

「デジタル・コンテンツの流通の促進」
及び
「コンテンツ競争力強化のための法制度の在り方」
＜平成16年諮問第8号、平成19年諮問第12号＞

中間答申（案） 概要

平成21年 7月10日
情報通信審議会

目次

第1章 コピー制御に係るルールの担保手段(エンフォースメント)の在り方	1
第1節・第2節 コピー制御に係るルールとエンフォースメントの現状	3
1. B-CASカードを用いた仕組みの現状	4
2. B-CASカードを用いた仕組みの導入経緯	5
3. 現状の仕組みに対する指摘	6
第3節 エンフォースメントの改善の在り方に関する検討	7
1. 基本的方向性	8
2. 三つの選択肢に関する検討経緯	9
第4節 提言 ～ エンフォースメントに関する今後の改善の在り方	11
1. 基本的な考え方	12
2. 今後の進め方と目標～具体的なプロセス	13
第2章 コンテンツ取引市場の形成について	15
第1節 放送コンテンツ取引促進に向けた、民間主導の取組の現状等	17
1. 放送事業者の取組 2. 番組制作者の取組 3. 権利者団体の取組	18～22
4. 様々な制度に関する提言	23
5. 放送コンテンツに関する製作環境の状況変化	24
第2節 取組の現状等に関する評価・検討	25
1. 権利処理の効率化	26
2. 放送コンテンツの製作に関する諸課題	28
第3節 提言 ～ 放送コンテンツの取引市場形成、拡大に向けて	30
1. 基本的な考え方	31
2. 当面の重点施策	33
(参考) 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 構成員一覧	35

第1章 コピー制御に係るルールの担保手段 (エンフォースメント)の在り方

検討の概要

- ① 地上デジタル放送の受信機は、現在、技術と契約によるエンフォースメント※1によって、コンテンツ保護に係る一定のルール※2を遵守して動作することが特保されている。そして、エンフォースメントの具体的な手段としては、「B-CASカード」を活用した仕組みが用いられている。

※1 技術的手段(スクランブル)を用い、一定のルールを遵守を約する者に対してのみ、「鍵」その他当該スクランブルを解くための手段を提供する契約を締結することで、機器にルールを遵守させる仕組みのこと。

※2 昨年7月より、いわゆる「ダビング10」のルールが導入されている。

- ②「地上デジタル放送への円滑な移行」の観点から、この仕組みの在り方について、視聴者等から改善の必要性が指摘。前回の第5次中間答申において、具体的な改善方法の検討を提言。
- ③前回の第5次中間答申以降、現行のB-CAS方式に加えて、視聴者に新たな選択肢を提供する方向で、可能な選択肢を整理した上で、基本的な考え方・具体的対応策・プロセス等を提言。

第1節・第2節

コピー制御に係るルールとエンフォースメントの現状

- 1 B-CASカードを用いた仕組みの現状
- 2 B-CASカードを用いた仕組みの導入経緯
- 3 現状の仕組みに対する指摘

第3節 エンフォースメントの改善のあり方に関する検討

- 1 基本的方向性
- 2 改善方法に関する三つの選択肢に関する検討経緯

第4節 提言～ エンフォースメントに関する今後の改善のあり方

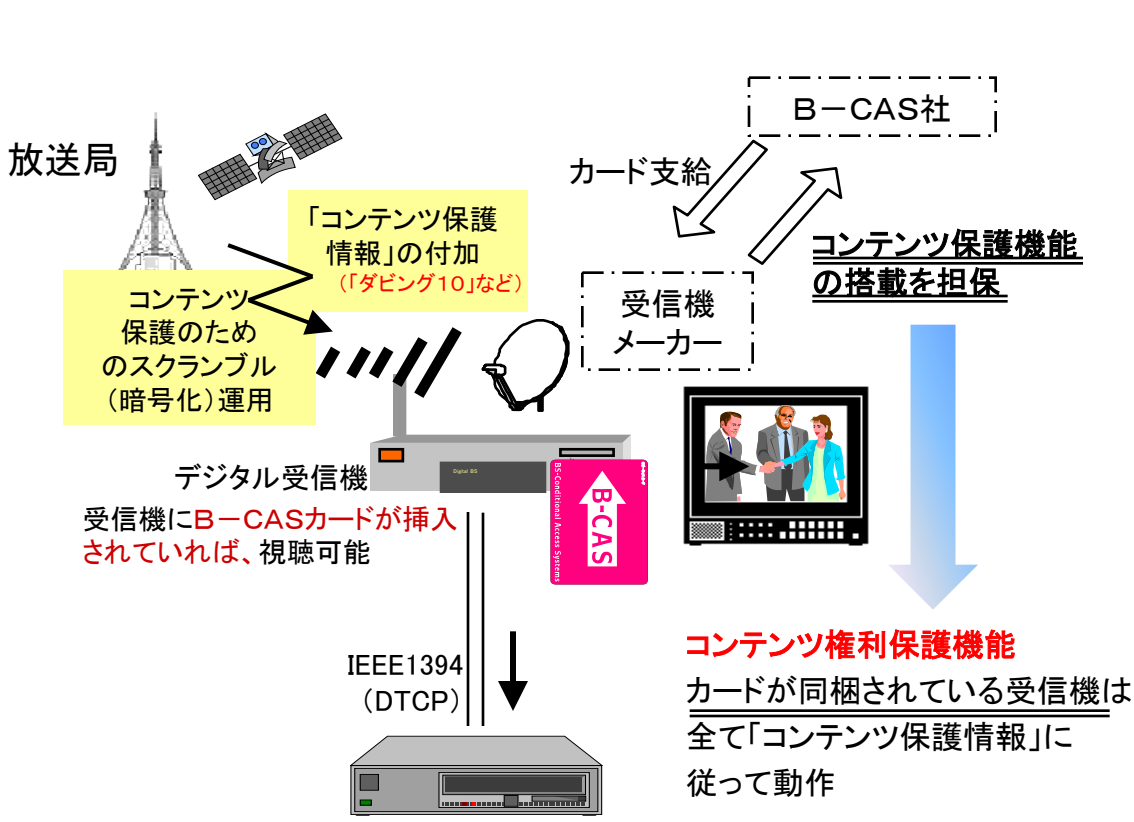
- 1 基本的な考え方
- 2 今後の進め方と目標(具体的なプロセス)

第1章 第1節・第2節
コピー制御に係るルールとエンフォースメントの現状

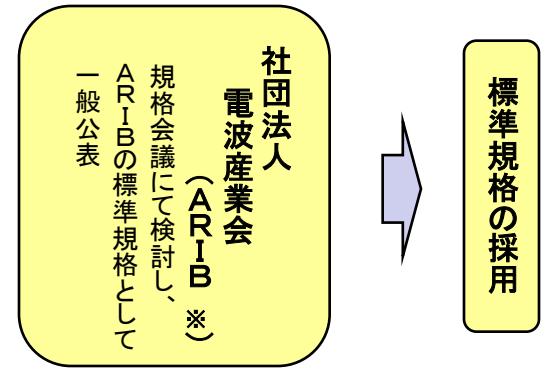
1. B-CASカードを活用した仕組みの現状

- ① 契約当事者によって合意されたルールに従って、コンテンツ保護に係る信号が放送波で送信され、当該信号に反応する受信機を製造することを約する受信機メーカーに対し、鍵発行機関が「B-CASカード」を発行する仕組み。
- ② 「標準規格」や「運用規定」は、放送事業者、受信機メーカー等関係者が参加した場において、オープンな形で検討され、結果は公表。

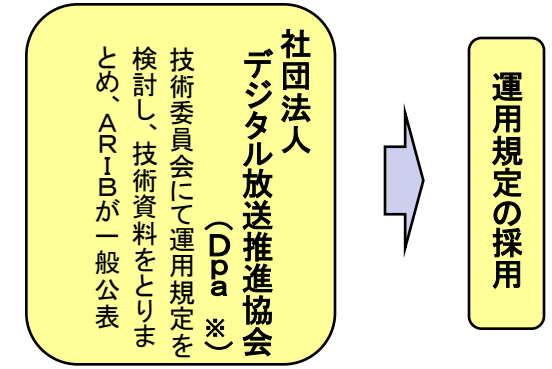
ア) 「B-CASカード」を活用した仕組み



イ) ARIBにおける標準規格の策定プロセスの仕組み



ウ) Dpaにおける運用規定の策定プロセスの仕組み



※ 放送事業者、通信事業者、受信機製造者等の民間事業者で構成

2. B-CASカードを活用した仕組みの導入経緯

- ① 「B-CASカード」を活用したエンフォースメントの仕組みは、コンテンツ保護に関する民間の契約当事者(放送事業者、メーカー、コンテンツ保護に係る鍵の発行機関等)により合意され、導入されたもの。
- ② 現在、「B-CASカード」は、デジタルテレビ、デジタルレコーダ、BDレコーダ、チューナ、ケーブルテレビ用STB、地上デジタルチューナ内蔵PC等、多様な受信機で使用されている。(累計出荷台数 5212.4万台)

ア) 「B-CASカード」導入までの経緯

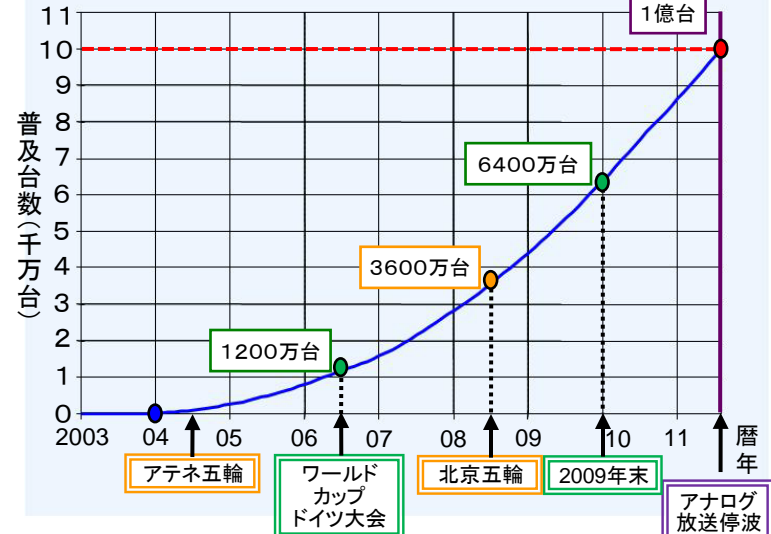
年月	内容
2000年 2月	B-CAS社、設立
12月	BSデジタル放送スタート
2002年 6月	無料デジタル放送におけるスクランブル利用の緩和(総務省令改正)
2003年 12月	地上デジタル放送開始
2004年 4月	地上・BSデジタル(無料)放送でB-CASカードを用いてコンテンツ保護の運用開始
2005年 6月	B-CASカードを用いたコンテンツ保護の仕組みについて視聴者等から改善要望(於:情報通信審議会)
7月	情報通信審議会第2次中間答申(コンテンツ保護ルールの改善について検討開始を提言)
2007年 8月	情報通信審議会第4次中間答申(コンテンツ保護ルールの改善を提言) → 「ダビング10」2008年7月導入済
2008年 6月	情報通信審議会第5次中間答申(B-CASの見直しを提言) → 2009年7月 とりまとめ予定

