

## 地上デジタル化と地方民放テレビ局の未来

松 井 一 洋\*

- 未来は予言するものではない。人類が自らの意思で選び取るものである。<sup>(1)</sup>
- 未来は常にさよならの言葉とともにやってくる。<sup>(2)</sup>

### 1. はじめに～次に来る波

この半世紀ほどの間、社会を覆いつくしている「インフォメーション・ソサエティ（情報化社会）」の次に来るのは「ドリーム・ソサエティ」だという未来学者ロルフ・ジェンセンの言葉に、どことなく心休まるような一条の光明を見出している。いや、それ以上に、待ち望んだ未来社会へのひとつの解ではないかとすら感じる。つまり「インフォメーション・ソサエティ」における情報ハードテクノロジーの激しい競争の時代から、情報そのものに根源的な人間的価値＝「未来への夢」を付加するスローな時代がやってくるということである。

未来はいつも、「夢」を実現しようとする人間の勇気やチャレンジによって拓かれてきた。農耕社会（農耕革命）から工業社会（産業革命）、そして情報社会（情報通信革命）へ続いてきた大きな社会のうねりは、人間が自ら構成した次の時代へのドリームから生れたのだ。

そこに、もうひとつの近代に獲得した、忘れてはならない知恵を付け加えるならば「生き残るのは最強の種ではなく、最も頭のよい種でもない。それは、変化に最もうまく適応できる種である」という進化論の法則であろう。

この二つの考え方を念頭におきながら、地上デジタル化と地方民放テレビ局（以下、地方テレビ局という）の未来について若干の考察を行うこととしたい。

本稿におけるわたしの基本的スタンスは、「ドリーム・ソサエティ」実現のため、基幹メディアとしての地方テレビ局変革への切なる期待から出発している。今やまさしく「インフォメーション・ソサエティ」の先頭を走っている民放テレビ放送業界は、設立当初から事業免許制度と KEIRETSU（系列）によって手厚くその利権

---

\* 広島経済大学経済学部教授

を守られてきた、最後の「護送船団」である。これまで、いくつかの世間の耳目を攫うようなキー局の経営危機もあったが、<sup>(3)</sup>いまだに全国でも一社の倒産や経営譲渡などの経営再編が起こっていないこともあり、関係者の多くは「いざとなれば行政や親会社、系列会社が助けてくれるだろう」とか、「なんとかなるに違いない」というような楽観的な発想からブレイクスルーできていないと思われる。しかし、地上デジタル化や参入規制緩和の大きな流れのなかで、地方テレビ局もビジネス社会の冷徹な市場メカニズムに晒される時代が到来したのである。

なお、地方テレビ局の経営について論じるとき、NHK（公共放送）と民間商業放送（民放）との「二元体制」の問題は避けて通れない重要なテーマであると認識している。しかし、本稿では、地上デジタル化がすでにスタートし、もはや後戻りのできない状況のなかで、来るべき経営環境に対応するための地方テレビ局の新しいビジネスモデルに限って考えるとともに、「第四の波」とも言うべき「ドリーム・ソサエティ」の建設を担う地方マスメディアの存在理念について若干、論及する。

## 2. 地上デジタル化という潮流

### 2-1. なぜデジタル化なのか

「なぜデジタル化なのかは、いまもって十分な説明がなされていない<sup>(4)</sup>」とか「問題なのは地上波放送のデジタル化である。視聴者にとって何のメリットがあるのか、その点が一向に見えてこないのが気にかかる<sup>(5)</sup>」というような意見が根強く残っている。筆者が2004年秋に、在阪6局（NHK, MBS, ABC, KTV, YTV, TVO）の役員や幹部にヒアリングしたときも、デジタル化について十分納得のいく説明を聞くことができなかった。

また、総務省の「ブロードバンド時代における放送の将来像に関する懇談会」における「デジタル放送推進のための行動計画（第2次）」（2003年1月19日）に添付されている「地上デジタル放送の周知・広報アクションプラン」には、デジタル化の社会的意義とメリットが列挙されているが、それを一読しただけで容易に理解・納得できるものではない<sup>(6)</sup>。ましてや、1997年当時から、旧郵政省の地上デジタル化推進の大義名分のひとつになっている「世界の趨勢<sup>(7)</sup>」論は、明治以来のわが国の政治や産業政策における西欧へのキャッチアップ志向に通じるような古色蒼然とした用語であり、説得力は弱い。

ここでは、少し詳しく実際の政策的メリットをあげてみよう。

①政府としては、地上デジタル化による、1億数千万台のテレビ受像機の買い替

え需要喚起等や関連雇用創出による経済波及効果に大きな魅力を感じているはずである<sup>(8)</sup>。もちろん、視聴者側の個別投資にとどまらず、情報の生産者であるテレビ局側も放送機材から送受信装置（中継局整備を含む）の更新などの投資が必要である<sup>(9)</sup>。これはまさしく、公共投資によらない新しい方式の景気刺激策である。「小さな政府」が主流となるはずのポスト産業資本主義時代における、未来型マクロ経済政策の嚆矢となるかもしれない。

②地上波デジタル化のもたらす最大の国家レベルのメリットは、「限られた資産」である地上波の整理による余剰周波数帯域の新規利用の拡大である。地上デジタル化の暁には、アナログ時代にテレビが利用していた周波数帯域の三分の一が他の用途に利用できる。

そもそも、第二次世界大戦後の急激な経済・社会の発展の中で、電波行政の長期的戦略は、なかなか遂行し得なかったであろう。1957年の VHF 波テレビ局大量免許（民放36局，NHK 7局）以来、多局化傾向はとまらず、ついには UHF 波までもが開放され、1968年から1979年の11年間に、民放45局が開局している。1968年9月、当時の小林武治郵政大臣が「向こう10年間にテレビ放送をすべて VHF から UHF 帯に移行させる」という UHF 移行論を発表したこともあったが、業界の猛反対によって実現できなかった。

そうして迎えた21世紀、デジタル技術が飛躍的に進歩したこの機会に、電波について全面的な社会的配分の見直しを図ることは、そのこと自体を前向きに捉えなければならない。空いた周波数帯をどう利用するかはまだ明確になっていないが、携帯電話はすでに周波数が逼迫しているし、ワイヤレスブロードバンド環境の実現や多様なネットワークによるナショナルセキュリティの確保、ワイヤレス ITS（高度道路交通システム）など「戦略性を持った電波行政の展開」<sup>(10)</sup>（総務省）が図られることになる。さらに、ナショナルセキュリティの向上として、永年の課題である自然災害予知や国防上の新しい情報伝達ツール等の開発にも大いに期待したい。

## 2-2. デジタル化がもたらす情報環境

### 2-2-1. 多重伝送路

現時点（2005年9月末）における、わが国のテレビ放送伝送路は7つである（図1）。そして、アナログハイビジョン放送が2007年（平成19年）まで、その他の BS アナログ放送が2011年（平成23年）までと終了期限が確定したので、2011年7月の<sup>(11)</sup>地上デジタル化完了時点での既存伝送路は5種類となる。

