

オーストラリアにおける地上波デジタル放送政策と 視聴者の反応

香 取 淳 子

The Policies of Digital Terrestrial Broadcasting and Reactions of the People in Australia

Atsuko KATORI

1) はじめに

地上波デジタル放送はイギリスBBC(98年9月)を皮切りに、アメリカ(98年11月)、スウェーデン(99年4月)、スペイン(00年5月)などが先行し、01年はオーストラリア、ドイツ、フィンランド、ノルウェー、韓国、そして、03年はフランス、同年末には日本といった具合に多数の国々が次々と導入に踏み切っている。地上波のデジタル化はいまや国際的な流れになっているが、それは一方で、インターネットの高度化に伴い放送の高度化が不可避になってきたことを意味する(香取, 2002a)。もっとも、だからといってデジタル化への移行がスムーズに展開されているわけではない。先行するイギリスやアメリカではデジタルテレビの普及率の低さに悩み、さまざまな普及促進策が試みられてきたが、必ずしも成功しているとはいいがたいのである。

たとえば、有料で放送してきたイギリスのITVDigitalは経営破綻し、02年5月1日に放送サービスを停止した。直接的な原因は高額なスポーツ放送権料の負担に耐えられなかったからとされているが、STB(セット・トップ・ボックス)の無料配布のコスト負担がきつかったこと、デジタル周波数の全国カバー率が65%程度でしかなかったこと、スクランブル解除の偽造カードが出回ったこと、有料放送市場では後発であったこと(BskyBが先行)なども経営破綻の原因だと指摘されている(中村, 2002)。また、普及が遅れているアメリカでは06年のデジタルへの完全移行が可能かどうか疑問視されはじめており、FCCは02年8月8日、家電業界に対しすべてのテレビ受像機にDTVチューナーの内蔵を義務づけたほどだ(FCC NEWS, August 8, 2002)。地上波のデジタル化は各国で急がれているが、実際にはなかなか普及しそうでないというのがどうやら現状のようである。地上波をデジタル化したとはいえ、そのビジネスモデルがまだ構築できていないからであろう。

そこで、本稿では01年1月1日に地上波デジタル放送を開始したオーストラリアを取り上げ、なぜ地上波デジタル化の導入に踏み切ったのか、どのような展望のもとに豪政府は放送のデジタル化を推進しようとしているのか。地上波デジタル化に至る初期プランを把握したうえで視聴者に対する調査を実施し、視聴者の側から地上波デジタル放送政策のあり方を検証してみることしたい。

2) デジタル化にいたる政策過程

2001年1月1日、オーストラリアはシドニー、メルボルン、ブリスベン、パース、アデレード

の5都市で地上波デジタル放送を開始した。いずれもオーストラリアの中では人口集中度の高い大都市である。豪政府はこれらの都市を中心にデジタル放送を充実させていく一方、周辺地域のデジタル化を漸次、推進する。オーストラリア全域で一挙にデジタル放送を開始するのではなく、可能な地域、購買能力のある視聴者から普及の促進を図ろうという戦略なのである。もちろん、アナログテレビを見ている視聴者の元いきなりデジタル放送だけを送信するわけにはいかない。したがって、先行の5都市については当面、サイマル放送（アナログとデジタル両方で放送）を実施し、8年間の猶予期間を設けた後、09年にはアナログを停波するという段取りで取り組む。まずはオーストラリアの地上放送のデジタル化を方向づけたABA（Australian Broadcasting Authority）の見解を概観することにしよう。

（1）Australian Broadcasting Authority の見解

オーストラリアでは欧米の動向に合わせ、すでに97年7月半ばに専門家グループによる地上波デジタル放送の導入に関する報告書が出されている。DTTB（Digital Terrestrial Television Broadcasting）専門家グループは、アメリカやイギリスがまだデジタル放送を開始する前の1997年1月30日に報告書を出し、ABAの放送デジタル化の推進を奨励している。彼らが重要課題だと認識していた事項を大別すると以下の3つになる。すなわち、①放送方式、②システムおよび関連法案、③実施スケジュール、等々。これらについてABAは以下のような見解を持つ。

① 放送方式

DTTBの実施は放送界がこの計画にどの程度、継続的に関与できるかということ、政府がどのような政策を展開するかということに大きく依存する。詳細な電波計画の施行にはDTTBに対する政府の長期目標にもとづく明確な指導が不可欠だからである。さらに、DTTBは二つの方式（HDTVとSDTV）で伝送されるが、どちらの方式がオーストラリアのニーズにもっとも合致しているのかを考えることも重要であり、政府の指導が要求される局面は以下の通りである。

DTTBはどの方式によって実施されるべきか？

ABAは地上波放送に高解像度方式（HDTV）で放送可能な電波が割り当てられ、アナログからデジタルへの変換が実現すれば、莫大な公共の利益が期待できるという。だから、ABAはABC、SBSと3つの商業放送局各個に7MHzのチャンネルが割り当てられることを要求するのである。もし、地上放送局に7MHzのチャンネルが割り当てられなければ、標準解像度方式（SDTV）よりもはるかに優れたサービスを提供できるHDTVを視聴者は受信することができないからだ。さらに、DTTBは有料ではなく無料で提供すべきだし、既存の放送事業者は最終的にはすべてデジタル技術で放送を継続すべきだという。そして、そのためには都市圏から地方圏へとといった具合にデジタル化を段階的に実施することが肝要だというのである。放送のデジタル化の推進は豪政府にとってインフラ整備の一環と考えられていた節がある。

