

これまでの主な意見等 (第1回～第7回)

平成28年6月

1 今後の放送の市場及びサービスの可能性

※議事要旨のご発言等を事務局において整理したものです。

○放送を取り巻く環境変化 / 今後の方向性

- ・ テレビ接触率(リーチ)の低下傾向や国内外のネット動画配信サービスの台頭など、コンテンツの視聴環境が変化する中、これまでの放送のビジネスモデルが崩れつつある。
- ・ どのように競争に勝ち抜いてビジネスにしていくのか、放送事業者も真剣に考えていくべき。利用者にとっては、通信か放送かに関わらず、魅力あるコンテンツがリーズナブルに選択できるようなサービスが求められている。
- ・ 視聴者が認識している「放送」と法的な「放送」にずれが生じている。
- ・ 検討のうえでは、放送サービスの強みを活かしつつ、収益性と公共性を両立させていく方策が重要。

(構成員等のご意見)

- ・ テレビ接触率(リーチ)の低下が今後見込まれる中、見逃し配信やIPサイマル配信(同時配信)は、トータルでの視聴時間の維持等が期待できる。(第1回 奥構成員プレゼンテーション)
- ・ インターネットが高速化し、これまでの「垂直統合」「ネットワーク」という放送業界のビジネスモデルが崩れつつある。現状の産業構造の制約を外し、視聴者の便益を大きくしたとき、それが業界の活性化とトレードオフとなる可能性もあり、難しい問題。(第1回 三友構成員)
- ・ 国内外のネット動画配信サービスの台頭により、どう競争に勝ち抜いてビジネスにしていくのかを放送局も真剣に考えていくべき。(第1回 北構成員)
- ・ 地域を越えてネットで視聴することができるのは喜ばしいこと。放送局は番組出演者と視聴者を楽しく繋いでいくようなネットの使い方を考えてほしい。(第1回 近藤構成員)
- ・ iPhoneがテレビになったらいいのではないかと考えている。(第1回 岩浪構成員)
- ・ 利用者にとっては通信か放送かに関わらず、有用で豊富なコンテンツがリーズナブルで選択できるようなサービスが求められている。(第1回 三尾構成員)
- ・ ICTの進展により、情報を一つのものとして扱うフレームができ、視聴者が認識している「放送」と法的な「放送」にずれが生じている。これらをマッチングさせつつ、議論したい。(第1回 三膳構成員)
- ・ 今後の新しいビジネス展開については、放送サービスが本来持っている力を削ぐことがないよう配慮してほしい。(第1回 長田構成員)
- ・ 地方の必ずしも財務基盤が盤石でない放送局で、いかに収益性と公益性を両立させていくかの手法等を今後考えていけると良い。(第2回 川住構成員)
- ・ ラジオ放送チューナーの普及は重要である一方で、ハードルも高い。(第4回 岩浪構成員)

1 今後の放送の市場及びサービスの可能性（続き）

- ・ インターネットを中心とした放送の新サービスについては、ビジネスとして成立するかが課題であり、そのための調査・研究等を進めるべき。
- ・ 地域の情報がほしいというニーズはあるので、地域振興と一体的に進めるなど、新しいビジネスモデルを考えていくべき。

（構成員等のご意見）

- ・ インターネットを中心とした放送の新サービスについては、ビジネスとして成立するかが大きな課題である。（第7回、民放連からのプレゼンテーション）
- ・ ビジネスとして実施できるのか、十分な検証ができてないように感じる。実装のための調査又は研究が必要だろう。是非積極的にやっていただきたい。ビジネスの問題なので、すぐにとはいかないだろう。行政で地ならしができるなら、是非協力体制をとってやっていただきたい。（第7回 新美座長代理）
- ・ 地域の限定が技術的に解消できる時代においては、限定されていた部分以外も聴けるようにするという事も検討したほうがよい。また、地域振興と一体的に進めるべきなのではないか。（第4回 三膳構成員）
- ・ マルチメディア放送の特徴である蓄積型放送については、より地域に密着した情報、防災情報とともに、BtoBや企業内の情報などでも広告収入が期待出来るメディアではないか。これから新しいビジネスモデルを考えていくべき。（第4回 川住構成員）
- ・ 県域にとどまらない地域の情報がほしいというニーズはあると思う。（第4回 長田構成員）

○マルチデバイス化、ネット配信などへの対応

- ・リアルタイム視聴が低下する中、映像の利活用に向けて、VODなど広義の映像ビジネスの拡大やマルチデバイス化への対応が必要。
- ・最近でも、放送事業者において、ネット動画配信サービスの活用やマルチデバイスへの対応等の試行的な取組が開始されているが、地域を越えてネットで視聴することができるのは喜ばしい。
- ・今後、地方局のコンテンツを含めた、あらゆる映像のメタデータ化と視聴データの解析による、新たな映像ビジネス利活用プラットフォームが必要。
- ・スマートフォンをテレビとして使用するサービスについても、ユーザーの受容性がある。

