

提案書（要旨）

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

〒243-0192

かながわけんあつぎしおかつこく

神奈川県厚木市岡津古久560-2

まるちめでいあほうそうびじねすふおーらむしゃさいきぶんかかい

マルチメディア放送ビジネスフォーラム車載機分科会

代表

こいずみ ゆういち にっさんじどうしゃかぶしがいしゃ

小泉 雄一（日産自動車株式会社）

以下の通り、「携帯端末向けマルチメディア放送サービス等」に関して今後検討が必要と思われる課題について提案を提出します。なお、本文は別紙をご参照ください。

• 背景

マルチメディア放送ビジネスフォーラム車載機分科会の視点から提案・貢献することで、この分野で日本が国際的にイニシアティブを取り、その成果を車載機メーカーおよび自動車メーカーとしても活用していくべきと考えます。

• ビジネスモデル分野

携帯端末向けの放送サービスとしては、①高い付加価値、②公平な競争による市場の形成・需要の創造、③海外への展開、の3つの条件を満たすものであるべきと考えます。また、既に自動車向けデータ放送の実験では、「マルチメディア放送ビジネスフォーラム」などで幾つも実施されており、非常に大きな期待を集めております。携帯電話だけでなく、自動車向にもサービス実施ができるシステムと事業者を選択するべきです。

• 制度分野

マルチメディア放送は、従来の放送の枠組みにとどまらず、民間の活力により、デジタルの利点を生かした高付加価値のサービスが実現できる制度とし、公平な競争による参入機会が与えられるべきです。また、通信系サービスと同様、新規サービスの導入により新たな需要を創造し、継続的に発展可能な市場が形成できるようにすべきです。

さらに、地域の経済発展、文化貢献、地域住民の安全安心のため、全国一律の放送のみではなく、地域ごとに異なる放送が実施できる制度とすべきです。

• 技術分野

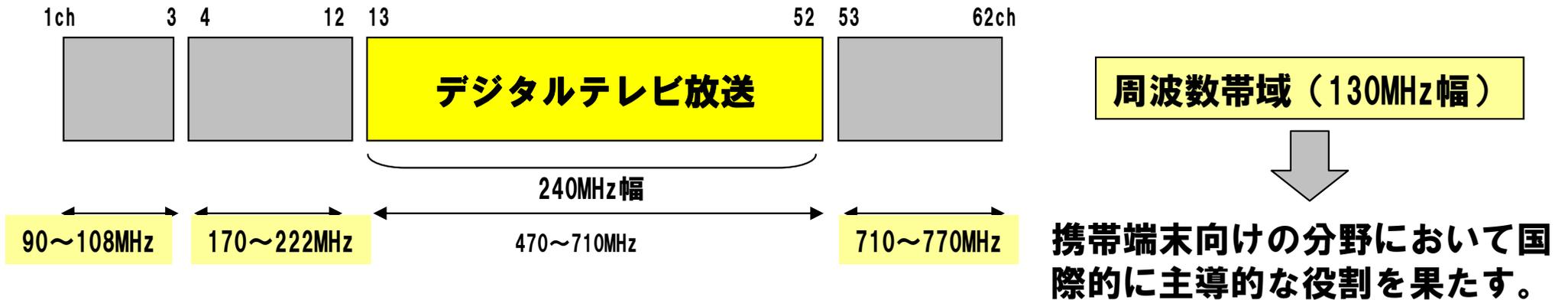
マルチメディア放送の放送システムは、2011年の車載端末商品化を念頭におけば、各種車向けサービスの開発・実証がすでに十分行われているシステムである必要があります。特に、地図や地域情報配信のためのデータダウンロード技術や自動車ユーザに適した操作性の具備は必須の条件といえます。また、地域情報、交通情報、地図情報等の提供には、全国一律の放送のみではなく、地域ごとに異なる放送が実施できることが必須です。このような自動車向け放送サービスを世界に先駆けて実現することが、ITSの放送分野における国際的イニシアティブを取ることに繋がると考えます。

1. 背景
2. ビジネスモデル分野の課題
3. 具体的なビジネスモデル案①～③
4. 技術分野の課題
5. 制度分野の課題

1. 背景(マルチメディア放送ビジネスフォーラム車載機分科会としての視点)

マルチメディア放送ビジネスフォーラム車載機分科会の視点から提案・貢献することで、この分野で日本が国際的にイニシアティブを取り、その成果を車載機メーカーおよび自動車メーカーとしても活用していくべきと考えます。