どんな条件なら既存の放送事業者の参入が認められるのか？

ABAは、USモデルに倣ってサイマル放送をデジタル化の必要条件にすべきだとする。USではDTTBが始まると地上波放送事業者はすべてアナログのサイマル放送を進めなければならない、しかも、HDTV方式で放送しなければならない。さらに環境を整えば、SDTVで同時に一つ以上の番組を放送するマルチプログラムモードも実施すべきだとする。HDTVを基本方式とし、SDTVで放送する場合はデジタル技術の多様な側面を活用するものでなければならない。もちろん、すべての受像機はHDTV放送の映像を十分に表示でき、デジタル技術を駆使した多様な番組に対応できなければならない。オーストラリアはこのようなUSモデルを採用したのである。

② システムおよび関連法案

US方式であれヨーロッパ方式であれ、オーストラリアで採用される DTTB システムは高解像度の多様な番組に対応できるものでなければならなかった。結果として US モデルが採用されたが、DTTB を施行しようとするれば、法的な枠組みもまたそれに対応して整備されなければならない。放送サービス条例はアナログ技術を使ったサービス内容に基づき、草案が書かれている。だから、いずれそれは再考されなければならない、デジタル施行のためには別途、対策が立てられなければならない。結果として、「The Television Broadcasting Services (Digital Conversion) Act 1998」が制定され、1998年7月から施行された。この条例の制定によって1992年に制定された「The Broadcasting Services Act 1992(the Act)」に新たにアナログからデジタルへの移行スケジュールが付加されたのである。

③ 実施スケジュール

公式の実施スケジュールが公表されれば DTTB の推進は豪政府の関与するものとして認識される。そうすれば市場がデジタル化を必至と判断するから好都合だと ABA は考えた。このような観点から1997年の時点で ABA が策定した実施スケジュールは以下の通りである（表1）。

表1 オーストラリアにおける DTTB 実施スケジュール

	年 月 日	内 容
1	1997年7月半ば	ABAによる報告書(ABA paper on DTTB to the Minister for Communication and the Arts and DoCA)
2	1997年8月—1998年3月	産業界と ABA 合同の電波帯域計画の再検討
3	1997年10月/11月	政府からの政策説明：導入方法と既存放送局の権利
4	1997年11月30日	評価テストの完了
5	1998年3月/4月	法的原則の公表
6	1998年6月	システム決定の公表
7	1998年10月	改訂条例の一覧
8	1998年末	試験放送の有効性
9	1998年末	大都市中心部での最初の放送
10	1999後半—2000年後半	1999年終わりからオーストラリア市場で受信機

Digital Terrestrial Television Broadcasting (by ABA, July 1997) より作成

以上のような実施予定表を立てていながら、実は ABA 自身、75%の世帯が DTTB の採用に踏み切るのは樂觀的に見て6-8年、現実的に見積ると、10-15年かかると予測している。計画を推進しようとしている側ですら、デジタルテレビの普及ははかばかしく進展しないことを承知していたのである。それでは何故、オーストラリアは地上波のデジタル化に踏み切ったのか。ABA や DBA の資料を読むと、二つの大きな要因、すなわち、①国際的な流れへの同調、②地上波デジタル化による社会的メリットの重視、が作用していたのではないかと考えられる。

(2) 国際的な流れへの同調

98年11月からデジタル放送を開始する予定であった米国は当時、アナログテレビの段階的廃止

を決定しており、デジタルテレビの施行に向けた基準と実行スケジュールを承認していた。しかも、デジタルテレビをはじめ関連設備も生産されはじめていた。98年9月からデジタル放送の開始を予定していたイギリスも同様、さまざまな制度整備を推進していた。一方、オーストラリアは先行する米国とヨーロッパのシステムを検証しながら、自国の発展という観点からどのモデルを採用するのが望ましいのか模索している段階であった。ABAによれば、とくに以下の諸点については政府の勧告が必要となる。それだけに、地上波のデジタル化には豪政府が深く関与せざるをえないことがわかる。

- HDTVはオーストラリアにとって最善の方式なのかどうか。
- 完全な7MHzデジタルチャンネルはアナログチャンネルが規定日に返還されるという条件のもとで、既存の放送局（商業放送局や公共放送局）に貸与されるべきなのかどうか。
- アナログの電波使用や返還に対して政府の目標を設定すべきかどうか。
- DTTBの実施段階で新規に競争的なサービスを許可すべきかどうか。

