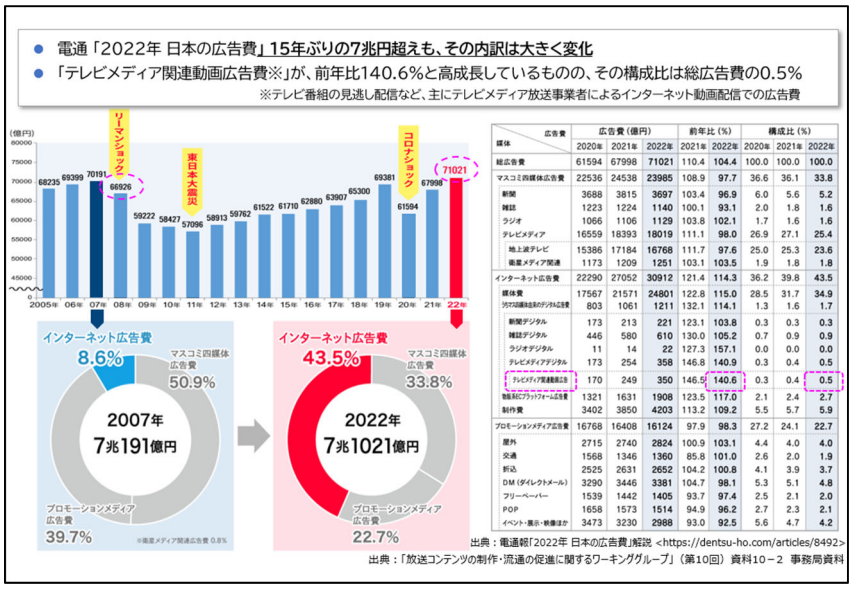
図表２－１　コンテンツ産業の市場規模

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。



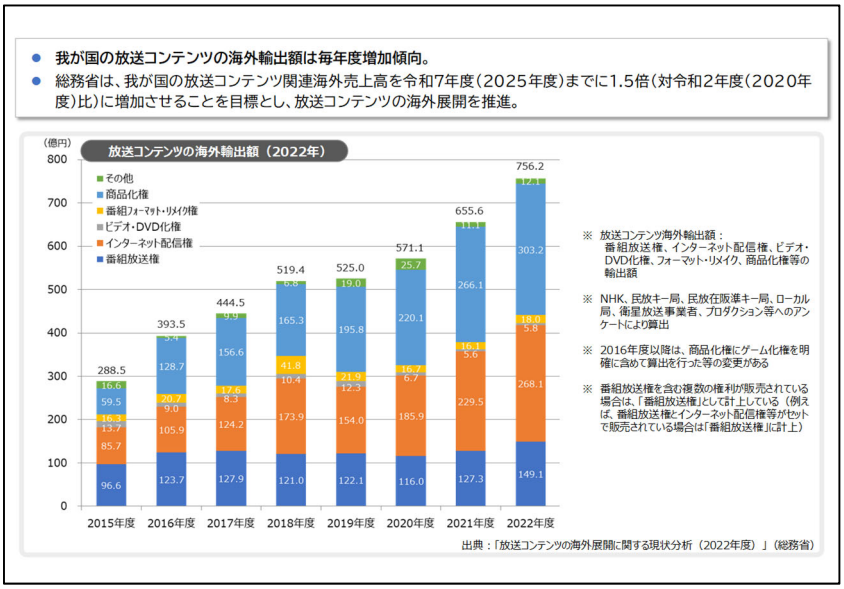
図表２－２　我が国の放送事業の市場規模

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。中でも複数の放送事業者が放送コンテンツを提供する「TVer」については、再生数が4年間で約5倍に伸びているなど、成長を継続している。

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

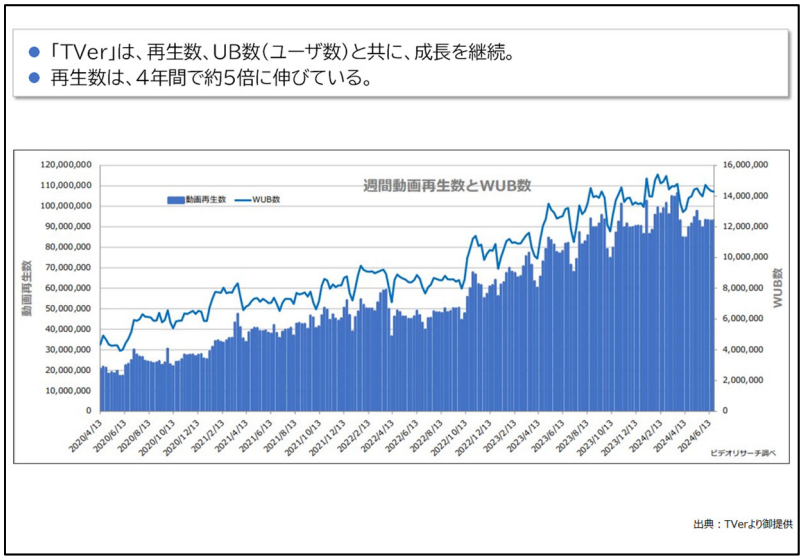
図表２－５ 世界的な動画配信サービスの現状

- 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。

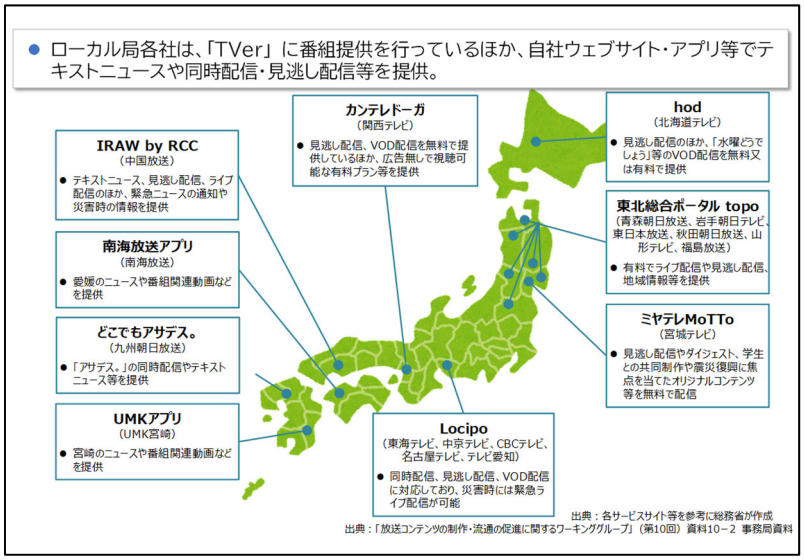
	NHK	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ
無料	NHKプラス（ID登録には受信契約が必要）	日テレ無料 TADA		TVer / TBS FREE	ネットもテレ東	
無料および有料			テレ朝動画	Paravi（U-NEXTに統合）	テレ東BIZ	FOD
有料	NHKオンデマンド	hulu	TELASA			

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　ＴＶｅｒにおける再生数とＵＢ数の推移（週次）



図表２－８　在京キー局以外の主なインターネット配信サービス

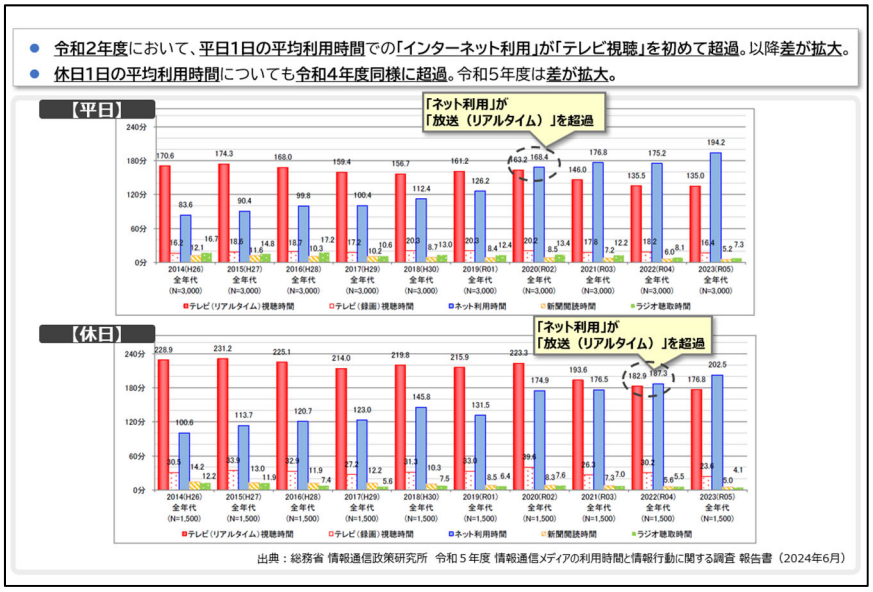


図表２－９　ＮＨＫによるインターネット配信サービスの取組

② 視聴端末・視聴スタイルの多様化

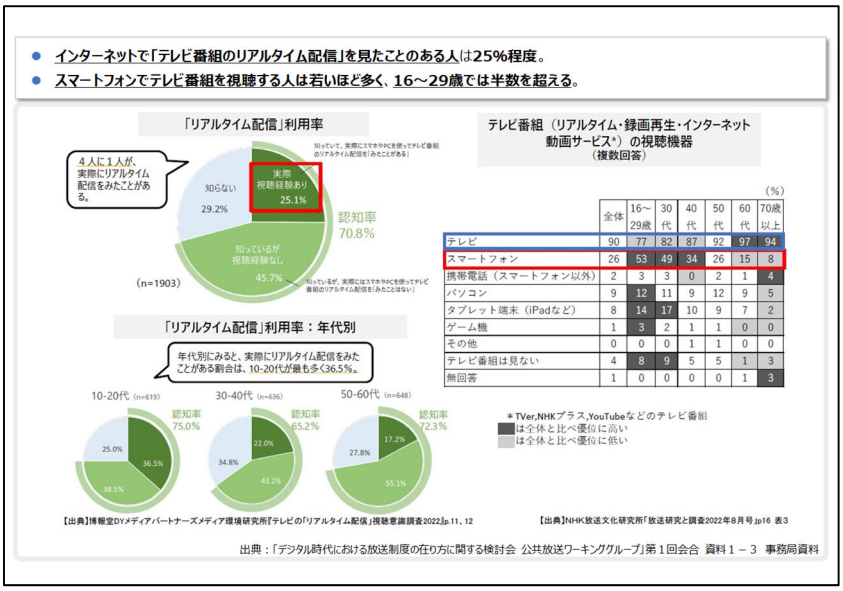
ブロードバンドの進展やスマートフォンやタブレットの普及に伴い、多くの人が、いつでも、どこでも、インターネットにアクセスし、多様な端末で映像コンテンツを視聴することが可能になった。

「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。

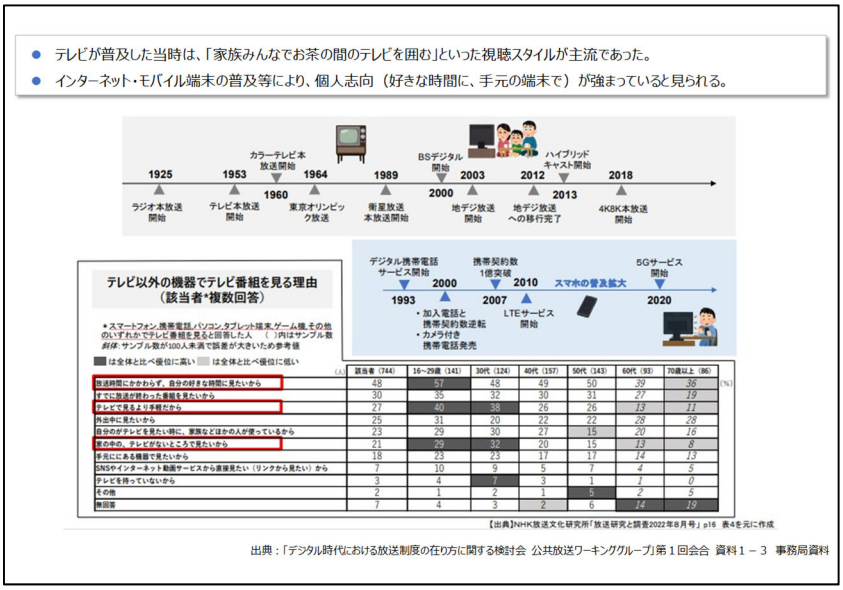


図表２-10 インターネット利用の伸長

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、スマートフォンで放送コンテンツ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。

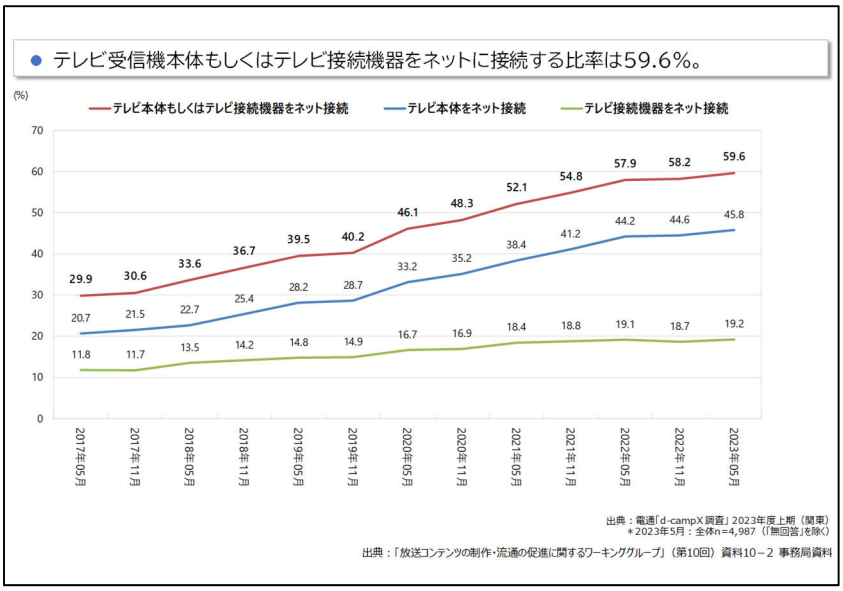


図表２-11 インターネットでの放送コンテンツの視聴



図表２-12 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コンテンツを視聴するだけの端末ではなくなり、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２-13 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。

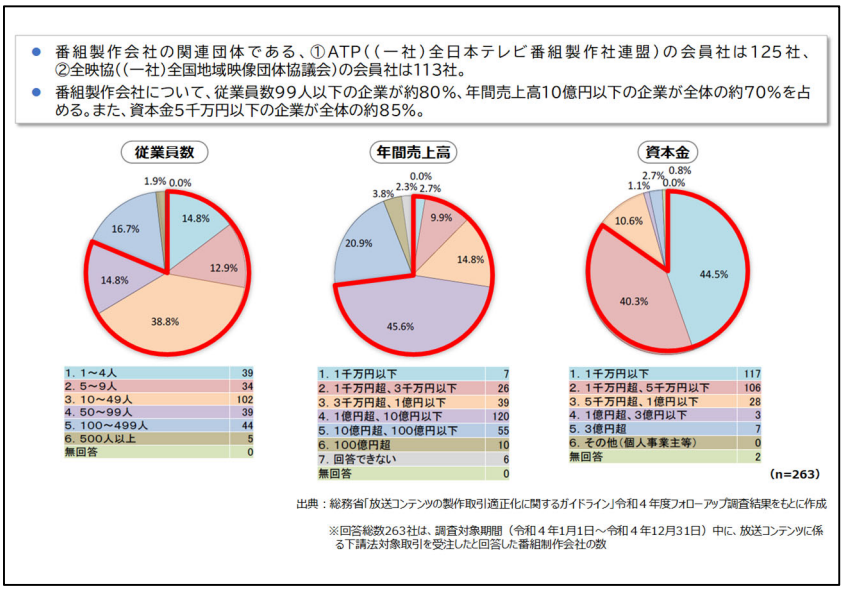
＜現状・課題＞

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。

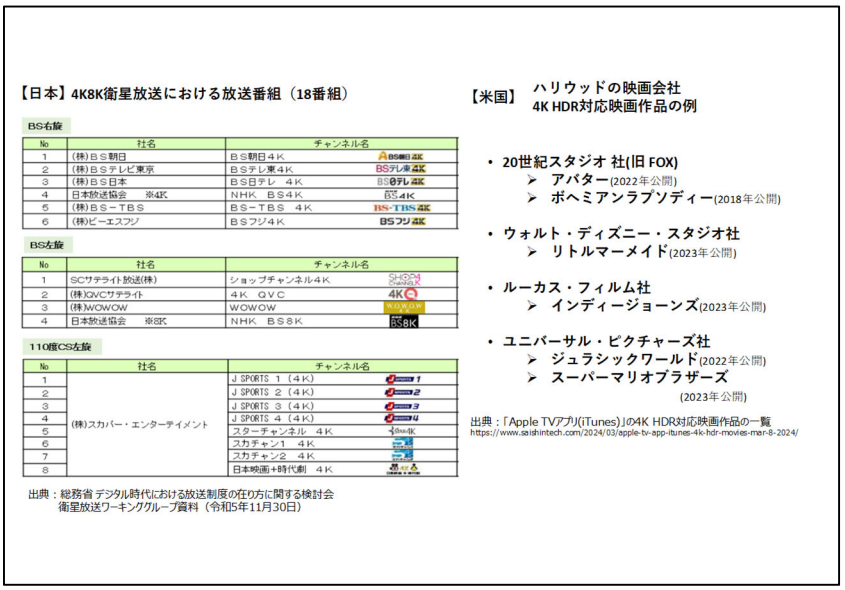
他方で、我が国においては、こうした高品質の放送コンテンツを制作するために必要となる

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。



図表３－１　番組制作会社の概況



図表３－２　４Ｋコンテンツの状況



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。

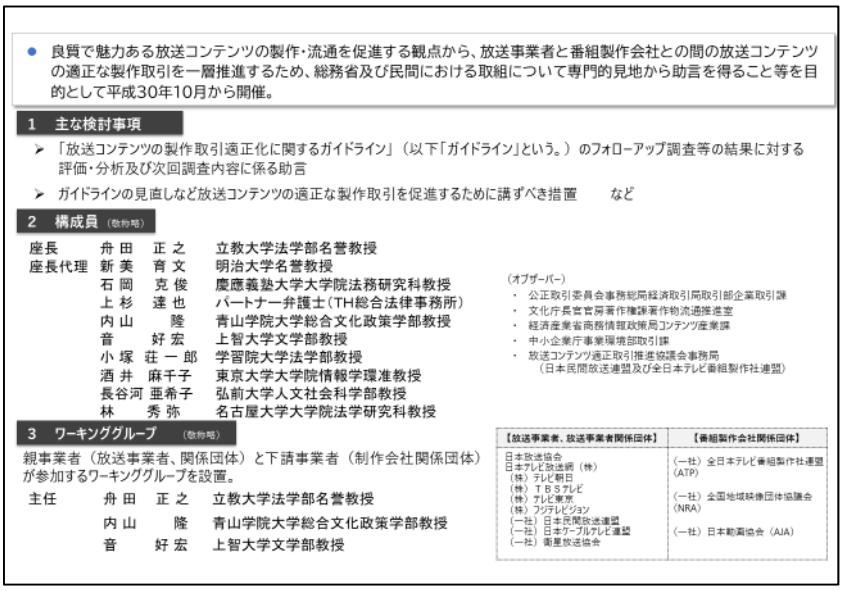
＜対応策＞

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、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、放送事業者と番組製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（敬称略）

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　荘一郎	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学研究科教授

（オブザーバー）
- 公正取引委員会事務総局経済取引局取引部企業取引課
- 文化庁長官官房著作権課著作物流通推進室
- 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製作社連盟）

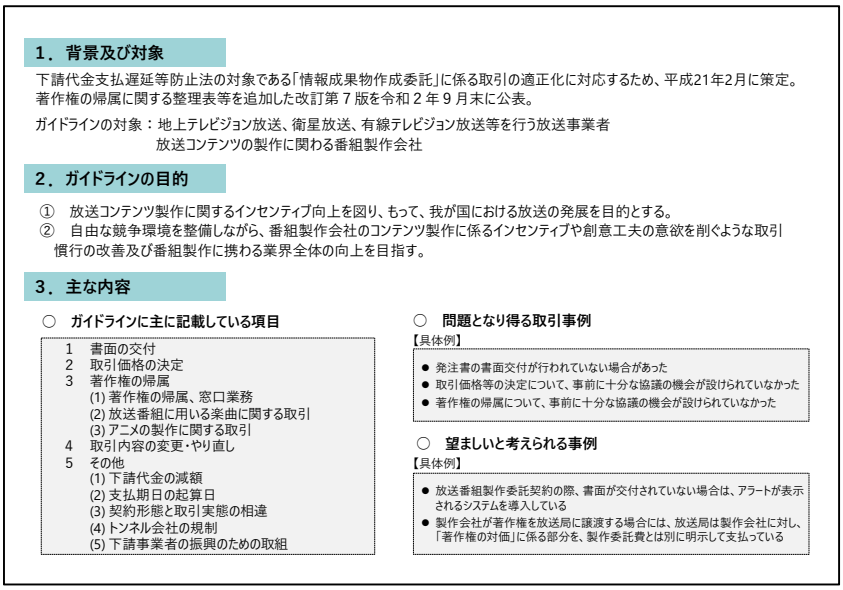
3 ワーキンググループ（敬称略）

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

【放送事業者、放送事業者関係団体】	【番組製作会社関係団体】
日本放送協会 日本テレビ放送網（株） （株）テレビ朝日 （株）ＴＢＳテレビ （株）テレビ東京 （株）フジテレビジョン （一社）日本民間放送連盟 （一社）日本ケーブルテレビ連盟 （一社）衛星放送協会	（一社）全日本テレビ番組製作社連盟（ATP） （一社）全国地域映像団体協議会（NRA） （一社）日本動画協会（AJA）

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」



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

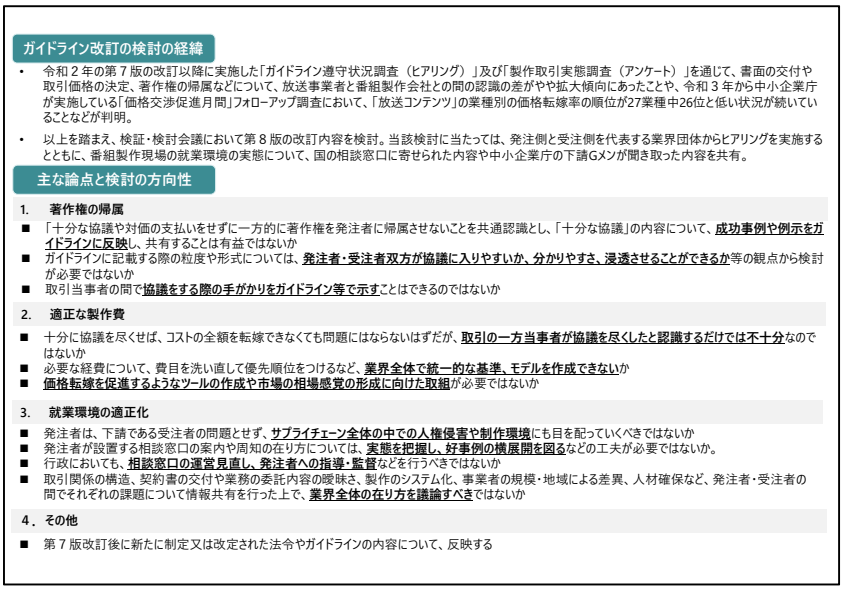
＜検討状況＞

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、国の相談窓口に寄せられた内容や中小企業庁の取引調査員（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
   - 「十分な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**なのではないか
   - 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、好事例の横展開を図る**などの工夫が必要ではないか。
   - 行政においても、**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）		LA Screenings
			カンヌ映画祭	フランス・カンヌ	
6月	MIP China	中国・杭州			
	上海テレビ祭／映画祭	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	フランス・カンヌ			
	TIFFCOM	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）	日本・東京	
			Series Mania（ドラマ、リメイク等）	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（BEAJ）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。



図表３-10 ４Ｋコンテンツの状況（再掲）



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）

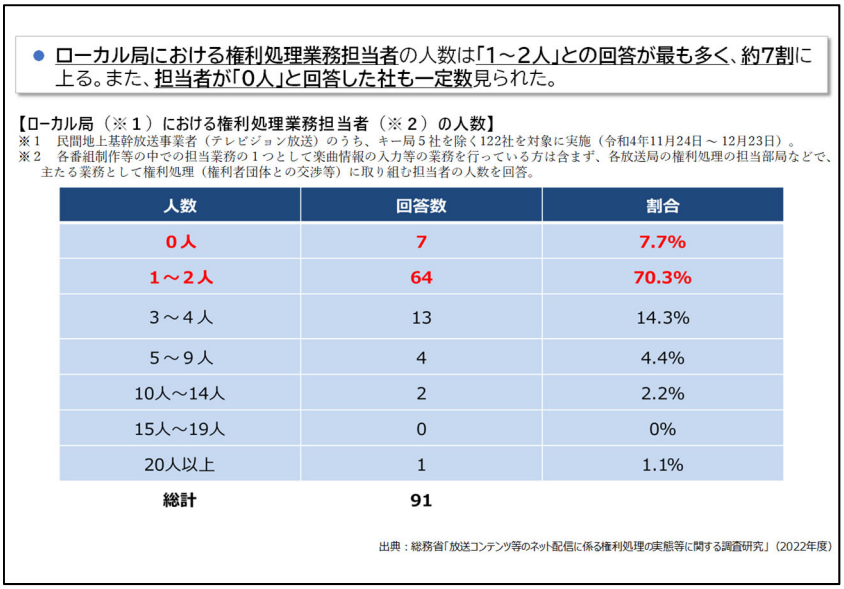
また、地方の放送事業者等において、自治体と連携した発信によるインバウンド獲得の事例も生まれているが、経営悪化による制作力の低下を克服するまでには至らず、他地域への広がりが限定的である。海外事業者とも十分な関係性を有しておらず、海外展開先の市場環境や商慣習等、買い手のニーズを十分に把握できていないため、コンテンツをビジネスに十分につなげられていない状況である。



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。



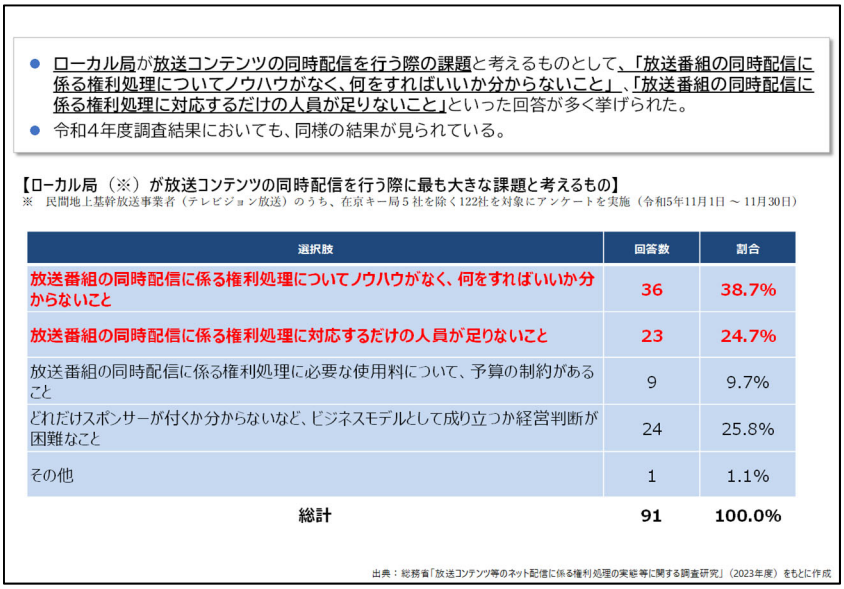
- ローカル局における権利処理業務担当者の人数は「1～2人」との回答が最も多く、約7割に上る。また、担当者が「0人」と回答した社も一定数見られた。

【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、「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、何をすればいいか分からないこと」、「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」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）

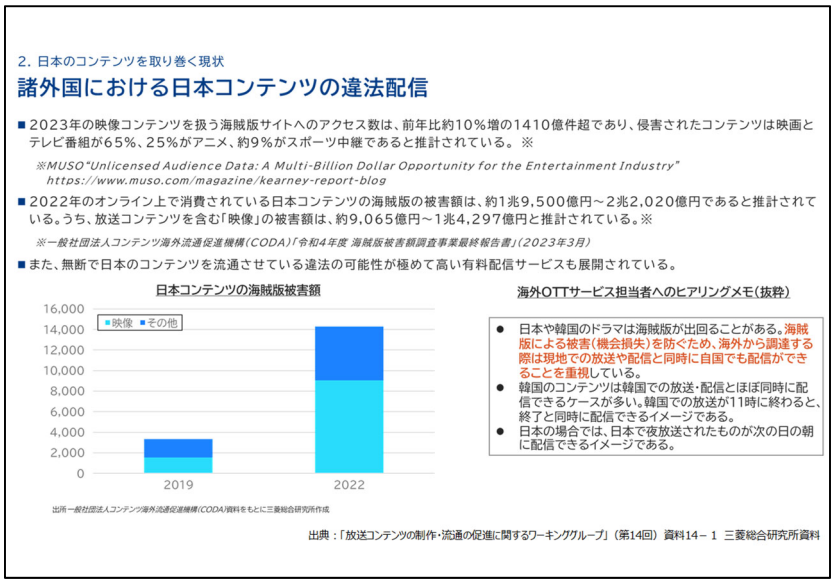
選択肢	回答数	割合
放送番組の同時配信に係る権利処理についてノウハウがなく、何をすればいいか分からないこと	36	38.7%
放送番組の同時配信に係る権利処理に対応するだけの人員が足りないこと	23	24.7%
放送番組の同時配信に係る権利処理に必要な使用料について、予算の制約があること	9	9.7%
どれだけスポンサーが付くか分からないなど、ビジネスモデルとして成り立つか経営判断が困難なこと	24	25.8%
その他	1	1.1%
総計	91	100.0%

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



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、地方における創意工夫をこらした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等を行うことにより、意欲あるローカル局やケーブルテレビ事業者、番組制作会社を含め、人的交流を含めた海外展開の機会を

充実させることが必要である。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持続可能な事業の運営方法等に留意しつつ、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NHK・民放の共同によるインターネット配信プラットフォームの構築を官民連携して目指すべきである。

（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

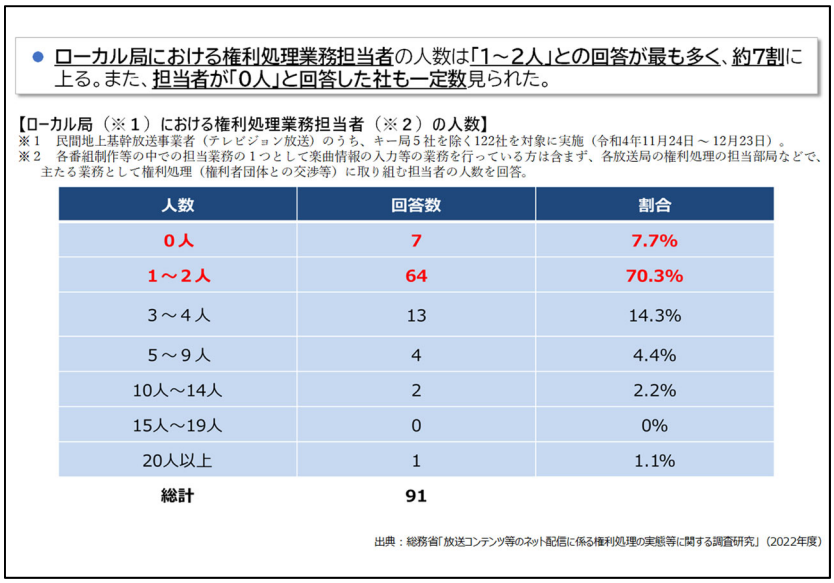
＜検討の経緯＞

（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。



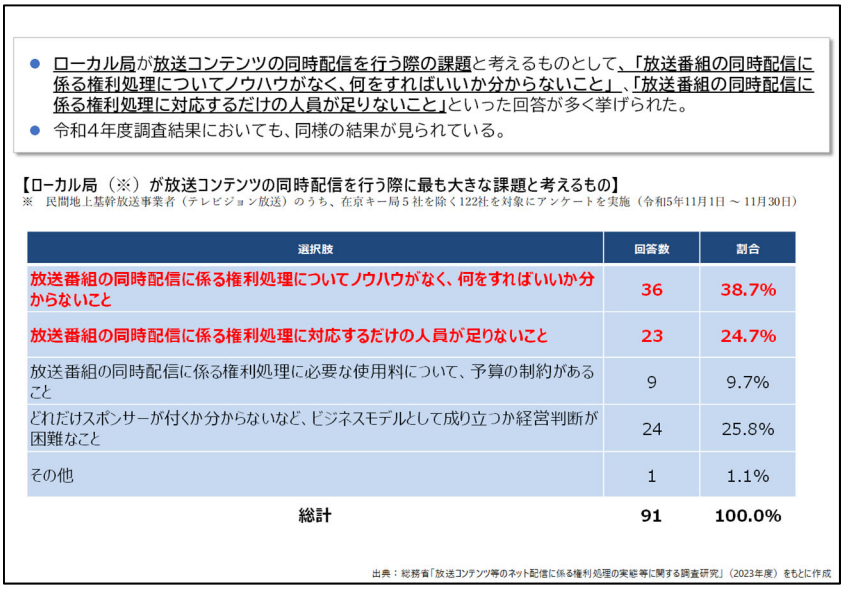
● ローカル局における権利処理業務担当者の人数は「1～2人」との回答が最も多く、約7割に上る。また、担当者が「0人」と回答した社も一定数見られた。

【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３-18 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）



● 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、「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、何をすればいいか分からないこと」、「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」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、何をすればいいか分からないこと	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分からないなど、ビジネスモデルとして成り立つか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３-19 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）

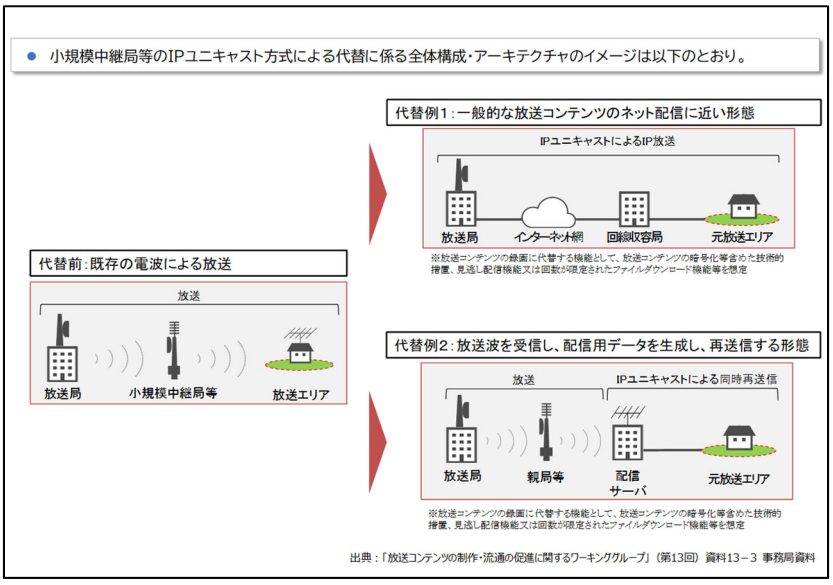
・インターネット配信や海外展開における権利処理に係る業務フローを解説したガイドブックの提供

・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。

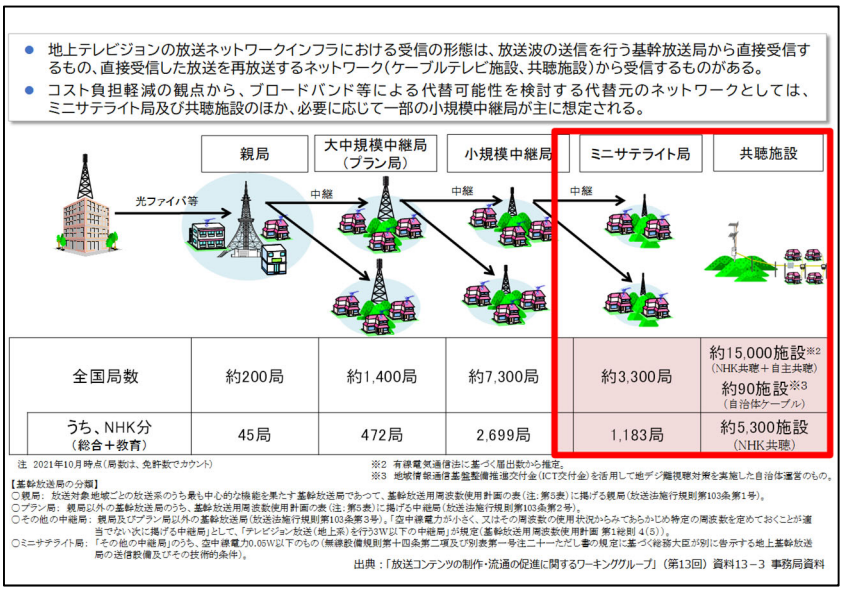
＜検討状況（「小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム」関係）＞

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。



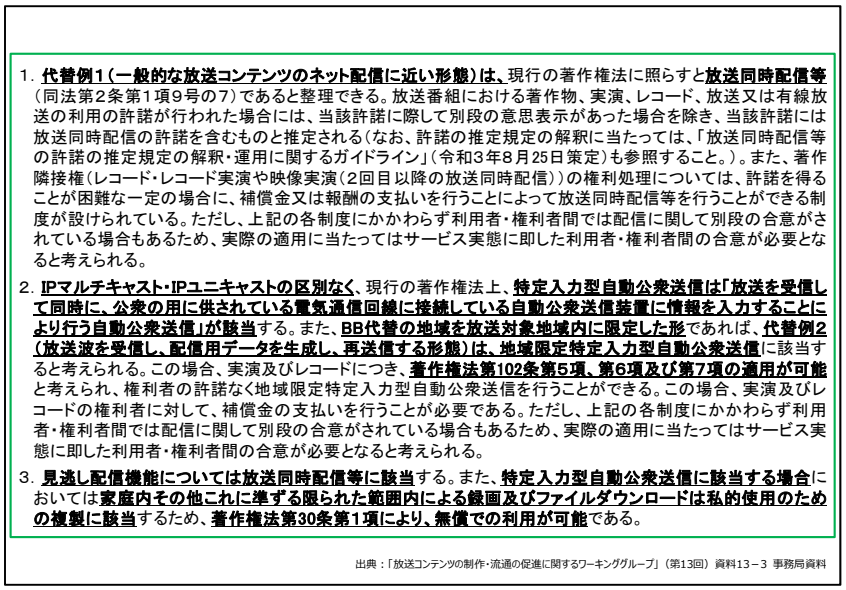
図表３-21 代替元として検討対象となる放送ネットワークインフラの範囲

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。



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]



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＞

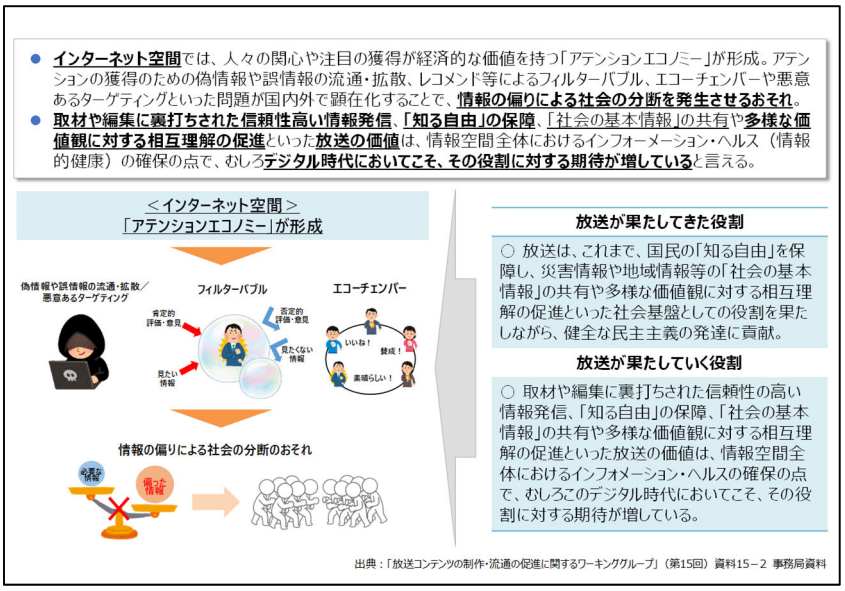
情報空間が放送以外にも広がり、インターネット空間では、アテンションエコノミー[3]が形成され、フィルターバブル[4]やエコーチェンバー[5]、偽・誤情報といった問題が顕在化し、社会的分断が懸念される時代が目前となる中、放送の取材や編集に裏打ちされた信頼性高い情報発信、「知る自由の保障」、「社会の基本情報」の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送の価値が、情報空間全体における健全性の確保の観点から、その役割に対する期待が増している。また、それらの役割を維持し、健全に発展していくためには、放送・インターネット配信含めたサービス全体で価値を高める取組が必要である。

---

[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。

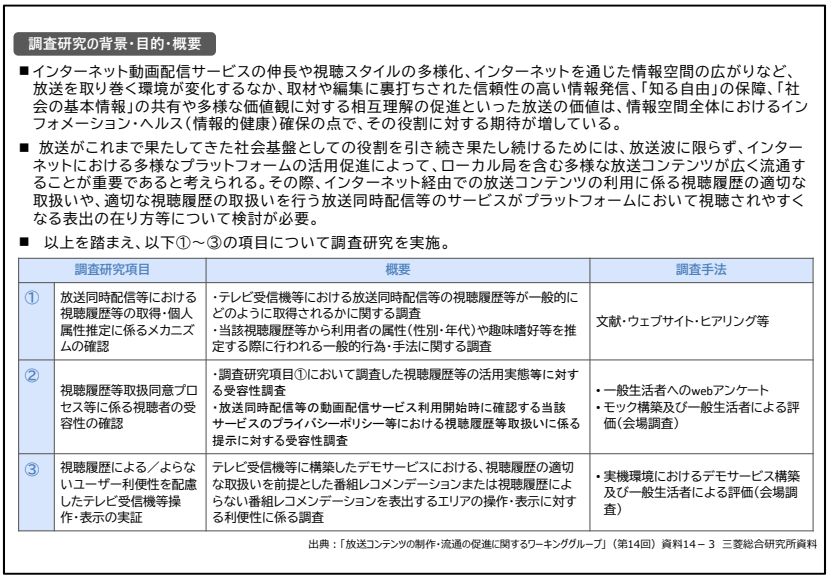
[5] ソーシャルメディアを利用する際、自分と似た興味関心をもつユーザをフォローする結果、意見をSNSで発信すると自分と似た意見が返ってくるという状況を、閉じた小部屋で音が反響する物理現象にたとえたもの。



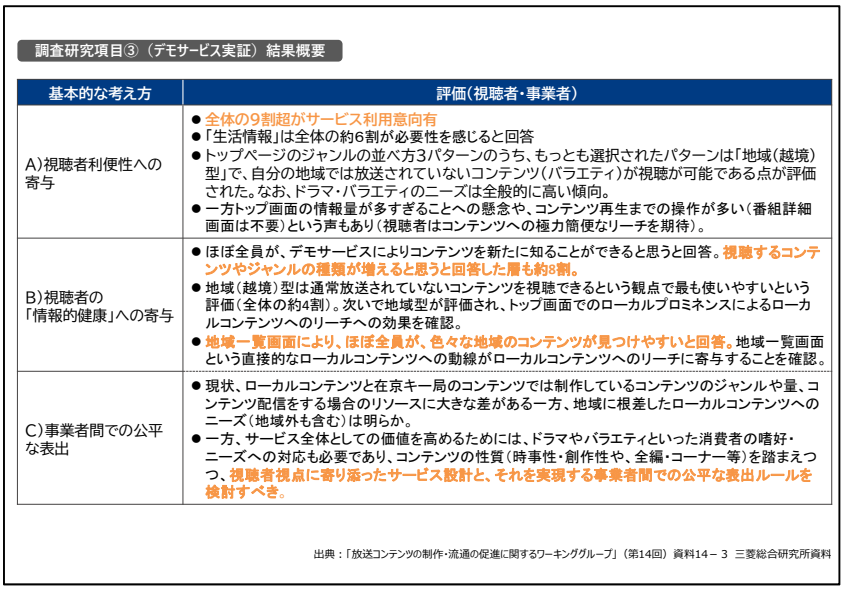
図表３-24 インターネット空間における社会問題と放送の役割

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。

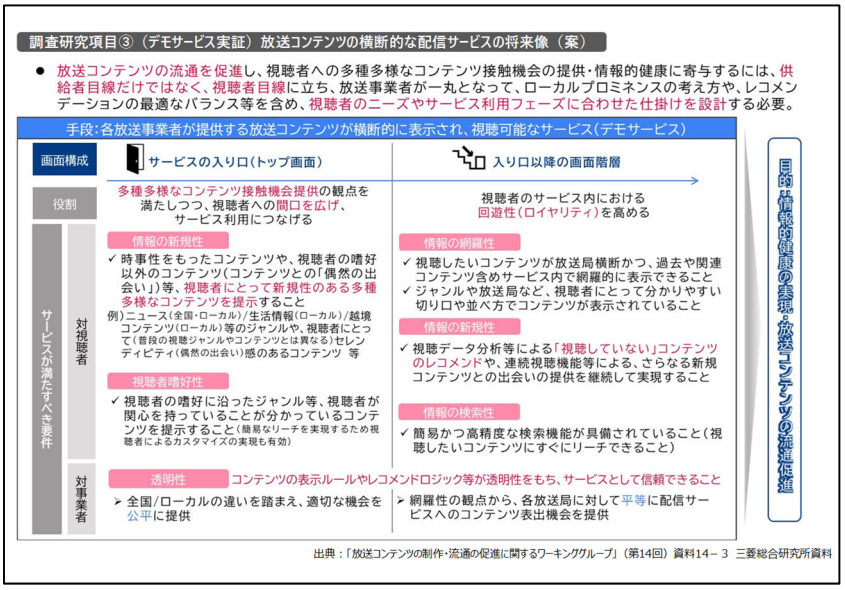
2023年度（令和5年度）、適切な視聴履歴の取扱いを行う放送コンテンツのインターネット配信において、コネクテッドテレビ上における、操作や放送コンテンツの表示に対する利便性に係る調査を行った。その結果、様々な内容の放送コンテンツの網羅性の確保と視聴者の視点に寄り添った設計のバランスや、地域性を持つコンテンツの表出の在り方等について更なる検討の必要性を確認した。



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）



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）



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。[6]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] その後、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た。

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（MStV））」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、民主的意思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	テレビ受信機等の製造事業者	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、利用者に対し「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しなければならない ・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、ユーザインタ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。

・NHKと民放それぞれの強みを生かした、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、自主ルール作りにおいて標準化すべきプロミネンスの項目や手法など、講じるべきアプローチを検討すること

なお、本ワーキンググループにおいては、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してきたが、コネクテッドテレビ上以外のプロミネンスについても、将来的な検討も視野に入れ、諸外国の取組状況等を注視すべきである。

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、本取りまとめを踏まえ講じられる措置は、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・有効性について適時に検証し、アジャイル的な思考を持って見直していく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。

付録

目次

別添１　開催要綱‥‥‥

別添１　開催要綱

別添１　開催要綱

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」
開催要綱

１．背景・目的

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（以下「検討会」という。）のとりまとめにおいて、ローカル局をはじめとする放送事業者の設備負担軽減に係る提言の中で、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ている。

こうした環境を整備する観点からは、放送事業者によるコンテンツの制作の促進に加え、そうしたコンテンツがより幅広く視聴されるよう、放送やインターネット上における流通の一層の促進が重要となると考えられる。特に、地域情報の発信において、今後ローカル放送局には大きな役割が期待されている。

以上を踏まえ、検討会の下に開催される会合として、「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」を開催し、インターネット時代における、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、関係事業者等の協力を得つつ、検討を行う。

２．名称

本ワーキンググループは「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」と称する。

３．検討項目

（１）放送コンテンツの流通の促進について
（２）放送コンテンツの制作の促進について
（３）その他

４．構成及び運営

（１）本ワーキンググループの主査は、検討会座長が指名する。本ワーキンググループの構成員は、主査が指名する。
（２）主査は、本ワーキンググループを招集し、主宰する。
（３）主査は、主査代理を指名することができる。
（４）主査代理は主査を補佐し、主査が不在のときは主査に代わって本ワーキンググループを招集し、主宰する。

（５）主査は、必要と認める者を構成員又はオブザーバとして随時追加することができる。
（６）主査は、必要に応じ、構成員及びオブザーバ以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
（７）その他、本ワーキンググループの運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

５．議事の取扱い

（１）本ワーキンググループの会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。
（２）本ワーキンググループの会議で使用した資料については、原則として総務省のホームページに掲載し、公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。
（３）本ワーキンググループの会議については、原則として議事要旨を作成し、総務省の　ホームページに掲載し、公開する。

６．その他

本ワーキンググループの庶務は、情報流通行政局情報通信作品振興課が、同局放送政策課の協力を得て行うものとする。

別紙

「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」
構成員名簿

（敬称略・主査を除き五十音順）

＜構成員＞

（主査）	山本 龍彦（やまもと たつひこ）	慶應義塾大学大学院法務研究科 教授
（主査代理）	内山 隆（うちやま たかし）	青山学院大学総合文化政策学部 教授
（主査代理）	鳥海 不二夫（とりうみ ふじお）	東京大学大学院工学系研究科 教授
	荒井 ひろみ（あらい）	理化学研究所革新知能統合研究センター ユニットリーダー
	有賀 敦紀（ありが あつのり）	中央大学文学部心理学専攻 教授
	飯塚 留美（いいづか るみ）	一般財団法人マルチメディア振興センター 調査研究部　研究主幹
	大谷 和子（おおたに かずこ）	株式会社日本総合研究所 執行役員 法務部長
	落合 孝文（おちあい たかふみ）	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業 プロトタイプ政策研究所所長・シニアパートナー弁護士
	音 好宏（おと よしひろ）	上智大学新聞学科 教授
	長田 三紀（ながた みき）	情報通信消費者ネットワーク
	西田 亮介（にしだ りょうすけ）	日本大学危機管理学部 教授 東京工業大学特任教授
	長谷川 敦士（はせがわ あつし）	武蔵野美術大学造形構想学部 教授 株式会社コンセント 代表取締役社長
	林 秀弥（はやし しゅうや）	名古屋大学大学院法学研究科 教授
	福井 健策（ふくい けんさく）	骨董通り法律事務所 代表 弁護士

計 14 名

（オブザーバ）

日本放送協会、一般社団法人日本民間放送連盟、株式会社ＴＢＳテレビ、株式会社テレビ朝日、株式会社テレビ東京、
日本テレビ放送網株式会社、株式会社フジテレビジョン、株式会社 TVer、一般社団法人大手家電流通協会、
一般社団法人電子情報技術産業協会（JEITA）テレビネットワーク事業委員会、一般社団法人 IPTV フォーラム、

一般社団法人放送サービス高度化推進協会（A-PAB)、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ)、
グーグル合同会社、ヤフー株式会社、Netflix 合同会社、一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟（ATP)、
一般社団法人全国地域映像団体協議会、一般社団法人日本動画協会
経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課
情報流通行政局情報流通振興課、総合通信基盤局電気通信事業部利用環境課

別添２　開催状況

別添２　開催状況

「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」
開催状況

〇第１回（令和４年12月16日（金）10:00～）
（１）開催要綱の確認等
（２）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について
（３）放送コンテンツを取り巻く現状について
（４）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の論点（案）
（５）立教大学社会学部砂川ゼミへのヒアリング
（６）意見交換

〇第２回（令和５年２月21日（火）10:00～）
（１）放送コンテンツの流通の現状
（２）インターネット上における流通に関するヒアリング
（３）意見交換

〇第３回（令和５年３月22日（水）13:00～）
（１）音構成員プレゼンテーション
（２）地域からの情報発信に関する放送局の取組についてのヒアリング
（３）意見交換

〇第４回（令和５年４月６日（木）13:00～）
（１）コンテンツビジネスの現在に関するヒアリング
（２）グローバルに通用するコンテンツの制作・流通に関するヒアリング
（３）意見交換

〇第５回（令和５年４月24日（月）13:00～）
（１）NHKとの共同制作による流通促進に関するヒアリング
（２）第１回から第４回までを踏まえた意見交換

〇第６回（令和５年６月２日（金）13:00～）
（１）これまでの議論を踏まえた論点整理
（２）意見交換

〇第７回（令和５年６月16日（金）13:00～）

（１）プラットフォーム等の活用による放送コンテンツのインターネット上における流通促進方策に関する英国の動向

（２）これまでの議論の整理（プラットフォーム等の活用による放送コンテンツのインターネット上における流通促進方策関係）

（３）意見交換

〇第８回（令和５年８月９日（水）13:00～）

（１）取りまとめ骨子（案）

（２）意見交換

〇第９回（令和５年８月24日（木）13:00～）

（１）取りまとめ（案）

（２）意見交換

〇第10回（令和５年12月27日（水）13:00～）

（１）これまでの検討結果及び今後の検討項目について

（２）意見交換

〇第11回（令和６年１月26日（金）16:00～）

（１）人材の育成・確保及び意欲あるローカル局等の後押しについてのヒアリング

（２）海外との取引機会の拡大についてのヒアリング

（３）放送コンテンツの海外展開概論についてのヒアリング

（４）意見交換

〇第12回（令和６年２月28日（水）17:00～）

（１）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についてのヒアリング

（２）ローカル局の権利処理を円滑にできる効果的手法の検討についてのヒアリング

（３）意見交換

〇第13回（令和６年３月19日（火）17:00～）

（１）ローカル局における海外展開

（２）小規模中継局等のブロードバンドによる代替に係る権利処理

（３）諸外国における放送プロミネンスの現状

（４）意見交換

〇第14回（令和６年5月17日（金）17:00～）

（１）海外展開推進方策（海外向け配信）

（２）放送コンテンツの流通促進に向けた動画配信プラットフォームの在り方

（３）意見交換

〇第15回（令和６年5月28日（火）10:00～）

（１）「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」の検討状況

（２）これまでの議論の整理

（３）意見交換

〇第16回（令和６年6月24日（月）13:00～）

（１）第２次取りまとめ（案）

（２）意見交換

別添３　課題ごとの構成員等の主な意見

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

これまでの構成員等の主な意見

・産業の構造が大きく変わる中で、**編成・制作を強化していかないと、現状維持すら難しい**。【内山主査代理（第10回）】

・**海外とは言わずとも、放送圏域、放送エリアを超えた発信を考えていただき、敷居を下げることが重要**ではないか。重要なのは、**番組を制作し、その番組をエリア外にも出していく体制をつくっておくこと**。【内山主査代理（第10回）】

・**ローカル局がいかにコンテンツを作れる環境にしていくか、それをいかにコネクテッドテレビに展開していくかが問われている**。そう考えると、**人材の問題**、権利の問題、流通の問題など**の解決を後押しするための行政による環境整備を検討する必要**。【音構成員（第10回）】

・特に**ローカル局においては自主制作のコンテンツが極めて少ない**ということである。放送とネットがクロスオーバーする時代において、**手元に売る商品が無いという状況になってしまうため、その点をもう少し取り上げていく必要**。【西田構成員（第10回）】

・**海外展開のためには一定の語学力やテレビ・コンテンツに興味のある人材が望ましいが慢性的な人材不足**。【関西テレビ（第11回）】

・**系列を超えた放送局同士の広域連携**により、質の高い番組制作、アーカイブ活用、経済圏を同じくする企業との関係の活用などができ、**連携する局間でのノウハウの共有、事業承継にも役立つ**。【関西テレビ（第11回）】

・**コンテンツ制作者の共同作業化**（業務システムのクラウド化）、制作や編集の省力化・効率化などの**DX推進が必要**。【関西テレビ（第11回）】

・ワークフローのクラウド化、編集におけるAI活用など放送局の**DXを推進**したり、**最新デジタル技術**（VFX・3DCG等）**を活用**し、**コンテンツを制作するための人材育成が必要**。【北海道テレビ（第11回）】

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

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・**最新のコンテンツ制作技術**（VFX、3DCG、インターネット配信など）**を活用できる、放送局のDX人材の育成が必要**。【PwC（第11回）】

・日本において、得意領域のアニメ以外の**実写領域における技術のキャッチアップは非常に重要**。【内山主査代理（第11回）】

・**バーチャルプロダクション技術普及に向けた課題として、環境・人材不足**があり、**スタジオ間連携による技術やワークフローの共有やレンタル環境の提供、エデューケーションプログラムの開発／提供、バーチャルプロダクションによる制作ワークフローのノウハウ共有**などが必要。【ソニーPCL（第12回）】

・**海外ではローコンテクストで、文脈としてわかりやすいコンテンツが受け入れやすい傾向にあるという意見**があった。一方で、**日本ならではの独自のハイコンテクストのコンテンツが受け入れられる場合もあり**、海外で売れる作品は一概には言えないと実感。【東海テレビ（第13回）】

・**制作会社によって得意なジャンルが異なることで、当社の得意分野との掛け算で面白いコンテンツが生まれる**ことがある。【東海テレビ（第13回）】

・昨今、ロケツーリズム等のロケーション側の動きも活発だが、**ドラマ制作を経験しているスタッフが各地に配属されているとそのような先進的な動きも進んでいくのではないか**。【東海テレビ（第13回）】

これまでの構成員等の主な意見

・デジタル時代にあったDXや新技術の活用、放送局・地域連携によるインターネット配信や海外展開など、放送コンテンツの制作・流通の抜本的な改革が必要。【山本主査（第10回）】

・海外とは言わずとも、放送圏域、放送エリアを超えた発信を考えていただき、敷居を下げることが重要ではないか。重要なのは、番組を制作し、その番組をエリア外にも出していく体制をつくっておくこと。【内山主査代理（第10回）】（再掲）

・放送コンテンツの海外提供のカタログが紹介されており、大いに期待。【大谷構成員（第10回）】

・Netflixでの配信はローカライズが全てNetflix側で行われるため、制作に係る負担が少ない一方で、配信されるための要件のハードル（制作に関するNetflix側の想いや、Netflixが求めるシナリオに沿い、Netflixの日本事業における戦略に合わせなければならない）が高く、契約獲得のために様々な条件をクリアする必要があり、難易度が高い作業。【関西テレビ（第11回）】

・コンテンツの買い付けにはバイヤーを挟むため、海外の放送局との直接の取引は難しく、見本市やルートセールスに軸足を置いたビジネスを進めていく。一方で海外配信PFとして購入や制作から配信までワンストップで担えるOTTはテレビ局にとって重視すべきビジネスパートナーである半面、多額の制作費を投入できる体力があり、現在のコンテンツ制作業界ではテレビ局の脅威でもある（自社で製作したコンテンツがトルコや韓国等でリメイクされているが、リメイク版の方が立派）。【関西テレビ（第11回）】

・海外放送局や海外配信PFと関係を築いている放送局・団体が新規参入する局を支援することは合理的。【関西テレビ（第11回）】

・地上波サービスの将来のために、コンテンツのマルチ展開収益の獲得が不可欠。地上波とインターネットのビジネスの組合せにより、コンテンツを最大限流通させることが重要。【関西テレビ（第11回）】

・各放送局のコンテンツを網羅したインターネット配信プラットフォームの整備を実現すべき。併せて配信にかかる権利処理などを集中的・一元的に行う体制及びシステムを構築すべき。【関西テレビ（第11回）】

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・VFXの活用により、天候や環境に左右されずに撮影できることは、制作コストの削減に繋がるだけではなく、放送局が活用できるような環境が整備されるようになれば、昨今の放送局の厳しい状況への支援になる。【関西テレビ（第11回）】

・総務省補助事業を通じて、海外放送局とのイコールパートナーの立場でのビジネス開発のきっかけ作りとなり、フォーマット販売や共同制作販売番組などが成立したり、ローカルエリアの企業・自治体の当該地域での活動支援を行った結果、当該企業・自治体から活動を評価してもらい、本業のビジネスが成立した。【関西テレビ（第11回）】

・放送されたコンテンツを権利処理するのは容易ではないため、制作する前、さらに手前の制作の契約前から整備することが必要。契約と映像、音楽、肖像などの権利処理についての知識は多岐にわたり、実務経験が必須であるため人材の育成に時間を要する。権利処理のスキルアップに最も重要なことはコンテンツビジネスの商流を理解すること にある。【関西テレビ（第11回）】

・最新のDX（VFX、3DCG、インターネット配信など）を活用して、コンテンツを制作できる放送局のDX人材の育成を支援すること、放送局が共同利用できる高機能なDXスタジオを整備し、高品質なコンテンツを低廉に制作できる環境をつくること、コンテンツ制作者の共同作業化（業務システムのクラウド化）、制作や編集の省力化・効率化などのDXを推進することが必要。【関西テレビ（第11回）】

・ローカライズはネイティブチェック等を考えると自社で行うのは現実的ではない。海外共同制作も費用感で二の足。【北海道テレビ（第11回）】

・国別のコーディネートの国費による一括補填が必要。【北海道テレビ（第11回）】

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・**海外発信の際はBGMを含めての権利処理が煩雑**であり、**付け替えが発生するとそれもコストになる**。【北海道テレビ（第11回）】

・**海外放送局・配信PFなどを日本全体で放送コンテンツをまとめて販売**又は**地域の魅力ある放送コンテンツを視聴できる海外向けオールジャパンの配信媒体が必要**。【北海道テレビ（第11回）】

・**ワークフローのクラウド化、3DCGを使った制作、編集におけるAI活用など放送局のDXを推進**し、合わせて**最新デジタル技術（VFX、3DCG等）を活用**し、**コンテンツを制作するDX人材育成が必要**。【北海道テレビ（第11回）】

・**アメリカはコンテンツを世界中で売るために作っており、韓国は国内市場が大きくないため世界市場を目指さざるを得ない**。**日本はコンテンツを日本で売るために作っている**（海外に向けて作っていない）**ため売れない**。**海外のニーズに合わせる必要**。【ジャパンアンド（第11回）】

・**日本と海外の市場環境・商習慣を理解し、海外のコンテンツ関係者との強いパイプを持ち、両国のニーズの接点を見いだすアイデアを持って企画の提案ができる「コンテンツビジネスプロデューサー」の視点が必要**。【ジャパンアンド（第11回）】

・大手放送局などは**既存番組などの番組販売**を行ってきたが、**概して大きな収益を得られていない**ため、**海外向け制作など更に積極的な事業展開に躊躇が生じている**。【PwC（第11回）】

・**最新のコンテンツ制作技術（VFX、3DCG、インターネット配信など）を活用できる、放送局のDX人材の育成**（状況に応じて、海外の制作現場等にも派遣）**が必要**ではないか。【PwC（第11回）】

・**最新のDX設備を備えた高機能スタジオを整備し、放送局に開放（共同利用）してもらうことが必要**。**併せて、コンテンツ制作費も支援すべき**。【PwC（第11回）】

・**業務フローのクラウド化、AIによる編集の効率化など我が国の放送局のDXを支援すべき**。【PwC（第11回）】

・**我が国の放送コンテンツを網羅したインターネット配信プラットフォームの実現を目指すべき**。【PwC（第11回）】

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・**地方自治体と連携するなど、地域に根ざしたコンテンツの制作・流通を支援すべき**。【PwC（第11回）】

・**国内でのパイの取り合いをすることは、最終的に放送由来のコンテンツ市場の望ましい姿とは言い切れない**。**資金的にも十分な売上を確保し、コンテンツを制作し続けることを永続的にすることを目指すと、海外へ販売していくことは死活的に取り組まなければならない**と考える。その観点から、**総務省として可能な範囲で支援していただきたい**。【落合構成員（第11回）】

・**海外への展開を進めていく方法にもいくつかパターン**がある。**自治体や政府との連携を起爆剤にする地方創生の在り方もあり、レイヤーを整理した形での支援も考えられる**。【音構成員（第11回）】

・**（権利処理や契約交渉を、個々の放送局で対応するのではなく、集中的に実施する体制及び処理システム集約化について）効率性及び生産性の発揮に期待できるため、良い解決策の１つ**。【大谷構成員（第11回）】

・アジア向け衛星放送（JET-TV）プロジェクトにおいて、ローカライズは香港の大学生たちに依頼をしており、クオリティが低かった。**ローカライズの部分に支援することは非常に意味がある**。【音構成員（第11回）】

・**DX関連技術に触れることで新たな使い方が生み出され、映像制作のノウハウ蓄積につながりやすい**。【日本テレビ（第12回）】

・**AI業務支援は比較的他社にライセンスしやすく、幅広く使ってもらうことが重要**。【日本テレビ（第12回）】

・**バーチャルプロダクション技術普及に向けた課題として、環境・人材不足**があり、**スタジオ間連携による技術やワークフローの共有やレンタル環境の提供、エデューケーションプログラムの開発／提供、バーチャルプロダクションによる制作ワークフローのノウハウ共有などが必要**。【ソニーPCL（第12回）】（再掲）

・**グローバル配信PFと放送局のVFX活用の違い**として、**プリプロダクションにかける時間の使い方の違いによる予算の多寡**が挙げられる。【ソニーPCL（第12回）】

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・ローカル局における**権利処理上の負担の要因のうち、制度や手続きに関するノウハウ・理解の不足への対応策としては、実務的な助言や制度の活用事例の周知を行うガイドブックの作成やセミナーの開催等が想定**される。【PwC（第12回）】

・**事務処理の共同化をはじめとする権利処理手続きの効率化に向けた検討が必要**。【PwC（第12回）】

・**権利処理**について、**配信等を通した番組の海外展開及び番販の際、海外及び国内の局のシンクロ処理及び原盤権の処理も大きな課題**としてあるとの認識。【福井構成員（第13回）】

・**少額の印税処理、及び海外の局とのやり取り、並びに映り込みの処理等については、大きな課題**だと認識。**交渉によっては利用できない、もしくは音の差し替えが必須になったことは何度も経験**してきた。【東海テレビ（第13回）】

・**海外展開の事業における一番の課題は、事業を認識していただき、認知を得ること。事業自体を認知してもらわないと、事業のメリットを感じてもらい、応援してもらう相手との協力体制を築くことが難しい**。そのため、**応援したい方と対話できるようなマッチングイベントもしくはピッチイベントの開催を提案したい**。【東海テレビ（第13回）】

・**助成金及び交付金の事業は、事業への募集から完了まで単年度で実施する場合が多く、時間の制約上、協力体制を築ける可能性がある相手との対話まで実施することが難しい。何かしらの形で継続的な展開に向け、認知度を獲得するようなプロモーションの場を得たい**。著名なプロデューサー及びシナリオ作家を参加させるような取組を通して、事業の認知度を高め、興味を持ってもらうことが重要。【東海テレビ（第13回）】

・制作されたグローバルコンテンツを、**権利を過度に囲い込まれることなく、国内外に円滑に配信できるよう、例えば、既存の国内配信プラットフォームの機能強化を検討すべき**。我が国のコンテンツを海外視聴者に発信していくための**流通プラットフォームのあり方については、我が国全体として検討すべき課題**。【東海テレビ（第13回）】

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・人口減の時代、「国内だけでリクープ」という日本の映像産業の慣習を少しでも転換していくために、**海外展開（今はそれが同時にネット展開と密接不可分）による外貨獲得等、マルチユースの強化は、今後も放送の役割を維持・強化し続けるためのNHK・民放共通の課題の一つであることを認識すべき**。【内山主査代理（第14回）】

・**レガシーな伝送路であってもネット配信であっても、運営組織的な固定費や、ローカライズ費用、権利処理費用等は従前から大きく変わらない**ことに留意すべき。また、**独自プラットフォームによる手法は、それらに加え、マーケティング／プロモーション費用、コンテンツの集約化費用等が上乗せになる。チャンネル事業での「供給本数」や「編成」の課題も考慮すると、NHKと民放の共同による取組み抜きには難しい**のではないか（その場合には**政府の大きな後押しも必然的**）。【内山主査代理（第14回）】

・海外にも日本の放送コンテンツに対する根強いファンがいる。**日本の放送コンテンツを海外展開する上では、コンテンツを相当数確保すること、効果的な周知広報などの観点から、放送事業者単独ではなく、NHK・民放が連携したプラットフォームの構築、海外展開を目指していくことが重要**。また、フランスのSalto、英国のBritboxや韓国のKOCOWAなど、**他国の取組を参考にすべき**。【飯塚構成員（第14回）】

・東南アジア等では、**日本の放送コンテンツが違法と思われる有料サービスが展開されているなど、日本コンテンツへのニーズがある。そうしたニーズに応えていくために正規の日本コンテンツの動画配信サービスを諸外国に展開することを真剣に検討する時期**にきている。【大谷構成員（第14回）】

・**コンテンツ集約化や必要なシステム構築、現地でのプロモーション等を共同で行っていくことが必要。各放送事業者等が個別バラバラに海外展開を行っても勝てない**。NHKと民放共同の配信プラットフォームの展開が難しいとすれば、これを**政府が後押しすることが、海外展開において不可欠**。【大谷構成員（第14回）】

・海外展開を支援するプラットフォームの在り方として、**NHKと民放が協調しながら、共同で我が国の放送コンテンツを発信していく仕組みを実現していくことは、放送業界全体のコストを共通化しつつ、流通の選択肢を増やしていくという観点からも非常に重要な視点**ではないか。【落合構成員（第14回）】

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・英国や韓国でも、自国コンテンツの集約化と諸外国での不正流通防止を目的として、独自の動画配信サービスを数年前より実施したと伺っているが、こうした諸外国での動画配信サービスの例も参考にしながら検討していくべきではないか。【落合構成員（第14回）】

・日本でのプラットフォームの問題も大事だが、これまでの政府が支援してきた、マーケットの場作りや人材育成などを体系的に展開していく必要。その際には官民連携や放送業界が共同の取組が必要。【音構成員（第14回）】

・インターネット配信サービスにおいて各種手続を個別に対応することは困難。海外向けインターネット配信においても、NHKと民放が力を合わせて一つのプラットフォームができれば良い。
【長田構成員（第14回）】

・ユーザ目線で考えると、コンテンツの善し悪しでプラットフォームを選ぶ。プラットフォームを作るというだけではなく、コンテンツの魅力を打ち出していくことが合理的。【長谷川構成員（第14回）】

・デジタルプラットフォーマーとの対応には、放送事業者間の横の連携が極めて重要。【林構成員（第14回）】

・海外の動画配信プラットフォーマーにのみ流通が依存されてしまうと、我が国のコンテンツが埋没するおそれがあり、複数の選択肢を模索していくことが重要。【林構成員（第14回）】

・今後我が国のコンテンツ市場の拡大や、放送コンテンツを通じて文化・教養を広めていくなど放送の社会的役割を維持していくためには、経営基盤の強化が何より大事であり、そのために海外を含めNHKと民放が日の丸プラットフォームを構築するなど、共同で流通基盤を強化し、日本の放送コンテンツのブランド力を高めていく視点は非常に重要。その際、NHKと民放のビジネスモデルの違いを超えて、マネタイズできる仕組みにすることも重要であり、国としても、実現性を高めるために流通基盤の強化への後押ししていく必要性があるのではないか。
【林構成員（第14回）】

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・グローバルプラットフォームの寡占が強まる中、権利の囲い込みや配信プラットフォームによる収益独占、事業戦略によって、製作者側が強い影響を受けるという本質的な課題が存在する。日本の製作者に公正な条件での契約を守ることは重要。【福井構成員（第15回）】

・権利処理について、特に音楽の権利処理や多数の小規模権利者の権利処理が課題と認識。この点は、個社の努力だけでは限界があると感じている。講じられる施策は個社だけのものではないというニュアンスがもう少し強調されるべき。サポートセンター的な存在機能や共同での権利処理の仕組み等が必要。
【福井構成員（第15回）】

・違法配信に対しては、各国における摘発に向けた協力だけでなく、官民連携による、国際的な共同での取り組みが重要。【福井構成員（第15回）】

・放送コンテンツの著作権管理、契約書の審査・作成、権利者との交渉、制作現場への権利処理の働きかけ等を含む契約や権利処理業務全般について、いわゆる「法務部門の強化」が今後不可欠。人材の育成・採用が求められる一方、短期的な実現が難しく、またリソースの制約や予算の関係で各放送局が自前で構築することが困難な場合、例えば、系列局同士で協力、或いは連携する仕組みを構築して横連携する方法もある。
【林構成員（第15回）】

① 権利処理の円滑化

これまでの構成員等の主な意見

・**従来から指摘されていた課題として著作権処理の問題**がある。権利者団体との調整も必要だと思うが、フタかぶせへの対応は重要。【落合構成員（第10回）】

・**ローカル局がいかにコンテンツを作れる環境にしていくか、それをいかにコネクテッドテレビに展開していくかが問われている**。そう考えると、人材の問題、**権利の問題**、流通の問題など**の解決を後押しするための行政による環境整備を検討する必要**。【音構成員（第10回）】（再掲）

・**放送されたコンテンツを権利処理するのは容易ではないため、制作する前、さらに手前の制作の契約前から整備することが必要**。契約と映像、音楽、肖像などの権利処理についての知識は多岐にわたり、実務経験が必須であるため人材の育成に時間を要する。**権利処理のスキルアップに最も重要なことはコンテンツビジネスの商流を理解すること**。【関西テレビ（第11回）】（再掲）

・**海外発信の際はBGMまでも含めての権利処理が煩雑**であり、**付け替えが発生するとそれもコストになる**。【北海道テレビ（第11回）】（再掲）

・ローカル局における**権利処理上の負担の要因のうち、制度や手続きに関するノウハウ・理解の不足への対応策としては、実務的な助言や制度の活用事例の周知を行うガイドブックの作成やセミナーの開催等が想定**される。【PwC（第12回）】（再掲）

・**事務処理の共同化をはじめとする権利処理手続きの効率化に向けた検討が必要**。【PwC（第12回）】（再掲）

・**権利処理**について、特に音楽の権利処理や多数の小規模権利者の権利処理が課題と認識。この点は、**個社の努力だけでは限界**があると感じている。**講じられる施策は個社だけのものではないというニュアンスがもう少し強調されるべき**。サポートセンター的な存在機能や共同での権利処理の仕組み等が必要。【福井構成員（第15回）】（再掲）

① 権利処理の円滑化

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・**放送コンテンツの**著作権管理、契約書の審査・作成、権利者との交渉、制作現場への権利処理の働きかけ等を含む契約や**権利処理業務全般について、いわゆる「法務部門の強化」が今後不可欠**。人材の育成・採用が求められる一方、短期的な実現が難しく、またリソースの制約や予算の関係で各放送局が自前で構築することが困難な場合、例えば、**系列局同士で協力、或いは連携する仕組みを構築して横連携する方法もある**。【林構成員（第15回）】（再掲）

① 権利処理の円滑化

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・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）】

② 動画配信プラットフォームの在り方

これまでの構成員等の主な意見

・**コネクテッドテレビ上でアテンションエコノミーに完全に飲み込まれることなく、放送と同じようにNHKや民放の番組にバランスよく接する機会の確保が検討に値する。諸外国のプロミネンス制度の状況等も勘案しながら、日本においても継続的に議論していくことが大切。**【山本主査（第10回）】

・**社会問題が蔓延しているところに放送業界で制作したコンテンツが入ってしまうと本末転倒。日本は世界と比較してマスメディアに対する信頼が厚い**ため、**その信頼性の高さを利用して、ネット空間においてもネットメディアと同じ穴のムジナにならないようにコンテンツ配信する方策を検討できると良い。**【鳥海主査代理（第10回）】

・フィルターバブルやフェイクニュースなど、情報空間の健全性に対する議論が盛んな中で、**放送が果たしてきた役割として「信頼性の高い情報発信」を強みとして、情報空間の健全性にうまく対応しつつ、事業に結びつけていけると良い。**【荒井構成員（第10回）】

・AIのディープフェイクなどによる政治への介入や、アテンションエコノミーが急速に進むことによる社会的分断が懸念されている時代を目前にしているが、その中で**信頼性のある放送、とりわけ地域の情報などが見られる環境が続いているということは非常に重要。**【大谷構成員（第10回）】

・**ネット配信が一般的な視聴習慣になっている中でもローカル局のコンテンツが埋もれないためにどうするかという問題提起もあり、共通の関心事。**【大谷構成員（第10回）】

・**ローカル局がいかにコンテンツを作れる環境にしていくか、それをいかにコネクテッドテレビに展開していくかが問われている。**そう考えると、人材の問題、権利の問題、**流通の問題**など**の解決を後押しするための行政による環境整備を検討する必要。**【音構成員（第10回）】（再掲）

・今後ネットの世界に出ていく際には、**これまでの放送で培ってきた様々な基準をきちんと持ち込んでいただき、安心できる日本のコンテンツ専用のプラットフォームを実現していただきたい。**【長田構成員（第10回）】

② 動画配信プラットフォームの在り方

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・ローカル局の番組を見たいという声もよく聞く。ただし、自分が昔住んでいた地域のローカル局であれば、放送局名ですぐに分かるが、そうでない場合はどの地域の放送局なのか分かりやすいプラットフォームの実現を望む方が多い。【長田構成員（第10回）】

・制度化ありきではなく、まずは放送事業者、メーカー、関係事業者等の自主的な取り組みを通じた方策で進めていくことが重要。【林構成員（第10回）】

・配信プラットフォームにおけるNHKと民放の協同を更に進める余地は無いのか検討すべき。既にTVerにおいてNHKの放送コンテンツが提供されているが、番組本数としてはかなり少ない。インフラ面では、民放とNHKで共同利用モデルが構築されつつあるが、プラットフォームの構築においても、今後そのような余地が無いのか、可能性と課題を検討してはどうか。【林構成員（第10回）】

・地上波サービスの将来のために、コンテンツのマルチ展開収益の獲得が不可欠。地上波とインターネットのビジネスの組合せにより、コンテンツを最大限流通させることが重要。【関西テレビ（第11回）】（再掲）

・放送コンテンツをプロミネンスにすべき根拠を整理する必要。諸外国と日本の放送制度には差分がある。効果検証の話とも関連し、何をもって成功とするのかにもよる。PV及びインプレッションを確保できれば成功とするのか。このあたりも含めて検討する必要。【山本主査（第13回・第14回）】

・プロミネンスを実施するということは、放送事業者が、放送法が定める義務に伴って続けてきた安心安全な情報の提供及び裏取り等を、継続して守っていくことであり、個社ごとに利益を追求するものではなく、業界利益を追求するもの。諸外国と比較した際、日本はコネクテッドTV用のOSにおける国産のシェアが低い。そのため外資のOSを利用せざるを得ない状況にある。海外のメジャーなOS事業者のルールを押し付けられている実態が日本の国益に合致するかどうかについては検討が必要。【内山主査代理（第13回）】

② 動画配信プラットフォームの在り方

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・１つのプラットフォームを共有することで、今後表示順に関する争いも起きることが想定されるが、事業者が同じ議論を行うことで検討できるよう、まずは議論する場所作りが先決。【大谷構成員（第13回）】

・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」ではテレビ向けのOSはAmazon及びGoogleの２社で６～８割を占めており、市場の支配力がうかがえ、多様性のあるコンテンツの配信が損なわれる懸念。プロミネンスを検討することに当たって、市場支配力を持つシェアの高い事業者に、市場支配力の濫用をさせないということは当然。消費者がより多様で良質なコンテンツにアクセスできるための環境整備に協力する社会的責務があることを前提に、今後の官民あるいは民間同士の対話に参加いただくべき。【大谷構成員（第13回・第14回）】

・どのような価値を守るかの価値観の共有が何より必要。各国制度で触れられているような情報源としての信頼性および公共性に留まらず、国固有の文化をサステイナブルにする役務も重要。何を目標としてプロミネンスを議論していくかを明確にした上で、守りたい価値を共有することが出発点となり得る。【大谷構成員（第13回）】

・情報空間全体の健全性や、アテンションエコノミーへの対応等を念頭に置きながら議論していくこと。オンラインプラットフォームが提供するユーザのニーズに則した情報及びコンテンツの提供によって、若者を中心としてフィルターバブル及びエコーチェンバーが発生し、多様な情報価値に接することができないという状況が生じている。結果として、アテンションエコノミーとプラットフォームが結合していることが最重要な論点となっている。弊害を抑える側面だけではなく、積極的に信頼できる情報の入手手段を確保することも重要。【落合構成員（第13回）】

② 動画配信プラットフォームの在り方

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・放送と同様に、多様な番組及び価値観を配信においても実現していくことが念頭に置かれている。**視聴者が視聴したいものを常に視聴できるようにパーソナライズしていくのであれば、アテンションエコノミーと近くなっていってしまうため、バランスの良いコンテンツのラインナップ及び表示を実現していくことが重要**。その中で、**放送編成における経験も活かしつつ、**バランスの良い番組及びコンテンツが表示されるために、**少なくとも放送された様々な番組が見逃し配信や同時配信でも利用できるようにしていく取組み自体が必要**。**配信においてもNHKと民間放送事業者の二元体制で役割を補完し合っていくことが必要**。【落合構成員（第13回・第14回）】

・**プロミネンスの在り方について定めていく際に、制度等を通して硬直化していくことは難しい**。情報空間の健全性で求められるような対策も、時々刻々変化していく状況にあり、視聴動向や視聴者の社会的な考え方も変化している中で、画一的な枠組みを定めることは難しい。放送そのものではないインターネット配信においても、民間放送事業者及び関係事業者による判断も尊重されることが重要であり、プラットフォーム事業者が行っているコンテンツモデレーションについても一定は尊重していくことも考えられる。そのため、硬直的な対応にするのではなく、**官民及び事業者並びに視聴者も含め、マルチステークホルダーでアジャイルガバナンスのように、よりよい情報空間及び視聴体験の実現に向けた検討を進められれば良い**。【落合構成員（第13回）】

・**国によって放送に対する意識が大きく異なることは重要**。日本における放送サービスに関して、**制度によって規定されている部分は、固定費のように一定のコストをかけながら放送の社会的責任を意識することをNHKも民間放送事業者も実施**。他方、**制度以外の部分について、日本の国民から放送に対する公共感及び責任のある立場についての期待も大きい**。これらは新聞に関しても同様。これらを踏まえると、**日本の民間放送事業者のうちローカル局は**、能登半島地震の際の情報提供等を見ても、**環境が厳しいにも関わらず、固定費部分を大事にしているとの印象**。**こういった実態がある中で、どのように競争できる環境を整えていくべきか、しっかり検討する必要**があるとともに、**国民の放送に対する期待感を目に見える形にした上でプロミネンスの議論を行うべき**。【音構成員（第13回）】

② 動画配信プラットフォームの在り方

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・**日本の視聴者は放送事業者に対する信頼が高い**。**テレビで視聴している放送を、インターネット上で視聴する場合も、放送コンテンツが一定のところに表示され、視聴者に視聴されやすい位置が保証され、これまでの放送と同様に視聴者が番組を選びやすいことが重要**。他のプラットフォームにそのような表示を制作いただくのではなく、**放送事業者側が協業して制作し、提供いただくことが必要**。【長田構成員（第13回）】

・**放送事業者がどの程度信頼されているのかについて、これまで精緻に評価してきたわけではない**。**放送法で最低限規律されているだけであることと、一般的な信頼性の高さは別問題**。**プロミネンスの検討は国際的なトレンドでもあるが、慎重に検討すべき内容だと認識**している。【西田構成員（第13回）】

・電波の放送はNHKと民間放送事業者の共同利用型モデルの検討が進んでいる。インターネットの情報空間においても、放送の取材や編集に裏打ちされた信頼性高い情報発信、多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送の社会的役割を果たしていくという観点から、**配信プラットフォームの在り方においても、NHKと民間放送事業者の協業を進めるべき**であり、検討すべき点。今回の放送法の改正案により、NHKのインターネット業務が本来業務として位置付けられる予定であるが、**NHKプラスとTVerのそれぞれの取り組みを今後も別々のままにするのではなく、場合になっては統合されることで、利用者の利便性の向上及びインターネットの情報空間への放送コンテンツのさらなる浸透を果たす目的に寄与するのではないか**。【林構成員（第13回・第14回）】

・これまで放送は取材及び編集に裏打ちされた信頼性の高い社会の基本的な情報や多様な価値観を伝えてきた。情報空間の広がり、及び動画配信サービスの伸長、並びに注目を集めるための偽・誤情報の流布等を踏まえ、放送の視聴が減少している。**個人のニーズに偏った市場の流れに任せていては、放送の価値をサステイナブルに提供していくことが難しくなる**。【林構成員（第13回）】

② 動画配信プラットフォームの在り方

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・**一足飛びにプロミネンスの制度ありきではなく、プロミネンスする側とされる側が協定を結び、落としどころを検討することが望ましい**。放送事業者及びプラットフォーム事業者が、ユーザのニーズと企業の利益のバランスを図りながら、利用者の情報的健康や、その先の健全な民主主義の維持に向け、議論できるような環境整備を進めるべき。また、**プラットフォーム事業者は自身の社会的影響力の大きさ及び責任について自覚し、政府の実証等の機会を通じて、プロミネンスについて前向きに可能な限りの協力をしていただきたい**。**行政の役割は、深くプラットフォーム事業者がプロミネンス等に真摯に取り組むよう、政策的に仕向けること**。
【林構成員（第13回・第14回）】

・導線の作り込みやレコンメンドロジックによって視聴傾向に一定程度働きかけができるとなると、**レコメンドロジックの透明性の確保も必要**。【山本主査（第14回）】

・**放送事業者は個社・業界団体・国のルールにより内容の健全性において縛りがある一方、ライバルのサービスにはそういう縛りがない制度的非対称がある中で、放送コンテンツを優遇した方が良いと思うし、その国の文化・思想・背景を伝えているものを優遇する、という考え方は国の政策としては妥当**。【内山主査代理（第14回）】

・**レコメンドのアルゴリズムについてはしっかり検証していく必要**がある。アルゴリズムによっては放送事業者が望む放送コンテンツが見られづらくなってしまう可能性があり、**事業者側のフェアネスも考慮すべき**。
【鳥海主査代理（第14回）】

・日本においても、受信料にて運営されるNHKと、広告で運営されるTVerでは、視聴データの取扱い方や利用者の登録の在り方など、様々な点で異なる部分があるが、**まずは擬似的に一本化して見せていくことが重要**。
【飯塚構成員（第14回）】

② 動画配信プラットフォームの在り方

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・英国においてはBBCと民放が共同運営しているEveryoneTVという組織が共同配信プラットフォームを運営している。また、規制当局からの認定を受けて、EveryoneTVが電子番組表のチャンネルポリシーを策定をしており、利害関係者との合意のもと、物理チャンネル番号を決定する役割を担っている。日本においてもこのような取組を進めていくためにも、**誰が共同配信プラットフォームの主体となるのか検討が必要**。【飯塚構成員（第14回）】

・災害時や緊急時に電波の放送に留まらずインターネットにおいても番組を届けられる仕組みを優先的に検討すべきだが、**ローカル局やキー局が平時からより柔軟にネット配信を実施する体制を整えておくことが必要**。
【飯塚構成員（第14回）】

・**自分が普段関心を持っている情報と、関心を持つべき情報とのギャップに気付くための機会が情報空間の健全性に必要**。**デフォルトのホーム画面のような機能はそうした機会に触れるのに効果的で、視聴行動への影響が大きい**。【大谷構成員（第14回）】

・我が国は災害が多く、ネット空間においても、命に関わる情報に切り替わるようにNHKや民放の報道にアクセスしやすくするという意味でのプロミネンスに本気で取り組む意義がある。**取組の意義を共有するステークホルダーで共同して環境作りをすることが望まれる**。【大谷構成員（第14回）】

・**メディアとしての放送事業者が果たすべき役割をどう評価するのかを考えながら議論することが重要**。
【落合構成員（第14回）】

② 動画配信プラットフォームの在り方

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・プロミネンスの対象とされる配信サービスを通じて、**放送コンテンツを見る頻度がどのように変化するのか、国民の情報への判断や理解がどう変化するのかなど、利用者の反応を見ながら、望ましい表出の在り方といったものは適宜見直していく必要**。**TVでの地上波視聴とコネクテッドテレビやそれ以外のプラットフォームとの、視聴環境や画面構成等の変化も踏まえた工夫も重要**。仮想プラットフォームを誰が主体的に、どのような構成で運営していくのか、今後は社会実装も見据え、もう少し踏み込んだ検討をすべき。【落合構成員（第14回）】

・ローカル局の放送コンテンツが持つ価値というのは、全国ネットのコンテンツとは異なる。**ローカル局が制作する短い尺の番組を「生活情報」という新たなジャンルで集約して見せることや、エリアごとの番組検索が可能となる地域の一覧化といった「ローカルプロミネンス」が大切**。【音構成員（第14回）】

・能登半島地震の際に、石川県で放送が視聴できないエリアが生じたことへの対応として、衛星波の空き帯域の活用が実施されたが、**平時においてもローカル局のコンテンツが配信されることで、災害時等においてローカル局のコンテンツが配信サービスの中で展開されやすくなる可能性がある**。【音構成員（第14回）】

・テレビでは番組表があり、地域ごとに提供されているが、**インターネット配信をNHK・キー局・ローカル局が力を合わせて一つの入り口から視聴できるようになるとすごく世界が広がる**。その際に、レコメンドによって普段出会わない情報に接することができることは良いが、どちらかの方向に考え方を作り込もうとすることがあり過ぎると拒否感も出てくるのではないか。**まずは、自然に一つの入り口に入りやすくするというところに力を注ぐべき**。【長田構成員（第14回）】

・**プロミネンスの実施に当たっては、対国民に対する透明性の確保が必要**。【鳥海主査代理（第15回）】

・**プロミネンスに対する受けとめ方として、押し付けや誘導と認識するのではなく、セレンディピティや多様性のある表現に出会える機会として受容できるよう**、また、**偽・誤情報等に振り回されたり、アテンションエコノミーに飲み込まれたりすることのないよう、プロミネンスが不可欠なものという理解に繋がる**ような**透明性確保のための検討が、自主ルール作りの中で促進されることを期待**。【大谷構成員（第15回）】

② 動画配信プラットフォームの在り方

これまでの構成員等の主な意見（続き）

・**放送コンテンツが、電波に加え配信でも多く届けられるようになり、視聴データの活用がサービスの質の確保に重要な役割を果たし得るものとなっている。信頼度が高く、個人情報保護・プライバシーに配慮した視聴データの積極的な利活用を図っていくべき**。【落合構成員（第15回）】

・**「プロミネンス」に関して、継続的にデータを拾いながら整理していくことが重要。「透明性」や「オーディエンスからの支持」は非常に重要であるため、継続的な調査の中で提示することが非常に有用**。【音構成員（第15回）】

・**「ユーザー目線」を取り入れた方が良い。「プロミネンスの理念」に関しては、放送コンテンツのプロミネンス、或いはデバイスの各種仕様をユーザーや消費者側でカスタマイズする権利や利益が大本に存在すると考える**ため、**各ユーザーが、各々の関心や嗜好に応じて、放送コンテンツ事業者側のデフォルト仕様をカスタマイズ、具体的にはデバイスやUIを簡単に設定変更できる権利や便益がベースとして存在する、といったニュアンスがもう少し加わると良い**。【林構成員（第15回）】

これまでの構成員等の主な意見

・「効果」に関する問題として、特に意欲のあるローカル局に対しての継続的な支援は、年度単位で処理できるものではない。例えば、在京局・在阪局と比べて制作力が小さいローカル局でも、生活情報や地域情報を「継続的」に流しているが、その発展形として、出し口をコネクテッドテレビとする取組や、他エリアや海外への展開などに対して汗をかくことに対して、背中を押すという「政策的な支援」は非常に重要。「効果の測り方」は極めて難しく、財政当局からは厳しく指摘される部分である一方、一年で結果が出るものでもない。例えば、特に海外のマーケット等とのやり取りにおいては、顔の繋がりがないと厳しい印象を受ける。従って、意欲をどのように汲み取っていくかが、行政上非常に重要になるのではないか。【音構成員（第15回）】

・ローカル局の自社制作コンテンツが少ない現状は深刻。そのような事業者が現実の情報空間の健全性や地域情報の担い手としてどの程度寄与しているか、今後も寄与できるのかはそれほど自明ではなくなっていることを意味する。また、民間事業者であるローカル局を含めた放送事業者は、基本的には、自らリスクテイクして、必要な投資を実施すべきであり、漫然と高額な設備投資の補助や海外展開支援、人材育成補助などを実施したとして、有効に機能するかという点にも疑問。支援ありき、補助ありきで議論を進めるのではなく、支援の必要性について業界全体やその可能性を精査するとともに、意欲ある事業者自らが今以上にその必要性やポテンシャルを具体的かつ説得的に示す必要。【西田構成員（第15回）】

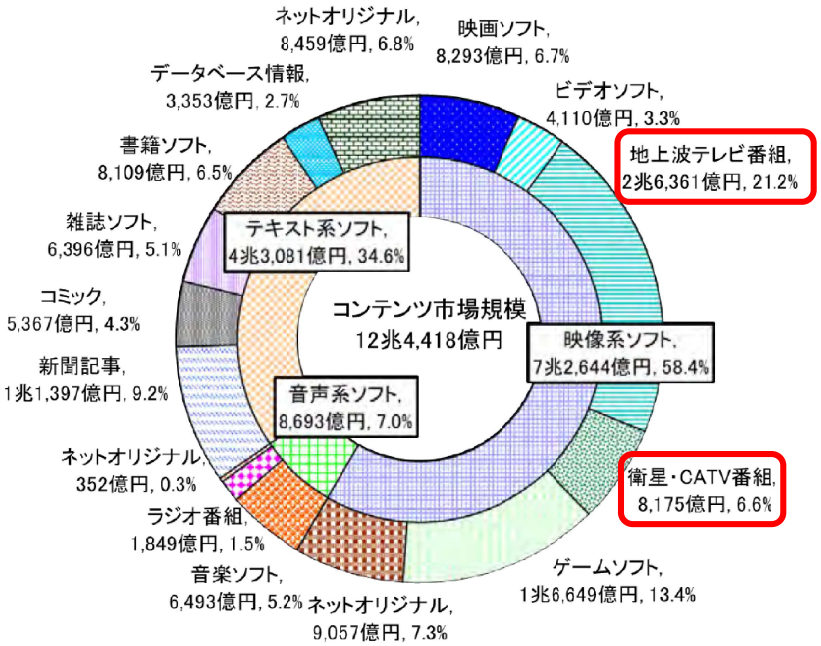
別添４　参考資料

検討の背景（放送コンテンツを取り巻く環境）

コンテンツ産業の市場規模（日本・ソフト形態別）

- 我が国のコンテンツ産業の市場規模（2022年）は、12兆4,418億円。このうち、放送コンテンツ（地上テレビ番組、衛星・CATV番組）は3兆4,536億円であり、全体の27.8%を占める。

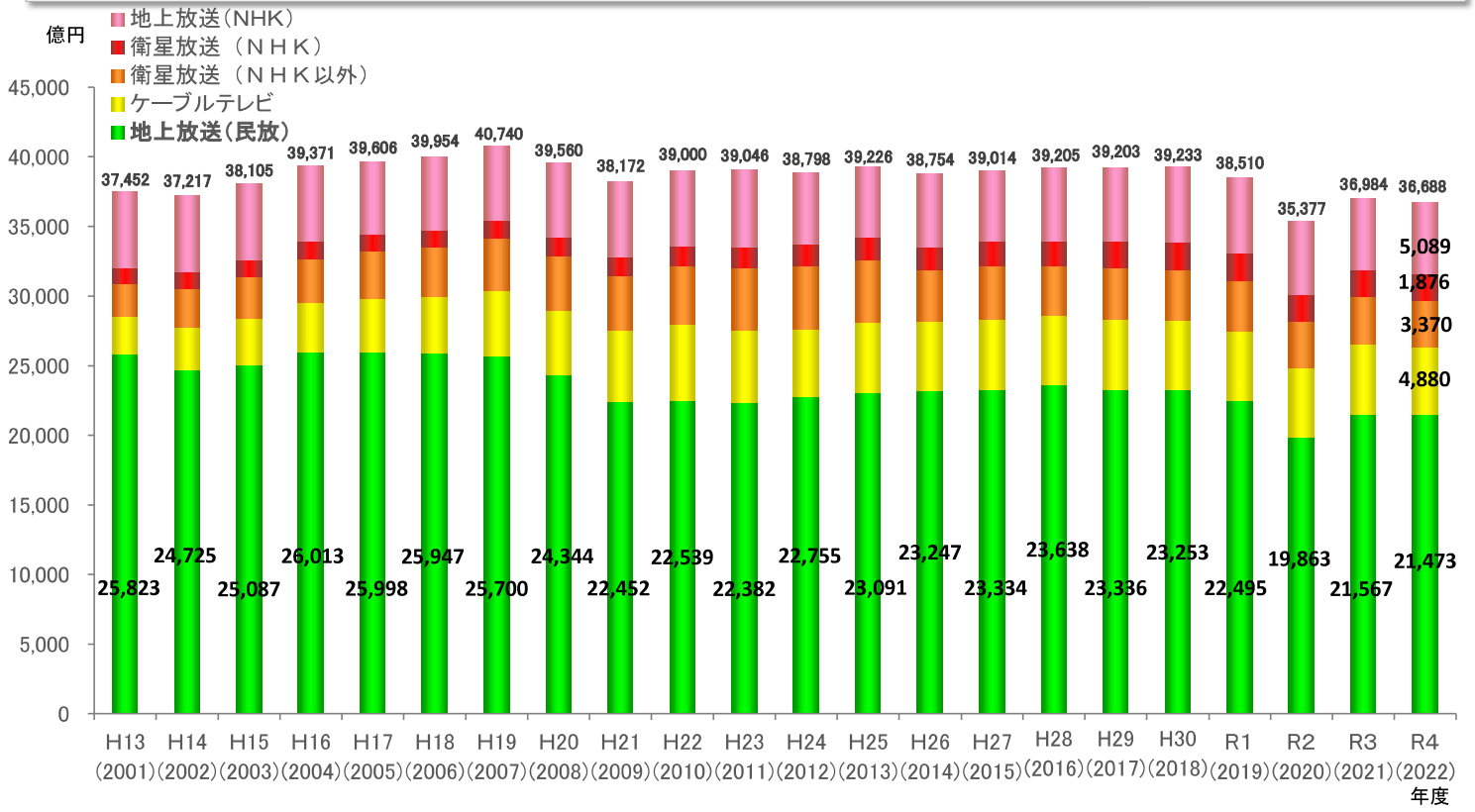
我が国のコンテンツ市場の規模（2022年）



出典：「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査研究（令和6年6月）」（総務省情報通信政策研究所）

我が国の放送事業の市場規模

- **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。**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**。

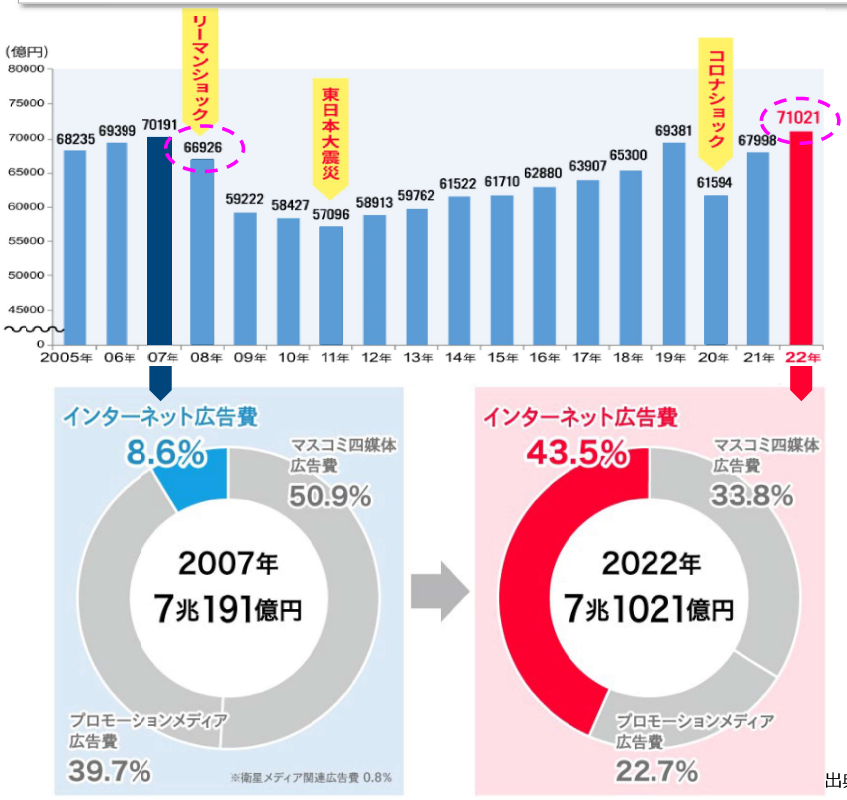


出典：「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」（第15回）資料15－2 事務局資料

広告費のネットシフト

- 電通「2022年 日本の広告費」15年ぶりの7兆円超えも、その内訳は大きく変化
- 「テレビメディア関連動画広告費※」が、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%

※テレビ番組の見逃し配信など、主にテレビメディア放送事業者によるインターネット動画配信での広告費



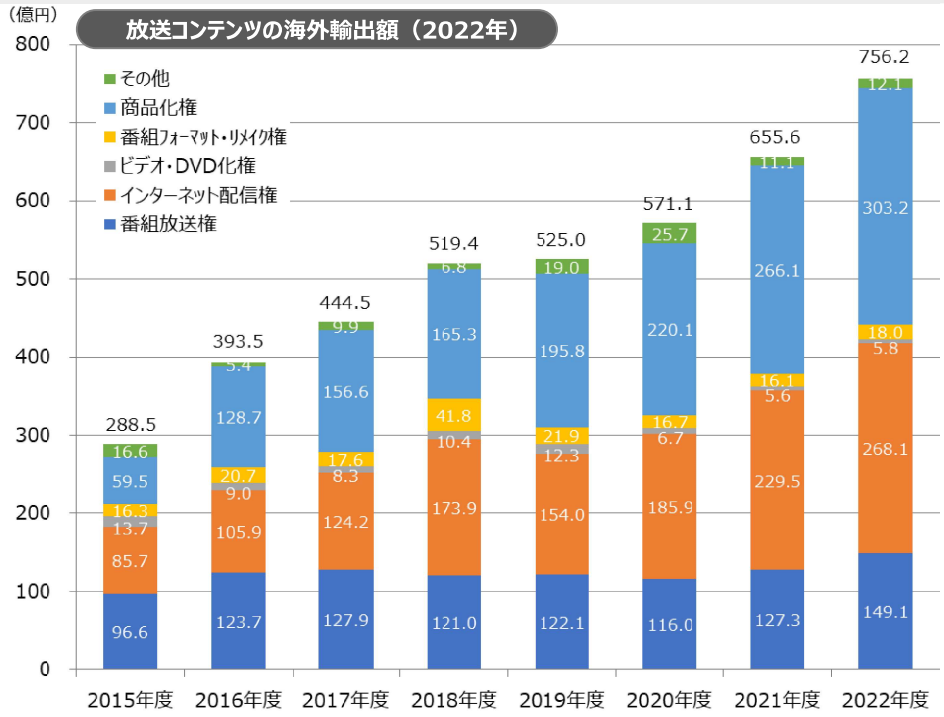
媒体＼広告費	広告費（億円）			前年比（%）		構成比（%）		
	2020年	2021年	2022年	2021年	2022年	2020年	2021年	2022年
総広告費	61594	67998	71021	110.4	104.4	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費	22536	24538	23985	108.9	97.7	36.6	36.1	33.8
新聞	3688	3815	3697	103.4	96.9	6.0	5.6	5.2
雑誌	1223	1224	1140	100.1	93.1	2.0	1.8	1.6
ラジオ	1066	1106	1129	103.8	102.1	1.7	1.6	1.6
テレビメディア	16559	18393	18019	111.1	98.0	26.9	27.1	25.4
地上波テレビ	15386	17184	16768	111.7	97.6	25.0	25.3	23.6
衛星メディア関連	1173	1209	1251	103.1	103.5	1.9	1.8	1.8
インターネット広告費	22290	27052	30912	121.4	114.3	36.2	39.8	43.5
媒体費	17567	21571	24801	122.8	115.0	28.5	31.7	34.9
うち4マス関連媒体由来のデジタル広告費	803	1061	1211	132.1	114.1	1.3	1.6	1.7
新聞デジタル	173	213	221	123.1	103.8	0.3	0.3	0.3
雑誌デジタル	446	580	610	130.0	105.2	0.7	0.9	0.9
ラジオデジタル	11	14	22	127.3	157.1	0.0	0.0	0.0
テレビメディアデジタル	173	254	358	146.8	140.9	0.3	0.4	0.5
テレビメディア関連動画広告	170	249	350	146.5	140.6	0.3	0.4	0.5
物販系ECプラットフォーム広告費	1321	1631	1908	123.5	117.0	2.1	2.4	2.7
制作費	3402	3850	4203	113.2	109.2	5.5	5.7	5.9
プロモーションメディア広告費	16768	16408	16124	97.9	98.3	27.2	24.1	22.7
屋外	2715	2740	2824	100.9	103.1	4.4	4.0	4.0
交通	1568	1346	1360	85.8	101.0	2.6	2.0	1.9
折込	2525	2631	2652	104.2	100.8	4.1	3.9	3.7
DM（ダイレクトメール）	3290	3446	3381	104.7	98.1	5.3	5.1	4.8
フリーペーパー	1539	1442	1405	93.7	97.4	2.5	2.1	2.0
POP	1658	1573	1514	94.9	96.2	2.7	2.3	2.1
イベント・展示・映像ほか	3473	3230	2988	93.0	92.5	5.6	4.7	4.2

出典：電通報「2022年 日本の広告費」解説 <https://dentsu-ho.com/articles/8492>

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

我が国の放送コンテンツの海外輸出額

- 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。
- 総務省は、我が国の放送コンテンツ関連海外売上高を令和7年度（2025年度）までに1.5倍（対令和2年度（2020年度）比）に増加させることを目標とし、放送コンテンツの海外展開を推進。



