

# 情報通信分野における プラットフォーム事業の将来像

——CS デジタル放送を中心に——

木戸英晶・箴島 専・竹村敏彦  
佐々木学・松村宗臣・板橋喜彦



## ▶ 1 本稿の目的

情報通信分野におけるプラットフォーム事業については、現在、総務省において検討が進められている情報通信法体系の見直しに際して、その位置づけや規律のあり方について検討がなされている。

具体的には、現在、情報通信審議会情報通信政策部会の通信・放送の総合的な法体系に関する検討委員会が公表している「通信・放送の総合的な法体系について（中間論点整理）」<sup>(注1)</sup>において、「ネットワーク機能が高度化する中で、様々なサービスを提供するための基盤となる情報通信プラットフォームが重要な役割を果たしつつある。研究会報告書<sup>(注2)</sup>では、『現時点ではプラットフォームを他のレイヤーから独立した規制として立法化する必要は大きくはない』としているところ、昨年いわゆる放送プラットフォーム事業（有料放送管理事業）に係る規制が創設されたことも踏まえ、こうした機能に係る規律の取扱を検討する必要がある。」「規律の対象とするプラットフォームの概念を明確にしたうえで、放送プラットフォーム（有料放送管理事業）について、新たな法体系への移行に際してコンテンツ規律とは区別して規定することが必要か検討すべきである。その際、これ以外のプラットフォームを他から区分して位置付ける必要性について、公正競争確保の観点も踏まえ、検討を加えることが適当である。」とされている。

平成19年2月に公表され、上記検討委員会における議論の出発点になった「通信・放送の総合的な法体系に関する研究会」の報告書においては、「プラットフォームについては特段の規制なく市場が成長してきた。その中で『ネットワーク外部性』等により周辺市場を含めた寡占化傾向が見受けられる。」「この状況下において、プラットフォーム事業者が取引相手に対して不公正な取引を強いる事例が発生しており、プラットフォームが新たなボトルネックを形成し、事業者の自由で健全な経済活動だけでなく、情報の自由な流通をも阻害するおそれが現実のものとなりつつある。」としつつ、「現時点ではプラットフォームレイヤーを他のレイヤーから独立した規制として立法化する必要は大きくはない。しかし、プラットフォームは、新興のサービスであることもあって、公正競争確保や利用者保護策等についてこれまで十分な議論が行われていないのが実態であり、ユビキタスネット社会の健全な形成・発展という観点からは、プラットフォームに対する規律の在り方について、その必要性も含め、検討を進めておく必要がある。」とされていた。なお、

当時、未成立であった有料放送管理事業に関する放送法改正法案については、「受信者保護を図るために一定の規律を課すことなどを目的」としたものと記述されており、「このように、プラットフォーム事業者のうち、特に高度な社会性・公共性のあるものについて、利用者保護の観点等から規律の導入の必要性を検討する必要がある。」こととしている。

有料放送管理業務は、消費者保護を主たる目的として立法化されたものであり、これがプラットフォーム事業者とコンテンツを提供する放送事業者との間の関係を規律するものとして、若干の性格の変更を得ていることには注目すべきであるが、プラットフォームを巡る議論がより本格化しつつあることを踏まえ、本稿では今後のプラットフォーム事業の将来像について考察を行う。

本稿の考察に際し、プラットフォーム事業の範囲や定義については様々な可能性があるが、情報通信分野においてプラットフォームの議論において、CS デジタル放送におけるプラットフォーム事業は中心的な課題となってきた経緯があり、主として、CS デジタル放送を対象とする。なお、このテーマに関する先行研究として、篠島の「CS デジタル放送分野のプラットフォーム事業を巡る課題」（早稲田大学大学院国際情報通信研究科紀要、2007年）<sup>(註3)</sup>がある。本稿の前半部において、同論文を踏まえつつ、2007年12月の放送法改正以降のCS デジタル放送についての環境変化に伴う考察を行う。また、前半部を踏まえて、後半部において、携帯ウェブサービスにおけるプラットフォームビジネスとの比較検討を行う。

## ▶ 2 先行研究以降のCS デジタル放送に関する環境変化

### 1) 放送法改正

CS デジタル放送のプラットフォーム事業を運営する株式会社スカパーフェクト・コミュニケーションズ（以下「スカパー」）は、従前から、「衛星放送に関するプラットフォーム業務に係るガイドライン」<sup>(註4)</sup>を公表している。また、同ガイドラインの改定等の際には、社団法人衛星放送協会において、衛星放送事業者（コンテンツ事業者）の代表者と協議を行い、同ガイドラインの運用に際しても、同協会が事務局を務める「衛星放送のプラットフォームに関する委員会」<sup>(註5)</sup>の意見を尊重することとしている。これに加え、放送法第52条の6の5の施行（平成20年4月1日）に伴い、同条に定められた業務の実施方針を平成20年6月に公表している。<sup>(註6)</sup>同方針は、同ガイドラインとほぼ同様の内容となっているが、同方針は放送法の規定に則ったものである。放送法第52条の6の5は、「有料放送管理事業者は、有料放送管理業務（これに密接に関連する業務を含む。）に関し、総務省令で定めるところにより、業務の実施方針の策定及び公表その他の適正かつ確実な運営を確保するための措置を講じなければならない。」ものとしており、同条に基づく放送法施行規則第17条の5の8第1項は、「有料放送管理事業者は、有料放送管理業務（これに密接に関連する業務を含む。第三号において同じ。）に関し、次に掲げる措置を講じなければならない。」として、「国内受信者（受信しようとする者を含む。次号において同じ。）に対し、有料放送の役務の提供に係る契約の相手方及び料金その他の提供条件並びにその変更の内容を明らかにする措置」、「国内受信者の苦情及び問合せを適切かつ迅速に処理する措置」、「前二号に掲げるもののほか、有料放送管理業務の適正かつ確実な運営を確保するために必要な措置」を挙げている。また、同条第2項においては、「有料放送管理事業者は、前項各号に掲げる措置を含む業務の実施方針を策定しなければならない。」と、また同条第3項においては、「有料放送管理事業者は、前項の実施方針を策定したときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。これを変更したときも、同様とする。」としている。

これら放送法第52条の6の5及びその関係省令の本来の立法趣旨に即するならば、有料放送管理業務に関する規律の目的は、国内受信者の保護であり、有料放送管理事業者と

放送事業者（CS デジタル放送における委託放送事業者及び電気通信役務利用事業者）の関係に着目したものではない。

このことからスカパーが放送法第 52 条の 6 の 5 によって定める業務の実施方針においては、まず、視聴者に対する有料放送管理事業者の責任について、記述されている。具体的には、①視聴者に対する営業活動の適正の確保、②役務提供条件及びその変更についての明示、③視聴者からの苦情、要望への対処、④視聴者の個人情報の適正な取り扱いについて、記述されている。

加えて、この業務の実施方針は放送事業者との契約に関する事項も含んでいる。

具体的には、①手数料と提供する役務の対応関係、②広告宣伝・販売促進の考え方と実施結果の報告、③マーケティングデータの活用、④役務提供停止及び契約解除に係る手続き（料金未払いの場合に関する手続き等）、⑤パック・セット編成の手続き、⑥スカパー自らが行うソフト事業の透明性、⑦チャンネル名、パック・セット名の変更等に伴う手続き、⑧CS デジタル放送事業者の放送番組の終了等に関する手続き、⑨スカパーとCS デジタル放送事業者の利益が相反する場合の解決手続き（主張の明確化、有識者の意見の尊重）等、有料放送管理事業者（プラットフォーム事業者）と放送事業者の紛争可能性のある事象について、有料放送管理事業者側の行動規範について定められている。

実務上は、従前のガイドラインにおいては、放送事業者との関係について詳細な記述を設けており、放送法第 52 条の 6 の 5 の定める業務の実施方針を、ガイドラインの内容を踏まえて策定、公表する過程で、放送事業者との関係に係る部分を割愛等する必要性は薄いものと考えられるが、必ずしも放送法との関係において必要十分な関係にあるものではなく、今後のプラットフォーム法制の議論に際して、放送法の本来の立法趣旨と実際の運用の相異を意識する必要がある。

なお、スカパーは実施方針に従い四半期毎に放送事業者の経営者及び衛星放送協会を招いて連絡会を開催してきており、その場においてマーケティングのデータ、諸施策について報告を行うとともに質疑・意見交換を通して情報公開を行ってきたところである。

## 2) スカパー JSAT グループの業務拡大

2008 年 3 月 31 日に、スカパー、ジェイサット株式会社（以下「JSAT」という。）の親会社であったスカパー JSAT 株式会社（現「株式会社スカパー JSAT ホールディングス」）は、宇宙通信株式会社（以下「SCC」という。）を完全小会社化した。この統合により、世界の衛星事業者において、JSAT、SCC の合計で、477 百万ドル（2006 年度、Space News 調べ）の売上高を有する世界第 5 位の衛星事業者となった。

衛星事業は、衛星管制、衛星調達、衛星保険のいずれの観点からも規模のメリットが享受できるビジネスであり、近年、欧米の衛星事業者を中心に業界内の再編の動きが加速されている。ちなみに、SES Astra と GE Americom は 2001 年度に統合、2006 年には New Skies Satellite が加わり SES となり、世界第 2 位の規模となった。

また、世界最大の衛星事業者の Intelsat と 2001 年度では世界第 2 位であった PanAmSat が 2006 年に統合し、世界最大の衛星事業者としての地位を確固たるものとしている。2007 年には、Telesat Canada と Loral Skynet が統合するなど、合従連衡の流れは続いている。これらにより、上位衛星事業者とその他が峻別される傾向にある。

この統合により、スカパー JSAT 株式会社は、「1. 衛星事業基盤の更なる強化と競争力強化」、「2. 水平統合による効率化とサービスの向上」、「3. キャッシュ・フロー創出力の強化と 110 度衛星体制の強化」のシナジーが見込めるとしている。特に 3 については、衛星事業に基づく安定的利益、キャッシュ・フローを利用して、有料多チャンネル放送事業領域への積極投資を実施し、見込まれる成長ポテンシャルを具現化する、としている。