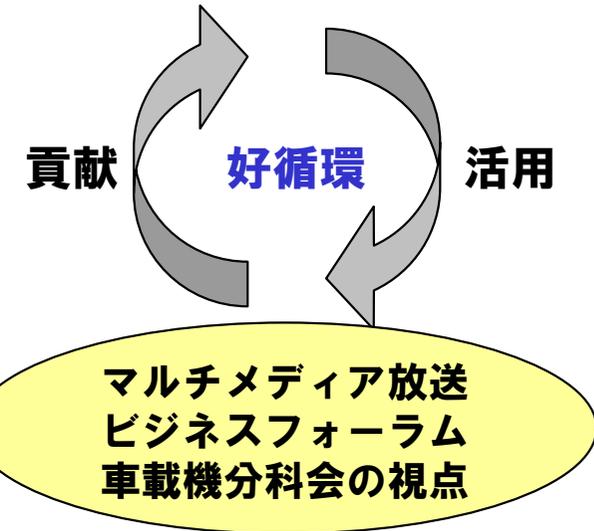
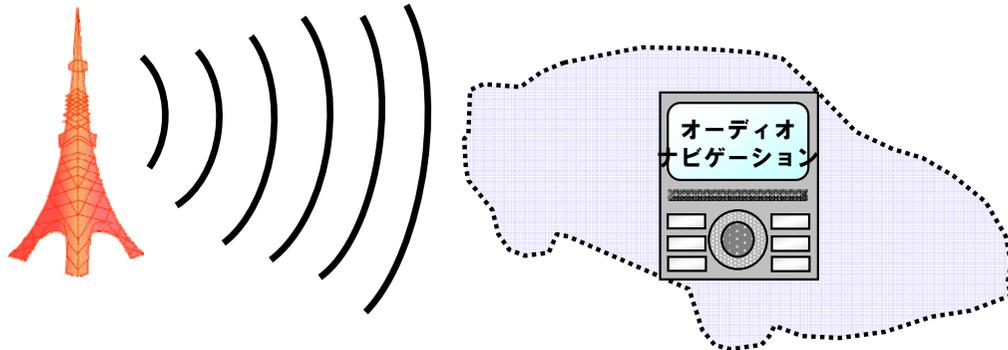
放送環境の大きな変化(2011年以降)



マルチメディア放送ビジネスフォーラム車載機分科会の視点

- ・従来から放送サービスの利用シーンにおいて、自動車は欠かせない存在
- ・「マルチメディア放送ビジネスフォーラム※」等で実験を実施済み。

※旧デジタルラジオニュービジネスフォーラム



2. ビジネスモデル分野の課題

携帯端末向けの放送サービスとしては、①高い付加価値、②公平な競争による市場の形成・需要の創造、③海外への展開、の3つの条件を満たすものであるべきと考えます。
また、既に自動車向けデータ放送の実験では、「マルチメディア放送ビジネスフォーラム※」などで幾つも実施されており、非常に大きな期待を集めております。携帯電話だけでなく、自動車向にもサービス実施ができるシステムと事業者を選択するべきです。

※旧デジタルラジオニュービジネスフォーラム

①高い付加価値

・有限資源である周波数帯域から付加価値の高いサービスを生み出すべき。
・かつ、あらゆる人にとって公平な利用機会が提供され、デジタルデバイドを引き起こすものであってはならない。

事例(モバイルビジネス)

手軽な端末でモバイルコンテンツやモバイルコマースの市場が拡大。2006年には9285億円に発展。
※モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果(2007 総務省)より

②公平な競争による市場の形成・需要の創造

・一部の企業にのみ参入可能な市場であってはならない。
・新たな需要を創造することで、市場として発展可能なこと。

事例(インターネット上の商品、サービス販売)

