

# 2009 年度 事業計画

社団法人デジタル放送推進協会

# 社団法人デジタル放送推進協会

## 2009 年度事業計画

【2009 年 4 月 1 日～2010 年 3 月 31 日】

### はじめに

社団法人デジタル放送推進協会（Dpa）は、2007 年 4 月の統合以来、普及促進、技術、管理の各部門において、より効率的な業務運用とメディア横断的な事業活動に積極的に取り組んできた。

2008 年度は、特に普及促進において「草薙スポット」「地デジ準備全国キャラバン & 受信説明会」「新聞広告やホームページ展開」など、デジタル放送普及推進事業に全力で取り組んだ。しかし、「地上デジタル推進全国会議」が示している 2008 年度の間目標である北京五輪時点での台数目標 3600 万台は達成されたものの、結果として世帯普及数目標の 2400 万世帯を達成することはできなかった。また、その後に起きた世界同時不況は国民の消費動向にも影を落とし、受信機の普及速度を加速できない状況が続いている。そのほか、ビル陰対策等の共聴改修が進捗していないことや 2011 年 7 月 24 日までに残された日数などを勘案すると、「アナログ放送を当初の予定どおりに終了させるためには、更に厳しい道のりが待っている」（地上デジタル推進全国会議第 9 次行動計画）との認識を共有せざるを得ない。

一方、2008 年 7 月に国によるデジタル化施策として「地上デジタル放送推進総合対策」が打ち出され、総合対策の重要な柱である「総務省テレビ受信者支援センター」事業への公募が行われた。Dpa はこれに応募し、2008 年 10 月から新規事業として全国 11 箇所業務を開始、その後、国の緊急経済対策関連の前倒し計画により、2009 年 2 月から全国で追加 40 箇所、計 51 箇所の支援センター（愛称デジサポ）が業務を開始する運びとなった。この結果、Dpa の組織体制は、東京事務所 34 名の体制から、全都道府県に事務所を置く 300 人規模の組織体へと大きな変容を遂げた。更に 2009 年度は国の“地上デジタル放送推進総合対策”に関連する大幅な業務拡大が想定され、これへの対応が大きな課題となっている。

2009 年度事業計画策定にあたっては、間部理事長の指示のもと、運営委員会の下に「普及戦略部会」、事務局に「草の根普及推進プロジェクト」を立ち上げ、地上デジタル推進全国会議の第 9 次行動計画に定められた様々な目標達成のための具体策を中心に議論を重ねた。

2009 年度、Dpa は「総務省テレビ受信者支援センター」事業との緊密かつ強力な連携を柱として諸課題の解決を図り、「2011 年 7 月 24 日アナログ放送終了・デジタル放送へ完全移行」に向け、あらゆる関係者の力を結集し不退転の決意で徹底した取り組みを行なっていく。

### I. 事業方針

地上デジタル放送については、中継局の整備が着実に進んでおり、受信可能エリアは 2008 年 12 月末に 96%に達した。送信環境面では、アナログ終了時点でカバーしきれない地域に対する暫定的な再送信事業（衛星セーフティネット事業）を、予定どお

り年度内に円滑に立ちあげることが求められている。

受信側では受信機器の普及は台数ベースでは順調に推移し、2009年1月末に普及台数4600万台(NHK速報値)を突破したが、世帯普及率の伸び率の鈍化が課題となっている。今後は放送事業者と受信機メーカーの一層の協力を得ながら受信機器の普及と並行して、世帯普及率の向上により力点を置いた施策を積極的に推進することが重要になっている。

視聴者の動向としては世界的不況による消費低迷の影響は無視できないが、「総務省地上デジタルテレビジョン放送受信相談センター」へのコール数はこのところ飛躍的に増加している。相談内容も具体的な受信方法に関するものが急増しており、デジタル化準備に関する国民の関心の高さを示している。こうした人々に対してよりきめの細かい説明・相談活動を、地域事情に応じて能動的・系統的におこなう所謂「草の根」普及活動が今後の世帯普及率向上の鍵を握る。

