衛星放送ワーキンググループ（第 16 回）
議事要旨

１．日時

令和７年９月 24 日（水）13 時 00 分～14 時 49 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、曽我部構成員、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ＪＳＡＴ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、
吉田同局情報通信作品振興課長、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

・日本映画放送株式会社から、資料 16－１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。

【内山構成員】

お伺いしたいのは、コンテンツそのものよりも伝送路に関してでして、御社の場合はＣＳ、ケーブルテレビ、配信という形で３つの伝送路をお持ちだと思いますが、時代劇と映画というコンテンツを放送・配信されているなかで、伝送路による特性を感じられることはあるでしょうか。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】
まず、伝送に関しては放送が圧倒的に安定しています。その強さは実際に４Ｋソフトを作って運営している上で実感しています。
　配信においては、今後４Ｋコンテンツが多く配信される時代がやってくると思いますが、伝送路の安定度については、まだ手探りの状態で、４Ｋで作った時代劇を国内だけでなく世界に配信していくにあたり、もう少し色々な実験が必要ではないかと思っています。海外についてはＲＥＭＯＷさんとも連携しながら、手探りで進めています。国内においては、自社の技術スタッフとも相談しながら、どういう展開をしていくべきかを検証しています。

【内山構成員】
　ユーザーの反応や手応えについては、何か違いを感じておられるでしょうか。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】
　日本映画については、ただライブラリーを放送しただけでは視聴率が取れず、加入者も増えませんが、「高倉健４Ｋ」という特集を組むと、２Ｋで高倉健さんの特集をした際よりも倍以上の加入者増に繋がり、視聴率も非常に高くなります。このことがお客様の４Ｋに対する反応だなと思っています。
　また、時代劇に関しては、『鬼平犯科帳』をつい先日ＤＶＤボックスで発売しましたが、ユーザーからはブルーレイでも発売してほしいという声が届いています。４Ｋで放送しているのであれば、パッケージもブルーレイで出してほしいといった問合せをいただいています。日本の建造物の美しさ、和食の美しさ、着物の美しさというものを、少しでもきれいな画像で見たいという時代劇ならではの要望が強くあり、まさにこれは４Ｋにしていくべきだということを実感しています。

【大谷構成員】
　日本独自のコスチュームプレイは海外で広く支持されているものでもあり、それを美しい映像コンテンツで制作されているということに非常に感銘を受けた次第です。また、改めて４Ｋで制作することの強みを教えていただいたように思います。
　2 点御質問があり、1 点目に、海外展開での収入源の確保に御苦労されていると伺いましたが、配信サービスのプラットフォームとの交渉などで御留意、御苦労されていること、特に制度面での支援で解決しそうなことはあるでしょうか。
　また、2 点目に、魅力あるコンテンツには、常に違法コピーの流通という問題がありますが、その点でも何か御苦労されていることがあれば教えていただきたいです。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】

海外に時代劇を配信する際には２つの課題にぶつかっています。

１つは表現の問題です。あまりにも良俗に反するシーンに関しては、新たな『鬼平』では原作の表現とは異なる非常に抑えた表現をしています。男女問わず、幅広いお客様に御覧いただいているため、現代においてストレスのないコンテンツの制作を心がけており、特に海外展開にあたってこの意識を強く持って制作に当たらなければいけないと感じています。

もう一つは、海外のＦＡＳＴサービスにおいては２４／７ＳＡＭＵＲＡＩ－ＳＨＩＮＯＢＩというタイトルで配信を行っていますが、侍ものはたくさん編成されているが、忍者ものが少ないといった御意見をいただきます。海外の方は、特に北米ですが、忍者というものにアイコンとして非常に興味を持っていて、忍者のアクションを観たいというニーズがあります。

ただ、国内の時代劇専門チャンネルは大先輩世代に支えられているチャンネルですので、忍者アクションよりは、池波正太郎先生や藤沢周平先生などの原作を中心にしていることもあり、海外で受けるものと国内で支持されるもののジャンルの違いを痛感しており、ここの工夫が必要になると思っています。新たな『鬼平』でも、原作の内容を大事にしながら、殺陣のシーンを増やすといった工夫をして、海外へも展開しています。

違法コピーに関しては、様々な取締りをしていますが、イタチごっこが続いています。ＹｏｕＴｕｂｅに展開している以上は、違法コピーがあることは決してよくないです。多くの人に見てもらえることにつながる可能性もあるとはいえ、それで収入が落ちてしまう懸念があります。そこで様々な対策を駆使しながら防止していきたいと考えています。

