

デジタル時代における映像マスメディアの 経営環境変化と制度改革に関する一考察（後編）

辻 智佐子・辻 俊一・渡辺 昇一

要 旨

本稿は前編の整理・考察を受け、放送の同時及び見逃し配信等をめぐる総務省の放送制度改革の検討で提示された諸施策が、厳しい経営環境に置かれているローカルテレビ局の経営基盤改善に有効となる、要件と制度設計について考察した。

まずローカルテレビ局の重要な営業収入である広告費収入の動向と個社の経営状況を比較分析し、今後の改革への対応能力を検証した。次に放送が地域社会において果たすべき役割を整理して、地域社会が直面する諸課題の解決に役立つことで放送制度の目的を達成する必要性を考察した。

総務省の制度改革の検討状況に即しつつ、今後のローカルテレビ局の経営基盤強化に効果のある選択肢となる施策として、①インフラシェアリングを推進し、施設、設備、機材、システム、アプリケーション、要員等を共通化、②共通化部分の開発・運用・改善に受信料財源を活用、③5G ブロードキャスト等の新技术を応用し、放送サービスを、国民・視聴者の追加負担を最小限に抑制した方式で正確・迅速・確実に伝える強靱なネットワーク構築方法を提示した。

キーワード：放送制度、インフラシェアリング、ブロードバンド代替、NHK、ローカルテレビ局

前編目次

1. 問題の所在
2. メディア経営に関する先行研究
3. 放送法制改革の動向と地上基幹放送事業者の経営問題
4. 放送法制におけるマスメディア集中排除原則の意義
5. 小括

後編目次

1. 総務省の放送制度改革の動向

2. 2022年度決算から見たローカルテレビ局の収支構造
3. 表現の自由, 知る権利から見たメディアの地域性の意義と機能
4. 制度改革の検討内容と今後のローカルテレビ局経営の在り方
5. 総括

1. 総務省の放送制度改革の動向

総務省の放送制度改革は2023年度に入り放送法改正案作成とNHK・民放共同検討体制構築が具体的に進むなど、新たな放送制度の輪郭が見え始めてきている。その一方でローカルテレビ局の経営はさらに厳しくなっているが、経営改善に効果があり各ローカルテレビ局が自主・自律的経営判断で選択できる施策が提示されているとは言い難い状況が続いている。そこで、本稿はローカルテレビ局をはじめとする地上基幹放送事業者が、NHK・民放二元体制のもと我が国の民主主義社会を支える仕組みとして持続的に経営できる施策を提示する。

本稿は前編に引き続き、総務省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（以下、検討会）とその分科会における放送制度改革の検討結果の分析・整理とローカルテレビ局の経営状況を踏まえ、ローカルテレビ局が行う放送事業の持続的な発展を可能とし、ローカルテレビ局の経営者が中長期的な経営戦略を描くことのできる環境を整備するため、経営の有効な選択肢の拡大に資する施策の具体的内容について考察する。

第1節では議論の前提となる基礎情報として、前編執筆以降の総務省の放送制度改革の動向を整理する。2023年度は新たな分科会として、

- ・放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース

（主査：内山 隆 青山学院大学総合文化政策学部 教授）

- ・衛星放送ワーキンググループ

（主査：伊東 晋 東京理科大学 名誉教授）

が設置された。このうち放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォースでは、放送業界に係るプラットフォームの在り方に関し具体的な方策の検討を行うことを目的として、「良質な放送番組を国の内外に発信するプラットフォーム」の構築に向けて、「地上波放送の中継局」「衛星放送の番組制作」「衛星放送」「国際発信」の5つの検討項目について、一括して集中的に議論を行って改革の方向性が示された（総務省 [2023a]）。

これと並行して公共放送ワーキンググループは「NHKの役割」「NHKのインターネット活用業務の在り方」「インターネット活用業務の財源と受信料制度」について審議を深化させ、NHKが必須業務として実施するインターネット活用業務の今後の方向性を提示した（総務省 [2023b]）。

検討会は、各分科会の報告を受けて、2023年9月6日に「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ（第2次）[案]」（以下、取りまとめ（第2次））を作り、9月7日～28日にパブリックコメントを実施した（総務省 [2023c], 総務省 [2023d], 総務省 [2023e]）。そしてパブリックコメントの結果を受け同年10月12日に開催された検討会で「取りまとめ（第2次）[案]」を審議了承した（総務省 [2023f], 総務省 [2023g], 総務省 [2023h]）。

「取りまとめ（第2次）[案]」では、「衛星放送及びケーブルテレビ」「放送用の周波数の有効利用」「放送の真実性・信頼性の確保」「民間放送事業者の情報開示の在り方」「その他の事項」（AM局のFM転換・FM補完中継局の整備、クリエイターに適正な対価が還元される環境、放送のエコシステム）について提言されている（総務省 [2023h]）。

以上のような放送制度改革の議論を受けて、自由民主党の情報通信戦略調査会（野田聖子会長）は、インターネットから情報を得る人が増えていることを踏まえて、現行の放送法において、放送の補完と位置づけられているNHKのインターネットを通じた情報などの提供を、必須業務として放送法に位置づける必要があるとする提言をまとめており、放送法改正案の国会審議に向けた調整と準備が進んでいる（自由民主党 [2023], NHK [2023b], 日本経済新聞 [2023a], 時事通信 [2023]）。早ければ2025年にも改正法が施行されると見られており、インターネットでの放送同時配信におけるNHK・民放二元体制が、法制度的に位置づけられることとなったと言える。

そして2023年10月以降も公共放送ワーキンググループでは、「地上波テレビ放送以外（地上波ラジオ放送・衛星放送・国際放送）のインターネット活用業務の在り方」「国際放送の在り方」「その他（競争評価のための関係者による事前検討の場のフォロー、NHK子会社の事業活動の在り方）」について審議が行われており、取りまとめは2024年2月に報告が行われることとなっている（総務省 [2023i]）。

「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース取りまとめ」によれば、「地上放送の放送ネットワークインフラの効率化」の具体的な検討の方向性として、「地上波中継局の『共同利用』の実現を可能とする放送法及び電波法の一部を改正する法律（令和5年法律第40号）の成立を受けて、その早期実現に向け、競争法を遵守した形で、NHK、民放キー局、民放ローカル局等の関係者からなる全国レベル及び地域レベルでの協議の場を年内目途に設置すべき」とし、「少なくとも全国レベルの協議の場は、年内を目途に設置すべき」とされている。さらに「その協議の場においては、民放ローカル局の参画も得ながら地域事情を踏まえるとともに、全国に地域放送局を有するNHKは、地上波中継局のコスト分析や仕様検討等、競争法を遵守しつつ、中心的な役割を果たすべき」としている（総務省 [2023j]）。この検討の場において、「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ」にある「地上基幹放送局」

の効率化や「マスター設備」の集約化・IP化・クラウド化、「小規模中継局等のブロードバンド等による代替」の具体化について、NHKと民放キー局、ローカルテレビ局等によって検討されると見られる（総務省 [2022]）。周知のように、2028年～2030年頃に在京キー局等での設備更新が想定されており、ローカルテレビ局も地上デジタル放送に移行した順に設備が老朽化して更新の時期を迎える。したがってローカルテレビ局の経営判断に残された時間は、次第に残り少なくなっていると言える。

この後第2節でローカルテレビ局が公表している2022年度決算データの整理・分析により、最近の収支構造と収入の太宗を占める広告費の動向を検討し、ローカルテレビ局が直面している課題を考察する。続いて第3節で表現の自由、知る権利から見たメディアの地域性の意義と機能を、放送法制と放送制度改革における検討状況を通じて整理、確認する。以上を受けて第4節で、ローカルテレビ局をはじめとする地域に根差した放送メディアに求められている今日的な役割を考察するとともに、今回取りまとめられた制度改革メニューと検討状況に即しつつ、今後のローカルテレビ局経営の選択肢となり得る施策について考察する。

2. 2022年度決算から見たローカルテレビ局の収支構造

2.1 民放経営に係る最近の研究動向

民間放送（以下、民放）を含む日本の基幹放送については、放送法第91条第5項の規定に基づいて基幹放送普及政策の基本方針を示した総務省告示「基幹放送普及計画」において定義されている。これに従うと、まず日本の基幹放送は以下の3つがある。

- 1) 日本放送協会
全国的普及を義務付けられている放送
- 2) 放送大学学園
大学教育のため放送を行う放送大学学園法第3条に規定されている放送
- 3) 民間基幹放送事業者
上記の1)と2)以外で地域社会を基盤として基幹放送を行う放送

そして、これら3つの基幹放送ごとに放送対象地域と放送対象地域ごとの放送系の数の目標が定義されている。本稿の考察対象である3)の民放のみを挙げると、表1のようになる。

こうした規定の上に民間放送は、現在全国32区127局あり、電波法に従いローカル放送として免許を与えられている。そのため電波の及ぶ範囲は限られているが、系列を組むことで全国に

表1 民放の放送対象地域および放送対象地域ごとの放送系の数の目標

	放送対象地域	放送系の数の目標	
地上基幹放送	広域放送	5	
		関東広域圏	放送対象地域ごとに4
		中京広域圏及び近畿広域圏の各区域	
	県域放送	北海道及び福岡県の各区域並びに岡山県及び香川県の各区域を併せた区域	放送対象地域ごとに5
		岩手県、宮城県、山形県、福島県、新潟県、石川県、長野県、静岡県、広島県、愛媛県、長崎県、熊本県及び鹿児島県の各区域	放送対象地域ごとに4
		青森県、秋田県、富山県、山口県、高知県、大分県及び沖縄県の各区域並びに鳥取県及び島根県の各区域を併せた区域	放送対象地域ごとに3
		福井県、山梨県及び宮崎県の各区域	放送対象地域ごとに2
栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、岐阜県、愛知県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、徳島県及び佐賀県の各区域		放送対象地域ごとに1	

注：デジタル放送以外の放送（中波放送、短波放送、超短波放送、多重放送）、有料放送を行うもの、衛星基幹放送、移動受信用地上基幹放送は除く。

出典：「基幹放送普及計画」（昭和63年10月1日、郵政省告示第660号、令和4年11月2日施行）より作成。

表2 在京キー局・準キー局・ローカルテレビ局一覧

系列	在京キー局	準キー局		ローカルテレビ局
NNN/NNS (30局)	日本テレビ放送網	読売テレビ放送	中京テレビ放送	札幌テレビ放送、青森放送、テレビ岩手、宮城テレビ放送、秋田放送、山形放送、福島中央テレビ、山梨放送、テレビ信州、テレビ新潟放送網、北日本放送、テレビ金沢、福井放送、静岡第一テレビ、四国放送、南海放送、高知放送、西日本放送、広島テレビ放送、日本海テレビジョン放送、山口放送、福岡放送、長崎国際テレビ、熊本県民テレビ、テレビ大分、テレビ宮崎、鹿児島読売テレビ
ANN (26局)	テレビ朝日	朝日放送テレビ	名古屋テレビ放送	北海道テレビ放送、青森朝日放送、岩手朝日テレビ、東日本放送、秋田朝日放送、山形テレビ、福島放送、長野朝日放送、新潟テレビ21、北陸朝日放送、福井放送、静岡朝日テレビ、愛媛朝日テレビ、瀬戸内海放送、広島ホームテレビ、山口朝日放送、九州朝日放送、長崎文化放送、熊本朝日放送、大分朝日放送、テレビ宮崎、鹿児島放送、琉球朝日放送
JNN (28局)	TBSテレビ	毎日放送	中部日本放送	北海道放送、青森テレビ、IBC岩手放送、東北放送、テレビユー山形、テレビユー福島、テレビ山梨、信越放送、新潟放送、チューリップテレビ、北陸放送、静岡放送、あいテレビ、テレビ高知、山陽放送、中国放送、山陰放送、テレビ山口、RKB毎日放送、長崎放送、熊本放送、大分放送、宮崎放送、南日本放送、琉球放送
FNN/FNS (28局)	フジテレビジョン	関西テレビ放送	東海テレビ放送	北海道文化放送、岩手めんこいテレビ、仙台放送、秋田テレビ、さくらんぼテレビジョン、福島テレビ、長野放送、新潟総合テレビ、富山テレビ放送、石川テレビ放送、福井テレビジョン放送、テレビ静岡、テレビ愛媛、高知さんさんテレビ、岡山放送、テレビ新広島、山陰中央テレビジョン放送、テレビ西日本、サガテレビ、テレビ長崎、テレビ熊本、テレビ大分、テレビ宮崎、鹿児島テレビ放送、沖縄テレビ放送
TXN (6局)	テレビ東京	テレビ大阪	テレビ愛知	テレビ北海道、テレビせとうち、TVQ九州放送
独立圏域放送局 (13局)	とちぎテレビ、群馬テレビ、テレビ埼玉、千葉テレビ、東京MXテレビ、テレビ神奈川、岐阜放送、三重テレビ、びわ湖放送、京都放送、奈良テレビ、テレビ和歌山、サンテレビ			

注：福井放送、テレビ宮崎、テレビ大分はFNN、NNN、ANNに加盟するクロスネット局である。

出典：博報堂DYメディアパートナーズ編『メディアガイド2019』宣伝会議、2019年、65-67頁。

同じ番組を放送することができる。表2は系列毎に整理したものである。日本テレビ系列は30局、テレビ朝日系列は26局、TBSテレビ系列は28局、フジテレビ系列は28局、テレビ東京系列は6局となっている。このうち、福井放送、宮崎テレビ、テレビ大分は複数の系列に属しているクロスネット局である。この他に、独立地域放送局（独立U局）の13局がある。

本節では、2018年度から2022年度における民放の業績^①を整理し、在京キー局、準キー局、ローカルテレビ局にわけて個社の経営状況について検討を加える。事例として取り上げるのは、在京キー局5社、準キー局6社、ローカルテレビ局12社である。

具体的な分析に入る前に、本節の内容と直接関わる最近の先行研究について少し触れておく。なぜなら、経営問題に深く切り込みながら放送事業者としての役割を論じた論考があまりないことを押さえておく必要があるからである。

民放の事業収入の多くは広告収入（タイムCMとスポットCM）によって占められており、広告収入の十全な確保によって民放の経営は安定していた。しかし昨今、広告収入が減少傾向にあり、民放はかつて経験したことのない経営上の問題に直面しており、関係者にも広く認識されるようになった。これを受けて、メディア関連の研究や雑誌、ジャーナル等でも民放の経営問題が取り上げられるようになった。

最初に、西田有希子は、日本の放送産業におけるデジタル化の影響を産業組織論と生産性分析から検討し、1990年度から2011年度の在京キー局（5局）、準キー局（6局）、その他ローカルテレビ局（35局）の「有価証券報告書」のデータを用いて地デジ化による市場成果を生産性分析によって検証を行った。その結果、地デジ化は生産性の低下をもたらし、とりわけローカルテレビ局においてその傾向が強く見られたことを指摘している（西田 [2021]）。

次に、河島伸子は、右肩上がりの経済成長期に民間テレビ放送の発展があり、「広告主—広告会社—テレビ局」という安定した関係が構築されてきたが、デジタル技術の発展やコミュニケーション手段の多様化、消費者の断片化・複雑化などによって3者の安定した関係に変化が生じ、テレビ局の広告収入は減少傾向にあるとし、こうした事情を受けて3者のうち広告主がテレビ広告に何を期待し、テレビ広告はいかなる効果を発揮できるのかについて広告研究の観点から考察を加えている。結論として、今後はテレビ局も広告媒体としての価値や優位性について積極的に考え、それを訴える必要があると述べている（河島 [2022]）。

そして、木村幹夫は、媒体別広告費のデータ分析をとおして、インターネット広告費がテレビ広告費にマイナスの影響を与えており、2012年頃の両者の構造変化（テレビ保有台数の減少）がそれをさらに強めたことを明らかにし、今後テレビ局は番組のネット配信を積極的に行うことでインターネット広告費を増やすと同時に、テレビを見てもらうためのコンテンツ対策に加えてメディア・プロモーション活動が必要であると提言している（木村 [2022]）。

