

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
(第5回) 議事要旨

1 日 時 平成19年11月26日(月) 14:00~16:00

2 場 所 中央合同庁舎第2号館 地下2階会議室

3 出席者

(1) 構成員(五十音順、敬称略)

伊東 晋、金山 智子、黒川 和美、鈴木 博、根岸 哲(座長)、森川博之、
吉田 望

(2) 総務省

河内官房審議官、今林総務課長、吉田放送政策課長、奥放送技術課長、
吉田地上放送課長、武田衛星放送課長、長塩放送政策課企画官

4 議題

(1) プレゼンテーション(第4回)

- ・マルチメディア放送ビジネスフォーラム
- ・YRP研究開発推進協会
- ・主婦連合会
- ・東京都地域婦人団体連盟

(2) 検討に当たっての補足事項(周波数割当の検討)【→次回会合にて説明の予定】

(3) その他

5 議事要旨

(1) プレゼンテーション(第4回)について

マルチメディア放送ビジネスフォーラム、YRP研究開発推進協会、主婦連合会及び東京都地域婦人団体連盟からそれぞれ本懇談会における検討課題及び当該課題に対する考え方を聴取し、その後質疑応答・意見交換を行った。

① マルチメディア放送ビジネスフォーラム

○ 説明内容

資料1に基づき説明。

○ 質疑応答・意見交換

【構成員】 資料38ページの「特にデータ配信においては、地域ごとの情報を適切に提供できるインフラ形態が必要であり、全国一律ではなく、地域ごとの帯域割当が必須」と「公正で適切な参入条件のもと、既存放送事業者の継続・移行サービスだけでなく、さまざまなサービス提供者が参入できる枠組み・制度が強く望まれる」という部分について、参入条件が公正で適切であれば、周波数帯域の割り当ては地域ごとではなくても良いのではないかと思ったのですが、いかがでしょうか。

【マルチメディア放送ビジネスフォーラム（以下「MMフォーラム」という。）】 事業者としての割り当ては全国割り当てであったり地域ブロック割り当てであったりするかも知れませんが、ここで強調したかったのは、地域ごとのサービスが有要であり、それが可能な周波数の割り当てを期待したいということです。

【構成員】 広告事業の場合、地方において広告ニーズの集合があるために、各地方や各県域で1つの事業単位として成立しやすいのですが、有料事業の場合、県域にある事業所が、実際にそのプロモーションをできるのかということについて不安があるのですが、いかがでしょうか。

【MMフォーラム】 例えば、全国でデータサービスを提供したいという事業者が、各地域でインフラを持つ放送事業者と契約を結んで、サービスを提供するということを想定しております。

【構成員】 地域ごとに周波数を割り当てるという想定の場合、これまでの電波監理の観点からすると、県単位等のパターンになってしまうと思います。しかし、例えば、神奈川までスピルオーバーしている埼玉のFM放送のことを考えても、スピルオーバーすることによって別の地域の地域性の確保が妨げられるということにはならないと考えています。

例えば、東京都町田市と神奈川県相模原市は20キロ接していて、町田駅から半径10キロ以内に180万人が住んでいますが、そのうちの20%は東京都民、80%は神奈川県民となっていて、町田中心に情報発信することがない。また、北区と川口市のように川があるなどして大きくエリアが分かれてしまうところは別ですが、江戸川沿いの松戸や市川、船橋には250万人ぐらいの人が住んでいる。柏や千葉、大宮みたいにサッカーチームがあるところはいいですが、何のインフラもアイデンティティーもないところでコミュニティーサービスの放送ができないかということが、個人的に重要な関心事となっています。

このような地域は、今までの体系の中で置いてきぼりになっているために、ア

アイデンティティーを持たないという困った状況になっています。これは、大阪でも同じ問題があります。その地域で政治的あるいは地域固有のアイデンティティーを持つことがその自治体のとても重要なテーマになっています。東京は、都心5区で80万人、23区でも850万人しか住んでいませんが、郊外を含めると3,450万人が住んでいます。郊外の2,600万人はほったらかしなのです。

これは総務省が悪いのかもしれないけれども、今回のように新たに制度を作ることを考えたときに、東京でも大阪でも、みんなその中心の話をしてしまい、郊外に固有の情報が発信できない。そのため、災害になったらどうするんだという問題が出てきており、郊外の人からは、県域で議論するのはもうやめましょう、都市連携で議論しましょうという話になっている一方、放送事業者は、従来の構造のまま議論していることに違和感がありました。

