

諸外国のデジタル放送への移行に関する資料

平成22年3月

諸外国における地上放送のデジタル化の状況

国名	開始時期	アナログ放送終了時期
英国	1998年 9月	2008年～2012年に段階的終了
米国	1998年11月	2009年 6月12日（ハワイ州は2009年1月15日に終了） ※当初2006年末の予定。2006年2月に2009年2月17日までの延期を決定。2009年2月に再延期を決定
スウェーデン	1999年 4月	2005年～2007年10月15日に段階的終了
スペイン	2000年 5月	2008年～2010年4月3日までに段階的終了
オーストラリア	2001年 1月	2013年 末（都市部は2010年末）
フィンランド	2001年 8月	2007年9月1日（全国一斉）
韓国	2001年10月	2012年末まで ※当初2010年末の予定だったが、2007年に延期を決定
ドイツ	2002年11月	2003年～2008年11月25日に段階的終了
カナダ	2003年 3月	2011年8月31日
オランダ	2003年 4月	2006年12月11日
スイス	2003年 8月	2006年7月～2008年2月25日に段階的終了
イタリア	2003年12月	2012年11月 末に段階的終了 ※当初2008年12月の予定だったが、2007年10月に延期を決定
フランス	2005年 3月	2009年第 4 四半期～2011年11月末までに段階的終了
デンマーク	2006年4月	2009年10月31日
ノルウェー	2007年9月	2009年11月31日
中国	2008年1月	2015年までに終了予定

米・英・仏・芬・日におけるデジタル放送への移行の概要①

	アメリカ	イギリス	フランス	フィンランド	日本
人口 国土面積	3億1000万人 937万km ²	6100万人 24.3万km ²	6200万人 55.1万km ²	530万人 33.8万km ²	1億3000人 37.8万km ²
デジタル放送 開始時期	1998年11月	1998年9月	2005年3月	2001年8月	2003年12月
アナログ放送 終了時期	2009年6月12日	2008年から2012年 まで段階的に実施	2010年2月から2011年 11月30日まで全国24の 地域圏ごとに段階的に 実施(第1弾としてアル ザス地域圏において 2010年2月2日午前0時 にアナログ放送を停 止)	2007年8月31日	2011年7月24日
特記事項	<ul style="list-style-type: none"> ・停波を2度延期 ・ハワイ州においては2009年1月15日正午にアナログ放送を停止 	<ul style="list-style-type: none"> ・2007年にコーランド地区(2万5千世帯)、ホワイトヘブン地区(1万2千世帯)においてアナログ先行停波 ・本格停波については現在、ボーダー地区、ウェストカンタリー地区、グラナダ地区、ウェールズ地区(一部地域)で完了 	<ul style="list-style-type: none"> 2009年に、実験的な意味合いで以下の3つの小規模な地方都市で先行停波 ○2009年2月4日17:30クロミエ市(人口約2万人) ○2009年5月27日カイゼルスベルグ(人口約3000人) ○2009年11月18日コタンタン北部地域(人口約20万人) 	<ul style="list-style-type: none"> ・アナログ放送終了時には、アンテナの不具合などの受信障害問題が発生 ・移行に伴い約3万世帯がYLE(公共放送)への受信料支払いを取りやめ 	<ul style="list-style-type: none"> 石川県珠洲市において、先行停波予定(2010年7月24日)

米・英・仏・芬・日におけるデジタル放送への移行の概要②

		アメリカ	イギリス	フランス	フィンランド	日本
受信機等購入への補助	制度	デジタル／アナログコンバータの購入を補助(1世帯当たり40ドルクーポン2枚送付)	必要な人にはアナログテレビでデジタル放送の視聴を可能とする機器(1台)とアンテナを提供。	チューナー・アンテナ費用の補助	なし	①エコポイント制度 (テレビ購入の際、7000円～36000円相当を補助) ②簡易チューナー、アンテナ等、必要最低限の機器を無償給付 ※その他、共聴施設の改修等への支援あり
	予算額	21.5億ドル (約1957億円) (2008～2009年度)	6億ポンド(約846億円)	9200万ユーロ (約114億円)		4200億円 ①エコポイント → 約3600億円 ②チューナー → 約600億円 (H21～H23)
	対象者	全ての地上波受信世帯	・75歳以上の高齢者、身体障害者、視覚障害者、介護施設入居者等の場合は40ポンドの支払いで提供 ・生活保護受給者、失業者など最も低収入の世帯である場合は無料で提供	低所得者等		・エコポイント →一定の省エネ基準を満たしたデジタルテレビ購入者 ・チューナー等無償給付 →NHK受信料全額免除世帯

