

第28回投資等ワーキング・グループ 議事概要

1. 日時：平成30年4月26日（木）10:00～12:10
2. 場所：合同庁舎4号館4階 共用第4特別会議室
3. 出席者：
（委員）原英史（座長）、吉田晴乃（座長代理）、大田弘子（議長）、林いづみ
（専門委員）村上文洋
（政府）河内内閣府事務次官、前川内閣府審議官
（事務局）田和規制改革推進室室長、窪田規制改革推進室次長、
林規制改革推進室次長、西川参事官
（ヒアリング）日本放送協会 坂本忠宣専務理事、植田記康経営企画局特別主幹、
山内昌彦編成局計画管理部長
日本民間放送連盟 木村信哉専務理事、
堀木卓也事務局次長兼企画部長、木村幹夫研究所長
総務省 奈良俊哉大臣官房審議官
総務省情報流通行政局 湯本博信放送政策課長
4. 議題：
（開会）
議題1 放送を巡る規制改革
（閉会）
5. 議事概要：
○西川参事官 時間となりましたので「規制改革推進会議 第28回投資等ワーキング・グループ」を開催いたします。
委員の皆様方におかれましては、御多用中のところ御出席をいただきまして、本当にありがとうございます。
本日は、大田議長、林委員が出席です。
吉田座長代理が遅れて来られる予定です。
飯田委員、森下委員、八代委員、角川専門委員は、所用により御欠席と伺っております。
冒頭、メディアの頭撮りがございますので、しばらくお待ちください。
（報道関係者入室）
○西川参事官 そろそろよろしいでしょうか。では、御退室をお願いいたします。
（報道関係者退室）

○西川参事官 それでは、ここからの進行は原座長、お願いします。

○原座長 本日の議題は「放送を巡る規制改革」でございます。

本日は、日本放送協会様、日本民間放送連盟様にお越しをいただいております。お忙しい中、誠にありがとうございます。

先週16日に規制改革推進会議の本会議を開催しております、そこでこの放送をめぐる規制改革の課題について、検討課題の項目をお示ししております。これをベースとしつつ、今日はお話を伺って、その後、質疑応答をさせていただきたいと思っております。

その前に一言だけ、先に申し上げさせていただきますと、16日の本会議の後、大田議長と私で記者会見をさせていただきました。また、それ以外の投資等ワーキング・グループでも、できる限り私が記者ブリーフィングにお伺いしてお話をさせていただくようにしております。

その中でも繰り返し申し上げますのですが、以前に報じられておりましたような放送法4条などに焦点を絞った議論をこの会議でしてきたという事実はありません。また、今後もそうした焦点を絞った議論をするつもりはございません。

16日の本会議の後の報道でも、これまでこの会議で放送法4条撤廃を議論してきたといった報道もございましたが、会見では私たちは違う説明をしています。また、この本会議後の報道で、私の会見での発言を捉えてハード・ソフト分離の義務付けを狙っているのではないかという報道もございましたが、率直に言ってこれは私、大変驚きました。会見で私は、そうしたことは全く言っておりません。

それから、今週、ほぼ毎日ワーキング・グループでこの議論をさせていただいておりますが、今朝の報道も電子版を見ておりますと、昨日のワーキング・グループでの議論に関して、ハード部門の経営上の分離に焦点を絞って御意見を聞いているかのような報道もなされております。

また、その中で総務省さんがハード・ソフトの分離に関して3つの選択肢を示した。選択制の現状を維持する。補助金や実証実験で分離を促進する。制度改正で強制的に分離するという3つの選択肢を示されたかのような報道もございますが、こうした事実もございません。

これまで私たちの会議でお示しをしておりますのは、16日の本会議でお示しをしている論点項目でございますので、今日は是非その前提で御意見を伺い、放送の未来像に向けた議論を深めさせていただきたいと思っております。

では、日本放送協会様からまず20分程度お話をいただいて、その後、日本民間放送連盟様から20分程度。その後、まとめて意見交換、質疑応答とさせていただきたいと思っております。

では、どうぞお願いいたします。

○日本放送協会（坂本専務理事） おはようございます。NHKの坂本でございます。

本日は、放送を巡る規制改革についてのヒアリングということでありまして、NHKの考えを御説明させていただく機会をいただき、誠にありがとうございます。

早速ですが、資料に基づきまして説明に入らせていただきます。

1 ページ、本日は4つの項目について御説明をさせていただきます。

まずは公共放送の役割についてであります。3 ページ以降になります。

NHKはこの4月、今年度から2020年度までの新しい3カ年経営計画をスタートさせたところであります。この資料には経営計画の冒頭の文章を引用させていただいております。NHKは2020年、東京オリンピック・パラリンピックが開催される年に最高水準の放送・サービスを提供することを目指しています。インターネットの浸透により、いつでも、気軽に、誰とでも様々な情報を取得、交換できるようになりました。その一方で、不確かな情報の拡散、いわゆるフェイクニュースの問題などもあり、意見の分極化や社会の分断といった指摘もあり、そうした懸念する声も出ております。

社会のありようが急速に変化する中でも、NHKは広く受信料によって支えられる公共放送の基本姿勢を堅持します。憲法が定める表現の自由の保障の下で、国民の知る権利を充足し、放送法を順守しながら自主自律を貫いて、健全な民主主義の発達と文化の向上に寄与していきたいと考えております。

そのために放送を太い幹としつつ、インターネットも活用して、正確で迅速なニュースや質の高い多彩な番組をできるだけ多くの人にお届けしたいと考えております。

4 ページ、NHKはこれまで放送を通じて「公共的価値」の実現を追求してまいりました。新しい経営計画では、放送と通信の融合時代にNHKが果たす役割を明確にするため、改めてここにお示しした6つに整理をし直しております。

5 ページから、それぞれを御紹介させていただきます。6つの公共的価値の最初ですが、「正確、公平・公正な情報で貢献」です。これまで蓄積してまいりました取材力、制作力を生かし、インターネットも活用して正確な情報を公平・公正に伝え、人々の判断のよりどころとなり、健全な民主主義の発達に寄与してまいります。

続いて2つ目です。「安全で安心な暮らしに貢献」です。命と暮らしを守る報道に全力を挙げ、テレビ、ラジオ、インターネットで必要な情報を届けることで、より多くの人々の安全・安心に貢献をいたします。

3つ目は、「質の高い文化の創造」です。第一級のコンテンツ制作や最先端技術を駆使した放送・サービスを通じ、文化の向上に寄与し、技術の進歩発達の先導的な役割を果たしてまいります。

4つ目が「地域社会への貢献」です。様々な文化や暮らしが息づく地域の豊かさ、固有の課題などを広く共有し、放送・サービスを通じて多様な地域社会に貢献してまいります。

5つ目は、日本と国際社会の理解促進です。国際社会と相互理解を進めるため、日本についての正確で多様な情報を世界各国に向けて積極的に発信してまいります。

6つ目が、「教育と福祉への貢献」です。幅広い年齢層の教育、学習、福祉に関するコンテンツや高齢者、障害者なども利用しやすい放送・サービスの充実を通して、暮らしやすい社会の実現に貢献してまいります。

11ページ、改めまして、NHKはこれからも「6つの公共的価値」の実現を追求し、放送と通信の融合時代に放送を太い幹としつつ、インターネットも活用して信頼される情報の「社会的基盤」としての役割を果たしていきたいと考えております。

続きまして、放送と通信の融合時代の取組についてです。現行の放送法の下で、放送の補完の位置付けで実施しておりますインターネット活用の事例を御紹介いたします。

13ページ、緊急時の放送同時提供・災害映像のインターネット配信についてです。国民の生命・財産に影響を及ぼす大災害や事件・事故及び国民的関心の高いニュースなど、緊急ニュースについては総合テレビのニュースをホームページやアプリで放送と同時に提供しています。また、災害時には台風による豪雨・暴風の状況や火山活動の状況など、刻々と変わる災害の最新状況をリアルタイムでお届けするため、ロボットカメラなどの映像をホームページやアプリでライブストリーミング配信をしております。ラジオ第1、ラジオ第2、FM放送はらじる★らじるウェブサイトやアプリで同時配信を実施しております。

また、去年10月からは、らじる★らじるで配信しておりますラジオ番組を民放ラジオのインターネット配信プラットフォームradikoのウェブサイトや、radikoアプリでも配信する実験を実施しているところであります。

なお、大規模災害時には、災害発生地域のローカル放送も、災害情報や避難情報、ライフライン情報をきめ細かくお伝えする手段として、配信をしております。

14ページ、2020年東京オリンピック・パラリンピックを見据えたサービス展開についてです。リアルタイムでの情報提供のニーズが高いスポーツでは、選手紹介や競技解説に加え、競技結果の速報などをお伝えしています。また、外部動画サイトやSNSを通じてダイジェスト編集した競技映像や、ネットならではの特性を生かしたノーカット競技映像も展開しております。リオデジャネイロと平昌のオリンピック・パラリンピックでは、競技の放送予定、競技解説や選手紹介、結果速報などをホームページやアプリで配信しました。また、競技や選手などにまつわります関連情報や話題、ショート動画などを、スポーツ・ストーリーサイトとして展開し、幅広いユーザーのニーズに合った情報を提供しました。

また、ハイブリッドキャストを活用し、4Kの競技映像を配信する実験も実施しているところです。

さらに最高水準のサービスを目指す新技術のトライアルとして、競技データからアナウンス原稿を自動的に生成し、ロボットが無人で読み上げる独自実況サービス「ロボット実況」や字幕サービスを実施しております。こうした取組により、配信の運用効率化や多言語展開等を目指してまいりたいと考えております。

15ページ、人にやさしい放送・サービスを見据えた展開です。ハンディキャップがある方や、あらゆる年齢層や立場の視聴者に様々な番組を分かりやすく伝えるための補完サービスを行うとともに、教育の機会や福祉を享受する情報を提供し、暮らしやすい社会作りに貢献する取組を行っております。

具体的には天気予報等の気象データから手話CGを自動合成し、耳の不自由な方向けに手

話による気象解説をお届けする技術を検証するトライアルを実施しております。また、教育テレビの、全ての人にとってのバリアフリーを目指す番組「バリバラ」では、インターネットでの動画配信や視聴者からのメッセージ投稿を受けつけ紹介するなど、視聴者との双方向のつながりを目指しております。そのほか去年8月のキャンペーン「8月31日の夜に。」でありますけれども、9月1日からの新学期を前に不安を抱える子供たちのつらい思いを受け止めるキャンペーンを展開しました。ネットによる視聴者との双方向のやりとりも活用し、放送後もSNSで書き込みが続くなど、10代に共感の場を広げることができました。

