

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
中間取りまとめ

令和元年7月11日

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

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確保

- 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ラジオのあり方

- 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あり方

- 地域コンテンツの流通促進（地域から全国へ、地域から海外へ）
- 地域情報を確保していくためのローカル局の経営基盤強化に向けた方策

今後のスケジュール（予定）

2019年 7月 中間取りまとめ（経営基盤強化）

2019年 夏～秋頃 AMラジオのあり方に関する取りまとめ

2020年 3月 最終取りまとめ（経営基盤強化）

（参考）2019年3月 経営ガバナンス確保に関する必要な措置【済】

(1) 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)

- 地域別のGDPは関東が突出しているが、更に地域別のGDPに対する広告費の比率は関東が最も高く、近畿と2倍以上の差がある。(ローカル局のテレビスポット収入規模を決定する最大の要因は人口)【三菱総研】
- 2030年の人口の将来予測によれば、全ての地域において人口は減少。特に関東以外の地域の減少幅が大きい見込み。【三菱総研】
- 地域別の総世帯視聴率は総じて低下傾向にあり、「テレビ離れ」がうかがえる。【電通】
- 以前はテレビ広告費は景気と連動していたが、近年はその傾向が薄れてきており、テレビ広告がインターネット広告にパイを奪われる傾向が顕在化しつつあるといえる。【民放連、電通】
- テレビ広告の効果効率は、女性の社会進出等による起床在宅率の低下、若者の都市部への流出等にともない低下傾向にある。また、テレビ広告はキャンペーン単位ということもあり、インターネット広告と比較してPDCAサイクルを回しにくい。【電通】

(2) ローカル局の経営指標の分析・見通し

- テレビ社の財務状況については、ローカル局も含めいまだ健全であり、ラジオも全体としてはおおむね健全経営を維持。【民放連】
- 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年度以降は、テレビ、ラジオとも若干の減収傾向になっている。【民放連】
- ローカル局の収入構造は、ラジオは全国広告主が3割、地元が7割である一方、テレビは収入の多く(7割)を全国広告主に依存している。【民放連】
- 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緩慢である。【民放連】

(3) 地域情報に対する視聴者の評価

- 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い。【民放連】
- 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。（民放連研究所調査）【民放連】
※ 参考：新聞（69.3%） ウェブサイトのニュース（71.6%） SNS（42.8%） ネット動画（26.1%）
- 三大都市圏広域エリア以外の地域ではテレビによる地域情報への評価が高い。【電通】
- 地域情報への評価は、この15年間で都道府県による差が縮小。全国ネット番組や広域エリア放送番組でも、比較的ローカルに焦点を当てた番組が増えていることが要因と考えられる。【電通】

2. 放送事業者の経営ガバナンス確保

(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

<構成員の主なご意見>

- コーポレートガバナンス・コード本体は上場企業を想定しており、多くが非上場である放送事業者に対してそのまま適用すればうまくいくというものでもない。例えば、上場企業と非上場企業とでは「株主との対話」の在り方も異なるだろうし、また企業規模の大小でも課題が異なる。他方、基本原則2の「会社は、会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の創出は、従業員、顧客、取引先、債権者、地域社会をはじめとする様々なステークホルダーによるリソースの提供や貢献の結果であることを十分に認識し、これらのステークホルダーとの適切な協働に努めるべきである。取締役会・経営陣は、これらのステークホルダーの権利・立場や健全な事業活動倫理を尊重する企業文化・風土の醸成に向けてリーダーシップを発揮すべきである」などは、非上場会社であっても自社の持続的成長のために重要なイシューである。
- 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。
- 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。
- ガバナンスが経営にいかに関わりつづいたのか、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結びつづいたのかを分析し、ベストプラクティスを共有していただきたい。

2. 放送事業者の経営ガバナンス確保

(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。
 - 経営理念
 - 経営の目標
 - 経営ガバナンス（取締役の構成等）
 - コンプライアンスの徹底
 - ステークホルダーとの対話・協調

<構成員の主なご意見>

- 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。
- 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

- 今回のアンケートで示されたベストプラクティスを参考とし、各放送事業者において、一層経営ガバナンスの強化に取り組むべきである。
- 今後とも、各放送事業者や民放連において、経営ガバナンスの確保に向けたさまざまな取組を継続的に進めていくことが望ましい。