イ) デジタル受信機の出荷台数

		2009年5月現在類計 (単位 千台)
テレビ合計		32,367
	CRTテレビ	720
	薄型テレビ	31,647
デジタルレコーダ		7,972
BDレコーダ(※HD DVD含む)		2,628
チューナ		674
ケーブルテレビ用STB		6,956
地上デジタルチューナ内蔵PC		1,527
受信機器合計		52,124

JEITA「2009年地上デジタルテレビ放送受信機国内出荷実績」2009年5月現在 抜粋

ウ) 今後の普及目標



地上デジタル推進全国会議「デジタル放送推進のための行動計画(第9次)」抜粋

3. 現在の仕組みに対する指摘

「B-CASカード」を用いた現在の仕組みについて、前回(第5次)中間答申における議論に加え、「選択肢の多様化」「仕組みの透明性・オープン性」等の観点から、改善の必要性に関する指摘が行われた。

① 選択肢の多様性に関するもの

- ・既存のB-CAS方式だけではなく、新規参入促進やテレビの低廉化が促進するために新たな選択肢が必要なのではないか。
- ・地上デジタルの普及の観点からも、最大限、商品企画の自由度が向上し、受信機の実験機が増えなければならないため、B-CAS方式にこだわることなく、真摯に検討を進めていただきたい。
- ・放送事業者の立場としては、実験機の拡大は、多様な受信機を実現しデジタル受信機普及を促進するという立場からも必要不可欠と考える。それがユーザーにとっても、実験機の拡大や、市場における競争原理につながるはずである。
- ・受信機メーカーの立場としては、地上デジタル放送の普及の観点から、商品企画上の自由度が向上し、実験機が増えるのはよいことであり、期待している。
- ・新方式が導入されれば、B-CASカードを利用した製品に比べて、物理的な大きさの制約が無くなり、製品によってはサイズを半減以下にすることも可能ではないかと期待されている。
- ・デジタル録画機や地デジチューナーについては、多様な低価格製品の登場が期待されるとともに、ゲーム機、デジタル・フォトフレーム等との複合化の進展が期待されている。超薄型化の壁面テレビや風呂等の耐環境テレビなど、様々な用途にあわせた多様な商品の製造、販売も期待されている。

② コンテンツ保護の仕組みの透明性等に関するもの

- ・2011年の地デジ移行に向け、B-CAS方式以外の実験機の多様化を実現し、消費者のコスト負担が低減できることが重要不可欠。このためには、ライセンス管理・発行機関はB-CAS社1社の独占ではなく、複数にやっていただくことが、機能・性能の改善とコスト負担低減に繋がるのではないか。公正取引委員会における消費者保護の検討に消費者の立場から参加している観点からも、重大な関心がある。
- ・消費者の立場としては、実験機の拡大や、市場における競争原理につながる著作権保護技術が必要なのであれば、それを守るためだけに絞ったルールが必要なのではないかと考える。例えば技術でやるならどういう技術が必要なのか。なるべくシンプルで、低価格で、透明で、たくさんの方が参入できる技術というものがほかにあるのではないか。
- ・民間の商品開発に委ねる部分は、より多様な製品や価格が出てくるのではないか。そのためにも、実験機が提示されて、民間の検討に委ねて決定していくことが重要である。新しいルールを決定するに当たっては、実験機を示して、ルールを守って正しく参入しようとする者が、分かり易く参入できるようにすることが重要。

第1章 第3節
エンフォースメントの改善の在り方に関する検討

1. 基本的方向性

「B-CASカード」を用いた現在の仕組みの改善方法について、「現在のB-CASの仕組み」と基本的には「同じ枠組みを前提」とした選択肢と、「新たな枠組みを前提」とする選択肢の双方について、整理、検討。

選択肢		概要	視聴者にとっての影響	ライセンス発行・管理機関
カード	小型化	<ul style="list-style-type: none"> 既存のB-CASカードの小型化。 受信機メーカーは受信機にカードを同梱して出荷。 B-CAS社は、コンテンツ保護に係るルール遵守を約する受信機製造者にのみカードを支給。B-CAS社がユーザにカードを貸与。 現行のB-CAS方式と同様、受信機を購入した視聴者は、同梱されたカードを受信機に挿入した上で視聴。 ノートPCや携帯電話、ポータブル機器、車載等、商品企画の自由度向上が期待。 	<ul style="list-style-type: none"> 視聴のためには、カードの挿入が必要。 カードの所有権の所在、目的外使用の制限や、カード紛失時の取り扱い等について、視聴者の認知と理解が必要。 	必要 (B-CAS社)
	事前実装	<ul style="list-style-type: none"> 受信機メーカーまたは販売店などでカードを受信機に事前装着した状態で販売。(ユーザーは受信機購入後カードを脱着可能) B-CAS社は、コンテンツ保護に係るルール遵守を約する受信機製造者にのみカードを支給。B-CAS社がユーザーにカードを貸与。 視聴者は、購入した受信機について、アンテナ接続やチャンネル設定等を行えば、そのまま視聴することが可能。 ノートPCや携帯電話、ポータブル機器、車載等、商品企画の自由度向上が期待。 	<ul style="list-style-type: none"> 視聴のための、カード挿入が不要。 カードの所有権の所在、目的外使用の制限や、カード紛失時の取り扱い等について、視聴者の認知と理解が必要。 カードの貸与に係る情報提供等について、現行の「シュリンクラップ」方式に代わりに受信機立ち上げ時にクリック契約等の手段を用いる必要があり、視聴者において一定の操作が必要。 	必要 (B-CAS社)
技術開示方式※		<ul style="list-style-type: none"> ライセンス発行・管理機関は、コンテンツ保護に係るルールを遵守することを約する受信機製造者やチップ製造者等に対し、コンテンツ保護機能に係る仕様を開示。 受信機製造者は、当該仕様に沿った機能をソフトウェア化あるいはチップ化したものを受信機に搭載して出荷。 開示された「コンテンツ保護に係る技術仕様」の実装形態については、受信機製造者の商品企画による。 コンテンツ保護に係るルール遵守を約する全ての受信機製造者に対して受信機製造上必要な仕様が開示されることから、技術的透明性が向上。 	<ul style="list-style-type: none"> 視聴者は、購入した受信機について、アンテナ接続やチャンネル設定等を行えば、そのまま視聴することが可能。 視聴のための、カード挿入が不要。 カード貸与ではないため、視聴者が、認知し、理解する必要のある事項は軽減。 	必要

※技術開示方式：コンテンツ保護に係るルールを遵守する者の全てに対し、「コンテンツ保護に係る技術仕様」の開示を制限しない方式（以下「新方式」という。）

2. 三つの選択肢に関する検討経緯

三つの選択肢については、「選択肢全般を比較」「個々の選択肢、特に新方式についての課題」「今後の進め方」等の諸点について、意見交換が行われた。

① 選択肢全般に係るもの

- ・利用者にとっての選択肢の拡大、商品企画の自由度の向上、透明性確保による新規参入者の増大という観点から、ソフトウェア方式が一番良い方式なのではないか。
- ・コストダウンを実現するためにも、事業者間での競争が不可欠。そのためにも、鍵の管理者が1社独占ではなく、複数現れることが、機能・性能の改善と、コストダウンに繋がる。この観点到留意して、ソフトウェア方式で是非とも検討を進めていただきたい。
- ・どの選択肢も課題を解決するためには、それなりの時間や社会的コストがかかると予想される。2011年の地デジ移行に向け、時間をかけずに今できることにはどんどんトライをしていこうというスタンスが重要なのではないか。ソフトウェア方式よりも評価の劣る事前実装なども、それが何らかの利用者の利便の向上に繋がり、さほどコスト増加が無いのであれば、現時点で選択肢から落とさず、検討を進めても良いのではないか。

② 個々の選択肢に係るもの

- ・ソフトウェア方式は、受信機実装に必要な秘密情報が漏洩するリスクの覚悟が必要。その解決手段として、運用開始前までに、既存の制度の活用も含めた補完的制度的準備が必要ではないか。
- ・ロバストネスルール違反など、関係当事者が双方で納得したところで現実的には対処することが必要。ソフトウェア方式については、なんらかの理由で洩れることを考えなければならず、それに対する制度的な検討を進めていく必要があるのではないか。
- ・ソフトウェア方式は、確かに一番スマートであり、利便性も向上するが、逆に不正なコピーに対するリスクが高まる。「技術・契約によるエンフォースメント」に対して更なる検討を深めていくと同時に、「制度エンフォースメント」に対しても並行して検討を進めていくべきではないか。
- ・不正コピーに対する制度的な対応の検討については、運用が開始され、実際に被害が出るまでは、抽象的な議論はできるが、具体的な中身の検討はできないのではないか。
- ・「制度の検討が必要なのではないか」というご意見もあるが、新しい方式は、現時点ではまだ未完成な段階であり、この段階で検討を進めることはできないのではないか。新しい方式で実際に運用開始し、被害実態を確認した時点で、現行制度で対応できるかを、あるいは更にそれで対応できない部分を新しい制度的な対応が必要なのかを検討するというプロセスで良いのではないか。
- ・事前にリスクが考えられるのであれば、まずは現行の不正競争防止法や例えば著作権法で保護するということになると思うが、この法制度で全部保護しようとしてもなかなか難しいのではないか。新法を作るというの凄まじい時間がかかり、その間に、違法のコンテンツが流れていってしまい、とめられなくなってしまう可能性がある。そのためにも、技術である程度は、コピープロテクトをかけるという方向を推進していくことが必要。