16ページ、ここまで御説明してまいりましたように、NHKが実施するインターネット活用業務は、放送を補完し、国民共有の財産である放送番組等を広く国民に還元することが目的です。常時同時配信もその一環として実現を目指しております。放送で流れている番組をインターネットでも見るができるようにする、いわば視聴機会の拡大と考えております。

御承知のとおり、海外では多くの公共放送が常時同時配信を実施し、視聴者、国民の利便性を高めております。NHKとしても、視聴者・国民がインターネットを通じていつでも、どこでも必要な情報・コンテンツを得ることができるよう、視聴機会の拡大を図り、信頼される「情報の社会的基盤」としての役割を果たしてまいりたいと考えております。

17ページにサービス開始時の基本的な考え方をお示ししております。常時同時配信は、放送の補完と位置付け、受信契約世帯の皆様には追加負担なく利用できるサービスとして開始をします。受信契約が確認できない世帯の利用につきましては、メッセージ付きの画面などの視聴にとどめたいと考えております。

なお、災害時など広く情報を提供する必要がある場合には、全ての方が利用できるように考えております。

2020年の東京オリンピック・パラリンピックを常時同時配信により伝えることができるよう、前年度の2019年度中にサービスを開始したいと考えております。開始時点におきまして地上波の総合テレビ及び教育テレビを配信することを考えております。

18ページ、この常時同時配信の実現に向けましては、多くの視聴者が同時に視聴した場合のシステムへの負荷等の技術面での課題や権利処理の在り方等の課題があります。こうした課題につきましてそれぞれの検証や利用動向の把握のために、NHKでは常時同時配信の実験、試験的提供というものを実施しております。去年の10月から11月にかけて実施しました試験的提供Bでは、総合テレビ、教育テレビを同時配信し、併せて見逃し番組の配信なども行っているところです。

これにつきましては、全国を対象に16歳から69歳までの5,400人に参加していただいた一般向け調査を行いました。期間中、日ごとの利用率は20%前後で推移しております。継続的な利用がありました。また、期間中に一度でも利用した人の割合、累計の利用率はおよそ60%となりました。こうした利用状況を見ますと、期間の後半についても大きなばら

つきなく継続して利用していただいております。日々の利用の手ごたえが感じられたところでもあります。

19ページ、今年2月の平昌オリンピックで実施しました試験的提供Aでは、延べ235時間47分にわたり放送と同時に配信し、御覧いただきましたユニークユーザーは144万人に上っております。最も御覧いただいたのはフィギュアスケート男子フリーでおよそ60万人。リオデジャネイロ大会で最も多かった競技の4倍となっております。大変よく御利用いただいた感触があります。現在、データの分析を進めておりますけれども、結果をしっかりと検証し、2年後の東京大会に向けて準備を進めてまいりたいと考えております。

次に、NHKが行っておりますコンテンツの海外展開について御説明させていただきます。

21ページの灰色の枠内に、経営計画に記載しました海外展開、国際展開について、基本的な考え方を記しております。NHKでは大きく2つに分けて取組を行っております。その1つは国際共同制作です。海外の放送局やプロダクションなどと要員や機材、費用を分担して協力して番組を作る方法です。利点としては、NHKの番組が世界中で放送されること。また、制作費を圧縮することができるといった点が挙げられます。番組を売って利益を得るというよりも、質の高いコンテンツをより多くの方々の人に見てもらい、日本の文化や科学技術、社会に対する理解を深めてもらうというのが国際共同制作の狙いです。

2つ目の取組として、NHKの関連団体、つまり子会社を含みますNHKグループによる海外展開があります。関連団体がNHKの番組の放送権を海外の放送局に販売することが一般的な事例であります。

22ページ、国際共同制作の取組の具体例です。まず国内でも昨年度、放送しましたNHKスペシャル「人体」です。NHKが主体となりましてイギリスの公共放送やアメリカのドキュメンタリー専門の配信会社が制作に参加しております。このほかにも多くの番組を海外の放送局などと共同制作してきております。NHKにとっては海外におけるスーパーハイビジョン、4K、8Kの普及、理解促進も重要であります。例えば「ルーブル 永遠の美」ではフランスのルーブル美術館と共同制作しまして、ミロのヴィーナスなど9点を世界で初めて8Kカメラで撮影しております。

23ページ、今年度放送予定の国際共同制作の番組です。Japan from Aboveは、フランスのプロダクションと共同制作した番組で、NHKでは本部・東京だけでなく地域の放送局も参加して3年がかりで作っております。ドイツやフランスを初め、カナダやヨーロッパ各国の放送局での放送が決まっております。

24ページ、海外向けの番組販売例です。NHK番組の放送権を海外に向けて販売しているのは主に関連団体、子会社であります。例えば宮崎駿さんを取上げましたNHKスペシャルでありますと、インタビューの構成を増やしまして海外向けバージョンを作り、そういったところを海外展開しております。また、アジアを中心に現地民放局と共同でドラマや映画を作成したり、その国の放送枠を確保してNHKの番組を定時で放送してもらったりする取組も行っているところです。今月にはミャンマーで現地民放局が放送しますコンテンツの制

作などを目的とする制作会社が日本とミャンマーの合弁で設立をされました。この会社にはNHKの関連団体が官民ファンドであるJICTなども出資し、オールジャパンで事業運営を支援していくことになっております。また、ベトナムでもNHKの関連団体がベトナム国营テレビ局に対する協力を行っているところです。

25ページ、NHKではこうした国際共同制作や海外展開を最初から意識して制作を進めることができるよう、公開提案会議「NHKピッチ」という取組を2013年度から行っております。この会議では海外の放送局などから招きましたアドバイザーから提案のプレゼンテーション、企画内容の検討、提案から実際の取材・制作に至るまで助言をいただいております。毎回、6つの企画を選抜して実際の制作までつなげてまいっております。

26ページ、国際放送です。NHKの海外向けの情報発信としては、放送法で定められた必須業務である国際放送があります。御覧のようなテレビとラジオ、インターネットを通じまして外国人向けのサービスに加え、海外にお住まいの日本人の皆様にも放送・配信を行っております。このうち最も力を入れておりますのが、英語によるテレビ国際放送、NHKワールドJAPANです。昨年度まではNHKワールドTVということでしたが、新年度からNHKワールドJAPANとしまして、より日本からの発信を意識して行っております。日本各地の魅力や日本ならではの産業、技術、情報、文化、2020年に向けた様々な日本の姿を伝え、多様なコンテンツを放送しております。

ここまでがNHKの海外展開についてであります。

続きまして、4番目です。外部プロダクションの活用と権利について御説明申し上げます。

29ページ、NHKが番組制作会社に制作業務を委託する目的は、外部の制作ノウハウを柔軟に取り入れるということ。そして、NHKが番組制作会社との競争を通じまして、公共放送にふさわしい質の高い多様なコンテンツを確保することにあります。

番組制作会社は、公共放送を支える上で欠かせないイコールパートナーです。制作会社の皆さんと力を合わせて、公共放送の使命達成と日本全体のコンテンツ制作力の向上に貢献してまいりたいと考えております。

番組制作会社への業務委託は、表に示しますようなタイプに分かれております。演出委託はNHK又は関連団体が企画、提案、制作統括を行います。制作業務の一部として演出を委託するもので、著作権はNHKに帰属しております。また、制作業務の一部を委託するもののうち、制作会社の業務内容に権料配分に値する特別の寄与が見込まれる場合は、外部一部委託として取り扱っております。著作権はNHKに帰属しますが、二次展開による権料収入の一部を配分しております。3番目の外部制作委託は、番組制作会社が企画提案し、NHK又は関連団体と共同で制作統括を行うものです。制作業務は制作会社に委託しております。この場合、著作権は共有となり、二次展開による権料収入の配分も行っているところです。この3つのタイプにおきましても、取引においては公正さを欠くことがあってはなりません。NHKでは取引基準を策定し、さらにATPなど番組制作会社の団体との定期的

な対話の場を設けまして、良好な関係の維持・発展に努めてまいっているところです。

30ページ、番組の直接委託の取組です。NHKの番組制作業務は、原則として品質管理や危機管理に精通した関連団体に委託をしております。一方で多彩な番組の企画を外部にも求め、外部ならではの創造性を視聴者層の拡大につなげることを目指しまして、平成18年7月からNHK本体が直接番組制作会社の企画を採択し、番組制作を委託する直接委託を行っております。企画の募集は、番組の企画競争として広く公募しております。募集や審査方法、取引の際の契約書面の見本などは、NHKのホームページで公開しております。企画の公募や審査基準の透明性などのルールを整えまして、番組制作会社への前払い金制度の適用を徹底するなど、制作環境の整備にも努めているところです。

31ページは外部制作比率の拡大についてです。衛星放送のBSプレミアムでありますけれども、日本のコンテンツ産業育成のプラットフォームとしての役割も担っております。ここでは企画競争及び外部制作者の制作参加による番組について、放送時間で占める割合で半分以上となることを目指しております。総務省の定める基幹放送普及計画の中での努力目標として示されているものです。一昨年度と昨年度上半期の実績値は、御覧のようになっております。

次に32ページ、委託番組の著作権の取り扱いについてです。前のページでも委託のタイプによって著作権の取り扱いが異なることを御説明申し上げました。著作権法ではテレビ番組の著作権は、企画の発意と制作責任を持つ者に帰属することとされております。NHKもこの考え方に基きまして番組の著作権の取り扱いを決めております。外部制作委託は、番組制作会社に企画の発意がありますけれども、NHKが番組制作会社と共同で制作責任を負っているため、著作権は番組制作会社とNHKの共有となります。

番組制作会社の制作委託をする場合も、NHKあるいは関連会社のプロデューサーが番組制作の過程に深く関わっているため、共有という考えをとっております。

委託業務ではありませんが、NHKと関連団体ないし番組制作会社双方で一定の費用を負担して、共同でテレビ番組を制作する国内共同制作という仕組みもあります。この場合の著作権はNHKと関連団体あるいは番組制作会社との共有となっております。

また、番組制作会社が企画・制作します番組の放送権を制作・完成に先立ちまして購入する予約購入という制度もあります。この場合の著作権は番組制作会社に帰属しております。

繰り返しになりますけれども、番組制作会社は公共放送を支える上で欠かせない存在となっております。NHKは、番組制作会社の皆さんと力を合わせながら、日本全体のコンテンツ制作力の向上に貢献してまいりたいと考えているところです。

本日の御説明は以上であります。ありがとうございました。

○原座長 ありがとうございました。

では、次に民放連様からお願いいたします。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 民放連でございます。

