

「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 議事要旨

1 日時

平成20年3月7日（金） 16:00～18:00

2 場所

総務省第1特別会議室（中央合同庁舎2号館8階）

3 出席者

- (1) 研究会構成員（敬称略、五十音順）
鳥居昭夫、中村清、飛田恵理子、舟田正之（4名）
- (2) オブザーバー（敬称略、五十音順）
石岡克俊、伊東晋、岸博幸（3名）
- (3) ヒアリング対象者
(社)日本民間放送連盟：(株)WOWOW 和崎代表取締役社長、
(株)ビーエス朝日 神村代表取締役社長
日本放送協会：塚田総合企画室〔経営計画〕局長、今井総合企画室〔経営計画〕担当局長、土屋総合企画室〔経営計画〕担当局長
- (4) 総務省側
小笠原情報通信政策局長、河内官房審議官、吉田放送政策課長、武田衛星放送課長、長塩放送政策課企画官、大澤放送政策課課長補佐

4 議事

- (1) 開会
- (2) 議題
 - ①NHK、衛星放送業界関係団体等ヒアリング
 - ②その他
- (3) 閉会

5 議事の概要

（本文中の記号の意味は、以下のとおり。）

○・・・構成員・オブザーバーの発言 △・・・ヒアリング対象者の発言

- (1) (社)日本民間放送連盟からの発表（資料3）

(2) 日本放送協会からの発表(資料4)

(3) (1) (2)に関する質疑応答。

主なやりとりは以下のとおり。

○ 民放連の「スクランブル化することにより、BS放送の接触機会が減少する」との説明はどうか。

△ 衛星放送は、NHKのノンスクランブルの衛星放送と民放のスクランブルのかかった有料衛星放送という形でスタートし、NHKの衛星放送は衛星放送全体の牽引役となっていた。現時点ではNHK・民放の視聴接触率は拮抗しており、とりわけデジタル放送がスタートしてからは民放各社の番組が力をつけてきている。しかし、NHKの衛星放送にスクランブルがかかると、NHKの衛星放送を視聴してから、続いてBS民放の番組に対して興味を持って視聴するという行動を妨げるようになって、衛星放送全体の接触機会が減るのではないかと考えている。

○ 民放連の資料に「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」とあるが、「番組の質」をどのような基準でとらえているか。

△ 番組の質の議論は色々あると思うが、我々は視聴満足度の高い番組、つまり視聴後に「良い番組を見たな」と思っただけなのが質の一つの尺度ではないかと考えている。

○ 視聴満足度などを何かで調査しているのか。

△ ビデオリサーチ社によるプロフィール調査というものを行っており、BS民放を視聴するにあたり専念視聴であることや、あらかじめ番組を決めて視聴すること、ザッピングが少ないとことなどが、視聴満足度に直結していると判断している。

○ ゴールデン帯や週末は、地上波とは一味違う落ち着いたある番組を中心に編成し、NHKと競争していく過程でさらに質を高めていくことであるが、「一味違う落ち着いたある番組」を視聴する年代層など

