

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61回 議事録

1 日時：平成24年1月23日（月）10：00～11：40

2 場所：総務省 合同庁舎2号館 第1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、
石橋 庸敏、伊能 美和子、植井 理行、華頂 尚隆、河村 真紀子、
佐藤 信彦、椎名 和夫、関 祥行、田胡 修一、田村 和人、鶴田 雅明、
長田 三紀、畑 陽一郎、藤沢 秀一、堀 義貴

（以上20名）

（2）オブザーバー

桑津 浩太郎（野村総合研究所）、高澤 宏昌（TBSテレビ）、
元橋 圭哉（日本放送協会）、松隈 天（NHKラジオセンター）、
村上 敬一（デジタルメディア協会）、山中 弘美（文化庁）

（3）事務局

竹村情報通信作品振興課長

（4）総務省

佐藤政策統括官、阪本官房審議官、黒瀬情報流通振興課長、松本情報流通作品
振興課課長補佐

4 議事

（1）検討委員会の進め方について

（2）コンテンツ制作・流通の概況と総務省の取組

（3）構成員等からのプレゼンテーション

（4）ディスカッション

【村井主査】 おはようございます。それでは、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の第61回の会合を開催させていただきます。

委員の皆様は、大変お寒いところ、また、お忙しいところをお集まりいただきましてありがとうございます。

専門委員の交代、役職の変更等がございまして、席上に参考1、構成員一覧が配付されていると思いますが、そちらをご参照願います。

本日ご欠席の委員、それから出席されているオブザーバーに関しましても、いつものように席上に配付されている資料のとおりです。よろしくお願います。

さて、この会議ですが、第6次の間答申以降、地上デジタル放送の新たなコンテンツ保護方式に絞って議論を進めていたというのが現状でございます。前回の会合までに一定の方向性が示せたと考えておりますので、引き続きフォローアップをしながら、必要に応じて皆様と議論をするということになるかと思えます。

さて、この委員会では、地上デジタル放送の利活用の在り方と普及に向けて行政が果たすべき役割というテーマのうち、デジタル・コンテンツ流通等の促進に関する事項及びコンテンツ競争力の強化のための法制度の在り方の2つの諮問事項について検討することになっております。先ほどの新方式というのは、この中のデジタル・コンテンツ流通等の促進の一部として議論をしてきていただいたということになるわけです。そのコンテンツ保護方式、新保護方式の導入についての目処がつかまりましたので、この6次にわたる中間答申の宿題を議論する必要があり、その他の事項に向けて答申を取りまとめるというのが今回からの新しいスタートということになります。

具体的には、皆様ご案内のとおり、この新方式に焦点を当てていた間に生じた最も大きな変化は、ネット配信の進展、クラウドの登場、そしてスマートフォン、タブレット端末の普及がありまして、最初に本委員会で議論をしていた時から、本当に状況が大きく変化しました。議論における予想の範囲に入っていたとはいえ、その普及の度合いというのが現実化し、それに対する技術やマーケットの発展、変化というものが出てまいりました。それに伴い、コンテンツの流通、視聴の形態が大きく変わりつつあり、コンテンツ製作の在り方にも影響が及んでいるというのが現状だと思います。そして、マーケットに関しては、国内の市場が停滞しており、一方では海外における日本のコンテンツに対する根強いニーズというものもあり、グローバルなマーケットが発展してきているわけですから、関

係者が協力してコンテンツの海外展開等々に取り組むということが課題になっているという状況です。

検討におきましては、最近のコンテンツ制作・流通の現状等について、委員や関係者の皆様からのヒアリングをしながら、ただいま申し上げたような変化、それから課題を理解をして、この辺りに関する議論を深める必要があると考えておりますので、本日はそういった課題から、本委員会の進め方について事務局から説明の後、野村総研様、NHK様、それからTBS様からプレゼンテーションをいただき、現状と課題を皆様と共有して、質疑、議論をするということで進めさせていただきたいと思っております。よろしくお願ひいたします。

それでは、まず、事務局から配付資料の確認をお願いいたします。

【松本情報通信作品振興課課長補佐】 本日の配付資料につきましては、座席表、議事次第のほかに、資料1から5、資料4につきましては2分冊になっております。その計7点を配付させていただいております。過不足等ございましたら、事務局までお申しつけくださいませ。

あわせて、10月31日に開催いたしました前回会合の議事録につきましては、構成員の皆様にご確認いただきまして、村井主査にご承認をいただき、総務省のホームページに公開をしているところでございますので、あわせてご報告申し上げます。

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、議事に入りたいと思っております。まず最初は、検討委員会の進め方についてということでございまして、これも事務局からの原案というものがありますので、説明をお願いいたします。

【竹村情報通信作品振興課長】 それでは、資料1に基づきまして説明をさせていただきます。

先ほど村井先生からもお話ありましたとおり、本検討委員会においては2件の諮問を受けてございます。1つは、地上デジタル放送の利活用の在り方と普及に向けて行政が果たすべき役割のうち、デジタル・コンテンツ流通等の促進ということでございます。本検討委員会は平成18年9月に設置されまして、今まで3次にわたって答申を取りまとめたいただいております。答申に沿いましてコピー制御方針の改善ですとか新たなコンテンツ保護方式の導入が進められてきたわけでございます。また、委員会の中では、関係者の検討