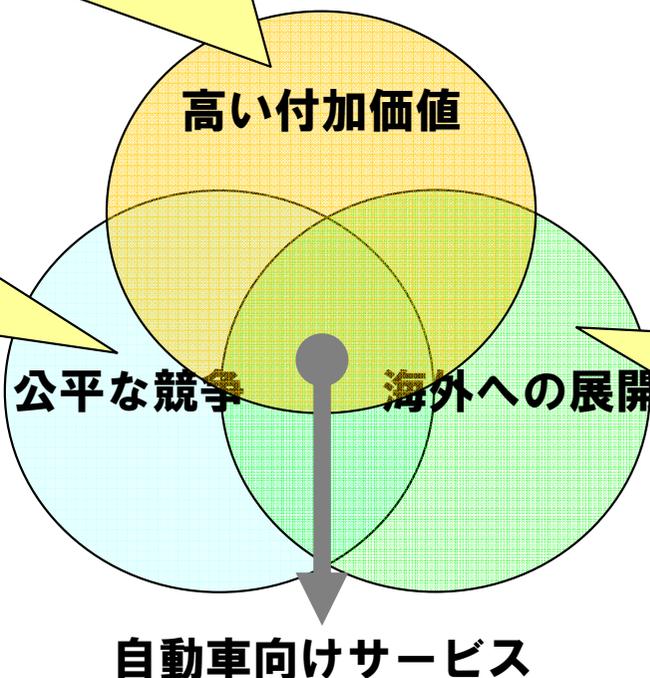
小規模な企業であってもインターネット上にサイトを開くことで、世界中のユーザを対象に商売が可能。さらに地域を問わないことで、ニッチな商品、サービスでも成立する可能性が拡大した。

③海外への展開

・国内企業がその競争力を活かし、グローバルに市場を展開できること。
・そのための成功事例としてのビジネスモデル、制度、技術であること。

事例(PHS)

