

[参考] 放送受信者等の個人情報保護に関するガイドラインの改正

- u 「放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン」の改正により、視聴履歴の活用に関する手順が明確化。
- u これにより、視聴履歴と各種データを組み合わせて分析・活用し、各視聴者のニーズにマッチした高度なサービス(情報配信、広告提供等)の提供が可能となる。

「放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン」の改正 (平成29年5月30日総務省告示第159号)

- ・「個人情報の保護に関する法律の改正」(平成27年法律第65号 平成29年5月30日施行)を踏まえ、分野横断的な個人情報保護委員会のガイドラインの規定に合わせるとともに、放送分野に特有の事情を踏まえた規律を規定(視聴履歴の取扱い(これまでの取得目的の制限(課金・統計目的に限定)の撤廃等)、要配慮個人情報の推知の禁止、個人情報の取扱いの同意・不同意に関わらず放送が受信できる環境の確保等)。
- ・本ガイドラインを踏まえ、「(一財)放送セキュリティセンター」が業界の自主ルールである「放送分野の個人情報保護に関する認定団体指針」を策定(平成29年8月10日、個人情報保護委員会により公表)。

< 参考 > 「ブロードバンドの活用による放送サービスの高度化に向けた技術等検証事業」(平成29年度)

提案者	HAROID、 読賣テレビ放送、 静岡第一テレビ
検証概要	<p>視聴データ利活用による放送サービスのサービスモデル、及び運用方法の在り方に係る検証</p> <p>視聴データ等を活用した地域の店舗ノイベント情報等のインターネットでのターゲティング広告の実現可能性に係る検証</p>

