新4K8K衛星放送スタートから半年
―普及に向けての課題と施策―



一般社団法人
放送サービス高度化推進協会
常務理事
石田（いしだ）　昭彦（あきひこ）



一般社団法人
放送サービス高度化推進協会
周知広報部長
重森（しげもり）　万紀（まき）

1. はじめに

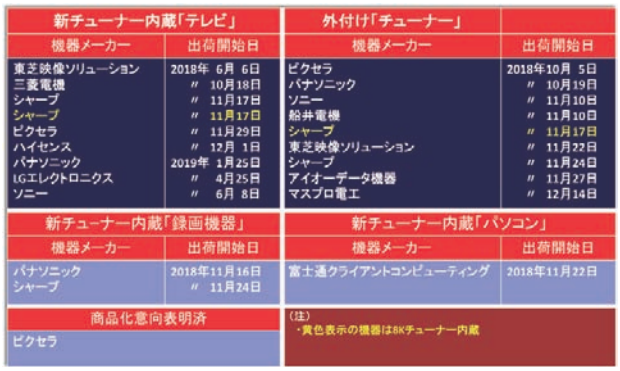
2018年12月1日に新4K8K衛星放送が始まり、4Kチューナー内蔵テレビなどの売れ行きは好調なスタートを切った。ところが半年近くが経ち、視聴可能機器の普及は少し足踏み状態になっている。商品のラインナップはようやく揃ったところだが、ピュア4K（撮影から放送まで全て4Kで制作したもの）番組の比率は高いとは言えない。2019年は9月にラグビーワールドカップがあり、民放のBS局でも新たに放送を開始する局がある。また、10月には消費税の増税が予定されており、その前に視聴者が新たなテレビを購入するであろう良い条件が揃っていると言える。だが、決して楽観視することなく着実に普及施策を進めるためにも、放送開始からこれまでの数か月間を冷静に振り返ることが必要であろう。

2. 新放送を視聴できる機器の出荷状況

新4K8K衛星放送を視聴できるテレビやチューナーについて、各メーカーの出荷状況を見ると、放送開始日を挟んで多くの商品が店頭に並んではいたが、6月に入ってようやく全ての大手メーカーの製品が出揃うことになる。（図1）

新しい放送を視聴できる機器の数については既に公表されているとおりで（表1）、これを月別で見ると放送開始の2018年12月前後は非常によく売れたが、その後はやや足踏み状態になっている。その理由について販売現場に聞くと、マーケティングで言うイノベーターによる購入が一段落したからであり、これからアーリーアダプターの購入が始まるだろうということだ。また消費者の反応は、欲しい製品が出るのを待っている、ピュア4Kのコンテンツはこれからだと口コミで聞いているようだ。

各製品について更に言うと、新チューナー内蔵テレビの累積出荷台数49万3,000台（4月末現在）は売れた台数ではなく、あくまで出荷された台数である。また新チューナー非内蔵のいわゆる対応テレビが4Kテレビの6割を占めている。これには新チューナーを取り付けないと4K放送を見ることができない。その外付けチューナーは累積で20万2,000台出荷されているが、既に販売された対応テレビ570万台の3%に過ぎない。また、ケーブルテレビのセットトップボックスについては設置の工事日が確定しないなどの課題はあるが、4K8Kを放送するケーブル事業者は増えつつある。



新チューナー内蔵「テレビ」	
機器メーカー	出荷開始日
東芝映像ソリューション	2018年 6月 6日
三菱電機	〃 10月18日
シャープ	〃 11月17日
シャープ	〃 11月17日
ピクセラ	〃 11月29日
ハイセンス	〃 12月 1日
パナソニック	2019年 1月25日
LGエレクトロニクス	〃 4月25日
ソニー	〃 6月 8日

