

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31回 議事録

1 日時：平成20年1月29日（火）16：35～18：00

2 場所：総務省 第一特別会議室

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、岩浪 剛太、植井 理行、華頂 尚隆、河村真紀子、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、中島 不二雄、中村伊知哉、生野 秀年、堀 義貴

（以上20名）

（2）オブザーバー

内山 順二（TVバンク株式会社）、沖山 貴良（株式会社東北新社）、加藤 幹也（ビー・ビー・ケーブル株式会社）、川瀬 真（文化庁）、菊池 尚人（慶應義塾大学）、吉川 治宏（三井物産株式会社）、中村 秀治（株式会社三菱総合研究所）、長谷川 洋（株式会社テレビ朝日）、松岡 達雄（日本電信電話株式会社）、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）、山崎 博司（社団法人日本音楽事業者協会）

（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

小笠原情報通信政策局長、中田政策統括官、河内審議官、松井官房審議官、鈴木総合政策課長、吉田放送政策課長、吉田地上放送課長、武田衛星放送課長、藤島地域放送課長

【村井主査】 ただいまから情報通信審議会 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31回会合を開催いたします。委員の皆様には、お忙しいところお集まりいただきまして、ありがとうございました。本日ご欠席された委員、出席されているオブザーバーの方に関しましては、いつものように席上に配付させていただいた資料のご参照をよろしくお願いいたします。

本日は、取引市場のワーキンググループの検討状況についてご報告いただき、議論をしていただきます。進め方といたしましては、まず、主査の中村委員からのご報告として、ワーキンググループの検討状況を、続いてコンテンツの製作、提供にかかわるデジタルメディア協会の菊池様にご説明いただき、それから製作、配給、放送というコンテンツに関わるいろいろな業務を行われている東北新社様、TVバンク様、それぞれのお立場から取引市場創設

へのニーズに関するご説明をお願いしております。

ご説明が終わってから皆さんに質疑応答をしていただくということで進めて参りたいと思います。よろしくお願いいたします。

それでは、まず中村委員からワーキングの検討状況のご報告をお願いいたします。

【中村委員】 今回も、取引市場データベースの議論の整理をさせていただきたいと思います。

なかなか状況は厳しゅうございまして、その状況の説明であります。

表紙を1枚めくっていただきまして、私の担当させていただいております取引市場ワーキングの議論や、そこで指摘された問題意識を整理する前提として、なぜ取引市場のデータベースの議論を行うに至っているのかという出発点の再確認からしておきます。まず、放送コンテンツの流通に関する当初の問題意識として、海外と日本を比較すると、実際に発生している状況が違うのではないかということの確認であります。すなわち、アメリカや韓国では、テレビ放映の当日、あるいは翌日からインターネット経由でその番組を見ることができるというサービスが行われていますし、その主体は、ポータル系のサイトもあるんですが、放送局自らが配信を行っている事例も見られるところでもあります。また、こういうサービスはヨーロッパでも盛んになっておりまして、来月も私、経団連の案件で、イタリア、スペイン、フランスのサービスを見てきますけれども、そういった状況の違いがあります。

日本国内でも、映画の分野では相当の数のタイトルのネット配信が実施されているという状況ですが、放送のコンテンツについては、アメリカや韓国に見られるような配信サービスは見られず、また、映画に比べても、必ずしも積極的な配信サービスが実施されているとは言えない状況にあるかと存じます。それは、それぞれの国のメディアの状況とかビジネスの環境、あるいは戦略等々による結果だと考えられます。

しかし、ご案内のとおり、経済財政諮問会議、あるいは知的財産戦略本部におきましては、テレビ番組は死蔵されているという指摘がなされたり、あるいは、その指摘を前提とした議論が行われたりしているわけでもあります。その背景の一つには、こういう一連の状況があると考えられるわけです。諮問会議の問題提起は、さらに一定の制度論、規制論まで踏み込んだものとなっております。こういう状況の中で、放送のコンテンツについて、この審議会としてどのように方向性を考えていくべきなのかということが議論の出発点であったと理解しております。

昨日もこのワーキングを開きまして、その中でユーチューブやニコニコ動画、つまり違法にコンテンツがアップされているサイトが伸びていて、昨年12月にはニコニコ動画のユーザーがギャオのユーザーを上回ったという、正規のコンテンツのビジネスが伸び悩んでいるという報告がありまして、コンテンツは流通するかもしれないけれども、市場が死んでしまう、ビジネスが死んでしまうといった、つまりそれはサステイナブルではないのではないかと

という議論があったところです。こういった状況の中で、では果たしてどうやって市場をつくっていいのかという議論に立ち入っていると考えます。

次のページの1(1)②です。以上のとおり、放送のコンテンツの流通促進のためには、実際にどういう対策を講じていくべきかという点について、制度や規制によって対応すべきだという考え方が、これまで打ち出されてきています。制度の内容としては、先ほど申し上げた権利者の事前の許諾権を制限するという考え方があります。このほかに、アメリカ、韓国、あるいはイギリス等の国に見られるような、コンテンツをつくる主体に関する外注規制のような制度が必要だという主張があるということもご案内のとおりであります。こういう点について、この委員会では昨年1月以降に議論を重ねてきているわけで、許諾権の制限については第4次答申でも一定の整理が行われています。9月以降は、ワーキングでも再三にわたって議論を重ねておりました、製作主体に関するアメリカ、韓国等の制度についても、この場で何回か議論が行われてきたということです。

その結果、今の理解としましては、何らかの制度の導入というアプローチではなくて、民間主導で、トライアルをトリガーとした取引市場の創設を検討していくということ。それから、許諾権については、あくまでこれを前提として、権利に関する情報の集約、あるいは情報の公開を通じた権利処理の効率化を図っていくというのが基本的な立ち位置ではないかと認識しているところです。

以上の経緯を経て、取引市場を創設するために、取引市場のデータベースという具体的な議論を行っていくということになってきております。以上のようなアプローチに対しては、知財本部においては、何らかの制度導入によって許諾権にかわる手続を導入するという考え方は、まだ今のところは明確には否定されていない状況にあると理解しております。

次のページ、1(2)であります。取引市場データベースに係る前回までの主な論点を振り返って整理をします。放送コンテンツには、放送事業者が著作権や権利情報を持つケースとそれ以外のケースがありますが、まず、放送事業者が持つ前者を対象としたデータベースの議論を紹介します。まず1点目としては、果たしてどういう市場について、だれがどのような放送コンテンツを需要しているのかということが論点です。ブロードバンドでの活用や国内の番組販売、あるいは海外への番組販売等が考えられます。2点目として、その市場というのは、既存の放送コンテンツ市場と競合するのかもしれないのかということが論点として挙げられます。特にブロードバンド市場の場合に、ブロードバンド市場の視聴者と既存の放送コンテンツの視聴者は重複するケースが見られ、両者は競合、バッティングするのではないのかという指摘。また、その場合に放送コンテンツをブロードバンド市場に出すインセンティブが働かないのは当然ではないのかという指摘もあったところです。さらに3点目ですが、これが議論を進めていく上で特に重要な点と考えているんですけれども、一定のリスク、ある

いはコストを負担しても市場の立ち上げを望む人が本当にいるのかどうか。今の相対取引で十分ではないのかという指摘、論点であります。仮に既存の放送コンテンツの市場と競合、バッティングする可能性のある市場を立ち上げようというのであれば、それを望む人は、それだけのリスクとコストを負担する覚悟が必要だということになるんですけれども、既存の放送コンテンツ市場のプレーヤーから見ますと、競合リスクを補うに足る対価が得られなければ、利用者が競合する可能性のある市場に放送コンテンツを出さないというのも、ある意味でむべなるかなと考えられるわけです。