状況についてフォローアップするほか、コピー制御方式について著作権保護技術の進展、あるいは視聴者の意識や行動の変化等に合せて適宜見直していくこと、それからクリエイターへの対価の還元方策について補償金制度以外の側面から継続して検討することが課題とされているところでございます。

それから、2番目として、平成19年にコンテンツ競争力の強化のための法制度の在り方について諮問しております。これにつきましては、2次にわたりまして答申をまとめていただきまして、民間主導による試行錯誤と創意工夫によってコンテンツの取引の促進を図ることを基本的な姿勢にしつつ、コンテンツ製作力の再生・強化、権利処理の効率化体制の整備、新たなプラットフォームの開拓等の具体策を提言いただいているところでございます。また、収益性の高いビジネスモデルの在り方ですとかコンテンツ・ビジネスに係る総合的なビジョンと戦略について検討を進めるということが宿題になっているところでございます。

次のページをごらんください。この状況を踏まえまして、今後の検討方針でございますが、上記2件の諮問について、本委員会における審議を活発化し、最近の状況について検証を行い、本年夏を目途に答申案を取りまとめることにしてはいかがかということでございます。

まず、デジタル放送のコピー制御方式、不正コンテンツの流通の現状等の検証でございますが、これは視聴者ですとか、あるいはネットユーザーに対するアンケート調査も踏まえまして、議論を深めていきたいというふうに考えてございます。それから、コンテンツ製作・流通の現状、コンテンツ競争力強化に向けた取組等の検証につきましては、先ほど先生からお話がありましたとおり、2年あまりの間に環境がかなり進んでおりますので、その間の官民の取組ですとか今後の課題について、委員の皆様や関係者からヒアリングをしながら検討していきたいと考えております。上記の2つの検証を踏まえまして、コンテンツ製作・流通の拡大に向けて早急に取り組むべき課題、それから今後の取組の方向性について整理をしていきたいと考えております。

次のページをごらんいただきまして、検討スケジュールでございます。本日、第61回会合におきましては、映像等のネット配信への取組についてプレゼンをいただき、議論をしていきたいと考えてございます。

次回、62回会合につきましては2月14日に予定しておりますけれども、2月上旬にRMPセンターの新体制の方針が固まるということで、その進捗状況について、まずご報

告をいただき、それから、コンテンツ権利処理の効率化への取組ですとか海外展開への取組、それからラジオ放送のIPサイマル配信への取組等についてプレゼンをいただき、検討していきたいと考えてございます。

第63回、次々回につきましては、コピー制御方式等に関するユーザーの意識調査ですとか、最近のコンテンツ不正流通の現状について、いろいろなアンケート調査等もまとまりますので、ご報告して検討をしていき、それから、新しいメディアとコンテンツ製作、あるいはスマートテレビなどのプラットフォームへの流通ということについても検討をしていきたいと考えてございます。

こういった議論を踏まえまして、5月、6月に課題の抽出と今後の取組の方向性についてディスカッションをして、7月ごろに親会であります情報通信政策部に報告し、最終的に情報通信審議会の答申として取りまとめていただきたいというものでございます。

最後のページでございますが、今までの中間答申の抜粋でございます。ここでいろいろな課題が宿題として提言されているということでございます。

説明は以上でございます。

【村井主査】 ありがとうございます。

基本的にはひととおりの説明をいただいて、最後に全てまとめて議論していただくと思いますが、今、クイックに何かご質問、ご意見等ございましたらお受けしておこうと思いますが、いかがでしょうか。

それでは、また何かありましたら、後でご発言いただくということで事務局ではこのスケジュールにて進めていただくということで、次の議題に入ります。

それでは、コンテンツの製作・流通の概況と総務省の取組について説明をお願いいたします。

【竹村情報通信作品振興課長】 それでは、資料2に基づいて説明をさせていただきます。

1枚おめくりいただきまして、現状認識でございます。インターネットによるコンテンツ流通の増加ですとかデバイスの多様化・高機能化、視聴形態の変化、それから国内市場の停滞、新興国の市場拡大ということで、コンテンツの製作・流通の環境が大きく変わっております。それがコンテンツ製作・流通に既存メディアの広告収入の減少と番組製作費の削減という形であらわれている一方、新しいメディアや視聴形態、新市場に対応したコンテンツニーズが生じてきておりまして、コンテンツの二次利用の促進ですとか製作機会

の増加につなげていかなければいけないということでございます。課題としましては、コンテンツ製作・流通環境の整備、新しい流通プラットフォームの検討、それからコンテンツの国際展開の推進に取り組んでいく必要があるということでございます。

3 ページに参りまして、日本のコンテンツ市場は、ここ数年、11兆円規模で推移しておりますが、世界全体のコンテンツ市場はより大きな成長が予測されるということでございます。

4 ページに参りまして、コンテンツ市場の中で映像コンテンツ市場が約半分を占めまして、その7割がテレビ番組ということでございます。

5 ページに参りまして、6割を占めます地上波放送局の収益が停滞している一方、有料放送の収益が増加している状況でございます。こういった形で多メディア化が進んでいるということでございます。

6 ページに参りまして、インターネット広告費の増加に対して、他のメディアの広告費は減少しているということございまして、テレビの広告費も2兆円以上あったものが1兆7,000億円程度に減少しているという状況でございます。

