

## 第2章 メディア環境の動向

---

## 2-1 メディア環境の高度化(放送)(イメージ)



### 現在の携帯端末イメージ

- ・画面サイズ ~3インチ
- ・画素数 QVGA (320×240=8万)  
~VGA (640×480=30万)



(注) 上記の画像はいずれも320×240画素

### 2011年頃の携帯端末イメージ

- ・画面サイズ ~4インチ (PDA等では7インチが一般化)
- ・画素数 ~WXGA (1280×768=100万)

		現在	2011年~2012年の状況
放送	BS放送	全国=12ch(一部有料)	・ch数増加
	CS放送	全国277ch	・主にHD
	有線テレビジョン放送	654事業者	・事業者数増加
	役務利用放送(有線)	19事業者	・事業者数及びch数増加
	地上テレビジョン放送	東京=9ch、地方=最少3ch ・デジタル化への移行期	東京=9ch、地方=最少3ch ・完全デジタル化
	地上ラジオ放送	東京=9ch、地方=最少5ch ・ワンセグ放送	・本放送の移動受信の実現 ・ワンセグ放送(独立利用)
通信		・音楽、静止画利用中心 ・動画サービスも提供	・動画サービスが高度化(注) ・動画サービスが多様化、高度化

携帯端末での視聴

(注) 屋外無線LAN(屋外で無線通信でデータの送受信をするLAN)、広帯域移動無線アクセスシステム等の普及により、屋外でのインターネットへのブロードバンドアクセスが一般化。

## 2-2 メディア環境の高度化(携帯電話)①

80s

黎明期

音声中心

第1世代  
アナログ方式



1979年～  
自動車電話



1985年～  
ショルダーホン



1987年～  
携帯電話

NTT(日本)  
TACS(欧州)  
AMPS(北米)

90s

成長期

音声  
低速データ(~64kbps)

第2世代 2G  
デジタル方式



1992年～  
デジタル携帯電話  
1993年3月～ MOVA

PDC(日本)  
GSM(欧州)  
cdmaOne(北米)

2000s

量的拡張期  
(パーソナル化)

音声  
高速データ(~384kbps)  
映像

第3世代 3G  
IMT-2000



2001年～  
FOMA



2006年～  
HSDPA

W-CDMA  
CDMA2000  
(世界共通)

2010s

質的拡張期

超高速データ  
(100Mbps～)

