

放送を巡る諸課題に関する検討会
放送サービスの未来像を見据えた周波数有効活用に関する検討分科会
(第5回) 議事要旨

1. 日時

平成30年4月27日(金) 14時00分～16時00分

2. 場所

総務省省議室

3. 出席者

(1) 構成員

多賀谷分科会長、伊東分科会長代理、岩浪構成員、奥構成員、長田構成員、
中村(伊)構成員、中村(秀)構成員、新美構成員、三膳構成員、森川構成員

(2) プレゼンター

青山学院大学総合文化政策学科 内山教授
住友商事(株) 村田メディア事業本部副本部長
(株)よしもとクリエイティブ・エージェンシー 志村取締役
日本電信電話(株) 吉原経営企画部門経営企画担当部長
東日本電信電話(株) 飯塚経営企画部営業企画部門長
西日本電信電話(株) 黒田経営企画部営業企画部門長

(3) オブザーバ

(一社)衛星放送協会、(一社)日本ケーブルテレビ連盟、(一社)日本民間放送連盟、
日本放送協会、日本テレビ放送網(株)、(株)テレビ朝日、(株)TBSテレビ、(株)テレビ東京、
(株)フジテレビジョン、(株)電通、(株)博報堂DYメディアパートナーズ、内閣府規制改革推進室

(4) 総務省

坂井総務副大臣、小林総務大臣政務官、鈴木総務審議官、山田情報流通行政局長、奈良大臣官房審議官、鈴木情報流通行政局総務課長、湯本同局放送政策課長、坂中同局放送技術課長、三田同局地上放送課長、井幡同局衛星・地域放送課長、豊嶋同局情報通信作品振興課長

4. 議事要旨

(1) 開会

(2) 有識者等からのヒアリング

- ・ 青山学院大学内山教授から、「放送番組コンテンツ政策規制と振興」について、【資料5-1】に沿って説明があった。

- ・ 住友商事（株） 村田メディア事業本部副本部長から、「放送コンテンツ関連事業の海外展開」について、【資料5-2】に沿って説明があった。
- ・ （株）よしもとクリエイティブ・エージェンシー 志村取締役から、「吉本興業のデジタル配信戦略」について、【資料5-3】に沿って、説明があった。
- ・ 西日本電信電話（株）黒田経営企画部営業企画部門長から、「固定ブロードバンド・ネットワークの現状とIP放送における課題」について、【資料5-4】に沿って、説明があった。
- ・ 内閣府規制改革推進室から、「規制改革推進会議での検討状況」について、【資料5-5】に沿って、説明があった。

（3）意見交換

各構成員等から以下の通り発言があった。

【中村（秀）構成員】

NTTの発表について、検証されたのは混雑エリアが前提だったということで、そうではないエリアは配信上ある程度IP送信のサービスを開始できるのではないかと。地域によってはCATV事業者への光卸事業の活用等という選択肢もある。事業者構成等で特徴ある地域ごとに良いモデルを作って、できることから効率的にIP送信サービスを開始していくとよいのではないかと。

【三膳構成員】

内山教授の発表について、資料5-1の3ページの課題①は「接触時間」が市場という考え方になるのか、日本国内に限定されている考え方なのか。

また、2ページの「考えるときの前提」では、質に基づく「序列競争」や「垂直／水平の差別化競争」のある財サービスとして、アマチュア等が出てくるが、一方で、4ページの規制は放送のようなメジャーな存在を対象としているということか。それとも、プラットフォーマーに規制をかけるという意図か。

