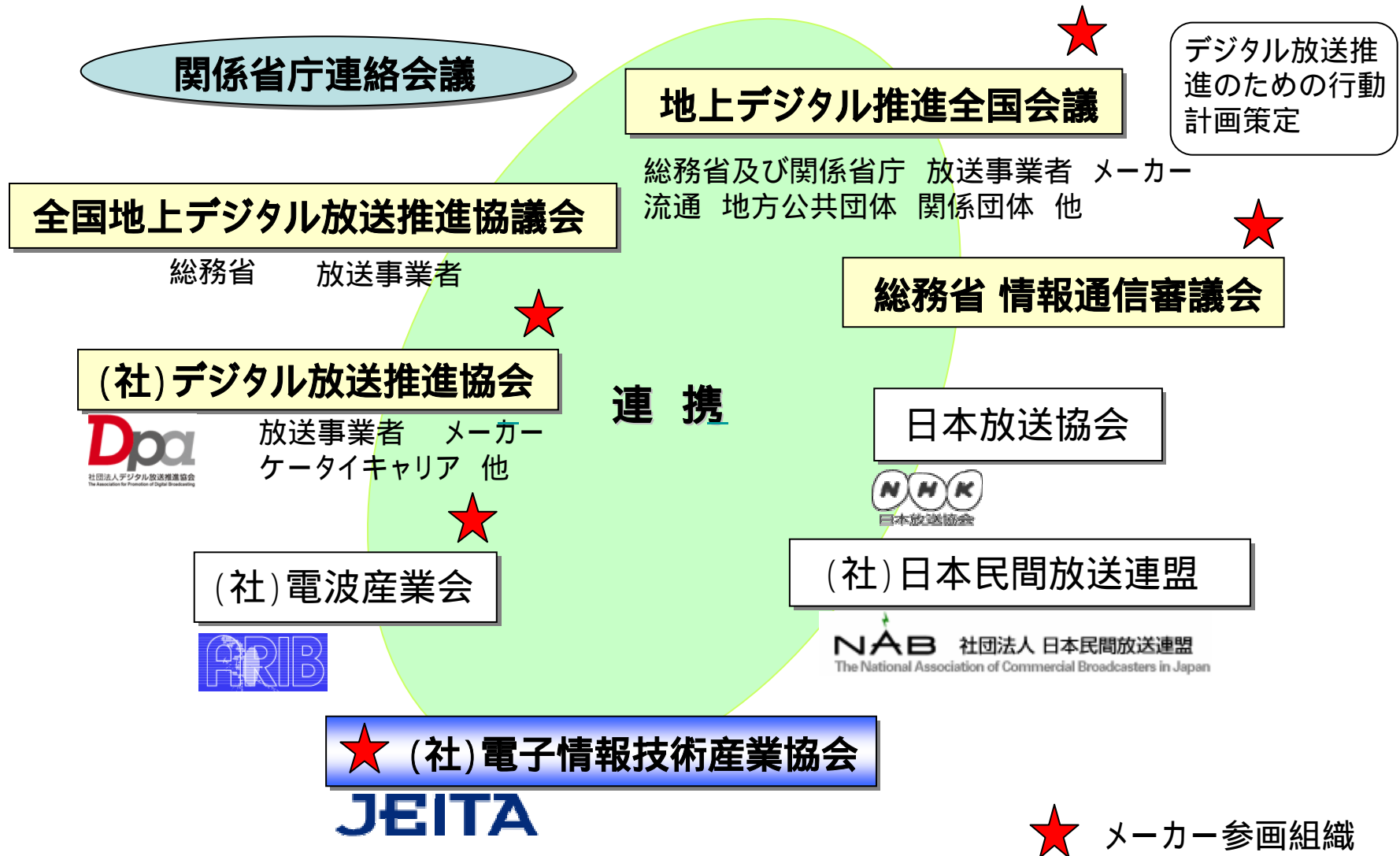


地上デジタル放送の普及に 向けた取り組みについて

社団法人 電子情報技術産業協会

2007年12月11日

地デジ化における代表的組織のメーカー位置づけ



地上デジタル推進全国会議によるデジタル放送推進のための第8次行動計画

- 「デジタル放送推進のための第8次行動計画」に記載された受信機メーカーが主体的に取り組む事項(11月30日に公表)

