

# 放送事業の基盤強化に関する取りまとめ（案）概要

---

2020年（令和2年）4月

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

## 主な検討事項

### 1. 放送事業者の経営の現状分析・今後の見通し

- ・ ローカル局の経営環境の変化（地方の人口減少、東京への一極集中等）
- ・ 地域情報に対する視聴者の評価
- ・ ローカル局の経営指標の分析・見通し

### 2. 放送事業者の経営ガバナンス

- ・ 放送事業者に対し、経営ガバナンスに関するアンケートを実施して現状を把握し、優良事例（ベスト・プラクティス）を共有

### 3. AMラジオの在り方

- ・ AMラジオの経営の現状と見通し
- ・ AMラジオが引き続き社会的役割を担っていくために必要な方策

### 4. 放送事業者の経営基盤強化の在り方

- ・ ローカル局の経営基盤強化と環境整備（①ベストプラクティスの共有、②人材育成、③インターネット等の活用の推進、④海外展開の一層の推進）等

## これまでの検討経緯

2018年11月 第1回会合

2019年 7月 中間取りまとめ（経営基盤強化）

2019年 8月 AMラジオのあり方に関する取りまとめ

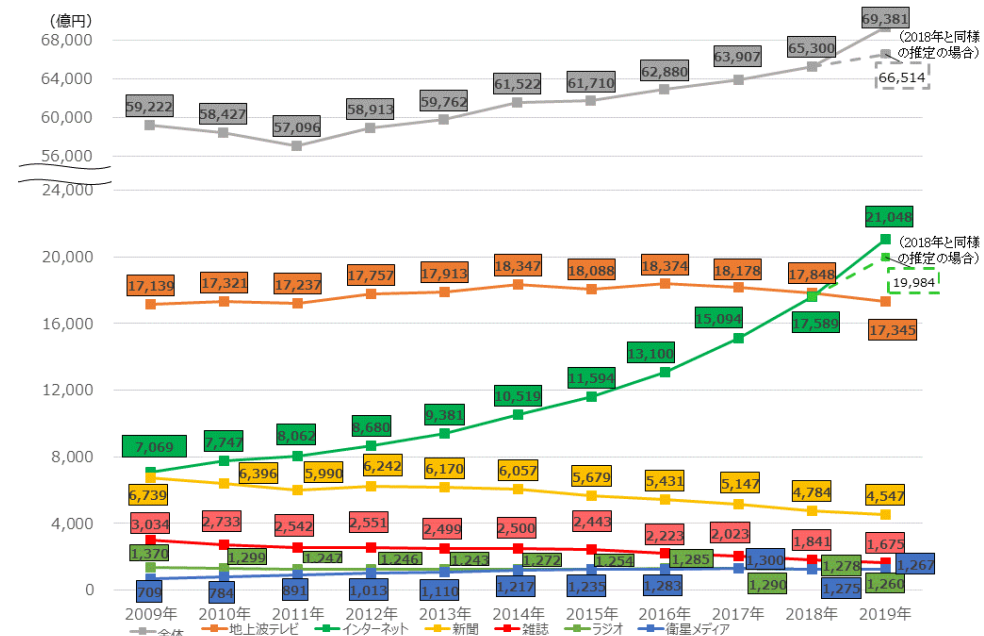
2020年 4月 取りまとめ（案）

（参考） 2019年3月 経営ガバナンス確保に関する必要な措置

## (1) ローカル局の経営環境の変化

- テレビ放送の広告費は、近年低下傾向にあるのに対し、2019年のインターネットの広告費はテレビ放送の広告費を初めて上回った※。
- 地方の人口減少やインターネットの普及に伴うメディアの多様化等が引き続く中、ローカル局の収入の多くを占めているテレビ広告収入の伸びを期待することは今後厳しい状況になる。

※ 本年よりインターネット広告費に「物販系ECプラットフォーム広告費」が追加。これを除いたとしても、インターネット広告費は1兆9,984億円であり、テレビ放送の広告費の1兆7,345億円を上回る。