【奥構成員】

私からは２点御質問があります。

１点目は、海外コスチュームドラマという、新しいジャンルとして海外で時代劇が受けているということですが、これは配信を中心に展開されているということであると、日本の場合は時代劇といえば、年配の方々がメインターゲットですが、海外では若い方に受けているのではないかという印象を持ちましたが、そのあたりの特性を教えていただきたいです。

２点目は、２４／７ＳＡＭＵＲＡＩ－ＳＨＩＮＯＢＩについては、ＹｏｕＴｕｂｅベースのＡＶＯＤだと伺いましたが、この広告のマネジメントやセールスは、グーグルがＹｏｕＴｕｂｅとして管理しているのでしょうか。それとも、コンテンツを出されている皆様が何らかのマネジメントをされているのでしょうか。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】

まず、海外におけるコスチュームドラマの展開についてですが、実は海外では、時代劇に限らず、コスチュームドラマが非常にはやっています。

というのは、現代のドラマでは、携帯電話、スマートフォンが登場するため、そこでのコミュニケーション・表現方法を中心としていくと、人間ドラマが描きにくいという制作側の思いもあり、むしろコスチュームドラマ、携帯のない時代にドラマを置き換えることによって、人間ドラ

マをより深く演じやすくなるということや、また、４Ｋに象徴するような技術の向上によって、セットの美しさや、コスチュームの美しさがより物語に反映されることから、海外ではコスチュームドラマの制作が一時増えていました。

『帰郷』という作品を８Ｋでカンヌにプレミアム上映していただいたときも、コスチュームドラマのティーチインがあり、そこでも日本の着物の美しさを高く評価いただきました。海外においては年配の方が見るというよりも、コスチュームドラマという概念で多くの人に見ていただいていています。

アクションにおいては、海外では刀でのアクションが非常に興味を持たれております。『スター・ウォーズ』においてもライトセーバーが日本の刀アクションを１つのベースにしているといわれておりますが、大ヒットしている『鬼滅の刃』や真田広之さんの『ＳＨＯＧＵＮ』での刀アクションなどが背景にあると考えられ、日本の侍ドラマに近年大きな注目が集まっているのを実感しています。

２点目の、２４／７ＳＡＭＵＲＡＩ－ＳＨＩＮＯＢＩに関しては、それぞれのプラットフォームにおいて広告収入をシェアする形でコンテンツを供給するビジネススキームを描いています。

【伊東主査】

ＦＡＳＴ、ＡＶＯＤという話がありましたが、ＳＶＯＤでの海外展開はされているのでしょうか。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】

２４／７ＳＡＭＵＲＡＩ－ＳＨＩＮＯＢＩに関しては、ＹｏｕＴｕｂｅプレミアムでも配信を行っており、プレミアム有料会員になった場合は、より多くのエピソードが見られるといった展開も併せて実施していますが、まだまだ伸び悩んでいます。

ＦＡＳＴサービスに関しても、こうした時代劇のジャンルがＦＡＳＴサービスに入り始めたのは、ＲＥＭＯＷさんを通じて今年から始まったもので、まだ収入的には厳しく、会員数もこれからという状況です。

【林構成員】

時代劇や日本映画というアングルから４Ｋコンテンツの可能性を御紹介いただき、大変感銘を受けました。４Ｋコンテンツをしっかり展開していくということが日本のメディア産業全体の発展にとっても重要だということがよく分かりました。私の親も『三屋清左衛門残日録』の大ファンですので、親近感を覚えた次第です。

２点質問があり、１点目に、本日は時代劇コンテンツが御紹介の中心でしたが、時代劇に限らず、こうした日本発のコンテンツの制作現場で４Ｋ対応をさらに進めていく上で、コストや人材、インフラなど、様々な課題があると思いますが、どういったところに課題、あるいは制約があるのかについて、改めてお教えいただきたいです。

２点目は、時代劇についてですが、時代劇という日本固有のジャンルを、言わばＩＰ資産として再定義して、積極的に海外展開していくという場合に、最近は『ＳＨＯＧＵＮ』等の成功もあって、海外にすんなりと受け入れられる素地ができつつあるというお話でしたが、こういった日本固有のコンテンツを海外市場に通用するものにするために、翻訳可能性、変えられる部分をどう変えていくか、それをどう担保するかという点についてお聞きしたいです。先ほど、映像表現には日本以上に気を遣っておられるという話がありましたが、映像だけでなく、キャラクターや衣装、舞台美術などを含む包括的なＩＰ展開を、制作段階からどの程度グローバル市場を想定して設計していくべきかといった戦略について、お考えをお聞きできればと思います。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】

