

ローカルテレビ局の将来

多賀谷 一照

1. ローカルテレビ局の現状

ローカルテレビ局とは、概ね、県レベルで地上波周波数を用いて放送を行っているテレビ局であり、首都圏など大都市圏のテレビ局以外の局をいう。限界的な事例があって、明確な定義は困難であるが、首都圏、中京圏、関西圏のテレビ局以外の地上波テレビ局のことを指す。地上波のローカルテレビ局は、大都市圏の独立テレビ局を除くと、押し並べて東京キー局の系列に属しており（JNN、NNN、FNN、ANN、TXN）、TXN（テレビ東京系列）を除くと、それぞれの系列は26 - 30社からなっている。この系列には、相対的に独立性の高い中京圏、関西圏のテレビ局も含まれているが、それ以外のローカルテ

レビ局は、系列ごとに27社前後であり、全体で約100社のローカルテレビ局があるということになる（一部相乗り型に複数の系列に属しているローカル局もある）。

ローカル局の事業規模は、地域によって様々であるが、年間売上高100億円、純利益7 - 8億円程度、従業員数200人程度の会社もあれば、年間売上高40億円、純利益1 - 2億円程度、従業員60 - 100人程度という会社も少なからずある。年間売上高が2000億円 - 5000億円に達する東京キー局（放送外収入を含む）との違いは、放送産業における一極集中を端的にあらわすものである。

ローカル局によって一様ではないが、多くのロー

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

(民放連資料より)

カル局が放送している番組の8割以上はキー局の番組をそのまま同時再送信している。これに対し、ローカル局が自社で製作している番組は、ニュース番組を含めて全体の1割-1割5分程度にすぎないのが実状である。収入構造もそれを反映しており、公表資料もないので推測でしかないが、ローカル局のローカルでの広告収入（ローカル・タイム、本社スポット）は全体の3割程度、在京の広告収入（キー局関連収入、東京等支社スポット）は7割程度であると言われている。スポット収入とは、番組と番組の間の短時間のスポットコマーシャルの収入であるが、ローカル局が地場産業から受け取るスポット収入、いわゆる「本社スポット」よりも、東京支社で東京に本社のある企業からローカル放送に向けての広告を獲得する「東京等支社スポット」の方が遥かに多いというのは、産業の一極集中構造の現われであるといえることができる。

2. 番組流通システムの日本的特異性

このようなローカル局の中央依存的な構造は、国土が狭く、地上波ネットワークがほぼ完全に国土を覆っている日本に特異なシステムであり、放送がケーブルなど有線ネットワークを通じて流れることが多い他国には類を見ないものである。アメリカやドイツにおいては、地上波ネットワークの外にケーブル局のネットワークがあり、特定の拠点地上局とは繋がりのない番組の流通が広く行われている（日本にもケーブル局はあるが、国土の一部に留まっており、難視聴地域における地上波の再送信という役割から出発したこともあって、ケーブルネットワークの展開はまだ十分ではない）。

また、中国では国営テレビ局とは別に省単位の地上波チャンネル、衛星チャンネル、デジタルチャンネルのテレビ局が数多存在しており¹、それらのテレビ局は自社制作した番組を、他社と交換したり、

番組を販売したりする方式で番組が流通している。このような番組交換、番組販売（番組販）²による番組の流通が、諸外国では一般的な番組流通のあり方であり、わが国のような系列による番組の流通はむしろ例外的である。日本においても、TXNは系列局を5局しか持たず、テレビ東京の番組は、系列以外には番組販売の形で提供されているが、それはむしろ例外であり、系列による一律的提供が一般的である点で、諸外国と真逆の形態である。

テレビ放送と同じく情報を提供するビジネスである新聞においても、日本では全国紙三社が圧倒的な実力を有し、埼玉南部や千葉北西部など東京近郊地区においては、ローカル新聞が目につくことは余りない。しかしながら、首都圏とは異なり、地方においてはローカル紙はなお健在であり、地域の世帯数の半分を超えている購読者数を抱える地域新聞がなお全国で30社以上ある。それらの新聞社は、全国紙の系列下にあるわけではなく、全国ニュースは共同通信・時事通信などの提供を受け、独自の紙面を構成している。これに比べて、ローカル放送局は、その番組の大半を東京キー局の提供する番組で構成しており、地域密着性はローカル新聞と対比すると部分的なものに留まっている。³