(構成員等のご意見)

- ・リアルタイム視聴により刹那的に消費されている映像の利活用に向けて、VODなど広義の映像ビジネスに拡大し、マルチデバイス化による総映像接触時間・機会を増大させる工夫が必要。(第3回 北構成員プレゼンテーション)
- ・エンドユーザーの視聴デバイスとしては引き続きテレビが圧倒的に観られている。ケーブルテレビ加入者は、有料映像コンテンツを積極的に利用しており、有料動画サービスへの加入障壁は低いと考えられることから、そこがゲートウェイとなる可能性がある。(第3回 川住構成員プレゼンテーション)
- ・「映像」には、報道も入っている。これもアーカイブ化などを行い、ビジネスとして拡大させる可能性はある。(第3回 北構成員)
- ・ネット動画配信サービスなども積極活用し、多メディアの地域情報を発信する基地の構築が必要。(第2回 南海放送からのプレゼンテーション)
- ・今後は、多様なデバイスを通じて地域情報を発信することを目指していきたい。(第2回 須高ケーブルテレビ)
- ・地域を越えてネットで視聴することができるのは喜ばしいこと。放送局は番組出演者と視聴者を楽しく繋いでいくようなネットの使い方を考えてほしい。(第1回 近藤構成員)(再掲)
- ・今後、地方局のコンテンツを含めた、あらゆる映像のメタデータ化と視聴データの解析による、新たな映像ビジネス利活用プラットフォームが必要。県単位あるいは地域ブロック単位でローカル局、ケーブルテレビ、新聞社、ラジオ局などが連携・提携し、ヒト・モノ・カネ・情報を共有することによって効率化を図るべき。(第3回 北構成員プレゼンテーション)
- ・視聴機会の増大やテレビ離れへの対応策として、スマートフォンをそのまま「テレビ」として使うサービスのユーザー体験調査を行ったところ。今回の調査は事前調査の段階だが、結果として、スマートフォン「テレビ」は受容性があると判断できた。(第6回 岩浪構成員プレゼンテーション)
- ・いかに観る機会を増やすかということが大事。マルチユース、マルチデバイス化に対応することは大事。(第7回 CATV連盟からのプレゼンテーション)
- ・ラジオは元祖SNS。双方向のメディアなのでネットと親和性が高く、この先ターゲットCMもできるかもしれない。マネタイズに関しても取り組んでいくことが重要。(第7回 民放連からのプレゼンテーション)

2 視聴者利益の確保・拡大（続き）

- ・ 放送通信連携のサービス普及に向けてネット配信のプラットフォームを各社各様ではなく、国内共通のものを構築する必要があるのではないか。
- ・ また、自動翻訳や災害情報など視聴者の便益に資するサービスを受けられるようにすべき。

（構成員等のご意見）

- ・ 爆発的な力を持つネットは必ず放送に取り込まなければならないだろう。ネット配信のプラットフォームを各社各様ではなく、国内共通のものを構築する必要がある。（第5回 パナソニックからのプレゼンテーション）
- ・ ハイブリッドキャストは放送における切り札と言える。また、モバイルもハイブリッドキャストと融合可能であり、まさにこれからのサービスである。（第5回 IPTVフォーラムからのプレゼンテーション）
- ・ 放送通信連携のサービス普及に向けては、モバイル・テレビ共通のプラットフォームを作り、自動翻訳や災害情報等のサービスがどのチャンネルでも同様に受けられるようにするべき。（第5回 IPTVフォーラムからのプレゼンテーション）
- ・ ハイブリッドキャストについて、新しいサービスを生み出す観点から強い期待を持っている。放送の信頼感を損なうことがないようにすることは大前提としつつも、放送側が出来る限りの自由な表現のものを許していかなければならないのではないかと考えている。（第5回 鈴木構成員）
- ・ テレビでもネットにあるようなアフィリエイトサービス（代理宣伝、仲介）が実現すれば、新しいビジネスモデルも生まれてくると思う。（第5回 近藤構成員）
- ・ 放送と通信の融合は良いこと。テレビからログインした際に、世帯全員が一つのIDで見えてしまっている場合、どのチャンネルを見ているか分かるが、それを家庭内の誰が見ているか分かりにくい。（第5回 奥構成員）
- ・ 「国内外の標準化への寄与」は大変貴重だと考える。（第5回 清原構成員）
- ・ 放送事業者がソフト事業者としてニッチなコンテンツを制作しマーケティングしていくという方向性と、あまねくサービスを行うため、視聴者がどのような番組を求めているかという点でビックデータを利用するという方向性になっていくと考えられるが、それぞれの環境を整備すべき。（第5回 宍戸構成員）
- ・ 今回の調査対象者に聞いた範囲では、個人情報を収集されることについては、さほど抵抗感はなく、むしろ自分に合わせて Recommend してほしいとのことだった。ユーザーに新しい生活スタイルの中での利用機会を提供すれば、ユーザー主導で自ずと新しいものが生まれてくる可能性があると感じた。（第6回 岩浪構成員）