より低廉で多様な受信機の開発・普及の推進

すべての視聴者にとって使いやすい受信機等の推進

購入者の理解の促進

アフターサービスの充実

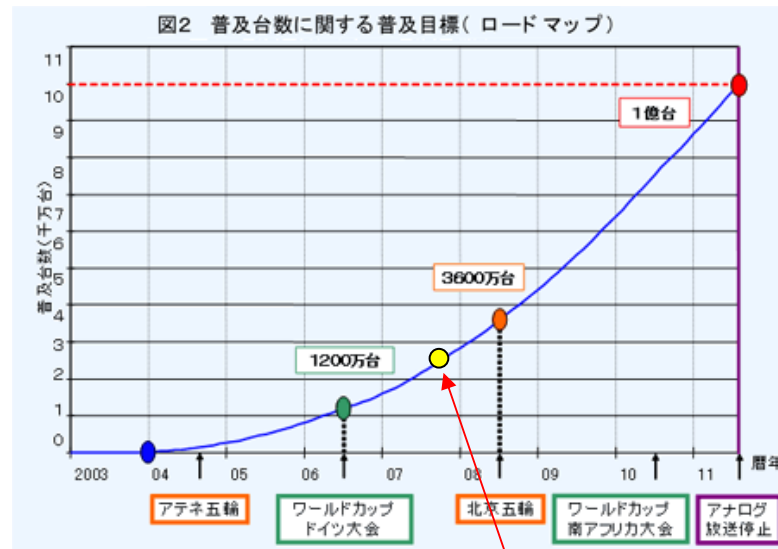
アナログテレビのリサイクル対策への取り組み

需要量に的確に対応した供給



地上デジタル放送受信機出荷統計

- 地上デジタル放送受信機の出荷台数について、会員企業の協力の下、毎月出荷実績を公表。年末商戦を経て、年末には3,000万台突破へ。

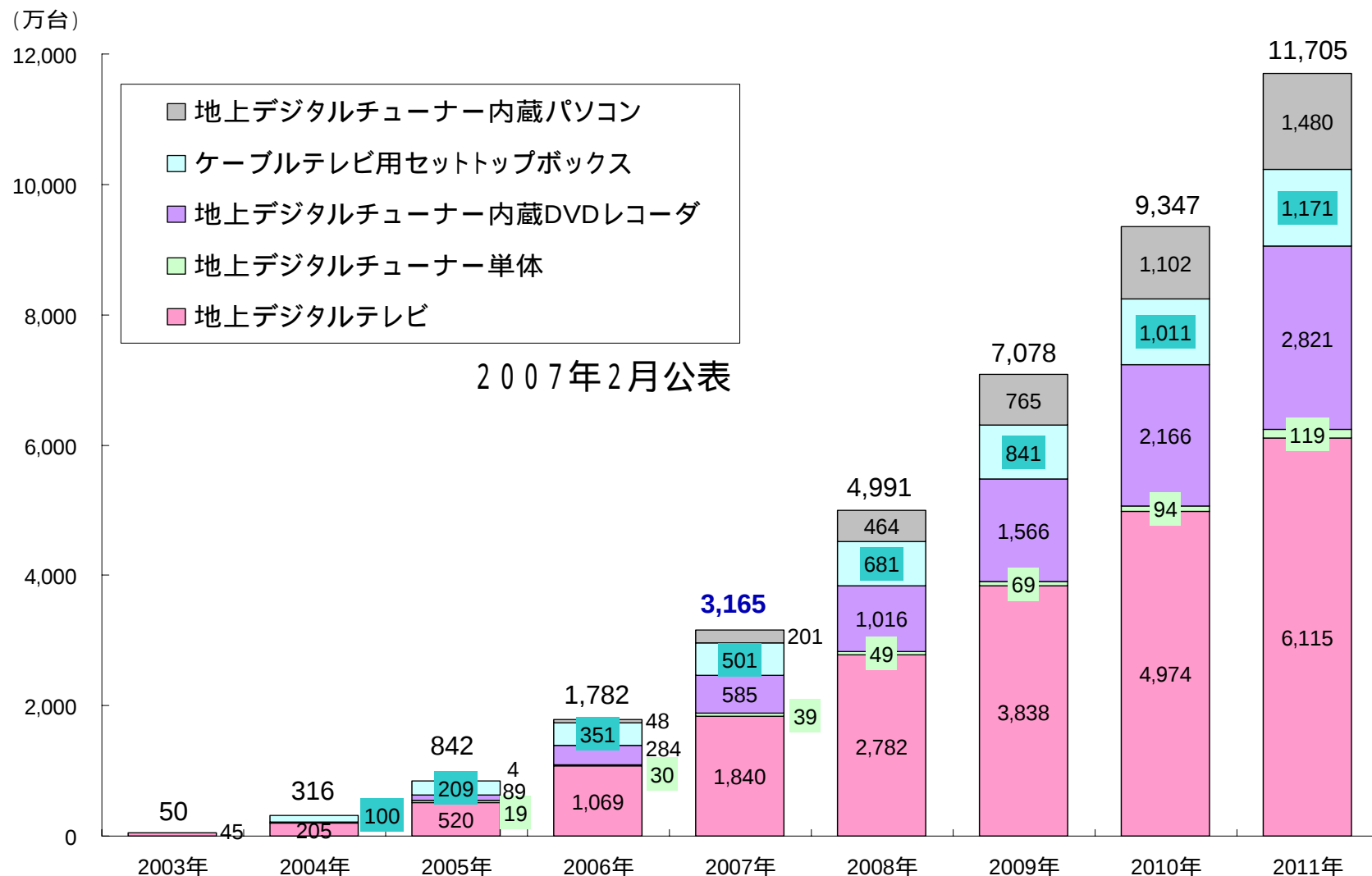


[JEITA公表数値をベースに加工]

[単位:千台]

	1 - 3月	4 - 6月	7 - 9月	10月	2007年 1-10月	1 - 10月 (前年比)	参考 2006年	参考 2006年 1-10月	2007年10月 までの累計
地上デジタルテレビ合計	1,532	1,786	1,854	679	5,852	153.7%	5,485	3,807	16,519
地上デジタルCRTテレビ	0	0	0	0	0	-	19	19	720
地上デジタルPDPテレビ	154	240	214	91	700	131.8%	766	531	2,314
地上デジタル液晶テレビ	1,377	1,546	1,640	588	5,151	158.1%	4,700	3,258	13,485
デジタルレコーダ	484	631	622	236	1,974	153.4%	1,926	1,287	4,791
チューナ	24	22	35	12	93	129.2%	102	72	389
ケーブルテレビ用STB	325	304	331	134	1,095	96.5%	1,413	1,135	4,600
