

地域における情報流通の 確保等に関する分科会 取りまとめ

～ 頑張るローカル局を応援する ～

2017年5月
放送を巡る諸課題に関する検討会
地域における情報流通の
確保等に関する分科会

地域における情報流通の確保等に関する分科会
取りまとめ
～頑張るローカル局を応援する～

目次

はじめに.....	3
第1章 ローカル局を取り巻く環境変化.....	4
1 地域社会の現状と課題	4
2 地域における利用メディアの変化.....	6
第2章 地域に必要な情報流通の確保.....	7
1 災害時における地域情報の提供.....	7
（1）災害時における放送の役割	7
（2）熊本地震における経験	8
（3）これまでの主な取組	10
① 放送ネットワークの強靱化	10
② 災害時の迅速・安定的な地域情報の提供.....	11
③ 災害時のきめ細かな地域情報の提供.....	12
（4）今後の課題及び提言	12
2 視聴者の視聴機会の拡大	14
（1）ワイドFMの普及促進	15
（2）インターネットの活用	16
（3）V-Lowマルチメディア放送の活用.....	17
（4）今後の課題及び提言	18
第3章 ローカル局の将来像	21
1 民間地上基幹放送事業者の収支状況.....	21
2 経営基盤の強靱化に係る放送事業者の取組事例.....	23
（1）4Kコンテンツ制作による事業多角化.....	23
（2）他の放送事業者との連携による地域密着型経営.....	24
（3）地方自治体との連携強化	25
3 放送事業者の経営基盤の強靱化に係る国の支援制度.....	26
4 今後の課題及び提言	29
（1）放送事業の充実・発展	29

（２）新たな事業機会の拡大	30
（３）ローカル局の体制構築	31
① 取組事例の共有	31
② ローカル局の人材確保・育成	32
（４）国の取り組むべき課題	33
おわりに	34

はじめに

放送事業者、特にローカル局¹は、それぞれの地域において、創意工夫のもと、地域情報²の流通を確保し、地域社会の文化の維持発展等に寄与してきた。とりわけ、自然災害が多く発生する我が国において、地域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る。

一方で、ローカル局を取り巻く環境は大きく変化している。人口動態や地域経済の動向のみならず、視聴スタイルの変化、テレビ・ラジオ離れ、インターネット動画配信サービスの台頭等、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体制構築が大きな課題となっている。

本分科会では、このような課題について、頑張るローカル局を応援するという視点から、①地域に必要な情報流通の確保、②ローカル局の将来像について、ローカル局の経営者を含む外部有識者の方々からのヒアリングを実施しつつ、検討を行った。

本取りまとめは、その検討結果をまとめたものである。本取りまとめでは、ローカル局は視聴者に地域情報を適時・適切に放送する重要な役割を持つことを確認し、その役割を十分に果たすためには放送ネットワークの強靱化や放送事業者の経営基盤の強靱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示している。また、ローカル局にとって、情報通信技術を学んだ若い技術系の人材が活躍できる場としてのアピールや、ダイバーシティの確保、大学等と連携したリカレント教育の充実等による人材育成も重要であることを指摘している。

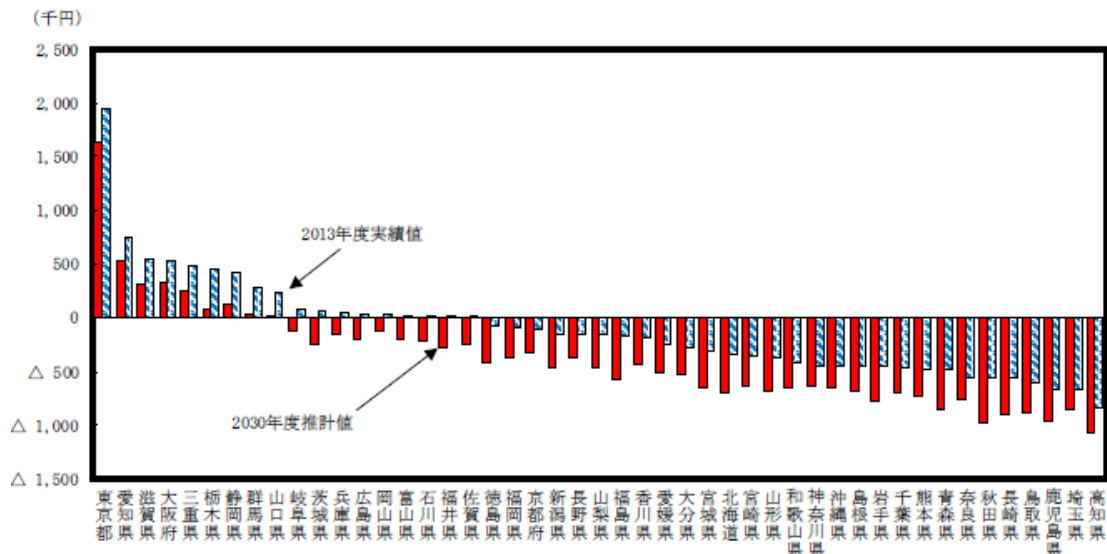
本取りまとめに記載された様々な提言の実現を含め、関係者の真摯な取組に期待したい。

なお、ケーブルテレビ事業者に関する課題等については、本分科会の下に開催されたケーブルテレビWGの議論を踏まえ、別途取りまとめを行う。

¹ 「ローカル局」とは、本取りまとめにおいては、地上基幹放送事業者であって、関東・中京・近畿広域圏を放送対象地域とする放送事業者以外の者を念頭に置いている。

² 「地域情報」とは、本取りまとめにおいては、災害情報や避難情報を含む、その地域に関する情報をいう。

都道府県人口一人当たり純移出の現状と先行き



- (備考) 1. 内閣府「県民経済計算」、総務省「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成25年3月推計)」「(出生中位・死亡中位仮定)」から作成。
2. 一人当たり純移出は都道府県人口一人当たり需要(都道府県別需要/都道府県人口)と供給(都道府県別供給/都道府県人口)の差。
3. 2030年度推計値は都道府県人口一人当たり需要と供給を推計した差である。それぞれの推計法は以下の通り。2030年度の一人当たり供給は各都道府県の2013年度における生産年齢人口一人当たり供給に2030年度における生産年齢人口を乗じ、2030年度における総人口で除したものの、2030年度の需要は2013年度の一人当たり需要を用いている。
4. 純移出は県民経済計算の「移出入(純)」と「統計上の不突合」の合計。

出典：内閣府「地域の経済2016—人口減少問題の克服—」

このような認識の下、政府が策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略（2016改訂版）」（2016年12月22日閣議決定）では、人口減少と地域経済縮小の克服のため、まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立をめざし、①ローカル・アベノミクスの一層の推進、②地域特性に応じた政策の充実・強化、③地域生活の魅力の見直しを目指すとしている。

同戦略のアクションプラン（2016年12月22日閣議決定）では、地方には安定した収入につながる高付加価値を生む産業が少ないことが若年世代の人口流出の一因であり、また、農業、医療、教育、防災等の様々な分野で地域の活性化を阻害する諸課題が存在していると指摘している。

そして、この課題に対する必要な対応として、地域においても情報通信技術（ＩＣＴ）の恩恵を十分に享受することができるよう、地域の経済社会活動を支える通信・放送環境の整備を推進することとされている。

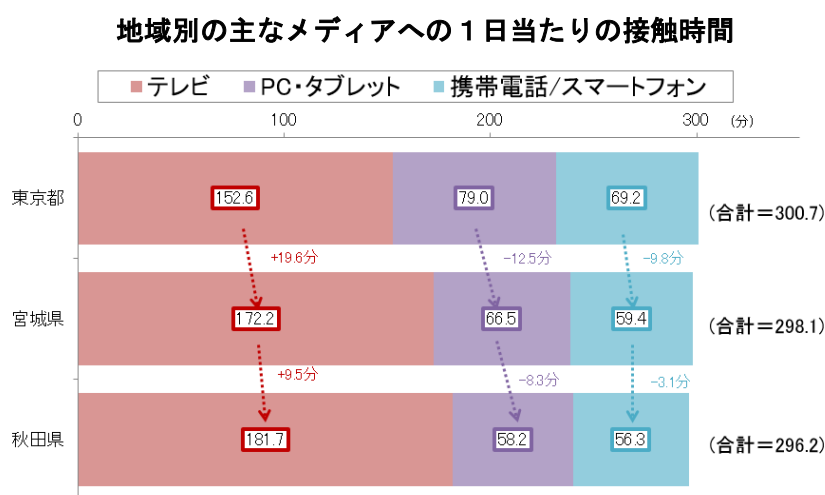
2 地域における利用メディアの変化

ローカル局は、「1 地域社会の現状と課題」で述べた人口動態や地域経済の影響のみならず、視聴スタイルの変化、若年層を中心としたテレビ・ラジオ離れ、インターネット動画配信サービスの台頭等の環境変化にも直面している。特に、インターネット動画配信サービスは国境を越えて提供されるサービスであり、ローカル局に対しても、競争環境への影響等、今後様々な形で影響を与えると考えられる。

株式会社電通 電通総研の調査結果³によると、若年層を中心としたテレビ・ラジオ離れ等のライフスタイルの変化は、首都圏で先行している状況であり、地方ではテレビ放送・ラジオ放送は地域における「情報のライフライン」として首都圏以上に重要な役割を担っている。

しかし、同調査結果によれば、2020年以降、現在10代から20代のスマートフォンに慣れ親しんでいる若年層が社会の中心になると、地方において利用されるメディアにも変化が生じてくるものと予想されている。

以下の章では、ローカル局が、このような環境変化の下、引き続き地域情報流通の確保という重要な役割を果たすための方策について、これまでの放送事業者や国の取組にも言及しつつ、検討を行う。



(第1回会合 奥構成員プレゼンテーション資料から抜粋)