3. AMラジオのあり方

(1) 民放連から寄せられた要望等

第4回会合（平成31年3月27日）において、民放連から以下の説明及び要望があった。

①ラジオの経営状況

- 1991年度に2,040億円あったAM社の営業収入は2017年度までに797億円まで減少し、この26年間でピークの1991年度から約60%減。また、FM社もピークの2000年度から約35%減。
- ラジオ営業収入の前年度比伸び率について、2018年度以降、2025年度までいずれもマイナスとの予測。

②送信設備更新の困難さ

- AM送信所は効率を高めるため、①送信周波数に対して適切なアンテナ高、②ラジアルアースを敷設する広い敷地、③伝導率の高い敷地（多くの水分を含んだ土地）が必要。このため、AM親局を放送しながら更新することは、同じ敷地内の建替え、別の敷地での新設のいずれについても物理的に極めて困難。
- ラジオ営業収入が大きく落ち込む中、設備投資には限界がある。
- AMラジオ事業者は親局等の設備更新が実質的に極めて困難なため、10年先を見越した設備投資計画を策定できない。

3. AMラジオのあり方

(1) 民放連から寄せられた要望等 (続き)

③ 要望

- FM補完中継局制度の見直し
 - ※FM補完中継局制度を見直し、AM放送からFM放送への転換や両放送の併用を可能とするよう制度を整備する。
 - ※遅くとも2028年の再免許時までには、AM放送事業者の経営判断によってAM放送からFM放送への転換や両放送の併用を全国的に可能とする。
 - ※全国的な制度整備に向けた諸課題を洗いだしつつ、2023年の再免許時を目途にAM放送を一部地域で実証実験として長期間にわたり停波できるように、総務省は必要な制度的措置を行う。なお、実証実験は、リスナーに混乱がないように実施することとし、大きな問題が継続して起きなければ、そのままAM放送を停波する前提で取り組む。
- FM同期放送の普及推進
 - 経営判断によってFM同期放送のための設備整備を行う民放事業者への支援
- FM放送のトンネル内再放送の普及推進
 - 道路管理者（国、市町村、高速道路会社）への設備整備の働きかけ
- 放送ネットワークの強靱化
 - 災害対策、難聴対策などのための支援措置の継続、拡充
- 無線局運用の資格要件の緩和
 - コミュニティ放送局と同等の資格要件（第二級陸上特殊無線技士以上）への緩和
- デジタル化するメディア環境への民放ラジオ事業者それぞれの取り組みへの支援

3. AMラジオのあり方

<構成員の主なご意見>

- 厳しい言い方になるが新規の設備投資は不可能である。収入はこれらを維持できるレベルにはほど遠く、今の設備環境は、企業努力で対応できる範囲を超えている。AM事業停止による経営基盤強化を図るべき時期に来ている。
- FM局、AM局の制度を維持するという視点ではなく、どのように、消費者に対して、ラジオという手段が制度として継続できるかという視点で判断をしていく時期に来ている。経営の視点から見ると、AM放送を選択する理由はない。制度の維持から経営の自由への制度改革というものをこの時期に検討するべきではないか。また、更新を簡素化・効率化して、安く更新ができる手法に切替えていく視点は重要だと思う。
- 良いタイミングで要望をいただいた。後押しして、新しいスキームに変えていく必要がある。ユーザー目線では、ユーザーが聴ける状態を担保してから移行する必要がある。広告主目線においても、聴けない地域が残ったままの移行は問題がある。
- 併用を可能にすると、経営判断によって、極端な場合では併用がずっと続くことも制度的に許容される印象を受けるが、それは制度としての合理性の観点からは中途半端と思う。また、AMから移行したFMと既存FMでは、メディアとしての性格づけのようなものも明確化することが求められるのか。
- （普段はラジオを聴いておらず）災害時のためだけに備蓄用品の一つとしてAMラジオを持っている人も多い。いざというときに使えないと困る。そういった人へ丁寧に周知する必要。
- 現実には地域ごとにまだら模様の移行になるのではないかと。そのときに、公共性の高いラジオにおける公共性の高いサービスにどの程度のユニバーサル性を本当に求めるべきかという問題が残る。メディアミックスの時代になってきているので、AMあるいはFM放送といった単一メディアだけでユニバーサル性を議論することが妥当なのかをしっかりと議論すべき時代に入っている。地域において多様なメディアを通じた情報伝達サービスの悉皆性がどこまで必要なのかについても、事実を捉えた上で、合理的な移行プランを考えるべき。
- ラジオ放送は国民の知る権利に係る以上、現実にはまだら模様で進むとしても、客観性や合理性がある形での制度設計が必要。
- ラジオの音質向上の点からは、AMからFMに移ることは必要。
- ラジオが5G時代においても生き残っていくためには、FM放送へ、あるいはインターネットへの流れが必要。ラジオがインターネットで出されることについては、規制はなく、経営判断で取り組むことができるのではないかと。
- FM補完中継局の制度の見直しについては、事業者の継続意思・自由度の確保といった視点が多いが、守るべき公共性がどこにあるのかという視点も必要。