小規模の投資、携帯端末の小型化が可能な通信方式により、発展途上の国でも採用された実績がある。



3. 具体的ビジネスモデル案①

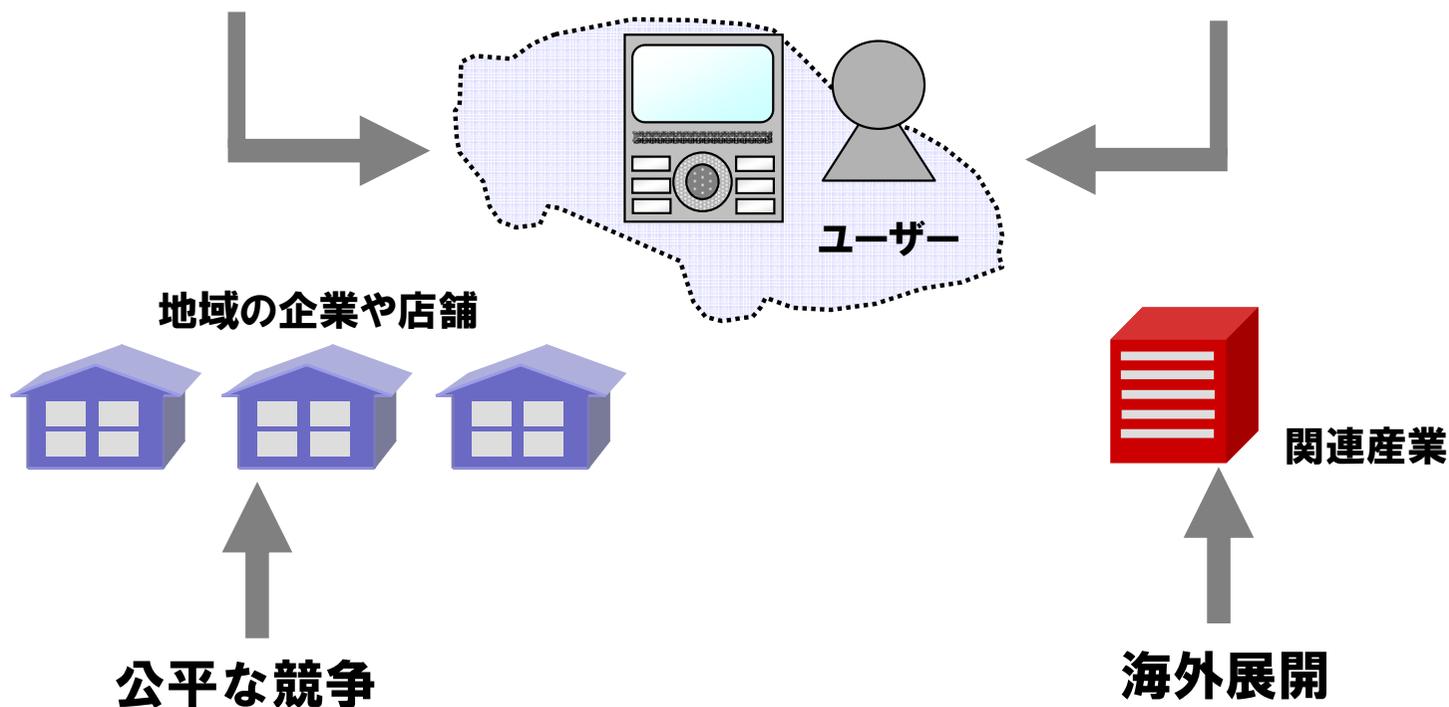
地域情報の配信ビジネスのメリット

高い付加価値

車載機やガイドブックにはない「現地の人だけが知る」タイプの付加価値の高い地域情報を低コストで配信することができます。