³ 本分科会第1回 奥構成員プレゼンテーションより。

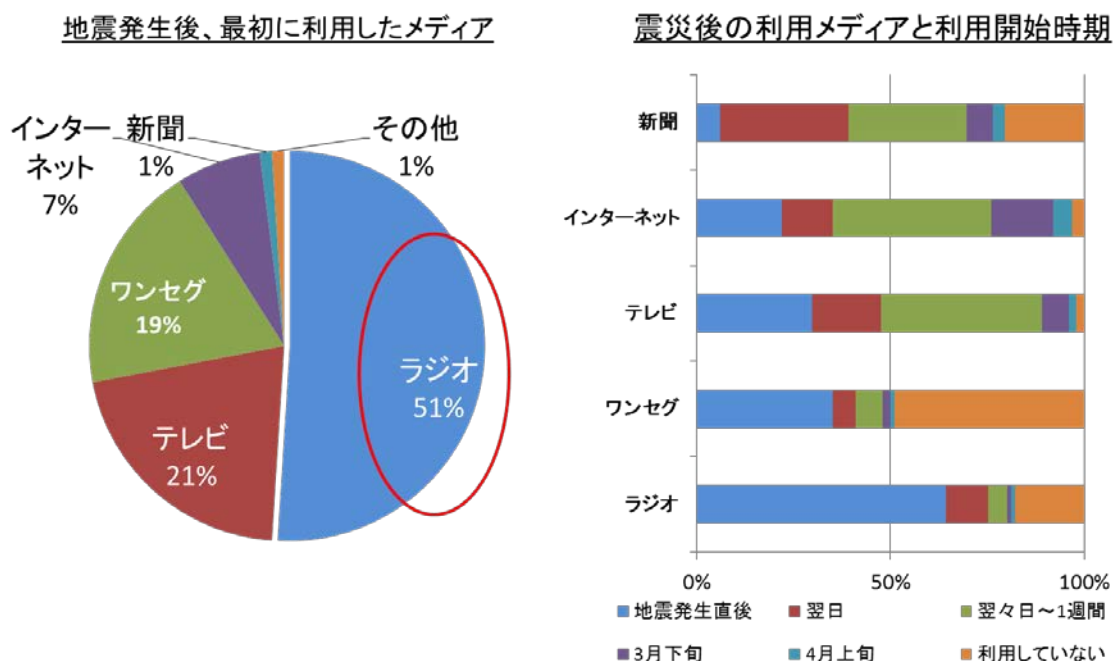
第2章 地域に必要な情報流通の確保

1 災害時における地域情報の提供

(1) 災害時における放送の役割

ローカル局は、放送の「多元性」「多様性」「地域性」を実現するため、放送対象地域ごとに放送の普及を図るという枠組みの中で、地域情報の発信に貢献している。特に災害時において、ローカルのラジオ局、テレビ局は、国民の生命・財産の安全確保に必要な情報を効率的に伝達するメディアとして重要な役割を果たしてきている。

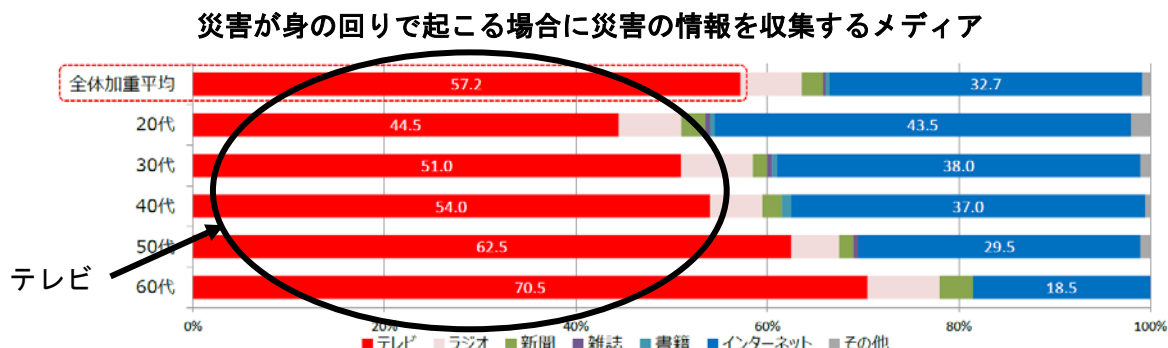
ラジオ放送は、輻輳がなく、かつ停電にも強いいため、ファーストインフォーマー（第一情報提供者）として活用されることが多い。2011年3月11日に発生した東日本大震災においては、停電によりテレビ等が使用できず、かつ携帯電話基地局の停波により携帯電話も利用できなかったため、ラジオの災害時に果たす役割は、非常に大きかった。また、NHK放送文化研究所の調査結果によると、発災後半数以上の被災者が最初に利用したメディアはラジオであった。



出典：NHK放送文化研究所「放送研究と調査」（2011年9月）

『東日本大震災・被災者はメディアをどのように利用したのか～ネットユーザーに対するオンライングループインタビュー調査から～』

また、テレビ放送は、総務省の調査結果によると、災害情報を収集するために最も利用するメディアである。



出典：総務省「IoT時代における新たなICTへの各国ユーザーの意識の分析等に関する調査結果」（2016年）

（２）熊本地震における経験

2016年４月に発生した平成28年熊本地震（以下「熊本地震」という。）においては、ラジオ放送やテレビ放送の重要性が、改めて認識された。

株式会社熊本放送は、FM補完放送⁴により、AM放送をFM放送でも提供できる環境にあったため、AM放送の難聴地域の住民にも情報提供をすることができた⁵。さらに、同社は「radiko⁶」にも加盟していたため、インターネットによる情報発信も行った。

⁴ 「FM補完放送」とは、FM放送でAM放送を補完する放送をいう。

⁵ 災害発生後すぐに特別番組編成を組み、入ってくる地震情報を伝える生放送や、自社で放送している地震情報のテレビ音声のラジオでのサイマル放送を行った。ワイドFMのリスナーから、「熊本地震から半月、大きな揺れで飛び起き、津波注意報で高台に避難し、精神的にも相当にこたえました。でもそんな時、私や家族を励ましてくれたのはラジオから流れるパーソナリティの声でした。避難所の中でもワイドFMはとてもクリアに聞こえます。これからも地域密着の局でいて下さい。（宇城市（うきし）のリスナー）」をはじめ多くのメッセージが寄せられました。

⁶ ラジオの放送番組をインターネット経由で配信するサービス。（株）電通及び参加するラジオ事業者が出資して事業会社（株radiko）を設立し、2010年12月1日より本サービス開始（無料）。パソコン、スマートフォンで利用可能。参加するラジオ事業者の放送対象地域を基本として、地域限定でサービスを提供している。エリアフリー聴取が可能なサービス、radiko.jpプレミアムも2014年4月1日よりサービス開始（有料：月額350円（税別））。

また、同社は、「災害通信ボランティア⁷」を平時から募り、災害時の協力体制を準備していた。これにより、被災者の生の声を直接収集することが可能となり、被災者の状況や被災者が必要としている支援が聴取者に伝わった。

コミュニティ放送事業者⁸である株式会社熊本シティエフエムは、4月14日の前震後から自主番組に切り替え、17日間にわたって、24時間、災害情報を発信する生放送を継続し、住民への災害情報の提供を行った。16日の本震後は、コミュニティ放送から熊本市による臨時災害放送局⁹に移行した。同社も平時からの備えとして、非常時の対応訓練や社員・放送スタッフの防災士資格の取得等、防災意識の向上に係る取組をしていたことが、早急な対応につながった。



熊本シティエフエムでの熊本地震発生後の放送の様態と視聴者から寄せられた声
(第2回会合 熊本シティエフエムプレゼンテーション資料から抜粋)

熊本地震では、南阿蘇テレビ中継局の局舎が10度以上傾くという大きな被害が発生した。同局舎は配電網が地震により寸断され、停電していたため、約1ヶ月にわたり民放4社が分担して人手で燃料を運び続け、放送を維持させた。その間、熊本放送をはじめ熊本県域の放送局は、代替仮設中継局の建設や受信障害対策を行う等、送信・受信両面で情報伝達手段を維持した。受信障害対策は7月中旬まで行われ、南阿蘇中継局エリアの約

⁷ 「災害情報ボランティア」とは、災害発生時に熊本放送の連絡を受け、当該ボランティアの所在地の被災状況を報告する者をいう。

⁸ 1992年1月、地域の活性化等に寄与することを目的として、FM放送により地域の話題や行政、観光、交通等の地域に密着したきめ細かな情報を提供する地域密着型メディアとしてコミュニティ放送が制度化された。市販のFMラジオで聴くことが可能であり、災害時には避難情報等の災害情報をリアルタイムで提供する、地域の重要なメディアとして普及しており、2016年9月現在、47都道府県において303局が開局している。

⁹ 「臨時災害放送局」とは、災害が発生した際に、その被害を軽減するために役立つことを目的とし、地方自治体が臨時かつ一時的に開設するFM放送局をいう。

6,200世帯のうち約1,600世帯から依頼を受けた。災害報道をはじめ、テレビを通じた情報提供が求められていることを認識したとのことであった。



被災した南阿蘇中継局（夜峰山山頂）（左）、燃料を運ぶ技術部員（右）
（第2回会合 熊本放送プレゼンテーション資料から抜粋）

（３）これまでの主な取組

① 放送ネットワークの強靱化

災害発生時における放送の担う役割に鑑み、ラジオ難聴対策やテレビ放送・ラジオ放送の送信設備のより一層の防災対策が求められる。

総務省では、2013年2月より「放送ネットワークの強靱化に関する検討会」が開催され、同検討会の提言を踏まえて、放送ネットワークの強靱化が推進されてきた。具体的には、AM放送の放送対象地域における難聴（都市型難聴、外国波混信、地理的・地形的難聴）対策又は災害対策を目的として、AM放送をFM放送で補完するための制度整備¹⁰及び支援措置が行われた。