2. 三つの選択肢に関する検討経緯

③今後の進め方に係るもの

- ・2011年の地デジ移行に向けた「To Doリスト」が必要。新方式の導入においては、放送局側と端末メーカー側の両者にとって、あまり過大な負担にならないよう、コスト面からも考える必要がある。関係者内で合意をとっていただき、まず、一番最初のステップである「技術方式・運用規定」を策定し、次のステップに進んでいただきたい。
- ・消費者の選択肢の拡大という観点から、まず第1段階として、新しい方式については、技術的な透明性を確保した形で極力早く実現し、消費者のニーズに合った多様な受信機を市場に流通させていただきたい。
- ・基幹放送は生活必需品であり、全員が2011年に向けてテレビをデジタル化対応しなければならない。スクランブルなど、技術的な制約が必要なのか、消費者としては疑問であり、今後もその点についても検討を進めていただき、より良い世界が開ける事を期待している。
- ・実現のために関係者の理解、コンセンサスを得て、民民でしっかりやっていくという話があったが、「民民で」というと、コピーワンスを思い出す。本当の「民」である消費者の考えをしっかりと入れていただきたい。ダビング10実現時のように、関係者の理解、協力のもと、技術・契約のエンフォースメントに関しては、ここでもっと大きく一歩を進めてほしい
- ・B-CASそのものはもう2年半以上も検討しており、情報通信審議会ですそろそろ結論を出す必要がある。国会でもB-CAS問題が取り上げられ、国民も強い関心を持っている。新しい方式導入に向けた今後の日程を逆算して、タイミングを含めてロードマップを作成し、いつまでに何をするという形で、視聴者、消費者、国民に不信を持たれないようにしっかりと示してもらいたい。
- ・新方式を短期間に実現するためには、この方式に沿った受信機が市場に出ることが非常に重要。数多くの新たな方式を搭載した受信機が市場に投入されることを期待。
- ・新方式の実現には、民放127社、NHK54局の全ての送信設備を短期間に改修することが必要で、コストと時間を要する。改修工事を行うことのできるメーカーは限られており、改修を短期間に行うためには、相当の工夫が必要。

第1章 第4節

提言～エンフォースメントに関する今後の改善の在り方

1. 基本的な考え方

- ①地上デジタル放送の円滑な移行に向けては、以下の観点から、利用者に対し「B-CAS」と並ぶ新たな選択肢を拡大することが望ましく、可能な限り早期に、選択肢の具体化と、その導入を図る必要がある。
 - (1)コンテンツ保護に係る新たな選択肢が追加され、デジタル受信機の多様化が進むことにより、視聴者にとっての選択肢が拡大し、利便性の向上が期待。
 - (2)これまでの当審議会の議論を踏まえ、手続きの透明性等に配慮した、新たなコンテンツ保護の仕組みの導入が望ましい。
- ②具体的には、以下の二つの方向性で、新たな選択肢の検討・導入が進むことが必要。
 - (1)B-CASカードの小型化、事前実装
 - (2)コンテンツ保護に係るルールを遵守する者のすべてに対し、「コンテンツ保護に係る技術仕様」の開示を制限しない方式。
- ③上記②の(1)は、既に民間ベースで具体的な取組が開始されており、これがさらに加速・推進されることが期待。上記②の(2)については、これまでの当審議会における議論を踏まえ、下記に示すような諸前提に配慮して検討・導入を図ることが必要。

技術

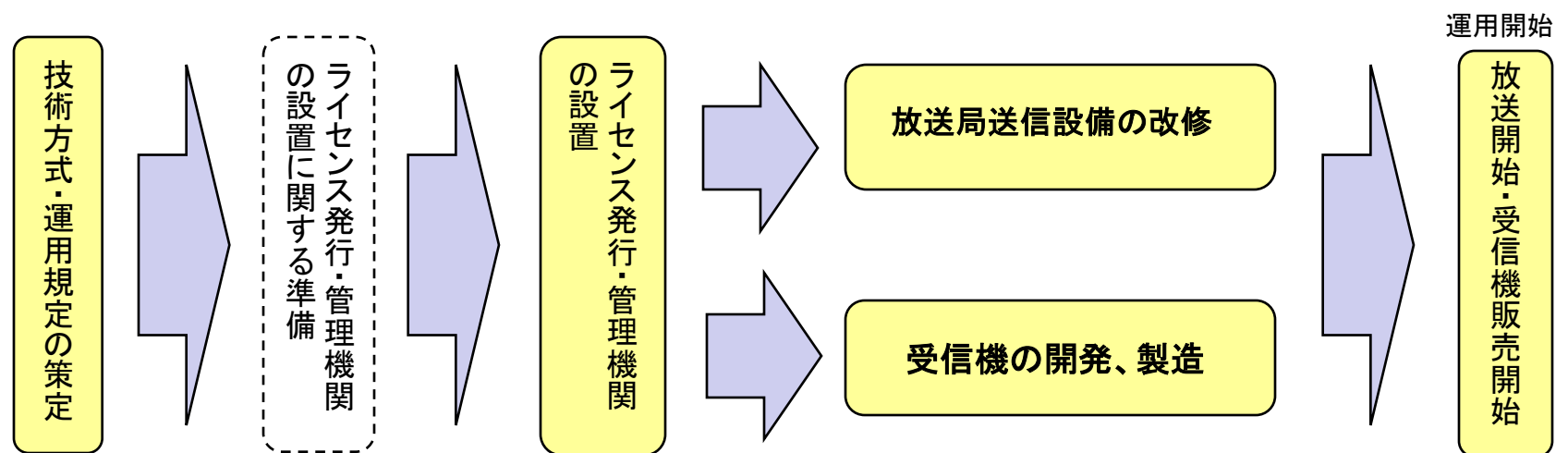
- ① 地上デジタルテレビジョン放送におけるコンテンツ保護のためのエンフォースメントを目的。
- ② 受信機ユーザーの利便性を確保した方式。
- ③ Ks、Kw、Kmの3重鍵方式。
- ④ 既に市場投入されている約5000万台の受信機との互換性を確保するため、現行Ksを利用する方式。
- ⑤ B-CASとは独立した方式。(サイマルクリプト方式)
- ⑥ 早期に仕様の策定、送信機設備の改修、受信機の市場への導入が可能であり、効率的な運用を行うことが可能な方式。
- ⑦ 専門知識を有する技術者が時間と労力を使わない限り、迂回、改ざんなどを行うことができないレベルのセキュリティが確保された方式。
- ⑧ 以下のような、デジタル放送に係る諸法令やルールとの整合性がとれた方式
 - ・ 電波法等の関連諸規定、「規制改革推進のための三か年計画」(平成19年6月22日閣議決定)等の閣議決定中「受信確認メッセージ」などデジタル放送関連部分)
 - ・ ARIBやDpa等の機関が策定・公表しているデジタル放送に係る標準方式

契約

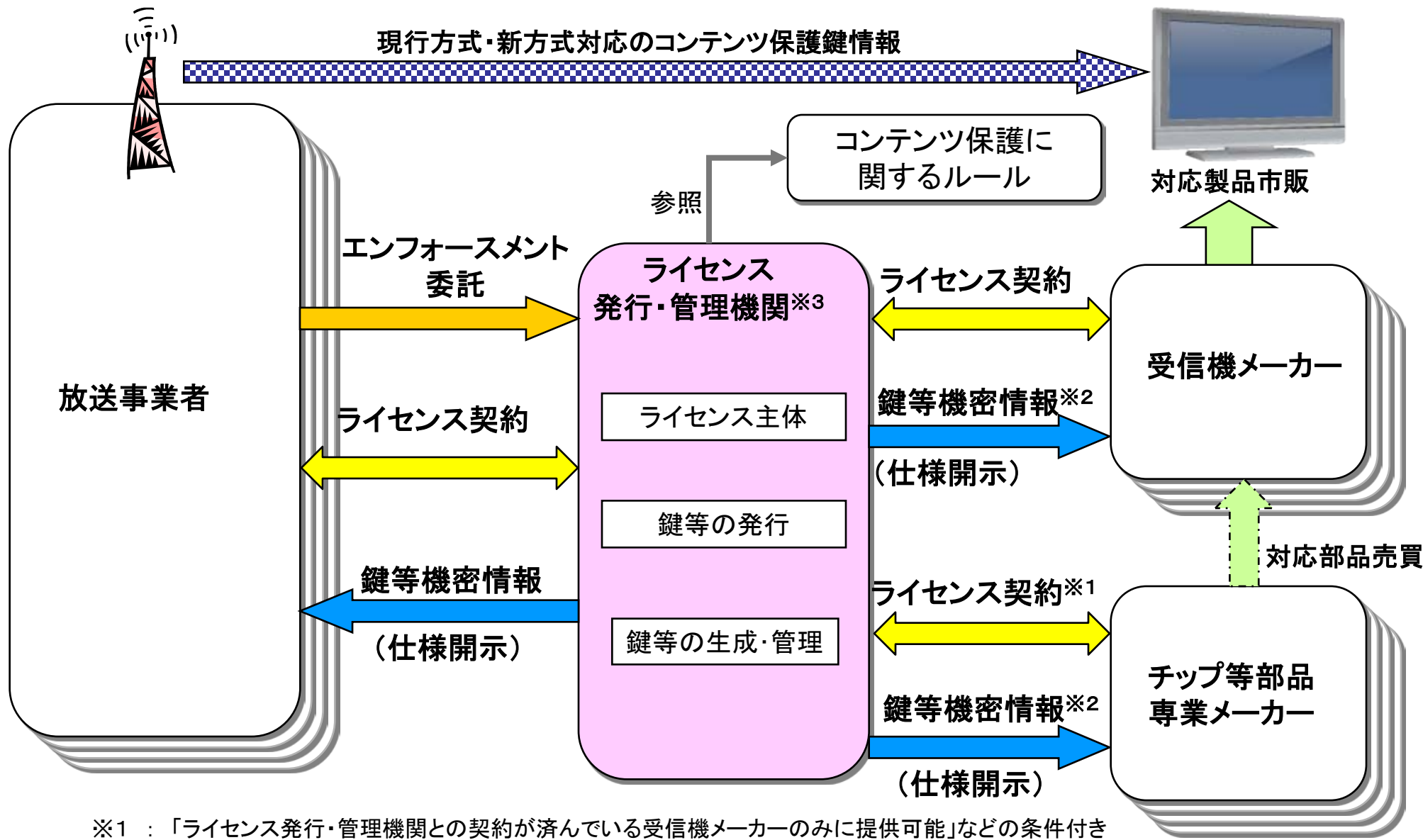
- ① 新方式の運用に重要な役割を果たすライセンス発行・管理機関については、基幹放送に係る公共的な業務に関わることにかんがみ、組織・運営上の透明性が確保されることが重要であり、独禁法等関係諸法令の遵守や、非営利性の確保等に配慮した運営が必要。
- ② 新方式については、「コンテンツ保護に係るルールを遵守する者のすべてに対し、コンテンツ保護に係る技術仕様の開示を制限しない」方式であることから、受信機実装に必要な秘密情報が漏えいする一定のリスクの存在を前提として、諸条件を検討することが必要。
- ③ 基幹放送の運用に係る契約であることにかんがみ、善意の視聴者に影響を与えるような運用上のオペレーションは行わないことを前提とした検討が必要。
- ④ コンテンツ保護に係るルール(受信機実装に関する一定のセキュリティレベルの確保や、受信機の機能要件等)の遵守義務違反に伴う措置が、善良な受信機メーカーにとって過大とならないよう配慮が必要。
 - ・ 故意(※)による違反の場合は、契約破棄や損害賠償、差止請求等を行う。
 - ・ 過失による違反の場合は、何らかの改善を行うような努力目標を課す。(※不正・無反応受信機であることを宣伝したり、公然と販売・流通させている場合など)

