

前回会合におけるご指摘について

<目次>

- 諸外国の状況 … 1
- ラジオ事業者を取り巻く状況 … 4
- 広告市場の推移・将来試算 … 5

諸外国の状況①(参考になる事例)

● (英)BT Movioサービス ⇒ 2008年1月に撤退。

- ・ デジタルラジオのプラットフォーム上で簡易映像5chの放送を有料で提供(2006. 1~2008. 1)。
- ・ BT Movioは携帯電話会社にサービスを卸売り。

⇒ 「対応する携帯電話端末の種類」 「チャンネル数」

「敗因としては、利用できる端末の少なさ、コンテンツ未充実、併用して利用できるその他のサービスが乏しかったことが挙げられている。」(Screendingest 08/02/06)

「バージンモバイル陣営CEゴウ氏によると、携帯TV市場は未だ初期段階で、売り上げが伸びなかった原因は同サービスを利用できる携帯端末が1種類しかなかったことであると説明している。同氏は、携帯機器はファッションの一部として受け止められており、流行の移り変わりのサイクルは非常に早いとし、現在販売されている端末はもう古くなっていると述べている。(略)ただ、提供しているチャンネル数が(略)5チャンネルに限定されているため、今後視聴がどれほど伸びるかが問題となっている。バージンモバイルによるサービス試行では週当たりの視聴時間はたったの66分であったが、ライバル事業者O2がオックスフォードで実施した同社の携帯TV放送サービスは16チャンネルを提供しており、週当たりの視聴時間はなんと4時間であった、」(Guardian07/01/17)

● (独)watchaサービス ⇒ 開始1年で利用者2万人

- ・ 簡易映像4chの放送を有料で提供(2006. 5~)。
- ・ MFD社が携帯電話会社にサービスを卸売り。

⇒ 「チャンネル数」

「フランスとイタリアではすでにモバイルTVが普及しているが、ドイツでは現在、2万人が利用しているにすぎない。ドイツではモバイルtvを視聴できるチャンネルが3~5局に限られており、普及の妨げとなっている。」(Screendingest 08/02/06)

● (韓)T-DMBサービス ⇒ 赤字が継続

- ・ 簡易映像、音声、データの放送を無料で提供(2006. 5~)。

⇒ 「対応する携帯電話端末の種類」

「MIC(情報通信部)は、経営状態が苦しい地上波DMB事業者を支援するための、地上波DMB活性化支援政策も併せて発表した。支援策の内容は、①電波法施行令改正を通じてDMB中継器のアンテナやケーブル交換などは無線局変更検査を免除、②南山と冠岳山の送信機出力を今年上半期中に2倍の4kwに上げる、③年内にも地上波DMBの中間広告を導入し、事業者の広告料増収を支援、④移動通信事業者の協力も誘導しながら対応端末種類を増やす、」(MIC Press Release 07/04/05)

諸外国の状況②(提供状況の概要)

- マルチメディア放送は、2005年に韓国が開始して以降、イギリス(06.1)、ドイツ(06.5)、イタリア(06.6)、フィンランド(07.5)、米国(07.3)等でサービスが開始され、フランス等の他国においても準備が進んでいる。
- 米国、イギリス、ドイツにおいては、いずれも携帯電話の付加価値サービスとして提供されている。
- 米国、イギリス、ドイツ、イタリアとも、正式の加入者数を公表しておらず、また、韓国においても、普及している端末は「受信可能な端末」であり、視聴実数に直結するものではないことから、サービスの動向は把握し難い。
- イギリスのBT Movioの撤退、韓国の放送委員会による発表の内容を見ると、**現段階では、厳しい経営となっていることが想定される。**

