

衛星放送ワーキンググループ（第 15 回） 議事要旨

1. 日時

令和 7 年 9 月 8 日（月）13 時 00 分～14 時 46 分

2. 場所

WEB 会議

3. 出席者

（1）構成員

伊東主査、音主査代理、飯塚構成員、石岡構成員、内山構成員、大谷構成員、奥構成員、
落合構成員、曾我部構成員、長田構成員、林構成員

（2）オブザーバー

一般社団法人衛星放送協会、スカパー J S A T 株式会社、
一般社団法人電子情報技術産業協会、一般社団法人日本ケーブル連盟、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

（3）総務省

豊嶋情報流通行政局長、近藤大臣官房審議官、井田情報流通行政局総務課長、
佐伯同局放送政策課長、根本同局放送技術課長、坂入同局放送業務課長、
飯村同局放送施設整備促進課長、吉田同局情報通信作品振興課長、
西村同局放送政策課企画官、佐々木同局放送技術課技術企画官、
佐々木同局放送業務課企画官、横澤田同局放送業務課配信サービス事業室長、
岡山同局情報通信作品振興課放送コンテンツ海外流通推進室長

4. 議事要旨

（1）放送事業者における 4K 放送・4K コンテンツの流通等に関する取組

- ・株式会社 TBS ホールディングスから、資料 15－1 に基づき、説明が行われた。
- ・一般社団法人衛星放送協会から、資料 15－2 に基づき、説明が行われた。
- ・一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟から、資料 15－3 に基づき、説明が行われた。
- ・その後、以下のとおり質疑応答があった。

【林構成員】

BS4Kの現状について、TBSさんの具体的な数字を基に御説明いただき、ありがとうございました。大変厳しい経営状況にあることがよく分かりました。ただ、プレゼンの後半に御説明いただいたように、今がBS4Kの撤退戦のようなものを論じるタイミングであるにしても、一方でコンテンツ制作力の拡充を進めておられ、その中で大手のOTT事業者との協業も進めておられることは非常に頼もしく思った次第です。

本日はTBSさんのお話ですので、他社のことは分かりませんが、推察するに他局でも収支が厳しい状況は変わりがないのではないかと思います。そういう厳しい状況が恐らく今後も続くということに鑑みると、頭の体操として、撤退戦ということも視野に入れて議論すべきではないかと思ったところです。

その際、TBSさんへ3点質問があります。1点目はプレゼンの前半部分についてですが、仮にBS4Kの撤退を議論するとした場合に、コスト減はどの程度見積もっておられるのでしょうか。先ほどの御説明でのコストの話と裏表になると思いますが、現有の4K設備のリプレイス費用や、次期の4Kのマスター更新コストがなくなり、毎年のランニングコストの削減にもつながるとすると、そうした具体的な数字を基にエビデンスを持って議論できれば、この議論が前に進むのではないかと思います。

これはTBSさんに限った話でありませんので、事務局限りでよいと思いますが、そういった収支及びその見通しに関する数字を出していただくことは可能かという点が1点目です。出せない数字は非公表でも構いませんので、事務局でまとめる形で、TBSさんだけでなく各社の状況も概観できれば、本WGで今後の展望をある程度、確度を持って議論できるのではないかと思います。

2点目は、撤退戦を議論する際に、視聴者の理解をどう得ていくのかについてです。事業者としての事業の厳しさをお話いただきましたが、視聴者の利益を損なわない形で、どう理解を進めていくのかについてお考えをお聞きしたいと思います。

また、視聴者だけではなく、衛星放送協会さんやケーブルテレビ連盟さんなどを含む、ステークホルダーの理解をどう進めていくのかについてもお聞きしたいと思います。

3点目に、プレゼン後半部分の、BS4Kコンテンツのネット配信について、TVerでの配信にも言及がありましたが、それに大いに可能性を感じました。その際の配信プラットフォームを考えると、AVODや、ParaviのようなSVODもありますが、4K配信をする際に、各プラットフォーム間のすみ分けをどう考えるかについて、伺えればと思います。