2009年度は全都道府県に拡大した支援センター「デジサポ」が、本格的な活動を展開する年である。高齢者への戸別訪問やビル陰共聴改修支援対策など新規に予算化された諸施策もその活動拠点として支援センター「デジサポ」が想定されている。

地デジ普及活動は、第9次行動計画に沿い、これまで培ってきた「Dpaの周知広報業務」のノウハウを生かしつつ「総務省地上デジタルテレビジョン放送受信相談センター」・「総務省テレビ受信者支援センター」の受信相談・支援業務を車の両輪として、密接に連携しながら効率的にかつ確実に成果が挙げられるよう活動に邁進する。なお、Dpa普及促進業務と、テレビ受信者支援センターで担う業務は会計上では厳密な峻別を行なう。

BSデジタル放送は、2009年1月末に普及数4889万件(NHK速報値)となり、前年同月に比し1440万件増加した。2007年12月に新たな3つのハイビジョンチャンネルが放送を開始したが、2009年度はBSデジタル放送のモアチャンネルの魅力をパワーアップさせる新規参入者を決定するポスト2011年を睨んだ年となる。

特に、2009年度末のカナダ・バンクーバー冬季五輪(2010年2月)、2010年夏の南アフリカFIFAワールドカップ(2010年6月11日～7月11日)も念頭におき、地上/BS一体となった共同キャンペーンを展開し、地上デジタル放送の普及促進及びBSデジタル放送視聴世帯の拡大を図る。

ワンセグについては、対応する携帯電話の累計出荷台数が2008年12月末に4936万台(JEITA調べ)に到達し、今や社会的な情報インフラのひとつになった。今後は、Dpaホームページを活用したワンセグトピックスや製品情報の提供、ワンセグ視聴動向の定期的な調査等を継続し、利用拡大に向けた活動を推進すると共に、ワンセグ独立利用の展開や2011年の跡地利用を含めた検討を進めていく。

技術関係は、デジタル放送の送・受信技術に関する規格化の推進、2011年7月のデジタル放送への完全移行に向けた施策への取り組み、BS委託放送事業者免許の更新を含むエンジニアリングサービスの運用等に対応する。

また、BSアナログ放送終了後の2011年以降の新規BSデジタル委託放送事業者の認定が2009年夏に予定されていることを念頭に置き、受信機テストなどの作業体制の整備を関係者と進める。

総務、経理関係では、Dpaの事業として新たに加わった「テレビ受信者支援センタ

一」業務を含め、組織構成、要員配置、組織合理化、コンプライアンス、事務所経費抑制、適正な経理システム導入などの見直しと改善に努める。特にコンプライアンス・リスク管理については関連諸規定を整備するなど今年度の重点事項として取り組む。また、RMP 関連では、放送番組の著作権保護に関する関係事業者との連絡・調整・契約に関する業務、違法投稿映像への対応など引続き積極的に取り組む。

2009 年度は、これまでに増して総務省、放送事業者、受信機メーカー、ケーブルテレビ事業者、販売店等の流通事業者、更に地上デジタル推進全国会議、全国地上デジタル放送推進協議会などデジタル放送の普及促進を目的とした関連団体との連携が求められる年である。いっそうの関係強化を図り、2011 年地上/BS の同時期デジタル完全移行に向け、普及促進活動を一丸となって推進していく。

各担当部署の事業計画、重点活動項目等を以下に記載する。

## Ⅱ. 完全移行推進本部

Dpa は、Dpa の周知広報・普及促進業務と「総務省テレビ受信者支援センター」「総務省地上デジタルテレビジョン放送受信相談センター」の相談・支援業務は、車の両輪のように密接に連携して活動すべきであると認識し、2008 年度下期から始まった「テレビ受信者支援センター」への関与が 2009 年度も継続する可能性をも視野に入れて、事務局に「完全移行推進本部」を設置して「デジタル放送普及促進部門」と「アナログ放送終了対策部門」の連携を強化した（2009 年 1 月 6 日付）。