ローカルテレビ局が自社制作番組を十分に造りえないのは、新聞とテレビのコンテンツの違いにある。新聞の場合には、そのコンテンツは、究極的には記者がその才力を生かして作成する記事に外ならない。これに対して、テレビ番組の場合には視聴者にとって魅力的な番組とするには、脚本のみならず、演出、映写、実演家など多数の人材を結集して、多額の経費を掛けて作る必要がある。いくら優秀なディレクターがローカル局に居たとしても、その番組制作には限界があり、多くの人材を抱え、時としてプロダクションに外注して番組を制作するキー局に比べて、全体としての番組制作能力、番組のレベル（魅力あ

¹ 都市部では100チャンネル前後に達するという。

² 番組販売は、テレビ祭りなどの番組交易会、インターネット取引プラットフォームなどを通じてなされる。

³ 尤も、日刊紙113誌の発行部数は、2021年10月で約3300万部とこの5年で1000万部減少しているという。その約半分を占める地方紙も、単体では10-20万部に過ぎない小規模な社が多く、部数減少の傾向の中、その経営は次第に厳しくなっていることが推測できる。

る番組)の差は歴然としてくる。かくて、地域に特別な事故・事件が起きた場合のニュース番組の提供を別とすると、番組伝送の流れは東京から地方への一方的流れが圧倒的な割合を占めることになったのである。

3. ローカル局のキー局への依存構造

ローカル局は、キー局から魅力あるコンテンツの提供を受ける形で、キー局に依存しており、系列下にあるローカル局がその系列キー局以外の他の系列局の番組を番組などの形で受けて、ローカルで放送することは原則としてできない(複数の系列に相乗りしているローカル局(クロスネット)の場合は別であるが)。

のみならず、キー局はそれぞれのローカル局に対し、「ネット保証料」ともいわれるある種の助成金(?)を支払っている。ローカル局の中には、比較的最近設立されたものもあり(1990年以降に新規開局したテレビ局が30社程度ある)、キー局としてみれば、その立ち上げを助成する意味もあったので、当時その助成金は「ミルク代」と俗称されることもあった。今日でも、この意味での助成は「ネット保証料」として行われており、その金額は公表されていないが、ネット上での推測では全体で年間数百億円-1千億円程度であり、ローカル局1社単位では数億-十数億円程度ではないかとされている。

このように番組を提供してもらい、加えてネット保証料まで受け取ることによって、キー局とローカル局のネットワーク系列、依存関係は、今日でも強固であるが、ネット保証料が続いているのはそれなりの意味がある。東京キー局にしてみれば、ニュース協定により、ローカル局の所掌地域で重大事件等が発生した場合に、いち早くニュースの提供を受けられるという利点の外に、キー局が制作した番組を、その本来の放送波伝達区域(首都圏約2千万世帯)

を越えて、ローカル局の放送システムを媒介として、日本全国に拡大することができれば、CM収入はそれだけ多くなる。従って、保証料を支払うことは、この収入拡大に対応する見返りとしての意味を持つのである。長い間、ローカルテレビ局の地上波ネットワークは、それぞれの地域にテレビを介して映像を各世帯に送る唯一の手段(=ボトルネック)であり、保証料はいわばボトルネックを握っている者に対し支払う通行料(「電波料」と俗称されている)のようなものであったと言える。

そのことは、ローカルテレビ局の役割として、本来の放送局としての役割と並んで、あるいはそれ以上に、キー局番組の再送信機能としての役割が大きな意味を持っていたことを示している。

4. ローカルテレビ局の危機

ローカルテレビ局はその不安定な立場から、田舎で黙々と煙(電波)を出す「炭焼き小屋」のようなものになりかねないという比喻が従来からなされてきた。この20-30年、ローカル局は何回も危機に見舞われ、炭焼き小屋論がその度に再燃した。

