

平成20年度

地上デジタル放送に関するアンケート調査

報告書

概要版

主婦連合会

〒102-0085 東京都千代田区六番町15

TEL 03-3265-8121

FAX 03-3221-7864

## 1. 調査の目的

アナログテレビの放送の停波まで3年を切ったいま、消費者の地デジに関する認知度、家庭でのテレビ受信の実態、問題意識、意見などを調査し、今後の行政の施策や、受信機メーカー、放送局、その他地デジを推進する団体等の取組みに、生活の現場からの声を活かし、消費者の不安、不利益、不便を最少のものとするを目的とする。

## 2. 調査概要

- ① 調査期間 2008年7月～8月
- ② 対象 主婦連合会会員、一般消費者  
(山形県、新潟県、山梨県 茨城県 埼玉県、東京都、千葉県  
神奈川県、大阪府、奈良県、兵庫県、徳島県、佐賀県、熊本県、  
福岡県、沖縄県)
- ③ 調査方法 郵送留置方式
- ④ 配布数 1000
- ⑤ 回収数 904
- ⑥ 回収率 90.4%

本件に関するお問合せ先：主婦連合会

常任委員 河村真紀子

kawamura@shufuren.net

〒002-0085 東京都千代田区六番町15

TEL 03-3265-8121

FAX 03-3221-7864

調査結果から

**■地デジの世帯普及率は40%強。アナログ停波時期の認知度は高い。**

地デジ対応の受信機を持っていると答えた人は42.8%。また、2011年にアナログ放送が終了することを知っていたと答えた人は84.3%あり、停波時期についての認知度はかなり高いことがわかる。

**■地デジ受信機器を持っていても、地上デジタル放送を「見ていない」と「地デジがどうか分からない」を足すと24.0%**

地デジの受信機を持っている人のうち、実際に地デジの放送を見ているという答は71.3%だった。「見ていない」が18.6%、「わからない」が5.4%いた。

見ていない理由を尋ねると、「アンテナが対応していない」という理由がトップで、次いで「アナログ放送を見ていた方がいいから」が続く。

また、「わからない」という人は、停波で見られなくなるのか、ならないのかが分かっていないということである。接続の問題、設定の問題、受信設備（アンテナなど）の問題、地域や地形の問題など、デジタル機器を持っていても問題の有無の判断や解決方法は、各自個別に判断する以外になく、このような人へのアドバイス体制の整備が必要である。

**■テレビの買い替えの必要までは認知しているが、それだけでは映らないことがある（アンテナ等の対応が必要である）ことを知らない人がまだ多数いる**

地デジの受信機を持っていない人のうち、90%以上が、地デジを見るには対応する受信機（地デジ対応テレビやチューナー）が必要で、それがないと停波後にはテレビを見られなくなることを知っていた。

しかし、「テレビを買い換えただけでは映らないことがあることを知っていたか」と更に質問すると、知っていた人は57.3%に大きく減る。地デジの受信対応についての情報が行きわたっていないことがわかる。

受信方法についての広報を、更にきめ細かく行う必要がある。

**■地デジの受信機をまだ買っていない理由から見える消費者の意識**

地デジ対応テレビをまだ持っていない理由として、478人中324人が「現在のテレビがまだ使用できるから」と答え、次いで「アナログ放送でよいから」が191人となっていえる。消費者として、ごく自然な感覚といえる。

地デジに対応しない消費者は、地デジへの理解が足りないのではなく、生活していく上でのごく自然で素直な感覚として買い替えておらず、それが普及率に表れていると考えられる。

### ■高機能を望んでいない消費者

「機能はアナログのままでもいいから、使いやすい方がいい」という答えが実に全体の70.0%にのぼった。(対応済みの人では60.5%、非対応の人で77.4%)

高機能＝複雑化は、これまで誰にでも使いやすい家電であったテレビの魅力を増すものではなく、むしろマイナスとなっている面が大きいことがわかる。魅力を宣伝しても、普及率のアップには、必ずしもつながらないことが分かる。

### ■地デジの広報(情報提供)は十分でないという人が大多数

これまでの地デジの広報について聞いたところ(複数回答)、「なぜ地デジになるのかの理由の広報が十分でなかった」がトップで904人中574人。次いで「費用負担に関する情報が十分でなかった」が489人。「受信方法の周知が十分でなかった」が343人で三番目に多い答である。

逆に「広報は十分な内容・量だと思う」という答は904人中56人。

### ■大量の廃テレビに懸念を感じている人が68.6%

環境問題の観点から、買い換えによる大量の廃テレビの問題を質問したところ、「できるだけ安いチューナーを普及させ、まだ使えるテレビを捨てないで使うべき」と答えた人が、全体の48.6%、「不当廃棄が心配。きちんとした対応をするべき」が20.0%、合わせて68.6%の人が、環境問題に照らして、地デジ化に懸念を表している。(買い換えによる大量の廃テレビへの懸念、不当廃棄への問題意識)

前述の地デジに未対応である理由のところでも、「まだ使えるから」という答えが大多数であったように、まだ使えるテレビを捨てるということに抵抗感をもつことは、環境問題に照らしても消費者として当たり前のことである。消費者が買い換えないのは、地デジの魅力の宣伝が足りないせいではないことに気づくべきであろう。

