

総務省 放送の諸課題に関する検討会 説明資料

2016年5月23日

(一社) 日本ケーブルテレビ連盟

CONTENTS

① 今後の放送の機能・役割について(1)・・・P. 3

- ・ 伝送路やデバイスが多様化し、視聴環境が変化する中で、今後の放送に期待される機能・役割をどのように考えているか。
- ・ そのため、現在取り組んでいることや取組を進めるに当たっての課題をどのように考えているか。

① 今後の放送の機能・役割について(2)・・・P. 6

- ・ 調査報道等の質の高いコンテンツ制作への取組(投資・人材育成等)の現状と課題をどのように考えているか。
- ・ 視聴者利益を視聴率以外にどのような方法で把握しているか。視聴者利益の増進のための今後の課題と取組をどのように考えているか。

② 地域情報の発信のための取組について(1)・・・P. 9、13

- ・ これまで地域情報の発信のためにどのように取り組んできたか。
- ・ 今後も、放送の役割として地域情報の発信をしていくにあたって、地方創生や災害情報の確実な伝達なども考慮したうえで、課題をどのように考えるか。

② 地域情報の発信のための取組について(2)・・・P. 18

- ・ 放送事業において、県単位あるいは地域ブロック単位、ローカル局、ケーブルテレビ、新聞社、ラジオ局などの連携・提携についてどう考えているか。
- ・ 地域情報の発信のために、都道府県、市区町村の広報や防災部門とどのように連携してきたか、また、今後どのように連携していこうとしているのか。

③ 放送の新サービスについて・・・P. 22

- ・ スマートテレビも含め、インターネットを活用したサービスに向けて、どのような取組を行ってきたか。また、今後の方向性やそれに向けた課題、視聴者利益保護方策をどのように考えているか。
- ・ その他、4K・8Kなど新たな放送サービスについて、今後の方向性やそれに向けた課題、視聴者利益保護方策をどのように考えているか。

④ 今後の公共放送の役割について・・・P. 25

- ・ 今後の公共放送に期待すること、公共放送と連携して進めていきたいこと等についてどのように考えているか。

① 今後の放送の機能・役割について(1)

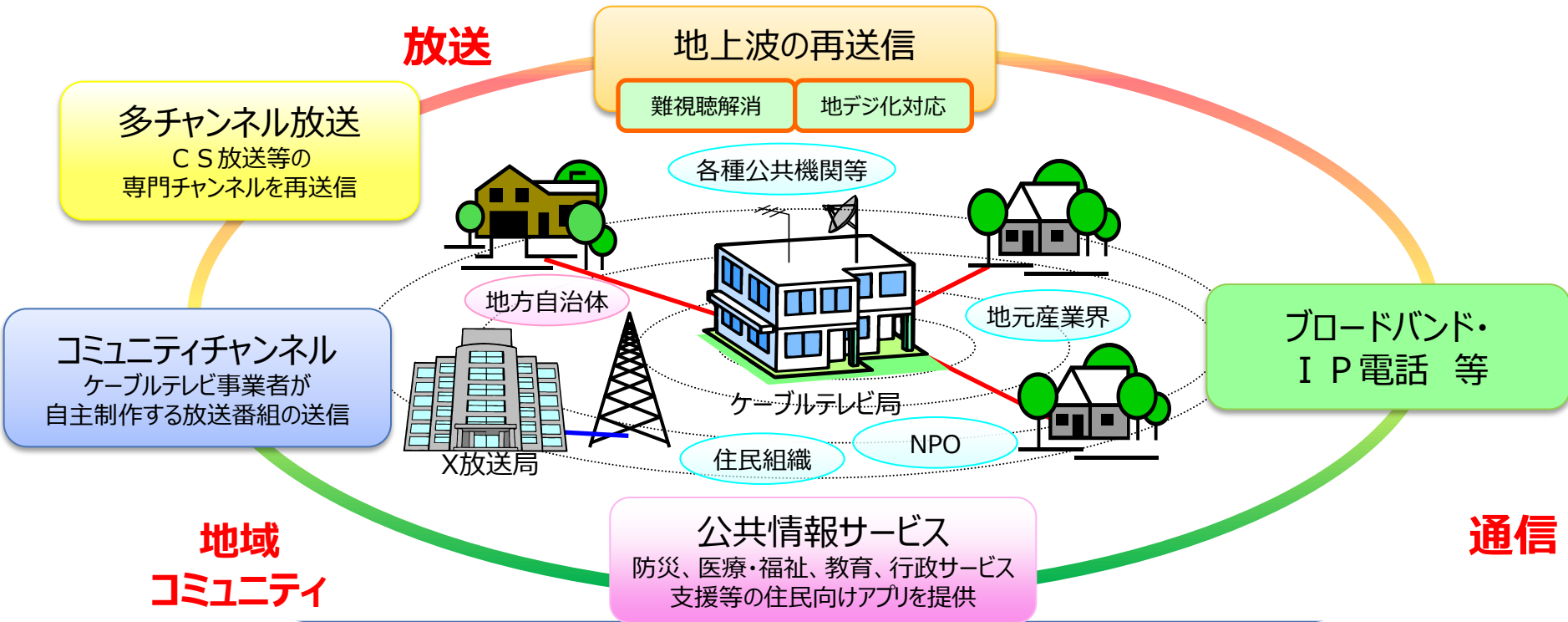
- ・ 伝送路やデバイスが多様化し、視聴環境が変化する中で、今後の放送に期待される機能・役割をどのように考えているか。
- ・ そのため、現在取り組んでいることや取組を進めるに当たっての課題をどのように考えているか。