国土強靱化基本計画（2014年6月3日閣議決定）に基づく国土強靱化アクションプラン2016（2016年5月24日国土強靱化推進本部決定）では、AM放送局（親局）に係る難聴地域解消のための補完局整備率を目標として掲げ、2018年度までに100%にすることとされている¹¹。これを世帯数で見ると、2018年度には、AM放送局の親局がカバーする4,100万世帯に含まれている難聴地域がFM補完放送によりカバーされることとなる。

¹⁰ 2014年4月、「基幹放送用周波数使用計画」の変更等が実施された。

¹¹ 2017年1月現在、AM放送局（親局）に係る難聴地域解消のための補完局整備率は60%である。

また、海や河川の近く等、自然災害による被害を受けやすい地域に立地する放送局設備の予備送信設備や緊急地震速報設備等の整備費の一部を支援する措置も設けられた。2013年度以降、129件の支援が行われてきたところである（2017年1月時点）。

山口放送株式会社では、AM放送の災害対策、都市型難聴、日本海側の地域における外国波混信に対応するため、積極的にFM補完局の置局を進めている。既に山口局等の5局を開局しており、今後置局を進めて県内をカバーする予定とのことである。また同社では、FM補完局の置局に当たり、瀬戸内海側の2局と日本海側の3局について、それぞれ同じ周波数を使用することで、移動時の聴取者の利便性を図っている。



海辺に立地する山口放送ラジオ送信所（親局）（山口県周南市大津島）
（第2回会合 山口放送プレゼンテーション資料から抜粋）

② 災害時の迅速・安定的な地域情報の提供

地方自治体が開設する臨時災害放送局は、FM放送により、避難所情報や給水情報、救援物資の提供情報、ライフラインの復旧情報、被災後の行政手続案内等、被災者に役立つ地域情報を提供している。東日本大震災発生の際には、28市町30局の臨時災害放送局が開設され、熊本地震においても、前述の熊本市も含め、4市町4局の臨時災害放送局が開設された。

総務省においては、平成26年度予算により臨時災害放送局設備を地方総合通信局に配備¹²し、平時においては地方自治体が行う送信点調査や運用訓練に活用し、災害時には地方自治体に対して貸し出す¹³ことで迅速な臨時災害放送局の開設を図っている。

¹² 「地域ICT強靱化事業」。平成26年度予算により、北海道、信越、四国及び九州の4地方総合通信局に臨時災害放送局設備が配備された。

¹³ 熊本地震においては、甲佐町と御船町で総務省が配備した機器が活用された。

また、臨時災害放送局の開設を支援する団体もある。特定非営利活動法人日本地域放送支援機構は、臨時災害放送局を迅速に開局するため、送信機と可変式アンテナを低予算で提供することができる送信設備の開発や、平時からの備えとして、東日本大震災の教訓を生かした運用マニュアルや放送に慣れていない地方自治体の担当者でも放送できるような放送原稿を作成している。また災害発生時も、送信設備一式や開局ための無線従事者を速やかに現地に派遣することで、臨時災害放送局開設の支援を行っている。

③ 災害時のきめ細かな地域情報の提供

コミュニティ放送事業者は、市区町村の一部を放送対象地域としており、地域密着型のメディアとして、災害情報の伝達に活用されている。災害時における地元住民への情報伝達を確保・充実させるため、地域情報を提供するために必要な地元の地方自治体との協定を自主的に締結するとともに、当該協定に基づき災害時に地方自治体から緊急割込放送を実施するための設備を設置し、緊急時にラジオを自動的に起動させて放送する緊急告知放送を提供する等の取組を実施している¹⁴。これは、防災行政無線を補完するものである。

また、県域放送の中継局設備にスタジオ設備等を付加し、中継局のカバーエリア単位での放送（中継局放送）を行うことが、制度上可能となっている。コミュニティ放送が開局していない地域においては、この中継局放送によって、きめ細かな地域情報の発信が期待できる。既に県域FM局の一部の中継局を活用し、一部の時間帯で親局の放送番組と異なる地域情報番組を提供する実証実験¹⁵も行われた。

（４）今後の課題及び提言

災害時における地域情報の流通の確保を図るためには、非常時に備えた放送ネットワークの強靱化に加え、事業継続計画（ＢＣＰ）の作成・運用等、発災時の緊急体制の構築や、きめ細かな地域情報を迅速かつ安定的に

¹⁴ 2016年11月にコミュニティ放送事業者を対象に実施したアンケートで回答のあった282者のうち、自動起動ラジオを導入している事業者は90者であった。

¹⁵ 2014年10月から、㈱エフエム岩手では、㈱エフエム佐賀から防災ラジオの提供を受けて実証実験を行い、中継局放送が災害時に臨時災害放送局と同様の機能を果たし得ること、県域放送を活用すれば、系列ネットワークを活用して、地方から全国に向けて情報発信するツールともなる可能性があることが確認された。

提供することが重要である。熊本地震における経験等を踏まえ、これまでの取組をさらに強化する観点から、以下を提言する。

国のラジオ難聴対策支援については、全国の民間放送事業者¹⁶のＡＭ放送局の親局に係るＦＭ補完局整備が概ね終了予定の2018年度までを目途としている。これにより、ＡＭ放送局の親局がカバーする4,100万世帯に含まれる難聴世帯は解消される見込みであるが、今後は、我が国全体（5,245万世帯¹⁷）で見た難聴解消が課題となる。

国は、今後難聴対策が必要な世帯がどのくらいあるのか、残された難聴世帯の解消を民間放送事業者の自助努力のみに委ねることが適切かどうかについて調査を行い、必要があれば所要の措置を講じる等、2019年度以降のラジオ難聴対策の進め方について検討を行うべきである¹⁸。

また、聴取者が迅速に災害情報を入手するためには、地方自治体が緊急時に通常より簡易な手続で免許を受けることができる臨時災害放送局は極めて有用である。将来の災害に備え、臨時災害放送局の迅速な開設を可能とするよう、国は、引き続き、臨時災害放送局設備の地方総合通信局等への配備や、設備利用に係る地方自治体への周知に努めるべきである。

加えて、緊急時に放送事業者が安定的に地域情報を提供できる環境が重要である。放送事業者は、災害情報収集のため、さらには、重要施設の非常用電源用の燃料確保のため、関係自治体との密接な連携に努めるべきである。

災害等に起因する障害に備えて、平時から設備自体の安全性・信頼性の確保を図ることも重要である。放送事業者は、設備の防護能力の維持・向上や自らの事業継続計画の検証等により、確実な情報伝達に備えることが求められる。

熊本地震の際にはテレビ中継局が被災し、安定的に放送ができない状態となった。首都直下地震や南海トラフ地震等、今後想定される広域災害に備え、国は、民間放送事業者と連携しつつ、ラジオ放送・テレビ放送の中継局等が被災した際の緊急の措置として、可搬型予備送信設備等の配備も検討すべきである。

¹⁶ なお、日本放送協会は、「協会は、中波放送と超短波放送とのいずれか及びテレビジョン放送がそれぞれあまねく全国において受信できるように措置をしなければならない。」とされている（放送法第20条第5項）。

¹⁷ 2013年10月1日現在での国内の総世帯数（2013年住宅・土地統計調査結果（総務省統計局））。

¹⁸ 「情報難民ゼロプロジェクト」（2016年12月22日総務省公表）においても、2020年に向けたアクションプランとして記載されている。

さらに、中継局や局舎等は放送事業者が共同で管理・運用していることも多く、被災した際は放送事業者が互いに協力・連携して対応する必要があることから、関係者間で緊急時に確実な情報共有を行うことができるよう、平時から訓練等を通じて連絡体制を構築することが望まれる。

また災害時に、地域に根ざしたきめ細かな地域情報を提供するため、コミュニティ放送は有用である。しかし、コミュニティ放送を活用した自動起動ラジオを高齢者等へ配備している地方自治体は一部にとどまる。地方自治体においては、緊急な地域情報を確実に提供するため、防災行政無線に加え、実情に応じて自動起動ラジオを配備する等、多重的な情報伝達体制の整備が望まれる。国においては、自動起動ラジオの配備を促進するための支援措置の充実を検討すべきである¹⁸。

さらに、コミュニティ放送業界は、コミュニティ放送局の設備は従来に比べて耐久性が優れ、操作が簡易化していることから、無線従事者制度の緩和の制度改正の要望を提出した¹⁹。国においては、この要望を踏まえて、無線従事者の確保のあり方²⁰について検討すべきである。

なお、中継局放送についても、特にコミュニティ放送が実施されていないエリアでは活用が期待できるが、その実現には、県域放送事業者のみならず地方自治体等の理解が必要である。地域において関係者の理解が広がり、よりきめ細かな地域情報の提供に活用されることを期待したい。

2 視聴者の視聴機会の拡大

従来、テレビ放送・ラジオ放送は、国民の主な情報入手手段として利用されてきたが、今後は国民が利用するメディアの変化への対応が課題になる。放送が、災害時も含めて地域に必要な情報流通の確保という役割を十分に果たすためには、引き続き、テレビ放送・ラジオ放送が普段使いのメディアとして利用され続けることが重要である。

¹⁹ 本分科会第1回において、(一社)日本コミュニティ放送協会から要望が出された。

²⁰ コミュニティ放送事業者は、県域放送事業者と比べて、市区町村の一部を放送対象地域としており、広告主や地方自治体が限定されているため、収入源の確保が極めて厳しい状況にある。このため、老朽化した設備の更改や安全性・信頼性を向上させるための無線局設備の整備等に加え、高齢化が進む番組制作スタッフや無線従事者等、地域に密着した人材確保が困難となっている。

