

## 2019年度公益事業論

## 第6回「FAANGと日本の放送事業の行方」

## 本日の目標

前回は技術革新の成果を生かして競争が展開する通信事業，特に SNS を取り上げた。その通信事業の競争とは，広告収入を得るためのペーパービューを獲得するため，消費者のプラットフォーム足らんとするメディアやキャリアによるそれであった。通信事業者は競争に打ち勝とうと，ユーザーを惹きつけようと内容，つまりコンテンツの充実を図ろうとする。今回は，そうしたコンテンツとは何かを検討しつつ，コンテンツをめぐる従来から取り組んできた放送事業を取り上げて，検討する。

## 進め方

前回の復習/キーワード/若者離れの放送事業/放送事業とは何か/コンテンツ時代の放送事業/日本の放送事業のこれから/参考文献

## 1 前回の復習

5Gの登場→リアルタイム性の向上

特定性「1対1」の通信事業の発展＝検閲することなく通信行為の保証…SNS

社会の形を反映する SNS…アメリカの Facebook，日本の LINE

ビジュアルコミュニケーションの時代…インスタ映え

キャリア，メディアによるプラットフォーム争い

※コンテンツの争い

## 2 キーワード

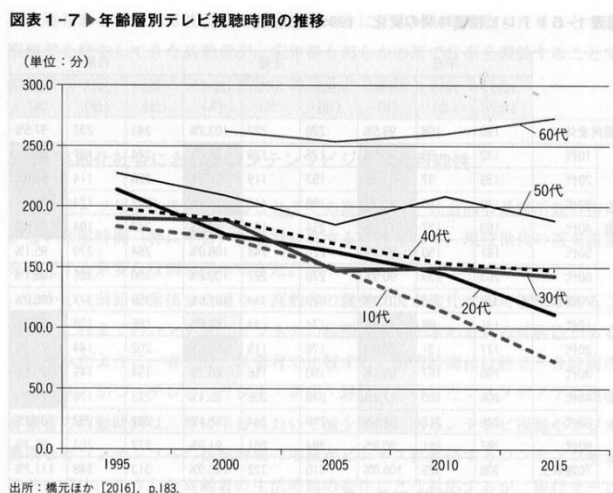
「1対多」，「知る権利」，コンテンツ，FAANG，報道とジャーナリズム

## 3 若者離れの放送事業

いまテレビはどう見られているか

テレビ視聴時間の推移…減少（資料1）

資料1



出所) 田村 (2017a), 14 頁。

若者はテレビを見ないわけではないが，(1)テレビ番組を見ている感じではない (DVD1)

## 4 放送事業とは何か

「1対1」特定性，双方向性の通信事業⇔「1対多」不特定性の放送事業

## 4.1 放送事業の公益性とは何か

電波の希少性…放送事業と同じ

デジタル化の進展という技術革新が行われたものの、電波帯域は有限  
コンテンツ内容に関わる人権との関係

憲法第 21 条「表現の自由」

「集会、結社及び言論、出版その他一切の表現の自由は、これを保障する。

2 検閲は、これをしてはならない。通信の秘密は、これを侵してはならない。」

国民の「知る権利」

少数の企業による複数放送局の支配を防止する「マスメディアの集中排除原則」の確認

**(2)戦前・戦中の大本営発表の反省** から、「言論の多元性と多様性と地域性」の保証  
現代的な課題「公共的に知らせるべきことを知らせる」(資料 2)

資料 2

グーグルで調べ、グーグルで知るスタイルが「事実上の標準(デファクトスタンダード)」になればなるほど、グーグルでも調べられないもの、グーグルでは知ることのできないものは不可知の闇の底に沈んでゆく。だが、それが実は広く知らされるべきものであれば、誰かがそれを見出し、知らせなければならない。そして、それを知ることが公共的な意味を持つのだとしたら、それを知らせる義務が公共放送に生じる。つまり公共放送はグーグル的なネット技術の中に融け込んだり、それにただ寄り添ってゆくのではなく、それとは独自のスタンスを毅然としてとって、公共的に知らせるべきことを知らせてゆく必要があるのだ。(武田、2006、15 頁)