	米国	イギリス	フランス	ドイツ	イタリア	韓国
マルチメディア放送の提供の状況	○	撤退	準備中	○	○	○
開始時期	07.3～	06.1～08.1	—	06.5～	06.06～	05.12～
サービス名称	V CAST Mobile TV	BT Movio	—	watcha	Walk TV、TIM TV	SBS-U等
サービス提供地域	全国(主要都市)	全国放送	全国放送	全国放送	全国放送	地域放送
提供事業者	販売事業者 Verizon Wireless (携帯電話事業者)	Virgin Mobile (携帯電話事業者)	入札中	Debitel (携帯電話事業者)	3Italia、TIM (携帯電話事業者)	KBS、MBC、SBS (地上テレビ局)
	卸売事業者 MediaFLO USA	Movio(BT子会社)		MFD	Mediaset(地上テレビ局の親会社)	YTN DMB、Korea DMB、U1Media(新規参入者)
技術方式	Media FLO	DAB-IP	DVB-H	T-DMB	DVB-H	T-DMB
チャンネル数	映像8ch	映像5ch	映像16ch(予定)	映像4ch	映像11ch	映像1ch、音声1ch、データ1ch(KBSの例)
	・既存TV中心 ・DR映像もあり	・既存TV中心	—	・既存TV中心	・既存TV中心	・既存TV中心
料金体系	有料	有料 (携帯電話の高額利用者は無料)	未定	有料	有料	無料(広告放送)
普及状況	不明	不明	—	不明	不明	・対応端末は742万台普及
備考	・オークションにより得た周波数で提供。	・デジタルラジオのPFにより提供。		・DVB-H方式の新サービスを入札予定		

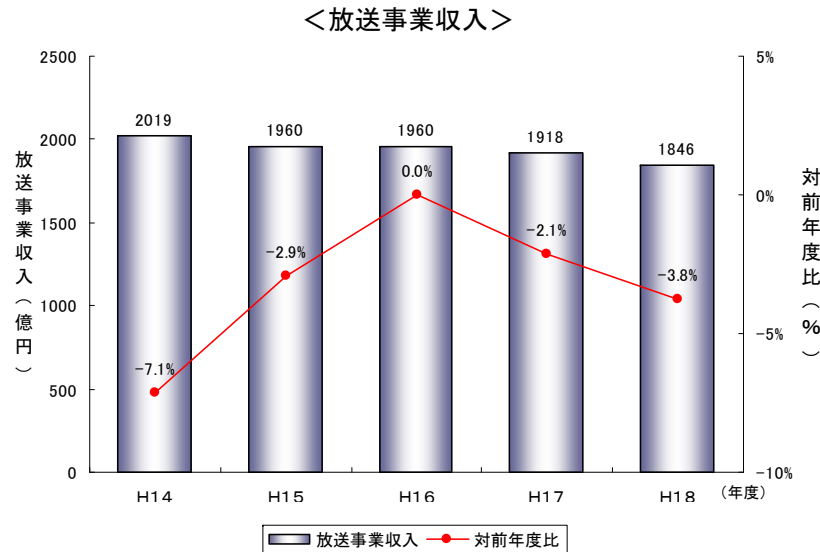
諸外国の状況③(制度化の状況)

- **(専用周波数の確保)** 米国・イギリスは専用の周波数を確保していない。
- **(定義)** フランスは「映像サービス」であることを、韓国は「映像」「音声」「データ」のうち2以上の多チャンネルであることを、要件としている。
- **(放送対象地域)(普及義務)** 各国とも、テレビジョン放送と同じ放送対象地域とし、フランス・ドイツは免許手続きで一定の普及義務を確保。

