

検討課題に関する提案募集結果について(概要)

「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」 検討課題提案募集結果

- 1 意見募集期間 平成19年8月6日(月)～9月7日(金)
2 提出件数 68件

提出者一覧

(注)事業者等の分類は、事務局において便宜上設けたもの。

○ 放送関係 45件

(事業者団体)5件

- 1 (社)衛星放送協会
- 2 (社)デジタルラジオ推進協会
- 3 (社)日本民間放送連盟
- 4 デジタル放送研究会
- 5 日本コミュニティ放送協会

(地上テレビ・AM)13件

- 6 朝日放送(株)
- 7 大阪放送(株)
- 8 (株)STVラジオ
- 9 (株)中国放送
- 10 (株)TBSラジオ & コミュニケーションズ
- 11 (株)東京放送
- 12 (株)ニッポン放送
- 13 (株)文化放送
- 14 (株)毎日放送
- 15 北日本放送(株)
- 16 山陽放送(株)
- 17 中部日本放送(株)
- 18 日本放送協会

(地上FM)18件

- 19 (株)エフエム愛知
- 20 (株)エフエム青森
- 21 (株)エフエム石川
- 22 (株)エフエム大阪
- 23 (株)エフエム熊本
- 24 (株)エフエム群馬
- 25 (株)エフエム東京
- 26 (株)FM802
- 27 (株)エフエム福岡
- 28 (株)エフエム北海道
- 29 (株)エフエムラジオ新潟
- 30 (株)ZIP-FM
- 31 (株)ベイエフエム
- 32 静岡エフエム放送(株)
- 33 富山エフエム放送(株)
- 34 長野エフエム放送(株)
- 35 広島エフエム放送(株)
- 36 横浜エフエム放送(株)

(CS・CATV)3件

- 37 (株)ジャパンイメージコミュニケーションズ
- 38 (株)ソニー・放送メディア
- 39 住友商事(株)、SCメディアコム(株)

(その他放送関係)6件

- 40 ISDB-T マルチメディアフォーラム
- 41 クアルコムジャパン(株)
- 42 マルチメディア放送企画LLC 合同会社
- 43 マルチメディア放送ビジネスフォーラム
- 44 メディアフロージャパン企画(株)
- 45 モバイルメディア企画(株)、ソフトバンクモバイル(株)、ソフトバンクテレコム(株)、ソフトバンクBB(株)

○ ICT関係 10件

- (通信機器)2件
- 46 (株)ネットインデックス
 - 47 パナソニック モバイルコミュニケーションズ(株)
- (ソフト・コンテンツ・コンサル)6件
- 48 IGR(インデックス・グローバル・ライツ・マネージメント・コーポレーション)
 - 49 (株)IMJモバイル
 - 50 (株)ACCESS
 - 51 (株)ネクストウェーブ
 - 52 パシフィックコンサルタンツ(株)
 - 53 マイクロソフト(株)

(ITS)2件

- 54 ITナビゲーションシステム研究会
- 55 (財)道路交通情報通信システムセンター

○ その他 4件

- (商社)2件
- 56 伊藤忠商事(株)
 - 57 三菱商事(株)

(団体・研究機関)2件

- 58 慶應義塾大学環境情報学部村井純研究室
- 59 YRP研究開発推進協会

○ 個人 5件

※ 非公表 4件

提案募集結果の概要(制度分野①)

