衛星放送ワーキンググループ（第 17 回）
議事要旨

１．日時

令和７年 10 月 10 日（金）13 時 00 分～14 時 39 分

２．場所

ＷＥＢ会議

３．出席者

（１）構成員

伊東主査、音主査代理、内山構成員、大谷構成員、奥構成員、落合構成員、
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、
本橋同局放送施設整備促進課企画官

４．議事要旨

（１）配信サービス等における 4K の状況

・天理大学杉原客員教授から、資料 17－１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】

資料１６ページ目の、４Ｋ作品制作費への税制による政策的な支援という部分について、私も重要であると思っているのですが、もう少し詳しくご説明いただければと思います。よろしくお願いします。

【天理大学（杉原様）】

国際的に日本のコンテンツを展開していく際に、例えば、Ｎｅｔｆｌｉｘ やＡｍａｚｏｎ　Ｐｒｉｍｅ　Ｖｉｄｅｏ、もちろんほかの配信サービス事業者も、当然のことながら、日本の放送事業者や映画事業者からコンテンツをライセンスし、世界に配信しています。

一方で、他国のことですが、分かりやすい例として申し上げれば、韓国の作品等は、特に配信を主として作っているものは当然きれいな４Ｋで制作しています。しかし、日本のコンテンツは、配信サービスによるオリジナルの配信コンテンツは４Ｋですが、そうでない作品はＨＤが主です。韓国のコンテンツは、配信が主ということもありますが、多くが４Ｋで出回っています。これを比べた場合、先ほど説明しました作品のシナリオや内容という面は置いておいて、目に見える部分だけを考えた場合、日本のコンテンツはやはり負ける感じがしてしまいます。

一方で、配信事業者がテレビ放送事業者に支払うライセンス費と、放送事業者が４Ｋ制作にかける追加的なコストが本来的にマッチしているかを考えると、なかなか厳しいものがあろうと思います。

そうしたことから総合的に考えた場合、市場がきちんと機能していないので、ここには政府の手が必要であると思います。ただ、政府が補助金を出すというのは、コンテンツの場合、文化政策ではないので、プロパガンダ的なにおいもするということもあり、例えば先行投資税制のような形の支援とすべきなのではないかと思っています。

【奥構成員】

この会議体での議論は、４Ｋ放送というキーワードと４Ｋコンテンツ制作というキーワードが混在していてなかなか難しいと思いますが、本日のお話はどちらかというと４Ｋコンテンツの制作ということでお話をいただいたと思います。

特にＡＴＳＣ３.０の北米についての数字は、４Ｋ放送としてのＡＴＳＣ３.０の放送規格のエリアカバー率が７５％という意味であると理解しました。これは発信側から見たインフラのカバー率であって、逆にユーザーが受信環境を整えるという意味で実スコアはどのぐらいになるのかということを考えると、実際はアンテナで受信しているのは全米では１５％ぐらいで、その受信世帯というのは高齢者、低所得者が中心です。さらに、ＡＴＳＣ３.０の受信対応端末テレビはハイエンドで高価であるということを考えると、７５％かける１５％、さらにその中の３.０対応受信機ということになると、受信側からすると、恐らく数%というのが現状の受信可能な割合になると推測します。

お話しいただいた７５％という数字が日本で幾つになるか考えると、ＢＳ４ＫでＮＨＫが１チャンネル放送しており、民放も５チャンネル、５局あります。それから、４Ｋのいわゆるショップチャンネルが２局あり、放送エリアカバーは日本全国ですので、実は１００％ということになるわけです。

つまり、こうやってマクロでユーザー環境を見ると、日本は世界一の水準で４Ｋ放送が見られ

ている環境になっています。ただ、日本でも４Ｋで見ている方というのは、２Ｋのさらに４割ほどにしかならず、先生がおっしゃったエコシステムが回っていないという意味では、日本では４Ｋ放送のエコシステムが民放系においては回っていないということになるのではないかなと思います。

この辺りが少し気になりましたので、米国在住の放送アナリストのテッド・若山さんに伺い、事実確認をしました。

そうして考えると、放送の世界での基準というのは、実は日本のほうが先に進んでいると感じます。逆に配信でウインドウを開いてということはおっしゃるとおりだと思いますので、そことは切り分けなければいけないのではないかということが１点です。

もう一点、Ｎｅｔｆｌｉｘについてですが、プレミアムプランの加入者も多いですが、一番売れているのは広告付きプランになります。プレミアムプランは４Ｋ画質で視聴可能だから選ばれるというよりは、ストリームが４つで、家族が４人いたらみんなが違うものを同時に見られるというメリットがあることも、かなりの動機づけになっていると推測するのですが、そこはどのように捉えるとよいでしょうか。