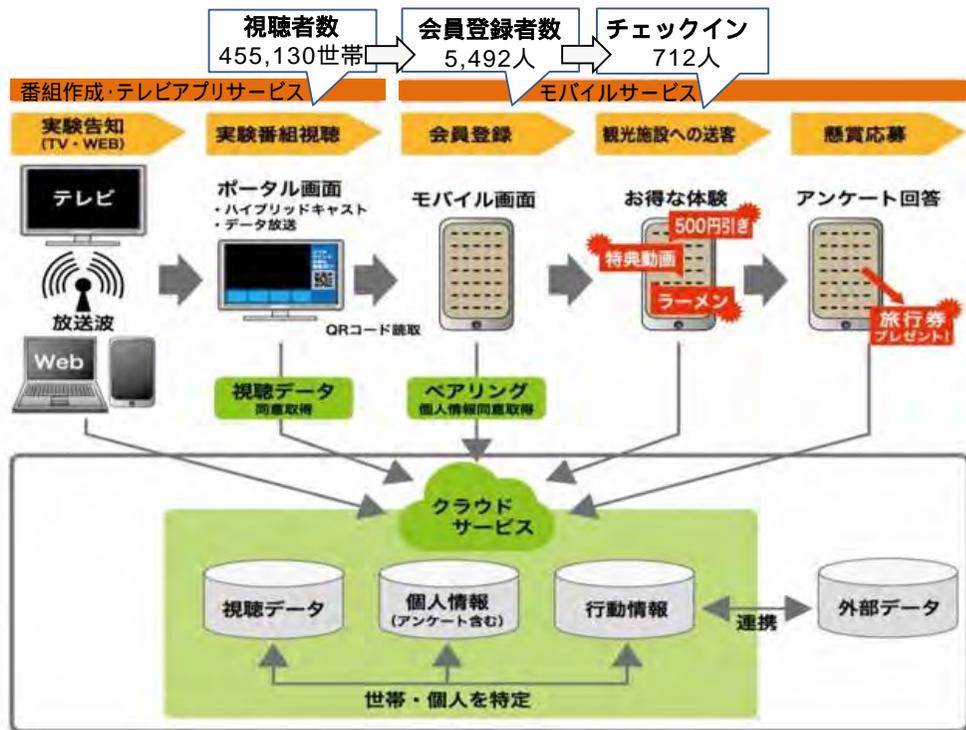


U 登録した視聴者に番組に関連したクーポンを配信し、サービス有効性やデータ取得同意について検証。

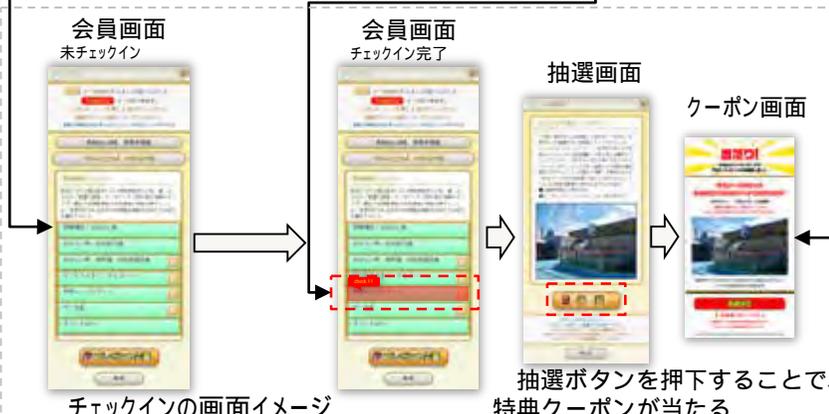
【参考】検証結果の概要

- ・サービスの有効性：参加した店舗からは、クーポンを配信したことで追加購入も目立ち購買に繋がったとの声。
- ・データ取得同意：視聴者の参加規約の同意（通知された内容、表示の仕方）について、視聴者アンケート（約15名）では7割強が同意内容を理解。6割を超える視聴者から同意画面の操作性について問題ないと回答。一方、約2割がテレビ画面上で同意を取ることに違和感を感じたと回答。

U CBCテレビによる観光誘致の事例（放送日：9月30日（土）、10月14日（土）の2回）
番組視聴から懸賞応募までの推移 数値は延べ数

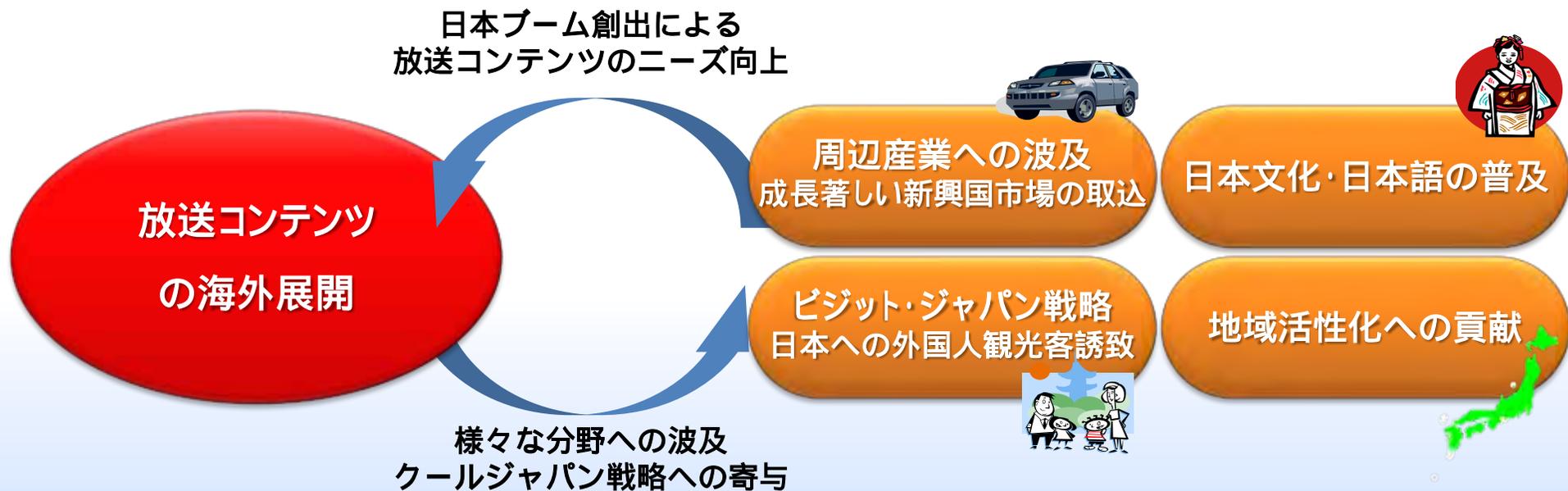


スマートフォン経由で会員登録し、観光スポットへ



検証サービス概要

放送コンテンツ海外展開について



[対象コンテンツ] ドラマ、バラエティ、アニメ、情報番組・・・等

[ターゲット] アジア等の一定の経済波及効果が見込める国・地域

考慮すべきことは・・・

相手国との連携・連動の重要性

ローカライズ

ニーズを踏まえた
番組製作

関係省庁・団体との連携

経済産業省、外務省、観光庁、
農林水産省、国際交流基金など

放送コンテンツがもたらす波及効果例

北海道アワー (HTB北海道テレビ放送)

台湾のケーブルテレビ(JET-TV)を通じて、北海道紹介番組「北海道アワー」を台湾など東アジア向けに毎週放送。



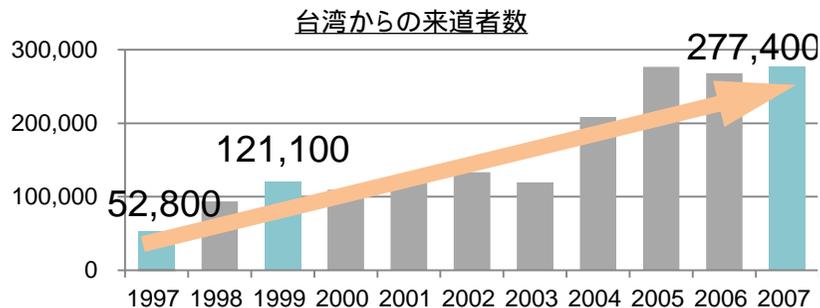
観光客
増加

97年の放送開始後、
2年間で台湾からの観光客が2倍に増加。
10年後には5倍超に増加。

(出典:北海道観光局「北海道観光入込客数調査」)