(注)事務局で整理、要約したもの。

課題(論点)	概要
マルチメディア放送の位置付け	<p>【基幹的メディアとして位置付ける】(朝日放送、中国放送、TBSラジオ&コミュニケーションズ、東京放送、ニッポン放送、文化放送、毎日放送、北日本放送、山陽放送、中部日本放送、エフエム東京、ZIP-FM)</p> <p>○ デジタルラジオは、地域における生活者の生命と財産を守り、安心と安全に係る情報を公平に提供するという基幹的メディアとしての役割を有している。(大阪放送)</p> <p>【基幹放送とは異なる区分とする】(マルチメディア放送企画LLC)</p> <p>○ 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とは異なる区分の上で、棲み分けと連携を図り、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べき。(メディアフロージャパン企画)</p>
既存の放送制度との関係(帯域免許等)	<p>【新たな放送として定義する】(朝日放送、中国放送、ニッポン放送、山陽放送、エフエム青森、エフエム東京、静岡エフエム放送、富山エフエム放送、長野エフエム放送、ソニー・放送メディア、マルチメディア放送企画LLC、メディアフロージャパン企画、IMJモバイル)</p> <p>○ 携帯向けマルチメディア放送の定義は、従来の音声＝ラジオ、映像＝テレビ等、表現形態で定義するのではなく、与えられた帯域の中で表現可能な、自由な形態で行われる放送として定義されるべき。(広島エフエム放送)</p> <p>【現行の「超短波放送」を基本とする】(デジタルラジオ推進協会、毎日放送)</p> <p>○ 音声、映像に加え各種データ放送等の新しいサービスもDRPでは、「超短波音声放送」の範囲の中で実現しており、すでに技術規格や運用規定も整備されている。今後、放送波を用いたダウンロードなどの新付加価値サービス拡大に向けた技術仕様、制度整備は必須と考えるが、基本的には、現行「超短波音声放送」に拡張性を持たせ必要に応じた制度の一部改正を実施することにより、携帯端末向けマルチメディア放送を実現できる。(文化放送)</p>
アナログラジオとデジタルラジオの関係	<p>【アナログラジオからデジタルラジオへの移行を進める】(STVラジオ、中国放送、TBSラジオ&コミュニケーションズ、山陽放送、中部日本放送)</p> <p>○ デジタルラジオ放送は、アナログ放送とは別の「モアチャンネル」としての位置づけではなく、将来の「緩やかな移行」メディアとしての制度の検討を希望。(朝日放送)</p> <p>【デジタルラジオでのアナログラジオのサイマル放送を行う】(STVラジオ、中国放送、文化放送、北日本放送、中部日本放送、エフエム北海道)</p> <p>○ アナログラジオのデジタル波でのサイマル放送も可能となるよう配慮が必要。(日本民間放送連盟)</p>

提案募集結果の概要(制度分野②)

課題(論点)		概要
免許の形態	放送対象地域の在り方	<p>【「全国」とする】(マルチメディア放送企画LLC、メディアフロージャパン企画、IMJモバイル、伊藤忠商事)</p> <p>○ 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。(クアルコムジャパン)</p>
		<p>【原則「県域」とする】(デジタルラジオ推進協会、大阪放送、STVラジオ、TBSラジオ&コミュニケーションズ、文化放送、北日本放送、山陽放送、中部日本放送、エフエム愛知、エフエム青森、エフエム石川、エフエム大阪、エフエム熊本、エフエム群馬、エフエム東京、FM802、エフエム福岡、エフエムラジオ新潟、ZIP-FM、ベイエフエム、静岡エフエム放送、富山エフエム放送、長野エフエム放送、広島エフエム放送、マルチメディア放送ビジネスフォーラム、ITナビゲーションシステム、匿名)</p> <p>○ 地上放送では、地域に密着した情報発信が必須であり、地域性の確保を重視した免許とすべきである。従って、基本的には県域単位の免許が望ましいが、現状の経済・文化活動等を考慮すると、関東、中京、近畿圏においては広域免許が適している。また、ローカル地域についても経済性などを考慮すれば地域によってはブロックごとの準広域という方式の検討も必要。(毎日放送)</p>
		<p>【最大でも「市町村」とする】</p> <p>○ サービス単位は最大でも市区町村、地域特性によっては個々の事業者の事業エリアに限定した狭域限定エリア放送を可能とする柔軟な制度が必要。(YRP研究開発推進協会)</p>
		<p>【上記(全国・県域等)の組合せ】(マルチメディア放送ビジネスフォーラム、パナソニック モバイルコミュニケーションズ)</p> <p>○ 投資効率を鑑み、従前の県域免許だけではなく、地方単位、全国単位の免許付与についても検討すべき。(マイクロソフト)</p>

提案募集結果の概要(制度分野③)

