

平成20年3月19日

社団法人衛星放送協会 第11期事業計画

平成20年4月1日～平成21年3月31日

1. 概要

(1) CS放送を取巻く市場環境

放送業界の事業環境は予想を上回るスピードで変化しつつあります。通信・放送総合法制に向けた議論が進み、従来通信と放送とが別々だった体系を一本化してレイヤーごとに規定する大きな枠組みの見直しが進行しています。更に昨年末の放送法改正により、持株会社制を含め業界の再編を促す規制緩和が行なわれました。また、ワンセグ放送も地上放送のサイマルから自由な編集へと舵をきり、デジタル化により生ずる帯域を利用したマルチメディア放送の検討など、新しいメディアの検討も始まっています。加えて2011年に開放されるBSの7トラポンの検討も着々と進んでいます。以上のように2011年の地上放送完全デジタル化を見据えた変化が怒涛のように押し寄せてきています。

一方で広告出稿総額が天井を打った感がある上に、ネットへの出稿増加は著しく、わが世の春を謳歌したテレビの将来にも黄色信号がともっています。

このように今まで経験をしたことのない状況に遭遇して、テレビ業界も経営戦略の練り直しを余儀なくさせられています。

(2) 衛星放送の現状と課題

有料多チャンネル放送の加入者増加は過去3年足踏み状態にあり、抜本的な取り組みによる現状の打破が求められています。これから2011年までが業界の正念場になると思います。

07年の衛星放送の直接受信(DTH)は、110度のe2では三波共用薄型テレビの好調な販売にも助けられて17万件増加したものの、124/8の月別加入者増加数は20ヶ月連続マイナスと退潮に歯止めがかからず、合計で13万5千件減少しました。その結果、DTH合計では3万5千の微増に留まりました。また、DTHと比較すれば堅実に見えたケーブルの加入者増加数も07年は約27万と06年の約40万と比較すれば約2/3のレベルに落ちましたし、今後の進展を大いに期待されているIP放送も期待したほどには伸びていません。全国世帯数比約20%の有料多チャンネル放送視聴者を拡大させる方策を改めて検討しなければならない状況です。

このように市場が伸び悩む中で、昨年はプラットフォームであるスカイパーフェクト・コミュニケーションズと衛星会社JSATとの経営統合がありました。続いて今年になってSCCがこの持株会社の傘下に入ることが決まりました。この結果衛星放送

に係る事業の中で、放送事業を除く衛星とプラットフォームは、この企業グループのみとなりました。この経営統合等による、衛星放送の環境整備や経営効率化等のメリットが事業者にも還元されることを期待します。

また、地上放送及びBSによるHD化の進展を見据えて、CS放送のHD化を促進すべく、スカパーは124/8にH.264によるHD放送を立ち上げる準備を進めています。当初予想を超える約90チャンネルの参加希望があり、事業者のHD化への高い関心を示しました。第1期（2008年8月）と第2期（2009年8月）と合わせ50チャンネルを越えるHDチャンネルが誕生しますが、これにより現在の加入者減少を食い止められることを期待します。一方当初新規機能をうたい文句に登場したCS110度も帯域の制限からHD化への対応にはブレーキがかかっていますが、2011年に開放されるBS拡張帯域を含めた議論の中で解決を模索する必要があると思います。

2. 衛星放送協会の事業計画

(1) 重点目標

来年度は特に以下6点を重点目標として掲げ、活動をする計画です。

(1) HD化の促進のための環境整備

—124/8度におけるH.264によるHD化

—110度におけるBS拡張帯域の利用も視野に入れたHD化

(2) CS放送に関する研究活動

—視聴料収入および配信料レベルについての理論的位置付け

—ケーブル事業者とのあるべき協力関係

(3) 人材育成のための活動

—セミナー等の開催

(4) 社会貢献活動

—環境キャンペーン等

(5) CS認知・加入者拡大キャンペーン

—124/8加入者増加キャンペーン

—e2大型新聞広告

—DPA共同アンテナキャンペーン

(6) 配信コストの低減

—DTH、HITS、地上回線の配信コストの低減

(2) 委員会・部会の活動

来年度より、2年前に合体して、1部会2分科会として運営してきたDTH部会を、2年間の活動をレビューした結果、124/8度及び110度部会の2部会体制すなわち旧に戻すことにいたしました。また、CAB-Jと活動領域が重なることから

