

「公平負担のための受信料体系の
現状と課題に関する研究会」
第10回会合 ヒアリング資料

2008年3月7日



社団法人 日本民間放送連盟

1. BS放送の発展を支える“3元体制”

- 我が国が保有するBS放送用の12の波(=周波数)は、国際電気通信連合(ITU)による国際分配を受けた日本固有の財産。BS放送は国際調整の中で獲得した有限希少な周波数資源で事業を行うものであることから、政府は準基幹放送と位置づけてきた。
- 1989年にNHKのBS放送(アナログ放送)が始まり、翌年に民間有料放送局の「日本衛星放送」(現WOWOW)が開局。2000年からNHK・民放のBSデジタル放送が一斉に始まり、2007年末には民放2局が加わった。受信機の普及台数が3000万を超えるまでに成長したのは、公共放送を先導役に、民放の無料広告放送と有料放送による“3元体制”が、BS放送の普及・発展を推進したことが大きい。

2. BS民放の現状

■ 無料広告放送5社（民放連会員社のBS日本、BS朝日、BS-i、BSジャパン、BSフジ）

● 番組・サービス

- ゴールデン帯や週末の編成は、地上波とは一味違う落ち着いたある番組が中心。
- 地上波との連携と差別化（例えばスポーツ中継）

● 経営状況

- 年間売上高の5社合計は、底を打った2003年度の161億円から、2006年度は249億円と5割増。2007年度中間決算は初めて5社揃って黒字を達成。
- 5社の累積損失は2006年度末で計1223億円。

■ 有料放送（民放連会員社のWOWOW）

● 番組・サービス

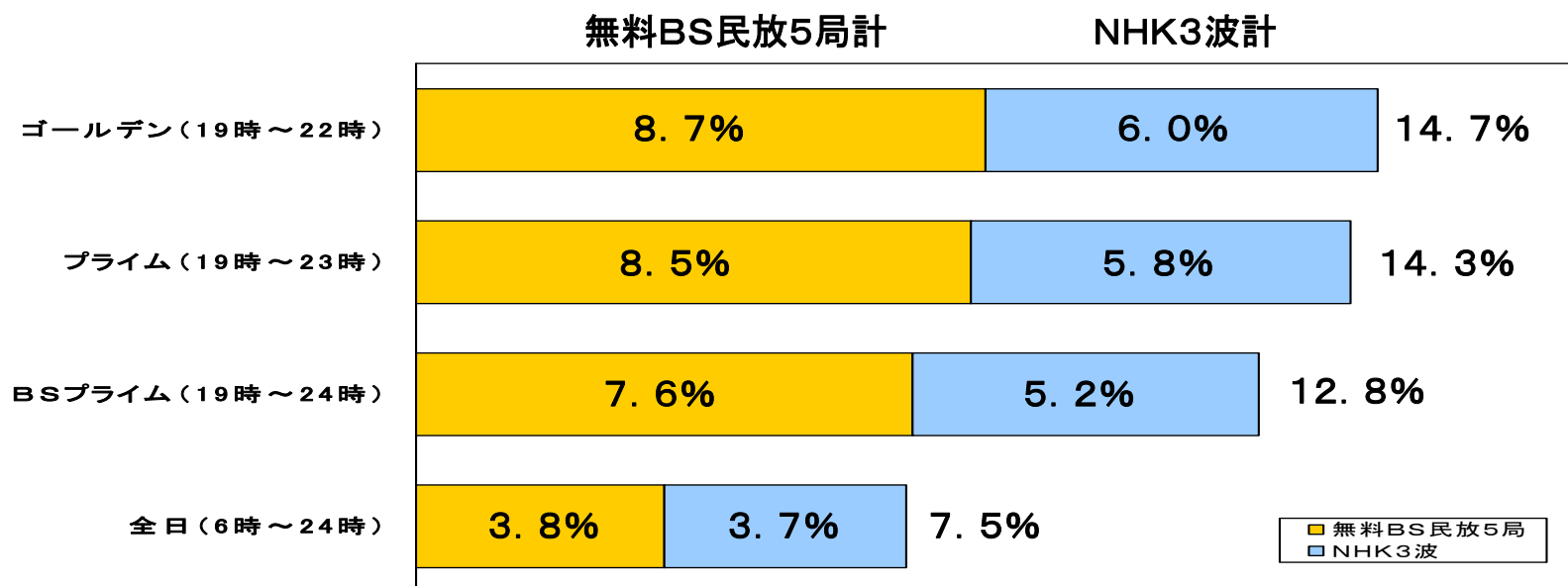
- 世界中から上質なコンテンツを調達するだけでなく、自らもオリジナル番組を開発。
- 様々なサービスにコンテンツを活かし、あらゆる伝送路にコンテンツを届ける。