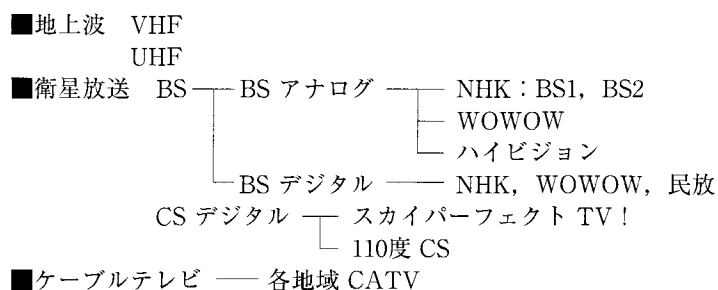


図1 テレビ放送（伝送路）の種類

そこに、「放送と通信の融合」（図2）の象徴的存在である通信事業者の光ファイバーによる新しい伝送路が加わる。東西 NTT は、FTTH (fiber to the home) 計画により、全国くまなく光ファイバーを張り巡らすことになっており、電話、インターネットとテレビ放送が一本の線で家庭に入ってくるのが技術的に可能となる。また、これに加えて全国の電力会社が敷設する光ファイバーの総延長は NTT を凌駕すると言われている。この二つの巨大かつ全国に「あまねく」敷設された社会インフラは「放送と通信の融合」において重要な位置を占める存在である。

①サービスの融合	放送と通信の両方の特徴を兼ね備えたサービスの提供
②伝送路の融合	一つの伝送路を放送にも通信にも共有
③端末の融合	放送と通信の双方のサービスが利用できる端末の開発
④事業者の融合	放送事業と通信事業の一体的経営

図2 「放送と通信の融合」の四つの局面

後でも述べるが、各地方テレビ局の中継局デジタル化整備計画では、自ら整備する中継局の絞込みを行い、そこから漏れる地域（「条件不利地帯」）のユニバーサル・アクセスの確保は、CATV や通信事業者の保有する伝送路を利用した同時再送信<sup>(12)</sup>によることになろう。ただし、この場合もあくまで通信事業者への同時再送信委託によるという建前とし、過去に「規制緩和小委員会」などで提案された、地方テレビ局のコンテンツ部門（制作・編集）と設備部門（送信）の分離（一般に「水平分離」と呼ばれている）には、徹底して反対というのが地方テレビ局の一致した主張<sup>(13)</sup>である。地上各局は、ニュース・報道を通じたジャーナリズムを形成する言論機関でもあり、テレビ放送の伝送路を通信事業者に掌握されるような「水平分離」には到底賛同できないというのが理由である。アメリカのように地上波のマストキャリア（再送信の義務付け）が制度化されていない現状では、この議論はしばらく、

疑心暗鬼のまま平行線をたどり続けることになるであろう。

なお、電波法、放送法、有線電気通信法など電波管理体系の全面的見直しについては、電気通信審議会において検討が続けられているが、この際、既成概念や既得権保護にとらわれない大胆な発想が望まれる。特に、規制改革・民間開放推進会議で検討中の「放送事業への新規事業者の参入の許容」は、既存の事業者がどんなに反対しても、すでに止められない「時代の趨勢」である。そうなると、既存の地方テレビ局が「水平分離」に反対する根拠自体が失われてしまう。

デジタル化後の地上波の条件不利地帯への伝送手段については、スカパー！・JSATによる衛星の利用という構想も提示されており、最近の民放キー局のインターネットによる番組配信事業の推進も含めて、地方テレビ局が「既得権益の確保」という受身の姿勢では、その立場はますます厳しい事態となるのは必至である。

いずれにしても、家庭と社会を結ぶテレビという広く普及した情報ポータルを通じて、より多く（長く）視聴者の時間を獲得するためのテレビ放送事業者間の闘いはこれからも続いていくことは間違いない。そこで重要なことは、「すべての個人が情報の発信者となり得るデジタル社会においては、地上波にせよ、ケーブルにせよ、衛星にせよ、ハード（放送設備や伝送路）を確保することによって、メディアを支配することはもはや不可能である。残された道は一つしかない。それは、良質のソフト、信頼性の高い情報を提供することである<sup>(14)</sup>」という指摘である。

冷静にこれらの事業環境を見極めれば、生き残りのためにとるべき手段は自ずと限られてくるように思える。

### 2-2-2. 地上デジタル化のメリット

地上デジタル化は、情報化時代における最大の技術的イノベーションである。それがもたらす社会的メリットは、先に述べたような経済効果や電波資源の有効活用に限定されるはずもない。

地上デジタル化こそが、新しい生活文化としての「ドリーム・ソサエティ」を創り出すことができるのである。また、その方向をすでに国家政策として受容した以上、メディア情報の消費者である国民（視聴者）もまた、その新技術の積極的活用に知恵を絞らなければならないことも当然である。

ここでは、「ブロードバンド時代における放送の将来像に関する懇談会」の「デジタル放送推進のための行動計画（第2次）」（2003年1月29日発表）をもとに、視聴者側のメリットについて具体的に考えてみたい。

- ①「鮮明な映像と高音質による臨場感豊かなサービスが利用可能」になる。

ハイビジョン（高精細度：High Definition）映像が広く視聴できるようになるということである。臨場感や音質の問題はそれに付随するものであり、ゴーストの解消は消極的な効果にすぎない。必要なのは、ハイビジョンが人々の新しい生活観（「ドリーム・ソサエティ」）にどのように貢献するのかというシナリオづくりである。メディア論的にいえば、地上デジタル化によって同じ時間内に伝達される情報量が飛躍的に増加する<sup>(15)</sup>。すなわちこれは、情報の「事実性」へのさらなる接近である。

- ②「従来にない多彩な情報の入手や双方向機能等を備えた様々な利便性の高いサービスが利用可能」になる。

「テレビ視聴の高度化」というのは、e-プラットフォームとも称されるように、家庭のデジタルテレビが、従来のアナログテレビ受信機という機能から脱皮し、いわば放送端末として生まれ変わることである。そして、次の時代はトータル家電のコントロール機器へ変貌を遂げるとともに、テレビ・コマースやデータベース・マーケティングの端末として、市民生活におけるさまざまな新しい役割を担うことになるだろう。

また、「ひとつのチャンネルで同時に複数のテレビ番組を提供することもでき、視聴者の番組選択の幅が広がるほか、スポーツ中継などにおいて複数のアングルによる中継のなかから視聴者が好みのアングルを選択できるマルチアングルサービスや立体テレビ（めがね型等）も実現可能となる」（同行動計画）。これは、「多チャンネル化」と言われているが、政府方針がハイビジョン（HD）放送の推進に決まった（HD 放送の場合は、デジタル化後も一局一波の放送である）ため、このような曖昧な表現になってしまったようだ<sup>(16)</sup>。

