

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5回）議事要旨

1. 日時

令和元年5月17日（金）15時00分～16時30分

2. 場所

総務省8階 第一特別会議室

3. 出席者

（1）構成員

多賀谷分科会長、伊東構成員、大谷構成員、奥構成員、北構成員、小塚構成員、関構成員、武井構成員、中村（秀）構成員

（2）説明者

（一社）日本民間放送連盟 放送計画委員会 ラジオ制度WG 入江主査
（一社）日本民間放送連盟 放送計画委員会 ラジオ制度WG 升家委員

（3）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)

（4）総務省

鈴木総務審議官、武田官房長、山田情報流通行政局長、
岡崎情報流通行政局総務課長、湯本同局放送政策課長、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

4. 議事要旨

（1）ラジオに関する関係者からのヒアリング

- ・中村構成員から、「諸外国におけるラジオ放送の動向」について、【資料5-1】に沿って説明が行われた。
- ・事務局から、「ラジオ受信機の世帯普及率」について、【資料5-2】に沿って説明が行われた。
- ・日本民間放送連盟 放送計画委員会 ラジオ制度WG 升家委員から、「ラジオの放送・通信連携への取り組み」について、【資料5-3】に沿って説明が行われた。

(2) 意見交換

構成員及び説明者から以下のとおり発言があった。

【小塚構成員】

ヨーロッパ等でこのようにAMの停波、あるいは縮小が起きているとすると、AM放送関連の送信設備、あるいは受信機器のマーケットにも影響が出ているのではないかと思うが、何か把握されているか。

AMの停波を行うと、消費者、聴取者に対する影響が非常に大きいと思うが、ヨーロッパで停波した場合の周知方法について教えていただきたい。

【中村（秀）構成員】

機器についての統計はとっていないが、例えばDAB（Digital Audio Broadcasting）の受信機の普及促進については、メーカーを含めて力を入れており、販売促進も含めて韓国勢がドイツに持ち込んでキャンペーンを行うなどの取組により、車載機も含めて従来のアナログAM端末は急激に減っている。

送信設備については、需要が多くないこともあり、更新すると高額になるので、古い設備を工夫して使っている模様。

周知等の対策については、Ofcomのパブリックコンサルテーションに触れたが、特にイギリスはラジオの国と言われるほどテレビよりもラジオが愛されている地域性があるので、全国の情報発信だけでなく、ローカルエリアごとに丁寧にアンケートや告知が行われており、ローカルコミュニティを通じた情報共有が行われている様子。

【北構成員】

特に英仏独において、AM放送の縮減あるいは停波の際に、民放連が要望しているようなFM放送への転換や、日本のFM補完中継局制度のような選択をした国はなかったのか。

また、英仏独が縮減、停波という方向にあるのに対して、米国が活性化に向けた政策を打ち出しているが、これらの考え方の違いの要因について教えていただきたい。

【中村（秀）構成員】

日本のFM補完中継局制度というような専用の体系を設けている例は把握していないが、既存のFM放送への移行やデジタルラジオ、インターネットを活用している例がある。

イギリスでは、AM、FMを併用して放送されている場合が多い他、DABと同時にインターネットでラジオ番組を流すことを最初から行っており、過去の調査では、インターネットにより聞いている方も含めて、普及率が高く出ている。

フランス、ドイツについては、移行期間は設けずに既存のFM局、あるいはDA

Bへ移行した模様。

アメリカについては、AM放送事業者が非常に多いことに加えて、AMの事業者として、選挙関係にも影響を及ぼすクリアチャンネルのような強い事業者が存在し、屋外広告も行っているなどのケースが入っている。これらの事業者は、AMラジオだけで収入を得ているわけではなく、AMラジオの広告収入自体はアメリカも低迷しているが、企業形態として強いこともあり、FCCも活性化策をとっていると推測される。

【伊東構成員】

資料5-1の12ページにおいて、ドイツではデジタルラジオのカバー率は高くなっている一方で、その受信機器の普及はいまいちのようだが、何か理由があるのか。

また、資料5-1の9ページに記載されている「オンラインメディア」という言葉と「インターネット配信」という言葉の違いについて教えていただきたい。

【中村（秀）構成員】

ドイツの受信機器の世帯普及率が低いことについては、もともとドイツではケーブルも普及していることから、電波を受ける環境は少ない部分もあり、車に搭載された受信機器はおそらくデジタルラジオ化が進んでいないことも考慮すると、世帯を母数としたときに、普及率が低い数値になることが推測される。