【株式会社TBSテレビ（高梨様）】

まず、1点目の、仮にBS4Kから撤退した場合にコストがどの程度減るかについてですが、先ほどの説明で示したBS4Kにかかるコストがそのまま全てなくなるかということ、2つ目の質問とも絡みますが、現状で4Kで放送しているコンテンツもあり、それをなくしていいのかという議論はこれから話ですので、具体的な数字の話は、その辺りの大きな方向性が固まってからで

ないと、お話しするのは難しいと思います。

逆に、仮に4K配信を行う場合にかかるコストについても、まさに今、可能性を話し始めたところであり、どのぐらいのコンテンツを改めてオリジナルで制作するのかや、どこの蛇口から出すかなど、全て見えてこないと、今ここで具体的な数字をお伝えするのは難しいというのが現状です。

【株式会社TBSテレビ（城間様）】

4Kで制作しているレギュラーのコンテンツ等々に関しては、仮に4K放送がなくなった場合にも、ある程度、配信で流すことを想定しながらコンテンツをつくり続けていく必要があると理解しており、単純に放送終了イコール今のコンテンツが全て2Kになり、さきほど御説明した約8億円のコストが全てなくなるわけではないと考えています。

一方で、トラポンの費用や技術の委託費、マスター更新費用などはかからなくなるので、その辺りは削減効果として出てくるという理解です。

【株式会社TBSテレビ（高梨様）】

3点目ですが、AVOD、SVODのすみ分けについても、TVerの話は、今まさに始めたところで、TVerに限らず、AVODではなくSVODのプラットフォームでもいいのではないかという議論はあると思いますが、まだここから先の議論になると思います。

【株式会社TBSテレビ（田中様）】

先ほどParaviという名前が出ましたが、私は、少し前までParaviの代表をやっておりました。Paravi自体は、もう会社はなく、U-NEXTでサービスを統合しており、レーベルだけが存在しています。例えばU-NEXTへの納品物を全て4Kにするとした場合、U-NEXTとしては、受け口はあると思います。

ただ、先ほど来、お話しているように、納品物が全て4Kになるといったことに関しては、U-NEXT側で、今の受け口、受け入れ体制が完全に整っているわけではないので、まさにこれからの話になるかと思っています。

【林構成員】

2点目の質問ですが、視聴者をはじめとするステークホルダーの理解に関する議論もこれからということでしょうか。

【株式会社TBSテレビ（高梨様）】

はい、そうなります。

【林構成員】

分かりました。これからの議論ということで、私の質問が先走った感がありましたので、これからこの検討会も含めて私なりに考えをまとめたいと思います。ありがとうございました。

【奥構成員】

まず、TBSさんの御説明について確認をさせてください。資料の5ページと6ページに当たる部分です。

私の知る限りでは、4Kの制作コンテンツは、4Kでももちろん放送されていますが、2Kでの放送もダウンコンバートされ、2K、4K両方で同時に流れていると思います。そのうえで、まず1点目の質問はサイマルの比率です。BS-TBSさんの場合は、24時間365日、同じものが2Kと4Kに流れているのでしょうか。一部、4Kオリジナルで、4Kでしか見られないコンテンツがあり、そこに特別に広告枠がついているということがあるのかをお伺いしたいです。

また、6ページについて質問ですが、この表の2KのNHKBSのライブ視聴1分リーチ率は28.1というスコアに対して、NHKBSプレミアム4Kは9.3という数字があります。つまり2Kと4Kの比率を分母、分子で割り算するとNHKは約33%、民放は大体15%から18%という数字になります。つまり4Kへの集客という意味では、NHKは民放の倍のスコアになっていると見ることができます。

恐らくこれは、NHKのプレミアム4Kが4Kオリジナルで編成され、4Kで見られることとの裏返しになっているものと理解します。そうした意味では、ピュア4Kで4Kの独自編成を放送するのがよいということになるわけですが、今日お話を伺ったとおり、なかなかそうはいかない事情もあるということで、その辺りのお考えを伺えればというのが1点目です。

2点目に、衛星放送協会さんへ、4Kと2Kについて質問したいと思います。資料15-2の2ページ、3ページ目にありますが、ピュア4KでQVCとショッピングチャンネル4Kの2局が放送されていますが、CS110度の2Kでも放送されており、サイマルになっていると思います。

