

# 通信・放送の在り方に関する懇談会 資料



## CS放送の状況と課題

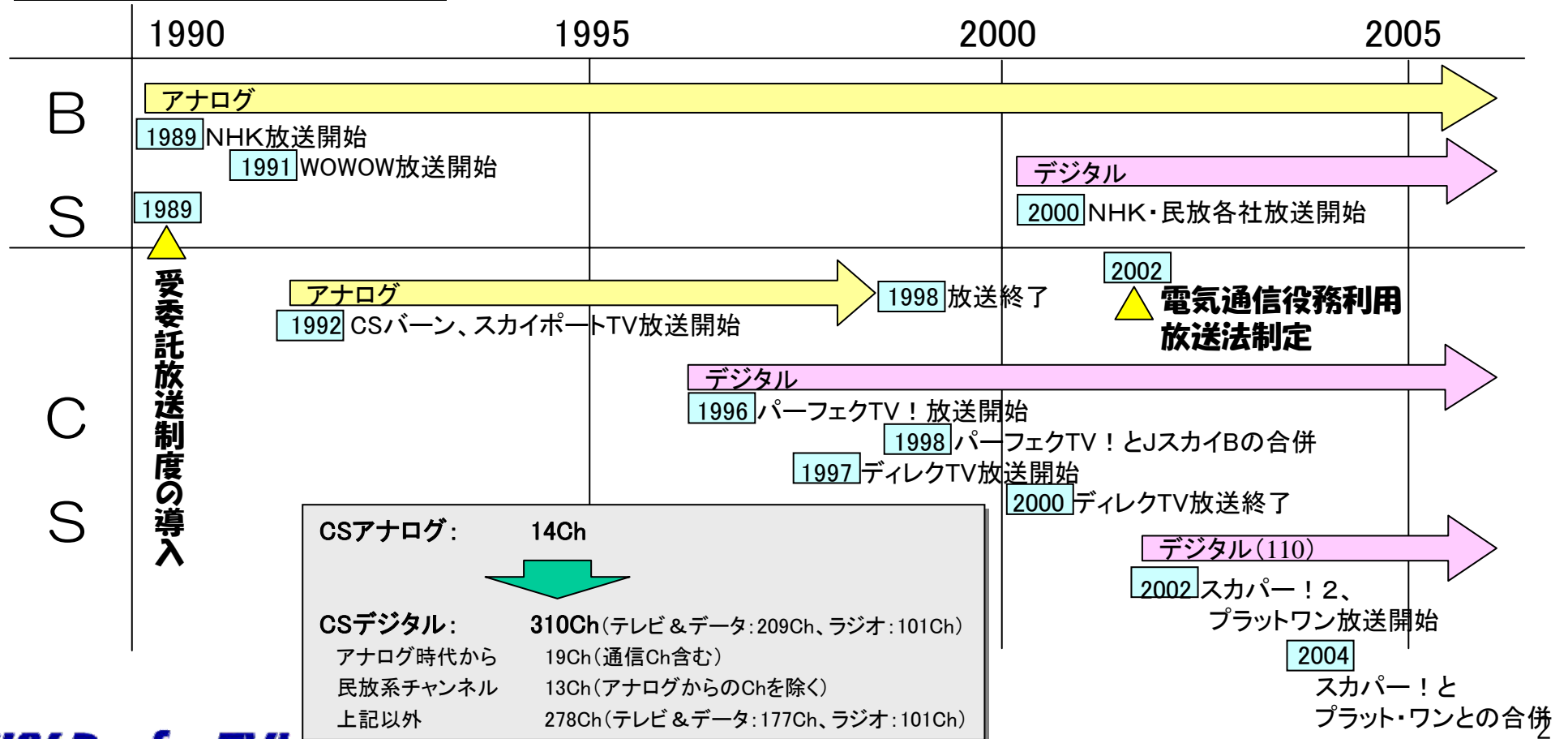
2006年 3月 13日

(株)スカパーフェクト・コミュニケーションズ  
代表取締役社長 重村 一

# 衛星放送の進展

CS放送は我が国初のデジタル放送としてサービスを開始して10年になる。  
 この間、「専門多チャンネル」の放送形態を実現し、コンテンツの多様性を引き出すとともに、  
 一定の認知と市場を形成するには至った。