デジタルデバイス回避

普通のラジオ放送を視聴するように利用できるため、IT機器に慣れていないユーザーでも大丈夫です。



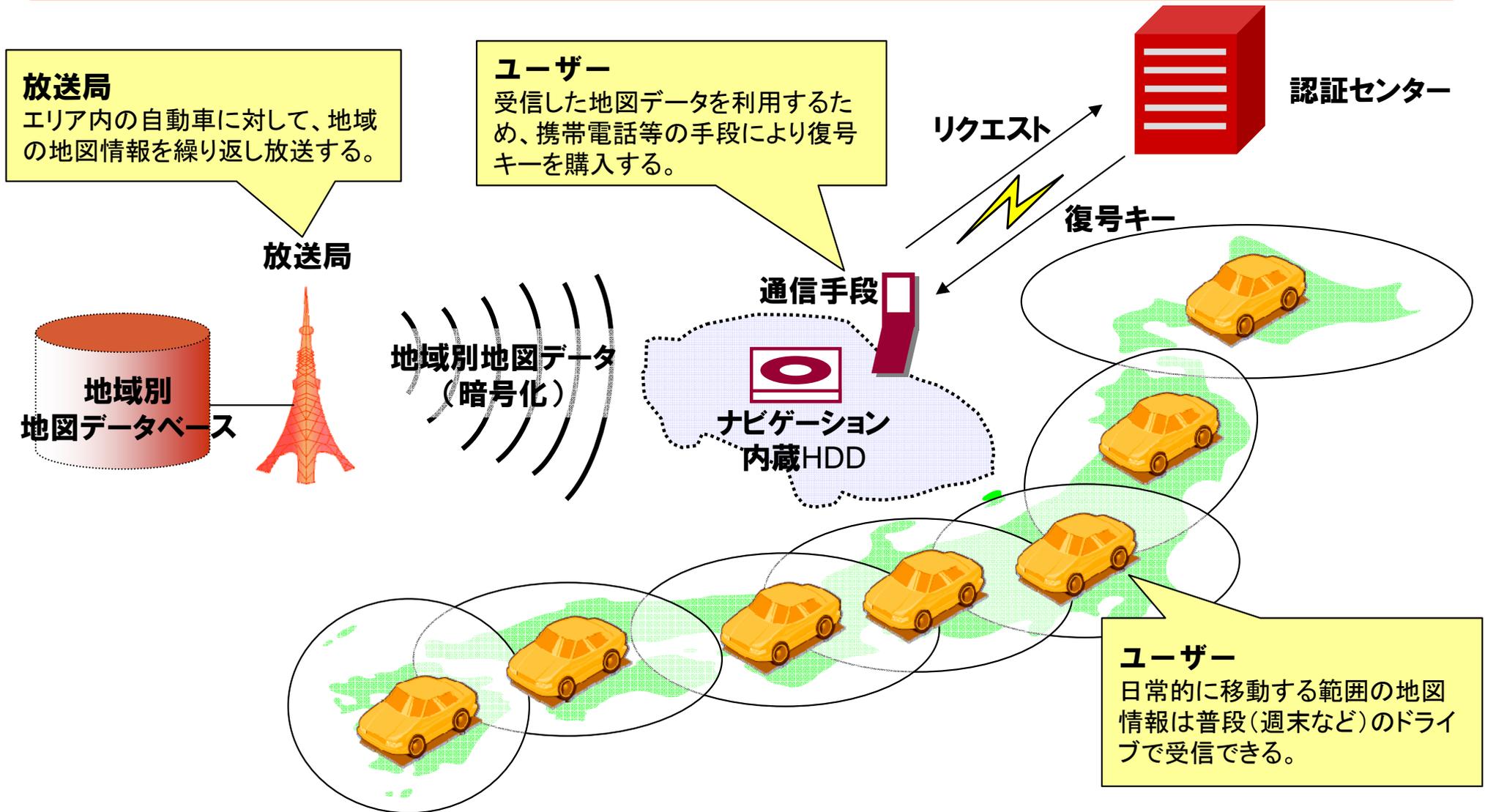
地域特有の情報を配信するには、番組提供という形で地域に密着した企業、店舗、飲食店などが参画することができます。

