

はしがき

新型コロナウイルスの感染拡大は、早期終息への期待とは裏腹に、世界規模で影響を及ぼし、それに対処するために、社会は変革を余儀なくされている。人類の歴史を振り返っても、教科書に載るようないくつかの転換点において、感染症の拡大がその背景にあったことがわかっており、今回のパンデミックの影響も一過性のものではないかもしれない。

デジタル技術は、社会変革を支える中心的な役割を果たしている。従前は、技術が社会を変えるという考え方が強かったが、生活や社会活動の継続のために、技術が求められる時代となった。加えて、人びとの安心のためには、適切な情報の収集は不可欠であり、メディアの役割も再認識されていると言っても過言ではない。新型コロナウイルスによるパンデミックという脅威のもと、デジタル技術は、メディア全体においても大きな変革をもたらしている。それは、単にネット系メディアの隆盛という産業内の地盤変動だけではない。やや大きさに言えば、生死にもかかわる情報を的確かつ効率的に獲得するという国民からの期待に対して、どのメディアがどのようにその重要な役割を果たすか、そしてその結果として国民がどのメディアを選択するかという問題に直面しているのである。

2022年2月に始まったロシアによるウクライナ侵攻は、デジタル技術活用および情報収集の重要性をあらためて認識させる契機となった。さらに、相反する情報が流されることにより、公平中立な情報とは何か、メディアが提供する「真実」の意味をあらためて考えさせられている。

テレビを中心とした既存のメディアにおいては、視聴者のニーズの変化やコンテンツの多様化、競合するメディアの登場など、いわゆるメディア視聴環境の変化がもたらす影響に対して、守勢に回りがちであることは否めない。しかし、信頼される情報を提供する役割を最も強く担っていることもまた事実である。さらに、既存メディアへの期待が徐々に低下している一方で、放送がインターネットに進出し、新しい意味でのメディア融合が生じつつある。

新型コロナウイルスによるパンデミックやウクライナ危機を降って湧いた災

難と捉えるか、あるいは新しいレジームへの移行への契機と捉えるかによって、今後の方向性は大きく変わる。すなわち、頭を低くしてこれらの災難が通り過ぎるのを待つか、それともより強靱な事業継続性を確立するためのチャンスと捉えるかということである。

本書は、このような社会背景のもと、放送あるいはメディアが抱える様々な課題について、民放連研究所客員研究員会の構成員それぞれが自身の学問に基づき、かかる社会変革期において、どのように対処すべきかを解題したものである。客員研究員会に参加している11名の研究者に加え、4名の研究協力者および事務局が、2020～21年度にわたり、社会変革下における放送あるいはメディアにかかわる問題を取り上げ、その成果をまとめたものである。研究員の興味は多様であるが、本書では、「放送を巡る制度と公共性」、「報道・制作」、「視聴者」、および「市場と事業」という4つの視点から研究成果を体系的にまとめている。

第Ⅰ部「放送を巡る制度と公共性」では、日本国内の社会環境変化と世界のメディア環境の変化から、社会資本としての放送ネットワークとナショナルミニマムとしての地上放送について考察し（第1章）、個人情報保護法制一般および放送分野の規律について概観した上で、視聴データの保護と利活用をめぐる動向と今後の論点を主に制度の面から紹介し（第2章）、さらに、放送法に違反した2つの事案の問題点を検証し、関連する放送法等の法制度的課題について論じている（第3章）。

第Ⅱ部「報道・制作」では、新型コロナウイルスに関するミスインフォメーション（誤情報）、ディスインフォメーション（偽情報）、悪意のデマなどに報道機関がどの程度対応できたのかを検証し、今後の課題を明確にし（第4章）、近年のローカルドラマの秀作を通して、その傾向から見て取れる意義や価値、そしてそこから広がる可能性をさぐり、ローカル局のドラマ制作の意義を考察し（第5章）、政治からのBPO（放送倫理・番組向上機構）批判、BPO改革の主張を背景に、放送倫理の維持・向上を図ることができる放送環境の在り方を検討している（第6章）。

