

るようですが、4K・8K衛星放送は圧縮技術HEVCを採用し、現行2K放送の4倍という先端技術を採用し、高画質を安定して提供できます。受信機の普及は必要ですが、これはメリットだと思います。

—— 民放事業者にとって4K高画質化が広告収入の増につながらないという指摘があります。

**安東** 現在は4K放送普及の途上ですが、4K放送を先駆的に取り組まれている事業者の皆さんにおいては、多様な4Kコンテンツを増やしていただき、受信機の普及と相まって、新たな視聴者を4K放送に引き込んでいただきたいと強く願っています。

—— ケーブルテレビが衛星放送を支える大きな役割を担っています。

**安東** アンテナでの直接受信以外に、衛星放送サービスを各家庭に届ける有力なルートとしてケーブルテレビがあります。新3局が加わったことも相まって、新たな魅力を生み出し、加入者増につなげてほしいところです。

現在、ケーブルテレビ業界は昨年業界として公表した「2030ケーブルビジョン」を踏まえたさまざまな取り組みを一体となって進めようとしております。その一例として、映像コンテンツの独自流通を促進する「AJC-CMS」で、字幕化・多言語化の準備を急いでいます。AIによる文字起こしと、多言語化した字幕を自主制作番組に付与するという狙いです。安心・安全をより多くの人に確実に届ける放送としての社会的責務に応えるものとして注目しています。

—— 新しい3局が加わった衛星放送の勢いを大いに知らしめたい、ですね。

**安東** 衛星放送の全ての局が、さまざまな形で国民・視聴者の皆様へ魅力を伝えていただきたい。衛星・地域放送課としても信頼回復に努めつつ、事業者の皆さんと一緒に伴走したいという思いを強く持っています。そのために皆さんのお考えを些細なことも含め、よりたくさんお聞きしたい。当課へお越しになる事業者の方には、当課の敷居は低くしていますので、「ノンアポで訪ねて来てくださっても大丈夫です」とお伝えしています。メディア激動期に必要な政策を事業者の皆さんと見いだしたいという思いです。

—— 衛星放送をさらにアピールしてください。 



上智大学 新聞学科・音好宏教授に聞く

## 「衛星放送アピール 絶好のチャンスだ」

### 日本の衛星放送の特色と 新3局の独特な個性

—— 音教授は新しい3局にどんな期待を持たれていませんか。

**音** これまでの広告モデルの衛星放送サービスとは違う期待感を持っています。BSよしもとはタレントプロダクションが放送局を立ち上げたわけで、しかも切り口が「地方創生」と、いまの日本社会が抱える課題を正面から取り上げています。BS松竹東急は映画と劇場という2つのジャンルをもとにして本気のエンタメづくりを狙っています。BSJapanextはテレビショッピングの老舗が展開しながら生活支援を目指すとともに、オリジナルコンテンツ制作に積極化というように3局それぞれに強い個性があります。

期待するのは、無料放送を支える伝統的な広告モデルではなく、新しいビジネスモデルへの挑戦です。ここに大きな可能性があると考えています。

—— 世界の衛星放送に詳しい先生は、日本の独自性をどう整理されているのでしょうか。

**音** 特色と言えるのが、欧米と比べて衛星のサイズが小さいことです。欧米の衛星はカバーするエリアが広く、また、多くの言語が使われるので、大型衛星でカバーしています。日本の場合はアジアのなかでもそれなりに市場が大きく、先行して放送が発達したこともあり、放送衛星についても独自の発展を遂げてきました。日本は、縦に細長い地形に合わせて、中規模の衛星で、電波のフットプリントをコントロールしています。また、毎年、来襲する台風にも耐え

られるよう、家庭用パラボラアンテナの小型化などに対応するよう衛星放送サービスは設計されてきました。

—— 放送サービス面はどうか。

**音** 日本全土を1波でカバーできるので、地上波放送と補完し合いながら、あまねくサービスをするという独特な役割です。また、NHKと民放の二元体制も地上波と同様、「仲良くケンカする」という日本的な緊張感で多様性を担ってきています。

加えて、衛星放送は、ある種、新サービスのトライアルという挑戦の空間もあったと思います。地上波で将来起こり得るだろう新技術によるサービスを、まず衛星で取り組むという先導的な役割を担ってきたのです。

### 「社会的な役割の固定費」負担があり 特権的なポジションが揺らく現状

—— ネット動画サービスの台頭で放送全体に大変化をもたらしています。

**音** 1990年代半ばにインターネットが情報プラットフォームとして登場し、2000年代後半から、本格的に映像を提供するプラットフォームとして進化してきました。それが放送という免許制度により参入規制のある特権的なポジションを揺るがしているのです。地上波放送だけでなく、衛星とケーブルによる放送事業も、公共的なサービスとしての義務があります。例えば、災害時の緊急情報の提供などです。これを私は「社会的な役割を担うための固定費」と呼んでいますが、一方のインターネット上のサービスにはそれが課せられていません。特権性の低下と、この固定費の負担が、インターネット上の動画サービスとの競争力を低下させ、ダイナミックな動きを妨げているのではないのでしょうか。

—— 衛星放送は無料広告モデルと専門的な分野に特化した有料モデルがありますが、インターネットのサービスモデルで揺さぶられています。

**音** インターネットが与えたインパクトの一つは、個人の視聴データの把握です。テレビ放送は視聴率で、標本抽出による接触状況を把握してきました。インターネット上の動画サービスの接触データは、統計的なデータとして全体を

把握することはできないけれど、ほぼリアルタイムで接触状況がわかります。広告モデルのサービスにインパクトを与えました。他方、有料サービスでは、インターネットのいつでも・どこでも見られるというサービスが、生活スタイルの変化に合わせて受け入れられてきています。衛星放送の専門チャンネルは、放送事業とともに、動画配信とどう向き合っていくかが問われています。そうした課題への先行事例がWOWOWで、早い段階からネット上でサービスを開始して、相乗効果を生んでいることに注目しています。

### BS放送の接触時間減でも 新規参入者の勢いで新たな掘り起こし

—— 4K・8K放送の取り組みをどう見えていますか。

**音** 超高精細度放送ですが、その画質の良さを楽しむためには大画面テレビが必要です。つまり、4Kテレビはリビングルームに置かれることになります。以前なら、リビングにあったテレビは個室に払い下げられていましたが、今では個室ではスマホで動画を見ているという状況が一般的になってきているのです。テレビはリビングにドンと1台あるだけ。これは昭和30年代から40年代の風景で、「テレビの昭和化」という指摘もあります。ですので、4K・8K放送がすんなり家庭で受け入れられるためには、コンテンツ強化だけでなく、メディア環境の整備も考えなくてはいいでしょう。

—— 衛星放送のメディア環境は厳しい中、新3局を迎える他の衛星放送局はどう見ているのでしょうか。

**音** 大きな刺激を与えることになるのではないのでしょうか。他の局にとっては、PRをいろいろしてもらうことで視聴者に気づきを与えてもらえる期待があると思います。スマホとの連動などで、大いに騒いでもらうことで潜在的視聴者を掘り起こしてもらえるのではないのでしょうか。現在、衛星のトラポン代の見直しが検討されています。また、BS右旋の再編も続きます。そう考えると、将来に向け衛星放送全体でまとまる重要な局面ではないのでしょうか。

—— 新3局の勢いで、さらに一段の点火を期待しています。ありがとうございます。

(構成: 吉井 勇・本誌編集部)