以上の諸点にみられるように、放送方式の決定から放送局のあり方、電波使用にいたるまで国家の管理による推進が企図されており、地上波のデジタル化はまさに国家プロジェクトとして認識されていることが推察される。ただ、自国での普及について決して楽観的ではなかったように、ABAはアメリカのデジタル放送政策を指してきわめて楽観的なスケジュールだと言及している。このときアメリカは、1998年末までに主な放送局がデジタル放送サービスを放送するようになり2006年までにアナログのチャンネルをFCCに返還できるようになるだろうと予測していたのである。また、アメリカの場合、HDTV方式を基盤とするが、放送事業者は無料のマルチチャンネルサービスをするのも許されており、とくに初期の段階では自由にデジタルサービスが可能であった。もちろん、FCCは放送事業者に2006年まではサイマル放送をしなければならないことを義務づけていた。国家政策として地上波デジタル化を推進するには、それなりの視聴者保護を考えておかなければならなかったからである。

さて、ABAは、DTTBは有料放送ではなく無料の地上波サービスとして実施すべきであるとの見解を示す。というのもオーストラリアでは地上波デジタル化が国家政策の一環として展開されているからだが、社会的インフラとしての側面を重視すれば、USモデルを採用せざるをえない。地上放送がデジタル化すれば、やがて人々はケーブルや衛星、コンパクトビデオディスクから得ていたデジタル映像をテレビから得ることができるようになるし、インターネット利用も可能になる。技術的可能性からいえばまさに社会のインフラとして多面的に機能しうるだけに、デジタル受像機が普及し幅広く利用されるようになれば、さまざまな社会的利益が得られることは確かだ。それだけに、オーストラリアがデジタル化に向けた国際的な動向に敏感になるのも当然で、早期導入の背後に同調への圧力が強く働いていたことは容易に推察される。

興味深いことに、ABAは地上波デジタル化については早すぎもせず遅すぎもしないペースで対処していこうとする姿勢を表明する（ABA, 1997）。一般に開拓者は苦勞が多いわりには見返りが期待できないからだと思われるが、オーストラリアとしてはある程度の基盤整備ができてから参入しようとしていた形跡がみられる。つまり、地上波デジタルのマーケットの形成や受像機の価格など、後発ならではの優位な条件の中で地上波デジタル化を推進していこうとする節が見えるのである。それがおそらくオーストラリアの国情を顧慮してということになるのだろうが、肝心の地上波デジタルのメリットをABAやオーストラリアの指導層はどのように捉えていたのか。

(3) 地上波デジタルによる社会的メリット

ABAはDTTBのメリットを電波の有効利用ができる点にあるとする。アナログ放送では利用できない帯域での電波利用が可能で、20bit/sでデータを送信することができることを重視する。つまり、大容量のデータを高速で送信できるというメリットがさまざまビジネスチャンスを作り出すという見解なのである。国家的観点からすれば、だからこそ放送のデジタル化は是非とも推進しなければならないということになる。それでは、産業界はどういう見解を抱いていたのか。

先述した「The Television Broadcasting Services (Digital Conversion) Bill 1998」は「the Datacasting (Charge Imposition) Bill 1998」とともに1998年7月15日に議会を通過し、1998年7月27日には承認され、その日付で施行された。施行以降6ヶ月以内に放送行政を司る通信・情報技術・芸術大臣は、産業・科学資源大臣と協議の上、オーストラリアの放送電子産業の発展を支援する産業行動綱領を策定しなければならないとされている。現在ではDBIAA (Digital Broadcasting Industry Action Agenda) と呼ばれている機関はこのような政策目標を達成するために以下の協議事項を設定した (Digital Business Consulting Pty Limited, Nov. 1999)。

- ① 放送電子産業が効率的で競争力をもち、オーストラリア社会のニーズに対応していること
- ② 放送電子産業での新規事業や価値付与事業への投資を奨励すること
- ③ デジタル市場への参入を促進し、放送電子技術のオーストラリアへの移入を支援すること
- ④ 放送電子産業界全体で技術移転を奨励すること
- ⑤ 教育制度と放送電子産業との密な関係を構築すること
- ⑥ オーストラリアの放送電子産業と国際的なテレコミュニケーション産業との間に戦略的な営業関係を促進すること

以上を推進するための準備をDBIAAは1999年1月26日までに展開しなければならなかった (Digital Business Consulting Pty Limited, Nov. 1999)。このワーキンググループのメンバーは産業界の代表、産業界団体、通信・情報技術・芸術省 (DoCITA)、情報産業、オンライン事業者、等々で、まさに国を挙げての取り組みであったことがわかる。この段階で各国政府はデジタル革命によって推進される技術的必然という認識で地上波デジタルを捉え、放送政策を考えていた。そして、オーストラリアはこのような世界的潮流に沿って地上波デジタル放送の導入を最初に決定した国々の一つだったのである。オーストラリアは比較的早期にデジタル化の決定を下したことの意義を重視していたが、それは後発国に参考となるような多くの研究調査結果を持てば、この領域でリーダーシップを発揮しうると考えていたからである。さらに、デジタル化を契機に大量の技術移転が行われるが、それに伴う産業機会としては以下のものが想定されていた。

