

一般社団法人衛星放送協会 平成28年度事業計画

平成28年4月1日～平成29年3月31日

1. 概要

(1)はじめに

国家的な取り組みであった放送のデジタル化は、昨年3月にケーブルテレビのデジアナ変換サービス終了をもって完遂されました。放送業界にとって一つの区切りということになりました。そして、我が国のICT成長戦略のひとつである「放送サービス高度化」の取り組みが、ロードマップに沿って始まりました。昨年は、124/128度CS放送をはじめ、ケーブルテレビなどで4Kの映像サービスがスタートしました。2015年は、放送の完全デジタル化完遂に加えて、新たな時代への節目になったと考えます。

そして、2016年秋には、BS放送、110度CS放送にて4K・8K実用放送に向けた具体的な取り組みが始まります。有料・多チャンネル放送は、多様な編成や専門性の高いコンテンツを旗印に、認知度を向上させ加入契約数増に向けて邁進して参りました。新たな国家的プロジェクトである放送サービス高度化の実現は、有料・多チャンネル放送業界にとって、さらなる普及拡大に繋がる好機になるのではと期待しています。

しかしながら、4K・8K放送の普及には、放送事業者のビジネスモデルを確立しなければなりません。安定した放送サービスの提供には、解決せねばならない数多くの課題があり、早期に課題を整理しその解決に取り組むたいと考えます。さらに、有料・多チャンネル放送の存在感を更にアピールし、国民の生活に無くてはならない存在として成長していきます。

また、有料・多チャンネル放送が取り組むべき喫緊の課題の一つが、110度CS放送のHD高画質化です。現在の110度CS放送は、54番組中33番組がSD標準画質での放送サービスとなっています。放送サービス高度化と同時に、SD標準画質のHD高画質化は、解決すべき必須の課題と捉えています。

衛星放送協会は、引き続き、総務省、一般社団法人放送サービス高度化推進協会(平成28年4月1日発足予定)、一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟など、様々な関連団体やプラットフォーム事業者等との関係を今まで以上に強固にし、取り巻く諸課題の解決に取り組めます。また、社会の期待に応えることが出来るよう、自らの放送水準を向上させ、放送文化の発展に寄与していきます。

(2) 有料・多チャンネル放送契約数の現状

【表1: 有料・多チャンネル放送契約数】

(単位: 万件)

	平成27年12月末	平成26年12月末	増減
DTH(*1)	334	332	2
(124/128度)	121	126	△5
(110度)	213	206	7
ケーブルテレビ(*2)	652	641	11
IPTV(*2)	87	86	1
スカパー光(*1)	9	9	0
WOWOW(*3)	284	276	8
合計	1,366	1,344	22

*1: スカパーJSAT(株) 公表値。110度にはBS契約を含む

*2: 当協会推計値

*3: (株)WOWOW 公表値。

2. 衛星放送協会の事業計画

(1) 重点目標

① 有料・多チャンネル放送市場拡大への取り組み

有料・多チャンネル放送は、2014年度はテニス中継、2015年度はラグビーワールドカップと2年連続で注目を集め、加入契約数増に結び付けました。一方で、映像配信サービスは、スマートフォンなどの様々なデバイスで展開されており、視聴者のライフスタイルに適応したサービスを模索しながら急速に多様化しています。

この様な環境の変化の中、有料・多チャンネル放送のさらなる普及拡大は、これまで以上にコンテンツや編成の魅力を充実させる必要があります。また、これまでにない枠組みでのサービス連携、新たな放送サービスへの迅速な対応が求められています。さらに、110度CS放送のSD標準画質放送からHD高画質化も喫緊の課題と考えています。これら諸課題を解決し、有料・多チャンネル放送市場拡大の推進に努めます。

② 4K・8K放送をはじめとする放送サービス高度化への取り組み

BS放送、110度CS放送での4K・8K実用放送に向けた取り組みが、スケジュール化され推進されることとなりました。我々、有料・多チャンネル放送は、新しいコンテンツの制作や編成を生み出すことで、4K・8K放送の早期普及と放送文化の発展に貢献することが求められています。

