放送コンテンツ産業の強化・振興に関する緊急提言
（「放送ビジネス」から「コンテンツビジネス」へ）

令 和 ７ 年 ５ 月 ２ ０ 日
自 由 民 主 党 政 務 調 査 会
情 報 通 信 戦 略 調 査 会
放送法の改正に関する小委員会

情報空間がインターネットに拡大し、誰もが発信を行うことができる環境において情報の信頼性が問われる中、放送が果たすべき役割はますます重要となっている。これまで取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報を提供するという社会的役割を果たしてきた放送が、今後も民主主義社会の基盤の一つとして重要な役割を果たし続けるための検討が必要である。

放送事業者は、報道機関としての社会的役割を担うとともに、お茶の間にドラマ、ドキュメンタリー、多様な地域情報といった放送コンテンツを届け、報道と娯楽を両輪として発展してきた。このことから、これからも報道を維持するための**経営基盤の強化につながる放送コンテンツの振興**は不可欠である。

情報通信戦略調査会では、昨年８月の「今後の情報通信政策に関する提言」の中で放送コンテンツの在り方に関しても提言し、総務省において「製作・権利処理・流通」の好循環による放送コンテンツの海外展開を可能とする総合支援策に取り組み始めている。本小委員会では、この取組状況も踏まえ、日本の放送コンテンツ産業の課題に対応し、更なる振興を図るため、改めて有識者や関係事業者へのヒアリング及び議論を行った。今般、その結果を取りまとめて緊急提言を行う。

なお、本小委員会において、

・インターネット時代の放送の信頼性の確保

・ローカル局など放送事業者の持続可能性確保

・「放送」と「通信」の垣根がなくなりつつある中での放送制度の在り方

等の課題について、今後議論を深めていくこととする。

１．現状と課題

わが国の放送産業は、これまで国内放送の市場のみで収益の確保が可能であったことなどから、企画段階から海外市場を睨んだ製作を早くから戦略的に進めてきた韓国等と比較して、海外展開、インターネット配信への展開に出遅れている。加えて、「放送」をファーストウインドウとするビジ

ネス慣行が依然として存在するため、「配信」等によるコンテンツビジネスのチャンスを生かし切れていない。

この結果、日本の放送コンテンツは依然として国内放送を中心に展開されているために国内広告収入の減少が製作費の減少に直結し、新たな技術への切り替えやコンテンツの質の向上で後れを取る、という悪循環に陥っている。ヒアリングでは、具体的に以下の指摘があった。

- 脚本（シナリオ)、映像、技術、美術等を含め、各工程、各分野において海外事業者との差が開き、アジアのコンテンツとの比較においても最下位に位置している。（ドラマ製作費の一例：韓国１億円、日本 3000 万円）
- 従来からクリエイターの就業環境に課題はあったが、デフレ等の影響の中、一層の製作費の減少により対価還元や賃上げの不調といった就業環境の悪化につながっている可能性もある。
- 放送コンテンツの製作取引・製作環境においては、価格転嫁や取引内容の明確化等一層の取引適正化が必要な状況である。
- メディアと製作部門が分離していないことや規模の小さな製作会社が多く下請け構造となっていることから、多様な資金調達や十分な製作費確保等が困難である。
- グローバルマーケットで展開するＯＴＴ（プラットフォーム）事業者が規模の経済を活用しつつ、自ら莫大な製作費を投じて質の高いコンテンツを製作するなど、激化するグローバルなコンテンツ競争に国内環境においても否応なく巻き込まれている。
- グローバルＯＴＴとの連携は必要であるが、過度に依存するおそれや、ＯＴＴから視聴データが十分に提供されず、コンテンツ価格の適正性が担保されていないおそれがある。
- 知識集約型産業であるコンテンツ産業においては、人材がなによりも重要であるが、専門人材の確保やスキルの向上が図られておらず、クリエイティブの強化や新たな技術の活用の阻害要因となっている。
- 民間事業者間での連携や官民での連携が図られておらず、海外展開において我が国として一体感をもった取組が実現できているとは言えない。

このような国内放送の市場のみに目を向け、最新技術の活用もままならず国家としての一体感が感じられない日本の放送産業の現状は、ある種、**鎖国で閉ざされた「幕末」の様相を呈しており、生き残っていくための刷新が不可避**である。