- ① デジタル受像機やディスプレイ装置のデザイン、製造、運搬など
- ② デジタルへの移行に必須の二通りの放送インフラおよびデジタルスタジオの拡張
- ③ データ放送のための放送内容を含むデジタルソフトウェア・ソリューションの供給、双方向で高度なテレビ装置

以上、見てきたように、デジタル受像機や放送に関する諸設備、調査研究報告など、地上波デジタル放送領域では今後25年間にわたって地球規模の巨大なニーズが発生すると考えられている。しかも、地球規模の変化はいま始まったばかりであり、それが現実のものとなるにはまだ相当の時間がかかる。したがって、早期に導入したオーストラリアはこの変化に伴う機器の製造やサービスの需要が発生したとき、的確に対応することができるというわけである。このような認識のもと、豪政府は比較的早期にデジタル化の実施に踏み切ったのである。参入する上で技術的

な障害は何もなかったし、豪産業界は二度とめぐってこないこの機会について詳細で完璧な分析を行う必要があるとも指摘している。つまり、地上波デジタル化は産業界にとってもまたとない発展の機会であり、国益を高める好機だと捉えられていたのである。

それでは、肝心の視聴者はどうなのか。昨年1月1日、オーストラリアの主要5都市で地上波デジタル放送が開始された。大都市を中心にサービスを充実させる一方、順次、周辺地域のデジタル化を進め、08年末にはアナログを停波するが、それまではサイマル放送が実施されるので、視聴者はいまのところSTBなしでアナログテレビを見ることができる。だが、やがてはテレビがただの箱になってしまうのである。はたして人々はデジタルテレビをどのように受けとめているのか、聞き取り調査を試みた。

3) ブリスベンでの調査結果から

ここではまず調査の概要およびその結果を報告し、次いで視聴者の所得状況、政府の見解などを概説することにした(香取, 2002b)。

(1) 調査の概要

調査地および対象者、調査期間

対象地区として選んだのがクィーンズランド州の州都ブリスベンの中心部とその郊外である。クィーンズランド州の人口は360万人でオーストラリア全人口の18.3%を占める。州都ブリスベンは、シドニー、メルボルンに次ぐ人口160万人の都市だが、保守的な気風が残っているといわれる。とはいえ、年平均経済成長率は過去10年間、4.3%と他の州に比べて1%も高く、イノベーションに関しては先進性がみられる可能性もある。つまり、経済的側面からみれば促進要因をもつと考えられ、「新しいものにはすぐに飛びつかない」人々の気風からは阻害要因を持つと思われる。両面を併せ持つだけに、新しいメディアの導入状況を見るには恰好の地区だと考えられる。

さて、調査地に到着してから10日間(7月24日から8月4日)、予備的調査を試みた。シティや郊外でさまざまな人にデジタルテレビは持っているかと尋ねてみたのである。ところが、たいていの場合、訝しげな表情で聞き返される始末であった。慌てて、昨年、デジタル放送が始まったはずだと説明すると、そういえば何ヶ月か前に話題になったことがあるが、いまではデジタルテレビについて巷で話されることはないと答える。同様の方法で手当たり次第に聞いてみたが、皆、異口同音にデジタルテレビなど関心もなければ身近で話題にする人もいないという。なにしろ高すぎると、これまた誰もが一律の反応を示したのである。当人はもちろん、知り合いがデジタルテレビを持っているという人にも出会わなかった。調査を行ったのは、デジタル放送の開始後、1年数ヶ月を経たときであったというのに、である。予備調査の結果、ブリスベンでの普及状況はまだロジャーズのいう「革新的採用段階」(Rogers, E. M., 1971)に留まっているようだった。

そこで、視聴者としての代表性よりもメディアに対する態度の先端性、革新性、あるいは確信性などを重視して対象者を選定し、インタビューを実施することにした。聞き取り調査の開始は8月5日にずれ込み、調査の枠組みも変更せざるをえなくなった。ちょっとした取材に応じてくれた人は10数人にのぼったが、ビデオ取材、カメラ撮影に応じてくれたのは7人であった。いずれも購入可能性の高い20代後半から40代前半の人々で、期間は8月5日から24日に及んだ。

方法

少数サンプルに対し、生活背景をも視野に入れながら、個別面接法により調査を実施した。調査の実施場所は対象者の家庭、あるいは職場である。対象者の生活の一端がわかるような状況で

聞き取りを行ったおかげで、インタビュー中に電話がかかってきたり、同僚が入ってきたりして中断されることもあったが、結果として対象者の生活状況をよく把握することができた。経済的地位、職業的地位はもちろんのこと、メディア利用の背後にある文化的傾向も掌握することができた。少数サンプルではあったが、実際の生活現場で聞き取りを行う過程で、参与観察を行ったのと同様のデータを収集することができた。その結果、デジタルテレビの導入に視聴者が完全に無視されていたこと、デジタルテレビに対する一般視聴者のニーズはまだ発生していないこと、今後の展開について視聴者が置き去りにされている現実を視聴者自身が把握していないこと、等々、行政側の目論見と視聴者の意向とのズレを明確に把握することができた。

