

# 放送事業者に対する アンケートの結果について

(事業の概況、地域情報の確保のための取組、ネット配信等)

デジタル時代における放送制度の  
在り方に関する検討会事務局

令和8年1月23日

# 放送事業者に対するアンケートについて

- 地上テレビジョン放送事業者（127社中、126社より回答）に対し、アンケートを実施。
- アンケート項目については、以下のとおり。

## <アンケート項目>

### 1. 事業の概況

- ・直近3事業年度の売上高等の推移

(売上高については、放送番組収入、二次利用及びインターネット等のデジタル展開による収入、イベント収入、その他事業による収入で区分。テレビ放送番組収入については、地元企業から得られた収入を切り出して記載。)

### 2. 地域情報の確保のための取組について

- ・自社制作番組比率と内訳（ジャンル）等
- ・自社制作番組の他の放送事業者への展開状況
- ・地域情報をより増やすために必要と考えられる対応

### 3. ネット配信について

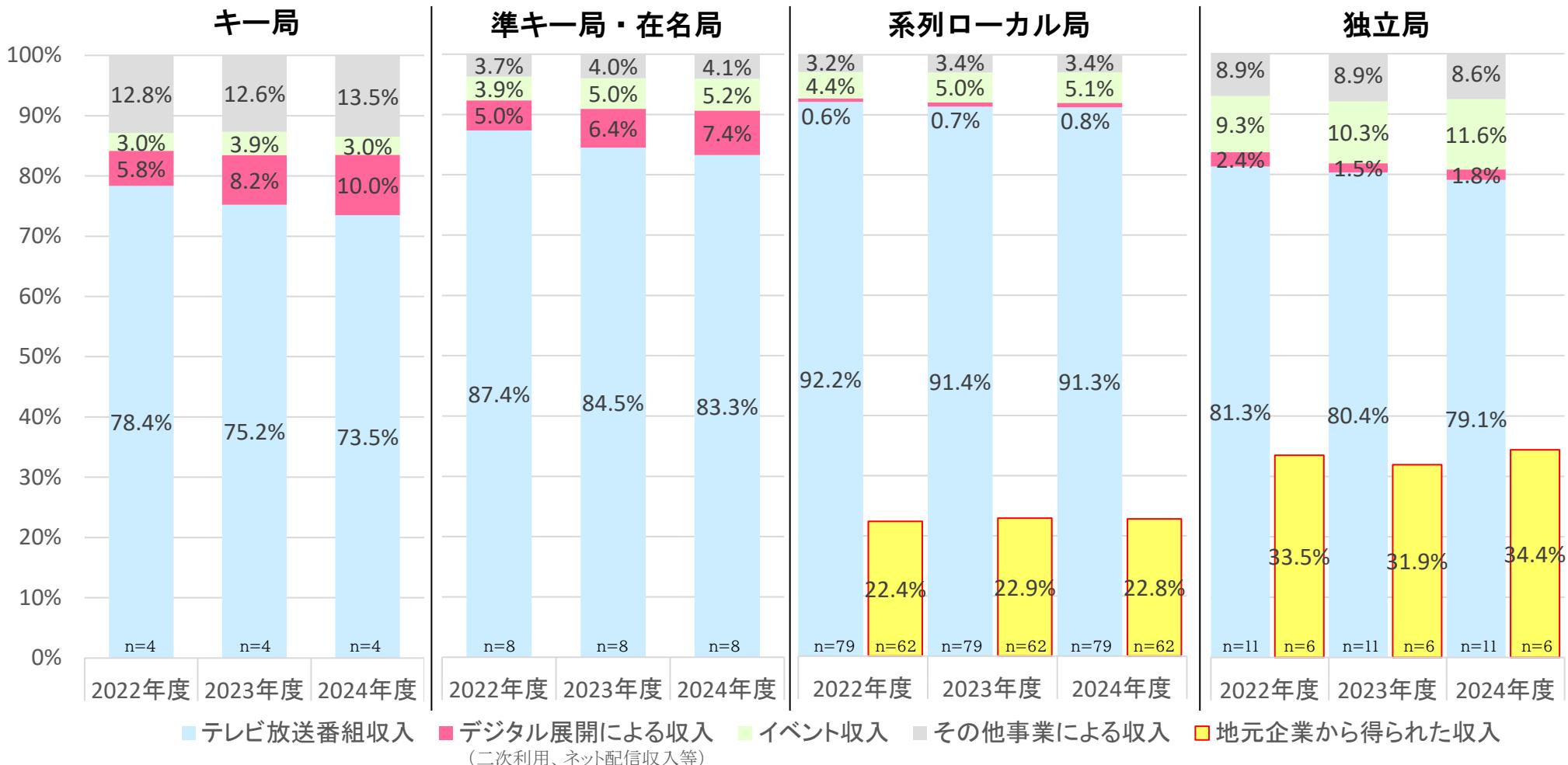
- ・インターネットへの番組配信の展開状況
- ・今後のネット配信、特に全放送番組の同時配信に係る展望や課題
- ・ネット配信によって放送を補完又は代替することの是非や要件

