

地上波デジタル化の完了 米国からのレッスン

代表研究者 金山 勉 上智大学 助教授

目 的

1996 年、米国では地上テレビ放送のデジタル化に向けた枠組みが確定した。それから 10 年後の 2006 年までに地上放送はデジタル化できると期待されたが、その動向は未だにはっきりとしていない。本研究では、米国の地上放送デジタル化が、完了時期にむけてどのように進展しているか、そのプロセスについて注目し、その中から地上放送がデジタル化される際の課題や問題点を指摘する。日本は 2003 年から三大都市圏で地上テレビ放送のデジタル化が開始されたが、米国の地上波デジタル化からのレッスン課題として日本がどのような点に留意すべきかについて指摘する。

方 法

この研究調査では、1998 年に本格的にスタートした米国の地上放送のデジタル化への移行が開始された米国内の放送事業者特に注目し、訪問インタビューを実施した。併せて連邦通信委員会（FCC）の政策担当者、ワシントンDCエリアに本拠を置く、全米放送事業者連盟（NAB）、全米ケーブル事業者連盟（NCTA）、全米家電協会（CEA）など、議会に対して活発にロビー活動を行なう利益団体に対しても同様に、訪問インタビューを実施した。本研究では、まず、米国の地上放送デジタル化がどのような過程を経て今日に至ったのかについて概観する。米連邦議会が 1996 年から 1997 年にかけて地上デジタル放送移行についての工程として決定した枠組みがどのような背景によって生まれたのかについて概観し、その上で、地上放送デジタル化を担う放送事業者の取り組みの現状、2006 年の移行完了に向けてデジタル化のペースを加速させようとした連邦通信委員会の取り組み、地上放送デジタル化に重要な役割を果たす放送事業者とケーブルテレビ事業者、さらにデジタル放送の受信機を生産する家電協会の間で生じた関係、地上放送デジタル化への取り組みに対するテレビ局の実情、そして地上放送デジタル化に向けて最終的な仕上げを担った FCC 政策担当者の葛藤、そして 2005 年末に最終決定された、米連邦議会のデジタル化完了期限の延期の予兆とみられる動きも視野に入れながら論を展開したい。

調査を実施した期間は、地上放送デジタル化の達成期限をあと 2 年後に控えた 2004 年から 2005 年のタイミングと同期させ、デジタル放送移行に向けて努力を続ける米テレビ放送局の実相に迫ることとした。

結 果

米国におけるデジタル放送の本格移行は 1998 年 11 月に始まった。デジタルテレビ（DTV）放送移行に関するフレームワークは 1996 年電気通信法と 1997 年に米連邦議会で成立した 1997 年均衡予算法（The Balanced Budget Act of 1997）によって規定されている¹。これにより米国の放送事業者はアナログ放送に加えてデジタル放送を行なうことを求められた。米国の放送は日本と同じ 6 メガヘルツ（6 MHz）の地上放送用の電波帯域を用いて一般のテレビ視聴家庭にテレビ番組を伝送してきたが、米国社会がアナログ放送からデジタル放送に移行する過渡期の措置として、同じ 6 メガヘルツの電波帯域を無料でデジタル放送のために放送事業者が利用できることも決まった。アナログとデジタルのテレビ番組伝送を同時に行なう、サイマル放送（Simultaneous-broadcasting）である。

2006 年の地上放送完了を目前にした 2004 年から 2005 年の時期は、米国の放送にとっての転換点だったと考えられる。地上テレビ放送のデジタル化を加速させるために、連邦議会が完了時期を早めるための積極姿勢を示そうとしたのである。1996 年電気通信法と 1997 年均衡予算法によって示された 2006 年末のデジタル放送完全移行について、連邦としてこれを不可能と判断するようになったことがみてとれた。

2 地上放送デジタルに向けた放送事業者の取り組み

地上放送デジタル化の主体は、既存の放送事業者である。アナログ周波数用の 6MHz に加え、デジタルチャンネルを展開するために別途 6MHz を無償で与えられた。市場の規模によってテレビ局のデジタル移行期限は異なった。商業放送局は 2002 年 5 月まで、非商業局は 2003 年 5 月までに完了することが求められた²。

地上放送デジタル化にかかる費用は、ひとつの局で 300 万ドル程度（1ドル=115 円換算で 3 億 4500 万円程度）とみられる。米国には 1700 のテレビ局がある。