なお、予備の1セグメントを利用した緊急・災害情報の発信については、別途、地上波デジタル化の付加価値として研究されている非常に興味あるテーマである。

ところで、「わが国には欧米におけるような切実な多チャンネル・ニーズがないということは事実である。米国はもともと、広大な国土のなかに多言語の他民族を抱えており、各地の地域特性も大きく異なる。（中略）欧州では、一カ国あたりが保有できるテレビ放送用の電波量に限界があると言う事情があった。このため、各国ともテレビのチャンネル数が絶対量として少ないということで、多チャンネル放送に対するニーズは相当に大きかったのである<sup>(17)</sup>」という西正氏の見解は傾聴に値する。

これは、多チャンネル化について論じるときに忘れてはならない視点である。

過度の多チャンネル化は社会的なインフラの冗長であるということも、やはり一面の真理である。良質なコンテンツが根本的に不足している中で、編成理念と編成方針の見えない、むやみな多チャンネル化は、「情報の多様性」が「価値観の多様化」に対応した「民主主義の原点」であるとはいえ、手放して歓迎すべきものではない。

- ③「携帯電話や携帯情報端末（PDA）での視聴や移動体での安定したサービスの利用が可能」になる。

携帯電話という通信機器でテレビ放送が視聴できるという位相で、放送と通信の境界を乗り越えることになる。つまり、放送と通信がそのコミュニケーションの性格を混合することではなく、集合機器（電話機+テレビ）が汎用され、状況に応じて使い分けられる。なお、携帯端末での地上デジタルテレビの視聴料は、民放が従来どおり無料である限りは無料であるはずだが、有料放送であるNHKはどのような判断をするのだろうか。<sup>(18)</sup>

- ④「高齢者・障害者にやさしいサービスが充実」する。

これからの高齢化社会のニーズに合致すると期待されるサービスである。このサービスは、字幕・解説サービスとテレビ受像機に付加されたハードによるセリフ等の速度調節機能に限られる。

しかし、人口の四分の一が65歳以上という高齢化社会において、地上デジタル化が高齢者の快適な生活や生きがいの獲得に貢献する仕組みをさらに深く研究して欲しい。50歳以上のテレビ視聴率は、依然として増加し続けており、差しあたっては、地方テレビ局が普通放送（SDTV）における三波中の一波を高齢者向けコンテンツに開放することを提言したい。少子高齢化時代の産業社会の景気牽引力ともなり得る中高年層の新しい情報ニーズや消費動向に見合う番組作りが求められる。

- ⑤「番組選択や好きなときに見たい番組の視聴が容易」になる。

電子番組案内（EPG：electronic program guide）の利用と受像機に内蔵されたHDD（hard disk drive）による自動録画等を意味している。地上テレビでは、普通放送（SDTV）でも三波が限度であり、直接的なビデオ・オン・デマンド（VOD）視聴はなかなか難しいだろう。従って、このメリットはデジタル放送全般（衛星放送やケーブルTVを含めた）に関する多チャンネル化の利便性向上と理解したほうがよいと思われる。

### 3. これまでの地方テレビ局のあゆみ

#### 3-1. 地方テレビ局の多局化

『第三の波』(アルビン・トフラー)や『メガトレンド』(ジョン・ネイスビッツ)が世間の話題をさらった1980年代、デジタル・テクノロジーと有線ネットワークを結びつけて双方向コミュニケーションを目指す新しいメディアが次々と登場した。これを「ニューメディア」と呼び、従来型の一方通行メディアに代わる「未来の双方向メディア」と期待された。CATV、文字放送、キャプテン(双方向文字図形情報通信システム)、VAN(価値付加通信網)、FAXなどの出現である。また、1984(昭和59)年5月12日には、世界初の本格的な直接受信衛星放送がわが国で開始された<sup>(19)</sup>。この時期に、一時、地方テレビ局の未来を危ぶむ声(いわゆる地方民放「炭焼き小屋」論)が沸き起こったが、これらの「ニューメディア」が望ましい双方向コミュニケーションを実現するには、情報伝達容量や速度などに限界があり、FAXやCATVを除いて次々と消滅していった。しかし、この一連の動きが、現在のマルチメディア時代の貴重なステップになっていることを忘れてはならない。

一方、1986年、郵政省は、バブル景気にも後押しされるかたちで「放送用周波数の割当計画基本方針」を改正して、民放テレビ一県四波化政策(地上民放テレビ四局化構想)<sup>(20)</sup>を実施した。これにより全国のテレビ局は100局を超え、さらに、1990年代のANN系列の拡大により、現在では127局を数える。

1953年の地上波テレビ放送開始以来、政治・経済のダイナミズムに翻弄されながらも、「電波の希少性」ゆえに、免許事業として地方ごとに数社による寡占状態を確保し、他産業に比べると比較的平安に存続してきた地方テレビ局も、ここに来て、BS・CS放送の充実による全国一斉放送や地上波デジタル化、インターネットをはじめとした新しい情報通信革命のなかで、構造改革やネットワーク再構築が必至の状況に追い込まれているのである。

21世紀は、20世紀に発展したさまざまなビジネスや社会の仕組みを根底から見直し、それを再構築することで開ける「新しい価値創造の時代」である。地上デジタル化も、その文脈で理解しなくてはならない。

#### 3-2. 「地方の時代」について

1978年7月、横浜市で開催された「首都圏地方自治研究会」主催のシンポジウムにおいて、長洲一二神奈川県知事が「巨大都市問題、環境・資源・エネルギー・食料の問題、管理社会と人間疎外の問題等々の巨大な問題群こそ、まさに現代先進工



業社会が共通に直面する問題になっており、(中略) どれ一つとして自治体抜きには解決できない<sup>(21)</sup>」と論じ、日本の「新しい政治的、文化的潮流」として「地方の時代」をひとつの重要な歴史的キーワードであると位置づけた。

この「地方の時代」というフレーズは、高度経済成長後の社会状況を背景に、地方分権、市民自治、地方文化を重視するさまざまな立場から広く支持され、翌年の地方制度調査会の答申等にも「地方分権の促進」、<sup>(22)</sup>「地方住民の定着権」などの新しい用語が登場した。

このような社会構造に対する本質的な問題提起を受けて、わが国の地方行政のありようが厳しく問われ始めた時期に、地方テレビ局は、何を考え、どう行動したのだろうか。

3-1で述べたとおり、1980年代の地方テレビ局の大量新規開設という事実そのものは、一県あたり三波であろうと四波であろうと、地方テレビ局が「ローカリズム」をその事業使命とする限りにおいて、まさしく「地方の時代」の趣旨に合致するものである。しかし、当時の郵政省による大量免許付与の大義名分は「地域情報格差の是正」と「受信機会の平等」という中央集権的思想そのものであった。ここにまず、時代の思想潮流としての「地方の時代」との大きな乖離(齟齬)がある。

