

東京ビッグサイトにて6月末開催!

第6回 映像伝送 EXPO VCOM 2022

会期: 2022年6月29日[水]~7月1日[金] 10:00~18:00

会場: 東京ビッグサイト

主催: RX Japan株式会社 旧社名:リードエグジビションジャパン株式会社



840 製品を その場で「見て」「触れて」比較検討できます!



【出展製品】一部抜粋

- IP伝送装置
- リアルタイム映像伝送
- 動画配信サービス
- クラウドサービス/CDN
- コーデック
- 変調器/ブースター
- 分配器
- スイッチャー
- 信号発生器
- オシロスコープ
- 波形モニタ
- カメラテスタ など

来場登録はWEBにて受付中!

映像伝送EXPO

検索



展示会事務局
Tel: 03-3349-0599
E-mail: cbw-vis.jp@rxglobal.com

*出展社数、製品数は、同時開催展を含む2022年3月25日時点での最終見込み数字であり、開催時には増減の可能性があります。



「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。

 **HAMERS**

〒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

宅内工事の複雑な「予約」～「完工」のフローを、 「短工事システム」のみで完結！

アドバリューの「短工事システム」は

- ▶ 御社の業務フローに合わせた**カスタマイズ**が可能！
- ▶ **カレンダー機能**も付いて、誰でも簡単にスケジュールを確認！
- ▶ 予約状況や工事の進捗などを**ビジュアル的**に分かりやすく表示！
- ▶ 工事完了報告は現場から**スマホ**でスピーディーに伝達！

CATV事業者 営業

スマホから空き状態を確認し、工事の仮予約取得



アドバリュー 短工事システム



協力会社 事務

PCで工事の仮予約を確認、工事班のスケジュール(休暇等)を管理



CATV事業者 事務

PCで工事のスケジュールと進捗状況(発注・完工等)の確認



協力会社 工事班

スマホから担当する工事を確認し、完了報告を行う



【令和二年度第三次補正事業再構築補助金 助成事業】

CATV事業者 営業

アドバリュー Added Value. 工事予約システム

メニュー: 新規予約

カレンダー / リコメンド検索

検索条件

協力会社: (株)アドバリュー

区分: FTTH

種別: 現場調査(戸建)

時間: 1.5時間

エリア: 千代田区(神田・千代田・大手町)

地図 / GPS

カレンダー表示

<< 前の週 2022年3月 次の週 >>

曜日	月	火	水	木	金	土	日
日付	21	22	23	24	25	26	27
08:00	x	x	x	x	x	x	x
08:30	x	x	x	x	x	x	x
09:00	x	x	x	x	x	x	x
09:30	x	x	x	△	△	△	○
10:00	x	x	x	△	△	△	○
10:30	x	x	x	○	○	x	○

アドバリュー Added Value. 工事予約システム

選択したいエリアの青枠をタップしてください

千代田区(神田・千代田・大手町)

確定 キャンセル

CATV事業者 事務

アドバリュー Added Value. 工事予約システム

山田太郎 (2022/03/15 14:00)

予約 詳細 仮注 (予定) 工事 完了

予約番号	エリア	工事内容	予約日時	作業員	作業時間
A00000	千代田区	山田太郎	2022/03/15(水) 14:00	山田太郎	1.5時間
Z041254	千代田区	山田太郎	2022/03/15(水) 14:00	山田太郎	1.5時間
03-30110-0005	千代田区	山田太郎	2022/03/15(水) 14:00	山田太郎	1.5時間

千代田区(神田、千代田、大手町) 現場調査(戸建) 完了

山田太郎

2022年03月15日(水) 14:00

時間	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00
山田太郎							●					

資料のダウンロードは
こちらから

<https://www.addedvalue.co.jp/downloads/scms.pdf>



サテマガBIオンラインセミナー 5/27(金)



テレビ東京グループのデジタル戦略 1年未満で登録者35万5,000人を突破! YouTubeチャンネル「日経テレ東大学」が支持される理由

第12回オンラインセミナーは、「テレビ東京グループのデジタル戦略」と題して5月27日(金)に開催します。拡大を続ける動画配信市場をけん引するYouTubeは、今や国民の認知度90%超とも言われ、幅広い年代で視聴が常態化しています。事業戦略としてYouTubeを取り入れる企業が増える一方で、「効果的に運用できていない」というお悩みも聞こえてきます。テレビ局の場合、「放送を終えたコンテンツをYouTubeで公開するだけ」では、デジタルユーザーに寄り添ったサービスを提供することはできません。デジタル市場特有の手法を駆使して、チャンネル運営を成功させるには、どんな施策が必要なのでしょうか。

B-maga公式ツイッター



サテマガClass vol.12

◎Point 緻密なデジタル戦略設計でYouTubeチャンネルを成功に導く!

(株)テレビ東京コミュニケーションズ(TXCOM)と(株)日本経済新聞社によるYouTubeチャンネル「日経テレ東大学」は、開設から1年未満で登録者35万5,000人超を獲得し、多くのファンに支持されています。本セミナーでは、「日経テレ東大学」の事業責任者、遠藤哲也氏を迎え、デジタルユーザーを分析し尽くした驚くほど緻密なデジタル戦略設計について学びます。

第12回オンラインセミナー開催概要

タイトル	テレビ東京グループのデジタル戦略 ～1年未満で登録者35万5,000人を突破! YouTubeチャンネル「日経テレ東大学」が支持される理由～
日時	2022年5月27日(金) 16:00～17:00 ※質疑応答含む
講師	遠藤哲也 氏 (株)テレビ東京コミュニケーションズ(TXCOM) ビジネスプロデューサー
受講料	2名受講で3,300円(税込) ※ただし、1名で受講の場合も同一料金。割引等はなし。
内容	・YouTubeチャンネル「日経テレ東大学」は、開設から1年足らずで登録者約35万5,000人を獲得。全ては計算通りの展開、その緻密なデジタル戦略設計とは。 ・テレビ ⇄ デジタルは、ユーザーも戦略も全く別モノ。「テレビの強みをデジタルで活かす」は困難? ・コアターゲットは30～40代、プレないターゲット設計の解像度をいかに上げるか。 ・YouTubeチャンネルで成功するには定石を守るべし。ありがちな失敗とは? ・ひろゆき氏(2ちゃんねるの開設者)×成田悠輔氏(イェール大学助教授、経済学者)を起用したビジネストーク番組「Re:Hack(リハック)」がウケる理由。 ・放送局がYouTubeチャンネルで成功するために目指すべきこと。
対象	放送・通信関連事業者、ケーブルテレビ事業者、官公庁職員、動画制作事業者、動画視聴愛好者、YouTuber、アナリストなど

講師プロフィール

遠藤 哲也(えんどう てつや)氏 テレビ東京コミュニケーションズ(TXCOM) ビジネスプロデューサー IU 情報経営イノベーション専門職大学 客員教授

大学卒業後、西友商事にてリテール営業を4年間経験。金融業界を経て、2009年、DMM.comに移り事業部長としてデジタル転換を志向する同社で4事業を牽引。Anime、Game事業立ち上げや、戦略的M&A、PMIを主導。2016年、コンサルティングファーム Eggforwardに移り、組織戦略の構築支援に従事。2019年、立ち上げた会社を売却後、TXCOMに移り、ビジネスプロデューサーとして、「日経テレ東大学」の事業責任者を務める。メディア領域のアップデートをMissionとし、大企業の新規事業創出、出資業務、またベンチャー2社の戦略設計をCSOの立場で行う。



お申し込み・お支払いについて

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。
お申し込み確認後、事務局より請求書(PDF)をメールにてお送りいたします。

お申し込みQRコード



〈補足事項〉

サテマガBIオンラインセミナーは、Zoomによるライブ配信、アーカイブ配信に対応しております。当日ご参加いただけない場合、後日アーカイブ視聴用のURLをお送りいたしますので、リアルタイムで受講できない方も安心してお申し込みください。

※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。

放送局・自治体における デジタル・マーケティング 戦略

- 6 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
- 8 滋賀県長浜市
- 10 日経テレ東大学
- 12 宮崎ケーブルテレビ

Convention Report

- 28 「APSCCオンライン会議」 取材・文/神谷直亮

Special Report

- 22 スペシャキャラバン 青木信自の一人旅編
ニッポン元気プロジェクト
(株)ケーブルメディアワイワイ編(宮崎県延岡市)

2022

4

APRIL

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

- 14 放送ビジネスの政治経済学 ⑥0 文/音 好宏
- 16 メディア・リサーチ「テレビ70年を超えて①NHKドラマの挑戦」文/鈴木祐司
- 18 メディアまんだらげ ②36 「この戦争、何が狙いなのか分からない」取材・文/猪股英紀
- 24 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!)
- 32 アジア衛星TV最新情報 ②39 文/長瀬博之
- 34 日本で受信可能なアジア衛星TV一覧
- 40 Official Information
衛星放送協会 / スーパーJSAT / 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 / CRI
- 46 Information 新作映画紹介 & Convention
- 47 考えるメディア ②39 文/福田 淳
- 48 ワハハ本舗 喰始のエンターテイメントのツボとボツ ①53 文/喰 始
- 49 NEWS FILE 2022年2月28日～3月31日

DATA

- 30 CS-CHANNEL RANKING
- 55 定期購読のおすすめ
- 56 購読オーダーシート
- 57 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ペ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4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4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

ひかりTV オリジナルホラードラマ『闇部-REAL-』と連動したお化け屋敷、「事故物件あります」展開

(株)NTTぶらら(東京・豊島区、永田勝美社長)は、ひかりTVにて配信しているオリジナルホラードラマ『闇部-REAL-』と連動したお化け屋敷、「事故物件あります」を東京・池袋の「Mixalive TOKYO」にて3月11日～4月10日まで期間限定で展開した(入場料は1,100円(税込))。



『闇部-REAL』は、ホラー系Webメディア「闇部」の記者が闇の世界を取材し、その事実を突き止めていくストーリー(全5話)。横田真悠や伊藤健太郎が記者を演じ、さまざまな怪奇現象の真相を解明していく。3月4日から配信している。

今回のお化け屋敷は、ドラマの主人公になりきり、ドラマに登場するある物件に潜入していくというコンセプト。お化け屋敷は基本ネタバレNGが基本だが、記者が取材していくストーリーと絡めて、写真撮影可能エリアが設けられており、SNS等にアップすることができる。お化け屋



敷プロデューサーの五味弘文氏がプロデュースした。

動画による地方創生のカギは マーケティング戦略にあり

国内最大級の地方創生イノベータープラットフォーム「INSPIRE」を立ち上げた谷中修吾氏は、マーケティング技法を駆使した事業開発を専門とし、数々の企業や中央省庁・自治体のアドバイザーを務め、BBT大学 経営学部 グローバル経営学科 学科長 教授としてビジネス教育にも力を注いでいる。(一財)地域活性化センターが主催する「地域プロモーションアワード」で審査員を務め、地方創生デジタルマーケティングに精通した谷中氏に、自治体における動画プロモーションの在り方や留意点などを伺った。

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



PROFILE ビジネスプロデューサー／クリエイティブディレクター。静岡県湖西市出身。東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻卒。外資戦略コンサルティングファームを経て、現職。マーケティング技法を駆使した事業開発を専門とし、地方創生まちづくりのソーシャルスタートアップを数多く手がける。

プロモーションはあくまでも手段 一番大切なのは目的を認識すること

一企業や自治体による動画を活用したプロモーションが活発化しています。動画でマーケティングを成功させるために必要なこと、準備すべき事項について教えてください。

谷中:一番大切なことは、目的を認識することです。プロモーションはあくまでも“手段”です。自治体における地域プロモーションの目的は、定住人口、交流人口、関係人口(まちづくりサポーター、拠点オーナー、特産品購入者)の増加などに大別されます。まずは、これらの個別目的を認識することが大切です。

そして、プロモーションは、マーケティングの一部ですので、そもそもの目的を達成するためのマーケティング戦略の立案は必要不可欠と言えるでしょう。実際、明快な目的とマーケティング戦略がなければ、動画による地域プロモーションを展開しても、残念ながら効果はほとんど見込めません。

動画の活用は、マーケティングの実現施策である4P(Product, Price, Place, Promotion)内のPromotionに位置付けられ、さらにその中の一部です。ウェブ、SNS、DMなど多種多様なプロモーション手段の中で、動画という手段が注目されているという捉え方をしておく

とよいでしょう。

地域づくりの現場では、目的とマーケティング戦略にずれが生じていたり、プロモーションが目的になってしまっていることが大半です。動画による地域プロモーションと言うと総論賛成になりがちですが、そもそもの目的や、誰に何を訴求するのかを練らないまま動画制作に着手してしまうケースが多いと思います。

一数々の動画がネット上にあふれ、埋もれてしまうこともあります。ここの対処法などはありますか。

谷中:例えば、YouTubeに動画をアップしても、視聴される状態を構築しなければ、倉庫にモノを保管している状態と変わりません。動画コンテンツを制作した後、どのメディアを活用してどのように展開していくかを設計して実践する必要があります。ところが、地域プロモーションにおいて、このようなコンテンツ展開論が欠落しているケースが多々見受けられるのが実情です。

制作した動画を効果的に展開するためには、ターゲットがどのようなメディアを視聴しているのか、どのようなSNSを利用しているのかについて、明確に分析する必要があります。その

うえで、動画を格納・展開するメディアやSNSなどを選択し、必要な広告予算をかけてブーストしていきます。

コンテンツがよければ視聴してくれるという期待は幻想で、実際には意図的に広告費を投じて動画展開を図らなければ、そもそもターゲットにリーチすることすらできません。広告費ゼロ円で実現することも可能ですが、多くの場合は、起爆剤となる予算も必要なのです。

とはいえ、コンテンツ展開は仮説に基づいて行われますので、動画展開後に効果を検証していく必要があります。視聴回数はもちろんのこと、どの世代、性別、職業、どの居住エリアの人が反応しているかなどの計測データを検証し、そこからコンテンツの展開方法に修正を加えていきます。このように、制作・展開・検証という3つのプロセスは、動画によるプロモーションのグローバルスタンダードです。やり切れば、必ず効果が出ます。

一谷中さんは地域活性化センター「地域プロモーションアワード2021 動画大賞」(2021年11月発表)の審査員を務めています。アワードを振り返り、どのような印

象をお持ちですか。

谷中:自治体は、プロモーションの目的をひとつに絞ることが苦手で、観光・移住・特産品など、全ての目的を混在させて訴求しようとする傾向が見られます。しかし、全ての目的を同時に達成しようすると、全世代に向けて様々な価値を訴求していくこととなり、動画の内容が“まるっと”してしまいます。どんなにキレイな動画を制作しても、本来の目的設定が曖昧なままでは、その効果はほとんど期待できません。

目的をシャープにすると、自ずとターゲットが明確になり、そのターゲットに刺さる価値が鮮明になります。そうすると発信するコンテンツが明確になって、その人が見ている媒体において、どのように演出したコンテンツを、どのように展開するかが決まります。さわめてロジカルな取り組みです。アワードで受賞している作品は、このようなマーケティング戦略がよく練られていると感じます。

なお、自治体の動画プロジェクトは、業務委託が基本になることも意識しておく必要があります。自治体の担当者が、目的やマーケティング戦略を踏まえて業者をグリップできていないと、“映像制作が目的”である委託事業者が独自の解釈で勝手に自己表現を始めてしまいます。つまり、動画による地域プロモーションを実現するためには、自治体職員が動画プロデューサーになる必要があるのです。

一同アワードの「谷中修吾賞」は、滋賀県長浜市MV『We Want Ones-長浜市役所で働こう-』(P.8参照)でした。どのような点を評価されたのでしょうか。

谷中:長浜市の動画は、目的が明快、マーケティング戦略が適切、コンテンツが秀逸という、素晴らしい作品でした。地域づくりの担い手としての“市の職員募集”という明確な目的がありました。ターゲットも一般的なイメージとしてあるマジメな行政職員ではなく、“新しい地域づくりをやりたい人”、“楽しく地域づくりに携わりたい人”が意識されており、その層に刺さる作り方をしていると思いました。

今後、この映像による効果検証をされることと思いますが、おそらく長浜市の地域づくりに参加したいと、多くのUターンやリターンの方々に刺さったものと思います。市役所とヘビメタと

いう意外性のあるギャップとともに、縦揺れのリズムで地域づくりの魅力が訴求されているという突き抜け感が秀逸であることはもちろん、職員採用に直結するという“マーケティング上の評価が高い”取り組みです。また、プロモーション

施策では、ターゲットに対して行動を促すために、Attention→Interest→Desire→Actionというプロセスを想定しますが、本作品にはこのプロセスを一気通貫で実現できるポテンシャルがありました。

長浜市のようなゼロ円事例の増加で 新しい地方創生への道が開かれる

—長浜市の映像は、作詞・作曲から撮影・編集まで全て市職員が手がけたものです。このように自治体による自主制作の取り組みは多くあるのでしょうか。

谷中:長浜市のように、自治体職員が自ら予算ゼロ円で動画プロモーションを手掛ける例は極めて少数ですが、徐々にその風土が生まれてきている印象があります。

一般的に、自治体における自主制作は、予算執行のスキーム上、完全にゼロ円でなければ遂行しにくいのが実情です。予算をつけるとなると、税金を使うこととなりますので、職員が楽しみながら好き勝手に動画を作るというわけにはいきません。そのため、予算付きの場合は、外部委託が基本となるわけです。

しかしながら、職員が予算ゼロ円で地域活性化に取り組みたいということならば、話は変わってきます。自治体の長や部門の上長がOKと言えば議会を通す必要もなく、広報の一環・地域づくりの一環として即断即決でローンチできます。外部委託することもないので、目的を明確にし、マーケティング戦略を意識して制作できれば、高い機動力をもって動画プロモーションを手掛けることも可能です。

私は、長浜市のような取り組みが増えてくれば、地方自治体の動画プロモーションの底上げにつながり、新しい地方創生への道が開けてくると思います。志のある職員が、従来の予算執行スキームにとらわれずに動画プロモーションに関われるほうが、この領域に新しい風が吹き込まれるかもしれません。

—数々のマーケティングを手掛けられている谷中さんですが、デジタルマーケティング戦略において、現場から寄せられる相談などはありますか。

谷中:デジタルマーケティング、DXを進めていく必要を感じている方々はたくさんいます。しかし、カタカナの専門用語が多いため、マーケティング自体を理解することに抵抗のある方も多いようです。海外の自治体と比較すると、日本のマーケティングリテラシーは著しく低いように感じます。マーケティング用語は、経営分野のグローバル言語ですので、「カタカナが多いから分からない」と文句を言うのは筋違いです。デジタルマーケティングやDXを進めたいという方には、まずはマーケティングの一般教養を習得すべきとお伝えしています。

また、そもそも日本には、デジタルメディア全般を熟知し、専門知見と実施知見を有する地域マーケター自体が少数です。この分野を専門のひとつとしている私個人としては、初歩の初歩から咀嚼してお伝えしながら、デジタルマーケターの育成も手掛けたいと思っています。

—今後必要となる人材とは。

谷中:マーケティングそのものを理解し、実践できる人が必要です。頭で理解しているだけでなく、実際にマーケティングコンテンツを制作し、メディアに展開して効果を検証し、改修するところまでの経験値があるかないかで雲泥の差があります。また、デジタルメディア全般に精通していることも重要です。

私が運営する「INSPIRE」では、日本全国の地方創生まちづくりで活躍するイノベーターの実践事例を体系化し、その集合知を社会にシェアすることをミッションとしています。言わば、事業創造の専門知見を共有しており、その中でもマーケティングは重要な位置づけです。私としては、地域創生のマーケターの育成にも着手して、地域プロモーションの底上げに向けて貢献したいと考えています。 **R**

ヘビメタ楽曲のPR動画で職員募集 受験者数をV字回復させた 長浜市の取り組み

滋賀県長浜市は、2019年10月31日の定例記者会見で職員の採用PR動画を発表した。公務員の採用PRとしては全国初となるヘビメタを楽曲に採用し、作詞・作曲から撮影・編集まで全て市職員が手がけた。激しく鳴り響くメロディと共に、テンポよく市役所の仕事内容を紹介するPR動画は、“お堅い職業”という公務員のイメージとは裏腹に、大きな驚きとインパクトを与えた。公開後わずか3日でYouTube再生回数は1万回を突破し、瞬く間に全国へと認知を拡大。動画制作チームを統括する長浜市総務部人事課の小川智史氏に、動画制作の経緯やその効果について伺った。

小川智史氏 長浜市総務部人事課 係長



公務員のイメージをくつがえし 予算ゼロ円で全国PRを実現

—長浜市公式MV『We Want Ones-長浜市役所で働こう-』を制作した経緯をお聞かせください。

小川:企画に着手したのは2019年6月。きっかけは、長浜市職員採用試験の受験者数が年々減少していたためです。19年度の受験者数は、5年前と比べて半減の75人となっていました。当時の広報担当者から、「これからは視覚的な広報が必要だと思う。動画プロモーションを充実させたい」という相談を受けて、採用PR動画を制作することになりました。しかし、私自身は動画制作に関する知識や技術がなく、適任者を探すため庁内公募を行ったところ、職員3人から応募があり、動画

制作チームが発足しました。

—楽曲制作から撮影まで、全て職員の方が担当されたそうですが、制作期間やコストは。

小川:制作期間は約3カ月です。学生時代から音楽をやっていて、もともと映像制作や編集が得意だったメンバーの1人が、作曲、ボーカル、楽器の演奏の全てを担当しました。彼は以前にも、健康推進課の「むし歯予防ソング」という面白い動画の制作も手がけています。広報誌を担当している別の職員はカメラが趣味で、撮りためた長浜市の風景素材を提供してくれました。作詞はチームの皆で考え

ました。動画には8人の職員が出演し、人気コミック『ジョジョの奇妙な冒険』で知られる“ジョジョ立ち”ポーズをしながら、市が求める人材を紹介しています。動画はスマホで撮影し、編集にはフリーソフトを使用。全て職員の手作りなので、予算ゼロ円です。

—YouTube公開後の反響はいかがでしたか。

小川:19年10月31日に動画を公開すると、即日NHKのニュースサイトで全国配信され、わずか3日でYouTubeの再生回数が1万回を突破。その後、日本テレビ『ZIP!』、関西テレビ『報道ランナー』、さらに産経新聞、インターネットテレビ局ABEMAの報道番組など、次々とメディアで紹介され、同年12月には再生回数3万5,000回、21年12月に6万5,000回を突破。現在も再生数は増加しています。こ

長浜市公式MV『We Want Ones-長浜市役所で働こう-』



YouTube動画にアクセス

の反響は、公開前に全く想定しておらず、「再生回数1万回が達成できたらよいね」と軽い気持ちで制作に取り組んでいたのが、非常に驚いています。

—公務員試験の受験者数が年々減少していた原因は。動画公開後に受験者数はどのくらい回復しましたか。

小川:受験者数減少の要因は、「公務員=真

面目で硬い」というイメージが先行していて、「市役所で自分のやりたい仕事はできるのか」と不安視されていたことがひとつ考えられます。しかし、実際はイメージと違います。

長浜市は総合計画のまちづくりの合言葉を「Challenge(挑戦)&Creation(創造)」と定め、この合言葉は職員にも浸透しています。新しいことを上司に提案すれば、そのチャレンジを応援してもらえる職場風土があり、楽しく

仕事にも取り組んでいます。そういう魅力が、これまでは十分にお伝えできていなかった。それで公務員のイメージを根底からくつがえす必要を感じ、冒頭でインパクトを与えられるヘビメタを起用し、若者に人気がある3分以内のショート動画、他の自治体とは違ったテイストの動画が完成しました。動画公開の翌年、20年度の一般事務職の受験者は前年比1.8倍に増加しました。

シティプロモーション効果で 観光や移住需要も喚起

—ヘビメタを起用することなど、庁内で反対意見などはなかったのですか。また制作過程における印象的なエピソードがあればお聞かせください。

小川:都度上司に報告しながら制作を進めていましたが、ダメだと言われることは一切なく、順調に制作は進みました。反対意見どころか、最終段階で市長に見てもらったところ、表現方法の部分で的確なアドバイスまでいただきました。印象的なエピソードというと、ベテラン職員に出演をお願いしたことです。最初は若い職員だけでアイデアを出し合い、出演も若手のみの予定でしたが、制作チームのメンバーから、「若手だけでなく、先輩にも出演してもらった方が、“長浜市の動画”らしくなるのでは」という意見が出ました。そこで部長クラスの職員に出演依頼をしました。“ジョジョ立ち”のポーズをしてもらうときは、最初は先輩もためらっていましたが、最後はノリノリで応じてくれました(笑)。後輩の熱意を受け止め、協力してくれたことがとても嬉しかったです。

—「地域プロモーションアワード2021 動画大賞」では、“谷中修吾賞”を受賞されました(※)。さらなる動画制作の予定は。

小川:地域プロモーションアワードでは、荣誉ある賞をいただきました。また、『月刊 広報会議』(19年12月発売)や滋賀県を特集した雑誌『これでいいのか滋賀』(20年5月発売)などでも動画を紹介いただきました。反響を得たことで、新たに3つの採用PR動画を制作しました。『HOT LIMITで“せんせい”を募集してみ

