

情報通信審議会 情報通信政策部会

デジタル・コンテンツの流通の促進等に関する検討委員会 第29回 議事概要

1 日時：平成19年12月17日（月）10：20～12：00

2 場所：総務省 地下2階講堂

3 出席者（敬称略）

（1）委員（専門委員含む）

村井 純（主査）、浅野 睦八、井川 泉、池田 朋之、石井 亮平、石橋 庸敏、岩浪 剛太、植井 理行、華頂 尚隆、河村真紀子、岸上 順一、佐藤 信彦、椎名 和夫、菅原 瑞夫、関 祥行、高橋 伸子、田胡 修一、田村 和人、所 眞理雄、中村伊知哉、生野 秀年、堀 義貴、福田 俊男、
(以上23名)

（2）オブザーバー

足立 康史（経済産業省）、雨宮 直彦（KDDI株式会社）、金光 修（株式会社フジテレビジョン）、菊池 尚人（慶應義塾大学）、吉川 治宏（三井物産株式会社）、金正勲（慶應義塾大学）、川瀬 真（文化庁）、小塚 莊一郎（上智大学法学部）、重延 浩（株式会社テレビマンユニオン）、中村 秀治（株式会社三菱総合研究所）、元橋 圭哉（日本放送協会）、安江 憲介（株式会社三菱総合研究所）

（3）事務局

小笠原情報通信政策局コンテンツ振興課長

（4）総務省

松井官房審議官、吉田放送政策課長、吉田地上放送課長、武田衛星放送課長

4 議事

（1）放送コンテンツのマルチユースの促進策について

- 中村委員より、資料1に基づき、「取引市場のトライアルの実施」について説明。
- トライアルについては、地上放送局の番組として編成するにふさわしい内容であると判断されれば、協力はさせていただきたい。いろいろな手法があるが、今回は、番組の予約購入、放送権購入という形にし、その他の二次展開、マルチ展開は企画製作された製作会社が独自の展開をするというスキームがよいと考える。
- トライアルには協力するが、企画公募自体は、放送までこぎつけるものは少数であり、放送できるにふさわしいものが出てくることを期待している。マルチユースについては、放送側収入を高めるために進めることは非常に重要と考えており、この中で新しい形のマルチユースの形式が提案されれば、参考にしたいと考えている。しかし、放送に当たっては、詳細は契約で製作者の方と決めさせていただき、詳細を詰めながら製作者の方

と具体的な作業が行えればと思っている。

- トライアルが具体的なマルチユースの成果だけを期待するものではなく、実施することによりいろいろな機会が創出されることに意義があると考えている。具体的には、製作資金の外部調達などは、非常に新しい機会創出であり、局にとっても製作会社にとってもおもしろい試みだし、将来につながればいいと思っている。マルチユースを前提とした形で権利者の意向を酌んだ上で話し合いをしながら番組を作っていくというプロセスなども非常に重要。すそ野を広げるという意味でも、今までマルチユースの機会をもたなかった製作会鞘が参加することによって経験を積むことは、局にとっても、製作会社にとっても、非常に前向きなことである。トライアルをやった上で放送コンテンツとしても成立し、なおかつ二次利用コンテンツとして価値があるといった、いわゆるマーケティング的な、ソフトの面から捉えることも非常に重要。二次利用が幾らできたとか、そういうことだけにとらわれないでこのトライアルの価値を見たらいいのではないか。
- トライアルにおける、マルチユースの中でもネット流通に関しては、著作権法が障害となっているとか、放送と通信の取り扱いが違うから直らないとかというわけではないということを実証できる実験になってもらいたい。単なるアイボールの取り合いではなく、いかにそのリスクを負担していくかということも重要な課題。リスクを負担することで初めてその自主番組に対して経済的な権利も持ち、あるいはビジネス上の利得も得ることができると思うが、自主番組の取り扱いについて著作権法が障害になっていると主張していた事業者が協力事業者に入っていないのは非常に残念だ

(2) その他

- 重延オブザーバーより、資料2に基づき、番組製作者の立場から見た放送番組のマルチユースの促進案について説明。
- 小塚オブザーバーより、資料3に基づき、ルール面から見たマルチユースの促進策について説明。
- 著作権者が主体的にいろいろな権利を持って当然のことながらマルチユースをしていくということを何度かにわたっておっしゃったと思うのですが、放送事業者から、番組製作を委託した場合には著作権を製作会社に渡しているといった報告を受けていたが、著作権者（番組製作者？）がマルチユースの主体になれないところには、どういう理由があるのか。
- 著作権者がなぜ主体的に持てないかということに関してだが、すべてクリアするためには、資金が要る。流通の前には権利のクリアが必要となるので、資金がない状態ではオールクリアはできなかった。また、著作権者にとって簡単に権利を動かすことを与えることも心配であったりということではなかなか答えが出ない。具体的に幾らという数字

