

米国アナログ放送終了調査報告

平成21年9月4日

「米国アナログ放送終了」合同調査団

「米国アナログ放送終了調査」について

■ 目的

- ・関係者との意見交換を通じて、米国のアナログ放送終了・デジタル放送完全移行の状況を把握するとともに、これまでの移行プロセス・取り組みを総括的に検証し、日本の今後の取り組みの参考とする。

■ メンバー構成と主な訪問先

<第1班> 7月26日(日)～8月2日(日)

氏名	所属・役職
吉田 博史	総務省情報流通行政局地上放送課長
永井 研二	NHK理事
森山 繁樹	NHK総合企画室統括担当部長
斎藤 進	NHK技術局計画部
齋 哲也	NHKエンタープライズアメリカ副社長
福田 俊男	民放連デジタルテレビ放送専門部会部会長(テレビ朝日顧問)
田島 俊	民放連デジタルテレビ放送専門部会委員(毎日放送メディア総括)
井川 智宏	民放連デジタル推進部主事
高嶋 光雪	デジタル放送推進協会専務理事

<主な訪問先>

- ・連邦通信委員会(FCC)
- ・商務省電気通信情報局(NTIA)
- ・全米放送事業者協会(NAB)
- ・ATSC(テレビ規格標準化団体)
- ・Consumers Union(消費者団体)
- ・放送事業者
(WABC、WNBC、WHUT)

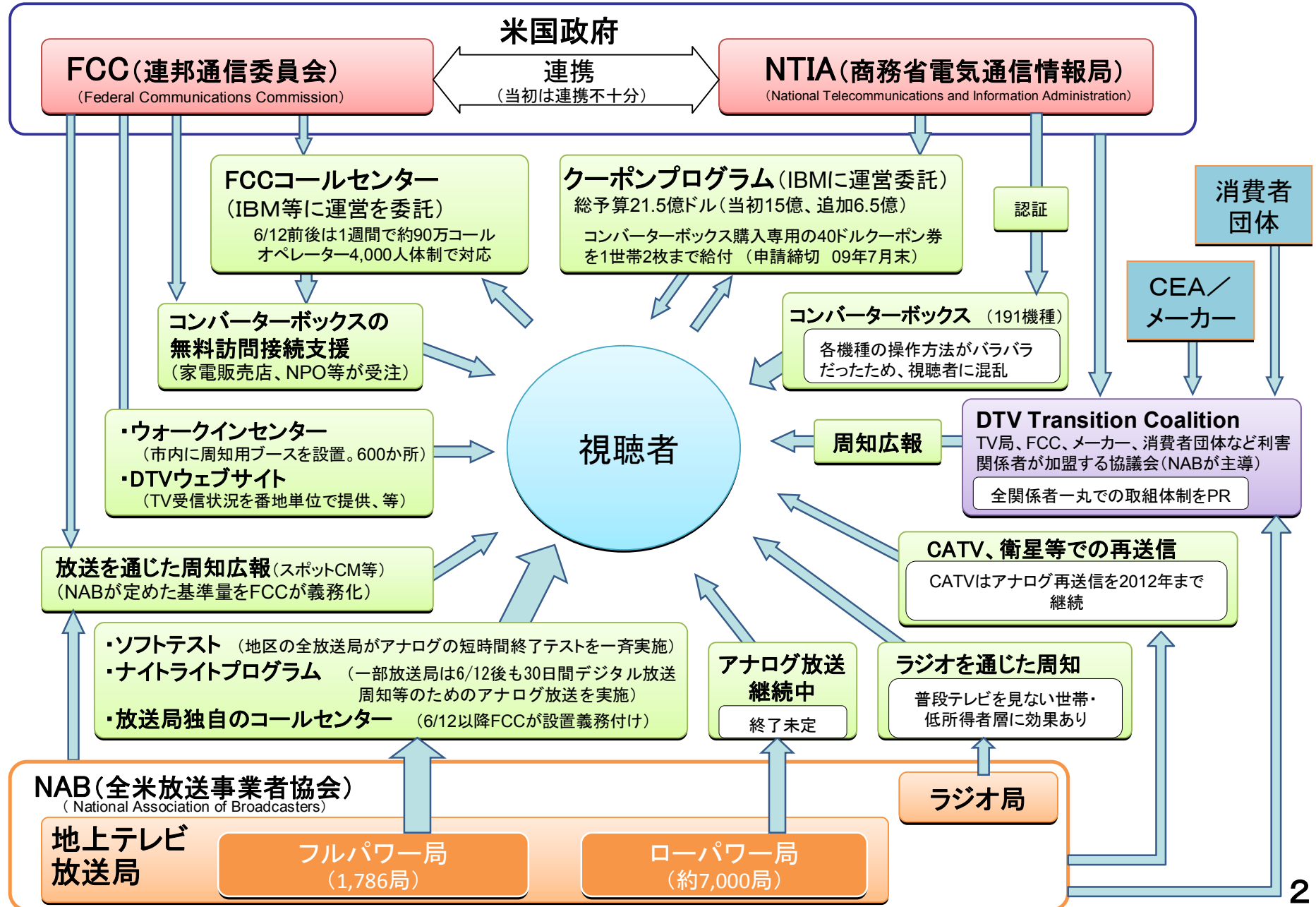
<第2班> 8月3日(月)～8月9日(日)

