

衛星放送ワーキンググループ（第9回） 議事要旨

1. 日時

令和6年6月26日（水）15時00分～17時05分

2. 場所

WEB会議

3. 出席者

（1）構成員

伊東主査、音主査代理、飯塚構成員、石岡構成員、大谷構成員、奥構成員、落合構成員、
長田構成員

（2）オブザーバー

一般社団法人衛星放送協会、スカパーJ S A T株式会社、
一般社団法人電子情報技術産業協会、日本放送協会、一般社団法人日本民間放送連盟、
株式会社放送衛星システム、一般社団法人放送サービス高度化推進協会

（3）総務省

小笠原情報流通行政局長、山崎大臣官房審議官、金澤情報流通行政局総務課長、
飯倉同局放送政策課長、山口同局放送技術課長、佐伯同局地上放送課長、
岡井同局衛星・地域放送課長、細野同局放送政策課外資規制審査官、
西村同局放送技術課技術企画官、宗政同局地上放送課企画官、
平野同局地域放送推進室技術企画官

（4）ヒアリング

スカパーJ S A T株式会社 小川取締役執行役員専務宇宙事業部門長
株式会社放送衛星システム 浜崎取締役
独立行政法人国民生活センター 加藤様
一般社団法人衛星放送協会 井川専務理事

4. 議事要旨

（1）衛星放送に係るインフラコストの低減について

- ・スカパーJ S A T株式会社及び株式会社放送衛星システムから、資料9－1に基づき、説明が行われた。

- ・事務局から、資料９－２に基づき、説明が行われた。
- ・各構成員等から以下のとおり意見があった。

【伊東主査】

先ほどの資料９－１の御説明では、高傾斜角軌道運用に入る時期が2030年6月あるいは7月頃になるだろうとのことでしたが、新衛星の打ち上げはそれより前にスケジュールされているようですから、その打ち上げが成功した場合には、もう高傾斜角軌道運用のモードに入る必要がなくなるという理解でよろしいのでしょうか。

【スカパーＪＳＡＴ株式会社（小川取締役）】

今、伊東先生から御質問のありました成功していれば高傾斜角軌道に入れなくてよいのかということにつきましては、そのとおりでございます。新しい衛星の打ち上げが成功していれば、高傾斜角軌道運用をしなくてもよいと考えております。

【伊東主査】

分かりました。そうすると、高傾斜角軌道運用に入って、しかも、資料の３ページでしたでしょうか、45センチファイのアンテナで受信するのが少し難しくなるかもしれないという問題が生じる確率は、トータルで見るとそれほど大きくならないのかなという予想ができるのでしょうか。

【スカパーＪＳＡＴ株式会社（小川取締役）】

はい、そう思います。ロケットの打ち上げ成功確率などから考えても、それほど大きくならないと思っております。

【伊東主査】

もう一点、確認になるのでございますが、資料９－１の４ページの一番上のポチの記述から想像しますと、高傾斜角軌道運用のモードに仮に入った後は、衛星の南北方向の位置については特段の制御をしないけれども、衛星の姿勢、並びにビームの発射方向については適切な制御を実施してポインティング誤差を補正していくという理解でよろしいのでしょうか。

【株式会社放送衛星システム（浜崎取締役）】

おっしゃるとおりでございます。衛星のアンテナについては、アンテナそのものを動かすというのではなくて衛星の姿勢をリアクションホイールで微調整しながら、アンテナの指向方向を日本に向けるという形になると考えております。これも現在の衛星に既にソフトウェアとして搭載しておりますので、精度よく可能だと考えております。

【落合構成員】

いろいろ御説明いただきましてありがとうございます。また技術的なところは伊東先生のほうで御質疑をされたので、私からは追加ありません。今後の進め方に関わるところでもございますが、今回、高傾斜角軌道に関する検討も進めていただくという中で、ある種お尻になるところは決まってきたという部分があるのかなと思います。今後、改めて今回の検討にあたり、ここがお尻になるとして、そのほかのいろいろなスケジュールを逆算して考えていくことになるかと思っております。それはそういう形で、若干の技術的な検証によって、数か月単位でもうちょっと延ばせる延ばせないということはあるかもしれませんが、基本的にはそういう形で進めていくということで検討の順序としては問題なさそうかどうかを、それぞれお二方にお伺いしたいと思えます。

【株式会社放送衛星システム（浜崎取締役）】

我々B-SATとスカパーJSATさんで、3cの寿命については両社で検討してきております。これが最終的な合意に至った日付、ここまではいいだろうと。あと、最短でここであろうというようなところはございますが、これによって、先生おっしゃられたように、精査というところは多少あると思いますけれども、このスケジュールで行くのではないかと理解をしております。私からは以上です。

【スカパーJSAT株式会社（小川取締役）】

私どもも、このスケジュールにのっとってやっていくことでよいかと思っております。先ほどの説明で少し申し上げましたけれども、今現在、1つ目の衛星打ち上げが失敗した場合に、次の衛星を調達して持ってくるまでにどのぐらい期間がかかるかということについては、衛星メーカーに問合せ中でございます。そういったことも踏まえて、1つ目の打ち上げ時期が決まってまいりますので、そういったことをしていくことで、いろんなスケジュールがしっかり定まってくると思っております。基本的には、今日申し上げた高傾斜角運用での寿命期限というものが一番のお尻でございますので、そこからいろんなことを逆算して進めていければと思っております。以上でございます。

