

新たな電波の活用ビジョンに関する検討チーム（第3回会合） 議事要旨

1 日時

平成22年1月22日（金） 10時00分～11時30分

2 場所

総務省8階 第1特別会議室

3 出席者（敬称略）

（構成員：50音順、敬称略）

伊東晋、木村太郎、後藤幹雄、土居範久、東倉洋一、藤原洋、三友仁志、村上輝康

（総務省）

内藤総務副大臣、桜井総合通信基盤局長、吉田電波部長、山田総合通信基盤局総務課長、渡辺電波政策課長

（事務局）

電波政策課

4 配布資料

資料3-1 木村構成員資料

資料3-2 電波利用状況の実地調査について

資料3-3 ホワイトスペースの活用方策等に関する提案募集の結果について（速報）

参考資料1 新たな電波の活用ビジョンに関する検討チーム（第2回）議事要旨（案）

5 議事概要

(1) 開会

(2) 構成員によるプレゼンテーション

- 木村構成員からは、地域メディアとしてのコミュニティ放送が地域活性化に果たす役割について、自身が代表取締役を務める逗子・葉山コミュニティ放送の事例を挙げながらプレゼンテーションが行われた。
- 上記プレゼンテーションに対して、主な質疑は以下のとおり。

- ・ コミュニティ放送は、非常に魅力的な地域作りを加速させ、人口増加など経済発展の種を育てる効果を持ち、地域雇用の創出につながると分かった。また、この事例は、ホワイトスペースの活用には地域に密着した放送型のサービスが適していることを実証している。著作権問題については同感で、ホワイトスペースの活用にあたっては整理してもらいたい課題だと思う。

インターネット放送は現在35局が放送中とあったが、スマートフォンへの対応を考えているコミュニティ局はあるか。また、スマートフォンなど携帯メディアへの期待や経営への貢献について教えて欲しい。

- ・ ラジオの利用が減少する中、普及が進んでいる携帯電話はコミュニティ放送の

受信機として重要なツールとなるのでどんどん使っていきたいと思う。コンテンツも出口を広げていくという意味で放送局の経営にとっても重要である。

また、コミュニティ放送局の経営には、音だけでなくコンテンツをブランド化していくなど付加価値をつけていくことが重要である。

著作権関係については、コミュニティ放送局がインターネット放送に参加する場合、著作権料を地上波とほぼ同額払うことになっており、運営の負担となっている。

- ・ コミュニティ放送の普及に向けて政策的な要望はあるか。また、湘南ビーチ FM の放送開始以降の葉山の環境変化によって、経年での放送内容に変化はあるのか。

コミュニティ放送を行う上での著作権処理の問題については、制度的な整備を待つのではなく、現行制度下で他の方法を考える必要もあろうかと考える。

- ・ コミュニティ局の開局希望者は多いが、電波がひっ迫しているため開局に至らない状況である。ぜひ VHF のローバンドの一部をコミュニティ放送に開放して頂ければと考えている。

また、放送の内容に関しては、人口増など地域における環境変化は当然意識しており、地域のブランド化を念頭に毎年磨きをかけている。

- ・ 災害時の情報の受信機として、携帯電話での利用を可能にする必要があることから、コミュニティ放送は、インターネットとの融合が必須であると考ええる。
- ・ 災害時には、放送の利点をいかし、下りは電波を利用することも重要であると考ええる。

- ・ コミュニティ放送は、普段思っている以上に放送が文化を広める活動をしていると感じた。

一方、コミュニティ局では、文化をプロデュースする視点から、放送収入と放送外収入のバランスはどのような状態がベストか。また、インターネット放送を行う場合、通常の放送とインターネット放送の双方で著作権料を払う必要があるのか。さらに、カレッジ FM の課題はあるのか。

- ・ まず、収益においては、コミュニティ放送局の営業基盤は弱いため、放送局は放送収入だけでは成り立たない。おそらく各局とも放送外収入の割合が多いのではないかと考える。地域と関わりながら運営することが重要である。文化の芽があれば地域メディアの努力で新しい地域文化が育ち、地域活性化につながると考える。

インターネット放送の著作権料については、まず、放送売上に対する一定の割合を地上波の著作権料として払っており、これに加え、インターネットを利用しているという観点からほぼ同額を著作権団体に払っている。

また、カレッジ FM は、進学率の増加やユニバーサル教育での利用等により、今後、非常に大きな情報発信の場になると考えている。また、多くの大学は、オーディオビジュアルの施設を持っているため、コミュニティ放送に活用できる。無線局免許など、実際の運営に関しては委託放送などの事業の形があればよいのではないかと考える。

- ・ ビジネスを成り立たせる観点から、コミュニティ放送同士が一つになり、ナショナルブランドの広告を取り込むことは難しいのか。
- ・ そのような事例もあるが、主に地域向け放送を行うことが優先される。コミュニティ放送がネットワークを組むことは、その地域の特色あるコンテンツを伝える役割を考えると全国ネットには向かないのではないかと考える。
- ・ デジタルデバインド地域でのコミュニティ作りの観点から、何点か質問をさせて頂きたい。まず、コミュニティ放送の開設と維持継続のモチベーションは何か。次に失敗した事例はあるか。最後に、行政が主体的にコミュニティ放送を始めるケースはあるか。
- ・ まず開設については、災害時に自前のメディアの必要性を感じた行政や住民が望むケース、地域の JC（日本青年会議所）が中心となり放送を作ろうという気運が高まるケース、隣の町が所持しているため同調するケース、映画がきっかけとなり開設するケースなど理由は各局それぞれである。
また、失敗した事例については、経営が立ち行かなくなり何件か免許を返上した事例は存在する。
- ・ コミュニティ放送により、一見すると地域が持っている資産や文化的資産が無さそうな所からでもコンテンツを掘り起こすことは可能か。
- ・ 葉山の場合も最初は何もなかった。メディアがあれば宣伝し続けることにより地域をブランド化することが可能である。
- ・ 湘南 FM に木村構成員がいるように、ホワイトスペースの活用を考える上で、プロデューサーの確保が重要であると考えます。またホワイトスペースを活用する事業について、事業可能性を押さえることが必要であると考えます。また、ホワイトスペースの活用策を考える上で、地域の活性化を図る尺度・指標を整理することも面白いのではないかと感じた。さらに、“ブランド化”という観点も重要と感じました。
- ・ コミュニティ放送を運営する上で、プロデューサーは必要である。成功した例では、その地域に放送事業の OB が参加している場合が多い。

(3) 電波利用の実地調査

- 伊東構成員より、資料 3-2 に基づき、電波利用の実地調査の方向性について説明が行われ、了承された。具体的には、国内のいくつかの都市・地域における電波の利用実態について実地調査（測定）を行い、ホワイトスペースの利用可能性について分析を行う。1月から実地調査を開始し、2～3月に測定結果をとりまとめ、分析を行い、本検討チームに報告を行う予定である。

(4) 提案募集結果の速報

- 事務局より、資料 3-3 に基づき、平成 21 年 12 月 11 日から平成 22 年 1 月 12 日にかけて実施されたホワイトスペースの活用方策等に関する提案募集の結果（速報）について、報告が行われた。ホワイトスペースの利用モデルについては、53 者から 102 件の提案がなされた。
主な質疑は以下のとおり。

- ・ 資料の P.2 に通信放送融合型が記載されているが通信と放送の併用ではないか。
- ・ 自治体によるホワイトスペースの活用を考える必要があり、この他にも自治体の取組はないのか。

6 今後のスケジュール

- 第4回会合は、2月15日（月）10:00から開催する。

以 上