た!』『長浜市職員採用PR動画 ~入庁後のイメージを膨らませよう編~』『長浜市職員採用PR動画 ~人事課編~』です。『HOT LIMIT~』は、T.M.Revolutionの同名楽曲を使用した動画で、T.M.Revolutionの西川貴教さんが滋賀県出身というご縁から、楽曲の使用を快諾いただきました。幼稚園や保育園の先生を募集する動画で、公開と同時に西川貴教さんがTwitterで反応してくれたこともあって、こちらも大きな反響を集めました。

—動画制作における成功がもたらしたものは。

小川:若手職員でチームを結成し、やりたいことを動画というかたちで実現し、全国で見ただけのまでの認知度にする事ができました。動画制作チームのメンバーに限らず、新人職員全員に、「チャレンジすれば報われる」ことを体感してもらえたと思います。

「We Want Ones-長浜市役所で働こう-」が全国から注目されたことで、新潟や鹿児島など、これまで接点を作るのが難しかった地域からも採用試験への申し込みがありました。公務員でも新しいチャレンジができるし、目標を達成できることが、多くの人に理解いただけたと思います。今では長浜市のみならず、全国に公務員を目指す若者が増えることを願っています。

—一般の方からはどんな感想が寄せられていますか。

小川:採用PRを目的に公開した動画ですが、

Twitter上には、「景色や観光スポットが魅力的なので、長浜市に引っ越したくなった」とか、「観光に行きたい」などのコメントが投稿され、市外に対してもシティプロモーションの効果があつたと感じています。就職関係のイベントに出展する際は、必ず動画を披露していますが、動画効果で「長浜市の話を知りたい」と言ってくださる参加者が増えました。

—今後のデジタルマーケティングについて、展望をお聞かせください。

小川:新たなPR動画の制作は未定ですが、また思い切ったことに挑戦して、優秀な人材の獲得につなげたいです。文章だけでなく、映像として訴求した方がイメージしやすいですし、より興味を持ってもらえることを実感しています。今後のデジタルマーケティングですが、スマホが高齢者にとっても身近なツールとなっています。市役所にわざわざ来なくても、さまざまな手続きがスマホで完結できるような、便利なサービスをご提供できたらよいと考えています。

※「地域プロモーションアワード」は、地域活性化センターが地域プロモーションの強化を目的とし、自治体の優れたパンフレットや動画を表彰している。本誌(P.6参照)で、審査員を務める谷中修吾氏(INSPIRE代表理事)のインタビューを掲載。

動画制作チームメンバー



YouTubeチャンネル「日経テレ東大学」 TXCOM×日経によるデジタル戦略 ヒットの法則を見つけ、実現する体制

(株)テレビ東京コミュニケーションズ(東京・港区、佐々木宣幸社長、以下、TXCOM)と(株)日本経済新聞社(東京・千代田区、長谷部 剛社長、以下、日経)は、経済・ビジネスを楽しく学べるYouTubeチャンネル「日経テレ東大学」を2021年4月に開設した。登録者数はわずか半年で約10万人を突破し、2022年3月現在36万9,000人まで拡大。短期間で人気チャンネルに成長し、スポンサーも順調に獲得している。その背景には緻密なデジタル戦略があったという。「日経テレ東大学」事業責任者であるTXCOMの遠藤哲也氏に話を伺った。

遠藤哲也氏 (株)テレビ東京コミュニケーションズ ビジネスプロデューサー

経済のデジタルメディアに商機 さらにマーケットは拡大する

—「日経テレ東大学」開設の経緯は。

遠藤:私自身はテレビビジネスのプロパーではなく、戦略コンサルの出身で、2019年からテレビ東京コミュニケーションズで、ゼロイチのデジタル戦略策定や事業創出をミッションとして業務に向かっています。テレビ東京の最大の強みである経済とアニメを軸に戦略を描けないか、新規事業を検討していました。アニメは権利構造が複雑で、新しいことを始めるにはハードルが高い。そこで経済に絞り、テレビ東京と資本関係のある日本経済新聞社とタッグを組んで2021年4月、事業創出を目指す「経済Labo」プロジェクトが発足。プロジェクトの初期フェーズとして、YouTubeチャンネルの立ち上げが決定しました。

—チャンネルコンセプトと特徴、事業戦略についてご紹介ください。

遠藤:「本格的な経済・ビジネスを、もっと楽しく学ぶ」をコンセプトに、各種トーク・討論番組を配信しています。パーソナリティは、成田悠輔さん(イエール大学助教授)、ひろゆきさん(「2ちゃんねる」開設者)をはじめ、入山章栄

さん(早稲田大学ビジネススクール教授)、坂井豊貴さん(慶應義塾大学経済学部教授)など論客揃い。政治家や経済人、タレントをゲストに招き、多岐にわたるテーマで議論を繰り広げます。ビジネス的な観点から言えば、昔から経済に強いメディアは新聞で、経済のデジタルメディアには競合は多くないと考えています。ユーザーのデジタルシフトが進むなか、経済のデジタルコンテンツには商機がありますし、さらなるマーケットの拡大を確信しています。

—「日経テレ東大学」の番組制作は、テレビ東京の制作陣が手がけているのでしょうか。

遠藤:制作統括は、テレビ東京のバラエティ番組などを担当する高橋弘樹プロデューサーです。制作全般はテレビ東京の番組スタッフが担い、事業戦略やチャンネルコンセプトの設計は事業側が描きます。映像や音声、演出に関しては、番組スタッフに一任しています。

—登録者が急増した要因をどう分析していますか。



遠藤:スタート当初は企画段階で制作側と事業側の意見が分かれ、喧々諤々と議論をしていました。「経済を楽しく」を実現するために制作側が構想するのは、テレビバラエティ寄り企画。しかし、テレビで見て面白いコンテンツが、デジタルマーケットで支持されるわけはありません。しかもデジタルユーザーは、つまらなければ瞬時に離反してしまうので、かなり戦略的に企画を練る必要があります。当初は数字が伸び悩み、チャンネル開設から2カ月で大きく方針を転換しました。まずパーソナリティには、デジタルパワーがあって他社のチャンネルでも実績があった、ひろゆきさんを抜擢。ひろゆきさんと対等に渡り合えて、高い知見のある人材として、日経から推薦のあった成田悠輔さんが決定しました。登録者が急増したのは、7月に成田さん、ひろゆきさんによるビジネストーク番組『Re:Hack(リハック)』をスタートしてからです。数字が悪ければ即座に方針を変える。デジタルにおける鉄則です。

—メインの視聴層は。

遠藤:最大の視聴層は30~40代の男性で、

50代男性、20～10代男性が後に続きます。10代の視聴は少数で、これらは想定通りの比率です。テレビ各局が「若年層の視聴拡

大”を大きな課題としていますが、若年層の可処分時間の多くを占めるのは、TikTok、YouTubeのドッキリ企画、エンタメ系

YouTuberのコンテンツなど。こうしたマーケットで、我々がシェアを獲得するのは簡単ではありません。

スポンサー企業にとっては 「チャレンジしたくなるメディア」

一視聴回数が増えるコンテンツに共通する特徴は。

遠藤:『Re:Hack』では、政治家をゲストに招いた企画が非常に人気です。ひろゆきさんと成田さんが輝くのは議論を応酬するとき。経営者がゲストの場合は、ゲストVSひろゆきさんの対立構造が強まる傾向がありますが、政治家の場合は政策議論が焦点となるため、個人的な対立色は薄くなります。弁が立つ政治家が説得力のある発言をするとユーザーからの評価が上がり、温かいコメントが寄せられるのでゲストにとってもメリットです。もうひとつユーザーが期待するのは、ひろゆきさんと成田さんが関わっていない領域を知っているゲストの登場です。漫画家の蛭子能収さんがゲストだったときは、蛭子さんの個性が強烈で議論が噛み合わず、ひろゆきさんと成田さんが困っている様子がとても面白かった。ゲストがもたらす効果も狙い通りでした。1日に何十万というデジタルコンテンツが生まれ、ヒットするのはごく一部ですが、ゲストの選定から企画まで綿密に戦略を練れば数字は獲得できます。ヒットの方程式を見つけ出し、それを実現する体制づくりが重要です。

一人気芸能人であっても、YouTubeが必ずしもヒットするわけではありませんね。

遠藤:それはタレントパワー云々ではなく、YouTubeにおける定石を踏んでいないためだと思います。例えば、毎日投稿する人は少数ですが、YouTubeは毎日投稿しなければ、検索

アルゴリズムで上位に表示されない。定石とされることは、調べれば誰でも分かります。いたってシンプルですが、多くの人はその基本を実行していない。知名度やタレントパワーだけで、ユーザーが集められるわけではありません。

一チャンネル運営において注意しているポイントは。

遠藤:制作側、事業側で常に意見交換していますが、テレビとデジタルの戦略においては、数字の捉え方にまだ開きを感じます。動画の場合、再生回数、CPR（Cost Per Response）、サムネイルクリック率、何分視聴されたかなどの数字を毎週分析しますし、1秒単位のマーケティングが結果を左右します。テレビでも毎分視聴率が取得できますが、そこに対するコミットが十分とは言えません。動画はサムネイルや配色が再生数に直結するので、デジタル特有の戦略のもと、切り抜き動画を他のチャンネルに先駆けて取り入れるなど、独自の取り組みに注力しています。

一スポンサーセールスには、どのように取り組んでおられますか。

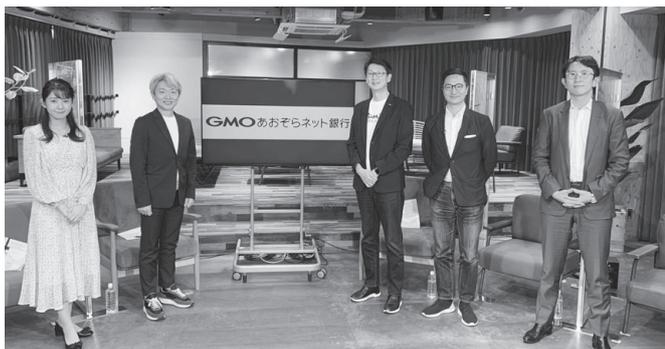
遠藤:企画やコンテンツへの広告出稿だけでなく、事業パートナーを募るイメージで、各社と多面的に交渉しています。「日経テレ東大

学」は、21年8月頃からスポンサーがつき始め、11月には数千万円規模のセールスを達成し、初年度から黒字化しました。数字がついてくると、組織としてのモチベーションも上がります。スポンサーからは、ユーザーと深くコミュニケーションできるメディアである点を好評価いただいています。社長自ら出演して対談する企画なども柔軟に対応できますし、1回あたりの費用もテレビより安価なので、「チャレンジしてみたい」と思っていただけなのです。22年3月現在、9月までの制作スケジュールが埋まっています。日経×TXCOMのプロジェクト、「経済Labo」としては、「日経テレ東大学」に続き、今年は経済関連事業を新たに2つ走らせる予定で、引き続き応援していただけるパートナーを募っていきます。

一今後の展開や定めている目標をお聞かせください。

遠藤:「日経テレ東大学」として、今年度登録者数70万人を目標としており、必ず達成できると考えています。デジタル戦略を継続して策定し、新たなコンテンツを投下する他、必要に応じてアサインする人も変える。この事業を成長させるために、何でも挑戦しようという機運で動いています。近々番組制作ラインを2つ増やす予定で、事業規模もさらに拡大する見通しです。

いずれも「日経テレ東大学」より



YouTubeチャンネルはコミュニティ 高い熱量で人気を獲得した 宮崎ケーブルテレビ

現在、60以上のケーブルテレビ事業者が、YouTubeに公式チャンネルを立ち上げている。中でもトップクラスの登録者数を獲得しているのが、宮崎ケーブルテレビ(株)(宮崎・宮崎市、岡本哲社長)である。2013年3月に「MCN宮崎ケーブルテレビ[公式]」を開設し、以降、音楽やキャンプなど人気のジャンルごとに4つのYouTubeチャンネルを立ち上げている。仕掛け人である同社制作局部長の児島和生氏は、ソーシャルメディアやYouTubeを活用することで、ケーブルテレビの事業領域を拡大していきたいと語る。立ち上げの経緯からユーザーの反響、今後の展開等を伺った。

児島和生氏 宮崎ケーブルテレビ(株)制作局 部長



YouTube活用は、エリア外でのファン作りと 若い世代へのアプローチ

—宮崎ケーブルテレビの公式YouTubeチャンネルは2013年3月と、ケーブル業界の中でも早い時期に開設していますが、立ち上げの経緯は。

児島:私は営業を長く担当しており、2012年頃から、テレビとネットと電話だけでは将来加入に限界がくるかもしれないと感じていました。一方で、ソーシャルメディア(SNS)やYouTubeが若い世代を中心にものすごい勢いで浸透しており、これらを活用することで、ケーブルテレビの事業領域が広げられるのではないかと思ったのが、YouTube公式チャンネルを立ち上げたきっかけです。また、若い世代がYouTubeを通して宮崎ケーブルテレビに接触することで、将来ケーブルテレビの加入につながることも期待できると考えました。

とはいえ、2013年当時はケーブルテレビがYouTubeに取り組んでいる例があまりなかったもので、うまくいくかどうかわかりませんし、見逃しサービスの一環としてコミチャンの番組をアップすることから始めましたので、ひとまず

私一人で準備を進めました。個人的にもSNSに関心があり、TwitterやInstagram、Facebookで発信していたので、取り組みやすかったこともありますね。

開設から9年を経て、人気のコンテンツも生まれ、いくつかコミュニティとして盛り上がるようになりました。現在、ジャンル別に4つのチャンネルを立ち上げ、3人体制でやっています。登録者数は5万を超え、CMも多少入るようになりました(※)。

※YouTubeチャンネルでCMが入るには、「チャンネル登録者数1,000人以上」「直近12カ月で動画の総再生時間が4,000時間以上」という条件がある。

—YouTubeチャンネルを実際に始めて、どのようなメリットを感じていますか。

児島:ケーブル事業はインフラを整備したサービスエリア内だけが対象ですが、YouTubeであれば日本全国はもちろん海外でも視聴してもらえるので、広い範囲でファンを増やすことができますし、ブランド力もアップできます。実際、日本の各地や海外に移住した宮崎出身

の方から「故郷の情報を楽しく見えています」といったお声を度々いただいています。イベントを開催する際にも、広範囲にアピールできるので、集客につながります。

また、YouTubeには、視聴傾向やユーザー属性に関する分析情報が確認できるアナリティクス機能が付いています。住んでいる地域、性別、世代、視聴デバイスの種類、リピーターや平均視聴時間など、コンテンツや時間ごとにターゲットの傾向が細かく把握できるので、制作やさまざまな企画に活かせます。例えば、キャンプの番組ではキャンプアイテム紹介の時に、視聴が急増することがわかりましたので、毎回必ずアイテムや関連グッズを紹介するようにしています。また、多肉植物を紹介したコンテンツは、東南アジアでの視聴がとて多いことがわかりました。今はコロナ禍もあって実現できていませんが、そのデータをもとに、多肉植物をフックにしたインバウンド企画を立ち上げ、自治体に提案することもできるのではないかと考えています。

さらに、視聴者からのコメントがどんどん書き込まれるのも、制作面での参考になりますし、コミュニティの醸成にもつながっています。

—YouTubeで人気の出たコンテンツを教えてください。

児島:2019年6月に開設した『濱田製作所』は、そのマニアックな内容が受けて、人気コンテンツに育っています。パーソナリティの濱田詩朗は、弊社のコミチャンに17~18年前から出演していて、宮崎ではすっかり有名なんです。MCNのYouTubeコンテンツに登場し

たことで世界デビュー(笑)となり、その明るいキャラクターと、音楽や楽器へのマニアックな姿勢が受けて、新しいコンテンツをアップするたびに、視聴者から熱いコメントが殺到しています。当初は「普段あまり接することの無いヒト・モノ・コト」をテーマに、インスタントラーメン、まんが飯、リサイクルショップ、ゲーム等いろいろやってきましたが、濱田さん自身がミュージ

シャンということもあって、音楽への愛が深く、それが視聴者にも伝わって、今ではホットな音楽コミュニティができあがり、この春からは音楽に絞ることにしました。

YouTubeでは、視聴者の反応がリアルタイムかつダイレクトに把握できるので、コンテンツ制作にすぐに反映できて、それが人気を高める効果となっています。

コンテンツとSNSのこまめな更新で YouTubeチャンネルを人気コミュニティに

—現在、YouTubeにアップロードされている全動画のうち、約9割が再生回数1,000回以下と言われています。著名人でも再生回数を上げるのに苦労していますが、貴社はどのような方法で順調に増やしているのでしょうか。

児島:基本的なことですが、コンテンツとSNSのこまめな更新ですね。例えば『濱田製作所』では、コミチャンで放送した本編と、収録時のバックヤードをまとめたスピンオフ版を制

作り、最低でも週1本は新しい動画をアップしています。SNSは視聴者層を考慮して、チャンネルごとにTwitter、Instagram、Facebookを使い分けています。収録の日などは、1日に5~6回つぶやくこともあります。

そして、何よりも大切にしているのは、視聴者とのきめ細かなコミュニケーションです。動画を単にアップするのではなく、コミュニティを育てるという意識でやっています。もちろんセンシティブなコメントもありますし、返信が必要

な場合もあり、私たちの手間はかかりますが、視聴者とどれだけうまくコミュニケーションをとっていかうかが大事だと思います。その結果、コミュニティが育てば、そのコミュニティの中で情報交換や会話が成り立っていくので、徐々に運営側の手間がかからなくなっていきます。『濱田製作所』がまさにそういう形になっています。

今後は、コロナ禍の収束を待って、YouTubeでできたコミュニティのリアルな活動を展開したり、自治体と連携して宮崎の観光産業の盛り上げにも貢献したいと思っています。

宮崎ケーブルテレビの公式YouTubeチャンネル



「MCN宮崎ケーブルテレビ」2013年3月開設

コミチャンのオリジナル番組やCM集をアップ。5年前に地元の『スーパーキッズ』として取材したスカイ・ブラウン選手(当時8歳)が、東京オリンピック2020のスケートボードで銅メダルを獲得した際、一気に再生回数が増え、15万6,000回を記録。そのほか『女子カアップの情報満載!!』シリーズはほとんどの回が10万回、なかでも韓国のオールハンド顔マッサージ「骨気」体験の回は107万回を記録した。[リンク](#) Twitter, Facebook



「【キャンプ番組】シェラカップは基本です!」2016年10月開設

キャンプが大好きな濱田詩朗と戸波雄輔(住みます芸人「嫁恐竜」)の2人が、各地のキャンプ地を巡り、オススメキャンプアイテムの紹介や、その地域食材を使ったキャンプクッキングなどを紹介。なかでも、キャンプサイトの突撃訪問が人気で、ほとんどが2万回再生を超えている。熱いファンがついており、同番組でキャンプ体験イベントを開催した際、招待枠10組に対して100組以上の申し込み(関東からも!)があったという。[リンク](#) Instagram, Facebook



「こちら祇園二丁目濱田製作所」2019年6月開設

17~18年前から宮崎ケーブルテレビのコミチャンに出演している人気パーソナリティ濱田詩朗がMCを務めるマニアックなトーク番組。今年春からは、特に人気の高い「音楽ネタ」に絞って展開。これまでも、ギタリストの必須アイテム、エフェクターを披露(自慢?)する「エフェクターボー道(計32回)」シリーズは5~12万回再生を記録。寄せられるコメントもかなり熱い。

[リンク](#) Twitter, Facebook



「Mr.Bunnyのペダル旅」2020年5月開設

自転車マンMr.Bunnyが、サイクリングしながら宮崎の魅力を伝える番組。コミチャンで放送された本編と、YouTube専用の動画をアップ。なかでも「自転車女子デビューへの道」シリーズ(計16回)はほとんどが5~6万回再生の人気コンテンツとなっている。



「ゴルフ道場」2020年9月開設

ゴルフ好きスタッフが届ける情熱系ゴルフエンターテインメント番組。アマチュアゴルファーが険しい上達への道を歩いていく「目指せゴルフ侍道場!」、飛ばしに情熱をかけるゴルファーが最大飛距離に挑む「飛ばし屋への道!」など、視聴者とゴルフ愛を共有できるチャンネルを目指している。MC(ゴルフ道場TV監督)はMr.バニー。[リンク](#) Instagram, Facebook



第60回

BS放送は 次世代に向けての挑戦の場

2022年3月末
スタートした新BS局

2022年3月末、新たに3つの無料BS放送がスタートした。「BSよしもと」「BS松竹東急」「BSJapanext」の3つのチャンネルである。

BS放送にあっては、久々の新チャンネルの参入であり、その顔ぶれも110度CSからのシフトというのではなく、まさにフレッシュである。そのこともあって、後述するように、そのフレッシュさを全面に押し出したエッジの立った3局と受け止められているようで、今回の3局の開局は、放送業界内でも注目度が高いという。

今回は、今春、新たにスタートしたこの3局のコンセプトを概観した上で、いまのBS放送のありようについて考えてみたい。

まずは、スタートした3局の編成コンセプトについて触れておきたい。

3月21日にスタートした「BSよしもと」は、地方創生をそのコンセプトに掲げた地域密着型番組を中心にした編成である。もちろん、その経営母体は、大手芸能プロダクションの吉本興業である。吉本興業は、この10年ほど、行政系の事業に強い関心を払ってきたところがある。そのひとつの立脚点が地方創生であり、吉本興業所属のタレントを「住みます芸人」として各地に住ませ、地域の文化事業に積極的に関わらせてきた。今回のBSよしもとの編成表を見ると、吉本所属の芸人や、今回の開局を機に吉本に所属したテレビタレントが、その編成の中心

で活躍していることがわかる。芸能プロダクションが経営をハンドリングする放送局の強みを生かした展開を指向しているし、また、地方創生という名の下で、既存の広告モデルとは異なったビジネススキームを模索していることが、垣間見える。

「BS松竹東急」は3月26日、「BSJapanext」は3月27日に開局した。

「BS松竹東急」は、その名の通り、松竹と東急という日本の老舗興業の2者が展開するBS局である。松竹映画はもとより、歌舞伎座や新橋演舞場に象徴される銀座の松竹文化と、古くは東急文化会館、現在のBunkamuraなどに象徴される渋谷の東急文化という資産を背景に、BS局を展開するわけである。映画に象徴される映像文化はもちろんのこと、歌舞伎、演劇、舞台といった松竹・東急の文化資産を編成上に展開しながらも、開局時からオリジナルの新作ドラマにも取り組んでいくという。注目すべきは、演劇や舞台といったリアルな興業と、放送による映像コンテンツの提供とのコラボレーションのなかでのビジネススキームの模索ではなからうか。

「BSJapanext」は、日本の通販大手のジャパネットたかたが運営するBS局である。ただし、これまでの通販チャンネルのように、通販向けの商品紹介の番組ばかりが並ぶ編成というのではなく、エンタメ、アニメ、健康、趣味、教養といった完パケ番組を積極的に織り交ぜた、独自の編成ラインナップを示している。通販型の番組スキームと、既存の広告モデルの放送サービスをどう組み

合わせていくのか。また、ジャパネットたかたがこれまで展開してきた消費者との独特な向き合い方を、どう自社のBS放送で展開していくのか、注目されよう。

衛星放送の発展には
環境整備が必要不可欠

ただ、この時期にBS放送に飛び込んでいって、勝算はあるのかといった声がないわけでもない。確かに、この2月に電通が発表した「日本の広告費」では、2021年の広告費の推計値が示されたわけだが、インターネット広告費が、新聞、テレビ、雑誌、ラジオのいわゆる4マス広告の総和を抜いたことが話題になった。この2年余りにわたるコロナ禍は、在宅率の上昇など、私たちの生活におけるインターネット利用の伸張に弾みをつけたのは間違いない。スマホで動画配信サービスを、自宅の個室で楽しむというメディア・ライフスタイルは、今の若者たちの生活感覚に親和性があるのは確かだ。他方で、BS放送を含む衛星放送は、4K放送、8K放送という高画質化に舵を切ってきた。その普及のジャンピング・ボードとなるはずであった「2020東京オリンピック・パラリンピック」も、コロナ禍で1年延長の末、バブル方式による無観客開催となり、また、大画面モニターを会場に据えてのパブリック・ビューイングの開催も、結局は、その多くが中止となってしまった。

4K・8K放送といった超高精細テレビの

新規3チャンネルのスタートを紹介する新聞の全面広告

2-(2) BS放送(右旋)のテレビ番組のチャンネル配列図 20

放送日	10ch (11.2740GHz)	3ch (11.2804GHz)	13ch (11.2858GHz)	15ch (11.2902GHz)
放送日	08:00-09:00	08:00-09:00	08:00-09:00	08:00-09:00
放送局	BS11	BS11	BS11	BS11
放送内容	BS11	BS11	BS11	BS11

2-(3) BS放送(左旋)のテレビ番組のチャンネル配列図 21

放送日	2ch (11.2440GHz)	4ch (11.2504GHz)	6ch (11.2528GHz)	8ch (11.2582GHz)
放送日	08:00-09:00	08:00-09:00	08:00-09:00	08:00-09:00
放送局	BS11	BS11	BS11	BS11
放送内容	BS11	BS11	BS11	BS11