2. 今後の進め方と目標～具体的なプロセス

- ① 「技術規格の開示を制限しない、新たな方式」(以下「新方式」という。)については、2011年7月24日のデジタル全面移行の時期までに、可能な限り早期に運用が開始されることが望ましい。
- ② 今後の進め方として、新方式の運用開始を目指し、まずは技術と契約によるエンフォースメントにより対処できる範囲の検討を進め、新方式の内容の早期明確化を図る。その後、新方式の運用開始までに、適切な場で、現行法制度の実効性を検証した上で、補完的制度の要否を含め検討を開始し、進める。
- ③ 具体的には、下記のプロセスにおいて、関係者がスケジュールを共有し、導入に向けた動きを加速・推進していくことが期待される。具体的なプロセスを進めていくにあたっては、新方式の早期導入が、今般の検討に参加した構成員全員のコンセンサスであることにかんがみ、基本的には、放送事業者、メーカー等関係者全体が協同して進めていくこととする。
- ④ 下記のプロセスを進めていくにあたっては、以下の1)、2)について、年内を目途に、関係者が協力して作業を進めていくことが期待される。
 - 1) ARIBにおいて、新方式に関する標準規格を、本中間答申が提言する前提に沿って見直すとともに、Dpalにおいて、見直された技術方式に沿った運用規定の策定を図る。
 - 2) 上記技術方式・運用規定に併せて、放送事業者等関係者において、
 - a) 本中間答申及び当該規格・規定等を踏まえた契約条件を策定。
 - b) これらの技術方式・運用規定及び契約条件の下における、受信機の製造・販売の可能性等について、受信機メーカー等に対して意見を求める。
 - c) その結果を踏まえた上で、「ライセンス発行・管理機関」の設置に取り組むこととする。
- ⑤ 「ライセンス発行・管理機関」に係る関係者は、設置後可能な限り速やかに、当該機関の業務開始の実現に向けて取り組む。
- ⑥ 以上のような作業を進めていくにあたっては、放送設備の改修に係るコストや時間など、様々な検討課題が存在。当審議会としては、上記の作業の進捗状況、こうした課題の内容等必要に応じて関係者に説明を求め、作業の加速・推進策や、課題解決のための方策について、視聴者等関係者の意見を求める機会を十分に確保しつつ、所要の審議を行っていく。



(参考) 新方式におけるライセンス発行・管理機関の全体相関図(例)



※1 : 「ライセンス発行・管理機関との契約が済んでいる受信機メーカーのみに提供可能」などの条件付き

※2 : 本図は、受信機メーカー、部品専業メーカーの両方がライセンス契約行う場合をイメージしたもの。どちらか一方の場合もある。

※3 : 現行方式を取り扱うB-CAS社とは併存

第2章 コンテンツ取引市場の形成について

検討の概要

<検討の目的>

- 1)「コンテンツ」等のソフトパワーを生み出す産業は、今後の我が国経済を牽引する戦略産業。
- 2)「放送コンテンツ」は、映像コンテンツの太宗を占める重要な位置づけ。その創造基盤強化と、円滑な取引の促進が必要。

<前回答申まで>

- 1)「民間主導の取組」及び「制度」の両面から具体策を検証。
- 2)まずは、「民間主導」により様々な試行錯誤と創意工夫を積み重ねつつ、放送コンテンツ取引促進の取組を進める。

<今回答申>

- 1)民間主導の取組の現状、及び製作・流通に係る環境変化等を確認、検証。
- 2)上記に関する評価、検討の経緯を明確化。
- 3)「目標」の実現に向け、当面講ずべき施策を提言。

第1節 放送コンテンツ取引促進に向けた、民間主導の取組の現状等

1. 放送事業者の取組
2. 番組制作者の取組
3. 権利者団体の取組
4. 様々な制度に関する提言
5. 放送コンテンツに関する製作環境の状況変化

第2節 取組の現状等に関する評価・検討

1. 権利処理の効率化
2. 放送コンテンツの製作に関する諸課題

第3節 提言～ 放送コンテンツの取引市場形成、拡大に向けて

1. 基本的な考え方
2. 当面の重点施策

第2章 第1節

放送コンテンツ取引促進に向けた、民間主導の取組の現状等

1. 放送事業者の取組

<放送事業者>

- 以下のように、「放送コンテンツのネット配信」を積極的に推進。
 - ・ゴールデン・タイム時放送の放送コンテンツのネット配信
 - ・ネットによる見逃し視聴サービス
- 海外展開について、「国際ドラマフェスティバル」の開催等を実施。

TBSオンデマンドの例

- サービス開始: 2005年11月
- サービス対象: パソコン、アクトビラ対応TV、J:COM オンデマンド、ひかりTVなど
- 配信コンテンツ: 従来のオリジナル番組を中心としたラインアップに加えて、本年4月からは過去の名作コンテンツを中心に有料配信（視聴可能期間は7日間）
- その他: オンデマンド無料見逃しサービスを本年2月から3月にかけてトライアルとして実施。ゴールデンタイムに放送された人気ドラマとバラエティ番組の2本を番組終了後の2日後から、5日間、PC向けに広告付きで無料配信した。

フジテレビオンデマンドの例

- サービス開始: 2005年7月
- サービス対象: 携帯電話、パソコン、アクトビラ対応TV、J:COM オンデマンド、ひかりTVなど
- 配信コンテンツ: フジテレビの地上波放送やCS、BS放送にて放送中の番組や過去に放送した番組有料で配信
- その他: 2008年11月に「いつでもTVどこでもTV」を開始。地上波コンテンツを拡充し、ゴールデンタイムの月9ドラマや人気バラエティ番組などを配信。また、ダウンロードサービスでは一部のコンテンツを視聴機関無制限で配信。

NHKオンデマンドの例

- サービス開始: 2008年12月1日
- サービス対象: パソコン、アクトビラ対応TV、J:COM オンデマンド、ひかりTVなど
- 配信コンテンツ: ① 「見逃し番組」サービス: 連続テレビ小説など、放送後のコンテンツを毎日10~25番組程度、放送後10日間程度有料で配信
② 「特選ライブラリー」サービス: 過去に放送したドラマ、ドキュメンタリー等の番組(アーカイブ)を有料配信
- その他: 番組数 3,950本(見逃し番組1,705、ニュース522、特選ライブラリー1,723)*数字は2009年3月末時点

1. 放送事業者の取組

	フジテレビ on Demand	第2日本テレビ	TBS オンデマンド	あにてれしあたー	テレ朝動画
提供主体	フジテレビ	日本テレビ	TBS	テレビ東京	テレビ朝日
開始時期	2005年7月	2005年10月	2005年11月	2006年12月	2009年6月
受信端末	パソコン、 テレビ(専用受信機)、 携帯電話	パソコン	パソコンor テレビ(専用受信機)	パソコン	パソコンと携帯電話
サービス内容	<ul style="list-style-type: none"> ・フジテレビの地上波放送やCS、BS放送にて放送中の番組や過去に放送した番組を動画配信。 ・提携する配信事業者を介して、パソコン、テレビで1話100円から購入可能。全話パック料金や月額見放題プランも。 ・2008年11月に「いつでもTVどこでもTV」を開始。地上波放送コンテンツを拡充し、月9ドラマや人気バラエティ番組などを配信。また、ダウンロードサービスでは一部のコンテンツを視聴期間無制限で配信。 	<ul style="list-style-type: none"> ・オリジナルコンテンツや地上波番組連動コンテンツ、ならびに独自のニュース映像などを配信。 ・2008年10月に登録不要の完全無料サービスに移行。クロスメディア広告展開のプラットフォームメディアとして広告機能を強化。 	<ul style="list-style-type: none"> ・2009年4月、地上波でヒットした連続ドラマ等を中心に「TBS ライブラリー番組」を配信開始。 ・価格は1話300円(7日間)から全話セット1980円(14日間)など。提携する配信事業者を介してパソコンで視聴、もしくは、専用受信機を介してテレビで視聴することもできる。 ・毎月3～5作品程度を追加し、最終的にはドラマ以外も含め、常時100作品(500話～1000話)規模の配信を予定。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自社放送アニメやOVA(オリジナル・ビデオ・アニメーション)を配信。 ・1話105円～(複数話単位の購入もあり)。 ・一部無料配信も実施。 ※2009年1月から海外のサイトであるクランチロール(Crunchyroll)にて「NARUTO」など、いくつかの番組をテレビ放映1時間後から海外向けに広告なしで有料配信。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地上波レギュラードラマを放送終了直後から有料配信。 ・BS朝日、CSテレ朝のスポーツ中継番組をノーカット配信。 ・アーカイブは、2000年～2007年の特撮ヒーロー番組8作品計395本など400本超を配信。 ・単品105円・262円(7日間視聴可能)や全話パック1,575円(配信期間終了まで視聴可能)など。 ・PC向けは、ユーザー認証と課金機能を搭載した「Flash Video 課金配信システム」を独自開発。 ・NTTドコモ動画配信対応携帯向けは、高画質で長時間の動画配信可能な携帯アプリを導入。