「テレビ受信者支援センター」の主な事業である受信障害対策・高齢者支援などは完全デジタル化実現への道程にある壁を乗り越える事業であり、これらの対策が行き届かなければアナログ放送を終了する環境が整わない。一方、デジタル放送への移行について国民・視聴者の理解・支持・協力を得るために「デジタル化の意義や必然性やメリットを分かり易く丁寧に説明する」、「受信方法について正確な情報を提供する」などの周知広報・普及促進活動も弛まらずに続けなければならない。「完全移行推進本部」はこの両輪を効率よく駆動してデジタル放送普及促進のスピードアップを図る。「総務省テレビ受信者支援センター」が全都道府県に設置されたことによって、今後は地域に密着し地域の個別事情に対応する普及促進活動が必要になる。また、当面の一定期間はデジタル放送の視聴者数とアナログ放送の視聴者数が拮抗する状況となるなど、アナログ放送終了告知などのメッセージの出し方にもアナログ放送とデジタル放送視聴者の比率に対応した工夫が必要である。

以上の基本認識のもと、2008 年度までの蓄積を活用しながらも、現状に即した有効・確実な施策に邁進する。

### 1. 地デジ普及企画部 重点活動

Dpa は、総務省、放送事業者、受信機メーカーなどと連携しつつ、普及促進事業に邁進してきた。これまでのところ、地上デジタル受信機器の普及は 12 月末段階で 4500 万台を突破している。地デジに対する理解促進も、「アナログ放送の終了イメージ編」「アナログロゴマーク表示編」「地デジよし編」3 種類の、草彥剛出演のスポットを制作し、放送局の協力を得て年間 1000 本以上放送することにより大幅に進展するものと思われる。

しかし、最近の複数の調査では、地デジに理解はあるものの、「受信機の準備は 2011 年ぎりぎりまで待つ」という視聴者が 40%もいる。こうした人たちにできるだけ早

く地デジ対応受信機器に切り替えてもらうためには、なぜアナログ放送を終了する必要があるのか、デジタル放送にはどんなメリットがあるのかを、これまでとは違う方法でもう一度丁寧に説明して納得してもらうなど、これからの1~2年が正念場であり、総務省、放送事業者、受信機メーカー、関連団体、そしてDpaが一致団結して、なお一層の周知広報、普及促進活動に取り組むことが求められている。こうした状況を踏まえ、2009年度は、重点基本施策を立案し、目標の達成に向けてより効果的な普及促進活動を展開する。

## (1) 基本テーマ

### 1) アナログ放送終了告知

- ① 2年後の2011年7月24日までに、国策として「アナログ放送を終了し、それ以降はアナログテレビだけでは視聴できなくなる」ことを再確認して、多くの視聴者に地デジの準備に取りかかってもらえるよう、告知活動を強化する。
- ② デジタル放送推進のための第9次行動計画に則り、2009年度中に認知度を90%に引き上げることをめざす。

### 2) デジタル放送に対する理解促進と受信機器の普及促進

- ① なぜアナログ放送を終了しデジタル放送に移行するのか、電波の有効利用などの意味合いも丁寧に説明し、理解を深めてもらうように努める。同時に、多様化する受信機の機能、UHFアンテナの要不要、工事費用の目安、共同住宅での受信方法などよりきめ細かな情報提供に取り組む。
- ② デジタル放送推進のための第9次行動計画に則り、2009年末に世帯普及率77%突破、受信機器6400万台の普及をめざす。  
以上のふたつの柱を平成2009年度事業計画の基本テーマとし、それぞれの目標達成に向けて各種推進施策を実施する。

