

## 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8回）議事要旨

### 1. 日時

令和2年1月28日（火）10時00分～12時00分

### 2. 場所

総務省地下2階 講堂

### 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、小塚構成員、関構成員、曾我部構成員、武井構成員、長田構成員、中村（秀）構成員

#### （2）オブザーバ

一般社団法人日本民間放送連盟、株式会社テレビ北海道、株式会社福島中央テレビ、名古屋テレビ放送株式会社、岡山放送株式会社、RKB毎日放送株式会社

#### （3）総務省

寺田総務副大臣、吉田情報流通行政局長、吉田大臣官房審議官、湯本情報流通行政局総務課長、豊嶋同局放送政策課長、塩崎同局放送技術課長、井幡同局地上放送課長、吉田同局衛星・地域放送課長、三島同局情報通信作品振興課長、吉田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）説明者

株式会社長崎国際テレビ 筑紫営業局長兼総合企画室次長、株式会社宮崎放送 川越取締役メディア・管理局長、黒木総務局長兼人事部長、南海放送株式会社 二宮技術戦略部長、株式会社三菱総合研究所 土橋研究員、中部日本放送株式会社 大岩経営企画部主任、株式会社テレビユー山形 横井編成局長兼編成部長、株式会社TBSテレビ 高林メディア企画室担当局長

### 4. 議事要旨

#### （1）開会

## (2) ローカル局による取組について

- ・ローカル局による取組について、株式会社長崎国際テレビ、株式会社宮崎放送及び南海放送株式会社より、【資料8-1】、【資料8-2】及び【資料8-3】に沿って説明が行われた。
- ・その後議論が行われた（構成員・オブザーバの主な発言は以下のとおり。）。

### 【関構成員】

私は現在、全国の自治体と地方創生の取組をしており、このような形で地域メディアが地域を盛り上げるのは非常に良いことだと思う。

長崎国際テレビのイベントについて、地元中心と言いながらイベントに呼ぶのが中央の芸人というのは、ミスマッチではないか。CDが売れず、ライブの売り上げが多くなっているように、「モノからコトへ」という流れがあり、日本は今、楽しいことに対してお金を払う方々が非常に増えている時代の中にある。長崎国際テレビには、地域からいろいろな意味で次なる才能のある方を発掘していただき育てていくという視点も必要ではないかと思う。これについて何か実際に行っていることがあれば教えていただきたい。

### 【筑紫営業局長兼総合企画室次長】

資料18ページの「そして長崎に根付くということ」に記載のとおり、毎年、開催期間の最終日は「じげもんDAY」と題し、地元で活動するダンススクールやアーティスト、長崎出身のアーティストに出演していただく1日を設けている。中央で活躍しているアーティストやタレントが立った同じステージに、長崎で今頑張っている方々にも立ってほしい、そして、何年後かにこの前半のステージに帰ってきてほしいという想いで実施している。必ず何組かのアーティストが出ており、大ブレイクすることを我々も願っているところである。

### 【関構成員】

ぜひそれをお願いしたい。理論的にはマスではないと言っているのですが、やはり地元がしっかり応援して愛していかないと、全国区に人材が出ていかないとと思うので、ぜひその役割もさらに強めていただきたい。

### 【小塚構成員】

南海放送アプリの説明の中でYouTubeへの遷移について出てきたが、アプリ内で動画を配信するということがあるのか。あるとすると、県外や放送対象地域外でのアプリのダウンロードや、そこでの情報入手は可能か。また、実際ダウンロードがどれぐらい行われているのか。

### 【二宮技術戦略部長】

YouTubeを配信の主なプラットフォームとして使用していて、動画はアプリ

内で視聴することが可能である。他の配信サイトに関しては、例えばH u I uアプリをインストールしていれば、H u I uに遷移して見ることも可能である。

また、愛媛県を離れて暮らしている県外の方にも地元の情報を届けたいという想いもあるので、ダウンロードを積極的に呼びかけている。

**【曾我部構成員】**

南海放送アプリの収益面での影響について教えていただきたい。クーポンサイトと提携する、他社・他局にノウハウをライセンスすることで収益が発生しているのか。また、ユーザの個人情報も取得しているとのことだが、それを例えば番組セールスの際に活用しているのか。