課題(論点)	概要
免許の形態 ハードソフト一致型とするか、分離型とするか	<p>【ハード・ソフト一致とする】(中国放送、ニッポン放送、文化放送、毎日放送、北日本放送、山陽放送、中部日本放送、エフエム愛知、エフエム青森、エフエム石川、エフエム熊本、エフエム東京、FM802、エフエム福岡、エフエムラジオ新潟、静岡エフエム放送、富山エフエム放送、長野エフエム放送、広島エフエム放送、マルチメディア放送企画LLC、匿名)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 放送が、放送インフラと番組内容の両方に責任を有する必要があること、より多くの事業者が参画できる環境を整えること、災害時にも安定した放送を確保するためにも、プラットフォーム型免許形態はなじまない。また、地上放送であるため、放送インフラ構築に際し、事業的判断が必要となり、多様な事業形態を確保するためにも、ソフト・ハード一致型の免許形態が望ましい。(デジタルラジオ推進協会) ○ 本来放送局はハードとソフトの両面に対して責任を持つべきであり、災害時の放送確保の観点からもハードとソフトは一体であるべきで、委託、受託形式はなじまない。(エフエム大阪)
	<p>【ハード・ソフト分離とする】(ジャパンイメージコミュニケーションズ、マイクロソフト)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ CS放送事業者がそのコンテンツを利用して放送が出来るよう、現在のCS放送と同様のハード・ソフト分離の制度を要望。加えて多くの事業者が参加できる制度が望ましい。(衛星放送協会) ○ 「携帯端末向けマルチメディア放送サービス等」は、携帯端末を対象としており、個人向けのより多様なサービスが求められる。サービスの多様性を確保するには、コンテンツ・サービス事業者が参入しやすい制度が必要でそのためには、1社ごと伝送設備や課金等のシステムを保有するのではなく、ハード・ソフト分離型が望ましい。(ソニー・放送メディア)
	<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 免許は原則として「ハードソフト一致」が望ましいが、様々なコンテンツ送信実現のため、事業者が「ハードソフト一致」を原則としながら、受託放送も行える制度が望ましい。(エフエム群馬)

提案募集結果の概要(制度分野④)

課題(論点)	概要
<p>集中排除原則の適用(特定の者の参入を制限するか)</p> <p>参入規律</p>	<p>【集中排除原則の適用除外とする】(マルチメディア放送企画LLC、伊藤忠商事)</p> <p>○ マスメディアの集中排除原則については、地上放送について隣接地域間での緩和や、持株会社方式による緩和が進められている。また、衛星系、地上系をあわせれば、相当数の放送が行われていること、既存地上放送とビジネスモデルも異なることから、マルチメディア放送において集中排除原則が適用されなくても表現の自由が損なわれることはない。(エフエム東京)</p>
	<p>【集中排除原則の適用を緩和する】(衛星放送協会、毎日放送、クアルコムジャパン、マルチメディア放送ビジネスフォーラム、インデックス・グローバル・ライツ・マネジメント・コーポレーション)</p> <p>○ サービス単位が比較的狭域になることや、事業者が広範囲に及ぶことなどから、サービス実施主体として参加する事業者・団体が複数サービス・エリアにおけるサービス提供に参加できる制度が望まれる。(YRP研究開発推進協会)</p>
	<p>【新たな集中排除原則を追加する】</p> <p>○ 大資本が資本力の弱い放送事業者を全国的に支配する事態を危惧する。このため、他業種による放送事業者支配を防ぐことを目的とした新たな集中排除原則の制度化が必要。(エフエム群馬)</p>
<p>参入する者の決定に当たって、考慮する事項</p>	<p>【既存放送事業者を優先する】(エフエム青森、エフエム石川、エフエム大阪、エフエム熊本、エフエム群馬、エフエム東京、エフエム福岡、エフエムラジオ新潟、静岡エフエム放送、長野エフエム放送、広島エフエム放送)</p> <p>○ 免許主体は既存ラジオ放送事業者を優先してほしい。デジタルにより可能となる様々な移動体向け番組制作に於いても、行動力を伴った地域密着のきめ細かな情報提供は必須であり、長年のラジオ放送実績のノウハウを生かす事が出来る。(エフエム愛知)</p>
	<p>【既存放送事業者に配慮する】(日本民間放送連盟、ニッポン放送、エフエム北海道)</p> <p>○ 放送の責任に根ざした情報伝達の確立と、言論と表現の自由を確保するためには、既存音声事業者の活動の蓄積を十分に考慮され、チャンネル単位での免許交付が肝要と考える。(大阪放送)</p>
	<p>【既存放送事業者を優先しない】(マルチメディア放送ビジネスフォーラム、マイクロソフト、匿名)</p> <p>○ 新しいマルチメディア放送にあたっては、通信との連携を核とした、魅力的且つインタラクティブティーを持たせたサービスを実現する為、「既存の免許保有者を優遇せず、新規組も参入しやすい制度体系の検討」が必要。(I MJモバイル)</p>