【内山教授】

3ページの課題①で言いたいことは、国民の余暇時間という制約条件は、仕事や学業といったその人の本分の活動の余剰として決まり、それをどう配分するかという中で、メディアの接触時間が決まるという趣旨。他の余暇を削ってメディアにいくという考えもあるが、例えば、米国の研究では、景気が良くなると、景気がよい余暇時間の過ごし方を取り、国民の余暇時間は別の方面に使用されるため、メディアの接触時間は伸びないというデータがある。日本の場合は、10年単位で考えると、放送事業者等のコンテンツの海外展開は国の規模感などに比して小さかったので、国内のゼロサムな市場を奪い合うよりは、海外展開にノンゼロサムの余地が残っているのではないかと。（作品の質を考えれば、外国での外国作品枠での競争において十分に競争的であるのでは）ということ。

2点目については、規制の相手先については、通常のWebサイトやアマチュア等を対象にするのではなく、例えばEUではNetflix、アマゾン、フェイスブック、ツイッター等の大手配信業者のようなプラットフォーマーにかけるといった議論が進んでいる状況。

【中村（伊）構成員】

規制改革推進会議の議論が報道されていた放送法4条の改正ではなく、通信・放送融合のビジネスモデルやコンテンツの海外展開といった非常に重要なテーマになっている。これは規制を動かすのではなく、ビジネスサービスを中心とすることや著作権等の仕組みを整えるということになるだろう。手を打つべきは、そのような取組であると私も考えている。

吉本興業の大阪チャンネルは、プロダクションがプラットフォームになって通信会社と組んで、テレビ局のコンテンツを配信するという面白いモデルで、このようなものがどう広がっていくのか一つの注目点である。

【内閣府規制改革推進室（林次長）】

規制改革推進会議で議論させていただいているのは、通信・放送融合の下での放送サービスのあり方についてである。現状認識として、放送サービスについては危機感を持つ方、現状で問題ないという意識の方、それぞれが交錯しているという印象である。ただ、新しい技術の存在によって放送を巡る環境は変化しているということは、ほぼ共有した認識。総務省のこの会議での議論を踏まえながら検討していきたい。

【多賀谷分科会長】

吉本興業にお聞きしたいが、なぜ沖縄なのか。

【(株) よしもとクリエイティブ・エージェンシー】

沖縄で10年前に映画祭を立ち上げたのがきっかけ。その後、扱うコンテンツは映画だけではなく、沖縄各地からパフォーマンス、アートを含めて様々なコンテンツを集め、現地の人材育成も行っている。もともとエンターテイメントの島である沖縄で、イベントと人材育成の専門学校ができたことから、さらに発表の場としてマネタイズできるプラットフォームとして沖縄からというふう考えている。

【小林総務大臣政務官】

吉本興業の沖縄の取組についてお聞きしたい。自治体の関わり方やお金の流れなどについて教えていただきたい。今後、ローカル局のあり方を考えるときに、沖縄でやることで観光に寄与している事例は参考になる。例えば、観光収入を得られる自治体がメディアにお金を出して作っていくというのもビジネスモデルとしてありえるのではないかと少し思っているところ。

【(株) よしもとクリエイティブ・エージェンシー】

収支については具体的な内容は承知していないが、自治体からの地元支援として各地で吉本が企画・マネジメントしている芸人と地元の方と一緒に、地元のPRにつながる映像を作成してコンテストを行っている。各地域でインバウンド観光につながるノウハウやできあがったコンテンツがウェブ上に流れるなどの効果は、島全体として徐々に実現していきたい。

【三膳構成員】

規制改革推進室にお伺いしたいが、資料5-5の1-2に記載のある放送のターゲットは、動画配信を含めた放送的内容のあり方も含めての検討なのか、それとも既存の放送なのか。動画配信を含めた放送的内容ということであれば、具体的な検討課題のところで、

「放送（公共・民間放送）」と限定しているのは、特別な意図があるのか。

【内閣府規制改革推進室（林次長）】

総理発言では、急速な技術革新により放送と通信の垣根がなくなりつつある、コンテンツのグローバルな競争時代に突入している。これはピンチではなくチャンスと捉えるべきだと、我が国のコンテンツ産業の活力を高める大きなチャンスでもある。大きな環境変化をとらえた放送のあり方について、改革に向けた方策を議論すべき時期に来ているのではないか。という話で大きく議論いただくように、とのご指示をいただいているところ。ご指摘の点は、放送のビジネスモデルとして、公共放送と民間放送の二つが存在するところ、この両方を含めて放送全体という意味で記載したところ。