新千歳空港で外国人観光客に調査したところ、約8割がJET-TVを見て北海道を訪問。

(出典:東アジアメディアプロモーション北海道推進協議会による調査)



(出典:北海道庁観光局「北海道観光入込客数調査報告書」)

経済効果

北海道の地域経済、特に観光や周辺産業に
7,000億円(2.6兆円(H6)) 3.3兆円(H17))の
経済効果。

これにより、約3万人(推計)の雇用を新たに創出。

(出典:北海道観光局「北海道観光産業経済効果調査」)

Wonder Box ! 四国 (高知放送)

日テレ系4社が共同で「温泉」「宿」「野菜・果物」「サブカルチャー」等の四国の魅力を台湾に発信する番組を制作。



観光客
増加

四国への台湾からの延べ宿泊者数増加
(伸び率 140%)

番組で取り上げた観光地への来訪者

道後温泉(愛媛) 144%

小豆島(香川) 170%

鳴門のうず潮(徳島) 140%

注:小豆島については台湾を含む外国人

(出典)四国ツーリズム創造機構からのヒアリング

経済
効果



(出典)観光庁「宿泊旅行統計調査」
を元に総務省作成

日本の放送コンテンツ海外輸出額の推移

日本の放送コンテンツ海外輸出額は、2010年度以降、毎年増加を続けており、2015年度には288.5億円となっている。(対前年度比58.0%増、2010年度の約4.4倍)

対前年度比で、インターネット配信権が146.7%増と著しく増加しているほか、商品化権が52.7%増、フォーマット・リメイクが51.6%増、ビデオ・DVD化権が51.3%増となっている。



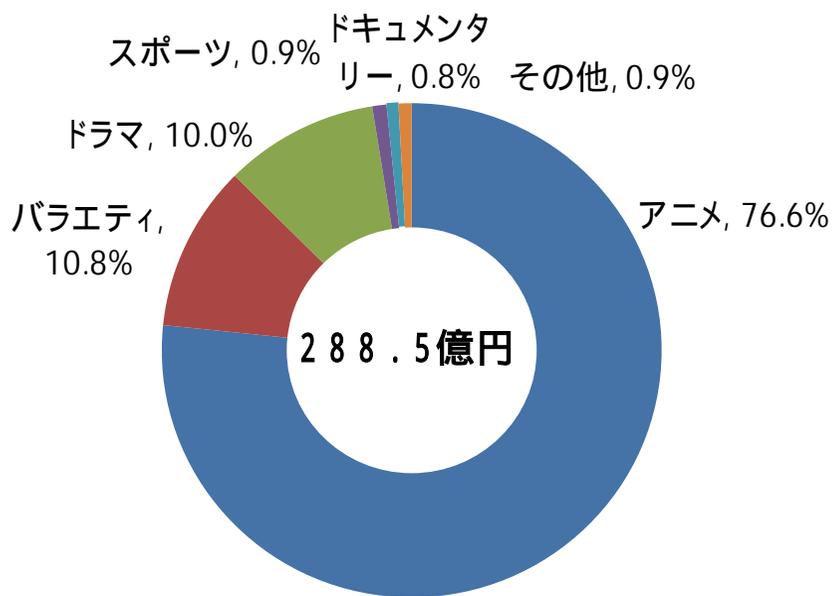
番組放送権	62.5	63.6	62.2	62.1	86.2	96.6
インターネット配信権	—	—	6.9	20.4	34.7	85.7
ビデオ・DVD化権	—	—	10.1	11.9	9.1	13.7
フォーマット・リメイク	—	—	7.3	10.0	10.7	16.3
商品化権	—	—	17.3	32.1	38.9	59.5
その他	3.8	8.0	0.4	1.2	2.8	16.6
合計	66.3	71.6	104.3	137.8	182.5	288.5