### 4. 制度整備等に関する要望等

- ・マスメディア集中排除原則関係（※前回報告済）
- ・放送設備の維持管理関係
- ・ネット配信関係

# (1)地元からの収入、放送以外の収入

- 「デジタル展開による収入」について、キー局、準キー局・在名局においては拡大傾向にあるが、系列ローカル局、独立局においては全体で占める割合は極めて限定的である。
- 「地元企業から得られた収入」について、系列ローカル局においては2割程度、独立局においては3割程度を占めている。
- 独立局においては、「イベント収入」が1割程度を占めている。



※ラテ兼営事業者については、全体の売上高からラジオに係る収入を差し引いた額に対する各収入の割合を使用。地元企業から得られた収入の割合は、当該売上高(ラジオを除く)に対する割合を記載。  
※その他事業としては、系列ローカル局は不動産、映画・CM等の映像制作、物販、通信販売、電力販売など、独立局は不動産、映画制作、住宅展示事業、物販などがあった。

## (2-1)自社制作番組比率

○直近3年間の自社制作比率について、キー局においては8割以上となっているのに対し、準キー局においては約3割、系列ローカル局においては約1割、独立局においては約2割となっている。

	2022年度	2023年度	2024年度
<b>キー局 &lt;全5社&gt;</b>	84.68 % (n= 3)	85.60 % (n= 4)	84.98 % (n= 3)
<b>準キー局・在名局 &lt;全8社&gt;</b>	26.77 % (n= 8)	27.35 % (n= 8)	27.63 % (n= 8)
<b>系列ローカル局 &lt;全101社&gt;</b>	10.87 % (n=84)	10.86 % (n=95)	10.99 % (n=84)
<b>独立局 &lt;全13社&gt;</b>	20.24 % (n=12)	20.55 % (n=12)	19.73 % (n=12)

※算出時点や番組表は各社で異なるため、単純比較はできない。

## (2-2)自社制作番組のジャンルと訴求力

- 系列ローカル局においては、音楽、ドラマ、アニメなどの一部を除き、幅広いジャンルの番組を自社制作している。
- 配信や番組販売により、地域外に展開することで訴求力があると考えているジャンルとしては、ドキュメンタリーや観光・グルメが挙げられた。一方、訴求力が低いものとしては、生活情報、イベント情報が挙げられた。

ジャンル	キー局 n= 5		準キー局・在名局 n= 8		系列ローカル局 n=99		独立局 n=12	
	制作	訴求力あり	制作	訴求力あり	制作	訴求力あり	制作	訴求力あり
報道（定常的なもの以外）	100%	80%	100%	88%	87%	62%	83%	60%
教育・教養	100%	80%	100%	63%	98%	57%	100%	67%
ドキュメンタリー	100%	80%	100%	88%	92%	80%	67%	100%
観光・グルメ	100%	80%	88%	100%	95%	97%	83%	90%
スポーツ	100%	100%	88%	86%	93%	70%	92%	73%
生活情報	100%	80%	88%	43%	93%	34%	92%	27%
イベント情報	100%	80%	75%	50%	84%	37%	83%	30%
音楽	100%	80%	75%	83%	40%	48%	67%	38%
バラエティ	100%	100%	100%	100%	83%	80%	83%	60%
ドラマ	100%	100%	75%	100%	16%	88%	42%	80%
アニメ	100%	100%	50%	100%	7%	71%	25%	67%
その他	20%	100%	0%	-	12%	25%	8%	100%