資料では英語原文の表現をそのまま利用して「オンラインメディア」と「インターネット配信」と記載したが、同じだと理解していただいて良い。

【大谷構成員】

イギリスで停波の実証実験を進めた際に、リスナーからの抗議や不満が寄せられたMerseysideについては停波対象に含めなかったと資料5-1の4ページから8ページにわたって記載されているが、リスナーの意向を踏まえたこのような対応はもとかの方針だったのか、それともやむを得ずとった対応なのか。

【中村（秀）構成員】

この場合は試行的停波であり、綿密にリスナーの反応も調査して最終的に決めるという方針であったため、地域のリッスナーからいわゆる反対意見が出たということでのこの地域では停波に至らなかったのだと思う。

【大谷構成員】

イギリスのローカルAM局が各地域でカバーしている範囲はどの程度の面積・人口なのか。例えば自治体の単位で言うとどの程度の規模になるのか。

【中村（秀）構成員】

話題に挙がったMerseysideはリバプールのある州であり、面積が645平方キロメートル、人口が142万人。

【関構成員】

アメリカがAM放送サービスの活性化を進めていることは、免許制度とかかわっているのではないかと思う。

強力な事業者が参入しているという説明があったが、ラジオの魅力をAM、FMに限らず認めており、AMラジオを推進しているアメリカにおける参入障壁は低いのか、また、経営はどのように考えられているのか教えていただきたい。

【中村（秀）構成員】

経営について、I B O C（In-Band On-Channel）もそうだが、AM放送、FM放送とデジタル放送をセットで行っているので、事業者サイドはAM放送の電波を効率的に出すことができ、受信端末があるうちはAM放送を続けるという基本姿勢なのかと思う。

設備の老朽化や更新により、投資の規模が経営効率を下げるようであれば、おそらく投資しないと思うが、経営効率を下げないように制度を緩和してもらうようにFCCに要請している状態ではないかと思う。

【大谷構成員】

これからAM放送の、例えばFM放送による補完、ワイドFMの周波数帯への移行等を考えていくに当たっては、現在のAMラジオというメディアの特性や、代替可能性のあるメディアは何なのかをしっかりと分析していく必要があると思う。

音声メディアとして平時の国民の知る権利に奉仕している側面と、災害が発生したときに数少ない情報を提供するためのメディアとしての側面は分けて考える必要があると思う。平時の知る権利に奉仕している側面について、インターネット配信や、radio等により一定の代替性が認められると思うが、災害時には電力が供給されなくなった場合の情報源という側面から、これまでもラジオの役割が注目されてきたことがあるので、インターネット配信でカバーされているから良いとは言いきれない面があるかと思う。

これらの2つを区別しながら、AMラジオの果たしてきた役割をどのように引き継いでいくのか、もし引き継げない要素があるのであれば、それを視聴者の意見を取り入れながら、どのように変えていくのか、スケジュールを整えて検討していく必要があるかと思う。

イギリスの場合はBBCという公共放送があり、一定の視聴者の支持がある送信局であれば維持が可能ということかと思うが、日本の商業放送の場合に、同様のビジネスモデルが維持できるかということ、異なる考慮要素が必要だと思うので、諸外国の例を参考にしつつも、我が国の特性、特に災害に襲われやすいことや、都市・

地方に関わらず災害時に十分な強靱性が期待できない部分もあることを前提として、これからのことを組み立てていかなければならないと思っている。

ただ、長期的には民放連の要望事項については、やはり検討しなければならない重要な事項だと思っており、この時期に問題提起をしていただけたことは適切だったかと思う。しかしながら、民放連の考えているスケジュールで進めていくことが適切かどうかについては、幾つかの要素を検討する中で見直さなければならない面があるかと思う。

【小塚構成員】

2年前の「地域における情報流通の確保等に関する分科会」の中で、AMラジオ放送の将来像について検討すべきだという指摘が出ていた。それに対して事業者側からこういった答えを出していただいたことについて、民放連の努力は大変ありがたいことだと思い、正面から受けとめる必要があると考えている。

