

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10回）議事要旨

1. 日時

令和2年4月3日（金）10時00分～同年4月7日（火）12時00分（書面審議）

2. 議事要旨

「放送事業の基盤強化に関する取りまとめ(案)」について審議を行った。

審議の結果、資料10-1について別添1、資料10-2について別添2のとおりそれぞれ一部修正した上で、意見募集を行うこととなった。

(以上)

放送事業の基盤強化に関する取りまとめ (案)

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

修正『前』

はじめに

放送事業者、特にローカル局は、それぞれの地域において、創意工夫のもと、地域に密着した情報を発信し、地域社会の文化の維持発展等に寄与してきた。また、自然災害が多く発生する我が国においては、地域に密着した情報を伝える放送が災害時に果たす役割は極めて重要であり、依然として、高い信頼性が寄せられている。

他方で、ローカル局を取り巻く環境は大きく変化している。少子高齢化などの人口動態や都市部への人口集中などの地域経済の変化のみならず、若者のテレビ・ラジオ離れといった視聴スタイルの変化、インターネット広告や動画配信事業との競争の激化等、ローカル局は多くの変化に直面している。ローカル局にとっては、新しい競争環境への適応や、災害時であっても放送を安定的かつ継続的に放送し続けられるような放送事業の経営基盤の強化が大きな課題となっている。

このような課題に対応するため、総務省は、放送を巡る諸課題に関する検討会の下で、2018年11月から、放送事業の基盤強化に関する検討分科会（以下「本検討分科会」という。）を開催し、放送事業の基盤強化等に関し、ローカル局、一般社団法人日本民間放送連盟（以下「民放連」という。）等からヒアリングを行い、検討を進めてきた。

本検討分科会では、主な検討事項として、放送事業者の経営の現状分析・今後の見通し、放送事業者の経営ガバナンス、AMラジオの在り方及び放送事業者の経営基盤強化の在り方の4つを設定し、検討を進めてきた。

2019年7月11日に、それまでの検討結果を中間取りまとめとして公表¹した後に、AMラジオの在り方については、放送事業者の設備投資計画に大きな影響を与える可能性があることから、早期に結論を示すべく、同年8月30日に先行して、取りまとめを行ったところ²である。

本取りまとめでは、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について、今後も維持されるべきであることを確認している。その上で、その役割を今後も十分に果たしていくために放送事業の経営基盤の強化が不可欠であることを指摘し、具体的なローカル局の取組事例を踏まえつつ、ローカル局の経営基盤強化の基本的方向性や環境整備のため取り組むべき事項を示している。更に、ローカル局の放送事業の経営基盤の強化に資する具体的な要望があればそれも含めて、既存の制度や施策の見直しを含めて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ことを示している。

本取りまとめに記載された様々な提言の実現を含め、関係者の真摯な取組に期待したい。

¹ 「放送事業の基盤強化に関する検討分科会 中間取りまとめ」の公表（2019年7月11日）
https://www.soumu.go.jp/main_content/000633484.pdf

² 本取りまとめにおいては、「第3章 AMラジオ放送の在り方」に、第7回会合（2019年8月30日）で取りまとめられた「AMラジオ放送のあり方に関する取りまとめ」をそのまま記載している。

修正『後』

はじめに

放送事業者、特にローカル局は、それぞれの地域において、創意工夫のもと、地域に密着した情報を発信し、地域社会の文化の維持発展等に寄与してきた。また、自然災害が多く発生する我が国においては、地域に密着した情報を伝える放送が災害時に果たす役割は極めて重要であり、依然として、高い信頼性が寄せられている。

他方で、ローカル局を取り巻く環境は大きく変化している。少子高齢化などの人口動態や都市部への人口集中などの地域経済の変化のみならず、若者のテレビ・ラジオ離れといった視聴スタイルの変化、インターネット広告や動画配信事業との競争の激化等、ローカル局は多くの変化に直面している。ローカル局にとっては、新しい競争環境への適応や、災害時であっても放送を安定的かつ継続的に放送し続けられるような放送事業の経営基盤の強化が大きな課題となっている。

このような課題に対応するため、総務省は、放送を巡る諸課題に関する検討会の下で、2018年11月から、放送事業の基盤強化に関する検討分科会（以下「本検討分科会」という。）を開催し、放送事業の基盤強化等に関し、ローカル局、一般社団法人日本民間放送連盟（以下「民放連」という。）等からヒアリングを行い、検討を進めてきた。

本検討分科会では、主な検討事項として、放送事業者の経営の現状分析・今後の見通し、放送事業者の経営ガバナンス、AMラジオの在り方及び放送事業者の経営基盤強化の在り方の4つを設定し、検討を進めてきた。

