

**放送を巡る諸課題に関する検討会**  
**放送サービスの未来像を見据えた周波数有効活用に関する検討分科会**  
**(第2回) 議事要旨**

1. 日時

平成30年2月20日(火) 10時00分～11時30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、岩浪構成員、奥構成員、北構成員、曾我部構成員、中村(秀)構成員、新美構成員、三膳構成員

(2) プレゼンター

(株)三菱総合研究所 高橋チーフコンサルタント

日本民間放送連盟 木村専務理事

日本民間放送連盟 木村研究所長

内閣府規制改革推進室 西川参事官

(3) オブザーバ

(一社)衛星放送協会、(一社)日本ケーブルテレビ連盟、(一社)日本民間放送連盟、日本放送協会、日本テレビ放送網(株)、(株)テレビ朝日、(株)TBSテレビ、(株)テレビ東京、(株)フジテレビジョン

(4) 総務省

鈴木総務審議官、山田情報流通行政局長、鈴木情報流通行政局総務課長、湯本同局放送政策課長、坂中同局放送技術課長、三田同局地上放送課長、井幡同局衛星・地域放送課長、豊嶋同局情報通信作品振興課長

4. 議事要旨

(1) 開会

(2) 有識者等からのヒアリング

- ・ 奥構成員から、「視聴者から見たメディアとしての放送」について、【資料2-1】に沿って説明があった。
- ・ 三菱総合研究所の高橋チーフコンサルタントから、「諸外国等における放送の位置づけ」について、【資料2-2】に沿って、説明があった。
- ・ 日本民間放送連盟の木村専務理事及び日本民間放送連盟の木村研究所長から、「信頼されるメディアとしての民間放送」について、【資料2-3】に沿って、説明があった。

- ・ 三菱総合研究所の高橋チーフコンサルタントから、「インターネット・トラヒックの現状」について、【資料 2-4】に沿って、説明があった。
- ・ 内閣府規制改革推進室の西川参事官から、「規制改革推進会議における検討状況」について、以下のとおり説明があった。

【内閣府規制改革推進室（西川参事官）】

規制改革推進会議第2次中間答申（平成29年11月29日）において、放送用の周波数帯域について、4K8Kの導入や通信・放送融合が進展する中、帯域のさらなる有効利用を検討する必要があるという問題意識から、放送事業の未来像を見据えて検討を行うべきという提言が盛り込まれたところ。

これを受けて、規制改革推進会議では、5月頃に取りまとめる予定の第3次答申に向けて、投資等ワーキンググループにおいて、放送の未来像などについて、有識者からのヒアリングを開始。具体的には、2月7日に慶応義塾大学大学院の中村伊知哉教授と菊池特任教授、(株)インフォシティの岩浪剛太代表取締役から、2月19日に上智大学の音好宏教授から、放送の未来像を踏まえた放送産業の在り方についてヒアリングを実施した。当方の理解では、有識者の皆様は、コンテンツの価値を高めることにより、コンテンツ産業の活性化を行うことは非常に重要であり、放送産業が果たすべき役割は大きいというご認識の模様。ヒアリングでは、放送産業が抱えるビジネス面、技術面、制度面の課題と解決策についてヒントをいただくことができた。

現時点では、具体的な規制改革事項の方向性は定まっていないが、今後、投資等ワーキンググループにおいて、有識者や業界関係者の意見を聞きつつ検討を深めたいと考えている。

検討の視点としては、一つ目として、今後、我が国のコンテンツ産業は国際競争力の強化が必要であり、コンテンツ制作において重要な位置づけにある放送産業について、どのような規制改革が必要なのか。二つ目として、総理の先日の国会質疑でもあったとおり、通信と放送の垣根は低くなってきており、今後、通信分野の技術革新によって大容量で高速の情報伝送が可能となることが想定される。インターネット放送であれ、既存の電波を使った放送であれ、受け手の側からすると、違いがなくなっている状況である。これを受けて、通信・放送の規制のあり方をどのように考えていくべきか。また、これら以外の様々な点を考慮しつつ、コンテンツ産業の発展に向けて、バランスのいい議論をしていきたいと考えている。

今後、この分科会の議論を踏まえつつ、かつ、連携しながら、より適切な内容の答申となるようにしていきたい。

(3) 意見交換

- ・ 各構成員等から以下の通り発言があった。

【三膳構成員】

「諸外国等における放送の位置づけ」【資料 2-2】 p12 について、NHKテレビ、民放テレビ、ラジオの信頼度は昨年より増加し、インターネットの信頼度は大きく低下と記載されているが、出展の資料（新聞通信調査会「メディアに関する全国世論調査」）では、テレビ・ラジオは微増、インターネットは低下となっており、表現が変わっているのは、どうしてか。インターネットについて、この減少傾向で、大きく低下というのは、言い過ぎではないか。