そもそも「地方の時代」という思想は、「この用語は、主張者の依って立つ立場や意図によって、問題群の解決内容が異なってくる<sup>(23)</sup>」ものではあるが) 当時のわが国の政治的、文化的潮流として、直面していたさまざまな社会問題の解決に真正面から立ち向かう新思想であり「地方(=市民)、国家(=国民)、そして世界(=人類)を相対化する捉え方からの政治、行政、経済、文化の国家への一転集中体制に対する新しい文化モデル」(長州知事)の提唱なのである。さらなる東京一極集中が本格的に始まろうとする時代に「東京(首都圏)も一つの地方である」ことが宣言された意義は大きい。

しかし、地方テレビ局は、そのような「地方の時代」の大合唱のなかで、まるで時代に逆行するかのように国家レベルでの「情報の均質性」の訴求(=中央集権化)ともいべき、在京ネットワーク系列の強化に邁進した。<sup>(24)</sup>もちろん、その時代の地方テレビ局が「地方の時代」の思想に共感したとしても、それを推進するためにどのような方法を持ち得たかは難しい問題である。東京、名古屋や大阪広域圏に比べて、圧倒的に小さい地方広告市場にあって、相当の視聴者を獲得し、収益性を向上するための方策を模索した結果が「東京キー局依存」という経営システムの選択であったとも言えるだろう。

一方で、「地方の時代」の思想は、その後も政治のダイナミズムによって紆余曲

折を繰り返したが、国家財政の破綻と55年体制の崩壊に歩調を合わせるように、1993年には衆参両議院一致で「地方分権推進決議」が行われ、1995年5月、「地方分権推進法」（5年の時限立法）が成立した。そして、2000年4月、地方分権一括法（「地方分権の推進を図るための関係法律の整備等に関する法律」）により、475本もの法律が一度に改正されるという前代未聞の大行政改革が実現したのである。戦後55年間、強力な中央集権と情報統制によって「主従」の関係で統治されてきた「地方」は、漸く「対等」の関係に脱皮した。その最も顕著な事項は、知事の仕事の80%といわれた機関委任事務（市町村長の場合は40%）の完全撤廃であり、合わせて、国庫支出金を減らし、税源を地方に移譲するとともに、地方交付税を見直す「三位一体」改革がスタートすることになった。

この時期はちょうど、地上波テレビ放送がデジタル化という新しい波に直面する時期と重なっている。そこで繰り返し広げられてきた議論については、すでに地上デジタル化が進行中である現在、あえて繰り返さないが、2-1でも触れたとおり、ここに至っても「地方の時代」に未来の夢を繋げない地方テレビ局関係者が多数いることにはもどかしさを感じる。

（図3）は、2002年11月25日、民放連主催の「第50回民間放送全国大会シンポジウム『地方発全国行き～地元局制作現場最前線』」において、コンテンツ制作現場で働くパネリストたちが、熱くその想いを語った後、会場の地方テレビ局関係者に対して実施したアンケートの結果である。国を挙げた構造改革の最中に、質問1のような見解が大勢を占めるところに、現代の地方テレビ局の病根があるように思えてならない。

### 3-3. 地上デジタル化による地方テレビ局のメリット

地上デジタル化が「国家政策であり、多大の投資を伴う経営的な重荷を課せられ

質問1：地方分権だ、双方向が大切だと言うけれど、今後もキー局を頂点としたヒエラルキーは変わらない	88
質問2：自分の社が制作した番組は有料にしても視聴者、リスナーが受けとめてくれる自信がある	30
質問3：本音を言うと、ローカル局は報道機能は別として制作現場を自社で持つ必要はないと思う	17

（出所）2002年11月25日 第50回 民間放送全国大会シンポジウム『地方発全国行き～地元局制作現場最前線』月刊民放 2003年1月号、P. 25より

図3 会場の参加者への質問と回答（N=101）

た」という消極的な捉え方が地方テレビ局関係者に多いことは先に述べたとおりである。端的な例として、『テレビメディアの攻防』（辛坊治郎）に掲載されたアメリカのあるテレビマンからの次のような意見が強く記憶に残っている。

「30年間テレビ局の管理職として働いた経験から言わせてもらえば、一度たりとも、走査線の数<sup>(26)</sup>が500本しかないことで視聴者に文句を言われたことはない。(中略)今、ここに来て、デジタル化への変換に数千億円の金を使おうとしているテレビ産業は、いったいこの批判にどう答えるのだろうか」。多くの関係者が共感する言葉だろう。

しかし、これまで見てきたように、地方テレビ局は放送開始から50年余り、国や地方の政治、経済そして文化と、必ずしも、その事業使命である「ローカリズム」に立脚した望ましいかたちで係わってきたわけではない。政治的にも「地方の時代」が現実になった今こそ、自らの存在理念と経営方針を根底から見つめ直す時機が到来したのである。

ここでは、地上デジタル化にともなう地方テレビ局側のメリットについて、「地上デジタル懇談会」の報告（前出）をもとに考える。

なお、この際、地方テレビ局は「デジタル時代には、視聴者がテレビ局に合わせるのではなく、視聴者の都合にテレビ局が合わせるようにしなければならない。つまり、未来のテレビは視聴者が自分の都合で見る視聴者主導型となる<sup>(27)</sup>」という、他産業においては常識ですらある『顧客志向』をはっきり認識しなければならない。この意識改革なくして、地方テレビ局が地上デジタル化の大波を乗り越えることは困難であろう。

- ①デジタル化は、多彩な放送サービスの提供による新しいビジネスチャンスの拡大に資する。SD 放送3チャンネル化は、必ずしもコンテンツの多様化を意味しない。一つのスポーツゲームを、三つの角度から放映するようなことが可能だし、場合によれば、VOD とまで行かなくとも、一つのコンテンツで何回かの時間をずらした放送が可能である。“キラー・コンテンツ”と呼ばれるような視聴率の高い番組は、今まで以上に何回も再放送することが容易である。このような状況になれば、瞬間視聴率による番組評価は累積視聴率評価に変更されることになるのは必至であろう。HDD による長時間録画も含めて、CM 界にも劇的な変化が生じるはずである。
- ②次に、デジタル化にともなう番組制作の多様化・効率化・省エネルギー化である。デジタル化は、TV カメラの軽量小型化のみならず高性能化を実現する。また、ノンリニア編集の普及は、番組制作の効率化に大きく貢献し、新しいテ

イストの作品を次々と生み出す可能性を感じる。取材から撮影まで、すべてを一人でこなすビデオジャーナリストの常態化や番組制作の効率化は、想像以上に画期的なコンテンツの多様化をもたらすと期待している。