最後に、境治は、2022年度第3四半期決算においていずれの在京キー局も前年比マイナスとなっているが、その中でもテレビ東京を見ると、放送収入は前年比マイナス5.5%であったにもかかわらず、売上・収益が過去最高を記録したことに着目している。境は、同局にはライツ事業の増収増益があることを明らかにし、放送収入の代わりにIP（知的財産）による新たな収入が在京キー局の生き残りになっていると指摘した。しかし、準キー局やローカルテレビ局になると状況は異なり、特にローカルテレビ局が生き残るには在京キー局との関係を保ちつつ、系列とは関係なくローカルテレビ局同士でFASTサービスを立ち上げるなどの協業を模索すべきであり、ローカルテレビ局は「その地域の人のために、そして地域に関わる人のために、番組を送り続ける使命がある」と述べている（境 [2023]）。

以上のように、いずれの論考も民放経営における危機感が共有されており、その要因と今後の対策について検討されているが、放送事業者としての役割と経営問題を絡めて議論されているわけではない。在京キー局と準キー局、そしてローカルテレビ局を取り巻く環境はそれぞれに異なり、そのために果たす役割もまったく同じではない。民放の経営基盤が揺らぐ中で、各局がそれぞれの立場から民主主義の育成に資するためにはいかなる選択をすべきかについて考える材料として、ここでは民放全体の経営状況を鳥瞰し、地域密着型の情報発信が可能なローカルテレビ局について検討してみたいと思う。

2.2 ローカルテレビ局の収支構造～在京キー局・準キー局との比較から～

開局から長い間、民放の経営を支えてきたのはテレビ広告収入であったが、テレビ広告費に依拠した従来のビジネスモデルでは限界があることを統計が示している。拙稿でも触れたように、2013年以降のテレビとインターネットの広告費を比較すると、テレビ広告費は2016年の1兆8,374億円をピークに減っており、コロナ禍以前から減少傾向にあった。一方、インターネット広告費は年々増加し、2019年に2兆1,048億円を計上してテレビ広告費を抜き、コロナ禍に関係なく増加の一途を辿っている（辻他 [2021] 97頁）。テレビ広告収入が年々減っていく中で、民放はコロナ禍による影響をどの程度受けたのかについて、表3から確認してみる。同表は、東名阪テレビ（在京キー局・準キー局）、系列ローカルテレビ、独立局の売上高と経常利益の前年度比増減率を示したものである。まず売上高について、首都圏のテレビ局は2020年に△10.8%となり、コロナ禍の影響を受けつつも、2021年には9.7%へ改善した。系列ローカルテレビは、コロナ禍以前から前年度比マイナスを記録しており、2020年はさらに悪化して△13.2%となった。2021年は6.4%とプラスに転じたが、東名阪テレビに比べると小幅な改善に留まった。独立局も系列ローカルテレビ局と同じような状況である。次に経常利益について、東名阪テレビは2019年△27.9%、2020年△14.3%となり、コロナ禍で連続してマイナスとなったが、2021年に79.2%

表3 地上波テレビの売上高・経常利益前年度比増減率

売上高 (%)				
年	東名阪テレビ	系列ローカルテレビ	独立局	計
2015	0.5	0.7	0.5	0.4
2016	1.5	0.8	1.6	1.3
2017	-1.4	-0.9	-0.3	-1.3
2018	0.2	-1.1	-3.0	-0.3
2019	-3.4	-2.6	-6.2	-3.3
2020	-10.8	-13.2	-9.8	-11.7
2021	9.7	6.4	1.1	8.4

経常利益 (%)				
年	東名阪テレビ	系列ローカルテレビ	独立局	計
2015	15.6	-0.5	-7.7	8.5
2016	-4.8	-3.8	30.7	-3.4
2017	2.6	-13.2	-6.8	-3.3
2018	4.2	-11.5	-7.9	-1.3
2019	-27.9	-21.7	-40.6	-26.5
2020	-14.3	-40.6	10.6	-22.9
2021	79.2	90.8	68.9	84.3

出典：日本民間放送連盟編『日本民間放送年鑑 2022』コーケン出版，2022年，47頁。

まで回復した。系列ローカルテレビは、コロナ禍以前よりマイナスであったが、2019年△21.7%、2020年△40.6%となり、コロナ禍の影響で大幅な減少となった。しかし、2021年に90.8%にまで回復している。

〈在京キー局5社〉

日本民間放送連盟（以下、民放連）の会員社の過去5年間の売上高総額は、2018年度2兆3,255億円、2019年度2兆2,495億円、2020年度1兆9,863億円、2021年度2兆1,566億円、2022年度2兆1,472億円となっており、このうち在京キー局が占める割合はどの年度も8割を超える。圧倒的な売上高シェアを持つ在京キー局の経営状況から見ていく。表4は、在京キー局5社の2018年度から2022年度まで過去5年間の業績である。以下、各社で業績の項目名が若干異なっているが、統一せずそのまま引用している。

日本テレビ放送網株（NNN/NNS系列）は、主としてメディアコンテンツ事業、生活・健康関連事業、不動産賃貸事業を展開している。コロナ禍の影響で2020年度において売上高、その他の項目で減少しているが、メディアコンテンツ事業はコロナ禍以前のレベルに回復している。

表4 在京キー局5社の経営状況（単位：百万円）

	年度	売上高	経常利益	メディア コンテ ンツ (%)	地上波 テレビ 広告収入	デジタル 広告収入	BS・CS 広告収入	その他	生活・ 健康関連	不動産 関連	その他 事業	販売費及 び一般 管理費 (%)
日本テレビ	2018年度	424,945	57,398	381,391 89.9	255,937	1,872	14,290	109,292	37,763	2,863	2,927	97,454 22.9
	2019年度	426,599	49,206	383,886 90.0	247,551	2,481	14,456	119,398	35,882	2,974	3,856	94,910 22.2
	2020年度	391,335	42,944	364,127 93.0	226,239	2,843	14,183	120,862	20,607	3,274	3,325	88,893 22.7
	2021年度	406,395	64,838	379,733 93.4	245,601	4,575	15,393	114,164	23,187	3,474	—	94,172 23.2
	2022年度	413,979	51,775	384,358 92.8	231,735	5,155	15,184	132,284	26,040	3,580	—	95,600 23.1

- 注：1)メディアコンテンツ事業、生活・健康関連事業、不動産関連事業については外部顧客への売上を記載。
 2)2018年度、2019年度、2020年度は合計値（売上高）が合わないが「報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、その他の項目の金額に関する情報」の数値をそのまま記載。
 3)デジタル広告収入について2018年度、2019年度は「その他の広告収入」となっているがTverなどによる動画広告の増収によるもの。
 4)メディアコンテンツと販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。
 出典：日テレホールディングス「決算短信」各年3月期より作成。

	年度	売上高	経常利益	テレビ 放送事業 (%)	タイム・ スポット 収入	BC・CS 収入	音楽出 版事業	インター ネット 事業	ショッピ ング事業	その他 事業	販売費及 び一般 管理費 (%)
テレビ朝日	2018年度	301,744	19,097	247,689 82.1	187,939	26,844	9,616	—	—	44,438	65,110 21.6
	2019年度	293,638	32,048	235,838 80.3	176,560	26,110	9,641	—	—	48,159	62,294 21.2
	2020年度	264,557	17,980	209,485 79.2	154,629	24,903	6,168	—	—	48,903	56,873 21.5
	2021年度	298,276	26,443	237,473 79.6	179,141	25,951	7,136	—	—	53,666	65,550 22.0
	2022年度	304,566	23,157	229,937 75.5	171,972	26,070	—	23,165	19,450	32,013	65,062 21.4

- 注：1)テレビ放送事業、音楽出版事業、インターネット事業、ショッピング事業、その他については外部顧客への売上を記載。
 2)テレビ放送事業には記載項目の他に番組販売収入、その他収入が含まれる。
 3)その他事業はインターネット事業、イベント事業、ショッピング事業、DVD販売、出資映画事業などを含む。
 4)2019年度を除いた年度の合計値（売上高）が合わないが「報告セグメントごとの売上高、利益、その他の項目の金額に関する情報」の数値をそのまま記載。
 5)テレビ放送事業と販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。
 出典：テレビ朝日ホールディングス「決算短信」各年3月期より作成。

	年度	売上高	経常利益	メディア コンテ ンツ (%)	タイム・ スポット 収入	BS-TBS	ライフ スタイル 事業	不動産・ その他 事業	販売費及 び一般 管理費 (%)
TBS	2018年度	366,353	28,835	278,188 75.9	171,506	16,399	71,895	16,268	97,156 26.5
	2019年度	356,796	21,274	270,265 75.7	166,505	16,849	70,007	16,523	93,904 26.3
	2020年度	325,682	19,233	253,778 77.9	148,346	15,374	55,983	15,920	84,576 26.0
	2021年度	358,269	30,707	281,414 78.5	166,390	16,424	61,023	15,831	94,472 26.4
	2022年度	368,130	35,086	285,230 77.5	162,885	17,218	66,391	16,508	95,636 26.0

- 注：1)メディアコンテンツ事業、ライフスタイル事業、不動産・その他事業については外部顧客への売上を記載。
 2)メディアコンテンツ事業は記載項目以外にコンテンツ、催事・興行、ラジオ、DVD販売などを含む。
 3)ライフスタイル事業は通信販売事業、化粧品の開発・製造・販売、雑貨小売販売事業などを含む。
 4)いずれの年度も合計値（売上高）が合わないが「報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、その他の項目の金額に関する情報」の数値をそのまま記載。
 5)メディアコンテンツと販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。
 出典：TBSホールディングス「決算短信」各年3月期より作成。

注目すべきは、地上波テレビ広告収入が下降傾向にある一方で、デジタル広告収入が急な伸びを示していることである。売上高のうちメディアコンテンツ事業の占める割合が9割以上を占め、年々その比率が高くなっている背景にデジタル広告収入の増加がある。在京キー局他社に比して、メディアコンテンツ事業の割合は高い。

表4のつづき 在京キー局5社の経営状況(単位:百万円)

	年度	売上高	経常利益	地上波 放送 (%)	タイム・ スポット 収入	放送周辺 事業	BS放送 事業	コミュニ ケーショ ン事業	販売費及 び一般 管理費 (%)		
テレビ東京	2018年度	149,229	5,619	107,194	71.8	80,579	25,332	14,214	2,487	37,135	24.9
	2019年度	145,173	5,161	101,789	70.1	74,363	26,803	13,869	2,710	35,116	24.2
	2020年度	139,084	5,340	94,473	67.9	66,591	27,801	13,073	3,736	33,113	23.8
	2021年度	148,070	9,159	108,420	73.2	76,914	21,222	16,359	2,067	37,679	25.4
	2022年度	150,963	9,378	110,888	73.4	72,984	22,392	16,051	1,631	38,283	25.4

- 注: 1)地上波放送, 放送周辺事業, BS放送事業, コミュニケーション事業については外部顧客への売上を記載。
 2)地上波放送事業はテレビ番組の制作・放送, 放送番組の周辺権利を利用した事業を含む。
 3)放送周辺事業は放送番組の企画制作・技術・中継・音楽関連・通信販売を含む。
 4)BS放送事業はBSテレビ広告の放送, BS放送番組の周辺権利を利用した事業のこと。
 5)コミュニケーション事業はインターネット・モバイル向け映像コンテンツ等の配信・提供などの事業のこと。
 6)いずれの年度も合計値(売上高)が合わないが「報告セグメントごとの売上高, 利益又は損失, 資産, 負債その他の項目の金額に関する情報」の数値をそのまま記載。
 7)販売費及び一般管理費は人件費, 賞与引当金繰入額, 役員賞与引当金繰入額, 退職給付費用, 役員退職慰労引当金繰入額, 代理店手数料, 賃借料, 減価償却費などを含む。
 8)地上波放送と販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。
 出典: テレビ東京ホールディングス「決算短信」各年3月期より作成。

	年度	売上高	経常利益	メディア コンテ ンツ (%)	タイム・ スポット 収入	都市 開発・ 観光事業	その他 事業	販売費及 び一般 管理費 (%)		
フジテレビ	2018年度	669,230	41,975	525,954	78.6	186,282	136,883	6,392	163,109	24.4
	2019年度	631,482	34,854	514,472	81.5	180,714	110,265	6,744	159,374	25.2
	2020年度	519,941	22,295	438,875	84.4	155,709	75,673	5,392	142,118	27.3
	2021年度	525,087	45,534	414,504	78.9	171,690	105,081	5,501	127,067	24.2
	2022年度	535,641	39,053	420,342	78.5	160,380	108,275	7,023	127,338	23.8

- 注: 1)メディアコンテンツ, 都市開発・観光事業, その他については外部顧客への売上を記載。
 2)メディアコンテンツ事業は記載項目以外に映画, 催事, MD事業などを含む。
 3)タイム・スポット収入はローカルタイムセールスを含む。
 4)都市開発・観光事業はビル, ホテル事業などを含む。
 5)その他は人材派遣, 不動産リース, ソフトウェア開発などを含む。
 6)いずれの年度も合計値(売上高)が合わないが「報告セグメントごとの売上高, 利益又は損失, 資産, 負債その他の項目の金額に関する情報」の数値をそのまま記載。
 7)メディアコンテンツと販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。
 出典: フジ・メディアホールディングス「決算短信」各年3月期より作成。

(株)テレビ朝日(ANN系列)は, 主としてテレビ放送事業, 音楽出版事業, その他インターネット事業, ショッピング事業を展開している。コロナ禍の影響で2020年度に売上高, その他項目で落ち込んでいる。売上高のうちテレビ放送事業の占める割合は8割前後で年々下降傾向にあり, タイムCM・スポットCMの各収入は2018年度の数値を軸にした場合, こちらも年々下がっている。2022年度よりセグメント事業として「インターネット事業」と「ショッピング事業」が独立して追加され, 同社が展開する事業として重要性を増してきている。

(株)TBSテレビ(JNN系列)は, 主としてメディアコンテンツ事業, ライフスタイル事業, 不動産事業を展開している。コロナ禍の影響で2020年度は売上高, その他項目で減少しているが, その後売上高, 経常利益ともにコロナ禍以前よりも増加しており, 特に経常利益において高い。メディアコンテンツ事業はコロナ禍以前より増加傾向にあるが, 一方でライフスタイル事業は減

少傾向にある。メディアコンテンツ事業の占める割合が8割を切っており、他の在京キー局に比べるとテレビ放送事業収入に依拠する割合が低く、それ以外からの収益が高い。

(株)フジテレビジョン（FNN/FNS系列）は、主としてメディアコンテンツ事業、都市開発・観光事業を展開している。コロナ禍の影響で2020年度に売上高、経常利益、都市開発・観光事業が落ち込んでおり、2022年度に至っていずれもコロナ禍以前の状態に回復していない。タイムCM・スポットCMの各収入はコロナ禍の影響で2020年度以降減少し、若干の回復は見られるもののコロナ禍以前には回復していない。売上高のうちメディアコンテンツの占める割合は8割前後であり、コロナ禍の2020年度が過去5年間では高い割合を示している。

(株)テレビ東京（TXN系列）は、主として地上波放送事業、放送周辺事業、BS放送事業、コミュニケーション事業を展開している。コロナ禍の影響で2020年度は売上高と地上波放送事業は下がっているが、放送周辺事業、コミュニケーション事業は影響を受けていない。在京キー局他社に比して、地上波放送事業の割合が7割前後で低い。特にコロナ禍の2020年度は67.9%と低く、その代わりにコミュニケーション事業（インターネット・モバイル向け映像コンテンツ等の配信・提供）が増加している。また、コロナ禍において、放送周辺事業（放送番組の企画制作・技術・中継・音楽関連・通信販売）が高い数値を示している。在京キー局の中では最もテレビ放送事業収入の比率が低く、そのためコロナ禍でも大きな打撃を受けていない。

〈準キー局〉

表5は、準キー局10社のうち6社の2018年度から2022年度まで過去5年間の業績をまとめたものである。朝日放送ホールディングス(株)（ANN系列）は、主として放送・コンテンツ事業、ハウジング事業、ゴルフ事業を展開している。コロナ禍の影響で2020年度に売上高、放送・コンテンツ事業、ゴルフ事業は落ち込んだが、その後売上高と放送・コンテンツ事業については回復、増加傾向にある。ハウジング事業がコロナ禍以降も好調である。売上高のうち放送・コンテンツ事業の占める割合はコロナ禍以前と以後では変わっておらず、83%前後で推移している。概して、コロナ禍以前に業績は回復しているが、ハウジング事業の割合が15%前後を占めており、コロナ以降は16%を超えている。

