

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 〒102-8460
住 所 とうきょうとちよだくいいだばし
東京都千代田区飯田橋 3-10-10
ガーデンエアタワー
メディアフロッジジャパン企画株式会社代表取締役社長
ますだかずひこ
氏 名 増田 和彦
電話番号
電子メールアドレス

携帯電話が1億台近くまで普及している今日、いつでもどこでも多様な放送サービスを享受することができる携帯端末向けマルチメディア放送の早期実現が期待されています。新たな放送メディアの出現は、国民の社会生活への貢献だけでなく、地域の活性化、経済産業活動の活性化、国際競争力向上等に資するものと確信致します。

さて、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します。

1 制度分野

(1) 通信・放送の融合／連携の流れは、サービス、技術、コンテンツ等の分野で進行しており、今後その流れを踏まえ、携帯端末向けのマルチメディア放送サービスの在り方を検討する必要があります。

携帯端末向けのマルチメディア放送サービスは、有料スクランブル放送を基本に、蓄積型放送、インターネットとの緊密な連携による双方向性など、従来の放送事業に新たな要素が付加され、携帯端末上で放送と通信のシームレスな利用が可能になります。携帯端末向けマルチメディア放送サービスについて従来の放送の概念や区分を見直す必要があるか、通信・放送の総合的な法体系に関する研究会と連携をとりつつ、諸外国のマルチメディア放送規律の制定動向を踏まえ検討すべきと考えます。

また、携帯端末向けのマルチメディア放送は、報道、教育、教養、娯楽番組を総合編成し、災害などの緊急報道などで国民の期待を担っている基幹放送である地上放送（ワンセグ放送を含む）とは異なる区分の上で、棲み分けと連携（例えば、災害時には非常災害通報機能を利用してワンセグに誘導など）を図り、多様化する利用者の嗜好や趣味と社会的要請に応える放送を目指すものと考えます。

(2) 現在の地上テレビジョン放送は、幅広い視聴者層を対象とする番組作りがされています。このような中で、携帯端末向けマルチメディア放送が、新たな放送メディアとして国民に受け入れられ有料ビジネスとして成立するためには、地上テレビジョン放送ではカバーしきれない分野のニッチで良質なコンテンツや地域に根差したコンテンツをバランス

良く取り揃え、できるだけ広域のより多数の視聴者を対象とする必要があります。

携帯向けマルチメディア放送サービスが円滑に導入され放送メディアとして発展するためには、全国を対象とした放送免許が望まれます。このような放送形態の妥当性、また、その場合にどのような放送規律を行うべきか検討する必要があります。

2 技術分野

従来、放送は標準方式を1つに絞り、多数の国民が容易に受信できるよう安価な受信機を普及させてきました。固定のテレビ受信機は、耐用年数が9年ですが、携帯端末の場合、平均使用年数は2年半（内閣府の消費動向調査）とかなり早く、レガシー問題を早期に解消するばかりでなく、新規の方式や機能をすばやく搭載する柔軟な仕組みが特徴です。

一方、技術分野においては、端末ばかりでなく、アプリケーション、コンテンツの国際競争力強化の観点から、国内市場だけでなく海外市場にも通用できる方式が望ましいと考えます。

このような背景を考慮した場合、マルチメディア放送サービスに適用すべき技術方式について、複数の放送方式を一つの放送形態で認めるべきか、従来の様に一つの放送方式に絞るのか、どのような観点から選定すべきか検討する必要があります。

3 ビジネスモデル分野

現在の地上デジタル放送（ワンセグ放送を含む）は、地域性を確保しつつ、多数の人が視聴されるような番組づくりがされています。地上テレビジョン放送は視聴者・国民にとっては広く受け入れられているコンテンツであり、かつ、無料で提供されていることから、今後も基幹放送として重要な役割を果たすものと考えます。

このような中で、携帯端末向けマルチメディア放送は、全国放送としてワンセグ放送やインターネットと連携しながら、リアルタイム放送だけでなく蓄積型放送やデータ放送なども活用し、通信・放送が連携／融合することによる新たな市場創出を狙ったビジネスモデルの検討をする必要があると考えます。

4 その他

(1) いつでもどこでも多様な放送サービスを楽しむことができる携帯端末向けマルチメディア放送の早期実現が期待されているところですが、新しい放送メディアの出現が国民の生活をどう変えていくか。インターネットに頼っている世代が社会の中心になりつつある中、こうした世代への放送メディアの位置づけは今のままで良いのか。報道、教育、教養、娯楽へのニーズ、ビジネス人のニーズ等、情報に対する価値観の変化によりどのような放送サービスの出現が期待されているのか。携帯端末向けのマルチメディア放送に対して国民（視聴者）が何を求めているのか。携帯端末向けのマルチメディア放送導入の社会的意義を整理する必要があると考えます。

(2) 利用者視点に立って、コンテンツが携帯端末向けマルチメディア放送等にスムーズに流れるよう著作権の在り方を検討する必要があると思います。