2 視聴者利益の確保・拡大（続き）

○新サービスの展開に向けたルール整備の必要性

- ・スマートテレビ等の新サービスを安心・安全に利用するためのルールを作る上では、視聴データとして取る範囲、ハイブリッドキャストの画面の責任分界点(どの画面にどの事業者が責任を有するか)などを明確にすべき。
- ・通信により提供される動画サービスについて、事業者の自主的な取組により、視聴者が放送と同様に安心・安全に利用できるようにすることが普及等の観点から必要。

(構成員等のご意見)

- ・安心・安全のルールを作るうえでは、視聴データを取る側がどこまでのデータが必要なのかを明確にすべき。(第5回 新美構成員)
- ・「視聴履歴」については、視聴者は、テレビから情報が取られるということは想定していないと思われることから、慎重な取扱いが必要。(第1回 長田構成員)
- ・視聴履歴の利用について、事業者がデータを分析して、広告も視聴者に合わせて出していくのか。そういう世の中になると、視聴者の側が理解しておくことが大切。早い段階でルール作りを始めていただきたい。(第7回 長田構成員)
- ・放送の新サービスについて、視聴者利益の確保・増大という観点だと、ネットとの連携が期待される。個人情報の中でも、視聴履歴はその人の考えていることが関わり易いため、十分配慮して進めるべき。NHK、民放連、CATV連盟、総務省も関わりつつ、視聴履歴の保護と利活用のバランスを取るルールを考えて欲しい。(第7回 宍戸構成員)
- ・インターネットを中心とした放送の新サービスについては、不正アクセス対策や個人情報保護も今後の課題としてあげられる。(第7回、民放連からのプレゼンテーション)
- ・放送と通信の融合にあたり、安心安全なサービスを提供するため、民間事業者自らが自主規制し、それを国がサポートしていくことが重要である。(第5回 IPTVフォーラムからのプレゼンテーション)
- ・今回の調査対象者に聞いた範囲では、個人情報を収集されることについては、さほど抵抗感はなく、むしろ自分に合わせて Recommend してほしいとのことだった。ユーザーに新しい生活スタイルの中での利用機会を提供すれば、ユーザー主導で自ずと新しいものが生まれてくる可能性があると感じた。(第6回 岩浪構成員) (再掲)
- ・ハイブリッドキャストの画面の責任分界点を明確にすべき。(第5回 宍戸構成員)
- ・利用者にとっては通信か放送かに関わらず、有用で豊富なコンテンツがリーズナブルで選択できるようなサービスが求められている。(第1回 三尾構成員) (再掲)
- ・放送通信連携のサービス普及に向けては、モバイル・テレビ共通のプラットフォームを作り、自動翻訳や災害情報等のサービスがどのチャンネルでも同様に受けられるようにするべき。(第5回 IPTVフォーラムからのプレゼンテーション) (再掲)

2 視聴者利益の確保・拡大（続き）

○放送の高度化への対応

- ・ 4K、8Kの普及にあたっては、受信機の円滑な普及に向けて視聴者の視点に立った周知啓発も課題。
- ・ 地上テレビ放送の高度化は、地デジ化後も引き続き重要な課題。

（構成員等のご意見）

- ・ 4K、8Kの普及にあたっては、送信側だけでなく受信側も重要であり、受信機の円滑な普及に向けて視聴者の視点に立った周知啓発も課題。（第7回 民放連によるプレゼンテーション）
- ・ 地上テレビ放送の高度化は、地デジ化後も引き続き重要な課題。基幹放送全体の調和ある発展に向け、さらに議論を継続していく必要がある。（第7回 民放連によるプレゼンテーション）

2 視聴者利益の確保・拡大（続き）

○災害時の放送の確保

- ・放送の公共性は、ビジネスや収益性の観点からは相対立するものとなり得るが、災害時の情報提供など従来から放送に期待されている役割については維持しなければならず、強靱なネットワークなどその手法を考えていけると良い。