## 日本の衛星放送の歴史



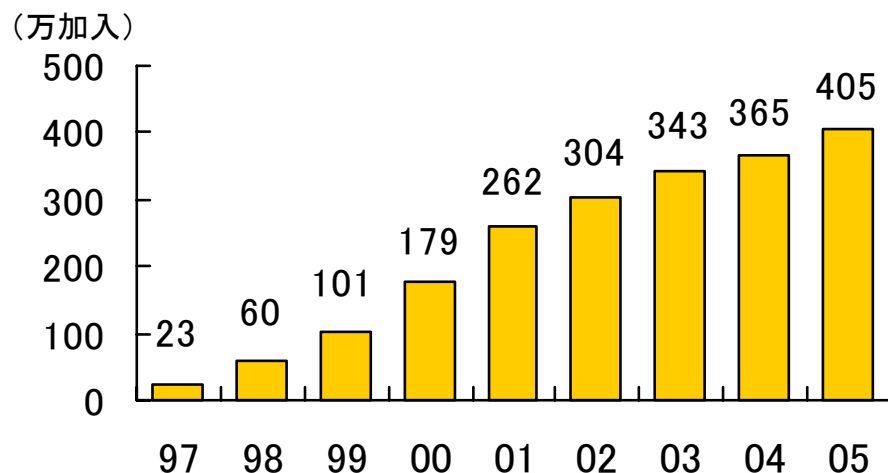
# 各国の衛星放送の普及状況

しかしながら、CS放送の普及は欧米と比べて大きく遅れており、多様なコンテンツがさらに充実する市場規模には至っていない。さらに映像を伝送できる伝送路の多様化が急速に進んでいるなかで新たな競争環境に置かれている。

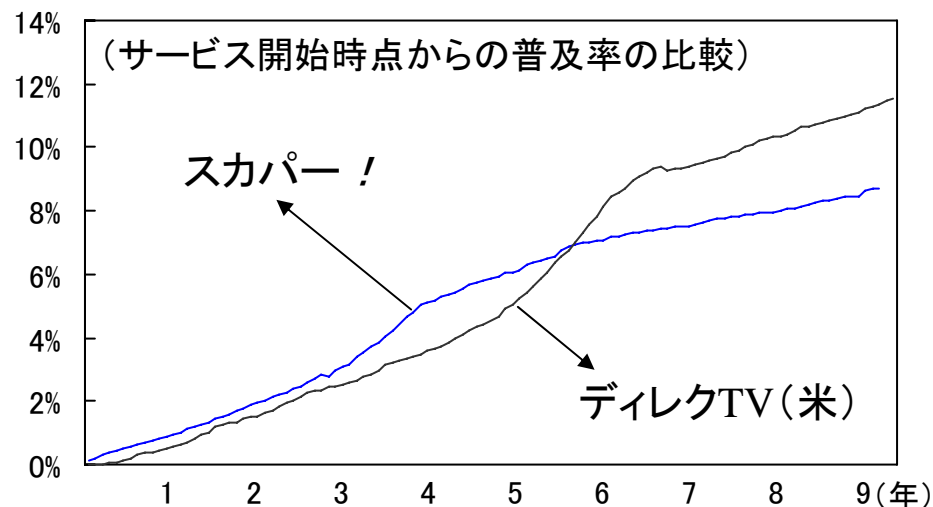
## 各国の普及状況

|               |          |     |              |
|---------------|----------|-----|--------------|
| 米国の多ch衛星放送の普及 | 2,713万世帯 | 約25 | %(05年12月末時点) |
| 英国の多ch衛星放送の普及 | 806万世帯   | 約32 | %(05年12月末時点) |
| 日本の多ch衛星放送の普及 | 405万世帯   | 8.2 | %(06年2月末時点)  |