→**(3)グーグル検索** の広がりへの抗い

フィルターバブル問題：

検索エンジンの中に含まれるフィルター機能によって、その人の過去の検索履歴などから個人に最適化した情報が手に入りやすくなる。一方で、自分の知らないことや反対意見などが検索結果として生じにくくなるため、フィルターの強度によっては、ユーザーが操られてしまう懸念がある。(Weblio 辞書「フィルターバブル」

<https://www.weblio.jp/content/%E3%83%95%E3%82%A3%E3%83%AB%E3%82%BF%E3%83%BC%E3%83%90%E3%83%96%E3%83%AB>, 2019/11/6)

## 4.2 日本の放送事業について

日本の独自性＝放送事業の二元体制

### **(4)公共放送と広告放送の並立**

放送方式をめぐる争い：日本テレビ網に最初の放送局免許、次いで NHK

※放送事業の公益性にとってはプラス

公共放送：NHK

イギリス BBC をモデル

受信料収入による経営⇒**(5)「所有者のいない企業」**…経営層の存在の大きさ

教育、教養番組の高品質番組の編成、放送技術開発の機関としての期待

着服問題、政治介入による番組改編問題(資料 3)、やらせ報道問題

資料 3

2005 年 1 月 12 日

朝日新聞は、朝刊(1 面と第 2 社会面)で、NHK が 01 年 1 月 30 日に放送した『ETV2001』

「戦争をどう裁くか 問われる戦時性暴力」について、番組制作責任者が「中川昭一経産相と安倍晋三自民党幹事長代理が放送前日に NHK 幹部を呼び、偏った内容だと指摘され、NHK はその後番組の内容を変えて放送した」ことを NHK の内部告発窓口に訴え、事実関係の調査を求めていると報じた。(ジャーナリズム研究、2006、10-20 頁)

