

放送・配信コンテンツ産業戦略検討チーム（第5回）

議事要旨

1 日時

令和7年5月15日(木) 10:30～11:57

2 場所

ウェブ会議（Webex）

3 出席者

（1）構成員

内山主査、音主査代理、大谷構成員、久保構成員、クロサカ構成員、澤田構成員、山本構成員

（2）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、一般社団法人日本経済団体連合会、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）、一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟（ATP）一般社団法人日本動画協会（AJA）

（3）総務省

豊嶋情報流通行政局長、赤阪大臣官房審議官、飯倉情報流通行政局総務課長、飯村同局情報通信作品振興課長、岡山同課放送コンテンツ海外流通推進室長

（4）ヒアリング事業者

dentsu Japan 須賀グロースオフィサー（メディアビジネスイノベーション担当）

4 議事要旨

（1）開会

（2）ヒアリング

資料5-1に基づき、dentsu Japan 須賀グロースオフィサーから説明が行われた。

質疑応答では、各構成員から以下のとおり質問があった。

【内山主査】

様々な障害もあるが、視聴履歴等のデータの活用は全くもって大賛成。膨大にあるデータのマイニング方法は非常にクリエイティブな世界だと思うが、仮に制約がない場合、どのようにマイニングしたいと考えているか。

【dentsu Japan 須賀氏】

データマイニングはまさにクリエイティブな世界。テレビ広告を見た人がどんなワードで検索しているか等、入口部分の分析もあれば、クライアントのデータと連携し、実際の購買動向まで結びつけて分析するケースもある。何をキーにして、どんな分析をするのかがクリエイティブだと思う。コストの観点から常に複雑な分析をするとは限らず、通常は認知の状況のみ分析しておき、購買動向まで含めた詳細なデータ分析は半年や1年ごとに行うケースなど、分析についての工夫もしている。また、データ分析は、広告主に与えられた課題を踏まえて何を知ることができて、どんな KPI 設計をするのか、ということだと思う。

個人的には、テレビ広告の視聴が、購買や来訪、ブランド寄与につながることを証明したいという点が一番。テレビ広告には価値があると皆漠然と思っているからこそ、事実上広告費はほぼ下がっていないと考えているが、それだけに、この感覚的な部分をデータで証明することができれば、広告価値のさらなる向上につながるのではないかな。

【澤田構成員】

テレビの役割としての情報空間の健全性確保や無料視聴の価値についてはそのとおりだと思うが、そのような公共的価値について、海外ではビジネスとしてスケールできるアイデアを持ったプレイヤーもいる一方、日本ではなかなかそのような状況ではない。放送の広告料収入が減少していくなかで、投資家へのリターンに向けた原資をどのように再構成するかについてアイデアを持っているか。広告以外のマネタイズ方法、例えばデータの二次活用等を含めた収益の多角化といった収益モデルの開発状況をコメントいただきたい。

【dentsu Japan 須賀氏】

非常に難しい議論だと思う。例えば報道の収益化は非常に難しく、ドラマ等の方が収益化できるのではないかという趣旨かと思うが、コンテンツ単位の収支も当然重要ではある一方、既存のビジネスモデルを維持するため、稼げるところで稼ぎつつ多角化していけばよいとも思う。公共的役務とエンタメ等の収益を稼ぐ部分のバランスをとっていくしかない。放送はそのような事業体であってほしいし、そうあるべきだと思う。

また、報道や生活情報はオンデマンドの世界ではあまり視聴されない感じがするかもしれないが、方法次第では配信でも視聴されるし、視聴されれば広告の可能性も出てくる。配信向けの UX への適応ができていない点は課題。つまり、ニュース等をオンデマンド以外のやり方

で配信する方法を模索しマネタイズしたり、ドラマ等のエンタメコンテンツで得た収益によって報道を支えていたりといったこともあるのではないか。

【クロサカ構成員】

視聴データ等の情報は、取得・利用・管理・破棄といったライフサイクルがあるが、取得段階において具体的にどのような課題があるか。

また、利用の目的としては、縦型コンテンツを含めたスケール拡大や放送と配信の一層の一元化、EC やコンテンツ IP 等の隣接領域との連携等、様々な観点があると思うが、利用方法の希望はあるか。

【dentsu Japan 須賀氏】

業界全体でまとまった形でデータ利活用ができるとよい。放送は視聴者の立場からすると一つのサービスに見えるが、実は NHK、地上波 127 局全て別主体だと言われることはかなり負担だと思う。ルールの問題かもしれないが、この点をどのように考えるかが一つ。