● 経営状況

- 2006年度の売上高は615億円。
- 2008年1月末の加入者数は約243万件。このうちデジタル契約が139万件、アナログ契約が104万件で、デジタル契約への移行を進めている。

3. BS視聴者は民放も見ている

無料民放BS 5局とNHKBS 3波の週平均接触率



出典 「BSパワー調査」(無料BS民放5局による自主調査で隔月実施)

- ・ 郵送調査(留置き・1週間テレビ接触状況調査(毎15分日記式)、調査地域は全国、調査期間は原則として第1週の月～日(7日間)。
- ・ 調査対象はB-CAS登録世帯から無作為抽出(CATV経由受信含む)。抽出世帯に対して事前に電話で調査協力を依頼。承諾世帯に対して調査票を発送。対象世帯数は各回とも1000世帯程度で、有効回収率は85%超。
- ・ 調査会社 (株)ビデオリサーチ ・ 上記データは2007年7月、9月、11月の3回の平均値。

(参考) BS民放の代表的な番組例

BS日七



番組名: ヨーロッパ水紀行Ⅲ
放送日時: 毎週水曜日 20:00～20:54
番組内容: 水は集まって川となり、川の畔には古くから都市が建設され、文明が発達してきました。そうしたヨーロッパの都市には、何百年という歴史が刻まれて今日に至っています。水をテーマに、ヨーロッパの歴史と文化を紹介する人気紀行番組「ヨーロッパ水紀行」のシリーズ3作目。「ポルトガル」「スペイン」「イタリア」を紹介します。

ABS Asahi



BBC 地球伝説

番組名: BBC地球伝説
放送日時: 毎週月～金曜日 20:00～20:55
番組内容: 英国BBCが自信を持って世界に向けて送り出す高品質のドキュメンタリー。好奇心を刺激するテーマ設定、徹底した取材による圧倒的な説得力。深い洞察と分析により、毎日の現実から心を解き放つ、新たな発見や驚きが迫ります。

BS-i



番組名: 世界・夢列車に乗って
放送日時: 毎週火曜日 20:00～20:54
番組内容: ゆったりとした時の流れの中に身を置き、世界各地を駆け抜ける夢列車の旅。旅の魅力はそれぞれに異なる地で体感する『文化や遺産』『積み重なれた歴史の重み』など尽きることはありません。番組では素敵な列車の旅を通じて旅先での感動と出会いを紹介します。

BS JAPAN



Kandan

番組名: 小谷真生子のKANDAN
放送日時: 毎週日曜日 23:00～23:30
番組内容: 経済・産業界トップと「ワールドビジネスサテライト」のメインキャスター小谷真生子がざっくばらんな対談を通じて企業トップの人間像に迫る番組。企業トップのオフィスやなじみの場所に小谷真生子が赴いて、仕事、人生、経営哲学、健康、趣味などをじっくりと聞き出すトーク番組。

BS FUJI



番組名: 大使館の食卓
放送日時: 毎週木曜日 20:00～20:55
番組内容: 日本の中で外国のホンモノの料理が、日夜食卓を彩る場所がある。それは駐日大使館の食卓である。様々な国の大使公邸、大使館を訪れ、大使夫人やシェフに自国の家庭料理を調理してもらい、そして大使夫妻とともに食事を楽しむというユニークな料理番組。