第4世代 4G  
IMT-Advanced

ITU(国際電気通信連  
合)において、新たな国  
際標準化に向けて国際  
連携活動を促進

ITU(国際電気通信連合)において、使用周波数帯の世界共通化、無線技術の国際標準化を実施

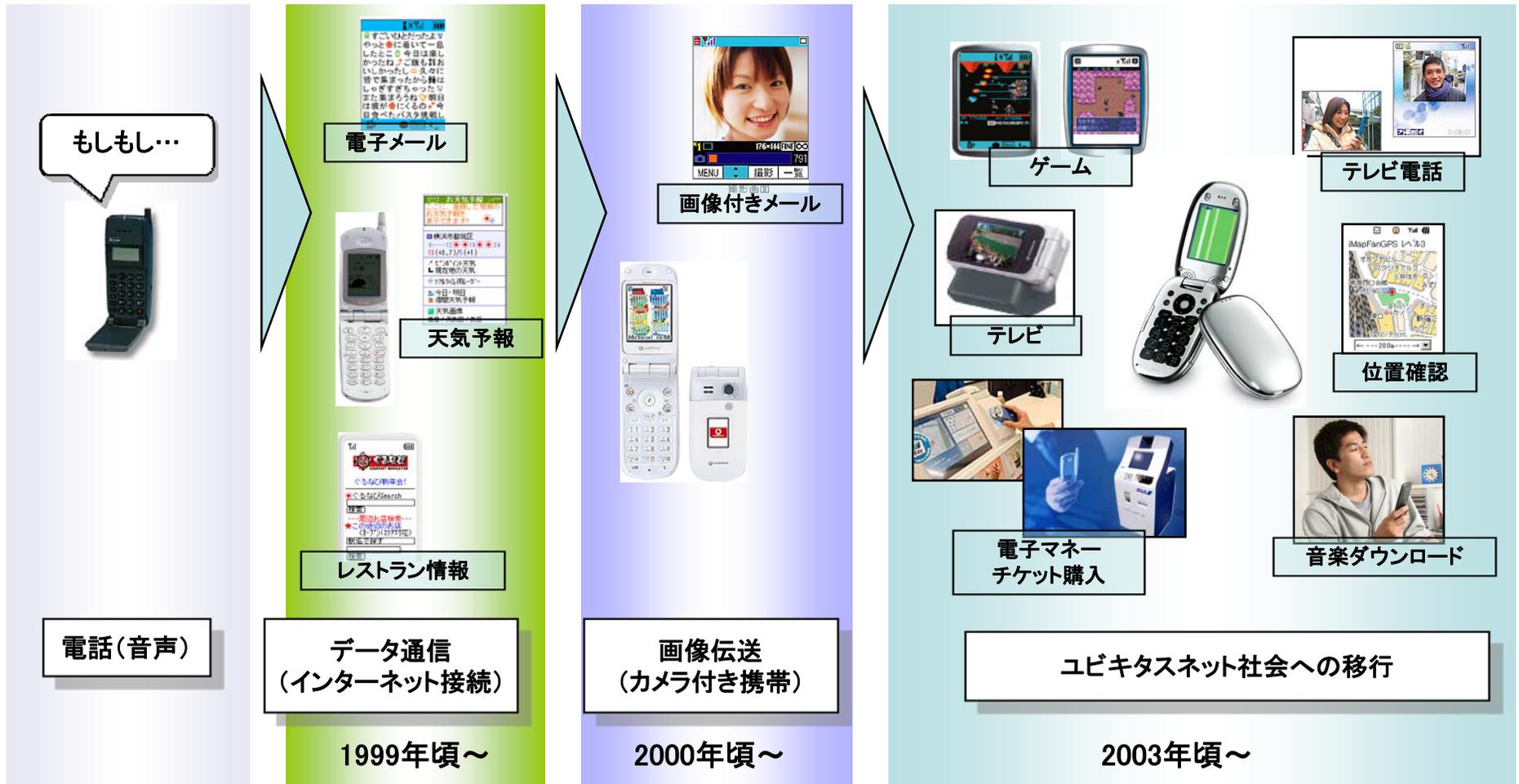
## 2-3 メディア環境の高度化(携帯電話)②

データ通信サービスが開始されて以後、  
新しいアプリケーションが多様な携帯端末で実現。

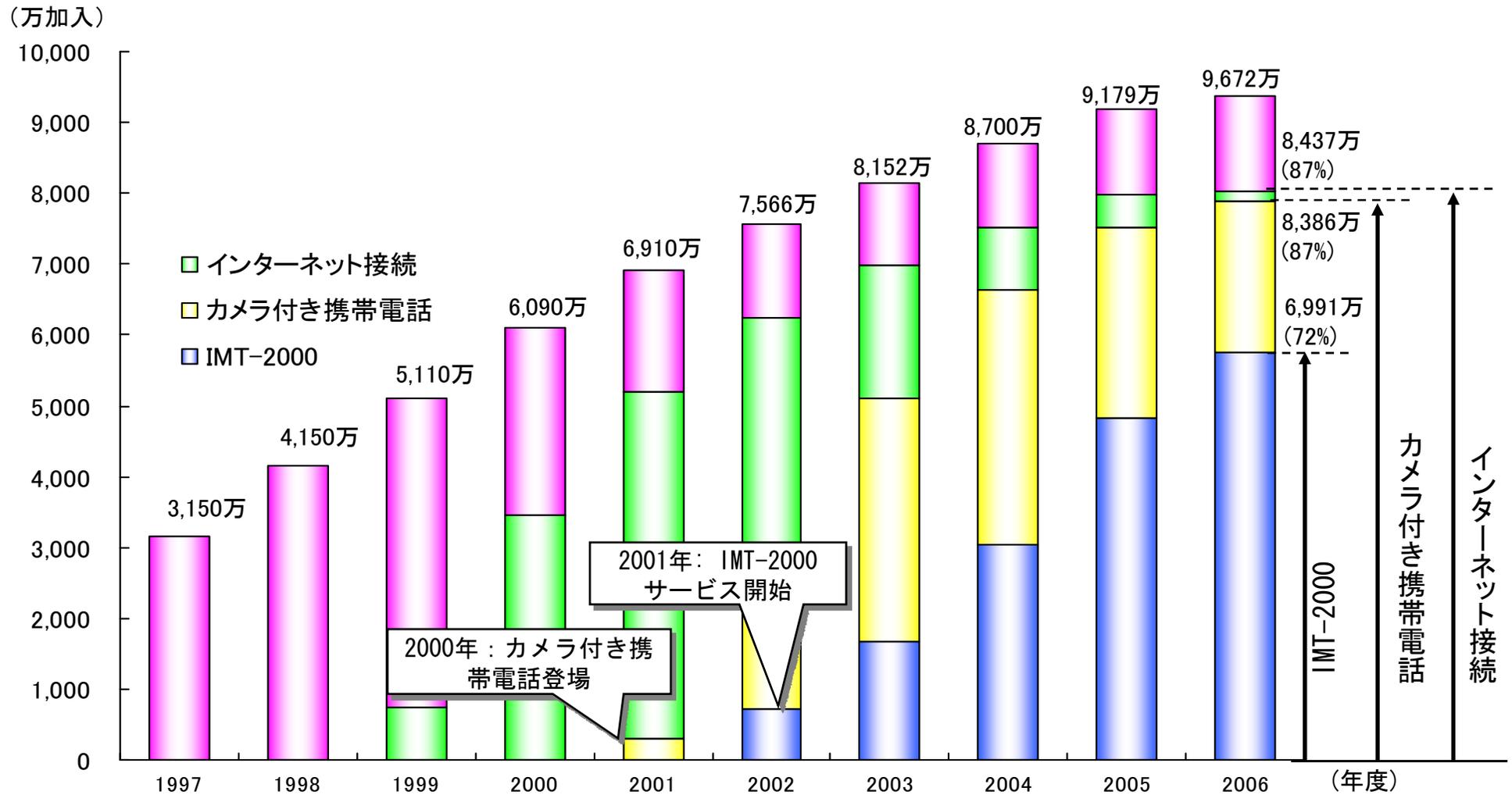
通信

情報処理

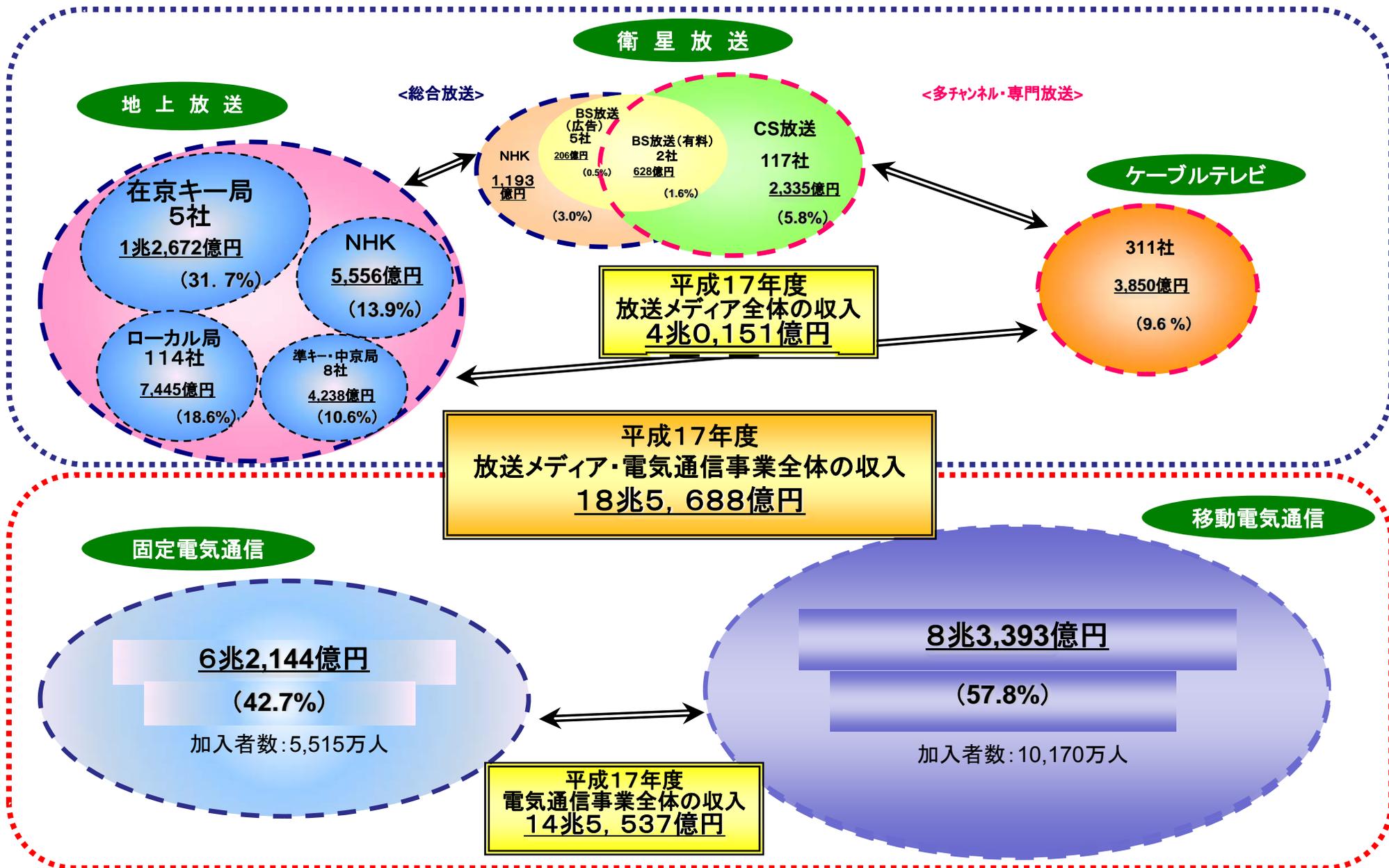
エンターテイメント



## 2-4 携帯電話の普及状況(加入数の推移)



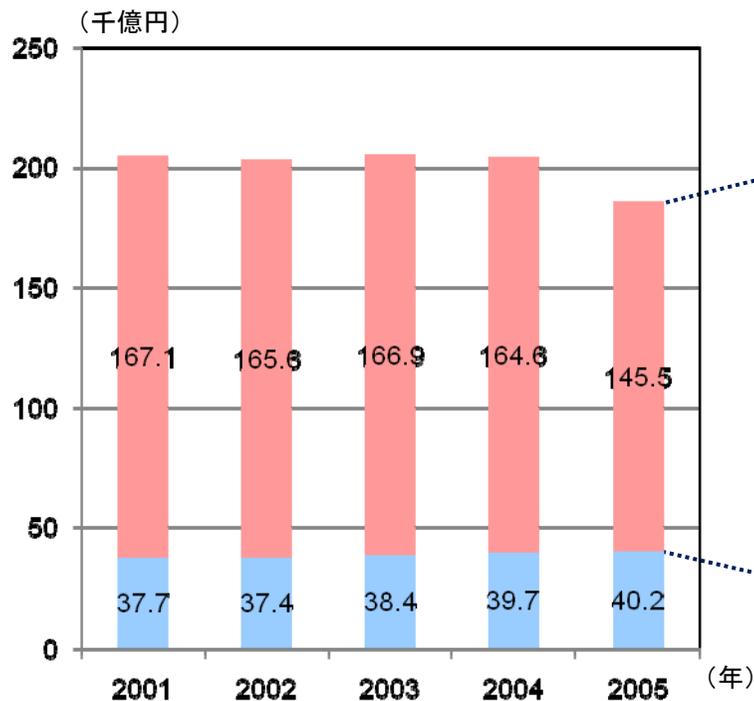
## 2-5 放送事業・電気通信事業の市場規模①



## 2-6 放送事業・電気通信事業の市場規模①

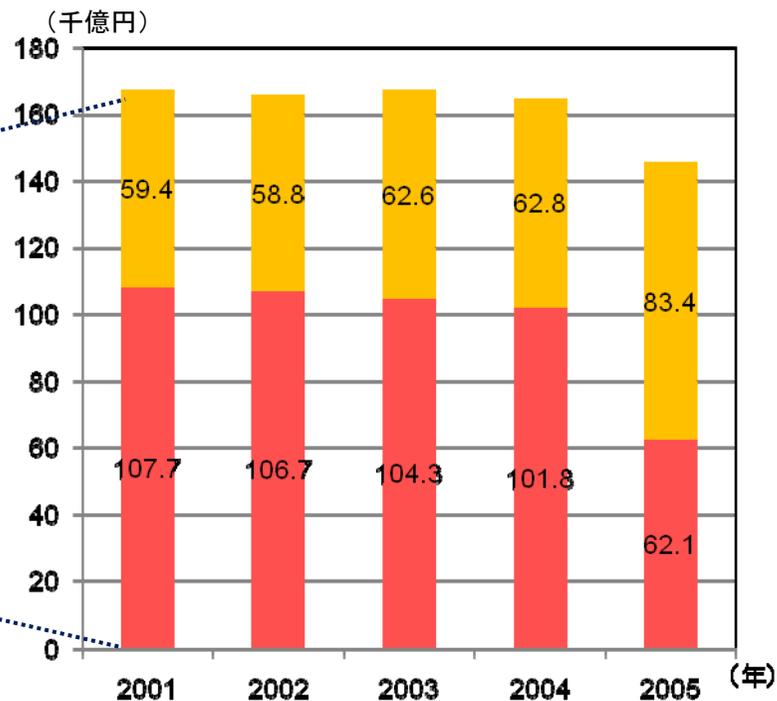
- 2005年の放送事業及び電気通信事業の市場は約18兆6億万円。
- うち、電気通信事業は約14億6千万円。
- 電気通信事業の内訳は、固定電気通信が約6億2千万円、移動電気通信が約8億3千万円となっている。

市場全体の推移



■ 放送事業 ■ 電気通信事業

市場全体の推移(電気通信事業)