(回答)

- ケーブルテレビのサービスは、地上波再放送、多チャンネル放送、コミュニティチャンネルなどの放送サービスを中心に、電話、インターネットなど多岐にわたり、いまや「生活総合サービスインフラ」として、地域密着で取り組んでいる。
- ケーブルテレビのサービスは、受像機としてのテレビを中軸としつつも、視聴者(お客様)のライフスタイル、視聴環境の多様化を踏まえて、タブレットやスマホに対応したサービスを手掛ける事業者が増えている。たとえば、多チャンネル視聴ユーザーに対し、テレビ以外での視聴機会を提供する観点から、タブレットを配布したり、地域で「タブレット利用セミナー」を開催して機器の使い方や活用方法を教えたりする事業者も出てきている。
- 放送にかぎらず、あらゆるサービスは、ユーザーのニーズに応じて進化していかなければならない。ケーブルテレビも、視聴者(お客様)のライフスタイル、視聴環境の多様化に 대응していくため、見逃し視聴サービスやマルチデバイスサービス等の対応を進めていく必要があると考えている。

現在のケーブルテレビの役割・位置づけ

日本のケーブルテレビは、発足から60年以上経過。多チャンネル放送や主に地域に密着した情報を配信するコミュニティチャンネル（自主放送チャンネル）に加え、「トリプルプレイ」サービス（一部は無線サービス等）も提供。地域に密着した重要な情報通信基盤として、発展



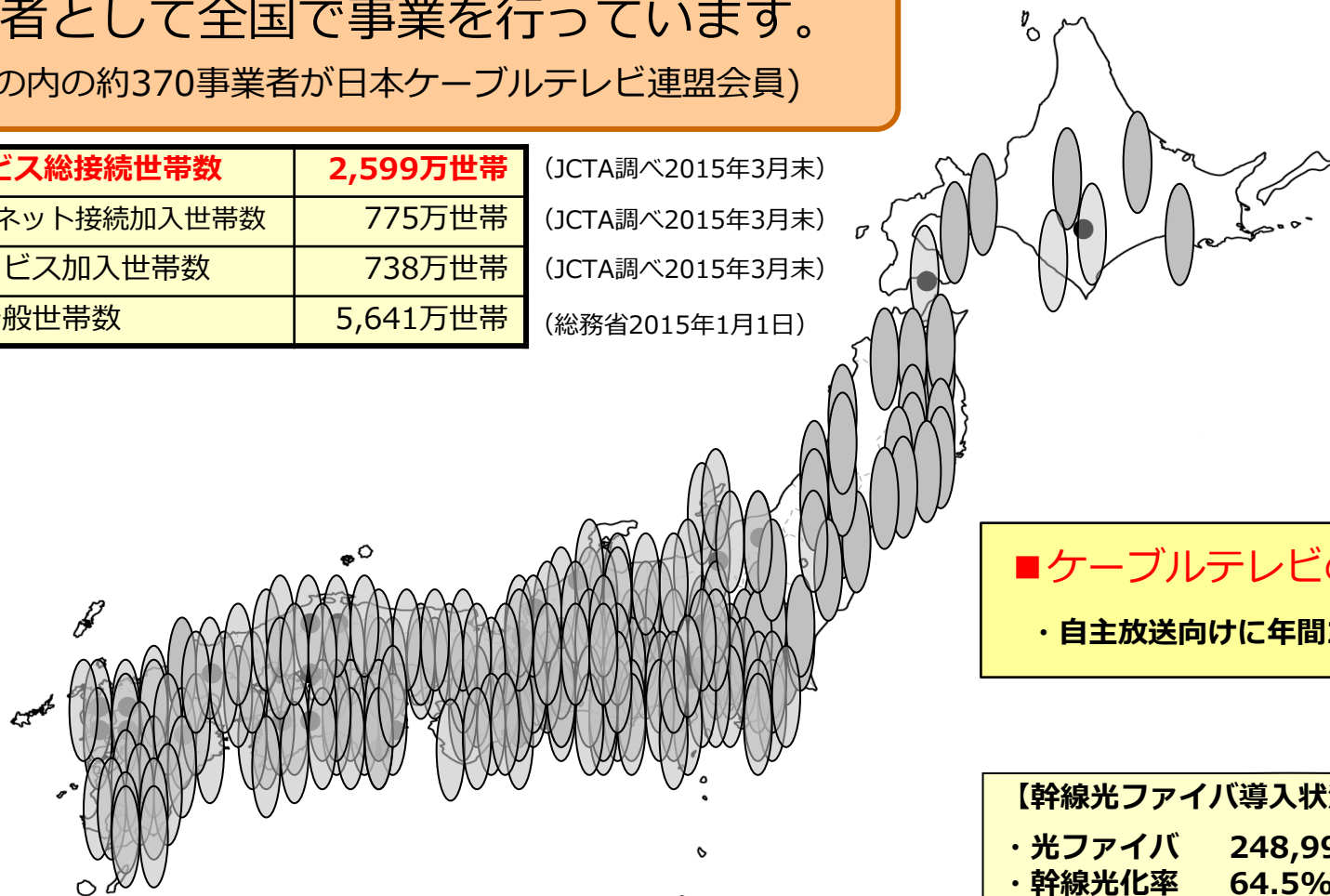
地域に展開した大容量・双方向のインフラを活用し、地域密着のコンテンツやソリューションまで提供する公共的な総合情報通信メディアをめざす。

