

## 第 1 回 コンテンツ取引市場形成に関する検討会 議事概要（案）

1 日時：平成 18 年 11 月 1 日（水） 16：30～18：00

2 場所：総務省 123 会議室

3 出席者（敬称略）

（1）委員

飯島 一暢、伊藤 雅之、大路 幹生、大寺 廣幸、音 好宏、川原 和彦、  
吉川 治宏、稲垣 健（代理）、中村 伊知哉、財津 敬三（代理）、舟田 正之、  
水野 雄司、村上 寛、森田 貴英

（以上 14 名）

（2）参考人

平間 文生、村上 豊

（3）事務局

小笠原情報通信政策局情報通信政策課コンテンツ流通促進室長

（4）総務省

寺崎政策統括官、南放送政策課長、阪本総合政策課長

## 議事 2 開催要項（案）について

検討会要綱（案）〔資料 1〕につき小笠原室長より、説明。委員了承。

## 議事 3 議事の取扱いについて

議事の公開の取扱いについて（案）〔資料 2〕について小笠原室長より、説明。委員了承。舟田委員より以下 2 点の指摘あり。

- ・ ①資料についても非公開文書については明記すべき。②開示請求をされた際に、部分開示を求められることがあるがその整理をどうすべきか。
- ・ 小笠原室長より、検討会等非公開については現在総務省でも検討中。非公開資料の部分開示については別途整理したい旨コメント。

## 議事 4 座長選出及び座長代理指名

座長として舟田委員を選出し、座長代理には座長が音委員を指名。

## 議事 5 総務省挨拶

事務局として、寺崎政策統括官より挨拶。

## 議事 6 議題

○ 中村委員より、「コンテンツ取引市場形成について」プレゼン。

- ・ コンテンツが様々なメディアで流通するという事は、現在の日本においてはリアリティがあり、また国益にかなう。
- ・ 「通信と放送の在り方に関する懇談会」報告書、通信と放送の在り方に関する政府・与党合意、経済財政運営と構造改革の関する基本方針 2006（骨太の方針）等に

盛り込まれるなど、コンテンツ取引市場の形成は政府の方針になりつつある。

- ・ コンテンツ取引市場の形成には、コンテンツの価値・資産評価を併せて検討することが必要であり、両者は密接不可分である。
  - ・ 論点としては、コンテンツ価値、資産評価においては、S O X法対応の促進、官民分担、評価に際しての過去データの収集及び税制等支援策を検討する必要あり。また、コンテンツ取引市場に関しては、形成に当たっての官民分担や外部調達、輸出等海外展開についても検討する必要がある。コンテンツの価値・資産評価ガイドラインの策定。税制等ルールの整備及びコンテンツ取引市場の実証実験、モデル事業等ができればいい。
- 小笠原室長より、「コンテンツの取引に係るルール等について」説明。総務省の見解ではなく、一般的に当該テーマにつき語られている事として説明。

#### 【各委員発言】

- 現在コンテンツ分野は活性化しており、クリエイターも増加している。このような状況下では、コンテンツ自体にスポンサーを付けるなども考えられる。
- 様々な流通メディアが増えていることを考えると、コンテンツ取引の中でTV局主体の動きができてくれば業界全体が活性化する。
- 民でできることは民、官でできることは官という立場をとるべきと考えている。
- 骨太方針、与党合意などで、コンテンツ市場の拡大といっているのは、日本のコンテンツ産業の育成を指しているのであって、アメリカのお金が流入して市場の規模が拡大するといったようなことを目指しているのではない。
- 国際競争力を考えたら、戦略的中核企業の育成と裾野の拡大が必要であり、TV局にどれだけ国際競争力をつけられるかが、当検討会の重要なポイントである。
- コンテンツの制作や売買は一旦オンバランス後費用化しているが、現状会計的なルールはない。多様なコンテンツが登場し、コンテンツ同士の融合もあるなど様々な形で扱われる中では、基準の統一化は難しいと思うが、考え方の指針くらいは欲しい。わかりやすい指針があることで売買取引が促され、結果的に市場活性化に寄与するものとする。
- 税務上も同様にルールがない。個々の会社で対応が異なっているのか否かも分からない状況。会計上のルールについて関係者で議論し、業界団体なり企業会計審議会なりがまとめないといけないと考えている。
- 見えない企業価値である「のれん」をどう評価するか。  
企業評価にはいわゆる「のれん」等無形資産の評価が重要であるが、評価「手法」以前に情報量が足りない。
- コンテンツ・知的財産の評価、格付けはここ4～5年活発化しているが、「世の中の評価」が抜け落ちるようではいけないと思う。格付けのための格付け、議論のためという議論といった事態になってはいけない。