外付け「チューナー」	
機器メーカー	出荷開始日
ピクセラ	2018年10月 5日
パナソニック	〃 10月19日
ソニー	〃 11月10日
船井電機	〃 11月10日
シャープ	〃 11月17日
東芝映像ソリューション	〃 11月22日
シャープ	〃 11月24日
アイオーデータ機器	〃 11月27日
マスプロ電工	〃 12月14日

新チューナー内蔵「録画機器」	
機器メーカー	出荷開始日
パナソニック	2018年11月16日
シャープ	〃 11月24日

新チューナー内蔵「パソコン」	
機器メーカー	出荷開始日
富士通クライアントコンピューティング	2018年11月22日

商品化意向表明済
ピクセラ

（注）
・黄色表示の機器は8Kチューナー内蔵

■図1. 新4K8K衛星放送　受信可能機器の発表・出荷状況

■表1. 新4K8K衛星放送　受信可能機器出荷台数

単位：千台

分類		2018年12月末累計	2019年1月分	2月分	3月分	4月分	累計
直接受信	① 新チューナー内蔵テレビ	222	75	62	72	62	493
	② 外付け新チューナー	173	15	7	5	2	202
CATV受信	③ 新チューナー内蔵STB	55	44	42	60	55	255
合計		450	134	111	137	119	950

※①, ②：JEITA 発表出荷台数、③：JCTA ヒアリングによる設置台数
ただし、「新チューナー内蔵録画機」は含まない
（JEITA：一般社団法人 電子情報技術産業協会 JCTA：一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟）

表記数字未満の桁集計のため、最終桁の合計にずれが出る場合がある

3. コールセンターへの問い合わせ

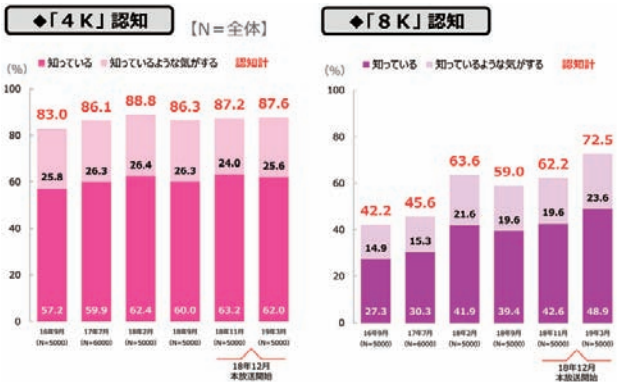
視聴可能機器の販売実績が伸び悩んでいることは新4K8K衛星放送コールセンターへの問い合わせ件数にも表れている（図2）。

放送開始の2018年12月は2,542件であったが、これをピークに1月は879件、2月は560件、3月は386件と減少している。

相談内容で最も多いのは、新4K8K衛星放送を受信する



■図2. 新4K8K衛星放送のコール件数の推移



■図3.「4K」「8K」ということばの認知の推移

ためのチューナーや内蔵テレビ、録画機などの「受信機器」についてで、次いで「いまのパラボラアンテナが利用できるのか?」「いまのブースターや同軸ケーブルが利用できるのか?」「ケーブルテレビでの受信は可能か?」など受信設備についての相談となっている。このため、「必要な受信機器は何か?や、録画機はあるのか?」といった具体的な視聴方法の相談が多い傾向が続いている。