2019年7月11日に、それまでの検討結果を中間取りまとめとして公表¹した後に、AMラジオの在り方については、放送事業者の設備投資計画に大きな影響を与える可能性があることから、早期に結論を示すべく、同年8月30日に先行して、取りまとめを行ったところ²である。

本取りまとめでは、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について、今後も維持されるべきであることを確認している。その上で、その役割を今後も十分に果たしていくために放送事業の経営基盤の強化が不可欠であることを指摘し、具体的なローカル局の取組事例を踏まえつつ、ローカル局の経営基盤強化の基本的方向性や環境整備のため取り組むべき事項を示している。更に、ローカル局の放送事業の経営基盤の強化に資する具体的な要望があればそれも含めて、既存の制度や施策の見直しを含めて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ことを示している。

本取りまとめに記載された様々な提言の実現を含め、関係者の真摯な取組に期待したい。

¹ 「放送事業の基盤強化に関する検討分科会 中間取りまとめ」の公表（2019年7月11日）
https://www.soumu.go.jp/main_content/000633484.pdf

² 本取りまとめにおいては、「第3章 AMラジオ放送の在り方」に、第7回会合（2019年8月30日）で取りまとめられた「AMラジオ放送のあり方に関する取りまとめ」をそのまま記載再掲している。

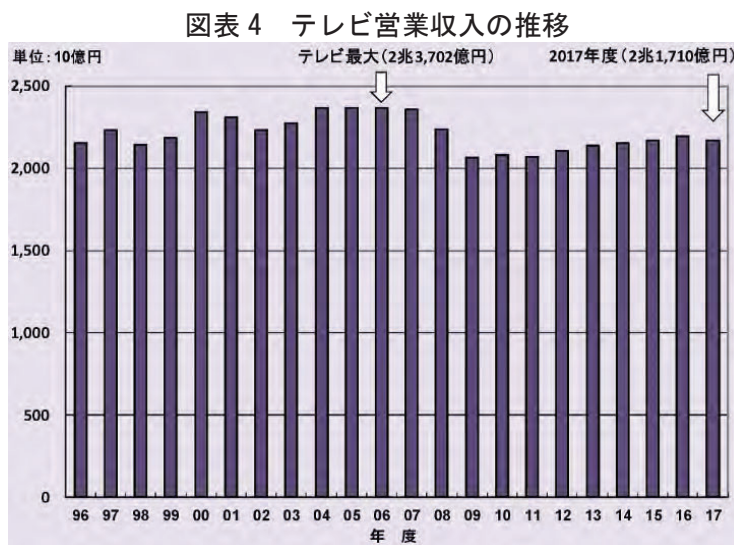
修正『前』

今後も、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と考えられる。

2. ローカル局の経営指標の分析・見通し

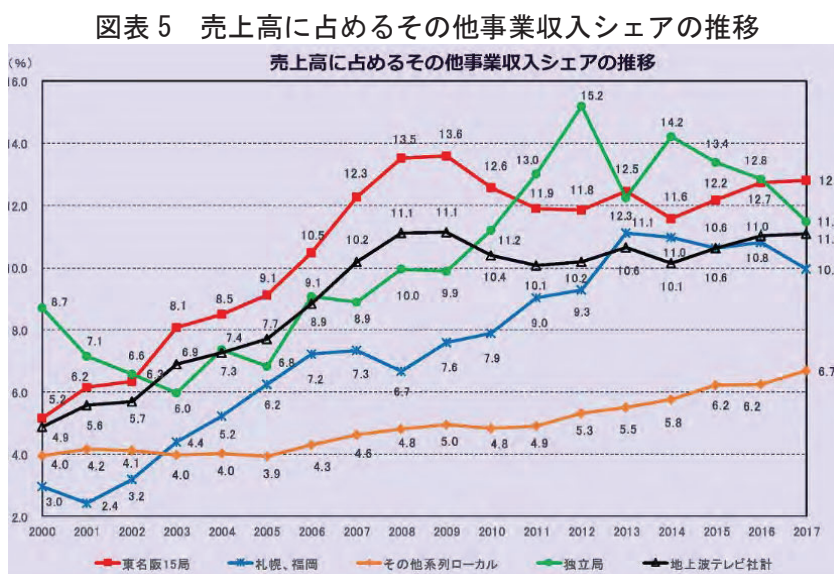
(1) ローカル局のこれまでの経営状況

テレビ営業収入は、リーマンショック時に大きく低下して以降、少しずつ持ち直していたが、2017年度以降、減収傾向となっている。



(出典：第1回 民放連資料より抜粋)

放送以外の事業の収入は、2000年以降、地上波全体としては伸びているものの、キー局に比べればローカル局の伸びは低くなっている。



(出典：第1回 民放連資料より抜粋)