まず、４Ｋの制約に関しては、スタッフの熱量を抑えるのが非常に大変です。我々の時代劇は、全て京都のスタジオで制作していますが、京都のスタッフは、本編劇場映画を手がけるスキルを持ったスタッフが多くおります。つまり、いわゆる３５ミリのフィルムを扱っているスタッフです。３５ミリフィルムというと８Ｋ相当の高画質の映像です。そのクオリティーで映像を常日頃制作しているスタッフたちがこの『鬼平犯科帳』や『三屋清左衛門』を制作しております。ですので、４Ｋコンテンツだというと、劇場映画並みにどんどん凝っていってしまいます。そこを制作側スタッフとも丁寧に話しながら、コスト管理をしながらやっていくというところが非常に大変なところです。

『帰郷』という作品についても、８Ｋで制作したいと言った際も、スタッフは何の抵抗もなく８Ｋで制作ができました。３５ミリのいわゆるフィルムで育ってきたスタッフたちが、若いスタッフたちにその技術を継承しており、そうした制作側の熱意を抑えていくというのが我々プロデューサー側からすると大変なところです。制作側には作品をどんどんよくしていこうという気概が強くあります。

また、時代劇のＩＰ化に関しては、企画の段階から様々なことを工夫しなければいけないと思っています。海外での展開も視野に入れた形で、権利をきちんと担保するということ、『鬼平犯科帳』に関しては、原作であるオフィス池波様の寛大な御理解をいただいており、こうした海外展開やグッズ制作、ファンミーティングにおいても、『鬼平犯科帳』を世界の多くの人に見ていただけるのであればということで、金銭的な面での強い要求等もなく進められており、そこは非常に大きいことだと思っています。

時代劇が世界に広まるのであればという思いで、主演の松本幸四郎さんも様々な工夫をしていただき、スタッフ、キャスト、いわゆるプロダクトの段階でＩＰの権利が運用できるベースをつくっていくことが非常に重要な要素だなと思っています。

作品ができて、ヒットしてからＩＰ展開しようとしても、そうした部分が非常に足かせになり、実際にＩＰ化しても、収入に対して配分を多くしなければならず手残りが少なくなり、なかなか４Ｋ制作の費用に充てにくくなるということも考えられます。我々の時代劇においては、関係する方々の御理解を多くいただいているので、ＩＰ展開がよりしやすい環境にあるのではないかと

思っています。

【林構成員】
ありがとうございます。前者については、むしろあり過ぎるクリエーターやアーティストの熱量をどう抑えるかが大変だという、うれしい悲鳴のような話も聞かれ、勉強になりました。

【音主査代理】
２点質問ですが、衛星放送協会の調査では、衛星放送事業者の経営課題として常にインフラコストの問題が上がっていますが、日本映画放送さんとしても、今の経営課題として重要なのは、やはりインフラコストになるでしょうか。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】
まさにそのとおりです。インフラコストの部分は、とはいえ、衛星放送として安定的に安全に多くの視聴者に作品を届けられるということで、そのインフラコストは致し方ないものだと思いますが、現状、配信が飛躍し、有料放送の加入者が減っている中で、ここに来てインフラコストが非常に負担になっていることは否めない状況です。

【音主査代理】
このワーキンググループで取りまとめたインフラコストの問題については、変わらず最重要課題と認識してよろしいでしょうか。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】
ご認識のとおりです。

【音主査代理】
もう１点ですが、『三屋清左衛門』については、ＢＳフジで視聴させていただくことが多いんですけれども、ＢＳフジで放送するときは、２Ｋ放送の場合は４Ｋから２Ｋにダウンコンバートして、ＢＳ４Ｋでは４Ｋで流しているという理解でよろしいでしょうか。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】
左様でございます。

【音主査代理】
言うなれば、４Ｋで作られているがゆえに４Ｋ展開ができるというところがポイントで、４Ｋで作っているがゆえにマルチ展開しやすい、出口がたくさんあるという認識です。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】
はい。『三屋清左衛門』でいえば、先に完成して、すぐに日本映画プラス時代劇４Ｋでの４Ｋ放送、ダウンコンバートした２Ｋサイズでジェイコムストリームでの配信、その後に時代劇専門チャンネルで２Ｋ放送、その１年後に新作が時代劇専門チャンネルで放送するタイミングで、ＢＳフジで放送しています。そのローテーションで収入を得て、次作の制作に充てています。