ケーブルテレビの概要

約500以上の事業者が、主なケーブルテレビ事業者として全国で事業を行っています。

(その内の約370事業者が日本ケーブルテレビ連盟会員)

TVサービス総接続世帯数	2,599万世帯	(JCTA調べ2015年3月末)
インターネット接続加入世帯数	775万世帯	(JCTA調べ2015年3月末)
電話サービス加入世帯数	738万世帯	(JCTA調べ2015年3月末)
日本の一般世帯数	5,641万世帯	(総務省2015年1月1日)



■ケーブルテレビの番組制作

- ・自主放送向けに年間2万本以上制作

【幹線光ファイバ導入状況】

- ・光ファイバ 248,996km
- ・幹線光化率 64.5%

(総務省2015年3月末)

① 今後の放送の機能・役割について(2)

- ・ 調査報道等の質の高いコンテンツ制作への取組(投資・人材育成等)の現状と課題をどのように考えているか。
- ・ 視聴者利益を視聴率以外にどのような方法で把握しているか。視聴者利益の増進のための今後の課題と取組をどのように考えているか。

(回答)

○ コミュニティチャンネルの運営・取組に力を入れている事業者の中には、地域の報道コンテンツの充実に向けて取り組むところも出てきている。

また、連盟では、地域のコンテンツ制作を含め、経営、営業戦略、顧客対応などをテーマとして、業界の人材育成(人財育成)を推進する委員会組織を設けている(人財委員会)。さらに、全国のケーブルテレビ事業者に対して職員の派遣を募り、塾講座形式の研修の実施や、事業者間の職員の交流を推進するなど、中長期的な観点からの業界の人材連携の実現に取り組んでいる。

○ ケーブルテレビ事業者は、機器の設置、改修等を含め、ユーザーの方々と接する機会を多く持っており、そうした機会を活かして、ユーザーの生の声をしっかりと把握していくことが重要と考えている。

地域メディアとしてのケーブルテレビのあり方 ～「報道力をつける」

- ケーブルテレビは、「地域情報発信拠点」を目指すべき。
- そのためには、日々の出来事や行政情報は勿論、報道という視点で地域のことを検証していくことが必要。ケーブルテレビならではの機動力を活かした「地域報道」を行うことが、メディアとしての飛躍につながるとともに、これにより得られる地域からの信頼は、非常に大きい。
(地域の一員(当事者)として地域に責任を持った報道をめざす)
- 全国のケーブル局がしっかりと地域報道に取り組めば、その全国ネットワークは大きな力になる。

図1 報道の目的



図2 報道がもたらす効果



図3 業界における報道の将来展望

ケーブルテレビ局(全国)全体のプレゼンスの向上

地域からの信頼と緊張関係

人財委員会 ～ 次世代リーダー育成塾2016

6月～9月の間で、1回1泊2日の講座を3回実施する研修。2016年度は、地域コミュニケーション塾、営業塾、技術塾、顧客対応塾、マーケティング塾の5つの塾を形成し、開催予定。受講者（＝塾生）は、連盟正会員事業者の中堅クラス社員を対象とし、2016年3月30日（水）～5月6日（金）に募集をした。その結果、126名を次世代リーダー育成塾2016の塾生として確定し、塾運営を進めていく。

【塾の目的】

◆ケーブルテレビ業界の明日を担う人財の育成

- ベストプラクティス、業界内他社手法・戦略の共有
- ケーブルテレビ業界に求められるものへの学び
- 自社に即した戦略の創生

◆塾生間の有意義な人脈形成による人財プラットフォームの構築・個社間の連携強化

- 塾長、塾生社間での情報交換・人財交流促進



塾名	塾長	塾生	塾概要
地域 コミュニケーション塾	上智大学 音好宏氏	19 名	ケーブルテレビ独自のサービスである「コミュニティチャンネル」を中心に、ケーブルテレビにおいて最も大事にしていかななくてはならない「地域との連携」について考える。ベストプラクティスはもちろん、現場での苦労や解決策などについて、座学のみならず現地視察を交えて学び、考え、議論することで受講者が将来的に自社でできることを生みだしていく。
営業塾	住友商事(株) 氏本 祐介氏	32 名	次世代のケーブルテレビ業界を担う営業管理職に向け、期待される営業戦略とは何か、現場力の強化とは何かを、業界最大手のJ:COMで長らく営業に携わってきた経験を活かし体系的にそして情熱的に講義し、営業計画立案から実行まで一気通貫で対応できる営業マネージャーを育成していく。
技術塾	(株)ジュピターテレコム 堀川 広二氏	27 名	1,900万世帯の放送・通信を担う技術者集団を管理、運用し、さらに成長させている組織作りの極意を語る。サービスエンジニアに実践されている研修を体感できる形で、お客様のライフラインを支える技術を学んでいく。
顧客対応塾	(株)倉敷ケーブルテレビ 坂本 万明氏	20 名	地方自治体との連携を深め、まちづくりへの貢献を実践している塾長が、「地方創生」を考慮した実行可能なケーブルテレビの取り組み事例を次々と紹介。放送・カスタマーサービス・営業による三位一体の顧客対応をテーマに研修を通じ次世代のリーダーとしてポリバalent（多くの役割をこなすことができる能力）な人財育成を図る。
マーケティング塾	(株)電通 杉本 将氏	28 名	未来のケーブルテレビのためには、マーケティングは必要不可欠という考えのもと2016年より新たに開講。本塾では、マーケティングの基礎から、リサーチ手法、データ分析、課題解決の導き方やアイデアづくりのヒントにいたるまで、多彩なゲスト講師を招いてより実践的なプログラムで研修を実施していく。

