
NHKの衛星放送の現状

NHKの各放送波の位置付け等

		放送普及基本計画			
		放送局の置局の指針・基本的事項		放送対象地域ごとの放送系の数	
				放送対象地域	数
ラジオ	AM1	総合放送		関東広域圏、中京広域圏及び近畿広域圏の各区域	放送対象地域ごとに1
				それらに属する県を除く道県の各区域	放送対象地域ごとに1
	AM2	教育放送		全国	1
	FM	総合放送		都道府県の各区域	放送対象地域ごとに1
地上デジタル	総合	総合放送	<ul style="list-style-type: none"> アナログ放送は平成23年までに終了 デジタル放送は、 <ul style="list-style-type: none"> 高精細度テレビジョン放送を中心としつつ、デジタル技術の特性を生かした放送を行うこと アナログ放送が終了するまで、自ら行うアナログ放送の大部分の放送番組を含めて放送すること等 	関東広域圏 (デジタルでは茨城県を除く。)	1
				関東広域圏に属する県を除く道府県の各区域	放送対象地域ごとに1
	教育	教育放送		全国	1
BS	BS1	衛星系による放送の普及に資するためその特性を生かして行う総合放送	これらの放送は、アナログ放送が終了するまで行うものとし、その後については、当該放送の必要性、周波数事情その他の事情を勘案し、2番組(主たる放送の番組数)を超えないことを前提に、衛星系による協会の放送全体を見直すものとする(放送普及基本計画(総務省告示))	全国	1
	BS2	難視聴解消を目的とする放送		全国	1
	BShi	技術動向を踏まえ、デジタル技術の特性及び高画質性を生かしたデジタル方式の高精細度テレビジョン放送の普及に資する高精細度テレビジョン総合放送		全国	1

衛星放送の現況

区分	方式 (プラットフォーム)		放送事業者	番組数等			加入者数等 (万世帯)	使用衛星 (所有者/軌道位置)	放送用中継器数 (全中継器数)
				TV	音声	データ			
BS	アナログ		NHK	2 (SD2)	-	-	1,335	BSAT-1 (NHK, WOWOW/110度)	3
			WOWOW	1	-	-	127		
	デジタル		NHK	3 (HD1,SD2)	-	-	2,382	BSAT-2 (BSAT/110度)	4
			WOWOW	4 (HD1,SD3)	-	-			
			民放キー局系5社	20 (HD5, SD15)	-	-			
			スターチャンネル	1	-	-			
			その他	-	1	4			
			モバイル放送	-	45	2			
合計		12社(NHKを除く)	32	46	6	1,457	-	9	
CS	110度 以外	デジタル (SKYPerfecTV!)	99社	190	102	36	368.5	JCSAT-3A (ジェイサット/128度)	20 (42)
		デジタル (SKYPerfecTV! 以外)	4社	4	632	2	48.9	JCSAT-4A (ジェイサット/124度)	16 (32)
		アナログ	1社	-	10	1	6.0	SUPERBIRD-C (宇宙通信/144度)	2 (24)
		デジタル (e2 by スカパー!)	13社	89 (HD12,SD77)	-	2	47.4	PAS-8 (パンナムサット・インターナショナル・シ ステムズ・エルエルシー/166度)	1 (1)
	110度	デジタル (e2 by スカパー! 以外)	1社	3 (HD1,SD2)	-	-	(47.4)	JCSAT-2A (ジェイサット/154度)	2 (32)
		デジタル (e2 by スカパー! 以外)	1社	3 (HD1,SD2)	-	-	(47.4)	N-SAT-110 (ジェイサット、宇宙通信/110度)	12 (24)
	合計		114社	286	744	41	470.8	-	53 (153)

注1 NHKについては、2008年1月末の数値。

注2 アナログWOWOWの加入者数は、2006年(平成18年)12月よりCS経由の加入者も含む。

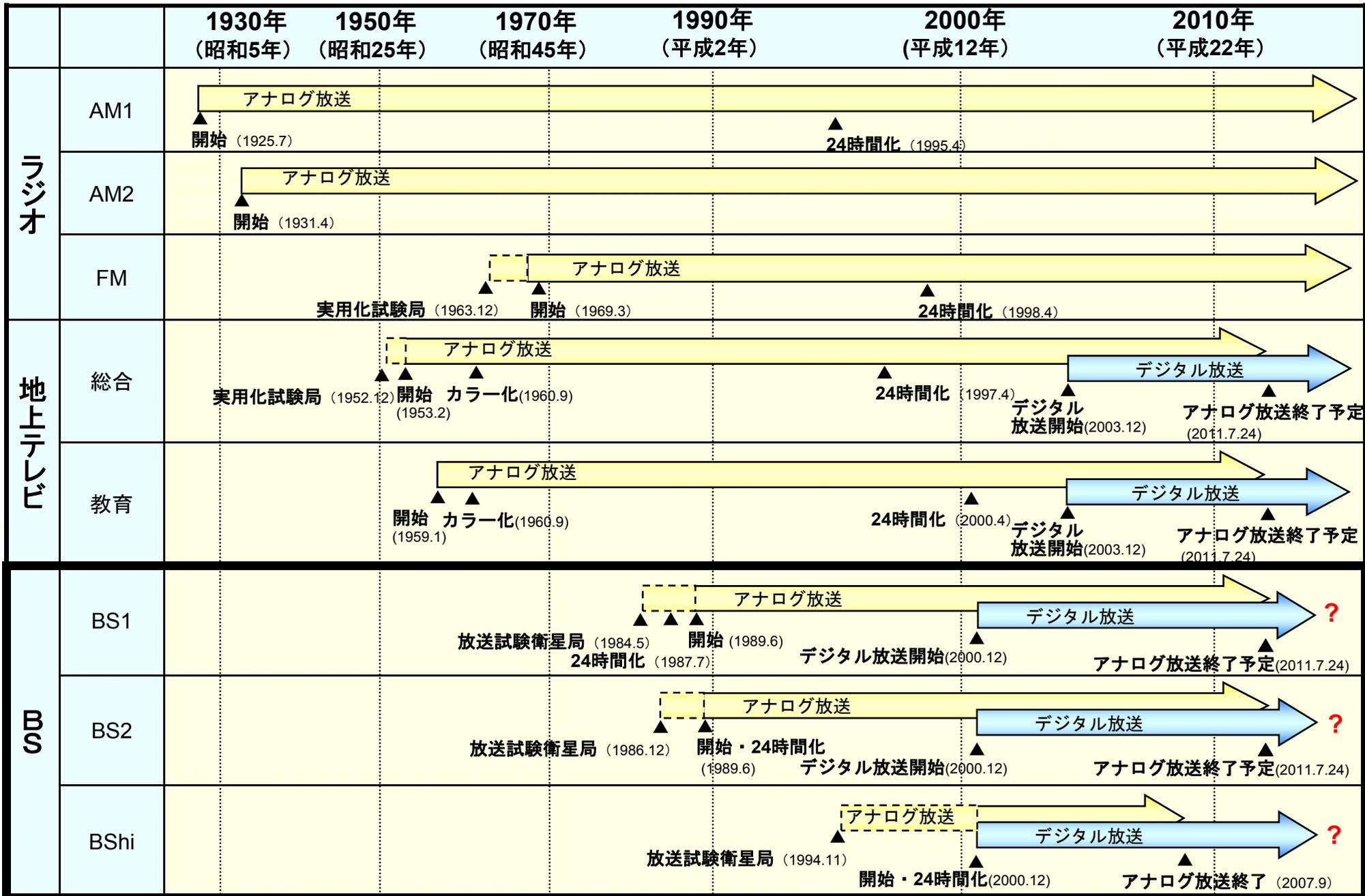
注3 BSデジタルの視聴世帯数は、受信機普及台数(NHK調べ)にケーブル経由を加えた値。

注4 BSの合計視聴世帯数は、NHK受信契約数(アナログ・デジタル合算)にケーブル経由を加えた値。

注5 e2 by スカパー! 以外の放送は、無料放送のため視聴世帯数はe2 by スカパー!と同数としている。

(特に記載の無いものについては、2007年(平成19年)3月末現在の数値。)

NHKのチャンネル数の推移



地上放送の受信環境とNHKの衛星契約の相関関係について

地上テレビジョン放送(民放)のチャンネル数が少ない都道府県の方が、NHKの受信契約に占める衛星契約の比率が高い傾向。

地上波チャンネル数	都道府県	NHKの衛星契約の比率
6	東京都	34.0%
	神奈川県	37.9%
	群馬県	29.8%
	千葉県	33.4%
	栃木県	33.2%
	埼玉県	31.6%
5	茨城県	32.2%
	大阪府	29.3%
	京都府	31.9%
	兵庫県	31.6%
	和歌山県	28.7%
	奈良県	33.1%
	滋賀県	34.5%
	愛知県	31.8%
	三重県	30.2%
	岐阜県	37.6%
	岡山県	32.9%
	福岡県	33.5%
	北海道	30.5%
	香川県	31.8%

地上波チャンネル数	都道府県	NHKの衛星契約の比率
4	長野県	41.9%
	新潟県	38.9%
	石川県	37.1%
	静岡県	39.4%
	広島県	34.8%
	熊本県	31.3%
	長崎県	28.6%
	鹿児島県	28.4%
	宮城県	41.1%
	山形県	40.5%
	岩手県	42.2%
	福島県	36.2%
愛媛県	33.6%	

地上波チャンネル数	都道府県	NHKの衛星契約の比率
3	富山県	48.7%
	島根県	49.8%
	鳥取県	48.7%
	山口県	39.5%
	大分県	35.4%
	沖縄県	22.2%
	秋田県	46.0%
	青森県	34.4%
2	高知県	42.4%
	山梨県	35.6%
	福井県	51.3%
1	宮崎県	38.6%
	佐賀県	28.9%
	徳島県	36.6%

NHKの受信契約に占める衛星契約の比率 34.4%(全国平均)

■ : NHKの受信契約に占める衛星契約の比率が全国平均を上回る都道府県

注1 地上波チャンネル数は、平成18年度末における地上テレビジョン放送(民放)の視聴可能な地上波チャンネル数をもとにした数値

注2 NHKの衛星契約の比率は、平成18年度末におけるNHKの各都道府県別の「衛星契約数」を「契約総数」で除した数値

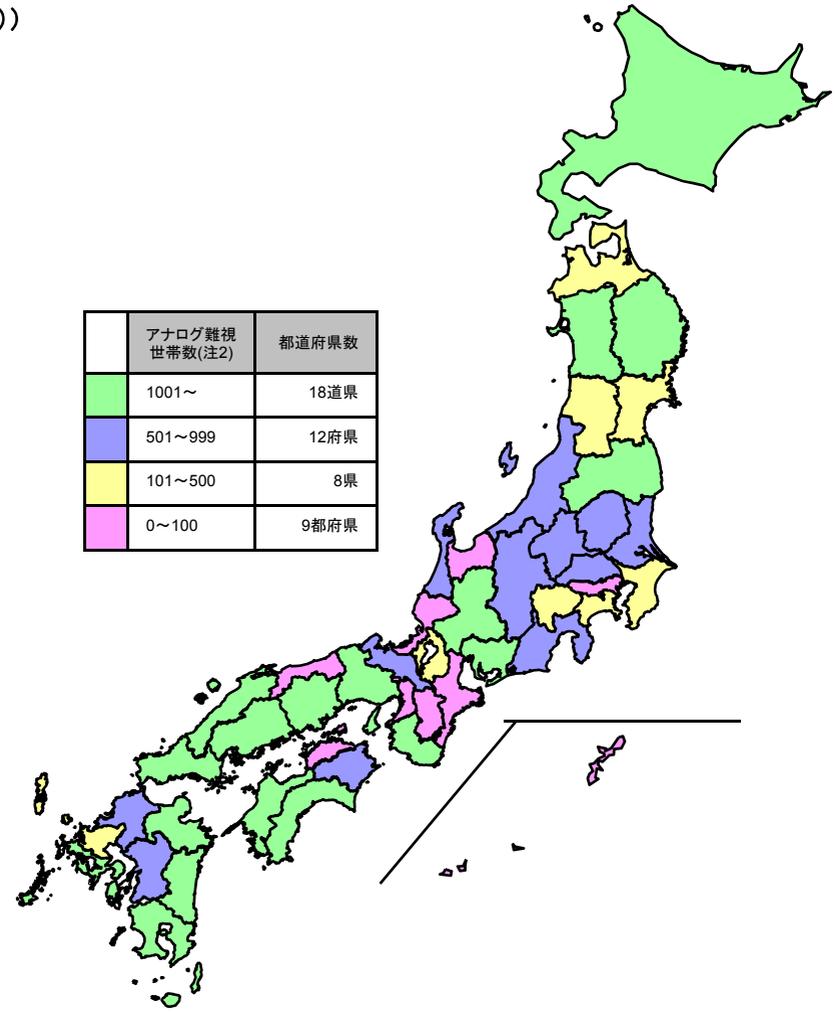
NHKの難視聴の都道府県別発生状況（都道府県別）

NHKの地上アナログ放送が受信困難な地域(推計) 約4万8千世帯 ➡ 平成2～3年当時の約7万世帯から減少

都道府県名	全世帯(注1)	アナログ難視聴世帯数(注2)	アナログ難視聴世帯比率(注3)
北海道	2,276,900	3,240	0.142%
青森県	504,300	290	0.058%
岩手県	474,600	3,340	0.704%
宮城県	831,600	190	0.023%
秋田県	387,400	1,720	0.444%
山形県	376,100	360	0.096%
福島県	686,200	3,320	0.484%
茨城県	982,300	670	0.068%
栃木県	664,700	520	0.078%
群馬県	692,500	660	0.095%
埼玉県	2,477,700	510	0.021%
千葉県	2,162,800	470	0.022%
東京都	5,354,000	60	0.001%
神奈川県	3,329,400	210	0.006%
新潟県	791,600	560	0.071%
長野県	755,000	960	0.127%
山梨県	308,000	440	0.143%
静岡県	1,277,700	1,740	0.136%
富山県	356,400	0	0.000%
石川県	406,500	510	0.125%
福井県	258,400	40	0.015%
愛知県	2,522,600	580	0.023%
岐阜県	679,100	1,030	0.152%
三重県	635,300	20	0.003%

(出典:総務省 全国地上デジタル放送推進協議会「地上デジタルテレビジョン放送『市町村別ロードマップ』」(平成19年9月13日))

大阪府	3,458,600	40	0.001%
滋賀県	443,500	250	0.056%
京都府	1,004,300	730	0.073%
奈良県	488,200	40	0.008%
兵庫県	2,035,300	1,350	0.066%
和歌山県	380,000	1,800	0.474%
鳥取県	200,100	80	0.040%
島根県	256,300	1,690	0.659%
岡山県	689,100	2,840	0.412%
香川県	364,000	70	0.019%
徳島県	287,800	790	0.274%
愛媛県	565,000	1,970	0.349%
高知県	319,100	1,800	0.564%
広島県	1,096,900	2,620	0.239%
山口県	582,000	2,700	0.464%
福岡県	1,907,700	680	0.036%
佐賀県	276,800	120	0.043%
長崎県	542,900	1,230	0.227%
熊本県	644,500	810	0.126%
大分県	452,200	1,300	0.287%
宮崎県	437,400	2,120	0.485%
鹿児島県	714,400	2,010	0.281%
沖縄県	440,000	10	0.002%
合計	46,777,200	48,490	0.104%



(注)世帯数は、平成18年12月に公表された中継局ロードマップをもとに、シミュレーションを行い算出

(注1) 平成12年国勢調査
 (注2) 地上アナログ放送が受信困難で、地上デジタル放送も受信困難と推測される世帯数
 (注3) 「アナログ難視聴世帯数」を「全世帯(都道府県別)」で除した数値

NHKの番組のチャンネル別ハイビジョン制作比率の推移 (%)

ハイビジョン制作番組の比率(放送時間ベース、%)

	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度
総合	84	96	92	93
教育	26	42	51	57
衛星ハイビジョン (BSHi)	100	100	100	100
衛星第1(BS1)	9	9	8	83
衛星第2(BS2)	47	50	54	70

(各年度前期定時番組で算出)

(注1)ハイビジョン制作番組とは、ハイビジョン用の機材で制作された番組を指し、ハイビジョンで受信される番組を意味するものではない。

(注2)BS2においては、NHKで制作している番組のほとんどがハイビジョン制作番組。購入番組のハイビジョン化率が低い。

NHK BS2の難視聴解消番組

(平成19年4月 放送番組時刻表に基づき作成)

総合放送又は教育放送と同時に放送する番組

NHKニュースおはよう日本	NHKニュース7
気象情報 (正午前)	日曜討論
お昼のニュース	のど自慢

随 時 放 送	大相撲中継 国会中継 春、夏の高校野球全国大会
------------------	-------------------------------

総合放送又は教育放送に先行・時差放送する番組

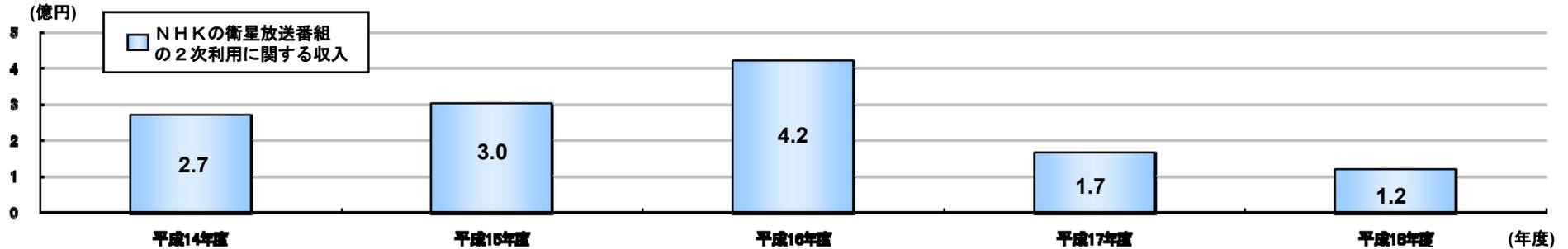
連続テレビ小説 連続テレビ小説アンコール クローズアップ現代 英語でしゃべらナイト NHKアーカイブス ためしてガッテン きよしとこの夜 爆笑オンエアバトル 海外連続ドラマ(ER) アニメアンコール 謎のホームページ サラリーマンNEO ダーウィンが来た! ～生き物新伝説 クイズモンスター	鶴瓶の家族に乾杯 その時歴史が動いた 産地発! たべもの一直線 SONGS 探検ロマン世界遺産 NHK歌謡コンサート プロフェッショナル仕事の流儀 課外授業ようこそ先輩 夜は胸きゅん 解体新ショー 熱中時間 NHK映像ファイル あの人に会いたい さわやか自然百景 宮廷女官チャングムの誓い ふだん着の温泉	百歳バンザイ 大河ドラマ アートエンターテインメント 迷宮美術館 あなたのアンコールサンデー(※) アニメアンコール クラシック倶楽部 ざわざわ森のがんこちゃん きょうの健康 あしたをつかめ平成若者仕事図鑑 わくわく授業～わたしの教え方 かんじるさんすう1, 2, 3 トップランナー サイエンスZERO えいごでしゃべらないとJr. どーする地球のあした	きょうの料理 きょうの料理ビギナーズ みてハッスルきいてハッスル ストレッチマン おしゃれ工房 ティーンズTV地球データマップ 理科4年ふしぎ大調査 ミッドナイトステージ館 趣味悠々 日本とことん見聞録 マイクロワールド みんなの体操 日曜シアター クラシックロイヤルシート
---	---	---	--

(※) 番組例

「NHKスペシャル」、「生活ほっとモーニング」、「プレミアム10」、「ドキュメントにつぼんの現場」、「ETV特集」等

NHKの衛星放送番組の2次利用に関する収入について

1 NHKの衛星放送番組の2次利用に関する収入の推移（最近5年間）



2 収入の内訳

年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度
衛星放送に係る収入	1,161億円	1,197億円	1,224億円	1,193億円	1,234億円
NHKの衛星放送番組の2次利用に関する収入	2.7億円	3.0億円	4.2億円	1.7億円	1.2億円
主な例	〔ビデオ化等〕 ○「アニメ十二国記」 ○BS丸ごと大全集「中国料理4千年の奥義」 ○「小林幸子・美川憲一 二人だけの紅白歌合戦」	〔番組提供等〕 ○「冬のソナタ」 〔ビデオ化等〕 ○アニメ「今日からマ王」 ○アニメ「二つのスピカ」 ○「BSエンターテイメント モーニング娘。」	〔DVD〕 ○「冬のソナタ」 ○「オールイン」 ○アニメ「火の鳥」 〔ビデオ化等〕 ○「アニメ今日からマ王2」 〔ビデオ化、出版等〕 ○BSキャラクター「ななみちゃん」 ○BSおかあさんといっしょ	〔ビデオ化等〕 ○アニメ「彩雲国物語」 〔ビデオ化、出版等〕 ○ハイビジョンスーパーゴルフ「深堀圭一郎の実戦 即効レッスン」 ○ハイビジョン特集「ターシャ・チューダー四季の庭」	〔ビデオ化等〕 ○アニメ「彩雲国物語2」 ○生物彗星WoO ○ハイビジョン特集「関口知宏が行くヨーロッパ鉄道のたび」 〔ビデオ化、出版等〕 ○ハイビジョンスーパーゴルフ「ジュニアレッスン 究極の上達法」

注：NHKの衛星放送番組の2次利用に関する収入とは、ビデオ化、DVD化、番組提供に係る使用許諾権収入を指す

諸外国における公共放送によるインターネットを利用した放送番組配信サービスの概要 (平成19年11月調査)

	英国 (BBC)	フランス (FTグループ)	ドイツ (ARD、ZDF)	韓国 (KBS)	(参考)日本 (NHK)
法制度上の位置 付け	<p>オンラインサービス (bbc.co.jp、bbcジャム) を本来業務として提供。【特許状6】</p> <p>公共的国内サービスを地上、衛星、ケーブル、ブロードバンド、インターネットといった伝送路で放送・ストリーミング・オンデマンドでの提供を義務付け。【協定書11、12】</p> <p>新たなオンデマンドサービス「iPlayer(※)」をベータ版で実施中。 ※①インターネットによる1週間のキャッチアップ放送、②インターネットによるサイマルキャスト、③インターネットによるオーディオの時間無制限のダウンロードサービス、④catvネットワークによる1週間のキャッチアップ放送の4つ。</p>	規定なし。	<p>ARD: 放送番組に関連したオンラインサービス(テレメディア)が提供可。【放送州間協定11】</p> <p>ARDによるオンラインサービスの範囲等が規定【Grund1.(4)】 ※Grund=放送州間協定第11条に基づくガイドライン</p> <p>ZDF: 放送番組に関連したオンラインサービス(テレメディア)が提供可。【放送州間協定11】 【ZDF州間協定4】</p>	規定なし。	<p>協会の本来業務の附帯業務として提供。【放送法 §9Ⅱ②】【インターネットガイドライン】</p> <p>※インターネットガイドライン=「日本放送協会のインターネット利用に関するガイドライン」(平成14年3月8日総務省公表)</p>
実施主体	BBC本体	FTVI(FTの子会社)	ARD、ZDFとも本体	KBSi(KBSの子会社)	NHK本体
配信コンテンツ の概要	放送番組のみ。 独自番組の配信なし。 SD品質。	F2、F5のシリーズ番組、ドキュメンタリーを中心に配信。 独自番組の配信もあり(予告番組等)。 SD品質。	ARD、ZDFとも放送番組に関連したもののみ配信。 独自番組の配信なし。 SD品質。	KBSで放送された番組。 独自番組の配信もあり(外部CPから調達した番組等)。 SD品質。	災害情報等を除けば放送番組及びその関連情報のみ。 SD品質。
視聴可能期間と 料金	<p>【視聴可能期間】 放送後1週間。</p> <p>【料金】 無料。</p>	<p>【視聴可能期間】 制限なし。</p> <p>【料金】 放送後1週間は無料。 1週間経過後は有料。 ・ストリーミング:0.99～ 3.99ユーロ ・ダウンロード:8.99～ 10.99ユーロ</p>	<p>【視聴可能期間】 制限なし。</p> <p>【料金】 ARD、ZDFとも無料。</p>	<p>【視聴可能期間】 50k 期限なし 300k 2週間</p> <p>【料金】 放送後2週間は無料。 2週間後は有料。 ・ストリーミング:700ウォン ・ダウンロード:2,000ウォン</p>	<p>【視聴可能期間】 放送後1週間程度。</p> <p>【料金】 無料。</p> <p>【規模】 年額10億円程度を上限。</p>
ブロードバンドの 普及状況	ブロードバンド 1,446万契約	ブロードバンド 1,425万契約 うち光アクセス 2万契約	ブロードバンド 1,760万契約	ブロードバンド 1,459万契約 うち光アクセス 64万契約	ブロードバンド 2,714万契約 うち光アクセス 966万契約

各国の公共放送の意義・目的

イギリス	フランス	ドイツ	韓国	日本
<p>BBCの設立根拠である女王の特許状及び協定書(2006年更新)において、次の内容を規定</p> <ol style="list-style-type: none"> あらゆる手段を講じて、視聴者が連合王国公共サービス等にアクセスできるようにすること 連合王国公共サービスに含まれるすべてのプログラムは、高い質を有し、意欲的、独創的、革新的で、魅力に富んだものであるという特色のうち少なくともひとつを提示すること プログラムの内容及び質について、高い水準を維持したワールドサービスを提供すること 放送した番組等のアーカイブを維持する仕組みをつくること 公共目的に向けた研究開発活動を行うこと 	<p>視聴覚法第43-11条は、公共放送の目的として、次の内容を規定。</p> <ol style="list-style-type: none"> 情報、文化、知識、娯楽、スポーツの分野における多様な番組の提供 民主的な討論の促進 フランス語の振興の確保、文化的及び言語的な遺産の価値の強調 知的創造と芸術的創造、市民的・経済的・社会的・科学的・技術的知識の発展と普及、教育への寄与 人口の異なる部分間の交流、また社会的同化及び市民権普及の促進 世界へのフランス文化及びフランス語普及への寄与 視聴覚通信の番組及びサービスの制作と放送の新技术の開発 情報の公正性、不偏性、多元性の保証 等 	<p>過去の連邦憲法裁判所の放送判決によれば、公共放送は、国民に対し、次の3つの要件を備えた、基本的サービスを提供する義務があるとされている。</p> <ol style="list-style-type: none"> 放送が全ての住民に到達可能となっていること 放送に求められる水準を維持した番組が提供されること 意見の多様性の確保が保証されていること <p>(放送判決：第4次(1986年)、第5次(1987年)、第6次(1991年))</p>	<p>放送法第44条は、KBSの公的責任として、次の4つを規定。</p> <ol style="list-style-type: none"> 放送の目的と公的責任、放送の公正性と公益性の実現 国民が地域と諸般の与件に関わらず、良質の放送サービスの提供を受けられるよう努力 視聴者の公益に寄与できる新しい放送番組・放送サービス及び放送技術の研究・開発 国内外を対象に、民族文化を創造し、民族の同質性を確保できる放送番組を開発・放送 	<p>放送法第7条は、NHKの目的として、次の4つを規定。</p> <ol style="list-style-type: none"> あまねく全国において受信可能とすること 豊かで、かつ、良い放送番組を提供すること 放送及びその受信の進歩発達に必要な技術開発 国際放送を行うこと <p>その上、放送法第44条第1項において、次の3つを規定。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 公衆の要望を満たすとともに文化水準の向上に寄与する努力義務 ② 全国向けの放送番組のほか、地方向けの放送番組を有するようになる義務 ③ 我が国の過去の優れた文化の保存並びに新たな文化の育成及び普及に役立つようにする義務

NHKの衛星放送保有チャンネルの見直しに係る経緯

(自) 電気通信調査会 通信・放送産業高度化小委員会 「今後の放送・通信の在り方について」 (2006.6.20)

(NHK関係)

2 業務範囲

(1) 保有チャンネル(8波)のあり方

まずはNHKの各チャンネルが果たしている役割を十分に検証した上で、その役割を終えたと考えられるチャンネルの削減を検討すべきである。

その場合においても、地上波や難視聴解消のための衛星チャンネルは最低限維持すべきであり、その他の衛星チャンネルを検討の対象とするとしても、国民・視聴者の利益に配慮し、削減後のチャンネルがこれまで以上に有効活用されるよう、削減の方法・時期等も含め、十分詰めた検討が必要である。

通信・放送の在り方に関する政府与党合意 (2006.6.20)

NHK関連

・保有チャンネル(8波)の削減については、難視聴解消のためのチャンネル以外の衛星放送を対象に、削減後のチャンネルがこれまで以上に有効活用されるよう、十分詰めた検討を行う。

通信・放送分野の改革に関する工程プログラムについて (2006.9.1)

1 NHK関連

(2) 保有チャンネル数の削減

チャンネルの有効活用について検討会を設置し(本年9月)、その報告を踏まえ、電波監理審議会への諮問・答申を経て、必要な制度整備等を行い、2011年までにチャンネルを再編成する。

総務省及びNHKの実務担当による検討 (2006.9—2007.5)

「通信・放送の在り方に関する懇談会報告書」 (2006.6.6)