4. 新放送への理解度は上がっている

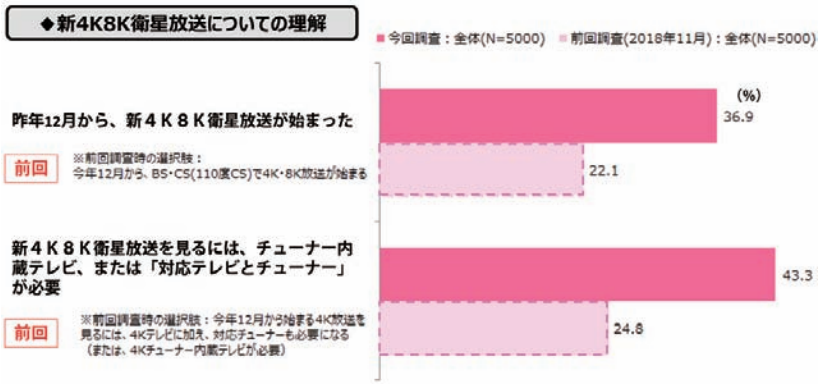
視聴者の新4K8K衛星放送関連機器の購入ペースやコールセンターへの問い合わせ状況は、残念ながらA-PABの予想より低いと言わざるを得ない。こうした状況の中で周知広報施策を効果的に実施するため、A-PABでは視聴者の理解度や普及状況についてWEBによる調査を実施している。2016年9月から始めた調査で、7回目となる2019年3月に実施した調査は新4K8K衛星放送がスタートしてから初めてとなるもので、その結果をいくつか紹介する。(調査の概要については文末に記載)

概要としては、「新4K8K衛星放送」についての理解度は、十分とは言えないものの放送開始を機に進み、視聴した人、テレビを所有する人の満足度は非常に高い、というものであった。

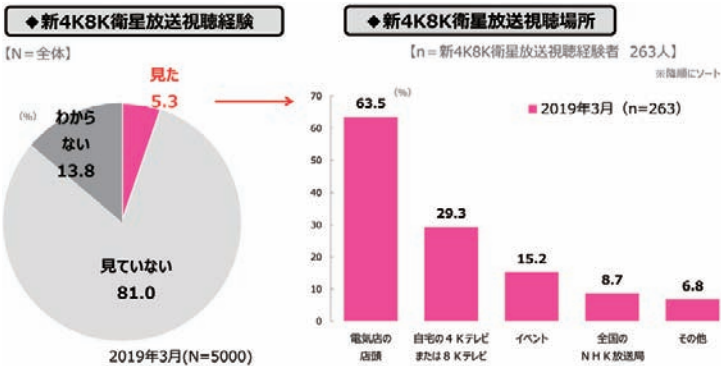
まず、「4K」「8K」ということばの認知度であるが、「4K」については、9割近くの人が「『4K』ということばを知っている」(“気がする”を含む)と回答しており、高止まりと言える。また、「8K」は、新放送開始を経て、前回の結果より約10ポイント増加して7割を超え、世の中に徐々に浸透してきている状況が伺える。(図3)

次に、「新4K8K衛星放送」に関する理解度では、「2018年12月から新4K8K衛星放送が始まったこと」について「知っていた」は37%だった。前回の2018年11月調査では、「今年12月から始まる」ことについての理解度を尋ねたが、その結果より15ポイントアップした。また、放送を見るにはチューナーが必要であることについては、今回「知っていた」と回答した人は43%。前回より20ポイント近く増加した。放送開始を契機に理解度は大きく伸びたと言える。(図4)

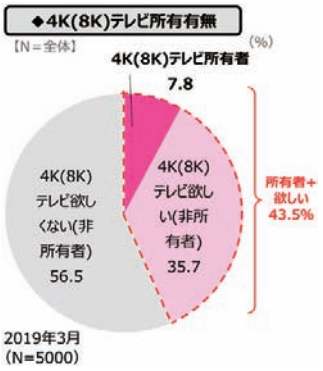
では、「新4K8K衛星放送」をどのくらいの人が見ているのか。2011年のアナログ放送終了・地デジ化の時とは異なり、「新4K8K衛星放送」は、これまでの放送に加えて新たに高度化した放送が始まる、という性格のものである。テレビの買い換えを促す国策としての告知もなく、しかもチュー



■図4. 新4K8K衛星放送についての理解



■図5. 新4K8K衛星放送視聴経験と視聴場所



■図7. 4K・8Kテレビ所有の状況

ナーの搭載されていない4Kテレビや8Kテレビが先んじて市場に出たこともあって、見ている放送が「新4K8K衛星放送」なのかどうかを正しく理解していない人も多いと思われる。そんな中で、実際に「新4K8K衛星放送」を自宅で見ている人を数値で把握することは簡単ではない。そのため今回の調査では、なるべく丁寧な質問文を提示したうえで、「新4K8K衛星放送」を見たかどうかを尋ねた。その結果は図5のとおりである。