※ 放送コンテンツ海外輸出額：
番組放送権、インターネット配信権、ビデオ・DVD化権、フォーマット・リメイク、商品化権等の輸出額

※ NHK、民放キー局、民放在阪準キー局、ローカル局、衛星放送事業者、プロダクション等へのアンケートにより算出

※ 2016年度以降は、商品化権にゲーム化権を明確に含めて算出を行った等の変更がある

※ 番組放送権を含む複数の権利が販売されている場合は、「番組放送権」として計上している（例えば、番組放送権とインターネット配信権等がセットで販売されている場合は「番組放送権」に計上）

出典：「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析（2022年度）」（総務省）

世界的な配信プラットフォームサービスの現状

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

NHK及び在京キー局の主なインターネット配信サービス

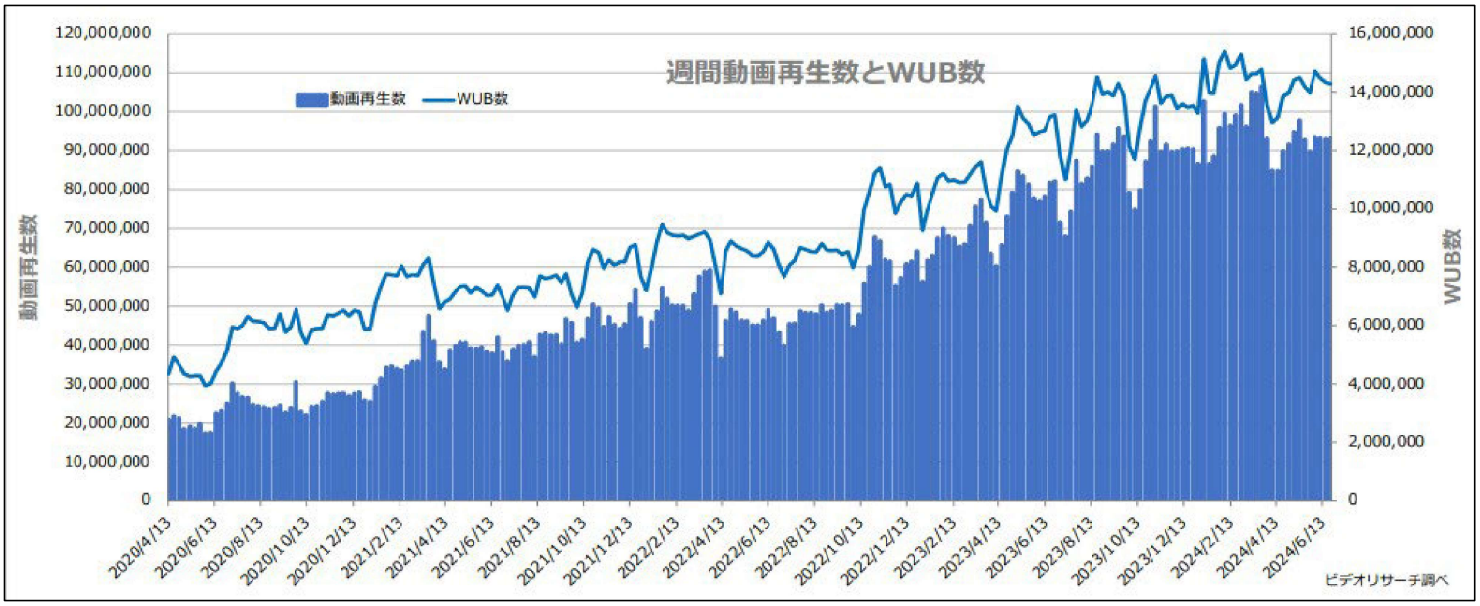
- 放送局は、無料広告モデル（AVOD）、都度課金（TVOD）、月額課金（SVOD）など様々な課金モデルや、コンテンツを差別化したもの（ニュース・教養に特化したもの等）など、様々な映像配信サービスを提供。
- 「NHKプラス」、「TVer」では、電波の放送と同じタイミングで番組をネット経由で届ける同時配信を実施。

	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（ID登録には受信契約が必要）			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	Paravi（U-NEXTに統合）	テレ東BIZ	FOD
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

ＴＶｅｒにおける再生数とＵＢ数の推移（週次）

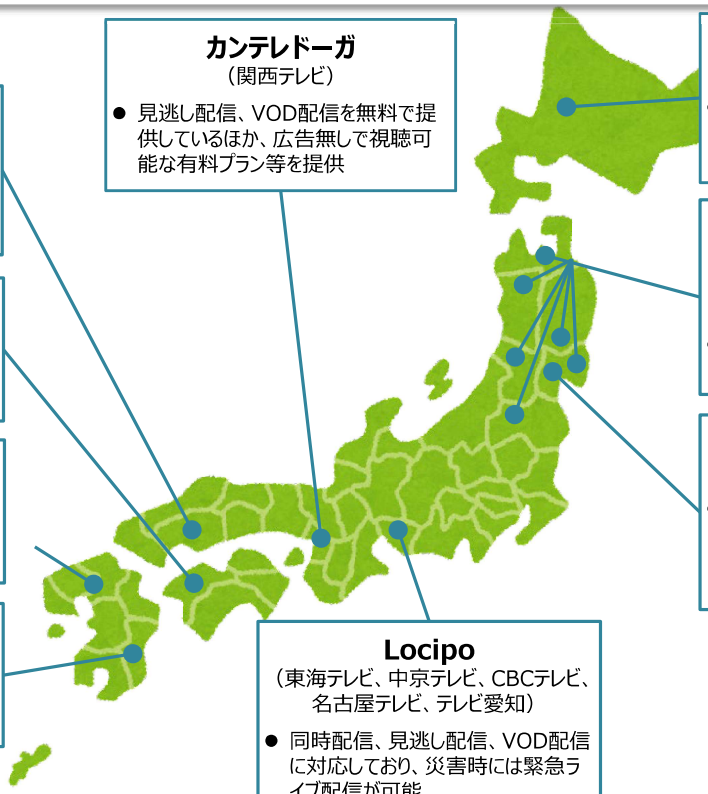
- 「TVer」は、再生数、UB数（ユーザ数）と共に、成長を継続。
- 再生数は、4年間で約5倍に伸びている。



出典：TVerより御提供

在京キー局以外の主なインターネット配信サービス

- ローカル局各社は、「TVer」に番組提供を行っているほか、自社ウェブサイト・アプリ等でテキストニュースや同時配信・見逃し配信等を提供。



IRAW by RCC
（中国放送）
- テキストニュース、見逃し配信、ライブ配信のほか、緊急ニュースの通知や災害時の情報を提供

南海放送アプリ
（南海放送）
- 愛媛のニュースや番組関連動画などを提供

どこでもアサデス。
（九州朝日放送）
- 「アサデス。」の同時配信やテキストニュース等を提供

UMKアプリ
（UMK宮崎）
- 宮崎のニュースや番組関連動画などを提供

カンテレドーガ
（関西テレビ）
- 見逃し配信、VOD配信を無料で提供しているほか、広告無しで視聴可能な有料プラン等を提供

Locipo
（東海テレビ、中京テレビ、CBCテレビ、名古屋テレビ、テレビ愛知）
- 同時配信、見逃し配信、VOD配信に対応しており、災害時には緊急ライブ配信が可能

hod
（北海道テレビ）
- 見逃し配信のほか、「水曜どうでしょう」等のVOD配信を無料又は有料で提供

東北総合ポータル topo
（青森朝日放送、岩手朝日テレビ、東日本放送、秋田朝日放送、山形テレビ、福島放送）
- 有料でライブ配信や見逃し配信、地域情報等を提供

ミヤテレMoTTo
（宮城テレビ）
- 見逃し配信やダイジェスト、学生との共同制作や震災復興に焦点を当てたオリジナルコンテンツ等を無料で配信

出典：各サービスサイト等を参考に総務省が作成
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

NHKによるインターネット配信サービスの取組

- NHKは、2008年（平成20年）12月から、見逃し・オンデマンドサービス「NHKオンデマンド」を開始。
- 2020年（令和２年）４月からは、常時同時配信・１週間の見逃し配信サービス「NHKプラス」を開始。

インターネット活用業務（2号受信料財源業務）

2023年度予算　197.5億円（国内：167.0億円、国際：30.4億円）
2024年度予算　195.0億円（国内：165.5億円、国際：29.4億円）

ＮＨＫプラス

・**地上波（総合・教育）**の放送番組の同時配信及び見逃し番組配信（原則１週間）サービス。
※同時配信については、原則すべて。
（総合テレビは24時間、Eテレは19時間）
・**無料**だが、受信契約を確認できない者には、同時配信の画面上に受信契約確認メッセージを表示し、見逃し番組配信はメッセージを表示したうえで冒頭１分のみ視聴可（2023年10月から未ログイン者の１分間トライアル視聴開始）。
・**登録完了者数**は**約５０４万件**（2024年３月末時点）
・視聴UB数※は週平均約２１７万。
※一定期間内にサイト内で動画を視聴した重複のないユーザー数。



（ＮＨＫプラス リーフレットより作成）

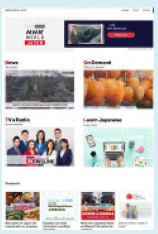
ＮＨＫニュース・防災アプリ

・災害情報等のニュースを同時配信（2016年から）
・理解増進情報の配信



ＮＨＫワールドＪＡＰＡＮ

・外国人向け国際放送（テレビ・ラジオ）の同時配信、オンデマンド配信



らじる★らじる

・ラジオ放送（第１、第２、ＦＭ）の同時配信、聴き逃し配信（2011年９月から）

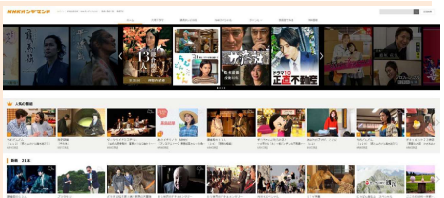


インターネット活用業務（2号有料業務）

2023年度予算　31.8億円（3号有料業務含む）
2024年度予算　55.6億円（3号有料業務含む）

ＮＨＫオンデマンド

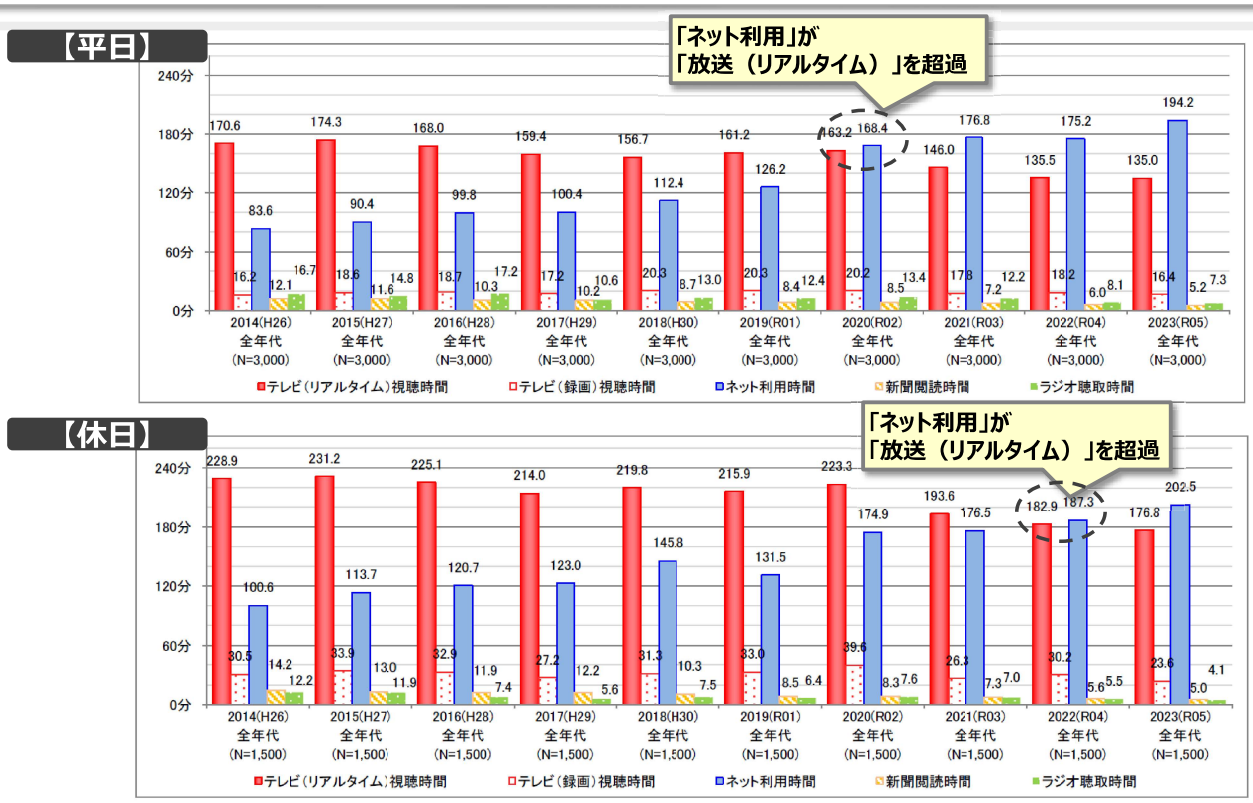
・**衛星放送の一部番組も含む放送番組**を、2～3週間程度又は期間を定めずに提供するオンデマンド配信サービス。
・**有料**（月額990円か1本あたり110円～330円）
・**会員登録者数**は**約３４２万人**（2024年３月末時点）
・**12,000本以上**の番組を提供。



【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（事務局資料）p.34（一部更新）

インターネット利用の伸長

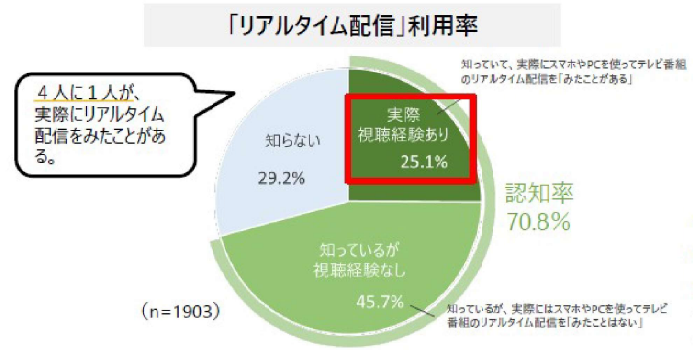
- 令和2年度において、平日1日の平均利用時間での「インターネット利用」が「テレビ視聴」を初めて超過。以降差が拡大。
- 休日1日の平均利用時間についても令和4年度同様に超過。令和5年度は差が拡大。

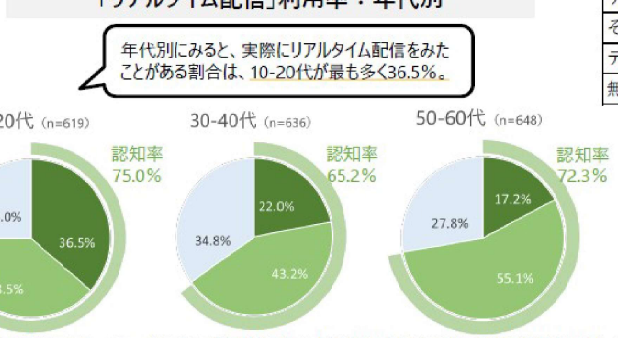


出典：総務省 情報通信政策研究所　令和５年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 報告書（2024年6月）

インターネットでの放送コンテンツの視聴

- インターネットで「テレビ番組のリアルタイム配信」を見たことのある人は25%程度。
- スマートフォンでテレビ番組を視聴する人は若いほど多く、16～29歳では半数を超える。





【出典】博報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所『テレビの「リアルタイム配信」視聴意識調査2022』p.11、12

テレビ番組（リアルタイム・録画再生・インターネット動画サービス*）の視聴機器
（複数回答）

（%）

	全体	16～29歳	30代	40代	50代	60代	70歳以上
テレビ	90	77	82	87	92	97	94
スマートフォン	26	53	49	34	26	15	8
携帯電話（スマートフォン以外）	2	3	3	0	2	1	4
パソコン	9	12	11	9	12	9	5
タブレット端末（iPadなど）	8	14	17	10	9	7	2
ゲーム機	1	3	2	1	1	0	0
その他	0	0	0	1	1	0	0
テレビ番組は見ない	4	8	9	5	5	1	3
無回答	1	0	0	0	0	1	3

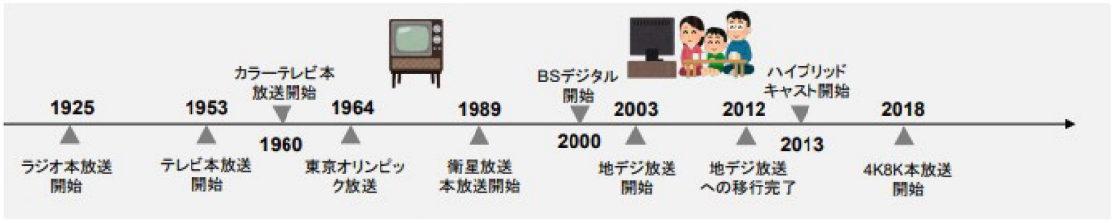
＊TVer,NHKプラス,YouTubeなどのテレビ番組
■は全体と比べ優位に高い
■は全体と比べ優位に低い

【出典】NHK放送文化研究所「放送研究と調査2022年8月号」p16 表3

出典：「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１回会合　資料１－３　事務局資料

視聴スタイルの変化

- テレビが普及した当時は、「家族みんなでお茶の間のテレビを囲む」といった視聴スタイルが主流であった。
- インターネット・モバイル端末の普及等により、個人志向（好きな時間に、手元の端末で）が強まっていると見られる。





テレビ以外の機器でテレビ番組を見る理由（該当者*複数回答）

＊スマートフォン,携帯電話,パソコン,タブレット端末,ゲーム機,その他のいずれかでテレビ番組を見ると回答した人　（ ）内はサンプル数
斜体:サンプル数が100人未満で誤差が大きいため参考値

■ は全体と比べ優位に高い　■ は全体と比べ優位に低い

(人)	該当者（744）	16~29歳（141）	30代（124）	40代（157）	50代（143）	60代（93）	70歳以上（86）
放送時間にかかわらず、自分の好きな時間に見たいから	48	57	48	49	50	*39*	*36*
すでに放送が終わった番組を見たいから	30	35	32	30	31	*27*	*19*
テレビで見るより手軽だから	27	40	38	26	26	*13*	*11*
外出中に見たいから	25	31	20	22	22	*28*	*28*
自分のがテレビを見たい時に、家族などほかの人が使っているから	23	29	30	27	15	*20*	*16*
家の中の、テレビがないところで見たいから	21	29	32	20	15	*13*	*8*
手元にある機器で見たいから	18	23	23	17	17	*14*	*13*
SNSやインターネット動画サービスから直接見たい（リンクから見たい）から	7	10	9	5	7	*4*	*5*
テレビを持っていないから	3	4	7	3	1	*1*	*0*
その他	2	1	2	1	5	*2*	*5*
無回答	7	4	3	2	6	*14*	*19*

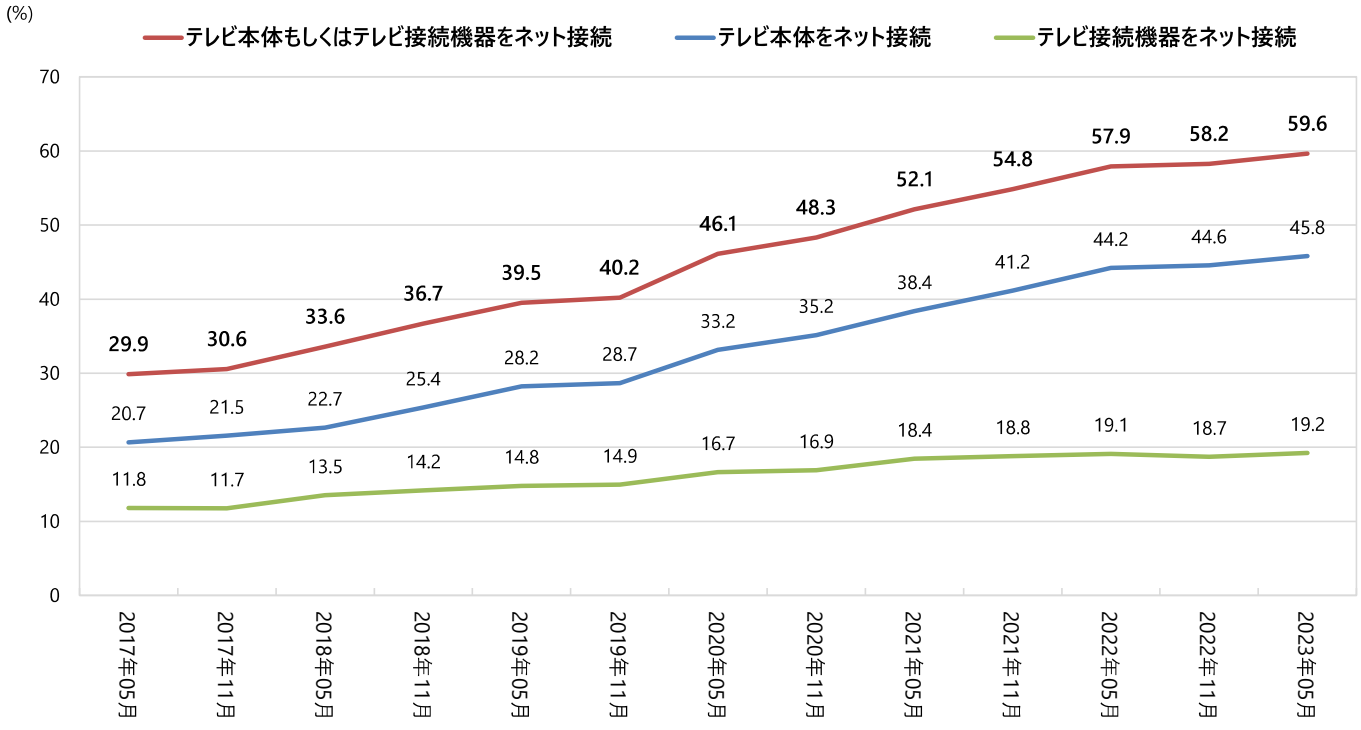
（%）

【出典】NHK放送文化研究所「放送研究と調査2022年8月号」p16　表4を元に作成

出典：「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１回会合　資料１－３　事務局資料

テレビ受信機のネット接続率の推移（関東）

- テレビ受信機本体もしくはテレビ接続機器をネットに接続する比率は59.6%。



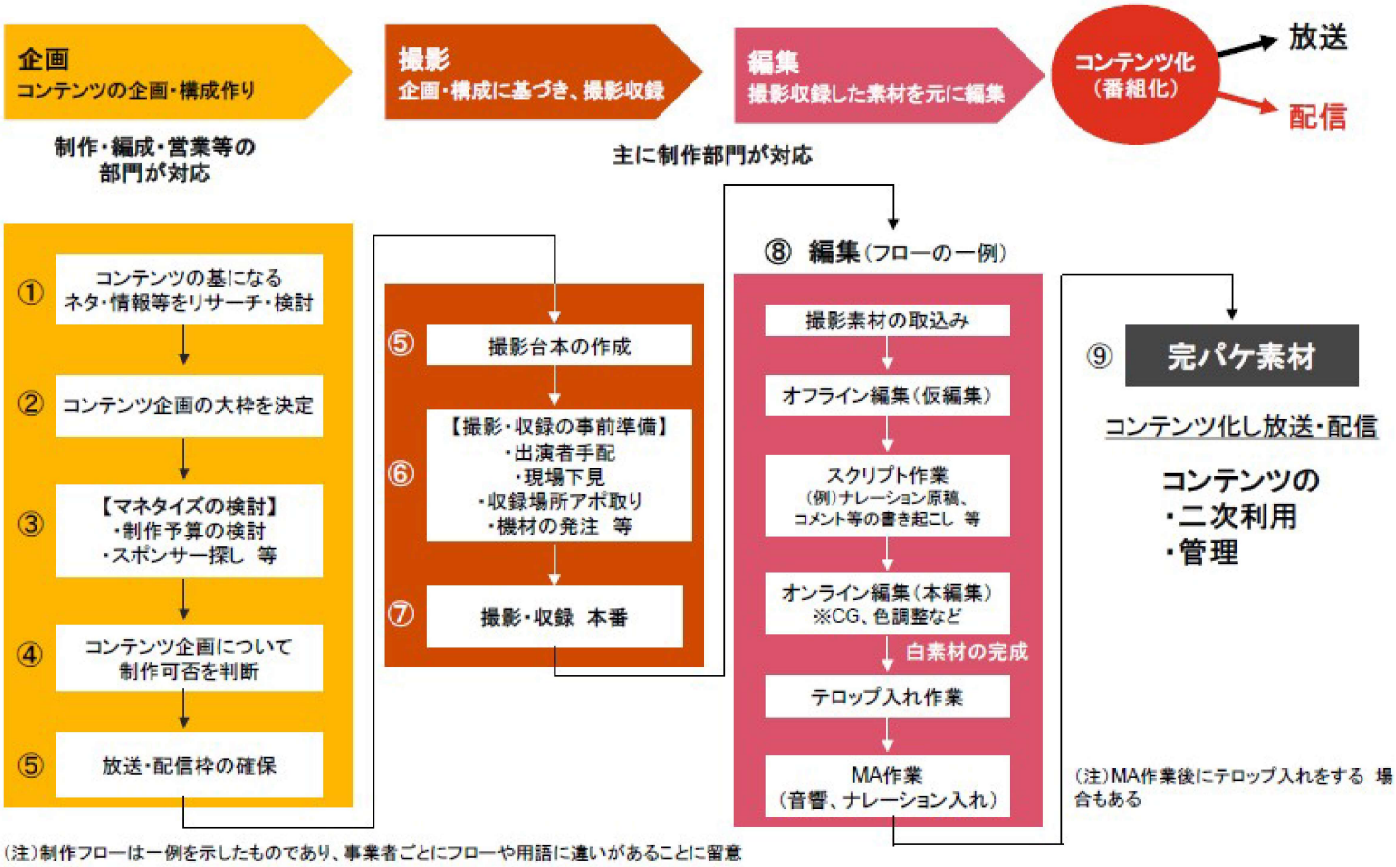
出典：電通「d-campX 調査」2023年度上期（関東）
＊2023年5月：全体n=4,987（「無回答」を除く）

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

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

放送コンテンツの制作・流通に関わる人材の確保・育成方策

放送番組コンテンツの制作フローの概要

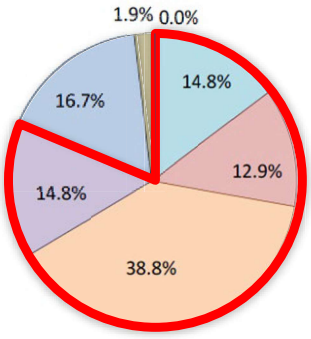


出典：「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」（第10回） 資料10－2 事務局資料

番組製作会社の概況

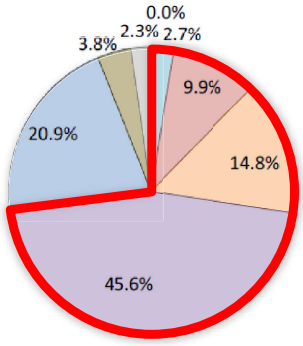
- 番組製作会社の関連団体である、①ATP（（一社）全日本テレビ番組製作社連盟）の会員社は125社、②全映協（（一社）全国地域映像団体協議会）の会員社は113社。
- 番組製作会社について、従業員数99人以下の企業が約80%、年間売上高10億円以下の企業が全体の約70%を占める。また、資本金5千万円以下の企業が全体の約85%。

従業員数



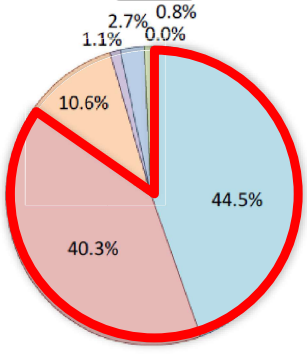
1. 1～4人	39
2. 5～9人	34
3. 10～49人	102
4. 50～99人	39
5. 100～499人	44
6. 500人以上	5
無回答	0

年間売上高



1. 1千万円以下	7
2. 1千万円超、3千万円以下	26
3. 3千万円超、1億円以下	39
4. 1億円超、10億円以下	120
5. 10億円超、100億円以下	55
6. 100億円超	10
7. 回答できない	6
無回答	0

資本金



1. 1千万円以下	117
2. 1千万円超、5千万円以下	106
3. 5千万円超、1億円以下	28
4. 1億円超、3億円以下	3
5. 3億円超	7
6. その他（個人事業主等）	0
無回答	2

（n=263）

出典：総務省「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」令和４年度フォローアップ調査結果をもとに作成

※回答総数263社は、調査対象期間（令和４年1月1日～令和４年12月31日）中に、放送コンテンツに係る下請法対象取引を受注したと回答した番組制作会社の数

【日本】4K8K衛星放送における放送番組（18番組）

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テレ東４Ｋ
3	(株)ＢＳ日本	ＢＳ日テレ　４Ｋ
4	日本放送協会　※4K	ＮＨＫ　ＢＳ４Ｋ
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サテライト放送(株)	ショップチャンネル４Ｋ
2	(株)QVCサテライト	４Ｋ　ＱＶＣ
3	(株)WOWOW	ＷＯＷＯＷ
4	日本放送協会　※8K	ＮＨＫ　ＢＳ８Ｋ

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）

【米国】 ハリウッドの映画会社 4K HDR対応映画作品の例

- **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**
  - **リトルマーメイド**(2023年公開)
- **ルーカス・フィルム社**
  - **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(iTunes)」の4K HDR対応映画作品の一覧
https://www.saishintech.com/2024/03/apple-tv-app-itunes-4k-hdr-movies-mar-8-2024/

VFXの活用（バーチャルプロダクション） 20

- 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=wcJjdShUlgg

©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

バーチャルプロダクション人材育成プログラム

- バーチャルプロダクションのノウハウ共有のための人材育成プログラムを提供。

バーチャルプロダクション人材育成プログラム

バーチャルプロダクション人材 育成プログラムの提供を開始
「PXO's VP Academy for VAD」



■PXO's VP Academy for VADについて
バーチャルプロダクションを活用した映像制作における新たな役割として期待される、VADのベーシックスキル習得を目的とするカリキュラムです。オンラインでのオンデマンド学習を中心に、VFXの制作全般におけるバーチャルプロダクション活用の利点や必要とされるワークフロー、空間設計やライティングなどを含めたUnreal Engineの実践的な使い方など、必要な知識を習得することができます。

https://vook.vc/p/virtual-production

©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

AI業務支援システム

- AI業務支援の活用により、業務を効率化し、クリエイティブな業務に集中することが可能。

日本テレビのAI業務支援システム　AD(エイディ)



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12－1　日本テレビ資料

●海外制作会社によるバイブル作成

・応募社から課題番組を選定
2022年度　会員社の番組から**２番組**を選定

・海外の制作会社でフォーマットバイブルを制作
・番組素材や資料等から番組のセールスポイントを確認
・海外の制作会社に依頼しコマーシャルバイブルを制作

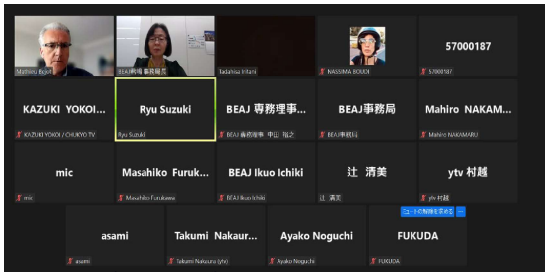




フォーマットバイブルを制作した番組

●効果的な番組フォーマットバイブル制作の勉強会

専門家による講義
・フォーマットバイブル制作のポイント
・個別番組（フォーマット）についての考察



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

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

「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」

25

- 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、放送事業者と番組製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（敬称略）

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　荘一郎	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学研究科教授

（オブザーバー）
- 公正取引委員会事務総局経済取引局取引部企業取引課
- 文化庁長官官房著作権課著作物流通推進室
- 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製作社連盟）

3　ワーキンググループ　（敬称略）

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

【放送事業者、放送事業者関係団体】	【番組製作会社関係団体】
日本放送協会 日本テレビ放送網（株） （株）テレビ朝日 （株）ＴＢＳテレビ （株）テレビ東京 （株）フジテレビジョン （一社）日本民間放送連盟 （一社）日本ケーブルテレビ連盟 （一社）衛星放送協会	（一社）全日本テレビ番組製作社連盟（ATP） （一社）全国地域映像団体協議会（NRA） （一社）日本動画協会（AJA）

「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

26

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

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

- 「十分な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**なのではないか
- 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、好事例の横展開を図る**などの工夫が必要ではないか。
- 行政においても、**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

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

国際見本市における取引

- 国際見本市は、情報発信や取引機会の確保のため世界各地で開催されており、放送コンテンツの主要な取引の場。

日本の事業者が参画する主な国際見本市

TIFFCOM（2023.10, 東京）

・日本における国際見本市を主催



MIPCOM（2023.10, フランス・カンヌ）

・セミナーを開催して日本の放送コンテンツを紹介



Asia TV Forum & Market (ATF)（2023.12, シンガポール）

・日本ブースを設置してオールジャパンでアピール



国際見本市におけるコンテンツ取引

国際見本市は、国内外の放送局、制作会社等においてコンテンツ取引に係る多くの決定権者（ディシジョンメーカー）が参加していることから、**見本市を契機として海外展開につながることが多数。**

国際見本市におけるコンテンツ取引

国際見本市には世界の各国・地域から多数の事業者が参画し、多数のコンテンツが取引

取引件数	取引金額	日本からの出展者数	海外からのバイヤー数
1,749件	約31億円	119社	436名（48か国・地域）

TIFFCOM2022（日本で開催された国際見本市）の事例

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

海外の主なコンテンツ関連の国際見本市等

- 国際見本市は、コンテンツの海外展開において新たな取引相手を得る上で非常に重要な機会であり、年間を通じて世界各地で開催。総合的な国際見本市だけではなく、特定分野に特化した国際見本市や招待制のセッション等も重要。

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）		LA Screenings
			カンヌ映画祭	フランス・カンヌ	
6月	MIP China	中国・杭州			
	上海テレビ祭／映画祭	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**	フランス・カンヌ			
	TIFFCOM	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）	日本・東京	
			Series Mania（ドラマ、リメイク等）	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（BEAJ）資料

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

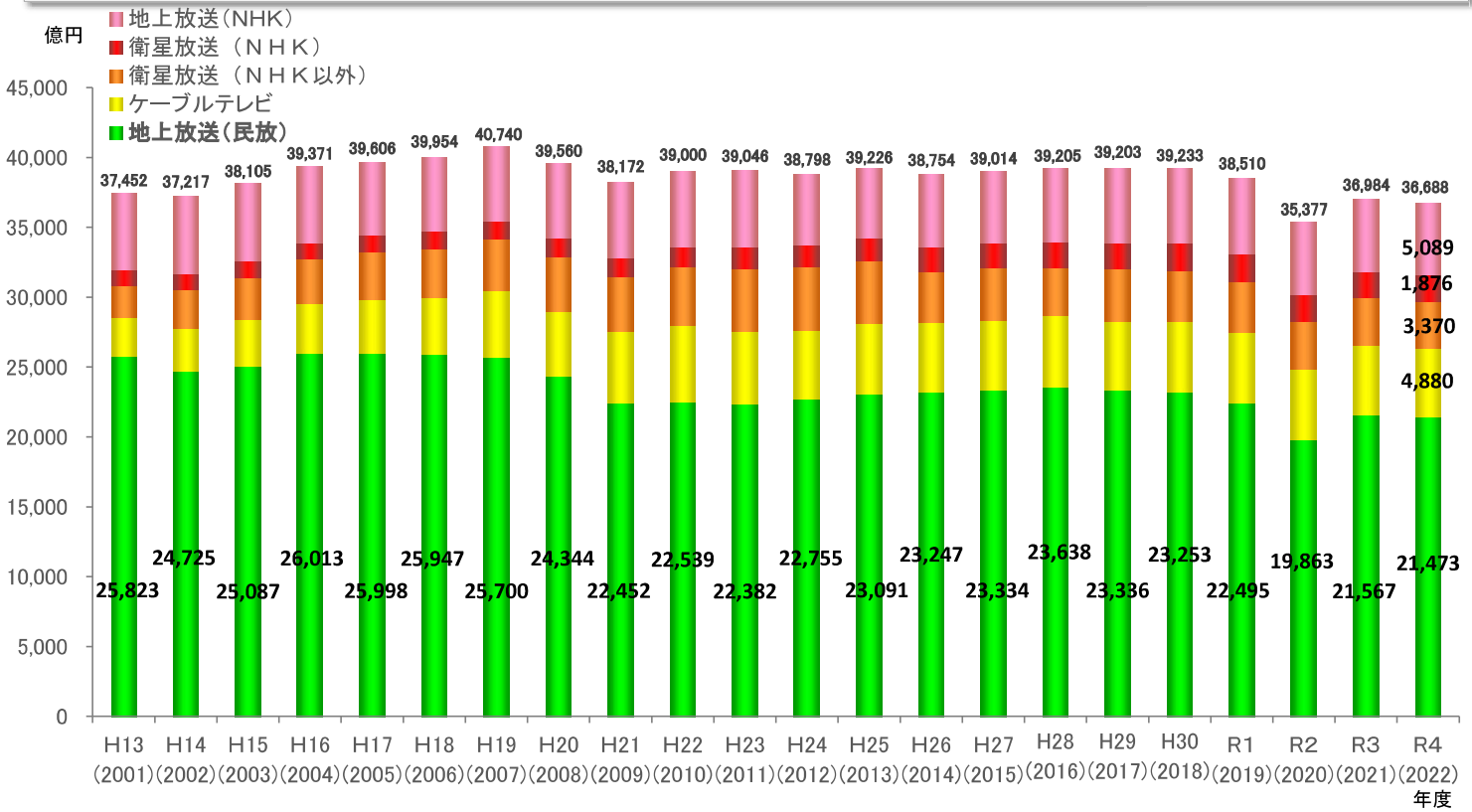
- 我が国のコンテンツに関する情報を集約したオンライン共通基盤を構築し、①基盤の価値向上につながるコンテンツ・掲載情報や機能の整備、②基盤の利用拡大につながる効果的な訴求方策、③これらを実施するための方策（トレーラー映像制作や契約・権利処理に係る支援等）に関する検証を実施。



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

我が国の放送事業の市場規模（再掲）

- **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。**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**。



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15回）資料15－2 事務局資料

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

- 放送コンテンツを通じて地方の魅力を世界に発信することにより、外国人観光客の誘客や地域産品・農産品の輸出を促進し、インバウンド・アウトバウンド需要を獲得することによって地方創生に貢献。

日本中部必買通
（日本中部で買わないといけない通の旅）

CBCテレビ（愛知）／民間全民電視公司（台湾）

愛知・三重・岐阜 → 台湾



- 愛知、三重、岐阜の魅力と地域産品を紹介。
- 台湾のECサイト上での**美濃焼の売上が増加に貢献**。
- 紹介した刃物製作所への**台湾からのアクセス数の増加に貢献**。**台湾の百貨店に新規出店に貢献**。

美鳳有約
（美鳳とデート）

青森朝日放送（青森）／民間全民電視公司（台湾）

青森 → 台湾



- 青森県の特産品である **りんごの知られていない魅力を紹介**する。
- 青森県産りんごの**輸出量の増加に貢献**。

[illegible]（DD Life ‘s so good）
（人生は素晴らしい）

テレビユー山形（山形）／CH3（タイ）

山形 → タイ



- 米、果樹、和牛などの**山形県産食材や食を紹介**。
- タイの飲食店からの要望で、**山形牛の輸出開始に貢献**。

A journey of experiencing Hokusai
（葛飾北斎に触れる旅）

Goolight（長野）／Discovery Channel（英・フランス）

長野 → 英国・フランス



- 「葛飾北斎ゆかりの地」である長野県小布施町を巡り、 **北斎の足跡をたどる。**
- 長野県への**外国人観光客の増加に貢献**。

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

日本コンテンツの現状と課題

「日本コンテンツは海外に売れない」を考察

◆市場

・アメリカ…世界中で売るために作っている

・韓国…世界に売るために作っている

（国内市場が大きくない→世界市場を目指さざるを得ない→国家戦略）

・日本…国内で売るために作っている

（国内市場が一定数ある→敢えて世界を目指さなくてもビジネスが成立）

◆プラットフォーム

・テレビ向け？OTT向け？

コンテンツを「届ける対象」の明確化

△「日本コンテンツは海外に売れない」

○「日本コンテンツを海外に向けて作っていない」＝「売れない」

海外の買い手の「ニーズ」を知る

△「日本コンテンツを売る」→日本の「強みを売る」（ex.アニメ、マンガ、日本食、観光）

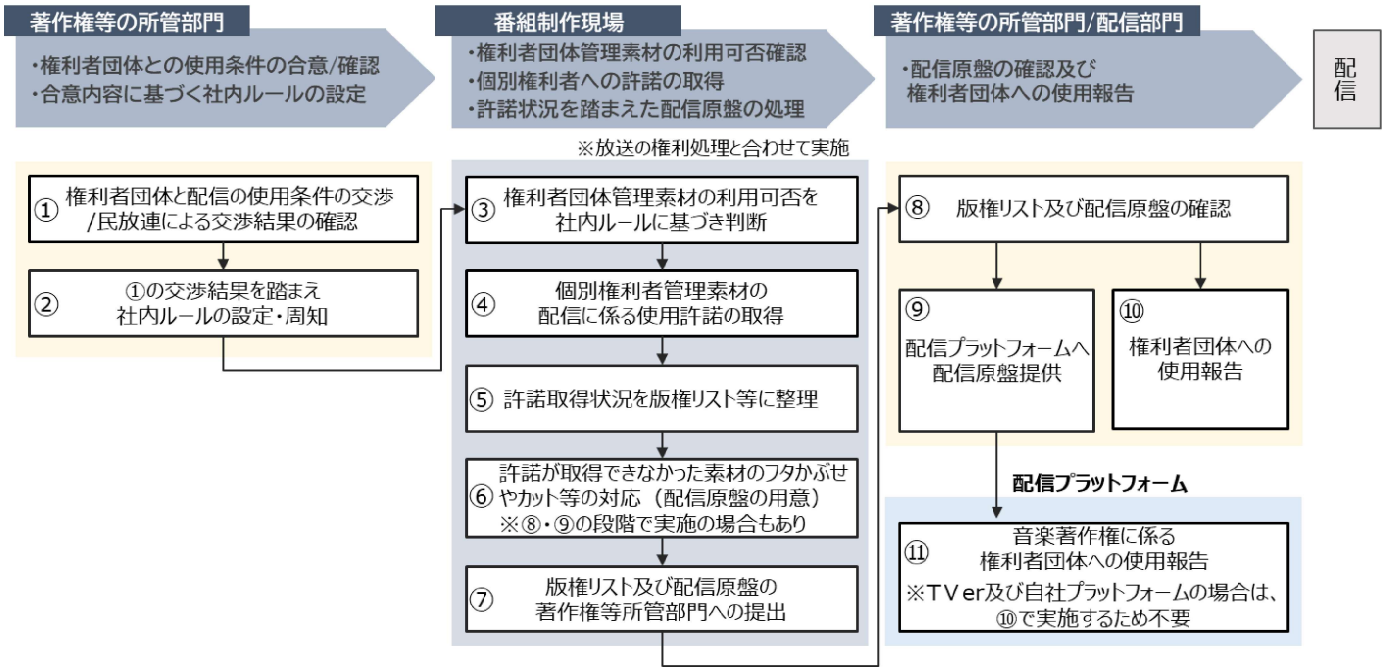
○「日本コンテンツを買ってもらう」→海外のニーズに合わせる→結果的に「売れる」

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11回） 資料11－3 ジャパンアンド資料

権利処理作業の全体イメージ

- 放送コンテンツの配信に係る権利処理手続きの全体イメージは以下のとおり。
- 著作物・隣接著作権の種類により詳細な流れは異なるが、配信の可否確認・使用許諾取得、版権リスト(権利処理表)の作成、フタかぶせ等の配信用の編集、権利者団体や配信PFへの報告・共有が主な工程となっている。

インターネット配信までの権利処理等作業の概要(例)



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12－３　PwCコンサルティング合同会社資料

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）

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）

- 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、「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、何をすればいいか分からないこと」、「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」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】

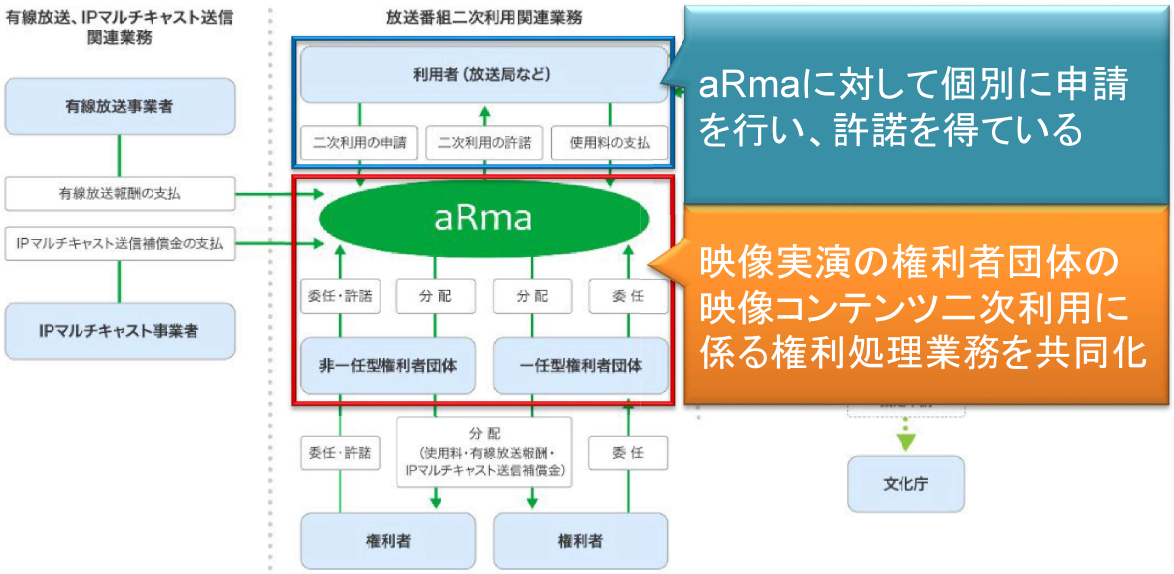
※　民間地上基幹放送事業者（テレビジョン放送）のうち、在京キー局５社を除く122社を対象にアンケートを実施（令和5年11月1日 ～ 11月30日）

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、何をすればいいか分からないこと	**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分からないなど、ビジネスモデルとして成り立つか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

放送コンテンツのインターネット配信に関する権利処理（映像実演の例）

- （一社）映像コンテンツ権利処理機構（aRma）は、権利処理の効率化を実現し、急増する「コンテンツの二次利用」のニーズに応えていく観点から、映像実演の権利者団体（※）が放送コンテンツのインターネット配信を含む、映像コンテンツの二次利用に係る業務を共同化。
  ※　一般社団法人 日本音楽事業者協会、公益社団法人 日本芸能実演家団体協議会、一般社団法人 日本音楽制作者連盟、一般社団法人 映像実演権利者合同機構、一般社団法人 演奏家権利処理合同機構 MPN
- 利用者である放送局などはaRmaに対して、個別に申請を行い、許諾を得ている状況。

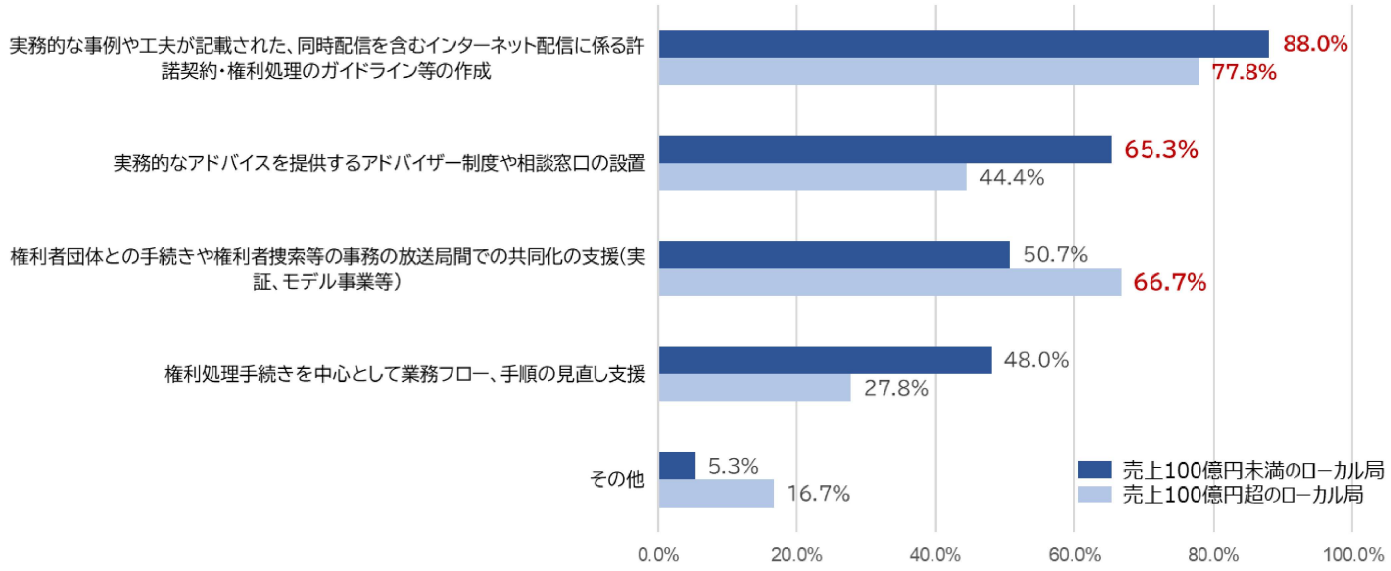


出典：aRmaウェブサイト（ https://www.arma.or.jp/）の情報を参考に事務局作成

権利処理の課題感

- 支援・施策へのニーズをローカル局の規模別でみた場合、ガイドライン等の作成については、規模に関わらず一定のニーズ。
- それに対し、放送局間での権利処理事務の共同化については、規模の大きい事業者からのニーズがより大きい。

放送事業者の規模別にみた場合の支援・施策へのニーズ



※アンケート回答のあった事業者を2022年の売上額100億円未満75社、100億円超18社に分け、それぞれの回答割合を算出した

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12－3　PwCコンサルティング合同会社資料

諸外国における日本コンテンツの違法配信

2. 日本のコンテンツを取り巻く現状

諸外国における日本コンテンツの違法配信

■ 2023年の映像コンテンツを扱う海賊版サイトへのアクセス数は、前年比約10％増の1410億件超であり、侵害されたコンテンツは映画とテレビ番組が65％、25％がアニメ、約9％がスポーツ中継であると推計されている。※

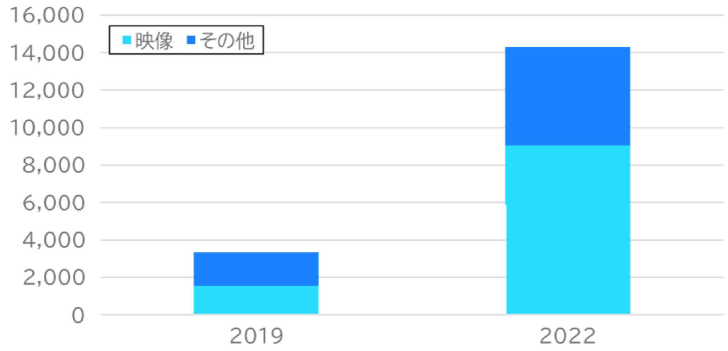
※MUSO "Unlicensed Audience Data: A Multi-Billion Dollar Opportunity for the Entertainment Industry" https://www.muso.com/magazine/kearney-report-blog

■ 2022年のオンライン上で消費されている日本コンテンツの海賊版の被害額は、約1兆9,500億円～2兆2,020億円であると推計されている。うち、放送コンテンツを含む「映像」の被害額は、約9,065億円～1兆4,297億円と推計されている。※

※一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構（CODA）「令和4年度 海賊版被害額調査事業最終報告書」（2023年3月）

■ また、無断で日本のコンテンツを流通させている違法の可能性が極めて高い有料配信サービスも展開されている。

日本コンテンツの海賊版被害額



出所 一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構（CODA）資料をもとに三菱総合研究所作成

海外OTTサービス担当者へのヒアリングメモ（抜粋）

- 日本や韓国のドラマは海賊版が出回ることがある。**海賊版による被害（機会損失）を防ぐため、海外から調達する際は現地での放送や配信と同時に自国でも配信ができることを重視**している。
- 韓国のコンテンツは韓国での放送・配信とほぼ同時に配信できるケースが多い。韓国での放送が11時に終わると、終了と同時に配信できるイメージである。
- 日本の場合では、日本で夜放送されたものが次の日の朝に配信できるイメージである。

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14回）資料14－1　三菱総合研究所資料

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）

- 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（ID登録には受信契約が必要）			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

放送コンテンツのインターネット配信の推進の在り方

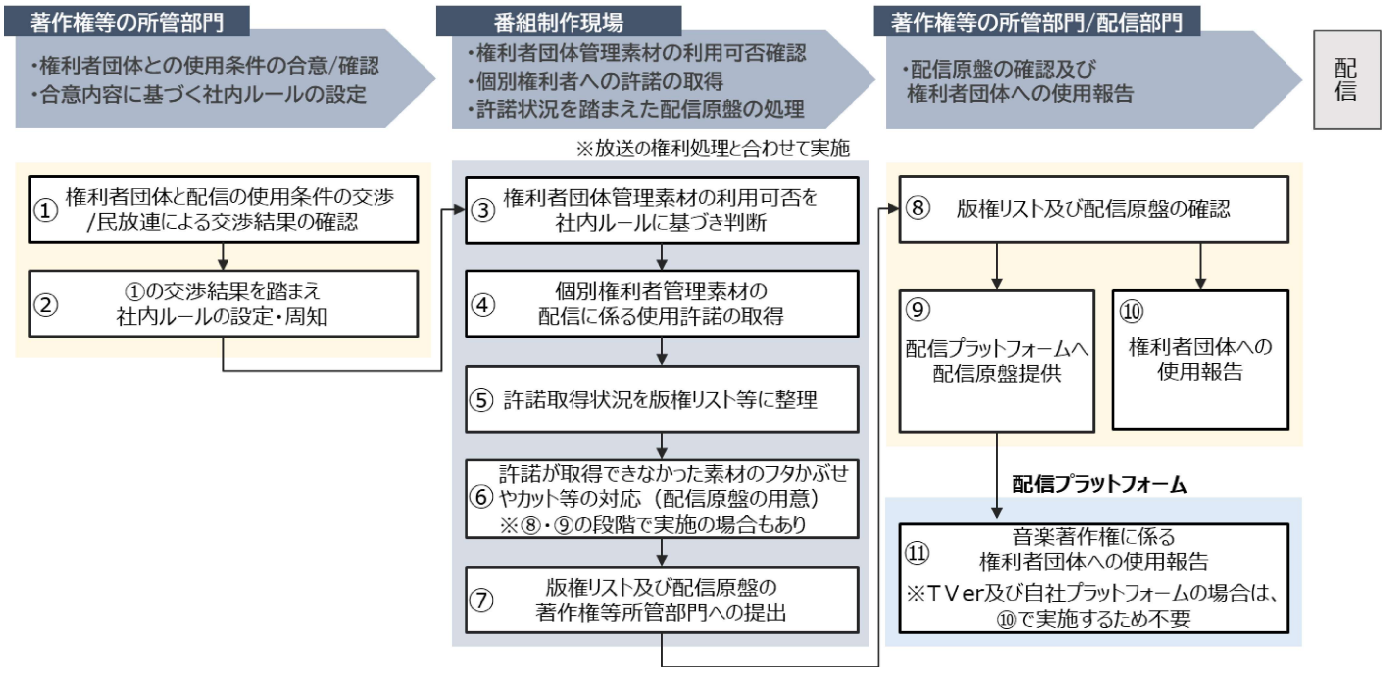
権利処理の円滑化

権利処理作業の全体イメージ（再掲）

44

- 放送コンテンツの配信に係る権利処理手続きの全体イメージは以下のとおり。
- 著作物・隣接著作権の種類により詳細な流れは異なるが、配信の可否確認・使用許諾取得、版権リスト(権利処理表)の作成、フタかぶせ等の配信用の編集、権利者団体や配信PFへの報告・共有が主な工程となっている。

インターネット配信までの権利処理等作業の概要（例）



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12－３　PwCコンサルティング合同会社資料

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）

- 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）

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）

- 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、「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、何をすればいいか分からないこと」、「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」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】

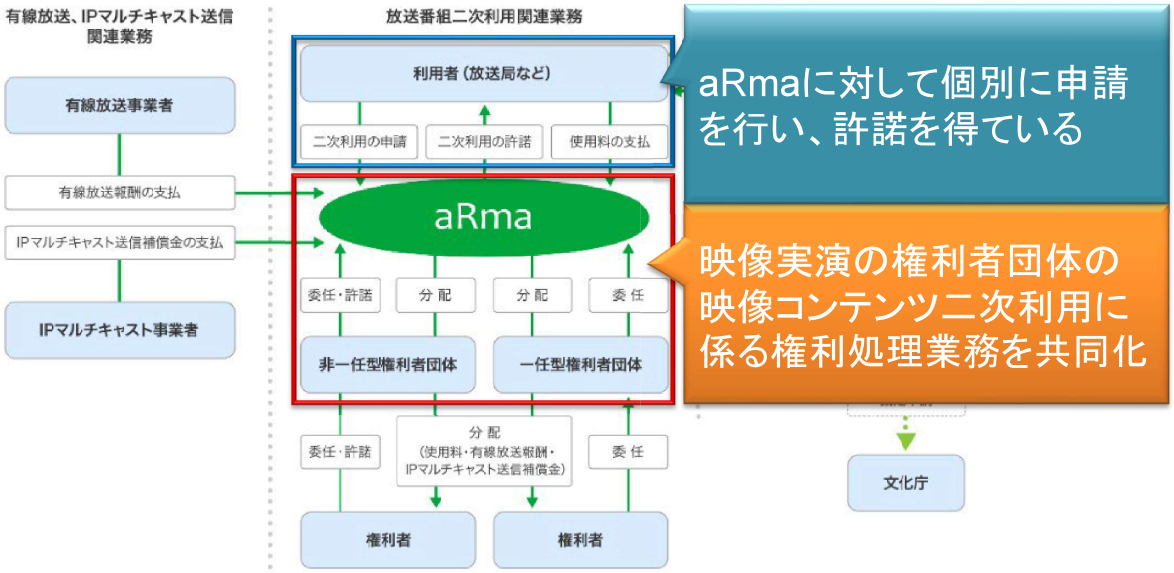
※　民間地上基幹放送事業者（テレビジョン放送）のうち、在京キー局５社を除く122社を対象にアンケートを実施（令和5年11月1日 ～ 11月30日）

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、何をすればいいか分からないこと	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分からないなど、ビジネスモデルとして成り立つか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

放送コンテンツのインターネット配信に関する権利処理（映像実演の例）（再掲）

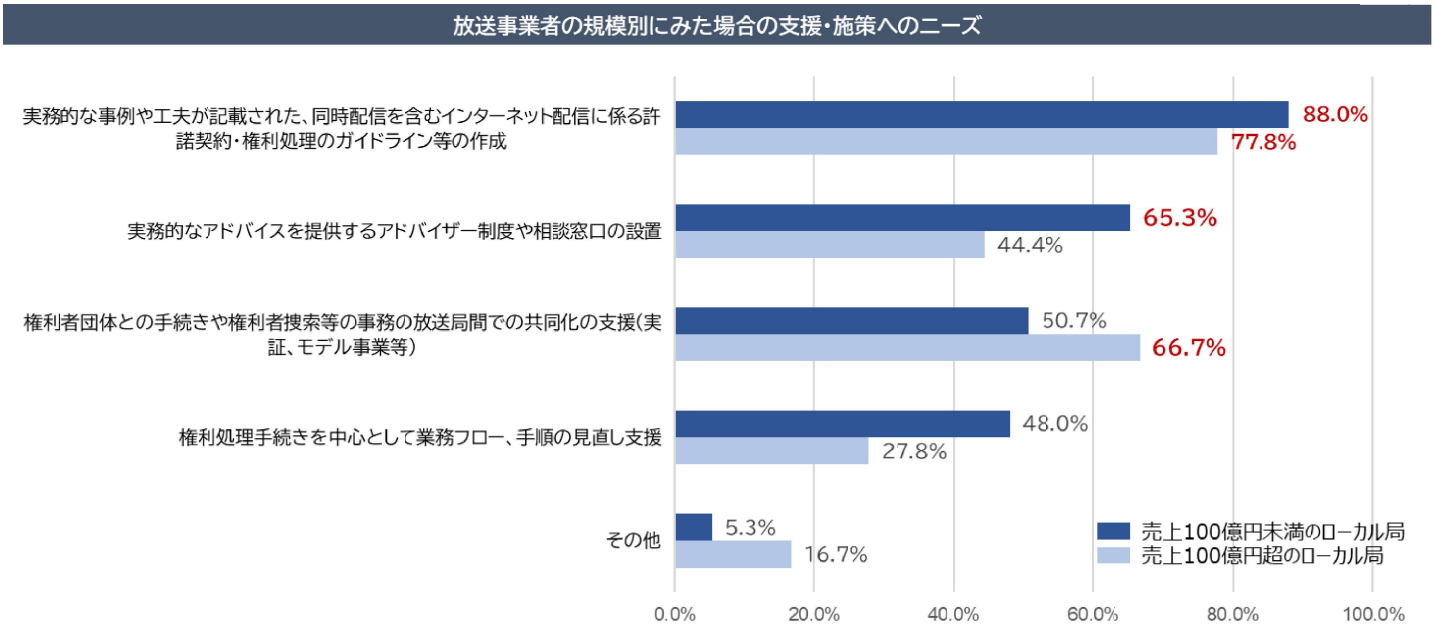
- （一社）映像コンテンツ権利処理機構（aRma）は、権利処理の効率化を実現し、急増する「コンテンツの二次利用」のニーズに応えていく観点から、映像実演の権利者団体（※）が**放送コンテンツのインターネット配信を含む、映像コンテンツの二次利用に係る業務を共同化**。
  ※　一般社団法人 日本音楽事業者協会、公益社団法人 日本芸能実演家団体協議会、一般社団法人 日本音楽制作者連盟、一般社団法人 映像実演権利者合同機構、一般社団法人 演奏家権利処理合同機構 MPN
- 利用者である**放送局**などはaRmaに対して、**個別に申請を行い、許諾を得ている**状況。



出典：aRmaウェブサイト（ https://www.arma.or.jp/）の情報を参考に事務局作成

権利処理の課題感（再掲）

- 支援・施策へのニーズをローカル局の規模別でみた場合、ガイドライン等の作成については、規模に関わらず一定のニーズ。
- それに対し、放送局間での権利処理事務の共同化については、規模の大きい事業者からのニーズがより大きい。



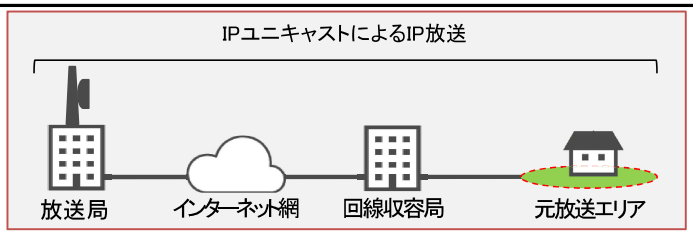
※アンケート回答のあった事業者を2022年の売上額100億円未満75社、100億円超18社に分け、それぞれの回答割合を算出した

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12－3　PwCコンサルティング合同会社資料

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

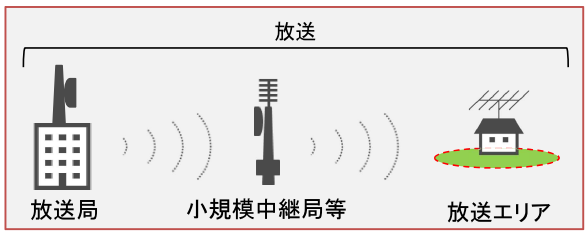
- 小規模中継局等のIPユニキャスト方式による代替に係る全体構成・アーキテクチャのイメージは以下のとおり。

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

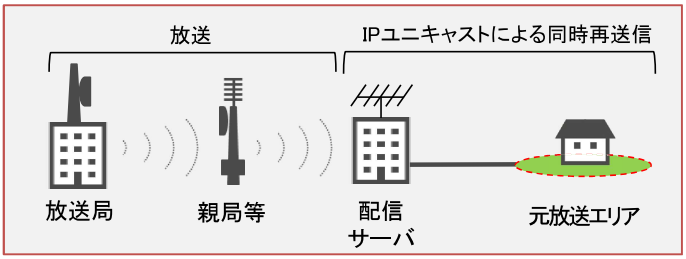


※放送コンテンツの録画に代替する機能として、放送コンテンツの暗号化等含めた技術的措置、見逃し配信機能又は回数が限定されたファイルダウンロード機能等を想定

代替前：既存の電波による放送



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

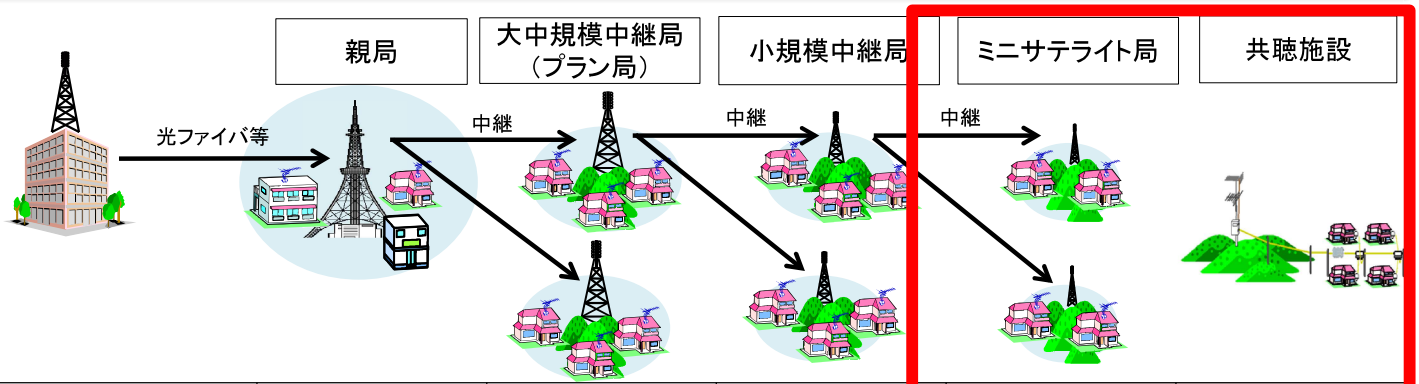


※放送コンテンツの録画に代替する機能として、放送コンテンツの暗号化等含めた技術的措置、見逃し配信機能又は回数が限定されたファイルダウンロード機能等を想定

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

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

- 地上テレビジョンの放送ネットワークインフラにおける受信の形態は、放送波の送信を行う基幹放送局から直接受信するもの、直接受信した放送を再放送するネットワーク（ケーブルテレビ施設、共聴施設）から受信するものがある。
- 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。



	親局	大中規模中継局（プラン局）	小規模中継局	ミニサテライト局	共聴施設
全国局数	約200局	約1,400局	約7,300局	約3,300局	約15,000施設※2（NHK共聴＋自主共聴） 約90施設※3（自治体ケーブル）
うち、NHK分（総合＋教育）	45局	472局	2,699局	1,183局	約5,300施設（NHK共聴）

注 2021年10月時点（局数は、免許数でカウント）

※2 有線電気通信法に基づく届出数から推定。

※3 地域情報通信基盤整備推進交付金（ICT交付金）を活用して地デジ難視聴対策を実施した自治体運営のもの。

【基幹放送局の分類】

○親局： 放送対象地域ごとの放送系のうち最も中心的な機能を果たす基幹放送局であって、基幹放送用周波数使用計画の表（注：第5表）に掲げる親局（放送法施行規則第103条第1号）。

○プラン局： 親局以外の基幹放送局のうち、基幹放送用周波数使用計画の表（注：第5表）に掲げる中継局（放送法施行規則第103条第2号）。

○その他の中継局： 親局及びプラン局以外の基幹放送局（放送法施行規則第103条第3号）。「空中線電力が小さく、又はその周波数の使用状況からみてあらかじめ特定の周波数を定めておくことが適当でない次に掲げる中継局」として、「テレビジョン放送（地上系）を行う3W以下の中継局」が規定（基幹放送用周波数使用計画 第1総則 4（5））。

○ミニサテライト局： 「その他の中継局」のうち、空中線電力0.05W以下のもの（無線設備規則第十四条第二項及び別表第一号注二十一ただし書の規定に基づく総務大臣が別に告示する地上基幹放送局の送信設備及びその技術的条件）。

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

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

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13－2 事務局資料

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

- 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）】

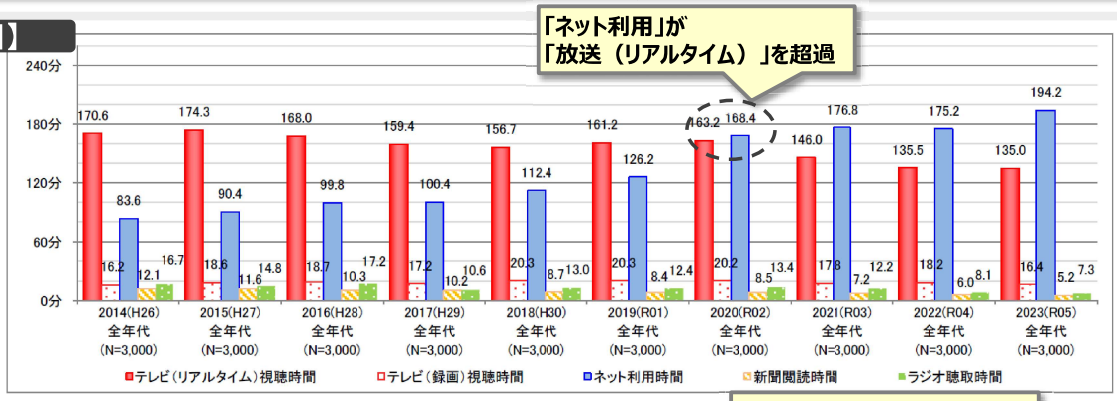
出典：「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」（第13回）資料13－2 事務局資料

動画配信プラットフォームの在り方

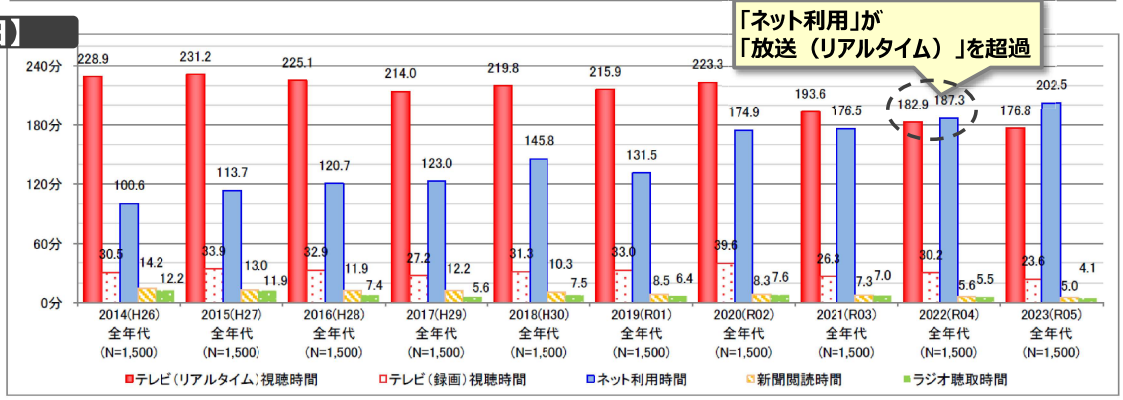
インターネット利用の伸長（再掲）

- 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。以降差が拡大。
- 休日1日の平均利用時間についても令和4年度同様に超過。令和5年度は差が拡大。

【平日】



【休日】



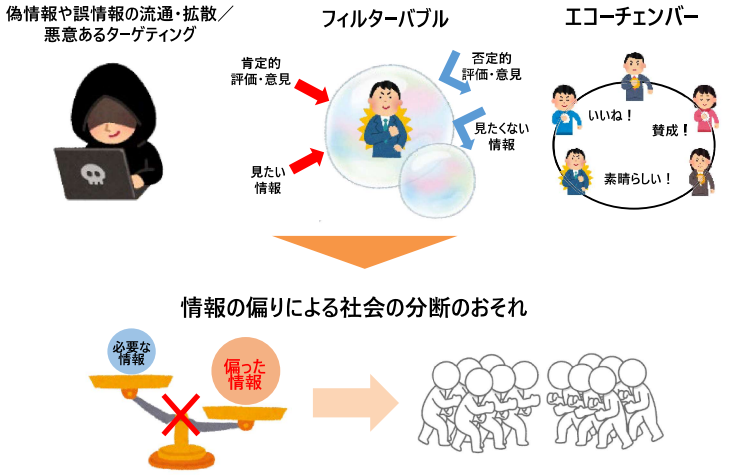
出典：総務省 情報通信政策研究所　令和５年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 報告書（2024年6月）

インターネット空間における社会問題と放送の役割

55

- **インターネット空間**では、人々の関心や注目の獲得が経済的な価値を持つ「アテンションエコノミー」が形成。アテンションの獲得のための偽情報や誤情報の流通・拡散、レコメンド等によるフィルターバブル、エコーチェンバーや悪意あるターゲティングといった問題が国内外で顕在化することで、**情報の偏りによる社会の分断を発生させるおそれ**。
- **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**は、情報空間全体におけるインフォーメーション・ヘルス（情報的健康）の確保の点で、むしろ**デジタル時代においてこそ、その役割に対する期待が増している**と言える。

＜インターネット空間＞
「アテンションエコノミー」が形成



放送が果たしてきた役割

○ 放送は、これまで、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ながら、健全な民主主義の発達に貢献。

放送が果たしていく役割

○ 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・ヘルスの確保の点で、むしろこのデジタル時代においてこそ、その役割に対する期待が増している。

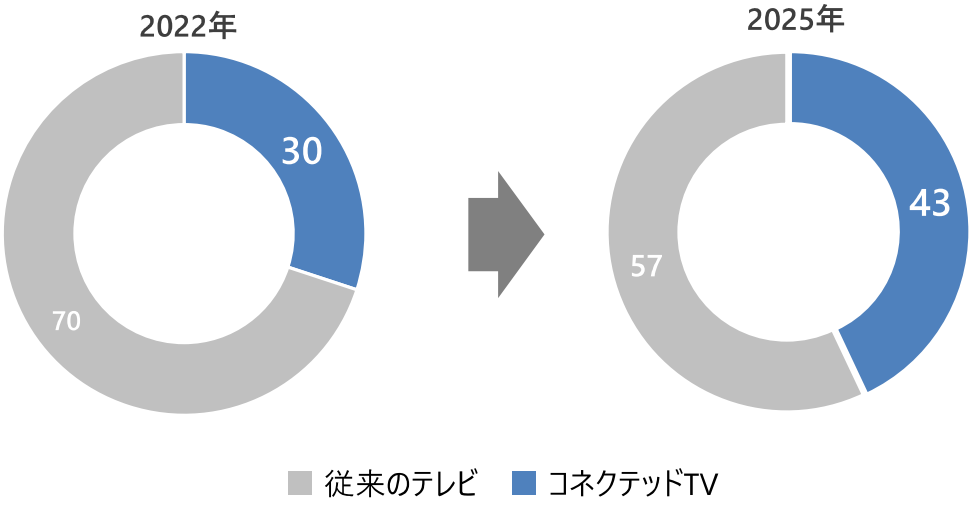
出典：「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」（第15回）資料15－2 事務局資料

コネクテッドTVの普及状況

56

- ネットに接続して動画配信を利用可能な「コネクテッドTV（CTV）」が、2025年には4割超。

※ 全テレビ受信機の中のCTVの割合



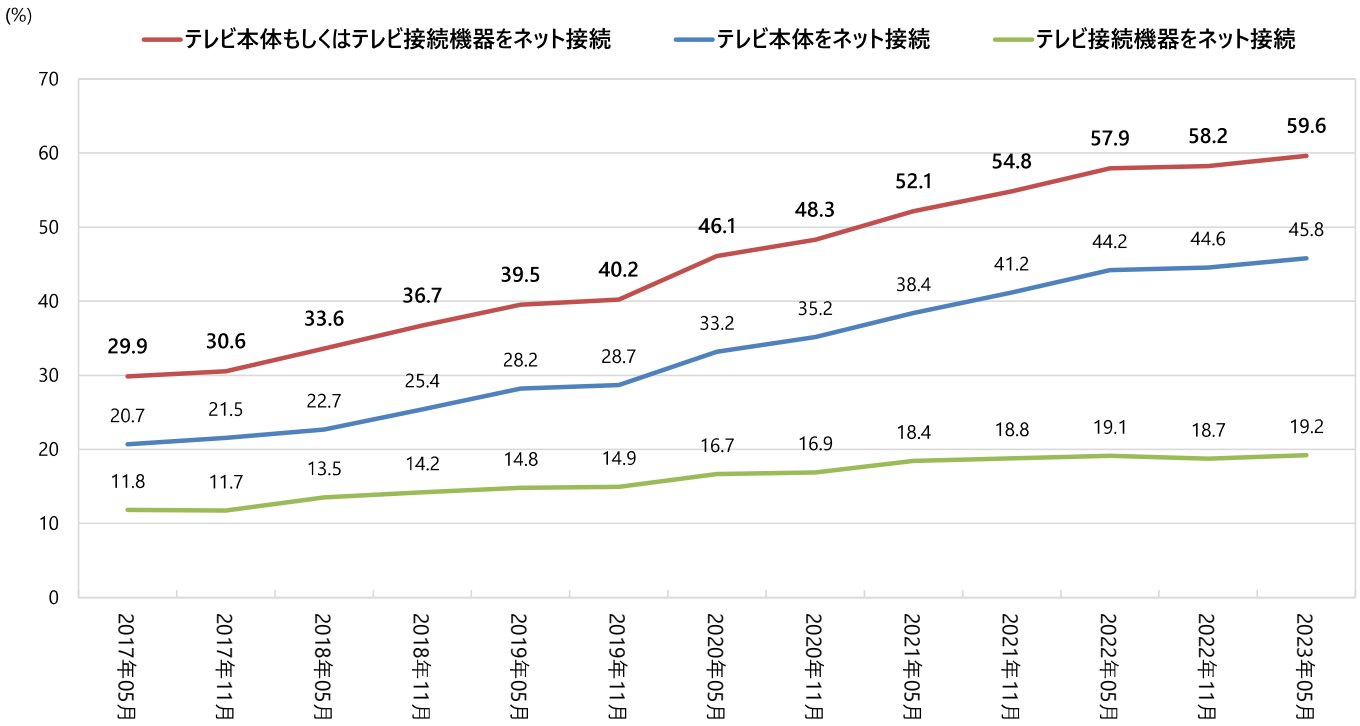
出典：インテージ コネクテッドテレビ動向調査（2022年5月）
スマートテレビ母集団調査(定量調査)、2022年4月、n=6,909(男女15-79歳)

※ ネット結線不明(全テレビ端末の15%)端末は非結線としてみなして算出
※ 過去トレンドの変化が継続することを想定して2025年の予測値を算出

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

テレビ受信機のネット接続率の推移（関東）（再掲）

- テレビ受信機本体もしくはテレビ接続機器をネットに接続する比率は59.6%。

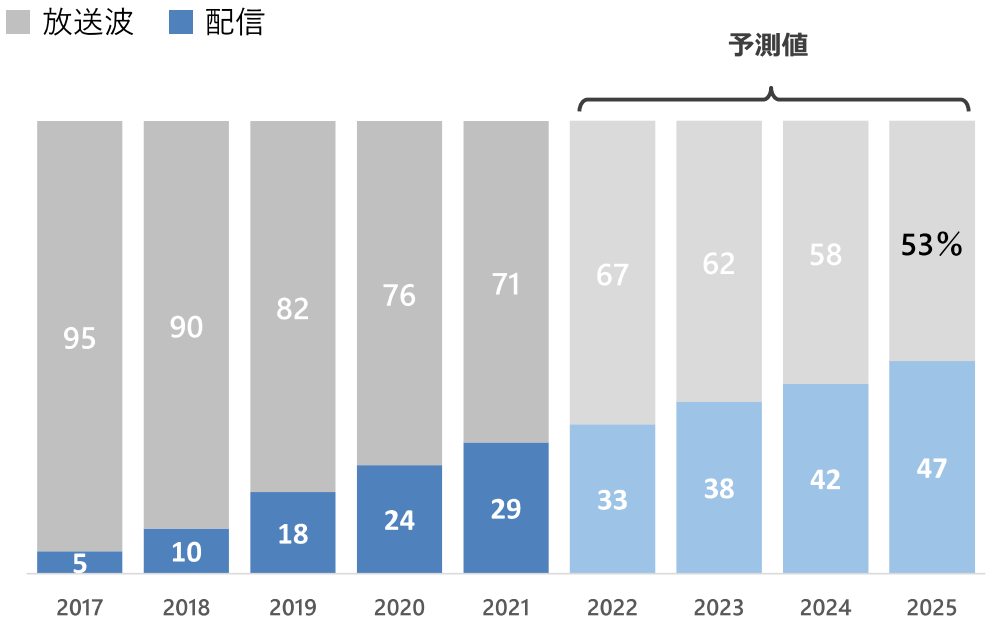


出典：電通「d-campX 調査」2023年度上期（関東）
＊2023年5月：全体n=4,987（「無回答」を除く）

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

コネクテッドTVにおける放送波の利用率

- コネクテッドTVにおける「放送波」の視聴時間は2025年には全体の5割程度となる見込み。



出典：インテージ コネクテッドテレビ動向調査（2022年5月）
インテージ、Media Gauge TV、n=約150万台(2021年12月時点)(各月に放送もしくは配信が15秒以上視聴された端末)

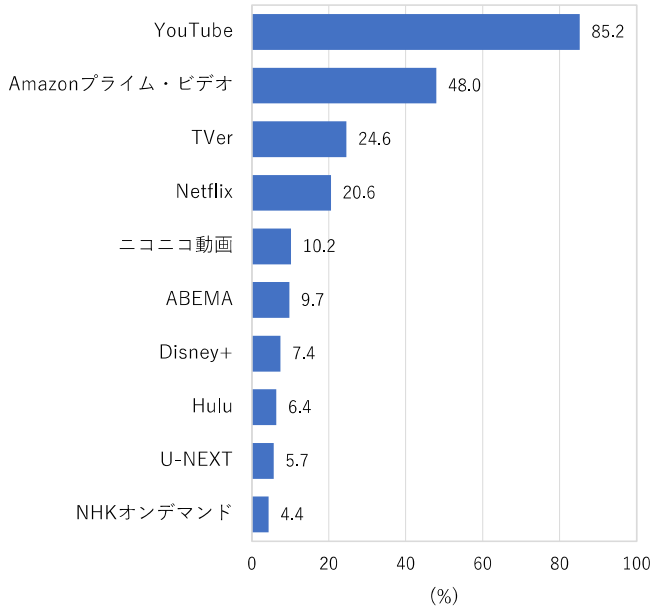
※ タイムシフト視聴，HDMI接続の外部機器(ストリーミングデバイス，ゲーム機等)などは除外し、放送のリアルタイム視聴と配信のみを対象とした
※ 過去トレンドの変化が継続することを想定して2022年以降の予測値を算出

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

動画配信サービスの利用状況

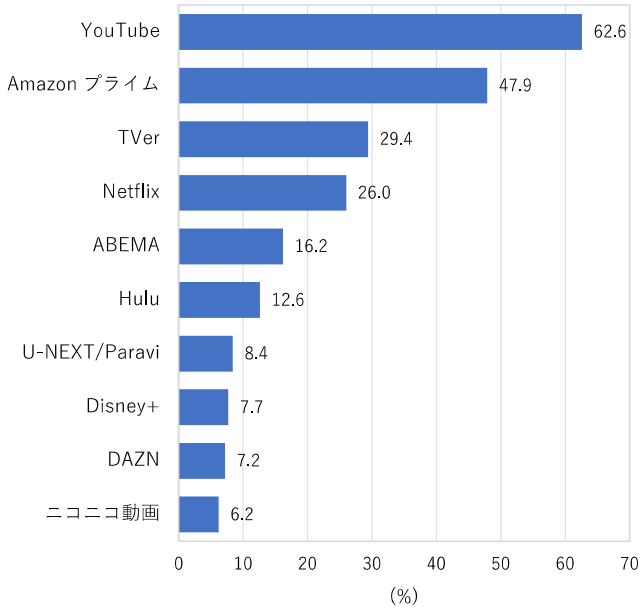
- 放送事業者の配信サービスは、海外事業者に比して利用率が低い傾向。

動画サービス利用率（デバイスを問わない3か月間の利用有無）



出典：電通「d-campX 調査」2023年度上期（関東）
＊2023年5月：全体n=4,978（「非該当」「無回答」を除く）

コネクテッドTVで利用するネット動画サービス



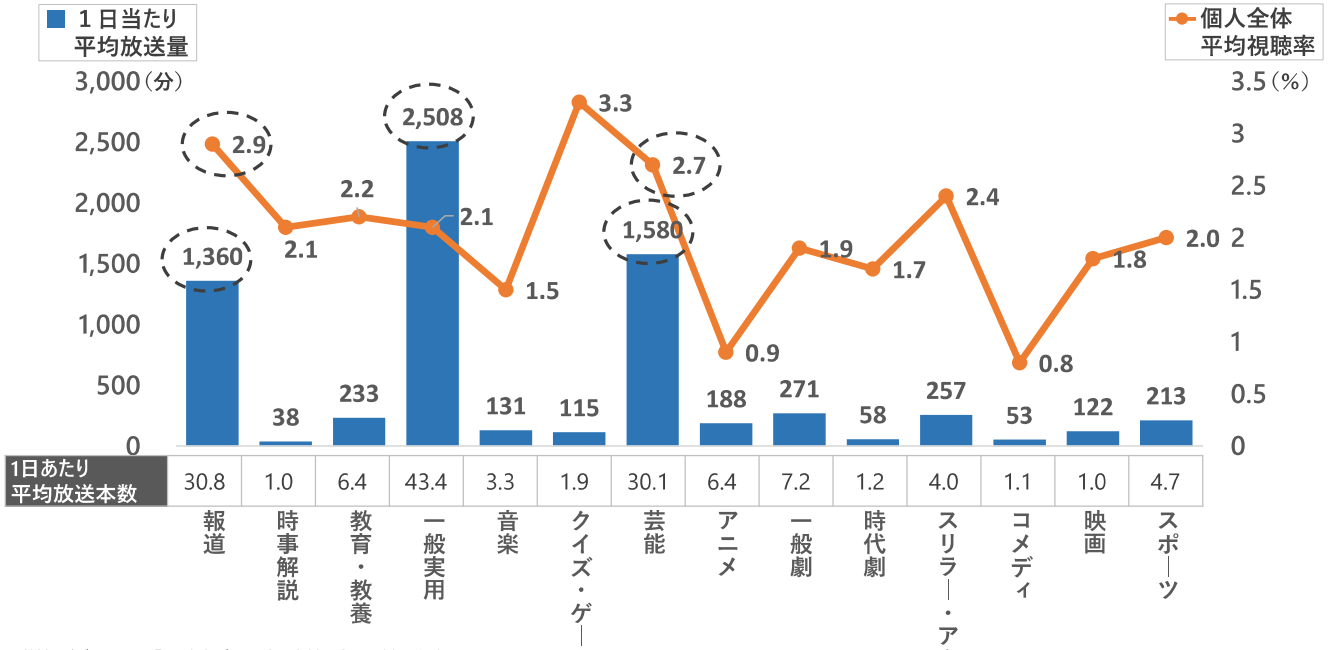
出典：電通メディアイノベーションラボ「第5回 テレビ受像機でのネット動画視聴調査」（2023年7月）
＊回答者：過去1か月以内にテレビ受像機でネット動画サービスを利用（n=1,521）
＊複数回答

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

テレビ受信機で視聴する「放送」のジャンル

- 放送のジャンル別「平均視聴率」ならびに「平均放送量」は、「報道」、「一般実用」、「芸能」が高い傾向。

ジャンル別 個人全体平均視聴率と平均放送量（2022年 / 関東地区）



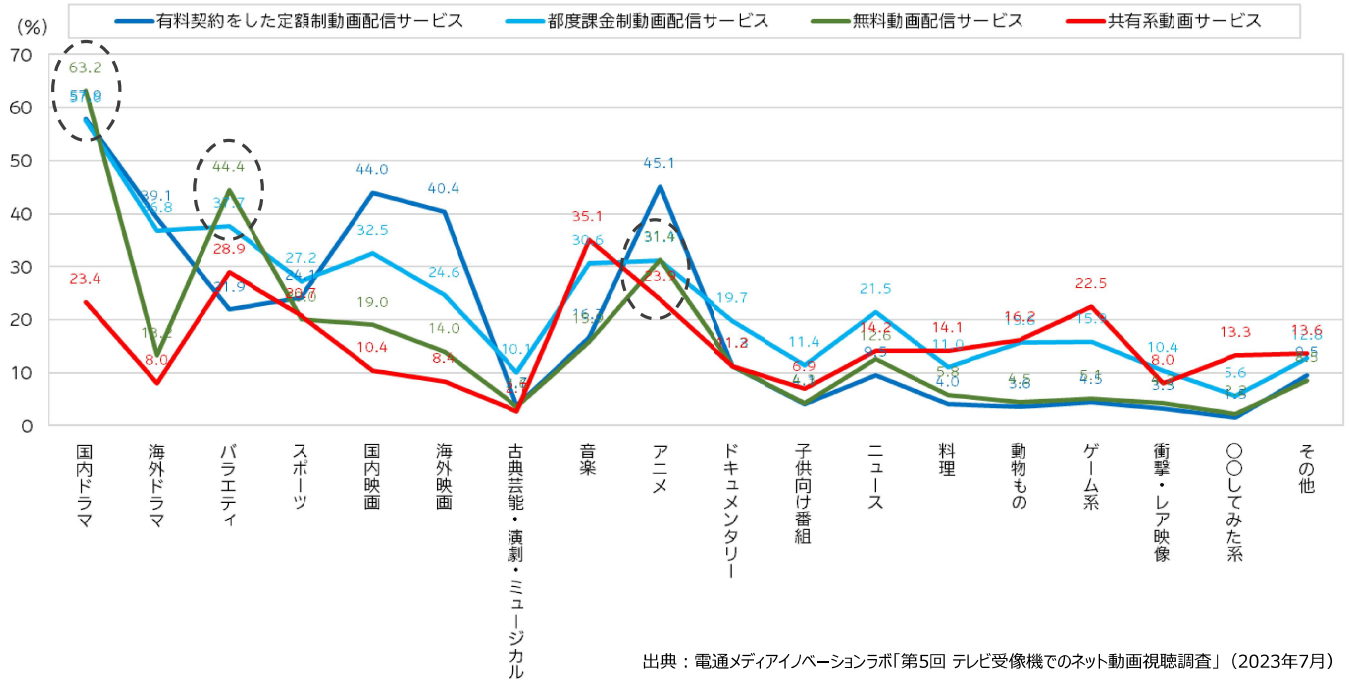
出典：（株）ビデオリサーチ『視聴率データ（関東地区）』を基に作成
※ 2022年に放送されたEテレを除く関東地区の地上波（NHK総合、日本テレビ、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビ）の放送分数15分以上のレギュラー番組を対象。
※ 株式会社ビデオリサーチ「視聴率データ（2022年/関東地区）」を基に作成。
※ 「一般実用」には、ワイドショー、料理番組、趣味（スポーツ以外）、児童教育等が含まれる。ジャンルはビデオリサーチが定めた番組分類。

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

テレビ受信機で視聴する「ネット動画」のジャンル（サービス類型別）

61

- 各動画配信サービスの特徴ごとに、視聴されるジャンルにばらつきがあるが、国内ドラマ、バラエティ、アニメは、他のジャンルに比べ視聴が多い傾向。



出典：電通メディアイノベーションラボ「第5回 テレビ受像機でのネット動画視聴調査」（2023年7月）

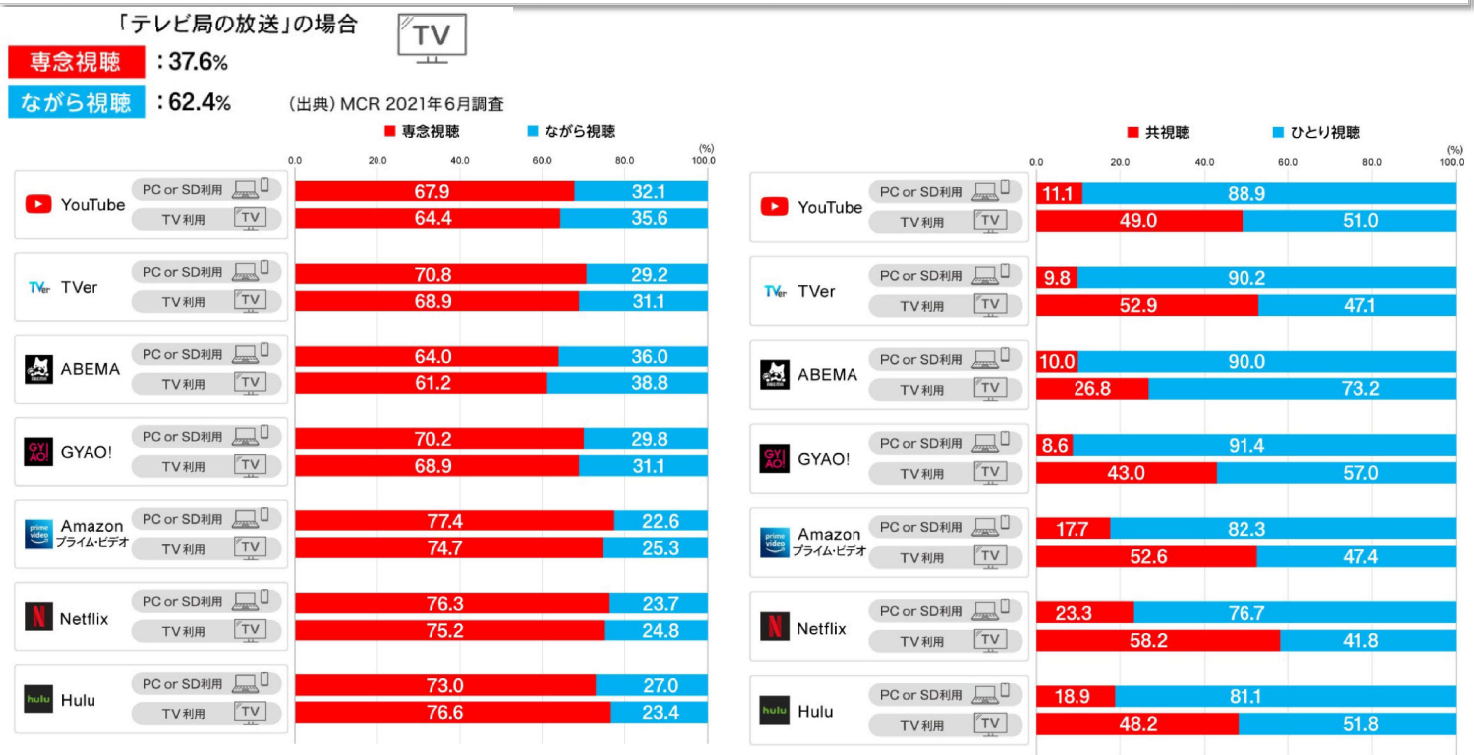
※ 回答者：過去1か月以内にテレビ受像機でネット動画サービスを利用
有料契約をした定額制動画配信サービス（n=936）、都度課金制動画配信サービス（n=92）、
無料動画配信サービス(n=478)、共有系動画サービス(n=911)
※ 複数回答

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

専念視聴/ながら視聴　共視聴/ひとり視聴

62

- 「放送」は「ながら視聴」が6割だが、「動画配信」はデバイスに関わらず「専念視聴」が7割程度。「放送」は受動的な視聴、「動画配信」は能動的な視聴であることがうかがえる。
- 「テレビデバイス」は「共視聴」が5割程度だが、「PC/スマホ等」は「ひとり視聴」が1～2割程度。



出典：電通報　2022年1月「テレビの役割に変化！？「コネクテッドTV」の利用実態に迫る」 https://dentsu-ho.com/articles/8033

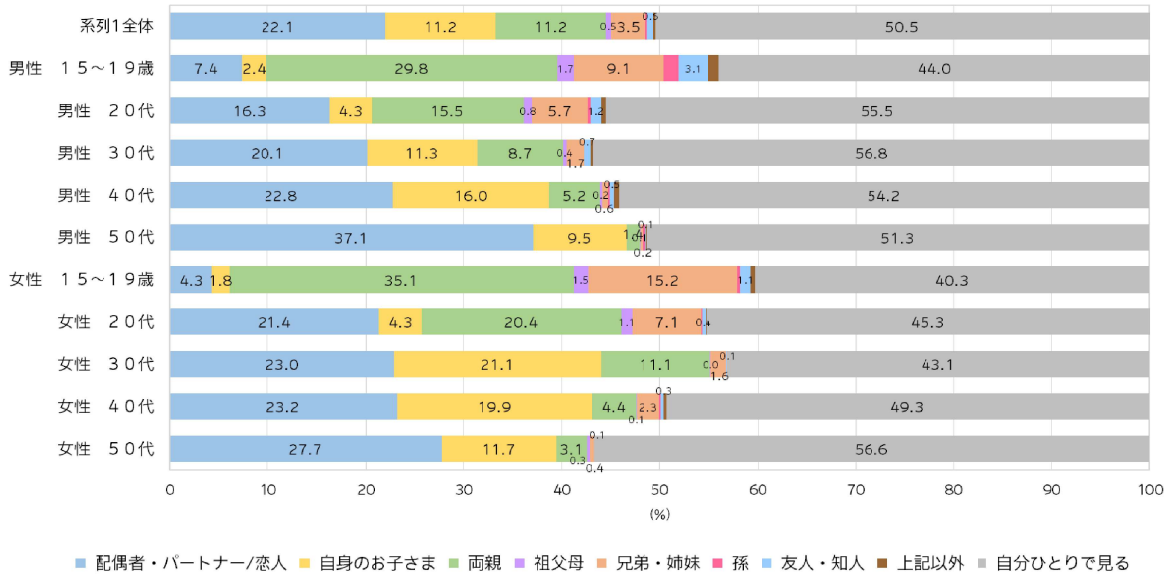
出典：「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」（第10回）資料10－2 事務局資料

CTVでネット動画を一緒に視聴する相手

- コネクテッドTVにおいて、「ネット動画」を一緒に見る相手として、いずれの年代・性別においても、半数程度は家族と視聴していることがうかがえる。

✓ 普段、ご自宅でネット動画サービスの動画をテレビ受像機でご覧になる際、誰と一緒に動画を見ることが多いですか。視聴場面を想定し、合計して100になるようにそれぞれの比率をお答えください。（例：10回中4回は配偶者と、4回は友人と、2回はひとりで見る場合→それぞれ40／40／20と入力）
※ ネット動画サービスとは、定額制動画配信サービス、都度課金制動画配信サービス、無料動画配信サービス、共有系動画サービスを指します。

テレビでネット動画を一緒に見る相手（割合平均 *全体が100になるように回答）



出典：電通メディアイノベーションラボ「第5回 テレビ受像機でのネット動画視聴調査」（2023年7月）
回答者：過去1か月以内にテレビ受像機でネット動画サービスを利用（n=1,521）

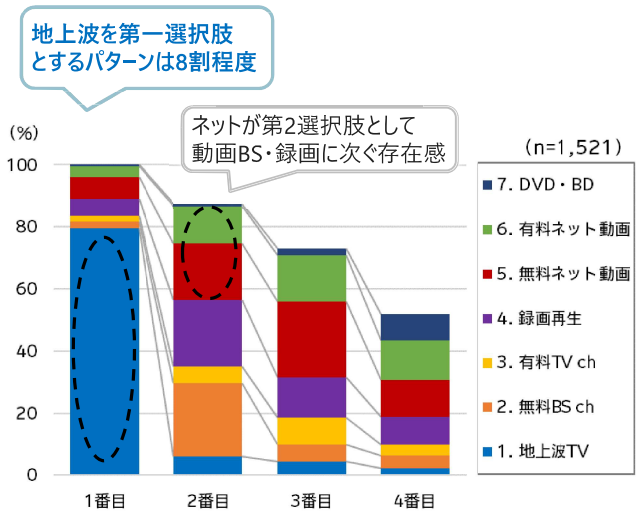
出典：「放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ」（第10回）資料10－2 事務局資料

視聴ジャーニー

- テレビデバイスにおいて、「見たいものを決める」までに遷移するチャンネルや配信サービスの検索順番について、以下の点がうかがえる。
  - ✓「動画視聴実施者」の多くは、第一の選択肢として「地上波」を視聴。
  - ✓ 第二の選択肢として「ネット動画（有料/無料）」が「無料BS」・「録画再生」に次ぐ存在感。

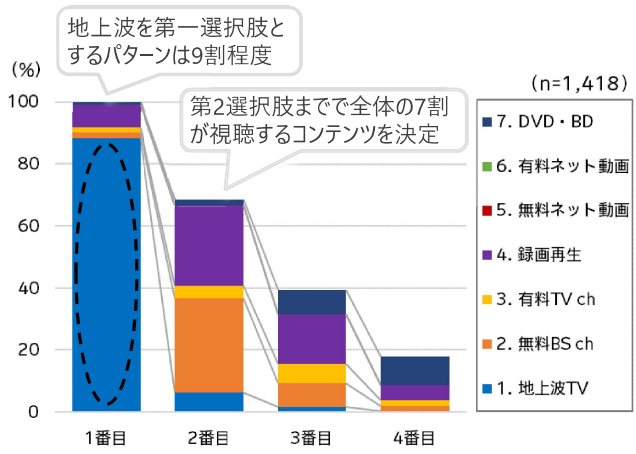
動画視聴 実施者

＊動画視聴実施者＝過去1か月以内にテレビ受像機でネット動画サービスを利用



動画視聴 非実施者

＊動画視聴非実施者＝テレビ受像機はネット接続しているが、ネット動画サービスを非利用



出典：電通メディアイノベーションラボ「第5回 テレビ受像機でのネット動画視聴調査」（2023年7月）

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

各国プロミネンス制度の概要（１／２）

	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、民主的意思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※5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 ※5: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※4」の製造事業者又は製造事業者の関連団体 ※4:「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※6」のユーザーインターフェースのプロバイダー※7 ※6:「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 ※7: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	テレビ受信機等の製造事業者	テレビ受信機等上のプラットフォーム事業者

※イギリス、オーストラリアは審議中の法案を元に作成

各国プロミネンス制度の概要（２／２）

	イギリス	オーストラリア	ドイツ
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※8及び放送 ※8: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※11」 ※11: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※9」や「協定の目的に関する指針※10」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 ※9:「規制テレビジョン選択サービス」事業者が、利用者に対し「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 ※10:「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※12」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 ※12: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しなければならない ・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、ユーザインタ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	

※イギリス、オーストラリアは審議中の法案を元に作成

イギリス「メディア法改正案」概要

法案の概要

- 審議中のメディア法案では、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
- 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

362AA 「インターネット番組サービス」の指定	● 「**指定インターネット番組サービス**（DIPS：designated internet programme service）」とは、BBCやBBC以外の公共サービス放送事業者(Public Service Broadcaster：S4C、ITV、C4C、Channel5）が提供するもので、PSBに課せられた任務（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）の履行に大きく貢献するものとして、Ofcomが指定するもの。
362AE 「テレビジョン選択サービス」の意味	● 「**テレビジョン選択サービス**」とは、インターネットを利用して提供され、「インターネットテレビジョン機器」に関連して提供されるサービス等であって、利用者が、これらのサービスやサービスによって提供される番組を選択・アクセスできるようにするもの。 ● 「**インターネットテレビジョン機器**」とは、DSIT大臣の制定した規則に定める機器または機器の組み合わせをいう。
362AF 「規制テレビジョン選択サービス」の意味	● 「**規制テレビジョン選択サービス**（RTSS：regulated television selection service）」とは、DSIT大臣が制定する規則により当分の間指定されるもの。但し、規則に定める数以上の英国の相当数の公衆に利用されていること。
362AI サービス一覧	● Ofcomは、「指定インターネット番組サービス」と、「規制テレビジョン選択サービス」及びその提供者の最新の一覧を作成・維持し、ウエブサイトに掲載しなければならない。
362AK マストキャリー義務	● 規制テレビジョン選択サービスの提供者は、「指定インターネット番組サービス」を「規制テレビジョン選択サービス」に含めるため、指定インターネット番組サービスの提供者と協定を締結し、維持しなければならない。
362AL 協定の目的に関する指針	● Ofcomは、指定インターネット番組サービスの提供者及び規制テレビジョン選択サービスの提供者が、「**協定の目的に従ってどのように行動するかについての指針**」を作成し、公表しなければならない。Ofcomは、指針を作成する前に、DSIT大臣およびその他の適当と考える者と協議しなければならない。
362AM 「協定の目的」の意味	● 「協定の目的」は、「指定インターネット番組サービス」が、「規制テレビジョン選択サービス」の中で適切な程度の顕著性を与えられること。協定は、利用者がインターネット番組サービスや番組を選択する方法において、規制テレビジョン選択サービスの提供者が、革新をなし得る方法を不当に制限しないこと。
362AO 「規制テレビジョン選択サービス」に関する義務	● **規制テレビジョン選択サービスの提供者は、そのサービスに含まれる「指定インターネット番組サービス」それぞれに適切な程度の顕著性を与えなければならない**。但し、英国のすべての地域との関係において、「指定インターネット番組サービス」が目立つように、また同じ程度目立つようにすることを要求するものではない。
362AP 「実施規範」	● Ofcomは、規制テレビジョン選択サービスの提供者が、362AOの義務を履行するために、**利用者に対し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した「実施規範」**を発行しなければならない。
362AR 「実施規範」の発行	● Ofcomは、実施規範を発行する前に、**規範の草案を公表しなければならない**。草案について、DSIT大臣、公共サービス放送事業者、規制されるテレビジョン選択サービスを代表する者等と協議しなければならない。