(注) 1ドル=91円、1ポンド=141円、1ユーロ=124円で計算(2010年2月23日時点の為替レート)

※BBC調査等より作成

米国におけるアナログ放送の停波期限

アメリカは、アナログ放送の停波期限についてこれまで2回の延期を実施

デジタル放送の導入

- 1998年 デジタルテレビ放送開始→アナログ放送停波を2006年12月に設定。
通信法第309条:
 - 地上アナログTVの免許は原則として2006年12月31日を超えて更新しないこと
 - ただし、15%以上の家庭がデジタルTV受像機を所有していない等の場合は、FCCはこの期限を延長できる。→世帯普及率85%条件

一度目の停波延期

- 2006年2月 アナログ放送停波を2009年2月17日に延期
←「デジタル放送移行・公共安全法」制定によるもの
 - 世帯普及率85%条件を撤廃
 - デジタル・チューナー購入用クーポン配布計画→2008年1月開始
 - アナログ放送跡地(チャンネル)の入札計画→2008年3月オークション完了

二度目の停波延期

- 2009年1月 新大統領オバマの大統領府移行チームのリーダーが、上下両院の担当委員長(予定者)に対して、「アナログ停波予定期日の延期」を要請
←クーポン券配布予算の不足と、全般的な準備不足によって多数の視聴不可能世帯が発生されると予測されたため
 - 2009年2月11日 オバマ大統領が同法に署名、発効

放送デジタル化延期法の骨子

- ①地上デジタル放送への移行期限を2月17日から6月12日にまでに延期すること
- ②本法は、FCCの条件に合致すれば、6月12日前にアナログ放送を停止することを妨げないこと
- ③デジタル・チューナー購入用クーポンの申請期限を7月31日まで延期すること
- ④失効したクーポンの再申請を可能とすること

参考:アメリカの地デジ関係機関

FCC(連邦通信委員会)

•独立した放送・通信の規制監督機関。立法府である連邦議会に対して直接責任を負う

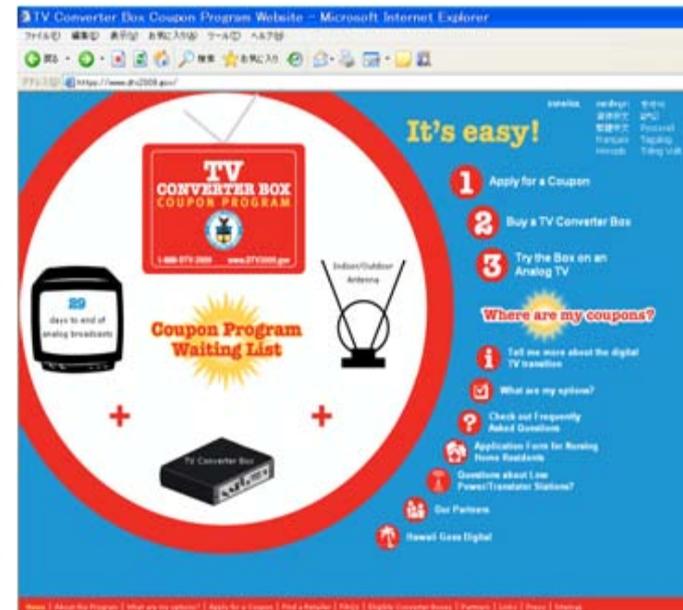
NTIA(商務省電気通信情報局)

•放送、電話、通信など通信事業に関する連邦政府の政策立案、非商業放送局に交付される連邦政府資金の管理、連邦政府諸機関で利用される電波の監理などを行う
・クーポンプログラムを担当