【天理大学（杉原様）】

確かに、放送とコンテンツの話が混在していることは否めないと思いますが、それは同時に、受像機そのものが放送もコンテンツも両方見られるようになっているということも１つの原因で、そこが大きなポイントではないのではないかと思います。

今お話しいただいた、全米の中で４Ｋの放送が見られる世帯は確かに少ないかもしれませんが、アメリカでは電波で見ている方々よりもケーブルで見ている方々のほうが多い。そうするとケーブルでＵＨＤを見るということも非常に多いわけですので、事実上、どこのポイントを取ってどれぐらいの人が見ているかを考える際に、放送だけを見るのか、ケーブルも見るのか、それから配信も含めて見るのかというようにアプローチによって全て数が違ってくるのではないかと思います。

放送とケーブルと通信については、皆さんが同じ１つのリモコンで見ているわけですので、果たして切り分けられるのかというと、そこはなかなか難しいのではないかなと考えています。

資料３ページ目にありますが、若者は今、４Ｋ、解像度が高いものを志向しており、ＹｏｕＴｕｂｅ等でも４Ｋのコンテンツがだんだん表に出てきています。そうした中においては、４Ｋを志向するべきではないかなと思い、この話をさせていただきました。

Ｎｅｔｆｌｉｘのプランについては、本日は外部の立場でというお話でしたので、ストレートには申し上げにくいですが、もちろん同時に何人見られるかということをメリットに感じる人も多いことは事実だとは思います。しかし、ほかのプランの比較から考えると、同時視聴が２人もしくは１人のプランもありますが、実際のところ、そこまでの人が１アカウントで同時視聴されているかというと家庭それぞれですが、４人が見られるから、という理由よりは、やはりいいコンテンツはいい品質で見たいから、という人が多いのではないかと考えています。

【大谷構成員】

資料５ページ目の北米での普及率について、エリアカバー率とは別に、１年間で世帯普及率が飛躍的に拡大したと御報告いただきましたが、何が原因でこのように急速に拡大をしたのか、また、２０２４年以降のトレンドがどのようになっているのかについても教えていただければと思います。

また、資料６ページ目の韓国については、カバーエリアですので、世帯普及率に置き換えるとどういう状態になっているのかについても、可能であれば教えていただければと思います。

それから、税制による支援については、私もその可能性は十分にあって、作り手に対する支援の在り方として、税制上の対応というのは検討に値すると思っていますが、受信環境に対する支援というものも併せて考える必要があるのではないかと考えています。普及が急速に拡大している北米などで、そうした政策支援の効果が表れているようであれば、教えていただければと思います。

【天理大学（杉原様）】

まず、後者からですが、北米で受信環境支援、例えば、テレビを買うのに幾らか支援するといったことはあまり聞いたことがありません。肌感覚で言うと、日本と比べてもテレビが非常に安いと思います。いろいろな家電量販店のような店に行っても、日本人から見ると、今の円レートでは少し高く感じますが、アメリカ人の感覚から見ると、日本よりも競争が激しいため、価格は比較的こなれている気がします。

それから、前者の御質問ですが、サービス世帯普及率が急拡大した要因は、いろいろ考えられますが、まず一つは、最後にご説明しましたように、エコシステムが整ってきているということが大きいと思われ、加えて、フットボールやバスケットなど様々なスポーツがいい解像度で見られると、それだけ迫力がある映像が楽しめ、そこが需要の伸びの一つになっていっているということは聞いています。

また、配信事業の伸びが大きいなか、ほかの最新でないサービスであっても、アイボールの時間を奪わなければいけないということで、ある程度の競争意識が働いているように思われます。

半分ぐらい臆測になりますが、そうした幾つかの要素が加わってこのように伸びていったのではないかと思います。特に２０２２、２３年は、コロナが明けてからの話ですから、配信事業そのものがコロナ禍で非常に伸び、みんながそれに慣れてしまったということが大きな要因ではないかと思います。

韓国については、資料６ページ目で４Ｋ視聴可能な領域の割合という形で書いております。詳しくは分からないですが、国の支援がない、とは断言はできません。韓国が、国を挙げてコンテンツを振興しているのは、御承知のとおりであり、世界に向けて自国の質の高いコンテンツを展開することをひとつの国策として行っていることから考えると、配信事業だけではなく、あらゆるメディアにおいて４Ｋないし質の高いコンテンツを制作していこうということはあるかと思い