地上デジタルチューナ内蔵PC	175	108	72	29	385	-	-	-	866
受信機合計	2,541	2,851	2,915	1,091	9,397	-	8,925	6,300	27,165

地上デジタル放送受信機出荷台数予測(累計)



地上アナログテレビ放送終了告知に関する表示

- 2011年の地上アナログテレビ放送停波に関する周知徹底の必要性が高まっている背景を踏まえ、平成15年に取り決めた業界のガイドライン「アナログ放送終了に関する説明文、イラストの表示について」を改正。以下の対応を行なった。(社)デジタル放送推進協会(Dpa)と連携
 - 2005年9月30日の総務省報道発表にある通り、総務省の要請により、2006年6月までに、地上アナログテレビ放送終了告知シールをテレビ受信機に貼付することを決めている。これを踏まえ、本体へのシール貼付の実施内容及びカタログ等の表示の見直しを行う。
 - 消費者に、2011年7月までに地上アナログテレビ放送が終了することを認識していただき、その上で適正な商品選択ができる環境を整えることに視点を置き、従来の表示の見直しを行う。
- 表示の実施状況
 - 店頭におけるアナログ放送周知のための周知用シール貼付の実施。
 - 2005年10月22日～ テレビ受信機シール貼付、告知チラシ配布
 - 2006年4月10日～ 録画機器シール貼付、告知チラシ配布
 - 2006年4月10日～ パソコン告知チラシ配布
 - 出荷段階からの周知用シール貼付等対応の実施。
 - ～2006年6月 テレビ受信機にてシール貼付対応
 - ～2006年9月 録画機器(DVDレコーダ)、パソコンにてシール貼付対応
 - 車載TV、オーディオ機器も上記の趣旨に則り対応、またシール貼付に合わせ、各社のカタログにも、その旨を記載。