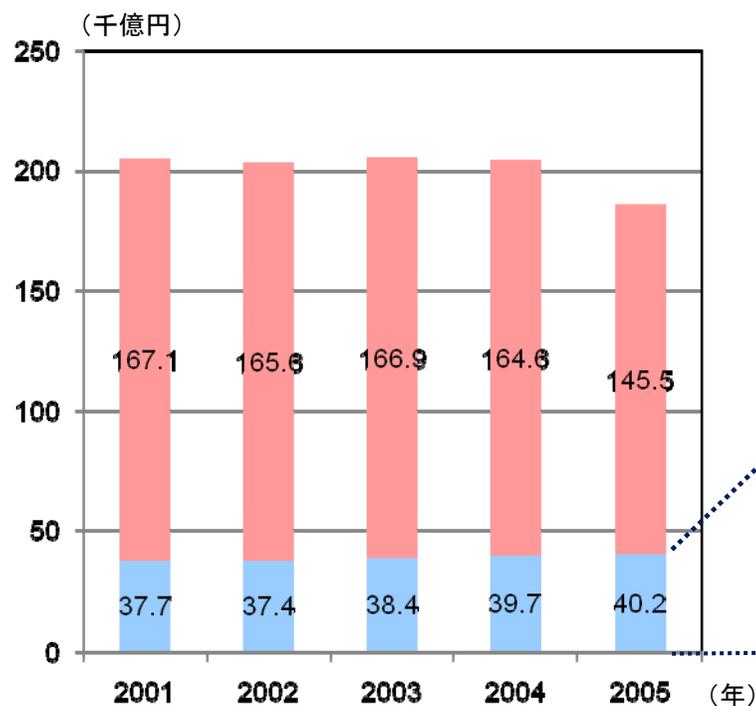


■ 固定電気通信 ■ 移動電気通信

## 2-7 放送事業・電気通信事業の市場規模②

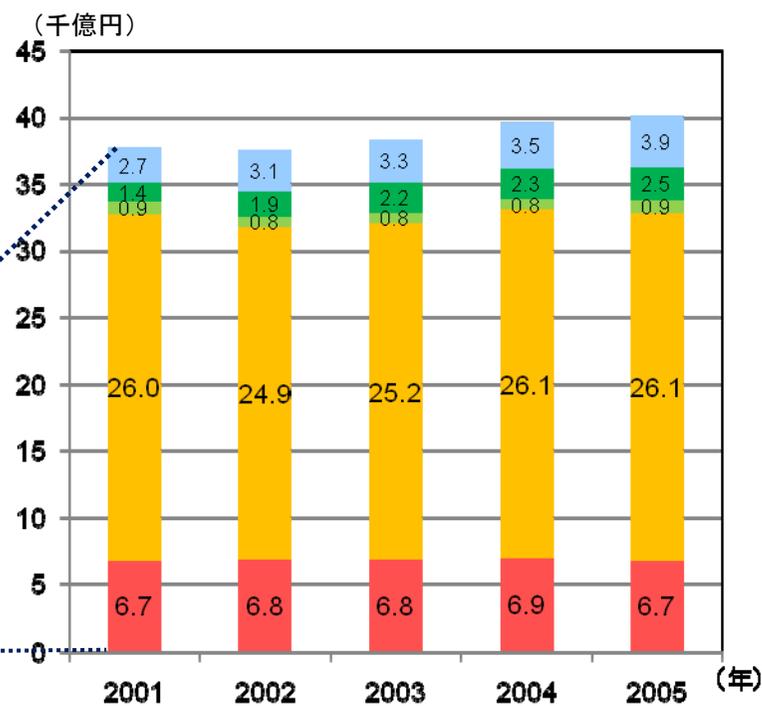
- 2006年の放送事業及び電気通信事業の市場は約18兆6千億円。
- うち、放送事業は約4兆円。
- 放送事業の内訳は、NHK(衛星含む)が約7千億円、地上波放送が約2兆6千億円、BS放送が約1千億円、CS放送が約3千億円、ケーブルテレビが約4千億円となっている。

市場全体の推移



■ 放送事業 ■ 電気通信事業

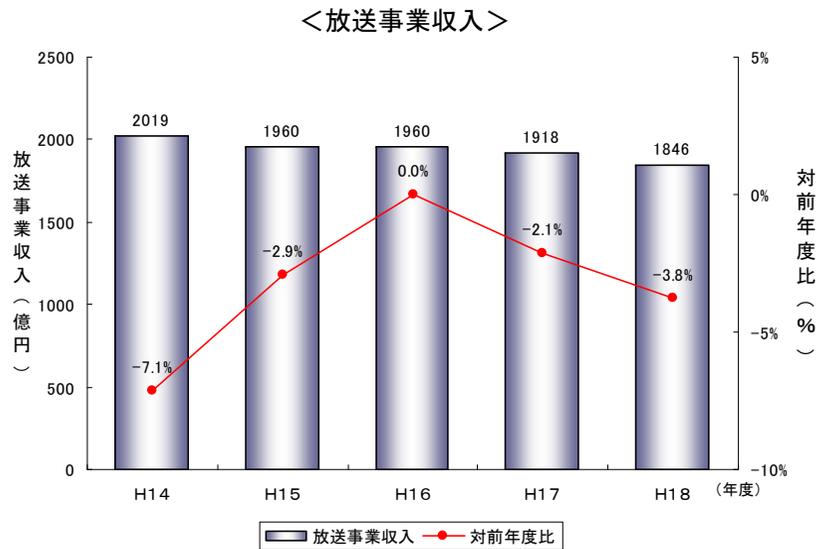
市場全体の推移(放送事業)