最近の日本郵政による NHK への嚴重注意の事案

かんぽ生命の勧誘の問題

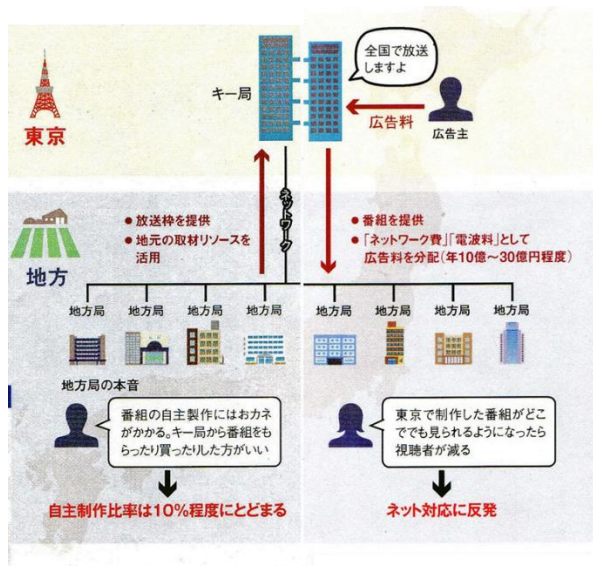
広告放送：民間放送

アメリカ 3 大ネットワークをモデル

所有者＝株主の存在→株主の意向， 広告主の思惑， 視聴者の関心

広告と放送局の関係（資料 4）

資料 4



出所) 日経ビジネス (2016), 40-41 頁。

地上波アナログ時代の東京キー局を中心とした系列取引による全国放送

CM 枠の販売…タイム販売とスポット販売

キー局とローカル局の相互依存関係：放送枠と補償金

ローカル局の自主制作比率は 10%→東京キー局によるネット配信に反発

→視聴率争いがもたらす番組捏造問題

「発掘あるある大事典Ⅱ」

## 5 コンテンツ時代の放送事業

### 5.1 コンテンツについて

コンテンツとは何か

1990 年代半ば以降， インターネット上で流通するデジタルデータ化された「情報の内容」

コンテンツの特性

経験財…個人の趣味， 嗜好に左右されるものであり， 自らの体験が重要

代替が不可能な世界観

**(6) 情緒， 感性への訴求** (資料 5)

資料 5

コンテンツビジネスを通して提供される価値とは， 利便性や機能性， あるいは低価格といったものではなく， 感動， 共感， 希望， 夢， さらに喜び， 悲しみ， 笑い， 怒り， 楽しさ， 恐ろしさ， 癒しといった感覚や感情であり， コンテンツ消費を通して人々はそれらを得る経験をす

る。(大場, 2017, 79 頁)

→視聴者側

## 5.2 ネット TV による席捲

Facebook, Amazon, Netflix, Google, Apple=FAANG

+パフォーム (DAZN) (欧州スポーツネットワークの革命児; オリジナル動画配信, 動画広告収入)

アメリカにおける圧倒的なネットフリックスの登場の意味

…「(7)IT の IT による IT のためのメディアの実現」(資料 6)

### 資料 6

あるシンポジウムで、日本の Hulu (フールー) の幹部がこのように言った。「日本の SVOD (サブスクリプション・ビデオ・オン・ディマンド=月額固定料金で見放題型の映像配信サービス) 市場は全く伸びていないのですよ。予測でも 2020 年でせいぜい 2000 億円程度のものです。ネットフリックスやアマゾンが参入しても、ちっぽけなマーケットに過ぎないという捉え方だ。/私は、この捉え方は違うと思う。ネットフリックスは SVOD レベルの話ではない。グーグルやアマゾン同様アメリカの IT 先端企業が現在のメディア企業に変革をもたらすと捉えたほうが良い。グーグルやアマゾンがなんでもありなのに対し、ネットフリックスはメディアに特化。それだけ世界のメディアを変える可能性が高い。いわば“IT の IT による IT のためのメディアの実現”である。/アメリカでは今年、ケーブルテレビを解約した人のほとんどをネットフリックスなどネット動画配信事業者が吸収した。サービスを開始したばかりのオーストラリアでは、ブロードバンド世帯の 2 人に 1 人がネットフリックスの利用者になったという。」(大原, 2018, 8-9 頁)

スマートフォンの登場=映像端末 (資料 7)

### 資料 7

ポケットに入れて手軽に持ち運べ、インターネットに接続して情報を自由に引き出すことのできるこの“スマートフォン”は、瞬く間に世界中に普及していきます。特にスマートフォンは、映像端末としても十分な実力を備えていました。これにより映画は映画館で見るもの、テレビドラマはリビングルームで見るものという習慣は終わりを告げます。映像コンテンツは好きなときに好きな場所で楽しむものになり、それに対応してアメリカのテレビ局は、番組をスマートフォンに配信していかに稼ぐかを真剣に考え始めました。」(大原, 2018, 44 頁)

以上の中で登場したネットフリックス

- リード・ヘイスティングスによるオンライン DVD レンタルサービスの開始 (1997 年) →映像のストリーミング配信へ: ネット接続した PC, スマートフォン, タブレット端末, テレビ (2007 年)
- 安価な月額課金方式とオリジナルコンテンツ ← Hulu と Youtube を参考  
新作映画は 2 年後のため、他社との連携でオリジナル作品の製作、放映  
「ハウス・オブ・カード」一気配信で視聴者獲得 (日本では、「火花」, 「テラスハウス」など)  
AI の活用による顧客のビッグデータ分析によるコンテンツ製作 (資料 8), 的確なレコメンデーション (ネットフリックスのアルゴリズム)