## (2) 推進施策

### 1) 放送告知を軸とした強力なPR展開

周知・広報、普及促進を推進する上で、最大の武器は「放送」。世帯普及率50%超の機会をとらえて、アナログ放送受信者に対象を絞り、しかもお年寄り、情報弱者などこれまで届かなかった視聴者にも確実に理解していただける、数種類の共通テレビスポットなどを制作し、放送事業者に提供する。

- ① 2年後のアナログ放送終了宣言及び理解促進に繋がるキャンペーン  
2011年アナログ放送終了の2年前となる2009年7月24日(金)に、「2年後のアナログ放送終了」を再確認してもらうよう、ニュース・情報番組などでの周知を働きかける。また、終了告知スーパーなどをアナログ放送だけで放送する周知方法について放送事業者と検討を進める。
- ② デジタル放送に対する理解促進及び普及に繋がるキャンペーン  
デジタル放送のメリット、受信方法を訴求するものとともに、支援センターの活動を紹介するスポットも制作して放送し理解促進・普及推進に資する。さらに、例えばクイズ番組で双方向機能を使って視聴者もクイズに参加できるようにするなど、地デジのメリットを実感できるような番組作りについても放送事業者と検討を進める。

### 2) 地域普及支援と受信相談体制の強化

“地デジ準備”全国キャラバン&受信説明会のノウハウを生かし、より地域密着型より視聴者接近型に集約し、地デジ準備に取り掛かろうとしている視聴者の背中を優しく押してあげられる事業「ミニ展示相談会&受信説明会」(仮)を、支

援センターと連携して全国で展開する。

3) 普及促進共通ツールの開発・制作

各種キャンペーンやイベント及び開局支援などの訴求物として視聴者の求める共通のツールを開発・制作する。また、配布用素材・準備ガイド（総務省と連携）、各種POPなどにも対応する。

4) 情報発信活動の強化

Dpa のホームページは、普及促進の重要なツールであり、ハード、ソフト両面での強化を進める。

Dpa が中心となって推進する様々な施策を各メディアに取りあげてもらうとともに、紙媒体などにも積極的に情報を提供して、より効果的な普及促進活動を進めるため、広報活動を積極的に支援する。また、自治体や消費者団体などの定期刊行物やホームページ、回覧板等にアナログ放送終了告知情報を含む地デジ情報の掲載を要請、地域ぐるみの周知・広報活動を働きかける。

## 2. BS 普及企画部 重点活動

BS デジタル放送は、2007 年 12 月に 3 つの新規ハイビジョンチャンネルがスタートし、現在、5 周波数を使用して、テレビ 10 局、データ放送 1 局の放送が実施されている。また、BS アナログ放送は、2008 年 3 月の電波監理審議会の答申を受け、地上アナログ放送と同日の 2011 年 7 月 24 日までに終了することが決定された。さらに、2009 年夏には、BS アナログ放送終了後の周波数を含む 7 周波数を使用した 2011 年以降の新規委託放送事業者の認定が予定されており、新たな多チャンネル時代へ向けて、BS デジタル放送への関心がますます高まることが予想される。BS デジタル放送の普及状況は、BS デジタルならではの多彩な番組の魅力とデジタル受信機（三波共用機）の価格の低廉化、地上デジタル放送との相乗効果等もあって、2009 年 1 月末現在、普及数約 4889 万件（NHK 速報値）へ到達し、同年度内に 5000 万突破も見込まれ、市場は着実に拡大している。

このような状況の中、2009 年度は、残すところ約 2 年となる 2011 年 7 月のデジタル放送完全移行に向けて、デジタル受信機への早期買換えをさらに加速するとともに着実なデジタル放送の視聴世帯の拡大を図るために以下の施策を実施する。