(1) ワイドFMの普及促進

FM放送でAM放送を補完するFM補完放送は、外国波混信対策や地理的難聴対策を目的とし、76～90MHzの帯域を使用していたが、2014年からは都市型難聴対策や災害対策にも目的を広げ、地上テレビジョン放送のデジタル化に伴い空いた周波数である90～95MHzの帯域も使用している。特に、従来のFM放送の周波数の上の帯域（90MHz以上）を使用しているものは、「ワイドFM²¹」と呼ばれている。

ワイドFM対応受信機の普及は、これまでAM放送を聴取していた者がFM放送も聴取できるようになるという点において、既存FM放送の聴取機会の拡大につながり得る。したがって、ワイドFMの普及は、ラジオ全体の発展に貢献するものと考えられる。

しかし、ワイドFMは、新たな周波数帯に対応した受信機が必要になることから、聴取者側の環境整備も重要である。2015年以降のラジオ受信機の国内出荷台数約280万台²²については、そのほとんどがワイドFMに対応しているが、2006年から2014年までのラジオ受信機の国内出荷台数約2,220万台²³のうち、ワイドFMに対応しているものは約半数に留まるため²⁴、ワイドFM対応受信機の普及が課題となっている。

民放AM放送事業者47者では、対応受信機普及のため、「ワイドFM対応端末普及を目指す連絡会²⁵」を発足し、受信機メーカーや自動車メーカー等への情報提供を実施する等の普及活動を実施している。また、総務省においても、受信機メーカーや自動車メーカー等に対し、対応受信機の普及への理解を求めている。

²¹ 2015年3月、(株)TBSラジオ、(株)文化放送、(株)ニッポン放送の3社は、「FM補完放送」を「より親しみやすく」、「よりわかり易く」聴取者に伝えるため、FM補完放送の呼称を「ワイドFM」と命名した。

²² (一社)電子情報技術産業協会が公表しているデータにおける、2015年及び2016年の「ラジオ受信機」の国内出荷台数合計。なお、車載器は含まれない。

²³ (一社)電子情報技術産業協会が公表しているデータにおける、2006年から2014年までの「ラジオ受信機」及び2006年から2010年までの「ラジカセCD付」の国内出荷台数合計。なお、車載器は含まれない。

²⁴ (一社)電子情報技術産業協会の公表データ及び受信機メーカーへのヒアリング（2016年実施）に基づく、総務省による推計。

²⁵ 2015年3月に発足。受信機メーカー、自動車メーカーが参加し、ワイドFMの様々な情報交換が行われている。

（２）インターネットの活用

（ラジオ放送）

ラジオ放送では、聴取者の高齢化やラジオ受信機の国内出荷台数の減少が進む中、インターネットで放送を配信する「radiko」や「らじる★らじる」等、パソコンやスマートフォン等の端末を通じてラジオ番組の聴取が可能なサービスが普及しつつある²⁶。「radiko」については、エリアフリーの「radikoプレミアム」の提供等のほか、過去１週間以内に放送された番組を後から聴取することができるタイムフリー聴取機能、気に入った番組をSNSで共有するシェアラジオ等の機能の導入等、ラジオの魅力の更なる向上が図られている。

一般社団法人日本民間放送連盟では、スマートフォンを活用したFM放送とインターネットを連動したサービスであるハイブリッドラジオ²⁷の実現に向けた検討²⁸を進めている。すでに広く普及しているradikoアプリによりハイブリッドラジオが実現すれば、FM波を直接受信することで、遅延なく、安定的に受信することができ、FM波が受信できないところでは、インターネットを通じてラジオ番組を聞くことができるようになる。

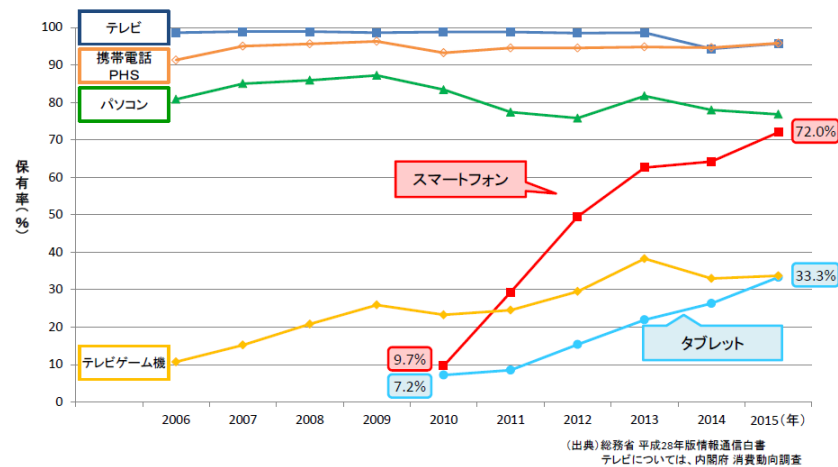
また、普及が進むスマートフォンをラジオの受信端末として活用することは、ラジオへの接触機会を拡大させることとなる。このため、先に述べた放送事業者側の放送ネットワークの強靱化の取組と併せてハイブリッドラジオの導入・普及に向けた検討を進めることは、放送が災害時における地域情報の提供という役割を果たしていく上で極めて有効であると考えられる。

²⁶ radikoの月間ユニークユーザー数（パソコン、ガジェット、スマートフォンそれぞれで回数にかかわらず利用した人数の合計）は、1,200万人前後で推移している（2016年8月時点）。

²⁷ 「ハイブリッドラジオ」とは、輻輳・遅延のないFM放送とインターネットを連動したサービスのことをいう。具体的には、radikoアプリ上で、FM波とインターネット配信を切り替えてラジオ番組を聴くことができる。番組をFM波で配信した場合、インターネットで配信した場合と比べて、パケット通信料を抑えることができ、電池消費電力は3分の1程度であるという指摘もある。

²⁸ 2016年春より（一社）日本民間放送連盟ラジオ委員会「ハイブリッドラジオ検討部会」において検討されている。

情報受信端末等の世帯保有率の推移



(テレビ放送)

テレビ放送についても、インターネットを活用して放送コンテンツを配信する放送事業者が増えている。熊本地震等の大規模災害の際にも、複数の放送事業者がインターネットを活用した配信を行った²⁹。

インターネットを活用した放送コンテンツの配信では、放送時間の制約があるためテレビ放送では扱えないスポーツの予選試合等の中継するといった補完的活用も行われている。また、2015年10月から、民放テレビ局が連携し、公式テレビポータル「TVer³⁰」が開始された。これは、在京民放5社及び系列放送局が制作したコンテンツの広告付き無料配信及びタレント情報等の番組関連情報を提供するサービスである。

(3) V-Lowマルチメディア放送の活用

地上テレビジョン放送のデジタル化により空いた周波数を使用する移動体向けの放送である「V-Lowマルチメディア放送」は、全国を7つのブ

²⁹ 熊本地震では、日本放送協会及び民放各社が地震関連ニュースの同時配信及びアーカイブ配信が実施した（日本放送協会はNHKオンライン、(株)フジテレビジョンはホウドウキョク、(株)テレビ朝日はAbema TV、日本テレビ放送網(株)及び(株)TBSテレビは自社動画サイト）。台風10号では、北海道テレビ放送(株)が台風関連ニュースをAbema TVにおいて同時配信を行った。鳥取中部地震では、(株)フジテレビジョンのホウドウキョクやAbema TVにおいて災害情報が先行配信された。

³⁰ 2016年12月17日時点で、TVerのスマートフォンアプリは、500万以上ダウンロードされている。

ロックに分け、各ブロックを放送対象地域として2016年3月に開始されており、順次放送エリアを拡大している³¹。

この放送は、広域向けの情報に加え、位置に応じたきめ細かな地域情報の発信も可能であり、このような性質を踏まえた、地方自治体による防災分野での活用が検討されている。例えば、2017年1月には「災害情報伝達手段等の高度化事業³²」の実証事業実施団体として、V-Lowマルチメディア放送を活用した事業を実施する兵庫県加古川市が選定されたところである³³。さらに、V-Lowマルチメディア放送で伝達される緊急地震速報のデジタルサイネージへの多言語での表示³⁴等の取組が進められている。

そのほか、平時における安全情報（不審者対策、行方不明者捜索、振込め詐欺対策等の情報）の提供においてもV-Lowマルチメディア放送の活用が検討されている。

（４）今後の課題及び提言

視聴者のライフスタイルが変化する中、テレビ放送・ラジオ放送が今後とも広く情報入手手段として活用されていくためには、そのライフスタイルの変化に対応して、視聴機会を拡大していくことが必要である。

ワイドFM対応受信機については、今後FM補完局の置局が全国的に進むこと、及び、各メーカーの協力により新車の車載用ラジオへの搭載が始まっていることから、本格的な普及期を迎えるものと考えられる。

放送事業者や受信機メーカーにおいては、FM補完放送が、雑音が少なくより高音質であるため、AM放送が聞こえにくい地域の聴取者の利便性は高いことを訴求し、その普及に積極的に取り組むことを期待する。

また、国は、難聴対策・災害対策の観点から、放送事業者や受信機メーカ

³¹ 2016年3月に関東・甲信越広域圏、近畿広域圏、九州・沖縄広域圏でサービスを開始。同年7月には東海・北陸広域圏でのサービスも開始した。

³² 災害の発生時において、高齢者等の住民が適切な避難行動等をとることができるよう、地域の実情に応じて新技術や既存技術を組み合わせる等して情報伝達手段等の効果を検証する事業。総務省により、2016年10月12日から同年11月11日まで提案が募集され、2017年1月5日に、V-Lowマルチメディア放送を活用した事業を実施する兵庫県加古川市を含む計7団体が実証実験実施団体として選定された。

³³ 加古川市は、土砂災害のおそれのある地域の住民に対して適切な避難行動等を促すため、映像・音声・文字等多様な内容を伝達できるV-Lowマルチメディア放送を活用し、自動起動する防災ラジオや屋外スピーカー等の整備を行い、これらの手段の利用効果を検証する。