7 ページに参りまして、こういった影響を受けまして、テレビ局の売上高ですとか番組製作費が削減される傾向にあるということでございます。

8 ページに参りまして、一方で新しいメディアであるインターネットの利用者数は一貫して増加をしている状況でございます。特にモバイル端末を通じてインターネットを視聴される方が増えているという現状でございます。

9 ページに参りまして、最近の新しい動きとしてスマートフォンの拡大ということで、今後約5年間のうちに約7倍、契約数が増えるだろうというふうに予想されてございます。これは日本だけではなくて、世界的な傾向だということでございます。

10 ページに参りまして、こういった新しいモバイル端末向けに動画配信サービスというものが出てきているということでございます。1つの例としてBeeTVというものを挙げてございますけれども、モバイル視聴に特化した短時間のドラマですとか音楽映像、アニメなどの動画配信サービスを行っていて、順調に加入者が伸びているということでございます。

11 ページに参りまして、携帯端末向けマルチメディア放送ということで、今年の4月からこういったサービスが開始される予定でございます。無料、または有料でモバイル端末向けのさまざまな放送サービスを提供していくと。特徴としましては、リアルタイム型

放送と蓄積型放送を使い分けまして、さまざまな視聴シーンに対応していくということがございます。

12ページに参りまして、ネット動画配信の拡大ということで、ここ最近、特にVODの市場が拡大してきているということがございます。後ほど委員の方からご説明がございますけれども、放送事業者によるVODサービスですとかラジオのIPサイマル放送の取組も本格化をしてきているということがございます。

13ページに参りまして、PCやスマートフォンだけではなくて、テレビ受信機自体もネット接続をされて新しい形態に変化していくということがございます。スマートテレビの登場ということで、スマートフォンですとかタブレットPCなどのモバイル端末との連携も視野に、テレビの新しい姿が変わっていくということがございます。

14ページに参りまして、スマートテレビの普及見込みということでございますけれども、国内外で急速な普及拡大が見込まれているという状況でございます。

15ページに参りまして、クラウド型配信サービスの登場ということで、従来、自分のハードディスクで保管していた写真、動画、音楽等をネットワーク上のサーバに蓄積をいたしまして、いつでもどこでもマルチデバイスで利用できるようにしたサービスが出てきているということがございます。中には定額料金で見放題、聴き放題のサービスをしているところもございまして、図にありますように国内外でさまざまな事業者がサービスを開始しております。

次に課題と総務省の取組でございます。

17ページに参りまして、我々、総務省の重点目標としましては、1つ目は、コンテンツ制作・流通環境の整備ということ、2つ目は、新しいコンテンツの流通プラットフォームの検討ということ、3つ目は、コンテンツの国際展開の促進ということで、記載のとおり、さまざまな政策課題に取り組んでおります。

18ページに参りまして、課題として、二次利用ということでございますけれども、権利処理が非常に煩雑である、あるいは不明権利者の探索にも多大な労力が必要であることが二次利用を阻害する一因になってございます。こういった権利処理業務に関する時間と費用を大幅に削減する必要があるということがございます。

19ページに参りまして、権利処理一元化の推進ということで、3年計画で放送事業者や実演家団体の方々と協力して実験に取り組んでおります。

20ページに参りまして、動画投稿サイトやP2Pファイル共有ソフトの利用が国民の

中に進展をしております、これらを利用したコンテンツの不正流通が正規流通の阻害要因になっているという現状がございます。

21ページに参りまして、コンテンツ不正流通対策の推進ということで、これにつきましても関係者と連絡会を開催いたしまして、コンテンツの不正流通を抑止、監視する体制の整備等の実験に取り組んでいるところでございます。

22ページに参りまして、製作取引の適正化に関するガイドラインということで、私も21年2月に放送コンテンツの取引適正化ガイドラインを策定いたしまして、下請法ですとか独占禁止法上問題となり得る事例ですとか留意すべき点をガイドラインに示したところでございます。最近の公正取引委員会の調査によりますと、下請法の違反事例が増加しているということで、改めて放送事業者ですとか番組製作会社に対するヒアリングを実施して、このガイドラインのフォローアップをしっかりとやっていきたいと考えてございます。

23ページに参りまして、先ほど申しましたスマートテレビの推進につきましては、ブラウザの標準化等に関する実証実験を行って取り組んでいきたいと考えてございます。平成24年度に約2億円の予算を用意してございまして、2年計画で実証実験に取り組むということにしております。

24ページに参りまして、放送コンテンツの輸出状況でございますけれども、国際展開が大きな課題になっている一方、なかなか韓国に比べて輸出金額が伸び悩んでいるという現状でございます。

25ページに参りまして、海外への情報発信強化ということで、これは東日本大震災の風評被害対策ということも含めましてコンテンツの海外への情報発信強化に努めていくということで、23年度の第3次補正予算で約8億円の予算を確保して情報発信に取り組んでいくということにしております。

最後、26ページでございます。国際共同製作による地域コンテンツの海外展開ということで、コンテンツの振興と地域の振興を踏まえまして、コンテンツの国際共同製作に取り組んでいくということでございます。