2. 番組製作者の取組

<番組製作者>

○ 一定のリスク・コストを前提として、「放送コンテンツのマルチユース」を積極的に推進。

- ・AMDアワード「マルチユース・トライアル」の積極活用
- ・放送コンテンツに係る取引市場データベースの策定

■AMDアワード概要

<平成19年度状況>

公募期間：2007年12月18日～2008年2月15日

応募作品数：53作品、受賞作品数：19作品

<平成20年度状況>

公募期間：2009年3月24日～2009年6月30日

応募作品数：20作品（7月1日現在）

表：平成19年度受賞作品の主な進捗、マルチユース展開状況

番組名	ジャンル	内容	提案者	放送状況(予定含む)	マルチユース展開(予定含む)
トンスラ	ドラマ	原作： 都築浩 (幻冬舎) 小説	(株)電通 テレビ局	・地上波(日テレ)放送 毎週土曜深夜番組枠 全13話放送完了 ・CS放送(CS日本) 2009年2月1日より 放送完了	製作著作：制作委員会 ・ネット配信：動画ポータルサイト「第2日本テレビ」 ・モバイル配信：NTTドコモモバイルサイト「MY日テレ」 ・DVD：発売元VAP ・サウンドトラック：発売元O.S.T.Inc. ・コミック化：新潮社『週刊コミックパンチ』、「トンスラ」第1巻 ・国内番販、海外番販
蒼穹の昴	ドラマ	原作： 浅田次郎 (講談社)	(株)アジ ア・コンテン ツ・センター	・NHK予約購入枠で 放送予定(初回BS放 送)	製作著作：制作会社 ・VOD ・DVD ・国内番販、海外番販 ・モバイル配信 ・出版 ・旅行企画等
30分で体感する 日本文学短編ドラ マ	ドラマ	森鷗外、太宰治、 梶井基次郎など の作品を予定	大日本印刷 (株)	・BS10月～11月下旬 編成を前提にスキーム 等調整中	製作著作：制作委員会 ・PC ・モバイル ・海外番組販売 ・タイアップ広告 ・DVD(レンタル含む)、CD ・書籍 ・映画
フォーク音楽遺産 ～南こうせつとサ マーピクニック～	ドキュメンタリー	70・80年代の フォーク名曲と 誕生の背景に フォーカス	(株)Live Life Japan	・IPTV、PC、携帯電話に て配信完了	製作著作：番組制作会社 ・IPTV(TV向け映像配信サービス「ひかりTV」) ・PC(インターネットポータルサイト「goo」) ・携帯電話(モバイルサイト「gooミュージック&ビデオ」)

2. 番組製作者の取組

<番組製作者>

- 一定のリスク・コストを前提として、「放送コンテンツのマルチユース」を積極的に推進。
 - ・AMDアワード「マルチユース・トライアル」の積極活用
 - ・放送コンテンツに係る取引市場データベースの策定

■取引市場データベースの例

<EIZO創庫>

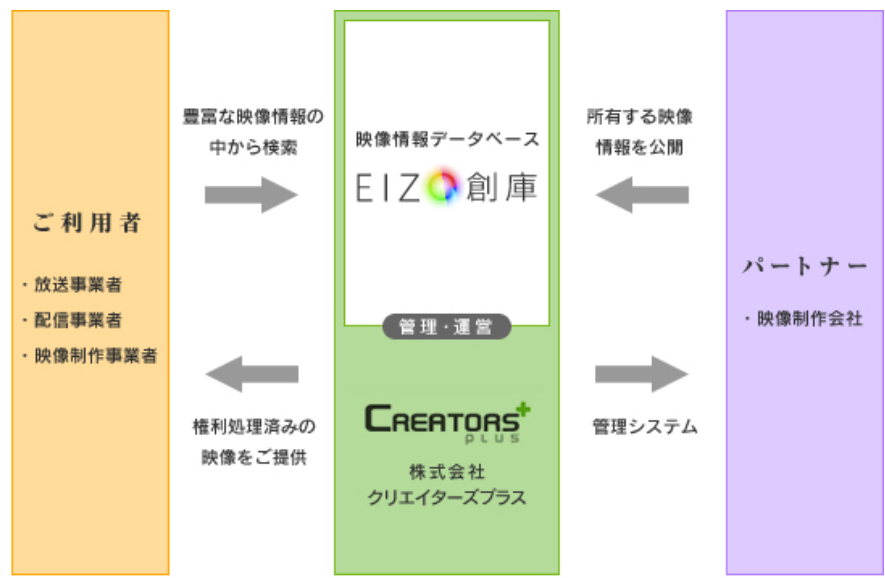
テレビ番組の制作会社によるプロフェッショナル映像コンテンツのデータベースサービス

(管理・運営)

株式会社クリエイターズ・プラス

(内容)

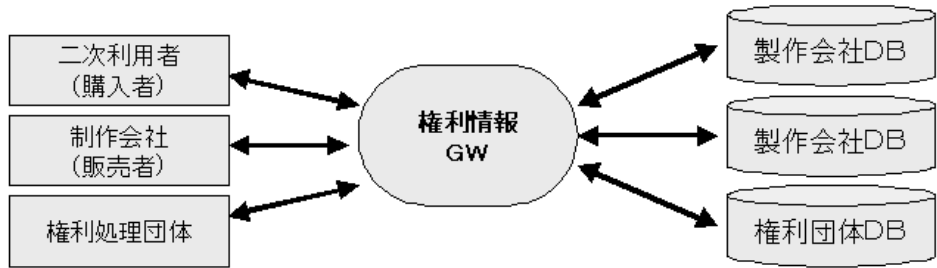
テレビ番組制作プロダクションをはじめとする各種映像制作事業者が保有するバラエティ豊かな映像の中から、二次利用可能なものを一般公開



<放送コンテンツ取引市場構築のためのデータベース環境整備>

一つの統合データベースへの集約ではなく、各情報保有者で管理している情報を必要な利用者へのみデータパスを行う仕組みによるデータ集約方式を採用し、取引機会の拡大に資する放送コンテンツのデータ整備・連携と権利処理業務に要する時間とコストの短縮をはかるゲートウェイ(以下、権利情報GW)環境の整備

(平成20年度調査研究委託先: 三井物産株式会社)



既存のデータベースを活用し、二次利用者のトリガーをオファーとして、必要なデータを必要なユーザーにのみ提供

出典: 株式会社クリエイターズ・プラスHPより

3. 権利者団体の取組

<権利者団体>

- 以下のように、権利処理の効率化を更に促進するために、具体的な体制を整備。
 - ・映像コンテンツ権利処理機構の設立
 - ・著作権情報集中処理機構の設立

一般社団法人 映像コンテンツ権利処理機構

設立：2009年6月（業務開始は2010年4月を予定）

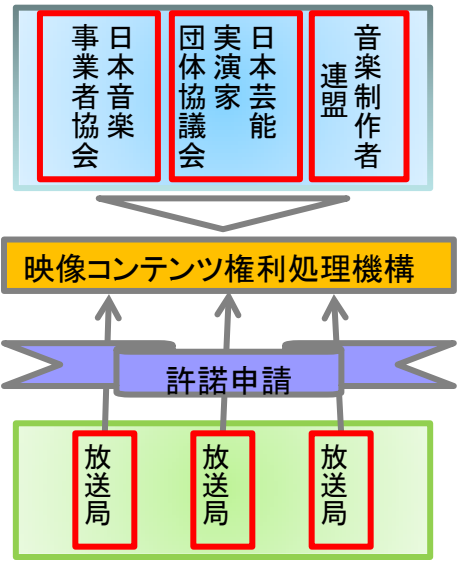
☆（社）日本音楽事業者協会、（社）日本芸能実演家団体協議会、（社）音楽制作者連盟の三団体が、映像コンテンツの二次利用に係る円滑な権利処理を実現することにより、デジタルネットワーク上のコンテンツ流通の促進と、これによる実演家への適正な対価の還元の実現に寄与することを目的として設立。二次利用に関する許諾申請の受付、不明権利者の探索、通知等を行う。

一般社団法人 著作権情報集中処理機構 (Copyright Data Clearinghouse 略称：CDC)

設立：2009年3月（業務開始は2010年4月を予定）
理事：佐々木 隆一、菅原 瑞夫

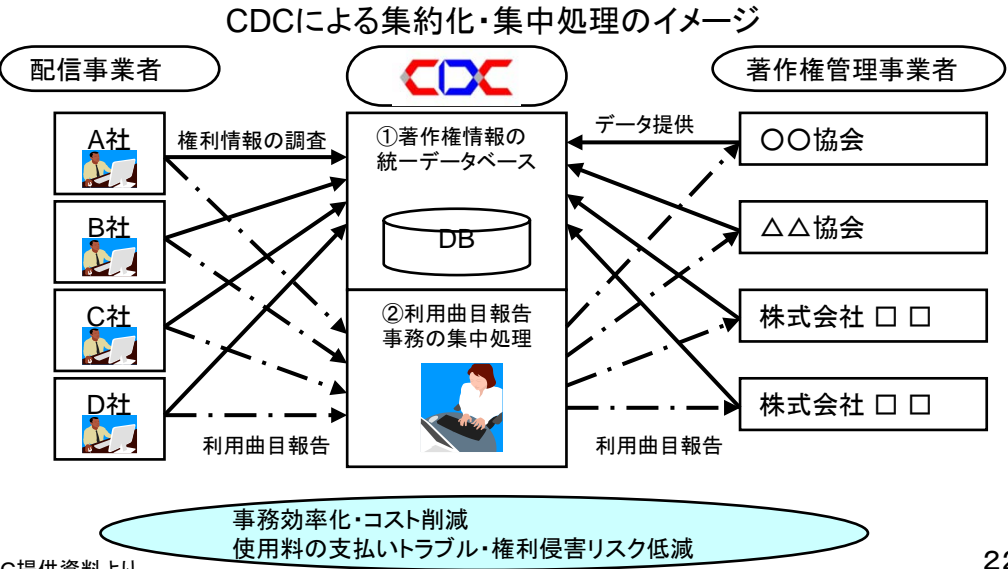
☆ 政府の知的財産戦略本部が推進する「知的財産推進計画2008」に基づき内閣官房知的財産戦略推進事務局、文化庁、総務省及び経済産業省の支援・協力を得て、著作物等の利用者及び権利者との連携の下に、著作物等の利用状況及び権利関係に関する情報を収集して整理し、その成果を関係者に提供することによって、著作物等の適正かつ円滑な利用を促進することを目的として設立。