※割合のうち、「制作」は、全回答数のうち、当該ジャンルを制作している事業者の割合、「訴求力あり」は、当該ジャンルを制作している事業者のうち、配信や番組販売により、地域外に展開することで訴求力があると考えている事業者の割合。

※「その他」としては、自社制作番組の宣伝番組、通販番組、自動車情報、地域経済などがあった。

## (2-3)自社制作番組の他の放送事業者への展開状況

- 系列ローカル局の多くは「同系列」の放送事業者に対して自社制作番組を展開しているが、約4割の事業者が「独立局」に対して、約2割の事業者が「海外の放送事業者」に対して展開している。
- 独立局においては、他の「独立局」のほか、「ケーブルテレビ事業者」や「海外の放送事業者」に対しても自主制作番組を展開している。

展開先	準キー局・在名局 n=8	系列ローカル局 n=99	独立局 n=12
	実施割合	実施割合	実施割合
同系列	キー局	100%	42%
	同一の地域ブロック内	50%	83%
	その他	100%	79%
他系列	キー局	0%	6%
	同一の放送対象地域	0%	0%
	同一の地域ブロック内	0%	8%
	その他	75%	16%
その他	独立局	100%	38%
	ケーブルテレビ事業者	75%	16%
	海外	100%	19%
	その他 (BS放送など)	63%	16%
		—	—
		—	—
		—	—
		8%	0%
		0%	0%
		0%	0%
		67%	—
		83%	—
		58%	—
		25%	—
		17%	—

## (2-4) 地域情報をより増やすために必要と考えられる対応①

6

○地域スポーツ、ローカルイベントなどタイムテーブルには反映されない単発番組の制作も含め、地域社会の魅力や課題に対して向き合っている一方で、今後人口減少が進むと地域での番組制作環境はより厳しくなると想定されるとの意見が見られた。

○地域情報を増やすために必要と考えられる対応として、自社制作番組の放送枠の拡大や再放送による地元視聴者の接触機会の増加、番組制作費・人員の確保（提供スポンサーの獲得等を含む）、番組制作の効率化、他の放送事業者や自治体等との連携による共同コンテンツ制作等も挙げられた。

○そのほか、ネット配信等による放送対象地域外への積極的な発信や配信先の拡大などについての意見も見られた。

<意見者数:113社>

- ・自社制作番組をより多く制作・編成するために、放送枠・予算の確保を積極的に行っている。
- ・自社制作比率の向上に加え、リソースを割かず取り組める施策として、ローカルコンテンツの再放送が考えられる。再放送を増やすことで、地元視聴者が地域情報に触れられるタッチポイントを増やすことができる。
- ・地域社会の魅力や課題に対して向き合い、タイムテーブルには反映されない「単発番組」の制作・放送をしている。
- ・制作会社が少なく、番組の制作能力に限界があるが、外注環境が整い、セールスの裏付けが得られれば、自社制作番組比率を上げることが可能。今後、人口減少が一段と進むと、より厳しい番組制作環境になると思うが、対応策としては、ヒト、モノ、カネ、情報の有効活用、少人数で放送できる体制の構築、再放送、コーナー切り出し、配信コンテンツの活用などが考えられる。
- ・県内の地域スポーツ、ローカルイベント、公的行事などの中継や番組化。
- ・提供スポンサーの獲得、系列局等への番組販売の有無が、新たな自社制作番組を作るかどうかのカギとなる。またスタッフの数には限りがあるので、新たな番組をレギュラーで作るとなるとスタッフを捻出しなければならず、既存番組を外注化したり、終焉せざるを得ないものも出てくる。
- ・番組制作の原資となる提供スポンサーの獲得が重要。
- ・広告収入に頼らずに制作費を捻出するためのコンテンツ開発、番組の二次利用や催事・物販等の推進。放送外収入獲得のための新規事業。
- ・制作人員の育成、確保。
- ・地域情報増加には、人材と制作費の確保が不可欠で、特に地域に根差した取材を担う記者・ディレクターと安定的な制作費の確保が必須。
- ・地域情報の価値を高く評価し、コンテンツに見合う収益が上がるような放送・広告業界の理解が必要。