以上、駆け足になりましたが、説明を終わります。

【村井主査】 ありがとうございます。

何かご質問、ご意見等ございましたら伺いたいと思いますが、いかがでしょうか。

それでは、また何かありましたら、後で議論をしていただきたいと思います。

それでは、3つ目の議題としては、構成員等からのプレゼンテーションを用意していただいております。野村総研様、NNK様、TBS様、それぞれに先ほどから話題になっております最新の映像配信やそのマーケット、サービス等の動向についてご発表いただきます。まずは野村総研の桑津様、お願いいたします。

【桑津オブザーバー】　ただいまご紹介にあずかりました野村総合研究所、桑津と申します。それでは、国内外における音楽・映像等のコンテンツ、特にクラウド型サービスの動向と市場の変化の状況について、簡単にご紹介させていただければと思います。

1枚おめくりいただきまして、今年はコンテンツという観点でいいますと、おそらく残されていた最後のアナログコンテンツでありました書籍がネットワークに来ました。見方としましては、既にでき上がってきたものがデジタルの環境に移ってくるというのは、これでほぼ打ちどめだろうという状況でございまして、これがおそらくコンテンツ産業からしますと、既存のあるものを乗りかえていきますということでは、おそらく最後のマーケットになったという状況でございまして、これは現状、1,700億円ぐらいのマーケット規模感はあるだろうと我々、予測しております。以降、グラフが続いておりますので、ポイントだけを駆け足でご説明させていただきます。

2ページ目でございますが、このマーケットが伸びた一番のポイントは、当然、仕組みですとかコンテンツとかあったわけですが、振り返ってみますと、おそらく端末が最後のボトルネックをつぶしたということございまして、ネット環境が整備された後、一番難しいと言われていました端末ができ始めたということで、このマーケットが今、まさにテイクオフしつつあるというのが現状でございます。それを追いまして、比較的、ストラクチャードなパブリッシング・マーケットであります新聞ですとか雑誌の領域も、これを追いかけて上っていきますということございまして、消費者向けの記事配信マーケット等がこれから立ち上がるということが予想される次第でございます。

4ページ目でございますが、これらのマーケットの背景にあるものということで、あえて一つ確認させていただいておりますのが音楽なんです、音楽は配信マーケット自体、実はこの数年、劇的に伸びていたわけではなかったんですが、これからもう一度、再成長モードに入るのではないかと予測がされております。これが今回のマーケットの環境変化の第一のポイントでございまして、平たく言いますと、スマートフォンがマーケットを活性化した、もしくは底上げしつつあるという状況でございます。これは特に定額制クラウド等を含めまして、2012年ぐらいからいろいろな国において、今までネットワー

ク化によりまして若干成熟といたしますか、少しマーケットが縮みかかっていたところが再度、成長傾向に転じる兆しが出始めたという状況でございます。これは以後出てきますマーケットの各セグメントにおいても、スマートフォンによる影響、スマートフォンによる上積みというものが立て続けにつながって出てくるという状況でございます。

まず、モバイルのコンテンツ、こちらはスマートフォンの内部でございますが、エンタメとか情報サービスということで、これも表示量が多い、もしくはアクセスがしやすいアプリケーションが出てくるということで、今までわりと伸びがとまっておった領域につきましても、緩やかな再成長傾向が出ております。これは5ページ目です。

6ページ目は、先ほどご説明がありましたモバイルマルチメディア。日本が実質先行しまして、今年から始まりますということで、マーケットの予測でございます。

7ページが有料のビデオオンデマンド。テレビは比較的ゆっくりと伸びてきたわけでございますが、携帯端末を対象としたマーケットが新しくでき上がったということで、有料なビデオオンデマンドマーケットにつきましても、2016年に向けて、これから成長といたしますか、少なくとも伸びが続くというふうに私どもは想定しております。ということで、従来のパソコン、テレビに加えまして、スマホが普及し始めたことによりまして、各コンテンツマーケットというのが一定の刺激を受け、底上げをされているというのが今のマーケットの状況です。

8ページ目ですが、話題になっておりましたソーシャルメディア広告等も、これは堅調な伸びにとどまるということでございまして、改めて見ますと、ソーシャルメディア、マーケットへのインパクトはすごく大きいんですが、動いているお金そのものを表面的に見る限りにおいては、そこまで大きくはないという状況でございまして、コンテンツというのに比べますと、若干、規模感に劣るという状況でございます。

その横で、テレビコマーシャル等で非常に派手にやっておりますソーシャル系のゲームが9ページ目でございますけれども、こちらに関しましても、10年、11年、携帯系のゲームに関しまして、若干、失速の傾向があるのではないかという予測を去年とかやっていたわけでございますが、思った以上にすそ野が広がっている状況でございまして、むしろ、既存のゲームマーケットがこちら側に移ってくるということで、これは伸びているというべきなのか、どちらかという、従来型のゲームの部分がこちらにシフトしてきているというのが実態に近いのかなというように思われます。

同じくモバイル系が需要を増やしにかかったというのが10ページ目のネット広告でござい

ございます。これも従来の部分は、依然として伸びておったんですが、若干、伸びが緩やかになりつつあったところにモバイル系の上積み、特にスマホによりまして画面の表示量、あるいはデータの提供の仕方が洗練されてきたという形でマーケットを伸ばす方向に転じるという状況でございます。