3(5)NHKの抜本改革

② NHKのチャンネルの削減

現行のNHKの8チャンネルは、電波の希索性、個々のチャンネルの役割等を勘案した場合、公共放送として放送するには、明らかに多過ぎると考えられる。

具体的には、衛星放送については、難視聴対策として行うことが適当であるが、そうした対策は1チャンネルで十分であり、1チャンネルを削減すべきである。次に、FMラジオ放送については、民間のFM放送や音楽配信サービスが普及している現状では、多彩な音楽番組の提供という公共放送としての役割は既に終えたものと考えられる。従って、これらの放送については、必要な周知等の措置を十分に行った上で、2011年までに停波の上、速やかに民間への開放等の措置を取り、視聴者が多様な放送を享受できるようにすべきである。

他方で、地上波テレビ放送については、視聴者のニーズ等を勘案して、直ちに削減することは困難だと考えられる。地方や高齢者への配慮等の観点から、現行の2チャンネルを当面継続すべきである。

衛星ハイビジョン放送が2011年に停波されることを勘案すれば、以上により現行の8チャンネルは5チャンネルとなり、肥大化したNHKのスリム化に貢献するものと考えられる。

放送普及基本計画

放送普及基本計画（昭和63年郵政省告示第661号）

第1 放送局の置局(…)に関して定める指針及び基本的事項

1 放送を国民に最大限普及させるための指針

(2) 受託国内放送の普及

ア 放送衛星業務用の周波数を使用する受託国内放送

(ア) デジタル放送以外の放送

衛星系による受託国内放送のうち、放送衛星業務用の周波数の3を使用して行う放送については、2系統の協会の標準テレビジョン放送((2)ア(イ)(A)と同一の放送を同時に行うものに限る。)及び1系統の一般放送事業者の標準テレビジョン放送及びこれらの重畳する多重放送を行い、これらの放送が全国各地域においてあまねく受信できること。

また、これらの放送は、平成19年に開始し、平成23年までに終了すること。

(イ) デジタル放送

(A) その周波数の1の範囲内において、協会の放送については、1系統の難視聴解消を目的とする放送及び1系統の衛星系による放送の普及に資するためその特性を生かして行う総合放送を標準テレビジョン放送等により行うこと。

(B) (A)以外の協会の放送については、技術動向を踏まえ、デジタル技術の特性及び高画質性を生かしたデジタル方式の高精細度テレビジョン総合放送1番組(注)を行うこと。

(C) (略)

(D) ただし、(A)及び(B)の協会の放送は、(ア)の協会の標準テレビジョン放送が終了するまで行うものとし、その後については、当該放送の必要性、周波数事情その他の事情を勘案し、2番組(主たる放送の番組数)を超えないことを前提に、衛星系による協会の放送全体を見直すものとする。

注 災害や重大事件・事故の発生に対応するため又はデジタル技術の新しい利用方法の開発若しくは普及に資するために一時的に行われる標準テレビジョン放送を含む。

NHKの衛星放送を2番組を超えないことを前提に見直すこととした背景

1989年—1994年

- NHKは、衛星放送につき、アナログ方式によるBS1及びBS2の2系統で実施。

1994年—2000年

- アナログ方式によるハイビジョン放送につき、実用化試験として、(社)ハイビジョン放送推進協会がNHKと民放の時分割方式(1つのチャンネルの中で、時間帯を分けて複数の放送事業者が放送)で実施。
- 2000年末からBSデジタル放送を開始するにあたり、デジタル放送によるハイビジョン放送については、NHK、民放とも実施することとなったが、これまで実用化試験として行ってきたアナログ方式によるハイビジョン放送をどのように取り扱うかが議論となった。
- 放送普及基本計画及び放送周波数使用計画の変更に関する電波監理審議会による各放送事業者に対する意見聴取(1998年10月—11月)において、NHKはアナログハイビジョン放送のサービス継続性確保の観点から、本放送による継続を求めたのに対し、民放は、デジタルハイビジョン放送開始以降の継続を求めるものはなかった。

電監審における審議の観点
(1999年6月)

- (1) デジタル方式によるハイビジョン放送への円滑な移行を図る。
- (2) アナログ方式によるハイビジョン放送の継続的な視聴を可能とする。
- (3) 放送番組の多様性を確保するため、NHKの保有メディアが過剰とならない。

審議結果

(1) アナログハイビジョン放送の取扱い

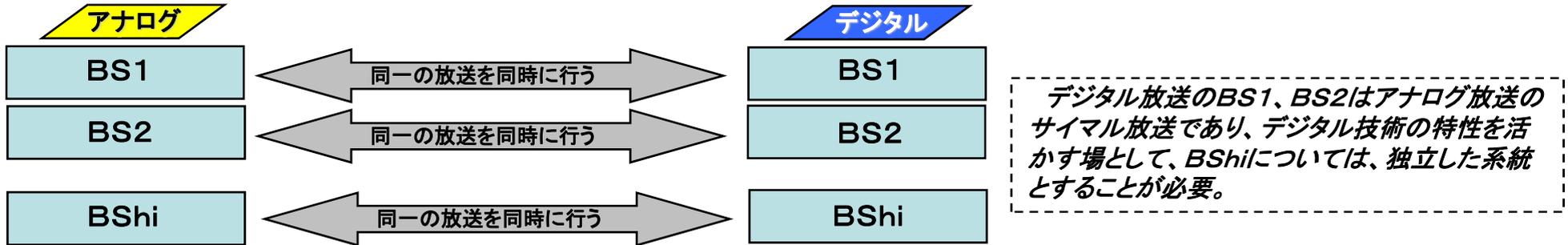
- ・ デジタルハイビジョン放送開始後も、「デジタル方式の放送に円滑に移行するための放送」として、NHK及び希望する事業者が実施。
⇒ NHK以外に希望する事業者がなかったため、NHK単独で実施(現在のアナログBSHi)。
- ・ BS-4先発機の運用終了時期までには終了。 ⇒ 2007年9月で終了。

(2) BS放送におけるNHKの保有メディアの在り方

NHKがアナログハイビジョン放送を継続する結果、BSデジタル放送開始後は3系統での衛星放送となるが、これはBSアナログ放送終了までの過渡的な形態。そもそも2系統であることを踏まえて、BSデジタル放送へ移行した後におけるNHKのBS放送については、2を超えないことを前提に、その全体の在り方を見直す。

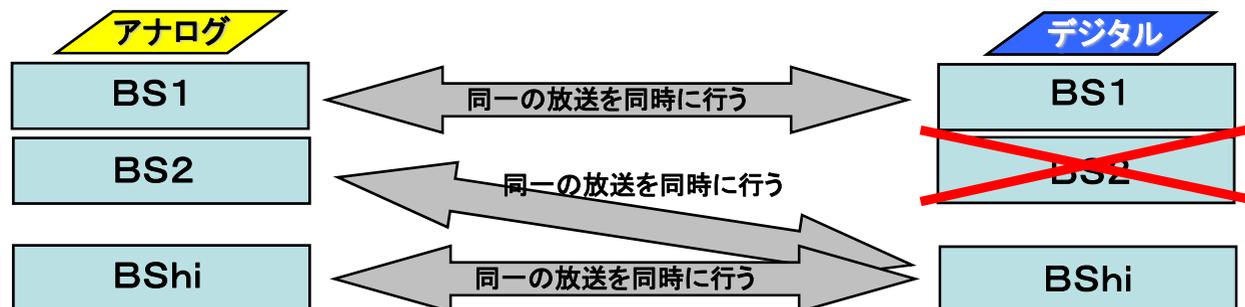
BSデジタル放送開始時に3系統が必要であった理由

1. デジタル放送における標準テレビジョン放送2番組は、アナログ放送におけるBS1及びBS2のサイマル放送であり、デジタル技術の特性を十分活かすには限界がある。



2. デジタル放送において2系統で行うには、標準テレビジョン放送2のうちの1つとハイビジョン放送を同一内容とすることが必要となるが、以下の理由からBSデジタル放送開始当初からこれを行うことは適当ではない。

- (ア) アナログで提供している標準テレビジョン放送は、約1,000万世帯で視聴されており、デジタル放送開始後もサービスの継続性確保が必要であること。
- (イ) アナログハイビジョン番組とデジタルハイビジョン番組に加え、標準テレビジョン1番組が同一番組となり、周波数の有効利用にもとること。
- (ウ) (ア)の観点から、NHKはBS放送用に既に外国等から標準テレビジョン放送対応の番組の調達を数年先にわたって計画しており、これをハイビジョン放送にしても画質は改善されず、かえってハイビジョン放送に対するイメージを損ない、その普及にマイナスとなること。
- (エ) BSアナログ放送の視聴者の多くは、当面標準テレビジョン放送対応の受像器で視聴すると予想。標準テレビジョン放送のチャンネルでハイビジョン放送の画像を送ると、標準テレビジョン放送対応の受像器では番組画面が縮小して表示されるなど、多くの視聴者にとっては、かえってサービスの質の低下が避けられないこと。



放送普及基本計画の主な改正の概要（BSテレビジョン放送関係）

放送を国民に最大限普及させるための指針

国内放送関係

① 制定
 ・BS-2段階 NHK:難視聴解消+総合放送
 ・BS-3段階 NHK:BS-2を引き継ぐとともに多様化する需要にこたえる放送
 民放:総合放送(有料放送)1系統

1988.10 制定

1990.1 改正

民放開始(1991.4)

1991.3 改正

BS-3打上げ
(1990.8)

1994.3&7 改正

BS-3後継機(BSAT1)関係

1997.6 改正

BSデジタル放送関係

1998.10 改正

BS-3後継機(BSAT1)打上げ
(1997.4)

1999.6 改正

BSデジタル放送開始
(2000.12)

2003.4 改正

アナログ放送終了時期等

2004.4 改正

BSAT2打上げ
(2001.3)

2005.8 改正

サイマル関係変更

受託国内放送関係

※ BS-3段階のNHKについて、難視聴解消+総合放送を引き継ぐとともに多様化する需要にこたえる放送とする改正

① BS-2に関する記載削除

- NHK:難視聴解消+総合放送
 - 民放:総合放送(有料放送)1系統
 (HD放送のための試験放送)

② BS-3段階の民放について、総合放送(有料放送)への限定を削除

③ BS-3後継機段階について記載追加

- NHK:BS-3を引き継ぐ2系統
 - 民放:1系統
 - 多様化、高度化する需要に応える5系統
 (HD放送のための試験放送終了後、NHK・民放による暫定的な放送)

④ BS-3後継機段階について、アナログは4周波数

- NHK:BS-3を引き継ぐ2系統
 - 民放:1系統
 - HD放送普及のための暫定的放送

⑤ BS-3に関する記載削除

⑥ HD普及のための暫定的放送の終了時期、デジタルへ円滑に移行するための放送(アナログハイビジョン)の終了時期

- 暫定的放送は、アナログハイビジョン開始の際に終了
 - アナログハイビジョンは、H9運用開始の衛星の運用終了までの適当な時期に終了

⑦ アナログハイビジョンの終了時期(H19)、アナログ放送の終了時期(H23まで)の記載

⑧ アナログ放送の終了時期(H19)の記載

※ なお、H19～H23までは、受委託放送で実施

⑨ サイマル関係の変更

- アナログ放送はデジタル放送のサイマルに変更
 (なお、アナログハイビジョンは当初よりデジタルハイビジョンのサイマル放送)

※ 1996.2改正で追加(当時は、CS放送関係の規定)

⑩ 4周波数を利用し、H12iにデジタル放送開始

(1周波数分は、アナログサイマル放送)

⑪ デジタル放送に関する具体的規定追加

- 1周波数分は、NHKのアナログサイマル放送
 - NHK:HD普及に資する総合放送
 (NHKの放送はアナログ終了までで、その後は、2番組を超えないことを前提に見直し)
 - 民放:多様化、高度化する放送需要に応えるための放送

⑫ アナログ放送に関する記載追加(3周波数)

- NHK:難視聴解消+総合放送
 - 民放:1系統
 (H19開始、H23までに終了)

⑬ デジタル放送のH19以降の周波数を5

⑭ サイマル関係の変更

- アナログ放送はデジタル放送のサイマルに変更

※ いずれも、以上の放送が「全国各地域においてあまねく受信できること」とされている

放送対象地域及び放送対象地域ごとの放送系の目標

国内放送関係

アナログ放送関係

① 制定

- NHK:難視聴解消+総合放送

② 民放について、総合放送(有料放送)1系統を追加

- NHK:難視聴解消+総合放送
 - 民放:総合放送(有料放送)1系統

③ 民放について、総合放送(有料放送)への限定を削除

- NHK:難視聴解消+総合放送
 - 民放:1系統

④ HD放送に関する記載追加

- NHK・民放:1系統

⑤ サイマル関係の変更

- アナログ放送はデジタル放送のサイマルに変更

受託国内放送関係

アナログ放送関係

デジタル放送関係

⑥ 受委託放送に関する記載追加

・アナログサイマル NHK2系統、民放1系統
 ・アナログサイマル以外 民放SD20番組程度+HD6番組

⑦ NHKのHD放送に関する記載追加(アナログサイマル以外)

- NHK:1番組
 - 民放:SD20番組程度、HD6番組

※ 民放のSD放送は、HD放送が行われない場合に限る旨の注の追加

⑧ サイマル関係の変更

- アナログサイマル放送についての記載の削除
 - SD NHK:難視聴解消+総合放送
 民放:1番組以上(HD放送が行われない場合に行うSD放送を含まず)
 - HD NHK:難視聴解消+総合放送
 民放:8番組程度
 (難視聴解消はSD、HDのいずれか一方)

※ 1996.2改正で追加(当時は、CS放送関係の規定)

※ いずれも放送対象地域は「全国」

NHKのチャンネルの在り方に関わる過去の提言（1）

放送政策懇談会「ニューメディア時代における放送に関する懇談会」 (1987年(昭和62年)4月)

第3章 放送政策の課題と方向性

5 公共放送(NHK)の在り方

(2) 事業規模及び業務範囲の在り方

ウ NHKの基本的使命、それに基づく業務範囲、事業規模(メディアの種類及び数)については、社会的、経済的、文化的諸状況等公共放送を取り巻く環境の変化に応じて最も適正な在り方が検討されるべきである。**既にNHKが所有しているメディアの種類及び数についても所与のものとして当然視するものではなく、各メディアごとの意義を常に検討し、その上で公共放送として限られた経営財源で最大限の効用を国民にもたらしうる最適なメディアの組み合わせを見いだしていく必要がある。**

エ 衛星放送は、放送ニューメディアの中でも、これまでNHKが最も積極的にかかわってきたメディアであり、各種ノウハウの蓄積が豊かであること、放送の全国普及というNHKの使命達成に適したメディア特性を持っていること、及び今後我が国の放送体制に重大な影響を及ぼす可能性を有するものであることを考慮し、

(ア) 衛星放送受信機の普及が高度に進んだ本格的衛星放送時代の到来までの間、NHKが先導的衛星放送実施主体であるべきと考える。

(イ) そのため衛星放送による難視聴の解消と並んで、地上における受信機の普及、衛星メディアの技術的可能性の開発上有効と認められる方策(衛星放送のメディア特性を活かせる番組の開発・提供、民間放送、メーカー等の関係者との共同によるハイビジョン・PCM音声放送等の各種実験の実施等)が、積極的に講じられるべきである。

(ウ) **将来において、本格的衛星放送時代が到来した場合、NHKの適正規模に関する考え方に基づき、既に保有しているメディア全体の中での見直し、整備を検討する必要がある。**

「衛星放送の将来展望に関する検討会」報告書 (1989年(平成元年)2月)

第2章 衛星放送に関する考え方

2.3 衛星放送と難視聴対策

我が国の衛星放送は、テレビジョン放送の難視聴解消を主目的に導入され、現在NHKが1チャンネルを難視聴解消用に利用している。しかし、NHKの放送の難視聴世帯(10万世帯程度)のうち、衛星放送を利用しているのは8000世帯程度といわれており、離島における難視聴は通信衛星の利用等によって対処することも考えられる。

このため、将来、衛星放送以外の手段により難視聴解消が図られた段階においては、衛星放送をより有効に利用することが適当と考えられる。

ただし、**現行難視聴解消チャンネルの扱いについては、本格的衛星放送時代において公共放送としてのNHKが保有すべきメディアの在り方について全体的な検討を進める中で、明らかにすることが適当である。**

第3章 将来の衛星放送の在り方

3.3 放送の提供者

(1) NHK

衛星放送に関する各種ノウハウの蓄積が豊富であること、放送の全国普及というNHKの使命達成に適したメディアであることから、今後も先導的な衛星放送の実施主体であることが適当と考えられる。ただし、そのチャンネル数については、2.3でも述べたように、本格的衛星放送時代において公共放送としてのNHKが保有すべきメディアの在り方の一環として検討することが必要である。

NHKのチャンネルの在り方に関わる過去の提言（2）

電波監理審議会「放送衛星3号後継機の段階における衛星放送の在り方」答申書 (1993年(平成5年)5月)

第2 放送衛星3号後継機の段階における衛星放送の在り方

3 チャンネル構成及び事業主体

(2) 事業主体

ア NHKについて

(ア) BS-3後継機の段階における衛星放送は基幹的放送のメディアの一つとしての機能の発揮やハイビジョン放送の普及促進等が期待されており、

- ① 公共放送と民間放送との併存体制のもと、公共放送として、多様化・増大する国民の放送に対する要望に応えるとともに、
- ② 衛星放送のハイビジョン放送化を含め、引き続き、衛星放送の発達・普及の先導的な役割を果たし、
- ③ また、当面、他に有効な代替手段がないことから、放送衛星により行う必要性が認められる難視聴解消放送の実施を確保する

観点から、BS-3後継機の段階における衛星放送においても、**NHKが、引き続き、2チャンネルのテレビジョン放送を実施する必要性が認められるもの**と考える。

(イ) ハイビジョン放送については、その普及促進が、BS-3後継機の段階における衛星放送の目的・理念の一つとなっている一方、一般放送事業者による衛星放送の現状から見て、その立ち上がり期においては、NHKを除く事業者による事業化・普及は困難と考えられ、**少なくともNHKがハイビジョン放送を実施し、先導的にその普及促進を図り、事業化のための環境整備を図る必要性が認められる。このため、NHKは、視聴者(国民)のコンセンサス・支持が得られる範囲内で、ハイビジョン放送の普及に積極的に取り組むべきである**と考える。

また、その際、BS-3後継機段階の初期においては、ハイビジョン放送用の受信機の普及状況等からみて、現行2チャンネルにおいて相当量のハイビジョン放送を行うことは、現行衛星放送(標準テレビジョン放送)の受信者保護の観点から困難と予想されるので、差し向き、ハイビジョン放送普及の先導的な役割を果たす上で必要と認められる範囲で、NHKがハイビジョン普及チャンネルを利用することは適当と認められる。

ただし、その場合であっても、BS-3後継機の段階における衛星放送において**一定以上のハイビジョン放送の実施が確保されるようになった段階以降においては、NHKの適正規模、保有メディア全体の在り方の観点から、少なくとも、NHKのハイビジョン放送は現行2チャンネルの中で実施することとし、そのために必要となる措置(例:放送衛星利用に替わる難視聴解消方法の確立、難視聴解消放送とハイビジョン放送の両立化等)について、NHKにおいて、早期に検討を行い、準備を進めることが必要**と考える。

「BS-4後継機検討会」報告 (1997年(平成9年)3月)

3 チャンネル構成及び事業主体

(2) 事業主体

ア NHK

NHKはデジタル移行チャンネルの放送主体となる。

なお、**今後も、公共放送として、多様化・高度化する放送に対する国民・視聴者の選択に応えるとともに、デジタルHDTV放送を含め、デジタル方式による衛星放送の発達・普及に積極的な役割を担うことが期待される。**

「衛星放送の在り方に関する検討会」最終取りまとめ (2002年(平成14年)12月)

2 今後の衛星放送の在り方

(3) 各衛星放送の位置付け

① BSデジタル放送

(準基幹放送的方向)

BSデジタル放送については、準基幹放送的方向で、総合的な内容のものがハイビジョンにより行われる放送を中心とし、将来的には過半数の世帯に普及していく可能性がある放送として発展していくことが考えられる。また、デジタル技術を生かした多彩な放送を行うことにより、地上放送のデジタル化の先駆けとしての役割が特に大きい放送と考えられる。

このため、BSアナログ放送の場合と同様、**NHK・民放の二元体制の下で、公共放送であるNHKが先導的役割を果たすことが期待される。**

なお、BSアナログ放送は、BSデジタル放送へ移行していく位置付けのものと考えられる。

3 今後の衛星放送の普及発展に向けた課題

(1) BS放送における課題

(BSアナログ放送の終了の在り方)

(前略)BSアナログ放送は、1500万以上もの世帯に普及した世界で最も成功したメディアの一つであり、これは、国、放送事業者、メーカー等の努力、そして何より視聴者の支持によるものである。このようなBSアナログ放送を終了させようとするのは、地上アナログ放送の終了と併せ、今までにほとんど例のない大きな事業に取り組むこととなる意味を有するものであることを、まず、念頭に置く必要がある。

- BSアナログ放送が終了する具体的な時期を定めるにあたっては、
- ・BSアナログ放送視聴者への十分な配慮
 - ・放送全体のデジタル化の進展との整合やデジタル放送普及への寄与
 - ・家庭におけるテレビ受信機の買い換え周期
 - ・現行のBSアナログ放送用の衛星の運用の終了時期(設計寿命2007年)等を全体として勘案する必要がある。

本検討会としては、これらの事情を総合的に勘案し、**BSアナログ放送のうち、アナログハイビジョンチャンネル(BS-9チャンネル)については現在のBSアナログ放送用の設計寿命である2007年に終了することとし、その他のNHKのBS-1(BS-7チャンネル)及びBS-2(BS-11チャンネル)並びにWOWOWの使用チャンネル(BS-5チャンネル)については地上アナログ放送が終了する時期に合わせ、2011年までに終了することが適当である、との結論で一致した。**

情報通信審議会「地上デジタル放送推進の利活用の在り方と普及に向けて行政の果たすべき役割 第4次中間答申」(2007年(平成19年)8月)

第三章 送信側の課題(2)―補完措置

3. 提言

(2)衛星によるセーフティネット

アナログ放送において放送の電波によりカバーしている地域は放送事業者の自助努力により100%カバーすることを基本として取り組んでいる。その際には、中継局の整備に加え、ケーブルテレビ、IP再送信など通常の補完手段を活用して取り組むこととしている。また、辺地共聴施設等においては、国、NHK、視聴者の協力により、かつ、一般放送事業者の協力を得て改修することに取り組んでいる。

しかしながら、これらの取組にもかかわらず、平成23(2011)年時点においてデジタル放送を送り届けることができない地域が存在することは避けられないと考えられる。このような地域で、**難視聴を発生させることなく、アナログ放送を受信していた国民が引き続きデジタル放送を受信できる環境を整備することを目的として、衛星を使って全国をカバーするセーフティネットの措置を講ずることについて、早急に検討をすすめるべきである。**

その際、地上放送は、地上系のネットワークにより県域又は広域の放送を送り届けるものである点について、アナログからデジタルに移行した後も変わらないものであり、平成22(2010)年まではもちろん、それまでにデジタル放送を送り届けられない地域については平成23(2011)年以降も引き続き、地上系のネットワークにより送り届ける努力は続けられるべきである。したがって、**原則として全国一律、中継局や通常の補完手段による地上系のネットワークが整備されるまでの当面の間の緊急避難的措置として、暫定的なものとして位置付けるべきである。**

国は、セーフティネットのための所要の制度整備等を行うための考え方を、また、国及び放送事業者は、衛星によるセーフティネットを実際に行うための具体的な方法を、早急に検討し、本年中のできるだけ早い時期に公表することが適当である。その際、セーフティネットの対象となる視聴者が放送を受信するための対応を行う期間が十分に確保できるようにするため、できるだけ早期にセーフティネットが開始されるよう検討することが適当である。地上系のネットワークにより視聴する世帯と、衛星によるセーフティネットを通じて視聴する世帯との間に、著しい負担の格差が生じないよう、配慮するための方策を国において検討することが必要である。また、衛星を利用したセーフティネットの対象となる世帯に対して、必要な情報が提供されるよう配慮されることが必要である。

全国地上デジタル放送推進協議会資料

(情報通信審議会 情報通信政策部会 地上デジタル放送推進に関する委員会(平成19年12月18日)配布資料)

衛星によるセーフティネットについて

- 衛星によるセーフティネットは、その実施主体が、委託放送事業者としての認定を受けて実施する。なお、実施主体は、放送分野に実績のある公益的な法人が望ましい。
- 使用する衛星は、放送衛星(17chを想定)とする。
- 運用開始時期は、2009年度内を目指す。セーフティネット視聴希望者からの申請受付は、運用開始の3ヶ月以上前から行うことが望ましい。
- 実施主体は、地上デジタル放送を同時再送信することとし、同時再送信する放送は、NHK総合、NHK教育、日本テレビ、フジテレビ、東京放送、テレビ朝日及びテレビ東京の7つの地上デジタル放送とする(NHK総合及び教育については、NHK東京デジタルとする)。なお、1の時間帯に標準画質により複数の地上デジタル放送が行われる場合には、主たる放送を同時再送信するものとする。
- 実施主体が行う同時再送信は、標準画質で字幕放送付の放送(EPGは各局EPG、データ放送は無し)を、スクランブルをかけて行うことを基本とし、セーフティネットの対象世帯のみに対して、スクランブルを解除する。なお、NHK総合・教育の扱いについては、NHKにおいて別途検討する。
- 対象世帯は、直接デジタル電波が届かない世帯又はデジタル混信により視聴が困難となっている世帯であり、かつ共聴施設やケーブルテレビ等他の手段を用いてもデジタル放送が受信できない世帯とする。ただし、現在、アナログ放送が受信できない世帯の取扱いについては、今後、検討を行う。
- 対象世帯となり得る地域については、地域協議会において検討を行い、地区名をリスト化する(「ホワイトリスト」)。実施主体は、このホワイトリストを公表し、セーフティネット利用者からの申請を受け付ける。
- 対象世帯で視聴可能な番組は、上記7つの放送局のうち、当該世帯で受信できない放送に対応する放送局の放送とする。ただし、受信できない放送局が、複数の「キー局」の番組を受けて編成している放送局(クロスネット局)の場合には当該「キー局」の全ての放送局とする。なお、民間放送局が1である徳島県及び佐賀県については、実態を踏まえて、今後、検討を行う。
- セーフティネットの実施期間(終了時期)は、5年間(2014年度内)を基本に、国及び放送事業者のセーフティネットに関する経費負担の在り方と併せて検討を行う。
- セーフティネットの経費のうち、送信側の経費(地球局及び放送衛星の整備・運用に関する経費)は視聴者に負担を求めないこととする。また、受信側の経費(コールセンター・利用者管理・料金収納等の経費)については、経費の総額、視聴者負担の在り方を含めて、今後、検討を行う。

セーフティネットの実施イメージ

(情報通信審議会 情報通信政策部会 地上デジタル放送推進に関する委員会(平成19年12月18日)配布資料)

2011年のアナログ放送終了期限において地上デジタル放送が受信できない地域に対して、放送衛星(BS)により、NHK総合・教育、日本テレビ、フジテレビジョン、TBS、テレビ朝日及びテレビ東京が放送する番組を再送信する。

なお、この措置は、地上系の放送基盤により地上デジタル放送が送り届けられるまでの間の暫定的・緊急避難的な措置として実施するものであり、終了期限を定めて実施する。

NHK及び在京キー局

NHK

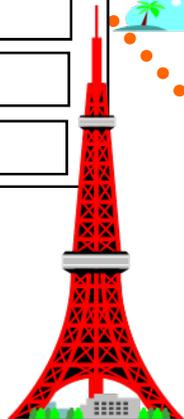
日本テレビ

フジテレビジョン

TBS

テレビ朝日

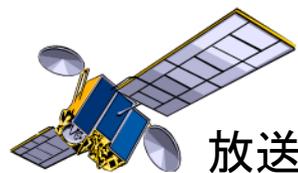
テレビ東京



地上デジタル放送

再送信

セーフティネット
実施主体



放送衛星
(BS)

受信アンテナ

視聴者

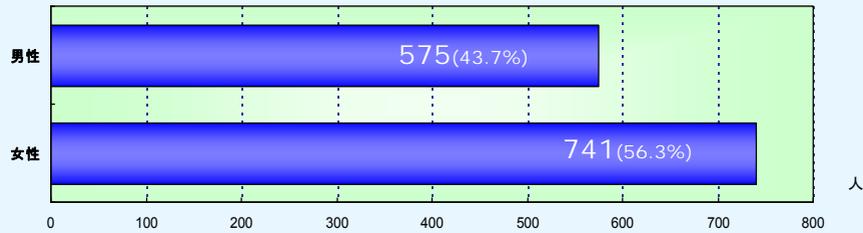


NHKの衛星放送に関する アンケート調査結果

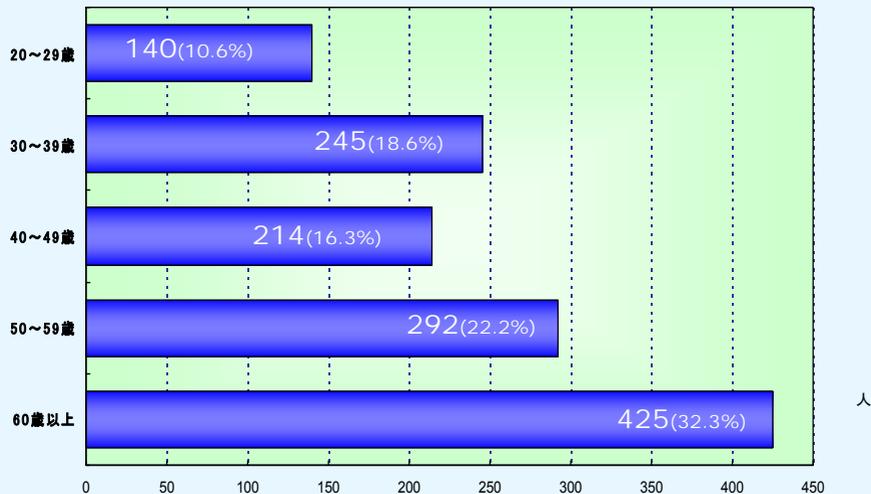
調査概要

- 総務省において、(社)中央調査社に委託し、2007年2月9日～12日にアンケート調査を実施。
- 全国20歳以上の男女2,000人(住民基本台帳から層化無作為2段抽出)を対象に、調査員による個別面接聴取法により実施。1,316人より有効回答。