米国におけるクーポン・プログラムの概要

<p>制度</p>	<ul style="list-style-type: none"> デジタル／アナログコンバータ※の購入を補助 1世帯につき、40ドルクーポン(1台に1枚使用可能)を2枚送付 クーポンは発給後90日間有効。 ※ デジタル放送をアナログ専用受信機で表示するための変換機能のみを有する装置を政府が認定。
<p>予算額</p>	<p>15億ドル(2008～2009年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ※ 2005年赤字削減法により、予算措置も含め法定。 ※ 事務費等を除く13.4億ドルがクーポンに割当。 ※ <u>上記に加え</u>、米国再生・再投資法により<u>6.5億ドル追加</u>。
<p>対象者</p>	<p>予算額中</p> <p>9.9億ドルに達するまで: 全ての地上波受信世帯</p> <p>9.9億ドルを超える部分: 地上波のみ受信世帯※</p> <ul style="list-style-type: none"> ※ 受給者はケーブルや衛星を受信していないことを証明する必要がある。

クーポンプログラムのサイト



クーポン(サンプル)



(備考)

- 2009年7月31日で申請受付を終了。
- 約6400万枚発給
- 約1億ドル程度が余り、国庫に返納される見込み

7570000001

CONSUMER INFORMATION: 1-888-DTV-2009 or www.DTV2008.gov

THIS COUPON MAY BE APPLIED AT CHECKOUT TOWARDS THE PURCHASE OF AN ELIGIBLE CONVERTER BOX PURSUANT TO THE TERMS OF THE PROGRAM.

ONE TIME USE - NO REFUNDS ALLOWED. IT IS ILLEGAL TO SELL, DUPLICATE OR TAMPER WITH THIS COUPON. THIS COUPON WILL NOT BE REPLACED IF LOST OR STOLEN.

THIS COUPON IS NOT A DEBIT OR CREDIT CARD AND CANNOT BE REDEEMED FOR CASH OR CREDIT.

RETAILER SUPPORT CENTER: www.NTADTV.gov

米国におけるアナログ終了直前期の受信者支援策等

- アメリカでは、アナログ終了直前の5月～6月において、受信者支援策等を集中的に実施。
- 特に6つのグループ(低所得者、少数民族コミュニティ、英語を話さない住民、高齢者、障害者、ルーラル地域・先住民地域の住民)に重点。

受信者支援策等の概要

1. FCC委員・職員等が全国を訪問し周知啓発活動。地方自治体や地元団体と協力し、情報提供や説明を実施。
2. DTVウェブサイト(www.dtv.gov)をさらに利用しやすいように改良。
3. 全国に600のウォークイン・ヘルプセンターを設置。
※ ウォークイン・ヘルプセンター：FCCが定めた要件を満たす受信者支援センター
4. 草の根団体、事業者等とも協力し、受信者の自宅において、コンバータ設置やアンテナ調整の技術的支援(インホームサービス)を実施。
※ 草の根団体については、アメリコー(国民・コミュニティサービス公社が提供する青年ボランティア事業)及び消防団組織が主要なパートナー。また、事業者との契約については、20万世帯に対応できるだけの予算を確保。
5. FCCのコールセンターを24時間対応に拡大。スタッフを約4,000人まで増員。
6. 消費者ユニオンと協力し、消費者ガイドブック『DTV Made Easy』を配布。
7. 5月21日、アナログ放送を一時中断し、受信者に周知する「ソフトテスト」を実施。
8. 「追い込み(home stretch)」と称するメディアを活用した直前集中的周知。

米国におけるデジタル未対応世帯数の推移

日付	世帯数(万)	世帯数割合(%)
2008年 12月21日	700	6.8
2009年 1月18日	650	5.7
2月 1日	580	5.1
2月15日	510	4.4
3月 1日	450	3.9
3月15日	410	3.6
3月29日	380	3.4
4月12日	360	3.2
4月26日	350	3.1
5月10日	330	2.9
5月24日	310	2.7
6月 7日	280	2.5
6月14日	250	2.2
6月21日	210	1.8
6月28日	170	1.5
7月12日	150	1.3
7月26日	120	1.1
8月30日	71	0.6

6月12日
アナログ停波

(注)ニールセン社調査を基に作成

参考資料

(過去の「情報通信審議会地上デジタル放送
推進に関する検討委員会」資料より)

