

これまで情報の受け手だった国民が自ら発信する側となるための仕組みに関しこれまで出された主な意見

【総論】

- 様々な表現者、クリエイターが放送にアクセスでき、互いに切磋琢磨して、よりよいコンテンツ・番組を作り上げる「機会と権利」が保障され、ヒューマンバリューを向上させる方策を検討していただきたい。
- 「市民の権利・義務」を基礎にすえて、社会のすべての成員が、言論・表現の自由、コミュニケーションと情報の自由を享受できるよう定めることが大原則。
- 地域活性化、文化育成、一人一人が輝く・幸せになる等の観点で考えることが責務。
- 新しい基本的人権として、あらゆる情報にアクセスできる権利（知る権利・伝える権利）がある。今や放送は特定の社に独占されるべきでない。
- 受け手だった市民も発信主体としてマスメディアと共存できる仕組みを検討すべき。
- パブリック・アクセスやネット放送のために「表現を財産的価値に変えている者」の権利を制限することには疑問。財産としての情報と、報道・表現の自由を一緒に議論しないでほしい。
- 対価を還元でき、音楽・映像産業も発展するような技術や社会的な仕組みづくりが必要。
- ICT教育としてメディア教育を社会全体で普及させリテラシーを高めることが重要。

【パブリック・アクセス】

- パブリック・アクセスは、民主主義の基盤を支えるものであり、日本でも導入が望ましい。
ただ、現実のインターネット利用市民参加メディアが伸びておらず、原因と対策の検討が必要。
- 諸外国が法規制による導入アプローチに傾く中、日本はそれを避け、豊かな放送文化を育んできた。一方で、近年の多様性確保への要請にどう応えるかという課題もある。
- 単に法制化するだけでなく、取組を推奨するムードを社会全体で醸成することが重要。
- パブリック・アクセスは既に多くのコミュニティ放送で導入されている。
- 表現の自由を拡大するには「メディアの拡張」が効果的。制作・表現主体の多様化施策として、新しいパブリックアクセス・チャンネルを作れないか（チャンネルの一部時間帯をパブリックに開放）。アイデアとして、次期衛星等新しいメディアにNPOなど多様な制作主体の参加を促すため、認定に際して加点ポイントを設けたり、財政支援措置を検討してはどうか。
- 次期衛星を使った新しいパブリックアクセス・チャンネルのアイデアには賛成だが、箱だけ作って中身を伴わないということにならないよう十分議論することが必要。
- 長期間戦争を経験していない日本は新たな仕組みを作れる土壌がある。番組制作が自由市場の中で発展できることを期待。

- 「メディアセンター」 (情報発信の支援拠点) の地域展開や、パブリック・アクセス について 国民的議論を形成し共創・協働型の制度を実現すること、受信料の一部を積極活用したパブリック・アクセスや商業放送における公共的番組制作等を支える 「支援基金」の創設、が重要。

【(パブリックアクセスを実施する) コミュニティ放送】

- 公共・商業放送の 2本立てから、非営利の放送たるコミュニティ放送を加えることが重要。
- コミュニティFMでは、地域の市民自身が「出演・参加する権利」を持ち、放送局はその「場」を提供する役割を担っている。障がい者でも参加が容易になる対応策も重要。
- コミュニティFMでは インターネットサイマル放送 への取組が広がっている。反面、出演者及びリスナー等の個人の権利保障が課題になってくる。そのクッションとして、番組審議会だけでなく中立の組織が必要。また、地上波とインターネットで二重にかかる著作権費用のほか設備投資の負担も課題。
- 地元の新聞社や放送局による、コミュニティ放送局への協力が評価されるようにするとともに、コミュニティ放送を行う NPO等自身も社会から信頼されるため情報開示が必要。市民公益税制や地域の 「きずな」を支えるファイナンスもこうしたこととセットで議論されることで生きてくる。
- 設備投資負担の軽減のため、地デジ移行後の アナログ用放送機器をコミュニティ放送局が優先的にもらってはどうか。

(参考) 諸外国におけるパブリック・アクセスの取組

○米国

- ・ 地方行政当局は、ケーブル事業者に対し、公共用、教育用又は行政用にチャンネル容量の使用を要求することができる。
- ・ ケーブル事業者は、原則として編集権を行使してはならない。ただし、わいせつ表現等を含む番組については、伝送を拒否することができる。
- ・ 運営資金は、ケーブル事業者が支払うフランチャイズ料によりまかなわれる。

○ドイツ

- ・ 非営利のテレビ・ラジオ放送局が、市民の番組制作のため、スタジオ、機器等を提供する「オープン・チャンネル」制度が存在する。
- ・ 番組の編集責任は、制作者が負う。
- ・ 運営資金は、各州メディア庁の助成金等による。

※ ドイツのメディア政策は州毎に実施されており、パブリック・アクセスの具体的手法は州により異なる。

○韓国

- ・ 韓国放送公社は、毎月100分以上、視聴者が直接制作した視聴者参加番組を編成しなければならない。
- ・ 総合有線放送事業者及び衛星放送事業者は、放送通信委員会規則の定めるところにより視聴者が自主制作した放送番組の放送を要請した場合は、特別な事由がない限り、これを地域チャンネル又は公共チャンネルを通じて放送しなければならない。
- ・ 番組の編集責任は、制作者が負う。
- ・ 視聴者の番組制作には、放送発展基金から1件あたり上限1,000万ウォン（約75万円）が支給される。

※ 放送発展基金:放送振興事業及び文化・芸術振興事業のために設置された基金。地上波放送事業者の広告売上高、ケーブル事業者及び衛星放送事業者の年間売上高等から徴収。