



総務省 衛星・
地域放送課
安東高徳課長に聞く

開局した新3局 衛星放送全体の 新たな起爆に

総務省 衛星・地域放送課はBS放送衛星とCS通信衛星による全国放送と、500近いケーブルテレビ放送等を所管する。安東高徳課長は「地上波放送より事業規模は小さいが、その事業者数は多く、事業内容も多様」と話し、「現場の人たちと直接話し込みたいが、コロナ禍で思うに任せられない。机の上では世の中の本物の動きは見えにくいので、もっと多くの方の考えを聞きたい」と、政策マンとしての意欲を語る。BS放送に新しい3局 (BSよしもと、BS松竹東急、BSJapanext / 放送開始順) を迎えた日本の衛星放送の新たな次元への期待を聞いた。

(構成: 吉井 勇・本誌編集部、写真: 古山智恵・本誌編集部)

放送番組作りを支えてきた新3局の親会社だから

—— 3月21日にBSよしもと、3月26日にBS松竹東急、27日にBSJapanextとニューフェースが登場しました。3局とも無料放送サービスで、編成方針はBSよしもととBS松竹東急が総合、BSJapanextは専門チャンネルです。

安東 まずは3月末に3局が無事にスタートしたことに安堵しています。衛星放送は専門性のあるコアなファンを獲得するチャンネル編成や、地上波とひと味違う特徴のある総合編成など、多彩な放送サービスが魅力です。無料と有料という事業基盤の違いもありつつ、技術面ではデジタル放送にいち早く取り組み、2Kに加えて4Kや8Kの先端的な放送を担うという自負のある業界です。

—— 新しく放送を開始した3局の特徴をどう捉えてい

ますか。

安東 BSよしもとは、吉本興業の47都道府県にいる「住みます芸人」たちが地域の活性化や課題解決のヒントとなるプログラムを発信する「地方創生」が大きなテーマです。BS松竹東急は、どちらも100年以上の歴史を持ち、日本の演劇、映画などで感動を届けてきた松竹グループと、暮らしの基盤を構築する東急グループのDNAを受け継ぎながら新しさを融合させた良質なエンターテインメントの創造を掲げています。BSJapanextは通信販売のジャパネットが立ち上げた局ですが、地方創生やスポーツ・エンタメ、アニメ、健康・趣味・教養などの番組と、オリジナルのスマホアプリから番組参加や手軽に購入できる“つながる”テレビ局というコンセプトになっています。

—— それぞれの親会社は、地上波放送などに芸人やタレント、番組などを供給している放送のプロ集団です。

安東 放送事業と全く関係のない異業種からの参入者ではなく、放送番組作りをある意味で知り尽くされているので、斬新な可能性を見いだしていただけるという期待があります。

スマホ動画視聴の広がりや衛星放送

—— ネットによる動画サービスが普及し、YouTubeやTikTokなどのユーザー投稿サービスが広がり、衛星放送の視聴者が奪われていませんか。

安東 ご指摘は放送全体の課題でもあります。衛星放送としてもどう対応していくかという考えが必要です。これまでの放送の特徴である長い尺を「ながら見」する視聴スタイルが、スマホでサッと見る短尺の視聴行動になってきています。一方、スマホ等のモバイル端末は9割を超える世帯の人たちが手に持つデバイスで、いつでもどこでも使えるものです。また、平日とは別に、休日にテレビデバイスで見るコンテンツとしては放送番組 (リアルタイム放送) がネット配信コンテンツを上回っています。

ですから、視聴者が奪われるという見方のみではなく、衛星放送における取り組みに加え、スマホを生かした衛星放送の告知や放送と連動した新たな視聴体験の提供な

どにより、事業自体のさらなる収益化や認知度向上もあり得るのではないかと期待しています。

—— ネット配信によって有料の衛星放送が厳しくなっています。

安東 スポーツやアニメなどのコアな層がネット配信に関心を広げているのも事実です。オリンピックなどのスポーツイベントがテレビ放送のライブ視聴で多かったように、若い層では特徴あるスポーツなどのコンテンツにイベントごとに関心を寄せて契約し、終わると解約するというケースも見られるようになってきているようです。

こうした波のような変動がありながらも、長い期間で見れば視聴者が増えていく方向に向かうためにはどうすれば良いかという視点で考えたい。ですので、伝統的に人気のあるプロ野球などの有力なコンテンツから他のスポーツに関心が広がるといった取り組み例もあるように、テレビならではのチャンネルホッピングを期待したいところです。

新3局を迎える先輩の衛星放送局の対応

—— 先行している衛星放送の他局は新3局の登場をどう捉えていますか。

安東 衛星放送事業者の皆さんは新しい3局を別なグループだとは考えていません。それどころか、視聴者が衛星放送に注目する機会となるという期待があるのではないのでしょうか。3局は番組の中でいろいろな工夫やアピールをしていますが、既存の衛星放送局や地上局へ「オッ」という気づきや刺激を与えるとともに、お互いに切磋琢磨する関係が深まることを期待しています。

—— 常用するチャンネル数は10チャンネル程度という調査結果があります。そこに割り込むのは厳しいのではないですか。

安東 無料放送のポイントの一つは、番組との偶然の出会いでしょうか。リモコンボタンでチャンネルを変えるザッピングがテレビ視聴の真骨頂だと思っています。そのために魅力ある放送チャンネルが基点のような役割を担うことが大事で、新3局も良い基点の一つとなっていたきたい。3年前に衛星トラポンを整理して生まれた新規参入のチャンスをつかみ、満を持して放送を開始した3局ですから、意

欲とアイデアに期待しています。

—— 衛星トラポン料、送信業務委託料というインフラコストに悩む衛星放送局が多くなっています。CS放送では110度や124/128度の問題もあります。

安東 ご指摘のインフラコストの課題については昨年とりまとめられた「未来像WG」報告書でも触れられており、重要性を認識しています。どういった方策を見いだしていくか、事業者のみなさんはもちろんですが、衛星インフラを提供する方々も交えて議論していきたいと考えています。また、放送技術や放送制度の専門家にもお話を聞きながら、幅広い関係者の知恵を生かしていきたいところです。なお、衛星放送の視聴者一人当たりのコストは他の放送形態と比べて安いという利点があります。

さらに、地上側に必要となる設備が比較的少ないので、災害時などの安心・安全なメディアとして日本の国土に不可欠な役割も果たしています。こうした点を生かし、良質なコンテンツを制作し続けられる事業環境をどう作っていくかがポイントとなります。

4K放送の普及課題

—— 4K・8K衛星放送ですが、サービス軌道に乗せたいところですか。

安東 4K衛星放送はBS右旋でNHKとBS民放が7chと17ch、BS左旋でWOWOWとショップチャンネル、QVCが展開しています。8K衛星放送はBS左旋でNHKがBS8Kを放送しています。また、CS左旋などでもスカパー・エンターテイメントが4K放送を行っています。実用放送から3年以上経過し、新4K・8K衛星放送対応受信機の出荷台数も1,200万台を超える中、各局とも工夫をしながら番組の充実を図ろうとされており、引き続き期待しています。

—— 4K動画の提供ではネット配信に一日の長があります。

安東 ご指摘の点は衛星・地域放送課としても関心があります。2010年にYouTubeが始まり、NetflixやAmazon Prime Videoが2015年、Apple TVが2017年、Disney+が2020年と、続々と日本でも4K対応サービスを始めています。ただ、ネットによる4K配信は、伝送等に課題があ