3. AMラジオのあり方

< 構成員の主なご意見（続き） >

- これからAM放送の、FM放送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。
- 民放連の要望は、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。原則と例外をはっきりと示しておく必要がある。
- 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、仮にAMを停波することになれば、その周波数をどうするのか、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還元される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懸念されている。
- FM放送への転換という流れの一方でインターネットラジオを進めるという状況で、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ほしい。
- インターネットの世界では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。

(2) 今後の進め方

- AMラジオのあり方に関する本分科会の結論は、放送事業者の設備投資計画に大きな影響を与えるものであり、早期に示すことが望ましいと考えられることから、最終取りまとめを待たず、本分科会の考え方を取りまとめることとする。

(1) ローカル局の役割

- ローカル局の経営状況については足元では健全な状態を維持しているが、地方の人口減少やインターネットの普及にともなうメディアの多様化等にともない、ローカル局の収入の多くを占めていたテレビ広告収入を今後伸ばすことは困難になってきていると考えられる。
- 他方で、地域におけるジャーナリズムを確保するとともに、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不変であると考えられる。
- こうした観点から、ローカル局がその社会的役割を堅持しつつ、経営基盤をどのように強化していくのか、引き続き検討を進める必要がある。

<構成員の主なご意見>

- 新しい技術の導入・人材育成・ノウハウについて他局と連携等という形で経営の効率化の努力を行いながら、公共的なメディアとして、報道の役割を高度に果たしていくことが必要である。
- 放送メディアは、娯楽を提供すると同時に、ジャーナリズム機能を生かすという点に意味がある。それに付随して、広告収入を伸ばしていく取組を展開することがローカル局には求められるのではないかと。
- 地域情報の発信は、ローカル局の大切な役割であるが、地域情報をどのように収集するのかという点も重要である。地域情報の確保・収集という地道で大変な部分を誰が担い、そのコストを負担するのかというのが、ポイントになるのではないかと。
- 地方創生に向けてインバウンドの需要喚起や交流人口を増やして若者の移住・定住を促すこと等はローカル局の重要な役割である。
- ローカル局は、非常に豊かな県域固有の放送を行うことにより、市民としての誇り(civic pride)を育む重要な資源である。この「civic pride」の醸成こそ、地域創生・活性化にとって、なくてはならない基本的な要素である。
- ローカル局は地域において信頼がおかれていて、とても大切にされている。このような中で、今テレビやラジオの前にいる方の想いをきちんと今回の議論に反映していくことが大切だと思う。

(2) インターネットの活用による地域コンテンツの流通促進

- ローカル局が制作した地域コンテンツについては、放送対象地域だけではなく、インターネット等を活用して、全国に向けて発信することが期待される。
- 他方、各局が個別にインターネット配信に取り組んでいる現状においてはマネタイズに課題があるため、スケールメリットや集客力向上の観点から、配信基盤の効率化・共通化を進めることが有効ではないかと考えられる。
- 地域コンテンツの配信基盤として、在京、在阪テレビ10社共同で運営されており、テレビ番組の見逃しサイトとして高い認知度を有している「TVer」を活用することも有効であるとの意見もあるが、今後、本格的な活用を進める場合、ローカル局のリソース上の問題等、技術面及び運用面で課題があると考えられることから、効率的・安定的な配信基盤の確立に向けた方策について、立ち上がり期は一定の支援を行うことも含め、引き続き検討を行う必要がある。
- 地域コンテンツを配信するに当たっては、権利処理の円滑化も課題の一つであると考えられることから、新技術の活用も含め具体的な方策の検討を進める必要がある。