【音主査代理】　まさに、それが宮川さんのお仕事だと認識しています。４Ｋで作っているがゆえにマルチ展開しやすい、出口がたくさんあるということですね。

【伊東主査】　「日残りて昏るるに未だ遠し」という名せりふは感慨深いものがあり、私も視聴させていただいております。

【飯塚構成員】
１点御質問です。ＹｏｕＴｕｂｅからコンテンツを配信されているということでしたが、視聴データないし測定データの報告はＹｏｕＴｕｂｅから受け取っておられるでしょうか。もしその場合には、受け取っている報告の内容については満足しておられるでしょうか。
海外のケースですが、イギリスの規制当局のレポートを見てみると、当局が実施したヒアリング結果で、ＹｏｕＴｕｂｅから受け取る測定データが透明性に欠けるといった、ステークホルダーからの不満や、問題点が指摘されていました。御社においても、受け取るデータに満足されているか、何か不透明な点があるか等、教えていただければと思います。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】
ＹｏｕＴｕｂｅから細かくデータを受け取っています。例えば、先ほど紹介した『ＢＬＡＣＫＦＯＸ』や『ＳＨＯＧＵＮＳ　ＮＩＮＪＡ』は圧倒的にタイ、インドネシア、ベトナムといった東南アジアで視聴されており、北米などよりも多くなっています。また、視聴者の男女比率も大体の数字が確認できます。
これまでの放送や日本での配信では、そうしたデータは得られず、そうしたデータが確認できるだけでも非常にありがたいので、さらにその透明性までは意識していなかったのが現状です。
今、先生に御指摘いただいたデータの透明性については、海外展開を共同運営しているＲＥＭＯＷさんとも情報共有した上で、改善を図っていきたいと思います。
ＹｏｕＴｕｂｅからのデータで、インドネシア、東南アジアやアメリカで特に視聴されているということが分かり、国ごとの違いも把握でき、特に視聴が多いのはインドネシアからですが、北米に比べてＡＶＯＤ収入の単価は安く、どうしても北米で見ていただくほうがＡＶＯＤの収入が高くなるなど、今報告されているデータからビジネス的な分析や戦略検討ができているため、今現在は受け取るデータに満足しています。

【飯塚構成員】
視聴者の年齢データも受け取っておられるでしょうか。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】
はい。アクション作品自体は若い人も相当多く見られていて、『鬼平』はやはり年輩が多いですが、『暴れん坊将軍』は全世代に見られています。また、『梅安』が中間世代、アクション時代劇、『ＢＬＡＣＫ　ＦＯＸ』は若い世代によく観られており、国内に近い割合であるというところはきちんと把握できています。

【飯塚構成員】
ありがとうございます。そうしたデータも踏まえて、新たなマーケティングにつなげていっておられると理解しました。

【伊東主査】
オリジナル時代劇の４Ｋ制作や名作の４Ｋデジタルリマスター化を積極的に推進しておられるということで、大変頼もしく感じた次第ですが、４Ｋ放送の評判や手応え、あるいは４Ｋコンテンツの将来性や４Ｋコンテンツに対する視聴者の需要動向等について、現在どのようにお感じになっているのか、改めてお伺いできるとありがたいです。

【日本映画放送株式会社（宮川様）】
最初にオリジナル時代劇を制作し、放送したときに、視聴者の方々から、新しいものを作るのではなく、昔のライブラリーを高画質で見たいという声が来るのではないかという懸念がありましたが、実際には、現代の俳優が演じ、現代の技術で制作し、そして今の時代に合った時代劇を見たいというニーズが強く、視聴率や加入者が増えたことによってそれを実感しています。
今の技術として一番最先端であるのは４Ｋであり、８Ｋです。そういった技術を使って、今の俳優たちによって作られた時代劇を、お客様は見たいのだと思います。そこに応えていくのが我々専門チャンネルとしての１つの使命だと思います。技術に関しては日進月歩であり、今はコストがかかっているかもしれませんが、日に日に、色んな工夫により費用が安くなっていくということならば、早いうちから４Ｋを手がけていることにより、制作サイドにもプロデューサー側にも、色んなノウハウが積み上がっていき、そういった積み上げが未来につながっていきます。４Ｋは、特に我々が運営している時代劇や日本映画においては、未来への架け橋になる技術です。

（２）4K 衛星放送の将来像
・クロサカ慶応義塾大学特任准教授から、資料 16－２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】

２点質問があり、１点目は、資料７ページ目のスライドの右下のところで、仮にＢＳ４Ｋを配信に転換した場合、それを担える能力あるいは競争力のあるプラットフォームはどこかが気になっています。ＴＶｅｒのような国内放送主導型なのか、グローバルＯＴＴなのか、そのハイブリッドなのか、そのあたりが漠然としておりますので、先生に追加的にお教えいただきたいというのが１点目です。