- ③デジタル放送番組ソフトのマルチユースや二次利用は、ダビング、長期保存の容易さや劣化の少なさなどデジタル化の本来的メリットである。しかし、そこに立ちはだかるのは、日本のTVドラマは「著作権の寄木細工」といわれるほどに複雑な権利関係である。地上デジタル放送が本格的に始まる2011年までには、この権利処理ルールは必ず整備されていないといけない。また、インターネットによる無法な権利侵害が横行している現在のソフト流通の仕組みの整備も不可欠である。ただし、この問題は、あまり複雑化せず、原点に戻って人類の貴重な財産であるコンテンツを、できるだけ早く、パブリック・ドメインに返すべきであるという思想のもとで、私的財産権の制限（限度）について、法律で定める事項であると認識している。

- ④「視聴者との一体化」というテーマは、「双方向サービスの実現」という情報関連事業者の見果てぬ夢でもある。これは「放送と通信の融合」という課題と大きく関連する。技術的には、先に述べたような放送伝送路と通信回線との共用や住み分けの問題でもある。また、地方テレビ局が、今後、どのように自らの組織やビジネスモデルを変えていく（いける）かにもかかっている。

さて、民放各社の「事業規模や収益に比較して、地上デジタル化は経営の根幹を揺るがす大規模投資である」という主張は奏功し、前段階である周波数のアナ・アナ変換の費用（約1,800億円）を「公的支援」という名の国民負担にすることに成功した。

次は、ユニバーサル・アクセスの実現に向けて、多大な費用のかかる中継局整備についても「公的支援」を横睨みにしながら、CATVや通信事業者の補完伝送路利用に依存しようとしていることは先に述べたとおりである。2005年7月末に発表された「情報通信審議会」（第二次中間答申「地上波デジタル放送の利活用の在り方と普及に向けて行政の果たすべき役割」）に、かなり現実的な補完伝送路計画が述べられている。今後は、このフェーズで、それぞれの利害得失が絡んだ議論が活発化するであろう。

#### 4. ドリーム・ソサエティ時代の地方テレビ局経営モデル

##### 4-1. 地方テレビ局の実情

地方テレビ局の経営は、地元新聞社の関与度合いや地場産業の動向などにも大き

く左右される。さらに、その生い立ちやキー局系列によっても違ってくるし、経営者のテレビ放送に対する認識や経営思想によっても大きく異なる<sup>(28)</sup>。従って、普遍的な経営原理を見出すことは不可能に近いが、1959年の一県一局政策による開局であれ、1980年代以降の一県四局設置政策による開局や平成に入ってから新局（「平成新局」）であれ、マスメディアとしての「報道」、「地方文化の向上」そして「娯楽の提供」という三つの基本的な社会的役割に大きな差があるものではない。そこで、地方テレビ局が直面している、デジタル化のための設備投資を除くいくつかの経営問題について整理してみよう。

#### ①高齢化・労働力不足による影響

少子高齢化社会の到来は、地方テレビ局にとっても他人事ではない。もちろん、地方でも大学生のメディア産業へ就職希望は依然として高いと思われるが、それとて、現在のような数社による地域独占、地域マスコミとしての企業ブランド、平均以上の高賃金の結果である。従って、一般企業なみの賃金体系へ変更や、始業や終業時間など就業規則の厳守と省力化による一人当たり労働生産性の向上は、労働市場におけるテレビ局の競争優位性を失わせる。それについても、最近の各社の採用人員の抑制は、将来にわたる優秀な人材確保の視点が欠けているように思える。

#### ②人々の時間価値の変化による影響

「日本人とテレビ2005」（NHK 放送文化研究所）の調査結果によると、前回の調査（2000年）に比べて、70歳以上を中心に4時間以上テレビを見る人が増加しているという<sup>(29)</sup>。一方で、インターネットの発達は目を見張るものがあり『インターネット白書』<sup>(30)</sup>によると、インターネット人口は2001年2月末で3,628万人であったが、2005年2月では7,007万人とほぼ倍増している。そして、若者を中心とした携帯メール世代・ネット世代のテレビ視聴時間はこの5年間で相当減少している。現在は、その減少分を増加する高齢者による視聴時間の増加が支えているが、長期的には、すでに構造的な「テレビ視聴の減少」の時代に入ったと見るべきである。

#### ③チャンネル数の増加による影響

2-2-1であげた7つの伝送路によるテレビ放送は、視聴アンテナの種類や有料・無料の差はあるが、現在も熾烈なシェア争いを繰り広げている。そして近い将来、地上波、BS、CSそしてCATVの放送コンテンツの制作や流通に関する再編成は必至であろう。すでに「メディアがコンテンツを制する時代」から「コンテンツがメディアを制する時代」に突入しているのである。

#### ④地方局の制作力と営業力について

いくらインターネット人口が増加しても、やはりテレビ放送によるプッシュ型 PR が大きな強みを持っていると言われている。事実、インターネットによるバナー広告だけではなく、合わせてテレビ放送で Web サイトを紹介すると飛躍的にアクセス件数が増加したという報告を多方面から聞く。IT 化の進展によって、シェアの低下はあろうがテレビ放送が市民生活の主幹メディアであることは、これからも当面は継続するであろう。

問題は、名古屋や大阪の準キー局を除いて、ほとんどの地方テレビ局の自社制作率は、ローカルニュースを含んでも20%にも満たないことである。(余談だが、この数字は、3-2で述べたように2000年の行政改革までの知事の機関委任事務80%と不思議に一致している。従来の日本の中央と地方のさまざまな資源配分がこの比率であったのかもしれない。)そして、そのわずか20%ですら、子会社や独立プロダクションに制作を委託しており、地方テレビ局自体には実際の番組制作能力はほとんど存在していない。

また、営業についても、まずは独立 U 局の従来からの努力を見習わねばならない。大手広告代理店の支社すら存在しない地方におけるテレビ局の営業は、いわゆる足で稼ぐ営業しかありえない。系列キー局からの「ネットワーク保証」によって、一定の収入を確保してきた地方テレビ局には、本来の開発型営業という意識はまだ希薄である。

#### 4-2. 新しい地方テレビ局像

地上デジタル化は、計画されてから2011年の完全実施までには二十数年の期間がある。冷静に考えれば、デジタル化せずともテレビ局の諸設備の計画的更新は、当然の経営事項であり、関係者が「企業存亡の危機」などというのは、一種のプロパガンダであるか、もしくは自らの経営的無能を公言しているに過ぎない。

それにしても、早々と地方テレビ局の再編について議論され、同じキー局系列で近隣に位置する局同士が統合(新しい「広域放送化」)<sup>(31)</sup>や、同一領域に位置する異なったキー局系列のローカル局が合従連衡などの選択肢が次々提示されるのは、安易に過ぎる。

その上、2003年には、放送行政の憲法とも言うべき「マスメディア集中排除原則」<sup>(32)</sup>までが緩和され、経営困難に陥った放送局の救済方法についても言及されている。これなどは、未来の地方テレビ局のあり方に対する「護送船団方式」による予定調和的な行政発想の残滓ではないだろうか。