自動車の中で過ごす時間が長く、ラジオを聞く時間も長いアメリカと前提が違う中で、この方向性というのは、基本的にはやむを得ないと思うが、2点指摘する。

1点目は、民放連の要望が、要するに究極的にAM停波を目指すのか、FM放送との併用を目指すのか読み取りにくく、消費者、視聴者にとって混乱のもとになる危険があると思う。地域ごとに対応が異なるという事情は分かるが、他方で消費者、視聴者にも転勤、転居等の可能性はあるので、原則と例外をはっきりと示しておかないと混乱を招くと考えられる。

2点目は、要望の背景が、AMラジオ放送局の経営問題であることは理解できるが、それだけでは後ろ向きの提案であり、仮に例えばAMからFMに転換する、要するにAMを停波することになれば、その周波数をどうするのか、あるいは送信所の跡地をどうするのかということも含めて、地域に対してどのような形でこの措置が還元されていくのかが見えてこない、地域には受け入れられないのではないかと思う。また、放送局の経営上の負担がこれによって緩和されるのであれば、その分どのような形で放送を充実させ、将来のラジオ放送のあり方を見ていくのか、そういった点を示していただけて初めて理解が得られるのではないかと思うので、さらに事業者側で検討いただきたい。

【多賀谷分科会長】

今後のラジオのあり方について、仮にAM放送がコスト的に厳しいためにワイドFMに移行するという流れになった場合、他方でインターネットラジオがある状況で、ラジオは将来どのようなようになるのか。つまりワイドFMを使うこともある意味ではハード、ソフト一体型のラジオ放送になるが、他方でインターネットラジオは、通信によりラジオ番組を配信することになる状況で、将来どうするのかを放送事業者として十分戦略的に考えていただきたい。

懸念されることは、ワイドFMに移行したとしてもじり貧になり、全てインターネットに移ってしまう点。その場合、インターネットの世界では、例えば地震の際

に、フェイクニュースが流されるようなこともあるので、インターネットラジオが放送メディアとして維持されるにはそれなりの工夫が必要。実際にはおそらく両にらみで放送事業者としては取り組んでいくことになるかと思ひ、そのことをどのように考えるかは事業者の判断になるが、こういった問題があるということを指摘しておく。

【奥構成員】

アメリカの場合、基本的に経営状況の悪いローカルラジオ局は、常に売り出されており、資本交代、新陳代謝が常に行われているマーケットだったかと記憶している。

アメリカで出されているメディア系雑誌の裏表紙には、常に様々な放送局の売り出し情報が出ているのを見たことがある。したがって、周波数帯も含めて異なるオーナーに譲ることで、経営手法やビジネスを改めると考えている節がアメリカの場合はあるのかと思う。

一方、我が国の場合、既存の事業者が事業を継続することを主眼に議論している傾向にあるので、そのあたりの観点から諸外国の動向も把握できると、参考になるのではないかと思う。

【伊東構成員】

資料5-3の16ページに記述されている放送と通信の切替えという点について、FM波とradikoの切替えは手動でできるとのことだが、自動で切替えられるようなモードはあるのか。

【升家日本民間放送連盟ラジオ制度WG委員】

今後の課題であり、現時点ではまだ実現していない。例えば放送が受信できなくなった際の自動切替えは、目指すところではある。

【伊東構成員】

radikoについて、巨大なプラットフォームに成長しているとのことだったが、有料のプレミアム会員の月額と会員数を掛けると年間25億円程度という数字が出てくるようだ。radikoの経営基盤は現状どのような形になっているのか。

【升家日本民間放送連盟ラジオ制度WG委員】

当初、有料のエリアフリーのサービスが始まる前は、各局が相応に負担をするという収入構造だったが、エリアフリーに対する要望も非常に多かったため、もう一つの収入構造を得るということで始めている。今は利益が出ているが、例えば、今回のラジスマのアプリ対応といったこと等にコストはかかっている。また、利用者が増えれば増えるだけ、サーバを含めてコストが上がる。そのバランスを取りながら進められている。

【小塚構成員】

端末との関係で、iPhoneがハイブリッドラジオに対応してくれないということが今後の課題だということはわかるが、スマートスピーカーに乗せていくという話は、ネット配信ということになるのか、それともハイブリッドで対応することも可能だということか。