図5・左の円グラフが、「新4K8K衛星放送を見たか」という質問への回答である。

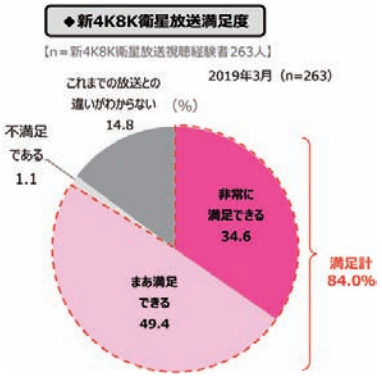
「見た」という人は、全体のおよそ5%で、その人たちが「見た」場所は図5・右の棒グラフである。6割を超える人が電気店で、3割が自宅でと回答した。3割という数字は全体の中では1.5%に当たる。

この「見た」という人たち（n=263人）に「新4K8K衛星放送」の満足度を尋ねた。「非常に満足できる」が35%、「まあ満足できる」が49%で合わせて84%の人たちが「満足できる」と回答した。一方で「これまでの放送との違いがわからない」と回答した人はおよそ15%だった。その理由の一つとして、現状の「新4K8K衛星放送」のチャンネルでは、NHK、スカチャンを除いて、2Kで制作された番組をアップコンバートして放送している時間帯が多いことも考えられる。（図6）

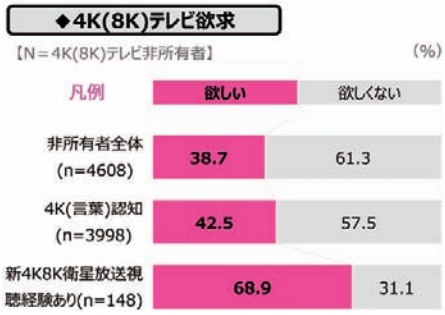
次に「テレビ」について尋ねた結果を紹介する。現在、日本の市場には「新4K8K衛星放送」を受信できるチューナーを内蔵した「4Kテレビ」、内蔵していない、いわゆる「4K対応テレビ」、そしてそれぞれの8K版が出ている。「対応テレビ」を含めて「4K、8Kテレビを持っている」と答えた人は8%であった。この数値は、調査対象自身が「自分は持っている」と思い「持っている」と回答した結果であることに留意する必要がある。

一方で、4K、8Kテレビを持っていない人に「価格や設置スペース、設置費用等は考えず、直感で」欲しいかどうかを尋ねたところ「欲しい」と回答した人は全体のおよそ36%であった。（図7）

この「欲しい」と答えた人たちを更に分析してみたところ、「新4K8K衛星放送」についての知識が高い人ほど「欲しい」割合が高くなることが分かった。つまり、知れば知るほど欲しくなる、ということである。例えば、「新4K8K衛星放送」を見た人に限ってみてみると、「欲しい」と答えた人は、148人のうち、およそ7割であった。（図8）

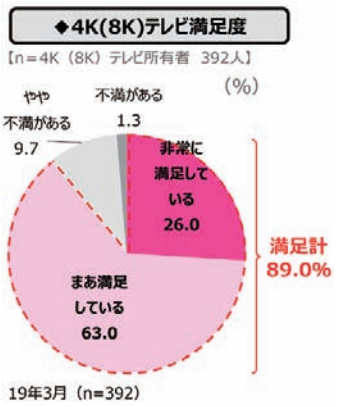


■図6. 新4K8K衛星放送視聴満足度



■図8. 4K・8Kテレビが欲しいか

続いて、4K8Kテレビを所有している人たち（n=392人）に対し、満足度を聞いた結果である。こちらも「新4K8K衛星放送」の視聴満足度同様に高く、89%の人が「（非常に）+（まあ）満足している」と回答した。（図9）