注1: 放送コンテンツ海外輸出額: 番組放送権、インターネット配信権、ビデオ・DVD化権、フォーマット・リメイク、商品化権等の輸出額

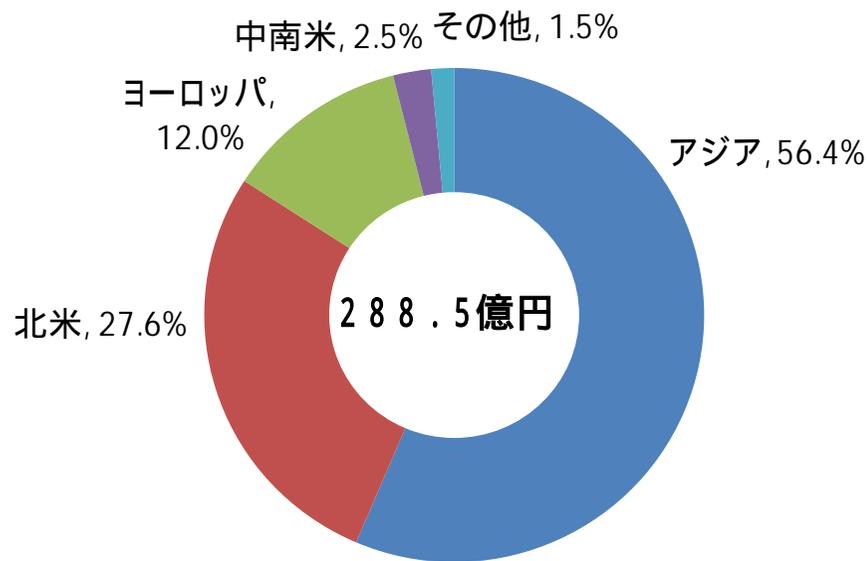
注2: 2010年度及び2011年度については番組放送権以外の輸出額について再調査を実施(構成内容については不明のため、「その他」に分類)

注3: NHK、民放キー局、民放在阪準キー局、ローカル局、衛星放送事業者、プロダクション等へのアンケートにより算出

放送コンテンツ海外輸出額 (ジャンル別)

