衛星放送はどのように見られているのか

～NHK全国個人視聴率調査の長期分析～

世論調査部（視聴者調査）舟越　雅

はじめに

日本の衛星放送は，1989年にNHKのBSアナログ放送で本放送が始まって以来，すでに20年以上の歴史を重ねてきた。

当初，NHKBSのみで始まった衛星放送は，民放BSやCS，110度CS放送などの開始に加え，2011年から12年にかけては新たなBS局も開局し（**表1**），2012年3月時点では31チャンネルまで増加した。また近年は地上デジタル放送の普及にも後押しされ，衛星放送用のチューナーを内蔵したデジタルテレビの普及も飛躍的に進んだ。BSデジタルを見られるテレビの出荷台数は，2010年末に1億台を突破し，2011年7月の時点では1億2,600万台に達している[1)]。

表1　衛星放送の主な流れ

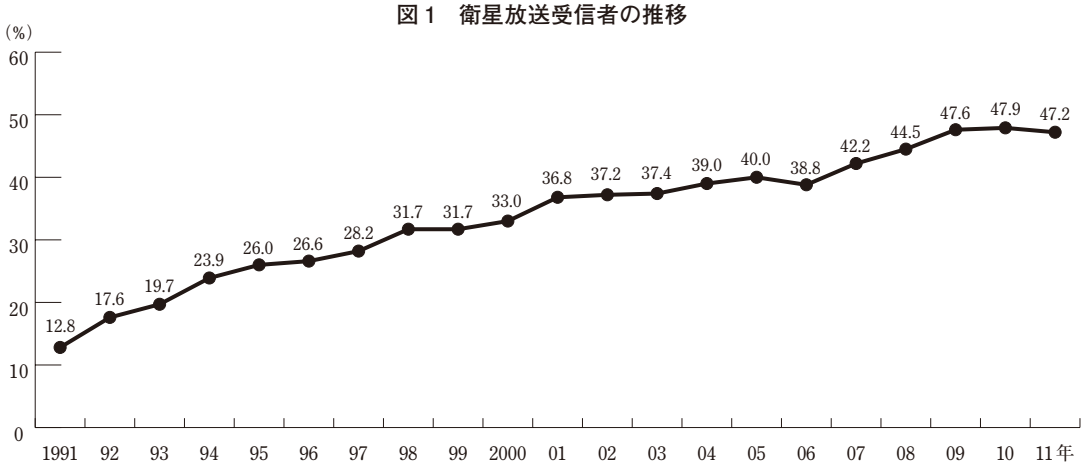
1989年		NHK BS本放送開始
		ハイビジョン実験放送開始
1991年		WOWOW本放送開始
1992年		CS放送開始
1996年		CSデジタル本放送開始
2000年		BSデジタル本放送開始
2002年		110度CSデジタル放送開始
2007年		アナログハイビジョン終了
2011年	7月	アナログBS終了
	10月	新BSチャンネル開局
2012年	3月	〃

世論調査部が1971年以降，継続して実施している全国個人視聴率調査（以下，視聴率調査）[2)]では，自宅での衛星放送（BS）の受信状況を尋ねており，この推移をみても，衛星放送を受信している人は国民全体の半分程度を占めるまでに至った（**図1**）。このことからも，衛星放送がここにきて新たなボリューム感を持つ段階に入ったと考えられる。

では衛星放送は，これまでどのように見られてきたのか。また普及の増加に伴い視聴の変化はあったのだろうか。本稿ではこれを主に視聴率調査の結果を用いながら報告する。

以降，断りのない限り，衛星受信者だけでなく未受信者も含めた全体を分母として，結果を紹介する。まず1週間あたりの接触者率や視聴時間のデータから，衛星放送の視聴の特徴を概観する。次に高位番組や週間接触日数，時刻別の視聴率などから，より詳しい見られ方を明らかにする。分析にあたっては地上波テレビとも対比していきたい。

図1　衛星放送受信者の推移



「NHK 11月全国個人視聴率調査」より（以下特記のない限り同様）

1　衛星視聴者の主な特徴

はじめに，衛星受信者の属性別の特徴や，視聴率調査における指標の定義を簡単に説明する。

2011年11月の時点で「衛星放送が受信できる人」は47.2%だが，職業別では「経営管理」で高く（60%），この傾向は長らく変わっていない。年層別では職業別ほどの差はないものの，この10年ほどは男女50・60代などで高い傾向にある[3]。

視聴率調査における視聴とは「リアルタイム視聴」を指し，録画再生視聴は含まない。また民放については，局別ではなく「民放衛星」としてひとくくりで調査・集計していることに留意されたい[4]。