³⁴ 2016年11月に、「明日の京都 文化遺産プラットフォーム」の「平安京羅城門模型移設プロジェクト」により、V-Lowマルチメディア放送で伝達される緊急地震速報を多言語で表示するデジタルサイネージが、JR京都駅に設置された。

一と連携しつつ、FM補完放送の周知広報活動を行うべきである。

さらに、新たなFM補完局の置局に当たり、放送区域が隣接する複数の放送局で、同一番組を同一周波数で同時に放送することにより、自動車で走行中にチャンネルを切り替えずに受信し続けることができる同期放送の技術を導入することは、聴取者の利便性向上のみならず、限られた周波数の有効利用にもつながるものである。国は、放送事業者における同期放送の導入を促進するため、同期放送の制度化を検討すべきである。

また、「radiko」等のインターネットの活用は、視聴者に、ラジオ番組への接触機会を拡大することに大きく寄与している。ハイブリッドラジオは、平時には放送・通信連携サービスの新たな展開が可能であり、災害時にはFM波へ切り替えることで輻輳や遅延を回避できることから地域住民への確実な災害情報の伝達手段となる。こうしたハイブリッドラジオの実現については、まずは放送事業者自らが、前に述べたハイブリッドラジオの有用性について広く理解を求めていくことが肝要である。加えて、スマートフォンへのFMチューナーの搭載と機能の有効化も課題であることから、通信事業者等の関連業界の協力を期待したい。

なお、放送コンテンツのネット同時配信に係る技術的課題については、現在、情報通信審議会放送コンテンツの製作・流通の促進等に関する検討委員会において、総合的に検討しているところである。視聴機会の拡大のため、放送事業者がインターネットを活用した新たなサービスを展開していくことが期待される。

V-Lowマルチメディア放送については、前に述べたとおり、地方自治体での災害時の情報伝達に係る実証事業や緊急地震速報のデジタルサイネージへの多言語表示等、様々な取組が進められている。これらの取組を広く普及させることを通じて、普段使いから防災利用まで地域情報の流通に資することが期待される。

なお、本分科会でのヒアリングにおいて、AMラジオ放送の将来像について検討すべきとの意見があった³⁵。

現在、多くのAM放送事業者においては、放送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、設備更新に当たっては広大な用地が必要となるがその確保が困難となっていること等が経営上の負担となっている。

³⁵ 本分科会第2回において、(株)CBCラジオ、(株)熊本放送より意見があった。

他方で、AMラジオの周波数については、海外にも広く伝搬するため、各国との国際調整を経て周波数を確保している³⁶ものであり、ひとたび放送をやめた後にその周波数で再開することは容易ではなく、また、外国から国内に到来する放送波の影響等についても特に留意する必要がある。

ラジオ放送の将来像に関しては、これらの事情を踏まえるとともに、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る、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である。

³⁶ 無線局の周波数割当は、他の主管庁の無線通信業務に有害な混信を与えるおそれがある場合には、国際電気通信連合（ITU）へ通告し、「国際周波数登録原簿」に登録する必要がある。AM放送局は低い周波数帯を使用するため伝搬距離が長く、その新規設置や諸元の変更は他国へ影響を及ぼすことから、国際調整を行い、他国から同意を得る必要がある。AM放送局の新規設置、変更等は、当該設置プランを変更するという扱いとなり、その変更案について他国の同意を求める国際調整を行う必要がある。調整完了後、当該設置プランの改正と国際周波数登録原簿への登録により、当該放送局の運用が国際的に認められる。

第3章 ローカル局の将来像

ローカル局は、それぞれの地域において、地域情報を流通させる役割を果たしている。とりわけ、災害時に地域情報を提供することは、ローカル局の中核的な使命であり、責務である³⁷。この責務を将来に渡って全うしていくためには、企業体として安定した経営基盤があることが前提となる。

我が国のこれまでの放送は、番組の制作・編成・伝送までを一体的に提供する「垂直統合」の経済性と、キー局からローカル局まで空間的な広がりを持ってカバーする「ネットワーク」の経済性という2つの経済性が根幹となっていた³⁸。

しかし、第1章で述べたように、今日のローカル局を取り巻く環境の変化は、この2つの経済性に依拠してきたビジネスモデルを大きく揺るがす可能性がある。特に、国境を越えるインターネット動画配信サービスがもたらす影響は今後ますます大きくなり、ローカル局は地域内の放送事業者だけでなく、国内外のコンテンツ制作者、映像配信事業者と協業・競合する時代となりつつある。

以下では、民間地上基幹放送事業者の収支状況に触れた後、経営基盤の強化に係るローカル局の取組事例や国の支援制度を紹介し、これを踏まえ、今後の課題と提言を述べる。

1 民間地上基幹放送事業者の収支状況

2016年の日本の総広告費は、6兆2,880億円であり、5年連続で増加している。個別メディアでみると、インターネット動画配信サービスの急成長等によりインターネットの広告費は大幅に増加している中³⁹、テレビ放送、ラジオ放送の広告費は長期的に見ると緩やかな減少傾向にある⁴⁰。

ただし、2016年のテレビ放送、ラジオ放送の広告費は、2015年と比較すると微増している。

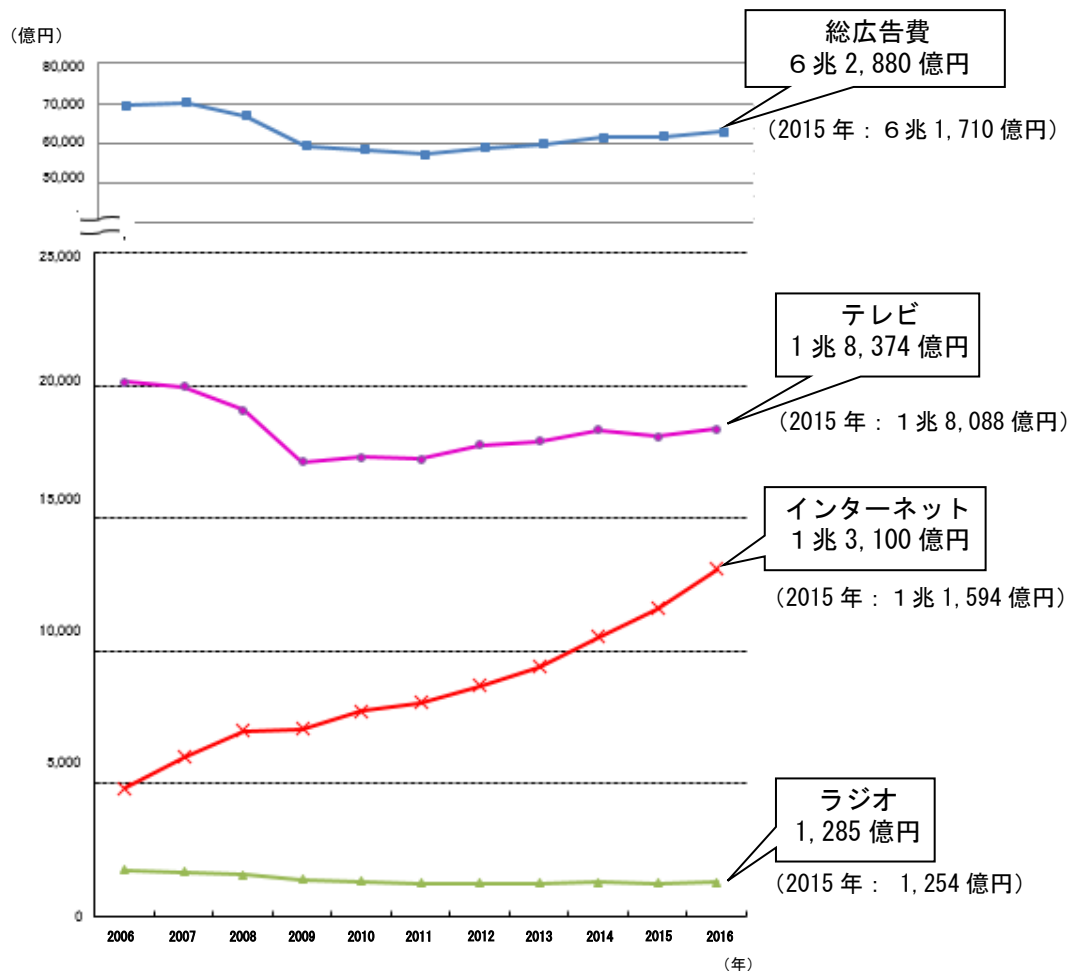
³⁷ 放送法第108条「基幹放送事業者は、国内基幹放送等を行うに当たり、暴風、豪雨、洪水、地震、大規模な火事その他による災害が発生し、又は発生するおそれがある場合には、その発生を予防し、又はその被害を軽減するために役立つ放送をするようにしなければならない。」