また、「インターネット・トラヒックの現状」【資料 2-4】では、通信のピークトラフィック

と平均トラフィックの差が開きつつあると表現しているが、p8を見ると、ピークと平均のトラフィックの伸び方は比較的収まりつつあるように見えるので、過剰な表現なのではないか。どちらかというと、上りと下りのトラフィックの差が開く方が設備投資にとって重要であり、ピークトラフィックと平均トラフィックの差について、どのような意図で説明したものなのか。

また、p11では、映像トラフィックは確かに増加しているが、コンシューマートラフィックの動画は、テレビ視聴以外にもWebカメラ等のIoT系の機器も含まれているのではないかと。全世界的な統計と日本の統計は、若干違っていると思うが、p16のまとめにおいて、全世界的な傾向と日本の傾向をまとめて解釈しているのは、どのような考えからなのか。

最後に、映像トラフィックが増加している点について、p6を見ると、人が通常視聴をしない時間帯で増加している傾向があり、これは常時通信を行っているIoT機器の通信が増えている可能性があると思われる。スマホアプリのアップデートやIoT機器の通信によってボトムが上がっている点は気になる点であり、人による動画視聴だけでなく、この点についても考慮するようにしていただきたい。

#### 【三菱総合研究所（高橋チーフコンサルタント）】

「諸外国等における放送の位置づけ」【資料2-2】p12の表現については、ご指摘のとおりであり、テレビ・ラジオは微増又は横ばいが、インターネットは微減又は減少傾向と表現するのが正しいと思われるため、修正させていただきたい。

「インターネット・トラフィックの現状」【資料2-4】p8のピークトラフィックと平均トラフィックの差については、今後、テレビ番組の同時配信などでライブ配信が増加すると、この差がより開いていくだろうという背景があることから表現したものの。

同資料p16のまとめについては、ご指摘のとおり国内外のトラフィック量は、国内外で若干状況は異なると思うものの、総体として、国内も海外と同様の傾向が若干あるだろうという観点から表現したものの。

最後にご指摘の映像トラフィックにおけるIoT機器等の観点については、再考の上、検討させていただきたい。

#### 【曾我部構成員】

「視聴者から見たメディアとしての放送」【資料2-1】p11では、頼りにされる情報源について調査結果が出ているが、「頼りにされる情報源」の定義について、お伺いしたい。同様の資料として「諸外国等における放送の位置づけ」【資料2-2】p12があるが、こちらは信頼度としており、内容の正確性などが観点ではないかと思われる。この2つの調査結果では、例えばニュースサイトを見ると、【資料2-1】p11では上位にある一方で、【資料2-2】p12では低い位置となっており、少し違っていることから、定義についてお伺いするもの。

また、「信頼されるメディアとしての民間放送」【資料2-3】に関連し、ローカル局の状況についてお伺いしたい。放送法第1条第3号において「放送が健全な民主主義の発達に資するようになること」と規定されているとおり、放送は民主主義の発展に貢献するものである。地方では、鉄道ネットワークの維持などの様々な問題を抱えており、この問題について地域の皆様で議論が行われているが、ローカル局はどのように関わっているのか。番組制作や報道を通じて地域の問題を共有し、解決策を探るという役割があると思うが、これらに関する問題意識やローカル局の取り組みなどについて、お伺いしたい。

#### 【奥構成員】

「視聴者から見たメディアとしての放送」【資料 2-1】 p11 の「頼りにされる情報源」の定義について補足すると、若年層は、キュレーションサイトやブログ等で身の回りの情報を入手できることから、これらを頼りにするメディアと評価している。一方、年配者は、政治・経済の情報を入手する手段として、新聞やテレビを頼りにするメディアと評価している。

若い子たちは、友達が体調が悪くて休んだとか、単位を落としたとかいったような身の回りの事をニュースと呼んでいる。そのため、ニュースをどこから知るかと質問すると、年配者は新聞やテレビと回答し、若い子たちはネットと回答する。ところが、世の中の出来事をどこから知るかと質問すると、若年層も年配層も新聞やテレビと回答する。

この点は、発信者がはまってしまうトラウマである。ジャーナリズムや情報の信頼性を議論するのは発信者目線であるが、既にユーザー側はそうではない観点を持っている状況である。このような若年層は、社会的・政治経済的な情報を新聞やテレビのネタを基にした SNS やプッシュ通知などで知っている構造となっているが、彼らは意外にも情報源については、新聞やテレビであると認識している。本件のような調査結果を見る場合、このような背景を知っている必要がある。

#### 【日本民間放送連盟（木村専務理事）】

地域情報に関する課題については、昨年、総務省の「地域における情報流通の確保等に関する分科会」において、熱心にご議論いただき、地域に密着する形で、ローカル局がどのようにして役割を果たしていくことができるかといった観点から様々なご提言をいただいた。その提言も受けて、現在、取り組みを進めているところ。

民放連では、エリアごとの特性を調べるため、昨年、すべての地方局を回って調査したが、現地に行くと、地域ごとの課題がよくわかった。人口減少や少子高齢化が最大の課題であるが、これについては、放送局だけで頑張っても対応できない。国や自治体と一緒に取り組むを進めていかなければならないだろう。人口減少になると経済力が厳しくなるが、地域に密着する形で地域の情報を取り上げていくことが、大きな課題であると認識している。