参入放送事業者は、受信機器の普及や視聴者動向を的確に捉え、初期投資を考慮したビジネスモデル確立への様々な課題検討が必要と考えます。会員社ならびに各関係団体、関係者と連携して4K・8K放送への取り組みに努めます。

③ オリジナル番組アワードを通じオリジナル番組の制作促進と拡大、さらなる認知度向上

昨年、第5回を迎えたオリジナル番組アワードでは、新たに複数の事業者に協賛支援をいただき、「大賞」が創設されました。また、授賞式では、多くのゲストに登壇いただくなど、オリジナル番組アワードの新たな形を示し注目を集めました。創設以来5年間、有料・多チャンネル放送業界のオリジナル番組の制作力の向上、オリジナル番組の視聴者への認知度向上に、貢献することができたと考えています。

2016年度も継続実施し、応募数、応募社数のさらなる拡大、コンテンツの充実、有料・多チャンネル放送の認知度をより向上させ魅力を広く伝えるよう努めてまいります。

④ 多チャンネル放送研究所の更なる充実

多チャンネル放送研究所は、2008年秋に設立、8年目を迎えました。今年度も継続的に実施している「多チャンネル放送実態調査」や「多チャンネル放送事業者予測調査」を引き続き実施します。さらに、4K・8K放送をはじめとした次世代放送サービスの普及、実現に向けた取り組みに、有益な情報の集約や調査を行います。調査データをより正確に迅速に分析し、会員の皆さまに中長期的な展望や提言を引き続き発信します。

⑤ 課題解決に向けた取り組み

当協会ではこれまで各委員会の活動を通じ、さまざまな会員社共通の課題の解決に向けた取り組みを行ってまいりました。例えば改ざんB-CASカードによる不正視聴や、放送番組の不正アップロード対策などがこれにあたります。2016年度は次世代放送サービスをはじめとした、様々な諸課題が増加することが予測されます。これらの諸課題に対して、円滑な対応が可能となるよう、協会各委員の方々と協力して活動をしてまいります。

⑥ 協会のあり方と関連団体との協力関係の強化

当協会は、有料・多チャンネル放送の発展への貢献度をさらに高めるため、従来の枠組みにとらわれずに広く意見を求め、活動の範囲を上げられるような取り組みを行ってまいります。これまでの他団体との連携に加え、放送サービス高度化や様々な検討を行う団体、他伝送路の事業者などとの新たな協力を検討してまいります。

(2) 委員会活動

① 総務委員会：協会全般の円滑な運営への補佐など

- ✓ 総会、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、外郭団体との会合、懇談会への出席、意見提出など
- ✓ 事業計画・予算の策定、決算／監査の実施および協会財産の管理など
- ✓ 定款、細則、規定等の履行と管理など
- ✓ 低炭素化計画の履行、協力の呼びかけ、管理とりまとめなど
- ✓ 人材育成セミナーの企画、実施、管理など
- ✓ 会費制度の在り方の研究・検討

② 広報委員会：協会活動認知向上に向けた有料多チャンネル放送市場拡大に向けた広報活動の強化、放送サービス高度化に対応した広報活動の実施

- ✓ ホームページでの情報発信継続強化
- ✓ 社会貢献活動の継続
- ✓ 媒体出稿による露出(B-maga 他主要業界誌/紙への出稿)
- ✓ 不正視聴防止の啓蒙活動継続
- ✓ 記者会見の運営(1月及び6月)
- ✓ 「若手交流会」を通じた会員社間交流と協会活動の理解促進

③ 技術委員会：会員社に共通する放送技術課題について調査研究を行う

- ✓ 4K/8K、HDR、スマートテレビ、ファイルベース等の新技術動向の調査
- ✓ 現状の技術に関する課題の検討(必要に応じ画質評価会を実施)
- ✓ 電波産業会(ARIB)への参加
- ✓ 技術動向調査や課題の検討結果は、説明会等や協会内の情報共有により、会員各社で活用できるようにする