## (2-4) 地域情報をより増やすために必要と考えられる対応②

7

- ・通常作業で得られるニュース素材等を再構成して定期的に新たな番組を制作している。
- ・制作効率の向上に努めるとともに、継続的な人材の確保も重要。
- ・全国ネット番組に地元の情報、話題を提案し、全国発信する。
- ・報道情報、ニュース番組の拡大及び現在も行っている同じ放送対象地域内の放送事業者での代表取材制をさらに増やすことにより独自に取材する地域情報の数を増やすことができる。共同コンテンツ制作など、局の垣根を越えた取り組みを通じて地域を盛り上げる可能性も検討していく必要がある。
- ・他地区ローカル局同士や系列局を越えた局同士の連携。
- ・グループ社のケーブルテレビ及び県内ケーブルネットワークを経由し、自社番組を届ける経路を増やしている。
- ・社員が減少する中、情報収集・制作力を強化するため、地域の団体、学校などと連携し、コンテンツを共同で企画・制作。
- ・外部クリエイターや大学との共同制作の構築。
- ・地域活性化に資するイベントや施策に対して、メディアとしての積極支援。
- ・県内の様々な魅力に焦点を当てた企画・番組作りを意識し、県内外に積極的に発信していく。
- ・エリア情報を地域外に提供するには、YouTubeなどの配信を利用するのが現行スタンダードな施策と思われる。
- ・TVerを中心とした、放送圏域を超えた展開。
- ・テレビ放送した素材をデジタルプラットフォームで活用し、情報の接触機会・量を増やす。
- ・自社制作番組の放送コンテンツは、テキスト化し、自社ウェブサイト内でWEB記事として積極的に投稿、掲載。Yahoo!ニュースなどの外部サイトにも同時投稿し、発信先の拡大に取り組んでいる。自社のニュース番組や情報番組の特集をYouTube公式チャンネルに投稿。放送枠の確保が難しいものについてはYouTubeを活用し、情報の発信に努めている。
- ・自社制作に限らず、地域情報の全国発信も、ローカル局の役割。地域情報が県内外に広がり、人やビジネスを呼び込む契機になり得る。

# (3-1)インターネットへの番組配信の展開状況

- 放送事業者の種類を問わず、多くの社が「TVer」及び「YouTube」での番組配信を実施している。
- 一方で、「国内配信事業者」及び「海外配信事業者」について、キー局及び準キー局においては多くの社が番組を配信しているものの、系列ローカル局及び独立局においては一部にとどまる。

配信先		キー局 n= 5	準キー局・在名局 n= 8	系列ローカル局 n=99	独立局 n=12
放送事業者が運営等している動画配信サイト	TVer	100%	100%	95%	67%
	YouTube（公式チャンネル等）	80%	100%	95%	100%
	系列キー局の動画配信サイト	100%	88%	49%	—
	自社の動画配信サイト	100%	50%	30%	33%
	共同運営の動画配信サイト	40%	63%	8%	17%
ニュースサイト	その他の動画配信サイト	80%	25%	9%	17%
	系列局のニュースサイト	60%	75%	72%	—
	その他のニュースサイト	100%	88%	60%	58%
国内配信事業者	Hulu	100%	100%	29%	8%
	U-NEXT	80%	100%	19%	17%
	TELASA	60%	75%	4%	0%
海外配信事業者	Netflix	80%	88%	3%	8%
	Prime Video	80%	88%	16%	8%
配信事業者以外	その他	60%	63%	15%	17%

※その他の配信先としては、ABEMA、DMM TV、Lemino、スポーツブル、Disney+、FANYチャンネル、機内上映(JAL、ANA等)などがあった。

## (3-2) 今後のネット配信に係る展望①

○ネット配信について、テレビを見ない層や放送対象地域外へのリーチの拡大など視聴者の生活様式に合わせた対応、災害時を含めた情報伝達手段の多重化、収益の拡大・多様化といった観点から、前向きな展望が一定程度見られた。