³⁸ 「放送を巡る諸課題に関する検討会 第一次取りまとめ」P.18より。

³⁹ インターネットの広告費は1997年以降毎年増加しており、2014年以降は前年比110%以上と大きく増加している。

⁴⁰ テレビ放送とラジオ放送の広告費をあわせて、2006年は2兆1,905億円、2016年は1兆9,659億円であった。

日本の広告費（媒体別）の推移

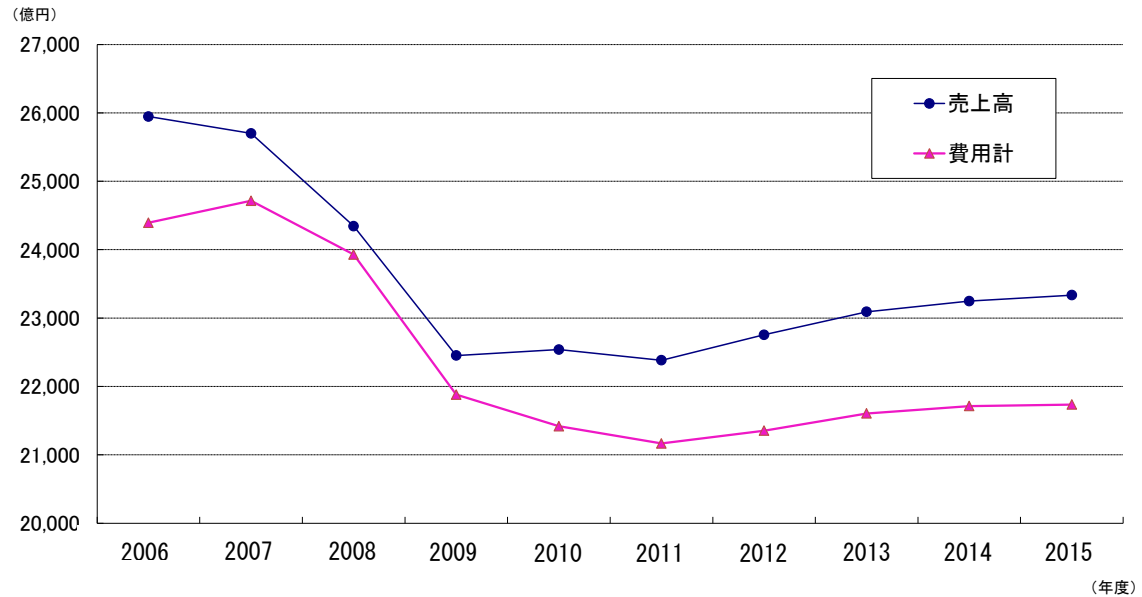


※ テレビは地上波テレビ放送のみの広告費を示す。

出典：電通「日本の広告費2016」

また、民間地上基幹放送事業者全体の収支状況（2015年度）を見ると、売上高はリーマンショック（2008年9月）前の水準には達していないものの緩やかな回復傾向にある。利益ベースで見ると、放送事業者各社による経費削減等の結果、リーマンショック前と同水準に回復している。

民間地上基幹放送事業者の収支状況（推移）



※ 地上基幹放送事業者（コミュニティ放送は除く。）の毎年度の事業収支結果の報告に基づく。
 ※ 売上高は増加（2兆3,334億円、前年度比0.4%増）。2014年度よりも売上高が増加した社は112社。

本分科会でのヒアリングにおいて、民放の基本的なビジネスモデルは、従来は番組を視聴してもらうことで広告をリーチさせるという広告枠を売る空間（スペース）ビジネスであったが、インターネット動画配信サービス等の台頭で、空間価値が相対的に低下しており、魅力あるコンテンツをベースにしたマネタイズが重要であるとの指摘があった⁴¹。

2 経営基盤の強靱化に係る放送事業者の取組事例

（1）4Kコンテンツ制作による事業多角化

大分朝日放送株式会社は、県域内では後発局（1993年開局）で競争上の劣位な状況にあったことに加え、デジタル化投資が重荷となって経費を極力抑制していたが、デジタル化の投資負担が一段落した2015年に、同社の経営戦略として民間地上基幹放送事業者で初の4K制作システム⁴²の導入を行った。システムの導入費用は約2,500万円であり、ローカル局でも十分に対応が可能と判断した。この判断は、2014年に4K・8Kが世間で話題となったことを契機としてトップダウンでなされたものであり、意思決定が迅速にで

⁴¹ 本分科会第2回において、(株)CBCラジオより指摘があった。

⁴² 「4K制作システム」とは、4Kカメラや編集設備等、4Kコンテンツの撮影から編集までを自社設備で完結できるシステムをいう。

きるというローカル局の強みを生かしたものであったとのことである。

現在は、総務省の放送コンテンツの海外展開支援事業⁴³を活用する等により、4 K番組の制作と蓄積に取り組み、海外見本市での4 Kコンテンツの販売や、BS／CS放送での放送、ケーブルテレビやインターネットでの展開を進めている。



大分朝日放送の編集センターと4 K制作用カメラ
(第3回会合 大分朝日放送プレゼンテーション資料から抜粋)

(2) 他の放送事業者との連携による地域密着型経営

南海放送株式会社は、テレビ事業、ラジオ事業の双方で株式会社愛媛CATVとの連携を進めている。

まず、テレビ事業では、南海放送は愛媛CATVに対して、コンテンツ提供や中継車・機材等の技術協力を行っている。一方、愛媛CATVは、南海放送に対し、光回線等の伝送回線の提供、番組共同制作・制作協力を行っている。

次に、ラジオ事業では、南海放送は、家庭のラジオの受信機が減少していることを踏まえて、2010年より同社のラジオ（音声）にスタジオ映像を付加して愛媛CATVで放送をする専用チャンネル「ウィットチャンネル」を開始した。

愛媛CATVは、地域メディア（ローカル局、新聞、地域情報誌等）と連携（クロスメディア）することで、地元の駅伝中継等単独では制作すること

⁴³ 総務省では、2014年度より、放送コンテンツを制作する民間事業者等と、他分野・他産業（観光業、地場産業、他のコンテンツ等）、地方公共団体等の関係者が幅広く協力し、「クールジャパン戦略」、「ビジットジャパン戦略」及び「地方の創生」等に資する放送コンテンツを制作、発信するとともに、様々な連動プロジェクトを一体的に展開する取組を支援している。これにより、海外の放送局において地域の魅力を詳細に発信することが期待されている。

が困難な番組コンテンツやサービスを生み出すことが可能となり、また保有する光インフラを映像伝送や中継回線として地上放送事業者に利活用してもらうことで、自社インフラの保守管理コストの軽減にもつながっていると指摘している。



ウィットチャンネルの放送模様
(第3回会合 南海放送プレゼンテーション資料から抜粋)

(3) 地方自治体との連携強化

株式会社エフエム佐賀は、地方自治体との連携を強化した、地域密着の経営を目指している。具体的には、地方自治体番組の放送に関連した市町主催のイベントの実施や、市と共同での防災ラジオの開発等の取組を行っている。



市と共同で開発した防災ラジオ⁴⁴
(第3回会合 エフエム佐賀プレゼンテーション資料から抜粋)

⁴⁴ (株)エフエム佐賀と佐賀市が共同で、(株)エフエム佐賀と佐賀市内のコミュニティ放送の両方で強制起動が可能であり、誤作動を防止する独自の仕様の防災ラジオを開発した。佐賀市内で2014年4月に5,000台が導入された。

同社は、営業先となる企業が少なく、また、社員数が少ない状況下においても、上記のような地方自治体向けの営業の強化や、地方自治体の「地域人づくり事業」（平成26年度に終了）等の国の支援制度を活用するほか、他のFM放送事業者と共同してマスター設備を購入することでコストを削減する等により、経営改善を進めている。

3 放送事業者の経営基盤の強靱化に係る国の支援制度

これまで国は、放送事業者の経営基盤の強化に資するため、経営の効率化、事業再編等に係る経営の選択肢として、以下のような公的支援制度を整備してきた。これらは、放送が国民に最大限に普及されて、その効用をもたらすよう⁴⁵、放送の「多元性」「多様性」「地域性」が確保されることに留意して制度設計されている。

・認定放送持株会社制度

経営の効率化、資金調達の容易化等のメリットを有する「持株会社によるグループ経営」を放送事業経営の選択肢として拡大するための制度である⁴⁶。2008年4月1日に施行された。在京キー局の利用が先行していたが、その後、2014年に中部日本放送株式会社、2016年にRKB毎日放送株式会社⁴⁷、2017年に株式会社毎日放送が本制度を活用した。

・地上基幹放送におけるハード・ソフト分離を選択可能とする制度

地上基幹放送に参入しようとする事業者について、従来はハード（設備の設置）とソフト（放送の業務）の参入手続きを電波法の免許により一体として行っていたが、ハードに対する電波法の免許とソフトに対する放送法の認定に分離することを選択可能とした制度である。2011年6月30日に施行された。

⁴⁵ 放送法第1条第1項第1号

⁴⁶ 放送法第159条第1項及び第2項等

⁴⁷ 持株会社「㈱RKB毎日ホールディングス」の下にRKB毎日放送㈱（福岡県を放送対象地域とするテレビ・ラジオ兼営社）及び北部九州地域のコミュニティ放送局を置く形で2016年4月に認定放送持株会社体制に移行した。

・ 経営基盤強化計画認定制度

地域経済の低迷等に起因して、放送事業者の経営状況が悪化する中、地域住民の生活に必要な基幹メディアとして存続するため、経営基盤の強化に早期かつ積極的に取り組むことを可能とする制度である⁴⁸。放送事業者が「経営基盤強化計画」を作成し、総務大臣の認定を受けた場合に、放送法及び電波法の特例措置を受けることができる⁴⁹。2015年4月1日に施行された。

・ 中小企業・小規模事業者等への経営支援

人口減少・少子高齢化の進展に伴う労働力人口の減少や国際競争の激化等、中小企業・小規模事業者・中堅企業（以下「中小企業・小規模事業者等」という。）を取り巻く事業環境は厳しい状況にある。

中小企業・小規模事業者等の生産性向上を支援することにより、海外展開も含め、将来の成長・発展のための経営強化（「稼ぐ力」の強化）を図るため、中小企業等経営強化法が2016年7月に施行された。

同法では、中小企業・小規模事業者等が、人材育成、コスト管理のマネジメントの向上や設備投資等、事業者の経営力を向上させるための取組内容等を記載した事業計画（「経営力向上計画」）を作成し、当該計画の認定を受けた場合、計画に基づき新規に導入する一定の機械装置等の設備にかかる固定資産税の軽減（資本金1億円以下の会社等を対象）や、金融支援（低利融資、債務保証等）等の特例措置を受けることができる。