今日のご説明の時間をいただき、誠にありがとうございます。

規制改革推進会議が先日、親会で「通信と放送の融合の下での放送のあり方について」を公表されています。今日はここで示された論点に沿う形で、民放連の現状認識と考えをお話させていただきたいと思っております。

内容は1ページの目次の項目についてご説明させていただいたうえで、「信頼されるメディア」としての民間放送について、民放連が実施したアンケートをもとに民放の信頼度、ローカル局の地域番組の評価に触れたいと思っております。

まずコンテンツ・メディア産業における放送事業の位置づけについてです。2ページをご覧ください。これはGDPと地上波テレビの営業収入、通信事業の売り上げの過去5年の産業規模を比較したものです。GDPの2011年度から2016年度の伸び率が9.1%、これに対して地上波テレビの営業収入の伸び率は6.1%です。通信キャリア3社は10.6%の伸び率です。

先日、規制改革推進会議で作成された資料を拝見しますと、放送メディアの市場規模はおおむね横ばいで、経済成長率を下回っています。一方、電気通信事業は51.2%の大幅な増加となっていますが、私どもの見方では放送メディアの中核である地上波テレビに着目すれば、ここ5年は微増で推移していますし、買収した海外の子会社の売り上げを除いた国内の通信事業だけの売り上げの伸び率は10.6%という数字だと計算しています。電気通信事業の規模の大きさ、伸びを否定するつもりは全くありませんが、ここ5年の伸び率で見ると、地上波テレビが通信に比べて大きく劣後しているというわけではないと見ています。

3ページは1990年から現在までのメディア産業の売上シェアの推移をグラフに示しています。テレビはここ25年にわたり20~25%弱の間で大きな変動はありません。出版と新聞が低下傾向にあります。一目瞭然ですが、インターネットが右肩上がり大きく伸びていることが分かります。日本の場合、地上波テレビはメディア環境の変化やインターネットの影響をあまり受けずにいるという見方もできていると思っております。

4ページには映像・動画産業の過去5年の産業規模の推移を掲載しました。民放地上波テレビは冒頭に申し上げたとおり6.1%伸びていますが、有料動画配信の売り上げが149.1%と大きく伸びているのが注目される所です。半面、パッケージソフトが売り上げを落としています。動画配信が急激に伸びていますが規模ではまだ地上波テレビに比べると小さいということで、これがどこまで伸びていくか、我々の事業と競合していったりするのか、あるいはアライアンスできるのか、そういった点に注目している所です。

5ページはテレビ営業収入の前年度比伸び率をグラフで示しています。2016年度までは実績のグラフ、2017年度以降は民放連研究所の予測です。ご覧のように東京、大阪、名古屋の局とそれ以外のローカル局は、おおむね同じような推移を示しています。2000年度が対前年の伸び率のピークで、リーマンショックのあった2008年度から2009年度には大きく落ち込んで、それ以降は各社、随分営業努力もされて、おおむね同水準の伸び率となってきています。

今後の予測については、2020年度に向けては微増でいけるのではないかと見ています。

こういった状況の中で6ページにあるように、地上波テレビ各社は収入源の多角化を進めています。この図は地上波テレビ各社の収入の多角化を、売上高に占めるその他事業収入のシェアの推移で示しているものです。各社ともテレビ収入の売り上げを補完する形でさまざまな事業に取り組んでいます。売上高に占めるシェアも年々大きくなってきています。今日の議題であるコンテンツの海外展開ですとか、ネット配信事業などは、この多角化に含まれますので取り上げてみました。

7ページ以降は民放事業者のネット展開についてご説明したいと思います。

まず地上波民放事業者における番組配信の実施状況を一覧にしました。有料のVODサービス、無料のVODサービスに加えて、番組の同時配信を実施しているところもありますし、ニュースやスポーツのストリーミング型サービスまで、各社とも様々な取り組みを行っています。ローカル局でもインターネット配信の取り組みは増えてきており、下の枠にはローカル局の自社プラットフォームによる配信をまとめています。

8ページは、在京キー局の主な配信サービスをまとめました。キー局は何と言っても制作、保有するコンテンツが豊富ですので、これを無料、有料のVODサービスで提供しているほか、動画配信プラットフォーム事業に進出しています。地上波由来でないオリジナルコンテンツも含め、地上波と連動したコンテンツなどを配信しているところです。

9ページでは局横断的な配信サービスであるTVerを紹介しています。これは2015年にスタートした、広告つき無料のキャッチアップサービスを行う統一プラットフォームです。在京5社・在阪4社が連携してサービスを提供しています。放送終了後から約7日間をストリーミングでPC、スマホ、タブレットに配信しています。直近では平昌オリンピックで民放全体の取り組みとしてライブ配信を実施しました。6月からのワールドカップサッカーロシア大会でもライブ配信を実施する予定です。

10ページは、キャッチアップサービスにおけるTVerのポジショニングを図で示したものです。11ページにありますように、今年3月には月間アクティブユーザー数が800万近くまで到達したということで、安心・安全な民放のコンテンツを手軽に見られるサービスとして、若者にも定着してきていると考えています。

12ページからは、放送コンテンツの海外展開についてご説明させていただきます。まず日本の放送コンテンツ海外輸出額の諸外国との比較です。これは何と言っても米国が圧倒的でありまして、桁が2つ違ってしまいますのですが、日本は韓国に次ぐポジショニングです。近年は国の支援もあり、日本の放送コンテンツ海外輸出額は大きく伸びてきており、2015年度は288.5億円と従来目標を大きく超えるまでに成長してきました。

13ページにある、放送コンテンツの海外展開については、民放事業者、NHK、権利者団体の皆様と共同して国際ドラマフェスティバル in TOKYOという取り組みを10年以上継続的に実施しています。カンヌの国際番組見本市やアジア各地で日本のドラマを紹介するなど、様々な取り組みを総務省の支援を得ながら持続的に展開しているところです。

14ページでは民放事業者とNHK、商社などで運営している放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）の活動をご紹介します。これは日本の観光でありますとか食を海外に紹介する作品の制作を放送局に募集して、採択された作品には、総務省の予算が制作費という形で付くもので、ASEAN諸国にターゲットを絞って作品を提供しています。これには日本各地のローカル局からも多くの応募があります。インバウンド、アウトバウンドにも大きく貢献していると私たちは評価しています。

放送各社は従来から海外番販やフォーマット販売を行ってきました。ドラマのリメイク権の販売にも積極的に取り組むほか、各国との共同制作への取り組みも見られるようになってきました。

15ページは、コンテンツの海外展開に関する国の施策を2つご紹介しました。一つは経済産業省のJLOP（地域発コンテンツ等海外展開支援事業）という日本のコンテンツの海外展開に対する補助金支援事業です。もう一つは外務省の国際交流基金による途上国へのコンテンツ供給事業です。これは無償提供事業ですが、民放各社はローカル局も含めて利用しています。海外展開を大いに後押ししているのではないかと考えています。

16ページには、放送コンテンツの海外展開に関する今後の課題、問題点をまとめました。放送コンテンツを海外に出そうというとき、必ず問題になるのが海外と日本の放送フォーマットの違いです。話数が違ったりとか、尺が違う。あるいは日本でよく放送する特番が海外ではなかなかフィットしないということがあります。国の文化、宗教の違いなどによる規制の問題もあります。アジアは販売価格がかなり安いという内外価格差があり、頑張ってはいますがなかなかコスト的には厳しい面もあります。こういった点への対応が今後どう伸ばすかの課題となっています。

国としてこれまで経済産業省や総務省の支援がありますが、今後とも継続的に支援をお願いしたいと思います。ビジネスの部分は自走を目指しますが、非営利で行っているプロモーション活動に関しては、引き続き財政支援をしていただきたいと思います。日本のイメージ向上につながる取り組みであると思っています。

海賊版対策は非常に大きな問題でどのくらいの実害が出ているのかなかなか分かりませんが、日本で公開されるより先に海外で見られていたということもあり、海外における海賊版対策が今後の課題になっています。

それから、先ほど申しました各国のコンテンツ輸入に関する規制の違いが課題となっています。これは民間ではいかんともしがたい国と国との外交的な部分ですので、国に何らかの支援をお願いしたいと思います。

17ページは、テレビ放送の同時配信に係る権利処理をまとめたものです。御存じのように、テレビの番組は放送局の権利だけでなく、さまざまな権利者のいわば「権利の集合体」です。放送番組の放送以外の利用にあたっては、これら諸権利者の許諾が必要となります。

先ほどご紹介したVODを中心とする民放事業者のネット配信には、権利者との間に一定

のルールが形成されています。権利者の了解を得ながら、比較的経験も積み配信がスムーズにできるようになってきています。一方、放送番組の同時配信について、民放事業者は災害時などの同時配信は積極的に実施していますが、常時同時配信は事業性の観点等から実施するという経営判断に至っていません。常時同時配信の権利処理については現時点で民放連として統一的な見解を得るには至っていません。総務省・情報通信審議会でも検討が継続されていますので、その議論を見守っているところです。

続いて18ページからは、放送コンテンツの適正取引に関する民放事業者の取り組みをご説明させていただきます。民放連では放送コンテンツの適正取引に向けて、下請法の遵守と総務省の適正化ガイドラインの周知・啓発を図ることが大事な業務と考えています。全日本テレビ番組製作社連盟（ATP）と共同事務局を構成する形で、「放送コンテンツ適正取引推進協議会」を立ち上げ、活動をスタートいたしました。

19ページにその取り組みをまとめていますが、放送局と制作会社が直接、膝をつき合わせながら適正取引に関して議論する場が作られたということは、大変意義のあることだと考えています。

20ページには民放各社の番組制作委託取引に関する自主基準を掲載しました。各社は番組制作委託取引に関する自主基準を策定し、ホームページで公表しています。各社とも制作会社を対等なパートナーと位置づけています。その上で契約書に明記すべき事項などを具体的に掲げているところです。

ここまで規制改革推進会議の論点として示された項目について、民放連として申し上げられることをファクトベースでご説明してまいりました。最後に民放事業者の根底にある役割を、民放連のアンケートをもとにお話させていただきます。

民放事業者にとって言うまでもなくインターネットへの対応や海外展開は大きな課題であり、各社とも将来を見据えて最大限の努力をしているところです。一方、放送事業者は産業規模の拡大やコンテンツ展開の成長度だけを目標に掲げて事業を営んでいるわけではありません。放送にはニュースや災害時の情報伝達など、すぐには収益に結びつかないけれども、欠かすことのできない機能が求められています。それらに的確に応えることで視聴者の信頼、クライアントの信頼を得ているところです。