ます。
　そうした中で、今、韓国のテレビ事業者等は、配信事業者が高い値段で作品を買う影響で、作品の価格が非常に高くなってしまい、放送局自身がなかなか自分たちでドラマを作れないという状況になっています。では何を放送するのか、となった際に、スポーツやライブなど、少し値段のこなれたコンテンツを扱い、厳しいドラマ制作費に太刀打ちしなくても、配信に対抗できるようなコンテンツを視聴者に届けようとしているという競争の結果ということもあるのではないかと思っています。

【大谷構成員】
　若い人ほど高品質にこだわるということを考えると、配信に慣れている年齢層に向けての市場開拓というのが必須だと改めて考えさせられました。

【天理大学（杉原様）】
　おっしゃるとおりだと思います。

【落合構成員】
　何点かお伺いしたいと思います。
　１点目ですが、今回、韓国や米国を主にお話していただきましたが、数字までは必ずしもないかもしれませんが、米国や韓国以外の国、特に日本などでも、４Ｋが見られる環境が進んできているか、また、それは結構スピード感があるのかお伺いしたいと思います。
　２点目としては、先ほど、若者は特に４Ｋ、高画質を志向する傾向があるというお話がありましたが、これまでこのワーキンググループの中では、４Ｋはどういった場合により技術的に優位性が出やすいのかや、コンテンツが見やすくなり、分かりやすい差異が出るのかといった議論もしてきました。他方、今の特に若い方にとっては、４Ｋが普通になってきていて、４Ｋだからすばらしいということではなく、そのくらいのコンテンツが普通に流れてくるよねという感覚になってきているのか、あるいは今後なっていくと考えられるのかを伺いたいです。
　それが３点目ともつながってくるのですが、特に若者を中心に配信で４Ｋコンテンツを見る人が多くなってきたときに、放送のほうではあまり高精細でないコンテンツが流れていたりすると、より一層視聴意欲が下がってしまうということが、今以上に将来的に進んでくる可能性も出てくるのではないかと思います。将来的には、４Ｋで配信をする準備ができていないと、放送コンテンツについても、むしろ魅力が失われるという状態になってくる可能性があると考えられているかどうかを伺いたいと思います。
　４点目に、４Ｋ制作へのインセンティブをどう考えていくかが重要で、税制の御提案もそうした観点なのかと思いました。これは、大きな投資を行ったコンテンツを作ると、トップラインが上がっていくということが一般的にはインセンティブになるのかと思いますが、そのように考えてよいでしょうか。

また、おそらく、４Ｋや何か新しいことを行ってもらうというよりかは、どちらかというと、ランニングコストを下げていく優遇策の典型的なものとして、税制のお話をいただいたのかと思ったのですが、こちらもそうした理解でよいかお聞きしたいです。

税制も進められるのであれば進めたほうがいいと思いますが、そのほかにも優遇策は１つではないと思いますので、税制による支援を行った上でさらに何かできることがあるか考えていけるようであれば、そうしたランニングの中での収益がよりよくなるような形のインセンティブを設計していくことがいいのではないかと思いますが、この辺りの御意見をお伺いできればと思います。

【天理大学（杉原様）】

最後のインセンティブのほうからお答えします。おっしゃるとおり、税制とは別のインセンティブも考えたほうがいいというのは、そのとおりだと思います。ランニングについては、特に衛星放送に関しては、トラポンの使用料が非常に高いということも聞いていますので、そこをどうするかということもあるのではないかと思います。

税であれ他のインセンティブであれ、国が予算を使う場合は、なぜそこに国民のお金を入れなければいけないのかという理由づけが必要です。４Ｋを税制で支援するのは、いいコンテンツを作り、それを海外に届けることが国益にかなうことであり、日本のコンテンツ産業を伸ばしていき、成長させ、なおかつ日本のソフトパワーを世界に届けるためには、説明したような合成の誤謬の改善に対して税金を使うこともやむを得ないという考えが必要であり、国内の振興のためだけにやりますということでは、なかなかつらいところがあると思います。

ランニングの支援として、まずトラポン代、それから、海外に展開する際のローカライゼーションや、４Ｋへのアップグレードによる品質の向上へのサポートといった、全体的なパッケージによって質の高いコンテンツを輸出するんだ、海外に日本のソフトパワーを届けるんだというような大義名分が必要だと思いますので、国内の振興のためは、駄目と言うわけではないですが、なかなか財務省を納得させるのは難しいように思うのが正直なところです。

