

放送を巡る諸課題に関する検討会 放送事業の基盤強化に関する検討分科会（第2回）議事要旨

1. 日時

平成31年1月17日（木）16時00分～17時30分

2. 場所

総務省地下1階 講堂

3. 出席者

（1）構成員

多賀谷分科会長、中村（伊）分科会長代理、大谷構成員、奥構成員、川島構成員、北構成員、小塚構成員、関構成員、曾我部構成員、武井構成員、長田構成員、中村（秀）構成員

（2）オブザーバ

（一社）日本民間放送連盟、(株)テレビ北海道、(株)福島中央テレビ、名古屋テレビ放送(株)、岡山放送(株)、RKB毎日放送(株)

（3）総務省

佐藤総務副大臣、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、岡崎情報流通行政局総務課長、柳島同局放送技術課長、三田同局地上放送課長、井幡同局衛星・地域放送課長、渋谷同局情報通信作品振興課長、田邊同局衛星・地域放送課地域放送推進室長、岡本同局情報通信作品振興課放送コンテンツ海外流通推進室長、安澤同局衛星・地域放送課地域放送推進室技術企画官

4. 議事要旨

（1）開会

開会に当たり、佐藤総務副大臣より挨拶があり、「ローカル局は災害時における情報発信等重要な役割を果たしている。また、地域の魅力を盛り込んだ放送コンテンツを国内外へ発信することによる地域の活性化への期待が寄せられている。併せて、経営ガバナンスを確保することが放送に対する国民の信頼の維持や企業の収益力向上につながる。活発な議論を賜れば幸い。」との発言があった。

（2）放送事業者からのヒアリング

RKB毎日放送の井上代表取締役社長、テレビ北海道の松井代表取締役社長、福

島中央テレビの佐藤常務取締役、名古屋テレビ放送の野村専務取締役及び岡山放送の高橋取締役副社長から、「民放ローカル局の意義と課題」について、【資料2-1】に沿って説明が行われた。

(3) 意見交換

各構成員から以下のとおり発言があった。

【川島構成員】

佐賀県庁C I Oとして佐賀県で5年間、地域のCATVの方々や、サガテレビの方々、地域の新聞社の方々と地域の経済活性化に取り組んでいた。佐賀県には県域放送局があり、私は非常に豊かな県域固有の放送コンテンツを楽しむことができたため、私は佐賀県民としての意識を強く持つことができた。一方、私が生まれ育ち、また今の職場がある茨城県は県域放送局がないので、私には茨城県民という意識がない。県域放送局は、そこに住む市民としての誇り(civic pride)を育む重要な資源である。また、このcivic prideの醸成こそ、地域創生・活性化にとってなくてはならない基本的な要素に違いないということを強調したい。

県域放送局の経営基盤に関連して、大学では、2040年ごろには、18歳人口が20%から25%減るといふ大きな流れの中で、留学生受け入れを増やし、世界の研究拠点として海外から優秀な人材を引き込む方向に戦略的に舵を切ろうとしており、授業の英語化も進めている。県域放送局においても、日本市場での広告収入が伸びないなか、成長している国外市場に大きく舵を切る必要がある。

【関構成員】

なかなかローカル局の皆さんの全国の番組を見る機会がなく、東京ではほとんど全国放送しか流れないので、本日全国での取組を見て非常に刺激を受けた。

本日説明のあった富山、福島、名古屋の番組のように足元のしっかりとした情報取材して地域の皆様に知らせていく点にジャーナリズムの、放送の力を感じ、災害情報を含めて、迅速に地域に知らせていく力があることを改めて認識した。

地方の文化を取材し、発信するという事は、ローカル的ではあるものの、普遍的であり、全国区になっていくという説明もあったので、こういった活動もぜひ今後も続けていただきたい。

都道府県単位での免許の話が出たが、放送事業者の皆さんが足元から出ようとするときに、この許認可が何か課題になっているのかを教えてください。

CATVもそうだったが、都道府県単位で経営をしていくという意味では、都道府県ごとに人口等がばらついており、放送事業者が経営基盤を都道府県に依拠するには、小さな自治体、小さな県では難しい部分があるので、許認可については、改めてどこかで御議論いただいた方が良いかと感じた。

ドラマの力が日本では弱くなっているように感じるので、説明の際に映画の事例があったように、地方発の素晴らしいドラマが制作できないか、ぜひチャレンジし

ていただきたい。

地方創生の一番の課題は、良いものはあるものの、それを発信する力が弱いこと。放送事業者が広報と地方創生を一緒に行うことによって力を発揮できるということが、説明にあった長崎の事例により証明されたのだと思うので、こういった新しい手法も経営基盤の強化の観点から期待したい。