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）

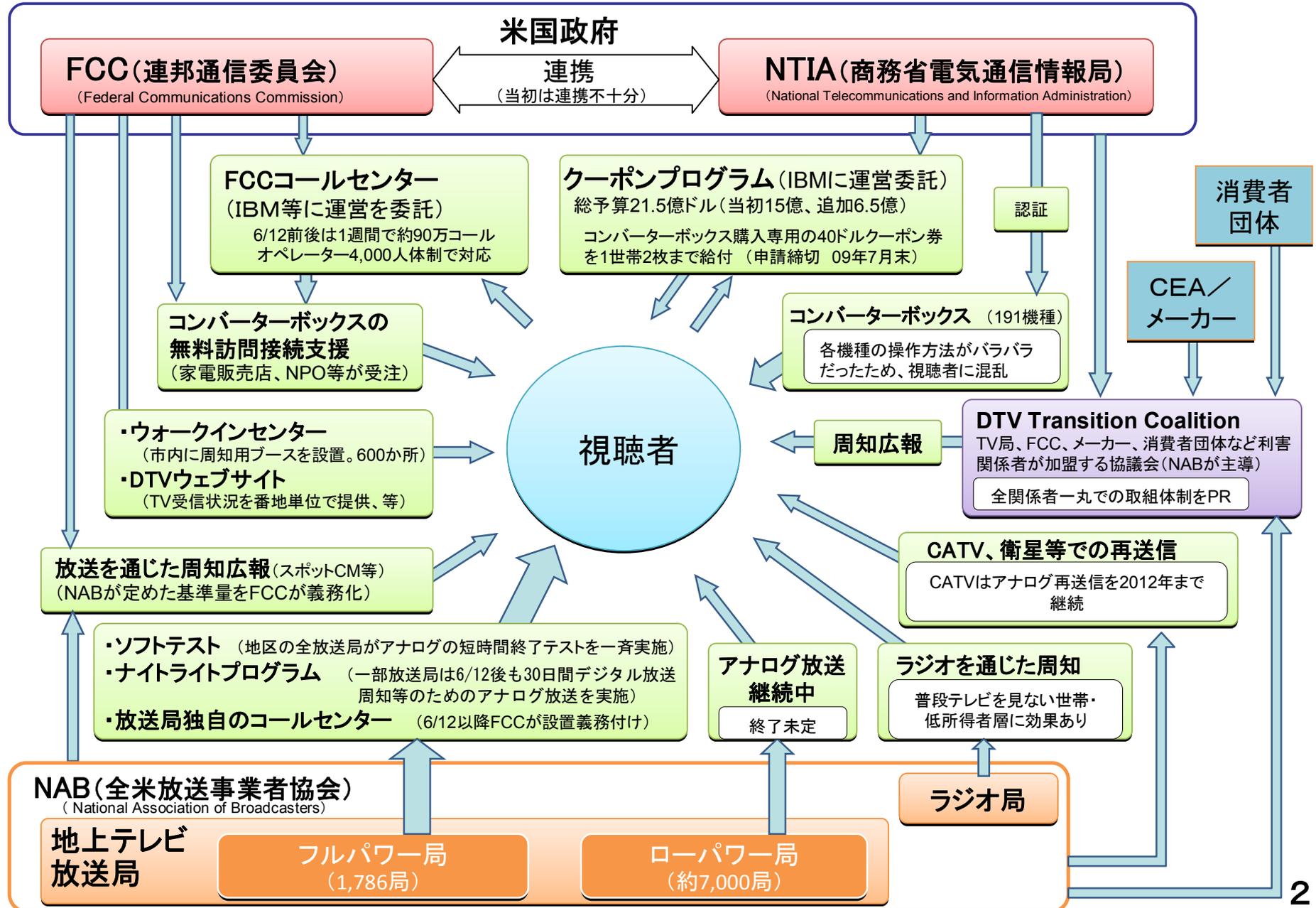
<第2班> 8月3日（月）～8月9日（日）

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。

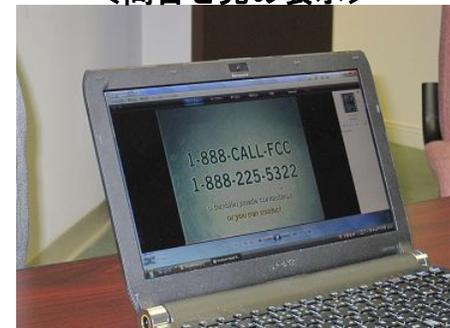
■ ナイトライト・プログラム

- ・ 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>



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。

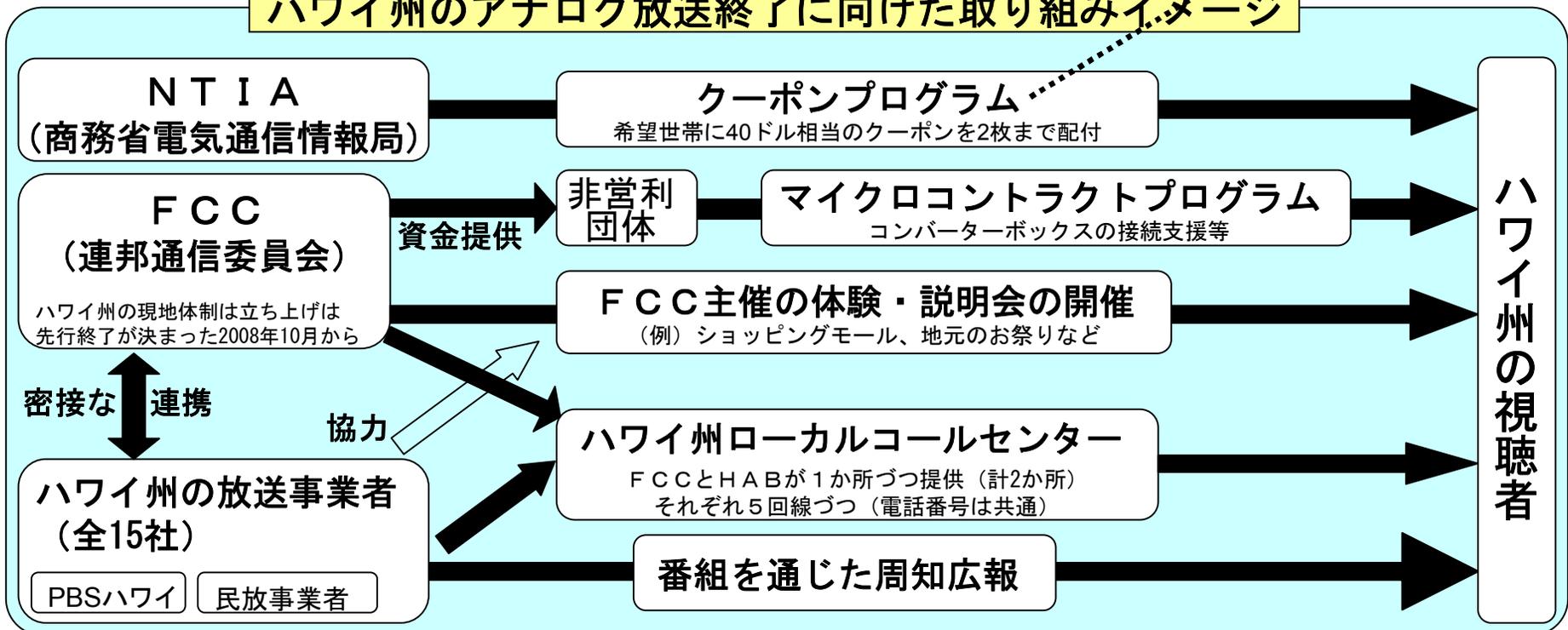
ハワイ州のアナログ放送終了に向けた取り組み全体像

- 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。

イギリスにおけるデジタル移行調査報告

2008年5月26日
2011連絡会 訪英調査団

イギリスにおけるデジタル移行調査

□ 目的

- 2007年に、先行してアナログ放送を終了・デジタル放送へ移行した英国コーブランド地区、2008年11月に移行予定のセルカーク地区を含むボーダー地域において、**デジタル移行の実態**を調査
- デジタル移行推進機関である「デジタルUK」にて、**視聴者支援・周知広報のあり方**を調査
- BBCにて**移行弱者支援スキーム(ヘルプスキーム)**のあり方を調査

□ 調査日程

日時	訪問先	調査のポイント
5月12日	デジタルUK セルカーク地区	コーブランドに続き、第2のデジタル移行地区のデジタルUKの地域責任者と、先行してデジタル移行した意義などについて
5月14日	Ofcom(放送通信庁)	電波行政の立場から、デジタル移行の課題について
	デジタルUK本部	デジタルUKの役割とデジタル移行の課題について
5月15日	BBC	デジタル移行、ヘルプスキームなどについて