次に、他国の４Ｋの視聴状況についてですが、これは肌感覚になってしまいますが、日本のコンテンツに関わらずということで申し上げれば、ＵＡＥや、アジアのシンガポール、インドネシア、マレーシア、最近はフィリピンなどでも、非常にデマンドが伸びてきていると思います。もはやシンガポールは日本よりも先進国のような感じもしますし、あるいは、ＵＡＥも同様です。中東ではトルコもデマンドが増えてきています。全てが４Ｋのデマンドであるかは別として、ハイクオリティーなコンテンツのデマンドが増えているという意味では、トルコは非常に大きいと思います。

そのほか、欧米以外では、メキシコやブラジルは日本コンテンツに対して非常に需要の強い国で、クオリティーの高いコンテンツがたくさん見られる傾向が強く、その中には４Ｋで作ったオリジナルコンテンツ等も入っていることから考えると、そうした国では、日本がいい４Ｋのコンテンツを作ればもっと売れていくのではないかと思います。

若い人にとって今後４Ｋが普通になっていくかという点ですが、４Ｋであるかどうかをあまり意識しないぐらい当たり前になっていくのではないかと思います。最近では、ＡＩで様々な画像等も作れるようになってきました。その他の分野でもですが、コンピューターのプロセッシングのスピードが非常に速くなっており、コンテンツの解像度も鮮明になっているので、自分で作れるコンテンツの質そのものも、少なくとも解像度については非常に上がってきています。

そうなると、自分が、プロンプトで何か動画などを作った、そのコンテンツのクオリティー、少なくとも解像度のクオリティーと、プロが作ったもののクオリティーに差があった場合、自分の作ったもののほうがいいなと思った場合、果たしてプロが作ったものに対してリスペクトするかというと、少し微妙だなという気がします。この辺りの、技術の進歩と若い人たちの目の肥え方というのは相当、指数関数的に伸びているのではないかと思います。

同じく、若い人たちの視聴意欲ですが、テレビに対して、衛星であれ、限られた時間に限られた場所で限られた形でしか見られないということが視聴意欲の一番大きなネックであると思います。もちろん、テレビ側もいろいろ工夫をされて、いろいろな形で見られるようにはなっていますが、若い人がテレビを見る際の一番大きな阻害要因はそこだと思います。

もう一つは、昨今の状況を見ていると、選挙の結果も含めて、既存のメディアに対しての不信感というものが出てきているように思います。もちろんコンテンツにそのような報道や政治的な立場というのはないのかもしれませんが。全体的に若い人が既存のメディアに対していささか懐疑的に捉えているということはあるのかと思いますので、視聴意欲ということを考えた場合、コンテンツの中身もさることながら、全体的に若者が既存のメディアに対してのリスペクトがなくなってきているということも大きな原因ではないかなと思います。

【伊東主査】

今のやり取りの中でも何度か出てきましたが、若者が４Ｋ／ＵＨＤを重視しているというヨーロッパのデータをお示しいただきました。日本の場合はどうかを考えると、どちらかというと、若者はテレビから離れて、むしろスマホの画面を眺めているので、２ＫのＨＤで十分と感じている若者が多いのではないかと想像していたのですが、日本と欧米とでその辺りの違いはあるのでしょうか。

【天理大学（杉原様）】

先生がおっしゃることも一理あると思います。日本の場合、通勤や通学などの隙間時間にコンテンツを消費するという消費形態が多いので、携帯で見るのが主になるというのは事実あると思います。

それに引き換えれば、少なくともヨーロッパなどでは、通勤・通学に電車を利用することもあれば、車やバイクなどいろいろな手段があり、そこであまり移動中にコンテンツを見たりしないというのはあると思います。

様々なところで見聞きしたことを申し上げると、コンテンツの尺が長ければ長いほど大きな受

像機で見るという傾向が強いです。スマホで２時間の映画を見るというのはなかなかつらいので、少なくともタブレットぐらいの大きさは欲しいですし、なおかつ、４Ｋや、場合によっては、４ＫだけではなくてＤｏｌｂｙＡｔｏｍｏｓのような音響クオリティーの高いもので視聴する場合、やはり大きなスクリーンで見たいという需要が高いので、クオリティーの高い長尺なものは大きな受像機で見たいというニーズは間違いなくあると思います。

また、どの世代でもその傾向は同じだとは思いますが、若者は特に忙しいので、年配よりは、ほかに競合しているものもあるので、大きなテレビの前で１日３時間座っているというのはないかなという気はします。