○一方で、採算性や広告収入の減少、コストの増大、ニーズの有無、プレミアムコンテンツへの埋没といった懸念を示す意見も見られた。

<意見者数:115社>

- ・ライフスタイルの変化に対応するため放送番組のネット配信は重要と考えている。当社では他者PFでのアーカイブ配信、自社PFで一部レギュラー番組のリアルタイム配信、単発番組のLIVE配信、アーカイブ配信に取り組んでいる。
- ・1つの番組を3年間、自社のアプリ内で配信を続け、エリアのみならず全国の視聴者を獲得することができた。
- ・今後も若年層を中心にテレビ離れは進み、視聴機会の提供という意味では配信は重要なものと捉えている。
- ・同時配信については、ローカル局に多い生放送番組や地域密着型番組を、ネットを通じてより広く届けられる手段として有効。特に、域外視聴者との接点拡大に寄与し、放送を補完する重要な役割を果たし得る。
- ・テレビの視聴拡大の観点から展望として同時配信はマスト。
- ・配信メディア制作コンテンツが広がる中、テレビ局制作コンテンツの視聴機会を増やす可能性がある。
- ・ネット配信は、従来のテレビ視聴習慣が定着していない層にもテレビコンテンツを届ける新たな可能性を広げるものであり、情報発信の場の拡大に寄与すると考える。特にローカル局にとっては、従来の放送エリアを越えて自社制作の地域コンテンツを発信できる手段となり、地域の魅力や情報をより広範に伝えることが可能となる。視聴者にとっても、ネット配信は空間的・時間的な制約を大きく軽減し、テレビを介した視聴に比べて、より柔軟かつ気軽にコンテンツを楽しめる環境を提供できる。今後、ネット配信の活用が、放送局の役割や地域情報の発信のあり方に新たな価値をもたらすものと期待される。
- ・特にテレビ離れが顕著な若年層へのリーチを高める効果的な手法であり、これにパーソナライズ広告が加わると、地上波の広告収入の減少の補完となる可能性がある。現在地上波テレビを見ない若年層が中高年になる頃、地上波の視聴習慣はほぼなくなっていることが容易に予想され、別の伝送手段により番組を届けることは必須の状況になると推測する。
- ・場所を選ばず視聴機会が増えることは、視聴者及びコンテンツ制作者にとってはメリットである。

## (3-2) 今後のネット配信に係る展望②

- ・放送局に課されている「あまねく受信できるように努める」義務、特に災害時等の緊急時における情報伝達達成手段、また難視聴地域への補完手段として期待できる。
- ・テレビデバイスを所有していない若年層へのリーチや、災害時における必要情報の送出手段としては、効果が表れる可能性がある。
- ・全放送番組の同時配信については、現時点では災害時の地上波放送の補完的な役割と認識している。ただし地上波インフラ整備のコスト感を考えると将来はネット配信や光回線を活用した方法が主流となるのではないか。
- ・キー局・地方局とも2030年以降、電波だけでなくインターネットからも信頼性の高い「放送コンテンツ」を発信してインターネット空間に疑似放送空間を作ることが求められると考えており、コンテンツの充実を図るとともにインターネットを日常的に放送に活用している。
- ・コンテンツのIPビジネスを拡充していくうえでは同時配信は大きな手段となりえる。
- ・番組の同時配信による、エリア外での視聴者数の増加や収益拡大には期待が持てる。
- ・ターゲティング広告や視聴データ活用により、従来型ビジネスモデルから収益多様化になるのではないか。
- ・TVerでキー局以外もライブ配信が可能になれば、radiko的な使われ方がされるのではと思われる。
- ・現状のTVerでの同時配信はG帯の全国ネットの番組が基本になっているが、G帯以外の時間帯やローカル番組についても拡大していいと考える。
- ・テレビ番組の全ての同時配信が実現すれば、視聴者のライフスタイルに合わせた柔軟な視聴が可能となり、地域情報や地元の魅力をより広く発信できる機会が増える。若年層やネット利用者ヘリーチ拡大も期待できる。成功すれば、地域経済への貢献など新しい価値が生み出せるかもしれない。さらに災害時など緊急情報の伝達力も高まり、地域社会における民放局の役割が一層強化される。ただし、地上波の価値やローカル局の存在意義については、慎重な対策が必要。
- ・多くの視聴者にコンテンツを届ける手段として、配信は有効。一方、視聴者・廣告主の同時配信ニーズは番組によりけりで、必ずしも必要とは考えていない。
- ・キー局による全国同時配信の拡大により地域差が縮小し、ネット配信領域においてはローカル局の独自性が發揮しづらくなる懸念がある。一方で配信プラットフォームの運用を通じ、同時配信が地域情報・災害情報の到達性向上に有効であることを確認している。
- ・全国に視聴者が期待できるもの、同時配信する意義のあるコンテンツがあれば取り組む。
- ・時代の潮流として全放送番組の同時配信は抗えない流れとなっている。コンテンツを視聴するユーザー側から見た場合、放送と配信の境界が無くなりつつあり、放送局の配信事業も拡大するのではないか。