【升家日本民間放送連盟ラジオ制度WG委員】

今のところはネット配信のアプリケーションで対応している。例えばAmazonであれば「Alexaスキル」というアプリケーションにradikoが対応しているし、個別に対応しているラジオ社もある。これはあくまでも通信で、スマートスピーカーがハイブリッドで対応することは目指すところではあるが、まだそこまでは至っていない。

【小塚構成員】

先ほどハイブリッドにしたときのメリットとして、購買に誘導することができ、購買する際に通信波を使うことができると説明があった。スマートスピーカーはまさにそのようなメリットが、メーカー側にもあるのではないかと思うので、ぜひその方向もご検討いただきたい。

これから5Gの時代になる。5Gの時代に向けて、radikoの今後の戦略などについて差し支えない範囲で教えていただきたい。

【升家日本民間放送連盟ラジオ制度WG委員】

radiko社は独立した別の会社であり、5Gに関しては内部で検討されていると思うが、具体的な形で公式にはまだ聞いていない。

【奥構成員】

radikoが始まってここまでのプラットフォームに育っているということは、広告メディアとしてのメディア価値という意味から、リーチをかなり補完している、あるいはこれまでのリーチの低下をもとに戻す力があると思う。リスナーに寄り添うという意味では、ネットでも聴きたいときに聴けるということで、日本のメディア事業の中ではかなり最先端を行っていると思う。

若者を対象とした私どもの調査によると、radikoのことをライブストリーミングメディアと認識している節がある。つまり、リクエストベースやリコメンドベースでいろいろ聴きに行くのではなく、放送としてそのまま流れているものをライブストリーミングとして捉えている。スマートフォンネイティブの若者はradikoをラジオ放送をIP化したものとは捉えていないということ。そういった意味も含めて、radikoサービスが始まってある程度の時間がたつと、以上のような認識を若者が持ってくれているのではないかと思う。

質問だが、逆にリーチとして若者に届くようになってくると、今度は若者向けの番組をどう考えるかという制作面もあるし、それからTBSラジオにおいては、リスナーファインダーというような、radikoからのデータを刻々と見て、編成や制作にも利用していくということもあろうかと思う。今まで放送波のみだったラジオがIP化したラジオの上りデータも使う際に、広告のターゲット配信とは別に、自らの制作に使うという部分も含めての今後の新しい展開について伺いたい。

【入江日本民間放送連盟ラジオ制度WG主査】

リスナーファインダーというのは、radikoのデータが放送直後に出てくるもので、どういう人が、どういう入れ替わりで聞いているのかが、かなり詳しく分かる。ラジオの将来において新規リスナー獲得は最優先課題である。ビデオリサーチが行っているレーティング調査は、首都圏でも2カ月に1回、合計年間6週間分の結果が、1カ月以上たった後に分かるというもので、全データの緻密さ、あるいはその正確さ、スピード感が全く違う。今ラジオがどういう聞かれ方をしているのかをつぶさに知って、それを番組制作に活かす方向で、編成のあり方も大きく変えて、チャレンジを重ねているところだ。

【中村（秀）構成員】

radikoを聞いている人々が、キャリアのパケット代を払う回線で聞いているか、Wi-Fiでオフロードして聞いているかという分析は行っているのか。

【升家日本民間放送連盟ラジオ制度WG委員】

データとしては承知していない。radiko社で調べているかどうかも把握していない。

【武井構成員】

今日の前段のほうの話で出てきた平時と有事との切り分けとの関連になるが、有事である災害時に、今現在ラジオが担っている機能をネットやスマートフォンがどの程度担えるのか、その比較論になるのだと思う。その観点から、資料5-3の6ページに記載があるradikoの短所に一つの課題が示されているように思う。

特に輻輳リスクについてであるが、災害時になかなかアクセスができない状況だと、前回出たお話のように家で保管されているラジオを使うことになると思う。こうした災害時の輻輳リスクについて、インターネットのインフラの現状の感触を教えてください。

【升家日本民間放送連盟ラジオ制度WG委員】

輻輳に関しては、東日本大震災、熊本地震、北海道胆振東部地震と、通信キャリアにおいて対応はかなり進んでいると思う。時間帯の問題もある。例えば北海道胆振東部地震は真夜中に発生し、このときはradikoがよく聞かれていたという

データがある。

真夜中等、状況次第では輻輳の起こり方が少ないのかもしれない。これは状況、人口の集中度合い、時間なども含めて、キャリア側の課題になるだろうと思う。

【関構成員】

r a d i k oがこれほど早く普及しているとは思わなかった。本日説明を聞いて非常に将来性のあるメディアになったと思う。将来に関することと、平時と災害時という点の意見を申し上げたい。