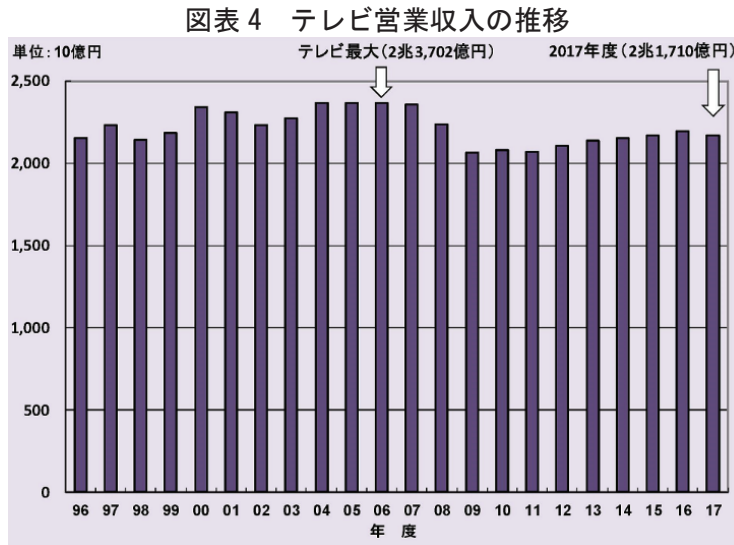
修正『後』

今後も、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と考えられる。

2. ローカル局の経営指標の分析・見通し

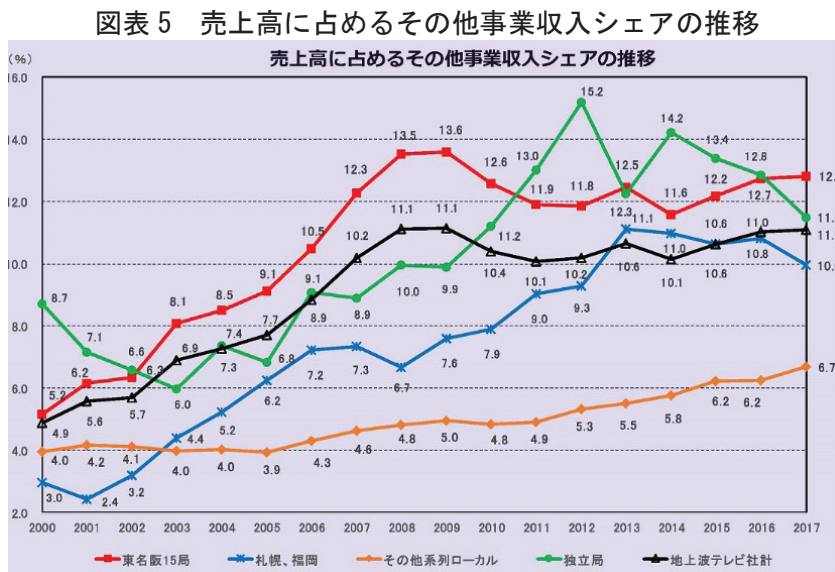
(1) ローカル局のこれまでの経営状況

テレビ営業収入は、リーマンショック時に大きく低下して以降、少しずつ持ち直していたが、2017年度以降、減収傾向となっている。



(出典：第1回 民放連資料より抜粋)

放送以外の事業の収入は、2000年以降、地上波全体としては伸びているものの、キー局に比べればローカル局の伸びは低くなっている。



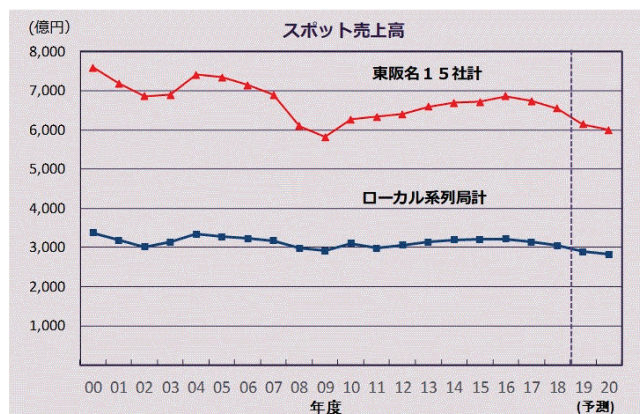
(出典：第1回 民放連資料より抜粋)

修正『前』

(2) ローカル局の今後の経営見通し⁶

2019 年半ば以降、テレビスポット収入が全国的にリーマンショック時以来の大幅減⁷となっており、ローカル局を含め、営業収入については、影響を受けることが予想されている。

図表 8 テレビスポット収入の推移



(出典：第9回 民放連資料より抜粋)

要因は、夏場に多発した自然災害等の一時的要因や2019年10月の消費税率の引上げなどの循環・景気要因によるものが影響していると考えられる。

さらに、大手広告主によるインターネット広告費へのシフトや広告費から販売促進費へのシフトなどの構造的要因も存在していると考えられる。

また、東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催の延期が発表されていることもあり、2020年度は、広告収入の増加を期待することは困難な状況になると考えられる。