■ NHK ■ 地上波放送 ■ BS放送 ■ CS放送 ■ ケーブルテレビ事業

## 2-8 ラジオ事業者を取り巻く状況

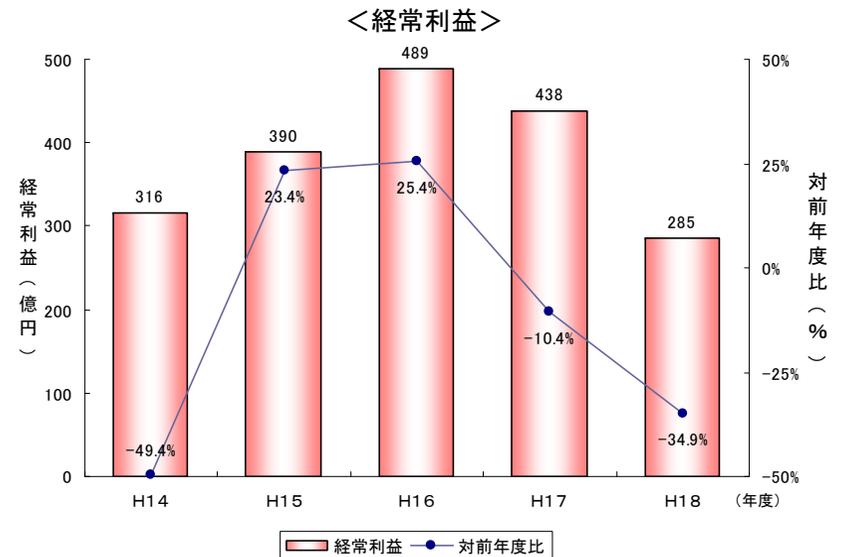
### ○ラジオ事業者(注1)のラジオ放送事業収入(注2)及び経常利益の推移



(出典)「日本民間放送年鑑2007」より

(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。



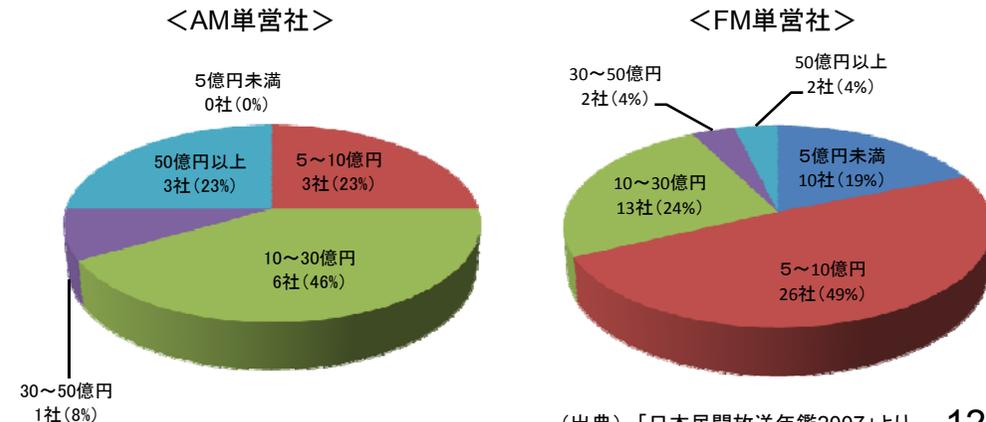
(出典)「日本民間放送年鑑2007」より

### ○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

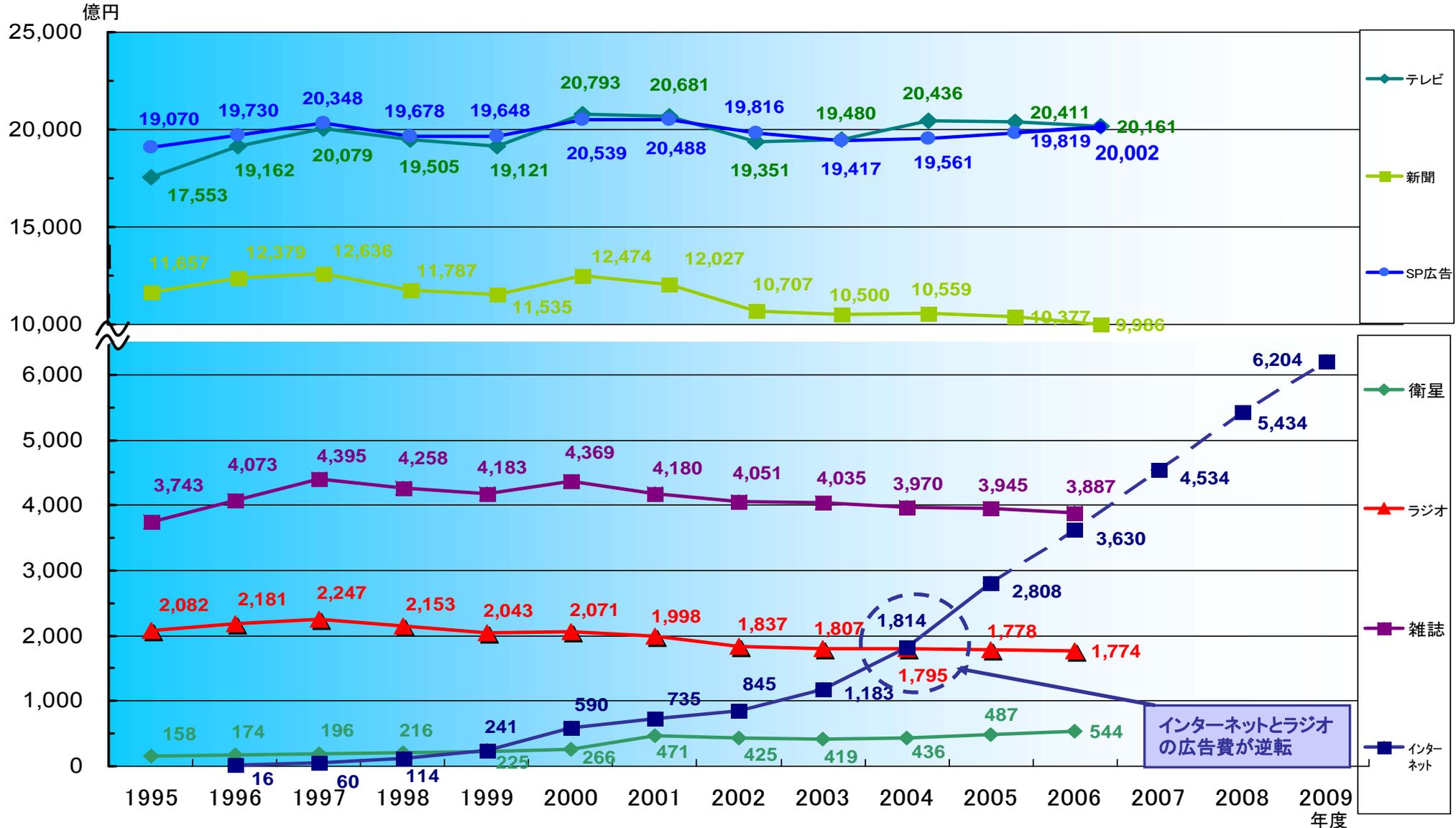
### ○事業収入規模別構成



(出典)「日本民間放送年鑑2007」より

## 2-9 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)

# 2-10 携帯端末向けマルチメディア放送に関する主な論点

## 基本的視点

- ・ 視聴者ニーズへの対応(屋外での新たな情報チャンネル等)
- ・ 地域社会の発展(地域情報の充実、地域産業の振興等)
- ・ 産業の振興・発展(新規産業の創出、既存産業の活性化等)

- ・ 文化・社会への貢献(新たな文化の創造等)
- ・ 国際競争力強化
- ・ コンテンツ市場の拡大
- ・ 長期的視野に立ったロードマップ 等

## 相互に関連

## 制度

- 周波数を割り当てる「放送」
  - ・ 「マルチメディア放送」、「アナログFM放送」 等
- 「マルチメディア放送」の定義内容
  - ・ 音声利用のみでも可とするか、帯域内での自由な利用を認めるか 等
- 法制度上の位置づけ
  - ・ 「基幹的メディア」か否か 等
- 放送対象地域
  - ・ 全国、県域(広域圏)、市町村(以下)、これらの組合せ 等
- 「あまねく受信」に係る努力義務
- 放送の多元性・多様性の確保
  - ・ マスメディア集中排除原則の適用(既存事業者、新規事業者の扱い)
  - ・ 参入する者の決定に関する考慮事項(多様な事業者の連携 等)
- 参入規律
  - ・ ハードソフト一致型(現行放送局)・分離型(受委託制度、役務利用制度)、チャンネルリース制度、これらの組合せ 等
  - ・ 外資規制 等
- 番組規律
  - ・ 番組準則、番組調和原則、番組審議機関 等
- その他
  - ・ 受信端末との関係、送信設備の共同運用 等

## 技術

- 技術基準
  - ・ ISDB-T (ISDB-T<sub>SB</sub>、ISDB-T<sub>mm</sub>)
  - ・ MediaFLO
  - ・ IBOC
  - ・ DVB-H 等
- 技術基準のあり方(複数の技術基準の是非)
- V-LOWとV-HIGHの割り当て方針
- 割り当て周波数帯域幅
- 技術基準の選択の考え方
  - ・ 国際標準化の動向、国際競争力、新たな技術への柔軟な対応 等

## ビジネスモデル

- 収益源
  - ・ 広告放送
  - ・ 有料放送
  - ・ その他
- サービス形態
  - ・ マルチチャンネル放送
  - ・ ダウンロード型サービス
  - ・ 通信サービスとの連携
  - ・ VODサービス ペイパーユース 等
- コンテンツ
  - ・ 映像、音声、データ
  - ・ 映画、音楽、ゲーム、地図情報、地域情報、災害情報、エンジニアリング情報 等

## 2-11 各論点の主な考え方(制度関連)①

項目	考え方(例)
周波数を割り当てる「放送」	<p><b>【マルチメディア放送】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 新たな「マルチメディア放送」を実現する。</li> </ul> <hr/> <p><b>【デジタル方式のFM放送】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 超短波放送(FM)について「アナログとデジタルのハイブリッド放送」を実現する。</li> </ul> <hr/> <p><b>【アナログ方式のFM放送】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ アナログ方式の超短波放送(FM)の周波数帯域を拡張する。</li> </ul>
マルチメディア放送の定義内容	<p><b>【新たに定義】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 従来の「ラジオ」、「テレビ」といった定義とは別に、与えられた帯域において自由な表現形態により実施可能なものとして新たに定義する。</li> </ul> <hr/> <p><b>【現行の「超短波放送」】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 音声や簡易な動画については、デジタルによる「超短波放送」(FM放送)の枠内で実施可能であり、既に技術規格や運用規定が整備されている。今後、放送波を用いたダウンロードなどの新サービスへの対応に向けた技術仕様、制度整備が必要であるが、これらは、「超短波放送」の制度改正により対応可能。</li> </ul>

## 2-11 各論点の主な考え方(制度関連)②

項目	考え方(例)
マルチメディア放送の性格付け	<p><b>【基幹放送】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 現在の地上放送と同様に、災害情報を含む国民生活に必要な不可欠な情報を提供する役割を担う基幹放送として位置付けるべき。</li> </ul> <hr/> <p><b>【非基幹放送】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 多様な利用者のニーズに広く応える放送として位置付ければ良く、いわゆる基幹放送とする必要はない。</li> </ul>
放送対象地域	<p><b>【「全国」】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 携帯端末ユーザーは全国を広く移動するということが前提となることから、携帯電話サービスと同様に、放送対象地域を「全国」とする。</li> </ul> <hr/> <p><b>【原則「県域」】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 現在の地上放送と同様、地域情報の確保を重視することが必要。基本的には「県域」とする。</li> <li>○ ただし、現行制度と同様に、関東、中京、近畿圏においては広域の放送対象地域も導入すべき。</li> </ul> <hr/> <p><b>【市町村】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 現在のコミュニティFMのように「市区町村(又はそれより小さな地域)」を放送対象地域とする。</li> </ul> <hr/> <p><b>【上記(全国・県域等)の組合せ】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「全国」「県域」「市町村」(の一部又は全て)を併存させた制度とすることが必要。</li> </ul> <hr/> <p><b>【柔軟化】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 視聴者ニーズ等を踏まえつつ、放送対象地域を柔軟に定めることができる制度とすべき。</li> </ul>
「あまねく受信」努力義務	<p><b>【現在の地上放送と同様】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 現在の地上放送と同様に、放送対象地域内においてあまねく受信できるよう努力するものとする。</li> </ul> <hr/> <p><b>【現在の地上放送とは別扱い】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 義務づけない。</li> </ul>
アナログラジオとの関係	<p><b>【アナログラジオからの移行や連携を考慮】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 新たな放送は、アナログラジオのデジタル化として位置付けることが適当。また、アナログラジオのサイマル放送が新たな放送において可能となるよう配慮すべき。</li> </ul>