○高年層主体の衛星放送視聴者

表2では衛星放送に「1週間のうち5分以上」接触した人の割合を，5年おきの年層別で示した[5]。これは前述のように，衛星放送を受信していない人も含めた全体の結果で，2011年は25.2%と，およそ4人に1人が衛星放送に少しでも接触していることが分かる。1991年当時は6.9%に留まっていたのに比べると，増加が著しい。

しかし年層別にみると，30代以下の接触者率は，それより上の年代ほど伸びていない。2011年の接触者率をみると，全体に比べて男は50代以上，女は50・60代で高い。衛星放送がこうした高年層を中心に見られていることは，これまでもたびたび報告されている[6]が，時系列でみると，衛星放送の開始当初は，今ほど年層差が大きくなかったことが分かる。

次にNHKと民放で分けてみると，近年民放衛星の接触者率増加が著しい（**表3**）。2000年以降，民放BS局が多く開局したことが影響していると考えられるが，年層別にみると民放でも50代以上の高年層が伸びており，若・中年層との差が広がっている。

ちなみに民放も含めた，ふだんよく見ている衛星放送の「チャンネル」については，昨年11月に別途調査を行っている[7]。これによるとNHKのBS1とBSプレミアムをあげる人が多く，次いで2000年に開局した民放BS局が1割前後で続く。開局時期や有料・無料による差が，

表 2　＜時系列＞衛星放送の週間接触者率推移

（%）

	全体	男								女							
		7～12歳	13～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	7～12歳	13～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
1991年	6.9	4	7	8	8	9	11	9	2	3	5	4	5	6	6	12	5
1996年	13.7	13	9	10	12	12	19	15	6	11	13	7	15	15	21	19	15
2001年	18.4	10	17	16	11	16	22	30	26	11	15	11	14	13	24	29	16
2006年	23.3	17	19	10	17	22	26	32	31	15	15	13	18	19	31	36	27
2011年	25.2	11	13	10	12	25	33	39	38	13	12	12	17	22	33	38	27

は全体に比べて統計的に有意に高い層（以下同様）

表 3　＜時系列＞ NHK 衛星と民放衛星の週間接触者率

（%）

	全体	男								女							
		7～12歳	13～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	7～12歳	13～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
2001年 NHK計	14.7	4	12	11	9	10	20	27	26	5	11	8	9	11	18	25	14
民放計	5.9	6	8	7	5	7	3	5	5	6	6	3	7	3	10	8	5
衛星計	**18.4**	**10**	**17**	**16**	**11**	**16**	**22**	**30**	**26**	**11**	**15**	**11**	**14**	**13**	**24**	**29**	**16**
2006年 NHK計	16.5	4	6	6	10	15	21	27	27	6	8	8	11	14	23	27	20
民放計	11.2	14	14	6	10	9	12	12	14	11	7	7	9	8	12	18	12
衛星計	**23.3**	**17**	**19**	**10**	**17**	**22**	**26**	**32**	**31**	**15**	**15**	**13**	**18**	**19**	**31**	**36**	**27**
2011年 NHK計	18.2	6	6	5	8	14	21	30	33	7	6	8	11	14	25	29	23
民放計	14.6	7	7	9	7	16	16	22	20	7	6	8	11	12	22	24	13
衛星計	**25.2**	**11**	**13**	**10**	**12**	**25**	**33**	**39**	**38**	**13**	**12**	**12**	**17**	**22**	**33**	**38**	**27**

結果にも反映されている（**表4**）。

続いて衛星放送との比較のため，地上波テレビの週間接触者率を**表5**に示した。地上波では近年，男13歳～30代の接触が減少傾向にあるものの，今なお全ての層で接触者率は8割を超えており，衛星放送との違いは明らかである。

表6では「衛星放送受信者」に限定して接触者率をみた。年層別にあまり細かくみることは出来ない[8)]が，ここでも年層が高いほど衛星放送への接触が高い。つまり，衛星放送は受信者に限っても高年層がよく見ていることが分かる。逆に言えば，衛星放送を見られる環境にあるにもかかわらず見ていない層が，若年層を中心に存在している。

表 4　BS でふだんよく見ているチャンネル（複数回答）

（参考：開始年）　（%）

1989年～	NHK BS1	22.9
	NHK BS プレミアム	18.9
1991年～（有料）	WOWOW	3.7
2000年～	BS 日テレ	10.6
	BS 朝日	12.0
	BS － TBS	10.2
	BS ジャパン	7.0
	BS フジ	11.7
2007年～	BS11	4.6
	TwellV（トゥエルビ）	1.3
2011年～（一部有料）	放送大学	1.1
	スター・チャンネル	1.0
	グリーンチャンネル	0.2
	BS アニマックス	1.8
	FOX bs238	0.7
	BS スカパー！	2.2
	J SPORTS	1.8