しかし、ここで問題にすべきは安易な再編論議ではなく、地方テレビ局の現在の地域割りが一部の広域放送や独立U局を除いて、一県一紙の地方新聞社の仕組みに則った、既存の自治体単位であり、免許当時と比べて、現在の当該地域の経済エリアや生活エリアに相応したものであるのかということである。廃藩置県当時の自治体区割りがいまだに地方テレビ局の事業範囲と定められているのである。

また、将来、平成の大合併の流れにおいて検討されつつある「道州制」が導入されたとき、現在の県域放送における「放送エリア」とはどこを指すことになるのだろうか。これについては「地方の時代」の「地方」の意味も含めて稿をあらためて論じることにする。

ここでは、これからも地方テレビ局が、地域情報メディアとして、「報道」、「地方文化の向上」そして「娯楽の提供」という三つの基本的な社会的役割を果たすための柔軟な仕組みをひとつ提案したい。

#### ①企業構造の改革

地方テレビ局のほとんどで、番組制作部門は子会社に分離されているのは先に述べたとおりである。そこで、これからの「コンテンツ（ツ）・イズ・キング」時代を見越して、まずは各地方（各県）において、この制作子会社同士の横断的合併を図ってはいかがだろうか（図4）。

この場合、在京キー局に地方ニュースを提供する地方支局的役割を持つ報道部門や番組企画・編成部門等は、各テレビ局に最低限のスタッフと設備を残すことにする。そうすれば、ネットワーク系列との関係についての影響はほとんど生じないし、放送の編成権や制作権も各テレビ局に存続するので、ソフト部門（編成・制作）とハード部門（放送設備）の「水平分離」という構想と根本的に異なる考え方である。

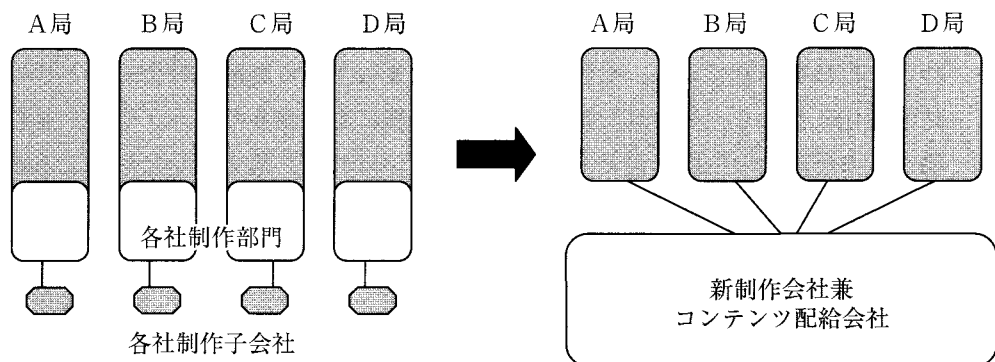


図4 新しいコンテンツ制作会社の設立（案）

この新しい制作会社には、従来から各地方に存在する独立系プロダクションや広告代理店にも参加を要請する。これにより、コンテンツ制作力は各テレビ局独自で行っていたときより格段に向上するし、各社の制作コスト削減や省力化も可能となる。また、この制作会社自体は、いわゆる独立プロであるから、各テレビ局からの受注制作作品で契約上の制約がある場合を除いて、自主制作作品はその地方の各局のみならず全国や世界にも販売できる。いわば「ローカル・シンジケート」<sup>(33)</sup>でもある。

今後、地方テレビ局のブロック化や合併問題が惹起しても、この制作会社は直接的な影響を受けることを免れることも大きな魅力である。

### ②新しい「市民的公共圏 (public sphere)」の形成に向けて

どの地方テレビ局を訪れても驚くのは、その会社の営業収入規模からは想像もつかないような立派な社屋と、受付スタッフ数人が静かに迎えてくれる閑散とした玄関スペースである。地方の「情報発信基地」であり「地方文化の中心」であるべきテレビ局が、在京キー局の中継基地そのものであることを実感する光景である。

ところで、広く語られているように、18世紀を通してイギリスでは新聞が広く読まれていく過程で、有名なコーヒーハウスが登場する。「コーヒーハウスは、たんにニュースを消費するだけの空間ではありませんでした。新聞や雑誌を発行する側にとっても、コーヒーハウスは重要なニュース源でした。彼らは記事に困るとコーヒーハウスに出かけ、友人と談笑し、客の間の議論に耳を傾けて、ニュースの種を探したのです」<sup>(34)</sup>。すなわち、コーヒーハウスは近代ジャーナリズムが成立する基盤であった。このコーヒーハウスの再現こそ、今求められている地方テレビ局復権のひとつのモデルではないだろうか。

わたしは、あの広い玄関スペースに、毎日、大勢の市民が参集し、国際的、国家的話題から、自分たちの地方の身近な社会問題まで、さまざまな議論が交わされる日を夢見ている。それは、すでに始まっている高齢化社会のひとつの地域文化ともなり、失われた市民社会の再構築にも繋がるだろう。また、その場から市民討論の生放送がどんどん実現していければ、地方テレビ局による新しい社会装置としての現代版「市民的公共圏」<sup>(35)</sup>の創造である。

### ③地方文化向上機能の発揮

地方テレビ局が、その企業アイデンティティー（「経営理念」）を、「放送事業」から一步踏み出し、本来の「総合情報産業」と位置づけるなら、これからの事業活動についての視野が大きく開けると考えている。21世紀の地方テレビ



局による地方文化の創造は、従来どおりの放送や映像コンテンツに拘る必要はどこにもない。

あらためて言うまでもなく、テレビ局はその地方の巨大なブランドである。そのブランドとしてのテレビ局が、兼業とか社会貢献というレベルを超えて、映画製作や通販は言うに及ばず、さまざまなイベントや興行、そして出版等の文化活動に本格的に進出することで、コンテンツビジネスのプロとしての一段上のストーリー性が加味され、かつ、メディアミックスも含めた新しい付加価値が生まれるに違いない。

## 5. おわりに～未来社会へのかけはし

地方テレビ局の未来について論じるとき、原点である「ローカリズムの復権＝地方の時代」以外にないこともすでに語りつくされた感がある。しかし、「放送は、日本のローカルのなものを破壊、崩壊させた張本人である」とし、「テレビは、社会の均質化、都市化、中央志向化を生む道具そのものだ」という(財)放送文化基金第4回研究発表会(1981年3月11日)における中野取法政大学教授の指摘をいまだ乗り越えられたわけではない。