□ 調査団

稲葉 悠	東京放送(株)メディア推進局付 参与
長谷川 洋	テレビ朝日経営戦略室副部長
奥村 直司	松下電器産業(株) 東京支社 渉外グループ AVCネットワークチーム 参事
小幡 正	三菱電機株式会社 リビング・デジタルメディア事業本部 渉外部 担当部長
渡辺 昌己	(社)日本民間放送連盟 デジタル推進部 主席
隈部 紀生	コンサルタント/元早稲田大学客員教授
大西 一範	NHK技術局 チーフエンジニア
重森 万紀	NHK総合企画室 経営計画 副部長



デジタルUK(本部)での会議

イギリスにおける段階的デジタル移行



イギリスでは、コーブランド地区に続き、セルカーク地区でアナログ停波を計画。ともに、ボーダー地域。

地域	移行時期	世帯数
Border	2008年11月～2009年 Q2	288,000
West Country	2009年 4月～2009年 Q3	844,000
Granada	2009年 Q4	3,067,000
Wales	2009年 Q3～2010年 Q1	1,325,000
STV North	2010年	610,000
STV Central	2010年～2011年	1,745,000
West	2010年～2011年	743,000
Central	2011年	3,818,000
Yorkshire	2011年	2,690,000
Anglia	2011年	1,920,000
Meridian	2011年～2012年	2,865,000
London	2012年	4,901,000
Tyne Tees	2012年	1,429,000
Ulster	2012年	679,000

日英のデジタル移行の違い

項目	イギリス	日本
移行の考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・地上デジタル放送への移行に加え、衛星デジタル放送(BSkyB*、フリースァット)でも地上デジタル放送番組を視聴可能 ・アナログ放送を終了しないとデジタル放送波を発信できない地域もある(調査時点で73%カバー) 	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的にアナログ／デジタルで同一番組を放送しつつ、デジタル放送への移行を実施 ・アナログ停波の半年前までには、アナログ放送が受信できるすべての地域でデジタル放送が受信可能(2007年末で92%カバー)
デジタル化に伴う番組のあり方	<ul style="list-style-type: none"> ・標準画質テレビだが、従来のアナログ放送番組に加え、新たな放送番組の実施(コーブランドでは4⇒18～19ch) 	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的に番組数はアナログ・デジタルで同じ ・ハイビジョン＋高音質＋データ放送
置局規模、世帯数	<ul style="list-style-type: none"> ・地上デジタル送信所数: 全国1, 100局所程度 ・英国全体で、2, 490万世帯 	<ul style="list-style-type: none"> ・地上デジタル送信所数: 全国2, 300局所程度 ・日本全体で、5, 000万世帯