### 資料 8

もちろんネットフリックスは映像プラットフォーム事業であって製作者集団ではなかった。ところが、2013 年、オリジナルドラマの製作に乗り出し、しかも、アメリカのテレビ界で最高の権威であるエミー賞を獲ってしまった。『ハウス・オブ・カード』である。政治を舞台としたこのドラマシリーズは、現在シーズン 3 までが製作されており、今後も続くという。もちろんネットフリックスの職員がメガホンをとったわけではないが、企画にあたって、ネットフリックスのビッグデータが活かされた。ニューヨーク・タイムズの「視聴者が欲しがるものを与え

て」という記事 (Carr[2013]) によると、「ネットフリックスの幹部は撮影される前からヒットすることがわかっていた」という。デビッド・フィンチャートという監督、ケビン・スペーシーが主演、そして好かれそうなストーリーの原作、この3つを揃えていたのがその理由である。それらはネットフリックスユーザーたちの行動解析で人気<sup>が</sup>明白だったのである。(田村, 2017b, 42頁)

+クラウド (アマゾン・ウェブ・サービス; AWS) の活用 (DVD2)

⇒国民の「知る権利」の危機

## 6 日本の放送事業のこれから

### 6.1 ネットの活用

テレビとネット…日本, ノルウェーの試み (DVD3)

### 6.2 「悪意なき」報道問題

#### **(8) 「社会の眼」を意識したアンバランスな報道**

平明化による弊害…中国の反日デモ

「正義の味方」と錯覚したバッシング

行政, 立法, 司法の3権をチェックする第4の権力としてのマスコミ (牧野, 2013) であるものの「立場的弱者」(情報上、叩かれる立場の人々) への対応

鳥インフルエンザ隠ぺい事件…浅田農産会長、社長の自殺 (資料9)

資料9

あの時の報道をどう考えればよいでしょうか。もし、記者がまともに取材したいと思っていたのなら、「どうして彼らがそこまで言い出せなかったのか」をきちんと聞き出すべきだったのです。うちの養鶏場の鳥に異変が起きている。どうもおかしいなと分かっているながら、言えないで悶々としていた。その間にパーっと広がって行ってしまった。そういう時間の経過があったわけですね、数日間、その過程でどうして通報できなかったのか、その“言えない気持ち”をちゃんと聞き出して報道しなければ、また同じことが、ほかの養鶏場でも起こるかもしれないわけですよ。/また、振り返ってみると、「なぜ自分たちはすぐに通報しなかったのか」を、浅田会長自身も一所懸命、説明しようとしていたんですね。会長は記者会見の中で「インフルエンザであってほしくない、と思っていた」「腸炎だと思った。腸炎で大量に死んだこともある」「調子の悪い鳥を出荷するのも、昔からよくあること」などと語っていました。/でも、自分たちの真意を説明しようとするほど、それに対して報道陣は「そんなはずはないだろう」とか、「そんな無責任なことを思っていたのか」などと、さらに責め立てたわけです。…逆に正義感に燃えてしまっています。こうした善意の暴走による《バッシング》が、以上述べてきたアンバランス報道の主な4パターンの中でも、一番危険な姿です。

(下村, 2010, 19, 24頁)

→「空気を読む」報道の増加 (資料10) …反権力の希薄化(第4の権力)

資料10

(郡山) 一方で「空気を読む」という言葉が、近年よく使われます。僕はこの言葉が大嫌いです。報道は「世間がどう思っているか」、要するに「空気を読む」というところに、とても敏感です。

(下村) 確かに今の報道は、空気を読みすぎる報道が多いですね。

(郡山) 空気を読みすぎて、空気の流れと反対のことをやらない。他の報道や世間の流れなどをみて、無意識に一方向だけに絞り込みをしてしまう。そういうことが多いのではないかと、

という気がしてならないですね。(下村、2010、51-2頁)

※そもそもネット「炎上」とはどうして起こるのか

ネット炎上におけるユーザーの共振構造(資料11)

資料11

高頻度炎上関与ユーザー群は、多くのフォロワー数を持つユーザーで構成されており、高頻度炎上関与クラスター内の一部で取り上げられた炎上案件は、速やかに同クラスター内で共有された後、クラスター内各ユーザーのフォロワーを通じて、広くTwitter全般に拡散されていくという炎上発生メカニズムの存在が推測される。(小山他、2019、3頁)

