

【“選ばれるメディア”の条件と競争戦略】

「チャンネル」から「チャネル」へ

～放送メディア再構築に向けた論点～

— 講師 —

株式会社 企 代表取締役 クロサカ タツヤ 氏

日 時 2026 年 1 月 2 3 日 (金) 午後 3 時～5 時
受講方法 会場受講／ライブ配信／アーカイブ配信 (2 週間、何度でもご視聴可)
会 場 紀尾井フォーラム 千代田区紀尾井町4-1 ニューオータニガーデンコート1F

[重点講義内容]

数千万世帯のお茶の間の「チャンネル」から、一億通りの「チャネル」へ—情報空間が急速に分解・変化されるなか、放送メディアは歴史的な構造変容を迫られている。

本講演では、弊社が 2025 年 8 月に発表したディスカッションペーパーをもとに、従来の放送が持っていた「仕組みとしての信頼」がなぜ失われ、個別最適化アルゴリズムが支配する現在の情報空間がどのような課題を招いているのかを解説する。

そのうえで、放送・コンテンツ業界、行政、広告、通信の関係者が今後どのように「信頼」を価値化・価格化し、選ばれるメディアとして再構築していけるのか、報告書の分析をもとに具体的な論点を提示する。

1. チャンネルから「チャネル」への構造変容
2. 放送メディアがかつて保持していた“仕組み化された信頼”の分解
3. アルゴリズム最適化による情報空間の空洞化と社会的影響
4. 放送・広告・視聴者の三位一体モデルが崩れた理由
5. 広告主が失ったもの—認知の価値からアテンション経済へ
6. 「信頼」の価値化・価格化: パーパス・編集方針・品質管理の再設計
7. 投資可能なメディアへの転換
8. 法制度(プロミネンス等)による公平性確保の論点
9. 未来の放送メディア像—「選ばれにくいが必要とされる情報」をどう届けるか
10. 質疑応答／名刺交換

P R O F I L E クロサカ タツヤ 氏

1999 年慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科修了。三菱総合研究所を経て、2008 年に株式会社 企(くわだて)を設立。通信・放送セクターの経営戦略や事業開発などのコンサルティングを行うほか、総務省、経済産業省、OECD(経済協力開発機構)等の政府委員を務め、政策立案を支援。2016 年からは慶應義塾大学大学院特任准教授、2024 年からジョージタウン大学客員研究員を兼務。著書『5G でビジネスはどう変わるのか』(日経 BP 社、単著)、『AI バブルの不都合な真実』(日経 BP 社、単著)。