（構成員等のご意見）

- ・地方の放送事業者は、経営的に厳しい状況にあり、ケーブルテレビ局には4Kや光対応の設備投資が十分行えていないところも多い。地域メディアは、有事のときに必要な情報を確実に発信するという役割を維持しなければならない。（第1回 北構成員）
- ・スマホの利用が進んでいる中、災害情報をネット経由で流す（サイマル放送）ことも重要であるが、非常時にはネットの不安定化の懸念がぬぐえないため、視聴者視点からすると、放送波での視聴も併せて確保する必要がある。（第2回 鈴木構成員）
- ・地方の必ずしも財務基盤が盤石でない放送局で、いかに収益性と公益性を両立させていくかの手法等を今後考えていけると良い。（第2回 川住構成員）（再掲）
- ・災害情報は商用ベースには乗らないものだが、地域の情報発信について、住民参加を含め、今後の長期的な経営ビジョンを教えていただければと思う。（第2回 三友構成員）
- ・今後も放送事業で公共性を担っていくには、レント（※）が生まれる規制にするか、独占的なプレーヤーを作りそこにCSRの観点から担ってもらうか、はじめからNPO型のモデルでやるかなどの方法を取らなければ維持できないのではないか。（第3回 富山和彦氏（株式会社 経営共創基盤）プレゼンテーション）（※）レント:ここでは、「参入が妨げられている場合の独占利潤や寡占による超過利潤」。（有斐閣 経済辞典第5版より抜粋）
- ・災害時の放送の確保は必須。ネットなどの他メディアと相互補完しながら強靱な放送を実現すべき。平時からチューナー普及等の放送の受信環境の充実も重要。（第4回 鈴木構成員）
- ・コミュニティFMは放送エリアは狭いが、設備投資は小さくて済むし、阪神・淡路や東日本などの震災の際にも活躍した。有事には災害情報発信の拠点となりうる。事業運営の脆弱性について、国が支援する仕組みが必要なのではないか。（第4回 北構成員）
- ・（ラジオと携帯は）競合するものではなく、相互補完的であるべき。スマホでラジオを聴けるようにするのも一つの形。技術革新で次々に出てくる新しい技術を使いながら、強靱なネットワークを複合的に作っていくことが重要。（第4回 北構成員）
- ・災害時には、テレビとラジオが同じ情報をサイマルで流し、少し落ち着いたらよりきめ細やかな情報を流すなど、時間の経過に配慮した情報提供が重要。（第4回 長田構成員）
- ・災害時に放送を継続し続けるための非常時の燃料確保などが課題。（第7回 民放連からのプレゼンテーション）

2 視聴者利益の確保・拡大（続き）

- ・ 災害時の情報については、多元的な情報伝達手段の確保が必要であり、インターネット等と連携して、必要な情報を提供できる仕組みがあるとよい。
- ・ 平成28年熊本地震における災害情報の提供に際し、課題がなかったのか、しっかり検証すべき。

（構成員等のご意見）

- ・自治体の立場から言えば、地域情報や災害情報の提供のため、多元的な情報伝達手段の確保が必要。（第3回 清原構成員）
- ・特に大規模な災害時の情報伝達には有用であることをユーザーに周知するとともに、どのスマホでもラジオが聴けるとありがたい。（第4回 近藤構成員）
- ・デジタル化を原理的に言えばコンテンツは伝送路を選ばず、伝送路は中身を問わないことになるはず。緊急時は多様な手段で情報を知らせることが重要。（第4回 岩浪構成員）
- ・民放連ラジオ委員会ではFM放送とインターネットを組み合わせたハイブリッドラジオの実現を目指している。ハイブリッドラジオには次の3つの利点がある。①災害時においても輻輳・遅延のない確実な情報手段となる。②放送受信は端末のバッテリー消費量が通信の3分の1とも言われている。③月間1200万人が利用しているradiko.jpのアプリを改良して使用する想定。（第7回 民放連からのプレゼンテーション）
- ・CATVのニーズは、地域コンテンツに加え、自治体窓口代替サービスや地域の防災サービスなど地域密着の生活支援サービス。（第2回 川住構成員プレゼンテーション）
- ・熊本地震に関連して、それぞれのメディアがうまく連携できたということだが、そこに何も課題はなかったのか。震災対応は現在進行形の話なので、すぐにといいわけではないが、今後是非検証していただきたい。検証をすることが、平時の連携における大きな教材になるだろう。（第7回 新美座長代理）
- ・熊本地震については、民放も総力をあげて報道している。また、地元でどういった需要があったのか、アンケート調査も行っており、集約前だが、一定の支持をいただいていると思う。ただ、停波もあったため、しっかりと検証していきたい。（第7回 民放連）

2 視聴者利益の確保・拡大(続き)

○視聴者利益の確保

- ・ 視聴者として在外邦人や若者へのサービス提供のあり方、少子高齢化などの社会課題の解決に役立つコンテンツやサービス等を勘案した検討が必要。
- ・ テレビで地域の情報や医療サービス、災害時の情報を利用したいというニーズはある。特に高齢者が地域情報・医療情報に容易にアクセスできる仕組みや新サービスについての丁寧な発信が必要。

(構成員等のご意見)