④ アワード委員会:「衛星放送協会オリジナル番組アワード」の認知向上

- ✓ 第6回の運営の成功
- ✓ 第6回の実績を踏まえた第7回に向けた準備
- ✓ オリジナル番組アワードの認知向上に向けた活動の強化

⑤ 著作権委員会:著作権に関わる各団体と継続した交渉を実施する

- ✓ イーライセンス等新たな権利者団体との交渉
- ✓ 不正アップロード対策
- ✓ 会員向け著作権セミナー
- ✓ その他権利者団体と都度対応
- ✓ 著作権全般に関する社会的啓発キャンペーン
- ✓ ネット配信に係る著作権情報の収集、報告
- ✓ その他

⑥ 倫理委員会:番組制作並びに放送の倫理向上に関する活動を実施する

- ✓ CAB-Jとの共催によるセミナー開催
- ✓ 青少年健全育成活動の実施
- ✓ 成人番組倫理委員会との意見交換会の実施
- ✓ 放送基準及び広告放送のガイドラインの改定準備
- ✓ テレビショッピングの現状に関する情報収集およびテレビショッピング事業者連絡会議の開催を課題発生時に検討する

⑦ 災害対策委員会:災害に関する対応及び対策の情報収集・調査を実施する

- ✓ 災害対策上、重要なデータや文献の購入及び配布(随時)
- ✓ 各社の災害対策に有益なセミナーの開催(年1回程度)
- ✓ その他、防災、事業継続に関する監督官庁等からの発令等の解説や、対応方法の検討・確認の為の会合については適宜開催する

⑧ 124/128度委員会:124/128度プラットフォームにおける新規加入者の獲得と、放送事業者と番組供給事業者間の関係性の向上と加入者拡大

- ✓ 「商品再構成」の実現に向けた課題の共有と必要に応じたスカパーとの調整
- ✓ スカパーJSAT(株)との連携によるプレミアムサービス新規加入獲得策の立案と実施
- ✓ スカパーJSAT(株)との連携によるプレミアムサービス解約防止策の立案と実施
- ✓ スカパーJSAT(株)と番組供給事業者間との連携強化
- ✓ スカパーとの連携によるプレミアムサービス光の販売促進策の立案と実施

⑨ 110度委員会:110度CS放送の普及に向けた諸活動を以下の通り行う

- ✓ スカパーJSAT(株)を初め関係先等との意見交換を行い、加入促進の拡大に努める
- ✓ スカパーJSAT(株)及び関連する各委員会とも協議し、各施策等の意見交換を行い、解約の防止に努める
- ✓ パススルーにおける業務等、スカパーJSAT(株)と協調して円滑な運用に努める
- ✓ 衛星契約及び衛星の運用状況等について、スカパーJSAT(株)との密な情報共有・意見交換に努める
- ✓ 110度CS放送の更なるHD高画質化の実現に向けた活動に努める
- ✓ 4K放送をはじめとする、放送サービスの高度化についての情報交換や課題の共有に努める

⑩ ケーブル委員会:ケーブルテレビ、IPTVなどのプラットフォーム事業者による多チャンネル、専門チャンネルの加入者の普及拡大策を検討及び実施する。また適正で良好な関係構築のための課題に取り組む。更に次世代の関連する技術やサービスなどを研究し、将来の発展形を視野に入れて業界発展に有効な活動をする

- ✓ 多チャンネルサービスの加入拡大、純増に向けた活動
- ✓ CATV等との取引等でおこる共通した諸問題の情報共有と対策、解決活動
- ✓ セミナー等をタイムリーに企画実施し、レベルの向上と未来型サービスでのビジネスに取り組む
- ✓ 2社懇談会への委員参画、連盟との情報交換を適宜行う
- ✓ その他(各種ガイドライン等。ホームページでの資料共有など)

⑪ プレミア委員会:プレミアチャンネルの普及促進を目指す

- ✓ スカパーにおけるプレミア系チャンネルの契約者数アップのための施策検討、実施
- ✓ スカパー上及びCATV各局のプレミアチャンネル契約数アップのための共同PR企画及び実施
- ✓ プレミア系チャンネルが抱える諸問題の意見交換
- ✓ プレミア系チャンネルに特化した講演会・セミナー・勉強会の開催
- ✓ プレミア系チャンネルに特化した外部環境・事業環境のリサーチ