広告部会を廃止することにいたしました。

総務委員会（協会の運営・衛星放送事業の確立と普及）

①総務部会：協会全般の円滑な運営、各委員会の調整、会長・副会長の補佐等

- ・ 総会、理事会、常任理事会などの準備と実行
- ・ 協会懇親会、賀詞交換会の準備と実行
- ・ 総務省、関係機関、外部団体との会合の準備と実施
- ・ 事業計画/予算の策定、決算/監査の実施及び協会財産の管理
- ・ 定款、細則、規定等の履行と管理
- ・ 総務省設置のCSマルチモニターの設置及び維持管理
- ・ CS放送に関する研究活動の実施
- ・ CS実態調査の実施
- ・ 人材育成事業の実施
- ・ プラットフォームガイドライン委員会事務局運営
- ・ 事務局運営の管理

②広報部会：衛星放送の認知拡大に向けた広報

- ・ ホームページの充実と維持管理（特に番組宣伝強化）
- ・ 媒体との懇親パーティの実施
- ・ 業界紙等を利用した広報活動
- ・ 社会貢献キャンペーンの実施
- ・ 定期的記者会見の実施

③技術部会：放送技術課題の調査研究

- ・ HD化に関する技術動向の調査
- ・ 業界技術動向の調査

コンプライアンス委員会（倫理向上・危機管理・著作権保護）

①倫理部会：放送制作倫理の確立、個人情報保護、青少年保護体制の確立

- ・ 「家族みんなで見ようキャンペーン」の継続実施
- ・ 各種セミナーの実施
 - 放送制作倫理全体についてのセミナー
 - 青少年保護に関するセミナー
 - 個人情報保護に関するセミナー

②災害対策部会：災害対策を含む危機管理の調査研究

- ・ 大規模災害を想定した事業継続のための具体的対応策の研究と啓蒙
- ・ 国、自治体等による災害対策計画策定指示等への対応

③著作権部会：権利課題の調査研究及び権利団体との団体交渉

- ・ 著作権講演会及び勉強会の実施

- ・ 権利団体との団体交渉の実施
- ・ CCD 及び経団連における著作権関連の調査研究実施
- ・ 不正防止のための諸活動

業務委員会（加入世帯拡大及び収入増加）

- ① 124/8度部会：スカパーサービス普及発展の諸施策
 - ・ 年間を通じた普及キャンペーンの実施（スカパーの販促作との連動）
 - ・ 未加入視聴者の意識調査の実施
 - ・ H.264 立上げ
- ② 110度部会
 - ・ DPA との共同アンテナキャンペーンの実施
 - ・ 認知向上のための新聞広告の実施
 - ・ 技術的問題に関する会員向け勉強会
- ③ ケーブル部会：ケーブルテレビとの諸課題の解決と加入者拡大
 - ・ 業界問題分科会
 - S T B 課金の推進
 - 適正な視聴世帯数報告の追求
 - 適正な法人契約の履行
 - ・ 加入者拡大分科会
 - ケーブルテレビショー 2008 への対応
 - コミュニティチャンネルを利用したお試し放送
 - 110 度、HD、VOD への対応

HD委員会（HD化に関する課題の研究）

- ・ 124/8
 - HD のスムーズな立ち上げ
 - H.264 画質評価会
- ・ e2
 - 既存の帯域/事業者による HD 化
 - B S 拡張帯域の利用
- ・ ケーブル
 - H I T S の対応
 - ケーブル局の方針
- ・ I P 放送
 - I P 事業者の方針

CAB-J 活動方針

1. 業界の課題と克服

CAB-J(衛星テレビ広告協議会)の活動は衛星放送協会の附属機関として4年目を迎えます。その間CS広告売上は毎年10%前後の安定成長を続けてまいりましたが、2007年度のCS広告全体の売上は残念ながら前年割れになる見込みとなっております。CAB-Jでは活動方針策定委員会を設置し、この状況を客観的に分析、その打開策を検討してまいりました。以下 原因、打開すべき課題を列挙致します。

- ・ BS放送3000万世帯突破による広告売上の向上
(特にインフォーマーシャル、持込番組のBSへの流出)
- ・ web広告の躍進(webへの流出)
- ・ 地上波広告を含めた広告業界全体の不振
(CS広告は地上波広告の補完メディアとして位置づけられている部分もあり、地上波の広告が苦戦していることがCS広告にも影響している。)
- ・ 継続出稿のバックアップ、データ整備の更なる強化
(トライアルで終わってしまうクライアントが多く、その後継続できていない。クライアントニーズがレスポンス重視型になっている)。
- ・ 広告会社、広告主との更なるコミュニケーションの強化
- ・ CS業界全体のスキルアップ