(2) 調査の結果

HDTV モデルへの反応と HD 番組

まず、デジタルテレビを知っているかと聞くと、対象者全員が知っていると言った。決して関心が高かったわけではなかった。新しい技術の動向に敏感な人はとくに強い関心を抱いたようで、話題になった当初、実際に家電ショップに出向いて探しまわったりした人もいた。ところが、肝心の店舗にデジタルテレビは陳列されておらず、せっかく喚起された人々の興味もそのほこ先を見失ってしまったようだ。

ラッセル・トンプソン（男性、39歳、カレッジ研究部長）は、HDTV方式で地上波のデジタル化を推進しようとしている政府の姿勢がそもそも間違っているのだと指摘する。たしかに、政府側に非難される理由がないわけではなかった。多くの人々が視聴している地上波テレビなのに、国を挙げての議論をすることもなく、はやばやとデジタル化に移行することに決めてしまったのである。また、早急に実施スケジュールを決定したというのに、放送開始当初、デジタルテレビの製造が間に合わず、STBでしのぎをえなかったという事情もあった。

デジタル放送が開始された01年1月、デジタル波の受信装置としてまずSTBが用意された。デジタルテレビは間に合わなかったのである。同年12月になってようやくSDTVが登場し、02年になると受像機の選択肢も広がり、いくぶん安価にもなった。だが、02年8月、オーストラリア政府は各放送事業者にHD（高解像度）仕様の番組を広告も含めて年間1040時間放送することを義務づけ、03年7月1日から施行することを決定した。すこしずつ段階を踏んで普及を推進し、最終的にはHDTVを中心とした放送形態を取ろうという目論見であった。可能性に満ちたデジタル技術なのに多様化よりも、画質や音声の高度化を優先させたことにラッセルをはじめ、ほとんどの調査対象者は視聴者の意向を無視した政策だと非難した。利点が少くないからであった。

価 格

ワイドスクリーンで映画を見たりプロジェクターで中継画面を見るとき、高画質のHDは威力を発揮する。チラツキもなければ、ゴーストもない。細部まで鮮明な画面を楽しめることはたしかだが、HDTVにしてもHD-STBにしてもSDTVやSD-STBよりもはるかに高額である。人々が放送に望んでいるのは多チャンネルであり、多様なサービスであるにもかかわらず、高画質のHDを優先させたために視聴者にとっての障壁がさらに高くなった。

この点についてラッセルは、高画質を求めて新しくTVを買い換えたり、数百ドルもするSTBを買わなければならないのは無意味だといいい、誰もデジタルテレビに関心を持たなくなってしまった理由はデジタルにしたことのメリットがきわめて少ないからだと言った。同様の意見はインタビューをした人のほぼ全員から聞かされた。高くても買いたいという動機づけがなかなか起こらないというのである。高いだけでそれほどの魅力もないと判断した結果、人々はデジ

タルテレビに興味関心を失ってしまったのだと彼はいう。

それを確かめるために、量販店のレトラヴィジョンに出かけ、店長にデジタルテレビの売れ行きを尋ねてみた。店長のリエム・オライリーは、デジタルテレビはようやく月に平均、3、4セット売れるようになったぐらいだという。そして、買って行くのはもっぱらシティの若いカップルで、よく売れるのはソニーの製品だと教えてくれた。ソニー製品がよく売れるのはSDTVだからだという。地上波デジタルはHDとSDで放送されているが、HD仕様の番組はまだ少ないから、消費者は値段が安いSDTVを買って行くというのである。

ちなみに、DBA (Digital Broadcasting Australia) が発表した02年8月21日時点で購入可能なワイドスクリーンTVのリストを見ると、安価な1099 A\$のもの(56cm, CRT)から高価な39999 A\$のもの(153cm, プラズマ)まで82種がオーストラリアで出まわっている。ところが、メーカー15社が提供するモデルのほとんどがまだアナログなのである。わずかにドイツのグレンディッチがアナログ、デジタル両用のモデルを数種、ソニーがデジタルモデルを1種発売している程度であった。デジタル地上波の番組がすでに放送されているのに、それでもアナログテレビの方が優勢なのである。メーカーの生産体制が整わないからと思われるが、それだけにまだ価格は高く、品数も少ない。このリストからはオーストラリアではいまのところデジタルよりもむしろワイドスクリーンへの需要が高いことが示唆されている。これはいったい何を意味するのか。

必要性

アンジェリック・ニャナプトラ(女性, 29歳, カレッジ講師)は、オーストラリアではここ5年間ぐらいはむしろDVDの方が先に普及するのではないかと指摘する。というのも多くの人はデジタルテレビが必要とは思わないが、映画を見たいためにDVDは普及しはじめています。レトラヴィジョンやハーベイ・ノーマンが発行しているパンフレットを見ると、ソニーのWEGAフラットのもので1299 A\$ (68cm画面)から2899 A\$ (80cm画面)、いずれもテレテキスト、DVDコンポ-ネットのインプット端子が付いている。解像度が852×1024ピクセル、マルチメディアボックス、テレテキスト、DVDコンポ-ネット端子、PC入力端子付きのワイドスクリーンTVになると、8999 A\$ (HITACHI)から10999 A\$ (NEC)はするが、これにもDVD端子とテレテキストが付属している。つまり、DVDと文字多重放送に対応できてさえいれば、消費者にアピールできるのだ。どうやらワイドスクリーンへの需要もこの文脈で理解できそうである。現段階ではまだ高価なデジタルTVを購入しようという欲求が喚起されないのである。