がない限り動かない。

- 今後は、具体的にどういう形がいいのかをやっていかなければならない。モデルケースがあるとスピードが上がる。それを著作権者、著作隣接権者あるいは権利団体者、製作会社も放送局も1回考えてみないか。最初からすべてを払うというときに、レベニューシェア、リクープ後のシェアといったものに変えていくことで作っていくべきではないか。流通させる意味のあるコンテンツに限定して、エネルギーをかけていく、そういうモデルケースができれば時間は上がる。権利者団体の意見を聞くと、別にそれを抑制しているわけではなく、権利者団体も新しい形の二次利用の方法があれば考えたいという具合に変わってきているような気がする。
- 重要なポイントは3つ。①流通の主体は著作権者。②流通意欲のある者が流通すること、流通能力を高めること、そして、流通実績を上げていくこと。③一次使用については放送局が、放送権終了後は管理する者が対応。著作権に関しては著作権者の判断を含めて権利処理担当が対応する。
- 製作費用すべてを放送局が負担する場合であっても、著作権を当該製作会社に帰属させているというATP契約の原則にのっとり取り扱いを今後さらに周知徹底すべきではないか。放送番組のうち番組製作会社が著作権を持つものについては、当該製作会社が実質的に流通をコントロールする取り組みを促進すべきではないか。
- 権利処理に関して放送局は製作会社から頼まれるから、権利処理業務を行うというが、本当に製作会社はみんな、放送会社に頼んでいるのか。製作者に窓口管理業務を行うことは無理、かえってコンテンツが死蔵するという意見も聞くがどのような見解を持っているのか。
- 放送局や製作会社によって状況は異なる。放送局に権利処理を頼むことは、著作権者がそう思うのであればまったくかまわない。ほかの国にはシンジケーション、代理店（エージェント）などがたくさんあり、そこに委託するケースが多いが、日本には残念ながらあまりいない。製作会社によっては、製作で手いっぱいだし、海外で仕事をするにはお金もかかるので、できないというのが実態。それで放送局に頼んだほうが良いと考える方はいる。ただし、放送局によっては、一次放送終了後、二次的利用に関しても放送局がやるという契約を結ぶところがなくはない。放送終了後1年間渡すから、きちんと流通してくれ、流通したいのかと意識の確認をすると、そうだと言う。だったらこの1年間どういうぐあいによそに売ろうとしたか、レポートをくれ、しなかった場合と売れなかった場合は、1年後に戻してくれ、という提案をしてみている。早く配給業者ができるような市場になればうれしいと思うし、製作会社が力を持てるような時代になればうれしいと思っている。

- 放送事業者も製作者側もさまざまな方がいる。マルチユースに前向きな放送事業者とマルチユースに非常に前向きな製作者が出会うと、競争が働いて非常にいいものができると思うが、今は、死蔵させてしまいがちな放送事業者と力の弱い製作者が一緒になると悲劇が起きて、活性化しない理由の1つになっていると感じた。
- パイの大きさを上げていくことが重要。資金的な問題が指摘されたが、放送番組をネットで流す上で、お金を取ってただら流すVODではなく、ネット上での広告モデルを含めたビジネスインフラの確立について、ニーズがあると踏んでいるIP事業者間でも、活発な競争が行われる必要があるのではないか。その競争に前向きであるかどうかということが、ビジネスの主体としての当事者能力に大きく影響してくるのではないか。通信事業者が、自分の持っているインフラを使う、あるいは、自分の得意なジャンルで考えて、その中で流通させていくことにどれだけ投資をし、どれだけ大きくしていくのかということが、この問題をブレークスルーする上で非常に大きなポイントだと思っている。
- 海外に積極的に販売しているうちの大体3～4割が、外部製作会社と一緒に作った番組。収益は一定割合でシェアすることは契約で大前提だが、製作に注力したいから流通は放送局でやってくれと、契約を結んだり、実質的な形の販売が行われている事例もある。製作会社に処理の実績がないから任せられないということではいけないと思っているが、自発的に展開していくことも大事ではあるが、放送局と一緒にやったほうがいい、あるいは放送局に任せたほうが実質的に番組がたくさん売れることもあることをご理解いただきたい。
- 放送局のマルチユースは事業の1つの柱であり、積極的にとりくんでいる。製作会社との関係では、番組製作委託の自主基準を作っており、基本的に窓口のあり方については、互いに協議しようということホームページ上でも公表している。その中で「番組の目的外利用」を促進することもうたっている。既に実験的なコンテンツを作成しており、オールライツをとってBSで衛星放送するとか、地上放送するとか、なおかつそれを今度は新しい通信サービスへ出すとか、そういうやり方をするコンテンツの実験的な開発も進めている。新しい市場に出してみても、どういう形で今リターンがあるのか、そのときに例えば権利者や製作者とどういう形で契約すれば放送局もリクープできるのか、あるいは収益を得られるのかといった実験も繰り返しており、その辺をご理解いただきたい。
- 海外の事例をとらえて、日本よりもこういう事例があるからいいということは、フィンシルールやプライムタイムアクセスも含めて言われるが、放送局として違った立場で海外の事例を見てきた。イギリスに進出した経験からいけば、製作会社から見ればイ

