

[月刊]

2022年3月10日発行（毎月1回10日発行） Vol.21 No.3 通巻238号 <http://www.satemaga.co.jp>

デジタル時代のメディアビジネスマガジン

Monthly Broadband * Broadcasting * Business Magazine

B-maga 3

2022 MARCH

【特集】

有料多チャンネル放送 2021年の総括と2022年の展望



動画配信サービスの2021年

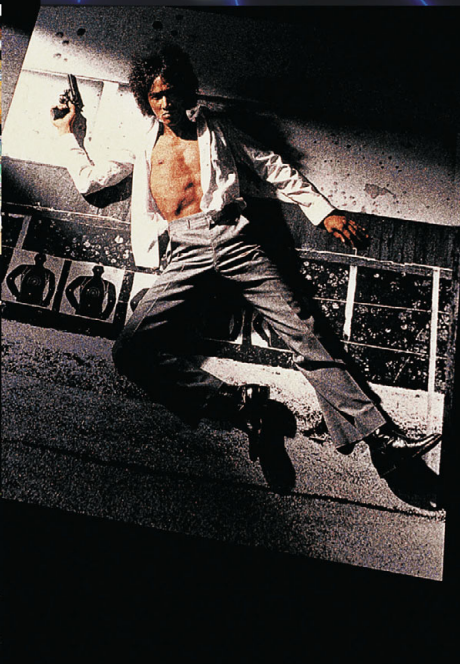
Satellite & Cable Industry 2021 Milestones

Channel Focus WOWOWプラス

Featured Solution KDDI「かんたんテレビ電話」アプリ

WOWOW プラス

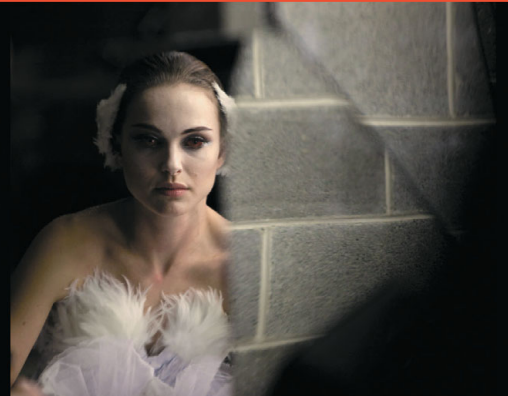
映画・ドラマ・スポーツ・音楽



『エンド・オブ』シリーズ一挙

3/5(土) 17:00~

『エンド・オブ・ホワイトハウス』©2013 OLYMPUS PRODUCTIONS, INC.



第94回アカデミー賞開催記念

3/26(土) 17:20~

『ブラック・スワン』© 2010 Twentieth Century Fox Film Corporation. All rights reserved.



連続ドラマW パレードの誤算 ~ケースワーカー殺人事件 全5話一挙放送

3/11(金) 21:00~

©2020 WOWOW INC.



秦 基博 15th Anniversary LIVE "GREEN MIND" 3/27(日) 19:00

ジャパニーズ・ハードボイルド

〈松田優作 × 大藪春彦・探偵はBARにいる・ゴルゴ13・白石和彌ほか〉
日本が誇るハード・ボイルドを、計10作品特集放送。

3/18(金)・19(土)

「孤狼の血」©2018「孤狼の血」製作委員会
「ゴルゴ13(1983)」©さいとう・プロダクション/TMS・フィルムリンク
「探偵はBARにいる」©2011「探偵はBARにいる」製作委員会 「霧える金狼(1979)」©KADOKAWA 1979



「もはや動物的?!」なひらめきを宿すやわらかな技術で ソフトもハードも自在に

ハマーズの自慢は、社員個々の持つ基礎力の高さと守備範囲。どんな課題も、長年積み重ねた技術と経験をもとに的確に分析・判断し、最もスマートな回答を瞬時に導き出します。たとえば多くの企業から「一緒に何かしたい」というオファーをいただくコラボレーション事業。これも当社に対する期待感の表れと自負しています。SNG・テレポート運用、設備の設計施工はもちろん、海外コンテンツの導入や紹介、映像伝送ソリューション、番組制作など、映像に関する「ありとあらゆる」に、期待以上の提案をさせていただきます。詳細は当社HP <http://www.hamers.co.jp/> をご覧ください。



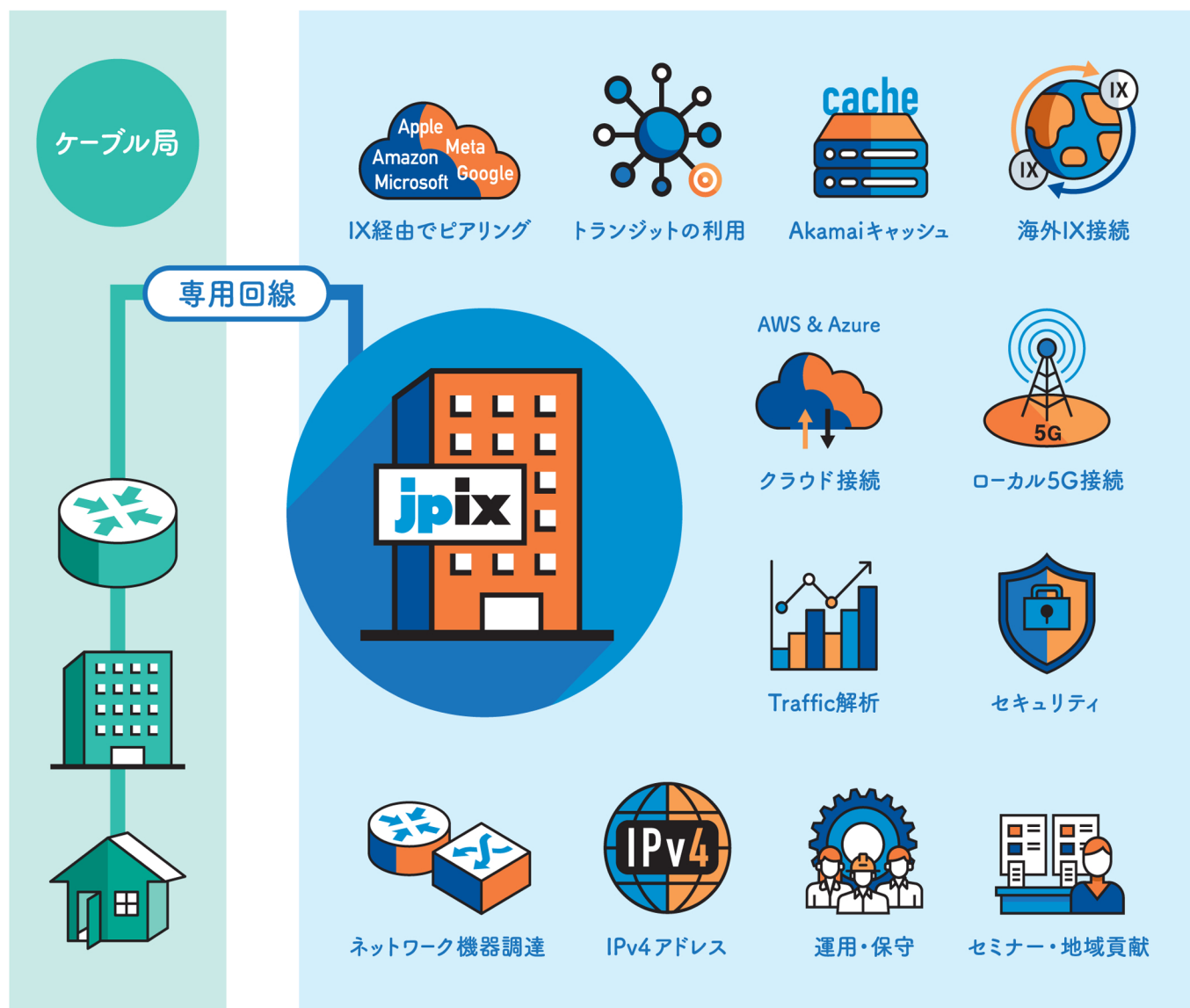
〒231-0023 横浜市中区山下町1番地 シルクセンター8F

Phone.045-680-1570 Fax.045-680-1575

皆様のおかげで **25** 周年を迎えることができました

新たなチャレンジとともに

設立当初のきらめきを忘れず さわやかな響きを奏でてまいります



お困りのことがありましたらJPIXにお問い合わせください

25th
Anniversary

jpix

日本インターネットエクスチェンジ株式会社
<https://www.jpix.ad.jp>



お問い合わせは、弊社営業部へ | Tel : 03-3243-8626 Email : sales@jpix.ad.jp



「ケーブル・アワードベストプロモーション大賞」はケーブルテレビ事業者の地域における様々な取り組みを讃え、認知向上と各社の活動内容の共有を目的に、優れたプロモーションや施策を表彰します。

応募条件

各部門とも、2021年4月～2022年3月の期間に使用・放映・実施したものを応募対象とします。
応募対象は一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟の正会員オペレータとします。参加費は無料。

作品募集!

エントリー部門

チラシ部門

映像部門

グッドプラクティス部門

各賞

- 👑 グランプリ
- 👑 準グランプリ
- 👑 優秀賞(各部門)
- 👑 ケーブル・チョイス賞(ケーブル局員投票)
- 👑 RBB TODAY賞(一般投票)
- 👑 特別賞(アンバサダーが今年のテーマに関連した作品・取り組みから選出)

応募期間

2022年3月1日(火)～3月31日(木)

作品の提出は、応募と同時にエントリーシートに添付して送信下さい

審査スケジュール

応募フォームより応募・作品送付

予備審査

RBB TODAY
一般投票ケーブル局員投票
2022年5月2日(月)～
5月15日(日)(掲載予定)

本審査会

入賞作品発表

贈賞式

東京国際フォーラム
7月28日(木)

ご応募の詳細は、公式ホームページ

→ ケーブル・アワード2022

検索

「持続可能な地域社会とともに」

上記のテーマに関連した作品・取り組みによりアンバサダーが特別賞を選定し、表彰します。



ケーブル・アワード2022アンバサダー

のんさん

女優・創作あーちすと / SDGs People 第1号

【プロフィール】 2016年公開劇場アニメ『この世界の片隅に』にて主人公すずさんの声を務める。2018年展覧会『‘のん’ひとり展-女の子は牙をむく-』を開催するなど、「創作あーちすと」としても活躍。2020年映画『星屑の町』『私をくいとめて』などに出演。2020年5月よりオンラインライブ『NON OUCHI DE MIRU LIVE(のん おうちで観るライブ)』を開催中。2022年2月、自身が監督・脚本・主演を務める映画『Ribbon』を劇場公開。2021年「ジャパンSDGsアクション推進協議会」のSDGs Peopleの第1号として選出され、自身がキャラクターを考案したSDGs啓発マンガ「SDGs最初の一歩」が話題になる。

主催：一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟

共催：RBB TODAY

【お問い合わせ】 **JCTA** 日本ケーブルテレビ連盟 award@catv-jcta.jp

ケーブル・アワード2022 第15回 ベストプロモーション大賞

【エントリーのご案内】

Feature Articles

有料多チャンネル放送 2021年の総括と 2022年の展望

12 〈Exclusive interview〉

岡本光正氏 衛星放送協会専務理事 & 音 好宏氏 上智大学教授

14 データで振り返る2021年の有料多チャンネル放送市場

16 多チャンネル加入純増ケーブルテレビ局に聞く

19 BS 3チャンネルが開局!!

BSよしもと/BS松竹東急/BSJapanext

22 動画配信サービスの2021年

26 Satellite & Cable Industry
2021 Milestones

Channel Focus

6 WOWOWプラス

Featured Solution

8 KDDI「かんたんテレビ電話」アプリ

Convention Report

46 「N-PLU展示会・交流会」 取材・文/神谷直亮

有料放送&VODビジネスがわかる! 新社会人にもオススメの一冊



メディア融合時代到来!

【コンテンツ至上主義】視聴者が「選ぶ」メディアは?

多チャンネル放送研究所 + 音 好宏(上智大学教授&多チャンネル放送研究所所長) 編著

急速に台頭してきた有料動画配信サービス(OTT)の利用実態や、その潜在的ニーズ等を明らかにするとともに、多チャンネル放送に与える影響、多チャンネル放送とOTTとの関係等を分析。メディア融合時代の多チャンネル放送の今と未来を読み解きます。

定価:2,200円(税別)

- 編著:多チャンネル放送研究所 + 音 好宏所長
- 編集・発行:サテマガBi
- 発行日:2016年12月25日
- ページ数:182ページ
- サイズ:A5判



※購入は大手書店、Amazon、サテマガBi HPにて

Series Articles and Columns

- 30 放送ビジネスの政治経済学 59 文/音 好宏
- 32 メディアまんだらげ 235 「いつの間にか聞こえなくなった「ストップ・ザ・コロナ」」取材・文/猪股英紀
- 36 メディア・リサーチ「既存メディアは新たな広告ビジネスの局面へ」文/鈴木祐司
- 40 新・地域メディア最前線 111 取材・文/兼古勝史
- 42 地産飛翔〜ケーブルビジネス関連動向
(気になるトピック / 機器チェック!)
- 48 アジア衛星TV最新情報 239 文/長瀬博之
- 50 日本で受信可能なアジア衛星TV一覧
- 56 Official Information
スカパーJSAT / 衛星放送協会 / 日本ケーブルテレビ連盟 / 日本ケーブルラボ / CRI
- 60 考えるメディア 238 文/福田 淳
- 61 ワハハ本舗 喰始のエンターテインメントのツボとボツ 151 文/喰 始
- 62 Information 新作映画紹介 & Convention
- 63 NEWS FILE 2022年2月4日~2月28日
- 69 料理研究家 吉原ひろこのラクールcooking
「@いう間の“鯛とホタルイカのカルパッチョ”」レシピ/吉原ひろこ



DATA

- 38 CS-CHANNEL RANKING
- 71 定期購読のおすすめ
- 72 購読オーダーシート
- 73 Back Number

〈読者の皆さまへ〉

「DATAページ」(各プラットフォーム別加入状況および業界動向データ、CS/BSパレイテレビ接触率ランキングなど)の掲載を今号も見送ることとなりました。上記各種データは、誌面には掲載していませんが、2022年3月10日に弊社HP (<http://www.satemaga.co.jp/>)にPDFにてアップしております。お手数ですが、こちらから閲覧くださいますようお願い申し上げます。



2022年3月10日

サテマガ・ビー・アイ(株) 月刊「B-maga」発行人 一瀬悦子 / 編集長 池和田一里



CLOSE SHOT

『中西圭三の朝ぶら散歩 特別編』4月放送
30周年記念楽曲制作風景も収録

「旅チャンネル」(ターナー・ジャパン(株)、東京・港区、高橋雅美代表取締役)は2月18日、『中西圭三の朝ぶら散歩 特別編』の取材会を開催した。

『中西圭三の朝ぶら散歩』は、“朝活”を推奨するシンガーソングライターの中西圭三さんが案内人となって、静かな朝の街を散歩する番組。今回の特別番組では、20年前に訪れ一目惚れした福島県の羽鳥湖周辺を散歩する。

特別編は、放送回数30回と中西さんの芸能生活30周年を記念したもので、ダム湖百選のひとつである羽鳥

湖の日の出からスタート。全長62mの木製つり橋、イギリスの街並みを再現したブリティッシュヒルズ、そして車を走らせ、20年前に中西さんが一目惚れして購入した別荘地も訪問。芸能30周年を記念した新曲「Promised Land」の制作風景も追っている。

中西さんは「天栄村は私の心の故郷、原風景のような景色をご堪能いただけるのではないかと思います。今はコロナ禍で人とのなるべく会わないようにする大変な世の中。朝活は、密を避けて楽しめそうです」と番組と

朝活をPRした。

放送は、ひかりTVで3月12日に先行放送し、4月中旬に「旅チャンネル」にて放送する。



音楽・スポーツ・ステージの新ジャンル投入

WOWOWグループ内の 好循環が築けている



廣田 敦氏
(株)WOWOWプラス
執行役員
コンテンツプロデュース
局長(左)

富田純代氏
同コンテンツプロデュース局
コンテンツ運用部長
(中央左)

栗林幹夫氏
(株)WOWOW
コンテンツ戦略局
コンテンツ戦略部長(中央右)

伏見一世氏
同コンテンツ戦略局
コンテンツ戦略部
WOWOWライブデスク(右)

(株)WOWOWプラス(東京・港区、大熊和彦社長)は、2020年12月、名画専門チャンネルとして長年親しまれてきた「シネフィルWOWOW」のチャンネル名称を「WOWOWプラス」へと変更するとともに、新ジャンルを投入するなど、リブランドをスタートした。ここでは、同社が運営する「WOWOWプラス」のリブランドへの取り組みと効果、今後の展開について、(株)WOWOWプラス、(株)WOWOWの両者に伺った。

リブランド後に1年で約20万世帯増を達成 開局以来初となる生中継も実施

廣田:2020年12月1日に、チャンネル名称を「シネフィルWOWOW」から「WOWOWプラス」に変え、編成も、これまで親しまれてきた映画を主軸に、“WOWOWならではの”スポーツや、音楽・ステージコンテンツを投入し、放送ジャンルの幅を広げてきました。映画が占める割合は全編成の80%とメインであることには変わりはありませんが、残りの20%にて、ドラマ・アニメ12%、音楽・ステージ4%、スポーツ4%程の比率でコンテンツ投入を行なってきました。チャンネル名称変更および新ジャンル開拓によるリブランドの結果、お問い合わせも多く頂き、加入数も増加傾向にあり、成果を上げています。実際、リブランド以降、20万世帯以上の加入者数増となりました。

富田:WOWOWとの協力により、音楽・ステージジャンルでは、21年8月にAJICOのライブを

WOWOWに先行して放送したほか、さだまさし、米米CLUB、氷川きよしのライブをテレビ初放送しました。スポーツジャンルでは、グループ間でのコンテンツ利活用を行い、世界最高峰のボクシングをお送りする「エキサイトマッチ」や、開局以来初の取り組みとして130年以上の伝統を誇る最古のラグビー大会「ラグビー欧州6カ国対抗戦 シックス・ネーションズ」、「ラグビーテストマッチ2021 オータム・ネーションズ」では生中継にも取り組みました。

このようなWOWOWとのサイマル放送、WOWOWに先行しての放送などによる連携を強化し、多数の新規ジャンルコンテンツを投入した結果、新たな視聴者層の拡大に結びつきました。21年は、今までにないグループ間シナジーが発揮できたと思います。

栗林:21年11月にラグビーにおいて初の生中

継を実施しましたが、ベーシックチャンネルであるWOWOWプラスに生中継の手段が加わったことで、WOWOWグループとしてコンテンツの魅力をお伝えする幅が広がり、WOWOWとしても手ごたえを感じています。

廣田:WOWOWプラスの視聴者の嗜好を考慮し、AJICOやさだまさしなど、その時、世の中の引きとなるコンテンツを編成することで、加入の山を作っていくという取り組みが、独占放送、先行放送になります。毎月WOWOWとのコラボによって、これらの山を作り上げ、それが実を結びました。

音楽・ステージやスポーツはファン同士のコミュニティが濃いジャンルであり、ファン同士のSNSやロコミによる効果や、アーティスト発信によるアナウンス効果がとても強く、これらが加入に結びついていると思います。

—新ジャンルの投入が成功したようですが、
従来からの映画ファンである既存加入者からの反応・反響は。

富田:名画専門チャンネル「シネフィル・イマジカ」時代から視聴いただいている映画ファンの方々もたくさんおり、新ジャンル投入で視聴者の方からの反応が気になりましたが、編成全体の80%以上は映画ドラマコンテンツであり、大作・名作の投入数も増えたこともあって、皆さん好意的に受け止めていただいています。

もちろん映画ファンに応えるため、映画でもWOWOWとの連携を行い、編成強化を進めています。21年9月には、相米慎二監督特集をグループ間で展開し、WOWOWでは5作品、WOWOWプラスで3作品放送するなどのコラボ企画も実施しています。

映画をたっぷり堪能したい映画ファンの方々の視聴習慣を考慮し、新ジャンルは主に、火・日曜に編成しています。また、映画ファンの方々でも多様なジャンルを総合的に楽しみたいニーズがあり、アンケート調査等をみると、新ジャンルに

対しても満足いただけている様子うかがえます。

廣田:映画が軸にあることに変わりはなく、新ジャンルの投入にあたっては、リピート放送数を減らすなどで工夫し、放送作品数は例年通りをキープしています。リピート回数の減少により、WOWOWならではのビッグコンテンツの投入回数が増えたことで、視聴満足度が高まっていると感じています。

栗林:良質なコンテンツをより多くの人たちに見ていただきたいという願いを込めて、自信をもってお勧めするコンテンツをWOWOWプラスでお届けできることに喜びを感じています。実際、リブランド以降の新規加入世帯が増えていることから、結果に結びついていることは喜ばしいことです。

全編成の8%のコンテンツによりブランドイ

メージが変わったことはうれしいことですが、裏を返せば、映画やドラマのコンテンツをしっかりと放送する編成方針の下で提供されたからこそ、8%のコンテンツが活きた証左だと思います。

伏見:リブランド立ち上げ時から、(株)WOWOWからの出向等をはじめ、グループ間での人的交流も積極的に行いました。映画を基本編成とするチャンネル内にて、いかにスポーツや音楽・ステージを輝かせ、既存加入者の方々からも好意的に受け入れられるか、どのようなアーティストやスポーツが支持を得られるかについて、幾多の議論を重ねてきました。21年は、総合編成へと踏み出せた重要な1年だったと思います。WOWOWプラスはまだまだ伸びしろがあるチャンネルです。今後も一緒に成長していける喜びを感じています。

WOWOWならではのビッグコンテンツ投入 音楽の生中継も視野に

—2022年度の取り組みを教えてください。

富田:映画専門チャンネルとして、特に欧州映画を多数放送してきた実績とチャンネルならではの独自性は今後もキープしていきます。動画配信サービスが乱立する現在、よりよいラインナップを目指しさらなる拡充をしていければと考えています。

廣田:現在の編成を踏襲し、22年には音楽の生中継にも挑戦していきたいと考えています。WOWOWプラスのメイン軸は映画・ドラマジャンル。WOWOWグループの力を結集し、強力なラインナップを増やしていければと考えています。また、3月には、昨年に引き続き、WOWOWグループとして「アカデミー賞」特集を実施します。このように、視聴者やマーケットの興味を引く、さまざまな切り口の特集企画を計画していきます。

—歌謡ポップスチャンネルも運営していますが、歌謡ポップスの今後の目玉は。

廣田:歌謡ポップスチャンネルは、チャンネル名の通り、演歌や歌謡曲をメインとする音楽専門チャンネルで、ボリュームゾーンはシニア層です。そこで、4月から新たに時代劇の放送を開始し

ます。歌謡ポップスチャンネルに出演される歌手の方々が出演されている作品、主題歌を歌われている作品などを編成し、視聴者の満足度を高めるとともに、ジャンルの幅を広げて、加入拡大を図るチャレンジをしていきます。なお、4月には杉良太郎出演の『右門捕物帖』や1話完結のスペシャル時代劇などを予定しています。ご期待ください。

—最後に今後の強化ポイントを。

廣田:1年で明確に数字として実績を残すことができました。また、マーケティングデータの活用およびWOWOWとのコラボによるビッグコンテンツの投入と新ジャンルの開拓により、新しい発見がたくさんありました。今後も視聴者ニーズを把握し、ニーズの高い映画やドラマを引き続き多数放送するとともに、的確なタイミングで特集企画を実施し、加入者獲得、視聴満足度向上に結び付けていきたいと思っています。スポーツ

および音楽ライブも前年を上回れるよう取り組んでいきます。

栗林:この1年でWOWOWプラスの商品力が上がったことを実感しています。WOWOWプラス視聴者の方々にもスポーツや音楽を視聴する楽しさを味わっていただき、スポーツや音楽をより楽しみたい方にはWOWOWへご加入いただけるような好循環を築ければと思っています。今後もここを強化していく方針です。

WOWOWは現在コミュニティを育成し、お客様とともにコンテンツを楽しみ、育むといったことを目指していますが、WOWOWプラスの視聴者はコアな映画ファンの集合体でもあります。WOWOWプラスの視聴者の方にもWOWOWのコミュニティに加わっていただければ、視聴者間の交流がさらに活性化し、映画ファン、エンタメファンをさらに増やしていけるとと思っています。B

3月おススメ番組



『ミッション:インポッシブル/ゴースト・プロトコル』
3月20日(日)16:30~19:00/3月28日(月)
10:30~13:00
© 2022 Paramount Pictures. All rights reserved.



『生中継! スーパーラグビー パシフィック』
クルセイダース戦を中心に毎節1試合生中継。
「第4節 クルセイダースvsチーフス」ほか
3月12日(土)15:00~17:20ほか
写真:アフロ

KDDI「ケーブルプラスSTB-2」で利用可能な「かんたんテレビ電話」アプリを2月28日リリース!



取材対応(写真左より)

KDDI(株) パーソナル企画統括本部CATV営業企画部ライフデザイングループ主任
原田 俊廷氏、石井 大地氏、伊東 朋氏

コロナ禍になって一気に進んだオンラインコミュニケーション。オンライン授業、オンライン会議、オンライン飲み会など、子どもから大人まで、PCやタブレット等で顔を見ながら会話することが日常的になってきた。だが、デジタルデバイスの扱いが苦手な(特にシニア)世代にとって、オンラインコミュニケーションは「画面が小さい、設定がわからない、操作が難しい」など、なかなかハードルが高いもの。そんな課題を解決してくれるのが、KDDI「ケーブルプラスSTB-2」で利用可能な「かんたんテレビ電話」アプリである。

シニア世代にも気軽にテレビ電話を

KDDI(株)(東京・千代田区、高橋 誠社長)が2019年4月にリリースした「ケーブルプラスSTB-2」は多チャンネル放送に加えて、4K放送、ハイブリッドキャスト、OTTなど多彩なコンテンツ視聴を可能にしたほか、リモコンのマイクボタンから音声によりシームレスな番組

組検索やチャンネル変更、家電操作ができるなど、スマートなテレビを実現したSTBである。

この「ケーブルプラスSTB-2」で、今年2月から、「かんたんテレビ電話」アプリがリリースされる。リモコンによる簡単操作で、テレビ画面で顔を見ながら会話できる、まさにシニア世

代も気軽にオンラインコミュニケーションが楽しめるものである。

配慮されたシンプル画面&操作 グループ通話機能で勉強会等も

加入者が「かんたんテレビ電話」を利用するのに追加で必要になるのは、マイク付きWEBカメラ(*)だけ。

基本は、「ケーブルプラスSTB-2」のトップ画面から、リモコンの「HOME」ボタンを押し。その後、アプリ一覧から「かんたんテレビ

電話」のアイコンをリモコンで選択して[決定]ボタンを押し。または、「ケーブルプラスSTB-2」のトップ画面に

リモコンで使う
ボタンは3つだけ
([十字] [決定] [戻る])



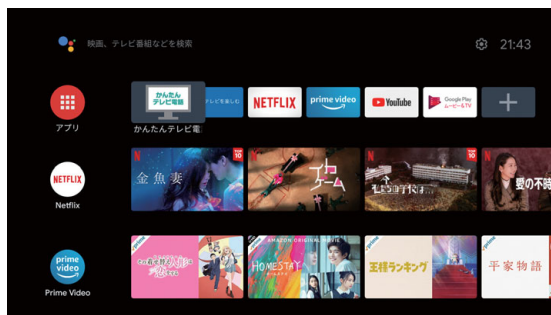


写真1:「かんたんテレビ電話」のアイコンが表示された「Android TV」のトップ画面

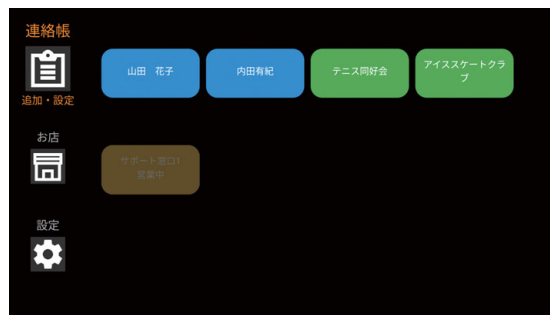


写真2:電話をかけるまでの操作画面はいたってシンプル(連絡帳のテキストはダミーです)

表示される「かんたんテレビ電話」のアイコンを押し。(または、Android TVのトップ画面から「かんたんテレビ電話」アプリを選択/写真1)。続いて表示される画面の案内にしたがって操作していけば、テレビ画面で相手の顔を見ながら会話を楽しむことができる。

アイコンの[決定]から、選んだ相手(最大80名まで登録可能)にかけるまでの工程は3ステップ。写真2を見てもわかる通り、画面に表示される案内はいたってシンプルで、リモコンでも操作しやすいデザインになっている。

一方、電話がかかってきた側には、テレビ

画面にコールを知らせる小さいメッセージボックスが表示され(最長30秒間程度表示)、リモコンで選択するだけでテレビ通話がスタート。電話を受けられなかった場合には、「不在着信」が残るようになっている。

また、グループ通話の機能も付いており、画面分割表示により最大7名まで通話が可能。KDDIではグループ通話機能を拡張させることにより、オンラインセミナーやイベントを提供できるプラットフォームの展開も考えている。これを活用すれば、ケーブルテレビが主催者となって、たとえば地元のワイン店やレスト

ランによるワインや料理の勉強会、地域で人気のアスリートやアーティストを招いてのファンミーティングなど、地域活性化につながるプレミアムなイベントをアレンジすることもできるだろう。

なお、このような使い方ができるのは原則STB同士だが、別途登録することでスマホやタブレット(iOS)とのテレビ通話も可能(1対1限定)。コロナ禍でなかなか直接会うことができない、エリア外に暮らす家族や友人と顔を見て会話することができる、実にうれしい機能である。

(*)動作確認済みのマイク付きWEBカメラをKDDIより提供。価格未定。

欠かせないケーブルテレビ局のサポート

もちろん、この「かんたんテレビ電話」を加入者が「かんたん」に利用するには、サービスを提供するケーブルテレビのサポートが欠かせない。利用開始に際しての加入者本人の登録をはじめ、かけたい相手の連絡先登録やグループ通話の設定など、事前のセットアップはシニア世代にはなかなか難しいものがある。そこはやはり、ケーブルテレビならではの丁寧なサポートが必要だ。だが、各種の登録が完了すれば、あとはリモコン操作だけで、十分にオンラインコミュニケーションを楽しんでもらうことができる。

さらに「かんたんテレビ電話」には、「お店」とのテレビ電話機能も用意されている。

ここには、病院やタクシー会社、よく注文するお店等の連絡先を登録したり、また、ケーブルテレビのサポート受付を登録しておけば、加入者が問い合わせをする際に顔を見ながらやりとりすることができる。たとえば、携帯電話の操作方法など、通話だけではなかなか理

解できないことも、テレビ画面を通して「このボタンを押してください」などと説明すれば、理解がぐっと早まるだろう。ケーブルテレビにとって加入者へのサポートは重要なサービスのひとつだが、このテレビ電話機能を活用することで、さらなる安心感を提供することができる。その他にも、自治体の窓口対応、介護

施設や高齢者施設の面会等、テレビ画面を通すことで、より良いコミュニケーションが実現できる場面はいくつも想定される。

KDDIがこの春リリースする「かんたんテレビ電話」は、ケーブルテレビを人にも地域にも優しいメディアに進化・深化させる、新たな機能と言えるだろう。

R

「かんたんテレビ電話」での通話イメージ





サテマガBI設立20周年企画 無料オンラインセミナー

● 3月18日(金)開催決定 ●

放送ビジネス スペシャル対談
奥 律哉 氏 × 砂川 浩慶 氏

テレビに起死回生はあるか!?



サテマガ・ビー・アイ(株)は、2021年11月に設立20周年を迎えました。これを記念して、ご購読者の方々、今まで取材にご協力いただいた放送・通信ビジネスと周辺業界の皆さまに感謝を込めて、放送ビジネスの革新と発展につなげる無料のオンラインセミナー「放送ビジネス スペシャル対談」を2022年3月18日(金)に開催いたします。

B-maga公式ツイッター



サテマガBI設立20周年企画 無料オンラインセミナー

『テレビに起死回生はあるか!?』を主題とする本セミナーでは、深い知見と鋭い洞察力で放送ビジネスを分析する専門家のお二方、(株)電通 奥律哉氏、立教大学 砂川浩慶氏をお迎えします。両氏それぞれの講演に続いて行うスペシャル対談では、コロナ禍のメディア接触行動、若年層の映像接触、コネクテッドTVの利用拡大、経営陣の高齢化、ゼネラリスト採用の弊害、ネット同時配信の未来、コンテンツへの先行投資の遅れなど、テレビ業界が直面する諸課題に切り込み、起死回生への道を探ります。

開催概要		
タイトル	サテマガBI設立20周年企画 無料オンラインセミナー 放送ビジネス スペシャル対談 奥 律哉 氏 × 砂川浩慶 氏『テレビに起死回生はあるか!?』	
日 時	2022年3月18日(金) 16:00~18:00 ※質疑応答含む	
講 師	奥 律哉 氏 (株)電通 電通メディアイノベーションラボ 統括責任者 砂川浩慶 氏 立教大学社会学部メディア社会学科 教授	
受 講 料	無料	
内 容	[第1部]『コネクテッドTV急進 〜一周まわってテレビ〜』 奥 律哉 氏 [第2部]『業界革新の障壁 テレビはゼネラリスト集団でよいのか?』 砂川浩慶 氏 [第3部] 放送ビジネス スペシャル対談 奥 律哉 氏 × 砂川浩慶 氏 ＜主なトピック(予定)> ・コロナ禍のメディア接触行動から分かること ・ティーンズのテレビエンタリーゾーンに見たい番組が無い? ・制作者泣かせ? 倍速視聴を繰り返す若者たち ・ネット同時配信に未来はあるか? ローカル局問題 ・往年のテレビファンと今の若者の楽しみ方の違い ・テレビ局はコンテンツへの先行投資が必要 ほか [質疑応答]	
対 象	放送・通信関連事業者、ケーブルテレビ事業者、クリエイター、アナリスト、放送ビジネスに関心を持つすべてのの方々	

講師プロフィール

奥 律哉(おく りつや)氏 (株)電通 電通メディアイノベーションラボ 統括責任者

ラジオ・テレビ局、メディアマーケティング局などを経て現職。主に情報通信関連分野について、ビジネス、オーディエンス、テクノロジーの3つの視点から、メディアに関わる企業のコンサルティングに従事。総務省「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」構成員。放送批評懇談会理事/企画事業委員会副委員長。

＜主な著作物>『ネオ・デジタルネイティブの誕生〜日本独自の進化を遂げるネット世代〜』(共著、ダイヤモンド社)

『情報メディア白書2021』(共著、ダイヤモンド社)



砂川 浩慶(すなかわ ひろよし)氏 立教大学社会学部メディア社会学科 教授

沖縄・宮古島生まれ。86年に早稲田大学卒業後、民放連職員となり、放送制度、著作権、地上デジタル業務などを担当。その傍ら、立教大学で非常勤講師を務め、2006年から専任となり、2016年より現職。専門は、放送を中心としたメディア法制・メディア産業、ジャーナリズム論など。

＜主な著作物>『放送法を読みとく』(商事法務)

『安倍官邸とテレビ』(集英社新書)



お申し込みについて

お申し込みは、右記QRコードを読み取り、専用申込フォームよりお願いいたします。

受付が完了しましたら、開催前日にご登録のメールアドレスに事務局より視聴URLをお送りいたします。

＜お問い合わせ先＞ご不明な点は、セミナー事務局(class@satemaga.co.jp)までメールにてお問い合わせください。

お申し込みQRコード



有料多チャンネル放送 2021年の総括と 2022年の展望

コロナ禍により、生活様式や企業活動が大きく変化した。

移動や接触が大きく制限され、エンターテインメントや消費行動は
リアルからオンラインへとシフトし、仕事もリモート&オンライン化が加速した。

当然、メディア接触もここ2年で様変わりした。

その代表例が、動画配信サービスの台頭だろう。

では、多様性の象徴であった有料多チャンネル放送への影響はどうだったのだろうか。

同特集では、特別対談、有料多チャンネル放送の加入状況、

同市場を長年支えてきたケーブルテレビ各局の声等を通じて、

2021年における有料多チャンネル放送市場を総括するとともに、

2022年以降の展望をまとめた。

また、3月からスタートするBS3チャンネルも紹介する。

ポストコロナに向けて CS/BSは現状を打開できるか



音 好宏氏
上智大学文学部新聞学科 教授/多チャンネル放送研究所所長

岡本光正氏
(一社)衛星放送協会 専務理事

コストをコンテンツに集中投下し、衛星放送のプレゼンスを向上する

—CS/BS放送の現状をどのように分析されますか。

音:衛星放送やケーブルテレビの多チャンネル放送が苦戦している直近の要因のひとつは、新型コロナウイルスの影響です。スカパー!の認知度は高くとも、そのサービス内容は広告宣伝だけでは伝わりにくい。実際に多チャンネルに触れる機会である量販店への客足はコロナで打撃を受けています。またケーブルテレビの戸別訪問が難しい一方で、OTTはネット経由でどんどん加入者を獲得できます。しかし、コロナ収束後に事態が好転するかというと、楽観視はできません。ポストコロナを見据えた戦略をどう描くにかかっています。

岡本:まずケーブルテレビについては、C-CASカードからACASチップへの移行促進が大きな課題と考えています。ACASは、衛星による4K/8K放送やケーブルテレビの多チャンネル放送に利用されはじめています。私たちとしては、(一社)日本ケーブルテレビ連盟(JCTA)と共

に、ACASの普及を進めたいと思っています。しかし、CASが長期間複数あることは課題です。

協会では、衛星利用料などのインフラコストの低廉化を重点目標として取り組んでいます。ACASは4K/8Kの他、2K放送にも対応しているのに、2K受信用のB-CASカード対応テレビがいまだに販売されており、BS放送番組供給事業者は、ACAS/B-CASの二重払いが求められています。2022年度には、この問題を提起して解決を図りたい。衛星利用料やCAS併用などのコスト負担を軽減し、番組供給事業者がコンテンツ投資できる環境になれば、熾烈な競争市場における衛星放送のプレゼンスを向上できます。

—21年度の事業と市場環境を踏まえ、22年度以降に強化または留意すべきことは。

岡本:21年度残りわずかですが、純減となる見通しで厳しい環境にあることは事実です。そのなかで、プラットフォームと番組供給事業者間のコミュニケーション強化は必須。ケーブルテレビ

高い専門性を誇るCS/BS放送は、デジタル化、多チャンネル化によって市場を拡大してきた。しかし2015年以降、海外の大手動画配信サービス(OTT)が次々と上陸し、コロナ禍の巣ごもり需要を追い風としたOTT勢が台頭。一方で、CS/BS放送市場には停滞感が漂っている。ポストコロナを見据え、現状を打開していくためにはどんな施策が必要なのだろうか。(一社)衛星放送協会専務理事の岡本光正氏、同協会理事と多チャンネル放送研究所の所長を務める上智大学教授の音 好宏氏に、21年度の総括と今後の展望について語っていただいた。

の収支をみると、通信事業の利益が50%超となり、久しいです。スカパー!の営業、プロモーション戦略面で活発な意見交換ができていかなると疑問が残ります。協会としては会員個社が幅広い判断ができる環境づくりに努めるため、各プラットフォーム間とのコミュニケーションの場をより提供していきたいと考えています。

プロモーション面ですが、良質なコンテンツが豊富であることを十分にアピールできていません。Netflixなどは、地上波で大々的にコンテンツの宣伝をしています。衛星放送の専門性の高さを訴求するためにも、コンテンツを基軸としたプロモーションを展開すべきでしょう。また、今年3月にはBS3チャンネルが新たに開局します。地方創生やeコマースとの連動など、従来の放送とは異なる切り口が魅力的で大いに期待を寄せています。

音:JCTAが発表した「2030 ケーブルビジョン」を見ると、放送サービスよりインフラビジネスに重点を置く内容となっています。ケーブルテレビの多チャンネルサービスを共に支えてきたのは番組供給事業者です。衛星経由による多チャンネル放送は、「地上波にない多様な放送

コンテンツを提供する」というコンセプトで90年代から成長を遂げてきました。動画配信事業の普及など、コンテンツ・サービスの多様化が進む今、放送サービスのポジションが下がることがケーブルテレビに何をもたらすのか、しっかり議論することが大事だと思います。

—オリジナル制作への取り組みについては、どんな印象をお持ちですか。

岡本:「第11回衛星放送協会オリジナル番組アワード」のグランプリは、『BS12 スペシャル「村本大輔はなぜテレビから消えたのか」』が受賞しました。テレビというメディアを見つめ直すという面白い切り口の作品です。現在、各チャンネルがターゲットを明確に定めたコンテンツ作りや、コロナ禍に対応したコンテンツ制作にも取り組んでいます。今後も多様なパターンのコンテンツを生み出していくことに期待しています。これらのコンテンツが広く認知されるプロモーションが大切です。そのためにも、スカパー!やケーブルテレビをはじめ、各プラットフォームとのコミュニケーションが重要です。もっと活発に議論すべきでしょう。

音:例えば日本映画放送(株)は、『三屋清左衛門残日録』シリーズをはじめ、継続して時代劇を制作し、集中的にPRしています。「このチャンネルには、このコンテンツがある」というPRが非常に有効です。同様の例を挙げますと、「8月ジャーナリズム」というコトバがありますが、近年、地上波では、その8月でも戦争を振り返る番組が減少していることが指摘されています。衛星多チャンネル放送では、毎年、8月に戦争関連の番組を数多く放送しているのに、残念ながらあまり認知されていない。つまり、各チャンネルとも一定のコンテンツは揃っているなかで、丁寧なPR、それも全国のコアな視聴者に向けたPRが必要だと思います。

また、こんな例もあります。福岡の民放局テレビ西日本が、地元の人気番組「ゴリバラ見聞録」をCSの「フジテレビ ONE TWO NEXT」で放送したところ、一気に全国区のコンテンツに発展しました。CS放送はコストパフォーマンス

が高く、全国的な到達力が見込めるジャンピングボード。そういう強みもあると思います。

—4K放送普及に向けて、ご意見をお聞かせください。

岡本:新4K8K衛星放送の受信可能機器は、21年9月に1,000万台を突破しました。4K8K対応テレビが普及すればCASの問題もクリアされるので、さらなる普及に期待しています。例えば4Kテレビ購入の際の特典付与、左旋の受信環境整備などの行政にも支援を求めたいと思います。