※ 表は、審議中の「メディア法案（パート2:テレビジョン選択サービスにおける顕著性）」における主要な条文を事務局にて意訳したもの

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

オーストラリア「通信法改正案」目的・背景

目的・背景

- 2022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
- プロミネンスフレームワークは、**コネクテッドTV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
- 提案書に対する意見募集を経て、2023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、現在審議中

出典：豪州議会　<https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Bills_Legislation/Bills_Search_Results/Result?bId=r7132>

法案の概要

- 法案では、「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

130ZZF この章の概要	● この章は、特定の放送サービスおよびビデオオンデマンド放送サービス(規制テレビサービスと呼ばれる)のアクセシビリティおよび顕著な表示を、テレビ視聴用に設計された装置(規制テレビ装置と呼ばれる)上で規制するための枠組みを設定する。 A) 当該装置が規制テレビサービスに関する**最低限の顕著性要件に適合していない場合は、オーストラリアで当該装置を供給してはならない。** B) 当該装置が供給された後も*これら*の要件に適合し続けることを保証しなければならない。 C) これらの**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。** D) 規制テレビサービスにより提供される視聴覚コンテンツが改変され又は妨害されないことを確保するために合理的な措置をとらなければならない。この規則には例外がある。 ● これらの規則に**違反した者は民事罰を科される可能性**がある。 ● 規制テレビサービスには、国営テレビ放送サービス、商業テレビ放送サービス、コミュニティテレビ放送サービス、および一般に無料で提供される特定のビデオオンデマンド放送サービスが含まれる。規制は、規制されたテレビサービスのための**最低限の顕著性要件を規定してもよい**。
130ZZG 目的	● 本章の目的は、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**である。 A) 公開討論および民主的意思決定に関連する問題または出来事をオーストラリア国民に知らせることによって、オーストラリアの代表民主主義を支援すること。 B) オーストラリア全土の視聴者が、地方、地域、全国レベルで**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。** C) エスニック、アボリジニ、トレス海峡諸島民のコミュニティを含む、**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に貢献**する。
130ZZI 規制テレビ装置	● 「**規制テレビ装置**」とは、インターネットに接続し、VODの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をいう。
130ZZJ 規制テレビサービス	● 「**規制テレビサービス**」とは、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放送サービスやVODサービスをいう。
130ZZL 主要ユーザーインタフェース	● 「**主要ユーザーインターフェース**」とは、装置のホーム画面またはメイン画面や、放送用VOD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 ● 規制されたテレビ装置の主要ユーザーインターフェースには、その装置の補助的なハードウェアまたは装置は含まれない
130ZZN 最低限の顕著性要件への適合	● 「規制テレビ装置」は、**最低限の顕著性要件に適合しなければならない**。当該装置が、規制対象テレビサービス事業者によって提供される規制テレビサービスの最低限の顕著性要件に**適合していない場合、規制テレビ装置を供給してはならない**

※表は、審議中の通信法改正案(第9E章:プロミネンスフレームワーク）における主要な条文を事務局にて意訳したもの

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

オーストラリア「プロミネンス規則案」概要

- 2024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

出典：豪州政府・DITRDCA（インフラ・運輸・地方開発・通信・芸術省）
<https://minister.infrastructure.gov.au/rowland/media-release/exposure-draft-prominence-regulations-released>

規則案の概要

- 規則案は、「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**を最低限の顕著性要件として定めている

5 本章の目的	● 本章は、(a)法第130ZZO条（※規則による最低限の顕著性要件の規定）を目的として作成される。(b)規制テレビ装置が適合しなければならない最低限の目立つ要件を規定する。 　● 注1：法第130ZZN条(1)および(2)に基づき、**規制テレビ装置の製造事業者**または製造事業者の関連団体は、以下の場合、民事罰の責任を負う可能性がある 　　● (a) 当該装置を供給し、当該装置が本章に規定される最低限の顕著性要件に適合しない場合。 　　● (b) 当該装置が供給された後も引き続き当該要件に適合することを確保するための合理的な手段を講じない場合。
6 最低限の顕著性要件	● 規制テレビ装置(以下、装置)は、規制テレビサービスであるビデオオンデマンド放送サービス(a broadcasting video on demand service以下、当該アプリ)等に関し、以下の要件に従わなければならない 　● (a)当該アプリが、装置に**予めインストールされている**か、ネット接続時にインストールされること 　● (b)当該アプリは、**放送事業者等により、更新が可能**であること 　● (c)当該アプリは、**装置の主要ユーザーインターフェース上に表示**されなければならない 　● (d)当該アプリは、**他のアプリと同様のサイズおよび形状**でなければならない 　● (e)当該アプリは、**主要ユーザーインターフェース上の他のアプリと同一の領域に配置**されなければならない
7特定の機器に関する最低限の顕著性要件の追加	● (1)本条は、規制テレビ装置に関し、その装置が以下の規制テレビサービスであるリニアテレビジョン放送サービス(linear television broadcasting services 以下、当該サービス)を受信できる場合に適用される ● (2)リニアテレビジョン放送サービス(以下、当該サービス)に関する特定の装置に対する追加的な最低限の顕著性要件 　● (b)当該サービスは、**論理チャネル番号を使用して、装置上で識別され、アクセス可能でなければならない** 　● (c)ユーザーは、単一のアイコンまたは視覚的表現を選択することにより、装置上の当該各サービスにアクセスできなければならない 　● (e)単一のアイコンまたは視覚的表現は、主要ユーザーインターフェースの他のアプリと同様のサイズおよび形状でなければならない ● (3)装置上に電子番組ガイド(以下、番組表)がある場合、以下の要件に従わなければならない 　● (a)**装置において、番組表に容易にアクセス可能であること** 　● (c)当該サービスは、チャンネル番号で、番組表上で識別されなければならない 　● (d)番組表で番組を選択することで当該サービスの番組を視聴できなければならない

※表は、プロミネンス規則案における主要な条文を事務局にて意訳したもの

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

ドイツ「プロミネンス関連規定」の目的・背景・概要

目的・背景（「公共的価値法令」前文）

- コンテンツを提供する上で、特にオンラインでは、見つけやすさがますます重要になってきている。提供するコンテンツが量的に多様化しているため、たとえばコスト高なジャーナリズムの提供では、事業の継続に必要な注目を集めることがますます難しくなっている。
- メディア州間協定に規定されている、**世論形成に特に関連する特定のコンテンツをユーザーインターフェース上で見つけやすくする仕組みは、多様性を強化し、見つけやすさの重要性が高まっていることを考慮することを目的**としている。受信者には直接的な個人的利益があり、それは全体としての世論形成にも影響を与える。見つけやすさは、世論形成に関連するコンテンツを提供する既存のプレイヤーを奨励し、また他のプロバイダーにとってもこの取組が興味深いものになるはずである。

制度の概要

メディア州間協定

- 2020年11月、「放送州間協定」に代わり、「メディア州間協定（Medienstaatsvertrag (MStV)）」が発効。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。
- 第84条（UIにおけるファインダビリティ）にて、「放送」や「放送に類するテレメディア」等の見つけやすさ等を規定

放送：公衆に向け同時受信用にジャーナリズム的・編集を経て制作された動画又は音声の提供物を放送計画に従って電気通信を用いて提供・送信すること。
テレメディア：次の3つを除くあらゆる電子情報・コミュニケーションサービス ① 主たるサービス内容がテレコミュニケーション・ネットワークを介した信号の送受信であるサービス、② 電話の特別ナンバーのような、「テレコミュニケーションに依拠するサービス」、③「リニア情報・コミュニケーションサービス」と定義される「放送」
放送に類するテレメディア：ラジオまたはテレビに形式およびデザインが類似し、プロバイダが定義したカタログから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テレメディア

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

- 2021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。
- メディアプラットフォームおよ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および手続き上の具体化に関する詳細を規定。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

メディアプラットフォーム：放送、放送に類するテレメディア、またはテレメディアやこれらを制御するソフトウェアベースのアプリを組み合わせた、プロバイダが決定する全体的な提供を形成するテレメディア

公共的価値法令

- 2021年6月、「メディア州間協定」第84条第8項等に基づく「公共的価値法令（Public-Value-Satzung）」が発効
- 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

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

ドイツ「メディア州間協定」（プロミネンス関連）

- 2020年11月、「放送州間協定」に代わり、「メディア州間協定（Medienstaatsvertrag (MStV)）」が発効。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。
- 第84条（ユーザーインターフェイスにおけるファインダビリティ）にて、「放送」や「放送に類するテレメディア」等の見つけやすさ等を規定

メディア州間協定

※ 表は、「メディア州間協定」における主要な条文の主要な部分を事務局にて意訳したもの

第2条 定義	● 第2項第14号「メディアプラットフォーム」とは、放送、放送に類するテレメディア、またはテレメディアやこれらを制御するソフトウェアベースのアプリを組み合わせた、プロバイダが決定する全体的な提供を形成するテレメディア ● 第2項第15号「ユーザーインターフェース」とは、「メディアプラットフォーム」の提供物またはコンテンツの概要をテキスト、視覚又は音響で提供するテレメディアであり、放送、放送に類するテレメディア、またはテレメディアやこれらを制御するソフトウェアベースのアプリの選択を可能とするもの。
第84条 ユーザーインターフェースにおけるファインダビリティ	● 第1項 UIが、「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」を伝達するものである場合、以下の規定を適用。 ● 第2項 UIにおいて、見つけやすさ、配置、表示において異なる扱いを受けてはならない。検索性が不当に妨げられてはならない。 ● 第3項 UIで提供される放送等は、ホーム画面等のファーストビューにおいて、放送全体を見つけやすくしなければならない。公共放送の番組や、ドイツにおける意見の多様性等に寄与する民放の放送番組等を見つけやすくしなければならない。 ● 第4項 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、またはそれに相当する放送に類するテレメディア等は、放送に類するテレメディアまたはそれらを直接制御する役割を果たすソフトウェアベースのアプリケーションの提示の文脈で容易に見つけられなければならない。 ● 第5項第3項第2文、第4項における民間の放送番組およびテレメディアのコンテンツは、以下の基準で、3年間、州メディア監督機関により決定され、リストで公表される 1.政治的・歴史的事件に関する報道の割合 / 5.番組制作に携わる社員と研修生の比率 2.地域や地方の情報に割かれる時間の割合 / 6.ヨーロッパ作品の割合 3.自社制作と外部制作の番組内容の比率 / 7.若いターゲットグループ向けの番組の割合 4.アクセスしやすい番組の割合 ● 第6項 コンテンツ等の並べ替えまたは配置は、利用者によって容易かつ恒久的にカスタマイズ可能でなければならない。 ● 第7項第2項並びに第3項、第4項及び第6項は、その後の実装が技術的に不可能であるか、または不相応な努力によってのみ可能であることを提供者が証明した場合、適用されない。 ● 第8項第2～第7項の詳細は、州メディア監督機関のガイドライン等によって規定される

放送：公衆に向け同時受信用にジャーナリズム的・編集を経て制作された動画又は音声の提供物を放送計画に従って電気通信をも用いて提供・送信すること。
テレメディア：次の3つを除くあらゆる電子情報・コミュニケーションサービス ① 主たるサービス内容がテレコミュニケーション・ネットワークを介した信号の送受信であるサービス、② 電話の特別ナンバーのような、「テレコミュニケーションに依拠するサービス」、③「リニア情報・コミュニケーションサービス」と定義される「放送」
放送に類するテレメディア：ラジオまたはテレビに形式およびデザインが類似し、プロバイダが定義したカタログから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テレメディア
メディアプラットフォーム：放送、放送に類するテレメディア、またはテレメディアやこれらを制御するソフトウェアベースのアプリを組み合わせた、プロバイダが決定する全体的な提供を形成するテレメディア

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

ドイツ「メディアプラットフォームとUIに関する法令」概要

- 2021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。
- メディアプラットフォームおよ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および手続き上の具体化に関する詳細を規定し、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

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

第1条 目的、適用範囲	● 第1項 本法令は、メディアプラットフォームおよ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および手続き上の具体化に関する詳細を規定**する。これは意見の多様性（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。
第10条 ユーザーインターフェースにおけるファイダビリティ	● 第3項 機会均等かつ非差別的に、提供物（個々の放送番組や放送に類するテレメディア、これらを制御するアプリ等）を見つけることが可能でなければならない。不平等な扱いが許されるのは、多様性を確保するという目的に反しない、検証可能な客観的理由がある場合に限られる。アルファベット順、情報・教育・文化・地域・娯楽等のジャンルによる並べ替え等は許容される。 ユーザーインターフェースのプロバイダーは、使用された基準及びその根拠となる情報の詳細を提供することにより、基準が検証可能であり、遵守されていることを州メディア監督機関に証明しなければならない。原則として、以下のことは許されない。 1. 支払又は類似の対価に影響される選別または取り決め 2.利用料が支払われている場合を除き、ユーザーインターフェイスプロバイダー独自の提供物やコンテンツの優先順位付け ● 第4項 ユーザーインターフェースは、全提供物の中から特定の提供物を検索する機能を提供しなければならない。検索結果は、オートコンプリート機能などによる検索プロセス中の検索候補を含め、差別的であってはならない。 ● 第5項 ユーザーインターフェースにおける提供物は、例えば**前面に表示されていたり、独立したボタンなどで強調**されていると、シンプルかつ迅速に見つけやすくなる。個々のケースにおいて、どのように見つけやすさを確保するかは、ユーザーインターフェースの種類、範囲、デザイン、および提供物やコンテンツの具体的なイラストやその他の表示によって異なる。原則として、対応する提供物が他の提供物と同様に簡単かつ迅速に見つけられることは必要であるが、それだけでは十分ではない。 ● 第6項 **ホーム画面等の最初の選択段階では、**放送番組のみが選択可能な場合を除き、**放送全体を見つけやすくしなければならない。**中間ステップなしに一般的には1回の操作でアクセスできなければならない。 ● 第7項 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（お気に入りリストの使用など）。 ● 第8項第4～第7項は、ユーザインタ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。

※ 表は、「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」における主要な条文の主要な部分を事務局にて意訳したもの

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

ドイツ「公共的価値法令」概要

- 2021年6月、「メディア州間協定」第84条第8項等に基づく「公共的価値法令（Public-Value-Satzung）」が発効
- 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。

公共的価値法令

前文	● 特にオンラインでは、コンテンツの見つけやすさがますます重要になってきている。コンテンツの多様性が増しているため、**例えば高コストなジャーナリズムの提供においては、事業の継続に必要な注目を集めることがますます難しくなっている。** ● 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をユーザーインターフェース上で見つけやすくする仕組みは、多様性を強化し、見つけやすさの重要性を高めることを目的としている。
第1条 目的	● メディア州間協定第84条第5項に従い、州メディア監督機関は、第84条第3項第2文及び第4項に規定される意味における提供物の提供者を決定する。
第2条 申請資格	● 第1号 メディア州間協定84条3項2文に従い、民間放送事業者が提供する放送サービスであって、**ドイツにおける意見および提供の多様性に特に寄与するもの。** ● 第2号 メディア州間協定84条4項に従い、同等の放送に類するテレメディアの提供、または同協定2条2項14号（b）に従い、ドイツにおける意見および提供の多様性に特に貢献する提供、またはそれらを直接制御する役割を果たすソフトウェアベースのアプリケーション。
第7条 決定基準	● 第84条第5項に基づく提供物の決定には、第84条第3項第2文および第4項に規定される基準のみを考慮するものとする。メディア州間協定における定義に従うことを条件として、以下のものは以下とみなされる。 • 第1項 政治的または歴史的出来事に関する報道とは、番組全体との関連において、世論の形成に関連する政治的および歴史的出来事の分野を可能な限り完全に横断的に表し、実際の出来事の報道に焦点を当てたジャーナリスティックな編集内容の提供をいう。 • 第2項 メディア州間協定第2条第2項第25号にいう地域的・地方的情報であって、文化的に関連し、地理的に定義された地域との関連性が明確なもの。 • 第3項 自社制作物とは、番組の制作および編集の全部または大部分が、コンテンツに責任を持つ提供者によって、自社の制作資源で行われ、資金が提供されるか、または相応のジャーナリズム的および編集的影響力をもって制作されるものをいう。（以下略） • 第4項　バリアフリーの提供物とは、障害者にとって一般的な方法で、それぞれの技術水準に従い、必要な補助具を使用して、特別な困難なく、原則として外部の助けを借りずに、アクセス可能で使用可能なものをいう。 • 第5項　訓練を受けた従業員とは、番組制作におけるジャーナリズムもしくはメディア技術的業務に適切な専門的な訓練又は研究の過程を修了した者、または5年以上の職業経験を有する者をいう。従属的な補助業務は含まれない。 • 第6項　メディア州間協定第77条に基づく欧州作品に関する州メディア監督機関の共同法令第3条第4項に定義される欧州作品。 • 第7項　若年層向け番組とは、明らかに29歳までの子供または若年成人を対象とした番組である。(以下略)

※ 表は、「公共的価値法令」における主要な条文の主要な部分を事務局にて意訳したもの

公共的価値リスト

- 2022年9月、公共的価値リストと推奨表示順が公表

出典：ドイツ州メディア監督機関連盟　<https://www.die-medienanstalten.de/public-value>

1．ARD	4．SAT.1
2．ZDF	5．Prosieben
3．RTL Television	… 以下41番まで

※ RTL Television：ドイツの商業放送で欧州12か国でも放送
※ SAT.1：ドイツの商業放送で様々な出版社の合弁会社としてスタート
※ Prosieben：ドイツの商業衛星放送でヨーロッパ3か国でも放送

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

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（情報的健康）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デーションまたは視聴履歴によらない番組レコメンデーションを表出するエリアの操作・表示に対する利便性に係る調査	• 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

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）結果概要

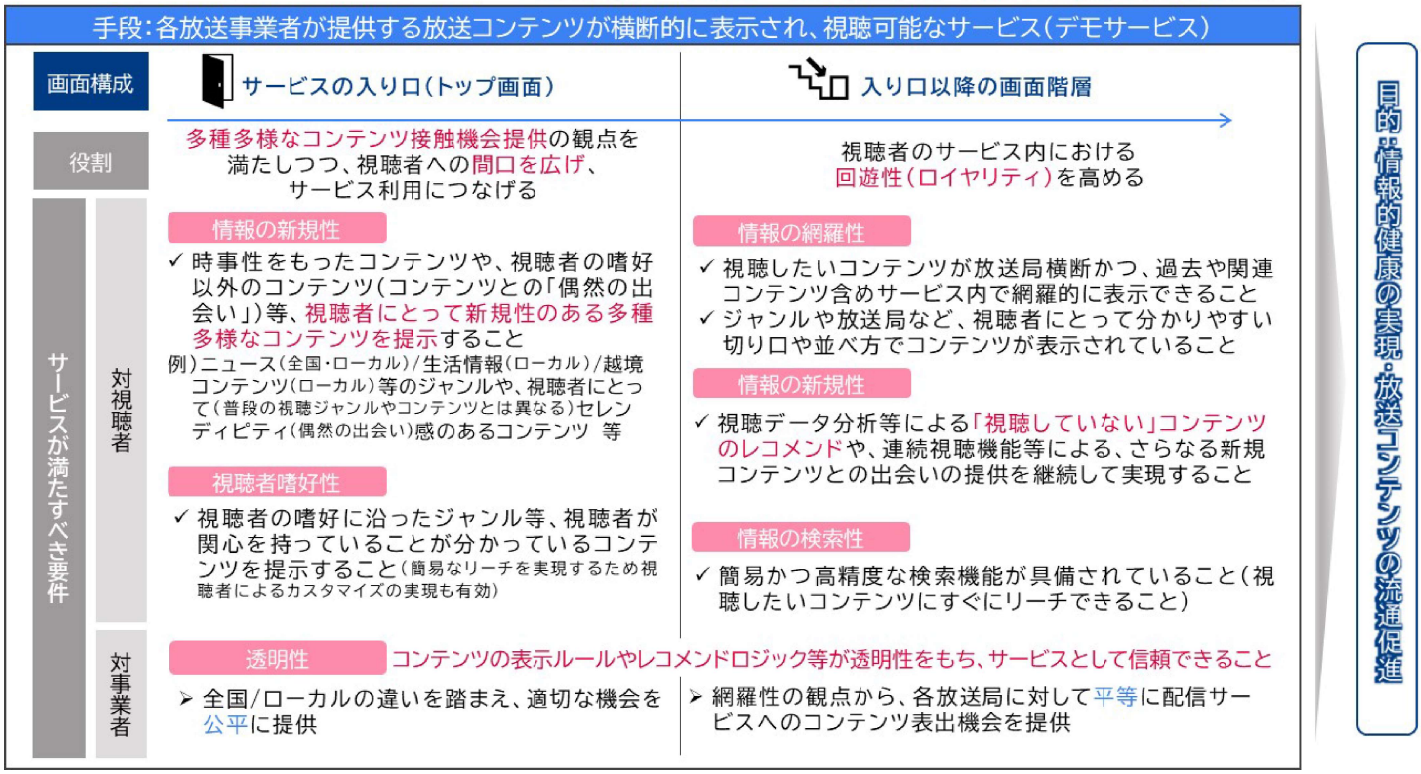
基本的な考え方	評価（視聴者・事業者）
A）視聴者利便性への寄与	● 全体の9割超がサービス利用意向有 ●「生活情報」は全体の約6割が必要性を感じると回答 ● トップページのジャンルの並べ方3パターンのうち、もっとも選択されたパターンは「地域（越境）型」で、自分の地域では放送されていないコンテンツ（バラエティ）が視聴が可能である点が評価された。なお、ドラマ・バラエティのニーズは全般的に高い傾向。 ● 一方トップ画面の情報量が多すぎることへの懸念や、コンテンツ再生までの操作が多い（番組詳細画面は不要）という声もあり（視聴者はコンテンツへの極力簡便なリーチを期待）。
B）視聴者の「情報的健康」への寄与	● 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ると思うと回答した層も約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が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）を踏まえつつ、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

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）

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、レコメンデ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。



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

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）の概要

第１次取りまとめ（2023年（令和５年）10月）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検討を行い、コンテンツ産業を牽引する放送が、これまで果たしてきた社会的役割を引き続き果たすため、放送コンテンツの制作・流通の促進に向けて必要な対応策を取りまとめ。

人材の確保・育成

◆ グローバルに求められる高品質の放送コンテンツの制作ノウハウや先進的なデジタル技術のスキルを有するクリエイターが不足
◆ 放送事業者同士の連携によるノウハウ共有や人材育成等による放送コンテンツの制作力強化が課題

✓ 海外事業者の招聘等を通じ、**高品質コンテンツの制作ノウハウを習得できるような人材育成に対する支援**　等

製作取引の一層の適正化

◆検証・検討会議において、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、現状と課題を把握

✓ **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**等につき、**ガイドラインに反映**
✓ ガイドラインの遵守の徹底に向け、**地域ごとに調査・指導**を行うため、**全国的に体制を強化**

放送コンテンツの世界への発信

◆高付加価値な放送コンテンツ制作に必要となる 4K等高機能設備については、費用面やスキル不足により十分活用されていない
◆ 見本市やデジタル基盤等の活用につき、拡充・見直しの余地
◆ 地方の放送事業者等は、海外展開先の買い手のニーズを十分に把握できていない
◆ 権利処理の体制やノウハウ・経験が足りず、個社単独での権利処理が困難
◆ 海外向け配信は、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おり、また、国内の放送事業者から個別にコンテンツ提供されており、アクセス性、網羅性等で課題

✓ **4K等高機能設備の利用・導入支援**や**地方における海外展開の推進**
✓ 引き続き、**国際見本市等への出展支援**や**デジタル基盤の機能拡充**
✓ **民間団体の海外事務所を活用**した、**マーケティング、相談、海外事業者との契約交渉等の対応を行う仕組みの整備**
✓ **権利処理に係るガイドブックの提供や利用申請に係る作業効率化システムの整備**
✓ **NHK・民放の共同による**、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**　等

国内における更なる流通促進

権利処理の円滑化

◆ 権利処理の体制やノウハウ・経験が足りず、個社単独での権利処理が困難（再掲）
◆小規模中継局等のIPユニキャスト方式による代替において「フタかぶせ」を回避等できるようにするための検討が必要

✓ **権利処理に係るガイドブックの提供や利用申請に係る作業効率化システムの整備**（再掲）
✓ 現行著作権法の解釈を文化庁と共に整理　等

動画配信プラットフォームの在り方

◆ 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
◆ 放送コンテンツのプロミネンスに関し、諸外国における制度やサービス等検討状況を確認

✓ **仮想プラットフォームやプロミネンスの実現**に向けて、**政府による実証等を通じた、官民連携による取組**　等

別添４

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
取りまとめ
（案）

2024年（令和６年）12月10日

～ 目 次 ～

１．衛星放送ワーキンググループについて 1

２．衛星放送ワーキンググループにおける検討項目 2

３．各検討項目に係る議論・検討等 4

（１）衛星放送に係るインフラコストの低減..... 4

（２）地上波代替における衛星放送の活用..... 12

（３）災害発生時における衛星放送の活用..... 16

（４）右旋帯域の有効利用..... 20

（５）衛星基幹放送の認定における通販番組の扱い..... 22

参考資料集

参考１　開催要綱

参考２　開催経緯

参考３　ヒアリング資料集

１．衛星放送ワーキンググループについて

衛星放送ワーキンググループ（主査：伊東 晋 東京理科大学名誉教授）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（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。以下「親会」という。）において取りまとめられた「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（第２次）」（2023年（令和５年）10月18日）の中で、「本検討会の下で新たにワーキンググループを開催し、インフラコストの低廉化に資するハード設備の在り方や衛星放送における４Ｋ放送への取組等、短期・中期にわたる諸課題への対応に関して、具体的・専門的な議論・検討を行うこととする」旨の提言を受け、2023年（令和５年）11月30日に第１回会合を開催して以降、2024年（令和６年）９月までに12回の会合を開催し、議論・検討を深めてきた。

また、親会の下で開催された「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース」における取りまとめの中でも、「衛星放送の質の確保とコストの抑制の両立を図るため、共同衛星、管制の在り方等について、株式会社放送衛星システム（Ｂ－ＳＡＴ）、スカパーＪＳＡＴ株式会社等の関係者からなる検討の場を早急に設置すべき」とされるとともに、「その検討の場においては、共同衛星の打上げを視野に、関係者の理解を得つつ、質の確保とコスト抑制に資する課題の整理とその課題解決方策について検討し、可能なものについて年度内を目途に中間報告を行うべき」と示されたことを受け、ワーキンググループの検討項目のひとつである「衛星放送に係るインフラコストの低減」について先行的・集中的に議論・検討を行ってきた。

他方、ワーキンググループにおける議論・検討の過程において、「衛星放送に係るインフラコストの低減」に関連するその他の論点やインフラコスト以外の検討項目についても様々な課題や論点が見えてきたこと、また、それらの課題や論点が相互に関係性を有していることが明らかになったことから、「衛星放送に係るインフラコストの低減」について議論・検討をさらに深めるとともに、その他の検討項目についても議論・検討を進めた上で取りまとめを行うことが適当であると考えられたため、2024年（令和６年）４月以降も継続して議論・検討を重ね、今般、取りまとめを行うものである。

２．衛星放送ワーキンググループにおける検討項目

衛星放送ワーキンググループにおいては、当初、（１）衛星放送に係るインフラコストの低減、（２）左旋空き帯域の有効活用、（３）右旋帯域の有効利用、（４）その他の４点を検討項目とし、第１回会合において、以下の論点及び今後の対応案を議論した。

（１）衛星放送に係るインフラコストの低減

《論点》共同衛星・管制等によるインフラコストの低減

⇒ ソフト事業者における負担軽減、経営の選択肢の拡大

《対応》今年度中に方向性の取りまとめ

（２）左旋空き帯域の有効活用

《論点》難視聴地域等における地上波代替手段としての左旋帯域の活用可能性

⇒ 難視聴地域等における共聴施設の改修等に係る負担の軽減

《対応》地上波代替に係る技術的検証・代替コスト試算等に係る手法の検討

（３）右旋帯域の有効利用

《論点》右旋帯域の有効利用（４Ｋ放送の普及等）に資する新たな符号化方式に対応した受信環境の普及

⇒ 周波数使用の効率化等による新規割当等の推進

《対応》新たな符号化方式に対応した受信環境の右旋帯域の普及等に向けた検討

（４）その他

《論点》持続可能な衛星放送の将来像

⇒ 衛星放送の多様性や放送サービスの継続性の確保等

《対応》衛星放送を取り巻く環境の変化等を踏まえた衛星放送の在り方（運用面・制度面）の検討

このうち、「（２）左旋空き帯域の有効活用」については、主に地上波代替における衛星放送の活用[1]を念頭に置いてきたことを踏まえ、ワーキンググループにおいては「地上波代替における衛星放送の活用」として検討を行うこととした。また、「（４）その他」については、2023年（令和５年）11月に行ったＢＳ放送の右旋帯域において４Ｋ放送を行う衛星基幹放送事業者の認定を踏まえ、新たに「衛星基幹放送の認定における通販番組の扱い」について検討を行うこととした。

さらに、2024年（令和６年）１月１日に発災した能登半島地震及びその際の日本放送協会（ＮＨＫ）の衛星放送を活用した取組（発災直後から、ＢＳ放送の３チャンネル（ＢＳ１０３）において金沢放送局の番組を放送[2]）を契機として、「災害発生時における衛星放送の活用」についての検討項目を追加することとした。

[1] 本取りまとめにおける「代替」には、暫定的・緊急的な措置として、衛星放送を用いて、地上系の放送番組を再放送する場合等を含む。

[2] ＮＨＫは、能登半島地震発災直後の2024年（令和６年）１月９日から、臨時対応として、金沢放送局の番組を放送。

これらを踏まえ、第６回会合において、次に掲げる各検討項目に係る今後の検討の方向性等について整理を行い、議論・検討を継続することとした。

【検討項目と検討の方向性（第６回会合において提示）】

（１）衛星放送に係るインフラコストの低減

ⅰ）衛星の調達費用

ハード事業者におけるコストの低減を図るため、衛星を共同で調達して打上げを行うことが有効であることを確認。

ⅱ）共同衛星に搭載する中継器数

左旋の中継器の搭載については、将来的な需要等を踏まえ、中継器を搭載しない可能性も含めて議論・検討。

ⅲ）共同衛星の打上げ時期

現行の衛星について、燃料寿命の延伸措置に係る課題等を共有した上で議論・検討。

ⅳ）共同衛星の管制の在り方

管制に係るコストや衛星放送の安定性・継続性等に留意しつつ、将来的・長期的な在り方も含めて、慎重に検討。

（２）地上波代替における衛星放送の活用

難視聴地域等における衛星放送の活用を念頭に、地上波代替手段の在り方、実用化に向けた課題解決のために必要となる取組について議論・検討。

（３）右旋帯域の有効利用

２Ｋ放送での新たな映像符号化方式の実用化、周波数利用の効率化・将来的な右旋帯域の再編、４Ｋ放送事業者の参入促進等について議論・検討。

（４）衛星基幹放送の認定における通販番組の扱い

衛星放送の多様性の確保、通販番組のみを放送する事業者に係る考え方、衛星基幹放送の認定における審査基準の在り方等について議論・検討。

（５）災害発生時における衛星放送の活用

災害発生時における放送を通じた情報提供、放送実施主体、周波数帯域の確保やコスト負担、平時における衛星放送の運用等について議論・検討。

３．各検討項目に係る議論・検討等

（１）衛星放送に係るインフラコストの低減

衛星放送に係るインフラコストの低減については、ソフト事業者におけるインフラコストの低減に向け、ⅰ）衛星の調達費用、ⅱ）共同衛星に搭載する中継器数、ⅲ）共同衛星の打上げ時期、ⅳ）共同衛星の管制の在り方の４つの観点について、衛星放送におけるハード事業者である株式会社放送衛星システム（Ｂ－ＳＡＴ）及びスカパーＪＳＡＴ株式会社（スカパー）等から説明を聴取するとともに、議論・検討を行った。

ⅰ）衛星の調達費用

現在、衛星放送において運用されている衛星については、ＢＳ放送用の衛星はＢ－ＳＡＴが、ＣＳ放送用の衛星はスカパーが別々に調達・運用を行っており、それぞれＢＳのみの中継器、ＣＳのみの中継器を搭載している。他方、現在、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーが予備衛星として運用しているＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ－110Ｒは、ＢＳ、ＣＳ両方の中継器を搭載しており、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーの共同衛星として位置付けられている。

（参考）Ｂ－ＳＡＴ・スカパーが保有・運用している衛星

Ｂ－ＳＡＴ	ＢＳＡＴ－４ａ、ＢＳＡＴ－４ｂ ＢＳＡＴ－３ａ、ＢＳＡＴ－３ｂ、ＢＳＡＴ－３ｃ※
スカパー	ＪＣＳＡＴ－110Ａ、ＪＣＳＡＴ－110Ｒ※

※ ＢＳＡＴ－３ｃ、ＪＣＳＡＴ－110Ｒは共同衛星。

Ｂ－ＳＡＴ・スカパーにおいては、2028年（令和10年）～2033年（令和15年）にかけて、各々が新たな衛星を２機（現用１機・予備１機）打ち上げることを想定しており、ＢＳとＣＳの両方の中継器を搭載した衛星を共同で調達することで、衛星の調達費用を低減できる可能性があることが指摘された。ワーキンググループにおいては、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーの説明及び構成員による議論・検討を踏まえ、衛星の調達費用にかかる論点として、新たな衛星を共同で調達することについてＢ－ＳＡＴ・スカパーの考え方等を聴取した（具体的な内容については添付資料を参照。以下、各項目におけるＢ－ＳＡＴ・スカパーの考え方等の聴取の具体的な内容等については添付資料を参照。）。

（参考）現行の主な衛星

	ＢＳ放送用衛星	ＣＳ放送用衛星
現用	ＢＳＡＴ－４ａ（打上げ:2017年(平成29年)）	ＪＣＳＡＴ－110Ａ（打上げ:2016年（平成28年)）
予備	ＢＳＡＴ－４ｂ（打上げ:2020年(令和２年)）	ＪＣＳＡＴ－110Ｒ（打上げ:2011年（平成23年)）

※ 共同衛星を打ち上げる場合、
１機目の共同衛星は、ＢＳＡＴ－４ａ、ＪＣＳＡＴ－110Ｒの後継機
２機目の共同衛星は、ＢＳＡＴ－４ｂ、ＪＣＳＡＴ－110Ａの後継機　を想定。

（参考）Ｂ－ＳＡＴ・スカパーにおける単独調達時と共同調達時の費用の試算[3]

Ｂ－ＳＡＴ	約248億円⇒約188億円に縮減（ＢＳ右旋12本・左旋12本、ＣＳ右旋12本・左旋12本） 中継器を半減させれば約124億円まで縮減可能（ＢＳ右旋12本・ＣＳ右旋12本）
スカパー	約252-267億円⇒約172-183億円に縮減（ＢＳ右旋12本・左旋12本、ＣＳ右旋12本・左旋12本）

※ 金額については、いずれも衛星本体と打上げサービスとの合計額。

ⅱ）共同衛星に搭載する中継器数

衛星放送においては、従来、電波の進行方向に対して右回りに回転する電波（右旋）が用いられてきたが、2018年（平成30年)の４Ｋ放送の開始に伴い、左回りに回転する電波（左旋）も利用されるようになり、衛星には右旋及び左旋の中継器が搭載されることになった。

現行世代の衛星に搭載されている中継器の数（予備の中継器を除く。）は、『ＢＳ右旋：12本　ＢＳ左旋：12本　ＣＳ右旋：13本　ＣＳ左旋：13本』であり、そのうち使用されている中継器は、『ＢＳ右旋：12本　ＢＳ左旋：３本　ＣＳ右旋：12本　ＣＳ左旋：５本』[4]となっており、搭載する中継器の数によって、衛星の大きさや重量等のスペックは変動することが指摘されている（衛星の大型化や重量増は、衛星の製造や打上げに係るコストの増加、衛星の打上げや運用における故障リスクにつながる可能性があることが指摘されている。)。

また、ＢＳ・ＣＳにおける左旋帯域については、2017年（平成29年）に４Ｋ放送・８Ｋ放送に係る衛星基幹放送の業務の認定が行われているが、申請者の公募及び認定を行った結果、割当て可能な周波数に余剰が生じた経緯がある。その後、2019年（令和元年）に行われた認定[5]に際しても、ＢＳ左旋帯域・ＣＳ左旋帯域への参入を希望した申請者は出て来ておらず、ＢＳ・ＣＳともに、左旋帯域には空き帯域が生じている状況となっている。

（参考）現行衛星の搭載中継器数

衛星		搭載中継器	
		右旋	左旋
ＢＳＡＴ－４ａ	ＢＳ	12本	12本
ＢＳＡＴ－４ｂ	ＢＳ（予備）	12本	12本
ＪＣＳＡＴ－110Ａ	ＣＳ	13本	13本
ＪＣＳＡＴ－110Ｒ	ＣＳ（予備）	12本	なし

そこで、ワーキンググループにおいては、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーの説明及び構成員による議論・検討を踏まえ、共同衛星に搭載する中継器数に係る論点として、「将来的な共同衛星の２機体制を想定した場合、各衛星における左旋の中継器の数についてどのように考えるか。」、「衛星の大きさや重量によって生じるメリット・デメリットについてどのように考えるか。」の２点を提示し、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーの考え方等を聴取した。

[3] 為替レートを１ドル=150円として算出。
[4] 2024年（令和６年）１月時点。
[5] ＢＳ右旋帯域において、２Ｋ放送を行う衛星基幹放送事業者を認定。

ⅲ）共同衛星の打上げ時期

衛星には、その利用・運用に関して「設計寿命」と「燃料寿命」が設定されている。設計寿命は、基本的には、打上げから15年間で設定されており、設計寿命を超過しても衛星が正常に動作している場合は、引き続き、使用することが可能である。また、燃料寿命は、衛星の姿勢制御や宇宙ごみの回避のために実際に使用した燃料の量を踏まえ、燃料を使い切る時期を算出したものであり、燃料寿命は、衛星の使用状況によって変動し、燃料が枯渇した場合は使用不能となる。

このため、現在、衛星を保有し、運用を行っているＢ－ＳＡＴ・スカパーにおいては、衛星放送の安定性・継続性の確保を図る観点から、現行の衛星が使用不能となる前に後継機を打上げ、現用・予備の二機体制を堅持する必要があると考えており、共同衛星の打上げ時期については、現行衛星の燃料寿命を踏まえた検討を行うことが必要である。

（参考）現行衛星の設計寿命と燃料寿命

衛星	設計寿命	燃料寿命
ＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ－110Ｒ	2026年（令和８年）	（後述のとおり）
ＢＳＡＴ－４ａ	2032年（令和14年）	2038年（令和20年）
ＢＳＡＴ－４ｂ	2035年（令和17年）	2041年（令和23年）
ＪＣＳＡＴ－110Ａ	2032年（令和14年）	2037年（令和19年）

※ 燃料寿命は運用状況によって変動。

Ｂ－ＳＡＴ・スカパーが現行衛星の後継機を共同衛星として打ち上げる場合は、一機目はＢＳＡＴ－４ａ、ＪＣＳＡＴ－110Ｒの後継、二機目はＢＳＡＴ－４ｂ、ＪＣＳＡＴ－110Ａの後継として打ち上げることを想定している。一機目の打上げ時期については、当初、Ｂ－ＳＡＴは2030年（令和12年）（ＢＳＡＴ－４ａの設計寿命が2032年（令和14年）であり、設計寿命の２年前の打上げを想定)、スカパーは2028年（令和10年）（ＪＣＳＡＴ－110Ｒの燃料寿命が2030年（令和12年）であると認識していたことから、打上げ失敗のリスクも踏まえ、燃料寿命の２年前の打上げを想定）を想定しており、２年の差異が認められた。

また、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーの共同衛星であるＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ－110Ｒの燃料寿命について、Ｂ－ＳＡＴは2031年（令和13年)、スカパーは2030年（令和12年）と考えており、認識の相違が明らかになった。ワーキンググループにおいては、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーの説明及び構成員による議論・検討の結果を踏まえ、共同衛星の打上げ時期に係る論点として、「ＪＣＳＡＴ－110Ｒの燃料寿命の終期をどのように考えるか。」、「ＢＳＡＴ－４ａ、ＪＣＳＡＴ－110Ｒの後継となる共同衛星の打上げ時期をどのように考えるか。」の２点を提示し、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーの考え方等を聴取した。特に、Ｂ－ＳＡＴからは、ＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ－110Ｒの有効活用を図る上で、衛星の燃料寿命を延伸する方策として高傾斜角軌道運用（南北方向の軌道の制御を実施せず、東西方向の軌道の制御のみを行う運用）の実施が提案され、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーによる燃料寿命の精査、高傾斜角軌道運用の影響等について検討が行われた。

ⅳ）共同衛星の管制の在り方

衛星は、管制センターにおいて常に監視され、衛星の姿勢制御（軌道位置の修正)、衛星に搭載された中継器の制御、接近する宇宙ごみ（スペースデブリ）の回避といった管制が行われており、現用衛星に不具合が生じた場合は、現用衛星から予備衛星への切替え等が行われる。

現在、Ｂ－ＳＡＴにおいては、埼玉県川口市に主局として「川口衛星管制センター」を、千葉県君津市に副局として「君津衛星管制所」を設置し、５機の衛星の管制を行っている。また、スカパーにおいては、神奈川県横浜市に主局として「横浜衛星管制センター」を、副局として茨城県常陸大宮市に「茨城ネットワーク管制センター」、山口県山口市に「山口ネットワーク管制センター」を設置し、ＢＳＡＴ－３ｃとの共同衛星であるＪＣＳＡＴ－110Ｒを除く12機（放送・通信）の衛星の管制を行っている。

現行の共同衛星ＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ－110Ｒの場合は、管制はＢ－ＳＡＴが単独で行い、スカパーはモニタリングのみを行っており、ワーキンググループにおいては、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーの説明及び構成員による議論・検討の結果を踏まえ、共同衛星の管制の在り方に係る論点として、「管制を適正に行うために必要となる要素や技術をどのように考えるか。また、共同衛星の場合に必要な管制のレベルと管制に係るコスト負担とのバランスをどのように考えるか。」、「管制に係るコストを検討する上で、考慮すべき条件や諸費用をどのように考えるか。また、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーにおける管制に要する費用の相違をどのように考えるか。」、「共同衛星に係る管制の実施主体についてどのように考えるか（代表者が行うべきか、共同衛星に関わる社で分担して行うべきか)。また、その判断に当たって考慮すべき要素についてどのように考えるか。」の３点を提示し、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーの考え方等を聴取した。

今後の方向性等

ⅰ）衛星の調達費用

ソフト事業者のインフラコストの低減を実現する上で、その削減の原資とも言える、ハード事業者におけるコストの低減を図るためには、実際に衛星を保有・運用しているＢ－ＳＡＴ・スカパーの２社で重複して発生しているコストを特定し、その効率化を図ることが適当であると考えられる。

新たに打ち上げられる衛星に関連して発生するコストとしては、「衛星の調達費用」及び「衛星の打上げ費用（保険費用を含む。)」が大きな割合を占めるものと見込まれている。ＢＳ放送及びＣＳ放送に利用する衛星を個別に打ち上げる場合、これらの費用は確実に重複して発生すると考えられることから、衛星の調達費用の低減を図るためには、ハード事業者が衛星を共同で調達して打上げを行い、「衛星の調達費用」及び「衛星の打上げ費用（保険費用を含む。)」を削減することが有効であることを確認した。

ⅱ）共同衛星に搭載する中継器数

共同衛星に搭載する中継器の数については、将来における衛星放送サービスの在り方や関連技術の進展等を念頭に検討することが適当であると考えられる。

衛星放送の左旋帯域については、これまで４Ｋ放送・８Ｋ放送に用いられてきたものの、ＢＳ放送・ＣＳ放送ともに空き帯域への新たな参入希望は認められず[6]、また、ＣＳ放送については2024年（令和６年）３月31日に４Ｋ放送のすべての番組（８番組）が終了[7]したこと等を踏まえ、左旋の中継器については、将来的な需要等により、次の新たな共同衛星には放送用の中継器を搭載しないことでインフラコストの低減を図ることを確認した。

ⅲ）共同衛星の打上げ時期

共同衛星の打上げ時期の検討に当たっては、燃料寿命の期限を正確に認識することが必要であることから、当初、Ｂ－ＳＡＴにおいて、ＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ－110Ｒの製造メーカーに確認を行い、製造メーカーからの回答を踏まえて最終計算を行った結果、通常運用による燃料寿命は2030年（令和12年）５月までと考えられる旨の説明があった。しかしながら、衛星の有効活用を図る観点から、Ｂ－ＳＡＴが提案していた高傾斜角軌道運用の実施による燃料寿命延伸について、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーにおいて２者間協議・燃料寿命の精査を行った結果、ＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ－110Ｒについては、通常運用の場合は2030年（令和12年）９月まで、高傾斜角軌道運用を実施した場合は2031年（令和13年）10月末まで運用可能（通常運用時との比較で約１年延伸。通常運用時の燃料寿命の２～３か月前に高傾斜角軌道運用を開始。）であることが報告された。

Ｂ－ＳＡＴ・スカパーにおいて共同衛星の打上げ時期を精査する中で、衛星の打上げが失敗した場合の再打上げに要する期間についてメーカーに確認を行い、衛星の発注から引渡しまでの所要期間は、状況により数か月間の幅が生ずる可能性があることが判明したことが報告された。これを踏まえ、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーは、両者が新たな共同衛星を打ち上げる場合は、打上げが失敗した場合における代替機の打上げを念頭に、衛星調達の所要期間等を考慮することとしている。

また、燃料寿命の延伸に係る検討の一環として、第４回会合において、気象庁から「気象衛星ひまわり」の運用を委託されている気象衛星ひまわり運用事業株式会社（ＨＯＰＥ）から説明を聴取した。ＨＯＰＥからは、衛星の燃料を使用する運用として「姿勢制御」、「軌道制御」、「回避制御（宇宙ごみ（スペースデブリ）の回避）」、「軌道外投棄」の４種類の運用がある中で高傾斜角軌道運用は「軌道制御」に必要な燃料を抑制する運用であり、高傾斜角軌道運用を採用する際の検討のポイントとして、放送電波の受信エリアのズレの発生とその

---

[6] ＢＳ左旋帯域・ＣＳ左旋帯域における４Ｋ放送・８Ｋ放送は、2017年（平成29年）に衛星基幹放送の業務の認定が行われているが、申請の公募・認定を行った結果、割当て可能な周波数に余剰が生じた経緯がある。2019年（令和元年）に行われた認定（ＢＳ右旋帯域において２Ｋ放送を行う衛星基幹放送事業者を認定）の際には、ＢＳ左旋帯域・ＣＳ左旋帯域への参入を希望した申請者はいなかった。

[7] 2024年（令和６年）３月31日をもって株式会社スカパー・エンターテイメントが運営していた８番組の放送を終了。取りまとめ時点において、ＣＳ放送の左旋帯域において放送されている番組はない。

許容可否、アンテナのエリア補正の実施の可否、他国への影響の有無、適正な衛星追尾の可否が検討課題となることが指摘された。さらに、ＨＯＰＥから「気象衛星ひまわり」を運用する立場として、「気象衛星ひまわり」については、適正な観測エリアや観測データの品質の確保が求められる観点から、燃料寿命の延伸を想定した場合の運用としての高傾斜角軌道運用の導入については慎重な考え[8]であることが指摘された。

Ｂ－ＳＡＴ・スカパーにおいては、周辺国への影響等の弊害を含め、高傾斜角軌道運用の許容範囲について精査・協議を重ねた結果、高傾斜角軌道運用を実施した場合、軌道傾斜角1.15度までは衛星放送サービスの継続が可能であるが、ＣＳ放送に関して、特定のエリアに設置されたアンテナの一部に顕著な受信品質の低下が発生する可能性がある[9]ことが判明し、そのような事象が発生した際には、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーの両者がアンテナ交換等の所要の対策を実施し、視聴者保護を図ることを確認した。

ⅳ）共同衛星の管制の在り方

新たに打ち上げられる共同衛星については、今後、衛星基幹放送局免許に係る公募等の手続を経て免許が付与される予定であり、当該免許の免許人は言うまでもなく、将来的な管制の実施主体や実施方法についても未定であるが、共同衛星の管制に関して、現在衛星の管制を行っているＢ－ＳＡＴ・スカパーは、共同管制の実施主体、共同衛星に必要な管制技術、共同衛星の管制に係る主なコストについて、次のような見解を示している。

	Ｂ－ＳＡＴ	スカパー
実施主体	共同での管制も可能 （中継器運用・地上設備の整備は分担、ＢＳで実績あり）	代表者が実施 （共同で実施する場合はコスト面でのメリットなし）
管制技術	同一軌道上で４機以上の静止衛星を管制する同一軌道多衛星管制等 （実績あり）	同一軌道上で６機までの静止衛星の管制を可能とする同一軌道多衛星管制等 （実績あり）
管制に係る主なコスト	管制設備減価償却費、管制設備維持費、管制人件費 （衛星に係る減価償却費の低減がそのままインフラコストの低減につながる）	衛星管制設備償却費、設備保守その他費用、衛星管制人件費 （管制に係るコストを他の多数の衛星（放送・通信）と共有することで安価な管制が可能）

Ｂ－ＳＡＴ・スカパーにおいては、実施主体や管制技術については考え方の相違が見受けられる一方、衛星の管制に係るコストについての費目の捉え方には相違はないものと考えられる。ハード事業者におけるコストの規模は、ソフト事業者が負担するインフラコストに直接的に影響を与えるものであると考えられることから、共同衛星の管制については、衛星放

[8] ＨＯＰＥからは、衛星寿命をベースとして、計画的に衛星寿命の前に後継衛星を継続して打ち上げることが確実な運用方法であり、打ち上げてから衛星の寿命を延ばすことは困難であることや、同一軌道上に運用衛星・待機衛星を打ち上げており、異常発生時に運用衛星と待機衛星の切替えを適切に行う上で待機衛星を静止位置に保持することが必要であること等に鑑み、高傾斜角軌道運用の導入が困難である旨の説明があった。

[9] ＣＳ放送に関して、45㎝のＣＳアンテナを当該アンテナの設置推奨エリア外に設置してＣＳ放送を受信している場合、高傾斜角軌道運用の実施に伴い、顕著な受信品質の低下が発生する可能性がある。

送の安定性・継続性等の確保を図るとともに、共同衛星の調達・打上げによるコスト減と合わせて、ソフト事業者のインフラコストの低減を実現する在り方を検討することが不可欠であると考えられる。

衛星放送を取り巻く環境が大きく変化する中で、ソフト事業者のインフラコストの負担を軽減するためには、ハード事業者のコストを低減させることが不可欠であるという基本的な考え方に基づき、「衛星の調達費用」、「共同衛星に搭載する中継器数」、「共同衛星の打上げ時期」、「共同衛星の管制の在り方」について、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーの考え方等の聴取や構成員による議論・検討を重ね、今後、衛星放送におけるインフラコストの低減に向け、以下の取組を進めていくことを確認した。

本検討項目は、衛星放送を行うソフト事業者における中継器利用料等のコスト負担の軽減を目的とするものであり、削減されたコストがソフト事業者のコンテンツ投資等に充てられることにより、衛星放送の更なる魅力の向上や衛星放送市場の活性化につながることが期待される。

【目標時期】

○ ＢＳ放送とＣＳ放送の新規衛星について、2029年度（令和11年度）後半に共同衛星として打上げ。

【検討項目】

○ 以下の３ステップの検討を進め、上記年次までに結論を得る。
　１）共同衛星の調達の在り方　２）共同衛星の打上げの在り方
　３）共同衛星の管制・運営の在り方

○ １）及び２）の具体化の必要性の認識の下、３）共同衛星の管制・運営の在り方についても更に検討を進め、衛星放送におけるインフラコストの低減と安定的な運用の両立を実現する。

なお、「共同衛星の管制の在り方」については、上述のとおり、衛星放送におけるインフラコストの低減と安定性・継続性等の確保を念頭に様々な関係者間で検討を進めることが望まれるが、今後の共同衛星の調達・打上げに係る具体的な検討と合わせて、実際に衛星を打ち上げ、当該衛星の管制を必要とする当事者である事業者間でも検討が行われることが必要である。

現時点の衛星放送においては、ハード事業者である基幹放送局提供事業者はＢ－ＳＡＴ・スカパーのみであり、一般社団法人衛星放送協会からは、ソフト事業者にとってハード事業者の選択の余地がなく、選択の余地がない中において、ハード事業者を１社にすることによる効率化の可能性が指摘された。また、効率化を図った結果としてのサービス低下への危惧等についても指摘されており、引き続き、将来的・長期的な在り方も見据えた検討が必要であると考えられる。

このような検討の状況等も踏まえた上で、総務省においては、目標時期までの共同衛星の打上げを見据え、ＢＳ放送の新規衛星に係る免許について、2026年（令和８年）中を目処に公募を開始するために必要な手続を進めることとし、今後、免許方針の検討や所要の制度整備等に取り組んでいくことが求められる。

（２）地上波代替における衛星放送の活用

地上波代替における衛星放送の活用については、親会の取りまとめ（第２次）において、「衛星放送の左旋帯域は４Ｋ・８Ｋ放送で使用することが基本とされているが、当該帯域を使用した放送が開始された2018年（平成30年）以降、未使用の帯域が存在し続けていることを踏まえ、周波数の有効活用の観点から、他のサービスでの活用も検討すべきである」旨の提言がなされている。あわせて、「衛星放送は、特に離島を多く抱える地域や中山間地域、受信障害地域といった地域における放送の受信環境の維持・確保の上で、有効な手段となり得るものであり、衛星放送のハード事業者からも、条件不利地域における地上波の代替としての衛星活用策が提案されている。そこで、総務省において、条件不利地域における地上波を代替する手段としての左旋帯域の活用の可能性や有効性、経済合理性について検証するとともに、ブロードバンド代替やケーブルテレビによる巻取り等の代替手段も含めた横断的な検討を行うべき」である旨が示されている。

地上テレビジョン放送のネットワークでは、地上テレビジョン放送のデジタル移行に伴い、2010年（平成22年）頃に多くの施設が整備されたが、設備の老朽化等により、その維持・運営が困難になってきている。特に小規模中継局やミニサテライト局等については、世帯カバー率が極めて小さい（合わせて３％弱）にもかかわらず、年間維持費の負担が大きく、人口減少地域のサービス維持が課題とされている。また、辺地共聴施設についても、加入世帯数の減少が続いており、世帯当たりの負担増加が懸念されている。

他方、衛星放送の左旋帯域については、現在においても一部の周波数のみが放送サービスに使用されており、未使用の帯域が多く存在し、現行の衛星に搭載されている左旋帯域の中継器の活用が課題となっている。

このような状況の下、総務省では、2022年度（令和４年度）に「衛星放送に係る周波数の有効利用の推進及び衛星放送事業の経営環境の変化への対応に関する調査検討」を行い、左旋帯域の新たな利用方法としてのユースケースに関する有識者・事業者等へのヒアリングを実施した。調査検討を請け負った株式会社三菱総合研究所（ＭＲＩ）からは、地上波代替における衛星放送の活用の有効性を確認するとともに、課題として、難視聴地域における受容性や導入・運用に伴うコスト、効率的な伝送方式の検証及び地域を限定して放送するための仕組みの必要性が示された。

具体的な地上波代替における衛星放送の活用事例としては、地上テレビジョン放送のデジタル移行に際して発生した「新たな難視」や「デジタル混信」の対策が終了するまでの間、暫定的・緊急的な処置として衛星放送を用いて、地上系の放送番組を同時再送信[10]した「地デジ難視対策衛星放送（衛星セーフティネット）」という事例がある。衛星セーフティネットでは、当時の社団法人デジタル放送推進協会（Ｄｐａ）が、ＮＨＫ（総合・教育）及び在京民放キー局５番組、合計７番組の地上デジタル放送について衛星放送による再送信を行った。再送信に当たっては、衛星セーフティネットの対象者リスト（ホワイトリスト）を作成

[10] 放送法等の一部を改正する法律（平成22年法律第65号）に基づき、「再送信」の用語は「再放送」の用語に統一された。

し、ＮＨＫ（総合・教育）及び居住する都道府県を放送対象地域とする地上テレビジョン放送局に対応する在京民放キー局の番組のみを視聴可能とした。このような視聴制御については、仕組み上受信機単位での制御を行っており、視聴エリア等による紐付けがないため、視聴エリア単位での一括制御や追跡ができないという課題があった。加えて、当時の申込受付は紙ベースであり、視聴開始に要する時間や個人情報の管理が課題であった。

ワーキンググループにおいては、これらの背景等を踏まえ、地上波代替における衛星放送に係る論点を「放送の実施主体等」、「県域放送との整合性」、「受信環境の整備」、「放送を行うための周波数帯域等」の４点に整理し、議論・検討を行った。なお、これと並行し、親会において放送ネットワークインフラの将来像等についての検討が行われており、また、小規模中継局や辺地共聴施設等のブロードバンド等による代替に関する作業チーム（ＢＢ代替作業チーム）においても、小規模中継局等の放送エリアにおけるブロードバンドやケーブルテレビの代替手段の利用可能性等が検討されている。一方で、総務省と放送事業者等の協力により立ち上げられた中継局共同利用推進全国協議会においても、地上波中継局の共同利用等、放送ネットワークの効率化に向けた検討等が行われている。さらに、各地域においても中継局共同利用推進地域協議会が組成され、各地域の実情に即した議論が行われている。

① 放送の実施主体等

衛星放送のうち、ＢＳ放送や東経110度ＣＳ放送は衛星基幹放送に該当する。衛星基幹放送の業務を行おうとする者は、放送法（昭和25年法律第132号）第93条第１項の規定に基づき総務大臣の認定を受けることが必要である。

地上波代替における衛星放送も衛星基幹放送に該当することが想定されるため、その実施に当たっては総務大臣の認定を受ける必要がある。衛星セーフティネットの事例においては、情報通信審議会の第５次答申[11]において、実施主体として「放送分野に実績のある公益的な法人が望ましい」とされたことを踏まえ、当時の法制度の下、Ｄｐａが実施主体として認定を受けた経緯がある。

② 県域放送との整合性

基幹放送は、基幹放送普及計画（昭和63年郵政省告示第660号）において放送対象地域等が規定されている。例えば、地上基幹放送である地上テレビジョン放送については、関東等の広域圏における広域放送及び県域放送としてその放送対象地域が規定されている。

他方、衛星基幹放送については、基幹放送普及計画において放送対象地域を全国としていることから、地上放送を衛星放送で代替する場合は、当該地上放送の本来の放送対象地域との整合性について検討することが必要であると考えられる。

[11] 「地上デジタル放送の利活用の在り方と普及に向けて行政の果たすべき役割」に関する情報通信審議会の第５次中間答申において、審議会における議論も踏まえて作成された全国地上デジタル放送推進協議会の案により、国及び放送事業者において作業を進めるべきであると考えると提言されたもの。この案において、実施主体や送信番組等、衛星セーフティネットの実施方法が示されていた。

これらを念頭に、衛星放送で視聴することができる放送番組や地域を制限する場合は、衛星セーフティネットと同様に、適切に視聴者管理を行うことが必要である。

③ 受信環境の整備

衛星放送を受信するためには、例えばパラボラアンテナ、アンテナからの配線、衛星放送対応チューナーといった受信環境を整備する必要がある。地上テレビジョン放送のデジタル移行に際して発生した「新たな難視」や「デジタル混信」の対策として、国費により、共同受信設備の設置やケーブルテレビへの加入、高性能アンテナ対策等の支援が実施されている。衛星セーフティネットでも同様に、国費により、衛星放送を受信するためのアンテナ設置やチューナーの貸与といった受信環境の整備が実施された。地上波代替における衛星放送の活用に際しても、対象となる世帯において受信環境を整備するための費用負担が課題となる。

④ 放送を行うための周波数帯域等

衛星放送を行うためには、周波数帯域の割当てが必要である。衛星セーフティネットでは、１つの中継器を使用し、デジタル標準画質７番組の再送信を行った。地上波代替における衛星放送の活用に際しては、現行衛星の左旋帯域に周波数を確保する場合に、必要な帯域をどのように考えるかが課題となる。また、必要な帯域の検討に当たっては、衛星放送で代替する放送番組の受信品質や機能についてもあわせて検討する必要がある。

今後の方向性等

2023年（令和５年）４月に総務省が公表した「デジタル田園都市国家インフラ整備計画（改訂版）」では、2027年度（令和９年度）末までに光ファイバの世帯カバー率99.9%を目指すとしているところ、この目標が達成されても光ファイバ未整備の世帯が約５万世帯残ることとなる。このようなブロードバンドやケーブルテレビが未整備の世帯において、将来、衛星放送が地上放送の代替の現実的な選択肢になるかどうかを見極めるために、各課題について引き続き検討が必要と考えられる。

放送の実施体制については、地上波代替において衛星放送を活用する場合、衛星セーフティネットと同様に第三者的な位置付けの団体が実施主体として認定を受ける形態や、既存の地上基幹放送事業者が衛星基幹放送の業務について認定を受ける形態が考えられるが、いずれにしても、認定を受けた者は衛星基幹放送を行う主体としての義務を負うことから、適切な実施主体や実施体制を検討することが重要である。特に、Ｄｐａのような団体が実施主体となる場合は、地上基幹放送事業者から放送番組の供給を受けて衛星放送を行うことが必要となることに留意が必要である。また、実施体制がどのようなものであれ、中継器利用料等のコスト負担の在り方についてもあわせて検討することが必要である。なお、今後においても、中継局共同利用推進全国協議会等において議論が続いている状況等を踏まえて検討を続ける必要があると考えられる。

全国を放送対象地域とする衛星放送で地上テレビジョン放送を代替するに当たっては、放送対象地域について整合性を図るために、視聴者管理の仕組みを整備しなければならないことから、その在り方や担い手、費用負担について検討する必要がある。衛星セーフティネットの取組のようなホワイトリストを作成して厳格に視聴者管理を行う形を含め、視聴者管理の在り方やその詳細を調査・検討する必要がある。その際、今後、視聴者管理を行う場合には、Ｗｅｂサイトやアプリといったオンラインシステムによる申込受付が想定されるため、どのようなインターフェースで申請を受け付けるか、その場合、申請者が対象地域に住んでいるかをどのように確認するか等が課題になると考えられる。

受信環境の整備については、これまで実施された取組も参考にしつつ、整備を必要とする視聴者に対して、適切なタイミングで、適切な支援を行うことが必要であると考えられる。

衛星放送による地上波代替の実用化に向けては、上述のＭＲＩから聴取した課題等を解決し、検討を進めるための技術的検証やコスト試算等を実施する必要がある。このため、先行して実証事業等を行っているＢＢ代替作業チームでの検討状況等を参考としながら、2024年度（令和６年度）に、番組の画質・音質、気象耐性その他の技術的課題、視聴者負担や視聴サービスの受容性等について検証・整理等を行うことが望ましい。また、放送を行うための周波数帯域等を検討する上では、需要等に関する調査を行い、どのくらい利用される可能性があるのかを確認することも有用であると考えられる。

（３）災害発生時における衛星放送の活用

2024年（令和６年）１月１日に発災した能登半島地震について、ＮＨＫは、臨時対応として衛星放送を活用して被災地の状況を伝えるため、同年３月31日に放送を終了し、衛星基幹放送の業務の廃止を予定していた「ＮＨＫ ＢＳプレミアム」のチャンネル（ＢＳ１０３）でＮＨＫ金沢放送局（地上テレビジョン放送）の番組を放送した。

また、ＮＨＫは、被災地におけるケーブルテレビの被害や復旧状況等を踏まえ、「ＮＨＫ ＢＳプレミアム」に係る衛星基幹放送業務の廃止後も取組を継続することとして、３月29日に臨時かつ一時の目的のための放送（臨時目的放送[12]）に係る衛星基幹放送の業務の認定を受け、４月１日以降も取組を継続（臨時目的放送は６月30日をもって終了）した。今般の取組は、能登半島地震の被災地である能登半島北部の市町が、地形的な特殊性により地上波が届きにくく、ケーブルテレビへの依存度が高い地域であり、地震の被害を受け、ケーブルテレビを通じて地上テレビジョン放送を視聴することができない状況が継続したことから、臨時対応として、衛星放送を活用して行われたものである。

このような災害発生時における衛星放送の活用事例としては、2011年（平成23年）３月11日に発生した東日本大震災の際、被災地（岩手県、宮城県、福島県の３県並びにその周辺の地域）において地上テレビジョン放送が受信できない場合に、一時的に、上述の「地デジ難視対策衛星放送（衛星セーフティネット）」を利用した対策を実施した例がある。当該対策においては、当初、視聴可能期間を約半年間とし、放送内容については、衛星セーフティネットを活用していることから、居住地等で視聴できる放送と同系列の東京地区の地上デジタル放送の番組を無料で視聴できるようにしたものであった。

衛星放送は、軌道位置にあるひとつの送信点から一波で全国をカバーすることが可能であり、災害発生時に地上放送を視聴することができない地域に対しても、放送を通じて必要な情報を送り届けることが可能であると考えられることから、今回のＮＨＫの取組等も参考として、災害発生時における衛星放送活用の可能性や今後の対応策等について議論・検討を行うことが適当であると考えられる。本検討項目は、このような経緯を踏まえ、第５回会合において、事務局からワーキンググループにおいて災害発生時における衛星放送の活用について議論・検討を行うことを提案し、了承されたものであり、ワーキンググループにおいては、論点を「放送を行うための周波数帯域」、「放送の実施主体」、「平時における放送」の３点に整理し、議論・検討を行った。

① 放送を行うための周波数帯域

災害発生時において衛星放送を活用して情報提供を行うためには、今般のＮＨＫの取組や東日本大震災時の事例のように既存の放送や取組を活用するものでなければ、当該放送を衛星基幹放送の業務として行うための周波数帯域を確保することが必要となる。

---

[12] 臨時目的放送は、放送法施行規則（昭和25年電波監理委員会規則第10号）第７条第２項各号に掲げる「国又は地方公共団体が主催し、後援し、又は協賛する博覧会その他これに類する催し物の用に供すること」又は「暴風、豪雨、洪水、地震、大規模な火事その他による被害が発生した場合に、その被害を軽減するために役立つこと」のいずれかを目的とするものでなければならない。

ＮＨＫの取組の場合は、当初は「ＮＨＫ ＢＳプレミアム」の放送を行っていた周波数で放送を行い、４月１日以降の業務については、臨時目的放送として当該周波数を指定した認定に基づいて放送を行ったものであり、新たに周波数帯域を確保することは要しない状況であったが、今後、災害発生時における衛星放送の活用の実現を図るためには、周波数帯域の確保の在り方、必要な帯域幅、中継器利用料等のインフラコスト負担等について検討することが必要であると考えられる。

② 放送の実施主体

衛星放送のうち、ＢＳ放送や東経110度ＣＳ放送は衛星基幹放送であり、基幹放送の業務を行おうとする者は、放送法第93条第１項の規定に基づき総務大臣の認定を受けることが必要である。

災害発生時における衛星放送についても同様であり、その実施に当たっては総務大臣の認定を受ける必要があるが、放送の実施形態（常時放送を行うのか、又は災害発生時においてのみ臨時に放送を行うのか）によって、実施主体に対する認定についての考え方も変わるものと考えられる。上述のとおり、衛星セーフティネットの場合は当時の社団法人デジタル放送推進協会（Ｄｐａ）が実施主体として認定を受けていたが、災害発生時において放送を行う場合、どのような実施主体が衛星基幹放送事業者としての責任を持って放送を行うことが適切であるか、また、真に被災地にとって必要な情報を提供するためにはどのような実施体制が適切であるか、災害の規模や被災地における地上放送等の視聴状況等を踏まえつつ検討することが必要であると考えられる。

③ 平時における放送

上述のとおり、災害発生時に衛星放送を行うための周波数帯域について、所要の周波数帯域を確保し、割当てを行う場合には、平時における放送の実施についても検討することが必要であると考えられる。

平時においても衛星放送を行う場合は、常時放送を行うための運用体制や設備、放送番組等を確保した上で衛星基幹放送の業務に係る認定を受けることが必要であり、また、中継器利用料等のインフラコストについても、平時・災害発生時を問わずに負担することが必要となること、災害が発生した場合の放送の切替えや放送番組の手配等についても、事前に準備・検討を行うことが必要となることに留意が必要であると考えられる。

今後の方向性等

災害発生時における衛星放送の活用については、ワーキンググループで整理したとおり、「放送を行うための周波数帯域」、「放送の実施主体」、「平時における放送」といった論点を中心として、中継器利用料等のインフラコストや衛星基幹放送に係る業務の認定等に関連する制度面の整備の必要性等の課題を含め、複合的に検討を行うことが必要であると考えられる。特に、中継器利用料等のインフラコストについては、帯域の使用形態により負担規模等

が異なることが想定され、インフラコストの適正な負担の在り方についても検討することが必要であると考えられる。

周波数帯域の確保については、当該帯域の使用形態（常時使用するのか、又は災害発生時においてのみ臨時に使用するのか）により、帯域の確保、つまりは周波数の割当てについての考え方が変わるものと考えられる。帯域を常時使用することを想定するのであれば、後述する中継器利用料等の負担や平時における放送の在り方も含めて検討することが必要であると考えられる。また、必要な帯域幅については、通常ＢＳ放送においては、高精細度テレビジョン放送（いわゆる２Ｋ放送）を１つの中継器の４分の１の帯域幅[13]である「12スロット」を使用して行っているが、災害発生時に衛星放送を活用した情報提供を行う場合は、一般的な２Ｋ放送と同等の帯域を使用する必要性についても検討することが必要であると考えられる。ワーキンググループにおいては、Ｂ－ＳＡＴから災害対策ＢＳ放送のハード面について説明を聴取し、地上放送の映像・音声のみを衛星放送で放送する場合、最低でも８～９スロットは必要（放送内容によって変動）となることが指摘された。使用スロット数によってインフラコストである中継器利用料等が変動することも踏まえ、適正な帯域幅について検討することが必要であると考えられる。

さらに、Ｂ－ＳＡＴからは、臨時サービス（臨時チャンネル）[14]の活用可能性についても報告された。臨時サービスは、災害発生時において、既に周波数の割当てを受けている既存の衛星基幹放送事業者における周波数の活用や対応の可能性を拡げるものであると考えられ、事前の送出装置の整備の必要性等を含め、さらに詳細に検討することが必要であると考えられる。

放送の実施主体については、今般のＮＨＫの事例は、臨時かつ一時の目的のために衛星基幹放送の認定を受けた初めてのケースであり、災害発生時における衛星放送の活用に向けた認定の在り方に関して、ひとつのモデルとなるものと考えられるが、災害発生時における手続であることに鑑み、認定に係る手続についても、速やかに行うことができるように検討することが必要であると考えられる。また、臨時に放送を行う場合については、ワーキンググループにおいて、Ｂ－ＳＡＴからマスター設備の確保やアップリンク設備の変更等のハードに係る準備・対応の必要性が指摘された。解決策のひとつとして、Ｂ－ＳＡＴが保有・運用する車載型地球局（非常災害時において、アップリンクセンターから放送衛星への番組送信が不可能になった場合に緊急送信設備として利用可能）の活用可能性について報告された。このような手段については、技術的に解決すべき課題はあるものの、ハード設備の補完手段としての観点から、実施主体や放送の実施方法等の検討に資するものであると考えられる。

災害発生時に速やかに放送を行うためには、平時から体制を整備し、放送を行っていることが重要であることが指摘されており、このような特殊な運営形態を踏まえた衛星基幹放送の認定の在り方についても検討することが必要であると考えられる。

---

[13] １中継器を48スロットとした場合。現行のＢＳ放送においては、１中継器で最大４チャンネルの２Ｋ番組を放送することが可能。

[14] 通常の放送を行っている番組の帯域を分割して臨時の番組の送出を行うもの（いわゆるマルチ放送）。

ワーキンググループにおいては、技術的なネットワーク構成や運用手順等について平時から統一的に検討を行うことの必要性、災害発生時に衛星放送を活用して提供することが必要な情報（放送番組の内容)、例えば大規模災害の場合に求められる情報についての検討の必要性等が指摘された。また、災害時におけるサービス水準、視聴者側の受信環境、臨時サービスのパターン化等に係る検討の必要性に関する意見も示されており、特に、視聴者側の受信環境については、被災地の状況によって差異が生じることがないよう、一般的に普及している技術や方式によって情報提供が行われることが重要であることが指摘された[15]。

災害の発生は予測不可能であるが、本年８月には「南海トラフ地震臨時情報（巨大地震注意)」が発表されており、災害発生時における衛星放送を通じた情報提供については、被害が広範囲に及ぶ可能性がある大規模災害も念頭に検討を行うことが必要である。

総務省においては、このような状況を踏まえ、調査やシミュレーション等を通じて、災害発生時に衛星放送を行うための周波数帯域、実施主体、災害時に必要となる情報（放送番組の内容）等について事前に検討を行うとともに、実行に移す場合の枠組みや行政の関与の在り方等の様々な課題や必要な対応等についても検討を進めることが必要であると考えられる。

[15] 視聴者が特定可能であり、あらかじめ受信環境の整備が可能な地上波代替とは異なる。

（４）右旋帯域の有効利用

衛星放送の右旋帯域は、ＢＳ放送・ＣＳ放送ともに利用可能な周波数がひっ迫している状況となっている。このような状況を解消するためには、帯域再編を行って空いている周波数帯域を集約することで有効活用を図っていく方法も考えられるが、４Ｋ放送に使用されている、より圧縮効率の高い新たな映像符号化方式を２Ｋ放送においても使用することにより、１つの番組で使用する周波数の帯域を縮減する方法も考えられる。

映像符号化方式について、現在、２Ｋ放送においてはＭＰＥＧ－２方式が使用されており、４Ｋ放送においてはＭＰＥＧ－２方式より圧縮効率の高いＨＥＶＣ方式が使用されている。総務省では、2020年度（令和２年度）及び2021年度（令和３年度）に「ＢＳ放送用周波数の効率的な利用に関する調査検討」を行い、ＭＰＥＧ－２方式と同等の画質を確保した上でＨＥＶＣ方式を使用する場合に必要となるスロット数等について検証した。調査検討を請け負った日本電気株式会社（ＮＥＣ）からは、ＭＰＥＧ－２方式では１中継器の総スロット数48スロットのうち12スロットを用いて行っていたテレビジョン放送について、ＨＥＶＣ方式では１中継器の総スロット数120スロットのうち15スロットで同等の画質を得られるといった調査結果が示されている。このことから、ＨＥＶＣ方式を２Ｋ放送でも使用することで、より少ない周波数帯域幅で同等の質の映像を放送することが可能と見込まれている。

また、ＮＥＣからは、衛星放送において２Ｋ放送を行う際にＨＥＶＣ方式を使用するに当たっては、衛星基幹放送に係る周波数の使用に関する基準（令和２年総務省令第９号）の改正や画質評価会による画質主観評価が必要であることとともに、送信側の課題として、放送局やアップリンク局の設備改修、また受信側の課題として、受信機のＨＥＶＣ方式への対応や視聴者への周知等、取り組むべき課題も示されている。

衛星基幹放送の業務に係る周波数は、上述の総務省令において、その上限となるスロット数が規定されている。例えば、ＢＳ放送におけるＭＰＥＧ－２方式による２Ｋ放送に使用できるスロット数は、高精細度テレビジョン放送のうち一の映像の符号化された映像信号の水平方向の輝度信号の画素数を「1,440」としているもの（いわゆるＨＤ画質の放送）については12スロット、一の映像の符号化された映像信号の水平方向の輝度信号の画素数を「1,920」としているもの（いわゆるフルＨＤ画質の放送）については20スロットを上限としている。また、テレビジョン放送と合わせてデータ放送を行うときは２スロット、マルチ編成を行うときは４スロットを加算した数が上限となる。他方、現行制度では、２Ｋ放送におけるＨＥＶＣ方式の使用が想定されていないところである。

今後の方向性等

上述の調査結果を踏まえれば、ＨＥＶＣ方式を使用することにより、限られた周波数帯域をより効率的に使用することが可能となると考えられる。また、同じ映像符号化方式を使用することで、２Ｋ放送と４Ｋ放送が同一の中継器を使用することができるようになるため、帯域再編をより柔軟に実施することが可能となると考えられる。これらの効果によって、前

述の災害時における衛星放送を行うための周波数帯域の確保や使用する周波数帯域が縮減されることによるソフト事業者のインフラコストの低減が期待される。ついては、より圧縮効率の高いＨＥＶＣ方式を２Ｋ放送に使用する選択肢を設ける制度整備を実施することが望ましいと考えられる。

なお、上述の調査においては、ＭＰＥＧ－２方式と同等の画質を得るためにＨＥＶＣ方式で必要となるスロット数について、画質評価用の映像素材[16]を用い、機械による測定を行い検証されていた。制度の具体案の検討に当たっては、これに加え、実際に人間が肉眼で見た場合にどのように見えるかという点について、画質主観評価を、実際のＨＥＶＣエンコーダ、画質評価用の映像素材を用いて実施し、必要な周波数帯域幅等を検討する必要がある。

また、将来的な制度の運用や放送事業者における新しい設備等の導入、ＨＥＶＣ方式に対応した受信機の普及、視聴者への周知等については、関係者が連携して引き続き検討を行っていく必要があると考えられる。

[16] 「ＩＴＥハイビジョンシステム評価用標準画像第２版Ａシリーズ」

（５）衛星基幹放送の認定における通販番組の扱い

総務省においては、ＮＨＫの「ＮＨＫ ＢＳプレミアム」の放送終了後の空き帯域やその他既に生じている空き帯域を活用し、ＢＳ放送の右旋帯域において４Ｋ放送を実施する放送事業者３者の認定を行うこととし、2023年（令和５年）３月～５月にかけて認定申請の公募が行われた。

公募においては、当初５者から認定申請[17]があり、審査の過程において２者が申請を取り下げ、３者の認定予定に対して３者を審査することとなったため、絶対審査（放送を実施する上で必ず満たすべき条件への適合性について審査（１つでも適合しない事項があれば認定拒否））のみが実施された。

同年11月には、審査結果を踏まえ、新規事業者１者、既存事業者２者の合計３者すべてを認定することが適当であるとして電波監理審議会に諮問された。電波監理審議会においては、諮問のとおり認定を行うことは適当であるとしながらも、今回の認定を受ける３者のうち２者が通販番組のみを放送する者であったことに鑑み、総務省に対して、衛星放送の認定基準には見直す点があり、衛星放送を取り巻く環境の変化なども踏まえ、衛星放送全体の制度の在り方について、時代に即したものになるように適切に検討するよう、要望が示された。

衛星基幹放送における認定に係る審査に当たっては、一定事項の周知又は宣伝のために対価を得て行う放送を広告放送と解しており、通販番組がそのような放送に該当する場合は、広告放送として取り扱うこととされている。また、認定に係る審査基準（放送法関係審査基準（平成23年総務省訓令第30号））上、絶対審査を通過した申請者が競合し、比較審査を行うこととなった場合[18]において、広告放送の割合（一週間当たりの放送時間全体における対価を得て行う広告放送に係る放送時間の占める割合が３割を超えない）について審査を行う[19]こととされている。

比較審査については、第一次比較審査において、「広告放送の割合」の他、「青少年の保護」、「字幕番組の充実」、「放送番組の高画質性」の４つの審査基準[20]を設け、いずれにも適合しているものを優先するものとされている。仮に、申請者が「広告放送の割合」に係る基準に適合していない場合は、競合関係にある他の申請者に劣後することとなる[21]が、上述のように、申請者数が認定予定数を超過せず、指定することのできる周波数が不足しない場合は比較審査が行われない。このため、「広告放送の割合」に係る比較審査基準に適合してい

---

17 ＳＣサテライト放送株式会社、ＯＣＯ株式会社、株式会社ＱＶＣサテライト、株式会社東京通信グループ、株式会社WOWOWの５者が申請。ＳＣサテライト放送株式会社、株式会社ＱＶＣサテライトの２社は、2018年（平成30年）12月から、ＢＳ放送の左旋帯域において、ショッピング専門チャンネルを放送。

18 放送法関係審査基準においては、衛星基幹放送の業務に関し、衛星基幹放送事業者に指定することのできる周波数が不足するときは、比較審査を行うものとされている。

19 広告放送の割合は、第一次比較審査（別紙３ ２（１））及び第二次比較審査（別紙３ ３（４））において審査を実施。

20 例えば、「青少年の保護」については成人向け番組を含む放送行わないこと、「字幕番組の充実」については字幕付与可能な放送番組に係る一週間当たりの放送時間全体における字幕を付与する放送番組に係る放送時間の占める割合が５割以上であることが基準として規定されている。

21 左旋帯域における超高精細度テレビジョン放送の認定に係る審査の場合は、「広告放送の割合」は除いて審査が行われる。

ない申請者であっても、絶対審査に係る基準に適合している場合は、認定を受けることが可能である。

本検討項目については、第２回会合において、このような認定に係る審査の経緯や電波監理審議会からの要望を含め、衛星基幹放送における認定制度の在り方等について聴取した。また、第９回会合における、独立行政法人国民生活センター及び一般社団法人衛星放送協会からの説明も踏まえ、「衛星放送における多様性の確保」、「視聴者・消費者への配慮」の２つの観点から議論・検討を行った。

① 衛星放送における多様性等の確保

インターネットの普及や若者のテレビ離れなど衛星放送を取り巻く環境が大きく変化し、ＢＳ放送・ＣＳ放送において、2023年（令和５年）11月の衛星基幹放送の認定の際に見られたように衛星放送への新規参入意向が低下し、また、既存の放送番組の終了や事業者の撤退等が続くなど、衛星放送市場の縮小が懸念される中において、衛星放送の多様性や持続可能性の確保等に向けた検討が必要な状況となっている。

（参考）衛星放送における最近の放送番組の終了事例

	番組名	放送事業者名	放送終了日
ＢＳ放送	ＢＳスカパー！	株式会社スカパー・エンターテイメント	2022年(令和４年)10月31日
	ＢＳプレミアム	ＮＨＫ	2024年(令和６年)３月31日
	スターチャンネル２ スターチャンネル３	株式会社スター・チャンネル	2024年(令和６年)５月31日
東経110度ＣＳ放送	Ｊ ＳＰＯＲＴＳ １～４（４Ｋ） スターチャンネル ４Ｋ スカチャン１・２ ４Ｋ 日本映画＋時代劇 ４Ｋ （いずれも左旋帯域）	株式会社スカパー・エンターテイメント	2024年(令和６年)３月31日

※ 上記の他、東経124/128度ＣＳ放送について株式会社第一興商(ラジオ)が2024年(令和６年)３月31日に、東経154度ＣＳ放送について株式会社ミュージックバード(ラジオ)が2024年(令和６年)２月29日に放送を終了。

衛星基幹放送の認定に当たっては、放送番組の多様性を確保する観点から、比較審査において、上述のような広告放送の割合に関する制限に加え、放送番組の特定分野への偏りや放送番組の内容の重複の程度等を勘案[22]する審査基準が設けられている。

[22] 放送法関係審査基準 別紙３ ３（３）放送番組の多様性
衛星基幹放送による超高精細度テレビジョン放送以外の放送については、当該放送全体として、放送番組の分野の特定分野への偏り及び放送番組の内容の他の放送番組の内容との重複の程度等を勘案し、より放送番組の多様性の確保に資するものであること。

今後、上記の認定と同様の結果が生じた場合は、衛星放送全体として放送番組の多様性に影響が及ぶことも想定される。他方、特に無料放送においては、通販番組を含む広告放送が衛星基幹放送事業者の経営基盤の一端を支えているとも考えられ、衛星放送の持続可能性を確保する観点からは、放送番組の多様性とのバランスを考慮しつつ、慎重に検討する必要があると考えられる。

② 視聴者・消費者への配慮

衛星基幹放送の認定における通販番組の扱いに係る検討に当たり、通販番組（いわゆるテレビショッピング）の視聴者・消費者に対する影響を把握する一環として、独立行政法人国民生活センターから、消費生活相談の状況について説明を聴取した。国民生活センターからは、テレビショッピング全体の年間の相談件数は約１万件程度（2023年度（令和５年度）は9,111件）であり、年間約20万件の相談件数で推移しているインターネット通販（2023年度（令和５年度）は251,379件）と比較すると、相談件数としては少ない状況であることが報告された（相談件数は、いずれも2024年（令和６年）５月31日までに全国消費生活情報ネットワークシステム（ＰＩＯ－ＮＥＴ）に登録された件数）。

消費生活相談について性別・年代別で見ると、テレビショッピングに関する相談は、女性の方が多く、かつ、70歳以上の相談が多い状況であることが報告され、社会的に高齢層の割合が増加する中で、テレビショッピングについては、引き続き、高齢層からの相談が一定程度の規模で寄せられる可能性が指摘された。なお、インターネット通販に関する相談は、男性・女性がおおよそ半々であり、幅広い年代から相談が寄せられている状況となっており、相談件数とともに、テレビショッピングとは様相が異なるものであると考えられる。

また、放送事業者側の対応として、衛星放送における通販番組に関し、業界団体や衛星基幹放送事業者が策定している放送基準やガイドラインについて、一般社団法人衛星放送協会から説明を聴取した。衛星放送協会からは、放送基準を策定して広告に係る基準を明記するとともに、広告放送のガイドラインを策定し、会員社に対して、ショッピング番組及び通信販売などの広告等に係る判断の指針を示していることが共有された。また、衛星放送協会の会員社である、ショッピング専門番組を運営するＳＣサテライト放送株式会社、株式会社ＱＶＣサテライトにおいても、放送基準を適切に策定・運用するとともに、ショッピング専門番組の特長を生かした番組作りや視聴者・消費者対応に取り組んでいることが報告された。

今後の方向性等

衛星基幹放送の認定における通販番組の扱いについては、ワーキンググループで整理したとおり、「衛星放送における多様性の確保」、「視聴者・消費者への配慮」というフェーズの異なる２つの観点を踏まえ、課題の解決に取り組んでいくことが必要であると考えられる。ワーキンググループにおいては、衛星放送全体の価値を高め、視聴者に衛星放送を継続的に視聴するという選択を続けてもらうためには、多様性の確保のための取組が必要であり、その取組が放送事業者の持続可能性に資するものであること、衛星放送には様々な専門的な形

態のチャンネルが存在することを踏まえ、地上放送と同様の基準で多様性を考えるのではなく、柔軟な検討が必要であることが指摘された。

また、衛星基幹放送に係る認定制度に関しては、絶対審査と比較審査が行われている中で、絶対審査で求められる要件と比較審査で求められる要件の振り分けにも着目し、第一次比較審査における審査の一部を絶対審査において行うといった審査基準の入替え等について検討を行う可能性や、衛星放送が全国を放送対象地域とする、地域性には囚われないメディアであるからこそ、社会における情報の多様性、多元性に資するものになっているかという点について評価を行う重要性について指摘された。

他方、多様性の確保の観点から絶対審査において通販番組に係る審査基準を設けることについては、放送法が保障する放送番組編集の自由に配慮する必要があることが指摘され、通販番組の参入を限定するのではなく、認定に係る審査において、衛星基幹放送に係る業務を行おうとする者が自主的に実施しようとしている視聴者・消費者保護に係る取組をポジティブに評価する仕組みの導入等について検討することが提案された。特に４Ｋ放送については、放送事業としての経営が厳しい状況であり、必ずしも多くの新規参入が見込まれる状況ではないことを踏まえ、今後、さらに参入が難しくなる方向に進むと業界の発展に影響が出てしまう可能性があることについて懸念が示された。

このような点を踏まえ、衛星基幹放送の認定における通販番組の扱いについては、次期の認定を念頭に、引き続き、放送番組編集の自由等に留意しつつ、多様性の確保や視聴者・消費者への配慮の観点から、通販番組に係る審査基準の在り方について慎重に検討を行うことが必要であると考えられる。

また、通販番組に係る視聴者・消費者への配慮については、テレビジョン放送の視聴時間が高齢層で長くなる傾向にある[23]こと、消費生活相談においてテレビショッピングに関連する高齢層からの相談が多い状況にあることに留意する必要があると考えられる。テレビショッピングで買い物を行う場合、契約事項を文字で確認することが可能なインターネット通販とは異なり、視聴者・消費者は架電による通話が必要となり、契約に係る情報はオペレーターから音声で伝えられるのみであるため、誤認が生じる可能性があることも指摘されており、放送事業者においては、このようなテレビショッピング特有の課題を踏まえた消費者対応が求められるところ、視聴者・消費者における誤認を防止するための対応等を盛り込んだ業界の自主的なガイドライン作成の必要性が指摘された。

このような点を踏まえ、通販番組に係る視聴者・消費者への配慮については、衛星放送業界全体として実効性のある取組が講じられるよう、衛星放送に係る業界団体をはじめとする関係者が連携し、放送事業者の自主的な取組を強化するための仕組みづくりを促進することが必要であると考えられる。

[23] 平日・休日におけるテレビジョン放送のリアルタイム視聴の平均利用時間は、年齢層が高くなるほど長くなる傾向がある。（出典：総務省情報通信政策研究所「令和５年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」）

参考資料集

目次

参考１．開催要綱 参考-1

参考２．開催経緯 参考-5

参考３．ヒアリング資料集 参考-7

（１）衛星放送に係るインフラコストの低減 参考-8

（２）地上波代替における衛星放送の活用 参考-48

（３）災害発生時における衛星放送の活用 参考-85

（４）右旋帯域の有効利用 参考-90

（５）衛星基幹放送の認定における通販番組の扱い 参考-96

参考１　開催要綱

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」開催要綱（改定版）

１　背景・目的

本ワーキンググループは、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（以下「検討会」という。）の下で開催される会合として、検討会取りまとめを踏まえ、衛星放送を取り巻く環境が変化する中で、衛星放送における課題を解決し、持続可能な衛星放送の将来像を描くべく、インフラコストの低廉化に資するハード設備の在り方や衛星放送における４Ｋ放送への取組等、短期・中期にわたる諸課題への対応に関して、具体的・専門的な議論・検討を行うことを目的とする。

２　名称

本ワーキンググループは「衛星放送ワーキンググループ」と称する。

３　検討項目

（１）衛星放送に係るインフラコストの低減
（２）左旋の空き帯域の有効活用
（３）右旋帯域の有効利用
（４）その他

４　構成及び運営

（１）本ワーキンググループの主査は、検討会座長が指名する。本ワーキンググループの構成員は、主査が指名する。
（２）主査は、本ワーキンググループを招集し、主宰する。
（３）主査は、必要があると認めるときは、主査代理を指名することができる。
（４）主査代理は主査を補佐し、主査不在のときは主査に代わって本ワーキンググループを招集する。
（５）主査は、必要に応じ、必要と認める者を構成員又はオブザーバとして追加することができる。
（６）主査は、必要に応じ、構成員以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
（７）その他、本ワーキンググループの運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

５　議事の取扱い

（１）本ワーキンググループの会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。
（２）本ワーキンググループの会議で使用した資料及び議事要旨については、原則として公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合については、非公開とする。

６ その他

本ワーキンググループの庶務は、情報流通行政局衛星・地域放送課が、関係課の協力を得て、行うものとする。

（別紙）

「衛星放送ワーキンググループ」
構成員名簿

（敬称略・主査を除き五十音順。令和６年４月 15 日現在）

＜構成員＞

（主査）	伊東（いとう） 晋（すすむ）	東京理科大学　名誉教授
	飯塚（いいづか） 留美（るみ）	一般財団法人マルチメディア振興センター 調査研究部　研究主幹
	石岡（いしおか） 克俊（かつとし）	慶應義塾大学大学院法務研究科　教授
	大谷（おおたに） 和子（かずこ）	株式会社日本総合研究所　執行役員法務部長
	奥（おく） 律哉（りつや）	株式会社電通総研　名誉フェロー
	落合（おちあい） 孝文（たかふみ）	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業 プロトタイプ政策研究所所長・シニアパートナー弁護士
	音（おと） 好宏（よしひろ）	上智大学文学部　教授
	曽我部（そがべ） 真裕（まさひろ）	京都大学大学院法学研究科　教授
	長田（ながた） 三紀（みき）	情報通信消費者ネットワーク
	林（はやし） 秀弥（しゅうや）	名古屋大学大学院法学研究科　教授

＜オブザーバ＞

一般社団法人衛星放送協会

スカパーＪＳＡＴ株式会社

全国町村会

一般社団法人電子情報技術産業協会

日本放送協会

一般社団法人日本民間放送連盟

株式会社放送衛星システム

一般社団法人放送サービス高度化推進協会

※　坂本（さかもと） 有芳（ゆか）構成員（鳴門教育大学大学院教授）は、第４回会合（令和６年２月13日）まで参加。

参考２　開催経緯

日付等		議　事
第１回	2023年（令和５年） 11月30日	(1) 開催要綱（案）の確認等 (2) 衛星放送の現状 (3) ヒアリング (4) 意見交換 (5) 今後の進め方等
第２回	12月21日	(1) 衛星放送のインフラの効率化について (2) 条件不利地域における衛星放送の活用について (3) その他 ・ＢＳデジタル放送の選局機能の一部変更に向けた取組み ・衛星基幹放送の業務に係る認定に関する審査制度について
第３回	2024年（令和６年） １月24日	(1) 衛星放送に係るインフラコストの低減について (2) 左旋の空き帯域の有効活用に向けた実証について (3) 右旋帯域の有効利用について
第４回	２月13日	衛星放送に係るインフラコストの低減について
第５回	３月６日	(1) 衛星放送ワーキンググループにおけるこれまでの議論について (2) その他 ・衛星放送におけるマスメディア集中排除原則の見直しについて
第６回	３月26日	(1) ＢＳ・ＣＳ左旋における衛星基幹放送事業者の認定について (2) 今後の議論・検討について
第７回	４月15日	(1) 災害発生時における衛星放送の活用について (2) 地上波代替における衛星放送の活用について
第８回	５月16日	(1) 地上波代替における衛星放送の活用について (2) 災害発生時における衛星放送の活用について
第９回	６月26日	(1) 衛星放送に係るインフラコストの低減について (2) 衛星基幹放送の認定における通販番組の扱いについて (3) 地上波代替における衛星放送の活用について
第10回	８月５日	(1) 地上波代替における衛星放送の活用について (2) 右旋帯域の有効利用について (3) 共同衛星の管制の在り方について
第11回	８月28日	(1) 衛星放送に係るインフラコストの低減について (2) 衛星基幹放送の認定における通販番組の扱いについて (3) 各検討事項に係るこれまでの議論・検討等について
第12回	９月11日	(1) 取りまとめ（案）について (2) 意見交換

参考３　ヒアリング資料集

（１）衛星放送に係るインフラコストの低減

株式会社放送衛星システム

スカパーＪＳＡＴ株式会社

一般社団法人衛星放送協会

気象衛星ひまわり運用事業株式会社

資料1－4

衛星放送ワーキンググループ（第1回）資料

2023年11月30日

B-SAT　浜崎浩丈

今後の検討にあたって

☆ 将来的な衛星放送の展望を見据えたインフラ

- ► 右左旋帯域の利用動向の見極め
- ► 衛星放送の広域性・同時性などの特質を生かした番組群

☆ 放送として信頼される安全・安心なインフラ

- ► 放送としての安定性・信頼性の確立
- ► 放送継続性の永続的な確保

☆ 放送事業者に無駄な負担を強いることの無い最適なインフラ

- ► 最適化された設備投資
- ► 経済合理性にかなった料金
- ► 収支の透明性
- ► 衛星管制・アップリンク運用業務の合理化

衛星放送をめぐる環境の変化と今後の展開

1990年 BSアナログ放送
1993年 B-SAT設立
2000年 BS/CS(基幹)デジタル放送
2020年 4K8K放送
2030年 BS/CS共同衛星
2040年代以降～

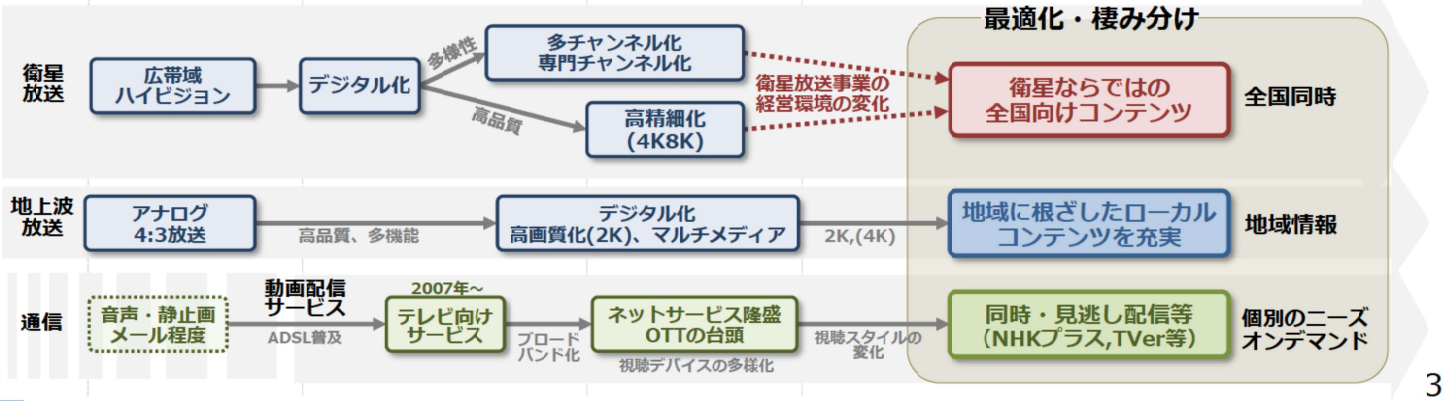
ハードソフト分離
衛星インフラの共用化、コンパクト化、集約化

黎明期 ニューメディア
普及期～成熟期 多チャンネル放送、超高精細放送
今後の展開 本来のBS放送の本質に立ち返り、メディア特性や視聴スタイルで棲み分ける時代へ

- BS放送は、動画配信ができなかった通信に先駆けて高品質なコンテンツを経済的、効率的に全国へ提供開始した
- BS放送はハードソフト分離が行われ、民間活用のための公募によってB-SAT、SCC、JCSATの3社からB-SATが選ばれBS放送を担った

- 放送のデジタル化で、多チャンネル、4K8Kへ進展
- 近年の視聴スタイルの変化により、厳しい競争に

- "真に広域性・同時性が求められるコンテンツ"の時代へ
- 本来の衛星の強みを生かしたコンテンツの拡充に集中
- 衛星はコンパクト化し、運営主体は20年以上継続できるよう、使用する放送事業者主体の最小形態とする

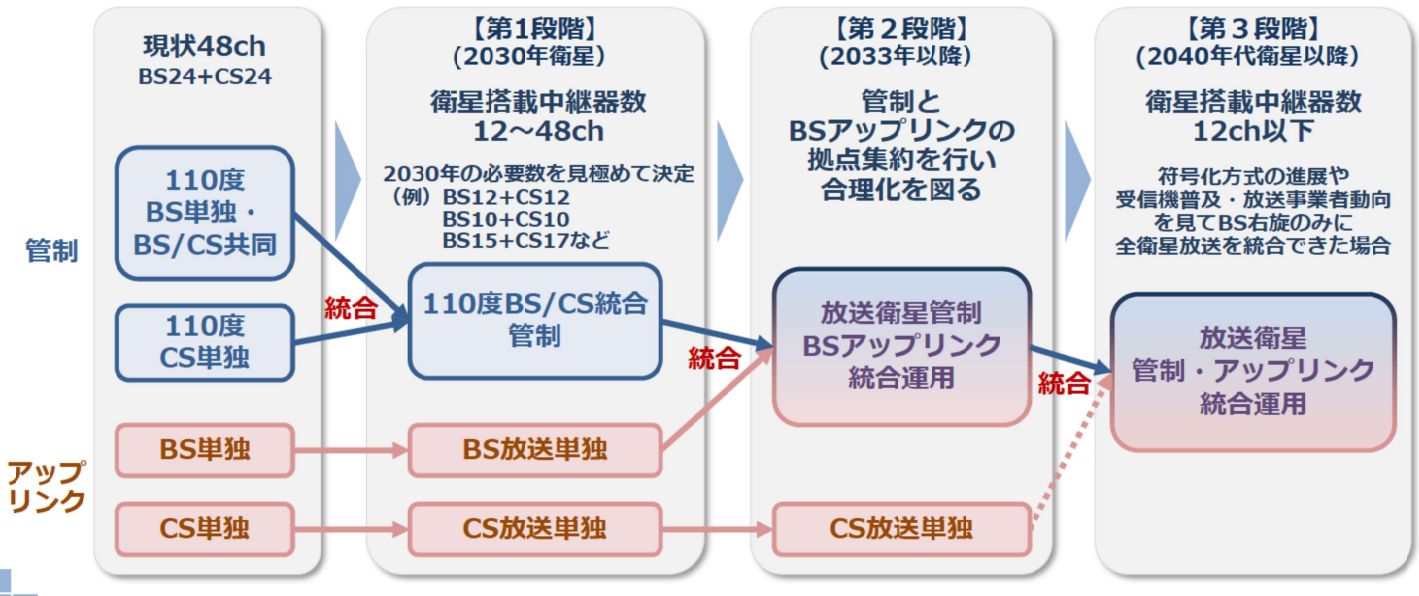


BSの管制とアップリンクは将来的に完全統合へ

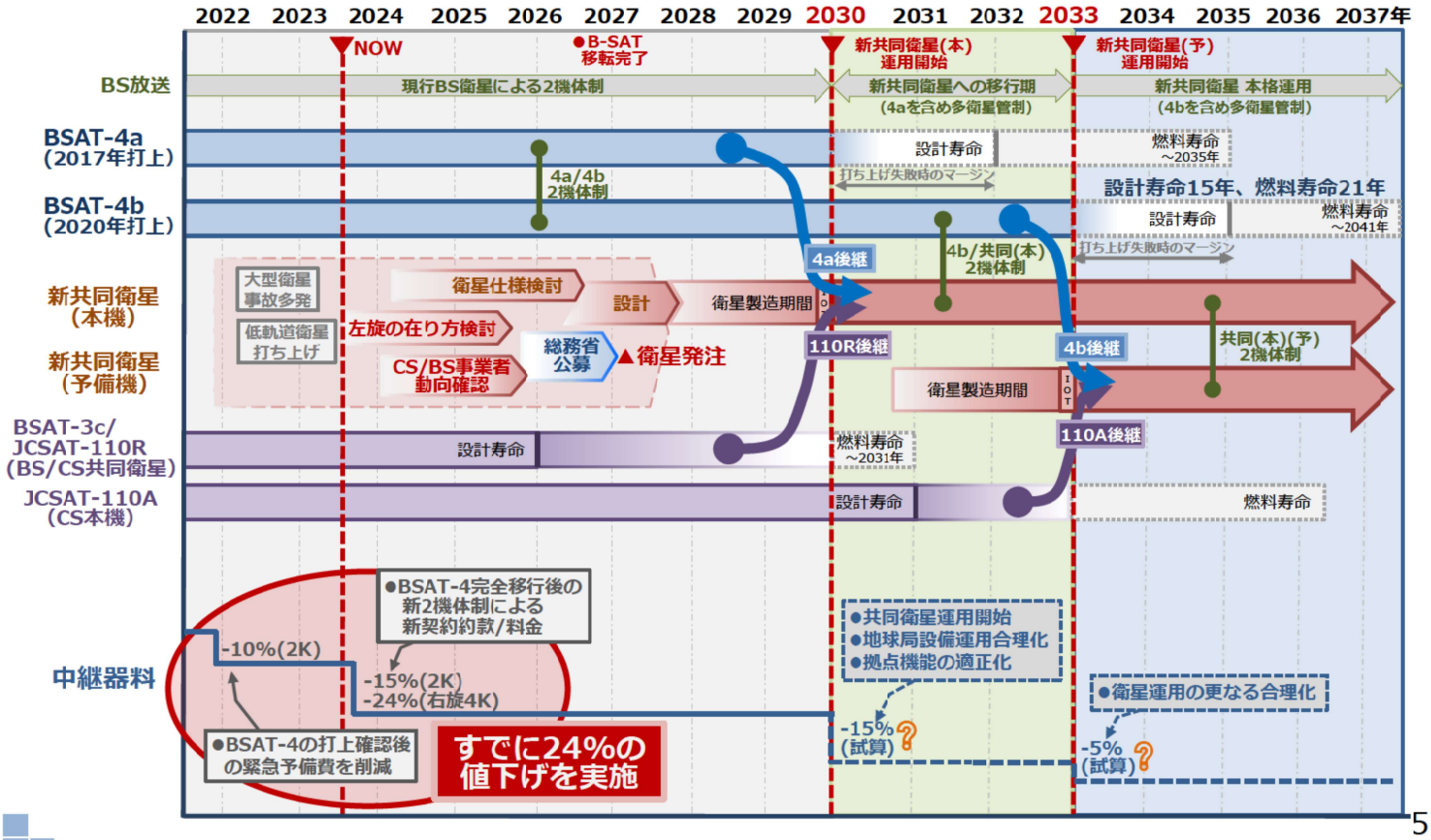
第1段階 放送用衛星管制はBS/CSの衛星を統合することで、全体管制費用は3/4に

第2段階 管制、BSアップリンク、本社の拠点集約を視野にいれ（1か所で運用）拠点集約による運用費の削減を図る

第3段階 全衛星放送をBS右旋12chにすべて収容すればコンパクトになる



想定する全体スケジュール



コンパクトな衛星の打ち上げ

BS/CS共同衛星をフルスペック衛星とする場合、

- ●世界最大級の衛星となり信頼性・安定性が課題となる
- ●BS/CS 2つ合わせて空きチャンネル・空きスロットの多い衛星を打ち上げたとしても、経済合理性に欠く

