

平成 19 年 3 月 19 日

社団法人衛星放送協会 第10期事業計画

平成 19 年 4 月 1 日～平成 20 年 3 月 31 日

1. 概要

(1) CS 放送を取巻く市場環境

放送業界では、一方に地上デジタル放送の全国展開があり、他方で通信と放送の融合が着々と進んでいます。IP による放送事業が徐々に成長し、ワンセグ放送も開始されるなど本格的な多メディアの時代に突入し、通信事業者の放送事業への参入も始まりました。放送は今まさに激動の時代です。

また、地上デジタルとBSを含めたHD放送と、これに対応する高精細テレビが爆発的に普及し、今やハイビジョンを視聴できる世帯は 2000 万世帯を超えようとしています。この普及により高画質を求める視聴者の声はますます高まっています。

(2) 衛星放送の現状と課題

CS 放送は、そのスタート時は「先進的メディア」として放送業界をリードしましたが、現在では各種メディアの登場により必ずしもその優位性を保っているとはいえません。あらためて、多チャンネルの魅力と全国一律放送の利点を生かして認知向上を図り、加入者増加に取り組まねばなりません。

CS 放送は、主に DTH 及びケーブル経由配信され、昨年前半には視聴可能件数は合計で1千万を超えました。しかし、この1年ケーブル経由の視聴世帯は着実に増加していますが、DTH では三波共用テレビの普及に後押しをされた、e2 by スカパー！の加入者増加はあったものの、DTH 全体では微増にとどまりました。衛星放送事業者にとってはDTHとケーブルどちらも大事であり、特にDTHの加入者増加対策は喫緊の課題です。加えて成長しつつあるIP放送にも積極的に対応し有料多チャンネル放送全体の底上げを図ることが大事です。

CS 放送の更なる成長を期し、次の目標たる 2000 万件を達成するためには、視聴者を惹きつけるコンテンツを提供することが何よりも必要なことは言を待ちません。高精細テレビがこれだけ普及する中で、コンテンツ強化の一環としてCS放送もHD化の推進に取り組む必要があると考えます。それぞれの個々の事業者だけでは対応できないケースもあり、コスト的にも容易ではありませんが、業界を挙げて取り組まねばならない課題です。また、単なる HD 化に留まらず、同時に良質なコンテンツの制作及び獲得のための投資の拡大をすることが求められています。さらに、競合するサービスに対抗するためには魅力あるコンテンツの提供だけではなく、視聴者が加入しやすいサービスの仕組みについても工夫が必要です。

また、事業者の収入には、視聴料収入以外に広告収入があります。CS 放送の広告

収入は現在約2兆円といわれる放送分野全体の広告収入の1%弱にとどまっています。コンテンツへの投資拡大のためにもこの収入の増加を図ることが次の課題です。CS放送は主体的に料金を支払っている、「特定多数の視聴者」を擁する優良な広告媒体であることが認識されれば、まだまだ伸び余地があるはずです。

前述のとおりメディアとして1千万件をこえ、社会的責任も果たすべく、今期は大きな社会問題となっている飲酒運転の撲滅キャンペーンを実施しました。来期もメディアの特性を生かし、規模に応じた社会的貢献を企画していく方針です。

現在協会が中心となって、「プラットフォームの在り方に関する協議会」を発足させ、プラットフォームガイドラインの改訂の議論を進めておりますが、設置が予定される、「ガイドラインの運用に関する委員会」及び「普及促進委員会」において、放送事業者とプラットフォーム事業者間の課題に取り組み、両者が一体となってCS放送の成長を図れるように努力したいと考えております。

2. 衛星放送協会の事業計画

(1) 重点目標

現在協会が直面している課題を踏まえて、特に次の課題に重点的に取り組む方針です。

- ① CS放送の認知向上及び加入促進
 - 年間を通じた協賛型キャンペーンの企画及び実施
(㈱スカパー・コミュニケーションズの販売促進策との相乗効果を狙う)
 - e2 by スカパー！認知度向上のためのキャンペーンの実施
- ② コンテンツ強化
 - HD化促進のための協議の開始
- ③ 広告収入の増加
 - 広告媒体としての認知向上
 - 共同広告の推進
 - 機械式接触率調査の導入
- ④ 社会に貢献するキャンペーンの企画
- ⑤ 「プラットフォームガイドライン」の運用等
 - 放送事業者とプラットフォーム間の課題の解決
 - 普及促進に向けた協力関係の確立

(2) 委員会・部会活動

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
- ・ 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