デジタル放送受信機における「機能表示ガイドライン」

■ 概 要

- デジタル放送受信機の普及台数が加速度的に伸長、受信機の形態も多様化していることから、消費者が商品を選択する際の機能誤認防止のため、その機能表示についての業界ガイドラインを2007年3月に制定。
- また、(社)デジタル放送推進協会の下記「地デジ」マークの使用条件に本ガイドラインの遵守を盛り込んでいる。

■ 趣 旨

- デジタル放送が受信可能なテレビ、チューナーにおいて、デジタル放送で運用される各種サービスへの対応の有・無が消費者に誤認されないこと。

■ 表示対象

- 家庭用据え置き型デジタルチューナー又は同チューナー内蔵テレビを対象。各社のカタログ、ホームページ及び取扱説明書に表示。

「地デジ」マーク



地上デジタル放送用のチューナーが内蔵されているマーク

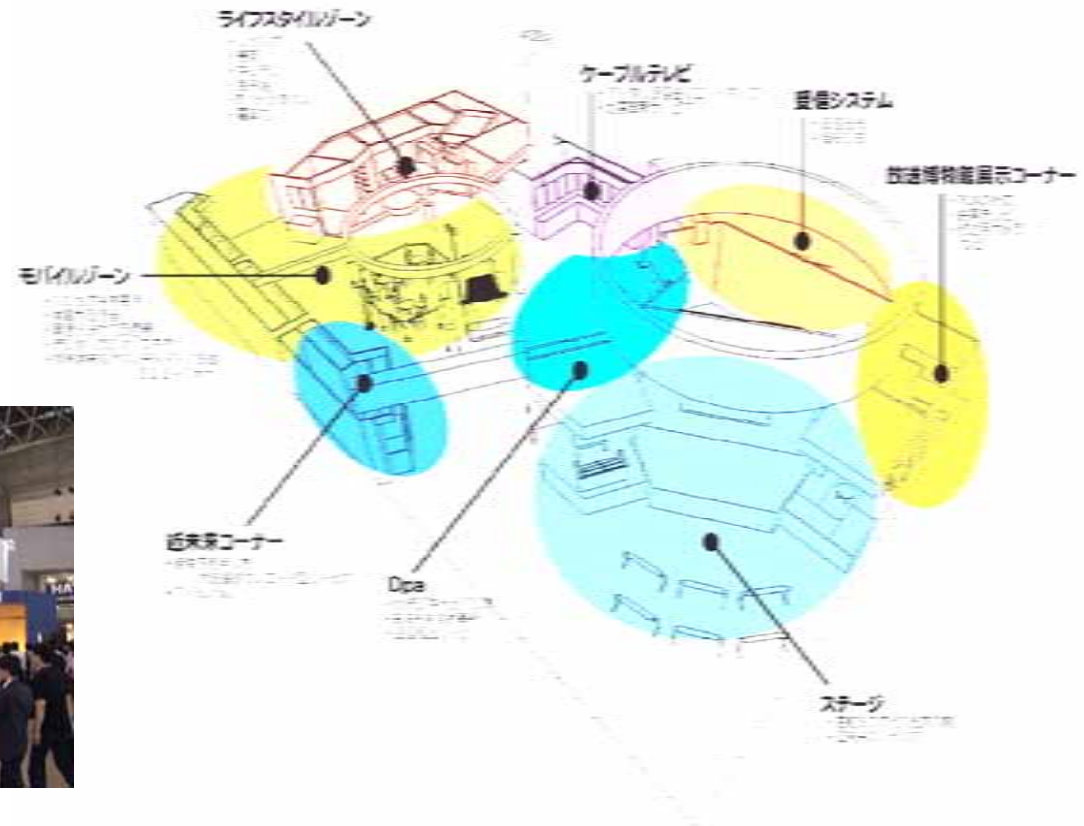
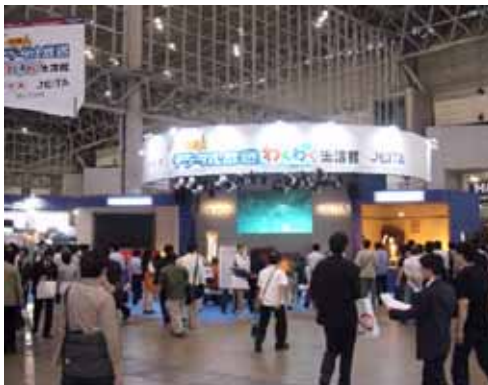
”地デジ体感”全国キャラバンへの協力