②ですが、以上のような放送事業者の著作権情報を保有するパターンのデータベース以外にも、コンテンツの取引に必要な情報のデータベースという意味では、幾つかの可能性、パターンが考えられます。例えば、製作会社自らが著作権を持つ放送コンテンツについて権利情報を集約したデータベースが考えられるんですけれども、放送局がつくるコンテンツの場合に相対取引の重要性が強調されていたんですが、番組製作会社が権利を持つ放送コンテンツの場合については、まだ私どもは議論に入っていません。それから、著作権団体もコンテンツ取引に不可欠なデータベースを構築しておられます。ワーキングではそういうデータベース同士の連携によって、コンテンツの取引を効率化、ないしは活性化することもできるのではないのかという指摘もありました。この点についても、今後、議論を行っていく必要があると考えています。そういう状況です。

最後のページです。今後の進め方をどういうふうにするかということですが、報告の冒頭で、取引市場の議論の前提は、許諾権を前提としつつ民間主導による市場形成を考えることだと申し上げました。その前提で、権利の情報が集約、公開された取引市場の形成という施策の具体化を検討してきたんですが、幾つかの点について、さらに検討が不可欠だと考えます。中でも重要なことは（１）リスク、コストを負担してでも市場の創設を希望する人が本当にいるのかということについての検証です。当初から話に出ているIPマルチキャスト事業者だけではなくて、オープンなネットワークを活用したネット配信事業者や、番組販売を行う事業者を含めて、本当にニーズがあるのかどうかということ。仮にそこで具体的なニーズがない、検証できないということであれば、取引市場の形成に関する国の関与、国がどこまで関与するのかということについては慎重に議論せざるを得ないと考えます。

少し極端な言い方になりますけれども、仮にコストを負担して新しい市場を創設するという人が見られない場合には、日本の放送コンテンツ市場の特徴として、相対取引が最も適切だと市場、民間に判断されているということかもしれません。仮に、冒頭に申し上げましたような、アメリカ、韓国のようなサービスが日本であらわれなくても、日本の利用者の態勢、市場がそれを望んでいないということでもあって、あえてそこに官が入って行って、その状況が無理に変えることが果たして適切なのかどうかという結論もあり得るということ

ではないかと考えます。

以上のおり、今回の議論を進めるに当たっては、コンテンツの取引市場に対するニーズが、本当にどこまであるのかということを見きわめるというプロセスが非常に大事であります。今の相対取引を中心に進めることが基本的には今後も適切だというのが、関係者の方々の認識なのか、あるいは取引の市場の創設に必要なコスト、あるいは役割の分担等の具体的な議論を望むプレイヤーが本当におられるのかどうかという見きわめをしている段階であります。昨日もワーキンググループの中では、データベースをつくることを望む人が、それでどれだけ収益を上げたいのか。それを出した上でコストを考えるとといったプロセスも大事、必要ではないかという指摘も出ていたところです。

この委員会やワーキングにおきましては、これまでいわゆるマルチキャストの事業者の方々を中心に意見を伺ってきたところですが、今申し上げたような観点から、こうした事業者以外の方々に今日もご出席いただいておりますけれども、コンテンツの製作、あるいは流通を担っておられる方々から幅広く、より広くご意見を伺ってニーズを検証する場を設けることが必要ではないかということで、お願いしてきているところであります。

また、(2)ですが、先ほど申し上げましたように、放送局だけではなく、ほかのデータベースのバリエーションについても検証を進めていく必要があります。番組制作者のデータベースや、既存のデータベースの統合、連携といった可能性と現状について、今後、ヒアリングを行っていく予定です。

また(3)ですが、(1)、(2)の検証を踏まえまして、取引市場データベースに係るトライアルの選択肢として、だれがコンテンツを求めているのか、どのようなパターンのデータベースが必要なのか、どのような役割分担で、だれの負担でつくるのかということについて、最終的には整理していくこととなります。

今後、ヒアリングの中で、取引市場の形成、少なくともトライアルの実施に対して意欲を見せておられるプレイヤーをきちんと明確にした上で、具体化の議論に入っていきたいと考えております。以上でございます。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは引き続きまして、菊池様から取引市場データベースについてのご説明をお願いいたします。

【菊池オブ】 菊池でございます。よろしくお願いたします。本日は、デジタルメディア協会の参与という立場から発言させていただきたいと思っております。取引市場ワーキングの中村主査から、データベースのニーズについて十分に検証していく必要があるとご報告がございましたので、コンテンツの製作や流通の観点から、取引市場データベースについての意見を述べさせていただきたいと思っております。

まず、AMD（社団法人デジタルメディア協会）という団体について簡単にご説明させて

いただきます。AMDはコンテンツ事業者の集まりで、特徴としましては、放送はもちろんのこと、インターネットとかモバイルなど、ウィンドウを問わない幅広くコンテンツを製作して提供する事業者が集まっていること、例えば、インターネットなどで新たなウィンドウそのものをつくり出そうとする事業者などが集まっていることが特徴でございます。設立から14年が経過いたしましたして、デジタルメディア分野においては、かなり早い時期からコンテンツ事業者の集団として活動してまいりました。本日は、AMD会員からのヒアリングをまとめてまいりましたので、コンテンツの製作と流通を核にしたビジネスを展開する観点から、意見を述べさせていただきたいと思っております。

「取引市場データベースに係る考え方」についてですが、これまでの経過にかんがみましますに、意見の分かれ目となるのは、放送コンテンツに関しまして、現在の相対取引に加えて、取引市場データベースを構築することの意義をどのように評価するかという点だと考えております。そこで、コンテンツの製作、流通の基本的な考えでございますが、まさにコンテンツをビジネス展開の核にしている事業者からしますと、少なくともみずから製作に携わってコンテンツにつきましては、可能な限り多様なウィンドウに展開することで対価を得ていくことが基本となるということで、その際、より有利な対価が想定されるウィンドウを主体的に選択していくことのできる環境が整備されることが理想であるというものでございました。

そのためには、より取引がオープン化していくことによりまして、コンテンツを製作して提供しようとする側にとりましても、また、流すコンテンツを求めるサービス事業者にとっても、お互いに選択の機会が拡大していくことが必要だと考えております。したがって、相対取引に限定された状況ではなく、新たな取引ルートとして取引市場データベースが開かれることは、まさにオープン化と選択機会の拡大を実現するもので、基本的に支持する声が多うございました。

その前提となる状況でございますけれども、この本会合でも指摘されてきましたとおり、取引市場の構築に必要なコストというものは、取引を望む者が負担することが基本であるというもので、それが存在しなければ成立しないという認識でおります。取引を望む者として可能性がありますのは、製作者自身とかブロードバンド事業者、また、ネット、リアルを問わず、番組販売事業者などが想定されるところでございます。

しかしながら、現在の状況としましては、個別各社としては、それぞれの企業体力とか費用対効果によるものとなってまいりまして、その観点からなかなか手を挙げられない袋小路であります。個別各社としては当然無理からぬことという面もございまして、したがって、それぞれではなく、コンテンツ大国の実現という大きな政策目標を実現する政策的な観点に立ちまして、政府としても、各プレーヤーの背中を押すことで、全体が協力して取引市場の構築に向けた環境整備の支援をしていただくことが必要なことではないかと考えてい