デジタル放送への移行について放送事業者がデジタル放送設備やアンテナの建設に関して資金的な困難に直面するなどの場合、FCC は、かなり放送事業者に歩み寄る姿勢をみせていた。一方で、ブッシュ政権は、2006 年 2 月 6 日に、放送事業者が継続してアナログ周波数を利用する場合、つまり完全にデジタル放送に移行できない場合も含むと考えられるが、電波利用料を 2007 年から徴収し、向こう 10 年で 36 億ドルを徴収したいとの方針を発表している³。商業放送局を束ねている全米放送事業者連盟（National Association of Broadcasters）では、2006 年 2 月 19 日現在、全米 211 の市場で商業・非商業あわせて 1550 局がデジタル放送を行なっているとしている⁴。

デジタル放送電波が全米をカバーしている率は、すでに 99.95 パーセント以上である。デジタル放送が受信できるデジタルテレビ、またはデジタルテレビを受信できるテレビでなくとも、現在のアナログテレビにデジタル放送を受信できるシグナル変換ボックス、いわゆる「セット・トップ・ボックス」を備えれば、デジタル放送を受信することができる。その意味では、米国のデジタル化の完了は、一般家庭でデジタル放送を受信できるテレビ視聴家庭が増えることに大きく頼る段階に入っていると言える。

3 米地上波デジタル化ペースの加速をねらったパウエル FCC

地上波デジタル放送移行の全体像についてみると、2006 年が大きな転換点になることは確かである。すでに触れたが、1997 年均衡予算法で地上放送デジタル化の完了期限は 2006 年 12 月 31 日とされたが、当初予定していたペースどおりにいかず、大幅に遅れてしまった。これは、地上放送をデジタル化する当事者である放送事業者の方に楽観論が存在していたからに他ならない。放送事業者たちのビジネスモデルは、いまだにアナログ放送事業の上に成り立っている。アナログ放送からデジタル放送への転換が技術的にはかれても、広告放送との組み合わせも含めて、十分な経験と蓄積がないデジタル放送に大きく期待することはできない。必然、放送事業者たちは、積極的にデジタル放送に移行しようとしなくなる、という循環が続いてきたのである。

放送事業者たちのスローなアクションに刺激を与えたのは、共和党のマイケル・パウエル FCC 委員長だった。2000 年の米大統領選挙でジョージ・ブッシュ大統領が当選すると、米国の放送・通信政策をパウエル委員長に任せた。パウエル委員長は放送のデジタル化を推進するための積極的な委員長提案、いわゆるパウエルプランを打ち出した⁵。

パウエルプランは、地上デジタル放送が放送事業者の単独によるとして、あまり積極的に関わりを持とうとしなかった全米家電協会、全米の 7 割近くがテレビ視聴の際に利用しているケーブルテレビ業界、テレビ視聴家庭の 2 割近くを占めるまでになった衛星放送業界などを束ねることを狙ったもので、関係者から広く支持を得ることに成功した。ただし、家電協会に対して求めたデジタル放送受信のためのチューナー内蔵期限については、全体的に半年時期を延ばすこととして、家電業界もこれに向かって生産計画を立ててゆくこととなった⁶。

一般のアナログ電波受信用のテレビが、現在も店頭で販売されている。デジタル放送を受信できるコンバータ・ボックス、またはデジタルチューナー内蔵のテレビが爆発的に売れ、市場に出回って、全米の大部分の家庭のテレビがデジタルテレビに置き換わらない限り、真の意味でのデジタル化移行は終わらない。デジタルコンバータボックスの価格は現在 100 ドル前後だが、そのうち 50 ドルくらいになると予測されている。2002 年のパウエ

ルプランに端を発したテレビの生産計画目標の達成に関しては、2007年7月1日までに大画面から一般の小型テレビに至るまで、生産されるテレビのすべてに関してデジタルチューナーを内蔵することになっている。しかしながら、デジタルテレビの一般家庭への普及についてはまだ道のりは長いとの認識がある。

全米家電協会のまとめによれば、デジタルテレビの平均販売価格は大幅に下がってきており、1998年に3150ドルしたデジタルテレビは2004年には半以下の1400ドルになったとされている。2004年のHDTVセールスはおよそ696万8000台で、それ以降の見通しでは2005年で1070万台、2006年1670万台、2007年2320万台、さらに2008年2700万台へと増加を見込んでいる。2008年以後は、市場で販売されるのはデジタルテレビのみとなる見込みである⁷。