## スカパーの加入者数推移



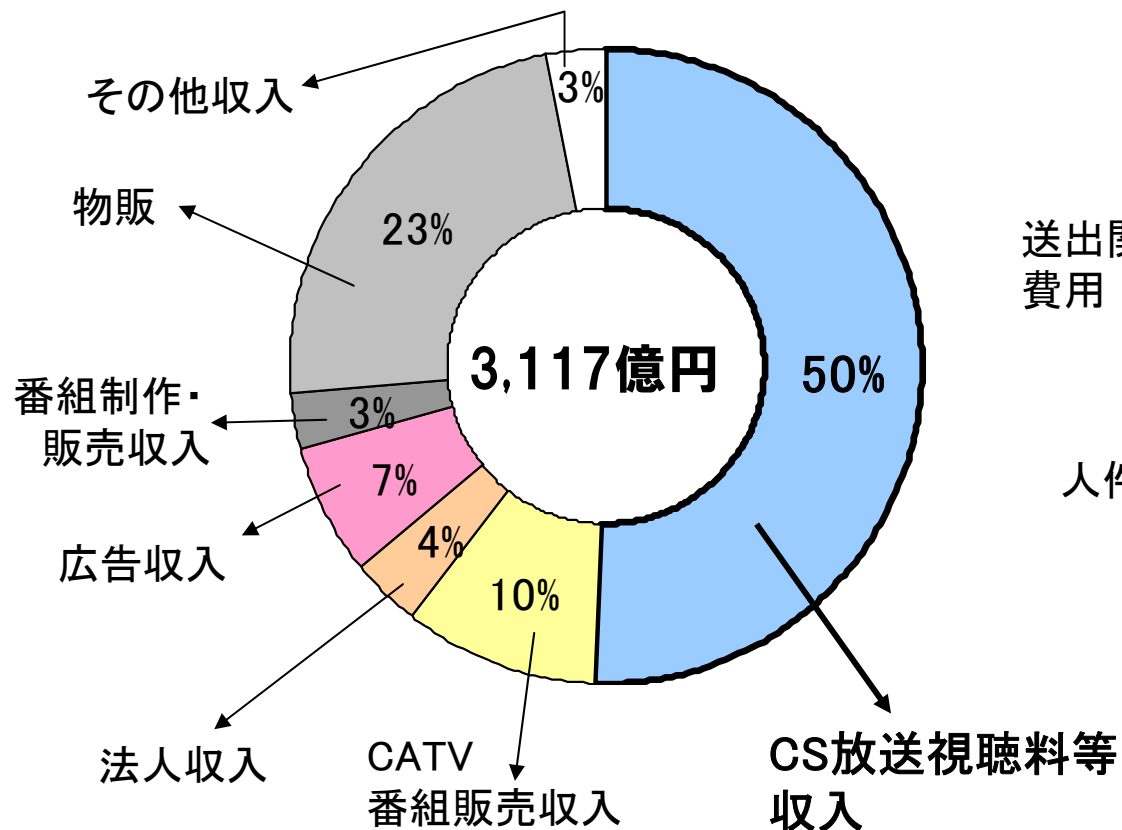
## CS放送の普及率



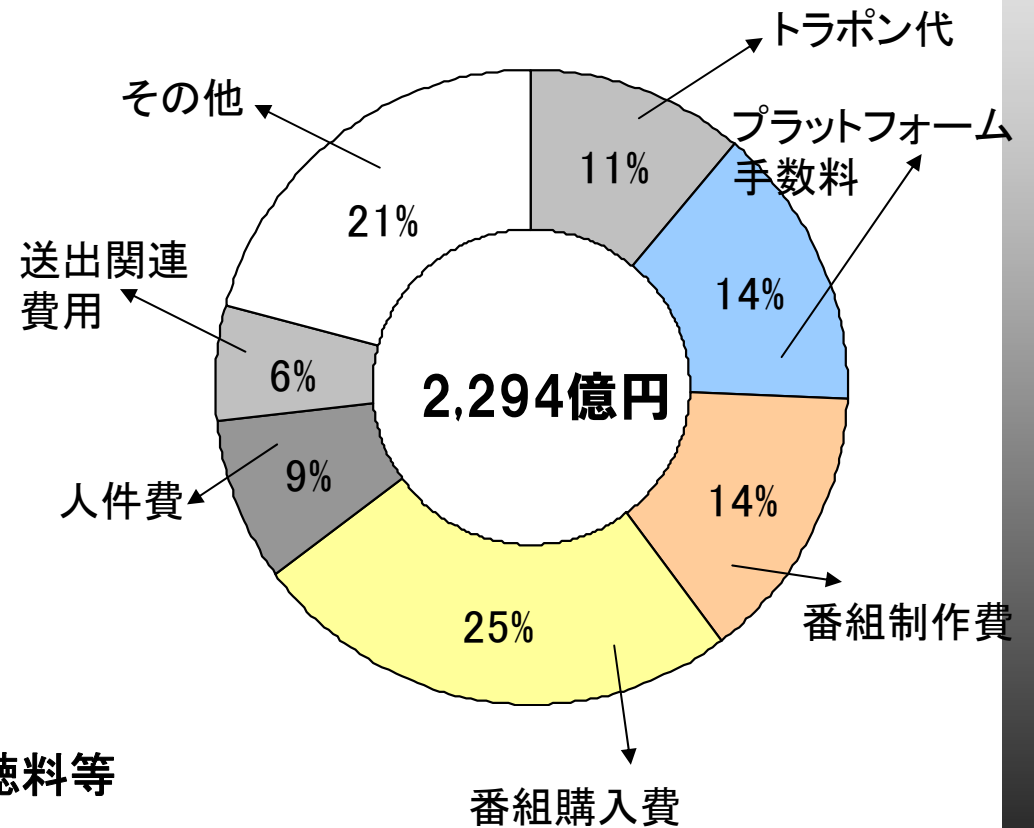
# CS放送事業者の収支構造(2003年度)