② 地域情報の発信のための取組について(1)

- ・ これまで地域情報の発信のためにどのように取り組んできたか。
- ・ 今後も、放送の役割として地域情報の発信をしていくにあたって、地方創生や災害情報の確実な伝達なども考慮したうえで、課題をどのように考えるか。

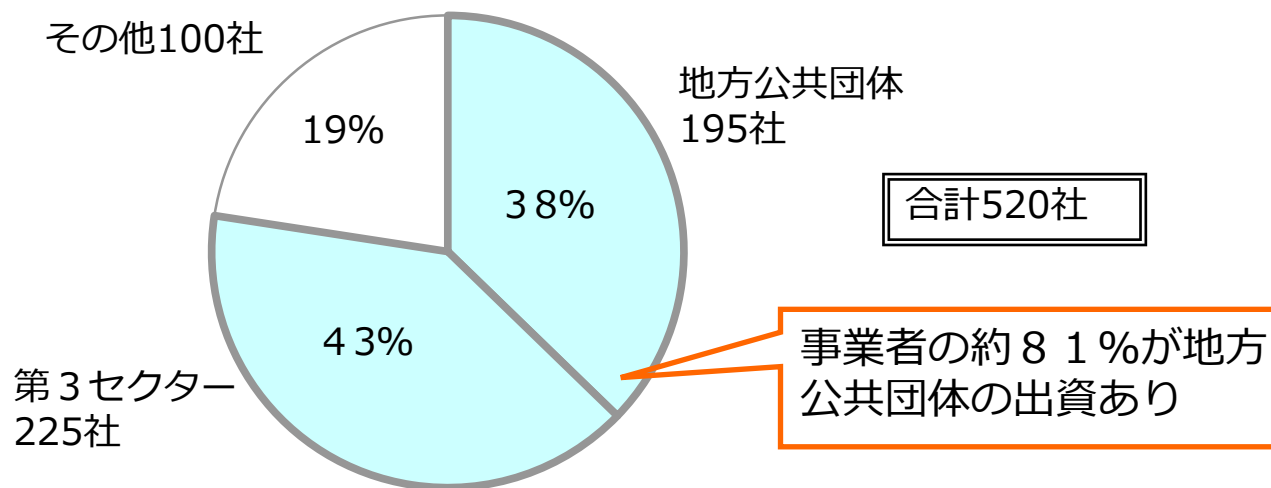
(回答1)

- ケーブルテレビのサービスは、テレビ(放送)、電話、インターネットなど多岐にわたり、いまや「生活総合サービスインフラ」として、地域密着で取り組んでいる。
- 連盟加盟社の8割近くが第三セクター(自治体から出資を受けている)であり、ケーブルテレビは地域との絆が強い。
たとえば、地元地域に密着した番組(例. 祭り、花火、自治会行事、地域報道等)の制作を担い、それらの番組をコミュニティチャンネルで放送している。(そのため、コミュニティチャンネルの自主制作比率は総じて高く、100%のチャンネルも存在する。)
- また、地方創生の取組の一環として、地域PR(観光、インバウンド)に資するコンテンツ制作についても、意欲的な事業者が増えている。定番となっている名所のPRにとどまらず、各地域の魅力、その地域らしさを引き出すコンテンツを発信すべく、業界として鋭意取り組んでいる。

地域コミュニティとの緊密な関係

- 日本のケーブルテレビの特徴の1つは、当初、地上放送の難視聴解消や地域活性化のために、自治体を含む地域のコミュニティによって設立された事業者が多いこと。
- 現在も運営主体を事業者数で見ると、自治体が出資に絡む事業者が多く、コミュニティチャンネル等による地域情報の発信など、地域コミュニティとしての結びつきが強い。

