

放送業界が揺れている。NHKの受信料不払い問題が長引いて、経営形態、業務内容そのもの見直しも政治の場でも議論されている。NHKの番組内容の多くは民放でもできそう。たとえば、NHKの大リーグ放送。イチロー選手や松井秀喜選手の活躍をリアルタイムに楽し

ムとしても、まったく頼りない。放送の最低限の「公共性」とは何だろうか。放送というシステムが存在すること、地震や津波のような緊急の災害時には、損害を最小限にし、社会の不安を和らげることができ。ただ、このような放送システムでは、受信者の特定や受信者が受

組は、必要最小限の公共放送をはるかに超える内容となっている。では、どうしたらよいのか。私は次のような提案をしたい。上に述べたような、「公共性のある放送分野」が存在することは確かである。それを広く薄い負担で賄うべきなのも明らかだ。そこで、受信料ではなく、

(たとえば3年間を提示し、入札制にすればよい。最低額を提示した局に、公共放送協力金からその金額を渡して公共放送を義務づける。NHKが落ちるかもしれないし、民放が落ちるかもしれない。NHKは現在、6400億円の受信料収入を得ている。したがって、もしNHKが引き続き、「公共放送部分」を1300億円で落札しても、現在の5分の1の事業規模になる。経費を切り詰めれば、この規模でも地上波の総合・教育テレビは運営できると推察する。衛星放送は、コマースを入れるか、スクランブル化による商業放送に切り替えることになる。衛星放送と地上波のシナジーを図れば、NHKは民営化されても成り立つのではない。

公共放送の入札制 市場化テスト

むことができうれしいが、これは本当に受信料で賄うべきなのだろうか。逆に、海外への情報発信である国際放送はNHKが担うべきだが、日本から海外出張しているビジネスマンのサポートとしても、日本から世界に情報発信するプラットフォーム

ける便益の測定は難しく、利用時間に応じた課金は難しい。このようなときのために、あらかじめ政府が「公共放送」を確保することは理にかなっているが、この場合でも、税金の投入は必ずしも適切な方法ではないのではないか。今のNHKの番

テレビの販売台数に課金する(公共放送協力金)ことで、広く浅い負担を受益者負担の原則に最も近い形で実現することができる。2004年には、日本国内では、おおよそ870万台のテレビが販売された。テレビ1台の販売にたとえば1万5000円(現在の受信料の約1年分)の公共放送協力金を課金すると、1300億円の収入になる。

この範囲内で、入札により「公共放送」担当のテレビ局を決定する。ニュースをどれくらい入れるか、コマースの制限、政見放送の義務、教育・教養番組をどれくらい入れるか、災害時にどのような報道体制を敷くか等について長期契約

経済を見る眼

今週的眼

東京大学教授

伊藤隆敏

いとう・たかし ●一橋大学卒、ハーバード大学で経済学博士。ミネソタ大学准教授、一橋大学教授、IMF上級審議役、大蔵省副財務官等を経て、2002年より現職。専攻は国際金融、マクロ経済学。04年4月～05年3月まで日本経済学会会長を務めた。

