

# 福田委員提出資料

# 米国ハワイ州アナログ放送終了調査について

平成21年2月

(社)日本民間放送連盟

# 調査の概要

---

- 趣 旨 : 民放連では、総務省、NHK、JEITA等の関係機関とも連携し、先行する米国の関係機関や事業者の取り組みや弱者対策、危機管理体制などを調査し、2年半に迫った日本のアナログ放送終了・デジタル放送完全移行に必要な諸施策の検討に資することを目的として、米国アナログ放送終了調査を実施する予定であるが、これに先立ち、1月15日に本土に先行しアナログ放送を終了するハワイ州におけるアナログ放送終了の状況が、米国本土の完全デジタル化に向けた取り組みにも影響を与えることが想定されるため、NHKと連携しつつ、民放連としての調査を実施。
  
- 調査日程 : 平成21年1月12日(月)～1月18日(日)
  
- 調査者 : テレビ朝日常務取締役 福田 俊男  
民放連企画部主管 高田 仁  
※ 同時期に現地調査を実施したNHKとも密接に連携・協力。
  
- 調査内容 :
  - ・ FCC (連邦通信委員会) 現地責任者との意見交換
  - ・ FCCローカルコールセンター対応状況視察
  - ・ PBS (公共放送) および複数の民放事業者との意見交換
  - ・ 家電量販店の現地調査、担当者ヒアリング
  - ・ 視聴者宅でのコンバーターボックス設置支援作業視察

# ハワイ州のメディア環境と先行終了の決定

## ハワイ州のメディア環境

- ハワイ州の総世帯数は約43万世帯であるが、ケーブルテレビと衛星放送があわせて90%以上普及しており、地上テレビ放送を直接アンテナ受信している世帯は全体の5%程度、約2万数千世帯と推定されている。
- ハワイ州の政治経済の中心であるオアフ島では、PBSハワイ、4大ネットワークの系列放送局および独立系の放送局をあわせ、15の放送事業者がFull-powerで地上テレビ放送を実施。

## ＜PBSハワイのネットワーク例＞



[出典] PBSウェブサイト

## 先行終了の決定

- 従来、ハワイ州のアナログ放送終了期限は、全米の他の州と同様に2009年2月17日（当時）であったが、米国魚類野生生物局から、マウイ島のアナログ放送施設の撤去を2月以降に実施すると、海鳥の生態系に悪影響を及ぼす可能性があるとして指摘を受け、2008年10月に、ハワイ放送事業者協会（HAB）がFCCとも協議を行い、2009年1月15日正午にアナログ放送を終了することを決定。

## ＜ホノルルの送信タワー＞

## ＜マウイ島のアナログ放送施設＞



[撮影] Bonny Doon

## ＜ハワイシロハラミズナギドリ＞



[出典] Haleakala National Park



# アナログ放送終了当日等の状況

- 1月15日正午にアナログ放送が終了。FCC等による公式セレモニーはなし。一部の放送局は個別にカウントダウンを実施。
- 1月15日だけでローカルコールセンターへ944件（うち、留守電136件）の問い合わせ。翌日（1月16日）は584件（うち、留守電87件）の問い合わせ。

▼代表的な問い合わせの内容としては、

- ・うまくデジタル放送が受信できない。
- ・コンバーターボックスの接続がうまくいかない。
- ・DVDなどの接続方法。
- ・コンバーター購入補助のためのクーポン券申請方法。
- ・自宅が、デジタル対応しているかが分からない。

＜コールセンターの対応風景＞



＜FCCハワイの責任者イシダ氏と各放送局のデジタル移行確認表＞



＜翌日（1月16日）の新聞＞



- 翌日の地元新聞では、デジタル移行について「ほとんど問題なし」というトーンで報道。
- しかし、一部地域では受信障害が発生。報道では、数千世帯が影響を受けているとの指摘もあった。