「完全デジタル化以降のテレビ受信・視聴実態調査」より

表 5　＜時系列＞地上波テレビ計の週間接触者率

（%）

	全体	男								女							
		7～12歳	13～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	7～12歳	13～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
1991年	95.9	98	94	92	94	97	98	96	97	96	92	94	99	96	98	96	95
2001年	95.0	94	93	87	94	96	98	99	97	94	92	93	97	95	95	97	93
2011年	**92.9**	**94**	**83**	**84**	**85**	**94**	**96**	**95**	**94**	**95**	**88**	**92**	**92**	**95**	**97**	**97**	**93**

表 6　＜2011年＞衛星放送の週間接触者率（衛星受信者分母）

（%）

		全体	男				女			
			7～19歳	20－30代	40－50代	60歳以上	7～19歳	20－30代	40－50代	60歳以上
2011年	NHK計	35.4	12	18	32	53	14	20	37	49
	民放計	26.8	15	17	27	34	6	20	31	34
	衛星計	**46.6**	**24**	**26**	**49**	**60**	**20**	**30**	**51**	**60**

100%= 衛星受信者（1,192人）

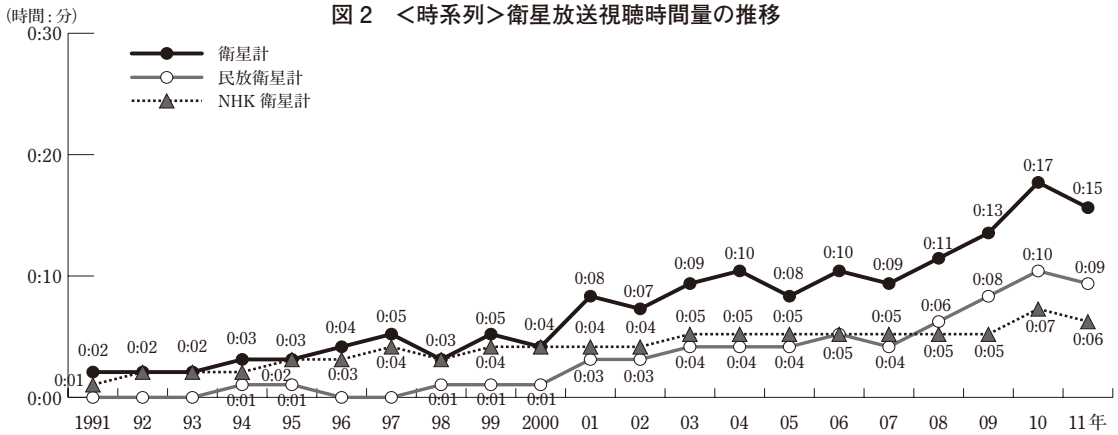
○衛星放送の視聴時間量

次に，衛星放送の視聴時間量の長期推移に注目する（**図2**）。受信者数が増えていることもあり，接触者率同様，この20年で衛星放送の視聴時間は増加している。

NHK・民放別でみると，近年は民放の増加が大きく，NHKを上回っている。一方，NHKの視聴時間は2000年代初頭から大きく変わっておらず，衛星計の増加は主に民放局によるものである。年層別では接触者率同様，高年層になるほど長時間視聴になる。ただしテレビ全体に占める割合でみると，衛星放送の視聴時間量はまだそれほど多くはない。