【MMフォーラム】 フォーラムを離れ、東京という県域で放送をしている者としての立場で申し上げますと、アナログ放送でも同じ問題が確かにあります。県域放送と申し上げましたのは、東京・中央の発想ではなく、地方の発想が生かせる制度が必要ではないかということと、先日、コミュニティ放送のプレゼンテーションがありました。アナログのFMによる小さい局と、こうしたデジタルへの移行をする放送局が互いに補完し合うということがあっても良いと思います。

【構成員】 資料32ページの「3セグ×2程度の連結送信を1単位とすれば」と書いてありますが、連結送信というのは、3セグメントで1単位ではなくて、3セグメント×2の6セグメントを1単位で送信するということですか。

【MMフォーラム】 6セグメント単位で送信すると、かなり電波を有効に使えるのではないかと考えます。その上に、3セグの事業者が2つ参入すると、バラエティーに富み、かつ競争もできるのではないかと考えています。

【構成員】 6セグメントで、同じ周波数を県単位で割り当てるということでしょうか。

【MMフォーラム】 同じ周波数です。県の中では6セグメントは1つの周波数です。

【構成員】 3ないし6セグメントでなければならない理由というのは、多重化により容量が増えるということと周波数を効率よく使えることだと思いますが、地域によっては、送信する情報量が少ないために大分隙間が空くのではないかと懸念があります。都心でしたら、ダウンロード等のニーズが高く、周波数効率

が良いかもしれませんが、地方では、交通事故の道路情報を送るといった例でも、画像を送信するとなると、人手もコストもかかり大変なので音声だけあるいはテキストデータしか送れないということになるでしょう。そうすると、ほとんどガラガラになってしまうのではないのでしょうか。6セグメントというのは、少しオーバーなのではないかという気がしますが、どうでしょうか。

【MMフォーラム】 自動車ビジネス、自動車メーカーの視点で言うと、この3セグを使ってやりたいことは大きく3つあります。1つは渋滞情報、2つ目は観光、3つ目は防災です。

今のカーナビは通信という手段を使って、我々のインターネット上の情報をとれるような状態になっています。それを利用して、スタート地点から目的地点までの渋滞情報を考慮したルートを利用することで、実績でCO₂排出量を18%減らすことができます。ただ、通信を利用している以上、お客様は通信料を気にしますので、どうしても利用頻度の面で限界があります。そこで、放送波を使って、少なくともその地域ブロックを走っているユーザーに対して交通情報を配信し、さらにCO₂排出量を減らすことができるというのが1つ目の期待です。

2つ目の観光ですが、地方では、送信する情報がないのではないかという意見については、こと観光に関しては、地域に行けば行くほど、地方行政によって様々な観光情報が提供されています。ただ、問題は、地方でもインターネット上で配信していたり、道の駅等に刷り物として置いてあるのですが、それがドライバーや旅行者に届いていないことです。我々は、カーナビの通信機能を使って、ドライバーにそれを届けていますが、ユーザーは写真等を使ったリッチコンテンツはダウンロードしにくいようです。しかし、これが放送波で、おいしい料理の写真や美しい景色などを車向けに送ることになれば、今は欲しい人だけがダウンロードしている観光情報ですが、将来はその地域を走っている全てのドライバーに送信してその潜在ニーズを刺激し、地域活性につながるのではないかと思います。

3つ目の防災ですが、今、自動車メーカーは車の走行情報をお客さんから送信してもらうことによって取得していますが、今の通信手段だと、お客さんが我々につないでくれないと地震があっても通れない道などを教えられないのです。一方、放送波を使うことになれば、その地域にいる全ての人に対して、この道は通れませんと教えることができる。それを通信でやると、そもそも地震が起こったときは、安否確認で皆さん携帯を使うため、車の移動を効率化させるような情報を通信で行うことのプライオリティーは低いはずで。

そういった意味で、放送波を使ってその地域ブロックに情報を送るということについては、環境問題を考えたときの渋滞、地域活性化を考えたときの観光、そして防災という面で大きな期待をしています。

【構成員】 最初からすべてが6セグメント必要なほど情報はなくて、将来的に次第に増えていくということになると、それはそれで無駄な部分もあるのではないかと思います。如何でしょうか。

【MMフォーラム】 地域ごとにニーズの量の差があるというのは私どもも感じております。特に先ほどおっしゃった携帯のダウンロードサービスは、大都市において厚く、地方においてはそれほどのニーズもないということはあるかと思います。しかし、車載機でのサービスというところを意識して、特に地域でこだわりました。