【落合構成員】

ありがとうございます。まだ、もちろん最終的に検討していかないといけない事項は多くあると思いますが、まず1つの重要なタイムラインがおおむね合意できるところに至ったというのは、重要な進展だったように思っております。

【飯塚構成員】

資料9-1の3ページなのですが、確認なのですが、青色の枠の外側に居住されている方々というのは、1,500世帯と御説明ありましたが、この方々がアンテナ交換が必要になった場合には、衛星事業者様御負担が基本というふうに書いてございますけれども、この1,500世

帯の方々がアンテナ交換にかかる費用を一切負担することはないという理解でよろしいかどうかという確認が1つ。

それから、資料9-2に、左旋の中継器については、新規衛星に搭載しませんというふうに記載されており、これは将来の需要見込みから鑑みて厳しいという御説明がありました。これは、もともとはB-SAT様の御提案に沿ったものと理解しておりますけれども、その提案にスカパーJ-SAT様も合意され、当事者間合意に至ったという理解でよろしかったでしょうかという確認になります。よろしくお願いします。

【スカパーJ-SAT株式会社（小川取締役）】

青い線の外側でCSを見ている方が1,500世帯ほどということで申し上げました。その1,500世帯の全ての人たちが45センチの小さいアンテナで見ているとは思っておりませんけれども、その方々には大きなアンテナに換える必要が出てきます。それについては、ここに記載したとおり、衛星事業者の負担を基本として、両社、B-SAT様と当社で負担したいと考えております。よろしいでしょうか。

【岡井衛星・地域放送課長】

いただきました2点目の御質問につきましてですけれども、免許手続等についてのところ、こちらは行政として今後どのように考えるかをお示ししているものですので、二社間の協議対象となっているものではございません。したがって、今後こういった方針でということは、行政として取り組むべき姿勢としてお示ししているものですので、今回、両社と協議を行ったとか、あるいは将来に向けて両社で議論を行っていただいたとか、そういったものではないという位置づけでございます。以上でございます。

【大谷構成員】

それで、よく理解できていなかったところもありますので、初歩的な質問ですが教えていただければと思います。資料9-2のところで、左旋の中継器については、将来的な需要等によりということで、新規の衛星に搭載しないという、インフラコストの低減につながる施策について取組方針を述べていただいたところについては、基本的に賛同できると思いますが、この場合に、現状の左旋はたしかBSで4番組、それからCSにおきましては8チャンネルなどの提供があったと理解しておりますけれども、それにつきましては、それぞれの番組の免許の期間であるとか、そういったことの影響もあるかもしれませんが、その部分はどのような状況になるのか、基本的な理解が及んでいけませんので、教えていただければと思います。よろしくお願いいたします。

【岡井衛星・地域放送課長】

現状を申し上げますと、BSのほうでは8Kを含めまして4番組が提供されております。ただ、

全てのトランスポンダを使っているわけではなくて、提供されている帯域のうちの一部を使用して番組が放送されているという状況でございます。他方、CSにつきましては、本年の3月31日をもって、それまで番組を提供していらっしゃったスカパー・エンターテイメント様が放送を停止されました。現在、CSの左旋は、全て番組の放送は終了しているという状況になっております。これらを踏まえまして、これまでの議論の中で、なかなか需要が厳しいのではないかと、いう点もお示ししてきたところでございます。

今後の在り方につきましては、様々議論あるかと思えますけれども、例えば現用の衛星、特にBSのほうにつきましては、まだ十数年、寿命があると想定されているところでもありますので、そういった点も含めまして、現用の衛星をどこまで使っていくかというところをさらに検討を進めながら対応を考えていくのかと思っております。今回はあくまで新規衛星についてということで、現用の衛星がしばらく使えるということを前提に、今後の議論を進めていくのが適切ではないかと思っております。以上でございます。

【大谷構成員】

御説明ありがとうございます。CSについては、特に新たなニーズは、今の時点では見当たっていないということを前提としますと、書いていただいた方向性については非常に納得感があるものですし、既存の衛星は寿命までできるだけ使うということでありましたら、今後の対応というのもおのずと見えてくると理解しております。

【伊東主査】

大谷構成員、どうもありがとうございます。現用の衛星については、BSもCSもまだかなりの寿命が残っていると思います。それをどううまく活用していくのかにつきましては、本日の最後の議題も関係してくるのかなと考えております。

それでは、最後にもう一点、教えていただきたいと思えます。資料9-1の2ページの一番下の記述についてです。新衛星の打ち上げに残念ながら失敗したときでございますが、再打ち上げに要する期間をどう見積もるのか、これについては、大体いつ頃になればめどが立つとお考えなのか、教えていただけますか。

【スカパーJ S A T株式会社（小川取締役）】

現在、メーカーのほうに問い合わせせておりまして、7月の中下旬になれば回答が返ってまいります。それをB-SATと当社で確認して、大体のめどを立てることができると考えております。

【伊東主査】

そうですか。そうすると、そんなに先の話ではなくて、一定程度待てば大体のめどが立つという理解でよろしいのでしょうか。

【スカパーJ S A T株式会社（小川取締役）】

そう考えております。

【伊東主査】

インフラコストの低減につきましては、これまでかなりの時間にわたりましてこのワーキングで御議論いただいてまいりましたが、本日、今後の検討や手続についての方向性が示されました。

当ワーキンググループといたしましては、今後、資料9-2に示されました目標時期、検討項目を踏まえまして、それらの実現や実施に資するよう取組を進めていきたいと思っておりますので、構成員の皆様方におかれましては、引き続き積極的な御議論をお願いいたしたいと存じます。