また、デジタル広告では、データクリーンルーム等の仕組みの整備が一定程度進んでいる状況。放送業界においても実験等の取組が進めばよい。デジタル広告事業者との協業の中で得たノウハウを、放送業界でも活用できるとよいと考えている。

(3) 放送・配信コンテンツ産業の更なる振興方策等に関する論点整理（案）

資料 5 - 2 に基づき、事務局から説明が行われた。

(4) 意見交換

各構成員から以下のとおり発言があった。

【澤田構成員】

資料 5 - 2 について、非常に網羅的にとりまとめていただき感謝。

まず、リスクマネーの循環の視点が明示されつつある点は前進。「プリセールス型金融」「完成保証」「IP 評価型投融資」といったキーワードが事務局の資料に明記されたことは、金融業界への接続の可能性を開くもので評価できる。一方で、構造改革には事業体モデルの変革が必要。例えば共同ファンドや PF 会社の統合等、投資実行主体の組成や、著作権法・下請法等の法制度の具体的緩和策が示されていない印象。金融投資の視点からは不確実性が高く、今後も検討が必要ではないか。

また、配信データ・マーケットデータの透明性は必須。TVer ID やデータクリーンルームの利活用という話もあったが、視聴・広告データの統合及び透明化は、金融機関のリスク評価にも直結する。例えば、OTT 事業者によるデータ開示の義務化や情報を見える化するための産業共通のデータベース構築が必要ではないか。

さらに、人的資本をアセットにするためのスキーム構築も必要。欧米では、人的資本への投資を一種のファイナンスやビジネスとして構築できている部分があり、それゆえに資金調達できているところもある。例えば、海外に存在する人的保証付投融資の金融スキームを活用して、人的資本投資を進めることも必要。

【クロサカ構成員】

データ利活用のためには、データ基盤の確立が必要ではないか。現在様々な取組があるが、デジタルテクノロジーを活用する点は共通であり、従って、投入・発生するデータの管理も当然必要になる。ワークフローごとにデータを個別に活用していても効率が悪く、意義が薄い。データを連携して一元的に活用していくことが重要。難易度は高いがそのためには、技術面・人材面の基盤整備が必要であり、この点をどこかで検討してほしい。製作のみならず、流通工程の改善にも資するのではないか。今後は4Kを中心として高度化していくコンテンツを、必要に応じてダウンコンバージョン等の処理をしつつマルチユースで使っていくことになると思うが、より効率よく制御・伝送すれば、よりよいコンテンツを提供できる。データはCDN等の配信技術や受像機側のアプリの開発にも効果があると思う。

データを扱う人材としては、データサイエンティストはもちろん、例えばデジタルイメージングテクノロジーの仕事でも、ワークフロー全体を横断したデータ活用の推進が入ってきているところ。人材育成を考える際には、こうした観点も取り込むことが重要。

また、データの利活用にも関係する部分だが、IPホルダーや製作者へのフィードバックをどのように進めるかを考える必要。コンテンツの高度化や製作の効率化についての議論がこれまで多く行われていたが、製作力向上を図っていく際には、コンテンツ単体の高度化のみではなく、視聴環境・視聴データのフィードバックが製作サイドに循環していくサイクルを構築することが重要。

【山本構成員】

官民の連携体制として協議会の組成にはおおいに賛成。他方、例えば人材育成については、より実効性を高めるため、従来型とは違う、新たなスキルの明確化やKPIの具体化等が必要ではないか。

また、資料5-2のp.3には映像作品の成功事例として『シン・ゴジラ』や『SHOGUN 将軍』が挙げられているが、放送コンテンツのみならず、映画を含む映像コンテンツ全体を俯瞰しながら、どのように高度化・展開していくかも考えた方がよいのではないか。この点、映画を所轄する経産省等との連携も必要になってくると思う。さらに、映像コンテンツを商品化していくには、従来の放送業界の枠組みにとどまらず、国際的な事業に多くの知見、経験を有するソニー等のエンターテインメント企業や総合商社とも連携できるとよい。

あわせて、規模の大きなコンテンツを製作するには、出資者を募っていくことも必要。出資者が出資を判断する際のマーケティングデータがあるとよい。従来の視聴率や世論調査結果

に加え、基本となる SVOD の視聴情報やそれに代わるデータをどのように取得・活用していくかも考えていかなければならない。

【大谷構成員】

資料 5 - 1 の p.10 において、ローカルコンテンツバンクへの集約やメタデータ付与の取組に関する言及があったところ。今後、製作者サイド及びそれ以外の関係者も含めて、シナジーを期待できる集約の枠組みをいかに構築していくかが非常に重要。