CS デジタル放送の経営に関しては、東経 110 度 CS デジタル放送に関する受託放送業務は、N-SAT-110 を JSAT と SCC が共同で所有することにより、2 社により行われていたが（衛星の管制については SCC が実施）、SCC の子会社化により、東経 110 度 CS デジタル放送の受託放送事業は、スカパー JSAT グループにより、一体的に行われることとなった。

東経 110 度 CS デジタル放送は、いわゆる 3 波共用のデジタル受信機の普及により、視聴者数の拡大が続いている。

東経 110 度 CS デジタル放送は、その他の CS デジタル放送と異なり、専用の受信機によらずとも、3 波共用のデジタル受信機と BS デジタル放送が視聴できる環境が整っている約 1,900 万世帯での視聴が可能となる。これにより、東経 110 度 CS デジタル放送の契約者数は、毎月約 2 万件程度増加しており、2008 年 9 月末では 78.3 万件（総務省「衛星放送の現状（平成 20 年 10 月版）」と順調な推移となっている。

また、総務省による今後の BS との一定の普及方針に鑑みて、事業の重要性は一層増大するものと考えられる。

そのため、東経 110 度 CS デジタル放送の受託放送業務を 1 社独占により提供することの事業上のメリットは少なくない。さらに、JSAT と株式会社放送衛星システム（以下「BSAT」という。）は、2011 年に 110 度 BS / CS ハイブリッド衛星を共同で打ち上げることにに関して、2007 年両者で基本合意を行っており、BS 放送と CS 放送の将来の融合の可能性を考慮すれば、そのメリットはより大きい。<sup>(注7)</sup>

特に 2011 年に開始する新たな BS デジタル放送については、広告放送の割合を制限する認定方針が定められる見込みであり、その結果、有料放送を行う委託放送業務が複数認定される場合、BS デジタル放送においてもプラットフォーム事業の重要性が増すことが考えられる。

さらに、2008 年 10 月には、従来の持株会社（スカパー JSAT 株式会社）は株式会社スカパー JSAT ホールディングスとなり、持株会社の下での従前の 3 つの事業会社（スカパー、JSAT、SCC）が統合され、新たに事業会社であるスカパー JSAT 株式会社が発足した。統合の目的は、同社のホームページによれば、「衛星通信、CS デジタル放送それぞれの世界でその幕開けの時代から、競い合い、合従連衡を繰り返してきた各社が、持株会社による経営統合を経てついに 1 つの会社となったスカパー JSAT。今や、衛星通信事業はその優位性を活かしたサービスの提供、拡充と、世界の強豪との競争や連携の時代となりました。有料多チャンネル放送は、技術の進化によって様々なメディアのブロードバンド化が進む環境下、CS デジタル放送のさらなる強化と、モバイル、IP など他の伝送路も柔軟に活用したサービス提供が求められる、総合力が必要な時代となりました。新たに発足したスカパー JSAT は、安定した基盤を築く衛星事業と、成長の可能性が高く実績が豊富な有料多チャンネル事業の 2 つを 1 つの会社で持つ、ハイブリッドな強みを最大限に発揮しながら、効率的かつ機動的な事業運営で競争力とサービスの拡充を図っていきます。」というもので、プラットフォーム事業者が伝送路を併せ持つことの効果と優位性は一層際立つものになったといえる。

持株会社の下に、それぞれ 100% 子会社として、受託放送事業者であるスカパー JSAT 株式会社及び委託放送事業者である株式会社スカパー・ブロードキャスティングなど 3 社を分離しているが、これは放送法第 3 章の 2、同法第 3 章の 3 に定める受委託放送制度の本来の立法趣旨を考慮したものであると考えられる。これらは欧米各国の受託放送事業者と委託放送事業者を一致することを可能とする制度とは異なっていること、CS デジタル放送の普及拡大の観点から制約となっていないのか、などの視点から今後の通信・放送の融合に関する様々な検討の中での議論が期待される。

### 3) 東経 124 度 / 128 度 CS デジタル放送のハイビジョン化

東経 124 度 / 128 度 CS デジタル放送のハイビジョン放送は、2008 年 10 月に開始された。ハイビジョン放送の開始は、同じ東経 124 度 / 128 度 CS デジタル放送であっても、圧縮方式に H.264 を採用するなど、全く新たな放送の開始に等しい。

また、実際的には、ハイビジョン放送の開始に伴い、以下のような対応の必要があった。

- ア 周波数使用のための実質的調整
- イ 電気通信役務利用放送法等の許認可対応
- ウ ハイビジョン対応のチューナーの普及
- エ ハイビジョンの番組のラインナップ、パック編成の決定
- オ 視聴者へのプロモーション

特にビジネス上の成功の如何を左右するウ、エ、オを中心として、現在までの対応と普及の経緯は以下のとおりである。

ア) ハイビジョン放送が普及する過程においては、現行の標準画質放送とのサイマル放送が必須となる。そのため、ハイビジョン放送を行う周波数を新たに確保する必要があった。現在、東経 124 度 / 128 度 CS デジタル放送において放送用周波数使用計画にて割り当てられている中継器は合計で 36 本であるが、それらは既に使用中のため、これら以外で電気通信業務用に割り当てられている周波数帯を利用して放送を開始している。

イ) 現行の標準画質放送を行う放送事業者にとっては、トランスポンダ料金などサイマル放送に際してのコスト負担が増加することになる。これらを軽減するために、ハイビジョン放送においては、トランスポンダ料金を実質的に内部コスト化できるスカパー JSAT グループの事業会社を、放送事業者となり、従来の放送事業者はトランスポンダ料金などの固定コストの負担をすることなく、収益を確保できる仕組みを構築した。

ウ) ハイビジョン対応チューナーは、現在ソニー株式会社製及びスカパー製がラインアップされており、前者は売り切り方式のみ、後者はレンタル、売り切りの両方が選択可能となっている。こういった視聴者のニーズに柔軟に対応できる構成が、チューナーの普及を促していくと考えられる。

エ) ハイビジョンのチャンネルのラインナップは、多チャンネルデジタル放送の魅力を伝えるためにスポーツ、音楽、映画、エンターテインメント、ドラマなど各ジャンルから選りすぐりの 15 チャンネルを 2008 年 10 月 1 日から放送開始した。2009 年秋には、70 チャンネル以上を放送予定である。これらハイビジョンチャンネルのパック編成は、ベーシック系 35 チャンネル、プレミアム系 9 チャンネル、ペーパービュー系 8 チャンネルなどが放送事業者の参入希望などを踏まえて決定されている。

オ) 視聴者へのプロモーションは、ハイビジョン放送開始に伴って、テレビ、新聞・雑誌での広告など様々な媒体を通して大規模なキャンペーンを行っているが、テレビでの広告では番組宣伝に制限があることから、視聴者にとって分かりにくい宣伝となっている感否めない。特に「スカパー！ HD」を前面に出す広告においては、「HD」と言う言葉がハイビジョンに結びつかない視聴者も多くいるなど普及促進に向けての課題は多い。

これらの対応を行ったプラットフォーム事業者側の役割は大きく、ハイビジョン化に際して、コンテンツを提供する個々の委託放送事業者、電気通信役務利用放送事業者の側が、本来の放送法、電気通信役務利用放送法の趣旨に鑑みれば、受動的な立場にとどまった面はあるものの、仮にプラットフォーム事業者が存在しなければ、ハイビジョン化は進まなかったものと考えられる。また、ハイビジョン化にあたっては、従来のプラットフォーム手数料とトランスポンダ料金の二本立てのシステムに対して、レベニュー・シェア方式を導入し、スカパーが 100% 出資する放送事業者が放送の実施主体となり、個々の番組供給事業者に対して、番組供給料を支払うこととするシステムの提案がなされている。

なお、ハイビジョンの番組のラインナップ、パック編成の決定については、2008年10月1日にハイビジョン放送を開始した15チャンネルの編成は以下のとおりである。

- ①スカパー JSAT 株式会社の直接出資によるもの 4チャンネル
- ②映画専門チャンネル 4チャンネル
- ③スポーツ専門チャンネル 1チャンネル
- ④地上放送事業者系チャンネル 3チャンネル
- ⑤海外ドラマチャンネル 1チャンネル
- ⑥アダルトチャンネル 2チャンネル

これらのチャンネルが実際に放送を開始するまでに、ハイビジョン放送開始を希望する事業者はより多数あったものと考えられる。その中から周波数事情も踏まえ、以上のチャンネルを選抜し、2009年以降のハイビジョン放送の本格開始に先行してプロモーションを行うという事業展開もプラットフォーム事業者のイニシアティブにより実現したものと考えられる。

パックの編成に際しては、視聴者ニーズの高いチャンネルを選定しており、選定の方法として、視聴者アンケート、加入件数、売上実績の情報を活用し、加えて、視聴者ニーズの高い、プロ野球セット、サッカーセット等を組成できるチャンネルを選定したとしている。

また、アダルトチャンネルについては、視聴可能年齢の設定と保障措置について、放送事業者である、株式会社スカパー・ブロードキャスティングによって、CS放送成人番組倫理委員会の基準<sup>(注8)</sup>に従って行われており、また、パック編成については、番組供給事業者間の話し合いにおいて、決定されている。放送法等の立法により直接的には保障し得ない青少年保護について、プラットフォーム事業者のイニシアティブにより、視聴者層をより限定的にする契約方法、パック編成を採用することにより、青少年保護の徹底を図っているものと評価することができる。