**【二宮技術戦略部長】**

クーポンは自社で運営しており、地元のタウン誌と連携している。タウン誌にはテレビを使って、雑誌を広告してほしい・周知してほしいという目的があり、放送で紹介する代わりに、店舗へのクーポンの説明や交渉はタウン誌にお願いしている。相互にメリットがあり、収益は発生していない。今後、有料掲載も含めて検討していく。

ノウハウのライセンスに関しては、担当の経理部署等から利益率について言及されることもあるが、ローカル局はどうしてもマネタイズに直接結びつかないアプリに対してあまりコストをかけられない。できるだけ提供価格を抑える代わりに、このようなアプリを使って何とかしようと考えているローカル局と同志としてつながり、いろいろなノウハウを皆で共有や提案し合っていくということに価値を見出したいと考えている。

ユーザ情報に関しては、個人情報であるため敷居が上がってきている。(2015年の)ローンチ当初は登録を必須とせず誰でも気軽に使ってもらう形にしていたが、昨今、利用者データの取得が重要視される一方、慎重になっているところもある。アプリ固有のポイントを取得し利用する際には個人情報の登録をお願いしている。そのデータの利用については、使用目的について事前に承諾をいただく形にしている。

**【曾我部構成員】**

その情報が何か活用されたりすることはあるのか。

**【二宮技術戦略部長】**

スポンサーからのサンプリング調査の依頼を受け、プレゼント企画を実施し、その応募データを集約してお返しするケースもある。その商品に対して、どの属性がどのような感想を持っているか等を提供している。

**【名古屋テレビ放送株式会社】**

3社の取組は、地域との結びつきという意味でも非常に意義深いものだと思う。民間放送事業者は、一つの地域に複数の放送事業者が存在し、それぞれの局が、番組や

ニュースを通じて地域性を育み、多様性を確保する一端を担ってきている。今後もそれは続けていきたい。

また、イベントや営業活動を通じて、地域との結びつきを深め、他の地域や海外にその地域の情報を発信する取組も行ってきており、今後さらに強化していかなければいけないと考えている。当社では、放送エリアの中にある過疎・高齢化に悩む町を舞台にドラマを制作したことがあり、そのドラマを通じた結びつきを生かし、その地域のあり方を発信してきた。3社のプレゼンを参考にしつつ、そのようなところにも活かしていきたい。

#### 【岡山放送株式会社】

3社と同様、地域の放送局としての基盤強化をしないといけない。媒体価値の向上や収入の増加を目的に、5年前、日本で初めて商業施設内に放送コンテンツを全部まとめて放送するスタジオを移設した。この商業施設には、年間2,000万人のお客様が来られている。特にローカル局はライブが中心であることから、スタジオは全て可視化し、視聴者とできるだけ距離を縮めることを目的に、月曜日から土曜日に生放送を毎日1時間以上、ニュース以外も実施している。放送している状況も視聴者に見ていただけるようにしている。

また、放送、商業施設内のホール、イベントスペースを連動させ、イベントもスタジオと随時生放送でつないでおり、その放送とイベントを合わせて収入を上げる取組も実施している。放送収入だけでは厳しい時代が来ているので、放送外収入を増やすことに取り組んでおり、その結果、スタジオを移設するまでは放送外収入が5%程度だったものが、現在は10%以上となっている。これは、やはり地域の皆様の応援があってこそなので、今後は、一緒に番組を制作している地域のコミュニティFMや別の系列の放送局等とも連携していきたいと考えている。

“haremachiTV”で検索をしていただくと、当社のサイトからでも、今そこで放送している番組が、そのまますぐ日本全国、全世界でも見られるので、地域情報の発信を岡山から世界にということも目指している。

#### 【RKB毎日放送株式会社】

放送局の大小関係なく、現在、放送や民放を巡る状況は同じあり、今までのビジネススキームでは収入が伸びず、固定費は高い。これは、地域で我々ローカルメディアが存続するために、取材して放送して地域に貢献することにはやはりコストがかかるためである。

苦しい中で、それぞれの地域で取り組めることは異なっており、一つのことが全国のローカル局で取り組めるわけではないので、それぞれの地域に合ったメディア環境やエリア特性等に合ったものに取り組んでいきたい。