BS放送の帯域。上が右旋、下が左旋

PRの場となるはずであった東京オリンピックが、今ひとつ盛り上がり欠けるものとなってしまったのは確かだ。量販店の店頭には、4K・8Kテレビが並んではいるが、超高精細のテレビ放送の魅力を楽しむには、大型画面が必要だ。とすると、リビングのテレビ受像器の買い換えで、4K化、8K化するにしても、以前のように、それまであったリビングのテレビが、家族それぞれの個室に振り分けられていって、リビングに大型テレビ、個室にもそれぞれテレビ受像機があるという状況にはなっていない。個室では、スマホで動画を見ているのである。

ある民放BS局の幹部が、一家に一台しかないテレビの前に、家族が集まって見ているという昭和のテレビ草創期のテレビ視聴像に逆戻りしているとして、「昭和のテレビ化」と指摘していたが、テレビ受像機の4K化・8K化が、まさにそういった現象に拍車をかけているのかもしれない。加えて、総務省が開催した「放送を巡る諸課題検討会」の「衛星放送の未来像ワーキング・グループ」がとりまとめで示した通り、健全な衛星放送事業の展開と、そこから視聴者が豊かなサービスを受容するにあたっては、

視聴者に提供されるコンテンツの充実のみならず、その視聴環境の整備や、衛星トラポン料金の適正化など、衛星放送事業を展開する上での環境整備が不可欠となっている。

新チャンネルの参入を歓迎する衛星放送業界

衛星放送事業を取り巻く環境は、厳しいことは否定できないだろう。しかし、先に見たように新たな3チャンネルのコンセプトから染み出ているのは、単なる広告モデルによる無料放送だけではなく、これまでの事業経験を踏まえたビジネスモデルの模索、マネタイズの模索がなされていることではないか。そのようなダイナミズムを既存の衛星放送事業者も感じ取っていることは確かだ。

3月28日の読売新聞朝刊には、このBS

放送の新規3チャンネルのスタートを紹介する全面広告が掲載された。この全面広告の発信主体は(一社)衛星放送協会である。衛星放送事業者の団体が、この新規BS放送の3者の参入を、読者・視聴者に告知した格好である。ちなみに、3月30日の日経新聞には、BS11の全面広告が掲載された。新規3チャンネルの登場が、既存BS民放局にとっても刺激になっていることは間違いない。

考えてみれば、BS放送は、日本で新たな放送サービスを展開するにあたっての実験場的な役割を担ってきた。アナログ・ハイビジョン放送、デジタル放送にしても、である。先に挙げた4K放送、8K放送しかりである。NHK-BS放送の減波という問題も抱えているものの、BS放送が次世代の日本の放送の姿を探る挑戦の場であることは、改めて確認しておきたい。



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。



テレビ70年を超えて

①NHKドラマの挑戦

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59回からはテレビ放送70周年となる2022年度に合わせ、その現在・過去・未来を考えるシリーズを始める。初回は大幅な春改編に踏み切ったNHKの視聴者層拡大の先兵となるドラマについて考える。

NHKの春改編

NHKの春改編のキャッチコピーは「そのお時間、NHKと。」となっている。15年ほど前に「まっすぐ、真剣。NHK」というコピーがあったが、独善的というか“送り手論理”という批判があった。これと比べると、国民のメディア接触状況が大きく変わり、各メディアや娯楽が人々の可処分時間を奪い合う現代、NHKも時代状況を前提にした“ユーザーファースト”な姿勢に転じているようだ。

それを体現しているのが春改編。総局長は会見で、「これまでのやり方の延長では、私たちのコンテンツを届けることが難しくなっている」「(多彩なラインナップを)放送・デジタル・イベント(リアル)の総力をあげて届けます」と発言した。総合とEテレを合わせて改定率は42%、03年の地デジ開始以降で最大となった。

特筆すべきは、『ガッテン!』や『バラエティー生活笑百科』などが終了した点。前者は『ためしてガッテン!』から26年、後者は36年続いた長寿番組だ。「聖域なく見直す」とされてきたが、要は若者に見られない番組を見直し、視聴者層拡大を図ろうという大改革だ。

その先兵は、ジャンルとしてはドラマだ。これまで週一の「夜ドラ」が、22時45分から15分間の“月～木帯番組”となる。枠として倍増した計算だが、第1弾『卒業タイムリミット』は10代から20代前半の人気俳優を並べて勝負に出ている。狙い通り若年層に

見てもらえるか、大きな勝負に出たことは間違いがない。

朝ドラ改革の流れ

実は今回の勝負は、21年下期の朝ドラ『カムカムエヴリバディ』の挑戦と、これまでの朝ドラ改革の知見が込められている。まず『カムカム～』は、朝ドラ史上初のヒロイン3人のドラマだ。1925年、日本でラジオ放送が始まった日に生まれた1人目のヒロイン・安子(上白石萌音)から、るい(深津絵里)、ひなた(川栄李奈)と、三世代がバトンをつなぐ100年の物語に挑んだドラマだった。

同作には野心的な挑戦がもうひとつあった。スイッチメディアは特定層の個人視聴率を調べているが、これによると開始1カ月の平均で近年の作品を比較すると、『カムカ

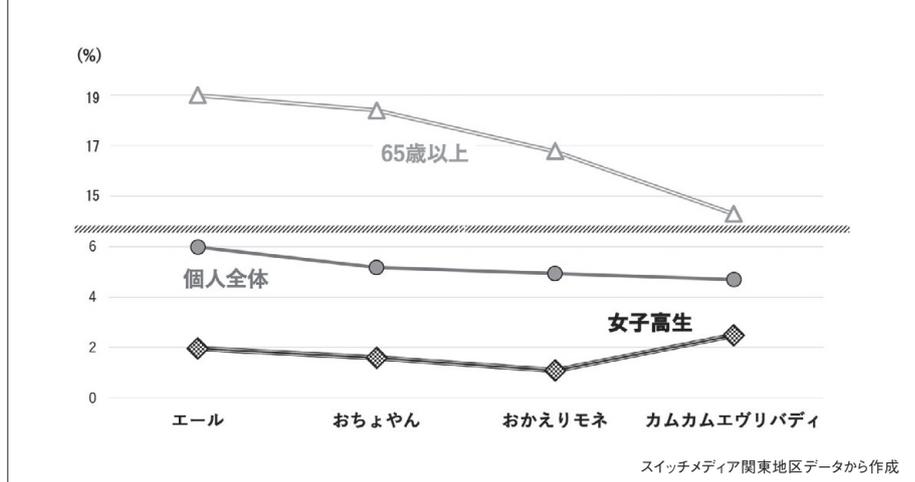
ム～』が女子高生の個人視聴率で断トツなのである。

一世を風靡したTBS『恋はつづくよどこまでも』のヒロイン・上白石萌音の起用がまず挙げられる。加えて展開をテンポアップし、胸キュンシーンを多用したことも寄与した。長年に渡り中高年女性が主な視聴層だった朝ドラも、キャストや演出次第で若年層にも見ってもらえることを証明したのである。

朝ドラは基本的に、“元気で明るいヒロイン”の成長物語だった。よって第6作『おはなはん』(66年)が見合い相手を早く見るために木に登ったように、木や屋根にのぼったり、逆に飛び降りたり海に飛び込むなどが定番となってきた。タブーを超える元気なヒロイン像という演出が目立ったのである。

ところがこの10年あまり、パターンに変化が出て来た。『ゲゲゲの女房』(10年)では、漫画家の妻として負の側面もふんだんに

■図1:朝ドラ4作の個人視聴率比較～各作の当初1カ月平均～



描かれた。『マッサン』(14年)は、日本でウイスキー製造に挑戦した男と国際結婚した外国人がヒロインだ。そして最大の挑戦は『あまちゃん』(13年)。地味でパッとしない女の子が、母の故郷で明るさと笑顔を取り戻し、アイドルになって行く物語だ。しかも宮藤官九郎による速いテンポの会話・散りばめられた小ネタ・笑いなど、それまでのNHKにはない斬新な作りとなった。

同作の挑戦で、視聴者層拡大に寄与する道が見えて来た。20~40代の普段は朝ドラを見ない若年層が反応したからだ。しかもネットを含めた口コミと、5分ダイジェスト展開などで、途中から見始める視聴者もたくさんいた。こうした挑戦の歴史が、『カムカム〜』にも反映し、テレビ70周年の22年度は夜ドラでのトライアルにつながったのである。

大河ドラマも新境地

朝ドラと並ぶNHKの看板ドラマ「大河ドラマ」にも、改革の歴史がある。今期で61作目となった『鎌倉殿の13人』は、直近5作と比べると序盤10話平均の視聴率は必ずしも傑出しているわけではないが、スイッチメディアが調べる特定層の個人視聴率ではトップとなる層がいくつかある。まず目につくのは未成年。C層(男女4~12歳)で2位『西郷どん』の1.1倍の他、T層(13~19歳)では他作品に大差をつけている。

他にトップを行くのは、コア層(13~49歳)、男女20~30代、女子中高生、映画・ドラマ好きなど。もともとNHKの番組は視聴者に占める高齢者の割合が高く、若年層対策が急務となっていた。ところが『鎌倉殿の13人』は、小中高生を含む若年層によく見られ、加えて「映画・ドラマ好き」の通にも高く評価されている。三谷幸喜の大河3作目で、大河ドラマはNHKが目指す視聴者層拡大の勝利の方程式を獲得しつつあるのかも知れない。

大河ドラマの60年

そもそも初期の大河は、赤穂四十七士・豊臣秀吉・源義経といった誰もが知る歴史の表舞台の物語が多かった。ところが70年代は、仙台藩の伊達騒動・徳川三代に仕えた柳生但馬守宗矩・五代将軍綱吉の側用人だった柳沢吉保など、歴史の舞台裏にスポットをあてる大河が増え始める。そして80年代は、『おんな太閤記』『春の波濤』『いのち』『春日局』など、女性目線の物語が加わった。日本で「男女雇用機会均等法」が成立したのは85年、社会の変化を反映した進化と言えよう。

今世紀に入ると、『利家とまつ』『功名が辻』『篤姫』『江』『八重の桜』などが並ぶ。女性主人公の大河が、男性主人公と互角の存在感を持つようになったのである。さらに東日本大震災を受けて『花燃ゆ』が作られ、56年ぶりの東京五輪を前提に『いだてん』が編成されたように、現代とのリンクを強く意識した大河にも挑戦するようになった。

「その時々で何が受け入れられるかを真摯に考え、最善を尽くした結果」とNHKドラマ部幹部は言うが、時代の変化とともに進化したことが60作を超えるバトンリレーの背景にはあったようだ。

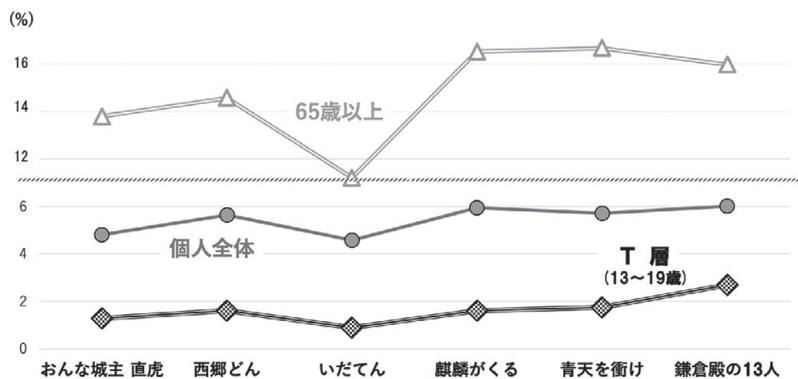
三谷幸喜の脚本にも、明らかに進化が見られる。1作目『新撰組!』(04年)で、すでに従来の固定化されたイメージを刷新する作風だったが、視聴率はあまり振るわなかった。「コメディ大河」など酷評もあったが、絶賛する声も少なくなかった。

この時のスタッフや俳優が再結集したのが、16年の『真田丸』。この時も視聴率こそ突出したわけではないが、コア層・映画ドラマ好きなどの特定層では、スイッチメディアの記録が残る14年以降で最高となった。恐らく『新撰組!』もそうだった可能性が高いが、三谷大河は登場人物をビビッドに描くため、若年層も親しめる時代劇になっていた。

そして今回の『鎌倉殿の13人』は、「歴史的な結果から逆算せず、登場人物に寄り添い進行形で書いているので、見る側の予想を裏切りながらも歴史の大きなうねりが紡がれます。特に今回は結果が知られていない部分も多いので、三谷大河の決定版になるでしょう」と同幹部は言う。

テレビは今を映す鏡だ。時代劇も単に昔を再現するのではなく、「過去を見つめることで普遍性に至り、今とシンクロする」番組に進化できる。大河を含め、NHKのドラマが新境地を切り拓き、テレビの次の可能性を見せてくれることに期待したい。

■図2:大河ドラマ6作の個人視聴率比較~各作の当初1カ月平均~



スイッチメディア関東地区データから作成

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。



この戦争、 何が狙いなのかが分からない ～プーチンはすでに露の平均寿命を超えていた～

ロシアの男性の 平均寿命は66.49歳

この原稿をまとめていて、最も驚いたのは、ロシアの男性の平均寿命が66.49歳であり、プーチン大統領が現在69歳6カ月という事実である。世界一の長寿国・日本国民から見れば、彼はまだまだ若い政治家と思うだろう。しかしロシアではすでに「上がり」の年齢を超えているのだ。

2020年の日本男性の平均寿命は世界第2位で81.64歳である。

この数字をもとにスライドすると、84歳を超えた政治家ということになる。

この年寄りの政治家が指揮するロシア軍がウクライナに侵略して2カ月近く経つ。解決の見通しは立っていない。しかも、ロシアは世界で一番の核兵器保有国でもある(図1)。

筆者には、軍事・政治・経済などの側面から分析し、レポートをまとめる力はもちろ

んない。そこで手に入る「エピソード」を集めてこの戦争を伝えようと試みた。

その出発点となるのが、表1である。両国の差は歴然である。それなのにロシアの苦戦の理由は、ロシアの中にあるのではないかと考えた。

答えはこの表に隠されているが、その前に少々(寄り道)をさせていただきたい。

聖火リレーのいかがわしさ

ところでちょうど1年前の2021年4月12日、オリンピックの聖火リレーについて日本でいくつかのニュースが重なって報じられていた。

聖火リレーは「国のまほろば」奈良県を走っていた。

そして4月8日に鳥取県の平井知事が「三密を避けるコロナ対策」と「9,000万円の費用の節約」を理由に、県内の聖火リレーを縮小すると記者会見で発表した

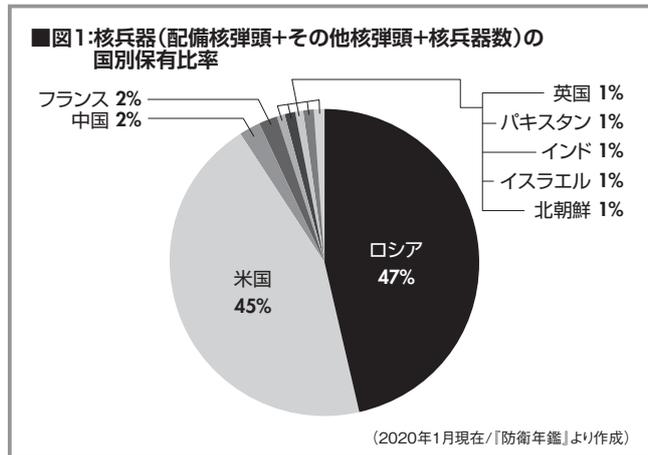
が、これが全国ニュースに格上げされて報道されていた。

さらに聖火が4月1日に長野市内を走った時、沿道から「オリンピック反対」という声があったのに、NHKのニュースは、その「反対」という音声を消去して放送していた。そうした処理が不適切ではなかったのかという抗議のニュースであった。

聖火リレーは、スタンドに出かけることのできない大多数の国民にとって、オリンピックを間近に見ることのできる唯一の機会であり、露出度が高く、スポンサーにとっては“価値の高い”イベントである。

ではこの「聖火リレー」とはなんぞや。始まりは1936年のドイツ・ベルリン大会であった。その前の年の1935年、ドイツ総統に就任したヒトラーはオリンピックを国威発揚の機会として利用すべく、さまざまな試みを行なった。聖火リレーもその一つであった。オリンピック発祥の地アテネで採火し、開催地のベルリンまでの6つの国のすべての首都を経由し、全長3,075kmを1人の走者が1kmずつを受け持って繋いだのである(地図参照)。

地図には第2次大戦で消滅した国も含まれている。



■表1:ロシアとウクライナの国力等の比較

項目	世界順位	ロシア	世界順位	ウクライナ
面積	1	1,712万km ²	44	60万km ²
人口	9	14,587万人	33	4,399万人
GDP	11	17,107億ドル	56	1,646億ドル
1人あたりのGDP	63	11,728ドル	151	1,856ドル
平均寿命	98	73.2歳	100	73.0歳
軍事費	2	617億ドル	22	59億ドル
兵力		90万人		20万人

*平均寿命を上げているのは女性の寿命である。2020年のロシア女性の平均寿命は76.43歳。男女の平均寿命の差が10歳あるというのは(世界最大)である。(世界保健機構)

しかも2年後の1938年、ヒトラーはオーストリアを併合、1939年にはチェコスロバキアに侵入したが、これらの軍事作戦には聖火リレーのコースの調査が利用されたとされている(異説あり)。

なお、聖火リレーがアテネで採火され、複数の国をリレーされて開催国に運ばれるという方式は、2008年の北京大会で終わりとなった。聖火リレーは3月31日から8月8日まで130日間にわたり、世界5大陸で行われた。しかし、多くの国でチベット問題など中国の領土・人権問題にからめた抗議活動と大量逮捕を引き起こした(日本国内では4月26日に長野市を走ったが、チベット独立を支援する中国人留学生などと警備の警察が衝突した)。

このため国際オリンピック委員会(IOC)は、翌年3月に以後の聖火リレーは開催国の国内でのみ行うことを決定した。

国際聖火リレーは“独裁”の国で始まり、“独裁”の国で終わったのである。

ヒトラーとプーチンの接点

ヒトラーはオーストリア、チェコに続いて1941年9月ロシア(当時ソ連)に侵攻、第2の都市レーニングラード(現在サンクトペテルブルク)を900日間にわたって包囲した。これが「レーニングラードの戦い」と呼ばれるもので、60万人とも100万人ともいわれる餓死者が発生した。

包囲された市民の中に、マリア・イヴノーヴナ・シェロモワという女性がいた。餓死こそしなかったが、痩せこけて死体と間違われ死体置き場まで運ばれたという。この女性こそ、のちにプーチンの母親になる人である。この時の体験を母親から聞かされていたら、そのむごさを理解していたら、とて

も戦争などできないと思う。

ロシアは決して戦上手とは言えない国民である。

歴史をみても、1810年にナポレオンの侵攻時には「冬将軍」が助っ人となってやっと勝利した。

1944年のレー

ニングラードの戦いでも同じように「冬将軍」がやってきてヒトラーを退けたのである。

それなのに、2月20日の北京オリンピックの閉幕を待っていたかのように2月24日、ロシアはウクライナに侵攻した。

「何が目的なのか」「世界の支持を得られると考えるのか」「ゴールはどこにあるのか」

今度のウクライナ戦争、正直言ってさっぱりわからないのである。

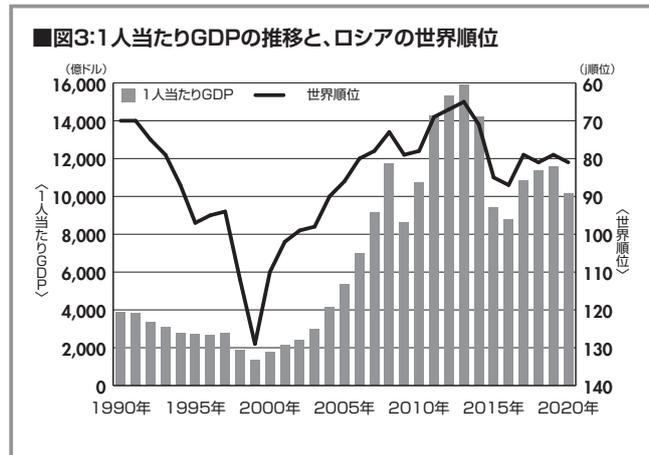
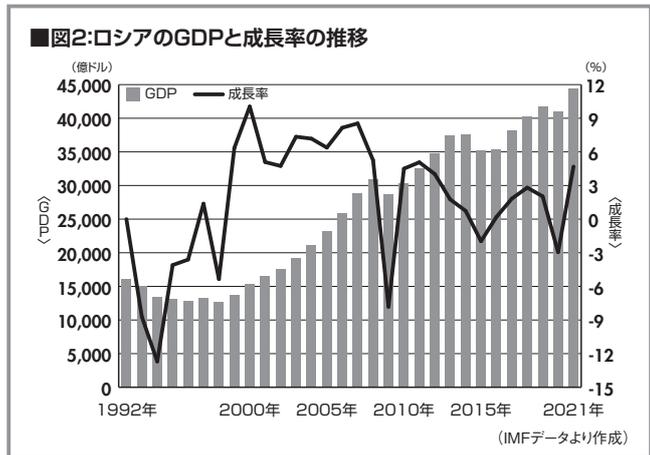
その答えの糸口を探そうと切り抜きを見直していたら、2018年7月の「プーチン大統領の支持率に異変・年金問題で怒った国民」という記事が見つかった。

ロシア国内のプーチン支持は盤石だと思っていたが、どうもそうではないのかもしれない。調べる価値があると考えてまとめたものが以下のレポートである。

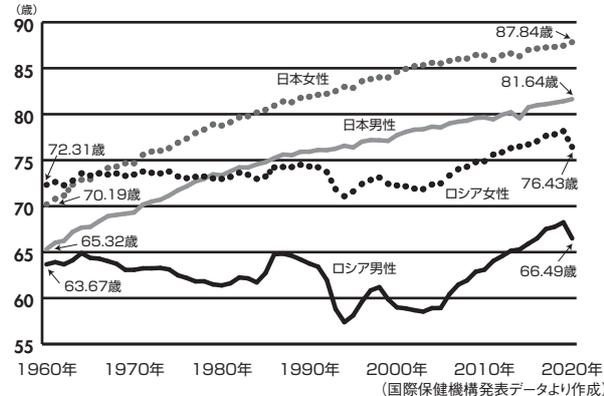
年金問題で行き詰まったのではないか

この記事には、「2018年7月、ロシア政府は年金の支給年齢を男性65歳、女性63歳に繰り上げると発表。国民の怒りを買った。巷には『我々を殺す気か』『非道プーチン!』という叫びが満ち溢れている」とあった。

開始年齢が男性65歳/女性63歳と言えば、日本より年齢が低い。最初は数字の間違いかと思ったが、本当のことなのだ。そ



■図4:ロシアと日本の平均寿命の推移



ここに至るまでのロシアの75年をかつまんで振り返る。

1945年第2次世界大戦が終わったが、戦勝国とは言いながらソ連も経済的打撃が大きく、回復するまでかなりの時間を要した。

1985年に国の最高指導者(=共産党書記長)に就任したゴルバチョフは企業活動の自由化を図り、外資の参入を認めた。次いで大統領制度が発足し、1991年エリツィンが初代大統領に就任した。

この2人の指導のもとロシア経済が軌道に乗り始めた2000年にプーチンが2代目の大統領に就任、以後22年間、実質的Topに座り続けている。

前頁図2はGDPの推移(棒グラフ)と成長率(線グラフ)である。

GDPは1998年が最低値で、その後上り続けているが、成長率は10年ほど停滞している。

さらに、前頁図3の「国民1人当たりのGDP」では、プーチン政権になってからの世界順位は65位が最上位(194カ国中)と振るわない。これは国の威信の問題であろう。

図4はロシアと日本の平均寿命を比較したものである。

経済が成長したことによって平均寿命、特に女性の平均寿命が伸びてきた。先進国レベルに近づいている。

ワイロの横行、②職場の衛生不良、③暴行・犯罪の高発生率など、“酒を飲まなければやっていられない”環境がもたらしたものだという説のほうが、説得力を持つ。

ロシアは世界有数の離婚率の高い国だそうだ。男性からの理由(妻の叱責)。女性からの理由(飲酒癖)。ロシアの家庭の事情が言い表されている。

大統領選挙の公約は年金制度順守だった

2000年にプーチンは2代目の大統領に就任した。その4年後、2004年に3回目の選挙が行われた。このときプーチンは「私が大統領でいる間は年金の支給年齢の引き上げも、金額の引き下げも行わない。安心した老後を保証する」と公約し、圧倒的な支持を得て再選された(2008~2012年は大統領の任期8年以内とする憲法を順守して首相となり、2012年にまた大統領に立候補した)。

2012年に3度目の選挙で勝利したものの、プーチンは今一つ人気がなかった。ところが2014年ウクライナに政変が起き、ロシアはウクライナ領クリミアを併合し

一方、男性は開発途上国レベルである。労働力の根幹となる男性がどうして開発途上国レベルなのか。ウオッカなどアルコール度数の高い酒を飲む習慣のせいだとされてきたが、①

た。欧米を始め国際社会は厳しく批判したが、ロシアでの世論は全く逆。

ロシア国民は「プーチンはロシアの国益を守ってくれる唯一無二の指導者である」と考えるようになったのである。国の機関である「全国世論調査センター」での支持率は再び盤石となった。

そして2018年の選挙は無風状態。この年サッカーW杯ロシア大会がモスクワで開催された。この時ロシア政府は、サッカーで国中が沸いている最中に「年金の支給開始年齢を10年かけて段階的に引き上げる」という改革を発表した。

つまり2028年に男性65歳、女性63歳開始とするものである(注)。

平均寿命と突き合わせれば分かるように、改革後には年金受給前に亡くなるか、もらっても短期間で「なんのための年金なのか」ということになる。国民の怒りはもつともだど考える。

しかし、国家の財政を考えれば年金の原資をカットするしかない。これが戦争の本当の引き金となったのではないのだろうか。

原稿の締め切り日、「Yahoo!ニュース」にロシアの年金にふれたニュースが掲載された。したがって本号が発行される前に、もっと精度の高い内容のものが出てくるかもしれないことを付記しておく。

いずれにしても、プーチン大統領はこれだけの死者と避難民を生んだ戦争の責任を厳正に裁かれるべきである。 **R**

(注)年金支給開始年齢はインドが最も早く58歳。次いで中国60歳。フランス、ハンガリー、スロバキアが62歳でその他の国は64~66歳である。平均寿命との関係を見なければ、早いとも遅いとも言い難い。

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。



残部僅少のため
お早めに
お申込み下さい!