その意味で、地方テレビ局の「ローカリズム」問題は、1980年代の「地方の時代」の議論から一歩も抜け出ていないのではないだろうか。

そして、「地域の個別的問題の中には普遍化し得るものがある。つまり、ひとつの地域の問題ではあるけれども、それをたぐっていく、それを掘りあてていくと、やがてほかの地域、ほかの全社会の大状況に突き当たる。そういうものを媒介していくことが、地方の時代の中で放送ができ得るひとつの生き方ではないか」という<sup>(36)</sup>当時の多くのマスコミ人が共鳴したいわば報道中心主義に呪縛され続けているように思える。

しかし、「地方の時代」は、すでにカウンター・カルチャーでもなければオルターナティブな思想でもない。現実到来しつつある新しい社会システムなのである。だからこそ、この機会に、地方テレビ局自身が自らの抜本的な構造改革を行うとともに、関係者は「地方スノビズム」とも言うべきささやかなエリート意識から抜け出して大きく意識改革を遂げる必要がある。

この調査を始めて数十人のテレビ関係者に会ったなかで忘れられない言葉がある。関西の初老の番組制作者が語った次のような言葉である。

「わたしにとって、デジタルハイビジョン放送が実現することは、とても楽しみなことです。テレビで表現できる情報が、モノクロからカラーになることで飛躍的

に増加したのと同じように、今度は、デジタルハイビジョンという新しい技術で、斬新な切り口の情報発信が可能になるのではないかと。まだ具体的には画面が美しいということだけですが、いずれそれを越えて、従来とはまったく違った映像表現が可能になる日がくる。そう考えるとわくわくしてきます。

地上デジタル化に取り組む関係者と視聴者の夢のすべてがここに集約されているように感じる。いくら厳しい社会・経済状況であっても、未来への明るい「夢」を発信し続けて欲しい。こうして生まれ変わった地方テレビ局こそが、来たるべき「ドリーム・ソサエティ」へのかけがえない「かけはし」なのである。

### 注

- (1) 山本武信 (2001) 『IT 革命とメディア』共同通信社, p. 247。
- (2) Rolf Jensen (2001) 『物語を売れ。ポスト IT 時代の新六大市場』TBS ブリタニカ, p. 163。
- (3) 1996年7月, ルバード・マードックと孫正義は、旺文社所有のテレビ朝日株 (21.4%) を買収し、筆頭株主に躍り出た。これについては、結果的には、ソニーの出井社長の仲介により朝日新聞社によるテレビ朝日株の買取りにより決着した。また、2005年3月のライブドア (堀江社長) によるニッポン放送株の買収に際してのフジテレビ経営者の狼狽ぶりは記憶に新しいところである。
- (4) 鈴木健二 (2004) 『地方テレビ局は生き残れるか』日本評論社, p. 2。
- (5) 西 正 (2001) 『デジタル放送革命』プレジデント社, p. 111。
- (6) たとえば、「地上デジタル放送は、高画質、双方向性、蓄積性を活用した今までにない利便性の高い高度で多彩なサービスを実現するとともに、国民誰もが身近で簡便なテレビを通じて IT 社会に参加しその幅広いメリットを享受して行く上での基盤となる。また、移動受信の実現等によるユビキタスな IT 基盤の整備、更には情報家電市場の拡大やインターネットと連動した様々な IT ビジネスの創出等を通じて我が国の産業活性化・経済再生に大きく寄与し、日本発の新しい IT 社会構築の原動力となり、我が国の IT 戦略上重要な意義を有するものである」。このような表現で国民は内容を十分理解できるだろうか。
- (7) 第151回国会 予算委員会第二分科会 (平成13年3月1日木曜日) における片山総務大臣の発言—「私は、デジタル化は世界の趨勢ですし、日本がこれから世界で最も進んだ IT 国家を目指す以上、デジタル化への努力というのはおろそかにできないと思うんですよ」。
- (8) 地上デジタル放送懇談会報告書『新デジタル地上放送システムの形成』郵政省, 1998年, p. 8によると、2010年の放送市場は16兆円、関連市場も含めた市場規模は約35兆円になるとしている。かつ「出版, 化学, 不動産, 金融機関等関連産業への幅広い波及効果」により、10年間の経済波及効果は、総額212兆円と推計している。
- (9) 民放連研究所編 (1998) 『デジタル時代の民放経営』, 日本民間放送連盟。
- (10) 総務省『中長期における電波利用の展望と行政が果たすべき役割—電波政策ビジョンについて情報通信審議会から答申』(平成15年7月30日)。
- (11) 「放送普及基本計画と放送用周波数使用計画の一部変更を行なう告示」(総務省)。

- (12) 技術的には、光波長分割多重方式や IP マルチキャスト（インターネットプロトコルによって放送コンテンツを配信する IP 放送）などが提唱されている。
- (13) テレビ局から設備部分を切り離し、コンテンツ制作に特化させることで、コンテンツ流通をより活性化させようという議論は、今も存続している。しかし、テレビ局側は、設備部分を保有する通信会社に、情報を流すか流さないかの決定権を持たれたら、もはやテレビは言論機関として存続できないという理由で反対している（ハード・ソフト一致原則）。現時点では、政府の IT 戦略本部としても、「水平分離」は行わない方向である。
- (14) 辛坊治郎（2000）『TV メディアの興亡—デジタル革命と多チャンネル時代』、集英社、pp. 209–210。
- (15) 既存の DV フォーマットにおける映像のフレームサイズが720×480ドット（約35万画素）であるのに対し、HDV では1440×1080ドット（約155万画素）であり、約4倍の情報量がある。
- (16) 「ブロードバンド時代における放送の将来像に関する懇談会」デジタル放送推進のための行動計画（第2次）、2003年1月29日発表によると「サービス開始当初においては、50%以上の時間（一週間の放送時間中）で、高細密放送をするものとし、その後、その比率を拡大することを目標とする（特にプライムタイム（午後7時から午後11時の4時間）における比率の拡大）」と明記されている。
- (17) 西 正（2001）『デジタル放送革命』プレジデント社、p. 28。
- (18) 放送法第7条（日本放送協会の目的）は、「協会は、公共の福祉のために、あまねく日本全国において受信できるように豊かで、かつ、良い放送番組による国内放送を行い又は当該放送番組を委託して放送させるとともに、放送及びその受信の進歩発達に必要な業務を行い、あわせて国際放送及び委託協会国際放送業務を行うことを目的とする」と定めている。携帯電話による受信の位置づけは、これからの課題である。
- (19) 衛星放送の原理は、イギリスの空想科学小説家、アーサー・クラークが1945年に提案したアイデア（ドリーム）である。地球の自転周期と同じ周期で地球を公転する静止衛星であれば、3機あれば南北両極を除く全世界をカバーできると考えられた。20年後の1965年、NHK 前田義徳会長はわが国独自の衛星を打ち上げて、各家庭で直接電波を受信する衛星放送を行う構想を発表した。その夢の実現には20年近い月日を要したのである。
- (20) 民放四波政策については「地方局を増やせという声は与党・自民党に強く、地元の陳情を受けた国会議員が旧郵政省に相当の圧力をかけていた」（鈴木健二（2004）『地方テレビ局は生き残れるか』日本評論社、p. 43）という。捉えようによっては、これとてあの狂乱バブルの一側面であったのだろう。そう考えると、今、デジタル化による業界再編が行われようとしているのも、バブルの清算のひとつと考えるべきだろう。
- (21) 長洲一二「地方の時代を求めて」『世界』第395号、1978年10月。
- (22) 昭和54年の第17次「地方制度調査会申」（新しい社会経済情勢に即応した地方行財政制度のあり方についての答申）と第二次臨時行政調査会の活動（1981～83年）の一連の活動が分権改革の流れを生み出したといわれている。
- (23) 山本英治「地方の時代から地域の時代へ」、山本英治編集・解説（1979）『地方の時代』（現代のエスプリ 第176号）至文堂、p. 5。
- (24) 中湖康太（2002）『メディアビジネス 勝者の新戦略』日経 BP 社、pp. 35～37。
- (25) わが国の法律は、全部で約1,700といわれる。この法律改正の規模の大きさが理解できよう。
- (26) 辛坊治郎（2000）『TV メディアの興亡—デジタル革命と多チャンネル時代』集英社 p.