氏名	所属・役職
岡村 憲優	JEITAデジタル放送特別委員会委員長 (シャープ東京支社渉外部担当部長)
山本 喜寛	JEITAデジタル放送特別委員会副委員長 (ソニーテレビ事業本部渉外室長)
長岡 勉	JEITAコンシューマ・プロダクツ部部長代理

<主な訪問先>

- ・連邦議会下院議員スタッフ
- ・Consumer Electronics Association(CEA)
- ・Media Access Project(消費者団体)
- ・情報通信研究機構(NICT)
- ・マルチメディア振興センター(FFMC)

米国のアナログ放送終了に向けた取り組み



デジタル移行に向けた取り組みと反省点（１）

○ 米国アナログ放送終了は、大きな混乱なく終了

- ・一部課題は残されているが、アナログ放送終了は「概ね成功」と認識されている。現時点では、アナログ放送終了に関する訴訟も起こされていない。特に、移行期限の延期が結果的に功を奏した。

○ 日本と米国では地上テレビ放送を取り巻く環境が大きく異なる

- ・ケーブルテレビ・衛星放送への加入世帯が多く、地上テレビ放送の直接受信世帯は全体の10数%程度と推定。
- ・米国の放送事業者には、法令上、全視聴者に対するあまねく普及義務がなく、中継局によるきめの細かいエリアカバーは少ない。

■ 関係者の連携体制

- ・政府の中で、周知広報や視聴者サポートを担当するFCCとクーポンプログラムを担当するNTIAに担当機関が分かれ、両機関の連携が不十分であったため、政府の強力なリーダーシップが欠如。（オバマ政権移行後は、定期会合を持ち、FCCとNTIAの連携は改善）
- ・政府のリーダーシップが期待できない中、全米放送事業者協会（NAB）がイニシアチブをとり「DTV移行連合」（DTV Transition Coalition）を結成。ケーブルテレビ業界、メーカー、小売店、市民団体など関係者が参加。
- ・関係業界の任意の集まりではなく、英国における「デジタルUK」のように、しっかりとした推進団体を構築するべきだったとの意見も。

<FCC・マクドウェル委員（中央）>



<日本の取り組み>

- ・政府は、2009年4月に、関係閣僚等で構成される「デジタル放送移行完了対策推進会議」を設置し、関係省庁にまたがる課題について連携して取り組んでいる。
- ・既に、オールジャパンの推進団体としては、地上デジタル推進全国会議を設置。また、地上デジタル放送の普及等の事業を行うデジタル放送推進協会（Dpa）が存在しているほか、関係者の協議機関として、全国地上デジタル放送推進協議会（全国協議会）を組織化。綿密な連携体制をとって取り組んでいる。