## 2-11 各論点の主な考え方(制度関連)③

項目	考え方(例)
放送の多元性・多様性の確保 集中排除原則の適用 参入する者の決定に関する考慮事項	<p><b>【適用除外】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ①地上放送について隣接地域間での緩和や持株会社方式による緩和が進められていること、②衛星系、地上系をあわせれば、相当数の放送が行われていること、③既存地上放送とビジネスモデルも異なること等から、集中排除原則の適用除外とすることが適当。</li> </ul> <hr/> <p><b>【適用を緩和】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 異なる地域間について緩和し、サービス実施主体として参加する事業者・団体が複数の地域のサービス提供に参加できることが必要。</li> </ul> <p><b>【既存放送事業者を優先】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 免許主体は、これまでのノウハウの有効活用等から、既存放送事業者を優先すべき。</li> </ul> <hr/> <p><b>【新規放送事業者に配慮】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 通信との連携を核とした、魅力的なサービスを実現する為、既存の放送事業者を優先することなく、新規参入に配慮すべき。</li> </ul> <hr/> <p><b>【他の分野の事業者との連携の要件化】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 新規事業者の関与に配慮し、サービスの多様化を図るため、放送事業者以外の事業者との一定の連携を参入の際の要件として位置付ける。</li> </ul>
参入規律の在り方	<p><b>【ハードソフト一致】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 災害時にも安定した放送を確保すること等から、ハードソフト一致型の免許形態が望ましい。</li> </ul> <hr/> <p><b>【ハードソフト分離】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ より多くの者の事業への参入を確保するためには、ハードソフト分離の制度が適当。</li> </ul> <hr/> <p><b>【チャンネルリース制度の導入】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「ハードソフト一致」を前提に、事業者がハードの一部を他の者に貸し出すことも可能な制度とすることが必要。</li> </ul>

## 2-11 各論点の主な考え方(制度関連)④

項目	考え方(例)
番組規律の在り方	<p><b>【番組準則・番組基準、調和原則、番組審議会等】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 従来の地上放送と同様に公共性や社会性の高いサービスであり、基本的に同様の規律は必要。</li> <li>○ できる限り事業者の自律性に委ねることが適当。</li> <li>○ 現行の超短波放送に係る規律を適用し、必要に応じ、放送波によるダウンロードサービス等の新たなサービスのための改正が適当。</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ マルチメディア放送は、①地域社会への文化的・経済的貢献、②コンテンツ市場の拡大、③メーカー等への経済的効果、④地域住民への安心安全への寄与、⑤マルチメディア放送事業者の自立、⑥国の経済への寄与といった社会的役割を果たすべき。</li> <li>○ 競争を促進して、様々な年代の人に向けた内容の多様性を確保すべき。</li> </ul>

## 2-11 各論点の主な考え方(技術関係)①

項目	考え方(例)
割当周波数帯域幅	<p><b>【約430kHz(1セグメント)】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 1セグメントを基本単位とした免許が適当。</li> </ul> <hr/> <p><b>【約1.3MHz(3セグメント)】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 多様なサービスを可能とするため、3セグメントは必要。テレビ(SD)サービスも実現可能。</li> </ul> <hr/> <p><b>【14.5MHz】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 多様なサービスの推進と事業性の確保のため、VHF-ハイバンドの14.5MHzを複数の事業者に分割するのではなく、ひとつの事業者に付与すべき。</li> </ul>
V-LOWとV-HIGHの割当方針	<p><b>【VHF-ローバンド】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ VHF-ローチャンネルの一部(90MHz～)でハイブリッドラジオ放送に使用したい。</li> <li>○ 1992年に制度化されたコミュニティ放送の更なる発展と整備のため、VHFローバンドに周波数拡大希望。</li> <li>○ Eスポやアンテナ等の諸課題を解決し、デジタルラジオの帯域とすべき。</li> </ul> <hr/> <p><b>【VHF-ハイバンド】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 携帯端末向けの放送であることから、小型アンテナの使用が可能なVHFハイバンドが望ましい。</li> <li>○ アンテナを小型化できるVHFハイバンドで割り当てるべきだが、周波数が不足する場合は、VHF-ローバンドの使用も認めるべき。</li> </ul> <hr/> <p><b>【VHF-ローバンドとVHF-ハイバンドの役割分担】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 大型アンテナを設置する車搭載型携帯端末にはVHF-ローバンドが、コンテンツ豊富な広帯域バンドにはアンテナ形状が小さく携帯電話に同梱できるVHF-ハイバンドが最適。</li> <li>○ VHF-ローバンドはデジタルラジオやコミュニティ放送とし、VHF-ハイバンドはマルチメディア放送とすべき。</li> <li>○ 11ch/12ch帯域は全国放送型マルチメディア放送帯域に、1～3ch帯域はコミュニティ・マルチメディア放送帯域に区分する。</li> </ul>

## 2-11 各論点の主な考え方(技術関係)②

項目	考え方(例)
複数方式採用の可否	<p><b>【統一すべき】</b></p> <p>○ ISDB-T<sub>sb</sub>方式は、情報通信審議会の審議を経て、日本における移動体・携帯向け放送の標準化方式として規定されており、地上デジタル放送のISDB-T方式と技術的共用化が図られている。安価な受信機の広範な普及を促すには仕様の統一が重要。</p>
	<p><b>【複数方式を認めるべき】</b></p> <p>○ 事業者が自身のビジネスモデルやサービス構築の考え方において、最適と評価できる技術を選べるようにすべき。事業者間及び技術間の競争は、技術革新と新たなサービスを生み出す原動力。</p>
	<p><b>【その他】</b></p> <p>○ それぞれの方式によって提供可能なサービス内容が著しく異なる場合は複数方式、提供サービスに大きな違いが無い場合は1方式にすべき。</p>
適用すべき技術基準	<p><b>【ISDB-Tsb方式】</b></p> <p>○ 現在、実用化試験放送で採用されており、「ワンセグ放送」との共用が図られていること、伝送容量や消費電力の面で問題ないこと、県域を原則とした任意の周波数帯に対応可能等という点から、マルチメディア放送に最も適した方式。</p>
	<p><b>【ISDB-Tmm方式】</b></p> <p>○ 地上デジタル放送のISDB-T方式及びデジタルラジオのISDB-Tsb方式をベースに運用規定を拡張した方式であり、受信機リソース負担を強いことはなく、また、ワンセグやデジタルラジオで培ったネットワーク技術、端末技術、コンテンツ、サービス等の資源の有効活用が可能。</p>
	<p><b>【ISDB-T方式】</b></p> <p>○ ワンセグとの共用、標準化方式であるため、どの受信機メーカーも参入可能。また、多数の放送事業者の参入を受け入れることができる1セグ単位の免許が可能。</p>
	<p><b>【IBOC方式】</b></p> <p>○ アナログ放送と同時にデジタル信号を伝送するハイブリッド方式であり、デジタル音声放送、データ放送サービスが可能。音声放送ではマルチチャネル放送が可能。</p>
	<p><b>【メディアフロー】</b></p> <p>○ 米国で採用されている MediaFLOは、周波数利用効率や機能、実現性など、携帯端末を対象にしたサービスという面から評価できる。</p>

## 2-11 各論点の主な考え方(技術関係)③

項目	考え方(例)
<b>技術方式の選択の考え方</b>	
標準として採用	○ 公開の標準規格であることが必要。
柔軟な機能の向上	○ 技術方式の進歩によって柔軟な機能向上が可能な方式。
周波数の利用効率	○ より多くの情報を伝達できる技術であるか検討されるべき。
グローバル性	○ 国内市場だけでなく海外市場にも通用する方式が望ましい。 ○ グローバル展開が期待される技術方式が検討されるべき。
コスト負担	○ 利用者のコスト負担を考慮することが望ましい。
国際競争力	○ 我が国の知的財産、ノウハウの有効活用、日本の国際競争力強化に資することが必要。
国際技術	○ 日本の標準方式が適している。
<b>マルチメディア放送サービスの特徴等</b>	
放送波ダウンロードサービス	○ リアルタイム放送だけでなく、ダウンロード型コンテンツやデータ放送、防災情報提供など、放送の利点を活用できる幅広い用途を検討すべき。
IP技術との親和性	○ 法体系が「レイヤー構造」へ転換することを念頭に入れ、コンテンツの伝送インフラをIPで共通化することが有効。 ○ デジタル放送システム上でインターネット環境を構築する「IP over デジタル放送」により、コンテンツ・サービスの多様化や新ビジネスの創出、セキュリティ技術の応用、交通・防災・非常通信といった他の情報システムとの連携など、様々な分野において、携帯端末向け放送サービスの充実やユーザの利便性向上への貢献が期待。
通信との親和性	○ マルチメディア放送には携帯性・双方向性が求められるので、通信との親和性を確保すべき。
技術の継続的な発展を可能にするアーキテクチャー	○ 最低限の技術的フレームのみを定めることとし、放送事業者及び番組供給者が最新技術を適宜採用できるような施策を検討すべき。
その他	○ 車載型端末へのサービスとして、道路での受信確保を考慮した置局等が必要。