(株)毎日放送（JNN系列）は、主として放送事業、システム関連事業、不動産事業を展開している。コロナ禍の影響で2020年度に売上高をはじめその他項目も減少しており、2022年度にあっても十分な回復の兆しが無い。その中でもシステム関連事業が好調である。売上高のうち放送事業（テレビ及びラジオの広告収入）の占める割合が在京キー局に比べて60-65%と低く、他の事業による売上が高い。特に、システム関連事業とその他事業（通販やデジタル広告、イベント）によるものが大きい。放送事業の減退によって売上高はコロナ禍以前に回復していないが、シス

表5 準キー局6社の経営状況(単位:百万円)

	年度	売上高	経常利益	放送・コンテンツ事業 (%)		ハウジング事業 (%)		ゴルフ事業
				放送・コンテンツ事業 (%)	ハウジング事業 (%)			
朝日放送 (ANN 系列)	2018年度	81,986	4,591	68,550	83.6	12,545	15.3	890
	2019年度	82,937	3,633	69,605	83.9	12,372	14.9	960
	2020年度	78,344	3,033	64,602	82.5	12,958	16.5	783
	2021年度	85,100	4,792	71,348	83.8	13,751	16.2	—
	2022年度	87,028	2,661	72,967	83.8	14,061	16.2	—

注: 1)放送事業, ハウジング事業, ゴルフ事業については外部顧客への売上を記載。

2)2018年度, 2020年度, 2021年度は合計値(売上高)が合わないが「報告セグメントごとの売上高, 利益, 資産, 負債その他の項目の金額に関する情報」の数値をそのまま記載。

3)放送事業はタイム・スポット収入, コンテンツ2次利用, 営業費用などを含む。

4)ハウジング事業は不動産販売・賃貸, 住宅展示場などを含む。

5)放送・コンテンツ事業とハウジング事業の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典:朝日放送グループホールディングス「決算短信」各年3月期より作成。

	年度	売上高	経常利益	放送事業 %		システム関連事業 %		不動産事業	その他事業
				放送事業 %	システム関連事業 %				
毎日放送 (JNN 系列)	2018年度	26,694	1,979	17,571	65.8	5,490	20.6	1,052	2,580
	2019年度	26,379	1,666	17,013	64.5	6,439	24.4	1,044	1,882
	2020年度	22,691	929	14,123	60.8	6,012	26.5	1,010	1,545
	2021年度	23,196	1,733	14,405	62.1	6,461	27.9	1,037	1,291
	2022年度	22,725	1,353	14,115	62.1	6,610	29.1	1,025	974

注: 1)放送事業, システム関連事業, 不動産事業, その他事業については外部顧客への売上を記載。

2)各年度の合計値(売上高)が合わないが「報告セグメントごとの売上高, 利益又は損失, 資産, その他の項目の金額に関する情報及び収益の分解情報」の数値をそのまま記載。

3)放送事業はテレビ事業とラジオ事業のタイム・スポット収入を含む。

4)不動産事業はビルの賃貸収入, 駐車場収入などを含む。

5)その他事業は通販, デジタル広告, イベントなどを含む。

6)放送事業とシステム関連事業の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典:RKB毎日ホールディングス「決算短信」各年3月期より作成。

	年度	売上高	経常利益	メディアコンテンツ事業 %		タイム・スポット収入	不動産関連事業	その他事業
				メディアコンテンツ事業 %	タイム・スポット収入			
中部日本放送 (JNN 系列)	2018年度	34,046	2,829	30,709	90.2	23,268	1,747	1,590
	2019年度	33,094	2,003	29,750	89.9	21,742	1,758	1,586
	2020年度	28,157	861	25,248	89.7	18,919	1,734	1,174
	2021年度	32,757	2,204	30,053	91.7	21,081	1,714	989
	2022年度	32,713	1,773	29,906	91.4	21,186	1,890	917

注: 1)メディアコンテンツ関連事業, 不動産関連事業, その他事業については外部顧客への売上を記載。

2)2020年度, 2021年度の合計値(売上高)が合わないが「報告セグメントごとの売上高, 利益又は損失, 資産, 負債その他の項目の金額に関する情報」の数値をそのまま記載。

3)不動産関連事業は不動産の賃貸収入などを含む。

4)その他事業はゴルフ場事業, 保険代理業, OA機器販売, 旅客運送業(タクシー)などを含む。

5)メディアコンテンツ事業の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典:中部日本放送(株)「決算短信」各年3月期より作成。

テム関連事業が好調であり, また不動産事業もコロナ禍以前とほぼ変わらず推移している。

中部日本放送(株)(JNN系列)は, 主としてメディアコンテンツ事業, 不動産関連事業を展開している。コロナ禍の影響で2020年度に売上高, 経常利益, メディアコンテンツ事業が減少し

表5のつづき 準キー局6社の経営状況（単位：百万円）

	年度	売上高	経常利益	営業利益	営業外収支	放送事業 収入等	CM放送 枠の販売
テレビ愛知 (TXN 系列)	2018年度	10,081	980	892	64	1,230	679
	2019年度	9,979	629	507	64	1,180	858
	2020年度	8,972	604	508	68	1,088	1,186
	2021年度	10,355	1,403	1,295	72	1,109	1,453
	2022年度	10,398	1,190	1,082	89	1,145	1,659

注：1) 有価証券報告書、決算短信など詳細な収支状況不明。

2) 千円以下は四捨五入。

3) 営業外収益は受取利息・配当金などを含む。

4) 「放送事業収入等」は主要株主のテレビ東京との取引の数値。

5) 「CM放送枠の販売」は子会社の㈱テレビ愛知企画の数値を引用。

出典：テレビ愛知㈱「貸借対照表、損益計算書、株主資本等変動計算書、個別中期表」各期より作成。

	年度	売上高	経常利益	営業利益	営業外収益	放送事業 収入	広告代理業
テレビ大阪 (TXN 系列)	2018年度	13,360	740	390	463	1,939	1,474
	2019年度	12,845	574	251	463	1,881	1,637
	2020年度	11,167	542	300	464	1,702	1,554
	2021年度	12,432	954	825	343	1,675	1,805
	2022年度	12,674	999	864	347	1,740	1,570

注：1) 有価証券報告書、決算短信など詳細な収支状況不明。

2) 千円以下は四捨五入。

3) 営業外収益は受取利息・配当金、賃貸資産収入、雑収入を含む。

4) 「放送事業収入」は主要株主のテレビ東京との取引の数値。

5) 「広告代理業」は子会社の㈱テレビ大阪サービスの取引の数値。

出典：テレビ大阪㈱「計算書類」各期より単体での数値を引用。

	年度	売上高	経常利益	営業利益	放送事業 収入	%	放送収入	その他 放送事業 収入	その他事業 収入
関西テレビ (FNN/FNS 系列)	2018年度	57,758	2,604	1,817	56,665	98.1	49,351	1,093	1,093
	2019年度	57,299	1,579	769	56,266	98.2	47,499	8,766	1,033
	2020年度	50,033	1,505	842	48,960	97.9	43,170	5,790	1,072
	2021年度	55,049	3,894	3,241	53,971	98.0	47,618	6,353	1,077
	2022年度	53,328	1,725	974	52,268	98.0	44,657	7,611	1,059

注：1) 売上高の合計が合わないが「業績資料」の数値をそのまま記載。

2) 放送収入はタイム・スポット収入を含む。

出典：関西テレビ㈱「業績資料」各期より単体での数値を引用。

ているが、その他事業（ゴルフ場事業、保険代理業、OA 機器販売、旅客運送業）と不動産関連事業は堅調である。売上高、経常利益についてはコロナ禍以前にはまだ回復してない。売上高のうちメディアコンテンツ事業が占める割合が9割を占めており、メディアコンテンツ事業の貢献度が高い。メディアコンテンツ事業に依拠する割合が高く、コロナ禍による影響を大いに受けていると言える。

テレビ愛知㈱（TXN 系列）は、コロナ禍による影響で2019年度、2020年度の売上高、経常利益、営業利益が減少したが、2021年度以降コロナ禍以前よりも増えている。子会社の㈱テレビ愛知企画の放送事業収入は2020年度に一度減少したが、2022年度はコロナ禍以前の2018年

度よりも高い数値を示している。

テレビ大阪(株) (TXN 系列) は、コロナ禍の影響によって2020年度に売上高、経常利益において影響を受けたが、その後回復傾向にあり、特に経常利益、営業利益についてはコロナ禍以前よりも増加している。子会社の(株)テレビ大阪サービスの取引額を見ると、放送事業収入及び広告代理業はコロナ禍でいったん減少している。

関西テレビ(株) (FNN/FNS 系列) は、主として放送事業を展開している。コロナ禍による影響で2020年度に売上高、経常利益、放送事業において落ち込んだが、その後もコロナ禍以前の数値まで回復していない。経常利益と営業利益は2021年度において高い数値を示している。売上高のうち放送事業が占める割合がほぼ100%に近い数値で他社よりも高い。

〈ローカルテレビ局〉

本稿の趣旨に沿ってローカルテレビ局の収支構造を検討するにあたり、都道府県別広告費(2015年時点)と65歳以上人口割合の2つの指標において上位と下位にある都道府県のローカルテレビ局のうち、都道府県単域、系列、経営状況を把握できるものを選定した。都道府県別広告費では、東京都・大阪府・愛知県を除いて上位から福岡県(237,791百万円)、宮城県(100,180百万円)、広島県(85,871百万円)、神奈川県(81,643百万円)、北海道(80,970百万円)、埼玉県(73,095百万円)、静岡県(67,238百万円)と続き、下位から徳島県(2,589百万円)、鳥取県(3,515百万円)、奈良県(5,591百万円)、和歌山県(6,924百万円)、島根県(7,259百万円)、山梨県(7,270百万円)、福井県(7,614百万円)、山形県(8,507百万円)となっている。

そして、65歳以上人口割合では、上位から青森県(46.8%)、福島県(44.2%)、岩手県(43.2%)、山形県(43.0%)、山梨県(43.0%)、高知県(42.7%)、徳島県(41.5%)、愛媛県(41.5%)と続き、東京都・大阪府・愛知県を除いて下位から沖縄県(31.4%)、滋賀県(34.3%)、福岡県(35.2%)、神奈川県(35.2%)、広島県(35.2%)、埼玉県(35.8%)、岡山県(36.0%)、千葉県(36.4%)となっている。

まず、広告費で上位、65歳以上人口割合で下位の道府県のローカルテレビ局として、以下の7社を選出した。

- ・(株)テレビ西日本 (FNN/FNS 系列)
- ・KBCグループホールディングス(株) ([旧・九州朝日放送] ANN 系列)
- ・東北放送(株) (JNN 系列)
- ・札幌テレビ放送(株) (NNN/NNS 系列)
- ・(株)テレビ新広島 (FNN/FNS 系列)
- ・(株)テレビ北海道 (TXN 系列)

・北海道放送(株) (JNN 系列)

表6は上記7社の経営状況をまとめたものである。テレビ西日本は、主として放送事業、不動

表6 ローカルテレビ局7社の経営状況(単位:百万円)

	年度	売上高	経常利益	営業利益	放送事業 (%)	不動産 賃貸事業	情報処理 事業	その他 事業	販売費及 び一般 管理費 (%)
テレビ西日本 (FNN/FNS 系列)	2018年度	19,556	1,604	1,480	13,710 70.1	1,103	3,033	1,711	5,712 29.2
	2019年度	19,220	1,350	1,188	13,387 69.7	1,128	3,183	1,522	5,571 29.0
	2020年度	16,828	1,516	1,349	11,505 68.4	1,044	2,918	1,361	4,807 28.6
	2021年度	18,511	2,095	1,937	13,228 71.5	1,000	2,777	1,507	5,458 29.5
	2022年度	18,331	1,126	1,001	13,081 71.4	1,013	2,714	1,523	5,431 29.6

注: 1)千円以下は四捨五入。

2)放送事業はタイム・スポット収入、番組DVDなどの販売、グッズ、イベントなどを含む。

3)不動産賃貸事業は賃貸オフィス、駐車場、電力料収入などを含む。

4)情報処理事業はテレビ放送システム受注などを含む。

5)その他事業は人材派遣、番組・CM制作、催事企画運営などを含む。

6)放送事業と販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典: ㈱テレビ西日本「有価証券報告書」より作成。

	年度	売上高	経常利益	放送事業 (%)	不動産 事業	その他 事業	販売費及 び一般 管理費 (%)
KBCグループHD (ANN 系列)	2018年度	19,236	1,314	17,414 90.5	759	1,064	7,231 37.6
	2019年度	18,234	687	16,377 89.8	799	1,058	7,075 38.8
	2020年度	15,708	541	13,961 88.9	828	919	6,205 39.5
	2021年度	17,474	1,921	15,733 90.0	824	917	6,591 37.7
	2022年度	16,821	917	15,077 89.6	820	925	6,578 39.1

注: 1)九州朝日放送(株)は現在KBCグループホールディングス(株)に改組・改称。

2)千円以下は四捨五入。

3)売上高、放送事業、不動産事業、その他事業は外部顧客への売上高を記載。

4)放送事業はタイム・スポット収入、放送関連などを含む。

5)その他事業は催事事業などを含む。

6)放送事業、不動産事業、その他事業は「報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産その他の項目の金額に関する情報」の数値を記載。

7)販売費及び一般管理費は代理店手数料、貸倒引当金繰入額、人件費、賞与引当金繰入額、役員賞与引当金繰入額、退職給付費用、役員退職慰労引当金繰入額、諸経費を含む。

8)放送事業と販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典: KBCグループホールディングス(株)「有価証券報告書」より作成。

	年度	売上高	経常利益	放送事業 (%)	その他 事業	販売費及 び一般 管理費 (%)
東北放送 (JNN 系列)	2018年度	8,219	388	7,960 96.8	259	3,642 44.3
	2019年度	7,804	136	7,557 96.8	246	3,497 44.8
	2020年度	6,690	△538	6,455 96.5	235	3,353 50.1
	2021年度	7,118	△111	6,853 96.3	265	3,365 47.3
	2022年度	6,716	385	6,454 96.1	262	3,270 48.7

注: 1)千円以下は四捨五入。

2)売上高、放送事業、その他事業は外部顧客への売上高を記載。

3)放送事業はラジオ・テレビ放送、その関連事業を含む。

4)その他事業は番組・CM制作販売、映像制作・販売、イベント企画運営、広告代理業、保険代理業、ゴルフ場事業、文化教養学園事業を含む。

5)放送事業、その他事業は「報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額に関する情報」の数値を記載。

6)放送事業と販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典: 東北放送(株)「有価証券報告書」より作成。

表6のつづき ローカルテレビ局7社の経営状況(単位:百万円)

	年度	売上高	経常利益	放送事業 (%)	ビル賃貸 管理事業	制作プロ ダクション	通販事業	販売費及 び一般 管理費 (%)
札幌テレビ放送 (NNN/NNNS 系列)	2016年度	19,117	1,521	16,635 87.0	2,196	167	118	6,643 34.7
	2017年度	18,948	1,724	16,721 88.2	1,951	155	121	6,707 35.4
	2018年度	19,149	1,671	17,097 89.3	1,706	228	119	6,697 35.0
	2019年度	18,669	1,487	16,349 87.6	1,966	236	119	6,486 34.7
	2020年度	17,324	1,371	15,212 87.8	1,839	161	112	6,395 36.9

注: 1)売上高, 放送事業, ビル賃貸管理業, 制作プロダクション, 通販事業は外部顧客への売上高を記載。

2)2016年度, 2018年度, 2019年度の合計値(売上高)が合わないが「報告セグメントごとの売上高, 利益又は損失, 資産, 負債その他の項目の金額に関する情報」の数値をそのまま記載。

3)放送事業はタイム・スポット広告, コンテンツなどを含む。

4)販売費及び一般管理費は人件費, 代理店手数料, 退職給付費用, 役職退職慰労引当金繰入額, 減価償却費などを含む。

5)放送事業と販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典: 札幌テレビ放送「有価証券報告書」より作成。