第Ⅲ部「視聴者」では、新型コロナウイルス感染症に関して、テレビ放送において提供されたニュース情報をソフトニュースおよびハードニュースに分類したうえで、それらから感じ取る不安や脅威を通じて人びとがどのような危機管理反応を示すかを明らかにし（第7章）、第49回衆院選を例に、主要4メデ

ィアの利用と投票行動の関係、テレビの選挙報道における諸課題、およびネット上の選挙関連情報の利用とテレビの選挙報道視聴の関係を分析している（第8章）。

第四部「市場と事業」では、ネットのメディアとしての進化が、その高い技術革新力に由来しており、それが市場間、産業間の競争や代替につながることを明らかにしたうえで、ネット側で急進歩している技術をテレビ放送産業側がどう取り込むかにより、全体構図が変わりうることを示し（第9章）、公共放送を巡る制度に関し、NHK受信料を例に、政策評価の必要性を考えたうえで、放送を含む映像メディア市場の競争環境変化に伴う制度設計を考える際に必要な論点を明らかにし（第10章）、テレビ業界、テレビ局の経営を広告の観点から見直すとともに、テレビ放送の広告媒体としての価値を検討し、この価値を個別化・緻密化することの必要性を論じ（第11章）、テレビ広告費がインターネット広告費のマイナス影響を受け、その度合いがさらに高まっていることを検証した上で、テレビ草創期の原点に立ち返った対策の必要性などを指摘している（第12章）。

それぞれの調査研究は、各研究員の学術的興味に基づき、独自に進められたが、オンラインで定期的で開催された客員研究員会における発表と議論を通じて、知見を共有した。また、客員研究員会では現実感覚を失わないよう、ローカル地区における放送を中心としたメディア状況に関するフィールド調査を定期的に行い、その成果も研究に反映してきた。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大により、今回の研究期間中においては実現できなかったことは心残りである。

本書が、社会変革の進展のなかで、放送メディアのあり方の方向性を示唆し、その価値の確認に向けた一助になれば、研究員一同、幸いである。

客員研究員会を代表して
民放連研究所客員研究員会座長
三友 仁志

2020-21 年度 民放連・研究所「客員研究員会」の構成

●客員研究員（50 音順）

- 内山 隆（青山学院大学総合文化政策学部 教授）
- 奥村 信幸（武蔵大学社会学部 教授）
- 音 好宏（上智大学文学部 教授）
- 春日 教測（甲南大学経済学部 教授）
- 河島 伸子（同志社大学経済学部 教授）
- 菊池 尚人（慶応義塾大学大学院メディアデザイン研究科 特任教授）
- 宍戸 常寿（東京大学大学院法学政治学研究科 教授）
- 中町 綾子（日本大学芸術学部 教授）
- 林 秀弥（名古屋大学大学院法学研究科 教授）
- 三友 仁志（早稲田大学国際学術院大学院アジア太平洋研究科 教授）
- 渡邊 久哲（上智大学文学部 教授）

●事務局

民放連研究所

○は客員研究員会の座長

肩書きは、2022 年 7 月現在

目次

はしがき i

第I部 放送を巡る制度と公共性

第1章	社会資本としての放送ネットワークと ナショナルミニマムとしての地上放送	菊池尚人	3
第1節	放送の定義	5	
第2節	社会資本とソーシャル・キャピタル	6	
第3節	国土計画と日本の放送ネットワーク整備	9	
第4節	社会基盤整備主体と海外の放送ネットワーク整備	13	
第5節	ハード・ソフト分離と通信・放送融合	18	
第6節	アンバンドリングと放送概念の変化	23	
第7節	人口減少とナショナルミニマムとしての放送	26	
第2章	放送分野における個人情報の保護と 視聴データの利活用に向けた制度の議論動向	宍戸常寿	37
第1節	はじめに	37	
第2節	個人情報保護法制の展開	38	
第3節	放送分野における個人情報の保護	42	
第4節	非特定視聴履歴をめぐる議論	48	
第5節	2022年放送分野ガイドラインの改正	52	
第6節	今後の課題	55	
第7節	むすびに代えて	58	
第3章	放送法等の外資規制をめぐる諸問題	林 秀弥	63
第1節	はじめに	63	
第2節	「東北新社事案」・「フジテレビ事案」で浮き彫りになった 放送法等の問題点	64	
第3節	電波監理審議会の「勧告」と「要望」	76	
第4節	総務省「外資規制報告書」の提言	79	
第5節	2022年放送法等改正	81	