- Dpaが中心的役割を担った”地デジ体感”全国キャラバンに対し、2007年7月21日の名古屋から始まり12月1日東京渋谷NHK放送センターで終了。
- 4tトラックを改造し、TV、パソコン、録画機器、アンテナ等デジタル受信機を搭載し全国各地のイベント会場を巡回、デジタル放送の周知活動を実施(地元放送局にてこのイベント状況はニュース等で取り上げられた)。
- 22都道府県、39会場で実施し、総走行距離は、約1万6,000kmに至る。
- JEITAは、受信機器の貸出及び説明員の派遣で協力。



CEATEC JAPAN “NHK-JEITAブース”

- CEATEC JAPAN 2007(11月2～6日、来場者約20万5千人)に出展。JEITA - NHK共同ブースを毎年出展。本年は、「体感！ デジタル放送わくわく生活館」をテーマに多彩なステージ演出や車を中央に配した展示レイアウトの採用、電車、浴室など身近に感じられる演出など工夫を凝らすとともに、受信相談なども行い、多くの来場者に地上デジタル放送の訴求を行なった。

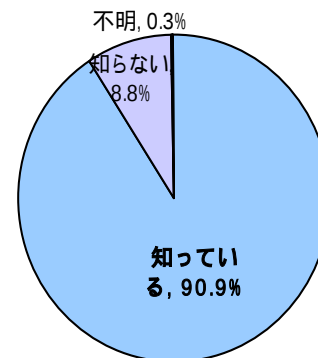


周知啓発パンフレットの制作・配布

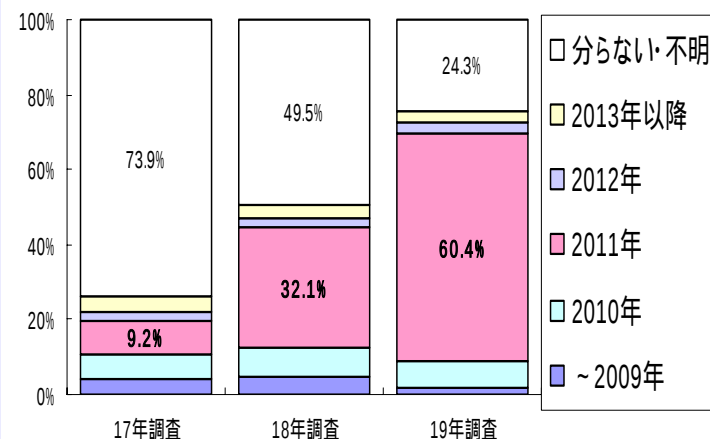
- 地上デジタル放送を分かりやすく解説したパンフレットを、2003年から制作、CEATECなどのイベントで配布、CEATEC JAPAN 2007では1万部以上を配布した。