210。

- (27) 脇浜紀子 (2001) 『テレビ局がつぶれる日』東洋経済新報社, p. 199。
- (28) 地方テレビ局のトップのほとんどが、新聞社からの天下りだった時代には「テレビ番組は、活字の映像化」であるといわれた。もちろん、新聞とテレビは、マスメディアとしての共通性はあるが、テレビの地域に果たす役割は新聞とは大きく異なっているし、すでに一県一紙に整理されている地方紙と同じようには行かない。ここにも、従来からの地方テレビ局経営の課題があると思う。
- (29) NHK 放送文化研究所「日本人とテレビ2005」、NHK は、1960年より5年おきにこの調査を実施している。
- (30) インターネット協会監修『インターネット白書』インプレス。
- (31) 民放テレビ局では、次の三つの地域の放送局のみが県域を越える放送免許が与えられている。
- 関東広域圏：東京都、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、神奈川県  
 中京広域圏：愛知県、岐阜県、三重県  
 近畿広域圏：大阪府、滋賀県、京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県
- (32) 放送メディアの寡占化を排し、表現の自由と言論の多様性を確保するために設けられている根本規制であり、放送のデジタル化や衛星放送・ケーブルテレビの台頭による放送業界の構造変化に伴い2003年に大幅に緩和された。正確には「放送局の開設の根本基準」（昭和25年電波管理委員会規則第21号）および放送法施行規則（昭和25年電波管理委員会規則第20号）である。
- (33) 「シンジケーション」とは、新聞やラジオ、テレビなどマスコミでは「記事を共同で配給する提携関係」ことをいう。記事や番組を決まった新聞社やテレビ局に直接渡すのではなく「シンジケータ」と呼ばれる仲介業者から提携関係のある新聞社やテレビ局へ配給する仕組みのことである。アメリカでは、コンテンツの流通に強い影響力を持っている。
- (34) 吉見俊哉 (2004) 『メディア文化論』有斐閣 pp. 112~113。
- (35) 花田達朗 (1996) 『公共圏という名の社会空間——公共圏、メディア、市民社会』木鐸社、において、それまで「公共性」と訳されていたのを「公共圏」と訳すことを提唱した。
- (36) 放送文化基金編 (1981) 『地方の時代と放送』放送文化基金 pp. 114-126。
- (37) 放送文化基金編 (1981) 『地方の時代と放送』放送文化基金 p. 194。東大新聞研究所竹内氏の発言として引用されている。

## 参 考 文 献

- 天野勝文、松岡新兒、植田康夫 (2002) 『現代マスコミ論のポイント〈第2版〉』学文社
- Habermas, Jurgen (1994) 細谷貞雄・山田正行訳『公共性の構造転換』未來社
- 原 寿雄 (1997) 『ジャーナリズムの思想』岩波新書
- 林紘一郎 (2005) 『情報メディア法』東京大学出版会
- 放送文化基金編 (1981) 『地方の時代と放送』放送文化基金
- 磯村栄一 (1980) 『地方の時代—創造と選択の指標』東海大学出版会
- 伊藤滋ほか編 (1983) 『地方の時代への模索』清文社
- 縄文社 (1996) 『デジタル衛星放送完全ガイド』日経 BP 出版センター
- 桂 敬一「日本社会とメディアの岐路」『神奈川大学評論』第27号, 1997
- 経済産業省 (2005) 『情報化白書2004』

- 真野英明「デジタル開花宣言と地上波デジタル」『月刊民放』第33巻5号, 2003
- 水越 伸 (1999)『デジタル・メディア社会』岩波書店
- 中湖康太 (2002)『メディアビジネス 勝者の新戦略』日経 BP 社
- NHK 放送文化研究所メディア経営部編 (2003)『テレビを越えるテレビ』NHK 出版
- NTT 西日本 (2004)『データブック NTT 西日本』
- 西 正 (2001)『テレビメディア最前線』中央経済社
- 西 正 (2001)『デジタル放送革命』プレジデント社
- 西 正, 野村敦子 (2002)『ケーブルテレビのすべて』東京経済新報社
- 西 正 (2003)『メディアの黙示録』角川書店
- 岡本黎明 (2003)『テレビの二一世紀』岩波書店
- 大倉文雄 (2000)『2000年代 テレビはデジタル化で変わる』日本図書刊行会
- 佐伯啓思 (1997)『戦後民主主義の病理』日本放送出版協会
- 島崎哲彦 (1995)『21世紀の放送とマルチメディア』学文社
- 辛坊治郎 (2000)『TV メディアの興亡ーデジタル革命と多チャンネル時代』集英社
- 菅谷 実 (1997)『アメリカのメディア産業政策ー通信と放送の融合』中央経済社
- 鈴木健二 (2004)『地方テレビ局は生き残れるか』日本評論社
- 田村紀雄・林利隆編 (1999)『ジャーナリズムを学ぶ人のために』世界思想社
- 田中正人 (1986)『解説 電気通信事業法・放送法』オーム社
- 「特集 地域を耕す」『月刊民放』第33巻1号, 2003
- 「特集 始動! 地上デジタルテレビ」『月刊民放』第33巻12号, 2003
- 「特集 地方民放と地上波デジタル放送」『月刊民放』35巻9号, 2005
- 脇浜紀子 (2001)『テレビ局がつぶれる日』東洋経済新報社
- 山本英治編集・解説 (1979)『地方の時代』(現代のエスプリ 第176号) 至文堂
- 吉見俊哉, 水越 伸 (2003)『メディア論 改訂版』放送大学教育振興会
- 吉見俊哉 (2004)『メディア文化論』有斐閣
- 湯浅正敏, 西 正 (2001)『放送 VS 通信 どうなるメディア大再編』日本実業出版社