

局のエフエム東京とITシステムのCSKシステムズが共同で、IPDCを使った番組を携帯電話向けに放送したり、西鉄バスのサイネージに情報を送ったりしている。

また、09年11月には、すべてのメディアを一つの電波に乗せる「AMIO = All Media In One」プロジェクトのための「AMIOフォーラム」が設立された。テレビ・ラジオが使っている電波をさらに有効に活用して、新聞・雑誌の紙面をデジタル伝送するという実験を、ユビキタス特区制度を活用して行う予定だ。景気の低迷による広告収入減などで萎縮しがちだったメディア業界が、攻めの姿勢に転じようというのである。

電波獲得競争の対象は、実は「アナログ跡地」だけではない。放送用に割り当てられていながら使われていない、「ホワイトスペース」と呼ば

れる電波帯が注目を集めている。日本では放送用電波を約40チャンネルに分けて放送局に割り当てられているが、各地域で使われているのはせいぜい10チャンネルで、30チャンネル分が空いている。地域ごとにチャンネルを飛び飛びにして混信を防ぐことが狙いだが、放送の邪魔をしない工夫をすれば、有効利用できるといふ声が高まっているのである。実際、米国ではこのホワイトスペースを使ったブロードバンド通信が始まっている。

日本ではすでにブロードバンドの整備が進んでいるため、携帯電話などのモバイル機器やサイネージへのコンテンツ伝送などのまったく新しいサービスでの利用が考えられている。

放送業界にはホワイトスペースの開放に慎重な意見もあるが、総務省は前向きな姿勢を見せており、12月2日には検討チームを発足させている。

**電波オークションも選択肢の1つ**

以上のような電波の有効利用を推進するためには、法律の見直しを含めた環境整備が必要になる。たとえば、従来のように電波の割



大きな可能性を秘めたデジタルサイネージ (東京・六本木の東京ミッドタウンで)

**現** 在のアナログテレビ放送が2011年7月に地上デジタル放送に移行する際、生じる電波の「アナログ跡地」の獲得競争が激化している。通信や放送、その他さまざまなデータ伝送に幅広く使える電波は、新産業の切り札だが、国の規制もあって、これまで十分に活用されてはこなかった。

**準備進む**

携帯向けマルチメディア放送

アナログテレビは現在、VHF(超短波)とUHF(極超短波)帯の電波を使って放送されている。デジタル放送では情報を圧縮して送ることができ、電波帯が少なくて済む。そのため、11年7月には現在テレビが使っているVHF帯がすべて明け渡され、「跡地」として活用可能になる。

この「跡地」利用サービスとして有望視されている筆頭が、携帯電話向け「マルチメディア放送」だ。既存の携帯電話向けテレビ放送である「ワンセグ放送」は、テレビ用の番組をそのまま無料で視聴するのが基本となっており、いまだビジネスに結びついていないと言いがたい。これに対しマルチメディア放送は、衛星やケーブルテレビのように、まったく新しいチャンネルを作るものだ。つまり、音楽専門チャンネルやニュースチャンネルなど、携帯電話独自の番組を放送し、番組そのものを有料化したり、番組を通じたショッピングなど、ネットとの結合ビジネスも可能になる。

11月16日の総務省の発表では、36の企業グループがこのマルチメディア放送への参入を希望。特にNTTドコモ・フジテレビ、KDDI、FOMAラジオ局をそれぞれ中心とする3大陣営が、独自の技術規格を引っさげて事業計画を練っている。

これら3大陣営はいずれも、ネットの伝送方式であるIP(インターネット・プロトコル)を放送波に載せる「IPDC(IPデータキャスト)サービスを採用することとしている。ウェブサイトに膨大なコンテンツが存在しており、これらを放

# “余った電波”の有効利用で新たなビジネスが生まれる

地上デジタル放送開始で電波が“余る”。それは新ビジネス誕生の起爆剤になる。

なかむら いちや 中村 伊知哉 (慶応義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授)

送に活用するための手段がIPDCだ。このサービスでは、多数の携帯電話に一齐に情報を届けることもできるし、限られた数の端末に通信的に送ることもできる。

関係企業は09年6月、企業連合「IPDCフォーラム」を結成し、通信と放送を横断した技術やビジネスモデルを共同で模索している。同フォーラム代表は筆者が務めている。

総務省は10年にはマルチメディア放送の事業申請を受け付けて事業者を選定し、12年までにサービスを開始させる予定だ。

これと並び、新産業として注目されているのが「デジタルサイネージ」だ。ビル壁や電車内、商店内などに設置した薄型画面を使った「電子看板」で、このところメーカー、通信、広告・コンテンツ業界がこぞって参入。現在650億円の市場を15年には1兆円に成長させると意気込んでいる。現在、ほとんどのデジタルサイネージはネットに接続されていないが、これらを電波でネットワーク化し、自在に情報をコントロールできるようにすれば、巨大な需要が生まれるだろう。

こうした新ビジネスについては、すでに08年に設置された「ユビキタス特区」(全国67カ所)で、さまざまな実験が行われている。

例えば福岡市の特区では、ラジオ

当先を政府が決める、無料で使わせるのではなく、入札で決める「電波オークション」の導入議論がある。割り当てが透明になることに加え、電波獲得そのものにコストがかかるため、事業者による電波の利用効率が高まるというメリットがある。

米国では1994年に携帯電話の事業免許でオークションを導入し、約50回の落札総額は4兆6000億円に達したという。EU(欧州連合)も00年に導入、6カ国の合計落札額は1兆6000億円に上ったという。日本の民主党政権は財源確保に躍起だが、電波も政府の持つ貴重な資産である。これを生かして増収を図ることは、政策の選択肢として考え得る。

ただし、欧米では電波獲得費用が高騰し、多くの事業者が資金難に陥るといふ事態も起きた。日本でも通信業界が反対するだろう。実現にはなお課題がありそうだ。

また、通信・放送分野はこれまで、事業ごとの縦割りで電波法、電気通信事業法、放送法など約10本の法律で規制されてきた。これを一本の情報通信法にまとめ、コンテンツ、サービス、ネットワークの横割り3層構造に改める必要がある。政府内ではすでに3年をかけてそのための議論が行われている。

だが、目的は法体系の一本化にあ

るわけではない。これを機にダイナミックな規制緩和を断行して電波の縛りを緩め、新しいサービスやビジネスの開発を可能にすることだ。

放送局が、夜中に使わない電波を使って通信会社と組み、携帯電話向け事業を兼業するようなことも考えられるが、日本では認められていない。また、フランスでは、複数のテレビ局の電波を束ねて経営する企業とテレビ番組を作るソフト企業がそれぞれ独立して経営されているが、日本では、地上波テレビ局は電波の免許を持つ主体と、番組の編集責任を持つ主体が同じでなければならないとされている。

それでも、1年前ならタブーだったこうしたプランを公然と口にしている業界人が増えてきたことが、電波をめぐる情勢の変化を示している。長い景気低迷のなか、業界の構造転換を求める動きが強まっているのである。これまで電波の改革が進まなかった理由は、旧政権や官僚がサボっていたことだけではない。業界が電波の既得権を守ろうとしてきたことが、改革を妨げてきたのである。

民主党政権は「電波の有効利用」「通信・放送行政の改革」「インターネットを用いたコンテンツの2次利用促進」などの施策メニューを並べて政権交代を果たした。早急な実現を望みたい。

「週刊エコノミスト」 2009年12月22日特大号