るところです。特にこの議論につきましては、国内事情だけでなく、グローバルな潮流を改めて意識しておくことが必要ではないかという議論もございました。

次のページの左側に、アップルの新たな映画配信サービスの記事を紹介してございます。ブロードバンド上へのコンテンツ流通の拡大は、まさに世界的潮流となっているところで、既にiTunesでは音楽で累計40億曲、「24」とか「プリズン・ブレイク」などといった日本でも人気のテレビ番組も、累計で1億2,500万本の販売実績が上がっていると聞いております。それからヨーロッパにおきましては、例えば早くからIPTVサービスを展開してきましたイタリアのファストウェブとか、イギリスのビデオネットワークリミテッド、フランスのフランステレコムなど、光ファイバー、ADSLを問わず、IPTVサービスというのが今や当たり前になりつつあるというものでございます。フランスでは、既にIPTVの契約者数は380万人に達したとする発表がなされていますし、昨年、ドイツテレコムが、ドイツ国内750都市でIPTVサービスを提供するという目標も発表されております。

こうした流通経路の拡大とともに、密接に関連しておりますのが、同じく中央の記事にあるように、今年のCESではネット機能付きのテレビが目玉となっております。パナソニックさんがグーグルと提携してユーチューブテレビを発表したことなども話題を呼びましたし、ソニーさんもCBSと提携して、スポーツや人気ドラマ、ニュースなどをネット配信で見られる機能をつけたテレビを発表しているところでございます。また、別の記事からでございますけれども、ソニーさんの幹部によりますと、豊富なコンテンツを持つ放送局や映画会社などと家電メーカーが提携するのが正攻法というコメントが紹介されていたのも印象的でございます。このことは、これまで放送だけのものだったテレビ画面というものが放送だけのものではなくなっているというパラダイムシフトの発生とか、そのパラダイムシフトによってコンテンツによるテレビ画面の争奪戦が発生しているという、世界的現実を象徴しているという意見もございました。

一方、環境としましては、日本が世界有数のブロードバンド大国であることは紛れもない事実でございます。昨年の数字ですが、ブロードバンドの契約数は国内2,700万を超えている。つまり、世界的な潮流をうまくくみとることができれば、日本のハード、ソフトを含めた情報通信全体としては躍進できる可能性がある、恵まれた環境にあるのではないかの認識にあります。

もちろんこれまでのような相対取引のままで現状を続けることも選択肢の1つではありますが、その場合、こうした世界的変化と果たしてマッチしているのかどうかというところは、疑問の余地があるところでございます。一番右の記事によりますと、既にアップル、シスコ、インテルなど、世界的な企業が日本市場から目をそらしていると言われていたところがございますし、以前、アップルの方に伺った話でございますけれども、日本を飛び越えて韓国、

中国、インドに目が向いているとの発言があり、その証拠として、社内での日本法人の発言力は弱まっているということも聞きました。

最後のページでございます。世界的な潮流を踏まえて、改めてテレビ受像機だけが放送だけのものではなくてはなっている現状、日本の放送コンテンツにとって、ブロードバンド等新たな出口を開いていくことが必要となっている状況を認識いただくのがコンテンツの製作者側としての見解で、ブロードバンド市場など、既存の放送コンテンツの市場と視聴者の食い合いになる競合市場ではないかのご指摘もあることは十分承知してございます。しかしながら、諸外国とか映画等の分野の例にかんがみますと、他のウィンドウの成長が、既存の市場を必ずしもシュリンクさせるものではないという見解もございます。

AMD内部では、現在の状況を放置することは、日本がコンテンツの輸入大国への道を歩むことになるとの意見もございます。日本がコンテンツの輸入大国になることといたしますのは、イコール、コンテンツ事業者としては大変厳しい方向というものでございます。そうした意味からも、今後、取引市場の構築の協力者につきましては、早急に可能性を探り、意見を聞いて募っていくことが必要と考えておりまして、ぜひとも関係者全体の協力体制により、取引市場データベースの構築に向けた具体的なアクションプランが一刻も早く進んでいくことを強く希望するというのが、団体内の総意でございます。以上でございます。

【村井主査】 ありがとうございます。引き続きまして、東北新社の沖山様から二次利用活用に向けた取引市場データベースの視点についてのご説明をお願いいたします。

【沖山オブ】 東北新社の沖山でございます。お手元の資料に沿ってご説明させていただきます。まず、東北新社についての簡単な紹介をさせていただきます。東北新社はさまざまな映像製作、映像配給など、映像にかかわるさまざまな事業を展開しておりますが、本日は、意見発表に先立ちまして、テレビ番組の国内二次利用にかかわる主な事業についてご紹介させていただきます。

まず、番組制作事業でございます。こちらは地上波、BS、CS放送など、さまざまな配信媒体への番組などの映像コンテンツを制作しておりまして、その制作対価や権利料配分を収益源とする事業でございます。テレビ配給事業がございまして、こちらのほうは、自社及び他社の契約作品につきまして、放送権とか配信権を預かりまして、こちらのほう、放送局や配信事業者へ販売するものでございます。収入は、権利料や手数料を収益源としております。仕入れといたしましては、海外から仕入れるもの、国内のお預かりしているもの、それぞれございまして、テレビ局からネットワークやモバイルへの映像配信事業者までお客様となっております。

3つ目がCS放送事業でございます。こちらは、専門ジャンルの各テーマに沿ったチャンネルを運営しておりまして、ケーブルテレビとかスカパー、またIPマルチキャスト事業者



を通じて配信しております。主なチャンネルはごらんのとおりですが、中でも国内番組の二次利用にかかわっておりますのは、ドラマ、アニメ等を放送していますファミリー劇場、ドキュメンタリーも放送しておりますヒストリー・チャンネル、そしてクラシック音楽関連のクラシカ・ジャパンという3チャンネルになっております。

それぞれの事業の視点は多少異なっておりますので、3つの視点を並列しながら意見を述べさせていただければと思います。次のページをごらんください。当社の二次流通関連3事業、いずれも二次利用市場の拡大に大きな期待をしております、事業のチャンスととらえております。まず、番組制作におきましては、二次利用市場の拡大による収益性の向上及びそれが番組制作の量、質とも拡大につながることを期待しております。テレビ配給につきましては、番組流通量拡大を通じまして、当社の取扱量の拡大のチャンスもあろうかと思っております。

一方、CS放送事業につきましては、特に伸びておりますブロードバンドメディアも含めまして、再送信をするメディアの拡大及び流通が促進されることによって、それぞれのチャンネルが得られる国内コンテンツが充実していくことに期待しております。これら製作、流通、配信という3極があるわけですが、これはWIN-WIN-WINの関係での拡大、ポジティブスパイラルができるところが大きくポイントとなっております、それでコンテンツ市場も大きくなっていくと期待しております。

一方、現状、足元の流通市場というところで見ますと、既存メディアのDVD市場の伸び悩みとか、韓流をはじめとするアジアコンテンツ及びインフォーマーシャル等の流通拡大など、競合するコンテンツに押されておまして、若干足踏みしている状況が続いているかなと思っております。

新しいメディアでは、デジタルケーブルなどの普及拡大はあるものの、IP系デジタルネットワークメディアについては、まだまだ大きな課題が残っていると思っております。番組製作の視点から見ますと、やはり新しいメディアへの配信許諾の獲得等につきまして、まだまだ業界でも標準的なルールや慣行が確立されているとは言いがたい状況です。過去のライブラリ作品を改めて許諾というだけでなく、新しくつくるものについても、目の前のコスト増とか納期の問題を含めまして、必ずしもすべてのメディアに対する配信権をクリアすることなく、デジタルメディアに関しては後回しにするケースもございます。