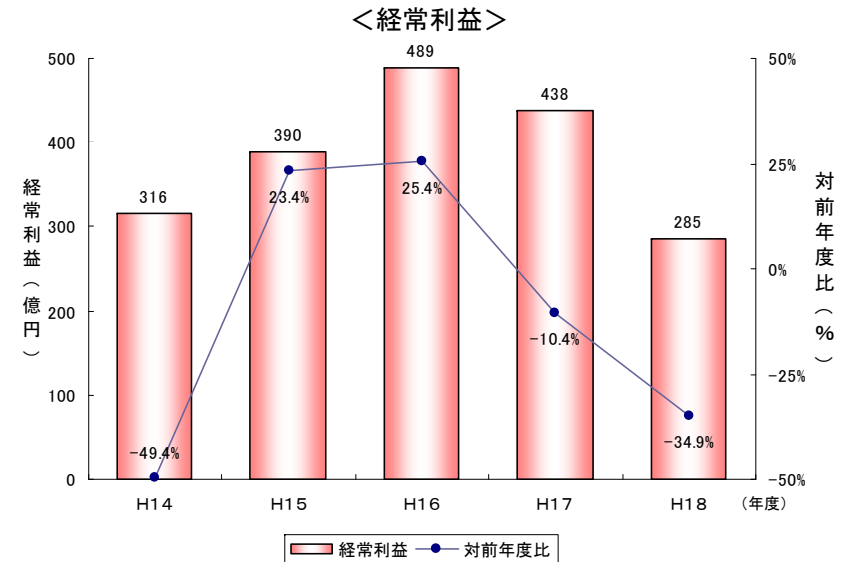
	米国	イギリス	フランス	ドイツ	イタリア	韓国
専用周波数の確保	なし ※ Verizonのサービスの周波数は、Qualcomがオークションで落札。	なし ※ Virginのサービスの周波数は、デジタルラジオ放送用に割り当てたもの。	あり	あり	なし ※ テレビ用周波数を利用して実施。	あり
定義	なし	なし	○個人用モバイルテレビ放送 主として移動受信用である電波資源を利用して、移動中に電波で受信するテレビサービスの放送方式である個人用モバイルテレビ【視聴覚法30条1-1】	なし	○携帯端末向け地上デジタル放送番組サービス 数多くのデジタルテレビジョン番組の放送サービスで、DVB-Hあるいはその他の標準で動く携帯端末を通して公衆の利用を定めたサービス。【通信相規則第8章2第39条2】	○移動マルチメディア放送 移動中の受信を主目的として多チャンネルを利用してテレビ放送・ラジオ放送及びデータ放送を複合的に送信する放送。(放送法第2条) テレビ・ラジオ・データのうち2以上を運用(放送法施行令第53条)
放送対象地域	— ※ Verizonのサービスは、Qualcomが全米で取得した単一の周波数を用いて、主要都市でサービス展開。(テレビ:地域)	— ※ Virginのサービスは「全国用」のデジタルラジオの周波数を用いて、全国でサービス展開。(テレビ:全国+地域)	全国放送 (テレビ:全国が基本)	全国放送 (テレビ:全国が基本)	全国放送 (テレビ:全国が基本)	地域放送 (テレビ:地域)
普及義務	— ※ オークションの際の条件として、免許期間中(～15.1.1)に免許地域(全米)において人口20%をカバーすることが求められている。	— ※ Virgin Mobileが用いているデジタルラジオは、免許エリア内の人口カバー率の達成時期等について申請の際の申告によることが義務づけられている。	あり ※ 屋外受信で、3年後に人口カバー率の30%、6年後に60%が義務づけられている。	あり ※ 免許に際して、ビジネスモデル、3年のビジネスプラン、端末装置市場の発展予測等の記載が必要(DMB)。 ※ 08末に全州都、15には90%の人口カバー率(DVB-H)。	不明	なし (放送対象地域内で良質のサービスを提供する義務のみ)

ラジオ事業者を取り巻く状況

○ラジオ事業者^(注1)のラジオ放送事業収入^(注2)及び経常利益の推移



(出典) 「日本民間放送年鑑2007」より



(出典) 「日本民間放送年鑑2007」より

(注1) ラテ兼営局、AM・FM・短波局

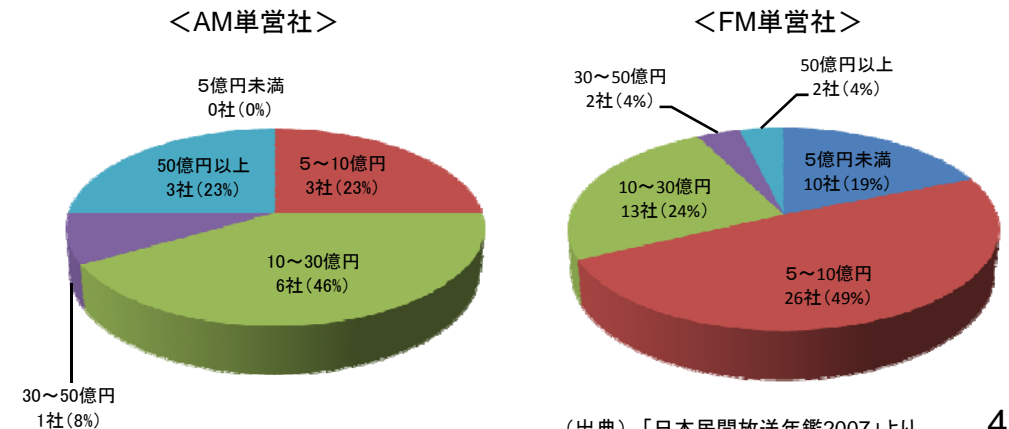
(注2) ラテ兼営局については、ラジオに係る放送事業収入のみ算入している。

○過去3カ年の経常損益が赤字の局数

		H16年度	H17年度	H18年度
テレビ	テレビ単営社(93社)	0社	1社	13社
	ラテ兼営社(34社)	0社	2社	5社
ラジオ	AM単営社(13社)	1社	4社	0社
	FM単営社(53社)	11社	11社	10社