〔早期打ち上げを行うと次回以降の打ち上げが早まる事となる〕



200W48中継器
BS右旋12, BS左旋12
CS右旋12, CS左旋12
重量　6トン級

提案

左旋帯域の利用方法について一定の見通しのもとで
今後の放送番組数に合ったコンパクトな衛星を
衛星寿命に合わせて打ち上げて経済合理性を追求する

案1　BSAT-3c/JCSAT-110Rの200W中継器タイプの衛星を2030年に打ち上げる

BS右旋12, CS右旋12　合計24中継器

案2　右旋に空き中継器が出る場合　右旋12~23中継器



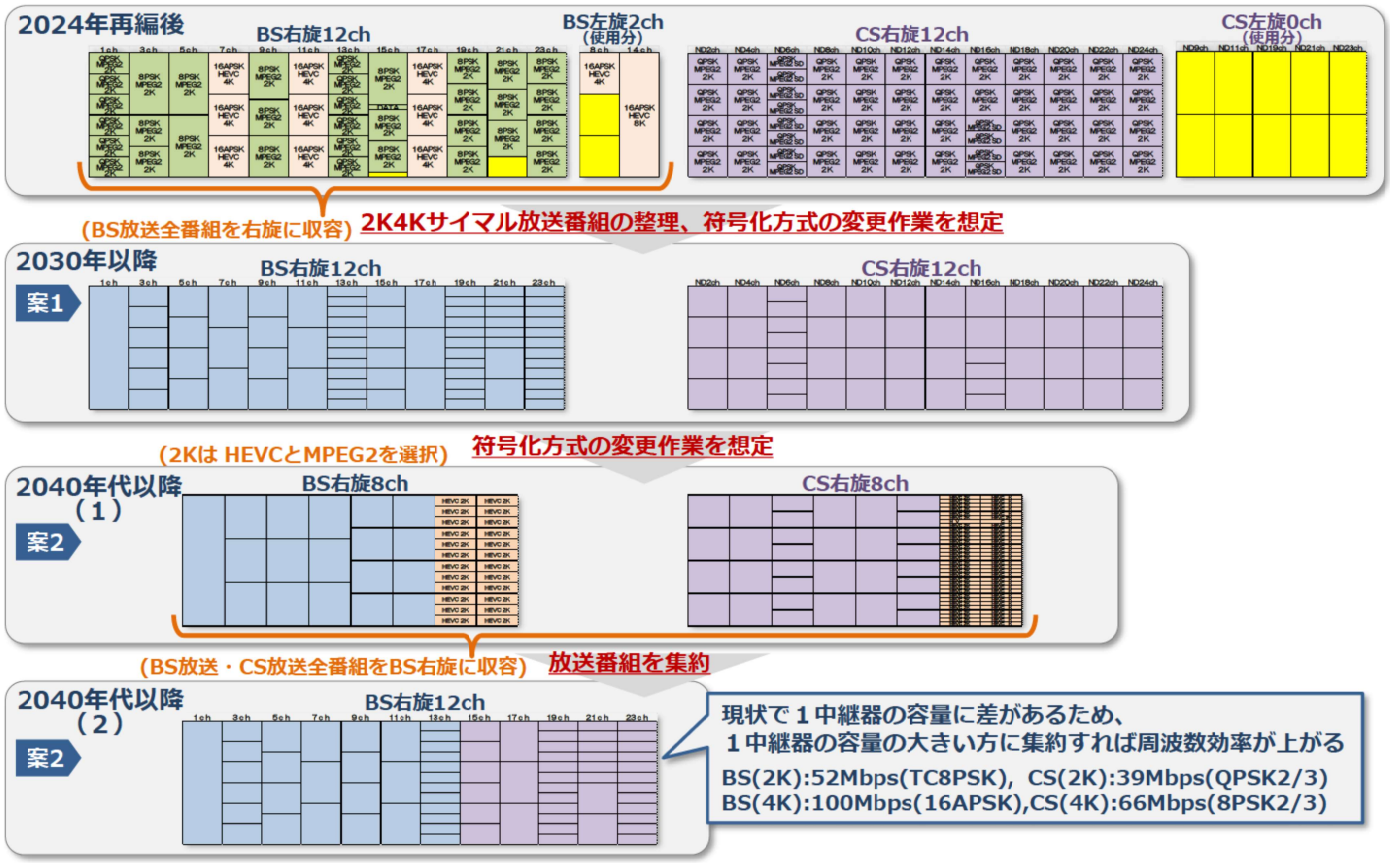
200W24中継器
BS右旋12, BS左旋0
CS右旋12, CS左旋0
重量　3.5トン級

200W12~23中継器
〔BS右旋,CS右旋〕
重量　3.5トン級

- ●左旋帯域用の中継器を搭載する場合でも必要最小数とする

案3　BS右旋12, BS左旋0~3, CS右旋12, CS左旋0~5　合計 25~32中継器

将来の衛星放送用周波数利用イメージ

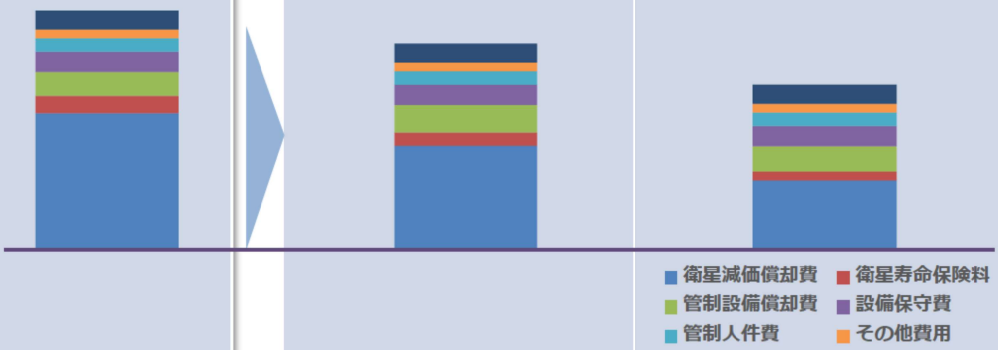


現状で１中継器の容量に差があるため、
１中継器の容量の大きい方に集約すれば周波数効率が上がる

BS(2K):52Mbps(TC8PSK)，CS(2K):39Mbps(QPSK2/3)
BS(4K):100Mbps(16APSK),CS(4K):66Mbps(8PSK2/3)

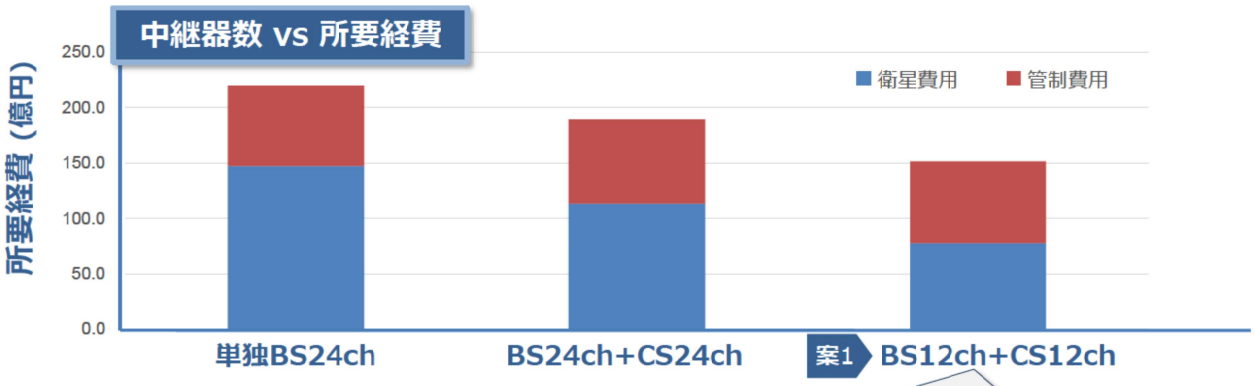
中継器料の試算

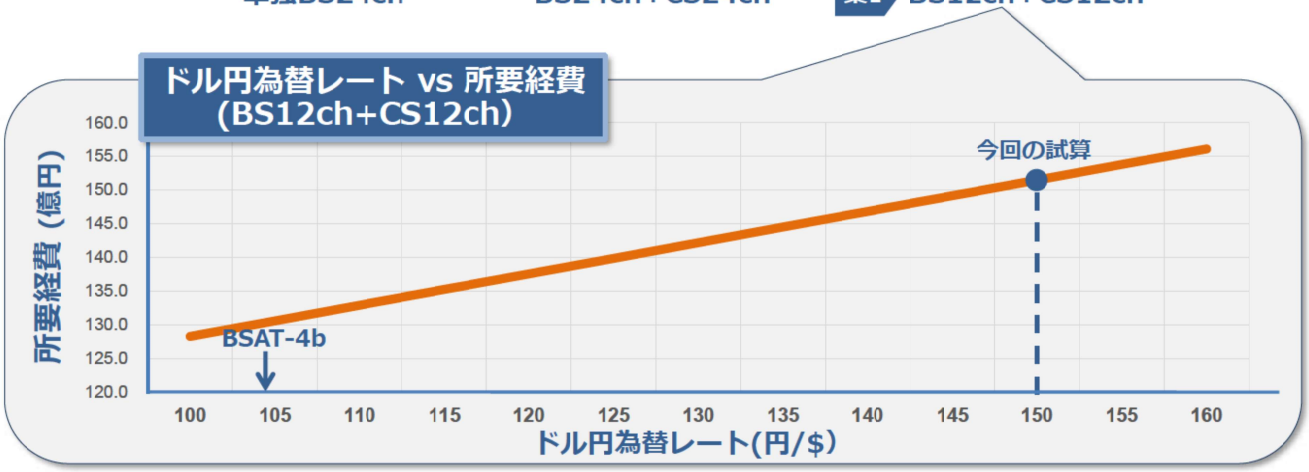
	単独 BS24ch	BS24ch＋CS24ch	案1 BS12ch＋CS12ch
所要経費（3年間総額） [試算の前提条件] ● ドル円為替：150円 為替レートによる影響度は p9参照 ● 減価償却：15年 [3年間で試算する理由] ● 年ごとの変動を平均化 ● B-SATの料金は3年毎に見直し	219.7億円	189.3億円	151.5億円
中継器稼働率	50.0%	50.0%	91.6%
1中継器料金設定（現行5.5億円/年）	6.7億円/年 現行比 +21.8%	5.8億円/年 現行比 +5.4%	5.0億円/年 現行比 -9.0%



（詳細内訳）■ 設備保守費：管制設備保守費・維持運用費、運用解析業務支援費
■ その他経費：回線料、土地賃借料、電力・水道料、無形固定資産償却費

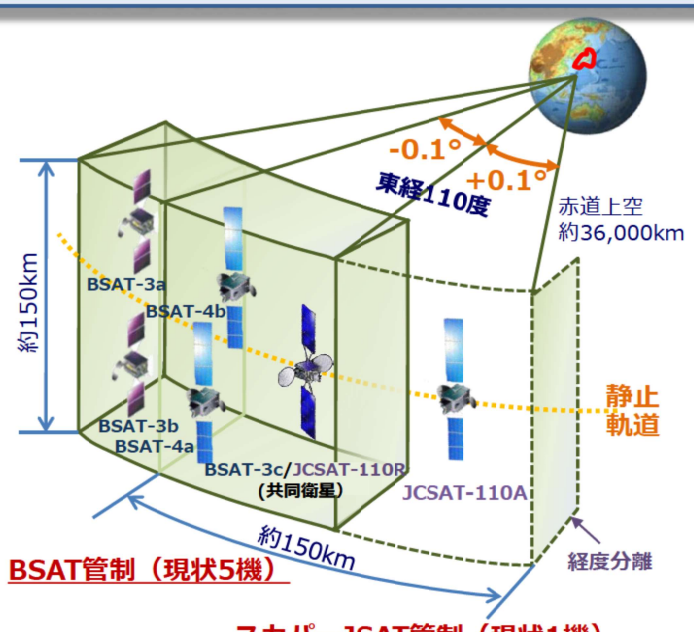
中継器数/為替レート vs 所要経費





共同衛星の管制

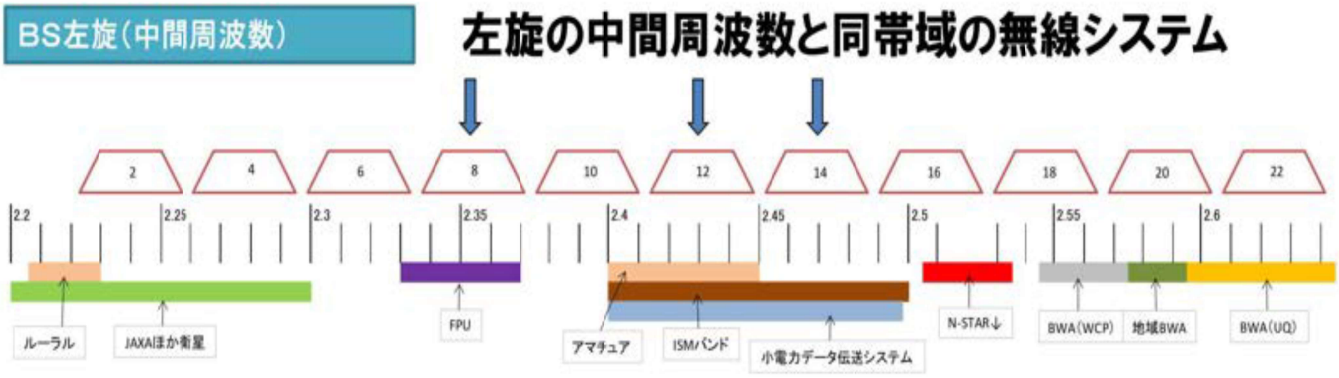
- 共同衛星でも世代移行期には衛星が4機になることから同一軌道多衛星管制が必要
- 多衛星管制は専用システムと専門要員が必要であり、豊富な実績とノウハウを有する管制所がそのまま継続して担うのが経済合理性が高い
- 新共同衛星（本機）への移行期間は既存BSAT-4b（予備機）との2機体制となる
  BS放送の安定性・信頼性維持のため衛星不具合時の予備機への切替えを即座に行う必要がある



	現状	2030～2033年 新共同衛星 への移行期間	2033年～ 新共同衛星 2機体制
本機	BSAT-4a	新共同衛星（本機）	新共同衛星（本機）
	切替	切替	切替
予備機	BSAT-4b	BSAT-4b	新共同衛星（予備機）

参考

総務省資料より



左旋周波数については今後も使用帯域を広げる毎に
中間周波数帯での検証が必要と考えられる
（矢印は現在使用中の周波数）

参考　B-SATの放送衛星運用の特徴

放送衛星業務(BSS)周波数の確保・維持

■ BSS周波数はITUで国際法として定める無線通信規則(RR)で規定されている
- RRは日本の単独提案で容易に改訂できるものではなく、通信衛星のように後から変更が可能な衛星としての運用はできない
- 近年、周波数利用管理の重要性が益々高まるなか、B-SATは世界無線通信会議(WRC)をはじめとする国際会合において放送衛星軌道および周波数の確保・維持のための活動を主導している

低軌道周回衛星サービス(NGSO)の台頭



第3地域の衛星プランビーム

衛星デジタル放送技術

■ 衛星放送方式の要素技術は現在B-SATにいる技術者によって開発されたものである
- 2K4K8K放送の維持や新たな可能性の追求をB-SATが担当

放送事業者主体

■ 衛星の特長を生かした放送サービスの充実・発展のためには、放送のためを考えて地球局を含めた運用を行う、放送事業者のための会社が望ましく、株主が利用者である放送事業者としてBSを運用

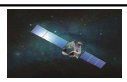
資料1－5

BS/CS統合新衛星実現に向けて

2023年11月30日
スカパーJSAT株式会社

BS/CSハイブリッド衛星実現による衛星利用コストの削減

【現状】

	BS専用衛星				共同衛星	110CS衛星
衛星名称	 BSAT-3a	 BSAT-3b	 BSAT-4a	 BSAT-4b	 BSAT-3c / JCSAT-110R	 JCSAT-110A
打上げ日	2007/8/15	2010/10/29	2017/9/30	2020/8/16	2011/8/7	2016/12/22
用途	BSデジタル放送	BSデジタル放送	新4K8K衛星放送	新4K8K衛星放送	BS予備衛星 CS予備衛星	新4K衛星放送 CSデジタル放送
	（株）放送衛星システム（B-SAT社）					スカパーJSAT（株）

【当社の将来構想】

BS+CS新衛星


統合新衛星#1


統合新衛星#2

■同一軌道であり、本来は2機（BS/CS、右旋/左旋すべて搭載の現用・予備）があれば安定的な提供が可能

■これらの削減を放送事業者へ還元し、コンテンツ投資の拡充をはかる

想定する統合衛星スペック

想定する衛星スペック

– BS中継器(200W級) 現用24系統 (右旋/左旋 各12本） ＋ 専用送受信アンテナ
– CS中継器(200W級) 現用24系統 (右旋/左旋 各12本） ＋ 専用送受信アンテナ
  • 所要発生電力(寿命末期)：17～18 kW
  • 打ち上げ質量　　：6.1トン(100%化学推進)
→ 実績のある技術で実現可能（後述）。発生電力も軌道上実績の範囲内。

想定する打ち上げ機

– 以下の打ち上げ機はいずれも上記規模の衛星を打ち上げる能力を有する。
  • H3 (H-IIA後継機)
  • Ariane 6 (Ariane 5後継機)
  • Falcon 9
  • Vulcan (Atlas V後継機)
  • New Glenn (新型)

衛星投資額の試算

	BS単独衛星1機	CS単独衛星1機	BS/CS統合衛星1機
衛星投資額	**187 – 198 M$**	**187 – 198 M$**	**254 – 271 M$**
BS、CS 調達投資額	**2機合計 374 – 396 M$ (562 – 594億円)**		**254– 271 M$ (382– 406億円)**

衛星本体、打上げサービス、打上げ保険の投資額合計が、BS/CS単独衛星各１機の場合と比べて統合衛星1機の方が180億円から188億円低減可能

※メーカ回答を基に試算
※衛星投資額には衛星本体、打上げサービス、打上げ保険を含む
※為替レートは1ドル150円を想定

目指すべき中継回線価格について（アップリンク除く）

以下の検討要素や議論を踏まえながら、最終的に2033年の統合衛星2機体制を確立し、かつBSまで含めた運用をすべて当社で行うことを前提として、BSとCSの中継回線価格を同一水準とし、現行のCS中継回線価格から10%以上の削減を目指す。

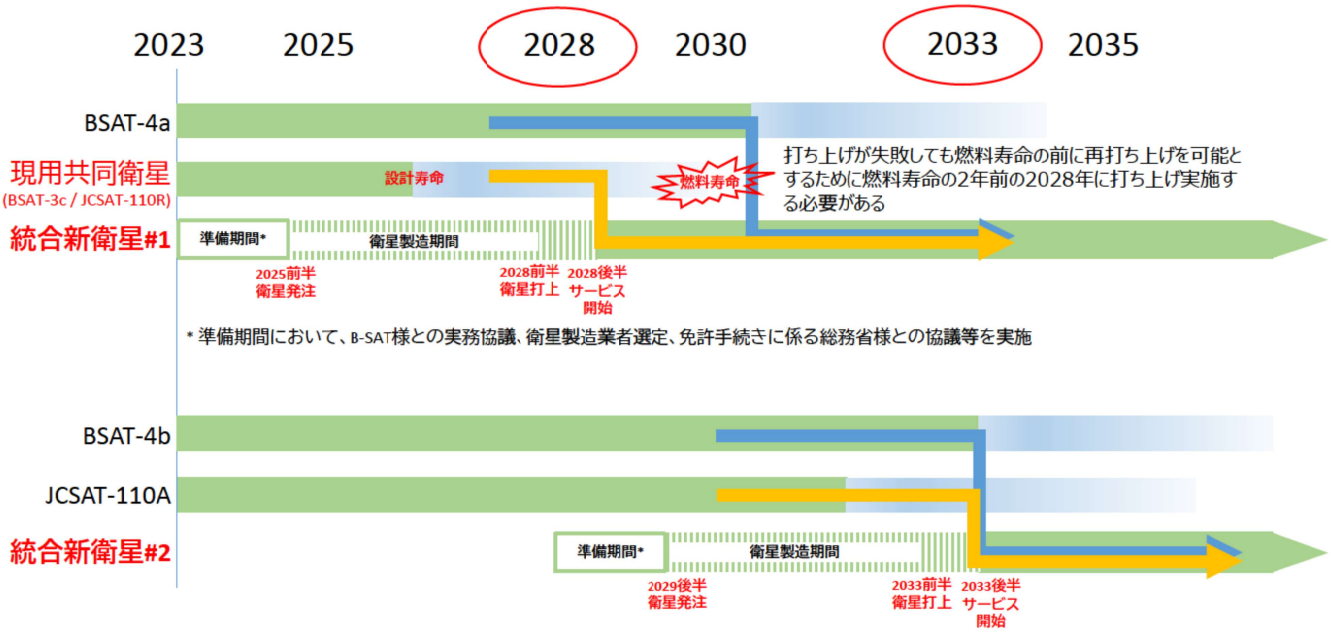
検討すべき要素

- 衛星本体、打上げ費用、保険の統合化によるコスト削減効果
- 当社が衛星管制を行うことによるコスト削減効果
- 稼働率の想定
- 為替変動、インフレーションの影響を加味

等

衛星統合スケジュール

現用共同衛星であるBSAT-3C/JCSAT-110Rは最初に寿命が到来（2030年）。予備があるBSと異なり、2028年に統合衛星を打ち上げられなければCSは単独での打ち上げとなり、コストアップにつながる。現用共同衛星の後継機の単独打ち上げはありえない。



© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY

大型衛星（6t級）の実績について

- 打上げ時重量6tを超える静止通信衛星は、2005年以降に計60機以上打ち上げられている（当社Horizons 3e, JCSAT-18を含む）
- 直近10年間に打上げられた欧米大手5社製造の静止衛星の33%が6t超

打ち上げ時重量6t超えの衛星

Boeing: 15機 – Intelsat 22, 33e, 35e, 37e, Inmarsat 5 F1-F4, Viasat 2, 3 F1, Spaceway 2, 3, AMOS-17, Horizons 3e, JCSAT-18

Lockheed Martin: 13機 – AEHF 1-6, MUOS 1-5, Arabsat 6A, Hellas-sat 4

Maxar: 32機 – Echostar 14, 16, 18, 21, G1, Jupiter 1-3, Viasat 1, Intelsat 20, 30, 31, 39, Sky Muster 1, 2, Telstar 18V, 19V, AsiaSat 9, ABS-2, iPSTAR, Es'hail 1, Hispasat 1F, Amazonas 3, Eutelsat 65West A, StarOne D1, D2, DirecTV 14, Terrestar 1, Sirius FM 6, SXM 7, SES 4, 5

Airbus: 7機 – DirecTV 15, 16, Astra 2E, 2G, Sky Brasil 1, SES-6, Eutelsat KA-SAT 9A

Thales Alenia Space: 2機 – SES-17, Eutelsat Konnect VHTS

(参考) 衛星規模を示す指標として併用される「発生電力」の観点でも十分な実績 – 2007年以降に18kW超の衛星が計22機

Boeing: 1機 – Viasat 3 F1

Maxar: 16機 – Echostar 11, 14, 15, 16, 23, DirecTV 14, Sirius FM 5, 6, XM 5, SXM 7, 8, Intelsat 30, 31, SES 4, AsiaSat 9, Star One D2

Airbus: 4機 – Inmarsat 6 F1, F2, Hotbird 13F, 13G

Thales Alenia Space: 1機 – Amazonas Nexus

実績は十分

7

同一軌道における複数機での衛星管制について

- 世界レベルで見た場合、同一軌道での複数機管制は特に珍しいことではなく、必要に応じて適宜行うべき性格のもの。
  - 軌道保持範囲維持のために制御している衛星の傾斜角と離心率それぞれの位相を衛星ごとに変えることで同一軌道ボックス内に複数衛星を保持。
  - 当社も通常運用の一環で3機コロケーションを特段の問題なく実施済（現在は2機のコロケーションを実施中）
- 当社が東経110度BS/CS新統合衛星の管制を行う際には、他の軌道位置の衛星と併せた統合的な運用を行う（既存の人員を増やすことなく実現予定）。

海外のコロケーション事例

5衛星: Arabsat @26deg.E – BADR-4, 5, 6, 7, 8

5衛星: ISRO* @74deg.E – GSAT-7, 11, 14, 18, INSAT-3DR

4衛星: SES @19.2deg.E – Astra 1KR, 1L, 1M, 1N

4衛星: Hispasat @61deg.W – Amazonas 2, 3, 5, NEXUS

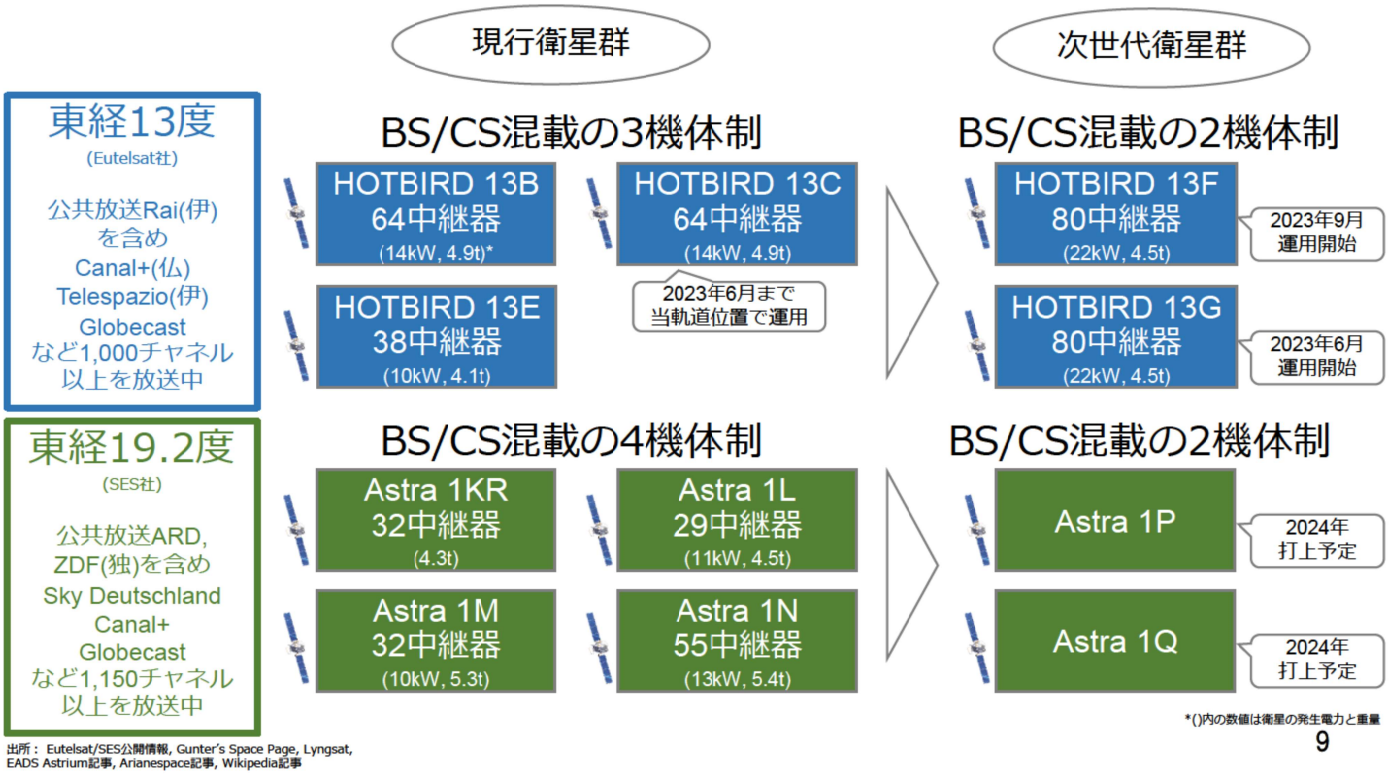
*Indian Space Research Organisation

当社でもコロケーション運用は可能
大規模事業者の衛星管制の効率性は単一軌道事業者より上

8

欧州衛星放送の事例

欧州の衛星放送では、既にBS／CS中継器混載の衛星を利用
さらに、同一軌道３～４機から、衛星大型化により２機体制へ



出所：Eutelsat/SES公開情報, Gunter's Space Page, Lyngsat, EADS Astrium記事, Arianespace記事, Wikipedia記事

9

欧州公共放送の国内向け衛星放送における利用衛星

SES社、Eutelsat社ともに通信利用・放送利用含め多くの衛星を運用するグローバル衛星オペレーター
（運用する静止衛星数は、SESが42機、Eutelsatが33機）

放送事業者	利用衛星	衛星オペレーター
英国 BBC	Astra-2 @28.2E	SES社
仏国 フランステレビジョン	Eutelsat 5 West B @5W	Eutelsat社
独国 ARD、ZDF	Astra-1 @19.2E	SES社
伊国 イタリア放送協会(RAI)	HOTBIRD-13 @13E	Eutelsat社

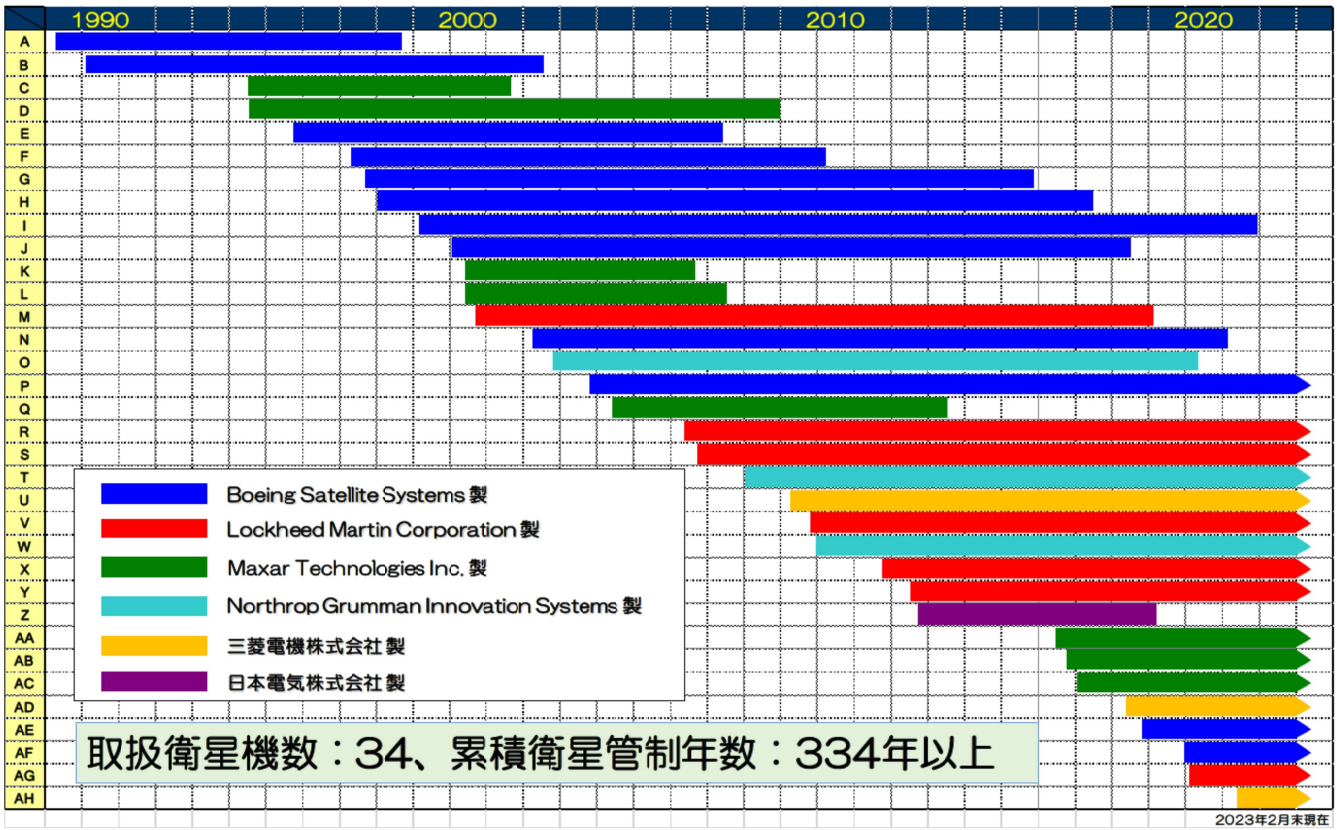
2023年6月末現在、当社調べ

10

© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY

参考

衛星保有・運用実績



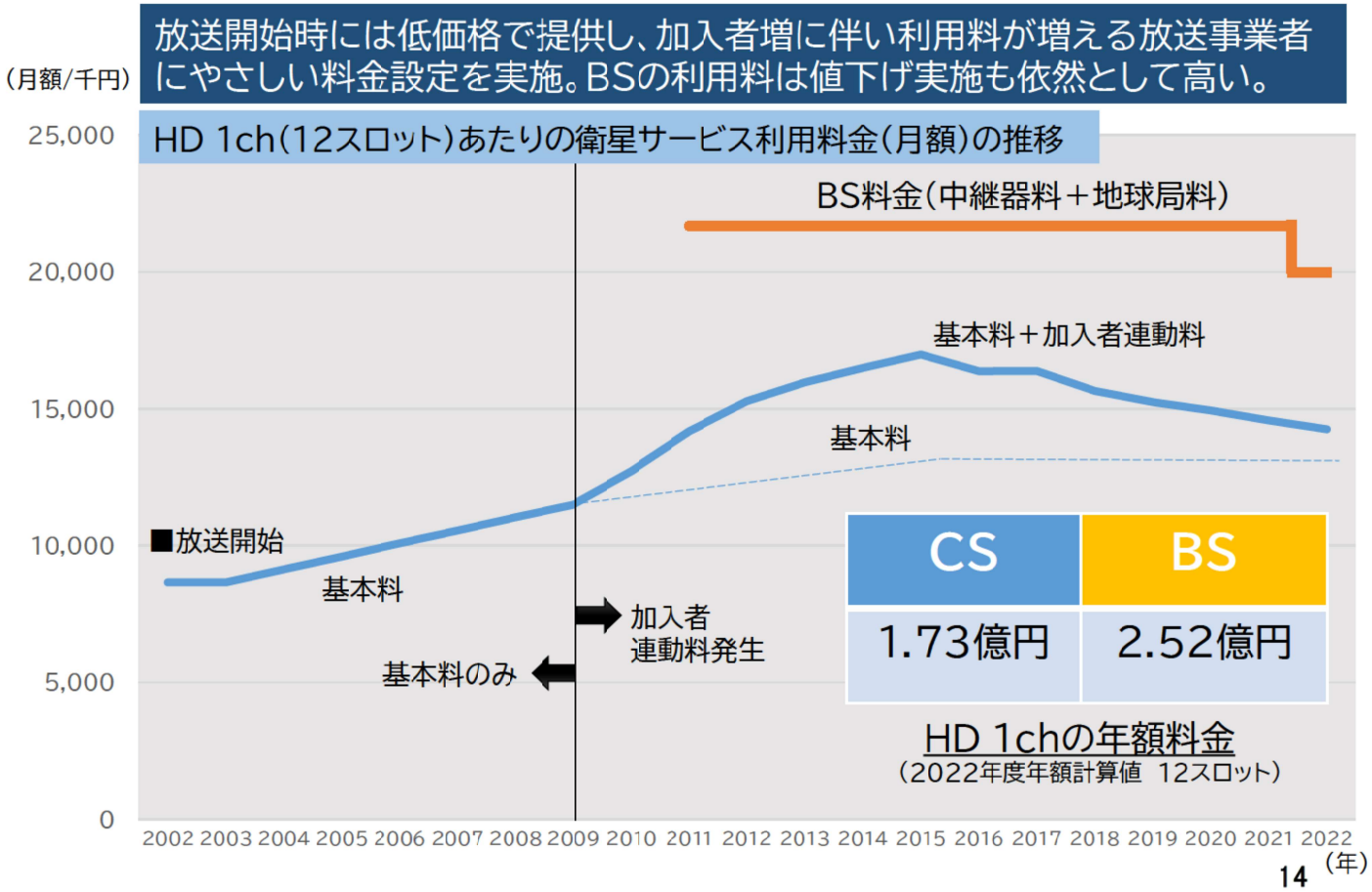
© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

共同衛星に関する当社実績

衛星	パートナー	打ち上げ	
N-SAT-110	JSAT/SCC（現スカパーJSAT）	2000年	運用終了
Horizons-1	Intelsat	2003年	運用中
JCSAT-5A / N-STAR d	NTT docomo	2006年	運用中
Horizons-2	Intelsat	2007年	運用中
Intelsat 15 / JCSAT-85	Intelsat	2009年	運用中
BSAT-3c / JCSAT-110R	B-SAT	2011年	運用中
Horizons 3e	Intelsat	2018年	運用中
JCSAT-1C / Kacific-1	Kacific Broadband Satellites	2019年	運用中

© 2023 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY

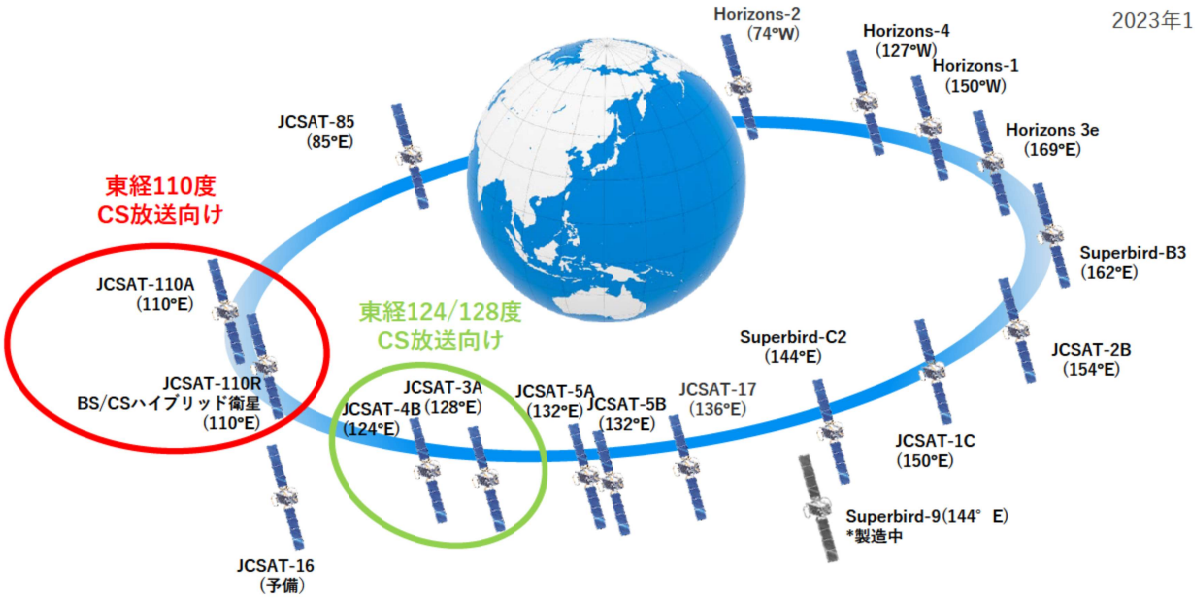
CS衛星サービス利用料の推移とBS料金との比較



保有衛星群

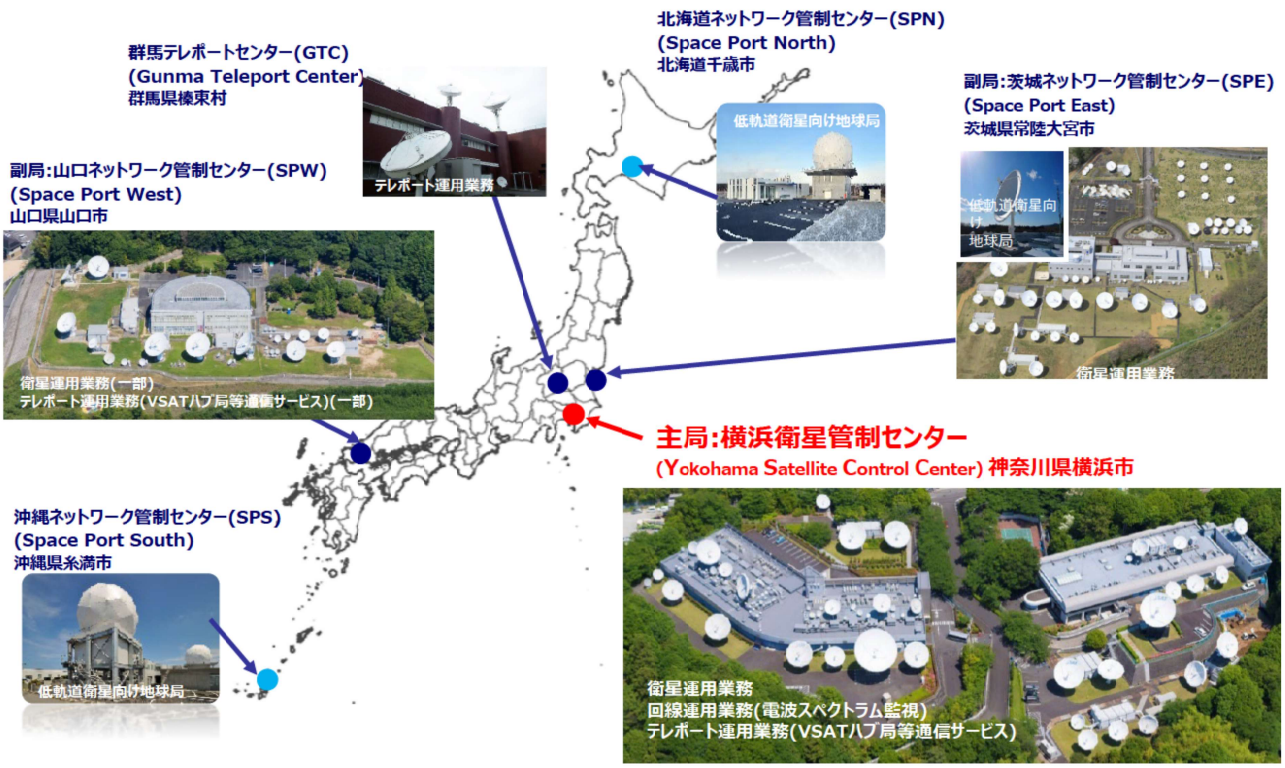
北米上空からインド洋上空まで 計１７機 の衛星を保有

2023年11月末現在



© 2021 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

衛星管制・通信サービス拠点



© 2021 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

衛星放送拠点：スカパー東京メディアセンター

200チャンネルを超える番組を集約し、番組編成に従って、衛星放送とインターネット配信を送り出す国内随一の拠点

■主な機能

番組の送出、送信
・東経110度CSに送信（右旋/左旋 計20中継器）
・東経124度/128度CSに送信（計25中継器）
・BS放送の番組（計11チャンネル）をBSATアップリンクセンターに送出
・インターネット等の配信プラットフォームに送出
・番組の送出、送信の24/365監視



番組編集、制作、伝送
・スタジオ、編集、回線センター



© 2021 SKY Perfect JSAT Corporation All rights reserved.
This presentation is for informational purposes only. SPJSAT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

第2回「衛星放送WG」説明資料

資料２－１

衛星放送に係るインフラコストの低減
（共同衛星・共同管制等に関する考え方）
放送事業者の意見要約

2023年12月21日

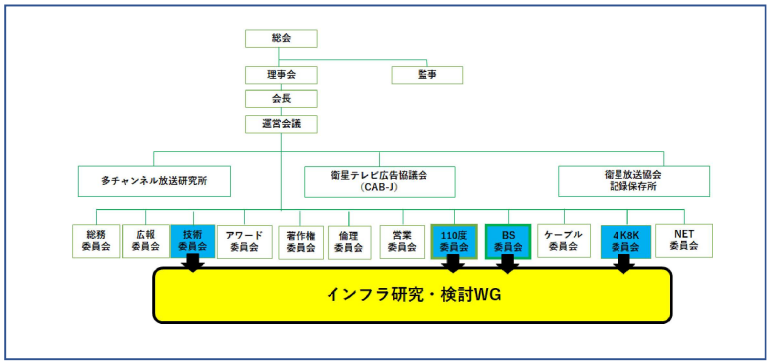
一般社団法人 衛星放送協会

Japan Satellite Broadcasting Association Confidential and Proprietary

意見集約に当たり

・衛星放送協会「インフラ研究・検討WG」への参加メンバーが所属する各委員会（BS委員会、110度委員会、4K8K委員会、技術委員会）より集約。

衛星放送協会組織図



1. 衛星放送WGへの期待

1. 衛星放送WGに関して

① 衛星放送WGには、大いに期待している。衛星放送協会は、長年「インフラ料金の低廉化」を重点項目に上げて活動を行ってきたが、このような形での検討が行われることは、初めてである。

② 衛星料金・管制・アップリンクは、放送事業者にとって負担の大きい固定費である。放送事業者独自での基幹放送局提供事業者（B-SAT・スカパーJSAT）との交渉は、不可能なのが現状である。このような状況下での衛星放送WGの開始は、放送事業者は大いに期待している。

③ ハイブリット衛星に関する討議が中心になっていたが、管制・アップリンク等も重要な案件であり、討議が必要と考えられる。

④ 令和5年3月13日に行われた「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」でスカパーJSATが、ハイブリット衛星で個別衛星の3/4、管制に要するアンテナの設備数がBS/CS個別衛星の場合の比較で半減との説明がなされた。
本WGでは、大きな低減に向けて、早急に方向性を固めていただきたい。
その方向性に従って、衛星会社両社が積極的に低減に向けて努力して頂きたい。

⑤ 第1回のWGでのスカパーJSATからの現中継器の回線価格から、10％以上の削減を目指すととのことだが、そのレベル感は低すぎる。

2. インフラコストの低減に関して

衛星・管制・アップリンクに関しては、重要な課題であるが、低減が即行われる訳ではない、低廉化が早急に行える問題も検討されるべきである。

1. 左旋帯域の右旋事業者の負担

① 現状、BS左旋帯域の放送事業者は、NHK8K・WOWOW4K・ショップチャンネル4K・4KQVCのみであり、多くの帯域が未使用の状態である。B-SATの例をみると、左旋帯域の負担を右旋の放送事業者に転嫁している。

② 左旋帯域の経費は、当然、B-SAT社がリスクを負うべきであり、放送事業者が負うべきではない。極端な言い方であるが、半額に出来るのではないかと思っている。

③ 現状のBSの料金が、半額になれば、CSの料金が非常に高額であることもはっきりする。

2. 残存事業者の負担が増える仕組みの見直し

① 撤退事業者の負担を「該当事業者の共同負担」の考え方の見直しを要望。

3. インフラコストの低減に関する要望

① 第1回のWGでB-SATから説明があったように、B-SAT社は、すでに24％以上の値下げを行っており、更なる値下げの検討を公言されており、本WGでの検討で更に大きな低廉化が期待されている。スカパーJSAT社も是非、早急な値下げの実行をお願いしたい。

3. その他の課題

1. 衛星会社（基幹放送局提供事業者）の独占体制

① BSは、B-SAT。CSはスカパーJSAT。放送事業者から見ると衛星放送事業者は1社であり、実質独占体制となっている。放送事業者が、衛星会社を選択することは出来ない。

② 選択することが出来ないのであれば、1社にして効率化を図った方がとも考えられる。

③一方で効率化によるサービスの低下を危惧する面もある。

2. サービスの選択制

① 現状では、放送事業者は基幹放送局提供事業者から提示されたサービスを受けなければならない。チャンネルでの選択は、技術的に難しいが、中継器ごとでのサービスの選択が可能になるべき。

資料４－１

HOPE（ホープ）紹介

2024年2月13日

気象衛星ひまわり運用事業株式会社
（HOPE）

Copyright 2024 Himawari Operation Enterprise Corporation, all rights reserved.
本資料に示すすべての情報は、気象衛星ひまわり運用事業(株)に帰属します。
無断で複製・転用・第三者へ開示することを禁じます。

気象衛星ひまわり運用事業（株）

- 略称：HOPE（Himawari OPeration Enterprise co.）
- 本社所在地：東京都千代田区丸の内1-5-1
- 設立：2010年8月16日

- 事業内容：
  気象庁とのPFI事業契約に基づき、気象衛星「ひまわり8号・9号」の衛星運用を担当する特別目的会社（SPC：Special Purpose Company）

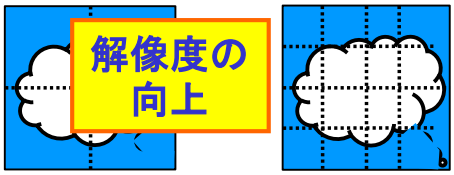
http://hope-pfi.jp/

「ひまわり8号・9号」の特徴

1. 防災のための監視機能を強化

「気象庁ホームページ/気象衛星観測について」より

★ 水平分解能を2倍に強化

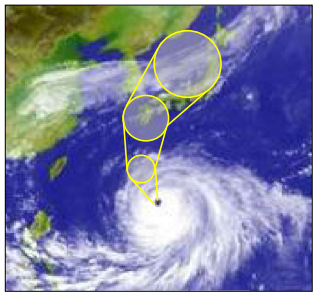


★ 観測時間を10分間に短縮



効果

■台風の監視機能が向上



■集中豪雨や突風をもたらす雲の監視機能を強化

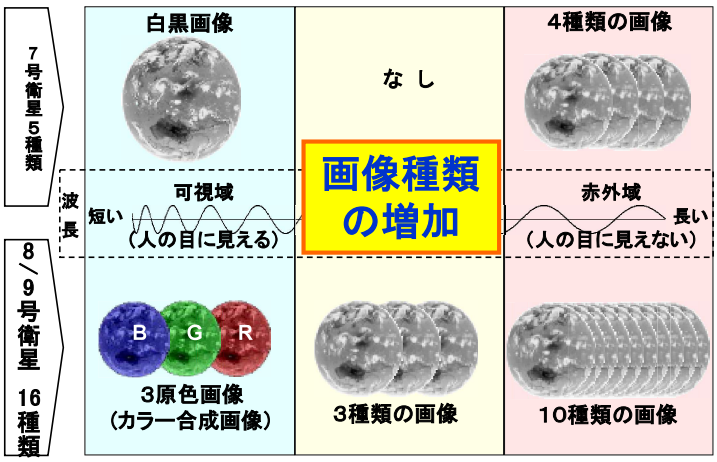
台風や集中豪雨などを早期に捉え天気予報の精度向上へ
衛星管制は、観測時間の短縮に合わせ、衛星へ指令継続
（2.5分毎に日本付近を観測するため処理高速化）

3

2. 地球環境の監視機能を強化

「気象庁ホームページ/気象衛星観測について」より

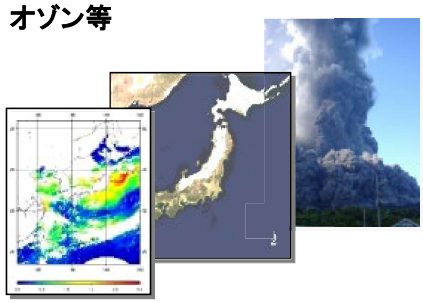
★ 画像の種類が増加



効果

■火山灰や大気中の微粒子の分布や移動を高精度に把握

火山灰、黄砂、雪氷分布、オゾン等



■温暖化予測の 精度向上に貢献

黄砂などの大気汚染の監視や
地球温暖化の予測に

4

地上施設・設備の構成



地上システムの局構成

5



主局アンテナサイト（埼玉県鳩山町）

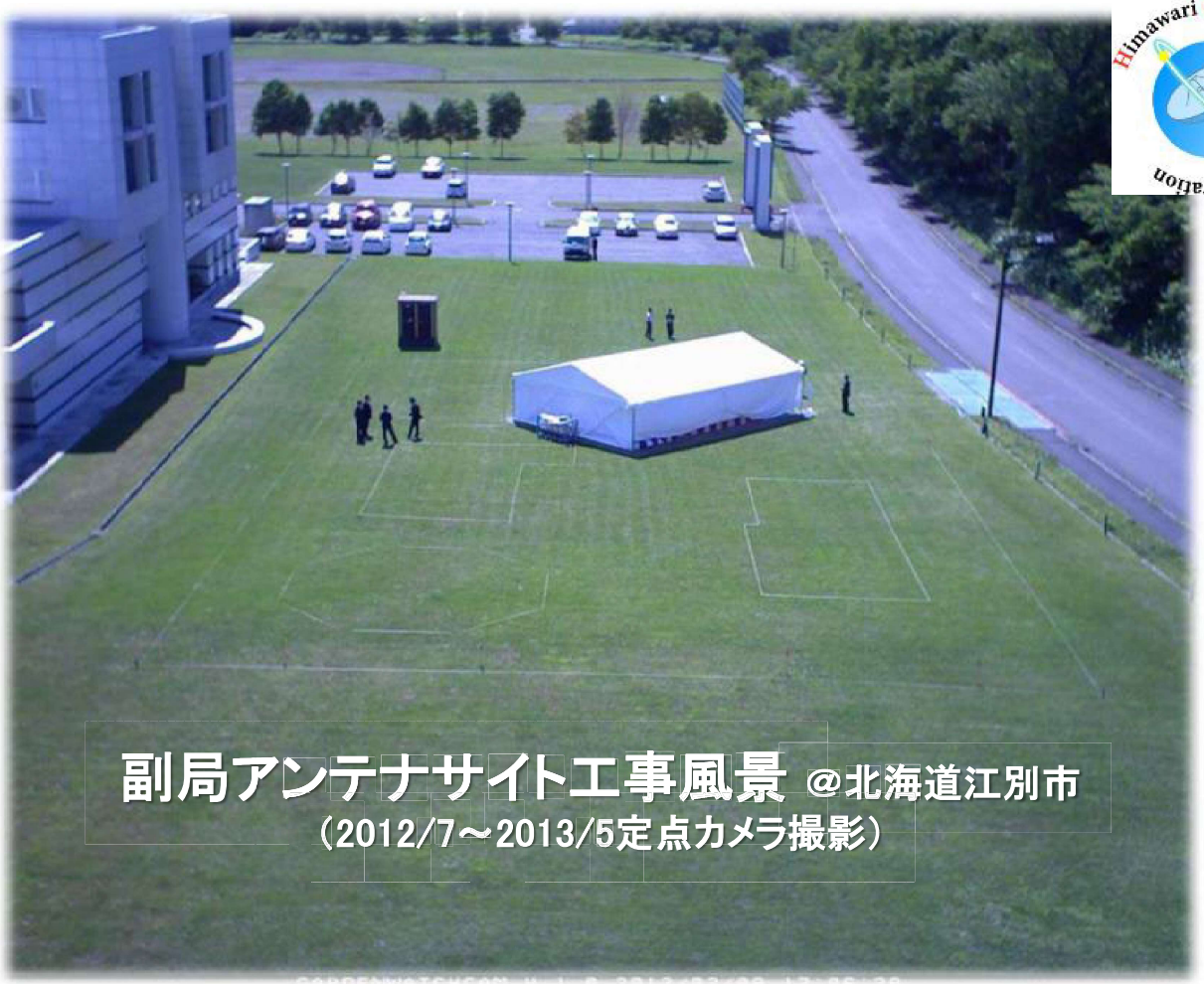
衛星管制（監視と制御）
を24時間体制にて実施



データセンター運用室

HOPE㈱の施設・設備

6



副局アンテナサイト工事風景 ＠北海道江別市
（2012/7～2013/5定点カメラ撮影）

7



副局アンテナサイト（北海道江別市）

Copyright 2024 Himawari Operation Enterprise Corporation, all rights reserved.
本資料に示すすべての情報は、気象衛星ひまわり運用事業(株)に帰属します。
無断で複製・転用・第三者へ開示することを禁じます。

8

資料4－2

衛星放送に係るインフラコストの低減
論点に係る考え方

令和6年2月13日

衛星の調達費用

＜論点＞ 新たな衛星を共同で調達することをどのように考えるか。

ＢｰＳＡＴ	スカパーＪＳＡＴ
● 衛星調達費用については当社の概算が既に昨年１１月３０日の第１回のワーキング資料として出ていますが、単独で１機打ち上げるのに対して共同で打ち上げて折半することで、衛星調達費用の低減が見込まれます。現在の為替レートであっても需要を考えた実用に見合ったコンパクトな衛星を打ち上げることが出来れば衛星料金の低廉化は一定程度図れると考えています。 ● 衛星調達費用の概算は１機ＢＳ右左旋２４トラポン単独打上げ２４８億円（1$１５０円換算）から、最低限の搭載中継器数とする例としてＢＳ１２ｃｈ＋ＣＳ１２ｃｈのコンパクト衛星を打上げて折半した場合、１２４億円（1$１５０円換算）と考えています。 ● 衛星の調達費用の低廉化は料金に反映されなくてはいけませんので、現在の伝送容量で比較すれば既にＣＳの固定料金の半額近いＢＳの料金もさらに下げることが出来ると考えております。 ● また、衛星を共同で調達することで、これまでＣＳとＢＳのそれぞれに各国との国際周波数調整を経て、仕様検討から運用まで経験してきた各社の技術者・専門家のそれぞれのノウハウを生かすことができ、両者のメリットを最大限活用した、信頼性が高くコスト的にも合理的な衛星が調達できると考えています。 ● 欧米ではメディアのインフラを複数の企業で行う形態をとっており、災害大国で衛星放送の意義が見直されている日本でも共同で調達を行うことで複数企業によるインフラ事業の形態を維持すべきと考えます。	BSおよびCSの衛星を共同で調達する場合、衛星本体、打上げサービス、打上げ保険の合計額において、BSとCSを別々で調達する場合に比べてBSおよびCSの合計調達額は180億円から188億円縮減が可能となる（一社当たり90億円から94億円の縮減）。インフラコストの低減にむけて、今後打ち上げるBSおよびCS衛星は共同で調達することを前提とし、最終的はBSおよびCSあわせて現用予備の2機体制を目指すべきと考える。調達価格の前提と衛星投資額の合計は以下の通り。 調達価格の前提 ・BS右旋12本／左旋12本、CS右旋12本／左旋12本 ・為替レートは１ドル150円 衛星投資額の合計金額 ・単独衛星2機（BSおよびCS）　562億円～594億円 ・共同衛星1機（BSおよびCS）　382億円～406億円

共同衛星に搭載する中継器数

＜論点＞ 将来的な共同衛星の２機体制を想定した場合、各衛星における左旋の中継器の数についてどのように考えるか。

Ｂ－ＳＡＴ	スカパーＪＳＡＴ
● 左旋の活用が不透明な中で、むやみに大型化することは無駄を増やす可能性があり、適切な判断とは言えません。しかも安全性も未知数な大型衛星を使用するのは避けるべきと考えます。 ● 左旋を多く積むことは電力、バッテリー、その他の機器の増大を招き、その結果衛星全体の大型化を招きます。 ● 左旋の中継器を搭載するために左旋の需要を求めるだけでなく、今後の圧縮技術の進展や導入、運用の変化などによる中継器数全体の見通しもある程度見定める必要があると考えます。 ● 従いまして、左旋を搭載する場合には、その中継器数については必要最小限にとどめるべきと考えます。 ● 当社は最もコンパクトな衛星として右旋のみの衛星を提案しましたが、左旋が必要という事であれば、ＢＳＡＴ－４シリーズの衛星本体の筐体を例として使用した場合で考えますと、数トラポンの左旋を右旋に加え搭載することは可能と考えています。 ● 例えば１機目は左旋を搭載せず、２機目に搭載するとなると、いずれ左旋の予備がない事態が生じます。結果、左旋用の補完衛星が必要な事態も考えられ、その場合にはコスト高になります。衛星仕様は２機合わせるべきと考えます。	左旋に搭載する中継器数については国・総務省が取りまとめる方針にのっとりBS、CSのそれぞれ0本から12本の間で決まってくるものと考える。 仮に共同衛星1号機のCS左旋の本数を0本とする場合、現在検討を行っているCS左旋の有効活用については、現在運用しており左旋を搭載しているJCSAT-110Aを活用し、2033年に打ち上げを想定する共同衛星2号機の仕様決定の際に改めて必要な本数を搭載することが考えられる。

共同衛星に搭載する中継器数

＜論点＞ 衛星の大きさや重量によって生じるメリット・デメリットについてどのように考えるか。

Ｂ－ＳＡＴ	スカパーＪＳＡＴ
● 衛星は大型化すればするほど部品点数も増え、仕組みも複雑化しますので、当然のことながら信頼性は落ちます。大型化・重量増は衛星の製造費や打上げ費に関しても高価格化を招きます。 ● 新４Ｋ８Ｋ衛星放送対応の４８本搭載衛星では６トン級、電力２２ＫＷ程度の衛星になると考えられます。 ● 以上のとおり、大型になった場合は信頼性が未知数でコスト高になることがデメリットと考えます。	統合衛星にBSおよびCSの中継器数の最大想定搭載数である48本を搭載した場合、６ｔ級の大型衛星となることが想定される。 ６ｔを超える大型衛星は2005年以降において過去60機以上打ち上げられており、直近10年間に打ち上げられた欧米大手5社製造の静止衛星の３３％が６ｔ超となっていることから実績は十分であり、実施上の大きな問題はないと考える。 大型化によって１中継器当たりのコストが安くなるメリットがある一方、衛星の製造期間が若干延びる可能性があることがデメリットとなる。

共同衛星の打上げ時期

＜論点＞ ＪＣＳＡＴ－１１０Ｒの燃料寿命の終期をどのように考えるか。

Ｂ－ＳＡＴ	スカパーＪＳＡＴ
● ＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ１１０Ｒのメーカーのロッキード・マーチン社からは燃料を３６．３５ｋｇ残すと２０２９年５月２１日終了との情報でしたが、軌道外投棄で使用する１２ｋｇ以上の燃料が残ると障害になるため、当社で最終計算を行いました。通常運用では２０３０年５月終了と考えています。 ● 当衛星が予備衛星であることから、可能な限りの寿命延長を第１に考えるべきです。これにより、次期衛星の仕様の検討期間も十分確保できます。燃料を多く消費する南北方向の軌道制御を控えることで寿命を延長できます。その際には通常運用時と同一のサービスエリアを確保するためのポインティングをきめ細かく調整する技術を採用します。これが高傾斜角運用による寿命延長であり当社でも十分な実績があります。 ● 受信への配慮として追尾機能の無い小口径の家庭用受信アンテナ及びＣＡＴＶヘッドエンドの受信アンテナに対して、衛星位置の振れが受信劣化を起こす角度（指向方向からの角度）以下に保つ必要が出てきます。このため、衛星の軌道傾斜角が受信アンテナの受信保護の限度に達する前に運用を終了します。 ● 当社もＣＳの予備衛星の必要性は認識しており、現在ＣＳ放送の予備機に使用されているＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ１１０Ｒは共同衛星であることから、２社協力のもと高傾斜角運用による寿命延長を図ることが最善と考えます。 ● 仮に高傾斜角運用により安全性を見て１年７か月の延長を行えば、２０３１年１２月まで予備衛星の運用が可能と考えます。	BSAT-3C/JCSAT-110R（現在のBS/CS共同衛星）の通常の運用を前提とした燃料寿命は衛星メーカーからの最新の計算値によると2029年5月となっている。 仮に衛星の傾斜角運用を行い、燃料寿命を延ばす場合には、時間とともに南北方向の振れ幅が大きくなるため回線の受信レベルが下がっていく。回線品質の劣化が許容範囲に収まる範囲までの延命となる。隣国との周波数調整内容にも留意する必要がある。 傾斜角運用の影響 ・受信アンテナの指向方向と電波到来方向のずれにより回線品質の劣化を与える。とりわけ1.2メートル級の大きなアンテナで受信をしているCATV局等での回線品質の劣化は著しい。 ・さらには、サービスエリアの端（北海道、沖縄など）において衛星からの電波の強さが低下する。

共同衛星の打上げ時期

＜論点＞ ＢＳＡＴ－４ａ、ＪＣＳＡＴ－１１０Ｒの後継となる共同衛星の打上げ時期をどのように考えるか。

Ｂ－ＳＡＴ	スカパーＪＳＡＴ
● 前述しましたとおり、高傾斜角運用による寿命延長により、ＣＳの予備衛星も２０３１年１２月まで運用が可能になります。共同衛星の打上げを２０３０年８月としても、それ以降にＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ－１１０Ｒは１年４か月の運用が可能ですので、打ち上げ失敗を懸念して２０３０年よりも早期に打ち上げる必要はないと考えます。なお、２機同時製造あるいは長納期部品の同時調達等により再打ち上げ期間を短縮できる方法もあります。 ● これらの状況を考慮しますと、現在使用していますＢＳ，ＣＳの本衛星の設計寿命期間における予備機の確保は行えますことから、共同衛星の打ち上げは２０３０年として、このスケジュールに沿った需要予測、必要チャンネル数検討、衛星の基本仕様検討等を行い、ＢＳとＣＳ双方の次期本衛星打ち上げに向けた公示を行う事が可能と考えます。これにより、免許方針、審査基準についてもＢＳ，ＣＳ双方に対して同一の考え方が適用できると考えます。	110度CS放送において予備衛星がない期間が発生することを避けるために、打上げが失敗したとしても、再打ち上げが可能な衛星製作期間を考慮して燃料寿命の2年前に打ち上げる必要がある。通常運用の場合は29年5月の燃料寿命から考慮し、27年5月頃の打ち上げを想定する。傾斜角運用を行う場合においても想定できる燃料寿命の2年前とする。ただし、長納期部品については一部先行発注を行うことを前提とする。

共同衛星の管制の在り方

＜論点＞ 管制を適正に行うために必要となる要素や技術をどのように考えるか。
また、共同衛星の場合に必要な管制のレベルと管制に係るコスト負担とのバランスをどのように考えるか。

Ｂ－ＳＡＴ	スカパーＪＳＡＴ
● 当社では衛星管制センターにおいて衛星と放送の常時監視に加え、緊急時の対応訓練も重ねており、衛星異常時において３分で本機から予備機へ切り替えられる体制をとっています。 ● ニュース・スポーツ・イベント等の生番組、視聴者が録画する番組、ＣＭ等の放送を行っている放送事業者からの放送中断時間の短縮化要望に応えるものであり、放送としてのサービス品質を落とすことはできないと考えています。 ● 加えて、当社は長年多衛星管制を行ってきており、次期衛星打ち上げ時期にも軌道上に４機以上の衛星が配置される状況では同一技術が必須と考えています。 ● 管制設備の整備は衛星毎に現用予備の２系統・２局が必要になると考えています。これはＢＳ／ＣＳ双方で必要ですがこの２局を共同管制により分担することで、設備の整備、設備維持、保守点検等の作業など管制設備に関する経費が各社あたり半額になり、ＢＳ/ＣＳ双方で大きなコスト削減が図れます。 ● また、当社としてはいずれ衛星管制センターとアップリンクセンターを本社を含めて集約することで、より効率的な運用体制も検討しており、緊急時の切り替えや衛星異常の場合の放送事業者への情報共有についてもより円滑になると考えています。また、経費についても独立した衛星管制センターを置くよりも大幅なコストダウンが図れると考えています。	衛星本体の健康管理（ハウスキーピング）と衛星の軌道位置の保持（ステーションキーピング）を適切に行う能力が必須。 ハウスキーピング • 衛星からの信号により、常時、衛星の状態が正常であることを確認する。 • 必要に応じて、内部機器の電源On/Offや接続系統の切り替えなどを行う。 ステーションキーピング • 衛星までの距離を測定する。 • 衛星に搭載している小型エンジンを噴射し、軌道位置・姿勢を制御する。 単独衛星が共同衛星となることそれ自体で必要となる技術的要素は変わらない。したがって単独衛星と共同衛星の管制にかかるコストの差はない。

共同衛星の管制の在り方

＜論点＞ 管制に係るコストを検討する上で、考慮すべき条件や諸費用をどのように考えるか。
また、Ｂ－ＳＡＴ・スカパーＪＳＡＴにおける管制に要する費用の相違をどのように考えるか。

Ｂ－ＳＡＴ	スカパーＪＳＡＴ
● 当社では中継器料の試算において衛星調達経費以外の部分について、「管制その他」として算出しています。 従いまして、当社が算出する試算には全ての経費が含まれており、その合計に必要な利益を足して推定稼働トラポン総数で割ることで衛星利用料が出るところまで計算しています。 ● 「管制その他」の部分には、ＢＳの周波数・軌道位置の維持・確保のための国際周波数調整等の費用も含まれており、広告宣伝費等の費用などの経費も含まれています。 ● ＢＳの周波数・軌道位置の維持・確保のための国際周波数調整などは、ＣＳ周波数の調整と一緒に出来るものではありませんので、独立して必要になる経費という事になります。 ● 前述のとおり、当社はいずれ衛星管制センターとアップリンクセンター、本社の集約を検討しており、独立した管制センターを置かなければ、画期的なコストダウンが図れると考えます。 ● また、前述しましたとおり共同管制により、設備の整備、設備維持、保守点検等の作業について同一仕様の現用・予備２局を分担することで、管制設備に関する経費は各社あたり半額になると考えています。 ● 本来、衛星管制に関わる部分は衛星中継器料金の中では僅かではありますが、放送事業者様がお支払いになる利用料金としては低減が図れると考えます。	管制に係るコストとしては、以下の3点である。 ● 衛星管制にかかる設備の減価償却費 ● 衛星管制にかかる人件費 ● 衛星管制にかかる設備の保守費、運営経費 当社の場合、東経110度も含め多くの静止軌道位置に衛星を投入して事業展開しており、これら衛星群を統合的に管制するシステムを構築済み。管制する衛星の数が増えても業務品質を維持したまま配置済みの運用体制で吸収できる余地が大きく、管制する衛星が多ければ多いほど、1衛星当たりの管制コストは低下する。 共同衛星を管制する費用は、新たに追加する必要な設備の減価償却費とそれ以外の共通設備や人件費、保守費等を既存の衛星基数等で按分したものとなる。 WGが目指すものは「インフラコストの低減」と理解しているところ、この経済合理性の高い管制体制を最大限活用することが東経110度放送全体としてのインフラコストの低減に寄与するものと考えている。

共同衛星の管制の在り方

＜論点＞ 共同衛星に係る管制の実施主体についてどのように考えるか（代表者が行うべきか、共同衛星に関わる社で分担して行うべきか）。
また、その判断に当たって考慮すべき要素についてどのように考えるか。

ＢーＳＡＴ	スカパーＪＳＡＴ
● 共同管制につきましては付属資料を作成しましたので、ご参照ください。 ● 共同管制のメリットは以下のとおりです。そのそれぞれが、判断にあたっての要素になると考えます。 ✓ 共同で管制を行う事によりそれぞれの切替作業が自社で行え、衛星障害時における放送中断時間の短縮化が図れると考えます。これは直接、重大放送事故の回避となります。ＢＳの社会的影響度を考えれば中断時間の短縮は必須であると考えています。 ✓ 各社で切り替えが出来れば、衛星障害時にアップリンクセンターとの連携も円滑に行え、アップリンクアンテナの追尾衛星の切り替え、異常時に求められる放送事業者への迅速な連絡についても円滑に行うことが出来ると考えています。 ● 仮に１社が代表して行う場合はＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ-110Ｒの管制と同じく、当社が管制を行う事も可能です。 ● 当社は長年多衛星管制を行ってきており、次期衛星打ち上げ時期にも軌道上に４機以上の衛星が配置される状況のため、軌道管理、軌道制御計画立案には同一技術が必須と考えています。 ● これまでこのＷＧでご指摘のあった独占状態を避けるためにも「共同衛星の共同管制」は「今後の管制の在り方」として有効な管制方式と考えます。	代表者が行うべき。分担すると諸々の無駄（衛星搭載機器の増加、代表者による運用では行う必要のなかった様々な取り決めに要する労力など）が発生する。 衛星放送WG第1回会合に提出した資料にもあるとおり、当社は海外パートナーも含めて様々な共同衛星の調達経験があるが、その中に共同管制の例は一つもなく、検討の俎上に上ったこともない。当社としては効率性／合理性に照らした判断であったし、検討の事例もなかったことは、諸々のパートナー側も当社と同様の考え方だった証左と考えている。 打上げ済みの軌道上BS衛星の管制主体とこれから打ち上げる新110度衛星の管制主体が異なった場合でも共存は技術的に十分可能であり、実施主体の判断に際しては経済合理性に基づきより低い管制コストの運用を実現できる主体に委ねることが適当と考える。

参　考　資　料

衛星の調達費用

10

検討の背景

・現在運用中の人工衛星のうち、
　ーＢＳ放送用の衛星は、株式会社放送衛星システム（ＢーＳＡＴ）が調達・運用し、ＢＳの中継器のみを搭載。
　ーＣＳ放送用の衛星は、スカパーＪＳＡＴ株式会社が調達・運用し、ＣＳの中継器のみを搭載。
※2011年に、ＢＳとＣＳの両方の中継器を搭載した共同衛星（BSAT-3c/JCSAT-110R）を打ち上げた例がある。

・ＢーＳＡＴとスカパーＪＳＡＴにおいては、2028～33年にかけて、各々が新たな衛星を２機（現用１機、予備１機）打ち上げることを想定。
⇒ＢＳとＣＳの両方の中継器を搭載した衛星を共同で調達することで、衛星の調達費用を低減できる可能性がある。

【現行世代の主な人工衛星】

	ＢＳ放送用衛星	ＣＳ放送用衛星
現用	BSAT-4a　（打上げ：2017年）	JCSAT-110A　（打上げ：2016年）
予備	BSAT-4b　（打上げ：2020年）	JCSAT-110R　（打上げ：2011年）

共同衛星として打ち上げる場合、
・一機目の共同衛星は、BSAT-4a、JCSAT-110Rの後継機
・二機目の共同衛星は、BSAT-4b、JCSAT-110Aの後継機
を想定。

ＢーSAT・スカパーJSATの考え方

※ ＢーＳＡＴ、スカパーＪＳＡＴともに、調達費用は衛星本体及び打上費用を合算して算出

【ＢーＳＡＴ】
・衛星を共同で調達する場合、ＢＳ単独の衛星を自社のみで調達する場合に比べ、一機当たりの自社の調達費用を約248億円から約188億円に縮減可能（ＢＳ右旋12本・左旋12本、ＣＳ右旋12本・左旋12本を想定）。
・ＢＳ、ＣＳともに中継器数を半減させれば約124億円まで縮減可能（ＢＳ右旋12本、ＣＳ右旋12本を想定）　。
中継器の利用料金は今年度の値下げ15%～24%よりさらに値下げ可能。

【スカパーＪＳＡＴ】
・衛星を共同で調達する場合、ＣＳ単独の衛星を自社のみで調達する場合に比べ、一機当たりの自社の調達費用を約252-267億円から約172-183億円に縮減可能（ＢＳ右旋12本・左旋12本、ＣＳ右旋12本・左旋12本を想定）　。

論点（案）

新たな衛星を共同で調達することをどのように考えるか。また、そのような共同衛星として打ち上げる場合、
- 搭載する中継器の数をどのように考えるか。（☞３ページへ）
- 共同衛星の打上げ時期をどのように考えるか。（☞４ページへ）
- 共同衛星の管制の在り方をどのように考えるか。（☞５ページへ）

共同衛星に搭載する中継器数

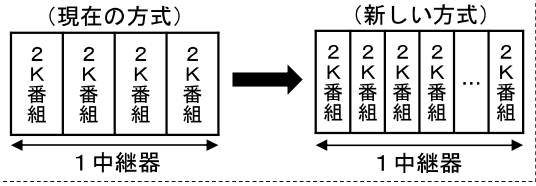
11

検討の背景

・従来、衛星放送には右回りに回転する電波（右旋）が用いられてきたが、４Ｋ放送の開始に伴い左回りに回転する電波（左旋）も利用（以後、両方の中継器を搭載）。
・現行世代の人工衛星に搭載されている中継器（予備を除く）の数は、
　ＢＳ右旋：12本　ＢＳ左旋：12本　ＣＳ右旋：13本　ＣＳ左旋：13本
　そのうち、現在使用されている中継器は、
　ＢＳ右旋：12本　ＢＳ左旋：03本　ＣＳ右旋：12本　ＣＳ左旋：05本
　（ＣＳ左旋は令和６年３月31日をもって全ての番組が終了する予定。）
・衛星の大きさや重量等のスペックは、搭載する中継器の数によって変動する。
・４Ｋ放送では、映像をより効率的に圧縮することが可能な新しい技術が用いられており、今後２Ｋ放送にも導入されれば、帯域の有効活用（１中継器当たりの番組数が増加）が可能。

衛星		搭載中継器 右旋	搭載中継器 左旋
BSAT-4a	BS	12本	12本
BSAT-4b	BS（予備）	12本	12本
JCSAT-110A	CS	13本	13本
JCSAT-110R	CS（予備）	12本	なし

圧縮方式と1中継器当たりの番組数の関係（イメージ）



ＢーSAT・スカパーJSATの考え方

【ＢーＳＡＴ】
・ＢＳ（右旋・左旋）、ＣＳ（右旋・左旋）の合計48本の中継器を搭載した共同衛星は大型の衛星（６トン級）となり、打上げから運用開始までに故障するリスクが高く、コストも高額となる。
・今後必要となる中継器の数に合ったコンパクトな衛星を打ち上げて、経済合理性を追求する　（ＢＳ右旋12本＋ＣＳ右旋12本の共同衛星を提案）。左旋を搭載する場合も最小限とする。

【スカパーＪＳＡＴ】
・打上げ時重量が６トンを超える衛星は世界的には複数打ち上げられており、実績は十分。
・搭載するトラポン数は、打上げが必要とされるタイミングにおける国・総務省の方針に従って決まる。

論点（案）

- 将来的な共同衛星の２機体制を想定した場合、各衛星における左旋の中継器の数についてどのように考えるか。
- 衛星の大きさや重量によって生じるメリット・デメリットについてどのように考えるか。

共同衛星の打上げ時期

12

検討の背景

・人工衛星には、その利用・運用に関して「設計寿命」と「燃料寿命」が設定されている。
  ・設計寿命：基本的には、打上げから15年間で設定。
    →設計寿命を超過しても、衛星が正常に動作している場合、引き続き使用可能。
  ・燃料寿命：衛星の姿勢制御や宇宙ごみの回避のために実際に使用した燃料の量を踏まえて、燃料を使い切る時期を算出したもの。
    →燃料寿命は使用状況によって都度変動し、燃料が枯渇したときに使用不能となる。
・衛星が使用不能となる前に後継機を打上げ、現用・予備の二機体制を堅持する必要がある。

衛星	設計寿命	燃料寿命
BSAT3c /JCSAT-110R	2026年	確認中
BSAT-4a	2032年	2038年
BSAT-4b	2035年	2041年
JCSAT-110A	2032年	2037年

※ 燃料寿命は運用状況によって変動

ＢーSAT・スカパーJSATの考え方

①一機目（BSAT-4a、JCSAT-110Rの後継となる共同衛星）の打上げ時期

【ＢーＳＡＴ】…2030年に運用開始となる打上げを想定
・BSAT-4aは設計寿命が2032年であるが、2030年に打上げを計画している。また、BSAT-3cの寿命は、通常運用で2029年中になる可能性がある。衛星の打上げの失敗については、衛星を２機同時製作・１機工場保管とすることで再打上げ機の製造期間は０か月となる。
・早期の打上げのために必要以上の中継器を搭載すると、かえって使用されない中継器が生じて経済合理性を欠くことになる。

【スカパーＪＳＡＴ】…JCSAT-110Rの燃料寿命の２年前の打上げを想定
・JCSAT-110Rの燃料寿命が2030年であるため、その２年前に後継機を打ち上げなければ、打上げに失敗した場合に予備がない期間が生じる。

②二機目（BSAT-4b、JCSAT-110Aの後継となる共同衛星）の打上げ時期

【ＢーＳＡＴ】…2033年に運用開始となる打上げを想定（この場合、共同での調達を前提に、2033年まではBSAT-4bを予備として使用）

【スカパーＪＳＡＴ】…2033年前半の打上げを想定

論点（案）

- JCSAT-110Rの燃料寿命の終期をどのように考えるか。
- BSAT-4a、JCSAT-110Rの後継となる共同衛星の打上げ時期をどのように考えるか。

共同衛星の管制の在り方

13

検討の背景

・人工衛星の管制では、主に人工衛星の姿勢制御や、搭載された中継器の制御を行っている。人工衛星は管制センターから常に監視されており、軌道位置の調整や、接近する宇宙ごみの回避等が行われている。
・現用衛星に不具合が生じた場合は、管制により人工衛星を現用から予備に迅速に切り替え、アップリンクと連携する必要がある。
・衛星の管制に要する費用（管制に係る設備維持費、人件費、地上設備の減価償却費等）もソフト事業者の負担する料金に反映される。
・現行の共同衛星（BSAT-3c/JCSAT-110R）の管制はＢーＳＡＴが単独で行い、スカパーＪＳＡＴはモニタリングのみを行っている。

ＢーSAT・スカパーJSATの考え方

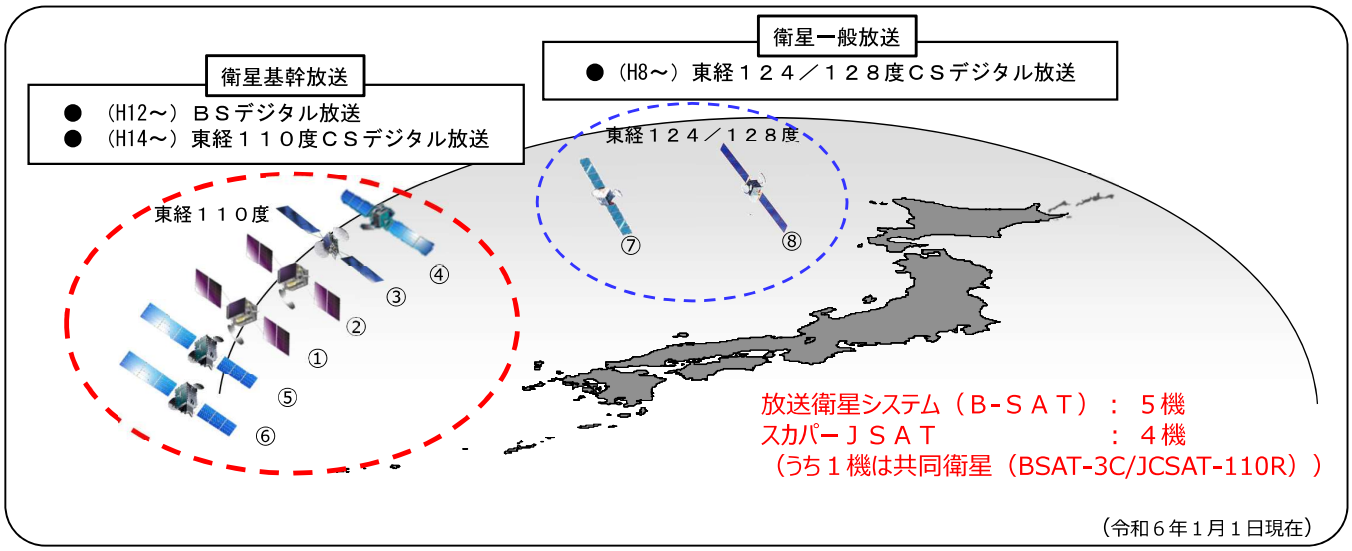
【ＢーＳＡＴ】
・東経110度軌道上で４、５機の静止衛星を管制する「同一軌道多衛星管制」には専用システムと専門要員が必要であり、実績とノウハウを有する管制所が継続して担うことが経済合理性が高い。
・管制のうち、軌道計算・マヌーバー計画の決定はＢーＳＡＴが行い、中継器運用及び地上設備については設備を半分ずつ整備してＢーＳＡＴとスカパーＪＳＡＴの２社で分担して行う可能性はある（管制は通常、主局と副局の２局整備される）。

【スカパーＪＳＡＴ】
・同一軌道上で複数機を管制することは、他の軌道上においてスカパーＪＳＡＴも実際に実施しており、既存の体制で、東経110度の複数衛星を管制することも可能。
・他の軌道位置の衛星と併せた統合的な管制（12機を運用中）を、既存の人員を増やすことなく行うことで、共同衛星の管制に必要な費用を低減することができる。管制を分担して行うことは非効率と考える。

論点（案）

- 管制を適正に行うために必要となる要素や技術をどのように考えるか。また、共同衛星の場合に必要な管制のレベルと管制に係るコスト負担とのバランスをどのように考えるか。
- 管制に係るコストを検討する上で、考慮すべき条件や諸費用をどのように考えるか。また、ＢーＳＡＴ・スカパーＪＳＡＴにおける管制に要する費用の相違をどのように考えるか。
- 共同衛星に係る管制の実施主体についてどのように考えるか（１社で行うべきか、共同衛星に関わる社で分担して行うべきか）。また、その判断に当たって考慮すべき要素についてどのように考えるか。

衛星放送に用いられている主な人工衛星

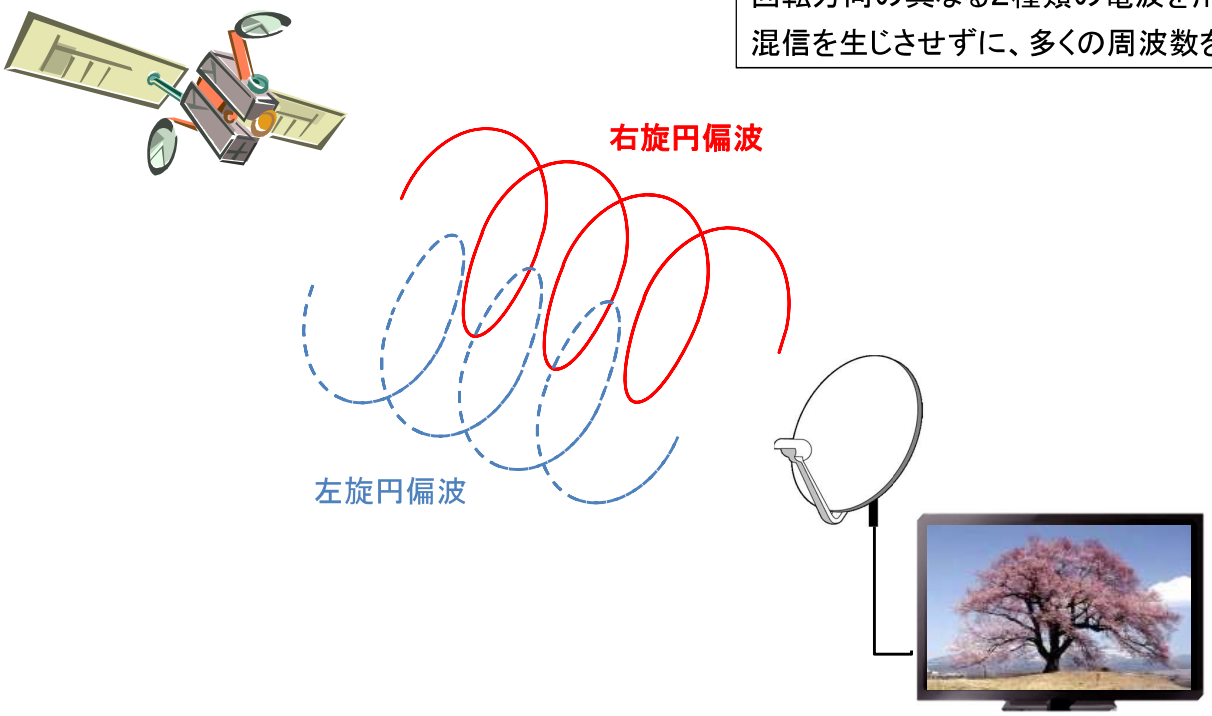


運用中の主な衛星

	衛星名	軌道位置	国際周波数割当上の位置づけ	放送種別	運用開始	管理会社
①	BSAT-3a	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	平成19年10月	㈱放送衛星システム
②	BSAT-3b	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	平成23年７月	㈱放送衛星システム
③	BSAT-3c /JCSAT-110R	東経110度	放送衛星業務 固定衛星業務（宇宙から地球）	衛星基幹放送	平成23年９月	㈱放送衛星システム スカパーJSAT㈱
④	JCSAT-110A	東経110度	固定衛星業務（宇宙から地球）	衛星基幹放送	平成29年４月	スカパーJSAT㈱
⑤	BSAT-4a	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	平成30年12月	㈱放送衛星システム
⑥	BSAT-4b	東経110度	放送衛星業務	衛星基幹放送	令和２年９月	㈱放送衛星システム
⑦	JCSAT-4B	東経124度	固定衛星業務（宇宙から地球）	衛星一般放送	平成24年８月	スカパーJSAT㈱
⑧	JCSAT-3A	東経128度	固定衛星業務（宇宙から地球）	衛星一般放送	平成19年３月	スカパーJSAT㈱

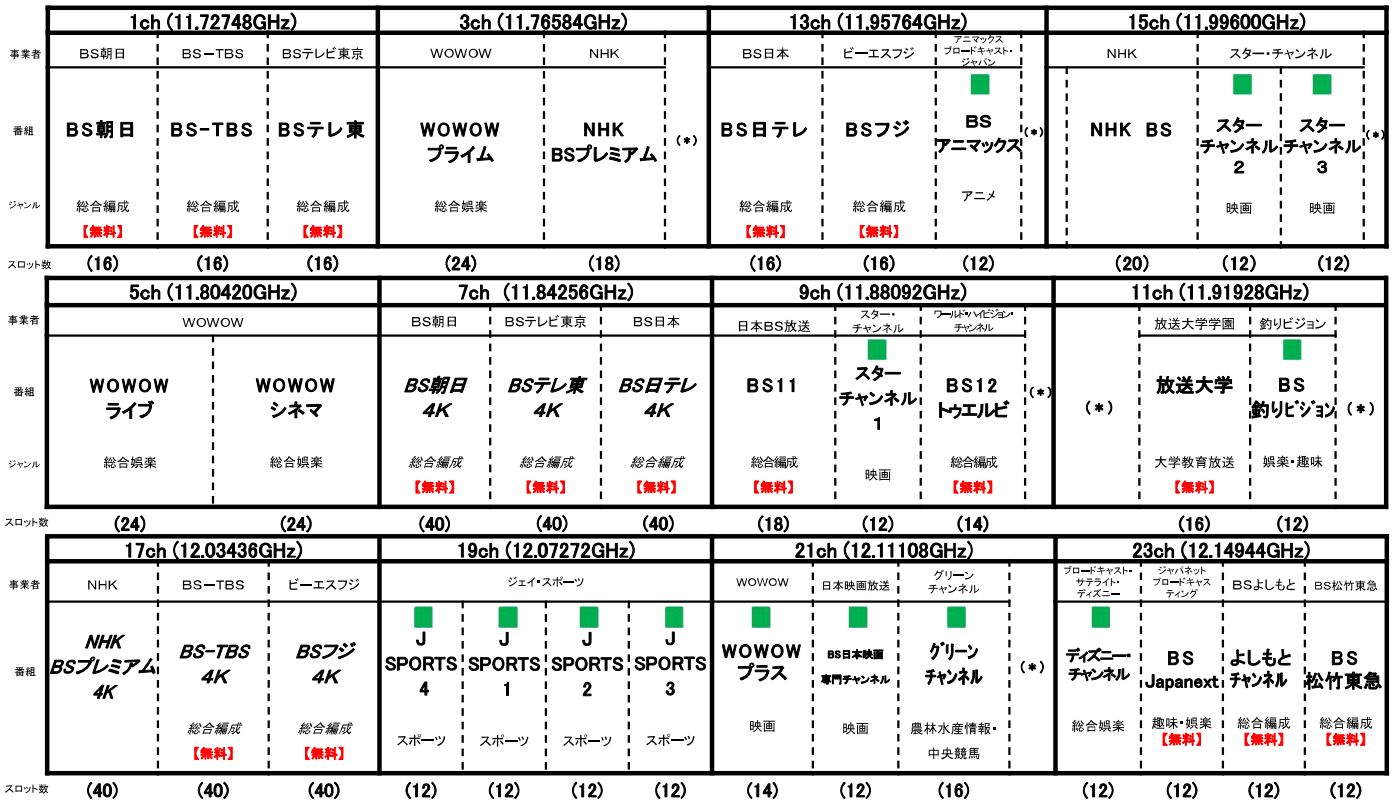
電波の右旋と左旋について

回転方向の異なる2種類の電波を用いることで、
混信を生じさせずに、多くの周波数を利用できる。



右左旋対応受信機

ＢＳ右旋帯域のチャンネル配列図



■ :スカパーJSAT(株)が有料放送管理事業者として、当該有料放送の役務に係る管理業務を行っている番組。

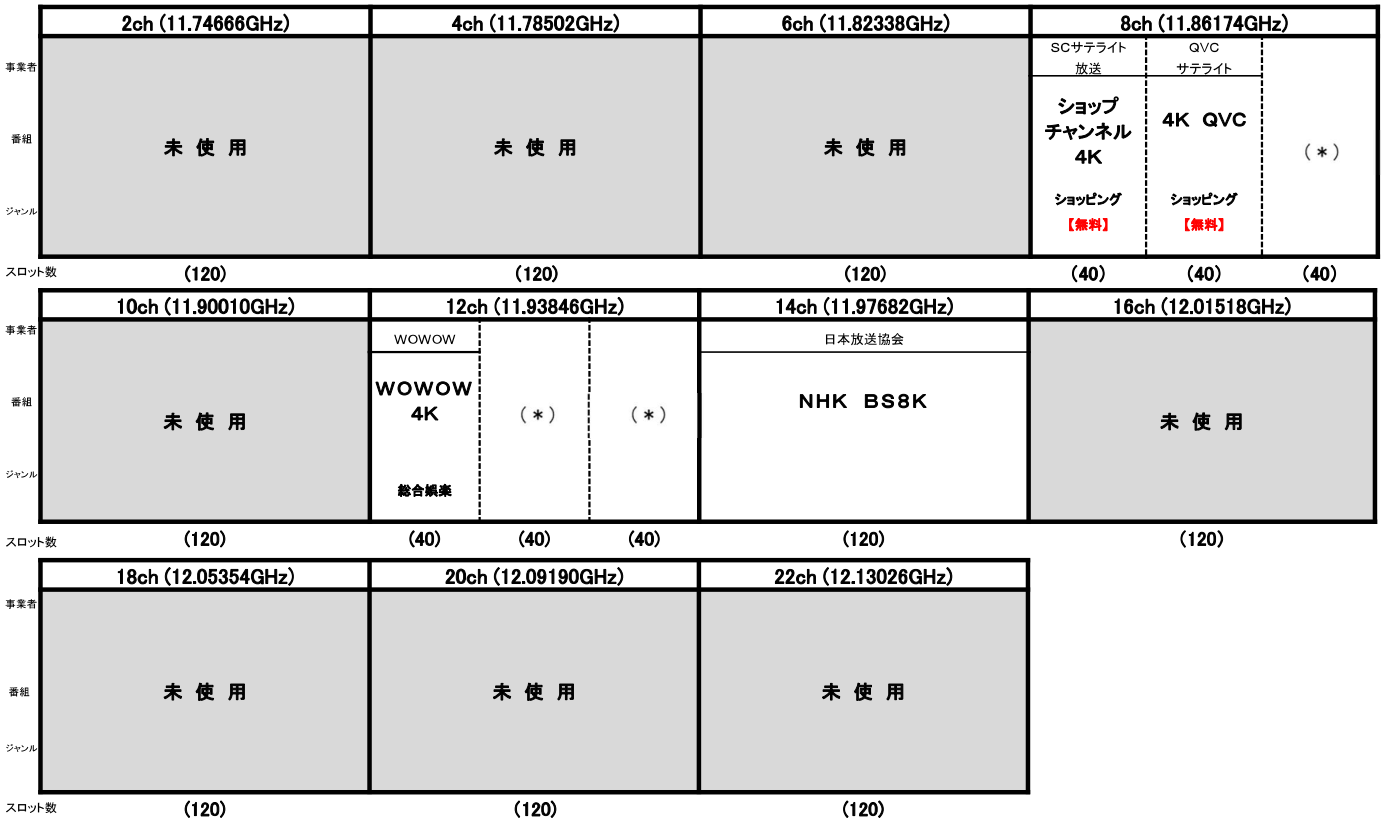
注:*斜体表示のテレビ番組(7ch、17ch)は4K。*

(＊)現在、空き帯域となっている。

放送開始済みの放送番組数(令和6年1月1日現在)※	
4K 6番組　HD 29番組	合計35番組

※　データ放送、音声放送(1番組)を除く。

ＢＳ左旋帯域のチャンネル配列図

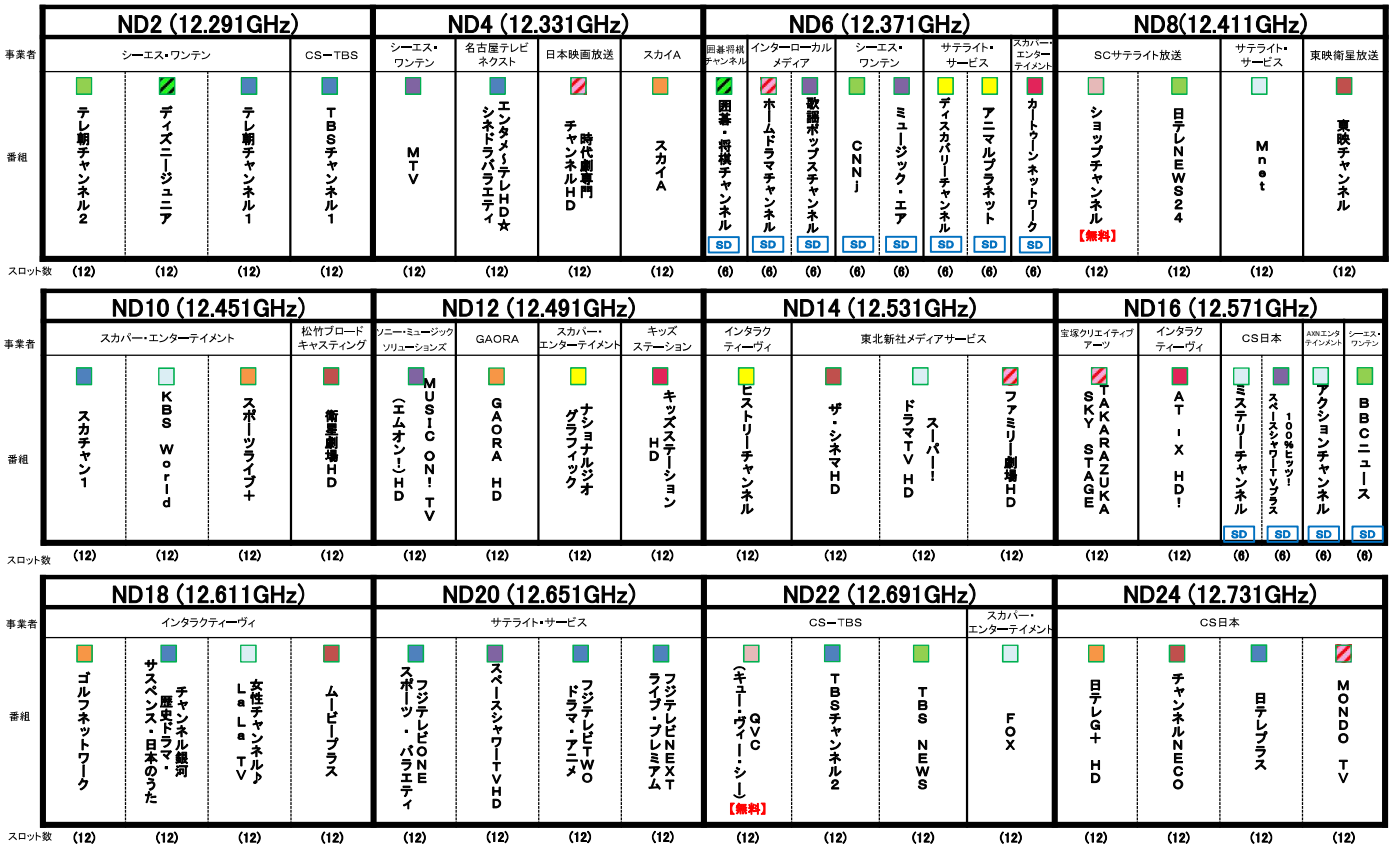


注:BS放送(左旋)のテレビ番組は4K(NHKは8K)。

(＊)現在、空き帯域となっている。

放送開始済みの放送番組数(令和6年1月1日現在)	
8K 1番組　4K 3番組	合計4番組

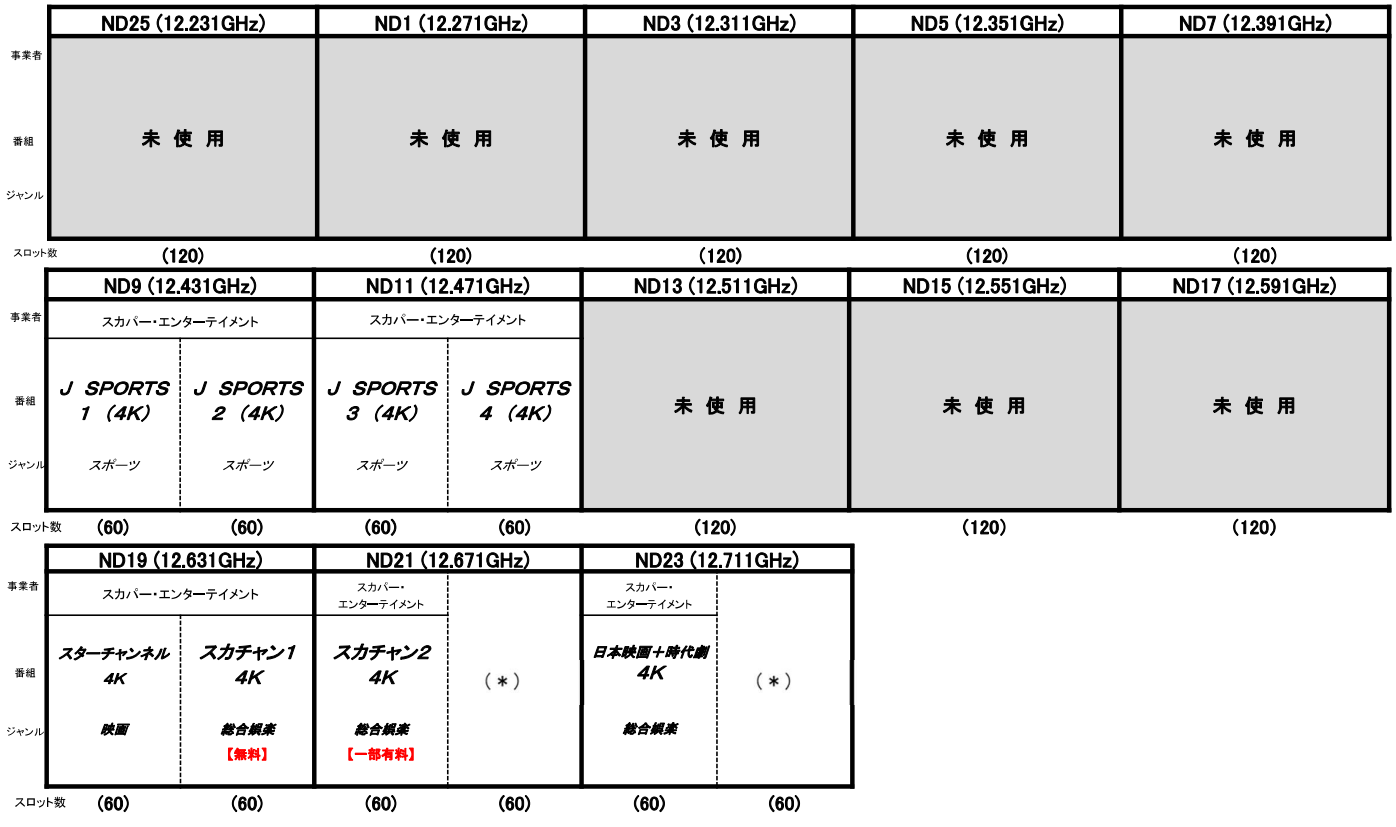
ＣＳ右旋帯域のチャンネル配列図



※スカパーJSAT(株)が有料放送管理事業者として、上記全ての衛星基幹放送事業者が提供している有料放送の役務に係る管理業務を行っているもの。

放送番組数（令和6年1月1日現在）		
HD42番組	SD 12番組	合計54番組

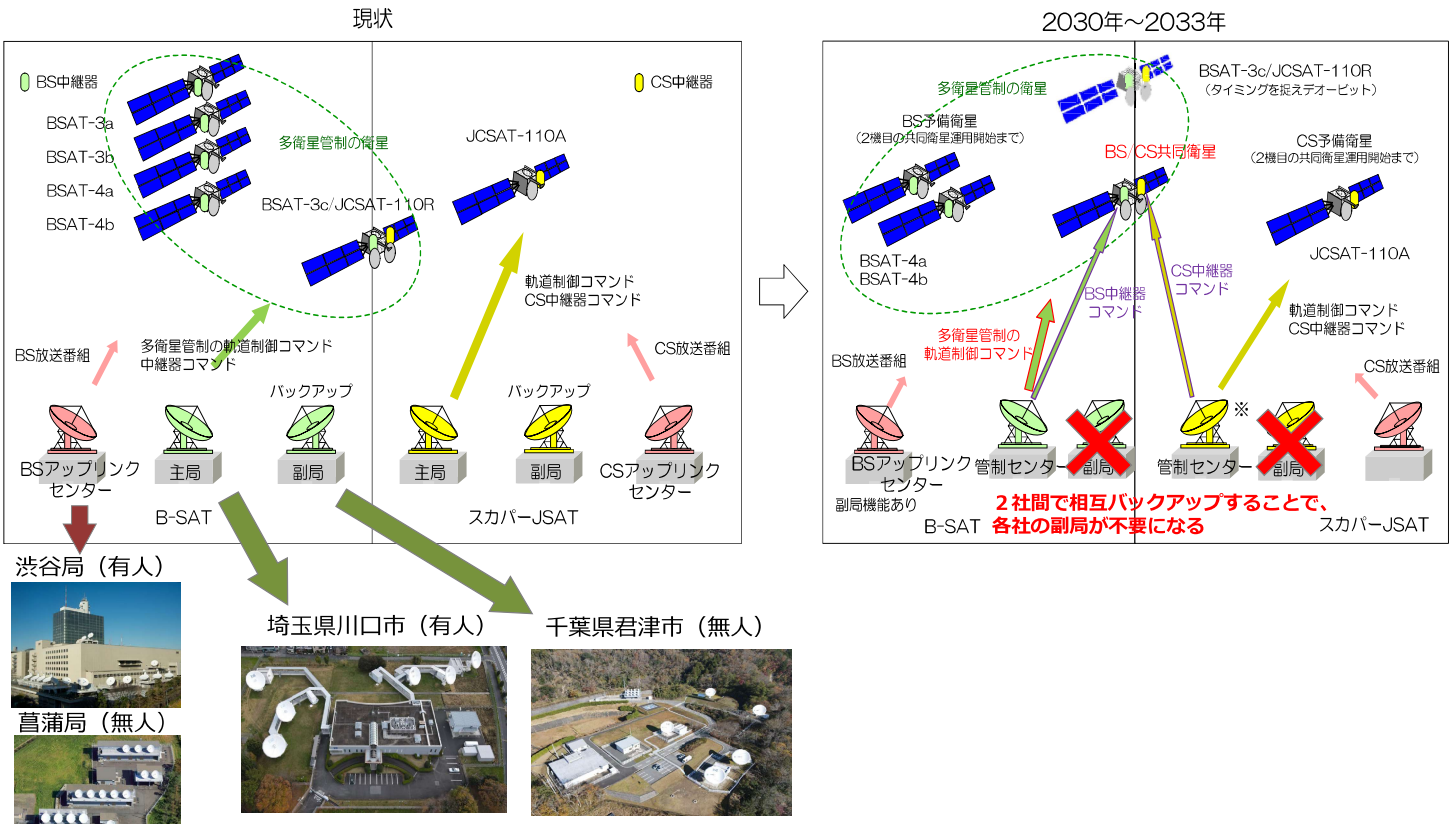
ＣＳ左旋帯域のチャンネル配列図



注：東経110度CS放送（左旋）のテレビ番組は4K。
　　令和6年3月31日に全ての番組が終了する予定。
（＊）現在、空き帯域となっている。

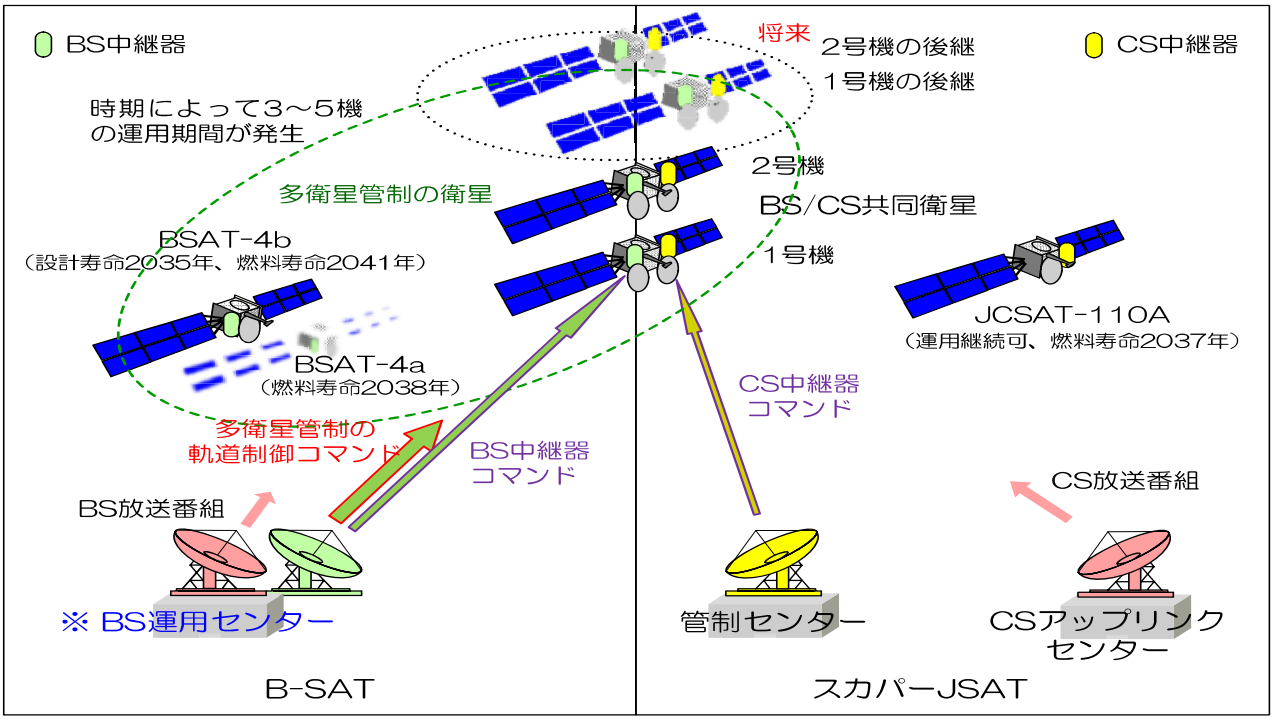
放送番組数（令和6年1月1日現在）	
4K 8番組	合計8番組

第4回WG　B－ＳＡＴ付属資料　（1）



第4回WG　B－ＳＡＴ付属資料　（2）

共同衛星２号機の運用開始（2033年）以降



※：アップリンクセンターと管制センター、本社の集約

スカパーJSATの静止衛星管制と放送アップリンクの拠点

衛星管制副局：
山口ネットワーク管制センター
(SPW: Space Port West) 山口県山口市



衛星管制副局：
茨城ネットワーク管制センター
(SPE: Space Port East)
茨城県常陸大宮市





放送アップリンク拠点：
スカパー東京メディアセンター
東京都江東区



衛星管制主局：
横浜衛星管制センター
(YSCC : Yokohama Satellite Control Center)
神奈川県横浜市

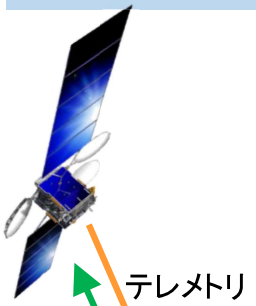
静止衛星を横浜、茨城、山口の3か所から管制。衛星管制の常駐人員(24x365体制)は横浜のみ。
放送アップリンクは東京都江東区（東陽町）から。

© 2024 SKY Perfect JSAT Corporation. All Rights Reserved.

