

# 開局15年のあゆみと向かう先

BSジャパンは、開局15周年を迎えました。

2000年12月1日の放送開始から、15年。BSデジタル放送を取り巻く環境は大幅に変わり、視聴可能世帯数は現在全世帯の70%を超え、3世帯に2世帯以上がいつでもBSの番組が見られる時代になりました。それに伴い、BSジャパンの業績も大きく伸長。2015年3月期まで、5期連続で売上高を

10%増やし、テレビ東京ホールディングスという総合メディアグループの重要な一翼を担っています。まさに充実期を迎え、今後ますますの飛躍が期待されるBSジャパン。今までの道のりを振り返り、今後の展望を探ります。

## 2007

2006年度(2007年3月期)決算で初めて最終黒字を達成(売上高45億2千4百万円、営業利益9千7百万円、最終利益1億3千2百万円)

## 2008

『池上彰の20世紀を見に行く』



## 2000

12月1日  
午前11時にビー・エス・ジャパン(以下、BSジャパンと表記)を含むBSデジタル放送一斉開局



開局記念特番  
『ヴェルサイユ宮殿 ～その光と影の物語～』  
2001年度日本民間放送連盟賞番組部門テレビ教養番組優秀賞 受賞



### BSジャパンらしさのポイント

BSデジタル放送の3大特徴である、高画質・高音質・双方向。中でも最大の魅力は、高画質。それを活かすべく開局当初から文化、芸術、歴史などの大型特番にチャレンジしてきました。

### BSジャパンらしさのポイント

開局当初からBSデジタル放送のメイン視聴層は、シニア層。大人の視聴に応える良質の番組もBSジャパンならではの特徴です。

## 2009

6月『戦場に音楽の架け橋を～指揮者 柳澤寿男 コソボの挑戦～』  
日本民間放送連盟第6回日本放送文化大賞グランプリ 受賞



戦場に音楽の架け橋を

題字：鳥越俊太郎

8月 BSデジタル放送の世帯普及率が初めて50%を突破(50.7%)

## 2010

4月『だいすけ君が行く!! ポチたま新ペットの旅』



10月 テレビ東京ホールディングス(TXHD) 発足、BSジャパンはTXHDの100%子会社に

10月 『鑑定団が3倍面白くなる! 目からウロコの骨董塾』



12月 開局10周年

## 2012

10月 『空から日本を見てみようplus』



### BSジャパンらしさのポイント

テレビ東京からのスピンオフ番組も、BSジャパンならではの、テレビ東京ブランドを、全国に届けます。

## 2014

10月 『武田鉄也の昭和は輝いていた』



### BSジャパンらしさのポイント

BSジャパンブランド確立のため、オリジナルコンテンツや主要視聴者世代へアピールする番組を多く編成。

## 2013

3月 2012年度(2013年3月期)決算で売上高初の100億円突破

4月 『BSニュース 日経プラス10』

BSジャパン初の本格報道番組が、午後10時からの経済報道生放送の帯番組としてスタート

### BSジャパンらしさのポイント

BSジャパンが日経グループ各社・テレビ東京と総力を挙げて作る、本格的な報道番組。2014年3月31日からは、経済・マーケット情報を伝える『日経マーケットアイ』(現・『日経モーニングプラス』)もスタート。

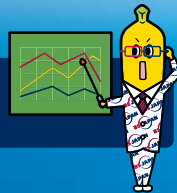
10月 国民的人気映画の『男はつらいよ』シリーズ全作品を放送する『土曜は寅さん!』を放送、人気を博す

## 2015

4月 BSナナナ誕生

### BSナナナとは?

テレビ東京バナナ社員「ナナナ」が、開局15周年を機にBSジャパン社員を兼務。



12月 開局15周年

### 開局15周年特番

- ・『松井秀喜カリブに行く』
- ・『松本清張ミステリー時代劇』
- ・『日本を動かした5人のキーパーソン ~秘蔵映像で綴る戦後70年~』など。



# これからのBSジャパン

## 編成 「BSジャパンらしさ」でさらなる飛躍

### BSジャパンの番組編成について、教えてください。

テレビ東京および日経グループの強みを活かしたオリジナルコンテンツを、積極的に開発していきます。報道番組では、日経グループとの連携の拡充。一般番組では、テレビ東京から導入する人気番組のラインアップを充実させます。また、一番大切にしたいのは、“BSジャパンらしさ”。地上波では少なくなった時代劇や、ニッチなニーズに応えた独自性のある番組を大胆に編成します。4月より機械式BS世帯数調査も始まり、BSデジタル放送も過渡期に入りました。BSジャパンはこれをチャンスと捉え、さらなる視聴層の獲得を目指します。