もちろん、地上波デジタル化の後にはアナログ停波が待ちうけていることを人々が知らない可能性もある。ギリアン・ファリントン(40歳, 主婦)は、多くの人はデジタルテレビについて知らず、いま視聴しているアナログ波が09年には見られなくなることも知らないといい、政府はすべての情報を知らせるべきだという。地上波のデジタル化は行政主導で進められ、視聴者はいまだに蚊帳の外に置かれたままだという現実を指摘するのである。

HD番組

もちろん、デジタルワイドスクリーン対応の番組もまだ少ない。DBAの最新資料(02年9月16日)を見ると、16対9, HD, ドルビーデジタル音声に対応した番組はABCがアニメーション(ABC Fly, 毎日, 夜), 教養バラエティ(金土日, 夜), チャンネル7が映画(金土日, 夜), スペシャル番組(金, 夜), チャンネル9が映画(日, 夜), チャンネル10が映画(金土日, 夜)といった状況である。チャンネル10は来年度からのHDレギュラー放送に備え、放送設備の点検とHD対応設備を構築するため9月はHD番組を放送しない。チャンネル9は映画を中心にデ

デジタル放送を拡充しているが、9月提供の番組を見ると、地域限定のものが提供番組の約半数を占めている。めぼしい動きといえば、チャンネル7がようやくチャンネル77を立ち上げ、スクリーン上でプログラムガイドを利用できるようにし、番組に関する情報や最新ニュースをオンラインで提供できるようにしたぐらいである。こうしてみると、デジタル地上波が導入されたとはいいいながら、その実態はまだお粗末なものであることがわかる。

(3) 可処分所得とデジタルテレビ

高画質、高音声というだけでは人々の購買意欲を喚起しない。導入初期ではあるが、価格が高い。誰もが一樣に高いと指摘したように、高すぎる価格が普及を阻害していることは確かだ。日本に比べて諸物価は安い、収入もそれほど多くはない。可処分所得は決して高くはないのである。

ちなみに、99-00年度の全世帯の週間平均収入は726 A\$だが、中央値は538 A\$で、最頻値はそれよりさらに低い。所得格差があるといわざるをえない。所得層別に属性を見ると、低所得層のうち68.5%が年金暮らし、88.4%が単身であった。つまり、収入は年齢階層あるいは居住環境、世帯動向と密接に関連しており、可処分所得もそれに随伴しているように思われる。

そこでライフサイクル別に週間平均収入を表にまとめると、以下のようになる(表2)。

表2 ライフサイクル別特性と週間総収入の平均 (単位: A\$)

特性	収入	週間総収入の平均	ジニ係数	世帯人数
25歳未満の単身		374	0.362	1.0
25-35歳の単身		600	0.348	1.0
35歳未満の夫婦のみ		1,327	0.275	2.0
5歳未満の子どものいる夫婦		1,030	0.328	3.4
5歳以上の子どもがいる夫婦		1,202	0.339	4.1
子どもがいる単身		509	0.303	2.7
55-64歳の夫婦のみ		840	0.405	2.0
55-64歳の単身		453	0.523	1.0
64歳以上の夫婦のみ		526	0.384	2.0
64歳以上の単身		284	0.333	1.0

(注) Income Distribution, Australia (Australian Bureau of Statistics)より作成

65歳以上の単身高齢者の収入がもっとも低く、高所得層は子どものいないカップルで、その差異は4.6倍にも達する。ライフサイクル別に集計した方が低所得と高所得との差異が拡大している。つまり、収入源別に見ただけでは把握しきれなかった消費の側面がライフサイクル別の集計では掌握されており、結果として、いわゆる「ダブルインカム・ノーキッズ」層の収入が高いことが明らかになった。また、この層は他に比べてジニ係数も低く、比較的平均していることがわかる。おそらく可処分所得も高いはずだ。ブリスベンでの主な購買層は実はこの層だったのである。この表からは高価なデジタルテレビが大多数の人々にとって手の届く代物ではないことがわかる。となれば、いったい、誰のためのデジタルテレビなのか。

(4) 政府の説明による視聴者にとってのデジタル化のメリット

ブリスベンでの聞き取り調査の結果からデジタルテレビが普及しない原因は、①価格が高い、②視聴者にとってのメリットが少ない、③対応番組が少ない、④告知が十分ではない、等々が考えられる。いずれも視聴者不在の放送政策であることを示唆するものだ。それでは、オーストラリア政府は消費者にとってのメリットをどのように考えているのか。関連のホームページで以下のように利点を列記する (<http://www.dca.gov.au/nsapi-graphics/>)。