### ▶ 3 環境変化を踏まえた検討課題

CSデジタル放送事業におけるプラットフォーム事業者に対する規律の基本的考え方(法的な規律の必要性)に関しては、放送法改正により、一応の安定を得たと考えられる。但し、消費者保護という立法目的をやや離れて実際の制度運用がなされている現状に照らし、整理を要するであろう。なお、消費者保護の必要性という放送法の本来の趣旨が変化している事情は存在せず、新たな情報通信法の体系の下においても、少なくともCSデジタル放送事業におけるプラットフォーム事業については、消費者保護を第一義的な目的とする現在の放送法52条の6の5の規律内容は維持されるべきであると考えられる。

そのことを前提にして、上記2に触れた環境変化が、CSデジタル放送事業におけるプラットフォーム事業者に対する規律のあり方に関して与える影響について検討を行いたい。

箴島の「CSデジタル放送分野のプラットフォーム事業を巡る課題」においては、今後のCSデジタル放送に関するプラットフォーム事業のあり方について、以下のような論点を提示している。

ア 「CSプラットフォーム事業に類似した事業は、CSデジタル放送以外でも行われている。例えば、独占的地位を有するプラットフォームではないが、ドコモのiモードの上でコンテンツを提供し、ドコモに料金収納代行を行わせることができるか否かは、個々のコンテンツ提供事業者の経営に大きく影響すると考えられる。このため、CSデジタル放送のみに着目した制度整備は妥当であるかどうか。」

イ 「CSデジタル放送と競合関係にあるCATV事業者は一般には地域のCATV事業を独占しており、かつ、番組供給事業者(CSデジタル放送事業者のCATV事業における地位)

に対して、チャンネル枠を与えるかどうかについて、何らの制約を受けない立場にある。CS プラットフォーム事業者に対してのみ新たな規律をかけ、CATV 事業者には規律を新設しない場合、CS デジタル放送と CATV との間で、制度の基本的構造が不均衡になるのではないか。」

ウ 「CS デジタル放送事業に参入する際には、周波数の資源の制約等から、国により認定、登録等の手続きが行われる。スカパー！は、認定あるいは登録を受けた CS デジタル放送事業者以外を契約相手方にはすることはできず、それら CS 放送事業者が視聴料収入を伸ばすことによってスカパー！の収益も伸びるという関係にあるので、取引拒絶には何のメリットもなく、また、不当な差別的取り扱いにより特定の CS デジタル放送事業者の事業の成長を阻害することも想定しにくいとも考えられる。また、仮に、スカパー！が優越的地位を背景にして取引拒絶等の行為を行った場合、独占禁止法に抵触する可能性があり、あえて個別に CS プラットフォーム事業について、特別の規律を講じる必要はないのではないか。」

エ 「CS デジタル放送の将来の発展を考えれば、視聴者のニーズに対して柔軟に対応し、それに適うコンテンツを揃えることが CS プラットフォーム事業者の役割であると考えられる。そのため、CS デジタル放送の普及の上で有用なコンテンツを提供する CS デジタル放送事業者に対して、有利な契約を締結する等の方法がむしろ積極的に採用されるべきではないか。また、青少年等をはじめとする視聴者を保護しつつ、CS デジタル放送全体の発展を促すためには、一定の考え方の中で CS プラットフォーム事業者が取引拒絶を行うことを否定しないことも有益であると考えられる。そのため、CS プラットフォーム事業者の判断の自由を制約しないことが現実的な選択肢ではないか。」としている。

これらの論点について、個別の検討を行った上で、それぞれ「CS デジタル放送における CS プラットフォーム事業に特化した検討は排除されない。」「仮に CS プラットフォーム事業に関して規律が講じられたとしても、直ちに CATV 事業者との競争上の不利が生じるわけではない。」「独占禁止法による規律とともに、放送法による規律を行うこととする意義は存在する。」「CS デジタル放送事業者に対して CS プラットフォーム事業の提供を拒否する等の判断の権限を CS プラットフォーム事業者に与えることは、CS 放送事業者の放送番組の編集の自由を確保する観点からは慎重に検討すべきである。」としつつ、放送事業者が、「CS プラットフォーム事業の規律の問題を巡ってはスカパー！と利害対立を抱えている面はあるが、CS デジタル放送全体の発展のためにスカパー！が負担してきたリスク（例えば、セットトップボックスの視聴者への普及促進のためのコストの負担）に鑑みれば…いわば、CS デジタル放送についての中長期的なリスクをスカパー！に依存しながら、自らは多角的な経営を行うことが可能となっているという面もある。」ことから、「スカパー！自身の主張を排して、CS プラットフォーム事業に対する規律導入を強行することはバランスを欠くこととも考えられる。」との結論を得ている。

以上の先行研究の結論を踏まえながら、2007 年 12 月以降の環境変化に鑑みて、本稿では、改めて、以下の論点を提示することとした。

A SCC も含めたスカパー、JSAT の完全統合化、及び BS / CS ハイブリッド衛星打ち上げの計画等を踏まえれば、プラットフォーム事業者が放送事業者に対して有する優位性は増大しつつあり、その優位性に基づく優越的地位の濫用を防止するべき必要性は増しているのではないか。

B 124 / 128 度のハイビジョン化に際して、プラットフォーム事業者のイニシアティブが必要であったにしても、周波数事情や事業運営上の必要性によって、放送事業者の事業開始の可否をプラットフォーム事業者が左右することは望ましくないのではないか。

- C CSデジタル放送におけるプラットフォーム事業に対してのみ特別の法的な規律が課されることは、CATV等との競争の上で適切でないとの考え方があるが、仮にBSデジタル放送において今後有料放送のチャンネルが増加し、BSデジタル放送においてもプラットフォーム事業の役割が期待される場合に、CSデジタル放送とBSデジタル放送のプラットフォームを兼営する事業者が現れる場合には、そのような事業者の競争上の力は特別のものになるのではないか。

#### ▶ 4 個別の論点に係る検討

まず、Aの点について検討を行う。

プラットフォーム事業者の放送衛星事業者に対する潜在的な優位性が増大しつつあることは否定できない。一方で、そのような優位性に基づく優越地位の濫用の防止の必要性が増しているどうかについて、現状に即して検討する必要がある。

平成18年11月から平成19年にかけて、当時のスカパー、放送事業者及び総務省の参加を得て開催された「プラットフォームの在り方に関する協議会」での合意を踏まえて、平成19年9月に社団法人衛星放送協会に「プラットフォームガイドラインに関する委員会」が設置されている。同委員会は、プラットフォームの公正性・中立性・透明性を確保するための措置を講ずることを目的としており、プラットフォームのガイドラインの実効性を確保するために、ガイドラインの運用状況の調査、確認および協議、苦情等の調停ならびに裁定を行うこととし、ガイドラインの内容について協議し、必要と判断した場合は、スカパーに対して訂正を勧告することができるとされている。委員会への審理請求は、衛星放送協会の会員に限らず、ガイドラインの運用に関わる全ての事業者が可能である。同委員会は、有識者3名、放送事業者代表2名、スカパー代表者2名によって構成されている。また、裁定の結果は「勧告」または「見解」として当事者に告知するとともに、インターネット等で公表することとされている。

本稿執筆時点までのところ、同委員会が放送事業者の請求を受けて、具体的な審理を行った案件は存在しない。

また、2008年10月30日の第4回会合におけるプラットフォーム事業者資料<sup>(注9)</sup>によれば、衛星放送事業者への役務提供開始手続き、役務提供停止および契約解除に係る手続きについて、適正な運用をしているとの報告がなされており、個別の係争について、問題が生じているとの言及はない。この報告に反する議論も行われていない。

このため、放送事業者側でのプラットフォーム事業者に対する継続的な改善の要望等が存在することは否定できないにしても、ことさらにプラットフォーム事業者の優越的地位が増大しているとの判断を行うことはできない。

加えて、124度/128度のCSデジタル放送のハイビジョン化の実施に際しての問題について、同じく10月30日の第4回会合におけるプラットフォーム事業者資料によれば、「10月からの『スカパー！HD』サービス開始に伴い、(株)スカパーJSATホールディングスの小会社である(株)スカパー・ブロードキャスティングに対して、新たに役務の提供を開始しましたが、役務提供にあたり、ガイドラインに則った適正な対応をしております」、「10月からの『スカパー！HD』サービス開始に伴い、新たにパック・セットが組成されましたが、ガイドラインに則った適正な対応をしております」としており、プラットフォーム事業者と資本系列にある放送事業者に対する特別の取り扱い、あるいはパック組成に関するプラットフォーム事業者の助言・提案に際しての客観的な根拠の確保等について問題がなかった旨の報告を行っている。

また、スカパーJSAT株式会社には、ガイドラインに則って社内にプラットホームガ



イドライン委員会（社内委員会）が設置されている。委員は、客観性を担保するためにスカパー事業に直接的に関わっていない部門から選出されており、四半期毎に「プラットフォームガイドラインに関する委員会」に先立ち開催されている。同委員会では、社内担当部署より普及促進の状況、放送事業者との各種連絡会の開催状況、放送事業者関連の状況報告などを受け、必要な措置の勧告を行っている。また、ガイドラインの改訂についても同委員会での審査対象となっている。

次にBの点について、ハイビジョン化にあたってのレベニュー・シェア方式を中心として、検討を行うこととしたい。

従来は、視聴者は各委託放送事業者に対して視聴料を支払い、放送事業者は、衛星事業者（受託放送事業者）に対してトランスポンダ料金を支払い、プラットフォーム事業者に対しては、業務手数料を支払う。このうち、トランスポンダ料金は固定的な料金であり、業務手数料は視聴料収入について主として定率をもって算定する。一方で、レベニュー・シェア方式は、従来のプラットフォーム手数料とトランスポンダ料金の二本立てのシステムに対して、視聴者からプラットフォーム事業者の出資する放送事業会社に視聴料を払った上で、放送事業者からは放送事業者（レベニュー・シェア方式においては、番組供給事業者）に対して番組供給料を支払うという方式である。