２点目は、４Ｋコンテンツについて、グローバルＯＴＴは配信サービスのＵＸだけではなく、テレビそのものの設計段階から関与していると理解しています。テレビメーカーと協議し、テレビ起動時のホーム画面で自らのサービスが目立つよう、まさにプロミネンスを設計したり、Amazon Fire TVスティックのように､自社配信サービスの中でプラットフォームのＯＳを設計したり、リモコンからホーム画面まで一気通貫でＵＸを設計しており、ここに日本の放送事業者と大きな差があります。

差が開いて当然だと思うのですが、そこは乗り越え可能なのか、ＢＳ４Ｋの配信ということを仮に主軸に考えた場合に、こうしたところは乗り越え可能で、グローバルＯＴＴに伍していけるのかという点について、どのように見ておられるのか御教示いただければと思います。

【慶應義塾大学（クロサカ様)】

後段の御質問からですが、グローバルＯＴＴ、グローバルプラットフォーム事業者が提供しているＵＩ／ＵＸは、非常に洗練されていると思います。とがったところもなければ、丸まり過ぎていてよく分からないということもない。操作で迷子になることがほとんどない。また、消費者契約の点になりますが、サブスクリプションについては、非常に離脱しやすい、やめやすい点が結果的にユーザーのロイヤルティを高めていると思います。

実際、事業者側のデータ戦略においても、解約されてもまた戻ってもらえればいいという思想の、かなり気前のよいサービス形態を取っています。データだけではなく、配信構造そのものについても、例えばネットフリックス社の場合は自前でＣＤＮを構築して、アカマイのような外部のＣＤＮ大手を使わずに内製化しており、４Ｋが８Ｋになるであるとか、さらにその先に進んでいくときにも自分たちでスケールアウトすることができます。

こうした事業者が、エンドユーザーのＵＩ／ＵＸ設計も含めて、強く競争力を持っているがゆえに、日本の放送事業者が作っているドラマやエンタメコンテンツが、グローバルＯＴＴプラットフォームの中でよく見られているという現象が日本で起きているんだと思います。こうしたことを冷静に評価していくことは必要だと思います。

一方で、では、本当にサブスクリプションが伸びているのかというと、国内ではＴＶｅｒも十分以上のサブスクライバーを持っており、かなり見られています。我々エンドユーザーのツボに当たるところが一体どこなのかということがかなり重要な論点になってきます。

他方、配信は、技術的に特にハイディフィニションになればなるほど簡単ではないというのが実際です。どうしても我々エンドユーザー目線で、ストリーミングぐらいさっと流してくれるで

しょうと思いがちですが、裏側で大量の計算機であるとかサーバーであるとかストレージが動いているのは間違いないことですので、冷静に、誰が何ができて、できないのかということを、もう少し深い目線で分析していく必要があります。日本の国内事業者であるＴＶｅｒさんだからできるよねというのは、ＴＶｅｒからすると、いや、そんな簡単に言われても困りますという話になるだろうと思います。もちろん頑張っていただけるのだろうと思っています。

前段の御質問に関しては、資料４ページ目で放送と配信の価値について数式で表現しましたが、考え方として、分母と分子のどちらに着目するのかということで判断が分かれるのではないかと思います。すなわち、分母側で見るというのは、産業構造やインフラの総体としてこれを評価するということになり、分子側で見るというのは、ユーザーから見た価値評価に軸足を置くということになります。ＢＳ４Ｋをこのどちらで評価するべきなのかということがまずあるだろうと思います。

そうすると、少し厳しい見方ですが、ＢＳ４Ｋを十全に見られる視聴環境を持っている視聴者の総数は今どれくらいいるのかということと、実際に視聴者はどれくらいの時間ＢＳ４Ｋを見ているのかということ、これが冷静な判断として、現時点での価値評価という意味では重要になってくると思います。

明確な答えではないですが、私は少し厳しい見方をしているとお考えいただければと思います。

【落合構成員】

２点お伺いします。１点目に、今回、ＢＳ４Ｋに関する議論が主ではありますが、テレビ産業において４Ｋ自体にどう取り組んでいくのかという観点もあると思います。資料７ページ目に示していただいている配信の価値、特に現時点において評価した場合の価値というべきかもしれませんが、クロサカ先生の御発表の中でも、４Ｋに関しては、３ページ目で諸外国における状況を御説明いただき、また、世界的な動向として、７ページ目で、特にＵＨＤ／４Ｋ以上は配信が中心になってきているということで、これからも発展していくであろうという理解です。

そうした意味では、放送事業者として、４Ｋコンテンツをどういう考え方で準備していくと良いかが論点としてあると思っております。これまでのワーキンググループの議論の中では、花火やスポーツ中継など、幾つか技術的に見た際の優位性がある部分を御説明いただきました。海外の動きも含めて見られている中で、４Ｋのコンテンツにしたからこそ売れるようになる、今後見えてくる可能性がある部分として、どういう部分がありそうかをお伺いしたいというのが、１点目です。