のターゲットは検討されているのか。

- △ BS受信機を購入される方は、比較的生活にゆとりのある方が多いとプロフィール調査の結果に出ている。そのような方は、団塊の世代前後の年齢層が多く、ここをメインターゲットと考えている。団塊の世代前後の方が求める番組ジャンルとしては情報番組、紀行番組、ドキュメンタリー番組、映画などで、そのような番組をカバーしていくというのが一つの方針である。
- △ BS有料民放の場合、40代、50代がメインの視聴者層であり、そこから団塊の世代の上の年代層が膨らんでいる。CSは20代、30代であり、地上放送に近い視聴者層となっている。BS民放は無料広告放送、有料放送ともに40代、50代、60代辺りがコアターゲットとなっている。
- 番組を視聴していると、いわゆるインフォーマーシャルという番組か広告か区別のつかない番組が入っている。これをどのように考えているか。
- △ 商品機能やサービスが多様化、複雑化しており、企業側がそれをきちんと視聴者に説明するために長尺CMが増えている。地上放送では長尺CMの枠を取ることが難しいが、BSは可能であることから、長尺CMが増えていると思う。しかし、明らかにCMと分かる長尺CMが増えており、番組自体と混同するようなものは多くないと認識している。
- NHKの衛星放送をスクランブル化することによる衛星放送業界への影響が競争上の問題として大きいと思うが、NHKが先導的役割を果たす中で、薄型テレビを購入する方は、NHKの衛星は受信料を義務的に支払わなければならない一方、WOWOWは選択が可能である。これは競争上不公平ではないかと思われるが、公正な競争にするためにチャンスに平等にすべきという考えはないか。
- △ 公平な競争という視点では、有料民放の方がやや不利かなと感じるが、NHKの衛星付加受信料が対価ではなく、公共放送を支える負担金という視点に立つなら、その中で競争していこうという考えである。ただし、それが対価であるという捉え方をすると、ご指摘の懸念はある。

- 地上契約と一本化した場合、現行の地上契約を上回る料金支払いを求められるとすれば国民各層から強い反発が予想されるという点について、現在衛星放送でしか視聴できない番組を地上放送でも見られるようになるとした場合、視聴者はどのような反応を示すと考えられるか。
- △ 地上契約との一本化は、衛星放送を視聴できない方から相当の不満が出てくると考えられる。衛星放送の視聴可能世帯が地上放送の視聴世帯に近くなれば抵抗は少ないのかもしれないが、衛星契約者数が地上契約者数の約3分の1程度である現在の実態ならば、視聴者の抵抗、値引き要求など、色々なリアクションが出るものと想像している。
- この点についてNHKはどのように考えているか。
- △ 衛星放送を視聴できない方の料金が値上がりするということは、相当抵抗感があると考えられる。視聴者の方は料金について敏感なので、視聴できないのに、加重平均のような形はなかなか難しいのではないかと。加重平均を選択する場合は、地上放送の視聴のみの方々にもメリットがなければならず、目玉番組は地上波でも視聴できるといったことを考えなければNHKの放送として成り立たないのではないかと。
- 今説明されたような番組編集の工夫をすることにより、視聴者としては理解できるのではないかとということか。
- △ 加重平均のケースであれば、衛星が視聴できない方も値上がりすることになり、納得が得られるかどうかということは相当大きな課題と認識している。
- NHKの「考えられる見直しの選択肢の効果・影響」について、「スクランブル化をした場合、番組の多様性を確保することは不可能」とあるが、その理由を説明して欲しい。
- △ 受信者の立場からは、対価料金になることにより、公共放送としての受信料の性格が大きく変わることが前提。視聴できる方が限られるということは、視聴する方の関心に応じて受信契約をいただかないと番組制作が立ち行かなくなり、どうしても視聴される番組に傾斜していくため、バラエティー、ドラマ、その他時間のかかる番組制作は困難になると考

えられる。

- スクランブル化によって、民放連は競争が激しくなると番組の質が向上するという捉え方をし、一方NHKは競合するとしてネガティブな捉え方をしているが、その点をどのように考えているか。
- △ NHKは公共放送として、視聴者に対して幅広いジャンルで幅広い関心に応える番組制作を進めている。良い意味での競争は普及につながると認識しているが、同じような企画、同じようなソフトの奪い合いとなると、結果的には視聴者にとっての利益は遠のくのではないか。
- メッセージ機能の活用を強化した場合、コールセンターの増員により人件費が増加するとの点について、メッセージを出された視聴者が契約することも考えられるが、その増収効果をどのように考えているか。
- △ 増収効果が期待される一方、経費増も想定し得るが、それぞれの具体的な金額については、メッセージ機能強化に関する一定の整理が必要という課題があり、現段階で具体的な算定は行っていない。
- メッセージ機能はスクランブル化ではないという整理の下、画面表示があっても放送を視聴することができるという前提で始まったと理解している。画面表示がどんどん大きくなっていくと、スクランブル化ではないかということになり、受信者にはこうした整理と異なるという印象を持たれるのではないか。
- △ 現在は「確認」ということであるが、更にそれを一歩進めた場合にどのようなことになるのかということをご提案させていただいたもの。
- NHKは総括原価方式を料額算定の基本としているが、費用の効率的な活用という観点では、総括原価主義はインセンティブが働きにくいシステムと考える。他にどのような方式が考えられるのか、あるいは、総括原価主義に対してどのように感じているか。
- △ 料額算定の仕組みについては色々な考え方があると思うが、総括原価方式に代わる料金制度を検討しているといったことはない。