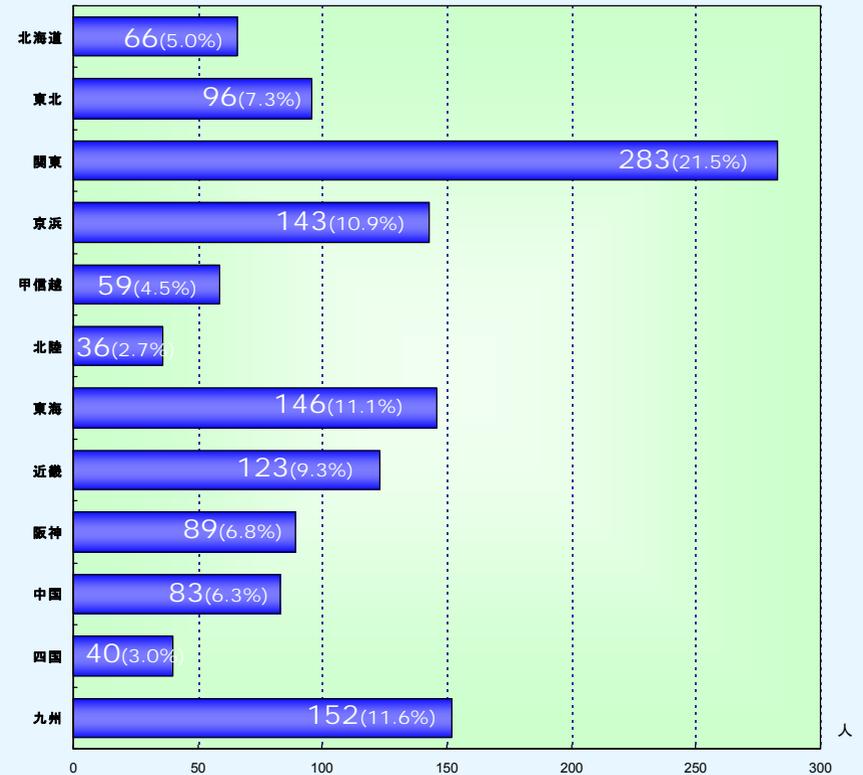
性別



年齢



居住地域



○北海道: 北海道 ○東北: 青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県 ○関東: 茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、京浜ブロック以外の東京都・神奈川県 ○京浜: 東京23区、横浜市、川崎市
 ○甲信越: 新潟県、山梨県、長野県 ○北陸: 富山県、石川県、福井県 ○東海: 岐阜県、静岡県、愛知県、三重県 ○近畿: 滋賀県、京都府、阪神ブロック以外の大阪府・兵庫県 ○阪神: 大阪市、堺市、豊中市、池田市、吹田市、守口市、八尾市、寝屋川市、東大阪市、神戸市、尼崎市、明石市、西宮市、芦屋市、伊丹市、宝塚市、川西市 ○中国: 鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県 ○四国: 徳島県、香川県、愛媛県、高知県 ○九州: 福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮城県、鹿児島県、沖縄県

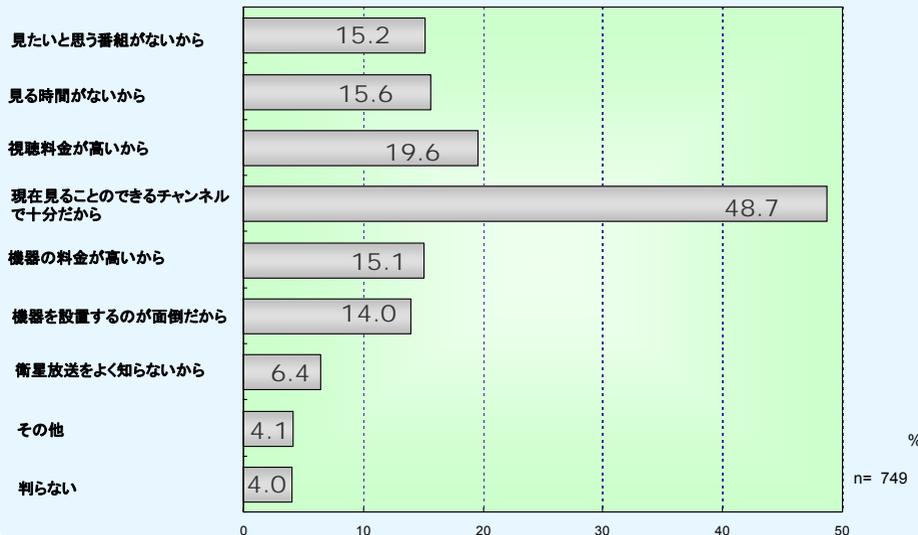
衛星放送の受信実態

- 衛星放送を視聴しているのは、約4割。うち、半数がデジタル対応受信機を保有。
- 衛星放送を視聴しない理由としては、「現在見ることができるチャンネルで十分だから」等。
- BS放送の魅力としては、「高画質・高音質の番組の放送」、「地上放送では放送しない番組の放送」等。

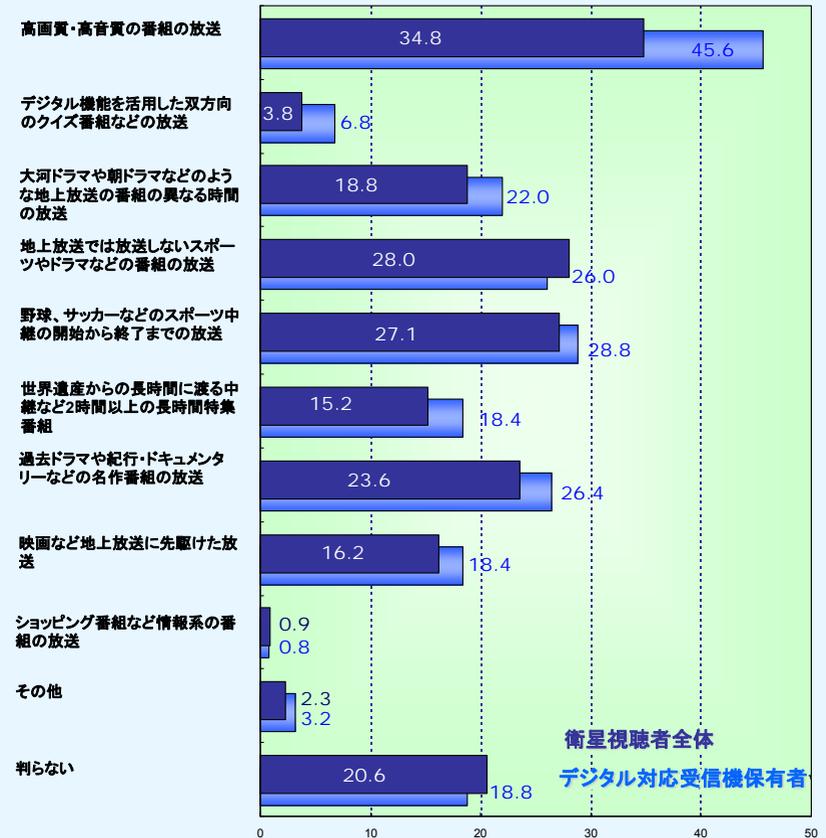
衛星放送受信実態



衛星放送を視聴しない理由



BS放送の魅力



上 n=554
下 n=250

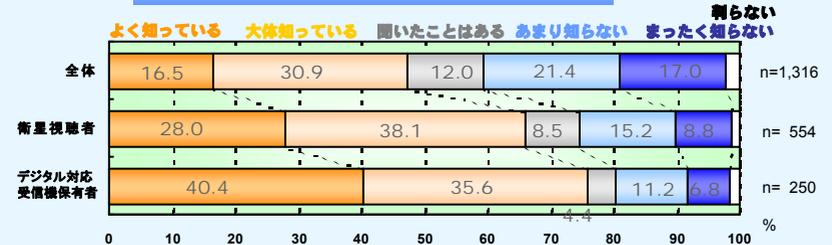
NHKの衛星放送と民間放送事業者の衛星放送の関係

- 過半数の者が、週1日以上衛星放送を視聴。
- よく見るチャンネルとしては、NHKのBS1, BS2が圧倒的多数。
- NHKの3チャンネルの位置付けについては、全体の半数近くの者が知っていると回答。

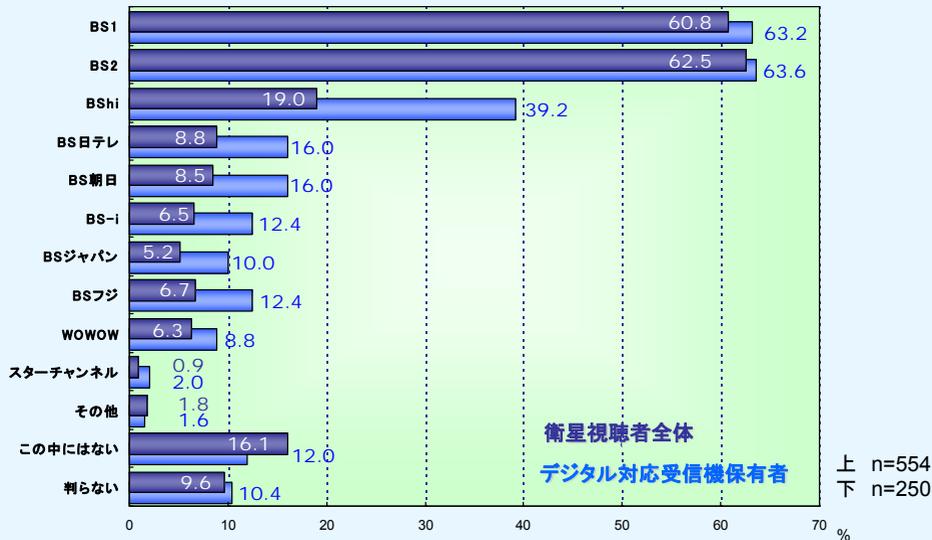
衛星放送視聴実態



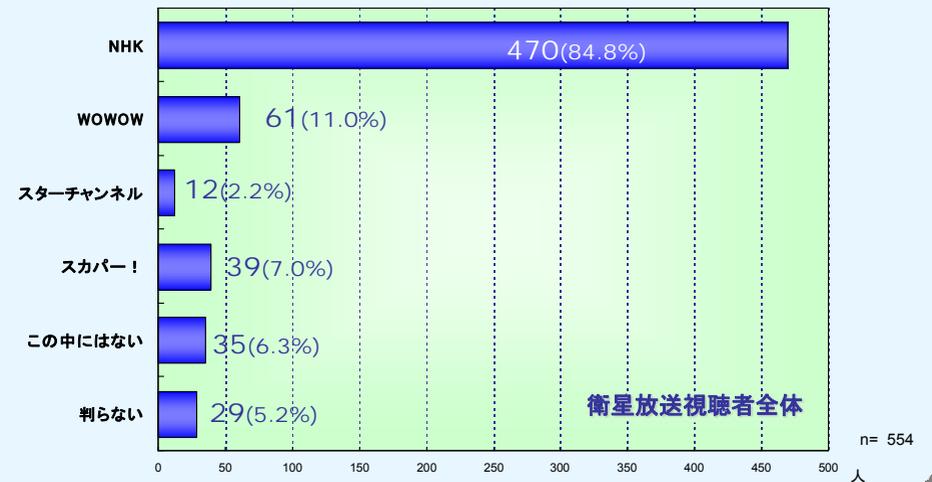
NHK3チャンネルの位置付け



よく見るチャンネル (複数回答)



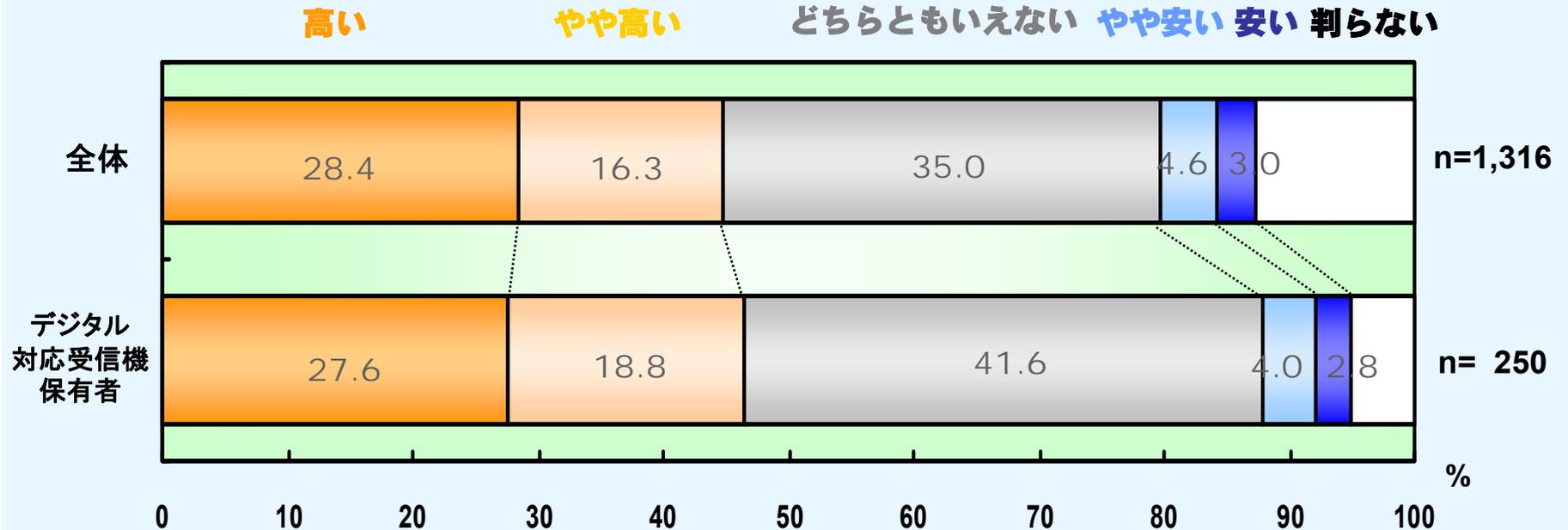
契約している衛星放送



NHKの衛星付加受信料

➤ NHKの衛星付加受信料(月額945円)については、「高い」、「やや高い」とした者が半数弱。

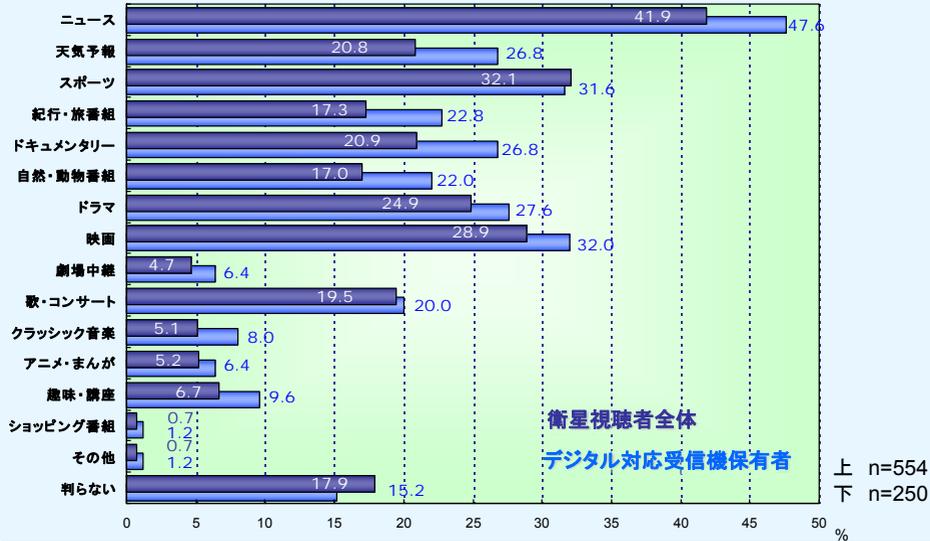
NHKの衛星付加受信料の評価



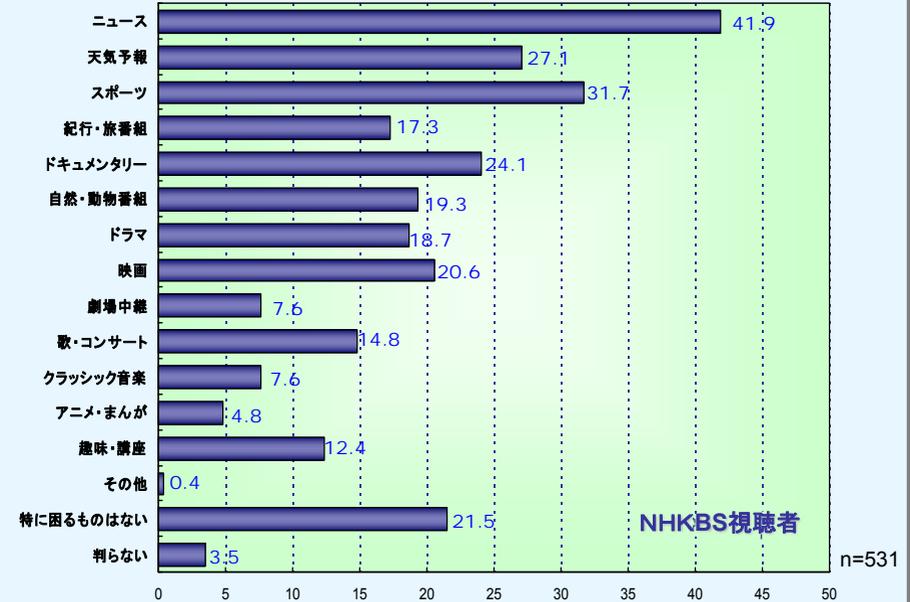
NHKの衛星放送の番組

よく見る番組は、「ニュース」、「スポーツ」、「映画」等。なくなると困る番組としては、「ニュース」、「スポーツ」、「天気予報」等。

よく見る番組（複数回答）



なくなると困る番組（複数回答）



【参考】よく見られている番組の視聴率

【BS1】〔放送時間10分以上〕

- MLB パイレーツ×ヤンキース 1.9%
- MLB パイレーツ×ヤンキース 1.6%
- BSニュース 1.5%

【BS2】〔衛星放送受信者分母、放送時間10分以上〕

- どんと晴れ 6.5%
- さくら 4.2%
- BS日本のうた 1.5%

注1 自宅で衛星放送を見ることが出来る衛星受信者のみを対象
注2 放送時間が10分以上の番組を対象

〔出典〕NHK放送文化研究所「全国個人視聴率調査(平成19年6月)」

調査日：2007年6月4日(月)～6月10日(日)

調査対象：全国7歳以上の国民 3,600人(うち2,449人より有効回答)

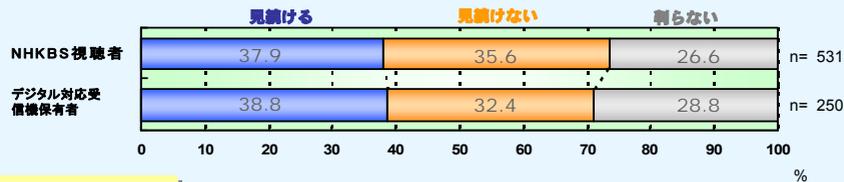
調査方法：配布回収法(個人単位)

NHKの衛星放送のチャンネル数の削減

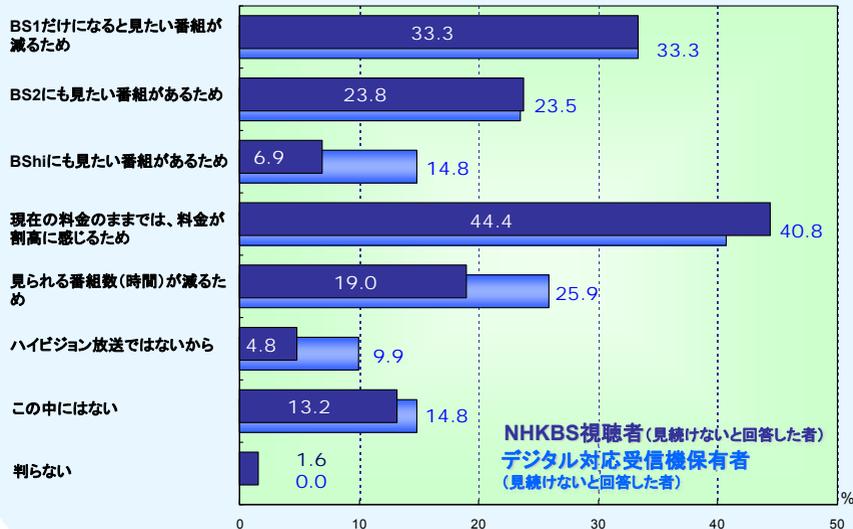
- NHKのBS1、BS2については、視聴者層が分かれており、いずれか1チャンネルとなった場合は、「視聴を継続」、「視聴を止める」、「分からない」がほぼ同数。
- 「視聴を止める」理由は、「料金が割高になる」、「見たい番組が減る」等。

BS1だけの場合の視聴

視聴意向

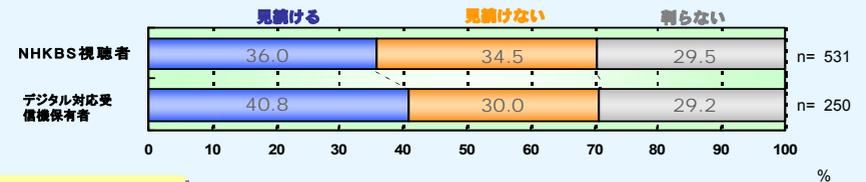


視聴しない理由

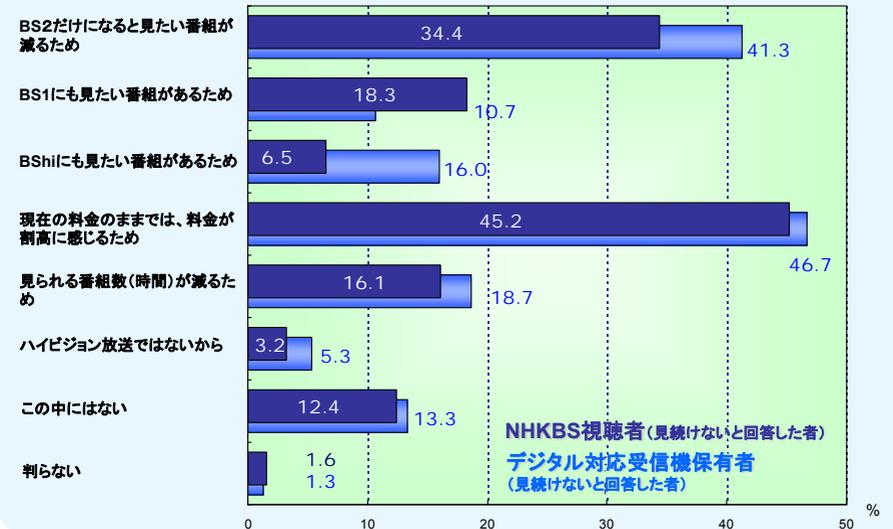


BS2だけの場合の視聴

視聴意向



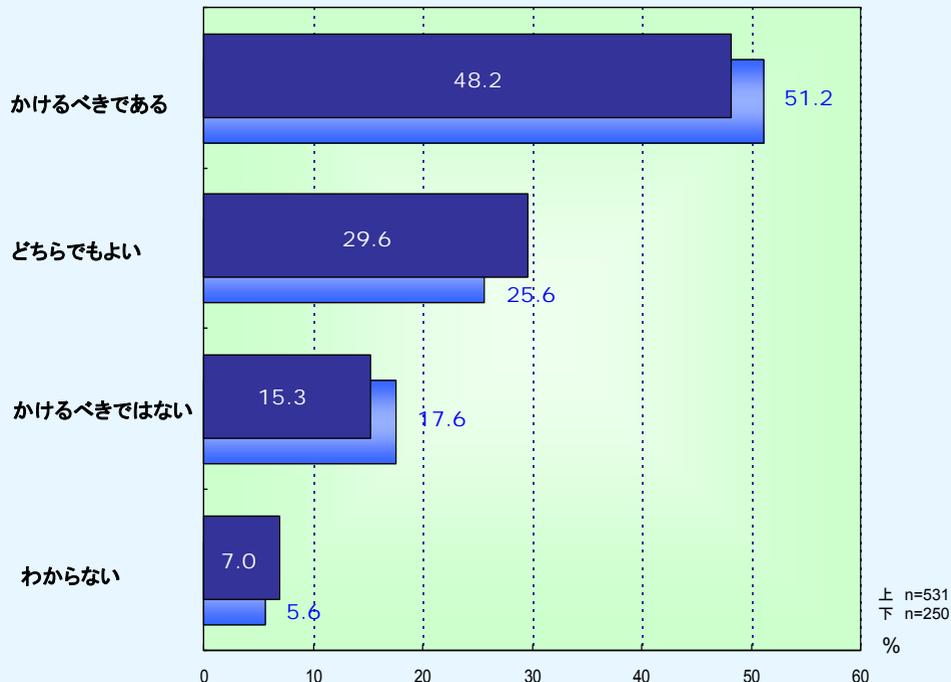
視聴しない理由



NHKの衛星放送のスクランブル化

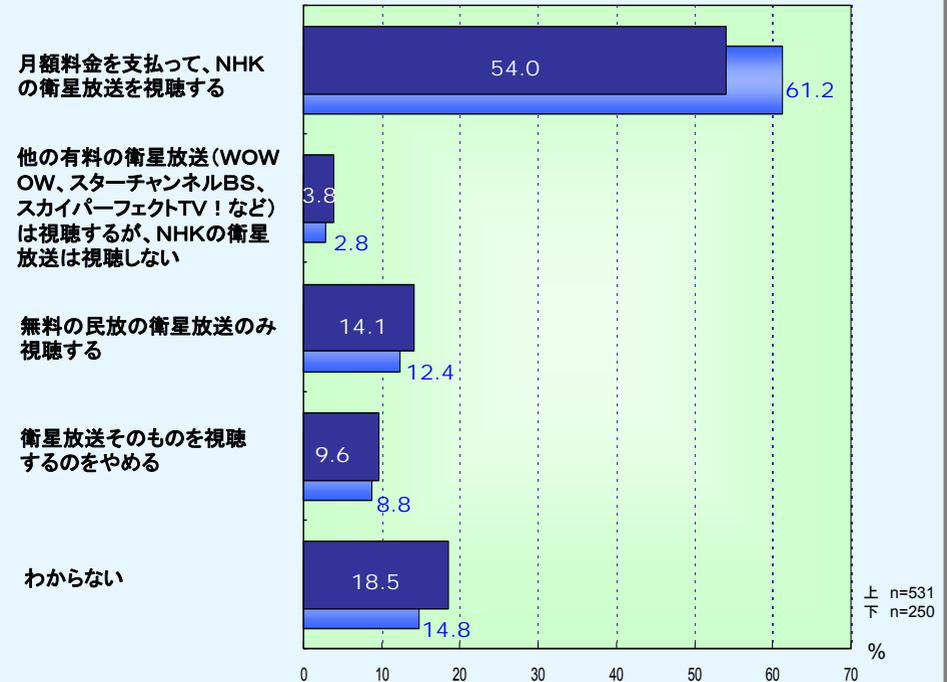
- NHKの衛星放送については、約半数がスクランブルを行うべきと回答。
- NHKの衛星放送にスクランブルを行った場合であっても、半数以上は、料金を支払って、NHKの衛星放送の視聴を継続する意向。

NHKの衛星放送に スクランブルをかけるべき



NHKBS視聴者
デジタル対応受信機保有者

NHKの衛星放送に スクランブルがかかった場合



NHKBS視聴者
デジタル対応受信機保有者

放送番組制作業実態調査結果

資本金別の事業者構成及び従業者規模別の事業者構成

【調査概要】 通信産業に密接に関連する放送番組制作業の実態を把握するため、平成4年度から毎年実施。なお、平成17年度までは通信関連業実態調査として実施。

【調査対象】 放送番組及びコマーシャル(CM)の制作に関わる業(ケーブルテレビ番組供給業を除く)