①地上波デジタルテレビの視聴者への恩恵は多い、②ワイドスクリーンで映画レベルの画質、サラウンド音声の番組の放送ができる。多様な情報の提供、より豊かで対話的なテレビ体験ができる、③どんな地域にいてもチラツキもなくゴーストもない鮮明な映像が得られる、④デジタルへの移行は他国の動きに連動したもので不可避、等々。

いずれも技術的可能性に言及したものにすぎない。一方、DBAは質問に答える恰好で、デジタルテレビの特性を以下のように列記する(02年4月5日)。

①ゴーストがない、②16:9のワイドスクリーン、③SD、④HD、⑤高音声とサラウンド音声、⑥ABCとSBSに関してはマルチチャンネル番組、⑦聴覚障害者のためのクロズドキャプション番組、⑧電子番組案内、⑨当日の番組情報に関する番組案内チャンネル、⑩選択された番組についてマルチアングルで提供、⑪スポーツイベントから定時ニュースへの切り替えなど視聴者が選択できる「番組オーバーラップ」、等々。

これもまた技術的側面を示すものでしかないが、やがて対話型のサービスやデータ放送サービス、インターネットサービス、ホームショッピング、コンピュータゲーム、などが提供されるようになるだろうと結んでいる。

こうして見ると、政府も放送業界も視聴者には大きな恩恵があるとうたいながら、その実、技術志向的なスタンスから地上波デジタル政策を展開しているにすぎないことがわかる。技術的可能性からいえば、HDを重視するのも当然の成り行きだが、それでは普及が進まないも事実である。メルボルンを中心にマーケティング業務を展開するジェフェリー・バウルは普及が進まない原因を既存放送局がそれを望んでいるからだと皮肉り、マーケティング業界としても対応に苦慮している様を見せる(『MARKETING & eBUSINESS』March, 2002)。

視聴者からも広告業界からも批判の多い地上波デジタル化政策についてオーストラリア政府は以下のように説明する (<http://www.dca.gov.au/nsapi-graphics/>)。

①2、3年のうちにデジタルテレビが普及するよう推進策を策定し、資本投下する、②普及が遅れば、放送事業者にも視聴者にも重大な結果をもたらすだけでなく、オーストラリアがデジタル放送移行に向けた世界的な動きに遅れを取りかねない、③米国や英国などの主要な放送市場がすでにデジタルテレビの実施を宣告している、等々。

以上の文言からは地上波デジタル化が視聴者のためのものではなく、国家の威信をかけたプロジェクトであることが推察される。デジタル技術を視聴者の豊かなコミュニケーション手段として活用するために何をすべきか、この観点からの放送政策こそ必要なのだが、もっぱら産業政策の一環として位置付けられているのが現状である。

4) 考察と結論

勢い込んで地上波デジタル放送に踏み切ったわりにはオーストラリアでは受像機がほとんど普及していない。デジタル放送が企図通りに社会インフラとして機能するにはまず機器の普及が前提となる。ブリスベン郊外に住む主婦が指摘していたように、人々はデジタルテレビについてほとんど何も知らないに等しい。デジタルテレビによって何ができるようになるのか、デジタルテ

レビでしかできないものは何なのか。購入意欲を喚起する利点も定かではない。だから、きめこまかい広報活動を展開すれば、あるいは普及が促進されるかもしれない。

『Digital Broadcasting and Datacasting 21 December 1999』を見ると、政府のデジタル放送政策の目的として、①テレビの新サービス、改良サービスの提供、②異なる解像度の映像（HD、SD）、③新しい情報サービス（データ放送）、④高度化された番組（例：多様なアングル）、⑤地方の視聴者へのよりよいサービス、⑥聴覚障害者へのよりよい字幕放送、等々があげられている。

これを見ると、聴覚障害者などにはこれまでのテレビでは不可能なサービスが提供されるかもしれないが、一般の人々の購入意欲を喚起できるメリットがどこにあるのか判然としない。

購買意欲が喚起され、受像機の販売が進めば、デジタル技術を駆使した番組制作、視聴者ニーズに対応した放送サービスが提供されるようになるだろう。人々のニーズが高くなれば、デジタルテレビはもっと普及し、やがて価格低下、番組内容の充実といったプラスの循環が生み出されていく。ところが、1年数ヶ月を経ているのに、調査時点ではまだその種のプラスの循環が生み出されていなかったのである。つまり、無料の地上波デジタル放送という計画自体に無理があったのか、推進の方法に無理があったのか、あるいは、導入時期が尚早だったのか。単独の理由も考えられるし、それぞれが複合的に作用しているとも考えられる。問題はなぜ自然発生的な需要を待たずに地上波デジタル化に踏み切ったのか、である。

豪政府は比較的早期に地上波のデジタル化に踏み切った。先行することの経済効果を企図して展開した政策であっただけに、行政側の動きは早かった。1997年に地上波デジタル化の概要が作成され（ABA, 1997）、それを受けて1年後には早くも地上波デジタル放送を実施するための法案が議会を通過している。