この際、ショッピングチャンネルで、購買がどのウィンドウから行われたかということについては、どのように把握されているのでしょうか。例えば、4K放送での問合せの電話番号やサイトの表示が2Kとは別になっていて、どちらから来たか明確に分かる状態になっているのでしょうか。もし分かるのであれば、2Kと4Kでのレスポンスの差は明確に分かると思いますので、可能であればお聞きしたいと思います。

【株式会社TBSテレビ（城間様）】

まず、サイマルの比率ですが、今は、手元に数字を持ち合わせていない状況です。

一方で、ピュア4Kの制作比率については、年間で14%強ぐらいで、日ごとでバランスが変わるため、20%を超えることもあります。年間ではそれぐらいの数値になります。サイマルに関しては、今すぐ数字が出てこない部分がありますので、必要であれば追って御報告させていただきます。

また、リーチ率についてNHKさんの数字が高いという御指摘に関してですが、REGZAさ

んのデータで、2019年の12月ぐらいから2025年6月までの、各月の同様のデータを別途もらっております。その数値ベースでは、BS4Kに関しては23年12月頃から急に数字が伸びています。これまでの平均のライブ率から倍増しているようなところもあり、そのタイミングでほかの局も伸びているようなところもあるので、NHKBSの再編が契機となり、何かしら押し上げられたのではないかと考えています。

【奥構成員】

4K単独でのCMビジネスは行われているのでしょうか。

【株式会社TBSテレビ（城間様）】

現状はほとんどない理解です。現状はあくまで4Kの場合は、2Kのものをアップコンバートして出しているので、CMに関しては、ほぼ同じものが流れていると御理解いただければと思います。

過去には当然、例えば花火大会の番組などでは、高精細というところを売りにしてセールスしていたことはありますが、昨今では、その辺りもなかなか厳しくなっているところもあり、現状はほぼサイマルで流している状況です。

【一般社団法人衛星放送協会（井川専務理事）】

2Kと4Kでのレスポンス比率についての御質問ですが、今、手元にデータがありませんので、放送事業者を確認をさせていただいて、改めて事務局にお伝えしたいと思います。よろしいでしょうか。

【奥構成員】

お手数ですが、よろしければお願いいたします。

【一般社団法人衛星放送協会（井川専務理事）】

確かに左旋から右旋に移って、かなり順調に増えてきているということは聞いており、改めて確認したいと思います。

【大谷構成員】

丁寧な御説明いただき、現状について理解が深まったと考えています。

衛星放送などの放送の枠を超えて4Kコンテンツの充実に資する政策を考えていく上でヒントになる情報をいただければという意図での質問となります。一点目は、TBS様に資料18ページで4K配信の展望について説明いただきましたが、こうした展望について民放連で共有したり、議論したりするような定期的な場は設けられているのでしょうか。

また、日本ケーブルテレビ連盟様に4K配信の展望についての御質問ですが、今回示していた

だいたコンテンツで「壮観劇場」などのすばらしい映像があることを知った次第です。これらの映像はユーチューブなどでも配信しておられるようですが、通常の放送ビジネスでの収益と、ユーチューブなどを通じた配信ビジネスとの収益の比率は、現在どのようになっている、将来的にどのように展開させたいと考えておられるのか、教えていただければと思います。

【株式会社TBSテレビ（高梨様）】

4K配信の施策・方針等について、民放連と在京局などで議論等をしているかについてですが、雑談レベルで個別にすることはありますが、組織立って民放連の場で、TBSの方針を発表したり、それについてほかの局と議論したりするような場は公式には設けられていません。

【一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟（高田副理事長）】

「壮観劇場」に関しては、いろいろと取組をしながら、4Kの映像コンテンツを高めていこうとしています。まだ売上げにおいて大きな比率になっているレベルではなく、制作費用を補完するレベルです。

今後こうした「壮観劇場」などのコンテンツをもとに、4Kコンテンツを様々なところに売り込みながら、より一層、ケーブルテレビが持つ地域情報を4Kで制作し、それを全国展開もしくは海外展開などもしていけるように模索している状況であり、まだ現状の売上げは微々たるものです。

【大谷構成員】

制作費用も相当なものをかけて、これだけのコンテンツをつくられていると思いますので、差し支えなければ事務局を通して細かい情報を教えていただければと思います。今後に期待しています。