第6節 おわりに 82

第Ⅱ部 報道・制作

第4章 ローカル放送局のファクトチェック能力強化のために奥村信幸	89
——新型コロナやワクチン関連のミスインフォメーション対策 からの教訓	
第1節 はじめに	89
第2節 ミスインフォメーション対策は誰が行うべきか	93
第3節 デジタル化がカギとなる	101
第4節 今後の課題——コラボレーションの必要性	106
第5章 ローカル局制作ドラマの可能性中町綾子	113
——その物語と制作の実際から	
第1節 はじめに	113
第2節 ローカル局におけるドラマ制作 ——ドラマにおけるローカルドラマの存在感	114
第3節 民放ローカル局制作ドラマの題材・テーマ性 ——その共通性と独自性あるいは地域性	123
第4節 ドラマ制作の実際とドラマからの広がり	128
第5節 おわりに	134
第6章 ネット時代における放送倫理の維持・向上.....音 好宏	139
——放送現場で放送倫理をどう確立するか	
第1節 はじめに	139
第2節 BPO 放送倫理検証委員会発足の背景	141
第3節 テレビ番組制作会社にとってのデータ改ざん問題	144
第4節 テレビ番組の制作現場と放送倫理	146
第5節 制作会社のディレクター養成	149
第6節 結びにかえて	151

第Ⅲ部 視聴者

第7章 コロナ禍におけるメディア情報と人びとの自発的行動

……………三友仁志、ジョン・ウィリアム・チェン、
徐映京、アティマー・カンプリアン 157

- 第1節 はじめに 157
- 第2節 理論的背景 164
- 第3節 オンライン調査と単純集計結果 167
- 第4節 共分散構造分析の枠組み 178
- 第5節 分析結果 180
- 第6節 おわりに 185

第8章 第49回衆院選における有権者のメディア利用から見えてくる テレビの選挙報道の課題 ……………渡邊久哲 189

——第49回衆議院議員総選挙の有権者調査をもとに

- 第1節 はじめに 189
- 第2節 主要4メディアの利用と投票行動の関係 189
- 第3節 テレビの選挙報道に関する諸課題 193
- 第4節 ネット上の選挙関連情報利用とテレビの選挙報道視聴 199
- 第5節 まとめ 202

Ⅳ 市場と事業

第9章 続・媒体と媒体の競争 ……………内山 隆 215

——新しい技術との向かい合い

- 第1節 技術がドライブしてきた市場間／産業間の競争 215
- 第2節 2022年の技術動向 225
- 第3節 対ネット戦略の見直し 241

第10章 映像メディア市場の競争環境と公共放送

……………春日教測・宍倉 学 251

- 第1節 はじめに 251
- 第2節 日本における規制影響分析・競争評価の状況とイギリスの事例 253
- 第3節 公共放送を巡る論点 257
- 第4節 公共放送の私的便益 259
- 第5節 アンケート調査の概要 260

第6節	NHK 視聴に関する私的便益の推計	262	
第7節	NHK 利用量に影響を与える要因の推計	267	
第8節	まとめと考察	270	
第11章	民放テレビ局の今後 ……………河島伸子		277
	——広告研究の成果からの再検討		
第1節	はじめに	277	
第2節	マーケティング・コミュニケーション	281	
第3節	21世紀における広告会社の大変容	284	
第4節	テレビの広告媒体としての価値	290	
第5節	おわりに	297	
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 ……………木村幹夫		305
	——マクロレベルでの競合構造を中心に		
第1節	問題の所在	305	
第2節	分析の手法と使用するデータ	306	
第3節	分析結果	307	
第4節	考察	313	
第5節	さいごに	316	
索引		319	
執筆者略歴		323	