【電通「2019年日本の広告費」より】

## (2) ローカル局の経営指標の分析・見通し

- テレビは、財務状況そのものが悪化し、健全性が失われている状況ではなく、ラジオも全体としてはおおむね健全経営を維持している。他方で、放送設備更新等の課題も抱える。
- 2019年半ば以降、テレビスポット収入がリーマンショック時以来の大幅な減少となり、2020年度の営業収入は、前年度比1.1%のマイナス見込みとなっている。
- 現在、新型コロナウイルス感染症が、経済全般にわたって甚大な影響をもたらしており、当分の間、広告出稿やイベント開催にも、大きな影響をもたらす可能性が高い。これにより、営業収入予想がさらに下振れする可能性があり、状況を十分に注視することが必要。

### (3) 地域情報に対する視聴者の評価

- 民放連調査では、ローカル局が発信する地域情報番組については、「親しみを感じる」、「役に立つ情報が得られる」との評価が特に高く、ローカル局の番組イベント・まつり、フェスティバル等についても、参加経験が多く、「親しみが持てる」「安心・信頼できる」といった評価が高い。
- また、災害時におけるローカル局に対する期待も大きい。2018年北海道胆振東部地震被災地での地震直後の時期におけるメディア別信頼度評価では、ラジオ（89.5%）とテレビ（84.1%）が高い。

| 地震から1週間程度までを総合して、下記のメディアやコミュニケーション手段等からの情報は、どの程度信頼できましたか。 | 北海道胆振東部地震 |           |          | 参考：熊本地震 |
|-----------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|---------|
|                                                           | 信頼できた     | どちらともいえない | 信頼できなかった | 信頼できた   |
| ラジオ（カーラジオ、radiko.jpを含む）                                   | 89.5      | 8.2       | 2.3      | 82.7    |
| テレビ（ワンセグ、カーナビ、車載テレビを含む）                                   | 84.1      | 11.9      | 4.0      | 86.4    |
| 電話（IP電話を含む）での家族、親戚、友人、知人との通話                              | 64.4      | 29.1      | 6.4      | 75.2    |
| 電子メール/SMS                                                 | 49.0      | 39.5      | 11.5     | 65.0    |
| Twitter、LINE、Facebookなどのソーシャルメディア（SNS）                    | 42.8      | 33.7      | 23.6     | 59.7    |
| ニュース・地震／災害関連安否確認サイトなどのウェブサイト、防災アプリ                        | 71.6      | 23.6      | 4.8      | 83.8    |
| 動画／ストリーミングサイト（YouTube、ニコ生、AbemaTV等）                       | 26.1      | 52.0      | 21.9     | 31.6    |
| テレビ局が提供するインターネット上のテレビ同時配信                                 | 42.6      | 46.4      | 11.0     | -       |
| 新聞                                                        | 69.3      | 23.5      | 7.2      | 78.7    |
| 避難所、被災現場等での自治体、自衛隊、政府等の組織からの情報提供                          | 44.7      | 46.4      | 8.9      | 64.5    |
| 避難所、被災現場等でのボランティア／ボランティア組織等からの情報提供                        | 37.2      | 53.6      | 9.2      | 58.0    |
| 周りの人や家族、親戚、友人との口頭での会話                                     | 61.4      | 29.7      | 8.9      | 80.6    |

【民放連調査】

### (4) ローカル局の役割

- ローカル局は、取材・報道活動を通じて、地域の住民の知る権利に応える存在であり、インバウンドの誘致や地域社会のメンバーとの連携・協議などにより、地域経済・地域社会への貢献が期待されている。
- 地域におけるジャーナリズムを確保するとともに、報道機関としての役割を踏まえながらも、生活関連情報・災害情報や地域の魅力ある情報を積極的に収集・発信し、地域社会の一員として地域の安全・安心の確保や地域活性化に貢献するというローカル局の社会的役割は今後も維持すべきであると考えられる。
- 今後、ローカル局がその社会的役割を堅持しつつ、その役割を最大限発揮するためには、地場有カスポンサーの広告需要の取り込み、地域産業の活性化を契機にしたメディア価値の向上、地域産業プロモーションによる地域価値向上を通じた地場企業との連携や、地域資源を活用したインバウンド喚起や内需の拡大を図ることが求められる。

## (1) 民放連によるアンケートの実施

- 第1回会合（平成30年11月27日）において、民放連からアンケートの方針案を説明。
- 調査概要
  - 対象：民放連加盟地上テレビ社（127社）
  - 調査時点：平成30年12月1日