(1) 衛星放送とローカルテレビ

1990年代から本格化してきた衛星放送の展開は、ローカル放送にとって、そのボトルネックを揺るがしかねない技術革新であった。東京タワーなどの高い放送塔を用いても、伝達範囲に限界がある地上波とは異なり、衛星は日本全域を送信区域(フットプリント)とすることが容易であり、BS衛星による番組の伝送は、ローカル局の放送設備を介することなく、頭ごなしに直接地方の視聴者に対し行うことが可能となった。当時、アメリカのDirecTV⁴、ヨーロッパの国境を越えるテレビ放送など、欧米では地上波を介さず、時として、直接国境を越えて流される多様な番組が提供され始めていた。特に、ルクセ

⁴ アメリカのDirecTVは、複数の衛星から50-100チャンネルの映画・スポーツなど各種番組をスクランブルを掛けて流し、契約者のTVに通信回線を通して契約したチャンネルのみの解除信号を送るというシステムであり、アメリカで最盛期には1500万加入に達していたという。日本にも進出を試みたが、日本ではすでにスカパーが有料衛星放送を開始していたこともあって、参入できず、撤退した。

ンブルクというEUの小国が打ち上げたアストラ衛星による放送は、英語、仏語、ドイツ語などの各国語放送を、それぞれの国の国内での放送局免許を取ることなく、それぞれの国の企業から得た広告収入を財源とする放送として流されていた（海賊放送と俗称されていた）。⁵ アジアでも、香港が「アジアスター」なる衛星を打ち上げ、日本に向けて日本語放送を行う姿勢を見せていた。もし、赤道上の静止衛星を通じて、日本全国に多様な衛星放送局が番組を流し、それがヨーロッパのように、アンテナによる直接受信もしくはケーブルを通じた再送信により、全国に流される事態になったら、東京キー局もローカル局を経由せず、また日本国内での放送法による番組編成基準の適用を受けることなく、直接衛星を通じて人気番組を送信するという方向に進む可能性があり、その場合、ローカル放送はまさにその存立基盤を失いかねないということであった。

それにも拘わらず、わが国ではヨーロッパのような現象は起きなかった。BS衛星上の放送局用の主たるトラポン利用枠は、NHKの外、地上キー局（の系列会社）に割り当てられ、しかも地上キー局系列の衛星テレビ局からは地上波テレビと同一の番組がゴールデンタイムに流されることは余りなかった。また、衛星を通じて魅力ある映画番組等を有料で（スクランブルを掛けて）提供するWOWOWは、契約者が200万 - 300万人程度であり、それ以上増えることはなかった。後から見ると、その原因としては、-衛星波で番組を受信する世帯がなお国民の一部に留まっており、地上波から衛星波に全面的に移行することは、広告収入モデルとして考えられなかったこと。
-衛星放送は、直進型の高度周波数を用いているため、降雨減衰があり、気候不順な時には受信障害が発生することから、ユニバーサルサービスの提

供という点からは、衛星放送の直接受信のみによる放送サービスは課題があったこと
-ヨーロッパとの緯度の違いにより、当時の技術ではアストラ衛星などに用いられていたCS衛星の受信には大型のアンテナが不可避であり、家庭で個別に受信することは困難であったこと
-数千万の世帯に直接番組と広告を流し、一回でコストを回収する日本型放送モデルにおいては、視聴者の選択枠を限定し、各チャンネルに数百万の視聴者がいることが必要であり、衛星放送の追加による多チャンネル化はその収益構造と矛盾するものであったこと。⁶
-日本の視聴者には、受信料を支払うNHKを除くと、広告収入によって経営し、視聴者には無料で番組を提供する放送方式が根付いており、DirecTVのような有料方式は、WOWOW以外には広まらなかったこと。
-アジアサットのような外国からの放送計画は、内陸国が互いに同盟状態にあるEUとは異なり、政治情勢が微妙である東アジアにおいては、政治的にも困難であったこと。
などによるものであると推測できる。

(2) 放送のデジタル化

ローカルテレビ局の第二の危機は、21世紀に入ってからデジタル・ハイビジョン放送の開始である。デジタル放送問題は、ローカルテレビ局に限られるものではなく、テレビ局一般に共通のものであるが、経営基盤の脆弱なローカルテレビ局にとっては、かつてのカラーテレビ化とは異なり、殆ど付加価値が期待できないデジタル化のために、設備の改修などの体制を取ることは困難であった。