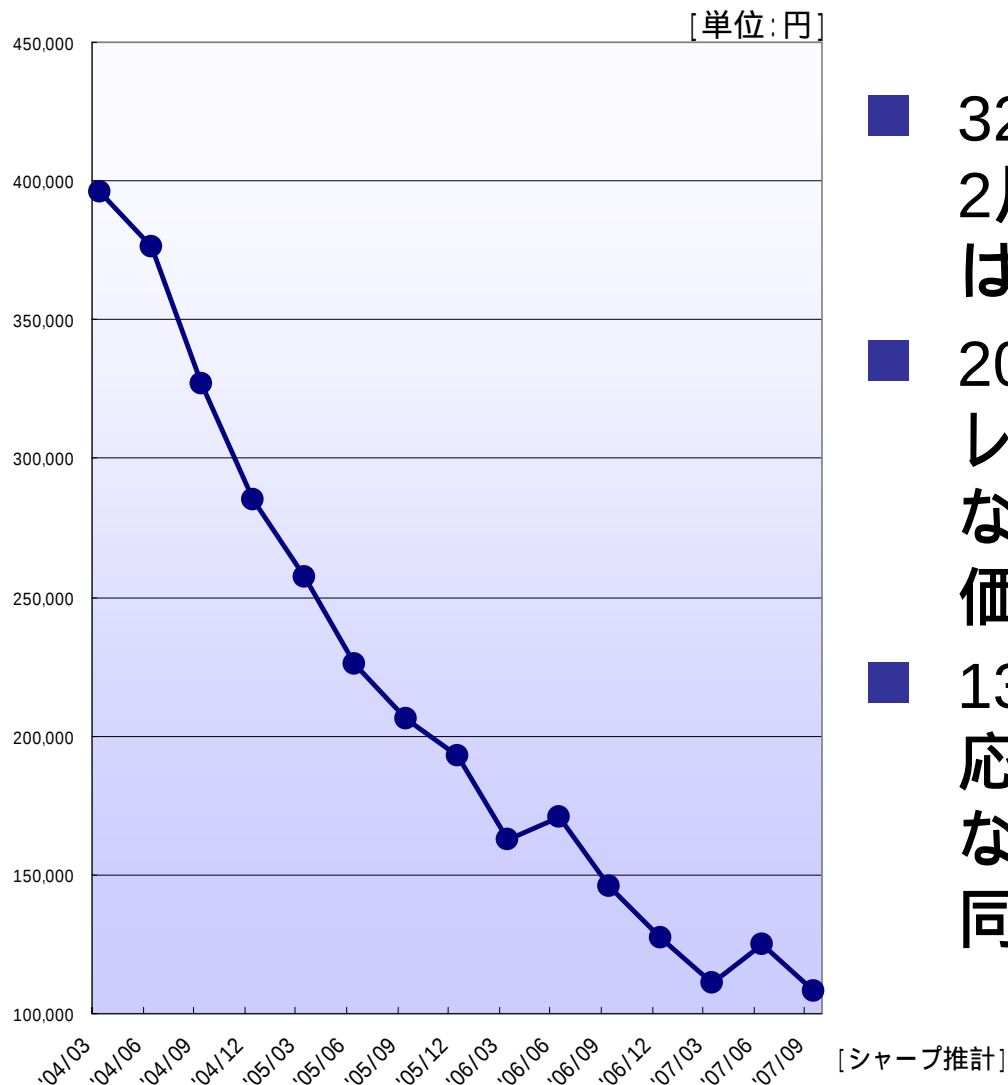
地上デジタルテレビ放送の認知



アナログ停波時期の認知度推移



液晶テレビ(32型)の店頭価格推移



- 32型液晶テレビは、2004年2月に発売され、店頭価格は約41万円。
- 2007年12月の32型液晶テレビの最安値は88,300円となっている。(12月7日時点、価格比較サイト調査)
- 13型液晶テレビ(地デジ対応)の価格は約46,000円となっている。(12月7日時点、同上)

欧米デジタル放送の実態調査

■ 概 要

- 旧デジタル家電部会(現CE部会)国際対応PGの活動として、2006年8月31日～9月8日、『日本より早くデジタル放送を開始し、アナログ放送終了への政策展開を進めている欧米諸国のデジタル化移行の実態を自ら現地で調査し、今後の日本の施策に対して課題提言を行う』ため実態調査を実施。
- この調査結果については、総務省をはじめとする関係各所に報告するとともに、放送事業者及びJEITA関係者を対象に調査結果発表会(2006年11月2日、12月13日)を開催。また、旧デジタル家電部会主催のデジタル家電セミナー(2007年3月12日)でも概要を報告。