また、エリア内にある大学と連携しており、さらに企業や自治体とも連携して、地域活性化に向けて取り組んでいるところである。

#### 【株式会社福島中央テレビ】

災害情報の提供はローカル局として精いっぱい取り組んでいるが、いつも反省ばかりである。

東日本大震災で発生した福島原発事故の際は、事態の大きさも鑑み、自社の放送枠で1週間から2週間と長期間にわたりローカル情報を放送することができた。昨年の台風19号は夕方から被害が出始め、翌朝になってさらに被害が判明するという状況だった。この状況の中で自分たちが何を伝えれば良いのか、何をリアルタイムで伝えられるのかなど、課題が多かったと思う。また、視聴者から、もっと地元の情報を流してほしいとメールもいただいた。

当社では昨年アプリを立ち上げており、放送していない災害コンテンツをアプリでどんどん流すことができた。報道デスク出身の担当者が使って良い映像を瞬時に判断していたので、それが可能になった。

また、当社が情報をL字画面で流す際、例えば東日本大震災の時は、情報が一巡するのに約20分かかり、なかなかテレビで情報を瞬時に取得することが難しいのも事実である。このようなときにアプリが有効に機能したと非常に感じた。

今回台風で亡くなった30名は高齢者であり、おそらくネットを使用していない方々である。この方々には放送が必要な情報を伝えるべきだったのではないかと思う。放送であれ、インターネットであれ、メディア価値の向上に向けて努力していきたい。

#### 【株式会社テレビ北海道】

当社は、数年前から放送外でイベント・文化事業に注力している。今年度は、開局30周年ということもあり、著名な落語家に札幌にお越しいただき、第1回の「さっぽろ落語まつり」というイベントを開催した。北海道は、東京の情報が入手しやすい地域である一方、地元発信のお笑いが意外と少ない印象があったものの、このイベントでは使用した3つの大きなホールは3日間とも満席だった。また、北海道初として、宝塚歌劇の公演を札幌で開催し、チケットは即完売となった。

当社は小さなローカル局であるため、放送外の取組は限られたリソースをうまく活用し、コンテンツメーカーとしての強みを少ない人数でいかに地域の方々に還元していくかを全社員が念頭に置きながら、日々新しい取組に勤しんでいるところである。

#### 【中村（秀）構成員】

南海放送アプリは、非常に重要な取組だと思う。そして、他の放送局にも使えるようにしており、このような動きがしやすいように基盤を整えなければならない。できれば長崎国際テレビもこのようなアプリを使用し、連動でネット活用でのビジネスもできるのが理想かと思う。やはりローカルファーストを考えていかなければならない。

今、アプリやネット連動でもそうだが、放送局のビジネスからすると、余計なお金がかかることになるため、そこはできるだけ効率よく行う必要がある。余計なお金がかかるという要因としては、今のインターネット構造がローカルファーストになっていないという問題がある。技術はオープンである方が良いので、アプリの記述言語や、

グローバルでオープンになったものを使った方がコストが安い。ただ、ビジネスをする上でのインターネット構造は、しっかり考えなければならない。

また、プロモーションメディアとしてのビジネス基盤も、やはりローカルファーストでなければならない。放送事業者が地元のやる気のある広告主から収入を得られるようなビジネスモデルが大事であり、ローカル局が直接ビジネスのできる基盤づくりというのが必要だと思う。

**【多賀谷分科会長】**

福島中央テレビは水害の事故について内部の方がネットで流されたとのことだが、福島中央テレビのニュースとして情報提供したのか、それともデファクトで流されたのか。

**【株式会社福島中央テレビ】**

基本的にアプリの中で展開したが、災害用に別サイトを一つ立ち上げ、そこに情報を全て入れていた。当社の情報をそこに置いていくという形であるため、ニュースの一環であり、また、オンエアが1～2時間できたため、その配信も行った。

**【多賀谷分科会長】**

そのニュースはL字画面で、そのニュースがあるということを告知していたのか。

**【株式会社福島中央テレビ】**

今回はL字画面での放送はしなかった。同時期に行われていたラグビーなどのスポーツコンテンツの際には、やはり画面は大きくして見せたいということもあり、そのようなところに配慮した。