2004年10月、米放送事業者連盟(NAB)では、デジタル受像機などの普及が思うように進まないことから、デジタル移行についてあまり積極的な姿勢を示してこなかったが、2004年10月29日、NABとネットワーク局ABC直営放送局グループ(owned-and-operated stations =O&Os)、それに主要17の放送局グループ経営会社がFCCに対し「議会、政府とも連携をとりながら、移行完了の日程をセットする」と積極姿勢を表明した。

この動きに他のネットワーク直営放送グループのCBS、NBCグループも続いている。放送業界が、デジタルテレビ移行について消極的な姿勢を転換するという路線は、2004年9月、ワシントンDCで開催された「高度テレビサービス協議会(Association for Maximum Service Television =MSTV)」の年次総会ですでに明らかにされていた。下院のエネルギー・商業委員会のジョー・バートン(Joe Barton)委員長、FCCマスメディア局のケン・フェレー(Ken Ferree)局長、それにネットワーク局や放送局グループ経営会社首脳らが集まった時点で、このムードが固まっていたとみられる。

4 地上放送デジタル化推進の主要プレーヤー：地上放送とケーブル

米国の放送デジタル化を推進する上での重要なプレーヤーは地上放送とケーブル事業者(以下ケーブルとする)である。米国の地上放送とケーブルテレビ事業者の間では、しばしば事業発展のために利害が対立することがあり、これまでさまざまな論争を経験してきた。それでもこれまで共に成長を続けることができた。全米1億959万170のテレビ視聴世帯(2005年1月現在)のうち、ケーブル契約を結んでいるのは7296万5820世帯であり、ケーブル視聴収入は576億ドル、広告収入は188億ドルで、総収入は746億ドルとなった。事業総収入の規模で考えれば、ケーブル業界は、すでにテレビの全広告収入額(2002年、2003年でおよそ420億ドル程度)を上回っている⁸。

地上デジタル放送の受信に関してケーブル側が努力して適切なセットトップ・ボックス(STB)を供給してゆくことは、ケーブル業界にも負担を強いることになるが、ケーブルは視聴契約料に支えられたサービスであり、地上デジタル放送の再送信だけでなく、STBをさらに発展的に活用する目的で、新たなチャンネル編成戦略を練り、そこからさらに視聴料をとることができる。一方で、ケーブルテレビ事業者は、自らの資金を投じてケーブルネットワーク網を構築してきたわけで、地上テレビ放送に対して簡単に歩み寄る姿勢をみせることは出来ない。地上テレビ放送が唯一、ケーブルテレビ業界を納得させることができるのであれば、常時魅力のあるコンテンツを提供できるテレビチャンネルであり続けることである。テレビ視聴者がチャンネルを合わせたいと思うような放送局であれば、逆にケーブルテレビ事業者の方から積極的に放送事業者の方にアプローチするに違いない。

それよりも問題となっているのは、地上デジタルチャンネルをケーブルに伝送させる義務(デジタル・マストキャリア)を課すことについてである。ケーブル側は主要な1チャンネルを運ぶことについてはやぶさかでないとの立場である。しかし放送事業者連盟(NAB)では、これまでの周波数帯域を有効に活用して複数のチャンネルを提供した場合、これも送信すべきとの立場をとっており、これにケーブル業界が反発して、調整は難航した。

5 地上放送デジタル化に取り組むテレビ局の実情

2004年8月から2005年3月にかけて、首都ワシントンDCを研究拠点として米国地上放送デジタル放送の流れをフォローし、FCCの政策担当者や放送およびケーブルテレビ業界団体がどのように取り組もうとしているのかについてヒアリングを行なった。またテレビネットワークの本社が集まるニューヨークでも関連諸課題について掘り下げてヒアリングを行なった。ここでは、ニューヨーク州、ミネソタ州、オハイオ州のローカル局で実施した訪問調査事例について報告する。

ニューヨーク州ニューヨーク市 WNBC

2004年11月7日、ニューヨーク市のロックフェラーセンターに本社を置くNBC・ユニバーサル社のピーター・スミス(Peter Smith)技術担当上級副社長への訪問インタビューを行なった。