２．対応の基本的な考え方

インターネット上の低廉な消費型コンテンツとの競争から脱却し、集客力の高い多種多様なコンテンツの中から放送コンテンツが選ばれ視聴され続けるためには、その質を高めることが不可欠である。

国内市場のみならず、海外市場においても稼いでいくため、高品質でグローバルに伍していけるコンテンツを製作するためには十分な資金が必要であることから、「放送の広告収入」という資金の天井を取り払い、経営規模と資金調達を拡大することは不可避である。

すでに放送事業者の一部では、海外基準に対応したコンテンツ専門の製作会社設立や、国際共同製作といった取組も開始されている。今後さらにコンテンツの価値を最大化するため、コンテンツＩＰの多面的な活用、コンテンツの金融商品化（ファンド）によるエコシステムの構築や、海外展開による収益の拡大に向けた取組の加速が必要である。

また、質の高いコンテンツを製作するためには、高機能かつ先端的なデジタル技術、映像技術、知的財産権等の保護に配慮したＡＩ技術の活用などＤＸ推進による効率的な製作環境の構築が必要である。

さらに、グローバルスタンダードに対応した就業環境の実現や質の高いコンテンツを継続的かつ安定的に創出するためには人材への投資と育成が不可欠である。とりわけ、製作前の開発・企画段階＝プリプロダクション（撮影に入る前の準備段階）を米国並みに強くするためには、「クリエイター」と「ビジネスクリエイター」の両輪で人材を育成することが必要である。

そして、我が国のコンテンツ、特にアニメは世界で多く親しまれていることが、海外における日本文化への理解や、日本好きの人々の増加につながっていると考えられる。また、これまでローカル局は地域に根差したコンテンツを放送で発信するほか、それにとどまらず配信でも行っている例もあるなど、地方創生やインバウンドの増加などでも貢献してきている。

このようなコンテンツの持つソフトパワーを増大させるためにも、放送コンテンツが海外で視聴される環境を積極的に維持・整備することも必要である。

以上を踏まえると、

①資金調達を含むビジネスモデルの変革

②コンテンツ製作力・発信力の強化

③人材育成、人材への投資

の各断面においてアップデートを図る必要がある。そして、これら各種の取組を**関係省庁及び官民が連携**して進めることが必要である。

なお、規模の小さなコンテンツ提供者や関連子会社が多数乱立していることは経営規模の拡大の阻害要因となることから、このような状況の解決に向けた取組も必要ではないかとの指摘もあった。この点については放送事業者の持続性確保の課題の一環として今後議論を行うこととする。

３．韓国視察

先般、情報通信戦略調査会と放送法の改正に関する小委員会とで韓国に赴き、政府機関（文化体育観光部、韓国コンテンツ振興院)、番組製作会社、放送事業者、配信事業者から集中的にヒアリングを行った。そこには、視聴環境の変化やグローバルＯＴＴとの競争激化に伴い、放送事業者とＯＴＴ、番組製作会社との関係に大きなパラダイムシフトが起こっており、その変化に放送コンテンツ業界全体で迅速に対応し、放送による広告収入に固執せずコンテンツをビジネスとして収益を上げるように変貌を続ける姿があった。

具体的には、ヒアリングにおいて以下の指摘があった。

・韓国では、2020 年以降、外的環境に押される形で、コンテンツ製作会社が放送事業者だけでなく国内外のＯＴＴと取引することとなり、製作費が高騰するなど、企画・製作の在り方が大きく変化した。現在では、製作会社がシナリオ及びキャスティングに力を入れ、多くのＩＰを保有してビジネスを展開している。

・他方、韓国から日本を見ると、日本は、国内放送市場における収入が未だに一定の規模を保っていることなどから、放送事業者の安定した収益に変化が起こることへの恐れが勝っているように見受けられる。コンテンツの質に関係なく収支の構造が安定しているため、韓国と異なり番組製作費が高騰せず、製作に携わる人材に払われる報酬も上がっていない。

・韓国の政府機関である韓国コンテンツ振興院では、年 630 億円の予算を確保し、コンテンツ事業者がＩＰを保有・活用できる環境を整備。製作費支援がシードマネーとなり民間からの融資につながっているほか、グローバル企業育成のため、国内ＯＴＴの強化、人材育成、ＩＰ戦略等を支援。