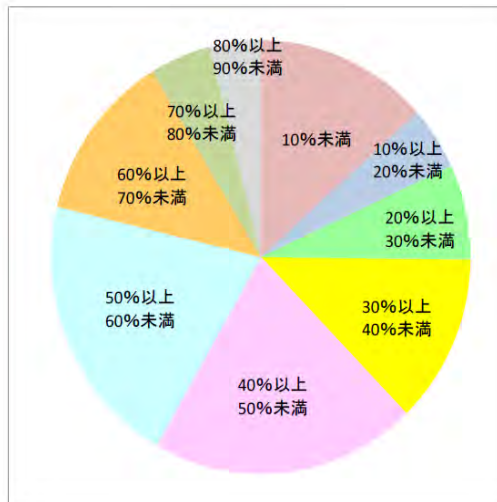
## (2) アンケート結果

- 第4回会合（平成31年3月27日）において民放連からアンケート結果を報告。
- 以下の項目ごとに取組状況やベストプラクティスを集計・抽出し、第4回会合終了後、民放連加盟各社に共有した。
  - ① 経営理念
  - ② 経営の目標
  - ③ 経営ガバナンス（取締役の構成等）
  - ④ コンプライアンスの徹底
  - ⑤ ステークホルダーとの対話・協調

### 【アンケート結果抜粋】

#### ③ 経営ガバナンス（取締役の構成等）

社外取締役は127社中110社で選任。全取締役に占める社外取締役の割合は、「40%以上50%未満」と「50%以上60%未満」がそれぞれ26社で最も多く、概ね半数前後の選任となっている社が多い。



|    |             |             |
|----|-------------|-------------|
| 1  | 10%未満       | 17社 (13.4%) |
| 2  | 10%以上20%未満  | 6社 (4.7%)   |
| 3  | 20%以上30%未満  | 9社 (7.1%)   |
| 4  | 30%以上40%未満  | 16社 (12.6%) |
| 5  | 40%以上50%未満  | 26社 (20.5%) |
| 6  | 50%以上60%未満  | 26社 (20.5%) |
| 7  | 60%以上70%未満  | 16社 (12.6%) |
| 8  | 70%以上80%未満  | 6社 (4.7%)   |
| 9  | 80%以上90%未満  | 5社 (3.9%)   |
| 10 | 90%以上100%未満 | 0社 (0.0%)   |
| 11 | 100%        | 0社 (0.0%)   |