（２）論点整理について

・事務局から、資料 17－２に基づき、説明が行われた。

・その後、以下のとおり意見交換があった。

【伊東主査】

論点整理案について、意見交換に移りたいと思います。

林構成員から事前に御意見をいただいているとのことですので、事務局からそれを代読してください。

【事務局】

代読します。

論点整理案をおまとめいただき、ありがとうございました。ここでの整理に異論はありませんが、ＢＳ４Ｋの配信について一言意見を述べたいと存じます。

まず、ＢＳ４Ｋは視聴者ニーズを喚起するにはこれまで十分なものではなく、結果としてスポンサーから広告媒体としての評価を得られなかったのは事実として重く受け止める必要があると思います。その一方で、４Ｋコンテンツ制作の振興とその普及を図ることの重要性は今後も増してきており、民放全体で４Ｋコンテンツの配信が進むよう検討を進めるべきではないかと思います。

もちろん、民放の配信ビジネスの在り方は、市場での競争と民間の創意工夫によって基本的に進められるべきものであり、国が特定のビジネスモデルを推奨したりすることには慎重でなければならないとは思いますが、他方で、アテンションエコノミーがさらに拡大している昨今において、視聴者のアテンションがある程度まとまるようなプラットフォームを念頭に議論を進めるのが現実的だとも思います。

その意味では、各社の個別の取組と並行して、例えば、既にあるプラットフォームとして、ユーザーの認知度も高いＴＶｅｒをＢＳ４Ｋの受皿にするということについても、今後検討していくべきではないかと思います。折しもＮＨＫ ＯＮＥという同時配信プラットフォームがこの１０月から指導しましたが、放送のみならずインターネット空間におけるＮＨＫと民放の二元体制の

維持についても配慮すべきで、その１つの解として、ＴＶｅｒを介したＢＳ４Ｋコンテンツの流通というのもあり得るのではないかと考えています。

言うまでもなく、これらの問題については各社の利害や戦略が絡み合う複雑な問題のため、一朝一夕には進まず、議論は一筋縄ではいかないと思いますが、関係各位で知恵を絞り、何とか着地点が見いだせるよう、総務省としても可能な範囲で調整を進めていただきたいと存じます。

以上でございます。

【長田構成員】

今の林先生の御意見に、ＴＶｅｒの利用というのがありましたが、私もそうすべきだと思っています。現在の我々日本人の暮らしの中でも、テレビの時間に合わせてコンテンツを見るというよりも、自分の時間に合わせて見るということが浸透し、子供からみんなそうで、テレビの放送事業者の皆さんが作成されたコンテンツを別のプラットフォームで見ているという方が非常に増えていると思います。そういう意味でも、日本の放送事業者の皆さんが力を合わせて作っておられるＴＶｅｒをより発展させていくことが大切だと思っています。

放送事業者、放送局、各局ごとにそれぞれまた別の配信プラットフォームをお持ちですけれども、複雑になればなるほど分かりにくくなりますので、１つにまとめて、そこを見れば様々なコンテンツがある、というようになるだけでも、大分、テレビの前に座って、放送波ではないけれども、そうしたコンテンツを見る人たちが増えるのではないかと思います。

【内山構成員】

今日の論点整理案ですけれども、もともとこのＷＧを再開したときに３つ検討項目があり、１つ目は、現状を把握しましょうということなのでいいのですが、主に３つ目の４Ｋコンテンツ流通・利用の拡大に向けてどうすべきかということで、多くの論点、検討項目が出たという点で、私はどちらかというとコンテンツ屋なので、ある意味ではうれしいまとめかなというように思ってはいます。

ただ、検討項目２点目の、今後４Ｋ衛星放送はいかにあるべきかという点に関して、まだタッチできていないのではないかという思いも持っています。

今週のニュースですが、今、アメリカの連邦機関は閉鎖中で、ＦＣＣも閉鎖していますが、リリースは出ており、今月の会合は２８日に予定されているそうです。そこではＡＴＳＣ３．０の推進について議決を取るというリリースが出ており、火曜日にその草案も出ているということです。

今のＦＣＣは、ネットワークではなくアフィリエイト寄りの政策をかなり取っているので、そういう意味でもこのＡＴＳＣ３．０というキーワードが出てくるのでしょうが、そうした対比の意味で、本ワーキンググループの議論では、伝送路部分の戦略というのはまだ少し見えていないのではないかという思いを持ちました。

一方で、検討項目３点目の、４Ｋコンテンツの流通・利用の拡大に向けてという点においては、配信の活用ということがおそらく主立ったところになってくるかと思います。前回クロサカ先生