特に海外番販や法務・会計、資金調達等の専門機能のシェアリングが実現すればよいと思うが、障壁となる現状の制度・規制があるようであれば、整理していくことも必要ではないか。集約の過程で、例えば、国際見本市でのプレゼンス強化や、DX・AI の活用、人材育成等も進んでいくと思うが、本日の資料では、その集約の受皿として、協議会のような緩やかな連合が想定されており、実現に向けて前進したのではないか。

また、「持続可能性」というキーワードも何度か出てきているところ。利益をクリエイターへ還元していくとともに、コンプライアンスや倫理に関する理解を深める機会を作ることも必要。特に現状、長時間労働に対する弊害が問題視されている状況であり、実態を正確に把握し、是正されるよう、十分な監督を強めていく必要があると思う。実態把握や情報収集については関係事業者の協力を得たい。

また、これまでは低コストで視聴率の高いコンテンツを製作することが称賛されてきたが、今後はそうではない在り方に向けた意識改革も必要になってくるのではないか。

データ利活用は重要であり、賛成。様々な課題がある中でデータの価値を生かす仕組みを検討しなければいけないが、同時に、データを収集される視聴者に対する透明性確保も決しておろそかにしてはいけない。

最後、米国が外国製作の映画に対して 100%の関税をかけるというニュースがあり、物議を醸している。そういった国益を重視している国の警戒を呼ばないようにしつつも、国内的には参加のメリットを実感できるよう、協議会の訴求力を高めることが必要。是非この件についても情報収集をお願いしたい。

【久保構成員】

放送、YouTube、Netflix 全て同じテレビで視聴できるので、そのコンテンツが放送か配信か視聴者にはわからない時代になりつつある。こうした環境下で、無料かつ偽情報のない放送コンテンツがテレビから発信されている状況は今後も維持していかなければならない。そのためにはやはり視聴者の関心を得る必要がある。若年層が放送コンテンツから離れ、現在の視聴者層が M3、F3 層に偏っていることに危機感を覚える。今後、若年層に放送コンテンツを視聴してもらうための方策が産業の未来を大きく左右するのではないか。

また、放送・配信コンテンツの更なる振興策について、メディア側とコンテンツ制作側ではやや意見に相違があるのではないか。制作側はコンテンツ再生産のため費用を回収していか

ければならないという問題が常時あり、アニメなどではテレビ局からの制作費だけでは足りなくなっているため、いかに補完していくかが課題になると思う。一方メディア側は、年間4クールではなく3クールでドラマを企画したり、縦型ドラマとしても展開できるよう工夫をしたり、映画に結びつけたりといった、これまでなかなかできていなかった他業界との連携についても考えていかなければならない。

こうした様々な壁を乗り越えて新しい事を考えていく作業が、メディア側・制作側双方にとって必要となっている。今後、こうした議論を迅速に積み重ねていくことができる体制ができるとうい。

【音主査代理】

韓国は1990年代末のIMF危機のはね返りとして、コンテンツ産業を官民連携して強化したと認識している。一方、日本では30年かけて徐々に状況が厳しくなっている。なるべく早く危機感を共有し、対応策を考えていくことが重要。

資料5-2は非常によい論点整理案だと思うが、記載されている取組には、すぐ着手可能なものと、他省庁との連携・調整を要する等の理由で少し時間がかかるものがある。持続可能な展開のため、今後、各取組の実行に向けたタイムラインについても併せて整理していくべきではないか。

【内山主査】

資料5-2にも記載されているとおり、2023年の放送コンテンツの海外輸出額が835.8億円と、前年比約80億円増となっている。2012年以来着実に伸びており、今後もこの成長が続けばよいと思うが、なかなか簡単な話でもないと思うので新たな刺激策も必要。

データの利活用については、自分も数年前からいろいろ苦労してきたところだが、なかなか進まず忸怩たる思いもある。データの保護についてもまだ課題は残っており、併せて考えていかなないとこの問題は突破できないと思う。また、データをまとめて相乗効果を出すことも必要だが、データは個社に対して大きな利益をもたらすものという考え方も非常に強く存在しており、経済学でいうクラブ財、コモンプールといった考え方をどこまで適用していくか、今後の検討が必要ではないか。

また、資料5-2には多くの対応策が記載されている。構成員やプレゼン実施者から多くの問題提起をしていただいたことによるものであり、深く感謝申し上げたい。一方で、次のフェーズとして、各取組のフェジビリティを考え優先順位を整理する必要。引き続き皆様の御協力を賜りたい。

以上をもって本日の会合を終了したいと思う。円滑な議事進行に協力いただき感謝。

(4) 閉会

事務局から今後のスケジュール等、伝達事項の連絡があった。

以上