スカパーJSAT 未知を、価値に。

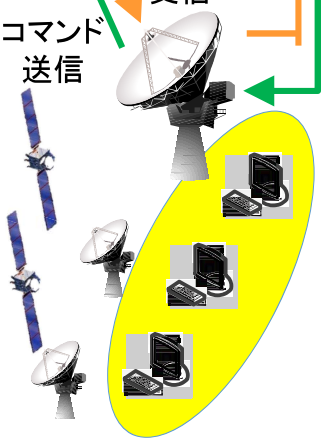
当社の衛星管制業務の概要

衛星本体の健康管理と衛星軌道位置の保持のため、
受信した信号（テレメトリ）をもとに衛星の状態／軌道を把握し、制御するコマンドを送信



テレメトリ受信

コマンド送信



管制員による
リアルタイム運用
- テレメトリ監視
- コマンド送信

2~3名／ｼﾌﾄ×3ｼﾌﾄ 15名

エンジニアによる
オフライン業務
- 衛星状況評価
- 運用計画立案

30名程度：衛星運用業務、管制ｼｽﾃﾑ維持管理など

自動実行 @管制室

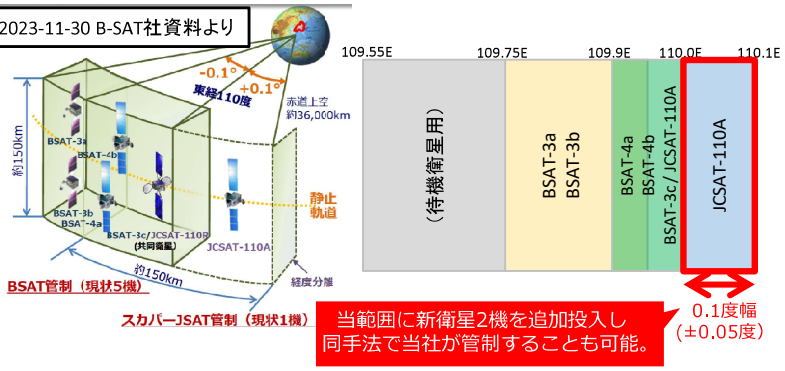
統合管制システム：
複数種類の衛星バスの管制を一元的に実行
→ 大手衛星メーカーのバスの主要ラインアップはほぼ経験済み

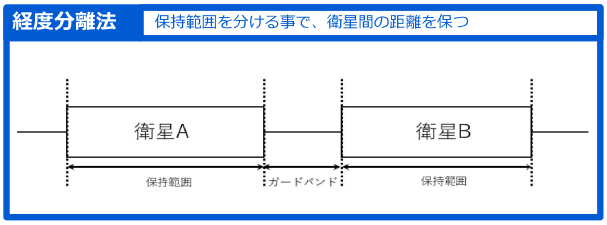
- **コンフリクトしないよう予め計画したコマンド等のイベントを自動実行 → 高い効率性と人為的ミスの大幅な低減を実現**
- **しきい値を逸脱したテレメトリはアラーム（音・色）で検知**
- 定常イベント→不具合の一次対処
  →事前準備された手順書を用いて、管制員のみで実施
- 不具合・復旧対応、デオービット作業などの非定常イベント
  →管制員＋エンジニアで実施

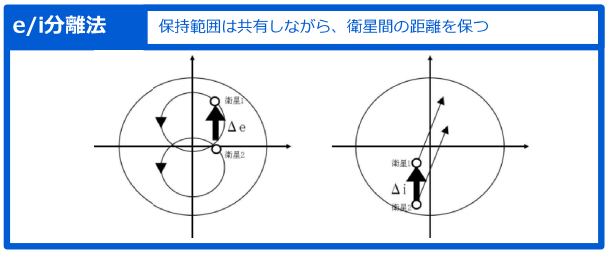
管制員15名、エンジニア30名で12機の衛星を運用。衛星一機当たり管制員1.25名、エンジニア2.5名で運用

同一軌道における複数機での衛星管制について（補足）

- 我が国は条約で保証されたBS放送用軌道位置を2つ持ち、東経110度近傍で計0.35度の幅を確保
  - 東経110.0度 ± 0.1度
  - 東経109.85度 ± 0.1度
  - さらに追加軌道位置（東経109.65度 ± 0.1度）も申請／登録済
- このうちの0.1度幅（東経110.0度～110.1度）を使い当社でJCSAT-110Aを運用 → B-SAT社との経度分離
- 東経110度に新衛星を2機投入した場合、e/i分離によってそれら2機の衛星を当社がJCSAT-110Aと同じ範囲で管制することが可能（他軌道位置にて実績あり）。







衛星間の接近を避けるように各衛星の離心率(eccentricity)と軌道傾斜角(inclination)を調整。限られた軌道保持範囲で単一事業者が効果的に複数衛星を管制する際の手法

資料9－1

BSAT-3c/JCSAT-110R衛星
燃料寿命の精査について

2024年6月26日

株式会社放送衛星システム
スカパーJSAT株式会社

BSAT-3c/JCSAT-110R衛星燃料寿命の精査及び高傾斜角軌道運用による燃料寿命／サービス提供可能期間延伸の検討

- 第4回ワーキンググループ会合後、燃料寿命延伸の2者間協議を開始。
- 通常運用時の燃料寿命再精査の結果、2030年9月まで運用可能である旨確認。
- 並行して高傾斜角軌道運用の許容範囲見極めを実施。再精査した燃料寿命を基に、高傾斜角軌道運用採用による燃料寿命／サービス提供可能期間の延伸について分析。
  - 対策（次スライド参照）を講じることで、軌道傾斜角1.15度まではサービス継続可能である旨確認。
  - この際の燃料寿命／サービス提供可能期間は最短で2031年10月末まで（通常運用時比で約1年延伸。通常運用時の燃料寿命の2-3か月前に高傾斜角軌道へ投入）。
- 新衛星打上げ時期の精査に向け、メーカー等に対して打上げ失敗時の衛星再打上げに要する期間を含む最新のスケジュール関連情報の聴取を実施中。

BSAT-3c/JCSAT-110R高傾斜角軌道運用に際して講じる対策

- 45cm CSアンテナ設置推奨エリア外に設置されたアンテナの一部に顕著な受信品質低下が発生する可能性あり

- 当該事象が発生した際には、視聴者（110度放送を再放送しているCATV局等を含む）に対し、衛星事業者負担を基本としたアンテナ交換を含む必要な対策（オンデマンド対応）を両者で実施
  - 本衛星が予備衛星であることも考慮



45cm CSアンテナの設置推奨エリア
（出典：スカパー公式サイト）
https://www.skyperfectv.co.jp/service/portal/kiki/shv45d/specification.html

参考1：高傾斜角軌道運用の許容範囲の分析に際して採用したアプローチ

- 傾斜軌道運用中も衛星搭載ビームが通常運用時と同等の方向を指向するよう制御するとともに、3軸姿勢バイアス補正によりサービスエリア内の電波レベル低下を最小化（詳細は参考2に）
  - この際、軌道傾斜角が大まかに想定される程度であれば、本邦外への電波漏れ込み増加に伴う衛星側の出力レベル低下は不要であることもあわせて確認

- 軌道傾斜角拡大に伴う以下の変動量を加味して回線設計を実施
  - サービスエリア内における衛星電波レベルの低下
  - 放送受信アンテナの衛星方向アンテナ利得の低下

参考2：高傾斜角軌道における衛星運用手法

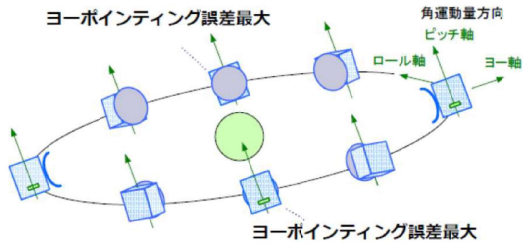
高軌道傾斜角とポインティング誤差

- 軌道傾斜角の増加
  - 0.078度／月、0.93度／年
  - ２年間で1.86度増加
- ポインティング誤差

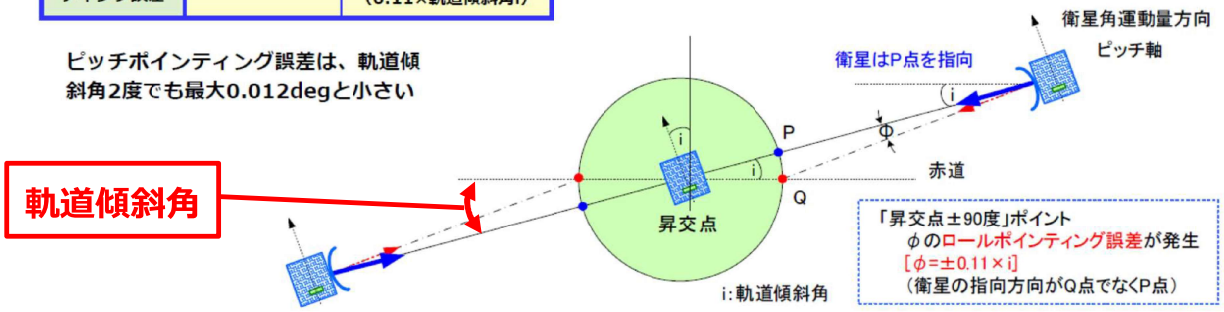
	昇交点、降交点	昇交点±90度
ヨーポインティング誤差	最大 （軌道傾斜角i）	ゼロ
ロールポインティング誤差	ゼロ	最大 （0.11×軌道傾斜角i）

ピッチポインティング誤差は、軌道傾斜角2度でも最大0.012degと小さい

ヨーポインティング誤差の発生過程



衛星の角運動量方向が常時軌道面に垂直



「昇交点±90度」ポイント
φのロールポインティング誤差が発生
［φ=±0.11×i］
（衛星の指向方向がQ点でなくP点）

「昇交点、降交点」ポイント
+i（または-i）のヨーポインティング誤差が発生
（「昇交点±90度」での衛星の赤道面に対する傾き［±i］が、ヨーエラーに転化）

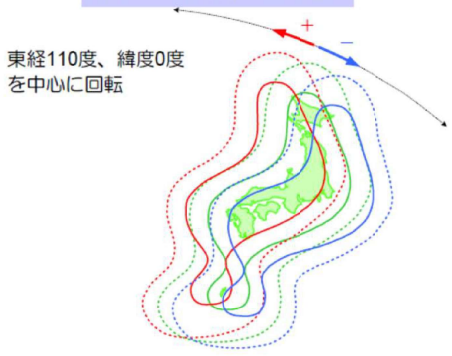
（図表は2007年の前回高傾斜角運用の際の説明資料を再掲）

5

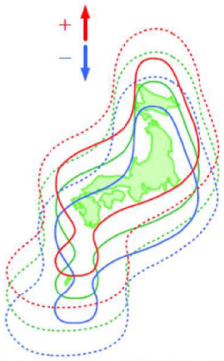
参考2：高傾斜角軌道における衛星運用手法（続き）

ヨー／ロールポインティング誤差とEIRPの低下

ヨーポインティング誤差



ロールポインティング誤差



ヨーポインティング誤差によるEIRP低下 [単位：dB]

軌道傾斜角	0.5度	1.0度	1.5度	2.0度
最大ポインティング誤差角	0.5度	1.0度	1.5度	2.0度
稚内	1.1	2.0	2.9	4.0
東京	0.6	1.2	1.7	2.3
与那国	0.7	1.0	1.3	2.0

ロールポインティング誤差によるEIRP低下 [単位：dB]

軌道傾斜角	0.5度	1.0度	1.5度	2.0度
最大ポインティング誤差角	0.055度	0.11度	0.165度	0.22度
稚内	0.9	1.6	2.2	3.2
東京	0.2	0.6	0.8	1.0
与那国	0.8	1.5	1.7	2.2

（図表は2007年の前回高傾斜角運用の際の説明資料を再掲）

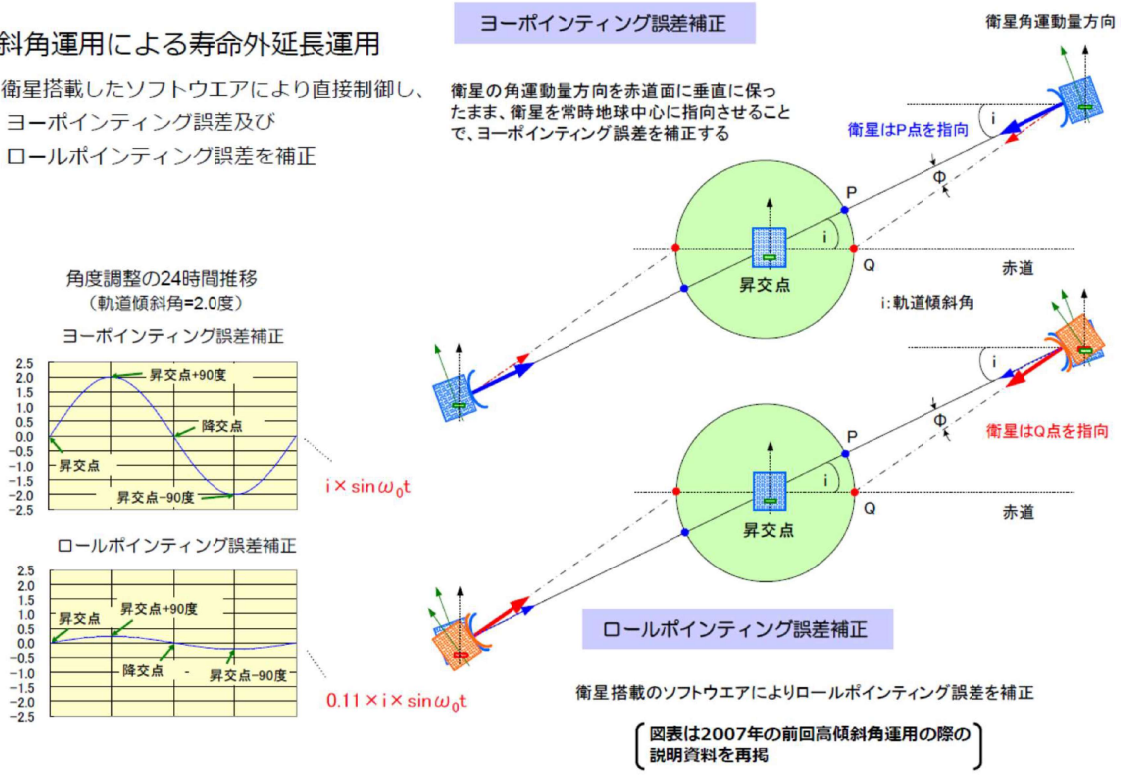
高軌道傾斜角運用（IOC）では、ヨー／ロールポインティング誤差が補正され、EIRP低下はほぼゼロ

6

参考2：高傾斜角軌道における衛星運用手法（続き）

高軌道傾斜角運用の考え方

- 高傾斜角運用による寿命外延長運用
  - 衛星搭載したソフトウエアにより直接制御し、ヨーポインティング誤差及びロールポインティング誤差を補正



7

参考3：衛星放送ワーキンググループ（第4回：2024-02-13）資料4-2抜粋

衛星放送に係るインフラコストの低減　論点に係る考え方

4

共同衛星の打上げ時期

＜論点＞　ＪＣＳＡＴ－１１０Ｒの燃料寿命の終期をどのように考えるか。

Ｂ－ＳＡＴ	スカパーＪＳＡＴ
● ＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ１１０Ｒのメーカーのロッキード・マーチン社からは燃料を３６．３５ｋｇ残すと２０２９年５月２１日終了との情報でしたが、軌道外投棄で使用する１２ｋｇ以上の燃料が残ると障害になるため、当社で最終計算を行いました。通常運用では２０３０年５月終了と考えています。 ● 当衛星が予備衛星であることから、可能な限りの寿命延長を第１に考えるべきです。これにより、次期衛星の仕様の検討期間も十分確保できます。燃料を多く消費する南北方向の軌道制御を控えることで寿命を延長できます。その際には通常運用時と同一のサービスエリアを確保するためのポインティングをきめ細かく調整する技術を採用します。これが高傾斜角運用による寿命延長であり当社でも十分な実績があります。 ● 受信への配慮として追尾機能の無い小口径の家庭用受信アンテナ及びＣＡＴＶヘッドエンドの受信アンテナに対して、衛星位置の振れが受信劣化を起こす角度（指向方向からの角度）以下に保つ必要が出てきます。このため、衛星の軌道傾斜角が受信アンテナの受信保護の限度に達する前に運用を終了します。 ● 当社もＣＳの予備衛星の必要性は認識しており、現在ＣＳ放送の予備機に使用されているＢＳＡＴ－３ｃ／ＪＣＳＡＴ１１０Ｒは共同衛星であることから、２社協力のもと高傾斜角運用による寿命延長を図ることが最善と考えます。 ● 仮に高傾斜角運用により安全性を見て１年７か月の延長を行えば、２０３１年１２月まで予備衛星の運用が可能と考えます。	BSAT-3C/JCSAT-110R（現在のBS/CS共同衛星）の通常の運用を前提とした燃料寿命は衛星メーカーからの最新の計算値によると2029年5月となっている。 仮に衛星の傾斜角運用を行い、燃料寿命を延ばす場合には、時間とともに南北方向の振れ幅が大きくなるため回線の受信レベルが下がっていく。回線品質の劣化が許容範囲に収まる範囲までの延命となる。隣国との周波数調整内容にも留意する必要がある。 傾斜角運用の影響 ・受信アンテナの指向方向と電波到来方向のずれにより回線品質の劣化を与える。とりわけ1.2メートル級の大きなアンテナで受信をしているCATV局等での回線品質の劣化は著しい。 ・さらには、サービスエリアの端（北海道、沖縄など）において衛星からの電波の強さが低下する。

8

（２）地上波代替における衛星放送の活用

日本放送協会

株式会社三菱総合研究所

一般社団法人放送サービス高度化推進協会

株式会社NHKテクノロジーズ

株式会社WOWOW

スカパーJSAT株式会社

資料2－3

衛星放送ワーキンググループ（第2回）
ご説明資料

NHK共聴の現状について

2023年12月21日
日本放送協会

NHK

地上テレビジョン放送のネットワーク



親局：51局



- 各都道府県の中心部をカバー
- 放送ネットワークの起点
- 世帯数：**数十万～数百万世帯**

小規模中継局：1,122局



- 各都道府県の小規模な都市をカバー
- 世帯数：**1万世帯以下**

辺地共聴（NHK共聴・自主共聴）



- 辺地共聴は、親局や大規模局などの電波が届かない、山間部などの小さな集落に設置された共同受信施設
- 世帯が散在しているなど、電波では効率的にカバーできない場合に、各戸に有線で放送を届けている

NHK共聴
- NHKとNHK共聴組合が共同で設置・運用している施設
- 約5,300施設（約30万世帯）

※2023年3月現在

自主共聴
- 地元視聴者が独自に設置・運用している施設

大規模・重要局：483局



- 各都道府県の主要都市をカバー
- 放送ネットワークの重要な中継点
- 世帯数：**数万世帯**

ミニサテ局：558局





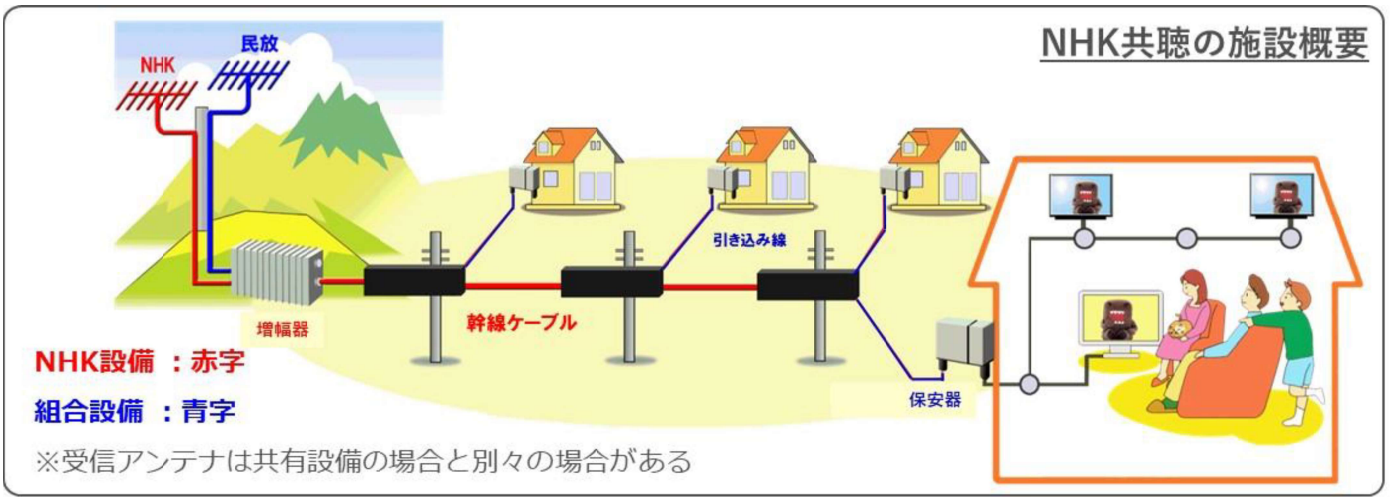
- 親局や大規模局などの電波が遮蔽されている、山間部などの小さな集落をカバー
- 世帯数：**数十～数百世帯**

局数は、いずれもＮＨＫ総合テレビジョンの局数

NHK共聴の現状

- NHK共聴は、NHKと地元組合（民放部分）が、共同で設置・運用している。
- 現在、約5,300施設（30万世帯）が稼働しており、このうち約半数にあたる3,160施設について老朽化に伴う光化による更新を進めてきた※。
- 残りの施設の更新を含め、施設の維持に努めているが、今後は組合員の高齢化や人口減少などにより、施設の運営や更新費用の確保が困難になるなど、施設の維持に課題が出ることが予想される。

※　2023年3月現在

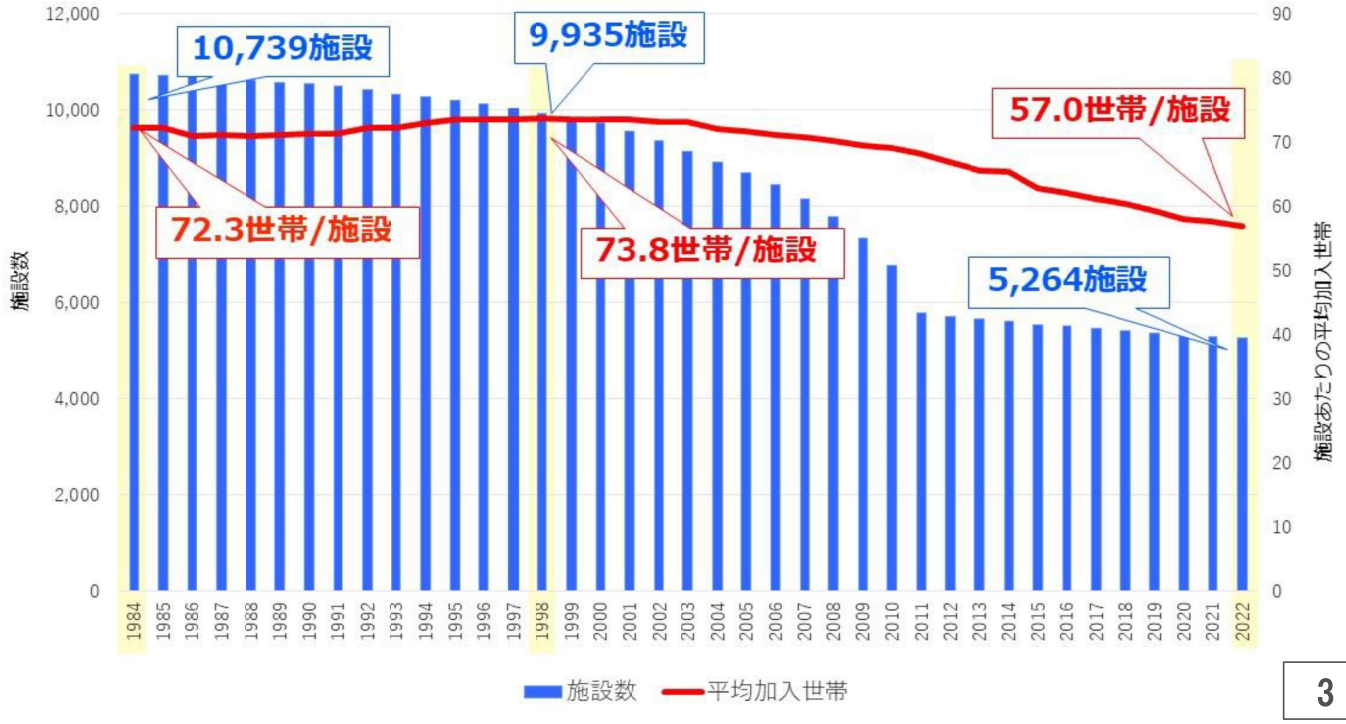


2

NHK共聴の施設数と加入世帯数

運用施設数：5,264　加入世帯数：約30万世帯

- ピーク時は1施設あたりの平均**73.8世帯**も、2022年度末では**57.0世帯**で年々減少
- 加入世帯数が一桁の施設もあり、
  今後も**平均加入世帯数の減少が続く**と**世帯あたりの負担増加**が懸念される



3

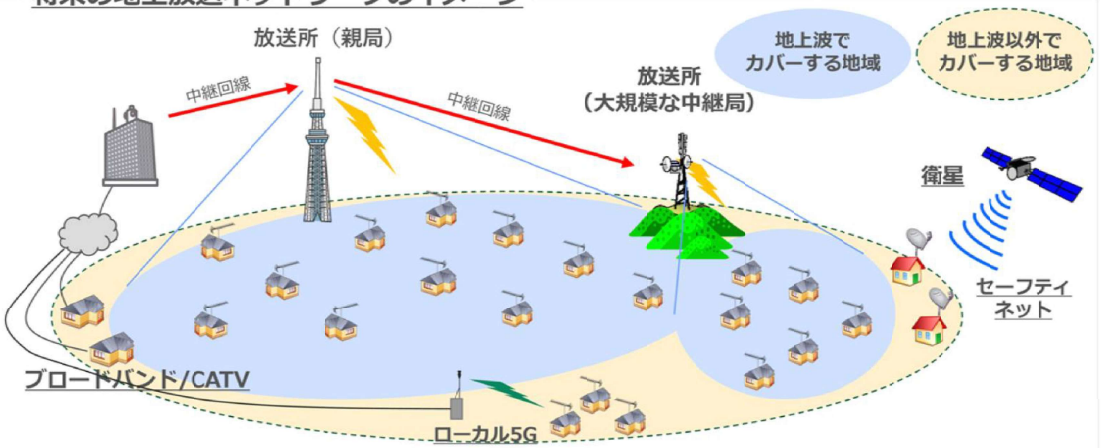
今後の地上テレビジョン放送のネットワークイメージ

デジタル時代の放送制度の在り方に関する検討会（第２回）
NHK説明資料（2021年12月6日）

これまで　⇒ 地上波を基本に構成
これから　⇒ **地上波を含む多様な伝送手段**を活用

（例）・親局・大規模中継局の対象エリア（全世帯の94%程度）は地上波でカバー
・残りのエリア（最大で6%）は、ブロードバンド/CATV、ローカル5G、衛星などでカバー

将来の地上放送ネットワークのイメージ



今後のブロードバンド網整備の進展を注視しながら、
ブロードバンドを放送の一部として活用する可能性について検討すべきではないか　56

経済合理性が成り立つ前提の下、ブロードバンドが届かない条件不利地域に対して、
地上波の代替手段として衛星波を活用する可能性も検討できるのではないか。

4

資料2－4

難視聴地域等における地上デジタル放送の衛星代替について

MRI 三菱総合研究所
モビリティ・通信事業本部
ICTインフラ戦略グループ

2023年12月21日

1. 衛星放送の周波数有効活用方策の例

- 弊社は、総務省委託調査（令和4年度）※の一環で、周波数有効利用の観点から、有識者・事業者等へのヒアリングに基づき、**衛星放送帯域の新たな利用方法に関するユースケース**について調査を実施。
- 具体的には、有望なユースケース（11件）について、フィージビリティについて定性的な評価を実施。

表. 衛星放送帯域を利用する有望なユースケース

ユースケース	概要
①広域ダウンロードシステム	✓ 衛星のデータ放送等を活用した全国向けのダウンロードサービス
②衛星CDN	✓ 通信事業者や配信事業者向けのBCP対策
③高度パブリックビューイング	✓ 4K・8K放送や通信放送連携を活用したパブリックビューイング
④ホームゲートウェイ型サービス	✓ 双方向性を用いた高度な映像配信サービス（視聴履歴活用等）
⑤地域限定放送プラットフォーム	✓ 各地域の放送コンテンツの地域（区域）外への放送
⑥2K放送利用	✓ 衛星4K・8K放送向け映像圧縮方式を用いた2K放送
⑦地上放送の難視聴対策	✓ 難視聴エリア向けの地デジ放送の再送信
⑧災害時放送	✓ 高い耐災害性を有する衛星放送を活用した災害地域向けへの放送
⑨国内線機内エンターテイメント	✓ 国内線の機内エンターテインメント向け映像配信
⑩学習コンテンツ配信基盤	✓ 教育・学習施設等向けの学習コンテンツ配信
⑪デジタルサイネージ	✓ デジタルサイネージ向け広告・コンテンツ配信

ユースケースは放送外領域を含め軸となる用途・技術で整理 → ユースケースや要素の組み合わせも可能
本報告ではWGの論点**「難視聴地域等における地上波代替手段の活用可能性」**（上表⑦）について説明

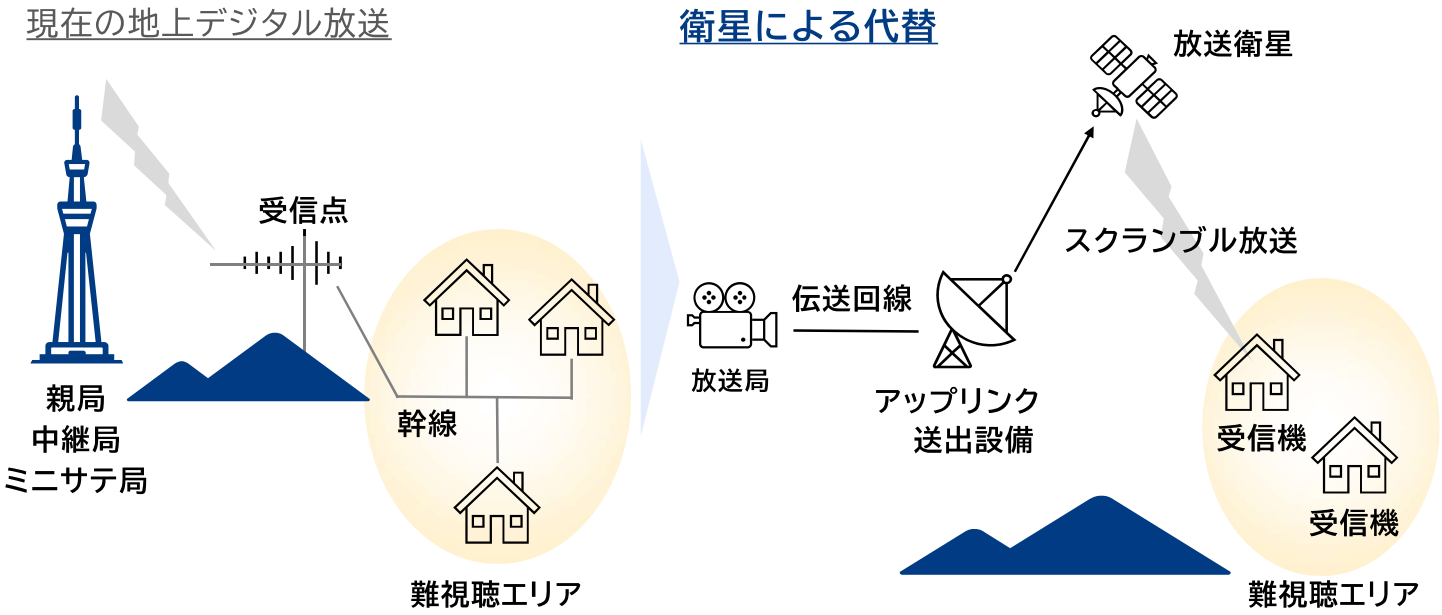
※令和4年度『衛星放送に係る周波数の有効利用の推進及び衛星放送事業の経営環境の変化への対応に関する調査検討の請負』

Copyright © Mitsubishi Research Institute

2. 衛星による地上デジタル放送の難視聴対策　概要

- 衛星による地上デジタル放送の難視聴対策設備（中継局、共聴設備）の代替（以下、衛星代替という）を目的として、難視聴エリアにおける各戸に衛星放送受信設備を具備することで、地上デジタル放送の視聴を実現する。

図. 難視聴地域における衛星代替のイメージ



出所）令和４年度『衛星放送に係る周波数の有効利用の推進及び衛星放送事業の経営環境の変化への対応に関する調査検討の請負』報告書に基づき作成

Copyright © Mitsubishi Research Institute

2. 衛星による地上デジタル放送の難視聴対策　メリット・課題等

- 衛星代替は、特に有効性・実現可能性の観点からはメリットがある。
- 他方、経済性に関しては課題が指摘され、詳細のコスト検証と効率的な実現手段の検討が必要。

評価の視点	評価の概要
経済性	□ 衛星放送が有する広域的・同時的な提供形態による規模の経済性を享受可能であるが、難視聴地域のエリア（需要）は限定 □ このため、導入・運用に伴うコストとのバランスが課題
有効性	□ 地上波（2K）放送用に対して、4K・8K衛星放送において採用している効率的な伝送方式の活用が期待されるが、その伝送方式等の検証が必要 □ なお、緊急放送やマルチチャンネル対応等は可能
実現可能性	□ 衛星放送の送受信の技術自体は既に確立しているが、降雨・降雪時の課題等も踏まえた受信環境に関する検討が必要 □ また、地域を限定して放送するための仕組みが必要

出所）令和４年度『衛星放送に係る周波数の有効利用の推進及び衛星放送事業の経営環境の変化への対応に関する調査検討の請負』報告書に基づき作成

Copyright © Mitsubishi Research Institute

2. 衛星による地上デジタル放送の難視聴対策　課題への対策案

- 衛星代替の実現に向けた課題への対策案としては、主に以下①～③が挙げられる。

①費用対効果等の検証

- 受信機を含む費用や難視聴地域における受容性等について検証
- 他の手段との比較等により、費用対効果を定量的に把握

②より効率的な伝送方式の検証

- より効率的な伝送方式による衛星放送が実現できる受信環境の検証

③地域を限定して放送する仕組みの検証

- 地域を限定して放送するための仕組みが必要であることから、特定の地域のみで放送を視聴するための制御が可能かどうか検証

Copyright © Mitsubishi Research Institute

3. 実証試験の提案

- 難視聴地域等における衛星代替については、経済性や有効性、実現可能性を検証するために、**技術・受容性等に関する実証試験を実施**し、**品質・機能要件等に関する整理**を行うことが望ましい。

実証概要（案）

- 衛星放送の特性や地域性などを踏まえ、複数の実証地域（難視聴地域）を選定し、実際の衛星放送用設備・受信機等を用いた実証環境を用いて、技術的な検証の他、視聴者の受容性等に関する検証を行う

実施事項（例）

①　技術検証

- 衛星放送の受信特性（降雨など気象耐性、伝送容量・遅延等）、より効率的な伝送方式、地域を限定した放送等に関して、技術及び運用面から検証を行う

②　視聴者の受容性に関する検証

- 実証地域の住民（実証モニタ）向けに、実証環境上で放送を視聴、サービスや料金などの条件に対する受容性、導入や利用に関する課題などについて確認する

③　品質・機能要件の整理

- ①・②の結果を踏まえて、衛星代替に求められる機能要件について整理を行う

Copyright © Mitsubishi Research Institute

未来を問い続け、変革を先駆ける

MRI 三菱総合研究所

資料7－3

地デジ難視対策衛星放送（通称：衛星セーフティネット）の概要

2024.4.15

（一社）放送サービス高度化推進協会

1.経緯

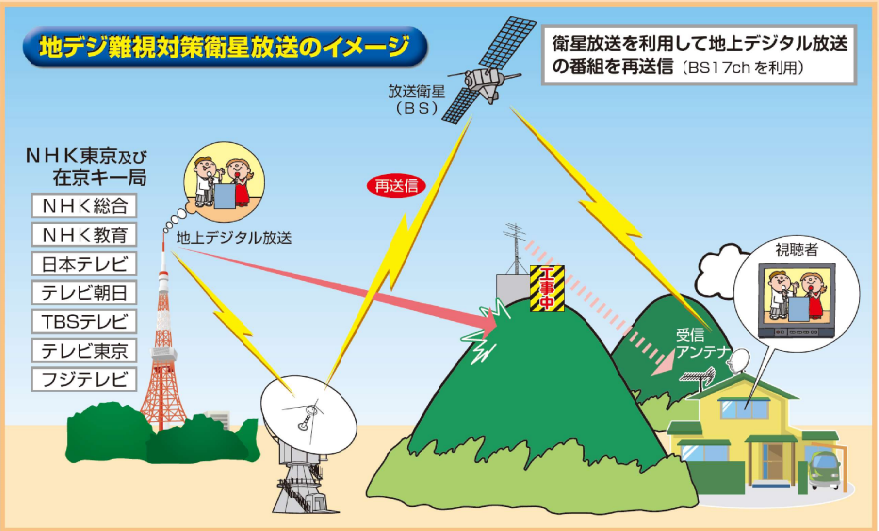
- 2011年7月のアナログテレビ放送の終了までに、「新たな難視」※1や「デジタル混信」※2の対策（共聴新設、ケーブル加入、高性能アンテナ対策等）の完了が間に合わない懸念。
- そこで、地デジの対策が終了するまでの間、「暫定的・緊急的な処置」として、衛星放送を用いて、地上系の放送番組を同時再送信する「地デジ難視対策衛星放送」（通称：衛星セーフティネット）を行うことが、2009年5月の情報通信審議会から答申。
- 実施期間は、2010年3月～2015年3月末までの5年間とされ、約1万3,300地区、約25万世帯が対象。実際に利用した世帯は、ピーク時で、約11万5千世帯。
- 経費は、国と放送事業者で分担。

※1：新たな難視 → アナログテレビ放送は受信、視聴出来ていたのに、デジタル化により電波が届きにくくなり難視聴となってしまった地域。

※2：デジタル混信 → デジタル波どうしの混信（DD混信）により、リパック（アナログ放送終了後でないと新たなデジタルチャンネルが割当てられない地区など）対策が必要となった地域。

2.概要

□使用衛星：放送衛星（BS）の17ch（1トラポン）
□送信番組：NHK東京（総合・教育）及び在京民放キー局（日本テレビ、テレビ朝日、TBSテレビ、テレビ東京、フジテレビ）の計7つの地上デジタル放送
（地域により視聴チャンネルの制御あり【B-CASを利用】）
□送信画質等：画質はデジタル標準画質（SD）で送信（データ放送は無し）
電子番組表（EPG）は番組名のみ表示、字幕放送・解説放送付番組は送信
マルチ編成の場合には主たる番組を送信



※当時のパンフレット（表面）から抜粋

3.サービス内容・工事支援

どのような放送サービスか

- 視聴制御（スクランブル）をかけて対象地区を限定した放送です。
- 実施期間が2015年3月末までに限定された放送です。
- 視聴できる番組はNHK及び地域民放と同系列の東京の放送局の番組です。
- 地上デジタル放送と画質や利用できるサービスに違いがあります。
- ひとつの世帯で視聴できる受信機の数は3台までです。
- 利用料等の費用負担はありません。
（NHKとの放送受信契約が必要なのは従来どおりです。）

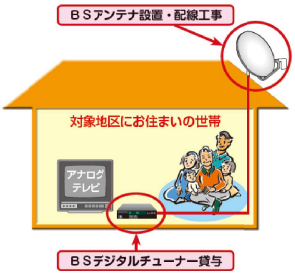
後述する「ホワイトリスト」に登録された地区（世帯）に限定して利用案内を行った

BSデジタル放送を受信できない世帯には、受信に必要な工事等を支援します（受信設備整備支援）

対象地区にお住まいの世帯（別荘等、常時居住していない場合を除く。）には地デジ難視対策衛星放送の受信に必要な最小限の設備整備を支援します。

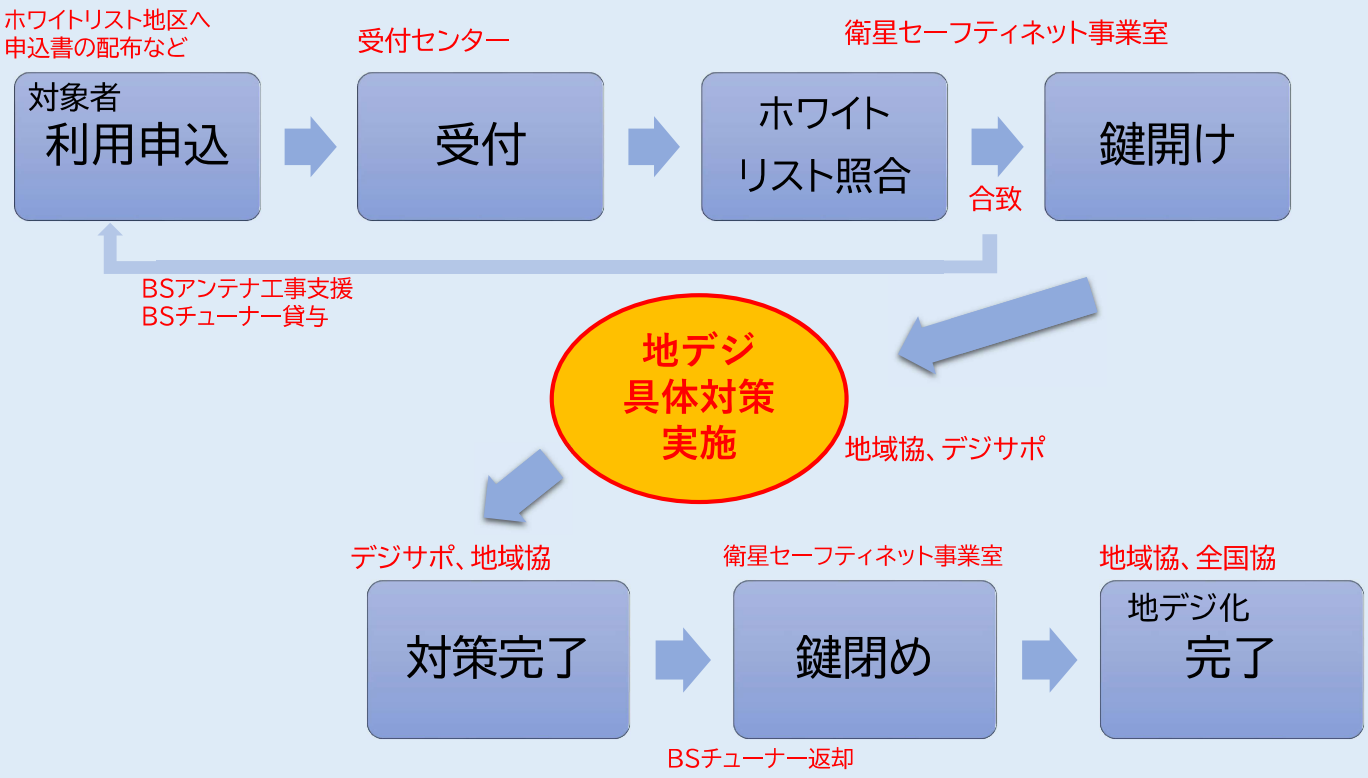
☞ ＢＳデジタル放送対応の受信機（テレビやチューナー、録画機等）をお持ちでない場合は、ＢＳデジタルチューナー1台を無償で貸与します。
☞ ＢＳアンテナをお持ちでない場合は、無償でその設置工事を行います。
☞ これらの支援は、1世帯につき1回限りです。費用の負担を求めることはありません。

※事業所等の世帯以外の施設は支援の対象外です。
※世帯であっても、特定の地区は支援の対象外です。
※NHKの特別契約の対象となる方は、この支援の対象外です。



※当時のパンフレット（裏面）から抜粋

4.視聴(鍵開け・鍵閉め)フロー



4

5.当時の課題①

課題1:地デジ難視対策計画※1の公表後、対象エリア等に関する視聴者からの問合せ対応のためのシステム構築(地デジコールセンター、デジサポ、セーフティネット受付センターで統一した対応を含む)

①難視管理データベースの対象世帯を住戸単位で特定するための手順

②このため、住戸表示可能な電子地図システムでのデータ化とその作業

課題2:ホワイトリスト※2の確定、対象者への周知・申請書配布、実施フロー作成等

①ホワイトリストエリアとエリアごとに視聴可能な放送局の確定

②ホワイトリスト対象者への周知や申請書の配布など

課題3:セーフティネット利用申込者をホワイトリストと照合するシステムの開発

①電子地図システムをベースにした利用者照合を行うシステムを開発

②データの追加、運用管理など

→各課題は「全国協」「地域協」「デジサポ」「衛星セーフティネット事業室」で分担

※1 ※2 は、次ページに解説

5

5.当時の課題②

5ページの ※ 説明

※1:地デジ難視対策計画 → デジタル難視の地区に対し、中継局を設置して対策を行うのか、地域に共同受信設備を設置するのか、また、既存のケーブルテレビを活用し、これに加入していただくのか、などの対策手法や計画を策定し、これを公表した。(初版2009年8月)

※2:ホワイトリスト → 総務省と全国協が決定した「衛星セーフティネットの対象者リスト」。各種の地デジ化の対策が2011年以降のアナログ放送の終了後になってしまう地域を管理するためにリスト化し、電子地図による難視範囲の管理を行った。(初版2010年1月)
このホワイトリストには、市町村名、世帯数、地区名、視聴可能局名、難視区分などが記載され、衛星セーフティネットの利用の際の照合に活用された。特に、難視エリア内の世帯かどうか、視聴可能とするチャンネル(番組)の決定に利用され、衛星セーフティネットの厳格な運用を行うために活用された。

都道府県名	対象地区数	世帯数
○○県	15	2,679

地デジ難視対策衛星放送対象リスト(ホワイトリスト)
2010年1月29日時点

対象地区					視聴可能となる番組 ※2							区分					
市区町村コード	市区町村名	地区数	世帯数	地区名※1	NHK総合	NHK教育	日本テレビ放送網	テレビ朝日	TBSテレビ	テレビ東京	フジテレビジョン	デジタル放送難視聴地区	改修困難共聴	デジタル放送混信地区	特別な対策地区	その他	対策計画の地区別番号
8888	○○市	3	689	○○(その1)	○	○	○	×	○	×	○	○					990001
				○○(その2)	○	○	○	×	○	×	○	○					990013
				○▽○	○	○	○	×	○	×	○	○					990012
9999	○○郡○○町	2	245	大字AA	○	○	○	×	○	×	○	○					990000
				大字BBB	○	○	○	×	○	×	○	○					990000
9998	○○郡□□町	10	1,745	大字CC(その1)	○	○	○	×	○	×	○	○					990024
				大字DD	○	○	○	×	○	×	○	○					990062
				大字EE(その1)	○	○	○	×	○	×	○	○					990061
				大字EE(その2)	○	○	○	×	○	×	○	○					990124

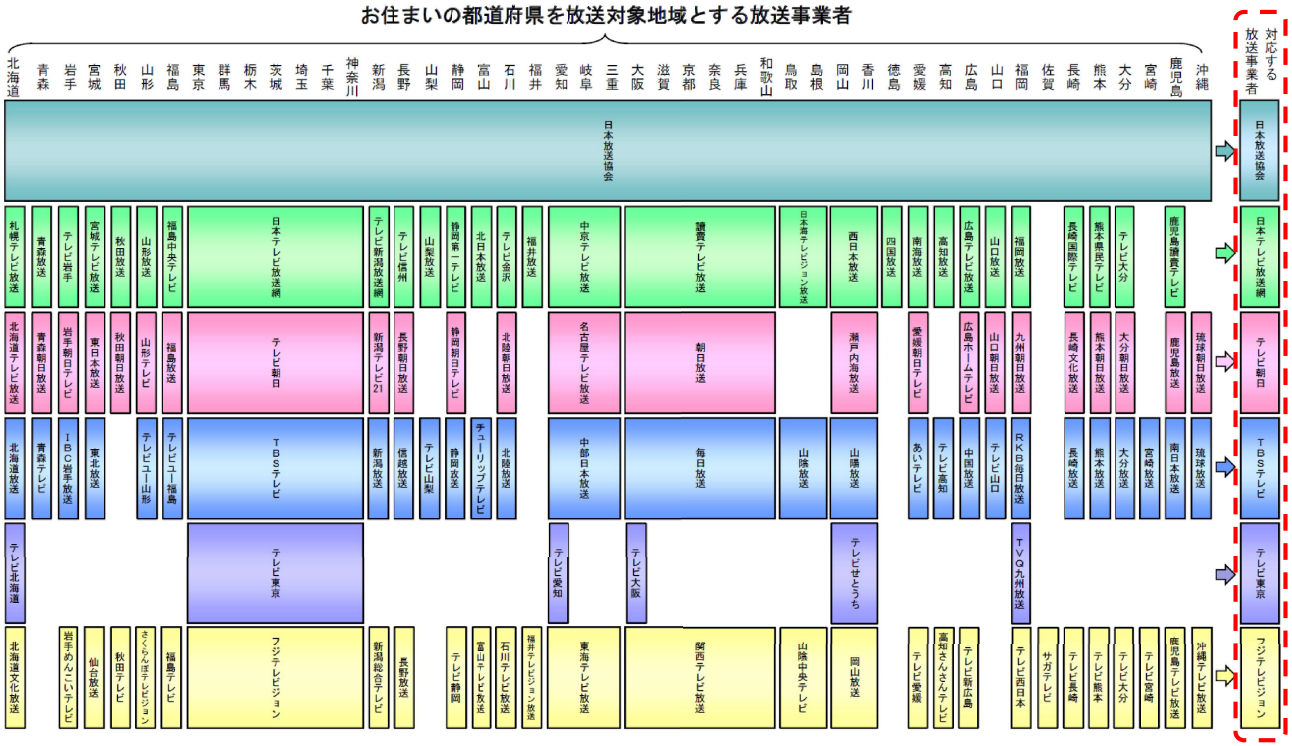
※1 表記した地区内の居住世帯等の一部又は全部が対象
※2 ○:地デジ難視対策衛星放送で視聴可能となる番組 ×:地デジ難視対策衛星放送の対象とならない番組

ホワイトリストの例

6

6.視聴可能となる番組について

暫定的難視聴対策事業によって視聴可能となる最大の範囲(都道府県別)



※難視地域で視聴できていた放送局と同系列の東京の放送番組が視聴できた。
この視聴可能情報は、ホワイトリストに掲載され、視聴可否を決めていた。 ※2010年1月29日公表

7

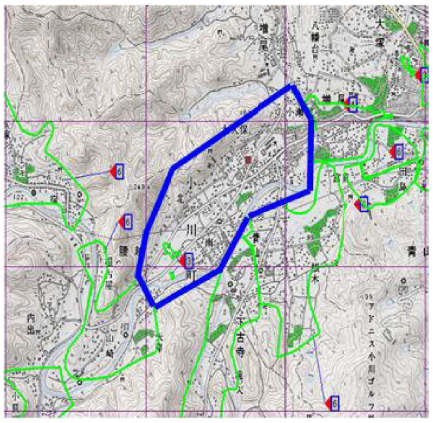
7.当時の各組織・役割について

◆**全国協**:「全国地上デジタル放送推進協議会」の略。地上放送のデジタル化を円滑に推進するため、2001年7月に総務省、NHK、民放127社で設立。全国の地デジ化、アナログ放送停波をめざした課題検討と解決策を策定。

◆**地域協**:各地域(放送エリアごと)に、総合通信局、地域のNHK、民放局で組織された「○○県地上デジタル放送推進協議会」。全国協の下に各地域協がある。各地区での現地調査や視聴者対応、各地区の対策手法を策定。

◆**デジサポ**:総務省の補助事業として、A-PABの前身「Dpa(ディーピーエー)」((一社)デジタル放送推進協会)が採択され組織した。「総務省テレビ受信者支援センター」(愛称:デジサポ)の名称で活動。デジサポは、統括本部と各都道府県に設置され、NHK、民放、受信機やアンテナメーカーからの出向者で組織。ピーク時には約360名が在席し、全国協、各地域協と綿密な連携を図り、地デジ普及とアナログ放送終了に向けて視聴者支援を行った。

◆**衛星セーフティネット事業室**:総務省の補助事業として、Dpaが採択され、Dpaの一部組織として、受信設備整備支援センターの運用、セーフティネットの鍵開け・利用者照合、ホワイトリストの地図管理などを行った。



ホワイトリスト地図の例

8

ご清聴、ありがとうございました

今後の衛星放送WGの議論の一助になれば幸いです。

(一社)放送サービス高度化推進協会

資料8－1

辺地共聴施設の現状調査（結果概要）

令和６年５月１６日

株式会社ＮＨＫテクノロジーズ

調査概要

● **共聴施設調査では、全国の辺地共聴施設や組合の現状を調査し実態を把握するとともに、ブロードバンド等による放送の代替を円滑に実施していく上で望ましいと考えられる取組等を整理する**

調査概要

辺地共聴施設の現状調査	
目的	• 施設や組合の実態の把握 • 共聴施設が抱える課題の集約・整理 • ブロードバンド等による放送の代替を円滑に実施していく上での課題や望ましいと考えられる取組を整理
調査対象	• 自主辺地共聴施設 約８，６００施設 ※自主辺地共聴施設の状況に関するデータ精査を実施し対象を決定
調査期間	令和５年８月～１２月
調査方法	•郵送等によるアンケート調査
実施体制	総務省、NHKテクノロジーズ及び情報通信総合研究所

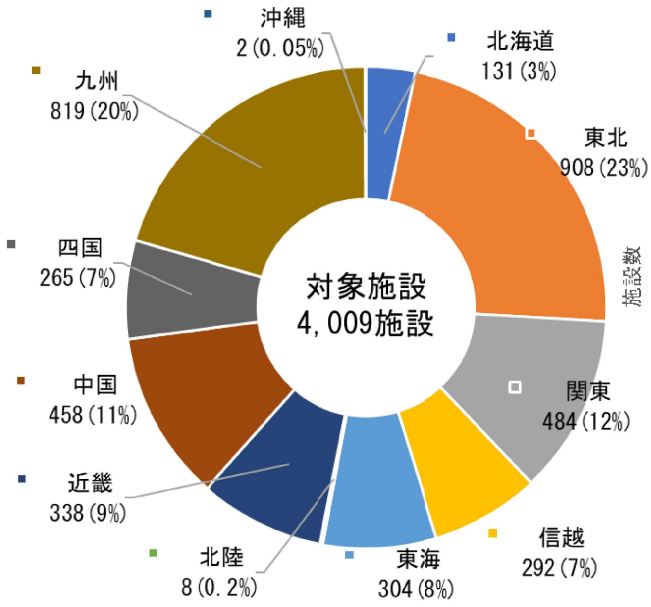
調査項目

カテゴリ	No.	質問事項
共聴組合の組織運営及び設備利用状況（施設毎に調査）	1	組合名、設備（空中線）所在
	2	組合加入世帯数
	3	設備所有主体
	4	伝送路構成
	5	ネットワーク伝送長
	6	組合の経営状況
	7	直近の大規模改修時期
	8	設備更新意向
	9	CATV移行希望
	１０	直近の災害被災に伴う視聴困難
	１１	現在の機能障害
	１２	地域ならではの事情

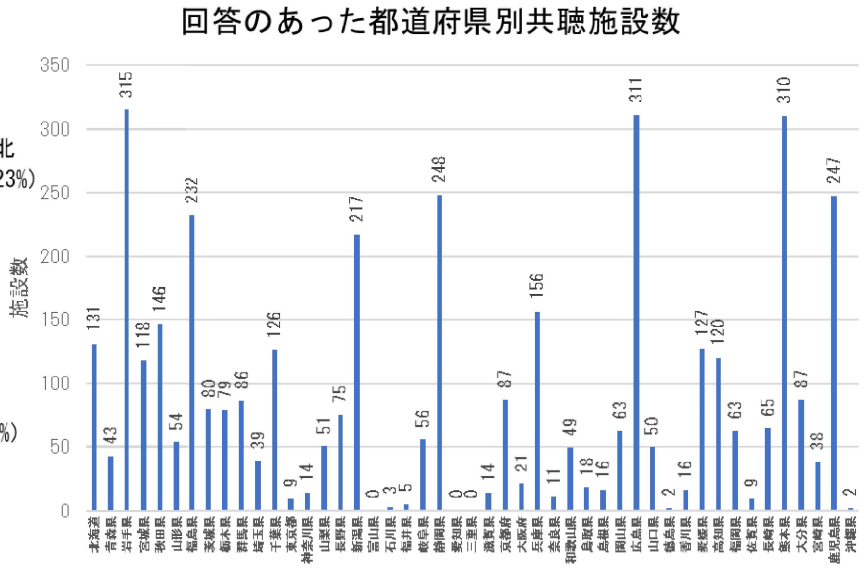
全国アンケート結果（１）共聴施設数

● [質問１] 共聴組合名（共聴施設名）及び施設設置場所（住所）をご確認願います。

回答のあった共聴施設数（総合通信局別）



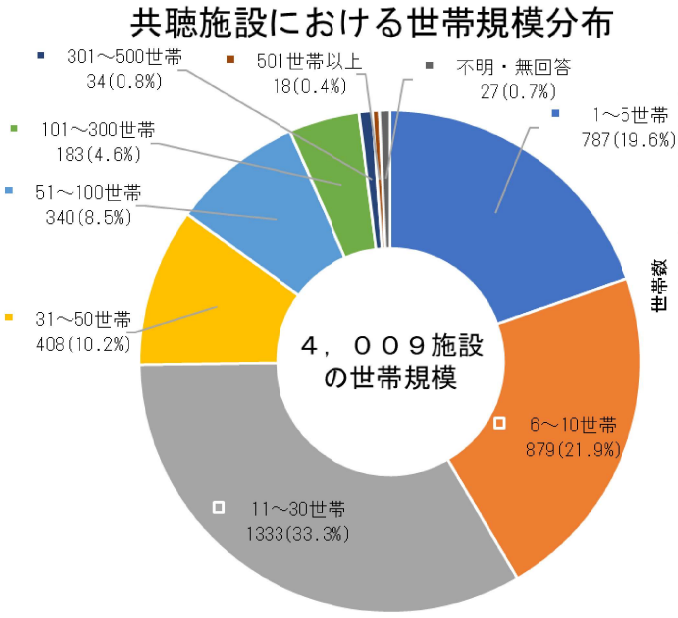
回答のあった都道府県別共聴施設数

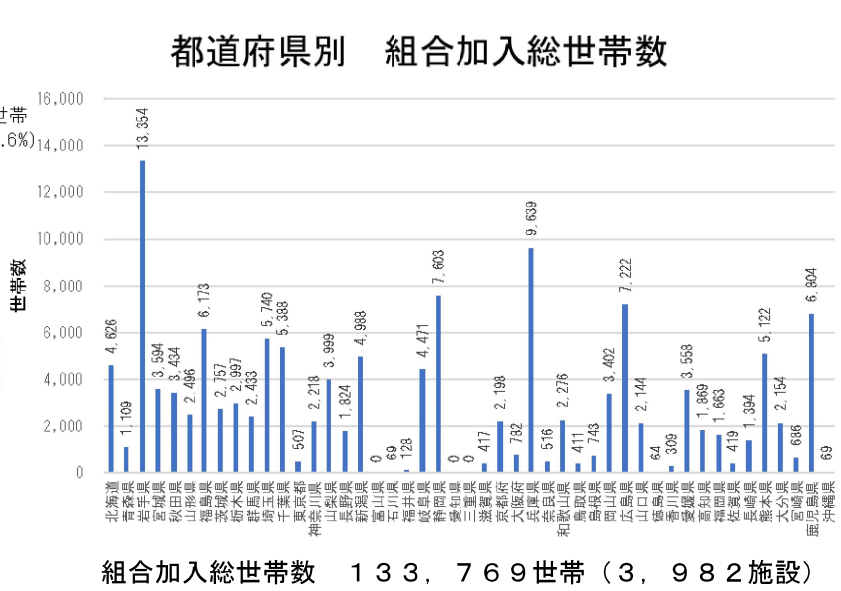


- 都道府県によって回答数にばらつきが見られた。
- 岩手県、広島県及び熊本県からそれぞれ３００件を超える有効な回答があった。

全国アンケート結果（２）共聴組合の加入世帯数

● [質問２]　組合員数（世帯数）をご記入願います。



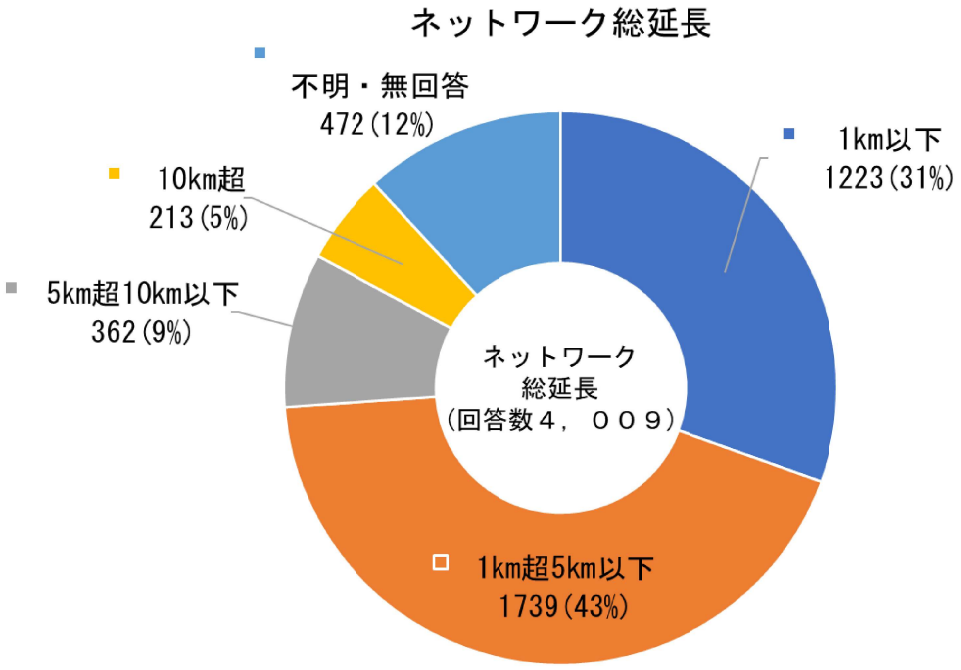


組合加入総世帯数　１３３，７６９世帯（３，９８２施設）

- 自主辺地共聴施設に加入している世帯数は、３０世帯以下の小数世帯施設が約７５％を占めている。
- ３，９８２施設の単純平均世帯数は３４．４世帯（５世帯以下が１９．６%、１０世帯以下が４１．５%、３０世帯以下が７４．８%）。

全国アンケート結果（３）共聴施設のネットワーク総延長距離

● [質問３]　ネットワーク総延長（Km）をご記入願います。

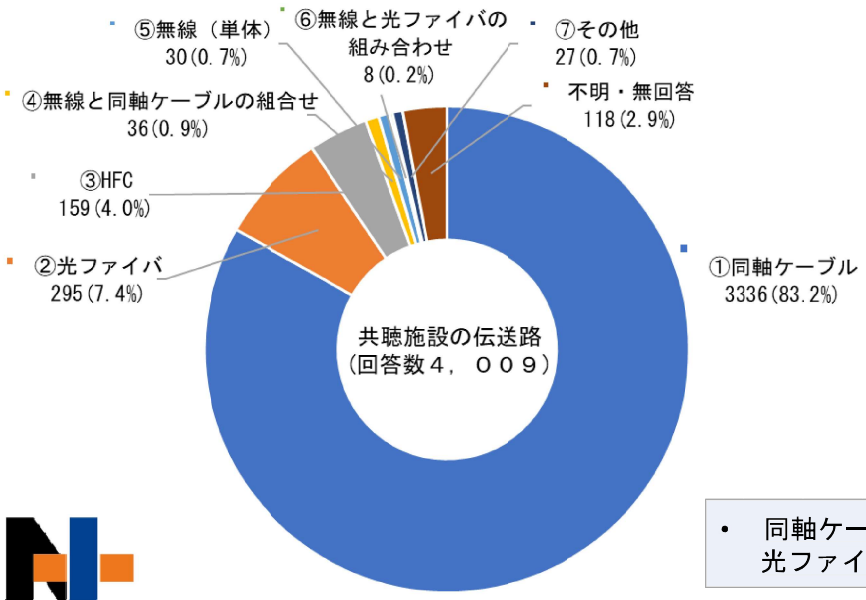


- 自主辺地共聴施設のネットワーク総延長は、５ｋｍ以下の施設が約７４％を占めており、そのうち１ｋｍ以下の施設が３１％と比較的短い距離の施設が多く運用されていることがわかる。
- 一方、１０ｋｍを超える施設も５％程度存在している。

全国アンケート結果（４）共聴施設の伝送路構成

- [質問４]　共聴施設の伝送路構成について当てはまるものを、以下の選択肢から１つチェックを入れてご回答願います。
  選択肢：①同軸ケーブル、②光ファイバ、③HFC（同軸ケーブルと光ファイバの組合せ）、
  ④無線※１と同軸ケーブルの組合せ、⑤無線※１（単体）、⑥無線※１と光ファイバの組合せ、⑦その他
  ※1　「無線」とは、地デジ送信用の小型電波送信設備で各世帯はアンテナでテレビ受信する。
  「ギャップフィラー」とも言われている)

共聴施設の伝送路構成

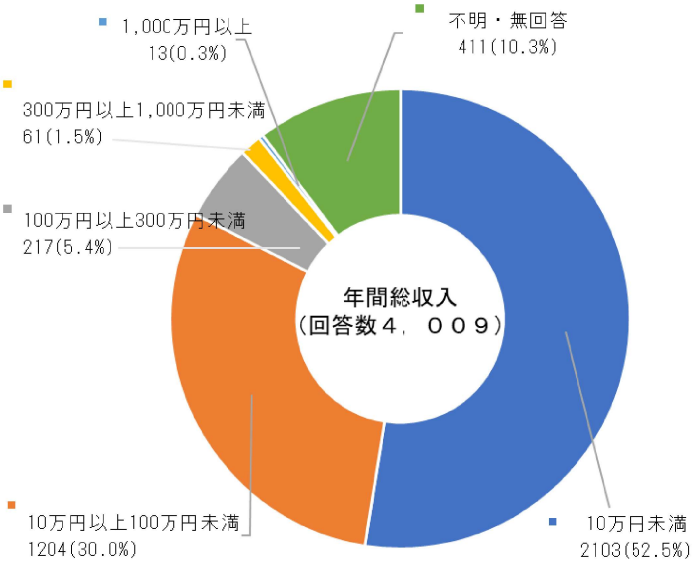


- 同軸ケーブルの伝送路構成が、８３．２%と最も多く、光ファイバによる構成が７．４%となっている。

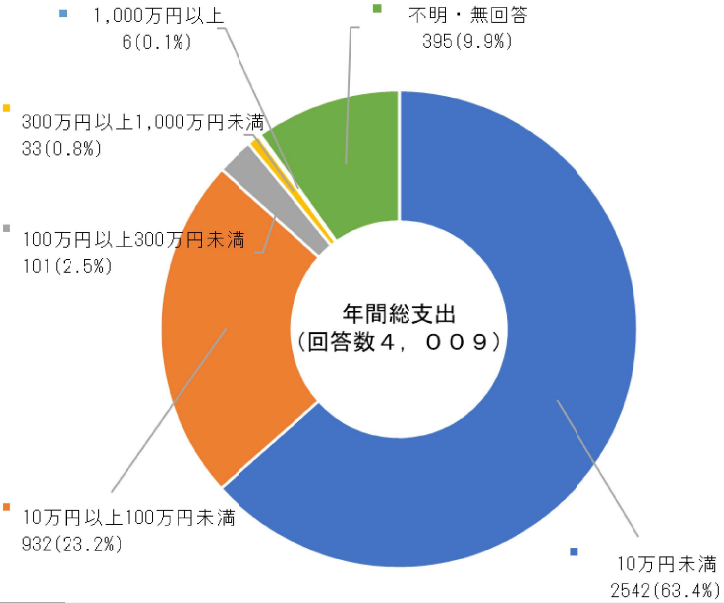
全国アンケート結果（５）共聴組合における年間の収入・支出

- [質問５]　共聴組合の経営状況を項目に沿ってご記入願います。
  ①１年間の総収入、②１年間の総支出、③組合費の徴収形態、④組合費の積立状況

①１年間の総収入額（例えば令和４年度）



②１年間の総支出額

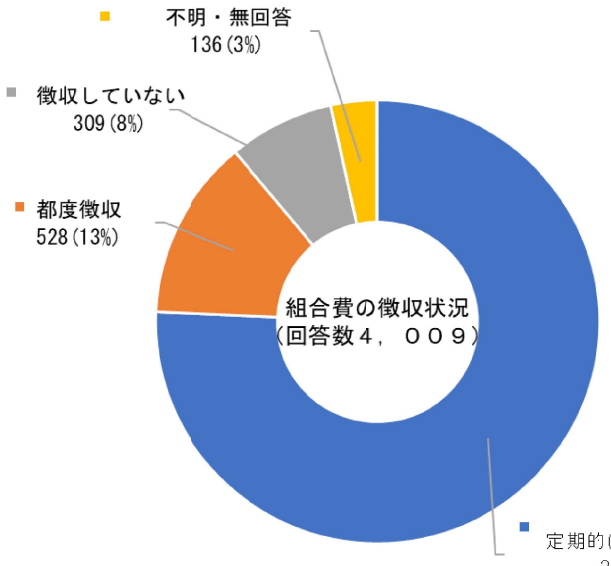


- 自主辺地共聴施設の収支は、年間収入１０万円未満が５２．５%と最も多く、年間支出も１０万円未満が６３．４%と最も多い。

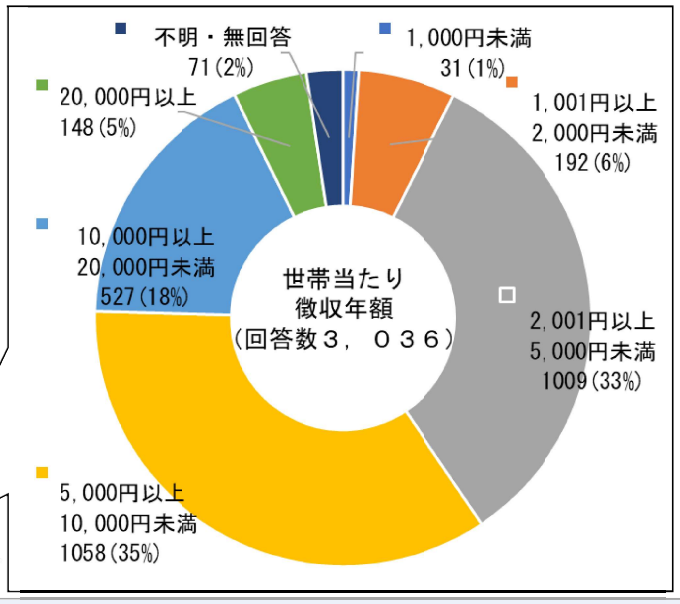
全国アンケート結果（６）共聴組合における組合費の徴収形態

● [質問５]　共聴組合の経営状況を項目に沿ってご記入願います。
①１年間の総収入、②１年間の総支出、③組合費の徴収形態、 ④組合費の積立状況

③ 組合費の徴収形態



③’ 徴収している世帯当たりの年間組合費額

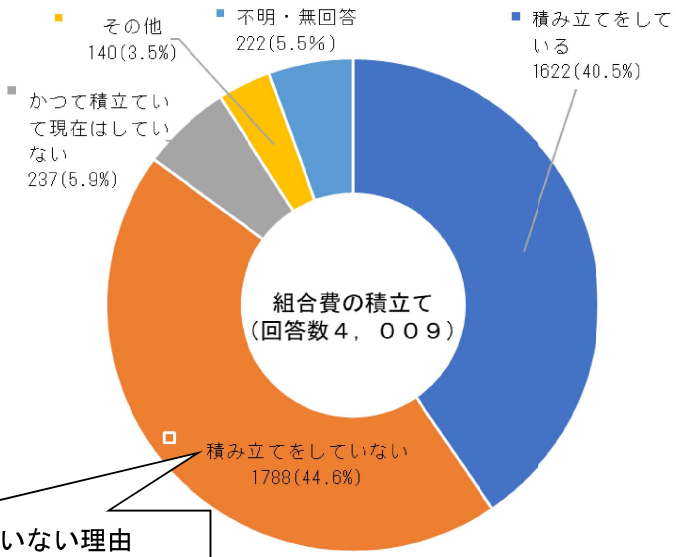


- 組合費は、定期的に徴収しているが７６％を占めて最も多く、都度徴収と合わせると約９割の施設が維持運営費を何らかの手段で徴収している。
- 世帯当たりの徴収年額は、有効回答の単純平均で８，３３６円/年額（月額換算約７００円）。

全国アンケート結果（７）共聴組合における組合費の積立状況

● [質問５]　共聴組合の経営状況を項目に沿ってご記入願います。
①１年間の総収入、②１年間の総支出、③組合費の徴収形態、④組合費の積立状況

④ 施設更新のための組合費の積立状況



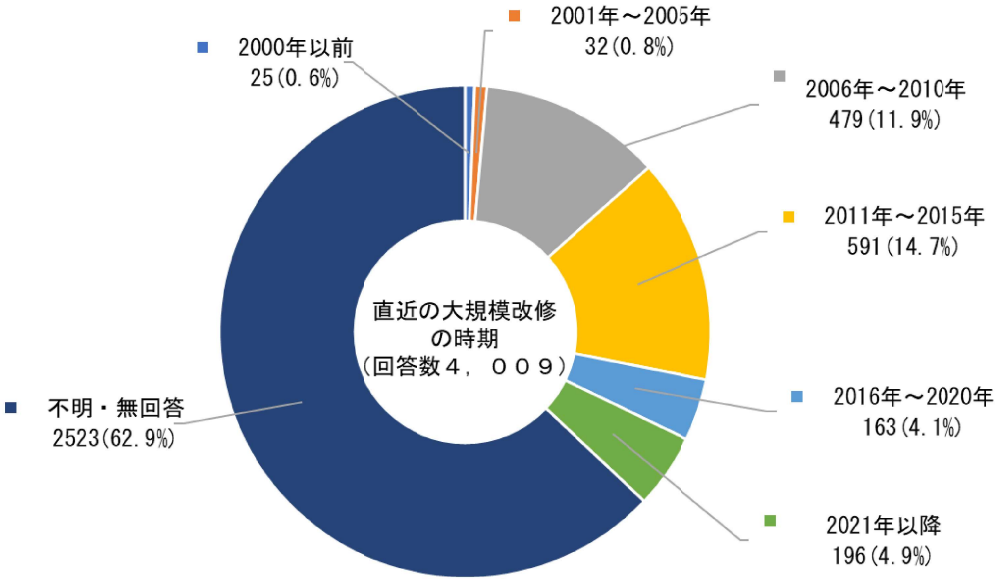
定期的に積立てが行われていない理由
- 積立は負担が大きいため
- 改修計画や機器故障がないため
- 施設の廃止又は組合解散が予定されているため
- 繰越金（余剰金）があるため

- 積立てを行っている組合は全体の約４割であり、５割強は積立てを行っていない。

全国アンケート結果（８）共聴施設の大規模な改修時期

● [質問６]　直近の大規模改修※２の時期はいつでしたか？

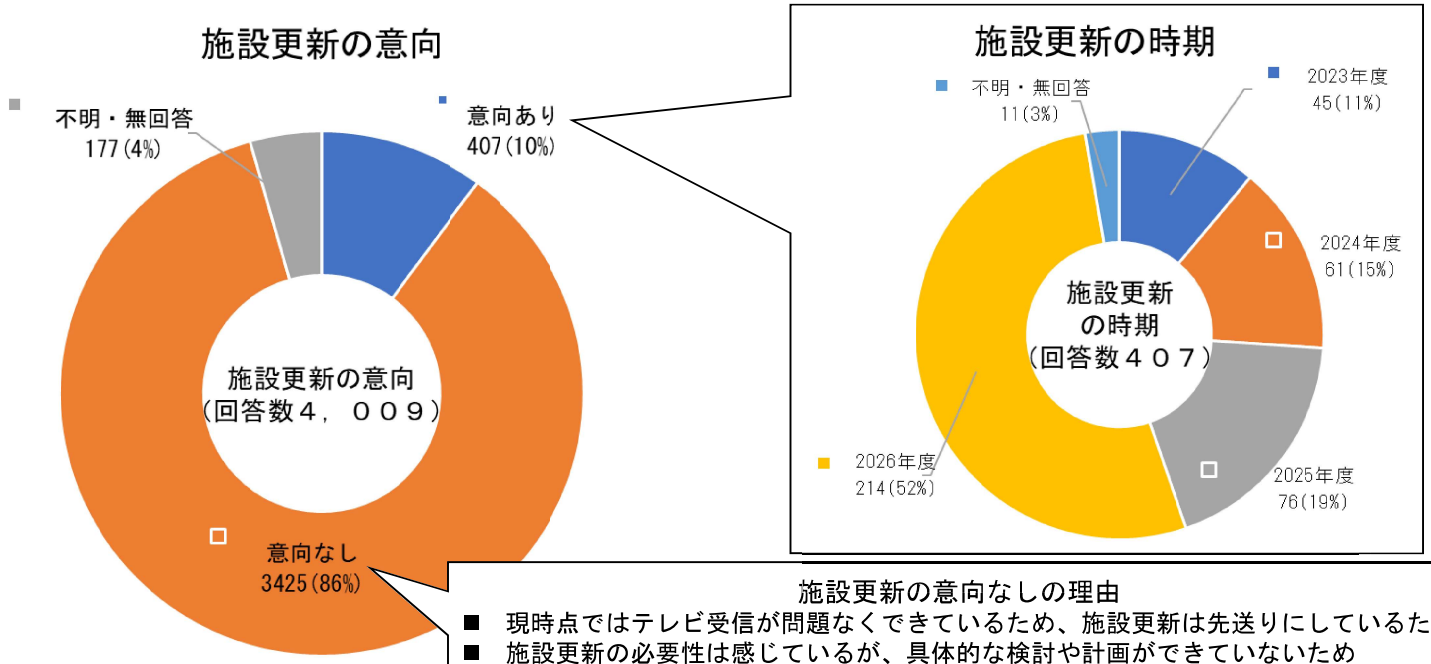
※２ 大規模改修とは、日々の故障修理ではなく地上デジタル放送への切替えに伴う設備整備、伝送路の全面的な張替え（更新）といった整備を指します



- 大規模改修の時期は、不明・無回答が６２．９%と最も多く、古い記録が残されていないためと推測される。
- アナログ放送が終了した２０１１年から２０２１年以降に大規模改修した施設の累計が２３．７%、それ以外７６．３%の施設は、デジタル化に伴う最小限の改修以外、大規模な設備改修・更新等は行われていない可能性が高いと推測される。

全国アンケート結果（９）共聴施設の更新意向

● [質問７]　今後3年以内を目処に施設更新（伝送路の全面的な更新）の意向（予定）がありますか？

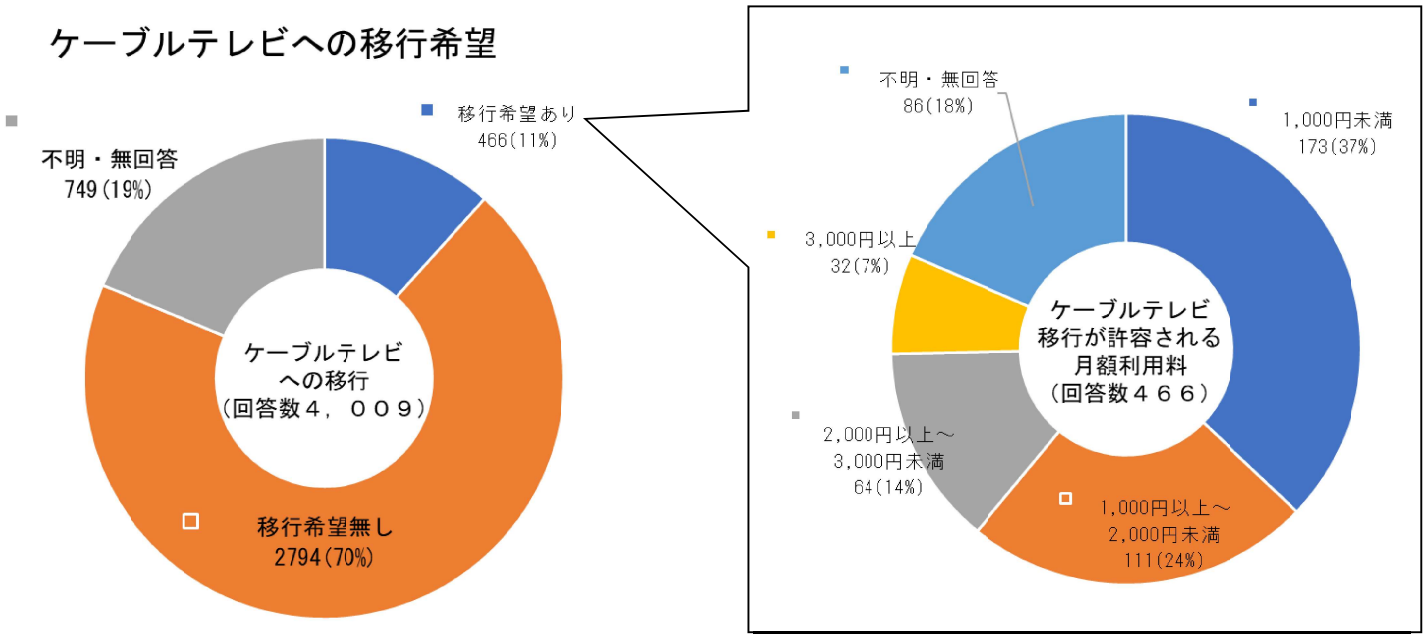


施設更新の意向なしの理由
- 現時点ではテレビ受信が問題なくできているため、施設更新は先送りにしているため
- 施設更新の必要性は感じているが、具体的な検討や計画ができていないため
- 組合員数の減少等により、施設の現状維持もままならないため
- 施設更新は高額の費用がかかることから資金の目途が立たないため

- 今後３年以内という期限を設けて施設更新の意向を確認したところ、意向ありと回答した施設は約１割であった。

全国アンケート結果（10）ケーブルテレビへの移行希望

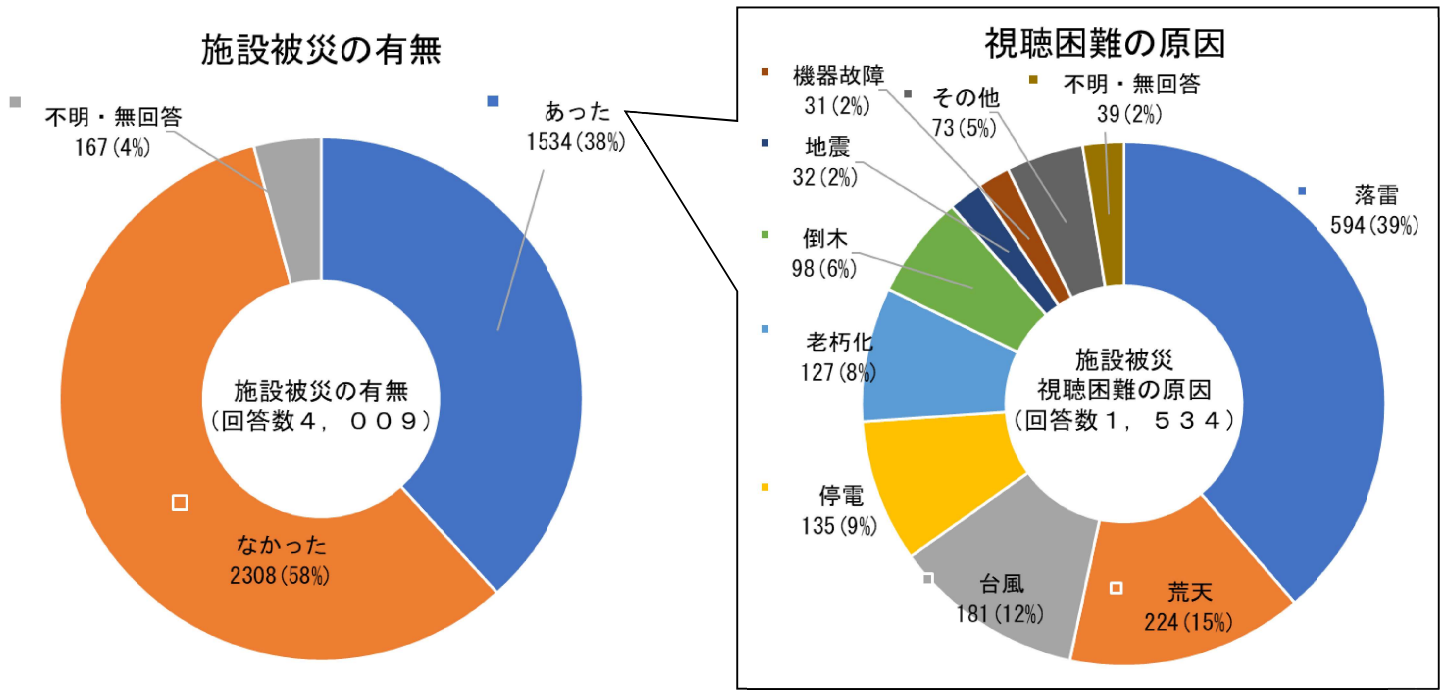
● [質問８]　共聴施設によるテレビ受信に変えて、ケーブルテレビ受信に移行する希望がありますか？



- ケーブルテレビへの移行希望は全施設中１１%であった。移行希望のあった組合に対して確認したところ、月額利用料１，０００円未満とする割合は３７%、１，０００円以上２，０００円未満とする割合は２４%であった。
- ケーブルテレビへの移行を希望しない割合は７０%を占めている。その理由として、『現時点ではテレビ受信が問題なくできている』、『ケーブルテレビ移行に伴う費用負担増を懸念している』といったコメントが認められた。

全国アンケート結果（11）共聴施設の被災状況

● [質問９]　過去において台風等災害で被災しテレビ視聴ができないことがありましたか？

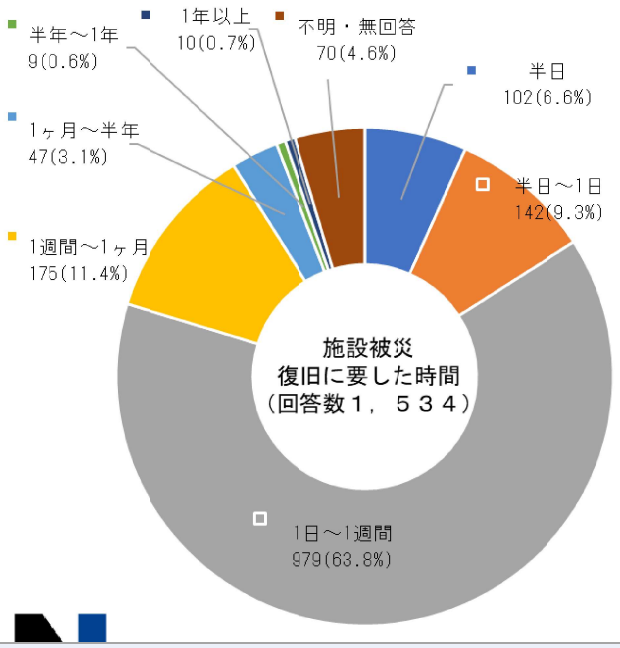


- 台風等の自然災害でテレビ視聴ができなかった施設は全体の３８%で、その原因は落雷が最も多く３９%を占めている。続いて荒天や台風の影響が多かった外的要因となる老朽化や機器故障は全体の１０%程度であった。

全国アンケート結果（12）共聴施設の被災後の復旧時間

● [質問10]　過去において台風等災害で被災しテレビ視聴ができないことがありましたか？
復旧（視聴可能な状態に回復）までに要した期間は？

復旧に要した時間



復旧時間が長期となった主な理由

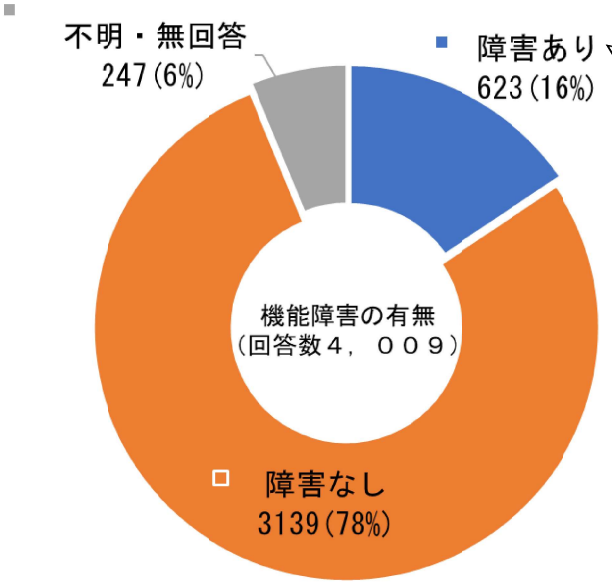
1. 大規模な自然災害では仮復旧までも数日かかり、本復旧までは数ケ月がかかった
2. 受信アンテナに樹木がかかり受信障害が発生しているが、国有林のため伐採対応が難しく受信障害が続いている
3. 老朽化により伝送ケーブルが切断したが、資金不足により修理依頼ができず復旧までに半年かかった
4. 故障部品の在庫切れなど修理品の調達に時間がかかった
5. 広域に発生した自然災害（台風等）では、同時期に工事業者の手配ができない又は工事業者が多忙となり復旧までに時間を要した（工事業者の都合になってしまった）
6. 施設の場所が、山奥や離島のため、中々直ぐに対応してもらえなかった
7. 故障原因や故障箇所の特定に時間がかかってしまった
8. 光ファイバーが切断し復旧には専門作業が必要となり時間がかかった
9. 長期間の停電により復旧に時間がかかった（仮復旧の作業も電力会社や工事業者の都合になっている）

- 復旧に要した時間は、１週間までが約８割を占めているが、１ヶ月以上に及ぶケースも一定数見受けられる。

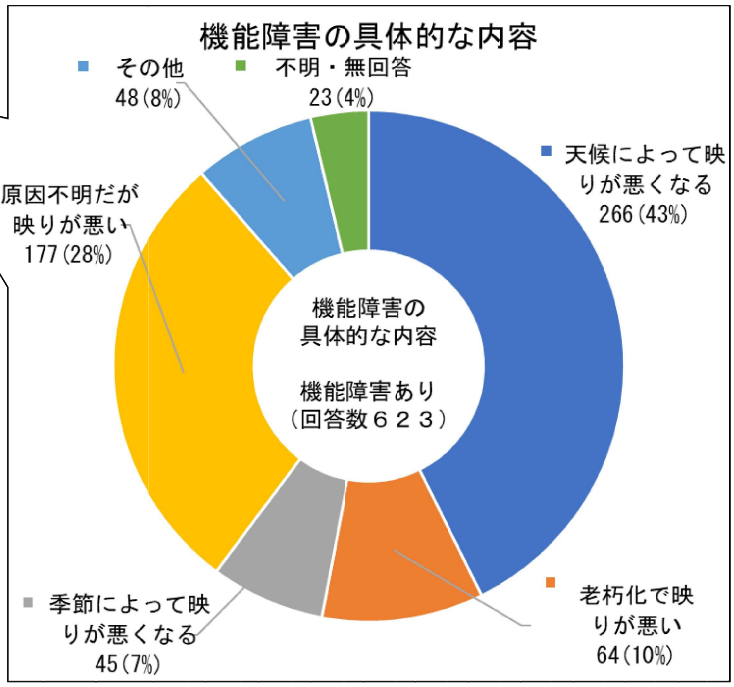
全国アンケート結果（13）共聴施設の機能障害状況

● [質問11]　現在、共聴施設に機能障害が生じていますか？

機能障害の有無



機能障害の具体的な内容



- 現在も機能障害が起きていると申告された施設は全体の１６%で、その多く（７８%）は天候や季節、原因不明の理由で映りが悪くなり、また、老朽化を認識した機能障害が１０%確認されている。

全国アンケート結果（14）共聴施設の地域事情

● [質問12]　共聴施設の維持管理・更新に関して、その地域ならではの事情がありますか？

回答の主な内容（回答数 約２，０００施設）

1. 高齢化により組合員減少し、維持管理費の収入も減少し設備の維持そのものが難しい
2. 施設の受信点から集落、集落内も含めて伝送距離が長く、維持改修費が高額になる
3. 電柱の共架料、添架料も伝送路が長くなると経費負担も大きくなり課題である
4. 現状の設備維持が精一杯で、施設撤去も検討したが撤去費用も捻出できない
5. 施設設置から年月が経過し、樹木の成長により受信アンテナ設備に支障をきたし受信品質が不良又は不安定になっているが、山奥の樹木伐採費は高額で対応できない
6. 施設の維持管理、設備更新のための費用助成をお願いしたい
7. 組合運営の役員について担い手がいない
8. 近隣に設備のメンテナンス業者がいないため、故障時の復旧には時間がかかる
9. 自然災害により受信不良が発生したが、復旧するまでに補修費用や時間がかかった
10. 共聴施設を使わずに各家庭での個別受信によるテレビ視聴が望ましい

辺地共聴施設の現状調査　まとめ

1. 自主辺地共聴施設約８，６００施設にアンケート調査を実施し、４，００９施設から有用な回答が得られた。今回は、組合運営や設備利用状況など全体傾向を報告した。
2. 自主辺地共聴施設の世帯数構成は３０世帯以下が約７５％を占め、そのうち５世帯以下の施設が約２０％を占めている。
3. 組合の経営状況では、年間収入は１０万円未満が５割強と最も多く、支出は１０万円未満が６割強と最も多い。
4. 施設更新のための積立ては、約４割の施設が行っている。
5. 施設更新について、３年以内を目処とする施設は１割であった。なお、意向なしとした施設の一部において、「更新の必要性は認識するも先送りしている」、「資金の目処が立たないため」などというコメントがあったことに留意が必要。
6. ケーブルテレビへの移行を希望する施設は約１割となっており、希望するとした施設に対して、ケーブルテレビ移行が許容される月額利用料を確認したところ、１，０００円未満とする割合は３７％、１，０００円以上２，０００円未満は２４％であった。なお、アンケートへの回答は代表者が記入しているため、必ずしも組合の総意とは限らない点に留意が必要。
7. 現在、機能障害を抱えている施設は１６％となっており、その内容は、天候に起因、原因不明とするものが多く、症状としては映りが悪いというものであった。
8. 自主辺地共聴施設における地域事情については、組合員の高齢化、故障復旧対応に時間がかかること、施設の維持管理や設備更新への費用助成など様々な意見が寄せられた。

資料8－2

WOWOW

「地デジ難視対策衛星放送」（衛星セーフティネット）サービス運用時の課題について

2024年5月16日　株式会社WOWOW

地デジ難視対策衛星放送の業務について

WOWOW

地デジ難視聴対策衛星放送（衛星セーフティネット）の業務について

WOWOWは1991年に開局。衛星放送（BS放送）で有料放送サービス事業を運営。

開局時から、自社で視聴制御、顧客情報管理、請求課金などの基幹システムを保有、また、カスタマーセンター（コールセンター）も運営しており、一般視聴者との接点を含む、運営ノウハウや経験を有していた。

衛星セーフティネットの運用と、WOWOW有料放送サービスの運営と相通じる点も多く、WOWOWの顧客管理、視聴制御システム、コールセンターの活用が可能なことから、当時のDpa(現：A-PAB)様より業務委託を受け、衛星セーフティネットの運営に携わる

運営期間は2010年1月～2015年3月迄。この間に、約25万件の視聴開始手続きを実施

© 2024WOWOW INC.

衛星セーフティネット事業におけるWOWOW社の役割

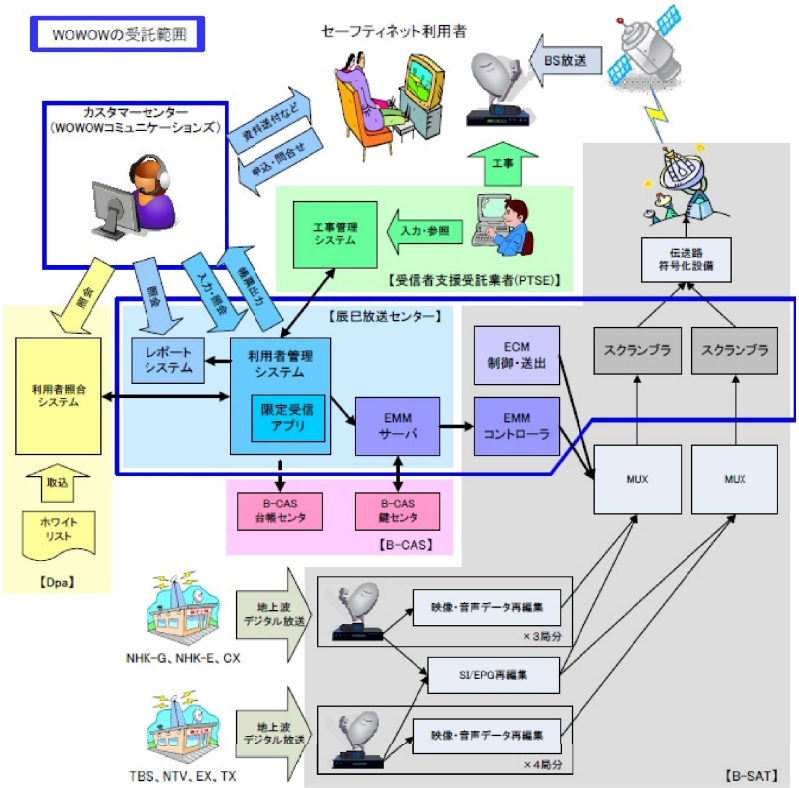
WOWOW

Dpaの管理下にて、
視聴者とのコンタクト部分、申込受付～視聴制御までのオペレーション、システム構築を担当（3ページにイメージ図掲載）

- 受付センター業務運営（申込、問い合わせ対応）
- 申込者情報入力　利用者管理システム　データベース作成
- 申込書発送
- 申込書受領、申込者住所と利用者照合システム（ホワイトリスト）に照会
- 衛星セーフティネット利用の諾否の判定
- 衛星セーフティネット利用「認否通知書」発送
- 要工事支援の場合、工事業者との連携（工事依頼、工事完了報告受領など）
- 視聴制御の運用（信号送出）

※総務省、Dpaを中心に、衛星セーフティネットの利用帯域や放送チャンネルの決定、
さらには申込手続のオペレーションルールが決定、またホワイトリストも作成された。

© 2024WOWOW INC.