アジア各国では、日本の放送局の番組はNHKの国際放送1チャンネルである一方、中国や韓国は音楽番組やドラマ等5チャンネル程度あるので、特に東南アジアの日本への関心が薄まってしまわないか危惧している。これはローカルに限った話ではなく、キー局も含めて、海外への情報発信を強化していただきたい。

【曾我部構成員】

資料の4ページ、5ページ、6ページでは番組の紹介に加えて、「複数の民放事業者に県域免許を付与して多元性を確保」、「系列ネットワークの協力が不可欠」といった説明があったが、ご紹介いただいた番組との関連性を今一度ご説明いただきたい。

【佐藤福島中央テレビ常務取締役】

東日本大震災の際に、当社が水素爆発の映像を唯一捉えたが、撮影したカメラがなぜ撮影できるところに配置されていたのかというと、福島県内には当社のほかに3局民間放送局があり、加えてNHKの福島ローカル局がある中で、各局が場所を工夫しながら原発にカメラを向けていた。特に当社は3台のカメラを原発に向けていたこともあり、たまたまあの映像が撮れたものの、こういった防災の対応や準備をするにはどうしても行政単位に対応することが必要になる。

なお、当社のカメラは、2000年に設置したものの、その映像は11年間一度も放送に使われたことはなかった。こういった地域の努力は県域単位になっていると思うので、県域免許とイコールかは別として、地域としての県という括りでご理解いただければと思う。

【野村名古屋テレビ放送専務取締役】

6ページの名古屋テレビ放送の事例でいうと、戦後70年企画が夕方のニュースにあり、その中でテーマを探していく過程で見つけていったものである。名古屋との結びつきは、名古屋に陸上自衛隊の駐屯地があるということが大きかった。そして調べていくうちに全国の問題になったということだと思っている。

系列ネットワークの協力については、国家的な問題と判明していく中で、中央の映像、例えば国会審議や政治家の発言についてはテレビ朝日の取材映像の協力があり、民間船については、例えば、船が寄港した地域にある青森朝日放送や大分朝日放送など協力を得て、映像を膨らませていったという意味で、系列の協力が必要であった。

【小塚構成員】

系列の関係というのは、いわゆるネットワーク協定に基づいて成り立っていて、それとは別にネットワークニュース協定があると理解しているが、ネットワーク協定のもとでローカル局の皆さんが現状に満足しているか伺いたい。良いコンテンツを作られても、それを出す時間枠が限られているはずだが、それについては、現状、どのように評価しているのかお聞きしたい。

また、福島中央テレビの説明の中で、カットインができたとの説明があったがどういう仕組みで行ったのか。

【佐藤福島中央テレビ常務取締役】

ニュース協定がある中で、ローカル局として満足しているのかと言わると非常に答えにくい問題である。ただ、震災から3カ月経った頃に東京に来た際に見た、駅前のすさまじいネオンの光景は一生忘れられない。それと時を同じくして、福島のニュースが減っていったことはつらかったが、その中で何とか福島のニュースを出してもらおうと努力してドキュメンタリーを制作した結果、30分、1時間というまとまった番組を露出できたことはローカル局の誇り。キー局との関係から、ローカル局が行うべきことが見えてくるのではないかと考えている。

カットインについては、当時、水素爆発は地震の発生から丸一日過ぎていたので、その段階では特別番組を各局ともCMなしで全国放送をしていた。当事者である福島としては、全国に情報を出し続けると同時に、ローカルのための情報も必要だったので、福島の地元の方のために、L字画面だけでは足りないので、カットインをした。

一方、去年の北海道胆振東部地震のように、突然起きて、突然カットインをするときには、仕組みとして、CM等を含めてさまざまな判断が求められることになる。

【中村（秀）構成員】

報道というのは、やはり公共的なメディアの機能ということで再認識した。地域であればなおさら生活に密着するということで重要である。それだけに、今の報道、情報入手に関して言うと、メディアの役割は、ネットに台頭されている状況でもあるので、そういった新しい道具をいかに効率的に早く取り入れていけるかが重要なのではないかと思った。

技術導入、あるいはそれを使いこなすための人材育成やノウハウについて他局との連携等という形で経営の効率化の努力を行いながら、報道の役割を高度に果たしていくことが必要だと思った。

例えば、今の県域免許や、系列局によるネット報道といった仕組みはやや古くなっている気がするので、少し考える必要があるのではないか。

ドラマについては、日本の産業振興上、必要なところだと思うので、制作のために経営資源をさらに配分して、魅力を高めていき、いかに広く売っていくかという仕組みづくりが必要であることを痛感した。

投入すべきお金をどのように確保するか、まずは、地域内に、そしてさらに、他の地域にネット配信するための配信インフラをどのように整備するか、施策としての支援も必要かと思う。

インターネットの取組も進められており、努力されているのだなと思ったが、まだ各社それぞれが行っている状況なので、得られたノウハウや人材、経営判断を共有する必要があるだろう。