このような状況において、企業収益が2020年度末に向かって回復基調であるとのシナリオの下、営業収入は、全体で、前年度比1.1%のマイナス見込みになると予想されている。

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、2020年度末に向かった回復基調のシナリオの達成も困難となり、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である。

⁶ 本見通しは、第9回会合（2020年3月2日）における民放連発表を踏まえて作成したものである。

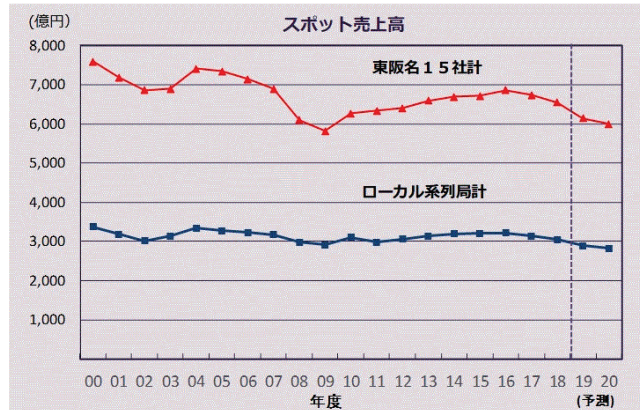
⁷ 2019年度は前年度比でマイナス5.9%の見込み、2020年度は前年度比でマイナス2.2%の見込み。

修正『後』

(2) ローカル局の今後の経営見通し⁶

2019 年半ば以降、テレビスポット収入が全国的にリーマンショック時以来の大幅減⁷となっており、ローカル局を含め、営業収入については、影響を受けることが予想されている。

図表 8 テレビスポット収入の推移



(出典：第9回 民放連資料より抜粋)

要因は、夏場に多発した自然災害等の一時的要因や2019年10月の消費税率の引上げなどの循環・景気要因によるものが影響していると考えられる。

さらに、大手広告主によるインターネット広告費へのシフトや広告費から販売促進費へのシフトなどの構造的要因も存在していると考えられる。

また、東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催の延期が発表されていることもあり、2020年度は、広告収入の増加を期待することは困難な状況になると考えられる。

このような状況において、企業収益が2020年度末に向かって回復基調であるといったシナリオの下、営業収入は、全体で、前年度比1.1%のマイナス見込みになると予想されている。

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、企業収益が2020年度末に向かつて回復基調のであるといったシナリオの達成も困難となり、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である。

⁶ 本見通しは、第9回会合（2020年3月2日）における民放連発表を踏まえて作成したものである。

⁷ 2019年度は前年度比でマイナス5.9%の見込み、2020年度は前年度比でマイナス2.2%の見込み。

修正『前』

2. 構成員からの意見

放送事業者の経営ガバナンスに関する構成員からの主な意見は次のとおりである。

- ・ 放送事業者の実態を踏まえ、ある程度、対象をフォーカスして課題を明確化するとともに、その対象にとって参考となる成功事例を把握し、放送事業者間でシェアしていくことが望ましい。
- ・ ガバナンスが経営にいかに関わったのか、ガバナンスの改善が成長や経営基盤の強化、あるいは放送の価値向上にどう関わったのかを分析し、ベストプラクティスを共有していただきたい。
- ・ アンケート結果（ベストプラクティス）について、①メッセージ性を持って各社に伝えていただきたい、②単なる周知だけでなく、可能な範囲で双方向で行っていただきたい、③今回一回限りで終わらせず、できれば定期的に行っていただきたい。
- ・ ステークホルダーとの対話・協調のためにどのように活用できるのかについて、アンケート調査をされることは放送法の運用という観点でも重要。
- ・ 全体集計表だけでなく、企業規模や設立時期、地域の人口規模や人口密度、メディアの多様性といった視点から類型化した企業の特성에応じて、ガバナンスのあり方、あるいはガバナンスに対する危機感に違いがあるかどうか、違いがあるとすれば、それはなぜかといった考察までであるとさらに価値のあるアンケート結果になると思う。
- ・ 民放各社においては、アンケート調査結果に示されたベストプラクティスを参考にしていただき、経営ガバナンスの強化に取り組んでいただきたい。

3. 今後の方向性

放送の本来の価値向上と放送事業外収入を同時に拡大させていくためには、経営ガバナンスの強い発揮が求められる。また、攻めと守りの経営ガバナンスはどちらも現場にアイデアがあり、それを経営層が把握して PDCA サイクルを回す仕組みが大切である。