多チャンネル放送事業者の収入は、CS放送に依っている。

## 営業収益



## 営業費用



# 日本のCS放送発展への課題

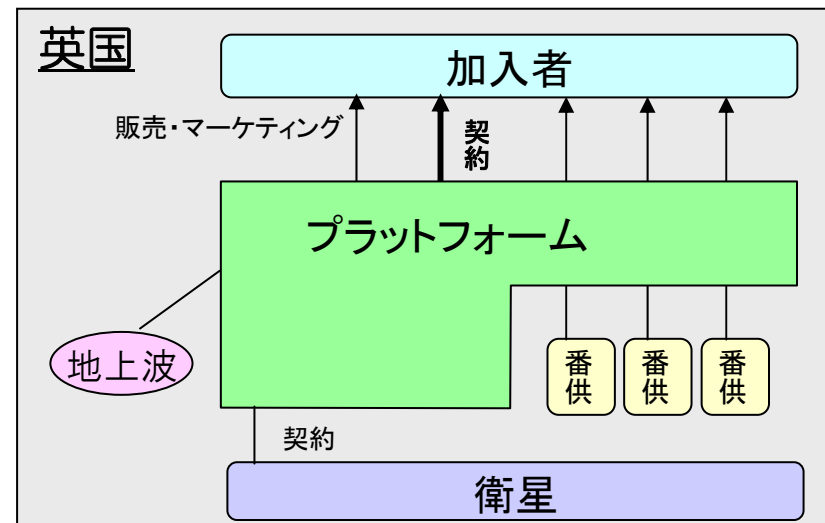
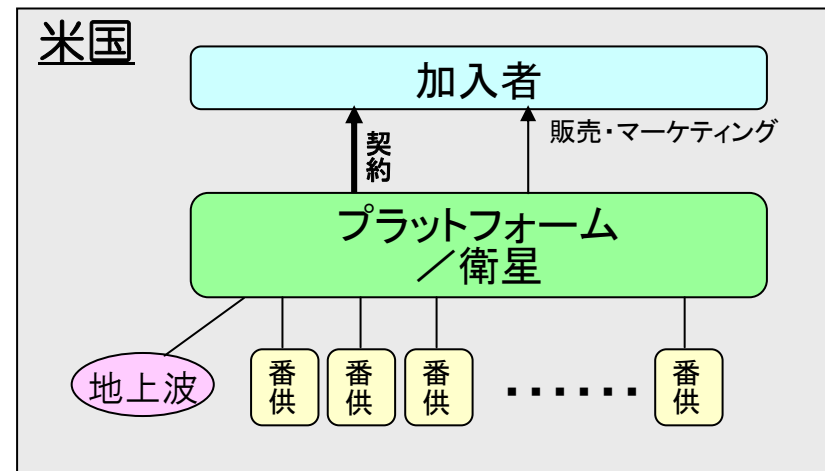
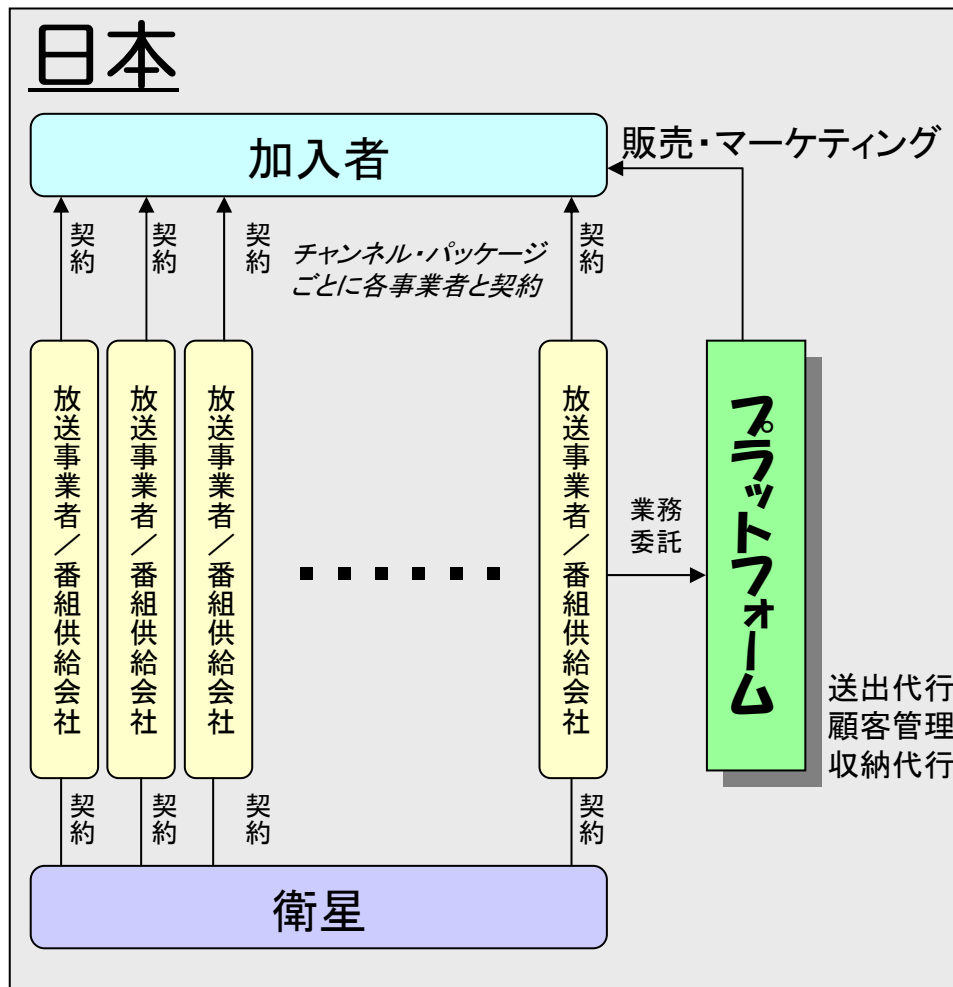
このような状況下で、CS放送では、

- (1) 視聴者のニーズ、要望にいかに迅速に対応できるか
- (2) いかに市場を欧米並みに拡大できるか
- (3) 通信・放送の統合サービス(トリプルプレイなど)を行える有線系事業者との競争にどう立ち向かうか
- (4) 多様化する伝送路をうまく利用すること  
(クロスメディア展開)

が課題となっている。

# 各国の衛星放送ビジネスモデル

日本の衛星放送では、契約者は各放送事業者との個別契約となっている



# CS放送普及のために

結局重要なのはコンテンツの充実と視聴者ニーズへの的確な対応。  
CS放送事業を多様なコンテンツの拡大再生産が成立するビジネスモデルに  
変化させていくことが不可欠であり、また通信・放送の融合時代にふさわしい、  
より総合的なサービスが可能となるような制度面での対応をお願いしたい。