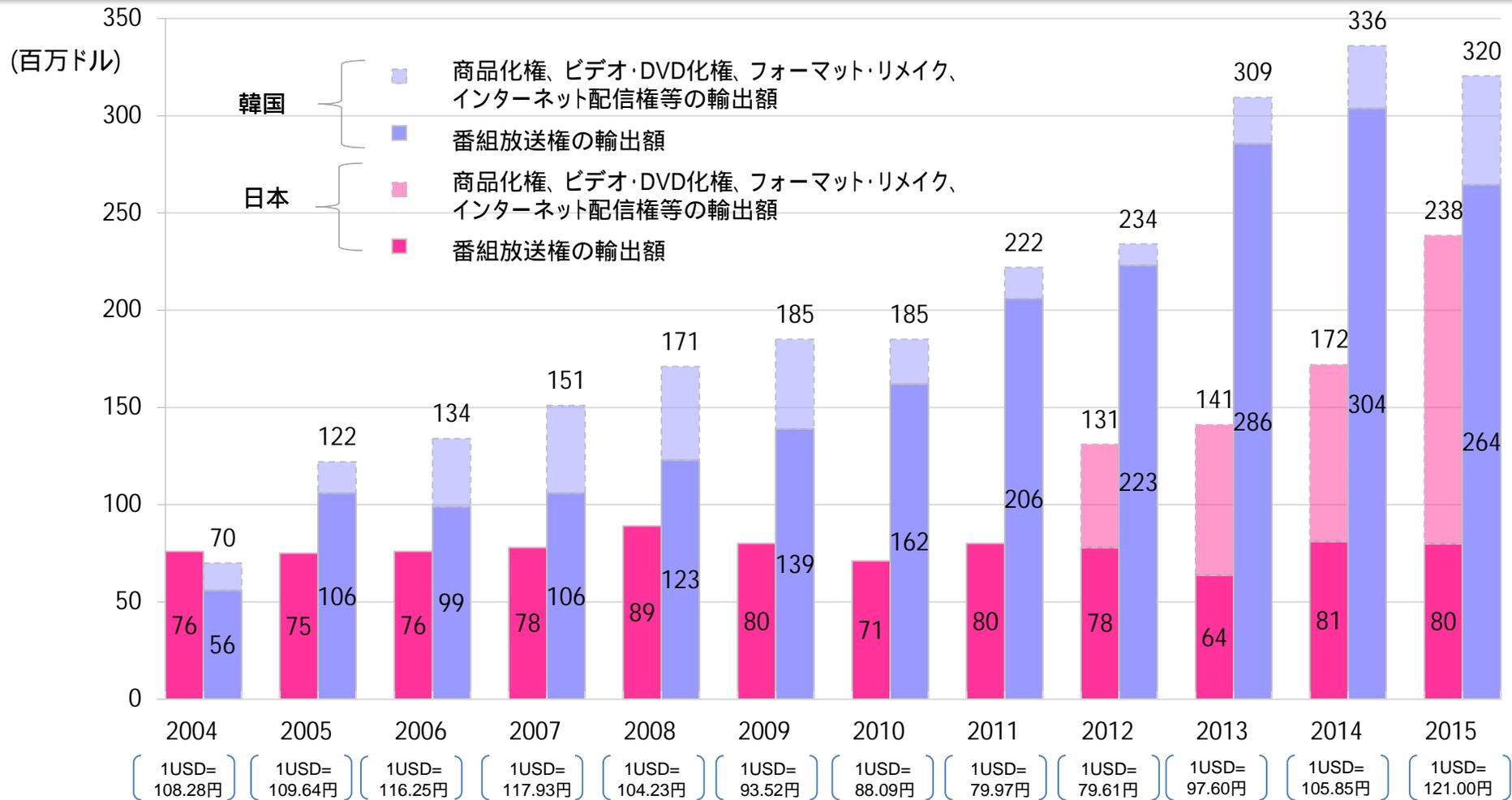


放送コンテンツ海外輸出額 (輸出先別)



注: 本ページのグラフにおいては不明分を除いて集計

日本と韓国の放送コンテンツの海外輸出額の推移



為替レート: 財務省貿易統計、各年平均による。2013年、2014年、はOECDより。
 韓国の番組放送権については、タイムブロック及びプロダクション分を含む。

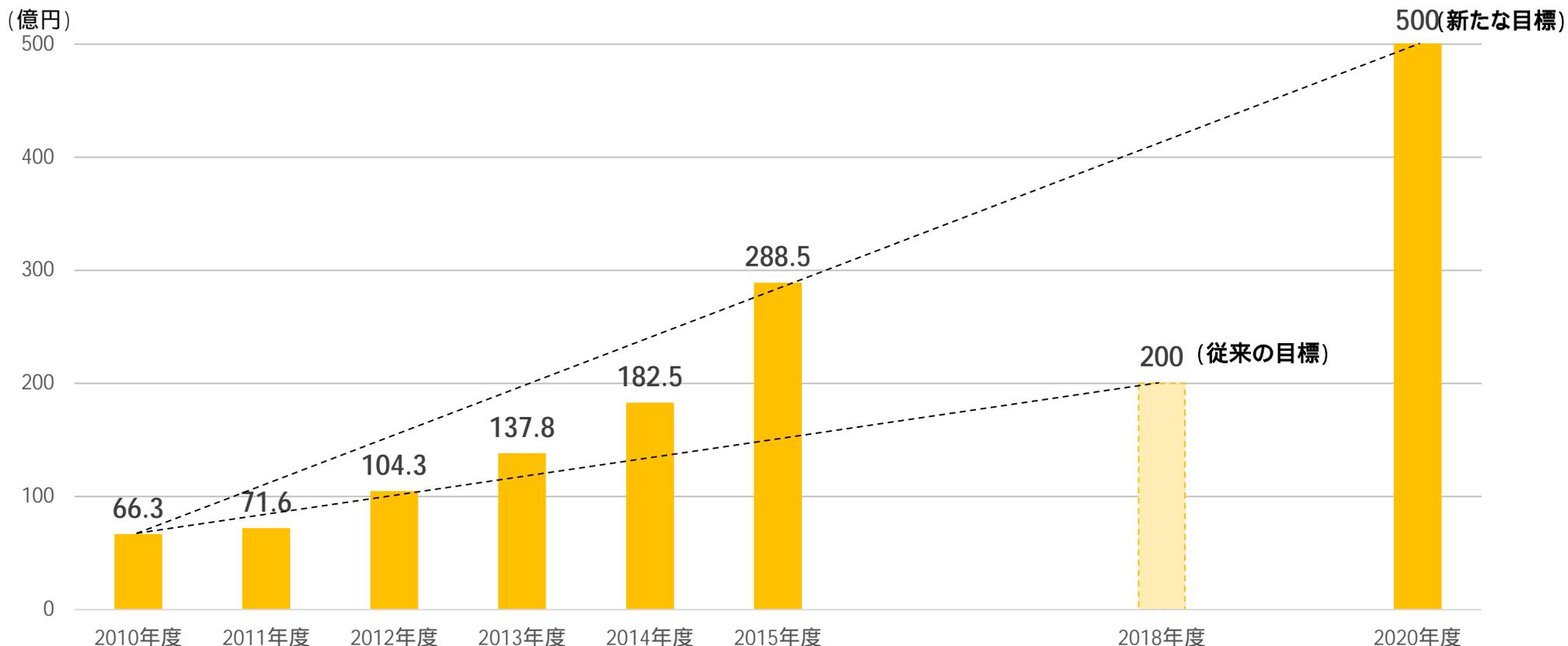
出典: 日本は、総務省情報通信政策研究所「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析」(2017.1) p1、p2
 韓国の2007年以前は、未来創造科学部、放送通信委員会「2016年放送産業実態調査報告書」(2016.11) p.404
 をもとに作成。
 韓国の2008年以降は、文化体育観光部「2016コンテンツ産業統計(2015年データ)」(2017.3) p.162 表3-7-19等
 をもとに作成。