■ 調査対象

- 英国(ロンドン / Digital UK)、フランス(パリ / NICT)、ドイツ(ベルリン / ZVEI)、イタリア(ローマ / DGTVi)での実態調査、CEA(全米家電協会)との意見交換

■ 調査項目

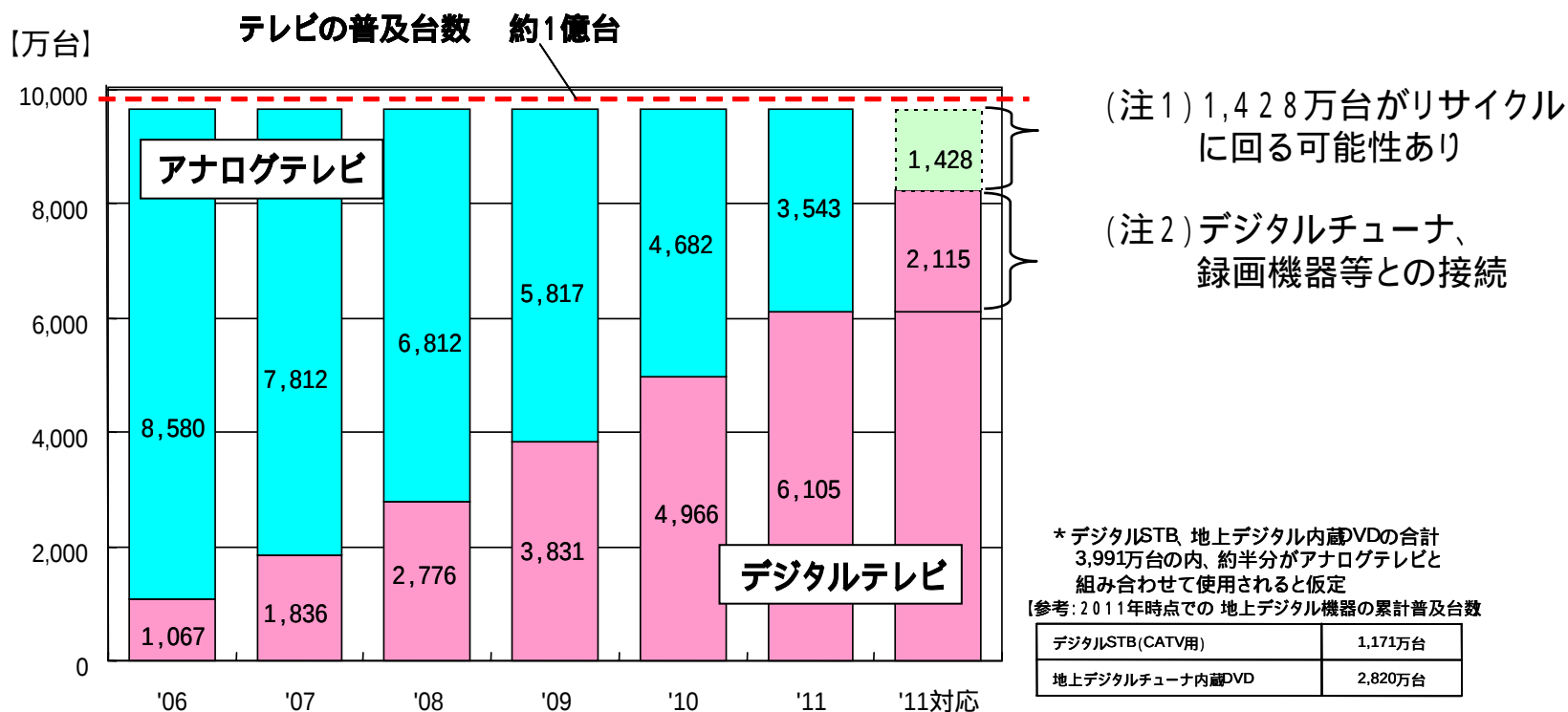
- アナログからデジタルへの移行体制、役割、財源
- アナログ放送終了までのアクションプランと実態
- アナログ放送終了の告知方法
- 公的支援の実態
- 消費者へのデジタル化のメリット訴求方法
- デジタルチューナーの義務付け
- 地上デジタル放送の位置づけ(HD放送、モバイル放送など)
- 販売店の状況