スミス副社長は、現在のデジタル放送普及について「米国のデジタル化は、今年やっと本格的に将来図を描ける状態になり、来年から飛躍の年が本格化する」と指摘した⁹。

NBCは、これまで映像コンテンツ制作の関連グループ会社を抱えるABC(ミラマックス)、CBS(パラマウントとUPI)、FOX(21世紀フォックス)などに映像コンテンツの制作と流通戦略で出遅れた。NBCは地上放送と映像コンテンツ制作を有機的につなげるため、2004年5月に140億ドルでビベンディ・ユニバーサル社を吸収し、映像コンテンツ制作、および流通事業に向けて、先発三社以上の戦略を描けるようになった。NBCの直営テレビグループ(O&Os)事業だけでも全米の30パーセントにおよぶテレビ視聴世帯を手中に収め年間20億ドルを稼ぎ出すNBCは、ブロードバンド社会においてテレビ放送事業単体で利益を追求するが難しく、最終的な生き残りのためにはコンテンツが必要との見方を示している。

ミネアポリス州ミネアポリス KSTP

2005年2月13日から15日の間、全米上位30位有力市場のうち、15位にランクされるミネソタ州ミネアポリスのローカル局を訪問した。放送局経営グループ会社で、直接衛星放送(DBS)にいち早く乗り出すなど、全米にその存在感を示しているハバード・ブロードキャスティング社傘下のKSTPに対してヒアリングを行なった。ABCネットワークの系列局で、FCCが設定した1998年11月1日の期限にわずか1週間遅れてデジタル放送を始めている。

地上放送デジタル化についての的確なコメントをできる人物は技術担当のディック・ライス(Dick Rice)局長だった。訪問調査の時点で、KSTPはデジタル放送を始めて7年が経過していた。7年が経過したのであればデジタル放送に対する経営面や新規ビジネスへの取り組みが聞けると期待されたが、地上デジタル放送の実施に関して、大きな進化は特にないということであった。米国の放送ビジネスは株主の期待にドラスティックなまでに応えることが求められる。放送には視聴者のため、公共の福祉のため、という崇高な目的が掲げられる一方で、経営の効率化が極限まで求められる。そのためには現在のアナログ放送からどれだけ高い視聴率を獲得できるかが重要であり、運用できる資金は、視聴率獲得のために最大限活用されるべきとのスタンスをとっていた。

地上放送のデジタル化は国をあげた一大プロジェクトであることは理解するが、KSTPの経営陣にとっては、デジタル放送は今のところ見返りのない、お荷物のビジネスという側面の方が強い。デジタル事業に向き合う暇があるのなら、アナログ放送事業からもっとお金を吸い上げるべきと経営陣は考える傾向が強いと感じられた。

オハイオ州マンスフィールド WMFD TV

オハイオ州の州都コロンバスから車で東に1時間半のマンスフィールド。全米の独立放送局で初めてデジタル放送に乗り出したWMF-TV局を訪問した。同局はかつてアナログ

UHF67 チャンネルで放送していたが、早期にデジタル放送に乗り出せば FCC がデジタル放送用に VHF12 チャンネルを割り当てる見通しがあったため、1998 年にデジタル放送を開始した。

同局は、会社の裏庭に衛星殻伝送されるテレビ番組コンテンツを受信できるパラボラを 5 つ設置した、少し大きめの木造一般民家という構えである。マンスフィールドは全米上位 30 位市場の大都市クリーブランドマーケット（全米 16 位）に属するが、営業エリアの面で見ると、クリーブランドエリアの周縁部に位置している。同局は大手メディア資本の影響を受けず 28 万世帯の地元コミュニティに特化した同族経営を行っており、初期のデジタル投資は 25 万ドルだった。

ボブ・メイゼ副社長は「うちのような小さな局では、サイマルキャストをすることだけでも大変な仕事なんだ。デジタルだけになれば、どれだけ助かることか」と苦しい台所事情を打ち明ける¹⁰。

技術部門予算（7 万 5000 ドル）のうちサイマル放送をやめれば予算の 2 割程度の出費を節約することができ、新規の設備投資も可能となる。ローカルの小規模局であればあるほど、地上デジタル放送は放送事業を圧迫するという現実がある。地上放送のデジタル化は放送事業者間のデバインド現象を生む主要因になっていると考えられる。そのような中でも、WMFD TV は地元のブロードバンド普及の遅れに目をつけ、放送用の空き周波数を活用した下りの大容量データ受信サービスと電話回線によるインターネット経由のデータ送信サービスを組み合わせたサービスパッケージを売り出すなど、放送とネット事業を組み合わせた融合ビジネスに取り組む新規性もみせている。