民放連が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。

地域の人口動態や経済状況、ローカル局の経営課題やメディア環境は異なるもの

修正『後』

2. 構成員からの意見

放送事業者の経営ガバナンスに関する構成員からの主な意見は次のとおりである。

- ・ 放送事業者の実態を踏まえ、ある程度、対象をフォーカスして課題を明確化するとともに、その対象にとって参考となる成功事例を把握し、放送事業者間でシェアしていくことが望ましい。
- ・ ガバナンスが経営にいかに関わったのか、ガバナンスの改善が成長や経営基盤の強化、あるいは放送の価値向上にどう関わったのかを分析し、ベストプラクティスを共有していただきたい。
- ・ アンケート結果（ベストプラクティス）について、①メッセージ性を持って各社に伝えていただきたい、②単なる周知だけでなく、可能な範囲で双方向で行っていただきたい、③今回一回限りで終わらず、できれば定期的に行っていただきたい。
- ・ ステークホルダーとの対話・協調のためにどのように活用できるのかについて、アンケート調査をされることは放送法の運用という観点でも重要。
- ・ 全体集計表だけでなく、企業規模や設立時期、地域の人口規模や人口密度、メディアの多様性といった視点から類型化した企業の特性に依拠して、ガバナンスのあり方、あるいはガバナンスに対する危機感に違いがあるかどうか、違いがあるとすれば、それはなぜかといった考察までであるとさらに価値のあるアンケート結果になると思う。
- ・ 民放各社においては、アンケート調査結果に示されたベストプラクティスを参考にしていただき、経営ガバナンスの強化に取り組んでいただきたい。

3. 今後の方向性

放送の本来的な価値向上と放送事業外収入を同時に拡大させていくためには、経営ガバナンスの強い発揮が求められる。また、攻めと守りの経営ガバナンスはどちらも現場にアイデアがあり、それを経営層が把握して PDCA サイクルを回す仕組みが大切である。

民放連が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。

各地域の人口動態や経済状況、ローカル局の経営課題やメディア環境は異なるも

修正『前』

第3章 AM ラジオ放送の在り方

AM ラジオ放送の在り方については、令和元年8月に取りまとめが行われた。本章では、以下にそれを掲載する。

「地域における情報流通の確保等に関する分科会¹⁰」の取りまとめ(平成29年5月)では、AM ラジオ放送¹¹の設備の老朽化が進み設備維持コストがかさんでいること等が経営上の課題となっていることを踏まえて、AM ラジオ放送の将来像について、「ラジオの役割、ラジオ聴取の実態、放送設備の状況、諸外国の状況をはじめ様々な要素を考慮する必要があり、国は、関係者と連携し、中長期的な観点から検討を進めるべき」とされている。

この取りまとめを踏まえて、平成30年11月から、本検討分科会を開催し、AM ラジオ放送の在り方について、民放連等からヒアリングを行い、検討を進めてきたところである。

なお、本検討分科会では、主な検討事項として、放送事業者の経営の現状分析・今後の見通し、放送事業者の経営ガバナンス、AM ラジオの在り方及び放送事業者の経営基盤強化の在り方の4つを設定し、検討を行っており、そのうちAM ラジオの在り方について取りまとめたものが、本章である。

ラジオ放送の中長期的な維持・発展のためには、AM ラジオ放送制度の抜本的な見直しが必要であり、本取りまとめの「提言」では、見直しの方向性や今後の検討課題などを示している。

本取りまとめの「提言」を踏まえ、総務省では、必要な制度整備等を行うべきである。また、AM ラジオ放送事業者が、その制度を活用して経営の効率化を図り、引き続き、国民生活に不可欠なメディアであり続けるとともに、コンテンツやサービスの維持・向上を通じて、国民・聴取者が経営の効率化のメリットを享受できるようになることを期待したい。

1. AM ラジオ放送の役割と経営状況等

(1) ラジオに期待される役割

ラジオのメディアとしての特性は、「受信機と乾電池があれば、いつでもどこでも聴くことができる、大変便利なメディアである。また、ラジオは、地域に密着した生放送中心のメディアであり、パーソナリティの肉声リスナーとの間に親しみのあるコミュニケーションを形成する」とされている¹²。

¹⁰ 「放送を巡る諸課題に関する検討会」の下に開催された分科会の1つ。

¹¹ 本取りまとめでは、「中波放送」のことを「AM ラジオ放送」又は「AM 放送」と記載する。

¹² 第4回会合(平成31年3月27日)における民放連資料より

修正『後』

第3章 AM ラジオ放送の在り方

AM ラジオ放送の在り方については、令和元年8月に取りまとめが行われた。本章では、以下にそれを掲載再掲する。

「地域における情報流通の確保等に関する分科会¹⁰」の取りまとめ(平成29年5月)では、AM ラジオ放送¹¹の設備の老朽化が進み設備維持コストがかさんでいること等が経営上の課題となっていることを踏まえて、AM ラジオ放送の将来像について、「ラジオの役割、ラジオ聴取の実態、放送設備の状況、諸外国の状況をはじめ様々な要素を考慮する必要があり、国は、関係者と連携し、中長期的な観点から検討を進めるべき」とされている。