## (3-2) 今後のネット配信に係る展望③

- ・全放送番組の同時配信による地上波放送番組の価値の毀損や視聴率の低下による営業収入の減少が、経営そのものに大きく影響してくることが想定され、同時配信については何らかの制限や歯止めが必要ではないかと考えている。
- ・中心となるコンテンツがローカル向けの内容のため、同時配信の必要性が薄くなってしまう。配信プラットフォームでは、収入も少なく、費用対効果が見込まれない。
- ・同時配信によりCMが放送できずCM収益が下がる。配信で見るため視聴率が下がるなどの問題が発生すると考える。
- ・ローカル局の番組コンテンツでは収益化が難しく、ネット配信に対してまとまったコストをかけられていない。現状ではどこに出しても、国内外プレミアムコンテンツの中に埋没するため、最適なプラットフォームや配信方法を見出せていない状況。
- ・ここ数年、実験的に放送コンテンツを積極的に配信してきたが、制作費・人件費を含めて採算はとれていない。ローカルでは強いコンテンツを作ることができないことも要因だが、将来への明るい展望が見えない。
- ・現状ではマネタイズが難しいのではないかと考える。
- ・特にローカル局にとって、全放送番組のネット同時配信が実現した場合の広告収入の減少が課題となる。
- ・より一層テレビ離れが増え、視聴率の低下に繋がり、経営に影響を及ぼしかねないのではないか。
- ・ローカル局が配信で利益を上げるための施策が課題。また配信拡大による地上波の視聴率への悪い影響を懸念。
- ・維持管理するコストや収益性の難しさ、TVerとの差別化など解決すべき課題が多い。全放送番組の同時配信といつても、自社制作比率が1割の状況では、現実的ではない。
- ・全配信は番組の地上波視聴率低下を進め、ネットタイム収入の減少でローカル局は経営危機に陥ってしまう。radikoのような配信制限が必須と考える。
- ・権利処理などの業務量に比して収益確保が難しい。
- ・権利処理やそれにともなう費用、配信人材、人員の確保、セキュリティ対策が課題。
- ・全放送同時配信に対応する人員体制の整備が課題。
- ・全放送番組の同時配信については、ユーザーのニーズと事業性のバランスを慎重に検討することが重要。
- ・キー局番組や購入番組の権利処理の問題、自社制作番組は「ニュース・情報」系の番組が多いため、エリア内では一定の需要はあるが、エリア外ではほとんど需要がないと考えるため、採算性・事業性などの課題もあり、現実的ではない。
- ・キー局制作の番組が同時配信されることにより、ローカル局の放送を通じて視聴する地域住民が大幅に減少するのではないかと危惧する。一方、自社制作番組は地元のニュースと生活情報が大半なので、全国に同時配信されたとしてもどの位のニーズがあるのか不透明であり、かつ売上向上や経営の安定に繋がるとの展望が現時点で描くことができない。

○ネット配信によって放送を補完又は代替することについて、視聴者の回帰を促す効果がある、テレビの優位性をPRするファン作りの舞台となる、双方向で視聴者を誘導できるといった「テレビを見ない層へのリーチの拡大」、災害等により地上波放送のインフラが寸断された場合などの「伝達手段としての活用」、基地局の設置・更新などが難しい地域での補完や代替などの「放送施設に係る経費節減」といった観点から、前向きな意見が見られた一方で、地上波離れの加速、収入の減少・負担の増加、視聴者の受容性の観点から、懸念を示す意見も見られた。

○また、電波と配信によるエリアカバーのあり方、放送事業者・インフラ事業者・視聴者との責任・費用負担等のあり方の整理は必要、ネット回線費用を誰が負担するのかなどの意見もあった。