アナログ放送からデジタル放送に転換するに当たっては、テレビ局の番組編成設備、発信設備等の

⁵ アストラからのフランス語放送に手を焼いたフランス政府は、アストラの株式を購入して、大株主としての立場でアストラによるフランス語番組のコントロールを国境を越えて行っていた。

⁶ アメリカのソフト産業であるハリウッドの場合、多額の経費を掛けて映画を製作し、それを劇場→DVD（レンタルを含む）→ケーブルテレビ→地上波と何段階にも分けて放映し、収益を上げていくというビジネスモデルであり、地上波に流すのは最後の段階であった。このようなビジネスモデルとやや似た形態がわが国で成立しているのは、アニメ産業であるが、アニメ以外の一般の番組については、地上波に1回オンエアするだけでコストを回収し、利益をあげる仕組みとなってきた。

全面的な改修と共に、テレビ受像機の買換え（デジタルアナ変換機の設置）、周波数変更を伴うことから、地域によっては各家庭の地上波受信用アンテナの取替若しくは改修が必要であった。

個々の家屋に至るまでの受信環境の整備をテレビ局、特にローカル局が行うことは不可能であり、これに要する費用、総額約2000億円は移動体通信事業者が大半を負担する電波利用料収入を前借する形で公的に拠出することになった。この場合、電波利用料収入が充てられたことの正当性としては、アナログからデジタル波への変更により空いた周波数の一部が移動体通信事業者に割り当てられるということがあった。

ともあれ、アナログからデジタルへの変更は2006年に概ね完成し、従前からの系列ネットワーク体制は辛うじて維持された。

なお、放送設備のデジタル化にかかる局設備等の工事を実際に行っていたのは、必ずしもローカルテレビ局の技術者ではなく、放送技術に関する技術者集団であるNHKの子会社アイ・テックが委託により行っていることが多かった。

(3) 直近の危機（4KとOTT）

現在、ローカルテレビ局は新たな危機に直面しており、それへの対処は、従前の体制のままでは困難ではないかという見方が少なくない。危機の原因は、4K方式の導入と動画配信（OTT）の参入である。⁷ 後者は、デジタル化と同じく、テレビ局全体に関わる危機であるが、前者はローカルテレビ局に固有の問題である。

全国の地上波テレビ局はハイビジョン方式（2K方式）でテレビ放送を行っているが、衛星放送では4K方式という、より高精細な画像を送る方式での放送が始まっている。また、電気店では4K対応テレビが売りに出され、東京オリンピックの鮮明な映像を4Kで見ることが推奨されてきた。ところで、

4K方式による映像伝送には、ハイビジョンに比べ遥かに大容量のデータを用いるため、既存の地上波の周波数では送ることができない。わが国では周波数は極めて密に利用されており、地上波テレビ局用に、4Kに対応できるように、より広範囲な周波数を追加に割り当てることは不可能である。映像圧縮技術を用いて、既存の周波数帯域のままでも4K放送を送ることができないか、実験が試みられているが、困難であり、仮に実現したとしても、テレビ局の設備、受信者側の設備に多大な改修・入替が必要であり、放送のデジタル化の場合のように、電波利用料財源をあてにすることもできない（4K化することによって、周波数に空きが生じるわけではない）。

地上波テレビ局の中でも、キー局は前述のように衛星局を利用することができるので、衛星を通じて4K放送を行うことが可能である（すでにNHKなど4K放送が部分的に開始されている）。もし、民放キー局が現在地上波のゴールデンタイムで流している人気番組を、4Kとして衛星経由でも流すということになると、その分だけ地上波でゴールデン番組を見る視聴者が減ることになりかねず、キー局は別として、ローカルテレビ局としては、広告収入がそれだけ減ることになり、大きな打撃を受けることになりかねない。