一方、「地デジの機能をフル活用するためテレビを買い替えた方がいい」と答えたのは6%にすぎない。

地デジの魅力だけで、リサイクル料を払ってまで、使えるテレビを捨てることには多くの人々が抵抗を持つという当然のことが理解されるべきである。

### ■地デジ受信機器を持っていない人の42.3%が、地デジのための大きな負担は耐えられないと回答している。

地デジの費用負担について、地デジ未対応の人の42.3%が、「諸物価高騰のなか、さらに大きな負担には耐えられない」と回答した。「費用負担が困難な国民に対し、税金で補助すべき」が24.1%である。国は、生活保護世帯への

チューナー配布とアンテナ等の受信設備の無償対応を決定したが、ワーキングプア、年金生活者など、社会保険料などを負担した上で、生活保護を受けている人よりも苦しい生活を余儀なくされている消費者が現在の日本には多数存在する。安価なチューナーと安価な受信対応方法（例えば安価な室内アンテナや、ケーブル経由による極めて安価な地デジのサービスなど）が選択肢として用意されることが望ましい。

しかし、そのような安価な方法で地デジに対応した人々は、アナログで見ていたときより、視聴環境は悪くなる可能性が高いことも、周知する必要があるだろう。（画面に枠ができる、機器がひとつ増えることによって配線、接続、電源スイッチ、リモコンなどの面で複雑化するなど・・・）正しい表示、正しい説明を通して消費者が商品・サービスを選択できるということは、消費者の権利である。数ある選択肢の中から、納得の上で選択できなくてはならない。

**■普及率次第ではアナログ放送の停波を延期すべきと答えた人は全体の73.5%にのぼった。**

受信機器をまだ持っていない人に限ると、78.9%が、「普及率次第では停波延期すべき」とこたえている。「期日どおり停波すべき」という答えは持っていない人の15.9%。

停波の目安となる普及度は、100%になるまでと、90%以上という答えを足すと、44.3%となる。

**■悪質な勧誘の経験者が0.9% いた**

調査時点で約1%の人が悪質な勧誘を経験。これからもっと増えることが予想される。

**悪質な勧誘の例**

- ・家にいた高齢者に、すぐにでもアナログ放送が見られなくなるような話をされ、ケーブルに加入させられた。
- ・農協の家電販売で今買っておかないと品物がなくなると言って販売していた。
- ・また、逆に「2011年に（チューナー部分は）使えなくなるアナログチューナー付きの録画機を、説明不十分なまま買わされた」という例もあった。
- ・デジタル機器、ケーブルへの、不正確な説明による勧誘と同時に、アナログ機器の売り逃げにも対策が必要なことがわかる。消費者への注意喚起、相談体制の充実が急務である。

## まとめ

調査から、消費者は地デジの問題を、生活の中に溶け込んでいるテレビのこととして捉え、今、問題も不満もなくアナログテレビを見ているのに、どうしてこのままではいけないのかと、素朴な疑問を抱いていることがわかる。

消費者の意識として、

- 環境問題と経済の問題の両面から、まだ使えるテレビは大事にしたいと考えている。
- 高機能より、アナログテレビと同じように使えるものを望んでいる。
- 高負担には耐えられないと感じている。
- 必要な情報が足りないと感じている。
- 情報の中でも特に、どうして地デジにしなければならないのか理由を説明されていないと感じている。
- 対応できない人が多いのなら停波を遅らせるべきだと考えているなどのことが分かる。

一般消費者の立場に立てば、今までどおりに使える（使いやすい）、より安価な受信機器が市場に必要なことがわかる。

テレビは既に私たちの生活の一部として自然に溶け込んでいる。そのようなものに、特別に注意をはらい、特別な情報収集をして、特別な出費をあてるということを消費者は望んでいない。時間もお金もかけずに、使い勝手も今までのままだに対応できたらいいのにと感じている。そのために、もっとわかりやすい説明、もっと使いやすく、設置・設定が易しい機器---（別売で単機能のリモコンを買わせ、コスト負担させられたテレビの不必要な高機能を「隠して」使いやすくするというような不経済なやり方ではなく）---もっと負担を軽くできる選択肢が必要である。

安価なチューナーの話題がマスコミにとりあげられているが、簡易チューナーの代金のほかに、アンテナ対応にかかる経費で数万円かかる可能性や、ケーブルテレビと契約すれば、月々の受信料が数千円かかる（年に数万円かかる）ということを一っしょに広報しなければ、チューナーの値段だけを宣伝すると誤解と混乱を招くであろう。

普及率の数値目標ばかりがとりあげられるが、どうしたら、消費者が無理なく地デジに対応できるか、誰も地デジの政策で不幸にならないかというところに重点を置くべきである。また、必要があれば、停波の延期を含めた柔軟な方針変更も視野に入れるべきだということも、この調査は示している。

停波が自己目的化すると、きめ細かな対応ができないままに、普及率の数値アップこそ政策の成功であると認識される懸念がある。悪質商法によって、ただでさえ苦しい年金生活を送る高齢者を更に追い込み、被害にあったことによって家族の中で肩身の狭い思い、みじめな思いをするなど、人生の終盤にテレビによって不幸にされる人がいることなどあってはならない。

消費者目線で地デジ移行の政策を推進してもらいたい