**【多賀谷分科会長】**

L字からネットにそのまま、テレビで飛ばせれば一番良い。

**【株式会社福島中央テレビ】**

基本的にそのような仕組みはあり、L字情報をネットの中の文字情報に流し込むという仕組みを構築している。

(3)「放送と通信を連携したローカルコンテンツの配信及び災害情報の提供の在り方」に係る実証実験について

- ・「放送と通信を連携したローカルコンテンツの配信及び災害情報の提供の在り方」に係る実証実験について、株式会社三菱総合研究所、中部日本放送株式会社、株式会社テレビユー山形より、【資料8-4】、【資料8-5】及び【資料8-6】に沿って説明が行われた。
- ・その後議論が行われた（構成員の主な発言は以下のとおり。）。

**【小塚構成員】**

どれも非常に重要なモデルを提示していただいているが、ビッグデータ解析のような視点は入っているのか。例えば、住民の行動として、ある時間帯にこの辺でスーパー等に車が入り出した、物がたくさん売れたといったことから、ここは今後外出を控える体制が整っているなど、このようなビッグデータの解析を基盤に乗せていく考えがあるのか。

**【土橋研究員】**

一部の事業者において、クローズドな環境ではあるが、地域住民のテレビ電源のオン・オフデータに着目し、そのデータ状況を収集及び地図上で可視化する実験を行った。これにより、逃げ遅れの防止などへ活用できる可能性がある重要性の示唆もいただいている。

**【関構成員】**

特にローカルコンテンツや災害情報を配信するとなると、自治体との連携が非常に重要だと思うが、自治体の情報の発信の仕方や、民放が災害情報を流す上で、自治体が出す情報そのものを工夫してほしいなど、課題が見えていれば教えていただきたい。

**【土橋研究員】**

避難所状況等の情報を発信する実験を行った事業者からは、データが揃っていない、新しい情報に更新されない、自治体の方の手作業も入ってくるためデータが統一されていない等の課題を改善することにより、放送事業者も使いやすいデータとして扱えるのではないかというご意見をいただいている。

**【関構成員】**

このデータに関しては官民連携が非常に重要であり、特に自治体に集まってくる情報・データは非常に大きいと思うので、ぜひ民間との連携を通じて、災害時の地域住民を救えるようなモデルをご提示いただきたい。

**【曾我部構成員】**

テレビ局は、ローカルといえども県域をカバーしているため、その意味ではハイパーローカルではないとも言え、かつ規模も限られているので、取材記者も非常に数が限られていると承知している。そのような中で、「認定を得た住民が」の部分が一つのポイントであると理解しているが。ただ、事実関係を確認するというのは、実際なかなか難しく、それなりのスキルや能力が求められるため、そのようなことを意識された上で「認定を得た」と書かれているのだと思うが、何か基準を設けたり、研修をしたりしているのか。どのようなイメージで捉えているのか。

**【土橋研究員】**

事業者とも議論をしたが、具体的にこうすれば絶対に信頼できる情報が収集できるという仕組みは、現時点ではなかなか難しいという状況である。ただし、例えば現在NICTにおいて、ツイッターの情報等を使用し、情報の信憑性を確認するというツールを出しているが、このようなツールなども活用しつつ、将来的にはビッグデータや外部の情報を組み合わせて信憑性を確認すること等が考えられる。

**【伊東構成員】**

プッシュ型のサービスが多いという理解で良いか。その場合、スマホ等にあらかじめソフトウェアをダウンロードしておく必要があるのか。

**【土橋研究員】**

プッシュ型のサービスが多く、サービスを利用する上ではダウンロードしていただく必要がある。

**【伊東構成員】**

放送番組との連携についてはどのようなになっているのか。

**【土橋研究員】**

例えば放送では広域の情報を発信する一方で、ハイブリッドキャストでは郵便番号等を使用し、そのエリアに限定したきめ細かくリッチな情報を表示するといった連携を行っている。

**【長田構成員】**

中部日本放送の実証実験は対象が限られているように思ったが、検証結果で8割以上が好意的に評価したという結果が出ている。非常にパーソナルなデータだと思うが、それを実際どのように利活用しようとしているのか、また、どのように利用者に説明されたのか。さらに、アンケートの内容でどのようなことを聞いたのか。