## 2-11 「マルチメディア放送」の検討の前提となるビジネスモデル①

項目	考え方(例)
<p>基本的な考え方</p>	<p><b>【多様なビジネスモデルの存在を可能とする】</b></p> <p>○ 携帯端末向けマルチメディア放送は、サービス提供形態について、無料・有料、事業者の位置づけについて、B2Bモデル、B2Cモデル等があつて、様々なビジネスモデルが考えられる上、どれが今後世界のマーケットで競争力を持つかも現時点では確信が無いゆえ、いろいろなビジネスモデルが試され競争する環境が維持されるべき。</p> <hr/> <p><b>【メディアの公共性の視点の確保】</b></p> <p>○ 携帯端末向けマルチメディア放送は公共の電波を使った放送であるため、例えば放送が単に来店を誘導する道具となったり、クーポン券商法等により射幸心を煽る戦略的なものとならないようにすべき。また、番組とCMの区別も確保すべき。</p>
<p>放送する情報の形態</p>	<p><b>【映像、音声、データを想定】</b></p> <p>○ 携帯端末向けマルチメディア放送は、全国放送としてワンセグ放送やインターネットと連携しながら、リアルタイム放送だけでなく蓄積型放送やデータ放送なども活用し、通信・放送が連携／融合することによる新たな市場創出を狙ったビジネスモデルの検討をする必要がある。</p>
<p>チャンネル構成</p>	<p><b>【多チャンネル放送】</b></p> <p>○ デジタル方式の特性を生かした、多チャンネル展開により、年齢、性別、趣味嗜好など、多くのリスナーのニーズに即した編成など、新たな放送サービスの展開も可能となる。</p>
<p>放送の形式</p>	<p><b>【リアルタイム送信】【ダウンロード送信】</b></p> <p>○ 生活時間や受信環境に応じた視聴ができるように、今視聴したいというリアルタイム性と、個々のユーザタイミングに応じた視聴の両方、及びそれらを組み合わせたサービスが求められる。</p> <hr/> <p><b>【VODサービス】</b></p> <p>○ 視聴者が自ら希望する映像をリクエストして視聴する、所謂ビデオオンデマンド(VOD有料配信)サービスの実施も具体的に想定されるビジネスモデル。</p>

## 2-11 「マルチメディア放送」の検討の前提となるビジネスモデル②

項目	考え方(例)
基本的な考え方(続き)	
放送する情報の内容	<p><b>【地域情報の送信を想定】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 地域において文化活動や社会活動に寄与することは放送の責任の一つと考える。</li> </ul> <hr/> <p><b>【災害情報の送信を想定】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 携帯端末でも受信できる機能を持つ放送メディアは、災害報道など公共的情報提供が重要である。</li> </ul> <hr/> <p><b>【特定属性の受信者向け情報の送信を想定】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 属性別データを多重化し特定属性の受信者向け情報配信を行うビジネスモデルが展開可能。携帯端末はもちろん、電光掲示板表示なども可能。</li> </ul> <hr/> <p><b>【カーナビ等への地図データ等の送信を想定】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 従来のカーナビ機能にリアルタイム地図を画像データとして上乗せすることにより、遅延のない地図情報+防災/生活情報の表示が可能となる。マルチメディア放送サービスの移動体展開の一つとして高度ITSへの適用展開を積極的に進めていくことが必要となると思われる。</li> </ul> <hr/> <p><b>【エンジニアリング情報の送信を想定】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ロボット等の玩具向けの新語彙・新動作データ、新たな方式による放送の視聴のためのプレイヤーソフトウェア等のエンジニアリングチャンネルも想定される。</li> </ul>
その他	<p><b>【ナビゲート機能、検索、リコメンド機能の充実】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 通信によるコンテンツ取得へのナビゲーション機能、EPG、ECN (Electronic Contents Navigation) など、番組表のナビゲート機能のサービスのようなサービスモデルが想定される。</li> </ul> <hr/> <p><b>【通信サービスと連携したサービスを想定】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 既存の携帯通信サービスや、ワンセグを中心としたモバイル基幹放送サービスとの連携/融合/補完するサービスが求められる。</li> </ul> <hr/> <p><b>【その他】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 視聴回数/期間設定、コピー可否等の様々なコンテンツ利用条件、月極/ペイパーユース等の様々な課金形態による新しいサービスが求められる。</li> </ul>

## 2-11 「マルチメディア放送」の検討の前提となるビジネスモデル③

項目	考え方(例)
収益源	<p data-bbox="120 291 312 354"><b>広告・有料モデル</b></p> <p data-bbox="368 315 872 347"><b>【広告収入による無料放送を基本とする】</b></p> <p data-bbox="368 365 1976 396">○ 収入源については基本的には広告を考えている。デジタル技術を生かし、複数のチャンネルを展開することで新たな広告体系を打ち出したい。</p> <hr/> <p data-bbox="368 461 1110 492"><b>【広告収入による無料放送と併せ、他の有料サービスも行う】</b></p> <p data-bbox="368 511 1752 542">○ それぞれのチャンネルの特性が生かせるような制度が必要。そのために、有料・無料両方の放送が認められる制度を望む。</p> <hr/> <p data-bbox="368 596 758 628"><b>【新たな広告モデルも導入する】</b></p> <p data-bbox="368 646 2011 706">○ CM枠の販売、キャンペーンサイトへの誘導、属性に応じたデータベースマーケティング、ワントゥワンマーケティングも含めた広告ビジネスもビジネスモデルの一例。</p>
その他	<p data-bbox="368 778 845 809"><b>【通信経由の事業モデルも実現させる】</b></p> <p data-bbox="368 828 1846 859">○ 携帯端末や、パソコンなど、通信への接続環境が整うなかで、放送と通信を連携させ、通信経由の事業モデルも実現可能と考える。</p> <hr/> <p data-bbox="368 958 484 989"><b>【その他】</b></p> <p data-bbox="368 1008 1908 1039">○ 通販モデルあるいは有料放送モデルにて事業を行うことで、視聴者への利便性の向上を通じて、マルチメディア放送の発展に寄与する。</p>

## 2-12 検討のフロー

### 技術面での検討

項目	具体例
----	-----

割当周波数帯域幅の検討

●サービスに要する割当周波数帯域幅	<ul style="list-style-type: none"> <li>想定するサービスごとの割当可能周波数帯域幅の試算</li> <li>事業者の数</li> </ul>
●V-LOW、V-HIGH別の割当方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>V-LOW、V-HIGHの特性等</li> </ul>

技術方式の検討

●制度化する技術基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>候補となる技術基準間の異同</li> </ul>
●一の標準方式の決定の是非	<ul style="list-style-type: none"> <li>標準方式の意義</li> <li>複数の方式が併存するメリット、デメリット</li> </ul>
●一の標準方式の決定	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 判断要素の確定</li> <li>○ 判断要素ごとの検討                             <ul style="list-style-type: none"> <li>国際標準</li> <li>周波数の効率的利用</li> <li>サービスの高度化、多様化の実現性</li> <li>送信ネットワーク費用</li> <li>受信機の費用</li> <li>国際競争力の強化への寄与</li> <li>その他</li> </ul> </li> </ul>

### 制度面での検討

項目	具体例
----	-----

サービスの概要の検討

●実現する放送の基本的枠組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>理念</li> <li>サービス内容</li> <li>性格(基幹、非基幹)</li> <li>放送対象地域(全国、地方ブロック、コミュニティ等)</li> <li>あまねく受信義務の扱い</li> <li>アナログラジオとの関係</li> <li>ビジネスモデル</li> </ul>
----------------	--

効率的枠組の検討

●周波数割当計画の決定方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>従来の方法(国が具体的内容を定める)と、事業者に委ねる方法(認定計画の適用)</li> <li>認定計画において担保すべき事項</li> </ul>
---------------	---

参入の枠組み、規律

●参入の形態	<ul style="list-style-type: none"> <li>ハード・ソフトの在り方</li> </ul>
●集中排除原則	<ul style="list-style-type: none"> <li>チャンネルリース制度</li> <li>アナログラジオとの関係</li> </ul>

事業の規律

●番組規律	<ul style="list-style-type: none"> <li>番組準則、調和原則</li> </ul>
●PF規律	<ul style="list-style-type: none"> <li>認証、課金の在り方</li> </ul>
●その他	