<構成員の主なご意見>

- インターネット配信の取組については、放送事業者間で、人材・ノウハウ等を共有すべき。また、現行の放送の仕組みにどう取り入れていくか考えるべき。
- 配信基盤であるTVerをはじめ、各局が個別で始めているインターネット配信の仕組みは、民間独自で運営されているため、それを統一するなど国が支援する必要があるのではないかと。
- インターネットで配信するには、現状のCDNを中心とするコスト構造では放送事業者の追加コストになるため、それを低減していくことが重要。
- 配信基盤の共通化、クラウド・IP化、視聴データ活用をセットで進めるべき。英国やフランスではNetflixに対抗するために公共放送と民放が連携しているが、日本もNHK・民放で共通のビジョンを持って進めていただきたい。
- 通信と放送の違いというのは伝送路よりも権利処理の差の方が大きい。今年度の知的財産推進計画において、制度改革を含めた権利処理の円滑化が課題として掲げられており、非常に複雑な調整になるが、これについて放送業界が一枚岩になれるかがポイントになる。

(3) 地域コンテンツの海外展開

- ローカル局は、地域の魅力あるコンテンツを海外に向けて積極的に発信し、インバウンド需要の喚起等を通じて地域活性化に貢献。成長力のある海外市場に出ることにより放送事業外収入の増加に貢献することが期待される。
- 近年急速に高まってきた地域コンテンツの海外展開の機運を更に高めていくため、海外との番組共同制作への助成や、ローカル局にとって海外展開の最初のステップとなるTIFFCOMの抜本的強化をはじめとする国際見本市への支援など、地域コンテンツの海外展開強化に向けた国の支援措置を継続・拡充することを、引き続き検討する必要がある。

<構成員の主なご意見>

- アジア各国では、中国や韓国のチャンネルの方が多いため、日本への関心が薄くなってしまわないか危惧している。キー局、ローカル局ともに海外への情報発信を強化すべき。
- 将来、技術の進展により、あらゆるところがディスプレイ化された世界が実現する可能性があり、大量の良質なコンテンツが求められることになる。ローカル局が制作するコンテンツが世界中で放送される仕組みをどう構築するかという観点も含めて、支援策を考える必要がある。
- アジア各国では日本文化に魅力を感じており、インバウンドはこれからも伸びると思われる。日本市場での広告収入が伸びない中、ローカル局は成長している国外市場に大きく舵を切る必要がある。
- コンテンツ海外展開等によるローカル局の基盤強化に向けては、コンテンツ制作力の強化や人材育成も重要である。

(4) ローカル局の経営基盤強化に向けた更なる方策

- (1) ~ (3) に加え、ローカル局の経営基盤強化に向けて、以下の事項について引き続き検討する必要がある。
 - ① 地域のメンバーの一員として、地域活性化といった共通課題に取り組むため、地方自治体や地場産業等の地域のステークホルダーとの連携のあり方
 - ② 5G等の新たなネットワークや新規技術(クラウド、AI等)の活用による放送事業の基盤強化の可能性
 - ③ 視聴データの活用を含めた放送事業者のビジネスモデルの変革に対応した方策
 - ④ 放送事業者の収益が伸び悩む状況の中、放送事業外収入を増やしていくための方策
 - ⑤ ローカル局がその社会的役割を堅持しつつ、地方の人口減少やテレビ離れといった構造的な変化への対応を可能とする観点から、ローカル局自らの意思に基づき、経営の選択肢を増やし、より柔軟なものとしていくための方策
 - ⑥ その他ローカル局の経営基盤を強化するために考えられる方策

<構成員の主なご意見>

(放送事業者のビジネスモデルに関するご意見)

- インターネット広告の8割がターゲティング広告になり市場規模が1兆円を超えたことは、広告自体がビッグデータとAIの時代に入ったことを意味しており、放送がこれに対してどう手を打つのが今後のポイント。
- 広告の特性を考慮すると、テレビ広告とターゲティング広告は向き不向きがあり、住み分けは可能ではないか。
- キー局制作のコンテンツが、ローカル局の視聴者が求めているものと合っているのか、検討の余地がある。広告とメディアとしての特性を組み合わせると、放送事業者の今後の進路も見えてくるのではないか。
- ローカル局の広告は、将来的には、ローカルタイムやローカルスポットがそれなりの割合を占める方向に動いていくことになるのではないか。また、ローカルタイム広告をイベント等と組み合わせることが、ローカル局の将来の一つのあり方ではないか。