この取りまとめを踏まえて、平成30年11月から、本検討分科会を開催し、AM ラジオ放送の在り方について、民放連等からヒアリングを行い、検討を進めてきたところである。

なお、本検討分科会では、主な検討事項として、放送事業者の経営の現状分析・今後の見通し、放送事業者の経営ガバナンス、AM ラジオの在り方及び放送事業者の経営基盤強化の在り方の4つを設定し、検討を行っており、そのうちAM ラジオの在り方について取りまとめたものが、本章である。

ラジオ放送の中長期的な維持・発展のためには、AM ラジオ放送制度の抜本的な見直しが必要であり、本取りまとめの「提言」では、見直しの方向性や今後の検討課題などを示している。

本取りまとめの「提言」を踏まえ、総務省では、必要な制度整備等を行うべきである。また、AM ラジオ放送事業者が、その制度を活用して経営の効率化を図り、引き続き、国民生活に不可欠なメディアであり続けるとともに、コンテンツやサービスの維持・向上を通じて、国民・聴取者が経営の効率化のメリットを享受できるようになることを期待したい。

1. AM ラジオ放送の役割と経営状況等

(1) ラジオに期待される役割

ラジオのメディアとしての特性は、「受信機と乾電池があれば、いつでもどこでも聴くことができる、大変便利なメディアである。また、ラジオは、地域に密着した生放送中心のメディアであり、パーソナリティの肉声リスナーとの間に親しみのあるコミュニケーションを形成する」とされている¹²。

¹⁰ 「放送を巡る諸課題に関する検討会」の下に開催された分科会の1つ。

¹¹ 本取りまとめでは、「中波放送」のことを「AM ラジオ放送」又は「AM 放送」と記載する。

¹² 第4回会合(平成31年3月27日)における民放連資料より

修正『前』

町散策を行う番組を 4K で制作し、香港及び台湾で放送をしたところである。2017 年の香港及び台湾からの観光客は取組前の 2014 年と比べて 2 倍に迫る勢いとなっており、地域経済の活性化に寄与している。また、「外国人観光客は温泉に入ってくれない」という温泉地の悩みを聞き、肌着メーカーと共同で「湯浴み着」を開発した。大分県との連携も進めており、県の PR 動画の海外放映、県の海外プロモーションでの映像参加等を行うほか、ラグビーワールドカップ 2019 のための取組の一つとして海外向け PR 動画の制作も行った。

② 地域製品の販路拡大

株式会社宮崎放送は、2018 年 7 月に「トレードメディアジャパン」を設立し、地元の優れた産品を「映像」などのプロモーションとともに輸出するビジネスモデルの確立を目指している。台湾のテレビ局、ネット会社と連携した販売企画やプロモーション（番組制作、テレビショッピング、EC サイト等）を行うとともに、台湾に支社を設立し、バイヤーや卸先の開拓、流通・販売・卸売を展開し、台湾において商談会や物産展を実施するなど宮崎県の企業・団体・生産者の販路拡大を後押ししている。

また、ローカル局としてのブランド向上を図るとともに、ローカル局ならではの地域の資料映像を活用して特長ある事業構築を図っている。

図表 35 株式会社宮崎放送のプロモーション事業

【プロモーション事業】



台湾・新竹市 宮崎フェア
2020年1月18日(土)～22日(水)
@遠東SOGO百貨新竹店
クライアント: 宮崎市



サイクルツーリズム番組(仮)
2020年3月 放送予定
クライアント: 宮崎県

(出典: 第 8 回 株式会社宮崎放送資料より抜粋)

③ 海外でのイベント開催

RKB 毎日放送株式会社では、2017 年 3 月、日本とタイの修好 130 周年を契機に毎日新聞社と共催で「アユタヤ絆駅伝」を開催した（主催：タイ国政府観光スポーツ省）。その模様は、日本では RKB 毎日放送株式会社と BS-TBS、タイではチャンネル 7 がそれぞれ放送した。

修正『後』

町散策を行う番組を 4K で制作し、香港及び台湾で放送をしたところである。2017 年の香港及び台湾からの観光客は取組前の 2014 年と比べて 2 倍に迫る勢いとなっており、地域経済の活性化に寄与している。また、「外国人観光客は温泉に入ってくれない」という温泉地の悩みを聞き、肌着メーカーと共同で「湯浴み着」を開発した。大分県との連携も進めており、県の PR 動画の海外放映、県の海外プロモーションでの映像参加等を行うほか、ラグビーワールドカップ 2019 のための取組の一つとして海外向け PR 動画の制作も行った。