○さらに、「代替」については安全性・到達性・同等性等の観点から懸念を示すものの、「補完」については難視聴エリア対策や生活様式の変化等への観点から期待を示す意見も見られた。 <意見者数:107社>

- ・インターネット配信は、地上波放送の視聴を補完するだけでなく、視聴者の回帰を促す効果を期待。さらに、配信で番組を視聴した層が、SNSや口コミを通じて番組の魅力を発信することで、地上波だけではリーチできない層への認知拡大にも寄与することを期待。
- ・ネット配信は地上波放送を補完し、県内視聴者に加えて全国・世界各地への情報提供を拡大する上で極めて有効な手段であると認識。
- ・ネット配信を、TVの優位性をPRするファン作りの舞台と位置づけ、双方向で視聴者を誘導できることが必要。そのためにもコンテンツの制作力がカギ。また、有事の際、地上波放送ができなかったり、ネット編成がある際の代替枠としても有効活用できる。
- ・東日本大震災では大規模停電により、県民がテレビから情報を得ることができなかった。当時、ネット配信で放送を補完できていれば、有益な情報を伝えることが可能だったと思われる。特に、自然災害が発生した際は、ネット配信での補完は必要。
- ・ネット配信は、放送を補完する手段として極めて重要であり、その存在意義は大きい。具体的には、令和6年能登半島地震時のように、災害等により地上波放送のインフラが寸断された場合や、緊急性の高い情報を地上波を視聴できる状況にない方々にも届ける場合など、いかなる状況下でも情報を国民に届け続けるためのセーフティネットとして、ネット配信による補完が必要。

- ・基地局の設置、更新などが難しい地域については補完や代替する必要がある。
- ・人口減少地区における中継局更新・維持は難しくなっている。BB代替や衛星による補完が適当と考える。
- ・ネット配信による放送の補完・代替には賛成。外出先や地下、僻地など電波の届かない場所でも視聴でき、災害時の情報取得にも役立つうえ、放送電波の送受信設備が不要となりインフラコストを大幅に削減できる。放送の信頼性を保ちながら利便性と効率性を高められる点で有益。
- ・民主主義の基盤である報道機関として、一人でも多くの人に必要な情報を届けるためにはネット活用は欠かせない。ただしネット配信はそれをまかなうための収益が十分に得られないことが課題。
- ・放送局由来のコンテンツの価値向上やネット配信視聴から地上波への回帰という期待はあるが、現実的には既存ビジネスへのマイナス面やネット配信事業の収益化の困難が大きな課題。
- ・配信による補完は必然。但し、電波と配信によるエリアカバーのあり方、放送事業者・インフラ事業者・視聴者との責任・費用負担等のあり方は整理が必要。
- ・放送ネットワークの維持を考えた場合、人口の少ない地域の中継局や視聴実態の少ない中継局などは維持が困難になってきている。ネット配信を補完・代替として活用していきたいが、放送事業者が負担するコスト面の条件整備が必要。
- ・ローカル局においてネット配信は放送を補完し、視聴者層を広げる意味合いや全国の視聴者に見てももらえる機会となりえるが、ネット配信だけを見る視聴者が増える可能性もあるので慎重に検討していきたい。
- ・見逃し配信は放送の補完になるが、視聴率を低下させないよう十分留意する必要がある。
- ・視聴者の選択の幅は広がるが、視聴率への影響が懸念される。
- ・視聴者にとっては利便性が向上する一方、放送局側は地上波収益が減少する中で、放送と配信を同時に維持することは負担増。視聴の多様化が進むことで、従来の「視聴率」だけで評価する指標にも見直し・アップデートが合わせて必要。
- ・ネット配信でも地上波コンテンツの視聴が進むことが考えられるが、視聴者の地上波離れが拡大しかねないため、配信を含めてローカル放送局のビジネスモデルが維持できるよう進める必要がある。
- ・視聴者に広く有益な情報を届けられ、現状よりも放送局の経営基盤を高められる座組み・システムが構築できるのならば、前向きに取り組む案件かと思われる。
- ・現段階では、大災害時に地上波を補完する手段としては考えられる。しかし平時には費用面、権利処理面などから困難。