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
- ・ サーバ型放送に関する動向調査

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
- ・ 関連諸団体等との交流或いはセミナーの共催

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
- ・ CCD及び経団連における著作権関連の調査研究
- ・ 不正コンテンツ売買防止のためのオークションサイト等との交渉
- ・ 不正防止キャンペーンの実施

業務委員会(加入世帯拡大及び収入増加)

①DTH部会:スカパーサービス普及発展の諸施策

- ・ 124/8分科会

- 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
- 加入者取り込み等の営業施策の提言
- ・ 110分科会
 - 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
- ②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
 - 契約書フォーマットの整理
 - デジタル化に伴う諸課題
 - 支払い、視聴世帯数報告
 - 法人契約
 - ・ 加入者拡大分科会
 - ケーブルテレビショー2007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
 - デジタル放送のパンフレット/ちらしのデータバンク化
 - 110度、HD、VOD への対応
- ③ 広告部会:CAB-Jとの連携による広告収入増加のための諸施策
 - ・ 広告会社の媒体担当者の視聴実態調査
 - ・ CS 広告市場の将来像に関するシンポジウムの開催

第10期CAB-J活動方針

CAB-Jは衛星放送協会の付属機関として3年目を迎えます。この間、CSメディアの認知度向上とCS広告マーケット拡大を目指して活動をしてまいりました。2006年度のCS広告売上は未だ確定していませんが、昨年度に続き前年比110%は達成できるのではと思っております。メディア環境が激変する環境下で毎年10%以上の成長を続けるCS放送は着実にそのポジションを確立しております。しかし、全体で6兆円とも言われる広告市場の規模を考えると、CS広告はもっと成長して当然と考えております。

この中であってCAB-Jも“2011年CS広告売上500億円”の目標に向かって頑張っていかなければなりません。以上を踏まえまして2007年度は下記の様な活動方針を立案しました。

- 1) 広告会社、広告主に対する積極的な営業活動によるCS認知度向上
- 2) ビデオリサーチ機械式調査の10月からの導入によるデータ整備の強化
- 3) 共同広告セールスキャンペーン企画の継続

委員会活動計画

総務・広報委員会

(1) CAB-Jホームページ

- リニューアルに向けての活動(情報アップデートの新システム構築)
 - ホームページ制作・管理ベンダー選定
 - 維持管理の簡素化とコストダウン
 - ホームページ運営・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
(JARO会報誌からの情報共有)
 - JARO、その他団体主催セミナーへの参加

(3) CATV世帯数調査

- 年2回の調査の実施(6月末、12月末の2回を予定)
- アナログ、デジタルの視聴世帯数の把握

(4) 広報活動

- CAB-Jの活動、売上結果などのプレスリリース発行
- 新規賛助会員を増やすための活動

(5) 勉強会・広告出稿等

- 勉強会の設定
 - 勉強会の内容検討(CAB-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) CAB-Jパーティ開催

〔検討課題〕

- 実施時期の検討
- 第一部説明会の内容検討

(2) 広告主向けセミナー開催

〔検討課題〕

- 実施時期は社団法人日本広告主協会と調整の上決定
- メディアデータ委員会・リサーチWGなどとプレゼン内容を調整

(3) 関西地区CAB-Jセミナー開催

〔検討課題〕

- 招待者リストの整理
- 会場の検討
- 説明内容の検討

(4) 広告出稿調査の実施

- 4-6月期、7-9月期、10-12月期、1-3月期の年4回実施
- 集計データの活用方法の検討

(5) CS広告事例紹介ビデオ作成

〔目的〕

- CSの媒体特色を視覚的にアピールする

〔使用内容〕

- 媒体説明会場での使用
- 各局セールスでの活用

〔検討課題〕

- 広告事例を中心とした内容の検討
- 製作体制の検討

(6) 共同セールス・キャンペーンの検討

(7) CAB-Jプレスト会議・懇親会の実施

(8) CS広告全般に関するワーキンググループの開催

- 賛助会員と定期的に会議を開催

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
 - VR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実施準備
- 機械式調査専門ワーキンググループの後方支援と、CAB-J内調整
 - 調査仕様の検討
- (3)リサーチワーキンググループの運営
- 賛助会員との情報共有、コラボレーション
 - 機械式調査実施に関しては機械式調査専門WGと共同
- (4)広告主向けセミナー(営推委主催)等への協力
- 営推委、リサーチWG等とプレゼン内容を調整
- (5)メディアデータ研究
- 日記式から機械式調査移行時のデータ変動の研究
 - 視聴者プロフィール調査その他、CS広告市場拡大に向けた調査の検討実施