ケーブルテレビ事業者への 地方自治体の経営参画

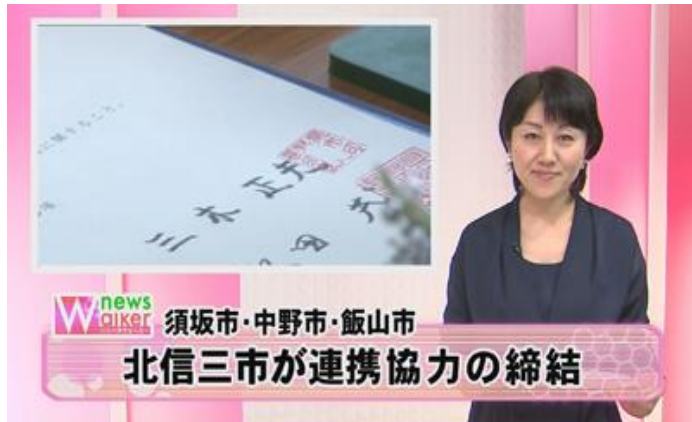


出典：総務省「ケーブルテレビの現状」

(注) 第3セクターとは、地方公共団体と民間企業の共同出資により設立された事業体のこと。

ここでいうケーブルテレビ事業者とは、登録に係る自主放送を行う者であり、平成26年度末時点。

地域情報のニーズ 須高ケーブルテレビのコミュニティチャンネル



すこうチャンネル【121ch】
～自社制作比率83%～



高山村民チャンネル【122ch】
～自社制作比率52%～



地域情報チャンネル【111ch】
～自社制作比率100%～



お天気チャンネル【112ch】

ジェイコム湘南での地域番組への取り組み

■ 地元情報の発信

- 「行政」「議会中継」「防災」「地域イベント」等、地域情報をデイリーで発信、地域の受け皿に
- 「少年野球大会」「わんぱく相撲」「地元花火大会」「市町会議員選挙速報」等



[デイリー地域番組]



[少年野球大会]

■ 県域での情報発信

- 「高校野球神奈川大会」「湘南国際マラソン」等、地域スポーツ、「校歌祭」「ハイスクール議会」等、
- 地域大型イベントを県域で共同制作、共同放送



[高校野球地区大会]



[湘南国際マラソン]

■ 地域発全エリアへの発信

- 地域の魅力あるコンテンツを地域から全エリアへ特番化し、発信。
 - ▶ 「浜降祭生中継」、「藤沢遊行の盆生中継」
 - ▶ 「神奈川県と共催の高校生全国ストリートダンス大会」等
- シティプロモーションメディアとして



[茅ヶ崎・寒川 浜降祭]



[高校生全国ストリートダンス大会]

(回答2)

【AJC-CMS】(All Japan Cable TV-Contents Management System)

- 連盟では、各地のケーブルテレビが、自社制作のコンテンツを他の地域のケーブルテレビにオンラインで提供する「コンテンツ流通」の仕組みを構築・運営(AJC-CMS)。これにより、ケーブル各社は、他のエリアのコンテンツを容易に入手可能となるとともに、自社のコンテンツを他のエリアの住民視聴者に観ていただく手段を獲得。

【じもテレ】

- 連盟では、ケーブルテレビ各社が制作した映像コンテンツをネット上でご覧いただけるポータルサイト「じもテレ」を構築・運営。この「じもテレ」は、地域の多彩なジャンルの動画や地域性の高い情報を、より多くの方々に向けて発信するために起ち上げたもの。ケーブルテレビ各社が自社コンテンツを紹介する場所としても活用が期待され、コンテンツの取引の活性化に役立てたいと考えている。

【地域コンテンツの海外展開】

- 国の予算事業への参加
- 仏MIPへの出展(2013年～)

このように、各地のケーブルテレビが、それぞれの地元地域における情報発信の担い手となった上で、各ケーブルテレビが横連携することが重要。それにより、「地域の魅力」の集合としての「日本の魅力」をケーブルテレビがお届けすることが可能。

AJC-CMS（全国コンテンツ流通システム）とは

<All Japan Cable-TV Contents Management System>

- 2012年から運用開始
- インターネットを活用し、放送用ファイルを全国の局に配信、メタ情報を共有できるシステム
- ケーブルオペレーター約300社、サプライヤー各社が利用
- 放送用映像ファイルを同時に多数の局に配信
- 送信するファイルは暗号化も可能
- メール配信機能を通じて全国制作者1,200名のネットワーク
- IP-VOD、Web(じもテレ)とシームレスに連携
- ケーブルテレビ業界のデファクトプラットフォーム

<AJC-CMSによるコンテンツの流れ>



Japan Interesting Motion picture Organizer

- 全国のコミチャンを一同に集めたWeb・スマホサイト
- 「いつでも、どこでもコミチャン」を実現
- 全国各地のケーブルテレビ事業者等が制作した約1,500以上の番組を公開中
- AJC-CMSを活用し、インターネット利用者に向けて、全国・世界へコミチャン発信
- AJC-CMSからシームレスにサイトにアップロード可能
- 動画はPHLS(Protected HTTP Live Streaming)により保護
- <https://jimotv.jp>

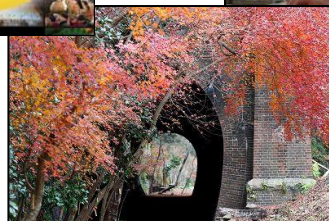
「けーぶるにつぽん」とは

(一社) 日本ケーブルテレビ連盟では、地域に根差すケーブルテレビが持てる力を結集し、地域を愛し、応援し、我が町の文化・情報を全国に発信するプロジェクトとして、「全国ふるさとコンテンツ配信プロジェクト けーぶるにつぽん」を2010年より制作しております。

このプロジェクトは、地域コンテンツを活用した番組制作という“ケーブルテレビの強み”を最大化することを目的に全国から募った企画による番組を制作・配信するもので、郷土芸能、伝統工芸、史跡、自然など、これら「地域の宝」と言えるものとそれに関わる「地域の人々」を採り上げる地域ドキュメンタリーのシリーズとなっています。

ケーブル4K(※)および全国のケーブルテレビのコミュニティチャンネルで放送しております。

(※)2014年のシリーズから4K制作を始めています。



「けーぶるにつぽん」第7シリーズ(4月より順次放送)

