

上智大学・音教授が民放BS5社 社長に聞く

「20周年で改めて問う 民放BSの確信」

文：音好宏 上智大学 新聞学科 教授

2020年12月、BSデジタル放送がスタートして20年目を迎えた。20年と言えば、人間なら「成人」を迎える歳である。とは言っても、この20年間に、BS放送を取り巻く環境はドラスティックに変化した。20歳となった民放BSの舵取りをする5社長に、現在と今後を聞いた。(各社長インタビュー記事構成：高瀬徹朗・メディアウォッチャー)



BS日本

G・P帯にオリジナリティある自社番組を多く投入



代表取締役社長 中山良夫氏

—— BS日本(以下、BS日テレ)の特長は。
BS日テレ・中山良夫氏 視聴者に愛される放送局を目指し、独自の番組制作を含めたオリジナルな戦略を展開しています。特にゴール

デン、プライム帯には多くの自社制作番組を投入し、局の看板となる番組の制作に努めています。

—— イチ押しの番組は。

中山 2018年から、月～土21時台に自社制作のオリジナル自社制作バラエティを並べています。月『友近・礼二の妄想トレイン』、火『極上!三ツ星キャンプ』(1月よりSeason2)、水『週末極楽旅』(1月～新番組)、木『バカリズムの大人のたしなみズム』、金『ゴルフサバイバル』、土『おぎやはぎの愛車遍歴 NO CAR, NO LIFE!』と、人気タレントを起用しつつ、BSらしく趣味嗜好に特化した番組を揃えました。

—— オリジナル編成の効果は。

中山 「看板番組を育てたい」という狙いは着実に効果を上げてしていると評価しています。狙いである視聴者層の拡大についても、もともとのコア視聴者層であった60歳代からは少し下がって、50歳代あたりまで広がってきました。

特に金『ゴルフサバイバル』、土『愛車遍歴』あたりは幅広い人気を得つつあります。

—— 開局20年の成人式を迎え、責任世代に入ったBS民放の課題とは。

中山 BS民放全体として、視聴者層の拡大は急務です。前段で述べた通り、BS視聴者層は60歳代以上といわれていますが、今後もずっと「60歳以上になれば見てくれる」という状況が続くのかは不透明。また、広告主が考えるターゲット層と我々の視聴層が合致していなければ、経営的観点から見ても厳しい状況となります。

BS日テレではゴールデン・プライム帯に自社制作番組を多く用意したほか、深夜枠には20本以上のアニメ枠を用意し、視聴者層拡大を目指しています。特に若者のテレビ離れが指摘される中で、アニメやバラエティを通じて取り込んでいくことができればと思います。

—— 4K放送について。

中山 4K放送ならではの画質は視聴者か