提案募集結果の概要(制度分野⑤)

課題(論点)	概要
事業規律の在り方	<ul style="list-style-type: none"> ○ DRPが2003年より実施しているデジタルラジオの試験放送の実績から、移動体、携帯向けの様々な放送サービスは、新たな放送制度ではなく、現行の超短波放送の制度の適用が可能である。但し、今後、放送波によるダウンロードサービス等、新たな放送サービスを適用するために制度の拡張検討は必要。(毎日放送) ○ 本マルチメディア放送サービスは、多彩なコンテンツやサービスを多数のユーザーの身近な端末を通じて提供することから、公共性や社会性の高いサービスとなるものと考えられ、ユーザーが不利益とならない様、一定の規制は必要という見方もある一方、言論表現の自由を守り、民間の智恵と工夫、裁量性を確保していくことがサービスの普及発展に不可欠でもあることから、できる限り事業者の自律性に委ねること、またはBROのような外部のチェック機構を活用することで対応すべき。(マルチメディア放送企画LLC)
受信端末との関係	<ul style="list-style-type: none"> ○ マルチメディア放送の対象を携帯電話にのみ限定せず、PC、車載用機器、専用受信機など幅広く対象とすべきである。(エフエム石川) ○ 受信機産業の国際市場における競争力の強化には、OFDM技術をベースに世界的に用いられるすべての方式に対応可能な端末の開発に注力すべき。(エフエム東京)
送信設備について	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「デジタルラジオ放送」にあっては、地上ラジオ放送の特性をさらに活かしてゆくためにも、単独免許が望ましいが、放送設備は、連結送信をおこなうことから共同建設にて保有、共同で運営、管理することが想定できる。その場合の共同運用が可能な制度の整備も検討されるべき。(ニッポン放送)
その他	<ul style="list-style-type: none"> ○ マルチメディア放送は、①地域社会への文化的・経済的貢献、②コンテンツ市場の拡大、③メーカー等への経済的効果、④地域住民への安心安全への寄与、⑤マルチメディア放送事業者の自立、⑥国の経済への寄与といった社会的役割を果たすべき。(エフエム東京)

提案募集結果の概要(技術分野①)