【日本ケーブルテレビ連盟と全国のケーブルテレビ局が共同制作するドキュメンタリーシリーズ】



食・JAPAN

- 「栃木 世界にはばたけ “とちぎのいちご”」(ケーブルテレビ)
- 「愛媛・新居浜 ザクザク! ふぐざく! 新居浜発!」(ハートネットワーク)
- 「静岡・稲取 ブランド金目鯛 “稲取キンメ”」(伊豆急ケーブルネットワーク&イツ・コミュニケーションズ)
- 「石川・金沢 百万石の四季を彩る金沢の和菓子」(金沢ケーブルテレビネット)
- 「山形 山形の料亭文化」(ダイバーシティメディア)
- 「京都 京野菜を操る彩り料理人」(J:COM関西メディアセンター)
- 「富山 めで鯛! 富山の細工かまぼこ」(ケーブルテレビ富山)
- 「北海道・札幌 “味噌ラーメン” 味を受け継ぐ者たち」(J:COM札幌メディアセンター)
- 「岡山 岡山のばらずし」(岡山ネットワーク)
- 「愛知・西尾 三河湾の豊かな恵み 三河一色のえびせんべい」(キャッチネットワーク)
- 「千葉・成田 雲の上のおもてなし 世界に誇る極上の機内食」(広域高速ネット二九六)



② 地域情報の発信のための取組について(2)

- ・ 放送事業において、県単位あるいは地域ブロック単位、ローカル局、ケーブルテレビ、新聞社、ラジオ局などの連携・提携についてどう考えているか。
- ・ 地域情報の発信のために、都道府県、市区町村の広報や防災部門とどのように連携してきたか、また、今後どのように連携していこうとしているのか。

(回答)

- ケーブルテレビ業界では、現在「ケーブル・プラットフォーム」の構築に取り組んでおり、業界一体となったサービス展開の実現に向けて検討と準備を進めている。
また、当業界は、そのなりたちもあって、多くの事業者が「市町村単位」でサービス提供を行っているが、地域によっては、都道府県単位で「協議会」等の連携組織を設けているところもある。このような業界内における連携はもちろんのこと、NHKや地方民放局等との間でも、コンテンツ制作や災害対応など連携が進んでいくことを期待している。

【災害情報に関する取組】

- 災害時における住民への避難情報の提供等については、地元の自治体と「災害時の放送に関する協定」(災害協定)を締結しているケーブルテレビ事業者が多数存在する。
これは、自治体とケーブルテレビ事業者との間で、災害時における地域住民への情報発信について、あらかじめ約束しておくものである。総務省(地域放送推進室)の調査では、ケーブルテレビ事業者の6割以上が地元自治体との間で災害協定を結んでいる。(逆に、自治体ベースでみると、全国の500以上の市町村がケーブルテレビ事業者と災害協定を結んでいる。)
また、マルチメディア振興センターによる「Lアラート」にも多くのケーブルテレビ事業者が参加しており(200社強)、災害時における住民への情報発信の担い手となっている。

業界連携を進めるためのケーブル・プラットフォームの考え方

ケーブルテレビ業界の特質

全国各地で地域ごとに誕生・成長

同業他社の発展 = 自社もプラス

業界の社会的役割は
ポテンシャル大

共通プラットフォームの構築は視聴者にとっても、事業者にとっても有用

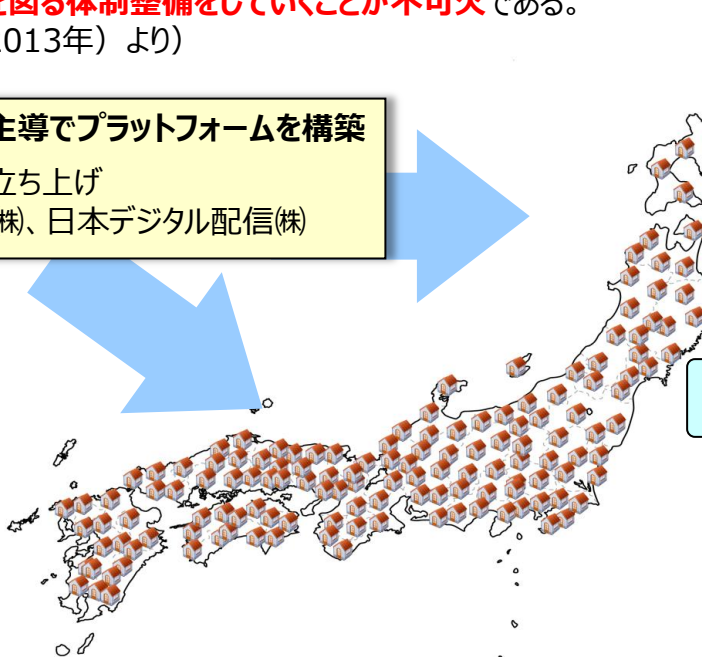
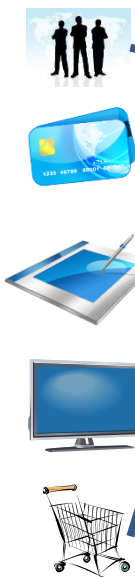
多様な事業者による映像配信サービス参入によって、視聴者の高度なニーズへの対応が不可欠となってきている状況の下、ケーブルテレビ事業の更なる発展のためには、できるものから、かつスピード感をもって、**共通化が可能な業務については、「プラットフォーム」に集約することにより、効率的かつ迅速に、視聴者の新たなニーズに対応するサービスの導入を図る体制整備をしていくことが不可欠**である。