11ページ目、これはサインページでございまして、そこまでは大きく変わりませんということで飛ばします。

以上、いろいろなところでスマホが伸びる、スマホのせいで伸びるという言い方をしております、ちょっと背景をコンテンツ産業側の視点で改めて確認したものが12ページ目でございます。これは各社がいろいろな予測をしておりますが、定義にもよるわけでございますけれども、確実に言えますのは、今後販売されてくる携帯電話の主力が、いわゆるフィーチャーフォンからスマートフォンと呼ばれるようなものにシフトしているのは事実でございます。これがいろいろなコンテンツ系のマーケットの底上げ、もしくは刺激を与えているというのが今の現状でございます。

一方で、スマホの影に隠れているのがもう一つのトレンドであります伝送速度の問題でございまして、今年のご存じのようにLTEが本格普及し始める年でございます。これは供給サイド側から見ますと、ちょっとおもしろい状況になっておりまして、従来、コンテンツは固定のほうが高速で提供できて、それをスピードにおくれています携帯が順次提供していくということで、必ず後追いになってくるという二重構造になっておりました。ところが、現在、LTEが本格的に普及しますと、利用者視点では、おそらく実質的にスピードの差というものを感知することはできないだろうということで、画面の大きさに差はあるんですけれども、固定の利用者の一部におきまして、もう固定要らない、LTEだけでいいじゃないという方々が出始めてきたということで、すべてが1つになるというわけではありませんが、利用者視点で見ますと、LTEの普及は固定と移動というのを実質的に一本化するということで、画面サイズとか利用環境に差はあるんですけれども、利用者視点では固定と移動体の区別が今年からはなくなるのかなという方向でございます。これも小さな通信事業者観点で見れば、例えばネットワークを別々に構築、運用するということは、これは非常に非経済だなということで、もう1つでいいじゃないのかという議論が特に諸外国系ではこの流れが加速していくのかなというふうに思われます。

一方で、先ほどからスマホ、スマホ、スマホと言いつけているわけですが、スマホがもう既に起きている変化だとしますと、今後のターゲットとしましてスマートテレビに注目

が集まっているというのは我々だけが考えているわけではなくて、皆さんのご意見の一致するところかと思えます。一つとしましては、日本のマーケットを見ていますと、実はご存じのように、今後3年間、日本のテレビマーケット、販売はどん底が続きます。需要を先食いしてしまいましたので、家電量販店等を見ましても、かなり失速しております。今回、ケーブルテレビの予測なんかも、実はちょっと外したんですけれども、非常に今、難しい状況で、この12月あたりから有料放送に関しての前年底割れというのがものすごい勢いで続いております。今、かつて例を見ないコンテンツそのものに関しての市場の縮小と申しますか、一回、足踏みが起きています。みんながテレビを一生懸命買いましたと。有料放送に頑張っ入りまして。でも、それほどじゃないですね、地デジやBSでいいですよという方々が一部出始めたことで、ちょっとマーケットが今、足踏みの状況を迎えております。テレビの購入に関していいますと、おそらく3年分は先食いしてしまいましたので、新しいテレビを買って有料放送に入ろうという動きは、これからしばらくとまると見ております。ただし、その間に、本来、テレビが果たすべき方向性を、スマホを刺激としまして、新しいテレビをつくらうという動きは、これは日本だけじゃなくて、世界中でこれから一気に活性化するというので、スマホが今起きている変化だと申しますと、スマートテレビというのはこれから起こすべき変化というふうに市場で認識されたということです。

その切り口の1つが15ページでございまして、現状、テレビというのが衛星ですとか、あるいは地上波、ケーブルといった複数のパイプを受けているものでございまして、今現在はデバイスの多様化ということで、パソコンであったりスマホであったりという形で非常にサービスが分散化しているという状況でございまして。ただし、これが未来永劫、分散化するのか、改めてテレビのマーケットをほかの端末のサービスが侵食しているわけですが、冷静にこれをすべて横並びに見たときに、やはりテレビが強いんじゃないかという意識が、絶対的なキングじゃないかもしれませんが、相対的に見ればやっぱりこれがキングだろうという議論が出始めました。ということで、今、端末にたくさんのコンテンツが分散したわけですが、やはりテレビ事業者、もしくは放送事業者の方からしても、例えば地域視点のソーシャルメディアみたいに、今まで分散化したものをもう一回、リビングのほうに束ね直すことができるんじゃないか、その際のプライムは、やっぱりこれはテレビじゃないかということで、ほかのメディアをもう一回、なくす、駆逐するではなくて、たくさんある生態系の中において、テレビの相対的な優位点にもう一回、注目する必要が

ある。これを3年ぐらいのレンジでやろうというのがおそらく今、コンテンツ系の方々が注目されているところでございまして、スマホによって刺激を受けてきたところです。例えばネットテレビの議論が出ているわけですが、10年ぐらい前にネットテレビが出たときに、リビングルームで電子メールをみんなで見るなんていうのはありえない、どんな罰ゲームだという話があったわけですが、地域のコンテンツという議論を見た場合は、これは逆にひとりで携帯で小さい画面で見るといいんじゃないかという議論がやっぱり改めて出てきたという状況でございまして、そういう面で、テレビの新しいリポジショニングというか、再評価ですね、これをするのが事業機会があるんじゃないかというふうに営利系の方々が考え始めたというのが今の現状です。