### これからのBSジャパンについて一言お願いします。

BSデジタル放送における視聴率である接触率で、BS民放の中で首位を目指します。世の中全般で高まっているBSデジタル放送への関心・ニーズを追い風に、「BSナンバーワン局」に向け、さらなる飛躍を目指します。ご期待ください。

株式会社BSジャパン  
編成局長

松本 篤信

## 営業 じっくり視聴による広告効果 新たなニーズに応えた番組

### BSジャパンならではの、 広告主への魅力とはなんでしょう？

BSジャパンのそれぞれの番組には定着したファンの方がいらっしゃると思いますし、毎回の放送を楽しみにしている方々を大切にしたいと考えています。ためになるもの、美しいもの、聞き入るもの、感動できるものといったコンテンツが多く、じっくりと見ていただいているでしょうから、広告の訴求ができていくのだと思います。

### これからのBSジャパンについて一言お願いします。

全国でのBS放送視聴環境の普及とともに、売り上げも伸び続けています。視聴世帯数の増加は、広告の価値を引き上げます。さらに、地方から全国に伝えたい、知られざる事柄を番組として伝えたいといったスポンサーニーズに応えるなど、新たなビジネスを開拓します。BSジャパンの価値をさらに高められるよう、営業局も一丸となって頑張ります。

株式会社BSジャパン  
営業局長

島田 淳

# BSジャパン開局15周年に寄せて

## 開局15周年のごあいさつ

2015年6月にBSジャパン代表取締役社長に就任いたしました小孫茂でございます。開局15周年という節目の年に当たり、一層、身の引き締まる思いでございます。併せてテレビ東京ホールディングス取締役副社長に選任していただきましたので、グループ発展に向け努力する所存でございます。

## 高画質・高音質で 専門性の高い番組を全国へ

BSジャパンは2000年12月1日の開局以来、高画質・高音質で専門性の高い番組を全国にあまねく見ていただく放送ビジネスを目指してまいりました。

編成は、①魅力ある独自番組の配置

②日本経済新聞社と連動した

良質な経済番組の提供

③テレビ東京人気番組の全国発信——という方針を掲げて取り組んでおります。

この1年を振り返ってみましても、『松本清張ミステリー時代劇』『山本周五郎人情時代劇』、地方文化を紹介する『にっぽん真発見』、最新の経済情報を報道する『日経プラス10』、『日経モーニングプラス』など特色のある番組をお届けすることに力を入れてまいりました。おかげさまで視聴

者や広告主の皆様の評価も年々高まり、業績は伸長しております。

BS放送の視聴可能世帯数は全世帯の70%を超えるところまで広がってまいりました。これからは番組の質量ともにもう一段、上を目指したいと考えております。

2015年4月には機械式BS視聴世帯数調査が始まり、より精緻な視聴データを手に入れるようになりました。地上波同様に活用するのはまだ早いと見ておりますが、いずれ競争環境に影響してくると思っております。メディアを取り巻く状況も刻々と変化しており、放送、新聞、インターネットという垣根を越えた競争や融合は確実に進んでいきます。より高画質化する4K放送も関心を集めています。

## BSジャパンは新たなるステージへ

BSジャパンは、事業環境の変化に対応しつつ、技術革新の波を乗りこなしながら、これからも着実に前進をしてまいります。そのため日本経済新聞社、テレビ東京との連携という強みを活かして報道・教養・スポーツなど各分野で新たな番組づくりに挑戦し、テレビ東京ホールディングスの株主や視聴者の皆様の期待に応えてまいります。BSデジタル放送へのご理解を深めていただくとともに、永きにわたるご支援を賜りますようお願い申し上げます。



株式会社BSジャパン  
代表取締役社長

**小孫 茂**

Shigeru Komago