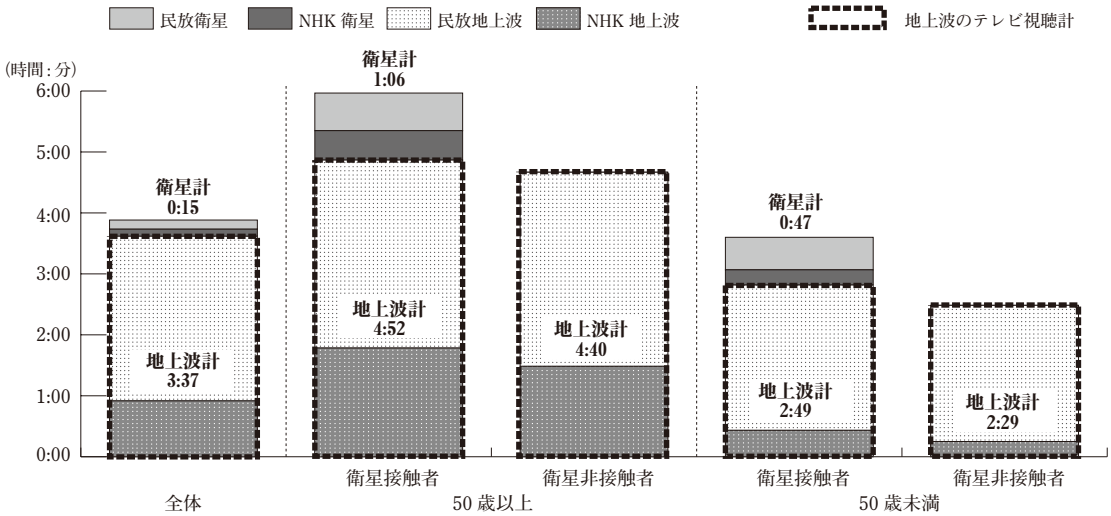
図3は視聴時間量を地上波と衛星とで分けたグラフである。年齢による影響を排除するため，50歳以上と50歳未満に分けて集計したが，いずれも衛星非接触者より接触者のほうが，テレビ全体の視聴時間は長かった。また地上波の視聴時間が，非接触者に比べて短いということもなかった。

図 2　＜時系列＞衛星放送視聴時間量の推移



※視聴時間は平均を四捨五入しているため，NHKと民放を足しても衛星計にならない場合がある

図３　＜2011年＞衛星接触の有無による視聴時間の比較



つまり，衛星放送を視聴するからといって，その分地上波の視聴が減っているわけではなく，地上波の視聴にいわば「上乗せ」する形で，衛星放送が見られていることが分かる。

2　高位番組と週間接触日数

次に，衛星放送で「よく見られている番組」（高位番組）を，NHKについてみるとともに，週間単位でみた接触の状況も確認する。

○高位番組の傾向は変わらない

表7はNHKBS1（旧・衛星第1）とBSプレミアム（旧・第2）の高位番組を，2001年から5年おきに示したものである。スポーツやニュース番組を多く放送するBS1では，日本シリーズやサッカー，津波関連ニュースなど，その時々のタイムリーな内容がよく見られている。一方，BSプレミアムで上位にくるのは「朝の連続テレビ小説」のほか，大河ドラマや映画，音楽番組などである。

こうした傾向は過去と比べても大きく変わっておらず，チャンネルによって見たい番組のイメージがある程度，確立していることがうかがえる。ただ例えばBSプレミアムでは，2001年当時はなかった韓国ドラマが近年，上位に入るなど，一定の変化もみえる。

○選択視聴の傾向

続いて，1週間に何日放送に接触したかを示す週間接触日数をみる。衛星放送は毎日習慣的に見るのではなく，週に1日見る人が多い「選択視聴」の傾向があることはすでに報告されている[9]が，今回はNHKと民放とに分け，さらに地上波とも対比させて分析を行った**（図4）**。

衛星のNHK・民放別でみると，「1日」の割合はNHK7%，民放4%でともに高く，NHKと民放による視聴傾向の差はなかった。つまり完全デジタル化以降も，NHK・民放問わず，衛星は選択視聴の傾向が続いており，地上波ではNHK・民放ともに「1日」が低く「7日」が圧倒的に高いのとは対照的である。

ちなみに2001年の週間接触日数も確認したところ，

表７　＜時系列＞ NHK 衛星テレビの高位番組

2001 年　NHK 衛星第１　%

曜日	時刻		番組名	視聴率
木	20:50	#	BS ニュース 50	0.6
木	19:00	#	世界ゴルフ選手権ハイライト	0.6
月	7:30		世界のサッカー情報	0.5
日	21:50		世界鉄道の旅	0.4
土	19:00		Ｊリーグ FC 東京 × 神戸（ほか１番組）	0.4

NHK 衛星第２　%

曜日	時刻		番組名	視聴率
月	7:30	#	ほんまもん	2.2
木	7:46	#	よーいドン	1.2
土	21:00		BS 日本のうた	1.0
水	7:00	#	NHK おはよう日本・７時台	0.9
土	7:00	#	NHK おはよう日本・７時台	0.9

2006 年　NHK 衛星第１　%

曜日	時刻		番組名	視聴率
水	20:30		津波警報関連ニュース	0.7
水	19:00		サッカー日本 × サウジアラビア	0.6
火	19:50		サッカー U-21 日本 × 韓国	0.6
土	7:10		おはよう世界	0.3
火	7:15	#	おはよう世界（ほか３番組）	0.3