	年度	売上高	経常利益	営業利益	営業外収益	販売費及び 一般管理費 (%)
テレビ新広島 (FNN/FNS 系列)	2018年度	9,085	282	246	38	3,603 39.7
	2019年度	8,731	296	254	45	3,540 40.5
	2020年度	7,426	156	124	41	3,351 45.1
	2021年度	7,884	330	308	43	3,352 42.5
	2022年度	7,357	114	94	38	3,196 43.4

注: 1)千円以下は四捨五入。

2)営業外収益は受取利息及び受取配当金, 受取賃貸料, その他を含む。

3)販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典: ㈱テレビ新広島「決算公告(貸借対照表/損益計算書)」各期より作成。

	年度	売上高	経常利益	営業利益	営業外収益	販売費及び 一般管理費 (%)
テレビ北海道 (TXN 系列)	2018年度	5,222	327	289	39	2,424 46.4
	2019年度	4,925	166	106	59	2,324 47.2
	2020年度	4,138	179	102	77	2,098 50.7
	2021年度	4,543	382	316	66	2,177 47.9
	2022年度	4,740	200	159	42	2,153 45.4

注: 1)千円以下は四捨五入。

2)主な事業は放送事業とその他事業としてイベント開催などである。

3)営業外収益は受取利息及び配当金, 雑収入を含む。

4)販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典: ㈱テレビ北海道「決算公告」各期より作成。

	年度	売上高	経常利益	営業利益	営業外 収益	テレビ 事業 (%)	ラジオ 事業	その他 事業	販売費及 び一般 管理費 (%)
北海道放送 (JNN 系列)	2018年度	11,266	524	349	178	9,577 85.0	1,233	457	4,602 40.8
	2019年度	10,901	435	281	171	9,246 84.8	1,190	465	4,546 41.7
	2020年度	9,675	△716	△842	169	8,351 86.3	988	336	4,440 45.9
	2021年度	10,721	△45	△176	171	8,968 83.6	971	782	4,466 41.7
	2022年度	10,820	△71	△175	153	8,674 80.2	1,077	1,069	4,457 41.2

注: 1)千円以下は四捨五入。

2)テレビ事業と販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典: 北海道放送「決算公告」各期より作成。

産賃貸業、情報処理事業を展開している。ほぼすべての項目でコロナ禍の影響を受けて数値が下がっており、2022年度においても十分な回復には至っていない。売上高のうち放送事業が占める割合は7割前後とあまり高くないが、それ以外の不動産賃貸業、情報処理事業もコロナ禍以前の状態に回復していない。

KBCグループは、主として放送事業、不動産事業を展開している。売上高に占める放送事業の割合が9割前後と高く、コロナ禍の影響を受けて業績は悪化している。不動産事業にも従事しておりコロナ禍の影響を受けていないが、売上高に占める割合が低く、全体の損失をカバーするほどではない。

東北放送は、放送事業を主に展開している。コロナ禍の影響を受けてどの項目も落ち込んでいるが、未だ回復には至っていない。売上高に占める放送事業の割合がほぼ100%であり、その他の事業収入が少ない。経常利益は2020年度、2021年度に赤字を出している。コロナ禍の影響を直接に受けており、そこから回復していない。その一つの要因として放送事業に占める割合が高く、その収益が低下していることが挙げられる。

札幌テレビは、主として放送事業、ビル賃貸管理事業、制作プロダクション、通販事業を展開している。決算状況が2016年度から2020年度のためコロナ禍以後の状況を把握できないが、2020年度に売上高、経常利益が落ち込んでいるため、コロナ禍の影響を受けていることは看取できる。売上高のうち放送事業が占める割合はおよそ9割と比較的高い。

テレビ新広島は、2018年度から年々売上高は減少しており、とりわけ2022年度の数値が悪い。

テレビ北海道は、コロナ禍の影響を受け2020年度は売上高、経常利益、営業利益ともに減少している。

北海道放送は、主としてテレビ事業、ラジオ事業を展開している。コロナ禍の影響を受けてその他事業以外のどの項目も数字が悪化している。売上高に占めるテレビ放送事業収入は85%前後と比較的高いが、その他の事業の数値の伸びが顕著である。2020年度、2022年度において経常利益、営業利益ともマイナスを計上している。

次に、都道府県単域で系列に入っており、広告費で下位、65歳以上人口割合で上位の道府県のローカルテレビ局から以下の5社を選出した。

- ・四国放送（NNN/NNS 系列）
- ・テレビユー山形（JNN 系列）
- ・青森放送（NNN/NNS 系列）
- ・岩手めんこいテレビ（FNN/FNS 系列）
- ・高知さんさんテレビ（FNN/FNS 系列）

表7は上記5社の経営状況をまとめたものである。四国放送は、コロナ禍の影響を受け2020

表7 ローカルテレビ局5社の経営状況(単位:百万円)

	年度	売上高	営業利益	経常利益	販売費及び一般管理費 (%)
四国放送 (NNN/NNS 系列)	2018年度	5,703	605	721	2,622 46.0
	2019年度	5,685	669	768	2,650 46.6
	2020年度	5,124	414	527	2,318 45.2
	2021年度	5,719	927	1,037	2,439 42.6
	2022年度	5,200	573	684	2,403 46.2

注: 1)千円以下は四捨五入。

2)売上のおお9割はテレビ放送収入。

3)販売費は人件費、広告宣伝費及び販売促進費、代理店手数料、退職給付費用、減価償却費など、一般管理費は給与及び手当、福利厚生費、賞与引当金繰入額、租税公課、退職給付費用、役員退職慰労引当金繰入額、減価償却費などを含む。

4)販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典: 四国放送「決算まとめ」「会社業績」各期より作成。

	年度	売上高	経常利益	営業利益	営業外収益	放送事業 (%)	その他事業	販売費及び一般管理費 (%)
テレビユー山形 (JNN 系列)	2018年度	2,540	128	75	—	—	—	1,210 47.6
	2019年度	2,501	111	55	56	—	—	1,123 44.9
	2020年度	2,238	△216	△160	56	2,078 92.9	160	1,111 49.6
	2021年度	2,392	△65	△129	65	2,189 91.5	203	1,111 46.4
	2022年度	2,339	△107	△146	39	2,109 90.2	230	1,107 47.3

注: 1)千円以下は四捨五入。

2)売上高は放送事業収入とその他事業収入を含む。

3)営業外収益は受取利息・配当金、雑収入を含む。

4)放送事業収入と販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典: ㈱テレビユー山形「第33-35期決算公告」および官報決算データベースより作成。

	年度	売上高	経常利益	営業利益	テレビ放送 (%)	ラジオ放送	その他事業	販売費及び一般管理費 (%)
青森放送 (NNN/NNS 系列)	2018年度	5,987	363	5,987	4,862 81.2	628	497	3,228 53.9
	2019年度	5,838	146	5,838	4,768 81.7	596	475	3,244 55.6
	2020年度	4,859	△235	4,859	4,298 88.5	485	76	2,699 55.5
	2021年度	5,116	35	5,116	4,539 88.7	483	94	2,654 51.9
	2022年度	4,890	△331	4,890	4,274 87.4	463	153	2,723 55.7

注: 1)千円以下は四捨五入。

2)テレビ放送はタイム・スポット収入、制作収入を含む。

3)ラジオ放送はタイム・スポット収入、制作収入を含む。

4)テレビ放送と販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典: 青森放送㈱「有価証券報告書」各期より作成。

	年度	売上高	経常利益	営業利益	営業外収益	販売費及び一般管理費 (%)
岩手めんこいテレビ (FNN/FNS 系列)	2018年度	3,326	206	191	16	1,546 46.5
	2019年度	3,346	119	100	25	1,429 42.7
	2020年度	2,880	△18	△44	31	1,325 46.0
	2021年度	3,007	125	89	40	1,325 44.1
	2022年度	2,972	30	5	29	1,295 43.6

注: 販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。

出典: 岩手めんこいテレビ㈱「決算公告」各期より作成。

表7のつづき ローカルテレビ局5社の経営状況（単位：百万円）

	年度	売上高	経常利益	営業利益	営業外 収益	販売費及 び一般 管理費 (%)
高知 さんさんテレビ (FNN/FNS系列)	2018年度	2,961	227	217	15	1,449 48.9
	2019年度	2,796	174	165	15	1,432 51.2
	2020年度	2,580	156	150	16	1,329 51.5
	2021年度	2,754	245	236	23	1,355 49.2
	2022年度	2,643	97	109	18	1,290 48.8

注：販売費及び一般管理費の「(%)」は売上高に占める割合を示している。
 出典：岩手めんこいテレビ(株)「決算公告」各期より作成。

年度は売上高、営業利益、経常利益ともに低下しているが、2021年度のみコロナ禍以前以上に回復している。

テレビユー山形は、主として放送事業を展開している。コロナ禍による影響を受け、2020年度から売上高は減少し、経常利益、営業利益については大幅な赤字となっている。売上高のうち放送事業収入の占める割合が9割以上と高い。

青森放送は、主としてテレビ・ラジオ放送を展開している。コロナ禍による影響を受けており、いずれの項目も数値が右肩下がりである。経常利益においては大幅に低下し、2020年度と2022年度は赤字を出している。売上高のうちテレビ放送事業収入が占める割合は比較的高く、その比率はコロナ禍以降顕著となっている。

岩手めんこいテレビは、コロナ禍の影響を受けており、2021年度以降も回復には至っていない。

高知さんさんテレビは、コロナ禍の影響を受けているが、2021年度は売上高、経常利益、営業利益とも回復している。しかし、2022年度はいずれも大幅に落ち込んでいる。

2.3 検 証

個社の業績を踏まえた上で、次のことを指摘できよう。在京キー局では、①コロナ禍の影響を受けたが現在は回復傾向にあること、②より回復傾向にあるテレビ局は、テレビ事業以外の割合が高いか（TBS、テレ東）、あるいはインターネット関連事業にシフト（日テレ、テレ東）しているかのいずれかであること、③回復傾向にないテレビ局（フジテレビ）は、テレビ放送事業収入の割合が比較的多く、新たな一手を打ち出せていないことである。

準キー局では、①コロナ禍による影響は受けているが、回復が早いテレビ局はテレビ放送事業収入以外の収入が比較的多いが（朝日放送）、そうでないテレビ局（中部日本放送、関テレ）はコロナ禍から十分に回復できていないこと、②放送事業以外の収入が多いテレビ局では、その傾向は年々強くなっている（毎日放送）ことである。

ローカルテレビ局では、①売上高のうち放送事業収入の占める割合が比較的低いテレビ局であっても、それ以外の事業収入が回復しておらず、全体として業績が悪化しており（テレビ西日本）、この点は在京キー局及び準キー局と異なっていること、②売上高に占める放送事業収入の割合が高いテレビ局では、コロナ禍の影響から回復していない（KBC、東北放送、札幌テレビ、北海道放送、テレビユー山形、青森放送）ことである。この背景には、地域経済の悪化やそれに伴う事業収入の減少があり、首都圏に比べて地域の厳しい経済状況が影響している。

さらに、いくつかのポイントを挙げると、1つに、在京キー局に比べてローカルテレビ局は厳しい経営状況にあると言える。在京キー局の中でも回復が早いテレビ局は、テレビ事業以外の収入が安定しているか、テレビからインターネットへうまくシフトしているかであり、いずれにしろ在京キー局はローカルテレビ局に比して業績はよい。2つに、広告費全体はインターネット広告にシフトしているが、ローカルテレビ局はうまくシフトできていない。なぜか？在京キー局では日テレが成功事例として注目されるが、フジテレビでさえ後れを取っているのが現状であり、そもそもローカルテレビ局に時代の転換期を支える人材が確保できているのかが問題である。3つに、ローカルテレビ局の業績悪化はテレビ広告収入の減少と考えられる。最後に、在京キー局に比べてローカルテレビ局は固定費（販売費及び一般管理費）の割合が高い。2018年度から2022年度の在京キー局の固定費の割合はいずれも20%台であるが、ローカルテレビ局は20%台後半のテレビ西日本を除いて30%台から50%台の間にあり、比較的高い。特に青森放送は、過去5年間の平均が54.5%である。

以上の内容を受けて、ローカルテレビ局が今後持続的経営を可能にするためにはどのような制度設計を考えるべきかについて、第4節で検討を加える。

3. 表現の自由、知る権利から見たメディアの地域性の意義と機能

3.1 知る権利、表現の自由と放送の関係性

1) 放送の制度は放送法によって定められている。それによれば、放送の目的は「知る権利」に資することであり、これは憲法上の権利とされている。以上を概観し、憲法の議論において放送に関してなされているか簡単に整理する。

放送法1条では、以下のように三原則が定められている。

この法律は、次に掲げる原則に従って、放送を公共の福祉に適合するように規律し、その健全な発展を図ることを目的とする。

一 放送が国民に最大限に普及されて、その効用をもたらすことを保障すること。

- 二 放送の不偏不党，真実及び自律を保障することによって，放送による表現の自由を確保すること。
- 三 放送に携わる者の職責を明らかにすることによって，放送が健全な民主主義の発展に資するようにすること。

ここでいうところの目的（公共の福祉）としては、「一言でいえば，民主社会において社会全体に共有されるにふさわしい基本的情報の供給ということであろう」（曾我部・林・栗田 [2019] 61 頁）とまとめられている。この基本的情報としては，災害情報といった生きるために必要な情報，個人の自律的な生き方を可能にするための情報，または民主政の運営のために必要な情報といったものが，様々なレベルのものとして存在し，多様な情報を社会に提供することによって国民全体の知る権利に応えることになるとされている（曾我部・林・栗田 [2019] 61 頁）。

2) 次に「知る権利」の位置づけについては，憲法上では次のような形で現在は整理がされている。すなわち，憲法上，表現の自由が定められている（憲法 21 条）。これは，個人が言論活動を通じ自己の人格を発展させるという自己実現の価値を尊重するものであること，及び民主政に資する社会的な自己統治の価値の尊重という側面がある。表現の自由は，思想・情報を発表し，伝達する自由であるが，情報化が進んだ現代社会では，「知る権利」と言う観点を加味して再構成する必要がある。20 世紀に入って，マスメディアが発達し，大量の情報が一方的に流され，情報の「送り手」であるマスメディアと情報の「受け手」である一般国民との分離が顕著になった。かつ情報が社会生活において持つ意義も飛躍的に増大した。そこで，表現の自由を一般国民の側から再構成し，表現の受け手の自由（聞く自由，読む自由，視る自由）を保障するためそれを「知る権利」と捉えることが必要になってきた。世界人権宣言 19 条では「干渉を受けることなく自己の意見を持つ自由」と「情報及び思想を求め，受け，及び伝える自由を含む」ものと解されるに至った。この「知る権利」は「国家からの自由」という伝統的な自由権であるが，それだけでなく参政権（国家への自由）的な役割を持つものとされる（芦部・高橋 [2023] 189 頁）。

このような知る権利について，放送との関連を，最高裁判所では「放送は，憲法 21 条が規定する表現の自由の保障の下で，国民の知る権利を実質的に充足し，健全な民主主義の発達に寄与するものとして，国民に広く普及されるべきものである」と判示（最大判 2017 年 [平成 29 年] 12 月 6 日）しており，放送と「知る権利」との位置づけを説明している。

3) 続いて放送法制と憲法における憲法上の議論（大石 [2021]）について確認する。放送法制は自由民主主義の諸国においては，国が放送制度を独占的，一元的に管理運営する「国営放送」体制はありえないとしても多様な制度の選択肢が見られ，①公共放送独占型（1980 年代前半までのフランス，ドイツ），②商業放送中心型（アメリカ，イギリス），③公共放送・商業放送並存

型（現在のフランス、ドイツ、日本）といった形で大別されると言われている⁽²⁾。

法制度を正当化する自由があるかという点について、日本においては、前記の放送法1条の記載の三原則が存するわけであり、係る原則に基づく措置がそれ自体として合理性を有することは否定しがたいとされている。