### (1) 基本テーマ

- 1) BS デジタル放送のメリット（①パラボラアンテナを設置すれば全国どこでも同一の番組が高画質・高音質で視聴できること、②地上放送に加えて、BS デジタルならではの多彩なチャンネルが視聴できること）を積極的に PR することにより、デジタル受信機（三波共用機）への早期買換えを加速し、デジタル放送全体の普及に貢献する。
- 2) デジタル受信機（三波共用機）の普及促進と併せて、アンテナ設置促進やケーブルテレビのデジタル加入促進等を通して視聴世帯の拡大に注力していく。
- 3) デジタル受信機購入者のすそ野の拡大へ対応していくために、デジタル放送のメリットや受信方法（個別受信、共聴、ケーブルテレビ経由等）等に関するさらにきめ細かな周知広報活動を地上・BS 一体となって実施する。
- 4) BS アナログ放送の終了については、地上アナログ放送と同時期になったことを踏まえて地上・BS 一体となった一元的・効率的な情報提供に努める。

## (2) 推進施策

### 1) デジタル受信機（三波共用機）への早期買い換え促進

「モアチャンネルとしてのBSデジタル放送の番組やチャンネルラインナップ」及び「デジタル放送の受信方法」「アナログ放送の終了告知」等の周知広報を新たな媒体選定に基づき継続強化する。

これまで、家電店店頭やケーブルテレビ局の販促ツールとして「BS デジタル番組ガイド」を作成・配布してきたが、2009年度は、家電店へ足を運ぶ消費先行性の高い層だけでなく、さらに幅広い層へ訴求していくために、新聞広告や雑誌、その他媒体の活用等、訴求ターゲットを加味したデジタル放送の効果的な普及促進策を実施する。

### 2) BS デジタル放送の視聴世帯拡大のための施策

(デジタル放送受信機購入者へのダイレクト訴求)

全てのデジタル受信機（チューナー内蔵録画機含む、除くケーブルSTB）に同梱される「B-CAS ファースト・ステップ・ガイド」の紙面を活用しデジタル放送を見るにはアンテナ設置が必要であることを継続的にPRしていく。

※（社）衛星放送協会と共同

### 3) 視聴者からのお問い合わせ対応（体制の強化）

「BS デジタル放送お問い合わせセンター」について、今後の受信方法等の問合せ増に対応するために、2009年度は回線、人員等の増強を図る。

### 4) 地上 BS 共同事業の推進

#### ・冬季五輪キャンペーンの実施

2010年2月のバンクーバー冬季五輪開催をデジタル受信機普及の絶好の時機と捉え、地上・BS 共同の放送スケジュール表作成・配布やホームページ特設サイトを中心とした「冬季五輪をデジタル放送で見よう！」（仮）キャンペーンを展開する。

#### ・「12/1 デジタル放送の日」「7/24 アナログ終了2年前」イベント、新聞広告等の実施

#### ・Dpa ホームページの充実

デジタル放送のポータルサイトを目指し、デジタル放送の特徴や受信方法、理解促進に役立つ Q&A、情報発信機能の強化等、視聴者の利便性を考慮した各種コンテンツの充実を図る。

#### ・デジタル放送に関する調査

デジタル放送の需要動向に関する調査を実施し、今後の普及促進活動に役立てる。

## 3. ワンセグ部 重点活動

ワンセグは、「いつでもどこでも見られるテレビ」という地デジの魅力あるサービスとして2006年4月に始まった。2008年12月末には対応する携帯電話の累計出荷台数が4936万台に到達し、端末普及が進んでいる。2011年7月のデジタル完全移行に向け、ワンセグ対応携帯電話の所有率は50%が視野に入ってきており、ワンセグは災害時にはライフラインとして機能するなど、重要な社会インフラとなった。

2008年4月からはワンセグの独立利用が認められ、さらに、各地でエリアワンセグの実験が行われるなど、ワンセグを取り巻く環境も大きく変化している。こうした状況を踏まえ、ワンセグの利用促進を図り、ワンセグサービスの新たな事業展開に対応する。