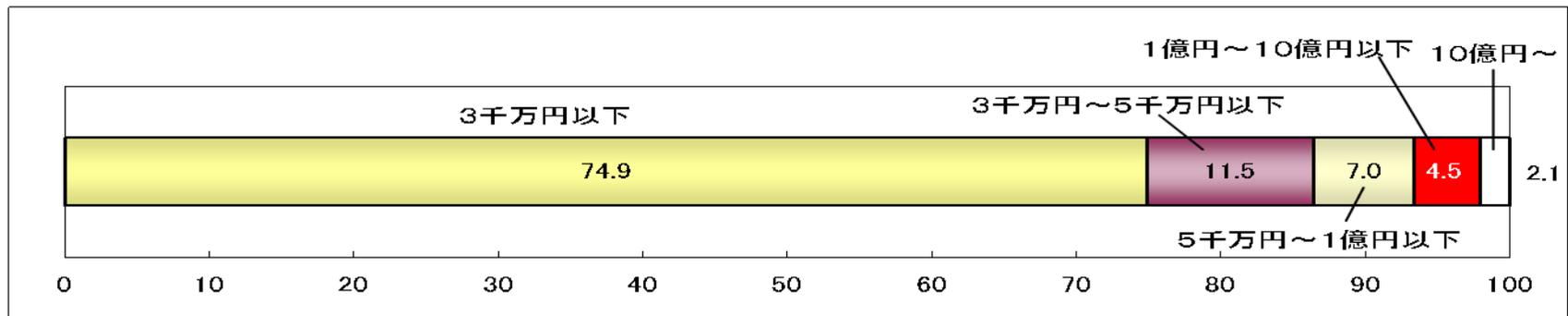
【回収率】 27.9%(送付数870、回答数243)

資本金5千万円以下の事業者が全体の86.4%、従業者100人以下の事業者が全体の91.8%と、放送番組制作会社の多くは中小企業[※]である。

※資本金5千万円以下又は従業者数が100人未満の企業(中小企業基本法による定義)

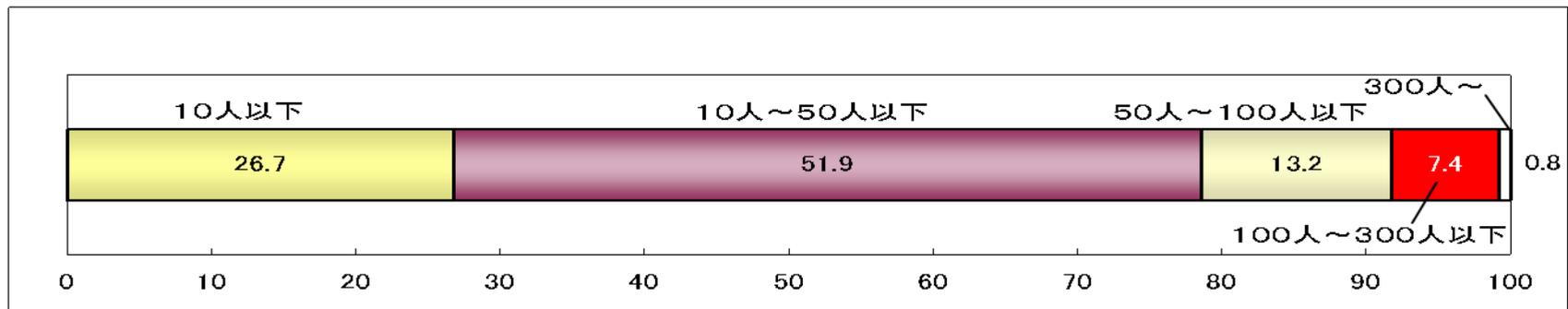
1. 資本金別の事業者構成

単位:%(構成比)



2. 従業者規模別の事業者構成

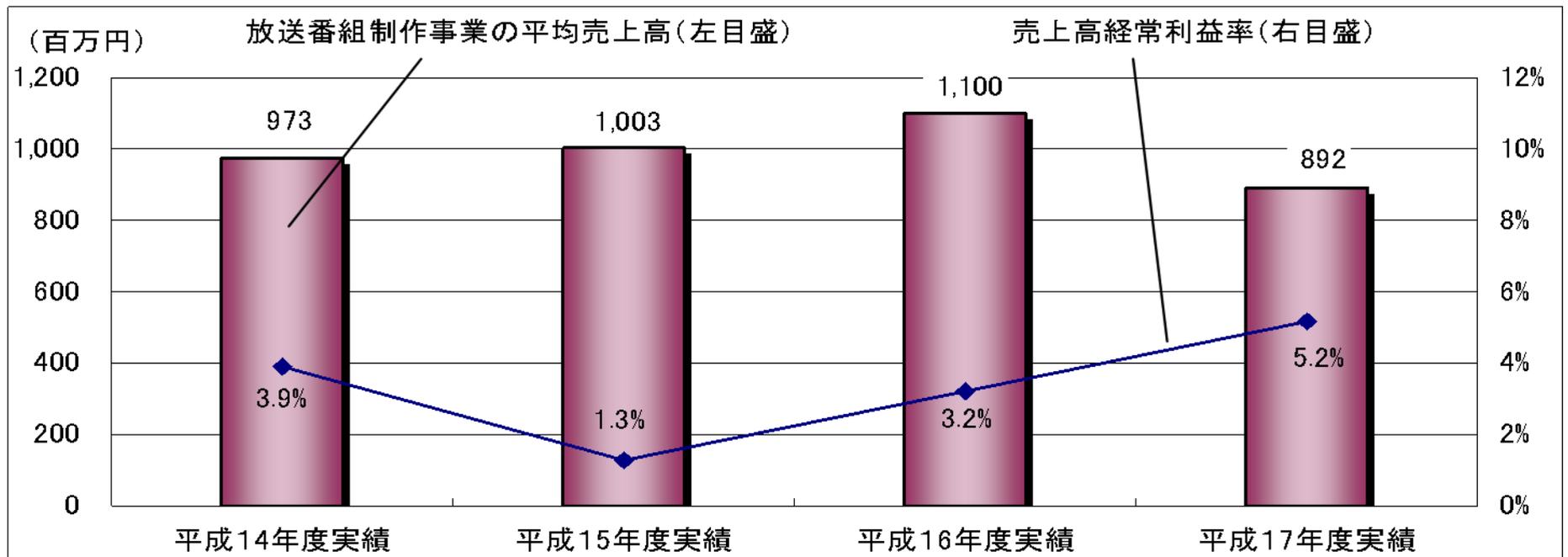
単位:%(構成比)



放送番組制作業の平均売上高

平成17年度の平均売上高実績額は8億9200万円と、前年度に比べて18.9%の減少となったが、売上高経常利益率は上昇。

放送番組制作業の平均売上高



※売上高経常利益率は会社全体の売上及び経常利益から算出したもの。

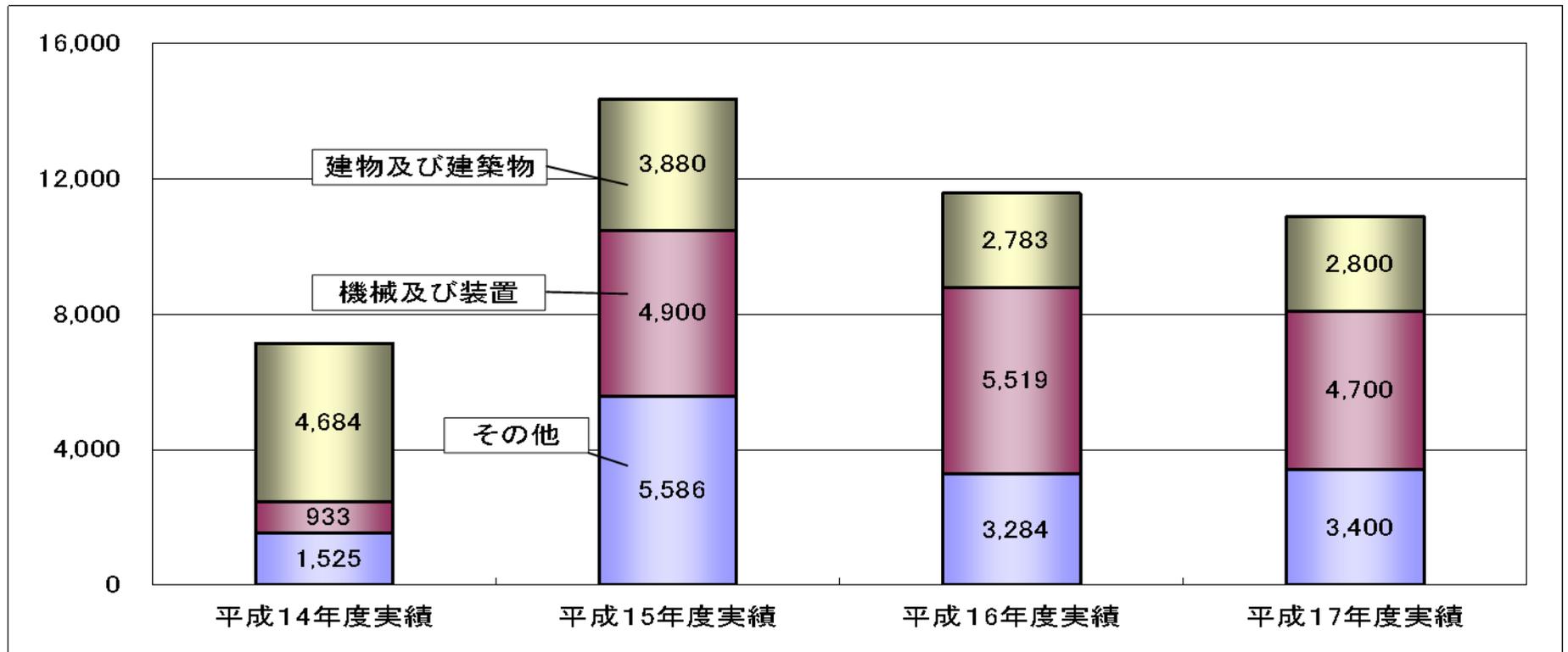
1社当たりの平均設備投資額

平成15年度に急激に増加したが、その後は徐々に減少傾向となっている。

※ 地上デジタル放送開始(平成15年)の影響によるものと推測される。

1社当たり平均設備投資額の推移

単位:万円

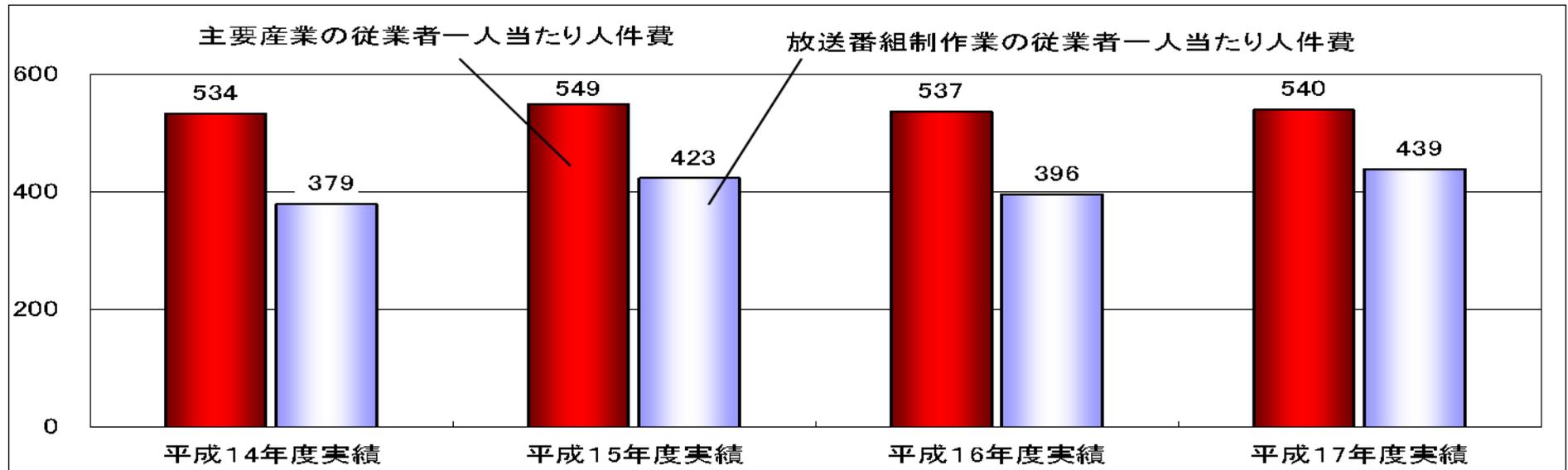


従業者一人当たりの人件費の推移

放送番組制作業の従業者一人当たり人件費は、主要産業の従業者一人当たり人件費と比べて低い水準となっている。

従業者一人当たりの人件費の推移

単位:万円



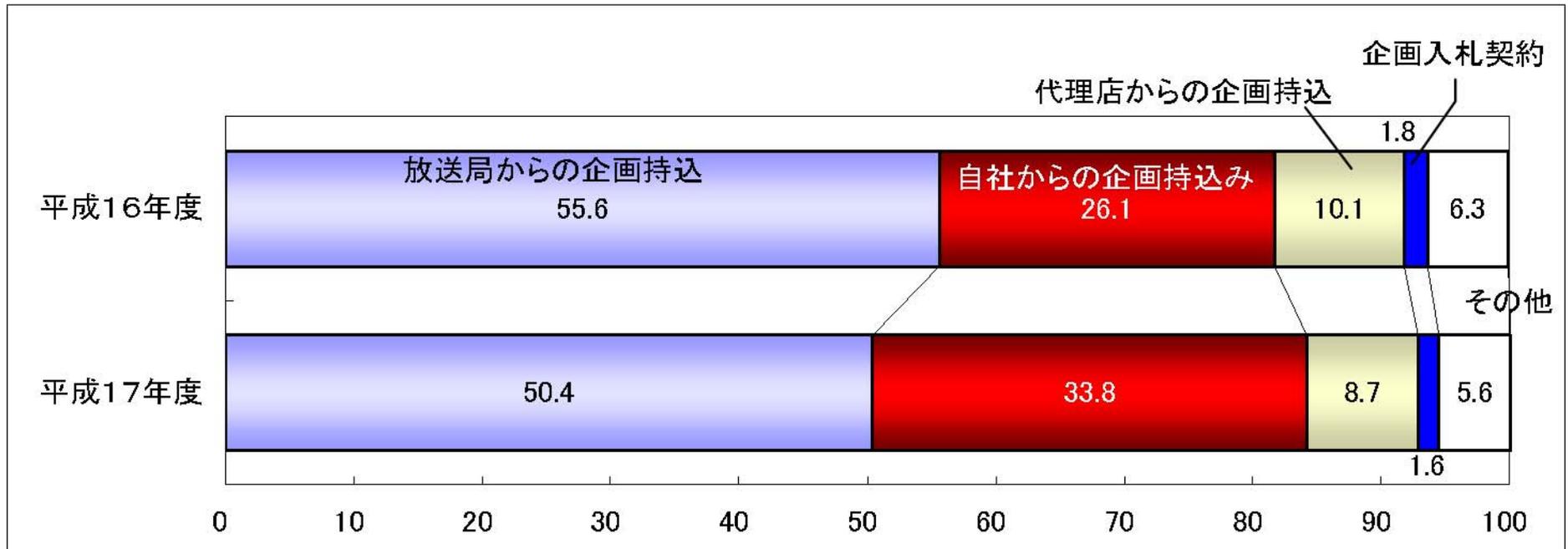
※ 主要産業の従業者一人当たり人件費は「経済産業省企業活動基本統計調査」から算出。放送番組制作業の従業者一人当たり人件費は、放送番組制作業務に係る人件費を当該人件費に回答のあった企業の放送番組業務に携わる従業者数で除して算出。なお、人件費には福利厚生費、退職金、退職手当引当金繰入額を含んでいるため、年間給与額は従業者一人当たり人件費よりも低くなる。

番組制作の端緒

放送番組制作会社からの企画持込によるものが33.8%と、前年度に比べ7.7ポイントの増加。
放送局からの企画持込は50.4%。

番組制作の端緒

単位：%（構成比）



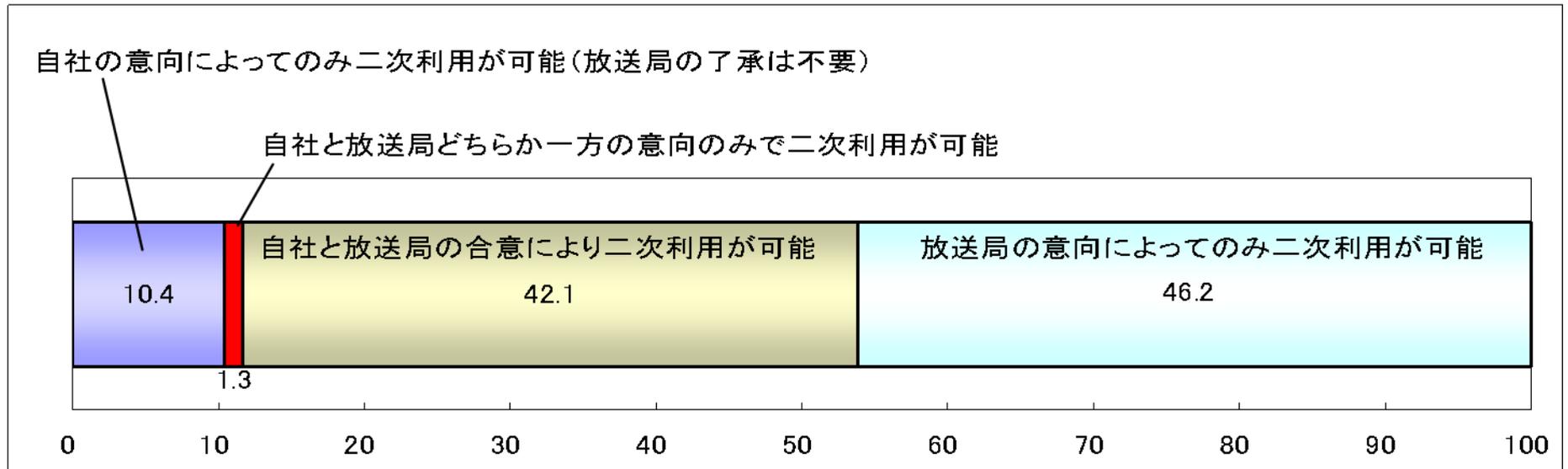
番組を二次利用する際の条件等

放送番組制作会社が収録・編集済みのいつでも放送できるように完全に出来上がっている番組として放送局に納品(「完全パッケージ」納品)したもののうち、放送番組制作会社の意向のみによって二次利用することのできるものは11.7%※。放送局の意向のみによって二次利用が可能になるものは47.5%※。

※両方とも「自社と放送局どちらか一方の意向のみで二次利用が可能」を含んだ値。

番組を二次利用する際の条件等

単位:%(構成比)



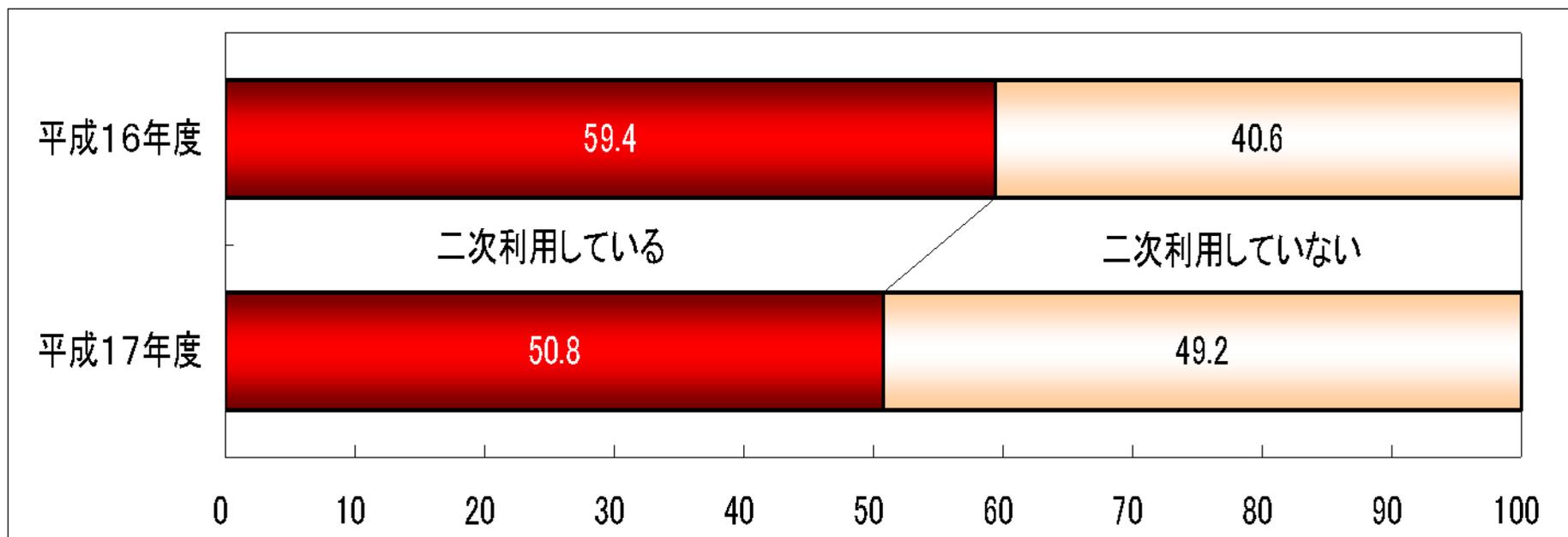
(注)放送番組の二次利用とは、当初の利用目的で定められた回数を超えての放送(再放送)、地上放送用に制作した番組をCATVで放送するなど当初の目的以外のメディアでの放送や、ビデオ化、CD-ROM化、出版といった放送以外での利用など、当初の目的以外の利用をいう。

二次利用の状況

放送番組を二次利用している放送番組制作会社は50.8%と、前年度に比べて8.6ポイントの減少。

二次利用の状況

単位：%（構成比）

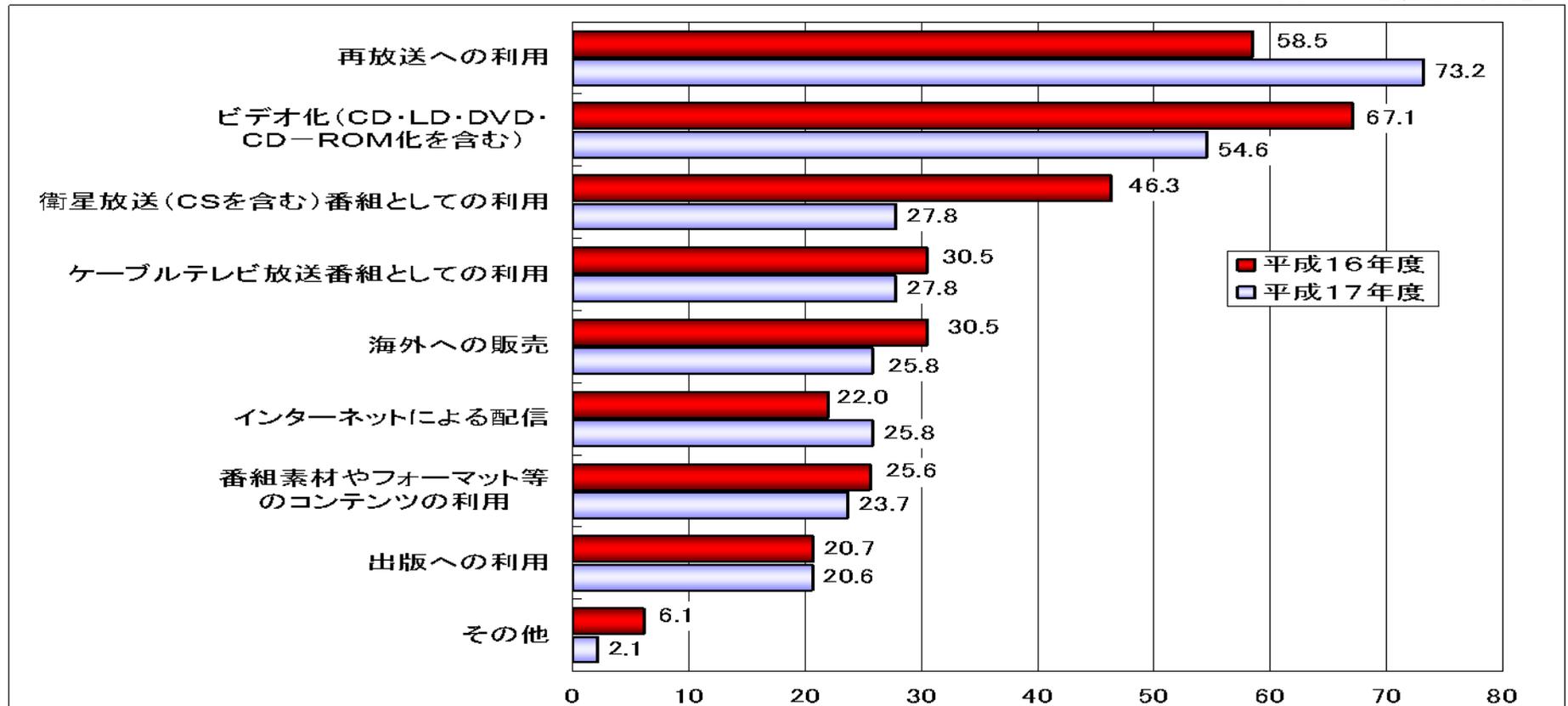


二次利用の形態

再放送への利用が73.2%(対前年度比14.7ポイント増)と大幅に増加する一方、ビデオ化は54.6%(対前年度比12.5ポイント減)、衛星放送番組としての利用は27.8%(対前年度比18.5ポイント減)と減少。

二次利用の形態

単位:%【複数回答】

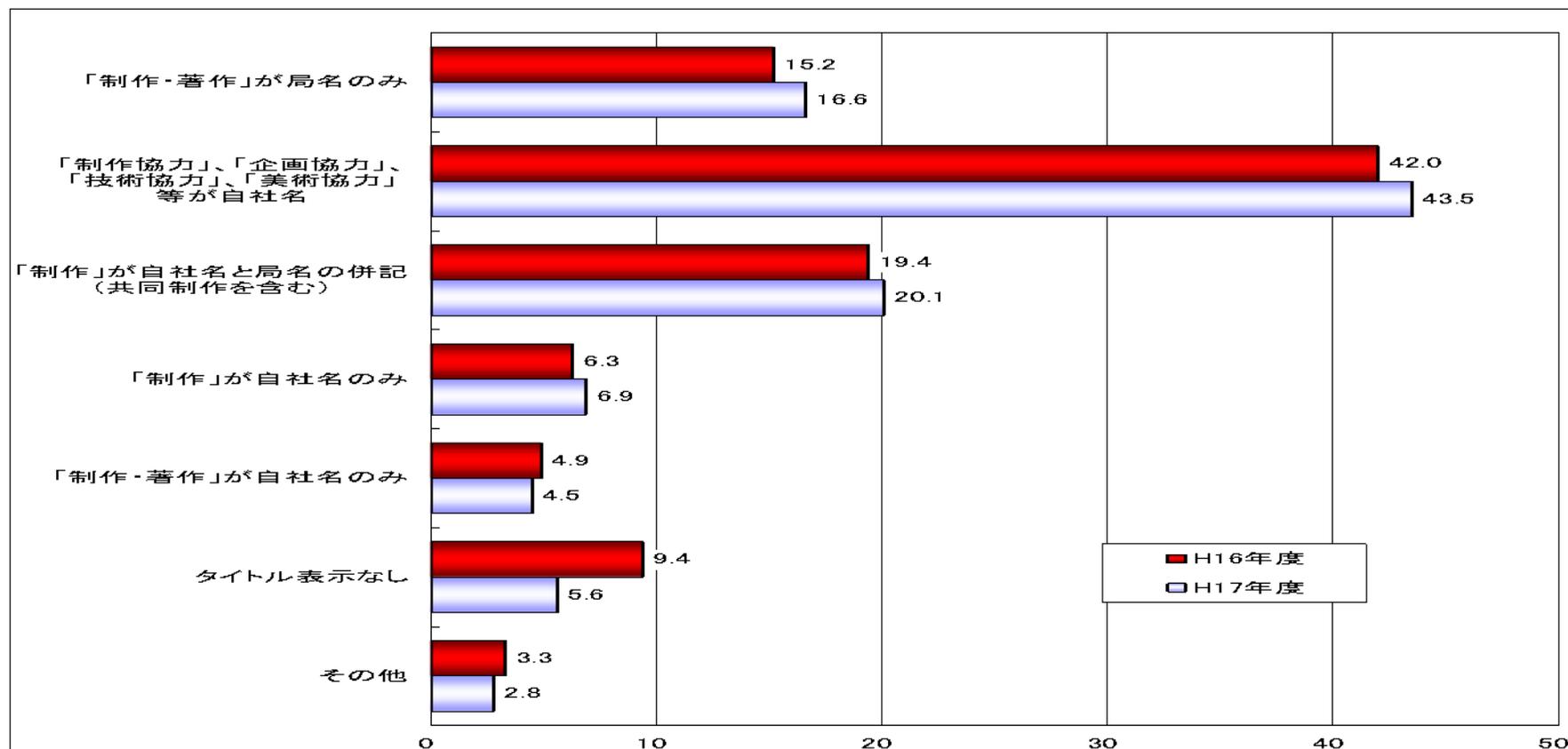


番組のタイトル表示

「完全パッケージ」納品した番組の実際の放送時における番組制作者のタイトル表示は、『「制作・著作」が局名のみ』が16.6%、『「制作協力」、「企画協力」、「技術協力」、「美術協力」等が自社名』が43.5%、『「制作」が自社名と局名の併記(共同制作を含む)』が20.1%、『「制作」が自社名のみ』及び『「制作・著作」が自社名のみ』が合計で11.4%。

