

提案書

平成19年9月7日

総務省情報通信政策局地上放送課 御中

郵便番号

住 所

とうきょうとみなとくみなみあおやま
東京都港区南青山1-1-1

新青山ビル西館18階

クアルコムジャパン株式会社

氏 名

電話番号

電子メールアドレス

この度の携帯端末向けマルチメディア放送サービス等の在り方に関する懇談会の検討課題募集に対し、今後検討が必要と思われる課題について以下のとおり提案を提出致します。

1 制度分野

(1) 放送対象地域

携帯端末ユーザーは全国を広く移動するということが前提となることから、携帯端末向けマルチメディア放送も携帯電話サービスと同様に、放送対象地域を全国とする事業が必要で、それにより、サービスに加入しているユーザーが全国各地でそのサービス享受できるものとなります。尚、全国を対象としたネットワークおよびシステムが構築された上で、地域性を持たせたコンテンツを地域ごとに放送することは技術的に可能です。

(2) 新規参入の促進

携帯端末向けマルチメディア放送は、今後様々な新しい試みがなされ、技術もサービスも進化していくことが期待できます。それが積極的になされるように、これまで放送サービスに関わってこなかったような新規プレーヤーでも、意欲と能力を持った事業者であれば参入が可能となり、結果、事業者間の競争が促進されより良いサービスが提供される制度を検討すべきと考えます。

(3) 放送・通信の総合的な法体系との整合性

携帯端末向けマルチメディア放送は、現在別途とりまとめが進んでいる「通信・放送の総合的な法体系」で想定している伝送インフラの重要な部分を占めることになると考えられます。携帯端末向けマルチメディア放送の制度は、伝送インフラやプラットフォーム機能の考え方、コンテンツ提供の規律などについて、新たな法体系との整合性を担保し、且つ

制度規律の透明性が確保されたものとなるべきと考えます。

(4) 国際競争力を強化するための早期展開の必要性

情報通信審議会において、2011年にアナログテレビジョン放送が停止されたのちのVHF帯を携帯端末向けマルチメディア放送に供することが提案されました。しかし、2011年を待ってのネットワークの構築とサービスの開始では、世界に先駆けて日本で先進サービスを行いその発展をリードし、国際競争力を強化するのは困難となります。近年、諸外国では、携帯端末向けマルチメディア放送サービスで世界をリードすべく、同一周波数帯の既存事業者との民間調整で新規事業者による商用サービスが前倒しで開始されている例もあります。このような状況を鑑み、日本国が今後とも携帯端末向けマルチメディア放送サービスを牽引していくためには、諸外国の制度規律の分析と現行制度の見直しを含めた商用サービスもしくは実用化試験放送の早期実現の必要性について検討すべきかと考えます。

2 技術分野

(1) 適用技術の評価と技術選択の方法

ワンセグは日本において成功した技術とサービスですが、固定受信テレビ用に敷設されたネットワークの一部を利用するものであるために、携帯端末受信用の適切なネットワーク構築ができないものとなっています。従い情報通信審議会でも議論されたように、新たな技術としてMediaFLOやISDB-Tmmといった、専用周波数を用いた新たな方式が提案されています。これらの技術の評価にあたっては、周波数利用効率や機能、実現性など、携帯端末を対象にしたサービスを行うという面から多面的に評価すべきと考えます。また技術の選択においては、事業者が自身のビジネスモデルやサービス構築の考え方において、最も適していると評価できる技術を選べるようにすべきと考えます。例えば、第三代携帯電話事業においては、いくつかの候補技術が認められ、事業者がそれぞれの技術評価を行ったうえで、自身の戦略に基づき技術選択を行います。これにより事業者間並びに技術間の競争環境が生み出され、技術革新と新たなサービスを継続していく原動力となっています。技術評価の結果として、また並存の技術的検討を経た上で、複数の適用技術が認められる場合はそれを否定せず、事業者が自らの評価と戦略に基づき技術を選択できることを制度的に認めるべきと考えます。

(2) 技術の継続的な発展を可能にするアーキテクチャー

携帯電話は24ヶ月に約半分は新しい端末に更新される買換えサイクルの速さと、ダウンロード機能によるソフトウェア書換え、アプリケーション追加が可能になったことで新しいサービスがタイムリーに市場に投入され、急速に多様化するユーザー要求に対応して発展してきています。携帯端末向けマルチメディア放送でも同様に、ユーザーが時代に即した新しいサービスをタイムリーに享受できるよう、新しい機能の拡張とサービスの拡充が

随時可能となるアーキテクチャーを導入すべきと考えます。

3 ビジネスモデル分野

(1) 新たなビジネスモデルにチャレンジできるオープンな環境

携帯端末向けマルチメディア放送のビジネスモデルに現在決まった形は無く、最終ユーザーに対するサービス提供形態をとってみても、これまでの伝統的な広告をベースにした無料サービスか、または視聴料を課す有料サービスか、両方の可能性があります。また携帯端末向けマルチメディア放送事業者そのものの位置付けも、インフラを所有運営するが最終ユーザーへのサービス提供は他者が行う B2B モデルや、自らが行う B2C モデルも考えられます。様々なビジネスモデルが考えられる上、どれが今後世界のマーケットで競争力を持つかも現時点では確信が無いゆえ、いろいろなビジネスモデルが試され競争する環境が維持されるべきであると考えます。

4 その他

(1) 様々なサービス提供形態を可能にするコンテンツ権利処理の確立

携帯端末向けマルチメディア放送では、タイムフリー(蓄積型、録画)、ロケーションフリー、ディスプレイフリーなサービスが想定され、コンテンツの円滑な流動性とそのルールの確立が担保されないと実現が難しいサービスが想定されます。これらが実現され高度な携帯端末向けマルチメディア放送で日本が世界を牽引できるようコンテンツの権利処理が円滑かつ簡易的に実施され、各ステークホルダーの利益が担保される公平なルールの早急な確立が必要と考えます。