また、総務省におかれましては、共同衛星の打ち上げに向けて具体的なスケジュールを念頭に置きつつ、免許方針の検討など、公募に係る所要の手続を遅滞なく進めていただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

（２）衛星基幹放送の認定における通販番組の扱いについて

- ・独立行政法人国民生活センターから、資料9-3に基づき、説明が行われた。
- ・一般社団法人衛星放送協会から、資料9-4に基づき、説明が行われた。
- ・各構成員等から以下のとおり意見があった。

【奥構成員】

それでは、国民生活センターさんにお伺います。通販について、相談件数ではテレビショッピングが1万件ぐらい、そしてインターネットが20万件ということで、インターネットのほうが多いことがわかります。一方で市場規模はテレビショッピングとインターネットの通販で何対何ぐらいになるのでしょうか。これは総務省事務局にお伺いするべきかと思いますが、相談件数はテレビショッピングに対してインターネットが約20倍ですけれども、市場全体の件数あるいは金額が知りたいです。それによって相談件数の全体に対するシェアがどのぐらいの比率になるのかということが明らかになるというのが1点目であります。

それから、相談件数を年代別で見ると、テレビショッピングについては年配者や女性が多いということです。彼らはインターネットで買うには不安があり、ネットよりはテレビの方が安心であると感じているのでしょうか。これらを考慮すると、高齢化が進み今後さらにアクティブシニアの方が増えてくると、テレビショッピングを楽しむ方はさらに拡大するのではと思います。

それから、相談内容についてですが、やはり解約条件が一つのポイントかと思えます。これはネットもテレビも同じだと思います。先ほど井川さんからお話がありましたが、視聴者に分かりやすく説明するということはもう事業者側で行っていると思うのですが、ただ、相談事例の1番を見ますと、本人は1回だけ買ってその後は解約したいと思っていても、事業者側は、定期購読が原則で、2回目の前のあるタイミングでキャンセルをしてくださいと、これがデフォルトになっているわけです。こういうのは若い人とか、ネット通販に慣れている人間は慣れていて事前に

2回目の発注前に切ることができるわけですが、年配の女性ですとそこまでいけないということになると、このようなデフォルト設定の考え方をもう少し丁寧にしたほうがいいのではないかと思います。どちらにせよ、通販は事業者にとっても、そしてユーザーにとっても非常に便利で人生を豊かにするサービスでもあるので、もう少し視聴者に寄り添うような形でやっていければと思います。さらには、1万件ぐらいで推移するのではないかとおっしゃいましたが、やはり認知症といった問題と、それから高齢化ということを考えますと、同じサービスグレードで続けている限り相談件数は増えてくると思います。以上です。

【岡井衛星・地域放送課長】

総務省が出している数字ではございませんので、あくまで一説、報道されているものではということになりますけれども、その前提でお聞きいただければと思います。昨年の国内通販市場規模、大体16兆円程度と言われておりまして、そのうちネットのeコマースに関しては大体14兆円強、それ以外の部分、カタログ、テレビ、ラジオ、その他の通販全部まとめて、大体1.7兆円ということで数字が出ているものはございます。あくまで報道ベースで、一つの集計ということにはなりませんけれども、御参考までに申し上げます。以上でございます。

【独立行政法人国民生活センター（加藤様）】

解約のトラブルはどの分野でも一番のトラブルになって消費生活相談に来ますので、上位にくるというのは当然なんですけれども、特に通信販売につきましてはクーリングオフがございません。事業者のほうで返品特約というのを設けているケースもあるのですが、それが事業者によってもまちまちです。例えば実際に健康を気にして健康器具を買って、実際に開けて使ってみたら、これは私には無理だわと思って返品したいと言っても「できません」と言われることがあるので、消費者側のほうも、手軽に使っているように見えるけど、実際は操作がうまくできないということもあるので、解約の条件を一応気にしなくてははいけない。ですが、高齢者の場合、電話で御説明されても、「はいはい」と言って、しっかり認識できていないこともあるので、お客様の特性に合わせて、丁寧にゆっくりと説明していただく、高齢者に聞き取りやすい話し方で説明をしていただく工夫は今後より必要になるのかなと思っております。ですので、この事例で御紹介したような売り方、同じサービスのやり方でいいのかというのは先生のおっしゃるとおりかなと我々も思っております。特にネットであれば文字を見れるのですが、電話でいろいろと細かい、何日までに解約してくださいとか、2回目以降になると幾らになりますというのはなかなか電話でさらさらと言われると、私でも難しいところがございます。引き続き、売り方の改善というのは我々の役目でもございますので、必要に応じて、もし問題あるような事業者がいましたら申し入れていきたいと思っているところでございます。

【長田構成員】

国民生活センターからの御報告ありがとうございます。それで、これを受けて衛星放送協会

さんからの御説明で、基準はあります、配慮していますというお話だったと思うのですが、衛星放送協会として、一定程度こうやって先ほどの市場規模の数字、総務省が調べたものではないと言っている、衛星放送協会さんの御説明の最初にもありますように、放送が公共性の高いメディアであるということを自覚されている上で、これだけの相談が来ていることをどの程度認識しておられるのか教えていただきたいと思います。

それから、放送基準はありますということで分かりましたけれども、広告というところで御説明をいただいている、最後のほうにショッピングについての広告についてもこれだけの配慮をしているという御説明がありましたけれども、衛星放送協会としては、ショッピング番組自体、全部を広告というふうにみなしていらっしゃるのかどうかを教えていただきたいと思っています。