番組のタイトル表示

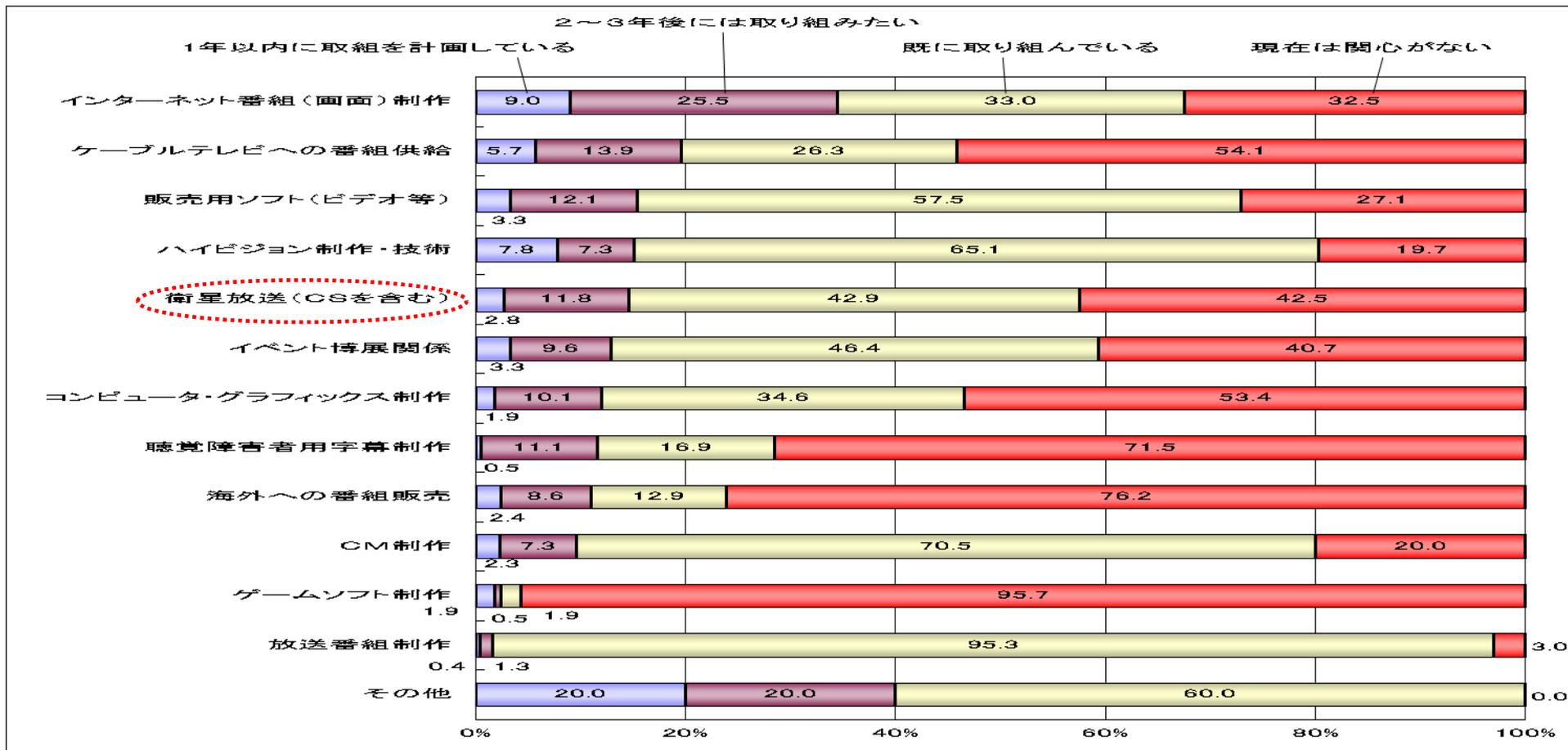
単位：%



今後取り組みたい事業展開

「インターネット番組(画面)制作」を今後取り組みたい事業展開と考えている制作会社が「1年以内に取組を計画している」(9.0%)、「2~3年後には取り組みたい」(25.5%)の双方とも高率である。

単位:%(構成比)



N H Kからの提出資料

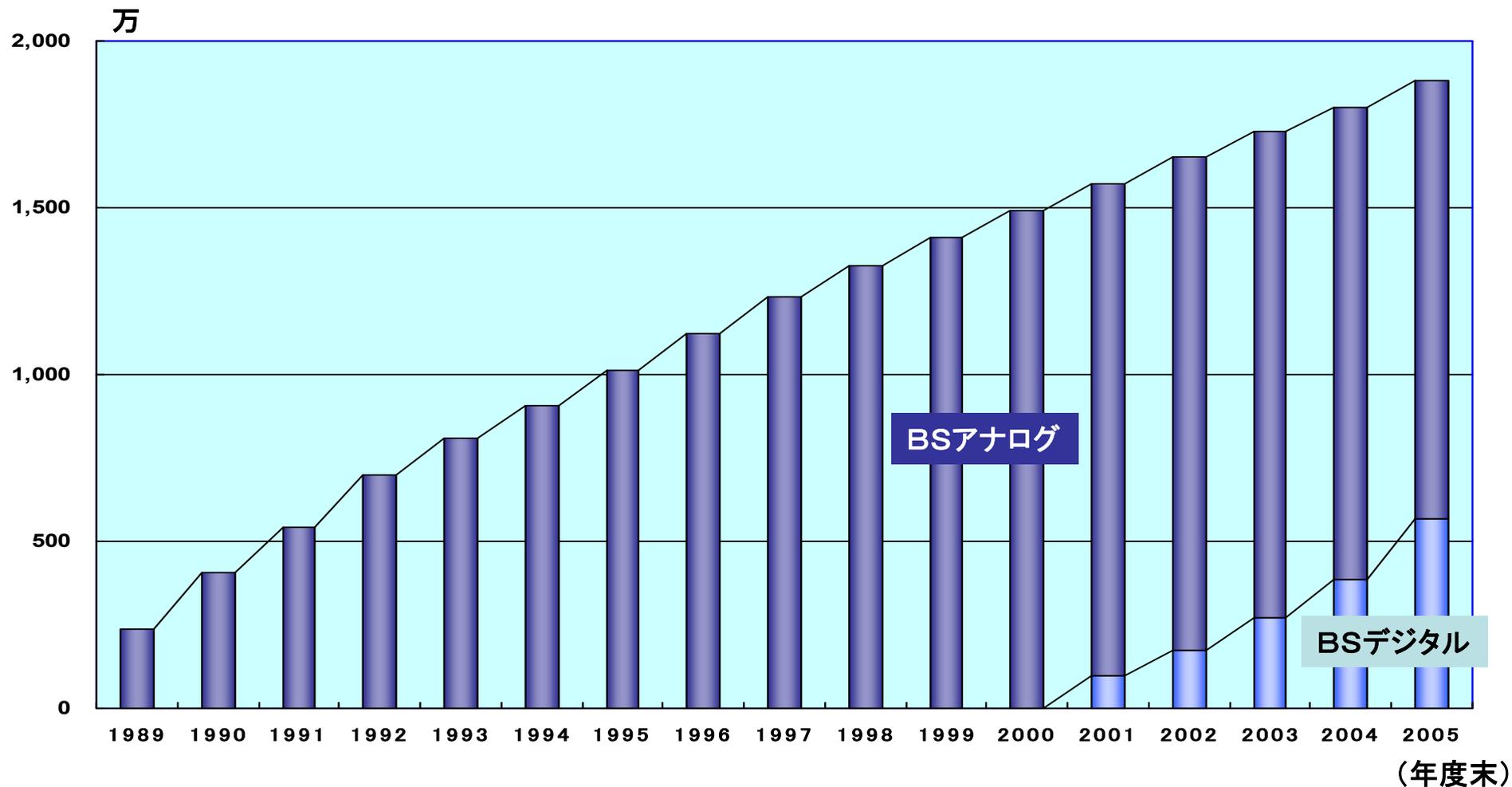
「NHKの衛星放送の保有チャンネル数の在り方に関する研究会」
第2回会合説明資料

NHKの衛星放送の視聴状況について

日本放送協会
平成19年9月25日

衛星放送の普及

平成17年度末での衛星放送受信普及数は1882万件(推計アナログ1316万、デジタル566万)



※「世帯インデックス調査(耐久消費財所有実態調査):(社)中央調査社」結果をもとにNHKが算出した推計値

衛星放送の普及

年月	普及数累計(万) 〈うちデジタル普及数〉	年度増加数 (万)
2005年度末	1,882<566>	82
2004年度末	1,800<385>	73
2003年度末	1,727<271>	76
2002年度末	1,651<172>	77
2001年度末	1,574<99>	82
2000年度末	1,492	82
1999年度末	1,410	83
1998年度末	1,327	96
1997年度末	1,231	107
1996年度末	1,124	110
1995年度末	1,014	107
1994年度末	907	97
1993年度末	810	109
1992年度末	701	158
1991年度末	543	138
1990年度末	405	169
1989年度末	236	-

衛星契約数(万)	達成年月
1,300	2007年 7月
1,200	2004年 3月
1,100	2001年12月
1,000	2000年 2月
900	1998年 7月
800	1996年12月
700	1995年11月
600	1994年 7月
500	1993年 3月
400	1992年 6月
300	1991年 9月
200	1990年12月
100	1990年 2月
-	1989年 8月

NHK衛星放送小史① 衛星放送の幕開け

年（年号）	衛星放送関係	番組関係	普及数
1984年（昭和59年）	1波による試験放送開始		
1986年（昭和61年）	2波による試験放送開始	「ワールドニュース」放送開始	
1987年（昭和62年）	2波による24時間放送開始		
1989年（平成元年）6月 8月 10月 11月	衛星第1、衛星第2本放送開始 毎日、1時間のハイビジョン定時実映放送開始(BS2利用) 衛星受信料新設	（世界初の衛星直接受信による本放送） 米大リーグ生放送／「衛星映画劇場」放送開始 「ベルリンの壁崩壊」長時間ニュース	
1990年（平成2年）8月	WOWOW放送開始	「イラク、クウェート侵攻」長時間ニュース	平成2年3月 累計236万
1991年（平成3年）1月 11月	ハイビジョン試験放送開始 ・(社)ハイビジョン推進協会免許 ・1日8時間うちNHK 4時間	「湾岸戦争」長時間ニュース 全米バスケットボール・リーグ生放送開始	平成3年3月 累計405万
1992年（平成4年）2月 7月		アルペールビル冬季五輪 272時間全競技生放送 バルセロナ五輪S1 で333時間、HVで125時間	平成4年3月 累計543万
1993年（平成5年）3月 4月 10月		「世界・わが心の旅」放送開始 サッカー「Jリーグ」放送開始 定時ニュース「BS55」放送開始	平成5年3月 累計701万

S1:衛星第1 S2:衛星第2 HV:ハイビジョン

NHK衛星放送小史② 1000万普及、ハイビジョン時代到来

1994年（平成6年） 2月 4月 6月 7月 11月	ハイビジョン実用化試験放送開始 ・NHKと民放で時分割免許 ・1日10時間うちNHK6時間	リレハンメル冬季五輪 S1で236時間HVで109時間 ニュース「BS50」放送開始 ワールド杯サッカー・アメリカ大会 スペースシャトルにハイビジョンカメラ搭載	平成6年3月 累計810万
1995年（平成7年） 1月 4月		「阪神淡路大震災」長時間ニュース 米大リーグ・野茂登板全試合生放送	平成7年3月 累計907万
1996年（平成8年） 7月 11月		アトランタ五輪 S1で373時間HVで276時間 「悠久の長江、三峡」4日間生放送	平成8年3月 累計1014万
1997年（平成9年） 10月	衛星第2で字幕放送開始	「1000万人投票BS20世紀日本のうた」	平成9年3月 累計1124万
1998年（平成10年） 2月 6月 10月		長野冬季五輪 S1で301時間HVで274時間 W杯サッカー・フランス大会S1全64試合HV44試合 地域密着長時間生放送「おーい、ニッポン」開始	平成10年3月 累計1231万
1999年（平成11年） 5月 6月	衛星放送開始10周年	「ハイビジョン体感生中継 アメリカ大西部」 シルクロード敦煌から生放送	平成11年3月 累計1327万
2000年（平成12年） 1月 9月 11月 12月	ハイビジョン実用化試験放送終了 BSデジタル放送開始	大河ドラマ「葵 徳川三代」HV放送開始 シドニー五輪 S1で366時間、HVで289時間	平成12年3月 累計1410万

S1:衛星第1 S2:衛星第2 HV:ハイビジョン

NHK衛星放送小史③ 本格デジタル時代へ

2001年（平成13年）1月 3月 4月 9月		双方向番組、「ハイビジョン特集」放送開始 初の5.1chサラウンド放送 米大リーグでイチロー活躍 「米同時多発テロ」長時間ニュース	平成13年3月 累計1492万
2002年（平成14年）2月 5月		ソルトレークシティ冬季五輪 W杯サッカー日韓大会	平成14年3月 累計1574万
2003年（平成15年）2月 3月 4月 11月 12月	地上デジタル放送、東名阪で開始	南極からハイビジョン生放送 「イラク戦争」長時間ニュース 韓国ドラマ「冬のソナタ」放送開始 世界遺産の旅・スペイン 生放送	平成15年3月 累計1651万
2004年（平成16年）3月 5月 8月 11月		「おーい、ニッポン」2巡目 「列島縦断鉄道12000キロの旅」 アテネ五輪（S1で370時間、HVで270時間） 韓国歴史ドラマ「宮廷女官チャングムの誓い」	平成16年3月 累計1727万
2005年（平成17年）1月 春、秋		「あなたとつくる時代の記録」／ 「あの日 昭和20年の記憶」 映画「男はつらいよ」全48作放送	平成17年3月 累計1800万
2006年（平成18年）2月 6月 11月		トリノ冬季五輪 W杯サッカー・ドイツ大会 宇宙ステーションからHV生放送	平成18年3月 累計1882万

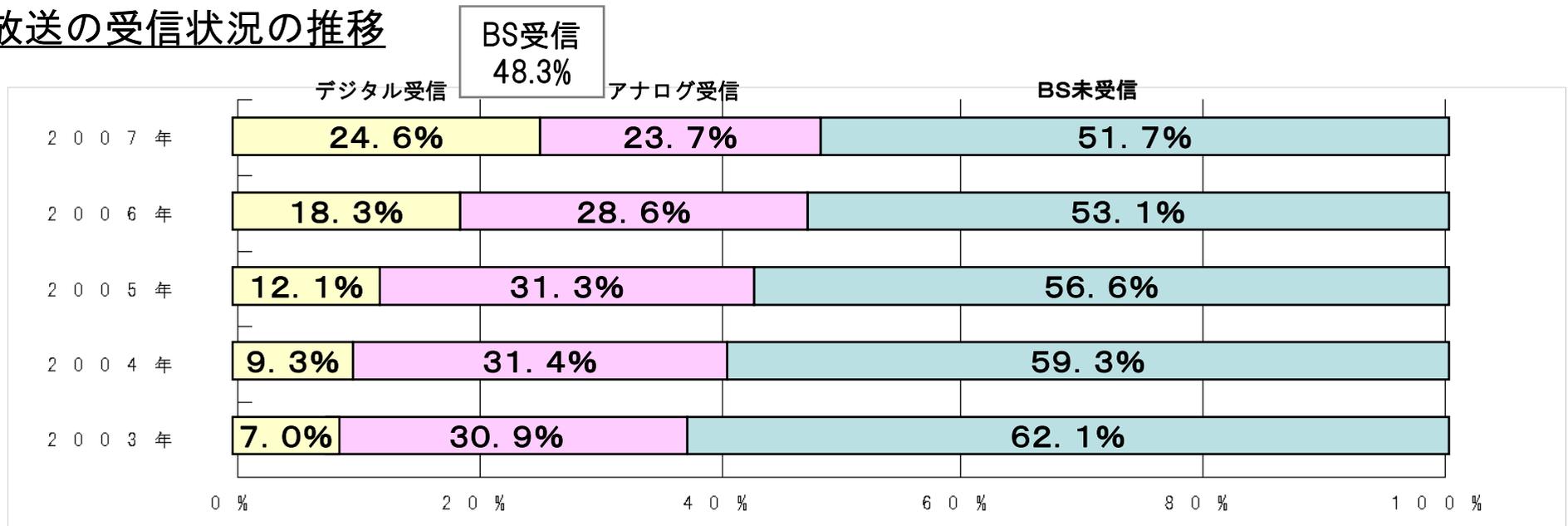
S1:衛星第1 S2:衛星第2 HV:ハイビジョン

BS放送の受信状況

第30回受信実態調査(平成19年7月NHK実施)よ

- BS放送を受信している世帯は 48.3% で、昨年(46.8%)から1.5ポイント増加している。
- BS放送を受信している世帯全体の増加率と比較して、BSデジタル放送を受信している世帯の増加率は大きく、アナログからデジタルへの置き換えが進んでいると考えられる。

BS放送の受信状況の推移



【調査時期】 平成19年7月
【調査対象】 平成19年3月末の放送受信契約世帯(事業所を除く)から無作為2段階抽出した4,500世帯
【調査方法】 事前に調査票を郵送の上、視聴者技術職員等の訪問による面接・宅内調査
【有効標本】 3,034世帯 有効標本率:67.4%

NHKの衛星波の編集方針(平成19年度)

メディア	放送普及基本 計画上の位置づけ	NHKの編集方針	放送時間	主な番組
衛星第1 (BS1)	衛星放送の普及に 資する総合放送	地球の今に ダイレクトアクセス ～内外情報& スポーツ波～	24時間	「BSニュース」(毎正時)「ワールドニュース」「列島 ニュース」「経済最前線」「東京マーケット情報」 大リーグ中継、プロ野球中継、Jリーグ、ゴルフ 「BS世界のドキュメンタリー」「ドキュメントスポーツ大陸」 ◆データ放送は気象情報
衛星第2 (BS2)	難視聴解消を 目的とする放送	娯楽&アーカイブス &難視聴解消波	24時間	「衛星映画劇場」「海外ドラマ」「BS日本のうた」 「フォークの達人」「ふるさと皆様劇場」「おー い!ニッポン」「ふるさと絶対主義」「熱中時間～ 忙中趣味あり～」 地上同時放送:「おはよう日本」「昼のニュース」 「ニュース7」 時差放送:「連続テレビ小説」「大河ドラマ」「その時歴 史が動いた」「トップランナー」「美の壺」、 学校放送 等 ◆データ放送は気象情報
デジタル衛星 ハイビジョン (BSHi)	デジタルハイビ ジョン放送の普及 に資する総合放送	未来への映像遺産 ～文化・芸術波～	21時間	「ハイビジョン特集」「ハイビジョン・ステージ」 「ハイビジョン・クラシック館」 「100年インタビュー」「アイツタインの眼」 「世界遺産 生中継」「こんな行きなにつぽんが」 「関口知宏 中国鉄道大紀行」 連続テレビ小説・大河ドラマ・土曜ドラマ(先行放送)ス ポーツ中継、 ◆データ放送はニュース、スポーツ、経済、番組連動型など

NHK衛星放送の内容

番組のジャンル別分類

(平成19年4月期)

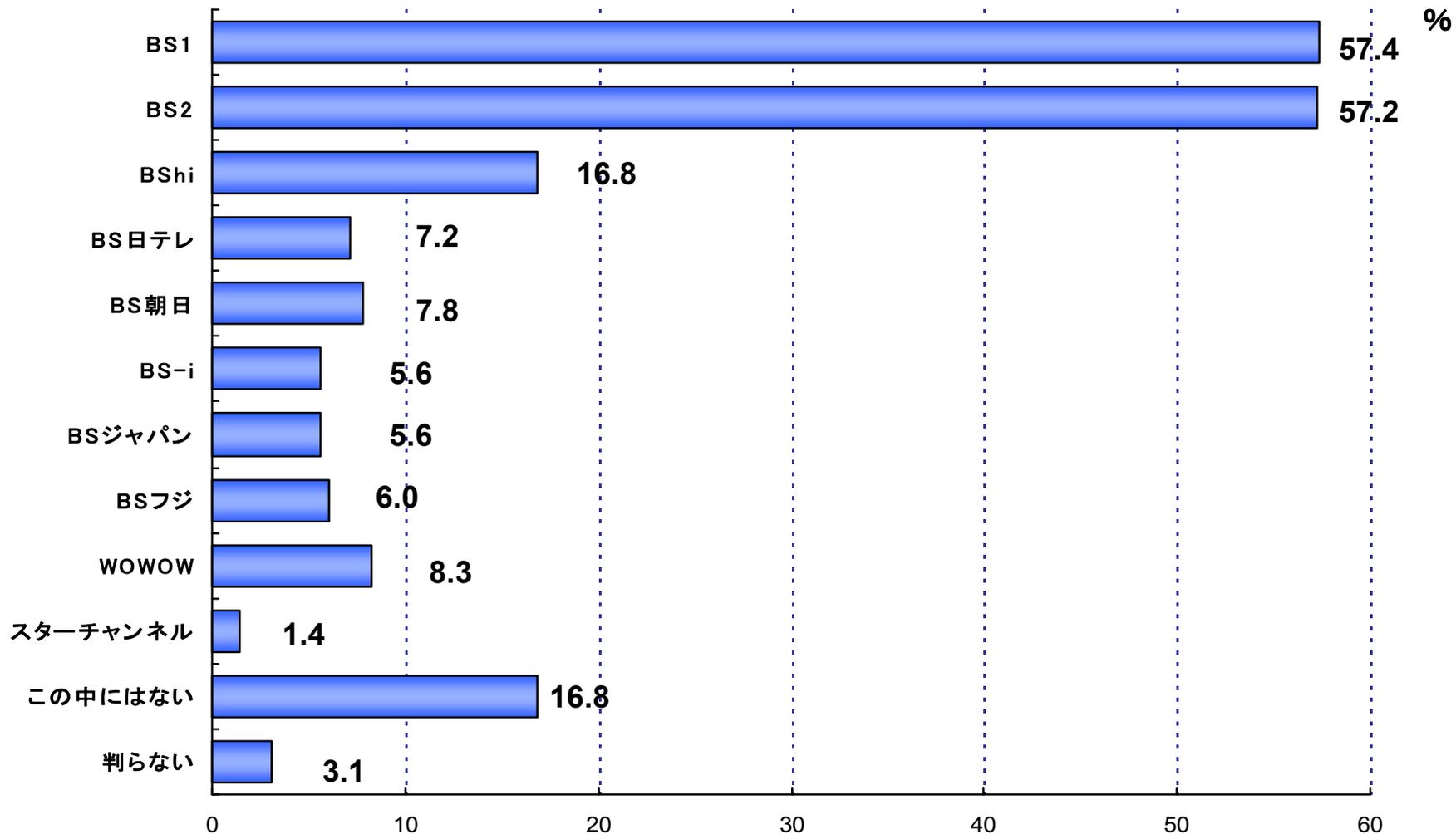
	ニュース/報道		スポーツ	情報番組	ドラマ	音楽	バラエティ	映画	アニメ/特撮	ドキュメンタリー/教養	劇場公演	趣味/教育	ハイビジョン特集	その他	合計
	国内ニュースほか	海外ニュース													
BS1	28.5%	22.8%	34.6%	0.8%	—	—	—	0.2%	—	11.7%	—	0.2%	—	1.2%	100%
主な番組	BSニュース きょうの世界 経済最前線	おはよう世界 ワールドニュース ア-	MLB プロ野球 リーグ 他	地球ゴラ				シネ堂本舗		BSドキュメンタリー BS世界の ドキュメンタリー 他		ABCニュース ショー		ミニ番組 他	
BS2	12.9%	—	6.0%	7.3%	10.5%	11.3%	6.6%	13.8%	3.6%	8.9%	3.8%	12.0%	1.2%	2.3%	100%
主な番組	おはよう日本 NHKニュース 日審論 他		大目撃中継 BSプロボクシング おはよう プロボク 他	ウエズデー J-POP ためしてガッテン 他	連続テレビ小説 犬吠ドラマ 海外ドラマ 他	BS日本のう た フォークの達人 他	Shibuya Deep A BSふるさと 皆藤劇場 他	衛星映画劇場	BS名作 アン劇場 アキガ 他	週刊ガククビュー マガゲンバ 他	BSふぉあい ステージ BSイベントホール シドナト ステージ館 他	素敵に ガーデニングライ BSおかあさん とっしょ 他	おはようの アルコール ハイビジョン 秀作選	ミニ番組 他	
BSHi	0.1%	—	9.1%	0.4%	6.3%	21.6%	5.6%	2.7%	0.4%	17.6%	5.1%	6.5%	19.3%	5.1%	100%
主な番組	地球特派員		MLB プロ野球 他	BS女性 他	犬吠ドラマ ドラマクオン 他	クワック具 ウイークエンド 他	迷宮美術館 人間アップ 他	金曜アニメ 日曜アニメ	衛星アン劇場 他	ハイビジョン ふるさと発 おなじ 屋根の下で 他	ハイビジョンステ ジ BSふぉあい ステージ ほか	熱中時間 にっぽん 釣りの旅 他	月〜木 2000〜 日 1900〜 他	ミニ番組 他	

(注) BS2については難視聴対策として放送している番組も含めて、ジャンル別に編成比率を算定

よく視聴するBS視聴チャンネル

NHK放送文化研究所による世論調査(2006年11月実施)

(N:BS受信者552人)

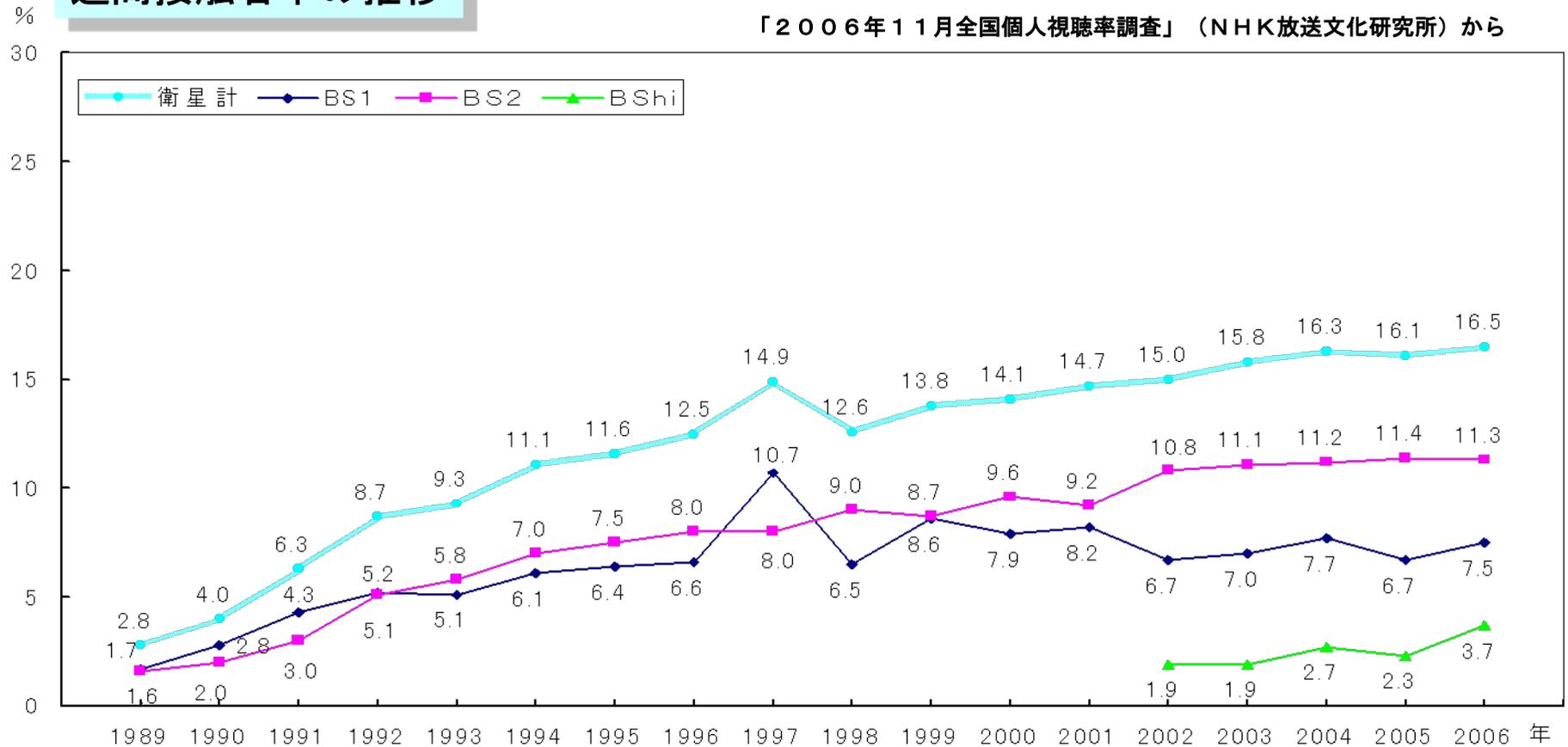


調査時期:2006年11月10日~13日 調査相手:前項20歳以上の男女2,000人 調査方法:個人面接法 有効数 1,377人(68.9%)

衛星放送はどう見られているか

週間接触者率の推移

「2006年11月全国個人視聴率調査」(NHK放送文化研究所)から



* 週間接触者率:放送の視聴実態を客観的にとらえる調査。1週間で各々のチャンネルを5分以上視聴した視聴者の割合

調査日:2006年11月13日~19日
調査相手:全国7歳以上の国民 5400人
調査方法:配付回収法による24時間時刻目盛り日記式
有効数:3,524人(65.3%)