なお、最高裁は、現行放送法制は「知る権利」を実質的に充足するために採用されたものであり、立法裁量の範囲内であるとしている（前記最大判2017年〔平成29年〕12月6日）。「知る権利」という積極的権利を法律により実現する場合には、放送を受信する権利は放送法制の枠内のものにすぎず、いかなる法制を採用するかは立法裁量の問題ということにはなるのであろう⁽³⁾。

なお、放送に関しては、放送内容に対して設けられた公的規制、特に放送番組に関する準則が法定されている⁽⁴⁾。これは放送の自由に対する内容規制ではないかと言われ、係る公的規制を正当化できるのか、その合憲性が議論されている。この点については、以下のような整理がなされている。以下の3つは大石眞の整理による（大石〔2021〕290頁）。

- a. 割り当てられるべき周波数に限りがあることを理由とする技術的な有限希少説
- b. 印刷メディアと異なりスイッチ一つで大きな衝撃をもたらすことを強調する社会的影響説
- c. 人々の生活や自己決定に必要な情報を公平な形で配分することの重要性を述べる基本的情報提供説（長谷部〔2022〕228頁）⁽⁵⁾

その他にも、例えば以下のような議論がある。

- d. 民間放送では、時間を単位として広告主に番組が売られる（そしてスポンサーが制作費・電波料を支払う）ので、自由競争に放任すると番組編成が大衆受けのする通俗的なものに画一化する恐れが大きいという事情も、特に調整を保った番組比率の準則を支える理由になる（芦部・高橋〔2023〕201頁）
- e. 行政機関による放送規制の危険性を指摘している（「公正原則」は憲法21条に反する）（佐藤〔2020〕317頁）

なお、「アメリカでは1987年に『公正原則』を廃止してからいたずらに過激な論調の放送が増え、該原則の復活を求める動きもあるようである」（佐藤〔2020〕317頁）との説明もされる。

上記のaとbは放送メディアの物理的な特性に着目した伝統的な議論であるが、cとeは周波数帯の利用の高度化、多様な新メディアの出現による伝送路希少性の緩和、社会的影響力が一律

に論ずることが難しくなってきた環境下において、公共的な放送空間を確保するための現代的な議論ということができる、とされており、放送・情報空間の公共性をどのようにして確保するかという指摘がなされるに至っている。

4) 以上、放送法では、知る権利を確保することが目的とされていること、知る権利は憲法上要請されているものであること、そして、放送制度が日本の憲法議論でどのように扱われてきたかを概観した。最高裁判決が述べるとおり放送制度の在り方は、立法裁量の問題だとして、立法ではどのような議論がなされてきたか、今般見直しがなされる「マスメディア集中排除原則」もその議論の一つである。

3.2 「地域性」に関する法的規制のあり方、議論状況

前編で整理したマスメディア集中排除原則の見直しにおいては、多様性、多元性、地域性が目的であり、これらに留意をしつつ、ローカルテレビ局をはじめとする民間放送事業者の経営自由度を向上させるために議論がなされてきた。

本件で対象とされる「地域性」⁶⁾については、「放送法制における政策目的として重要なものであることは論をまたない。(中略)地域性についても、(中略)『知る権利』は地方自治の観点からの重要性が認められ」とされている(曾我部 [2011] 94 頁, 曾我部・林・栗田 [2019] 67 頁)。確かに地方自治は憲法上定められた制度であり、地方の民主的政治の醸成のためにはその重要性は否定できないであろう⁷⁾。ただ、具体的にいかなる内容のものが必要とされるのかという議論は、少なくとも前記の憲法や放送法等の法制からは認めるのが難しい。

また、多様性、多元性、地域性の三目的の関係を考えた場合、「地域性は多元性や多様性のあり方についての一つの指針を提供するもの」(曾我部 [2011] 94 頁)とされている。マスメディア集中排除原則の主要目的は、国民の知る権利に奉仕するために放送の自由があるのだから、その観点からは、基本的情報の供給と放送の多様性が要請され、地域性は多元性ととも、この要請達成のための二次的なものであるとも主張されている(大久保 [2022] 20 頁)。したがって、地域性ということから具体的なものが要請されているという事情は認めがたいところである。むしろ前記最高裁判所判決のいうように放送法制にいかなる内容が盛り込まれるかは立法裁量の問題であるとするのであれば、法制度で地域性の具体内容や要件等を明確に定めていないということになる。

現行の経営基盤強化計画認定制度の下では、放送番組を同一化する場合には、それぞれの放送対象地域における放送番組に対する地域固有の需要を満たすための地域性確保措置が求められる。総務大臣は、経営の困難度や同一化を行う地域の文化や歴史、県民意識を含むそれぞれの地域の実情等を十分に勘案し判断するとされている。放送法 116 条の 4 第 3 項では、「総務大臣は第 1

項の認定の申請があった場合において、その経営基盤強化計画が次の各号のいずれにも適合するものであると認めるときは、その認定をするものとする。」としており、第4号で「第116条の7の規定による審議機関の設置等の特例の適用を受けようとするものにあつては、その地域性確保措置の内容が、当該特定放送番組同一化の対象となる二以上の国内基幹放送に係るそれぞれの放送対象地域における放送番組に対する当該放送対象地域固有の需要を満たすために適切なものであること」と規定されている。ここでは、放送番組審議機関の設置等の特例を受けようとする場合、その地域性確保措置の内容について定めたものであり、どの程度の地域性確保措置が求められるかについては、個別の国内基幹放送事業者の経営の困難度や、特定放送番組同一化を行う地域の文化や歴史、県民意識を含むそれぞれの地域の実情等を十分に勘案し判断される（放送法制研究会編著〔2020〕）。

このように、厳格な要件及び認定手続を踏まえて、複数の放送対象地域にける放送番組の同一化を認める規定を踏まえて、大久保直樹は、このような要件、手続きを緩和するとすれば、「地域性をどのように確保するかをあわせて考える必要がある」とし、情報収集に関して地上放送に依存度が高い視聴者については、当該地上放送を通じて地域情報が入手できるようにしておく必要を認める一方で、インターネットにより情報入手の多様化が起きていることを議論の出発点として、伝統的放送分野では東京発の情報が全国・世界にいきわたることのない情報の流通がインターネットで改善するチャンスであり、インターネット配信について放送同時配信等サービスを後押しする方策を今後具体的に検討されるべき方策とされており、地域情報の発信の確保について、この方策に絡めて考えること、今後のローカルテレビ局の資本政策についての議論が重要であると指摘している（大久保〔2022〕25頁）。

そして、2022年8月5日公表された「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ」（以下、「取りまとめ」）において、地域性に関しては、概ね、次のように整理されており、これが現時点でのステークホルダー間の共通認識と考えられる（「取りまとめ」第5章）。

- ・前提として、デジタル時代において放送が視聴者の期待に応えるために、持続的維持・発展を可能とし、中長期的経営戦略を描ける環境整備が重要であり、経営の選択肢を増やす観点から、総務省において放送の多元性・多様性・地域性に与える影響について引き続き検証しながら、マスメディア集中排除原則の見直しを図るべき。
- ・認定放送持株会社傘下の地上基幹放送事業者の地域制限を維持する必要性は認められないから撤廃すべき。
- ・地上基幹放送の異なる放送対象地域（認定放送持株会社制度によらない場合）に係る規制は、現時点では現状維持とすべきであるものの、兼営・支配を可能とする一定の数の制限につい

て、特定隣接地域特例を参考として、特例を創設すべき。

- ・ 県域を基本とする現在の放送対象地域は、地域社会の実態等を踏まえつつ、経営の選択肢を増やす観点から、同一の放送番組の放送対象となる地域について柔軟化（放送対象地域自体は現行から変更せず、希望する放送事業者において、複数の放送対象地域における放送番組の同一化が可能となる制度の創設）等、地域情報の発信を確保するための仕組みの併設を図るべき。

「取りまとめ」後の議論状況については、令和5年7月5日付の「放送の将来像と制度の在り方に関するこれまでの議論について」は、議事録からうかがわれる議論を整理したものである。そのなかで「地域性」については、上記資料の「論点5 コーポレートガバナンス」として取り上げられている。議論の紹介もなされているが、それを踏まえて、「論点（案）」として、「地域情報の発信というローカル局が果たしてきた役割が、地域社会にいっそう認知され、また、その役割を強化していくために必要な取組を『放送分野のコーポレートガバナンス』と捉え、放送事業者に求められる取組について具体的に検討する必要があるのではないか。」「その際、ローカル局の役割として、地域情報の発信、地域の強みの地域住民との共有といった、地域の文化・産業の基盤となることが考えられることから、その役割を担い、十分に果たすことができるよう、例えば人材戦略や経営戦略の策定により経営基盤を強化することは、地域社会からの付託に応えられるよう財源や体制に関する情報を開示するといったことが考えられるのではないか」と提案されている。

4. 制度改革の検討内容と今後のローカルテレビ局経営の在り方

第2節で考察したように、ローカルテレビ局は在京キー局や準キー局と比較して事業規模が格段に小さく、広告収入の金額が少ない上に減少傾向に歯止めが効かない経営状況にあり、経営環境が厳しくなる中、固定費の割合が高く、新たな収益事業の開発やインターネット展開に割り当てる経営資源も乏しい⁽⁸⁾。また第3節では、放送事業が憲法をはじめとする法制度によって、我が国の民主主義を支えるコミュニケーションの仕組みとして設けられたものであり、ローカルテレビ局も地上基幹放送事業者として法制度に定められた役割・機能を果たすことが求められていることを確認した。

放送制度改革の一環として実施されるマスメディア集中排除原則の緩和施策によって、収支状況が改善する個社はあると思われるが、これまで実施されてきた緩和施策では顕著な改善が見られなかったことを鑑みると、今後はローカルテレビ局の広告費収入の減少とインターネット展開の困難さを十分考慮に入れ、新技術の効率的な導入を意識した制度設計の具体化を考えることが

重要である（村上 [2013]）。系列単位での経営効率化を積極的に推進するローカルテレビ局と、系列単位での経営効率化は最小限にとどめつつ自助努力で取り組むローカルテレビ局、いずれもがそれぞれの経営方針に合致する有効な選択肢が提示される必要があり、かつローカルテレビ局が個社の自主・自律的経営判断で選択できることが重要である。第1節で触れたNHK、民放キー局、民放ローカルテレビ局等の関係者からなる全国レベル及び地域レベルでの協議の場の議論を踏まえつつ、ローカルテレビ局が地域で果たすことが求められている役割と、ローカルテレビ局にとって有効な経営の選択肢の具体的方向性について検討する。

4.1 地域社会におけるローカルテレビ局に対して放送制度が求める役割

憲法が定める表現の自由について、これまで最高裁判所は猿払事件判決で「表現の自由は、民主主義国家の政治的基礎をなし、国民の基本的人権のうちでとりわけ重要」と述べるとともに（最大判昭和49年11月6日刑集28巻9号393頁）、博多駅事件決定で「報道機関の報道は、民主主義社会において、国民が国政に関与するにつき、重要な判断の資料を提供し、国民の『知る権利』に奉仕するものである」と承認していることがよく知られている（最大決昭和44年11月26日刑集23巻11号1490頁、工藤 [2018] 14-15頁）。

そして第3節でも取り上げたNHKの受信料制度の合憲性が争われた最高裁平成29年（2017年）12月6日大法廷判決は、放送は知る権利や民主主義に寄与する「奉仕する自由」という理解のもと、放送制度は法律による制度形成に委ねられるとしている。「放送は、憲法21条が規定する表現の自由の保障の下で、国民の知る権利を実質的に充足し、健全な民主主義の発達に寄与するものとして、国民に広く普及されるべきもの」で、放送法はこの意義を反映して制定されたものであり、同法はその目的を実現するため、民放と公共放送の二本立て体制を採ることとしたと判示し、本判決は憲法上の放送の意義を提示したものとされている（最大判平成29年12月6日民集71巻10号1817頁、宍戸他 [2018]、曾我部 [2018]）。

民放ローカルテレビ局の地域性について振り返ると、本稿前編で指摘したように、1950年代の民放免許付与・置局の段階から、後にマスメディア集中排除原則と呼ばれることとなる放送行政の規律は、「地域社会と結合」（「テレビジョン放送局予備免許附帯条件」電波時報 [1957]）や「人的・資本的に、地域社会に直接かつ公正に結合する」（「一般放送事業者に対する根本基準第九条の適用の方針に基く審査要領」臨時放送関係法制調査会 [1964]）という考え方のもと、「地上基幹放送を行う民間基幹放送事業者による地上基幹放送については（中略）一の者によって所有又は支配される放送系の数を制限し（中略）できるだけ多くの者に対し地上基幹放送を行う機会を開放」（「基幹放送普及計画」総務省 [1988]）するとし、「基幹放送をすることができる機会をできるだけ多くの者に対し確保することにより、基幹放送による表現の自由ができるだけ多く

の者によって享有されるようにする」という放送法 91 条の目的を達成することとしている（辻他 [2023]）。これによれば、ローカルテレビ局に求められる地域性とは、単に放送内容にとどまるものではなく、放送事業を行う主体自体の在り方についても求められており、自律的に経営される自立した民放ローカルテレビ局が放送対象地域内に複数存在することで、言論・情報の独占・寡占を防ぐという放送制度の目的が達成されるよう設計されている（村上 [2013]、福田 [2013]、鈴木他 [2017] 181-187 頁、三野 [2023]）。これによりローカルテレビ局は、上述の最高裁判決が示したように、憲法 21 条が規定する表現の自由の保障の下で、国民の知る権利を実質的に充足し、健全な民主主義の発達に寄与することが、制度上期待されているのである。

以上を総合すると、郵政省時代を含む総務省の民放免許・置局政策の趣旨は、国民の知る権利を実質的に充足し健全な民主主義の発達に寄与することを究極的な目的とし、そのために必要かつ合理的な仕組みを形作ろうとするものであると考えられる。したがって放送制度改革において、ローカルテレビ局に制度目的を達成させるに必要な十分かつ実現可能で持続的経営に資する選択肢を提示し、放送範囲の地域と強い関係を持つローカルテレビ局が自主的かつ自律的に判断できるようにすることが重要である。

さて地域社会の在り方に関する昨今の議論に目を転じると、政府は 2023 年 7 月に「第三次国土形成計画（全国計画）」（令和 5 年 7 月 28 日閣議決定）を公表した（国土交通省 [2023]）。この計画は、『時代の重大な岐路に立つ国土』として、人口減少等の加速による地方の危機や、巨大災害リスクの切迫、気候危機、国際情勢を始めとした直面する課題に対する危機感を共有し、こうした難局を乗り越えるため、総合的かつ長期的な国土づくりの方向性を定めるもの」であり、「目指す国土の姿として『新時代に地域力をつなぐ国土』を掲げ、その実現に向けた国土構造の基本構想として『シームレスな拠点連結型国土』の構築を図る」こととしている。そして同計画の第 2 章で、『目指す国土の姿』として、『新時代に地域力をつなぐ国土 ～列島を支える新たな地域マネジメントの構築～』を掲げ、「人口減少（中略）少子高齢化の加速を始めとする様々な危機・難局に直面する地方において、国土全体にわたって人々が生き生きと安心して暮らし続けていくことができるよう、地域の資源を総動員して、地域の力を結集し、若者世代を始めとした人々の多様化する価値観に応じた暮らし方・働き方の選択肢を広げ、地方への人の流れの創出・拡大によって地方の人口減少・流出の流れを変えていくことなど、新たな時代への刷新にチャレンジする地域を支える国土の形成を目指す」としている。そして国土づくりの基本的方向性として「デジタルとリアルの融合による活力ある国土づくり ～地域への誇りと愛着に根ざした地域価値の向上～」を掲げている。

また、地域力を高めることを目的に「地域のボトムアップから新時代を切り拓くため、『共』の視点から、主体・事業・地域間の連携により、デジタル活用を含め、日本列島全体であまねく、

地域の自立的・内発的で持続的な発展に向けた新たな発想からの地域マネジメントを構築していく必要がある」という認識を示している。「その上で、『新時代に地域力をつなぐ国土』の形成に向けた国土構造の基本構想として、国土全体にわたって、広域レベルでは人口や諸機能が分散的に配置されることを目指しつつ、各地域において重層的に各種サービス機能の多様な集約拠点の形成とそのネットワーク化を図る『シームレスな拠点連結型国土』の構築」を掲げ、「広域的な機能の分散と連結の強化を図」りながら「日常的な生活のレベルにおいても、新たな発想からの地域マネジメントの構築を通じて、持続可能な生活圏の再構築を図る」としている。