- ・ 国際放送については、外国の方に日本のことを知って貰うというだけでなく、在外邦人に対して、日本と同じ情報をタイムラグ無く届けるという意味でも重要。(第1回 鈴木構成員)
- ・ 若者は、リアルタイムで視聴しなくなっていること、視聴する画面の大きさについても、コンテンツの内容に反映させなければならないのではないか。(第1回 長田構成員)
- ・ 地域では、長寿化だけではなく少子化も進行し、子育て支援が重要な課題であり、子育て世代の視聴形態が多様化していく中で、それに貢献するコンテンツが重要になっていこう。通信と放送の融合がどのように少子長寿化の課題に役立てるコンテンツを生み出せるかという点について期待。(第5回 清原構成員)
- ・ 今回のアンケート調査で、テレビで地域の情報や医療サービス、災害時の情報を利用したいというニーズは確認できた。地域の利用支援サービスを利用したいとの要望も多く、地域・医療情報に高齢者が簡単な操作でアクセスできる仕組みが必要である。(第6回 近藤構成員プレゼンテーション)
- ・ 弊社では、地域医療の情報を発信するミニ番組を7年間続けている。2015年1月からはハイブリッドキャストを活用して、テレビ放送からスマホなど通信につないで、病院の地図や診療時間の情報も提供しており、過去の番組や情報もアーカイブ化している。放送で提供される情報には、安心感、信頼感があり、視聴者の反応も良い。(第6回 北海道テレビからのプレゼンテーション)
- ・ 災害の時は避難したらテレビは見られない。スマホをセカンドスクリーンとしてだけでなく、非常時のスクリーンとして使うことができるのは大きい。(第6回 三膳構成員)
- ・ ハイブリッドキャストを使いこなす高齢者を増やすための課題は、メリットを実感するユーザーエクスペリエンスが重要で、ユーザーエクスペリエンスを創出する仕組みが必要。(第6回 川住構成員)
- ・ 災害時に必要な情報は、平時の放送の対象地域の範囲よりもカバーエリアは狭くなる。ローカル局の必要性の議論でもあったとおり、より細かいニーズに対応していく必要がある。(第6回 多賀谷座長)
- ・ 北海道テレビのようなベスト・プラクティスは、他局でもあると思う。系列に関わらずこうした事例を共有してほしい。NHKや民放各局が連携してプラットフォームの構築や負担の共有に取り組むことが重要。(第6回 宍戸構成員)
- ・ シニアの中には新しいサービスを知らない人がとても多い。送る側は当然とっと思っても、視聴者は知らないことが多いので、丁寧な発信をお願いしたい。(第7回 近藤構成員)

3 地域メディア及び地域情報確保の在り方

○地域情報のニーズと課題

- ・ 視聴環境が変化する中でも、地方の放送局に対しては、地域に密着した情報発信やサービスという役割が求められている。
- ・ 一方で、これまでの「垂直統合」「ネットワーク」という放送業界のビジネスモデルが崩れつつあり、地方の放送事業者は経営的に厳しい状況であり、いかに収益性と公益性を両立させていくかが課題。

(構成員等のご意見)

- ・ 地方の放送事業者は、経営的に厳しい状況にあり、ケーブルテレビ局には4Kや光対応の設備投資が十分行えていないところも多い。地域メディアは、有事のときに必要な情報を確実に発信するという役割を維持しなければならない。(第1回 北構成員)(再掲)
- ・ 弊社では、地域医療の情報を発信するミニ番組を7年間続けている。2015年1月からはハイブリッドキャストを活用して、テレビ放送からスマホなど通信につないで、病院の地図や診療時間の情報も提供しており、過去の番組や情報もアーカイブ化している。放送で提供される情報には、安心感、信頼感があり、視聴者の反応も良い。(第6回 北海道テレビからのプレゼンテーション)(再掲)
- ・ 地域情報を発信するケーブルテレビは、加入者の年齢層が高齢化しているとともに、解約率が増加傾向にあるという調査がある。視聴者のニーズとマッチしていないと感じている。ケーブルテレビに限らないが、こうした地域に密着したメディアとしての重要性は言うまでもないが、インフラとして弱くなっていることを実感している。(第1回 川住構成員)
- ・ 少子高齢化はローカル局にとどまらず地域全体の問題。民放全社がネット展開の重要性を共有する中で、ローカル各局が地域の大切さに原点回帰している。かつてよりローカルコンテンツの放送も増えており、厳しい中でも、地域の課題に寄り添ってやっという姿勢は共有できている。(第7回 民放連)
- ・ 日本には諸外国のような非営利のコミュニティテレビ局に当たるものがないこと、外資系のネット動画配信サービスが上陸する中での国際競争力の強化という視点も踏まえ、視聴者視点に立った政策的支援が必要。(第1回 三友構成員)
- ・ インターネットが高速化し、これまでの「垂直統合」「ネットワーク」という放送業界のビジネスモデルが崩れつつある。現状の産業構造の制約を外し、視聴者の便益を大きくしたとき、それが業界の活性化とトレードオフとなる可能性もあり、難しい問題。(第1回 三友構成員)(再掲)
- ・ キー局のようなナショナル(N)型ビジネスモデルは、ネット化の時代には消えやすい。ローカル局の集合体として経営していくのか、自らグローバル(G)型ビジネスモデルとしてアジアに打って出るのかをはっきりさせるべき。(第3回 富山和彦氏(株式会社 経営共創基盤)プレゼンテーション)
- ・ 地方の必ずしも財務基盤が盤石でない放送局で、いかに収益性と公益性を両立させていくかの手法等を今後考えていけると良い。(第2回 川住構成員)(再掲)