# 2-13 携帯端末向けマルチメディア放送のイメージ

## 事業構造

### 位置づけ

携帯電話サービスの拡張

従来型放送の拡張

### 受信エリア

全国

地方ブロック

コミュニティ

### 収入基盤

広告収入（無料放送）

通販収入

料金収入（有料放送）

その他

### 受信端末

テレビ等

携帯電話

携帯デバイス

### 受信形式

固定受信



移動受信



## サービス

### チャンネル数

多チャンネル

### チャンネルイメージ

一般向けチャンネル

専門的チャンネル

### 放送の形式

映像



音声



データ



### 送信の形式

リアルタイム

ダウンロード

### コンテンツの種類

<一般向け>

報道（ニュース）

娯楽（ドラマ、スポーツ、音楽、映画等、通販）

教養・教育（英会話等）

地域情報

災害情報

<専門的>

地図、広告

ゲームソフト、エン지니어リング

通信連携コンテンツ

インターネットアプリケーション

## 2-14 実現する放送の基本的枠組み

実現する放送	デジタル新型コミュニティ放送	全国向けマルチメディア放送	地方ブロック向けデジタルラジオ放送
制度化の理念	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「地域振興」「地域情報の確保」</li> <li>●「地域文化・地域社会への貢献」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「国際競争力の強化」</li> <li>●「産業の振興」</li> <li>●「コンテンツ市場の振興」</li> <li>●「通信・放送融合型サービスの実現」</li> <li>●「新たな文化の創造」</li> <li>●携帯端末向け放送サービスの先導的役割</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「地域振興」「地域情報の確保」</li> <li>●「地域文化・地域社会への貢献」</li> <li>●「既存ラジオのノウハウの活用」</li> <li>●「通信・放送融合型サービスの実現」</li> </ul>
ビジネスモデルのイメージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域ごとの情報伝達手段</li> <li>●アナログコミュニティ放送のデジタル版</li> <li>●自治体やCATVとの連携</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●全国マーケットの多様な多チャンネルサービス</li> <li>●携帯電話サービスとの連携</li> <li>●骨太なビジネスモデル</li> <li>●新たな公共的役割(コンテンツ振興、地域情報の全国発信、「外国人向け」等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地方ブロックマーケットの多チャンネルサービス</li> <li>●「全国向け放送」の対抗軸(「地方ブロック」同士の連携等)</li> </ul>
料金	無料放送中心	有料放送中心	無料放送・有料放送
受信エリア	電波の届く限り	FM程度(約9割の世帯をカバー) (例えば5年以内の実現を目途)	FM程度 (例えば5年以内の実現を目途)
サービス内容	リアルタイム中心 音声中心(映像あり)	リアルタイム・ダウンロード マルチメディア	リアルタイム中心(ダウンロードもあり) 音声・映像・テキスト 等
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域情報中心</li> <li>・災害時放送等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・専門的コンテンツ中心(「ニュース」「スポーツ」「音楽」等)</li> <li>・従来の放送にはないコンテンツ(「ゲーム」「エンジニアリング」「地図」等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般向け情報中心</li> <li>・アナログラジオのサイマル放送あり</li> <li>・災害時放送等</li> <li>・ITS等</li> </ul>

## 2-15 その他の参入規律①(サービスの定義)

参入の前提として、どのようなサービス上の相違を設けるか。

サービスの定義 (ビジネスモデル)	① 「映像」「音声」「データ」／「リアルタイム」「ダウンロード」の放送を自由に組み合わせることを可能とする(事業者の自主性に委ねる)。
	② ラジオに準じて、すべてのチャンネルが「データ」や「ダウンロード」とならず、 <u>最低でもそのハードプラットフォーム上で「音声放送」があることを確保する。</u>
	③ すべてのチャンネルが「データ」や「ダウンロード」とならず、 <u>最低でもそのハードプラットフォーム上で「映像放送」があることを確保する。</u>



いずれにしても、「視聴者に分かりやすいこと」、「(技術の進展等に対処できる)柔軟性を確保すること」が必要ではないか。

(参考1) 現在の各放送の定義	伝送する情報			
	「瞬間的映像」 ⇒テレビ映像	「音響」	「映像又は信号」	
			簡易動画	その他
テレビジョン放送	SD・HDの放送部分	(「瞬間的映像」に伴う音響のみ伝送可能)	文字放送等の部分	
音声放送 (ラジオ)	超短波(FM)	音声のみの放送部分	文字放送等の部分	
		(デジタルラジオの)簡易動画付き放送部分		
	中波(AM) ・短波	音声のみの放送部分		
データ放送			文字放送等の部分	



伝送が義務づけられる部分



任意で伝送する部分

## 2-16 その他の参入規律②(サービスの定義)

	伝送する情報			
	「瞬時的映像」 ⇒SD・HD形式の映像	「音響」	「映像又は信号」	
			簡易動画	その他
マルチメディア放送		音声のみの放送部分	文字放送・ダウンロード放送等の部分	
		簡易動画付き放送部分		

※ いずれの「部分」の伝送を義務づけることが必要か。

(注) 今回割り当てる周波数は、周波数割当計画において「テレビジョン放送以外の放送」に割り当てることとされている。

### (参考2) 現在のテレビジョン放送等の定義

テレビジョン放送	静止し、又は移動する事物の瞬時的映像及びこれに伴う音声その他の音響を送る放送(文字、図形その他の映像(音声その他の音響を伴うものを含む。))又は信号を併せ送るものを含む。 【放送法第2条第2号の5】
音声放送 (ラジオ)	超短波放送(FM) 30MHzを超える周波数を使用して音声その他の音響を送る放送(文字、図形その他の映像又は信号を併せ送るものを含む。)であつて、テレビジョン放送に該当せず、かつ、他の放送の電波に重畳して行う放送でないもの 【放送法第2条第2号の4】
	中波放送(AM) 526.5kHzから1606.5kHzまでの周波数を使用して音声その他の音響を送る放送 【放送法第2条第2号の3】
	短波放送(LF) 3MHzから30MHzまでの周波数を使用して音声その他の音響を送る放送 【電波法施行規則第2条第1項第24号の2】
データ放送	2値のデジタル情報を送る放送であつて、超短波放送及びテレビジョン放送に該当せず、かつ、他の放送の電波に重畳して行う放送でないもの 【電波法施行規則第2条第1項第28号の4】

## 放送普及基本計画

放送普及基本計画とは、放送の計画的な普及及び健全な発達を図るため、NHKの必須業務等、放送用割当可能周波数、放送に関する技術の発達及び需要の動向、地域の自然的経済的社会的文化的諸事情その他の事情を勘案して定めるもの（放送法第2条の2第2項）。

## 放送普及基本計画の規定事項

放送普及基本計画には、次の事項を定めるものとされている。

- **放送の計画的な普及及び健全な発達を図るための基本的事項**
- **放送対象地域**（同一の放送番組を放送を同時に受信できることが相当と認められる一定の区域）
- **放送対象地域ごとの放送系の数の目標**

※ 放送対象地域内では、放送事業者は、難視聴解消の義務又は努力義務が課される。  
放送事業者は、放送対象地域内で、その放送があまなく受信できるように努めることとされている（NHKには、テレビジョン放送及び中波放送・超短波放送のいずれかが全国において受信できるように措置をすることが義務付け）。

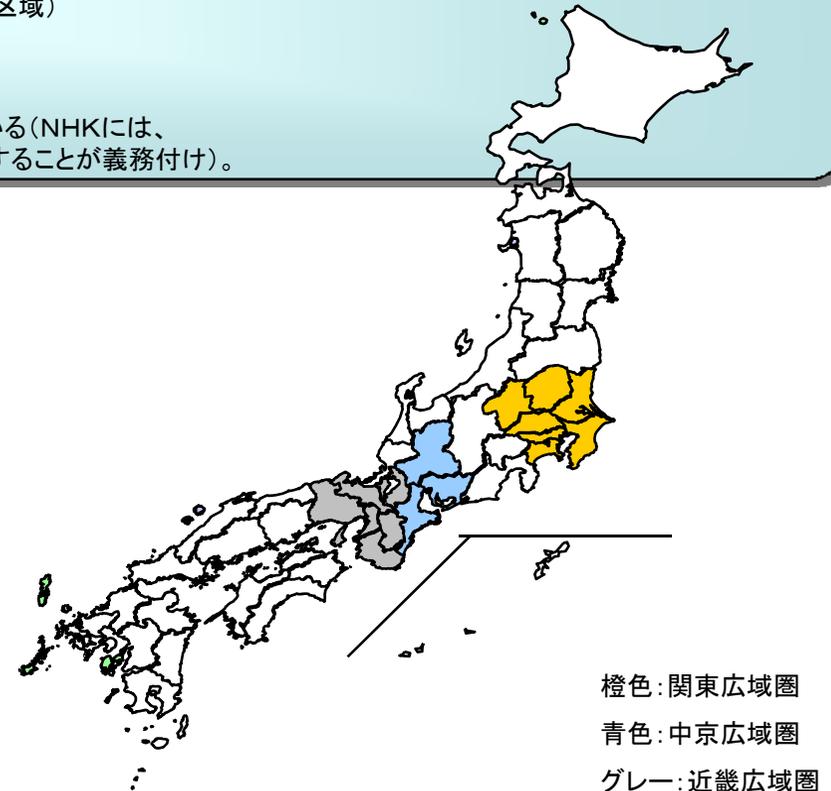
## 放送対象地域の例

### (1) 規定の仕方

- ① 放送の主体（NHK、放送大学学園、一般放送事業者）
- ② 放送の種類（テレビジョン放送、中波放送、超短波放送等）  
等に基づき設定

### (2) 具体例（地上アナログテレビジョン放送）

- ① NHK  
関東広域圏、関東広域圏にある県を除く各道府県
- ② 放送大学学園  
関東広域圏
- ③ 一般放送事業者  
広域圏：関東広域圏、近畿広域圏、中京広域圏  
複数の県域：鳥取県及び島根県、岡山県及び香川県  
その他：上記以外の各都道府県