日本の放送コンテンツ海外輸出額の推移

日本の放送コンテンツ海外輸出額は、2010年度以降、毎年増加を続け、2015年度末で288.5億円。
(対前年度比58.0%増、2010年度の約4.4倍)

放送コンテンツの海外展開については、従来の目標として、「2018年度までに放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在(2010年度)の約3倍(約200億円)に増加」としていたが、3年前倒しで達成。

これを受け、新たな目標として、「2020年度までに放送コンテンツ関連海外売上高を500億円に増加」を設定(未来投資戦略2017(平成29年6月9日閣議決定)のKPIとして設定)。



注: NHK、民放キー局、民放阪準キー局、ローカル局、衛星放送事業者、プロダクション等へのアンケートにより算出

放送コンテンツ海外展開に係る政府方針

未来投資戦略2017(平成29年6月9日閣議決定)

第2 海外の成長市場の取り込み

(1) KPIの主な進捗状況

〔KPI〕 2020年度までに放送コンテンツ関連海外売上高を500億円に増加させる。

2015年度:288.5億円

従来のKPI(「2018年度までに放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在(2010年度)の約3倍に増加させる。」)は、2015年度実績で達成。(2010年度:66.3億円、目標:約200億円)

(2) 新たに講ずべき具体的施策

)日本の魅力をいかす施策

クールジャパンの推進

・コンテンツの海外展開について、ローカル放送局等への支援策の充実や海外市場を念頭に置いたコンテンツ制作のための資金調達・権利処理スキームの環境整備の検討等を通じて、放送コンテンツに関する新たな海外売上高目標達成など一層の海外展開の促進に向けて取り組む。

知的財産推進計画2017(平成29年5月16日知的財産戦略本部決定)

. 2020年とその先の日本を輝かせるコンテンツ力の強化

1. コンテンツの海外展開促進と産業基盤の強化

(2) 今後取り組むべき施策

継続的なコンテンツ海外展開に向けた取組

(放送コンテンツの継続的な発信による浸透)

・日本の文化、伝統、技術、産業、地方の魅力等をわかりやすく伝え、我が国の国家戦略であるインバウンドの拡大、クールジャパン、地方創生等に寄与する観点から、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)とも連携しつつ、日本の魅力を伝えるコンテンツの制作や、継続的に発信する取組を支援するほか、こうしたコンテンツの制作技術や発信技術の高度化を支援する。

(参考)「未来投資戦略2017」における観光、農林水産分野のKPI

【観光】

訪日外国人旅行者数を2020年に4,000万人、2030年に6,000万人とすることを目指す。

2016年:2,404万人(2012年:836万人)

【農林水産】

2019年に農林水産物・食品の輸出額1兆円を達成する(2012年:4,497億円)

2016年:7,502億円

総務省事業の成果等

目標

2020年度までに放送コンテンツ関連海外売上高を500億円に増加。(従来目標を2015年度に3年前倒しで達成。)
インバウンド・アウトバウンドの拡大にも貢献。

体制

2013年8月に設立した、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)(理事長:岡素之住友商事名誉顧問)の協力の下、日本の魅力あるコンテンツを継続的に発信するモデル事業を実施。

実施

2014年度から2017年度までの4ヶ年でアジアを中心に計156事業を採択。

事業例 : タイ (TBS-HD)

- 日本各地の人気スポットやご当地グルメ、地域産品を紹介する情報番組と通販番組を放送。通販番組で合計1,200個超の商品を輸出のべ2154万人にリーチ



事業例 : シンガポール・フィリピン (山陰中央テレビ)

- 山陰へのクルーズ観光と境港周辺の観光地の魅力を紹介する情報番組を放送。クルーズ会社が境港に年10回寄港。乗船客数が、対前年比約2倍に



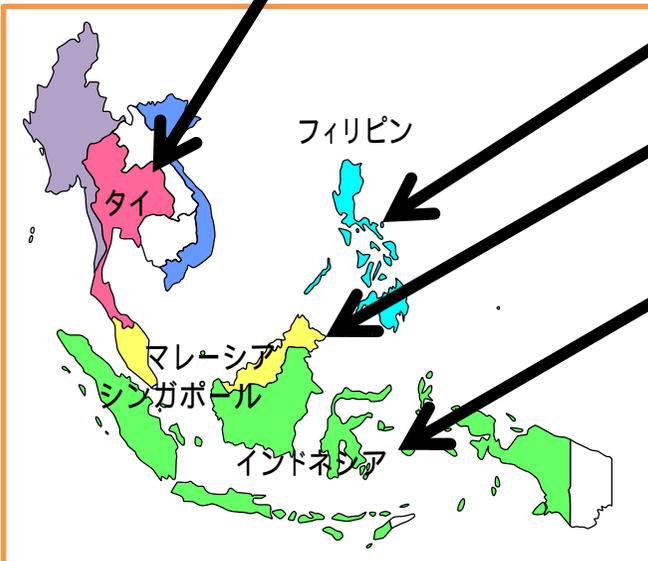
事業例 : マレーシア (日本テレビ・住友商事)