ニューヨーク市のネットワーク局と地方の典型的なローカル局の実情について紹介したが、この他、ロサンゼルス CBS 系列局である KCBS などの訪問調査を行なっている。ロサンゼルス放送局間では、首都ワシントン、ネットワークの本社ニューヨークを抱える東海岸の厳格なイメージとはまったく違う、楽観的なメンタリティーがみられた。コンテンツ制作の中心地、ハリウッドをバックにするロサンゼルスは、放送事業者全体が連帯してデジタル化に取り組む雰囲気があり、東海岸エリアのようにライバル局間でみられる無用な競争意識よりも、互いに出来る限り助け合おうとする調和ムードが目立った。

米ローカル局のデジタル化は、それぞれの地域でユニークな取り組みが行なわれている。放送政策の中心地ワシントン DC で机上のプランを立てる傾向がある政策担当者たちは、何事についても、いとも簡単に実現できるような錯覚に陥ることがあり、この側面がワシントンの政策担当者と地方ローカル放送事業者との間のギャップを生む原因にもなっていると感じさせる。

6 地上放送デジタル化の加速と直接指名の行政担当者

地上放送のデジタル化について行政担当官としてひととき存在感を示したのが連邦通信委員会（FCC）のケン・フェレー（Ken Ferree）元メディア局長である。フェレー局長はパウエル委員長の意向を忠実に実現しようとする。FCC 内でも豪腕局長のイメージがあり、放送事業者の間でも注目される存在だった。連邦議会の決定を受けてメディア所有規制の緩和や地上デジタル放送への移行加速を実現するために思い切った政策を打ち出した。特に地上放送のデジタル化は、「政府主導の国家プロジェクト」であるとの認識のもと、独自の「フェレー・デジタル移行加速プラン」を打ち出した。

独立行政委員会は、政策立案において中立だというイメージが強いが、FCC 委員長は大統領が直接指名するポストであり、非常に政治性が強い。大統領が民主党から共和党に変われば、FCC 委員長も自発的に辞めて、民主党員から共和党員に替わることとなる。2001 年、ブッシュ共和党政権の船出とともに就任した共和党員のパウエル委員長に課せられた使命は、地上放送デジタル化のスピードを上げること、それに加えて市場にさらなる活力を注入することであった。すでに取り上げた、地上放送デジタル化を加速させるための「パウエル提案」は、この期待に委員長が応えようとした結果とみられる。

パウエル局長がこれほど思い切った行動を起こすことができたのは、政治的な流れを的

確に判断できる側近がいたからとみられる。それがフェレー元メディア局長であった。2001年の共和党パウエル FCC 委員長の誕生からほどなく、フェレー元メディア局長はケーブルサービス局長として迎えられた。それまでは、放送・通信業界を統括するテレコミュニケーション分野を専門とする弁護士であり局長就任はパウエル委員長の直接指名によるものだった。パウエル委員長と同じジョージタウン大学ロー・スクールの出身であり両者間の交友は深い。

2001年に就任したパウエル委員長が、まず着手したのは FCC の組織改革だった。2002年3月に、マスメディア局とケーブルサービス局を統合してメディア局とした。この際、フェレー元局長が抜擢された。統合されたメディア局は、地上放送、衛星放送、ケーブルテレビなど映像メディアコンテンツに関わるすべてを統括することとなり、メディア局長は FCC 委員に次ぎ、通信政策に影響力を持つ政治的な色合いが強いポジションとなった。

フェレー局長はパウエル委員長が打ち出したメディア規制の緩和、デジタルテレビの移行加速など、すべてにおいて基本プランを策定し、委員長のもとに届けてきた。地上デジタル放送の移行加速については特に腐心した。

放送局の設備投資に対する消極姿勢、デジタル放送用の番組コンテンツ不足、DTV生産ペースの加速など、「誰もやらないから、自分達もやらない」という業界独自の論理に関係者を留まらせることなく、FCC 主導のアクションを次々と打ち出してきた。FCC の組織が持つ性格は、つねに受身で政策対応のタイミングを待つというものであったが、フェレー局長はあえて FCC が積極的に行動を起こす機関であるというイメージを放送関連業界に持たせることに成功したと言える。これは、パウエル FCC 委員長が、常にフェレー局長をサポートする体制があったから可能になったのである。パウエル委員長の後ろ盾を得たもっとも影響力のある FCC 局長の発言は、常に物議をかもし出すが、それが周りから豪腕局長とのイメージを作り上げることに繋がった。