デジタル移行に向けた取り組みと反省点（２）

■ クーポンプログラム等

- ・クーポンプログラムの対象をコンバーターボックスだけでなく、アンテナにも広げるべきであった。また、デジタル放送の利点を楽しむため、デジタル受信機購入にも使用できる方がよかった。
- ・認定されたコンバーターボックスの機種（１９１種）と小売店の登録が多すぎたことが、適切なマネジメントを困難にした。質が良くないコンバーターボックスが多数流通。説明書もバラバラであった。
- ・コンバーターボックスを入手、自宅でアナログTVに接続したがデジタル放送が視聴できなかった理由が分からなかったが、返品期間が過ぎてからコンバーターボックスの不良であることが判明し、自費で購入するケースが散見された。
- ・発行後９０日間の有効期限について、やむを得ない事情により期限が切れた場合でも、当初は再発行不可。もう少し柔軟性のあるプログラムにするべきだった。
- ・不正を防ぐため住所で名寄せを行い、結果としてクーポンが入手できない世帯が生じた。



<日本の取り組み>

- ・約２６０万世帯と推定されるNHK受信料全額免除世帯に対し、チューナーを単に配布するだけでなく、チューナー設置・操作説明やアンテナ無償設置を行い、支援を実施する予定。また、この施策について、視聴者に正しい情報が正確に伝わることが重要である。
- ・配布チューナーについて、機種数を限定して大量生産を図ることにより、できる限り廉価で調達する予定。
- ・チューナー支援だけでなく、一般視聴者による消費電力の少ないデジタルテレビ受信機の購入を支援するため、本年５月からエコポイント制度を実施。

<NTIAでの意見交換>



<マーキー下院議員スタッフとの意見交換>



デジタル移行に向けた取り組みと反省点（3）

■ 放送事業者と全米放送事業者協会（NAB）による周知広報の取り組み

- ・ 放送を通じた周知広報（スポットCM、30分の特集番組、画面下帯へのメッセージ等）を積極的に実施。
- ・ 地域の全放送局が連携し、スポット枠において一斉にお知らせスポットを放送したのは有効だったと高評価。
- ・ 高齢者・障害者など、テレビよりもラジオから情報を得ている層に対して、ラジオ局の協力のもと、ラジオでのデジタル移行周知キャンペーンを実施。有効だったと高評価。
- ・ WNBCといった大手放送局は、デジタル移行に関する独自番組を制作し、ネットワーク加盟局に配信。
- ・ NABは、全米各地でボックスカーを用いた視聴者向けの説明会・イベントを開催。
- ・ NABは、市民団体・NPOなどが主催する各地の説明会に専門知識のあるスピーカーを派遣。全米約8,000箇所の説明会会場で延べ1,000人以上のスピーカーが対応。

<野外イベント>



<イベント用ボックスカー>



<日本の取り組み>

- ・ NHK・民放事業者は、「アナログ」ロゴマークの運用、一部番組のレターボックス化、お知らせ画面、スポットCMの放送など放送を通じて地上デジタル放送への移行周知を精力的に実施。
- ・ 民放事業者では、各在京キー局が強化月間を設定し、報道・情報番組やクイズ番組等で多彩に地デジPR。NHKは、解説番組（毎週日曜「デジタルQ」など）を通じて、地デジに関する情報をわかりやすく周知。
- ・ ラジオを通じた地デジPRについては、今後要検討。
- ・ NHK・民放事業者及びメーカーは、総務省テレビ受信者支援センター（デジサポ）に対して要員を派遣し、説明会等にも積極的に協力。また、NHK・民放連は、Dpaの普及促進事業に対する協賛金を拠出し、活動に積極的に協力。
- ・ 民放連は、2009年度からキャラクター「地デジカ」によるPRを展開。Dpaでも活用。

デジタル移行に向けた取り組みと反省点（４）

■ 視聴者周知キャンペーン

- ・ 政府が視聴者周知キャンペーンに本腰を入れたのは、今年の２月から。もっと早い段階から取り組むべきだった。
- ・ アンテナ調整の必要性について、当初は認識が不十分であった。また、アナログ放送終了後にデジタル放送のチャンネルを変更する放送局についての周知が不十分だった。
- ・ 周知が不十分であったため、誤解して、デジタル受信機を所有しているにもかかわらず、クーポンを申請したり、ケーブルテレビに加入した世帯も。