NHK 衛星第２　%

曜日	時刻		番組名	視聴率
木	7:30	#	芋たこなんきん	2.8
土	21:03		男はつらいよ寅次郎物語	1.3
土	19:30		BS 日本のうた	1.2
木	7:45	#	君の名は	1.2
木	22:00		春のワルツ（ほか１番組）	0.9

2011 年　NHK BS1　%

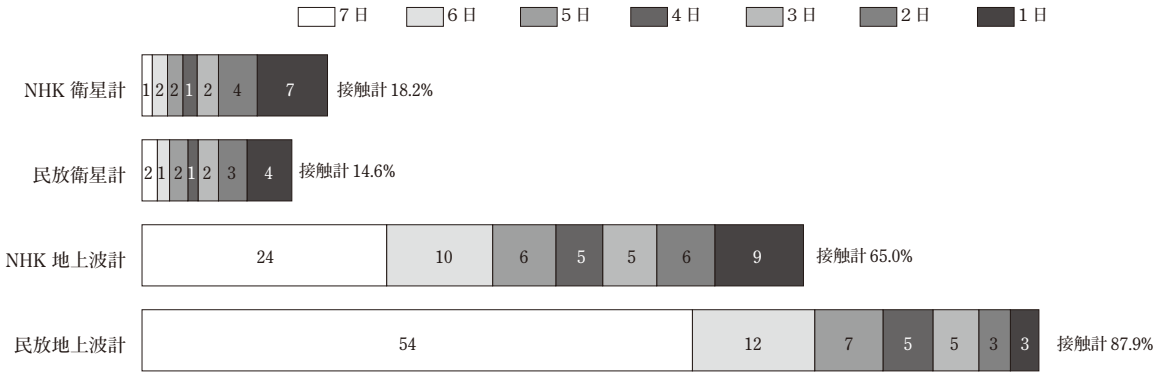
曜日	時刻		番組名	視聴率
日	18:25		日本シリーズソフトバンク × 中日第７戦	2.9
土	18:10		日本シリーズソフトバンク × 中日第６戦	2.2
木	18:10		日本シリーズ中日 × ソフトバンク第５戦	1.7
火	15:45		W杯サッカー３次予選　日本 × 北朝鮮	1.1
日	18:00		NFL ウイークリー	1.0

NHK　BS プレミアム　%

曜日	時刻		番組名	視聴率
木	7:30	#	カーネーション	2.7
日	21:00		トンイ	2.1
日	18:00		江・姫たちの戦国	2.1
木	7:45	#	にっぽん縦断こころ旅	1.5
日	19:30		BS 日本のうた	1.0

＃は帯番組で視聴率が最も高い曜日のもの

図４　＜ 2011 年＞衛星放送と地上波放送の週間接触日数



	7日	1日
NHK 衛星計	1%	6%
民放衛星計	1%	2%
NHK 地上波計	28%	8%
民放地上波計	53%	3%

であった。衛星と地上波の傾向の違いは，過去と比べても大きく変わっていない。

○帯番組と選択視聴

表７でみたNHK衛星放送の高位番組には，ドラマやニュースといった，週に複数日放送する「帯番組」がいくつか入っている。帯番組をよく見る人たちは，週に何日も同じ番組を見る可能性が高いため，週間接触日数が多い人の割合を増やす可能性があるが，NHKの衛星

放送全体では「選択視聴」の傾向は変わらなかった。

地上波のNHK高位番組をみると，2011年11月の調査では総合テレビが10番組中6番組，教育が12番組中10番組が「帯番組」だった[10]。衛星放送の帯番組は一定数あるとはいえ，地上波ほどのボリュームは持っておらず，衛星全体の傾向を左右するほどには至っていないのかもしれない。