※（ ）内は民放連会員地上テレビ社127社に占める各項目の割合

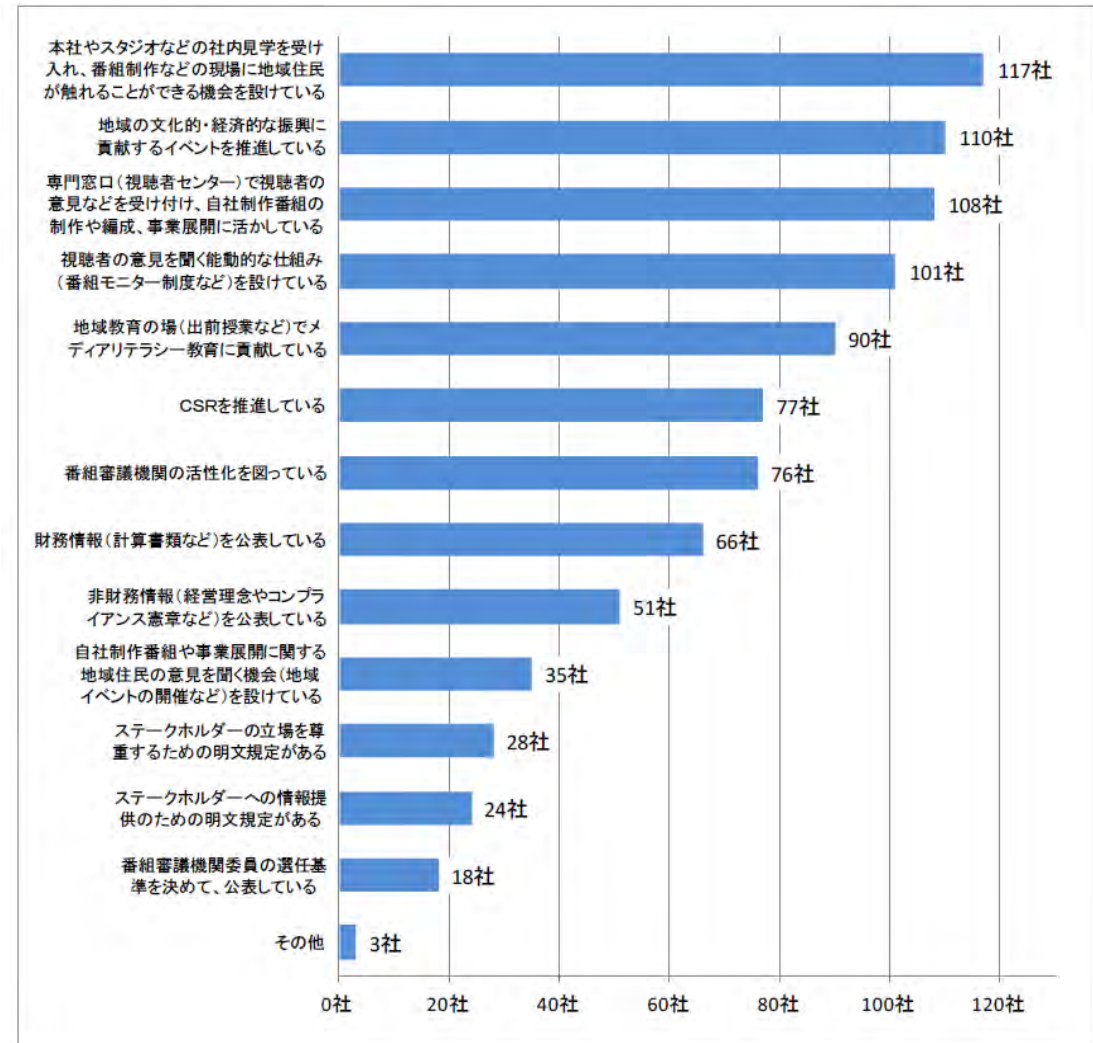


## 【アンケート結果抜粋（続き）】

## ⑤ ステークホルダーとの対話・協調

「本社やスタジオなどの社内見学を受け入れ、番組制作などの現場に地域住民が触れることができる機会を設けている」が117社、「地域の文化的・経済的な振興に貢献するイベント（展覧会、コンサート、催事の開催など）を推進している」が110社等。およそ9割の社が視聴者である地域住民との交流を通じて民放事業への理解醸成に努め、地域に根ざすローカル局の社会的価値の実現を目指している。

視聴者の意見を積極的に受け付ける取組や、番組審議機関の活性化を図るといった回答も多い。



## （3）今後の方向性

- 本アンケート調査を実施したことにより、業務の効率化、多様な人材の確保・育成・活用策、メディア環境の変化に対応した事業・施策などに関するベストプラクティスの共有が図られた。
- 今後とも、民放連によるベストプラクティスを参考にしつつ、各放送事業者において、自律的な経営ガバナンス強化の取組を継続的に行うことが期待される。

## (1) 基本的な方向性

- 民間AMラジオ放送事業者の経営は厳しく、企業努力で対応できる範囲を超えている。
- AMラジオ放送の停波も含む運用の工夫による経営基盤強化を図ることができるよう、民放連の要望を踏まえ、以下の課題を検討しつつ現行制度を見直すべきである。

## (2) 今後検討すべき主な課題

- ① カバーエリアの観点
  - AMラジオ放送はFMラジオ放送に比べて山間地までカバーしやすい。FMに転換した場合、一部の地域で受信できなくなる可能性がある。
- ② 対応受信機の観点
  - FM補完放送の周波数に対応したラジオ受信機の普及を進める必要がある。
- ③ 周知広報の観点
  - 特に災害時の備品として買ったAM専用ラジオ（普段は使用しないラジオ）について、FMラジオ放送が聞けないことを災害時まで気づかなかったということがないようにすべきである。
- ④ 周波数の効率的な利用の観点
  - 既にFM用の周波数はひっ迫していることから、中継局整備のために、同期放送の積極的な導入等周波数の効率的な利用の推進が必要。
- ⑤ その他
  - 既存のFMラジオ放送事業者との公平な競争環境を確保する観点から、放送対象地域に関する現行のラジオ放送制度との整合性について整理が必要。
  - 現在の政見放送は、AMラジオ放送では実施しているがFMラジオ放送では実施していないことに留意が必要。