3 地域メディア及び地域情報確保の在り方（続き）

- ・ 放送事業者によっては、ネット動画配信サービスの活用やマルチデバイスによる情報発信に取り組んでいるところもある。
- ・ 質の高いコンテンツと経営基盤の強化は、表裏の関係にあり、意欲のある地方の放送局を後押しする施策が必要ではないか。
- ・ 地域に密着した豊かできめ細かい地域情報を提供するため、サービスエリアの見直しや放送局間の連携なども検討すべきではないか。

（構成員等のご意見）

- ・ 売れるコンテンツにするには、有名な人や作品を取り上げないと難しいと思う。ローカル放送局こそ地方在住の人気作家、漫画家、音楽家といったアーティストに協力していただきたい。（第2回 近藤構成員）
- ・ ネット動画配信サービスなども積極活用し、多メディアの地域情報を発信する基地の構築が必要。（第2回 南海放送からのプレゼンテーション）（再掲）
- ・ 今後は、多様なデバイスを通じて地域情報を発信することを目指していきたい。（第2回 須高ケーブルテレビ）（再掲）
- ・ これまでのキー局とローカル局の護送船団方式ではなく、様々な枠組みを緩めて、ユーザーニーズを実現するためにどういう仕組みがよいのかを考え直してはどうか。NHKが有する高い技術力がキーとなると思うし、意欲のあるローカル局を後押しする施策を考えていきたい。（第1回 三尾構成員）
- ・ 地方局の意義は、豊かできめ細かい地方性の確保にある。県の中にも地方性があり、県を越えた地方性もあることに留意することが重要。県域を越えた、あるいは県域内でのゆるやかな放送局連携もあるだろう。お互いの強みを活かし、地域に寄り添った情報提供、コンテンツの豊かな創造も可能なのではないか。（第4回 鈴木構成員）
- ・ 「広域化」というのは、ただ県域を統合すればよいという趣旨ではなく、これまで県域の縛りのせいでできなかったものを可能とするような仕組みもありえるのではないかということ。そういう意味で、中継局を使う放送技術はたいへん興味深い。（第4回 宍戸構成員）
- ・ 放送の多元性・多様性・地域性の3原則について、基幹放送普及計画において位置づけられてきたが、「地域性」をしっかりとした柱にするのであれば、これを放送法上に位置づけるなど、放送政策を整理する必要があるのではないか。（第4回 宍戸構成員）
- ・ 北海道テレビのようなベスト・プラクティスは、他局でもあると思う。系列に関わらずこうした事例を共有してほしい。NHKや民放各局が連携してプラットフォームの構築や負担の共有に取り組むことが重要。（第6回 宍戸構成員）（再掲）
- ・ 地域情報ということでは、狭い地域の情報、隣接地域の情報がほしかったり、様々なニーズがある。通信の世界との融合で、何が実現できるのか、早い段階で見せていただきたい。（第7回 長田構成員）
- ・ コミュニティチャンネル運営事業者の中には、地域の報道コンテンツを充実させ、地域情報発信拠点としてケーブルテレビならではの機動力を生かした地域報道を目指しているところも出てきている。今後はこのような先進的な事業者の事例を横展開していければよいと考えている。（第7回 CATV連盟）

3 地域メディア及び地域情報確保の在り方（続き）

○地方の放送局の経営基盤の強化

- ・ 地方における情報発信力を強化し、民意をきちんと伝えるメディアとするには、経営基盤の強化が重要。
- ・ 報道などコンテンツ制作には、それなりの手間と人材というコストがかかる課題がある。
- ・ 放送の持続可能性の観点からは、番組を担っていく人材、クリエイターの育成も重要。