21ページは民放連が3月に調査主体を明かさずに外部の調査会社に委託する形で実施したネットユーザー調査の結果です。テレビ、新聞、ソーシャルメディア、ニュース等のウェブサイトが提供するニュース・情報の評価を聞いたもので、これを見ると「正確性」、「災害等緊急時の信頼性」などの各項目でテレビ、新聞がネット系の情報発信を上回る評価を得ています。一方、ソーシャルメディア、ニュース等のウェブサイトは「速報性」、「多様性」の項目で高い評価を得ていることが分かります。これをもって放送がネットより優れていると言うつもりは毛頭ありません。それぞれのメディアに応じた評価がありますし、それぞれのメディアに応じた役割があるものと見ているところです。

22ページは、テレビ放送を信用する理由についてです。「災害や事故等の際、信頼でき

る情報を提供する」ことが40.1%でトップになっています。また、23ページではローカル局が制作する地域情報番組の視聴経験と頻度を聞いていますが、「見たことがある」が85.0%、そのうちの半数以上が週に2～3回程度以上見ているという結果になっています。

24ページは地域情報番組の評価について聞いたものですが、地域情報番組が視聴者にとって親しみを感じ、生活の一部になっていることが分かる結果となりました。天気情報、ローカルニュース、交通情報など日常的な生活関連情報や、災害時の情報などに高い関心が寄せられており、ローカル番組が各地で確実に定着していることを確認することができました。

この調査はネットユーザー向けの調査です。テレビよりネットに親近性があると思われる各層からの回答です。それでもテレビの信頼性やローカル番組に一定の評価をいただいたということは、民放連としては大変ありがたいことだと思いますし、期待を裏切らないような放送を出していくことが大事だと改めて感じました。

テレビがニュース、情報伝達などの公共的な役割を十全に果たすことが前提となって放送局の信頼性という土台ができて、その上に放送コンテンツの多面的な展開が開いていくのではないかと考えています。放送局が担う基本的な役割を今後もしっかり果たしていくこと。もう一つ、将来を見据えてネットや海外に向けた放送コンテンツの展開を徹底してやっていくこと。民放事業者は今後この2つの使命をしっかり果たしていかななくてはならない時代に入っていると考えているところです。

民放連からのご説明は以上です。

○原座長 ありがとうございます。

では質疑応答、意見交換に入らせていただきたいと思います。議論の項目がいろいろと多岐にわたりますので、行ったり来たりするのを防ぐために、勝手ながら大きく3つに分けさせていただけたらと思います。

民放連さんの最初の目次でいきますと、1番目の通信・放送の融合が進展する下でのビジネスモデルの展開。これはNHKさんの資料ですと2の部分に相当するかと思います。これに関わる項目を最初に1番目にやらせていただいて、2つ目に民放連さんの項目で言うと2番目、海外展開や取引適正化、著作権処理の問題。NHKさんの項目で言うと3、4に相当するかと思います。それが大きく2つ目の塊で、3番目にそれ以外全般という形で議論をさせていただけたらと思います。

またがる部分があるかもしれませんので、大ぐくりにそんな感じで御質問をいただけたらと思いますが、いかがでございましょうか。

○吉田座長代理 どうもありがとうございました。大変分かりやすかったです。

海外が長かったものですから、ネットとかテレビとか両方融合した時代の一消費者として御意見を参考までに述べさせていただきます。

今の私たちの生活は、家でテレビを見ていて、続きが見たいのだけれども、車に乗って会社に行かなければいけない。そのままインターネットとかスマホで見ながら行って、

ずっと続きが見られますという感じだと思います。

家でディナーのときはみんなで一緒に見ている、子供たちも部屋に帰ります。ベッドルームに1個ずつテレビとかは置いていないのですよ。そうすると子供たちはこれで（スマートフォン）続きを見たりとか、しているのが現状です。この融合はどちらか一つの分野で情報を得ていたときに比較して、私は逆に視聴を増やすだろうなと思っています。ちょっと前になりますが、日本に帰ってきてなんて不便なのだろうと思っています。特に続きが見たい番組等は、後でまたそこに行って見ようとか思わないし、ビデオの録画は面倒くさくて撮らないものなのです。それが移動中でもみられるということになれば、これだけ毎日忙しい生活をしていて、また子供たちもそれぞれの生活をしているという現実をみると、いろいろな選択肢でずっと番組を見ることが可能であれば、素晴らしいと思います。

家でテレビを見て、そろそろジムに行こうか。車の中でも見て、ジムでも走りながら見る。だから都合で、一旦あのドラマが見れなくなった、切れてしまったからもういいやとあきらめずに、ずっと見られるわけなのです。そういう便利さがあるので、逆に視聴を増加させる。お互いにどちらかとかいうのではなくて、相乗効果が出てくる、こういう便利な世界になったんだなと思って、私は欧米にいたときにそういう使い方をしていました。

特に家族が一緒にいるとき、今の子供たちはお茶の間で一緒にテレビを見るのを嫌がるのです。みんな自分の部屋に帰って見たい。その時にはやはりこれで（スマートフォン）見るわけです。だからそういうことも少しお考えいただくのはおもしろいのではないかと。ただ、日本はややこしいですね。著作権の問題があって、特に恐らく女優さんなんか1回テレビで撮ったものをネットで知らない人に拡散される。それはうまくいかなかったドラマなのとか、恐らくいろいろな人たちのコンフリクトがあるのだと思うのです。実は私もこちらに帰ってきてイベントで講演を依頼されたときに、これネット配信していいですかと聞かれることがあるのですが、一応、嫌と言うのです。どこで誰に見られるか分からないと思って。

前のロンドンオリンピック、その時にB Tはプレミアムスポンサーとして参加させていただきました。ネット視聴者は40億人なのです。そのときのゴールドパートナーとか、スポンサーの企業はお金を使っているのですけれども、その広告の効果というのは高いものがありました。だから広告のリターン・オン・インベストメントということも桁違いだった。というところから2020を目途にいろいろ試しに、たとえばオリンピック特区をやってみるというのもおもしろいのではないかと思います。

○原座長 何かコメントをいただくことがございましたら。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） まさにご指摘のような事態になってきていると思います。そのため民放事業者も放送コンテンツをインターネットでどうやって活用するかというところに力を割いて研究しているところですが、技術も日進月歩で進んでおり、ユーザーインターフェースももっと良くなるのではないかと思います。民放事業者にはコストの問題、収支の問題が必ず出てきますので、理想論ではいつでもどこでも放送コンテン

ツを見られるようにしようと各社必死で取り組んできましたが、まだまだいろいろな技術的な課題、コスト的な問題があります。しかし時代がそういった方向に向いており、将来的にはそうした分野に取り組んでいかなければならないと考えています。

○日本放送協会（坂本専務理事） ありがとうございます。NHKは今、インターネット活用業務を一部やっておりますけれども、これは放送を補完して効用、効果を高めたいということで、視聴機会を拡大したいということが一番の狙いであります。それによって国民の皆様にご覧のコンテンツを還元していくというところに今、取り組んでいるところです。

その中で先ほども言いましたけれども、試験的提供Bというものを去年秋に実験をやってみたのです。それで日ごとの利用率の平均が20%、利用したことがあるというのが60%ぐらいだったので、その中を分析しますと年齢層は余り関係なく御利用いただけている。NHKですと、テレビをいつも見ている人がご覧になるのではないかとということも考えたのですけれども、そうではなくてテレビを余り見ない、ふだんネット中心に生活している人についても同時配信を含め、ネットサービスには非常に関心があって、そんなに差がなかったということで、その部分は手ごたえを感じられたかなと思っています。

それから、どこで見ましたかということを知ると、移動中はもちろんあるのですが、自宅に帰って夜というのが多いです。ですからテレビを家族で見る部分と、自分の部屋に帰って先ほど言われたようなスマホで見るとか、そのようなものがある意味、視聴傾向が非常にはっきり定着しているのではないかと思うので、そういうところにうまく多様なコンテンツを出していくことが大事かなと。それから、2020年に向けて我々としてはそういう方向を目指していきたいということですが、競技場なんか行ってライブで実際の国立競技場で見ている。そのときにスマホで例えば競泳がどうなっているんだろうとか、柔道はどうなっているんだろうかということも見られれば、そういう意味では非常に視聴者というか、海外から来た人にも含め、いろいろなサービスができるので、そういうところを展開できればと考えております。

それから、これはラジオの関係になるのですが、先ほど言いましたradikoは民放さんのラジオ各社と組んで今、実験的に我々が参加しております。ラジオのリスナーというのはどうかな、民放さんとうちはどうなのだろうということも気にしていろいろ実験をやってみたのですが、これまでにない聴取者が獲得できている。お互いにとってです。NHKにとって従来型のリスナーかなと思ったら、意外と民放さんのradikoだったらちょっとNHKも聞いてみようかとなりますし、radikoで民放さんも非常に強いコンテンツをお持ちですが、NHKも横にあつたらちょっと聞いてみようかと、お互いにとってプラスアルファの裾野が広がっているということもありますので、今年度も継続しながら力を入れていきたいなと思っています。

公共放送として言えば、災害時にテレビもラジオもネットも活用してもらって、自分たちの命を守るという行動が非常に重要になってきていますので、そういうところに向けてこれから進んでいければと考えております。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 時代としてはそういった方向で取り組んでいくのですが、地方に行って調査し日本全体を見ると、高齢化が進む地方ではテレビに対する支持が非常に強く、なかなかスマホで見るわけにもいかない層もいらっしゃいます。一概にある目標を定めて全国で津々浦々に当てはめるのではなく、地域の格差の問題や年齢といった細かいところを見ていかないと少し大ざっぱな議論になってしまうと感じています。

○大田議長 ありがとうございます。大変有益な御説明をいただきました。

民放連さんに2つお尋ねいたします。

1つは、テレビ局各社がそれぞれアプリを作るのではなくて、テレビアプリの1つ共通したものがあるとユーザーの利便性が上がるというご意見が、これまでのヒアリングの中で出てきております。たしかインフォシティの岩浪さんだったと思います。

TVerは民放5局で作っておられますが、その先は各社それぞれのアプリを作っておられます。先ほどradikoの話も出ましたが、共通で1つのアプリを作ることについてはどうお考えか、お聞かせください。

それから、これまでのところ地上波テレビの営業収入は横ばいで、収入の多角化も図っておられるという御説明をいただきました。しかし、OTTの存在感が急速に高まっています、この巨大なOTTの登場が日本の放送事業者、通信事業者に深刻な影響を与えるというお話を、昨日も千葉大の多賀谷先生から伺ったところです。非常に大きい危機感を示しておられました。総務省の「放送を巡る諸課題に関する検討会」でもそういうお話は出ていたと思います。