このように、地域社会の自主的で自律的なコミュニティ作りやイノベーションなどの具体施策や商品・サービスの発意・企画や合意形成、事業展開、国土全体とのネットワーク構築など多くの課題を、民間や教育研究機関等を巻き込みながら自治体と政府が相互連携して施策を推進することが求められており、地域に根差す民放ローカルテレビ局も重要なプレーヤーとして期待される場所である。

制度や政策で求められる地上基幹放送事業者の役割が実際にどのように果たされるかを、多数の国民・視聴者の生命・財産に関わる事態において再認識することとなったのが、2024年1月に発生した能登半島地震である。インフラが寸断され停電や通信回線の途絶する中、安全・安心情報、被災・安否・避難情報、生活情報等の取材・放送を、地元に着し地域に根差すメディアが担うことの重要性をあらためて認識させられるとともに、県庁所在地に集中する取材制作機能の問題や、停電による被災者の情報受容手段喪失、商用電源途絶・予備バッテリーの放電・自家発電機の燃料枯渇によるテレビ中継局の停波等、十分に機能を果たすにあたっての重大な課題が明らかになってきている。ここでも共通化・共用化を推進してメディア間の相互連携や強靱化を図ることにより、地域の情報インフラとしてのローカルテレビ局の機能を効率的に拡充強化することが求められる。

またローカルテレビ局は、公職選挙法で政見放送及び経歴放送の実施が義務付けられるとともに、地域社会の政治活動検証や政策の検証・比較、選挙情勢、選挙の争点をめぐる取材・報道や開票速報などを実施して、政治的公平に十分配慮しながら各政党・候補者を平等に取り扱い、健全な民主主義の発達に資することが求められている。民主主義社会において最も重要な参政権の行使の一つである国政選挙を見ると、1票の格差の是正の推進により大都市圏以外の地域の議員定数の減少が進んでおり、2022年11月には都道府県の人口比を反映しやすい議席配分方法「アダムズ方式」の導入により、衆院小選挙区の数をも5都県で計10増やし、10県で計10減らす「10増10減」を反映した改正公職選挙法が2022年11月に成立した。これについては地方の声が国政に届きにくくなることが懸念されており、今後もこの方式によって議員定数の見直しを続けると仮定すると、2040年には現行の区割りから「16増16減」となる推計もあり、地方と大都市圏

の選出議員数の差は大きくなる一方だと考えられている（日本経済新聞 [2022]）。

そして2023年4月に実施された統一地方選挙を見ると、373町村議会議員選挙の定員4,126人に対し立候補者4,563人で前回は212人下回り過去最低となった。また373町村のうち123町村で定員を超える立候補者がなく、1,250人が無投票当選（定員の30.3%）で、これは1951年（昭和26年）以降で最も高い数値である。さらに無投票当選123町村のうち20町村は候補者が定員に満たず、合計22人が欠員で、定員割れは前回から12人増加している（総務省 [2023k], 総務省 [2023l], 総務省 [2023m], 日本放送協会 [2023a]）。つまり国政に地域社会の声が届きにくくなるとともに、地域社会の約1/3の町村では議会議員を住民が選ぶこともできず、自治体選挙を通じて政策や地域が抱える課題をめぐる議論をする機会が無くなりつつある。投票率の低下傾向とあわせ、地域社会での政治参加や政策選択に必要な選挙制度が十分機能しない中、民放ローカルテレビ局など地域に根差したマスメディアには、選挙制度の十分機能しない現状を補う重要な役割と機能がより一層求められると考えられる。

これに加えて虚偽情報の防止・抑止や適正・適格なファクトチェックに基づく報道、正確・迅速な災害情報や安心安全情報の提供、身近な生活情報の継続的安定的提供、昨今一層重要度を高めている安全保障情報の継続的安定的伝達等、地域に根差して地元で取材制作するメディアがジャーナリズムの価値を大いに発揮することが、放送制度上も求められていると考えられる。

「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース取りまとめ（案）」では、「放送は、有限希少な電波を用いて不特定多数に同時に同じ情報を提供する手段として大きな社会的影響力を有しており、放送事業者は、放送法（昭和25年法律第132号）の規定に基づいて、災害情報など公共性の高い情報をあまねく伝えるとともに報道は事実を曲げないですること等の番組準則に則って、『質の担保された情報』を提供する責務を有している」と指摘し、「国民・視聴者のいないところに放送の未来はな」く、「国民・視聴者の視聴スタイルの急速な変化を明確に意識して、デジタル時代においても放送コンテンツが国民・視聴者に確実に届くために、放送全体で速やかに対応していく必要があり」、「国民・視聴者の視点に立ち、NHKと民放双方の放送コンテンツが効率的かつ効果的に届けられるようにするための『あるべき姿』の実現に向けた課題とその検討の方向性を提示」している（総務省 [2023j]）。

4.2 ローカルテレビ局にとって有効な経営の選択肢の具体的方向性

第1節で触れたように、2022年に「地上波中継局の『共同利用』の実現を可能とする放送法及び電波法の一部を改正する法律（令和5年法律第40号）が成立して」おり、「地上波中継局の共同利用について」は、全国各地の民放ローカルテレビ局の実情を汲みつつ、民放ローカルテレビ局の具体的な経営の選択肢を増やすべく、NHKと民放が具体的に協議を進める場が設けられ

ている（総務省 [2023j]，日本放送協会 [2023c]）。放送通信技術の実務に通暁した当事者同士が直接協議することにより，一層具体的に新しい放送の実現に向けた有意義な検討が行われることが大いに期待される。

議論の大前提として最も重要なことは，経営体制強化や事業運営効率化等の有効な選択肢となる施策を個社で推進するローカルテレビ局であろうが，民放ネットワーク系列単位で検討されている「マスメディア集中排除原則の見直し」と「複数の放送対象地域における放送番組の同一化」によって推進するローカルテレビ局であろうが，どちらにとっても経営基盤強化に資する施策を用意することである。そのキーコンセプトは「共通化による持続可能な放送体制の構築・維持」である。複数の放送対象地域における放送番組の同一化は，番組制作コストの負担軽減によってローカルテレビ局の経営基盤を強化する方策であるが，ローカルテレビ局の番組制作量自体がそれほど大きくないので，負担軽減効果も限定的にならざるを得ず，したがって固定費など番組制作以外のコストに着目した負担軽減策を検討・合意することがローカルテレビ局の経営基盤強化に大きな効果があると考えられる。

まず最大の関心事となると思われる費用負担については，インフラシェアリングの観点からネットワークをはじめ，施設，設備，機材，システム，アプリケーション，要員等をできるだけ共通化した整備や体制構築を行い，共通化する部分の初期投資と維持経費については，我が国の放送のプラットフォーム全体を支える共通経費として負担する制度を作ることが必要である。財政状況が極めて厳しい中，税金を投入することは非常に困難と思われる。すでにNHK・民放の協議の場で推進する共同化の施策の原資として，NHKが中期経営計画に600億円を計上していることに鑑み，この方向性を拡大充実させて，NHKが契約収納している受信料収入から，現在提示されている600億円程度にとどまらず，民放を含めた放送プラットフォームの共通経費の必要額を支弁する制度整備を行うことがもっとも実現性が高いと考えられる（日本放送協会 [2023b]）。この方向性を実現できれば，個社単位によらずに放送事業の上下分離論を議論することが可能になるものと思われる。NHKは経営計画で今後も地域放送体制を重視する方針を打ち出しており，NHKが全国都道府県に置局している放送局施設を，地上基幹放送事業者共通のリソースとして新たな視点で活用することを検討してもよいのではないか。仮にこのような認識を共有できるのであれば，「地域における一般乗合旅客自動車運送事業及び銀行業に係る基盤的なサービスの提供の維持を図るための私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の特例に関する法律」（令和2年法律第32号）に類する法制度整備を行って，放送対象地域内での地上基幹放送事業者の統合を可能にする制度設計を検討する価値があると思われる。

次に放送の送出に関する施設，設備，機材，システム等については，NHKと民放との協議の場で，NHKが用意する600億円を原資として，『共同利用型モデル』の推進（中継局，マスター

設備等)」及び「マスター設備の効率化（IP化、クラウド化等）」が具体的に検討されることとなっている。本論点において重要なのは、経営規模が小さいローカルテレビ局が導入・維持しやすいものにするることである。高価な維持費がかかるクラウドやオペレーションシステムではローカルテレビ局には負担が大きすぎる。単に外国等で使われている仕組みをそのまま導入するのではなく、検討するNHK及び民放の当事者が仕組み全体を低価格化する技術開発を行った上で、機材やシステムを調達することが必要である。また放送の堅牢な品質確保体制や障害対応の即応性、復旧作業の迅速性を低価格ですべてのローカルテレビ局に提供できるようにすることが不可欠である。特に最近のインフレと円安により、AmazonのAWSやMicrosoftのAzureをはじめとする外国の巨大クラウドへの支払額は莫大になっているとともに、安全保障環境が緊迫化する中、データ主権の観点からソブリン性が重視されるようになってきているので、調達先選定や運用体制構築においても十分考慮する必要がある（長倉 [2023]）⁽⁹⁾。維持運営費が高価で十分な技術情報が提供されない外資クラウドに我が国の放送のプラットフォームがロックされてしまう事態は、安全保障上もぜひ避けるべきである。そういう観点から、地域分散型の経済社会づくりに向けて推進されている地域に立地するデータセンターの活用等も、今後は放送のプラットフォーム構築手段の選択肢の一つとなるものと思われる（日本経済新聞 [2023b]）⁽¹⁰⁾。

続いて、地上基幹放送事業者が送出した放送が、国民・視聴者がいつでもどこでも放送波受信又はインターネット等の通信技術による放送視聴によって受容される環境の確保については、総務省の小規模中継局等のブロードバンド等による代替に関する作業チームが、今後「IPユニキャスト方式によるブロードバンド代替に関する実証事業」を福岡県等で行うこととなっており、実証結果が待たれているところである（総務省 [2023n]、総務省 [2023o]）。本論点において重要なのは、国民・視聴者やケーブルテレビ事業者等の関係者の追加負担を必要最小限にとどめるべきであること、いついかなる時にどこでも国民・視聴者が確実に放送を受容できる技術的環境を整備・維持・発展させること、そしてそのためにローカルテレビ局が負担する初期投資や維持経費・開発経費等を極力抑制することの3点である。2023年11月時点のブロードバンド等代替検討状況ではIPユニキャスト方式であり、国民・視聴者がデータ通信量を負担するとともに、ベストエフォートなので多数が同時にアクセスするような輻輳状態になるとユニキャスト方式配信では放送を享有できなくなる⁽¹¹⁾。さらにモバイル通信事業者の基地局の設置がまばらな地域や環境では、ネットワークにアクセスできないのでブロードバンドによって放送を受容することが不可能である。したがって放送と同程度のカバーエリアと受容の容易さを実現するためには、地上基幹放送事業者に現在割り当てられているUHF帯域で、放送波とインターネット等の通信技術を併用して国民・視聴者のテレビ受信機や放送視聴デバイスに同報的に送り届ける技術の検討・導入が必要となると考えられる。

総務省は地上デジタル放送で4K番組の放送が実現できる方式の検討を進めており、2023年に放送システム委員会地上デジタル放送方式高度化作業班の報告を公表している（総務省[2023p]）。これによると、高度地上デジタルテレビジョン放送の伝送路符号化方式として、①地上放送高度化方式と②階層分割多重（Layered division multiplexing, 以下LDM）方式の2つが提示されている。このうち②LDM方式は、地上基幹放送事業者が現在実施している2K放送と同一チャンネルで高度化放送を実施できるようにするもので、伝送容量の増大と圧縮率の向上により、現行の2K放送1チャンネルを放送していた6MHzの帯域で2K放送を2チャンネル放送できる。そして①地上放送高度化方式は2K放送を最大6チャンネル放送できる程度まで圧縮できる技術である。本来この検討は、地上基幹放送事業者が割り当てられた同じ周波数、同じ送信点、同じ出力で2K放送と4K放送を同時に実施するために検討されているものであるが、もし4K放送を実施せずにこの方式で2K放送だけを送信すると、現行と比較して2K放送を従来よりも大幅に小さいサイズで送信できるので、割り当てられた6MHzの帯域のかかなりの部分が空くことになる。例えばこの空いた帯域を使って、ヨーロッパやアメリカ、さらにはアジアでも実用化が進められている5Gブロードキャスト方式によって放送を送信すると、5Gブロードキャストの受信が可能なスマートフォン等で放送視聴が可能になる⁽¹²⁾。またテレビ受信機等でもRF変調するドングル等を国民・視聴者に安価に提供できれば、5Gブロードキャストを介した放送視聴が可能となると考えられる。従来のモバイル5Gやローカル5Gに割り当てられている周波数の特性では伝搬距離が短いので放送に供することは困難であるが、地上基幹放送事業者が割り当てられているUHF帯であれば現在使用中継局やサテライト局等の鉄塔配置で、放送と同じカバーエリアを確保することが可能である。これによりレイテンシも放送と同じであるとともに同時接続の制約や制限もまったくなく、レジリエンスとリダンダンシーをより一層向上させた強靱な放送のネットワークを構築することができるので、防災・災害対策や安全保障緊迫化等の重大事態が発生した場合においても、放送が国民・視聴者の生命・財産に関わる情報を同時・同報性を確保しながら正確・迅速に伝えるという使命を十分達成できるようになる。

これは地上基幹放送事業者に対して、自社の放送に限定して、割り当てられた周波数帯域において、放送受信用の電波と同時にこの放送と同一内容の5Gブロードキャストの電波を送信させることを認める電波政策上の判断が必要である。また5Gブロードキャストで送信する内容は放送そのものであるため、いわゆるインターネット配信にあらず、したがっていわゆる「蓋かぶせ」（放送の映像を覆いかぶせる措置）は不要ということ、制度設計の一環で関係省庁や権利者団体と合意することが必要である。この2点が、地上デジタル放送高度化を機に5Gブロードキャストを活用して、国民・視聴者がいつでもどこでも放送波受信又はインターネット等の通信技術による放送視聴によって受容される環境を確保できるようにするために、総務省の検討会等

での今後の審議に期待するところである。NHK 及び民放各社の地上デジタル放送用設備・機材・システム等は、今後開局した順に老朽化更新時期を迎えることとなっており、ローカルテレビ局も地上デジタル放送移行から約 20 年が経過する 2030 年頃が目安とされているので、それに間に合うように制度改革の検討が行われると、ローカルテレビ局の負担を最小限に抑制できる可能性がある。

これとあわせて技術的な可能性を検討すべきと思われるのは、民放のキー局とローカルテレビ局間や、ローカルテレビ局と中継局・サテライト局等への伝送経路の効率化である。検討会でも地上放送事業者間の鉄塔共用化や通信事業者との鉄塔共用化が議論されているが、それ以外にも今後の放送技術のイノベーションの方向性を踏まえつつ、「共通化」をキーワードとして、

- ・8K 衛星放送に割り当てた左旋チャンネルのうち未使用のチャンネルを使って、NHK 及び民放の放送をまとめて中継局・サテライト局や CATV のヘッドエンド等に向けて送信し、中継局・サテライト局・CATV から割り当てられた周波数や定められた方式で国民・視聴者向けに送信する（2024 年 1 月に発生した能登半島地震で、NHK 金沢放送局が送出する石川県域放送を、停波した中継局を使わず被災地に直接届けるため全国放送である BS 103ch でそのまま放送したことは、今後の放送制度改革の検討において重要な参照事例になると思われる）。
- ・クラウド化 IP 化した地上基幹放送事業者のマスターの放送データを、中継局・サテライト局・CATV はクラウドから直接、または地域に設置され放送データを同期しているデータセンター経由で放送データを取り出して国民・視聴者向けに送信する。
- ・近年急速に普及し始めている低軌道衛星等の通信回線を活用して、地上基幹放送事業者の放送を中継局・サテライト局・CATV に送信し、中継局・サテライト局・CATV が割り当てられた周波数や定められた方式で国民・視聴者向けに送信する。