NHKBS放送の魅力

スポーツ中継が多いこと	21%
スポーツやライブ、ステージの多くをノーカットで最後まで放送していること	21%
映画を多く放送していること	21%
海外のニュースや番組を多く放送していること	15%
なつかしのドラマや貴重な映像資料など過去の名作番組を放送していること	14%
地上放送では取り上げられることの少ない趣味やスポーツの番組を放送していること	9%
さまざまなジャンルの長時間スペシャル番組を放送していること	9%
音楽番組などを高音質で放送していること	7%
番組によっては、NHK総合テレビと異なる時間帯で放送している番組があること	7%
番組によっては、NHK総合テレビより早く見られる番組があること	7%

「衛星放送に関する世論調査2007」(NHK放送文化研究所)から

<調査概要>

調査期間:2007年3月9日(金)~12日(月)

調査方法:個人面接法

調査対象:全国20歳以上の男女2000人(層化2段階無作為抽出法)

◆調査有効数(率):1315人(65.8%)

ふだん見ているNHKBSの番組ジャンル

海外のスポーツ中継	13%
日本のニュース	12%
日本のスポーツ中継	12%
海外のニュース	10%
海外の映画	9%
海外のドキュメンタリー	8%
日本の映画	8%
海外のドラマ	7%
自然・動物番組	7%
日本のドラマ	7%
日本の歌番組・コンサート	6%

「衛星放送に関する世論調査2007」(NHK放送文化研究所)から

<調査概要>

調査期間:2007年3月9日(金)~12日(月)

調査方法:個人面接法

調査対象:全国20歳以上の男女2000人(層化2段階無作為抽出法)

調査有効数(率):1315人(65.8%)

外部プロダクションとのパートナーシップ

- ・ NHKの衛星放送はNHK本体での制作は3割弱
- ・ 7割のコンテンツは、制作プロダクションに委託または海外の番組を購入するなど、外部から調達
- ・ NHK衛星放送の外部プロダクション番組は、これまで数多くの賞を受賞

平成18年度委託・購入番組編成比率(実績値)

	本体制作	子会社委託	外プロ制作	購入
総合・教育平均	57%	39%	1%	3%
衛星3波平均	28%	45%	6%	21%

外部プロダクションとのパートナーシップ

最近の受賞作品から

NHK衛星放送で放送した外部プロダクション制作番組は、これまで数多くの賞を受賞

第44回ギャラクシー賞テレビ部門(2007年)

優秀賞「民衆が語る中国 激動の時代～文化大革命を乗り越えて～」

第23回ATP賞受賞作品(2006年)

* ATP賞は、プロダクションが制作した番組のコンクール

◆ドキュメンタリー部門

最優秀賞「証言でつづる現代史～ダッカ・ハイジャック事件～」

優秀賞「ハイビジョン特集 生き抜く 小野田寛郎」

優秀賞「ハイビジョン特集 カウラの大脱走」

優秀賞「ハイビジョン特集 ヒロシマ・戦禍の恋文」

優秀賞「ハイビジョン特集 ベンガルトラ マッチェリ母子の物語」

優秀賞「満蒙開拓団～ある家族の奇跡～」

(ドキュメンタリー部門では受賞10作品中6作品がNHKBSで放送)

◆情報・バラエティ部門

総務大臣賞 最優秀賞「あの夏 60年目の恋文」

優秀賞「列島縦断 鉄道乗りつくしの旅 JR20,000Km全線走破」

NHKの衛星放送の経費について

日本放送協会
平成19年10月16日

CONTENTS

1. 衛星収支のトレンド
2. 衛星付加受信料の考え方
3. 経費構造の分析
 - 3-A. チャンネル別経費の試算
 - 3-B. 番組編成シミュレーションによる試算

1. 衛星収支のトレンド

1. 衛星収支のトレンド

(単位 億円)

年度 区分	元年度 (1989)	2年度 (1990)	3年度 (1991)	4年度 (1992)	5年度 (1993)	6年度 (1994)	7年度 (1995)	8年度 (1996)	9年度 (1997)	10年度 (1998)	11年度 (1999)	12年度 (2000)	13年度 (2001)	14年度 (2002)	15年度 (2003)	16年度 (2004)	17年度 (2005)	18年度 (2006)	19年度 (予算)
事業収入	71	189	320	460	559	638	707	800	884	953	1,013	1,066	1,119	1,160	1,197	1,224	1,193	1,233	1,256
事業支出	292	328	380	406	471	543	656	730	843	895	964	1,051	1,239	1,253	1,207	1,219	1,182	1,213	1,222
事業収支 差金	▲221	▲139	▲60	54	88	94	51	69	41	57	49	15	▲119	▲92	▲10	5	10	20	34
収支過不足 累計	▲221	▲360	▲420	▲366	▲278	▲183	▲131	▲61	▲20	36	86	101	▲17	▲110	▲121	▲116	▲105	▲84	(▲50)

○平成元年度衛星2チャンネルによる本放送開始

平成元年度から6年間を見通し、衛星放送実施のため、直接必要となる経費と普及見込みをもとに衛星付加受信料を設定

○平成12年12月からBS hi 本放送開始、衛星3チャンネル体制へ

ハイビジョン経費について、衛星放送の一環として12年度予算(平成12年12月～)から衛星放送に係る経費として計上
衛星付加受信料の金額は据え置き(月額945円)

○収支過不足の累計は▲84億円(平成18年度末)

2. 衛星付加受信料の考え方

2. 衛星付加受信料の考え方

①料額の算出-1

受信料は、「NHKの維持運営のための特殊な負担金」とされており、特定のサービスに対応した対価的な料金体系ではない。料額については、NHKの事業運営に必要な総経費と総収入が見合うように「総括原価方式」を基本に算定している。

衛星付加受信料は、衛星放送の受信という受益の状況に着目し、受信料負担の公平の見地から、基本受信料に付加し、衛星放送の受信者に負担を求めており、衛星放送の実施にあたって直接必要となる経費を負担することを基本としている。

衛星付加受信料の設定は、経済条件、メディア環境等のある程度予測し、新メディアの発展性を見極めるため、平成元年度から6年間を見通し、この期間の衛星放送実施のため、直接必要となる経費と普及見込みをもとに受信者1件あたりの月額を設定した。

〔平成元年度収支予算、事業計画及び資金計画に付する郵政大臣意見〕

「衛星料金を含む受信料の設定等の受信料体系の変更は、衛星放送に要する経費の負担の在り方等の観点から妥当なものとする。」

2. 衛星付加受信料の考え方

①料額の算出-2

〔平成元年度から6年間の当初計画〕

(単位 億円)

年度 区分	元年度 (1989)	2年度 (1990)	3年度 (1991)	4年度 (1992)	5年度 (1993)	6年度 (1994)	累 計
事業収入	60	204	336	470	593	721	2,384
事業支出	258	307	391	447	477	537	2,417
事業収支差金	▲ 198	▲ 103	▲ 55	23	116	184	▲ 33

年度末契約数 (万件)	138	248	396	513	639	765	—
----------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	---

2. 衛星付加受信料の考え方

②料額設定時

【料金設定時】

衛星収支で負担

衛星放送にのみ直接係る経費

(衛星番組制作費、放送衛星運用費、衛星契約締結に係る営業経費 等)

共通に係る経費

(報道取材関係経費、番組制作設備維持経費、受信料収納関係経費 等)

地上放送にのみ直接係る経費

(地上番組制作費、送信設備運用費、地上契約締結に係る営業経費 等)

公共放送としてのNHKを支える基盤的な経費

(経営管理部門の人件費や経営委員会・理事会等の法人費、調査研究費等のいわゆる本社経費)

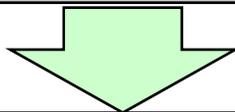
2. 衛星付加受信料の考え方 ③見直し

〔衛星放送に係る経費区分の見直し(平成7～10年度)〕

衛星の普及に伴い、放送内容の充実を図り、毎時ニュースなど、衛星放送独自の、ニュース、番組の制作を開始したことなどから、平成7年度より経費区分の見直しを実施(報道取材関係経費、放送会館等施設運用費など配賦)

※ 参考資料(P11～)あり

○ 衛星放送の番組編成は、平成元年の放送スタート時は購入番組中心であったため、直接経費となる番組制作費などを中心として構成。



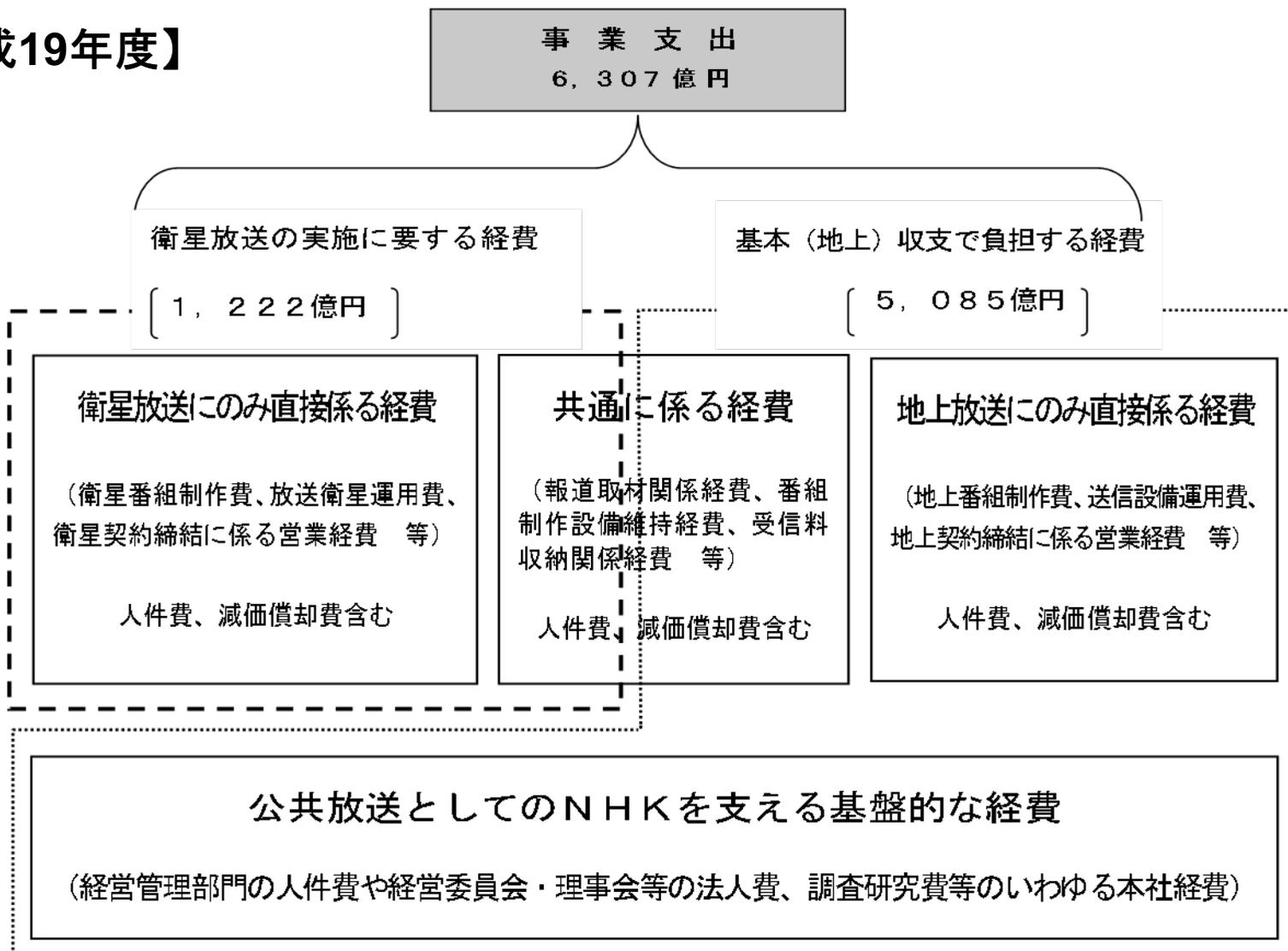
○ 毎時ニュースなど、衛星放送独自のニュース、番組の制作が増加したため、内部制作番組の比率が増加。

〔平成10年度NHK業務報告書に付する郵政大臣意見〕

「衛星放送に係る収支の明確化については、平成7年度から基本収支との分計作業を進め、10年度で完了した。」

2. 衛星付加受信料の考え方 ④負担する経費

【平成19年度】



參考資料

5	ワールドニュース・ヨーロッパ ワールドニュース・アメリカ	オーディオ グラフィック	5
6			6
7	ワールドニュース・アメリカ	ワールド ニュース ウィークリー ・ウィークリー アジア ・世界のテレビ ・ウィークエンド ヨーロッパ ・ウィークエンド ニューヨーク	7
8			8
9	ワールドニュース・ヨーロッパ ワールドニュース・アメリカ マクニール・レラー ニュースアワー		9
10			10
11	東京マーケット情報		11
11			オーディオ グラフィック
5	ワールドニュース・ヨーロッパ ワールドニュース・アメリカ	オーディオ グラフィック	5
6			6
7	ワールドニュース・アメリカ	ワールド ニュース ウィークリー ・ウィークリー アジア ・世界のテレビ ・ウィークエンド ヨーロッパ ・ウィークエンド ニューヨーク	7
8			8
9	ワールドニュース・ヨーロッパ ワールドニュース・アメリカ マクニール・レラー ニュースアワー		9
10			10
11	東京マーケット情報		11
11			オーディオ グラフィック

5	ワールドニュース 東京マーケット情報 '89		5	
6			6	
7	ワールドニュース・サマリー	ワールド ニュース ウィークリー ・ウィークエンド ヨーロッパ ウィークリー アジア ・世界のテレビ ・ワールド ニュース ドキュメント	7	
8			8	
9	スポーツアワー		9	
10			10	
11	ワールドニュース・トゥデー		スポーツアワー	11
11				11
5	ワールドニュース 東京マーケット情報 '89		5	
6			6	
7	ワールドニュース・サマリー	ワールド ニュース ウィークリー ・ウィークエンド ヨーロッパ ウィークリー アジア ・世界のテレビ ・ワールド ニュース ドキュメント	7	
8			8	
9	スポーツアワー		9	
10			10	
11	ワールドニュース・トゥデー		スポーツアワー	11
11				11

10	アメリカ・インサイド情報	ASIA NOW	産物列島'95	10
	エンジョイライフ	China Now		
BS ニュース 50				
11	ドイツ・ZDFニュース フランス・F2ニュース	週刊ワールド ニュース	プロサッカー Jリーグ	11
	欧米経済情報	ダイジェスト	ヨーロッパ経済 ワイークリー	
BS ニュース 50				
0	アメリカ・CNNニュース	世界の天気	ニューヨークズ	0
	エンジョイライフ	わくわく アウトドア ライフ	西洋アンティ ーク鑑定会	
BS ニュース 50				
1	D.プリンク リーとともに	列島スペシャル (月1回)列島 縦断スペシャル	BSサンデー ・スポーツ	1
	マクニール・レーラー ニュースアワー			
BS ニュース 50				
2	エンジョイライフ	レッツエンジョイ S ニュース アルウィン の楽しい風景 S ニュース	BSサンデー ・スポーツ	2
	ワールドリポート	B S		
BS ニュース 50				
3	東京マーケット情報	フォーラム	BSサンデー ・スポーツ	3
	ワールドリポート	B S		
BS ニュース 50				
4	日本列島ふるさと発	ワールド マガジン	BSサンデー ・スポーツ	4
	ワールドリポート	B S		
BS ニュース 50				
10	アメリカ・インサイド情報	ASIA NOW	産物列島'95	10
	エンジョイライフ	China Now		
BS ニュース 50				
11	ドイツ・ZDFニュース フランス・F2ニュース	週刊ワールド ニュース	プロサッカー Jリーグ	11
	欧米経済情報	ダイジェスト	ヨーロッパ経済 ワイークリー	
BS ニュース 50				
0	アメリカ・CNNニュース	世界の天気	ニューヨークズ	0
	エンジョイライフ	わくわく アウトドア ライフ	西洋アンティ ーク鑑定会	
BS ニュース 50				
1	D.プリンク リーとともに	列島スペシャル (月1回)列島 縦断スペシャル	BSサンデー ・スポーツ	1
	マクニール・レーラー ニュースアワー			
BS ニュース 50				
2	エンジョイライフ	レッツエンジョイ S ニュース アルウィン の楽しい風景 S ニュース	BSサンデー ・スポーツ	2
	ワールドリポート	B S		
BS ニュース 50				
3	東京マーケット情報	フォーラム	BSサンデー ・スポーツ	3
	ワールドリポート	B S		
BS ニュース 50				
4	日本列島ふるさと発	ワールド マガジン	BSサンデー ・スポーツ	4
	ワールドリポート	B S		
BS ニュース 50				

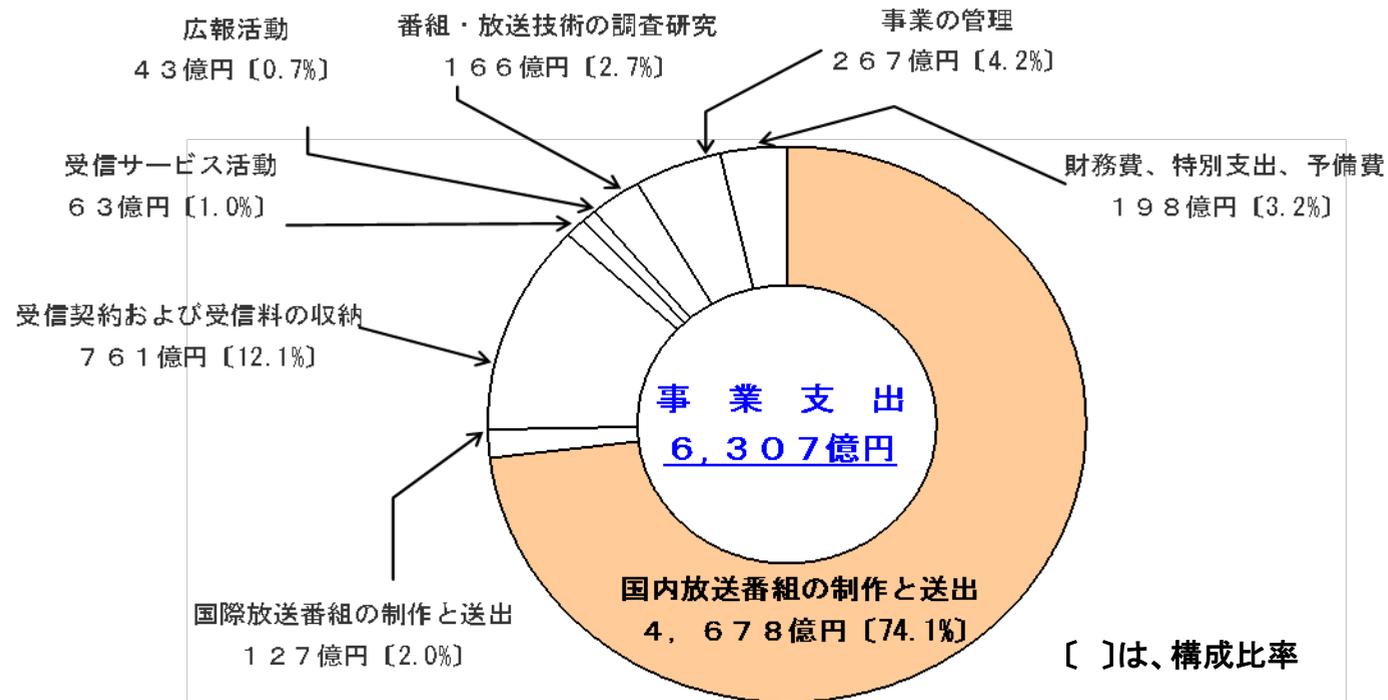
10	BS ニュースワイド 21:50			10
	ハリウッド・エアロピクス			
11	アジア WHO'S WHO	産物列島'95	ニューヨークズ アートライブ	11
	わくわく アウトドアライブ		スポーツデー フライデー	
ニュースにみる世界の日本				
Today's Japan				
0	アジアニュース			0
	Today's Japan			
世界の天気				
1	アジア ニュース			1
	スーパースタジアム			
世界の天気				
2	BS フォーラム			2
	BSサンデー ・スポーツ			
世界の天気				
3	D.プリンク リーとともに	マクニール・レーラー ニュースアワー	BSサンデー ・スポーツ	3
	ニュースにみる世界の日本			
世界の天気				
4	アメリカ・CNNニュース			4
	ドイツ・ZDFニュース			
世界の天気				
10	BS ニュースワイド 21:50			10
	ハリウッド・エアロピクス			
11	アジア WHO'S WHO	産物列島'95	ニューヨークズ アートライブ	11
	わくわく アウトドアライブ		スポーツデー フライデー	
ニュースにみる世界の日本				
Today's Japan				
0	アジアニュース			0
	Today's Japan			
世界の天気				
1	アジア ニュース			1
	スーパースタジアム			
世界の天気				
2	BS フォーラム			2
	BSサンデー ・スポーツ			
世界の天気				
3	D.プリンク リーとともに	マクニール・レーラー ニュースアワー	BSサンデー ・スポーツ	3
	ニュースにみる世界の日本			
世界の天気				
4	アメリカ・CNNニュース			4
	ドイツ・ZDFニュース			
世界の天気				

3. 経費構造の分析

3. 経費構造の分析 トータルコストによる業務別予算

いわゆるヒト・モノ・カネの総額、「トータルコスト」で業務別支出を把握

番組制作等、各業務別の物件費に、人件費と減価償却費を要員・施設に応じて配分



(19年度業務別予算)

3. 経費構造の分析

「放送普及基本計画」(総務省告示)では、平成23年以降のデジタル衛星放送については、2番組を超えないことを前提として見直すこととしている。

このことからNHKの保有チャンネル数の在り方についての検討が必要であるため、以下の2通りの方法で経費構造の分析を行った。

A チャンネル別経費の試算

- ◆ 平成19年度の保有チャンネル数と番組編成を前提
- ◆ 会計的手法(配賦計算等)をもって試算

- ・ 事業支出の約4分の3を占める「国内放送番組の制作と送出」にかかる経費(人件費や減価償却費を含めたトータルコスト)を振り分け。
- ・ 直接個別のチャンネルに振り分けられる経費はそのチャンネルの経費とするほか、チャンネル別に直接振り分けられない経費であっても、区分できるものはできる限り配賦計算を行って各チャンネル別に区分。

B 番組編成シミュレーションによる試算

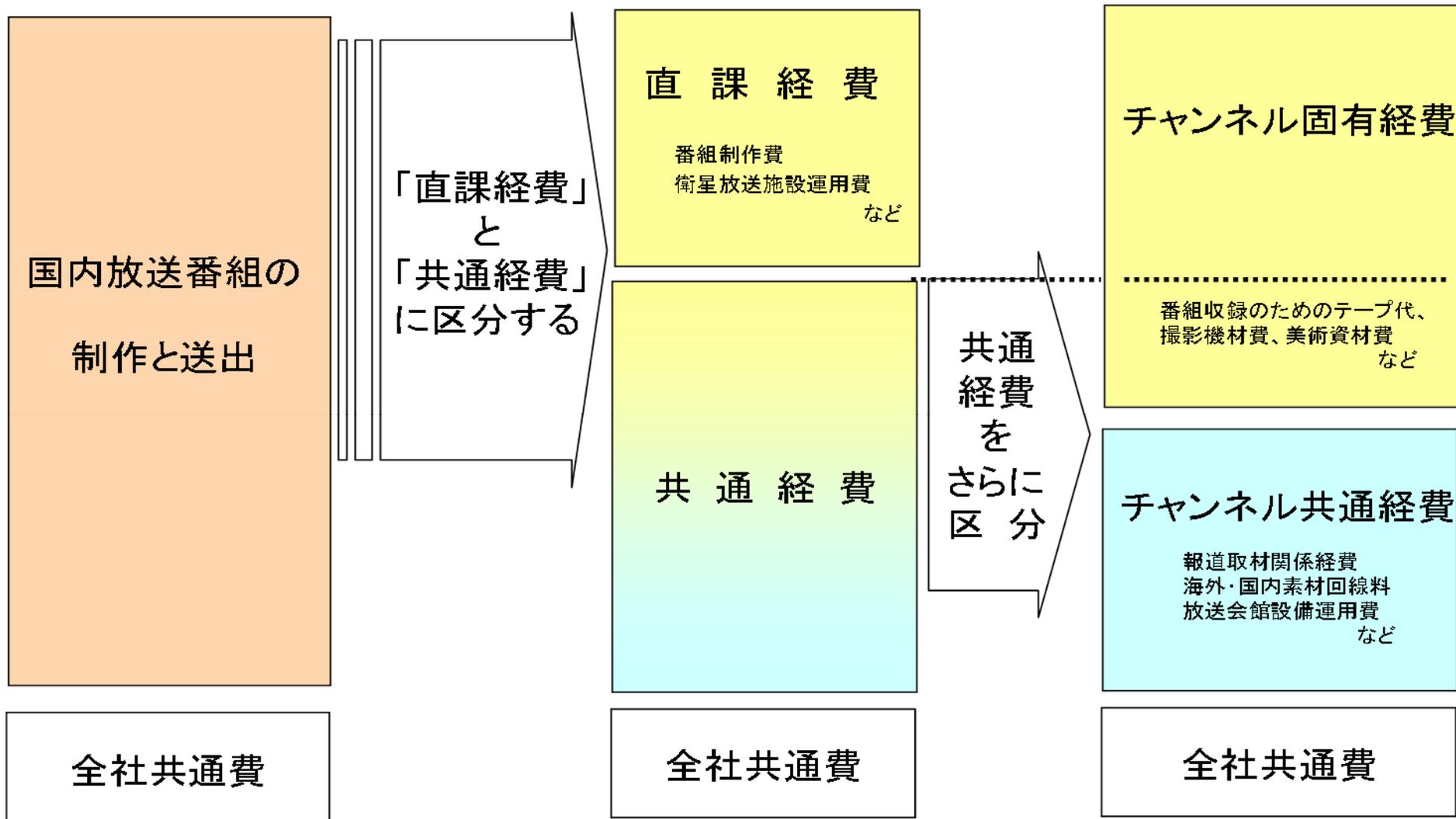
- ◆ 1波削減及び2波削減の類型を整理
- ◆ 視聴者の意向をもとに新チャンネルの番組編成をシミュレーション
- ◆ 上記シミュレーションをもとに減少する経費を試算

※いずれもトータルコスト(番組直接費などの物件費に人件費、減価償却費を含めた、いわゆるヒト・モノ・カネの総額)で試算

3-A. チャンネル別経費の試算

3-A. チャンネル別経費の試算

①算出方法



3-A. チャンネル別経費の試算

②経費の分類

〔チャンネル固有経費の配賦の考え方〕

番組収録のためのテープ代、撮影機材費、美術資材費など、番組量により比例してかかる経費については番組直接費の比率など、配賦比率を用いて各チャンネルに配賦。

〔チャンネル共通経費の考え方〕

報道の取材網や送信のインフラ部分等、個々のチャンネルに配賦することにはなじまないもの。

- ◆ 報道取材関係経費
- ◆ 海外・国内素材回線料
- ◆ 放送会館等設備運用費などの設備経費
- ◆ 報道取材や番組編成等を行う管理要員の人件費
- ◆ 設備にかかわる減価償却費 など

〔全社共通費の考え方〕

全社共通費は、NHKの事業を行うにあたって基盤となるもの。

個々のチャンネルが削減されたとしてもNHK全体の運営のために係る経費のため、基本的に減少しない経費。

- ◆ いわゆる一般管理費に該当するもの
(受信料の収納や契約のために必要な契約収納費なども含まれる)
- ◆ 国際放送を実施するための経費
- ◆ 「放送及びその受信の進歩発達に必要な調査研究を行う」ための調査研究費 など

3-A. チャンネル固有経費の配賦の考え方 (参考)

「共通費」を「チャンネル固有経費」に割り振るときの考え方

1 共通費のうち、配賦が可能と考えられるものについては、各チャンネルの番組直接費の比率を用いるなど費目の性質に応じた比率を用いている。

〔具体例〕

① 番組直接費の比率で配賦するもの

- ・テープ代、撮影機材代、美術資材費など番組に係る経費
- ・番組制作にかかる通信費、映像資料などの資料費
- ・外部リソース(スタジオなど)の借り上げのための経費
- ・番組周知のための番組利用促進費、番組モニター費 など

② 放送波数の比率で配賦するもの

- ・放送衛星(BSAT-3)のトランスポンダー(中継器)利用料(BS1とBS2に共通してかかるもの)
- ・番組技術システム費、渋谷の放送センターから送信施設までの回線料など