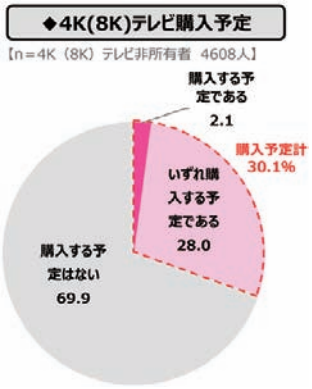


■図9. 4K・8Kテレビの満足度

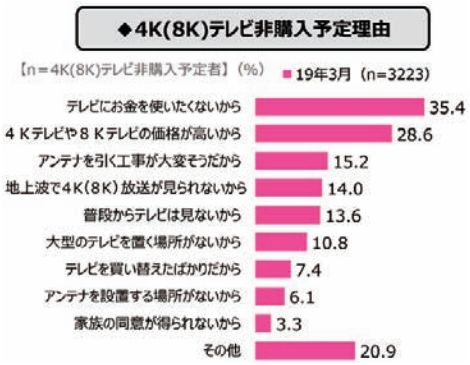
理由は「きれいな画質で見られるから」が41%と高く、「4K・8K番組、あるいは4K・8K映像を見ている（楽しんでいる）から」が20%、「新4K8K衛星放送の番組が魅力的だから」は18%であった。

これまで比較的好意的な結果を紹介したが、4K・8Kテレビを持っていない人（n=4608人）に、購入する予定があるかを尋ねた結果、「購入する予定である」と答えた人は、わずか2%だった。「いずれ購入する予定である」の28%と合わせて30%であり、「欲しい」から即ち「購入」とはならないことが分かった。（図10）

「購入する予定はない」は70%であり、その理由の中で最も多いのが「テレビにお金を使いたくないから」で35%。



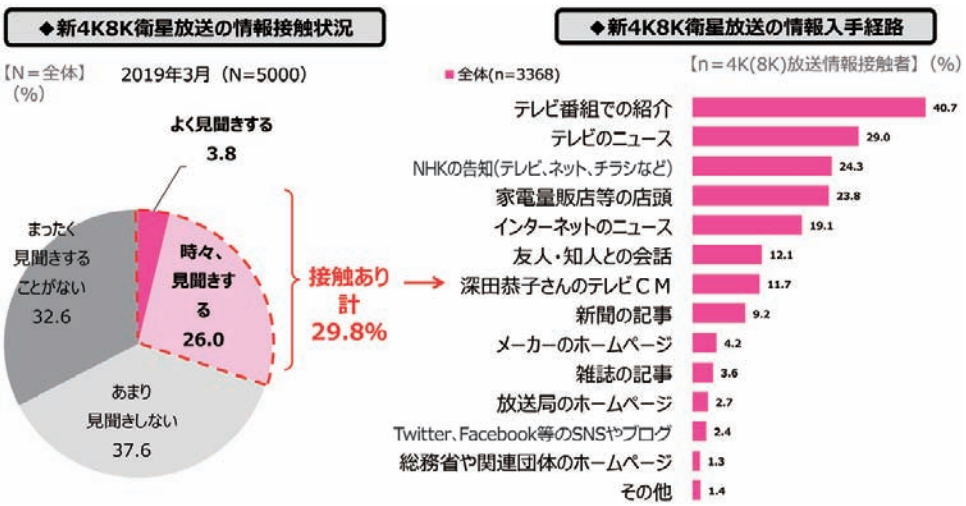
■図10. 4K・8Kテレビの購入予定



■図11. 4K・8Kテレビ「購入予定はない」理由

次いで「4Kテレビや8Kテレビの価格が高いから」が29%となっているが、実際の価格は2Kの同型テレビと比べてさほど高くないことから、イメージで高いと捉えている人も多いと考えられる。（図11）