(総務省「放送サービスの高度化に関する検討会」(2013年)より)

日本ケーブルテレビ連盟の主導でプラットフォームを構築

- プラットフォーム事業者の立ち上げ
⇒ジャパンケーブルキャスト(株)、日本デジタル配信(株)

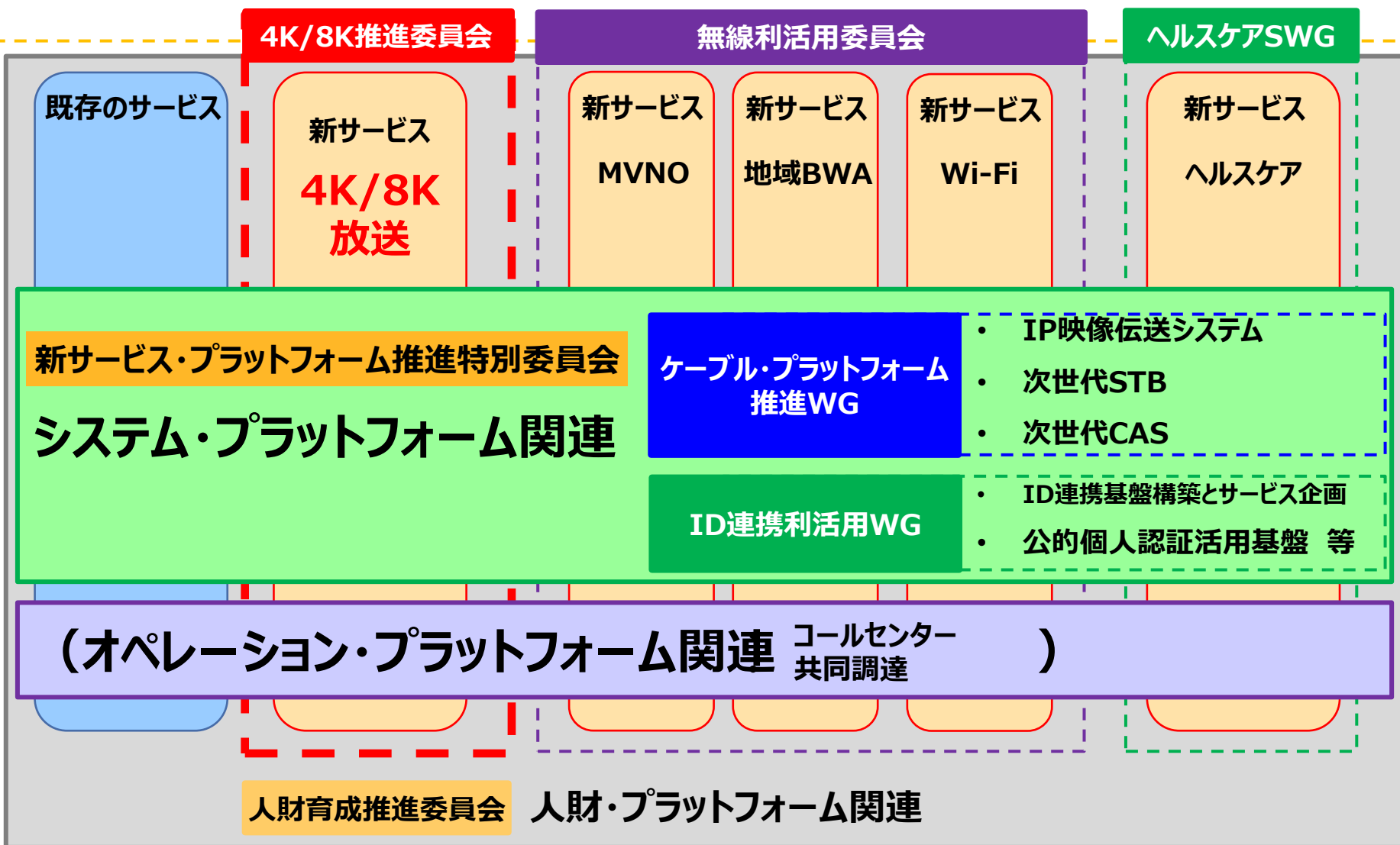
様々なサービス



- 業界連携力の強化
- 番供・メーカーとの交渉力獲得
- 一般消費者への訴求力増
- 技術開発力の増強
- 競合対策力の強化
- 政策対応力の強化



ケーブル・プラットフォーム検討の全体像

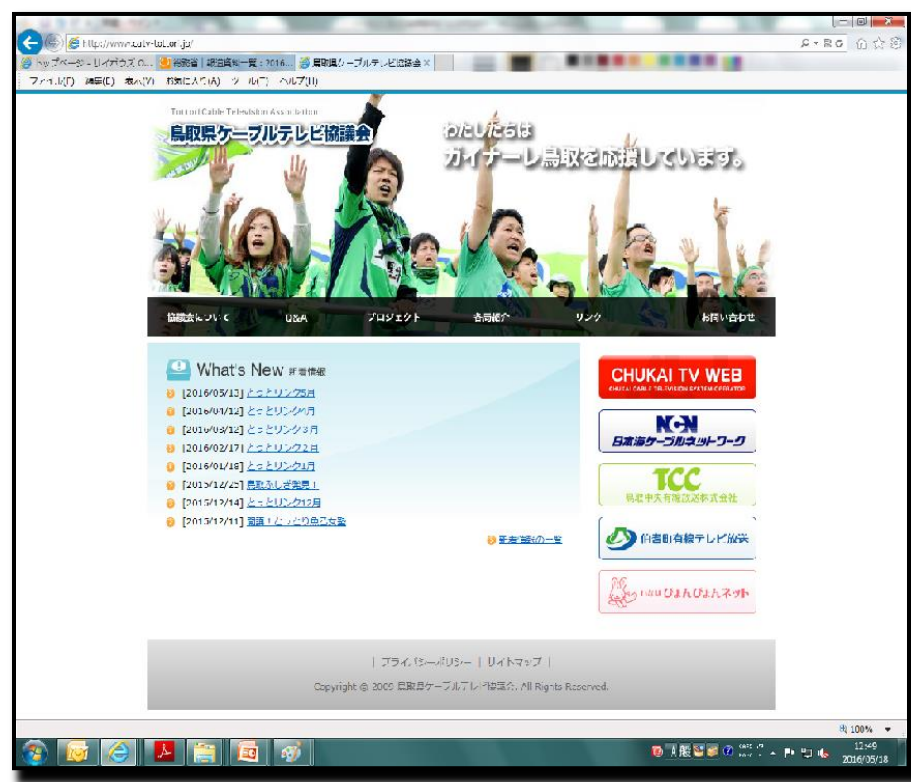


ケーブルテレビ事業者の都道府県単位の協議会（例）

同じ都道府県内のケーブルテレビ事業者やケーブルテレビ関連企業・団体等が集まって協議会等を設立し、自主制作番組の相互配信など連携した取組を行っている例があります。



<「かながわCATV情熱プロジェクト」HPより>



<一般社団法人鳥取県ケーブルテレビ協議会HPより>

③ 放送の新サービスについて

- ・ スマートテレビも含め、インターネットを活用したサービスに向けて、どのような取組を行ってきたか。また、今後の方向性やそれに向けた課題、視聴者利益保護方策をどのように考えているか。
- ・ その他、4K・8Kなど新たな放送サービスについて、今後の方向性やそれに向けた課題、視聴者利益保護方策をどのように考えているか。

(回答)

○ ケーブルテレビ業界は、売上の半分が放送事業、残りの半分は電話・インターネットなど放送事業以外であり、今やインターネットは当業界の重要なサービスとなっている。テレビ画面でYouTubeの動画を視聴できたり、オンラインの通信型ゲームをプレイできたりするなど、インターネットによる多様なサービスを手掛ける事業者が増えている。

多様化するデバイスへの対応ももちろんであるが、生活に身近な「テレビ」を双方向サービスのツールとしていく取組も進めていきたい。

【4K・8K】