## 6.3 日本の放送事業者のもがき～原点回帰の動き

### 「3.11」の経験

被災直後のラジオの役割の再認識

**(9) どんな情報が求められたのか** (資料12) …「知りたいこと」と「知らせるべきこと」

資料12

象徴的だったのは、17時の段階でJRN(TBSラジオを基幹局とするラジオ放送ネットワーク)の報道特別番組を一時間だけ流した時のことでしょう。こちらとしては、中央の局であれば災害の全容が何か分かるのではないかと期待したのですが、出てくるのは東京で帰宅困難者が駅に溢れ返っているというニュースばかりでした。つまり最も被害の大きい場所の情報は東京にもない。我々にとって、地元の話は地元でやらなきゃダメだ、と痛感した瞬間でした…IBCラジオの報道に変化の兆しが見え始めたのは、11日の23時頃にたまたま繋がった1本の電話がきっかけだった。相手は釜石市街地の沿岸にある国土交通省釜石港湾事務所の原総務係長で、このときアナウンスを担当していた加藤は次のようなやり取りを交わすことになる。(港湾事務所に職員を除いて48名の市民が避難しているという話の後)

加藤:…いま総務係長野原さんご自身が一番欲しいもの、こういう情報、こういうものがほしいというものは何かありますでしょうか。

原:そうですね…。あの、釜石市内の状況がですね、ぜんぜん実は分からなくて。自分も含めてなのですが、家族関係の安否も全く確認できない状況にありますので、釜石市内の安否情報を流していただけるといちばん助かるのと、あとライフラインが全く止まっていますので、見込みみたいものがあれば…。

加藤:避難されている方、職員のみなさんが安心できるような情報がとにかく欲しい、ということですね

原:はい。

加藤:えー、国土交通省、釜石港湾事務所、総務係長の原さんにお話を伺いました。まだ夜は長いですが、48人の避難者の方々を含めまして、ぜひ無事に一夜を過ごしていただきたいと思います。

加藤がこう言って電話リポートを終えようとしたときのことだ。原総務係長が焦ったように「あの…」と言葉を詰まらせた。一瞬の混乱の後、加藤が「原さん？」と再び呼びかけて続きを促すと、彼は「避難されている市民の方のお名前を読み上げたいと思うのですが…」と避難者48人のフルネームを読み上げたのだった。「ああ、そうだ、その手があった、とこちらが逆に気づかせて貰った思いでした」と加藤は話す。…避難者の実名が読み上げられたことの影響は、翌日になってからより大きくなっていった。IBC本社の受付には名簿を持ち寄る人々が現れ始め、身内の安否情報を求める声が増えていく。(荒、2012、40-43頁)

「記者の眼差し」(DVD)

## アルゴリズムにはない、(10)現場のことを自由に知らせること＝報道

「お前はただの現在に過ぎない」(資料 13)

⇒「注意を喚起し考え共有し広げていく」(資料 14)