（構成員等のご意見）

- ・ 地方の放送事業者は、経営的に厳しい状況にあり、ケーブルテレビ局には4Kや光対応の設備投資が十分行えていないところも多い。地域メディアは、有事のときに必要な情報を確実に発信するという役割を維持しなければならない。（第1回 北構成員）（再掲）
- ・ 自社制作番組が増えると収益が落ちるという構造的な問題を抱えている。資本関係を新聞社に限らずもっと開放することで経営基盤が強くなることはないか。（第2回 末延構成員 ← 放送事業者から、「ローカル局は体力が小さいので、番組提供スポンサーになってくれるところはなく、難しい」と回答。）
- ・ 地方における情報発信力を強化し、民意をきちんと伝えるメディアとするには、経営基盤の強化が重要。（第1回 末延構成員）
- ・ 放送による「報道」は「編集」が介在するのが大きい。ネットにはそれがなく、それがメディアたり得ない所以。しかし、それは、人材と手間というコストがかかる。これを誰が負担し、経営基盤をどうやって担保するのか。日本のメディア企業がそこまで発展できるのかというのが問題。一方、民間ベースで全国キー局レベルのものが、2、3くらい残って貰わないと多様性は維持できない。（第3回 富山和彦氏（株式会社 経営共創基盤））
- ・ 今後の放送がサステイナブルであるためには、今後番組を担っていくような人材の育成も重要。（第2回 宍戸構成員）
- ・ 日本にはコンテンツ制作の底力があるはず。日本のコンテンツ産業は、むしろクリエイターの養成のチャンスである。（第3回 近藤構成員）
- ・ （ローカルの）質の高いコンテンツと経営基盤の強化はセットで考えるべき。地方局の実情について事業者から聞く機会が欲しい。地方におけるラジオの位置づけも改めて考えるべき。（第1回 鈴木構成員）

3 地域メディア及び地域情報確保の在り方（続き）

- ・ 経営基盤の強化としては、放送区域の柔軟化や他の事業者との統合もあり得るが、地方局の実情やニーズを踏まえた検討が必要。
- ・ ローカル局の広告収入のあり方については、地域密着性の確保とともに、広告主のニーズやビジネスモデルの将来的な見直しなども勘案した上で、検討していく必要がある。

（構成員等のご意見）

- ・ 広告を取るために、放送の区域について、例えば東北エリア、北関東エリアという放送区域を作るなど、柔軟化していくこともあるのではないか。一方で、視聴者との結びつきをどう構築するのかも重要。（第2回 宍戸構成員）
- ・ 地域密着型のローカル(L)型ビジネスモデルは、県単位では最低限の経営単位を維持できなくなっているので「広域統合」をするか、地域密着のローカル局やCATVなどと統合して「範囲の経済性」を追及するかをしていかないと将来的に厳しい。（第3回 富山和彦氏（株式会社 経営共創基盤）プレゼンテーション）
- ・ 地域の単位をどう考えるか。民放連は県単位でいいというのが、現実にそれでいいのか考えないといけない。実際には首都圏などは県単位ではない。矛盾しているところがある。より狭いレベルの地域情報はメディアから十分来ていないのではないかと。ネットを通じてコンテンツを流すこともできる。ローカル放送の在り方を戦略的に考えて欲しい。（第7回 多賀谷座長）
- ・ 地上テレビ・ラジオ放送が原則県域を基本単位としていることは、適切な制度として機能している。（第7回 民放連からのプレゼンテーション）
- ・ 前回までの議論では放送局の経営の観点から広域化を求める声があったが、一方では民放の収入の観点からみると広告主のニーズを考える必要がある。道州制など広域化したブロック単位でテレビスポットを出稿したいと考える広告主はさほど多くなく現在の県単位の電波エリアには合理性がある。（第4回 奥構成員）
- ・ 地域密着性を重視すれば、エリアは小さい方が良いが、放送は1対Nのサービスであるから、広告対象エリアを小さくするのであれば、むしろ双方向サービスとかネットを利用すべき。他方でエリアが大きすぎると、広告主のサービスエリア外へのメッセージとなり、その分が無駄となってしまう。そうした意味で県域のブロックは使い勝手が良い。（第4回 奥構成員）
- ・ 有事と平時では分けて考えていくべき。災害時の情報発信などの公益性は、営利性に相反するものなので、営利企業にはせいぜいCSR面での対応を求めるくらいしか言えない。（第4回 新美座長代理）
- ・ 平時の場合は、一つの端末で通信も放送もアプローチできるという時代において、1対NのNは可変的になってくる。そうすると、「地域性」を選ぶのはユーザー側に委ねられる。最後はユーザーがどのような選択をするか、広告主体もそれを分析し、広告費用を分配する必要があり、その手法は放送にも影響してくるはず。（第4回 新美座長代理）

3 地域メディア及び地域情報確保の在り方（続き）

○映像コンテンツの継続的な制作・発信

- ・映像コンテンツの制作・発信・利活用の好循環を生み出すためには、県単位あるいは地域ブロック単位で、ローカル局やCATV、新聞社等が連携し、ヒト・モノ・カネ・情報を共有するプラットフォームも考えられる。
- ・積極的に日本の人気のあるコンテンツ等を海外に売り出していくべき。