【岩浪構成員】

資料5-5の1-2の「コンテンツ・ビジネスの競争促進とグローバル展開」について、デジタルコンテンツの推進は大賛成だが、デジタルコンテンツの推進と放送のあり方の話を直接結びつけるのは疑問であり、区切りを入れるべき。もちろんよいコンテンツは大事だが、コンテンツ・ビジネスは放送事業者だけが行なっているわけではない。テレビ放送の第一義としては、国民の観たいという期待に応えて社会の今を広く伝送することだと思う。その上で資料5-5の1-1の3ページ目の図で、日本の映像コンテンツ制作の7割以上がテレビ番組向けであるにもかかわらず、それが海外に向けて展開されていないという点に何か課題があることは、その通りだと認識している。ただ、テレビ放送の価値＝コンテンツの価値だけではないという点は留意すべき。

【奥構成員】

コンテンツ制作に関しては、米国ではハリウッドが制作機能を一手に担っており、すべての流通ルートはフラットになっている。米国ではお金を払う人から順に見てもらおうウィンドウコントロールが働いている一方、日本では、コンテンツの担い手が放送事業者であり、自分たちの放送に流すことを前提に制作している。無料で放送した後にVODやパッケージ販売となり、逆のウィンドウコントロールとなり、無料の広告放送で最初に見ることができ、一番最後にお金を払ってパッケージソフトを購入することになる。この順序が逆の状態のままでコンテンツ流通が活性化できていない等と議論するのは、無理があるのではないか。

NTTへの質問だが、6ページについて、光テレビでIPサービスが行われている場合、ユーザのテレビの端末には全てのチャンネル信号が来ているのか。リクエストベースなのか。

【NTT持株】

通信方式でいうと、マルチキャスト方式であり（15ページ参照）、收容ルータまで全チャンネルが来ている。その先はリクエストベースとなる。現状、（地上デジタル放送の）同時視聴は2チャンネルとなっている。

【新美構成員】

規制改革推進会議では、通信と放送の融合の下での放送のあり方について議論されているが、この「融合」という言葉の中身をどこまで考えておられるのか。「放送」と「通信」は伝達手段としての違いであるが、これを考えるに当たっては、誰が、何を、どのように伝達するのかとい

うのが分析として必要。技術の進展により伝送路は融合しているが、編集の大小は放送と通信では全く異なるし、コンテンツについても異なるものが多い、また、社会の期待する点についても放送事業者と通信事業者が同じかというところではない。そのような中、どのようなことを「融合」と考えて議論されているのか。

【内閣府規制改革推進室（林次長）】

各方面からも同様のご指摘をいただいているところ。リモコンにネットフリックスのボタンが出てきているように、消費者から見ると、テレビを見るのもネットフリックスを見るのもあまり変わらないのではないか、放送経路の情報も通信経路の情報も無差別に見られる環境になっているのではないかという点から「融合」という言葉をとらえている。ご指摘の「放送」と「通信」の違いの点はおっしゃるとおりだが、それが結果として消費者にとってどこまで違いとして認識されるのかという認識を持っている。

【森川構成員】

議論の内容が曖昧な印象である。分科会の議論の目的が2040年の放送サービスのあり方だとしたら、悲観的なシナリオから楽観的なシナリオを用意する欧米の将来予測のやり方もある。人口減少、周波数不足、コンテンツの多様化といった中でユニバーサルサービスをどうしていくか等、「A」～「E」オプションといったものを作成して議論していくとわかりやすいのではないかと。