橙色：関東広域圏  
青色：中京広域圏  
グレー：近畿広域圏

## 2-18 放送の種類別のチャンネル数(放送普及基本計画ベース)

		全国		県域・広域		その他		
		NHK	民放	NHK	民放	NHK	民放	
地上放送	テレビジョン放送(注3)		1(教育)	—	1(総合)	1~6 (広域は3区域) ※無料	—	—
	音声放送	超短波	—	—	1	1~2(県域のみ) ※無料	—	適宜(コミュニティ)
		中波	1(教育)	—	1(総合)	1~3 (広域は3区域) ※無料	—	—
		短波	—	1 ※無料	—	—	—	—
	(マルチメディア放送)							
BS放送	テレビジョン放送	標準	1(難視解消) 1(総合)	1以上 ※有料・無料は問 わない。	—	—	—	—
		高精細度	1(難視解消) 1(総合)	8程度 ※有料・無料は問 わない。	—	—	—	—
	超短波放送(注4)		—	1以上	—	—	—	—
CS放送	テレビジョン放送	標準	—	290程度 ※有料・無料は問 わない。	—	—	—	—
		高精細度	—	20程度 ※有料・無料は問 わない。	—	—	—	—
	超短波放送		—	250程度 ※有料・無料は問 わない。	—	—	—	—

注1 国内放送に係るチャンネル数について取りまとめたもの。

注2 放送大学学園の放送、多重放送を除く。

注3 「ワンセグ」は地上放送のテレビジョン放送の免許により行われることから、この数と同じになる。

注4 2.6ギガの衛星による「モバイル向けの放送」を含む。

## 2-19 放送の普及義務及び世帯カバー率

「あまねく受信できるように努める」義務又は「あまねく受信できるように措置」義務

### ○ 民放 = 「あまねく受信できるように努める」義務

放送法第2条の2

6 放送事業者(受託放送事業者、委託放送事業者及び第九条第一項第二号に規定する委託国内放送業務又は委託協会国際放送業務を行う場合における協会を除く。)は、その行う放送に係る放送対象地域において、当該放送があまねく受信できるように努めるものとする。

### ○ NHK = 「あまねく受信できるように措置」義務

放送法第9条

5 協会は、中波放送と超短波放送とのいずれか及びテレビジョン放送がそれぞれあまねく全国において受信できるように措置をしなければならない。

		平均世帯カバー率(民放)	平均中継局数(民放)
テレビジョン放送	アナログ	約 100%	約 64局
	デジタル	約 99% <small>(中継局ロードマップ(H18.12.1作成)に従って中継局が整備された場合の2010年時の平均カバー率)</small>	約 46局 <small>(中継局ロードマップ(H18.12.1作成)による2010年時の平均中継局数)</small>
超短波放送 (コミュニティ放送を除く。)		約 89%	約 5局
中波放送		約 95%	約 5局

注 平均世帯カバー率のうち、デジタルテレビジョン放送のものは「中継局ロードマップ(H18.12.1)」を基に作成、その他のものは総務省試算。

「全国向けマルチメディア放送」「地方ブロック向けデジタルラジオ放送」の放送対象地域を「全国」「(特定の)地方ブロック」というように一定の地域を指定した場合、それらの放送対象地域に関して、放送法第2条の2第6項に規定する「あまねく受信できるようにする努力義務」の対象となるが、次の点についてどう考えるか。

- ① どの程度の確保を前提とすることが適切か。
- ② 前提とする程度は、「全国向けマルチメディア放送」と「地方ブロック向けデジタルラジオ放送」で同じである必要があるか。

**【A案】**少なくとも90%程度を確保することを前提とする。

- ・ 「放送が国民に最大限保障されて、その効用をもたらす」という放送法の目的の実現のため、相当程度の世帯カバー率を目指す必要があること。
- ・ これまでの地上放送は、「あまねく受信できるように努める」旨の義務が課された結果、最も世帯カバー率が低いFM放送でも90%程度となっている。新たな放送についても、90%程度の確保がなければ国民の期待に応えられない。

**【B案】**90%程度の確保に拘らない。

- ・ ①娯楽を中心とした放送内容が想定されること、②既存の放送メディアのモアチャンネルであること等から、広範なカバー率を確保しなくても国民生活上問題はない。
- ・ 新規サービスとして円滑に事業を立ち上げるためには、事業者の負担はできる限り軽くすべき。

**【参考】**

		平均世帯カバー率(民放)	平均中継局数(民放)
テレビジョン放送	アナログ	約 100%	約 64局
	デジタル	約 99% (中継局ロードマップ(H18.12.1作成)に従って中継局が整備された場合の2010年時の平均カバー率)	約 46局 (中継局ロードマップ(H18.12.1作成)による2010年時の平均中継局数)
超短波放送 (コミュニティ放送を除く。)		約 89%	約 5局
中波放送		約 95%	約 5局

注 平均世帯カバー率のうち、デジタルテレビジョン放送のものは「中継局ロードマップ(H18.12.1)」を基に作成、その他のものは総務省試算。

○放送法第2条の2第6項  
 放送事業者(受託放送事業者、委託放送事業者及び第九条第一項第二号に規定する委託国内放送業務又は委託協会国際放送業務を行う場合における協会を除く。)は、その行う放送に係る放送対象地域において、当該放送があまねく受信できるように努めるものとする。

## 2-21 民放各局の「ローカル放送番組」の比率とその内訳

	テレビジョン放送	AM	FM
地域情報番組の比率	12.8%	52.2%	40.5%
うち、ニュース	3.8%	4.2%	1.9%
うち、天気予報	1.4%	1.6%	0.9%
うち、その他	7.6%	46.5%	37.6%
「その他」の番組例	(県域) 「どうでしょうリターンズ」(北海道テレビ放送) 「こちらお茶の間情報局」(秋田放送) 「県政スペシャル」(さくらんぼテレビジョン) 「ハイビジョンスケッチ とやまの彩」(北日本放送) 「カーブ・DON！」(広島ホームテレビ) 「九州経済NOW」(ティー・ヴィー・キュー九州放送) 「フレッシュ大分」(大分放送) 等	(県域) 「大泉洋のサンサンサンデー」(北海道放送) 「おはようワイドあおもり」(青森放送) 「福島競馬レース展望」(ラジオ福島) 「長崎は証言する」(長崎放送) 「ワンダフル高知」(高知放送) 「泡盛よもやま話」(ラジオ沖縄) 等	(県域) 「hiro&hiroの新潟ステキ再発見！」(新潟県民エフエム) 「全開！福井あばさけビジネス道」(富山エフエム放送) 「山口週末ナビ」(エフエム山口) 「ライブアップまつやま」(エフエム愛媛) 「福岡パラダイス」(エフエム福岡) 「フレッシュフラッシュ熊本」(エフエム熊本) 等

※ 「ローカル放送番組の比率」は、平成15年再免許時の資料による。

※ 「ローカル放送番組」は、「出演者、番組内容等からみて、当該放送事業者の存立の基盤とする地域社会向けの放送番組と認められるもの」をいい、自社以外が制作したのも含む。

## 2-22 NHKの地域向け放送時間<sup>(注1)</sup>とその内訳

	テレビジョン放送 (総合テレビ)	AM (ラジオ第1)	FM
地域向け放送時間	3時間 2分	3時間12分	2時間 5分
うち、 ブロック向け等の放送時間 <sup>(注2)</sup>	1時間52分	2時間31分	1時間33分
うち、 都道府県向け等の放送時間 <sup>(注3)</sup>	1時間 9分	41分	31分

※ NHK資料をもとに総務省作成

(注1) 放送時間は、平成19年度の地域放送時間の計画値を1日(24時間)単位に換算したもの。

(注2) 「ブロック向け等の放送時間」には、各ブロック向け放送の他、複数の都道府県向けの放送及びブロックを超えて放送される放送を含む。

なお、NHKのブロック割は次のとおり。

- ・ 北海道ブロック(北海道)
- ・ 東北ブロック(宮城県、秋田県、山形県、盛岡県、福島県、青森県)
- ・ 関東甲信越ブロック(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、長野県、新潟県、山梨県)
- ・ 中部ブロック(愛知県、三重県、岐阜県、石川県、静岡県、福井県、富山県)
- ・ 近畿ブロック(大阪府、京都府、兵庫県、和歌山県、奈良県、滋賀県)
- ・ 中国ブロック(広島県、岡山県、松江県、鳥取県、山口県)
- ・ 四国ブロック(愛媛県、高知県、徳島県、香川県)
- ・ 九州ブロック(福岡県、熊本県、長崎県、鹿児島県、宮崎県、大分県、佐賀県、沖縄県)

(注3) 「都道府県向け等の放送時間」には、各都道府県向け放送の他、都道府県内の一部の地域に向けた放送を含む。

## 2-23 諸外国におけるマルチメディア放送サービスの提供状況(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) 卸売事業者 MediaFLO USA	Virgin Mobile (携帯電話事業者) Movio(BT子会社)	入札中	Debitel (携帯電話事業者) MFD	3Italia、TIM (携帯電話事業者) Mediaset(地上テレビ局の親会社)	KBS、MBC、SBS (地上テレビ局) 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)
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		

## 2-24 諸外国におけるマルチメディア放送の制度化状況

- **(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)

### ● (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)