それから、御紹介いただいた2社ですけれども、SCサテライトさん、それからQVCサテライトさん、この2社につきましても、自分たちの放送を起因とした相談事例が一定数あるということなどをどのように認識しているのか、もし御存じでしたら教えていただければと思います。以上です。

【一般社団法人衛星放送協会（井川専務理事）】

国民生活センター様からの報告にもありましたとおり、相談が出ているのは私どもとしても認識はしておりますし、一定程度の相談が出てくることは放送事業者も想定して、既にコールセンターを設けて対応できる体制を取っております。特にQVCさんの場合はとにかく注文の電話を受けるのとは別に、わざわざ何か御相談があった場合に対応するセンターも準備していると聞いております。それからショッピング番組について、これは広告かというお問合せがございましたけれども、それぞれ、QVCさんやSCサテライトさんの場合ですと、恐らく両事業者自身は、この番組は両方とも情報番組であるという認識を持っている、情報エンターテイメントに近いという認識をお持ちになっておられて、広告ではないと理解されていると私は思います。それから、もう一つ何かございましたよね、長田先生。すいません、最後の質問。

【長田構成員】

各社はそういう相談が一定程度あることを認識していらっしゃるから丁寧に対応しているとおっしゃりたいんだと思うのですが、どの程度相談の実態を認識されているのかと、それから、ごめんなさい、広告と認識しているのですかという質問は衛星放送協会さんに向けている質問です。

【一般社団法人衛星放送協会（井川専務理事）】

私ども、広告とは認識しておりません。情報番組の一種、エンターテイメント系の情報番組だと理解しております。それから、それぞれの社の苦情対応というのは、やっぱり社内でも共有されておられますようで、部門横断で会議を開いて対応に当たられていると聞いております。

【長田構成員】

加えて教えていただきたいんですけれども、先ほど、注文をしようと思い立つ前にその番組を見て、これを注文したいなと消費者が思います、そして電話をします、そのときの電話の説明をきちんと聞き取ること、それから理解することの難しさを加藤さんからも御指摘ありましたけれども、放送自体の中でやはり注文を、ある程度放送が終わった後の何十分程度はオペレーターを増やしていますとか、今ならお得ですみたいな番組もいっぱいあると思うんですけれども、そういうところ、つまり、これからもうちょっと改善していかなくてはいけないような課題というものをどの程度、協会として認識していらっしゃるか、具体的な何か認識があったら教えてください。

【一般社団法人衛星放送協会（井川専務理事）】

改善点はまだ、今日御意見いただきましたので、これからも検討していかなくてはならないと思いますし、協会の中では倫理委員会という委員会がありまして、その中で放送基準とかガイドラインについては毎月検討しております。その中で消費者庁さんから、我々の業界以外で事例をお受けになったケースなんかも共有して、各放送事業者、こういうことは気をつけましょうとか、それから広告上で、全然別の地上波で起きた問題なんかも私たちのほうで共有して、それぞれ会員社には内容を徹底して、とにかく情報をアップデートする作業を続けております。

【長田構成員】

分かりました。特に通販だけ、ショッピングの番組を集中的に見ていらっしゃるという方はもとも高齢の方が多いと思いますし、先ほど奥さんからの御指摘にもありましたように、ネットでのお買物などが苦手な方もいらっしゃると思いますし、視聴者に合わせた、どういう番組を作っていくべきかということについては、ぜひ真剣に御検討いただきたいと思いますし、今回こういう課題がここに登場しているのも電波監理審議会での放送局の認定のときに、いろいろ法律違反を指摘されていた会社などに対して、放送法とか電波法の遵守だけで、そのほかの法律について何か違反があったとしても、そのことは審査の中の対象に入れられない基準について、電監審の委員から疑問の声が出たこともありますので、ぜひ協会としては真剣に取り組んでいただきたいと思います。以上です。

【一般社団法人衛星放送協会（井川専務理事）】

ありがとうございます。今日いただいた御意見も、両放送局、QVCとサテライトにはお伝えして、特に注文の受け方とか、それから受注の在り方等についてはこれからも研究を進めるように伝えようと思います。

【長田構成員】

ぜひお願いします。画面表示で注意喚起をされているのだと思うんですけれども、そうじゃなくて、時間をかけて番組を流していらっしゃるのであれば、音声できちんと伝えていくなどの努力

も必要ではないかと思っています。以上です。

【落合構成員】

私も何点かお伺いしたいと思います。まず、消費生活相談センター様のほうにですが、今回の苦情というか相談の内容を拝見しておりますと、広告そのものというよりかは契約の内容や条件、もしくは解約に関する相談が非常に多いのではないかとも思いました。こういう場合に、例えばテレビショッピングと比較が難しいかとは思いますが、高齢者に関するトラブルが多いことは数字でもお示しいただいておりましたが、こういう場合にほかの業界で何か対策をされている中で、こういう対策が本来的にはされておくといいのではないか、というものがありませんでしたら教えていただけるとありがたいというのがまず一つです。

次に、広告そのものの内容というか、多分これは特定商取引法でいうと、恐らく通信販売の整理になっているのではと推測いたしますが、解約条件の表示の話などについては、一部通信販売に関する規制はあると思いますが、どうしてもこの辺りの部分は単純に法令に基づくだけだと十分に被害防止が必ずしもできない部分があるのではないかと考えておりました。そこは同じような御認識でしょうか。同じようなことを別々の聞き方でお伺いしたようなところもありますが、2点についてお答えいただければと思います。