課題(論点)	概要
適用すべき技術基準	<p>【ISDB-Tsb方式】(デジタルラジオ推進協会、大阪放送、ニッポン放送、文化放送、毎日放送、山陽放送、中部日本放送、エフエム愛知、エフエム青森、エフエム群馬、エフエム、熊本、エフエム東京、FM802、エフエム福岡、エフエムラジオ新潟、ZIP-FM、静岡エフエム放送、長野エフエム放送、広島エフエム放送)</p> <p>○ 現在、実用化試験放送で採用されており、「ワンセグ放送」との共用が図られていること、伝送容量や消費電力の面で問題ないこと、県域を原則とした任意の周波数帯に対応可能等という点から、マルチメディア放送に最も適した方式。(エフエム大阪)</p>
	<p>【ISDB-Tmm方式】(マルチメディア放送企画LLC)</p> <p>○ 地上デジタル放送のISDB-T方式及びデジタルラジオのISDB-Tsb方式をベースに運用規定を拡張した方式であり、受信機リソース負担を強いることはなく、また、ワンセグやデジタルラジオで培ったネットワーク技術、端末技術、コンテンツ、サービス等の資源の有効活用が可能。(ISDB-Tマルチメディアフォーラム)</p>
	<p>【ISDB-T方式】(東京放送、パナソニック モバイルコミュニケーションズ、伊藤忠商事、YRP研究開発推進協会)</p> <p>○ ワンセグとの共用、標準化方式であるため、どの受信機メーカーも参入可能。また、多数の放送事業者の参入を受け入れることができる1セグ単位の免許が可能。(TBSラジオ&コミュニケーションズ)</p>
	<p>【IBOC方式】</p> <p>○ アナログ放送と同時にデジタル信号を伝送するハイブリッド方式であり、デジタル音声放送、データ放送サービスが可能。音声放送ではマルチチャンネル放送が可能。(デジタル放送研究会)</p>
	<p>【その他】(衛星放送協会、日本コミュニティ放送協会、北日本放送、エフエム東京、ジャパンイメージコミュニケーションズ)</p> <p>○ (複数方式の採用を前提として) MediaFLOやISDB-Tmmといった新たな方式について、周波数利用率や機能、実現性など、携帯端末を対象にしたサービスという面から多面的に評価すべき。(クアルコムジャパン)</p> <p>○ 携帯電話だけでなく、自動車向けにもサービスが実施できるシステムと事業者を選択すべき。(マルチメディア放送ビジネスフォーラム)</p>

提案募集結果の概要(技術分野②)

課題(論点)	概要
複数方式採用の可否	<p>【統一すべき】(デジタルラジオ推進協会、ニッポン放送、毎日放送、長野エフエム放送、ISDB-Tマルチメディアフォーラム、マルチメディア放送企画LLC、パナソニック モバイルコミュニケーションズ)</p> <p>○ ISDB-T_{sb}方式は、情報通信審議会の審議を経て、日本における移動体・携帯向け放送の標準化方式として規定されており、地上デジタル放送のISDB-T方式と技術的共用化が図られている。安価な受信機の広範な普及を促すには仕様の統一が重要。(大阪放送)</p>
	<p>【複数方式を認めるべき】(FM802、IMJモバイル、個人)</p> <p>○ 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、最適と評価できる技術を選べるようにすべき。事業者間及び技術間の競争は、技術革新と新たなサービスを生み出す原動力。(クアルコムジャパン)</p>
	<p>【その他】</p> <p>○ それぞれの方式によって提供可能なサービス内容が著しく異なる場合は複数方式、提供サービスに大きな違いが無い場合は1方式にすべき。(ソニー・放送メディア)</p>

提案募集結果の概要(技術分野③)

課題(論点)	概要
V-LOWとV-HIGHの割当方針	<p>【VHF-ローバンド】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ VHF-ローチャンネルの一部(90MHz~)でハイブリッドラジオ放送に使用したい。(デジタル放送研究会) ○ 1992年に制度化されたコミュニティ放送の更なる発展と整備のため、VHFローバンドに周波数拡大希望。(日本コミュニティ放送協会) ○ Eスポやアンテナ等の諸課題を解決し、デジタルラジオの帯域とすべき。(TBSラジオ&コミュニケーションズ)
	<p>【VHF-ハイバンド】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 携帯端末向けの放送であることから、小型アンテナの使用が可能なVHFハイバンドが望ましい。(エフエム青森、 (同旨)山陽放送、エフエム熊本、エフエム群馬、エフエム北海道、ZIP-FM、静岡エフエム放送、長野エフエム放送、広島エフエム放送) ○ アンテナを小型化できるVHFハイバンドで割り当てるべきだが、周波数が不足する場合は、VHF-ローバンドの使用も認めるべき。(エフエム石川、(同旨)ニッポン放送、エフエム大阪、エフエム東京、富山エフエム放送)
	<p>【VHF-ローバンドとVHF-ハイバンドの役割分担】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 大型アンテナを設置する車搭載型携帯端末にはVHF-ローバンドが、コンテンツ豊富な広帯域バンドにはアンテナ形状が小さく携帯電話に同梱できるVHF-ハイバンドが最適。(エフエム愛知) ○ VHF-ローバンドはデジタルラジオやコミュニティ放送とし、VHF-ハイバンドはマルチメディア放送とすべき。(マルチメディア放送企画LLC) ○ 11ch/12ch帯域は全国放送型マルチメディア放送帯域に、1~3ch帯域はコミュニティ・マルチメディア放送帯域に区分する。(パナソニック モバイルコミュニケーションズ)