ラジオに関しては今まで、誰が聞いているか、手紙が来ないと分からなかったものが、ビッグデータ化することによっていつ誰がどこで何を聞いているか分かるようになるほか、さらに1週間分取りためたものをリクエストが可能であったり、放送エリア外の地域のラジオ番組も聞くことができるという意味では、日本国内をカバーする良いプラットフォームになったと思うので、より一層利活用いただきたい。AM、FM、r a d i k oが競争しているわけではなく、良いコンテンツを届けるための選択肢が、1つなのか、2つなのかということになるが、良いコンテンツがあるかどうかで消費者が動くということははっきりしていることから、ツール自体の意義を考えない方が良い時代に来ていると思う。

技術革新が非常に速く、AMのノスタルジックな良さもあるが、r a d i k oが数年でリスナーをこれだけ獲得したということは、スマートフォンに入っていない限り、メディアとして選ばれない時代が来ているように思える。

平時と災害時という観点では、日本では人口の7割が大都市に集中している。東日本大震災のときは、スマートフォンはほとんど使えなかったが、熊本地震や北海道胆振東部地震の際にはスマートフォンの利用に支障はなかった。今後大都市圏で災害が発生した際に輻輳して使えないのではないかと懸念はr a d i k oの弱みでもあり、対策が必要かと思うが、災害のときは切り分けて良いと思っている。

移動している間はr a d i k oを聞き、家庭ではラジオを聞けば良く、情報端末以外にもテレビやラジオがどこかに必ずあるような状況になるので、全てを携帯端末に入っているものだけでカバーする必要はないという考え方で、災害時はメディアミックスという形で利用いただくような対策をとっていただいたら良いのではないかと思う。

ラジオは音で聞けるという特性は移動時にも有効なので、この特性をしっかりと追求していただいた番組編成や対策、メディアミックスを行っていくことが、ラジオの生きる道ではないかなと思う。

【升家日本民間放送連盟ラジオ制度WG委員】

ご指摘のとおりコンテンツが一番大切であり、若者のラジオ離れといわれているが、実はラジオの若者離れだったところもある。ビジネス的には、聴取率がとれるところを追っていくこともあり、全てではないものの、若者に向いていない部分もあった。

コンテンツをしっかりと制作すれば、今の若者はリテラシーが高いので、何もしなくても寄ってきてくれるし、何か話題を呼ぶと、自走し、拡散していったりするので、コンテンツが全てだと思う。

大都市の輻輳については、我々もそのためのために放送の価値があると思う。ラジスマは通信と放送を切り替えられ、ラジオ受信機にもなる。いざというときに、押し入れの中からラジオを出したが電池が切れていたという状態では意味がないので、普段から聞いていただくことが重要だ。身近なポケットの中にあるスマートフォンにどのように入っていくかということは、国民一人一人の安全の確保にも資することになると思う。

【関構成員】

先ほど、アメリカではラジオ局を買っているのではないかという話があったので、総務省でも放送局の許認可制度の見直しなども少し検討した方が良いのではないかと思う。

コンテンツや放送メディアを獲得したいという放送局以外の方もいるような時代になったのだらうと思うので、そういった方が入ることにより、良い番組を作ることにつながるのではないかと思う。

【伊東構成員】

r a d i k oという通信サービスにおいて、権利処理の関係から、いわゆるふたかぶせが必要になるのではないかと思うが、現状ではどの程度の割合で発生しているのか。

【升家日本民間放送連盟ラジオ制度WG委員】

現在は権利に関してご理解いただいております、r a d i k oにのせることについても理解いただいている。CMの差し換えや、地域の問題はあるが、ほとんどのものはふたかぶせしていない。

【中村（秀）構成員】

インターネットを使ったときの輻輳については、一般的にインターネットのほうソフトウェアによって制御できる余地が出てきており、様々な通信経路がある中で経路がつながってさえいれば、経路上にあるサーバが動作するので、回線が全てダウンすることは、インターネットの方が起こりにくい。その意味でも、放送波よりも強い技術が出てきているということについても慎重に分析しながら、コンテンツを送るための基盤開発や整備を考えていくべきではないか。

以上