など、既存設備やシステムの転用、新技術の応用等による放送のプラットフォームの強靱化・効率化・低価格化を、NHK 及び民放等の当事者が引き続き積極的に検討できるように、総務省の検討会等の制度改革の議論において強力に後押しすることが求められるのではないか。

5. 総 括

以上本稿では、前編のメディア経営に関する先行研究、放送法制改革の動向と地上基幹放送事業者の経営問題、放送法制におけるマスメディア集中排除原則の意義に関する整理・考察を受けて、まずローカルテレビ局の 2022 年度決算の公表データを整理し、最近の収支構造と収入の太宗を占める広告費の動向とローカルテレビ局の経営状況を分析した。そして表現の自由、知る権

利から見たメディアの地域性の意義と期待される機能・役割を確認し、今回総務省の検討会で取りまとめられた制度改革メニューとその後の検討状況に即しつつ、今後のローカルテレビ局の経営基盤強化にとって効果のある選択肢となり得る施策について、インフラシェアリングなど「共通化」という観点から考察した。

2030年頃に想定されるローカルテレビ局の地上テレビ放送設備の老朽化更新と、NHKのインターネットを通じた放送番組などの提供の必須業務化を内容とする放送法改正を契機として、地上基幹放送サービスの高度化という観点から5Gブロードキャスト等の新技術を応用し、ローカルテレビ局の経営基盤を強化しつつNHK・民放二元体制と放送対象地域内における複数民放ローカルテレビ局の置局という二重の多元性を当面の間維持・発展させる方法と、それを可能とする制度設計検討の方向性を提示した。これにより、ローカルテレビ局が「取材や編集に裏打ちされた信頼性の高い情報発信、『知る自由』の保障、『社会の基本情報』の共有や多様な価値観に対する相互理解の促進といった放送の価値」を発揮させ、民主主義社会の重要な役割を引き続き果たさせるとともに、「情報空間全体におけるインフォメーション・ヘルスの確保」に貢献させることができるのではないかと（総務省 [2022]）。つまり、NHKと民放の不均衡や民放ネットワークの減少による地域間の不均衡が生じることを避け、全国放送と地域放送のバランスを考慮しながら、国全体を対象とした情報空間と地域社会向けの情報空間が不均衡とならないような放送のインフラ整備やプラットフォーム構築を推進し、放送メディアによる言論の多元性を確保するというものである。

経営的に独立した複数のメディアによる多元的コミュニケーションを制度的に確立することが民主主義には必要であり、多種多様な民意を、地域で直接取材・制作・送出する能力がある複数の民放ローカルテレビ局とNHKが担う二元放送体制を、民主主義社会のベーシックな情報コミュニケーションのプラットフォームとして位置づけて、ローカルテレビ局の負担が小さいスキームで維持確保することが必要である。そして国民・視聴者が受容する映像マスメディアの数が変化する地域が生じる場合については、事前及び事後に、検討会等の公的機関が当該地域を対象としたパネル調査や行動経済学を応用したモデル等を用いて、多元性の変化に関する定量的・定性的な検証を実施し、検証結果の適時なフィードバックにより国民・視聴者の多元的な放送受容環境の維持や改善を行うことが望ましい。

また仮に受信料収入のさらなる減少によりNHKの経営が厳しくなり、NHKが地域での取材・制作体制や放送送出体制を縮小する事態が到来しないとも限らない。そのような事態においては、地域に根差す民放ローカルテレビ局が果たす役割はますます重要となる。今後検討される諸施策において、放送事業者の施設・設備・機材・システム等の共通化に必要な技術開発や施設等の維持・運用、機能向上の施策は、放送制度全体で受信料をいかに効果的に活用するかにかかってお

り、NHKの受信料契約収納はNHKの経営だけでなく民放ローカルテレビ局の経営にも影響を与えることとなり、我が国の放送事業全体に関わる重要な課題と言えよう。したがって地域における民放ローカルテレビ局とNHKの二元体制を維持した健全な多角的言論を確保するためには、すでに検討会等で複数の構成員からも指摘されているように、受信料の性格付けや契約収納方式、受信料の用途、NHKの業務範囲等を含め、NHKのガバナンスの確立や公共放送の将来像についての検討がより一層重要となる。NHKのインターネット活用業務の必須業務化で想定される負担金についても、金額や負担方法・負担者の範囲等は当初導入される方式で固定されるのではなく、今後の社会経済の在り方や技術開発の動向によって見直されていくと考えられる。

インターネットのプラットフォームの在り方も含め、民主主義を支える制度として位置づけられ、信頼性が極めて高く公平・公正な情報コミュニケーションを、どのような事業者によって構築・維持・発展させるかは、引き続き重要な課題である。本稿で考察した施策は、放送事業の現状を踏まえつつ我が国の民主主義社会の情報コミュニケーションが直面する課題の解決を目指す暫定的な解であり、今後適時に見直して修正し続けることが必要であることは言うまでもない。暫定的な解を積み重ねて新技術をアジャイルに放送事業に実装することで、我が国の民主主義社会を維持発展させ国民・視聴者の期待に的確に応えるため、検討会をはじめとするステークホルダーが参集した公開の場で放送の制度設計が議論されることが求められている。

検討会の今後の使命としては、プラットフォーム論にとどまらず、生成AI規律など新たな技術やサービスの出現に即して変化の方向性を先読みし大きな見取り図を描きつつ、放送に関する制度設計を継続的にアップデートして民主主義を支えるメディアの在り方を社会に提示することが必要であろう。テレビやスマートフォンといったデバイス別や、無線放送波、インターネット通信、地上波、衛星波といった経路別に分類したメディア政策から脱却し、民主主義を支える新たなメディアの姿を定義し規律を定めることが重要である。例えば、放送視聴の習慣が薄れつつある若年層だけでなく、国民・視聴者全体の公共性・信頼性の高い公平・公正な情報コミュニケーションへの安定・継続したリーチについても、単に放送番組のインターネット提供ができればよいというだけではなく、コンテンツ受容やデバイスの変化に適応した放送番組・コンテンツの制作・提供手法と広告手法のモダナイズに向けたイノベーションの推進と的確な規律の策定が必要なのは明らかである⁽¹³⁾。

またロシアのウクライナ侵攻や、ガザ地区での戦闘など安全保障環境の緊迫化はあらためてメディアの多元性の重要性とメディアが提供する情報の正確性・迅速性・同報性等の重要性を認識させる事態となっている。また災害だけでなく、国際紛争や戦争状態における放送ネットワークの強靱性確保についても関心が高まっている。分断と衝突の連鎖がより深刻な事態を引き起こし、我が国においても放送という法制度で位置づけられた情報コミュニケーションが安全保障の観点

からも重要性をさらに増すものと考えられる。そういう状況を射程に入れると、民主主義を支える国民・視聴者の知る権利に奉仕するメディアの多元性が持つ価値は、さらに重要になってくるのではないか⁽¹⁴⁾。経済安全保障の具体化が進む中、単に価格だけで機材や設備の調達先の選別を考えるだけでなく、いかなる事態においても放送を国民・視聴者に確実に伝えることができる技術を使って、ネットワークやインフラの強靱化に役立つシステムやソリューションを採用することが必須だと考えられる。

検討会の取りまとめ（第2次）は、「おわりに」で「放送が国民に最大限に普及されて、その効用をもたらすことを保障すること（放送法第1条第1号）が放送の規律の原則であることを大前提とし、視聴者・国民の利益を念頭に置いた上で、第1次取りまとめや本取りまとめの提言を踏まえ、前述のような環境変化に放送事業者が柔軟に対応可能なものとなるように、必要な放送制度が時宜を逸することなく整備されていくよう、引き続き注力したい」と記している（総務省[2023h] 30頁）。今後の検討会において、時代と技術に即した放送の新たな定義づけや、地上波放送事業者の使命達成に必要な制度改革の審議への大きな期待を記し本稿を擲筆する。

[文責：第1・4・5節 辻(俊)，第2節 辻(智)，第3節 渡辺]

《注》

- (1) 在京キー局とローカルテレビ局について、主に各社の売上高、経常利益、テレビ放送事業収入、その他事業収入、販売費及び一般管理費などを取り上げた。また、準キー局とローカルテレビ局について、決算状況が十分に把握できない場合は営業利益、営業外収益なども加えた。
- (2) 各国の放送行政については、研究が複数なされている。最近のものとして、フランス法に関しては井上禎男 [2022]、主にドイツ法に関しては鈴木秀美 [2017] を参照。
- (3) なお、本件最高裁判決の意義については、芦部・高橋 [2023] 203頁、高橋和之 [2020] 226頁を参照。
- (4) 公安及び善良な風俗を害しないこと、政治的に公平であること、報道は事実をまげないですること、意見の対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすることという準則に従うこと、教養・教育・報道・娯楽の番組相互の間の調和を保つべきこと、である。
- (5) なお、ここでは、新聞と放送とが資本的・人的に分離していることが前提となるとされている。
- (6) マスメディア集中排除原則における「地域性」の理解については、電波法4条で定める無線局の免許を受けるには、同法(旧)7条2項4号に定められている「放送局開設の根本的基準」((旧)昭和25年電波監理委員会規則21号)に合致することが必要であるが、この根本的基準の9条9項で「開設しようとする放送局の主たる出資者、役員及び審議機関の委員はできるだけその放送に係る放送対象地域に住所を有する者でなければならない。」と規定されていて、これが地域密着性の要請の表れであると理解されている(舟田 [2011] 227頁)。
- (7) なお、民間放送の「地域性」について、堀木卓也はより具体的に「地域住民の要望に応え、地域社会の要望を充足することが民間放送の本分であり、そのことが民間放送の地域性の発揮につながると

解釈できる。地域の政治や経済で隠れた事実を掘り起こし、放送を通じて広く知らせるという取材・報道活動は、ローカル局に期待される随一の役割である。放送法1条に記された『民主主義の発達に資する』との目的に照らせば、地域住民に判断材料を提供し解決に向かう議論を促すことで、国民の知る権利に応え、地域における民主主義の実現に寄与する存在だと言えるだろう」と解説している（堀木 [2019] 50頁）。

- (8) 総務省「放送を巡る現状」によると（総務省 [2021] 7頁）、コロナ禍直前の2019年度におけるキー局5社の1社あたりの売上高平均は2,222億円、営業損益平均は118億円であるのに対し、ローカルテレビ局1社あたりの売上高平均は60億円、営業損益平均は3億円となっており、個社で見ると経営規模や体力に圧倒的な差があり、コロナ禍後はさらに差が拡大するものと考えられる。
- (9) AmazonのAWS、MicrosoftのAzure等の外資の大手IT企業が提供するクラウドサービスをめぐり、これらの大手IT企業が自社のクラウドから他社のクラウドへの切り替えを意図的に困難にしておき競争法上の問題があるのではないかとし、イギリスの政府機関Ofcom（放送通信庁）がCMA（競争・市場庁）に調査を要請したことが報じられている。Ofcomは、高額なデータ通信料、相互運用性の制限、確約利用割引に問題があるとしている。Ofcomが指摘している項目以外にも、IT大手企業のクラウドをユーザー企業が使用する場合に、IT大手企業が提供するクラウド用のアプリケーションを使ってサービスを構築することが多いので、大手IT企業への技術的な依存度の高さもクラウドの移行を妨げる要因となる。価格や契約条件と合わせて、特定の大手IT企業にロックインされた状態に陥る懸念がある（Competition Policy International [2023], GOV.UK [2023]）。
- (10) 近年のデータセンター建設にあたっては、再生可能エネルギーによる電源確保や省電力化設計などが積極的に取り込まれるようになっており、大量の電力を消費している放送事業の脱炭素化施策としても意義があると思われる。また今後放送のIP化やクラウド化を推進するのであれば、地域に分散設置されたデータセンターのGPUによるエッジコンピューティング技術を放送データの同期・共有・分散処理に活用できる可能性がある。
- (11) アメリカのFCC（連邦通信委員会）は、国家安全保障の観点から、2015年に撤廃されたネットワーク中立性に関する規制（Title II規制）を再導入することを検討していると報じられている（Fruits [2023]）。
- (12) 欧州の主要な放送局であるFrance Télévisions（フランス）、RAI（イタリア）、SWR（ドイツ）、BR（ドイツ）、NPO（オランダ）、RTÉ（アイルランド）、ORF/ORS（オーストリア）は、欧州における5Gブロードキャストの実用化検証に関する協力覚書（MoU）に署名した。これらの放送局は、放送サービスの新たな定義とビジネスモデルの検証で協力し、UEFAチャンピオンズリーグと2024年パリ夏季オリンピック等で、共同開発した多数の5Gブロードキャストのアプリケーションと商用ユースケースを公表して、今後数年以内に新しい伝送規格を採用して展開する可能性を正確に評価することを目指している。欧州では470MHz～694MHzのUHF周波数帯で、従来の放送サービスと併存させながら5Gブロードキャストを行うことが想定されている（Dziadul [2023a]）。

またエストニアのLevira（ラジオ及びテレビの地上ネットワークを運営）は、ドイツのRohde & Schwarz社の技術を活用して、CREVEX 2023として知られる危機訓練の一環で、5GブロードキャストをSMS警報、テレビ、FM、及びDAB+ラジオと組み合わせて、国内で初めて緊急警報と重要な情報を一般の人々にスマートフォンを含めて伝達し、公共の安全情報の同報送信に5Gブロードキャストの機能が活用できることが実証できたとしている。チェコの国営送信会社であるCRAは、2021年以降ブラハのZizkovとStrahovの送信機を使用して送信テストを実施している（Rohde & Schwarz [2023], Dziadul [2023b]）。

そしてアメリカでは、ニューハンプシャー州に本拠を置くLPTVグループが5Gブロードキャスト技術のフィジビリティを実証する取り組みの一環として、業界で初めて実験的な5Gブロードキャ

- ストの STA（周波数時限免許）の申請を FCC（連邦通信委員会）に提出した（Butts [2023]）。
- (13) Common Sense Media とミシガン大学の C.S. Mott Children's Hospital の調査によると、Android スマホを使用する若年層の調査で、1日平均4時間半スマートフォンを使用していて、1日平均51回スマートフォンを手に取り、通知を1日に4500回、TikTok 視聴は1日2時間になると報告されている。単に放送をインターネットで接触できるようにするだけでは、このようなコンテンツの受容の仕方やデバイスの使い方の変化に的確に対応することはできない（Radesky et al. [2023], Hurler [2023]）。
- (14) 2023年9月、欧州委員会は欧州メディア自由法案（EMFA）を提案し、「メディア多様性テスト」の導入により、欧州連合におけるメディアの独立性と多元主義の保護を打ち出している。欧州ではメディア所有の集中が増加しており、メディア統合の影響を評価するために「メディア多様性テスト」を導入するというものである。このテストは、メディアの多様性、独立性、持続可能性の基準を評価し、経済主体に法的な確実性をもたらす、加盟国全体で均等な競争環境を促進するとしている（Ibourki and Dempsey [2023]）。