このレベニュー・シェア方式の導入は、JSATとスカパーの統合による、衛星コストの内部費用化の効果によるものと考えられるが、CSデジタル放送の事業全体に対する影響は以下の二つであると考えられる。

まず、第一には、放送事業者（番組供給事業者）の事業リスクの軽減である。仮に視聴者の獲得が低迷し、視聴料収入がトランスポンダ料金を下回るような場合、事業の継続は困難であるが、レベニュー・シェア方式の場合には、必ずしもトランスポンダ料金が事業採算上の制約とはならない。もっとも、視聴料が低迷する場合に、プラットフォーム側（厳密には衛星事業者として）が衛星コストを回収できない場合は、番組供給契約を終了する判断がなされるであろうが、その場合においても、未回収の衛星コストの負担はプラットフォーム事業者が負うことになる。

第二には、プラットフォーム事業者（厳密には、プラットフォーム事業者が出資する放送事業会社）の影響力が大きなものとなることである。マスメディア集中排除原則の適用により、一のグループがCSデジタル放送に用いることが可能な周波数は、現在最大で12トラポン相当であるから、全ての放送が一の放送事業会社で行われることとはならないにしても、相当数の番組を従来の個々の放送事業者ではなく、一の放送事業会社で行うこととなる場合、CSデジタル放送の事業運営は一の放送事業会社の動向に大きく左右される。番組の編集権も、放送法、電気通信役務利用放送法においては、一の放送事業会社が有することとなる。（なお、現在、マスメディア集中排除原則の緩和が検討されており、緩和が実現すれば、最大24トラポンまでの周波数の使用が許容されることとなり、レベニュー・シェア方式をより多くの放送事業者（番組供給事業者）が採用し、124度／128度CSデジタル放送が一の放送事業者に集約されていく可能性がある。）

後者の影響は、マスメディア集中排除原則によって放送を行う機会を多数のものに保障する考え方とは必ずしも方向性を同じにしない。もっとも、最大24トラポンまでの周波数の使用を許容すれば、124度／128度CSデジタル放送については、マスメディア集中排除原則の適用を事実上撤廃することに等しく、むしろCATV、IPTV等との間のメディア間の競争の重要性が増していると考えられる。

この後者の影響に対して、個々の放送事業者の意向がどのようなものであったかを網羅的に把握する方法はないが、2008年10月から既に開始されているハイビジョン放送に

においては、15番組中全ての番組がレベニュー・シェア方式を採用していると推測される。この事実在即せば、個々の放送事業者の相当多数について、レベニュー・シェア方式が肯定的に受け止められているものと考えられる。

したがって、今後の課題として、レベニュー・シェア方式の採用が拡大した場合に、個々の放送事業者の編集権が実質的に制約される、あるいは、一の放送事業者の影響力が過度に増大することに留意する必要があるが、現時点では、プラットフォーム事業者側と放送事業者の協働が有効に行われているものと考えられる。レベニュー・シェア方式の導入によって、プラットフォーム事業者側の影響力は増しているものの、十分な資金を有しない放送事業者が放送事業を開始することの便宜には資するものである。

また、周波数事情に関しては、ハイビジョン化を見越して、スカパー JSAT グループは事業統合前から H.264 等の新技術の利用に取り組んでおり、新技術に対応したチューナーの開発を行ってきた。その結果、周波数の利用効率が上がり、より多くの放送事業者が参入することが可能となり、トランスポンダ料金負担は従前の技術より安価なものとなった。統一的なプラットフォームがなく、チューナーの開発、販売をメーカー側に依存している BS においては H.264 利用の機運はむしろ消極的である（総務省による 2011 年の BS デジタル放送における委託放送業務の認定の考え方案によれば、H.264 を利用する前提での委託放送業務の認定申請も可能であるが、チューナーの普及等を考えれば、放送事業者単独での新たな技術の採用は困難である。）ことを鑑みれば、プラットフォーム事業者のイニシアティブが周波数の利用効率の向上にも貢献し、結果として放送事業者の参入の拡大を可能にしていると考えられる。

なお、H.264 の利用に際しては、独立行政法人情報通信研究機構（NICT）の助成を受け、総務省北海道総合通信局、当時の JSAT、スカパーが事務局となり、北海道において衛星での地デジ補完の実証実験を目的とした協議会を立ち上げた経緯がある。

最後に C の点について検討を行う。

今後、衛星放送に関する政策としては、2008 年 11 月 28 日に総務省において、「平成 23 年以降の新たな BS デジタル放送に係る委託放送業務の認定に関する制度整備案に対する意見募集」として、以下のような制度整備案を公表したところである。

本稿に関係の深い内容を以下に示す。

- ア BS デジタル放送及び東経 110 度 CS デジタル放送を制度上「特別衛星放送」として統合し、その普及政策を一体化する。
- イ 特別衛星放送全体について、一の者が支配することができるトランスポンダ数を原則として 4 トランスポンダ以内とする。（一般衛星放送についても、一の者が支配することができるトランスポンダ数の上限を原則として 24 トランスポンダ以内まで緩和する。）
- ウ 特別衛星放送においては、一週間当たりの放送時間全体における対価を得て行う広告放送（有料放送により行われるものを除く。）に係る放送時間の占める割合が 3 割を超える申請については、周波数事情を勘案して可能な場合に限り、周波数を割り当てることとする。
- エ 現行の放送方式（広帯域伝送方式等）に加え、新たな放送方式（高度広帯域伝送方式）を策定し、委託放送業務の認定の申請者が、現行の放送方式と新たな放送方式のいずれかを選択して申請することができるようにする。

上記のとおり、BS デジタル放送と東経 110 度 CS デジタル放送を制度的に統合し、新たに「特別衛星放送」として推進を図る見込みとなっている。

また、2011 年の BS 用周波数の追加に伴う新規の委託放送事業者の認定にあたっては、

一のチャンネルにおける広告放送の割合に制限が課される見込みであることを踏まえれば、有料放送の参入が増加することも考えられる。その際に、スカパー JSAT グループが BS のプラットフォームを兼業する見込みはある。なお、現在でもスターチャンネルについては、BS、東経 110 度 CS デジタル放送、124 度 / 128 度 CS デジタル放送の異なる放送の種別において行われている複数の番組をスカパー JSAT グループのプラットフォーム事業において提供しており、これはアクセスコントロールのシステムや衛星へのアップロードのサービスをスカパーが提供するものではない点で、通常のサービス提供とは異なるが、既に BS のプラットフォームの兼業の実績は存在する。

仮に新たな BS デジタル放送において、スカパー JSAT グループがプラットフォーム事業を兼営することとなる場合、具体的な事業形態は、現在のスターチャンネルの場合と同じく、プロモーションや料金収受についてプラットフォームが業務を行いつつ、アップロードに係る業務やアクセスコントロールの提供は他の事業者（BSAT、株式会社 ビーエス・コンディショナルアクセスシステムズ（B-CAS））に依存することが考えられる。また、BS / CS のハイブリッド衛星について、現時点では、BS 用のトランスポンダは BSAT 側の所有であり、衛星管制についても BSAT 側によってなされる予定となっている。

このため、スカパー JSAT 株式会社、BSAT、BCAS が経営統合するなどの全く新たな動きがない限り、新たな BS デジタル放送におけるプラットフォーム事業については、BSAT、B-CAS の行う業務との連携を確保すれば、スカパー JSAT グループ以外の者についても参入の可能性があるが、CS デジタル放送におけるプラットフォームの独占が、そのまま BS デジタル放送におけるプラットフォーム事業の開始に直結するものではない。プロモーション、料金収受の業務運営に関して、スカパー JSAT グループに対抗可能なビジネスプランを示すことができれば、新たなプラットフォーム事業者が登場する可能性はある。

以上を踏まえれば、現実にスカパー JSAT グループが BS デジタル放送のプラットフォーム事業を兼営することが将来あり、また、その独占的な事業形態による弊害が顕在化する可能性は排除できないが、現時点では、2011 年の BS デジタル放送のチャンネルの追加が衛星デジタル放送への新たなプラットフォーム参入の契機となる可能性もあり、独占の弊害を理由にしてのプラットフォーム事業に対する規律の強化は必ずしも必要とはいえないと考えられる。

## ▶ 5 CS デジタル放送分野と携帯ウェブサービス分野との比較

以上のように、本稿においては、CS デジタル放送に関するプラットフォーム事業に関しては、CS デジタル放送分野についての固有の考察により新たな規律の導入の必要性について消極的に考えるものであるが、あわせて、CS デジタル放送分野と携帯ウェブサービス分野との比較を行うこととしたい。

筆者らは、プラットフォーム事業に係る規律に際して、独占の程度が問題となってきた経緯に対し、プラットフォーム事業者とプラットフォーム上においてコンテンツを提供する事業者の相対的な力関係がむしろ重要ではないかとの仮説を有している。

すなわち、プラットフォーム事業者同士の競争とコンテンツ事業者に対する優越的地位には直接の関係がなく、同種のビジネスを展開するプラットフォーム事業者が競争している場合、独占の場合よりも、プラットフォーム事業者のコンテンツ事業者に対する優越的地位は低くなり、また、コンテンツ事業者に対する要求も緩やかとなるとは限らず、一方、仮にあるプラットフォーム事業者が競争上独占的地位にある場合でも、プラットフォーム事業者に対する行政の指導や要請、あるいはプラットフォーム事業者自身の自制により、コンテンツ事業者に対する要求は緩やかとなることを仮説としている。

この仮説の検討は、今後行うこととするが、試みとして、今回のCSデジタル放送におけるプラットフォーム事業者のガイドラインと、携帯電話におけるモバイルインターネット事業のガイドラインを比較した。

(株)エス・ティ・ティ・ドコモ(以下「ドコモ」という。)、KDDI(株)(以下「KDDI」という。)、ソフトバンクモバイル(株)(以下「ソフトバンク」という。)の3社が、それぞれ、iモード、EZweb、Yahoo!ケータイのブランド名で競争を行なっている携帯電話端末によるウェブサービス(以下「携帯ウェブサービス」という。)においても、プラットフォーム事業者としての各携帯電話事業者は、コンテンツ事業者に対して優越的地位を有しているものと考えられる。