なお、平成29年度税制改正によって、中小企業・小規模事業者等の「攻めの投資」を後押しするため、中小企業経営強化税制が創設された。中小事業者等（資本金1億円以下の会社等）が、中小企業等経営強化法に基づいて作成した「経営力向上計画」に基づき、一定の機械装置等の設備の導入を行った場合、即時償却又は税額控除の適用を受けることができる（平成30年度末まで）。

⁴⁸ 放送法第116条の3等

⁴⁹ 「指定放送対象地域を指定する件（平成27年総務省告示第160号）」により、ラジオ放送が対象となっている。総務大臣の認定を受けた場合、再免許等における経理的基礎審査の免除等の特例が適用される。

経営基盤の強靱化に係る主な支援制度一覧

	スキーム名	対象	内容
税制	放送ネットワーク災害対策促進税制	民間ラジオ放送事業者	民間ラジオ放送事業者における災害対策としての予備送信設備等を整備した場合、取得後3年間、固定資産税が軽減される措置（平成29年度末まで）。
	法人税の特例措置（中小企業経営強化税制）	中小事業者等（資本金1億円以下の法人等）	中小企業等経営強化法に基づき、中小企業が作成する「経営力向上計画」に基づく一定の機械装置等の設備の導入を行った場合、即時償却又は税額控除の適用を受けることができる措置（平成30年度末まで）。
	固定資産税の特例措置		中小企業等経営強化法に基づき、中小企業が作成する「経営力向上計画」に基づく一定の機械装置等の設備の導入を行った場合、3年間固定資産税が軽減される措置（平成30年度末まで）。 （器具備品、建物附属設備については、地域・業種による制限があるため、対象地域については中小企業庁のホームページを参照。）
	中小企業投資促進税制		一定の機械装置等の設備の導入を行った場合、特別償却又は税額控除の適用を受けることができる措置（平成30年度末まで）。
融資・保証	社会環境対応施設整備資金融資制度（BCP融資）	中小企業者（（放送業の場合）資本金5,000万円以下又は従業員数100人以下）	中小企業者が地元の地方自治体と連携し、自らが作成した事業継続計画に基づき、地域防災に資する施設、設備等を整備する場合に、当該設備投資資金及び耐震診断を行うために必要な長期運転資金について、日本政策金融公庫の低利融資により支援するもの。
	信用保証制度		中小企業者が金融機関から融資を受ける際、信用保証協会が債務保証を行うもの。
その他	放送事業者の経営基盤強化計画の認定（放送法）	総務大臣が告示により指定した「指定放送対象地域」のうち、「経営基盤強化計画」を作成し、総務大臣の認定を受けた基幹放送事業者	・経済事情の変動により放送系の数の目標の達成が困難となるおそれがある等と認められる放送対象地域を「指定放送対象地域」として総務大臣が指定。 ・「指定放送対象地域」に係る基幹放送事業者は、業務の合理化や組織の再編成等により収益性の向上を図る「経営基盤強化計画」を作成し、総務大臣の認定を受けた場合、放送法・電波法の特例が適用。
	事業再編の促進	事業再編計画もしくは特定事業再編計画の認定を受けたもの	産業競争力強化法に基づき、政策的支援の対象とすべき企業による「事業」の生産性の向上を目指す事業活動について、「事業再編計画」、「特定事業再編計画」として認定し、認定を受けた取組に対して、税制優遇、金融支援等の措置を講ずるもの。

（公表資料に基づき総務省が作成）

4 今後の課題及び提言

(1) 放送事業の充実・発展

地域を事業活動エリアとしているローカル局は、放送事業開始以来、地域向けの放送を核としてニュースや生活情報等の地域放送番組の充実を着実に進めるとともに、地元企業や地方自治体と連携する⁵⁰等、地域に密着した事業を継続してきた。



市民にオープンな野外型スタジオ⁵¹

(第3回会合 大分朝日放送プレゼンテーション資料から抜粋)

地域の活性化には、地域でのコミュニケーションが必要であり、コミュニケーションの場の提供として、放送が担ってきた役割は大きい。引き続き、ローカル局は地域の視聴者の声に寄り添い、地域のコミュニケーションのハブとしての役割を担っていくことが期待される。

ローカル局は、情報をリアルタイムで視聴者に伝えるという「情報のライフライン」としての使命を果たし続けるために、これまで構築してきた高い信頼を活かし⁵²、技術革新にも対応しつつ、経営基盤の安定化を図り、地域

⁵⁰ ローカル局の取組として、大分朝日放送(株)の地元の地方自治体と連携して地元のおすすめの温泉やグルメを紹介する取組や、岡山放送(株)の地元企業と連携して企業の商業施設内にスタジオを設置する取組等が挙げられる。

⁵¹ 大分朝日放送(株)の野外型スタジオでは、情報番組の撮影が毎日行われているほか、地元特産品が販売される等、地域の1つのコミュニティの役割を果たしている。

⁵² 本分科会第2回の(株)CBCラジオのプレゼンテーションによれば、ラジオ局の強みとして、①長い歴史に培われた地域における信頼、②地域に密着した番組の制作、③熱心なリスナーとの間でコミュニティを構築していること等が挙げられているが、地域のテレビ局にも同様の強みがあるとしている。

情報の流通確保に取り組むことが望まれる。

（２）新たな事業機会の拡大

放送向けの広告費が近年減少傾向にある中、ローカル局が安定的に経営をするためには、新たな収入確保策も必要になると考えられる。今日、多くのローカル局が地域放送番組のＤＶＤ・映画化、出版・商品化、海外展開、イベントとのタイアップ等を通じて幅広く発信している。このような取組は、事業領域を広げ新たな付加価値をもたらすものであり、今後とも積極的に取り組むことが期待される。

他の放送メディアの高度化が進む中、地上テレビジョン放送での４Ｋ放送の実現に向けて、現在その技術的な可能性について研究開発を進めている段階にある⁵³。一方で、放送事業者は、高いコンテンツ制作能力を有しており、４Ｋにおいても良質な番組制作が期待される。一部のローカル局は、ケーブルテレビ事業者等へのコンテンツの提供や、国内外のコンテンツ市場での販売を実施している。

また、一部の放送事業者においては、放送と通信を連携させた高品質なサービスの提供の実現に向け、ハイブリッドキャストを活用し、ブロードバンドを通じた４Ｋコンテンツの配信に係る実証実験が行われている⁵⁴。

こうした放送事業者間での連携や、新たな技術を活用した取組等は、ローカル局による新たな事業機会の拡大につながるものと考えられる。

インターネットの活用については、ラジオ放送では、第２章で触れたとおり、ネットとの関係を「脅威」でなく「機会」と捉え、「radiko」を立ち上げる等、新規リスナーの拡大やリスナーの満足度向上にも取り組んでいる。今後は、こうした取組のビジネスモデルを確立させて、個々のラジオ事業者の経営基盤の強化にもつなげていくことが重要である。

テレビ放送では、放送コンテンツの二次利用やインターネットでの活用を

⁵³ ケーブルテレビ、ＩＰＴＶ、衛星放送の一部については、４Ｋ実用放送が既に開始される等、放送の高度化に向けた取組が進められている。一方で、地上テレビジョン放送の高度化については、技術的な可能性が検証されている段階である。2015年７月の「４Ｋ・８Ｋロードマップに関するフォローアップ会合 第二次中間報告」において、その実現には技術やコスト等の解決すべき課題は多いと指摘されている。

⁵⁴ 東京メトロポリタンテレビジョン(株)、(株)フジテレビジョン、名古屋テレビ放送(株)、関西テレビ放送(株)、読売テレビ放送(株)において、４Ｋ対応テレビ向け配信実験を実施。ＮＨＫにおいてはリオ五輪の一部の競技を対象に、配信実験を実施した。

見据えた地域の映像素材の製作⁵⁵も、新たな事業機会の拡大につながる可能性がある。放送コンテンツの二次利用については、ローカル局の動画素材を集約して、日本各地の観光、グルメ、名産品を紹介する一般消費者向け（B t o C）ポータルサイト（通称ロコチャン）の事業性の検証が行われた⁵⁶ほか、民間でもB t o Cによるポータルサイト・サービスが開始された^{57, 58}。さらに、総務省では現在、地域の放送コンテンツを利用したいウェブサイト運営企業等と当該コンテンツを提供したい放送事業者をマッチングさせる、コンテンツ・エクスチェンジ・プラットフォームに関する調査研究を実施しており、法人向け（B t o B）の新たな事業機会における活用の可能性を示していくことが重要である。

（３）ローカル局の体制構築

① 取組事例の共有

ローカル局を取り巻く環境変化に対応するためには、ローカル局は、これまでの思考や行動、組織文化に囚われることなく、戦略を描き、それを実践する変革力が必要となる。自社の優位性はどこになるのか、新たなビジネス機会を何に求めるか等、自社及び自社を取り巻く環境の分析を行い、経営資源の配分を適切に行っていくことが必要である。

例えば「ど・ローカル主義」を掲げる愛媛C A T Vは、9つの地域情報チャンネルを運営し、徹底的に地域にこだわる戦略を進めている。選挙特番や地元の駅伝中継等単独では困難な番組制作に当たっては南海放送の協力を得て、地域連携による最適なサービス作りを目指している。

また、大分朝日放送は、民間地上基幹放送事業者で初の4 K制作システムの導入という戦略の効果の一つとして、職員のモチベーションの向上を挙げている。少人数で運営されるローカル局では、経営者のビジョンを職員と共有し、働きがいのある職場作りを通じて組織力を最大限に発揮することが重

⁵⁵ 例えば、大分朝日放送(株)では、放送枠の関係でテレビ放送することができない全国高校野球選手権地方大会の試合模様を、インターネットで配信している。

⁵⁶ 平成26年度補正予算により実施された総務省の委託事業。

⁵⁷ ケーブルテレビの分野においても、各地域、各ケーブルテレビ局への興味関心を高めてもらうことを目指し、全国のケーブルテレビ局が制作したコンテンツの無料動画配信サイト「じもテレ」が立ち上げられた。