等

## (3) 今後のスケジュール

- 総務省において、民放連と連携して早急に検討を開始し、令和2年（2020年）秋までを目途に、「実証実験」の実施内容の具体案を公表すべきである。
- 「実証実験」としての停波の実施に際しては、災害の発生や大きな課題が生じた場合等には、直ちにAM放送を再開できる状態を保持しておくことが適当。

### (1) 環境整備のため取り組むべき事項

- ローカル局が、地域密着情報や災害情報を発信していくことが求められる。
- ローカル局は、その経営の健全性が現時点で維持されている内に、経営の変革に取り組むとともに、放送事業外収入の拡大を図ることが必要になってくると考えられる。
- ステークホルダーとの連携を行うことにより、地域の人作りや地域の安心・安全に資することが重要である。特に、災害時における地方自治体等との連携は、地域に密着した情報の提供基盤の形成に寄与すると考えられる。
- 地域の情報を国内他地域に展開するとともに、海外等への展開やインターネット等の活用の促進を行うことにより、放送事業外収入の多様化・多角化が期待される。
- デジタルトランスフォーメーションを進めることにより、ビジネス改革を行うとともに、コンテンツの多様・多彩な利用を積極的に進めるなど、既存の業務やシステムの効率化を抜本的に進めることを検討していく必要がある。
- 他社との連携や情報共有なども選択肢に入れて取り組むことが必要である。
- 国においても、ニーズを踏まえた方策の充実に努めていくべきである。

### (2) 経営基盤強化の基本的方向性

#### ① ベストプラクティスの共有

- 他社での取組事例を参考にしたり、他社と連携したりすることで、ベストプラクティス等先導的取組に関する情報を共有できる仕組みを構築することが有効である。民放連での情報共有の取組は非常に有効であり、今後とも継続的に取り組まれることを期待したい。

#### ② 人材育成

- 民放連は、人材育成事業に取り組んでおり、引き続き、各社や関係団体において、人材育成のための取組を強化していくことが重要である。また、総務省においても、研修やTIFFCOMにおけるセミナー・ピッチ企画などを通じて、ローカル局などにおける制作や海外展開を行う人材の育成を支援することが重要である。



## ③ インターネット等の活用の推進

- 共通の配信基盤を構築するなど、効率的・安定的な配信基盤の確立ができるよう、引き続き国としても環境整備を図る必要がある。
- コンテンツの配信に当たっては権利処理の円滑化も課題の一つであり、総務省においては、円滑な権利処理の実現に向けた積極的な取組が求められる。
- 視聴データの取扱いについては、実証等を通じたルール整備を進め、視聴データを活用した新たなサービスの創出・展開を促進していく必要がある。
- NHKは、インターネット配信に係る協力も一層取り組んでいくことが望まれる。さらに、AIを活用した自動手話や自動字幕生成などの技術開発が行われており、NHKの持つ先導的な知見・技術を広く放送サービス全体に活用することの具体化を進めることが適当である。

## ④ 海外展開の一層の推進

- 海外との番組共同制作への支援や国際コンテンツ見本市を通じた海外展開支援、人材育成等が重要である。具体的な取組としては、海外との番組共同制作における地域との連携促進や、国内開催のため比較的ローカル局が参加しやすいTIFFCOMの抜本的強化や海外展開ノウハウを有する人材の育成等があげられる。
- TIFFCOMの強化については、より多くのローカル局が海外の販売・協力相手の獲得や海外展開に関する情報・ノウハウの習得、能力向上が容易となり、海外展開の機会を得やすくなることが期待される。

## (4) 更なる施策の継続的な検討

- 放送事業者が時宜に合わせた経営判断を行うことができるよう、制度を含めた環境整備を行うことは、国としての重要な役割の一つである。国においては、既存の制度や施策を見直し、ニーズに即した新たな政策を通じた環境整備の検討を不断に進めていくべきである。
- 検討分科会としても、経営基盤を強化するために必要な方策の検討を引き続き進めていくこととする。