現段階では、コンテンツ事業者、携帯電話事業者へのインタビュー等を行っておらず、携帯電話事業者の優越的地位は予想の域を出ないが、予想の根拠として、ウェブサービスにおいて公式サイトの登録を行なう場合を取り上げたい。なお、今後、コンテンツ事業者、携帯電話事業者へのインタビュー等を行って、さらなる検証を行っていききたい。

3社とも公式サイトとしてコンテンツ提供を希望するコンテンツ事業者に対しては、審査を行なっている。本稿では、この審査における審査基準に注目し、検討を行う。

先ず3社の公式HPにおいて公表されているデータにより、3社の競争の概況を下表で比較した。

	公式サイト数	契約数(千)	データARPU
ドコモ	13,724*1	47,725*2	2,660*3
KDDI	7,260*4	25,704*5	2,190*6
ソフトバンク	5,788*7	15,618*8	—

\*1 契約数月次データ/iモードご利用状況/企業情報(2008年7月)(FOMA)

\*2 契約数月次データ/iモードご利用状況/企業情報(2008年7月)(総数、なおFOMAのみ36,089)

\*3 2008年度四半期事業データ第一四半期(2008年4-6月)(FOMA)

\*4 財務・事業データ/モバイルサービスデータ(2008年6月末)

\*5 財務・事業データ/モバイルサービスデータ(2008年6月末)

\*6 財務・事業データ/モバイルサービスデータ(2008年4-6月平均)

\*7 広報データ(2008年7月末)

\*8 月次契約数データ(2008年7月末)

ドコモについて、契約数の優位、データARPUの高さは、コンテンツ事業者の公式サイト化を誘引する重要な要素である。これに加えて、本研究グループは、公式サイト数の多さがプラットフォーム事業者としての優位性を示す指標として最も重要であると考えている。プラットフォーム事業者の強みは、優良なコンテンツ事業者を囲い込むことによる。優良なコンテンツ事業者を囲い込めば、利用者を増やすことが可能となり、それにより、ますます優良なコンテンツ事業者の囲い込みが進むという循環を生じる。(もっとも、コンテンツ事業者に対して、排他的条件付の契約を強制することは、独占禁止法に違反するおそれがあると考えられる。)

携帯電話事業者3社が、コンテンツ事業者に対して有する地位の客観的な比較は困難であるが、試行として、携帯電話事業者3社が、各々の携帯ウェブサービスの公式コンテンツを選定するためのプロセス、基準、取引条件等を公表しているガイドラインの内容、文言を比較することにより、各社がコンテンツ事業者に対して有しているいわば主観的な優越的地位を把握することとした。

なお、参照したのは、iモードについて「iモード掲載基準」、EZwebについて「コンテンツ提供に関するガイドライン」、Yahoo!ケータイについて「オフィシャルコンテンツ掲載ガイドライン」であり、いずれも各社のHP<sup>(注10)</sup>において公開されている。(以下、こ

れらを総称し、「ガイドライン等」という。）

以下、項目別に各ガイドライン等からの抜粋を行うこととする。なお、抜粋内容は本稿執筆段階のものであり、必ずしも最新のものと一致しない場合がある。

#### ①基本的考え方

コンテンツ事業者の希望に応じて、公式コンテンツとしての採用を行うかどうかの決定権限は、プラットフォーム事業者側にあることが明らかにされている。また、iモード、Yahoo!ケータイにおいては、ガイドライン等の文言のみによらず、プラットフォーム事業者側の個別の判断で可否を決定することも明らかにされており、プラットフォーム事業者側の裁量性が強い。

##### < iモード >

「iモードメニューへの掲載を希望されるコンテンツにつきましては、掲載の可否に関して、ドコモが事前に検討させていただきます。」

「iモードメニューへの掲載の可否の決定は、ドコモが行います。」

「iモードメニューサイト倫理綱領及びコンテンツ掲載基準はあくまで目安であり、これらの基準に合致するコンテンツをiモードメニューサイトに掲載することをお約束するものではなく、ドコモのビジネスとしての総合的な判断から掲載をお断りする場合があります。」

##### < EZweb >

「EZwebでのコンテンツ等の提供については、モバイルインターネットコンテンツの健全な発達をベースとしたユーザの利便性、有用性の一層の向上、より豊かで安心できるEZwebモバイルインターネット環境の実現という観点から積極的な対応を行ないます。」

「具体的には『コンテンツ等の提供に関する基準等』の各条項に則してEZwebでのコンテンツ等の提供の是非を判断します。」

##### < Yahoo!ケータイ >

「オフィシャルコンテンツの掲載の可否につきましては、ソフトバンクが審査検討し決定します。」

「掲載審査は本ガイドラインに則して行いますが、ソフトバンクならびにコンテンツパートナー様のビジネス性を合わせて考慮し、総合的な判断に基づいて可否を決定します。」

#### ②コンテンツ事業者に対する基本的条件

コンテンツ事業者の希望に応じて、公式コンテンツとしての採用を行う際の基本的条件として、3社ともコンテンツ提供能力と経営基盤を挙げるが、EZwebについては、さらに一般的な信用失墜行為の禁止を挙げている。

##### < iモード >

「コンテンツを企画・作成編集提供するのに必要十分な能力があること」

「コンテンツプロバイダーに、同種または類似の取引業務の実績があること」

##### < EZweb >

「安定的かつ継続的にコンテンツ等を提供しうる経営基盤を有していること」

「KDDIグループの社会的信用、名誉を失墜させる行為もしくはその虞がある行為を行わないこと」

##### < Yahoo!ケータイ >

「コンテンツパートナー様は、コンテンツを継続的に安定して提供できる能力と経

「営基盤があること」

③異議申し立て処理

3社とも、コンテンツ事業者からの異議申し立てに関する記述は存在しない。

④コンテンツに対する事項

下表のとおりであり、iモード、Yahoo!ケータイが日本民間放送連盟放送基準<sup>(注11)</sup>と同様の趣旨を簡易に記述した内容であるのに対して、特にEZwebの記述が細目にわたるものとなっている。なお、CSデジタル放送の放送事業者のほぼ全てが、自社の番組基準を日本民間放送連盟放送基準に準拠することとしていることから、比較の対象として採用した。

●人権			
民放連	iモード	EZweb	Yahoo!ケータイ
<ul style="list-style-type: none"> <li>人命を軽視するような取り扱いをしない</li> <li>個人・団体の名誉を傷つけるような取り扱いはしない</li> <li>個人情報の取り扱いには十分注意し、プライバシーを侵すような取り扱いをしない</li> <li>人身売買および売春・買春は肯定的に取り扱わない</li> <li>人種・性別・職業・境遇・信条などによって取り扱いを差別しない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>他人を中傷したり、名誉毀損、プライバシーの侵害、信用毀損、業務妨害となる恐れのあるもの</li> <li>人種、国籍、職業、性別、境遇、思想、信条、精神的・肉体的障害等により不当に差別したり、差別を助長するもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>特定の個人、団体を誹謗中傷し、またはその虞のあるもの</li> <li>第三者の財産、プライバシー等個人の権利を侵害し、またはその虞のあるもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>第三者の財産、プライバシー等個人の権利を侵害し、またはその恐れがあるもの</li> </ul>

●法と政治			
民放連	iモード	EZweb	Yahoo!ケータイ
<ul style="list-style-type: none"> <li>法令を尊重し、その執行を妨げる言動を是認するような取り扱いはしない</li> <li>国及び国の機関の権威を傷つけるような取り扱いをしない</li> <li>国の機関が審理している問題については慎重に取り扱い、係争中の問題はその審理を妨げないように注意する</li> <li>国際親善を害するおそれのある問題は、その取り扱いに注意する</li> <li>人種・民族・国民に関することを取り扱う時は、その感情を尊重しなければならない</li> <li>政治に関しては公正な立場を守り、一党一派に偏らないように注意する</li> <li>選挙事前運動の疑いがあるものは取り扱わない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>政治団体、宗教団体その他の団体への加入を勧誘し、または寄付を求めるもの</li> <li>国際親善を害する恐れのあるもの</li> <li>公職選挙法その他の法令諸規則に違反しないこと</li> </ul>	<p>*なし</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>政治団体、宗教団体その他の団体への加入を勧誘し、または寄付を求めるもの</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>政治・経済問題等に関する意見は、その責任の所在を明らかにする必要がある</li> <li>政治・経済に混乱を与えるおそれのある問題は慎重に取り扱う</li> </ul>			
---	--	--	--

●児童及び青少年への配慮

民放連	iモード	EZweb	Yahoo!ケータイ
<ul style="list-style-type: none"> <li>児童及び青少年の人格形成に貢献し、良い習慣、責任感、正しい勇気などの精神を尊重させるように配慮する</li> <li>児童向け番組は、健全な社会通念に基づき、児童の品性を損なうような言葉や表現は避けなければならない</li> <li>児童向け番組で、悪徳行為・残忍・陰惨などの場面を取り扱う時は、児童の気持ちを過度に刺激したり傷つけたりしないように配慮する</li> <li>武力や暴力を表現する時は、青少年に対する影響を考慮しなければならない</li> <li>催眠術、心霊術などを取り扱う場合は、児童及び青少年に安易な模倣をさせないよう特に留意する</li> <li>未成年者の喫煙、飲酒を肯定するような取り扱いはしない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>青少年の健全な育成に対して配慮することなく、暴力など個人の生命、身体の安全を害する恐れのある反社会的な行為を肯定・礼賛する表現を用いたもの</li> <li>青少年が模倣した場合に生命、身体の安全を害する可能性がある場合にあらかじめ注意を呼びかける等の措置をとらないもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>青少年の性的感情を著しく刺激する等、その健全な育成を阻害し、またはその虞があるもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>青少年の健全な育成を阻害するもの、もしくはその配慮が不十分なもの</li> <li>児童ポルノと誤解される恐れがあるもの、もしくは児童保護への配慮が不十分なもの</li> </ul>