以上6つの大きなポイントがあると考えられます。

BS、web広告の躍進といった環境変化については、抜本的な打開策というよりは、地道にCSの魅力を訴え、営業努力を重ねていく必要があると思います。CAB-Jとして本年度取り組むべき課題と対策について、以下の活動方針を立案しました。

- ・ データ整備の更なる強化
- ・ 広告会社、広告主との更なるコミュニケーションの強化
- ・ 賛助会員社との連携強化
- ・ CS営業メンバーの育成強化

以上の他にもCSの特徴である多チャンネルを生かした共同キャンペーンも行ってまいります。

会員各社も地上波、BSとCSがシームレスでお客様(視聴者)の厳しい眼で見られているという現実を直視し、我々CAB-Jも、情報感度を高め、変化に対応し、CS広告売上の拡大に向けた環境整備と営業のバックアップを引続き行って参ります。

2. 委員会活動計画

総務・広報委員会

- (1) C A B - J ホームページ：全面リニューアルに向けての活動
 - ・ H P 制作・管理ベンダー選定
 - ・維持管理の簡素化とコストダウン
 - ・ H P 運営・活用方法の検討
- (2) 考査関連：衛星放送協会・倫理部会との連携
 - ・考査セミナーの共同開催
 - ・業種別考査資料の作成と参加チャンネルへの情報公開と資料配布
(J A R O 会報誌からの情報共有)
 - ・ J A R O、その他団体主催セミナーへの参加
- (3) C A T V 世帯数調査：視聴世帯数の把握（年 2 回の調査の実施）
- (4) 広報活動：C A B - J の活動、売上げ結果などのプレスリリース発行
- (5) 勉強会：広告出稿等勉強会の設定
 - ・勉強会の内容検討（C A B - J 営業推進・メディアデータ委員会との連携）
 - ・広告出稿

営業推進委員会

- (1) C S 広告市場状況解析、及び施策検討
 - ・売上アップに有効な施策の検討、実施
 - ・成功広告事例の集約や情報の共有化
- (2) V R 機械式調査結果の取扱
 - ・WGと連動し、データの咀嚼と取扱いガイドライン策定
 - ・会員社への説明会や運用スケジュールの開示
- (3) C A B - J パーティ開催
 - ・東京・大阪での開催
(東京は9月24日(水) グランドプリンスホテル赤坂にて開催)
 - ・規模、招待範囲、説明会の内容など検討
 - ・関西セミナーは、会場、及び開催時間帯の検討
- (4) 広告主向けの活動強化
 - ・広告主向けセミナー開催
 - ・・・実施時期は社団法人日本アドバタイザーズ協会と要調整
メディアデータ委員会とプレゼン内容を調整
 - ・広告主への啓蒙活動の強化
- (5) 賛助会員向け活動の検討と具現化
 - ・賛助会員社のメリットの検証と構築
- (6) 広告出稿調査の実施
 - ・出稿調査の方法と活用方法の再検討

- ・これまでの傾向値等についての説明の機会検討
 - ・4-6月期、7-9月期、10-12月期、1-3月期の年4回実施
- (7) CS広告事例紹介映像作成
- ・使用目的の検証と制作方法
 - ・WEBとの連携検討
- (8) 共同セールス・キャンペーンの検討
- (9) CAB-Jブレスト会議・懇親会の実施
- (10) CS広告全般に関するワーキンググループの開催

メディアデータ委員会

- (1) CAB-Jメディアデータブック
- ・メディアデータ委員会内にデータブック編集委員会を組織
 - ・CAB-Jパーティ（営推）までに完成し、当日配布
 - ・接触率データのほか、広告主/視聴者インタビュー含むデータソースの検討
- (2) 機械式調査RVCS2.0の運用関連業務
- ・調査運営の調整
 - ・機械式調査専門ワーキンググループを通じたCAB-J内外の調整
 - ・他委員会と協力し、業界団体向け情報発信の検討と実施
 - ・データの評価および研究
 - ・調査仕様の検討
- (3) 機械式調査専門ワーキンググループ等関連分科会の運営協力
- ・正会員、賛助会員との情報共有、協同
- (4) 広告主向けセミナー（営推委主催）等への協力
- ・営推委、他分科会とプレゼン内容を調整

以上