③ 放送衛星の送信スロットの比率で配賦するもの

- ・放送衛星(BSAT-2)のトランスポンダー(中継器)利用料、アップリンク費用

2 比率の具体例

① 番組直接費の比率

全チャンネルの総番組直接費(自主制作分のみ)のうち、各チャンネルの番組直接費が占める割合。

〔地上放送〕 64.0%

チャンネル	総合	教育	ラジオ第一	ラジオ第二	FM
比率	80.0%	15.3%	2.7%	0.7%	1.3%

〔衛星放送〕 36.0%

チャンネル	BS1	BS2	BShi
比率	42.3%	34.4%	23.3%

※事項別にその経費が該当するチャンネル分で按分比率を算出しなおして使用。

② 放送波数の比率

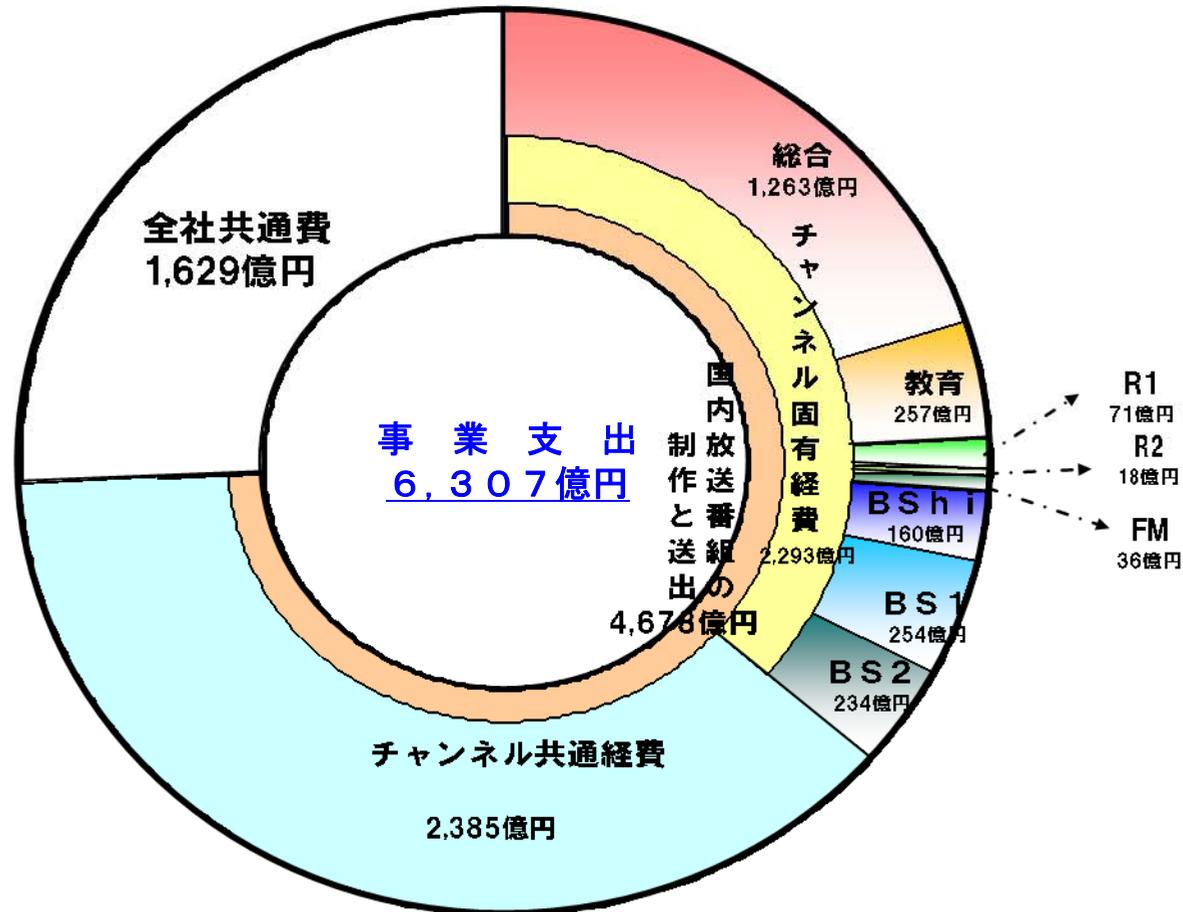
該当チャンネル波数分の1 (例)全チャンネルで経費を按分する場合…1/8

③ 放送衛星の送信スロットの比率

スロットの比率(6:8:22)。(なお、平成19年12月から各チャンネルのスロット数に変更になる予定。)

3-A. チャンネル別経費の試算

③19年度予算における全体像



3-A. チャンネル別経費の試算

④衛星放送の固有経費

(単位 億円)

BS 1		BS 2		BSハイビジョン	
チャンネル固有経費	254	チャンネル固有経費	234	チャンネル固有経費	160
(うち 番組制作費)	[218]	(うち 番組制作費)	[194]	(うち 番組制作費)	[125]

[チャンネル削減により減少する経費の考え方]

現行のチャンネルを、そのまま単純に削減することを想定した場合、チャンネル固有経費分の金額が経費から減少することになる。

しかし、チャンネル削減と同時に、全額がすぐに減少するわけではない。

チャンネル固有経費に含まれる番組制作費については、チャンネル削減により減少するが、人件費や減価償却費については、数年かかると考えられる。

3-A. チャンネル別経費の試算 (参考)

〔番組制作費について〕

放送される番組の特性により、費用は大きく変わる。たとえば、ドラマ番組や音楽・芸能番組等は、美術費や出演料などに多くの費用がかかり、自然・紀行番組等では取材地や取材期間などにより費用は、大きく変化する。

また、自社制作、購入などの調達方法によっても、費用に差が出る。一般的には、購入したほうが、費用はかからない。

〔各チャンネル経費の特徴について〕

BS1: ニュースの割合が放送時間の5割以上を占めている。ニュース取材については地上波のニュースとあわせて行っているため、その費用は、チャンネル共通経費として分類している。また、スポーツ、ドキュメンタリーなどは、海外のプロダクションなどから購入するものが多い。

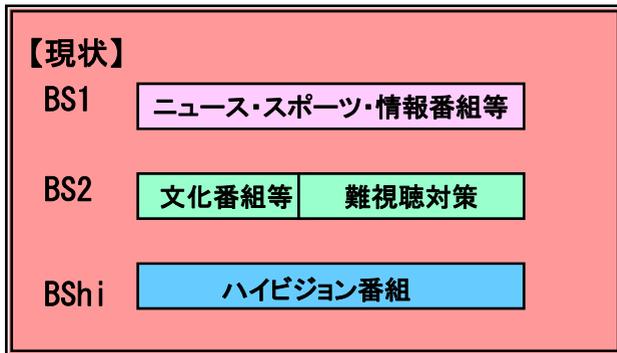
BS2: 難視聴対策番組を60%放送しているが、基本的に経費はかからない。それ以外の番組では、定時番組として、音楽・芸能番組が多く、「BS日本のうた」など地上波の番組を超える制作費の番組も多い。また、大規模な中継を伴う長時間の特集番組が多い。(例)「BS日本のうた」制作費(トータルコスト)33.2百万円

BShi: 主に、ハイビジョン特集などのドキュメンタリーや双方向番組等を制作している。BSデジタルの普及状況から、多額の制作費をかけることは限定的にならざるをえないが、高品質な番組を制作して繰り返し放送するなど、経費にメリハリをつけている。また、地上放送や衛星第2テレビの番組も放送しており、制作費がかかる新作番組は全体の3~4割程度となっている。

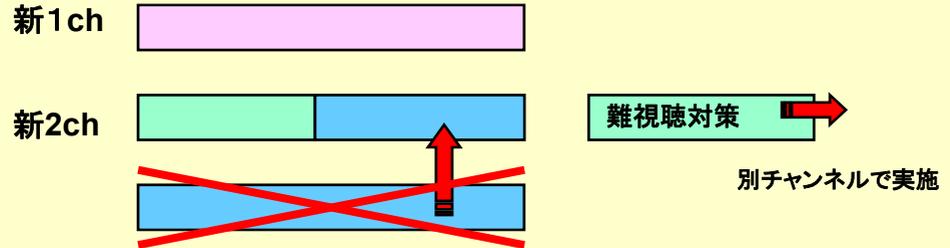
3-B. 番組編成シミュレーションによる試算

3-B. 番組編成シミュレーションによる試算

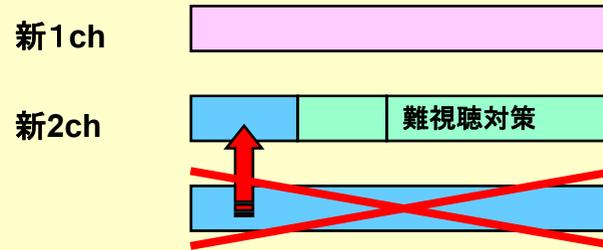
① 類型整理



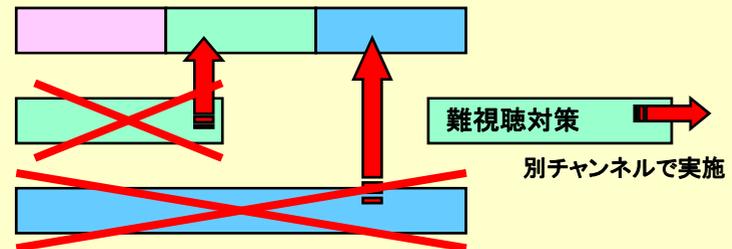
【類型1】 現行BS1と同じ内容のチャンネルと現行のBS2とBShiから抜粋されたチャンネルの2波体制。難視聴対策については別チャンネルで実施。



【類型2】 現行BS1と同じ内容のチャンネルと、現行のBS2とBShiからの抜粋および難視聴対策のチャンネルの2波体制



【類型3】 難視聴対策を除く現行3波から混合編成される1波体制。難視聴対策については、別チャンネルで実施。



3-B. 番組編成シミュレーションによる試算 ②条件

◆〔シミュレーションの条件〕

世論調査、個人視聴率調査などから得られた衛星放送に対する視聴者ニーズをもとに、特に視聴者の要望の強い分野の番組を、可能な限り放送することを前提とした。

(参考)衛星放送に関する世論調査2007〔放送文化研究所〕

ふだん見ているNHKBSの番組ジャンル

海外のスポーツ中継	13%
日本のニュース	12%
日本のスポーツ中継	12%
海外のニュース	10%
海外の映画	9%
海外のドキュメンタリー	8%
日本の映画	8%
海外のドラマ	7%
自然・動物番組	7%
日本のドラマ	7%
日本の歌番組・コンサート	6%

NHKBS放送の魅力

スポーツ中継が多いこと	21%
スポーツやライブ、ステージの多くをノーカットで最後まで放送していること	21%
映画を多く放送していること	21%
海外のニュースや番組を多く放送していること	15%
なつかしのドラマや貴重な映像資料など過去の名作番組を放送していること	14%
地上放送では取り上げられることの少ない趣味やスポーツの番組を放送していること	9%
さまざまなジャンルの長時間スペシャル番組を放送していること	9%
音楽番組などを高音質で放送していること	7%
番組によっては、NHK総合テレビと異なる時間帯で放送している番組があること	7%
番組によっては、NHK総合テレビより早く見られる番組があること	7%

3-B. 番組編成シミュレーションによる試算③試算結果-1

1波削減の場合(2波体制)

【類型1】

シミュレーションの概要	減少可能な経費	放送時間	
新第1チャンネル 現行BS1と同じ内容 新第2チャンネル 現行のBS hi とBS2から抜粋 難視聴対策は別チャンネルで実施	▲5.4億円	文化・芸能	▲34%
		HV特集	▲21%
		ニュース	▲20%
		映画	▲6%
		スポーツ	▲6%
算出の基本的な考え方			
○ 番組制作費は編成案をもとに放送しない番組の単価に本数を乗じた金額を算出。 ○ 購入番組・委託番組が減となるため、人件費・減価償却費の効果はないものと想定。			

【類型2】

シミュレーションの概要	減少可能な経費	放送時間	
新第1チャンネル 現行BS1と同じ内容 新第2チャンネル 現行のBS hi とBS2から抜粋 および難視聴対策60%	▲43.6億円	文化・芸能	▲50%
		映画	▲47%
		HV特集	▲47%
		ニュース	▲20%
		スポーツ	▲6%
算出の基本的な考え方			
○ 番組制作費は編成案をもとに放送しない番組の単価に本数を乗じた金額を算出。 ○ 購入番組・委託番組が減となるため、人件費・減価償却費の効果はないものと想定。			

3-B. 番組編成シミュレーションによる試算③試算結果-2

2波削減の場合(1波体制)

【類型3】

シミュレーションの概要	減少可能な経費 (うち番組制作費)	
難視聴対策除く現行3波 ・ ニュース・スポーツ、文化・芸能など、それぞれの分野の番組を減じて編成	▲269.8億円 [▲230.4億円]	
算出の基本的な考え方	放送時間	
○ 番組制作費は編成案をもとに放送しない番組の単価に本数を乗じた金額を算出。番組資材費など番組制作に伴い必要となる経費(番組間接費)は、想定が困難なことから、一定金額を減少する経費として加算 ○ 人件費はチャンネル別経費で算出した衛星3波の人件費の合計額に、物件費(番組直接費や報道取材関係経費など、人件費や減価償却費を除く経費)の比率を乗じて算出 ○ 減価償却費は直接施設等が不要になるものがないため、影響はないものと想定	HV特集	▲82%
	文化・芸能	▲64%
	スポーツ	▲62%
	映画	▲55%
	ニュース	▲44%

※ 「番組制作費」については、削減によりすぐに減少する経費である。
 一方、衛星チャンネル固有の人件費や減価償却費など短期的な減少は不可能だが、中期的には減少可能と見込んでいる。

コンテンツ流通・番組制作関係者提出資料

NHK—BS波の在り方について

—製作会社からの提言—

ATP(全日本テレビ番組製作社連盟)

副理事長 寺島 高幸

製作会社の概況

- 日本全国の製作会社・・・推定500社、主要300社(？)
- ATP加盟社・・・114社(2008.1現在)1社平均70人、総計8000人
- 放送の主要な担い手・・・全国の製作者が放送(NHK+民放)の80%をカバー
- 多様性の担保・・・放送に志を持ち、制作と経営に腐心する製作者集団が多様なコンテンツの日々の供給に貢献
- 最優先課題・・・コンテンツ立国を支える制作条件の抜本的な基盤整備
- 危機・・・バブル崩壊以降、デジタル化投資等を理由にした制作費の切り下げで経営環境が逼迫、防衛策で労働条件が悪化し、若手の離職から人材不足、放送制作現場の崩壊の兆しも見える

- 前提条件・・・放送事業の在り方、コンテンツ大国への道を探るにしても、制作現場の整備・活性化を考えずに進められることはない
NHK－BS波再編もそうした危機意識からの検討が必要

NHKと民放

- 民放・・・公衆的受容度＋好感度（視聴率の重視）
- NHK・・・公共的メッセージ（視聴質の重視）
- 民放・・・ドラマ・バラエティ中心
- NHK・・・上記以外にニュース・ドキュメンタリー・教養番組など
- * 以上の性格の違いからNHKでは・・・
- 数多くの製作会社が参加しているが、特にドキュメンタリーや教養番組を得意とする集団が多く参加

- 番組に多様性が認められる結果、若手制作者登用のチャンスが多い
金本麻理子(35)「ハイビジョン特集・マニラ市街戦」で芸術選奨新人賞
熊坂 出(32)映画『パーク&ラブホテル』でベルリン国際映画祭最優秀新人賞
熊坂 D もハイビジョン「私が子供だった頃シリーズ」で放送デビュー

地上波とBS波

- 民放BS波・・・視聴率圧力が弱い→制作費が安価→質向上のため制作会社が自ら出資する場合もある
- NHK—BS波・・・BS普及のインセンティブ強い→質的圧力強い→制作費が担保されていた→不祥事により受信料減収→制作費低下
- * NHK—BS波では以下の特徴が見られる
- BS波の誕生・拡充に応じて外に開かれ、NHK と制作会社による《文化融合》とも言える製作体制が実現
BS2「世界わが心の旅」「地球に好奇心」

HV「ハイビジョン特集」HV「アートエンターテインメント・迷宮美術館」

HV「関口知宏の中国鉄道大紀行」などなど

- 地上波の総合編成に比べて、情報系・ドキュメンタリー系が充実
- 外部に門戸が開かれるにつれ、イコールパートナーとしての認知が進み、製作会社への委託番組の契約形態で「著作権の共有」が実現、参加のいっそうのインセンティブとなる

NHK－BS波削減の影響

- 大幅な削減には反対である
- 制作者の立場から見て、放送の多様性が損なわれる恐れを抱く、地上波民放のモノトーンな編成はNHK－BS波があっても、バランスが保たれている
- NHK－BS波削減の跡地利用で、新規制作番組中「テレビショッピング番組」のような商品情報に終始する番組が多くなり、多様で個性的な番組が減少し、

ますますコンテンツの国際的な流通展開が閉ざされる恐れを持つ

- 経営者の立場から見て、新作全体量が減ることで、外部制作委託量も減り、とりわけ民放で展開が困難なドキュメンタリー系プロダクションの経営を圧迫する恐れを持つ
- 人材育成の面から見て、若手の人材育成の場が閉ざされる恐れを感じる
- NHKの門戸開放が進んで、制作事業者・コンテンツ産業にとっての良き状況が、波数削減によりそれが逆行することを恐れる
- 波数が減り、NHKの《買手市場》となる結果、製作会社の権利が相対的に弱まる恐れを持つ

今後の望ましいNHK—BS波の役割

- NHK公共放送はNHK職員だけの閉鎖的空間ではなく、多様なクリエイターたちが参加できる開かれた《広場》であるべき

- その際、参加する製作会社の制作と二次展開がいっそう適性かつ透明な取引形態で実現するよう基盤整備が図られるべき
- 例えば、国際市場に通用するコンテンツの制作費には、放送局のみならず制作ファンドなどの資金が提供され、放送局には放送権だけが譲渡され、製作会社が権利処理を果たしたうえで二次展開権は製作会社に留保されるべき
- 衛星放送の開始から、制作事業者のNHK参加がはじまり、両者の《文化融合》もはたしつつ、多様で豊かなコンテンツが担保されてきた
- この流れのうえで、さらに公共料金である受信料財源は制作事業者のコンテンツ向上のために適正に配分・還元され、国際的な競争に打ち克つコンテンツ産業の育成に貢献すべき
- こうしたシステム上の改善がなされることを前提とするなら、NHK提案のハイビジョン2波体制(*「類型1」・難視対策波を除く)は検討に値するものとする

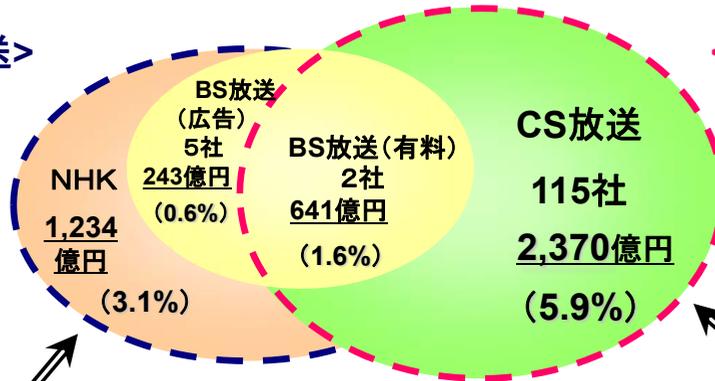
その他関連資料

テレビジョン放送を取り巻く市場の概況 (2006年度)

衛星放送

<総合放送>

<多チャンネル・専門放送>



地上放送

ケーブルテレビ

2006年度 (平成18年度)
放送メディア全体の収入
4兆0,278億円

在京キー局
5社
1兆2,828億円
(31.8%)

NHK
5,522億円
(13.7%)

ローカル局
114社
7,420億円
(18.4%)

準キー・中京局
8社
4,146億円
(10.3%)

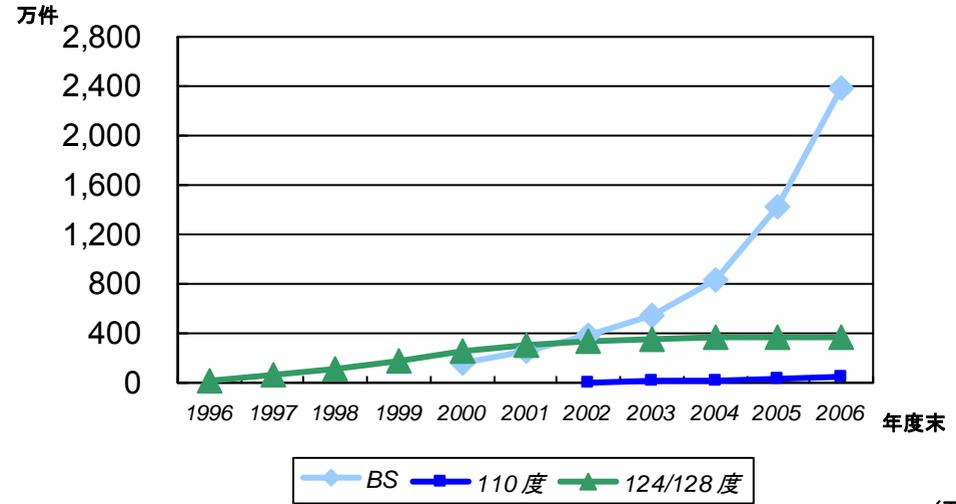
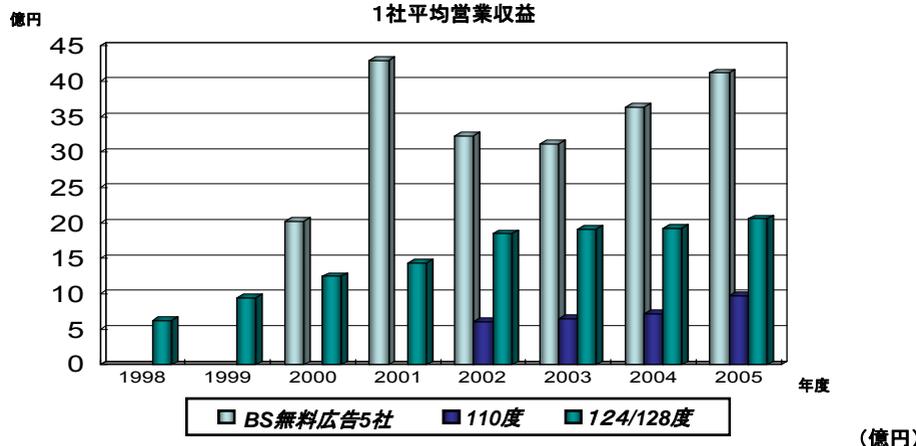
311社
4,050億円
(10.1%)

- 注1 括弧内の数字は、放送メディア全体に占める各媒体のシェア。小数点第2位を四捨五入しているため、合計が一致しない箇所がある。
- 注2 NHKを除く収入状況は、平成18年度までに開局した一般放送事業者の事業収支結果の報告に基づき、直近の決算期の収支状況を取りまとめたもの(決算期が3月末日以外の事業者についても、平成18年度内の決算期における収支状況を取りまとめている。)
- 注3 地上放送のNHK分については、平成18年度決算における経常事業収入から衛星放送に係る収入を差し引いて算出している。
- 注4 放送大学学園を除く。
- 注5 「ケーブルテレビ」は、自主放送を行う許可施設・営利法人のうちケーブル事業を主たる事業とする者311社(許可施設には、電気通信役務利用放送法の登録を受けた設備で有線テレビジョン放送法の許可施設と同等の放送方式のものを含む。)

民間衛星放送事業者の概要

- 1社当たりの営業収益は、BSデジタル放送が最大
- 124/128度CSデジタル放送は、単年度の営業損益が2004年度(平成16年度)に黒字化

- BSデジタル放送の受信可能世帯数は、2005年9月末に1,000万、2006年12月末に2,000万を突破
- CSデジタル放送は、2007年3月末で、約420万加入となっている



年度	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
BSデジタル放送	社数	1社	1社	7社	7社	7社	7社	7社
	営業収益 (1社平均)	653.7	628.3	711.7	861.3	784.3	766.0	834.5
	営業損益 (1社平均)	103.1	72.9	▲159.0	▲334.7	▲237.3	▲192.3	▲121.3
無料広告の事業者 (5社)	営業収益 (1社平均)	-	-	101.7	214.5	161.5	156.1	181.9
	営業損益 (1社平均)	-	-	▲20.3	▲42.9	▲32.3	▲31.2	▲36.4
	営業損益 (1社平均)	-	-	▲135.6	▲316.8	▲239.7	▲181.1	▲137.1
110度CSデジタル放送	社数	-	-	-	18社	17社	17社	16社
	営業収益 (1社平均)	-	-	-	109.9	110.0	123.2	156.7
	営業損益 (1社平均)	-	-	-	▲6.1	▲6.5	▲7.2	▲9.6
124/128度CSデジタル放送	社数 (うち役員)	96社	101社	88社	99社	96社	101社	103社
	営業収益 (1社平均)	603.9	960.5	1,103.0	1,424.8	1,779.9	1,929.6	2,021.7
	営業損益 (1社平均)	▲405.5	▲469.4	▲245.6	▲146.9	▲52.0	▲34.8	19.6

年度末	1996	1997	1998	1999
BSデジタル放送の受信可能世帯数	-	-	-	-
110度CSデジタル放送の加入者数	-	-	-	-
124/128度CSデジタル放送の加入者数	24	63	111	182

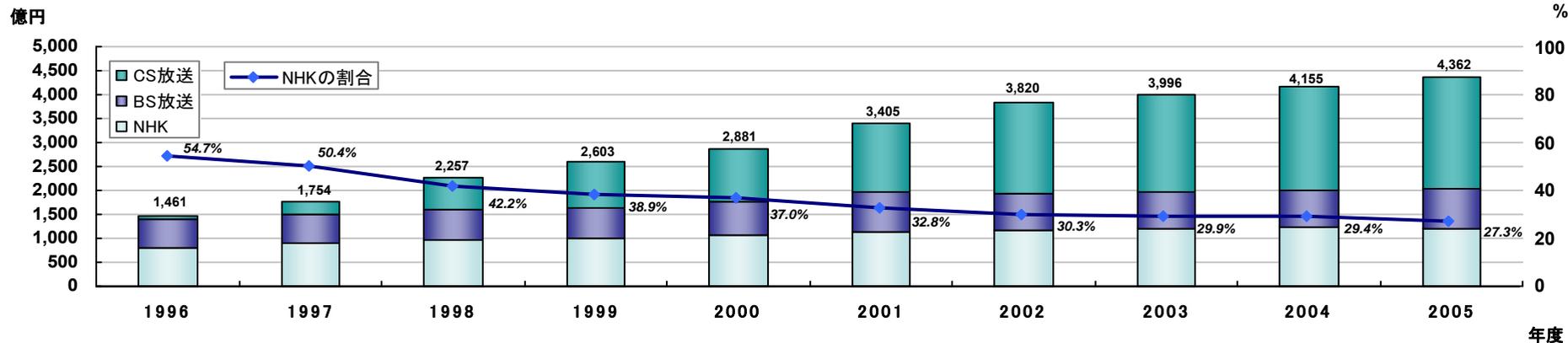
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
BSデジタル放送の受信可能世帯数	161	263	381	552	839	1,422	2,382
110度CSデジタル放送の加入者数	-	-	7	12	20	32	47
124/128度CSデジタル放送の加入者数	262	304	338	352	362	374	369

注1 BSデジタル放送は2000年(平成12年)12月1日開始、110度CSデジタル放送は2002年(平成14年)3月1日開始。ただし、BSデジタル放送の2000年度(平成12年度)の営業収益及び営業損益については、6社の数値。
 注2 営業収益及び営業損益については、当該業務関係のみの数値
 注3 2005年度(平成17年度)については事業者のうち、BSデジタル放送と110度CSデジタル放送の兼営社が1社、BSデジタル放送と124/128度CSデジタル放送の兼営社が2社、110度CSデジタル放送と124/128度CSデジタル放送の兼営社が1社含まれる。統計上は、これらの4社は分計されている。

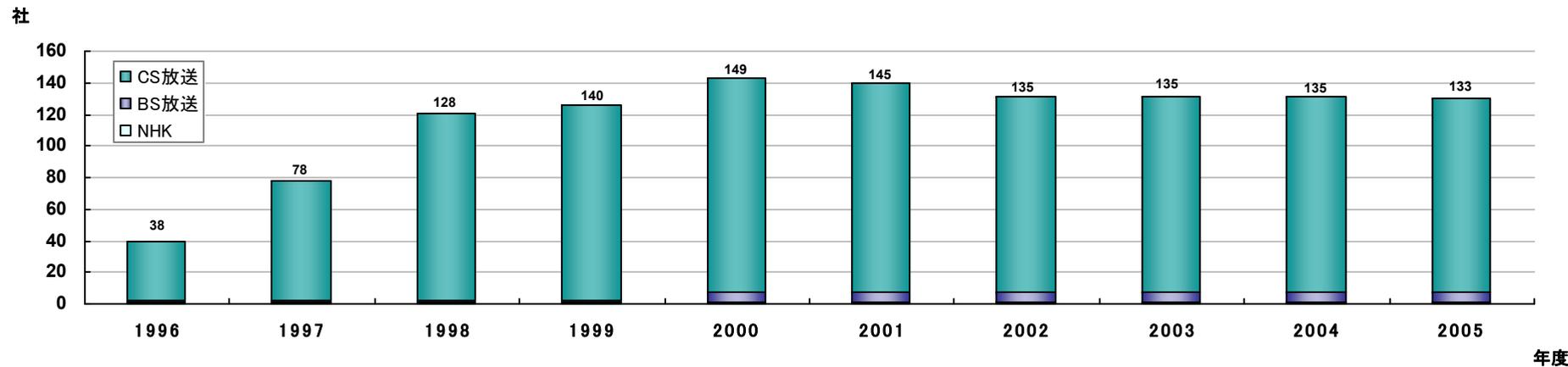
注1 BSデジタル放送: 受信可能世帯数(PDP・液晶テレビ、ブラウン管テレビ、BSデジタルチューナー(録画機含む。)、ケーブルテレビ用デジタルSTBの合計)
 注2 110度CSデジタル放送: 加入件数(個人契約者数(有料視聴契約(個人本登録)を結び、視聴料の支払いが発生している加入者数)に、有料視聴契約締結前の無料視聴期間中の数(仮登録、「SKYPerfecTV!」のみ)、法人契約者数(代理店展示用を含む)、技術開発用登録数などを加えた総登録者数)
 注3 124/128度CS放送: 加入件数(個人契約者数(有料視聴契約(個人本登録)を結び、視聴料の支払いが発生している加入者数)に、有料視聴契約締結前の無料視聴期間中の数(仮登録、「SKYPerfecTV!」のみ)、法人契約者数(代理店展示用を含む)、技術開発用登録数などを加えた総登録者数)
 注4 124/128度CS放送において、「SKYPerfecTV!」のプラットフォーム以外のデジタル放送を利用している加入者が約48.9万件。このほか、アナログ音声放送の加入者が約6万件(以上いずれも2006年度(平成18年度)末)。