【構成員】 現在通信経由で配信している緊急地震速報を一斉同報することで遅延の無いサービスが可能、という説明がありました。かなりスピードがないと意味がないという気がしますが、そんなに即時性があるものなのでしょうか。

【MMフォーラム】 現在、東京都内においては、マンションのインターホンにそのような装置をつけてインターネットで常時接続し、そこを通じて情報を受け取るというサービスがあります。これが有効かどうか、それほど早いのかという問題がありますが、放送で送信することによって、インターネットのルーターを通過して起きる数秒間の遅延を、数秒間は縮めることはでき、より効率がよくなるというイメージです。

【構成員】 それは具体的に実証されているのですか。

【MMフォーラム】 はい。1月17日に実際に電波を飛ばしまして、遅延の検証をいたしました。

【構成員】 自動車向けのサービスモデルは、有料でないサービスでビジネスとして成り立つのかということと、自動車向けと携帯端末向けとはアプリケーションやニーズが全然違うのではないかと思います。それが一緒になったサービスがどう形成されるかという点について、もしイメージがあれば教えてください。

【MMフォーラム】 まず1つ目については、現在、日産自動車、トヨタ自動車及びホンダを含む自動車メーカーが提供しているサービスは、そのコストをナビゲーションの販売価格に乗せて販売しております。

2つ目の、自動車向けと携帯向けではアプリケーションもニーズも違うのではないかという質問については、確かに異なるサービスもあると思いますが、基本

的にはサービスはクライアント非依存でつくられるべきだと我々は考えていますので、観光情報にしる、渋滞情報にしる、端末側のユーザーインターフェースの制約で、見え方は違うと思いますが、ソリューションとしては同じようなソリューションが使える、また、ニーズも同じであると考えています。

② Y R P 研究開発推進協会

○ 説明内容

資料2に基づき説明。

○ 質疑応答・意見交換

【構成員】 ご提案の方式は、多分アンダーレイ方式かと思いますが、ワンセグが技術基準的に認可された場合は、技術基準の変更はないということによろしいですか。

また、資料14ページの「ワンセグ・コミュニティ放送事業者の事業構造」の「放送事業者」はコンテンツまで制作するというイメージですが、例えばコンテンツ提供事業者と、周波数を割り当てられた放送事業者とが垂直的に分離していても機能するという理解によろしいですか。

【Y R P 研究開発推進協会（以下「Y R P」という。）】 1点目につきまして、現在、ワンセグは13セグメントのうち一部分だけ使っておりますが、ワンセグ単独で使うことは、まず問題ないと考えております。そのほかに、ワンセグの高度化を考えておりますが、ワンセグを3つだけ使ったり、あるいはワンセグ1個×3個で3事業者が使うという場合でも、今の技術基準を延長させて、なるべく電波干渉なく、帯域を再利用できるような仕組みを今年度、実験して検証する考えでおります。今のところ、技術的な見通しは明るいと考えております。

2点目の垂直分離につきましては、そのとおりです。

【構成員】 ビジネスのアプリケーションについてお聞きしたいのですが、コミュニティ放送ということで、地域のコミュニティを対象にしてアプリケーションを組んでいるということはよく分かりましたが、ただ、横須賀や渋谷、上野、みなとみらい等といったビジネスが成立する地域では、おそらくこういうコミュニティ放送は成立するかと思いますが、例えば、地方都市や普通の商店街すら経営が難しい地域が対象では、なかなか難しいのではないかと思います。そのような地域でビジネスが成立するとすれば、どのようなことが必要だとお考えかお聞きしたい。

【YRP】 非常に大事なポイントだと思います。慶応大学で検証した計算が一つの方向性を示している気がしますが、地方都市でも、都心の中の商店街においても、このような新しいサービスを具体的に実施する主体がなかなか出てこないことが問題だと思っています。

実際に、そのような主催者がいてサービスを始めるとすると、今までの放送と比べて軽微なシステムでサービス提供ができますし、番組そのものについても、必ずしも1時間から2時間のものをつくる必要はなくて、むしろ新鮮な情報がどんどん入れかわっていく放送サービスのほうが、はるかに適性が高いと思います。問題は、そのようなサービスの提供主体がどこまで集まることができるかという点になると思います。

