

平成 19 年 09 月 07 日

総務省情報通信政策局 地上放送課

笹山主査・渡邊官様

奥野

「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」における検討課題に関する提案

課 題

- (1) ワンセグ放送の広告(テレビCM)における新しいビジネスモデル。
- (2) 前項と、ユビキタス社会における個人情報収集、地域性との融合。
- (3) 前項の技術的な課題、社会的な課題。

提 案

- (1) ワンセグ放送の視聴者の多くは移動中であり、その地域の広告を放送することで広告主（事業者）と視聴者（消費者）の利便性が向上する。
- (2) 居住地、勤務地、移動の地域情報の取得は使用する端末の電波塔、無線 LAN、GPS から割り出し端末キャリアに反映させる。また、検索エンジンからの個人の嗜好性を特定することはもちろん、地域からのBluetoothやICタグからライフスタイルを特定し広告に反映させる。
- (3) 技術的な提案：端末キャリアは広告の不可視ファイルを送信。端末本体のRAMに蓄積する。使用者がワンセグ視聴中に広告の放送中に同期させ「擬似放送」を構築する。

技術的な提案：「擬似放送」の視聴と同期しテキストのメールが送信され優待クーポンの配布や、位置情報と同期し店舗までのナビゲートする。

検 討

技術的な検討：放送の電波局ごとに、地上波の白紙のカラ広告を割当てる制御。

技術的な検討：地上波の白紙のカラ広告と、RAMの中の広告ファイルとの同期信号。

あるいはキャリアからの同期した同時配信。その同期信号。

社会的な検討：カラ広告枠のキャリアの買い取方法。倫理規定、契約事項。

社会的な検討：売れ残りカラ広告の転売の階層化。公益法人への寄付など。

技術的な検討：携帯端末だけで事業主が広告を製作できる動画モードの規格化。

社会的な検討：地域から個人情報を得るシステムのネーミング。

社会的な検討：「擬似放送」の放送倫理規定。マナーモードの規定。

以上