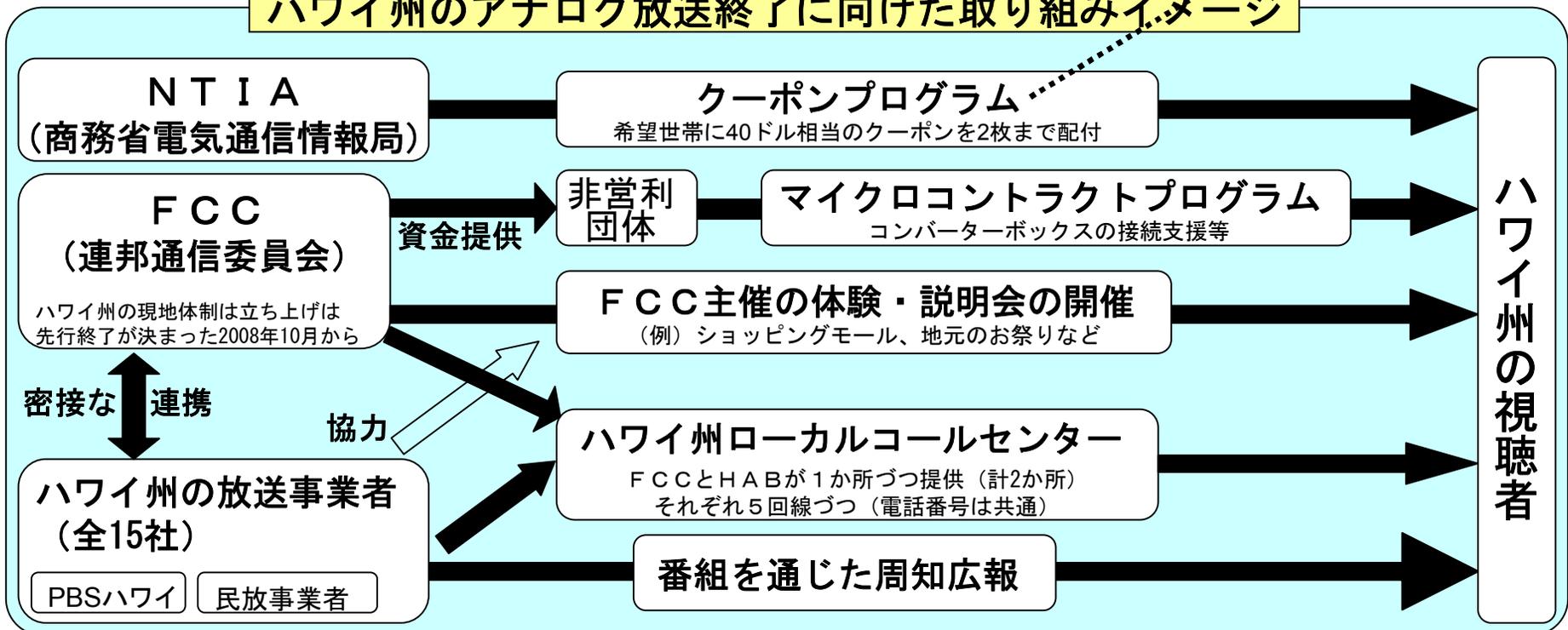
# ハワイ州のアナログ放送終了に向けた取り組み全体像

- FCCとハワイ放送事業者協会（HAB）がそれぞれコールセンターを1箇所ずつ設置（電話番号は共通）。地元出身者による親身の対応と地域の実情にあったアドバイスが好評。
- FCCが、ボーイスカウト、教会などの非営利団体に資金を提供し、高齢者等の希望世帯に対して、コンバーターボックスの接続等の訪問支援（マイクロコントラクトプログラム）。
- FCCがインフォメーションブースや体験・説明会を実施し、放送事業者も協力。また、放送事業者は、番組による周知広報も積極的に実施。
- FCCとハワイ州の放送事業者が密接に連携し、取り組みを推進。

<クーポン>



## ハワイ州のアナログ放送終了に向けた取り組みイメージ



# 関係者の取り組み(1)

## FCCハワイの取り組み

### ■ ローカルコールセンターの設置

- ・ アナログ放送終了の2週間前から、ハワイ州の地域専用のローカルコールセンターを設置（FCCは5回線設置し、放送事業者設置の5回線とあわせ合計10回線で電話番号は共通）。FCC職員その他、アマチュア無線のボランティアやリタイヤした人たちを中心に対応。
- ・ 方言・アクセントが同じ地元出身者による親しみやすい対応とハワイの地形など特有の事情に合ったアドバイスが可能となり、現地の関係者からは高評価。

<コールセンターの対応風景>



### ■ マイクロコントラクトプログラム

- ・ FCCが、ボーイスカウト・教会などの非営利団体等に資金を提供し、高齢者等の希望世帯に対して、コンバーターボックスの接続等の訪問支援を実施。
- ・ オアフ島で17人、マウイ島で4人、ハワイ島で3人の実務者（マイクロコントラクター）が活動。各家庭の1台目の受信機に接続サポートを行った場合には\$20、2台目は\$10の活動手当が出る。その手当は所属団体等に入る仕組み。

<マイクロコントラクターの活動風景>



### ■ インフォメーションブース・クリニックプログラム（巡回体験クルー）

- ・ 一般の方が多く来訪するショッピングモール、お祭り等で説明・体験ブースの設置。
- ・ 公園や学校のカフェテリアに屋台（クルー）を一時的に開設し、アンテナ等を展示して周知広報。2つのクルーが州内を移動巡回。

# 関係者の取り組み(2)

## 放送事業者の取り組み

### ローカルコールセンターの設置

- 放送事業者自らの負担により、ローカルコールセンターとして5回線設置（FCCコールセンターと電話番号は共通）。FCCが設置したコールセンターと連携して電話相談に対応。