提案募集結果の概要(技術分野④)

課題(論点)	概要
割当周波数帯幅	<p>【約430kHz(1セグメント)】(朝日放送、ZIP-FM)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 地域に密着した多様な情報を発信できる地上放送の特性から、1セグメントを基本単位とした放送事業者ごとの単独免許を希望。(毎日放送)
	<p>【約1.3MHz(3セグメント)】(長野エフエム放送、広島エフエム放送)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 多様なサービスを可能とする十分な伝送量の3セグメント方式を希望。(エフエム青森) ○ 県域放送実現するためには、少なくとも6~7の異なる周波数の割当が必要。3セグメント放送では、今回の対象であるVHF帯32.5MHzの範囲で県域放送局を全都道府県で実現する周波数割当が可能。(エフエム東京)
	<p>【約430kHz~約1.3MHz】(エフエム石川)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 同一の携帯端末で、地上デジタル放送のワンセグ放送と携帯端末向けマルチメディア放送の双方が受信できることが望ましい。(エフエム群馬)
	<p>【約1.3MHz~約2.7MHz】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 競争的市場の形成及び有効な新規性の高いサービスの実施可能性という二つの期待を考慮して免許条件を構想した場合、3セグメント、4セグメント又は6セグメント程度を1単位とすれば、全国を都道府県単位で(東京・大阪などにおいては広域もあり)カバーすることができ、かつ、人口集積により多様なニーズの存在が実証されている地域においては、この単位で複数事業者に免許することができる。(匿名)
	<p>【14.5MHz】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 多様なサービスの推進と事業性の確保のため、VHF-ハイバンドの14.5MHzを複数の事業者に分割するのではなく、ひとつの事業者に付与すべき。(マルチメディア放送企画LLC)

提案募集結果の概要(技術分野⑤)

課題(論点)	概要	
マルチメディア放送サービスの特徴等	放送波ダウンロードサービス	<p>(毎日放送、エフエム青森、エフエム群馬、エフエム東京、エフエム福岡、エフエムラジオ新潟、静岡エフエム放送、富山エフエム放送、広島エフエム放送、IMJモバイル)</p> <p>○ リアルタイム放送だけでなく、ダウンロード型コンテンツやデータ放送、防災情報提供など、放送の利点を活用できる幅広い用途を検討すべき。(マイクロソフト)</p>
	IP技術との親和性	<p>(エフエム東京、ネットインデックス)</p> <p>○ 法体系が「レイヤー構造」へ転換することを念頭に入れ、コンテンツの伝送インフラをIPで共通化することが有効。(ネクストウェーブ)</p> <p>○ デジタル放送システム上でインターネット環境を構築する「IP over デジタル放送」により、コンテンツ・サービスの多様化や新ビジネスの創出、セキュリティ技術の応用、交通・防災・非常通信といった他の情報システムとの連携など、様々な分野において、携帯端末向け放送サービスの充実やユーザの利便性向上への貢献が期待。(慶応義塾大学環境情報学部村井純研究室)</p>
	通信との親和性	<p>(エフエム福岡、エフエムラジオ新潟、ISDB-Tマルチメディアフォーラム、マルチメディア放送企画LLC、IMJモバイル、ネクストウェーブ)</p> <p>○ マルチメディア放送には携帯性・双方向性が求められるので、通信との親和性を確保すべき。(エフエム熊本)</p>
	技術の継続的な発展を可能にするアーキテクチャー	<p>(クアルコムジャパン、マイクロソフト)</p> <p>○ 最低限の技術的フレームのみを定めることとし、放送事業者及び番組供給者が最新技術を適宜採用できるような施策を検討すべき。(三菱商事)</p>
	その他	<p>○ 車載型端末へのサービスとして、道路での受信確保を考慮した置局等が必要。(道路交通情報システムセンター)</p>

