

デジタル放送時代の受信料制度
公共放送番組に対する視聴者意見の表明手段

2005年2月13日

鬼木 甫

大阪学院大学経済学部

I. 受信料制度と視聴者意見表明の現状

A. 受信料制度

1. 現状

視聴の有無にかかわらず一律支払の義務がある

2. 沿革

放送が実質上政府事業であった時代に成立した
現在まで継続

B. 番組に関する視聴者意見の表明

1. 現状

a. 視聴者

NHK に対し個別に意見・要望を表明

(電話、手紙、インターネット等)

(新聞・雑誌等への投書もあり)

通常は表明のみの一方通行

(レターによるかなりの長さの意見表明にも返信なし)

b. NHK

意見・要望を聴取・受取・保存

分類・集計結果の概要を公表

レター、録音等の原情報は不公表

(公表するか否かの選択肢は与えられない)

「意見・要望を番組作成に反映する」旨は表明される

実際の番組作成・改訂作業への影響は不公表

「良い意見があった」「参考になった」という「抽象的謝意」の表明は多数
回あり

c. その他

番組に対する意見・要望と経営面に関する意見・要望の取扱いが区別され

ていない

2. 沿革

a. 歴史的事情

元来 NHK は政府公報手段の役を果たしていた（特に戦時中）
当初から「与える放送」としての性格が強かった
視聴者への情報（ニュース等）供給、スポーツ・文化・芸能等コンテンツ
の供給という要素は少しずつ増大

b. 技術的背景

視聴者の意見・要望を受けるための手段に限界があった
当初は 手紙・面談のみ
80年代から電話利用が増大
「意見・要望の受付のみ」に限られていた
手紙・メール等に対して返信する体制は作られなかった

II. デジタル時代の新しい可能性

A. データ放送（テレビ）

1. 概要

放送波によるデータおよびプログラム（受信機制御用ソフトウェア）のダウンロードが可能になった
データは受信機に保存
プログラムは受信機に設置
視聴者ごとに区別された制御も可能（BCAS カード No.を使用）
放送局側で実施
通常の実信機の場合は視聴者は関与できない。最近の「コンピュータ上での受信」においてはユーザー関与が可能

2. 利用の現状

受信機メーカーによるメンテナンス（受信機内プログラムを補修・拡張）
番組表ダウンロード他
利用程度はごく少量・低水準に留まっている

B. 双方向放送（テレビ）

1. 概要

個別視聴者から放送局宛の「4 択通信」が実現した
画面を見ながらリモコン操作

電話回線等経路により放送局へ選択結果を送信
類似オペレーションはインターネット経路でも可能

2. 利用の現状

クイズ番組・懸賞番組等への回答用
「視聴者採点番組」における採点・投票用
(番組の評価ではなく、番組内に登場する人物・要素等への採点)
利用程度は初歩レベルに留まっている

III. 公共放送番組に対する視聴者意見・要望明示化の意義

A. 放送サービスの供給・消費における特色 (民放を含む)

1. 放送サービスは時間の経過と結合して消費 (視聴) される

a. 経過

当初は放送と視聴が時間の経過と完全に結合
→ コマーシャルの有効性

b. 現状と将来

現在は録音・録画機器により視聴時間の自由度が増大
近未来は「サーバ型放送」により放送時間から独立した視聴ができる
→ コマーシャル型放送が困難になる、民放は有料放送に移行 (?)
→ (米) DVR による商業化 (TiVo 社)

2. 番組視聴の多様性

放送は「番組表」にしたがって常時供給される

消費者はその一部のみを視聴

供給番組のうちの大部分は視聴されない

(平均視聴率=5~10%程度?)

「情報の消費」に共通する特色

多様性

異なる個人間の多様性

同一個人において異なる時間帯間での多様性

a. 公共放送

受信料は供給サービス全体に対して支払われる

(「レストラン・バイキング」型の消費)

b. コマーシャル放送

放送費用は番組ごとにコマーシャル収入でまかなわれる。

結果的にコマーシャル対象となった商品・サービスの購入者が負担

(消費と代価負担のずれ→非効率性)

(スポンサーはこの非効率性は承知の上で広告を出している)