●家庭と社会

民放連	iモード	EZweb	Yahoo!ケータイ
<ul style="list-style-type: none"> <li>家庭生活を尊重し、これを乱すような思想を肯定的に取り扱わない</li> <li>結婚制度を破壊するような思想を肯定的に取り扱わない</li> <li>社会の秩序、良い風俗、習慣を乱すような言動は肯定的に取り扱わない</li> <li>公衆道徳を尊重し、社会常識に反する言動に共感を起させたり、模倣の気持ちを起させたりするような取り扱いはしない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公序良俗に違反するもの</li> <li>社会風俗に著しい悪影響を与える恐れのあるもの</li> <li>射幸心や購買欲を過度に煽る恐れのあるもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通常人の射幸心を煽るもの</li> <li>公序良俗に反し、またはその虞があるもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>非良識的で、顧客の信頼に背くもの</li> <li>公序良俗に反し、又はその恐れがあるもの</li> <li>投機、射幸心を著しく煽るもの、またその恐れがあるもの</li> </ul>

●報道の責任			
民放連	iモード	EZweb	Yahoo!ケータイ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ニュースは市民の知る権利へ奉仕するものであり、事実に基づいて報道し、公正でなければならない</li> <li>• ニュース報道にあたっては、個人のプライバシーや自由を不当に侵したり、名誉を傷ついたりしないように注意する</li> <li>• 取材・編集にあたっては、一方に偏るなど、視聴者に誤解を与えないように注意する</li> <li>• ニュースの中で意見を取り扱う時は、その出所を明らかにする</li> <li>• 事実の報道であっても、陰惨な場面の細かい表現は避けなければならない</li> <li>• ニュース、ニュース解説および実況中継などは、不当な目的や宣伝に利用されないように注意する</li> <li>• ニュースの誤報は速やかに取り消しまたは訂正する</li> </ul>	*なし	*なし	*なし

●宗教			
民放連	iモード	EZweb	Yahoo!ケータイ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 信教の自由および各宗派の立場を尊重し、他宗・他派を中傷、ひぼうする言動は取り扱わない</li> <li>• 宗教の儀式を取り扱う場合、またその形式を用いる場合は、尊厳を傷つけないように注意する</li> <li>• 宗教を取り上げる際は、客観的事実を無視したり、科学を否定する内容にならないよう留意する</li> <li>• 特定宗教のための寄付の募集などは取り扱わない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 政治団体、宗教団体その他の団体への加入を勧誘し、または寄付を求めるもの (再掲)</li> </ul>	*なし	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 政治団体、宗教団体その他の団体への加入を勧誘し、または寄付を求めるもの (再掲)</li> </ul>



●表現上の配慮			
民放連	iモード	EZweb	Yahoo!ケータイ
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 人心に動揺や不安を与えるおそれのある内容のものは慎重に取り扱う</li> <li>● 社会・公共の問題で意見が対立しているものについては、できるだけ多くの角度から論じなければならない</li> <li>● 不快な感じを与えるような下品、卑わいな表現は避ける</li> <li>● 心中・自殺は古典または芸術作品であっても取り扱いを慎重にする</li> <li>● 特定の対象に呼びかける通信・通知およびこれに類似するものは取り扱わない／ただし、人命に関わる場合その他、社会的影響のある場合は除く</li> <li>● 迷信は肯定的に取り扱わない</li> <li>● 占い、運勢判断およびこれに類するものは、断定したり、無理に信じさせたりするような取り扱いはしない</li> <li>● 病的、残虐、悲惨、虐待などの情景を表現する時は、視聴者に嫌悪感を与えないようにする</li> <li>● 精神的・肉体的障害に触れる時は、同じ障害に悩む人々の感情に配慮しなければならない</li> <li>● 医薬や薬品の知識および健康情報に関しては、いたずらに不安・焦燥・恐怖・楽観などを与えないように注意する</li> <li>● いわゆるショッピング番組は、関係法令を順守するとともに、事実に基づく表示を平易かつ明瞭に行い、視聴者の利益を損なうものであってはならない</li> <li>● 視聴者が通常、感知し得ない方法によって、なんらかのメッセージの伝達を意図する手法（いわゆるサブリミナル的表現手法）は、公正とはいえず、放送に適さない</li> <li>● 細かく点滅する映像や急激に変化する映像手法などについては、視聴者への身体への影響に十分、配慮する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 非科学的または迷信に類するもので、iモードユーザーを迷わせ、不安を与える恐れがあるもの</li> <li>● 通常知覚できない技法によりiモードユーザーの潜在意識に働きかける表現（サブリミナルなど）を用いたもの</li> <li>● 健全な社会通念に反し、品性を損なうような表現のもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 事実誤認を生じさせ、またはその虞のあるもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 内容が不明確なもの</li> <li>● 虚偽、もしくは表現が不正確で誤認される恐れがあるもの</li> <li>● 詐欺的なもの、またはいわゆる不良商法とみなされるもの</li> <li>● 非科学的、または迷信に類するもので、顧客を迷わせたり、不安を与える恐れがあるもの</li> <li>● 潜在意識に働きかける恐れのあるもの</li> </ul>

●暴力表現			
民放連	iモード	EZweb	Yahoo!ケータイ
<ul style="list-style-type: none"> <li>暴力行為は、その目的のいかんを問わず、否定的に取り扱う</li> <li>暴力行為の表現は、最小限にとどめる</li> <li>殺人・拷問・暴行・私刑などの残虐な感じを与える行為、その他、精神的・肉体的苦痛を、誇大または刺激的に表現しない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>青少年の健全な育成に対して配慮することなく、暴力など個人の生命、身体を安全を害する恐れのある反社会的な行為を肯定・礼賛する表現を用いたもの（再掲）</li> </ul>	*なし	<ul style="list-style-type: none"> <li>暴力、賭博、麻薬、売春等の行為を肯定し、美化したもの</li> <li>醜悪、残虐、猟奇的で不快感を与えるもの</li> </ul>

●犯罪表現			
民放連	iモード	EZweb	Yahoo!ケータイ
<ul style="list-style-type: none"> <li>犯罪を肯定したり犯罪者を英雄扱いしたりしてはならない</li> <li>犯罪の手口を表現する時は、模倣の気持ちを起こさせないように注意する</li> <li>とばくおよびこれに類するものの取り扱いは控えめにし、魅力的に表現しない</li> <li>麻薬や覚せい剤などを使用する場面は控え目にし、魅力的に取り扱ってはならない</li> <li>鉄砲・刀剣類の使用は慎重にし、殺傷の手段については模倣の動機を与えないように注意する</li> <li>誘拐などを取り扱う時は、その手口を詳しく表現してはならない</li> <li>犯罪容疑者の逮捕や尋問の方法、および訴訟の手続きや法廷の場面などを取り扱う時は、正しく表現するように注意する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>犯罪その他の法令違反行為を推奨、肯定、もしくは助長する恐れのあるもの</li> <li>賭博を行い、または富くじの売買等を肯定もしくは助長する恐れのあるもの</li> <li>無限連鎖講、マルチ商法を行なうもの</li> <li>窃盗、強盗、詐欺、恐喝、横領、背任その他の犯罪により入手した商品等の売買等を行なうもの</li> <li>特許権、実用新案権、意匠権、商標権、著作権、肖像権その他の他人の権利を侵害する商品の売買等を行なうもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>犯罪的行為を助長する等、社会的に有害であるもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>犯罪行為を助長するもの、もしくはその恐れがあるもの</li> <li>関係諸法規に違反、もしくはその恐れがあるもの</li> <li>暴力、賭博、麻薬、売春等の行為を肯定し、美化したもの（再掲）</li> <li>その他、風紀を乱したり、犯罪を誘発する恐れがあるもの</li> </ul>

●性表現			
民放連	iモード	EZweb	Yahoo!ケータイ
<ul style="list-style-type: none"> <li>性に関する事柄は、視聴者に困惑・嫌悪の感じを抱かせないように注意する</li> <li>性感染症や生理衛生に関する事柄は、医学上、衛生学上、正しい知識に基づいて取り扱わなければならない</li> <li>一般作品はもちろんのこと、たとえ芸術作品でも過度に官能的刺激を与えないように注意する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多数のiモードユーザーの性的感情を害する裸の画像を含むもの</li> <li>わいせつ物、児童ポルノの売買等を行なうもの、売春、児童買春を助長するもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>青少年の性的感情を著しく刺激する等、その健全な育成を阻害し、またはその虞があるもの（再掲）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>暴力、賭博、麻薬、売春等の行為を肯定し、美化したもの（再掲）</li> <li>性に関する表現が露骨で猥雑なもの</li> </ul>

- 性的犯罪や変態性欲・性的倒錯を表現する場合は、過度に刺激的であってはならない
- 性的少数者を取り上げる場合は、その人権に十分配慮する
- 全裸は原則として取り扱わない／肉体の一部を表現する時は、下品・卑わいの感を与えないように特に注意する
- 出演者の言葉・動作・姿勢・衣装などによって、卑わいな感を与えないように注意する