がお話しされていた際に、いやいや、配信も大変なんだよという問題提起をされていて、確かにそうだよなと思いながらその話は聞いていたのですが。

振り返って、国内の主立った配信プラットフォーマーで、４Ｋでの配信を行っているものを確認したのですが、ＮＨＫはもちろん実施していますが、民間事業者で配信しているのは、ＨｕｌｕとＴＥＬＡＳＡとＵ－ＮＥＸＴでした。ただ、Ｈｕｌｕ、Ｕ－ＮＥＸＴは結局、アメリカのメガプラットフォーマーのコンテンツを配信しているので、４Ｋに対応しているというものであり、ＴＥＬＡＳＡは配信を行っているということですが、４Ｋカタログでは確認できなかったので、実態はどうなのだろうかというところでした。

ＴＶｅｒという共通プラットフォームもありますが、ＡＶＯＤで広告ベースのため、果たしてそのまま４Ｋを受け入れる余地、インセンティブがあるのかどうかということもあります。

私が発表した際に、もう少しメジャメントが違う世界に持っていかないと、あるいは、ビジネスモデルが違う世界に持っていかないと、こうしたハイエンゲージメントなものはなかなかアクセプトできないだろうと説明申し上げました。そうした意味では、ＴＶｅｒはもちろん最有力なオプションだと思いますが、ＴＶｅｒ以外でもいろいろなオプションを考えて、展開した４Ｋコンテンツがちゃんとその世界で根づくようなところまで考えていかないと、一過性で終わってしまう危険性もあるのではないかということを外野の身として危惧しています。

【伊東主査】

事務局に伺いたいのですが、現在４Ｋ配信を実施しているプラットフォームと、そこで扱われている４Ｋコンテンツについての調査は実施されているのでしょうか。

【事務局】

手元には網羅的な資料はございません。

【伊東主査】

分かりました。４Ｋ配信は今回のワーキンググループの大きな柱だと思いますので、どういうプラットフォーマーがどういったコンテンツを扱っているのかについて、調査を進めていただけるとありがたいと思います。

今、内山先生が様々なプラットフォームでとおっしゃっていたので、内山先生にお伺いしたいのですが、プラットフォームが乱立と言うと言葉がよくないかもしれないですが、相当数存在している状況というのは、一般の視聴者からすると非常にアクセスしづらい状況なのではないかなと思います。できれば幾つかに集約されていたほうがアクセスしやすいのではないかと思ったりも致しますが、この辺りはいかがでしょうか。

【内山構成員】

おっしゃるとおりだと思います。ユーザー目線では、ばらばらになっているよりも１か所に固

まっているワンストップショッピングになるほうが明らかにいいので、そのとおりだと思います。
アメリカでの、Ｈｕｌｕの歴史を考えていただくといいかと思いますが、もともとＨｕｌｕはＣＢＳを除くＡＢＣとＮＢＣ、ＦＯＸの３つのネットワークの合弁事業としてスタートしました。その後、Ｎｅｔｆｌｉｘ、Ａｍａｚｏｎ　Ｐｒｉｍｅ　Ｖｉｄｅｏの参入や、ＨＢＯ　Ｍａｘ、Ｄｉｓｎｅｙ　＋の立ち上がりもあり、いろいろな事情の中で結局、ＮＢＣが手放し、最終的にディズニーの完全な持分になっているという流れだと思います。
このため、普及期と成長期、成熟期で対応方法はおそらく異なると思います。そういう意味では、ＴＶｅｒがＡＶＯＤとして、最初はキー５局プラス在阪５局の合弁でスタートしたというのは正しい戦略だったと思います。それに相当するようなＳＶＯＤが日本には現在ない状況です。今のところ、何となくの流れでＵ－ＮＥＸＴに集約しているという流れはありますが、Ｕ－ＮＥＸＴは決してキー５局全てというわけではないですので、そういう意味では、ワンストップショップができないかという思いはあります。
アメリカでは、いろいろな調査機関が数字を出していて、統計によりますが、大体１つの家庭で、映像のＳＶＯＤを３から７個契約しており、これもう少し集約したいという世間の声は強いようです。

【伊東主査】
もちろん自由競争の世界ですので、幾つもプレーヤーが出てきて、それが共存するのか淘汰されていくのかは、時の流れに任せるということもあるのかもしれませんが、利用者側からすると、例えばあるところへ行くと民放系列の番組は全て見られるといったサービスがあると、やはり使いやすいのではないかと思ったので、お伺い致しました。