第二の、通信回線による動画配信は、光ファイバーケーブルが家庭まで届くFTTH（Fiber to the home）により、通信回線を用いて動画が送れることになったことによって、今日、Netflix、アマゾン・プライム、テンセントビデオ、Hulu、ディズニーなどのOTT事業者が、低額の定額料金を徴収して、動画のストリーミングサービスを国境を越えて大規模に行っている。⁸ 例えば、Netflixは全世界で2億人余のユーザーに対し動画サービスを提供しており、わが国でも若者を中心に400-500万人のユーザーがいると推計されている。一説には、各種定額制動画サービスの国内利

⁷ Over the Topのこと。ブロードバンドの通信回線を用いた動画のストリーミングサービスを指す。

⁸ 動画サービスの現状については、参照 米谷南海「OTT-V利用実態と政策的対応の方向性」ICTワールドレビュー 14巻4号26頁以下

用者の総計は2000万人に達しているという。⁹

このような動画サービスの進展は、既存の放送の（国内視聴者を独占するという）ボトルネックが失われたことを意味し、キー局を含めて放送事業者全体の経営に大きな影響を与えかねない。また、携帯電話の急速な普及と高速大容量な通信を可能とする5G方式により、通信回線としての無線を用いて、スマホの画面に動画像を送ることも可能となった。スマホの画面の動画像で送られてくるサービスは、家を離れて移動している時間帯でもアクセス可能であり、若者の急速なテレビ離れを招くことになる。

5. ローカルテレビ局の将来のあり方

このような危機において、ローカルテレビ局は危機的な状況に陥っていることは、もはや誰の目にも明らかであるが、その再生を目指す方向性が見えていないのが現状である。

動画通信サービスを通じて、4Kレベルの有料番組提供が行われることになる以上、キー局は競争上、Tverなどの通信回線サービスにより放送番組を一部再送信し（もしくは独自番組を流し）始めている。他方、衛星チャンネルを通じて4K放送も行っており、地上波はハイビジョン、衛星・ケーブルテレビは一部4K放送、通信回線による動画像のストリーミングも行うという、三方式のハイブリッド体制がしばらくの間続くことになる可能性が大である¹⁰。加えて、民間放送の唯一の収入源である、放送による一括広告方式は、インターネットの双方向通信機能を生かしたターゲティング広告（検索連動型のリスティング広告、ディスプレイ広告、アドワーズ広告など）の急拡大により、次第にその優先的地位を失いつつある。このような中で、キー局と系列ローカル局による地上波ハイビジョン放送は、従来占めてきた、国内における放送サービス提供の中心的・独占的役割を次第に減じていくことにならざるを得ない。

(1) ハードソフトの分離とハードの共同管理

放送波を送信する設備を管理する事業者（ハード）と放送番組を提供する事業者（ソフト）とは、法制度上別物であるが、わが国では、従来からハードソフト一致体制が取られてきた。そのことは、ブロードバンドの送信手段が地上放送波しかない時代においては、地上放送波を押さえれば、放送に関するボトルネックを押さえることになり、安定して放送事業を行うことができたからである。しかるに、通信回線というハードの上にソフト的にブロードバンドサービスを展開することが可能となり、動画像サービスという放送事業と類似のサービスが登場して、地上波のボトルネック性は次第に意味を持たないことになりつつある。

ボトルネックが解消すれば、キー局の放送を再送信するために、それぞれのローカル局がハード施設を保持する必要性は最早無くなる。ローカル局はハード施設を共同管理する方式をより拡大して、ハード維持管理のために用いていた財源を、ソフト制作に傾注していかなければならないであろう。¹¹

ローカル局の共通ハード施設が、ローカル放送一般のインフラ的・公共的性格を持つという点からすれば、かつて放送のデジタル化の施設補修をNHKの子会社が担ったように、NHKによる、共通ハード施設の設置・補修へのより積極的な関与がなされることも望まれる。そもそも、NHKに支払われている受信料の半分近くは、都市圏以外の地方の受信者から支払われているのであり、これら地方の受信者がNHKを含めた地上波放送の受信環境の維持に受信料財源が用いられることは当然のことともいえる。

勿論、ハード施設が共同管理となった場合でも、地上アンテナでしかキー局の番組に接することができないシニア層に対応するために、当面の間は、共同設備からでも、現在のようにCMベースで、キー局各局の番組にアクセスできるようにしなければならない。FCCがアメリカのケーブル局に課していた