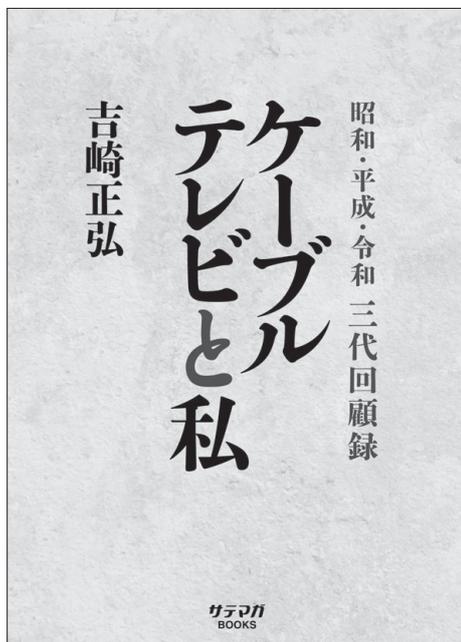
2021年7月27日発行

「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. ()



SPACE SHOWER TV

スペシャキャラバン 青木信自の一人旅編 ニッポン元気プロジェクト

Keep & Challenge For Smile

これからも地域とともに ～感謝の想いを15秒に込めて～

突き抜ける青空に日向灘の鮮やかな青。宮崎に向かう上空で真っ先に目にするその景色はまさに南国特有の“青”だ。世界的サーフタウンでもある“日向市”や“延岡市”をエリアに抱えるケーブルメディアワイワイ（以下ワイワイ）は2021年、開局30周年を迎えた。数々のイベントで地元活性にも大きく貢献してきたワイワイ。そんなワイワイならではの30周年展開に地元の期待も高まったが、昨今のコロナ禍の影響を鑑み、周年企画は全て中止・延期を決定した…ただひとつの企画を除いて。

その、たったひとつ実現した30周年企画が、今回取材したワイワイの自社ブランドCMだ。昨年地元地上波で放送されたCMは、後にテレビ宮崎主催のCM大賞、そして受賞企業に大手ブランド名が並ぶ国内を代表するクリエイティブワード「ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」への入賞も果たした。そんなCM制作の現場をクリエイティブ・プロデューサーとして指揮したのが、ワイワイの企画室（旧クリエイティブ事業局）に在籍する佐保美樹氏だ。昨年6月の放送スタートから話題を集めた本作品だが、会社からの制作指示は、なんと2カ月前の4月だったという。その作品へ込めた想いを、プロデューサーとして携わった佐保氏に制作過程と共に振り返っていただいた。



佐保美樹氏（株）ケーブルメディアワイワイ
開局30周年記念CMクリエイティブ・プロデューサー

「両想い」の傘が花開く “Wai Love You”

佐保氏が所属する企画室は、社のプロモーションを含めたブランディング、クリエイティブ、新規企画を担当する部署だ。業務はAR、VR、ローカル5G、VTuberやe-Sportsプロゲーマーの育成運営、ワーケーション高度化など、先進的施策を含め多岐に渡る。社内各所にはVR体験機器やe-Sports設備など見たこともない多数の機器があらゆる場所に置かれ、社員はそれぞれのをも体験できる環境にあり、いわば社内全体が研究室、はたまた大人の遊び場といった様相だ。そんな部署を佐保氏はこう感じている。

「新しいことにアンテナを張りみんなで共有する感じ。定例の報告会でも初耳の企画やアイデアが多く、毎回驚きや学びがあります。先日、社員歓迎会で推理ゲームを実施しましたが、スタッフは事前に配られたストーリー台本を覚えた上で歓迎会に参加するんです。役を演じてみんなで推理し、終わった後は仕事と同じで、反省会まであります。実際にやってみて面白いかわからないかを判断するという姿勢は、仕事も遊びも一緒に、刺激に対し前向きな空気がある部署だと思います」。

昨年開局30周年を迎えたワイワイだが、周年の催しはコロナ禍の影響で中止・延期を決断した。そんな中、唯一の周年プロジェクトとして動き出したのがブランディングCM。しかも与えられた製作期間はたった2カ月。

CMを任された佐保氏は、短期間プロジェクトながらも作品のクオリティーには、最後までこだわりぬいた。佐保氏は2019年、上司の提案で宣伝会議が東京で開催する「クリエイティブ・ディレクター養成講座」を受講した。錚々たるクリエイターが登壇する人気養成講座は、非常に刺激的で得るものが多かったが、一方でこの経験をどう社に還元すればよいのか、期待に応える術はないものかという葛藤を感じていたという。ブランドCM制作は、まさにこの経験値と社への貢献を具現化できる最良の場であり、かける思いは強かった。

「制作するにあたり、賞を取れるCMを目指すことを目標に掲げ、ブランドCMならそのチャレンジができる、と思いました。コンセプトを30周年の感謝の気持ちと、これからも

日本最大の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 吉人社長)の敏腕営業マンの一人、青木信自氏が記者に大変身!! 独自の情報網から入手した、メディアを巻き込んだ面白い活動&地域への貢献活動を、自ら取材して紹介する。今回取材したのは宮崎県延岡市を中心にサービスを展開する(株)ケーブルメディアワイワイ(末次 稔社長)。昨年、国内を代表する「クリエイティブアワード」で入賞を果たした自社ブランドCMについて取材しました。

作品名:開局30周年記念CM「ワイワイ傘編」

CM尺:15秒

受賞:[2021 61st ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS]

フィルム部門(テレビCM)地域ファイナリスト入賞

「第32回UMK CM大賞」入賞

「ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」

一般社団法人ACCが主催するクリエイティブアワード。テレビ、ラジオCMの質的向上を目的に創設された広告賞を前身とし、2017年~あらゆるクリエイティブを対象としたアワードへリニューアル。国内では規模、権威共に最大級のアワードで昨年61回の開催を迎えた。

「UMK CM大賞」

UMKテレビ宮崎が開局20周年に創設し主催する広告賞で昨年32回の開催を迎えた。



CMはここから観られます!



賞を取るという明確な目標を立てて制作に臨んだ

地域の皆さんと一緒に歩み続けたい気持ちを『相合い傘』と『ワイワイ』を掛け合わせた造語『ワイワイ傘』で表現することにしました。この『ワイワイ傘』なら、弊社と地域、そして地域の皆さまが思い合う、様々なカタチの『両思い』を表現することができる、とイメージが一気に膨らみました。そして地域の方々に出演してもらい一緒にCMを作りたいと強く思いました。

15秒のCMはたくさんの笑顔のバトンで紡がれていく。老舗和菓子屋夫婦に漁師と加工業者の2人、農家と農産物のPRキャラクター。どれもが地元で愛されるキャラクター。誰もがどこかで繋がりのある人たちばかり。そんな両思いの傘がいくつも開き、笑顔のバトンは終盤「Wai Love You」というメッセージに辿り着く。CMを作り終え感じる



ことは何か佐保氏に聞いてみると、こんな言葉が返ってきた。

「実は梅雨が例年になく早く始まったため、撮影予定も10日程前倒しになったんです。ただでさえ時間がない中トラブルは続き、自分も初めてのことであったので余裕はありませんでした。ただ、現場で障害や問題が発生しても、その都度話し合い、柔軟にアイデアで乗り越えていきました。現場の気持ちに通じ合っているというか、絶対に良いものを作るぞ、という。それは賞を取るというひとつの目標があったのも大きかったと今、思えます。そしてなにより出演者さん達が、楽しん

でやってくれたこと、それが心から嬉しかったですね」。

今回CM完成までのお話を伺い、佐保氏が重ねてきた体験と想いがひとつの形として表現されたのが今回の作品だったのだと感じた。ACC入賞という嬉しい結果を得た今、今後の抱負を聞いてみた。

「受賞の吉報を聞いた時は、信じられなくて何度も確認しましたね。出演者の反応も大きく、またCM視聴者からは、「笑顔が素敵」とこだわりの部分が伝わっていて本当に嬉しいです。今回の入賞を励みに、これからも地域の方々の営みが少しでも豊かになるコンテンツや情報を発信していきたいと思っています」。



編集後記

ど〜かど〜か! スペースシャワーTVの青木です。佐保さんとはもう随分長くお仕事をさせて頂いています。記憶の中の佐保さんはどこを切っても笑顔と笑い声ばかりで、そんな佐保さんが作るCMは雨上がりの日差しのようなキラキラした輝きと暖かさにあふれ、「ああ佐保さんらしい作品だな」と笑みがこぼれました。さてこれからも面白い活動や地域活性の活動現場をレポートしていきます。地域の面白企画があれば飛んでいきますので、ど〜かど〜か取材依頼、お待ちしております〜! 取材依頼は、スペースシャワーTV/青木信自 (info@satemaga.co.jp) まで。

ケーブルテレビ関連——気になるトピック

青森ケーブルテレビと八戸テレビ放送、4月1日からIP映像伝送システムにより番組のリアルタイム交換放送開始

青森ケーブルテレビ(株)(青森・青森市、石井啓之社長)と(株)八戸テレビ放送(青森・八戸市、大久保修社長)は4月1日から、IP映像伝送システムにより、両社で放送しているお互いのニュースや情報番組などを自社チャンネルにリアルタイムで交換し、放送を開始する。

これまでも両社間では、コミュニティチャンネルの充実のため、番組交換を行ってきたが、交換する番組データのやり取りに時間がかかるなど、即時性の課題があり、月1本程度にとどまっていた。

このIP映像伝送システムのリアルタイム交換により、青森と八戸で同じ時

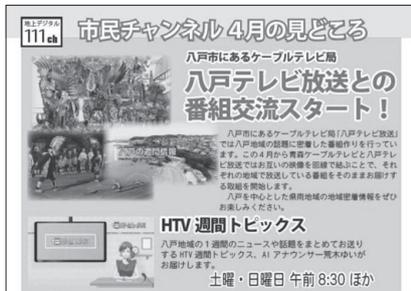
間に同じ番組を視聴できるようになるため、交換するレギュラー番組本数は月5～6本程度となり、今後、イベントや祭り中継などの特別番組も随時増やしていく予定。交換する番組は次の通り。

・青森ケーブルテレビ→『ACTタイム』『週間あおり情報局』『あおりのそら』『あーとふる県美』『まちココ～お店紹介 総集編～』『Do! ROADあおり』

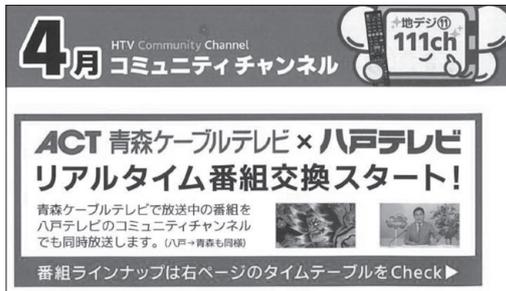
・八戸テレビ放送→『HTV週間トピックス』『八戸工大ライブラリ』『わんにゃん

パーク』『出番ですよ～』『雅ちゃんのふるさとの味』

両社は共に青森県に位置するケーブルテレビ事業者として、今後も番組交換による連携を深め、地域に密着した情報の提供に努めていく。



青森ケーブルテレビの番組表より



八戸テレビ放送の番組表より

イツコム、地域商店街と連携して地域DXへ店舗情報をタイムリーに発信する新サービスを実証実験

イツ・コミュニケーションズ(株)(東京・世田谷区、嶋田 創社長、以下イツコム)は、同社サービスエリアである東京都目黒区と横浜市青葉区たまプラーザの商店街飲食店で、店舗情報をタイムリーに発信する新サービスの実証実験を実施している。

この新サービスは、コロナ禍における混雑を避けたいと考える人々に安心情報を届けるとともに、店舗からのタイムリーな情報を届け、地域住民同士を情報でつなぐという地域インフラとしての同社の役割を具体化するものであり、地域の活性化につなげることを目的と

した地域DXの取り組みとして、商店街の人々と共に推進するもの。

本実験では、凸版印刷(株)(東京・文京区、磨 秀晴社長)が提供する混雑状況可視化システム「nomachi」の機能を応用し、飲食店の「混雑状況」だけでなく、各店舗が「今」発信したい情報をリアルタイムにWEBサイトに発信する。

各店舗では、手のひらサイズの無線通信機能を持つサイコロ型機器で、店の状況にあわせ、サイコロの6面に設定した6種類のメッセージを、向きを変えるワンアクションだけで、リアルタイムに



無線通信機能を持つサイコロ型機器

WEBサイトに反映させることができる。表示させる情報は「今、空いています」などの混雑情報に加え、「ランチ営業中」「ワンドリンクサービス中」「ただいま、画面表示で特典あります」など、店舗ごとに設定可能。また、発信するメッセージとして、「環境のため紙スプーンに変えました」「地産地消!横浜野菜を使用しています」など、各店舗のSDGsへの取り組みを伝え、エシカル消費の促進にも活用されている。

知多メディアネットワーク、 SDGメディア・コンパクトに加盟



CNCIグループの知多メディアネットワーク(株)(愛知・東海市、松永光司社長)は3月4日、SDGs目標を達成するために、国連が世界のメディアに協力を呼び掛けた「SDGメディア・コンパクト」に加盟した。

今後、同社では、「メディアチャンネル」「メディア防災チャンネル」「メディアスエフエム」(83.4MHz)等を通し、

知多半島地域のSDGsの意識を高め、行動を促す情報を発信し、持続的な地域づくりに貢献していく。

「SDGメディア・コンパクト」は2018年9月、世界中の報道機関とエンターテインメント企業に対し、その資源と創造的才能をSDGs達成のために活用するよう促すことを目的に設立された。事実やヒューマンストーリー、解決策を

発信することにより、同コンパクトはSDGsに関するアドボカシーと行動、説明責任の強力な原動力となっていく。

現在、ケーブルテレビでは知多メディアスのほか、次の7局が加盟している。

- ・中海テレビ放送
- ・ひまわりネットワーク
- ・JCOM
- ・キャッチネットワーク
- ・近鉄ケーブルネットワーク
- ・倉敷ケーブルテレビ
- ・ニューメディア

東京ケーブルネットワーク、 秋葉原での地域イベントでメタバース空間を制作・演出

東京ケーブルネットワーク(株)(東京・文京区、大坪龍太社長、以下TCN)は、秋葉原に実在するイベントホール「AKIBA_SQUARE」をバーチャルで再現。3月26日から4月10日までの16日間、秋葉原UDXレストラン&ショップAKIBA_ICHIの地域連携イベント「描こう、ミライ。サクラサケ、2022」においてメタバースイベントの制作・演出を担当し、オンライン上で公開する(リアルイベントは17日まで)。

本イベントは千代田区内中等学校の部活動4校8団体の活動の様子を動画や写真画像展示などで紹介する内容で、当初、秋葉原UDXが所有するイベントホール「AKIBA_SQUARE」にて実施予定だったが、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、実会場での開催が延期となった。しかしながらこの春卒業する3年生を含め、地元校の生徒のために活動発表の機会を創

出したいという主催者の想いを受け、本イベントをメタバースにて実施することとなった。参加する中学・高校/部活動は次の通り。

- ・千代田区立神田一橋中学校/吹奏楽部・和太鼓部
- ・共立女子中学高等学校/能楽部・バトン部
- ・家政学院中学校/生徒によるSDGs発表
- ・正則学園高等学校/花いけ男子部・ビッグバンド部・芸術部

TCNは2020年度に未来創造部を

創設し、事業エリアや従来の事業形態にとられない新たなサービスとして、メタバース・3D空間スキャン・360度映像などのXR事業への取り組みを開始。今後、新たな時代のコミュニケーションツールとして、メタバースを活用した企画制作・運営事業を展開していく。その一環として、施設所有者やイベント事業者と連携して実在する施設をメタバース化し、デジタルアーカイブやデジタルツインとしての活用、現実の情報と掛け合わせたミラーワールド事業を実施していく考え。また、地域密着のケーブルテレビ局としての経験を活かし、新たな地域活性化の手法として地域とメタバースを掛け合わせたコンテンツを企画、実施していく。



3月26日~4月10日に開催、東京・秋葉原UDXレストラン&ショップAKIBA_ICHIの地域連携イベント「描こう、ミライ。サクラサケ、2022」でのメタバースイベントのイメージ



ケーブルテレビ関連——気になるトピック

Goolight、SDGs啓蒙、住みます芸人とのコラボなど、今春からコミチャンで2つの新番組を制作・放送

(株)Goolight(長野・須坂市、丸山康照社長)は、4月からコミュニティチャンネル「すこうチャンネル」で、SDGsや地方創生を啓蒙する2つの新番組をスタートする。

新番組『マナミのE-CycleRing』(15分)は、二酸化炭素を排出しないサステナブルな移動手段として世界的に注目されるE-bikeを使い、番組ナビゲーターの上野マナミ(オリンピック・アクティブクリエイター)が地域をめぐり、人々との交流から地域の魅力を発見す

る番組。E-bikeの楽しさを伝えながら、公共交通が乏しい地方の周遊観光の新たな旅のスタイルを提案。E-bikeをきっかけに環境を考え、SDGsを推進していく。

同番組はシリーズ制作を予定しており、シーズン1は長野県須坂市編として6話制作し、ケーブルテレビの4Kチャンネル「ケーブル4K」でも放送を予定している。

もうひとつは『上信越道須坂長野東IC周辺開発「そこどーなってるの?!」』

(5分/月1～2回放送)。2024年にイオンモールや観光誘客施設、ものづくり企業団地などが予定されている上信越道須坂長野東インターチェンジ周辺地区の開発を市民目線でわかりやすく届ける。この開発は、北信濃の玄関口として地元住民の期待が大きい反面、交通渋滞や雇用、中心市街地の衰退などさまざまな環境変化もあるなか、吉本興業の長野県住みます芸人、ゆでたかのを起用し、楽しくわかりやすく情報を伝え、地域の未来を応援していく。

今年3月からスタートし、自主放送をはじめ、SNS等のさまざまな媒体を活用し、2024年3月まで情報発信していく。



「マナミのE-CycleRing」



「上信越道須坂長野東IC周辺開発「そこどーなってるの?!」」



吉本興業 2代目長野県住みます芸人、ゆでたかの

Goolight、信州高山村の台湾向けプロモーション番組を制作、3月に台湾の地上波「民視無線台(FTV)」で放送

(株)Goolight(長野・須坂市、丸山康照社長)は、2021年度信州高山村台湾向けプロモーション事業の一環で、高山村の「冬の魅力」をテーマにした台湾向けの番組『深入長野高山村 美食絶景大掲密』を制作し、台湾の地上波放送局「民視無線台(FTV)」で3月20日に放送した。

同事業は、高山村の魅力を台湾に発信するコンテンツを制作し、台湾からの観光客の増加や、地域産業の海外

展開を促し、地域経済の活性化を図る目的として実施しているもので、今年度で6年目を迎える。

台湾出身タレントがパウダースノーを



台湾向けの番組「深入長野高山村 美食絶景大掲密」。台湾出身タレントのナンシーが高山村の冬の魅力を伝える

求めて信州高山村を訪れ、スキーやワイン、人気のサウナなど、台湾人の目線で冬の高山村の魅力を伝える。

なお、今回制作した番組はFTVでの放送後、日本語にローカライズし、Goolightのコミュニティチャンネルをはじめ、全国のケーブルテレビ局への配信も予定している。



映像分配器



ケーブルテレビ アーキテクト 上山裕史

今回はアナログ時代の「映像分配器」を紹介します。

※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。

今回はアナログ時代の映像分配器を紹介します。多数の有料放送チャンネルをひとつにまとめてプロモーションを行うマルチチャンネル画面の作成のため、この映像分配器は利用されていました。

アナログの映像信号は3.5794545 MHzの色副搬送波周波数を中心とした1.5MHzの色信号を伝送するため4.2MHzまでの帯域を必要とします。この映像信号を高品質に伝送するには最低でも $4.2\text{MHz} + \alpha$ (MHz)の周波数まで平坦に伝送し、分配することが必要になります。 α は余裕度です。WJ-300Cは1入力の映像信号を最大6出力することが出来る映像分配器です。外観を写真1に示します。写真1は上部のカバーを外した状態で撮影しています。写真2はカバーを外した状態の内部の様子になります。トランジスタを

使用した回路であることが外部からわかります。

電源回路は最近のスイッチングレギュレータを使用したものではなく、アナログ回路でノイズが少ないと定評のあるトランス式の電源回路が使用されています。この映像分配器の伝送特性を測定したのが図1です。入力にスペクトラムアナライザのTG(トラッキングジェネレータ)出力を接続し、出力にスペクトラムアナライザを接続して測定しました。スタート周波数は100kHz、ストップ周波数は200MHzです。伝送する信号

の平坦な部分は、40MHz程度です。4.2MHzの伝送のため、約10倍の平坦な特性の増幅器を用意している製品です。入力した信号がそのまま出力されることがわかります。図2はストップ周波数50MHzで測定した伝送特性です。

今回はアナログ映像信号分配器の周数特性が十分な特性をもち、特性を理解して使用することで安心して設備を運用できることを紹介しました。



写真1:分配器外観

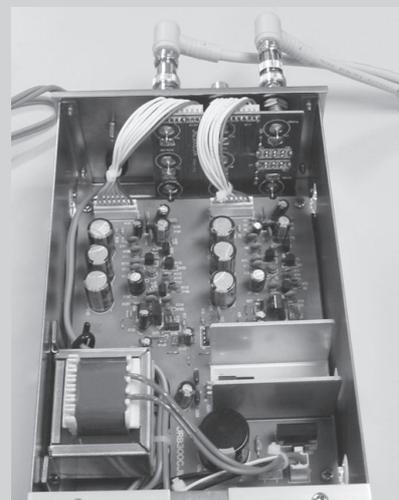


写真2:分配器の内部

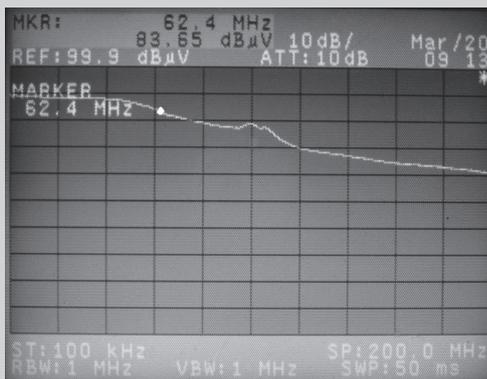


図1:伝送特性

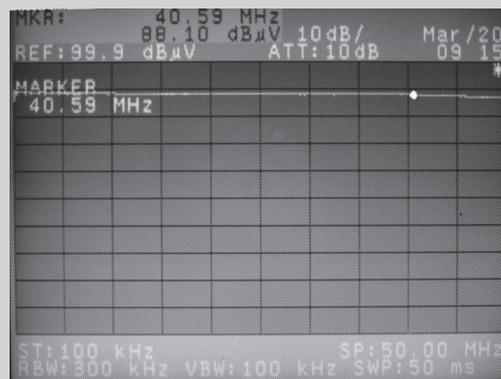


図2:50MHzまでの伝送特性

2021年の衛星業界を回顧し 2022年の潮流を予測 「APSCCオンライン会議」

韓国に本部を構えるAsia Pacific Satellite Communications Council (APSCC)は、今年もリアル会議・展示会を見送る予定だ。代わりに同協会は、オンラインによる会議を毎月2~3回開催して存在感をアピールしている。

2022年1月には、「The Satcom Market 2021 Review & 2022 Forecast」と題する世界の衛星業界を俯瞰する興味深い会議を行なって注目を集めた。2021年12月に行われた「Satellite Operators Panel : M&As, Partnerships, & the Challenging Competitive Landscape」と合わせて遅ればせながらレポートする。

