

ホワイトスペース推進会議（第4回会合）議事要旨

1 日時

平成23年7月13日（水） 10時30分～12時00分

2 場所

総務省8階 第一特別会議室

3 出席者（敬称略）

（メンバー：50音順、敬称略）

伊東晋、木村太郎、東倉洋一、所眞理雄、藤原洋、三友仁志

（発表者）

株式会社湘南ベルマーレ、株式会社TBSテレビ、日本空港ビルディング株式会社、株式会社デジタルメディアプロ、兵庫県地域メディア実験協議会、株式会社中海テレビ放送

（総務省）

森田総務大臣政務官、小笠原総務審議官、桜井総合通信基盤局長、久保田総括審議官、吉田電波部長、稲田審議官、前川総合通信基盤局総務課長、渡辺電波政策課長

（事務局）

電波政策課

4 配布資料

資料 4-1	(株)湘南ベルマーレ発表資料
資料 4-2	(株)TBSテレビ発表資料
資料 4-3	日本空港ビルディング(株)発表資料
資料 4-4	(株)デジタルメディアプロ発表資料
資料 4-5	兵庫県地域メディア実験協議会発表資料
資料 4-6	(株)中海テレビ放送発表資料
資料 4-7	「ホワイトスペース推進会議」IMC Tokyo2011 出展の報告
資料 4-8	ホワイトスペース活用の展開に向けて
参考資料 1	ホワイトスペース推進会議(第3回会合:公開ヒアリング)議事要旨

5 議事概要

(1) 開会

- 森田総務大臣政務官から挨拶が行われた。
- 土居会長からの指名で本日の議事進行は、東倉構成員が行うことが報告された。

(2) ホワイトスペース特区における検討状況の報告

- 「ホワイトスペース特区」において、実証など取組が進んでいる6者から

特区における検討状況、成果及び今後の展望等についてプレゼンテーションが行われた。

○ 上記プレゼンテーションに対して行われた主な質疑は以下のとおり。

(所構成員)

- ・ 湘南ベルマーレにお聞きしたい。ベルセグサービスの実績として毎回 1000 人前後の方々がエリアワンセグを視聴しており、リピーターが多いということは、サービスが認められた結果だと思うが、人気のあるコンテンツはどのようなものか。

(湘南ベルマーレ)

- ・ 平塚競技場にはオーロラビジョンがなく、試合は目で実際に観るしかなかったことから、実験開始当初は、視聴者は主に試合中継に興味を持つのかと思っていた。しかし、実際は、競技場でしか観られない選手のインタビュー動画や選手のサッカーテクニックを紹介するようなオリジナルコンテンツが人気が高いようである。
また、試合中継についても、今年に入って副音声を流すようになってから人気が出てきている。

(所構成員)

- ・ ワンセグを流している時間は 5 時間とかなり長いようだが、携帯電話の電池の持ちはワンセグの視聴率に関係あると思うか。

(湘南ベルマーレ)

- ・ 仰る通り、記者の方々などは、ワンセグを視聴すると携帯電話の電池が切れるのが早くなり、業務上の連絡ができなくなるため、ワンセグを視聴する人が減ってきた。このため、記者席にアダプタを用意する必要があるかについて、現在検討しているところ。
また、観客については試合前のコンテンツは 15 分程の番組を繰り返しているので、録画して観るという方が増えている。試合中継をずっとワンセグで観てしまうと電池がなくなってしまう恐れがあるという人の中には、ワンセグでリプレイのみ観るといった人もいる。基本的に電池の問題は解消できていないが、今後クラブでどう対応するか検討したいと思っている。

(三友構成員)

- ・ 日本空港ビルデングにお聞きしたい。特区においては大変有効にホワイトスペースを活用されているようであるが、同時に、問題点として 2 点指摘されている。特にワンセグそのものを認知してもらうのはなかなか難しいと思うが、空港の中の様々な店舗やレストランがあるので、ワンセグによりクーポンを配布するなど、マーケティングと結合する形でワンセグを認知してもらうというやり方は検討していないのか。

(日本空港ビルデング)

- ・ 平成 21 年度にはワンセグで視聴者へクーポンを配布し、それを対象の店舗へ持って行くと何らかのメリットがある、という実験を行った。しかし、お客様がワンセグ視聴にたどり着くまでが問題であると考えている。イベントなどではなく、羽田空港や駅などの公共の場所でもエリアワンセグを放送しているという認知度を高めれば良いが、現在のところ認知度は高くない。また、実験試験局という制約もあり、羽田空港に来られた方々にワンセグを大きく告知することが難しい。デモやアンケートの実施日をできる限り告知しているが、ワンセグそのものを知らない方やワンセグは知っているが羽田空港でも放送していることを知らない方が多い。どうすればワンセグを見てもらえるか社内で検討中であるが、投資と回収のバランスを考えると、弊社だけでは限界があるのではないかと考えている。

(三友構成員)

- ・ ワンセグそのものの認知度をどう上げるかというのは、確かに大きな問題であると思う。
今は実験試験局ということでサービスを行っているが、今後実験という枠ではなく、仮に本免許となった場合には、ワンセグの認知度が変わる可能性はあるか。