実際、米国等を見ますと、状況が少し変わってきたというのが16ページ目でございまして、これは先ほど出てきましたNetflixですとか、あるいはhuluとかなんです。テレビに対する見方が少し変わってきたのかなということで、日本にいとあまり考えにくいんですが、テレビにくっついているゲーム機があるわけですが、WiiですとかPS3、XBOX360とあるわけですが、こちらに動画を配信して見る方々が、例えば米国の場合、一定量出てきたという状況でございまして、いわゆるテレビを介して、放送もそうですが、ゲーム以外のコンテンツとかをダウンロードして見ましようという方々がおそらく300万とは申しませんが、アクティブでも30万から100万ぐらい出始めたという状況でございます。こういったものを受けまして、Netflixやhuluが伸び始めて、若干、量は増えているということでございます。

それを受けまして、17ページでございますけれども、広告主体とか有料課金とか副業があるとか、基本はサービスであるということで、多様な事業者がいろいろなモデルで参入してきました。現状、欧州と日本と米国とを見たのが18ページでございまして、やはり2つの方向に分かれてきたなということです。画面そのものがコンテンツと、それからネット系のものが融合されたスマートテレビであるということは変わりありません。ただ、18ページのグラフに出ていますように、縦軸でいう、これはあくまで放送なんだと。ネット技術はコンポーネントだと。文字放送のかわりにネットのテキストを使うんだというものや、既存の放送事業者が秩序立ってコンテンツのコントロールをしっかりと行いましようという取組が出てくる一方で、米国のようにネットの上にケーブルテレビ事業者があっという間にいいだろうと、我々はそれを目指すといった非常にシンプルなサービス群の2つがマーケットに出てきております。今、どちらが注目を集めつつあるのかなというように言う

と、左下のほうは比較的、参入が簡単でしたので、先ほど言ったようなhuluやNetflixみたいなものが下のほうで出てきています。一方、我々としては右上のほう、特に欧州の事業者がこの方向でのアプローチを強めておりますので、次世代テレビに関しましてのコンテンツの作成、もしくは立ち位置というところで、右上の側におそらく今年の皆さんの注目は進むんじゃないかと。ドイツのHbbであったり、Telecom Italiaといったところに各社の注目が集まってくるというふうに私どもは見ています。

長くなりましたが、その一方で、今回のお題でありますクラウドの基盤の移行ってどうなっているんだという議論であります。クラウドというのは何ですかという議論をしますと、ネットワーク上の分散した仮想化した環境内に行けますという議論と、先ほど総務省様の資料でありましたようにネット側にコンテンツが蓄積されていて、利用者から見てどこにあるかわからないから、それをクラウドと呼ぼうという形で定義が結構分かれております。ここでは厳密な意味のクラウド、つまり、複数のデータセンター系に分散しているという想定をしておりますが、現状、コンテンツ事業者、特にゲームとかコンテンツ配信の方々を見ますと、クラウドというのが技術的には仮想化というものと実質的なプライベートとパブリックのクラウドといったような3段階ぐらいに分かれているのかなというふうに思います。

いわゆる機械の仮想化、いわゆる技術として特定のマシンじゃなくて、マシン内に仮想マシンを置いて運用を楽にしましょうという議論は、実はもう六、七年前に既に進んでおります。このころはサーバのコストが下がったり、大きなUNIXのサーバから仮想PCサーバ・クラスタに移行して40%ぐらい下がったと。ちょっと信頼性も下がったかなというのが当時の流れでした。二、三年前は実質プライベートということで、複数のサーバのクラスタ群ですね、サーバをたくさん入れた固まりをまとめて、実質的にはプライベートクラウドですというものがおよそ二、三年ぐらい前にできておりました。これは加入者が大体1,000万ぐらいの規模の事業者は、ゲームにしてもコンテンツ会社にしても、こちら側に移行していたと思います。現状、これらの方々がものすごく大きくなりまして、加入者が3,000万級ぐらいになってきた段階で、もうとてもじゃないけれども、全部を自分たちの均質なプライベートクラウドで持つのは無理という判断をされまして、例えば単純な配信、予告編の配信、あるいはゲーム内のコミュニティ、ウェブサービスやメールみたいなものは、もう全部、外にパブリッククラウドで出しちゃえという理論でありまして、現状を見ますと、すべてのコンテンツをパブリッククラウドに移行するということ

は全くなされておられません。一方で、コンテンツが量的に爆発しておりまして、もう名だたるコンテンツはパブリッククラウドに移行せざるを得ませんというのが今の現状でございます。

背景としましては、2010年は楽曲の例でいくと、2001年、iPodあたりが普及し始めた年に比べて、楽曲のデータ量はおそらく1億倍になったと言われておりまして、現在も増加しております。しかも、この楽曲のコンテンツが、例えば未アクセスといったような、登録はしたんだけど、全然使われないよみたいなコンテンツと非常によく使われますよというコンテンツの偏りが大きくなりまして、コンテンツを一律のコストや手間ですべて保管するというのはやっぱりおかしいんじゃないかという見方が出始めたということです。加えて、もう一つがコンテンツの単価低減でございまして、新興国のマーケット拡大で楽曲のコンテンツ拡大は、おそらくその当時の100分の1ぐらいの価格になっているんじゃないかという議論がなされております。ここまで下がってしまいますと、従来と同じ保管の仕方、お金のかけ方は、やっぱり無理があるよという議論が出始めておりまして、量的な拡大、単価の定価、規模の拡大というものを背景に、クラウドというものを併用せざるを得ないという議論が、おそらくもう供給サイド側からはぜいたくは言えない、ほかにもう代替するオプションがないじゃないかという状況になっております。