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

世界の衛星業界を取り上げた「The Satcom Market 2021 Review & 2022 Forecast」

2022年1月18日に行われた世界の衛星業界を取り上げた「The Satcom Market 2021 Review & 2022 Forecast」の会議には、Space and Satellite Professionals International (SSPI)、Global VSAT Forum (GVF)、Asia Pacific Satellite Communications Council (APSCC)、Euroconsult Groupが出席した。言わば、衛星通信・衛星放送業界を知り尽くしている業界団体のトップ3人と著名なコンサルティング会社のCEOが出席した非常に興味をそそる会議であった。

■SSPI

「Satellites Make a Better World」をモットーに掲げるSSPIは、40カ国に4,000人のメンバーを抱える最大の業界団体である。名称の通り衛星業界のプロフェッショナル間のネットワークと情報交換を推進する協会で、アメリカを中心に英国、ブラジル、日本、インドなどに支部を構えてそれぞれの地域に密着した活動を行なっている。

SSPIで業務執行を担っているRobert Bell会長は、「2021年は、5Gを進める地上の大手通信事業者に振り回される“Teleconization”の年であった。典型的な事例がAT&TとOneWeb、VerizonとProject Kuiperのパートナーシップ契約と言える。2022年の注目は、低軌道周回衛星 (LEO) コンステレーションの動向で、私的な見解ではあるが短期的には計



「The Satcom Market」の会議には、APSCC、GVF、SSPI、Euroconsultの代表が出席した。司会は、Space Intel Report社のPeter de Selding氏が務めた(出典:apscsat.com)

画通りに進まない可能性が大だ。長期的に成功するかどうかはイノベーション次第と言える」と述べた。

■GVF

GVFは、サテライト・エコシステムをグローバルに推し進めている業界団体である。1997年に設立され、本部をロンドンに置いている。メンバーとして名を連ねているのは、インテルサット、SES、ユーテルサット、テレサット、インマルサット、ViaSat、アラブサット、スカパーJSAT、OneWebなどの衛星オペレーターが中心である。

他にBoeing、Lockheed Martin、AvL、Intellian、Comtech、Gilatなどの衛星や機器メーカー、Telstra、Hughes Network Systems、Marlinkなどサービス提供事業者が加盟している。具体的な業務は、「Regulatory」「Technology」「Marketing」の3つのワーキンググループが行なっている。

今回GVFを代表して出席したのは、David Meltzer事務局長で、同局長は「2021年の成果は、インテルサット社以外のOneWeb、GoGo、Speedcastなどがチャプター11のプロセスを成功裏に終わらせ、強固な経営体質を確立したことである。2022年の注目は、業界の

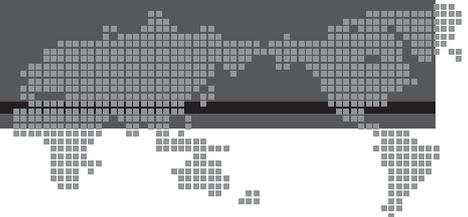
潮流を形成しているLEOとHigh Throughput Satelliteの動向と言える。また、打ち上げが容易にできるようになった小型衛星ビジネスの進展にも注目しなければならない」と語った。

■APSCC

APSCCは、その名称の通りアジアパシフィック地域における衛星通信・衛星放送のプロモーションを行なっている。最近では、宇宙も取り込んで活動を拡大する傾向にある。会員については、35カ国から100社と発表している。

APSCCを代表して参加したGregg Daffner会長は、「2021年は、SPAC(特別買収目的会社)による新規上場でにぎわった年であった。インターネットバブルを想起させる年であったと言ってもよい。一方、たまたまではあるが、ユーテルサットとインテルサットの2大オペレーターのCEOが辞任を発表する入れ替わりの年になった。

アジアパシフィック市場での2022年の課題は、グローバルなLEOコンステレーションをめぐる需要の見極めと判断が求められ、これに準じて各国の規制のハードルを緩和するかどうかが決まる。現時点では、Wait & Seeの立場をとっている国が多いように思う」と独特の見解



を表明した。

■Euroconsult Group

Euroconsult Groupは、35年の歴史を誇る宇宙・衛星分野の世界的な経営・販売戦略を得意とするコンサルティング会社である。本社を構えているパリで毎年のように「World

Satellite Business Week」と呼ばれるコンベンションを開催して人気を得ている。

今回参加したのは、Pacome Revillon CEOで、同氏は「2021年は、宇宙と衛星への投資意欲が非常に強かった年、LEOコンステレーションが現実味を帯びた年、衛星ネットワ

クのクラウド化が進化した年と言える。2022年の注目の的は、欧州連合と欧州委員会がLEOコンステレーション政策でどのような決定を下すかだ。アジアでは、LEOをめぐるインド政府と中国政府の出方を注視している」と述べた。

世界の3大オペレーターが参加「Satellite Operators Panel」

2021年12月7日に開催された「Satellite Operators Panel」の会議には、世界の3大オペレーター（インテルサット、SES、ViaSat）が参加してタイトルに掲げられたM&AとPartnershipを中心に討議が行われた。

■インテルサット

インテルサット社は、間もなくチャプター11（米連邦破産法11条）から抜け出させる見込みで、所有する52機の衛星で強気の運用サービスを継続している。また、新規衛星・後継衛星を10機も発注し、将来への戦略にも怠りない状態である。しかも新規衛星の内の4機は、最先端のSDS（Software-Defined-Satellite）で、グローバルマーケットをよく読んでいる。その一方でGoGo社の商用ビジネス部門を買収し、需要増の期待が高まるモビリティ市場を巧みに攻めている。特にGoGo社を買収したことで、インマルサットやViaSatと肩を並べてグローバルな競争をする強力な基盤ができたとの評価が高い。

今回インテルサット社を代表して会議に参加したのは、シンガポール事務所を振るうTerry Bleakleyアジア担当副社長で、同氏は「GoGo社の買収の他に、インテルサットは、スカパーJSATとのHorizons衛星によるパートナーシップ、OneWebとのLEO・GEOコネクションサービス、インドでのモビリティビジネスへの投資など多角的なアプローチを行なっている。最も重視しているのは、GEO・MEO・LEOを視野に入れたマルチオービット・アプローチである。また、最新のインテルサットの戦略としてUnified Networkが挙げられる。5G、移動体通信、IoTサービスなどをグローバルに統合するネットワークの構築を目指すものである」と述べていた。

■SES

SES社は、ルクセンブルクを拠点にして、アジアでも活発なビジネスを展開している。静止衛星が中心であったが2016年から子会社の

O3bネットワークス社が中軌道周回衛星「O3b MEO」の運用サービスも始めている。

今回SES社を代表して参加したのは、SES Networks社のアジア担当セールス・ディレクターの

Harsh Verma氏で、同氏は「SESによるアジアパシフィック市場へのアプローチは、O3b中軌道周回衛星とSES-12静止軌道衛星の2つの主な路線がある。さらに、最新鋭のO3b mPower衛星を近いうちに打ち上げて体制を強化する戦略をとっている。

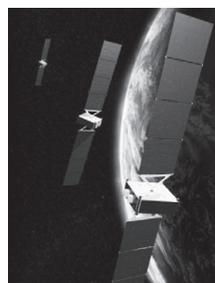
一方、マイクロソフトやアマゾン・ウェブ・サービスと提携して衛星ネットワークのクラウドシフトを手掛けている。地上設備にも力を入れており、この面ではイスラエルのGilat Satellite Networks、英国のIsotropic、韓国のIntellianなどとパートナーシップ契約を締結した」と手の内を詳しく説明していた。

■ViaSat

ViaSat社は、オーストラリアのメルボルンを本拠にしてアジアパシフィック市場をカバーしている。理由としては、同国で「Sky Muster」と名付けられた2機の衛星を運用している



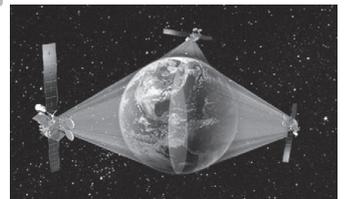
「Satellite Operators Panel」には、インテルサット、SESネットワークス、ViaSatの3社の代表が出席した。司会は、NSR社のJose Del Rosario氏が務めた(出典:apsccsat.com)



SES社は、中周回軌道に最新鋭の「O3b mPower」衛星を打ち上げてグローバルなカバーレッジを実現しようとしている(出典:ses.com)

National Broadband Network (NBN) 社に対して全面的な支援を行なっていることが挙げられる。M&Aに関しては、昨年インマルサット社の買収を発表して大きな話題になった。

今回ViaSat社を代表して出席したPeter Girvanアジアパシフィック担当副社長は、「インマルサットの買収が予想を超える反響を呼んでいるが、ViaSatとインマルサットのビジネスは補完関係にあり、統合によるメリットは非常に大きいと考えている。アジアパシフィック市場を担当する責任者として、買収案件より重要なのは、打ち上げを控えているViasat-3 APAC衛星の売り込みである。この衛星はアジアパシフィックの48カ国、41億人をカバーするので大きなインパクトを及ぼす。地元オーストラリアでの狙いは、軍用とモビリティ事業者の需要だ。3機でグローバルな展開ができるので、特にオーストラリア軍やキャセイパシフィック航空にとってメリットが大きいと考えている。アジア諸国については、まず上陸権を取得すべく手配を進めているところである」と少々苦勞をにじませていた。



ViaSat社は、3機の「Viasat-3」衛星でグローバルなカバーレッジを実現し、静止衛星によるサービス革命を起こそうとしている(出典:viasat.com)

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。



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)	7,856,684	359	6,459,914	1,396,770	22/2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	7,818,663	-	6,373,161	1,437,136	22/2末
3	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
4	映画・チャンネルNECO	日活(株)	7,705,622	299	6,330,389	1,375,233	22/1末
5	日本映画専門チャンネル	日本映画放送(株)	7,649,124	334	6,250,218	1,398,906	22/2末
6	TBS NEWS	(株)TBSテレビ	7,543,369	180	6,262,165	1,281,204	22/2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	7,447,119	-	6,090,626	1,345,437	22/2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	7,284,487	313	5,852,350	1,432,137	22/2末
11	GAORA SPORTS	(株)GAORA	7,222,000	370	6,194,000	1,028,000	22/1末
12	ムービープラス	ジュビターエンタテインメント(株)	6,997,682	-	5,647,851	1,349,831	22/1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	6,873,425	358	5,622,128	1,194,884	22/2末
15	スカイA	(株)スカイA	6,860,673	329	5,570,225	1,290,448	21/7末
16	AXN	(株)AXNジャパン	6,857,286	253	5,537,790	1,319,496	22/1末
17	MUSIC ON! TV (エムオン!)	(株)エムオン・エンタテインメント	6,852,000	-	5,498,000	1,354,000	22/2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)	6,758,076	-	5,441,951	1,316,125	22/1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	6,492,033	245	5,081,494	1,410,539	22/2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	バイアコム・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)	6,196,687	-	4,857,034	1,339,653	22/1末
25	テレ朝チャンネル2	(株)テレビ朝日	6,178,264	258	4,730,133	1,448,131	22/1末
26	MONDO TV	ターナージャパン(株)	5,975,466	-	4,646,587	1,328,879	21/11末
27	歌謡ポップスチャンネル	(株)WOWOWプラス	5,970,094	344	4,670,337	1,299,757	22/2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)	5,947,998	-	4,715,445	1,232,553	22/1末
29	日テレNEWS24	(株)CS日本	5,858,484	271	4,501,401	1,357,083	22/2末
30	日テレプラス ドラマ・アニメ・音楽ライブ	(株)CS日本	5,690,023	227	4,381,749	1,308,274	22/2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)	5,687,757	-	5,315,819	371,938	22/1末
32	J SPORTS 1・2・3・4	(株)ジェイ・スポーツ	5,682,000	-	5,160,000	522,000	22/1末
33	フジテレビONE スポーツ・バラエティ	(株)フジテレビジョン	5,640,022	-	4,103,140	1,536,882	22/2末
34	TBSチャンネル2 名作ドラマ・スポーツ・アニメ	(株)TBSテレビ	5,636,390	201	4,192,009	1,444,381	22/2末
35	フジテレビTWO ドラマ・アニメ	(株)フジテレビジョン	5,533,630	-	3,988,368	1,545,262	22/2末
36	アニマルプラネット	ディスカバリー・ジャパン(株)	5,425,663	-	4,132,874	1,292,789	22/1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	5,335,211	198	3,982,950	1,352,261	22/2末
39	テレ朝チャンネル1	(株)テレビ朝日	5,327,390	249	3,942,627	1,384,763	22/1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)	5,043,520	197	3,701,720	1,341,800	22/2末
42	釣りビジョン	(株)釣りビジョン	4,996,174	310	-	-	22/2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)	4,876,177	144	1,570,066	1,271,011	22/2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%ヒット!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	名古屋テレビネクスト(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	名古屋テレビネクスト(株)	1,724,500	129	1,488,000	236,500	21/7末

3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

ケーブル加入世帯数ランキング

順位	順位変更 ランク	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	6,459,914	22/2末
2	3	スーパー!ドラマTV #海外ドラマ☆エンタメ	6,378,000	21/9末
3	2	アニマックス	6,373,161	22/2末
4	4	映画・チャンネルNECO	6,330,389	22/1末
5	6	TBS NEWS	6,262,165	22/2末
6	5	日本映画専門チャンネル	6,250,218	22/2末
7	7	音楽・ライブ! スペースシャワーTV	6,208,068	21/12末
8	11	GAORA SPORTS	6,194,000	22/1末
9	8	キッズステーション テレビアニメ・劇場版・OVA	6,090,626	22/2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	5,852,350	22/2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	5,647,851	22/1末
14	14	囲碁・将棋チャンネル	5,622,128	22/2末
15	15	スカイA	5,570,225	21/7末
16	16	AXN	5,537,790	22/1末
17	17	MUSIC ON! TV (エムオン!)	5,498,000	22/2末
18	18	ディスカバーチャンネル	5,441,951	22/1末
19	19	CNNJ	5,339,140	21/12末
20	31	ゴルフネットワーク	5,315,819	22/1末
21	22	MTV	5,247,518	21/7末
22	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
23	32	J SPORTS 1・2・3・4	5,160,000	22/1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	5,081,494	22/2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	4,857,034	22/1末
28	25	テレ朝チャンネル2	4,730,133	22/1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	4,715,445	22/1末
30	27	歌謡ポップスチャンネル	4,670,337	22/2末
31	26	MONDO TV	4,646,587	21/11末
32	29	日テレNEWS24	4,501,401	22/2末
33	30	日テレプラス ドラマ・アニメ・音楽ライブ	4,381,749	22/2末
34	34	TBSチャンネル2 名作ドラマ・スポーツ・アニメ	4,192,009	22/2末
35	36	アニマルプラネット	4,132,874	22/1末
36	33	フジテレビONE スポーツ・バラエティ	4,103,140	22/2末
37	40	ザ・シネマ	3,991,600	21/12末
38	35	フジテレビTWO ドラマ・アニメ	3,988,368	22/2末
39	38	WOWOWプラス	3,982,950	22/2末
40	39	テレ朝チャンネル1	3,942,627	22/1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	3,701,720	22/2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	1,570,066	22/2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%ヒッツ!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

DTH視聴世帯数ランキング

順位	順位変更 ランク	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	1,545,262	22/2末
2	33	フジテレビONE スポーツ・バラエティ	1,536,882	22/2末
3	25	テレ朝チャンネル2	1,448,131	22/1末
4	34	TBSチャンネル2 名作ドラマ・スポーツ・アニメ	1,444,381	22/2末
5	2	アニマックス	1,437,136	22/2末
6	10	日テレジータス	1,432,137	22/2末
7	20	TBSチャンネル1 最新ドラマ・音楽・映画	1,410,539	22/2末
8	5	日本映画専門チャンネル	1,398,906	22/2末
9	1	時代劇専門チャンネル	1,396,770	22/2末
10	39	テレ朝チャンネル1	1,384,763	22/1末
11	4	映画・チャンネルNECO	1,375,233	22/1末
12	9	ファミリー劇場	1,365,900	21/12末
13	29	日テレNEWS24	1,357,083	22/2末
14	17	MUSIC ON! TV (エムオン!)	1,354,000	22/2末
15	38	WOWOWプラス	1,352,261	22/2末
16	12	ムービープラス	1,349,831	22/1末
17	8	キッズステーション テレビアニメ・劇場版・OVA	1,345,437	22/2末
18	41	ホームドラマチャンネル 韓流・時代劇・国内ドラマ	1,341,800	22/2末
19	24	女性チャンネル♪LaLa TV	1,339,653	22/1末
20	40	ザ・シネマ	1,334,600	21/12末
21	3	スーパー!ドラマTV #海外ドラマ☆エンタメ	1,332,800	21/9末
22	26	MONDO TV	1,328,879	21/11末
23	16	AXN	1,319,496	22/1末
24	18	ディスカバーチャンネル	1,316,125	22/1末
25	30	日テレプラス ドラマ・アニメ・音楽ライブ	1,308,274	22/2末
26	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
27	13	海外アニメ! カートゥーン ネットワーク	1,300,561	21/11末
28	27	歌謡ポップスチャンネル	1,299,757	22/2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	1,292,789	22/1末
31	15	スカイA	1,290,448	21/7末
32	7	音楽・ライブ! スペースシャワーTV	1,286,117	21/12末
33	6	TBS NEWS	1,281,204	22/2末
34	44	BBCワールドニュース	1,271,011	22/2末
35	47	100%ヒッツ!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	1,232,553	22/1末
37	19	CNNJ	1,225,163	21/12末
38	14	囲碁・将棋チャンネル	1,194,884	22/2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	1,028,000	22/1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	522,000	22/1末
45	31	ゴルフネットワーク	371,938	22/1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

西側諸国の衛星、「RT (Russia Today)」を遮断

RTの衛星配信を次々に停止

「西側諸国」という単語を使うのには戸惑いもあった。ソ連の崩壊と共に、もはや死語となっていた感があったからだが、ロシアのウクライナ侵攻によって、再び各種のメディアにも用いられるようになってきている。

中国がロシアに対して曖昧な態度を取り続けていることが、さらに1990年代までの東西対立に重なって見えるためであろう。筆者にも、いまさら「西側諸国」という古びた単語を持ち出すことにはためらいもあったのだが、ロシアが非共産国化したこともあって、自由主義陣営という言葉もそぐわないし、他に現在の対立の構図を的確に表す言葉が見つからなかった。メディア上に「西側諸国」あるいは「西側陣営」という化石のような単語が散見されるようになったのもそのためであろう。海外メディアでもロシアに対抗する意味で“West”という言葉が使われている。まさに30年ぶりの東西対立の復活である。

国際衛星放送のうち、第2次世界大戦の戦前あるいは戦中の短波による国際放送にルーツを持つものは少なくない。BBCやVOAはそのまま続いているし、戦後の被占領期以後に事実上の復活をしたドイツのDWやラジオ日本もその例であろう。そしてそれらが国際衛星放送の時代を迎えてテレビ放送による国際放送を行なっているわけである。

「RT」自体は旧ソ連の対外放送、いわゆる「モスクワ放送」を直接継承するものではなく、ロシア国営のRIA Novosti通信社が2005年に設立した英語テレビ局の「Russia Today」であるが、ロシア政府が資金を提供しており、事実上の国営の対外テレビ放送であるといっても良い。2009年に「Russia Today」から現在の「RT」に名称を変更している。

RTは英語の他にアラビア語、スペイン語、ドイツ語、フランス語によるチャンネルも開始している。

Internet Archiveに保存されていた昨年12月6日のlyngsat.comのデータと今年3月29日のデータを比較してみたのが表1である。

昨年12月には実に26機の衛星から全世界に向けた放送を実施していたVOA TVの14衛星よりもはるかに多い。ちなみにlyngsatによれば中国のCGTNは24衛星、ドイツのDW TVは15衛星、NHK Worldは14衛星である。

ロシアがウクライナに侵攻したのは2月24日。その直後はさしたる動きも無かったのだが、lyngsatを調べてみると3月2日にはASTRA、EUTELSAT、HISPASAT、HOTBIRDなどの衛星で、主に欧州向けのサービスが停止したことがわかる(ただしlyngsatのデータはレポーターからの報告に依存しているので、データの反映は遅れることがある)。

アジアでも3月3日にはINTELSAT、MEASAT 3a、3月5日・6日には2機のASIASATも配信を停止した。

RTのサービスのうち、アラビア語とRT Document、南米向けのスペイン語サービスは規制の対象になっていないようだが、欧州向け、米国向け、および英語のRT Newsは徹底的に規制されている。RT Newsについてみれば、従来通り放送を続けているのはABS-2Aだけであるが、これはロシア向けビームで、ロシアとその周辺地域に対象が限られている。

西側諸国の動きを報道で見ると、欧州ではRTに対する規制が昨年来強まってきた。

昨年9月にはYouTubeの

欧州向けサービスで、「コロナウイルスに対して誤った情報を広めている」という理由でRTのドイツ語チャンネルの放送を停止、今年2月にはドイツがRT DEの放送免許を拒否している。

ウクライナへの侵攻後、2月28日にEU(欧州連合)はEUのすべての加盟国で、RTのすべての言語による放送を禁止することを表明した。

英国では3月2日にSky TVでの配信を停止、3月18日には「責任ある放送局ではない」との理由でRT UKの放送免許を停止した。

欧州ではYouTubeやFacebookなども3月2日より欧州向けのサービスでの排除を実施している。

米国では3月1日にDirecTVがRTの配信を停止、3月4日にはDish、Sling TVも配信を停止した。3月16日にはカナダでもRT Franceの放送が禁止されている。

RTのサービス、特に英語のRT Newsが徹底的に追放されたことによって、ロシアも対抗措置を取って新たな衛星を模索しているが、「援軍」の少なさは歴然としている。

EXPRESS、YAMALなどのロシアの衛星を除けば、2機のCHINASATと、AMOS-17、TKSat-1だけ。AMOS-17はイスラエルの衛星だが、RT Franceは西アフリカ向けの送信ビーム。TKSat-1はボリビアの衛星だが、中国が打ち上げた中国製の衛星である。



RT Newsの英語ニュース。ネット経由ではライブ映像は視聴しにくくなってきている



こうして見ると、CHINASAT-11(東経98度)とCHINASAT-12(東経87.5度)の存在が否応なく眼につく。特に徹底的に排除されたRT Newsに助け舟を出した唯一の国が中国であることは、特に意外というわけではないが、もっと知られても良いことだろう。

ウクライナ・カラーでISSに到着したロシア人クルー

3月18日に3人のロシア人飛行士を国際宇宙ステーション(ISS)に交代要員として乗せたソユーズMS-21が打ち上げられたが、ISSとドッキング後にMS-21のハッチからISSに入って来たロシア人飛行士たちの作業服が、黄色地に青のストライプが入った「ウクライナ・カラー」であったことから、この3人の飛行士たちが反戦の意思表示をしたのではないかとの憶測が流れ、国際ニュースとなった。日本でも共同電が報じ、国内の新聞やテレビニュースでも報じたところがあった。

MS-21に搭乗した3人の飛行士はいずれもロシア人で、オレグ・アルテミエフ飛行士が船長でISS滞在は3度目、デニス・マトベエフ飛行士、セルゲイ・コルサコフ飛行士は今回が初飛行である。

ISSとのドッキング直後に恒例として行われている記者会見では、黄色い服に対する質問も出たが、「黄色のものがたくさん溜っていたので使わなければならなかった」とオレグ・アルテミエフ飛行士は答えたという。ただし、BBCはその答えをジョークとして報じている。

一方、ロスコスモスは「3名の飛行士が卒業したバウマン記念モスクワ工科大学の徽章の色だ」と説明したが、これはいかにも説得力に欠ける。

筆者は、ISSに交代要員が到着する場面はたびたび見ているが、気になったので、ロシア連邦宇宙局からロスコスモス社へ改組となった2016年のMS-01から今回のMS-21までのミッションをすべて調べてみた。このうちMS-10は打ち上げ失敗(乗員は無事)、MS-14は無人だったので、有人飛行は19回である。