また、２点目として、資料７ページの中で、設備の在り方や、ＵＩ／ＵＸや経験の経済が大きく影響するという御指摘があります。経験についてはどちらかというとソフトなノウハウなどがあると思いますが、設備についても、いわゆる衛星放送でいう衛星そのものでなく、記録や伝送したりするような設備などの映像の記録配信に必要な設備等について、事業者間で協力関係を結んでいったり、プラットフォームとの協力は今も行われている部分もあり、今後も行われるだろうと思います。この部分について、例えば総務省や業界で更に一緒に取り組んでいくことがある

とすれば、どういった分野があり得るかということをお伺いしたいです。

【慶應義塾大学（クロサカ様）】
まず１点目について、４Ｋコンテンツと放送事業者の皆様がどう向かい合うべきかという御質問と理解しました。大前提として、撮れるもの、作れるものは４Ｋで作ったほうがいいと思います。これはダウンコンバートのことを考えても、アップコンバートするよりは下げるほうがやりやすいはずですし、様々な撮影機材が、コンシューマー向けの民生品、更にはスマホでさえも４Ｋコンテンツを普通に撮れるようになってきているわけで、４Ｋで撮るということは基本的に望ましいと思います。ただ、そこに経済合理性が本当にあるのかということは１つ重要な論点です。経済合理性の評価の仕方として、４Ｋコンテンツだからエンドユーザーがより高い付加価値を感じて、お金を払ってくれる、あるいはそういった視聴環境を受け入れてくれるのかどうか、ということには冷静な判断が必要だと思います。

具体的には、４Ｋコンテンツをスマホで見るのは、画面が小さ過ぎてあまり現実的ではなく、タブレットでも駄目で、結局、最低でも５０インチくらいの大きさが欲しくなります。

そうすると、５０インチかつブロードバンド環境がしっかりと整備されているところでゆったりとテレビ受像機で視聴する、というエクスペリエンスを実現するとなると、どれぐらいの人が今それを求めているのか、受容するのかということがあります。

受像機が安いとしても、５０インチのテレビをゆったりと見るためにはそれなりの広い部屋が必要であり、総合的な可処分所得は当然上がっていきます。あるいは、そもそもコンテンツにお金を払うということについても、かなり定着はしたものの、払わない人、払いたくない人もいるということを考えると、これがどれくらい本当に受容されるのか。より多くの人にというよりも、どれくらいのマーケットとして存在しているのか。あるいはそれがエクスペリエンスを提供することによって掘り起こし可能なのか。これが事業上の判断になってきますし、合理性の判断の重要な指標になってくるので、ここを冷静に見極める必要があるということだと思います。

例えばネットフリックスなどの配信大手の方々も恐らく同じだと思いますが、必ず一定程度のところで需要のサチュレーションがあるはずです。そのため、そのサチュレーションがなぜそこで発生し、何がその壁になっているのか、その中で競争するとしたら本当に競争力があるのかといったことを冷静に評価していくということになると思います。

そこに、自分たちがエクスペリエンスをフルセットで提供することが難しいということであれば、どこかのプラットフォームに乗っかるということも当然必要になってくるだろうと思います。

２つ目の御指摘ですが、お話を伺っていて思いついたことがあり、コンテンツを作って提供する側と配信する側が、常に垂直的に一体になっている必要があるのかどうかという点があると思います。配信事業者の方は、まさしく、自分で作っているコンテンツもあれば、外から調達してきて配信しているコンテンツもあります。

アナロジカルな言い方ですが、ＥＣ大手のアマゾンが十数年前から、自らのＥＣの事業向けに作って使っていたクラウドのインフラが、よりジェネリックなものになり得るので、一般的に提

供しようということで、ＡＷＳというクラウドサービスを始め、今や彼らにとってクラウドサービスは非常に大きななりわい、社会基盤になっています。

このように考えると、今時点で配信を中心に垂直的に事業をされている方々が、スケールアウトをしていく機会があるとしたら、そのスケールアウトしていくための設備を余剰設備としてほかの事業者の方々に使ってもらう、というようなことは当然あり得るのだろうと思います。

つまり、アマゾンからＡＷＳが生まれるような事業展開の構造が考えられれば、資料７ページ目の右下に書いているような論点は、また少し可能性、オプションが出てくると思います。