【伊東主査】

高田様、制作した4Kのコンテンツについては、配信も実施されているのでしょうか。4K用のチャンネルで決まった時間に放送し、それと共にVODのような形で配信も実施されているのでしょうか。

【一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟（高田副理事長）】

現在は放送が中心となっています。配信については今後、新たな取組として進めていくことも検討したいと考えています。

また、ユーチューブ配信に関しては、どちらかというと「壮観劇場をケーブルテレビでぜひ見てください」という予告のような形で利用しているところです。

【落合構成員】

3点、伺います。

1点目に、TBS様の資料17ページで、BS4Kに関して、誰が視聴しているかまではデータで分からないということでしたが、これについては、何か工夫すれば取れるようになるというものではないと理解していますが、その理解でよろしいでしょうか。

2点目に、4Kコンテンツについて、BS4Kということに関わらず配信コンテンツ一般として見たときに、こういったところに可能性があるとお考えになるかをお伺いしたいです。

3点目に、ケーブルテレビ連盟様への質問です。政府に対する要望として、ハード、ソフト両面での支援を、という要望が資料8ページにあります。例えば4Kの配信に関して、こういう部分について総務省に要望したいとか、何らかの形で協力の枠組みなどがあり得る、などというお考えがあれば伺いしたいです。どういう内容であれば意味のあるものになるのか、御意見を頂ければと思います。

【株式会社TBSテレビ（城間様）】

まず、データの件についてですが、非特定視聴データに関しては、BS-TBSではBS4Kのデータはとっていません。BS2K及び地上波に関しては非特定視聴データを取っていますが、BS4Kとしてはそもそもデータがないのが現状です。当初、REGZAさんに発注する前には、BS2Kのデータから推計してBS4Kではこれぐらいのリーチになるのではないかとということ推計したこともありましたが、実際のBS4Kのデータは取れていない状況です。

また、おっしゃったとおり、データを取ったから何か進展するのかということではありません。例えば7月期で一番見られたコンテンツについてREGZAさんのデータで調べたところ、さきほどの4K対応テレビ270万台のうち、一番視聴されたもので、他局の花火大会の番組で、8,000台から9,000台ほどの台数でした。その辺りをデータ上で調べれば、売れるチャンスが分析できるかもしれませんが、現状で8,000という数字自体、例えば1回CMを流しても8,000人にしかリーチできないということです。これは地上波のCM1回と比較すると非常に大きな差があり、当然BS2Kと比べても大きな差がある状態ですので、データの分析等をもって売れるようになるというところまでは行かないのが現状ではないかという理解です。

もう一つの4Kの可能性に関しては、田中さん、いかがでしょうか。

【株式会社TBSテレビ（田中様）】

先ほどお話したライブはもちろんです。輝度変化の大きいものは2Kと4Kの差が非常に大きく出ますし、黒の見え方、暗さの見え方は随分変わるので、暗いところの光の変化の大きいもの、つまりライブや花火というのは、今とは随分違った没入感をユーザーに持ってもらえると思います。

【伊東主査】

それらはHDRの効果なのかなと思われそうですが、どうもありがとうございました。

【一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟（高田副理事長）】

総務省への今後の要望ということで、ハード、ソフト面での御支援ということでお話ししましたが、具体的にこれをぜひお願いしたいというところまではまだ見えてないのが実情です。連盟内部でも今後議論しながらまとめ上げて、総務省にも御依頼をしていきたいと思っています。

そうした中で、各ケーブルテレビ事業者では、いろいろな地域のコンテンツを4Kで撮影し、4Kで様々な地域の情報を持っています。これを、いずれはアーカイブ化していろいろなところに発信をしていくと、地域の様々な時代時代の流れが4Kで捉えられ、後々活用ができると思っています。アーカイブ化していく中では、かなりのデータ容量が必要となりますので、アーカイブ化する上でのストレージの確保の支援などを国でいただければ、地域の宝としての映像を我々がお手伝いして残していくことが可能だと思っています。まず考えられるのは、そのような面だと思います。