●その他

民放連	i モード	EZweb	Yahoo!ケータイ
—	<ul style="list-style-type: none"> <li>• コンテンツの提供主体や目的が不明、または曖昧なもの</li> <li>• 虚偽または不正確な表現のもの</li> <li>• 多数の i モードユーザーに不快感を与える恐れのあるもの</li> <li>• 他人の名義を語るもの</li> <li>• ドコモの承諾がないのに、コンテンツの内容をドコモが推薦、保証しているかのような表現を用いたもの</li> <li>• ドコモのサービスを不当に否定、または中傷するもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ユーザまたは電話サービス利用者の利益を損ねるものや、KDDIグループの業務遂行上、支障を来すもの、またはその虞があるもの</li> <li>• その他、(後注12)を参照</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用者に不利益を与えるもの、またはその恐れがあるもの</li> <li>• ソフトバンクの品位を損なうもの、またその恐れがあるもの</li> <li>• 責任の所在が不明確なもの</li> <li>• 信用毀損、業務妨害となる恐れがあるもの</li> <li>• ソフトバンクのサービスを否定するもの</li> <li>• ソフトバンクの社会的評価を低下、もしくはその恐れがあるもの</li> <li>• 事実と反して、ソフトバンクがその商品・サービスを支持、または推奨・保証しているかのような表現、もしくはその恐れがあるもの</li> <li>• その他、公序良俗、社会情勢などに照らしてソフトバンクが妥当では無いと判断するもの</li> </ul>



⑤コンテンツ提供条件への関与

i モード、Yahoo! ケータイはコンテンツ事業者のコンテンツの価格そのものへの関与を行っており、特に Yahoo! ケータイの場合は、コンテンツ事業者に単独での価格の決定権がない。

< i モード >

「i メニューサイトにおけるコンテンツ利用料金の設定につきましては、コンテンツ提供者様がコンテンツの性格、内容、情報量などを勘案して決定されるものと考えております。尚、i メニューサイトではユーザー様に一時的なご利用にとどまらず継続的にコンテンツを利用して頂きたいこと、また利用料金の高額化により生じる可能性のあるトラブルを未然に防止する必要があることから、コンテンツの利用料に適切な上限を設けることが適切であると考えております。当面のとこ

ろ、コンテンツについては2,000円(税込2,100円)を、利用料の上限として頂くことが妥当と考えており、コンテンツ提供者様にご協力頂いております。(但しこれはコンテンツ提供者様やユーザー様のニーズを汲み取った上で必要に応じて見直して頂く所存で御座います。)」

< EZweb >

\*関係する記述なし

< Yahoo! ケータイ >

「コンテンツ提供料金の設定は、コンテンツパートナー様のコンテンツ内容や情報の多寡等を勘案してソフトバンクと協議の上で決定することとします。」

#### ⑥ 決済方法

EZweb, Yahoo! ケータイと異なり、iモードには、収納代行の委託が義務であるとの文言はないが、収納代行の実施は、コンテンツ事業者にとって大きなメリットであり、収納代行の委託が不可の場合、実際的にはコンテンツ事業者の事業が成立しない可能性があると考えられる。

< iモード >

\*関係する記述なし。

\*但し、「iモードサービス新規情報提供希望者受付ページ」に「ドコモが収納代行させていただくには、『iMenu』中の『メニューリスト』でコンテンツをご提供いただくこととなります。そのため、まずコンテンツの企画をご提案いただくこととなります。」、 「手数料については、収納代行の対象となった金額に対して弊社が別途定める収納代行手数料を徴収させていただきます。」との記述がある。

< EZweb >

「EZwebでのコンテンツ等の提供にあたり、コンテンツ等をユーザに有料で提供する場合は、KDDI及びKDDIグループが提供する回収代行サービスのみとし、他の決済方法は認めないものとします。」

< Yahoo! ケータイ >

「オフィシャルコンテンツで有料コンテンツを提供する場合は、ソフトバンクが別途指定する情報料課金システムをご利用いただきます。情報料課金システムのご利用時には、ソフトバンクが別途定める情報料事務計算手数料をお支払いいただきます。」

#### ⑦ 掲載順位

コンテンツの掲載順位について、EZwebは文書は後日の閲覧ながら、透明性確保のための文書の存在を明示している。Yahoo! ケータイについては、プラットフォーム事業者側が総合的に判断するとの記述になっている。

< iモード >

\*関係する記述なし。

< EZweb >

「決定方法等の詳細については、コンテンツ等に関する企画の採用後に閲覧することのできるドキュメント『EZwebメニュー内 サイト掲載順位決定方法について』に記載しています。」

< Yahoo! ケータイ >

「コンテンツ掲載ならびに顧客への提供方法(メニュー、カテゴリ、表示順位、プ

ロモーション等)は、顧客の利便性を考慮した上で、ソフトバンクが総合的に判断して決定します。」

#### ⑧サービスの終了

EZweb, Yahoo! ケータイとも予告無く、プラットフォーム事業者の判断によりサービスを終了する場合があることを述べている。

< iモード >

\*関係する記述なし。

< EZweb >

「EZweb ディレクトリ設定・登録サービス利用規約、各種利用規約、または本ガイドラインに定める事項に反する場合、利用者からクレームがあった場合、コンテンツ等の瑕疵の解消がなされない場合、法令、その他社会情勢に応じてEZwebでのコンテンツ等の提供の継続が不相当と判断される場合等には、予告なくEZwebでのコンテンツ等の提供の中断（接続の一時中止、ディレクトリの一時削除、回収代行サービスの取り扱い停止等）を行う場合があります。」

「KDDIグループは、EZwebでのコンテンツ等の提供に関して、コンテンツ等の提供の中断、本ガイドラインもしくはEZwebの提供方法の変更その他の事由により生じた、またはこれに関連して生じたいかなる損害（直接損害、間接損害、逸失利益等、損害の種類、内容を問わないものとします。）についても、その責を負いません。」

< Yahoo! ケータイ >

「掲載されたコンテンツに、本ガイドライン、もしくはコンテンツパートナー様とソフトバンクが締結する各種契約等に違反、もしくは社会情勢などに鑑みてコンテンツ提供の継続が不相当であるとソフトバンクが判断する場合、予告無く、その掲載を中断する場合があります。」

#### ⑨消費者対応

Yahoo! ケータイについては、比較的記述が簡易であり、具体的な消費者対応の体制については、触れられていない。

< iモード >

「コンテンツプロバイダーがiモードユーザーその他の第三者からの問い合わせに対して責任をもって適切に対応すること <具体例> iモードユーザーからの問い合わせに対応するコールセンターが設置されている。」

< EZweb >

「情報提供者としての運用実績があり、顧客情報の取扱い、ユーザに対するサポート体制等が整備されているとともに技術対応力があること。(必要に応じKDDIグループの指示に則った対応が可能なこと。)」

「コンテンツ等に関してユーザその他の第三者から苦情が生じないよう最大限の努力を払うこととし、万一苦情が生じた際にもコンテンツ等の提供会社にて対応することが可能であること。」

< Yahoo! ケータイ >

「オフィシャルコンテンツ内に問い合わせ窓口を記載していただきます（コンテンツのトップページに提供会社を明記していただきます。）」

#### ⑩審査内容自体の変更

いずれもガイドライン等をプラットフォーム事業者側の判断で変更することを記述している。

< iモード >

「ドコモは iモードメニューサイト倫理綱領, およびコンテンツ掲載基準を, iモードユーザーのニーズ, 社会情勢, iモードを取り巻く環境などの変化, ドコモの iモードメニュー運営方針の変更などをふまえて, 変更することがあります。」

< EZweb >

「KDDI グループは, その独自の判断により, 随時『コンテンツ等の提供に関する基準等』を変更することがあります。」

< Yahoo! ケータイ >

「本ガイドラインは, 顧客のニーズや社会情勢, ソフトバンクを取り巻く環境の変化, 運営方針の変更等により, 随時変更することがあります。」

以上に対して, CS デジタル放送におけるプラットフォーム事業者のガイドラインを比較すると以下のような特徴を有している。

①手数料の内訳と対応業務の明確化

以下のような規定により, 手数料の額, 用途については, プラットフォーム事業者からの説明の機会が確保されている。

「当社は, 徴収した手数料等の用途概要について, 衛星放送事業者に対し, 原則として四半期毎(年4回)に説明を行う。」

「当社は, 上記に係る役務又はその提供条件を変更する場合には, 衛星放送事業者に対し, 理解を得られるよう事前に十分な説明を行う。」

「当社は, 衛星放送事業者から, 上記に関わる役務又はその提供条件の変更等を求められた場合には, その要望等を検討し, 回答するものとする。」

②役務提供開始手続き

以下のような規定を有するが, 放送法, 電気通信役務利用放送法の審査を経た衛星放送事業者の事業やコンテンツに対するプラットフォーム事業者独自の制限はない。(但し, 電気通信役務利用放送法について, 行政の審査のプロセスがより簡便であることを反映し, 放送法上の審査を経た場合に比べ, 役務提供の承諾までのプロセスは慎重な形式を取っている。)なお, 「当社が指定する成人番組の放送の倫理または審査に関する団体」は, 関係事業者等により構成されるCS放送成人番組倫理委員会であり, 同委員会で独自の自主規制, コンテンツのチェックが行なわれている。

「委託放送事業者が, 当社に対し, 役務の提供開始を希望する場合, 当社は, 事務手続き等の提供プロセス, 提供する役務の内容, 役務の対価としての手数料等の提供条件について, 理解を得るよう, 十分に説明を行なう。」

「電気通信役務利用放送を行なおうとする者が, 当社に対し, 役務の提供開始を希望する場合, 当社は, 事務手続き等の提供プロセス, 提供する役務の内容, 役務の対価としての手数料等の提供条件および提供開始に係る当社の承諾基準等について, 理解を得るよう, 十分に説明を行なう。」

「参入役務放送事業者が, 当社に対し, 役務の提供を希望する場合, 当社は, 当社所定のプラットフォーム利用申込書に加え, 原則として, 以下の書類の提出を求めるものとする。」

「電気通信役務利用放送法第3条第2項の定めに従い, 参入役務放送事業者が総務大臣に提出する申請書の準備書面」

「視聴者情報の管理体制に関する書類」

「成人番組の放送を行おうとする参入役務放送事業者の場合、当社が指定する成人番組の放送の倫理または審査に関する団体への加入が承諾される見込みがあること、または加入していることを証する書類」