テレビ放送サービス法（デジタル変換, 1998）とデータ放送法（使用料金, 1998）は1998年7月15日のオーストラリア議会を通過した。これらの法は1998年7月27日に承認を得て同日付で施行された。『Digital Broadcasting, Australian Opportunities for the New Millennium』(November, 1998)によれば、テレビ放送サービス法は法の施行の6ヶ月以内に通信および情報経済、芸術担当大臣が産業および科学資源担当大臣と協議の上、オーストラリアの放送電子産業の発展を促進するために産業活動協議事項をしなければならないとされている。つまり、地上波デジタルの場合、ジャーナリズム機関である放送局だけではなく、機器の製造メーカーをはじめとする関連産業も巻き込んだ新規産業として捉えられていることがわかる。

産業として展開されるからには効率が優先されなければならない、国際競争力も持たなければならない。さらには競争力をもつ製品を生み出すための技術の向上が要求されるし、それを担う人材開発も求められる。このような放送政策の展開過程からは、放送がジャーナリズムの一翼を担う公的な機関（たとえ商業放送局でもその使命は公的なもの）という認識が決定的に欠如していることが示されている。

さて、Digital Broadcasting Factsheet (<http://www.dca.gov.au/>)を見ると、新規の放送事業者は08年12月31日まで放送市場に参入できないことになっているが、08年以後については05年に参入を認可するか否かを再考するというのである。地上波デジタル化に関する一連の政策の中で既存放送局は保護されているといわざるをえない。それはいったいなぜなのか。

デジタル放送の担い手となるのは、既存テレビ局である。公共放送のABCやSBS以外は広告収入を経営基盤とした商業放送局であるが、これまでの地上波テレビと同様、無料放送を行う。それだけに商業放送局にとってはビジネスとして成立するか否かが問題になる。ところが、現実にはビジネスモデルも確定しないまま、実施に向けたコスト負担を強いられている。これ以上の負担を軽減するために、地上波デジタル放送が軌道に乗るまで競争にエネルギーを割かなくても

いように配慮していると考えられる。まさに新規産業を育成するときの用意周到な姿勢が行政側に垣間見られるのである。

たとえば、DBIAA (Digital Broadcasting Industry Action Agenda) は1999年1月26日までに準備されなければならないとされていた。そのワーキンググループのメンバーは、産業の代表者、協会、通信省、情報技術と芸術、情報産業とオンライン作業などから成る。産業の代表者とは、オーストラリア電気、電子製造業者の有限会社 (AEEMA)、オーストラリア情報産業協会 (AIIA)、インターネット産業協会 (IIA)、等々である。このワーキンググループは、スタジオ装置とサービス、放送装置とサービス、消費者向けの作品、消費者サービス、データ放送、等々の業務に関わるオーストラリアの産業発展の可能性を明言した。

先行者としての利益を企図して放送政策が展開されてきただけに、その効果についての展望もきわめて具体的で明快である。このことから豪政府が推進しようとしている地上波デジタル放送は、国を支えるジャーナリズム機関としてではなく、単なる情報産業の一種として位置付けられていることがわかる。となれば、視聴者としては地上波デジタル放送が普及する前に、ジャーナリズム機関としての放送業界のあり方を問う必要がある。放送界がジャーナリズム機関としての矜持をはっきりと示すとき、インターネットに代表される情報産業の脅威に対抗できると思われる。インターネットをはじめとする情報産業は効率よく情報を伝達したり、加工したり、蓄積することができるかもしれないが、人々の意識を形成し、意見を醸成するジャーナリズム機関にはなりえない。したがって、放送産業はまさにジャーナリズム機関であることを堅持することによってはじめてインターネット時代にその活路を見出すことができるのである。オーストラリアのケースから地上波デジタル放送の陥穽が見えただけに、今後、視聴者の側から地上波デジタル放送のあるべき姿を考えてみる必要があると思われる。

引用・参考文献

- ・ Australian Broadcasting Authority (1997), *Digital Terrestrial Television Broadcasting Paper for the Minister for Communications and the Arts and the Department and Arts*, pp.2-5.
- ・ Bowll, G. M. (2002), *MARKETING & eBUSINESS*, March 2002, pp.52-53.
- ・ *Digital Broadcasting and Datacasting 21 December 1999*, p.5.
- ・ Digital Business Consulting Pty Limited (1999), *DIGITAL BROADCASTING Australian Industry Opportunities for the New Millennium*. pp.3-35.
- ・ FCC NEWS (2002), *FCC INTRODUCES PHASE-IN PLAN FOR DTV TUNERS*, August 8, 2002.
- ・ 池田正之, 豊田一夫, 中村美子 (2002), 「世界の地上デジタルテレビ放送の新動向」, 『放送研究と調査』6月号, pp.128-139.
- ・ 香取淳子 (2002a), 『情報メディア論』, 北樹出版, pp.190-195.
- ・ 香取淳子 (2002b), 「豪州デジタル化事情(上)」, 『放送レポート』179号, pp.70-74.
- ・ Rogers, E. M. (1971), *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*, The Free Press, E・Mロジャーズ著, 宇野善康監訳, 『普及学入門』, 産業能率大学出版部, 1981, pp.241-272.

◆本稿は平成14年度科学研究費 (基盤研究(C)(2)) の助成を得て実施した調査研究成果の一部である。