音:4K8K放送の視聴が進まないとの指摘があ

りますが、4Kコンテンツの普及は進んでいます。学生たちはすでにスマホ画面で4K動画を見て、映像の美しさに感激しています。このままではネットシフトがさらに加速するかもしれません。

衛星多チャンネル放送としても、4Kコンテンツ制作をいかにすすめるか、どう訴求するかを戦略的に考える必要があります。ただ4Kコンテンツが増えれば何とかなるというものではない。根本的な問題としては、受信環境の整備です。4Kの受信環境になかったり、左旋の受信ができない集合住宅などは、管理組合への説明から始めなければならない場合も多い。このあたりは、行政の支援が不可欠だと思います。

データ分析の重要度が今後さらに増していく

—OTT市場の動向について、どのように分析しておられますか。

岡本:最近、世界的にはNetflixも会員数の伸びが鈍化傾向と言われ、DAZNは値上げを発表しました。国内では、ABEMAが有料サービスで業績を伸ばしています。コンテンツ競争には巨額の資金が伴うので、各社の動きを注視しています。

絶えず変化する市場で我々がどう対処できるか…。海外展開やOTTへの番組提供など、会員社が個々の経営戦略に即し、幅広い判断が必要です。協会としても会員各社間との情報共有等をすすめる、ネット時代に適応できる環境づくりに努めます。

音:動画配信元年と言われたのが2015年。今やネット動画視聴は常態化しています。NHKが常時同時配信に舵を切り、民放もこれに続きます。同時配信サービスはまだマネタイズできていませんが、早期に取り組まなければ、主導権を握れなくなってしまうでしょう。厳しい競争においては、料金設定も大きな課題です。プラットフォームに応じて、一事業者が異なる料金プランを設けることがあってよいと思います。

—CS/BSが巻き返しを図るには、多チャンネル放送研究所の調査も重要になっていきます。今後に向けての方針は。

音:現在5Gの調査を進め、3月に報告会を予定しています。放送系サービスは、ネット上でこれまで以上に展開されていくでしょう。海外動向を見ると、アメリカでは次世代放送規格「ATSC3.0」が先行していますが、これによってデジタルマーケティングが可能になります。データ分析は、今後さらに重要性を増していきます。これらを“使える情報”にしていけるか、さらに研究を進めていく分野です。

岡本:研究成果をどのように会員社に提示していくか、さらに工夫したいですね。経営者向けのセミナーなども実現できたらよい。そしてまず、皆さんには同研究所の報告書を深く読み込んでいただきたい。設立以来、継続して研究を重ねているため、時代の変化が反映され、かなり面白いデータが揃っています。データを読み解き、ターゲットに向けて、どんな放送が届けられるかを考えていけるデータが揃っています。

我々には、複数の事業者で戦える強みがあります。業界が束になって力をあわせれば、市場を再び活性化することができるはずです。 **R**



PROFILE 岡本光正氏 Okamoto Kosei

1955年8月広島生まれ。1979年慶応義塾大学卒、同年(株)東北新社入社。98年に同社取締役就任。2006年に同社常務取締役就任。(株)ザ・シネマ代表取締役社長、(株)囲碁将棋チャンネル代表取締役社長も歴任。2018年(一社)衛星放送協会専務理事に就任し、現在に至る。



PROFILE 音 好宏氏 Oto Yoshihiro

1961年生まれ。上智大学大学院博士課程修了後、1990年から日本民間放送連盟研究所勤務。上智大学助教授、コロンビア大学客員研究員などを経て、2007年から現職。衛星放送協会理事、多チャンネル放送研究所所長 兼 主任研究員を務める。

有料多チャンネル放送市場を分析 減少傾向がさらに加速し 大きく落ち込んだ2021年

サテマガBIでは、2002年6月の月刊『B-maga』創刊時から、各専門チャンネル(有料CS&BS放送)の協力のもと、毎号視聴可能世帯数を掲載。また、毎年10月には、全国主要ケーブルテレビ局(308社)とMSOの各社概要・加入状況・システム概要など各種データをまとめた『ケーブル年鑑』を発行している。ここでは、両データをベースに、2021年における有料放送の動向、21年で純増となったケーブル局からのコメントを紹介。これらのデータとコメントを通じて、21年の有料多チャンネル放送市場を振り返る。

有料多チャンネル放送に追い風吹かず

21年も20年に引き続き、さまざまな業界がコロナ禍の影響を色濃く受けた1年だった。動画配信市場がコロナ禍による巣ごもりを追い風に、ユーザー数を拡大していった。また、21年は五輪&パラリンピックイヤーでもあり、テレビの買い替えも進んだ。果たして、有料多チャンネル放送市場はどうだったのだろうか。

まずは、月刊『B-maga』にて専門チャンネルに毎月ヒアリングしている視聴可能世帯数をベースに、ケーブルテレビ(IPTV含む)+DTH合算による総加入世帯数の増減からみていきたい。なお、集計対象チャンネルは50チャンネル(22年2月末時点で21年12月末の加入世帯数と20年12月の加入世帯数が把握可能なチャンネルを基本とし、一部のチャンネルは提示いただいている月次にて算出)。

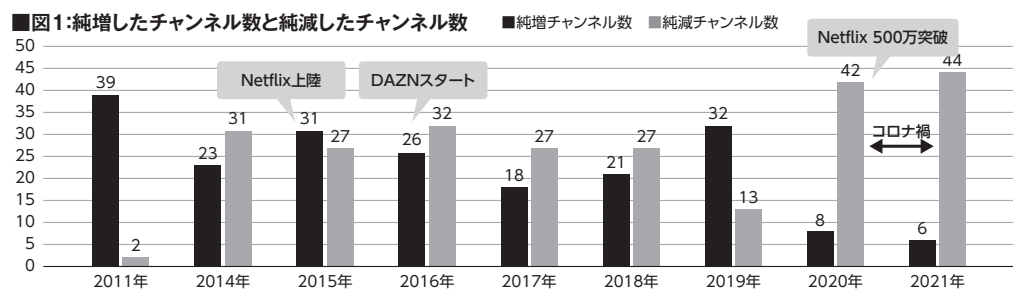
総加入世帯数で最も大きく

加入世帯数を伸ばしたのは、ニュース専門チャンネル「TBS NEWS」で、1年間で136万4,711世帯増加した。2番目に大きく加入世帯数を伸ばしたのが「V☆パラダイス」で、こちらも100万超の135万9,562世帯と大幅な加入者増を達成した。「TBS NEWS」と「V☆パラダイス」は、JCOMの「J:COM TVスタンダード」に採用。これが大きく成長を後押しした。

3位には「チャンネル銀河 歴史ドラマ・サスペンス・日本のうた」で19万2,121世帯、4位には「WOWOWプラス」(10万9,741世帯増)となった。「WOWOWプラス」は、P6〜7

のインタビューで述べられているように、「WOWOW」との連携による新ジャンル(スポーツや音楽・ステージ)の投入と、それに伴うリブランドが功を奏した(表1)。

有料放送全体でみると、加入世帯数を伸ばしたチャンネルは6つに限られ、40チャンネル以上は残念ながら前年を下回る結果に(図1)。3つのチャンネルが逆に40万世帯以上純減となり、4つのチャンネルが20万世帯以上、10万世帯以上の純減が23チャンネルになった。なお、20年1年間での最大の純減数は19万世帯で、10万世帯台の純減となったチャンネルが13だったことを考慮すると、巣ごもり特需の追い風は吹かず、21年は逆風にさらされ続けた厳しい1年だったといえるだろう。



通信事業が主戦場のケーブルテレビ

ここからは、各部門でみていきたい。まずはケーブルテレビにおける加入状況から。(一社)日本ケーブルテレビ連盟発表「2021ケーブルテレビ業界レポート」によると、2021

年3月末の多チャンネルサービス市場規模は1,198万世帯。このうちケーブルテレビ事業者のシェアは66%(約796万世帯)となっている。なお、ケーブルテレビ事業者の売上高

(連盟加入事業者346社の合計推計値)は2021年3月末では1兆3,842億円となっており、放送事業が占める割合は全体の35%の4,859億円だ(図2)。また、図3をみるとわかるように、ケーブルテレビにおける放送事業の比率は16年をピークに年々減少傾向にある。一方でインターネットサービスの売上は

年々上昇。16年以降、ケーブルテレビの主なサービスが通信事業にシフトしている。大手ケーブル局は現在、ローカル5Gをはじめとする無線事業領域の拡大、スマートホーム事業、地域貢献事業の開発・提供を進めている。今後も主戦場は通信事業がベースとなるものと思われる。また、ケーブル局は、19年から「Hulu」が、20年からは「Netflix」と「DAZN」がケーブルテレビでの販売を開始。通信事業へのシフトと利用者数が急激に拡大する動画配信の提供開始から、有料多チャンネル放送の提供を取りやめることを検討しているケーブル局も出てきている。

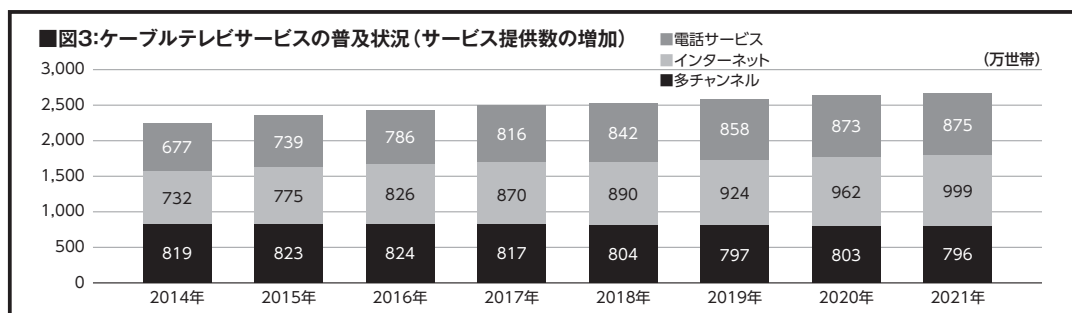
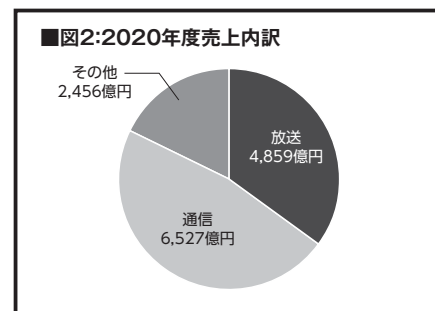
このような厳しい状況ながらも、「TBS NEWS」「V☆パラダイス」「チャンネル銀河 歴史ドラマ・サスペンス・日本のうた」「WOWOWプラス」の4チャンネルがケーブルテレビにて純増となった。逆に40万世帯以上という大幅な純減になってしまったチャンネルが2チャンネル

、20万以上の純減が3チャンネル、10万以上の純減となったチャンネルが20チャンネルあった。ケーブルテレビにおける有料多チャンネル放送が厳しいポジションにあることがよくわかる(表2)。

最後にDTH。DTHでは11のチャンネルが前年を上回る結果となった(表3)。これは、スカパー!が18年10月から開始した1契約当たり3台まで視聴可能とするサービスによるところが大きな要因。なお、20年においてDTHで純増となったチャンネルは20チャンネルあったが、21年はその1/2に留まった。

2年間のコロナ禍で明暗がはっきりと分かれた、動画配信と有料多チャンネル放送。有

料多チャンネル放送を提供するプラットフォーム各社は、現状をどのように分析し、今後どのような戦略をとるのか…。そして、有料放送事業者自身がいかにDX化していくのか…。今後の有料多チャンネル放送の巻き返しに期待したい。



■表1:2021年に総加入世帯数で純増を達成したチャンネル

順位	チャンネル名	総加入世帯数 (21年12月末)	総加入世帯数 (20年12月末)	21年純増数
1	TBS NEWS	7,565,402	6,200,691	1,364,711
2	V☆パラダイス	2,733,804	1,374,242	1,359,562
3	チャンネル銀河 歴史ドラマ・サスペンス・日本のうた	5,961,382	5,769,261	192,121
4	WOWOWプラス	5,369,773	5,260,032	109,741
5	BBCワールドニュース	4,985,676	4,956,177	29,499

■表2:2021年にケーブルテレビにて純増を達成したチャンネル

順位	チャンネル名	総加入世帯数 (21年12月末)	総加入世帯数 (20年12月末)	21年純増数
1	TBS NEWS	6,280,599	4,917,573	1,363,026
2	V☆パラダイス	2,701,663	1,338,805	1,362,858
3	チャンネル銀河 歴史ドラマ・サスペンス・日本のうた	4,724,547	4,538,120	186,427
4	WOWOWプラス	4,008,774	3,903,028	105,746

■表3:2021年にDTHにて純増を達成したチャンネル

順位	チャンネル名	総加入世帯数 (21年12月末)	総加入世帯数 (20年12月末)	21年純増数
1	GAORA SPORTS	1,032,000	982,000	50,000
2	TBSチャンネル1 最新ドラマ・音楽・映画	1,417,903	1,405,579	12,324
3	TBSチャンネル2 名作ドラマ・スポーツ・アニメ	1,461,411	1,455,089	6,322
4	チャンネル銀河 歴史ドラマ・サスペンス・日本のうた	1,236,835	1,231,141	5,694
5	CNNj	1,225,163	1,219,987	5,176
6	日テレプラス ドラマ・アニメ・音楽ライブ	1,321,176	1,316,085	5,091
7	WOWOWプラス	1,360,999	1,357,004	3,995
8	囲碁・将棋チャンネル	1,202,032	1,198,152	3,880
9	TBS NEWS	1,284,803	1,283,118	1,685
10	ザ・シネマ	1,334,600	1,333,000	1,600
11	100%ヒッツ!スペースシャワーTVプラス	1,264,478	1,263,741	737

多チャンネル加入 純増ケーブルテレビ局に聞く —純増の要因、コロナ禍、多チャンネル放送事業者への要望—

アンケート調査により、全国約300のケーブルテレビ事業者の詳細なデータをまとめた『ケーブル年鑑』（毎年10月発行/サテマガBI刊）によると、2021年の多チャンネル加入件数が前年より「減少」したケーブル事業者は全体の約60%となった。多チャンネルの苦戦が続く中、それでも「純増」を果たしたケーブル事業者は約40局ある。

そのうち10局が年間1,000件以上の純増を達成した^{(*)1}。その10局に対し、「純増の要因」や「動画配信サービスや多チャンネル放送への今後」について訊いたところ、5局^{(*)2}からコメントをいただいた。（掲載順不同）

(*)1 J:COM除く／『ケーブル年鑑』掲載データは各社のアンケート回答によるため、未回答もあることをあらかじめご了承ください。なお、昨年は年間2,000件以上純増したケーブル事業者が7局あった。

(*)2 コメントを辞退するケーブル事業者からは、「集計方法の変更によるデータ上の加入増のため」「昨年のコメントと同じ内容なので辞退したい」といった理由が挙げられている。

ケーブルテレビ(株)

営業部 部長 米田 努氏



—2020年→2021年で1,700件多チャンネル加入件数が増えた要因は。

当社では長期繁栄のベシックプランとして、地域ニーズ、社会情勢を踏まえたうえで「攻め(加入促進)」と「守り(解約防止)」を同時に実施する活動を基本としています。

「攻め」については、当該期間はエリア拡張などはありませんでしたが、既存のサービスエリアに対し当社のスローガンである「地域密着」「お客様第一」活動をさらに深め、加入獲得増をめざす活動を行なっていました。

コミュニティチャンネルでは地域の生活情報や超ローカルイベント取材、放送していますが、秋には昨年コロナ禍で実施できなかった当社主催の少年サッカー大会を2年ぶりに実施することができました。ここに営業スタッフも準備や番組づくりで参画することにより、各チーム関係者や親御さんと親交を深めることができ、加入獲得やご紹介につながることができました。

ライフチャンネルでは河川や道路のライブカメラなどを使った地域防犯情報の発信などを積極的に推進していることから、お客様の地元企業としての認知度も高く、このような環境下でもお客様への接触を敬遠されることが比較的少なかったといえます。

2020年9月に立ち上げたグループ会社のホームタウンエナジー社による電気小売事業「ホームタウンでんき」のサービスを2021年4月より開始しました。お客様の生活インフラ事業として、当社既存サービスとの親和性が高く、大手電力会社より安く設定した電気料金と既存サービスとのセット割引により相乗効果で獲得増に寄与することができました。

「守り」については、当社が一貫して強化してまいりましたコールセン

ターや技術的サポートにおいて、コールセンターは3コール以内受電、サポートは17時までの受電であれば当日訪問するというサービスを徹底、お客様アンケートでのご意見には全て1週間以内に対応してきたことなどにより、お客様満足の向上と解約率の低下とお客様紹介に繋がっており、純増を継続することができていると考えています。加えて、でんきサービスとのセット割も解約防止の一助になっているといえます。

—コロナ禍の影響について。

ネガティブ要因としては、「家計支出に厳しくなった」「お客様訪問が難しくなった(特に集合住宅や比較的新しい住宅地)」。

ポジティブ要因としては、「おうち時間が増えた」、特に「家庭内のネット環境、Wi-Fi環境が見直されるようになった」ということが挙げられます。

コロナ生活も2年目に入り、これらの生活が日常になりつつあります。ネット広告やオンライン商談など、非対面での営業方法については、さまざまにトライしながら試行錯誤しているところです。

—多チャンネル放送事業者に対しての要望等。

お客様アンケートに「再放送が多い」とのご意見をいただいております。より魅力的なオリジナルコンテンツ、メジャーな放送局では行わないこだわりの番組を作っていただければ、コアなファンも掴めると思います。

価格競争は年々厳しくなっています。思いきった原価低減を希望しています。

—今後の多チャンネル放送の行方について。

ケーブルテレビのお客様は、比較的高齢が多く、懐かしの日本映画、趣味番組など、OTTや大手ネット配信番組にはない魅力があります。また、

コミュニティチャンネルの魅力を高めることにより多チャンネルテレビサービスの加入増も期待できます。

昨今の気候変動が激しい環境においても、地震・水害などの影響による「地域情報」の重要性は今後確実に高まると思われます。

ケーブルテレビの基本であるコミュニティチャンネルの充実化(視聴者にとって面白くて有益なコンテンツを作り続けること)が多チャンネル加入につながると考えます。

(株)JWAY

営業部 部長 田鍋勝次氏

ー2020年→2021年で2,300件以上多チャンネル加入件数が増えた要因は。

エリア拡大に伴う、営業活動地域の拡大、外注営業の積極的活用と自社営業力の強化、FTTH化に伴う再送信加入者への光マイグレーション促進と併せたアップセル、無料訪問サポートによる解約抑止、チャンネルラインナップの強化など、さまざまな施策が奏功したと思います。

ーコロナ禍の影響について。

エリア拡大地区でのイベント停止等により、周知活動が停滞し新規加入獲得が苦戦していますが、巣ごもり需要によるCS放送のニーズ増加(多彩なラインナップの価値向上)、既加入者からのアップセルや解約防止、リモートワークやオンライン授業に伴うインターネット加入増加など好影響も出ています。

ーOTTサービスに対しての意見。

「多チャンネル、OTTどちらもテレビ好きなお客様」も多く、「OTTには安定した宅内ネットワークが必要」であり、敵対するサービスではなく本来、親和性が高いサービスといえます。共存、取り込みのためには、ケーブルテレビからOTTを導入することのメリットをお客様に示す必要があります。ケーブルIDと連携したうえでの付加サービスなどが望まれますが、加入促進のための販促費の補助や販促品の提供も当面は有効な施策と考えます。

ー多チャンネル放送事業者に対しての要望等。

コンテンツの充実(Netflixのようなオリジナルコンテンツ制作)、スポーツ中継や音楽ライブコンテンツなどの放映権拡大、ケーブル各局が利用できる一押し素材の共通プラットフォーム強化を希望します。

ー今後の多チャンネル放送の行方について。

今後も伸びる可能性はあると思います。ただし、ケーブルテレビの強みである地域のお客様との距離感を維持・強化した上での提案がより重要になってくると思います。OTTとの差別化はもちろんですが、各局の営業・販促・広報で利用できるコンテンツの充実が必須だと思います。

ーOTTサービスに対しての意見。

ケーブルテレビとパイの取り合いではなく、STBなどを介さずともケーブルインターネット上で相互メリットが提供できるスキーム等を構築できればと考えます。

(株)ZTV

営業統括部 営業戦略課 課長 山川陽介氏

ー2020年→2021年で2,500件以上多チャンネル加入件数が増えた要因は。

まず、2019年7月に多チャンネルコースを完全にリニューアルしました。従来の多チャンネルコースは全て売止めし、商品内容も月額利用料も新たに設定しました。

これにより、増チャンネル、4K対応、フルHD(ACAS対応)、HDD標準(2TB)、みるプラス標準、STB通信接続標準とし、多チャンネルサービス自体の商品価値の向上を目指しました。

また、FTTHマイグレーションおよびエリア延伸を行い、新規営業の機会を向上させました。

最上位コースである「ベーシック」を重点的に販売することで、商品内容も充実していますので、お客様の満足度も高く評価いただけております。解約の減少も設置増加に寄与しています。

また、HDD標準にしたことで、録画番組の撮りためも解約防止効果に繋がっています。2020年7月からは、解約防止に向けてお客様訪問の部門を組織し、さらなる解約件数減少に向けて努力しています。

2021年7月からは、新多チャンネルコースとインターネットのバックプラン加入者様には、Wi-Fiルーター端末1台の無料レンタルを開始し、多チャンネルコースに加入することのお得感をさらに向上させました。

ー多チャンネル放送事業者に対しての要望等。

ライブ放送など、配信では難しい生リアルだからこそコンテンツ充実を願います。

ー今後の多チャンネル放送の行方について。

OTTサービスのニーズが高まっており、お客様の選択肢が増えているのは実状です。しかしながら、多チャンネルサービスを好んでご利用いただけるお客様も多くおられます。

選択肢が増えている中、大きな増加は難しいかもしれませんが、多チャンネルサービス自体は、時代に沿って、商品内容の見直し、品質の向上を行なっていけば、決して売れない商品だとは思いません。

ーOTTサービスに対しての意見。

OTTサービスは非常に魅力的なサービスだと感じます。当社でもみるプラスを多チャンネルコース標準にしましたし、NetflixはケーブルID連携をしました。

今後は、さらに多チャンネルサービスとOTTをうまく共存させた、ケーブルテレビならではのサービスが提供できればと思います。



(株)愛媛CATV

専務取締役 白石成人氏



ー2020年→2021年で1,000件以上多チャンネル加入件数が増えた要因は。

ほぼ、毎年のように編成見直しを行なっています。見直しに際しては、これまで放送していたチャンネルを休止することもあります。当然、クレームになりますが、全力で新しいチャンネルのアピールに努めます。こうした「摩擦」がエネルギーになると思っています。

ーコロナ禍の影響について。

おうち時間が増えたことにより、テレビ需要は増えたように感じますが、残念ながら多チャンネルへの追い風にはなっていないようです。当社でいうと、教育専門や医療専門のコミュニティチャンネルがテレビサービスの盛り上げに貢献したという部分はあります。

ー多チャンネル放送事業者に対しての要望等。

とにかく魅力的なコンテンツと全国規模のアピール。今、市場で話題になるCSコンテンツがどれほどあるでしょうか。

ー今後の多チャンネル放送の行方について。

残念ながら視聴形態の多様化が本格化してしまった現状では、RFの多チャンネルだけでは明るい未来は望めないと思います。

ーOTTサービスに対しての意見。

広義ではOTTも多チャンネルの一種だと思います。現状の「ややこしさ」にケーブルらしいサポートを加えて、RF多チャンネルと合わせて大画面への視聴者をしっかりと確保することが肝要かと思います。無論、事業採算性がリニアであることも重要ですが。

古河ケーブルテレビ(株)

統括部長 大川 進氏



ー2020年→2021年で1,500件以上多チャンネル加入件数が増えた要因は。

2017年6月に旧会社(リバーシティ・ケーブルテレビ)から引き継いだ同軸施設エリアを含む古河市西部を、2019年度に自社FTTHで施設整備しました。2020年度は新規営業と同軸施設からの巻取り営業を行いました。同軸再送信をご利用のお客様はご高齢の方も多く、光切替の際に多チャンネルをご提案して加入を増やすことができました。

古河市はJR宇都宮線や国道4号線が走り、東京まで1時間ほどの立地で、駅周辺には分譲マンションがあります。同軸からFTTHへの切替の際に、全戸に多チャンネルをご案内しました。

そして、未提供であった古河市東部はNTTシェアドアクセス方式でエリア拡張しました。2020年11月から訪問営業を開始し、2021年3月までにFTTHサービスを市内全域で開始しました。

NTTシェアドアクセス方式によるサービス提供は全くの初めてでした。先行局様から運用方法をご教授いただき、営業・工事・オペレーションの運用体制を構築しました。お申込からご利用開始まで1~2カ月を要することから、お客様にフォローのお手紙や工事完了までの進捗の見える化(数値化)、施工会社様との定例打合せで関係構築を重ね、工事期間の短縮やお客様対応の改善を通して施工前キャンセルの抑止に取り組みました。

NTTシェアドアクセス方式の性質上、多チャンネルだけのお申込は受付できない(多チャンネルに加えてインターネットまたは固定電話の通信サービスのご利用が必須である)影響を心配しましたが、昔からの住宅も多くあるエリアであるため、固定電話と一緒にご加入いただくことなどで大きなトラブルはありませんでした。

しかしながら、新規エリアでは加入目標件数にはまだ到達していません。ケーブルテレビ自体を知らないお客様も多いです。同じ時期での通信系競合他社の営業展開の影響もありました。

ーコロナ禍の影響について。

2020年4月から5月にかけての緊急事態宣言下では、お客様に配慮して対面営業は控えざるを得ませんでした。その後は、お客様宅訪問の通常営業を1年通して実施できたことから、加入に与えた特筆すべき影響はございません。

お客様宅に設置する機器の一部に入荷遅れが生じたことによるお客様対応をとりました。地域の催しが相次いで中止になったことで、ケーブルテレビを知っていただく直接的なプロモーション活動はほとんどありませんでした。

そのため、公共施設をお借りしてケーブルテレビサービス説明会を行いました。告知はコロナ渦の状況に配慮して新聞折込チラシ1回のみとしました。

ー多チャンネル放送事業者に対しての要望等。

全国のケーブルテレビ局の多チャンネル加入獲得の取り組みをうかがいたいです。多チャンネル放送事業者は、加入件数を伸ばしているケーブルテレビ局にもっと足を運んでいただき(コロナ禍であるからネットでつなぐなど)、たくさん情報を収集してほしいです。その情報を共有いただくことで、多チャンネル加入をもっと伸ばす工夫が創出できると思います。

ー今後の多チャンネル放送の行方について。

お客様宅訪問の通常営業を続けていくことで、多チャンネル加入は今後もしばらくは伸びていくと思います。

コミュニティチャンネルも多チャンネル加入を担う重要な役割です。お客様に喜んでいただける番組づくりに取り組んでいきます。

多チャンネルを見ない・使わない理由による解約も増えています。そこに至るまでには、「リモコン操作がよくわからない」「故障時の対応が遅れた」等のご不満があります。こうしたお客様の評価は加入機会の損失です。当社自体のサービス品質を上げて、多チャンネル獲得を推進していきます。

2022年3月、BS新3チャンネルが開局!!

「BSよしもと」「BS松竹東急」「BSJapanext」(いずれも無料放送)が開局する。吉本興業、松竹+東急、ジャパネットたかた、いずれも強力なコンテンツを有する企業が新たに立ち上げたBS放送局である。ここでは、それぞれのチャンネルの特長や注目の番組等を紹介する。

2022年3月、BS放送で新たに3つのチャンネル「BSよ

チャンネル名	放送事業者名	チャンネル番号	開局日
BSよしもと	BSよしもと(株)	265	2022年3月21日(月・祝)
BS松竹東急	BS松竹東急(株)	260	2022年3月26日(土)
BSJapanext	(株)ジャパネットブロードキャスティング	263	2022年3月27日(日)

BSよしもと

BS放送を通じて地方創生
一番組一起業を目指す

3月21日に開局する「BSよしもと」(BSよしもと(株)、大阪・大阪市、稲垣 豊社長)は、「地方創生」をコンセプトとしたチャンネル。全国各地で活動するYouTuber、映像ディレクター、記者、住民と吉本興業グループが力を合わせて、地域の魅力やその地方ならではのニュースなど「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、BSの全国ネット放送網を通じて、番組が新たなビジネスや雇用を生み、ひとつの事業となる「一番組一起業」を目的としたチャンネルづくりを目指す。

充実の生放送

吉本興業グループは、2011年に47都道府県それぞれに住みます芸人と社員が拠点置く「あなたの街に住みますプロジェクト」をスタート。同事業をはじめ、笑いの力で地域の活性化に寄与していくことを目的とした地方創生事業を進めている。「BSよしもと」は、吉本興業グループの地方創生事業の一環。

番組編成は、平日の朝から夜まで生放送が中心。平日(月曜～金曜)8時～10時まで『Cheeky's Cast』を、午前10時～12時までには『Cheeky's Cast2』を、それぞれ2時間生放送する。

両番組は、ラジオ風バラエティ番組。全国各地のワクワク、お得、生活などをテーマにした情報や、視聴者からSNSで投稿されたタイムリーな情報を、47都道府県に移住している住みます芸人をはじめ全国各地のパーソナリティを務める吉本芸人が伝える。パーソナリティは、『Cheeky's Cast1』では、なんばグランド花月出番前の師匠やベテラン芸人が主に、『Cheeky's Cast2』では、BSよしもとならではの實力派芸人がそれぞれ務める。

13時から17時までは、『Cheeky's a GoGo!』を編成し、4時間生放送を行う。同番組では、曜日ごとに各地域からさまざまな映像を集めて、ローカルニュースや現地の情報を

楽しむ番組であり、各地の観光スポットに住みます芸人や現地の方が紹介する「行くニッポン! Cheeky's スポット!」、住みます芸人が地域のグルメ情報を紹介する「味わうニッポン! Cheeky's グルメ!」、各市町村のチームが隣町には負けないアピールポイントをプレゼンする「となりマッチ」、住みます芸人が各都道府県で地域の課題を事業で解決し起業を目指す「住みます! やります! 頑張ります!」、地方に移住したくなる全国各地の魅力的な物件を紹介する「住みます物件ガイド」等の地域密着型企画を扱う予定だ。

曜日ごとに、月曜「関西・東海」、火曜「中国・四国」、水曜「九州・沖縄」、木曜「関東・甲信」、金曜「北海道・東北・北陸」とエリアを分け、「地元愛」にあふれる各エリア出身芸人がMCを務め、都道府県住みます芸人と共に地方の魅力を全国に発信する。

ゴールデンタイムとなる19時～21時には、2時間の生放送番組『ワシンとこ・ポスト』を編成。最新の政治問題や国際情勢等の全国ニュースだけでなく、「地方創生」をテーマにしている同チャンネルらしく、地方の重大ニュースや視聴者から投稿された身近なニュース等を取り上げる。また、芸人コメンテーターと各業界で活躍する有識者たちが独自目線で掘り下げていくほか、飲食業界、アパレル業界、運輸業界などの業界新聞を扱うコーナー、最新トレ

ンドワードを取り上げて1日を振り返るコーナー、芸人の超個人的ニュースを扱うコーナーなどを揃えている。メインキャスターは小倉淳。

週末には、吉本新喜劇や花王名人劇場などのアーカイブ映像による『よしもとアワー(仮)』など、BSよしもとならではのオリジナル番組を中心に編成する。

住みますクリエイター募集中

「地方創生」を掲げるBSよしもとは、UUUM(株)(東京・港区)との取り組みとして、各都道府県から地域に密着したYouTube動画施策を行う「住みますクリエイター」を展開する。YouTube動画を制作し、地域の魅力を発信するとともに、BSよしもとの番組企画とも連携した動画制作を行う予定。現在、「住みますクリエイター」を募集中だ。応募詳細は、特設サイト(「住みますクリエイター」で検索)まで。

B



13時～17時の4時間生放送番組「Cheeky's a GoGo!」
©BSよしもと

BS松竹東急

伝統から革新まで 上質のエンタメを総合編成

BS松竹東急

3月26日に開局する「BS松竹東急」(BS松竹東急(株)、東京・中央区、橋本 元社長)は、その名の通り、松竹ブロードキャスティング(株)60%、東急(株)40%の合併によるBS放送局である。映画、歌舞伎、一般演劇などのエンターテインメントを通じて人々に感動を届けてきた松竹グループと、渋谷をはじめとした街づくりによって、人々の豊かな暮らしの基盤を構築してきた東急グループ。両グループがしっかりタッグを組んで生み出す「BS松竹東急」とは。

上質感とワクワク感

「BS松竹東急」はあらゆるジャンルを編成し放送する無料総合編成チャンネルとして、視聴者に「上質感とワクワク感を届ける」ことを基本方針として掲げている。「伝統から革新まですべてを見せる映画」「誰もが楽しめて親しみやすい歌舞伎や劇場文化」「多彩な作り手とコラボレーションする挑戦的なオリジナルドラマ」の3つを編成コンセプトとし、その他にもバラエティ、スポーツ、ドキュメンタリーなど、さまざまなジャンルのオリジナル番組をラインナップする予定だ。

すでに、オリジナルを含むいくつかの番組が発表されているので、それらを紹介しよう。

◆開局記念特別企画ドラマスペシャル 『夜のあぐら〜姉と弟と私〜』4月放送

原作・原案は、第126回芥川賞、第1回大江健三郎賞を受賞した長嶋有。監督・脚本は、映画『鈴木家の嘘』(2018年)で国内外多数の賞を受賞し、テレビドラマ『きのう何食べた?』(TX)を手がけた、近年最も期待される映画監督の一人、野尻克己。主演は井上真央、さらに井上とは初の姉妹役での共演となる尾野真千子と本格派キャスト陣を迎え、



開局記念特別企画ドラマスペシャル『夜のあぐら〜姉と弟と私〜』に出演する井上真央と尾野真千子

ほろ苦くも優しい家族の物語をユーモア溢れるタッチで描き出す。父親の死に直面した主人公が、遺産相続をめぐる騒ぎに巻き込まれる中で、家族という「繋がり」を再発見し、不器用ながらも前を向いて生きていこうとするヒューマンストーリーである。多くの人が生きていることへの不安を抱え、人生を模索する現代だからこそ大切にしたい、普遍かつ不変の人と人の「繋がり」を描いている。

◆月曜ドラマ『いぶり暮らし』

4月4日22時30分放送

毎週月曜夜22時30分に放送される連続ドラマ『いぶり暮らし』。月刊『コミックゼノン』で連載され、累計50万部突破の大島千春の同名漫画をドラマ化。同棲3年目の26歳の頼子と24歳の巡が、忙しい中で唯一重なる休日に食材を燻して食べて、燻製を通してお互いの仲を深めていくハートフルグルメドラマ。頼子を演じるのは、常に存在感を発揮する実力派女優 志田未来、巡を演じるのは、近年、存在感のある役で数多くの作品に出演し、年々頭角を現している泉澤祐希。2人は、『コウノドリ』第2シリーズ(第1話・2017年10月13日放送/TBS)で夫婦役を演じて



月曜夜の連続ドラマ『いぶり暮らし』に出演する志田未来と泉澤祐希

おり、およそ5年ぶり2度目の共演で、“同棲カップルの絶妙な空気感”をみごとに醸し出している。

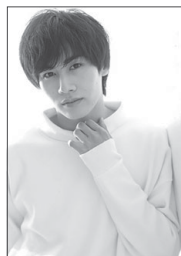
◆情報番組『エンタメ情報ステーション 土曜のトオルとカヲル』4月2日18時放送

毎週土曜夕方18時〜18時30分にレギュラー放送される情報番組も決定している。番組MCは、『ウルトラマントリガー NEW GENERATION TIGA』で主人公を演じ、人気を集めた寺坂頼我。彼が情報プレゼンタートオルとなり、トラの情報伝道師カヲル(パペット、声:森画伯)と掛け合いをしながら、松竹や東急が発信するさまざまなエンターテインメント情報など、幅広い年齢層に向けて旬な情報を提供する。

100年の歴史を誇るDNA

以上の他、滝藤賢一主演による史上初の家電SF時代劇『家電侍』(土曜ドラマ)、橋口亮輔、三浦大輔、大九明子、谷口恒平の豪華監督陣が赤裸々に描き出す究極の恋愛オムニバスドラマ『初情事まであと1時間』(全12話)も決定している。

100年以上の歴史を誇る両グループのDNAを大切に受け継ぎながら、お互いの強みを掛け合わせて、両グループの持つ劇場、街でのリアル体験、そして新たな技術・サービスを融合させることにより、「BS松竹東急」ならではの良質なエンターテインメントと新しい価値を創造していく。 **B**



情報番組『エンタメ情報ステーション 土曜のトオルとカヲル』の番組MCを務める寺坂頼我

※写真はプレスリリースより引用

BSJapanext

見るだけではない “つながる”テレビ局を目指す

BSJapanext

3月27日に開局する「BSJapanext(ビーエスジャパネクスト)」((株)ジャパネットブロードキャスティング、東京・中央区、田道祐樹社長)は、爆発的な人気を誇る通信販売事業と、2019年に立ち上げたスポーツ・地域創生事業を2本柱とするジャパネットグループが運営するBS放送局である。このグループ力を活かし、地域創生・スポーツ・エンタメ・アニメ・健康・趣味・教養などの見て楽しいコンテンツに加え、オリジナルスマホアプリからの番組参加や番組の中で見つけたもの・興味を持ったものなどを手軽に購入できる、見るだけではない“つながる”テレビ局を目指している。

ポジティブな気持ちを届ける リアルバラエティ連日放送

通販のジャパネットが支持される最大の特長は「選り抜かれた」商品と「わかりやすい」説明ではないだろうか。「BSJapanext」にもその姿勢が徹底して貫かれている。

チャンネルコンセプトは「世の中に埋もれた素晴らしい商品・サービス・情報・エンタメを選り抜いて紹介し、手軽に購入できる環境を提供することで、世の中のあらゆる素晴らしいものを“つなぎ”、生活の変化を通して“ワクワク”を広げていく」。そして、過度に脚色された情報ではなく、今求められていること、起こっていることを徹底的に正しく伝えること、視聴者の毎日の生活が前向きに変わっていくきっかけを作ること、を目指す姿として掲げている。

その「BSJapanext」の代表的な番組が、月曜から日曜の夜21時～22時に放送されるリアルバラエティ番組『Life FUN!(ライフファン)』である。タレントの「やりたいこと」を一緒に、一から企画・制作を行い、出演者のリアルな姿を伝え、心から楽しんでいる出演者の様子を届け、視聴者にポジティブな気持ちになってもらおうというものだ。次の通り、曜日替わりで豪華出演者が個性あふれる番組を届ける。

月曜日『西川 貴教のバーチャル知事』、テーマは「地域創生を楽しむ!」。バーチャルの世界で知事になった西川貴教が、各地域で抱えている問題の解決策を提案し、地域創生を目指す、日本を元気にしていく番組。

火曜日『高橋みなみのそこそこさんぽ』、テーマは「おさんぽを楽しむ!」。高橋みなみが、「気の合う人」をゲストに招き、新たな魅力を発信するおさんぽ番組。「ゆったり」と「そこそこ」におさんぽするプライベート感満載の番組。

水曜日『福澤朗の本であそぶ』、テーマは「読書を楽しむ!」。著書も出版し、脚本の執筆経験もある福澤朗が、読書の楽しさを掘り下げる。読書好き有名人を迎え、オススメ本を紹介してもらう。

木曜日『今井了介のおとめし』、テーマは「宴(音楽と料理)を楽しむ!」。安室奈美恵や浜崎あゆみ、LiSAなどの楽曲を手掛ける音楽プロデューサー今井了介が、アーティストたちと地域を盛り上げるために立ち上がる。ゲストおすすめの地元のお酒や料理を食べながら、音楽談議に花を咲かせるトークバラエティ。

金曜日『国分太一の新番組(仮)』、テーマは「大人の趣味を楽しむ!」。国分太一が“やりたいこと”を楽しむ1時間。「大人の趣味」をテーマに“手作り”を心掛け、車いじりや秘密基地作りなど…プライベートで仲の良い友達と一緒にすべて1から作り上げるドキュメント番組。

土曜日『山内鈴蘭のゴルフ アンビシャス!～目指せ!ティーチングプロ～』、テーマは「ゴルフ上達を楽しむ!」。ゴルフ歴20年、ベストスコア76の山内鈴蘭が、本気でティーチングプロを目指す。見ただけでゴルフ上達も期待できる、リアルドキュメントゴルフ番組。

日曜日『蛭原徹の真剣ゴルフ部!ホトオープン』、テーマは「真剣勝負のゴルフを楽しむ!」。ゴルフに対しては人の負けず嫌いで、曲がったことが大嫌い。ゴルフ偏愛芸人・蛭原徹が、芸能人チームを作り、プロゴルファーとの真剣勝負にこだわるゴルフ対決番組。

「ジャパネットアプリ」に 「BSJapanext」の機能を追加

また、現在約42万人が利用する「ジャパネットアプリ」に、新たに「BSJapanext」の機能を追加した。購入した商品のレビュー投稿など、通販の顧客とジャパネットがつながる機能の他、番組へのコメント投稿や企画への参加など「BSJapanext」の視聴者がリアルタイムにつながる双方向コミュニケーションが可能となる。

アプリでは番組の同時配信と見逃し配信も実施、いつでもどこでも「BSJapanext」を視聴することができる。今後はアプリを通して番組情報の発信や各番組に期待することなど、利用者からの声も募集する予定。開局時から、テレビ(BS放送)とスマホ(アプリ)の両方で、視聴者としっかり“つながる”放送局となりそうだ。

R

リアルバラエティ番組『Life FUN!(ライフファン)』の出演者



※写真はプレスリリースより引用

動画配信サービス発の話題作 次々に誕生した2021年

動画配信サービスの勢いが止まらない。“オンデマンドで楽しめる”“ここでしか視聴できないコンテンツ”という強力な武器に加えて、コロナ禍をも味方につけ、2021年も急成長を遂げた。ここでは、2021年の動画配信サービス市場を振り返る。

