



特集

ゲームチェンジャー「NAB」メッセージ

ラジオやテレビ、映画などの区分は、現在のメディア・エコシステムに適用されない。2022年のNAB Showは、何十年にもわたる専門知識に基づいて「再定義したNAB Show」を開催すると宣言して始まり、ワークフローを4つのテーマ= CREATE、CONNECT、CAPITALIZE、INTELLIGENT CONTENTに分けたNAB Showそのものがゲームチェンジャーとなった。強烈なメッセージとなった米ローカル放送局の経営問題や「技術の変化とメーカーの役割」について朋栄・清原克明社長が話し、テッド若山氏連載と編集部で「IPとクラウド化」を伝える。(編集部)

メディアストラテジスト
塚本幹夫氏が聞いた



FCCとNABが示す 「米ローカル放送局の選択」

FCC (連邦通信委員会) とNAB (全米放送事業者連盟) の新しいトップがNAB Showのfireside chatで並んだ。NABイベントとして初めてとなるFCC新委員長ジェシカ・ローゼンウォーセル氏とNAB新会長カーティス・ルジェット氏の対談を会場で聴講した塚本氏は、「互いに就任直後ということもあってか、米国の対談としては遠慮が多かった対談だったが、これが続くことを期待したい」と言う。「米ローカル放送局の選択」を塚本氏の考えを交えて紹介する。

(文:吉井 勇・本誌編集部、資料提供:塚本幹夫氏)

米国の放送体制

米国では、210のDMA (Designated Market Area) を事業エリアに、電波発射出力で分けられた、高出力局1,758、特別低出力局 (Class A) 386、低出力局 (LPTV)

1,985の局が番組を送り届ける放送免許事業を行っている。「5大ネットワーク」と呼ばれるCBS、NBC、ABC、FOX、CWは番組を制作・供給しているが、放送免許事業者ではない。日本のキー局とローカル局とは異なるところだ。

210のDMAに展開する放送局 (以下、「ローカル放送局」と呼ぶ) は、コンテンツ制作を5大ネットワークに任せ、ローカルニュース以外の制作には関心が低かった。しかし、5大ネットワークの Direct to Consumer化で状況は大きく動いている。5大ネットワークはコンテンツ会社であり、放送媒体に固執していない。OTTでの配信ビジネスが好調ならば、地上波や多チャンネル向けへの投資は減らす。これはローカル放送局には由々しき問題で、視聴者が減少する中、5大ネットワークからの良質なコンテンツが少なくなっている生き残れない。

こうした厳しい現実と矛盾を抱えているのが、米ローカル放送局である。

ローカル放送局の存在意義

ルジェットNAB会長はローカル放送局の役割について「厳しい経営環境の中、視聴者に情報提供し、ライフライ