⁵⁸ (株)博報堂DYメディアパートナーズは、日本全国のテレビ局を中心に、出版社、ラジオ局等の持つ動画コンテンツを集めた地域紹介ポータルサイト「ニッポンナビチャン」のサービスを開始している。

要と指摘している。

さらに、放送分野のみならず、他分野の経営戦略等の事例を参考とする機会を持つことも有意義であると考えられる。ローカル局の経営者は、それぞれの実情に合った優良事例を参考にしつつ、自らの経営に生かしていくことが期待される。

② ローカル局の人材確保・育成

これまで述べてきたように、地域情報の流通の確保はローカル局の使命であり、このために、ローカル局は良質な地域放送番組の制作に取り組んでいる。

今後、放送を取り巻く環境変化に対応するため、ローカル局は、地域放送番組の制作能力の更なる向上に加え、4 Kコンテンツの撮影や編集、動画配信等の新たな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。一方で、他業種との競争の激化、限られた職員数での運営等の状況の下、求める人材の確保・育成は厳しい状況になりつつある。

人材確保にあたっては、日本民間放送連盟がローカル局の新卒者採用支援事業⁵⁹を行っているところであり、今後も、ローカル局での仕事の魅力を伝える機会を増やすため、業界や地域でまとまった採用活動等を強化していくことが重要である。

4 Kコンテンツ制作やネット配信などのためには、通信技術などの技術が必要となる。ローカル局は、通信技術等を学んだ若い技術系の人材が活躍できる場として自社をアピールすることが人材確保の観点で重要であると考えられる。また、様々な考え方やアイデアを持つ優れた人材を確保するためには、社員が多様な働き方を選べるような取組を行う⁶⁰など、ダイバーシティの確保が重要である。

人材育成にあたっては、大学等と連携したりリカレント教育⁶¹の充実による人材育成も有意義である。

また、自局内や資本関係のあるグループ間での能力開発に加え、隣接する

⁵⁹ マイナビ 2018 のウェブサイトの中に、「ローカル局の魅力」という特設サイトを立ち上げる等の取組を行っている。<https://job.mynavi.jp/conts/2018/tok/local/>

⁶⁰ 例えば、名古屋テレビ放送(株)は、配偶者の転勤などに対応する「特別休職制度」や退職した社員が一定の条件のもとで復職できる「再雇用登録制度」を設けた。

⁶¹ 「リカレント教育」とは、一般に、職業上必要な知識・技術を修得するために、フルタイムの就学と、フルタイムの就職を繰り返すことをいうが、本取りまとめにおいては、働きながら学ぶという意味でも使用している。

ローカル局との連携による地域に根ざしたコンテンツ制作等を行う中で、技術やノウハウを共有し、専門性を高めていくことも効果的と考えられる。国としても、このようなローカル局の取組を支援していくべきである。

（４）国の取り組むべき課題

経営基盤の強靱化は、一義的には放送事業者自身の判断で行われることは言うまでもないが、国は、日頃からローカル局がどのような課題を抱え、取り組んでいるかを把握し、経営基盤の強靱化に係る支援制度の周知や、これらの利用の円滑化のほか、地域の放送コンテンツの二次利用の促進、地上テレビジョン放送での４Ｋ放送実現に向けた研究開発等を進め、ローカル局の展望を拓く事業環境整備に努めることが重要である。

なお、放送事業者等関係者から、経営基盤の強靱化に係る具体的要望があれば、地域情報の確保が図られることを前提として、検討を進めていくべきである。

また、放送コンテンツの海外展開は、ローカル局の新たな収益源の開拓につながるだけでなく、地域の新たな魅力を世界に発信することで、訪日外国人観光客の増加や地域産品の海外販路の拡大など、地域経済の大きな発展が見込まれるものである。総務省においては、必ずしも十分な海外展開の経験やノウハウを有しないローカル局等の取組を後押しする観点から、これまで３ヶ年度に渡って放送コンテンツの展開支援事業を実施してきたところであるが、今後は、新たなステップとして、国の支援措置のみに依存しない自立的な海外展開への転換を促進するような新たな支援方策のあり方を検討していくことが望まれる。

おわりに

本分科会は、①地域に必要な情報流通の確保、そして、②ローカル局の将来像について検討を行うため、「放送を巡る諸課題に関する検討会」の下に2016年10月から開催されたものである。

本取りまとめが、頑張るローカル局の参考となり、一歩踏み出す契機となつて、今後の放送業の発展、さらには地域社会の発展や国民生活の充実に寄与していくことが望まれる。

各地域の歴史や文化的事情、人口動態等によって事情は異なるため、必ずしも“one size fits all”の取組はない。本取りまとめの事例を参考にしつつ、それぞれの事情に応じた創造的取組により、オンリーワン放送局となることを期待したい。

放送を巡る諸課題に関する検討会
「地域における情報流通の確保等に関する分科会」開催要綱

1 背景・目的

本分科会は、「放送を巡る諸課題に関する検討会」（以下「親会」という。）の下に開催される会合として、地域情報の充実・アクセスの確保及びそれらを担う放送事業者の将来像に係る検討を行うことを目的とする。

2 名称

本分科会は「地域における情報流通の確保等に関する分科会」と称する。

3 主な検討項目

放送を取り巻く環境の変化（４Ｋ放送、ネット配信、モバイル視聴等）を踏まえ、地域における情報流通の確保等の観点から、以下の事項を検討する。

- （１）災害時・平時における地域情報の充実・アクセスの確保
- （２）地上放送事業者及び有線テレビジョン放送事業者の将来像
- （３）その他

4 構成及び運営

- （１）本分科会の分科会長は、親会座長が指名する。本分科会の構成員及びオブザーバーは、分科会長が指名する。
- （２）分科会長は、必要があると認めるときは、分科会長代理を指名することができる。
- （３）分科会長代理は分科会長を補佐し、分科会長不在のときは分科会長に代わって本分科会を招集する。
- （４）分科会長は、必要に応じ、構成員及びオブザーバー以外の関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。
- （５）その他、本分科会の運営に必要な事項は、分科会長が定めるところによる。

5 議事の取扱い

- （１）本分科会の会議は、原則として公開とする。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他分科会長が必要を認める場合については、非公開とす

る。

- (2) 本分科会の会議で使用了た資料については、原則として総務省のホームページに掲載し、公開する。ただし、公開することにより当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他分科会長が必要を認める場合については、非公開とする。
- (3) 本分科会の会議については、原則として議事要旨を作成し、総務省のホームページに掲載し、公開する。

6 その他

本分科会の庶務は、情報流通行政局地上放送課が関係課と連携して行うものとする。

**放送を巡る諸課題に関する検討会
「地域における情報流通の確保等に関する分科会」
構成員・オブザーバー名簿**

（敬称略、分科会長及び分科会長代理を除き五十音順）
（平成 29 年 5 月 26 日現在）

【構成員】

（分科会長）	すずき よういち 鈴木 陽一	東北大学 電気通信研究所教授
	たけがはら けいすけ 竹ヶ原 啓介	株式会社日本政策投資銀行 産業調査部長
（分科会長代理）	いわなみ ごうた 岩浪 剛太	株式会社インフォシティ 代表取締役
	おく りつや 奥 律哉	株式会社電通 電通総研研究主席
	きた しゅんいち 北 俊一	株式会社野村総合研究所 プリンシパル
	きよはら けいこ 清原 慶子	三鷹市長
	こづか そういちろう 小塚 莊一郎	学習院大学 法学部教授
	せお まさる 瀬尾 傑	株式会社講談社 第一事業戦略部長兼デジタルソリューション部担当部長
	ひらの すすむ 平野 晋	中央大学 総合政策学部教授
	みよし たかみち 三膳 孝通	株式会社インターネットイニシアティブ 技術主幹

（計 10 名）

【オブザーバー】

日本放送協会

一般社団法人 日本民間放送連盟

一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟

一般社団法人 日本コミュニティ放送協会

（計 4 者）

**放送を巡る諸課題に関する検討会
「地域における情報流通の確保等に関する分科会」
発表者一覧**

（敬称略、会合ごとに五十音順）
（平成 29 年 5 月 26 日現在）

【第 1 回】

おく りつや 奥 律哉	株式会社電通 電通総研研究主席
なかがわ としひろ 中川 敏宏	株式会社電通 ラジオテレビ局 次長 兼 第15営業局 地方創生室 ソリューション開発部 地域イノベーションセンター
一般社団法人 日本民間放送連盟	
一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟	
一般社団法人 日本コミュニティ放送協会	

【第 2 回】

しば まさのり 芝 勝徳	神戸市外国語大学 教授
たまい ひさし 玉井 恒	NPO法人日本地域放送支援機構 理事長
ながお おさむ 長生 修	株式会社熊本シティエフエム 営業部部長
ますいえ せいじ 升家 誠司	株式会社C B Cラジオ 代表取締役社長 兼 一般社団法人日本民間放送連盟 ラジオ委員会ハイブリッドラジオ検討部会長
やまざき こうすけ 山崎 浩介	山口放送株式会社 専務取締役技術局長
やまむろ まさよし 山室 正吉	株式会社熊本放送 技術局長

【第 3 回】

うえの てるゆき 上野 輝幸	大分朝日放送株式会社 代表取締役社長
おがわ まさのり 小川 正則	株式会社エフエム佐賀 代表取締役社長
たなか かずひこ 田中 和彦	南海放送株式会社 代表取締役社長
みやうち たかし 宮内 隆	株式会社愛媛CATV 代表取締役社長

【第 4 回】

いとう たかのぶ 伊藤 貴宣	名古屋テレビ放送株式会社 取締役経営戦略局長
-------------------	------------------------