加えて、衛星放送協会様にですが、テレビショッピング番組に関する放送基準について、資料9-4の4ページと5ページでSCサテライト様とQVCサテライト様について書いていただいております。その中で「事実に基づく表示を平易且つ明瞭に行い」ということや、「関係法令の遵守」が書かれております。これらについては、より詳しいものが定められているのかどうかについて、お分かりになる範囲で教えていただきたいということがあります。

また、特に消費者の相談件数などが増えてきている場合に、例えば業界として、特に昨今件数が資料9-3でお示しいただいたように2020年以降増えており、インターネットも共通で、コロナ禍で利用が増えた部分もあるのかもしれないですが、その中で、例えば件数が増えていることを減少させようとするときに、業界として何か取組を行ったりされているのでしょうか。もちろん個社による取組もより一層重要であると思いますが、直近で新しく業界などで何とかで追加して対策をされている点がありましたらお伺いできればと思いました。以上です。

【独立行政法人国民生活センター（加藤様）】

2つご質問のあったうちの1つ目の対策のところ、どこか別の業界でもありますかということなのですが、全く業界が違うので比較が難しいと思うんですけども、例えば金融分野、生命保険の契約とかですと、高齢者への契約については家族が同席をするといったガイドラインを設けていたりするところがあります。それ以外の、いわゆるお客様対応のところだと、以前見学させていただいた生命保険会社様などは、高齢者の方向けの専用のコールセンターの番号があって、そこに掛けていただくと、それなりに高齢者に対して訓練を受けた方が説明をしてくださると。電話も聴力の衰えもありますので、話者の声がよく聞こえる装置を入れて、あと、ゆっくり

話すといった形で、後で言った、言わないになってトラブルにならないよう工夫されている生命保険会社さんはございます。一方、先ほどの事例のように、何回も買ってしまうのを事業者側がストップできるかという、なかなか難しいのかなと。成年後見制度が利用されているとかではない限り、どうしても普通にお話をされて注文されたら、事業者側は販売してしまうかと思えますし、契約金額の上限を設けている会社というのは今のところ、すいません、私、聞いたことはありません。認知機能がちょっと衰えてきていて、それで買い物にはまってしまう人に対する対策というのは、できれば工夫をいただけるとありがたいのかなと。ネット通販の中には、どこに所在しているか分からない事業者もありますが、テレビショッピングの販売事業者は、所在も判明している事業者さんなので、お話しはしていただきやすいのかなと思っています。ですので、先ほど御紹介した事例の中で、センターの助言としては、事業者側のほうとよく話し合ってくださいということになります。少し柔軟な対応をしていただけるとありがたいなと思います。

それから、2点目の返品のところ、確かに特商法との絡みなんですけれど、クーリングオフ、返品ができないのであれば、その旨を記載しなさいというルールがあります。現場でもすごく悩むのが、書いてあればいいのかというところで、テレビの番組でどんどん流れていってしまう場合は、なかなか気づかない人も多いのかなと。改めて消費者に認識していただくために注文を受けたとき、トークのところで、工夫を引き続きしていただけたらなと思っています。御回答になっておりますでしょうか。

【落合構成員】

生保業界の点は業界も異なりますが、工夫されている内容を全部そのまま実施するかどうかはともかくとして、ただ、そういう具体的な取組があるということが分かりまして、大変分かりやすかったと思いました。

2点目についても、どうしても、特にインターネットの場合よりも、もしかすると場合によってはテレビのほうが記録を取っておきにくいこともあるかもしれません。そういう意味では自主規制としての解約条件の点もあろうかと思えますし、少し前に奥構成員がおっしゃられていたような定期購入などの組み方については、法令そのものに根拠となるものは私は多分ないと思います。ただ、事実上のセーフティーネットとして、ある種法令そのものだけではない、高齢者が安心できる場の形成は何か必要なのではないかと改めて理解いたしました。

【一般社団法人衛星放送協会（井川専務理事）】

まず最初の御質問ですけれども、放送基準よりもさらに詳しいものがそれぞれあるのかという御質問だったと思いますが、私どもでは確認できておりませんけれども、要するに放送基準をベースにして、両者とも放送事業者ですので、番組を制作するための一定程度のガイドラインのようなものはそれぞれ持っているのではないかと思います。確認はできておりませんが、普通、放送局だと大きな放送基準があって、それを受けて番組を作るときにはこういうことに注意しなさいみたいなものは編成部門から注意が下りますし、問題が起きた場合にはそれに対してこう直

せというやり方をしますので、多分それと同じようなことを両者ともやっていると思います。それから、相談が増えていることについて、減少させるための業界としての取組ということのお尋ねでしたけれども、それについては、協会としては具体的に何かしているということはありません。先ほど申し上げましたように倫理委員会というところでいろいろなケースを把握して、各会員社に周知をすることにとどまっております。以上です。

【落合構成員】

状況は分かりました。もちろん実施基準より詳細なマニュアルは内部的に何か持たれているのだらうと思います。それは放送として行われているのであれば当然であらう、ということ自体は分かりますが、実際にはどういう対策がされているかがもう少しより分かるかと思いました。一方で、周知啓発などは進められていると伺いましたが、できる限り今後もよりよい環境をつくっていくという意味で、ぜひ協会としても業界の安全性の向上ということで取組を進めていただければと思います。