② 地域製品の販路拡大

株式会社宮崎放送は、2018 年 7 月に「株式会社トレードメディアジャパン」を設立し、地元の優れた産品を「映像」などのプロモーションとともに輸出するビジネスモデルの確立を目指している。台湾のテレビ局、ネット会社と連携した販売企画やプロモーション（番組制作、テレビショッピング、EC サイト等）を行うとともに、台湾に支社を設立し、バイヤーや卸先の開拓、流通・販売・卸売を展開し、台湾において商談会や物産展を実施するなど宮崎県の企業・団体・生産者の販路拡大を後押ししている。

また、ローカル局としてのブランド向上を図るとともに、ローカル局ならではの地域の資料映像を活用して特長ある事業構築を図っている。

図表 35 株式会社宮崎放送のプロモーション事業

【プロモーション事業】



台湾・新竹市 宮崎フェア
2020年1月18日(土)～22日(水)
@遠東SOGO百貨新竹店
クライアント: 宮崎市



サイクルツーリズム番組(仮)
2020年3月 放送予定
クライアント: 宮崎県

(出典: 第 8 回 株式会社宮崎放送資料より抜粋)

③ 海外でのイベント開催

RKB 毎日放送株式会社では、2017 年 3 月、日本とタイの修好 130 周年を契機に株式会社毎日新聞社と共催で「アユタヤ絆駅伝」を開催した（主催：タイ国政府観光スポーツ省）。その模様は、日本では RKB 毎日放送株式会社と BS-TBS、タイではチャンネル 7 がそれぞれ放送した。

修正『前』

(4) 放送局等間の連携

(1) ～ (3) の取組として示した事例は、自社単独で実施するケースであったが、より多くのローカル局が取組に着手できるようにし、その効果をより大きくするには、放送局間の連携、その他関係組織との連携が重要であり、具体例としては以下のようなケースがある。

① 海外展開

NNS（日本テレビネットワーク協議会）は統一テーマ、統一フォーマットでローカル局がコンテンツを提供しあうことで、日本全国を扱う話数の多い番組シリーズ「Joyous Japan」を制作している。この取組を通じて制作ノウハウの共有も図っており、海外のコンテンツ見本市への出展が難しいローカル局でも海外展開で収益を得るチャンスが生まれている。

JNN ローカル 8 局がコンソーシアムを形成して、日本全国だけではなく、海外や web にも展開できる番組として「ニッポン探索クイズバラエティ Go!Go! ニンじゃぽん」を制作している。国内 23 社に番組販売したほか 2018 年 2 月にはベトナムで放送するなど継続できる事業の仕組みの構築を目指している。

② 番組制作

株式会社テレビ埼玉では、首都圏 3 局による情報生番組の相互乗り入れの実施（首都圏トライアングル）、関東 5 局による高校野球大会や都市対抗野球のダイジェスト番組の共同制作（5 いっしょ 3 ちゃんねる）、東名阪 6 局による共同番組開発（東名阪ネット 6）に取り組んでいる。

株式会社福島中央テレビでは、東日本大震災について、地域に寄り添うローカル局として地元住民それぞれが抱える困難を継続的に取材しているが、東日本大震災の発災時には、系列局が応援に入り、タンクローリーで燃料が輸送されるといった報道やロジスティックに対する応援を受けるなど、災害時に被災地のローカル局が、地域を越えた系列ネットワーク全体の支援を受けて、番組制作に取り組んでいる。

名古屋テレビ放送株式会社では、地域を題材とするドキュメンタリー番組の制作において、過去素材の集積や裏取り取材をする過程で、キー局からの映像の提供や取材対象地域の系列ローカル局からの協力を受けて、番組制作に取り組んでいる。

③ アプリの提供

修正『後』

(4) 放送局等間の連携

(1)～(3)の取組として示した事例は、自社単独で実施するケースであったが、より多くのローカル局が取組に着手できるようにし、その効果をより大きくするには、放送局間の連携、その他関係組織との連携が重要であり、具体例としては以下のようなケースがある。

① 海外展開

NNS（日本テレビネットワーク協議会）は統一テーマ、統一フォーマットでローカル局がコンテンツを提供しあうことで、日本全国を扱う話数の多い番組シリーズ「Joyous Japan」を制作している。この取組を通じて制作ノウハウの共有も図っており、海外のコンテンツ見本市への出展が難しいローカル局でも海外展開で収益を得るチャンスが生まれている。

JNN ローカル 8 局がコンソーシアムを形成して、日本全国だけではなく、海外やwebにも展開できる番組として「ニッポン探索クイズバラエティ Go!Go! ニンじゃぽん」を制作している。国内 23 社に番組販売したほか 2018 年 2 月にはベトナムで放送するなど継続できる事業の仕組みの構築を目指している。