【落合構成員】

今後の支援策についてですが、業界で共通して使ってもらえるようなところに、いろいろなマニュアル、作り方や、共通で使えるものなどが、何らか支援として提供できれば有用なのではないかと思いました。その辺りも含めて、今後さらに、何を支援していくべきかという点について、詰めるべきところが多いと思いました。

【音主査代理】

TBSさんにお聞きできればと思います。BSについては、BS-iから始まって、BS-TBSになっているわけですが、JNNの系列ということを意識した形でスタートしたと認識をしています。

その延長線上で、今日でも、例えば本日紹介いただいた資料の5ページ目の、諏訪湖の花火大会については、信越放送がつくられていると思います。BS-TBSでは、同様に「JNNふるさと紀行」のような、いうなればJNN系列の局で制作された4Kもの、または2Kアップコンバートものを比較的放送されていると認識をしています。

私の報告の際にも現場の4K化について触れましたが、ローカル放送局へお邪魔をすると、今後は4Kだということで、スタジオの4K回りの設備の整備やカメラの導入を進められ、導入コストは随分下がってきています。そうは言いながら、問題は出し口のことだと思います。

本日はTBSホールディングスとしてお話いただきましたが、JNN系列の中で、4Kというものをどういった形でBS-TBSの2Kと4Kの中に位置づけ、展開させていく、という方針をお持ちでしょうか。さらに言えば、先ほどステークホルダーの理解が重要という話がありましたが、系列局の中における4Kというのをどのように議論されているのかを教えていただければというのが1点目です。

もう1点は、ケーブルテレビ連盟さんへの質問ですが、ケーブルテレビに関しては、日本の中

でも4K展開が相対的にうまくいっていると思われます。ケーブル・アワードで4K部門をつくられるなど、業界を挙げて4Kを進められており、「satonoka」のような出し口を用意されています。

他方において、「satonoka」も含めてケーブル各局が4Kコンテンツをつくり、それを「satonoka」というプラットフォームを使って展開をする形から、その延長線として、例えば「satonoka」や、ケーブルテレビさんで作られた先ほどの「壮観劇場」のようなコンテンツを、「satonoka」以外のところ、ケーブルテレビ以外のところに展開をさせていくことに対しては、ポジティブなお考えをお持ちでしょうか。

配信のことが出てきましたが、例えば、民放BSにコンテンツを展開していくといったことも含めて、4Kコンテンツの出し口をどのようにお考えか教えていただければと思います。

【株式会社TBSテレビ（高梨様）】

まさにトータルでのJNNとの関係というのは、弊社のネットワークだけではなく、各局においても今後の重要なテーマになってくると思います。

私の知る限りですが、JNN系列の地方局で制作された番組をBSで放送する場合には、BS2Kで放送している物が多いと聞いています。本日、お話をさせていただいた諏訪湖の花火大会の番組は4Kで放送していますが、基本的には2Kで流しているパターンが多いと思います。

地方局がコンテンツを作って流す場合に、全国で流したいのでBSと組んで流すというパターンが非常に多いです。これは、どちらかというとセールスの問題ですが、全国で流れるということクライアントに伝えるツールとして、BSと組んで地方局が放送するというパターンが非常に多く、故に、このスキームは、今後もまだあり得ると思っています。ただ、2K、4K放送ということでは、現状は2Kで流しているパターンが多いと伺っています。

【音主査代理】

ローカル放送局に行くと、スタジオに4Kのカメラを入れたが出し口が無いという話もよく聞きます。4Kの今後ということを考えると、系列としてのローカル局における4Kをどのように考えておられるでしょうか。営業的には2Kというのは重々承知していますし、諏訪湖がやや特殊な、うまくいっている例だとは思いますが。他方、先ほどのケーブルの話とも重なると思いますが、BS4Kはローカル局における4Kの出し口の間となり得るのかどうかということとも連動すると思ってお聞きした次第です。

【株式会社TBSテレビ（高梨様）】

おっしゃるように、各局で技術の進化にあわせて、機材を新しいものに変えていくというのは、テレビ局の性のようなものもあり、その中で恐らくローカル局でも4K設備を導入していることもあると思います。ただ、そうしたローカル局での4K化と弊社のBS4Kの取組がリンクしているのかということについては、そうした認識でローカル局と会話をしたことがありませんし