3　1日の視聴傾向

では次に，衛星放送が1日の中でどのような見られ方をしているのか，平日平均5～26時までの視聴率を時刻別にみていく[11]。

○最大の山は夜間帯

図5は2011年11月における，30分ごとの時刻別視聴率のグラフである。図の白い部分はNHK衛星計の視聴，網掛け部分が民放衛星計の視聴率を表している。

図5　＜2011年＞衛星放送・30分ごとの平均視聴率（平日平均 NHK・民放別）

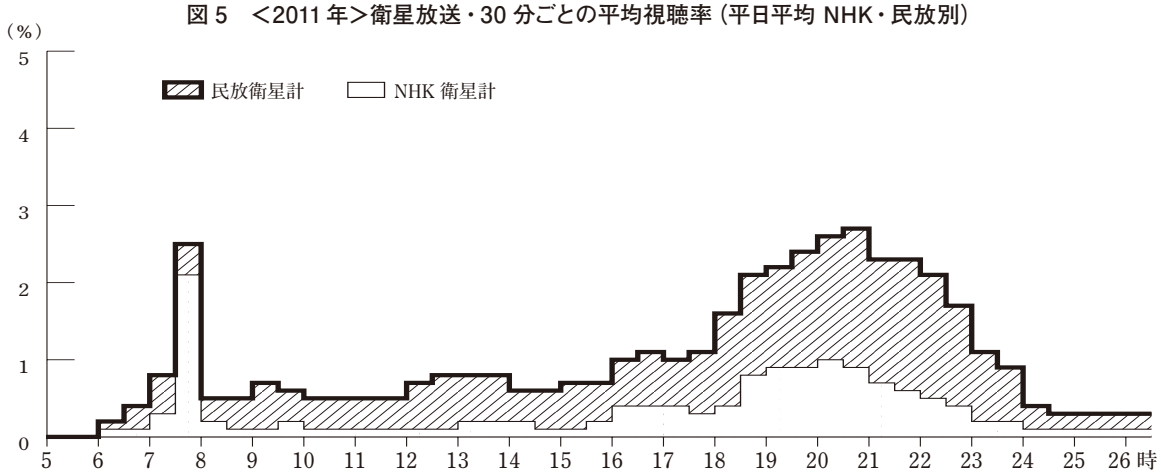


図6　＜時系列＞衛星放送・30分ごとの平均視聴率　（平日平均）

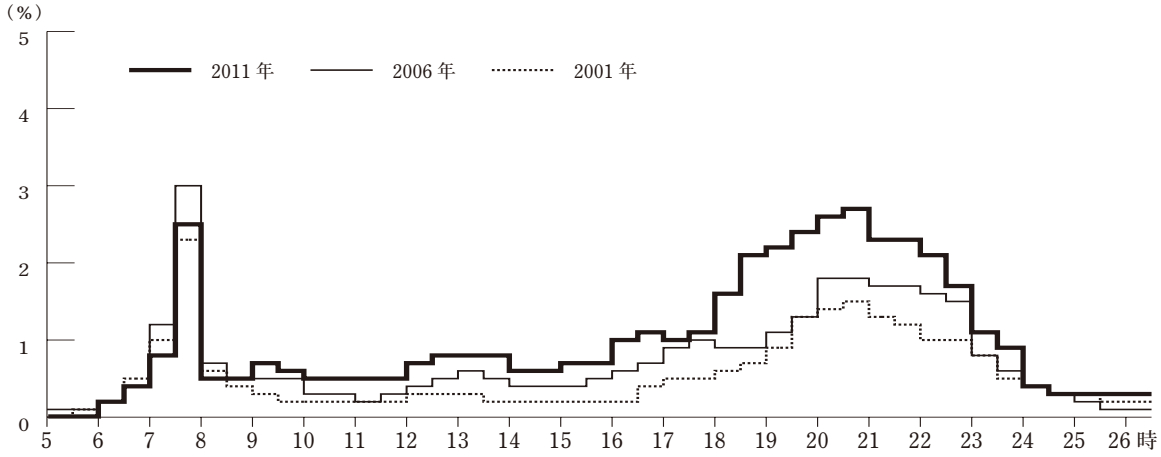
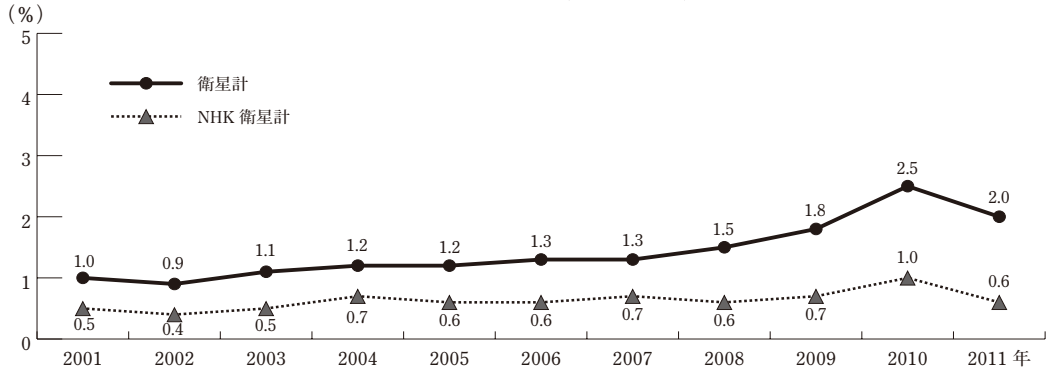