歴代最高の売上を達成

動画配信サービスは、2021年も前年の勢いをそのままに市場を拡大した。(株)野村総合研究所(NRI)の「ITナビゲーター」の放送・メディア市場によると、21年度における国内動画配信市場(TVOD、SVOD、EST合計)は3,580億円と、前年度から608億円増と急成長を遂げている。Netflixの21年第4四半期決算をみると、今期の有料メンバー数は830万人(予想850万人)増加し、21年12月末時点の有料メンバー数は2億2,200万人となった。特に、日本とインドで有料メンバーが増加し、260万人増加の合計3,263万人となったという。2021年10～12月期決算も、売上高が前年同期比16%増の77億931万ドル(約8,800億円)と、四半期ベースで過去最高を更新した。純利益は同12%増の6億742万ドルだった。また、Huluも日本テレビ放送網の21年度第3四半期によると、歴代最高の加入者数を獲得し、売上高が前年同期比15.1%増の161億1,100万円、営業利益が同20.4%増の6億8,500万円と好調だ。

1億4,200万世帯が 視聴した『イカゲーム』

21年は、動画配信から大ヒットコンテンツが多数生まれ、話題を集めた1年でもあった。その代表が、Netflixシリーズ『イカゲーム』。同作は、全世界で配信開始後の4週間で16億5,000万時間の視聴を記録。全世界で1億4,200万世帯が視聴し、米国を含む世界94カ国のTOP10で1位にランクインするなど、Netflix史上最も視聴された作品となった。もちろん日本でも大ヒットした。また、Netflix映画『レッド・ノーティス』も配信開始後の4週間で3億6,400万時間の視聴を記録し、Netflix史上最も視聴さ

れた映画(2022年1月18日(米国時間)までのデータをもとに記載)となり、例年以上にヒット作が誕生した。Huluもドラマ『君と世界が終わる日に』を筆頭に、数々のオリジナル作品をリリース。これらが加入者を牽引した。dTVもオリジナル作品に注力していることがランキングから読み取れる。

オリジナル作品以外では、アニメや韓流の人気の高さがうかがえる。なお、DAZNは、サッカーW杯アジア最終予選「AFCアジア予選-Road to Qatar-」における日本代表のホーム&アウェイ戦を配信。特に、アウェイ戦はDAZNの独占配信となっており、視聴数ランキングで上位を独占する結果となった。なお、動画配信サービス各社の21年人気ランキングを次ページ以降に掲載している。

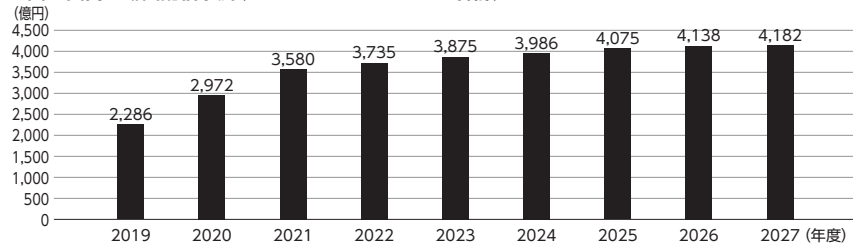
ユーザー数の増加とスマートデバイスの普及、オリジナルコンテンツの拡充とともに、視聴デバイスも変化がみられる。20年からテレビ受像機までの視聴が増加傾向にあったが、21年度はさらにテレビ受像機での視聴が拡大した。NRIの調査では、動画配信サービスを視聴する際の利用デバイスでは42%がテレビ受像機を利用

と回答。前年の同調査と比較しても10ポイントアップしている。特に、有料サービスでテレビ受像機利用が進み、Amazonプライムビデオ、Netflix、Huluいずれも50%以上がテレビ受像機を利用している。

コロナ禍による巣ごもり特需、他では視聴できないオリジナルコンテンツの拡充、口コミ効果によって市場を拡大した動画配信サービス市場。NRIの調査によると、21年度では34.7%の人が何らかの有料サービスを楽しむまでに成長した。ただ、22年度以降は、成長スピードも緩やかになり、NRIでは22年度には3,735億円になり、28年度まで成長し続けていくものとみている。

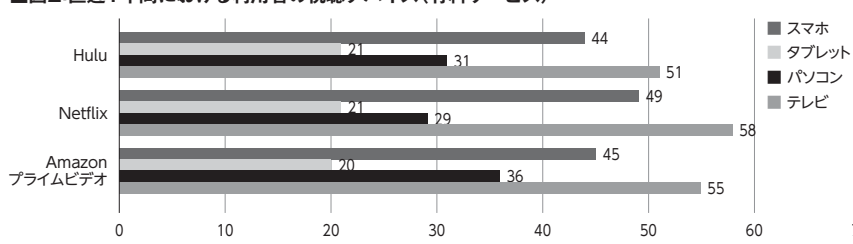
コロナ禍による外出自粛の影響もあり、複数サービスに加入していた人たちもコロナ禍の収束による外出時間の増加によって、複数サービスからひとつに絞ることも容易に想像できる。また34.7%の人が有料サービスを体験済みで、目が肥えている層が一定数となったことを考慮すると、今後は動画配信サービス各社間での競争が増していくことだろう。

■図1:国内の動画配信予測(TVOD、SVOD、ESTの合計)



※NRI「ITナビゲーター2022年版」より

■図2:直近1年間における利用者の視聴デバイス(有料サービス)



Hulu

■総合ランキング

No.	タイトル
1	君と世界が終わる日に
2	呪術廻戦
3	ハコヅメ たたかう！交番女子
4	東京リベンジャーズ
5	ダウンタウンのガキの使いやあらへんで 絶対に笑ってはいけない罰ゲームシリーズ

■Hulu Buzzランキング

No.	タイトル
1	THE FIRST -BMSG Audition 2021-
2	君と世界が終わる日に
3	死神さん
4	マイルノビッチ
5	Nizi Project

■海外ドラマ

No.	タイトル
1	ウォーキング・デッド
2	ウェントワース女子刑務所
3	クリミナル・マインド／FBI vs. 異常犯罪
4	THE HEAD
5	ロック・アップ／スペイン 女子刑務所

■国内ドラマ

No.	タイトル
1	君と世界が終わる日に
2	ハコヅメ たたかう！交番女子
3	恋はDeepに
4	ネメシス
5	レッドアイズ 監視捜査班

■国内バラエティ

No.	タイトル
1	ダウンタウンのガキの使いやあらへんで！ 絶対に笑ってはいけない罰ゲームシリーズ
2	しゃべくり007
3	謎とき冒険バラエティー 世界の果てまでイッテQ
4	有吉の壁
5	月曜から夜ふかし

■映画ランキング

No.	タイトル
1	劇場版「名探偵コナン 紺青の拳(フィスト)」
2	ザ・ファブル
3	劇場版「名探偵コナン 緋色の不在証明」
4	劇場版「名探偵コナン ゼロの執行人」
5	【特別映像集】劇場版「名探偵コナン 緋色の弾丸」劇

■独占配信タイトルランキング

No.	タイトル
1	君と世界が終わる日に
2	死神さん
3	THE FIRST -BMSG Audition 2021-
4	Nizi Project
5	マイルノビッチ

■アニメランキング

No.	タイトル
1	呪術廻戦
2	東京リベンジャーズ
3	テレビアニメ「鬼滅の刃」 竈門炭治郎 立志編
4	名探偵コナン
5	テレビアニメ「鬼滅の刃」 無限列車編

■アジアドラマ

No.	タイトル
1	太陽の末裔 Love in Vietnam
2	トッケビ君がくれた愛しい日々
3	彼女はキレイだった
4	私のIDはカンナム美人
5	花郎〈ファラン〉

■音楽ランキング

No.	タイトル
1	MUSIC BLOOD
2	ビルボード・ミュージック・アワード2021
3	SHOW CHAMPION
4	2021 THE FACT MUSIC AWARDS
5	KBS歌謡大祝祭



「君と世界が終わる日に」Season1～Season3 独占配信中
©HJホールディングス

Netflix

■世界で最も視聴されたテレビ番組

No.	タイトル
1	イカゲーム
2	ペーパー・ハウス
3	Lupin/ルパン
4	セックス・ライフ
5	ブリジャートン家
6	ニュー・アムステルダム
7	LUCIFER/ルシファー
8	そしてサラは殺された
9	ベティ〜愛と裏切りの秘書室
10	メイドの手帖

■世界で最も視聴された映画

No.	タイトル
1	レッド・ノート
2	ヒーローキッズ
3	アーミー・オブ・ザ・デッド
4	ウィッシュ・ドラゴン
5	アーミー・オブ・シーブズ
6	ミッチェル家とマシンの反乱
7	ファザー・フッド
8	消えない罪
9	THE GUILTY/ギルティ
10	YESデー 〜ダメって言っちゃダメな日



Netflixシリーズ「イカゲーム」全世界独占配信

dTV

■総合

No.	タイトル
1	呪術廻戦
2	テレビアニメ「鬼滅の刃」無限列車編
3	東京リベンジャーズ
4	テレビアニメ「鬼滅の刃」竈門炭治郎 立志編
5	「進撃の巨人」The Final Season
6	名探偵コナン
7	In the SOOP BTS ver.
8	アリータ:バトル・エンジェル
9	BTS JAPAN OFFICIAL FANMEETING VOL.5 [MAGIC SHOP]
10	劇場版 コード・ブルー ―ドクターヘリ緊急救命―

■オリジナル

No.	タイトル
1	Re:名も無き世界のエンドロール 〜Half a year later〜
2	キスマイ タイムトンネル
3	キスマイどきどきーん!
4	ConneXion
5	快感インストール
6	銀魂2 ―世にも奇妙な銀魂ちゃん―
7	BE LOVE
8	闇金ウシジマくん スーパータクシーくん編
9	まるもっちゃん
10	眠れぬ真珠

■洋画

No.	タイトル
1	アリータ:バトル・エンジェル
2	ジュラシック・ワールド/炎の王国
3	ターミネーター:ニュー・フェイト
4	ジュマンジ/ウェルカム・トゥ・ジャングル
5	ヴェノム
6	イコライザー2
7	xXx<トリプルX>:再起動
8	タイタニック
9	エンド・オブ・ステイツ
10	ジャック・リーチャー:Never Go Back

■邦画

No.	タイトル
1	劇場版 コード・ブルー ―ドクターヘリ緊急救命―
2	マスカレード・ホテル
3	空母いぶき
4	予告犯
5	仮面病棟
6	かぐや様は告らせたい 〜天才たちの恋愛頭脳戦〜
7	劇場版 ATARU THE FIRST LOVE&THE LAST KILL
8	永遠の0
9	先生! ...好きになってもいいですか?
10	ラブプラスの魔女

■国内ドラマ

No.	タイトル
1	恋はつづくよどこまでも
2	MIU404
3	ブラッディ・マンデイ シーズン1
4	新参者
5	私の家政夫ナギサさん
6	アンナチュラル
7	きのう何食べた?【テレビ東京オンデマンド】
8	初めて恋をした日に読む話
9	リバーズ
10	彼女はキレイだった

■韓流

No.	タイトル
1	In the SOOP BTS ver.
2	真心が届く〜僕とスターのオフィス・ラブ!?〜
3	BON VOYAGE Season 4
4	カンテク〜運命の愛〜
5	とにかくアツク掃除しろ!〜恋した彼は潔癖王子!?
6	リッチマン 〜嘘つきは恋の始まり〜
7	初対面だけど愛してます
8	恋愛は面倒くさいけど寂しいのはイヤ
9	2020 SBS歌謡大典
10	恋のトリセツ〜フナムシとジョンウムの恋愛日誌〜

U-NEXT

■映画

No.	タイトル
1	花束みたいな恋をした
2	今日から俺は!! 劇場版
3	新解釈・三國志
4	約束のネバーランド
5	コンフィデンスマンJP プリンセス編
6	TENET テネット
7	るろうに剣心 最終章 The Final
8	映画 モンスターハンター
9	ワイルド・スピード/スーパーコンボ
10	糸

■アニメ

No.	タイトル
1	呪術廻戦
2	東京リベンジャーズ
3	転生したらスライムだった件 第2期
4	「進撃の巨人」The Final Season
5	無職転生 ～異世界行ったら本気だす～
6	僕のヒーローアカデミア (第5期)
7	「鬼滅の刃」竈門炭治郎 立志編
8	「鬼滅の刃」無限列車編
9	HUNTER×HUNTER
10	転生したらスライムだった件



©2021「花束みたいな恋をした」製作委員会

DAZN

■世界で最も視聴されたテレビ番組

ライブ+キャッチアップ(見逃し配信)+ハイライトの視聴数の集計

No.	配信日	コンテンツ名	大会名
1	2021年11月11日	ベトナム vs 日本	AFCアジア予選 -Road to Qatar-
2	2021年11月17日	オマーン vs 日本	AFCアジア予選 -Road to Qatar-
3	2021年9月8日	中国 vs 日本	AFCアジア予選 -Road to Qatar-
4	2021年10月8日	サウジアラビア vs 日本	AFCアジア予選 -Road to Qatar-
5	2021年10月12日	日本 vs オーストラリア	AFCアジア予選 -Road to Qatar-
6	2021年11月21日	リヴァプール vs アーセナル	プレミアリーグ
7	2021年9月11日	マンチェスターU vs ニューカッスル	プレミアリーグ
8	2021年9月2日	日本 vs オマーン	AFCアジア予選 -Road to Qatar-
9	2021年2月26日	川崎フロンターレ vs 横浜F・マリノス	明治安田生命J1リーグ
10	2021年9月11日	アーセナル vs ノリッジ	プレミアリーグ

■海外ドラマ

No.	タイトル
1	TOUCH/タッチ シーズン1
2	レガシーズ シーズン1
3	ウォーキング・デッド シーズン10 17話～22話
4	ザ・ユニット 米軍極秘部隊 シーズン1
5	スリーピー・ホロウ シーズン1
6	グレイスランド 西海岸潜入捜査ファイル シーズン1
7	9-1-1 LA救命最前線
8	ボディ・オブ・ブルーフ/死体の証言 シーズン1
9	リベンジ シーズン1
10	マイノリティ・リポート

■アニメ

No.	タイトル
1	呪術廻戦
2	テレビアニメ「鬼滅の刃」無限列車編
3	東京リベンジャーズ
4	テレビアニメ「鬼滅の刃」竈門炭治郎 立志編
5	「進撃の巨人」The Final Season
6	名探偵コナン
7	ONE PIECE STAMPEDE
8	「キングダム」第3シリーズ
9	銀魂 THE SEMI-FINAL
10	転生したらスライムだった件 第2期

■音楽

No.	タイトル
1	BTS JAPAN OFFICIAL FANMEETING VOL.5 [MAGIC SHOP]
2	BTS WORLD TOUR 'LOVE YOURSELF' ～JAPAN EDITION～ at 東京ドーム
3	BTS WORLD TOUR 'LOVE YOURSELF: SPEAK YOURSELF' LONDON
4	2017 BTS LIVE TRILOGY EPISODE III THE WINGS TOUR IN JAPAN ～SPECIAL EDITION～
5	BTS WORLD TOUR 'LOVE YOURSELF: SPEAK YOURSELF' - JAPAN EDITION
6	2017 BTS LIVE TRILOGY EPISODE III THE WINGS TOUR IN SEOUL
7	BTS WORLD TOUR 'LOVE YOURSELF' ～JAPAN EDITION～ at 福岡ヤフオク!ドーム
8	BTS WORLD TOUR 'LOVE YOURSELF: SPEAK YOURSELF' SAO PAULO
9	2017 BTS LIVE TRILOGY EPISODE III THE WINGS TOUR ～Japan Edition～
10	BTS WORLD TOUR 'LOVE YOURSELF' NEW YORK

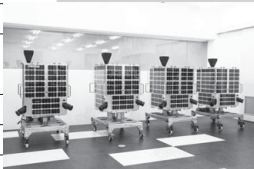
Satellite & Cable Industry 2021 Milestones

「東京2020が1年程度の延期」と発表されたのは、2020年3月24日だった。当時は多くの人が、本当に開催できるのだろうかと不安に思っていたことだろう。賛否両論の末、東京オリンピックは21年7月23日、パラリンピックは8月24日に開幕し、無事に閉幕。競技のほとんどが無観客で行われたが、アスリート達の活躍はもちろん、競技を支えるスタッフ、アスリートの家族や関係者の言動までもが注目され大会を盛り上げた。ほとんどの人がテレビ観戦だったことと思うが、競技を観ている間だけは、コロナ禍の鬱憤を晴らすことができたのではないだろうか。スポーツだけではなく、音楽や映画、演劇に舞台、寄席もお笑いも、「全てのエンターテインメントは不要でも不急でもない」と強く感じさせられる契機にもなった。

新しい働き方、新しい生活様式が定着し、在宅時間の増加に伴い、人々のネット動画視聴時間はますます拡大している。放送業界に目を向ければ、NHKプラスの20年4月開始に続き、民放キー局5社がネット同時配信の方針を打ち出し、日本テレビが先陣を切って21年10月、TVerで民放初の無料同時配信を開始した。真の意味で放送・通信の融合が加速しているといえよう。21年のMilestonesからも見て取れるが、放送事業者によるローカル5Gのサービス提供や実証実験が活発化し、“次の一手”を通信ビジネスに見出そうとする各社の意図がうかがえる。

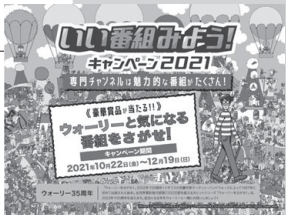
新技術への期待は大きい。防災、遠隔医療、MaaS、農業や林業、防犯や見守りなど、地域課題解決に向けて、さまざまな用途への活用が模索されている。熾烈な競争が繰り上げられるなか、いち早く動き出した事業者が大きな支持を集め、ビジネスを躍進させていくのだろうか。今後の動向から、ますます目が離せない。

2021年(令和3年)		衛星&ケーブルテレビ等メディア業界の主な出来事	社会の主な出来事
1月	1.6	Goolight、withコロナ&afterコロナにおける新観光&イベント開発、「すざか花火プロジェクト」実施	●大雪で福井・北陸自動車道最大1,500台が立ち往生(1.10) ●初めての「大学入学共通テスト」実施(1.16-17) ●米大統領にジョー・バイデン氏が就任(1.21) ●総務省公表。東京23区で初の転出超過。テレワーク普及で(1.28)
	1.15	アストロデザイン、ポーランド、ドイツ、日本、アメリカ、ブラジルを結んだ8Kライブ実証実験に参加	
	1.18	Goolight、重機・四輪バギー×ドローン・映像をマッチング。相互連携で災害時支援強化へ	
	1.20	Netflix、有料会員数(全世界)が2020年12月末で2億人突破	
	1.22	ジュピターテレコム(J:COM)、スーパーアプリ「MY J:COM」を提供開始	
2月	1.26	放送サービス高度化推進協会(A-PAB)発表。新4K8K衛星放送視聴可能機器台数が2020年12月末で725万台突破	●ミャンマーで軍事クーデター(2.1) ●菅首相長男の総務省幹部違法接待が問題に(2.3) ●医療従事者向けワクチン接種開始(2.17) ●東京オリパラ組織委員会長の森喜朗氏が女性蔑視発言で辞任、後任に橋本聖子氏(2.18)
	2.1	日本ケーブルテレビ連盟、3.11 東日本大震災 特別番組「～震災から10年被災ケーブルテレビ局が伝える～今、奏でるメッセージ」を全国配信	
	2.2	日本ケーブルラボ・日本ケーブルテレビ連盟「CATV事業者向け セキュリティハズオンセミナー」オンライン開催	
	2.8	東芝インフラシステムズ、ケーブルメディアワイワイ、ミハル通信がローカル5Gミリ波による8Kライブ伝送実証実験に成功	
	2.9	日本デジタル配信(JDS)、4K独占で貴重なコンサートを届ける「ケーブル4K音楽祭」の3月放送を決定	
	2.10	ハートネットワーク、ローカル5Gの実証実験を開始	
	2.15	ソフトバンク、LTE周波数帯の700MHz・1.7GHz・3.4GHz帯を利用した5Gサービスを2月15日から順次提供開始	
	2.25	ケーブルテレビ代表取締役社長 高田光浩氏、第66回「前島密賞」受賞。贈呈式は4月9日に実開催	
	2.26	ALE、シリーズA追加ラウンドにおいて総額約22億円の資金調達を実施 愛媛CATV、業界初の4.7GHz帯ローカル5G無線局免許取得 東北新社、新社長に中島信也氏が就任、二宮清隆前社長は総務省接待問題を受けて辞任 Netflix、「Netflix クリエイティブ向け創造支援基金」の設立を発表	
3月	3.1	ケーブルテレビ、地域新電力サービス「ホームタウンでんき」の受付を開始	
	3.8	DAZN発表。3月を「Women History Month」として女性の功績を称える スペースシャワーTV、「MUSIC AWARDS 2021」無観客開催。生中継&生配信	

2021年(令和3年)		衛星&ケーブルテレビ等メディア業界の主な出来事	社会の主な出来事
3月	3.9	秋田ケーブルテレビグループの秋田新都心ビル、ローカル5Gを整備したリモートオフィス「Atelier AL☆VE」オープン	●LINE、個人データ管理不備で謝罪(3.17) ●スエズ運河で日本企業所有の大型コンテナ船が座礁(3.23) ●田中邦衛さん、古賀稔彦さん死去(3.24) ●聖火リレー、福島でスタート(3.25)
	3.10	コミュニティネットワークセンター(CNCI)グループ、名古屋グランパス「eスポーツパートナー」に認定	
	3.11	ドコモとスカパーJSAT、上空からの通信エリア化に向けた39GHz帯の電波伝搬測定実証実験実施	
	3.11	J:COM、経営企画部門を新設。「渉外・広報室」と「経営企画室」の2室体制に	
	3.12	日本映画放送、NTTぶらら、スカパー!、池波正太郎原作2作品の映画化で主演俳優を発表。『仕掛人・藤枝梅安』に豊川悦司、『鬼平犯科帳』に松本幸四郎	
	3.16	CNCIグループ、中日ドラゴンズとオフィシャル・サポーター契約を締結	
	3.18	Netflix発表。東宝スタジオの2棟を複数年貸借、国内実写作品拡充へ	
	3.19	A-PAB発表。新4K8K衛星放送視聴可能機器台数が2021年2月末で約788万台に	
	3.22	アクセススペース、日本初の量産衛星GRUS4機(うち1機は福井県民衛星「すいせん」)の打ち上げ成功	
	3.25	スカパーJSAT、仏エアバスと通信衛星「Superbird-9」の調達契約を締結	
	3.26	スペースシャワーネットワーク、新社長に林吉人氏が就任	
	3.29	中海テレビ放送、鳥取県初の「ローカル 5G」無線局免許を取得	
4月	3.31	シャープとNTTドコモ、災害時の広域監視を想定した5Gによる8K高精細映像のリアルタイム伝送に成功	 アクセススペースの衛星4機 (GRUS-1B、1C、1D、1E)
	4.1	Goolight、地域の安心安全をサポートする24時間ライブチャンネル「ゲーライブ」放送開始	
		J SPORTS、新社長に長谷一郎氏が就任	
	4.5	スカパー!、日本コンテンツ専門チャンネル「WAKUWAKU JAPAN」をフィリピン「Cignal TV/Cignal Play」で放送・配信開始	
	4.12	ビデオリサーチ、「テレビ接触率 全国ペイテレビ調査」データの提供開始	
	4.13	スマートニュース、「新型コロナワクチンチャンネル」開設	
	4.19	スカパーJSATなど6者、「衛星データサービス企画(株)」設立	
	4.20	キャッチネットワークと伊藤忠テクノソリューションズ(CTC)、共同でローカル5Gネットワークのサービスを開始	
5月	4.26	東大、日本無線(JRC)、スカパーJSATが国内初、静止衛星とローカル5Gとの接続による映像伝送実験	●3府県で「まん延防止等重点措置」初適用を正式決定(4.1) ●田村正和さん(4.3)、橋田寿賀子さん(4.4)死去 ●松山英樹、アジア人初のマスターズ優勝(4.12)
	4.27	ソフトバンク、国内通信事業者初の5G国際ローミングを提供開始	
		日本民間放送連盟(民放連)、民放70周年記念特設ページを開設	
	5.11	TVer、1~3月期のサービス利用状況を発表。21年3月に月間1億8,000万再生を突破	
		小型SAR衛星2号機「イザナミ」、日本初の分解能70cm画像取得に成功	
	5.13	びあ、「チケットぴあ」のシステムを活用した「新型コロナワクチン接種予約受付・抽選サービス」を開発・提供	
	5.14	JTOWERとKDDI、資本業務提携を締結	
	5.17	Goolight、フィリピンのフィルムメーカーと共同制作したドキュメンタリー番組を世界配信	
	5.18	医療関連事業者とケーブルテレビ事業者など13法人、「地域スマート医療コンソーシアム」設立	
	5.19	ドコモ、THECOOとライブビジネスに関する業務提携を締結	
6月		日本ケーブルテレビジョン(JCTV)、8K特化型映像制作ブランド「JCTV8K」スタート	●宇宙飛行士の野口聡一さんが約半年ぶりに地球帰還(5.2) ●国が「赤木ファイル」の存在を認める。森友学園問題で(5.6) ●新垣結衣さんと星野源さんが結婚を発表(5.19) ●改正地球温暖化対策推進法が成立。2050年までの温室効果ガス排出実質ゼロ目標(5.26)
	5.20	QNetとNetflixが業務提携	
		スカパーJSAT、NTTと持続可能な社会の実現に向けた新たな宇宙事業のための業務提携契約を締結	
	5.25	日本ケーブルテレビ連盟および日本CATV技術協会、第33回「ケーブルテレビ功労者表彰」発表。ジュピターテレコム コーポレート部門長付 徳田瑞穂氏、ジェイコム東京 常勤監査役 西森英樹氏、日本CATV技術協会 前専務理事 小池不二男氏の3名が受賞	
	5.31	J:COM、テレビを使ったオンライン診療サービス「J:COM オンライン診療」提供開始	
	6.1-30	NHK放送技術研究所(技研)、「技研公開2021」オンライン開催	
	6.3-4	「ケーブル技術ショー2021」技術展示会リアル開催、オンライン展示会開催(6.14-7.30)	
	6.4-7.31	「ケーブルコンベンション2021」オンライン開催	
6月	6.4	日本ケーブルテレビ連盟、「ケーブル・アワード2021 第14回ベストプロモーション大賞」受賞作品発表。グランプリはGoolight「田中涙が表現する信州須坂プロモーション」、準グランプリはインフォメーション・ネットワーク・コミュニティおよび入間ケーブルテレビ。	●笹生優花、全米女子オープン優勝(6.7)
		総務省、接待問題で32人を処分。NTTや東北新社などから接待	
	6.7	全日本テレビ番組製作社連盟(ATP)、第37回「ATP賞テレビグランプリ」発表。グランプリはドキュメンタリー部門、スローハンド、NHKエンタープライズ/NHK総合『プロフェッショナル 仕事の流儀 庵野秀明スペシャル』が受賞	
	6.15	愛媛CATV、ローカル5G支援サービス(サブスクリプション型)開始	
	6.18	DAZN、AFCチャンピオンズリーグ(ACL)独占放映権を獲得	
	6.22-7.21	京急電鉄、京急バス、NTTドコモ、横須賀・三浦エリアで「観光型 MaaS」実証実験	

Satellite & Cable Industry 2021 Milestones

2021年(令和3年)		衛星&ケーブルテレビ等メディア業界の主な出来事	社会の主な出来事
6月	6.22	日本ケーブルラボ、第3回「功労者」表彰発表。日本ケーブルラボ前理事長 藤本勇治氏、情報通信技術委員会 元実用化開発部主任研究員 元企画管理部主任研究員 山田 満氏、JCOM技術委員会 委員 上園一知氏の3名が受賞。	
	6.24	GAORA、新社長に竹田青滋氏が就任	
	6.29	CNCI、新社長に原 年幸氏が就任	
	6.30	アニマックスとキッズステーション、新社長に佐々木 朗氏が就任 日本ケーブルテレビ連盟、「2030 ケーブルビジョン」公開	
7月	7.1	ジュピターテレコム(J:COM)、社名を「JCOM」に変更。同時にブランドメッセージを「あたらしいを、あたりまえに」に変更	●新型コロナウイルス、世界中でデルタ株への置き換えが進む(7月)
	7.7	JCOM、全国の信用金庫ネットワーク「よい仕事おこしフェア実行委員会」と包括的連携協定を締結	●熱海で大規模土石流(7.3)
	7.8	中海テレビ放送、米子の文化発信地&交流の場「Chukaiコムコムスクエア」オープン	●照ノ富士の横綱昇進が決定(7.21)
	7.21	Netflix、21年第2四半期決算発表。売上高19%増、新規会員数の伸びは減速	●東京オリンピック開幕(7.23)
	7.23	WOWOW、東京ガス、東京・豊洲エリアにパラスポーツの情報発信拠点「WHO I AM HOUSE」を期間限定オープン	●「奄美大島、徳之島、沖縄島北部および西表島」と「北海道・北東北の縄文遺跡群」、2件同時の世界遺産登録決定(7.27)
	7.28	HIKKY主催「バーチャルマーケット」が、ブース最多数のVRマーケットイベントとしてギネス世界記録に認定	
8月	8.2	ノジマ、ミステリチャンネルとAXNジャパンの事業を承継	●夏の甲子園、2年ぶり開幕(8.10)
	8.3	アクセススペース、JX通信社と速報衛星写真の配信実証実験を開始	●千葉真一さん死去(8.19)
	8.4	Goolight、長野県小布施町全域で「地域BWA」サービススタート	●東京パラリンピック開幕(8.24)
	8.17	アリアンスペース社、ヴェガ VV19号機 打ち上げ成功	●米、アフガン戦争終結(8.31)
	8.20	大日本印刷(DNP)、アストロデザイン、シャープ、ソシオネクスト、輝日、ドルビージャパンの6社、8K映像と立体音響技術で連携 東北電力フロンティアとNetflixが業務提携 スペースシャワーTV、コロナ禍のため「SPACE SHOWER SWEET LOVE SHOWER 2021 -25th ANNIVERSARY-」の開催を中止を発表	
	8.20	日テレ・東京ヴェルディベレーザ、ジェイコム東京との新規コーポレートパートナー契約を締結	
	8.23	アリアンスペース社、ソユーズST34号機打ち上げ成功 唐津ケーブルテレビジョン、社名を「びーぶる」に変更 楽天モバイル、契約数が500万回線を突破	
	8.25	JCOM、MVNOサービス「J:COM MOBILE」で5Gサービスを提供開始	
	8.26	CNCI、ローカル5G(Sub6帯)の無線局免許を取得	
	8.31	となみ衛星通信テレビと他3社、総務省「ローカル5Gを活用した山間部林業現場での生産性向上および安全性向上のための実用化モデル検証」事業を受託	
9月	9.3	東海地区「ケーブルフェスタ2021」の開催中止	●デジタル庁始動(9.1)
	9.6	ジェイ・スポーツ(J SPORTS)、テレコムセンタービル(東京・江東区)に本社事務所を移転	●東京・池袋の自動車暴走事故で90歳被告に実刑判決(9.2)
	9.7	衛星放送協会、第11回「衛星放送協会オリジナル番組アワード」受賞作品発表。グランプリはBS12(ワールド・ハイビジョン・チャンネル)制作のドキュメンタリー「村本大輔はなぜテレビから消えたのか?」が受賞。授賞式は実開催	●スペースX、初の民間人宇宙旅行に成功(9.18)
	9.8	スカパーJSATとフリークアウト、業務提携契約を締結。コネクテッドTV領域での協業開始 東北新社とスターチャンネル、ウォルト・ディズニー・ジャパンとの協力関係を強化	●横綱白鵬が現役を引退(9.30)
	9.10	日本ケーブルテレビ連盟、第47回「日本ケーブルテレビ大賞 番組アワード」発表。グランプリ総務大臣賞は広域高速ネット二九六『成東駅列車爆破～終戦2日前の惨事～』、準グランプリは東広島ケーブルメディア『酒都に響き渡る伝統 ～オペラ「白壁の街」第40代の軌跡～』、4K特別賞はGoolight『地域を元気に「北信濃の祭り」』および倉敷ケーブルテレビ『大原美術館創立90周年記念特別番組 大原美術館史 ～受け継がれる大原DNA～』の2作品。 Netflix、アニメの制作支援拠点「Netflixアニメクリエイターズ・ベース」開設 Hulu、韓国の音楽授賞式「2021 THE FACT MUSIC AWARDS」10月2日独占ライブ配信を発表	
	9.13	スカパーJSAT、フリークアウト・ホールディングスの株式取得	
	9.14	大分ケーブルテレコム、法人顧客向けページ「大分ケーブルテレコム for Business」開設 シンクレイ、ZTVが開始する「ローカル5Gを活用した港湾内安全管理に向けた実証実験」に参画	
	9.16	米国「NAB Show 2021」開催中止(22年4月に延期)	
	9.20	J:COM×時代劇専門チャンネル共同制作『三屋清左衛門残日録 陽のあたる道』がTV初放送。北大路欣也主演 大ヒットシリーズ最新作	
	9.22	アニマックス、「ANIMAX MUSIX 2021」とTikTokのコラボ企画出演をかけた「#アニメミュージックスター総選挙」開催 A-PAB発表。新4K8K衛星放送視聴可能機器台数が2020年8月末で累計1,000万台を突破	
	9.30	NTTDコモ、「dTVチャンネル」のサービス提供を2022年3月31日に終了と発表	

2021年(令和3年)		衛星&ケーブルテレビ等メディア業界の主な出来事	社会の主な出来事
10月	10.1-31	ケーブル4K 秋の特別企画、全国各地の“いいね!”プレゼントキャンペーン	●管内閣総辞職、岸田首相誕生(10.4) ●ノーベル物理学賞に真鍋淑郎氏(10.5) ●衆議院解散(10.14) ●眞子さまと小室圭さんが結婚(10.26) ●プロ野球・オリックスが25年ぶりのリーグ優勝(10.27)
	10.2	日本テレビ、TVerで民放初の無料同時配信を開始	
	10.6	スカパーJSAT、WAKUWAKU JAPANを完全子会社化	
	10.8	TBSとNetflix、『日本沈没』など新作3本の全世界配信を決定	
	10.12	中部テレコミュニケーション株式会社(ctc)、名古屋グランパスとパートナーシップ契約締結	
	10.12	KDDI、5Gエンタメを楽しめる情報料無料の「au 5Gチャンネル」を提供開始	
	10.14	愛媛県、ソフトバンク、DX推進に関する包括連携協定を締結	
	10.19	ソフトバンク、国内初、SA方式の5G商用サービスを提供開始	
	10.19-22	「CEATEC 2021」幕張メッセおよびオンラインで開催	
	10.20	Netflix、有料会員数(全世界)が2021年9月末で2億1,400万人、売上高74億8,300万ドル。 『イカゲーム』視聴1億世帯突破 Netflixシリーズ「イカゲーム」全世界独占配信中	
11月	10.22	衛星放送協会と日本ケーブルテレビ連盟、「いい番組みよう! キャンペーン2021」実施。12月19日まで 衛星放送協会×日本ケーブルテレビ連盟「いい番組みよう! キャンペーン2021」	 
	10.27-29	「通信・放送Week2021(映像伝送EXPO/4K・8K映像技術展/光通信技術展等)」幕張メッセで開催	
	10.28	秋田ケーブルテレビ、渋谷スクランブルスクエアに地方創生型ショップ「ハチふるSHIBUYA meets AKITA」オープン 秋田ケーブルテレビの地方創生型ショップ「ハチふる」	
		テレビ朝日メディアプレックスとコインチェック、NFT事業で連携 米フェイスブック、社名を「メタ」に変更	
11月	11.1	日本CATV技術協会、CATV技術者資格制度を新資格制度へ移行	●人気グループ「V6」解散(11.1) ●瀬戸内寂聴さん死去(11.9) ●第2次岸田内閣発足(11.10) ●将棋の藤井聡太、史上最年少の四冠達成(11.13) ●大谷翔平、MLBア・リーグMVP受賞(11.18) ●プロ野球・ヤクルトが20年ぶりの日本一(11.27) ●中村吉右衛門さん死去(11.28) ●新型コロナウイルス、国内で最初のオミクロン株患者を確認(11.30)
	11.4	ディスカバリー・ジャパン、新社長に杉本 将氏が就任	
	11.12	TVer、2020年10月の月間動画再生数が初の2億回を突破、昨年同月比2倍に	
	11.12-4	とくしま4Kフォーラム実行委員会、「4K・VR 徳島映画祭 2021」現地とオンラインのハイブリッドで開催	
	11.15	ケーブルテレビ情報センター(CRI)、「ケーブルマン・オブ・ザ・イヤー2021」発表。ケーブルテレビ代表取締役 高田光浩氏、JCOM「東京 2020 パラリンピック放送プロジェクト」、「特別賞」に前ターナージャパン最高責任者/ジェネラルマネージャーのトム・ベリー氏、日本ケーブルラボ前専務理事の松本修一氏が選出	
	11.17-19	「Inter BEE 2020」幕張メッセで開催(11.17-12.17 オンライン開催)	
	11.19	スター・チャンネル、「スターチャンネルEX」を新スタート	
	11.20	アニマックス、「ANIMAX MUSIX 2021」が横浜アリーナで2年ぶりの有観客開催	
	11.24	オランダIBC 2021リアル開催中止	
	11.25	JCOM、「テレビいきいき脳体操」アプリをJ:COM LINKに搭載 MTV、「MTV VMAJ 2021 -THE LIVE-」無観客開催。12月18日よりMTVで放送と同時にHuluでも配信	
12月	11.26	ブロードメディア運営のルネサンス高校グループが「博多キャンパス」を開校。2022年4月、最先端のゲーミング環境でeスポーツコース開講 スターキャスト・ケーブルネットワーク、ローカル5Gを体験できる実証施設を「なごのキャンパス」に構築 テレビ朝日メディアプレックスとテレビ朝日、ブロックチェーン技術を活用したNFT事業に本格参入	
	12.1	ZTV、ローカル5Gを活用した港湾内安全管理実証実験を開始	●天皇后両陛下の長女 愛子さま、20歳に(12.1) ●米ケンタッキー州などで巨大竜巻、被害拡大(12.10) ●大阪・北新地でビル放火殺人事件(12.17) ●拉致被害者「家族会」前代表の飯塚繁雄さん死去(12.18) ●神田沙也加さん死去(12.18)
	12.3	東北新社、コミュニケーション・デザインを手がけるENJINを子会社化	
	12.7	A-PAB記者発表会開催。年度内開局の3社(BSよしもと、ジャパネットブロードキャスティング、BS松竹東急)がチャンネルコンセプトを説明 NTTぷらら、低遅延を追求したゲーミングネットワーク「GGGG光」を提供開始	
	12.9	スカパーJSATとQPS研究所、小型SAR衛星コンステレーションの活用で業務提携 BSよしもと×UUUM、住みやすクリエイター募集開始	
	12.17	東北新社、「声」にまつわる全てをプロデュースする企業向け制作サービス「TFC VOICE」開始	

第59回

前例にとらわれない大胆な発想 先を見据えた大きな未来図作り

「日本の広告費」から見えるもの

2月24日、電通は、2021年の広告費をとりまとめた「日本の広告費」を発表した。

それによると、2021年(1~12月)における日本の総広告費は、6兆7,998億円。前年の2020年の総広告費が6兆1,594億円と発表されたことからすると、2021年は、前年比110.4%と、二桁の回復をしたことになる。

国内で、最初の新型コロナウイルス感染者が発見されたのが2020年1月。2020年の日本経済は、コロナ禍によるダメージが大きく、総広告費は、東日本大震災が発生した2011年以来のマイナスとなったが、翌2021年は、コロナ禍が続くものの、回復基調に入ったことは確かだろう。ただ、新型コロナウイルス感染症対策による在宅勤務の一般化など、生活スタイルや消費行動が変化し、それは、メディア利用にも少なからず影響を与えたと言える。

「日本の広告費」を見ると、2021年の広告出稿の高かった業種は、携帯キャリアの出稿が堅調な「情報・通信」に加え、「飲料・嗜好品」、10-12月期に復調した「交通・レジャー」、「外食・各種サービス」など16業種。これらの動きは、コロナ禍による巣ごもり・在宅需要の拡大と、ワクチン接種による感染者数の減少などを反映したものと言える。

ただ、今回の「日本の広告費」の発表で、

最も話題となったのは、インターネット広告費が2兆7,052億円(前年比121.4%)と、テレビ、新聞、ラジオ、雑誌のいわゆる4マス広告の総和の2兆4,538億円(前年比108.9%)を上まわったことだった。

2019年の「日本の広告費」で、インターネット広告が、4マス広告費の中で40年以上首位を続けたテレビ広告を上まわったことがニュースとなった。あれからわずか2年で、4マスの総和を抜き去ったことになる。

ただ、4マス広告の中でも、地上波テレビ広告費は1兆7,184億円(前年比111.7%)と、新型コロナによる影響が緩んだことや、「東京2020オリンピック・パラリンピック」が無観客を基本としたバブル方式による開催となり、その分、テレビ視聴による観戦に人々が向かったことで、地上波テレビのタイム広告費を押し上げたことなどが、その回復に寄与したとされる。2021年は、2020年に開催が見送られたり、無観客開催となった大型スポーツ大会や大型イベントが、感染対策の制限の上、実施されたこともあり、これが地上波テレビ広告への出稿増に結びついたといえる。

ただ、これまでも、景気回復時に、最も早く広告出稿が戻るのはテレビ広告とされてきた。そのことからすると、この地上波テレビ広告の回復は、ある種、セオリー通りでもある。このことは、インターネット広告への注目が集まるなかでも、テレビ広告の持つ底力を見せつけたとも言えるのではないかな。

侮れないCTV広告の伸び

ところで、伸長著しいインターネット広告の中でも、特にネット接続されているテレビ端末(コネクテッドTV=CTV)向けの「テレビメディア関連動画広告」が、249億円(前年比146.5%)と大きく伸長。また、生活家電・雑貨、書籍、衣類、事務用品などの物品販売を行うEC(電子商取引)プラットフォーム(=「物販系ECプラットフォーム」)上で、「出店」を行なっている事業者が、このプラットフォームに投下した広告費である「物販系ECプラットフォーム広告費」も、1,631億円(同123.5%)と急成長を遂げた。

2021年に伸長した「テレビメディア関連動画広告」も、「物販系ECプラットフォーム広告」も、コロナ禍がもたらした巣ごもり・在宅需要の拡大が追い風になったことは間違いない。今後、CTVの普及率が右肩上がりとなるのは明らかだ。CTV広告の成長に対する期待が高まっている。