特に、インターネットはオープン化や、自立・連携、エッジ・ツー・エッジ、地方間が直接つながるといった利点があるので、今の放送の仕組みにどう取り入れていくか考えるべき。

配信基盤であるTVerをはじめ、各局が個別に始めている仕組みは民間独自で運営されている状態なので、統一するなど国が支援する必要もあるのではないかな。

コンテンツの海外展開は重要だと思うが、日本で作ったコンテンツを海外局に送る際にDropboxが使われているので、インターネットを使うにしても、もっと安全な方法を使った方が良いのではないかな。特にコンテンツ授受のインフラが国際間にわたる場合は、工夫が必要なだろう。その際、系列にとらわれずにオールジャパン、あるいは地方局のつながりが必要なのではないかな。

AMラジオについては、災害面で必要というのは重要だと思うが、実態的には、スマホを持っているケースのほうが多いので、緊急時にはAMの周波数でなく、復旧の速いWi-Fiでネット配信した方が現実的であり、通常時のAM設備の維持コストとの見合いで効果を評価した方が良いと考える。

【北構成員】

ローカル局の課題が、最後のページにあるとおりかなり明確になったと思う。今日紹介のあったベストプラクティスや、新しい取組は素晴らしいものであったが、これらが単発の点で終わらずに、線になり面になり、継続的に行われる仕組みをいかにつくるかが重要。人力的にも金銭的にも厳しい中で、どのような支援をすべきかが明確になった。

最後のページの一番上に、変化を恐れずと書かれているが、さらに踏み込んで、変化はチャンスという意識が重要。CESに行き、私が一番注目したのは、フレキシブルディスプレイ。有機ELディスプレイの進化は目覚ましいものがあり、5年というタームで見たら、我々の生活空間はありとあらゆるところがディスプレイ化されていくのではないかな。コストが下がり、性能が上がっていくので、仮にコネクティッドカーの中が全てディスプレイ化され自動運転も実現しているとすると、その時間を何に使うのか。家の中も、壁を始めとして多くのものがディスプレイになり、街中でも、デジタルサイネージなどにより、あらゆるところがディスプレイ化された世界がそう遠くないうちに実現するのではないかな。

こういった世界が実現すると、大量のコンテンツが求められ、良いコンテンツを世界中が求めてくることになる。したがって、こういう技術革新は大きなチャンスであり、日本のローカル局が作る素晴らしい、美しい映像コンテンツが世界中の至

るところで放送されるような仕組みをどう構築すれば良いのかも含めて、支援策を考えていく必要がある。

【中村（伊）分科会長代理】

前半の報告も含めて、地域の情報政策、あるいはイベント配信など、いろいろと取り組んでいると理解した。最後のページに地域コンテンツを配信するための基盤整備への支援とあるが、具体的には、資金面の助成を意味しているのか。基盤強化に向けた制度面での要望は特にないと考えて良いのか。

26ページで紹介されていた駅伝などの同時配信について、放送自体と食い合いを恐れる声を業界の方から聞いたこともあるが、実際にあるのか。あるいは相乗効果のようなものは見られないのか。

【永原日本民間放送連盟専務理事】

報道、スポーツなどの同時配信は、一定のニーズがあるだろうという予測のもとに、ニューイヤー駅伝や箱根駅伝の同時配信を行っていると聞いている。箱根駅伝については、視聴率は非常に良く、食い合いはなかったということになるだろう。

ただ、全てがどうなっているかは別の話なので、事業性の観点からも丁寧に見ていく必要がある。

配信基盤の整備について、技術面、運用面の確立に向けたローカル局への支援という表現にしたのは、全てのローカル局がネット配信に対応できる仕組みを持っている訳ではないので、どのように対応していくかが課題の一つだろうと考え、記載した。基本的には、民間事業で行っているので、助成の仕方を工夫できるかが一つ課題なのだろう。

制度については、民間事業者なので、経営の選択肢が広められるものであれば良いと考えている。

【川島構成員】

私がアジア各国で仕事をして来た経験から言うと、多くの国の人々が日本文化にますます魅力を感じていて、その結果として、インバウンドが増加しており、まだまだインバウンドが伸びると思う。そこで、37ページにあったJNNのローカル8局がベトナムのHTV7と連携してコンテンツの魅力を上させたビジネスモデルは、極めてポテンシャルが高いと思う。

その際、日本の文化と相手国の文化、両方の感性がわかる方に翻訳して情報発信してもらう必要がある。例えば、ニセコ地区で活動しているロス・フィンドレー氏のようにしっかりと情報発信できる観光カリスマが日本にはいる。政府としては、各地方局が相手国の言葉と文化がわかって情報発信力のある方を発掘し後押ししてゆく取組を盛り上げていくことが、国際連携を発展させていゆく上での突破口になるのではないかと。

(以上)