<構成員の主なご意見> (続き)

(地方自治体や地場産業等との連携に関するご意見)

- 人口減少や地方企業の減少は、地元の広告の減少となり、町づくりとも関連する。ローカル局は、地元の銀行や商工会議所、自治体と連携して企業を育てることも視野に入れるべき。
- 地方創生の一番の課題は、良いものはあっても、発信する力が弱いことである。放送事業者が自治体と連携し、域外に発信するような新しい手法についても経営基盤強化の観点から期待したい。
- ローカル局には、地方自治体の政策目標に対して地方自治体と一緒に取組を進める側面だけでなく、時には批判的な立場で報道機関としての役割を果たすべき側面もある。

(放送事業外収入に関するご意見)

- 広告ビジネスの枠の中で考えると、ローカルを伸ばすというのはもはや成長戦略が描けないと感じた。放送事業者の経営基盤は現状は悪くないとのことであるが、今のうちに、放送とインターネットの連携、海外展開や放送事業外収入の増加といった対応策を考えるべき。
- 地域振興型の番組の場合、広告収入があまり期待できないという課題があるが、国内・国外への通信を含めた番組販売やサービス提供という放送事業外収入を確保することが、解決策のひとつになるだろう。

(その他構造的な変化への対応に向けたローカル局の経営基盤強化のあり方に関するご意見)

- 人口減少の問題やテレビの視聴経験の乏しい世代の増加は、個々の放送局の取組では対応困難であり、このような構造変化、いわゆる「テレビ離れ」に対する取組について検討すべき。
- 各局におけるベストプラクティスや新しい取組が単発で終わらず、継続的に行われる仕組みをいかにして作るかというのが重要。
- 都道府県ごとに人口等が違っていることから、放送事業者が経営基盤を都道府県に依拠することは、小さな県では、難しい部分があるので、この点については、議論した方がよいのではないか。
- 現行の県域免許制度や系列局によるネット報道といった仕組みは、やや古くなっている気がするので、少し考える必要があるのではないか。

＜構成員の主なご意見＞（続き）

（その他構造的な変化への対応に向けたローカル局の経営基盤強化のあり方に関するご意見）（続き）

- ローカル局の活動あるいはコンテンツの作り方にしても、地域社会の中で完結するものではなく、地域から見たナショナル、地域から見たグローバルというものを反映して行って、立ち戻って地域の柱が作り上げられていくようなあり方が良い。
- Society 5.0といった公共的な価値の促進が、公共メディアとしてのローカル局に期待される役割ではないかと思う。ローカル局は目立つ存在であるが故に、多様性や包摂性といった関心が急速に高まっている社会の中で、例えば放送番組において多様性や包摂性が十分に反映されていないと、変化にキャッチアップできていないといった批判を招くことになり、放送ビジネスの根幹に影響を与える可能性もある。
- デジタルトランスフォーメーションの進展や5Gサービスの開始等、我々の想像を超えるような大きな変化が急速に進む中で、放送業界にとってこれは危機でもあるが、今から取り組むことによりこれをチャンスに変えるような覚悟・決意が必要。
- インターネットから下のインフラの部分については、ローカル局にとってどのようなインフラが最も効率が良く、かつ視聴者に確実に届けられるのか、コンテンツの議論と分けて検討していくのが良い。
- ローカル局の経営基盤強化に向けては、財政・インフラ面だけでなく、地域の市町村とのつながり、横のローカル局とのつながりも重要。
- 治水・災害は流域単位で起きることから、住民にとって有益な安全情報は県域を越えて伝達されるべきであり、それが地方自治体ではないローカル局ならではの役割ではないか。このような観点から支援するための制度・仕組みを考えるべき。