(出典) 総務省調べ

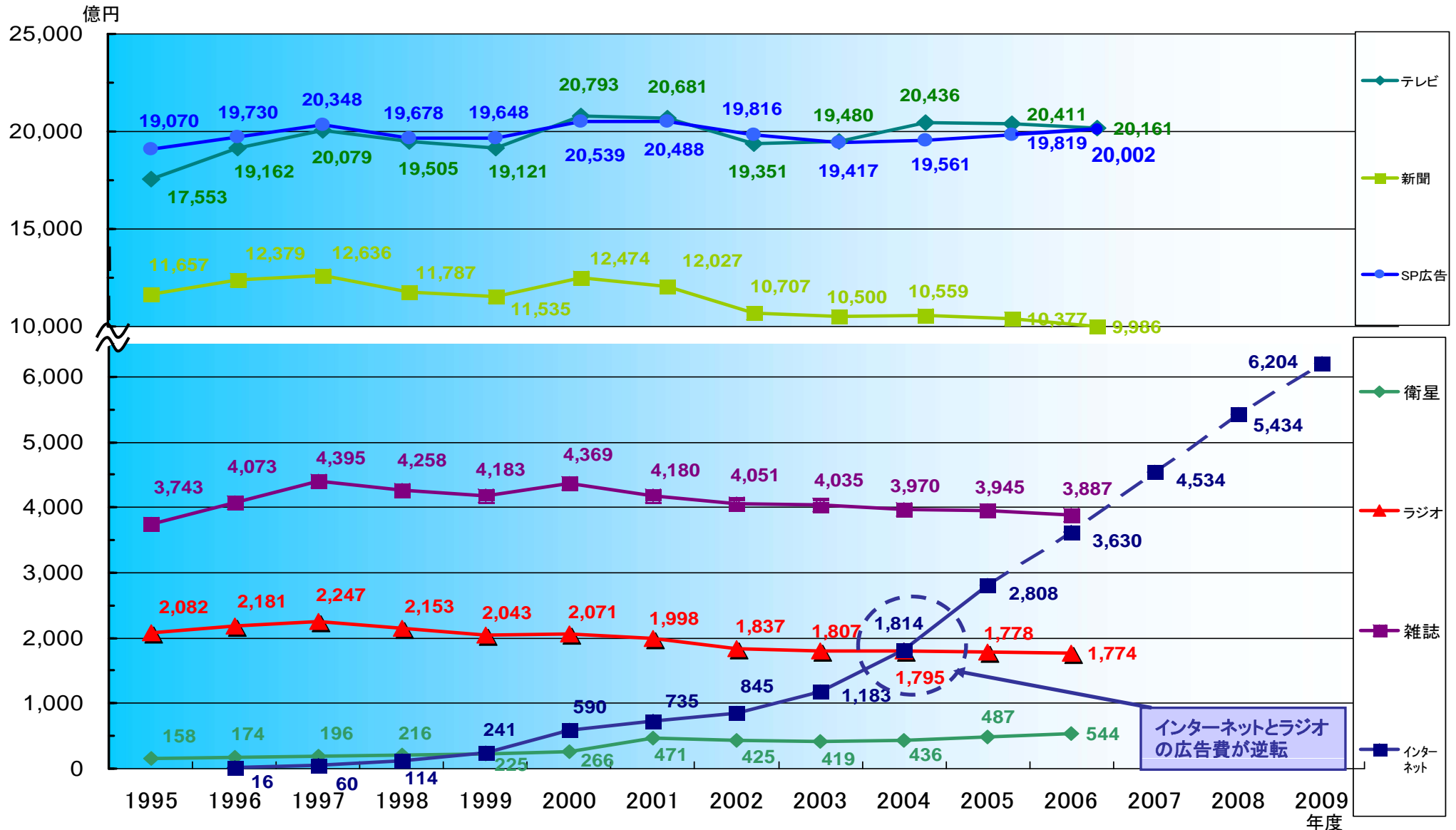
○事業収入規模別構成



(出典) 「日本民間放送年鑑2007」より

広告市場の推移・将来試算

2004年度にインターネットとラジオの広告費が逆転。予測では、2007年度にインターネットと雑誌の広告費が逆転。



注1 衛星は衛星放送、CATV、文字放送等に投下された広告費
 注2 SP(セールスプロモーション)広告…販売促進を目的とする短期的な広告

(出典:『情報メディア白書 2007』(電通総研)及び電通総研発表資料、電通ウェブサイトより作成)