４．緊急提言

今後ますます国内人口が減少するとともに、広告における放送の比重が低下する中、更に配信事業の伸展により世界的にコンテンツ製作が劇的に

高度化する環境においては、**これまでと同じ考え方、同じビジネスモデルで日本の放送事業や放送コンテンツ産業が成り立っていかない**ことは明らかである。従来は、国内の地上波放送を中心として製作や資金調達も含めて自らの枠の中でビジネスを行ってきたが、今後は、「放送という枠に閉じたコンテンツ」という考えから脱皮し、配信も視野に入れコンテンツを中心とした総合的なビジネスモデルに転換することが求められる。

放送が果たしてきた社会的な役割を維持し続けるためにも、**まずは、放送事業者自身において、激しく変化する環境に対応して自ら変わることを恐れず、海外展開や新たなビジネスモデル開拓に向け、強い意志をもって取り組むことが不可欠**である。

その前提のもと、上記の「１.現状と課題」、「２．対応の基本的考え方」、「３．韓国視察」を踏まえて、総務省、文化庁及び経済産業省など関係省庁、事業者が一体となって、我が国の放送コンテンツの更なる振興を図ることが重要であり、以下緊急提言を行う。

１）ビジネスモデルの変革

・グローバルに競争できるコンテンツ製作を目指す事業者においては、**放送の広告収入を製作費の天井とするビジネスモデルから脱却**すべき。【事業者】
・映画分野における新たな資金調達の動きも参考に、放送分野においても**事業者自身による外部資金の活用、資金調達の多様化**を図るべき。その動きを加速するため、政府系も含め金融機関との連携も検討すべき。【事業者・総務省】
・コンテンツの価値を最大化するため、企画・開発段階から多展開を想定し、放送から配信までの期間の短期化等、迅速な展開を目指すべき。【事業者】
・過去コンテンツの再資源化・高度化等を促進するなど、コンテンツへの積極的な投資を行うべき。【事業者】
・海外展開を前提とした開発職能の重点化や多様なコンテンツＩＰ創出に向け、放送事業者のビジネスモデルの変革を促すよう、企画・開発段階の支援を新たに実施すべき。
  ① 国際見本市等も活用して、コンテンツ製作者と配信事業者、金融事業者などの多様なプレーヤーとのマッチングの機会を創出するべき。【総務省】
  ② 企画・開発段階におけるコンテンツの支援を実施するとともに、配信オリジナルコンテンツ、縦型ショート動画などにも新たに取り組むべ

き。【総務省】

２）コンテンツ製作力・発信力強化

・グローバルに伍する高品質なコンテンツ製作に向けて、放送事業者や製作会社が手軽に利用することができるよう、**高機能かつ先端的な映像技術（４Ｋ、ＶＦＸ、３ＤＣＧ、ＡＩ等）を活用する者に対する支援を抜本的に強化**すべき。また、ＡＩを活用した自動編集、クラウド活用による共同編集等、ＤＸの推進による効率的な製作環境を推進するべき。【総務省】
・ローカル局や製作会社等が、コンテンツ力を強化できるよう、例えば法律相談を手軽に利用できるよう、海外展開するに当たって必要となる営業機能や法務機能、翻訳等ローカライズ機能の共同活用といった企画・開発段階の支援を新たに実施すべき。【総務省・事業者】
・権利処理の共通化に向けたシステム構築に引き続き取り組むべき。【総務省・事業者】
・ＮＨＫと民間放送事業者が連携して国際見本市への出展や海外配信に取り組むべき。またその際、対象国の拡大や新規市場開拓にも取り組むべき。【総務省・ＮＨＫ・その他事業者】
・配信機能の連携については、海外での取組に加えて、国内における各社の配信プラットフォームの融合も視野に入れた検討を行うべき。【ＮＨＫ・その他事業者】