それだけに、パウエル委員長とフェレー局長コンビに対する外からの風当たりは強いものがあつた。2003年に思い切ったメディア規制の緩和方針を打ち出したが、連邦控訴裁判所から判断根拠の見直しを求められることがあつた。思い切って判断したつもりが、後手に回り、さらなる規制緩和を見込んだネットワーク局や自由競争主義のもとで、一層の市場活性化を望む政権サイドからの突き上げを受けた。同時に、巨大メディアの誕生に手を貸すものだとして市民グループや民主党の反対派から強い反発も受けた。

2006年完了とされた地上放送デジタル化については、先にも指摘したように、2002年に「パウエル提案」と呼ばれるデジタル化加速案が発表され、放送と家電業界に広く投網をかける戦略が打ち出された。地上波デジタルチューナー内蔵テレビの生産加速、HD番組の量産体制を構築することを狙ったもので、ある程度の評価は得た。しかし、一番肝心のテレビ視聴家庭へのデジタルテレビ普及促進については、出口の見えない日々が続いた。

1997年に連邦議会を通過した均衡予算法では2006年にデジタル放送への移行が完了することを条件に、放送事業者に現在のアナログ放送電波と別のデジタル放送用電波を割り当てた。議会からは、早期にデジタル化を完了することを求められ、あの手この手で政策的な措置を講じようとするが、デジタルテレビの普及が思うように進まないことで、パウエル・フェレー FCC コンビは地上放送デジタル化の完了に向けて一番重要な時期に立ち往生させられることとなった。

フェレー元局長は、2004年6月、起死回生の策として、ケーブルテレビと衛星放送ルートでデジタル放送を受信でき、これをすべてカウントすれば、一気に普及率が85パーセントを超え、予定より2年遅れの2009年1月からアナログ放送停止、デジタル放送への完全移行が可能となる、いわゆる「フェレー・プラン」を発表した。

地上放送デジタル化の完了条件として、放送市場において、デジタル電波をアナログに変換する技術が整備されている、または85パーセント以上の家庭でデジタルテレビ放送を受信ができるという条項がある¹¹。

調査を実施した2004年から2005年にかけて、米連邦議会では2006年と決めた移行完了時期を安易に先送りすることで面子がつぶれること嫌い、デジタル化完了期限を遅延させたくないという雰囲気が漂っていた。一日も早くデジタル化を完了し、返還された電波

を携帯通信事業者への競売にかけたい。また返還された電波は、同時多発テロ事件で経験した非常時通信回線の不足を解消するためにも利用されることから、政治的な課題としてデジタル化を急ぐべきとのムードも説得力を持っていた。

2004年の米大統領選挙はブッシュ大統領の再選で終わり、FCC最強のコンビが、放送のデジタル化に向けて走り続けることが求められるのかとみられた矢先、2005年1月にはパウエル委員長が2005年3月での辞任を発表した。FCCメディア局のフェレー元局長も、パウエル委員長から政治的な指名を受けて就任ことから、後を追って辞任することとなった。現共和党政権下のワシントン行政官たちは常に実行力が求められる。パウエル・フェレー・コンビが、放送行政政策の立案によって地上放送のデジタル化を加速させることができなかったことで、大統領の再選を機に、交替の場面が作られたとも理解できる。

1996年電気通信法と1997年均衡予算法とによって地上放送のデジタル化に向けた枠組みが決められてから2005年までの間、政策によるデジタル化の実現のための行政機関であるFCCに、連邦議会から与えられた政治的なパワーは、この政治的課題の完遂が困難となった時点で、デッドな状態になったと言える。このタイミングを待つかのように、連邦議会では、自らが決定した法律を上書きするための法案整備の動きが発生した。政治的なやりとりの中で、地上放送のデジタル化に関する、政治的なパワーが議会に移ったことを印象付けるものであった。