視聴者ニーズへの対応 → 大規模な放送事業者の組成  
マーケットの拡大 → 衛星事業も含めた普及促進体制



**欧米に類似した衛星放送ビジネスモデルを選択できる環境へ**



さらに、光ファイバなどの活用で通信と融合した  
より多面的なサービスへ

# 現状のCS放送の問題点

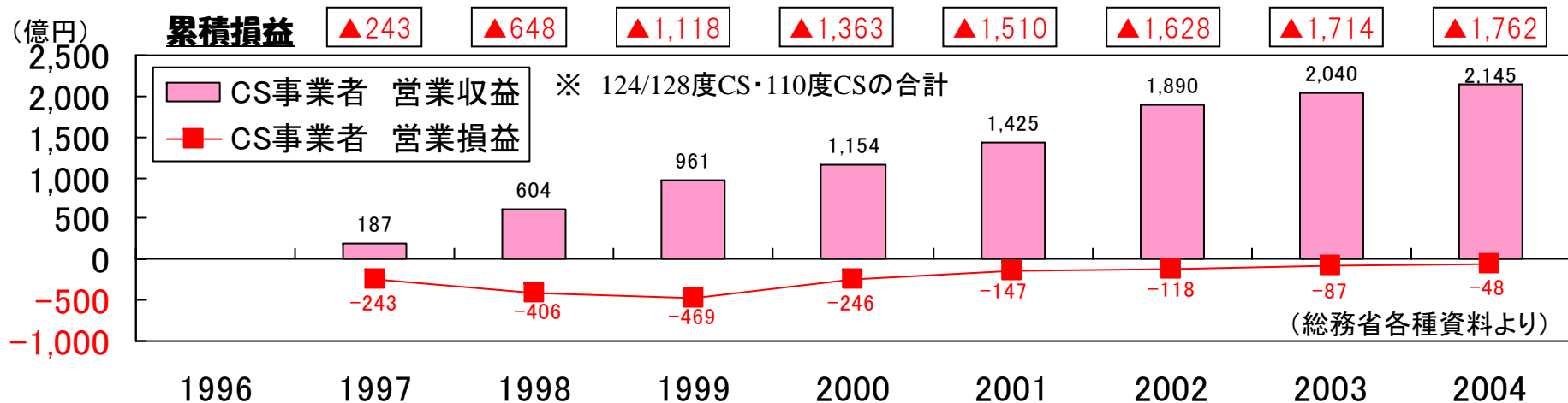
- ① マーケティング戦略を担うプラットフォームが、商品設定もできず、価格設定もできない構造
- ② 124/128度CSは、地上波・BSと切り離されたSTBでしか見れない。  
米国・英国においては、同一のSTBですべてが視聴可能
- ③ 110度CSにおいては、3波内蔵デジタルテレビで受信機が共用化されたが、普及しているBSアンテナではすべてのチャンネルが見れない場合がある
- ④ 参入障壁は低くなり、多くの放送事業者が有料放送マーケットに参入したが、統合・淘汰の第2フェーズが生まれない環境  
→ 地上波局に対抗できる強力な事業者が存在しない