米国広告市場でもCTVの伸長に伴い、CTV広告が注目を集めている。米国テレビ界では、テレビの次世代規格である「ATSC3.0」が始動。「ATSC3.0」への移行についてFCCは、各放送事業者の経営判断に任せているものの、米国の有力放送事業者にとってはシームレスなインターネットとの連動によるサービスの多様化は、次世代の放送ビジネスをデザインする上で魅力

電通「日本の広告費」

媒体	広告費	広告費 (億円)			前年比 (%)		構成比 (%)		
		2019年	2020年	2021年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年
総広告費		69,381	61,594	67,998	88.8	110.4	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費		26,094	22,536	24,538	86.4	108.9	37.6	36.6	36.1
新聞		4,547	3,688	3,815	81.1	103.4	6.6	6.0	5.6
雑誌		1,675	1,223	1,224	73.0	100.1	2.4	2.0	1.8
ラジオ		1,260	1,066	1,106	84.6	103.8	1.8	1.7	1.6
テレビメディア		18,612	16,559	18,393	89.0	111.1	26.8	26.9	27.1
地上波テレビ		17,345	15,386	17,184	88.7	111.7	25.0	25.0	25.3
衛星メディア関連		1,267	1,173	1,209	92.6	103.1	1.8	1.9	1.8
インターネット広告費		21,048	22,290	27,052	105.9	121.4	30.3	36.2	39.8
媒体費		16,630	17,567	21,571	105.6	122.8	24.0	28.5	31.7
うちマス四媒体由来のデジタル広告費		715	803	1,061	112.3	132.1	1.0	1.3	1.6
新聞デジタル		146	173	213	118.5	123.1	0.2	0.3	0.3
雑誌デジタル		405	446	580	110.1	130.0	0.6	0.7	0.9
ラジオデジタル		10	11	14	110.0	127.3	0.0	0.0	0.0
テレビメディアデジタル		154	173	254	112.3	146.8	0.2	0.3	0.4
テレビメディア関連動画広告		150	170	249	113.3	146.5	0.2	0.3	0.4
物販系ECプラットフォーム広告費		1,064	1,321	1,631	124.2	123.5	1.5	2.1	2.4
制作費		3,354	3,402	3,850	101.4	113.2	4.8	5.5	5.7
プロモーションメディア広告費		22,239	16,768	16,408	75.4	97.9	32.1	27.2	24.1
屋外		3,219	2,715	2,740	84.3	100.9	4.6	4.4	4.0
交通		2,062	1,568	1,346	76.0	85.8	3.0	2.6	2.0
折込		3,559	2,525	2,631	70.9	104.2	5.1	4.1	3.9
DM (ダイレクト・メール)		3,642	3,290	3,446	90.3	104.7	5.3	5.3	5.1
フリーペーパー		2,110	1,539	1,442	72.9	93.7	3.1	2.5	2.1
POP		1,970	1,658	1,573	84.2	94.9	2.8	2.7	2.3
イベント・展示・映像ほか		5,677	3,473	3,230	61.2	93.0	8.2	5.6	4.7



「放送人 高橋信三とその時代」
(大阪公立大学共同出版会)

的である。現状では、CTV広告と地上波広告のスポンサーの違いもあり、カニバる状況とも言えない。

問われる大胆な未来図作り

そのような急激な状況の変化を見ると、いま、既存の主要メディア経営者に求められているのは、前例にとられない大胆な発想、先を見据えた大きな未来図作り(マッピング)ではなかろうか。

そう考えた時に、ハッとさせられる本が、最近、刊行された。『放送人 高橋信三とその時代』(大阪公立大学共同出版会)である。著者は、毎日放送で、編成部長、報道局長などを務められた辻一郎さん。昨秋、辻一郎さんから、「ちょっと、読んでみて」と、ゲラを渡されたのだが、読み終えるのに一週間ほどかかった。本文だけで、565ページの大作である。

高橋信三と言っても、いま、放送現場で

その名を知る人は少ないだろう。高橋信三は、日本で最初の民放局のひとつである毎日放送の実質的創始者で、社長や会長を務めた。高橋信三は、毎日新聞幹部を経て、GHQの戦後放送政策の下でスタートが決まった民放局設立に奔走。1951年9月1日に、民放最初のラジオ局として、中部日本放送と共に、毎日放送の前身である新日本放送を開局させるが、その後も、テレビ局開設に向け、大阪テレビの継承を巡る朝日放送との交渉や、民放ネットワークの生成、新聞資本を軸にした1975年の在阪民放局のネットチェンジなど、日本のメディア史に残る大事件に悉く立ち会い、経営者としてその後の日本の放送地図を決める決断をしている。

改めて興味深く読んだのは、経営的に行き詰まった東京12チャンネルの経営権を毎

日放送が取得して、「東京毎日放送」を設立しようと画策したくだりである。1969年、高橋は、当時、水面下で動いていたネットチェンジの計画など、さまざまな事情を考慮し、この計画を断念する。

高橋信三は、40年あまり前の1980年に78歳で亡くなっており、その活躍の場はいまと随分違うと感じる方もいるだろう。しかし、一人の放送経営者の足跡を、証言と記録でまとめた本書から浮き上がってくる高橋像は、大きな未来地図のなかで、自身に何ができるのかを問う、そのダイナミックな発想力であり、そのエネルギーに姿には、心動かされる。「放送もいい時代があったのだな」と読むのは簡単だが、いまならどういった未来図が描けるのかを考えた時、高橋信三の足跡は、多くのヒントを与えてくれるのではないだろうか。

R



音 好宏 OTO YOSHIHIRO 上智大学 文学部 新聞学科教授

1961年生まれ。上智大学大学院博士課程修了後、1990年から日本民間放送連盟研究所勤務。上智大助教授、コロンビア大客員研究員などを経て、2007年から現職。専門はメディア論、情報社会論。多チャンネル放送研究所所長 兼 主任研究員を務める。

いつの間にか聞こえなくなった 「ストップ・ザ・コロナ」

～全国一律とはならないコロナとの闘い～

全国一律でなくなった日本列島

「ワクチン打ちましたか」「まだです」「3月末に予約が取れました」…。

いままでの「花が咲いた」とか「鳥が飛んできた」という優雅な挨拶にとって代わって、無粋な文言が手紙やはがき、メール、電話に並ぶようになった。これが国民にとって新型コロナがもたらした一大変革ではないだろうか。

日本は最北端から最南端まで3,000km、最東端から最西端まで3,000kmという広大なエリアにある弓なりの列島である。自然も、風俗も多彩で変化に富んでいる。

しかし、行政サービスは同じレベルのものが同じ時間に提供され、それを当然のことだと疑うことはなかった。ところが新型コロナ、とくにワクチン接種はこの全国一律という「神話」を打ち破ってしまったのである。

そしてその格差がなぜ生まれたのか、自分の住んでいる地域だけが取り残されているのではないか。そして一体その格差を作り出した犯人は誰なのか?! いま、その疑念が国土を覆い始めている。

選挙で勝ちぬいたリーダーは果たしてその能力があるのか。行政スタッフは危機管理に対応できるのか。マスコミはその役割をきちんと遂行しているのか。

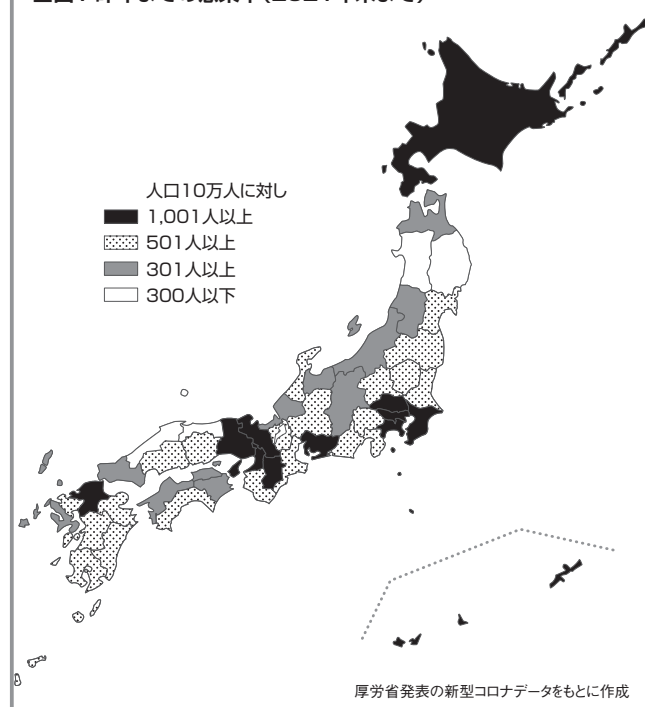
そうした事実が白日の下に晒されんとしていること、それがこの国にとっての「本当のワクチン禍」ではないだろうか考えるのである。

この2カ月間で 過去2年の倍の感染者

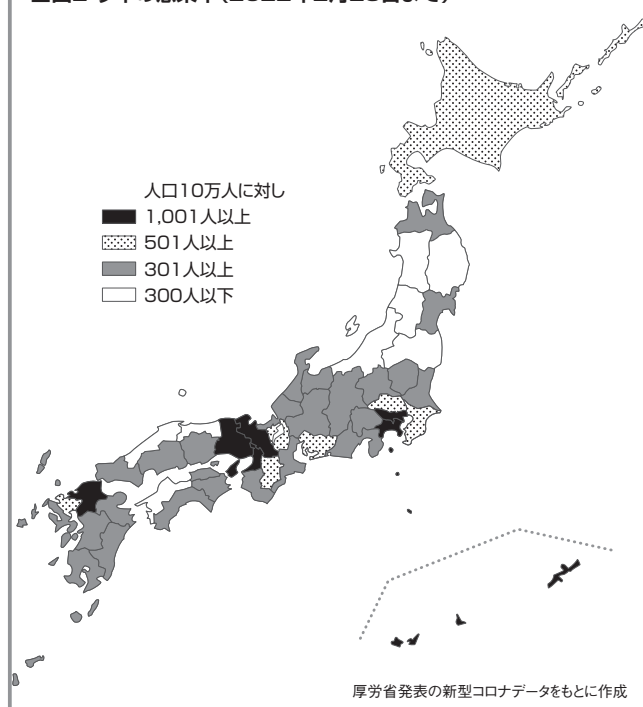
いくら忘れっぽいとは言え、6カ月前の総選挙では「ストップ・ザ・コロナ」が争点となったことは覚えている。有効な手が打たれているはずだった。

しかし、いったん収まったが、今年に入り急激に増加し、あたかも暦に合わせるかの

■図1:昨年までの感染率(2021年末まで)



■図2:今年の感染率(2022年2月28日まで)



ように2月28日、ついに500万人を突破し、501万3,294となった。国民25人に1人。

昨年までの感染者 (2021.12月末まで)	今年の感染者 (2022.2.28まで)
1,733,207人	3,280,087人
34.6%	65.4%

そのうち昨年までは東京、大阪、神奈川、埼玉、愛知、千葉6都府県が10万人を超えていた。

そして今年に入ってから昨年の6都府県+兵庫、福岡、北海道の9都道府県で10万人を越えたのである。

これらの都府県は人口の多いところである。したがって感染率を比較する必要がある。感染率は人口10万人当たりの感染者数で示してある(図1)(図2)。

一見してわかるように、感染率は今年に入り東北4県+新潟が減少していることが目につく。

次は死亡者について。

昨年12月末までの死亡者は累計1万8,393人で、そのうち東京、大阪、北海道、兵庫、神奈川、愛知、埼玉、千葉の8都道府県で1,000人を超えていた。

今年に入ってから死亡者は5,278人。ただし1,000人を超えている府県はなく、最も多い大阪が822人であった。

昨年までの死亡者 (2021.12月末まで)	今年の死亡者 (2022.2.28まで)
18,393人	5,278人
77.7%	22.3%

死亡率は人口10万人当たりの死亡者数で示してある(図3)(図4)。

今年の死亡率はすべて10人以下である。これらコロナの感染者(率)、死亡者(率)の多い地域はすべて政令指定都市のある都道府県である。

さらに感染者に対する死亡率を見ると(罹患した人が死亡する割合)、昨年までが1.06%→0.16%(今年)となった。

つまり、現在猛威を振るっているコロナ株は感染しても死亡しない。だから「良い」とはならないだろう。病気になれば肉体的、精神的、金銭的負担がかかってくる。

さて、3組目の地図は各県の感染率と保健師の数を比較したものである。

新型コロナウイルスが発生して以来、保健所の役割が大きくなっている。それをグラフ化し

たのが次頁図5と図6である。

図5は、新型コロナ発生から現在までの感染率(2022年2月28日まで)。そして図6は、1保健師当たりの受け持ち世帯数(2020年度)である。

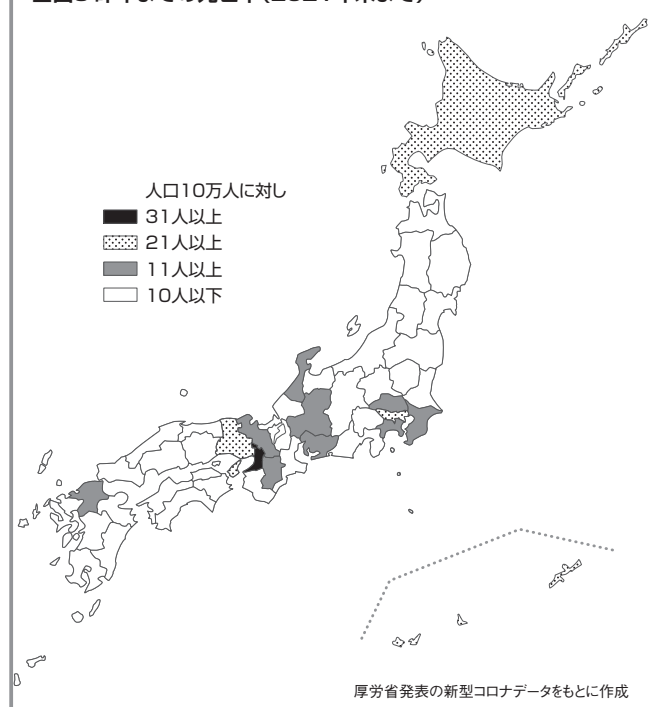
2つを見比べると、色の濃い保健師の少ない府県(=1保健師当たりの受け持ち世帯数が多い県)の感染率が高く、保健師の多い県では感染率が低い。単純明快な、わかりやすい話である。

厚労省は2年に1度「衛生行政報告例」を発表しているが、その中に各県別の「保健師数」が含まれている。その2020年度分がタイミングよく2022年1月27日に公表された。この原稿はその数字をもとにしている。

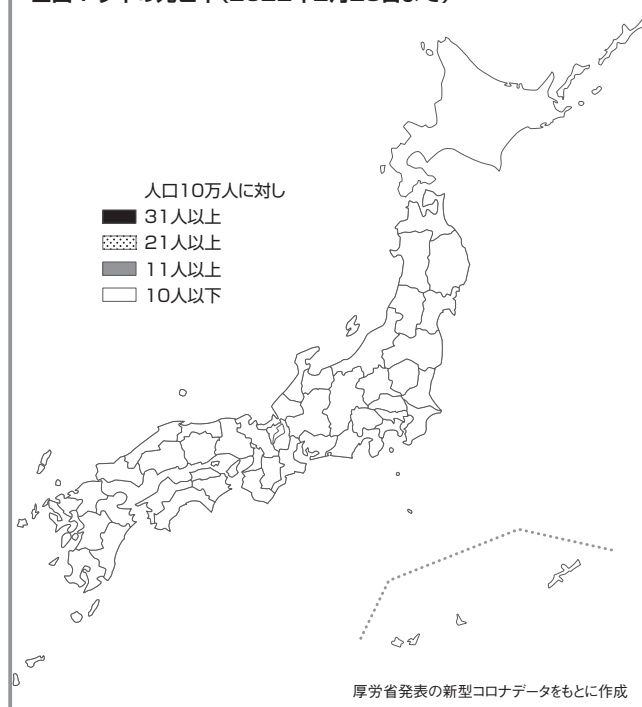
新型コロナの発生を〈火事〉に例えるのは不謹慎かもしれないが「大きく燃やして、派手に騒いで消す」というタイプの消防団長(=知事)が有能な政治家としてマスコミに登場するのは〈おかしい〉のではないのか。

本当に有能なのは、〈火事を出さない〉方の知事ではないのかと考えていた。しかし野次馬が多いか少ないかが(視聴率が

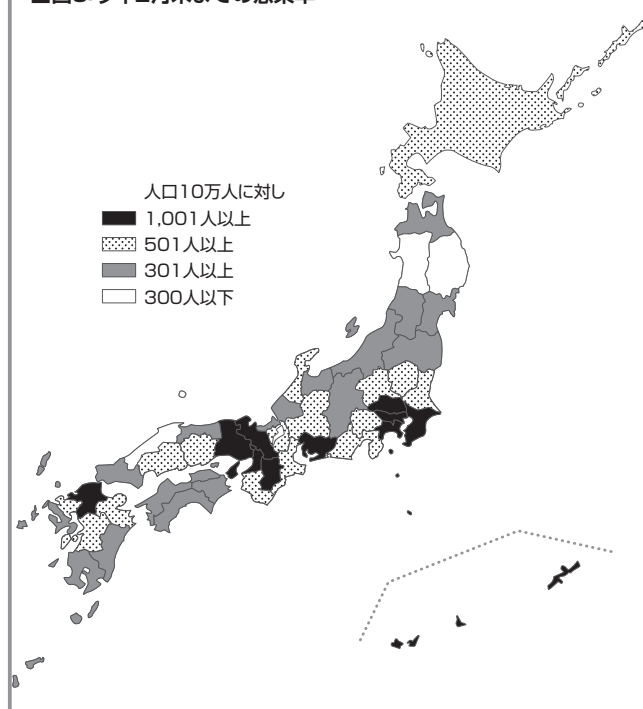
■図3:昨年までの死亡率(2021年末まで)



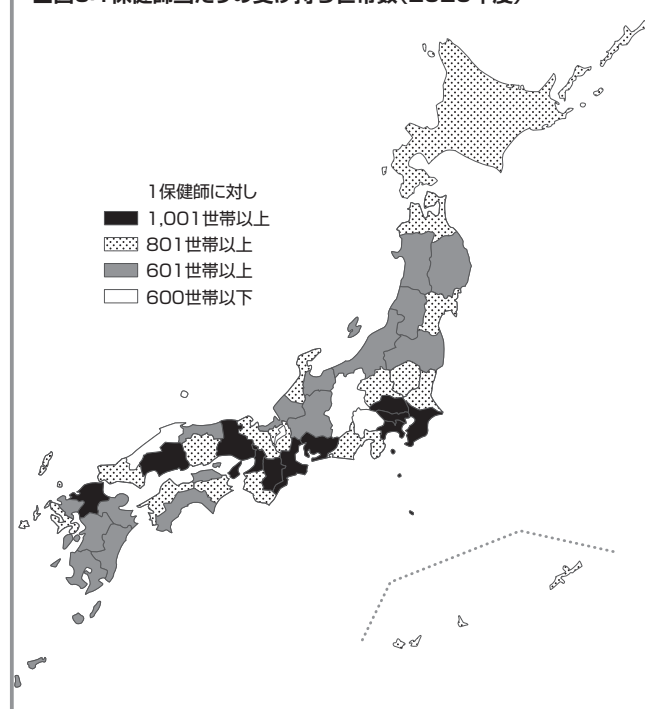
■図4:今年の死亡率(2022年2月28日まで)



■図5:今年2月末までの感染率



■図6:1保健師当たりの受け持ち世帯数(2020年度)



稼げるorネットでフォローされる)ニュースの選択の判断基準になっているのが現実だ。ここから世論がつけられ、麻痺した世の中になっていく。だから報道自体をどこまで信用して良いのかわからなくなり、マスコミ不信を醸し出すのではないだろうか。

コロナ関連業界関係者の明暗

ところで25人に1人が感染するまでになっているので、まわりにそういう人が出て珍しい話ではなくなった。

実は1月中旬、筆者がリハビリに通院しているクリニックのスタッフが感染し、1週間休みとなった。その時リハビリテーションを仕切っているM氏が手続きのために保健所に出向いて見た光景は〈疲れ切った職員がやっとの思いで仕事をしている〉様子だったという。

M氏はプロサッカーチームFC岐阜のトレーナーを長年務めただけあって観察眼に優れている。彼は「90分の試合を戦って負けたチームに、休みなしで次の試合を命じるというような感じ。気の毒で見えなかったですよ」と言っていた。

そのうえ、前日に隣県のPCR検査会社を訪ねたら、駐車場にはこれまであったスズキやダイハツが姿を消し、VWやポルシェに代わっていたともいう。同じ新型コロナに関係した仕事の最前線でも、大きな差がついていることに驚かざるを得なかったという。

さらにもうひとつ引っかかったことがある。2月12日TBSの『報道特集』では大阪市の新型コロナについて取り上げていた。

大阪府の新型コロナ感染者が多いのは○大阪市の保健所は260万人に1つしかない

○大阪府では約48万人に1つしかない

だと述べたうえで「大阪府では自民党から維新行政まで一貫して保健所機能の縮小を続けていた」というコメントが加わった。

筆者は「維新行政」には懐疑的だが、報道の内容に誤りがあれば正すべきだと考えた。それがこの原稿を書きかけである。

現在、県庁所在地の市の保健所は福岡市を除きひとつとなった。例えば日本一の人口366万人の横浜市でもひとつしかない。

そしてもうひとつデータを見つけた。2月

17日ヤフーニュースが自治労で行なった「コロナ禍における保健所等職員の意識・影響調査結果」である。共同で配信されたが一般紙には掲載なし。そこで記者発表文を送ってもらった。

調査期間は昨年11月から今年1月まで。対象者は自治労加盟の保健所などで働く組合員。回答数1,771件。女性70%。

回答内容の一部を〈そのまま〉紹介すると

○過労死ラインとされている月80時間の時間外労働を23%が経験。なかには200時間を超える職員もいる。

○最も増加したのが電話対応。

○時間外労働が当たり前な環境。休暇は取得できず、疲れたまま出勤。

○時間外労働の支給が60時間で打ち切られる。

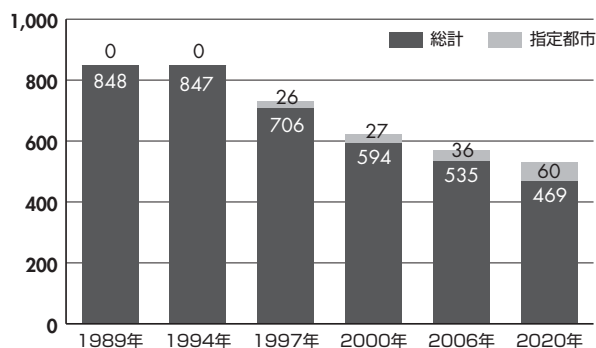
○マスコミに取り上げられることが少ない。

〈そのまま〉とクレジットをつけたのは

(1) アンケートの回答者は長野県が14%など比較的〈時間的に余裕のある県の職員〉が多くを占めていた。

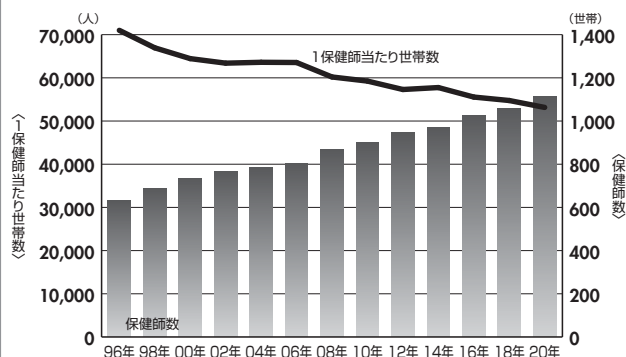
(2) 最もこき使われている「管理職になり立ての職員」が入っていない。

■図7:保健所数の推移



全国保健所長会HPより作成

■図8:保健師数と1保健師あたりの受け持ち地区の世帯数



■保健所・保健師の受け持ち地域の人口と世帯数

	政令都市のある15都道府県	その他32県
1保健所当たりの人口	37万人	17万人
1保健所当たりの世帯	17.7万世帯	7.7万世帯
1保健師当たりの人口	2670人	1,735人
1保健師当たりの世帯	1,284世帯	773世帯

実態はこれ以上に「酷い」のではないかな。何カ月、あるいは何年か先、落ち着いた時点で改めて調査をして欲しいものである。

そして、これまでのデータやニュースをより深く理解するために、保健所と保健師について調べることにした。以下はそのまとめである。

保健所は農山村部で頼りにされている

保健所とは地域住民の健康や衛生を支える公的機関のひとつで1937(昭和37年)に誕生した。現在では地域健康法によって、①都道府県②政令指定都市③中核都市④特別区に設置するとされているが、1989年以降減り続け848→469となった(図7)。

これは人口27万人に1カ所なので、TBSの指摘は正しいように見える。

しかし政令都市の特別区にあった保健所は福岡市を除いて2002年に全廃された。そのため政令都市のある府県＝大都市のある地域の府県の保健所の数は少なくなったのである。

保健所は「医療の充実している大都市住民」へのサービスではなく、「医療の不十分な地方住民」へのサービス機関に変わってきた。図7が示すように保健所は中核都市に新設されるようになり、老人福祉センターなど同じ建物に作られるなど地域の「住民サービス」の中核となっている。

一方、保健婦は1938(昭和13年)に誕生した。その役割は「病気になっても医者にかかれないような農山漁村の生活実態を改善し、国民の体力を向上させること」とある。

この保健婦(2002年から保健師)役割は脈々と現在に至っている。

図8は保健師の総数と1保健師の受け持つ地域の世帯数の推移で、ゆっくりとしたカーブながら改善されていることが読み取れよう。

保健師はかなり高度な専門職であり、簡単には増やせない。計画的に増やすしかない。

ではなにが問題なのか。保健所+保健師のシステムは誕生からして地域医療に向いており、予防に重点を置いている。

ところが新型コロナは都市型である。海や山に向かって仕事をしていた保健所を、一気に都市に向けるのは無理である。それに気づいた府県では戦略を変え、コロナも徐々に下火になっているようだ。

ところで、自治労のアンケートで「保健所職員は医療現場に比べ、報道に取り上げられたり感謝されることが少なく、モチ

ベーションの低下に繋がっている気がします」という答えがあったので、保健師を主役にした映画について調べた。

ドキュメンタリーは別にして、フィクションの映画は1本だけあった。それは1968年に封切された日活映画「孤島の太陽」(監督:吉田憲二、主演:榎山文枝)。高知県宿毛市の沖合の離島で生まれ育ち保健婦になった荒木初子という人をモデルにしたもの。島民の健康を守るため、ハンサムな医者プロポーズを断って、島に残る道を選ぶという「感動」溢れるストーリー。

当時の保健婦の生きざまを描いたものだが、農山村ではこのようなイメージがいまだに残っている。いま、農山村でコロナの感染者が少ないのは、数字では表せないパワーがあるのではないかな。あらためて上の表を見てもらえば「苦戦の理由は都市型のコロナを地域型で迎えたのも一因」という考え方も、間違いではないと思っている。

R

猪股英紀 INOMATA EIKI inomata@theia.ocn.ne.jp

NHKディレクターを経て、『CATV now(後の「ケーブル新時代」)』初代編集長に就任。以後、国内はもちろん世界各国を飛び回り、衛星&ケーブルテレビ取材。2001年6月NHKを定年退職。現在、フリーのメディア・ジャーナリスト。岐阜市在住。





既存メディアは 新たな広告ビジネスの局面へ

メディアサービスと視聴デバイスの進化および多様化に加え、コロナ禍で消費者のメディア接触が大きく変わり始めている。この変化にメディア界はどう対応していくのだろうか…。メディア・アナリストの鈴木祐司氏が時代の変化から業界の実情と将来を展望する。第58回は毎年2月末に発表される電通「日本の広告費」から、既存メディアが明らかにターニングポイントに差し掛かった現状を読み解く。

インターネットの一人勝ち

2月24日に電通「2021年日本の広告費」が、オンラインセミナーの場で発表された。聴講者400人からわかる通り、メディアの広告費が今後どうなるのか、多くの人が関心を寄せている。ここで筆者が注目したいのは、2021年の総広告費が二桁増と躍進したことではない。そんな金額の多寡より、本質的な変化がいよいよ顕在化したと見えるからだ。結論から言えば、広告費はインターネットなどデジタルへと収斂を始めている。

念のために現象をおさらいしておこう。総広告費は20年の6兆1,594億円から21年は6兆7,998億円と前年比110.4%の大躍進だった。マスコミ4媒体の総広告費も108.9%の伸びだ。いずれも前年比でプラス。特に地上波テレビは111.7%と二桁増となった。

しかし、ぬか喜びしてはいけない。大半は20年の二桁減の反動が大きい。例えば地上波テレビの広告費1兆7,184億円は、一

昨年水準に戻せていない。ラジオは19年比で87.8%、新聞83.9%、雑誌に至っては73.1%と大きくへこんだままなのだ。

ひとり21年に121.4%成長をみせたインターネットが、19年比で128.5%と大躍進をみせている。そもそも他メディアとの関係では、04年にラジオ、06年に雑誌、09年に新聞、そして19年にテレビを追い抜いていた。そして21年は、マスコミ4媒体の総広告費をはじめて上回っている。圧倒的な一人勝ちなのである(図1)。

GDPと広告費の関係

名目国内総生産(GDP)に対する総広告費の比率を見ても、インターネットやデジタルの時代を痛感させられる。そもそもこの数字は、5～6年前は1.16%前後に留まっていたが、今回は1.25%に急伸している。20年はコロナ禍で1.14%と振るわなかったが、19年と21年は1.24から1.25%へと躍進している。米国の2%前後には及ばないもの

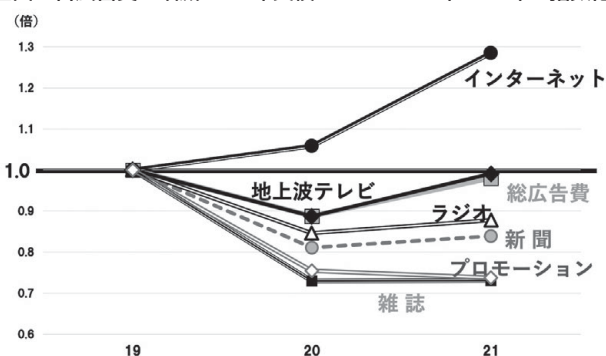
の、一見すると日本の広告市場が盛り上がっているように見える。

しかし電通担当者の説明によれば、社会全体のデジタル化の影響が最大要因という。今やDX(デジタルトランスフォーメーション)がやたらと言われるが、社会の仕組みがデジタル化していけば、広告費もそこに寄り添っていく。例えば実店舗などの流通は、今やECにどんどん置き換わっている。その物販系ECプラットフォーム広告費は前年比123.5%の急伸だ。デジタルに関わる部分が好調に伸び、それ以外は頭打ちという状況なのである。オールデジタルへ社会が移行する以上、広告ビジネスもそれに寄り添うというのである(図2)。

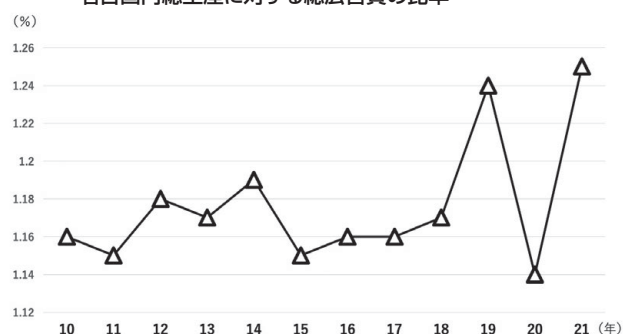
広告主の動向

広告主の動向をみても、コロナ禍に加えてデジタル化の影響が見て取れる。まず全出稿における構成比が減少傾向の業界は、以下の3業界が顕著だ。5年間でシェア

■図1:各広告費の増減～19年実績を1として20年と21年を指数化～



■図2:日本経済の成長と広告費
～名目国内総生産に対する総広告費の比率～



7.6%から4.6%に減った「交通・レジャー」を筆頭に、5.5→4.2%の「自動車・関連品」、3.4→2.2%の「ファッション・アクセサリ」が続いている。いずれも19年までは大きな変化がなかった業界だが、20～21年に大きく落ち込んだ。コロナ禍で旅行・外出が控えられたための現象だ。

一方、伸びたのは、10.9→14.0%の「情報・通信」を筆頭に、6.9→8.1%の「飲料・嗜好品」、5.6→6.5%の「金融・保険」、2.5→3.0%の「家庭用品」だ。「飲料・嗜好品」と「家庭用品」は、20～21年で急伸した。やはりコロナ禍でステイホームが進んだ影響だが、家庭の中での動画配信の視聴など、娯楽がデジタル化していることともリンクする。

「金融・保険」は21年の増加が顕著だった。対面での営業が減った影響と考えられる。明らかにリモートを駆使した営業が幅を利かせている。そして、これらの結果として最も伸びたのが「情報・通信」だった。コロナ禍で多くの企業のDX化をはじめ、社会のあらゆる分野のデジタル化が進んでいる。この波に乗って、同業界が賑わったことがわかる。

4マス由来のデジタル広告費

インターネットに大きく水をあけられたマス4媒体も、手をこまねいてばかりではない。好調なインターネット領域に進出することで、新たな収入を得ようと努力している。

例えば雑誌デジタルは、前年比130%で580億円に達した。1年で134億円の増収を果たした。出版社の中には、紙よりデジタルの広告費が上回る社も出てきている。一番大きいのはマンガの分野。スクロールで次々と読める便利なUI、デジタルなら簡単にカラー化できたり音声を付け加えたりもできる。つまりデジタルならサービスを容易に豊かにできるのである。さらにオンラインイベント・広告主のオウンドコンテンツ制作・動画制作なども堅調で、方針転換が遅れた社はさておき、主戦場をデジタルとした出版社に

は光が差し始めている。業界全体も紙での広告収入の半分近くがデジタルによる収入となっている。

新聞の21年は123.1%増、ラジオも127.3%増と絶好調に見える。ところが新聞の実増収分は40億円、ラジオは3億円増に過ぎない。しかも両メディアとも従来型の広告費と比べると、デジタルは10%に遠く届かない。さらに本業での広告費の減少幅を勘案すると、デジタルは十分に補っていない。新聞は732億円のマイナスに対して67億円、ラジオは154億円減を4億円しか取り戻せていないのである。やり方を根本的に見直さないと未来はないと言わざるを得ない。

一方、テレビの21年は、81億円増(前年比146.8%)と躍進したように見える。民放公式テレビポータル「TVer」などでの番組配信が伸びている部分は見逃せない。ただし、テレビ本業での広告費は19年比で161億円減に対して、デジタルでは100億円しか挽回できていない。やはりまだ十分ではないと言えそうだし、そもそもテレビ放送での広告費と比べると、デジタルは1.5%と微々たる数字に過ぎない(図3)。

番組ネット配信の未来

テレビのデジタル広告費はなぜ画期的な伸びを達成できていないのか。TVerアプリの累計ダウンロード数は今年1月に4,500万を突破している。MAUで1,850万、再生数も2億2,700万を超えている。単純に15秒CM1本3円で1再生あたり10

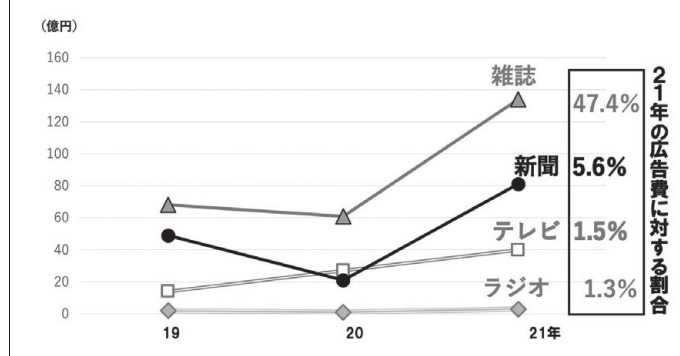
本のCMがあると仮定すると、月間60～70億円ほどの広告費になるはずだ。年間では700～800億円に相当する。ところが配信系全体でも3分1程度にしかなっていない。やり方が不十分な可能性がないだろうか。

例えばヤフー・ジャパンやYouTubeなどは、サイト全体で広告営業を行い、記事や動画などの各コンテンツはPVや再生数に応じて広告費が配分される。この全体営業がメディアパワーを大きくし、ネット広告費躍進につながっていると聞く。ところがTVerは参加する各局が個別に広告営業をしてきたために、スケールメリットを活かせないのではないだろうか。

またヤフー・ジャパンやYouTubeなどでは、トータルでデータ管理もし、1PV・1再生あたりの広告価値最大化に努めている。さまざまなネット活動との関連性を浮き彫りにすることで、ターゲットを絞り込んだCM露出をしているのである。

テレビ業界はこれまで、シェア争いを基本としてきた。ところがネットの世界は、ビジネスの作法が異なる。そのネット上で大きな成果が出る時代ゆえ、各局も最適なやり方に改めるべきだろう。「郷に入らば郷に従え」という。こうした進化を遂げられるか否かが、既存メディアが生き残れるかどうかの分かれ目になるだろう。

■図3:4マスのデジタル広告費～前年からの増加額～



鈴木祐司 SUZUKI YUJI 次世代メディア研究所代表

1982年にNHK入局。特集番組などドキュメンタリー制作の後、97年から放送文化研究所にて放送のデジタル化や通信との融合問題等を研究。2003年から解説委員も兼任。14年にNHK退職。現在次世代メディア研究所代表。



総加入世帯数TOP50

順位	チャンネル名	事業者名	総加入世帯数	ケーブルテレビ局数	ケーブル加入世帯数	DTH視聴世帯数	集計日
1	時代劇専門チャンネル	日本映画放送(株)	7,875,356	359	6,475,381	1,399,975	22/1末
2	アニマックス	(株)アニマックスブロードキャスト・ジャパン	7,843,527	-	6,392,734	1,442,427	22/1末
3	映画・チャンネルNECO	日活(株)	7,728,632	299	6,347,836	1,380,796	21/12末
4	スーパー!ドラマTV #海外ドラマ☆エンタメ	(株)スーパーネットワーク	7,710,800	319	6,378,000	1,332,800	21/9末
5	日本映画専門チャンネル	日本映画放送(株)	7,665,957	334	6,264,710	1,401,247	22/1末
6	TBS NEWS	(株)TBSテレビ	7,563,994	180	6,276,991	1,287,003	22/1末
7	音楽・ライブ! スペースシャワーTV	(株)スペースシャワーネットワーク	7,494,185	344	6,208,068	1,286,117	21/12末
8	キッズステーション テレビアニメ・劇場版・OVA	(株)キッズステーション	7,469,610	-	6,109,811	1,348,738	22/1末
9	ファミリー劇場	(株)ファミリー劇場	7,356,100	317	5,990,200	1,365,900	21/12末
10	日テレジータス	(株)CS日本	7,276,982	313	5,870,500	1,406,482	22/1末
11	GAORA SPORTS	(株)GAORA	7,247,000	370	6,215,000	1,032,000	21/12末
12	ムービープラス	ジュビターエンタテインメント(株)	7,016,559	-	5,660,979	1,355,580	21/12末
13	海外アニメ! カートゥーン ネットワーク	ターナー・ジャパン(株)	6,963,762	-	5,663,201	1,300,561	21/11末
14	囲碁・将棋チャンネル	(株)囲碁将棋チャンネル	6,895,777	358	5,641,298	1,197,763	22/1末
15	MUSIC ON! TV (エムオン!)	(株)エムオン・エンタテインメント	6,876,000	-	5,516,000	1,360,000	22/1末
16	スカイA	(株)スカイA	6,860,673	329	5,570,225	1,290,448	21/7末
17	AXN	(株)AXNジャパン	6,857,286	253	5,537,790	1,319,496	22/1末
18	ディスカバリーチャンネル	ディスカバリー・ジャパン(株)	6,775,054	-	5,453,303	1,321,751	21/12末
19	CNNj	(株)日本ケーブルテレビジョン	6,670,254	202	5,339,140	1,225,163	21/12末
20	TBSチャンネル1 最新ドラマ・音楽・映画	(株)TBSテレビ	6,516,075	245	5,097,551	1,418,524	22/1末
21	ヒストリーチャンネル 日本・世界の歴史&エンタメ	エーアンドイーネットワークスジャパン合同会社	6,474,400	291	5,171,600	1,302,800	21/9末
22	MTV	パイアコム・ネットワークス・ジャパン(株)	6,375,690	238	5,247,518	1,128,172	21/7末
23	AXNミステリー	(株)ミステリーチャンネル	6,243,246	237	4,944,309	1,298,937	22/1末
24	女性チャンネル♪LaLa TV	ジュビターエンタテインメント(株)	6,216,370	-	4,870,531	1,345,839	21/12末
25	テレ朝チャンネル2	(株)テレビ朝日	6,202,967	258	4,744,983	1,457,984	21/12末
26	歌謡ポップスチャンネル	(株)WOWOWプラス	6,006,566	342	4,703,493	1,303,073	22/1末
27	MONDO TV	ターナー・ジャパン(株)	5,975,466	-	4,646,587	1,328,879	21/11末
28	チャンネル銀河 歴史ドラマ・サスペンス・日本のうた	チャンネル銀河(株)	5,961,382	-	4,724,547	1,236,835	21/12末
29	日テレNEWS24	(株)CS日本	5,843,162	271	4,513,247	1,329,915	22/1末
30	日テレプラス ドラマ・アニメ・音楽ライブ	(株)CS日本	5,707,174	227	4,393,883	1,313,291	22/1末
31	ゴルフネットワーク	ジュビターゴルフネットワーク(株)	5,706,840	-	5,331,720	375,120	21/12末
32	J SPORTS 1・2・3・4	(株)ジェイ・スポーツ	5,705,000	-	5,177,000	528,000	21/12末
33	TBSチャンネル2 名作ドラマ・スポーツ・アニメ	(株)TBSテレビ	5,659,349	201	4,205,459	1,453,890	22/1末
34	フジテレビONE スポーツ・バラエティ	(株)フジテレビジョン	5,626,690	-	4,115,004	1,511,686	22/1末
35	フジテレビTWO ドラマ・アニメ	(株)フジテレビジョン	5,520,171	-	3,999,865	1,520,306	22/1末
36	アニマルプラネット	ディスカバリー・ジャパン(株)	5,442,545	-	4,144,325	1,298,220	21/12末
37	日経CNBC	(株)日経CNBC	5,393,454	320	5,132,126	201,102	21/5末
38	WOWOWプラス	(株)WOWOWプラス	5,351,757	197	3,996,374	1,355,383	22/1末
39	テレ朝チャンネル1	(株)テレビ朝日	5,347,080	249	3,953,908	1,393,172	21/12末
40	ザ・シネマ	(株)ザ・シネマ	5,326,200	220	3,991,600	1,334,600	21/12末
41	ホームドラマチャンネル 韓流・時代劇・国内ドラマ	松竹ブロードキャスト(株)	5,056,240	197	3,711,290	1,344,950	22/1末
42	釣りビジョン	(株)釣りビジョン	5,008,429	310	-	-	22/1末
43	スポーツライブ+	スカパー-JSAT(株)	4,991,892	154	3,859,373	1,126,410	21/6末
44	BBCワールドニュース	BBCグローバルニュースジャパン(株)	4,885,620	144	1,577,141	1,273,952	22/1末
45	V☆パラダイス	(株)ヒューマックスコミュニケーションズ	2,729,925	242	2,698,172	-	22/1末
46	旅チャンネル	ターナー・ジャパン(株)	2,647,815	-	2,386,318	261,497	21/11末
47	100%ヒッツ!スペースシャワーTVプラス	(株)スペースシャワーネットワーク	2,620,507	106	1,356,029	1,264,478	21/12末
48	エンタメ〜テレ☆シネドラバラエティ	名古屋テレビ放送(株)	2,337,500	150	1,375,000	962,500	21/7末
49	ミュージック・エア	(株)アトス・インターナショナル	1,903,613	-	736,341	1,167,272	18/12末
50	DanceChannel	名古屋テレビ放送(株)	1,724,500	129	1,488,000	236,500	21/7末