根本的には、実際の二次利用収入そのものがまだまだ小さいということで、製作の視点から見ても、収益を支える柱になっていないことも背景にはあると言えます。テレビ配給に関しましては、こういった上流部の状況もかかわってくるんですが、デジタルメディアへの許諾可能な作品の流通量そのものがまだ不十分な現状というのがございます。新たに許諾を取るには、現状で予測できる範囲の収益で賄い切れないということで、なかなかこちらのほう

も獲得コストと期待収益のバランスで苦慮しております。

CS放送に関しましては、国内番組を編成しているチャンネルは、権利処理条件上、IP技術を利用した再送信は、基本的には実現できていないのが実情です。海外ドラマや洋画などの海外コンテンツチャンネルに関しましては、再送信を既に放送しておりますが、先ほどのドラマ、ドキュメンタリーなどの国内番組編成チャンネルについては、現状めどが立っていないというところになっております。こちらから見ますと、同じチャンネルを同じ再送信サービスとして受けているのに、IPかそうでないかということで提供できる、できないというところで、若干理解しづらい状況が続いているかなと思っております。

逆にいいますと、当社のクラシカ・ジャパンというチャンネルでは、おおむね海外コンテンツなんですが、国内番組を編成する際には、むしろIP再送信をするために、そのIP再送信をするものだけ編成するというイレギュラーな形でやっております、国内の作品でIPの送れないものは使用を差し控えるということにもなっております。こういったところで、非常に期待はしているものの、現状、それぞれの視点で抱えている課題も大きいというところがございます。

こういった課題に関しまして、データベース構想に対して視点を述べさせていただければと思います。現在検討されておりますデータベース構想について、さまざまな形態、活用が考えられると思っております。これら、どのような形でどのように活用していくかという設計の中で、先ほどありましたような二次流通を妨げているような課題を緩和するツール、あるいは誘い水になることを期待しております。

番組制作におきましては、データベースを通じて取引定型化、収益配分に関する慣行やルール形成、実績の積み上げによる基準の形成を大きく期待しております。テレビ配給につきましては、新しい構想というものが競合的な存在となるという危惧も若干持っておりますが、従来ありました相対取引の視点に立ってですが、これは取引そのものを促進して、市場そのものが大きくなるというところで、新しい番組顧客とのマッチング、新しい市場ニーズをとらえることを可能にする場となっていくのであれば、非常に期待しております。実際のコンテンツ販売の現場と申しますのは、情報だけではございません。いろいろな条件とか、あるいはニーズ、マッチングといったものをやっておりますので、情報、プラス人とお金が集まってくる場が形成されることが必要なのではないかと考えております。

一方、CS放送の視点では、まずIP再送信可能な国内番組が増えること、そしてそれが実現されていくことを期待しております。プラス、流通の流動性が高まることによって、よりよいコンテンツをより多く国内番組から編成できるようになることを期待しております。

一方で、こういった構想の点で幾つか考慮していただければという点がございます。1つ目は、現実の取引実態に即して、どのようなデータベースが望まれているのか、また、市場

の拡大に有効かという点で引き続き検討をしていただきたいということでございます。2つ目は、登録すべき情報の内容については、事業上、重要な情報とか、事業者各者の各社のノウハウや経営の根幹にかかわるものもでございますので、そういった設計といったところは、必要な情報は何かという点、あるいはアクセスコントロール等について配慮していただければと思います。3つ目は、このデータベースが独占的な存在とならないよう、自由参入の障壁にならないように配慮していただければと思います。また、こうした仕組みが流通コストの増加ではなくて、トータルの流通コスト削減、コスト負担のあり方も含めて検討が必要だと思います。

最後に、そういった点も含めて、この運営主体が独自利益を追及するようになると、コストの面での懸念がございます。市場で現在努力を重ねております流通業者や販売代理店の圧迫要因となり得ますので、トライアルやその運営においても、業界のコストセンターとして位置づけてはどうかと思っております。非営利的、中立的な団体による、例えばA T P（全日本テレビ番組製作社連盟）さんなど、そういった中立的な立場で運営されることが望ましいのではないかと考えております。

このように、データベースはいろいろな可能性が想定できるだけに、または世界で希有な取り組みですので、実際の取引でどうやって使っていくのかという参加者の設計が非常に重要だと思っております。現状の海外とのコンテンツの取引の実態を見ますと、実はリアルマーケット、カンヌでいうM I PとかN A T P Eのような、実際のリアルの現場でのコンテンツマーケットも大きな役割を果たしておりまして、取引活性化を考える上では、こうした選択肢も大きな候補と言えるのではないかと考えております。

データベース構想につきましても、そういった取引市場活性化のさまざまな施策の中で、例えばリアルなコンテンツマーケットと連動する形でのバーチャルなデータベースのコンテンツマーケットというとらえ方という考え方もあるのではないかと仮説を持っております。いずれにしても、二次利用拡大に向けまして、一致協力して努力していただければいけないと考えております。私からは以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは、T Vバンクの内山様からご説明をお願いいたします。

【内山オブ】 T Vバンクの内山と申します。よろしく申し上げます。

私どもT Vバンクは、オープンなインターネット上で、主にP C向けに動画配信のサービスを提供している会社でございます。

それでは資料のご説明をさせていただきます。まず3ページですが、私どもは2005年12月19日に、ソフトバンクとYahoo! JAPAN 2社の共同出資で設立された会社です。

次4ページ、「Yahoo! JAPANとT Vバンクの役割分担」ということで、Yahoo!のサイト、

「圧倒的な集客力」と書いていますけれども、そのサイト上でYahoo!動画というサービスを展開しております、TVバンクの方はコンテンツの調達、配信インフラを含めた技術的な部分での役割を担っております。

次5ページです。私どもYahoo!動画の顧客基盤ですが、「広告収入モデル」というところで、Yahoo!の月間の利用者は約5,000万人いらっしゃいますが、こちらの利用者が無料配信の顧客ベースとなっております。それから、「有料配信モデル」ですけれども、Yahoo!上で決済を行っておられる有料会員の方が約1,200万人近くおられます。この方々が顧客ベースとなっております。

次6ページです。「ビジネスパートナーとの連携」ということで、ここに例示させていただいたような大手の広告代理店の皆様と一緒に協力して、動画広告市場を拡大すべく日々協力しております。

次、「コンテンツ調達力」というところですが、現在、権利元約500社と取引させていただいております、独占配信、先行配信含めてさまざまなコンテンツを約3万本配信しております。独占配信の例として、アニメーション、プロ野球のライブ配信、音楽アーティストの音楽をモチーフにしたショートムービーを例示させていただいております。

次に8ページです。「革新的な動画配信技術」ということで、BB broadcastというP2P技術を利用したライブ配信技術を持っております。

こちらは視聴者が増えれば増えるほど安定した動画配信が可能になるというシステムで、その実例として、次のページ、プロ野球の配信をしたときのデータでございます。総視聴者数が約12万人、最大同時接続された数が4万9,000人ということで、こちらの数字は、弊社で把握している範囲では、おそらくワールドレコードだと思っているんですけども、このときのトラフィックのデータがこのグラフになります。赤い方が視聴者が受け取られたデータのトラフィック、青い方がサーバーから送信したトラフィックということで、P2Pの技術を使うことで、約8割のトラフィックを抑えることができております。この技術を使って、今、プロ野球等の配信を行っております。