逆に、全てを垂直でやり切らないといけないとなると、相当タフな戦い、競争になり、１つ目の御質問とも関連しますが、冷静な評価が必要になるのではないかと考えます。

【落合構成員】

ありがとうございます。４Ｋコンテンツについて、冷静な評価が必要な局面でもあり、投資等も必要な中で、見極めていかないといけないことが非常に多いと思います。重要なことは、ユーザーのニーズや今後の変化の可能性を捉えていくことだと思います。これを完全に議論し切っていないかもしれないので、今後こういった場でも、どういったものを本当にユーザーが望んでいるのか、その環境を本当につくれるのかも含めて、議論できていくと良いと思います。

【奥構成員】

まず、事務局に対してですが、前回の衛星放送ワーキングの後、ＢＳ４Ｋ放送からＢＳキー局５社が撤退するというような報道があったことに関して、この会議体の共通認識をどこに置くのかということを、伺いたいと思います。

そうした中で、今議論があったユーザーの認識というところと、発信者側、放送事業者側の課題とを整理すると、前回、ＢＳ‐ＴＢＳさんや私から御説明したとおり、テレビスクリーンの結線率とパラボラアンテナの接続率は、結線率のほうが高く、民放における２Ｋと４Ｋ放送のサイマル率はほぼ、２Ｋのものが４Ｋに含まれていて、４Ｋオリジナルの放送は非常に少ない。そして、広告も２Ｋ側に張りついているのが基本ということを考えると、発信者側では４Ｋ放送の現状は非常に厳しいというのが一般的な考え方だと思います。

ユーザー側になると、コネクテッドＴＶ上で見る４Ｋコンテンツのありようと、その種類、ラインナップということになりますが、民放側は２Ｋのサイマル比率が高いため、オリジナル番組はＮＨＫを中心とした４Ｋに分があるということになります。

クロサカ先生が先ほど御説明された、ユーザーとしての価値ということでは、４Ｋ放送自体の価値ということではなくて、コンテンツが２Ｋで出ているのか、４Ｋで出ているのか、因果関係としては、「４Ｋだから見たい」「見ているものが４Ｋだからなおよし」あるいは「どちらでも良い」という価値評価の因果のベクトルがどうなっているかということに尽きるのではないかと思います。

あえてネガティブなことを言うと、放送を録画しようとしたときに、ＮＨＫ総合の２Ｋ放送と

ＮＨＫ ＢＳの２Ｋ放送、４Ｋ放送の３つで時間差はあれ同じコンテンツがあり、ハードディスクに録っておきたいというとき、２パターンの選択があると思います。永久保存版として残しておきたいものだから４Ｋで録っておきたいというパターンと、逆にとりあえず見られればいいので、一番ハードディスクの容量を食わないＮＨＫ総合の２Ｋで録りたいというパターンです。つまり、ユーザー側としては、決して高スペックだから良いとは限らないということがあると思います。

さらには、２Ｋと４Ｋにおいて、そこに張りつく広告が、４Ｋだから単価が高くなるのかというと、これはビジネス上の問題でなかなか難しい、アナログからデジタルになったときもそうだったと思います。

そうして考えていくと、配信側で４Ｋコンテンツを出すのは、配信側のビジネスモデルをまず検討するのがまず第１で、その上で、出せるもの・出したいものを４Ｋで出すということをコンテンツ単位でやればいいのではないかと思います。衛星放送ワーキングで語るべき課題なのかなということが、私には腑に落ちないのですが、そのあたりについてクロサカ先生はどのようにお感じなのかということをお伺いしたいです。

【慶應義塾大学（クロサカ様）】

衛星放送ワーキングを毎回傍聴させていただいているわけではなく、状況をちゃんと把握できていないところもあるかと思い、その点御容赦いただければと思いますが、私見からお話しすると、衛星放送ワーキングで議論をすることが期待されていることの１つとして、そもそも衛星放送を含めた我が国の宇宙戦略上の位置づけから、衛星放送という世の中にあるサービスがどのように位置づけられているのか、日本社会全体で衛星放送とは一体何なのかというようなこと、いわゆるパーパスみたいなことを改めて確認することが必要なのだと思います。

なぜならば、今、放送事業者の皆さんも、視聴者あるいはユーザーの皆さんも、それぞれがそれぞれの立場で迷子になってしまっている状況なのだと思います。

見たい・見たくないということもあれば、そもそも見方が分からないということもあり、お客さんがいないから何を流せばいいか、どうビジネスすればいいか分からないところもあります。鶏と卵がずっと続いてしまっている状態で、ただ、そこに電波と免許がある状態で、何かしなきゃ、ということだとすると、全てのステークホルダーにとってあまり楽しいことではありません。

無駄だとか、教条的に批判するつもりはなく、できるならばやればいいじゃないかと思っているのですが、ただ、みんな面白いと思っていないよね、ということは確かだと思います。