* BSkyB: イギリスでは「Sky」と呼称

コーブランド地区におけるデジタル移行概要

□ 先行実施による検証項目 …… より大規模なエリアでの停波に向けて

- 周知広報施策
- アナログ放送終了による課題の洗い出し
- 弱者支援スキーム(ヘルプスキーム)の効果、課題の抽出
- 自治体等との連携のあり方

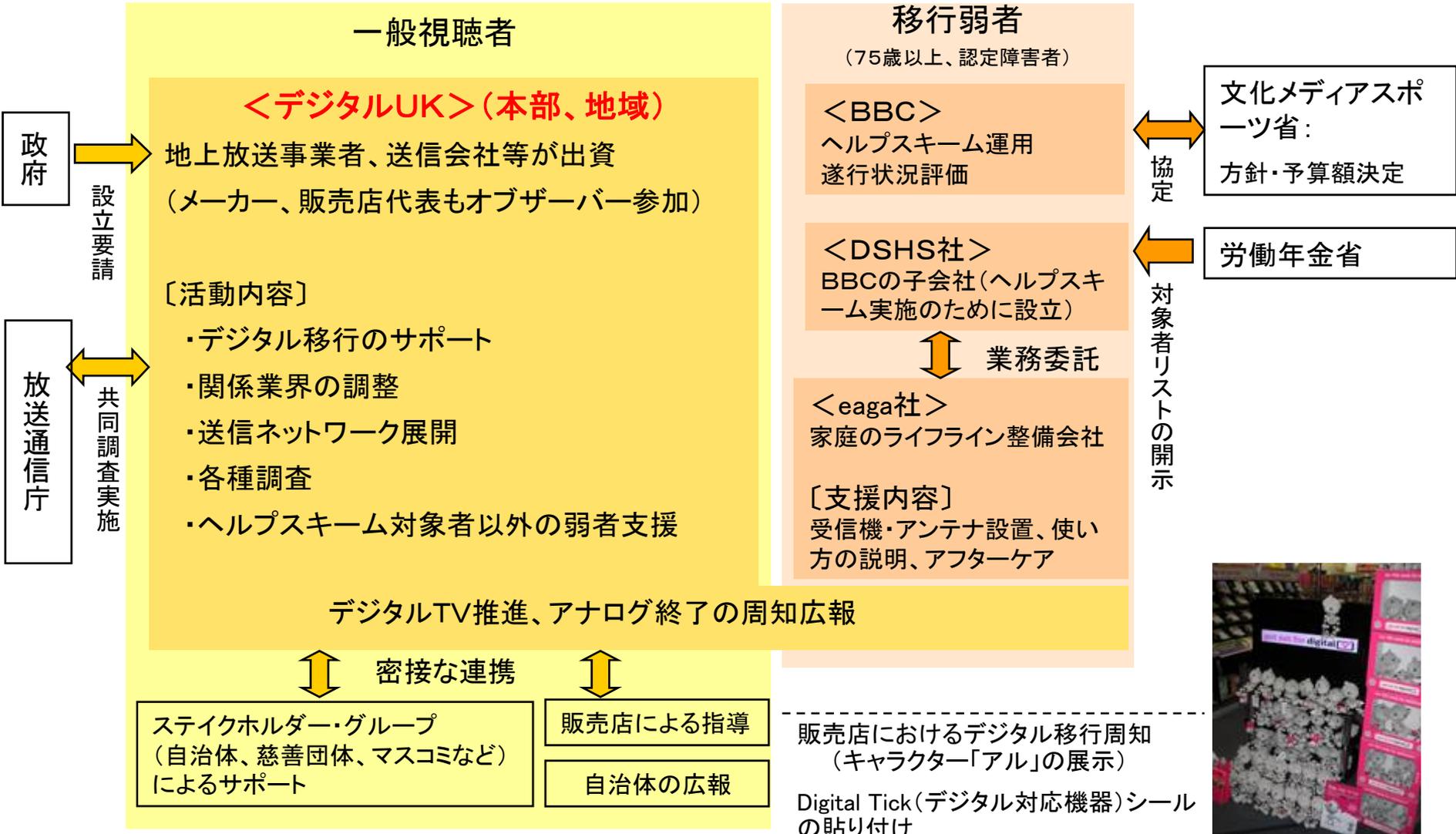
□ 得られた成果

- 周知広報によるデジタル移行に対する住民意識の変化
 - デジタルUKへは約400コール、700人が来訪(コーブランド分)
 - 自治体や慈善団体など地元コミュニティーとの連携による周知が必須
 - 受信機(STB)購入よりも、使い方の支援が必要
 - 他の地域へのPR効果
 - 先行停波を、大きな混乱なく実施ができたことのPR効果大
- コーブランド地区での停波後、デジタル移行の不安感が減少(全英での世論調査より)

停波までの期間	イベント内容
14か月前	コーブランド地区の住民に 手紙で周知
12か月前	全世帯への手紙 および 新聞 や 屋外広告 による周知(デジタル移行率 70%)
7か月前	全世帯へヘルプスキームを説明した 手紙を配付
6か月前	テレビ画面のスーパーを開始
3か月前	パンフレットを 全世帯に配付
2か月前	ヘルプスキーム開始 Channel 5のデジタル送信開始
2007年10月17日	アナログBBC2停波 デジタルBBC1、BBC2送信開始 (デジタル移行率 97%)
2007年11月14日	アナログBBC1、ITV、Channel 4停波 デジタルITV、Channel 4送信開始 (デジタル移行率 100%)
2007年12月	ヘルプスキーム終了

コーブランド世帯数: 約25,000世帯
 番組数の変化: アナログ4番組 ⇒ デジタル18~19番組
 移行後のシェア: 衛星(BSkyB)77%、地上デジタル 21%