全部が青色の作業服というわけではないが、圧倒的に多いのは青色。ただし青色の

■表1:「RT」の遮断の状況

	2021年12月6日のRTの衛星使用状況			2022年3月29日の状況(日付は停止日)			
	経度	衛星名	高度	経度	衛星名	高度	備考
RT America	58.0°W	Intelsat 21	4080 V	03/03			
	97.0°W	Galaxy 19	12152 H	03/04			
	123.0°W	Galaxy 18	4009 V	03/04			
RT Arabic	52.5°E	Al Yah 1	11977 H	存続			
	26.0°E	Badr 6	11747 V	存続			
	13.0°E	Hotbird 13C	12577 H	存続			
	7.3°W	Eutelsat 7 West A	11373 H	存続			
	8.0°W	Eutelsat 8 West B	12687 H	存続			
RT DE	16.0°E	Eutelsat 16A	12552 V	03/02			
	14.0°W	Express AM8	11121 H	存続			
RT Documentary	57.0°E	NSS 12	11105 H	存続			
	13.0°E	Hotbird 13B	12476 H	存続			
RT Español	19.2°E	Astra 1L	11377 V	03/02			
	30.0°W	Hispasat 30W-5	10770 H	03/02			
	34.5°W	Intelsat 35e	11110 V	存続			
	58.0°W	Intelsat 21	3840 H	03/03			
	58.0°W	Intelsat 21	4080 V	03/03			
	123.0°W	Galaxy 18	4009 V	存続			
	127.0°W	Galaxy 13/Horizons 1	4080 V	02/24			
RT France	52.5°E	Al Yah 1	11977 H	14.0°W	Express AM8	3975 R	
	19.2°E	Astra 1L	11377 V	87.2°W	TKSat 1	3659 R	ポリビア
	5.0°W	Eutelsat 5 West B	11137 V	03/02			
	22.0°W	SES 4	11671 V	03/02			
				01/08			
RT News	166.0°E	Intelsat 19	12686 H	17.0°E	Amos 17	12251 V	西アフリカ向け
	122.0°E	AsiaSat 9	12415 V	14.0°W	Express AM8	11541 H	
	105.5°E	AsiaSat 7	4100 V	03/03			
	91.4°E	Measat 3a	4162 H	03/05			
	75.0°E	ABS 2A	11605 V	03/06			
	57.0°E	NSS 12	11105 H	03/03			
	19.2°E	Astra 1L	11377 V	存続			ロシア向け
	13.0°E	Hotbird 13B	12476 H	03/12			
	10.0°E	Eutelsat 10A	11629 H	03/02			
	7.0°E	Eutelsat 7C	10981 V	03/02			
RT UK	28.2°E	Astra 2G	11224 V	98.0°E	ChinaSat 11	3975 V	
	28.2°E	Astra 2G	11568 V	90.0°E	Yamal 401	11385 H	
			87.5°E	ChinaSat 12	4048 H		
			49.0°E	Yamal 601	3586 L		
			14.0°W	Express AM8	3975 R		
			03/02				
			03/02				

中にも比較的明るい空色に近い色と、紺に近い濃い青色のものがある。

特異な例ではMS-18では白色、ISSでの映画ロケのために打ち上げられたMS-19では、女優のユリア・ベレシルドは赤、アントン・シュカプレロフ船長と、クリム・シペンコ映画監督は青みがあった緑色の服を着ていた。色を選べることは事実のようだが、黄色の素材が余っていたとも思えない。

オレグ・アルテミエフ船長はラトビア生まれというのも少し気になるところで、「ひょっとすると?」と思わないでもないのだが、3人はロシアの国営企業のロスコスモス所属の専門の宇宙飛行士であり、ウクライナ支援をここで表明するリスクを敢て冒すとも思えない。ロスコスモスが西側諸国の経済制裁の対象となった直後でもあったから、なおさらである。

将来、今回のウクライナ侵攻が、過去のこ

として語られることになれば、黄色い服の真相が明らかになるかもしれない。



MS-21で到着した3人のロシア人飛行士(モノクロ掲載のためわからないが、前3人の飛行士が黄色の服を着ている)

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

●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
FBC TV	3.952	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=7500
FBC SPORTS	3.952	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=7500
FBC 2	3.952	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=7500
FIJI ONE	3.952	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=7500
PARLIAMENT CHANNEL	3.952	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=7500
MAI TV	3.952	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=7500
HOPE CHANNEL FIJI	3.952	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=7500
CHANNEL 2	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
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
EM TV	3.882	V	DVB-S2 MPEG-4,SR=3960
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
ARIRANG WORLD	4.174	V	SR=4400,FEC=3/4
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
----------	-------	---	------------------------

香港衛視國際台	3.920	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
香港衛視旅遊台(HD)	3.920	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
CNC WORLD(HD)	3.920	H	DVB-S2 MPEG-4,SR=30000
中央電視台電視指南(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
湖北經視(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

日本で受信可能なアジア衛星TV一覧

卡通動画	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
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
FALGUN 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
THAINESS 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 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 HIMACHAL	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(HD)	3.934	H	DVB-S2,SR=7200
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
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
●CHINASAT-11 東經98度			
RT NEWS	3.975	V	DVB-S2,SR=34284
●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
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

日本で受信可能なアジア衛星TV一覧

無断転載を固く禁じます

●ST-2 東経88度	
仏衛テレビ慈恵台 (HD)	3.629 H DVB-S2 MPEG-4,SR=24700
新唐人亞太台 (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
海峡之声廣播電台	4.035 H DVB-S2,SR=1073,ラジオ放送
RT NEWS	4.048 H DVB-S2,SR=2100
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
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
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
SUKU TV (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

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を見るためには、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ものもあります。あらかじめご了承下さい。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しました。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。

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. ()

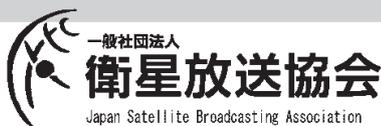
請求書送付先名(書籍の送付先と異なる場合はご記入ください)

請求先名

請求先住所 〒

TEL. ()

FAX. ()



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/

多チャンネル放送研究所 第13回 研究発表会 「ポストコロナ時代の多チャンネル放送 ～視聴者、制度、技術を中心に」

■今年もオンラインで開催

衛星放送協会の附属機関、多チャンネル放送研究所(音 好宏所長)は3月23日、第13回目となる研究発表会をオンラインにて開催しました。当日は、108名の方々に参加いただきました。ここでは、研究発表会の模様をレポートします。

研究所では毎年調査・研究結果の発表の場として、研究発表会を開催しています。今年度は「ポストコロナ時代の多チャンネル放送～視聴者、制度、技術を中心に」と題して開催しました。第1部では、「ポストコロナ時代の多チャンネル放送～放送と配信の実態」とし、視聴者研究グループによる「放送と配信の実態」、続いて事業者動向研究グループによる「多チャンネル放送のこれから～多ch業界における5Gの活用について～」が、それぞれ発表されました。第2部では、(株)電通 電通メディアイノベーションラボ 統括責任者/電通総研フェローの奥 律哉氏を招き、「多チャンネル放送を取り巻くメディア利用者動向と制度的展開」と題して、所長の上智大学教授の音 好宏氏との対談を行いました。

「放送と配信の実態」

発表者:

小池杏奈研究員
(株)ジェイ・スポーツ



視聴者研究グループでは、19年度から若者のメディアライフスタイルを調査・研究していますが、今回は、放送と配信

のバランスを取り、放送事業を維持しつつ、新たな収入軸(コンテンツ提供先)を模索するため、20～74歳の男女2,000サンプルを対象とした調査とグループインタビューをしました。

まず有料放送・配信(有料・無料)の認知や利用状況ですが、有料放送・配信サービスとも50～64歳男女で最も認知されており、各映像サービスの利用では、スカパー!やJ:COMは3層(M3&F3)での利用が高く、ニコニコ動画やTVer、YouTubeは2層(M2&F2)、有料動画配信は1層(M1&F1)での利用が高くなったとのこと。DAZNやNHKプラス、ニコニコ動画は男性が多く、HuluやNetflix、TVerはドラマ人気が高く女性から支持されていました。テレビに対する意識や視聴態度も変化し、「なんとなくテレビをつける時代から見たい番組を見るためにテレビをつける時代になってきており、見たい番組が認知されていないと視聴されにくい傾向」と説明がありました。

有料放送のサービスイメージや利用する理由等では、「地上波では見られない番組が多い」「専門性が高い」「生放送・生中継が多い」ことなどが挙げられ、コンテンツニーズに関しては、男性層がプロ野球やサッカー、女性はドラマ(日本・海外)、ミュージカルという結果でした。

今回は、アフターコロナを見据え、コロナ禍による変化も調査しました。コロナ禍で増加したものは、オンラインゲームや動画視聴、オンラインイベントです。若年層は環境変化に反応しましたが、65歳以上のシニア層に大きな変化はありません

でした。アフターコロナ期における行動変化は、旅行やライブ・スポーツ観戦などのリアルへのニーズが高く、オンライン上で楽しんでいたものは微減し、リアルとオンラインを使い分ける社会になると予測されました。有料放送や動画配信の視聴頻度は若干減の見込みだとしています。

これらを踏まえて、年代別の特徴を把握した戦略、独自性の高い番組の提供と認知向上、放送の付帯サービスとしてのVODではなく、放送サービスで囲い込めない層を囲い込むサービスと戦略が必要になるとし、「有料放送はオールドテレビと配信の狭間。自分が求めているコンテンツがあることを認知させ、one of 映像メディアから自分ゴトにしていく必要がある」と結びました。

「多チャンネル放送のこれから～多ch業界における5Gの活用について～」

発表者:

神崎義久主査
(事業者動向研究グループ)((株)東北新社)



山本達磨副主査
(同グループ・制度・市場動向WG)((株)CS日本)



西村和晃副主査
(同グループ・技術動向WG)((株)スペースシャワーネットワーク)



事業者動向研究グループでは、毎年、多チャンネル放送事業者実態調査を実施しています。今回の発表では、同調査の中から「多チャンネル放送の課題」「業界の課題」にフォーカスし、将来（5G以降）に向けた多チャンネル放送の課題を整理、分析を行いました。

20年度の調査と今回（21年度）を比較すると、「見逃し視聴」「録画視聴によるタイムシフト」「スマートTV」「プレイシフト」の普及が進んだとする意見が増えたとのこと。また、動画配信への取り組みについては、「放送契約と連動しない配信事業の拡大」については消極的な姿勢がみられる結果となり、実際にプラットフォームでの配信サービスを中止した事業者数が20年調査と比べ増えました。

配信への取り組みが減速している理由は、「売り上げとコンテンツ調達」が課題で、配信権に付随する音楽の配信権処理、作品調達コストが高い、コストと権利処理のバランスが取れないなどの理由があるようです。放送事業においても、伝送路の低コスト化、市場縮小によるコンテンツ弱体化などを課題とする意見がありました。これらから配信サービスへの取り組みの重要性は高まっているものの、権利的な側面と設備の側面で課題があり、これらの打開策となるヒントを探るべく、調査研究をしました。

同グループ 制度・市場動向ワーキンググループでは、(株)インフォシティ代表取締役の岩浪剛太氏、技術動向ワーキンググループでは、慶応義塾大学 政策・メディア研究科 特任教授の岸上順一氏に、「5Gの活用 海外・国内の動画配信の状況から多チャンネルへの提言」についてヒアリングを行い、各WGの発表をしました。

5Gは、大容量・低遅延・多接続の特長を持つ移動通信システムです。スマート

フォンがメディア接触行動を変えたように、5Gも相当のインパクトをもたらすとされています。日本においても20年3月から商用利用が開始していますが、まだ大きなインパクトはありません。しかし、地上波放送の放送同時配信が開始されている現在、「無料放送モデルをより最適な形に進化させる可能性がある」と発表されました。その際に問題なのがやはり権利処理で、現状のDRMやCASはハイコストだと指摘しました。ここも5Gとクラウドを用いることで、ストレージ1カ所から見たい時に見ることをシンプルかつ安価な設備で行えるようになる」と説明しました。また、スポーツやイベント中継システムとしての役割も期待され、視聴者側としても多視点映像などが楽しめるようになるとのこと。また、「何らかのアクションを介し、コンテンツを楽しんできた時代からユーザーのデータを基にしたバーチャルな自分がリアルな自分の次の行動を提案してくる時代へとシフトするかもしれない」としました。グループとしては、「5G活用による放送+α（配信等）」への取り組みがより活況となるが、同時に権利処理や制度面の課題克服に取り組むべき、としました。

「多チャンネル放送を取り巻くメディア利用者動向と制度的展開」

第2部では、奥律哉氏がさまざまな調査データをもとに、「多チャンネル放送を



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
電通総研フェロー)

取り巻くメディア利用者動向と制度的展開」を解説。奥氏によると「コロナ禍で在宅時間が増

加したことで自宅内メディア接触パターンが大きく変化し、テレビとスマホ利用も増加。しかし、外出時間が増加した21年になるとテレビ接触はもとに戻り、スマホ利用は高いままと維持」と説明。また、インターネット接続されたテレビ端末が急増し、電通調査によると21年5月時点で52.1%のテレビ受像機がネット接続されているといいます。YouTube人気や、コロナ禍によるOTTサービスへの加入者増加からテレビ端末におけるアプリ利用が20年4月以降急増していると説明。その結果、1日あたりの自宅内外ネット利用時間（4デバイス×目的/男女12～69歳）を分析すると、テレビ端末は、スマホ、PCに次ぎ3番目に利用され、動画視聴に絞るとスマホに次ぎ2番目の利用時間になり、「放送（RF）は、テレビ画面をアプリ（IP）に奪われている」と指摘しました。

音所長は「このようにメディア環境が大きく変化している状況に対応した放送制度の改革が求められている」と解説。現在、総務省の「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」に出席している奥氏は、「これまではスマホに奪われてきた時代。これからは放送の中だけで戦うのではなく、TVerをベースに放送同時配信が行われるように局が団結して、スマホから奪う時代にすべき。そのために視聴者がコンテンツを周遊できる場を一緒になって作り上げていくことが大事。放送法の制度改革も、視聴者



音 好宏氏
(多チャンネル放送研究所所長 上智大学教授)

行動を分析して、ユーザー行動を先取りした法制度を」としました。



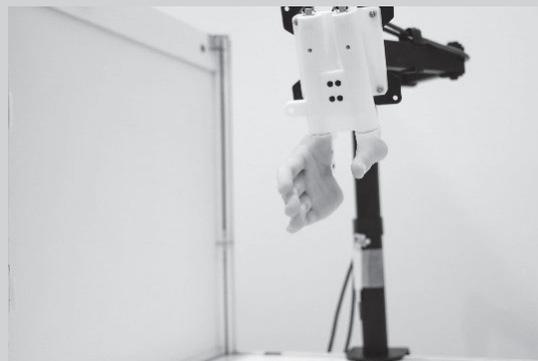
スカパーJSAT

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

日本初! 慶応義塾大学発のリアルハプティクスを用いた遠隔リアルタイム握手会! 『さわられるVR握手会』in スカパー! アイドルフェス開催



スカパーJSAT(株)は、3月16日(水)に開催された音楽イベント『スカパー! アイドルフェス ～Think of SDGs!～』会場にて、コロナ禍で推し活動が制限されているアイドルファンの方々に対し、推し活動の中でも重要度が高い「握手会」の体験を、物理的な接触することなく提供する日本初の「さわられるVR握手会」を開催しました。

当日は『スカパー! アイドルフェス ～Think of SDGs!～』の進行を務める鹿沼亜美さんと、抽選で選ばれたファンが、離れた場所にながら握手会を行うという新しい体験を、触覚を伝送できる技術「リアルハプティクス」と、VRゴーグル越しにリアルタイムで対面ができる「360°ライブストリーミング」を組み合わせることで実現。ファンにとって待望の握手会を、今まで以上の体験として再現することに成功しました。

■『さわられるVR握手会』開催の背景

スカパーJSATは、多様なカテゴリーにおけるファンの方々へ放送・配信を通じてコンテンツを提供するだけでなく、放送・配信外でも新たな体験を届けるべく、様々な企画を行っています。

このたび、コロナ禍で推し活動が制限されているアイドルファンの方々に対し、『スカパー! アイドルフェス ～Think of SDGs!～』でのライブ体験以外にも新しい体験を提供したいと考え、推し活動の中でも重要度の高い「握手会」を、最先端テクノロジーを駆使することで、再現したいと考えました。



■テクノロジー紹介

<リアルハプティクス(触覚伝送)>

慶応義塾大学で発明された、人の力加減や物の感触を正確に遠隔地に伝送できる制御技術です。力センサを使わずに位置、速度、力のデータ化と統合制御を実現した特許技術です。これにより「感触の伝わる遠隔操作」「感触や動作の可視化・分析」「繊細な力加減をする自動化」「感触の再現・VR」を実現します。

モーションリブ(株)の汎用力触覚ICチップ「AbcCore」によってリアルハプティクスを簡単に導入することができます。

<360°ライブストリーミング>

360度カメラで撮影した360度動画と音声を、同時に配信する技術です。これにより撮影場所から遠隔地にいながら、VRゴーグルなどのデバイスを通じて、まるで撮影場所にリアルタイムにいるかのような体験が可能となります。従来の左右方向に加えて、上下や奥行きを含む全方位の音を集音する、アンビソニックス方式のVRマイクを採用したことにより、立体音響による音のVRを実現し、耳元でのささやきといったことも映像とともに体験することができます。



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48回日本ケーブルテレビ大賞番組アワード」のご案内

(一社)日本ケーブルテレビ連盟では、地域から発信される映像文化の発展と会員事業者のコンテンツ制作力向上を目的に、毎年番組アワードを開催しております。

1975年に「日本CATV大賞自主番組コンクール」としてスタートし、今年で48回目になります。昨年は180作品もの応募をいただいた中、グランプリ総務大臣賞は「成東

駅列車爆破～終戦2日前の惨事～」(制作:広域高速ネット二九六)が受賞しました。

今年も4月28日(木)を期日に作品募集しておりますので、会員事業者の皆さまには多くの応募をいただきますようご案内いたします。当連盟ホームページの番組アワード特設サイトにて、応募要項と応募用紙がダウンロードできるようになっております。

『第48回日本ケーブルテレビ大賞番組アワード』開催概要

応募期日:2022年4月28日(木)
贈賞式:2022年9月8日(木)
主催:(一社)日本ケーブルテレビ連盟
後援:総務省(予定)
※応募要項など詳しくは連盟ホームページにて
<https://www.catv-jcta.jp/p/award/2022/index.html>

なお、贈賞式は9月8日(木)に開催を予定しておりますが、開催方法は今後の情勢に応じて調整し、改めてご案内いたします。

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



運用保守の高度化に関する調査報告書発行

2022年3月、「運用保守の高度化に関する調査報告書」を発行しました。

ケーブル事業において、FTTH化やIPv6化の進捗、ローカル5Gなどの新しいサービスへの対応により、多種多様な機器が自社のネットワークに接続されるようになったことで、接続端末の増大、ネットワークの大規模化や複雑化が進んでいます。

そのため、ネットワーク運用の自動化など、効率的な運用保守の高度化を検討する必要性が高まっています。

そこで本報告書では、運用保守手法について現状の課題を整理し、監視運用の高度化および関連製品・システムを紹介するとともに、運用保守業務自動化推進について提言しました。

2021年度

第5回JLabs仕様認定審査報告

ケーブル関係製品に関する2021年度第5回JLabs仕様認定審査を行い、BDレコーダー1社1機種を合格と判定しました。製品名ならびに審査で確認した項目につきましては、ラボ・ホームページよりご確認ください。

4月19日開催、第49回ラボワークショップのご案内

OTTサービスによる一層の浸透、地デジ同時配信の開始など、ケーブルテレビ業界を取り巻く環境は大きく変化しており、放送サービスを軸としたケーブルテレビ事業者にとって、放送サービスのIP化が喫緊の課題となっています。

総務省でも、「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」を設置し、ブロードバンドによる代替放送を検討

課題として取り上げ、議論が行われております。

このような中、日本ケーブルラボでは、オールIP化に向けた取組みの一環として、IP配信システム構築ガイドラインを策定しております。本ガイドラインでは、テレビ/STB向けに自主放送をIP配信する際のシステムを網羅的に解説し、サービス・品質の考え方で留意すべき事項なども提示し

ております。今回のワークショップでは、本ガイドラインの内容を丁寧に解説します。

参加方法等の詳細はラボ・ホームページよりご確認ください。

開催日:2022年4月19日(火)

14:00~16:00

テーマ:「オールIP化に向けた取組み～テレビ/STB向けIP配信システムとは～」

開催方法:オンライン開催

(Zoom Webinar配信)

日本CATV技術協会

一般社団法人日本CATV技術協会

〒160-0022 東京都新宿区新宿6-28-8 ラ・ベルティ新宿6F
TEL.03(5273)4671 FAX.03(5273)4675 <https://www.catv.or.jp/>

本部 総務部

2022年度CATV技術者資格(2級) 講習試験開催のご案内

(一社)日本CATV技術協会(内田茂之理事長)では、2022年5月より2022年度CATV技術者資格(2級)講習試験の申込受付を開始します。本講習試験では、第2級CATV技術者資格を取得していただけます。

1)第2級CATV技術者資格 取得メリット

ケーブルテレビ事業は放送と通信の幅広いサービスを提供しています。これらサービスを説明するには技術や法令に関するいろいろな知識が必要です。第2級CATV技術者資格を取得すれば、CATVシステムや関連技術、法令の基本的な知識が身につく、社内や営業先との会話に役立ち、顧客サービスの向上にもつながります。

また、上位資格であるCATV総合監理技術者や第1級CATV技術者資格の取得に有利です。是非この機会にチャレンジしてみてください。

2)CATV技術者資格講習試験の特徴

- ・時間や場所の制約をできるだけなくすため、eラーニング及びCBT(Computer-Based Testing)を採用します。
- ・だれでも受験できます。
- ・資格更新もeラーニングで行います。

3)受講受験科目

科目は「CATVの基礎」の1科目のみです。CATV総合監理技術者及び第1級CATV技術者資格取得時に学習する「システム」「調査・施工」「ブロードバンド」科目の基礎と法規に関する基本的な知識を学習していただけます。

4)受講受験手続き

【申込方法】

当協会のホームページにアクセスし、受講受験の申請を行うことができます。

【受講方法】

講習はeラーニングにより行い、インターネットとパソコンがあれば受講できます。講習実施期間中に所定の科目を学習し、章ごとの中間試験と修了試験を受け、全てに合格すれば講習は終了です。合格するまで何度でも受けることができます。

【受験方法】

所定の科目のeラーニング修了試験に合格すると、資格試験の申込が可能となります。資格試験はCBTと呼ばれるパソコンを使用した試験方式で、全国300ヵ所以上の会場で実施します。試験の実施期間中の希望する日時及び試験実施会場を選んで受験できます。

資格試験に合格して、資格が付与されます。

【受講受験費用(消費税込)】

資格の種類	受講受験費用
第2級CATV技術者	19,360円

5)講習試験実施スケジュール

下記スケジュールにて講習試験を実施します。

【申込期間】

2022年5月6日～5月31日

【受講期間】

2022年6月20日～8月10日

【受験期間】

2022年7月4日～8月15日

※更新を含めた制度詳細については当協会ホームページをご覧ください。

6)対面講習試験の実施

当協会では、eラーニングとCBTによるCATV技術者資格(2級)講習試験と同時期に、10名以上の受験者が集まる企業様用に対面講習による資格講習試験も実施しております。

詳しいことは当協会にお問い合わせください。

■お問い合わせ先:

一般社団法人 日本CATV技術協会
TEL:03-5155-6282
(資格制度専用電話/平日9:30～17:00)
FAX:03-5273-4675
E-mail:syoumei@catv.or.jp
URL:<https://www.catv.or.jp/>



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23回「CRIオンラインセミナー」のご案内

2015年にスタートした「TVer」を契機に、テレビ各社では急速にネットの利用(プロモーションや有料配信)を高めており、Z世代やスマホ視聴者の囲い込みを始めています。なかでも、積極的なのが地方局で、現場制作マンが中心となって“地域との絆を深める番組作り”を進めています。

こうしたテレビ局のネット対応の高まりはケーブルテレビ局にも大きな刺激を与えており、コミチャン番組をYouTubeで配信したり、地域情報をSNSやTwitter、Facebookで紹介している局は70社を数えます。そこ

で、こうしたケーブルテレビ局が保有する地域コンテンツをまとめて配信する「IPプラットフォーム」(ケーブル版「TVer」)を創ろう…という動きが、山形県米沢市に本社を置く(株)ニューメディアにて進められています。

そこで、「第23回CRIオンラインセミナー」では、(株)ニューメディア 代表取締役社長金子 敦氏ならびに同社常務取締役(福島センター長兼務)中川宏生氏をゲストにお招きし、オリジナル開発した「ニコテレ動画」アプリ(β版)による実際の動画視聴と合わせ、サービスの全容についてお聞きします。

日時:4月20日(水) 13:30~15:30

(Zoomにてオンライン開催)

テーマ:ケーブルテレビ版「TVer」?!

サービスいよいよ登場!!