(1) インターネットの活用による地域コンテンツの流通促進

- ローカル局は、地元スポーツやオリジナルのコンテンツのインターネット配信、ハイブリッドキャストを利用した4K配信、災害時の「情報のライフライン」としての同時配信、平時の「いま見たい」に応える見逃し配信(「Tver」等)等のインターネットを活用した取組を進めている。【民放連】
- 「TVer」は視聴数・利用者数とも増加を続けており、テレビ番組の見逃しサイトとして認知度が高まっている。利用者、特に若年層の期待感やニーズに応えているからだと推察。【プレゼントキャスト】
- 地域コンテンツをインターネットで全国配信する方法として、「Tver」は選択肢になり得るポータルサイトではないかと考えている。【プレゼントキャスト】
- 地域コンテンツの全国配信に「Tver」を活用するアイデアも考えられる。その技術面・運用面の確立に向けて、財政力や人員などによる制約のあるローカル局への支援措置をいただきたい。【民放連】【テレビ埼玉】
- インターネット配信について、個社の独自プラットフォームではマネタイズに課題がある。インターネット配信の共通基盤が整備されれば、スケールメリットが働き、地域コンテンツを全国配信するハードルが下がり、ローカル局のチャンスも広がると期待。【民放連】【テレビ埼玉】
- インターネットの活用にあたっては、同じ課題を持つ局同士が系列の内外で情報共有を行うことで、効率的に、迅速に新たなサービスを開発し、提供することが可能となった。【九州朝日放送】

(2) 地域コンテンツの海外展開

- ローカル局は、放送コンテンツの海外展開によって「地方」へのインバウンド需要を喚起し、日本経済の発展に貢献している。また、系列ネットワーク連携によって、単独では難しい海外展開に取り組んでいる。【民放連】
- 自治体がローカル局と連携すると、様々な連携効果が期待できる。(ローカル局が保有する映像のマルチユース、ローカル局ならではの魅力発信、海外放送局との関係づくり、海外における誘客対策や販路開拓等の地域経済活性化への貢献等)【大分県】【大分朝日放送】
- 地域コンテンツの海外展開はローカル局の役割の1つ。ローカル局は地域の一構成員であり、地域の目標がインバウンド強化であれば、それに向かって放送局として何ができるかを考えて行動することが重要。【大分朝日放送】
- 地域コンテンツの海外展開を通じて、今ある観光資源だけではなく、地域の課題を見つけて提案したというケースもある。【大分朝日放送】
- 地域コンテンツの海外展開に対する国による支援措置の継続・拡充を要望。【民放連】【テレビ埼玉】

(3) 地域情報を確保していくためのローカル局の経営基盤強化に向けた方策

- ローカル局は放送エリアの主要都市に記者を配置し、地域における日々のニュースを取材・放送している。ローカル局が取材した映像素材は全国ニュースにも活用されており、ローカル局なしには全国ニュースは成立しない。【民放連】
- 地方議会・行政の動きを日々ウォッチする地域メディアの存在が必要不可欠であり、都道府県単位を基本とする現行の県域免許制度は地域ジャーナリズムを担保する仕組みとして有効に機能している。【民放連】
- ローカル局が各放送エリアに複数存在し、番組編成を競い合い、NHKとも切磋琢磨する仕組みが情報の地域性・多元性・多様性を担保。ローカル局が形作る系列ネットワークは究極の情報エコシステムである。【民放連】
- ローカル局は「系列ネットワークによる発信」及び「系列ネットワークを越えた発信」により、「地域」と「社会全体」の問題を多様な視点で全国に発信している。【民放連】
- 系列ネットワークのない独立局においては、独立局同士で連携して番組制作・放送を行うことにより、地域メディアとしての価値を高めている。【テレビ埼玉】
- ローカル局は、地域に根ざした映画の制作や地域密着・放送連動のイベント事業等を積極的に実施。これらの取組は放送事業外収入につながっている。【民放連】【テレビ埼玉】
- 県民に愛され信頼されるローカル局であり続けるためには、地域コミュニティ、地方公共団体、地元企業との連携強化が欠かせない。【テレビ埼玉】
- 地域の経済・産業をローカル局のビジネスに取り込んでいくため、地場企業の広告需要の取り込みや地域産業のプロモーションによる地域価値の向上等が必要。【三菱総研】
- 地方自治体と防災に関する協定を結ぶことがゴールではなく、その協定をより実りあるものにしていくことが重要。【九州朝日放送】
- 福岡都市圏の情報が中心になっていた傾向があったので、県内の各市町村を重視し情報の収集・発信をしていくことにより、その地域の課題が見えてくる。【九州朝日放送】