2月下旬に各社にヒアリングした数値をもとに作成。総加入世帯数にはスカパー!、スカパー!プレミアムサービス、ケーブルテレビの他、スカパー!プレミアムサービス光、IPTV、ホテル等の施設加入等も含まれる場合あり

・DTH視聴世帯数太字は、スカパー!とスカパー!プレミアムサービスを合算したもの

・DTH視聴世帯数にスカパー!プレミアムサービス光加入世帯数を含む:ムービープラス、ゴルフネットワーク、ディスカバリーチャンネル、女性チャンネル♪LaLa TV、アニマルプラネット、J SPORTS 1・2・3・4、日本映画専門チャンネル、時代劇専門チャンネル、FOX、ナショナル ジオグラフィック チャンネル、TBS NEWS、TBSチャンネル1、TBSチャンネル2、キッズステーション、テレ朝チャンネル1、MUSIC ON! TV(エムオン!)、WOWOWプラス、歌謡ポップスチャンネル、スーパー!ドラマTV、ヒストリーチャンネル、GAORA SPORTS、ホームドラマチャンネル、テレ朝チャンネル2、BBCワールドニュース、AXN、AXNミステリー、フジテレビONE、フジテレビTWO、カートゥーン ネットワーク、旅チャンネル、MONDO TV

・ケーブル局数およびケーブル加入世帯数にパートタイム配信を含む:女性チャンネル♪LaLa TV、歌謡ポップスチャンネル

・ケーブル加入世帯数にスカパー!プレミアムサービス光加入世帯数を含む:スペースシャワーTV、100%ヒッツ!スペースシャワーTVプラス、日テレジータス、日テレプラス、MTV

・ケーブル加入世帯数にIPTV加入世帯数を含む:ムービープラス、ゴルフネットワーク、ディスカバリーチャンネル、女性チャンネル♪LaLa TV、アニマルプラネット、WOWOWプラス、キッズステーション、スペースシャワーTV、100%ヒッツ!スペースシャワーTVプラス、MTV、MUSIC ON! TV(エムオン!)、FOX、ナショナル ジオグラフィック チャンネル、日本映画専門チャンネル、囲碁・将棋チャンネル、アニマックス、ホームドラマチャンネル、チャンネルNECO、歌謡ポップスチャンネル、AXNミステリー、AXN、ヒストリーチャンネル、スーパー!ドラマTV、カートゥーン ネットワーク、旅チャンネル、MONDO TV、テレ朝チャンネル1、テレ朝チャンネル2、TBS NEWS、TBSチャンネル1、TBSチャンネル2、日テレジータス、日テレプラス、ファミリー劇場、フジテレビONE、フジテレビTWO、BBCワールドニュース、GAORA SPORTS、ザ・シネマ

・ケーブル加入世帯数にSMATV等契約数を含む:TBS NEWS、TBSチャンネル1、MTV、MUSIC ON! TV(エムオン!)、アニマックス、AXNミステリー、AXN

ケーブル加入世帯数ランキング

順位	総加入世帯数 ランキング	チャンネル名	ケーブル加入世帯数	集計日
1	1	時代劇専門チャンネル	6,475,381	22/1末
2	2	アニマックス	6,392,734	22/1末
3	4	スーパー!ドラマTV #海外ドラマ☆エンタメ	6,378,000	21/9末
4	3	映画・チャンネルNECO	6,347,836	21/12末
5	6	TBS NEWS	6,276,991	22/1末
6	5	日本映画専門チャンネル	6,264,710	22/1末
7	11	GAORA SPORTS	6,215,000	21/12末
8	7	音楽・ライブ! スペースシャワーTV	6,208,068	21/12末
9	8	キッズステーション テレビアニメ・劇場版・OVA	6,109,811	22/1末
10	9	ファミリー劇場	5,990,200	21/12末
11	10	日テレジータス	5,870,500	22/1末
12	13	海外アニメ! カートゥーン ネットワーク	5,663,201	21/11末
13	12	ムービープラス	5,660,979	21/12末
14	14	囲碁・将棋チャンネル	5,641,298	22/1末
15	16	スカイA	5,570,225	21/7末
16	17	AXN	5,537,790	22/1末
17	15	MUSIC ON! TV (エムオン!)	5,516,000	22/1末
18	18	ディスカバリーチャンネル	5,453,303	21/12末
19	19	CNNJ	5,339,140	21/12末
20	31	ゴルフネットワーク	5,331,720	21/12末
21	22	MTV	5,247,518	21/7末
22	32	J SPORTS 1・2・3・4	5,177,000	21/12末
23	21	ヒストリーチャンネル 日本・世界の歴史&エンタメ	5,171,600	21/9末
24	37	日経CNBC	5,132,126	21/5末
25	20	TBSチャンネル1 最新ドラマ・音楽・映画	5,097,551	22/1末
26	23	AXNミステリー	4,944,309	22/1末
27	24	女性チャンネル ♪ LaLa TV	4,870,531	21/12末
28	25	テレ朝チャンネル2	4,744,983	21/12末
29	28	チャンネル銀河 歴史ドラマ・サスペンス・日本のうた	4,724,547	21/12末
30	26	歌謡ポップスチャンネル	4,703,493	22/1末
31	27	MONDO TV	4,646,587	21/11末
32	29	日テレNEWS24	4,513,247	22/1末
33	30	日テレプラス ドラマ・アニメ・音楽ライブ	4,393,883	22/1末
34	33	TBSチャンネル2 名作ドラマ・スポーツ・アニメ	4,205,459	22/1末
35	36	アニマルプラネット	4,144,325	21/12末
36	34	フジテレビONE スポーツ・バラエティ	4,115,004	22/1末
37	35	フジテレビTWO ドラマ・アニメ	3,999,865	22/1末
38	38	WOWOWプラス	3,996,374	22/1末
39	40	ザ・シネマ	3,991,600	21/12末
40	39	テレ朝チャンネル1	3,953,908	21/12末
41	43	スポーツライブ+	3,859,373	21/6末
42	41	ホームドラマチャンネル 韓流・時代劇・国内ドラマ	3,711,290	22/1末
43	45	V☆パラダイス	2,698,172	22/1末
44	46	旅チャンネル	2,386,318	21/11末
45	44	BBCワールドニュース	1,577,141	22/1末
46	50	DanceChannel	1,488,000	21/7末
47	48	エンタメ〜テレ☆シネドラバラエティ	1,375,000	21/7末
48	47	100%ヒット!スペースシャワーTVプラス	1,356,029	21/12末
49	49	ミュージック・エア	736,341	18/12末

■ 総加入世帯数ランキングTOP50以外からのランクイン

・ケーブル局数およびケーブル加入世帯数にパートタイム配信を含む:女性チャンネル♪LaLa TV
 ・ケーブル加入世帯数にスカパー!プレミアムサービス光加入世帯数を含む:スペースシャワーTV、100%ヒット!スペースシャワーTVプラス、日テレジータス、日テレプラス、MTV
 ・ケーブル加入世帯数にIPTV加入世帯数を含む:ムービープラス、ゴルフネットワーク、ディスカバリーチャンネル、女性チャンネル♪LaLa TV、アニマルプラネット、WOWOWプラス、キッズステーション、スペースシャワーTV、100%ヒット!スペースシャワーTVプラス、MTV、MUSIC ON! TV (エムオン!)、FOX、ナショナル ジオグラフィック チャンネル、日本映画専門チャンネル、囲碁・将棋チャンネル、アニマックス、ホームドラマチャンネル、チャンネルNECO、歌謡ポップスチャンネル、AXNミステリー、AXN、ヒストリーチャンネル、スーパー!ドラマTV、カートゥーン ネットワーク、旅チャンネル、MONDO TV、テレ朝チャンネル1、テレ朝チャンネル2、TBS NEWS、TBSチャンネル1、TBSチャンネル2、日テレジータス、日テレプラス、ファミリー劇場、フジテレビONE、フジテレビTWO、BBCワールドニュース、GAORA SPORTS、ザ・シネマ
 ・ケーブル加入世帯数にSMATV等契約数を含む:TBS NEWS、TBSチャンネル1、MTV、MUSIC ON! TV (エムオン!)、アニマックス、AXNミステリー、AXN

DTH視聴世帯数ランキング

順位	総加入世帯数 ランキング	チャンネル名	DTH視聴世帯数	集計日
1	35	フジテレビTWO ドラマ・アニメ	1,520,306	22/1末
2	34	フジテレビONE スポーツ・バラエティ	1,511,686	22/1末
3	25	テレ朝チャンネル2	1,457,984	21/12末
4	33	TBSチャンネル2 名作ドラマ・スポーツ・アニメ	1,453,890	22/1末
5	2	アニマックス	1,442,427	22/1末
6	20	TBSチャンネル1 最新ドラマ・音楽・映画	1,418,524	22/1末
7	10	日テレジータス	1,406,482	22/1末
8	5	日本映画専門チャンネル	1,401,247	22/1末
9	1	時代劇専門チャンネル	1,399,975	22/1末
10	39	テレ朝チャンネル1	1,393,172	21/12末
11	3	映画・チャンネルNECO	1,380,796	21/12末
12	9	ファミリー劇場	1,365,900	21/12末
13	15	MUSIC ON! TV (エムオン!)	1,360,000	22/1末
14	12	ムービープラス	1,355,580	21/12末
15	38	WOWOWプラス	1,355,383	22/1末
16	8	キッズステーション テレビアニメ・劇場版・OVA	1,348,738	22/1末
17	24	女性チャンネル ♪ LaLa TV	1,345,839	21/12末
18	41	ホームドラマチャンネル 韓流・時代劇・国内ドラマ	1,344,950	22/1末
19	40	ザ・シネマ	1,334,600	21/12末
20	4	スーパー!ドラマTV #海外ドラマ☆エンタメ	1,332,800	21/9末
21	29	日テレNEWS24	1,329,915	22/1末
22	27	MONDO TV	1,328,879	21/11末
23	18	ディスカバリーチャンネル	1,321,751	21/12末
24	17	AXN	1,319,496	22/1末
25	30	日テレプラス ドラマ・アニメ・音楽ライブ	1,313,291	22/1末
26	26	歌謡ポップスチャンネル	1,303,073	22/1末
27	21	ヒストリーチャンネル 日本・世界の歴史&エンタメ	1,302,800	21/9末
28	13	海外アニメ! カートゥーン ネットワーク	1,300,561	21/11末
29	23	AXNミステリー	1,298,937	22/1末
30	36	アニマルプラネット	1,298,220	21/12末
31	16	スカイA	1,290,448	21/7末
32	6	TBS NEWS	1,287,003	22/1末
33	7	音楽・ライブ! スペースシャワーTV	1,286,117	21/12末
34	44	BBCワールドニュース	1,273,952	22/1末
35	47	100%ヒット!スペースシャワーTVプラス	1,264,478	21/12末
36	28	チャンネル銀河 歴史ドラマ・サスペンス・日本のうた	1,236,835	21/12末
37	19	CNNJ	1,225,163	21/12末
38	14	囲碁・将棋チャンネル	1,197,763	22/1末
39	49	ミュージック・エア	1,167,272	18/12末
40	22	MTV	1,128,172	21/7末
39	43	スポーツライブ+	1,126,410	21/6末
42	11	GAORA SPORTS	1,032,000	21/12末
43	48	エンタメ〜テレ☆シネドラバラエティ	962,500	21/7末
44	32	J SPORTS 1・2・3・4	528,000	21/12末
45	31	ゴルフネットワーク	375,120	21/12末
46	46	旅チャンネル	261,497	21/11末
47	50	DanceChannel	236,500	21/7末
48	37	日経CNBC	201,102	21/5末

■ 総加入世帯数ランキングTOP50以外からのランクイン

・DTH視聴世帯数太字は、スカパー!とスカパー!プレミアムサービスを合算したものである
 ・DTH視聴世帯数にスカパー!プレミアムサービス光加入世帯数を含む:ムービープラス、ゴルフネットワーク、ディスカバリーチャンネル、女性チャンネル♪LaLa TV、アニマルプラネット、J SPORTS 1・2・3・4、日本映画専門チャンネル、時代劇専門チャンネル、FOX、ナショナル ジオグラフィック チャンネル、TBS NEWS、TBSチャンネル1、TBSチャンネル2、キッズステーション、テレ朝チャンネル1、MUSIC ON! TV (エムオン!)、WOWOWプラス、歌謡ポップスチャンネル、スーパー!ドラマTV、ヒストリーチャンネル、GAORA SPORTS、ホームドラマチャンネル、テレ朝チャンネル2、BBCワールドニュース、AXN、AXNミステリー、フジテレビONE、フジテレビTWO、カートゥーン ネットワーク、旅チャンネル、MONDO TV

クロスブリッジ

～浜通りのリアルを伝えるローカルライター～

福島県浜通り地方の今を知るならこの人に聞くとよい、という人がある。東日本大震災後のボランティア活動を経て浜通りに移住し、地元で活躍する人々や取り組みなどの地域情報をWeb、雑誌、新聞など多彩なメディアで伝えるローカルライターだ。移住者として、住民の一人として、地域と地続きの発信を続けるその人にお話をうかがった。

東日本大震災を機に東北へ

その人の名前は山根麻衣子さん。クロスブリッジの屋号で活動する浜通りのフリーライターだ。山根さんと福島との関わりは2014年、山根さんが双葉町復興支援員として同町いわき事務所へ赴任したことに始まる。

東京で生まれ横浜に住んでいた山根さんは、元々国際協力などの支援活動に関心があったが、東日本大震災・原発事故に伴う計画停電の影響で勤務先の接客業務が休止状態になったことを契機に、2011年3月末から東日本大震災ボランティアステーションの活動に参加、岩手県等への被災者救援・復興支援活動に従事した。そこで知り合った人々の縁で、横浜のまちづくり・情報発信系のNPO等のスタッフとなり、Webニュースの記事ライターや事務局業務などを担当しながらボランティア活動を継続した。岩手と横浜を往復する日々の中で、被災地のニーズと首都圏での思いとのギャップを徐々に感じていた山根さんは、次第に現地に行きたいと思うようになったという。

2013年、震災支援団体の(一社)RCFに入社、翌年秋に希望がかない、同社の東北拠点の一つ福島県双葉町の復興支援員と

して、双葉町の避難先役場機能のあるいわき市へ移住することになった。

復興支援員から県の職員へ

原発被災により双葉町はそのほぼ全域が今も帰還困難区域だ(今年の夏には一部解除の予定)。避難先のいわき市で暮らす双葉町の人々の話を聞き、コミュニティ支援を行うのが復興支援員としての山根さんの仕事だった。当時は「30年は戻れない」とも言われていた町の人々に接する仕事に、山根さんは心を痛めた。過酷な状況の話を聞いて抱えきれず、無力感に苛まれたり、避難先地域で特定の地域の人々を支援することでより分断を広げてしまうのではないかと悩んだ。こうした福島の状況を多くの人に伝えたいと思いながらも、復興支援員というデリケートな立場上、積極的に発信することは自制する必要があった。

また慣れない地域での暮らしや風習、人間関係、仕事のストレスなどでダメージを受けた山根さんは、一時適応障害となった時期もあったという。支援員の任期終了に合わせて福島県の任期付き職員としていわき合同庁舎に勤務することになった山根さんは、避難



取材中の山根麻衣子さん(2021年春/浪江町)

した人々と避難先住民との円滑な交流促進や県内外からの浜通りエリアへの視察のアテンドなど、より広い視野で山根さんのこれまでの経験を生かせる仕事を行うようになった。同じ時期に浜通りで、地域の交流や将来を考えて取り組む多くの人々に出会い、山根さんは居場所を見つけた思いだったという。

いわき経済新聞編集長として

2017年、山根さんはいわき経済新聞の編集長に就任する。いわき経済新聞は、地域の経済・文化情報を伝える「みんなの経済新聞」ネットワークに参加するWebニュースサイトだ。前任者の運営が困難となり、横浜のNPO時代の上司から後任をと打診があったのだ。移住して3年、浜通りからの情報発信の必要性を感じていた山根さんにとっては願ってもない話だった。

山根さんは、県職員を続けながらボランティアでいわき経済新聞の運営を行なった。取材にあたっては、経済、カルチャー情報だけでなく、地域で取り組む市民活動や人々などを広く紹介し、いわき市内に止まらず双葉郡を含めた広域いわき圏のニュースも取り扱うよう努めた。地域を分断せず人々をつなぎたいという思いからだ。いわき経済新聞の記事を通じて、ライターとしての山根さんの認知度も地域に広まっていった。



ローカルライター 山根麻衣子さん(クロスブリッジ)



いわき経済新聞記者として取材する山根さん



取材中の山根さん(2020年秋／双葉町)

ローカルライターとして

2019年、県職員の任期を終えた山根さんは本格的にライター活動を開始した。屋号をクロスブリッジとし、現在は双葉郡富岡町のまちづくり会社の広報を兼務しながら、Webメディアから新聞、雑誌まで多様な媒体に浜通りの地域情報を発信するローカルライターとして多忙な日々を送っている。クロスブリッジという屋号には、福島県内外の人々の「架け橋(クロスブリッジ)」になりたい、との思いが込められている。

「福島についての県外の人々のイメージは、東日本大震災とその直後の1～2年のところで止まっている」と山根さん。「福島で仕事をしていると話すと、大変ですね、と言われることが多い。でも被災地だからといって毎日皆が暗い顔をして過ごしているわけではなく、前向きに楽しみながら生きている人たちがたくさんいらっしゃる。そういう福島のポジティブな部分を伝えていきたい」という。

これまでに記事を書いたメディアは、地域ポータルサイトから、移住促進マガジン、環境・SDGs、旅情報、復興支援、地方紙、学会誌まで20媒体以上にわたる。山根さんが書いた記事を見て依頼がくることも多い。書きたいと思うメディアには、自らアプローチする場合もある。県外の人々がたくさん見てくれるメディアや、田舎暮らしや移住、地域活性化など被災地・復興目線だけではなくメディア、そして環境、サステナブルなど山根さんが共感するメディアだ。「そのメディアに書きたくて、そこが主催する東京のライター講座に3カ月通ったこともあります」と笑って話してくれた。

私のふるさととは可哀想な町じゃない

これまで取材やインタビューなど数多くの地

域の声に耳を傾けてきた山根さんには、印象に残っている言葉があるという。その一つは「もう復興ではないよね」という言葉。

これは福島の被災が過去のものになったという意味ではない。地域で生きる多くの人々は、現状と向き合いながらも、復興のためではなく、自分たちのまちを良くしていく、充実した暮らしを送るために頑張っている、という意味だ。そういった言葉を多くの人から聞いているという。もう一つは帰還困難区域に住んでいた女性の「私のふるさととは可哀想な町じゃない」という言葉だ。5年、7年、10年、あるいは今もまだ戻れない区域があるけれど、地域の始まりは震災からではない。

「街にも人にも震災以前からの歴史や思い出があり、それは今も人々の間に息づいている」と山根さんはいう。

毎年3月になるとマスメディアのメモリアル報道で「被災地」「復興」という眼差しと物語に組み込まれて伝えられることに、地域の中で違和感を持つ人は多い。山根さんが発信を続ける理由の一つがそこにある。

地域と地続きの発信を

震災後11年、山根さんが浜通りに来て8年。その間、避難指示区域の段階的な解除、常磐線的全線再開、最近では名所・夜の森桜並木の立ち入り制限緩和によるパレード撤去など、地域の人々にとっての歴史的な出来事に接してきた。

「その時私はメディアの立場ではなく、一住民として立ち会っている気持ちがあります」と山根さん。



夜の森の桜並木に積もる雪を撮影(2020年4月／富岡町)



全線開通した常磐線を町の人々とともに出迎える(2020年3月／双葉駅)

ローカルに留まり続けていることで、それがどんなに大切なことなのか見えてくる。こうしたことを住民として共有しながら発信できることが、ローカルライターとして自分がここにいる意味だという。出来事が起きた時だけ訪れるスポット的な取材ではなく、地域と地続きの発信をするのがローカルライターの存在理由だと山根さんは考えている。

ふるさとへの思いが可視化された地域

福島・浜通りの魅力を、山根さんは「ふるさとを大切に思う気持ちが可視化されていること」だと話す。一度奪われたり、傷つけられたふるさとだからより大切に思うし、(強制的に)離れたからこそ気づいたことがあるという。「これ以上自分のふるさとを傷つけたくない、守っていききたいという思いの人に出会うことが多い。そういう人たちのいる地域と一緒に住んで情報発信できることがとてもありがたい」と語る。

今後は「浜通りで発信する人のクリエイティブチームを作りたい」と山根さん。浜通りは一人で取材するには広い。他にも地域で発信している人はいるが、そうした人材を繋ぎ増やしていくことで「浜通りのリアルな今をより広く伝え、この地域に関心を持ち、足を運んでもらうための道しるべになれば」という。それが地域や取材に応じてくれた人々への恩返しであり、ローカルライターとしての役目なのだ。

PROFILE 兼古勝史 KANEKO KATSUSHI

放送大学客員准教授、立教大学、武蔵大学 他 非常勤講師
1962年札幌生まれ。高校音楽教師、サウンドスケープ研究機構研究員を経て、BSラジオ放送局St.GIGAディレクター、その後、CS放送、ケーブルテレビ業界、インターネット・市民ニュースサイトなどに携わり、現在は上記他メディア系大学学部において講義・実習科目等を担当。



写真提供:クロスブリッジ

ケーブルテレビ関連——気になるトピック

2011年3月11日から11年が経過した。今年も、被災したケーブルテレビ局を中心に、「東日本大震災」関連の特別番組が制作、配信される。地域に根ざしたケーブルテレビ局だからこそその「震災の記憶を風化させない」番組である。

宮城県のケーブル局5社、 『震災特番2022 震災の記憶を継ぐ若者たち』共同制作 AJC-CMSで配信も

日本ケーブルテレビ連盟東北支部（支部長：宮城ケーブルテレビ（株）常務取締役 加藤雄一氏）は、宮城県ケーブルテレビ協議会とともに3.11東日本大震災を記憶に刻む特別番組を企画し、宮城県内のケーブルテレビ局5社（気仙沼ケーブルネットワーク、宮城ケーブルテレビ、仙台CATV、大崎ケーブルテレビ、J:COM仙台）と共同で番組制作し、全国のケーブルテレビ

局に配信する。

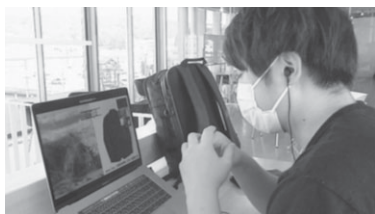
震災から10年が経過し、震災で甚大な被害を受けた太平洋沿岸部でも、当時を振り返る機会が減少している。そのような中、次世代を担う若い世代が、震災の記憶を繋ぐ活動に取り組んでいる。宮城県内のケーブル局5社が共同で各地域取材し、気仙沼市出身・在住のシンガーソングライターの熊谷育美が地元・気仙沼の観光スポットと合わせて

伝える、番組『震災特番2022 震災の記憶を継ぐ若者たち』（55分）を制作した。

番組は、日本ケーブルテレビ連盟が運営するコンテンツ流通システム「AJC-CMS」を通じて配信され、現在、放送するケーブルテレビ局を募っている（去年は139社で放送）。放送期間は3月1日～5月31日。



番組ナビゲーターを務めた気仙沼市出身・在住のシンガーソングライター 熊谷育美さん



気仙沼市 漁網リサイクル会社 加藤広大さん



名取市 宮城県農業高等学校での防災レシピ作り



石巻市 視職人を目指す徳水辰博さん

コミュニティネットワークセンターと中部学生e-Sports協会 連携協定を締結 ～eスポーツを通じた地域活性化・地域課題解決を産学連携で推進～

（株）コミュニティネットワークセンター（愛知・名古屋市長区、原 年幸社長、以下CNCI）は、中部学生e-Sports協会（顧問：堀川宣和 星城大学講師、学生代表：下山浩希 星城大学、以下C-sea）と、eスポーツを生かした地域活性化や地域課題解決などを目的とした産学連携の協定を締結した。

本協定を通して、地域密着のケーブルテレビのCNCIグループとC-seaが、すそ野が広がるeスポーツを、単なる娯楽だけでなく地域課題解決の新しいメソッドとして活用するなどの各種施策を協同で取り組み、若年層はじめ幅広い「地域の皆様」との関わり・絆を強めていく。

また、本協定のエグゼクティブアドバイザーとして、東海テレビ放送（株）の深谷弘上席プロデューサーを迎え、民放テレビ局から見た本協定の取り組みをさまざまな視点でアドバイスしていただく。

連携の取り組み第1弾として、3月13日（日）にC-sea所属の学生が主体と

3.11東日本大震災の特別番組と語り部による伝承映像 J:COM特設ホームページおよびJ:COMオンデマンドにて無料配信

JCOM(株)(東京・千代田区、石川雄三社長、以下J:COM)は、震災の記憶や教訓を風化させることなく、次世代に伝えていくために、2月28日より、震災伝承の連携組織「3.11 メモリアルネットワーク」と協働で語り部の活動を映像化した『震災アーカイブ「未来へつなぐ語り部の声」』を、J:COMの特設ホームページおよびJ:COMオンデマンドにて無料配信する。

さらに2022年3月に、J:COMが制作した『震災特番2022 食で紡ぐ宮城の明日』と『「ドキュメンタリー〜つなぐ〜」森本千絵〜未来に向けて〜』、日本ケーブルテレビ連盟東北支部5社で共同制作した特別番組『震災特番2022 震災の記憶を継ぐ若者たち』の3番組を全国1,400万世帯で視聴可



震災アーカイブ
「未来へつなぐ語り部の声〜福島県いわき市編〜」

能なJ:COMのコミュニティチャンネル「J:テレ」で放送する。

なお、J:COMオンデマンドには番組を有料で視聴することで募金ができる仕組みがあり、東日本大震災復興支援募金の受付を行なっている。番組視聴料として寄せられた支援に、J:COMが同額を加算し、東日本大震災に関する活動を行う団体に寄付している。今年度は、今後の語り部活動への支援と



「ドキュメンタリー〜つなぐ〜」森本千絵〜未来に向けて〜(出演:森本千絵(左)、小林武史(右))

して、2022年3月1日に497,420円(*)を「3.11 メモリアルネットワーク基金」へ寄付している。

震災から10年以上経過するが、今後もJ:COMは、震災の記憶を風化させない取り組みとして、震災の教訓などを情報発信し、防災に対する意識を喚起するとともに、減災に繋がればとの想いで活動されている語り部の方々を継続して支援していく。

(*)募金額は2021年1月から2021年12月の募金額にJ:COMからの支援を加えたもの

なっていく、オンラインeスポーツイベント『第3回C-sea杯supported by CNCI』に協賛する。

連携事項は次の通り。

- (1)産学連携のeスポーツを通じた地域活性化提案に関すること。
- (2)eスポーツを通じた社会課題解決や新しい価値創造の共同検討に関すること。
- (3)オンラインeスポーツイベントを通じた地域と学生を繋ぐ提案に関すること。
- (4)eスポーツを通じた地域のSDGs達



成に寄与する取り組みに関すること。

(5)その他、CNCIとC-seaが必要と認めるeスポーツに関する各種事項。

<中部学生C-seaについて>

中部地域のeスポーツ文化の醸成や、企業と学生による新たなコミュニケーションの構築により、地域の活性化を目的とした中部地域在学の学生(もしくは23歳以下)らを中心として

2021年に設立。現在は中部地方の大学生、高校生らとともにe-Sportsの大会などを開催、年齢や学校の垣根を越えたコミュニティ形成を図っている。約100人が所属。参加大学等は星城大学、名古屋市立大学、中京大学、大同大学、名城大学、名古屋デザイン&テクノロジー専門学校、市邨学園、edgesなど8校。

ケーブルテレビ関連——気になるトピック

第67回 前島密賞 受賞者決定! ZTV社長の田村欣也氏 前島密賞受賞 秋田ケーブルの飯塚雅子氏 奨励賞受賞

公益財団法人通信文化協会による「第67回前島密賞」受賞者が2月28日決定した。

「前島密賞」は、通信事業の創始者「前島密」の功績を記念し、その精神を伝承発展させるため、1955年に設けられ、情報通信および放送の進歩発展に著しい功績のあった方々に贈られるもので、今年は19件(31名・2団体)に贈られる。また、奨励賞は、第66回から新たに設けられ、情報通信・放送分野において、現に活躍するとともに実績を上げており、今後もお一層の功績が期待される方々に贈られるもので、今年

は4件(4名)に贈られる。

ケーブルテレビ関連での受賞者は次の通り。贈賞式は4月7日に、東京・千代田区のKKRホテル東京で行われる。

●前島密賞:田村欣也氏 (株)ZTV代表取締役社長

受賞理由:【ケーブルテレビ事業の広域展開による地域の情報基盤整備、住民の安心・安全の向上、並びに無線利活用の推進への貢献】三重、滋賀、和歌山、京都の1府3県において、地域の情報基盤の整備、耐災害性の高いネットワークへの強靱化、充実した住民向けサービスの提供など地域に根差

したケーブルテレビの普及発展に尽力した。また、業界の無線利活用戦略を策定、推進し、業界発展に多大な貢献をした。

●奨励賞:飯塚雅子氏 (株)秋田ケーブルテレビ 取締役

受賞理由:【自社ネットワーク・メディアを活用した地域活性化と地域の課題解決への貢献並びに業界のダイバーシティ推進】放送・通信の両面でコミュニティへの情報発信に尽力をし、地域の活性化と地域住民の安心・安全に貢献している。また、女性活躍・ダイバーシティ推進に向けた業界行動宣言を策定するなど、業界のダイバーシティ推進を牽引している。今後も、住民生活に必要な情報の発信や地域の安全・安心の向上などの取組みにより、さらなる地域への貢献が期待される。

ネット動画がテレビで楽しめる スマートストリーミングデバイス「J:COM LINK mini」 3月1日から提供開始

JCOM(株)(東京・千代田区、石川雄三社長)は3月1日から、高速インターネットサービス「J:COM NET」のオプションサービスとして、テレビでネット動画が視聴できるスマートストリーミングデバイス「J:COM LINK mini」の提供を開始する。

対象の「J:COM NET」プランと同社指定のネット動画サービスを利用することで、「J:COM LINK mini」の月額利用料金が永年無料となる。

「J:COM LINK mini」とは、使っているテレビに繋ぐだけで複数のネット動画サービスが視聴できるAndroidTV搭

載のドングル型スマートストリーミングデバイス。

「お得NET」など対象の「J:COM NET」とあわせて、「Netflix」または、J:COMが提供する、多彩なジャンルが定額で見放題の動画配信サービス「メガパック」を契約することで、「J:COM LINK mini」が無料でレンタルできる。

特徴は次の通り。

- (1)「J:COM NET」とセットで利用することで、ネット動画をテレビの大画面で簡単に視聴
- (2)「J:COM LINK mini」をテレビのHDMI端子に挿すだけの簡単設置
- (3)主要なネット動画アプリはインストール済で、すぐ視聴可能(視聴には別途契約が必要)
- (4)今使用しているテレビで、便利な音声操作や音声検索機能の使用が可能
- (5)使いやすいリモコンと見やすいUI、スムーズな操作性



スマートストリーミングデバイス「J:COM LINK mini」

ウクライナ・ハリコフ市(ロシア国境沿い)ケーブル局の被害報告



ケーブルテレビ アーキテクト 上山裕史

今回は、ウクライナ・ハリコフ市(ロシア国境沿い)のケーブル局の被害についてレポートします。

※本コーナーはサテマガBIのホームページの「ケーブル技術者機器チェック」からもご覧いただけます。

ケーブルテレビ局の技術者は、プライマリーIP電話やインターネットなどミッションクリティカルな双方向アプリケーションに加え、コミュニティチャンネル(コミチャン)放送のためのデジタル放送機器の安定動作に目を光らせています。

2月24日正午(日本時間)にロシア:プーチン大統領のウクライナ東部で軍事作戦を開始するとの声明があり、実際の侵攻が開始されました。CNN、BBCの放送に紛争当事国の生映像が放送されました。携帯端末で撮影された動画、静止画も全世界に配信されました。日本ではYouTubeやABEMAで見ることができます。紛争の現地と放送局を結ぶ回線にはインターネットが使われています。ヨーロッパ、中東、中央アジアを管轄する地域インターネットレジストリであるRIPE(オランダ:アムステルダム)からウクライナの紛争直後のインターネット事情がレポートされているので要約しながら紹介します。

RIPEのURLは<https://labs.ripe.net/>です。

net/です。

図1にレポートの最初の画面を引用して示します。タイトルは「The Ukrainian Internet」、報告者はEmilieさんです。このレポートでは、プローブと称するインターネットのトラフィック計測装置を現地のネットワークに配置してあります。全ウクライナで約200のプローブがあります。プローブからのデータをオンラインで入手し、グラフ化し大きな問題がないことを報告しています。

このレポートの中にウクライナにあるケーブルテレビ会社Triolanが紹介されています。同社はインターネットと放送をサービスする会社です。プローブはグラフから11台が稼働状態であることがわかります。このプローブが侵攻開始された24日、4台が可動状態で26日になって9台まで回復したことがグラフによりわかります。

同社は大規模ISP(インターネットサービスプロバイダ)で全ウクライナインターネットユーザの5%のシェアと推定さ

れています。同社のホームページのニュースから紛争直後の設備の損傷が報告されています。図2にホームページを引用して示します。それによれば、「主要なネットワークノードでルータがハッキングされ使用不可になった」、「HFCのケーブル網も破損した」、「電力網から電力の供給が受けられない」ことも報告されています。また、自社DNSサーバの負荷が高いため、代替としてグーグルのオープンDNS使用の勧めが記されています。

ウクライナにおけるミサイルや実弾が飛び交う信じられない緊急事態において、ウクライナ全土のインターネットとハリコフ(Kharkiv)市にあるTriolan社のインターネットがどのような状態であったかを紹介して、日本における非常時の応用として参考になれば幸いです。

本稿は3月1日に執筆しています。今後の発表で内容が変わることも考えられます。最後に紛争が平和的にすみやかに解決することを願っています。

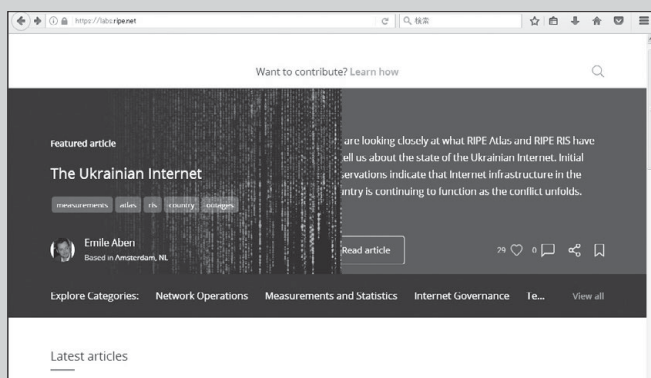


図1:ripeホームページ

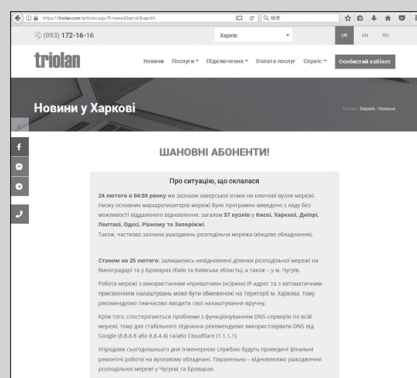


図2:triolanホームページ

準天頂衛星システムが注目を集めた「N-PLUS展示会・交流会」

準天頂衛星システムは、サテマガBI社が発行している「衛星通信ガイドブック」で毎年のように紹介されているのでおなじみの読者が多いと思う。例えば、2021年版は、「2021年4月に宇宙システム開発利用機構の衛星測位事業本部として新しくスタートを切った衛星測位利用推進センター」に触れ「受信機の普及や実利用の加速・浸透拡大に一層の力を注いでいる」とレポートしている。誌面では、具体的な利用例として「プレジャーボートの接岸」「除雪車の運転アシスト」「重機の自動運転」が挙げられた。

このような日本の動向を視野に入れながら、KTR交流プラザが主催した「N-PLUS展示会・交流会」（2月2日から4日まで東京ビッグサイト南館で開催）で、準天頂衛星システムの受信機と利用実態を見たり聞いたりしてきたのでレポートする。

神谷直亮 KAMIYA NAOAKIRA 衛星システム総研代表／メディア・ジャーナリスト

衛星技術に関する展示「SATEX」

まず、「N-PLUS展示会・交流会」について主催者に聞いてみると、「KTR交流プラザを基盤にした産官学の垣根を超えた異業種交流会」で、「N-PLUSは、各種材料技術の連携による未知の出会いに期待する場を意味している」と説明していた。

展示会場は、説明の通り「SATEX」「フライングカーテクノロジー」「サーマルマネジメント」「電動化技術」「高機能化部品」「環境配慮型素材」など12の細かい専門的なカテゴリに分かれていた。本稿では、筆者が特に興味を持った「SATEX」に絞ってレポートする。

「SATEX」は、衛星技術（Satellite Technology）に関する展示で、今回出展したのは衛星測位・位置情報を提供する準天頂衛星システムサービスとNTTDコモ、AI防災・危機管理ソリューションを得意とするSpectee、地理空間分析を専門とするアメリカのHarris Geospatial Solutionsであった。

■準天頂衛星システムサービス

準天頂衛星システムサービスは、同社のビジネスを形成する準天頂衛星「みちびき」のモデルを前面に押し出し、これに対応する多種多彩な受信機、アンテナ、アプリケーション

などを紹介した。

まず「みちびき（QZSS）」については、「現在、4機を運用中で、2024年には7機体制にする」と語っていた。細かい技術的な話になるが「運用中の4機は、L1帯、L2C帯、L5帯をカバーしており、アメリカの同バンドをカバーしているGPS12機を加えると16機体制でのサービスが可能である。さらにGPSでは、L1、L2C帯のみを搭載した衛星が7機運用されているので、合計23機でサービスを提供できている」と説明していた。これが2024年には「みちびき」が7機、GPSが31機になり、合計38機で日本をカバーする体制が整うという。

受信機に関しては、三菱電機製「AQLOC-Light」、コア社製「Cohac[∞] Ten」と「Chronosphere-L6Ⅱ」、フォルテ社製「FB2003」、HARXON社製「HX-CHX600A」と「HX-AULT002」などが出展されていた。

「AQLOC-Light」は、QZSS、GPS、欧州のGalileoの3衛星信号に対応する高精度測位端末である。測位精度については、「CLAS使用時（移動体モード）で水平位置精度12cm、垂直位置精度24cm。ネットワーク型RTK使用時で水平位置精度3cm、垂直位置精度6cm」と語っていた。

「センチメートル級の高精度測位を小型軽量で実現」を謳った「Cohac[∞] Ten」は、

名刺と同等サイズの受信機で重量はわずか100gであるが、妨害波やマルチパスを低減して安定した測位を実現する。対応する衛星システムについては、「QZSS、GPS、Galileo、ロシアのGLONASS、中国のBei Dou」を挙げていた。「Chronosphere-L6Ⅱ」は、2アンテナ入力対応でロバスト性に優れた汎用マルチGNSS受信機である。「FB2003」は、内臓バッテリーを備えた4G防水トラッカーだ。QZSSに対応する優れた性能を持っている他に音声通信機能も備えている。トラッキング感度については、「-168dBm」と答えていた。

高精度アンテナと高信頼性無線モデムを得意とするBDStarグループ（本社：中国北京市傘下のHARXON社は、低仰角の衛星トラッキングを実現する「HX-CHX600A」と高集積車載用「HX-AULT002」の2種の受信機とアンテナを出展した。いずれも



三菱電機は、QZSS、GPS、Galileoの3衛星信号に対応する高精度測位端末「AQLOC-Light」を出展した

QZSS、GPS、Galileo、GLONAS、BeiDouをサポートできる。

アプリケーションで目を引いたのは「ザ・ゴルフウォッチ A1-II」「みちびき海象ブイ」「低コスト測位システム」だ。

Media and Space Adventure(MASA)社が販売している「ザ・ゴルフウォッチ A1-II」は名称の通り腕時計型で、必要な情報がまとまったオールインワン画面、コースの起伏を表示するアプローチ画面とグリーン画面、現在位置とグリーンとの高低差を表示する画面など、ショット戦略に必要なあらゆる情報をリアルタイムに一画面で表示する優れモノである。このため「GPSキャディ」とも呼ばれているという。

対応コースと精度を訊くと「国内3,188コース(ゴルフ場数2,272)をカバーしている。『みちびき』衛星L1S対応による誤差は1m」と答えていた。MASA社によれば、ゴルフ以外にもウォーキングやジョギング中の移動ルートを表示する「GPSロガー」機能も備えている。