これが大きな事業者とすると、別の動きが出ています。20ページです。特に配信とかゲーム系の小さい事業者はどうなっているのかということ、彼らは今、サーバを使う手順とどうなっていますか、フォーマットとどうなっていますか、プロトコルとどうなっていますか、やり方が実は決まってきたということでございます。単刀直入に言うと、生まれたときにクラウドを使った方々は、大きくなって、やっぱりクラウドを使うという状況ができておりまして、例えば典型的なネットベンチャーは、今、西海岸とかは必ず起業時に、開発の環境とか初期オペレーションは大体、Amazonを使っております。これはなぜかというのではなくて、そういうものなんだということでございます。そもそも比較とか対象とか、そういう議論ではないという議論です。これらのコンテンツ事業者がサービスをそこそこ広めて、加入者3万人ぐらいのサービスになると、大体、VPS、バーチャル・プライベート・サーバですね、データセンターの中で、一応、この区画をあなた用の仮想ホスティング環境として用意しますよというものを使っています。これが商売になってもうかりますよというのが大体30万ぐらいだと思んですが、このころになると専用ホスティングということで、この一角の機械は全部あなたのものですよという形で運用しています。信頼性という観

点でいうと、やっぱり専用サーバが安心だね、コストもここで負担できますよという議論だったんですが、ここに来て、加入者が300万とか、あるいは先ほどの3,000万というところで、専用ホスティングという議論を始めますと、データセンター1個、丸ごとよこせというような議論になりまして、事業者的にはとても管理できませんという状況が出始めました。したがって、単純な配信とかゲーム内コミュニティはパブリッククラウドで出そうと。そもそも専用ホスティングで300万、1,000万、3,000万というのをやっていくというのは、そのための要因が、負担が極めて大きいという状況が出始めているということで、結果的にもともとクラウドで生まれた方々が大きくなった段階で、もう一回、クラウドに戻ってくるという傾向が今、見えてきたということでございます。

20ページの下に矢印が書いてありますが、一方で、実は初期にアマゾンを使った後、このまま3人でiTunes Storeへ行って、Appleのスマホのソフトだけ使ってしまうという議論も実は出ておりまして、これは本日の話とは別ですが、大きな会社をつくるのではなくて、3人ぐらいで小さいテーマをずっと追いかけるといったような、少しベンチャーの中の職人の方々みたいなんです。こういった環境も一つ出てきております。ちょっとこれは今回の話の本筋とは違います。

そういう面で、新しく誕生するコンテンツとかネットサービス事業者というのは、常に起業段階からクラウド利用でありまして、世界市場に展開する際に、自前でリソースを持つということは、そもそも選択肢としてありませんということでありまして、専用ホスティングというのは最終段階じゃないんだという議論がこれからさらに増えていくだろうという状況でございます。

ということで、マーケット、特に最近変化があった状況と、特にクラウドに関しましての補足を説明させていただきました。

【村井主査】 どうもありがとうございました。

それでは、何かここでご質問、ご意見等ございますでしょうか。

それでは、これも後でまとめて議論していただくことにいたしまして、次はNHKの元橋様、松隈様にご説明をお願いいたします。

【元橋オブザーバー】 おはようございます。NHKの元橋でございます。今日はラジオのIP送信についての発表がメインでございまして、その前段として、先行して始まっているNHKオンデマンドの話をとというお題をいただいたんですが、資料ではちょっと大

げさな表題をつけてしまいました。

なぜかといいますと、やはり去年、2011年というのは、私ども放送事業者にとってはこれから先のいろいろなことを考える大きなエポックというか、ターニングポイントだったのではないかという意味で、こういうタイトルにしてみました。まず「3.11」、東日本大震災というのは、放送局、あるいは「放送」の立ち位置を考える意味で、非常に重要な出来事だったと思っております。私どもは報道機関として、テレビやラジオを通じて命にかかわる情報、あるいは生活に必要な情報を提供し続けたわけですが、あの時、テレビやラジオをお持ちでない方、あるいは停電が長引いて必要な情報が伝わらない方が大勢いらっしやった中で、ふだんではなし得なかったことですが、2週間にわたってテレビ放送をライブでそのままインターネットを通じて提供いたしました。それから、このライブ配信もその一つですが、ほかにもインターネットの様々なサービス、例えばGoogleのPerson Finderと連携をして、NHKに集まってきた被災者の安否に関する情報をお伝えするなどというような取組をいたしました。

それとともに、私どもは報道機関として、緊急災害時には通常の編成をすべてやめて特設ニュースを放送します。このときは2週間にわたって震災関連のニュースを放送し続けました。これは当然のことなんですが、一方で、視聴者の方、お客様からは、地震に関する報道だけではなくて、心が豊かになる、ほっとするような番組も見たいというニーズも多く寄せられました。特に子どもたちにふだんやっている子ども番組を見せてほしいという要望は数多くいただきました。従来なら、震災の報道をやっている中でそういう声にお応えすることは厳しかったんですが、このときにはインターネットを通じて提供しているNHKオンデマンド中で、一定のニーズにおこたえすることができたのかなと思っております。この震災での様々な教訓というのは、放送と放送局のこれからのメディア対応、とくにインターネットをどう活用していくかということを考えるうえで非常に大きなきっかけになったと思っております。