【伊東分科会長代理】

NTTの御説明によると、IPネットワークを用いた一般の動画配信サービスではなくて、放送サービスを提供しようとする、特に4Kのようなハイレートの映像を伝送する場合には、NGN網を想定したとしても「優先制御」が必要になるだろうということであった。同時視聴は2番組ということでしたが、これが4Kになるとどうなるのか、また一般の家庭では裏番組も録画するのではないかという話も出てくる。我が国が誇るべき光ネットワークを使用しても、放送と呼べるサービスを提供しようとする、まだ技術的に多々制約があることを理解する必要がある。一般的な動画配信サービスは、運が悪ければ見られないこともあるという、ベストエフォートで提供されている。これに対して放送サービスは、現状ではそのような考え方は採られていない。これまでの放送の技術基準策定に際しては、そのことを常々意識してやってきているところ。それに加えて、テレビ等の受信端末は低廉でなければならないし、引っ越ししても使用できなくなることがないように、ワンシステム・ワンスタンダードの原則が事実上あった。一方、IPは関連技術の進展や変化が早い等々の理由があり、今までIP放送の技術基準は存在していなかった。事業提供される際には、個別審査ということで総務省の担当課が直接審査して放送にふさわしい品質を担保してきたという経緯があるが、今般、総務省の別の研究会でIP放送の技術基準策定に向けた検討を行い、報告書を作成して現在パブコメに掛けているところ。

NTTへの質問ですが、現在のIP放送の加入者数はまだ100万には至っていないが、これが1000万加入になると、御社のネットワークにどの程度手を加える必要があると想定されているのか。また、どの程度の加入者数までなら対応できると考えておられるのか。

【NTT西日本】

先ほど発表したとおり、テレビ放送が増えていくこととは別に、ベストエフォートで流れるインターネットにおける動画配信等が毎年1.5倍程度のスピードで増えている中で、更に放送のIPネットワークへの流入が増えていくということなので、インターネットトラヒックの急増とIP放送のコンテンツの増加やリッチ化、4K放送に対応した端末の普及状況、コンテンツの視聴率等の情報をいただきながら、我々としても適切に対応していきたいと考えている。現時点で数字的なことを申し上げるのは非常に難しい。

【長田構成員】

規制改革推進室によると、最後のインターフェースが「融合」しているとのことだが、ユーザ側の感覚からすると、それは本当に一般的な意見なのか疑問である。パソコンでもスマホでも、ユーザは情報の提供元を判断して、その情報を見ているのが通常ではないか。最後のインターフェースが同じで、リモコンにスイッチがあるからといって、イコールとみているわけではないのではないのか。ユーザのとらえ方を正確に把握して議論すべきではないか。

【山田情報流通行政局長】

経緯を整理して確認したい。この分科会は、規制改革推進会議の第2次提言で提案があった放送サービスの周波数有効活用等について検討を行うための回答を出すための場としてセッティングしたもの。総務省で1月から検討を始めて、サービス高度化の観点、社会的役割の観点、技術的ネットワークインフラの観点とそれらを踏まえた周波数有効活用の4つの観点から検討を開始したところ。その後、規制改革推進会議でも議論が進み、コンテンツ産業の振興という論点が示されたため、本日はコンテンツに関わる発表をいただいたという経緯である。分科会での議論が少し蛇行しているように見えるかもしれないが、ヒアリングを重ね、将来像を見据えるという点も含め、整理して議論できる材料を示していきたい。

(4) 坂井副大臣及び小林政務官からの挨拶

最後に、坂井副大臣及び小林政務官から挨拶が行われた。小林政務官からは、「インターネットの影響が高まる中で、その責任とルールに関する議論が先進国で行われている。世の中の潮流を見据えながら自由と規律の2つの中でどのように日本のコンテンツを世界に展開していくか、幅広く議論していただきたい。」、坂井副大臣からは、「幅広く多岐に渡る議論をいただき感謝。今後も引き続き放送の未来像の新しいあり方について、様々な事例を踏まえながらご議論いただきたい。」との発言があった。

(以上)