⁹ 参照、前掲資料 29頁

¹⁰ 日テレのように、動画配信サービス（Hulu）に資本参加するキー局もある。

¹¹ 概ね一社あたり10億前後の経費がハード維持に充てられてきているようである。

ようなマストキャリールールが制度化されることが必要であろう。¹²

(2) ローカルテレビ局の再編

現在、わが国には約130の地上波テレビ局がある。これは、地上波の到達距離からすると県域単位程度に区分けする必要があることから、ハードソフト一致体制の下、概ね県単位に放送局免許が付与されたことによる。そしてNHK以外にも複数の民間放送局があることが必要であるという理由で、県ごとに4局程度のローカル局があるが、実際には4キー局による縦割りネットワークの展開のために縦割りされ細かく区分されることになったということもできる。従って、例えば、九州・沖縄地区では全体で26局のテレビ局が乱立している。

将来的には、キー局による十分なバックアップがないという可能性を考えると、ハード部分は共通管理するとしても、これだけの数の総合放送方式の同じようなローカル局をそれぞれの地域で成り立たせるのは限界がある。ローカル局が、自活するために、独自番組を作成し、編集するというためには、それなりの技術や人材が必要であり、地域の経済力を勘案するともう少し再編して、体力アップを図らねばならないであろう。

再編するというのは、必ずしも局数を減らすという意味ではなく、ハードの枠を外れることにより、現在のような県単位の一律的な総合放送ではなく、様々な形態の放送局・放送サービスが可能であり、必要となるということである。県単位での総合放送のみではなく、隣接県の放送局と連携して放送を行ったり、県をまたぐ放送局であってもいいし、ローカル新聞におけるブロック紙¹³に相当する東北・四国・九州といったブロック単位でのパワーアップした放送局も考えられる。さらには総合放送ではなく、シニアの需要、若者の需要に合わせてSD方式で複数チャンネルの提供を行う形など、番組内容をロー

カルレベルでより充実する必要がある。その他、観光客向けの（ローカル5Gなどによる）放送局など、地域のニーズにより、多様な形態の放送が誕生してくる可能性もあろう。

(3) ローカルアイデンティティとローカル放送

思うに、わが国において番組の流通が番組販売ではなく、系列局による配信方式を取っているのは、わが国の一極集中的な構造と深く関係している。或いは、系列配信は、一極集中的な構造を構築し、維持している重要な仕組みそのものであると言えるかも知れない。

物理的に移動可能な範囲を越えての情報流通は、マスメディアの発達以前は極めて限定的な範囲に限られていた。「山のあなた」という言葉は、一山超えた向こうの世界の情報はあまり入ってこないものであり、人々は限られた日常生活圏の中で、限られた情報を受けて、それぞれの地域に固有の方言を話しつつ、共同体生活を送っていた。馬車・自動車などの移動手段ができることにより、日常的な生活圏は次第に広がっていったが、それでもいわゆる「生活圏」は今日でも人口10万人程度の単位で、全国で200 - 500位あるといわれている。

戦後のテレビ放送の普及は、このような地域生活圏の情報環境に大きな影響を与えるものであった。全国地域の隅々にまで行き渡ったテレビ放送から流れる番組のうち、その地域に固有のものは1割強に過ぎず、8割以上は標準語で、山のあなたの情報を日常的に流してくる。毎日のようにそれに接している人々のローカルアイデンティティは、このテレビ放送によって甚大な影響を受け、若者は標準語を話すようになり、その地方から都市への流出傾向を助長する大きな要因となったのは疑いが無い。

関西圏、中京圏などにおいては、テレビ局がそれなりの準キー局的な役割を果たしており、一定の求心力を果たしている。しかしながら、それ以外の地

¹² これはかつて一部ローカル局で行われていたセントラルキャスティング方式を、より大規模に、ハード施設の追加を行うことなく、クラウド技術等を用いて、より効率的に行うことを意味するものであろう。