図1 → 映像コンテンツ権利処理機構のイメージ



番組のネット配信を希望する放送局

図2 → 著作権情報処理機構のイメージ



出典：CDC提供資料より

4. 様々な制度に関する提言

<制度に関する提言>

- 以下のように、「コンテンツ流通」を目的とした「制度」について、複数の提言が公表。
 - ・デジタル・コンテンツ利用促進協議会(会長:中山信弘東京大学名誉教授、弁護士、発足:平成20年9月)
 - ・ネットワーク流通と著作権制度協議会(会長:齊藤博新潟大学名誉教授、弁護士、発足:平成20年11月)

■デジタル・コンテンツ利用促進協議会

デジタル化・ネットワーク化に対応した世界最先端のコンテンツ大国を実現するという観点から、デジタル・コンテンツのインターネット上における利用に適用される特別法として早急に具体化し法整備することにより、上記のような二次利用が適法となることも含め、デジタル・コンテンツの利用・流通を促進すべきである。

<提言概要>

- ①対象となるデジタル・コンテンツの利用に関する権利の集中化
デジタル・コンテンツが流通し利用されるためには、製作されたデジタル・コンテンツに係る権利の集中化が望ましい。
- ②権利情報の明確化
誰がその権利を集中された者であるか等、対象コンテンツの権利に関する情報が、対外的に透明に、すなわち利用しようとする者にとって公に明らかとする。
- ③適正な利用を加重な困難なく行い、原権利者に適正な還元がなされる仕組み
- ④デジタル・コンテンツの特性に対応したフェア・ユース規定の導入も併せて行うべき
激しいスピードで変化するデジタル化・ネットワーク化に対応するためには、既存の権利制限規定を限定列挙する方式では法整備が機動的になされるとは限らない。

■ネットワーク流通と著作権制度協議会

コンテンツの創作と流通は車の両輪であり、その双方の発展が図られるべき。そのための法制度の検討は、コンテンツに関わる関係者の英知を結集することが不可欠。著作権制度についての見識と実務に関する知見に基づいて、コンテンツの創作と流通の発展を達成するための実効的な法制度を検討し、提言。

<提言概要>

○「コンテンツの流通促進方策に関する提言」

(1) 検討すべき課題について

「…製作者による許諾をいかなる意味においても強制すべきではない。製作者による権利行使の問題を政策的に解決すべき課題ととらえるのは誤りである。検討すべき課題があるとしても、それは製作参加者の権利処理の問題に限られる。この課題の検討にあたっては、製作参加者の権利処理が実際のところどれだけネット流通の阻害要因になるのかという現状と将来の展望を把握し、課題解決の緊要性を見定めた上で検討を進めなければならない。」

○「権利制限の一般規定に関する提言」

7 結語

「…「現行著作権法における形式的違法該当性の解消の必要性から、現行の個別権利制限規定の規定態様を再検討すべきである」という議論自体には一定の妥当性があると思われるものの、そのために導入する規定の態様については拡大解釈がなされないよう配慮されるべきである。権利制限の一般規定の導入にあたってはこれと並行して慎重に議論すべき事項や整備すべき制度等の問題があり、それらの解決を待たずして権利制限の一般規定を先行的に導入することは相当でないと思われる」という見解が本協議会において大勢を占める。」

5. 放送コンテンツに関する製作環境の状況変化

<コンテンツ製作環境の変化>

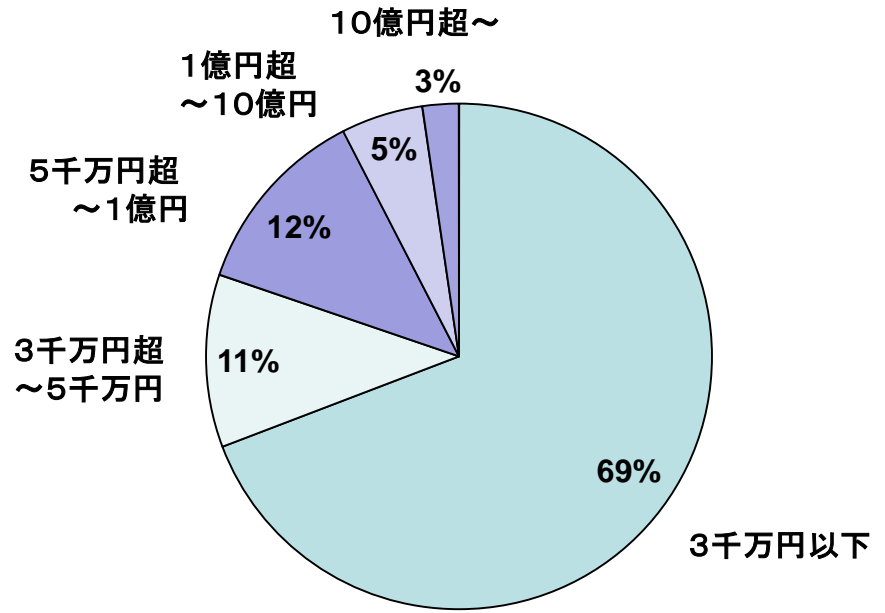
○ 昨年以降の経済危機の影響で、広告費が縮小。これに伴う番組製作費の削減等の影響により、元来経営基盤が脆弱な番組製作会社の製作環境が急速に悪化。

- ・製作費削減に伴う放送番組(ドキュメンタリー、バラエティ、ドラマ、アニメ等)製作発注の減少 (※)
- ・年末年始においても番組製作者の売上減

(※) 番組製作費について10-30%削減を受けた番組もあり、通常では考えられないくらいの経営基盤に打撃を与えられている。(審議会での発言抜粋)

■番組製作会社の資金規模

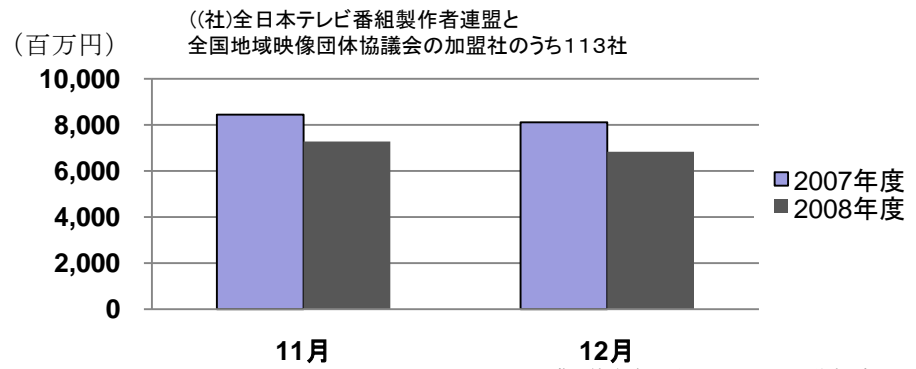
資金規模5千万円以下の社がほとんどであり、経営基盤は脆弱



出典:総務省「平成20年度放送番組制作業実態調査報告書」

■年末年始の売上の推移

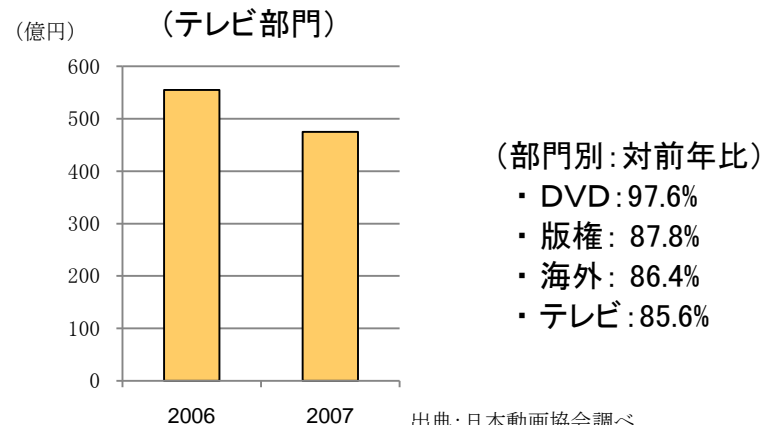
年末年始の特番の売上も、前年比85%に減少



出典:(社)全日本テレビ番組制作社連盟調べ

■アニメ産業の売上高(テレビ部門)

07年度の総売上高は対前年比92.6%



出典:日本動画協会調べ

第2章 第2節

取組の現状等に関する評価・検討

1. 権利処理の効率化

①「制度的」解決の必要性について

(1)「許諾権」に一定の制約を課すべきという提案について

- ・ デジタル・コンテンツに関して、現行法制上、権利集中はなされておらず、その権利処理にかかる手間が煩雑であるとの指摘も多く、デジタル・ネット時代においてどのように解決するかが10年来の課題である。
- ・ ユーザーが適法に適正な価格で容易にデジタル・コンテンツを活用できる環境を整備することができれば、権利者の実質的な保護が図られ、適正な対価が還元される。それが権利者・クリエイターにとって新しいコンテンツ創作のインセンティブとなり、我が国のコンテンツ産業をさらに発展させることができるのではないか。