【奥構成員】
論点整理案は、今までの議論をまとめるとこのようになるかと思います。しかし、この、取りまとめを見てどうするのかというと、先が見えない感じが否めません。
先ほどの杉原さんとのやり取りでもお話ししましたが、ＢＳ４Ｋのカバー率は、日本は１００％です。そうした中で、ＮＨＫはリーダーシップを取り、ピュア４Ｋで１チャンネルを構えていますが、民放はそうではなくサイマル中心で、広告は２Ｋに貼り付いています。
これを仮に、サービスをやめるという話から、出し先を配信にするということは分かりますが、配信は配信で、ビジネスモデルの構築と、今後どうやって普及させていくかについて、ＴＶｅｒの普及には非常に拍車がかかっていますが、ビジネスモデルについてはこれからの段階です。もちろん２Ｋを基準にしていて、クライアントニーズに対応しながら配信をどうモデル化するかということを、日本の国内向けのサービスとして進めています。
内山先生もおっしゃったとおりＴＶｅｒは、ＡＶＯＤであり、広告ビジネスで動いていますが、ＮｅｔｆｌｉｘやＤＡＺＮ、Ａｍａｚｏｎ　Ｐｒｉｍｅ　ＶｉｄｅｏはＳＶＯＤであり、逆にそこからＡＶＯＤにも入ってくるというビジネスモデルを持っていて、どんどん間口が広がってい

ます。
　この環境でＴＶｅｒという個別ブランドを出して４Ｋでやるべきというのは、かなり無理な話だろうと思います。民間事業ですので、費用と収入が見合わない限りは事業継続性がなく、そういう意味では、何度も申し上げていますが、個別のコンテンツごとに判断するということが選択肢としてあると思います。スタジオでの映画の配給や、完全パッケージであるＤＶＤやブルーレイといったものを４Ｋにするとか、あるいは、鳴り物入りのコンテンツを４Ｋで作るといったことは大いにあっていいと思いますが、大部分を４Ｋにしようという話になると、その大本のコンテンツは何かというと、今のところ、放送ファーストで動いている限りは、放送している番組コンテンツを４Ｋで作ってということになります。
　今後、これは放送・配信コンテンツ産業戦略検討チームの話になりますが、ＩＰを真ん中に置いて、放送が出口の１つなのだというように切り替えていくということは、各社、現在、試行錯誤をしています。その中に４Ｋが混ざっていくというのは大いにあると思いますが、ベクトルの向きと優先順位が逆ではないかということがすごく気になります。その辺りはこの会議体で方向づけができるのでしょうか。すごく気にはなります。

【伊東主査】
　事務局、今の奥構成員の御発言に対して何かコメントはあるでしょうか。

【事務局】
　事務局でございます。これまでも４Ｋを配信でやる場合のビジネスモデルを考えるべきではないかという御指摘をいただいておりましたので、それについては本日の論点整理案の資料にも拾わせていただいておるところです。
　また、今回のワーキンググループとしては、役所のほうで特定の事業者、プラットフォームを指定して、ここでやるべき、という話に持っていくということではないのではないかとは思います。他方で、本日も挙げていただいたように、一つのプラットフォームに集約していくべきではないか、という御意見があったことも、取りまとめには反映していかなければいけないのではないかと考えている次第です。
　今日の御議論を踏まえて、取りまとめの方向等を座長と御相談させていただければと考えております。

【大谷構成員】
　皆様の意見を聞きながら、何点かコメントさせていただきたいと思います。
　論点整理案の９ページ目にまとめいただいている、放送と配信を組み合わせた収益の確保ということが非常にキーになることだろうと思っています。また、このページのサブタイトルに示していただいている、放送と配信のビジネスモデルの違いをいかに埋めていくかという視点も非常に大事なポイントになってくると思います。

これらについては、今、奥構成員もおっしゃっていましたように、明確な結論を今まとめるという性質の問題ではないですが、このような課題を一旦「見える化」して言葉にした上で、将来に向けて官民でこうした課題に取り組むことが重要な時期だということが、今回のワーキングの結論になるのではないかと思っています。

ただ、今回のワーキングを通じて、例えば、前回、日本映画放送様から、４Ｋの制作に関してはスタッフの熱量を抑えるのが非常に大変だというようなこともおっしゃっておられ、４Ｋという制作環境はクリエーティビティを刺激するという側面もあるということが分かりました。コンテンツの振興策という観点から４Ｋに取り組むということも、極めて重要だと思います。

また、配信の利用という点では、視聴データによってコンテンツの需要について手応えを受け取るということも可能になってきます。したがって、海外のプラットフォームに依存するよりは、国内の共通プラットフォームを活用し、また、その視聴データをうまく活用していくということを考える必要があり、４Ｋについても同様にそのことが課題になると思います。

