

平成19年11月20日
社)日本民間放送連盟

総務省「有線放送による放送の再送信に関する研究会」
民放連ヒアリング(2007/11/8)のご質問に関する補足説明について

11月8日開催の総務省「有線放送による放送の再送信に関する研究会」で民放連の考え方を述べるにあたり、時間の制約もあり、十分にご説明が行き届かなかったところがございます。以下に、簡単ながら補足説明をさせていただきましたので、今後の議論の参考としていただきたく、よろしくお取り計らいいただきますよう、お願い申し上げます。

1. 「“地元の系列局の番組と、東京キー局の番組の差異は3割”とのことだが、区域外再送信の視聴者は、その3割のキー局番組を見たいのではないか」とのご質問について

A.

- ・ 約3割の番組のほとんどは早朝・深夜帯の番組であり、ネット番組の再放送等が少なくありません。ゴールデンタイムなど主要な時間帯の番組は、基本的に東京キー局と同じです。
- ・ その3割の番組に対するケーブルテレビ加入者の強いニーズがあるのならば、ケーブルテレビ事業者は東京キー局から当該の番組を購入し、同時再送信チャンネル以外の自主放送チャンネルで放送すれば、加入者のニーズに応えることが可能ではないでしょうか。
- ・ 系列局と東京キー局で同じ番組が多いため、ケーブルテレビ加入聴者はどちらのチャンネルを見ているか、明確に認識できない場合もあるでしょう。こうした視聴形態が常態化すると、例えば地元の緊急地震速報は区域外再送信では流れないので、緊急時の対応に遅れるおそれがあります。このことは、地元の放送局を見たいいただきたい、大きな理由の一つです。

2. 「区域外再送信によって、再送信先の民放事業者が受ける損害と、再送信元の民放事業者が受ける収入増はプラスマイナスゼロになるのではないか」とのご質問について

A.

- ・ 長野－東京事例でいえば、長野県のケーブルテレビ加入者が東京キー局の区域外再送信を視聴した分は、長野地区の視聴率調査では「その他視聴率」の扱いとなりますので、長野局の視聴率が下がります。一方、関東地区の視聴率調査は当然ながら1都6県が対象なので、長野県における区域外再送信の視聴分はキー局の視聴率には含まれません。
- ・ 視聴率が下がると、少なくとも「スポットCM」の売り上げ減に直結します。スポットCMは15秒1本の単位で取引され、視聴率1%あたりの単価が売上の基準です。1日のスポット本数は上限が決まっているため、本来獲得できる視聴率が下がると、スポット1本の単価が下がり、全体の売り上げが減少します。
- ・ 地方局においてスポットCM収入は放送収入の6～7割を占める重要な収入源です。前述したように、長野県における区域外再送信の視聴分はキー局の視聴率には含まれないので、単に長野局のCM収入が減少するだけです。
- ・ 同時に、区域外再送信により、キー局にとっては、長野県で放送されていない番組を地元局

に販売する機会を喪失する、あるいは販売価格の低下を招くことになり、その分の利益が失われます。

3. 「“地域性を重視すべき”というが、地上放送とBS放送でサイマル放送している番組もあるのではないか」とのご質問について

A.

- ・ BS放送は、多チャンネル化のための全国放送であり、その番組の中には、地上放送番組のサイマル(同時)放送や異時放送も含まれています。しかし、BSで特定の地上放送番組がサイマル放送されることと、地域性を重要視すべき地上放送が1年365日、恒常的に区域外再送信されることは、その性格がまったく異なります。
- ・ また、BSでのサイマル放送および異時放送を含め、放送番組の二次利用による売り上げ増は、国策としても期待されており、民放事業者が経営・編成の戦略として実施しているものです。同意のない区域外再送信は、こうした番組二次利用の妨げとなりかねません。

4. 「大臣裁定制度に疑義があるとのことだが、再送信同意制度自体についてはどう考えるか」とのご質問について

A.

- ・ ケーブルテレビ事業者に一方向的に有利な現行の大臣裁定制度は撤廃もしくは抜本的に見直すべきだが、著作権法にもとづく放送事業者の権利を担保する観点から、再送信同意制度自体は存続させるべき。