⑫ BS委員会:BSチャンネルの普及促進を目指す

- ✓ 新BS全体の認知および視聴性の改善
- ✓ BS全体の視聴性向上
- ✓ 有料BS全体の加入促進についての協議
- ✓ BS有料放送固有の問題解決のための協議・情報交換
- ✓ 外部団体との連携による普及促進活動
- ✓ BS有料放送の普及促進のための有効な施策を調査研究する
- ✓ BSに係る次世代放送(4K/8K等)へ向けた対応策の検討

⑬ 多チャンネル放送研究所:多チャンネル放送の普及促進を阻害している要因を把握/分析する

- ✓ 多チャンネル放送産業についての基礎資料の整備および、多チャンネル放送視聴者のプロフィール分析を継続的に実施する
- ✓ 「普及阻害要因研究」を探る視聴実態調査については引き続き活動を継続しその活動結果を、業界内および外に対して公表していくことで、業界への理解を深め協力関係の構築を目指すともに、普及への環境整備を図る
- ✓ 研究所設立10周年を2018年に控え活動の更なる充実を図ると共に今迄の活動成果の取り纏めを行う

⑭ 記録保存所:当協会正会員である放送事業者の放送番組を記録として収集し保存する

- ✓ 正会員放送事業者の放送番組を記録として収集し保存する目的で設立され、文化庁より公的記録保存所として指定されている。協会事務局に本所を置き、正会員放送事業者に支所を設置して活動
- ✓ 同保存所は、著作権法第44条第1項に規定される放送事業者による一時的固定物を同第3項の規定に基づき、番組放送後6ヵ月を超えても保存する
- ✓ 平成28年4月には平成27年度分の報告を文化庁に行う

3. CAB—J事業計画

(1) CAB—J活動方針

CS/BSペイテレビの広告売上は、2年前(平成25年度)に過去最高の219億円を記録した以降、低下傾向にあると言わざるを得ない状況です。更に、CS/BSペイテレビ放送の視聴契約件数が伸び悩みを見せる中、世界最大の動画配信サービスであるNetflixをはじめ様々な動画配信サービスが立ち上がるなど、我々を取り巻く環境は厳しさを増しており、CS/BSペイテレビの成長は楽観視できるものではありません。

しかし、ジャンルに特化した専門性の高い番組を制作・編成し視聴者属性が明確なターゲットメディアであるCS/BSペイテレビは、プライベートメディアとしての側面も強いことから、例えばテレビとモバイルとの連携やリニア放送と動画配信との連携などの工夫を凝らした広告企画を通じて売り上げを拡大させる機会が到来したともいえます。

このような環境下、アドバイザーや広告会社の皆様のご支持を頂きながら、CS/BSペイテレビ広告の拡大を目指すため、「CAB—J平成28年度活動方針」を次の通りいたします。

1. 機械式ペイテレビ接触率調査参加事業者の拡大並びに調査データの業界共通指標化を目指して、調査データの様々な活用方法や広告事例について、各種勉強会やセミナーなどを通じた紹介や啓蒙活動を積極的に行う。
2. メルマガやホームページなどの効果的な活用を通じてCAB—J活動内容を業界内外に向けてタイムリーに発信し、CS/BSペイテレビ広告に対する認知向上を図る。
3. アドバイザー、広告会社および業界関連団体に対して積極的にアプローチをかけることにより連携・協力関係を強化し、CS/BSペイテレビ活用に向けた啓蒙活動につなげる。
4. 今後ますます多様化する市場環境を念頭に、次世代の機械式ペイテレビ接触率調査や放送業務の整備などを含む、今後のCS/BSペイテレビ広告の在り方についての検討を行う。

本方針のもと、本年度もアドバイザー、広告会社の皆様に実効性の高い情報を提供することに注力しながら、CS/BSペイテレビの広告価値の向上を目指して積極的に行動してまいります。