(日本空港ビルデング)

- ・ エリアワンセグが制度化された後は、大々的に告知等を行うことができるため、認知度は高くなると思うが、現状に関しては、ワンセグを観ていただかないとビジネスライアルそのものが始まらない状況である。現在、羽田空港ではその解決策を検討している。

(伊東構成員)

- ・ TBS テレビにお聞きしたい。湘南ベルマーレの実験においては、競技場内でワンセグの受信が難しい場所があったとのこと。御社が実験されているフルセグの場合はワンセグよりも受信条件が厳しくなると思う。資料を見ると送信アンテナをサカス広場の真ん中に置かれているが、この場合、電波の反射などによる受信への影響は小さかったのか。

(TBS テレビ)

- ・ 平成 22 年末頃から開始した冬サカスでは、技術実証実験を行った。結論から申し上げますと、受信への影響としては、閉空間ではフェージングマージンの要素はほとんどなく、マルチパスマージンが大きかった。64QAM の 3/4 が地デジの変調方式だが、実験により、フルセグについては、64QAM の 7/8 でも受信できる可能性があることが分かった。ワンセグについては、QPSK の 2/3 ではなく、もう少し多値度が高い 16QAM の 1/2 でも十分受信できるという成果が出ている。実験は近距

離伝送であることから、無視できるマージンも多いと考えている。よって、マルチパスマージンを上手くコントロールできれば、固定放送のパラメータの多値度を上げられるなど副次的な効果も期待できる。

(伊東構成員)

- ・ 送信点は広場の中心の一点だけか。ギャップフィラーなどは設置していないのか。

(TBS テレビ)

- ・ 送信点は広場の中心に一点のみであるが、十分広場をカバーできている。今後、エリアを通りのほうにも広げたいという要望もあることから、近い将来には SFN 構成で実験をしてみたいと考えている。

(藤原構成員)

- ・ 兵庫県地域メディア実験協議会にお聞きしたい。エリアワンセグとデジタルサイネージの両方の実験を行っているが、先ほど発表の中で、デジタルサイネージの実験は継続するが、エリアワンセグの実験は様子を見ると仰っていた。その主な理由は運用上の問題なのか、もしくは、マーケティング上の問題なのか。
- ・ デジタルサイネージの実験を行って、実際どれくらいの集客効果があったのか教えて頂きたい。

(兵庫県地域メディア実験協議会)

- ・ 一点目については、二つ理由がある。まず、エリアワンセグ用の実験試験局の免許の期限が切れることが一つ。また、エリアワンセグは、デジタルサイネージに比べ、運用するためのコストが多くかかるためである。当座は、デジタルサイネージのみの運用を継続し、コンテンツを充実し、将来的にエリアワンセグの運用コストを抑えられた場合には、エリアワンセグも再び運用したいと考えている。
- ・ 二点目については、東日本大震災の発生により、アンケートを実施する予定だったイベントなどが中止になったため、アンケートを実施できていない状況であり、集客効果などは現在のところ具体的には分からない。

しかし、実験の中で、商店街店舗の CM を一般に募集し、大学生など選ばれた人の CM を地域ごとに流すという取組を行った際、商店街の方々の反応を見ると、それなりの効果があったのではないかと思う。アンケートについては、今年 9 月までに実施する予定である。

(3) IMC Tokyo2011 出展の報告

- 事務局から資料 4-7 に基づき、IMC Tokyo2011 出展について報告が行われた。

(4) 今後の進め方について

- 事務局から資料 4-8 に基づき、今後の進め方について説明が行われた。

○ 上記説明に対して行われた主な質疑は以下のとおり。

(藤原構成員)

- ・ 海外のホワイトスペースの利用状況について、引き続き調査していただき、提供していただければと思う。

(事務局)

- ・ 今後、そのように対応させていただく。

(所構成員)

- ・ 課題というわけではないが、ホワイトスペースの利用を広く展開するには、大きな成功モデルが必要だと思う。できる限り早く、特区の中から成功モデルを後押しし、示していただきたい。
資料 4-8 に書かれている通り、多種多様な分野から簡単に参入できるようにするための制度づくりが非常に重要である。それと同時に、上手く行きそうなモデルをどのように支援し、ビジネスとして定着させるか、ということも考えなければならない。

(木村構成員)

- ・ ホワイトスペースに限った話ではなく、新しいメディアの使い方としては、それが防災にどれほど有用なものか、といったことが重要になってくる。
被災地でワンセグを防災用に使っている場所があると聞いている。実際ワンセグを防災用に利用する時、何が良かったのか、もしくは、何が悪かったのか、ぜひお聞きしたい。

(事務局)

- ・ 被災地の南相馬市では、ワンセグを使った取組を実施するというお話も、また、被災地である先行モデルの宮城県栗原市では、実証実験を行っている。そのような事例も含めて、可能であれば、次回の推進会議でご報告させていただきたい。

(5) 閉会

- 今後の予定については、事務局より追って連絡することとなった。

以 上