たので、今後、そうしたことも意識して、4K設備とBS4Kの出し口というものを話してみたいと思います。ありがとうございます。

【一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟（高田副理事長）】

現在、「satonoka 4K」をベースに4K放送の配信をしています。我々としては、もちろんポジティブに展開をしたいと考えています。

例えば、資料の5ページの参考④にも記載しましたが、「satonoka 4K」だけでなく、既に海外10か国での放送配信の実績があります。インフライト、飛行機の中での映像配信については、海外の航空会社14社に提供しており、JALなどにも提供をしています。

また、OTT事業者についても、既に幾つかのコンテンツを、ケーブルテレビ事業者がOTT向けに配信している実績もあります。これを今後はどんどん拡大していければと思っています。

BS4Kの民放への提供についても、もしかなくともであれば、BS各局様と会話をしながら販売していければとも思っています。

【内山構成員】

3者にそれぞれ御質問があるのですが、もともとこのWGでは、3つアジェンダがあり、そのうちの最後の、4Kコンテンツの流通・利用の拡大に向けてという点に関しては、三者三様で前向きなお話をいただきました。他方、2点目の、今後4K衛星放送はいかにあるべきか、という点が一番分からない部分です。

その点について、御発表の資料の最後のページにもあったかとは思いますが、まず衛星放送協会さんに改めてどうお考えになるかお聞きしたいと思います。

また、ケーブルテレビ連盟さんには、言わば第三者的な立場で、この4K放送はいかにあるべきかということについて、少し中立的な立場で御意見がいただければと思います。

それから3点目は、4Kコンテンツの流通・利用の拡大に向けてということに関して、今日のTBSさんの御発表では、配信シフトを積極的にやっていくということでしたが、ぜひ伺いたいのは、メジャメントの話です。間違いなく今の放送に比べれば、配信の世界に行けば、様々な視聴履歴データを含めてデータを取れるようになると思います。もちろん、非特定、特定という形で様々な縛りがあることは承知していますし、また、私がその責任の一端を持っているのは承知していますが、配信にシフトしたときに、例えば広告メジャメントや、履歴データの活用ということに関して、どのような展望をお持ちか伺いたいと思います。

特にこれについては、配信に行く以上は映像そのものをよくするよりも、力を入れるべきではないかなと思うぐらいですので、御意見を伺えればと思います。

【一般社団法人衛星放送協会（井川専務理事）】

我々は業界団体の加盟企業で現在4K放送しているチャンネルが、QVCさんとショップチャンネルさんの2つあり、開局するべく準備しているOCOさんというテレビ局があります。そう

したところが、これから4Kでうまく商売をしていくために、4K放送がきちんと視聴者を増やしてってもらいたいので、キー局TBS様が苦しいというお話もありましたが、全体として4K放送が放送市場としてきちんと成長していくように、みんなで力を合わせて協力していきたいと考えております。

【一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟（高田副理事長）】

第三者的な立場でということですが、我々は、これまで4Kを視聴できる環境整備をお手伝いし、全国的に4Kが見られる環境をつくり上げてきたという立場からも、BS4Kについては、ますます視聴者を増やしていく努力が必ずや必要だと思っています。

まだまだBS4Kというものの認知も足りない部分があると思いますので、ケーブルテレビ事業者としても、そこはお手伝いをしていきたいと思います。同時に、魅力ある4Kにしていかなければ視聴者も増えないということかと思っています。

4Kを制作していく、運営していくのは非常に大変だということは分かりますが、とはいえ、しっかりと魅力あるものをつくることによって視聴者は増えていくと思っています。

第三者的な御意見ということで述べさせていただきました。

【株式会社TBSテレビ（城間様）】

広告のデータの活用等に関しては、まだ議論もなかなかされていない領域ですので、あくまで私見と御理解いただければと思います。広告のセールスですが、当然配信に行けば、TVerで既に広告のセールスをしていますし、この活用の仕方に関してもプライバシーポリシー等々も通じて適切に利用していると理解していますので、その知見を4Kのセールスの際にも対応できると思っていますので、4K配信に行ったが全く売れなかった、という状態にはならないという理解です。