○ ケーブルテレビでは、昨年12月1日から全国統一の4K専門チャンネルである「ケーブル4K」をスタートさせた。全国のケーブルテレビ各社が制作した4Kコンテンツを中心に、サプライヤーの皆様のご協力を得ながら取り組んでいる。4月1日現在で57社が配信しており、業界内では合計140社強が参加する見込み。

○ 高度BS放送についても、今年にはじまる試験放送をはじめ、ケーブルテレビ業界としても、できることをしっかりとやってまいりたい。

J:COM オンデマンド 概要

J:COM オンデマンド

好きな時間に、好きな場所で見たいものを



最新作から無料作品まで
50,000本^{*1} 以上!

🕒 いつでも 🔄 何度でも

※1 STBで視聴できる本数
 うち、アプリ対応は約38,000本

**外出先でも、
 タブレット・スマホで楽しめる!**


 J:COMオンデマンド
 アプリ



FOD
見逃し **無料で楽しめる。**
 放送を見逃しても大丈夫。

TVOD **1作品からお手軽に。**
 最新作から話題作まで。

SVOD
VOD見放題パック **定額でおトクなパックも。**
 チャンネル等提供の見放題パック
 約30パック
 メガパック 約8,000本 月額933円(税別)

ケーブル4K 運営体制

コンテンツ制作

ケーブルテレビ局

番供、制作会社等

コンテンツ調達
／編成

運用主体



日本ケーブルテレビ連盟

4K/8K推進委員会

編成方針整理・改訂

情報共有

コンテンツ特別委員会

編成・番組内容の承認

ケーブル4K 番組・編成検討会

編成・番組内容の確認

(コンテンツ特別委員会傘下)

配信



NW

JDS局



NW

JCC局

④ 今後の公共放送の役割について

- ・ 今後の公共放送に期待すること、公共放送と連携して進めていきたいこと等についてどのように考えているか。

(回答)

- コンテンツ制作、災害情報の収集・発信など、公共放送たるNHK様のお持ちの知見・ノウハウを、ケーブルテレビ各社を含め関係事業者に対してご提供いただければと考える。
- 災害報道等において、地域のメッシュの細かい情報についてケーブルテレビが協力することは、住民にとっても有意義なことと思われ、そのような観点でNHK様とも連携していくことができればと考えている。