

平成 19 年 6 月 7 日

情報通信審議会有線放送部会  
部会長 根元 義章 様

株式会社 大分放送  
社長 首藤 伊佐樹

株式会社 テレビ大分  
社長 結城 宣孝

大分朝日放送 株式会社  
社長 宮本 隆偉

### 意見陳述書

#### はじめに

大分県の民間放送事業者は平成 5 年（1993 年）に OAB・大分朝日放送が開局し、従来の OBS・大分放送、TOS・テレビ大分とあわせて 3 局地区となりました。しかし、複雑な地形の大分県では県内波の難視聴地区もあり、ケーブルによる区域内再送信を、さらにアナログ放送については 2011 年の終了までという前提で区域外再送信も了承し、協力してきました。デジタル放送の区域外再送信につきましては、私ども大分県の民間放送 3 局はこれまでケーブル事業者と真摯に協議を続けてきた結果、福岡県に隣接する日田市については、電波受信状態や生活圏などを考慮して、デジタル波でも福岡民放 4 局の区域外再送信を了承しました。引き続き民間のケーブル事業者との協議を誠実に続けていたところ、今回 民間の 4 ケーブル事業者が区域外再送信の問題点や、地元大分の事情を理解されずに、福岡県の民放 4 局に対して区域外再送信の同意を求めて大臣裁定を申請したことは、極めて遺憾であります。

放送法に基づく地域免許制度の崩壊につながる無原則な区域外再送信には下記のような理由から反対とするものであります。

## 記

### 1．地域免許制度の形骸化

地上放送は地域内の人口や経済力などを考慮したチャンネルプランに基づいて地域が限定された免許が交付されております。従って、各局はニュースや情報番組の取材・放送は勿論、通常番組の編成も全て地域を意図した上でなされております。地域内の生活・文化・経済に関する情報、各種選挙報道や政見放送、さらに、緊急時の災害情報など迅速に放送することも大きな使命であり、これも常に「地域を意図」してなされております。同様に、福岡局は自局の位置する地域を前提に総ての放送業務を遂行しており、言い換えれば、福岡県以外に放送されることは意図しておりません。

大分地区は民放3局地域ですが、今回申請されている福岡4局の再送信が認められずと「民放7局地域」となり地域免許制度は意味をなさなくなります。

### 2．民放ネットワークの崩壊

私ども民放は、それぞれが「地域」を前提に、系列局の一員としてネットワークを組み全国ネット番組を共有するとともに、それぞれの地域でローカル番組を制作し放送しています。従って、全国ネット番組は地元局を通じて視聴することが出来ますし、ローカル番組は地域に根ざした情報を発掘しながら制作し、大分地区の文化、産業等の向上を目指しています。区域外再送信では、この点に関しても放送のねらいに反し「地域」を否定するものとなり、矛盾が生じることとなります。番組が本来、流される予定の無いエリアで放送され、あるいは、重複して放送されることになるからであります。このように「放送事業者の意図としての地域性」は地上放送の大前提であり、ネットワークの仕組みは、現実には、かつ厳密に機能しており同一系列の福岡局から再送信されなければならない理由は全くありません。

### 3．地域CMの問題

私ども民放にとりまして、CMによる収入は経営の根幹です。そのCM内容は広告主がエリアごとにきめ細かく計画し、広告主の営業、販売促進活動と連動する形で放送されます。例えば、CMで訴える商品の種類や有効期間が地域によって違う場合はよくあることです。地方の放送局は毎日多くのCMをその地区用に差し替えて放送しております。従って、差し替えのない区域外再送信のCMは、広告主、ローカル放送局にとどまらず、消費者にとっても混乱を生じさせる恐れがあります。

#### 4. デジタル化でますます重要になる地域情報

デジタル放送ではデータ放送やワンセグ放送などにより、より細かい地域の生活・気象・災害情報などのサービスが可能となり、アナログ放送よりもさらに「地域性」が求められています。先の統一地方選挙においても開票速報はデータ放送でも放送し、市町村別の細かな得票数を常時閲覧できるように対応いたしました。こうした新規サービスを持つデジタル放送はこれまでのアナログ放送とは大きく異なるものです。

地域放送は本来、地域の活性化、文化の振興などの役割を担っています。しかし、隣接する大都市の県外波が区域外再送信され、常態的に視聴されまると消費行動が県外に向き、地元の経済衰退の一因ともなりかねません。

県内波を視聴する機会が減ることによって情報不足となり、生活圈・文化圏としての地域の活性化をめざす地域放送のねらいとは相反するものと言えます。また緊急地震速報などの災害情報の伝達に対しては大きな障害をきたすことになりかねません。福岡波の視聴常態化は、デジタル化でますます重要になる地域情報が十分に届かないこととなって、視聴者の利益に反することになります。