「コミチャン視聴アプリ+コミチャン

用IP配信プラットフォーム」の全容

を聞く

講師:(株)ニューメディア

代表取締役社長 金子 敦氏/

同 常務取締役 中川宏生氏

参加費:CRI会員3,000円/1名、

CRI非会員6,000円/1名

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—ことのはじまり
- 第2章 お百姓さんが「使えるTV」—「住民ディレクター」誕生
- 第3章 国体を支えた住民パワー—「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—「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」—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—「養成講座」で全国行脚
- 第7章 東峰村のIT革命—村民による村民のためのテレビ局誕生
- 第8章 官兵衛で國創り—過疎村落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—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—九州北部豪雨水害を超えて

エピローグ

*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P56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おりますが、お近くの書店からでもご注文いただけます。

Contents Information

Movie

注目の新作映画

世界が愛した女優の知られざる姿がここに 『オードリー・ヘプバーン』

STAR CHANNEL MOVIES配給
5月6日公開予定

オードリー・ヘプバーンといえば『ローマの休日』『ティファニーで朝食を』などといった名作でのチャームな演技と、ファッション・アイコンとしても絶大な支持を得た特別な存在だ。美しさと愛らしさを併せ持ち、一瞬で人を惹きつける。彼女の主演作は全盛期のみならず、その死後30年以上過ぎても愛され続けている。

けれども、彼女の人生は順調満帆というわけでは決してなく、幸せとは言えない家庭環境で育ち、戦争や離婚、パパラッチからの逃避、病気など、いくつもの困難を乗り越えてきた。それはたゆまぬ努力と強い意志、利他的な愛によるものだった。本作は彼女の生い立ちから、彼女が最後の時まで尽力したユニセフ大使としての活動を含め、大量のアーカイブ画像と、近親者や映画関係者へのインタビューで浮き彫りにするドキュメンタリーだ。

本作と合わせ、4月から5月にかけて「スターチャンネル」でオンエアされる、彼女の出演作の数々を観ると、その輝きを放つ映画の裏側に隠された彼女の姿を思い、感動もさらに増すことだろう。



©PictureLux / The Hollywood Archive / Alamy Stock Photo

男の野望が家族を引き裂く 『不都合な理想の夫婦』

キノシネマ配給
4月29日公開予定

世の中に野望を持つ人などごまんといる。そして、裕福になっても、その上に行きたい、もっと儲けたいという願いがやまず、見境のなくなる人たちがいる。



©Nest Film Productions Limited/
Spectrum Movie Canada Inc. 2019
Dean Rogers Nest

英国人貿易商のローリーは、米国人妻アリソン、娘のサマンサ、息子のベンジャミンとNYで裕福な暮らしをしていたが、それに満足できず、さらに大金を得るチャンスを狙い、英国への引っ越しを計画する。気乗りしない妻や子供たちを急き立てるように移住、かつての職場に復帰する。豪邸を入手、息子を有名校に入学させ、仕事でははったり同様の交渉をし、かつての貧しかった反動なのか、見栄を張り大物に見せようとする姿に、家族だけでなく、周囲からも煙たがられるようになる。実際は彼の生活資金は底を尽き、夫婦間に波風が立つ。そんな両親を見て、子供たちも精神的に不安定になってゆく…。果たして彼らの行方は!?

英米の価値観や考えの違いなども浮き彫りにしつつ、描いた本作で主人公のローリーを演じるのは、ジュード・ロウ。独善的な考えで家庭を保ちつつ、ゆがんだ形で野望を掴もうとする男をみごとに演じきった。

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
4月20日～ 4月22日	「産業用カメラ展2022」 分光イメージング関連製品、車載カメラ、産業用・FA用カメラ、ロボット用カメラ、IoT・ネットワークカメラ、介護・監視カメラ、研究用・バイオ/医用カメラ、計測カメラ、特殊カメラ、カメラシステム、ビデオカメラ周辺機器/部品/材料ほか[事前登録]	神奈川	パシフィコ横浜
4月20日～ 4月22日	「Medical City 2022(メディカルシティ・災害医療・防災安全展)」 医療機器製造/設計・介護・福祉・コネクティック技術、Wi-Fiサービス、通信キャリアサービス、signal信号、省電力無線、センサ、IPカメラによる監視/防犯技術/サービス、位置情報に基づく技術/サービス、クラウドソリューション、Smart Hospital、超高齢化に対するサービス/技術、住宅、介護施設、介護施設管理システム、地方自治体、ビッグデータ AI/人工知能技術/システム、人材派遣/人材育成会社、救急医療/災害対策/医療器材搬送ドローン/救急医療連携システム、浄水技術、非常用電源、可搬型外部給電器[事前登録]	東京	東京ビッグサイト
4月22日～ 4月23日	「第48回ジャンボびっくり見本市 東京」 電設資材、照明、工具、電子&制御、情報&通信&セキュリティ、空調&住宅設備、ロボット[当日会場で入場登録(無料)]	東京	東京ビッグサイト
5月11日～ 5月13日	「第13回 教育ITソリューションEXPO 2022」 教育分野のICT総合展。ICT機器、デジタル教材、業務支援システム、eラーニングなど[事前登録] ※招待券がない場合の入場料¥5,000/人	東京	東京ビッグサイト

過去最大規模の盗難時代

銀行強盗は過去のもの

19世紀。お金の盗難といえば、銀行強盗が最上級だった。西部劇では、強面の連中が銃を片手に覆面姿で銀行を襲った。顔バレさえなければ容易にお金を盗むことができた。屈強なワルは銀行員を脅して奪って逃げるだけ。

20世紀。金庫が近代化し、それと共にセキュリティ技術(ドアの強固さと暗号化)が飛躍的に伸びた。映画に出てくる悪者は、屈強なだけでは金庫を開けられず、理系っぽいオタクを伴っていかなければ、壁は爆破できても金庫の暗号を破ることはできなかった。そして、21世紀。もう銀行の窓口で覆面つけて脅かしてくる悪党はいない。そもそも銀行に現金は少なくなった。時代はインターネット。やり取りの殆どは銀行窓口ではなく、ネットのやり取りになった。キャッシュレス社会は、銀行強盗を過去のものにした。

現在、世の中に現金貨幣は殆ど存在しない。ユーロ圏ではお金の10%しか現金は流通していない。残りは、デジタルナンバーとして銀行のパソコンが作っているのだ。

しかし、盗人はいつの時代もいるわけで、クレジットカードのスキミング被害は、世界で年間推定500兆円とも言われている。QRだって偽QRに差し替えられたら簡単に盗まれる。現代が、人類史上一番盗難が多い時代になってしまった。

本題は暗号通貨である。国が保証する法定通貨と違い民間が勝手に作ったのが暗号通貨。国が保証していない以上、どうやってこの通貨の信用を保証するのかというと、マイナーと呼ばれる市井の人たちがデジタルデータを認証することで信用がキープされている。

セキュリティが弱すぎる

そもそも仮想通貨には本質的な弱点がある。暗号通貨は、ブロックチェーンと呼ばれる複数のブロックで作られている。その通貨は台帳記入型といって、誰が過去に利用したかを刻印していくことで成り立っている。これが安心の源泉。しかし実際は、複数のブロックの一部だけしか過去を確認していない。なぜなら暗号通貨の流通歴史が長ければ長いほど、過去台帳の確認に時間がかかるからだ。通貨のくせに決済が遅い。買ってすぐに決済できない。これは致命的である。さらに言うと、ブロックの確認は一部のブロックを確認するだけなので、空マイニングが生じる危険性さえある。

だから、NFT作品を購入しても10分で決済できることもあれば、数時間かかることもある。人気のビットコイン(BTC)やイーサリアム(ETH)を使わず、使い勝手の良い新しい暗号通貨を使えば良いという人もいるが、信用性、流通性を考えると問題があるし、そもそもブロックチェーンをベースにしている以上、過去の台帳を見に行く作業は無くならない。

暗号通貨の歴史は、盗難の歴史である。ハッカーとの戦いは、覆面野郎の数百倍も厳しい。時間と場所を選ばないという段階で人間の能力を超えた施策が必要となる。クレジットカードのスキミング被害同様に、暗号通貨もNFTもハッキング被害が拡大している。どんなに暗号化されたものでも、ネットを介して解除キーをやり取りする段階で、中間者に盗難される。ここ数カ月、「NFTマーケットプレイスOpenSeaで複数の盗難 フィッシング攻撃で被害額は2億円相当」(ITmedia NEWS)など、NFTの盗難事件が相次いでいる。

信用力が無くなっていく

暗号通貨には、あらかじめ発行限度がある。そうでないと価値の希薄化が起きる。国の法定通貨でさえ、無限に貨幣を作り続けたら物の価値が大混乱しインフレを引き起こし、国の信用がなくなり経済は破綻する。BTCには、2,100万枚が発行上限。4年ごとに新規発行され、2040年には新規発行がなくなる。そうすると信用の維持が難しくなるだろう。

これらの問題点を考えると、暗号通貨やそれを前提に成立しているNFTのブームは限界がある。ただ、デジタルアートの分野は、半世紀以上前から「アルスエレクトロニカ」のようなアートフェスがおり、以前からアート価値がある。なので、デジタルアートがなくなることはない。しかしベースとなっているブロックチェーンの脆弱さを理解しておいた方がよい。

“お金”の多様性は今後、もっと必要になってくる。国の通貨も地域通貨もそれぞれに用途がある。我々人類は、暗号通貨が発明されたことで、自由に国を跨ぐ通貨の必要性を知ることができた。そのことが今後の法定通貨のデジタル化の動きを加速させたことは大きな功績だろう。

一方で、コロナ禍での世界的金余りから、株や債権への投資では物足りず、投資先として暗号通貨の価値が無秩序な需要に左右され乱高下したことは、信用面での不安をもたらす結果となっているのは残念だ。また、NFTがメタと組み合わせられたことで、無数の巧妙な詐欺が急増している現状を憂慮している。ブロックチェーンに頼らない完全暗号の通貨の開発は急務である。



WAHAHA本舗 喰 始

エンターテインメントの ツボとボツ

第153回 リーダーはつらいよ

今年になって初めての作・演出(チラシには監修とあるが)の舞台「スウィートレディーの作り方」が終わった。と、書きたかったのだが終わらなかった。ワハハ本舗の女性5人によるセルフプロデュースの舞台だが、その中の1人が本番4日前に新型コロナに感染してしまったのだ。当然、公演は延期になった。

代役をたてる、台本を直して登場人物を4人にする、その日のスケジュールを空けてくれていた客のために手だてを考えたが、延期が一番妥当という結果に落ち着いた。落ち着いたというのは、出演者でありプロデューサーである5人の女性たちの意見が揃わなかったからだ。

監修であり相談役の立場だったはずが、結局は脚本を書き、演出をつけ、公演の全責任を負う。毎度のことだが、「リーダーはつらいよ」である。

比較するのも申し訳ないが、2人のリーダーを登場させる。一人はウクライナのリーダー、ゼレンスキー大統領、もう一人はロシアのプーチン大統領。2人共に今の心境は「リーダーはつらいよ」だろう。フィクションとしての、物語(DCコミック・マーベル映画)としての登場人物であれば、2人は見事に役をこなしている。ゼレンスキーはヒーローの役を、それもハムレットの如く悩める若き指導者役を。実際にイギリスに向けてのテレビ演説で、「生きるべきか死ぬべきか、生きるべきです」と言っている。対抗してプーチンは、世界中から憎まれる極悪非道の悪役を。2人共に、現実ではなく映画の中の出来事だとすると、アカデミー主演男優賞候補に違いない。だが、現実…。プーチンに「リーダーはつらいよ」と思う正常さが残っていればいいのだが。

不謹慎なアイデアを思いついた。

ある日、2人があることで、例えば同時間

に感電して、お互いの意識が入れ替わる(「転校生」とかアニメ「君の名は」です)。体はプーチンだけど中身はゼレンスキー。同じく体はゼレンスキーだけど中身はプーチン。はたして2人は…という話。

中身がゼレンスキーのプーチンは、当然の如く戦争を終わらせようとする。が、そう簡単にはいかない。軍部の強硬派に命を狙われる。反プーチン派からも何か裏があるだろうと信用されない。さまざまなハンディが行く手を阻む。

中身がプーチンのゼレンスキーは、こうなったら勝者になるしか生きる道はないと、自分の知っている情報をウクライナ軍に教えて、ウクライナを勝利に導く。と、同時に、自分が如何に裸の王様であったかを気付く。

2人が共に、戦争を止めようとするほど、事態は逆方向に進んでいく。はたして? こんな物語、ネットで発表すると大炎上だろうな。だったら、こういうのは一。

ある日、プーチンがあることで、例えば柔道のケイコ中に受け身に失敗して突然死する。側近たちは慌てて影武者たちを手配する。ところが、影武者たちはある者は太りすぎ、ある者は暗殺を恐れて自ら顔を傷つけたりと、誰一人使い者にならない。仕方なく未完成のそっくりさんロボットを代役に立てようとするが、ポンコツすぎて役に立たない。

最後の手段で、コンピューターを駆使して顔、体形、年齢がそっくりの男を見つける。それは平凡な床屋の親父だった。

代役のプーチン(床屋の親父)が、世界に向けての放送で、「世界がロシアを敵とみなすなら、ロシアは世界を敵としよう。ロシアが減びる時、世界も減びるのだ」と核のスイッチをみせての演説をする、はずだったのだが、用意された原稿とは違う演説を始める。

「申し訳ないが…。私は独裁者になどなりたくない。私には関わりのないことだ。支配も征服もしたくない。できることなら、皆を助けたい。ロシア人も、ウクライナ人も、黒人も、白人も、アジア人も、私たちは皆、助け合うものなんだ。今、私の声は世界中の何百万の人々のもとに届いている。何百万もの絶望した人々、小さな子どもたち。人々を苦しめる組織の犠牲者たち、罪のない人たちを投獄させる者たち。私の声が聞こえている人たちに言う…。絶望してはいけない。私たちはやり直せる。私たちは…」。

あ、いけない。これじゃバクリだ。チャップリンの映画『独裁者』の最後の演説シーンのまんまだ。今回、こんな内容にするつもりはなかったのだが、ついつい。

皆さん、チャップリンの『独裁者』、今だからこそ見るべきです。

WAHAHA本舗 LIVE情報

我善導をおもしろがる会 vol.3

「?人のおもしろがれない大人たち」

この舞台は、役者・我善導が「自分がメインになる芝居をやりたい」との思いから自ら立ち上げた企画。ひとつの脚本に対し、「男バージョン」「女バージョン」で別々に開催。我善導は両バージョンとも出演し、「女バージョン」では女性として舞台に立つ。「男バージョン」にはモロ師岡等、「女バージョン」には増田有華等が出演する。



5/17(火) 19:00~(女Ver.)
5/18(水) 19:00~(男Ver.)
5/19(木) 14:00~(女Ver.) / 19:00~(男Ver.)
5/20(金) 14:00~(男Ver.)
5/21(土) 13:00~(女Ver.) / 18:00~(女Ver.)
5/22(日) 13:00~(男Ver.) ※開場は開演の30分前

シアタートップス
東京都新宿区新宿3-20-8
WaMall TOPS HOUSEビル4階
料金:全席指定席
前売4,800円 / 当日5,500円
(共に税込)

NEWS FILE

2022

2
28

3
31

※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P55・P56をご覧ください。

の主な動き

CONTENTS

東北新社×スターチャンネル ドリカムの楽曲をドラマ化

(株)東北新社(東京・港区、中島信也社長)は、「スターチャンネル」((株)スター・チャンネル、東京・港区、小坂恵一社長)が新しい取り組みとして企画したオリジナルドラマ『5つの歌詩(うた)』を制作する。

『5つの歌詩(うた)』は日本を代表するトップアーティスト「DREAMS COME TRUE」の楽曲からコンセプトに合わせて選んだ4曲「何度でも」「TRUE, BABY TRUE.」「空を読む」「マスクラまつげ」に、本作のために書き下ろされた新曲を加えた5曲の「歌詩(うた)」の世界観を基に創り上げる、1話45分×全5話構成のドラマ。「人々の中に深い記憶として残っているもの」を呼び起こすような曲を選定し、そのイメージを膨らませたオリジナル・ストーリーを、日本ドラマ界を代表する脚本家の一人・岡田恵和氏が手がける。

2022年初夏以降、BS10スターチャンネルにて放送、スターチャンネルEXにて配信予定。(22.3.5)

Cs & Bs DIGITAL

ジャパネット 「BSJapanext」開局

(株)ジャパネットホールディングス(長崎・佐世保市、高田旭人社長 兼 CEO)のグループ会社である、(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)の新BS放送局「BS Japanext(ビーエスジャパネクスト)」は、3月27日に「BSJapanext」を開局した。開局日には12時から11時間生放送の特別番組『はじめまして、BSJapanextです! 出演者大集合! 11時間生放送スペシャル』を放送した。レギュラー番組の出演者が集結し、11時間生放送で各番組をPR。総合司会にはフリーアナウンサーの福澤朗と大橋未歩を迎え、BS Japanextの魅力伝える。出演者は次の通り。石丸謙二郎、今井了介、OCHA NORMA、キャシー中島、小堺一機、沢木美佳子、関根 勤、高橋みなみ、谷原章介、中澤裕子、中山優馬、西川貴教、林家三平、バービー、パトリック・ハーラン、松本明子、美木良介、宮川一朗太、山内鈴蘭(五十音順)(22.3.25)

WOWOW 4月1日付組織改定 人事異動を発表

(株)WOWOW(東京・港区、田中 晃社長)は、「顧客体験価値の向上」「コンテンツ・コミュニティ業への変革促進」「『稼ぐ力』の強化」を目的に、4月1日付で組織改定および人事異動を実施する。組織改定のポイントは下記の通り。

(1)お客様の視点でマーケティング機能、各種サービス機能を再構築し、顧客体験価値(CX)の向上を図る。

マーケティング機能とサービス機能を統合し「カスタマーエクスペリエンス局」を新設する。「カスタマーエクスペリエンス戦略部」は、CX向上のための戦略を立案、推進、また、データマネジメント部の機能を移管し、DMPを管轄する。「カスタマーサービス部」は、顧客対応の方針策

定と遂行管理、カスタマーエンゲージメントを向上させる施策の運用管理を担う。「営業部」は、会員獲得施策の企画と遂行、メディア・サービス拡大に向けた各種BtoB施策を担う。「コミュニケーションデザイン部」は、お客さまへの情報発信手段を統合管理する。「WODサービス部」は、WOD(WOWOWオンデマンド)利用者のCX向上とWODサービスの最大化の戦略を立案し遂行する。

(2)「メディア・サービス」「コミュニティ・サービス」「エンターテインメント・サービス」は全社を挙げて取り組む3つのサービス領域と位置づける。

コンテンツ部門が、3つのサービス領域にまたがるコンテンツを総合的にプロデュースする戦略と体制を整備し、「見る楽しさ」「つながる楽しさ」「体験する楽しさ」を提供し、WOWOWの体験価値を高める。

(3)新たな収入源となる事業の開発を専任で行う「事業開発室」を新設し、ライアンス、M&Aを含めた新規事業の企画立案、投資、企画推進の強化を図る。

(4)コンテンツ事業部と広告イベント事業部の機能を統合して「事業部」とし、コンテンツ企画部、制作推進部をコンテンツ戦略部に統合、コンテンツ戦略局映画部をコンテンツ制作局に移管し管轄するなど、部門統合・再編成による意思決定のスピードアップおよび現場の中核人材の増強を図る。

(5)部門のミッションを表現し、わかりやすい部門名にするべく、総合計画局、総合計画部をそれぞれ「経営戦略局」「経営戦略部」に、ビジネス法務部を「法務部」に、コンテンツ運用部を「コンテンツマネジメント部」に名称変更する。

執行役員の担当業務は次の通り。

▼社長執行役員=田中 晃▼常務執行

役員＝田代秀樹[コンテンツ戦略、コンテンツ制作、スポーツ担当]▼常務執行役員＝熨斗賢司[技術・ICT担当、(株)アクトビラ 代表取締役社長]▼常務執行役員＝水口昌彦[事業担当]▼執行役員＝山本 均[経営戦略、事業開発、グループ会社、リスク管理・コンプライアンス担当]▼執行役員＝尾上純一[経理、人事総務、SDGs担当]▼執行役員＝郡司誠致[カスタマーエクスペリエンス担当]▼執行役員＝大塚治夫[事業担当補佐]▼執行役員＝石津道弘[技術・ICT担当補佐] (22.3.25)

衛星劇場 開局30周年
4月から特別企画続々登場

松竹ブロードキャスティング(株)(東京・中央区、井田 寛社長)が運営するCS放送局「衛星劇場」は、2022年4月に開局30周年を迎える。これを記念して、4月からテレビ初放送となる最新の映画や舞台、日本初放送となる韓国ドラマやコンサートなど、話題のコンテンツを続々と放送する。

映画ジャンルは、山田洋次監督、沢田研二、菅田将暉主演作『キネマの神様』

を4月にテレビ初放送する。同作は松竹映画100周年記念作品で、沢田研二が14年ぶりに出演した映画としても話題を集めた。同作の放送に合わせて、4月は山田洋次監督の初期監督作品14本を一挙放送するほか、山田監督の代表作である『男はつらいよ』シリーズも4月から新編成で放送する。

舞台ジャンルは、野村萬斎主宰の狂言会「狂言ござる乃座64th～野村万作卒寿記念『唐人相撲』～」をテレビ初放送する。萬斎の師父・万作の卒寿(九十歳)を祝い上演された『唐人相撲』は、40名を超える、狂言の現行曲中最も人

TOPIC

「BS松竹東急」3月26日開局
編成方針に関する記者発表会を開催

BS松竹東急(株)(東京・中央区)は、3月26日の開局に先立ち、番組編成と開局記念スペシャルドラマに関する記者発表会を3月24日に都内で行なった。挨拶に登壇した代表取締役社長の橋本 元氏は、「400年以上にわたって歌舞伎の伝統を、また映画のパイオニアとして100年以上映画を作り続けてきた松竹と、渋谷で世界に向けてエンターテインメントを発信し続けてきた東急が一緒になって、本気で良質なエンターテインメントをお送りしようとした放送局です」と新チャンネルについて紹介した。

編成コンセプトは次の3つ。①伝統から革新まですべてを見せる映画、②誰もが楽しんで親しみやすい歌舞伎や劇場文化、③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。執行役員で編成局局長の中村敦史氏は、「テレビドラマを作ってきた方の作品はもちろん、舞台を手がける脚本家や映画監督など、さまざまな

方々とコラボレーションして新しい作品づくりを目指していく」という狙いがコンセプトに込められていることを説明した。

映画のレギュラー番組『よる八銀座シネマ』(月～金、夜7:54～)では、邦画洋画の名作を放送。『日曜ゴールデンシアター』(日、夜6:30～)ではヒット作を中心に扱い、両番組とも本編前後で落語家の柳亭小痴楽が作品について解説する。また、『土曜ゴールデンシアター』(土、夜6:30～)では歌舞伎、現代劇、ミュージカルなどの舞台作品を扱い、テレビを通じて劇場文化に触れてもらうことを目指す。オリジナル番組にも注力し、ドラマは月曜と土曜にレギュラーの2枠を編成する他、松竹を代表する歌舞伎役者を起用したバラエティ番組として、『松本幸四郎が沼る?』(金、夜10:30～)、『松也Pの〇〇〇』(火、夜10:30～)などを編成。さらに、韓国ドラマ、BBCワールドニュース、ミステリーなど、幅広



ドラマ「夜のあぐら ～姉と私～」に出演する尾野真千子(左)、井上真央(中央)、村上虹郎

いジャンルを扱い、時間帯ごとに視聴者のターゲットに合った編成を予定している。

BS松竹東急では、開局前からTwitter上で「#まだ開かない」のハッシュタグを使った面白動画を投稿して、ファンを楽しませてきた。今後もSNSを活用した情報発信などのデジタル展開にも積極的にチャレンジしていくという。

記者発表会後半は、開局記念特別企画ドラマスペシャル「夜のあぐら ～姉と私～」(4月9日放送)の出演者3人(井上真央、尾野真千子、村上虹郎)によるトークセッションが行われた。主演を務めた井上真央さんは、本作を振り返り、「ホームドラマは見るのも携わるのも好きなので、今回開局記念としてホームドラマを作ってくれたことは、個人的にもとても嬉しいです。家族というのは難しい面もありますが、奥が深く面白いです。これからもホームドラマをたくさん生み出してほしいです」と期待を寄せた。



橋本社長

中村編成局局長



『松也Pの〇〇〇』(毎週火曜 夜10:30～)

数を要する演目で、色とりどりの装束、アクロバティックな相撲の技など見どころ満載の舞台。

韓流ジャンルでは、人気ボーイズグループSF9(エスエフナイン)のチャニとフィヨン共演のドラマ『MIRACLE/ミラクル』を、韓国での放送・配信に先駆けて、どこよりも早く日本初放送。同作の放送に合わせて、SF9の最新コンサートも日本初放送する。

5月以降も豊富なラインナップで用意している。(22.3.31)

TERRESTRIAL

日テレとディズニー 戦略的協業で合意 日テレ連ドラを世界へ配信

日本テレビホールディングス(株)(東京・港区、杉山美邦社長)と、ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)(東京・港区、キャロル・チョイ社長、以下ディズニー)は、「戦略的協業」に関する合意書を締結した。世界トップクラスのエンターテインメント企業であるディズニーと日本テレビグループがコンテンツ制作において協業関係を構築することで、ドラマ、アニメ、バラエティなど世界の市場に向けた様々なコンテンツの共同開発を目指す。

日本テレビグループとディズニーが保有する互いのコンテンツ資産を活用することで協業体制を構築。また、共同制作による両社協業により、世界の市場に向けたコンテンツの開発を目指していく。

戦略的協業の取り組みの一環として、日本テレビ系2022年4月期ドラマ『金田一少年の事件簿』(主演:道枝駿佑/なにわ男子)を、ディズニー公式動画配信サービス「ディズニープラス」にて国内および世界配信する。日本テレビ系地上波連続ドラマとしては、初の世界配信となる。(22.3.10)

CABLE-TV

JCOM 4月1日付役員人事 岩木陽一氏が新社長

JCOM(株)(東京・千代田区、石川雄三社長)は、4月1日付の役員人事を次の通り発表した。

〈取締役〉

▼代表取締役会長=井村公彦▼代表取締役社長=岩木陽一▼取締役副社長執行役員=竹田光宏▼取締役副社長執行役員=黒井真一▼取締役=東海林 崇▼取締役=森田 圭▼取締役=南部智一▼取締役=渡辺一正

※石川雄三氏は3月31日で退任し、4月1日付で特別顧問に就任(6月特別顧問退任予定)