競争力の高い自動車と車載機との組み合わせにより、海外展開が可能。情報自体は展開先の地域に既存のものを活用できます。

3. 具体的ビジネスモデル案②

地図情報の自動更新ビジネス

自動車を運転するだけで、自動的にナビゲーションに内蔵されたHDD内の地図データが更新される。（都度課金のビジネスモデルのケースでは携帯電話等の通信手段により復号キーを購入する）

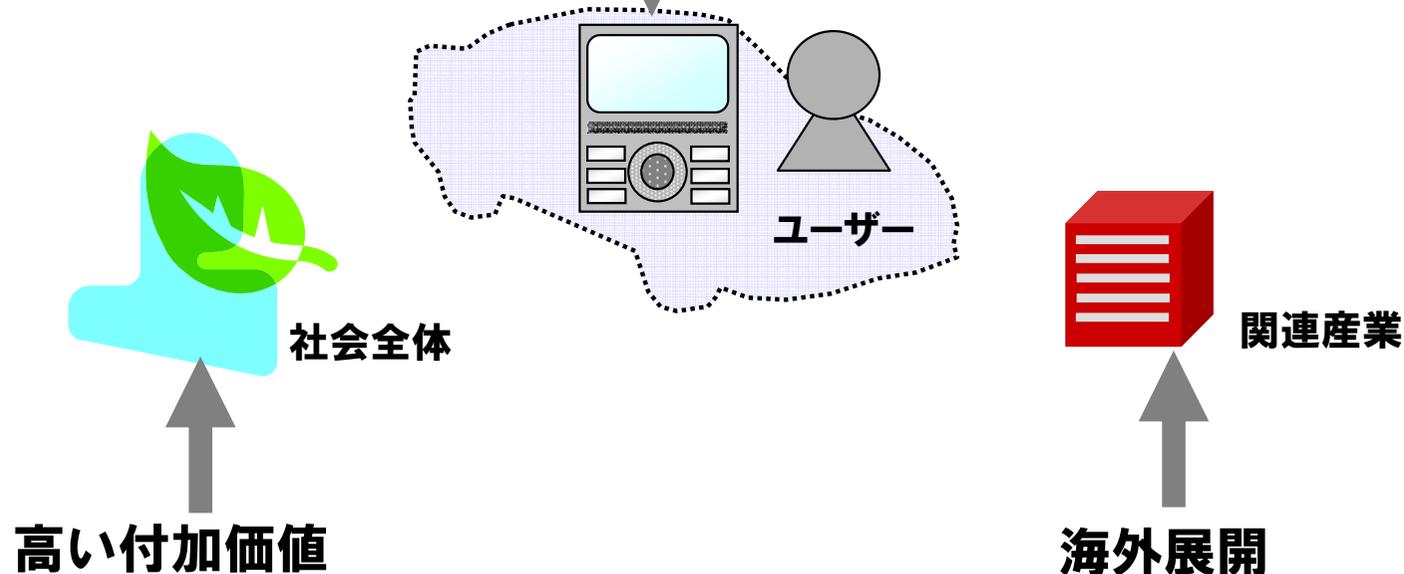


3. 具体的ビジネスモデル案②

地図情報の自動更新のメリット

デジタルデバイド回避

特別な操作は不要で、通常の自動車の利用により自動的に更新されます。情報リテラシーに関係なく最新の地図を利用できます。



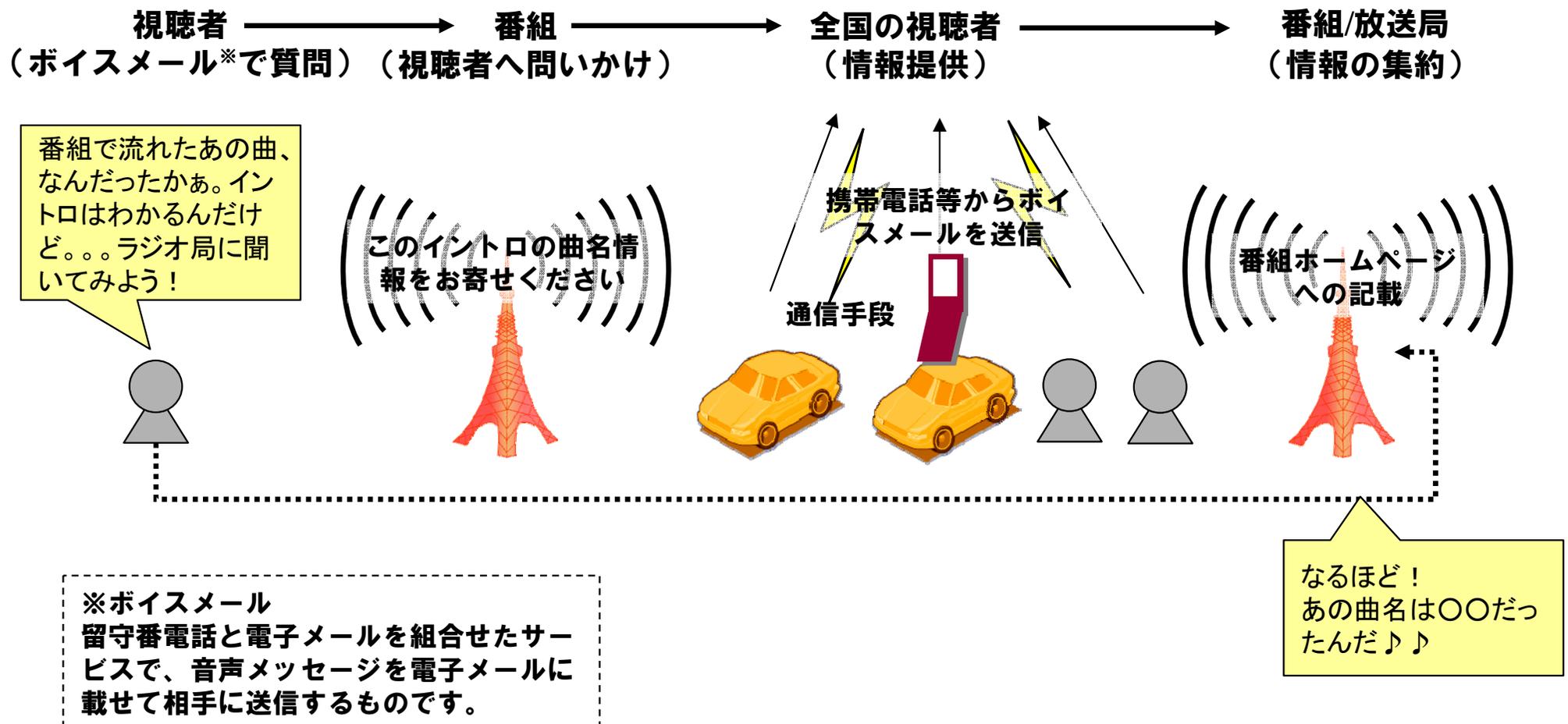
新しい道路も素早く地図に反映されるので、社会インフラである道路を活用でき、渋滞緩和やCO₂の削減効果も期待されます。

道路の新設、拡張は特に発展途上国で顕著であり、課題にもなっています。効率的な地図更新の有効な手段となります。

3. 具体的ビジネスモデル案③

視聴者参加型の双方向コミュニケーション

放送番組、特にラジオ放送は出演者と視聴者の2WAYが特長。デジタル化によりデータ放送やボイスメールを活用した双方向コミュニケーションが可能となり、双方をより身近にします。