#### (1) ワンセグの広報体制の強化と利用促進

2008年10月にリニューアルしたワンセグホームページを中心に、一層のワンセグの周知広報に取り組む。ワンセグの楽しみ方、新しい活用方法などを提案するとともに、アンケート調査等で視聴実態を把握しながら、プロモーション活動を積極的に行い、さらなるワンセグ受信機の普及、ワンセグの利用促進を図る。

#### (2) ワンセグの独立利用など新たなビジネス展開の検討

2008年4月に行われた放送法の改正により、ワンセグの独立利用が可能となった。様々な事業主体により各地でエリアワンセグの実験が行われ、2011年7月以降には新たなマルチメディアサービスが予定されており、今後、ワンセグを取り巻くビジネス環境も激変が予想される。こうした中で、新たなビジネス展開、ビジネスモデルづくりを検討する。

### 4. エリア情報部 重点活動

#### (1) エリア情報の提供

地上デジタル放送の中継局は、2009年1月末現在までに673局所で開局され、視聴可能世帯率は96%、ホームページのエリア検索システムのアクセス数は毎月20万件から30万件となっている。2009年には、約600余りの中継局の開局(2008.12公表の中継局ロードマップ)が予定されている。

2009年度は、これらの状況及びエリア情報委員会での検討結果を踏まえ、中継局ごとのエリア表示を発展させ、輻輳するエリアの同時表示などのシステム改修を実施するなど、地域の特徴に配慮した利便性の高いより分かりやすい情報の提供に務める。

#### (2) 管理業務

総務省の「地上デジタルテレビジョン放送受信相談センター管理業務」を引き続き行い、地上デジタル放送に関する受信相談等の充実を図って行く。

### 5. テレビ受信者支援センター推進室 重点活動

国の補助事業である「総務省テレビ受信者支援センター」の業務をDpaが受託し、2008年10月1日から全国11箇所業務を開始した。2009年1月には、追加された40箇所の支援センターの業務も受託、2009年2月からは全国51箇所の支援センター業務が始動した。2009年度においても、「総務省テレビ受信者支援センター」の業務、そのほか、アナログ放送終了対策に係る以下のような事業の公募が想定されるが、Dpaは、十分に精査の上でこれに応募して、交付決定が得られれば、Dpaの普及促進事業との密接な連携のもと、全力で取り組みたい。

#### (1) デジタル放送受信相談体制の充実、強化に関する業務

#### (2) 高齢者、障害者等への支援業務

#### (3) 受信障害対策共聴施設の改修支援業務等

### 6. 衛星セーフティネット準備室 重点活動

暫定的な衛星利用による難視聴対策事業に係る委託放送業務については、2009年度における放送開始を想定し、国に対する補助金申請手続きを含め、放送業務に関する契約対応や対象地域への周知など放送サービス開始の準備を進める。

なお、委託放送業務の認定を受け、暫定的な衛星利用による難視聴対策事業を行うにあたり、特別会計の設置や定款・規程類について変更の必要性がある場合には可及的速やかに変更手続きを行うこととする。

### Ⅲ. 技術部門 事業計画

アナログ放送の円滑な終了及びデジタル放送への完全移行に向けた取組みを一層強化する。具体的には、デジタル放送の運用規定策定と受信機ソフトウェアのバージョンアップのためのESを両輪にデジタル放送の普及促進に引き続き貢献する。また、新規参入予定メーカーに対してARIB標準規格、運用規定準拠等について理解を促す役割を果たすと共に、ESに関する事前の説明を充実することにより、利用ユーザーの啓発とより一層の拡大を図る。

#### 1. 技術部 重点活動

##### (1) 運用規定策定の推進

地上デジタルテレビジョン放送運用規定 ARIB TR-B14 及び、BS/広帯域CS デジタル放送運用規定 ARIB TR-B15 の改定作業における支援を、引き続き放送事業者及び受信機メーカーに対し継続する。

