

地上デジタル放送への移行に伴う経済効果等に関する研究会（第2回） 議事要旨

1. 日 時： 平成21年3月18日（水）17時30分～19時30分

2. 場 所： 中央合同庁舎第2号館 1001会議室（10階）

3. 出席者：

(1) 構成員（敬称略、五十音順）

稲葉 悠、土屋 円、中山 裕香子、福田 俊男、三友 仁志（座長）、和田 仁

(2) 総務省

吉田地上放送課長、三田地上放送課企画官、飯倉地上放送課長補佐、

岡本地上放送課デジタル放送受信者支援室室長補佐

4. 議 題

(1) 地上デジタル放送への移行に伴う経済効果等の推計方法について

(2) 地上デジタル放送への移行により影響を受けるサービス、事業、新規サービス等について

(3) 地上デジタル放送への移行に伴う経済効果の推計について

(4) 主要諸外国における地上デジタル放送に係る経済効果等に関する調査検討について

(5) その他

5. 議事要旨

■ 議題

(1) 地上デジタル放送への移行に伴う経済効果等の推計方法について

- ・ 「地上デジタル放送への移行に伴う経済効果等の推計方法」資料1) について、事務局より説明があった。

(2) 地上デジタル放送への移行により影響を受けるサービス、事業、新規サービス等について

- ・ 「地上デジタル放送への移行により影響を受けるサービス、事業等」(資料2) について、事務局より説明があった。

(3) 地上デジタル放送への移行に伴う経済効果の推計について

- ・ 「地上デジタル放送への移行に伴う経済効果の推計」(資料3) について、事務局より説明があった。
- ・ 議題(1)、(2)及び(3)について、主なやり取りは以下のとおり。

(推計期間について)

- 推計のタイムフレームは、アナログ停波後10年を含めたことにより、不確実性が増している。特に、新規サービスの部分については、いろいろな見方があると思うので、新規サービスを考えている事業者へのヒアリングを追加してはどうか。
- デジタル化の経済効果として、アナログ停波後の跡地利用の部分が非常に大きくなる。その経済効果を推計するには、停波後を考える必要があり、跡地利用による新規サービスがある程度軌道に乗るまでには、10年程度の期間を見るのが妥当。

(推計の目的について)

- 今回の研究会における推計の目的は何か。地デジ移行が半分以上現実化している中で、

平成10年の「地上デジタル放送懇談会 報告書」の211兆円を改めて精査することか。あるいは、地デジ完全移行まで残り2年4か月という期間で、集中的に取り組めばこういう効果があるというアウトプットも併せて求められているのか。

- 完全デジタル化することによって、これだけ世の中にいいことがあるということを明確にする。
- 将来への期待感は非常に大きい。これだけの経済効果があり、さらに、停波後の新規サービスの可能性についても数値で示すことは、非常に重要。
- 色眼鏡で見ず、かつ、期待感を込めた数値を可能な限り客観的に推計する。客観的な数値は、いろいろなことに使える。推計結果をどのように使うかは、使う側の判断と配慮。

(推計の方針、対象について)

- 経済効果の数値は、過去分(停波前)、未来分(停波後)、デジタル化の純増部分、支出の根底にある部分の4区分を出してほしい。
- 経済波及効果について、もとの直接効果の2.5倍という数値は、他産業の事例と比べるとやや高いという印象。他の事例と比較し、妥当性を検証してほしい。
- 基本的な考え方、スタンスとして、あまり過大評価にならないように注意するべき。
- 定量的に分からないもの、現状では測り切れないものについては、不確実な数値となる上、過大評価につながるので、数値として計上すべきではない。これからの成長を見込める、期待が見える等のコメントとしてまとめるのが妥当。

(放送事業収入について)

- デジタル化によって、CM価値がアナログより6%向上するというのは、昨今の経済状況の下では実感がない。期待感はいいが、もう少し低く見た方がいいのではないか。
- 放送事業者から見ると、多少実感とかけ離れた夢のような数字に見える。その規模は、実際の放送産業の規模からすると大きすぎるのではないか。
- 多メディア化により、広告自体が分散化しているため、テレビの広告収入そのものは減少していく可能性が非常に高い。しかし、デジタル化することにより、その価値を維持し、アナログのままでいった場合の減少分を少しでも抑えている可能性はある。その辺りをある程度考慮してもいいのではないか。