今、奥構成員がおっしゃっていたように、配信プラットフォームでの４Ｋの配信については、先行投資としても非常に難しい面があり、技術的にもインフラとしても安定的な供給というのは課題があると思いますので、経営判断が必要になってきます。それを考えると、今の衛星放送は、４Ｋコンテンツの実験場としても引き続き振興していくことが望まれるのではないかと思います。

また、鶏と卵どちらが先かという話ですが、受信環境の整備についても改めて考えていかないと、４Ｋ放送が見える場所と実際に４Ｋを視聴している人の間で、どんどんギャップが出てくるのではないかと思っており、これらについても課題の一つとして受け止めて、記述しておくことが必要かと思っています。

【落合構成員】

私からも何点かコメントさせていただきます。

まず１点目に、先ほど杉原様への質疑でもお話させていただきましたが、４Ｋになぜ取り組む必要があるのかということを、改めて報告書をまとめていくに当たって整理していくことが重要なのではないかと思います。本日の議論に限らず、先ほども大谷構成員から４Ｋがクリエーティビティを刺激するという話もありましたし、実際、放送コンテンツに関する技術の向上につながるということもあるでしょうし、４Ｋに取り組んでいくという意味は、視聴者側でどういったものを見られるのかということもある一方で、放送事業者側の事業の内容を考えていく上でも重要なテーマになってくるのではないかと思います。

他方で、そこがしっかり整理され、放送事業者において、４Ｋの取り組みが、奥構成員もお話しされていたような、放送事業者全体のコンテンツに関する戦略の中でどういった意味があるのかを整理した上で議論ができていくと、より納得感がある議論になってくるのではないかと思います。

２点目に、論点整理案の３ページ目で、アメリカ、イギリス、フランスの動向を記載いただいているところがあり、ここでの議論では、地上放送、衛星放送、ケーブル配信という伝送路で分

けていただいています。本日の杉原様とのやり取りの中でもありましたが、どの伝送路、どの手法を使っているのかで該当する議論とそうでない議論もあると思います。もちろん全ての伝送路に共通する議論もあると思いますが、ぜひ、どれの伝送路の話をしているのかということが分かるような形で、取りまとめをしていっていただけるとより一層いいのではないかと思います。

また、３点目として、事業者が４Ｋに取り組んでいくためのインセンティブ構造を考えることが重要だということは、改めて本日議論に出てきたと思います。そうした中で、支出を削っていくという観点で、税制の優遇といった議論もありましたが、どうしてもコストが重い環境の中ですと、特に日本の場合、配信プラットフォームなどとうまく取引をしていかないと、放送収入等の限られた収入の中では、４Ｋに進むインセンティブがなかなかなかったところなのではないかとも思われます。

一方で、これを配信の中で実現していくようにするためには、あまりにいろいろな活動に分散して投資をしていくことも大変な部分があると思いますので、放送全体としては４Ｋに取り組んでいくべき場面があるのではないかと思います。しかし、衛星放送の中でどこまで取り組んでいくのか、また、ここは本日も議論にあったように、コスト構造としてもなかなか容易ではないということもあると思われます。事業構造を考えた上で、最終的に放送全体として４Ｋに取り組んでいく、その中で衛星放送はこういうふうにしていく、また、より配信に近いところでも取組を進めていく、ということが分かるような形で議論がまとめられるといいのではないかと思いました。

【伊東主査】

このワーキンググループは衛星放送のワーキンググループですので、メインの議題は衛星放送であるというのは、そのとおりかと存じます。ただ、今回再開された際には、もう一つのポイントとして、衛星放送にこだわらず４Ｋコンテンツの取扱い、その今後の展開についても議論したいということであったと思いますので、必ずしも直接、衛星放送と結びついていなくても構わないのではないかと思って対応してきたつもりです。

幾つか御意見を頂戴しましたので、事務局から何かお答えをいただけるでしょうか。検討項目についての私の捉え方が間違っているのであれば、それについての修正もお願いしたいと思います。

【事務局】

検討項目については、まさに伊東先生がおっしゃったとおり、また、前回のワーキンググループの際にもお答えさせていただいたとおり、衛星放送ワーキンググループではございますが、ＢＳ４Ｋを含めて４Ｋの推進について議論をしていくことができればと考えている次第です。

それから、大谷先生、落合先生からいただいた御指摘についても、今後、取りまとめの素案をまとめていく中で、反映させていただくように調整をいたします。

（３）閉会

事務局から、第 17 回会合は 10 月 29 日（水）13 時からの開催を予定している旨連絡があった。