##### (2) 2011年に向けた取組みの推進

地上デジタルテレビジョン放送事業者及び受信機メーカーを初めとする関係主体と連携を図り、2011年7月デジタル放送への完全移行に向けた施策に取り組む。

##### (3) 今後の課題に対する取組みの推進

2011年7月地上/BSアナログ放送の円滑な終了に向けた諸課題及び2011年以降に抱える諸課題に対する取組みを推進する。特に来年度は、次期(2011年以降の新たな)BSデジタル放送への参入委託放送事業者も明らかになることから、次期BSデジタル放送に対応する検討体制を整備し取組みを推進する。

#### 2. ES業務部 重点活動

##### (1) 信頼性の高いES業務の継続

ES特別委員会及び委託事業者との連携を密にし、より安定したES設備の運用と信頼性の高い放送システムの維持稼働に努める。

##### (2) 2011年を見通した設備運用

地デジ及びBSのESシステムは2011年まで見通した設備構成とし、効率的システム運用を行いつつ、経費の低廉化に努める。

##### (3) 「周波数リスト変更情報」管理

2011年に向け増大する地デジ周波数リスト変更情報管理業務については更なる注意を払い、きめ細かい業務処理を行っていくこととする。

##### (4) BS/ES委託放送事業者免許の更新

2004年12月17日認定のBS/ES委託放送事業者免許の更新時期に当り、更新手続を期限までに確実に実行する。

##### (5) 2011年以降のES検討課題の洗い出し

アナログ放送終了後にES業務を推進していく上での、リパッキング対応、周波数リスト変更情報の取扱いなど検討課題の洗い出しを行う。

## **IV. 総務部門 事業計画**

統合後の管理部門合理化など、継続して改善に努めてきた。

2009年度は、テレビ受信者支援センター業務の本格的な活動が始まるほか、アナログ放送終了に向けた国の施策に関連する大幅な事業拡大が想定される。

総務部門には、組織、定款、諸規則の変更、適正な要員配置など組織運営に係る周到な対応が求められており、円滑な施策の実施、効率的な事業運営を目指し、事務所経費の抑制、コンプライアンスなどについても不断の見直しと改善に努める。特にコンプライアンス・リスク管理については関連諸規定を整備するなど今年度の重点事項として取り組む。

広報関係は、地デジに対する関心の高まりを受けて重要性が増していることから、関係諸団体との一層の関係強化を図る。

RMP 関連は、コピー制御、コンテンツ保護、違法流通対策、汎用ルート証明等の効果的、効率的、円滑な運用を目指す。

### **1. 総務部 重点活動**

- (1) 組織構成、事務所経費など、事業運営における最適化と効率化を図る。
- (2) 新規事業については、関係先、関係部署と緊密に連携し円滑な推進に努める。
- (3) Dpa コンプライアンス・リスク管理体制の構築

### **2. RMP 管理部 重点活動**

- (1) コピー制御方式利用に関する業務の円滑な運用を図る。
- (2) コンテンツ保護に関する周知広報を実施するため、視聴者・販売店への適切な説明対応を行う。また、コピー制御お問合せセンターの効果的、効率的運用に努める。
- (3) インターネットオークションや動画投稿サイトにおける放送コンテンツの違法流通対策を行い、放送コンテンツ流通環境の健全化を推進する。
- (4) 双方向サービスの安全確保のための汎用ルート証明書の運用を支援する。

## **V. 経理部門 事業計画**

テレビ受信者支援センター業務の開始に伴い、体制作り・予算管理等で新たな展開が進んでいる。経理面では、国の補助金事業と他の Dpa 事業の会計区分を明確にし、無駄の無い公正明確な管理体制で臨んでいく。

### **経理部 重点活動**

- (1) 適正な会計管理システムの構築
- (2) 予算の着実な執行と把握。