#### ③経営的基礎等

以下のような規定があるが、放送法、電気通信役務利用放送法により経営的基礎のない事業者が放送を開始することはできないため、実質的には役務提供の申し込みを拒否するケースはきわめて稀であると考えられる。

「当社は、参入役務放送事業者から提出された書類を元に、参入役務放送事業者に対する役務の提供開始の可否について、当社の定める基準により取引審査を行うものとする。」

「当社は、委託放送事業者あるいは参入役務放送事業者からの役務の提供開始の申し込みに対し、取引審査の結果、役務提供を開始できないと判断した場合には、提供開始できない客観的な根拠を示した上で、提供開始の申し込みを拒否することができる。」

#### ④契約解除

費用未払いの場合以外の契約解除の規定はない。なお、放送法、電気通信役務利用放送法による放送事業者としての地位を失った場合は、プラットフォーム事業者の役務提供は中断される場合があると思われるが、問題となった実例がないためか、具体的記述はない。

#### ⑤差別的取り扱いの禁止

携帯電話事業者のガイドラインにおいては、差別的取り扱いの禁止は触れられていないのに対して、以下のような規定が置かれている。

「当社は、衛星放送事業者が、当社と資本関係にある・ないに関わらず、当社の役務を提供する場合には、本実施方針に則り適正に役務提供を行うこととし、特定の衛星放送事業者に対し、不当に優先的な取扱い、又は不当に不利な取扱いを行わない。」

#### ⑥紛争解決

携帯電話事業者のガイドラインにおいては、紛争解決の手続きや第三者の仲裁等の規定は存在しないのに対して、以下のような規定が置かれている。

「当社は、衛星放送事業者との間で利害が相反し、後に紛争の原因となる可能性がある事項については、文書によりその主張を明確にする。」

「当社は、『衛星放送に関するプラットフォーム業務に係るガイドライン』の運用に当たり、衛星放送事業者との当事者のみでの解決が困難な事項や全事業者共通の課題等に関して、異なる視点からの意見を求めることが望ましいと考えられる事項については、『衛星放送のプラットフォームガイドラインに関する委員会』において中立的かつ広い経験と知識を有する者の意見を聞き、これを尊重する。また、衛星放送事業者から『衛星放送のプラットフォームガイドラインに関する委員会』に対して出された意見についても、第三者による中立的な見解について、これを尊重する。」

以上を踏まえ、以下の2つの評価を得る。

- ①独占であるCSデジタル放送のプラットフォーム事業者のガイドラインは、携帯ウェブサービスを提供する3事業者のガイドラインに比べると、コンテンツ事業者の利益になる規定を多く含んでいる。
- ②携帯ウェブサービスを提供する3社のガイドラインも、各事業者の競争上の地位に関係

なく、むしろ競争上の地位に劣る EZweb, Yahoo! ケータイについて、コンテンツ事業者に対して強硬とみられる規定が含まれている。

このことをもって、冒頭に述べた二つの仮説のうち、プラットフォーム事業者同士の競争とコンテンツ事業者に対する優越的地位には直接の関係がなく、仮にあるプラットフォーム事業者が競争上優越的にある場合でも、プラットフォーム事業者に対する立法や行政指導、あるいはプラットフォーム事業者自身の自制により、コンテンツ事業者に対する要求は緩やかとなることの検討材料としたい。

すなわち、独占の下で、コンテンツ事業者との関係が安定的なものとなり、コンテンツ事業者の団体を介しての行政の関与も積極的になされる場合のほうが、プラットフォーム事業者とコンテンツ事業者との関係は公平なものとなり、一方で、競争が行なわれている場合、劣後するプラットフォーム事業者がユーザーからの信用力確保のため、先行するプラットフォーム事業者に比べ、厳しい要求をコンテンツ事業者に対して行なうケースが存在するとの仮説について、引き続き調査、検討を行う。

---

## ●注 記

---

- 1 下記 URL 参照。  
[http://www.soumu.go.jp/s-news/2008/pdf/080613\\_11\\_bs1.pdf](http://www.soumu.go.jp/s-news/2008/pdf/080613_11_bs1.pdf)
- 2 「通信・放送の総合的な法体系に関する研究会」最終報告書  
[http://www.soumu.go.jp/s-news/2007/071206\\_2.html](http://www.soumu.go.jp/s-news/2007/071206_2.html)
- 3 下記 URL 参照。  
[http://field.giti.waseda.ac.jp/Bulletin/2006/2006papers/2006general\\_02\\_osajima.pdf](http://field.giti.waseda.ac.jp/Bulletin/2006/2006papers/2006general_02_osajima.pdf)
- 4 下記 URL 参照。  
<http://www.sptvjsat.com/business/paytv/pdf/guideline.pdf>
- 5 下記 URL 参照。  
<http://www.eiseihoso.org/platgl/index.html>
- 6 下記 URL 参照。  
[http://www.soumu.go.jp/s-news/2008/080627\\_3.html](http://www.soumu.go.jp/s-news/2008/080627_3.html)
- 7 下記 URL 参照。  
[http://www.sptvjsat.com/newsJSAT/news\\_pdf/070918\\_JS\\_BSCS.pdf](http://www.sptvjsat.com/newsJSAT/news_pdf/070918_JS_BSCS.pdf)
- 8 下記 URL 参照  
<http://www.seirin.org/>
- 9 下記 URL 参照  
<http://www.eiseihoso.org/platgl/summary.html>
- 10 各社について、それぞれ下記 URL 参照  
<http://www.nttdocomo.co.jp/service/imode/make/standard/>  
<http://www.au.kddi.com/ezfactory/kijun/kijun.html>  
[http://developers.softbankmobile.co.jp/dp/notice/official/guideline\\_20061001.pdf](http://developers.softbankmobile.co.jp/dp/notice/official/guideline_20061001.pdf)
- 11 下記 URL 参照  
<http://www.mro.co.jp/mro-info/minkankijun.html>
- 12 EZweb についてはサイトの種別により、主に以下のような内容の規定が存在する。
  - < 掲示板等 >
    - ・掲載前の目視による内容の確認による売買春、犯罪助長等に関するものは掲載しないこと、あるいは常時監視すること
    - ・サイト上に、売買春、犯罪助長等に関する利用はできないことを明示
  - < 株・金融関連 >
    - ・掲示板等は原則禁止
    - ・予想等の情報を提供する場合は情報の出所、内容等の明確化
  - < ギャンブル >
    - ・インターネットや新聞雑誌等で、情報配信の運用実績があること
    - ・予想情報の提供は、予想者もしくは予想方法を明確にすること
  - < メールマガジン系サイト >
    - ・KDDI グループの電気通信システムに影響を与えないこと
    - ・メール等情報配信の数量、時間、方法に関して、KDDI の指示に従うこと
  - < 着信メロディ等 >
    - ・権利者との契約等の手続きを証明できること



- ・ユーザが負担する通信料についても十分考慮してコンテンツを制作すること
- <オークション>
- ・会員の本人確認、取引に関する監視、補償制度の導入等についての規定
  - ・特定の出品物（医療用具、化粧品、健康食品等）の出品についての監視、アダルトグッズ、犯罪を誘発する虞のある商品、医薬品、武器等の出品禁止についての規定
- <物品販売>
- ・ユーザとの間で紛争となった場合には、コンテンツ等の提供会社の責任と費用負担において解決すること
  - ・ブランド商品を取り扱う場合は、特に注意して商品を仕入れるとともに、自己の責任において十分な検品を行なうこと／なお、仕入れ方法や検品体制に関して、KDDI から調査要請があった場合には、指示に従い、すみやかに報告を行なうこと
  - ・ビデオソフト、コンピュータソフト等で以下に該当する商品を取扱う場合は、年齢確認のための措置をとること／また、その制限に満たない年齢のユーザに販売しないこと
  - ・特定の団体への寄付となるもの（販売益の一部を特定の団体に寄付するもの）、マルチ商法に該当するとKDDI が判断するものの取扱い禁止についての規定
- また、リンクについて、主に以下のような内容の規定が存在する。
- ・企画として明確にユーザメリットが付加されていること
  - ・リンク先のコンテンツ等の内容も本ガイドラインに沿った内容とし、リンク先の提供会社が本ガイドラインを遵守するよう、管理すること
  - ・リンク先のコンテンツ等に関する苦情が発生した際、もしくは、関係諸法令・公序良俗に反し、またはユーザその他の第三者の権利を侵害する内容でリンク先のコンテンツ等が提供された際には、直ちに、リンクを削除することができること

## ●参考文献、参考資料

- ① 箴島専「CS デジタル放送分野のプラットフォーム事業を巡る課題」、早稲田大学大学院国際情報通信研究科紀要、2007年10月
- ② 箴島専・江良亮・竹村敏彦・徳原悟・森脇祥太「携帯電話によるウェブサービスにおけるガイドラインについて」、「2008年度情報通信政策研究プログラム第2回研究会資料」、2008年9月

## ●謝 辞

インタビュー等の受け入れを頂いたスカパー JSAT 株式会社の関係者に感謝申し上げます。

また、今回の調査研究について、「情報通信政策研究プログラム」（代表：林敏彦放送大学教授（大阪大学名誉教授））において、有益な助言と援助を頂いたことについて報告致すとともに、あつく御礼を申し上げます。なお、残る誤謬は、筆者らの責任である。

最後に、本研究グループに日頃のご指導を頂いた早稲田大学大学院国際情報通信研究科の富永英義教授に御礼を申し上げます。

- (木戸英晶 早稲田大学国際情報通信研究センター客員研究員)  
(箴島 専 早稲田大学大学院国際情報通信研究科客員准教授)  
(竹村敏彦 早稲田大学国際情報通信研究センター客員研究員)  
(佐々木学 早稲田大学国際情報通信研究センター客員研究員)  
(松村宗臣 早稲田大学国際情報通信研究センター客員研究員)  
(板橋喜彦 弁護士 新都総合法律事務所)