OTTの登場ということを考えてときに、今後10年間の放送事業者の収益力というのをごのように見ておられるのか、お聞かせいただければと思います。

○日本民間放送連盟（堀木企画部長） 企画部長の堀木です。よろしく申し上げます。

最初のご質問について、岩浪さんがおっしゃったのはスマホテレビだと思うのですが、そうした考え方があることはよく分かります。現在、民放事業者は在京5社でTVerを作って、そこに大阪の4社が参加し、BS局や地方局がそれぞれのキー局を通してコンテンツを提供し始めているところです。民放の統一プラットフォームとして成長しているところです。ユーザーインターフェースをもっと改善しなければいけないという問題意識もあると聞きました。

ここにNHKが入ればというのは、誰もが考えることだと思います。先ほど坂本専務理事がお話になったradikoの成功例もありますから、ユーザーの方が望むのであればそういったことも当然、検討の視野に入ってくるものと思います。

○日本民間放送連盟（木村研究所長） 今後10年間ぐらいの放送の収益の動向、それにOTTが与える影響ということですが、ご指摘のとおり欧米ではNetflixやAmazonプライムのようなOTTが非常に巨大な影響力を持っていて、OTTの分野でドミナントな事業者になっています。それが既存の特にケーブルテレビ事業を圧迫して、いわゆるコードカットと言われるような有料放送を解約してOTTに乗りかえるという動きが一部で起きていて、それがコ

ムキャストなどの業績に影響するまでになってきています。

そういったことが日本で起きるのかということですが、私の研究者としての見解を申し述べさせていただくと、将来的にOTTの影響を一番受けるのはケーブルテレビ事業者であろうと考えています。日本における加入数はまだ多くなく、今のところ放送事業者はOTTを主要なコンペティターとは考えていません。民放連で将来の予測をする際も視聴率の動向、マクロ経済の動向、そういったものは当然加味して計量モデルを作って予測しますが、OTTの影響というのは今のところ盛り込んでいません。現在はまだそのぐらいの影響力という認識です。今後についてはまた状況の変化によって、変わる可能性はあると思います。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 補足しますと、OTTと地上波テレビのビジネスモデルは違います。課金ビジネスと無料広告放送の違いがあるので木村が申しましたように、いきなりは影響を受けないと思っていますが、もちろん油断はしていません。テレビでOTTのコンテンツを気楽に見られるようになっていきますから、非常にいいコンテンツをOTTでお金を払ってでも見ようとなり、我々の作るゴールデン帯のドラマが負けてしまったらどうしようかという懸念があります。ここは本当にテレビ局の戦いです。米国のコンテンツに負けないようなものを作らなければいけないと思っていますし、決して油断をしているという意味ではありません。

それからインターネットの世界で民放事業者が統一的な取り組みを行った方がいいという指摘について、そういう側面があることは分かりますし、これまで何度もやってきています。そのたびになかなか収支に乗らなかった経験が何回かあります。コストなども格段に下がりインターネットの変化のスピードが非常に速いため、なかなかそれが定着するポイントを我々がどこに置くのかというのは、難しいところがあります。

ですから、今、キー局を中心にいろいろな取り組みを行っているのは、むしろ健全なことだと思っています。いろいろなプレーヤーが出て、コンテンツ制作力のある放送各社が自由に展開できるのはいいことだと思っています。これも最終的にはユーザーがどのように評価するかということであり、どこかに収れんしていくのかもしれない。テレビポータルが必要だとなって、ポータルによってテレビが今後強い力を持っていけばいいと思っています。そうなるかもしれませんが、今のメディア状況は固定的に考えられないと思います。通信、インターネットの世界はいろいろな可能性があり、移り変わりが激しい中で試行錯誤しているとご理解いただきたいと思います。

○原座長 今の続きでお伺いさせていただきたいのですが、1点目、何らかの共通のプラットフォームが必要ではないかというのは、先ほどありました岩浪さん以外にも中村伊知哉さんや、昨日お越しいただきましたが、電通総研の奥さんなどからも、近いお話をいただいております。もちろん簡単でないということは理解いたしましたが、これは民放連さんとNHKさんと一緒になってお取組みをいただけるということではよろしいのかどうか、NHKさんにも確認をさせていただければというのが1点目でございます。

もう一つ、2点目のOTTの影響に関して、今すぐコンペティターになるわけではない、す

ぐ影響は受けないということでした。一方で、私たちがこれまで伺ってきております中では、先ほどの多賀谷名誉教授もそうですし、それ以外の何人かの方々から、特に地方局がこれからの新しい環境の中で現状以上に厳しい状況に追い込まれていってしまうのではないかとという危機感が示されています。その中で何らかの経営基盤の強化を図っていく必要があるのではないかとという御提案も何人かいただいているところです。民放連さんとして、これからの地方局の在り方、道筋についてどうお考えになっていらっしゃるのか、可能な範囲で教えていただくことができればと思います。

先にNHKさん、お願いします。

○日本放送協会（坂本専務理事） お答え申し上げます。

今、御指摘の民放さんとの連携という点については、それこそ試験的提供Bの中でも、いろいろな民放さんの御要望も参考にしながら、調査項目を決めていたりしております。その中でも、地域の放送番組をどうネットで取り扱うか、そういうものを今、やり始めたところなので、引き続きこの辺は民放さんと意見交換をずっとやりながら進めていきたいと思っております。

それから、全体としてプラットフォームを含めて、これについてもこれから民放さんがどのように、民放連さんとかと、民放キー局それぞれとか、あるいは地域民放とか、非常にいろいろな考え方があるので、その辺の意見も伺いながら、いい方向にお話し合いができればいいなと思っています。特に先ほどありました著作権の問題等は、一緒になってある程度考えていかなければいけませんので、そのような課題を洗い出しながらやっていければと考えております。

○日本民間放送連盟（堀木企画部長） ローカル局は非常に厳しいということに異論があるわけではありません。だからこそ、先だって新聞報道で民放解体などと出たものですから、皆さん相当困ってしまって、すごく危機感を持っているところです。

テレビ広告による収入というのは、ある意味成熟産業ですから、ここから先は何か新しいことをしなければいけない。それがインターネットの活用であることはほとんど異論がないところです。先ほどご説明したように各局それぞれで、まずは地元のプラットフォームを作ることから始めているのは、そのせいです。それぞれの局にそれぞれ得意なところがあります。資本関係や株主構成、取引先を踏まえ、それぞれに向けた動画配信のプラットフォームなどがあるので、まずは各局がそれぞれ取り組んでいるところです。少し前まではインターネットに消極的な社も多かったのですが、今は全然そのようなことはありません。

動画配信だけではなくて、最近では地元企業と組んで企業PRのための動画を制作しています。それを地域の外に紹介し、販路拡大の支援を行っています。地元の自治体の映像を作って、それを地元のPRビデオとして海外の姉妹都市に持っていくような事例が多くなっています。映像制作というコアな力は生かせるのですが、オンエアには結びつかないため、放送収入にはなりません。

イベント事業は売り上げは立つのですが経費も多いため、なかなか難しいところです。そうしたバランスをとりながら、今、ローカル局もさまざまな事業にチャレンジしているところだと聞いています。

それから、先ほど私はTVerの話をしてしまいましたが、TVerは民放連が行っている事業ではありませんので、民放連がNHKと話をし一緒にやりましょうということを決めるものではありません。radikoの話も出ましたから、民放連の担当者としての考え方を申し上げましたが、決めるのはもちろんTVerを運営している各社です。

もう一つ申し上げますと、私たちは広告放送です。NHKは受信料で運営されています。そうした違いのある事業者と一緒に動画配信サービスを行うことには、それなりのハードル、課題があるのだと思います。しかし、ユーザーが望むことであるならば考えなければいけないと関係者は思っているのだと思っています。

○吉田座長代理 ありがとうございます。

何か消費者としていろいろなアイデアが浮かんできて、本当に私も地方創生とかいろいろなところで勉強させていただいて、地方の話は物すごく聞きたいのです。地方のテレビなども見たいのですけれども、どうやって見ていいのか分からなくて、そうすると、どうするかというと、お友達のフェイスブックとかにいくと、そこで動画でテレビを撮ってくれていたりするわけですね。それが現実で、それで視聴者をあつめてもうけているのが、実はフェイスブックの広告だったりするわけですね。だから、これは一つのビジネスモデルなのです。我々はこうやって忙しく生きている中で、全部のインターフェースがここに集約されているではないですか。

先ほどの話を聞いていて、実はテレビ局同士で競争しているとか、Over The Top、OTTと民放さんが競争しているとかという世界を超えていて、テレビを見ていたら、原さんからメールが来たわ、チャカチャカと。今度はAmazonでセールが始まったわとか、コンテンツの競争ではなくなっているのですね。子供たちの使い方などを見ているとマルチタスクでいろいろな画面を開いてみんなチャカチャカ。だから、いかにそういうもので注意を引くかという競争になってしまっていますね。

だから、時々思うのが、テレビの画面自体がインターネットにできるのですけれども、テレビ自体がなくなってしまえばいいのにと。そうすると、今度何時から何とかの番組が始まります、是非見てくださいみたいなものがポップアップしてきて、それを押すとか、いかに便利にそちらに行くか、気をそぐか、そういう競争になっているわけですね。だから、そのような観点で考えていただくのも、これから視聴者を逃さないとか、コンテンツでの競争というよりは、いろいろなものみんなの24時間を競争していただいていますみたいな、そのように考えていただくのも一つかなと。その大きなインターフェースが今、これになっていますということですね。

いろいろな話をしましたが、御参考までに。

○林委員 ありがとうございます。

NHKと民放連のそれぞれにお伺いしたいと思います。どちらも共通の質問なのですが、1点目は、インターネット上でコンテンツをどのように流通、促進していくかという観点からの質問です。コンテンツのデータベース化と、また、包括的な権利処理や収益の配分のシステムを作っていくことが必要だと考えているのですが、その点について、それぞれどのようにお考えか。

質問の2点目は、制作会社との契約についての質問です。さすがに現時点では制作会社と放送局で契約なさる際には、インターネット上の利用についても同時に契約において利用許諾についての定め、収益配分についての定めをなさっていると思うのですが、その実態はいかがか。何割ぐらいで実行されているのかということをお伺いしたいと思います。

ATP様などからのヒアリングですと、ATP側としては、インターネット上の利用についても、契約時点でしっかりと取り決めをしていただければウエルカムだとおっしゃっておりますので、その実態をお伺いしたいと思います。