ブルーオーシャン研究所が開発した「みちびき海象ブイ」は、電源、通信、計測機能を装備した「海洋IoT端末」と言える。海や河川での様々なリアルタイム観測プラットフォームとして利用できる設計になっている。今回ブースで実物が紹介され「みちびきの測位システムを活用した小型船舶用動揺センサーを開発した。さらに超音波データ技術により水深200mからの海底水温を受信できる。他社のセンサーを組み込めば、pH、DO(Dissolved Oxygen:溶存酸素量)、濁度などの水質も計測できる」という。



ブルーオーシャン研究所は、海洋IoT端末「みちびき海象ブイ」を出展して海や河川で様々なリアルタイム観測ができるとPRしていた



MASA社は、ゴルフのショット戦略に必要な情報が得られる「ザ・ゴルフウォッチ A1-II」を出展して来場者の興味を引いた

「Civil Surveyor」と呼ばれる低コストながらセンチメートル級の単独測量を実現するシステムを紹介したのは、JPS社(東京・東村山市)だ。機器の据え付けも補助要員もいらない完全なワンマン計測を実現するのがミソである。システム的には、「みちびき」衛星L6信号に対応するCLAS方式受信機とAndroid OSデバイスを搭載したデータ処理端末「Civil Surveyor」を無線で接続して、シンプルな操作性を実現している。

これらの他に、N-sports Tracking Labが開発した水上スポーツ用トラッキングデバイス、ACSL社製の小型空撮ドローン「蒼天」が目を引いた。「未来を支えるセキヤな国産ドローン」を謳った「蒼天」は、準天頂衛星測位サービス「SLAS/SBAS(サブメーター級の測位補強サービス)」を搭載しており、正確な位置での静止画撮影(2,000万画素)や4K動画撮影に対応している。さらに、「ISO15408に基づくセキュリティ対策を施しており、データの漏洩や抜き取りを防止している」という。

■NTTDコモ

NTTDコモは、同社が提供する「DoCoMo IoT高精度Global Navigation Satellite System(GNSS)位置情報サービス」のイメージ展示と参考情報としてRTK方式対応の11機種に及ぶGNSS受信機を紹介した。

「位置情報を数センチメートルに」をモッ



NTTDコモは、GNSS位置情報システムと同軸遠心ミストスプレイズシステムを搭載した旭テクノロジー製ドローンを展示して注目を集めた

トーに掲げる「IoT高精度GNSS位置情報サービス」は、全国1,300カ所に設置されている電子基準点とドコモ独自の基準点での観測情報を収集し、位置情報として配信されているのでGNSS単独受信時よりより高精度な位置情報を提供できる。また、同社の位置補正情報配信サーバーを駆使して、補正リクエストに対する補正情報のインターネット配信サービスも行なって強みを発揮している。

GNSS受信機に関しては、センチメートル級測位サービス(Centimeter Level Augmentation Service:CLAS)対応機とサブメーター級測位サービス(Sub-meter Level Augmentation Service:SLAS)対応機に仕分けして紹介された。CLAS対応の代表的な製品としては、コア社の「Chronosphere-L6II」と「AsteRx-U」、SLAS対応の製品としては、マイクロテクノロジー社の「MTRTK2」、ビズステーション社の「DG-PRO1RWS」がリストされていた。

アプリケーションでは、旭テクノロジー(兵庫・淡路市)が製作したドローン「EA2020」が目を引いた。ブースの技術者は、「このドローンには、NTTDコモのGNSS位置情報システムとEAVision社が開発したCCMS(同軸遠心ミストスプレイズシステム)が搭載されており、高茎作物や果樹などの作物に対して効率的なスプレーができる」と売り込みに余念がなかった。

R

神谷直亮 KAMIYA NAOAKIRA 衛星システム総研 代表/メディア・ジャーナリスト
元ジェイサット(JSAT)(株)顧問、衛星調達部長。現在、衛星通信コンサルタント兼メディア・ジャーナリストとして活躍中。現在、衛星システム総研代表及び日本衛星ビジネス協会理事。
【主な著書】『衛星通信革命』(ブレーン出版)、『打ち上げロケット最前線』(KDDエンジニアリング&コンサルティング)、『宇宙の衛星に魅せられて〜30年の回顧録〜』(サテマガ・ビー・アイ)ほか。



Space X、 ロケットによる貨物輸送で 米空軍と契約

「ロケットで旅客輸送」から 「貨物輸送」へ

Space Xが大型ロケットを用いて、地球上の主要都市間を30分程度で結ぶという旅客輸送の計画をぶち上げたのは2017年の9月。一般紙などでも報道されて注目された。東京ーニューヨーク間でも1時間、最大240人の乗客を載せられるもので、2022年にはロケットの初飛行を目指すとの報道された。

しかし、超音速旅客機コンコルドが、燃費の悪さ、ソニックブームの騒音などで退役してから、まもなく20年。それを考えると、ロケットでの都市間旅客輸送はあまりにも荒唐無稽で、商業的に成り立つとは誰も考えなかったのではないかな。

その後、ロケットによる都市間輸送の報道も途絶えていたのだが、今年1月14日にRocket Cargoの構想で米空軍研究所とSpace Xが約1億ドルの契約を結んだことが報じられた。その理由は「地球上のどこに

でも、人道的支援や災害救助への支援のために貨物を届けられる能力に大きな関心」とされているが、軍事物資の緊急輸送も眼目の一つであることも自明だろう。

旅客輸送という、安全性、採算性の面から見て現実性は乏しいが、貨物輸送となれば、話はまったく別で、特に軍事利用であれば、そもそも採算はもとより度外視された世界になる。

まだ、調査研究の段階であるようだが、いくら飛行時間が短いからといっても、貨物の積載に長時間を要するのでは意味がなく、検討課題は多いように思われる。ただ、Starshipの開発状況を考えあわせれば、実現可能なレベルにはあるだろう。

Space Xの報道姿勢

「鶏が先か卵が先か」のような議論で、真相はわからないのだが、今回の報道を見ると、そもそも「ロケットによる旅客輸送」が本気で考えられていたのかを吟味する必要があるように筆者は受け止めている。

Starshipを次世代Starlink衛星の打ち上げに使用という報道にも表れているのだが、火星飛行のツールとして報じられていたStarshipは、実際には次世代の大型貨物ロケットへの応用が検討されていたわけで、今回の軍事利用の貨物輸送構想が、「旅客輸送の夢が破れたなれの果て」と考える

のは早計と思われるのである。

民間ベンチャー企業の側面が強調されるSpace Xだが、実際には米空軍との関係は深い。Space Xの3カ所のロケット打ち上げ拠点のうちの2カ所はフロリダとカルフォルニアの米空軍基地である。

ボーイングとかロッキード・マーティンのように軍需産業そのものの企業とは異なるイメージづくりをSpace Xはしているようにも思われるが、日本人が考えるほどには、軍は悪役でもなく、軍需産業のイメージも悪くはない。軍事研究のプロジェクトを受注することによって力をつけることは、米国の民間企業なら当然のアプローチとも思えるのである。

つまりStarshipはもともと物資輸送、物資の打ち上げを主要なメニューのひとつとした大型再利用可能ロケットとして開発されてきたのであって、何も火星飛行だけを目指した開発ではないのだらうということだ。米空軍を顧客にする物資輸送も、主要ニーズのひとつとして当初から検討されていてもおかしくはない。

むしろ都市間旅客輸送などは、Starshipの使い道のアイデアのうちの最も奇抜な一例として出てきたものを、意図的にこれだけを強調して宣伝したのではないかとも思われるのである。また、こうした「夢」の訴求に手間暇をSpace Xは惜しみなくかけるのではないだろうか。



Space Xが公開したStarship貨物機のイメージ図



都市間旅客輸送の華々しさ、荒唐無稽さに比べると、米空軍による物資輸送では、実現性は高くても話が地味過ぎて、マスコミの話題性には乏しい。事実、今回の米空軍との契約もほとんど報じられていない。

もちろん、イーロン・マスク氏が本当にやりたいことは、火星飛行であり都市間旅客輸送であるのかもしれない。道楽に終わらないように部下が現実的な使い道、採算性は考えてくれると彼は思っているのかもしれない。ただ、私にはマスク氏は空想家でも賭博師でもなく、厳しい大企業の経営者が真の姿なのだと思う。

少なくとも、奇抜な夢物語のような話題を「何を考えているのか」と話を額面通りに受け止めるのは愚かだろう。隠蔽されているので見抜くことは難しいが、突飛なアイデアの裏にあるものを洞察することが必要に思われる。

NASA、スターライナーの打ち上げを5月と発表

NASAは5月にボーイング社のスターライナーCST-100の2回目の軌道試験飛行(OFT-2)を行うと発表した。

ボーイングのCST-100の軌道試験飛行は2019年の12月に行われたが、ソフトウェアの不具合によって、国際宇宙ステーションにはドッキングできないままに地上に帰還した。このため、ソフトウェアの改修を経て昨年8月にOFT-2が試みられたが、この時には、打ち上げのテスト中に推進システムのバルブに不具合が発見され、打ち上げが



ボーイング、スターライナーCST-100の外貌

中止されていた。

その後バルブの不具合の原因調査が行われ、ようやく打ち上げの見込みが立ったことになる。報道によれば、打ち上げにはUnited Launch AllianceのAtlas Vロケットによって、フロリダ州ケープ・カナベラル米空軍基地のSLC-41から打ち上げられることになっている。

Space Xの場合には、失敗、改良、リトライのサイクルが極めて速い。成功するまで何度でも失敗を重ねればよいという感じでもあるが、実際にはStarshipの事例のように、リトライのたびに少しずつ改良が加えられていて、着実に成功に結び付けていくという手法が採られている。改良なしに2回目の試験を行うといった、丁半賭博のようなリトライは避けられていることが判る。

このSpace Xのスピード感と比べると、ボーイングの取り組みは遅すぎるというか、だらしがなさすぎる感じがする。OFT-1からOFT-2までに、結果論ではあるが2年半もかかるというのは、糸の切れた風のような印象さえあり、Space Xでは考えられないような事態だ。企業体質の違いというだけでは片付けられない問題だろう。ボーイング社の前途に不安を抱かざるを得ない。

Starlink、38衛星が地球上空に墜落

2月4日3時13分(日本時間)にFalcon 9で打ち上げられた49機のStarlink衛星のうち、38機が地球の上空に墜落し、大気圏で燃え尽きたとみられている。このように大量の衛星が失われたのは、これまでのStarlinkの打ち上げでは初めてのことである。

Space Xの報道によれば、打ち上げの翌日に発生した地磁気嵐、太陽風のつよい「うねり」の影響を受けたものであるという。

ただ、今回の事故には批判もある。

太陽風が太陽から地球に到達するまで



Starlink Group4-7衛星の打ち上げ。49機のうち38機が地磁気嵐で失われた

には平均では3日間を要する。日本の情報通信研究機構は太陽活動について観測結果を報じているが、問題となった地磁気嵐は、気象庁の地磁気観測所(柿岡)では2月3日12時頃(日本時間)には発生が観測されている。つまり地磁気嵐の発生は、ロケットの打ち上げ時には把握されていたわけである。この種の観測情報は各国の研究機関に共有されているから、米国のNOAAなども当然把握していて、事実NOAAは打ち上げ前に地磁気嵐が発生する警報を出していたという。

Space X社がNOAAと連携をとっているなら、打ち上げ直前には地磁気嵐の影響を予見、回避できたはずなのである。

怠慢で情報連携を怠ったのか、知っていても甘く見てタカをくくっていたのか、詳しくは報道されていないが、MIT Technology Reviewでは、ライデン大学のMarco Langbroek博士が「たぶん、彼らは地磁気嵐の影響がこれほど大きくなることを予想していなかったのだろう」と語ったことを報じている。

結果的には1回の打ち上げの衛星の大半を失ったわけで、50億円から100億円の損害と見積もられている。ツケは決して安くはない。

長瀬博之 NAGASE HIROYUKI

横浜市在住、ネットワーク企業に勤務。30数年にわたってアジア衛星TVを受信し、持ち前の学究肌で、アジア衛星TVビジネスに関する調査・研究を続けている。



日本で受信可能な アジア衛星TV一覧

注:暗号化されていないもの(BISSを除く)のみ掲載

衛星名称		静止軌道位置	
テレビ局名等	周波数 (GHz)	偏波	備考

●NSS-9		西経177度	
KGTF	4.152	R	DVS2 MPEG-4,SR=2127
BYU TV	4.193	右	DVB-S2 MPEG-4,SR=2644
●INTELSAT-18		東経180度	
REN TV	3.888	L	DVB-S2 MPEG-4,SR=17195
TELEKANAL SPAS	3.888	L	DVB-S2 MPEG-4,SR=17195
STS	3.888	L	DVB-S2 MPEG-4,SR=17195
DOMASHNIY	3.888	L	DVB-S2 MPEG-4,SR=17195
TV3	3.888	L	DVB-S2 MPEG-4,SR=17195
PYATNITSA!	3.888	L	DVB-S2 MPEG-4,SR=17195
TELEKANAL ZVEZDA	3.888	L	DVB-S2 MPEG-4,SR=17195
MIR	3.888	L	DVB-S2 MPEG-4,SR=17195
TNT	3.888	L	DVB-S2 MPEG-4,SR=17195
MUZ TV	3.888	L	DVB-S2 MPEG-4,SR=17195
AUSTRALIA PLUS TV PACIFIC	4.070	右	DVB-S2,SR=3443
●EUTELSAT-172B		東経172度	
THE HOPE CHANNEL	3.915	H	SR=3330,FEC=3/4
EDUCATIONAL CHANNEL	3.952	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=7500
NBC TV	4.195	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=1415
●INTELSAT-19		東経166度	
YTN WORLD	3.736	V	SR=2963,FEC=3/4
EM TV	3.805	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=3960
ARIRANG WORLD	3.815	V	SR=4400,FEC=3/4
BBC WORLD NEWS ASIA PACIFIC(HD)	3.816	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=3920
VOA TV GLOBAL (HD)	3.900	H	DVB-S2,SR=30000
VOA TV INDIAN OCEAN (HD)	3.900	H	DVB-S2,SR=30000
VOA TV CHINA (HD)	3.900	H	DVB-S2,SR=30000
神州新聞台	3.851	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=10800
EWTN ASIA PACIFIC	3.940	H	SR=27690,FEC=7/8
China Radio International	3.956	V	SR=3555,FEC=3/4,ラジオ放送
NHK WORLD JAPAN (HD)	4.140	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=29910
BBC WORLD SERVICE	4.161	V	DVB-S2,SR=3448,ラジオ放送
KNOWLEDGE CHANNEL	4.180	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
AAFES RADIO NETWORK	12.595	H	SR=2893,FEC=3/4,ラジオ放送
GLOBAL BUDDHIST NETWORK	12.613	H	SR=2222,FEC=1/2
●ABS-6		東経159度	
TRACE SPORT STARS (HD)	12.696	V	MPEG-4,SR=10000
●JCSAT-2B		東経154度	
ABC AUSTRALIA ASIA	3.831	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=2958
●APSTAR-9		東経142度	
BYU TV	4.077	V	DVB-S2,SR=2083
中央テレビ台-13	4.125	V	DVB-S2,SR=4800
中央テレビ台-13(HD)	11.041	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=2750
中央テレビ台-5(HD)	11.118	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=8000
●EXPRESS-AM5		東経140度	
OTV SAKHALIN	3.571	右	SR=3150,FEC=3/4
KOLYMA+	3.584	右	SR=1860,FEC=3/4
GUBERNIA	3.620	右	SR=2000,FEC=3/4
ROSSIYA 24	3.658	左	DVB-S2 MPEG-4,SR=5120

OTR	3.658	左	DVB-S2 MPEG-4,SR=5120
ROSSIYA 24	3.665	左	DVB-S2 MPEG-4,SR=5120
OTR	3.665	左	DVB-S2 MPEG-4,SR=5120
ROSSIYA 24	3.672	左	DVB-S2 MPEG-4,SR=5120
OTR	3.672	左	DVB-S2 MPEG-4,SR=5120
5 KANAL	3.685	左	DVB-S2,SR=14990
ROSSIYA K	3.685	左	DVB-S2,SR=14990
NTV	3.685	左	DVB-S2,SR=14990
TV CENTR DAL'NII VOSTOK	3.685	左	DVB-S2,SR=14990
KARUSEL	3.685	左	DVB-S2,SR=14990
OTR	3.685	左	DVB-S2,SR=14990
ROSSIYA 24	3.685	左	DVB-S2,SR=14990
REN TV	3.715	左	DVB-S2,SR=15284
TELEKANAL SPAS	3.715	左	DVB-S2,SR=15284
STSDOMASHNIY	3.715	左	DVB-S2,SR=15284
TV 3	3.715	左	DVB-S2,SR=15284
PYATNITSA	3.715	左	DVB-S2,SR=15284
TELEKANAL ZVEZDA	3.715	左	DVB-S2,SR=15284
MIR	3.715	左	DVB-S2,SR=15284
TNTMUZ TV	3.715	左	DVB-S2,SR=15284
5 KANAL	3.735	左	DVB-S2,SR=15285
ROSSIYA K	3.735	左	DVB-S2,SR=15285
NTV	3.735	左	DVB-S2,SR=15285
TV CENTR DAL'NII VOSTOK	3.735	左	DVB-S2,SR=15285
KARUSEL	3.735	左	DVB-S2,SR=15285
OTR	3.735	左	DVB-S2,SR=15285
ROSSIYA 24	3.735	左	DVB-S2,SR=15285
SAKHA 24	11.124	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=4340
NVK SAKHA	11.124	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=4340
MAMONT TV	11.124	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=4340
NVK SAKHA POKROVSK	11.124	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=4340
ALMAZNYIY KRAY TV	11.124	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=4340
●TELSTAR-18 VANTAGE		東経138度	
SMNI NEWS CHANNEL	3.824	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=3330
SMNI	3.827	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=1660
IBC 13	3.856	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=2500
SOLAR LEARNING	3.884	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=5000
SHOP TV	3.884	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=5000
DZRH TV	3.888	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=2666
NET 25	3.895	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=4444
INC TV	3.895	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=4444
PEOPLE'S TV	3.933	V	SR=3000,FEC=3/4,フィリピン
TV 5	4.081	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=9600
ONE SPORTS	4.081	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=9600
ONE PH	4.081	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=9600
●APSTAR-6C		東経134度	
香港衛視(HD)	3.920	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
香港衛視国際台	3.920	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
香港衛視旅游台(HD)	3.920	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
CNC WORLD(HD)	3.920	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
中央テレビ台電視指南(HD)	3.940	V	DVB-S2,SR=28800
中視購物	3.940	V	DVB-S2,SR=28800
PNN(HD)	4.032	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=2688,フィリピン

TV3	4.036	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=1200,カンボジア
CTV 8(HD)	4.043	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=2800,カンボジア
CNC	4.051	H	DVB-S2,SR=8400
CTN(HD)	4.051	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=8400
MY TV(HD)	4.051	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=8400
●VINASAT-1 東経132度			
VTV-1	3.460	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=19200
VTV-2	3.460	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=19200
VTV-3	3.460	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=19200
VTV-4	3.460	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=19200
VTV-7	3.460	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=19200
●CHINASAT-6C 東経125度			
中央電視台-4(HD)	3.780	V	MPEG-4,SR=27500
広東電視台	3.845	H	SR=17778,FEC=3/4
南方電視台-2	3.845	H	SR=17778,FEC=3/4,広東語
深圳電視台	3.845	H	SR=17778,FEC=3/4
嘉佳卡通	3.845	H	SR=17778,FEC=3/4
広西電視台	3.885	H	SR=5720,FEC=3/4
黒龍江電視台	3.893	H	SR=6880,FEC=3/4
延辺衛視	3.909	H	SR=8934,FEC=3/4
吉林電視台	3.909	H	SR=8934,FEC=3/4
雲南電視台	3.922	H	SR=7250,FEC=3/4
旅遊衛視	3.933	H	SR=6590,FEC=3/4
黒龍江電視台(HD)	3.951	H	SR=13400,FEC=7/8
湖北経視(HD)	3.970	H	SR=15000,FEC=3/4
天津電視台(HD)	3.970	V	SR=13400,FEC=7/8
西藏電視台	3.989	H	SR=9070,FEC=3/4,中国語
西藏電視台	3.989	H	SR=9070,FEC=3/4,チベット語
兵团衛視	3.999	H	SR=4420,FEC=3/4,新疆生産建設兵团
遼寧電視台	4.006	H	SR=4420,FEC=3/4
新疆電視台-1	4.120	H	SR=27500,FEC=3/4
新疆電視台-2	4.120	H	SR=27500,FEC=3/4
新疆電視台-3	4.120	H	SR=27500,FEC=3/4
新疆電視台-4	4.120	H	SR=27500,FEC=3/4
新疆電視台-5	4.120	H	SR=27500,FEC=3/4
新疆電視台-8	4.120	H	SR=27500,FEC=3/4
新疆電視台-9	4.120	H	SR=27500,FEC=3/4
新疆電視台-12	4.120	H	SR=27500,FEC=3/4
新疆人民廣播電台-1	4.120	H	SR=27500,FEC=3/4,中国語
新疆人民廣播電台-2	4.120	H	SR=27500,FEC=3/4,ウイグル語
新疆人民廣播電台-3	4.120	H	SR=27500,FEC=3/4,カザフ語
●ASIASAT-9 東経122度			
MWD VARIETY(HD)	3.916	H	DVB-S2,MPEG-4,SR=22500
MWD MOVIE(HD)	3.916	H	DVB-S2,MPEG-4,SR=22500
MWD EDUCATION & SPORTS(HD)	3.916	H	DVB-S2,MPEG-4,SR=22500
MWD(HD)	3.916	H	DVB-S2,MPEG-4,SR=22500
MWD FAMILY(HD)	3.916	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=22500
MWD DOCUMENTARY(HD)	3.916	H	DVB-S2,MPEG-4,SR=22500
MWD SHOPPING(HD)	3.916	H	DVB-S2,MPEG-4,SR=22500
MWD(HD)	3.931	H	DVB-S2,SR=3330
NEWS LIVE	4.015	H	MPEG-4,SR=5037
RANG	4.015	H	MPEG-4,SR=5037
RAMDHENU	4.015	H	MPEG-4,SR=5037

NORTH EAST LIVE	4.015	H	MPEG-4,SR=5037
INDRAHANU	4.015	H	MPEG-4,SR=5037
法界衛星	4.070	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=15000
東森購物1(HD)	4.070	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=15000
東森購物2(HD)	4.070	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=15000
東森購物3(HD)	4.070	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=15000
東森購物5(HD)	4.070	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=15000
河南人民廣播電台	4.157	H	SR=2170,FEC=3/4,ラジオ放送
陽光衛視	4.180	V	MPEG-4,SR=30830
●KOREASAT-6 東経116度			
KBS衛星第1TV(HD)	11.900	左	DVB-S2 MPEG-4,SR=21300
●CHINASAT-6B 東経115.5度			
福建東南電視台	3.709	H	SR=10920,FEC=3/4
湖南電視台	3.750	H	SR=10490,FEC=3/4
金鷹卡通	3.750	H	SR=10490,FEC=3/4
CGTN(HD)	3.770	H	SR=12360,FEC=7/8,英語
CGTN DOCUMENTARY(HD)	3.770	H	SR=12360,FEC=7/8,英語字幕
貴州電視台	3.796	H	SR=6930,FEC=1/2
重慶電視台	3.807	V	SR=6000,FEC=3/4
上海東方衛視	3.808	H	SR=8800,FEC=3/4
上海炫動卡通衛視	3.808	H	SR=8800,FEC=3/4
黒龍江電視台	3.815	V	SR=4420,FEC=3/4
浙江電視台	3.825	V	SR=6780,FEC=3/4
山東電視台	3.834	V	SR=5400,FEC=3/4
中央電視台-2	3.840	H	SR=27500,FEC=3/4
中央電視台-7	3.840	H	SR=27500,FEC=3/4
中央電視台-10	3.840	H	SR=27500,FEC=3/4
中央電視台-11	3.840	H	SR=27500,FEC=3/4
中央電視台-12	3.840	H	SR=27500,FEC=3/4
中央電視台-15	3.840	H	SR=27500,FEC=3/4
山西電視台	3.846	V	SR=5950,FEC=3/4
河南電視台	3.854	V	SR=4420,FEC=3/4
寧夏電視台	3.861	V	SR=4800,FEC=3/4
陝西電視台	3.871	V	SR=9080,FEC=3/4
農林衛視	3.871	V	SR=9080,FEC=3/4
中央電視台-14	3.880	H	SR=27500,FEC=3/4
中央電視台-13	3.880	H	SR=27500,FEC=3/4
山東教育電視台	3.885	V	SR=4340,FEC=3/4
江西電視台	3.892	V	SR=4420,FEC=3/4
四川電視台	3.903	V	SR=9330,FEC=3/4
康巴衛視	3.903	V	SR=9330,FEC=3/4,チベット語
甘肅電視台	3.913	V	SR=6400,FEC=3/4
中央電視台-7	3.920	H	SR=27500,FEC=3/4
安徽電視台	3.929	V	SR=8840,FEC=3/4
天津電視台	3.940	V	SR=5950,FEC=3/4
広西電視台	3.950	H	SR=11406,FEC=3/4
広東電視台	3.950	H	SR=11406,FEC=3/4
雲南電視台	3.950	H	SR=11406,FEC=3/4
北京電視台	3.951	V	SR=9520,FEC=3/4
卡通动画	3.951	V	SR=9520,FEC=3/4
江蘇電視台	3.971	H	SR=10000,FEC=3/4
優漫卡通	3.971	H	SR=10000,FEC=3/4
中国教育電視台	4.000	H	SR=27500,FEC=3/4

日本で受信可能なアジア衛星TV一覧

中国教育電視台 (HD)	4.000	H	SR=27500,FEC=3/4
中央電視台-4	4.115	H	SR=21370,FEC=3/4
CGTN	4.115	H	SR=21370,FEC=3/4,英語
CGTN FRANCAIS	4.115	H	SR=21370,FEC=3/4,フランス語
CGTN EPANOL	4.115	H	SR=21370,FEC=3/4,スペイン語
CGTN ARABIC	4.115	H	SR=21370,FEC=3/4,アラビア語
CGTN RUSSKIJ	4.115	H	SR=21370,FEC=3/4,ロシア語
CGTN DOCUMENTARY	4.115	H	SR=21370,FEC=3/4,英語字幕
深圳電視台	4.135	H	SR=4340,FEC=3/4
湖北電視台	4.147	H	SR=6150,FEC=3/4
青海電視台	4.158	H	SR=8680,FEC=3/4
青海電視台綜合頻道	4.158	H	SR=8680,FEC=3/4
內蒙古電視台	4.171	H	SR=9020,FEC=3/4,中国語
內蒙古電視台	4.171	H	SR=9020,FEC=3/4,モンゴル語
China National Radio	4.175	V	SR=18000,FEC=1/2,ラジオ放送
●KOREASAT-5 東経113度			
GCN TV	12.347	V	SR=10740,FEC=2/3
CGNTV JAPAN	12.347	V	SR=10740,FEC=2/3
CGNTV CHINESE	12.347	V	SR=10740,FEC=2/3
GCN KOREA	12.358	V	SR=3700,FEC=3/4
●KOREASAT-5A 東経113度			
MNB (HD)	11.493	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=43200
BBS TV	11.493	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=43200
SBS (HD)	12.514	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=2500
OUN	12.602	H	SR=17500,FEC=5/6
EBS PLUS 1	12.602	H	SR=17500,FEC=5/6
EBS PLUS 2	12.602	H	SR=17500,FEC=5/6
EBS ENGLISH	12.602	H	SR=17500,FEC=5/6
NATIONAL ASSEMBLY TV	12.602	H	SR=17500,FEC=5/6
MBC (HD)	12.665	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=3818
KBS KOREA (HD)	12.714	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=7500
YTN (HD)	12.714	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=7500
●CHINASAT-10 東経110.5度			
三沙衛視	3.520	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
寰宇新聞	3.560	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
MORE TV	3.560	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
●ASIASAT-7 東経105.5度			
JANATA TV (HD)	3.652	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=3600
SAHARA ONE	3.652	V	SR=14100,FEC=3/4
SAMAY	3.652	V	SR=14100,FEC=3/4
SAMAY RAJASTAN	3.652	V	SR=14100,FEC=3/4
SAMAY MHARASHTRA/GUJARAT	3.652	V	SR=14100,FEC=3/4
SAMAY UP/UTARAKHAND	3.652	V	SR=14100,FEC=3/4
SAMAY BIHAR/JHARKHAND	3.652	V	SR=14100,FEC=3/4
AALAMI SAMAY	3.652	V	SR=14100,FEC=3/4
SAMAY MO/CHHATTISGARH	3.652	V	SR=14100,FEC=3/4
FILMY	3.652	V	SR=14100,FEC=3/4
FIRANGI	3.652	V	SR=14100,FEC=3/4
AVENUES KHABAR	3.656	H	SR=2222,FEC=3/4
JESUS CHRIST TV PAKISTAN	3.668	V	SR=2593,FEC=3/4
SOUTH ASIA GLOBAL TV	3.675	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=5000
RITMU TV	3.675	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=5000
SOTABDI TV	3.675	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=5000
SRISTY TV	3.675	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=5000

STAR TV 星空衛視	3.715	H	SR=8167,FEC=3/4
CHANNEL [V] CHINESE	3.715	H	SR=8167,FEC=3/4
ABP NEWS INDIA	3.725	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=8165
ABP ASMITA	3.725	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=8165
ABP ANANDA	3.725	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=8165
ABP MAJHA	3.725	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=8165
ABP SANJHA	3.725	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=8165
CNN BANGLA	3.726	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=5000
FALGUNI TV	3.726	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=5000,バングラデシュ
CHANNEL S	3.726	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=5000,バングラデシュ
CHANNEL NEWS ASIA (HD)	3.736	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=6500
MTA6	3.760	H	SR=26000,FEC=7/8
TV 5 MONDE ASIA	3.760	H	SR=26000,FEC=7/8
AHLEBAIT TV NETWORK	3.760	H	SR=26000,FEC=7/8
Z RAJASTHAN	3.820	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=27500
ISAAC TV	3.880	H	SR=27500,FEC=3/4
ALJAZEERA ENGLISH	3.880	H	SR=27500,FEC=3/4
ALJAZEERA CHANNEL	3.880	H	SR=27500,FEC=3/4
GAWAHI TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
BARKAT TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
PMI TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
MISSION ASIA	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
FAZAL TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
ETERNAL LIFE TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
JOSHUA TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
SHINE STAR TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
KING TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
RIVIVAL TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
HK TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
SKY MAX HD	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
STAR MOVIES HD	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
PUNJABI	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
JAN TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
CTV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
CTN	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
SILVER SCREEN	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
JOO MUSIC	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
61:1 TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
BOLO NEWS TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
BEST TV	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
CINE MAX PK	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
MAX MOVIES	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
MOVIES	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
ZAN	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
FILMCITY	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
GRACE NETWORK	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
FILM 1	3.880	H	MPEG-4,SR=27500
ARY ZINDAGI	4.060	V	SR=26666,FEC=3/4
ARY DIGITAL UK	4.060	V	SR=26666,FEC=3/4
ARY DIGITAL ASIA (HD)	4.060	V	SR=26666,FEC=3/4
ARY QTV	4.060	V	SR=26666,FEC=3/4
ARY NEWS PAKISTAN	4.060	V	SR=26666,FEC=3/4
ARY MUSIK	4.060	V	SR=26666,FEC=3/4
THAINNESS TV (HD)	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720

B4U MUSIC INDIA	4.100	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
B4U MOVIES INDIA	4.100	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
ALJAZEERA ENGLISH (HD)	4.100	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
NHK WORLD TV (HD)	4.100	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
DW ENGLISH (HD)	4.100	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
DW DEUTSCH	4.100	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
DW ENGLISH	4.100	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
TRT WORLD (HD)	4.100	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
TVB NEWS (HD)	4.100	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
B4U HITZ (HD)	4.100	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
B4U PLUS (HD)	4.100	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
鳳凰衛視資訊台 (HD)	4.120	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=27500
鳳凰衛視中文台 (HD)	4.120	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=27500
鳳凰衛視香港台 (HD)	4.120	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=27500
鳳凰衛視資訊台	4.120	H	SR=27500,FEC=7/8
鳳凰衛視中文台	4.120	H	SR=27500,FEC=7/8
ZING ASIA	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=27500
ZEE NEWS	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=27500
ZEE PUNJAB HARYANA HIMACHAI	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=27500
ZEE MADRA PRADESH CHHATTISGARH	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=27500
PAIGHAM TV	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
PAIGHAM TV PASHTO	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
TAKE MOVIES	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
MEGA MOVIES	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
PUNJAB TV	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
FIRE TV	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
CINEMA GOLD	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
GOLDMINES	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
VENUS TV	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
FILM BEAT	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
TUM NEWS	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
NS CHOICE	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
HOPE TV	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
PRAISE TV	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
TV 110	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
MOON TV	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
RUN TV	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
LOVE OF JESUS TV	4.146	H	SR=5317,FEC=5/6
ABP GANGA	4.156	H	MPEG-4,SR=8165
ABP NEWS INDIA	4.176	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=3167
●ASIASAT-5 東經100.5度			
澳門衛視頻道	3.726	V	DVB-S2,SR=6666
澳亞衛視	3.726	V	DVB-S2,SR=6666
TDM澳門衛視	3.784	H	DVB-S2,SR=3255
KTV 1	3.820	V	SR=27500,FEC=3/4,クウェート
SUNNA TV	3.820	V	SR=27500,FEC=3/4
SUDAN TV	3.820	V	SR=27500,FEC=3/4
EKHBARIYA TV	3.820	V	SR=27500,FEC=3/4
SHARJAH TV	3.820	V	SR=27500,FEC=3/4
QURAN TV	3.820	V	SR=27500,FEC=3/4
LIBYA AL WATANIYA	3.820	V	SR=27500,FEC=3/4
DUBAI INTERNATIONAL TV	3.840	H	DVB-S2,SR=29720
DUBAI SPORTS	3.840	H	DVB-S2,SR=29720
RTR PLANETA ASIA	3.840	H	DVB-S2,SR=29720

8 KANAL	3.840	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=39720
ANGEL TV FAR EAST	3.840	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=39720
EURONEWS ENGLISH	3.840	H	DVB-S2,SR=29720
TVE INTERNACIONAL (HD)	3.840	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=39720
RAI ITALIA ASIA	3.860	V	DVB-S2,SR=30000
VATICAN MEDIA (HD)	3.860	V	DVB-S2,SR=30000
RTP INTERNACIONAL	3.860	V	DVB-S2,SR=30000
UKRAINA 24	3.885	V	DVB-S2,SR=4936
THE WORD NETWORK	3.960	H	DVB-S2,SR=30000
GO TO LUXE TV	3.960	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
CUBAVISION INTERNACIONAL	3.960	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
REUTERS LIVE (HD)	3.960	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
LUXE TV (HD)	3.960	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
DAYSTAR TV	3.960	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
YEMEN TV	3.960	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
DUBAI INTERNATIONAL TV	4.040	H	DVB-S2,SR=29720
DUBAI SPORTS	4.040	H	DVB-S2,SR=29720
FRANCE 24 ENGLISH	4.040	H	DVB-S2,SR=29720
FRANCE 24 FRANCAIS	4.040	H	DVB-S2,SR=29720
FRANCE 24 ENGLISH (HD)	4.040	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
QATAR TV (HD)	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
OMAN TV (HD)	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
AL ARABIYA (HD)	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
SAUDI TV (HD)	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
EJKBARIYA TV	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
KTV 1	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
SUNNA TV	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
SUDAN TV	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
SHARJAH TV	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
QURAN TV	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
LIBYA AL WATANIYA	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
BELARUS 24	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
KATYUSHA	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
RTR PLANETA ASIA	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
PERVIY KANAL ASIA	4.080	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
BBC WORLD SERVICE	4132	H	DVB-S2,SR=10587
●MEASAT-3A 東經91.5度			
UNTV	3.705	H	SR=4288,FEC=3/4
MIZZIMA TV (HD)	3.880	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
VOA TV GLOBAL (HD)	3.880	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
VOA TV ASA (HD)	3.880	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=29720
RTM TV1 (HD)	3.912	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=4444
KAZAKH TV (HD)	4.120	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
TVK (HD)	4.144	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=4166
RT ENGLISH (HD)	4.162	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=23250
LOVEWORLD ASIA	4.162	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=23250
●YAMAL-401 東經90度			
CNL SIBIR	3.605	左	SR=2626,FEC=3/4
SUBBOTAI	3.645	左	SR=28000,FEC=3/4
SHOPPING LIVE	3.645	左	SR=28000,FEC=3/4
TNT 4	3.645	左	SR=28000,FEC=3/4
LEOMAX 24	3.645	左	SR=28000,FEC=3/4
TELEKANAL 2X2	3.645	左	SR=28000,FEC=3/4
SHOP AND SHOW	3.645	左	SR=28000,FEC=3/4

RADOST MOYA	3.674	左	MPEG-4,SR=17500,FEC=3/4
●ST-2東経88度			
仏衛星視聴悲台(HD)	3.629	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=24700
新唐人亜太台(HD)	3.657	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=5050
大愛電視台(HD)	3.672	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=10000
大愛電視台2(HD)	3.672	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=10000
BLTV人間衛視	3.672	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=10000
●CHINASAT-12東経87.5度			
TV 3	3.757	V	DVB-S2,SR=2083
THAI TV 5	3.757	V	DVB-S2,SR=2083
BBTV CHANNEL 7	3.757	V	DVB-S2,SR=2083
MCOT HD	3.757	V	DVB-S2,SR=2083
NBT 2	3.757	V	DVB-S2,SR=2083
雲南電視台國際頻道	3.774	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=1800
海峡之声广播电台	4.035	H	DVB-S2,SR=1073,ラジオ放送
VISSA	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=28800
RAJ MUSIX KANNADA	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=28800
RAJ NEWS KANNADA	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=28800
RAJ MUSIX TELUGU	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=28800
RAJ NEWS TELUGU	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=28800
RAJ NEWS MALAYALAM	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=28800
RAJ MUSIX MALAYALAM	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=28800
RAJ PARIWAR	4.140	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=28800
朝鮮中央TV(HD)	4.180	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=4167
●APSTAR-7東経76.5度			
KANTIPUR TV(HD)	3.634	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=6000
KANTIPUR CINEPLEX(HD)	3.634	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=6000
IMAGE CHANNEL	3.638	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=1600
NTV ITAHARI(HD)	3.705	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=4166,ネパール
NTV KOHALPUL(HD)	3.710	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=4166,ネパール
NTV PLUS(HD)	3.720	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=12500,ネパール
NTV NEWS(HD)	3.720	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=12500,ネパール
NTV NATIONAL(HD)	3.720	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=12500,ネパール
VISH NEWS	3.732	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=16000
METRO 1 NEWS	3.732	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=16000
澳門蓮花衛視(HD)	3.780	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
FASHION TV ASIA(HD)	3.780	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
FASHION TV INDIA	3.780	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
POP PAKISTAN(HD)	3.780	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
KIDZONE PAKISTAN(HD)	3.780	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
TEHELKA TV	3.780	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
HOORA TV	3.780	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
ZORINS TV	3.780	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
RAAJAE TV	3.780	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
JK NEWS	3.780	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
TUM NEWS	3.780	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
CTN	3.788	H	SR=10700,FEC=1/2
THE WORD NETWORK	3.788	H	SR=10700,FEC=1/2
SBN INTERNATIONAL	3.788	H	SR=10700,FEC=1/2
TELEFILM	3.788	H	SR=10700,FEC=1/2
TBN ASIA	3.846	V	DVB-S2,SR=4000
HILLSONG CHANNEL	3.846	V	DVB-S2,SR=4000
TELENOVELA CHANNEL	3.846	V	DVB-S2,SR=4000

注:周波数は5MHz以内、音声周波数は100KHz以内の測定誤差を含む。〔偏波面略号〕右=右円偏波 左=左円偏波 H=水平偏波 V=垂直偏波 注記なきカラー伝送方式はNTSC(素材伝送は不定のため省略)
編集部注:ここに掲載したアジア衛星TVを視聴するためには、①かなり大きなパラボラアンテナ(例:直径3.6m以上)、②受信機器や、放送方式を変換する機器(例:PAL→NTSC、SECAM→NTSC)、③スクランブルを解除するデコーダー等の機器が必要な場合があります。あらかじめご了承ください。著作権上、ケーブルテレビ局等での再送信ができない場合があります。デジタル圧縮伝送のサービスについては、スクランブル処理の施されていないもので、市販されているIRDで受信可能なもののみを掲載することになりました。また受信する際の参考として伝送方式、シンボレート(SR)、フォワード・エラー・コレクション値(FEC)のパラメータを掲載します。

BOL NEWS(HD)	3.873	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=8000
BOL ENTERTAINMENT(HD)	3.873	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=8000
MUNNAARU	4.006	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=8800
PSM NEWS	4.006	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=8800
TV MALDIVES(HD)	4.006	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=8800
YES(HD)	4.006	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=8800
CAPITAL TV(HD)	4.030	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=2400,バングラデシュ
●ABS-2東経75度			
AP1 TV(HD)	3.606	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=2707
RTM TV1(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
RTM TV2(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
TV3(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
WOWSHOP MALAY	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
DRAMA SANGAT	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
WOWSHOP CHINESE	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
NTV 7	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
8TV(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
TV 9	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
RTM TV OKEY(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
SUKAN RTM(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
AWESOME TV(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
RTM TV6(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
TV ALHIJRAH(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
GO SHOP MALAY	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
BERNAMA TV(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
TVS(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
BERITA RTM(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
HOPE CHANNEL PHILIPPINES(HD)	3.870	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=51430
LIGHT TV	4.123	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=2800
A2Z CHANNEL 11	4.123	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=2800
TBN ASIA SOUTH PACIFIC	12.523	H	SR=30000,FEC=1/2
HILLSONG CHANNEL	12.523	H	SR=30000,FEC=1/2
SUPREME MASTER TV	12.523	H	SR=30000,FEC=1/2
DAYSTAR TV	12.523	H	SR=30000,FEC=1/2
SBN TV	12.523	H	SR=30000,FEC=1/2
ABN TV INDIA CHANNEL	12.523	H	SR=30000,FEC=1/2
●INTELSAT-20東経68.5度			
KBS WORLD24(HD)	3.713	V	DVB-S2,MPEG-4,SR=2800
CGN TV	3.782	V	SR=2965,FEC=3/4
DAYSTAR TV	3.891	V	SR=1954,FEC=5/6
ARIRANG WORLD	4.054	V	SR=4400,FEC=3/4
CTS	4.059	V	SR=3529,FEC=3/4
AL JAZEERA ENGLISH	4.064	H	SR=19850,FEC=7/8
CGTN	4.064	H	SR=19850,FEC=7/8
EWTN AFRICA	4.064	H	SR=19850,FEC=7/8
SANSKAR TV	4.064	V	SR=4400,FEC=3/4
SATSANG TV	4.064	V	SR=4400,FEC=3/4
HOPE CHANNEL INTERNATIONAL	4.070	V	SR=4340,FEC=3/4
TRT WORLD(HD)	4.076	V	MPEG-4,SR=3906
China Radio International	4.085	V	SR=7020,FEC=3/4
YTN WORLD	4.092	V	SR=2963,FEC=3/4
NHK WORLD JAPAN(HD)	4.124	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=22193

資料作成:長瀬博之 参考:www.lyngsat.com/, www.sannet.ne.jp/masasan

残部僅少のため
お早めに
お申込み下さい!