WOWOWで構築、運用したシステム等

◇利用者管理システム
・カスタマーセンターでの受付内容を登録する
（利用者氏名・連絡先、B-CASカードID、視聴解除チャンネル等）
・受付内容に応じ申込書などの帳票を印刷
・SN利用可否および視聴解除チャンネルの判定を、利用者照合システムに依頼する
・受信者支援工事の依頼、および結果について、工事管理システムと送受信する
・B-CASカードID及び視聴解除チャンネルを元に、EMMの生成をEMMサーバーに依頼する（限定受信アプリを経由して依頼する）

◇レポートシステム
・利用者管理システムのデータから申込件数を集計する
・Dpa報告用として集計結果をレポートする

◇ＥＭＭサーバー
・利用者管理システムからの依頼を元に、ＥＭＭを生成する
・B-CAS鍵センターを経由して、ＥＭＭを暗号化し、ＥＭＭコントローラーへ送信する

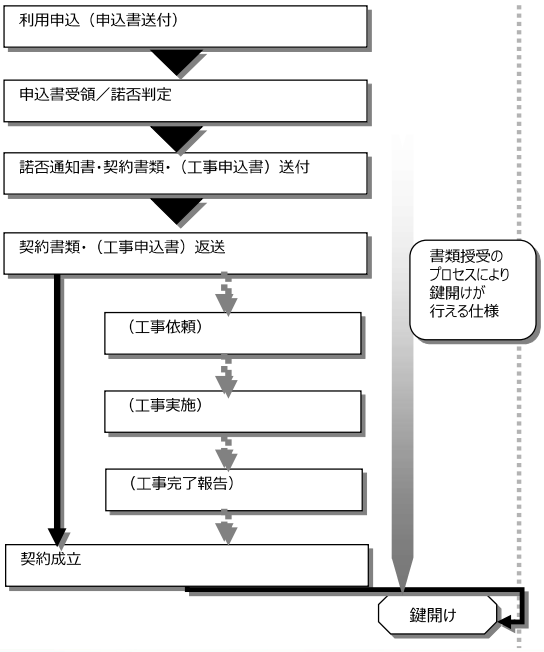
◇ＥＭＭコントローラー
・ＥＭＭを定周期でＭＵＸへ送信する

◇ＥCM制御・送出
・ECMを生成し、定周期でMUXへ送信する

◇スクランブラ
・放送データに対してスクランブル化を行い、伝送路符号化設備へ送信する

【参考】サービス運用フロー

WOWOW



【利用申込書の入手経路】
・自治体備え置きを各自入手
・受付センターへの電話請求による入手
・（工事業者による対象世帯戸別配布）

【対象エリア判定（諾否判定）】
・ＯＫの場合、諾否通知書、契約書、工事申込書送付
・ＮＧの場合、諾否通知書のみ送付

【工事申込】（BSデジタル受信装置がない場合）
・工事申込書を契約書に同封の上返送
・申込必要有無は申込者各自での一次判断

【工事実施】
・事前訪問調査にて工事内容確定の上、工事実施
・工事依頼及び工事完了結果はオンライン連携によるデータ授受

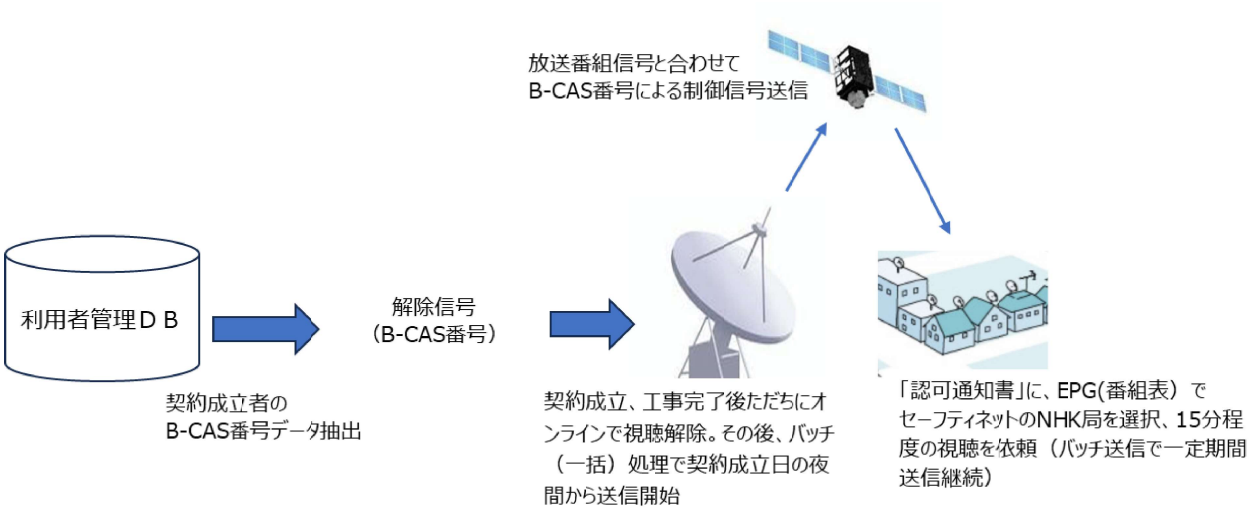
【契約成立条件】
・工事無しの場合、契約書の受領をもって、契約成立
・工事有りの場合、契約書の受領且つ工事完了報告の受領をもって、契約成立
・契約成立後、鍵開けを行う

© 2024WOWOW INC.

【参考】視聴解除（鍵開け）の運用について

WOWOW

【衛星セーフティネット利用契約の成立条件】
・工事無しの場合、契約書の受領をもって契約成立
・工事有りの場合、契約書の受領且つ工事完了報告の受領をもって、契約成立
・契約成立後、鍵開け信号送信を行う（成立日の夜間からバッチ送信も開始）



© 2024WOWOW INC.

サービス運用時の課題について

WOWOW

1） 視聴制御はB-CASカード単位（＝受信機単位）で制御
視聴エリアやその他の属性による“紐づけ”はないため、一括制御や捕捉はできない

– **① ホワイトリスト（対象地区）内の住居かどうかの特定に苦慮**
区画整理、市町村合併に伴うデータずれ、および、申込者が正確な住所を記載しない、新築住居など、“該当なし” データの対応が課題。地図データを目視で確認などで対応、要工事支援の場合、現地調査のケースもあり

– **② 受信機の移動時に追跡、制御できない**
視聴解除後に転売や転居をされて、難視聴エリア外（非対象地域）に出ても、申告がない限り視聴制御ができない。何らかの抑止策が課題。　”視聴停止“信号を送ることは可能だが視聴状況を検知できない。

2）当時の申込受付は“紙ベース”の申込のみ

当時は、氏名、住所などを記載いただいた申込書の郵送のみで利用申込を受け付けていたため、申込～視聴開始までに時間を要する。また、申込書の誤配、汚損、申込書の保管など個人情報保護にも課題

今後、同様の業務を想定した場合は、高いセキュリティを有し、なおかつ、迅速に諾否の判定可能なオンライン（Webサイト/アプリ）システムによる対応が視聴者サイドからも求められ、運用側の負担軽減にも繋がると考えられる

© 2024WOWOW INC.

衛星セーフティネットへの視聴者からのご意見

WOWOW

BS-17ch（1トラポン）にNHK東京2局、在京民放キー局の放送をSD（標準画質）にダウンコンバートしての放送について

・東京の放送局の再送信であるため、ローカル番組が視聴出来ないというクレーム（または、これまでどおりのアナログ時の視聴環境で見たいというクレームや要望）あり

・セーフティネットでの東京の放送を見続けたいという要望あり

・SD画質についての問い合わせは際立つほどの件数はなかった（件数不明）

© 2024WOWOW INC.

資料8－3

衛星放送における有料放送管理業務と地デジ衛星代替における活用について

2024年5月16日
スカパーJSAT株式会社

1. 概要

スカパーJSATは、有料放送管理事業者として、衛星基幹放送、衛星一般放送の有料放送管理業務をおこなっている。

- 有料放送管理業務
  有料放送の役務の提供に関し、契約の締結の媒介、取次ぎ又は代理を行うとともに、当該契約により設置された受信設備によらなければ当該有料放送の受信ができないようにすることを行う業務。
- 有料放送管理事業者
  10以上の有料放送事業者の有料放送管理業務をおこなおうとする者。 総務大臣に届出必要。（放送法第152条　放送法施行規則第176条）

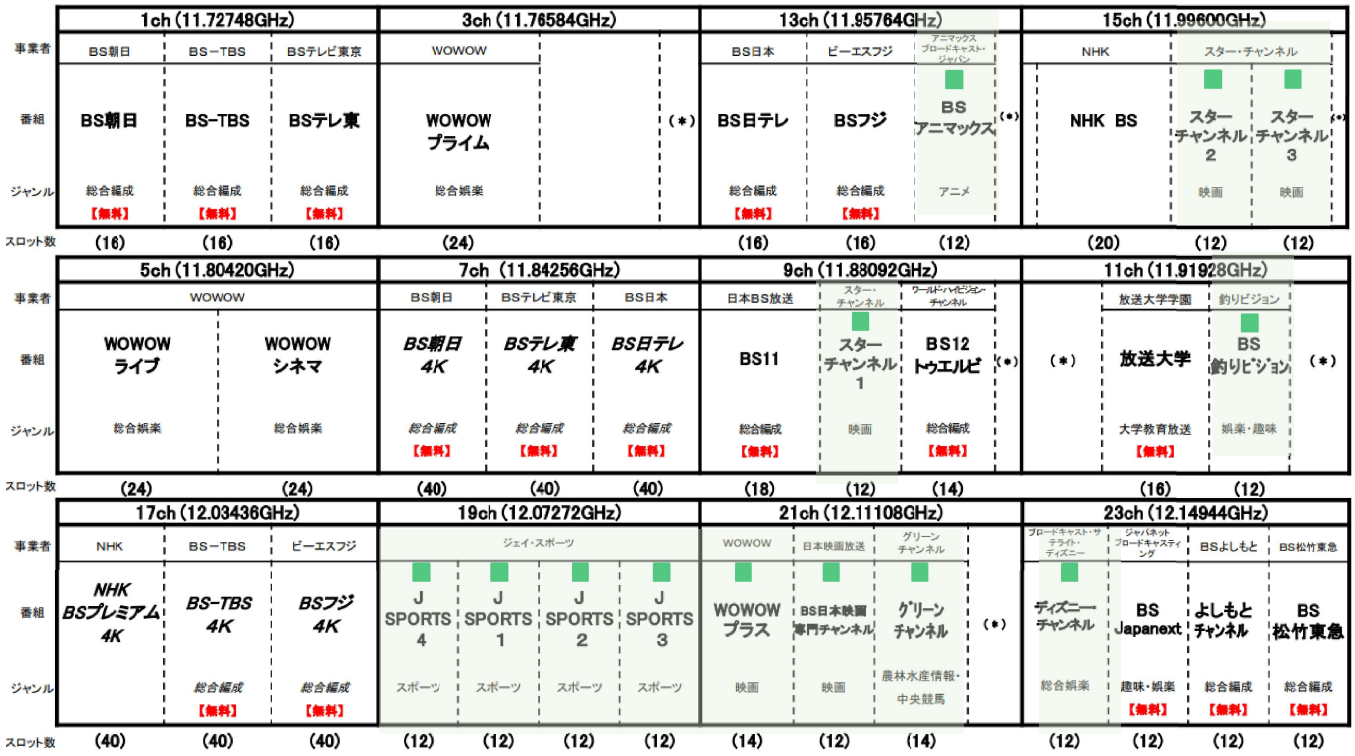
当社が有料放送管理業務を受託している衛星基幹放送の番組
BS:13番組　110度CS：全有料番組
加入件数合計　205万件※

※2024年4月末現在 有料視聴契約のある個人のICカード、ICチップ単位の加入件数　光再送信含む

（参考）

2－(2) BS放送(右旋)のテレビ番組のチャンネル配列図

20



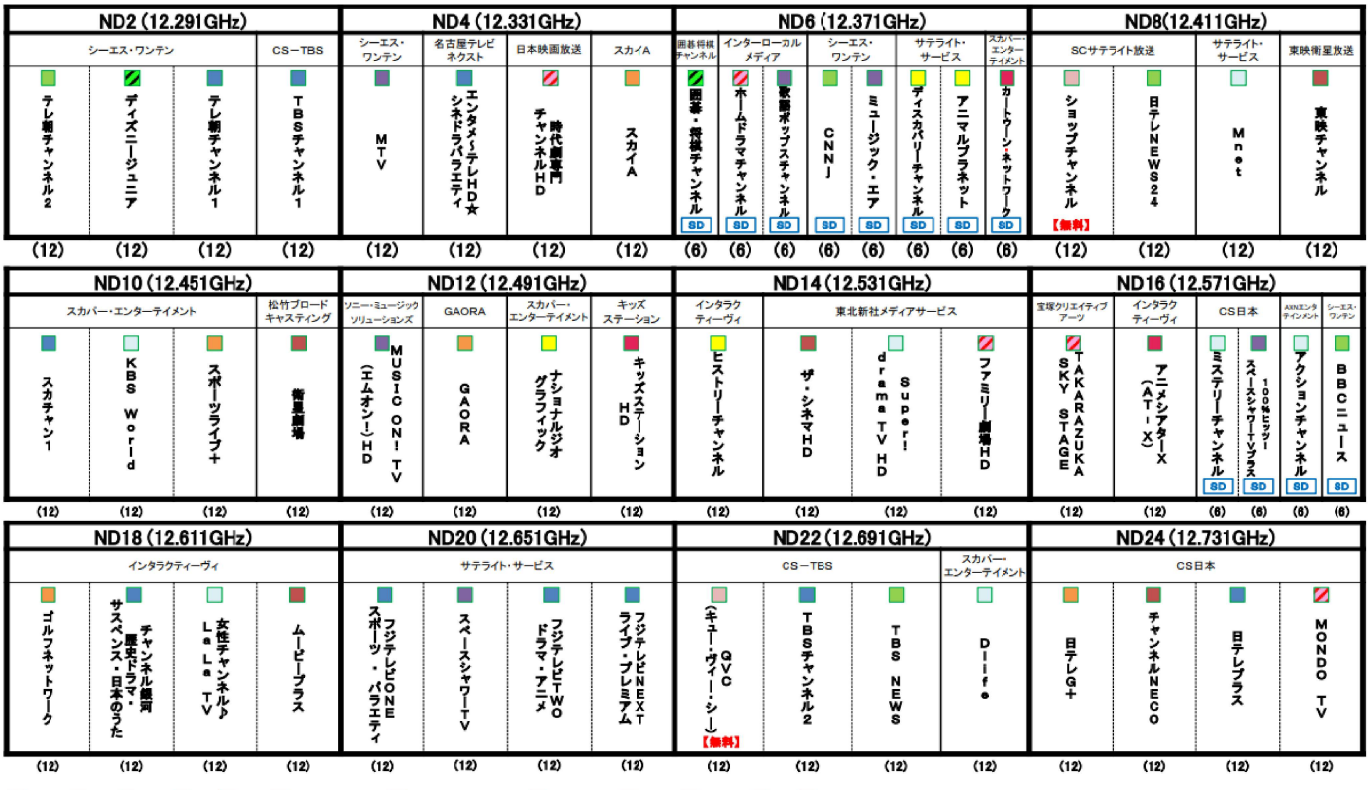
■ :スカパーJSAT(株)が有料放送管理事業者として、当該有料放送の役務に係る管理業務を行っている番組。

出典　総務省「衛星放送の現状」令和6年4月1日

（参考）

2－(4) 東経110度CS放送(右旋)のテレビ番組のチャンネル配列図

22



出典　総務省「衛星放送の現状」令和6年4月1日

2.有料放送のしくみ

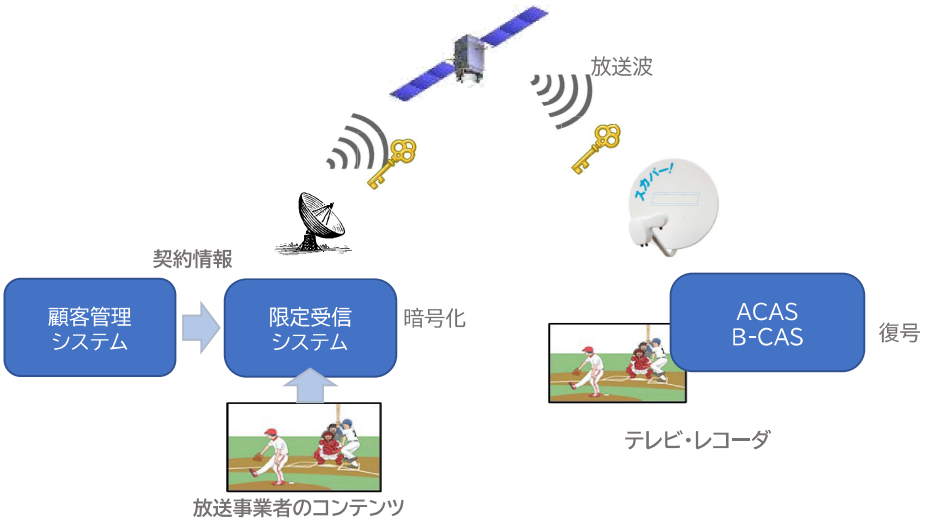


図1　有料衛星放送システムのイメージ

契約情報と放送コンテンツを、限定受信システムで暗号化し、鍵とともに放送する。

視聴者のテレビ・レコーダは、B-CASカード、ACASチップが受け取った鍵を用いて、視聴者が契約したコンテンツのみ、暗号を解いて表示する。

3.有料放送の視聴フロー

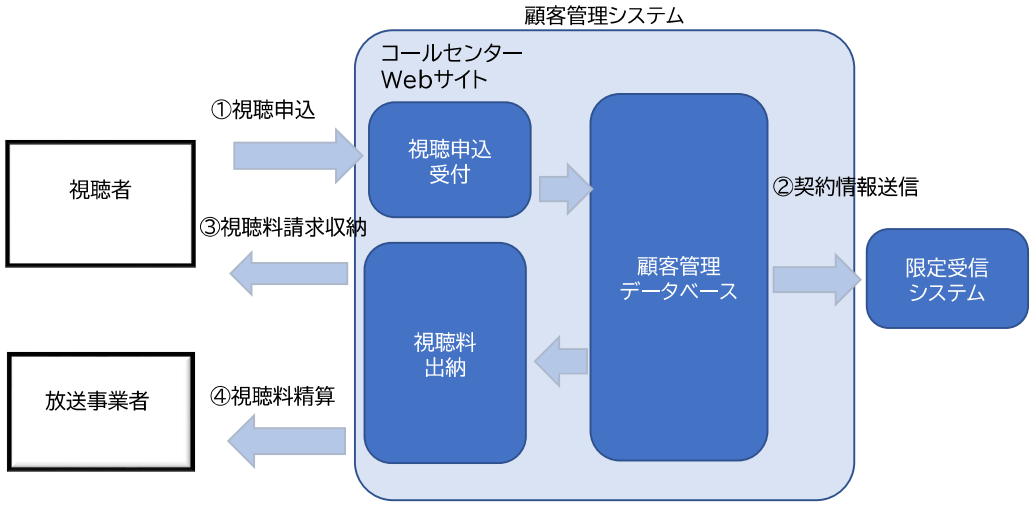


図2　視聴フローのイメージ

①視聴者からの視聴申し込みを、コールセンター、Webサイトで受け付ける。

②顧客管理データベースに契約情報が記録され、限定受信システムに契約情報が送られて、視聴者に鍵と契約情報が送られる。

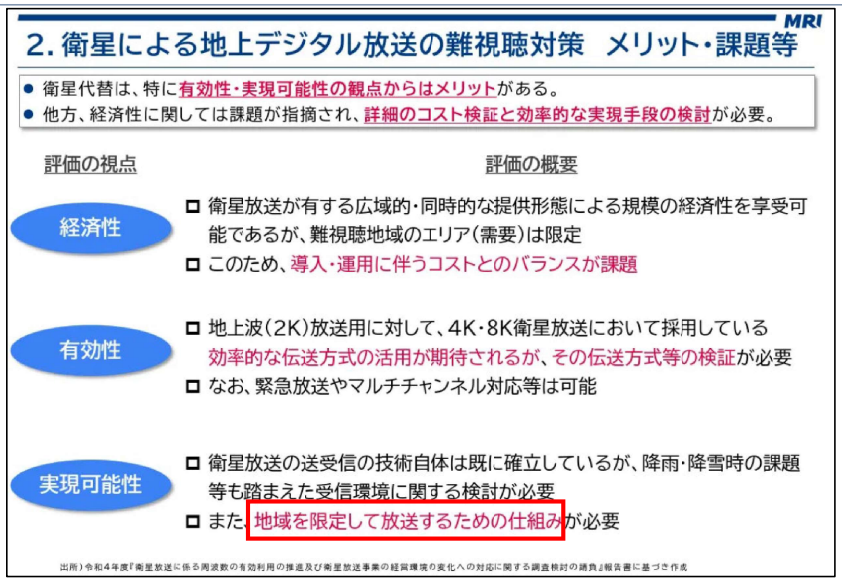
③視聴者に視聴料を請求・収納する。

④放送事業者と視聴料を精算する。

4. 衛星代替における視聴者管理

有料放送でおこなっている視聴者管理、限定受信(鍵開け鍵閉め)の仕組みは衛星代替で必要となる「地域を限定して放送するための仕組み」にも適用できる。

- 受信対象地域に居住する視聴者(地域に存在する受信機)のみに視聴させる制御が可能
- 利用者等への課金・収納が可能
- 災害等、緊急時には、必要な視聴者の鍵開けをすることにより、迅速に視聴させることが可能



衛星放送ワーキンググループ(第2回)配付資料　資料2－4　株式会社三菱総合研究所提出資料　抜粋

5. 課題

有料放送でおこなっている視聴者管理、限定受信(鍵開け鍵閉め)の仕組みを衛星代替の「地域を限定して放送するための仕組み」に適用した場合、下記の課題が考えられる。

(1)限定受信に対応した受信機器の整備

衛星代替で利用する限定受信方式に対応した受信機器(テレビ、セットトップボックス等)の整備が必要。

(2)視聴者管理のためのシステム整備

衛星代替の視聴者管理のためのシステム整備(新設、改修等)が必要。

既存の有料放送の視聴者管理システムのしくみは流用できるが、視聴者の情報管理、鍵の管理、視聴申し込みの受付などを、既存の有料放送と分けて対応できるようにする必要がある。

(3)視聴者管理業務の実施主体

・地デジの衛星代替は、「暫定的・緊急的な処置」ではない恒久的な処置が想定される。視聴者管理業務を長期にわたり安定的に提供できる実施主体が必要。

・地デジの代替を、衛星、ブロードバンド、CATVなど複数の手段で実施する場合、実施主体の一元化なども課題。

(4)視聴者管理業務の運用フロー

・鍵開けは受信機のICカード、ICチップに対しておこなわれるため、特定の地域の視聴者の受信機の鍵開けをした後、視聴者の引っ越し、受信機の譲渡によって、対象地域から外れる場合の対応の検討が必要。

資料10－1

衛星放送の受信環境整備について（セーフティネットの事例）

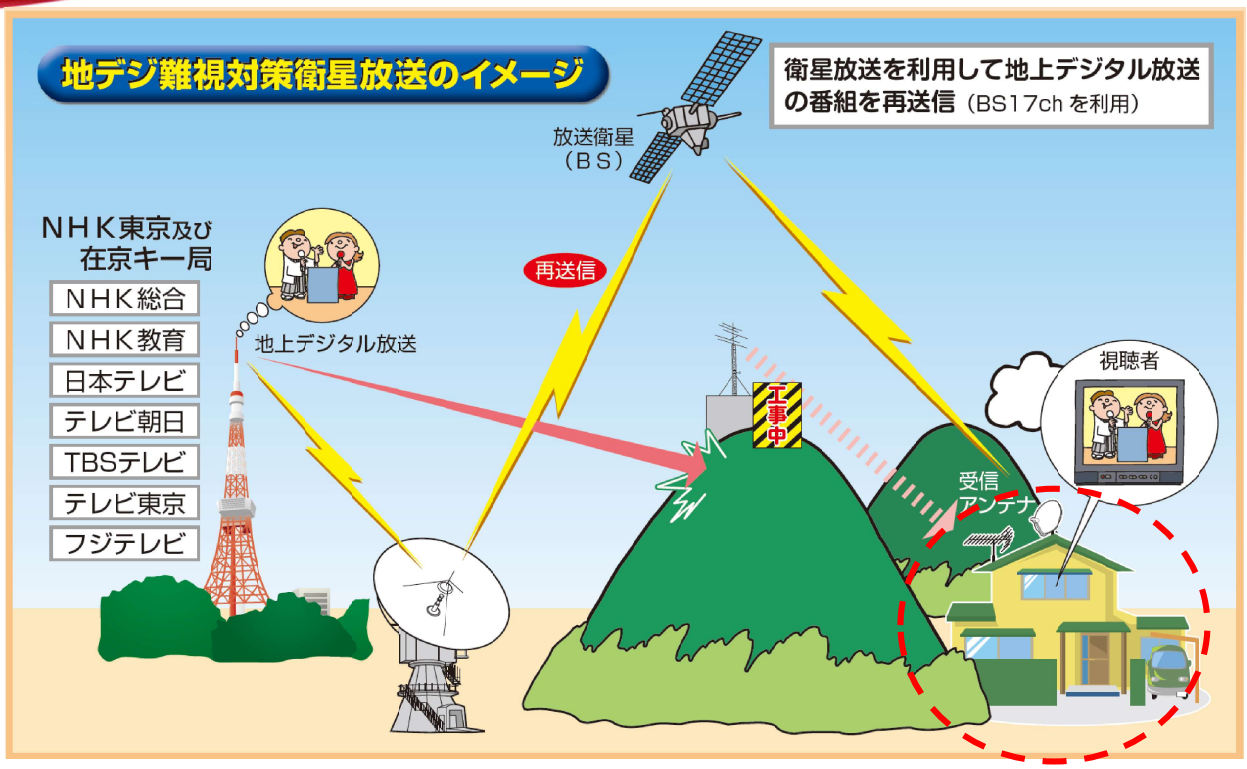
2024.8.5

（一社）放送サービス高度化推進協会

衛星セーフティーネットとは？（ＳＮと略します）

【おさらい】

- 仕組み：衛星放送を使って、地デジ対策が間に合わない「新たな難視」「混信」地域へ「地デジ」を送信。
- 衛星放送のため全国で受信は可能。このため、視聴制御を実施。
- 衛星放送のため、受信設備として「パラボラアンテナ」、「ＢＳチューナー」が必要。（工事支援、機器の貸与）
- 約１１万５千世帯が利用。
- ２０１５年３月３１日に終了。
- Ａ－ＰＡＢの前身の「（一社）デジタル放送推進協会（Ｄｐａ：ディーピーエー）」が総務省から採択を受け事業を実施。



衛星ＳＮのイメージ【おさらい】　　今回のお話し

ＳＮの受信環境整備とは？

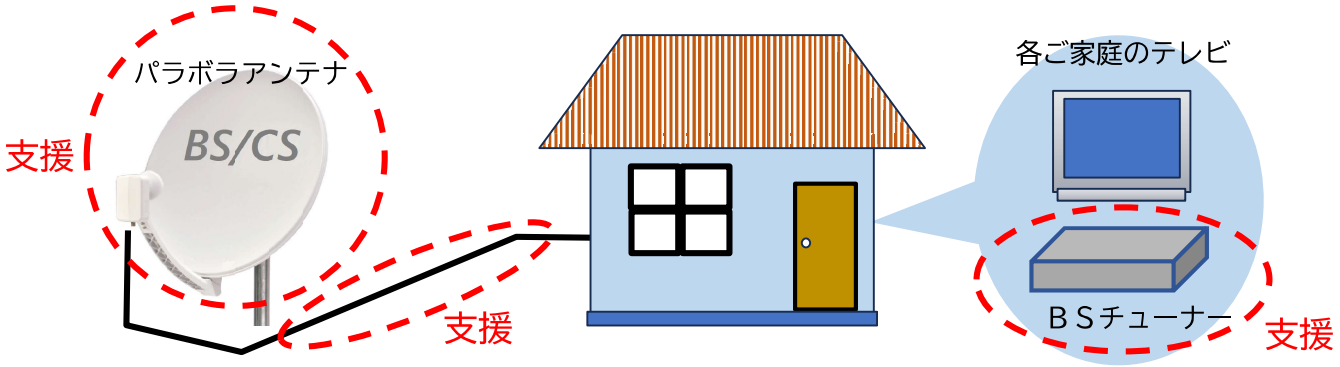
- 「衛星セーフティネット」は、アナログ放送が終了するとテレビの視聴が継続できないため、恒久的な地デジ難視聴対策が完了するまでの暫定的な対応。
- 当時、地デジの難視や混信の発生は、アナログ放送からデジタル放送に切り替わることが原因で、これを改善するための対策は、国費による受信環境整備（共同受信設備の設置、ケーブルテレビへの加入、高性能アンテナ対策等）が実施された。
- ＳＮの受信環境整備も同様に国費が支出され、ＳＮを視聴するための対策が実施された。

具体的なＳＮの受信環境の整備

- 衛星放送の受信設備（パラボラアンテナやＢＳチューナー）を所有していない世帯を対象とした。
- 地デジテレビ（当時は、地デジ・ＢＳデジタル・ＣＳデジタルの３波共用の２Ｋハイビジョンテレビ）を既に所有している方へは、衛星を受信するためのパラボラアンテナ等の受信アンテナ工事（現物支給）を１回限りの支援した。
- 「ＢＳデジタルチューナー」も所有していない方へは、ＢＳデジタルチューナー（３波共用チューナー）を１台だけ貸与。（要返却であり、後に有償譲渡も可とした）
- ３波共用受信機（地デジテレビ）もパラボラアンテナも所有している方へは「ＣＡＳ」の鍵開け対応。

ＳＮ利用の受信環境整備

- ＢＳアンテナ（パラボラアンテナ）の支給、設置工事、配線工事等（受信設備）の工事支援を実施。



- 実際のアンテナ工事は、Ｄｐａ（ＳＮ事業室）から、工事事業者へ委託して現場での工事を実施。

ＢＳデジタルチューナーの貸与

- 当時は、アナログテレビから「デジタルテレビ」（３波共用受信機）への買い換えもかなり進んでいたが、難視地区においては、テレビを買い替えても地デジが視聴出来ないため、ＢＳアンテナの設置と、ＢＳデジタルチューナーの貸与の両方による対策を進めた。
- ＢＳデジタルチューナーは、地デジ・ＢＳデジタル・ＣＳデジタルの３波共用のチューナーで、暫定的に視聴するための機器として「貸与」とし、地デジの対策か完了したのちに「返却」いただくこととした。
- 視聴者からは「地デジ」も視聴可能なことから、「有償譲渡」の希望があり、減価償却を考慮した価格で譲渡も実施した。

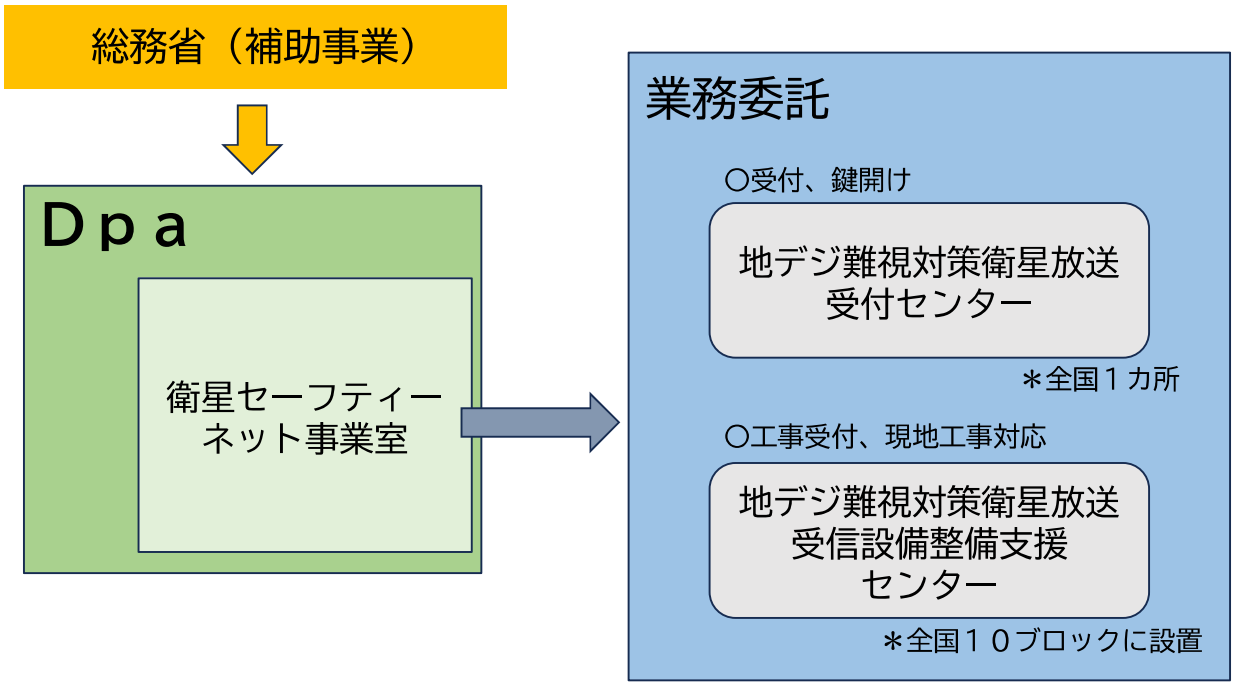
ＢＳデジタルチューナー



当時、貸与していた「ＢＳチューナー」【例】（３波共用受信機）

- Ｄｐａ（ＳＮ事業室）から、チューナーメーカーへ発注し、工事業者へ支給していた。
- 約２万６千台を貸与。

受信環境整備の業務体制



SNの対策経費の負担概要

- 衛星セーフティネット事業の受信環境整備については、総務省の「補助事業」として実施。
- ５年間で、送信対策に約１５０億円（国３分の２、放送事業者３分の１負担）、受信環境整備の対策に約１０８億円（全額、国負担）の経費がかかっている。
- 受信環境整備については、暫定的な対策となっていたため視聴者の負担は無く、補助率10/10で対応。
- このため、視聴者に対しては、必要な時に、必要な支援を行っていた。

ＳＮの受信環境整備の当時の課題

- 対象の視聴者への周知、周知しても利用しない方（辞退世帯への確認とそのデータ入力）、申込手続きの複雑さなどへの対応。
- 地形等の影響で、衛星放送も難視となっている地区への対応（一部、ケーブル対策も）。
- 東日本大震災での対策遅延への対応。
- 対象地域外の視聴者から、なぜ利用できないのかとの苦情。
- 周知不足から、ＥＰＧに表示されてチャンネル選局した視聴者から「映らない」と苦情が殺到。この苦情への対応。

衛星代替における受信環境整備の課題

- 現用の衛星の「左旋」を利用する場合、右左旋対応のパラボラアンテナの設置が必要。また、受信機が対応していない場合、チューナーが必要。
- 右左旋対応のパラボラアンテナの工事に伴い、増幅器、分配器などの機器の交換が必要。（電波漏洩対策も）
- 視聴可能なチャンネルを限定する場合であっても、対象とする世帯を限定する場合でもあっても、視聴制御の利用が必須。
- 対象者以外の視聴者への「説明」等、「目的・利用できない理由」等の視聴者対応の体制の整備も必要。


A-PAB

（３）災害発生時における衛星放送の活用

株式会社放送衛星システム

資料7－2

災害対策BS放送のハード面について

4月15日

B-SAT　浜崎浩丈

災害対策BS放送のハード面について（前提条件の検討）

■平時における当該番組の放送状態の検討が必要

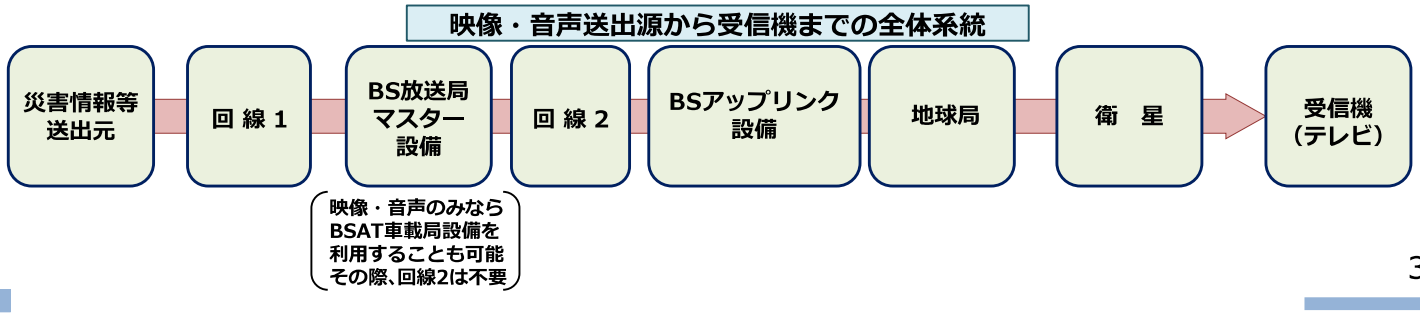
- 平時においても放送する場合（静止画・動画等）
  - 常設設備での放送
  - 災害時の即応性が高い
  - 平時においてもランニングコストは相当額掛かる

- 平時には何も放送せず、災害時のみ放送を行う場合
  - 必ずしも設備を常設する必要はない
  - 平時におけるランニングコストは低減できる
  - 準備をしていても放送を立ち上げるのに時間が掛かる
    （同一中継器の全番組の休止を必要とする場合がある）

災害対策BS放送に必要な設備対応

【事前準備】
- 空きトラポン・空きスロットの確保
  （現行のBS2Kは最小で12スロット、地上波の映像・音声のみの場合、
  内容にもよるが最低８～９スロットは必要と考える。）
- TS-ID、サービスID等のSI関連情報の設定・付与
- 受信機テスト
- 放送リソース（コンテンツ・回線）の検討
- BS放送局マスター設備の確保
  （BS用映像符号化装置・音声符号化装置、多重化装置等必要機器の確保）
- 新NITの準備
- BSアップリンク設備の変更準備
  （TS合成装置・監視系設備等に関する設計等）

【放送開始時】
- 放送リソース（コンテンツ・回線）の確認試験・接続
- BSアップリンク設備の変更
  （TS合成装置・監視系設備等の設定変更、緊急局の変更等）
  なお、この作業は該当周波数の全番組休止を必要とする
- 新NITに変更（これにより全国のテレビで受信可能となる）



B-SAT車載型地球局

B-SATでは、首都直下地震・東南海地震等でBSアップリンクセンターから放送衛星へのBSデジタル放送の番組送信が不可能になった場合に備え、機動的に衛星放送を確保するための緊急送信設備として、1中継器用の小型車載型地球局を保有している。

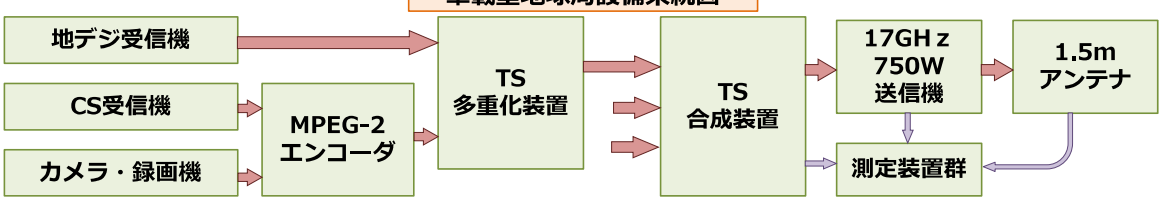


地デジ受信機、CS受信機、映像・音声入力を備え、
MPEG-2エンコーダー、TS多重化装置、TS合成装置を搭載して
17GHz750W送信機から1.5mアンテナで送信する能力がある。

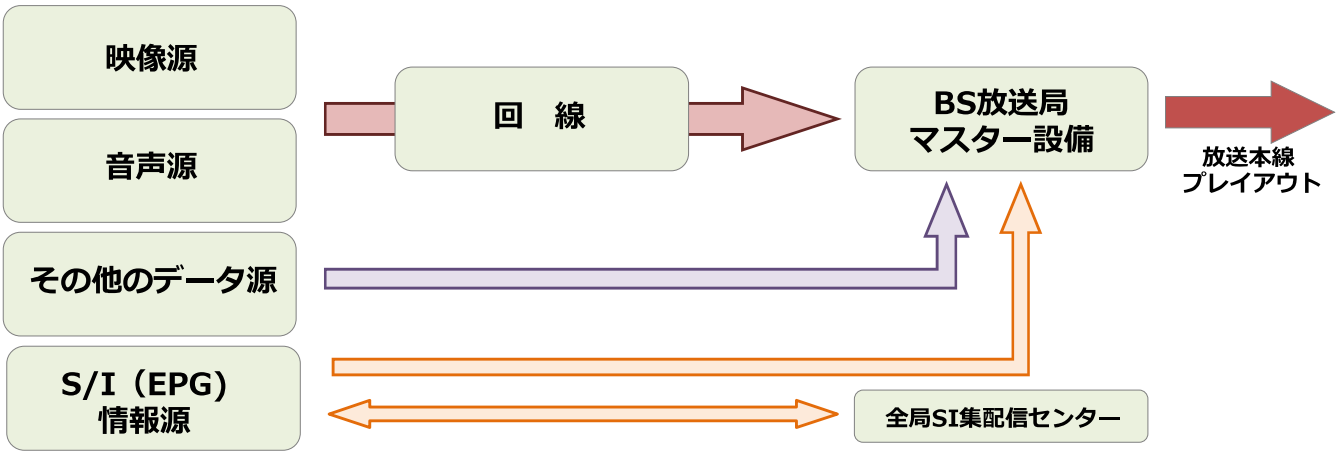
非常時の運用形態としては３局分の信号を合成でき、
①BS認定基幹放送事業者から局のプログラムアウトを入力し、
　アップリンクする。
②車で受信した地デジ信号やCS信号、カメラ・録画機等の単体
　機器の信号を素材として入力し、アップリンクする。
という２つの場合を想定している。

この車の送信装置は１周波数を占有することになることから空きスロットを使用する場合などは、他のプログラムと合成することが必要となるため、車載設備の前段の部分を部分使用してアップリンクセンターに入力することになる。

車載型地球局設備系統図



災害対策BS放送に必要なコンテンツの送出について



- 災害対策放送の場合、避難所・自治体の対応等を考慮すると被災地に近い場所での映像源・音声源発信になると考えられる。現時点では都心部近辺以外の場所でのBS放送局マスター設備は得にくいと考えられることから回線によって映像・音声が運ばれるてくることになると考えられる。
- 映像と音声は　マスター設備でMPEG-2符号化され、TSパケット化されて、放送するスロットに見合った容量で送出される。
- データ放送を補うことが出来た場合、マスター設備で多重することになる。
- ２KのBS放送については全局SI方式を使用しているため、EPGを付加する場合には全局SI集配信センターとのやり取りが必要となる。

災害対策BS放送について（想定費用と想定期間）

	項　　目	想定費用	想定期間	備　　考
事前作業	SI関連情報の決定		2か月	
	受信機テスト	未定	未定	受信機メーカー団体の見積りによる
	BS局マスター設備	12億円	2年	左欄では恒久設備（電源含）を想定 映像・音声のみであればBSAT車載設備で対応可能
	新NITの準備	500万円	２か月	
	アップリンク設備変更設計等	2000万円	３か月	
放送開始時	リソース確保・確認作業	不明	不明	発災場所・回線等の状況による
	＊アップリンク設備の変更	1000万円	準備2週間 作業4時間	作業時のみ同一中継器全番組休止が必要
	＊新NIT変更	200万円	４時間	

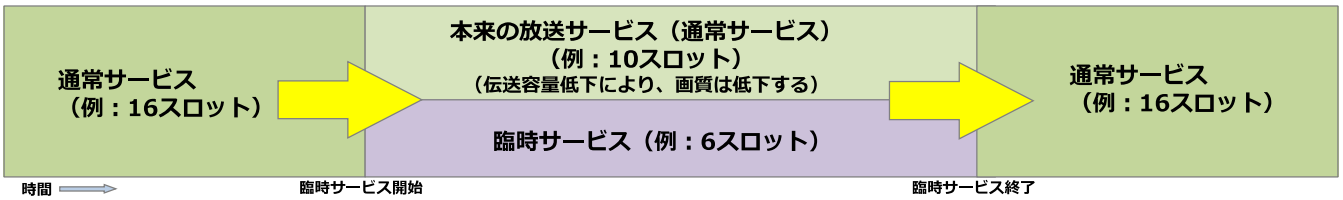
＊：平時にも放送を行うのであれば、平時の放送開始日のみの対応と考えられる。

臨時サービス（臨時チャンネル）について

■ 臨時サービス（定常的にサービスが行われず、かつ予定されていないサービス）

- 通常はEPG上に表示されない
- 放送中には、EPGが送出されれば、EPGが表示される
- 臨時サービスへの切替えは通常の選局動作で行う
- 臨時サービスが行われていない時にこのサービスへの切り替えを行おうとするとスキップする
- 臨時サービス終了時には通常サービスの番組に戻る

【臨時サービスを行う帯域】通常の放送を行っている番組の帯域を分割して臨時の番組の送出を行う
（画質は平時の通常のサービスと比較して、本来の放送サービスも臨時サービスも低下したものとなる）



臨時放送を行う放送事業者は臨時サービスが送出可能なよう、あらかじめ送出装置を整備しておかなければならない。
また、通常番組の伝送容量を制限する準備をしておく必要がある。

＜別選択肢＞

☆ 空きスロットの活用（通常、放送が行われている番組の伝送容量を変えずに災害時のみに放送を行う方法例）
空きスロットとなっているスロットを災害用と指定して、TS合成装置や入力のための工事を行っておき、
「放送開始時にNITの変更を行う」という用意をしておくことで、災害対応の放送を準備しておくことができる。
（この放送が記載されているNITに変更するまでは選局できない。番組表にも枠は現れない。）

ＮＩＴ：Network Information Table（周波数などの伝送情報と全編成番組とを関連付けるテーブルで全放送波で流れている）

（４）右旋帯域の有効利用

日本電気株式会社

資料3－3

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（第3回）

2K放送における新たな映像符号化方式について

2024年1月24日
日本電気株式会社
メディア統括部
クロスインダストリー共通製品統括部

© NEC Corporation 2023

目次

1．背景及び課題等
2．BS放送に関する検証結果
3．CS放送に関する検証結果
4．今後の課題

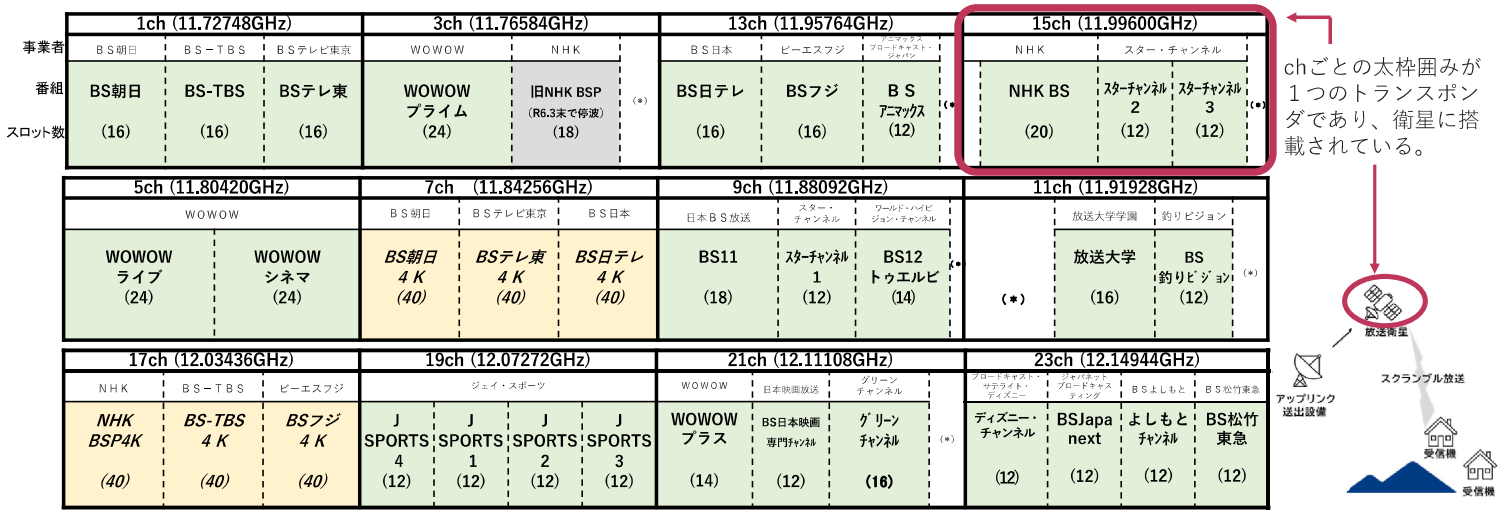
© NEC Corporation 2023

1．背景及び課題等(1)

衛星には、放送波を中継する「トランスポンダ」と呼ばれる機器が複数搭載されている。
１つのトランスポンダ（下図太枠）は、「スロット」と呼ばれる区画で区切られ※、複数の番組が割り当てられる。

【イメージ図（BS右旋帯域の例）】

※2Kと４Kではスロット単位の帯域が異なる。



© NEC Corporation 2023

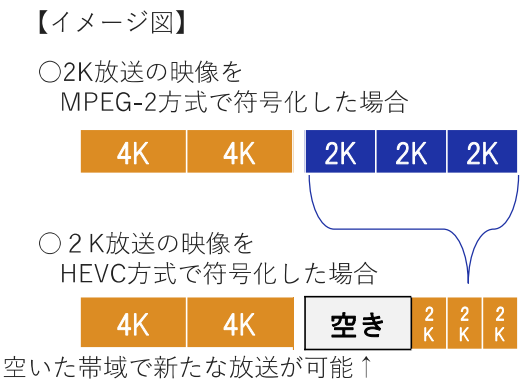
1．背景及び課題等(2)

放送を送信する際には、限られた帯域内で効率的に伝送できるように映像を符号化している。
2K放送と4K・8K放送とでは映像符号化の方式が異なり、4K・8K放送の映像符号化方式の方がより効率が高い。
符号化の効率が上がると、より多くの放送番組を送ることができる。

◆ 検討ポイント

- 2K放送の映像符号化方式：MPEG-2方式
  4K8K放送の映像符号化方式：HEVC方式
- 2K放送用の新たな映像符号化方式として
  HEVC方式が使用可能になれば、MPEG-2方式よりも少ない帯域で放送可能となり、周波数の有効活用につながる。

【イメージ図】



© NEC Corporation 2023

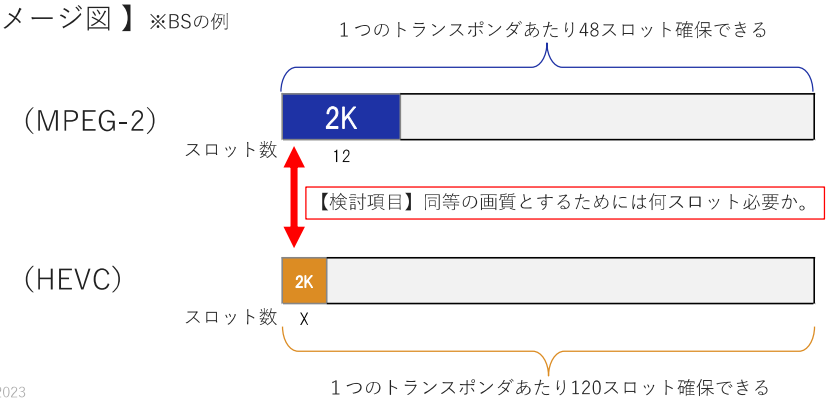
1．背景及び課題等(３)

総務省※では、2K放送でMPEG-2方式に代えてHEVC方式を採用した場合に、どの程度のスロット数にすれば同じ画質を確保できるか検証した。

※令和２，３年度技術試験事務「BS放送用周波数の効率的な利用に関する調査検討」

◆ 検討項目
- ２K放送でHEVC方式を採用した場合、現行のMPEG-2方式と同等の画質を確保するために必要なスロット数
- BS、CSそれぞれの場合において上記スロット数を検討

【イメージ図】※BSの例



→「x」については次ページ以降で検討結果を述べる。

© NEC Corporation 2023
\Orchestrating a brighter world NEC

2．BS放送に関する検証結果

BS放送において、現行のMPEG-2方式と同等の画質を確保するために必要となる、HEVC方式のスロット数は以下のとおり。
MPEG-2方式よりもHEVC方式の方が、より多くのチャンネルを収容できる。

MPEG-2方式	
スロット数(*1)	1トランスポンダあたりの最大チャンネル収容数
12スロット	4チャンネル
14スロット	3チャンネル
16スロット	
18スロット	2チャンネル
20スロット	
24スロット	

HEVC方式（最悪値）	
スロット数(*2)	1トランスポンダあたりの最大チャンネル収容数
15スロット	8チャンネル
20スロット	6チャンネル
25スロット	4チャンネル

*1 ISDB-SのARIB規定STD-B20 2.2変調方式において、スロット数の最小単位は1と規定されている。

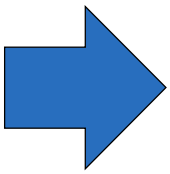
*2 ISDB-S3のARIB規定STD-B44 3.2多重信号のフレーム構成において、スロット数の最小単位は5と規定されている。

© NEC Corporation 2023
\Orchestrating a brighter world NEC

3．CS放送に関する検証結果

CS放送においても、BS放送での検証結果を基に検証したところ、現行のMPEG-2方式と同等の画質を確保するために必要となる、HEVC方式のスロット数は以下のとおり。
MPEG-2方式よりもHEVC方式の方が、より多くのチャンネルを収容できる。

MPEG-2方式	
スロット数	1トランスポンダあたりの最大チャンネル収容数
12スロット	4チャンネル



HEVC方式（最悪値）	
スロット数	1トランスポンダあたりの最大チャンネル収容数※
20スロット	6チャンネル

※高度広帯域CSデジタル放送の伝送容量約65Mbps以下となるようにチャンネル数を算出

© NEC Corporation 2023

4．今後の課題

2K放送でHEVC方式を採用する場合の今後の課題として、BS放送、CS放送いずれにおいても、以下のアクションが必要になると考えられる。

必要なアクション	実行者
衛星基幹放送に係る周波数の使用に関する基準(令和2年総務省令第9号)の改正	総務省
画質評価会による画質主観評価	放送局
テストストリームによる受信機の動作確認	受信機ベンダ
放送局、アップリンク局の設備改修	放送局、アップリンク局
視聴者へのアナウンス	放送局
受信機の対応(機種によってはソフトウェア改修又は買替が必要となる場合もある)	受信機ベンダ、視聴者

© NEC Corporation 2023

（参考）技術試験事務での画質評価用の映像素材

技術試験事務では、画質評価用の映像素材として、「ITEハイビジョンシステム評価用標準画像第2版Aシリーズ」を使用した。

共通 No.	ITE-No.	素材名
1	A-101	銀杏並木
2	A-102	トロッコ列車
3	A-103	コスモス畑
4	A-104	紅葉(パンアップ)
5	A-105	木洩れ日
6	A-106	紅葉(パンダウン)
7	A-107	女性と港(回転ドリー)
8	A-108	噴水(フォロー)
9	A-109	噴水(ドリー)
10	A-110	スタジオライブ(紙吹雪)
11	A-111	スタジオライブ
12	A-112	ドラマセット(デイ)
13	A-113	ドラマセット(ナイト)
14	A-114	バスケットボール
15	A-115	夕景(ズームアウト)
16	A-116	夕景(フィックス)
17	A-117	夜景(フィックス)
18	A-118	競馬(ダート)
19	A-119	競馬(芝)
20	A-120	女性と港(ドリーイン・ズームバック)
21	A-121	聖火ランナー
22	A-122	園児の踊り
23	A-123	園児の踊り(ルーズショット)
24	A-124	選手団入場
25	A-125	マラソン(パンアップ)
26	A-126	マラソン(フィックス)
27	A-151	回転盤 59.94I
28	A-152	回転盤 59.94I シャッター1/120

夜景や音楽ライブ、ドラマ、スポーツ、色鮮やかな被写体映像など、多様な絵柄が収録されており、多様な放送コンテンツを網羅的に画質評価できる点がこの素材を使用するメリットである。

素材No.9 噴水(ドリー)



素材No.40 船着場の夜景(+12dB)



29	A-155	振り子 59.94I
30	A-156	振り子 59.94I シャッター1/120
31	A-159	カラフルワールドA
32	A-160	カラフルワールドB
33	A-161	黒ドレス
34	A-162	白ドレス
35	A-163	女性と花束
36	A-164	フラッシュ撮影
37	A-165	噴水(クロマキー合成)
38	A-166	船着場の夜景(0 dB)
39	A-167	船着場の夜景(+6 dB)
40	A-168	船着場の夜景(+12 dB)
41	A-169	グラス

© NEC Corporation 2023

\Orchestrating a brighter world

NEC

（５）衛星基幹放送の認定における通販番組の扱い

独立行政法人国民生活センター

一般社団法人衛星放送協会

資料9―3

テレビショッピングに関する消費生活相談について

2024年６月26日
独立行政法人国民生活センター

目次

１．相談件数

①年度別…P.３

②契約当事者の性別・年代別…P.５

２．相談内容の特徴

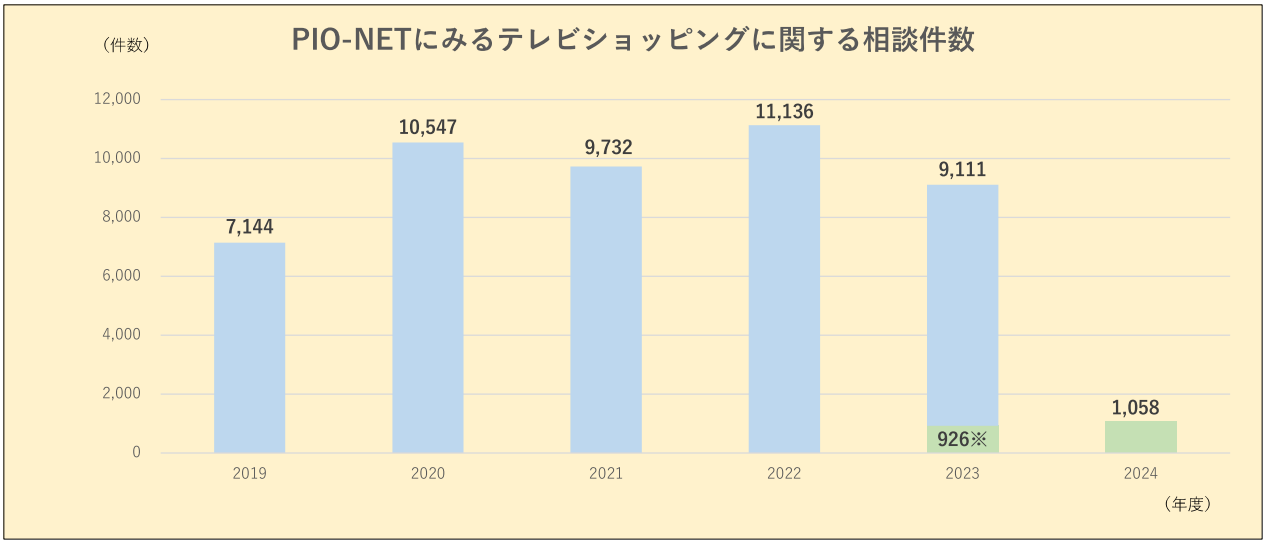
①相談内容…P.7

②商品役務等件数…P.８

３．相談事例…P.9

1. 相談件数　①年度別

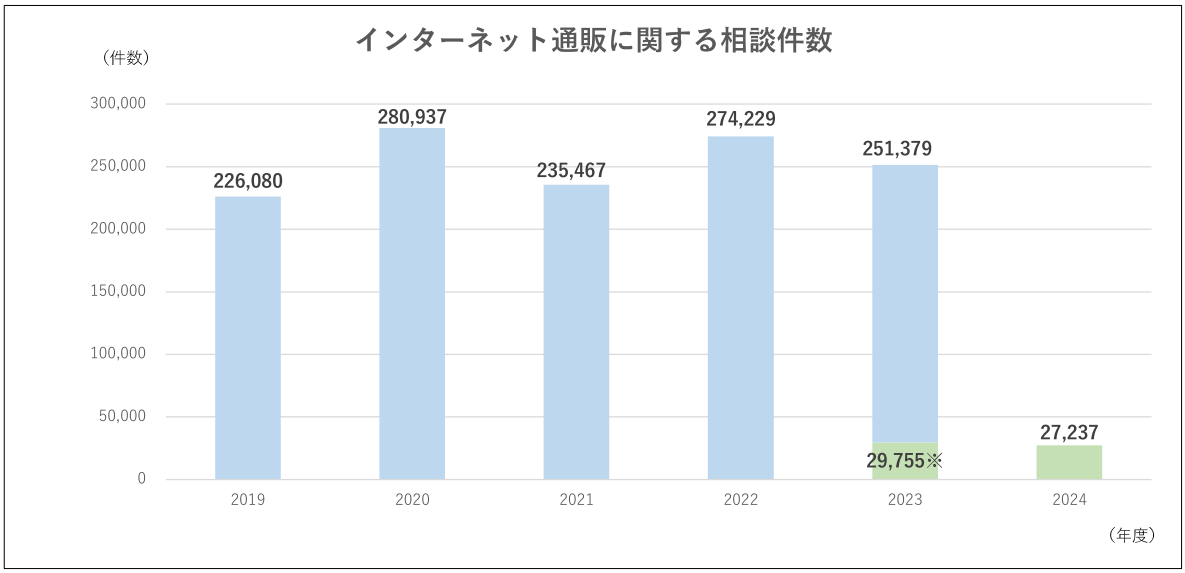
・テレビショッピングに関する相談は、2020~2023年度に各年度約10,000件寄せられている。
・インターネット通販に関する相談は、各年度20万件台で推移している。



ＰＩＯ－ＮＥＴ（パイオネット： 全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。2024年５月31 日までの登録分。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。

※2023年度同期件数（2023年5月31日までのPIO-NET登録分）は926件

1. 相談件数　①年度別

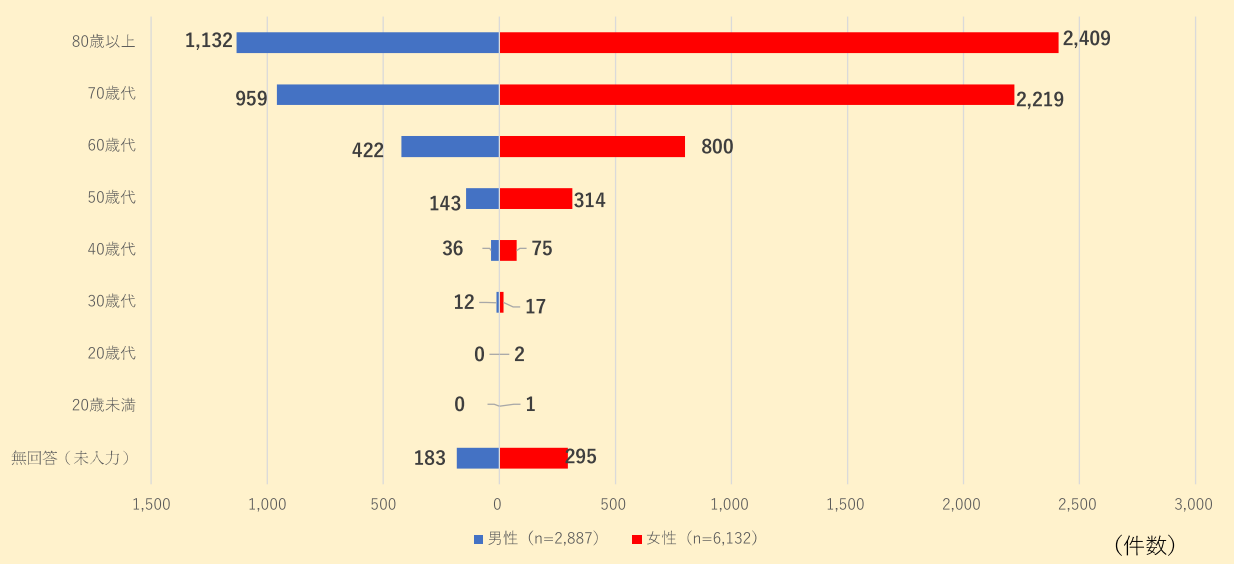


※2023年度同期件数（2023年5月31日までのPIO-NET登録分）は29,755件

1. 相談件数　②契約当事者の性別･年代別

・テレビショッピングに関する相談は、女性の方が多く、70歳以上の相談が多い。
・インターネット通販に関する相談は、男女がおおよそ半々であり、幅広い年代から寄せられている。

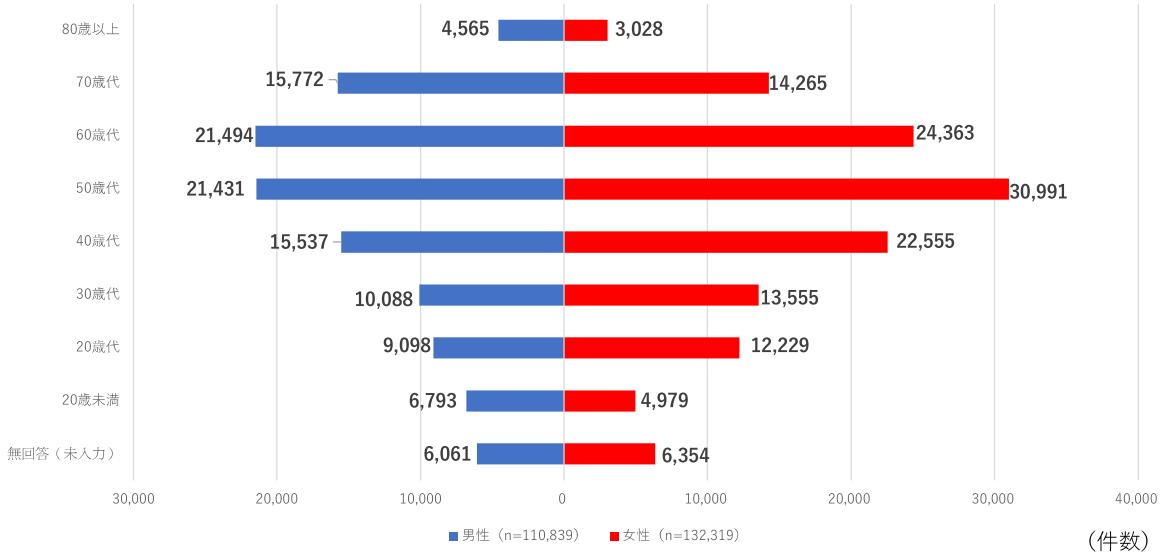
2023年度のテレビショッピングに関する相談　契約当事者の性別・年代別相談件数



※契約当事者の性別について不明・無回答を除く
※契約当事者の平均年齢は75.8歳

1. 相談件数　②契約当事者の性別･年代別

2023年度のインターネット通販に関する相談　契約当事者の性別・年代別相談件数



※契約当事者の性別について不明・無回答を除く
※契約当事者の平均年齢は51.2歳

2. 相談内容の特徴　①相談内容

2023年度テレビショッピング　上位20位

順位	内容	件数
1	テレビショッピング	9,111
2	解約	4,840
3	定期購入	4,003
4	返品	3,628
5	後払い決済	1,960
6	連絡不能	1,459
7	代引配達	1,317
8	返金	973
9	説明不足	869
10	契約書・書面	787
11	テレビ広告	772
12	高価格・料金	727
13	イメージ違い	650
14	**判断不十分者契約**	595
15	クレーム処理	561
16	効能・効果	457
17	信用性	455
18	誤解・勘違い	441
19	難解	384
20	交換	336

2023年度インターネット通販　上位20位

順位	内容	件数
1	インターネット通販	251,379
2	解約	116,170
3	電子広告	97,640
4	定期購入	69,627
5	返金	55,697
6	連絡不能	54,303
7	ＳＮＳ	49,763
8	返品	42,027
9	後払い決済	35,018
10	詐欺	34,200
11	高価格・料金	29,660
12	商品未着	28,332
13	クレジットカード	28,179
14	信用性	18,665
15	個人情報	18,566
16	代引配達	16,731
17	クレーム処理	12,818
18	偽サイト	11,570
19	所在不明	10,743
20	不当請求	10,423

7

2. 相談内容の特徴　②商品役務等件数

2023年度テレビショッピング　上位20位

順位	商品・役務等	件数
1	他の健康食品	1,289
2	養毛剤	639
3	健康器具	403
4	健康食品全般	295
5	乳液	290
6	化粧クリーム	264
7	商品一般	249
8	電気掃除機	235
9	化粧品全般	165
10	保健衛生品その他	162
11	ファウンデーション	149
12	電気マッサージ器	141
13	他の台所消耗品	113
13	漢方薬	113
15	高麗人参茶	101
16	化粧品その他	100
17	食生活機器その他	99
18	歯みがき粉	91
19	シャンプー	90
20	ミネラルウォーター	89

2023年度インターネット通販　上位20位

順位	商品・役務等	件数
1	他の健康食品	15,604
2	商品一般	11,784
3	化粧クリーム	7,947
4	乳液	7,248
5	インターネットゲーム	7,036
6	役務その他サービス	6,165
7	養毛剤	5,999
8	出会い系サイト・アプリ	5,338
9	アダルト情報	5,272
10	ファウンデーション	5,262
11	他の内職・副業	4,065
12	歯みがき粉	3,913
13	他の娯楽等情報配信サービス	3,552
14	電子タバコ	3,495
15	シャンプー	3,362
16	紳士・婦人洋服全般	2,917
17	紳士・婦人用バッグ	2,762
18	化粧品全般	2,586
19	健康食品全般	2,363
20	映像配信サービス	2,324

8

3. 相談事例

【事例１】
テレビ広告で美容液が初回が約2,000円と紹介されており、テレビに表示されていた番号に電話をかけて注文した。注文の際、１回しか購入しないことをはっきりと伝えた。数日後に１回目の商品が届き、開封するとトライアルセットと美容液１本が入っており、代金をコンビニから支払った。後日、２回目の商品が届き、開封すると美容液が３本と約13,000円のコンビニ払いの払込票が同封されていた。業者に注文した覚えがないと苦情を伝えると、「定期購入になっているため２回目の商品は支払ってもらう」と言われた。業者に注文時の音声録音を確認してもらうと、私が単品購入を希望すると言っている音声が確認できたが、定期購入になるので次回お届け予定日の10日前までに解約の連絡をするようにと説明して承諾しているとのことだった。１回目と２回目は未使用なので返品したい。

（2023年11月受付　契約当事者70歳代男性）

【事例２】
同居している母は認知症を患っている。私が仕事で留守の間、母がテレビショッピングで次々と健康食品を注文してしまうので困っている。今後母から注文があったら一切受け付けないよう申し出たいので、適切な連絡先があれば知りたい。

（2023年11月受付　契約当事者80歳代女性）

【事例３】
90歳代の母は認知症ではないが年齢的に判断力は弱ってきている。最近、かかりつけの医師から脚の手術を勧められているようだ。本人は手術をしたくないようで、テレビショッピング等の通信販売で脚の痛み等に効くという広告を見てはサプリメント等を何度も注文している。私が母の様子を見に行った際に、宅配ボックスに母が注文したサプリメントが届いていることがある。私はサプリメントの業者名や内容は把握しておらず、母も注文したことを覚えていないことがある。

（2023年10月受付　契約当事者90歳代女性）

第9回「衛星放送WG」説明資料

資料9－4

一般社団法人 衛星放送協会
放送基準と広告放送のガイドライン

「ショップチャンネル」「QVC」
ショッピング専門番組の特長について

2024年6月26日

一般社団法人 衛星放送協会

Japan Satellite Broadcasting Association Confidential and Proprietary

1. 一般社団法人 衛星放送協会 放送基準

放送が「公共性」の高いメディアであるとの自覚に基づき、われわれの衛星放送もこれに則り、民主主義の精神と基本的人権を尊重し、言論および表現の自由と社会秩序を守ることを指名とし、国民に正確かつ有益な情報と健全なる娯楽を提供することを目的とする。
われわれの衛星放送は、各分野に分かれた専門放送であり、各局の放送内容も多種多様にわたるが、その社会的責任と影響を自覚し、良識をもって自らを律し、各分野における健全な文化の担い手として、その特性を生かし、内容の充実に努める。
以上の認識の上に立って、個々の放送の実施に当たっては以下の基準に十分留意する。

[1]基本的人権を尊重する
[2]民主主義の精神に立って社会秩序を尊重する
[3]児童及び青少年の人格形成に対する影響を考慮し、健全な精神を尊重させるよう配慮する。
[4]ニュースなどの報道活動にあたっては、事実に基づいて報道し、公正でなければならない。
[5]信教の自由・各宗教・宗派の立場を尊重し、公正な取り扱いに努めると共に信仰の強要につながったりするような表現は取り扱わない。
[6]健全な社会の形式を損なうような立場を与せず、表現あるいは取り扱いに留意する。

[7]広告は真実を伝え、視聴者に利益をもたらし、健全な社会生活に役立つものを放送する。
7-2 広告は内容・表現・取り扱いなどについて関係法令を遵守する。
7-3 広告は視聴者に誤解を与えないもの、社会的常識を持ったものを扱う。
7-4 広告は広告主（もしくは商品名）を明らかにし、責任の所在を明確にする。
7-5 広告の時間総量は、媒体特性と媒体価値を十分に考慮し、各社が自主的に基準を定める。

2. 一般社団法人 衛星放送協会 広告放送のガイドライン（1）

Ⅰ. 総則

一般社団法人衛星放送協会は「放送の社会的責任と影響を自覚し、良識を持って自らを律する」立場から、平成11年1月に「放送基準」を制定し、会員各事業者に放送の実施にあたって留意することを求めてきた。同基準は、番組および広告を含むすべての放送内容に適用されるもので、その第7条には広告について5項目にわたる基本方針を掲げている。広告の場合、内容が多岐にわたり、放送事業者として留意すべき事項も多いことから、平成16年に「広告放送のガイドライン」を発行、平成21年に改定した。その後、法令の変更を含めて広告を取り巻く状況の変化に対応し、およそ5年毎に改定を行ってきた。広告の取り扱いにあたっては「放送基準」の各条項を踏まえると共に、この「ガイドライン」を指針とする。

Ⅱ.広告審査（考査）業務の原則

1　ここに定めるガイドラインは、商品・サービス・権利等の販売、その他の宣伝を目的とする広告放送のすべての類型に提要される。各放送事業者はこれを規範とし、自ら定める基準に従って、広告の採否と表現の是非を判断し、各自が結果に対する責任を負わなければならない。
2　広告放送の判断を誤った場合、視聴者に不測の被害を与え、社会的信用を失うことがあることを十分に認識し、放送責任に対する自覚に立って、万を期す姿勢が大切である。
3　広告に関する法令等は多岐にわたっており、新しい商品や表現の手法が次々と現れて、判断の対象や許容できる範囲も絶えず変動している。平素から審査に必要な情報の収集と判断力の向上に努めなければならない。
4　自由で公正な競争環境の中で、自主的な規制の成果を上げていくためには、事業者間の信頼と協力が不可欠である。広告の審査業務に関しても意見や情報の交換、事例の共同研究などが、常時行われることが望ましい。
5　広告内容に対する苦情や指摘には適切な対応を怠らず、問題に気付いた場合には迅速に必要な措置を講じなくてはならない。そのための手順をあらかじめマニュアル化しておくことが望ましい。

Ⅲ. 一般的な指針

広告審査の対象となる全領域をカバーする倫理基準として、下記に衛星放送協会放送基準の広告に関する条項を掲げる。次項の「個別的なガイドライン」に定めのないケースについても、この各条項に適合するように努めなければならない。
放送基準　P-1　参照

2. 一般社団法人 衛星放送協会 広告放送のガイドライン（2）

Ⅳ. 個別的なガイドライン

以下に掲げる各項は、現時点で重要と思われる事項について、判断の指針を示したものである。今後、社会情勢等の変化に対応して必要に応じた見直しを行い、円滑な運用を図ることとする。

1. 広告表示全般に関する事項

（1）広告放送の識別、（2）通信・通知的な広告、（3）ニュース形式の広告、（4）児童・青少年への配慮、（5）不快を与える表現、（6）不当表示などに当たる広告、（7）誹謗、中傷の禁止、（8）主張が対立する場合の広告、（9）国旗や元首の尊厳に対する配慮、（10）著作権の無断使用の禁止など、（11）懸賞・景品の取り扱い、（12）特殊な映像手法、（13）許認可などを必要とする業種、（14）その他～①番組スポット提供の独占　②売名的な広告

2. 特定の業種、分野に関する事項

（15）金融・利殖に関する広告、（16）不動産などに関する広告

（17）ショッピング番組及び通信販売などの広告
ショッピング番組での表示は、関係法令を遵守し、事実に基づく表示を平易かつ明瞭に行い、番組全体の表現手法についても視聴者の誤解を招かないよう配慮しなければならない。また、通信販売、割賦販売などの広告は、事業者の実態や商品、権利、サービス等の入手条件を確認し、送料、交換、返品の条件、その他購入の選択にあたって必要な事項が視聴者にわかるようにする。

（18）マルチ商法などの広告、（19）食品・健康食品の広告、（20）医療・医療品などの広告、（21）教育関係の広告、（22）求人に関する広告、（23）風俗営業の広告、（24）寄付金募集の広告、（25）個人情報にかかわる業種、（26）その他～①非科学的なものなどに関する広告　②死亡・葬儀に関する広告

3-1. 放送基準（SCサテライト放送株式会社）

1.新しいテレビ文化の創出に寄与する委託放送会社として、我が国の国民経済及び国民生活の一層の発展に資する新しい放送ネットワークの実現のため、言論及び表現の自由を守り、また、民主主義の精神に従い、基本的人権と世論を尊び、法と秩序を尊重して、確固たる財政基盤を基に、社会の信頼にこたえる放送を行なう。
2.当社は放送番組を次の基準によって編集する。

(1)人権・人格・名誉
ア 人命を軽視するような取扱はしない
イ 個人や団体の名誉を傷つけたり、信用を損なうような放送はしない。
(2)宗教
宗教に関する放送は、信仰の自由を尊重し公正に取り扱う。
(3)政治
政治上の諸問題は、できるだけ多くの視点から論点を明らかにし、公正に取り扱う。
(4)家庭と社会
ア 家庭生活を尊重し、これを破壊するような思想を肯定的に取り扱わない。
イ 暴力行為は、どのような場合にも是認しない。
(5)犯罪
犯罪については、法律を尊重し、犯人を魅力的に表現したり、犯罪行為を是認するような取り扱いはしない。
(6)性表現
性に関する事柄は、視聴者に困惑・嫌悪の感じを抱かせないように注意する。
(7)表現
ア 下品な言葉使いはできるだけ避け、また、卑猥な言葉や動作による表現はしない。
イ 人心に恐怖や不安又は不快の念を起こさせるような表現はしない。
ウ 細かく点滅する映像や急激に変化する映像手法などについては、視聴者、特に児童や青少年の身体への影響に十分、配慮する。
(8)広告
広告はわかりやすく適正な表現を用い、視聴者に錯覚をおこさせるような表現をしない。
(9)テレビショッピング番組
関係法令を順守すると共に、事実に基づく表示を平易且つ明瞭に行い、また、誤認させる表現は避け、視聴者の利益を損なわないようにする。
(10)報道番組
報道番組は時事に関する速報、説明、又は意見を直接扱う番組で事実を客観的かつ正確、迅速、公平に取り扱うものとする。

出典:ホームページ

3-2. 放送基準（株式会社QVCサテライト）

QVCサテライトの放送番組の編集基準は、放送の社会的責任と公共的使命を認識し、民主主義の精神と基本的人権を尊重し、言論および表現の自由と社会秩序を守り、国民に正確かつ有益な情報を提供することを目的とする。

1.基本的人権を尊重する。
1. 基本的人権を尊重する。
2. 人命を重視し、個人・団体の名誉を傷つけるような取り扱いはしない。
3. 個人情報の取り扱いには十分注意し、プライバシーを尊重する。
4. 人種・性別・職業などによって取り扱いを差別しない。

2.民主主義の精神
1. 民主主義の精神に立って社会秩序を尊重する。
2. 順法の精神を尊び、いたずらに不安を煽ることを排する。
3. 政治及び政治に関わる事項並びに社会問題については、慎重に取り扱い、公正な立場を守る。
4. 人種・民族・国家に関することを取り扱う場合は、その感情を尊重する。

3.青少年保護
1. 児童及び青少年の人格形成に対する影響を考慮し、健全な精神を尊重させるよう配慮する。
2. 児童向け番組には、児童の品性を損なったり、児童の心身に過度な影響を与えるような言葉や表現・内容がないように注意する。
3. 武力や暴力を表現する場合には、児童及び青少年に対する影響がないよう考慮する。
4. 法律で未成年者に禁じられている行為を正当化することのないようにする。
5. 日本放送協会と（一社）日本民間放送連盟が定めた「アニメーション等の映像手法に関するガイドライン」に準拠し、細かく点滅する映像や急激に変化する映像手法などについては、視聴者、特に児童や青少年の身体への影響に十分、配慮する。
6. 放送時間帯に応じ、児童および青少年の視聴に十分、配慮する。
7. 未成年者の喫煙、飲酒を肯定するような取り扱いはしない。
8. 成人向け番組、たばこを取り扱う番組は行わない。
9. 酒類を取り扱い番組は、青少年保護の観点から、放送時間を配慮する

4.宗教
1. 信教の自由・各宗教・宗派の立場を尊重し、公正な取り扱いに努める。
2. 宗教に関する放送では、科学を否定するようなものは慎重に取り扱う。

5.表現
1. 健全な社会の形式を損なうような立場に与せず、表現あるいは取り扱いに留意する。
2. 著しく不快な感じや嫌悪感を与えるような表現や内容は避けるようにする。
3. いたずらに人心に不安・動揺を与えるような内容は排する。
4. 暴力行為は如何なる場合も肯定的に取り扱わず、その表現は最小限にとどめる。
5. 犯罪を肯定したり、犯罪者を英雄視しない。
6. とばく及びこれに類するものの取り扱いについては、不当に煽るようなことはしない。
7. 性に関する事柄は、未成年者に配慮のうえ、いたずらに嫌悪感をもたらさないようにする。

6.広告放送
1. 広告は真実を伝え、視聴者に利益をもたらし、健全な社会生活に役立つものを放送する。
2. 広告は内容・表現・取り扱いなどについて関係法令を遵守する。
3. 広告は視聴者に誤解を与えないもの、社会的常識を持ったものを扱う。
4. 広告は広告主（もしくは商品名）を明らかにし、責任の所在を明確にする。

7.テレビションピング番組
1. ショッピング番組での表示は、関係法令を遵守し、事実に基づく表示を平易かつ明瞭に行い、番組全体の表現手法についても視聴者の誤解を招かないよう配慮しなければならない。

出典:ホームページ

4-1. ショッピング専門番組の特長(ジュピターショップチャンネル)

□ 商品・番組の基本方針

ショップチャンネルは、エンターテイメントとしてのショッピングを通じ、良い商品とお客様をつなぐストーリーをつむぎ出し、多様化するお客様の毎日の暮らしに「心おどる、瞬間」を提供していきます。商品を販売するだけでなく、「情報番組として番組そのものを楽しんで頂く」番組づくりや、「地域振興・地方創生への貢献」も意識したプログラム編成などに取り組んでいます。

＜具体例＞

① 「日本をみつけよう」

・日本全国の地域を特集、現地中継を交え、その土地の魅力を伝えるショップチャンネルならではの企画。地域振興にも貢献。
・視聴者の関心が高い人気番組であり、当社のショッピングエンターテインメントを体現。
・2008年以来、全国28か所より中継を実施し、定番的に販売する商品に成長した例も多数。
・震災復興支援と位置付け、気仙沼(2012年)、宮古浄土ヶ浜(2014年)、小名浜港(2015年)、熊本阿蘇(2018年)にて現地中継を実施。
・昨年10月には「日本を見つけよう・香川」を放送。四国を代表する観光地を巡る旅行商品も販売。

② 「全国グルメ物産展」

・コロナ禍で百貨店の物産展が中止になる中、地方の生産者を支援する目的で企画。
・外出ができない中、自宅で物産展会場の臨場感を楽しめる特別番組として好評。
・ポストコロナにおいても看板番組のひとつとして継続し、地域経済振興に貢献。

③ ファッション情報番組「ビーナス・ナビ」「スタイル・インデックス」

・人気スタイリストが、ファッショントレンドやコーディネートの秘訣をご紹介し、視聴者に好評。
・特に「ビーナス・ナビ」は放映100回を超える看板番組に成長。

衛星放送協会

4-1. ショッピング専門番組の特長(ジュピターショップチャンネル)

④ 「codawari倶楽部」

・日本・世界のこだわりのモノづくりにフォーカスした、月一回のレギュラー番組。
・大分の竹細工、燕・三条の金属加工品、浅草の革細工など、伝統技術に裏付けされた商品を紹介。
・製造現場の映像を交え、生産者のこだわりや思いを伝える番組として人気。

⑤ 「未来へのおくりもの」

・SDGsを切り口に、リサイクル素材を活用したファッション雑貨や、アフリカの戦争から逃れた女性たちが生産するアパレル商品など、環境・人権等に配慮した商品を提案する番組。
・売上規模はまだまだ小さいが、SDGsに対する視聴者の社会的関心を高める目的もあり継続。

4-1. ショッピング専門チャンネルの特長(ジュピターショップチャンネル)

□ ショッピングエンターテイメントの進化

TVとデジタルとリアルを連動させた新しいショッピングエンターテインメントを通じ、もっともっと「心おどる、瞬間」をお届けすることを掲げています。ライフスタイルや価値観の多様化に対応し、視聴者と双方向にコミュニケーションすることで、お一人ひとりにあった商品・サービスを提案する番組作りに取り組んでいます。

＜具体例＞

① Oh!Cha15(お茶行こう)

・平日15時に放映している10分間の商品を売らない番組。お客様の「ファン化」の促進を目指し、22年12月放送開始。
・お客様から頂いた投稿をご紹介するラジオ番組のような演出で、お客様と双方向に繋がり、加えて、番組の進行役であるキャストのプライベートな情報や、番組の舞台裏などをご紹介
・総投稿数8,998件 採用数1,671件(2022/12/1～2024/1/31　284回放送)

② QRコードによる双方向コミュニケーション／24時間双方向型ライブ放送

・TV画面上のQRコードをクリックしたお客様から応援メッセージや商品への質問などを頂き、これを生放送でご紹介しながら双方向にコミュニケーションし、お客様と一緒にリアルタイムで番組を進行していく臨場感を演出。

③ ショップチャンネルピープル

・当社Webサイト／アプリで閲覧可能。月間200万PVの人気企画。
・メーカーのゲスト様やスタッフ様、あるいは弊社社員が、ファッション商品のコーディネートや、靴のサイズ選びのヒント、キッチンアイテムの新しい使い方、フードのバリエーションなどを動画や写真で投稿し、お客様の多様なライフスタイルに合わせたお買い物の一助となる仕組みとなっており、デジタルの強みである双方向かつパーソナライズドなコミュニケーションをTVとも連動させている。

④ リアルな接点

・ケーブルTV各局と連携し、マンモバスによる乳がん検診をはじめとした各種イベントを実施。
・お客様にスタジオに来て頂く観覧番組をはじめとした顧客参加型の番組・イベントを定期的に開催。
・大阪にある常設店舗や、全国各地で定期的に催事・ポップアップを開催。

4-2. ショッピング専門チャンネルの特長(QVC)

☑ QVCとは、24時間、365日“Quality”、“Value”、“Convenience”をあなたに

毎日を豊かに、そして、ワクワクできるように。世界中で盛きや喜びをもたらしている、QVCのテレビショッピング。ショッピングナビゲーターをはじめ、各分野のプロフェッショナルが魅力的なショッピング体験をお届けします。

☑ 世界最大のビデオコマースリテーラーであるキュレートリテール グループに所属

1986年にアメリカで開始。世界5か国(アメリカ、イギリス、ドイツ、イタリア、日本)に展開。
視聴可能世帯は、約2億世帯以上。従業員数約2万人以上。QVCジャパンは、2000年6月設立、2001年4月に放送開始。子会社にQVCサテライト(BS4K放送事業者)。

☑ 顧客属性は、93%女性

60代33%、70代30%、50代21%。リピート購入がほとんど。ロイヤルティの高いお客様がメイン。

☑ 商品調達、番組制作、放送(スタジオ)、商品受注(コールセンター)、商品発送(配送センター)に至る全てを自社運営

QVCでは、多くの方々に愛される有名フランドから注目の最新商品まで、幅広いカテゴリか1,200のブランドを取り揃え、年間約21,000点以上のアイテムをご紹介。便利で豊かな生活に密着した商品を販売。

4-2. ショッピング専門チャンネルの特長（QVC）

☑ **QVCでは、「未来を彩るサステナブル（持続可能）なショッピング」を合言葉にCR（コーポレート・レスポンシビリティ）活動を展開し、Planet（地球）、People（人）、Product（商品）の3つの領域でそれぞれ目標を設定し、様々な取り組みを行っています。地球環境や、社会的多様性、地方創生・地域活性化等、社会の一員として責任のある企業活動を推進していきます。**

（事例）

◇ 世界中の人たちが地球の環境のことを一緒に考え地球を守るために行動する日、アースデイ（4月22日）。今年のQVCジャパンでのテーマは昨年に続き「For Our Planet（私たちの地球のために）」。当日は環境を意識した商品を続々紹介。

◇ JAグループが取り扱う地方農産物、加工品等を紹介し地方創生に寄与。（番組名「全国うまいもの倶楽部」「旬の果物頒布会」等）

◇ 令和6年1月8日千葉市で開催された20歳の門出を祝う式典「二十歳のつどい」にて千葉市とコラボ企画を実施。当日、本社社屋「QVCスクエア」を特別開放。

◇ 令和5年度千葉県男女共同参画推進事業所表彰において奨励賞を受賞。

◇ 令和6年2月に福島県の方に魅力や現状を語っていただくトークショーと、福島県で生産・加工された商品の試食会・社内販売を実施。

4-2. ショッピング専門チャンネルの特長（QVC）

☑ **グローバル展開による各国の先進的な技術的取組やインフラ導入で築いた知見を活かし、これからも業界をリード、放送の高度化に寄与していきます。**

（事例）

◇ 2018年12月1日に日本初となるピュア4K HDR&24時間TV放送をBS4Kでスタート。
また、業界に先駆け、放送設備をIP方式にて一新。

◇ 2023年12月1日に日本初となる24時間AIリアルタイム字幕放送をBS4Kでスタート。

◇ 2023年12月、他社と協業し、バーチャルショッピング空間「メタバースQVCお買い物PLAZA」が4か月限定オープン。

☑ **番組内外でお客様との双方向のコミュニケーションを通じ、魅力的なショッピング体験をお届けします。**

（事例）

◇ 自社コールセンターから問い合わせのあった視聴者とスタジオ間をライブ放送中に中継。
視聴者ならではの質問でより臨場感を演出。（LINEでの質問も表示）

◇ 弊社ウェブサイトに商品レビューや質問の書き込みが出来たり、人気ゲストやナビゲーターとのオンラインサロンや座談会に参加可能な“QVCコミュニティ”を運営。

◇ お客様を弊社に招待。スタジオにて番組観覧や人気ゲストによるトークショー等ファッション体験会を実施。また、ジュエリー内覧会等のオフエアイベントも人気。

◇ 美と健康の最新トレンドをお届けするポップアップショールームを期間限定で都内にて展開。現地から生中継も併せて実施。

衛星放送ワーキンググループ　取りまとめ（概要）

・衛星放送ワーキンググループ（主査：伊東 晋 東京理科大学名誉教授）は令和５年11月から令和６年９月まで12回の会合を開催。

・ワーキンググループにおいては、衛星放送に係るインフラコストの低減、地上波代替における衛星放送の活用等５つの検討項目について議論・検討を実施したところ、これまでの議論・検討等の結果及び今後の方向性等の概要は以下のとおり。

衛星放送に係るインフラコストの低減	
ⅰ）衛星の調達費用	衛星の調達費用の低減を図るため、ハード事業者が衛星を共同で調達・打上げを行う。
ⅱ）共同衛星に搭載する中継器数	新たな衛星については、将来的な需要等により、放送用の左旋の中継器を搭載しない。
ⅲ）共同衛星の打上げ時期	ＢＳ放送とＣＳ放送の新規衛星について、2029年度後半に共同衛星として打ち上げることを目標とする。
ⅳ）共同衛星の管制の在り方	共同衛星の管制・運営の在り方について更に検討を進め、衛星放送におけるインフラコストの低減と安定的な運用の両立を実現する。
◎ 総務省においては、目標時期までの共同衛星の打上げを見据え、ＢＳ放送の新規衛星に係る免許について、2026年中を目処に公募を開始するために必要な手続を進めることとし、免許方針の検討や制度整備等に取り組む。	

地上波代替における衛星放送の活用	災害発生時における衛星放送の活用	右旋帯域の有効利用	衛星基幹放送の認定における通販番組の扱い
◎ 番組の画質・音質、気象耐性その他の技術的課題や視聴者負担の受容性等について検証・整理等を行い、また、視聴者管理の在り方や担い手、費用負担等に関する調査を実施。 ◎ 放送の実施体制や放送対象地域、受信環境整備等に係る適時適切な支援策等については、引き続き検討。	◎ 災害発生時に衛星放送を行うための周波数帯域、実施主体、災害時に必要となる情報（放送番組の内容）等に関する調査やシミュレーション等を実施。 ◎ 衛星放送を活用した情報提供について、大規模災害も念頭に、実行に移す場合の枠組みや行政の関与の在り方等の様々な課題や必要な対応等については、引き続き検討。	◎ 衛星放送においてＨＥＶＣ方式による２Ｋ放送を行う際に必要となる周波数帯域幅等の具体案を検討し制度整備を実施。 ◎ 将来的な制度の運用、放送事業者における新しい設備等の導入、対応した受信機の普及等については、関係者が連携し、引き続き検討。	◎ 次期の衛星基幹放送の認定を念頭に、衛星放送における多様性の確保及び視聴者・消費者への配慮を踏まえた制度検討を実施。 ◎ 視聴者・消費者への配慮について、実効性のある取組が講じられるよう、衛星放送に係る業界団体をはじめとする関係者が連携し、放送事業者の自主的な取組を強化するための仕組みづくりを促進。

参考資料

目次

参考１　開催要綱 …… 参考-1

参考２　開催状況 …… 参考-4

参考３　規制改革実施計画 …… 参考-7

参考４　ヒアリング資料等 …… 参考-13
（１）ワイドＦＭ（ＦＭ補完放送）対応端末普及を目指す連絡会
（資料 24－４） …… 参考-14
（２）山口放送株式会社（資料 25－１） …… 参考-18
（３）株式会社エフエム東京（資料 25－２） …… 参考-26
（４）株式会社 radiko（資料 25－３） …… 参考-31
（５）宍戸常寿構成員（資料 26－３） …… 参考-45
（６）日本放送協会（資料 27－１、資料 28－４） …… 参考-52
（７）飯塚留美構成員（資料 27－２） …… 参考-66
（８）一般社団法人日本民間放送連盟（資料 28－３、資料 29－１） …… 参考-73
（９）曽我部真裕構成員（資料 28－５） …… 参考-88
（10）林秀弥構成員（資料 28－６） …… 参考-91
（11）一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟（資料 29－２） …… 参考-93

参考１　開催要綱

「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」開催要綱

１　背景・目的

ブロードバンドインフラの普及やスマートフォン等の端末の多様化等を背景に、デジタル化が社会全体で急速に進展する中、放送の将来像や放送制度の在り方について、「規制改革実施計画」や「情報通信行政に対する若手からの提言」（令和３年９月３日 総務省情報通信行政若手改革提案チーム）も踏まえつつ、中長期的な視点から検討を行う。

２　名称

本会は「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」と称する。

３　検討項目

（１）デジタル時代における放送の意義・役割
（２）放送ネットワークインフラの将来像
（３）放送コンテンツのインターネット配信の在り方
（４）デジタル時代における放送制度の在り方
（５）その他

４　構成及び運営

（１）本会は、総務大臣の検討会として開催する。
（２）本会の構成員は、別紙のとおりとする。
（３）本会に、総務大臣があらかじめ指名する座長を置く。
（４）座長代理は座長が指名する。
（５）座長代理は座長を補佐し、座長不在のときは座長に代わって本会を招集する。
（６）座長は、必要に応じ、構成員以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
（７）その他、本会の運営に必要な事項は座長が定めるところによる。

５　議事の取扱い

（１）本会の会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他座長が必要と認める場合については、非公開とする。
（２）本会の会議で使用した資料については、原則として総務省のホームページに掲載し、公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他座長が必要と認める場合については、非公開とする。
（３）本会の会議については、原則として議事要旨を作成し、総務省のホームページに掲載し、公開する。

６　その他

本会の庶務は、情報流通行政局放送政策課が、同局情報通信作品振興課、放送技術課、地上放送課及び衛星・地域放送課の協力を得て行うものとする。

（別紙）

「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」構成員名簿

（敬称略・座長を除き五十音順）

＜構成員＞

（座長）	三友（みとも）　仁志（ひとし）	早稲田大学大学院アジア太平洋研究科　教授
	飯塚（いいづか）　留美（るみ）	一般財団法人マルチメディア振興センター　調査研究部 研究主幹
	伊東（いとう）　晋（すすむ）	東京理科大学　名誉教授
	大谷（おおたに）　和子（かずこ）	株式会社日本総合研究所　執行役員法務部長
	奥（おく）　律哉（りつや）	株式会社電通総研 名誉フェロー
	落合（おちあい）　孝文（たかふみ）	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業　プロトタイプ政策研究所 所長・シニアパートナー弁護士
	宍戸（ししど）　常寿（じょうじ）	東京大学大学院法学政治学研究科　教授
	曽我部（そがべ）　真裕（まさひろ）	京都大学大学院法学研究科　教授
	瀧（たき）　俊雄（としお）	株式会社マネーフォワード　グループ執行役員　CoPA　Fintech 研究所長
	長田（ながた）　三紀（みき）	情報通信消費者ネットワーク
	林（はやし）　秀弥（しゅうや）	名古屋大学大学院法学研究科　教授
	森川（もりかわ）　博之（ひろゆき）	東京大学大学院工学系研究科　教授
	山本（やまもと）　龍彦（たつひこ）	慶應義塾大学大学院法務研究科　教授
	山本（やまもと）　隆司（りゅうじ）	東京大学大学院法学政治学研究科　教授

計14名

＜オブザーバ＞

日本放送協会

一般社団法人日本民間放送連盟

一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟

参考２　開催状況

「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」
開催状況（第24回以降）

〇第24回（令和６年３月５日（火）13:00～）
⑴ 当面の検討課題について
⑵ 令和６年能登半島地震における放送分野の状況について
⑶ ＡＭ局の運用休止について
⑷ 公共放送ＷＧ第２次取りまとめ及び放送法の一部を改正する法律案について
⑸ 意見交換

〇第25回（令和６年４月10日（水）15:00～）
⑴ ＡＭ局の運用休止について
⑵ 放送大学が使用していた地上テレビジョン放送用周波数の利用に係るニーズ調査の結果について
⑶ 意見交換

〇第26回（令和６年５月24日（金）16:00～）
⑴ 構成員名簿の改訂
⑵ 令和６年能登半島地震を踏まえた検証
⑶ 宍戸構成員からのプレゼンテーション
⑷ 「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」からの報告
⑸ 現行制度について
⑹ 意見交換

〇第 27 回（令和６年６月 10 日（月）16:00～）
⑴ ヒアリング
・日本放送協会
⑵ 飯塚構成員からのプレゼンテーション
⑶ 論点及び検討スケジュールについて
⑷ マスター設備の IP 化・クラウド化に関する取組

〇第 28 回（令和６年７月 25 日（木）16:00～）
⑴ 「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」からの報告

(2) ヒアリング（偽・誤情報への対応について）
・日本民間放送連盟
(3) ヒアリング（小規模中継局等のブロードバンド等による代替及び放送の将来像について）
・日本放送協会
(4) 事務局説明
(5) 意見交換

〇第 29 回（令和６年８月 19 日（月）16:00～）
(1) ヒアリング（小規模中継局等のブロードバンド等による代替及び放送の将来像について）
・日本民間放送連盟
・日本ケーブルテレビ連盟
(2) 事務局説明（放送の将来像と制度の在り方に関する論点整理（案））
(3) 意見交換

〇第 30 回（令和６年 10 月 22 日（火）16:30～）
(1) 「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」からの報告
(2) 「衛星放送ワーキンググループ」からの報告
(3) 「公共放送ワーキンググループ」からの報告
(4) 検討会取りまとめ（第３次）（案）について
(5) 意見交換

〇第 31 回（令和６年 12 月 10 日（火）10:00～）
(1) 検討会取りまとめ（第３次）（案）に対する意見募集の結果
(2) 意見交換

参考３　規制改革実施計画

規制改革実施計画

規制改革実施計画等（令和4年6月7日 閣議決定）のフォローアップ結果

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省	これまでの実施状況（令和5年3月31日時点）	今後の予定（令和5年3月31日時点）	規制改革推進会議評価	
							措置状況	評価区分
20	デジタル時代における放送制度の在り方について	a ①総務省は、放送ネットワークインフラの将来像についての議論を踏まえ、ミニサテライト局等を始めとする放送設備の共用化、アウトソーシングや、地上波テレビジョン放送の機能の全部又は一部のブロードバンド等による代替、マスター設備の保有・運用形態について設備保有法人の整備なども含めた効率化等、採り得る選択肢を検討し、結論を得る。 ②その際、人口動態等が収益にもたらす影響を踏まえて、コスト負担等を含めた実現可能性、将来的なアウトソーシングや設備保有法人等のコストの高止まり防止策、技術革新に対応できるガバナンスの整備を含めた具体的方策についても検討する。NHKと民間放送事業者との連携を推進し、民間事業者の設備維持、コスト負担の軽減にも資するように、適切な協力、インフラ整備への協力関係の構築を推進する。 ③上記のうち、ブロードバンド等による代替については、技術実証も実施しつつ更なる検討を行い、結論を得る。	a：（①、②）令和4年7月検討・結論、（③）令和4年8月検討開始、令和6年度結論	総務省	a：（①、②） 総務省では、令和3年11月から、「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」を開催し、デジタル化の進展等を踏まえた放送の将来像や放送制度の在り方について中長期的な視点から検討を行い、令和4年8月に第一次取りまとめを公表した。本取りまとめにおいては、共同利用型モデルについて、「更なる効率化を図る観点から、中継局の保有・運用・維持管理を担うハード事業者（基幹放送局提供事業者）の設立も経営の選択肢となり得る」とされ、マスター設備についても、「効率化を図る観点から、マスター設備の集約化・IP化・クラウド化は経営の選択肢となり得る」とされている。また、ブロードバンド等による代替についても、「FTTHを用いたIPユニキャスト方式について、比較的受信世帯数の少ない小規模中継局等の代替としての経済合理性が期待でき、代替手段としての利用可能性があること」が示されている。今後、これらの実現に向けては、「総務省も適切に関与しつつ、NHK及び民間放送事業者をはじめとした関係者間で具体的な検討・協議を進めていくべきである」との方針が示された。 a：（③） 令和4年2月から、「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」を開催し、技術実証も実施しつつ、ブロードバンド等による代替可能性について検討を進めているところ。	a：（①、②）措置済 （③）令和6年度の措置に向けて、引き続き必要な検討を行う。	検討中	継続F

【出典】「規制改革実施計画のフォローアップ結果について」（令和5年6月1日公表）より抜粋

規制改革実施計画（令和4年6月7日 閣議決定）のフォローアップ結果

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省	これまでの実施状況（令和5年3月31日時点）	今後の予定（令和5年3月31日時点）	規制改革推進会議評価	
							措置状況	評価区分
20	デジタル時代における放送制度の在り方について	b 総務省は、上記を踏まえて、放送法（昭和25年法律第132号）の改正を含め、デジタル時代に適した放送の在り方を実現するための検討を行い、必要な措置を講ずる。具体的には、デジタル時代における放送の意義の変化を捉えて、現代において必要とされる放送の役割を定めつつ、地上波に限られない放送事業者のマスメディア集中排除原則や放送対象地域の見直しのほか、コーポレートガバナンスの強化など、経営基盤の強化に向けた取組を行う。 ①マスメディア集中排除原則の見直しに際しては、同原則が目指す多様性、多元性、地域性に留意しつつ、認定放送持株会社傘下の地上基幹放送事業者の地域制限の撤廃、地上波テレビジョン放送の異なる放送対象地域に係る規制（認定放送持株会社制度によらない場合）に関する、既存の隣接地域等の特例に限らない、一定の範囲での規制緩和の特例の創設などについて検討し、措置する。 ②放送対象地域の見直しについては、希望する放送事業者において複数の放送対象地域における放送番組の同一化が可能となる制度について検討し、措置する。さらに、視聴者への説明責任が果たされるようなPDCAサイクルの確保や、地域情報等の各放送事業者の特性に応じた情報発信が確保されるように定量的な評価を行うための指標の設定も含め、地域情報の発信を確保するための仕組みを併せて検討して、措置し、継続的にフォローアップを行う。 c 総務省は、NHK及び民間放送事業者の同時配信等及びオンデマンド配信による方法を含めて、通信における放送事業者の情報発信を推進するために、プラットフォーム連携やオンライン配信を推進するための必要な制度や方策を含めた、デジタル時代に適した放送の在り方の構築に向けて検討を行い、必要な措置を講ずる。	b：（前段、①、②前段）令和4年7月検討・結論、令和4年度措置、法改正を伴う場合は令和4年度内に法案提出、 （後段（①、②以外）、②後段）令和4年度検討開始、令和5年結論、結論後速やかに措置・措置後も継続的にフォローアップ c：令和4年度検討開始、結論時に期限を定めて措置	総務省	b：（①） 総務省では、マスメディア集中排除原則の見直しについて、令和5年3月に省令を改正し、認定放送持株会社傘下の地上基幹放送事業者の地域制限を撤廃するとともに、放送対象地域の隣接・非隣接に関わらず、地上テレビジョン放送、ラジオ放送について、それぞれ9局（コミュニティ放送の場合は放送対象地域が9都道府県分）までの兼営・支配を可能とする緩和を行った。 （前段、後段（①、②以外）、②前段、②後段） 「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」第一次取りまとめを踏まえた必要な制度整備として、令和5年3月3日、「放送法及び電波法の一部を改正する法律案」を第211回通常国会に提出した。 当該法律案は、 （ⅰ）複数の地上基幹放送事業者が中継局を共同で利用するための規定 （ⅱ）基幹放送の安定性が確保されるための規定（業務管理体制についての基準適合維持義務、その履行を担保するための監督規定等） （ⅲ）複数の放送対象地域における放送番組の同一化を可能とするための規定 の各整備等を行うものである。 このうち（ⅲ）については、複数の放送対象地域における放送番組の同一化を実施した場合も地域情報の発信を確保することを必要としている。 コーポレートガバナンスの強化については、「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」を開催し、検討を進めているところ。 c：総務省では、NHKのインターネット配信の在り方等について、令和4年9月から「公共放送ワーキンググループ」を開催するとともに、インターネット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、令和4年12月から「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」を開催し、検討を進めているところ。	b：（①）措置済（前段、後段（①、②以外）、②前段、②後段）令和5年度の措置に向けて必要な手続き・検討などを行うとともに、 その後のフォローアップを行う。 c：令和5年度以降の措置に向けて、引き続き必要な検討を行う。	検討中	継続F