衛星放送における放送事業者の営業収益の推移

1 営業収益の推移



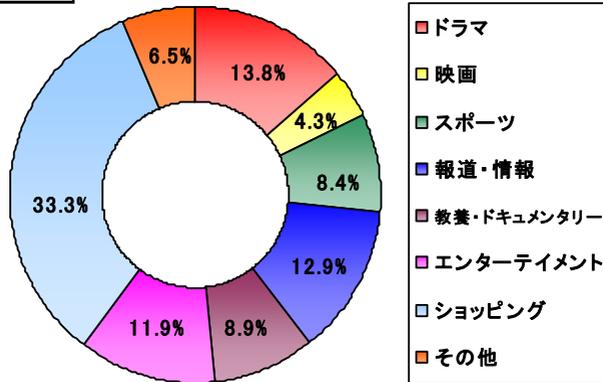
2 事業者数の推移



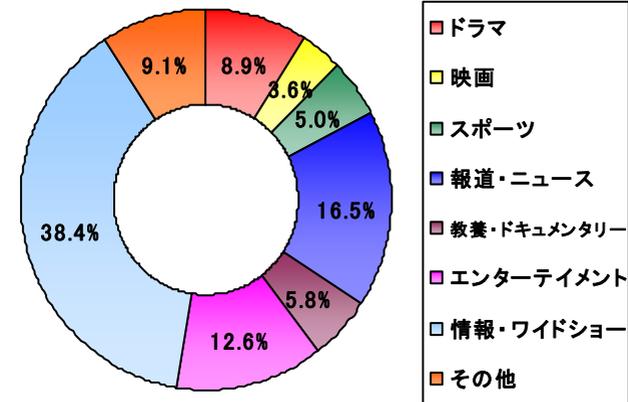
民間BS放送各社の番組構成

民間BS放送各社の番組構成においては、ショッピング番組が大きな比率を占める。

BS-i

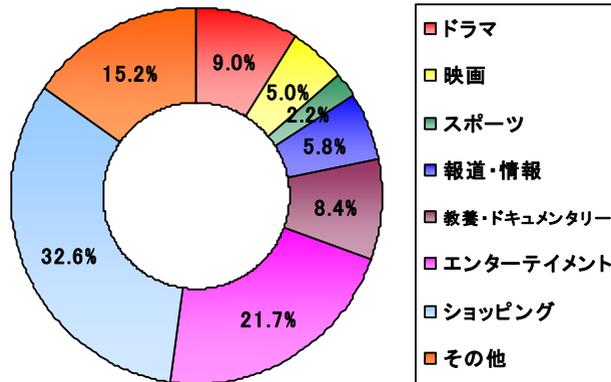


BSジャパン



・エンターテイメントは、音楽、バラエティー、アニメ、特撮の比率。
 ・情報・ワイドショーは、ショッピングを含む。

BSフジ



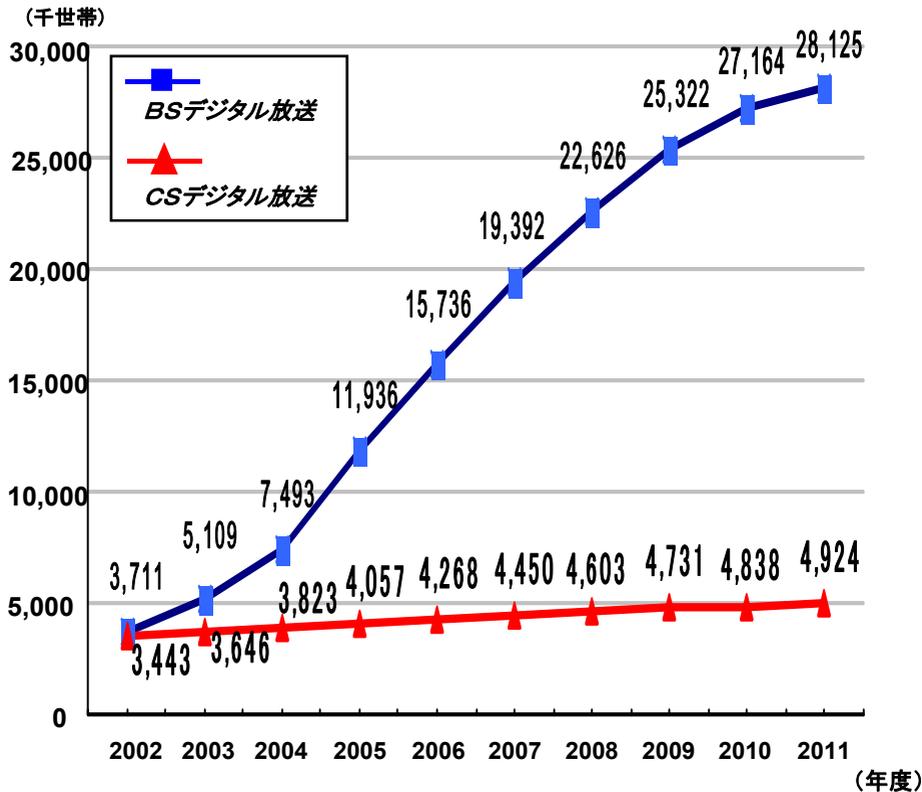
・エンターテイメントは、音楽、アニメを含む。

注 データは、各社2007年9月編成の番組構成による。

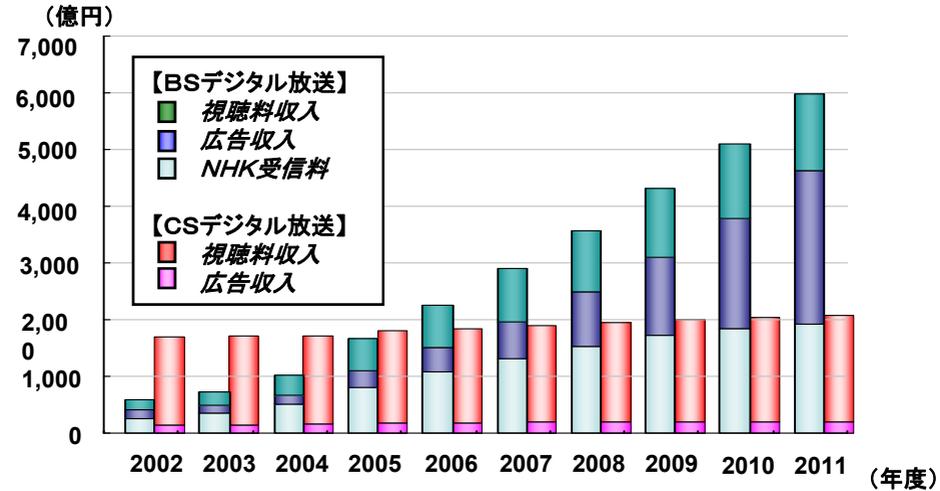
衛星デジタル放送市場の将来予測

- BSデジタル放送の普及世帯数は大幅増加。CSデジタル放送の普及世帯数も通増。
- BSデジタル放送の市場規模は拡大し、2010年度はNHK受信料以外が6割強に到達。
- CSデジタル放送の市場規模は緩やかに拡大し、市場の大半が視聴料収入。

デジタル放送普及世帯数予測



デジタル放送市場規模予測



年度末	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
BSデジタル放送	586	733	1,030	1,667	2,261	2,901	3,577	4,312	5,097	5,972
視聴料収入	178	245	359	572	755	930	1,086	1,215	1,303	1,350
広告収入	156	141	161	281	435	651	952	1,373	1,945	2,708
NHK受信料	252	347	509	812	1,070	1,319	1,539	1,722	1,848	1,913
CSデジタル放送	1,713	1,741	1,741	1,823	1,870	1,919	1,971	2,025	2,070	2,106
視聴料収入	1,574	1,590	1,581	1,643	1,683	1,725	1,772	1,822	1,863	1,896
広告収入	138	151	160	179	186	193	198	203	206	209

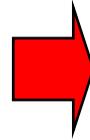
動画コンテンツの二次利用の市場規模予測の比較 (2003年度、2010年度)

- 動画コンテンツの二次利用市場は、2003年度から2010年度にかけ約2倍に成長。
- 動画コンテンツのインターネット配信は、2003年度から2010年度にかけ約2倍弱に成長。

動画コンテンツ市場規模の推移(2003年度、2010年度)(単位:億円)

【2003年度(実績)】

	市場全体	携帯電話	インターネット	CATV	BS及びCS
映画ソフト	6,510	310	119	2,692	3,390
ビデオソフト	180	9	3	74	94
地上テレビ番組	1,959	93	36	810	1,020
衛星テレビ番組	2,952	293	112	2,547	
合計	11,601	704	270	6,123	4,503



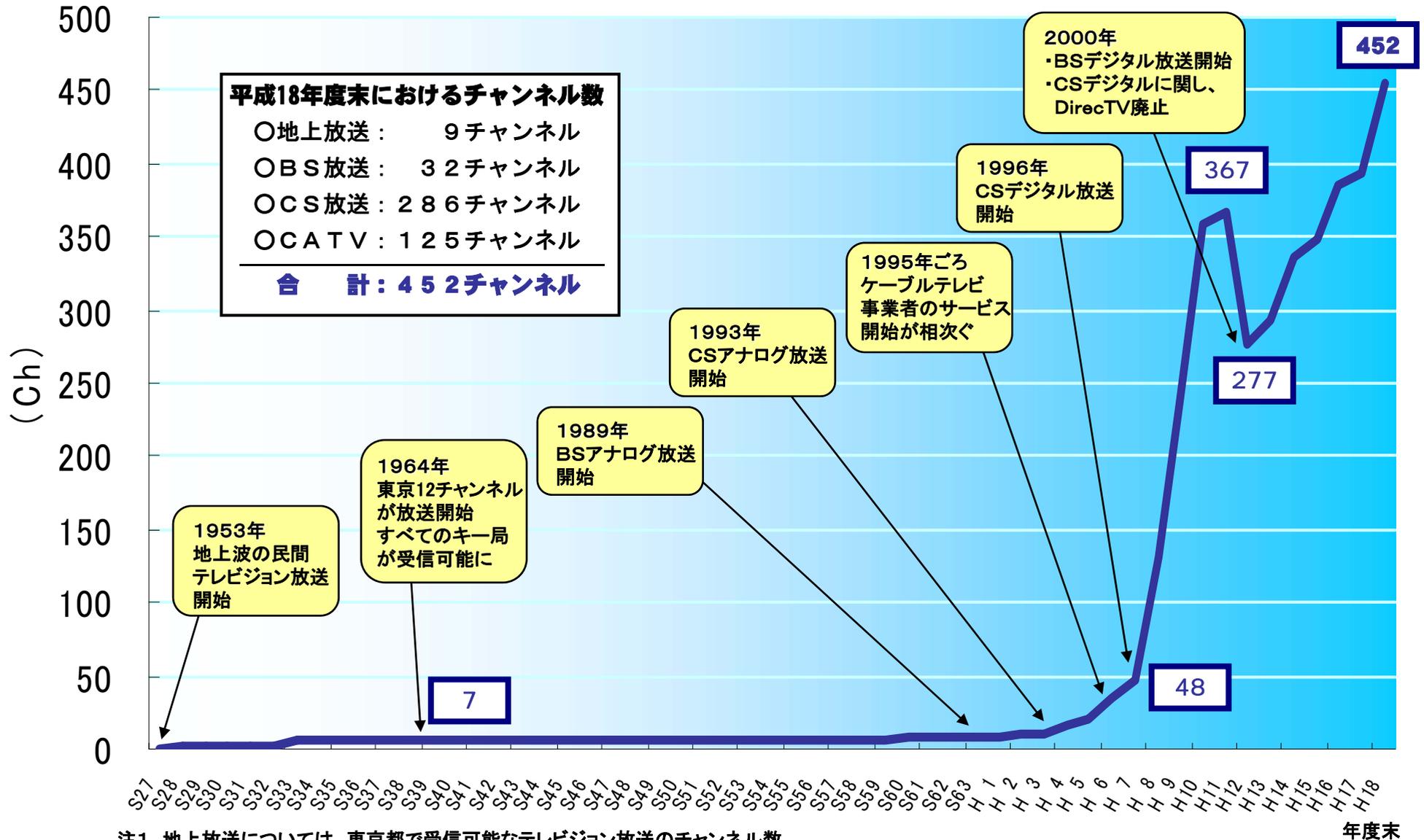
【2010年度(予測)】

	市場全体	携帯電話	インターネット	CATV	BS及びCS
映画ソフト	10,756	512	196	4,447	5,600
ビデオソフト	623	30	11	257	324
地上テレビ番組	3,251	155	59	1,344	1,693
衛星テレビ番組	5,746	570	219	4,957	
合計	20,376	1,266	486	11,006	7,618

注1 2010年度の市場規模については、2000年度と2003年度の市場規模をベースにより予測した値。

注2 メディア別シェアについては、2003年度のメディア別の動画コンテンツ市場規模のシェアに基づき配分した値。

多チャンネル化の状況



注1 地上放送については、東京都で受信可能なテレビジョン放送のチャンネル数

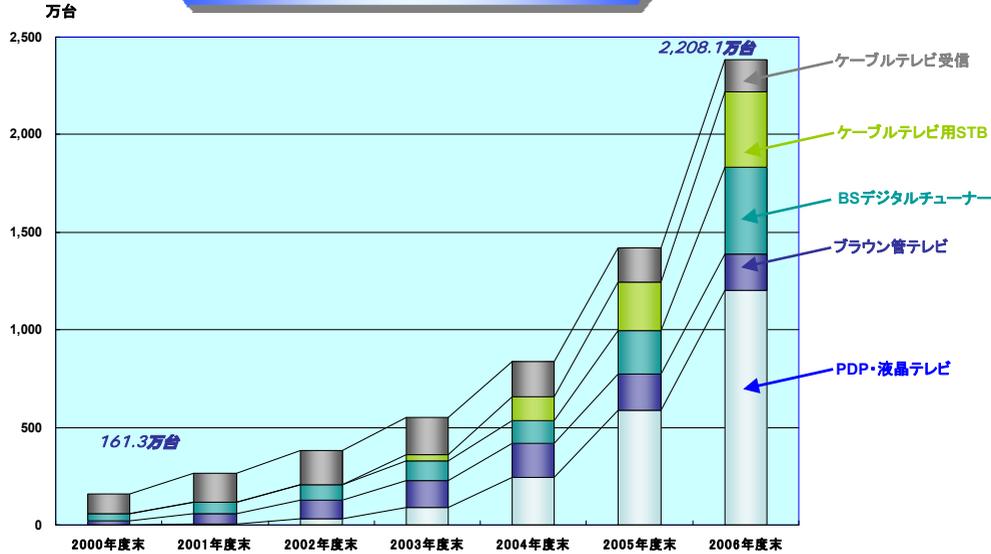
注2 BS放送、CS放送については、標準テレビジョン放送及び高精細度テレビジョン放送を足し上げて算出

注3 CATVについては、東京都の主要なケーブルテレビ事業者によって提供されているチャンネル数の平均

注4 上記のほか、全国をサービス地域とする有線役務利用放送事業者4社があり、その平均チャンネル数は約43チャンネルである

デジタル受信機等の普及の推移

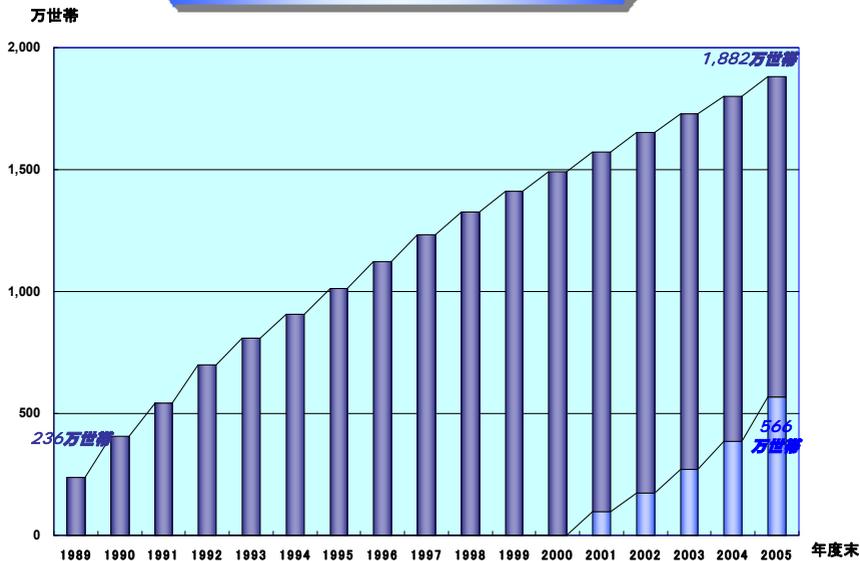
デジタル受信機出荷台数の推移



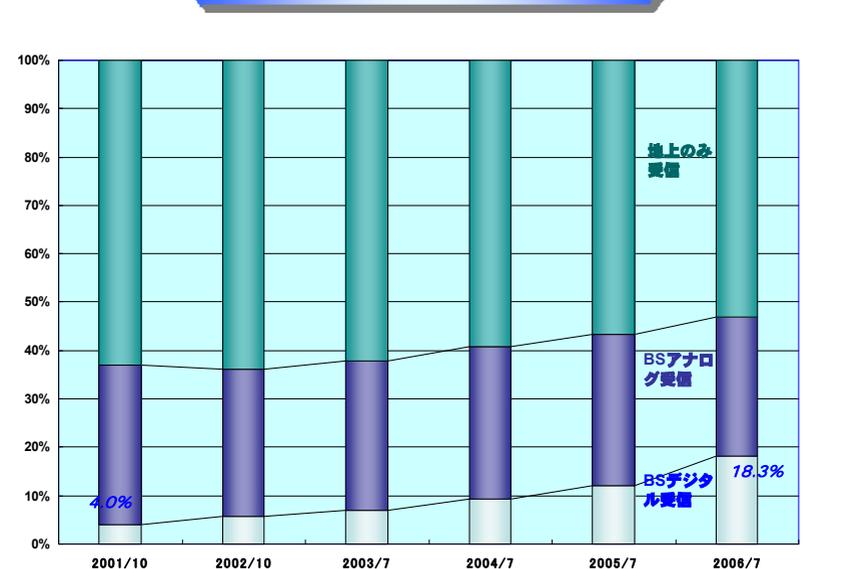
ハイビジョン受信機普及状況



衛星放送受信世帯数の推移



デジタル受信世帯割合の推移



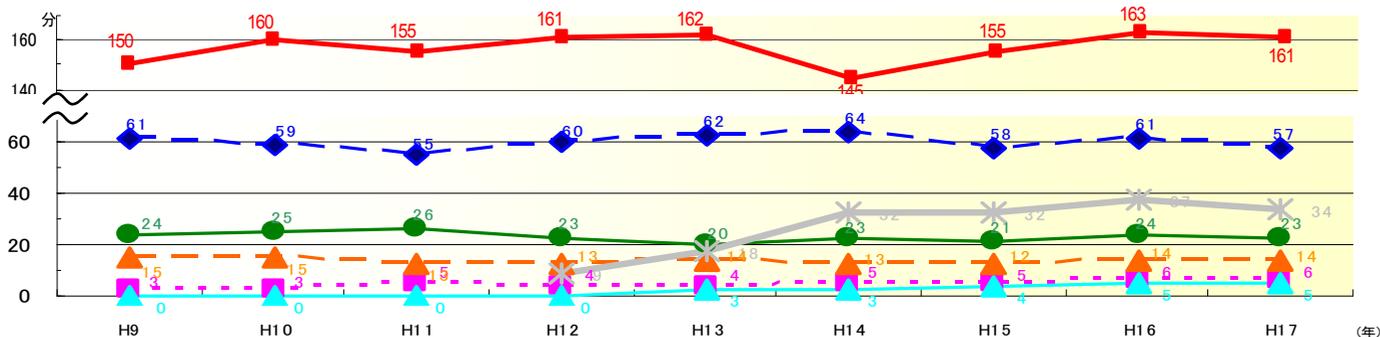
各メディアの視聴状況

1 各メディアのチャンネル数、視聴時間等

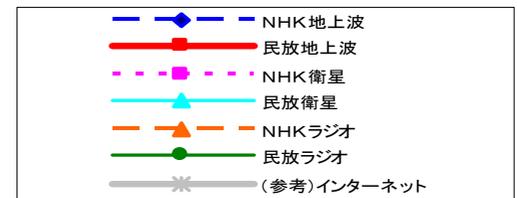
		チャンネル数	視聴時間・利用時間 (一日当たり、全国民平均)	視聴世帯数・ インターネット利用者数	年間家計支出	
テレビ	地上放送	NHK2ch+民放4ch程度 (東京:NHK2+民放5+放送大学1)	3時間44分	約5,000万世帯	放送視聴料 (公共放送受信料 及び 有料放送料金) 23,172円	
	衛星 放送	BS放送 アナログ	3ch	9分		約1,339万世帯 (BSデジタル放送の受信機出荷 台数(累計)3,379万)
		デジタル	HDTV 10ch SDTV 20ch (H19.12)			
	CS放送(デジタル)	274ch	約413万世帯			
CATV(自主放送を行う許可 施設)		—	—	約2,165万世帯(H19.12)		
ラジオ(地上放送)(コミュニティ放 送、外国語放送、短波放送を除く)		NHK3ch+民放2ch程度 (東京:NHK3+民放5+放送大学1)	35分	—	—	
(参考)インターネット		—	34分	8,754.万人 参考:契約件数(H19.12) DSL 1,313万件 ケーブル 383万件 光 1,133万件 モバイル・インターネット 約8,963万件	インターネット 接続料 16,681円	

- 注1「チャンネル数」、「視聴世帯数」のうち、時期を明示していないものは、平成20年2月末現在のデータ。
 注2「視聴時間・利用時間」の放送については、「全国個人視聴率調査」(NHK放送文化研究所)の平成19年11月期の調査。
 注3「地上放送」の「視聴世帯数」は、平成17年3月末の住民基本台帳等に基づく推計。
 注4「BS放送」の「視聴世帯数」は、NHKの受信契約数。
 注5「CS放送」の「視聴世帯数」はSKY PerfectTV!及びe2 by スカパー-IIに係る数値の合計。
 注6「CATV」には、電気通信役務利用放送の登録を受けた者の設備で、有線テレビジョン放送法の許可施設と同様の方式により放送を行っているものを含む。
 注7「年間家計支出」については、総務省「家計調査」(平成18年度)に基づいた数値より、「インターネットの利用時間」は総務省「情報通信に関する現状報告」(平成18年)の数値により、「インターネット利用者数」は平成18年通信利用動向調査により、「契約件数」は電気通信事業報告規則の規定により報告を受けた契約数を記載。

2 各メディアの視聴時間の推移

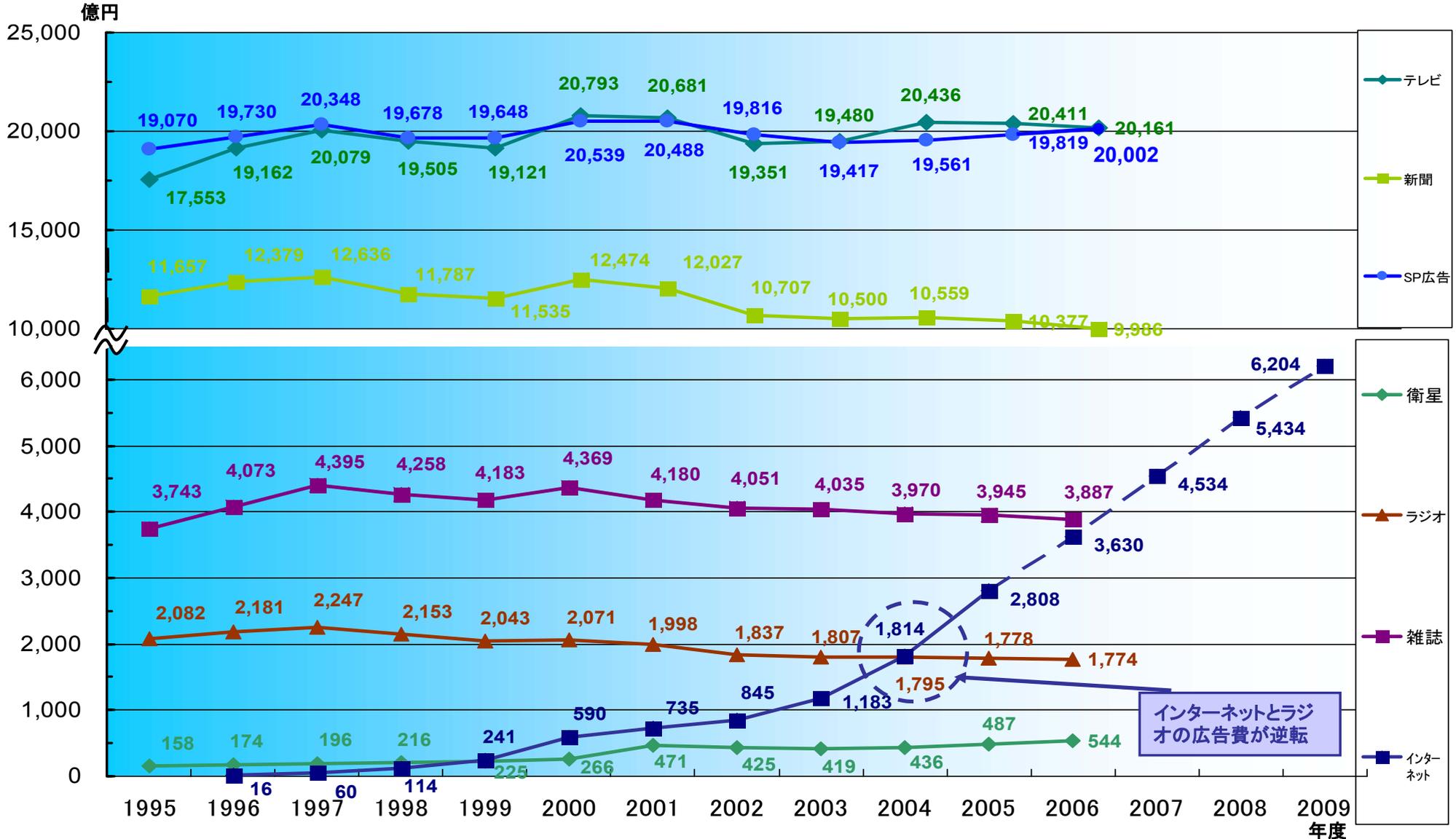


- 注1 放送については、「全国個人視聴率調査」(NHK放送文化研究所)の各年6月期の調査。インターネットについては、総務省情報通信白書。
 注2 数値は、全国民平均のもの。1日あたりの視聴時間を週平均から算出。



広告市場の推移・将来試算

2004年度にインターネットとラジオの広告費が逆転。予測では、2007年度にインターネットと雑誌の広告費が逆転。



注1 衛星は衛星放送、CATV、文字放送等に投下された広告費

注2 SP(セールスプロモーション)広告…販売促進を目的とする短期的な広告

(出典:『情報メディア白書 2007』(電通総研)及び電通総研発表資料、電通ウェブサイトより作成)

IPマルチキャスト放送によるサービスの提供状況

- 電気通信役務利用放送法の施行後、同法の登録を受けて、IPマルチキャスト方式(※)による放送サービスを4事業者が提供。
- 全国規模で事業を展開し、多チャンネルの放送サービスの他、VODサービス等も提供。

平成20年3月31日現在

サービス名	事業者名	サービス開始時期	サービス内容	基本料金	STB料金	追加料金
BBTV	ビィービーケーブル(株)	H15.3	ベーシック36ch、アールカナル5ch、 (VODサービス(5000タイトル以上)も提供)	月額2,394円	月額1,260円	番組あたり追加料金(例:「釣りチャンネル」945円)
MOVIE SPLASH	KDDI(株)	H15.12	ベーシック41ch、オプション10ch (VODサービス(5000タイトル以上)、 カラオケ(4500曲以上)も提供)	月額2,520円	基本料金に含まれる	番組あたり追加料金(例:「スターチャンネル」1,890円)
光テレビ	(株)アイキャスト	H17.6	ベーシック33ch、オプション15ch (VODサービス(7000タイトル以上)も提供)	月額2,100円	月額315円	番組あたり追加料金(例:「スターチャンネル」1,890円)
クreatウルチャンネル	(株)ケーレホ	H20.4月上旬予定	ベーシック1ch、オプション4ch (VODサービス(400タイトル以上)も提供)	月額3,980円	基本料金に含まれる	—

※ IPマルチキャストについて

IPマルチキャストとは、ネットワーク上に配置されたIPマルチキャスト対応ルータにおいてコンテンツ(IPパケット)を複製しながら、指定された複数の利用者に対してコンテンツを配信する技術

【例えば 端末5台に配信する場合】