WOWOW



番組名: UEFA EURO 2008™ サッカー欧州選手権
放送期間: 2008年6月7日(土)～29日(日)
番組内容: 4年に一度行なわれる、ヨーロッパ「No.1」を決める大会、それがUEFA EURO 2008™ サッカー欧州選手権、通称「EURO」。ヨーロッパ各国のレベルの高さから、「ワールドカップ以上の大会」と言われる。6月7日(土)～29日(日)まで、オーストリアとスイスを舞台に各国が欧州最強の称号を目指し激戦を繰り広げる！

(2008年3月時点)

4. NHKと民放の競争

- 2000年のBSデジタル放送開始から7年が経ち、無料広告放送・有料放送のBS民放と公共放送のNHKの間で、番組面の競争が本格化しつつある。BS民放各社が力をつけるほどにNHKとの競争は激しくなり、番組の質を高めることにつながる。そのことが、衛星放送事業の発展に資するとともに、多様で良質な放送番組を享受するという国民視聴者の利益に適うものと考えられる。
- BS放送におけるNHKの先導的役割は、ハードとソフトの両面がある。BS放送はこれまで、次世代の放送技術を試し育てる場としても機能しており、NHKが技術開発で果たしてきた役割は今後も変わらないと考える。ソフトに関しては、地上波のサイマルではない「独自編成」の利点を生かし、例えば外部制作者との連携・協力など放送番組の多様性を広げる取り組みを通じて、新たなコンテンツの育成に大いに寄与できるものと思われる。

5-1. 衛星受信料の見直しの課題について

受信料研究会の第1次報告書で示された衛星受信料の性格の見直しの選択肢のうち、「A 地上契約との一本化」、「B スクランブル化」について、『検討の視点』の各項目に照らし、以下の課題が考えられる。

A 地上契約との一本化

地上契約との一本化とは、衛星付加料金を廃止して、現行の地上契約の料金と一本化するものとの前提で、

(1) 問題の解決になるか

⇒ NHK衛星放送を見られる受信機の設置の有無を確認する手順は不要になると考えられる。フリーライダーの排除に寄与するかは不透明。

(4) NHK衛星放送の性格

⇒ 特段の変化はないと思われる。

(5) 衛星放送業界への影響

⇒ NHKの衛星付加料金を事実上、国民各層から広範に徴収することになり、有料民放の契約者および潜在的契約意向者に影響を及ぼす可能性がある。

(6) 視聴者の負担

⇒ 衛星放送を見られる設備を保有していないにもかかわらず、現行の地上契約を上回る料金の支払いを求められるとすれば、国民各層の強い反発が予想される。

5-2. 衛星受信料の見直しの課題について

B スクランブル化

スクランブル化＝衛星付加料金を支払わない人はNHK衛星放送を見られなくするとの前提で、

(1) 問題の解決になるか

⇒ 衛星付加料金を支払わずに見ている“フリーライダー”を排除したりする効果は期待できるのではないか。

(4) NHK衛星放送の性格

⇒ NHK衛星放送を“選択的メディア”と位置づけることになると思われるが、受信料を財源とする公共放送の枠内で運営することの妥当性に疑義が生じるのではないか。

(5) 衛星放送業界への影響

⇒ NHKの視聴者がBS放送に接触する機会が相当程度減少し、BS放送全体の接触率が相当程度、低下する懸念がある。

(6) 視聴者の負担

⇒ 分からない。

6. まとめ

- これまでのところ、現行の衛星受信料体系がBS民放事業者との健全な競争を妨げているという実態はないと考える。
- 「地上契約との一本化」、「スクランブル化」はいずれも、前述の理由により衛星放送業界全体の発展に好ましくない影響を与える懸念がある。
- 放送法が定めるNHKの基本的役割は、基幹的放送サービスへのユニバーサルアクセスを達成することであり、受信料体系はそうしたNHKの役割との整合が前提である。その意味で、衛星受信料の性格の見直しは、地上放送を含む公共放送の在り方と密接にかかわる問題であると考える。