○日本放送協会（坂本専務理事） 著作権の関係ですが、先ほどもちょっと触れましたが、総務省のコンテンツ流通の検討委員会等の中でそれぞれ意見を表明しているということです。民放連さんとは随時その辺の問題意識を共有しながらやっているということで、我々としては著作権法の改正というところをどう位置付けるかということが、今後大事になってくるのではないかと考えております。

○林委員 1点目の質問は、コンテンツのデータベース化と包括的な権利処理、収益配分のシステム作りについてどのようにお考えかという質問です。それへのお答えをお願いしたいのですが、

○原座長 お時間がかかるようでしたら、先に民放連さん、お願いします。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） データベース化や集中管理のような取り組みは課題だと考えていますが、一義的には権利者団体の取り組みではないでしょうか。

○林委員 放送局が著作権を持っていらっしゃるケースも多々あると思いますので。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） そうですね。検討はしているようですが現時点ではコストの問題などがあるため、すぐに進められる状況ではないようです。

○林委員 コスト問題というのは、どの部分をおっしゃっているのでしょうか。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 人的な手間暇やシステム構築の部分です。

○林委員 現状では、権利処理にまずは権利者を確知することすら困難であるということ、それを解消するためにデータベース化が必要であるということ、また、権利処理に手間とコストがかかるということで、包括的な権利処理システムが必要ではないかと言われているわけですが。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 私の経験ですが、昔CSチャンネルを立ち上げたことがあって、過去の作品を放送するために倉庫に行って台本を引っ張り出し、権利者の情報を私の仕事としてはデータ化したのですが、放送局全体としてそれを包括的にできているかという、必ずしもできておらずコストがかかる課題です。データベース化されてい

れば非常に処理が便利になりますが、なかなか所在がつかめない人やフリーランスの方がいらっしやって、大変な作業だと聞いています。

○林委員 そうすると、民放連として、コンテンツのデータベース化とか包括的な権利処理の仕組み作りに向けての検討はまだされていないということなのですか。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 民放連として、具体的な検討はまだいたしていません。

○林委員 ただ、そういった課題については、かねてより指摘されていると思うのですが、先ほどのお話の中で、「放送の価値向上に関する検討会」を立ち上げられたということなのですが、この検討会の中でもテーマに上がっていないのでしょうか。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） これからなので、今のご指摘も踏まえ、持ち帰って検討していきたいと思います。

○林委員 通信、放送のさらなる融合を見据えてのビジネスモデル等についても、その検討会で検討されるという理解でよろしいでしょうか。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 今日議題になっているようなことも含めて、検討していきたいと考えています。

○林委員 ありがとうございます。

続けて、民放連様から2点目の制作会社との契約実態についてのお答えを伺えればと思いますが、いかがでしょうか。もう一度申し上げますと、契約の時点でインターネット上の利用許諾やインターネットの利用における収益配分についても取り決めをしていますか、ということですか。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） これはコンテンツ展開の仕方によってそれぞれ違うと思います。確実にインターネットに出していくコンテンツは当然著作権処理が必要ですので、契約の当初から話をしますが、今のところ全てのコンテンツをインターネットに出すということではないので、個々のケースそれぞれだと思います。

○林委員 過去そのようにやってきたから、いざインターネットで使おうというときに使えないわけでした、契約の時点で将来的な利用を見据えた契約をしなければ、インターネット上の流通が促進できないと思います。そういったことを含めて、現時点で少なくとも今から作る契約書についてはインターネット上の流通における許諾の在り方、それから、収益配分についても取り決められているものだと期待していたのですけれども、そういう実態ではないのですか。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） ケース・バイ・ケースだと思います。展開しやすいドラマのようなコンテンツはインターネットも含めて話をしているケースもあるかと思いますが、いわゆる生番組のようなインターネットへ展開しないコンテンツはやっていないと思います。民放連として個別社の契約のありようを全てチェックしているわけではないので、今のご指摘も踏まえて、ケーススタディできるかどうか、検討してみたいと思います。

○林委員 是非、よろしく申し上げます。

NHK様、お答え、準備できましたか。

○日本放送協会（坂本専務理事） NHKの場合、まず番組については、アーカイブスという形で管理をしております。これについてはデジタル化を進めて、大体いい形になりつつあります。

それから、ネット展開に番組をどうするか。特に常時同時配信を含めて、権利処理をどうやるのかといったら非常に課題でありまして、先ほどの試験的提供になりますけれども、権利処理に協力をいただいてやれたのが全番組の大体85%なのです。15%程度が権利処理の理解が得られなかったり、なかなかたどり着くのが難しいということがあります。ですから、それについては「フタかぶせ」という形で、番組の中でブラックという形でやっております。ですから、まだそのところのデータベース化のところについては、なかなかまだ課題があつて、NHKとしてもこれからということでもあります。

それから、有料での別会計事業としてNHKオンデマンドをやっていますけれども、これについては権利処理はやりながら、デジタルで展開している状況であります。

○林委員 関連でよろしいですか。アーカイブスの件なのですけれども、NHKアーカイブスにある過去のコンテンツというのは、国民の受信料によって制作されたものです。一般論としますと国民に広く公開されるべきものだと思うのですけれども、今後はどのような取組を行っていくおつもりなのでしょうか。

○日本放送協会（坂本専務理事） まず、番組の2次利用ということで、様々な事業者からそういう御要望があった場合は、NHKの関連会社で権利処理できるものはきちんとした上で提供しているということでもあります。

○林委員 今、おっしゃった関連会社というのは、NHKエンタープライズとか、これはどうなのでしょうか。制作会社を外部委託という場合の外部でない内部と考えた方がいいのですか。おっしゃっているところの内部、外部というのは、NHKエンタープライズなどの関連会社は内部だという理解でよろしいのでしょうか。

○日本放送協会（山内計画管理部長） 番組の2次利用に関しては、関連団体につきましては、NHKとしましても外部という位置付けになっております。

○林委員 そうすると、例えば今日のスライドの29ページにある外部プロダクションの活用と権利にある外部というのはNHKエンタープライズなどの関連会社を含むということですか。

○日本放送協会（坂本専務理事） このページの外部につきましては、これは関連会社、子会社以外の、いわゆる民間のプロダクションということでもあります。

○林委員 今の話で、外部調達比率のことも関連して伺いたいのですけれども、番組制作における外部調達比率の基準、ここで言っている外部というのはNHKエンタープライズなどの子会社を含まないという理解で。

○日本放送協会（坂本専務理事） 含まないです。民間の制作プロダクションと考えてお

ります。

○林委員 番組制作における外部調達比率の基準については、BSプレミアムについては先ほどお話があったのですが、地上波についても定めることについては、どのようにお考えでしょうか。

○日本放送協会（植田特別主幹） それは今、にわかには申し上げることは難しいですが、外部制作比率を定めることにつきましては、番組の内容についての制約になる要素もありますので、今のところは、地上波につきましては、自主的な取組として行っているということでございます。

○原座長 先ほどのNHKさんのアーカイブに関しては、前の会でもほかの方々からも問題提起をいただいています。総務省さんも問題意識をお持ちでいらっしゃると思います。また引き続き議論させていただければと思います。

○大田議長 先ほど、座長から地方局の話が出ました。木村専務理事が言われましたように、地方の多様性を生かした放送がなされるというのは大変重要なことで、民主主義の基盤であると考えております。ただ、問題は、経営基盤が強化されませんと、その重要な基盤が崩れていってしまいますので、どうやっててこ入れしていくのかということだと思います。

これまで私どもがヒアリングした中で、てこ入れ策として、縦の系列だけではなくて、地域という横の単位で、ローカル局同士で系列を超えて機能の統合や再編を図る、あるいは連携を図るといった提案がありました。総務省の「放送を巡る諸課題に関する検討会」でも、エリアを少し拡大してとらえる必要があるのではないかといた御発言もあったように記憶しております。一律に縦だけでなく、地方局によって、横の連携を図る、あるいは再編を図るといったご提案についてどうお考えでしょうか。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 再編というのは民放連にとっては大変重い課題です。各社はそれぞれ株式会社として地域で事業を営んでおり、ステークホルダーが存在します。再編は各社の最重要の経営マターですので、これは何ともお答えしようがありません。横の連携については経営的な統合ではなく、例えば番組をブロックネットで放送してみたりといった取り組みはかなり行われています。例えば九州ならば九州、四国ならば四国という形で横の連携をかなり意識した取り組みが出始めていることは間違いありません。

そういった形で縦だけではなく横としての広がりで自分たちのビジネスを考えていこうという機運は出ていますが、地域免許制度に関わることは民放連としてにわかには答えづらいところです。いまローカル局は地域単位で定着しており、国が進める地方を盛り上げる地域創生の取り組みにおいて、放送局は重要な地位を担っていると思います。昨年全国の放送局をすべて訪ねましたが、各社は地域の課題に自分たちでしっかり取り組んでいこうという考えに改めて回帰しているところです。

ただ、大変なことは間違いありません。人口が減っていく中で、10年、20年先にはいろいろな議論が出る可能性があると思います。現時点では、今の制度の中で頑張っ、横の

連携などを図りながら取り組んでいきたいと考えています。リーマンショック以降、経営努力を行い、今は持ち直しているところです。非常に頑張っていると思います。

○原座長 よろしいですか。

では、すみませんが、一旦海外展開の方に移らせていただきます。また戻るかもしれません。

先に私から2点、NHKさんと民放連さんとお伺いさせていただければと思います。先に民放連さんになりますが、民放連さんの資料の16ページのお話の中で、国による継続的な支援をということでございました。これまでの国による支援の中で、これは役に立つ、これは余り役に立たなかったというものがもしありましたら、教えていただければと思います。

それから、海賊版や違法コンテンツ対策、これは国としてこういうことをやってほしいというものがもしより具体的に教えていただけることがあれば教えていただければと思います。

NHKさんでございますが、これまでのヒアリングの中で、これは昨日太田直樹さん、前総務大臣補佐官からもお話を伺っておりましたのですが、その中で、NHKの国際部門の強化について問題提起をいただきました。BBCの国際放送と比べても遜色のない予算規模の中で、もっと成果を上げられるのではないかとということだったわけでございます。このために、例えば海外で実績のある人材の登用とか、より抜本的な強化の方策があるのではないかと、そのような指摘もございました。また、その後、多賀谷名誉教授や末延教授らと意見交換をする中で、幾つかの議論がありましたのですが、海外向けの番組を海外向け専用で作るのではなくて、国内向けで流されているものをもっとそのまま多言語で流されることがあっていいのではないかと、それによってアジアのBBCのような存在になっていけるのではないかと、そのような御指摘もございました。今のような御指摘についてどうお考えになるか、もしコメントをいただけることがあれば、お願いできればと思います。