こうすれば人口減少に対応できるということはなく、地道な取り組みが必要である。

また、地方の情報やニーズを的確に伝達するのは、民主主義の発達の観点からも大事な役割である。地域の情報を地域内でしっかり伝え、また、全国に発信することは、放送局の大事な役割である。放送からは離れるが、イベント的な部分で、放送局はかなり歴史的な積み上げがあり、文化の拠点や情報の発信拠点となっている。このようなことから、地方において、放送局の果たす役割は非常に大きいと認識している。

全体的には、非常に厳しい状況であるが、何とか頑張っていきたい。

#### 【中村（秀）構成員】

規制改革推進会議では、コンテンツ産業の振興がキーワードとなっているが、放送やインターネットを何とかしようとするのは、コンテンツ産業として成長して、国民生活を支えてもらうというのが目的と言えるだろう。そのためには、コンテンツが円滑かつ快適に運ばれる環境を作る必要がある。

「視聴者から見たメディアとしての放送」【資料 2-1】 p7 にあるとおり、宅外のネット利用は、PC、スマートフォン、タブレットを合わせて 10 分以上となっているが、宅内において Wi-Fi を使って 2Mbps 程度でオフロードで見ようとすると、大体 10 分で約 150MB になる。

一方で、テレビは例えば 30 万世帯の都市で、10 万世帯がどれかのチャンネルを見ているとすると、1チャンネルで 10Mbps 程度で送っていると思うが、圧倒的に映像トラフィックの量としては多い状況である。これをどうバランスさせて、見たいときにいつでもどこでも見られるという環境を作って、コンテンツ産業を振興させるか、というのがポイントである。

「インターネット・トラフィックの現状」【資料 2-4】 p14 の CDN の統計について、将来的に CDN の割合が 70% に達すると出ているが、これはネットでは、かなり頑張っただけで効率的なコンテンツ配信網を構築するということである。同じように放送も効率化して、ネットの CDN と連携して、ユーザーに最大限に届けられる仕組みを考えるべきではないか。

また、コンテンツの質について、より良いコンテンツが届いた方が望ましいが、これについてはテレビ局がかなりの部分を担っている。これからの産業を見ると、観光などの地域の経済をどう振興させて、日本全体の経済産業を膨らませるのか、とうのを考える必要がある。地域経済とローカル局をよい形でマッチさせるようにする必要があるのではないか。グローバルや全国最適の構成となっているネットと異なり、テレビは地域独自の最適な配信網になっている。この二つの関係性を見ながら、地域で見たい信頼性の高いコンテンツをどのようにして、人々に届けるのかを考える必要がある。

いずれにしても、ブロードキャスティング型の配信とネット型の配信を両方見て、コストバランスと技術バランスが一番いいものを求めるというのが、大きなポイントである。

#### 【北構成員】

ネットをひと括りにして、テレビやラジオと比べるべきではなく、「視聴者から見たメディアとしての放送」【資料 2-1】 p11 の「頼りにされる情報源」にあるとおり、ネットであってもポータルサイトのニュースなどは、信頼を得ている。ネットをひと括りにして議論してしまうと、ネットの力を見誤ることになるのではないか。

また、同資料 p13 について、メディア関与層を三層に分けて記載されているが、この関与層の定義について、お伺いしたい。

#### 【奥構成員】

メディア関与層について、高関与層は情報を受けるとコミュニケーションを行うなど、より動くことができる層を示しており、低関与層はどのような刺激を与えてもスルーして受け止めない層を示している。これは広告側の観点から捉えているものであり、企業などの発信者のインフォメーションを受けて、コミュニケーションや購買行動に移してくれるかどうかで、三つの層に分けている。この表では、ネットは届きやすい高関与層に強い一方、地上波については、高関与層から低関与層まで幅広くリーチがあることを示している。

#### 【北構成員】

同資料 p13 の三層の下部をカバーする形で、スマホが位置づいてきているものと思われる。例えば、電車の中では、多くの人がスマホを使って、Yahoo ニュースや LINE ニュースなどを見ている状況であり、世の中の動きをネットから得ている。また、シニアの層であっても、格安スマホが広がっており、子どもや孫たちと LINE をはじめると、LINE ニュースがついてくる。さらに、そうすると、世の中の動きがプッシュで送られてくることになり、そこから関連する情報を検索することになる。こうした行動がどんどん広がってきている状況である。

本検討会では、ニュースについて映像を前提に議論しているが、現状、ネット上の文字と写

真で世の中の動きを詳しく把握されている方が増えてきている。

日テレニュースのサイトなどでは、ニュースクリップの映像を見られるようになっているが、報道やニュースを知るメディアとして、映像が最も適したメディアなのか。放送サービスがニュースを知る手段として、最も相応しいかどうかという議論を行うに当たっては、現状、ネットによる文字や写真によって情報を得ている形に世の中が結構シフトしているということをもっとしっかりと考える必要があるのではないか。

(以上)