② 番組制作

株式会社テレビ埼玉では、首都圏 3 局による情報生番組の相互乗り入れの実施（首都圏トライアングル）、関東 5 局による高校野球大会や都市対抗野球のダイジェスト番組の共同制作（5 いっしょ 3 ちゃんねる）、東名阪 6 局による共同番組開発（東名阪ネット 6）に取り組んでいる。

株式会社福島中央テレビでは、東日本大震災について、地域に寄り添うローカル局として地元住民それぞれが抱える困難を継続的に取材しているが、東日本大震災の発災時には、系列局が応援に入り、タンクローリーで燃料が輸送されるといった報道や[ロジスティック](#)[ロジスティクス](#)に対する応援を受けるなど、災害時に被災地のローカル局が、地域を越えた系列ネットワーク全体の支援を受けて、番組制作に取り組んでいる。

名古屋テレビ放送株式会社では、地域を題材とするドキュメンタリー番組の制作において、過去素材の集積や裏取り取材をする過程で、キー局からの映像の提供や取材対象地域の系列ローカル局からの協力を受けて、番組制作に取り組んでいる。

③ アプリの提供

修正『前』

して 200 以上の事例を収集し、各社が今後の事業展開を検討する際の参考としてもらうため、会員社間で情報を共有している。このような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

人材育成については、放送を巡る環境変化に対応するため、これまでのテレビ制作の技術を受け継ぐとともに、新たな IP 化やデジタルトランスフォーメーションを可能とする新しい技術や、コンテンツの海外展開やインターネット配信などの新しい事業領域に対応した人材の確保・育成が必要となっている。また、ローカル局の経営に当たって有用な知識、情報の取得を図るため、例えば、民放連は、ローカル民放経営研究会を始め、人材育成事業に取り組んでいる。

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

近年では多くのローカル局においてインターネットを活用したコンテンツの配信が行われており、地域の情報発信のツールとして今後一層重要になってくるものと考えられる。インターネットの本格的な活用を進めるに当たっては、ローカル局がそれぞれ配信基盤を構築することは、ローカル局のリソースを踏まえれば効率的ではない。このため、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。なお、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として考えられるが、この点に関しては、2019 年 11 月に総務省から文化庁に対して「同時配信等に伴う権利処理の円滑化のため対応が必要な課題 取りまとめ (2019 年 11 月 11 日)」³⁰を提出し、これを受けて文化審議会において、手続の円滑化と権利者の利益保護への配慮の両立という観点から、関係者間で議論が行われている。総務省においては、NHK の同時配信の開始及び民放の取組の進展といった状況を踏まえ、必要に応じ、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。

また、インターネット活用における更なる展開を見据え、視聴データの利活用については、災害情報の提供など社会課題の解決に活用するだけでなく、視聴

³⁰ ネット同時配信に係る権利処理に関する勉強会(座長 内山 隆 青山学院大学総合文化政策学部教授)において取りまとめ。 https://www.soumu.go.jp/main_content/000655255.pdf

修正『後』

して 200 以上の事例を収集し、各社が今後の事業展開を検討する際の参考としてもらうため、会員社間で情報を共有している。このような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

人材育成については、放送を巡る環境変化に対応するため、これまでのテレビ制作の技術を受け継ぐとともに、新たな IP 化やデジタルトランスフォーメーションを可能とする新しい技術や、コンテンツの海外展開やインターネット配信などの新しい事業領域に対応した人材の確保・育成が必要となっている。また、ローカル局の経営に当たって有用な知識、情報の取得を図るため、例えば、民放連は、ローカル民放経営研究会を始め、人材育成事業に取り組んでいる。

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

近年では多くのローカル局においてインターネットを活用したコンテンツの配信が行われており、地域の情報発信のツールとして今後一層重要になってくるものと考えられる。インターネットの本格的な活用を進めるに当たっては、ローカル局がそれぞれ配信基盤を構築することは、ローカル局のリソースを踏まえれば効率的ではない。このため、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。なお、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として考えられるが、この点に関しては、2019 年 11 月に総務省から文化庁に対して「同時配信等に伴う権利処理の円滑化のため対応が必要な課題 取りまとめ（2019 年 11 月 14・15 日）」³⁰を提出し、これを受けて文化審議会において、手続の円滑化と権利者の利益保護への配慮の両立という観点から、関係者間で議論が行われている。総務省においては、NHK の同時配信の開始及び民放の取組の進展といった状況を踏まえ、必要に応じ、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。

また、インターネット活用における更なる展開を見据え、視聴データの利活用については、災害情報の提供など社会課題の解決に活用するだけでなく、視聴

³⁰ ネット同時配信に係る権利処理に関する勉強会（座長 内山 隆 青山学院大学総合文化政策学部教授）において取りまとめ。 https://www.soumu.go.jp/main_content/000655255.pdf

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

(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。

(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 |

【被災地でのメディア別信頼度評価: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。