ギリスの方式はバラ色に見えるかもしれないが、コミッションで利益を得るか、あるいは権利をもらえるかというところがまず第1段階で相当にハードルが高いというのがある。権利をもらう形で契約したときに、いろいろな放送局が製作会社に対してしてあげるということに関しては日本より進んでいる部分もあるとは思いますが、納品するに当たっての製作会社としての経験を言うならば、様々な規定がある。その中には、クオリティ・センサー・シップ・コンプライアンスに違反した場合はお金も払わないといったものがある。極めてフェアだとは思いますが、日本の場合は、いろいろなことを話し合いでやってきて、結果的には訴訟も起こっていない。文化的な違いも背景にはあり、そのまま日本に持ち込んでいいと言うのはどうか。

- 放送局の物理的特徴である一斉同報のマスメディアにとってのロングテールとのかかわり合い方、産業としてのかかわり合い方は、極めて重要なメディア論をやるときの課題。アメリカのローカルテレビ局において事件性のあるニュースだとか天気予報がすごく収益性が高いというが、日本の全国波キー局においての報道とは条件も違うし、場も違うので一緒に語られるのもいかなものかという気がする。
- トライアルにおいては、放送番組のどの枠でやるのか、前向きに検討していただきたい。最近再放送が非常に多いが、再放送ではなく、新しいものをやっていくことで放送の未来が開けて、テレビに対する一般の方々の関心が高まることを期待している。
- マルチユース実験には、基本的に賛成。放送事業者と一緒に自らの資金でコンテンツをつくってマルチユースしている実績もある。今回のトライアルも参加するつもりではあったが、IPTVは不採算部門であるため、予算が限られている。スポンサー・フィーに見合わなかったのでやめただけであり、マルチユース実験に反対しているわけではなく、賛成して協力したいが、お金が見合わなかったので、協力できなかった話。
- これからネット上ビジネスの競争もある中で参加しないということは、ある種のハンディになっていくのではないかと。それを補う意味で許諾権を報酬請求権にしてくれというようなことは言わないでくれと念を押しておきたい。
- 日本の事業者というのは品がいいのかもしれない。アメリカの事業者などは、ちょっとでももうけが大きくなるようなところに突っ込んでいくという印象を受ける。プライムタイムアクセスルールもフィンシルールもなくして、アメリカには今、事業者の貪欲さが市場を拡大し、最終的にはアメリカ国民のためになるという信念があるのではないかと。そのあたりが、日本はそうではないのかもしれない。それは日本的美徳かもしれないが、そのためにどこかに眠っているニーズ、マーケットがあって、最終的に放送あるいはコンテンツから国民の関心をそらしていく結果になるとしたら、それは国民にとっても、また、関係の業界にとっても決して幸せなことではない。

- 一番流通を活性化させるのは、いいコンテンツ。やはり日本は弱い。流通のために物をつくるのではなく、いいコンテンツをつくって流通させるということ。いいものを作って、成功したら、システムをがらっと変えていただく、ということが一番ではないか。製作者としては、もっと戦略を持って、情報を持ってきちっとしたいいものをつくることが一番ではないか。

(2) 今後の検討スケジュール

- 小笠原コンテンツ振興課長より、今後の検討スケジュールにつき説明。

以上