【出典】「規制改革実施計画のフォローアップ結果について」（令和5年6月1日公表）より抜粋

規制改革実施計画（令和3年6月18日 閣議決定）のフォローアップ結果

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省	これまでの実施状況（令和5年3月31日時点）	今後の予定（令和5年3月31日時点）	規制改革推進会議評価	
							措置状況	評価区分
20	ローカル局の経営基盤強化	a 総務省は、マスメディア集中排除原則が目指す多様性、多元性、地域性に留意しつつ、ローカル局の経営自由度を向上させるための議論を進める。特に、役員兼任規制の見直しなどのローカル局から直接要望のある論点に限らず、制作能力や設備面の集積や共用による、ローカル局の総合的な経営力・企画力の向上が可能となるよう、隣接県に限らない経営の連携等の枠組みなど、中長期的な放送政策の全体像を踏まえた施策を検討する。 b 放送法（昭和25年法律第132号）の改正を前提として、NHKとローカル局又はローカル局同士での、放送設備やインターネット配信設備の共用化が進むよう、総務省はローカル局の要望等を踏まえつつ、NHKを含めた放送事業者間の協議の場が設けられるために、必要な措置を講ずる。	a:令和3年度検討・結論 b:令和3年度措置	総務省	a 総務省では、令和3年11月から、「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」を開催し、デジタル化の進展等を踏まえた放送の将来像や放送制度の在り方について中長期的な視点から検討を行い、令和4年3月に「論点整理」を取りまとめ、公表した。 「論点整理」においては、「インターネットを含め情報空間が放送以外にも広がる中で、経営の選択肢を増やす観点から見直しを図るべきである」とし、「特にローカル局の経営力の向上を図り、隣接県に限らない経営の連携を可能とする観点」から、マスメディア集中排除原則の見直しとして、「認定放送持株会社傘下の地上基幹放送事業者の地域制限の撤廃」や「地上テレビ放送の異なる放送対象地域（認定放送持株会社制度によらない場合）に係る規制の特例の創設」等の方針が示された。 このほか、「論点整理」では、同一の放送番組の放送を同時に受信できることが相当と認められる一定の区域たる放送対象地域の見直しとして、放送事業者の経営の選択肢を増やす観点から、「希望する放送事業者において、複数の放送対象地域における放送番組の同一化が可能となる制度を設けるべき」との方針が示された。 b 民間放送事業者等の責務（放送対象地域において基幹放送があまねく受信できるように努める責務等）の遂行に対するNHKの協力に係る努力義務規定を整備する等の改正事項を盛り込んだ「放送法等の一部を改正する法律案」は第204回通常国会に提出したものの継続審査となり、その後、衆議院解散に伴い廃案になったところ、同内容を盛り込んだ「電波法及び放送法の一部を改正する法律案」を令和4年2月に第208回通常国会に提出した。 当該法律案は成立していないものの、「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」での検討を踏まえ、令和4年2月から、NHK、民間放送事業者、通信事業者等からなる「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」を開催し、小規模中継局のブロードバンド等による代替可能性について実務的に検討を進めている。 また、総務省は、「日本放送協会令和4年度収支予算、事業計画及び資金計画に付する総務大臣の意見」において、「インターネット活用業務に係る民間放送事業者との連携・協力については、放送法上の努力義務であることを十分に踏まえ、民間放送事業者の求めに応じ、その取組の具体化を図ること」に配意すべきとした。	a 措置済 b 措置済	検討中	継続F

【出典】「規制改革実施計画のフォローアップ結果について」（令和5年6月1日公表）より抜粋

規制改革実施計画等（令和3年6月18日 閣議決定）のフォローアップ結果

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省	これまでの実施状況（令和4年3月31日時点）	今後の予定（令和4年3月31日時点）	規制改革推進会議評価		
							措置状況	評価区分	指摘事項
21	放送のユニバーサルサービスの在り方	令和3年度の「地上放送インフラのあり方に関する調査研究」の結論を基に、地上波テレビジョン放送の機能の全部又は一部をブロードバンド網に代替させることについて、コストベネフィット分析を踏まえた具体的な選択肢や、国民負担の軽減を考慮したあまねく受信義務・努力義務の在り方も含めて、検討を行う。	令和3年度検討開始、早期に結論	総務省	総務省では、令和3年11月から、「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」を開催し、デジタル化の進展等を踏まえた放送の将来像や放送制度の在り方について中長期的な視点から検討を行い、令和4年3月に「論点整理」を取りまとめ、公表した。 「論点整理」においては、「人口減少や視聴スタイルの変化等、放送を巡る環境が急速に変化する中において、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べき」とし、小規模中継局のブロードバンド等による代替可能性について検討していくこととされた。令和4年2月から、「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」を開催し、「地上放送インフラのあり方に関する調査研究」の調査結果も踏まえつつ、ブロードバンド等による代替可能性について実務的に検討を進めているところ。	左記検討会及び作業チームにおいて、令和4年夏頃に取りまとめを行い、その後、令和6年度まで技術検証を行いつつ検討。	検討中	継続F	検討会及び作業チームの検討状況を要フォロー。

【出典】「規制改革実施計画のフォローアップ結果について」（令和5年6月1日公表）より抜粋

（参考）フォローアップにおける措置区分・評価区分について

※　措置区分の分類基準は次のとおりである。

措置済 ・・・・・実施計画に定められた内容を完了したもの（1項目に複数の実施時期を有するものは、すべての項目が措置された場合に「完了」とする）
未措置 ・・・・・実施計画に定められた内容の実現に向けた検討は終了したが、措置が完了していないもの
検討中 ・・・・・実施計画に定められた内容の実現に向けて検討中で、結論が得られていないもの
未検討 ・・・・・実施計画に定められた内容の実現に向けた検討が実施されなかったもの
－　・・・・・実施計画上、実施時期が具体的に記載されていない事項で、上記に区分できないもの

※　評価区分の判断基準は次のとおりである。

解決・・・・・・・・・・・・実施計画の趣旨に沿って制度整備が完了又は実施計画の趣旨に沿って運用がなされているもの
継続フォロー・・・・・現在のところまでは実施計画の趣旨に沿っているが、一部制度（政省令、通達レベルなども含め）が未整備である等のため、フォローアップが必要なもの
要改善 ・・・・・・・・・・制度整備状況又は運用状況が、実施計画の趣旨に沿っていないと考えられるもの
フォロー終了 ・・・・上記に分類できないもので、フォローの必要がないもの（社会情勢の変化によりフォローの必要がなくなったもの、規制改革実施計画で後年度に改めて閣議決定されたもの等）

【出典】「規制改革実施計画のフォローアップ結果について」（令和5年6月1日公表）より抜粋

Ⅱ 実施事項
3．個別分野の取組
＜スタートアップ・イノベーション分野＞
（13）放送に関する制度の見直し

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省
22	デジタル時代における放送制度の在り方	a ①総務省は、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における放送ネットワークインフラの将来像についての議論を踏まえて令和4年7月に取りまとめた、放送事業者が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するための方策について、特にローカル局にとっても採り得る経営の選択肢となるよう、その具体化に向けた取組を推進する。具体的には、複数の放送事業者の小規模中継局等をまとめて保有・運用する「共同利用型モデル」の実現に向けて、「共同利用型モデル」によるハード会社を想定した柔軟な参入制度を措置し、制度の運用に向けた取組を進める。 ②小規模中継局等のブロードバンド等による代替については、技術実証も実施しつつ、必要となるコストの試算など、制度面・運用面を含めた更なる検討を進め、結論を得る。	a：（①）法案提出については措置済み、運用については令和5年度検討・措置、 （②）令和6年度結論	総務省

【出典】「規制改革実施計画」（令和5年6月16日閣議決定）より抜粋

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省
22	デジタル時代における放送制度の在り方	b　総務省は、令和4年7月に取りまとめた内容を踏まえて、放送法（昭和25年法律第132号）等の関係法令について、デジタル時代に適した放送の在り方を実現するための制度見直しを措置する。具体的には、放送事業者のマスメディア集中排除原則の見直しや複数の放送対象地域における放送番組の同一化に向けた制度整備を措置するほか、コーポレートガバナンスの強化など、経営基盤の強化に向けた取組を行う。 ①マスメディア集中排除原則の見直しに際しては、同原則が目指す多様性、多元性、地域性に留意しつつ、認定放送持株会社傘下の地上基幹放送事業者の地域制限の撤廃、地上波テレビジョン放送の異なる放送対象地域に係る規制（認定放送持株会社制度によらない場合）に関する、既存の隣接地域等の特例に限らない、一定の範囲での規制緩和の特例の創設などについて必要な総務省令の改正を行う。 ②複数の放送対象地域における放送番組の同一化については、希望する放送事業者において、放送番組の同一化が可能となるよう制度を創設する。さらに、視聴者への説明責任が果たされるようなPDCAサイクルの確保や、地域情報等の各放送事業者の特性に応じた情報の発信を適切に評価するための定量的な指標の設定も含め、地域情報の発信を確保するための仕組みを併せて検討して、措置し、継続的にフォローアップを行う。 ③コーポレートガバナンスについては、放送事業者が社会的な役割と責任を負っていることに鑑み、地域における放送番組の質を高められるよう、番組制作力の維持・向上のための人材戦略や経営戦略の策定の慫慂等も含めたコーポレートガバナンスの強化について、上記の制度見直しの状況を踏まえて、検討する。また、放送事業者を取り巻く経営環境の厳しさが増していることを踏まえて、総務省が放送法等の権限に基づき行う免許や業務の認定等の審査の機会において、放送事業者の経営の持続可能性の確認を行うことなどを含めて、放送事業者の経営基盤強化に向けた取組を進める。	b：（前段、①、②前段）措置済み、（後段（①、②以外）、②後段、③）令和5年結論、結論後速やかに措置、措置後も継続的にフォローアップ	総務省

【出典】「規制改革実施計画」（令和5年6月16日閣議決定）より抜粋

No.	事項名	規制改革の内容	実施時期	所管府省
22	デジタル時代における放送制度の在り方	c　総務省は、NHK及び民間放送事業者の同時配信等及びオンデマンド配信による方法を含めて、通信における放送事業者の情報発信を推進するために、プラットフォーム連携やオンライン配信を推進するための必要な制度や方策を含めた、デジタル時代に適した放送の在り方の構築に向けて検討を行い、必要な措置を講ずる。NHKについては、インターネット時代において公共放送が担うべき役割や、NHKのインターネット活用業務の在り方について検討を進め、結論を得る。また、ローカル局の番組がインターネット上においてもより幅広く視聴されるよう、地域情報の発信の確保の観点も踏まえて、放送コンテンツの制作・流通の促進について検討を行い、必要な措置を講ずる。	c：令和5年度結論、結論時に期限を定めて措置	総務省

【出典】「規制改革実施計画」（令和5年6月16日閣議決定）より抜粋

参考４　ヒアリング資料等

（１） ワイドＦＭ（ＦＭ補完放送）対応端末普及を目指す連絡会

（資料 24－４）

資料24－4

今後の「AM局の運用休止に係る特例措置」に向けて

2024.3.5

「ワイドFM（FM補完放送）対応端末普及を目指す連絡会」

「ワイドFM（FM補完放送）対応端末普及を目指す連絡会」

- TBSラジオ、文化放送、ニッポン放送在京3社を幹事局として、**「FM補完放送（ワイドFM）対応受信端末の普及」、及び、「FM補完放送（ワイドFM）の周知広報」**、さらには、**『将来のAM放送休止＝FM転換』**を目指す全国レベルの組織

- 本連絡会には、**全国の民放AM全47局の参加**、加えて、**主要ラジオ端末メーカー、自動車メーカーの登録**により、FM補完放送が本格化した、2015年3月2日に発足



- 参加ラジオ局

北海道放送／STVラジオ／青森放送／IBC岩手放送／秋田放送／山形放送／東北放送／ラジオ福島／栃木放送／茨城放送／TBSラジオ／文化放送／ニッポン放送／アール・エフ・ラジオ日本／山梨放送／信越放送／新潟放送／北日本放送／北陸放送／福井放送／静岡放送／CBCラジオ／東海ラジオ放送／岐阜放送／和歌山放送／京都放送／MBSラジオ／朝日放送ラジオ／大阪放送／ラジオ関西／RSK山陽放送／中国放送／山陰放送／山口放送／四国放送／高知放送／西日本放送／南海放送／RKB毎日放送／九州朝日放送／長崎放送／熊本放送／大分放送／宮崎放送／南日本放送／ラジオ沖縄／琉球放送

- 登録端末メーカー／自動車メーカー

・ソニーホームエンタテインメント＆サウンドプロダクツ、東芝エルイートレーディング、パナソニック、三菱電機、JVCケンウッド、パイオニア、D＆Mホールディングス、OMデジタルソリューションズ、オンキヨーホームエンターテイメント株式会社、アルプスアルパイン、フォルシアクラリオン、デンソーテン、ハーマンインターナショナル、ビステオン・ジャパン、オーム電機、ELPA 朝日電器、ツインバード、ホーチキ、サン電子、芝浦電子工業、日本キャステム、アンドーインターナショナル、リズム時計工業、小泉成器、ベルソス、ダイニチ電子、グリーンハウス、セントラル硝子

・トヨタ自動車、日産自動車、本田技研工業、マツダ、スバル、いすゞ自動車、スズキ、三菱自動車、日野自動車、川崎重工業、日本自動車工業会

- 主な活動

◆ FM補完中継局の開設情報を適宜とりまとめ、登録端末メーカー、自動車メーカーに伝達、情報共有を行ないながら、FM補完放送の対応ラジオの生産と販売の促進、対応車載ラジオの標準装備の促進

◆ さらに、「プリセットチューニング」の促進にも注力、多くの端末実現を果たした



※「プリセットラジオ」～出荷時に既にラジオ局名と周波数が登録され、チューニングの必要が無いラジオ

◆ ビックカメラ、K'sデンキ等、量販店と連携をとり、FM補完放送対応端末（対応FMラジオ）のキャンペーン店頭展開等を実施

◆ 「FM補完放送」を「より親しみやすく」「よりわかり易く」伝えるために、その呼称（ネーミング）を『ワイドFM』とし、同時に、統一ロゴを作成、全国ラジオ局のキャンペーンでの積極的な活用を働きかける他、端末メーカー、自動車メーカー、量販店に対して、対応端末への表示、販売促進等での活用を働きかけてきた







◆ 最近の活動としては、「AM局の運用休止に係る特例措置」について適用申請し、2月よりAM放送を休止するラジオ局の情報を、登録端末メーカー、自動車メーカーに伝達、情報共有を行っている





「ワイドFM（FM補完放送）対応端末普及を目指す連絡会」

「2021年6月15日 FM転換に関する記者発表」

「日本全国の民放AMラジオ47局のうち、44局は2028年までに、FM局への転換を目指します」

- 現在、行われている「特例措置によるAM局の運用休止」まで、3年を切った2021年6月15日に、**「世間一般」、「端末メーカー」、「自動車メーカー」、「トンネル事業者」など、「関係業界」に対して、改めて、「AMの将来＝FM転換」を強く「アピール」**することを目的に、記者発表を実施

- **『2028 AMからFMへ』**をキャッチコピーに「**「日本全国の民放AMラジオ47局のうち、44局は2028年までに、FM局への転換を目指す」**ことを発表、新聞、テレビに取り上げられた

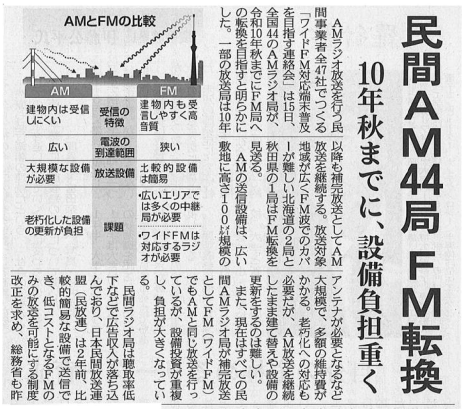
青森放送／IBC岩手放送／山形放送／東北放送／ラジオ福島／栃木放送／茨城放送／TBSラジオ／文化放送／ニッポン放送／アール・エフ・ラジオ日本／山梨放送／信越放送／新潟放送／北日本放送／北陸放送／福井放送／静岡放送／CBCラジオ／東海ラジオ放送／岐阜放送／和歌山放送／京都放送／MBSラジオ／朝日放送ラジオ／大阪放送／ラジオ関西／RSK山陽放送／中国放送／山陰放送／山口放送／四国放送／高知放送／西日本放送／南海放送／RKB毎日放送／九州朝日放送／長崎放送／熊本放送／大分放送／宮崎放送／南日本放送／ラジオ沖縄／琉球放送

（北海道地区2局、秋田地区を除く44局）





- 主な掲載／放送内容


民間AM44局FM転換
10年秋までに、設備負担重く
AMとFMの比較
AM
FM
建物内は受信しにくい
受信の特徴
建物内も受信しやすく高音質
広い
電波の到達範囲
狭い
大規模な設備が必要
放送設備
比較的設備は簡易
老朽化した設備の更新が負担
課題
・広いエリアでは多くの中継局が必要
・ワイドFMは対応するラジオが必要

6/16産経新聞



6/15 フジテレビ

- 上記以外にも、「朝日新聞」「読売新聞」「毎日新聞」「共同通信」、「時事通信」、「スポーツ報知」、「東京中日スポーツ」に掲載、配信、また「NHKテレビ」、「TBSテレビ」でも放送された

「AM局の運用休止に係る特例措置」の状況

- **ラジオ事業者13社は、総務省「AM局の運用休止に係る特例措置」の適用を受け、本年2月1日より順次、「AM局の運用の一定期間休止」を開始**

（令和6年1月25日現在）

	放送局	休止予定AM局		
		運用休止（停波）局名	空中線電力（kW）	運用休止（停波）期間
1	㈱ IBC岩手放送	田野畑局（中継局）	0.3	2024年2月1日～2025年1月31日
2	㈱茨 城放送	土浦局（中継局）	1.0	2024年2月1日～2024年7月31日
		関城局（中継局）	1.0	
3	㈱ 新潟放送	長岡局（中継局）	0.1	2024年2月5日～2024年9月1日
		柏崎局（中継局）	0.1	
4	北陸放送㈱	七尾局（中継局）	1.0	2024年8月1日※1～2025年1月31日
		山中局（中継局）	0.1	
		輪島局（中継局）	0.1	
5	福井放送㈱	敦賀局（中継局）	0.1	2024年2月5日～2024年8月4日
		小浜局（中継局）	0.1	
6	東海ラジオ放送㈱	下呂局（中継局）	0.1	2024年7月1日～2025年1月31日
		恵那局（中継局）	0.1	
		上野局（中継局）	0.1	
		新城局（中継局）	0.1	2024年8月1日～2025年1月31日
		豊橋局（中継局）	0.1	
7	山口放送㈱	周南局（親局）	5.0	2024年7月29日～2025年1月31日（5月27日～7月28日段階的減力※2実施）
		須佐田万川局（中継局）	0.3	2024年2月5日～2025年1月31日
		萩局（中継局）	1.0	2024年2月19日～2025年1月31日
		山口局（中継局）	0.3	2024年3月4日～2025年1月31日
		岩国局（中継局）	1.0	2024年4月29日～2025年1月31日（4月1日～4月28日段階的減力※2実施）
		下関局（中継局）	1.0	2024年5月27日～2025年1月31日（4月29日～5月26日段階的減力※2実施）
8	南海放送㈱	新居浜局（中継局）	1.0	2024年4月1日～2024年9月30日（2月1日～3月31日段階的減力※2実施）
		宇和島局（中継局）	1.0	
		八幡浜局（中継局）	0.1	
9	RKB毎日放送㈱	行橋局（中継局）	0.1	2024年2月5日～2025年1月31日
10	九州朝日放送㈱	行橋局（中継局）	0.1	2024年2月5日～2025年1月31日
11	長崎放送㈱	佐賀局（中継局）	1.0	2024年2月5日～2025年1月31日
		唐津局（中継局）	0.1	
		伊万里局（中継局）	0.1	
		有田局（中継局）	0.1	
12	㈱ 熊本放送	荒尾局（中継局）	0.1	2024年2月5日～2025年1月31日
13	㈱ 南日本放送	阿久根局（中継局）	1.0	2024年2月1日～2025年1月31日
		川内局（中継局）	0.1	
		大口局（中継局）	0.1	

※1 申請時は4月1日から9月30日までを予定していたが、能登半島地震の影響により延期されたもの。復興の状況により、さらに変更される可能性もある

※2 段階的減力：一週間～数週間程度ごとに影響を確認しながら、数回に分けて送信出力を下げる

- **「AM局の運用休止に係る特例措置」の申請を行わない主な理由**

- 現時点で、（経営上の理由から）FM補完中継局の整備が進んでおらず、国が定める「AM放送の運用の休止」の要件（運用休止前の世帯・エリアカバー率を最大限維持する）を満たしていない
- トンネル内再放送のワイドFM対応が進んでいない（特に、多くの山間部道路を抱えるローカル局）
- スポンサー、広告会社に対して、説明説得を行うには時期尚早
- リスナーへのワイドFM（FM補完放送）対応受信機の普及が進んでいない現状での休止は、影響が大きくリスナーの理解を得られない
- 自動車搭載（車載～カーラジオ）のワイドFM対応受信機の普及が十分でない（今後、買い替えが進み普及率～標準装備対応～が9割を超すのは2026年頃と思われる）

今後の「AM局の運用休止に係る特例措置」に向けて

今後、「AM局の運用休止に係る特例措置」が行われた場合のラジオ事業者よりの主な要望

① radiko聴取の世帯カバー率への反映

radiko（ラジコ）：全国の民放ラジオ99局及び、NHKラジオ（第一放送・FM放送）、放送大学（~2024.4）がインターネット経由により、スマートフォン、パソコンで聴取できるプラットホーム。同時聴取（サイマル）のほか、過去1週間以内に放送された番組をさかのぼって聴ける「タイムフリー」機能や、エリアを越えて全国のラジオ番組を楽しめる「エリアフリー」機能（有料）などのサービスがある

- AM放送停波に於いての聴取代替手段として、インターネット配信サービスのradikoに期待しています。radikoによる聴取も増えてきていることから、radikoをAM放送の代替手段として認めてほしい
- インターネット配信サービスのradikoについては、５Ｇの普及や更なる技術革新等により輻輳・遅延等への懸念が払拭される可能性も大いにあることから、早期にケーブルＴＶ同様、ＦＭ放送を補完する手段として認められることを要望します
- ＦＭ転換においてradikoが「代替メディア」となることが極めて重要だと考えます。これが成されれば支出抑制のみならず、カバーエリア拡大にもつながります
- 世帯カバーの手段について、radikoは輻輳・遅延等を理由に、代替措置の対象外となっておりますが、今後、 ５Ｇなどの超高速大容量で低遅延の通信網整備されていくものと期待されます。このため国民の安全と安心を守る観点からも、ＦＭ放送を補完するデバイスの一つとしてradikoの利用も柔軟に対応して頂きたく強く要望します
- 通信技術は今後も革新・発展を継続する分野であることから、radikoを放送の代替手段とする柔軟な対応を要望します
- ＦＭでの世帯カバーについての要件適用に際しては、radiko等インターネット配信サービスによる代替を対象にすることは、近い将来の５Ｇ普及や更なる技術革新等により通信ネットワークにおける輻輳・遅延等への懸念が払拭される可能性も大いにあることから、柔軟な対応を要望します
- radiko等インターネット配信サービスについて、５Ｇ普及や技術革新等によって、輻輳、遅延等の懸念が払拭される可能性もあることから、適切な時期にこれをＦＭ放送を補完する手段と認められることを要望。また、認められるための技術要件を示していただくことを要望

② トンネル内再放送のワイドFM（FM補完放送）対応促進への働きかけ

- ＡＭからＦＭへの移行を推進するための様々な対策の中で、トンネル内での再放送については、放送事業者が施設管理者と調整を行うことは当然ですが、国からも国土交通省、地方自治体、道路事業者等への働きかけを強く要望します
- 現状、トンネル内再放送は中波のみで、FM補完放送は再放送されていません。是非、総務省様からもトンネル施設管理者への働きかけをお願いしたいと思います
- 現状では、放送対象地域内も含めトンネル内再放送については、ワイドFMは皆無でAMのみという状況です。総務省は、国土交通省・地方自治体への働きかけを強化して頂き、再放送設備の拡充を図っていただきますよう要望します
- 今後、「ＡＭラジオ無し」の車載機器の増加が予想されることから、道路トンネル等の“遮蔽区間”での受信確保について、総務省は、国土交通省・地方自治体・各道路管理者等との連携を図り、受信・再放送設備の拡充を図っていただきますよう要望します

③ ワイドFM（FM補完放送）対応受信機の普及促進活動への支援

- AM停波の最大の課題でもあるワイドFM対応受信機の普及、及び社会全体への周知について、国民に対してのキャンペーン等、周知広報の継続的な実施や、放送事業者への支援を要望します
- ワイドFM対応受信機の普及活動を、現状よりも規模を拡大し行っていただくことを要望、その際には、これまでの全国一律のキャンペーンに加えて、地域のリスナーによりアピール出来るよう、各エリア毎のキャンペーンも企画していただくよう要望します
- FM転換の最大の課題であるワイドFM対応受信機の普及（特にカーラジオ）について、放送事業者と連携し、広く国民を対象としたキャンペーンを継続的に実施する等の取り組みを要望します
- 防災対策として、希望者への無料配布、備蓄促進等、ワイドFM受信機の普及促進活動

④ ワイドFM （FM補完放送） 周知広報活動への支援

- 現在、毎年春に総務省が実施している「ワイドFMキャンペーン」を行う際には、地域のリスナーに、よりアピール出来るよう、各エリア毎のキャンペーンも企画していただくよう要望します
- AM 局の停波について、聴取者へ向けて、放送事業者側でも周知活動を実施しますが、国も積極的に周知広報に取り組んで頂ける様、お願いしたい
- ＦＭ転換で重要な課題であるワイドFM （FM補完放送） の社会全体の周知について、キャンペーン等、周知広報の継続的な実施や放送事業者への支援を要望します
- ＡＭ停波は国策ではなく個社の都合によるものですが、国の方でも国民への周知協力を要望します
- ＦＭ転換の最大の課題であるワイドFMの周知広報について、放送事業者と連携しながら、これまで以上に、広く国民を対象としたキャンペーンの実施等の取り組みを要望します

（２） 山口放送株式会社

（資料 25－１）

資料25－１

「AM局の運用休止・FM転換に関わる山口放送の取組」

山口放送株式会社　技術局　恵良勝治

山口放送の歴史　～KRYのおいたち～



山口放送(株)本社
(周南市公園区)



テレビ親局・主たるFM補完中継局送信所
(防府市大平山)

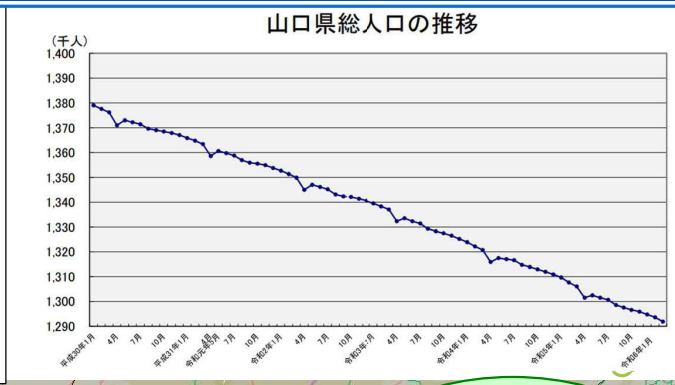
昭和31．４　ラジオ開局(株式会社ラジオ山口)
昭和34.10　テレビ開局
平成18.10　地上デジタルテレビ放送開始
平成24．４　AMラジオ親局予備送信所免許
平成27．７　FM補完放送「エフエムKRY」スタート
平成28．５　「radiko」インターネット配信開始
令和　3.4　　開局65周年
令和　3.8　　FM補完中継局14局整備
※瀬戸内側92.3MHz(8局)
※日本海側86.4MHz(6局)

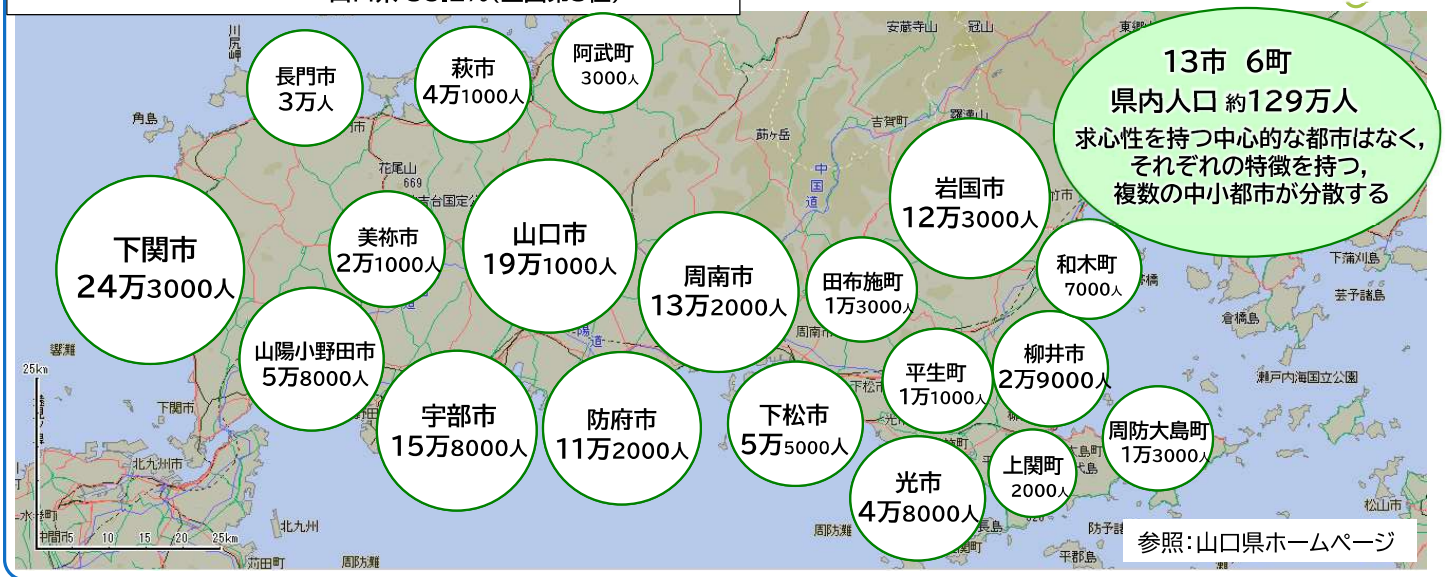
山口県の概要

山口県の特徴

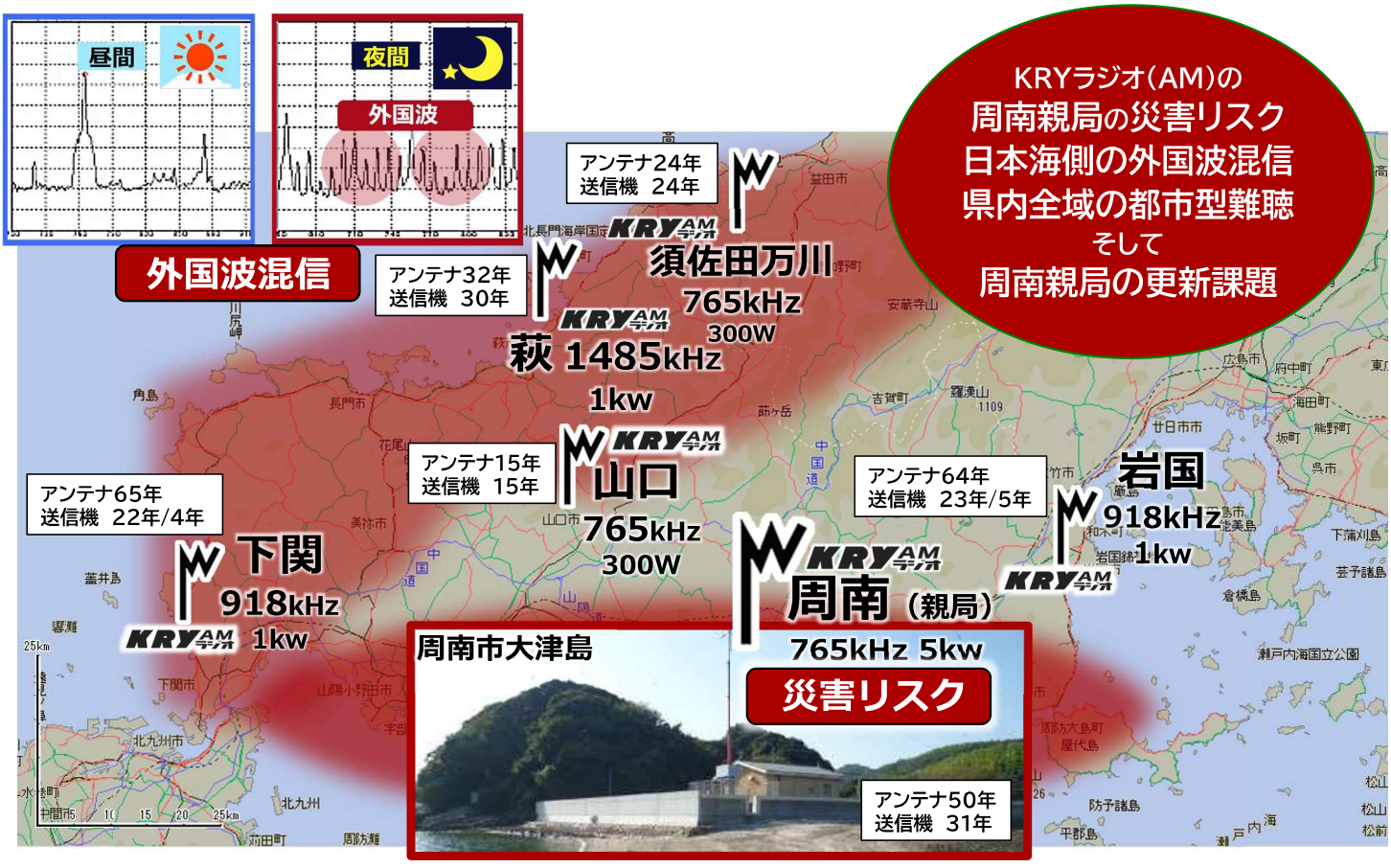
山口県は本州の西端に位置し，三方が海に開かれ，東西に中国山地が走り，大きくは，瀬戸内海沿岸地域，内陸山間地域，日本海沿岸地域の3つに分けられ，気候は概して温暖であり，風水害や地震も比較的少なく，全体として住み良い県といわれています．

・令和6年2月1日現在　　総人口　約129万人
　　世帯数　約59万5000世帯
　　自治体　19市町(13市6町)
・令和4年10月1日時点推計人口による高齢化率(65歳以上)
　　全　国　29.0%
　　山口県 35.2%(全国第3位)





KRYラジオ(AM)の災害及び難聴のリスク(県内6局)と周南親局の更新課題

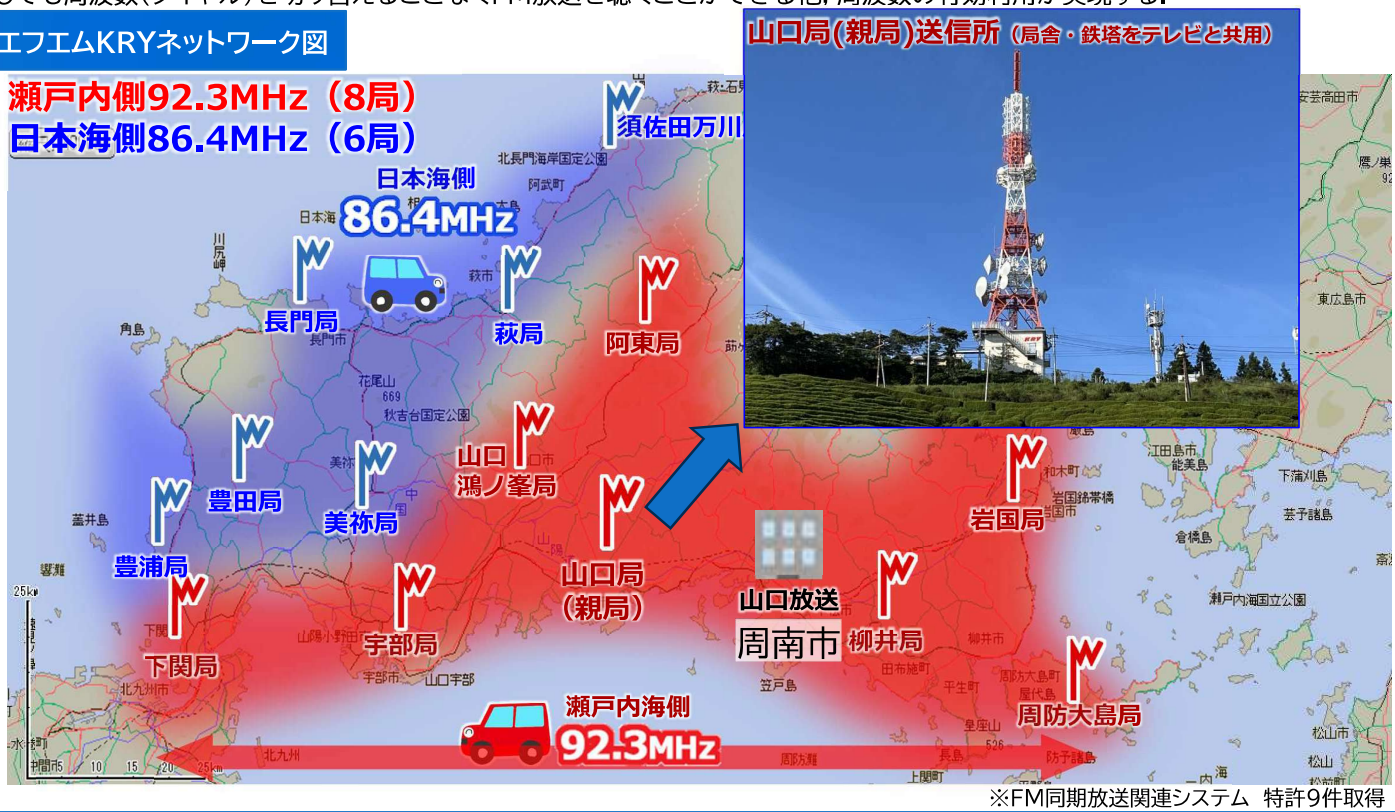


※アンテナ・送信機の年数は，導入後の経過年数

FM同期放送技術を活用したエフエムKRY

「FM同期放送」では同一周波数にて複数の送信所から送信して放送エリアを構成するもので，同じ周波数のエリアが拡がり車で移動しても周波数（ダイヤル）を切り替えることなくFM放送を聴くことができる他，周波数の有効利用が実現する．

エフエムKRYネットワーク図



※FM同期放送関連システム　特許9件取得

高精度デジタル型FM変調器の開発「従来のFM同期放送の課題とデジタル同期」

◆ 同じ周波数が重なるエリア『干渉エリア』では
「雑音が発生し聴こえ辛くなる」図①

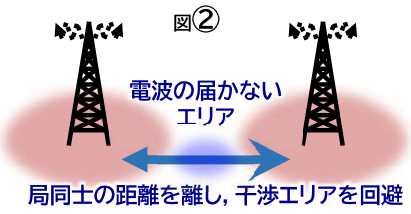
◆ 同一周波数を使用する場合は，『干渉エリア』回避するため，『FM局同士（親局と中継局）の距離を保ちながら』設置することが必須となり，結果，電波の届かないエリアが発生　図②

図①



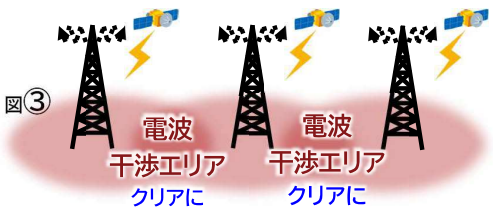
雑音が発生し
聴こえ辛くなる

図②



局同士の距離を離し，干渉エリアを回避

図③



高精度デジタル型FM変調器の開発

新たに開発した高精度デジタル型FM変調器＝
1. 物理的性能の同一性
2. 時間的同期性

を併せ持つ「デジタルFM変調器」を開発し，
『同一電波による干渉エリアでも，クリアなFM放送の聴取』が実現！　図③

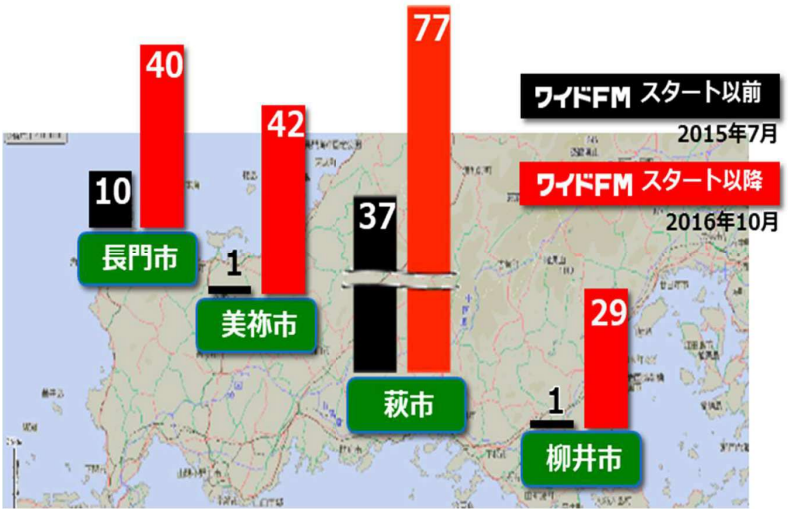


KRY山口放送 開発
デジタル同期放送

- 同一周波数エリア拡大
- 移動聴取時のユーザーの利便性
- 限られた周波数の有効利用
- 全国レベルでのFM補完局置局数増大

※2024年4月現在，FM同期放送関連システムは全国54社217式導入．

ワイドFM開局以降，リスナーからの反応は急増



ワイドＦＭスタート前とスタート後に，同条件でプレゼント企画を行い，その応募数を開局した地域ごとに集計

リスナーの反応が薄かった地区もFM開局に伴い番組への参加者が増え，徐々に地域間聴取格差が解消された

● 聴取者からの主なご意見

- AMと番組内容は同じですが，音質でこれだけ印象が違うかという思いです．
- 萩から山口まで通勤していますが，チューニングを変えずにクリアな音でずっと聴けるようになりました．
- FM開局待ってました．毎日家事をしながら，畑仕事をしながら聴いています．ラジオは「手」と「目」が空くので作業がはかどります．
- FMの音質はやはり良いですね．懐かしい曲をリクエストしたくなります．
- 私はトラックドライバーをしていて毎日セメント工場に行っています．AMだと工場内では聴き辛いことがありましたが，FMではクリアに聴けます．

「みちびき」災害・危機管理通報を活用した被災対応FMラジオ放送システムの実証（内閣府の実証事業）

岩国市錦町広瀬を見渡す山頂に設置した「錦FM実験局」では混信波（外国波）を除去しながら，山口局からの放送波を受信して実験している．

この錦FM実験局を活用し，FMラジオ放送ネットワークが被災した場合でも，みちびきから発信される「災害・危機管理通報サービス」活用し，災害情報を錦FM実験局からテスト発信し，実際に地域住民の方に手持ちラジオで視聴していただく実験を行った．

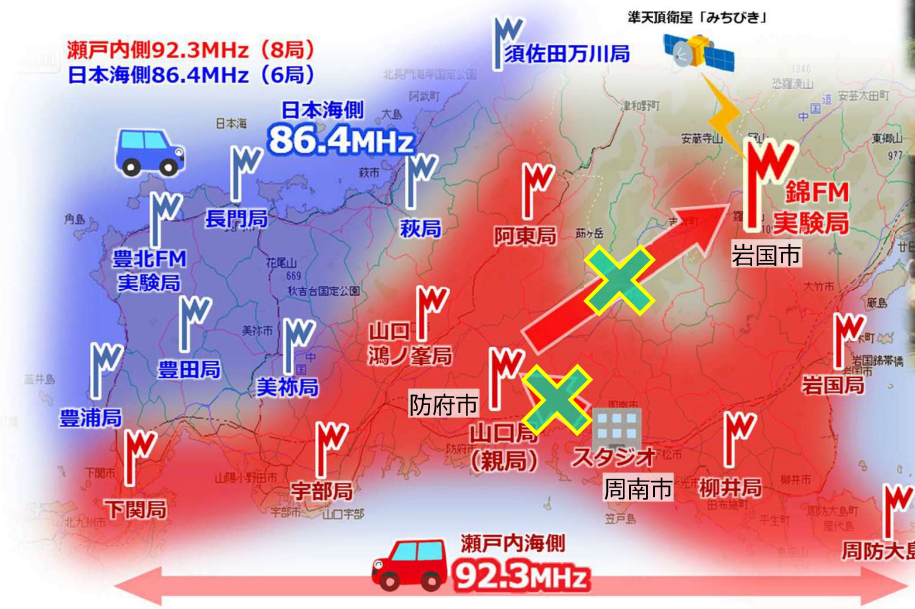
なお，実証実験利用については，地元の岩国市や総務省中国総合通信局とも連携しながら進めた．



●錦FM実験局



●錦FM実験局エリア（岩国市錦町広瀬）





●実証実験の様子（ふるさとセンター）

参加：地域住民・行政関係者　約80名

概要：「防災危機情報の配信によるFMラジオ放送の試聴」

①地域の避難所に住民の方の参加
②市の防災関係者の参加
③地域に関連する防災危機情報の受信
④ラジオ放送の遮断による緊急放送実験
⑤FMラジオ放送による実況放送（山口県全域）

AM局運用休止の現状

休止するAM全局の概要と聴取者からの主なご意見

●休止するAM局の概要

瀬戸内海側(FM92.3MHzエリア)

山口ラジオ	出力0.3kW	約 8万9200世帯
岩国ラジオ	出力 1kW	約 6万7700世帯
下関ラジオ	出力 1kW	約23万7100世帯
周南ラジオ(親局)	出力 5kW	約38万世帯

日本海側 (FM86.4MHzエリア)

須佐田万川ラジオ	出力0.3kW	約4000世帯
萩ラジオ	出力 1kW	約3万3600世帯

※世帯数は県内のみ

●月別お問い合わせ件数

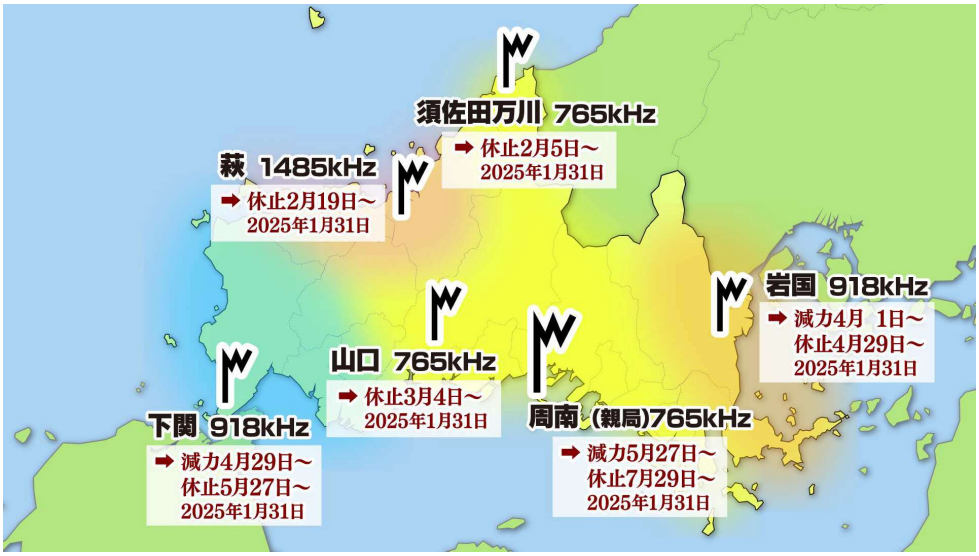
2023年11月	18件
12月	17件
2024年 1月	48件
2月	139件
3月	89件
計	311件

●聴取者からの主なご意見

☑ 県内の問い合わせ状況

・瀬戸内側エリア(92.3MHz) 91.7%

・日本海側エリア(86.4MHz) 8.3%



☑ 瀬戸内側92.3MHzエリアの主な意見

・ワイドFM対応が出来ていない
・AM継続を，，，
・トンネル対応をお願いしたい
・瀬戸内側も90MHz以下にしてほしい
・ワイドFM対応ラジオの配布を，，
・休止スケジュールは
・受信調査を希望

☑ 日本海側86.4MHzエリアの主な意見

・トンネル対応をお願いしたい
・休止スケジュールは
・受信調査を希望

※受信調査はエリア調査に加え，
受信機の操作方法などを丁寧に説明





周知広報の状況

県内各自治体への説明

2023年9月 1日 山口県へ説明(総務省中国総合通信局同行)
2023年9月15日 ～2024年3月8日 ※以下の自治体を訪問(社長同行)
萩 市(田中市長) 阿武町(花田町長) 長門市(江原市長) 山口市(伊藤市長)
柳井市(井原市長) 下関市(前田市長) 宇部市(篠崎市長) 山陽小野田市(藤田市長)
光 市(市川市長) 防府市(池田市長) 美祢市(篠原市長)
田布施町(東 町長) 和木町(米本町長) 周防大島町(藤本市長)
※以上19市町の内，14市町に説明済



●自治体からの協力による市町広報掲載



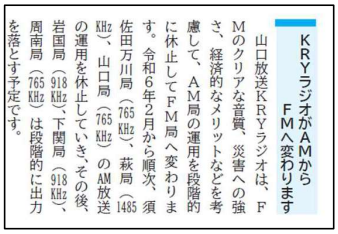
2023年11月 阿武町広報掲載


KRY ラジオは AM から FM へ

山口放送 KRY ラジオは、AM 局の運用を段階的に休止して FM 局へ変わります。令和６年２月から順次、須佐田万川局(765KHz)、萩局(1485KHz)の AM 放送の運用を休止します。今後、KRY ラジオは FM 中継局(日本海側 86.4MHz)で聴取できます。

問山口放送ラジオ編成部
☎ 0834-32-1872

2023年12月萩市広報掲載


KRYラジオがAMからFMへ変わります

山口放送KRYラジオは、FMのクリアな音質、災害への強さ、経済的なメリットなどを考慮して、AM局の運用を段階的に休止してFM局へ変わります。令和6年2月から順次、須佐田万川局（765KHz）、萩局（1485KHz）、山口局（765KHz）のAM放送の運用を休止していき、その後、岩国局（918KHz）、下関局（918KHz）、周南局（765KHz）は段階的に出力を落とす予定です。

2023年12月 長門市広報掲載

●その他の主な周知

トンネル管理者への説明
・NEXCO西日本中国支社(高速道路関連)
・国土交通省中国地方整備局山口河川国道事務所(国道トンネル)
・山口県土木整備部(県道トンネル)
その他団体説明
・トラック協会，タクシー協会，バス協会にもAM休止を説明済

「エフエムKRY」普及に向けた取り組み

特別番組内でラジオの役割などを説明



◆2017年9月23日「エフエムKRY」開局2周年記念特番

・AM/FMラジオの特徴と，FM同期放送について

◆2020年3月1日　特別番組「民放ラジオの日を前にラジオで遊ぼうスペシャル」

・臨時災害放送局と災害時のラジオの役割について

◆2020年10月10日特別番組「THE　FUTURE　OF　RADIO」

・「エフエムKRY」とradikoについて

◆2021年3月6日　特別番組「お耳がきゅんです！ラジオで前向きスペシャル」

・山口放送ラジオの防災・減災への取り組みについて

◆2021年10月9日「エフエムKRY」特別番組「あっぱれ！ラジオde気分アゲアゲ↑スペシャル」

・各自治体が取り組んでいる防災ラジオを実機とともに説明.

◆2023年10月1日　特別番組「にちよーはオンガクDA！～何かに効く？MUSIC」

・「AM局の運用休止に係る特例措置」と山口放送のFM転換について中国総合通信局放送課長とともに説明.

◆2024年3月3日特別番組「THE　FUTURE　OF　RADIO」

・「AM局の運用休止」について，リスナーの疑問質問に放送を通じて回答

・「ワイドFM対応受信機」を番組内でプレゼント

・別途200名の方に「ワイドFM対応受信機」プレゼント企画をスタート⇒3月末時点で応募数5000件超え

※新たな試みとして番組内で「KRYラジオが流れる店」というテーマで，ラジオの魅力を直接伺うコーナーを新設.

今後の経営課題

ラジオ経営の今後の課題





影響③ 大幅な電気料金の値上げ予想

☑「AM放送送信費用」に加えての「ワイドFM送信費用」の「二重コスト」，そして新たな「ワイドFM送信設備費用」はラジオ経営に影響

☑ 今後，老朽化が進む「送信機を中心としたAM送信設備の更新費用」も同様にラジオ経営に影響

ワイドFMのさらなる拡大か？

「地域情報の担い手」としてのAMラジオの機能を安定存続か？

☑ 当社は「地域情報の担い手」としてラジオ放送を存続する為にも「エフエムKRY」の拡大を図り，近い将来，FM転換を実現したい.

AM局運用休止後の当社の考え

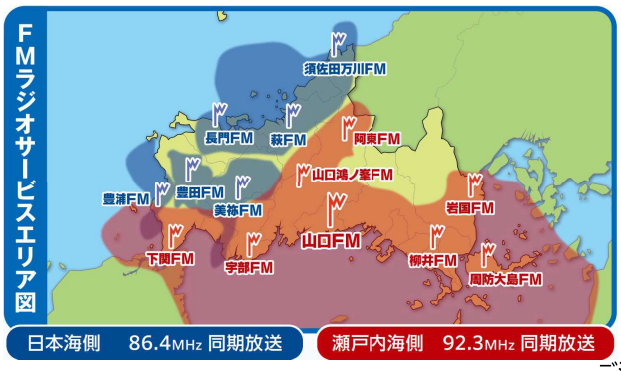
AM局の運用休止後，特例措置の実施状況等を踏まえて検討される必要な手続きを終えた後，速やかな廃止を希望します．

最後に

山口放送のFM補完放送「エフエムKRY」 は，その「周知活動」など，継続的に対処する課題はあるものの，2015年から開始したFM同期放送は「山口発，電波維新」として着実に進化し，県民リスナーに歓迎され，新たな，そして強力な放送メディア に成長したとの手応えを得ております．今後，多くのAM民間放送事業者がFM事業者を目指すため，現在のFMの周波数帯域を拡大することに加え，radiko等のインターネット配信サービスによる聴取が可能な場合は，あまねく普及等の観点から放送による聴取と同等と認める制度整備を希望します．

山口放送はAMからFMへの転換を目指しています．現在リスナーにご理解をお願いしながら，AM局の運用休止を行っており，将来的には災害に強いラジオをFMに一本化することで，経営をスリム化するとともに，県民に信頼される放送局としての責務を果たしてまいります．





ご清聴ありがとうございました．

（３） 株式会社エフエム東京

（資料 25－２）

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２５回）ご説明資料

JFN（全国FM放送協議会）

加盟社38社



2024年4月10日

㈱ エフエム東京

Tokyofm

1 radiko等のネット配信サービスをどう考えるか

民間AM放送のFM放送への転換には二つの側面

① AMのかわりにワイドFMで聴くようになる

② 電波で聴けなくなる地域が出現することがある

新たな特例措置の要件に関する「ラジオ放送においてradiko等のインターネット配信サービスをどのように考えるか」との問題提起は、上記②への対応の際の課題と認識

放送が電波で聴けなくなることは、FM放送事業者にも起こり得るため、この問題には、JFN加盟局も大きな関心

資料A：JFN加盟38局への照会の結果（自由記述式）2022年4月

1　中継局の経費や保守点検についての負担感はどうか

16局・・負担感がある

2　radikoで代替することで中継局を廃止できるか

・8局・・災害時を考えると、radikoで代替できず廃止は無理

・2局・・聴取はカーラジオが中心で、平時でも代替できない

・1局・・radikoで代替できるようになれば歓迎

・2局・・電波を出し続ける事が重要でradikoに頼るべきでない

2　特例措置の要件について

「AM局の運用休止に係る特例措置に関する基本方針」（2023年3月9日）抜粋

新たなFM中継局の整備や 既存のFM補完中継局の運用、ケーブルテレビ再送信の実施を可能な限り行っても、当該事業者が提供するラジオ放送が聴取できなくなる地域への対応

(3)　地方公共団体等への周知及び災害時の対応に関する調整を行うこと

ア　特例適用局の運用休止に伴い、当該事業者が提供するラジオ放送が聴取できなくなる地域が生じる地方公共団体等[8]に対して、適切な周知を行うこと。

イ　災害時のラジオ放送の対応についての取決めがある地方公共団体[9]に対し、特例適用局の運用休止に関して説明の上、大規模災害発生時等における対応について、運用休止する特例適用局の運用再開や再休止等も含めた必要な調整を行うこと。

ウ　災害時の対応について、特例適用局の運用休止により当該事業者が提供するラジオ放送が聴取できなくなる地域が生じる地方公共団体に対し、上記イと同様の調整を行うこと。

[8] ここでいう「当該事業者が提供するラジオ放送が聴取できなくなる地域が生じる地方公共団体等」には、AM放送の再送信を行っている関係者（道路関係者やケーブルテレビ事業者等）を含む。

[9] ここでいう「災害時のラジオ放送の対応についての取決めがある地方公共団体」は、
・災害対策基本法（昭和 36 年法律第 223 号）第２条第６項に基づいて指定地方公共機関として自社を指定している都道府県
・同法第 57 条（第 61 条の３において準用する場合を含む。）に規定する警報の伝達等のための通信設備の優先利用等に係る同法施行令（昭和 37 年政令第 288 号）第 22 条に規定する手続を定めている都道府県又は市町村
の２類型とする。

資料B：令和6年能登半島地震後の携帯電話サービス等の支障状況

radiko聴取は通信網に依存⇒平時は世帯カバー率100%だが、震災後は・・・

	1月2日（火） 6:30 現在				1月9日（火） 7:00 現在			
	NTT ドコモ	KDDI (au)	ソフトバンク	楽天モバイル	NTT ドコモ	KDDI (au)	ソフトバンク	楽天モバイル
石川県								
七尾市	支障あり	支障あり	支障あり		支障あり			支障あり
輪島市	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり
珠洲市	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり
志賀町	支障あり	支障あり	支障あり					
穴水町	支障あり	支障あり	支障あり		支障あり			
能登町	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり	支障あり
宝達志水町				支障あり				
金沢市			支障あり					
新潟県								
糸魚川市	支障あり		支障あり					

↑出典：総務省作成資料より抜粋
https://www.soumu.go.jp/main_content/000937303.pdf

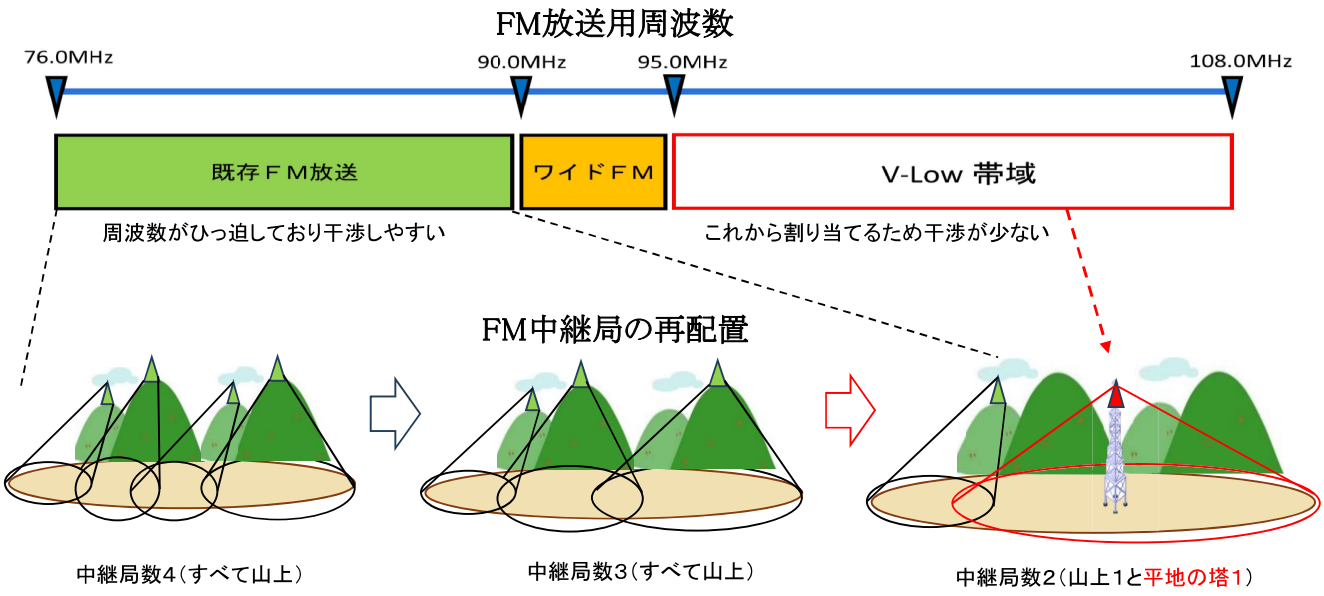
令和6年能登半島地震において停波したラジオ

局所名	事業者	経緯
輪島（AM）	北陸放送	1/4 停波 1/7 停波解消（受信ルート変更）
輪島町野（FM）	NHK	1/2 停波 1/24 停波解消（商用電源回復）
輪島FM補完（FM）	北陸放送	1/3 停波 1/15 停波解消（仮設送信所設置）
羽咋（はくい）（FM）	NHK FMいしかわ	1/1 停波 1/2 停波解消（仮設空中線設置）

出典：検討会事務局作成資料（第24回）

Tokyofm

3 FM局からの要望：V-LOW帯域の利用



中継局の数を減らす再配置を検討する際、アクセスも改善できるよう、FM放送事業者にも、V-LOW帯域を使用させて頂きたい

Tokyofm

４　radikoについて留意頂きたいこと

輻輳について

- 前述のとおり、radikoの取り組み以上に、通信ネットワーク側の事情によるところが大きい

遅延について

- radikoの聴取には、９割以上がスマートフォン・アプリを利用
- スマホなら、エリアメールや防災アプリで、緊急地震速報等のリアルタイム入手が可能

⇒ 低遅延での緊急地震速報を radikoにどれだけ期待するかは、ユーザー次第ではないか

５　最後に

放送をFM波で届けられなくなる場合、その地域との対話が重要であることは、FM放送事業者も認識

この対話の重要性は、FM転換でAM局を廃止する際に放送を電波で届けられなくなる地域が生じるAM放送事業者と共通のもの

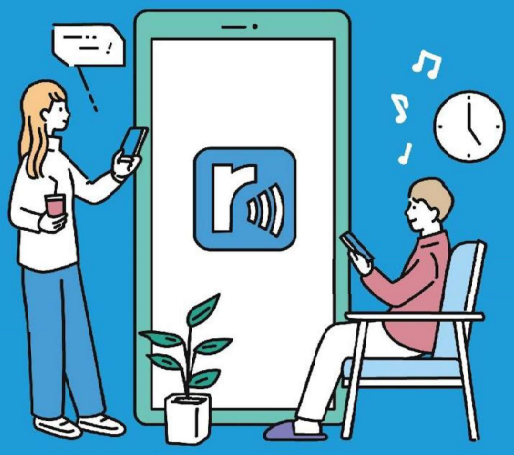
AM局のFM転換について検討する際は、FM局にも発言の機会を頂きますよう、お願い致します

（４） 株式会社 radiko

（資料 25－３）

資料25－３

radikoの現状について



2024年4月10日

株式会社radiko

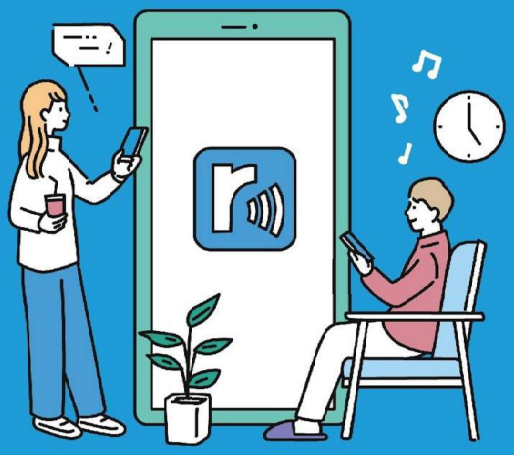
radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

本日ご説明内容

- radikoの概要紹介とビジネスモデル
- radikoの遅延について
- radikoの音質について

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

radikoの概要紹介



radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

radiko会社概要

社名	株式会社radiko(英文社名:radiko Co.,Ltd)
本社所在地	〒105-0003 東京都港区西新橋1-8-1 REVZO虎ノ門3階
設立	2010年12月1日
資本金	資本金3億3,680万円 (資本準備金1億6,840万円を含む)

株主構成

株式会社電通グループ
株式会社TBSラジオ
株式会社文化放送
株式会社ニッポン放送
株式会社日経ラジオ社
株式会社InterFM897
株式会社エフエム東京
株式会社J-WAVE
朝日放送グループホールディングス株式会社
株式会社MBSメディアホールディングス
大阪放送株式会社
株式会社FM802
株式会社エフエム大阪
株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ
株式会社博報堂DYメディアパートナーズ
株式会社アール・エフ・ラジオ日本
株式会社ベイエフエム
株式会社エフエムナックファイブ
横浜エフエム放送株式会社
兵庫エフエム放送株式会社
西日本電信電話株式会社
中部日本放送株式会社
東海ラジオ放送株式会社
株式会社岐阜放送
株式会社ZIP-FM
株式会社エフエム愛知
株式会社東急エージェンシー
北海道放送株式会社
株式会社STVラジオ
株式会社エフエム北海道
株式会社RKB毎日ホールディングス
KBCグループホールディングス株式会社
ラブエフエム国際放送株式会社
株式会社エフエム福岡
株式会社ラジオ関西
株式会社中国放送
広島エフエム放送株式会社
静岡放送株式会社
静岡エフエム放送株式会社
信越放送株式会社
長野エフエム放送株式会社
株式会社新潟放送
株式会社エフエムラジオ新潟

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

設立目的

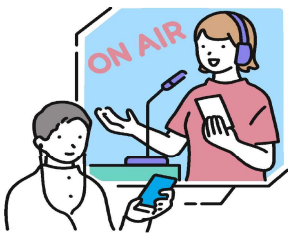
- ❖ 都市部をはじめとした、高層ビルやマンションの増加、家庭内の電子機器化、諸外国との混信、離島などによる**難聴取エリアを解消**すること。
- ❖ ラジオ受信機がなくても、身近にある**パソコン、タブレット、スマートフォン**などを通じて、手軽にラジオが聴ける環境を整備し、**ラジオリスナーを拡大**すること。
- ❖ ラジオを聴いて育っていない、ラジオ知らずの現代**若年層へアプローチ**、未来のラジオリスナーを育てること。
- ❖ 放送局単位ではなく、**業界が大同団結**し、ひとつのプラットホームとしてラジオをPRしていくこと。

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

ラジコについて

ラジコは、インターネットを通じてラジオが聴ける、**国内最大級のラジオ配信プラットフォーム**です。
民放連加盟ラジオ放送局**全99局＋NHK**が参加しております。(2024年4月現在)

radiko

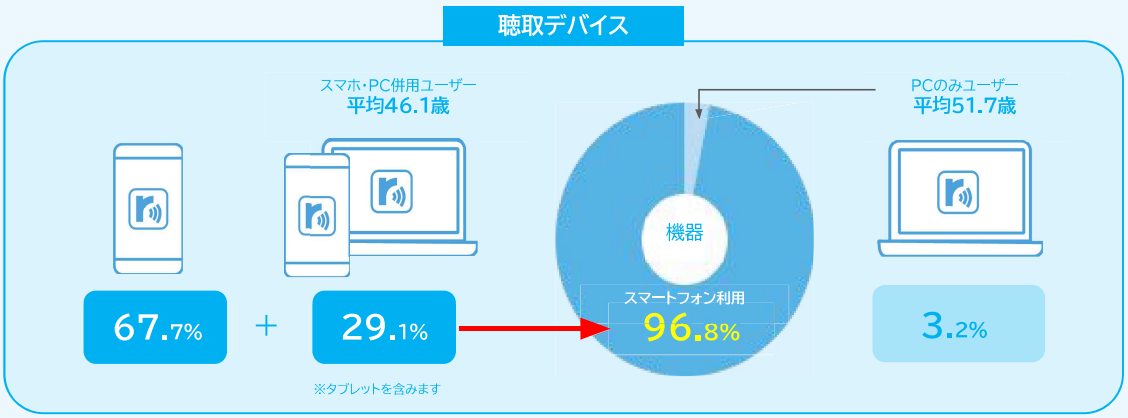
2010年3月～	2016年10月～	2014年4月～	2024年2月～
ライブ	タイムフリー	エリアフリー	ポッドキャスト
			
現在放送中の番組を聴くことができます。	過去1週間以内に放送された番組を、聴くことができます(無料)。	全国の番組を、エリアを越えて聴くことができます(有料)。	各局由来のポッドキャスト番組を、時間とエリアを越えて聴くことができます(無料)。

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

アクセス機器

スマートフォンを中心にパソコンやスマートスピーカーなどで聴取が可能です。





出展：『第15回ラジコユーザーアンケート調査』





radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

ラジコの聴取状況（2024年4月時点）

月間ユーザー数
約800万～
約900万人

1日あたりのユーザー数
約180万人

1日あたりの
平均利用時間
約130分/人

有料会員数
約100万人

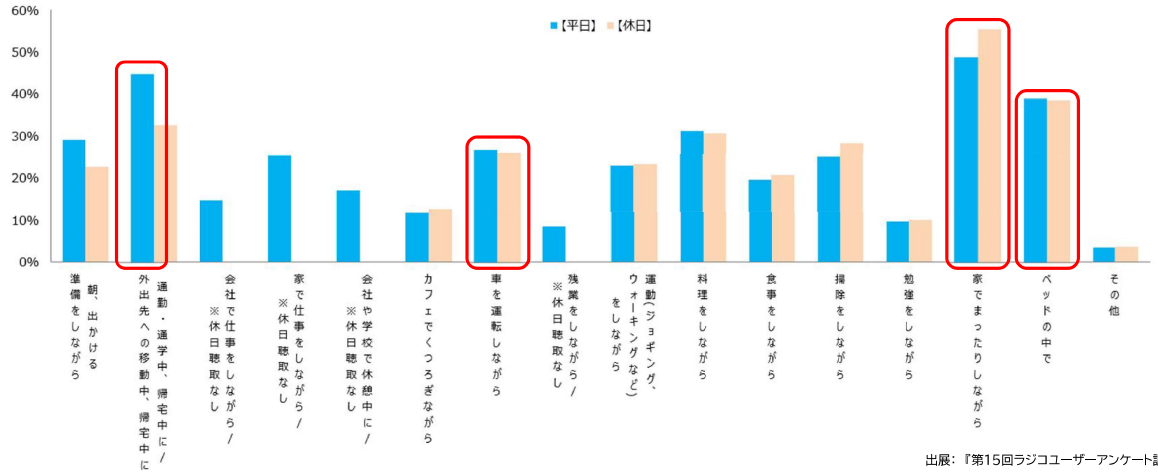
radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

聴取シチュエーション

行動を制限しない「ながら」聴取の利便性というラジオメディアの特性を踏襲する形で、
「家でまったりしながら」「ベッドの中で」といったリラックスタイムの利用が多いですが、
平日では「通勤通学時間」に、休日では家事や作業のお供に利用されているケースが多く見られた他、
平日休日問わず「車を運転しながら」の利用もされています。

【radiko利用シーン：スマートフォン】

Q6.あなたは「radiko（ラジコ）」経由で、ラジオをどのような場面で聴いていますか。
以下の機器での利用について、それぞれあてはまるものをすべてお知らせください。（各MA）



出展：『第15回ラジコユーザーアンケート調査』

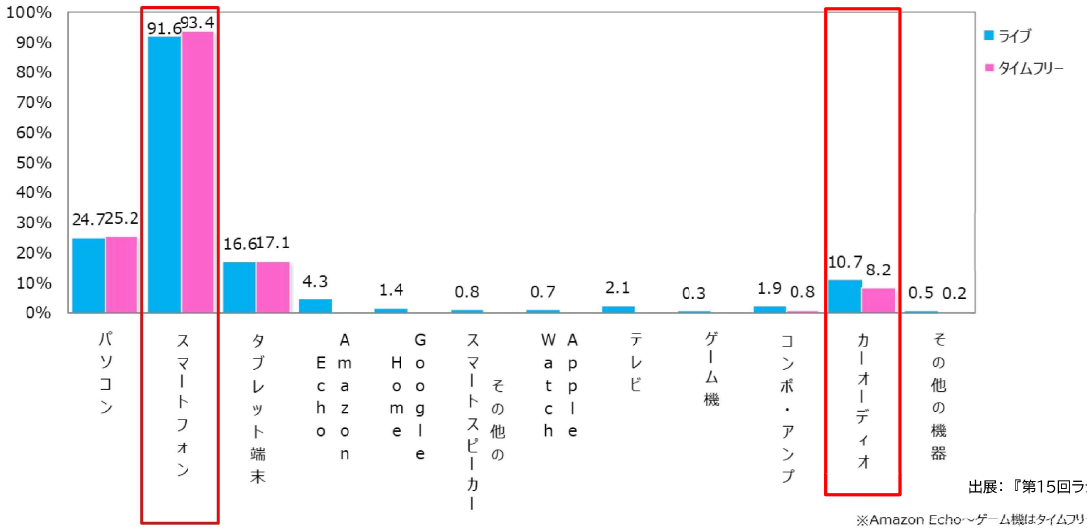
radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

聴取機器

聴取に用いる機器としてはスマートフォンユーザーが圧倒的に多い一方で、
カーオーディオ経由の聴取も10%台に乗り、スマホ・パソコン・タブレットに続く第4の端末といえる。

【聴取機器】

Q5.以下の中で、あなたが持ちの機器をすべてお知らせください。
お持ちの機器の中から、あなたがライブ（リアルタイム）で「radiko（ラジコ）」を利用する機器をお知らせください。
お持ちの機器の中から、あなたがタイムフリーで「radiko（ラジコ）」を利用する機器をお知らせください。
（各MA）



出展：『第15回ラジコユーザーアンケート調査』

※Amazon Echo～ゲーム機はタイムフリーの聴取なし

ライブ利用者：n＝113,762、タイムフリー利用者：n＝112,349

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

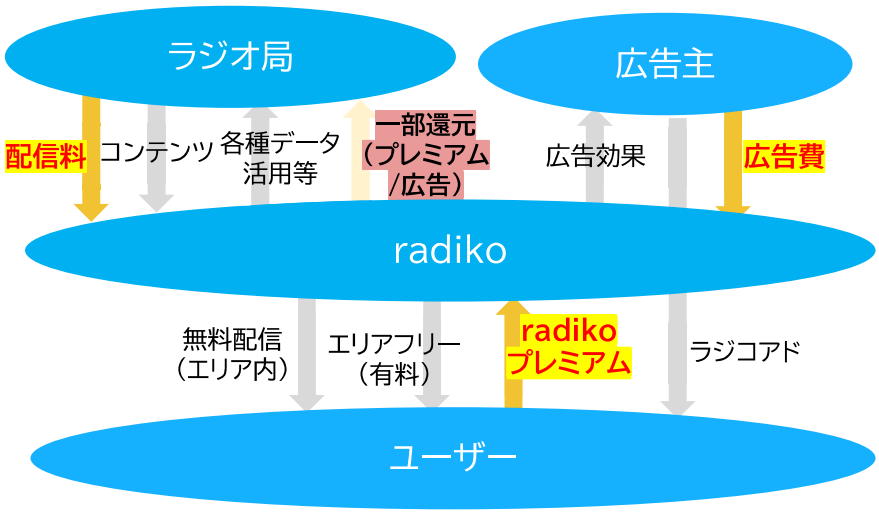
ビジネスモデル(簡易イメージ)

※実配信・運用における費用やその他支出項目等については簡略化

配信料
ラジコプラットフォームで各ラジオ局が
コンテンツ配信する上で運用諸費用

radikoプレミアム
プレミアム会員のエリアフリー(有料)
利用の会費収入

広告費
ラジコアドの広告配信費



radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

ラジオ業界のDX推進

【radikoDMP】



900万近い、かつ位置情報を保持した
稀有なファーストパーティデータをDMPに蓄積、
ユーザー動向を可視化。



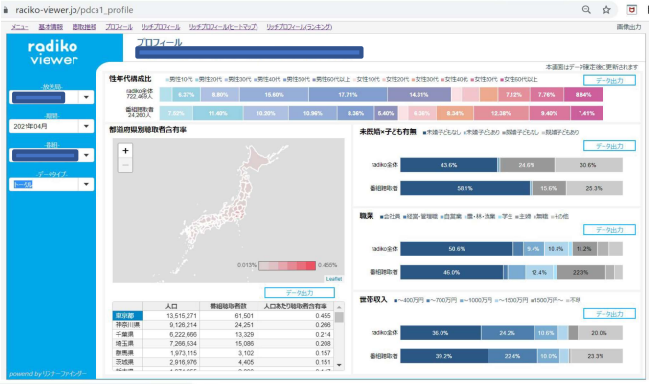


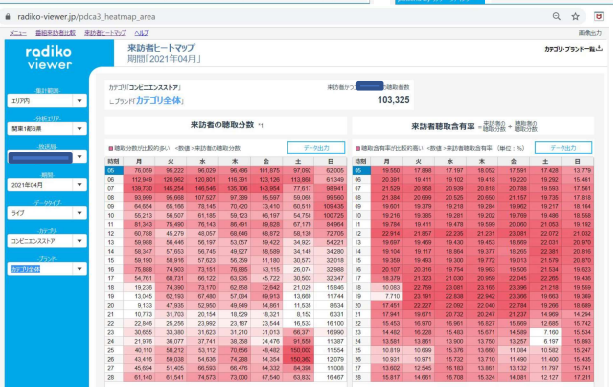
- ラジオメディアの可視化
- 広告配信
- 広告効果計測
- データ供給

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

ラジオ業界のDX推進【ラジオメディアの可視化（radiko viewer）】







radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

ラジオ業界のDX推進【広告配信】

【ラジコオーディオアド】



ラジコを利用している方に向けて、様々なセグメントを用いて音声広告を
ターゲティング配信できるデジタル広告メニューです。

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

ラジオ業界のDX推進【広告配信】

ラジコオーディオアドは性別・年代・居住エリア、番組聴取、興味関心をもとにしたターゲティングが可能

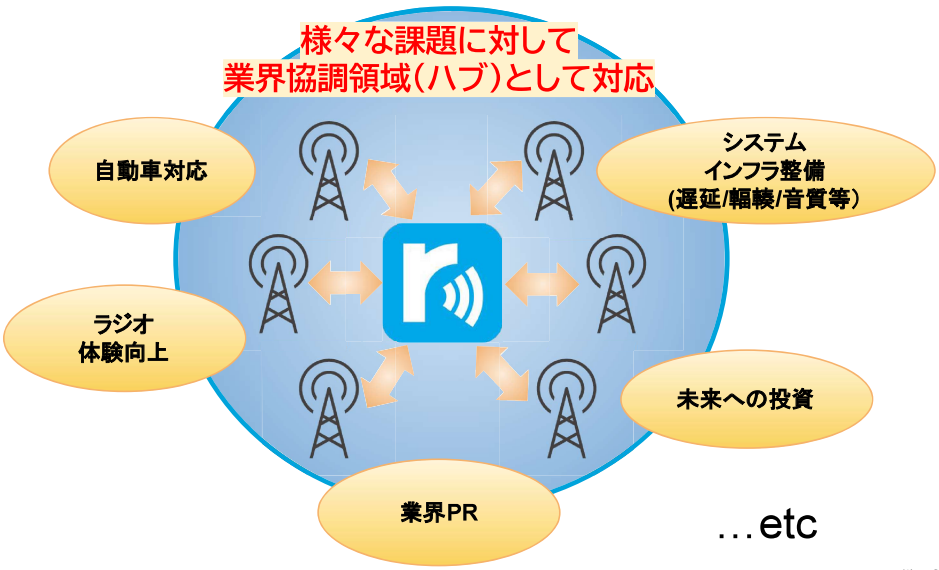
特に、番組聴取セグメントに関しては、ユーザー聴取履歴に基づくターゲティングでラジコならではのセグメントです。
また、広告主が持っている独自のユーザーの端末IDと掛け合わせて広告配信することも可能です。



radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

ラジオ業界の協調領域としての役割

ラジオの聴取環境向上に向けた取組みを、コスト合理性の観点からも個別局に代わってradikoが各局の業界協調領域(ハブ)として対応、ラジオ業界の持続的な成長に貢献する

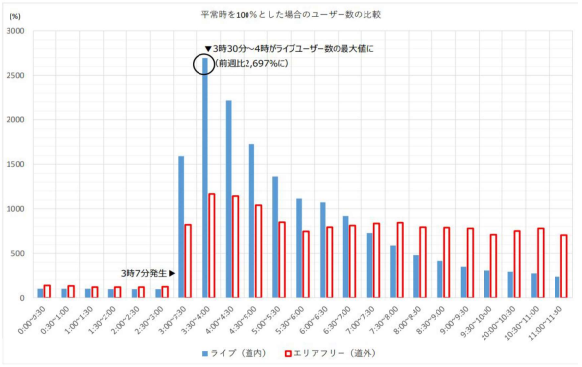


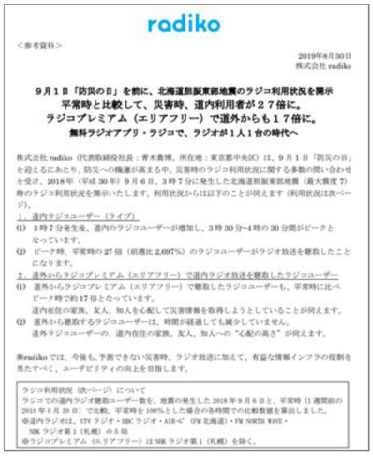
radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

ラジオ業界の協調領域としての役割

防災ラジコ

災害時の情報源としてのラジオメディアの価値を再提示
（無料で出来る防災対策）




radiko

＜参考資料＞

2019年8月30日
株式会社 radiko

9月18日「防災の日」を前に、北海道胆振東部地震のラジコ利用状況を開示
平常時と比較して、災害時、道内利用者が27倍に。
ラジコプレミアム（エリアフリー）で道外からも17倍に。
無料ラジオアプリ・ラジコで、ラジオが1人1台の時代へ

株式会社 radiko（代表取締役社長：青木貴博、所在地：東京都中央区）は、9月18日「防災の日」を迎えるにあたり、防災への機運が高まる中、災害時のラジコの利用状況に関する多数の問い合わせを受け、2018年（平成30年）9月6日、3時7分に発生した北海道胆振東部地震（最大震度7）時のラジコ利用状況を開示いたします。利用状況からは以下のことが伺えます（利用状況は次ページ）。

1. 道内ラジコユーザー（タイプ）
(1) 3時7分を生産、道内のラジコユーザーが増加し、3時30分～4時の30分間がピークとなっています。
(2) ピーク時、平常時の27倍（前週比2,697%）のラジコユーザーがラジオ放送を聴取したことになります。

2. 道外からラジコプレミアム（エリアフリー）で道内ラジオ放送を聴取したラジコユーザー
(1) 道外からラジコプレミアム（エリアフリー）で聴取したラジコユーザーも、平常時に比べピーク時で約17倍となっています。
道内在住の家族、友人、知人を心配して災害情報を取得しようとしていることが伺えます。
(2) 道外から聴取するラジコユーザーは、時間が経過しても減少していません。
道外ラジコユーザーの、道内在住の家族、友人、知人への"心配の高さ"が伺えます。

radikoでは、今後も、予測できない災害時、ラジオ放送に加えて、有益な情報インフラの役割を果たすべく、ユーザビリティの向上を目指します。

ラジオ利用状況（次ページ）について
ラジコでの道内ラジオ聴取ユーザー数を、地震の発生した2018年9月6日と、平常時（1週間前の2018年8月30日）で比較。平常時を100%とした場合の各時間での比較数値を算出しました。
※道内ラジオは、STV ラジオ・HBC ラジオ・AIR-G'（FM 北海道）・FM NORTH WAVE・
NSK ラジオ第1（札幌）の5局
※ラジコプレミアム（エリアフリー）はNSK ラジオ第1（札幌）を除く。



【参考】2018年9月6日 北海道胆振地震時データ（radiko2019年9月プレスリリース資料より抜粋）

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

ラジオ業界の協調領域としての役割

「JAPAN MOBILITY SHOW2023」共同出展

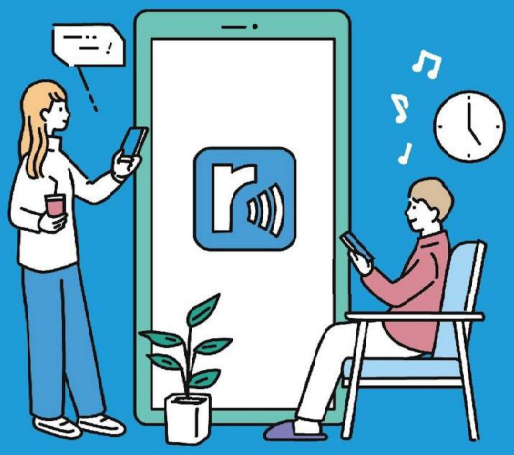
民放連ラジオ委員会との共同ブース
「民放ラジオ99局×radiko Touch! Future Radio in Mobility」にて
コネクテッドカーのさらなる普及を見据えた自動車とラジオの未来を提案





radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

radikoの遅延について



radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

radikoの遅延について

低遅延トライアルについて

radikoではユーザー環境設定（バッファ時間設定等）を除くと放送局によって現在約32～約100秒の遅延が発生している。
ユーザーサービスの一環としての低遅延配信の実現へ向けて、野球・競馬中継等にて技術検証（低遅延トライアル）を実施。
結果、**現在約32～約100秒　⇒約5秒**　の遅延を実現。

【実施概要】

- 2023年9月12日（火）～17（日）
  ABCラジオ「フレッシュアップベースボール」
- 2023年9月25日（月）～29日（金）
  ABCラジオ「おはようパーソナリティ」
- 2023年10月28日（土）、29日（日）
  ラジオNIKKEI「中央競馬実況中継」

【実施詳細】

- GCPに検証環境を用意（通常配信とは別のもの）
- 各番組サイトに設置した「radiko外部ライブ再生プレイヤー」にて再生
- 遅延は約5秒（環境により若干の遅延増あり。ラジコアドの差替は無し）
  ※ユーザー環境設定（バッファ時間設定等）を除くと放送局によって
  現在約32～約100秒の遅延が発生。



【聴取UU数】

- 約8，500（3番組合計）

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

radikoの遅延について

低遅延トライアルについて

【主なコメント(リスナーアンケートより)】

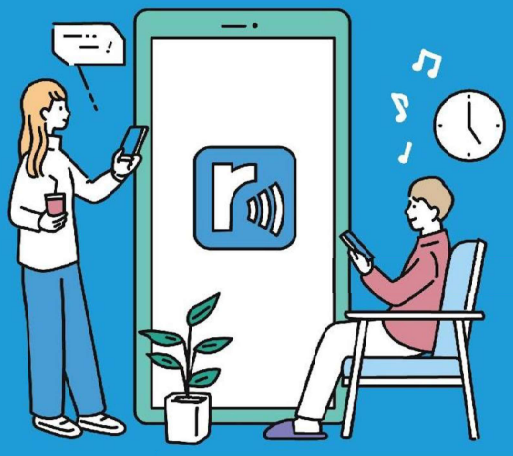
- 現在のradikoに比べ遅延が少なく、非常に良いです。
- 有料のプレミアムの機能の1つに加えては。
- テキストの速報より実況が早くなりましたね。
- 普段映像をテレビで見ながら実況はラジオで聴いてます。テレビの音と同じぐらいになるといいです。
- スポーツ観戦しながらradikoを聴いても違和感なく聴けるので、とてもうれしいです。
- 番組内で流れる時間のアナウンスが、radikoでは遅れるのが普通でしたが、違和感なくなりました。
- 遅延が少ないと、ラジオリスナーの投稿するSNSにも反応できるのでうれしいです。
- 時間差がなくなると、災害の時に安心では。
- JRAの公式ライブ映像よりも早いですね。
- これぐらいの遅延であれば、競馬場内で聴いても良いのではないでしょうか。

【まとめ】

- 一定規模での低遅延配信の実現が技術的に確認できた。
- 配信費の増加分をどう捻出するかが今後の課題。
- 本件とは別要因でオーディオアド差し替えによる遅延※があり、根本的な解決のためには別課題検討が必要。
  ※ユーザー環境設定(バッファ時間設定等)を除くと、差し替え方式により、現在約32～100秒の遅延が発生。

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

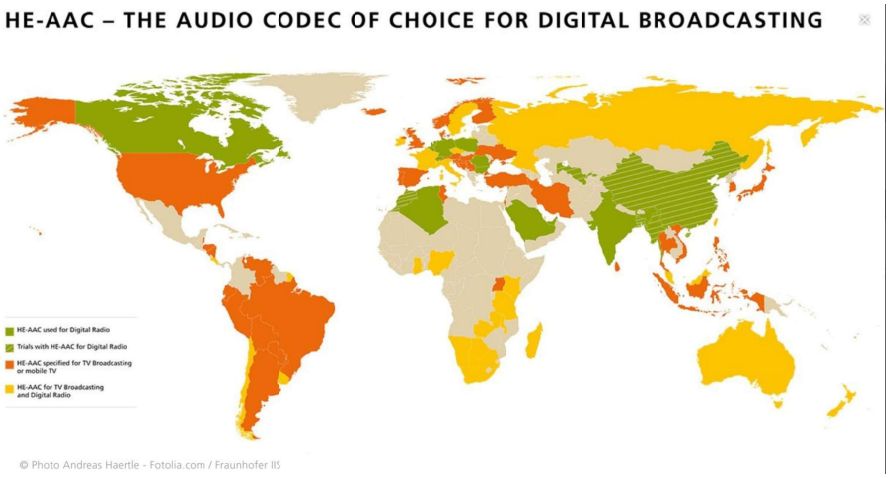
radikoの音質について



radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

radikoの音質について

- 2010年の開始当初から、MPEG　AACコーデック・ファミリーの1つである、HE-AACを採用
- 当時の「着うたフル」はじめ、国内外の各種音声配信・デジタル放送で採用された規格
- 配信ビットレートは、48kbps（その「着うたフル」と同じ）



【HE-AAC】
ラジオやテレビ放送用として、
日本ではISDB-Tmm、
NHK「らじる★らじる」はじめ、
ヨーロッパのDAB、DVB-Hなど
多くのデジタル放送システムでの
採用実績あり。

※Fraunhofer IIS社　サイトより抜粋(https://www.iis.fraunhofer.de/ja/ff/amm/broadcast-streaming/heaac.html)

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

radikoの音質について

配信音質に関する主観評価実験

- radikoの現状の音質の評価ならびに今後の配信ビットレートを検討するにあたり、主観評価実験を行った。
- 実施時期
  - 2022年6月29日(水)～7月14日(木)
- 実施方法
  - 特設評価実験サイトにて、元音源(非圧縮)および複数ビットレートに圧縮した音源(48～320kbps)を比較し、ITU-R勧告BS.1116 を参考にその品質評価を行った。
- 基準となる元音源(評点＝5.0とする)と2つの評価対象音の合計3つの音を聴き比べた。音源A/Bの主観的な音質を右の表に従って、0.1の単位で相対評価した。なお、音源A/Bは、元音源/圧縮音源のいずれかが再生された。
- 評価者
  - 各放送局/広告会社関係者　約200サンプル

評価	評点
わからない	5.0
わかるが気にならない	4.0
やや気になる	3.0
気になる	2.0
非常に気になる	1.0

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

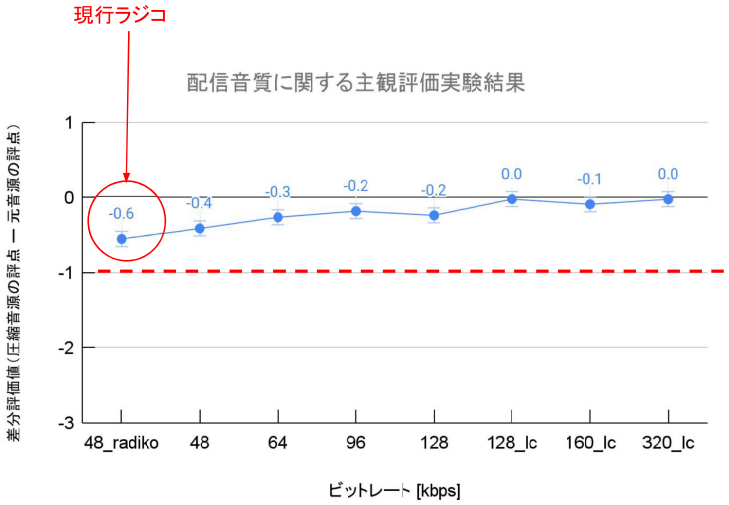
radikoの音質について

配信音質に関する主観評価実験

- 主観評価実験の結果は下記の通り。
  - 圧縮音源はビットレートが高いほど、元音源（非圧縮）との差分評価値が小さくなる（＝評点が高くなる）傾向となった。
  - 元音源（非圧縮）と圧縮音源の評点差は、48kbpsでは-0.6。ビットレートが上がるとその差は縮まり、128kbps（LC）では 0.0 となった。
  - 差分評価値が -1.0を上回れば、「放送品質を満足する所要ビットレート」と言える※ことから、現行の音質（-0.6）においても充当しているといえる。

※2022年2月18日 総務省 情報通信技術分科会 放送システム委員会 デジタル放送システム開発部会「地上デジタル放送方式高度化に関わる適用技術検討作業 最終報告」P60より

【参考】
圧縮音源における評点の最頻値はすべて5.0となった。
- 48kbps:　全体の36%
- 96kbps:　全体の49%
- 128kbps:　全体の58%



radiko Co.,Ltd All Rights Reserved.