参考資料

- 浅妻章如 [2018] 「NHK 受信料訴訟大法廷判決の検討 — 租税法の観点から」『ジュリスト』1519号、有斐閣、45-50頁。
- 芦部信喜・高橋和之 [2023] 『補訂 憲法』（第8版）、岩波書店。
- 荒井透雅 [2010] 「通信と放送の法体系の見直し～放送法等の一部を改正する法律案～」参議院事務局企画調整室編『立法と調査』（通号304）2010年5月、3-16頁。
- 五十嵐宙 [2022] 「社会権としての知る権利と公共放送の財政基盤」青山学院大学法学会『青山法学論集』第63巻第4号、187-226頁。
- 井上禎男 [2017] 『放送行政の課題：日仏比較法研究』信山社。
- 大石眞 [2021] 『憲法概論Ⅱ』有斐閣。
- 大久保直樹 [2022] 「デジタル情報空間における放送の多元性・多様性・地域性」『ジュリスト』1574号、有斐閣、20-25頁。
- 河島伸子 [2022] 「第11章 民放テレビ局の今後：広告研究の成果からの再検討」民放連研究所客員研究会編『デジタル変革時代の放送メディア』勁草書房、277-303頁。
- 木村幹夫 [2022] 「第12章 日本におけるテレビ広告費とインターネット広告費の関係：マクロレベルでの競合構造を中心に」民放連研究所客員研究会編『デジタル変革時代の放送メディア』勁草書房、305-318頁。
- 工藤達朗 [2018] 「報道の自由と公正な裁判 — 博多駅事件」『別冊ジュリスト241号 メディア判例百選』（第2版）、有斐閣、200-201頁。
- 佐藤幸治 [2020] 『日本国憲法論』（第2版）、成文堂。
- 塩野宏 [1989] 『放送法制の課題』有斐閣。
- 宍戸常寿・音好宏・鈴木秀美・山本和彦 [2018] 「〈座談会〉NHK 受信料訴訟大法廷判決を受けて」『ジュリスト』1519号、有斐閣、14-31頁。
- 鈴木秀美 [2016] 「放送事業者の表現の自由と視聴者の知る権利 — 番組編集準則を読みとく」『法学セミナー』第61巻第7号、日本評論社、24-28頁。
- 鈴木秀美 [2017] 『放送の自由』（増補第2版）、信山社。
- 鈴木秀美・山田健太編著 [2017] 『放送制度概論 — 新・放送法を読みとく』商事法務。
- 鈴木秀美・山田健太編著 [2019] 『よくわかるメディア法』（第2版）、ミネルヴァ書房。

- 曾我部真裕・林秀弥・栗田昌裕 [2019]『情報法概説』（第2版），弘文堂。
- 曾我部真裕 [2011]「マスメディア集中排除原則の議論のあり方」『法律時報』第83号2号，日本評論社，93-96頁。
- 曾我部真裕 [2018]「受信料制度の合憲性」『別冊ジュリスト241号 メディア判例百選』（第2版），有斐閣，200-201頁。
- 高橋和之 [2020]『立憲主義と日本国憲法』（第5版），有斐閣。
- 辻智佐子・辻俊一・渡辺昇一 [2023]「デジタル時代における映像マスメディアの経営環境変化と制度改革に関する一考察（前編）」城西大学経営学部『城西大学経営紀要』第19巻，2023年3月，1-34頁。
- 辻智佐子・辻俊一・渡辺昇一 [2021]「情報化社会における中間組織と公共性，そして制度に関する覚え書き：2020年コロナ禍に直面した社会を考える」城西大学経営学部『城西大学経営紀要』第17巻，2021年3月，87-123頁。
- デジタル時代における放送制度の在り方に関する研究会 [2023]「放送の将来像と制度の在り方に関するこれまでの議論について」令和5年7月5日，総務省。
- 電波時報 [1957]「電波時事・テレビジョン放送局の全国的予備免許について」郵政省電波監理局『電波時報』12月号，57-67頁。
- 富上智子 [2018]「NHK 受信料訴訟大法廷判決の解説」『ジュリスト』1519号，有斐閣，32-38頁。
- 西田有希子 [2021]「わが国テレビ放送産業におけるデジタル化の影響：産業構造と生産性分析による検討」文化経済学会『文化経済学』第18巻1号，2021年3月，36-47頁。
- 日本民間放送連盟編 [2022]『日本民間放送年鑑2022』コーケン出版。
- 日本民間放送連盟編 [2001]『民間放送50年史』日本民間放送連盟。
- 日本民間放送連盟編 [1961]『民間放送十年史』日本民間放送連盟。
- 博報堂DYメディアパートナーズ編 [2020]『メディアガイド2020』宣伝会議。
- 長谷部恭男 [2022]『憲法』（第8版），新世社。
- 長谷部恭男 [2022]「デジタル情報空間における放送と放送法制」『ジュリスト』1574号，有斐閣，14-19頁。
- 福田直記 [2013]「マスメディア集中排除原則の源」早稲田大学先端社会科学研究所『ソシオサイエンス』Vol.19，2013年3月，158-173頁。
- 舟田正之 [2011]『放送制度と競争秩序』有斐閣。
- ベンジャミン・ホー，庭田よう子訳 [2023]『信頼の経済学——人類の繁栄を支えるメカニズム』慶應義塾大学出版会（Benjamin Ho, *Why Trust Matters: An Economist's Guide to the Ties That Bind Us*, Columbia University Press, 2021）。
- 放送法制研究会編著 [2020]『放送法逐条解説』情報通信振興会。
- 堀木卓也 [2019]「民間放送の地域性」『法学セミナー』第64巻1号，日本評論社，50-51頁。
- 三野裕之 [2023]「日本における情報通信政策の転機に関する一考察——1957年のテレビ大量予備免許を中心に——」尚美学園大学総合政策学部『尚美学園大学総合政策研究紀要』第39号，75-84頁。
- 民放連研究所客員研究員会編 [2022]『デジタル変革時代の放送メディア』勁草書房。
- 村上聖一 [2013]「放送・通信融合の中で地域放送をどう位置づけるか——放送の地域性維持に向けた制度の機能」NHK放送文化研究所『放送メディア研究』10号，241頁。
- 郵政省編 [1961]『統通信事業史(六) 電波』前島会。
- 横山美夏 [2018]「NHK 放送受信契約の締結をめぐる諸問題」『ジュリスト』1519号，有斐閣，39-44頁。
- 臨時放送関係法制調査会編 [1964]『臨時放送関係法制調査会答申書 資料編』電波振興会，57-68頁。

URL

- e-Gov 法令検索 [2023] 「地域における一般乗合旅客自動車運送事業及び銀行業に係る基盤的なサービスの提供の維持を図るための私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の特例に関する法律」(令和2年法律第32号)
(<https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=502AC0000000032>)。
- Gigazine [2023] 「Amazon の AWS と Microsoft の Azure が『クラウド間の切り替えをわざと困難にしている』という訴えでイギリスの政府機関から独禁法違反の調査を受けていることが発覚」2023年10月6日
(<https://gigazine.net/news/20231006-aws-azure-cloud-investigation/>)。
- 国土交通省 [2023] 「第三次国土形成計画(全国計画)」(令和5年7月28日閣議決定)
(https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudokeikaku_fr3_000003.html)。
- 境治「放送収入の減少続く『キー局と地方局の深い溝：配信広告やIPビジネスで描く新たな成長モデル』」
「東洋経済 online」2023年2月16日
(<https://toyokeizai.net/articles/-/652494>)。
- 時事通信 [2023] 「NHK ネット配信、必須業務に＝法改正、総務省に要請―自民提言案」2023年8月23日
(<https://sp.m.jiji.com/article/show/3027763>)。
- 六戸常寿「デジタル時代における放送制度の課題について」2021年12月15日
(https://www.soumu.go.jp/main_content/000782856.pdf)。
- 自由民主党 [2023] 「次代の公共放送の役割とは？～情報通信戦略調査会が提言申し入れ～」2023年9月8日
(<https://www.jimin.jp/news/information/206601.html>)。
- 総務省 [1988] 「基幹放送普及計画」昭和63年10月1日 郵政省告示第660号(令和4年11月2日施行)
(<https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/content/001621775.pdf>)。
- 総務省 [2011] 「基幹放送の業務に係る表現の自由享有基準に関する省令」平成23年6月29日、総務省令第82号
(https://www.tele.soumu.go.jp/horei/reiki_honbun/a72ab20991.html)。
- 総務省 [2021] 「放送を巡る現状」
(https://www.soumu.go.jp/main_content/000777188.pdf)。
- 総務省 [2022] 「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ」2022年(令和4年)8月5日公表
(https://www.soumu.go.jp/main_content/000831138.pdf)。
- 総務省 [2023a] 「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース取りまとめ(案)」2023年(令和5年)8月25日
(https://www.soumu.go.jp/main_content/000897257.pdf)。
- 総務省 [2023b] 「公共放送ワーキンググループ取りまとめ(案)」2023年(令和5年)8月29日
(https://www.soumu.go.jp/main_content/000899290.pdf)。
- 総務省 [2023c] 「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ(第2次)[案]」2023年(令和5年)8月31日
(https://www.soumu.go.jp/main_content/000898674.pdf)。
- 総務省 [2023d] 「参考資料」
(https://www.soumu.go.jp/main_content/000898673.pdf)。
- 総務省 [2023e] 「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ(第2次)(案)」

についての意見募集」令和5年9月6日

(https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01ryutsu07_02000267.html)。

総務省 [2023f] 『『デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ（第2次）（案）』に対する意見募集の結果』

(https://www.soumu.go.jp/main_content/000906427.pdf)。

総務省 [2023g] 『『デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ（第2次）（案）』に対する意見募集の結果～概要～』2023年（令和5年）10月12日

(https://www.soumu.go.jp/main_content/000906426.pdf)。

総務省 [2023h] 「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ（第2次）〔案〕」2023年（令和5年）10月12日

(https://www.soumu.go.jp/main_content/000906428.pdf)。

総務省 [2023i] 「公共放送ワーキンググループにおけるこれまでの検討結果及び今後の検討項目（案）」令和5年10月19日

(https://www.soumu.go.jp/main_content/000907570.pdf)。

総務省 [2023j] 「放送業界に係るプラットフォームの在り方に関するタスクフォース取りまとめ」2023年（令和5年）10月18日

(https://www.soumu.go.jp/main_content/000907573.pdf)。

総務省 [2023k] 「道府県議会議員選挙及び指定都市議会議員選挙 無投票の状況」

(https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.soumu.go.jp%2Fmain_content%2F000874422.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK)。

総務省 [2023l] 「市長選挙及び特別区長選挙 無投票の状況」

(https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.soumu.go.jp%2Fmain_content%2F000876502.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK)。

総務省 [2023m] 「町村議会議員選挙及び町村長選挙 無投票の状況」

(https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.soumu.go.jp%2Fmain_content%2F000877836.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK)。

総務省 [2023n] 「IPユニキャスト方式によるブロードバンド代替に関する実証事業 実施計画（案）～基礎的調査関係～」2023年11月2日

(https://www.soumu.go.jp/main_content/000909637.pdf)。

総務省 [2023o] 「IPユニキャスト方式によるブロードバンド代替に関する実証事業 実施計画（案）～ワールド調査関係～」2023年11月2日

(https://www.soumu.go.jp/main_content/000909760.pdf)。

総務省 [2023p] 「地上デジタル放送方式高度化作業班 報告 概要」令和5年4月28日

(https://www.soumu.go.jp/main_content/000879769.pdf)。

電通調査レポート「日本の広告」2013年～2022年

(https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/index.html)。

長倉克枝 [2023] 「自治体システム標準化、ガバクラ移行で運用コスト2～4倍に悲鳴『議会に通らない』」『日経BP日経クロステック』2023年10月16日

(<https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/00001/08519/>)。

日本経済新聞 [2022] 「衆院の小選挙区『10増10減』、1票の格差是正」2022年12月5日

(<https://www.nikkei.com/knowledgebank/visual/detail.aspx?value=314&page=1#list>)。

日本経済新聞 [2023a] 「NHK ネット業務『理解増進情報は廃止を』 自民提言」2023年8月23日

(<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUA238060T20C23A800000/>)。

- 日本経済新聞 [2023b] 「データセンター、電力豊富な北海道と九州に 半額補助」2023年5月28日
(<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUA26D8D0W3A520C2000000/>)。
- 日本放送協会 [2022] 「『10増10減』法案成立へ 影響と課題は」2022年11月11日
(<https://www.nhk.or.jp/kaisetsu-blog/100/476198.html>)。
- 日本放送協会 [2023a] 「統一地方選挙 町村議選 約3割が無投票当選 20の町村で定員割れ」2023年4月21日
(<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20230419/k10014042601000.html>)。
- 日本放送協会 [2023b] 「自民 情報通信戦略調査会 NHKのインターネット業務めぐり提言」2023年8月23日
(<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20230823/k10014171981000.html>)。
- 日本放送協会 [2023c] 「NHK 経営計画 2024-2026年度(案)」
(<https://www.nhk.or.jp/info/otherpress/pdf/2023/20231011.pdf>)。
- Butts, Tom [2023] 'LPTV Group Applies for Experimental 5G Broadcasts,' TV Tech, June 14, 2023
(<https://www.tvtechnology.com/news/lptv-group-applies-for-experimental-5g-broadcasts>).
- Competition Policy International [2023] 'Ofcom Calls For Probe of Amazon & Microsoft's UK Cloud Dominance,' October 3, 2023
(https://www.pymnts.com/cpi_posts/ofcom-pushes-for-antitrust-probe-into-amazon-and-micro-softs-uk-cloud-dominance/).
- Dziadul, Chris [2023a] 'European broadcasters ink 5G Broadcast MoU,' July 7, 2023
(<https://www.broadbandtvnews.com/2023/07/07/european-broadcasters-ink-5g-broadcast-mou/>).
- Dziadul, Chris [2023b] '5G Broadcast progress in CEE' Broadband TV News,' October 5, 2023
(<https://www.broadbandtvnews.com/2023/10/05/chris-dziadul-reports-5g-broadcast-progress-in-cee/>).
- Fruits, Eric [2023] 'Net Neutrality Is Dead, Long Live National Security,' Truth on the Market, October 05, 2023
(<https://truthonthemarket.com/2023/10/05/net-neutrality-is-dead-long-live-national-security/>).
- GOV.UK [2023] 'CMA launches market investigation into cloud services,' October 5, 2023
(<https://www.gov.uk/government/news/cma-launches-market-investigation-into-cloud-services>).
- Hurler, Kevin [2023] 'Kids These Days Get 4,500 Notifications a Day and Hate Facebook, New Study Says,' Gizmodo, September 29, 2023
(<https://gizmodo.com/gen-z-get-4-500-notifications-hate-facebook-love-tiktok-1850887686>).
- Ibourki, Karim and Dempsey, Mark [2023] "Media pluralism test" in European Media Freedom Act must achieve what it is set out to do,' EURACTIV MEDIA NETWORK BV., 2023年11月8日
(<https://www.euractiv.com/section/media/opinion/media-pluralism-test-in-european-media-freedom-act-must-achieve-what-it-is-set-out-to-do/>).
- Ofcom [2023] 'Cloud services market study Final report,' October 5, 2023
(https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0027/269127/Cloud-services-market-study-final-report.pdf).
- Radesky, Jenny S., Weeks, Heidi M., Schaller, Alexandria, Robb, Michael B., Mann, Supreet, and Lenhart, Amanda [2023] 'Constant Companion: A Week in the Life of a Young Person's Smartphone Use,'
(https://www.common sense media.org/sites/default/files/research/report/2023-cs-smartphone-research-report_final-for-web.pdf).

Rohde & Schwarz [2023] 「5G ブロードキャスト／マルチキャスト」

(https://www.rohde-schwarz.com/jp/solutions/broadcast-and-media/content-distribution/5g-broadcast/5g-broadcast_250909.html)。

A Study of Business Environment Change and Broadcasting Institutional Reform of Visual Mass Media in the Digital Age (Part 2)

Chisako Tsuji,
Shunichi Tsuji,
Shoichi Watanabe

Abstract

Based on the discussion in the first section of this paper, we discuss the requirements and institutional design that will enable the implementation of the various measures proposed by the Ministry of Internal Affairs and Communications (MIC) in its study of broadcasting system reform, such as simultaneous broadcasts and missed broadcasts, to improve the management base of local TV stations, which are experiencing challenging business conditions.

First, we compare trends in advertising revenues, an important source of operating revenue for local TV stations, with the business conditions of individual companies and examine their ability to respond to future reforms. Next, we summarize the role that broadcasting should play in the community and discuss the need to achieve the objectives of the broadcasting system by helping solve various problems faced by the community.

In line with the MIC study on system reform, we propose the following measures as effective options for strengthening the management base of local TV stations: (1) promoting infrastructure sharing and improving facilities, equipment, systems, applications, personnel, etc.; (2) using subscription revenue to develop, operate, and improve common areas; and (3) applying new technologies, such as 5G broadcast, to build a robust network that can accurately, quickly, and reliably transmit broadcasting services in a manner that minimizes additional burden on the public and viewers.

Keywords: Keywords: Broadcasting institution, Infrastructure sharing, Broadband alternative, NHK, Local TV stations