ただ、配信に行ったからといって、いきなりセールスとして大成功するかというと、それはまた別問題だと思いますので、新しいプラットフォームに行けば新しいプラットフォームでの売り方を考えなければいけないとは思いますが、一方で既に始まっている知見も利用しながらなので、これまでよりはセールスに向けてのハードルは低いのではないかという理解をしています。

【内山構成員】

ぜひ、コロナ直後にVAB（Video Advertising Bureau）や、JIC（Joint Industry Committee to Focus on Premium Video Currency）が取り組まれたように、メジャメントの開発ということに関して、一生懸命に取り組んでいただけると何か新しい芽が見えるのではないかという期待があります。

【伊東主査】

1点、お伺いしたいことがあります。TBSさんの資料の8ページに、編集時は2K放送用と

4 K放送用の2パターンを編集していると記載されています。2 K放送と4 K放送で完全に同じ内容、つまり全く同一のフレーム構成になっている場合でも、2つのパターンの編集が必要なのでしょうか。

また、ポストプロのために20から25%程度の費用が上乗せされるという記載もありますが、それは何に要する費用なのでしょう。HDRとSDRの違いによる輝度や色みの調整などで人手がかかるということなのか、その辺りを教えていただければと存じます。

【株式会社TBSテレビ（城間様）】

2 K用、4 K用と、同じものを放送しても素材としてはそれぞれ納品する必要がありますので2つ必要になります。これは全く同じフレームでも全く同じものが必要だということです。

ポストプロコストに関しては、一番大きいのは、デジタイズにかかる費用や、色の調整など、4 Kで細かな調整をするためにどうしても時間がかかり、この時間コストが一番大きな要素である理解です。

一方で、指定書と呼ばれる、製作費が幾らという資料があるのですが、それが毎回変動していると予算として組みづらいこともあり、おおよそ年間の費用をある程度算出しながら、大体の費用を上乗せしているという部分もあります。その辺りは、時間などがベースになっていると御理解いただければと思います。

【伊東主査】

どちらか一方をきちんと編集しておけば、もう一方は自動的にあまり人手を介さずに編集できるというようなわけにはいかないのでしょうか。

【株式会社TBSテレビ（城間様）】

そうですね。私は専門ではないのですが、資料の20から25%のコスト上乗せという数字についても、かなり圧縮した結果、ここまでになっていると御理解いただければと思いますので、これだけ増えているというよりは、もっと増えそうなところを逆に一生懸命やることによって、これぐらいのコストに圧縮できていると御理解いただければと思います。

【林構成員】

もう1点質問ですが、テレビの受像機の最近の出荷台数を見ても、昨今はコネクテッドTVが主流になっています。今後新規で出荷されるテレビの受像機は、コネクテッドTVベースで考えないといけないと思います。これは衛星放送に限った話ではないと思いますが、そういう視聴環境の変化というものは今後BS4Kの将来を考えるにあたって、かなり効いてくる気がしています。

その点、資料にもそういったところの言及があったかと思います。チューナーレステレビのリーチとか、資料17ページにそういった文言がありましたが、その辺りの今後の見通しや展望に

ついて補足があれば、御教示いただければと思います。

【株式会社TBSテレビ（城間様）】

私の私見も交えながらお答えさせていただければと思います。

おっしゃるとおり、昨今売られているテレビは随分、コネクテッドTV対応になり、5万円程度の廉価なテレビでも4K対応しているテレビも多いですし、一方で、それぐらいのテレビでも、ユーチューブや、U-NEXT、TVerのボタンがついているテレビも出ているため、4K放送が見られる確率はどんどん下がっていると思います。

これは地上波にも同じことが言えると思っていますし、例えばREVISIOさんのデータによると、実はコネクテッドTVの中で一番見られているのはユーチューブではないかともいわれており、そのユーチューブにも4Kコンテンツが置かれ得るという環境も考えますと、4K放送が見られる確率は厳しくなっているのが現状だと思っています。

地上波も、BSも、BS4Kもですが、コネクテッドTVで視聴できる配信サービスとの戦いというのは当然、放送局としては常に向き合っているところであると思っています。

（３）閉会

事務局から、第16回会合は9月24日（水）13時からの開催を予定している旨連絡があった。