３）人材育成、人材への投資

・新たに開発職能に強みをもつクリエイター、コンテンツビジネスに特化したビジネスクリエイター、ＡＩを活用したコンテンツ製作に長じた技術者といった**高度専門人材を育成**できるよう、海外への派遣を強化し、研修プログラムを拡充すべき。
・業界内での効果的な人材育成や適切な対価還元に向け、放送業界における製作技術者のスキルマップの作成やスキル認定制度の新設を進めるとともに、研修機会を充実させるべき。
・放送業界の**人材の裾野を拡大**するために、大学・専門学校等高等教育機関との連携により、学生のインターンシップの受け入れ拡大や放送業界で働く人材のリスキリングにつながる専門的な講座の設置等を進めるべき。
・これらの取組の実施に当たっては、文化庁など関係省庁と連携して一体的に進めるべき。

・放送事業者は、その有する知見やネットワークを最大限活用しながら人材育成の体系化を進めるべき。特にＮＨＫにおいては、ＡＩや高機能かつ先端的な映像技術の活用の推進や総合的に人材を育成しうる場を整備・提供するなど、ＮＨＫが有するノウハウ、人材、機能を業界全体へ還元するべき。【以上、総務省・文化庁・関係省庁・ＮＨＫ・その他事業者】

４）官民連携体制の整備（コンテンツトレーニングシステムの実現）

・関係省庁や民間企業などの**多様なプレーヤーからなる協議会を組成するべき。**この協議会において、放送コンテンツの産業競争力を高めるための共通目標や具体的なアクションプランからなる**「放送コンテンツ産業競争力強化促進プラン（仮称）」**を定め、推進していくべき。【総務省・関係省庁・ＮＨＫ・その他事業者】
・同プランの実施において、**グローバルに通用するコンテンツ製作や、海外を含めて活躍できる人材を作りだす総合的な環境の整備（コンテンツトレーニングシステム）を実現**するよう、**政府による支援策やコンテンツ業界における協力・協働を抜本的に強化**すべき。【総務省・関係省庁・ＮＨＫ・その他事業者】
・同プランの実現に向け、ＮＨＫにおいてはメディアの多元性確保の実現のために確保している資金（「ＮＨＫ経営計画 2024-2026 年度」に記載）も活用して率先して取り組むべき。その際、数か年規模で活用可能なコンテンツ基金の設置の検討なども行うべき。【ＮＨＫ】

（参考）情報通信戦略調査会・放送法の改正に関する小委員会
開催実績

◇開催日：令和７年３月６日（木）
◇議　題：放送小委における今後の検討について

◇開催日：令和７年３月 13 日（木）
◇議　題：
　　１、わが国の放送コンテンツに係る現状と課題について（総務省ヒアリング）
　　２、諸外国のコンテンツ動向から見たわが国の放送業界における課題、
　　対応の方向性について
　　・青山学院大学総合文化政策学部教授　　内山　隆　氏

◇開催日：令和７年３月 26 日（水）
◇議　題：コンテンツについて有識者ヒアリング
　　・ネットフリックス公共政策ディレクター　　杉原　佳尭　氏
　　・株式会社 K2Pictures CEO/Producer　　紀伊　宗之　氏

◇開催日：令和７年４月１日（火）
◇議　題：コンテンツについて放送事業者からヒアリング
　　・株式会社ＴＢＳテレビ　メディア戦略局長　　高梨　史憲　氏
　　プロデューサー　　中島　啓介　氏
　　・株式会社テレビ東京　　専務取締役　　川崎　由紀夫　氏

◇開催日：令和７年４月 11 日（金）
◇議　題：コンテンツについて放送事業者からヒアリング
　　・日本放送協会　　経営企画局長　　前田　浩志　氏
　　・関西テレビ放送株式会社　コンテンツビジネス局長　竹内　伸幸　氏

◇開催日：令和７年４月 24 日（木）　※情報通信戦略調査会との合同会議
◇議　題：放送コンテンツ産業の強化・振興に関する緊急提言（案）について

◇開催日：令和７年４月 27 日（日）～29 日（火）
　韓国視察（文化体育観光部・韓国コンテンツ振興院、放送事業者、番組製作会社、
　配信事業者との意見交換、ＣＪ　ＥＮＭスタジオセンター視察　等）

◇開催日：令和７年５月８日（木）　※情報通信戦略調査会との合同会議
◇議　題：放送コンテンツ産業の強化・振興に関する緊急提言（案）について