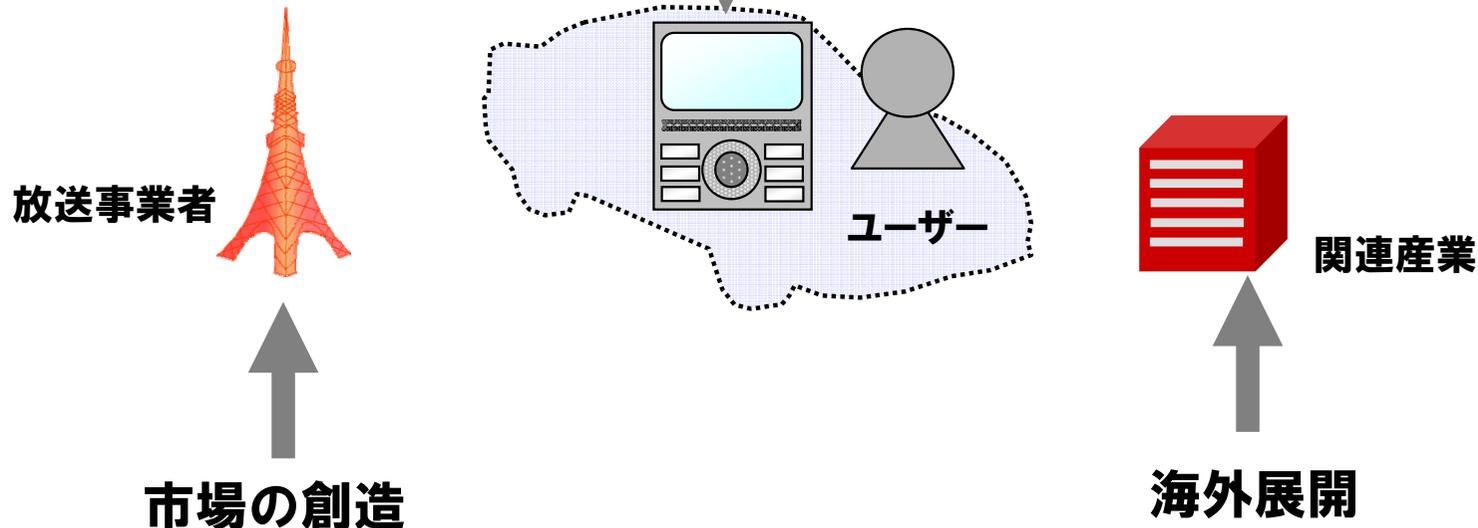


3. 具体的ビジネスモデル案③

視聴者参加型の双方向コミュニケーションのメリット

デジタルデバイス回避

ラジオは従来から視聴者参加型で構成されており、年代を問わない参加が期待されます。



各地域のリスナーが参加することで、SNS型のコミュニティが形成されます。さらに通信技術との連携によるネット上での発展が期待されます。

事業者は仕組と技術を提供し、コンテンツそのものは番組や視聴者が提供することで、文化や言語といった地域特性も反映することができます。

4. 技術的課題

- **マルチメディア放送の放送システムについては、ここに提案した自動車向け各種サービスが実施できるシステムを選択すべきです。**
- **2011年サービス開始に向けた車載端末の開発、商品化を念頭におけば、各種サービスを実現する技術の開発・実証がすでに行われ、すぐにでも端末の開発に着手できる状況にあることが必要です。**
- **車向けに地域情報、交通情報、地図情報等を提供するためには、全国一律の放送のみではなく、地域ごとに異なる放送が実施できることが必須となります。**
- **地図配信や地域情報配信のため、移動受信でも安定してデータダウンロードが可能な方式が必須となります。またビジネスモデルとして、放送波で配信したデータやコンテンツに対し通信経由で課金する仕組みも必須となります。**
- **全ての自動車ユーザがマルチメディア放送サービスを享受できる操作性、ヒューマンインタフェースを具備することが必要です。**
- **このような自動車向け放送サービスを世界に先駆けて実現することで、ITSの放送分野における国際的イニシアティブを取り、その成果を自動車メーカーとしても活用していくべきと考えます。**

5. 制度的課題

- **マルチメディア放送のあり方として、従来の放送の枠組みにとどまらず、民間の活力により、デジタル放送の利点を生かした付加価値の高いサービスが実現できる制度とすべきです。**
- **一部業界や企業のみが参入するのではなく、公平な競争による参入機会が与えられるべきです。**
- **マルチメディア放送においては、通信系のサービスと同様、新規サービスの開発、実施により新たな需要を創造し、継続的に発展可能な市場の形成ができるようにすべきです。**
- **全国一律の放送のみではなく、地域ごとに異なる放送が実施できる制度とすることが、地域の経済発展、文化貢献、地域住民の安全安心に寄与します。**
- **このような自動車向けマルチメディア放送サービスを世界に先駆けて実現することで、国内の企業がITSにおける国際的イニシアティブを取る競争力をつけることができ、ひいてはグローバル市場の展開につながっていくと考えます。**

以上