2018年12月から「新4K8K衛星放送」が始まったことを知っていた人が37%だということは前述したが、放送開始前よ



■図12. 新4K8K衛星放送についての情報への接触

り増加したものの決して高い数字とは言えない。新しい放送に関しての情報が十分でないことを示すもう一つのデータがある。

ふだん「新4K8K衛星放送」に関する情報を見聞きするかという問に対し、「（よく）＋（時々）見聞きする」と回答した人は30％であった。A-PABをはじめ「新4K8K衛星放送」放送事業者、メーカー等の更なるPRの努力が求められる。（**図12**）

5. 周知広報施策と電波漏洩対策

A-PABは周知広報の施策として、各放送事業者から集めた4K8Kの番組情報をまとめたリーフレッ形式の番組ガイドを100万枚以上印刷し、全国約1万5,400の電商連傘下の電気店と約3,600の家電量販店に配っており、今年もこの事業を継続する。同様に各放送事業者の目玉となる4K8K番組を1本にまとめた4KのPRビデオを全国の家電量販店に配布する。また、4K8K推進キャラクターの深田恭子さんが出演するPRスポットを、今年は3本制作し4K8Kのチャンネルを持つ事業者に放送していただく。これらが基本となる周知広報施策であり着実に実施していく。

さらに、4K8Kの普及という意味では、左旋に関わる分野でA-PABが役割を果たしている。NHKとBS民放6局（BS日テレ4Kは2019年9月1日放送開始）は、既存のBS受信設備で視聴できる右旋の電波を使うが、NHKのBS8K、ショップチャンネル、QVC、ザ・シネマ、スカパー、WOWOW（2020年12月1日放送開始）の5局はこの事業で初めて使用する左旋の電波による放送を行っている。左旋はパラボラで電波を受けてからテレビまで高い周波数を使用することから電波漏洩対策を施す必要があり、工事費の2分の1を国費から助成する制度がある。A-PABは総務省の「衛星放送用受信環境整備事業」の実施団体として、2019年4月1日に交付決定を受けた。その事業の一つが電波漏洩対策である。

助成費予算は1億1000万円（当初予算）である。詳しくは、A-PABホームページを参照していただきたい。

この原稿が読まれている頃は夏のボーナス商戦の時期であり、大手メーカーの4Kチューナー内蔵テレビも出揃っているはずである。9月1日にはBS日テレが4K放送を開始し、9月20日からの「ラグビーワールドカップ2019」は4年前の日本チームの活躍をテレビ観戦したことを思い起こさせる。2020年のオリンピック・パラリンピックに関する情報や映像に接する機会も多くなるだろう。10月1日から消費税が10％になる前に4Kテレビを買おうという視聴者も増えてくると予想される。こうした中でA-PABは4K8Kの普及に少しでも貢献できればと考えている。

■表2. 本稿で紹介した　A-PAB市場調査の概要

＜調査の概要＞

◆調査目的	4K8K放送サービス並びにその関連事項について、一般の方々の認知・理解度を測る調査を実施することにより、4K8K放送サービスの周知広報に資する市場データを収集する。
◆調査手法	WEB調査
◆調査対象エリア	全国47都道府県
◆調査対象者	上記エリアに居住する男女20歳～69歳 ※【対象外】本人及び家族が、マスコミ・調査会社・広告会社に従事している者
◆サンプルサイズ	計5,000人（2017年調査は6,000人） ※住民基本台帳の性年代構成に基づいて割付
◆調査期間	2019年3月調査：2019/3/1（金）～3/3（日） <これまでの調査> 2018年11月調査：2019/11/10（土）～11/11（日） 2018年9月調査：2018/9/29（土）～9/30（日） 2018年2月調査：2018/2/3（土）～2/4（日） 2017年7月調査：2017/7/29（土）～7/30（日） 2016年9月調査：2016/9/17（土）～9/19（月）