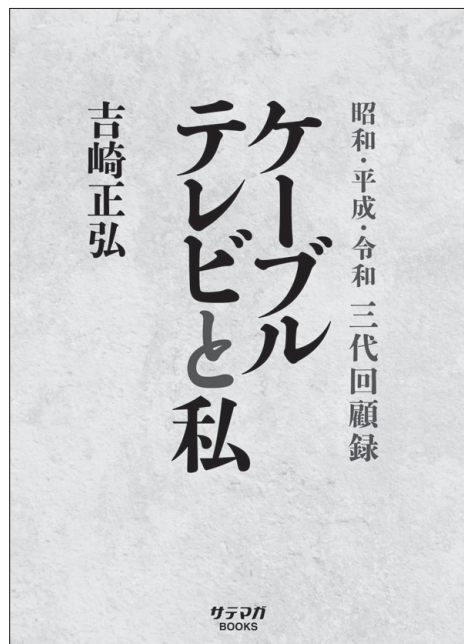
2021年7月27日発行

「ケーブルテレビと私 昭和・平成・令和三代回顧録」

吉崎正弘 著

本書は単なる一個人の回顧録ではない。著者の目を通して、時代の流れの中で変貌を遂げてきたケーブルテレビの歴史と進化も詳しく綴られた業界関係者必読の書である。

私の人生を顧みたとき、「時間、労力を二番目に多く費やしたのがケーブルテレビではないか」と思っている。一番目でないだけに、感情的にならずに醒めて対応できたのがケーブルテレビであり、結果として「我が人生において最も誇れるものとなった」と感じている。そこで、ケーブルテレビに軸を置いた回顧録とすることとした—本文“「はじめに」のはじめに”より



●サイズ:四六判 ●ページ数:295ページ ●定価1,980円(税込)

はじめに

- 1 「はじめに」のはじめに
- 2 三代回顧録へのこだわり
- 3 章立てへのこだわり

「序」の章 —ケーブルテレビと出逢うまでの時代—

- 1 昆虫学者への道と挫折
- 2 モラトリアムな高校時代
- 3 壮烈な五月病と脱却
- 4 郵政事業と電気通信行政

「破」の章 —ケーブルテレビを行政客体として見ていた時代—

- 1 テレトピアと無利子融資
- 2 新世代ケーブル補助金
- 3 一層の技術の進展と定着

「急」の章 —当事者としてのケーブルテレビの時代—

- 1 ケーブルテレビの優位性と環境変化
- 2 四つの意識改革の提言
- 3 自身の当事者意識過剰とその弊害への危惧

おわりに

発行:サテマガ・ビー・アイ(株) 〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-13-2 ドミノビル5F

お問い合わせ・お申し込みは order@satemaga.co.jp TEL.03-6280-3423 まで ※Amazonからもご購入いただけます

『ケーブルテレビと私 昭和・平成・令和三代回顧録』申込書

FAXでもお申し込みいただけます。FAX.03-6280-3424

『ケーブルテレビと私 昭和・平成・令和三代回顧録』 定価 1,980円(税込/送料実費)

注文部数 冊

お名前(フリガナ)

E-mail

勤務先

部署名

送付先住所(勤務先・自宅) 〒

TEL. ()

FAX. ()

請求書送付先名(書籍の送付先と異なる場合はご記入ください)

TEL. ()

請求先名

請求先住所 〒

FAX. ()



スカパーJSAT

スカパーJSAT(株)

〒107-0052 東京都港区赤坂1-8-1 赤坂インターシティAIR
TEL.03(5571)7800 FAX.03(5571)1760 <https://www.skyperfectjsat.space/>

スカパーJSAT(株) 広報・IR部

スカパーJSAT グループミッションを具現化したイベント

Space for your Smile ～空から笑顔を届けるプロジェクト～

全国の中学生・高校生 最大100名をご招待

スカパーJSAT(株)は、2018年より、グループミッション“Space for your Smile”を掲げ、「宇宙事業」「メディア事業」の2つの事業領域が示す“Space(宇宙・リビングルームなどの空間)”すべてを笑顔で満たすことを目指して事業活動を行なっています。このたび開催する企画「Space for your Smile～空から笑顔を届けるプロジェクト～」は、「宇宙事業」と「メディア事業」を両軸とする当社のハイブリッドな強みを生かし、グループミッションである“Space for your Smile”を具現化、メディア事業部門が主として取り組んでいる「ファン・マーケティング」活動の一つとして実施するものです。



この企画は、コロナ禍でエンターテインメントを思う存分楽しむことが出来ない人、旅やイベントが中止になり寂しい時期を過ごしてきた人、夢や希望を感じたい人やたくさんの人と感動や驚き、喜びを共感したい人に、笑顔届けたいという想いから発案されました。宇宙実業社であるスカパーJSATらしく、飛行機を使ったイベントとして「今年こそは学生たちに笑顔で新年度を迎えてほしい」との願いを込め、ANAの協力のもと実施します。イベント当日は、話題の総2階建て旅客機「エアバスA380型機」に搭乗しANA FLYING HONUチャーターフライトにて日本各地を周遊して再び成田空港に帰ってくる約3.5時間のスペシャルフライトを予定しています。機内ではイベントやホノルル線限定メニューを一部アレンジした機内食をお楽しみいただくなど特別な体験を提供します。

《Space for your Smile～空から笑顔を届けるプロジェクト～》概要

■イベント名:Space for your Smile～空から笑顔を届けるプロジェクト～

■開催日:2022年3月19日(土)

■特設サイト:<https://promo.skyperfectv.co.jp/spaceforyoursmile2022>

この企画は、スカパーJSATが特定したSDGs(持続可能な開発目標)9つの重要課題のうち、「多様なコンテンツによる生活の豊かさの向上*1」に関する取り組みの一つでもあります。事業を通じて人々の暮らしに安心や快適さ、楽しさをお届けすることで持続的な成長を目指すとともに、引き続き、ファン・マーケティングに取り組み、スカパー! だからこそできるエンターテインメントを提供し続け、お客様と深く、長い関係を構築していきます。

*1 2021年4月28日付けリリース「SDGsの取り組み強化について」
～スカパーJSATグループミッション「Space for your Smile」が目指すひとりひとりのよりよい明日を迎える世界へ
https://www.skyperfectjsat.space/news/detail/sdgspace_for_your_smile.html



一般社団法人 衛星放送協会
〒107-0052 東京都港区赤坂2-8-2 ATビル4F
<https://www.eiseihoso.org/>

3月16日に制作者セミナーをオンライン開催

衛星放送協会オリジナル番組アワード「面白い番組作ろう」制作者セミナー ～グランプリ作品はこうして生まれた～

衛星放送協会では、2021年9月に開催した「第11回オリジナル番組アワード」で、番組部門ドキュメンタリー 最優秀賞ならびに、年間最優秀作品に贈るグランプリに輝いた、『BS12スペシャル「村本大輔はなぜテレビから消えたのか?」』を制作したブ

ロデューサー、ディレクターと吉岡 忍審査員長を講師に迎え、制作者セミナーをオンラインで開催します。

グランプリ作品はどのようにして生まれたのか、企画、取材、制作、放送の過程を検証しながら、衛星放送ならではの面白い

番組作りについて掘り下げる無料のセミナーです。

衛星放送協会の会員だけでなく、衛星放送の番組制作に関係する方も参加できますので、どうぞお申込みください。

タイトル: 衛星放送協会オリジナル番組アワード

「面白い番組作ろう」制作者セミナー～グランプリ作品はこうして生まれた～

日時: 2022年3月16日(水) 15:00～17:00

実施形式: オンラインセミナー (Zoomを使用)

対象: 衛星放送協会会員および番組制作関係者

定員: 先着300名

参加料: 無料

登壇者: 佐々岡沙樹 (BS12トゥエルビ プロデューサー)

日向史有 ((株)ドキュメンタリー ジャパン ディレクター)

石川朋子 ((株)ドキュメンタリー ジャパン プロデューサー)

森本茂樹 (衛星放送協会理事/アワード委員長)

吉岡 忍 (ノンフィクション作家/オリジナル番組アワード審査員長)

締め切り: 2022年3月15日(火) ※定員になり次第、締め切らせていただきます

申込み方法: ①衛星放送協会会員の方→連絡担当窓口の方に案内書をお送りしておりますのでご確認ください。

②衛星放送協会会員以外の方→「お名前」、「社名」、「所属先」、最後にB-maga3月号をご覧いただいた事を明記の上、
info-desk@eiseihoso.orgまでご連絡ください。折り返し申込みURLをご案内します。



第11回オリジナル番組アワード授賞式より

■構成(予定)

第1部	
15:00-15:10	主催者挨拶 オリジナル番組アワードとは 森本茂樹(衛星放送協会理事/アワード委員長)
第2部	
15:10～15:25	グランプリ作品はこうして生まれた!! 企画の実現から放送まで 佐々岡沙樹(BS12トゥエルビ プロデューサー)
第3部	
15:25～15:55	グランプリ作品はこうして生まれた!! 企画、取材、制作、放送まで 日向史有(ドキュメンタリー ジャパン ディレクター) 石川朋子(♪ プロデューサー) 進行: 森本茂樹 (休憩)
第4部	
16:05～17:00	ディスカッション「面白い番組を作ろう」 日向史有(ドキュメンタリー ジャパン ディレクター) 石川朋子(♪ プロデューサー) 進行: 吉岡 忍(ノンフィクション作家/オリジナル番組アワード審査員長)

日本ケーブルテレビ連盟

一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟

〒104-0031 東京都中央区京橋1-12-5 京橋YSビル4F
TEL.03(3566)8200 <https://www.catv-jcta.jp/>

業務部 原田泰良

「第50回定時総会」、「ケーブルコンベンション2022」開催のご案内

■第50回定時総会開催について

(一社)日本ケーブルテレビ連盟は、次の通り「第50回定時総会」を開催します。

〈名称〉第50回定時総会

〈日程〉6月14日(火)13:00~

〈会場〉東京商工会議所 東商渋谷ホール

■ケーブルコンベンション2022

開催について

「ケーブルコンベンション」は、2012年か

ら業界3団体の主催により開催されている国内最大の業界イベントで、2022年は、「ケーブルコンベンション」と「ケーブル技術ショー」の形態に移行してから10周年を迎えます。開催内容は次の通りです。

〈名称〉ケーブルコンベンション2022

〈日程〉リアル:7月28日(木)・7月29日(金)

オンライン:7月28日(木)~9月30日(金)

〈会場〉リアル:東京国際フォーラム、東京



會館(情報交換会)

オンライン:特設WEBサイト(URLは別途ご案内予定)

※新型コロナウイルスの感染状況により、開催方法等が変更になる場合がございます。

日本ケーブルラボ

一般社団法人 日本ケーブルラボ

〒103-0025 東京都中央区日本橋茅場町3-4-2 KDX茅場町ビル
TEL.03(5614)6100 FAX.03(5614)6101 <https://www.jlabs.or.jp>

事務局長 小林 潔



第48回ラボワークショップ「Wi-Fiの高度化と利用ガイド」のご案内

日本ケーブルラボでは、第48回ラボワークショップ「Wi-Fiの高度化と利用ガイド」を2022年3月15日に開催いたします。

国内で使用されている最新のWi-Fi規格であるWi-Fi6(802.11ax)では、多端末動作時の速度向上や端末の省電力化が図られました。今後が期待されているWi-Fi6Eでは、使用できる周波数帯を拡大することで、実質的に高速化と低遅延

化が可能になります。また、最大30Gbpsの速度が見込まれるWi-Fi7(802.11be)が標準化され、放送を対象とした802.11bcやWi-Fiによるセンシングを対象にした802.11bfなどのサービスに特化した新技術の規格化も進められています。そこで本ワークショップでは、これらの概要および技術について解説するとともに、オフィスのWi-Fi環境の実態や品質改善の事例、

そして無線の特性に関する屋外Wi-Fi検証結果を画像で分かりやすく説明します。さらに、Wi-Fiの環境構築や高度化の展望についてメーカー視点でご紹介いただく予定です。

〈開催日時〉2022年3月15日(火)
14:00~16:00

〈開催方法〉Zoom Webinar配信

※参加は、日本ケーブルラボ会員限定とさせていただきます

プログラム、参加申込方法等は、ラボホームページよりご確認ください。

ACS視聴情報データ管理基盤システム運用仕様発行

日本ケーブルラボは2022年2月、「ACS視聴情報データ管理基盤システム運用仕様」を発行しました。

【運用仕様書】

JLabs SPEC-044 1.0版「ACS視聴情報データ管理基盤システム運用仕様」

【仕様書の概要】

本仕様書では、業界ACS*ならびに業

界ACS以外のサーバに収集された視聴情報データのフォーマットの変換・統一・蓄積を目的とした、ACS視聴情報データ管理基盤のシステム運用について規定しました。

このデータ管理基盤を利用することで視聴情報データの一元的な活用が可能となり、複数のACSベンダを採用している事

業者にとって大きなメリットになると考えております。

【仕様書の構成】

第1章 概要

第2章 システムアーキテクチャ

第3章 視聴情報データ統合フォーマット

第4章 ETL仕様

第5章 構築・運用に向けて

*ACS(Auto Configuration Server)TR-069に準拠した運用管理機能を実装した端末の管理を行うサーバ

ケーブルテレビ情報センター

一般社団法人 ケーブルテレビ情報センター(CRI)

〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-13-2 ドミノビル5F
TEL.03(6280)5442 FAX.03(6280)5443
http://www.cri-info.jp/ E-mail:cri@cri-info.jpケーブルテレビ情報センター
理事長 佐々木嘉雄

第22回「CRIオンラインセミナー」のご案内

沖縄ケーブルネットワークは、地域ワイヤレスジャパンと共同で「ローカル5Gを活用した災害時におけるテレビ放送の応急復旧」をテーマに採択され、昨年末から実験を開始しています。

- ・災害時に有線が遮断されて放送が停止した場合、5G経由でコミちゃんをIP配信できるかを実証。
- ・5G基地局の電波を受信してIP信号をSTBに伝送し、ハイブリッドコネクトを使ってテレビに表示
- ・実験に参加している地元の民放もIP経由で受信可能。

このように、RF技術だけでは限界があったものがIPも利用することで冗長化が図られ、災害に強いシステムが構成できます。また、災害時だけでなく平時にもローカル5Gを高速インターネット回線としてユーザーへ提供することで、ケーブル局のマネタイズモデルにできます。

「第22回CRIオンラインセミナー」では、沖縄ケーブルネットワーク(株)取締役 栗井宏光氏と(株)地域ワイヤレスジャパンソリューション推進部 乾 千乗氏を講師に迎え、「IP放送とローカル5G経由IPコミちゃんへの取り組み」と題してご講演いた

・日 時:3月16日(水)13:30~15:00
(Zoomにて開催)

・テーマ:『沖縄ケーブルネットワークのIP放送とローカル5G経由IPコミちゃんへの取り組み!!』

・講 師:沖縄ケーブルネットワーク(株)取締役 栗井宏光氏
(株)地域ワイヤレスジャパンソリューション推進部 乾 千乗氏

・参加費:CRI会員3,000円/1名、
CRI非会員6,000円/1名

だきます。

「オールIP放送」を目指してその先にどんなサービスを展開するか、またローカル5G有効活用など2022年度の新事業計画策定の参考になることと思います。

2021年4月1日発行



住民ディレクター追走25年史!! 凡人力の群像

「住民ディレクター」とは、豊かな地域を創造する地域づくりのディレクターであり、暮らしの知恵の発信者。「(ボタンを)押せば映る」「身体がカメラ」「番組はオマケ」を3原則として、「番組づくりは地域づくり」を実践!! 本書でぜひ住民ディレクター25年の歴史を覗いてください。

プロローグ

- 第1章 「花咲か一座」がやってきたーことのはじまり
- 第2章 お百姓さんが「使えるTV」ー「住民ディレクター」誕生
- 第3章 国体を支えた住民パワーー「くまもと未来国体」の躍動
- 第4章 住民ディレクター新世紀ー「テレビは見るもんじゃなか、出るもんばい」
- 第5章 IT時代の「ユビキタス村TV」ーローカルとグローバルを繋ぐ
- 第6章 住民ディレクターの全国ネットワークー「養成講座」で全国行脚
- 第7章 東峰村のIT革命ー村民による村民のためのテレビ局誕生
- 第8章 官兵衛で国創りー過疎村が全国ネットのハブになる
- 第9章 被災者による被災地からのモバイル中継ー熊本地震発生の非日常の中で
- 第10章 復興のコミュニティー九州北部豪雨水害を超えて

エピソード

*資料編 「住民ディレクター年表」「参考資料」

▼お申し込みは、次のいずれかの方法でどうぞ!

- A4サイズ/97ページ
- 定価1,000円(税込・送料別)
- 著者:古川柳子(明治学院大学 文学部 芸術学科 教授)
- 制作協力:「住民ディレクター25年史プロジェクト」

- 本誌P72の「購読オーダーシート」をご利用ください。
- ホームページからでもお申し込みいただけます。http://www.satemaga.co.jp
- 直接、お電話かEメールでも受け付けています。TEL.03-6280-3423 order@satemaga.co.jp
本書は都内主要書店で扱っていますが、お近くの書店からでもご注文いただけます。

歌舞伎をDXさせると 東京の観光価値が上がる

歴史ある企業は 変化を恐れない

久しぶりに歌舞伎を観に行った。やはりリアルな舞台、役者の息遣い、絢爛たる衣装と素晴らしい太鼓や笛、自在に表現する舞台、どれをとっても日本が誇る最高峰のエンターテインメントである。

そして歌舞伎は、日本で最も付加価値の高い場所・銀座にあることで、世界的な観光の要としての役割を担う。つまり、ニューヨークにとってのブロードウェイと同じ立場と責任を持っているのである。ちなみに、2018-19年のブロードウェイ興行がニューヨーク市に寄与した金額は、公演と観光など周辺消費も含めて147億ドル(1.6兆円)にも達した。

なのに、日曜日に観た歌舞伎は老人ばかりの空席が目立つ閑古鳥状態だったのだ。これは松竹という私企業だけの問題ではない気がして、今後の改善点を思いつくままに列挙したいと思う。

まず、伝統・歴史あるものは変化してはいけない、という関係者の思い込みを解き放つ必要がある。メルセデス・ベンツ社もルイ・ヴィトン社も歴史ある企業だが、変化(イノベーション)を恐れない。それどころか、新しい挑戦を続けている。変化することで伝統の遺伝子を守っているのだ。21世紀の世の中でデジタル化は避けて通れない。デジタ

ル化を通じて産業が、人が、DX化していくことが大事なのだ。

まず、ブロードウェイのビジネスモデルを勉強し模倣すること。

そのブロードウェイでもコロナ前は新しいことに消極的だった。2016年、私がニューヨークを訪れ、ある大手制作会社へVRでのライブストリーミングを提案したら一笑に付された。だが、コロナをきっかけに「ブロードウェイ・オン・デマンド」が開始された。今は収録メインだが、そのうちライブストリーミングも始まるだろう。

無限にアイデアは湧いてくる

歌舞伎を主宰する松竹もCS放送「衛星劇場」で歌舞伎を放映しているくらいだから、そのフィードを使ってストリーミング配信をやったらいい。なんならゲネプロを活用して、役者のアップを撮って舞台とは別の楽しみを開発することだって可能だ。よく観客が小型望遠鏡を持って客席から見ているのでニーズはあると思う。

また、コロナで停止されているが、日本公演されるブロードウェイ舞台のように英語字幕をつけたらこれから戻ってくる観光客に良いと思うし、日本語字幕もつければ若者への裾野を広げることできる。

今回、第一部の後半に演った「石橋」などは、歌や踊りが華麗なので、TikTokで15秒に切り取って配信す

れば、たちまち世界中にシェアされるだろう。SNSを活用したプロモーションは今や定番だ。2010年に私がプロデュースしたアート展示ではTwitterで自由に配信してもらい話題になった。その後、チームラボや森美術館でも定番になった。

いまだき、歌舞伎の最中にスマホも見れないなんて、時代を分かってない。もちろん演者への配慮があるだろうから、芝居はNGで歌舞伎舞踊はOKとか、どうだろう。観客がたちまちプロモーターになる。

チケットのオンライン化も急務だが、当日うっかり行けなかった人のためにハイブリットチケットも用意したいところだ。リアルでもオンラインでも楽しめる。見逃し配信で追加料金を支払うとダウンロード保存ができ、いつでも何度でも楽しめたって良い。

末席は、ダイナミックプライシングを導入し、公演が始まる20分前に余っている席は、半額にしたらいい。歌舞伎座のLINEファンコミュニティを作り、近所を通った人にビーコン機能を使って、ディスカウントのデジタルクーポンを配布するのはどうか。

お年寄りが孫を連れてきたら無料っていうのも試してみたい。無限にアイデアは湧いてくる。これくらいのこと、直ぐできることばかりだ。

素晴らしい歌舞伎の火を消さないためにも関係者は踏ん張ってほしい。

必要ならお手伝いしますよww 



WAHAHA本舗 喰 始

エンターテインメントの ツボとボツ

第152回 『ウエスト・サイド物語』の今と昔

『ウエスト・サイド物語』(以下「WS物語」とする)がリメイクされる。それもスティーブン・スピルバーグの手で『ウエスト・サイド・ストーリー』(以下『WSS』とする)のタイトルで、というニュースを知ったのは2年前。スピルバーグファンの僕としては、期待に期待を重ねて映画館に足を運んだのだが、結果は…。その前に60年前に公開されたロバート・ワイズ&ジェローム・ロビンズ共同監督の『WS物語』について書こう。

当時の僕は東京から遠く離れた四国の香川県高松市の高校で、演劇部の部長をやっていた。映画好きの僕は、『WS物語』のことは部員の誰よりも早く知っていた。あまりの人気に『WS物語』は東京では1年に及ぶロングラン上映、「トゥナイト」の曲だけが先行して入って来て、僕の期待度はフルになっていた。

やっとのことで観られたのは、東京での公開から、なんと1年遅れ。ちなみに『スター・ウォーズ』の日本公開はアメリカ公開から1年経ってから。東京と地方、アメリカと日本、文化の格差はまだそんな時代だったのです。

期待がふくらみすぎるとガッカリさせられることが多い…そんなことはなかった。映画館から出てきた僕は興奮しきっていた。凄い、凄すぎる。ジェット団を真似て指を鳴らした(鳴らなかったが)。シャーク団を真似て片足を空につき上げた(腰より上には上がらなかったが)。『WS物語』はそれまでに観た日本の歌謡映画とはまるで違っていた。音楽・ダンス・歌・物語、全部が違っていた。

ミュージカル、僕のミュージカル熱は『WS物語』が発点だった。『WS物語』に出会っていなければ、ミュージカル映画にはまることも舞台ミュージカル(『ヘ

アー』『ラ・マンチャの男』『屋根の上のバイオリン弾き』『ジーザス・クライスト・スーパースター』『ロッキー・ホラー・ショー』)を追いかけることもなかっただろう。

ところで、僕と同じように、いや、それ以上に『WS物語』にはまった4人の少年がいた。彼らは『WS物語』のように踊りたい、歌いたいという夢をかなえた、それが「ジャニーズ」。『WS物語』がなければ「SMAP」も「嵐」も存在していないのだ。

『WS物語』は僕の舞台にパロディとして何度も登場している。農村を舞台に、農作物(ジェット団)と人糞肥料(シャーク団)の抗争物語にした『農村ミュージカル』、西遊記の妖怪たちが「アメリカ」の曲を借りて天竺へのあこがれを歌い踊る、新しいところでは「体育館のダンス」の曲で新選組と尊王攘夷派志士の対決(池田屋事件)を描いた。

『WS物語』についてはまだまだ書くべきことがあるのだが、スピルバーグ版の『WSS』を観ての結果である。残念ながら失敗作、期待が大きすぎるとガッカリさせられる、その言葉通りガッカリもガッカリ、大ガッカリだった。

スピルバーグは大きな間違いをおかしている。ミュージカルは、音楽・ダンス・歌・セリフが一体となるから感動を呼ぶモノ。そ

れが『WSS』ではバラバラになっている。リアルを追求するあまり、オープニングのダンスも「クール」も「トラブル」も、ダンスではなくリアルアクションになっている。スピルバーグの今までのアクションシーンのBGMとしてミュージカル曲が使われているだけにすぎない。『WS物語』で興奮したのは、アクションをダンス表現にしたからであって、リアルに近づくほど、それはミュージカルから遠ざかる。

登場人物たちの説明設定もよけい。トニーが刑務所出だとか、ベルナルドの職業がボクサーだとか、いらない。セリフも多すぎる。歌に入る前の心理説明が多すぎる。歌で十分に伝わるのだから。舞台版の構成に寄せたと言っているが、舞台版のまづい所を修正したのが映画版、それをわざわざ戻すことはないだろう。

スピルバーグの映画をこれほどボロクソに言うのは初めて。スピルバーグは『WS物語』に手をつけるべきではなかった。『WSS』の良い所は、クチ直しに『WS物語』を観たくなること。はい、僕は家に帰ってすぐにDVDで『WS物語』を観直しました。僕だけじゃなく『WSS』ガッカリ派は、皆な『WS物語』を観直しています。そして言っています。

『ウエスト・サイド物語』は凄い!

R

WAHAHA本舗 LIVE情報

スウィートレディーの作り方 vol.1

「黒い5人の女」&「防波堤の5人の女」

矢原加奈子、星川桂、雨宮あさひ、鈴木千琴、石原奈津美の5人による舞台。「黒い5人の女」の脚本は、江頭美智留。「防波堤の5人の女」の脚本は、喰始さんとみなさん。今回の公演は地方の方やコロナ禍で足を運べない人に向けて、本編映像を返礼品とした公演応援企画も実施。応援企画の詳細は、ワハハ本舗オフィシャルサイトを参照ください。

3月25日(金) 開演19時

3月26日(土) 開演13時&17時30分

3月27日(日) 開演13時

Studio ZAP! 東京都新宿区市ヶ谷台町4-2大慶ビルB1F

料金:全席自由席 前売3,500円/当日4,000円(共に税込)



Contents Information

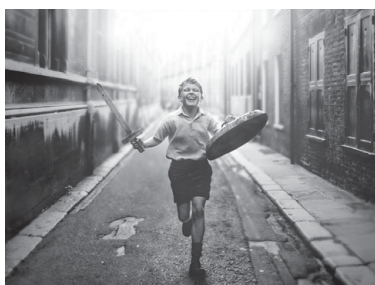
Movie

注目の新作映画

あの監督の少年時代の光と影 『ベルファスト』

パルコ ユニバーサル映画配給
3月25日公開予定

『オリент急行殺人事件』『ナイル殺人事件』の主演・監督で知られるケネス・ブラナー監督作。彼は北アイルランド、ベルファストの出身。この作品は彼の子供時代の喜びと悲しみを綴った自伝的映画である。



©2021 Focus Features, LLC.

イングランドへ出稼ぎに行っては戻る父、家を守り愛情深く子供を育てる母、兄、そして祖父母に囲まれ、映画や音楽に親しみ、近所の友達と遊ぶ楽しい日々。そんな9歳の少年バディの幸せな日常は、プロテスタントの武装集団がカトリック住民に攻撃をしかけるという宗教対立を火種とする暴動により、突然暗転する。

昨日まで同じ町で仲良く暮らしていた近隣住民、友人が対立関係になってしまった。プロテスタントの家族、バディの一家の生活、命をも脅かされる。慣れ親しんだ土地、家、友との関係を思いながらも一家は苦渋の決断を迫られる。

モノクロで描かれたノスタルジックな映像が、物語をより印象深いものにしている。北アイルランド問題についてここでは詳しく説明しないが、住民同士は穏やかな暮らしを保っていたのに、それを無視して生活や人々の絆を破壊する紛争や戦争の辛さは、今だからこそよりリアルに胸に迫る。

目が離せない展開のロック・オペラ 『アネット』

ユーロスペース配給
4月1日公開予定

上映開始直後、レコーディング・スタジオのシーンから街中へと歌いながら進むキャストとスタッフ。そんな風変りなオープニングに、何が起きるのか期待と同時に胸騒ぎが起こる。そこから語られていくの



©2020 CG Cinéma International/Théo Films/Tribus P Films International/ARTE France Cinéma/UGC Images/DETAILFILM/EUROSPACE/Scope Pictures/Wrong men/Rtbf(Télévisions belge)/Piano

は、美しきオペラ歌手アンと、挑発的な態度で観客をとりこにするスタンダップ・コメディアンへのンリーが織りなす愛憎のドラマ。タイトルの「アネット」とは2人の娘なのだが、この役は人形が演じているというのがユニークで、彼女は父母それぞれの愛の対象であり、混乱の受け皿、そして観客に近い視線を持つ存在だ。

ロック・オペラなので、主演のマリオン・コティヤールもアダム・ドライバーも歌っているが、そのクセのある楽曲と歌詞は50年のキャリアと特異な個性を持つ兄弟バンド、スパークスによるもの。もともとミュージカル映画の企画のあったスパークスと、彼らのファンだったレオス・カラックス監督の出会いにより実現したのが本作なのだ。

このスパークスのユニークな音楽性が理解できるドキュメンタリー映画『スパークス・ブラザーズ』も4月8日に公開なので、合わせて観るとより楽しめる。

TEXT by 石井理恵子

Convention

気になる見本市・展示会

会期	名称	エリア	会場
3月15日～ 3月17日	「DX-デジタルトランスフォーメーション-EXPO 春【東京】」	東京	東京流通センター
	人事労務管理システム(給与、勤怠管理、タレントマネジメント、採用支援など)、経理財務会計システム、ワークフローシステム、BI分析ツール、AIソリューション、MA、CRM、SFA、ERP、RPA電子契約システム、オンライン営業、セミナーツール、チャットボット、グループウェア、デジタルマーケティング、セールス自動化ツールなど【事前登録】		
3月16日～ 3月18日	「3D&バーチャル リアリティ展」	東京	東京ビッグサイト
	VR、AR、MR、各種シミュレータ、3DCG、地図・測量ソリューション、先端ディスプレイ、モーションキャプチャー、3D【事前登録】※招待券がない場合の入場料 ¥5,000/人		
4月6日～ 4月8日	「第5回 Web・SNS活用EXPO【春】」	東京	東京ビッグサイト
	デジタルマーケティング、AI搭載サービス、SNS活用、Web広告、ECサイト構築など【事前登録】※招待券がない場合の入場料 ¥5,000/人		
4月13日～ 4月15日	「第3回 名古屋 ものづくり AI/IoT展」	愛知	ポートメッセなごや
	AIソリューション、IoTプラットフォーム、IoTゲートウェイ、クラウドサービス、ビッグデータ活用、制御システム、制御機器、センサネットワーク、モバイル機器、ウェアラブル機器、通信モジュール・デバイス、データセンター、セキュリティ製品、遠隔監視、測定器/シミュレータなど【事前登録】※招待券がない場合の入場料 ¥5,000/人		

NEWS FILE

2022

2
4

2
28

の主な動き

※月刊『B-maga』を定期購読いただいた方に、ニュースのメール配信(週1回程度)をサービスしています。
定期購読のお申し込みは<http://www.satemaga.co.jp>
もしくは本誌P71・P72をご覧ください。

CONTENTS

Paramount+で ドラマ6作品の公开发表

バイアコムCBS(米国・ニューヨーク)のグローバルストリーミングサービスである「Paramount+」(パラマウントプラス)は、同プラットフォームにて6つの海外向けオリジナルドラマシリーズを展開することを発表した。

この作品群は今年度中に制作を決定する予定の50作品の新オリジナル海外ドラマシリーズの一部となる。これらの新しいコンテンツを通して、「Paramount+」はさまざまな視聴者ニーズに対応するため、海外発のオリジナルコンテンツのパイプラインを拡大し、サービスの充実を図る。

この海外作品のほぼすべては、バイアコムCBSの国際スタジオであるVIS(バイアコムCBS・インターナショナル・スタジオ)が「Paramount+」向けに開発・制作する予定。VISはすでに、20カ国以上、15言語にわたる膨大なコンテンツの制作実績がある。現在サービスを提供しているラテンアメリカ、カナダ、オーストラリア、および今年サービスを開始するマーケットにおいて、今後「Paramount+」でプレミア公開や再配信されるコンテンツには以下のタイトルが含まれる。

『A Gentleman in Moscow』(イギリス)、『Sexy Beast』(イギリス)、『Simon Beckett's The Chemistry of Death』(ドイツ)、『Los Enviados(The Envoys) シーズン2』(メキシコ)、『Cecilia - Season 2』(メキシコ)。

さらに、バイアコムCBSは、先日CJ ENMとの戦略的パートナーシップを発表したことに続き、「Paramount+」は『Yonder』(韓国)のオリジナル海外ドラマシリーズを

ラテンアメリカ、カナダ、オーストラリア、フランス、英国、GSA(ドイツ、スイス、オーストリア)でプレミア公開すると発表した。同シリーズは、今年後半に韓国の「TVING」でも展開される予定。(22.2.16)

Cs & Bs DIGITAL

スペースシャワーTV 「MUSIC AWARDS 2022」 開催

音楽専門チャンネル「スペースシャワーTV」((株)スペースシャワーネットワーク、東京・港区、林 吉人代表取締役)は、国内最大の音楽の祭典「SPACESHOWER MUSIC AWARDS 2022」を3月15日に開催する。

「SPACE SHOWER MUSIC AWARDS」は、スペースシャワーTV独自の視点で音楽シーンを総括し、21年を彩った音楽コンテンツのなかから、功績をあげたアーティストとクリエイターに感謝と敬意を込めて表彰するアワード。いとうせいこう、ハマ・オカモト(OKAMOTO'S)、emmaが司会を務め、「BEST SOLO ARTIST」「BEST GROUP ARTIST」「BEST POP ARTIST」「BEST ROCK ARTIST」「BEST PUNK/LOUD ROCK ARTIST」などの各部門の受賞者の発表と表彰が行われる。当日には、アワードを彩る、数々のライブも披露される。現時点(3月1日)にてライブ出演するのは、カネコアヤノ、BMSG(SKY-HI、Novel Core、BE:FIRST)、マカロニえんぴつ、LEX、WANIMA、優里。また、ASIAN KUNG-FU GENERATION、Awesome City Club、KM、変態紳士倶楽部、YOASOBIがゲスト出演する。なお、アワードは無観客にて開催。

スペースシャワーTVでは、同アワードの模様を18~22時にかけて完全生中継する。(22.2.28)

J SPORTSオンデマンド 視聴料1カ月無料キャンペーン

国内最大4チャンネルのスポーツテレビ局、(株)ジェイ・スポーツ(東京・江東区、長谷一郎社長、以下J SPORTS)は、PC、スマートフォン、タブレットで視聴できる「J SPORTSオンデマンド」の初月無料キャンペーンを3月1日から開始した。

キャンペーンは、3月1日から3月31日の期間内にJ SPORTSオンデマンドの「野球パック」、「サイクルロードレースパック」、「モータースポーツパック」のいずれかを購入した人を対象に、1カ月分の料金1,980円(U25割適用は990円(共に税込))で4月30日まで視聴できる。

「野球パック」では、広島東洋カープ、中日ドラゴンズ、横浜DeNAベイスターズのオープン戦・公式戦の主催試合をライブ配信、「サイクルロードレースパック」では、バリ〜ニース、ミラノ〜サンレモ、バリ〜ルーベなど注目の欧州ワールドツアー、春のクラシックレースをライブ配信、「モータースポーツパック」ではSUPER GT、FIA世界耐久選手権(WEC)など3~4月に開幕を迎える国内外のレースのライブ配信が楽しめる。(22.2.28)

TERRESTRIAL

民放ラジオ99局 “スピーカーでラジオを聴こう” キャンペーン実施

(一社)日本民間放送連盟ラジオ委員会

(東京・千代田区、上口 宏委員長)は、民放ラジオ99局“スピーカーでラジオを聴こう”キャンペーンを実施する。

放送やradikoのラジオコンテンツをスピーカー(ラジオ受信機、AIスピーカー、Bluetoothスピーカー、Wi-Fiスピーカーなど)で聴く楽しみを広めることで聴取時間を伸ばし、ラジオ媒体の価値向上を図ることを目指す。

このキャンペーンでは(株)radiko(東京・港区、青木貴博社長)がスペシャルパートナーに加わり、民放ラジオと共に同キャンペーンを盛り上げる。

キャンペーンアンバサダーには、松任谷由実が就任。「WE LOVE RADIO松任谷由実 50th ANNIVERSARY〜日本中、ユミンに包まれたなら〜」と題し、世代を超えた多くのリスナーが“同じ時間、同じ音空間に包まれる”豊かなラジオ体験を提供することで、ラジオをスピーカーで楽しむライフスタイルを提案し、さまざまな企画を実施していく。

また、全国ラジオリスナーと作る、松任谷由実デビュー50周年記念のリクエスト・ベストアルバムの企画が決定。今春にはキャンペーン第一弾企画として、民放ラジオ99局によるユミンリクエスト企画を展開する。(22.2.8)

NHK技研 色域表現の新技术 “Gamut Rings”が国際標準に

NHK放送技術研究所(東京・世田谷区、今井 亨所長)が考案したディスプレイの色再現範囲(色域)を表現するための新たな手法“Gamut Rings(ガマツトリングス)”が、国際電気標準会議(IEC)で2021年1月に、国際照明委員会(CIE)では同年11月に国際標準として採用された。

今回、ディスプレイの色域を自動で測定し、この新手法で表示する装置も実現した。従来、色域は、原色(赤、青、緑)の色度点で定義される色度図上の三角形の領域で簡易的に表現しており、この色度図は、紙

面上など2次元で表現するのに便利だが、本来、ディスプレイの色域を正しく評価するには、明度も含めた3次元の“色域立体”で表現する必要がある。一方、色域立体は、その3次元形状を自由な角度から見る機能がある表示装置(PCやタブレット等)でないと、正しく評価することができない。

このため、3次元の色域立体を適切に評価できる、新たな2次元表現手法の開発が課題となっていたが、NHK技研が考案したGamut Ringsは、色域立体を2次元投影することで、ディスプレイの色域を正しく表現することが可能になった。

Gamut Ringsは、色域を正しく評価できるため、ディスプレイの設計や性能評価をはじめ、放送用から家庭用までさまざまなディスプレイやテレビの性能比較や選定において役立つことが期待される。(22.2.15)

地方創生プロジェクト 「ロコの星プロジェクト」実施

全国12放送局(RAB青森放送、TVIテレビ岩手、YBC山形放送、BSN新潟放送、日本海テレビ、RKC高知放送、ITVあいテレビ、NIB長崎国際テレビ、mrt宮崎放送、TOSテレビ大分、KKT熊本県民テレビ、OTV沖縄テレビ放送)と、KKTエンタープライズ、未来のテレビを考える会、LiveParkは、地方の知られざる食・工芸品の魅力発信を目的とした「ロコの星プロジェクト Season2」を実施した。

「ロコの星プロジェクト」では、各社の得意分野を活かしながらテレビ放送やライブ配信を通じて、ローカルテレビ局が厳選した地元のスター事業者「ロコの星」を応援。プロジェクト期間中は、12放送局を通じて約60の商品やサービスを紹介しながら、同時にLIVEPARK上でライブコマースを行うなどテレビとオンラインを掛け合わせた情報発信に挑戦する企画。

今回新たに視聴者の購入導線として「楽天市場」にも出店。ライブコマースを実施することで、ローカルテレビ局を入口に

全国の消費者に働きかける。

12地域の放送局の自社制作番組とライブコマースが連動。ライブコマースは熊本県民テレビがキー局となり、各地域をオンラインでつないで配信。ライブ配信は、(株)LiveParkが担当した。

地方に存在する魅力ある素材、商品、人をテレビ局がつかないでローカルが連携したチームとして、ノウハウやアイデアを共有しブラッシュアップ。ローカル同士が一体となって日本最大のECである楽天市場とコラボレーションした出口戦略を展開し、地域外への販路開拓・魅力発信、そしてオンラインによる販売の強化を目指す。

テレビ局の信頼性と映像力、そして楽天の販売力・集客力を活かして、地方の魅力を発信するとともに将来的にはその地方に来てもらうというインバウンド戦略へとつなげていく。

これまで地方単体、事業者単体では難しかった情報収集、アイデア・クリエイティブ、マーケティング・出口戦略などをローカル同士で共有するプラットフォームを構築することで、地方の課題である「伝える力」「魅せる力」「売る力」を強化し、「地方の素材を輝くスターにする」というスローガンのもとに、地方テレビ局が入口となって全国・世界のマーケットにつなげる「地方の新しい売り方」を目指している。(22.2.18)

CABLE-TV

CAC制作 『劇場版1979はじまりの物語』 東京・大阪・大分で上映決定

(株)CAC(愛知・半田市、金澤茂明社長)は、「はんだ山車まつり」が初めて開催されるまでを描いたドキュメンタリードラマ『1979 はじまりの物語〜はんだ山車まつり誕生秘話〜』について、連続ドラマに始まり、劇場版の製作、地元先行公開と展開してきたが、このたび東京・大阪・大分での上映が決定したことを発表した。

上映は次の通り。

【東京】池袋シネマ・ロサ 4月1日～※1週間限定上映

【大阪】シアターセブン 4月2日～

【大分】別府ブルーバード劇場 4月1日～(22.2.9)