11ページ、国内の動画サービスのユーザー数の推移でございます。一番上、伸びておりますのがアメリカの投稿動画サイトでございます。こちらは昨年、日本版のサイトもつくられましたので、途中からは日本版のサイトと、日本からアメリカ版にアクセス下利用者の数の合算の数字でございます。その下の2番目の赤い部分が私どもYahoo!動画です。その下の青い部分は、私どもと同じように無料広告モデルで配信している動画サイトです。下のオレンジの部分が、ユーザーが文字を映像に書き込めるタイプの投稿動画サイトでございます。こちらは右肩上がりで伸びているという状況でございます。

次のページ、Yahoo!動画のユニークブラウザの推移でございます。右肩上がりで伸びてお

ります。

次のページ、視聴タイトルのカテゴリ別の内訳でございます。まず、95%がCMをつけた無料のコンテンツが占めておりまして、残りがCMのない無料コンテンツ、会員無料、課金モデルとなっております。CMありコンテンツの中のカテゴリ別の内訳ですけれども、音楽が29%、グラビアが22%、アニメが13%等々となっております。アニメは3番目のシェアで、権利元様の要望で課金で配信している例が多うございまして、課金売上げの中では約6~7割がアニメとなっております。

次、14ページです。こちらがCMつきタイトルの中での番組のランキングでございます。TOP20ですけれども、音楽では基本的には最新のJポップのものがよく見られている。ドラマにつきましては、主に韓国ドラマがよく見られております。アニメについては、アニメの場合は製作委員会という形で権利を保有されているケースが多うございまして、テレビで放送されたものが、我々も調達できますので、よく見られるという状況となっております。

次のページです。テレビコマーシャルのネット配信における権利処理の課題ということで、テレビCMの場合はネットで権利処理がなされていない場合が多うございます。ですので、CMとして出稿の妨げになっているという状況がございます。我々としては、CMミュージアムというサービスを始めまして、出稿という形ではなく、企業様から無償でCM素材をお借りして配信するというサービスを行っております。こちらでCMの権利処理の促進を図っております。

最後、16ページ、「放送番組の配信ニーズに関する弊社意見」ということで挙げさせていただいております。まず、動画共有サイト、投稿動画サイトの状況を見るに、放送番組のネット視聴についての消費者のニーズは高いのではないかと推察しております。動画共有サイトでよく見られるものとしては、やはりテレビ番組というのが違法に上がっておりますけれども、これが見られているという状況でございます。それから、Yahoo!動画における放送番組の展開についてですけれども、先ほど申したように、製作委員会が権利を保有されるアニメーション以外は、逆にあまり展開できていないという状況でございます。

我々としては、違法にアップロードされる状況はぜひとも避けるべきだと思いますので、権利者様に正規に収益分配がされるというモデルを目指していきたいと思っております。消費者ニーズについて、推測はしましたけれども、実際どのぐらいあるのか、事業性はどうかという部分を確認する意味でも、ぜひトライアルは行いたいと思っております。ただ、実際、成功するかどうかを見きわめるためにも、具体的な検討をさせていただきたいと思っております。以上でございます。

【村井主査】 ご説明どうもありがとうございました。ここからは委員の皆様による質疑、ご議論に入らせていただきます。私のほうから最初にご指名させていただきたいと思っております。ま

ず、河村委員、お願いいたします。

【河村委員】 儲かりそうな話なのにあまり乗ってこない人を何とかして乗せようとしているような議論の意味が毎回よくわからなかったんですが、大体見えてきました。要するに、製作に携わったコンテンツについて、可能な限り多様なウィンドウに露出機会を得て対価が得られることが望ましいという考え方を放送局の方はきっと持っていらっしやらないのではないかということが見えてきたということです。つまり、放送事業者の方は、二次利用に対してそれほど動機が強くない。広告収入を得て再放送したりするほうがきっとよいのであろうということがやっと見えてきたところです。そうだとすれば、放送事業者の方が著作権を持っているものに関しては、そういう動機を持っていたり、持っていなかったりするというのはその方たちの自由なのかもしれないと思えます。

ただ、一言申し上げさせていただければ、コピーワンスの論議のときに、二次利用の妨げになるから地デジには著作権保護が必要だと何度もおっしゃっていたのは放送事業者の方たちです。そこに言いたいこともありますけれども、それは置いておくとして、そうではなくて、中村先生の資料の中に番組製作者の方が著作権情報を持つ放送コンテンツに係るデータベースは考えられるか、とありました。そこに関しては、私がこれまで聞く限りにおいて、製作会社の方たちには二次利用したいという気持ちがある、製作した人間はたくさんの人に見てもらいたいんだとおっしゃっています。その上で、著作権は製作者にあるんだけれども、権利処理の窓口はできないだろうから放送事業者がやって差し上げているのだというお話のやりとりも本当にわかりにくかったんですが、私はそういうところにフェアじゃないような感じを受けるんです。番組製作者に権利があるものに関しては、放送事業者が取引上の優位な立場を利用して、番組製作者の側に不利益を生じさせるよというようなことがあってはならないという、フェアな関係が確保されなければいけないと思います。

わかりにくい慣行とか取引上の関係によって、結果的に視聴者が便利なサービスとか魅力的な二次利用のサービスを受けることが妨げられているとしたら、そこはフェアなルールを新たに作る必要で、番組コンテンツを二次利用してビジネスをする動機が十分にある方たちが、それを活用していくという道を探るべきなんじゃないかと思いました。以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは高橋委員、お願いいたします。

【高橋委員】 私も同様の意見でございます。取引市場の形成について多様な意見があることは理解しております。とりわけ既得権を持っていらっしやる方と、新規分野に積極的に参入していこうという方との温度差は相当に大きいと感じています。今日、中村先生のご説明を伺っておりまして、民民でのトライアルについては暗礁に乗り上げそうな予感がいたしました。

共通しているのはコンテンツの二次利用の拡大なんですけれども、消費者利益をどう考えているのか、これが事業者によって明らかに違うとも感じます。このところ、朝日新聞が通

信、放送の問題を紙面でわかりやすく扱っておりますけれども、一昨日の「テレビはどこへ」という記事では、放送事業者の本音や姿勢を報じているなと感じました。キー局さんがネット送信しているのは本業に当たりさわりのない番組に限っていて、それは現在の主力ウィンドウでのコマーシャルの減少等が気になっているという記事だったわけです。

菊池さんのご報告を伺いまして、テレビ画面が放送のものだけではなくて、コンテンツの争奪戦が始まっていて、世界有数のブロードバンド大国の日本が、この世界的な潮流をうまくみ取れば躍進できるという非常に力強いコメントがあったんですけども、相対取引のままでは世界的な潮流とはマッチしない、アメリカ等々の有力企業から見離されるとするのは非常に悲しいです。コンテンツの輸入大国というと、まさに国益が損なわれるかもしれない事態で、国民、消費者が不利益をこうむるように思います。日本の消費者は、海外に比べてこの分野で非常に不利益をこうむっているというのは、もうずっと申し上げて続けているのですけれども、いつまでこうでなければいけないのかと。このままでいいはずであるとは到底思えないわけです。