そこをどうすれば面白くなるのかを考えるためには、やはりパーパス、つまり、これは何のためにやるのかということを考える、明確にする、ないしは少なくともその議論を明らかにしていただくということが重要だろうと思っています。

その上で、当然、一方でボランティアではないので、収益性がどれくらい見込めるのか、見込めないかということを当事者の事業をされる方々は判断するべきでもあります。そこの見通しを、今年、来年ということではないにしても、１０年やっても駄目だというような見通しが今年、来年立つのであれば、それは当然目先を変えなければいけない話でもあります。

このため、立脚するべきは、これは何のためにやって、どうすればそこに達成できるのか、どれくらい時間と手間とお金がかかって、かけたとしても本当にそこに到達できるのか。それから、当然、時間が流れればその間にほかの技術が生まれてきますので、それをどのように評価していくのか。こういったことがこの場で議論いただけると、恐らく関連する、視聴者ユーザーも含めたステークホルダーが、なるほど、だから衛星放送はこうあるべきだねと、それならば見ようという気持ちになる動線ができるのではないかと思います。

【事務局】

まず、前回の衛星放送ワーキンググループの後に、ＢＳ４Ｋ放送からＢＳキー局５社が撤退の方針を固めたといった報道でございますが、総務省としては、各放送事業者様からそのような意思決定をされた、方針を固めたということは伺っておりません。ＢＳ４Ｋも含めて、今後の総務省としての４Ｋの推進の考え方については、このワーキンググループでの有識者の皆様の御議論を踏まえて定めてまいりたいと考えておる次第です。

その上で、本ワーキンググループの第１３回で事務局からお示しをさせていただいたところですが、本ワーキンググループの目的は、衛星放送のＢＳ４Ｋについての議論のみならず、４Ｋコンテンツの推進、あるいは４Ｋという取組の推進について、２０１５年に「４Ｋ・８Ｋ推進のためのロードマップ」を定めて進めてきた中、そのターゲットイヤーが来たことも踏まえ、衛星放送、ケーブルテレビ、配信も含め、そこでの４Ｋに関する取組というものをレビューしつつ、今後の方策を探るというのが目的でございました。

その中で、民放のＢＳ４Ｋについては、ＴＢＳ様からビジネスの状況を御報告いただき、また、公共放送についてはＮＨＫ様から、有料放送と４Ｋコンテンツ配信については本日、日本映画放送様から御報告をいただきました。その他の関係の皆様からもそれぞれ御報告いただいたところです。また、クロサカ先生からもありましたが、衛星放送というものを、我が国の宇宙政策の中でどう位置づけるのかという観点もあります。

こうしたことを踏まえながら、改めて衛星放送で４Ｋ放送をすることの意義についても考えていければよいのではないかと認識してございます。

その中で、事務局としては、４Ｋ放送・４Ｋ配信にどういったビジネスモデルがあるのかや、４Ｋの流通促進を今後どのように支援していけばいいか等について、次につながる議論がなされてきたと認識しておりますので、それらを可能であれば年内に取りまとめができればよいと考えておるところでございます。

【伊東主査】

本日の意見交換はここまでとさせていただきますが、日本ケーブルテレビ連盟様から一言発言の機会をいただきたいということでございますので、事務局で読み上げていただけますか。

【事務局】

代読します。「オブザーバーの日本ケーブルテレビ連盟、木村と申します。発言の機会をいただきありがとうございます。質疑ではございませんが、一言申し上げます。前回のワーキンググループ以降、ＢＳ４Ｋ撤退を検討する放送事業者があるとの報道があり憂慮しております。ケーブルテレビ業界においては、２０１８年のＢＳ４Ｋ放送開始以降、国が推進する４Ｋ政策に沿って、各地域の事業者が多大な投資を行ってまいりました。また、相当な労力を注ぎ、４Ｋの普及に貢献してきたと自負しております。つきましては、４Ｋ政策の今後の在り方について、こうした努力を積み重ねてきた各地域のケーブルテレビ事業者の声をしっかり聞いた上で、連盟としての見解をまとめ、次回以降のワーキンググループにおいて御報告させていただきたいと考えております。以上でございます。よろしくお願いいたします。マイク設定がうまくいかず申し訳ありません。」とのことです。

【伊東主査】

既に一度御意見は頂戴しておりましたが、連盟としての見解をまとめ、いずれ報告させていただきたいという話でございます。この取り扱いについては、事務局と相談したいと思います。

（３）閉会

事務局から、第 17 回会合は 10 月 10 日（金）13 時からの開催を予定している旨連絡があった。