※井村公彦氏は6月に代表取締役会長を退任予定

※芳賀敏氏(現 住友商事(株) 常務執行役員 メディア・デジタル事業部門長補佐 兼 デジタル事業本部長)が4月1日付で特別顧問に就任し、6月に代表取締役会長に就任予定

※岩木陽一氏は現在、取締役副社長執行役員 ケーブル・プラットフォーム事業部門長

新社長 岩木陽一氏の略歴は次の通り。1965年4月5日生まれ。89年4月国際電信電話(株)(現 KDDI(株))入社。2006年KDDIアメリカ・インク副社長、09年KDDI(株)ソリューション営業本部モバイルビジネス営業部長、15年4月KDDI(株)理事 コンシューマ営業本部コンシューマ中国支社長、20年KDDI(株)執行役員 経営戦略本部長 兼 渉外・コミュニケーション統括本部 コミュニケーション本部長、21年4月JCOM(株)取締役 副社長執行役員 ケーブル・プラットフォーム事業部門長。(22.3.11)

BROADBAND

アジアエンタメ専門ch Amazon Prime Videoで 開局

カルチュア・エンタテインメント(株)(東京・品川区、中西一雄社長)の子会社で、韓国地上波放送会社である(株)SBS(韓国・ソウル特別市陽川区、パク・ジョンフン社長)との合弁会社であるPLAN Kエンタテインメント(株)(東京・品川区、崔相基社長)は、韓国ドラマやエンタメを中心にしたアジアコンテンツの専門チャンネル「ドラマ&エンタメ☆アジアPremium」を3月1日よりAmazon Prime Videoチャンネルに開局した。

SBSはもちろんMBC、KBSなど韓国主要テレビ局で制作された韓国作品を豊富にラインナップ。開局時には100タイトル2,533エピソードを用意。大ヒット作、チ・チャンウク主演『あやしいパートナー〜Destiny Lovers〜』、イ・ミンホ&パク・シネ主演『相続者たち』、第2次韓流ブームの火付け役、チャン・グンソク主演の『美男くイケメン』です。韓流ドラマファン必見の充実したラインナップ。「ドラマ&エンタメ☆アジアPremium」は、Amazonプライム会員で、Prime Videoチャンネルで登録をすれば、すぐにオンデマンドで視聴開始。月額550円(税込)で、初回14日間は無料。(22.3.1)

ABEMA サッカーW杯カタール大会 全64試合無料生中継決定

「ABEMA」((株)AbemaTV、東京・渋谷区、藤田 晋社長)は、「FIFAワールドカップ カタール2022」において、日本史上初となる予選を含む全64試合を無料生中継することを決定した。

FIFAワールドカップ カタール大会は、

32カ国が出場し、全世界で35億人超が視聴する世界最高峰のサッカー大会。

今回、ABEMAでは史上初、予選や同時刻に別の場所で開催される試合を含めた全64試合を無料配信する。また、毎試合の名場面をまとめたダイジェスト映像の配信や、マルチアングル映像など、オリジナルコンテンツも提供する。

ライブ配信は、フルHD(1920×1080p)の映像解像度で提供するなど、BSデジタル放送(2K)と同等以上、ABEMA開局以来の映像品質で配信する。過去最高の3倍を想定した配信キャパシティを構築し、安定した視聴環境の提供を目指す。(22.3.15)

**アイ・ピー・エス
スカパーJSAT、
フィリピンでサービス開始**

(株)アイ・ピー・エス(東京・中央区、宮下幸治代表取締役)とスカパーJSAT(株)(東京・港区、米倉英一社長)は、スカパーJSATの衛星によるインターネット接続サービスを、アイ・ピー・エスの連結子会社であるInfiniVAN, Inc.(インフィニバン、以下InfiniVAN)を通じて、フィリピン国内で提供を開始した。導入第1号となるフィリピン北部のバタネス州バタン島では、風力発電設備の遠隔監視システムに加え、周辺地域のデジタルデバイス解消のための回線として利用が進められている。

これまで、InfiniVANはフィリピンの都市部を皮切りに大容量インターネットサービスのための基幹通信回線網を拡大してきたが、スカパーJSATが提供する衛星インターネット接続サービスがサービスラインアップに加わることで、携帯基地局の建設などの大規模な設備導入を行わずに、都市部と地方の広域で高速インターネット需要に応えることができるようになる。

同衛星インターネット接続サービスに

は、2020年に運用を開始した新型衛星JCSAT-1Cを使用。JCSAT-1CはHigh Throughput Satellite(高速大容量衛星、以下HTS)システムの採用により、従来型の衛星に比べ通信容量を大幅に拡張させた次世代型の衛星で、高品質かつ低コストで衛星インターネット接続サービスを提供することができる。スカパーJSATはJCSAT-1C用にインターネットゲートウェイを含むサービス制御設備を、横浜衛星管制センターに構築。この設備とHTS回線で構成するインターネットバックボーンをInfiniVANにVirtual Network Operator(仮想通信事業者、以下VNO)方式で提供する。

これにより、InfiniVANは、最低限の設備投資で衛星インターネット接続サービスをラインアップに加えることが可能となる。(22.3.22)

M O B I L E

**NECネットエスアイ発表
ローカル5G事業拡大戦略**

NECネットエスアイ(株)(東京・文京区、牛島祐之社長)は、ローカル5Gについて、22年度以降の事業拡大を見据えた戦略を発表した。

ローカル5Gは、経営課題や地域が抱えるさまざまな社会課題を解決する次世代の移動通信システムとして注目されている。現在、多くの企業や自治体が今後のローカル5Gの社会実装を見据えた実証実験を行っており、有用性が検証されている。

同社は、「まちづくりDX」「働き方DX」それぞれの強みを活かせる「地域ネットワーク」と「インビルネットワーク」をローカル5Gの注力領域として定めた。次世代ネットワーク(Beyond5G)への対応も含めてそれぞれの領域を支える最適な製品群を揃え、ローカル5G事業の本格展開を進めていく。戦略は下記の通り。

(1)地域ネットワーク:1台で広いカバーエリアを構築できるNECマグナスコミュニケーションズ製の一体型基地局装置を活用。地域共通のコアネットワークを複数事業者で共有するようなモデルを実現できるため、ローカル5Gの導入が容易になる。特に同社と関係性の深いケーブルテレビ事業者との連携により事業拡大を図る。

(2)インビルネットワーク:Wi-Fi並みのコストでローカル5G環境を構築できるHFR社製品を活用。同製品は、アンテナ分散技術を活用することで、オフィスビルや病院など、壁や床で仕切られた空間が多い屋内施設で効率的にローカル5G環境を構築するもの。同製品と働き方を中心とする各種DXサービスを組み合わせ、スマートビルを実現するインビルソリューションを展開していく。

(3)次世代ネットワーク(Beyond5G):上記の2領域に加え、Beyond5Gへの対応として、ローカル5Gに関わる機能(コア/CU/DU/RU)をすべてソフトウェアで提供するFLARE SYSTEMS社製ソフトウェア基地局「FW-L5G-1」を活用。同製品は東京大学との共同研究を活かしてFLARE SYSTEMS社が製造したもので、汎用ハードウェアで基地局機能を実現可能。設計の柔軟性に優れた同製品を用いて、Beyond5Gに向けた実証をリードする。

同社は、自らの強みを活かして戦略的なソリューションを展開することで、最適なローカル5G環境の提供を進めていくとし、ローカル5G事業で2023年度に100億円の売上を目指して事業展開を加速していくとしている。(22.2.28)

**ソフトバンクとネルケ
xR技術等でコラボ実施**

ソフトバンク(株)(東京・港区、宮川潤一社長兼CEO)と、2.5次元ミュージカルを中心に数々の人気作品を手掛ける制

HARDWARE

ソリトンシステムズ
新発売「Zao-X」で
簡単遠隔操作を実現

(株)ソリトンシステムズ(東京・新宿区、鎌田信夫社長)は、好評を得ているSmart-telecasterシリーズの最新モデル

作会社である(株)ネルケプランニング(東京・目黒区、野上祥子社長)は、2.5次元ミュージカル作品で新たな観劇・視聴の体験価値を提供するため、ソフトバンクが持つxR技術などの先端技術を活用したコラボレーションを開始する。

コラボレーションの第1弾として、京都発のパフォーマンス集団「KYOTO SAMURAI BOYS」による公演

「KYOTO SAMURAI BOYS 東京見参〜天〜」(配信時期22年3月下旬〜)と、第2弾として、古屋兎丸さんの漫画が原作の舞台「アマネ+ギムナジウム オンステージ」(配信時期22年4月下旬〜)のxRコンテンツを、ソフトバンクの「5G LAB」の各アプリで配信。第3弾以降は、舞台『魔法使いの約束』などの人気の舞台や、ミュージカルと連動した取り組みを続々と展開していく。(22.3.9)

TOPIC

J:COM、ディズニーとのパートナーシップを拡大
「ディズニープラス」での連携を強化

J:COM(株)(東京・千代田区、以下J:COM)は、3月23日に都内で発表会を開催し、ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)(東京・港区、キャロル・チョイ社長)とのパートナーシップを拡大し、新たにディズニーの動画配信サービス「ディズニープラス」での連携を強化することを発表した。

J:COMは、今回の提携により、大切な人と“テレビで味わう感動のディズニー視聴体験”の提供を目指す。その第一弾として、「J:COM LINK」「J:COM LINK mini」の契約者を対象に、「ディズニープラス」の支払いをJ:COMに一本化できるサービス「J:COMまとめ請求 for Disney +」を2022年4月1日より提供開始。契約者は、最大6カ月「ディズニープラス」を無料で視聴できる。誰もが簡単にテレビの大画面(高音質)で「ディズニープラス」を楽しめるよう、希望に応じてJ:COMスタッフが自宅を訪問して契約・視聴環境構築をサポートする。

「ディズニープラス」における連携について



J:COM代表取締役会長の井村公彦氏(左)とウォルト・ディズニー・ジャパン代表取締役社長のキャロル・チョイ氏

て、J:COM代表取締役会長の井村公彦氏は、「ディズニーの最高の物語をお家で大切な人と楽しみ、思い出をつないでいく。我々は大切な人の心や思い出をつなぐ存在になりたい。今後も“あたらしいを、あたりまえに”のブランドメッセージの体現に向け、さまざまなチャレンジを続けていく」と述べた。

J:COMが19年より提供を開始したデバイス「J:COM LINK」では、100ch超の地上波・BS・CS放送に動画配信サービスも加えた膨大なコンテンツを横断的に視聴できる機会を実現。視聴場所や放送か配信かを意識する必要のない“シームレス”な視聴体験を提案してきた。さらに、22年3月に提供を開始したデバイス「J:COM LINK mini」では、NET契約との組み合わせでより手軽にオンデマンドやネット動画をテレビの大画面で視聴できる機会を提供している。

発表会にゲストとして登壇したウォルト・ディズニー・ジャパン代表取締役社長のキャロル・チョイ氏は、「ディズニー・チャンネル立ち上げ時から、J:COMは長年にわたる重要なパートナーとして、共に日本の何百万世帯も家庭にディズニーの物語をお届けしてきた。OTTがライフスタイルの一部として定着し、パンデミックによって、1人であるいは家族や友人と一緒に、いつでも好きな作品を見たいというニーズが加速している。J:COMは技術を介して、ディズ



© 2022 Disney and its related entities

ニーは物語を通じて人々をつなげている。両社がさらに関係を発展していく可能性もある」と話した。

19年秋に北米でサービスを開始した「ディズニープラス」は、全世界で会員数1億2,900万人を超え、22年1月1日現在、64を超える国と地域でサービスを展開。今後も提供国を拡大し、22年度はグローバルで総額約330億米ドルのコンテンツ投資を行う予定だ。21年10月には、「ディズニープラス」の新ブランドとして「スター」を提供開始し、膨大なゼネラルエンターテインメントコンテンツを追加。ディズニー、ピクサー、マーベル、スター・ウォーズ、ナショナル ジオグラフィック、スター、各ブランドのもと、配信作品を大幅に拡充し、日本、韓国、中華圏の新しいローカルコンテンツやオリジナル作品をラインアップに加えている。キャロル・チョイ氏は、「世界に向けて物語を発信し続けると共に、ディズニーが日本のクリエイティブ産業の進化を促進する役割を果たすことにも期待している。日本から発信される素晴らしい物語に投資し、世界中で楽しんでいただけるテントボール作品を作っていきたい」と今後に期待感を示した。

「Smart-telecaster Zao-X」をリリースする。

同シリーズは、昨今の熟練技術者の高齢化や若手就業者の減少への対応、労働安全衛生実現のため、離れた場所にある機械や装置・ロボットなどを、ネットワーク経由でコントロールするツールとして、建設機械やロボット、自動車等幅広い分野において活用が期待されている。

主な特徴は次の通り。

- ・独自の“RASCOW2プロトコル”で超短遅延の映像・音声と制御信号を重畳伝送
- ・複数のモバイル回線を束ねて途切れることなく安定的に伝送
- ・高品質な4K映像で細部まで見ることが可能
- ・オリジナルのI/Oターミナルにより、さまざまな操縦信号やI/Fを収納・変換が可能(22.3.24)

**パナソニック
「BSJapanext」に
「KAIROS」納入**

パナソニック(株) コネクティッドソリューションズ社(東京・中央区、樋口泰行社長)およびパナソニック システムソリューションズ ジャパン(株)(東京・中央区、片倉達夫代社長、以下両社でパナソニック/今年4月より両社はパナソニック コネクト(株)に変更)は、(株)ジャパネットホールディングス(長崎・佐世保市、高田旭人社長 兼 CEO)のグループ会社である、(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)の新BS放送局「BSJapanext(ビーエスジャパネクスト)」の3つの番組制作スタジオに、IT/IPプラットフォーム「KAIROS(ケイロス)」を納入した。

3月27日開局の「BSJapanext」においては、情報番組・バラエティ番組等幅広いジャンル番組を提供していくために、

少人数でも高いクオリティを保った効率的かつ柔軟な番組制作が可能な最先端のスタジオシステムが求められていた。今回、高いシステムの柔軟性をもち、多種多様なコンテンツの制作・効率的な番組制作を可能にする「KAIROS」と、グローバルシェア1位のパナソニックのリモートカメラおよび被写体を自動追尾する専用ソフトウェアを組み合わせることで、運用の負担を大幅に減らしたあらゆる番組の制作を実現した。(22.3.25)

OTHERS

**「Inter BEE 2022」
11月16日～18日にて
ハイブリッド開催**

(一社)電子情報技術産業協会(JEITA)は、11月16日～18日の3日間、メディア総合イベント「Inter BEE 2022(インタービー2022)」を開催することを発表した。

2年連続で幕張メッセ(千葉・千葉市)とオンラインでハイブリッド開催する。

出展募集は3月1日10時より申込受付を開始、一次申込締切は5月31日、二次申込締切は6月30日。(22.3.1)

JX通信社、本社移転

(株)JX通信社(東京・千代田区、米重克洋代表取締役)は、事業拡大に伴い、本社を移転し、3月1日より業務を開始した。

新本社は次の通り。

〒107-0052

東京都千代田区神田淡路町2丁目101
ワテラストワー8階

電話番号等の変更はない。(22.3.1)

HIKKY

**バーチャル秋葉原駅
3月25日にオープン**

世界最大のVRイベント「バーチャルマーケット」をはじめとしたVRサービスの開発ソリューションを提供する(株)HIKKY(東京・渋谷区、舟越靖代表取締役CEO)は、21年に業務提携を発表した東日本旅客鉄道(株)(以下JR東日本)、(株)ジェイアール東日本企画(以下jeki)とともに、JR東日本が掲げる、駅を“つながる”くらしのプラットフォームへと転換する「Beyond Stations構想」の一環として、オリジナルのバーチャル空間“Virtual AKIBA World”(以下VAW)を、3月25日にオープンした。

VAWは、バーチャル上に秋葉原駅およびその周辺を再現した、オリジナルのバーチャル空間。リアルさながらに再現された駅空間で、改札を通過したり電車に乗ったり、秋葉原駅周辺を歩くなどさまざまな体験ができる。来訪者同士のコミュニケーションも楽しめる。

VAW開業時には、日本を代表する4作品によって構成された企画「シン・ジャパン・ヒーローズ・ユニバース」とコラボし、期間中はバーチャル秋葉原駅を「シン・秋葉原駅」と名付け、バーチャル空間上にVAWオリジナルデザインのグラフィックと各キャラクターが登場し、来場者を出迎える企画を行う。同企画に参画した企業、JRA、BEAMSとの連携企画も実施予定のほか、今後はNTTDコモとの連携によるXR領域の展開を行う。リアルとバーチャルの融合を加速させ、クライアントにバーチャル上での広告展開と販売機会の提供を行う。リアル空間で出稿した駅広告がバーチャル空間でよりダイナミックに表現したり、バーチャル空間で購入した商品がリアルでシームレスに受け取れるなど、JR東日本だからできる新しい日常の創造を目指す。(22.3.8)



第21巻 第4号 通巻239号
2022年4月10日発行
Monthly B-maga, April issue
2022, Vol.21 No.4

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、ご購入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

■新年度が始まった。ある日の昼休み、ここ八丁堀界隈で、真新しいスーツを纏った新入社員らしき若者たちの集団に出くわした。楽しそうに会話をしている彼らに交じって信号待ちしていると、私の甥や姪よりも若い世代なので、なんだかたたくさんの孫に囲まれているような気持ちになってしまった。新入社員と言えば、私が最初に入社した会社は、今は「マルハニチロ」と社名が変わってしまったが、「大洋漁業」という水産食品会社だった。古い体質の会社だったということもあるが、入社式の社長挨拶の中で今も鮮明に覚えているフレーズがある。それは「女子社員の皆さんは、是非社内でもいい伴侶を見つけて寿退社をしてください」だ。そういう時代だったと言ってしまうまでもだが、入社式の挨拶に笑顔で「退社」の話をする社長に違和感を覚えたのは私だけだったのだろうか。結局、私は寿退社とはならず、「一身上の都合退社」となったのだが(笑)。懐かしついでにマルハニチロのHPを見てみた。「誕生魚診断」というのがあったので、早速診断してみると、私はマグロエレメントの中の「鬚長(ピンナガ)」でした。皆さんもお試ください!! <https://www.maruha-nichiro.co.jp/birthfish/>(一)

■呑みつぶれて(笑)熱海の海岸で朝を迎えることが多かった祖父のことを、私は「海のおじいちゃん」と呼んでいた。祖父は若い頃、何日間かフラッと家からいなくなるがあったという。仲のいい映画監督の撮影現場に、入り浸っていたらしい(祖母が当時を思い出しては、よく孫の私に嘆いていた)。その映画監督は戦争孤児の映画を作り、撮影後、引き取って熱海で共同生活を始めた。監督と一緒にお世話をしていた海のおじいちゃんとおばあちゃんは「自分たちの子どもよりもかわいかった(笑)」と言っていた。彼らが成長して大人になると、旅行に誘われて、2人はうれしそうに出かけていた。まさしく、自分たちの子どもよりも親孝行である。ウクライナの子どもたちを見ていたら、そんな海のおじいちゃんのことを思い出した。生きていたら、どんなに憤ることだろう。そして、自分には何ができるだろうと考えている。1日も早い停戦を願わずにはられない。(田)

■私はアスリート気質、目標に向かって一心不乱に泳ぐ「糸網鰐(イトヨリダイ)」(編集後記トップ参照)。目標というより、締め切りを追われて一心不乱に泳いでいる…。本号のデジタルマーケティング特集では、YouTube展開について多くの学びがあった。読者アンケートを実施すると、「編集後記は毎回読んでいます」というありがたいお声をいただくのだが、ページを閉じる前に、ぜひ巻頭特集を(もちろん他のページも)お読みいただきたい。YouTubeチャンネル成功のヒントが見つかるはずだ。また、5月27日のオンラインセミナー(P.3)では、本特集にも登場するYouTubeチャンネル「日経テレ東大学」事業責任者、遠藤哲也氏を講師にお招きする。「日経テレ東大学」ではMCにひろゆき氏を起用したビジネストーク番組が人気で、「ガースー」こと菅前総理など大物政治家もゲストに登場し、多くのファンを獲得している。「成功の背景に緻密な戦略設計あり」。ぜひ大勢にご参加いただきたい。(村)

■先日、オンラインマラソン大会に初挑戦した。専用のランニングアプリをDLし、実際に指定された距離を完走すると、その記録が大会運営者に通知され、後日完走証明書と記念品が届くというもの。もちろん何時どこを走ってもOK。そこで以前住んでいた地を巡ることにした。いろいろな思い出とともに爽やかな春のなかのランニングはとても楽しかったが、それだけでは21kmの距離を達成できず…。こんな半径10kmにも満たない狭い場所に20年以上留まっていたのかと思うと、残念な気分になった。いろいろなエリアに住んでいたら、もっと豊かになったかも。ただ、オンラインマラソン大会、結構良いかもと思い、一定期間中に走った距離に応じて難病患者への寄付になるオンラインマラソン大会を見つけ、エントリーした。モチベーション維持&少しでもこの身体がお役に立てれば。目標は大きく100km。無理だけど。(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」よろしくお祈りします。

http://twitter.com/#!/B_maga <https://www.facebook.com/satemaga/>

定期購読のおすすめ

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ことなく結構です。

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P56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P55をご覧ください。

21年4月号 (4/10発行)

【月刊】
B-maga 4
2021 APRIL

【特集】
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



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

CloseUp Channel / CSR
New Series 5G Trends & 経路研究家 吉野ひろのクラウドCooking

- **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)

【月刊】
B-maga 5
2021 MAY

【特集】
ケーブルテレビのDX
【編集】
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
伊勢ケーブルテレビジョン / ジュピターテレコム



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】

- **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/ジュピターテレコム
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)

【月刊】
B-maga 6
2021 JUNE

【特集】
ケーブルテレビのDX
【編集】
福岡ケーブルテレビととらぬみ衛星通信テレビ
ICTVスタイル局長 伊藤謙一 / ケーブルテレビ局
Top Interview ケーブルテレビ



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】

- **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&とらぬみ衛星通信テレビ
【対談】ICTVスタイル局長&伊万里ケーブルテレビジョン
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)

【月刊】
B-maga 7
2021 JULY

【特集】
**広がる、広げる、
地方創生プロジェクト**
経産省 / 日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

- **広がる、広げる、地方創生プロジェクト**
経産省/日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)

【月刊】
B-maga 8
2021 AUGUST

【特集】
**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



Special Interview
【一社】日本ケーブルテレビ連盟 理事長 渡辺克也氏

- **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)

【月刊】
B-maga 9
2021 SEPTEMBER

【特集】
**地域のいのちとくらしを守る
防災・減災への取り組み**



インタビュー / データブロード / シンクレイセ
ケーブルテレビ / インターテック / コミュニティネットワークセンター / 愛媛CATV / 日本気象協会 / スカパーJSAT / 道の駅

通信・放送Week 2021
Special Report
【ディスカバリーチャンネル】& 国立天文台 presents
国立天文台の宇宙少年部、そしてアルマ望遠鏡

- **地域のいのちとくらしを守る防災・減災への取り組み**
インターテック/データブロード/シンクレイセ
ケーブルテレビ/インターテック/コミュニティネットワークセンター/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)

【月刊】
B-maga 10
2021 OCTOBER

【特集】
**ローカル5Gで
社会課題を解決**



Goollight
とらぬみ衛星通信テレビ/福岡ケーブルテレビ/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ンネル】& 国立天文台 presents
国立天文台の宇宙少年部、そしてアルマ望遠鏡

- **ローカル5Gで社会課題を解決**
Goollight/とらぬみ衛星通信テレビ×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ンネル】×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)

【月刊】
B-maga 11
2021 NOVEMBER

【特集】
**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 / 業一(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
Special Reports
インターテック 購入事例 (株) エヌシーエー 元月野有線放送局 協議会
通信・放送Week 2021

- **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 / 業一(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)

【月刊】
B-maga 12
2021 DECEMBER

【特集】
**データが強化された
CS/BSペイテレビ**



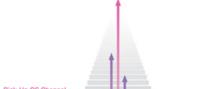
Inter BEE 2021 Report
ケーブルテレビの地方創生 (地域特産編)
Pick-Up CS Channel 時代劇専門チャンネル

- **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)

【月刊】
B-maga 1
2022 JANUARY

【特集】
**2022年の展望
開発&開拓する力**



Pick-Up CS Channel
時代劇専門チャンネル

- **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 亨氏 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 学科長 教授

22年2月号 (2/10発行)

【月刊】
B-maga 2
2022 FEBRUARY

【特集】
2022年の注目トレンド
NFT / メタバース / 動画配信 / 宇宙ビジネス
テレビ朝日 / 朝日メディアプラス / HIKKY / 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
映画「Ribbon」プロデューサー 栗原 昌志
福田 洋司 (株) Ribbon 代表取締役 大宮 博之 (株) 野村総合研究所 (NRI) 代表取締役 野村 浩一

- **2022年の注目トレンド**
〈NFT〉テレビ朝日&テレビ朝日メディアプラス / HIKKY / 朝日メディアプラス / HIKKY / 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

22年3月号 (3/10発行)

【月刊】
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

- **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**
- **Channel Focus**
WOWOWプラス
- **Featured Solution**
KDDI「かんたんテレビ電話」アプリ

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. ()