**【大岩経営企画部主任】**

今回の実証実験の対象は愛知県と静岡県で、データ放送はCBCテレビと静岡放送が実施し、モニター対応は中部日本放送と静岡新聞社が実施した。モニター対応をした2社は格安スマホの事業を行っており、この格安スマホのショップに来た客に対し、このようなサービスがあるがどう思うかアンケートを行った。若干バイアスはかかっている。比較のお年寄り向けにサービスを展開しているため、年齢層も高い。

また、アンケート内容については、例えば、メッセージ機能に関しては、「メッセージ機能についてお伺いたします。メッセージ機能がサービスとして提供された場合、使いたいと思いますか。1、使いたいと思う。2、無料なら使いたいと思う。3、使いたいと思わない」といったものである。不安感に関しては、「メッ

センサー機能では、あなたのスマホとテレビをつなげ、メッセージ情報をインターネットを介して伝えています。これについて、どう思いますか。1、全く不安はない。2、少し不安はあるが、メッセージ機能が使えらなら構わない。3、不安がある」といったことを聞いている。位置情報については同様に、「位置情報をインターネットを介して伝えています」と伝えています。

**【長田構成員】**

ここに掲載されている項目で聞いているということか。

**【大岩経営企画部主任】**

然り。

**【長田構成員】**

どのようなリスクがあるかは伝わっていないのではないか感じた。

**【奥構成員】**

テレビ本線映像と別に、もう一つスマホから見られるという2つの画面の立てつけを、放送を主軸にするのかネットを主軸にするかでいろいろなことができるということかと思う。

ハイコネ対応のテレビ普及やネット結線率を考えるとまだ先だが、隣県での災害が下流の他県において起こるのであれば、本線映像で伝えるべき内容であり、その住民はどこで災害や洪水が起こったら自分の町にその影響が来るかという教育・啓蒙を放送局が主体的に事前に行うことが大事である。それを本線映像で伝える必要がある。

コンテンツと仕組みのあり方について今後検討していけば、災害情報の提供として良いサービスにもなり、また、平時においても使うことができると思うので、非常に期待したい。

**【多賀谷分科会長】**

テレビユー山形の説明の中で、A I T \_ \_ U R L 可否判定サーバというものがあるが、これはテレビ局が判定するのか、それとも、A I か何かで判定するのか。

**【高林担当局次長】**

A I ではなく、そのU R L の中に埋め込んでいる。これが本当に放送局発の信頼すべき情報であるかを、サーバと双方で突き合わせて判定している。

サーバは放送局だけで持つのではなく、メーカーと共同でどこかに置くことになると考えている。

**【伊東構成員】**

災害情報の配信がマルチキャストであれば問題はないと思うが、現状で簡単に実行

できるユニキャストだとすると、サーバに相当の負荷がかかるのではないか。また、そうではなく、このような災害の情報に遷移させるのは一部の地域に限定するというのであれば、今度はその地域のネットワークが非常に混んで大変になるのではないか。対策について何か検討はしているのか。

**【高林担当局長】**

動画配信から放送に引き戻す、もしくは他のストリームに持っていくために、送っている動画コンテンツそのものにフラグを埋め込んでいる。そこからどこかに遷移させるので、そのこと自体でサーバに負担はかからない。放送に戻してしまえば楽だが、違うストリーミングに行ってしまうと、そこに一度負荷はかかる。これについてはこれからの課題であると考えている。

**【中村（秀）構成員】**

災害時は個人情報非常に重要であり、その管理は自治体と連携していくことになると思う。日本の個人情報保護法の法体系だと、最終的には自治体の条例で縛るところがあり、自治体によっては、地域の企業の利用ガイドラインを書いている自治体も多い。生活文化等がある程度共有できるコミュニティ・地域ごとに、個人情報保護の仕方や、それをメディアが使うときの条件などを検討すべきではないか。全国一律のルールだと立ち行かないのではないか。ローカル局の取組に期待したい。

また、災害時に活躍される方は、地域の消防団などのコミュニティ組織。ローカルの新聞社の特派員、タウン誌の記者、ローカルのウェブ雑誌の記者等の方々であり、そのような方々が連携すれば、地域で正しい情報を提供できる基盤になるのではないか。

以上