(2) ネットワーク上のコンテンツ流通に係る収益性について

- ・ 放送番組が無料でVOD配信できるということは当然なく、権利処理の追加コスト、配信システム運用コスト等が必要。それらを誰が負担するのかが問われている。放送番組は受信料・広告収入というビジネスモデルが確立しているが、インターネット配信などの二次流通はまさにこれからの検討課題。
- ・ ネット配信が進んでいない最大の理由はネットワーク流通に関する収益性の悪さである。ネットワーク環境や端末環境は非常に進歩しているが、依然としてビジネスとして成り立っていない。
- ・ フェアユースの導入等コンテンツ流通を促進し利益を上げるための方策について議論をしてきたが、結局違法なコンテンツ配信だけが利益を上げている。動画配信はサーバ負荷もコストもかかるものであり、動画を安く配信して欲しいという要請しかないなら、知財立国は絵に描いた餅である。

(3) 権利者の許諾権制限に対する考え方の整理について

- ・ 一つのコンテンツから収益性を極大化するインターネットの利用のあり方について、コンテンツの所有者と権利者が協議しながら考えることがコンテンツ大国を目指す道。そういう場を無視する法律をつくることは、コンテンツが豊かにつくられ、流通され、収益を上げる道を閉ざす行為ではないか。
- ・ 実演家にとって露出のコントロールも含め、許諾権は非常にコアな部分であり、ビジネスに必須なものである。許諾権を失って報酬請求権しか持たない状況になると、どのように権利者の権利が守られ、正当な対価が保障されるのか。
- ・ 「あなたの作品を利用するから許諾しなさい」と圧力をかける社会がよい社会だとは思えない。創作した人の意思を尊重しつつ、多くのコンテンツがいつでもどこでも自分の選択で見ることができる社会を構築すべきではないか。
- ・ 権利者の権利を制限するような立法が行われた場合には、コンテンツ創造のインセンティブが低下し、コンテンツ力が弱まり、結果としてコンテンツの流通促進にも、コンテンツ大国の形成にもつながらないのではないか。

1. 権利処理の効率化

②権利処理の円滑化に向けた具体策について

(1) 具体策の提案に対する期待

- ・ ネット権構想の議論が世の中で活発化していくことに対して、権利者団体自ら、ディフェンスよりむしろオフェンスという形で、コンテンツの取引市場の形成、コンテンツ流通を進めるための提案を打ち出すべき時期ではないか。
- ・ 「ネット権」という一つの提案に対して、反対があるのであれば代案を出していただきたい。あるいは、法律による解決方法にはすべて反対なのか。関係者の意見が聞きたい。

(2) 映像コンテンツ権利処理機構の設立について

- ・ 映像コンテンツ権利処理機構の設立は、実演家等の権利を尊重しながら、効率的な権利処理とコンテンツの流通促進の実現を目指すものである。安易な権利制限はビジネスから見ても重要ではなく、それぞれの権利を尊重し合いながら、コンテンツの流通促進のために努力を続けていこうという宣言である。コンテンツ大国実現に向けた権利者団体としての第一ステップであるをご理解いただきたい
- ・ 流通促進に当たっての課題とされていた権利処理の煩雑さについては、本機構設立の取組を含め、様々な場面で市民の取組が動き始めている。
- ・ 本機構ができることにより、実演家に対する権利処理の窓口が一本化され、これまで以上に権利処理業務が効率化されることは歓迎すべき。
- ・ コンテンツの創造に対して主体性を持つものがその流通に関わる許諾や流通の促進にイニシアチブを発揮することは当然のことではあるが、毅然とした態度で決定された権利者団体の姿勢に敬意を表したい。
- ・ ネット法の提案を厳しく批判していた権利者団体の三団体から、それに対する一つの対案ということで、この構想が打ち出されたことに敬意を表したい。本機構は、構想を行動に移していこうというところまで進んでおり、今後のコンテンツ流通促進のトリガーとして機能することを期待する

2. 放送コンテンツの製作に関する諸課題

①「マルチユーストライアル」に関する評価

(1) マルチユーストライアルの効果について

- ・ トライアルによって、多様なコンテンツの製作機会が創出され、視聴者にとっても多様なコンテンツの視聴機会が増える。
- ・ 番組製作者にとって、新しいコンテンツをつくるクリエイターやゼネラルプロデューサーのような人材を育成・教育することができる大きな機会になる。
- ・ 民が資金を出す以上、収支が成立することが重要。企画、製作、出資、配給、収益配分のバランスを誰が担保するかという観点でスキームを見直しながら継続することは意味があるのではないか。

(2) マルチユーストライアルに関する課題について

- ・ 新しい放送の在り方として、放送局は放送枠の提供など挑戦的に対応していただけないか。
- ・ 出資者、広告主、製作会社、放送局というプレーヤーを、誰がどういうモチベーションで民民による成功に導き、横串の役割を果たすかという観点が足りなかったのではないか。
- ・ 総製作費の回収の見込み比率の中で、放送権購入による収入をどの程度見込んでいるかを最も気にした。その比率が少なければ、この企画単体として実現する保証となるものであり、企画としてマルチユース対応している判断になる。
- ・ トライアルの進め方自体に課題があるのではないか。国又は協力者である放送局が、最初から「AMDアワードにこの時間枠を提供する」ということで始めれば、円滑に進む話ではないか。枠さえあれば、スポンサーもつき、出演タレントも決まるのではないか。

②「取引市場データベース」に関する評価

(1) 実証実験の効果に関する評価について

- ・ ゲートウェイを採用し、許諾のオファーが起きたことを想定して、その必要なパスを追っていくという発想での運用は、実際に今後検討していく中で成果が得られたのではないか。
- ・ 極めて効率的、機能的でスリムなものを構築されており、これまでになかった魅力的なシステムになりつつある。
- ・ データベースの取組は、ネット流通を促進することに加え、許諾条件を整備することにも役立つので、十分評価できる。

(2) 今後の課題について

- ・ 今回は権利者、製作者の座組みだが、重要なプレーヤーである放送事業者も協力的に参加いただきたい。最大のネット法対策になるのではないか。
- ・ 放送局が参加していないので大きな出口が見えない。2011年の完全デジタル化に向け、放送番組の納品形式がどうなるのかも含め、データベース、メタデータの作成を考えていかなければ、単なる実験に終わってしまうのではないか。

2. 放送コンテンツの製作に関する諸課題

③さらなる市場の拡大に向けて

(1) 海外展開の必要性に関する指摘について

- ・ 日本のエンターテインメントのマーケットは縮小。言語(日本語)等を理由にグローバルなマーケットに進出することが困難であるとして国内のネットで流通させても、限られたマーケットでしかない。海外に出ていかななくては、日本のマーケットが広がることはあり得ない。
- ・ 流通だけではコンテンツは育たないという原点に立ち返り、どうすればこの国は知財で稼げる、外貨を獲得できる国になるのかをもう一度考えていただきたい。

(2) 新たなコンテンツ市場の開拓・拡大について

- ・ デジタル・コンテンツが流通しない問題の本質である、デジタル・コンテンツの流通のビジネスモデルが育たないことについて、今後どう政府が後押しをしていくのかということに議論をシフトすべき段階なのではないか。
- ・ 新しいメディアが新しいコンテンツを生み出すということが、クリエイターやユーザーにとってもそのメディアを魅力的であると感じる最大の要因。そのため、新しいメディアのオーナーが、そのメディアに向けたコンテンツの創造に向けて積極的な役割を果たすことが重要。
- ・ 新しい市場に向けて、コンテンツがデジタル化し、特定の機器に依存しないでマルチユースができるということが大きな可能性。多くの事業者は共通して新しいメディアに向けマルチユースしたいという希望を持っており、海外のみならず、日本のユーザーが持つ高度な利用環境も利活用し、国内の様々な機器等に向けてのマルチユースも検討すべき。

④「コンテンツ製作力」強化の必要性について

- ・ 何よりも質の高い番組、コンテンツが作られる環境づくりが重要。質の高い番組ができないと流通促進や海外発信といっても、本末転倒になるので、良いコンテンツをつくることが第一ではないか。
- ・ 今回の補正予算が緊急避難的措置にとどまらず、コンテンツの創造に関与した者に対して恒常的に対価が戻っていくための方策について、更に模索すべき。
- ・ 補正予算は、これまでの流通の整備という議論から、製作環境の整備や、地方からの海外発信という方向に大きく舵を切った画期的なタイミングではないか。今回を呼び水に、ビジネスとしての仕組みづくりが求められているのではないか。
- ・ 製作会社、製作の人材育成、海外発信も含めたいろいろな流通展開の支援、サポートであり、非常に良いこと、可能性が広がるのではないか。そのようなスキームの中から、良い番組、質の高いコンテンツができ上がってくることを期待。

第2章 第3節

提言～ 放送コンテンツの取引市場形成、拡大に向けて

1. 基本的な考え方

- (1) これまでの検討において、
 - ア コンテンツ流通促進に向けた関係者の取組の現状を確認するとともに、
 - イ こうした取組に関する評価や、諸課題の検証を実施。
- (2) 今後重点的に取り組むべき施策を検討するに当たり、上記で整理された事項の内、特に考慮すべきポイントは以下の3点と考えられる。
 - ア コンテンツ流通促進のための「制度」に関する議論の顕在化
 - イ 権利処理効率化に向けた民間主導の取組の活性化
 - ウ コンテンツ製作環境の急速な変化

1) コンテンツ流通促進のための「制度」に関する議論の顕在化

〈「許諾権の制限」の是非が論点として顕在化〉

- (1) この1年間、「インターネット上の流通」等コンテンツ流通促進を目的とした、「権利者の許諾権の制限」の是非を問う議論が顕在化。政・官・学の様々な公的な場で、権利者、有識者、関係事業者等による意見交換が実施。
- (2) 制度導入の必要性の理由の一つは、「民間による取組では、グローバル市場の変化の動きに取り残されるおそれ」。

2) 権利処理効率化に向けた民間主導の取組の活性化

〈権利者による、権利処理効率化のための組織設立等〉

- (1) 本年に入り、音楽・映像双方の分野で、「著作権情報処理集中機構」(3月設立)、「映像コンテンツ権利処理機構」(6月設立)と、権利処理効率化を目的とした組織が設立。
- (2) こうした機関の設立により、これまで設立されてきた著作権管理団体の活動と併せ、権利処理が飛躍的に効率化される可能性。