民放連さんからお願いします。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 海外展開の助成措置は非常に助かっています。ローカル局は資金的な余力がありませんので、JLOPを利用することで海外の事業者と組んで海外展開を実現しています。なかなかローカル局ではできないことができるということだけでも、ローカル局にとってはいいことだと思います。

お願いしたいのは、継続的な支援です。韓国の例がよく出ますが、国を挙げて継続的にかなりの資金を投入して取り組まれている。日本はJLOPの支援予算が減るようなことも聞きました。ベースがそれほど大きな規模でない中で減額されてしまうと、我々の取り組みもガタガタと来てしまうところがあります。ドラマフェスティバルなどの助成措置は長い目で見ていただけると、非常にコンテンツを出す方のやる気も上がりますし、それによって各国からの注目も集まっています。ドラマフェスティバルの実施に際し各国で寿司パーティーなどを行うと物すごく人が集まって、放送以外の日本の産物などの紹介もできてい

ます。営利目的でないプロモーション的な部分に関しては、継続的に支援をお願いしたいところです。全体的には非常に助かっています。

それから、海賊版対策は私たちにもこれといった知恵がありません。映画の人たちも同じ思いで、外国でやられてしまうとこれはどうしようもありません。民放連でも違法動画対策のPRスポットを放送し、効果を上げています。警察当局が摘発した案件もありますが、外国でどのような対策を講じられるのかというのは、なかなか私どもも知恵がないところです。詳しい方々の知恵もおかりしたいと考えています。

○日本放送協会（坂本専務理事） お答え申し上げます。

NHKの国際放送、NHKワールドJAPANですけれども、現在、世界中の視聴可能世帯が2億9,800万世帯であります。それから、国としては160の国と地域ということで、この3年間、かなり国際放送は強化をしてきておりまして、これからそれがどれだけリーチが届いているのか、コンテンツは本当にきちんと質のいいものが伝えられているかというところを今、我々は確認しながらやってきております。国際戦略調査というものを随時やっておりまして、特にNHKとしては、北米とアジアをターゲットにして、今、放送を続けているということです。

その中で、それなりに認知度、国際放送、ワールドJAPANを見ていただいた人は、認知度が上がって、日本に対する理解度も進んでいるという調査結果も出ております。その一方で、継続して御覧になっていただくのが非常に課題ですので、これは政府の皆さんへということで、例えばジャパンウィークとか、そういう日本に関するイベントのときに我々の国際放送と一緒に連動して、地元でいろいろなことをやる。特にアジア、タイなどは非常に反応がいいですし、ベトナムもインドネシアもそうなのですけれども、そういうところと政府のイベント、あるいは民間も含めていいのですけれども、そういうものを折に触れてやっていくことが継続的な視聴につながると。ネットでは非常にレスポンスも速いので、そのやりとりを一つ一つ丁寧に答えながら、次の番組制作に生かしているということです。

国際番組については「NHKスペシャル」とか、そういう番組も最初から海外に展開しようということ、先ほどもピッチへの提案の話もありましたし、宮崎駿さんの番組等、海外に受けるコンテンツについては、そういうことを十分意識しながらやっているところです。

もう一つ、ここ2年ほど力を入れているのは、日本の地域の魅力を国際放送で伝えようということで、これは結構人気というか、例えば北海道であると、非常にニュージーランドとかオーストラリアの関係者からの反応があったり、もちろん今まで観光地として有名だった以外のところを逆に番組として伝えると、そこに非常にインバウンドの外国の方が来られるとか、その産品あるいは風土についても非常に反響があったりします。

もう一つは、日本の匠の物作りの中小企業がたくさん各地にありますけれども、そういうところを特集でやりますと、すぐ海外から反応が来まして、あの企業を紹介してくれということで、我々がそういうところに御紹介したり、自治体にこういう反応がありますよ

ということを御連絡して、ある意味、地域のビジネス、地域創生というか、地域活性化にもつながっているということです。

最後に多言語化のところですけども、これは我々の今の課題だと考えております。ラジオについては18言語、今もやっているのですけれども、これからコンテンツの方のVODを初め、当面、中国語、韓国語、インドネシア語、タイ語、ベトナム語、スペイン語ぐらいでやりつつありますけれども、この本数を増やしながらやっていこうと思っております。

17言語でワールドTVのホームページにニュースを随時載せております。そこについてはニュース動画も配信しておりますので、フェイスブックやツイッターなど、そういう発信をして、情報発信力を強めていこうということで取組んでいるところです。

○吉田座長代理 確かにどこのホテルにでも必ずNHKは入っていますものね。私は実は特集で私を取り上げてもらったことがあります。世界から物すごい反響でした。だから、今、相当なところで発信しておられるのであれば、それをこれからも先に進めていただきたい

私は必ずBBCとCNNをずっと家でもつけっ放しなのですが、ああいうところとタイアップされたらいいと思うのです。BBCにしてもCNNにしても、アフリカ、チャイナになってしまうのですね。でも、テレビはつけるとチャンネルを余りブラウズしないというか、メジャーなところをつけて、CNNかBBC、その中で日本特集を必ずこの時間にやるみたいなものをされるともったいいなと思っています。NHKは間違いなくいいコンテンツを作っているのです。海外の反応も相当よくて、そことメジャーな24時間のニュースステーション、あそこでランしてもらおうような、ああいうやり方は絶対にあるなと思って、この前見ながら、本当に消費者感覚の発言で申し訳ないのですけれども、そういった入り口をもっとタイアップされたらいいのではないかと思いました。

○日本放送協会（坂本専務理事） 御指摘のところを受けとめて、今後努力してまいりたいと思います。

やはり受信環境ですね。これは海外で、政府の方にお願いで、大使館などからうまくそういう日本のワールドJAPANをやっているということを広報していただければ、より浸透が図れるかと思っております。

○原座長 ありがとうございます。

海外のところ、ほか、いかがでしょうか。よろしゅうございますか。

よろしければ、次に移らせていただいて、プロダクションとの取引など、既にお話も出ていますけれども、私から先に2点お伺いをさせていただきます。

1点目、NHKさんで、29ページ、32ページなどで、番組制作委託についての3つの委託の種類をお示しいただいております。いわゆる完パケは、ガイドライン上は著作権が制作会社に帰属するということになると思いますが、これはNHKさんではやっていらっしゃるということなのではないでしょうか。これは1点、確認です。

2点目、これはNHKさん、民放連さん両方になるかと思っておりますけれども、私たちがこれまでヒアリングさせていただいた中で、総務省さんからのお話だったと思っておりますが、この取

引の問題に関して、放送局さんの認識と制作会社さんの認識に相当なずれがあるというお話をいただいております。この認識のずれについて、放送局さんから御覧になったときにどう見ていらっしゃるのかを、コメントいただけましたらと思います。お願いいたします。

○日本放送協会（植田特別主幹） 完パケという形はNHKではございません。この3つのカテゴリーですと、外部制作委託というのが一番それに近いかもしれませんが、必ずNHKのプロデューサーが入って、内容、品質の管理をしておりますので、いわゆる完パケはないというところで御理解いただきたいと思います。

○日本放送協会（山内計画管理部長） 制作会社との認識の違いというところなのですけれども、当然委託をするときにきちんと契約を交わしながら、コミュニケーションをとってスタートするのですが、その過程の中で、制作会社の方から不満ですとか疑問とか、そういったことが寄せられるというケースは幾つかあります。そういったところについて、こちらとしては丁寧にきちんとお話をさせていただいて、そこでその都度合意をさせていただく形になると思います。そこで今、大きなトラブルになっているようなケースはないと考えております。

いずれにしても、NHKも働き方改革宣言をやる中で、制作会社の方についてもNHKで働く職員と同じようにきちんと健康確保を図っていくということでありますので、そういったところの中で契約についてもしわ寄せなどがいかないように図っていきたいと考えております。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 制作会社は大切なパートナーです。日常的に仕事をしていく中でしっかり契約ポリシーに則って十分やりとりをした上で契約すれば、認識のずれはないはずです。それにも関わらず、制作会社からはいろいろな不満があるという指摘だと理解しました。

これまでも受発注側で見解の相違が出るということは、あります。でき上がりがちょっと違うとか、そうはいっても発注の仕方がきついとといったことがあるのは事実です。制作会社と放送局が向き合う「放送コンテンツ適正取引推進協議会」の取り組みによって、結果的にそうした認識の溝をなくしていくことが必要だと考えています。

○原座長 難しいところであって、御苦労されていると思います。ただ、一方で、これは総務省さんからお示しをいただいたデータで見たときに、書面の交付をしているのかとか、事前協議をしているのかとか、明らかにイエス、ノーで答えが出るのではないかということについても、相当な数字の違いが両者であって、これが一体何なのかというのは、総務省さんに伺っても、総務省さんも余りその分析はされていないということだったのです。そこは私たちはきちんと、なぜそういった認識の差があるのかということは頭の整理をして、その先に進んでいかないといけないのではないかと考えております。また引き続き一緒に取り組ませていただけたらと思っております。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 総務省の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や下請法の遵守徹底に関する周知啓発は、民放連で何回も実施してきました。こうした周知啓発は大きな仕事だと思っていますので、しっかりやっていきたいと思っています。

○大田議長 先日ATPの方からお話を伺ったときも、総務省に協議会ができて一緒に話し合う場ができたというのは大きい前進であると評価しておられましたので、是非協議を進めていただきたいと思います。

そのとき、難しい課題であるのは、著作権の帰属です。総務省のガイドラインでは完パケの場合は制作会社に帰属するとされているのですが、アンケートの中では、放送事業者が通常の打合せ的な介入でも完パケではないとされて、制作会社に著作権が帰属しないケースがあると。それから、制作会社に著作権が帰属する場合であっても、二次利用の窓口が放送事業者にあって、したがって、死蔵されているコンテンツがあるというお話でしたが、この点についてはいかがでしょうか。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） これも放送番組を受発注する際に十分に話し合った上で契約書を取り交わして、それでお互いが了解するというのが基本です。窓口権の問題はこれまでも指摘されたことがあります。率直に話し合っただけでそれぞれの取引の中で書面にするとといった形でしっかり定着させていくことが大切だと思います。

○日本放送協会（山内計画管理部長） 委託費につきましては、予算妥当性などにつきましては、きちんとした積算の資料等を参考に査定を行っているのですが、先ほどの権料のところでは、3つの委託区分の中で言いますと、外部制作のところにつきましては、権料収入からNHKの管理手数料を控除した額の50%を制作会社に配分するというルールになっておりますし、その上の外部一部委託につきましては、25%を制作会社に配分する形になっています。NHKに関しましては、受信料で番組を制作する形になっていますので、窓口につきましても、NHKの方で持っていく形になります。