図７　＜時系列＞衛星放送の平日夜間帯（18 ～ 24 時）平均視聴率の推移



これによると，朝の7時台後半に幅は狭いが1つの高い山があり，それ以降はいったん下がりつつ，午後から夕方にかけてじりじりと増加し，18時台以降大きく伸びている。地上波の平均視聴率では大きく朝，昼，夜の3つの山が存在しているが，衛星放送は朝の山は狭く，昼の時間帯もそれほど大きくない。

衛星放送の朝については，その大半がNHK，それもBSプレミアムであり「朝の連続テレビ小説」が視聴を押し上げているが，こうした一部の例外を除けば，衛星放送の視聴は夜間帯が中心となっている。そしてその夜間帯では，民放計の占める割合が高い。

○夜間帯で増加傾向

この傾向を過去と比べるとどうか。**図6**は衛星放送計の平日平均視聴率を，2001年・2006年と比べたグラフである。

全体的に，年を追うごとに増えているようにもみえるが，朝の山では2006年が最も高く，2001年と2011年を比べるとそれほど変化がない。また午後から夜間にかけては徐々に視聴率が伸びているが，特に増えているのは18時台以降の夜間帯である。

この夜間帯に焦点を当て，18 ～ 24時の時間帯平均視聴率が年ごとにどのような変化をたどったか，時系列で示した（**図7**）。2001年の時点では，夜間帯の衛星視聴率は全体で1.0％あり，うち半分はNHKであった。だが2011年になると，衛星計が2.0％に対してNHKは0.6％となり，衛星計が増加したのに対してNHKは変化がない。つまりその分，民放衛星の割合が増えている。

○夜間帯も高年層視聴

夜間帯の視聴率について，**表8**で男女年層別に示した。これによると，18時台以降では男60代や70歳以上がよく見ており，20時台以降では女60代などにも見られている。

地上波テレビ計でも高年層の視聴率は高いが，時間が遅くなるにつれ，30代や40代の視聴者の割合が増加する。しかし衛星放送は，22時台になっても男70歳以上や女60代などの割合が地上波ほど落ちず，高年層に継続して見続けられているのが特徴である。

ちなみに，衛星放送の平日夜間帯は近年，各放送局とも力を入れており，時代劇なども含めたドラマや紀行番組など，バラエティに富んだ番組が多く編成されている。そうした内容が高年層に訴求していることは考えられる。

表 8　＜ 2011 年＞1時間ごとの平均視聴率（平日平均　男女年層別）

＜衛星テレビ計＞　（%）

	全体	男								女							
		7-12歳	13-19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	7-12歳	13-19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
18時台	1.9	2	1	1	0	2	1	4	6	2	1	1	1	1	2	3	3
19時台	2.3	1	1	1	1	2	2	4	6	2	1	1	1	1	3	4	3
20時台	2.7	1	1	1	1	3	3	5	7	2	1	1	1	1	2	6	3
21時台	2.3	0	2	1	0	2	2	4	6	1	0	0	1	1	3	5	2
22時台	1.9	0	2	1	1	2	2	3	4	1	1	1	1	1	3	4	2
23時台	1.0	0	0	2	1	3	1	2	1	0	0	1	1	1	1	2	1

＜地上波テレビ計＞　（%）

	全体	男								女							
		7-12歳	13-19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	7-12歳	13-19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
18時台	23.2	18	12	6	11	15	20	36	43	16	10	13	15	24	24	30	36
19時台	38.2	39	23	16	20	27	37	54	59	38	24	24	30	34	46	48	50
20時台	40.6	27	22	21	26	31	45	55	56	27	25	24	30	42	52	54	54
21時台	37.3	17	25	23	29	38	42	50	43	16	25	26	30	38	49	51	41
22時台	28.1	9	20	20	27	36	33	31	23	6	19	27	25	36	39	42	22
23時台	10.7	1	7	12	18	19	15	8	7	2	7	10	12	13	12	15	5

おわりに ～衛星放送の今後

ここまでの報告のポイントは以下のとおりである。

①この 20 年で衛星放送は受信者が大きく増加し，実際に視聴する人も増加している。視聴の増加は NHK より民放，若中年層より高年層で大きい。

②衛星放送は，地上波の視聴を侵食するのではなく，いわば地上波に「上乗せ」する形で視聴されている。

③衛星放送は過去から今に至るまで，選択視聴の傾向が変わっていない。

④近年の衛星放送視聴の増加は，平日では主に夜間帯の視聴が増えたことによる。

⑤地上波では NHK と民放の視聴者構成は異なるが，衛星放送はいずれも高年層型で，地上波ほどの差異はみられない。

衛星放送は今や，国民の半分が視聴することの出来る，巨大なメディアに成長した。特にここ数年の環境の変化は，新時代が到来したと呼んでも差し支えないほどの大きな変化である。BSデジタルの収支状況も2007年度以降，全体の収益が費用を上回るようになるなど[12]，事業としてのメドも立ち始めている。新チャンネル数の増加に伴って，BSが多チャンネル化する状況についても，全体のパワーが増して衛星の市場規模は広がると，積極的にとらえている向きもあるようだ[13]。