今年は福田首相が、年頭所感をはじめ、国会でも繰り返し消費者、生活者重視と述べておられます。これには野党も反対しておられません。消費者行政の中に情報通信、放送の分野も入るのも当然のことなんです。取引市場については、そろそろ期待のフェーズから実現のフェーズに入らないといけないと思っております。以前、番組製作者のヒアリングでは、そのデータベース構築の可能性が述べられております。製作者に対して何かフェアじゃないことがあるのであれば製作環境の改善も当然必要でございますし、データベース構築のためには、市場原理に任せるのではなくて、韓国のように国による育成もいたしかたないかなという感じがいたしております。

NHKのビデオ・オン・デマンドもいよいよ始まるわけで、法改正するといろいろなことができるということもわかっています。そろそろ制度の話に戻ってほしいというのが私の意見でございます。以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは椎名委員、お願いいたします。

【椎名委員】 以前NTTさん、ソフトバンクさん、KDDIさんという流通の拡大を希望する方々のプレゼンテーションがあり、今日はその流通に携わっている方々が流通にどういう期待をしているかというお話を伺いました。

実演家としましては、その事業の中でどれだけリスクの負担をしていくのかをお考えになっているのかという視点で、ずっとお話を伺っているわけです。東北新社さんの2ページに、権利許諾手続やコストが非常に不安要因としてあって、よってその二次利用収益が少なくなるんだという。これは、おそらく東北新社さんに限らないと思うんですが、権利処理に関する見方か、要するに、権利処理のコストというのは高いのも安いのもあるはずなんです。高

いのはハイリターンがあるだろうし、安いのはローリターンかもしれない。安いのでハイリターンがある番組もある。そういうことを一切加味せずに、前提として権利処理のコストが非常に負担になっていると置かれてしまうことが、非常におかしいなと強く感じています。

ものを流通させようというときに、そのものの値段、権利処理のコストというのはマストな話であって、それが面倒くさいと思ったら流通するわけがない、しないほうがいいわけです。そういうところのリスクを負担してウィンドウを拡大していこうというのが難しいと言われるのであれば、流通は拡大しないと思うんです。中村委員からのお話にもありましたけれども、権利者側も別に手をこまねているわけではありません。例えば実演家でいいますと、権利情報、委任先情報の集約、一元化みたいなことも考えていますし、そういうようなことを権利者側が志しているのに、二次利用を望んでいる方々が及び腰であるというのは、もうこれは流通の拡大というのは困難なのではないかと思います。リスクとかコストを負担していくという姿勢が必要なのではないかと思います。

相対取引がいいのか、市場がいいのかということについては、我々実演家がコメントする立場にはないんですが、相対取引にならざるを得ないものはならざるを得ないだろうし、市場に任せたいほうがいいものは市場で流れていくんだと思っています。

TVバンクさんの資料の中にG社、N社、これはYouTube、ニコニコ動画だと思うんですが、この問題を解決しないと駄目なんじゃないですか。ユーチューブが見られるテレビができましたなんていう話があったりもする中で、この問題を何とかしていくために、おそらく広告モデルでの無料配信という努力が出てくるんだと思うんですが、ここの問題を突き抜けていかないと拡大しても意味がないし、拡大はしないだろうというところが、どうしてもついて回ると思うんです。そうすると、流通の拡大を志す者がどれだけ思い切った負担をして状況を上げていくかということがポイントになってくると思いますし、ぜひそういう方が出てくることを期待したいと思います。以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは元橋さん、お願いいたします。

【元橋オブ】 先ほど高橋委員から、NHKもVODのサービスを始めるという朝日新聞の記事をご紹介いただいたので、そのことについてご説明させていただきます。

私個人としては8年越しの念願だったのですが、昨年来、この委員会でも申し上げてきたとおり、NHKがそういうことをやるための大きなハードル、という言い方をしているのかどうかわかりませんが、放送法が、おかげさまで改正されました。改正放送法は4月から施行ということで、私どもNHKの2008年度予算が国会で承認されれば、アーカイブス・オンデマンドという事業に着手できるようになります。

今のところ、予定としては12月ぐらいからサービスを始めたいと思っております。

先ほど中村委員からご指摘があったようなキャッチアップのようなものも、今の段階で確



実なことをお約束するわけにはいきませんが、権利者団体の方、あるいは一般の番組取材協力者の方からの許諾次第ですが、できれば1日10本から15本ぐらいの番組を、放送の翌日以降1週間程度、VODとして提供していけるようにしていきたいと思っています。

それから、その1週間を経たものについては、一定期間は放送でも再放送を編成する等いろいろなウィンドウ展開を考えなければいけません、数ヶ月とか1年程度を経て改めて許諾が得られるものについてはアーカイブ番組としてのVODという形で提供を考えております。

同様のサービスを諸外国でもやっているというご紹介もありましたが、よくNHKと比較されますイギリスの公共放送BBCでは、既に「iPlayer」(アイプレイヤー)という専用のソフトをPCにダウンロードすることでそのPCでのみ見られるというサービスをやっています。私どもはそういう特別な専用ブラウザでやるのは著作権保護などのメリットはありますが、半面利用者にとってハードルが高いだろうという考え方もあり、今のところ、PCあるいはネット接続ができるテレビ(IPTV)、あるいは将来的にはモバイル端末のようなものも含めて、できるだけ幅広くコンテンツが視聴できる環境をつくっていきたいと思っています。

また、BBCはキャッチアップのVODは、受信料(彼らは受信許可料という言い方をしていますが)の中でのサービスです。ですから、受信許可料を払っている方は、そのVODサービスを無料で視聴できるということになっています。私どもの場合は、受信契約をしていただいているお客様にはNHKの番組の見逃し番組のVODを受信料の中で無料で見ていただけるようにすべきではないかという意見や、そういうサービスを利用できる人は受信料をお支払いいただいている方のまだ一部であり不公平感があるから受信料とは別の有料制にすべきではないか、など、途中段階ではいろいろな議論がありました。結果的には、法律で受信料で行なう事業とはせず、独立会計で実施するとなりましたので有料サービスということになりました。細かい料金立て等はまだまだお示しできる段階ではありませんが、単品、パッケージ等いろいろな料金体系のものを用意したいと考えているところです。

独立会計なので、当然赤字を出してはいけませんし逆に私どもは公共事業体ということで非営利で運営することも(法律で)求められています。もうけてもいけないし赤字を出してもいけないという、タイトロープを渡るような事業運営を迫られるというところは悩みです。できるだけ多くの事業者の方が同じようなサービスを始めればコスト要因も抑えられ、パイを拡大していくことができ事業環境も整ってくるのではないかなと思います。

先ほどから出ているYouTube、ニコニコ動画など、動画投稿サイトといわれるものに人気が出てきていること自体はいいのですが、そこに放送番組が違法にアップロードされているという実態もあります。消費者のニーズの高い、魅力あるコンテンツをきちんと適正価格で正規

流通として提供していくということは、やはり不正規流通を抑えるためにも必要だろうと思いますし、菊池先生のコメントにありました「テレビ画面の争奪戦」というのは好むと好まざるとにかかわらず避けられないことだと思っています。だとすれば、その争奪戦のインターネット側のサービスのほうにも我々が参入して、放送でリアルタイムに見ていただきたいのは山々だけれども、リアルタイムでご覧いただけなかったお客様にはネット経由でも見ていただけるという形にできるよう、積極的に対応していきたいと思っています。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは、植井委員、お願いいたします。

【植井委員】 植井でございます。まず、河村委員や高橋委員から、放送事業者は非常にインセンティブが低い、あまり積極的ではないのではないかというような、おしかりの言葉をいただきました。これまでに、私だけでなく、放送側の委員からこの委員会でも何度も申し上げていることですが、まさに我々、特に民間の放送局にとっては放送外収入のアップというのは至上命題になっておりまして、むしろそういったことに向けて必死にならざるを得ない状況であるということ、まず申し上げさせていただきます。