【音主査代理】

お二方の御報告ありがとうございます。私の研究対象ということで、ちょっとこれだけコメントさせていただきます。地域メディアなどを研究している立場からすると、例えばS Cサテライトさんのジュピターショップチャンネルさんがやられている、御紹介いただいた「日本をみつけよう」という番組作りというものが、地域の具体的な特産物ですとか、地域社会の特色を全国に伝えてまちおこしにつながっているという事例は随分あると私も調査などで存じ上げております。取り上げられた地域の側からこういう形での連動をしたがっているケースというのが随分あるとお聞きしていますので、その意味においては、ただ単に商品を販売するチャンネルというだけではない様々な活動を日本におけるテレビショッピングのチャンネルがやっているということはユニークといいましょうか、特色なのだなと思っております。その上でなんですけれども、国民生活センターの加藤さんのお話をお聞きしていて、少しお聞きしたい点がございます。ショッピングチャンネルに関しましては、日本通信販売協会、JADMAさんが消費者相談室のようなものを設けられて、専門家の方々とやり取りされているように認識をしております。先ほど様々なトラブルの御紹介もいただきましたけれども、具体的に消費者の方がテレビショッピングなどでトラブルが起こったときに、どういう形でのやり取り、例えばJADMAさんの消費者相談室に、一番最初は多分局のほうに連絡が行くんだと思うんですけど、その次にJADMAさんに行って、国民生活センターさんに行くのか、その辺りはどんなふうに、またはその後、どういう形の解決に関して具体的なやり取りがなされるのか、その具体的な道筋を少しお教えいただけますでしょうか。

【独立行政法人国民生活センター（加藤様）】

トラブル後の流れなのですけれども、一般的に契約相手は、テレビ局ではなくて、商品を買っ

た会社になります。契約書などが入っているかと思うので、そこに記載の電話番号にかけると。ただ、そこでうまく返品なり解約なりができると良いのですけれども、開封されて1度使われたのですかと、それではすいませんけれども、1度御使用されたものは返品できないのですと言われる。それはおっしゃるとおりなのですけれども、それで納得できないとなると消費生活センターなり国民生活センターに相談が入ります。JADMAさんも確かに窓口を設けておられるのですけれども、通販だからJADMAさんに相談だとなる消費者はインターネットとかで検索できる方かなと思うのです。JADMAの会員企業さんだとJADMAの会員との記載があるので、そこに電話される方もいらっしゃるかもしれません。JADMAの会員さんじゃない企業、テレビショッピングでたしかJADMAさんの会員ではないところもあったかと思うのですが、そうすると、消費生活センターに相談だということでお電話が入るかなと思います。解決方法なのですけれど、基本的にいつ何を買われたのかということをお聞きします。そのうえで、できればテレビショッピングの説明を私たちも見たいのですけれど、ネット通販と違って、同じものが見られないので、どういう説明があったかというのが確認しづらい。大手のテレビショッピングでは薬機法には抵触しないようにと、セールストークはかなり気を遣われているかと思うのですが、一応、消費者から「本当はこう思ったのに、こういう商品が来ちゃったんです」というときには、MCの方とかがどういう御説明されていたのかというのは、見られるなら見ます。そこでこの言い方は問題があるのではないかなれば、事業者にお話をして、改善を求めたりということを行います。事業者側に問題がない場合には、基本的には法律の説明をして、消費者のほうが不注意だったと、返品は難しいですねということもあるし、先ほどの高齢者の問題であれば任意での対応になるかもしれませんが、今回の事情をお伝えしてお話されてみたらいかがですかと助言で終わる場合があります、間に入るときと入らないときがあります。

【音主査代理】

ちなみにですけど、表現の仕方等に関しては、衛星放送協会さんが、衛星放送協会の放送基準を、協会の会員社の方々に周知徹底がされているかと思えますし、その上で各社が放送基準をつくっているかと思えますし、他方で表現の仕方に関しては、各局、ショップチャンネル、テレビショッピングの局に関しても番組審議会があって、その中では表現について様々な議論がなされ、それは総務省に報告をされていると私は認識しているのですけど、それでよろしいのでしょうか。これは事務局にお聞きするのがいいのかな。

【岡井衛星・地域放送課長】

通販に限ったお話ではございませんけれども、一般的な制度といたしまして放送番組審議機関の制度が設けられていて、その番組審議機関で審議した概要につきましては総務省への提出をいただいているところでございます。ですので、衛星放送協会様というよりは直接、放送事業者の皆様から番審の結果として御報告をいただいているところでございます。以上でございます。

【飯塚構成員】

資料９－３につきまして、テレビショッピングの相談件数の内訳について、これは衛星放送なのか地上波なのか内訳を教えてくださいと思った次第です。相談の多くが衛星放送なのか、あるいは地上波でも同じように相談件数が多いのか、つまり、放送媒体問わず相談件数は多くて、地上波を含めて放送媒体に関わらず対応を考えていかななくてはならない課題であるという理解をすればよろしいのかということをお願いしたいと思います。

【独立行政法人国民生活センター（加藤様）】

残念ながらちょっとこの内訳が出ないのです。ただ、相談を受けている現場の肌感覚からいうと、高齢者の方が多いので、普通に地上波の中の番組と番組の間によくやっているテレビショッピングを見てというのが多いかなという印象でございます。