(新規サービスについて)

- 跡地利用による新規サービスは、移動体向けのマルチメディア放送に端末価格を乗せるのではなく、むしろ既存の携帯電話サービスの発展形として、UHFのハイバンドの使用の方が総体的には価値は高いのではないか。まず、携帯電話サービスがベースにあり、その上にくだり回線をマルチメディア放送という形で確保するのが基本と認識。
- 広告収入について、それぞれを集めて1個1個足し算すると、足し過ぎにならないか。デジタル化や情報流通のICT化は、誰でも参加できて、いろいろなものが分散していくものであり、いろいろな競合相手が何をやってくるか分からない状況の中で、重複分が出てくるのではないか。

(受信機器、関連機器等について)

- デジタル放送ということから、サービスの方に視点が行きがちではあるが、日本の大きな産業の1つとして、家電産業の部分に与える影響も非常に大きい。放送事業サービスだけでデジタル化を語るのではなく、家電産業も含めて見ていくべき。

- デジタル化によって、受信機が普及発達した、高画質な録画機器やワンセグが登場した等の価値付けをするのは誤っていない。
- テレビが高精細化されたことによって、家庭のテレビのサイズが大きくなっている。デジタル化の1つの顕著な効果では。
- アナログからデジタル化することによって、車載用のテレビ受信端末については、ワンセグとの相乗効果もあり、標準装備する時代が目前である。また、液晶化、フラット化することによって、洗面所やキッチンにも、テレビが入り始めている。すでに、テレビは一家に1台ではないフェーズが始まっており、期待値としては2億台となるのでは。過大評価を避けるため、計算には反映しなくとも、その期待についてはコメントで補ってほしい。
- 最近のテレビゲーム機にも、テレビのデジタル化の影響はあるのではないかと。PS3等は、ある程度、高画質のテレビを前提として考えているのでは。

(その他)

- 産業規模として、基本となるアナログが変わらないとすると、その上に乗っている様々な付加価値も行き詰まる可能性がある。そうなると、産業規模が右下がりになっていくことは十分考えられる。
- デジタル化そのものは、ある意味では効率化のテクノロジーであるため、それによって世の中が膨らんでいくということはありません。むしろマイナスの効果の方が見えてくる傾向がある。ただし、デジタル化によって、いろいろなことができることも確か。
- 今回の推計は、経済の産業構造の中の評価しかできないが、例えば、利用者がアナログとデジタルとを見比べれば、デジタルの方が明らかにきれいだというのが分かる。そういう効果に対する評価を行えば、消費者サイドから見たデジタル化の価値はもっと的確につかめるのではないかと。

(4) 主要諸外国における地上デジタル放送に係る経済効果等に関する調査検討について

- ・ 「主要諸外国における地上デジタル放送に係る経済効果等に関する調査検討例」(資料4)について、事務局より説明があった。
- ・ 主なやり取りは以下のとおり。
- 諸外国の状況については、人口、経済状況等が異なるので、単純に数値を出しただけでは大きいかどうか何とも言えないところがある。1つの指標として、例えば、1人当たり、世帯当たり、テレビ1台当たり等の数値や、GDPとの対比にすれば、日本と比較しやすいのではないかと。
- 日本は、ヨーロッパ等とは違い、例外的な地上波大国である。こうした状況の違いは、諸外国との比較を行うに当たり、しっかりと取り上げるべき。
- ヨーロッパ等では、デジタル化しても、これまでどおりのアナログテレビで視聴しており、電波の送り方が変わった、チューナーが要る、それだけで終わってしまっているが、日本では、テレビが革新的にフラット化・大型化しており、それをベースにいろいろなことが起きている。

(5) その他

- ・ 第3回会合は、3月30日(月)13時00分から開催予定。

以上