「ドコモ光 タイプC」 提携ケーブル局拡大

(株)NTTドコモ(東京・千代田区、井伊基之社長)は、光インターネットサービスの「ドコモ光 タイプC」において、3月1日から、対象となる提携ケーブルテレビ事業者に、(株)新川インフォメーションセンター、(株)ケーブルテレビ可児、スターキャット・ケーブルネットワーク(株)、グリーンシティケーブルテレビ(株)を追加する。今回の提携により、「ドコモ光 タイプC」の提携ケーブルテレビ局は全国で34社となる。

「ドコモ光 タイプC」は、提携ケーブル局の卸FTTHサービスを利用した光ブロードバンドサービスとインターネット接続サービスをセットで利用できるプランで、16年12月1日から提供を開始し、提携事業者を順次拡大してきた。現在、提携事業者の光ブロードバンドサービス利用者は、工事不要かつ利用中の機器を変更することなく「ドコモ光 タイプC」を利用でき、さらに「ドコモ光 セット割」を利用することで、「ドコモ光」とドコモの携帯電話をセットでお得に利用できる。(22.2.21)

BROADBAND

U-NEXT 「GAORA Bros」配信開始

(株)U-NEXT(東京・品川区、堤 天心社長)が運営する動画配信サービス「U-NEXT」は、2月25日より「GAORA Bros.(ガオラブロス)」の配信を開始した。

「GAORA Bros.」は、30年超に及ぶスポーツ番組の制作・放送実績を持つ放送向けチャンネル「GAORA SPORTS」

((株)GAORA、大阪・大阪市)の弟分として、インターネットでさまざまなスポーツが楽しめるチャンネル。U-NEXTの月額会員であれば、「GAORA Bros.」で配信している多様なスポーツ番組をリアルタイム配信として見放題で楽しめるほか、一部作品は見逃し配信も視聴できる。

チャンネルでは、北海道日本ハムファイターズの春季キャンプやファーム公式戦などのプロ野球をはじめ、K-1 WORLD GPなどの格闘技、プロレス、インディカー・シリーズなど、国内外のトップスポーツを幅広く配信している。(22.2.4)

ミクシィとDAZN、 スポーツ特化型NFT 「DAZN MOMENTS」開始

(株)ミクシィ(東京・渋谷区、木村弘毅社長)は、スポーツチャンネル「DAZN」を運営するDAZN Japan Investment合同会社(東京・港区、ジェイムズ・デビッド・ラシュトン職務執行者)と共同で、さまざまなスポーツのスーパープレーやメモリアルシーンをコレクションできるスポーツ特化型NFTマーケットプレイス「DAZN MOMENTS」(ダズンモーメンツ)の提供を開始する。開発においては、次世代ブロックチェーン「Flow」を基盤にサービス構築を行う。DAZN MOMENTSは今年春頃の提供開始を予定しており、DAZN MOMENTSで展開するNFTコンテンツについては、今後随時発表、追加していく。

ミクシィは、20年12月にDAZN社の「商業施設利用契約サービス」提供開始に合わせて、セールスエージェントパートナーとしてDAZN社と協業を開始。ミクシィが提供する店舗でのスポーツライブビューイング検索サービス「Fansta(ファンスタ)」に、「DAZN」商業施設利用契約者がスポーツ観戦に特化した情報を掲載することで、「DAZN」を視聴できる店舗で仲間と一緒にスポーツ観戦を楽しむことができる場の創出を行ってきた。今回、ミクシィのサービス開発のノウハウと、DAZN社が持つ豊

富なスポーツコンテンツを掛け合わせた新規事業を創出することで、さらに多くのスポーツファンが楽しめるサービスを提供できると考え、両社の強みを活かしたスポーツ特化型NFTマーケットプレイス「DAZN MOMENTS」の開発、提供を開始する。DAZN社がコンテンツマネジメントとマーケティングを行い、ミクシィがサービス開発と運用を担当する。基盤として使用される次世代ブロックチェーン「Flow」は、最も成功しているNFTマーケットプレイスで知られる「NAB Top Shot」で活用されている。(22.2.7)

凸版とJVCケンウッド メタバース上で音楽ライブ 実証実験

凸版印刷(株)(東京・文京区、磨 秀晴社長)と、(株)JVCケンウッド(神奈川・横浜市、江口祥一郎社長 最高経営責任者)は、2人組音楽ユニット「どんぐりず」によるメタバース音楽ライブの実証実験を3月26日に開催する。

同実証実験では、VR空間上に構築した音楽ステージを舞台に、アバターに扮した2人組音楽ユニット「どんぐりず」がライブを行う。観客もオリジナルアバターとしてライブ会場に入ること、現実空間では味わうことのできないメタバースならではのライブ演出や、アーティストの世界へ没入する新たなライブ体験の提供を目指す。

同実証実験は一般募集による100名限定(抽選)で開催予定。メタバース上での音楽ライブにおける芸術表現技術(演出/パフォーマンス/空間設計/音響)や、メタバースへの大規模同時接続時の動作検証を行う。

凸版印刷が、実証全体の企画/会場の制作/演出エフェクトの制作・ディレクション「どんぐりず」・ユーザーのアバターデザイン/文化・芸術領域向けメタバース基盤開発を、JVCケンウッドが「どんぐりず」の3Dモデルの制作/提供を担当する。(22.2.25)

MOBILE

ソフトバンク 5G人口カバー率 85%超まで拡大

ソフトバンク(株)(東京・港区)は、22年1月末時点で5Gの人口カバー率が85%超に、基地局数が2万3,000局超になったことを発表した。

ソフトバンクは、政府が掲げる「デジタル田園都市国家構想」の実現に向けて、5Gの基地局の整備を加速させるとともに、都市と地方での一体的な整備を進め、22年春ごろに5Gのネットワークの人口カバー率90%を目指している。また、全国のイベント会場や商業施設などでのエリア対策も進めている。(22.2.4)

HARDWARE

Dejeroの新モデル EnGo 265が 2月から発売開始

(株)朋栄(東京・渋谷区、清原克明社長)が国内総販売代理店をしているDejero Labs Inc.(カナダオンタリオ州ウォータールー)は、さまざまな場所で配信する必要のある報道や各種中継用途向けに、モバイルトランスミッターの新モデル「Dejero EnGo 265」を発表した。

「EnGo 265」は、小型で内蔵バッテリーを搭載したモバイルトランスミッター「EnGo 260」の後継機。国内では2月から発売を開始。価格は210万円(税別)。

Dejeroは、「EnGo 265」において、放送およびメディア市場向けの新機能を追加した。従来モデルの「EnGo」よりも低遅延となる0.5秒を実現しながら、伝送時のビデオストリームのAES256暗号化に加え、セキュリティを強化したLinux OSとハードウェア認証するための暗号化プロセッサを搭載し、伝送時のセキュリティを強化

した。また、ワイヤレスブロードバンドインターネット接続用の新しい「GateWayモード」を搭載。

「EnGo 265」には新しいバックアップが提供され、有線リモコンが使用可能となる。これにより、カメラマンはライブストリームの開始/停止を簡単に操作でき、ステータスを監視可能になる。

「EnGo 265」は、DejeroのSmart Blending Technologyにより、複数のネットワーク接続と同時に、変動する帯域幅、パケット損失、それぞれの接続における遅延差をリアルタイムに管理しており、今回、アルゴリズムを強化することにより、接続が困難な環境での信頼性をさらに向上させた。複数の携帯回線接続から受信側の映像表示までの遅延が0.5秒と短くなり、スタジオから取材レポートへのトークバックも、より自然な会話が可能になる。

「EnGo 265」に新たに搭載されたGateWayモードは、複数の回線をブレンドすることで得られる高速インターネット接続環境を現場に提供する。固定回線接続と同等の信頼性とスループットを提供し、ライブ伝送とインターネットゲートウェイ機能を単一デバイスに統合している。多くの取材現場やリモート制作では、複数の通信事業者の携帯回線接続が利用されるが、「EnGo 265」は必要に応じて衛星接続を利用することもできる。GateWayモードにより「EnGo 265」は、ブロードバンドアクセスポイントとして機能し、現場での情報収集に必要なインターネットアクセスや、クラウドサービスへのアクセスを可能にする。これにより取材/撮影チームは、大きなファイルを確実に、安全に、迅速に転送でき、メディア管理システムや報道システムへのアクセス、ソーシャルメディアでのコンテンツ公開が可能になる。(22.2.17)

Amazonとヤマダ Amazon Fire TV搭載 スマートテレビを発表

Amazonと(株)ヤマダホールディングス

(群馬・高崎市、山田 昇会長 兼 社長CEO)は2月17日、両社の全面的な協力に基づき開発された、日本国内初となるFire TV搭載スマートテレビの予約販売を開始したことを発表した。

同製品は、Amazonのストリーミングメディアプレーヤー「Fire TV」を搭載し、地上波・BS・CS・4Kの視聴だけでなく、Amazon Prime Video、YouTube、Netflix、Hulu、TVer、ディズニープラス、ABEMA、DAZNなど、豊富なストリーミングサービスによる45万以上の映画作品やテレビ番組のエピソードが楽しめる。

ホーム画面から好みに応じたコンテンツを直感的に選び、視聴することができる。家族一人ひとりのプロフィールを最大6名分まで作成することができ、それぞれが見ていたコンテンツの続きを簡単に再生したり、チャンネルをお気に入り登録したり、ウォッチリストに登録することが可能。

4K液晶テレビとHD液晶テレビの4機種で展開し、ヤマダホールディングスグループが独占販売権を有する「FUNAI」ブランドとして、ヤマダホールディングス限定で販売を開始。2月17日よりAmazon.co.jp上の(株)ヤマダデンキにて予約販売を開始し、3月5日(土)より全国のヤマダホールディングスグループ店舗、ヤマダウェブコムにて、順次販売および出荷開始を予定している。

43インチ、50インチ、55インチの4K液晶テレビはすでに発売開始。32インチHD液晶テレビは、4月末より店頭販売・出荷開始を予定している。(22.2.17)

OTHERS

HIKKY シリーズA資金調達を 70億円で完了

(株)HIKKY(東京・渋谷区、舟越 靖代表取締役)は、(株)メディアドゥ(東京・千代田区、藤田恭嗣社長)を引受先とした第三者割当増資により、シリーズAのセカン

クローズにて5億円を調達したことを発表した。同時に、両社は22年1月18日に資本・業務提携を締結している。

今回の調達により、シリーズAラウンドでの調達総額は、21年10月におけるNTTドコモを引受先としたファーストクローズの65億円を含め70億円で完了した。HIKKYはこの資金を、自社で開発するスマートフォンおよびPCブラウザ上で動くVRコンテンツ開発エンジン「Vket Cloud」を中心としたVR関連サービスの開発体制の強化、同エンジンを用いたオープンメタバースの開発・運営、バーチャルマーケットやVket Cloudを含むVRサービス事業の国内外への拡大、新規事業であるVRコンサルティング業務、組織基盤強化などに充てる方針。(22.2.8)

びあ総研

21年の音楽ポップス 興行規模ランキング公表

びあ総合研究所(株)(東京・渋谷区、吉澤保幸代表取締役)が、21年の音楽ポップスの興行規模に関するランキングを公表した。

21年のライブ・エンタテインメントは、前年に続き新型コロナウイルスの影響を大きく受けながらも、さまざまな感染防止対策を講じ、人数制限を設けつつ、ドームやアリーナクラスの全国ツアーが徐々に開催された。また、感染状況を見ながらの長期にわたる全国規模のホール、ライブハウスツアーも再開された。そのような中、21年の音楽ポップス年間興行規模ランキング1位となったのは、デビュー10周年を迎えて、ドームツアーを開催した三代目J SOUL BROTHERS from EXILE TRIBE。2位は総勢6グループ52名が総出演のツアーを行なったEXILE TRIBE、3位は、2020年デビュー15周年を迎え、本来一昨年開催予定だったグループ史上最大規模の15周年記念ドームツアーを振替開催したAAAがランクインした。5位のSexy Zone、6位のSnow Manをはじめとするジャニー

ズ事務所所属グループは、1日複数回公演で全国アリーナツアーを開催するなど、精力的なライブ展開を行なった。LDH JAPANやジャニーズ事務所所属アーティストがランキングの上位を占めるなか、結成21周年を迎えたUVERworldや、結成30周年のL'Arc〜en〜Cielなどベテランのバンド勢もランクインしている。

来場者の属性での興行規模ランキングでは、男性来場者別1位はAAA、以降EXILE TRIBE、三代目J SOUL BROTHERS from EXILE TRIBE、UVERworld、乃木坂46となり、女性来場者別では1〜3位までは総合順位と同様、以降はSexy Zone、Snow Manと続く。属性別TOP3に関しては、男女差で総合順位と大きな変化はないものの、男性来場者別で9位に櫻坂46(総合30位)、10位に矢沢永吉(総合29位)がランクインするなど、男性客層が多くみられるアーティストが総合順位を大幅に上回る結果となっている。(22.2.8)

「CEATEC 2022」開催発表 3年ぶりに幕張メッセで開催

(一社)電子情報技術産業協会(綱川智代表理事/会長、JEITA)は、10月18日より4日間、幕張メッセ(千葉・千葉市)およびオンライン会場にて「CEATEC 2022」を開催することを発表した。

2000年の第1回開催以来、テクノロジーの革新がもたらす未来社会を発信する場として歴史を積み重ねてきた同展示会は、20年、21年と2年連続で完全オンラインにて開催したが、今年はオンラインならびに3年ぶりの幕張メッセでの対面による開催を予定している。出展募集は2月22日10時より申込受付を開始、優先申込期限は4月28日まで。

CEATECは「経済発展と社会課題の解決を両立する『Society 5.0』の実現を目指し、あらゆる産業・業種の人と技術・情報が集い、『共創』によって未来を描く」を開催趣旨に掲げ、毎年10月に開催している総合展示会で、今年は新企画「パート

ナーズパーク」を新設、テーマに「デジタル田園都市」を掲げ、未来社会を体現する「共創」エリアとして展開する。

幕張メッセ会場ではパートナーズパークに加え、トータルソリューションエリア、スマート×インダストリーエリア、キーテクノロジーエリア、スタートアップ&ユニバーシティエリアの計5つのエリアで展示エリアを構成する予定。(22.2.15)

プラットイーズ 「梓ファインダ」と連携 広告素材問い合わせサービス 開始

(株)プラットイーズ(東京・港区、瀧一郎社長)と(株)プラットワークス(東京・江東区、村松俊昭社長)は、2月21日より「梓ファインダ」と連携した「広告素材問い合わせサービス」の提供を開始した。

同サービスは、広告会社ができるだけ改稿などの手戻りを発生させずに投稿できるようにするための事前問い合わせサービス。テレビ広告出稿が未経験の広告会社でも、出稿予定の素材に関して必要事項や準備に関する問い合わせを行い、スムーズに投稿するための確認ができる。

(株)ビデオリサーチが提供している「梓ファインダ」を利用している広告会社から、プラットイーズのCM審査支援システム「ADCoA」(アドコア)を経由し、問い合わせをすることができる。同サービスにおける広告表現を含めた事前問い合わせにより、広告会社の広告素材の確認作業の軽減が期待できる。(22.2.21)

MONET 群馬県沼田市内全域で AIデマンドバス運行開始

群馬県の沼田市(横山公一市長)は、MONET Technologies(株)(モネ・テクノロジーズ、東京・千代田区、宮川潤一社長、以下MONET)の配車システムや予約アプリ

リなどを活用したAIデマンドバスの運行を、3月25日から沼田市内全域で開始する。

現在定時定路線型で運行しているバス（愛称:「ぬまくる」）を、日中（9～17時、日曜・祝日を除く）の時間帯は市内の500カ所に設置した停留所をデマンド型で、それ以外の通勤・通学利用が多い朝・夕の時間帯は従来通り定時定路線型で運行する。これにより、市民の移動の利便性向上と、市内の交通空白地域の解消を目指す。なお、運行開始から約1年間は実証実験と位置付け、運行により得られた実績や利用者のニーズを踏まえてAIデマンドバスの改

善を行い、その後も運行を継続する予定。

沼田市では、市民の移動を支えるために、路線バス（10路線）を委託運行しており、利用者の需要に応じて運行経路の見直しやダイヤ改正などに取り組んできた。このたび、公共交通のDXを推進し、市内の移動のさらなる利便性向上と交通空白地域の解消を図ることを目的に、市内全域でAIデマンドバスの実証実験を行うこととなった。

今回の実証実験では、市内をAエリア（旧沼田市）、Bエリア（白沢町、利根町南部）、Cエリア（利根町北部）の3つのエリアに分けて、各エリア内を移動可能なAIデ

マンドバスを運行する。利用者は、同一エリアの停留所間であれば、一律の運賃で自由に移動することが可能になる。また、MONETの配車システムにより、予約状況に応じて最も効率的なルートで運行することができる。

利用者は、MONETが提供するスマホアプリまたは電話で乗車を予約することが可能で、運行データを集積して可視化するツールを導入し、利用者の多い季節や時間帯、場所といった市民の移動需要を把握することで、バスの運行の最適化に加え、道路計画などのまちづくり施策への活用を図る。（22.2.21）

B

TOPIC

あっとほおむカフェ 過去最大規模の新店を秋葉原にオープン

秋葉原・大阪でメイドカフェ「あっとほおむカフェ」を運営するインフィニア（株）（東京・千代田区、深沢孝樹代表取締役）は、2月に新店をオープンした。新店はAKIBAカルチャーズZONE（千代田区外神田1-7-6）の5階に位置しワンフロアをふたつの店舗スペースに区別し総合受付を設けるなど、過去最大規模の客席数を持つフラッグシップ店舗となる。

あっとほおむカフェは、04年8月にドン・キホーテ秋葉原店ビルの5階に1号店を開業し、以来17年にわたり運営。今回の新店で国内9店舗、秋葉原では7店舗での展開となる。

新店はピンクを基調とし、細部に至るまで「萌え」を十分に体験できる空間を演出。また、アフターコロナにおける海外観光客の増加を見込み、観光拠点となるべくさまざまな趣向を凝らした内装となっている。



運営会社のインフィニアは実店舗以外にもさまざまな展開を行なっている。2020年には店舗を持たず世界各地からオンラインでお給仕体験ができる仮想空間でのメイドカフェ「バーチャルあっとほおむカフェ」サービスを開始。また、親会社である（株）スペースシャワーネットワーク（東京・港区）とのタッグで、出張メイドカフェも実施している。これまでも（株）ケーブルメディアワイワイ（宮崎・延岡市）が2020年2月1日に延岡



可愛く、健気で、真心こもったおもてなし

総合文化センターで実施したポップカルチャーイベント「ワイワイポップカルフェス」に出張開店したほか、21年11月には、ケーブルテレビ佐伯が主催するイベント「CTS感謝祭2021 佐伯がイチバン★」にて限定オープン。海外でもその名が知られる日本を代表するメイドカフェの限定オープンだけに、両イベントとも長蛇の列ができるほどの盛況ぶりだったという。



ピンクをベースに「萌え」な空間



かわいいスイーツも



アツと @いう間の “鯛とホタルイカのカルパッチョ”

3月と聞いただけで春の兆しを感じられてワクワク気分ですね。スーパーマーケットには春の食材も続々出始めてきて、「さあ、これから!」という気持ちが高まります。

今回はそんな春気分を、味でも目でも堪能できる料理をご紹介します。

なお、ここでご紹介するドレッシングは、紫玉ねぎのアントシアニンが、お酢でピンクに発色して美しい上にどんなサラダにも使える万能ドレッシング、作っておくと冷蔵庫保存で半月は持ちますので、お試しください。



作り方

①ピンクドレッシングを下の要領で作り、冷やしておく。

ア) 紫玉ねぎは大きめにざく切りにしてフードカッターに入れ、そこにお酢を加え、粉碎する。

イ) その後、サラダオイル、塩、砂糖、コショウを加えてもう一度トロリとするまで攪拌すればできあがり。

*まずお酢を加えて粉碎し、その後オイルを加えるときれいなピンクに発色する。

②ホタルイカは、目を取り除き、軽く塩を振ってから冷たい水で洗って、水を切っておく。

③鯛は5mm厚さぐらいのそぎ切りにし、皿に盛り付け、ホタルイカも散らす。

④ドレッシングを散らしかけ、青みを飾り、粗みじん切りにしたパプリカも適宜散らす。

⑤あれば、バルサミコ酢やエキストラバージンオイルをところどころに散らすと、味のアクセントになる。



大きめにざく切った紫玉ねぎをフードカッターで攪拌



きれいなピンク色のドレッシングが出来上がり

材料(4人分)

刺身用鯛(あれば桜鯛〜柵取りのもの)・・・300〜320g

ホタルイカ・・・16尾程度

三つ葉や青みの野菜(ここでは出始めたカラスノエンドウを使用)・・・適宜

パプリカ・・・1/6個

【ピンクドレッシング用材料】

紫玉ねぎ・・・50g

酢・・・50cc

サラダオイル・・・100cc

塩・・・小さじ1/2

砂糖・・・小さじ1/2

コショウ

【その他】バルサミコ酢・エキストラバージンオリーブオイル・エディブルフラワー(食用の花)

《調理時間》20分



ワンポイントアドバイス

- ホタルイカは目を取り、塩を振りかけて冷水で洗うことで、生臭みが取れておいしくなり、食べやすくなります。
- ドレッシングはきれいなピンク色にするために、まずお酢から加えて粉碎しましょう。

「ラクールcooking」は今号で終了となります。誰でも簡単に、アツという間に作れる簡単レシピをご紹介してきましたが、どれぐらいチャレンジしていただけたでしょうか。コロナ禍でのうち時間、是非ラクールcookingでお料理の腕をふるってくださいね。吉原ひろこ



PROFILE 吉原ひろこ Yoshihara Hiroko 料理研究家・学校給食研究家

長崎県生まれ。伊賀上野ケーブルテレビの人気料理番組「ハッピーGASでcooking」を20年間担当、現在も継続中。「スーパー料理講座」を主宰。楽に作れてクールな料理と、器使い、テーブルコーディネートが人気。そのほか「食」をテーマとした執筆や講演活動など多数。全国400校の学校給食を食べ歩き、10年間朝日新聞(大阪版)に連載。主な著書に「吉原ひろこの学校給食食べ歩き1〜4」(サマガ・ビー・アイ刊)、「子育てがラクになるクッキングセラピー」(家の光協会刊)など。



ホームページ



Facebook

2021年10月15日発行

最新版「ケーブル年鑑2022」

好評発売中！

全国主要ケーブルテレビ299局の最新データ&関連資料掲載
創刊31年の実績を誇る、ケーブル関係者の必読本！



会社概要・加入状況・システム概要・放送&通信サービスなどの他、最新のデジタル化状況を加えた各局の詳細データ掲載

「全国主要ケーブルテレビ局の事業概要」

HDチャンネルも充実、番組供給事業者の概要

「プログラムサプライヤーファイル」

メーカー、商社、コンテンツ配信会社、MSOなど関連企業の概要

「ケーブルビジネスファイル」

グラフ+データで見る日本のケーブルテレビマーケット

「CABLE DATA」

■総務省のケーブル施策 ■日本ケーブルテレビ連盟・日本ケーブルラボ・日本CATV技術協会・衛星放送協会活動報告 ■国内メディア動向レポート ■海外メディアレポート ■資料編(関連団体一覧/CABLE DATA 2022/導入チャンネル一覧/ケーブルテレビ局キャラクター紹介/全国コミュニティFM一覧等)

●A4サイズ 440ページ ●定価/15,400円(税込・送料別)

『CD-ROM版 ケーブル年鑑2022』

■全国主要ケーブルテレビ局の事業概要(Excelデータ)
■ケーブルテレビ局導入チャンネル一覧(Excelデータ)
■全掲載ページ(PDF)

*Excelデータで独自の統計
が自在です
●定価:30,000円
(税込・送料別)

発行:サテマガ・ビー・アイ(株) 〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-13-2 ドミノビル5F
お問い合わせ・お申し込みは order@satemaga.co.jp TEL.03-6280-3423 まで

『ケーブル年鑑2022』申込書

FAXでもお申し込みいただけます。FAX.03-6280-3424

『ケーブル年鑑2022』(定価15,400円/税込・送料別)

注文部数 冊

『CD-ROM版 ケーブル年鑑2022』(定価30,000円/税込・送料別)

注文枚数 枚

『ケーブル年鑑2022』『CD-ROM版 ケーブル年鑑2022』(セット価格38,000円/税込・送料別)

注文数

お名前(フリガナ)

E-mail

勤務先

部署名

送付先住所(勤務先・自宅) 〒

TEL. ()

FAX. ()

請求書送付先名(書籍の送付先と異なる場合はご記入ください)

TEL. ()

請求先名

請求先住所 〒

FAX. ()



月刊 B-maga 2022年3月号

第21巻 第3号 通巻238号
2022年3月10日発行
Monthly B-maga, March issue
2022, Vol.21 No.3

発行元 サテマガ・ビー・アイ(株)
編集・制作 月刊「B-maga」編集部

〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-13-2 ドミノビル5F
TEL.03(6280)3423
FAX.03(6280)3424
order@satemaga.co.jp (販売)
http://www.satemaga.co.jp

価 格 1,987円(税込)
1年間購読料 23,400円
(年間12冊/送料弊社負担)
半年間購読料 11,700円
(6冊/送料弊社負担)

*バックナンバー及び海外からのご注文は送料実費
1-year subscription price:23,400yen
half-year subscription price:11,700yen
and postage (outside Japan).
Please send subscription order by Fax or e-mail.

発行人 一瀬悦子
編集ブレーン 長瀬博之、猪股英紀
編集人 池和田一里
編集担当 田中絵美子、村岡奈摘、加瀬郁美
編集協力 セス・リームス(Seth A. Reames)
広告・企画営業 渡辺将史
アートディレクター 石垣智香
DTP 武田絵里
印刷・製本 (株)帆風

無断転載禁止
©B-maga 2022 All rights reserved

【おことわり】

- 定期購読をお申し込み後、期間途中でお客様のご都合で解約される場合は、購読料の返金は致しませんので、充分ご検討の上、お申し込み下さい。
- 定期購読期間が終了する際は、最終号の発送前に、継続用のご案内書と請求書を別便でお送りします。ご継続いただける場合は、お振込み下さい。なお、中止の場合はお手数ですが、お電話かEメールでご連絡いただくか、同封の連絡用紙に中止の旨をご記入いただき、FAXして下さい。
- 月刊「B-maga」は、毎月10日発行で、ご購読者の皆さまにご郵送させていただきますが、郵便事情等によりお届けが遅れる場合もございますので、よろしくご了承下さいますようお願い致します。

編集後記

■ロシアのウクライナに対する軍事侵攻が続いている今、季節は目の前の春を告げようとしているが、気持ちが浮き立つような状況にはなかなかない。新型コロナも第6波、7波だのと新しい変異株も登場し、いまだ感染拡大が収まらず、沈む気持ちをさらに後押しする。ウイルスが、そして戦争が、理不尽にも人の命を奪っていく。想像もしたくないが、これから先どんな「非日常」が追加されていくのだろう。さほどの危機感もなく、安穩と過ごしていた日々を思い出す。いわゆる私も「平和ボケ」している一人だということをつくづく実感する。そして、この時期になると鮮明に思い出す東日本大震災…、あれから11年。復興庁も設置され、さまざまな取り組みが行われているが、まだまだ完全復興とまでは言いきれない。この先も年月とともに薄れることなく、「あの日」を忘れずに覚えておかねばならない。(一)

■東日本大震災から11年。画面を通して、変わり果てた東北の景色を目にした時の衝撃は、今も心に強く残っている。その光景は、衛星やインターネットを介して世界中に届き、「悲しみ」と「支援の輪」が広がった。そして今、画面を通して、ウクライナの惨状が駆け巡り、世界中に「怒り」と「不安」をもたらしている。これは天災ではなく、人間が起こしている大罪である。日本が震災からようやく立ち直りかけている2022年3月、世界の別の場所で行われている惨状を見るのは辛い。1日も早く平和的に解決することを願うばかりである。(田)

■約2年、新型コロナウイルスに脳内まで浸食される思いで過ごしてきた。世界が平穏な日常を渴望しているときに起きた、ロシアによるウクライナ侵攻に怒りを覚える。大統領も市民もSNSを駆使してロシアの侵攻に反発している。「ペン」は剣よりも強い」と言うが、テクノロジーが時代を変えた。武力がSNSの発信力に屈する結末を期待する。緊迫した情勢に触れた後に他愛もない話題で恐縮だが、両親が『クラシックTV』にハマっている。人気ピアニストの清塚信也氏がMCを務めるEテレの音楽番組だ。2人はリモコン操作を何度教えても覚えなくて、自動録画を設定。だから番組が何曜日の何時放送なのか誰も知らない。実家に帰る度、撮りためたものを1話ずつ見せる。そのペースが最新回を視聴するのにちょうど良かった。しかし先日は、最新回を視聴した翌日に、父がまた番組視聴を所望してきた。おねだりをすれば、魔法のように『クラシックTV』の最新話が視聴できると思っているらしい。(村)

■新型コロナウイルスにやられ続けて2年。飲食店や旅行業をはじめ、さまざまな業種が大打撃を受け続けている。人手不足&品不足と苦しい環境のなか、これから物価高騰の波が押し寄せてくる…。解消されたが、ファーストフード店のポテトも販売制限された。先日、種イモを購入しに園芸店に行ったが、お目当てのキタアカリの種イモが見当たらない。店員にキタアカリの種イモはないか聞くと、「コロナ禍で流通量が減り、入荷した分は先日で完売」とのこと。なるほど…。いや、まてよ。コロナ禍で種イモが減るってどういうロジック。飲食店が通常営業できないためにジャガイモの生産量が押さえられ、それに伴って種イモの生産量も減少…ということか。うーん。『カムカムエヴリバディ』の大山錠一郎が20年以上働いていない“謎”よりは、謎ではないけどモヤモヤする。コロナ禍、ロシアのウクライナへの軍事侵攻と世界中がモヤモヤすることばかり。晴天はいつ訪れるのだろうか。(池)

月刊「B-maga」編集部スタッフが、気になるニュースや取材の実況、記事にはできない(?)情報など、日々発信しています。フォロー&“いいね”よろしくお願いします。
http://twitter.com/#!/B_maga <https://www.facebook.com/satemaga/>

定期購読のすすめ

お申し込みいただいた号から1年間(12冊)、もしくは半年間(6冊)、毎月直接お手元にご郵送致します。次のいずれかの方法でお申し込み下さい。

■お電話でお申し込みの場合 TEL.03(6280)3423

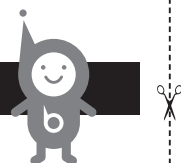
当社へお電話いただいて、お客様のご住所、会社名(会社にてご購入の場合のみ)、お名前、電話番号、Eメールアドレス、購読開始ご希望号数、部数をお伝え下さい。

■FAXでお申し込みの場合 FAX.03(6280)3424

本誌巻末の「購読オーダーシート」に必要事項をご記入の上、FAXでお送り下さい。

■インターネットでお申し込みの場合 <http://www.satemaga.co.jp>

当社のホームページにアクセスしていただく、定期購読お申し込みのコーナーがあります。必要事項をご記入の上、送信して下さい。
上記のいずれかの方法でお申し込みいただきましたら、請求書(振込み用紙付き)を同封の上、ご希望の号をすぐにご郵送させていただきます。



FAX.03-6280-3424

●サテマガBI販売部宛

ホームページからお申し込みいただけます。→<http://www.satemaga.co.jp>

ご注文内容

●月刊『B-maga』定期購読 ※直接購読の方には、デジタル版をサービス致します

☐ 1年間 (23,400円/送料無料/週1回メール配信ニュースをサービス)

月号 から購読開始・各部 希望

☐ 半年間 (11,700円/送料無料/週1回メール配信ニュースをサービス)

月号 から購読開始・各部 希望

●月刊『B-maga』個別購入

月号 を各部 希望 (1部1,950円+送料)

デジタル版 月刊『B-maga』(2015年7月号より)をご希望の方は、オンライン書店「Fujisan.co.jp」へお申し込み下さい

●『ケーブル年鑑2022』(2021年10月15日発行)

部 希望 (15,400円+送料)

●CD-ROM『ケーブル年鑑2022』(2021年10月15日発売)

部 希望 (30,000円+送料)

●セット販売『ケーブル年鑑2022』本誌(1部)本+CD-ROM(1部)

セット 希望 (38,000円+送料)

●『衛星通信ガイドブック2021』(2021年7月30日発行)

部 希望 (1,900円+送料)

●『衛星通信ガイドブック2020』(2020年7月31日発行)

部 希望 (1,900円+送料)

●『衛星通信ガイドブック2019』(2019年6月30日発行)

部 希望 (1,900円+送料)

サテマガBOOKS

●『ケーブルテレビと私 昭和・平成・令和三代回顧録』吉崎正弘著 (2021年7月27日発行)

部 希望 (1,980円+送料)

●『メディア融合時代到来!「コンテンツ至上主義」視聴者が「選ぶ」メディアは?』(2016年12月25日発行)

部 希望 (2,420円+送料)

●『宇宙の衛星に魅せられて~30年の回顧録~』神谷直亮著 (2015年10月27日発行)

部 希望 (1,833円+送料)

●『デジタルショック2009~201X年生き残るテレビ局はどこか』天地 諒著 (2009年6月15日発行)

部 希望 (1,800円+送料)

●『ケーブルテレビ 未来の記憶 改訂版』佐野匡男著 (2008年4月1日発行)

部 希望 (1,500円+送料)

ケセラBOOKS

●『住民ディレクター追走25年史!! 凡人力の群像』(2021年4月1日発行)

部 希望 (1,000円+送料)

●『地域と共に生きる—2011.3.11東日本大震災から3年 気仙沼ケーブルネットワークの軌跡を綴る』(2014年7月31日発行)

部 希望 (1,018円/送料無料)

●『食べる言葉』吉原ひろこ著 (2014年1月31日発行)

部 希望 (979円+送料)

●『学校給食 食べ歩記4 —中学校の給食現場ほか』吉原ひろこ著 (2012年3月11日発行)

部 希望 (1,600円+送料)

●『ロマンスの胎盤』腹肉ツヤ子著 (2008年1月1日発行)

部 希望 (1,320円+送料)

●『町の声はウソ』福田 淳著 (2006年10月25日発行)

部 希望 (1,320円+送料)

お送り先

※お送り先がご自宅の場合は、会社名をご記入いただくなくて結構です。

住所 〒

会社名

部署名・役職

お名前

ふりがな

TEL.

FAX.

メールアドレス

※月刊『B-maga』定期購読をお申し込みいただいた方に限り、メール配信ニュース(週1回程度・無料)をサービス致します。ご希望の方は必ずメールアドレスをご記入ください。

【個人情報について】

●弊社では、お客様からご提供いただいた個人情報は、その全部または一部を、以下のような目的で利用させていただきます。

①ご注文いただいた書籍の販売・発送業務など、購読管理に使用するため ②お申込みいただいた書籍類に関して、欠かせない確認やご案内のため ③皆様の個人を識別することができない形で統計的に処理し、今後の事業の参考データとするため・新刊案内など、お客様のお役に立つであろうお知らせをするため

●個人情報は、以下のいずれかにあてはまる場合を除き、いかなる第三者にも開示いたしません。

①お客様のご同意がある場合・統計データとして開示する場合 ②書籍の発送業務など利用目的の達成に必要な範囲内において、個人情報の取り扱いを第三者に委託する場合 ③その他法令などに基づき開示する場合

●個人情報は、紛失、破壊、改ざん、漏えいなどを防止するため、適切なセキュリティ対策を講じ、適正な保護管理を行います。

●個人情報は、お客様からご自身の個人情報について、確認・訂正・変更・削除を希望される場合には、お客様ご自身であることが確認でき次第、登録情報について速やかに対応します。

ただし、弊社は、現在、ご注文を承った皆様の個人情報を保有していますので、個人情報の確認・訂正・変更・削除できるものは、現在保有している個人情報に限られますのでご承知おきください。

ありがとうございました。ご不明点等ございましたら、右記までお問い合わせください。 ■サテマガBI/TEL.03(6280)3423 ■販売に関するお問い合わせ/order@satemaga.co.jp

バックナンバーをご希望いただく場合は、本誌P72の「購読オーダーシート」をご利用ください。
お電話、インターネットでも受け付けています。詳しくはP71をご覧ください。

21年3月号 (3/10発行)



- 2020年の有料放送&動画配信を総括
—コロナ禍で何が起ったか—
- 東日本大震災から10年
被災地のケーブルテレビが見つめる未来
日本ケーブルテレビ連盟 東北支部/
三陸ブロードネット/
気仙沼ケーブルネットワーク

21年4月号 (4/10発行)



- オンラインライブ最前線
ロフトプロジェクト/MUSIC/
SLASH/フラッグ
オンラインライブプラットフォーム一覧
- グローバルニュースチャンネルのコロナ報道
BBCワールドニュース/CNNj
- Special Topics
時代劇専門チャンネル

21年5月号 (5/10発行)



- ケーブルテレビのDX (前編)
【対談】ケーブルメディアワイワイ×
コミュニティネットワークセンター
【インタビュー】伊那ケーブルテレビ
ジョン/ジュビターテレコム
ケーブルテレビ局アンケート調査結果
- ケーブルテレビ2021
「ケーブルコンベンション2021」&「ケーブル技術ショー2021」

21年6月号 (6/10発行)



- ケーブルテレビのDX (後編)
TOP INTERVIEW ケーブルテレビ
高田光浩 代表取締役社長
【鼎談】長崎ケーブルメディア&中海テレビ
放送&古川柳子氏 (明治学院大学教授)
【対談】秋田ケーブルテレビ&とらぎ衛星通信テレビ
【対談】ICTVマイル劇場&伊万里ケーブルテレビ
ケーブルテレビ局アンケート調査結果 (後編)

21年7月号 (7/10発行)



- 広がる、広げる、
地方創生プロジェクト
総務省/吉本興業ホールディングス/
LIFULL
- 「ケーブル技術ショー2021」
注目展示レポート
- Featured Solution
パナソニック

21年8月号 (8/10発行)



- スポーツ専門チャンネル トップインタビュー
コンテンツ戦略&放送外事業への取り組み
GAORA SPORTS/J SPORTS/スカイ
A
【関連TOPIC】
WOWOW「WHO I AM」/
スポーツ系メディア一覧
- Special Interview
(一社)日本ケーブルテレビ連盟 理事長 渡辺克也氏

21年9月号 (9/10発行)



- 地域のいのちとくらしを守る
防災・減災への取り組み
インターネット/データロード/シンク
レイヤ/ケーブルワン/イツコム/愛
媛CATV/日本気象協会/スカパー
JSAT/道の駅
- Special Topic
時代劇専門チャンネル

21年10月号 (10/10発行)



- ローカル5Gで社会課題を解決
Googlight/とらぎ衛星通信テレビ×
島田木材×NECネットエスアイ×
AZAPA/ローカル5G事例
- 通信・放送Week 2021
- Special Report「ディスカバリーチャ
ネル×国立天文台 presents 国立天
文台と学ぶ宇宙、そしてアルマ望遠鏡」

21年11月号 (11/10発行)



- ネット配信が拓く、メディアの未来
電通 電通メディアイノベーションラ
ボ/葉一 (教育YouTuber)/日本
放送協会「NHKプラス」/日本テレ
ビ放送網「日テレ系ライブ配信」/
Netflix
- Inter BEE 2021 直前特集

21年12月号 (12/10発行)



- データが強化された
CS/BSペイテレビ
Interview: 滝山正夫氏 衛星テレビ
広告協議会 会長
CS/BSペイテレビ 最新広告事例/
テレビ接触率 全国ペイテレビ調査
- Inter BEE 2021 Report
- ケーブルテレビの地方創生 (地域特産編)

22年1月号 (1/10発行)



- 2022年の展望 開発&開拓する力
安東高徳氏 総務省 情報流通行
政局 衛星・地域放送課 課長
今井 孝氏 NHK放送技術研究所 所長
石川雄三氏 JCOM (株) 代表取締役社長
谷中修吾氏 (一社) INSPIRE 代表
理事/BBT大学 経営学部 グロー
バル経営学科 学科長 教授

22年2月号 (2/10発行)



- 2022年の注目トレンド
(NFT) テレビ朝日&テレビ朝日メディア
アプレックス/(メタバース) HiKRY/
(動画配信) 野村総合研究所 (NRI)
/(宇宙ビジネス) Space BD
- Exclusive interview
映画「Ribbon」劇場公開記念
福田 淳氏 × 宮川朋之氏

2021年7月30日発行

最新版「衛星通信ガイドブック2021」

好評発売中！

日本で唯一の「民間衛星通信ビジネス」に特化した専門情報誌。
新しい衛星通信アプリケーションの紹介、衛星通信のビジネス利用事例、基礎解説から
海外動向など、衛星ビジネスに関わる方々には欠かせない必読本。



■ SPECIAL INTERVIEW

- 藤田宜治氏 スカパーJSAT(株) 宇宙事業部門 宇宙技術本部 宇宙システム技術部長
「Superbird-9調達契約をエアバスと締結」
- 高松聖司氏 アリانسスペース東京事務所代表/日本ロケット協会会長
「新たに求められる日本-欧州の架け橋としての役割」

■ 衛星ビジネス最前線

スカパーJSAT「衛星防災情報サービス」始動

■ TREND REPORT

この5年で急成長した日本の宇宙ベンチャー 石田真康

■ TOPIC

- 「宇宙旅行」ビジネス、2022年以降本格化
- クラーク記念国際高等学校「宇宙教育プロジェクト」始動

■ 衛星ビジネス最前線

- ソフトバンクの非地上系ネットワーク「NTN戦略」
- スカパーJSATとNTT、SDGs実現へ業務提携

以上のほか

- 衛星通信基礎解説 ■ 主な衛星通信事業者概要紹介 ■ 日本のBSとCS一覧
- 衛星関連ビジネス事業者一覧 ■ 衛星通信 最新利用事例紹介
- 衛星通信導入・ビジネス利用企業・団体一覧 等

●A4サイズ 60ページ ●定価／1,900円(税込)

発行:サテマガ・ビー・アイ(株) 〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-13-2 ドミノビル5F
お問い合わせ・お申し込みは order@satemaga.co.jp TEL.03-6280-3423 まで

『衛星通信ガイドブック2021』申込書
FAXでもお申し込みいただけます。FAX.03-6280-3424

『衛星通信ガイドブック2021』(定価1,900円(税込)+送料)

注文部数 冊

お名前(フリガナ)

E-mail

勤務先

部署名

送付先住所(勤務先・自宅) 〒

TEL. ()

FAX. ()

請求書送付先名(書籍の送付先と異なる場合はご記入ください)

請求先名

請求先住所 〒

TEL. ()

FAX. ()