- テレビ番組はもともと生放送が原則であり、1回オンエアされればそれで終わり、ストックされないものであったという歴史的経緯がある。現在は生放送だけではなくなったにもかかわらず、ビジネスモデルには変化がなく、民放は広告収入モデルのまま。
- 評価との関係で難しいのは、著作権・著作隣接権は、契約の全ての条件を開示することができない。しかもこの部分が非常に重要なので、ここをどうやってクリアするかという問題がある。
- 番組制作費の設定方法はブラックボックスであって、適正な制作費なのかどうか制作会社は掴みきれない。評価基準を論じる際に、何をもちて評価するのか、指標としては、視聴率や再放送回数が考えられるが、果たしてそれで本当に評価ができるのか。
- 通信・放送の間の壁は取り払われたという自覚の下、新規ビジネスに対し、在京キー局についてはほとんど抵抗感はないのでは。
- テレビコンテンツを、どういうルールで権利者に正当な対価を払いながら流通させられるかに最も関心事がある。権利者に対し一定の理解あるルール作りができればいいと思う。
- メディアによって利用者の求めるものは異なってくるので、必ずしも地上放送コンテンツが有料マーケットにおいてキラークンテンツという役割を果たし得るのかどうかについては冷静に考えないといけない。
- 「放送番組は権利の集合体」であるという特性があり、展開は難しい。
- 大変コストがかかった番組が全く売れなかったり、一方では、費用をかけないで作ったのに展開が成功するものもあり、どう見極めればいいのか悩ましい。
- 取引市場のイメージが掴みきれないが、著作権と制作の問題は一つの枠になじみにくい。
- 資産評価は、現状では再利用を前提に流動資産として評価しているが、2次利用に耐えるものはそう多くないので、どこまで評価すべきなのか、過大な価値評価は不良資産を抱えることになり慎重にならなければならない。
- 著作権、著作隣接権どのように扱うか、放送会社とプロダクションの間で二次利用はクリティカルな問題になっている。権利者の立場を反映することが流通促進のためには重要である。
- アメリカはシンジケーションという形で二次利用ができるという状況に対して日本はそうではないといったような日米の放送市場に違いがあるように、アメリカは参考にはなるが、そのままの適用はない。
- 再放送まで費用化を1回でやってしまう現在の方法は健全な財務会計処理だと考える。これに対して無形固定資産・棚卸資産として別途計上していくと、その資産評価をどのようにするかという問題があり、過剰に計上すると不良資産化によって放送会社の会計を毀損してしまう。
- 評価の前提となる仕組みの透明性、権利処理が重要。コンテンツが当たって儲かっているのに、利益を被ることができないような状態は問題。

- 文化産業育成としてのコンテンツ産業を育成する重要性から、コンテンツ市場の参入規制という観点も重要。今のある種クローズな世界ではなく、もっといろんな主体の新規参加により市場規模が拡大していくことが大事。
- 機関投資家としては、「分かりやすく透明」であってほしい。  
わからないものに投資はできない。現状ではプロの中でも目利きの人にしかわからず、権利関係の複雑さというのは全然わからない。
- 一般日本人としては、日本のコンテンツを世界的に通用する商品として海外にどんどん売って欲しいと思う。外貨獲得のための取引としてコンテンツ産業にもがんばって欲しいと思うので、取引市場の形成は重要。
- コンテンツ取引市場の形成」と、コンテンツをどう会計上資産評価するかという「会計基準の作成」については、別の議論としたほうがいいのではないか。
- 機関投資家としては、市場が形成さえできれば投資はできる。お金は余っている状態で、この余ったお金を利用して一気に市場を形成してしまわない手はない。コンテンツ取引市場を一気に形成する良い機会。
- 取引市場をどう形成するかを先頭に話すべきであって、会計基準は後追いでついてくるのではないか。しかし、資産評価についても早ければ早いほうがいいのは同様。資産の簿価と実際の価値のギャップに目を付けられると敵対的買収等の問題を引き起こす原因となる。
- コンテンツの信託化等には経緯に複雑なものがあり、部外者には非常に厳しいアセット。
- コンテンツ評価は対投資家面でしっかりとした仕組みがまだできていない。わかりやすい「会計の基準作り」をしっかりやっていただいた方がより投資家にわかりやすい信託になるのではないか。最終的に会計基準がしっかりした時点で信託にしたらいい。
- 多チャンネル化でビジネスモデルが拡大した。市場拡大にあたってプレーヤーが参入しやすいような共通認識を作る。日本はまだ文化産業改革が遅れているという指摘もある。
  
- 小笠原室長より次回以降の検討課題案について説明。

以上