提案募集結果の概要(ビジネスモデル分野①)

課題(論点)	概要
<p>基本的方向性をどう考えるか</p>	<p>【多様なビジネスモデルの存在を可能とする】(長野エフエム放送、ソニー・放送メディア、三菱商事)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 携帯端末向けマルチメディア放送は、サービス提供形態について、無料・有料、事業者の位置づけについて、B2Bモデル、B2Cモデル等があつて、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。(クアルコムジャパン) <p>【当面は現行の音声サービスをアナログとデジタルのハイブリッド放送として行う】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ デジタルラジオを「モアチャンネル」で展開した場合、現行ラジオ局の大部分は広告媒体としてのビジネスモデルで参入することは極めて困難。したがって、当面は現行の音声サービスをアナログとデジタルのハイブリッド放送として行うことを望む。(デジタル放送研究会)
<p>収益源をどう想定するか</p>	<p>【広告収入による無料放送を基本とする】(山陽放送)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 収入源については基本的には広告を考えている。デジタル技術を生かし、複数のチャンネルを展開することで新たな広告体系を打ち出したい。(インデックス・グローバル・ライツ・マネージメント・コーポレーション) <p>【広告収入による無料放送と併せ、他の有料サービスも行う】(朝日放送、東京放送、中部日本放送、エフエム愛知、エフエム青森等、マルチメディア放送企画LLC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ それぞれのチャンネルの特性が生かせるような制度が必要。そのために、有料・無料両方の放送が認められる制度を望む。(衛星放送協会) <p>【新たな広告モデルも導入する】(TBSラジオ&コミュニケーションズ、ネットインデックス、IMJモバイル、個人)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ CM枠の販売、キャンペーンサイトへの誘導、属性に応じたデータベースマーケティング、ワントゥワンマーケティングも含めた広告ビジネスもビジネスモデルの一例。(文化放送) <p>【通信経由の事業モデルも実現させる】(大阪放送、ニッポン放送、毎日放送等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 携帯端末や、パソコンなど、通信への接続環境が整うなかで、放送と通信を連携させ、通信経由の事業モデルも実現可能と考える。(デジタルラジオ推進協会) <p>【その他】(日本コミュニティ放送協会、ジャパンイメージコミュニケーションズ、マルチメディア放送企画LLC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 通販モデルあるいは有料放送モデルにて事業を行うことで、視聴者への利便性の向上を通じて、マルチメディア放送の発展に寄与する。(住友商事・SCメディアコム)

提案募集結果の概要(ビジネスモデル分野②)

課題(論点)	概要
<p>どのような内容の放送を想定するか</p>	<p>【リアルタイム送信、ダウンロード送信】(北日本放送、エフエム青森、エフエム東京等多数)</p> <p>○ 生活時間や受信環境に応じた視聴ができるように、今視聴したいというリアルタイム性と、個々のユーザタイミングに応じた視聴の両方、及びそれらを組み合わせたサービスが求められる。(ISDB-Tマルチメディアフォーラム)</p>
	<p>【VODサービス】(IMJモバイル)</p> <p>○ 視聴者が自ら希望する映像をリクエストして視聴する、所謂ビデオオンデマンド(VOD有料配信)サービスの実施も具体的に想定されるビジネスモデル。(ジャパンイメージコミュニケーションズ)</p>
	<p>【多チャンネル放送】(デジタル放送研究会、ニッポン放送、ZIP-FM等)</p> <p>○ デジタル方式の特性を生かした、多チャンネル展開により、年齢、性別、趣味嗜好など、多くのリスナーのニーズに即した編成など、新たな放送サービスの展開も可能となる。(毎日放送)</p>
	<p>【映像、音声、データを想定】(多数)</p> <p>○ 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。(メディアフロージャパン企画)</p>
	<p>【通信サービスと連携したサービスを想定】(マルチメディア放送企画LLC、メディアフロージャパン企画、パナソニック モバイルコミュニケーションズ、伊藤忠商事等)</p> <p>○ 既存の携帯通信サービスや、ワンセグを中心としたモバイル基幹放送サービスとの連携／融合／補完するサービスが求められる。(ISDB-Tマルチメディアフォーラム)</p>
	<p>【地域情報の送信を想定】(北日本放送、パナソニック モバイルコミュニケーションズ、YRP研究開発推進協会)</p> <p>○ 地域において文化活動や社会活動に寄与することは放送の責任の一つと考える。(大阪放送)</p>
	<p>【災害情報の送信を想定】(毎日放送、北日本放送、エフエム東京等)</p> <p>○ 携帯端末でも受信できる機能を持つ放送メディアは、災害報道など公共的情報提供が重要である。(デジタルラジオ推進協会)</p>