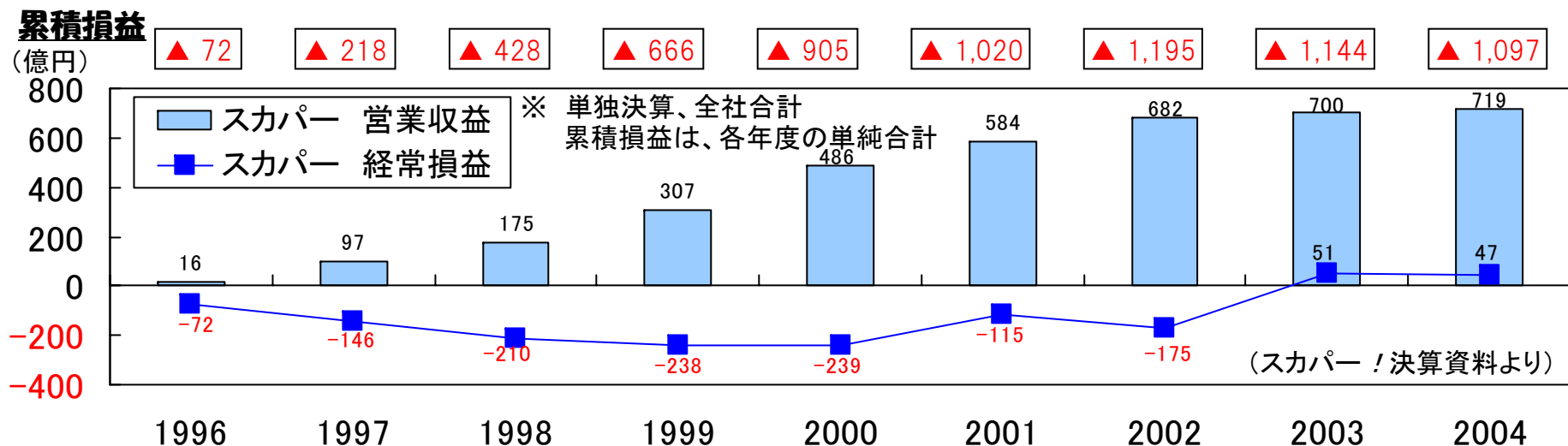
# 参考資料①

# CS放送事業者の収支状況

## CS放送事業者



## スカパー!

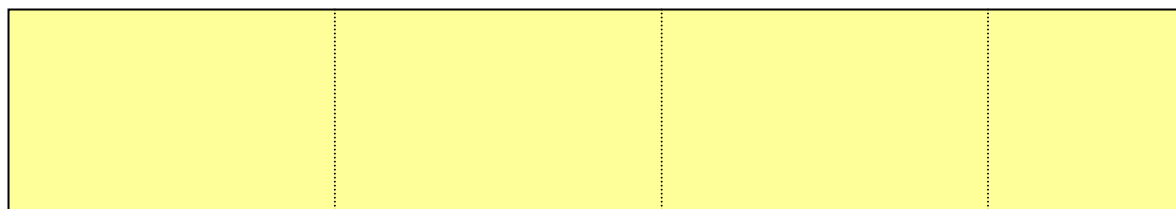


## 参考資料②

# テレビ視聴時間の比較

スカパー！加入者のテレビ視聴時間は長い

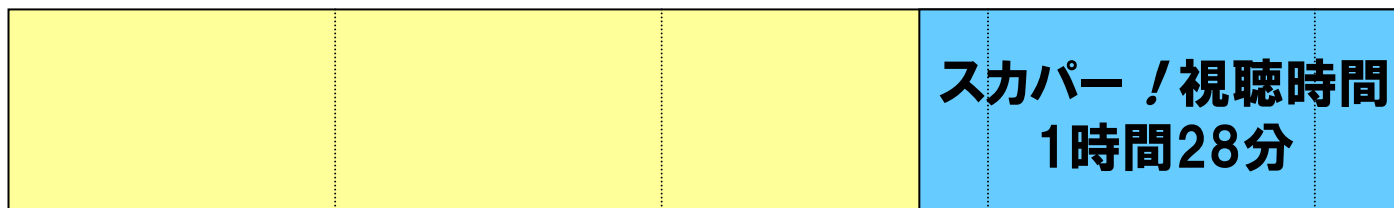
一般家庭



3時間39分

※ 資料:2005年『国民生活時間調査』(NHK)