往年のホームドラマの母親役女優を起用
Florence Henderson（CEA資料より）

<日本の取り組み>

- ・ D p a がスポット制作や“地デジ準備”全国キャラバン事業、日本全国“地デジで元気！”キャンペーン、など普及を推進し、デジサポも受信相談会を開催するなど、様々な媒体・形式で視聴者への周知を実施。放送事業者も、放送を通じて視聴者周知を展開。
- ・ 日本でも、アンテナ改修・調整の必要性について理解が十分でない面もあり、一層の周知が必要。
- ・ 今後は、より視聴者の立場にたった周知を行うため、全国一律の周知広報ではなく、地域や受信形態ごとにきめ細かい周知を行うことが重要。

■ ソフトテスト（終了リハーサル）

- ・ 各地域で放送事業者が調整し、アナログ放送で、1分から5分間通常番組を中断するソフトテストを実施。特に視聴率の高い夕刻以降の時間的が効果的。できる限り多く実施すべきとの評価。

<日本の取り組み>

- ・ 石川県珠洲市で今年7月24日に1時間休止。今後、長時間休止についても検討される予定。
- ・ 今後、他の地域での終了リハーサルの実施の可能性について検討される見込み。

デジタル移行に向けた取り組みと反省点（５）

■ コールセンターの充実

- ・ 移行時には 1 日に 30 万件の問い合わせがあった。
- ・ 移行後も多くの問い合わせ・相談が寄せられることから、デジタル移行後のサポート体制が重要。

< FCC コールセンターの対応 >



■ 高齢者・低所得者・障害者等へのサポート

- ・ いくら告知しても何をどうしたら良いか分からない人も多く、移行後の継続的なサポートが重要。
- ・ 各家庭を回って機器取付け等を支援するボランティアの教育が大変であった。

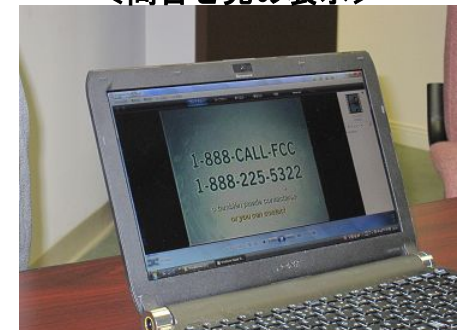
■ ナイトライト・プログラム

- ・ 6月12日のフルパワー局のデジタル移行後、災害などの緊急時に備えるため、1地域1チャンネルのみアナログ放送波を1カ月継続した。コンバーターボックスの接続方法、問合せ先等を放送し、非常に効果的であった。
- ・ ワシントンDCでは、FOXが役割を担った。

< 接続方法の説明 >



< 問合せ先の表示 >



< 日本の取り組み >

- ・ 全国のデジサポの受信説明会開催および総務省、放送事業者、メーカー、流通団体によるコールセンターの面的な対応。
- ・ デジタル移行前と同様に移行後の対応について、漏れのない対応策の協議が必要。

今後の課題と展望等

■ デジタル放送未対応世帯への対応

- ・ 7月26日時点で120万世帯がデジタル放送未対応（ニールセン調査）。6月14日時点の250万世帯から半減。
- ・ 残りの多くの世帯が
 - ①対応が必要ということを知っているが、対応を引き伸ばしている世帯
 - ②そもそもテレビを視聴する習慣のない世帯（特に若年層）
 - ③ローパワー局（小規模コミュニティ向けの放送）のみを視聴している世帯と考えられており、特に大きな問題とは認識されていない。

■ 受信障害への対応

- ・ ニューヨークでは、室内用アンテナを中心として、放送波が弱いこと等の理由によりデジタル放送を受信できない問題が発生。他の都市でも同様の問題が生じている模様。
- ・ FCCは、技術系職員をニューヨーク・シカゴに派遣し、受信環境調査を実施。調査をもとに、今後、放送の出力を上げるなどの対応を検討する見込み。

■ ローパワー局のデジタル化

- ・ デジタルチャンネルの割り当てが行われておらず、今後のデジタル移行の時期は未定。

■ モバイルDTVサービスの展開

- ・ ワシントンDC等の一部の放送局が実験サービスを開始。関係者の期待は非常に大きい。
- ・ ビジネスモデル（課金？ 広告収入？）については、まだ未確定。今後、視聴者の反応を検証しながら検討する模様。

<モバイルDTV端末>