#### 5. 深刻化する地元民放経営への影響

地上放送は、その地域に見合った形でチャンネルプランが決められていますが、区域外再送信により放送波が増えれば、結果、地元局の視聴率が低下します。大分地区でも区域外再送信を含む「その他の局」の視聴率は年々上昇し、今や、ほぼ1局分のシェアを占めております。(添付資料)

昨年度の「その他の局」の視聴率は全日(6時~24時)で9.1%まで高くなっており、この10年間でほぼ3倍となっております。「その他の局」の視聴率が急上昇するのと対照的に、大分地区3局の収入の合計は漸減しています。ご承知の通り、民放の売り上げは視聴率と密接にリンクしております。9.1%の半分、4.5%が区域外再送信(つまり、福岡波)とすると、昨年度の当地区3局の放送収入から換算すると約18億円に相当し、私どもの売り上げに大きく影響しております。

今後、画質の劣化がないデジタル放送の区域外再送信はアナログ放送の区域外再送信以上に更なる視聴率の低下を招き、経営の悪化が懸念されます。

私ども放送事業者は現在「2011年7月デジタル完全移行」に向けてデジタル中継局の置局に懸命に取り組んでいるところでありますが、デジタル投資の総額は局内設備、送信設備を合わせ年間の売り上げにも匹敵する巨額なものとなっております。区域外再送信はこうしたデジタル完全移行へのローカル局の取り組みを大きく圧迫する要因ともなりますが、こうした経営の悪化は結局放送の質の低下を招くこととなります。

## 6．大分地区の区域外再送信に対する協議

大分県の自治体ケーブル4社は情報格差の是正を名目に同一系列局が大分にあるRKB毎日放送、KBC九州朝日放送を除く2波（TNCテレビ西日本、FBS福岡放送）だけの区域外再送信をもとめています。大分県は、今回大臣裁定を申請している民間ケーブル4社に対してもこの案の受け入れを打診しましたが、あくまでも4波同時再送信が必要として断られております。

### おわりに

私ども大分地区の民間放送3社は、区域外再送信について大分県内ケーブル事業者の方々と真摯な話し合いを続けてまいりました。自治体ケーブル事業、民間都市型多チャンネル、第三セクター、小規模事業とそれぞれの事情と事業形態に応じて協議を続けております。クロスネット局を含む民放3局地区の大分県の現状と情報格差是正という観点から、私どもは経営的には誠に厳しい判断ながら、現実的な解決策を模索しております。区域外再送信問題は全国一律ではなく、それぞれのエリアの実情にあった、つまり各地区の個別事情に基づき、当該局間で協議、解決すべきものであります。

今回の裁定において基準とされる86年の5原則は、時代背景が大きく変わりしかもケーブル事業者が大きく成長した今日ではその説得力を持たず、デジタル時代の新しい基準に照らしても整合性のある判断基準が求められると考えます。

裁定にあたりましては、区域外再送信先である大分民放3社の意見を十分尊重していただき、適切な結論を導かれませう強く希望します。

再送信地区逸失計算

大分地区 2006年度 全日視聴率

	第1四半期	第二四半期	第3四半期	第4四半期	年度平均
TOS	11.7	11.2	11.9	12.3	11.6
OBS	9.4	10.2	9.9	10.2	10.0
OAB	9.9	9.4	9.1	9.4	9.4
その他	8.4	8.8	9.5	9.7	9.1
[その他]推定率	50%	50%	50%	50%	50%
推定在福視聴率 (その他×[その他]推定率)	4.2	4.4	4.7	4.9	4.5

(千円)

2006年度各局売上

		第1四半期	第二四半期	第3四半期	第4四半期	計
TOS	タイム					
	スポット					
	タイム+スポット					
	ネット					
	合計					

OBS	タイム					
	スポット					
	タイム+スポット					
	ネット					
	合計					

OAB	タイム					
	スポット					
	タイム+スポット					
	ネット					
	合計					

地区計	タイム					
	スポット					
	タイム+スポット					
	ネット					
	合計					

A 「その他」を含む 1%あたり売上 (地区計)	タイム					
	スポット					
	タイム+スポット					
	ネット					
	合計					

B 「その他」無し 1%あたり売上 (地区計)	タイム					
	スポット					
	タイム+スポット					
	ネット					
	合計					

A-B 1%あたり売上差 (=逸失売上) (地区計)	タイム					
	スポット					
	タイム+スポット					
	ネット					
	合計					

推定 TOS逸失	タイム					
	スポット					
	タイム+スポット					
	ネット					
	合計					

推定 OBS逸失	タイム					
	スポット					
	タイム+スポット					
	ネット					
	合計					

推定 OAB逸失	タイム					
	スポット					
	タイム+スポット					
	ネット					
	合計					

推定 地区逸失	タイム					
	スポット					
	タイム+スポット					
	ネット					
	合計					