スカパー！加入者



4時間17分

スカパー！視聴時間  
1時間28分

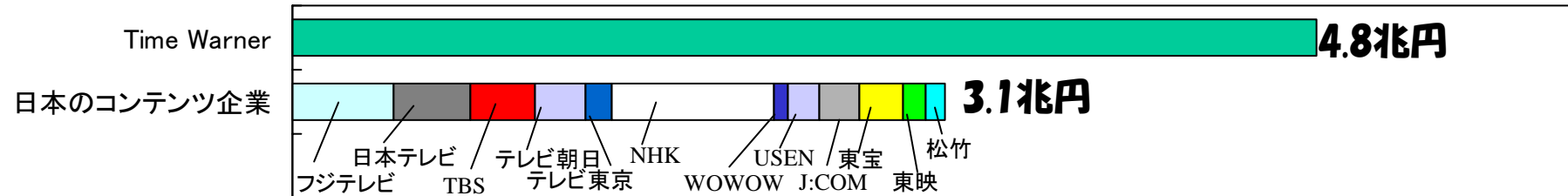
※ 資料:当社加入者調査(2005年11月実施)  
・回答数:1300

全視聴時間の3分の1をスカパー！視聴に充当

# 参考資料③

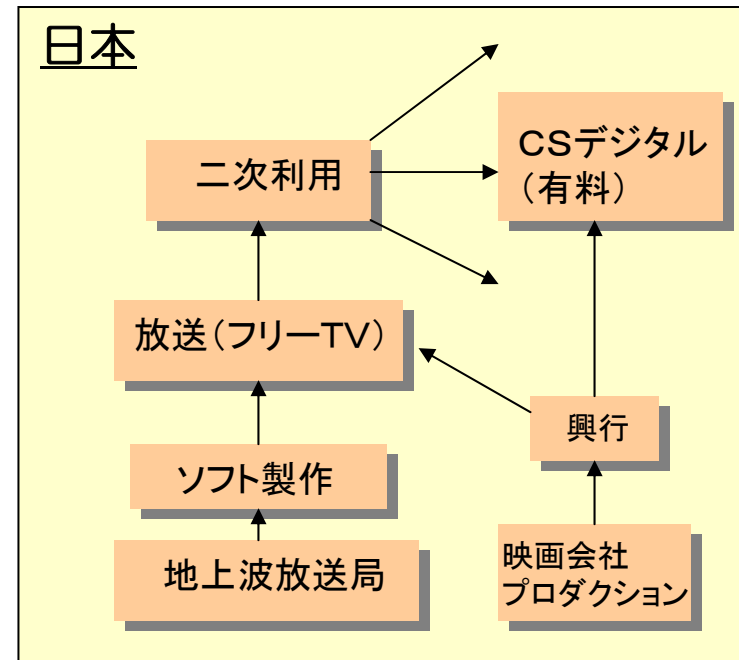
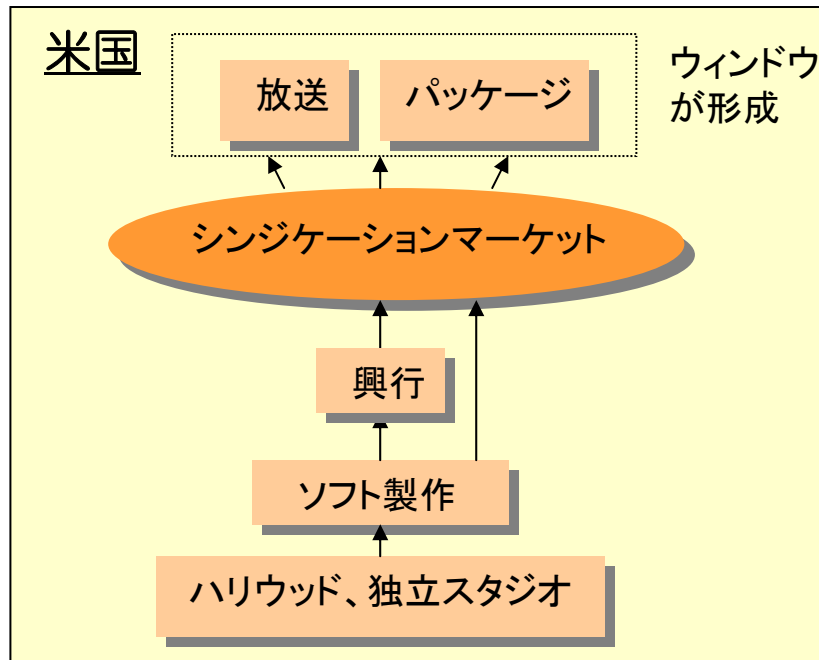
## 日本のコンテンツ産業

### (1) 日本のコンテンツ関連企業の規模拡大が必要



※Time Warnerは05年度決算、110円換算。日本企業は直近の連結決算。

### (2) シンジケーションマーケットの形成



## 参考資料④

# CS放送事業者の売上規模

CS放送事業者の売上規模は、平均で25億円と小規模であり、20億円以下の事業者が50%を超える