（構成員等のご意見）

- ・今後、地方局のコンテンツを含めた、あらゆる映像のメタデータ化と視聴データの解析による、新たな映像ビジネス利活用プラットフォームが必要。県単位あるいは地域ブロック単位でローカル局、ケーブルテレビ、新聞社、ラジオ局などが連携・提携し、ヒト・モノ・カネ・情報を共有することによって効率化を図るべき。（第3回 北構成員プレゼンテーション）（再掲）
- ・放送局から積極的に日本の人気のあるコンテンツ等を売り出していくべき。また、韓国のドラマは、中国のホテルで視聴できるコンテンツに中国語や英語の翻訳字幕がついているが、日本(NHK)のドラマにはない。海外に売っていくためには翻訳字幕の充実がビジネスにつながるのではないか。（第1回 近藤構成員）
- ・魅力的な地域コンテンツを制作すること、またそれを周知する仕組みを考えたら良いのではないか。（第4回 近藤構成員）
- ・地域情報の発信は地元に向けた情報提供だけではなく、全国、世界に向けた情報発信という面がある。また、地域の魅力を多面的に伝えることが重要だと考えている。（第7回 NHKからのプレゼンテーション）
- ・地域情報発信はローカル民放によって最も大事なテーマであり、地域に根ざした多様なコンテンツを地域内外に向けて積極的に発信している。ローカルコンテンツはインターネット等を通じて全国に発信されており、海外展開も含め、地方創生につながるものと期待されている。（第7回 民放連からのプレゼンテーション）

○多様な主体との連携

- ・自治体等との連携や、放送という枠を越えた他分野での連携などの可能性はあるか。

（構成員等のご意見）

- ・自治体・国との連携、地方メディアの連携や医療、教育等の分野と放送の連携について可能性はあるか。（第2回後質問 川住構成員、三尾構成員）
- ・地元市町村との災害時における協定を締結している。（第2回 ジュピターテレコム、須高ケーブルテレビ、ドリームスエフエム放送）
- ・NHKと民放キー局で協力し、それを地方局やステイクホルダー等に利益を還元していく方法を取っていくべきではないか。（第5回 宍戸構成員）

○公共放送の在り方

- ・ NHKに期待されている先導的役割は重要であり、ネット等との連携や、地域情報の発信、国際放送等をしっかり行っていくべき。
- ・ 受信料の在り方については、国民視聴者の理解を得ることが重要であり、そのための広報等を行っていくべき。

(構成員等のご意見)

- ・ NHKには放送界における先導的役割を期待されている。民間放送事業者と協力して環境整備してほしい。同時に、ネット事業者等との公正競争の確保も重要。制度全体についても、公正競争を確保していく視点が必要。(第7回 宍戸構成員)
- ・ 現在、放送を基軸としつつ、インターネットにおいても公共放送が果たす役割に重点をおいて、様々な端末に向けてサービスの充実をはかっているところ。(第7回 NHKからのプレゼンテーション)
- ・ 地域情報の発信は地元に向けた情報提供だけではなく、全国、世界に向けた情報発信という面がある。また、地域の魅力を多面的に伝えることが重要だと考えている。(第7回 NHKからのプレゼンテーション)(再掲)
- ・ NHKという公共放送が国民に信頼されるよう、国際放送などの海外発信も含め、よりよい番組を作り続けていくシステムはどうあるべきか、という点を議論したい。(第1回 末延構成員)
- ・ 研究開発については、ハイビジョンやハイブリッドキャストなど公共放送がリードしてきた部分がある。NHK放送技術研究所が果たす役割も大きい。(第1回 鈴木構成員)
- ・ NHKについては、ハイブリッドキャストや4K・8Kなど、NHKが有する高い技術力が今後の放送サービスの向上のためのキーとなる。教育、医療、パブリックビューイングなどの分野も含めた幅広いサービスにも展開できるものであり、豊富なコンテンツや技術を活かしてほしい。(第1回 三尾構成員)
- ・ 受信料の水準については国民に判断、理解いただくものだと思っており、NHKとして適正であると言いにくい部分もあるが、NHKが現在行っている事業を営む上では、一定のコストが必要となってくるため、その兼ね合いが重要であると考えている。(第7回 NHKからのプレゼンテーション)
- ・ 若い人から、スマホを持っていてもNHK受信料を払わないといけないのかという質問が多い。また、シニアはWi-Fiモデルでタブレットを使うが、テレビが観られない。そのあたりをわかりやすく整理して、NHKの番組を楽しみつつ、受信料を払っていただけるように広報の仕方を工夫してほしい。(第7回 近藤構成員)
- ・ 経営資源については、受信料で賄っているものであり、自ずと制限が出てくるもの。職員数等の制限もあり、常に効率的な運営をする必要がある。(第7回 NHKからのプレゼンテーション)
- ・ NHKにとって、広くあまねくという意味では、ネット活用しないとリーチできないということと、観ていただいている方から受信料をどう取るかということとは裏表の関係。(第7回 奥構成員)