- マレーシア人タレントが日本全国を旅する鉄道紀行番組を放送。東北新幹線を取上げ。インフラ海外展開に向け、日本の高速鉄道をPR



事業例 : インドネシア (博報堂)

- アニメツーリズムとして、スタジオジブリの作品世界を入り口に、作品で描かれた美しい風景のイメージとなった地域を取り上げる番組を放送。
- インドネシアにおけるスタジオジブリ作品の初の劇場公開と連動した取組として実施。



(参考) 放送コンテンツ海外展開事業に係る予算

平成26年度	放送コンテンツ海外展開強化促進モデル事業	(H25補正) 21.0億円
平成27年度	地域経済活性化に資する放送コンテンツ等海外展開支援事業	(H26補正) 16.5億円
平成28年度	放送コンテンツの海外展開総合支援事業	(H27補正) 12.0億円
	放送コンテンツ海外展開助成事業	(H28当初) 2.2億円
平成29年度	放送コンテンツ海外展開基盤総合整備事業	(H28補正) 13.4億円
	放送コンテンツ海外展開助成事業	(H29当初) 2.4億円
平成30年度	放送コンテンツ海外展開総合強化事業	(H29補正) 12.8億円
	放送コンテンツ海外展開強化事業	(H30当初) 3.5億円

放送局等のグローバル展開支援

国際番組見本市への出展支援

総務省は、世界各地で開催される国際番組見本市への出展支援等を通じて、ローカル局等による海外バイヤーとの接点構築をサポート。2017年度の取組は以下のとおり。

見本市	開催時期・場所等	総務省の取組概要
MIPCOM	2017年10月16日～19日 於：カンヌ 世界最大級のコンテンツ見本市	民放連及び日本ケーブルテレビ連盟とともにパビリオンを運営。ローカル局を中心とする放送局(13社)、ケーブルテレビ局(2社)等が出展。
ATF	2017年11月27日～12月1日 於：シンガポール アジア最大級のテレビ番組見本市	放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)によるパビリオン運営を支援。ローカル局を中心とする放送局、ケーブルテレビ局等の15事業者・団体が出展。民放連運営のパビリオン(22事業者・団体が参加)と連携。
香港 フィルマート	2018年3月19日～22日 於：香港 アジア最大級のコンテンツ見本市	民放連とともにパビリオンを運営。ローカル局を中心とする放送局等の16事業者・団体が出展。BEAJとともに、日本の放送局と海外バイヤーのマッチングを目的としたネットワーキングパーティーを開催。



MIPCOMパビリオンでの商談

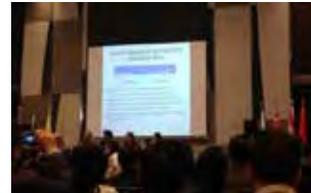


香港フィルマートでのネットワーキングパーティー

ASEAN市場への展開

日・ASEAN統合基金(JAIF)を活用し、放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)がフィリピンPTV(国营放送)とともに第2回日ASEANテレビ祭を開催(2017年9月7日～9日 於：マニラ)。

日本の放送局による国際共同制作等をテーマにしたワークショップ、見本市・スクリーニング(放送局、日本ケーブルテレビ連盟、TokyoDocs等が参加)、日本の放送コンテンツを一般向けにPRするパブリックイベントを実施。



日ASEANテレビ祭でのワークショップ

新興市場開拓のためのビジネスマッチング

日本の人気ドラマ作品がトルコでリメイクされ大ヒットし、リメイク版がトルコ経由で海外第三国(26ヶ国)でも放送予定となるなど、トルコにおいて日本の放送コンテンツへの需要が高まっている。

総務省は、こうした市場動向を捉え、トルコ及び第三国の新規市場開拓のため、日本の放送局とトルコの放送局・制作会社とのビジネスマッチングの場として、「日本・トルコ放送コンテンツ・パートナーシップ・ミッション」を開催(2018年3月1日～2日 於：イスタンブール)。

事業者数と参加者数 (セラー、バイヤーとで重複あり)	日本側：バイヤー 8社(10名) / セラー16社(21名) トルコ側：バイヤー 20社(33名) / セラー20社(33名)
-------------------------------	--