【大谷構成員】

コメントになりますが、今までいろいろいただいていた情報で、改めて放送によるテレビショッピングの通信販売としての特徴みたいなものが見えてきたような気がしております。通信販売の場合は、販売条件については広告表示規制があって、必要な表示事項というのが定まっているものの、商品や役務の内容などについては比較的分かりやすく消費者に説明がなされて、また、説明の内容はかなり丁寧なものだと理解しているのですが、商品・役務、それ以外の部分、それが繰り返し購入するような定期購入の対象になっているのかとか、送料などの負担が必要なのかとか、そういった部分については流れてしまうために記録にとどまりにくいという特性もあるのではないかなと改めて感じるどころがございました。現在の特定商取引法の広告表示規制であるとか、それから、様々な表示規制があるところですけども、ショッピングサイト、インターネットの特徴などには比較的合っていたり、あとは雑誌やカタログなどを通じた通信販売には合致しているところがあるのだと思いますが、テレビでのショッピングに対してはあまり適合していない部分があるようなことが見受けられます。そこは各企業の、放送事業者を含めた自主的な対応に依存している部分があるのかもしれませんが、これだけ多くの相談件数が寄せられていて、一定の特徴も見えているということであれば、やはりテレビショッピングの特性に応じた規律というものをもう少し具体的に定めておく、そして、それが自主的なものなのか、あるいは法令そのものに書き込むのかといったことは別としても、何らかのルールがないとこれから高齢化社会がますます進んでいく中で、ちょっと不十分な点が見えつつあるのではないかと感じた次第です。コメントというか感想のような形ですが、私からは以上でございます。

【伊東主査】

今おっしゃったような感覚を持っておられる方が少なからずおいでになるのではないかと思います。事務局、いかがですか。総務省の所掌の範囲でと言われると難しいところがあるのかなとは思いますが、何か応答をいただければ。

【岡井衛星・地域放送課長】

これまで本日ヒアリング、それから先生方から様々御意見いただいている中で、総務省の所掌にかかるもの、かからないもの、それからこういった衛星放送という文脈で捉えるべきもの、そうでないものといろいろ出てきているかと思っております。本日はヒアリングということで、通販に関して、特にテレビショッピングに関して実態を共有していく場として位置づけようかと思っておりますので、今後この課題を扱うに当たりまして、次回以降のワーキングの中で、また今回の御意見を踏まえ、事務局としても整理をさせていただいた上で論点を提示して御議論いただければと思っております。その中で特に総務省で扱えるもの、そして、この衛星放送ワーキングで議論することが適しているものを中心に進めていければと思っているところでございます。以上でございます。

(3) 地上波代替における衛星放送の活用について

- ・事務局から、資料9-5に基づき、説明が行われた。
- ・各構成員等から以下のとおり意見があった。

【奥構成員】

1点、事務局側にお伺いしたいと思います。資料9-5の4つの論点の一番下、左旋でやるということのお話と、それから前半でご説明いただいた資料9-2の「新しい衛星の打ち上げでは左旋はもう積まない」という話がありましたが、これは現行の放送帯域においては左旋が空いていると、これを地上波代替で可能性がないかということは検討してきたわけですが、最終的に新衛星で積まなくなると続きができないということにもなりますが、その辺りはどんなふうに捉えたらいいのでしょうかというのが一つ目の質問です。それから、もう一点は積むトラポンと圧縮方式によっては当然チャンネル数が変わってくると思いますが、その辺りも議論の対象になるのでしょうか。以上2点についてお願いいたします。

【岡井衛星・地域放送課長】

まず1点目の左旋帯域ですけれども、1つ目の議題で取り扱いましたように、新規の衛星については搭載をしない方向で考えているというのが御発表させていただいた内容でございますが、ここでいう左旋につきましては、現行の衛星の左旋の帯域というものがまず使用の対象として想定されるところでございます。そして、最初の議題の際も少し申し上げましたが、現行の左旋というものは、最大で向こう十数年使えることが想定されます。これらを活用しながら、今後の議論になってまいりますけれども、時限の措置としてやっていくのか、あるいは恒久的なものとして何かに巻き取られる方向での想定をしていくのか、こういった点につきまして議論を進めていかなければならないと思っております。そういう意味では、この時点で、特に現行の左旋の活用

につきまして、決め打ちするというよりは、このような将来のビジョンを持ちまして、出口も考えた上で扱っていく。ただ、その一方で、現行の左旋につきましてはかなり長期にわたってまだ使用できることが見込まれておりますので、まずはそこを中心にこの衛星代替を考えられないか、というのが今回の論点として提示した背景でございます。

あともう一点、積むトラポンに関わってくるのではないかとこのところですが、こちらもおっしゃるとおりでして、実は必要な帯域をどのように考えるかという下から2つ目の矢印のところ、こちらに御指摘いただいた点が含まれるのではないかと考えております。現行ですと1トラポン当たり2Kの番組を想定いたしますと4つの番組が乗るというのが標準的でございますけれども、例えば新しい方式を導入してそれを採用すると、より多くの番組が乗せられるのではないかとこのことで変わってくるところがございますし、さらに受信機がどれだけ対応できるかといった課題もございますので、そのような乗せられる番組数、あるいは1番組で使われる帯域の幅、こういった点に注目して今後の議論を進めていければと思っておりますのでございます。

【落合構成員】

私のほうも、論点を立てていただいておりますので、それぞれについてコメントをさせていただきたいと思います。

まず、1つ目の衛星基幹放送の業務に係る認定を受ける必要があるかどうかです。2つお示しいただいておりますが、通常はコンテンツの作成に係るといいますか、番組の編成や、その責任を持つ側の事業者において、基本的には実施主体になっていただくということだと思っております。ただ、一方で、中継器利用、そのほかのインフラメンテや、準備に関するコストをどこかの別途の認定事業者が持っており、それを共通して利用することがよく、一方で制度上も安定して放送を行うという観点で、そういった事業者に委託をするスキームのほうがよいということであれば、場合によってはそういったインフラ側を担うような事業者が認定されることの合理性が存在する場合もあり得るだろうと思っております。まだ詳細が決まっていないところだと思っておりますので、この点についてはまた今後検討されていくことかと思っております。