産業構造審議会・中央環境審議会 合同会合での報告(2007年3月)

■ アナログテレビの残存台数: 2006年末 8,580万台 2011年 3,543万台へ

- 2006年末時点でのアナログテレビの残存数量は8,580万台あり、そのうち5,000万台が今後5年間で買替えとなる。
- これに加えて、2011年前後に最大で1,428万台(注1)がリサイクルに回る可能性がある。その場合においても、現存メーカーのリサイクル処理能力アップの検討等により、対応は可能。
- 残る2,115万台(注2)は、デジタルチューナ、デジタルチューナ搭載録画機器、デジタルSTB(CATV)等と組み合わせての使用。



(参考) 地球環境問題から見た視点[その1]

■ 液晶テレビ・省エネ性能の向上(年間消費電力量比較)

00年製 32型CRT



大型化しても
ほぼ同じ

07年製 52V型液晶



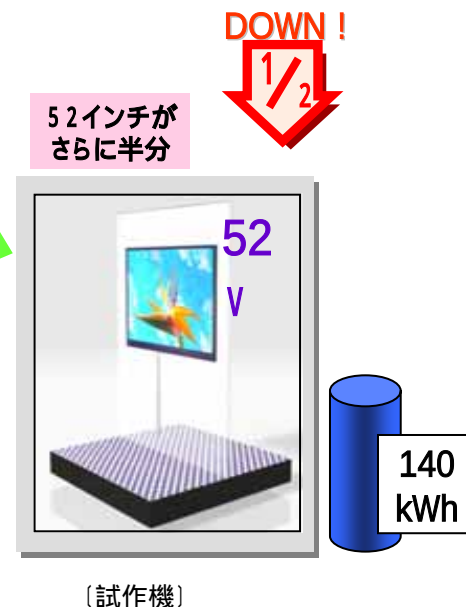
07年製 32V型液晶



同じサイズなら
7年間で半分に

DOWN!
1/2

次世代 52V型液晶



(参考) 地球環境問題から見た視点[その2]

■ 省エネ家電フォーラム設立総会[10月18日開催]

○ 甘利経済産業大臣

- ・「省エネルギーは地球温暖化対策として有効なツールである」と語り、「省エネ家電は温暖化対策に効果的であるばかりか、エネルギー安全保障やメーカーの国際競争力にも資するという一石三鳥の効用がある。すでにわが国ではトップランナー制度や省エネラベリング制度などが成果をあげているが、メーカー・販売事業者・消費者が三位一体となり、国民運動として、さらに省エネ家電の普及を進めてほしい」とご発言。

○ 鴨下環境大臣

- ・エネルギー消費が増大している民生部門の省エネ対策が急務だと強調し、「日本にはひとつのものを長く大切に使うという文化がある。家電製品もいったん省エネ家電に買い換えてから大事に使っていただきたい。日本が地球温暖化対策で世界の先頭に立ち、新しい世代に健全な環境を残していくためにも、フォーラムの役割はきわめて大きい」とご発言。

[両大臣のご発言内容]

(参考) 地球環境問題から見た視点[その3]

- 環境省が11月30日の読売新聞、朝日新聞、日経新聞に省エネ買い換え全面広告「うちエコ！省エネ製品に買い換えよう。」



長く使えば、それだけ愛着がわきます。

でも、古い家電は、いまこそ環境のために買い換えて欲しいのです。

「まだ使えるのにもったいない」そう考える方も多いと思いますが、家電の部品は、その多くがリサイクルされ、新しい製品に生まれ変わります。

「お金がかかるから…」と考える方もいらっしゃると思いますが、例えばエアコンであれば、10年前のものとは比べ、

電気代は年間約1万円の節約になるうえに、CO2削減の効果は、年間約150kgになります。

他にも、電球、冷蔵庫、テレビ、洗たく機、炊飯器、ガスコンロなど「古いものから買い換える、というエコ」をひとつでも多く実践してください。

そして、買い換えたら、これまで同様、大切に使ってください。

CO2削減のための、私たちからのお願いです。

地球温暖化対策推進本部