委員会活動計画

① 総務・広報委員会

- ✓ CAB—J広報活動
 - ・ 業界内外へ向けてCAB—Jの情報発信を行い、関係を強化する
 - ・ メディアデータ委員会と連動した機械式ペイテレビ接触率・プレスリリース発行
 - ・ 月刊B—magaでの定期的な機械式ペイテレビ接触率データ掲載、トピックス掲載
 - ・ より効果的なプレス送付先の開拓
 - ・ プレス宛先リストとセミナー等告知リストの使い分けと更新、他委員会と協力して行う
- ✓ 広報・HPワーキンググループ
 - ・ CAB—J公式ホームページ運営
KPIの管理と告知活動等の効果検証
 - ・ アクセスの向上とユーザビリティ向上を目指した開発
 - ① マルチデバイス対応、画像対応等
 - ② レイアウト、動線不良
- ✓ メールマガジンの運営
 - ・ 平成27年度開始のメールマガジンの継続発行(月2回)
 - ・ HPやCAB—Jイベント、勉強会等と連動
 - ・ メールマガジンリストの管理
- ✓ ケーブルテレビ加入世帯数調査の実施
 - ・ 年2回 6月末付・12月末付の加入世帯数調査を実施
 - ・ 6月末付けの世帯数をCAB—Jメディアデータブックの公式加入世帯数に加算
- ✓ CM考査活動

- ・ CM担当者連絡会議の継続的な定期開催
- ・ CM考査事例集の作成を検討
- ✓ 衛星放送協会倫理委員会との共催セミナー開催
2回開催を予定
- ✓ 国内外関連団体との交流の積極的展開
 - ・ JAA、JAAA、CASBAA等
- ✓ その他の活動
 - ・ JAROLレポートの継続発信活動
 - ・ 関係他媒体への広告出稿活動

② 営業推進委員会

- ✓ アドバイザー向けの活動強化
 - ・ CS/BSペイテレビメディアセミナー及び広告事例説明会の開催を検討
- ✓ 賛助会員向け活動の検討と実施
 - ・ 賛助会員社のメリットの検証
 - ・ 賛助会員社との意見交換会実施
 - ・ 賛助会員社と連携し、CS/BSメディアの啓蒙活動実施について検討
- ✓ CAB-Jセミナー開催
 - ・ 東京・関西・福岡での開催
- ✓ CS/BSペイテレビ広告事例紹介映像作成
 - ・ 用途の拡大をJ検討
 - ・ WEBとの連携
- ✓ CAB-J勉強会の開催
 - ・ 他委員会と連携し 講演者の幅広い選定を行なう
 - ・ 年2回開催
- ✓ 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
 - ・ 結果・傾向値等についての説明会の実施
 - ・ 4-6月期、7-9月期、10-12月期、1-3月期の年4回実施
- ✓ 放送業務関連の整備
 - ・ CM素材の種類とその対応確認・CM素材搬入日時・CM送出業務、場所・10桁コード使用・ファイル化対応・ACジャパン加入等、加盟局の現状を把握し、ガイドライン策定を検討

③ メディアデータ委員会

- ✓ CAB-Jメディアデータブック2016
 - ・ 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し、総務・広報委員会、営業推進委員会と協力し制作
 - ・ CAB-Jセミナー(営業推進委員会)迄に完成し当日配布
 - ・ 接触率データの他 アドバイザー/広告会社インタビューを含む掲載情報の検討
- ✓ 機械式ペイテレビ接触率調査の運用関連業務
 - 調査開始9年目を迎えた接触率の広告セールス推進を目指し、調査仕様の検討を行う
 - ・ 調査参加社(正会員/賛助会員)とビデオリサーチ間を調整し、機械式ペイテレビ接触率ワーキンググループ及び分科会等を運営
 - ・ 調査改善策の検討
 - ① ターゲットグループ作成による現行RVCSの有効活用
 - ② 統計視聴世帯・個人数を基本とした共通指標化
 - ③ 生活環境変化に対応した付帯調査の改修取
 - ④ 調査エリア/サンプル数/調査期間等の拡張を踏まえた次期接触率調査の検討
 - ・ 接触率データの本格的な情報発信

- ・ 調査参加社拡大促進施策
 - ① チャンネル会社データ利用活性化のための勉強会実施
 - ② お試し購入ルール策定
- ✓ 対外発表・アドバイザー向けセミナー等への協力
 - ・ 総務・広報委員会、営業推進委員会と連携した接触率データ結果の積極的なプレスリリース発信
 - ・ CAB-Jセミナー(東京、関西、福岡)での協力
 - ・ アド協等 関連業界団体等へのセミナー実施

以 上