例えば、横浜の日吉商店街では、そのようなサービスを提供しようとする事業主がいらっしゃらないのですが、慶応大学がその主体になって、地域と一緒にやってサービスをしていく仕組みができてくると、その可能性が出てくると思います。そのようなソリューションを地域ごとに、お話があるごとにつくっていくことがYRPのミッションであると思い、活動しております。

【構成員】 資料の8ページに送信装置の写真が載っていますが、これに対応した受信機についてお伺いしたい。受信機は現行のワンセグを受信できるということですが、逆に現行のワンセグ受信機でこのサービスを受信できるのでしょうか。

【YRP】 現在、開発している「ワンセグ高度化」による送信は、現在の受信機では受けられないものになっています。例えば、30fpsについても、ダウンロード可能という点についても、ARIBの規格を外れたものになっております。

ただ、この中でもワンセグメント単体の帯域の放送については、現在のワンセグ端末でも受信できます。ワンセグメントを受信できる以外の帯域については、端末の改造が必要になりますが、端末メーカーさんとの協議では、それほど大きな技術課題とは言えないのではないかとということで、それを今年度、実証してみたいと考えております。

【構成員】 今のワンセグ放送は、13セグメントのうちの真ん中のセグメントだけを使用していますけれども、そこから周波数がずれた場合でも対応できるのでしょうか。

【YRP】 1セグメント単位でずらせば、対応は可能という見通しをもっております。

【構成員】 この場合の免許制度について、例えばこの事業者がこのエリアだけ割

り当てるなど、エリア限定で与えるのかどうかという点についてのイメージを教えてください。

【YRP】 まさに今、YRPの中で議論しているのはこの点です。これは、YRPの中だけで議論したからといって解決する話ではなく、今後、ここにお集まりの皆さん方のアドバイスもいただきながら、協議を進めながら進めていくという、非常に息の長い話にならざるを得ないとは思っています。基本的には各事業者様から具体的なニーズがしっかり上がってきておりますので、それを実現するためにどうするかということだと思います。

1つの方向として、既に放送事業者様以外でも放送ができるという規制緩和の中で、例えばコミュニティFMというような制度ができていると思います。放送制度の中には登録制度などの仕組みもないことはないのです。そのような可能性をYRPとしてしっかりまとめた上で、総務省とぜひ相談したいということで、現在、準備しております。

【構成員】 その地域でどんな放送をやっているのかということは、ユーザーはなかなかわからないので、一種の番組表や、これを全体としてまとめる一種の組織や仕組みが必要な気もしますが、いかがでしょうか。

【YRP】 お話しのとおりだと思います。

それから、その事業的な仕組みと同時に、セグメント放送なりワンセグ放送の地域型のものを、受け手の側で自動的にチューニングするシステム系の開発も必要だと思います。そういうものも実用化に近い段階で準備されている企業もかなりいらっしゃいますので、そういう方々を中心に、できるだけ団体で、地域ごとで取り組みたい。実は今のワンセグ放送も地域が変わると、やはりチューニングし直す仕組みが必要になってきます。そのため、現在こういう地域ごとの放送も自動的にチューニングできるような仕組みを準備しています。

【構成員】 資料8ページの「現在の装置」で、どのくらいのエリアがカバーできるのでしょうか。結構広いところではないとペイしないのでしょうか。

【YRP】 電波の強さはアンプを取りかえるだけで変えられると考えております。アンプはものすごい大出力ですと、100万円、200万円とどんどん上がりますけれども、本日考えているのはせいぜい半径1キロメートル、通常は半径2、300メートルぐらいですので、せいぜい数千万円程度ということになります。

【構成員】 スポットがだんだん小さくなってくると、境界というのがあいまいに

なって、干渉の問題が出てきます。先ほど、免許の話がありましたけれども、そのような干渉をどこでだれがコントロールしているのですか。

【YRP】 今はまだコントロールしておりません。電波がお互い干渉しない程度に十分離して設置しているという形です。

【構成員】 適当に離しているということですか。

【YRP】 例えば1ミリワットぐらいの電力にしますと、実効サービスエリアで30～40メートルぐらいですので、干渉するゾーンとして大体500メートル離しておけば、置局ができるという計算で行っております。

【構成員】 これは事業者が勝手にやっているということですか。

【YRP】 今現在は実験レベルですので、YRPの中で実験計画を立てて、重複しないようにやっておりますが、将来的には、電波が重複しないようにガイドラインなり、13個のセグメントをまとめて監理する仕組みが必要になるのではないかと考えております。