提案募集結果の概要(ビジネスモデル分野③)

課題(論点)	概要
<p>どのような内容の放送を想定するか(続き)</p>	<p>【特定属性の受信者向け情報の送信を想定】(ACCESS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 属性別データを多重し特定属性の受信者向け情報配信を行うビジネスモデルが展開可能。携帯端末はもちろん、電光掲示板表示なども可能。(北日本放送)
	<p>【カーナビ等への地図データ等の送信を想定】(広島エフエム放送、エフエム東京、ZIP-FM等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 従来のカーナビ機能にリアルタイム地図を画像データとして上乘せすることにより、遅延のない地図情報+防災/生活情報の表示が可能となる。マルチメディア放送サービスの移動体展開の一つとして高度ITSへの適用展開を積極的に進めていくことが必要となると思われる。(YRP研究開発推進協会)
	<p>【エンジニアリング情報の送信を想定】(パナソニック モバイルコミュニケーションズ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ロボット等の玩具向けの新語彙・新動作データ、新たな方式による放送の視聴のためのプレイヤーソフトウェア等のエンジニアリングチャンネルも想定される。(ACCESS)
	<p>【ナビゲート機能、検索、リコメンド機能の充実】(伊藤忠商事)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 通信によるコンテンツ取得へのナビゲーション機能、EPG、ECN(Electronic Contents Navigation)など、番組表のナビゲート機能のサービスのようなサービスモデルが想定される。(マルチメディア放送企画LLC)
	<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 視聴回数/期間設定、コピー可否等の様々なコンテンツ利用条件、月極/ペーパーユース等の様々な課金形態による新しいサービスが求められる。(ISDB-Tマルチメディアフォーラム)

提案募集結果(その他)

課題(論点)	概要
知的財産関係 (著作権)	<p>【著作権等権利処理制度の確立】(文化放送、エフエム群馬、クアルコムジャパン、マルチメディア放送企画LLC、メディアフロージャパン企画、伊藤忠商事)</p> <p>○ 想定される多様な放送・サービス形態に対応できる著作権等の権利処理制度の確立を検討すべき。(三菱商事)</p>
その他	<p>○ 視聴者の観点から、特定のハードウェアや技術規格に縛られることなく、オープンな環境であることが求められていると考える。(ジャパンイメージコミュニケーションズ)</p> <p>○ 国際競争力強化の観点から、わが国がイニシアチブをとるための課題として、技術のみでなく、コンテンツ、サービス、アプリケーション、プラットフォームの各レイヤーや、ソフト・ハードの両面それぞれに対して国際競争力を高めていく方策を検討すべき。(モバイルメディア企画・ソフトバンクモバイル・ソフトバンクテレコム・ソフトバンクBB)</p> <p>○ 携帯端末向けのマルチメディア放送導入の社会的意義(新しい放送メディアの出現が与える国民生活への影響、インターネットに頼る世代が社会の中心になりつつある中での放送メディアの位置付け、期待される放送サービス及びマルチメディア放送に対して国民が望むもの)について整理する必要がある。(メディアフロージャパン企画)</p>