- ・中心となるコンテンツがローカル向けの内容のため、同時配信の必要性が薄くなってしまう。視聴者には、地上波での視聴を勧めたい。
- ・キー局中心に大型スポーツ大会等での配信実績を経て、送出する側も視聴する側も環境が整いつつあるが、地上波放送、とりわけ県域での放送を実施しているローカル局の地上波放送を棄損しない形での整備を期待。
- ・テレビ放送はインターネット配信とは異なる特性を持った地域に不可欠な情報インフラである。安易なネット配信への移行はローカル局の経営基盤に深刻な打撃を与え、地域情報の放送維持に大きなリスクをもたらす。収益保護や大規模災害時の役割など、「補完」する場合の要件の検討が必要。
- ・小規模中継局等のBB代替を実現する要件としては、IPユニキャスト配信における著作権法上の課題を解決し、権利処理負担の懸念を払拭すること。設備の代替による利点が、権利処理の負担によって相殺されることを懸念。
- ・ネット環境がない家庭でも受信機があれば誰でも視聴できる地上波ローカル局放送の役割は大きく、ネット配信が代替することはできないのではないか。
- ・現在、ネット配信での代替を検討している地域は、過疎地域で高齢者世帯が多いと考えられる。全世帯に光が届いている自治体は、自治体ケーブルテレビを運用していることが多く、ネットによる配信より、そちらの継続のほうが利用者にとって利便性が高いと考えられる。一方、光未達の世帯での代替は、ネット回線費用を誰が負担するのか、高齢者が容易に操作できるのかといった解決すべき課題が多い。
- ・ネット配信による放送補完はメリットが大きいが放送局の体力差が出る。代替には安定性、到達性の確保や法制度の整備など課題が多い。
- ・放送の補完として配信サービスは拡張している。放送そのものをインターネットによる配信に置き換えることに関しては、著作権・同時性等の課題があると認識。
- ・難視聴エリア対策やライフスタイルの変化に対応するという観点での「補完」は必要。一方で「代替」の前には、コスト負担や権利処理問題の解決策を優先してクリアしなければならない。
- ・ネット配信は、放送の補完として災害時や見逃し対応で公共的役割を果たすが代替は不可。放送は、地域住民への一斉・公平な情報伝達という公共インフラとしての役割を担っており、これをネット配信のみで代替するには安定性に欠け、費用対効果も見合わない。放送をあまねく届ける努力義務を果たすには課題が多くすぎる。

## (4)制度整備等に関する要望

○経営の持続可能性の確保について、今後、制度的な措置が必要と考えられる措置として、放送インフラの維持・強靭化に対する支援制度、AM局廃止に関する基本的な方向性の早期の提示、インターネット配信に関する制度的対応等について要望があった。

<意見者数:106社>

- ・地域局にとって、放送設備の維持管理は事業継続の根幹であり、老朽化や保守負担の増加、災害リスクの高まりにより、単独での維持が難しくなっている。地域の情報インフラを確保するためには、設備更新・共同化・IP化を後押しする制度整備が急務であると考える。
- ・放送ネットワークの強靭化に向けた支援措置があるが、今後の継続、予算規模の拡大、利便性の向上をお願いしたい。
- ・AMラジオのFM転換を推進するにあたり、広大なエリアをカバーする弊社の事業継続性確保のためには、インターネット配信サービス「radiko」を放送の代替として活用できる事が不可欠。現行の放送法における「放送」の定義に関する法改正および制度整備を進め、radikoなどの電気通信役務を利用した同時配信を、放送と一体的または放送代替として法的に位置づけるための措置を講ずることを、改めて強く要望。
- ・AM放送からFM放送への転換、AM局の廃止時期の明示および早期化をお願いしたい。radiko等のIP同時配信を、あまねく受信を補完する代替手段として位置づける制度運用の検討をお願いしたい。
- ・AMラジオの特例措置の関係で、休止の実証実験を実施していますが、その後の廃止に向けての法制度が未整備であると認識。早急な整備をお願いしたい。
- ・ネット配信は、放送の補完ではなく「地域情報インフラとして不可欠なサービス」へと変化している。しかし地方局にとっては、権利処理・配信費用・技術投資の負担が依然として大きく、単独局では持続可能な運用が難しい。地域の情報提供機能を維持するため、配信コストの負担軽減・権利処理の標準化・共同基盤整備支援を検討いただきたい。
- ・コンテンツを流通させやすいように権利処理の制度整備をお願いしたい。