トルコの放送局・制作会社とのマッチング

放送コンテンツに係る権利処理について

放送コンテンツに係る権利処理について

放送コンテンツに係る主な権利

著作権法に基づく権利のほか、いわゆる放映権のような民間の契約に基づく権利がある。

著作権		著作隣接権		民間の契約上の権利
原作脚本	音楽 (作詞・作曲)	レコード (レコード製作者・レコード実演)	実演 (映像)	スポーツやイベントの中継映像
原作: 日本文藝家協会 脚本: 日本脚本家連盟 日本シナリオ作家協会	日本音楽著作権協会 (JASRAC) 株NexTone (ネクストーン)	日本レコード協会 実演家著作隣接権センター (CPRA)	映像コンテンツ権利処理機構 (aRma) または芸能プロダクション	スポーツやイベントの主催者 (いわゆる放映権)

著作権法上の権利ではなく、民間の契約上の権利

放送及び放送後のネット配信における主な著作権処理の運用

放送事業者と権利者団体との間で包括利用許諾契約 等による実務上の運用手続が形成

著作権等管理事業者の管理する著作物等の利用にあたって包括的に許諾する契約。これにより、当該著作物等に関する個別の許諾が不要になる。

権利種別	権利者	法と実態	放送 (初回放送 の例)	ネット配信 (VOD等の異時配信の例)
著作権	作詞家・作曲家 JASRAC 等	著作権法	公衆送信権	公衆送信権
		実際の運用	包括許諾 (各放送事業者)	包括許諾 (各放送事業者)
著作隣接権	実演家 (映像) aRma 等	著作権法	放送権	送信可能化権
		実際の運用	個別許諾 (芸能プロダクション 各放送事業者)	個別許諾 (aRma 各放送事業者)
	レコード製作者・レコード実演家 (音楽) 日本レコード協会 CPRA 等	著作権法	報酬請求権	送信可能化権
		実際の運用	包括契約 (NHK・民放連)	包括許諾 (各放送事業者)

放送事業者が自ら放送番組を製作する場合

注 上記のほか、原作・脚本があるが (放送・ネット配信とも公衆送信権)、処理件数が少ないため、いずれも個別許諾により対応している。

情報通信審議会中間答申(H29.7.20)のポイント(権利処理関係部分)

放送や放送後のネット配信については、放送事業者と権利者団体との間で包括利用許諾契約等による実務上の運用手続が形成

同時配信の実施にあたっては、放送開始までに権利処理を行うことが必要

これまで積み上げられてきた放送や放送後のネット配信における権利処理の実務上の運用手続を参考にしつつ、具体的な同時配信の展開手法やサービス内容を踏まえ、権利処理の手続を整理し、具体的な課題を抽出した上で、これらの抽出された課題に対応するための具体的な権利処理方法の形成について検討することが必要。

平成29年10月10日 情報通信審議会放送コンテンツ委員会のもとに「権利処理タスクフォース(TF)」を設置し、検討を開始

権利処理タスクフォース(TF)の検討事項及び検討体制

【主な検討事項】 以下の分野について、同時配信を実施する上での著作権及び著作隣接権の処理に関する手続を確認し、抽出された具体的な課題への対応を検討する。

音楽分野(作詞・作曲・レコード製作者、レコード実演)

映像実演分野

【メンバー】 (有識者) 新美育文明治大学法学部教授(主任)、内山隆青山学院大学総合文化政策学部教授、
三尾美枝子キューブM法律事務所弁護士、末吉互潮見坂綜合法律事務所弁護士

(放送事業者) 日本放送協会、民間放送連盟、民放キー局5社

(権利者団体) 映像コンテンツ権利処理機構(aRma)、日本音楽事業者協会、日本音楽著作権協会(JASRAC)、
日本レコード協会、(株)NexTone

オブザーバー 文化庁著作権課

【今後のスケジュール】 平成30年夏頃に答申予定

放送コンテンツにおける製作取引の適正化に 関する取組について

現状

総務省において「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」を平成21年2月に策定。

下請代金支払遅延等防止法上問題となる事例(買ったたき等)及び望ましい事例を掲載したもの。
現在、放送分野を含めて18業種(自動車、トラック運送、広告等)において策定。

しかし、総務省によるガイドラインフォローアップ調査の回答によれば、「著作権の帰属」等に関する事前協議の有無について、放送事業者と番組製作会社の間で大きな認識の相違があるという結果がみられた。

番組製作会社が製作したコンテンツの二次利用に関する著作権の取扱い



課題

放送コンテンツの製作取引について、受発注双方が共通の認識を持つことが必要。



協議会の設立(平成29年6月)

放送事業者と番組製作会社の関係団体7団体からなる「放送コンテンツ適正取引推進協議会」が発足。

自主行動計画の策定(平成30年4月)

協議会で取り組む事項を推進計画として策定

- 《主な取り組み内容》
- ・受発注双方で活用可能なマニュアルの策定
 - ・研修会の開催
 - ・ベストプラクティスの収集