3) コンテンツ製作環境の急速な変化

〈国内製作市場の縮小、新たな市場開拓の必要性〉

- (1) 昨年以降の経済危機を契機とした、広告費の縮小傾向や、放送番組製作費の削減等を通じ、国内の放送コンテンツ製作市場が縮小。国内のコンテンツ製作力が減退。
- (2) こうした環境の中で、多くの放送事業者、番組製作者が、海外市場、新たなウィンドウなど、市場開拓に向けた取組を加速。

1. 基本的な考え方

＜施策の検討に当たっての基本的な考え方＞

- ① これまでの検討経緯にかんがみれば、「放送コンテンツの取引」は、引き続き『民間主導による試行錯誤と創意工夫を積み重ねていく』ことによって促進する」という考え方を基本的な姿勢として、具体的な促進策を検討していくことが必要。
- ② こうした民間主導の取組において、質の高い、競争力あるコンテンツの製作・流通が促進されるためには、コンテンツの創造に関与した者に対する「恒常的」かつ「適正」な対価の還元と、これによる創造インセンティブの向上が不可欠。
- ③ このためには、当面は、以下の3点を骨格とする施策を講じていくことが急務。これらに加え、当審議会の構成員全体として「視聴者の利便性」と「クリエイターの創造インセンティブ」の双方を向上させる具体策について、不断に模索・検証していくことが不可欠。

(1) 民間主導による、権利処理効率化に向けた体制整備の取組を促進

- ・ 「民間の動きでは、グローバルなコンテンツ市場の動きに遅れをとる」という主張が行われる一方、権利処理効率化の体制整備は着実に進捗。制度の必要性の主張の前提であった状況は確実に変化。
- ・ こうした権利者主導による権利処理体制の整備については、産・官一体となって、可能な限り支援・促進に努めることが必要。
- ・ コンテンツ流通促進に係る法的対応の検討については、こうした状況変化を十分に踏まえ、コンテンツ創造に係る権利者から、幅広く意見を聴取できる機会を十分に確保し、その利益を不当に害しない結論が得られるよう配慮が必要。

(2) 番組製作者等の間で疲弊が著しい「コンテンツ製作力」の再生・強化

- ・ コンテンツの取引市場の基礎となるのは、競争力あるコンテンツを創造し得る製作力。昨今の経済情勢の中で、製作の機会が失われ、併せて製作力が急速に減退。
- ・ 製作力の維持には、コンテンツの創造に取り組む人材に対し、放送番組の製作機会を始め、継続的な製作機会が確保され、適正なルールに従って製作取引が行われることが不可欠。産・官・学一体となって、その支援に取り組むことが必要。

(3) 新たな市場開拓に向けた取組の促進

- ・ 少子高齢化の状況にあって、現状の国内コンテンツ市場の中のみでは、コンテンツ産業全体の飛躍的な拡大を実現することは困難。
- ・ 海外市場や新たなメディア等の開拓に取り組む事業者を支援することで、産業全体の拡大を実現。

2. 当面の重点施策

<当面、重点的に推進すべき施策例>

(1) 著作権処理の効率化を目的とした体制整備の支援

- ・ 海外展開をはじめとするコンテンツ流通促進のためには、放送コンテンツの権利処理の効率化が必要不可欠であり、既に民間主導により、映像コンテンツ権利処理機構や著作権情報処理機構などの体制整備の動きが進んでいる。このような取組を支援し、放送コンテンツの出演者に係る権利処理の効率化や不明権利者の探索等の効率化等により、放送コンテンツに関わるデータの蓄積、権利処理業務に要する時間とコストの短縮等を図り、放送コンテンツの取引市場構築を推進する。

【配意すべき事項】

- 今回の映像コンテンツ権利処理機構の設立によって、実演家に対する権利処理の窓口が一本化され、これまで以上の権利処理業務が効率化されることは、コンテンツの製作・流通に携わる関係者、視聴者全体にとって歓迎すべきこと。
- 権利者の効率化に向けた体制整備の支援は、ネット配信をビジネスとして成立することに向け、次のステージに移行していくことを可能にし得る可能性。

(2) 番組製作者や放送事業者のコンテンツ製作力の再生・強化

- ・ コンテンツ産業の最も重要な基盤である「放送コンテンツ」について、その製作力を再生・強化するための検討・対策が必要である。その際、平成21年度補正予算も活用し、「日本の魅力」を映像コンテンツ化し、特に地域の情報発信を担う、番組製作者や放送事業者等の製作力の強化と、海外の放送枠の確保等新たな流通経路を介し、発信を行う取組を支援し、コンテンツの国内外への流通促進を図る。
- ・ 「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」のルール の周知と、実際の取引状況のフォローアップを実施することにより、公正かつ適正な放送コンテンツの製作取引を促進する。

【配意すべき事項】

- 今回の施策が緊急避難的措置にとどまらず、コンテンツの創造に関与した者に対し、恒常的に対価が還元される仕組みにつながる事が重要。
- 今回の施策において、製作・クリエイターに汗をかいている人に資金がまわり、単なるカンフル剤的なばらまきではなく、持続可能な製作環境の拡充につながるような仕組みを構築すべき。
- 今回の施策を呼び水として、製作環境の整備、地方からの海外発信など、ビジネスとして継続し得る、新たな仕組みづくりが求められる。
- 放送コンテンツの製作取引の適正化のためのルールを関係者に徹底し、製作者に適正な対価が支払われるようにすることが、「対価の還元」の有効な施策ではないか。

2. 当面の重点施策

(3) 新たなチャンネルやプラットフォームを開拓するための取組支援

・新たなコンテンツ市場の開拓のため、展開先のニーズも踏まえた海外展開の促進や、放送コンテンツ等現状のコンテンツに加えて、個人・クリエイター等の有する高い創造性を生かしたコンテンツ制作力の強化や、携帯、インターネット、IPTV、デジタル・サイネージなど新たな形態の流通チャンネル、プラットフォームにおいて、自由な発想で新しいコンテンツを生み出し、ビジネスモデルを構築するための普及展開策に関する検討、それらの新しいコンテンツ流通の動きを支援する。

【配意すべき事項】

- 日本のユーザーが持つ高度な利用環境も活用し、国内の様々な機器等に向けたマルチユースの取組を支援することが必要。
- グローバル市場では、いわゆる「素人」が製作するコンテンツの質も急速に向上しており、競争が激化。その競争に耐える人材の育成には一定のコスト・時間を使った、「機会の付与」が不可欠。

(4) コンテンツ・ビジネスの将来展望に関する検討推進

・我が国の個人やクリエイターの持つ創造性を活かした制作力の強化、IPTVや次世代デジタル・サイネージ等新たな流通プラットフォームの普及・展開の在り方、これらを活用した収益性の高いビジネスモデルの在り方と、将来の市場の展望など、コンテンツ・ビジネスに関する総合的なビジョンと戦略について、幅広い関係者の参加を得て、検討を進める。

【配意すべき事項】

- 利害関係者の個別調整にとどまらず、世界に求められているコンテンツは何か、どのように流通させればうまくいくのか、具体的にマーケットが広がるか等、国としての戦略やビジョンを描いていくことが必要ではないか。
- コンテンツ流通の課題として、権利処理にフォーカスする段階は終わったのではないか。例えば、ネットによる収益性はどのようにすれば向上するのか等より本質的な問題に議論を移していく必要があるのではないか。

(参考) 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 構成員一覧

構成員 (◎主査、○主査代理)

(平成21年7月10日現在／敬称略・五十音順)

- ◎ 村井 純 慶應義塾大学環境情報学部 教授
- 中村伊知哉 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 教授
- 浅野 睦八 日本アイ・ビー・エム株式会社 エグゼクティブ・アドバイザー
- 雨宮 俊武 KDDI株式会社 コンシューマ商品統括本部コンテンツ・メディア本部長
- 井川 泉 株式会社東京放送ホールディングス メディア推進局長
(株式会社TBSテレビ デジタル放送企画室長)
- 池田 朋之 株式会社テレビ東京 編成局 局次長兼契約統括部長
- 石井 亮平 日本放送協会 ライツ・アーカイブスセンター 業務主幹
- 石橋 庸敏 社団法人日本ケーブルテレビ連盟 副理事長
- 今井 浄 パナソニック株式会社 AVCネットワークス社 副社長
- 伊能美和子 日本電信電話株式会社研究企画部門 プロデュース担当 担当部長
- 植井 理行 株式会社TBSテレビ 編成局コンテンツ&ライツセンター メディアライツ推進部長
- 襟川 恵子 社団法人デジタルメディア協会 理事長
コーエーテクモホールディングス株式会社 取締役名誉会長
- 大淵 哲也 東京大学法学部・大学院法学政治学研究科 教授
- 華頂 尚隆 社団法人日本映画製作者連盟 事務局次長
- 河村真紀子 主婦連合会 事務局次長
- 久保田幸雄 (元) ソニー株式会社 業務執行役員SVP
- 佐藤 信彦 株式会社フジテレビジョン デジタルコンテンツ局調整担当局長
- 椎名 和夫 実演家著作隣接権センター(CPRA) 運営委員会運営委員
- 菅原 瑞夫 社団法人日本音楽著作権協会 常務理事
- 関 祥行 株式会社フジテレビジョン 取締役(技術開発・技術担当)
社団法人デジタル放送推進協会 技術委員会委員長
- 高橋 伸子 生活経済ジャーナリスト
- 田胡 修一 日立コンシューマエレクトロニクス株式会社 コミュニケーション・法務部長
- 田辺 俊行 株式会社東芝 デジタルメディアネットワーク社 統括技師長
- 田村 和人 日本テレビ放送網株式会社 編成局デジタルコンテンツセンター長
- 長田 三紀 特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟 事務局次長
- 生野 秀俊 社団法人日本レコード協会 専務理事
- 福田 俊男 株式会社テレビ朝日 顧問
- 藤沢 秀一 日本放送協会 総合企画室[経営計画](デジタル放送推進)統括担当部長
- 堀 義貴 株式会社ホリプロ 代表取締役会長兼社長
社団法人日本音楽事業者協会 常任理事
- 三尾美枝子 シティユーワ法律事務所 弁護士
- 依田 巽 株式会社ティーワイ リミテッド 代表取締役会長