- 衛星放送業界に及ぼす影響について、「外部制作会社の制作機会の減少のおそれ」となっている部分が多いが、これは予算に余裕がある場合に外部に委託するという考え方かと思う。一般的に外部委託は経営効率化の手段として捉えられることが多いが、外部制作会社を用いて経営効率化を果たす可能性はないのか。
- △ NHKは公共放送として多様なコンテンツを視聴者にお届けするという視点で、外部の様々なノウハウ、多様な視点を生かそうという業務展開をしている。とりわけ衛星放送は、こうした取り組みが進められており、様々な番組を外部制作プロダクション等と一緒に制作することで、全体のコンテンツが多様になり、カラフルになっている。効率的に業務を進めるが、効率化の手段のために委託を行うという考え方だけではない。
- 地上契約と一本化した場合、地上と衛星の料額を加重平均すると1,600円程度になるという根拠を示して欲しい。
- 番組の多様性の確保とは、例えば先導的、普及促進、難視聴解消といった「NHKに固有の公共的役割」、あるいは「NHK固有の意味での多様性の確保」と理解したいが、その点についてどのような考えか。
- △ 基本的にはそのような考え方。公共放送の場合、利潤動機のみでは提供し得ないものが何かしらあるだろうという前提に立って公共サービスを行っており、その意味で多様な番組をお届けするという社会的なミッションがあるだろうという考えで行っている。スクランブル化された場合は、その種の多様性は何らか減殺されるのではないか。

【ヒアリング終了、(社)日本民間放送連盟退席】

(4) 事務局より資料5「事務局提出資料」について説明。

(5) (4)に関する質疑応答。

意見交換における構成員等からの主な発言は以下のとおり。

- スクランブルは技術的に色々な方法があり、また、運用面も数日間は無料にするといった時限的なスクランブル解除など様々な可能性が考えられる。この点についてNHKは何か考えているか。

- △ 確認メッセージはスクランブル技術を使用しているが、いわゆるスクランブルをかけて全く視聴できなくしているわけではなく、音声は聞こえ、画面も見えている。また、災害時は確認メッセージを表示しない運用も行っている。従って、視聴者はNHKのチャンネルに常に放送が流れているということが確認できる。一方、スクランブル化して全く見えなくした場合は、そもそもチャンネルが存在しないという意識で受信者は受け取るものと思う。緊急災害時でもNHKのBS1、BS2、BSハイビジョンは、いつも放送されているという視聴者の意識があるという観点から、確認メッセージといわゆるスクランブルとは大きな差がある。

- 受信環境は急速に変化しており、共同受信の割合も増えているが、これはどのくらいに落ち着くのか。例えば、2011年の時点ではどのくらい見込まれるのかといったことを考えると、現在BS受信者が4割であることを前提に議論されているものと状況がかなり違ってくると思われる。その点、見通しはどのように考えているか。

- △ 現在、具体的なデータは把握していない。

- NHKの衛星放送の在り方の検討については、公共放送がどのような役割を担っていくべきかをあわせて考える必要がある。拙速な結論は、国民が享受すべきものを失っていくことにもなり、慎重に考える必要があるのではないか。