○林委員 NHKに質問させていただきます。今、おっしゃっている、NHK資料29ページのスライドで、外部一部委託の場合の「制作会社の業務内容に、権料を配分するに値する特別な寄与が見込まれるもの」の、特別な寄与が認められる場合と認められない場合の基準について教えてください。これが1点目です。

2点目はその下の外部制作について、NHK及び番組制作会社が共有となる、そういう取り決めをする場合ですが、これが全体のうちのどのくらいあるのか。また、共有とした場合に、番組制作者による著作物の使用、ないし番組制作者が共有者として他社に利用許諾することについて、NHKが共有者としての同意を与えた割合はどのくらいあるかということについて教えてください。

○日本放送協会（山内計画管理部長） 最初の御質問のところですが、特別な寄与という部分ですが、例えば制作会社の中には、ある分野ですとか、ある地域ですとか、そういったところに非常に強いパイプを持っていたり、蓄積、ノウハウがあるところがあっ

たりします。そういったところと組むことによって、その番組が成り立つ、制作できるということになった場合については、特別な寄与という形で認めていく形になります。

あとは出演者のブッキングですね。なかなかテレビに出ていただくのが難しい方もいらっしゃると思います。そういった方との非常に太いパイプ、信頼関係を持っていらっしゃる制作会社と組むことによって、その番組のインタビューが成り立つとか、そういったことも多々あります。そういった場合については、この外部一部委託という形をとらせていただいております。

○林委員 今、おっしゃったような基準というのは公開されているのですか。

○日本放送協会（山内計画管理部長） 委託の大きなルールにつきましては、NHKのオンラインのところで番組委託についてのルール、基準などについてはオープンにしているのですが、今、私が申し上げたようなところの詳細については、そこには載せておりません。

○林委員 2個目の質問についてまだお答えいただけていないのですが、共有の場合、名ばかりの共有になって番組制作会社側は結局共有持ち分を行使することができない、つまり、NHKから同意をもらえていないのではないかという観点で、一体どのくらい同意をもらえている実態があるのかという質問です。

○日本放送協会（山内計画管理部長） すみません。そちらについて、こちらに手持ちがありませんので、また改めて。

○林委員 改めて調べてお送りください。

○原座長 数分延びてしまうかもしれませんが、大丈夫でしょうか。

それ以外の全般の課題に移りたいと思います。

先に私から3点でございます。1つ目は、民放連さん、NHKさん両方でございますが、これは昨日の会議なので、まだ資料を御覧になっていただいているかどうか分からないのですが、東海大の末延教授から、規制体系に関して、日本のように政治権力が放送事業を直接統制している制度はまれであると。諸外国のような制度に変えるべきではないかということをしつかりと議論すべきだという御意見がございました。もしこれについて何か御意見、コメントなど、いただけることがあればというのが1点目です。

2つ目、NHKさんにですが、これは3月22日で、次世代メディア研究所の鈴木代表にお越しいただいたときなのですが、Eテレについて、地上波からは撤退といいますか、BSにしてもよいのではないかと、地上波の帯域をあけられるのではないかと御提案がございました。これについてもコメントをいただけることがあれば、お願いしたいと思います。

3つ目、これは民放連さんなのですが、これは一昨日の夏野教授からのお話で、放送局のガバナンスの問題に関して、どうしても内輪の論理に寄りがちになってしまうところがあるのではないかと。これを解決する方策として、例えば放送番組審議機関の強化、オープン化、また、社外取締役を増やすといったことが考えられるのではないかと御提案がございましたが、これは御覧になっているかどうか分かりませんが、もしコメントをいただ

けることがあれば、以上3点でございます。

○日本放送協会（坂本専務理事） 最初にEテレの鈴木さんの発言に関連したところがあります。教育放送という極めて公共性の高いサービスを、地上放送ではなくて、例えばネットにかえていくということになると、視聴できない人がたくさん出てくることが考えられます。NHKの放送受信契約者のうち、まだBSは5割ぐらいということ等々を考えますと、教育テレビ、Eテレを地上波から撤退ということはなかなか視聴者の理解は得られないのではないかと考えております。

○日本放送協会（植田特別主幹） 最初の御質問は、例えばアメリカですとFCCですとか、イギリスですとOfcomですとか、そういったような規制機関はどうかという御指摘かと思えます。現在、地上波放送は電波を中心に規律をしていますので、今のような大臣の独任制で運営されていると思えます。今のままであれば、今のような形でもいいのではないかとこの間がありますけれども、今後の場合については、融合法制などを検討される際には、一つの論点になってくるのではないかとと思えます。

○日本民間放送連盟（堀木企画部長） 難しいですね。末延さんは独立行政機関にした方がいいというご意見だったのでしょうか。

○原座長 各国ではそういった仕組みになっているということ踏まえて、日本でも議論すべきでないか。何度も繰り返して言われていたのは、本質論に立ち返ってしっかりとした議論をやってほしいというのが末延さんの御意見でありました。

○日本民間放送連盟（堀木企画部長） 2005年に規制改革会議からハード・ソフト分離の提言があって、竹中平蔵総務大臣の懇談会が開かれて、その後、総合的法体系、当時は情報通信法構想と言っていましたがそれが始まって、2011年に放送関連4法の統合に結実したのですが、その間にいろいろな議論があったのは、座長もご存じだと思います。

今の放送法は非常によくできた法体系だと思っています。それは、総務省と総務大臣が何度も国会で答弁されていますが、放送事業者の自主自律を原則とする法律であることが一番のポイントです。「良い加減」な法律を運用するのに、独立行政機関がいいのか、総務省による独任制がいいのかは、論議が分かれるところだと思います。

仮に独立行政機関を入れるのであれば、今の放送法は根本的に変えないと難しいのではないかとと思えます。例えばOfcomにしてもFCCにしても違反行為があれば罰金を科すとか、根本的な考え方が違うのです。だから、どちらがいいのだろうということはよくよく考えてみないといけないことだと思います。

確かにアジア各国でも独立行政機関を採用している国もありますが、それが本当に政治的に中立なのかということには、疑問が残ります。ですから、私は現在の放送法は大事だという立場から規制機関はどうあるべきかということを考えていただきたいと思えますし、規制体系についても、今の放送法の事業者の自主自律に任せる原則というのは、非常にいい日本としての在り方なので、是非これを継続していただきたいと思っています。

○日本民間放送連盟（木村専務理事） 夏野さんのご指摘について、内輪の論理だけで運

営するのではなくまさに外部の意見は大切です。番組審議会は放送法で規定された大事な機関であり、委員からきつご意見もあるのが実態です。審議内容はホームページで公開したり、番組審議会の模様を番組で紹介するような番組を放送したりしています。

視聴者対応については、やはりテレビは影響力が大きいものですから、キー局は場合によっては日に何千件という電話がかかってくる。視聴者対応センターは非常に多くの人員を割いて運営しており、直ちに現場や経営にフィードバックする体制をとっています。ローカル局も同様です。

それから、放送倫理・番組向上機構(BPO)にも日常的にいろいろな意見がありますので、BPOから各社にフィードバックする体制もとっています。

外部の目という意味では、視聴者の視線が何と言っても厳しいです。いろいろな意見が寄せられた一番の結果が視聴率になります。ですから、決してテレビ局が内輪に閉塞して番組作りをしているわけではありません。

また、社外取締役のご指摘はテレビ局の経営形態が内輪なのではないかということも含まれると思いますが、各社とも様々な外部の方々と接触があり、様々なステークホルダーがおられます。外の動き、外の目に閉鎖的で自閉しているとは、私は思っていません。

○日本民間放送連盟(堀木企画部長) 先ほど大田議長からローカル局の再編のことでお尋ねがありましたので、ローカル局の経営について、研究所の木村から一言コメントさせていただきます。

○日本民間放送連盟(木村研究所長) 時間もないので、ファクトベースで手短かに申し上げます。

ローカル局の経営状況について、売り上げの推移は先ほどのグラフでお示しました。リーマンショックの後はキー局とローカル局の売り上げの推移は同じようなパターン、同じような水準で推移しています。2017年3月期決算時点で、赤字社はテレビ局で1社のみです。これは独立局の1社で、ネットワーク系列局はゼロです。ここ数年、赤字社は1社から3社の間で推移していますので、ほとんどないということになります。

債務超過に陥っている社はありません。累損を抱えているテレビ社もありません。ローカル局の自己資本比率は80%を超えています。経常利益率は9%を超えています。私どもの認識としては、ローカル局は独立局、ネットワーク系列局も含めて、現在経営上存続が困難なような財務上の問題を抱えている局は1社もないと認識しています。

○大田議長 誤解のないように申し上げておきますと、これまでのヒアリングでは、ローカル局の経営が今、非常に厳しくて大変な状態だ、という文脈ではありません。人口が減っていくということ、それから日本経済の問題として、地方経済をどう再生していくかが長い間の課題であるということ。また、これから先、4K8Kの時代になったときに、ローカル局の経営はどうなるのだろうか。こういう放送の未来像を踏まえての御指摘であったということをおし添えておきます。

○日本民間放送連盟(堀木企画部長) ありがとうございます。

実は私どもの会員社もこの投資等ワーキング・グループの議論を非常に注目しておりまして、今の議長のお話を聞いて非常に安心しました。

その上でなのですが、実はこのローカル局が危ないという話とソフト・ハード部門分離を真っ先に取上げるのではないかということが、民放連の会員社の意識の中ではくっついていきます。ですから、ソフト・ハード分離のことをこの場で議論されていく予定があるのかについては、是非お考えを教えてくださいたいと思います。

○原座長 これはもう私たちはずっと申し上げておりますが、制度論から入って議論するのではなくて、今、放送の未来を考える上で何が課題なのか、これをまず分析して、そこから必要な方策を考えていきたいという順序で考えております。したがって、4条もそうですが、ハード・ソフト分離に関しても、何かそこをやらなければいけないとか、最初から答えを決めつけて、焦点を当てて議論するということは全く考えていないということです。

○日本民間放送連盟（堀木企画部長） ありがとうございます。少し安心しました。

○原座長 よろしゅうございましょうか。

少し延びてすみません。今日は貴重な機会をいただきまして、大変ありがとうございました。今日いただいた御意見を踏まえて、私たちはさらに引き続きしっかりと議論していきたいと思っております。場合によっては、また改めて意見交換をさせていただく場を設けさせていただく可能性もありますが、またそのときはよろしく願いいたします。

では、事務局から。

○西川参事官 次回の投資等ワーキング・グループにつきましては、また別途御案内を申し上げます。

○原座長 大変ありがとうございました。