一方で今回の分析からは，衛星放送の見られ方は，過去と比べて大きく変わらない部分があることが明らかになった。選択視聴の傾向は過去と比べて変わっておらず，高年層中心の視聴者層については，近年むしろその傾向が強まっているようにも見受けられる。

この状況が今後どのように変わっていくか

が，1つのポイントであろう。視聴環境が広がったにもかかわらず，年層が変わっていないということは，逆に考えれば広大な未開拓の層が眠っている，ということでもある。新たなBSチャンネルには，ターゲットを比較的若年層向けに設定しているもの[14]もあり，既存の衛星放送局も決して高年層だけを対象にしているわけではないだけに，今後視聴者層の裾野を広げられるかが注目される。またそうした全体の視聴者の増加に伴い，選択視聴の構造が変化するか否かも焦点である。

視聴率調査では1週間を単位として視聴傾向をみているが，衛星放送については週単位の枠組みに留まらない，月単位や季節単位での接触が行われている可能性もある。また高年層の衛星視聴者は，インターネットなど様々なデジタルサービスに対する感度が高い可能性もみられた[15]。こうした点については視聴率調査で継続的に追いつつ，必要に応じて関連する意識調査などを行うことで，より分析を深めていきたい。

時間量の部分で示したとおり，衛星放送の視聴は，今のところ地上波視聴と時間を奪い合う関係にはない。衛星放送がその独自性を生かしながら伸長していくのは，テレビ全体を活性化する1つの要素にもなりうる。衛星放送の将来についてはそうした視点を踏まえながら，今後ともみていく必要がある。

（ふなこし まさし）

注：

1）JEITA（電子情報技術産業協会）「2011年地上デジタルテレビ放送受信機国内出荷実績」より。http://www.jeita.or.jp/japanese/stat/digital/2011/index.htm

2）毎年6月と11月のそれぞれ1週間，5分ごとの時刻目盛り日記式調査票を用いて，全国7歳以上の国民3,600人に対して配付回収法で実施している。今回の分析ではBSアナログ終了後の最新状況をみるため，11月調査の時系列データを用いている。

3）「男50・60代」「女50代」では，いずれも55%が衛星放送を受信している。

4）民放衛星の中にはCS放送の視聴も含まれる。ただしCS受信の有無について聞いたところ，受信者は国民全体の8.3%に留まっている（2011年11月）。

5）衛星放送は年を追うごとに受信者が刻々と増加するため，対象年の前後を含めた3年平均を使用した比較は今回行っていない。

6）関根智江「年層による差がさらに，広がるテレビ視聴」『放送研究と調査』2011年12月号など

7）「完全デジタル化以降のテレビ受信・視聴実態調査」2011年11月3日（木）～20日（日），全国20歳以上の男女2,000人に，個人面接法で調査。有効率は68.3%。調査の詳細は以下を参照。http://www.nhk.or.jp/bunken/yoron/broadcast/index.html

8）衛星放送受信者を分母にするとサンプル数が少なくなるため，年層別の結果は10歳刻みではなく，20歳刻みの年層区分としている。

9）6）参照。

10）平田明裕，木村義子，西久美子，舟越雅「テレビ・ラジオ視聴の現況　2011年11月全国個人視聴率調査から」『放送研究と調査』2012年3月号

11）視聴率調査は1週間を調査の単位としており，土曜日・日曜日とも特定の1日のみの影響が強く出るため，今回の分析では平日平均を用いた。

12）総務省「情報通信白書」平成23年版より http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/

13）「BS多チャンネル時代がやってきた」『月刊ニューメディア』2011年3月号

14）アニマックス，FOX，ディズニー，J SPORTSといったチャンネルの参入により，より若い層の視聴者が増えていく可能性が示されている。「BS新時代への期待」『月刊ニューメディア』2011年4月号の各事業者インタビューなどを参照。

15）衛星受信者と非受信者を，「50歳以上」と「50歳未満」で分けて，ネット利用の違いをみたところ，50歳未満では衛星受信・非受信による違いはなかったが，50歳以上では衛星受信者のほうが，非受信者に比べてネットを「毎日利用」している割合が高かった（受信者24%＞非受信者11%）。