視聴者支援の構造と体制



デジタルUKの役割

～ デジタル移行を支援するために ～

□ 政府決定を受け、デジタル移行の推進機関として2005年設立

□ 活動内容

① 周知広報

- 新聞広告、街頭広告、**全世帯に向けたダイレクトメール**
- 放送事業者に対し、**アナログ放送終了スーパー**の要請(停波半年前～)

② コールセンターの設置

③ 関係業界のコーディネート

- 自治体、慈善団体、放送事業者、電気店、集合住宅協会、消費者団体などとの情報交換、協力要請、説明会の実施
- 基本的にデジタルUKは各家庭への訪問は実施せず

④ モニター調査等の調査

- Ofcom(放送通信庁)とともに、4半期ごとに調査、報告書を公開

□ 構成

- 職員60名(全国) 内、15名が地域担当
- 2005年から2013年までで2億2500万ポンド(約460億円規模)
弱者支援はデジタルUKの業務ではないため、この経費は含まない



共通キャラクター「アル」をあしらったダイレクトメールの封筒



このスーパーをご覧になった方は11月6日に放送が終了します
ご質問はデジタルUKまで
(半年前は 1日4～5回/1分間)

ヘルプスキーム

～ 移行弱者の支援に向けて ～

□ ヘルプスキームとは

- 高齢者や障害のある人に対し支援する政府の施策
- 政府がBBCの受信許可料から6億300万ポンド(約1230億円)の支出を決定(本来の放送業務に支障をきたさないこと、2007年以降5年間にわたる値上げが条件)
- 具体的な活動は、BBCの子会社であるDSHS社が管理、eaga社に委託

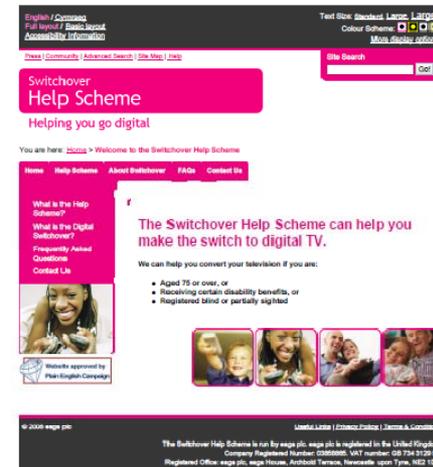
□ 支援対象者

- 40ポンド(約8000円)の支払いで支援を受けられる人
 - 75歳以上の個人、および身体障害者手当、介護手当、付きっ切り介護手当、運動障害補助の受給資格者、盲目、弱視登録者
- 無料で支援を受けられる人
 - 上記に加え、年金、失業者・低所得者に支給する所得補助金、失業手当給付金受給者
- 全英で710万世帯が対象
 - コープランド地区では、地区内全対象者の28%の2,616世帯を支援

□ 支援内容

- 対象者のニーズにあった使いやすい受信機の支給、設置と使い方の説明
- アンテナ(地上アンテナまたはパラボラアンテナ)の設置、修理、移動、配線
- 但し、対象者がより高機能で高額の受信機を希望する場合は、差額は本人負担

一般への周知のための
ホームページ



【支援方法】

- ① BBCが、労働年金省から対象者リストの開示を受け、該当者に説明文書を送付
- ② 該当者は用紙に記入後返信(または電話で申込)
- ③ BBCが申込者に支援

まとめ

～ イギリスの状況を踏まえ、日本の事情に合った選択を ～

- 国の主導と関係諸機関との緊密な連携が重要
 - 受信者への支援に際しては、自治体と強い連携を持つなど「地域密着型」の支援組織が必須
 - イギリスでは慈善団体の活動を重視しているが、日本への適用に際しては十分な検討が必要

- 弱者支援対象者の明確化が必須
 - 国による認定も含め、対象世帯の明確な基準作りが必須
 - イギリスでは、収入は変動しやすいことや安価なSTBの存在など、経済弱者は支援対象外とし、明確な基準(75歳以上、障害者など)に基づいた支援を実施

- 段階的移行の良さを加味するには...
 - 他地域へのPR効果が大きいため、「停止リハーサル」の実施を具体的に検討すべき

- 移行施策に応じた適切な周知活動が必要