3. テレビ視聴が生活時間に大きなウェイトを占める
 - 世帯単位で平均 3~4 時間/日
 - 個人単位で平均 1 時間/日
 - 放送産業の国民経済中でのウェイト
 - GDP 中の金額のウェイトは小さいが国民全体の「時間資源」の中では大きなウェイトを占める
 - 社会の最重要な「耳目」として作用
 - 世論を作り、世論を代表する

4. テレビ番組における需要と供給のずれ
 - a. 民放地上テレビ番組
 - 各時間帯において最大の視聴者層がターゲットになる
 - 収入が視聴率（広告効果）に依存
 - 番組の一律・「低俗」化
 - 少数視聴者からの需要は満たされない
(死票の多い小選挙区制に類似)
 - b. 民放有料放送、公共放送（NHK）
 - 必ずしも最大ではない視聴者層をターゲットにすることができる
(時間帯ごとにとれば少数層だが、時間を通じる合計では相当の大きさになる
視聴者層)

B. 公共放送が必要とされる理由

1. 対民放の役割

コマーシャルに依存する民放では供給できない番組

＝NHK しか放送できない番組

＝どの時間帯でも最高視聴率を取れない番組

＝しかし時間帯を通算すれば相当の視聴「数」が得られる番組

2. 内容から

「公共的性格が強い番組」が必要

公共的性格とは：

災害時救護・防災情報

行政、政治、公共サービス分野

ニュース、ニュース解説等

福祉、健康、医療分野

教育、教養、体育、文化、学術、技術、芸術分野

問題点：

「オリンピック放送」は公共的性格が強いのか（？）

民放では放送できない（？）（高コストのため）

C. 視聴者意見・要望の明示化の必要

公共放送内容の決定・改善のための必須要件

意見・要望を考慮しない放送は「上からの押し付け放送」になる危険性を持つ

従来の方策では意見・要望の取り入れが大幅に不足

寄せられた意見・要望の内容が公表されない

どのように取り入れたかが明示されない（できない）ため

デジタル技術を駆使して、「明示化のレベル」を大幅に上げることが望まれる

IV. 「受信料オンライン投票制度」――視聴者意見・要望の組織的収集・公表のための提案

A. 概要

公共放送番組について番組ごとに個別視聴者が「投票」

「自身が支払った受信料をどのように使ってほしいかについて意見・要望を表明する」

a. 方式（図1を参照）

番組制作コスト（視聴者あたり）をテレビ画面に表示する（データ放送）

視聴者は自身の選択によりその「増減額（1視聴者あたり）」を表明し送信（双方向放送）

視聴者ごとの年間増減額の合計がゼロになるように制約を加える

NHKはこれを集計した上で番組制作予算に反映、結果を公表

b. 問題点（要検討）

放送時間帯の選択・受信料総額の増減に関する視聴者意見・要望の合理的な表現・集計方式

B. 視聴者

1. 義務・権利

投票義務は無い

受信料納入者（世帯）のみが投票権を持つ

受信料の累積支払額を「投票ウェイト」に反映することも可能

(例：10年継続支払で1年支払の2倍のウェイト)

2. 投票方式

番組視聴中・直後（1日以内）は受信機から投票
以後の投票、番組種別への投票、時間帯ウェイトへの投票にはインターネット
を使用

図1. 「受信料投票」用画面の例

放送番組に対する視聴者投票（データ画面）	
番組名	ABC
放送時間	年月日、時～ 時
当番組の制作費用（1視聴者あたり）	円
あなたの支払った受信料（年初から計）	円
内あなたの投票に支出した分（年初から計）	円
今回投票に支出できる金額	円

本番組制作作用に増減する金額
_____円 <送信>

C. 投票収集・管理・公表・保存

1. 実施機構

NHK が直接に実施
他に「視聴者代表機構」を設立して実施
(費用は受信料の一定比率を充当)

2. 実施方策

投票結果は実数（無記名）をすべて公表（オンライン）
詳細に集計しその結果もすべて公表（同上）
個々の視聴者が自身の投票結果を閲覧できるようにする
実施につき、監査体制が必要

D. 番組制作への反映 (NHK)

1. 番組制作予算

番組ごとの予算額公表が必要 (投票用画面に出る)

番組放送後は支出額を公表

2. 番組制作予算の調整

視聴者による投票金額 (相当額) と予算額 (支出額) の差が 3 年間でゼロになるようなペースで調整

調整頻度は番組放送の頻度に応じて決める

調整結果の現状を常時公表

(投票用画面に表示)

(未完)