### 番組を通じた周知広報

- 全米用の周知番組のほか、地元の各テレビ局のキャスターが登場する周知アナウンスを制作し、終了100日前から重点的に放送。12月には各局が同時に30分の周知番組を放送。
- 多くの放送局では、FCCの了解のもと、1月15日以降も、アナログチャンネルでデジタル移行を促す番組を繰り返し放送。

### FCCのインフォメーションブース等の周知広報に協力

- 説明会・体験ブース等FCCの周知広報に積極的に協力。

## ケーブルテレビおよび衛星放送事業者の取り組み

### ライフラインパッケージの提供

- ケーブルテレビおよび衛星放送を通常よりも安い価格（毎月10ドル以下、初期設置料は無料）で提供。

## 家電量販店の取り組み

### 低廉なデジタル受信機の流通・販売

- 32インチの液晶テレビを500ドル程度で販売。

### クーポンプログラムへの対応

- 特定メーカーとタイアップし、コンバーターボックスを安定供給。

<ニュース番組でコンバーターボックスの使用方法を説明>



<PBSハワイでの意見交換模様>



<15日以降もアナログチャンネルでデジタル移行を周知>



# 調査総括(1)

---

## ■ 早めの準備と関係者間の連携が必要不可欠。

- ・ FCCハワイと放送事業者が中心となり、関係者が緊密に連携して取り組みを推進。
- ・ 日本においても、総務省テレビ受信者支援センターを中心に、国が責任をもって地域ごとの連携体制を構築することが必要。

## ■ きめの細かい周知広報と戸別訪問が有効。

- ・ 一般の方が多く来訪するショッピングモールなどで説明会を開催するなど、きめの細かい周知広報を実施していたことが印象的。
- ・ マイクロコントラクトプログラムにより、高齢者、低所得者などに十分に対応したことが、現地関係者から高い評価。
- ・ 日本においても、高齢者・障害者への戸別訪問やNHK受信料全額免除世帯へのチューナー配布や訪問設置など、きめの細かい取り組みを着実に推進することが必要。
- ・ 戸別訪問は、受身ではなく、能動的に、いわゆる「ローラー作戦」で行うことが重要。

## ■ 地域ごとのローカルコールセンターの設置が効果的。

- ・ 方言・アクセントが同じ地元出身者による親しみやすい対応と各地域の実情（地形・受信状況等）に応じたアドバイスが可能。
- ・ 日本においても、地域ごとのローカルコールセンターを早急に設置することが必要ではないか。

## ■ 地方公共団体との協力関係の構築が必須。

- ・ 地域住民と日常的に接点のある地方公共団体は、周知広報のキーとなる存在。
- ・ ただ、地方公共団体は、様々な分野で施策を実施しており、デジタル移行に関する政策的プライオリティは必ずしも高くない。
- ・ 総務省テレビ受信者支援センターを中心に、国が責任をもって地方公共団体との協力体制を構築すべき。

## 調査総括(2)

---

### ■ 番組を通じたPRとストレートなメッセージが有効。

- ・番組を通じた周知広報は視聴者の認知度を向上させるうえで有効。（地元テレビ各局のキャスターが登場する告知スポット、12月に各局同時に周知番組など）
- ・視聴者に対して「ご覧のテレビは視聴できなくなる可能性があります」というソフトなメッセージよりも、「ご覧の放送は終了します⇒準備が必要です⇒こういう行動をとってください」などストレートなメッセージを打ち出した方が良かったとの反省。

### ■ アナログ放送終了後のデジタル放送への移行の案内が有効。

- ・アナログ放送終了後、アナログチャンネルでデジタル放送への移行を案内する映像を繰り返し放送。
- ・日本においても、アナログ放送終了期限の前に、いわゆる「お知らせ画面」と併用して、こうした取り組みを検討してもよいのではないか。

### ■ 低廉で便利な受信機の流通も普及促進の鍵。

- ・32インチの液晶テレビが500ドル程度で流通。日本でも一層の受信機低廉化に期待。
- ・テレビとコンバーターボックスが一つのリモコンで操作できるような利便性の高い製品を希望。

### ■ ケーブルテレビ事業者等の取り組みも重要。

- ・ケーブルテレビ事業者等が、デジタル放送を視聴できない世帯に対し、「ライフラインパッケージ」として、通常より安い金額（毎月10ドル以下の料金、初期設置無料）でサービスを提供。
- ・日本においても、地上デジタル推進全国会議「デジタル放送推進のための行動計画（第9次）」等に基づき、日本ケーブルテレビ連盟を中心に、地上デジタル放送のみの再送信サービスの早期導入の推進やデジアナ変換サービスの暫定的導入に関する検討が行われているが、こうした取り組みを一層推進することも重要ではないか。