¹³ 河北新報、西日本新聞など。

方ローカル局は、東京キー局の番組を再送信することが主たる業務となっており、日常的に東京から一方向的な文化的影響（侵略）を受ける仕組みを構築してきたといっても良い。

最近若者はテレビを見なくなってきており、それに代わるインターネットの世界では、それぞれ日本中、世界中の情報が切れ目なく流れ込んでくるようになり、いわゆる地縁社会の情報が入り込む余地はないように見える。首都圏のみならず、地方都市においても街中に集まっている若者はスマホを用いて、県域よりもより狭い区域内で集いつつ、県域を超えたネットワークで相互に情報交換をしあう。県域に留まることなく、国全体で様々な小規模ネットワークが網の目状に繋がっているという現代社会においては、「ローカル」の意味が相対的に薄くなっていく可能性がある。

それでも、地域でのお祭りには若者が参集するし、火事や事故は地元で起こり、ネット上で発生するわけではない。人はアバターとして、クラウド・ネットワーク上でのみ生きているわけではない。それぞれの日常生活圏にかかる情報の共有は、地域で生活するために必要であり、それを日常的に取得する手段がなくてはならず、それを通じてローカルアイデンティティが自ずと生まれてくるのが自然の流れであろう。

ローカルな情報のうちでも、お祭りや高校野球の県内予選など、そのコンテンツ自体に吸引力のあるイベント情報は、ローカルテレビ局でも流し、それなりの視聴率を獲得している。しかしながら、それ以外のローカル情報はそのまま流しても、必ずしも人を引き付けるものではない。他方、一般人がスマホなどで撮影した事故の現場情報などは、ネット

上で流されるだけではなく、「視聴者から提供された情報」という形でキー局でも放送されたりする。

ネット上ではyoutubeなどに大量な映像情報が、一般人によりアップされているが、その情報の殆どは、閲覧回数が限定的であり、多頻度で集中的にみられる情報は限られている。また、情報の内容も様々であり、どれがフェイクニュースであるか、それとも信用できる情報であるか、誰にも判別ができない。

おそらく、ローカルテレビ局の今後の役割は、
 - ネット上で多数拡散されている情報のうち、それぞれの地域の住民から見て、興味のありそうな情報を集め、鑑賞するに堪えるコンテンツに編集して見せる機能

- その放送する地域に関する情報が、フェイクでなく、信頼できる情報源であるとしての評価を確立すること

- 個別的に検索することはしなくても、そのチャンネルを選択して「ながら視聴」していれば、地域に関する色々な情報を得られるような環境を確立すること

にあると考える。¹⁴

それぞれのテレビ局が、創意工夫を凝らし、或いはブロック単位で相互に連携して、東京発の情報ではなく、県単位・ブロック単位に発信される情報が東京発の情報に負けない質・量を提供し、それらのコンテンツにシニア・若者がそれぞれ興味を持ち、継続的に視聴する必要性・必然性を感じる吸引力を持つことになれば、ローカルテレビ局は失われつつあるローカルアイデンティティを再興する一つの礎になる可能性があり、それがローカル放送局が地域において将来果たすべき役割である。¹⁵

¹⁴ ちなみに、首都圏においてキー局の電波は都県の境界を越えて流れており、NHKの首都圏ネットワークは、県域向けの放送を首都圏全体に流すというやや不自然な形となっている。これは地上波を県単位ではなく、都県全体で共通とするという特例の扱いによるものであるが、通信回線によるブロードバンド技術の導入により、NHKや民間放送事業者は、都もしくは各県単位の放送を行い、独立U局とは別に、首都圏地域放送ではなく、都放送、各県放送を行うことができる。首都圏においても、都に依存しない県単位のローカルアイデンティティの再興はそれなりの意味があるといえよう。

¹⁵ 広告収入により経営するという日本型放送モデルは、OTTの進出により、キー局においても維持困難であり、ローカル局においては一層取りえない。番組販売（ローカルニュースなど）や、低額の定額料金などの他の資金源に頼らざるを得ないし、一定程度の経営規模が必要なことから、県単位ではなく地域ブロック単位での放送局も想定される。それはローカルとして、中央から相対的に自立しうる「規模」の問題（県制と道州制）とも絡むところである。