（５） 宍戸常寿構成員

（資料 26－３）

資料26－３

令和6年改正放送法成立後の放送制度の課題について

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
2024/5/24
東京大学大学院法学政治学研究科教授
宍戸　常寿

当研究会第3回
（2021年12月15日）
宍戸発表資料

放送の「公共性」

- 放送法は健全な民主主義の発達への貢献を放送に期待し、放送に携わる者の職責を規定
- 放送はこれまでのメディア環境を前提にして、
  ①受信料を財源とするＮＨＫと広告収入を財源とする民間放送によって（二本立て体制）
  ②複数の放送局が安定的に（多元性）
  ③地域に根ざして（地域性）
  ④専門職能としての倫理に従い（ジャーナリズム・専門性）
  ⑤多様で質の高い番組を制作・編集し放送（多様性・質の確保）
  として現実に国民の間に普及し、高度化してきた
- 同時・同報の信頼される基幹的メディアとして公衆(public)を包摂・形成＝放送の「公共性」
  - 災害放送等は、放送の公共性の要件ではなく帰結

当研究会第3回
（2021年12月15日）
宍戸発表資料

今後の放送制度を考える視点

- 社会の変化と放送制度
  - 人口構造の変化：人口減少・少子高齢化・世帯数減少と単身世帯割合の増加
  - 地域社会の変容：都道府県単位の意義、県庁所在都市人口の比率増加、圏域などの広域連携
  - 「ひと」と「インフラ」：生産年齢人口の減少と獲得競争、インフラの老朽化と更新
  - 社会のデジタル化：デジタル空間の事象の報道、データジャーナリズム、若者世代のテレビ離れ
- 価値観の多様化とデジタル情報空間内の対立の激化
  - アテンション・エコノミー（山本龍彦）
  - 情報空間への介入の必要（曽我部真裕）
- 構成員の相互理解・対話を促進し、安定的・持続的に「公衆」を形成するために、社会インフラとしての放送への期待は大きい

  ← 国民の間に広く普及
  ← 視聴者・社会の側のコスト小
  ← 多元的な主体による社会生活の基本的情報の供給
  ← ジャーナリズム
- 放送がそのような期待に応えられるようにすることが今後の放送制度の論点

2

令和6年改正放送法

放送法の一部を改正する法律案の概要

NHKの放送番組をテレビ等の放送の受信設備を設置しない者に対しても継続的かつ安定的に提供するため、インターネットを通じて放送番組等の配信を行う業務をNHKの必須業務とするとともに、民間放送事業者が行う放送の難視聴解消措置に対するNHKの協力義務を強化する等の措置を講ずる。

1. NHKの放送番組等の配信に係る業務の必須業務化

(1) 必須業務の範囲

NHKの放送番組を放送の受信設備を設置しない者に対しても継続的かつ安定的に提供するため、原則として全ての放送番組について、下記①及び②をNHKの必須業務とするとともに、NHKの放送番組の内容がその視聴の環境に適した形態で提供されることに対する公衆の要望等を満たすため、放送番組の全部又は一部について、下記③をNHKの必須業務とする。

①同時配信を行うこと

②見逃し配信を行うこと

③番組関連情報※の配信を行うこと

※ 放送番組と密接な関連を有する情報であって、放送番組の編集上必要な資料によるもの

(2) 番組関連情報の配信

NHKが番組関連情報の配信を行う業務を自らの判断と責任において適正に遂行するため、NHKに対して下記①～③に適合する業務規程の策定、公表等を義務付けるとともに、その実施状況を定期的に評価すること等を義務付ける。

①公衆の要望を満たすもの

②公衆の生命又は身体の安全を確保するもの

③民間放送事業者等が行うネット配信等との公正な競争の確保に支障を生じないもの

(3) 受信契約

受信料の公平負担を確保するため、テレビ等の放送の受信設備を設置した者と同等の受信環境にある者として、NHKが必須業務として行う放送番組等の配信の受信を開始した者をNHKとの受信契約の締結義務の対象とする。

2. 民間放送事業者が行う放送の難視聴解消措置に対するNHKの協力義務の強化

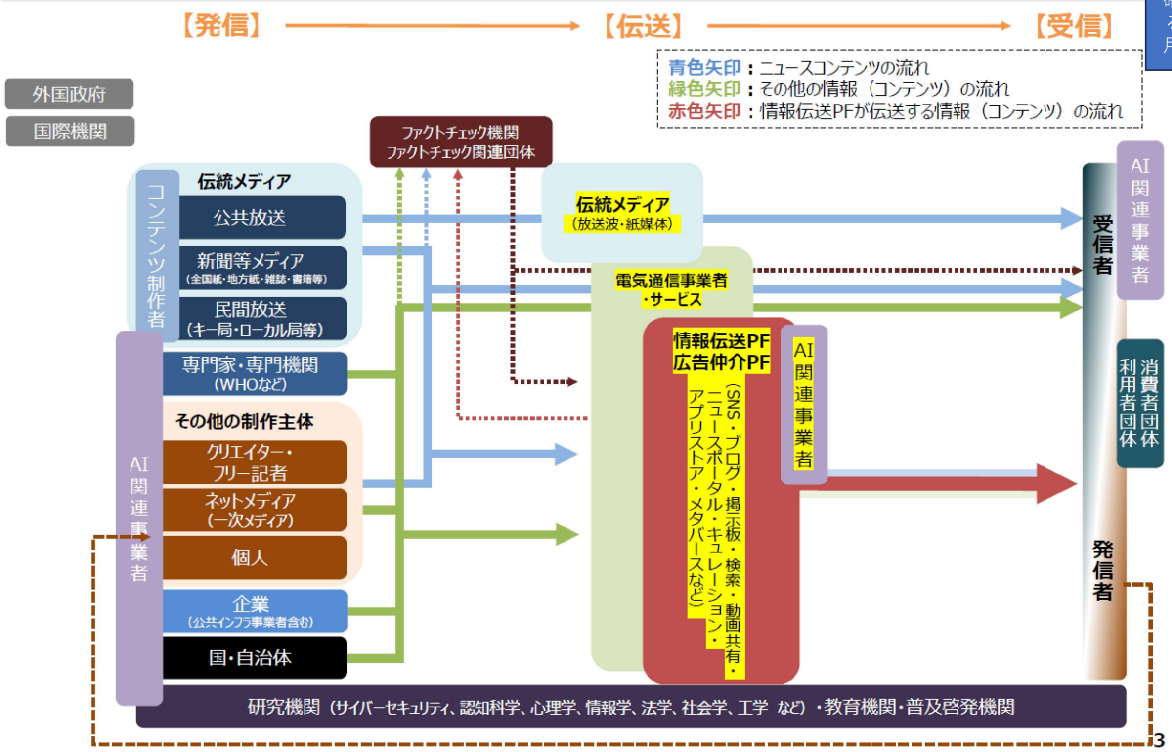
NHKによる放送全体の発展に貢献するプラットフォームとしての役割を果たす観点から、NHKに対し、民間放送事業者から中継局の共同利用等の難視聴解消措置についてNHKとの協力に関する協議の求めがあった場合に当該協議に応じることを義務付ける。

https://www.soumu.go.jp/main_content/000931159.pdf

3

デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会（2024年5月24日）事務局資料

デジタル空間における情報流通の全体像



3

4

デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会（2024年5月24日）事務局資料

前スライドの整理を踏まえたデジタル空間における「情報流通の健全性」に関する基本理念

情報流通過程全体に共通する高次の基本理念

- **表現の自由と知る権利の実質的保障及びこれらを通じた法の支配と民主主義の実現**
  ・・・自由な情報発信と多様な情報摂取の機会が保障され、個人の自律的な意思決定が保護されるとともに、これを通じ、表現の自由や知る権利以外の様々な権利利益（営業の自由など）にも配慮したルールに基づく健全な民主的ガバナンスが実現すること
- **安心かつ安全な情報流通空間としてのデジタル空間の実現**
  ・・・平時・有事（災害発生時等）を通じ、アテンション・エコノミーを構造的要因とするものを含め、偽・誤情報や悪意ある情報の流通による権利侵害、社会的混乱その他のフィジカル空間への影響が抑止されるとともに、情報流通の過程全体を通じ、サイバー攻撃や安全保障上の脅威等への対抗力が確保された強靭なデジタル空間が実現すること
- **国内外のマルチステークホルダーによる国際的かつ安定的で継続的な連携・協力**
  ・・・デジタル空間に国境がないことを踏まえ、国内外の民産学官を含むマルチステークホルダーが相互に連携・協力しながらデジタル空間における情報流通に関するガバナンスの在り方について安定的かつ継続的に関与できる枠組みが確保されていること

情報流通の過程ごとに具体化

情報発信に関する基本理念

- **自由かつ責任ある発信の確保**
  ・・・自由かつ、ジャーナリズムやリテラシーに裏付けられた責任ある発信が確保されていること
- **信頼できるコンテンツの持続可能な制作・発信の実現**
  ・・・信頼できる魅力的なコンテンツの制作・発信（ファクトチェックを含む）に向けたリソースが安定的かつ継続的に確保され、そうした活動の透明性が確保されるとともに、その価値が正当に評価されていること

情報受信に関する基本理念

- **リテラシーの確保**
  ・・・受信者において技術的事項を含むリテラシーが確保され、デジタル社会の一員としてデジタル空間における情報流通の仕組みやリスクを理解し、行動できること
- **多様な個人に対する情報へのアクセス保障とエンパワーメント**
  ・・・個人の属性・認知的能力や置かれた状況の多様性を考慮しつつ、あらゆる個人に対してデジタル空間における情報流通への参画と意思決定の自律性確保の機会が与えられていること

情報伝送に関する基本理念

- **公平・オープンかつ多元的な情報伝送**
  ・・・多元的で信頼できる情報源が発信する情報が偏りなく伝送（媒介等）されていること
- **情報伝送に関わる各ステークホルダーによる取組の透明性とアカウンタビリティの確保**
  ・・・プラットフォーム事業者や政府を含む関係者の取組・コミュニケーションの透明性が確保されるとともに、それらの取組等や透明性確保につき責任を負うべき主体・部門が特定され、明確であり、当該主体・部門から責任遂行状況について十分に説明してもらうことが可能な状態にあること
- **プラットフォームにおける利用者データの適正な取扱いと個人のプライバシー保護**
  ・・・個人情報を含む様々な利用者データの適正な収集・利活用とそれを通じた個人の意思決定の自律性が確保され、個人のプライバシーが保護されていること

5

7

伝統メディア（放送、新聞等）に期待される役割・責務

デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会（2024年5月24日）事務局資料

- デジタル空間で流通する情報の収集・分析を含む取材に裏付けられた信頼できるコンテンツ（偽・誤情報の検証報道・記事や偽・誤情報の拡散を未然に防ぐコンテンツを含む）の発信
- 信頼できるコンテンツの制作・発信に関する方法論やノウハウの共有等を含め、他のステークホルダー（プラットフォーム事業者、ファクトチェック機関、クリエイター、消費者を含む市民社会など）と緊密に連携

デジタル空間における情報流通の全体像を踏まえて、
公共放送を公共メディアへと拡張する令和6年改正放送法に加えて、
放送の全体を制度として国家が維持する意義を問い直し、
放送に期待される役割・責務をより良く果たしうるよう、
社会のニーズや事業者のインセンティブを含めた、
「放送」制度の見直しが必要ではないか

6

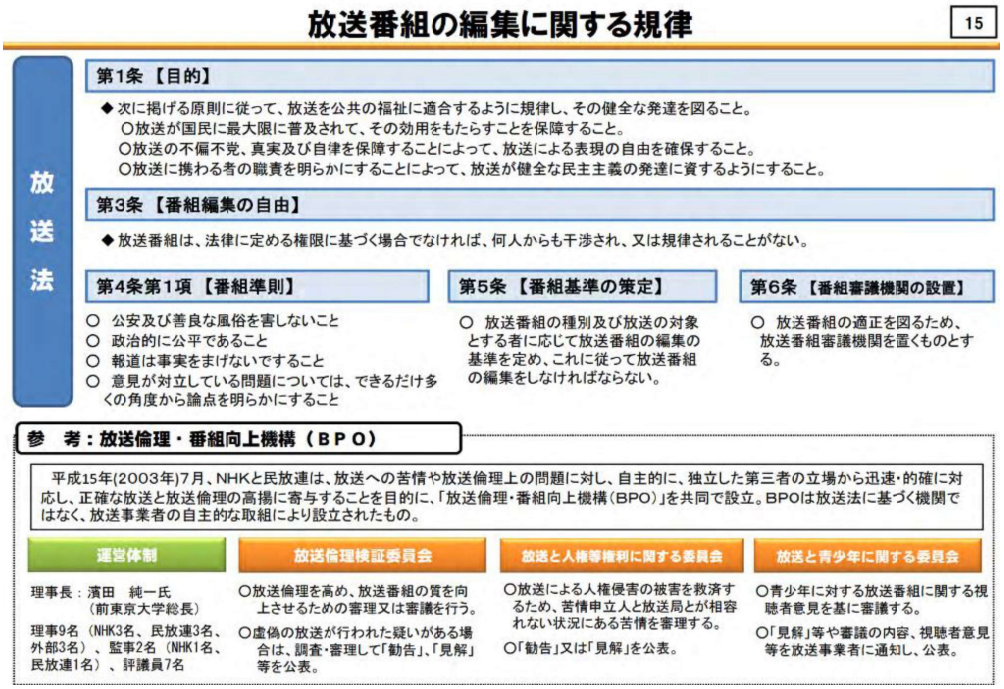
「放送」の概念

- 平成22年改正放送法による、無線通信から通信一般への拡大
  →放送概念は、伝送路から離れて、所与の「公衆」への同時・同報に力点が置かれて理解されることになった
- デジタル空間における公衆の断片化
  →将来的には、伝送路に関わりなく、「公衆」形成に向けた、機能的に同時・同報と理解できる公共的な情報発信サービス（放送事業者が放送に関連して行うもの、新たな主体が行うもの）を、「放送」として位置付けることもできるのではないか
- 当面の問題として、条件不利地域に向けた放送番組のインターネット配信を、条件不利地域の公衆の公共的情報のニーズを充足するものとして、現在の放送に準ずるものとして取り扱うことを検討してはどうか

7

放送に期待される役割と放送規律

当研究会第1回
（2021年11月18日）
事務局資料



放送番組の編集に関する規律 15

放送法

第1条 【目的】

◆次に掲げる原則に従って、放送を公共の福祉に適合するように規律し、その健全な発達を図ること。
○放送が国民に最大限に普及されて、その効用をもたらすことを保障すること。
○放送の不偏不党、真実及び自律を保障することによって、放送による表現の自由を確保すること。
○放送に携わる者の職責を明らかにすることによって、放送が健全な民主主義の発達に資するようにすること。

第3条 【番組編集の自由】

◆放送番組は、法律に定める権限に基づく場合でなければ、何人からも干渉され、又は規律されることがない。

第4条第1項 【番組準則】

○ 公安及び善良な風俗を害しないこと
○ 政治的に公平であること
○ 報道は事実をまげないですること
○ 意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること

第5条 【番組基準の策定】

○ 放送番組の種別及び放送の対象とする者に応じて放送番組の編集の基準を定め、これに従って放送番組の編集をしなければならない。

第6条 【番組審議機関の設置】

○ 放送番組の適正を図るため、放送番組審議機関を置くものとする。

参 考：放送倫理・番組向上機構（ＢＰＯ）

平成15年(2003年)7月、NHKと民放連は、放送への苦情や放送倫理上の問題に対し、自主的に、独立した第三者の立場から迅速・的確に対応し、正確な放送と放送倫理の高揚に寄与することを目的に、「放送倫理・番組向上機構（BPO）」を共同で設立。BPOは放送法に基づく機関ではなく、放送事業者の自主的な取組により設立されたもの。

運営体制	放送倫理検証委員会	放送と人権等権利に関する委員会	放送と青少年に関する委員会
理事長：濱田　純一氏（前東京大学総長） 理事9名（NHK3名、民放連3名、外部3名）、監事2名（NHK1名、民放連1名）、評議員7名	○放送倫理を高め、放送番組の質を向上させるための審理又は審議を行う。 ○虚偽の放送が行われた疑いがある場合は、調査・審理して「勧告」、「見解」等を公表。	○放送による人権侵害の被害を救済するため、苦情申立人と放送局とが相容れない状況にある苦情を審理する。 ○「勧告」又は「見解」を公表。	○青少年に対する放送番組に関する視聴者意見を基に審議する。 ○「見解」等や審議の内容、視聴者意見等を放送事業者に通知し、公表。

8

放送に期待される役割・機能と放送規律

- 実体的規律：番組準則と番組編集の自律
- 手続・組織的規律：番組基準の策定、番組審議機関
- 上記規律により放送に期待される役割・機能が発揮されることを前提に、伝送路の確保
- 基幹放送：基幹放送普及計画、あまねく責務

デジタル空間において「放送」が果たすべき役割・機能との関連での追加

- いわゆるプロミネンス
- 著作権処理
- 多元性確保、NHKの協力義務
- 新たな論点

9

新たな論点の例

- 「放送」（放送番組、公衆形成に向けた放送番組のインターネット配信、その他）について、データガバナンスとセットでの、個人情報等の取扱いに関する特例→放送・通信を横断した一体的な利用、メディア価値の向上のための主体間の共同利用、データの公共的な活用等を認めてはどうか
- 「放送」の主体がアテンション・エコノミーに取り込まれないようにする→基幹放送について総合編成・「番組」比率を維持しつつ、地域情報の位置付け等を見直してはどうか
- 基幹放送の役割確保→デジタル空間の情報流通において真正性・信頼性を確保する規律、基幹放送の番組が正しく公衆に届くよう放送以外の主体が協力する規律等を検討してはどうか

（６） 日本放送協会

（資料 27－１、資料 28－４）

資料27－１

情報空間の健全性確保に向けて

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27回）

日本放送協会 説明資料

日本放送協会

2024/6/10

NHK

はじめに

NHK

NHKの次期中期経営計画

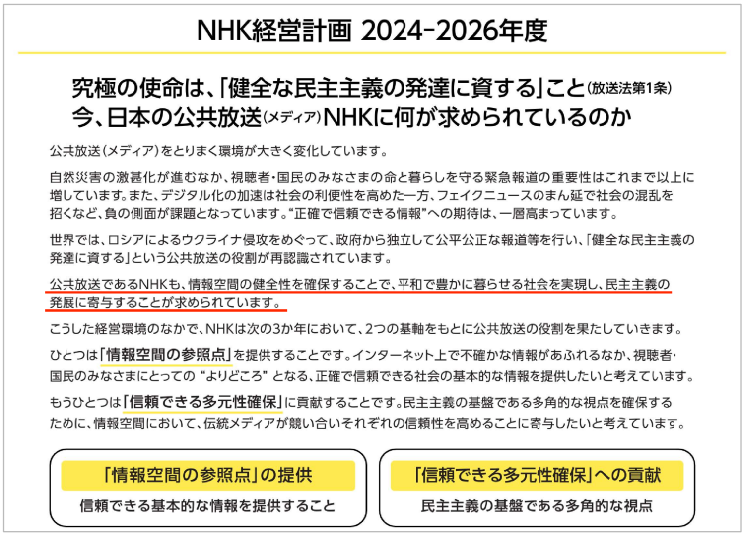
究極の使命は、「健全な民主主義の発達に資する」こと

情報空間の健全性を確保することで、平和で豊かに暮らせる社会を実現し、民主主義の発展に寄与することが求められている

▼

「情報空間の参照点」の提供

「信頼できる多元性確保」への貢献



これまで「放送」が果たしてきた役割

NHK

インターネット普及以前は、放送や新聞、雑誌等のメディアが主な情報発信主体

偽・誤情報そのものが広く拡散することは限定的
取材を通じていかに事実を正しく把握し、正確に伝えるかが主眼であり、課題でもあった

自主的にガイドラインを定め、４つの基本的姿勢を公表
「正確」「公平・公正」「人権の尊重」「品位と節度」

2. 放送の基本的な姿勢
「正確」

- NHKのニュースや番組は正確でなければならない。
  正確であるためには事実を正しく把握することが欠かせない。
  しかし、何が真実であるかを確かめることは容易ではなく、取材や制作のあらゆる段階で真実に迫ろうとする姿勢が求められる。
- ニュースや番組において簡潔で分かりやすい表現や言い回しは必要だが、わかりやすさのために、正確さを欠いてはならない。
- 番組のねらいを強調するあまり事実をわい曲してはならない。
- 事実関係の誤りが明らかになった場合には、速やかに訂正する。



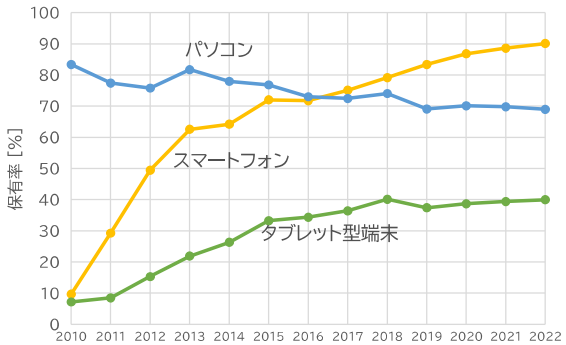
スマートフォン、SNSの登場

NHK

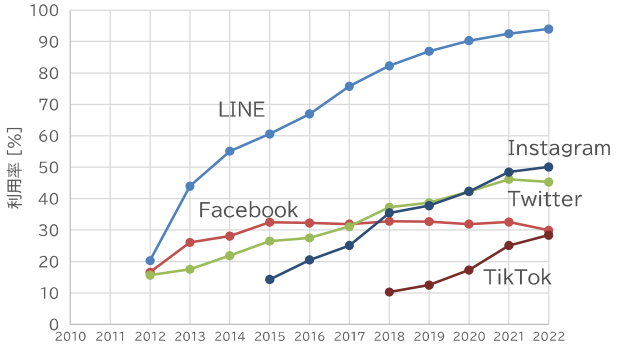
スマートフォン、SNSの登場により、個人が簡単に情報発信ができるように

SNSの投稿の中には事件・事故を伝えるものもあったが、
当初はユーザーが少ないこともあり偽情報の拡散は限定的

引き続き、取材を通じて事実を正しく把握し、正確に伝えることが主眼
偽・誤情報を打ち消す必要性は低かった



情報通信機器の世帯保有率の推移
（出典）総務省「通信利用動向調査」



代表的SNSの利用率の推移
（出典）総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

東日本大震災における大量のSNS流通

NHK

- 2011年の東日本大震災と原発事故では、大量のSNS発信がされるようになるとともに、SNSが重要な取材ソースに
- 取材・制作現場では、記者の専門性に基づき、必要と判断した情報を事実確認のうえ、ニュースとして送出
- しかし、あまりにも膨大に発信される被害情報、救援情報、偽・誤情報に対して、体制もなかったため、ほとんど報道に生かすことができなかった



SNSから発信される大量の情報を収集・分析し、重要な情報を報道につなげられるようにするため、SNSに対して本格的に向き合うソーシャルリスニングチーム（SoLT）を設立 （2013年）



偽・誤情報への対応

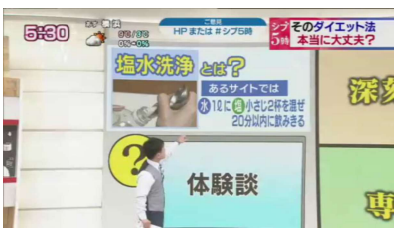
NHK

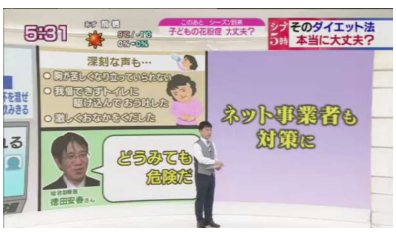
SoLTは、主に事件・事故や災害現場で何が起きているかを伝える重要な取材ソースとしてSNSの情報を収集・分析

→災害時の情報や医療健康情報などのSNS投稿の中には情報が拡散し、実社会に影響を及ぼすものも出てきたため、都度対応をするように

- 熊本地震 「動物園からライオンが逃げた」（2016年）
- 大阪北部地震「京セラドーム大阪の屋根に亀裂」（2018年）
- 医療・健康に関するさまざまな偽情報、根拠のない情報







「塩水洗浄」ダイエット法は本当に大丈夫か（2017年）

新型コロナウイルス感染拡大と偽・誤情報

NHK

新型コロナウイルスの感染拡大をきっかけに、科学的根拠が不確かだったり、
不安をあおる情報などが数多く発信され、急速に拡散

→実社会への影響がより深刻になり、ニュースや番組で取材し報道

イベルメクチン 有効か？



国内外の複数の研究機関や製薬会社、専門家等に取材

・取材時点で治療効果に十分な科学的根拠ない
・有効性や安全性は確立していない　ことなど

それぞれの根拠やコメントとともに報道

“ワクチンで不妊”の誤情報



約20万件のSNS情報の専門家との分析結果をもとに

・発信源は少数のアカウント
・広がる背景に「拡散者」が存在
・一部の医師などもSNSで発信

などの情報をもとに提示

・省庁や研究機関の否定情報を情報源とともに伝える
・医師や専門家の見解をもとに注意点・対処法などを伝える

「専門家や研究機関（海外を含め）に直接取材する」
「一次情報にあたって何が事実かを一つひとつ確かめ、その取材結果を根拠とともに伝える」

→「偽・誤情報」かどうかの結論のみではなく、そう判断した過程や根拠を積み重ねる「検証報道」のスタイル
　一次情報や情報源に加え、背景や対策を伝えることにも重点を置くように

偽・誤情報のさらなる拡大に対する対応

NHK

生成AIの登場等により、偽・誤情報拡散の増加、影響がより深刻に
ニュース等で繰り返し取り上げるように

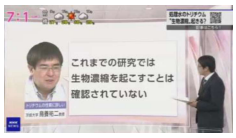
▼ 関東大震災100年（2023/8）
災害時に出回るデマを分析、注意呼びかけ



▼ 岸田首相の生成AI偽動画（2023/11）



▼ 福島第一原発処理水（2023/9）
「トリチウムが生物濃縮」説を検証



▼ クマとメガソーラー（2023/11）
「クマ被害増加の背景にメガソーラー」説を検証



▼ イスラエルとハマスの軍事衝突（2023/11）
市民にも分断が生じる背景にフェイク情報
100万回以上見られた偽動画など



▼ 選挙イヤーとフェイク（2023/12）
2024年に相次ぐ選挙で懸念される生成AIによるフェイクと急がれる対策



- 生命・財産に影響を及ぼすもの（実社会への影響）
- 一定の広がりがあるもの
- 「意見」ではなく「事実」に関する部分

などを考慮しながら検証・報道

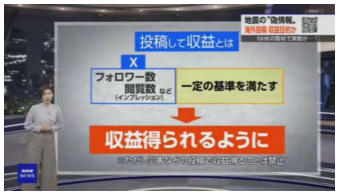
能登半島地震における偽・誤情報対応

NHK

能登半島地震でもあふれる偽・誤情報へ対応

SNSが抱える構造的な問題が顕在化 “インプ稼ぎ”

2月2日放送





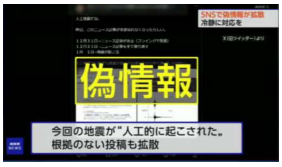
実在しない住所や無関係の画像などの偽情報を分析
投稿の発信元の1つとみられるパキスタンを現地取材
SNSを通じて収益を得ようとする若者の背景に、
インフレや高い失業率などがあることを伝える

https://www3.nhk.or.jp/news/html/20240202/k10014341931000.html



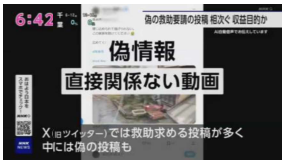
偽の救助要請など(1月2日)

安易に拡散しないように冷静な対応を呼びかけ



人工地震(1月2日)

専門家に取材し、人工地震とは考えられないということを報道



インプ稼ぎ(1月5日)

収益を得る目的で、偽の情報を投稿しているケースもあると注意を呼びかけ



外国系窃盗団(1月10日)

石川県警察本部に取材し、これまでに「外国人の窃盗団」は確認されていないことを報道

メディアでしかできないことの模索 ＝ 一次情報の取材など
大量の偽・誤情報が拡散する中、取り上げる基準は継続課題

公共放送ならではの伝え方

NHK

ニュース、番組、教育番組、国際放送、インターネットなど、さまざまなチャンネルや態様で、
分かりやすく、興味深く、幅広い世代・対象に伝える

▼ 番組「フェイク・バスターズ」
偽・誤情報の見極め方を専門家と考える



▼ アニメ番組「ネズリテ」
ネットやSNSの落とし穴について5分で学べる



#1 その写真、本物？
#2 フィルターバブルこわい
#3 ステマとルッキズム
#4 その書き込み、誰かを傷つけてない？
#5 ご用心！ ”災害デマ”でインプ稼ぎ

- 総合・Eテレのさまざまな時間帯で、それぞれ5～6回繰り返し放送（多数の視聴者の接触を期待）
- エンタメにしてハードルを下げる

▼ 小学校高学年・中学生向けの教育番組
「総合的な学習の時間」の授業などで活用

「アッ！とメディア」



そのニュース広めて大丈夫？

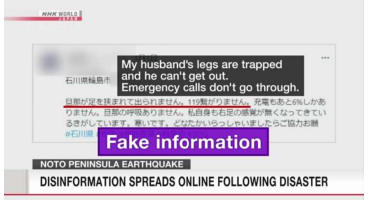
「姫とボクはわからないっ」



あれよあれよで拡散じゃ！！

▼ 国際放送 NHK WORLD-JAPAN

偽・誤情報についても報道



今年度の新しい取り組み

NHK

総合テレビ　**サタデーウォッチ9**　「デジボリ」　デジタル空間の”いま”を深掘りする＝デジボリ





その広告 本物ですか？
SNSの有名人なりすまし偽広告の現状と対策について、詐欺の手口をモニター使って具体的に紹介



キャサリン妃の家族写真
キャサリン妃の画像加工が問題になった背景にあるフェイク画像の急増について解説



スマホが乗っ取られる
地方議員が相次いでスマホを乗っ取られた手口や背景について詳しく解説
パスワード変更もスマホでできる危険性を啓発



その投稿は大丈夫？
スポーツ選手へのSNSの誹謗中傷の現状と対策について、専門家による誹謗中傷と批判との線引きについての解説など

ラジオ第一　**Nらじ**　「みんなでファクトチェック」





「偽情報社会の歩き方」をテーマに、最新の偽誤情報や、メディアリテラシーの取り組みなどを、各界のゲストを招いて紹介

- メディアリテラシーのゲームを作った大学生
- 偽情報をテーマにしたマンガを描く魚豊さん
- ファクトチェックセンター編集長

これまでの取り組みで見えてきたこと

NHK

- 従来の放送の役割は、取材に基づく正確な情報を伝えること
  →偽・誤情報の急速な拡散が実社会への影響を及ぼす中、取材に基づく「正確な」情報の発信と同時に、拡散する偽・誤情報の検証報道や、偽・誤情報の拡散を未然に防ぐことに寄与するコンテンツを、積極的に提供する役割も求められている

- 単なるファクトチェックによる偽・誤情報の判断だけでなく、一次情報にあたり、その過程や根拠、背景や対策なども含めて、視聴者が検証が可能な形で伝えていくことが、取材を通じて事実を把握し、正しい報道に努めてきた報道機関の役割。その際、「意見」と「事実」を切り分けて扱うことが重要

- これまで培った取材やコンテンツ制作のノウハウ、そしてさまざまなチャンネルを通じた発信により、ファクトチェックやメディアリテラシーなどの偽・誤情報対策を、分かりやすく興味深く、そして幅広い世代に伝えていくことが公共放送としての役割

検証可能な報道による情報への信頼性向上

NHK

「情報空間の参照点」としての役割を果たすには、NHKへの信頼性の維持・向上も必要

偽・誤情報対応に限らず、取材過程などの透明性を高め、検証可能な報道の取り組みを始めている

▼ 分かっていること、分かっていないこと、取材の途中経過であることを明確にしたり、出典を可能な限り明示することなどを検討していく

▼ オープンデータを活用するOSINT（Open Source Intelligence）を取材手法として取り入れているが、取材プロセスの可視化と親和性の高い手法であることも意識して取り組む

NHKスペシャル
調査報道・新世紀
File2「北朝鮮　極秘ミサイル開発」
（2024年1月14日）

調査に当たったメンバーの紹介やその調査内容、番組内で使用したデータなどを掲載



世界各国のメディアとの連携

NHK

偽・誤情報に関する知見や対策を共有するネットワークに参加し、生成AI対策、メディアの信頼性、選挙フェイク対策などを議論

伝統メディアどうしの連携等により、偽・誤情報対策の実効性、持続性を高められるのではないか

▼ Trusted News Initiative（TNI）

- BBCの呼びかけで作られたメディアとITプラットフォームの連合組織
- 2023年3月年次総会に参加
- 生成AI対策・メディアの信頼性など議論



情報発信元の真正性を確保する取り組み

NHK

なりすましは社会に混乱をもたらし、伝統メディアの信頼性をゆるがす
利用者/視聴者が“本物”か“偽物”（改ざんされた情報）なのかを見極められるようにする必要

▼ 発信元の真正性やコンテンツの来歴を検証可能とする技術的手段の開発に参加
- C2PA/CAI*1、OP*2

*1: The Coalition for Content Provenance and Authenticity/ Content Authenticity Initiative
*2: Originator Profile



【NHKへのなりすましSNSアカウント】



【NHK NEWS WEBを装った“フェイク記事”（1月31日）】

情報空間の健全性・多元性の確保に向けて

NHK

■ インターネットの発信においても、「放送の基本的な姿勢」は変わらない

「インターネットにおいても、NHKが発信する情報である限り、公共放送にふさわしい良質な情報であることが求められる」「内容の正確性や公平・公正、表現などに十分配慮して公開する」

「インターネットで発信した情報やコンテンツの内容に誤りがあった場合は、放送と同様、速やかに正しい内容に訂正する」

（放送ガイドライン2020より抜粋）

■ ネット空間においても、放送と同様に、事実を正しく把握し、正確な情報を伝えること、誤りが明らかになった場合は訂正すること、を通して信頼を得ていかなければならない

■ また、NHKなど、単一の情報源だけでなく、質の高い競争によって、利用者の方々に多角的な視点が確保され、そうした情報を容易に得られることが重要


NHK

資料28－４

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28回）
日本放送協会 説明資料

日本放送協会

2024/7/25

NHK

ブロードバンド代替及び放送の将来像について

NHK

論点（案） 資料27－3

小規模中継局等のブロードバンド等による代替関係

論点１　基幹放送の役割
- 基幹放送に期待される社会的役割やその経営環境についてどう考えるか。
- 基幹放送をその放送対象地域においてあまねく受信できるようにする現行の枠組みについてどう考えるか。
- 基幹放送を電波により受信できるようにする現行の枠組みについてどう考えるか。

論点２　地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替することの是非
- 地上基幹放送は、基本的に無線局が地上に相当数開設されることによってその放送対象地域における受信エリアが確保されるものである中で、「小規模中継局等のブロードバンド等による代替」は何を意味するか。
- ＩＰユニキャスト以外の代替手段も考えられる中で、基幹放送の役割を踏まえ、地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とすることは適当か。

論点３　地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とする場合の要件
- 地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とする場合には、何らかの要件を設けることは必要か。
- 要件を設ける場合には、「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」における品質・機能要件の検討状況も踏まえて、例えば、①地理的な範囲、②代替の必要性（例：経営状況、業務遂行等）、③代替の方法、④代替される地上基幹放送を行う者の役割などの観点から、どのような要件を設けることが適当か。

論点４　地上基幹放送を代替するＩＰユニキャストを行う者に適用する規律
- 地上基幹放送を代替するＩＰユニキャストを行う者を規律することは適当か。
- 規律する場合には、どのような規律内容とすることが適当か。

論点５　その他
- ＮＨＫの地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とすることは適当か。
- 更なる検討が必要となる事項として何が考えられるか。

将来像関係

論点６　放送の将来像
- 社会環境の変化（例：能登半島地震で課題となった偽・誤情報対策等）などを踏まえ、放送の価値についてどう考えるか。
- 放送概念は将来的にどのような方向に向かっていくと考えるか。
- 放送概念の変化を見据えたときに、放送の担い手になることで認められる効果として何が考えられるか。
  （例：権利処理、プロミネンス、多元性確保、データ利用、真実性・信頼性確保等）

出典：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27回）事務局説明資料

論点1、6について

NHK

論点１　基幹放送の役割

- 基幹放送に期待される社会的役割やその経営環境についてどう考えるか。
- 基幹放送をその放送対象地域においてあまねく受信できるようにする現行の枠組みについてどう考えるか。
- 基幹放送を電波により受信できるようにする現行の枠組みについてどう考えるか。

論点６　放送の将来像

- 社会環境の変化（例：能登半島地震で課題となった偽・誤情報対策等）などを踏まえ、放送の価値についてどう考えるか。
- 放送概念は将来的にどのような方向に向かっていくと考えるか。
- 放送概念の変化を見据えたときに、放送の担い手になることで認められる効果として何が考えられるか。
  （例：権利処理、プロミネンス、多元性確保、データ利用、真実性・信頼性確保等）

- 基幹放送には、長年にわたって培ってきた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健全な民主主義の発達の土台となる社会的役割があるものと認識している。
- 情報発信主体としての基幹放送事業者は、放送番組の編集の基準を策定・公表し、それに従って放送番組を編集する（放送法第5条）、番組審議会を設置し、その意見を尊重して措置を行う（第6条）等の仕組みの下、自律的に放送番組の適正性を確保してきた。
- また放送は、有限希少な電波を用いて不特定多数に同時に同じ情報を提供する手段として大きな社会的影響力を有しており、社会的役割・社会的影響力の点から、放送事業者が中継局をくまなく設置し、あまねく放送が受信できるようにすることを義務付けていた現行の枠組み（NHKは義務、民放は努力義務）は適切なものであったと考える。

論点1、6について

NHK

- 現在、インターネットを含めて情報空間が放送以外にも広がり、アテンションエコノミーの形成、フィルターバブルやフェイクニュースといった問題も顕在化するなど社会環境は大きく変化したが、質の高いコンテンツ制作を堅持し信頼される情報源としての「放送」の価値にいささかも変わりはないと考える。
- そういった点から、第26回会合で宍戸構成員がご発表されたように「将来的には、伝送路に関わりなく、『公衆』形成に向けた、機能的に同時・同報と理解できる公共的な情報発信サービス（放送事業者が放送に関連して行うもの、新たな主体が行うもの）を、『放送』として位置付けることもできるのではないか」との、技術的要件のみではなく、放送の果たすべき役割、機能から、「放送」を定義していく考え方には賛同する。
- ただ、単に放送の定義を変えれば済むような単純な議論でないことは承知しており、引き続き良質な放送コンテンツを全国の視聴者に届けるため、まずは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考える。そうした中で、放送事業者がとりうる、持続可能性の高い技術的選択肢を増やす観点から、条件不利地域に向けた放送番組のインターネット配信（IPユニキャスト）を、現在の放送に準ずるものとして取り扱うことは必要であると考える。
- また、視聴者にとって信頼できる情報が多元的にきちんと入手できる環境を維持していくことは重要であると考えており、NHKとしても、信頼できる基本的な情報を提供し、信頼できる多元性確保へ貢献するという観点から、放送だけでなく（必須業務化される）インターネットも活用しながら、情報空間全体の中で必要とされる役割を、あまねく日本全国において引き続き果たしていく。
- 現在、必須業務化されるインターネット業務の来年度後期（予定）からの円滑な開始に向けて準備を進めているところだが、その状況も見据えながら、情報空間全体における「放送概念」に関する研究、検討は進めてまいりたい。

論点2について

NHK

論点２　地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替することの是非

- 地上基幹放送は、基本的に無線局が地上に相当数開設されることによってその放送対象地域における受信エリアが確保されるものである中で、「小規模中継局等のブロードバンド等による代替」は何を意味するか。
- ＩＰユニキャスト以外の代替手段も考えられる中で、基幹放送の役割を踏まえ、地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とすることは適当か。

- 現行放送法で「放送」と定義されている地上放送やIPマルチキャスト、CATVでの放送は十分にその機能を発揮してきたが、人口減少や経済状況の変化などにより全国にあまねく届けるための伝送にかかる経費が今後増大していくことが見込まれる。また、より効率的な伝送網を構築することで放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減し、情報空間が広がる中でより必要とされる、質の高い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必要になる。
- 効率的な伝送路構築に向けてIPマルチキャストやCATVによる代替を検討する中で、回線の敷設状況等により、IPユニキャストによる伝送を必要とする世帯が一定数いることが判明している。具体的には、CATV事業者やIPマルチキャスト事業者が対応困難なエリアに存在する世帯である。そういった世帯に対しても、信頼できる情報をお届けし、全国あまねく視聴者・国民の「知る権利」に奉仕するためには、IPユニキャストでの代替を選択肢として取り得るための制度・枠組みは必要と考える。

論点3、4について

NHK

論点３　地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とする場合の要件

- 地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とする場合には、何らかの要件を設けることは必要か。
- 要件を設ける場合には、「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」における品質・機能要件の検討状況も踏まえて、例えば、①地理的な範囲、②代替の必要性（例：経営状況、業務遂行等）、③代替の方法、④代替される地上基幹放送を行う者の役割などの観点から、どのような要件を設けることが適当か。

論点４　地上基幹放送を代替するＩＰユニキャストを行う者に適用する規律

- 地上基幹放送を代替するＩＰユニキャストを行う者を規律することは適当か。
- 規律する場合には、どのような規律内容とすることが適当か。

- 今回の取組は、小規模中継局等のブロードバンド等による代替を検討する中で、すでに放送の仕組みとして整備されているCATVやIPマルチキャストの他に、IPユニキャストを加えるための検討と理解している。したがって、CATVやIPマルチキャストで規定されている要件から大きく外れるような要件設定は適切ではなく、CATV・IPマルチキャストで実現していることをベースに要件を設定されることが望ましい。（著作権関係は論点5に記載）
- 一方で、これまでの検討において想定されていたIPユニキャストの技術的な特徴や制限から、CATV・IPマルチキャストと同等程度の水準にすることが困難な領域、あるいは同等程度にするために非常にコスト高になるような領域もあるため、現状の技術水準・社会値に準じたリーズナブルな要件も求められるのではないか。
- 要件設定にあたっては、小規模中継局等を停波し、その中継局がカバーしていたエリアに対してIPユニキャストで代替するという観点から、代替可能とするエリアに限定した制御（地域制御）が必要となる。

論点5について

NHK

論点５　その他

- ＮＨＫの地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とすることは適当か。
- 更なる検討が必要となる事項として何が考えられるか。

- 5ページで述べたように、共同利用などの検討により、より効率的な伝送網を構築し放送ネットワークインフラに係るコスト負担を軽減することで、経営計画で掲げている「信頼できる基本的な情報の提供」（「情報空間の参照点」の提供）、「民主主義の基盤である多角的な視点の提供」（「信頼できる多元性確保」への貢献）を果たしていくことが必須であると考える。そのため、NHKとしても、IPユニキャストによる代替は必要だと考える。
- IPユニキャスト等による代替は、基幹放送の代替にすぎず、新たなサービスやビジネスを展開するものではない。したがって、ブロードバンド等での代替を実施するにあたっては、新たな権利処理や支払い等が発生しないような枠組みが望まれる。
- IPユニキャストに限らず、IPマルチキャストやCATVによる代替についても、「放送の代替」が主目的であるため、代替が実現したエリアにおいて、電波（中継局等）から代替手段へスムーズに移行できることが必要だと考える。その場合、どのような条件であれば移行できるのか、中継局等の停波も含めどのような手続きで代替していくのか、放送事業者にとって使いやすくまた視聴者にとっても分かりやすい適切な形での法的な整備を求めたい。条件不利地域が今後ますます広がっていくことを踏まえると、並走期間が長くなれば、二重投資となって、コストが確実に増大するため、ブロードバンド等での代替を実現するためには、こうした点を踏まえて制度的に手当てされることが必須だと考えている。

NHK

（７） 飯塚留美構成員

（資料 27－２）

資料27－２

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27回

2024年6月10日

放送定義や放送政策をめぐる諸外国動向

飯塚留美　研究主幹　調査研究部
一般財団法人　マルチメディア振興センター
Foundation for MultiMedia Communications

報告内容

１．諸外国における放送等の定義及びその規律内容

２．諸外国調査から得られた知見

３．最近の政策動向にみる主な論点

All rights reserved ©FMMC 2024

1．諸外国における放送等の定義及びその規律内容（米国）

	主な定義語	定義の内容	規律内容の例
米国	放送	一般公衆により直接又は中継局を経由することにより受信されることを目的とする無線通信の伝搬	【コンテンツ規制等】 ・虚偽情報、ニュース歪曲、政治・公職候補者、公序良俗、青少年保護、アクセシビリティ（字幕、解説等）、警報、広告等 ・字幕付きで放送された放送番組をインターネット上で再送信する場合の字幕付与 【エリアカバー】 ・原放送局によってカバーされていないエリアにおいてケーブルや衛星による再送信を可能とする仕組み ・公共放送について、放送及び非放送技術の利用を含め、最も効率的かつ経済的な手段により、可能な限り多くの米国市民にサービスを提供する仕組み
	ケーブルサービス	映像番組又はその他の番組サービスの一方向での加入者への伝送、かつ、かかる映像番組又はその他の番組サービスを選択又は利用するために必要な加入者との相互のやり取り（もしあれば）	【コンテンツ規制等】 ・公序良俗、青少年保護、警報、チャンネル割当て等 【再送信】 ・放送信号の再送信に当たって、一定の放送局の放送信号を伝搬する義務（マストキャリー義務）を負うか原放送局から再送信の同意を得る義務を負うかを選択
	直接衛星放送サービス	12.2-12.7GHz帯の放送衛星サービス宇宙局から送信又は再送信される信号を、加入者又は一般公衆が直接受信することを目的とする無線通信サービス（直接受信には、個別受信及びコミュニティ受信を含む。）	【コンテンツ規制等】 ・公序良俗、青少年保護、警報、チャンネル割当て等 【再送信】 ・放送信号の再送信に当たって再送信同意を得る義務 ・原放送局のローカル市場内に所在する加入者に対してその原放送局が行う一次送信の二次送信を提供する場合において、そのローカル市場内にある全ての放送局の信号を要求に応じて伝搬する義務

All rights reserved ©FMMC 2024

1．諸外国における放送等の定義及びその規律内容（英国）

	主な定義語	定義の内容	規律内容の例
英国	放送	無線電信による放送	・DTTの世帯カバレッジはアナログ放送の放送範囲と同等
	放送番組サービス	・テレビジョン番組サービス ・オンデマンドプログラムサービス	
	テレビジョン番組サービス	・テレビジョン放送サービス（放送されることを目的として提供されるテレビジョン番組のサービスから構成されるサービス、かつ、公衆が受信可能なように提供されるサービス） ・テレビジョン免許コンテンツサービス（衛星から放送されるテレビサービス、電子通信ネットワークを利用して配信されるテレビサービス（インターネット経由で放送されるサービスを含む。）又はラジオ多重放送によって提供されるサービス） ・デジタルテレビジョン番組サービス ・制限的テレビジョンサービス	【コンテンツ規制】 ・青少年保護、公序良俗、宗教、正確性、選挙・国民投票、公平性、プライバシー、広告等（テレビジョン及びラジオサービスに含まれる番組のコンテンツについて基準を設定した「Ofcom放送コード」によるもの） 【エリアカバー】 ・公共サービス放送が特定地域における必須提供サービスの受信を確保する義務 ・公共サービス放送が衛星放送・ＣＡＴＶサービスに対してサービスを提供する義務（マストオファー義務） 【再送信】 ・衛星放送・ＣＡＴＶサービスが公共サービス放送を自己のプラットフォームで視聴できるようにする義務（マストキャリー義務）
	オンデマンドプログラムサービス	主たる目的が、テレビジョン番組サービスに通常含まれる番組の構成・内容と同等のものであり、アクセスがオンデマンドで行われるものであり、編集責任を有する者が存在するものであり、当該者によって公衆の利用に供することとされたものであり、その者の本社が英国内にあるものであり、かつ、サービスに関する編集上の決定が英国内で行われるもの	【コンテンツ規制】 ・公序良俗、広告等（「Ofcom放送コード」の一部によるもの）

All rights reserved ©FMMC 2024

1．諸外国における放送等の定義及びその規律内容（ドイツ・フランス）

	主な定義語	定義の内容	規律内容の例
ドイツ	放送	報道・編集された番組を、動画又は音声で一般向けに編成・配信し、電気通信手段によって放送スケジュールに沿って同時受信すること	【コンテンツ規制】 ・人権、広告、番組の国籍、自社制作、公序良俗、宗教、統一ドイツの団結・国際理解等 【エリアカバー】 ・公共放送の同時再送信を行う仕組み 【再送信】 ・メディアプラットフォームの提供者は、伝送容量の三分の一以内を確保して、法律および州メディア監督機関が指定および免許した番組（公共放送、ローカル民放：州／地域／地方）を配信する義務
	テレメディア	電気通信法に規定する電気通信サービス又はメディア州際協定に規定する放送に該当しない全ての電子的情報通信サービス	
フランス	視聴覚通信	公衆へのサービスを実現する態様はどうであれ、公衆向け通信としてのラジオ及びテレビサービス又は公衆向けビデオ・オン・デマンドサービス（個人の要求により発信者と受信者の間でデジタルデータを交換するオンラインサービスを除く。）	【コンテンツ規制】 ・青少年保護、広告、人権、公序良俗等、番組の国籍等 【エリアカバー】 ・地上デジタルの無料放送を行う事業者が地上デジタルで人口の９５％以上、他の手段（番組配信が可能な手段であれば技術指定なし）を合わせて人口の１００％をカバーする義務 【再送信】 ・地上波以外の手段で番組配信を行う事業者が公共サービス放送を無料で配信する義務 ・地上波以外の手段で番組配信を行う事業者が地上放送の無料チャンネルを適切な料金で配信する義務

All rights reserved ©FMMC 2024

2．諸外国調査から得られた知見

- 米国・英国は法律上の放送の定義は、伝送路に着目した、無線によるものと狭義である。しかし、英国は、放送番組のインターネット配信に対して放送の規律を適用しており、ビデオ共有プラットフォームも規制対象となっている。また、米国でも、同時配信への放送規律の適用が拡大している。
- ドイツ・フランスは法律上の放送の定義は伝送路を問わず広義で、同時配信やVODも放送と同様に、放送規律に準じたコンテンツ規制が課せられ、ビデオ共有プラットフォームも規制対象となっている。

国	検討のポイントとなり得る諸外国の事例
米国	• 放送の定義は日本よりも狭い。他方で、公共放送の射程は狭義の放送だけにとどまらず、オンラインで積極的に番組を配信。 • 地上波アンテナ経由でTV番組を視聴する世帯は20%弱で、過半数の世帯はケーブルや衛星といった従来型の有料TVサービスに加入。しかし、近年は、インターネット上で提供されるオンライン動画配信サービス利用も拡大しており、従来型有料TVサービスを解約する世帯も増加。 • このため、オンライン動画配信プラットフォームにはどういった規律が求められるのかも検討されている。実際に、放送番組をインターネット上で再送信する場合の字幕付与等、放送の規律の射程がインターネットに拡大しているものもある。
英国	• 放送の定義は狭いが、PSB（公共サービス放送）とは、英国の視聴者が、市民としてニーズと個人としての関心に応えるための質の高い番組を、幅広く享受できることを保証するために、議会の介入によって策定された制度と、Ofcom声明文書で説明。 • 放送の同時配信は「テレビジョン免許コンテンツサービス」としてOfcom放送コードの規制対象となり、見逃し配信／VODは「オンデマンド・プログラム・サービス（ODPS）」として同コードの一部であるODPS規則及びガイダンスに従う。前者は免許制で、後者は届出制となっている。「ビデオ共有プラットフォーム（VSP）」も基本法で規制対象となっているが、「2023年オンライン安全法（OS法）」の成立により、VSP規制はOS法に引き継がれ、規制が強化される。
ドイツ	• 公共放送は同時配信やオンデマンドが義務付けられ、メディアプラットフォームは指定又は免許された公共放送・ローカル民放番組の再送信が義務付け。 • エリアカバーの実際（バイエルン州の例）：民放テレビ番組は、地上波（DVB-T2のカバレッジは限定的）、ケーブル、衛星、IPTVで放送。バイエルンニューメディア監督機関（BLM）は、民放開始以降、ブロードバンドケーブルに依存して人口カバーを拡大。2002年からは、同州のDVB-Sプロジェクトとして、ローカル民放のデジタル放送を衛星経由で開始、衛星受信装置等の開発では「バイエルン州メディア法」に基づき同州からの補助金でBLMが継続的に開発。2021年からは、14のローカル番組が使用していた２つの衛星中継器を１つに削減し、コンテンツ制作投資に充当。BLMは、衛星とHbbTVを通じたローカルTVに力を入れ、BLMの支援でメディアライブラリー（インターネット経由のオンデマンド番組提供）を地元テレビ局向けに設置。
フランス	• 地上波以外の手段を使って放送の人口カバレッジ100%を実現しており、放送コンテンツを配信する事業者（ストリーミング配信含む）に対しては公共放送の無料配信を義務付けている。 • TV視聴の媒体別割合ではIPTVが70%近くに達していること、公共放送をはじめ主要な地上テレビ放送事業者は同時再送信＋見逃し視聴のアプリ配布を実施していること、通信事業者もIPTVと並行して「ネットにつながる機器のどれでも視聴可能」なストリーミングサービスとしてそれをサポートしていることから、通信事業者のIP基盤を通じた放送サービスへの協力例として、ルーラル地域へのIPユニキャスト配信等への参考例になると考えられる。

All rights reserved ©FMMC 2024

3．最近の政策動向にみる主な論点（米国）

論点	内容
視聴者保護 放送の広告規制の一部（音量レベル制限）の動画配信への拡大【法案提出】	・2023年3月に上院及び下院で提出された法案「CALM近代化法案（CALM Modernization Act）」は、FCCの権限を拡大し、放送番組の広告音量を制限する規制を動画配信サービスにも適用するよう指示
公共安全強化 動画配信プラットフォームへの緊急警報システム参加を義務付ける検討【FCC意見募集】	・2021年1月に成立した「2021会計年度国防受験法」は、FCCに対して、緊急警報システムに動画配信プラットフォームを加えるかどうかについて意見募集を行うよう指示、FCCは2021年3月に同手続きを実施 ・放送事業者（全米放送事業者協会（NAB）等）、動画配信事業者（全米映画協会（MPA）、AT&T等）双方から、技術的な問題や、それに伴う負担が多大になる一方、効果は限定的といった理由から、その実現可能性は低いとするコメント（動画配信プラットフォームでは特定の地域でタイムリーな緊急警報情報の表示が事実上不可能、携帯電話向け警報と重複する可能性があり利用者の混乱を招く等）
アクセシビリティ確保 インターネットオリジナルコンテンツへの字幕の付与【法案提出】	・2023年7月に上院及び下院で提出された法案「通信・映像・技術アクセシビリティ法」は、21世紀通信・映像アクセシビリティ法（21st Century Communications and Video Accessibility Act ：CVAA）を改正し、オンラインで提供される動画番組へのクローズドキャプションや音声ガイドを付与する義務の適用や、クローズドキャプションの品質基準等を規定
放送番組配信の対価 一部オンライン動画配信サービスへのローカルTV局との同時再送信交渉義務の適用検討【FCCでの検討】	・ローカルTV局の収入基盤を強化するため、放送番組をリニア配信する一部のオンライン動画配信サービスに対して、同サービスを提供する市場のローカルTV局と放送番組配信にかかる同時再送信交渉を義務付ける提案が一部の議員や業界から主張され、FCCの関連する手続きでも複数のコメントが提出
大手テック企業との団体交渉 ローカルニュース配信の正当な報酬確保【法案提出、委員会通過】	・2023年3月に上院で再提出された「ジャーナリズム競争・維持法（Journalism Competition and Preservation Act：JCPA）」は、TV局を含む中小報道機関がそのコンテンツへの正当な報酬を求めてFacebookやGoogle等と団体交渉することを容認

All rights reserved ©FMMC 2024

3．最近の政策動向にみる主な論点（英国）

論点	内容
プロミネンス マストキャリー義務のRTSSへの適用【2024年メディア法】	• 「2024年メディア法（Media Act 2024）」により、新たなマストオファー義務とマストキャリー義務が規定された。指定インターネット番組サービス（Designated Internet Programme Service：DIPS）プロバイダー（PSBが該当）に対しては「マストオファー義務」が、規制対象テレビジョン選択サービス（Regulated Television Selection Service：RTSS）のプロバイダーに対しては「マストキャリー義務」が課される。これにより、RTSSプロバイダーは、DIPSを「適切に目立たせる（appropriate prominence）」ことが求められる。本規定を踏まえて開発されたのが、Freelyアプリ（地上波番組の視聴環境をインターネットで再現するための共同プラットフォーム）で、2024年4月末にFreely内蔵スマートTVの発売が開始された。 • RTSSとは、英国内の相当数の視聴者がTVコンテンツにオンラインでアクセスするために利用しているものを対象とすることが示されており、スマートテレビ、有料テレビ事業者、ストリーミングスティック、セットトップボックスなどが含まれる可能性が指摘されている。 • 業界関係者の間では、「適切なプロミネンス」とは、実際には何を意味するのかという議論がある。比較的単純なEPGコードでのプロミネンスとは異なり、様々なコネクテッドTVのインターフェースにまたがる議論となるため、RTSSがそのサービスに表示されるコンテンツを目立たせるために、どのような方法が適切なのか（例：音声起動検索、ランキング基準、コンテンツレールの順序、アプリの設定など）、業界関係者の間での調整が必要になると見られている。
視聴者保護、アクセシビリティ確保 Ofcom放送コードのオンラインチャンネルへの適用【2024年メディア法】	• 英国では現在、約4分の3の世帯がスマートテレビを所有しており 、視聴者はPluto TV、Samsung TV Plus、LG Channels、Amazon Freeveeといったサービスを通じて、最大900の規制対象外のオンラインチャンネルにアクセスすることができる。しかし、これらのチャンネルは現在、従来の放送事業者に課されているコンテンツ規制に従う必要はない。 • 英国では、規制対象の電子番組ガイドに掲載されるチャンネルのみが、Ofcom放送コードに基づくコンテンツ規制の対象となる。これらの番組ガイドは現在、Freeview、Freesat、Sky、Virgin Media、YouView によって提供され、公共放送が目立つように表示されるよう、義務付けられている。 • 他方で、その他の番組ガイドやチャンネルの多くがインターネットで配信されているが、現在、規制の対象外である。少なくとも19の規制対象外の電子番組ガイドがあり、英国の視聴者は、プレインストールされたソフトウェアを介して直接、ダウンロードしたアプリケーションを介して、あるいは他の番組ガイドのチャンネルスロット経由で、テレビからアクセスすることができる。 • しかし、一部のオンラインチャンネルは、運営会社が自主的に定めた不適切または有害な素材に関する規則に従っているものの、英国の視聴者は番組に問題があってもOfcomに苦情を申し立てることはできず、Ofcomにはチャンネルが有害な素材を放送した場合に罰金などの制裁を科す権限がない。また、規制対象外のチャンネルは、障がい者のために字幕、音声ガイド、手話を利用できるようにするOfcom規則に従う必要がない。 • そのため、これらの規制対象外のオンラインチャンネルについても、Ofcom放送コードの適用を可能とすることが、「2024年メディア法」によって定められた。

All rights reserved ©FMMC 2024

3．最近の政策動向にみる主な論点（英国）

論点	内容
DTTの将来 ユニバーサルTV配信に向けたアプローチ 【Ofcomによる政府報告】	• Ofcomが2024年5月9日にDCMS（文化メディアスポーツ省）へ提出した「テレビ配信の未来」報告書では、デジタル地上波テレビ（Digital Terrestrial Television：DTT）を無期限に継続すべきだとする放送業界のコンセンサスは崩れたとし、産業界と政府が検討すべきDTTの将来として、ユニバーサルTV配信に向けた３つのアプローチが示された。 ① より効率的なDTTサービスへの投資：　DTTプラットフォームが2030年代に十分な視聴者規模を提供すると考えられる場合、あるいはインターネットへの移行が望ましくない場合、継続的な投資や資金調達が可能であれば、より効率的で完全なDTTサービスを検討することができる。これには、より効率的な放送信号のための新しい機器による視聴者への支援も含まれる。 ② DTTをコアサービス（「ナイトライト」と呼ばれる）に縮小：　DTTサービスは最小限のコアチャンネル（例えば、主要な公共サービスチャンネル）を維持することができる。これは、より完全なスイッチオフへの一時的な移行として行うこともできるし、最後の手段のプロバイダーとして無期限に維持することもできる。これにより、インフラの運営は全体として安くなるが、より少ないユーザーに分散することになるものの、FM／DABラジオなどのインフラの共同利用者は、緊急時にレジリエントな放送を提供することもできる。 ③ 2030年代にかけてDTTスイッチオフに向けて移行（政府は少なくとも2034年まではDTTを維持することを約束）：　人々がインターネットTVサービスに接続し、使いこなせるようになることを支援するキャンペーンを計画的に実施すれば、DTT停波を促進する可能性がある。これには、公共サービス放送の普遍性を確保し、誰一人取り残さないようにするための慎重な計画が必要であるが、デジタルインクルージョンにとってもより広範な便益がある。

All rights reserved ©FMMC 2024

3．最近の政策動向にみる主な論点（ドイツ）

論点	内容
共同プラットフォーム、開かれた意見形成プロセス レコメンド機能における公共的アルゴリズム 【メディア州間協定】	• テレメディアサービス（インターネットサービス）規定では、ARDに加盟する州放送協会、ZDF、ドイチュラントラジオは、インターネットサービスを共同のプラットフォーム戦略を考慮に入れたうえで提供し、公共放送がインターネットサービスでレコメンド機能を利用したり提供したりする場合、当該機能は開かれた意見形成プロセスと幅広い議論を可能にするものでなくてはならないと定められている（「メディア州間協定（MStV）」第30条第5項）。つまり、公共放送番組の配信サービスにおけるレコメンド機能のアルゴリズムは、収益を最大化するために設計される営利目的の動画配信プラットフォームのアルゴリズムとは一線を画すものでなければならないとされる。 • ARDとZDFは2024年5月、共同オペレーティングシステム（OS）を通じて、ストリーミングサービスを技術的に統一する計画を発表した。共同OS構築の背景には、「ジャーナリズムの質、編集の多様性、公共サービスの価値を兼ね備えたサービスを共同で作り上げることで、ドイツ社会に貢献する価値観に基づいた透明性の高いストリーミング・プロバイダーとして、営利を目的とする大手ハイテク企業に対抗するために、共同の立場を確立すること」がある。 • 当該OSによって、商業的なプラットフォームとは対照的に、透明性のある公共サービス・アルゴリズムと、慎重かつ厳格なデータの取り扱いに基づいた、登録ユーザーへのレコメンド機能が導入されると強調。ARDとZDFは、自らを市場と社会の「イネーブラー」と位置づけ、オープンソースのストリーミングOSによって、小規模な商業プレイヤーであっても、簡単に独自のプラットフォームを構築したり、開発する機会が得られるとし、開発・運営の効率化・費用対効果の向上が期待されている。 • 公共放送が主体となって、共同OSを構築し、広く一般に公開することで、公共価値に根差した質の高い多様なストリーミングサービスの実現に向けた取組みが注目される。

All rights reserved ©FMMC 2024

3．最近の政策動向にみる主な論点（フランス）

<table>
<tr><th>論点</th><th>内容</th></tr>
<tr><td><u>財源の確保</u>
公共放送改革法案
【議会で審議中】</td><td>
• 2023年6月に議会の関連委員会で調査報告が行われ、2024年5月に正式に「法案」として起草、審議が開始された。
• 内容は、①ラジオ、テレビ、国際放送、映像アーカイブセンターを持株会社「France Madia」下にまとめ、冗費を削減する。②「公益」を活動意義とする事業体として、現在昼間には許可されている広告放送を廃止、財源はすべて税からの交付金とする。
• 議会での論議の焦点は、①の是非と②で、現在の付加価値税の一部に代わる財源が見いだされるかであると目されている。
</td></tr>
<tr><td><u>プロミネンス</u>
ユーザインターフェースにおけるプロミネンス
【ARCOM公開諮問】</td><td>
• 放送基本法「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」第20-7条では、TV放送を映す画面の番組案内やリモコンのチャンネルボタン等のユーザインターフェースにおいて、「公益に資する」チャンネルの優先権（プロミネンス）が規定されている。
• 配信機器の多様化に伴い、対応チャンネルには何が入るかに関するパブコメが2023年に実施されたが、結論は出ず、2024年2月、一義的には公共放送がこれに当たるという前提で「プロミネンス対応」を行うインターフェース事業者のリストが公開された。
<table>
<tr><th>スマートTV
（Téléviseurs）</th><th>ストリーミングプレーヤー
（Passerelles multimédias）</th><th>番組配信プラットフォーム
（Distributeurs de services）</th></tr>
<tr><td>- SAMSUNG équipés de TIZEN
- LG équipés de LG Web OS
- TCL équipés d’Android TV ou de Google TV
- HISENSE équipés de HISENSE VIDAA U
- PHILIPS équipés d’Android TV ou de Google TV</td><td>- Passerelle Chromecast Google TV 4K (logiciels Chrome OS et Android)
- Passerelle Amazon Fire TV Stick (logiciel Android)
- Passerelles Xiaomi avec TV Stick et MI TV Box (logiciel Android)
- Passerelle Apple TV+</td><td>- Amazon Prime
- Canal+ / myCanal
- Google TV
- Orange
- Free
- Bouygues Telecom
- SFR
- Deezer
- Apple Music</td></tr>
<tr><th>音声アシスタント
（Enceintes connectées）</th><th>ゲーム機
（Consoles de jeux）</th><th>アプリストア
（Magasins d’applications）</th></tr>
<tr><td>- Google (Google Assistant)
- Amazon (Alexa)
- Apple (Siri)</td><td>- Nintendo (Switch)
- Sony (PS5)
- Microsoft (Xbox Series, Xbox One)</td><td>- Google Play
- Samsung Galaxy Apps
- Apple Store</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

All rights reserved ©FMMC 2024

一般財団法人
マルチメディア振興センター
FMMC Foundation for MultiMedia Communications

（８） 一般社団法人日本民間放送連盟

（資料 28－３、資料 29－１）

日本民間放送連盟

民間放送から見たデジタル空間の情報流通に関する課題

2024年7月25日

一般社団法人　日本民間放送連盟

はじめに

【本日の話の流れ】

- 過日プレゼンを行ったNHKと同様、民間放送は正確な情報発信を通じて、情報空間の健全性を維持するための役割を果たしています。
- 偽・誤情報がネット上で流通する背景には、デジタル空間における広告のエコシステムの問題があります。
- 多く課題を抱えているインターネットに圧迫されるかたちで、テレビ・ラジオの広告費収入が減少し、民間放送が公共的使命を果たす経済的基盤が脅かされている面があると、私たちは考えています。

1．デジタル空間でも確かな報道・健全な娯楽を提供

- 「放送」を通じて信頼できる情報や健全な娯楽を供給
- 近年はデジタル空間にも放送由来のコンテンツを供給。自社サイトやアプリだけでなく、系列でまとめたり、外部プラットフォームにも提供
- 能登半島地震では被災地の正確な情報を社会に届けるために、より多くの人々が日常的に目にする場所（TVer）で発信







ニュース専用アプリの提供も



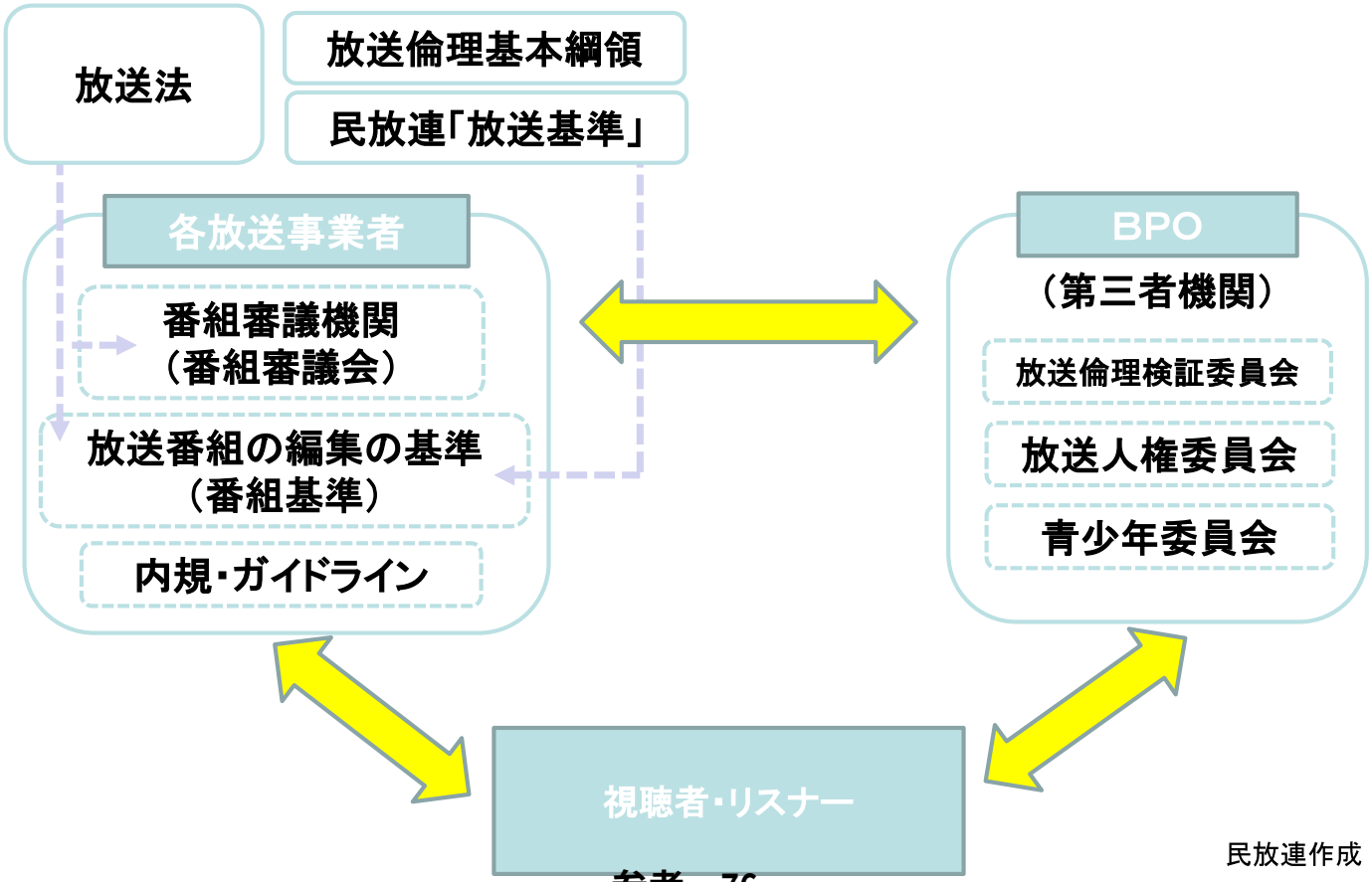
動画共有サイト、SNSの公式チャンネルでもニュースを提供



ローカルテレビ局でも約半数が独自アプリで地域ニュースや情報を発信する取り組み



能登半島地震の際には、 TVerにおいて５つの系列全てで、緊急報道特番をリアルタイム配信（画面は日本テレビの例）



民放連作成

2．TVerでは放送における基準を指針として広告審査

【民放連放送基準】
第１３章　広告の責任
（８９）広告は、真実を伝え、視聴者に利益をもたらすものでなければならない。
（９０）広告は、関係法令などに反するものであってはならない。
（９１）広告は、健全な社会生活や良い習慣を害するものであってはならない。



- **視聴者（消費者）保護のために各社は番組基準や内規・ガイドラインを定め、広告主の業態審査と個別の広告表現について考査。**
- **絵コンテや素材を一本ずつプレビューし、虚偽や誇大、優良誤認、法令違反、不適切な表現等がないかチェックし、必要に応じて広告会社を介し改稿要請。**
- **視聴者保護、青少年保護の観点から、民間放送は各業界の自主基準を尊重し対応。**

- TVerの場で放送局は、放送と同じようにすべての企業の業態審査とすべての素材を考査
- TVerは広告審査を通過したものしか流れない点に、広告主の皆様から評価をいただいている

- 民間放送は広告主企業から受け取った広告費を、制作にかかわる多くの関係者に還元すること通じて、優れたコンテンツが制作される環境を維持しています。
- 出演者、原作者、脚本家、作詞家、作曲家、制作者など、非常に多くの方の協力を得て、民放が作り上げたコンテンツが、プラットフォーム事業者が提供するSNSなどの上に違法にアップロードされ、あふれています。
- 明らかな違法行為を含むインターネット広告が多数存在することは、テレビ・ラジオ局の広告収入を圧迫する一因にもなりかねず、ひいては信頼できる情報を提供する使命を負った民間放送の経済的基盤が脅かされます。

1. コンテンツの違法アップロードについて

「YouTube上で、現在放送中のテレビ番組が違法にミラーリング配信され、公式の放送のすぐ下に表示されているような事例があり、TVerでの同時配信の取組を台無しにするような事態」が起きている（中島博之弁護士）

「文化庁文化審議会著作権分科会政策小委員会」(2024年2月6日)

- 数多くのテレビ番組・ラジオ番組が違法にアップロードされている
- 在京キー局が、昨年１年間に削除要請しただけで、約391,000件の違法アップロード
- 違法アップロードされた番組に含まれる権利は、出演者、原作者、脚本家、作詞家、作曲家、レコード会社、制作者など多数

1. コンテンツの違法アップロードについて

●2023年（度）の違法動画の削除要請状況

		期　間	件　数	備　考
①	各社での削除要請	2023年1～12月	約391,000件	• 在京テレビ５社による削除要請の合計数 • 件数は、主なSNSや動画サイト（例：YouTube、bilibili、TikTok、Facebook,Instagramほか）が対象 • その他、各社ごとのルールに応じて、件数に含まれていない削除要請も行っている
②	放送サービス高度化推進協会（A-PAB）の事業による削除要請（削除要請システム）	2023年４月～2024年３月	約39,060件	• NHK・在京テレビ５社と、その他地上民放約70社の削除要請の合計数 • 主なSNSや動画サイト（例：TikTok、bilibili、X（旧Twitter）、YouTubeなど）が対象 • 対象サイト内のクローリングにより検知された違法動画および各社が自ら発見した違法動画の削除要請を行っている
③	放送サービス高度化推進協会（A-PAB）の事業による削除要請（通報窓口）	2023年４月～2024年３月	約53,000件	• 同協会が設置している違法動画の通報窓口へ寄せられた情報をもとに削除要請を行っている
	※このほかにも、コンテンツ海外流通促進機構（CODA）の枠組みでの削除要請など、上表の件数に含まれていない削除要請も行っている			
	※自動検知や通報をもとにした削除要請については、違法動画であるかどうかの判断を原則として放送局が行っている			

- 違法アップロードコンテンツに大手広告主の広告が表示されることが多々ある
- その広告費は、違法にアップロードした人とそのプラットフォームを運営する事業者の手に渡っており、制作者や権利者には還元されない
- 不正・不法なふるまいにより、日本のコンテンツ制作のエコシステムが大きく毀損されている状況

構成員限り

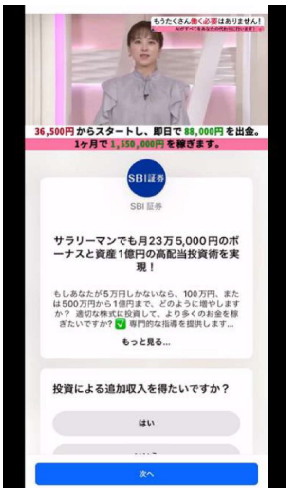
違法アップロードコンテンツに大手広告主の広告が表示されている事例

2. 民放コンテンツの改ざんについて

- 改ざんは、権利者の権利を侵害する違法行為であり、番組や番組出演者、アナウンサーを騙った動画や広告、ディープフェイクは、放送局や関係者に対する信頼を毀損する行為
- 投資詐欺広告やディープフェイクに民放のコンテンツが改ざんされ使われている



「日テレNEWS24」を騙る岸田首相の演説映像





日本テレビの「news every.」やＢＳ日本の「深層NEWS」の映像を悪用した投資詐欺広告



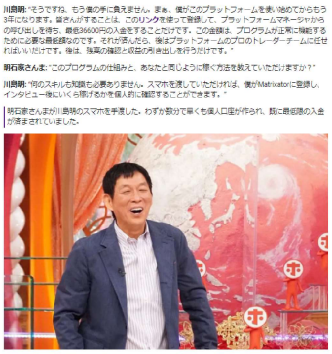
テレビ朝日の「徹子の部屋」の番組名と出演者名を騙った投資詐欺広告



TBSの「news23」が放送した、小川 彩佳キャスターとソフトバンクグループの孫正義社長の対談を加工して一部を切り取り捏造し、投資詐欺の記事



テレビ東京の水原アナウンサーの写真を悪用し、米テスラのイーロン・マスク氏が投資勧誘しているように見せるニュース仕立てのディープフェイク



フジテレビの「ホンマでっか!?TV」の番組名と出演者を騙った投資詐欺広告

2023年度地上波決算の概要

地上波売上高	２兆1,435億円（前年同期比 0.2%減）
ラジオ放送事業収入	1,017億円（前年同期比 2.0%減）
テレビ放送事業収入	１兆7,273億円（前年同期比 2.0%減）

業態＼科目		売上高		経常利益	
		金額（億円）	増減率（%）	金額（億円）	増減率（%）
ラ・テ兼営（３１社）		1,866	▲0.5	53	44.6
中・短波単営（１７社）		501	5.3	7	54.5
F　M（５０社）		533	▲0.6	18	11.7
テレビ単営（９６社）		18,534	▲0.3	1,052	▲17.0
地上波計（１９４社）		21,435	▲0.2	1,132	▲14.7
テレビ社 内訳	（東名阪テレビ）	14,460	▲0.1	854	▲18.2
	（系列ローカルテレビ）	5,466	▲0.4	233	2.5
	（独立局）	473	▲3.9	18	▲45.5

※民放連調べ（2024年7月16日公表）

- 民放連研究所は、2010年代半ばからインターネット広告費の伸長が、テレビ広告費にマイナスの影響を与えることが顕著になったと分析しています。

- インターネット広告費には、違法アップロードされた権利侵害コンテンツや、偽・誤情報それ自体に付随する広告枠によるものが含まれています。違法な事例に対しては、国や行政機関が適切に対応措置をとることを望みます。本検討会の検討範囲を離れますが、プラットフォーム事業者に一定のルールの策定と履行を求める制度が必要です。

- 民間放送は、健全な言論空間と民主主義の維持・保全に貢献する存在であり続けるために、事業の維持・発展に力を尽くしていきます。

偽・誤情報が跋扈する背景には、そうした情報を発信した人や、場を提供したプラットフォーム事業者に広告費が入っている構造が見逃せない。日本アドバタイザーズ協会もさまざまな取り組みを進めているが、アドフラウド、ブランドセーフティなどが問題視されている。信頼できる「放送」に広告を出稿いただくことには、単純な数字以上の価値があると考えている。

民放連は会員社の２０２４年３月期の決算を集計中だが、赤字社が一定数ありそうな感触だ。物価高騰のあおりを受けて番組制作費が高騰し、人手不足を背景に人件費が上がり、さまざまな燃料コストも増えており、苦しい状況だ。その半面、私どもが提供している番組と広告枠には大きな価値がある。このことを根拠となるデータとともに、広告主をはじめとするステークホルダーのみなさまに、改めてお伝えし理解をいただきたい。そのための努力は惜しまない所存だ。

遠藤民放連会長（再任にあたっての記者会見、2024年6月14日）

「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29回会合）ご説明資料

2024年8月19日

一般社団法人 日本民間放送連盟

論点１ 基幹放送の役割 ①

論点１ 基幹放送の役割

- 基幹放送に期待される社会的役割やその経営環境についてどう考えるか。
- 基幹放送をその放送対象地域においてあまねく受信できるようにする現行の枠組みについてどう考えるか。
- 基幹放送を電波により受信できるようにする現行の枠組みについてどう考えるか。

■ 基幹放送は国民の知る権利に応え、非常災害時には国民の生命・財産を守るという、情報のライフラインの役割を果たしています。

→市民の利益への奉仕

■ 民放の大きな役割として、広告放送やイベント開催などで企業の商品・サービスや活動を社会に周知し、国や地域の経済的な発展に貢献しています。

→消費者の利益への奉仕

■ 基幹放送が普及・発展し、多様かつ多彩な情報を社会に伝えるうえで、財源と組織が異なるNHK・民放の二元体制が功を奏してきました。こうした現行の基幹放送という枠組みを維持することは、必要不可欠だと考えます。

論点１ 基幹放送の役割 ②

2

■ ローカル局、ラジオ局は、それぞれの地域に根ざし、取材に裏打ちされた日々の暮らしに欠かせない信頼性の高い情報や、娯楽を含む多様で豊かな放送番組をあまねく届けるという基幹放送としての役割、使命を果たしています。コミュニケーションがデジタル化、双方向化する現代においてもなお、ローカル局もラジオ局も、地域に根ざしたライブ情報発信の担い手として、必要とされる存在です。

■ ローカル局やラジオ局に代わって、全国津々浦々において、こうした役割、使命を果たす事業主体の参入は、現在も将来も期待できないと考えます。

論点２ 地上基幹放送をIPユニキャストで代替することの是非 ①

3

論点２　地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替することの是非

- 地上基幹放送は、基本的に無線局が地上に相当数開設されることによってその放送対象地域における受信エリアが確保されるものである中で、「小規模中継局等のブロードバンド等による代替」は何を意味するか。
- ＩＰユニキャスト以外の代替手段も考えられる中で、基幹放送の役割を踏まえ、地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とすることは適当か。

■ メディア環境の変化や人口減少など、民放テレビ事業者、特にローカル局は厳しい経営環境に置かれています。そうした中、基幹放送としての役割を引き続き果たし、放送ネットワークインフラの維持と効率化を図るため、小規模中継局等の共同利用型モデルやブロードバンド等による代替について「中継局共同利用推進全国協議会」および各地域協議会において、総務省・NHKとともに検討を進めています。

■ 民放連が既に報告したとおり、小規模中継局やミニサテは世帯カバー率が極めて低いにも関わらず、年間維持費の負担が大きいことが定量的に示されています。費用低廉化のために、他の手段による代替を検討するとしても、当該エリアの状況により、既存のCATVやIPマルチキャストでカバーできるとは限りません。

（参照：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8回）参考資料3）

論点２ 地上基幹放送をIPユニキャストで代替することの是非 ②

4

- 伝送手段の技術的な選択肢が増えてきたことに鑑み、「あまねく受信努力義務」を放送用電波だけで達成することにこだわる必要はなくなったと考えます。経営の選択肢を拡げる観点から、条件不利地域等に向けた地上基幹放送のIPユニキャストによる伝送を放送に準ずるものとして取り扱い、代替可能とすることは適当と考えます。
- ただし、個別の中継局に対するIPユニキャストによる代替の是非は、各地域において経済合理性の確保を前提に、固有の事情等を踏まえて検討・決定されるものです。

論点３ 地上基幹放送をIPユニキャストで代替可能とする場合の要件

5

論点３　地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とする場合の要件

- 地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とする場合には、何らかの要件を設けることは必要か。
- 要件を設ける場合には、「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」における品質・機能要件の検討状況も踏まえて、例えば、①地理的な範囲、②代替の必要性（例：経営状況、業務遂行等）、③代替の方法、④代替される地上基幹放送を行う者の役割などの観点から、どのような要件を設けることが適当か。

- IPユニキャストによる代替は、民放事業者の経営基盤強化のための選択肢として、経済合理性の確保に寄与することが期待されています。
- 第28回会合（7月25日）では伊東座長代理から、BB代替作業チームの検討状況として、IPユニキャストでは遅延やデータ放送などについて、放送と同じサービスレベルの実現は難しいことが明確になったとの発言がありました。
- 第27回会合（6月10日）では大谷構成員から、受け手のコスト負担を合理的に抑えるために、IPユニキャストの代替の要件はあまり厳格にせずに捉えていく必要があるとの発言もありました。
- 民放事業者としても、リーズナブルな要件が設定されることが望ましいと考えます。

論点４ 地上基幹放送を代替するIPユニキャストを行う者に適用する規律

論点４　地上基幹放送を代替するＩＰユニキャストを行う者に適用する規律

- 地上基幹放送を代替するＩＰユニキャストを行う者を規律することは適当か。
- 規律する場合には、どのような規律内容とすることが適当か。

■ 中継局の代替を行うものであるため、ベストエフォートであっても一定の伝送の安定性は必要です。

■ IPユニキャストによる代替の実施にあたり、新たな権利処理の負担が生じないことが必要です。

論点５ その他 ①

論点５　その他

- ＮＨＫの地上基幹放送をＩＰユニキャストで代替可能とすることは適当か。
- 更なる検討が必要となる事項として何が考えられるか。

（Ｉ） NHKについて

■ NHKと民放は多くの中継局を共同建設しており、IPユニキャストを含む代替手法の検討・選択はNHKと各地の民放が揃って行う必要があります。

■ したがって、NHKについてもIPユニキャストで代替可能とすることは適当と考えます。

論点5 その他 ②

（2） ラジオについて

- 地上基幹放送の一翼を担う民放ラジオ事業者は、メディア環境の変化の中、テレビにも増して大変厳しい経営環境に置かれています。地域に根差したラジオの持続可能性を高めることは喫緊の課題です。
- 第26回会合（5月24日）における「BB代替作業チーム」の報告に対し、三友座長から、制度面の検討にあたり、ラジオについても配慮すべき旨の発言がありました。これは大変重要な指摘です。
- ラジオ中継局のIPユニキャスト（radikoを含む）による代替についても、経営の選択肢を拡げるため、radikoの普及などラジオ特有の事情も踏まえ、コスト面での実現可能性を十分考慮に入れて、検討いただきたいと考えます。

論点6 放送の将来像 ①

論点６　放送の将来像

- 社会環境の変化（例：能登半島地震で課題となった偽・誤情報対策等）などを踏まえ、放送の価値についてどう考えるか。
- 放送概念は将来的にどのような方向に向かっていくと考えるか。
- 放送概念の変化を見据えたときに、放送の担い手になることで認められる効果として何が考えられるか。
  （例：権利処理、プロミネンス、多元性確保、データ利用、真実性・信頼性確保等）

- 論点１で述べた「市民の利益」「消費者の利益」双方への寄与が民放の価値であるという基本は不変だと考えます。放送を役割・機能から定義するとの考え方を全否定するものではありませんが、結果として政府が情報やコンテンツの内容に立ち入ることになるのではないかとの危惧があります。
- 必要的配信業務が新しく放送法に規定されたNHKと、基幹放送の業務のみに放送法の規律が課される民放とでは立場に違いがあります。民放としては将来的な放送の概念・定義の見直しは、慎重に検討すべき課題と考えています。

- 「放送の担い手になることで認められる効果」が例示されていますが、もっぱらネット上の情報・コンテンツ配信に対する優遇措置であることに違和感を覚えます。また、担い手の対象は現行の放送事業者なのか、他のメディアサービスを射程に入れるのかなどを含め、精緻な議論が必要です。
- 民放事業者がインターネット活用に積極的に取り組むことは当然ですが、伝統的定義における放送の継続との両立が重要です。国民・視聴者の期待に応えるため、引き続き議論してまいります。
- 第27回会合（6月10日）では森川構成員から、「人口減少時代に、放送事業者がライフラインを維持するための設備投資を続けるためにはどうすべきか」との重要な指摘があり、重く受け止めています。放送事業に関する規制緩和など、負担軽減に資する施策を引き続き行政に求めたいと考えます。

（９） 曽我部真裕構成員

（資料 28－５）

資料 28-5

論点（案）に対するコメント　　曽我部真裕

○　論点１ないし３について

放送制度は、2010 年放送法改正以前の定義（以下、「伝統的定義」という。）における放送の技術的な特性を基礎に形成されてきたといえる。その主なものは、①同報性、②輻輳のないこと、③低コストと広範囲に到達すること、であろう。

放送は、これらの特性を利用して、広く市民が共有すべきいわゆる基本的情報（災害やパンデミックなど生命身体の安全に関わる情報、報道など民主主義の維持に関わる情報、ドキュメンタリーやある種のドラマなど人々が自律的に人生を送るために必要な情報など。視聴率の高いものも低いもの（不採算なもの）も含む。）の伝達する役割をゆだねられてきた。

こうした役割を最大限に発揮させるために、一方では番組準則をはじめとする規律が課され、他方では、あまねく放送する義務ないし努力義務が課されてきた。

あまねく放送する義務・努力義務は、引き続き維持されるべきであるが、技術的選択肢が増えてきたこんにち、伝統的定義における放送によってすべてをカバーする必要はなく、経営上の選択によって他の技術的手段を利用することも排除されるべきではない。もっとも、その際には、伝統的定義における放送の特性②は、大災害、大事件の際に情報が得られないことのないよう、同等性が確保されなければならない。①に関しても同様であるが、通信技術を利用することによる数秒の遅延を問題とする必要はないように思われる。

こうした観点からは、IP ユニキャストによる代替に特に厳格な条件を付すことなく、基本的には放送事業者の経営判断に委ねることも考えられる。しかし、IP ユニキャストは、録画やデータ放送などの点で伝統的定義における放送と比較して視聴者の利便性を損なう面があり、こうした観点からすれば、ミニサテ局による中継がコスト面で著しく不合理であり、ほかに適切な代替方法がない場合など、限定的に認めることが妥当だと思われる（論点２、３）。また、番組準則をはじめとする規律が正当化されるのは伝統的定義における放送であるがゆえであることを踏まえれば、放送対象地域の大部分（所定の数値を法令等で定めることを想定）は伝統的定義における放送によってカバーされていることが必要ではないか（論点１「基幹放送を電波により受信できるようにする現行の枠組み」とも関連。）。

NHK の地上基幹放送を IP ユニキャストでの代替については、基本的には慎重に考えるべきであろうが、民放が代替をし NHK がしないという場合の視聴者の利便性なども考慮する必要があるのではないか。

○　論点６について

前述のとおり、これまでの放送制度は、伝統的定義における放送の技術的特性を基点として、それに一定の役割を付与することで形成されてきたが、将来的にはそれが逆転して、役

割論主体になる。

役割論としては、引き続き基本的情報の供給ということになるが、ネット時代となり、これらの情報は個別には多く供給されているので、放送制度に期待されるもの（放送の価値）は、それらを選別しまとめて提供する「参照点」としての役割となる。最近言われるアテンションエコノミーの影響回避といった点も、そこに含まれる。

伝統的定義における放送、特に基幹放送なかでも地上波放送においては、法令等に基づいて作出された寡占性を背景とした独占のレントによって経営基盤が保証され、不採算番組も一定程度放送することを求めることが経営基盤的に正当化され、他方、そのための内容規制が、電波を利用することから理論的にも正当化されるという構造であった。

現在の制度の延長線上で考えるならば、まずはこうした構造を前提とする必要がある。そこで考えられるのが、すでに指摘されているように、放送事業者に対して、OTT 上でのプロミネンスや、著作権処理での優遇、NHK からの協力など、ネット上の業務での優遇付与である。放送事業者は、伝統的定義における放送を継続しつつ、ネット上では伝統的定義における放送に準じる水準のコンテンツを配信し、それに対して優遇を受ける形である。この際、ネット配信の部分を放送概念に包摂するか否かは、本来は、本質的な問題ではないように思われる（著作権処理での優遇のために放送概念を拡大するのか、それ以外の法技術で優遇を可能とするのかといった議論は技術的なことではないか。放送概念に伴うメリットと負担とを一括して与えたいのであれば放送概念の拡大という方法をとることになる。）。

他方、将来、放送制度自体が地盤沈下し（伝統的定義における放送がいよいよ見られなくなり）、多くの放送事業者にとっても免許維持の負担に耐えられなくなった段階では、より抜本的な改革が必要となる。伝統的定義における放送を継続するかどうかは別として、いずれにしても伝送路としては通信が中心あるいは全てとなる。一案として、PSM（パブリック・サービス・メディア）の提案があり、個々のメディアの判断によって PSM の認定を受けると、プロミネンス等のほか、受信料財源からの補助などが得られる代わりに、基本的情報の供給について一定の規律を受けるという制度が考えられる。そこでは、手上げ方式で PSM 認定を受けた主体を基準とする規律となり、放送概念は不要となる。

（１０） 林秀弥構成員

（資料 28－６）

林構成員「『放送』概念についての覚え書き」（概要）①

資料28－6

○ＤＸ時代の信頼と公共性　放送の価値と未来（民放連研究所客員研究員会　編）
第１章　「放送」概念についての覚え書き――通信と放送の融合を見据えて［林　秀弥］
第１節　はじめに
第２節　放送と通信の区別基準――歴史的経緯
２・１　当初の分類：電電公社民営化前およびＮＴＴ再編（１９９９年）前の体系
２・２　「境界領域的サービス研究会中間報告」
２・３　２０１０年放送法等改正
第３節　若干の考察
３・１　通信と放送の法体系の見地から
３・２　「社会的影響力」論と受信者側からみた放送概念のゆらぎ
３・３　周波数の有限希少性論
第４節　結びにかえて



【抜粋】

- 常時同時配信は放送かというとそうではない。…（中略）…これに対して、例えば、「ひかりＴＶ」のようなＩＰ放送（後述）については、放送法にいう「放送」とされている。…（中略）…しかし、**コンテンツそのものについては、「通信／放送」の区別はなくなってきている**ように見え、それが**どのように伝送されるかによって、そのコンテンツを伝送するサービスが通信または放送に区別されることになるにすぎなくなってきている**ようにも見受けられる。その一方で、放送と通信には、厳然たる規制の違いがある。
- **電気通信事業と放送事業の重要な相違点は、取り扱う情報に対する事業者の関与の有無であり、前者は関与しないことが大前提であるのに対して、後者は逆に放送番組として世の中に出すうえで全面的な編集責任を負っている。**…（中略）…電気通信事業とはまったく異なる特別の規律形態を歴史的に育んできたことが、「放送」を他のメディアサービスとは異なる特別の地位を付与し、それが放送概念の維持し続けるモメンタムとして機能してきたのではないかと思われるのである。
- ２０１０年改正放送法によって、放送法が有線、無線のいずれの形態の放送をも対象とし、番組規制を同法に一本化したということは、**番組規制の根拠を「放送の影響の大きさ」という点に求めたものと解さざるをえない。**
- かつて通信と放送を分ける基準の１つであった**放送の即時性・同報性が、ブロードバンド・インターネットの普及に伴うコンテンツ配信サービス（いわば「公然性を有する通信」）の登場により放送固有のものではなくなった**ため、放送と通信と切り分ける基準として「社会的影響力」の程度があらためて脚光を浴びることになった。
- **放送の社会的影響力の判断について外形的に判断可能な定量的指標に重きを置いた分析になればなるほど、放送とインターネットメディアの境界は曖昧となる。**例えば…（中略）…情報源としての重要度について、全年代では、テレビ８８．３％、インターネット７７．５％…（中略）…の順に重要度が下がり、２０代および３０代において、インターネットの重要度がテレビの重要度をそれぞれ上回っているとの調査結果が出ている。…（中略）…このように、とりわけ若い世代にとっては、すでにインターネットがテレビより重要度を上回っているとの調査結果が出ており、またインターネット経由でのテレビ放送番組の配信（これ自体は放送法上はいわゆるインターネット活用業務であって「放送」ではない）が放送類似のサービスとして今後とも進展していくことが予想されている。**現実には、放送あるいはＩＰ放送と放送類似の「インターネットテレビ」（通信）との社会的機能は近接してきており**、利用者（視聴者）からすれば両者の細かな区分はわからない。…（中略）…加えて**今後は、インターネットを介した一斉同報等の放送に類似した送信の品質も向上し、両者の機能がさらに近接する**ことが想定される。このため、ますます放送と通信とを区分する基準が見えにくくなる。

林構成員「『放送』概念についての覚え書き」（概要）②

- 例えば、総務省の説明では、ＩＰ放送とは、リニアサービス（サービス提供者が送信のタイミングを決定するもの）の形態をとり、クローズドネットワーク（回線事業者等が管理可能な閉域網でサービスが提供されるもの）で提供される放送の同時再放送（地上／衛星放送の再放送）または自主放送（地上／衛星放送の再放送以外）をいう、としているが、これらは、配信サーバーから全チャンネルを同時かつ一斉に送信されている（broadcastingされている）点（マルチキャスト方式による送信）を捉えて、利用者のリクエスト（要求）に応じてインターネットを通じて送信する通信とは区別されている。しかし、これはもっぱら技術的観点からの説明であって、放送の内在的意義ないし社会的影響力といった実質的観点からの説明ではない。このような**技術的観点からの形式的説明だけでなく、より放送の積極的意味づけに照らした説明が求められる**のではないか。

- そもそも放送とそれ以外の放送コンテンツの配信を区分する基準、特に上述の送信者と受信者の「紐帯関係」を基礎とした放送概念の識別基準はすでに今日的意味を失っている。**今後番組（コンテンツ）の受け手の側から放送概念を再構成する必要はあるまいか。**もちろん**放送概念の再構成には、著作権（自動公衆送信権）・著作隣接権（送信可能可権）や放映権（放送権契約で定まる権利）の問題も絡み、実務的には難しい問題であるが、今後とも検討を深める必要がある。**

- これまで放送の自由の観点から放送の公共性を精緻化するための憲法的議論の営為が連綿と積み重ねられてきたのは、「「放送の公共性」は、それ自体価値関係的なニュアンスを帯びた言葉であるため、」、「**放送の諸特質という実態の背後に控えている憲法的価値を押さえて放送の公的規律を論証**しなければ、単なるイデオロギーに堕するおそれがある」からである。

- ＮＨＫ受信料訴訟最高裁判決は、放送を、「**憲法２１条が規定する表現の自由の保障の下で、国民の知る権利を実質的に充足し、健全な民主主義の発達に寄与するものとして、国民に広く普及されるべきもの**である」としている。**放送は単に消費者が見たいときに見るという消費的ないし嗜好的要素を超えて、「国民に広く普及されるべきものである」からこそ**、判決も述べるように、「電波を用いて行われる放送は、電波が有限であって国際的に割り当てられた範囲内で公平かつ能率的にその利用を確保する必要などから、放送局も無線局の一つとしてその開設につき免許制とするなど（電波法４条参照）、**元来、国による一定の規律を要するものとされてきたといえる**」のである。

- **放送に対してこのような規律をしているのは、伝統的に、放送が有限希少な電波を使用することおよび放送の及ぼす社会的影響力が大きいことによるとされてきたが、この根拠は真に根拠たりうるのかさらに精緻化していく必要がある**ように思われる。

- **多様な価値観をもった人びとが、正しく偏りのない情報に基づいて、お互いの利害に配慮し、そしてお互いを人として尊重しながら議論ができることが健全な民主主義社会の基盤**であるとするならば、インターネットは、一部で、人びとが接する情報に強いバイアスをかけることで、むしろ民主主義を弱体化させる効果をもたらしているようにさえ見受けられる。…（中略）…これらによって引き起こされる**知識、社会の二極化について考えるとき、その救いとなるのは、やはり放送である。**

【注】全文は以下のＵＲＬで閲覧可能です。
https://researchmap.jp/read_shuyahayashi/published_papers/32234470/attachment_file.pdf

（１１） 一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟

（資料 29－２）

資料29－２

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29回）日本ケーブルテレビ連盟　説明資料

2024年8月19日

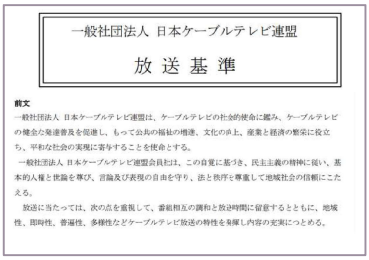
（一社）日本ケーブルテレビ連盟

１，情報空間の健全性確保に向けて

（論点６）放送の将来像

(1)「放送基準」により、放送や配信での法令違反や不適切な表現を防止

次の点を重視
1．生活に役立つ地域情報の提供
2．正確で迅速な報道
3．健全な娯楽
4．教育・教養の進展
5．児童および青少年に与える影響
6．節度を守り、真実を伝える広告


一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟
放 送 基 準
前文
一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟は、ケーブルテレビの社会的使命に鑑み、ケーブルテレビの健全な発達普及を促進し、もって公共の福祉の増進、文化の向上、産業と経済の繁栄に役立ち、平和な社会の実現に寄与することを使命とする。
一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟会員社は、この自覚に基づき、民主主義の精神に従い、基本的人権と表現を尊び、言論及び表現の自由を守り、法と秩序を尊重して地域社会の信頼にこたえる。
放送に当たっては、次の点を重視して、番組相互の調和と放送時間に留意するとともに、地域性、即時性、普遍性、多様性などケーブルテレビ放送の特性を発揮し内容の充実につとめる。

(2)データ放送、ホームページ、配信プラットフォームなどで、健全なコンテンツや情報を提供



ケーブルテレビ事業者のホームページでの地域密着情報の提供



番組配信事業者による動画配信プラットフォームでの地域密着情報の提供

ケーブルテレビ事業者による動画配信プラットフォームでの地域密着情報の提供

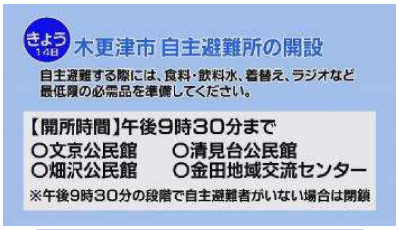
正確で確かな地域情報を、デジタル情報空間に提供することで、健全性の確保に貢献

２，大規模災害時の災害関連情報の提供

(1)災害時に、地域のライフライン情報を、自主放送番組やデータ放送、ホームページで提供



電気や水道、ガスなどの停止地区の情報



避難所や自治体仮設事務所など設置情報



河川の氾濫や水位の情報

(2)関係機関とライブカメラ映像などを相互利用し、放送や動画配信で提供



河川の氾濫ライブカメラ



がれきの撤去や集積



ボランティアセンターの様子

(3)各地の関連機関と、災害時のBCPなどに関する連携協定を締結

・連盟加入事業者206事業者が520自治体と協定を締結（2020年調査）
・NHKと連盟加入86事業者が覚書を締結

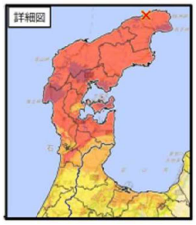
災害時に、被災者に地域に密着した信頼性の高い情報を提供

３，能登半島地震の経験から

(1) 甚大な被害

・道路が寸断され復旧作業が困難に
・職員などの関係者も被災者

→ ケーブルテレビ事業者１社のBCPでは対応が困難



(2) 大規模災害が多発する社会環境の変化に対応するための提言

（強靭で復旧しやすいネットワークシステムの構築）
・光ファイバー化の促進や、伝送のバックアップルートの整備、非常用電源の確保など、より強靭なネットワークシステムの整備
・被災を想定した、ヘッドエンド設備や受信点設備など予備機材の整備、ケーブルや電柱、支線などなどの予備資材の備蓄
上記を可能とする予算支援や補助事業、税制施策などの実施をお願いいたします

（迅速な復旧を可能とする支援体制）
・放送・通信を重要インフラと位置付け、電力、水道などの異なる業界や、自治体や行政と、一体となった支援体制の構築
・まずは現地へ地への物資の送付や技術者の派遣を行う、プッシュ型の復旧支援
上記を可能とするルールの整備や体制構築などへの支援をお願いいたします

(３)ケーブルテレビが災害時に役立つ存在であるために

大規模災害時に頼りにされるケーブルテレビであるために、日常から一番活用されるメディアであることが肝要

→ 「IP地域統合プラットフォーム」に
・日常から一番活用されるメディアに
・これまで以上に地域に密着した情報を提供
・地域のお困りごとを支援（医療や介護、交通、買い物など）

復旧・復興の貴重な経験を検証し、大規模災害時に身近で頼れるメディアに

4，小規模中継局等のケーブルテレビ代替の検討

（論点１～５）ブロードバンド代替

(1) ケーブルテレビでの小規模中継局等の代替は可能

・全国の多くの世帯において、一定の設備追加によりケーブルテレビの接続・利用が可能
・小規模中継局等の多くのカバーエリアにおいても、ケーブルテレビサービスを提供中
・データ放送など放送と同一の内容が提供可能で、追加の権利処理も不要
・ブロードバンドサービスやローカル5Gを実施しているケーブル事業者も多く存在

(2)実証事業への参加

ケーブルテレビによる代替実証に参加・協力
・昨年度は、辺地共聴のケーブルテレビ・ローカル5Gでの代替実証を茨城県と千葉県で実施。
・今年度は、小規模中継局等のケーブルテレビでの代替の実証事業を、岩手県、栃木県、愛媛県で実施



盛岡浅岸中継局
協力：岩手ケーブルテレビジョン



都賀大柿中継局
協力：ケーブルテレビ



久万菅生中継局
協力：愛媛CATV

(3)実施に向けて明確にすべき事項

対象放送局に加え、総務省、地元自治体、ケーブルテレビ事業者が連携し、必要に応じ協議会*を設置し以下を検討
・対象放送局は、廃局の電波を受信している世帯や、共聴設備など、影響範囲をすべて特定することが必要
・加入費や利用料など、視聴者の新たな費用負担も想定されるため、対象放送局を中心とした地元理解の取得が必要
・幹線路延伸や設備増強、宅内設備などの初期費用の対象放送局負担と、支援する補助事業が必要
・保守・運用や設備更新、人口減少対応などの運用費用などの対象放送局負担と、支援する補助事業が必要

*現在の中継局共同利用推進全国協議会とは別の座組

ケーブルテレビを含め、地域に適した代替施策を検討

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３次）[案]

～概要～

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事務局

令和6年12月10日

第１章　放送の将来像

放送の価値

基本的理解

- 放送は、表現の自由の下で、**国民の知る権利**を実質的に充足し、**健全な民主主義の発達**に寄与するもの。公共性の観点からは、同時・同報の**信頼される基幹的メディア**として、**公衆を包摂・形成**する社会基盤というべきもの。
- 情報の**伝送手段が多様化**し、**情報空間の健全性**の確保や**公衆の相互理解や対話**の促進が課題となる中で、放送の社会的な役割に対する期待は大きい。

放送の在り方

- 放送に期待される価値の本質は変わらないとしても、**放送の価値をもたらし、それを発揮する放送の在り方は変わり得るもの**。
- その観点から、放送がその社会的な役割を果たす上で不可欠な**良質なコンテンツが提供される構造**※１や**情報空間の変化**※２なども踏まえて、**将来的な放送の在り方について引き続き検討を進めていくことが必要**。

※１ コンテンツの質の確保は、各放送事業者において視聴者の意見を採り入れながら適切に図られるもの。一般論として、良質なコンテンツは、一定の編集責任と経営基盤の下で収入を確保し、資源を投じて制作してこそ提供可能。その効用は、世代を問わず国民に広く提供されてこそもたらされる。
※２ 情報空間は絶えず変化。例えば、市場原理に委ねているだけでは特定の分野の情報が十分に提供されなくなるおそれや、情報過多によって必要な情報にたどり着くことが難しくなるおそれがある。

放送概念（放送制度）

- 現行の**放送制度**※１は、**情報の伝送手段としての放送の技術的な特性**※２**を基礎として、放送に社会的な役割を担わせることで形成**されてきたもの。

※１ 現行法上の放送の定義は、公衆によって直接受信されることを目的とする電気通信の送信。この定義の下で、放送番組等のインターネット配信は、放送に該当しない。
※２ 同時・同報で広範囲に到達すること、輻輳のないこと等

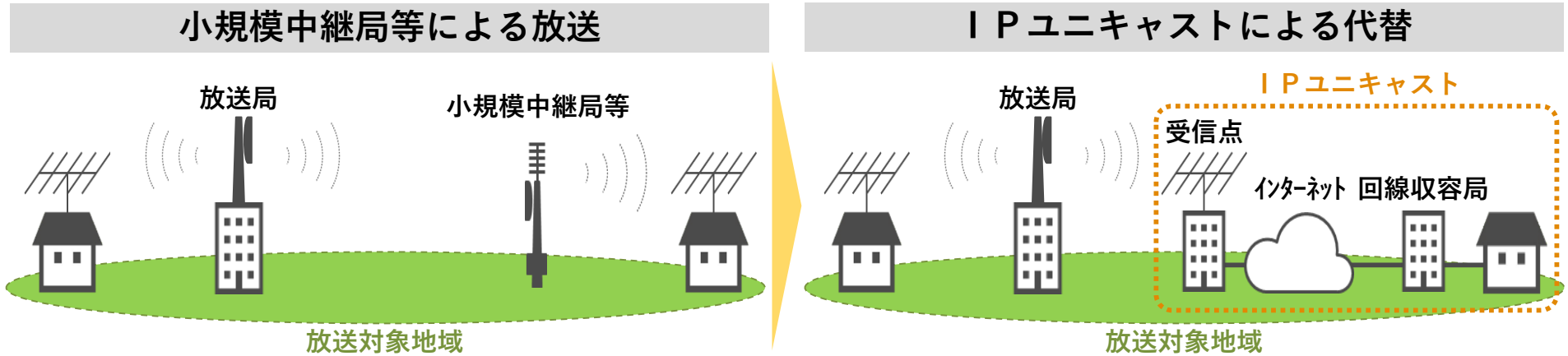
- 情報の伝送手段が多様化し、上記の特性が相対化する中で、放送制度やその中の放送概念は、将来的には、**放送の社会的な役割を基礎として、多様な伝送手段によりその役割がより良く果たされるように再構成**されると考えることは可能。
- そのような放送制度を検討する上では、**一定の編集責任**が果たされることを前提として**経営基盤の確保**※３を図る観点から、**放送の社会的な役割の担い手をその編集責任に見合う形で優遇**※４**することなどの効果について議論を深めていくことも必要**。

※３ 現行法における基幹放送の場合には、無線の伝送路の優先的確保や計画的な普及によって図られてきたもの。
※４ プロミネンス（ＰＦ上で情報を目立たせ、アクセス機会を確保する措置）、権利処理、視聴データの取扱い等

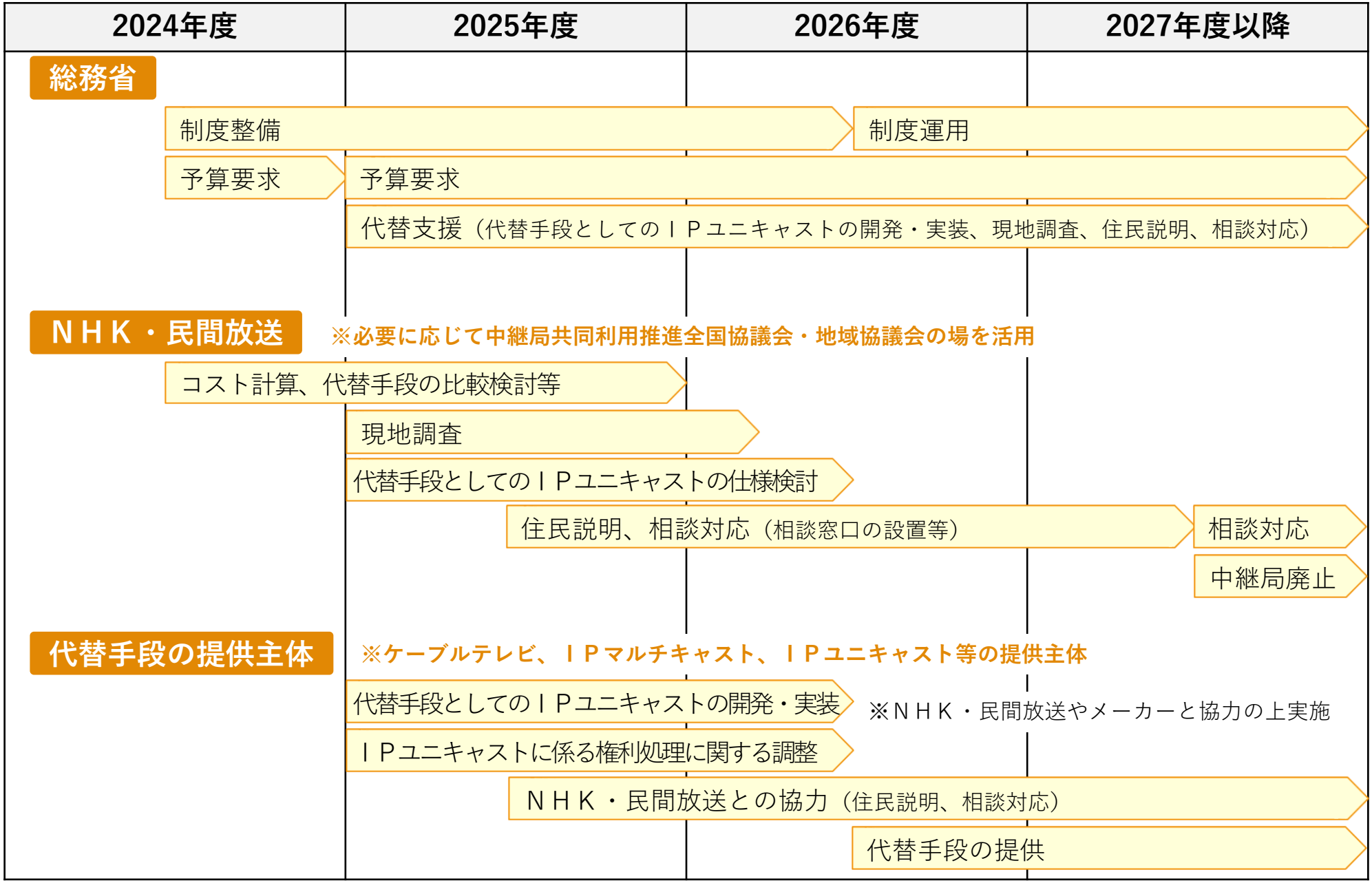
第２章　小規模中継局等のブロードバンド等による代替

代替の是非	● 放送に準ずる品質・機能を確保した上で、基幹放送を行う者の責任の下で安定的かつ継続的に行われることを前提として、**小規模中継局等による放送をＩＰユニキャスト※で代替することを経営の選択肢として許容することが適当**。 ※ ＩＰユニキャストは、現行の放送法上、放送ではなく、品質・機能の基準がない点や技術的な制約がある点に留意が必要。その一方で、放送番組のインターネット配信に用いられており、放送に準ずる一定の技術的な特性は備えていると考えられる。 ● ＮＨＫについても、**ＮＨＫと民間放送が協力し、両者の責任の下で行われることを前提**として、ＩＰユニキャストによる代替を許容することが適当。
代替の要件	● 代替は、**一定の要件（代替の必要性※1、代替の受容性※2）を満たす限定的な場合**に限り許容するが、**複雑で厳格、硬直的な要件とならないように配慮**すべき※3。 ※1 経営状況、小規模中継局等の開設・維持に係るコストの合理性等 ※2 地域住民の理解を得る上で必要なプロセスを踏んでいること等 ※3 基幹放送の伝送手段は放送が基本。 ● **円滑な権利処理**ができる代替手段となっているかどうかも重要。
品質・機能	● 品質・機能の水準については、ＩＰユニキャストの技術的な制約を考慮するとともに、**放送に準じて視聴者が受容可能なもの**とすることが適当。

代替のイメージ



【参考】小規模中継局等のブロードバンド等による代替に向けた工程（イメージ）



（注）各工程は最短の場合を想定したもの。実際には実施可能なものから順次実施。

第３章　ラジオ放送における経営の選択肢

ＦＭ転換等	● 必要なニーズ調査を実施した上で**95.0ＭＨｚ以上の周波数帯をＦＭ放送用の周波数として既存のＦＭ事業者等を含めて使用可能とすることが適当**。 ● ＡＭ放送における経営の選択肢として、「ＡＭ局の運用休止に係る特例措置」の実施状況も踏まえて**制度面で「ＦＭ転換」を可能とすることが適当**であり、まずは**「ＡＭ局廃止」から段階的に取り組むことを可能とすることが適当**。
その他	● ラジオ放送における経営の選択肢の拡大を図るに当たっては、**インターネット配信によってもラジオ番組が聴取されている実態※に配慮するとともに、停電時においても情報の伝送が可能なメディアとしての有用性に留意**することが必要。 ※radikoにおいては日本民間放送連盟加盟ラジオ放送局全99局及びＮＨＫのラジオ番組を聴取可能。

地上基幹放送に使用されている周波数

用途	周波数	周波数幅
ＡＭ放送	526.5～1606.5ＫＨｚ	１ＭＨｚ
短波放送	3.9～26.1ＭＨｚの一部	４ＭＨｚ
ＦＭ放送	76.0～95.0ＭＨｚ	19ＭＨｚ
地上テレビ放送	470.0～710.0ＭＨｚ	240ＭＨｚ

ＡＭ放送における経営の選択肢に関する用語

ＦＭ転換	親局を含むＡＭ局をＦＭ方式に転換すること
ＡＭ局廃止	ＡＭ方式の親局を維持しつつもＦＭ補完中継局（ＦＭ方式による補完中継局）を整備するなどしてＡＭ方式による中継局を廃止すること
ＡＭ局の運用休止に係る特例措置	ＦＭ転換やＡＭ局廃止を検討するに当たっては、その社会的影響※１を最小限にする必要があり、これを検証する観点から、一定期間においてＡＭ局の運用を休止することを認める特例措置※２ ※１ ＦＭ局のカバーエリアは一般的にＡＭ局よりも狭い。ＦＭ転換後の放送やＦＭ補完中継局による放送を受信するためには、その周波数に対応したラジオ受信機が必要。 ※２ 2023年の再免許時に実施。13社34局に適用。