【構成員】 「ワンセグ高度化」というところで、ファイルダウンロードが可能になっていますが、いわゆる統計多重は入っているのでしょうか。

【YRP】 今現在は考えておりません。このワンセグメントの中で、いろいろなストリームをさらにファイルダウンロードという形で束ねる場合は、統計多重のような考え方も必要になるのではないかと思います。

【構成員】 複数チャンネルの同時受信もできるのでしょうか。

【YRP】 今は1チューナーで1個のセグメントを受信しておりますので、1チャンネルになります。

【構成員】 全13セグメントを一度に受信して、その中から1セグメントを取り出すというのではなくて、1セグメントだけにチューニングした受信機があるということでしょうか。

【YRP】 そのとおりです。

③ 主婦連合会

○ 説明内容

マルチメディア放送サービスの利用者の視点から、

- ・大前提として、「放送」として位置付ける以上、中立性を確保すること、青少年に影響を与えないものであること及び公共の福祉に寄与するものであること、
- ・一方で、サービス内容の充実や多様化に資するようなコンテンツ制作者の自由な競争も必要であること

を述べた上で、

- ・基幹メディアとして位置付けるかについては、今の「基幹放送」が地上のテレビ放送を意味するのであれば、当該地上テレビ放送における番組の多様性の欠如などにかんがみると、それとは違う放送が望ましいこと
- ・特定の年代や層にしか受け入れられない番組作りでなく、様々な年代層が満足できる放送とするため、「総合編成」の必要まではないが、(マルチメディア放送)全体で多様性確保を実現すべきであること、
- ・地域の生活者の生命、財産、安全・安心に関する情報を公平に提供するものであること、
- ・ unnecessaryな機能に無駄なコストをかけて、それを消費者に負担させるようなことはあってはならないこと

との説明があった。

④ 東京都地域婦人団体連盟

○ 説明内容

資料3に基づき説明。

③・④ 主婦連合会及び東京都地域婦人団体連盟の説明に関する質疑応答・意見交換

【構成員】 いわゆる消費者保護という観点での問題を提起されましたが、そのとおりで、我々も消費者の視点も重要であると認識しています。一点お伺いしたいのは、説明で言及されました特定商取引法や割賦販売法の改正が検討されていますが、携帯端末用のマルチメディア放送のような媒体にもこれらの法律を適用することでうまく解決ができるのではないかという気もしますが、いかがでしょうか。

特定商取引法か何かの法律で、クーリングオフの対象を広げようとしています。また、インターネットに対しても適用対象を広げるという方針が、新聞報道され

ていたと思います。そういうものもこれから私たちが検討を進めていく上で、当然考慮に入れて検討することになると思いますが、この点についてご意見があればお願いします。

【主婦連合会】 割賦販売法の改正を検討する委員会で言われている被害というのは、本当にすさまじくひどいものです。放送に関して起こった被害は法律で対処するからいいというのではなくて、あのような無法な状態が放送の中に入ってくることを、まずは止めたほうがよろしいと思います。それでもやはり何か問題は起きるわけですから、そこで法律の手立てというのとは必要ですが、何か起きたときに割賦販売法や特定商取引法があると考えのではなく、放送という形態である以上は一定のハードルなり基準が必要だと思えます。

もう一つは、マルチメディア放送において、もしショッピングや予約をすることがあるのであれば、クレジットカード情報などの個人情報に関するルールについて、ぜひとも専門家の方に考えていただきたいと思えます。

【東京都地域婦人団体連盟】 マルチメディア放送は、難視聴の地域で大変辺鄙で買い物にも不自由しておられるような地域の方には役立つ場合もあるのかもしれませんが、現在放送されている番組の中には、サクラみみたいな人が登場してきて、拍手して、「うわー、安い」とか、タレントが「これは買わなきゃ損ですよ」などという問題のある演出を行っているものがあります。昨今これだけものが飽和状態のところ公共の電波を使いなおかつショッピング情報を提供することが、社会にとってどれほどの意味があるかという点について、正直に言って疑問に感じています。法律がどう改正されようと、魅力的なメディアであるだけに自粛を望みたいと思っております。

(2) 検討に当たっての補足事項（周波数割当の検討）について
会議進行の関係上、次回会合にて説明することとなった。

6 その他

- 第6回会合は、12月20日（木）14：00から開催の予定。
- 次回会合では、NTT Docomo、KDDI及びソフトバンクモバイルの携帯電話事業者並びにビジネス分野の有識者（事務局において調整中）にプレゼンテーションを依頼することとなった。

以上