2点目としまして、県域ごとの免許が与えられていることに留意という点です。確かに、基本的に衛星放送自体は地域性が一般的には免許の中で必ずしも考慮されていないというか、むしろ全国的な展開を意識した枠組みになっているかと思っております。ただ、一方で今回の場合ですと、地上波の代替ということですので、やはり県域ごとの地域性、地域における情報発信をしっかりと増やしていくという観点、全体を含めての方針をしっかりと反映していく必要があろうかと思っております。基本的には放送の区域については、もともと代替されるべきローカルの民放事業者の方の区域に準じていくことなのだろうと思っております。一方で、またこれも例外といいますか、別な考え方があるとすれば、先ほど奥構成員からも議論があった点として、トラポン数がどのくらいになっており、それはいかに圧縮しても2K放送を全国で全てのローカル放送局が使ってしまった場合には、左旋帯域の全てを使い切ってしまうことになるかと思っております。そうすると、場合によっ

ては少しまとめてということもあり得、ものすごく手が挙がる放送局の方が多いような場合は、技術面のほうから来る制約に基づいて、どうしてもそういう対応も考えざるを得ないのではないかと思います。

第3点として条件不利地域の点です。基本的には条件不利地域については何らかの受信環境整備に関する援助が考慮されやすいとは思いますが、また、衛星放送については先般来議論されております災害時の対策などとしても、社会インフラとしてそういう仕組みを持っておくことが合理的なのかどうなのかです。場合によってはケーブルやブロードバンドよりも評価されるべき点があるということであれば、より一層、条件不利地域における環境整備において衛星放送の利用がしっかりできるような環境整備について、補助することも含めて考える余地は高まるのだろうと思っております。

第4点で、周波数帯域の点ですが、まず、左旋帯域における必要な周波数帯域、これがどの程度なのかですが、ここはやはり実態調査といいますか、どのくらいこういったものを利用される可能性があるのかをお伺いすることが重要なのではないかと思います。これは聞いてみなければ分からない類いのものであるようにも思っておりまして、もしかするとものすごく需要が小さいのかもしれませんが、もしかするとものすごく需要があって、全国で利用されたいということがあれば、またそれに応じて検討が必要になろうと思えます。

また、最後の受信品質や機能という点については、ブロードバンドでもかなり既に研究がされております。ただ、通信と衛星放送ということで違う部分があるかとは思いますが、その差分には考慮する必要があるかとは思いますが。ただし、地上波の代わりとする手段について、視聴者の方がどう気にするかという点について、ある程度研究は進んでいる側面があるかと思えます。それも参考にしながら検討していただければと思っております。

いろいろ申し上げましたが以上でございます。

【大谷構成員】

県域放送との整合性は非常に大きなテーマの一つだと思うんですけども、そのためには視聴者管理をどの程度行うのかといったことと、どうしてもトレードオフの関係にも立つことなのかなと思います。視聴者管理にどれだけのコストをかけて、どれだけのことをするかということと、放送区域をどのように考えるかというテーマは密接に関わっていますので、視聴者管理の方法としては何をイメージしたらいいのかといったことについて、少し具体的にイメージを共有したいと思えます。特に地デジ難視対策のような方法は現実的にはもはや困難なのではないかと思われるかと、放送区域についてはある程度妥協せざるを得ないという結論すら導き出せますが、もう少し簡便な方法で視聴者管理ができるアイデアがあり得るのかどうか、その点についても今後検討を進める必要があるのではないかとということでコメントさせていただいた次第です。以上でございます。

【伊東主査】

視聴者管理をどうするのかについては、実はＢＢ代替のほうでもいろいろと可能性を検討した資料はございます。それがそのままこちらに適用できるかというと、そうではないと思いますが、たたき台にはなるのかなと思っております。事務局のほうでそういうことも参考にしながら、可能性のある視聴者管理について、少し詰めていただければありがたいと思いますが、いかがですか。

【岡井衛星・地域放送課長】

ＢＢ代替のものがそのまま使えるかどうかというところは検討の余地があるかと思いますが、過去のような取組の一例として挙げたのが、今御指摘いただいた地デジ難視聴対策の際のセーフティーネットの仕組みでございます。ただ、そういった視聴者管理におきましてもすでに幾つか課題を御指摘いただいたところで、例えば受信機を捕捉するものではあるけれども、エリアを把握するものではないので、引っ越しの際の移動について捕捉ができない、視聴者からの申出がない限りはつかまえないといった課題であるとか、あるいは紙での申込みを当時は行っていましたので、アプリや申込みを受けた側での処理を含めて、インターフェースの改善が必要なのではないかといった課題であったり、当時と同じ仕組みが今も使えるかに関して、非常に多くの課題を御指摘いただいているところでございます。ですので、今後の仕組みの検討に当たりましては、特に衛星放送という形を考えた場合に何が適切なのかといった点を、これまで御提供いただいた材料を踏まえて突き詰めていく形になるのかなと思っておりますけれども、明確にまだこの方法でという形には議論が進んでいないところかと思っておりますので、今後の議論で検討していければと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

（４）閉会

事務局から、第 10 回会合の日時は別途連絡する旨発言があった。