まとめ

以下に示したポイントは、地上放送のデジタル化にあたって日本でも留意すべきポイントとして調査から得られた点である。

1. デジタル化移行完了は政界の影響力次第でその時期が先送りされる可能性あり
2. デジタル化への移行過程で、低所得層への対応を十分に考慮・検討することが望まれる
3. デジタル化と表裏一体で進められるとみられる市場主義とさらなる規制緩和への適切な対応が必要となる
4. 大規模局と中小規模局の間で、放送局の経営環境が二分化される可能性があり、特に小規模局は大変困難な経営対応が求められる
5. 放送事業者がその他メディア業界、例えばケーブル業界、との間でのスムーズな利益調整が行なわれる必要がある
6. 市場主義の中で意識される消費者と公共性概念において意識される市民との折り合いをどのようにつけるのか（デジタル格差の解消努力）
7. デジタル放送の普及拡大に向けて積極的なPRを実施することの重要性

地上放送のデジタル化は、結果として、2006年に完了することが見送られ、議会が直接動いて、2009年2月17日にアナログ放送を停止することを決めた。日本では、デジタル放送への移行がなされる際、2011年7月24日が完了期限と決められており、米国のように切羽詰った段階での混乱状況は起こり難いとみられる。その意味では、日本の地上放送デジタル化は、米国と比べて大変スムーズに進行しているとも考えられる。ただ、移行過程においては、先に指摘したようなレッスンポイントがあり、十分留意する必要がある。

参考文献

1 Congressional Budget Office, CBO Paper: Completing the Transition to Digital Television (Washington, DC: Congressional Budget Office, September 1999), Preface.

2 FCC DTV Task Force, Digital Television Transition: The Path to Digital Broadband

Migration (Washington, DC: Federal Communications Commission, February 20, 2002).

³ John Eggerton, "Spectrum User Fees Proposed," [Online]. Broadcasting and Cable, (Posted on February 6, 2002).

⁴ National Association of Broadcasters, "DTV Stations in Operation," [Online]. Newsroom, posted on February 19, 2006).

⁵ Johathan Levy, Marcelino Ford-Livene, and Anne Levine, "Broadcast Television: Survivor in a Sea of Competition," FCC OPP Working Paper Series 37 (Washington, DC: Federal Communications Commission, September, 2002), pp. 84-85.

⁶ In the Matter of Review of the Commission's Rules and Policies Affecting the Conversion to Digital Television, MM Docket No.00-39, Second Report and Order and Memorandum Opinion and Order, FCC 01-330(2002).

⁷ Steve Koenig, U.S. DTV Update: Flat Screens, Falling Prices (Virginia: Consumer Electronics Association: February 2005).

⁸ National Cable and Telecommunications Association, 2005 Mid-Year Industry Overview (Washington, DC: National Cable and Telecommunications Association), p. 23.

⁹ Personal Interview with Peter Smith, Vice President, Advanced Technology, NBC/Universal, (New York, NY: November 17, 2004).

¹⁰ Personal Interview with Rob Meisse, VP of Operations, WMFD TV Mansfield, (Mansfield, OH: February 22, 2005).

¹¹ Congressional Budget Office, CBO Paper: Completing the Transition to Digital Television, p. 10.

研究発表

1) 金山勉のワシントン通信(1)「地上波デジタル化にも米国流」『月刊民放』35(1) 38-39 ページ。

2) 金山勉のワシントン通信(2)「同床異夢の地上放送とケーブル」『月刊民放』35(2) 35-37 ページ。

3) 金山勉のワシントン通信(3)「盟友の辞任とデジタル化の行方」『月刊民放』35(3) 34-35 ページ。

4) 金山勉のワシントン通信(4)「中央と地方に横たわる亀裂」『月刊民放』35(4) 38-39 ページ。

5) 「思惑絡む米国地上放送のデジタル化推進—主導権は連邦議会へ」『月刊民放』35(6) 26-31 ページ。

6) 「米デジタル放送政策と2004年大統領選挙」『ソフィア』53(4) 483-489 ページ。

7) 「米地上放送デジタル化の転換点」『コミュニケーション研究』36号、79-104ページ。

8) 「転換点を迎えた米国の地上放送デジタル化」『月刊民放』36(4)、30-35ページ。

9) 「米国の電波行政とデジタル移行」『世界週報』87(20)、16-19ページ。

連絡先

102-8554 東京都千代田区紀尾井町7-1
上智大学文学部新聞学科 金山研究室