ただ、最初に大きく考えなくてはいけないのは、コンテンツ流通、コンテンツマーケットをどうするかという話であって、まず、インターネット、ブロードバンドに特化した話をこの場で議論しているわけではないということを申し上げたいと思います。したがって、放送局にとって放送外収入と申しますと、もちろんブロードバンドのネット配信も、大きな柱として今後育てていきたいと思っておりますが、国内での番組販売、あるいは海外での番組販売、あるいはパッケージ系に見ていただくような形という、いろいろなウィンドウを考えなくてはいけない状況でもございますので、まず、ブロードバンドで番組コンテンツが流れさえすれば、ほかのウィンドウはもういい、そちらのビジネスは終わって構わないということは決してないということがございます。

したがって、まずネットワークに特化した議論ではないということをもう一度確認させていただきたいと思っております。ただし、ネットワークに出すことも、我々にとっては非常に大きな、将来にとっても必要な部分、あるいは視聴者の方々にそういった形で見ていただくというのは重要な部分と認識しておりますので、それも含めて前向きに考えたいと思っております。

この委員会の目的は、デジタル・コンテンツの流通の促進でございます。これは、ただ単にデジタル・コンテンツがネット上に流れる、見られるということではなくて、あくまでもビジネスとして適法にデジタル・コンテンツが流通し、コンテンツに関連したさまざまな権利者の方々に適正な利益を配分の形で還元させていただくことが必要だと思っております。

したがって、先ほど権名委員もおっしゃいましたが、アメリカの動画投稿サイトの有名な大きなところのように、無許諾な、違法な複製物が大量にあふれ出るようなコンテンツ

サイトへの対策は、正規のコンテンツマーケットを形成するためにも、ぜひとも対策をとることが必要であろうと考えます。まさに悪貨が良貨を駆逐するという現在の状態で、ネット上では、このままでは適正なコンテンツビジネスが成立するのは非常に難しいのではないかと我々は危惧しております。

今までこの場でご発表されましたTVバンクさん、あるいはほかの事業者さんが、権利者の正規の了解を得て、正しいビジネス、適法なビジネスを展開しようとしていらっしゃるというのは間違いないところがございますが、そのすぐ隣で、タダで見られますよということをやられたのでは、当然ビジネスとして成立するはずはないということでもあります。

そもそもネット上のコンテンツ流通を促進するための、何らかの制度的な対応がむしろ必要だとすれば、権利の切下げにつながるような形ではなく、例えばプロバイダ責任制限法を改正するなどの方向の制度的対応が必要ではないかと思うくらいでございます。

我々民間放送事業者も含めて、新しいビジネスで、新しい視聴者の方々に、そういったコンテンツを提供して見ていただくということは、非常に前向きに取り組みたいと思っております。以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは佐藤委員、お願いいたします。

【佐藤委員】 今日プレゼンテーションしていただいた方々の資料がとてもおもしろくて、感想っぽくなってしまい申し訳ないんですけども、例えば菊池先生のプレゼンテーションの中に、AMD会員の方々の理解する範囲でも、現状では個々単独のプレーヤーでは、それぞれの体力やコスト効果見合いでだれも手を挙げない状況であるとあります。これは放送事業者にとっても全く同じで、一応手を挙げていろいろなコンテンツを出してみているんですけども、各局ともなかなかブレイクできないのが現状です。

今年12月1日から、NHKさんが挑まれるということで、大変期待して見ているんですけども、NHKさんも、配信に関してはレベニューシェアの事業者さんを募ってやられることが中心になるようなお話も伺っていて、先行きを決して楽観しないで挑戦されるということだと思えます。NHKさんがやられるということで、今年は非常にエポックメイキングな年にはなるんだろうと思えますけれども、非常に厳しいんです。

なおかつ、最大手のYahoo!さんの資料を見ていただくと、今、有料が1%、そうでない無料広告型がほとんどである中で、多分、Yahoo!さんの日本一の集客力をもってしても難しい現状があるのではないかと推察しております。広告モデルとしては、もちろん本当にさまざまなものを出していらっしゃるわけなんですけれども、放送事業者にとってのコンテンツを出したときに得られる広告収入のあるレベルと、今、動画マーケットに無料広告放送型で出したときのレベルとがどのぐらい釣り合うかという検討が、民間事業者ですと、コンテンツをオプティマムに活用しているかという観点から、コンテンツは安売りしてしまうともうそ

れ以上高く売ることがないわけなので、なるべく高い値段で最大の収益を取って、最大の影響力を行使しようという中で、どのように設計するかということだと思います。

したがって、Yahoo!さんにしてまだなかなか難しいレベルのもので、無料広告放送モデルに挑むとしても、放送事業者はそれなりの勝算をもって臨まなければならないんだけど、それだけの十分な数字というのがまだ得られていないんだと思います。その辺のところ、今日の資料にはたくさん証左として出てくるのでご注目いただきたい。

データベースについては非常に難しい話になっていて、既得権益事業者は新規参入事業者に冷たい、というお話があったんですが、競争していますので当然です。東北新社様も、既得権益事業者の圧迫にならないでねという、非常に慎ましやかながら堂々と主張していらっしゃいまして、民衆の流通の話ですので、競争を制限するような方向の話というのはだれも望んでいないと思うんです。ですので、ただ立場を利用して競争に勝つという話をしているわけではありまして、もちろん下請法の問題とか、製作会社さんとどういうふうなフェアにやるかをどのように担保するかというのは、放送事業者のみならず、コンテンツ業界全体にとって極めて重要で、コンテンツ業界の発展のために非常に重要な議論だということは、多分、ここにいる放送事業者全社理解していると思うんです。

しかし、それとは別に、事業者間の競争はやらないといけない話ですし、競争のためにインフラとして何をだれがどういうふうな負担するのかということが明らかにならないと、競争に役立たないようなデータベースをそろえても、結局競争にならないので役に立たないという話なのではないかなと思われるところでございます。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは池田委員、お願いします。

【池田委員】 二次利用事業者の積極性が一つの障害になっているということがございましたが、先ほど、沖山様からIPマルチキャストへのCSの再送信の問題がございました。これにつきましては、昨年著作権法が改正されまして、隣接権者の方々の権利が報酬請求権になっているということもございますので、早晩解消されるかなと私どもは期待しております。やはりIPマルチキャスト事業者の方々も、積極的にいろいろ向き合っていただきたいと思う部分はございます。著作権法が改正され、我々としても、難視聴地域へのデジタル放送の普及ということもございますので、法律が改正されて、直ちに再送信させてくださいといらっしゃるのかなと思っておりまして、1社はいらっしゃいましたが、その後あまりお見えにならない。多分見えない部分にいろいろハードルがあり、それを解消されていらっしゃるんだろうと思います。ですから、一足飛びににじり寄ってこない、そう進むものではないと見ております。

急に変わるもの、時間をかけて変わるもの、いろいろございまして、それぞれじっと見ていかねばならないと思っておりますが、やはり今ものすごい勢いで広がっているのは、動画

投稿サイトへの不正な投稿でございます。これによって、いろいろなところで市場が消えつつあります。社内で聞いた話では、例えば海外、シンガポールなどはPCの普及率が高く、P2Pによる違法な動画等の流通が無料で進んでいるわけですが、それによって、例えば我々がアニメーションを売りにいっても、見たい人はもうみんな見てしまっていて買いません。要するに市場が消えてしまっているということがものすごい勢いで進んでおります。