### 資料 13

「テレビーお前はただの現在にすぎない」とは、すなわち、テレビの同時性(即時性)に対する「権力」及び「芸術」からの否定的非難の言葉として、ぼくらに発せられているということなのだ。/「時間」をすべて自ら政治的に再編したあとで、それを「歴史」として呈示する権利を有するのが「権力」とすれば、そのものの「現在」が、as it is (あるがまま)に呈示しようとするテレビの存在は、権力にとって許しがたいだろう。「テレビ、お前はただの〈現在〉にすぎない。お前は安定を欠き、公平を欠き、真実を欠く」ーそれが体制の警告だ。テレビが墮落するのは、安定、公平などを自ら求めるときだ。/「時間」をすべて自ら選択し内面化したあとで、それを「作品」として呈示することを「芸術」とするならば、時間を追うことによるのみ、独自の表現をもとうとするテレビは、芸術の第一義的本質を欠いている。非選択的、非永遠的、非作品的…etc. それは、いわゆる「芸術」から見れば、「テレビ、お前はただの〈現在〉にすぎない」となるだろう。/即興を本質とするジャズの演奏そのものは、作品を目指さない」/ジャズが墮落するときの第一の形態はジャズが芸術になることだ(平岡正明)。テレビが墮落するときの第一の形態はテレビが芸術になることだ(誤解しないでほしい。美しい映像によるドラマを駆逐しようというのではない。もしそれがあったとしても、それを包み込む全体としてのテレビを言っているのだ。そして、その演出家も全体としてのテレビを意識せざるをえないであろうことも確かだ)。/…「テレビ、お前はただの現在にすぎない」という否定は、そのまま、こうして一挙に裏返しにされる。「イエス。テレビ＝わたしはただの現在でありたい」(萩元・村木・今野、2008、492-493頁)

### 資料 14

新聞の存在意義とは、何を伝えるかにあるからだ。その報道に読者の注意を喚起する事実があれば、媒体の形は何であれ、新聞は必ず生き残るであろう。/それは、特ダネを追い続けるという短絡的な話ではない。様々な視点を持ち、「常識」と信じられていることの矛盾やウソを見抜くような取材を積み上げた先に、AIにはできない発信ができる的信じている。/それが、いかに重要なのか。今回の勉強会で私は改めて痛感した。/最後に池田さんと共に勉強会の幹事を務めた山田菜穂さん(17)の感想を紹介したい。/「意見は持っているだけではなくて、それについて考え共有し広げていくこと、また、その意見を社会や世界と繋げることが大切だということ」を学べた気がします(「真山仁 『人が伝える＝偏向』メディアへの不信 事実を見抜く視点人にこそ」

『朝日新聞』2019年11月9日朝刊)

=コンテンツを超える存在…放送事業の本質

## 参考文献

荒蝦夷(2012)『その時、ラジオだけが聴こえていた』竹書房/大原通郎(2018)『テレビ最終戦争 世界のメディア界で何が起きているか』朝日新書/大場吾郎(2017)「第4章 コンテンツブランドの実相と構築の意義」情報通信学会コンテンツビジネス研究『コンテンツビジネスの経営戦略』73-93頁/下村健一(2010)、『マスコミは何を伝えないか』岩波書店/ジャーナリズム研究(2006)、「この公共放送は何処へ行く」『ジャーナリズム研究』第198号、4-46頁/武田徹(2006)『NHK問題』ちくま新書/田村和人(2017a)「第1章 情報環境とコンテンツ利用の変化」情報通信学会コンテンツビジネス研究『コンテンツビジネスの経営戦略』1-23頁/田村和人(2017b)「第2章 インターネットで変わる映像ビジネス」情報通信学会コンテンツビジネス研究『コンテンツビジネスの経営戦略』25-46頁/日経ビジネス(2016)「特集 テレビ地殻変動 ネットTVが作る新秩序 [PART3] <地方局は生き残れるか> 崩れる収益基盤 国も再編へ動く」『ニケ木ビジネス』2016年9月12

#### 授業計画の変更

回数	月	日	曜日	内容
1	10	3	木	ガイダンス
2	10	10	木	エネルギー事業①（電気事業）
3	10	17	木	エネルギー事業②（ガス事業）
4	10	24	木	関西電力西村陽先生ご講演
5	10	31	木	通信・放送事業①（通信事業）
6	11	7	木	休講
7	11	14	木	通信・放送事業②（放送事業）
8	11	21	木	通信・放送事業③（郵便事業）
9	11	28	木	運輸事業①（航空事業）
10	12	5	木	運輸事業②（鉄道事業）
11	12	12	木	運輸事業③（バス事業）
12	12	19	木	京阪電鉄前田先生他ご講演
13	1	9	木	みやまスマートエネルギー磯部達先生ご講演
14	1	23	木	公益事業と環境統合型生産システム～水道事業をめぐって