この環境を何とかしないことには、正規な流通で不正規な流通を駆逐するといっても、実際には悪貨が良貨を駆逐することの方が進んでおります。放送事業者の力だけでは、特に外国の部分におきましては、なかなか解決しづらい部分がございます。そういった部分を何らか制度面の対応もしていただきつつ、環境を整えない限りは、少なくともインターネットにおける二次利用、流通は適正には進んでいかないんだらうと考えております。

【村井主査】 岩浪委員、お願いいたします。

【岩浪委員】 本日、中村先生の間接報告が思ったより悲観的なトーンだったので、ちょっと衝撃を受けております。菊池先生はAMDの意見を代表して言っていただきましたが、私も一員ですので、少し補足する形で意見を述べたいと思います。

AMDは、放送事業者さんも大手の出版者さんもみなさん入っておりますし、理事長はゲームの会社、映画の会社も入っております。いわゆる伝統的なコンテンツ産業の方々が半分。残りはインターネット、モバイル専業など新し目の方々で構成されているんですが、新しいデジタル・コンテンツ市場をみんなで作ろうよということでは一致して活動しています。

コンテンツビジネスといっても多層になってまして、いわゆるコンテンツ製作自体をやるところもありますが、新しいプレイヤーはエンドユーザーにコンテンツを売るビジネスをやっているところも多いわけです。いわゆるコンテンツプロバイダーですね。例を挙げますと、皆さんいちばんご存じなのは着メロというサービスです。従来の音楽を製作したり出版するプレイヤーに加えて、新しく着メロだけをエンドユーザーに売るプレイヤーがたくさん出てきたことで音楽市場は拡大し、明らかに新しい市場をつくったと思います。

最近の例ですと、ここ二、三年、携帯の電子書籍、電子コミック市場というのが倍、倍、倍と増えてきています。この市場でも版元の出版社さんに加えてエンドユーザーに売るいわゆるコンテンツプロバイダーがたくさん出てきています。うちの会社も、そういった方々にビューワーと配信・製作ツールを売っているんですが、一年半前に始めたときには供給先が数十社でしたが、今はもう500社近くに供給しているわけです。出版業界でいうと、出版社じゃなくて書店がたくさんあってそこでみんな売っている。コミック自体、大手の出版社さんから許諾を受けて、みんなで一生懸命売っているということです。もちろんその500社弱のコンテンツプロバイダーの方というのは、システムを自分で構えて、許諾をちゃんといただいて、もちろんリスクを背負っているということなんです。

その結果、最初売れるのか心配していましたが、本当に倍、倍と市場が大きくなっていて、さらに今度は大手出版社から許諾を受けたものを売るばかりでなくユーザーがネット上に書いた小説を逆に印刷物として出版して100万部以上売れたり、あるいは映画になったりと新しい市場を生み出しています。これらは多くのプレーヤーが少なくとも許諾を受けて自由に売ることができるという状況があるからこそ、新しいマーケットができているのかなと。そのような経験をしていますので、オープンネットワークを活用した需要があるのかという中村先生の問いには、AMDは、みんな少なくとも「やりたい」という希望は総じて持っていますと言っていいと思います。今言った事例のように、もちろん映像とコミック、音楽は違うということがあるかもしれませんが、ぜひともみんなチャレンジしたいと思っていて、したがって、大手の通信事業者さんのマルチキャストサービスばかりじゃないということだけは押さえておいていただきたい。そういう人が参加することで、市場が盛り上がるのではないかと考えています。以上です

【村井主査】 ありがとうございます。浅野委員、お願いします。

【浅野委員】 ちょっと暴論になるかもしれませんが、今までの発表、ならびに各委員のコメントを聞いていますと、取引市場について、かなりサプライ・オリエンテッドな視点からの話になっており、さらに番組製作あるいは流通事業者を含めて全てコンテンツの流通をしたいとの話になっております。ただ、そういう方たちは、既にそういうようなことを1回やった人たちも含めて、みんなすくんでいるんじゃないかと思っています。

要は本当に見たい人たちは存在するのかという点で、確証がないのではないかと考えています。特に悪貨が良貨を駆逐するという現状で、かつ大量の悪貨が存在している中であっては、本当に見てくれる人たちがいるのかということ自体、私にもよくわかりません。

そのため一つの提案として、本当に見る人たちが存在するのかどうかを検証するために、悪貨に対して量的にも負けないボリュームで、例えば5年前の半年分のコンテンツを全部どかっとな出してユーザーの反応を見ても必要なのではないでしょうか。この場合、権利団体の方、放送業界の方、コンテンツを持っているような方たちが一堂に会して一致協力することが前提となりますが。

【村井主査】 ありがとうございます。よろしいでしょうか。はい、加藤さんお願いします。

【加藤オブ】 BBケーブルの加藤と申します。本日はソフトバンクグループでBBケーブルとTVバンクとして出席させていただいておまして、議論の流れをまとめるような形で感想を申し上げさせていただきますと、今、違法の（未権利処理のコンテンツをのせている）動画投稿系のサイトがはやっていて、権利者の皆様にお金も落ちてこなくて、悪貨が良貨を駆逐するような状況になっているのは何とかしなければいけないというのは同じ思いではないかなと考えております。

Yahoo!動画については、同じ無料で広告モデルで権利者様に分配するモデルでやっています。違法の動画投稿サイトと比べてコンテンツの量が違う、もしくはリリースされる期間が全然違うということで、結果的に我々のほうがユーザー数が少なく、非常に忸怩たる思いをしているんですが、放送局さんにとってもお金が入ってこない。もしくはパトロールをする人員を雇って、さらにコストをかけてまでやっているという状況は、何とか打破したいと思っております。

ただ、それに取り組む姿勢に対しては若干違いがあるのかなと思っております。私どもからすれば、儲かるかどうかはわからないが、まずは一度やってみてはいかがでしょうかという形でのご提案を差し上げたいと思っております。ソフトバンクグループはトライアンドエラーという繰り返す歴史がありまして、そういった中で、新しいいいものを生み出していると考えております。

取引市場に関しましても、我々もビジネスになるかどうかは、正直全く自信を持っておりません。ただ、こういった形でコンテンツ流通が進んで、権利者の皆様と流通事業者の我々がWIN-WIN-WINという形になるのであれば、ハッピーだと思っておりますので、取引市場の件に関しては、そろそろ具体的にこういった項目をどうしましょうかといった展開になるといいかなと期待しております。以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。皆様よろしいでしょうか。ご意見がございましたらぜひ事務局にお伝えください。これからも大変熱のこもった多様な議論になってくるだろうと思えます。新しいクリエイションが生み出される可能性や同じネットワークの上で新しいビジネスが成立するような状況も出てきたと思います。

また、本日最初に堀委員からお話があったように、コンテンツの国際競争力等の観点も重要であると思えます。国境を超えたマーケットという視点も含めて、この取引市場データベースの議論を続けていただき、ぜひまたこの委員会の場でご報告くださるようお願いいたします。それと同時に、この委員会の大変重要な点は、様々なお立場の委員の皆様にご参加していただいているということですので、ぜひ本音でいろいろなご意見をいただければと思います。以上ですが、事務局からなにかございますか。

【小笠原コンテンツ振興課長】 それでは、次回につきましては、時間と場所を別途ご連絡させていただきます。よろしくお願いいたします。

【村井主査】 本日の会議、終了としたいと思います。どうもありがとうございました。

以上