もう一つの経験。これはこの委員会でも長くずっと議論されてまいりましたけれども、「7.24」です。東北3県は3月いっぱいまでアナログ放送を継続していますが、去年の7月24日をもって44都道府県で、幸いにして皆さんのおかげさまをもちまして、それほど大きな混乱はなく地上波のテレビ放送をアナログからデジタルに完全移行することができたことです。これはやはり単に電波の送り方が変わったということではなくて、全国のすべての民放、NHKのテレビ放送のネットワークという伝送路がフルデジタルにな

ったこと、それから全国のすべてのご家庭にあるテレビが、もちろん、一部、まだアナログのチューナーなどで受信しておられる方もいらっしゃいますが、基本的には日本中の家庭で受信機がフルデジタルになったこと。つまり、インターネットと非常に親和性の高い、放送とインターネットがシームレスにつながるという受信機がこれだけ多く普及したということです。このポテンシャルを、我々が、これから先、どう生かしていくかということが非常に大きなテーマになってくると思っております。

放送は、長年、技術発展の成果を生かしてサービスを高度化してきましたが、この3.11と7.24という経験をこれからしっかり生かしていくということが問われてくるんだと思っています。

NHKオンデマンドについてですが、概要は資料に書きましたので繰り返しいたしません。やはり先ほどから出ておりますとおり、スマートフォン、あるいはタブレットへの対応というのは、これから急がなければなりません。現在はPC向け、それからテレビ向けを中心にやっておりますが、先週、新しい実施基準が認可されて、こういう新しい端末への対応が柔軟にできるようになりました。ここでも、新しい地平が開かれていると思っております。

それから、NHKオンデマンドは独立採算でやっておりますが、まだまだこれを単体で見ると、事業的には厳しい部分があるんですが、おかげさまでアクセスも増えていまして、売り上げも上向いてきております。それとともに、番組の見方、楽しみ方というのは変化しております。例えば教育テレビ、Eテレで放送したときには、視聴率でいうと1%に満たないような「ハーバード白熱教室」という番組が2010年度のNHKオンデマンドのアクセスランキングでは4位になるとか、あるいは去年の12月から今月にかけての月間のアクセスランキングでいうと、スペシャルドラマで放送した「坂の上の雲」という番組に関連して、10年以上前に放送した日本海海戦を描いた歴史ドキュメンタリーというのがアクセスランキングで上位に入ってくるなど、じっくり見たいという視聴者の方の知的な好奇心におこたえするという意味で、テレビの新しい楽しみ方を提供できるようになったと思います。また、NHKオンデマンドの視聴動向を分析することによって、我々の番組の作り方とか、あるいは放送の編成の仕方にもいい影響が出てきていると思っております。

先ほどの野村総研さんのお話にもありましたとおり、スマートTVということが一つの大きなトレンドになっておりますので、今後は、単に番組を放送する、あるいはオンデマ

ンドで番組を丸ごと配信するというだけでなく、それはそれでもっと拡充していきますが、やはりソーシャルメディアとかCGMなどインターネットの様々なサービスと連携して、放送をより楽しんでいただけるというような形をつくっていきたい、拡充させたいと考えております。

私からは以上です。

【松隈オブザーバー】 NHKラジオセンターの松隈と申します。よろしく申し上げます。

去年の秋に立ち上がりましたNHKネットラジオ、らじる★らじるについて、ご説明させていただきます。

まず、実際に今、ネットラジオのポータルサイトを映しまして、説明させていただきます。NHKのトップページからも入れますけれども、こんな画面がありまして、R1、R2、FMと3波、これを押せば、すぐ聞こえるようになるものです。例えばR1を押すと、このように音声プレーヤーが立ち上がりまして、今、放送されているラジオがそのまま聞こえるというものです。ちなみに、番組ホームページのコーナーを押すと、それに関するホームページを見ながら聞けるというものです。

それでは、中身を説明させていただきます。

今、ごらんいただきましたように、パソコンでは向かって左側の画面で音声プレーヤーが立ち上がると。そして、バックグラウンドで音声を聞きながら、ほかのいろいろなサイトを楽しめるようになっております。それから、右側はスマホの画面でして、同じように見ただけで統一したイメージにするために、R1、R2、FMというボタンを大きくしました。スマホの場合もバックグラウンドで聞けますので、ほかのサイトを楽しみながらラジオを楽しめるということになっています。

それで、去年の9月1日の防災の日にまずPC系をスタートいたしました。それから10月1日にスマートフォン、Androidのアプリを配信を開始しまして、この10月末にはiPhoneでもアプリを配信するようになりました。ちなみに、らじる★らじるという名前ですけれども、実はたまたま去年の春にNHK3波のラジオキャラクター、らじるというのを誕生させまして、そのらじるとNHKラジオといえらじるだよということで、親しんでもらうということにつけた名前です。

それから、今のらじる★らじるですけれども、配信エリアは日本国内限定で、IPアドレスで識別しています。それから、配信方法は、今、ごらんいただきましたように、専用

のホームページから各波ごとに音声プレーヤーで聞けるストリーミング方式です。配信しないものにつきましては、いろいろ議論したんですけども、環境によってはスマートフォンなどは1分程度おくれたり、多いときには2分ぐらいおくれるものがあるので、混乱を防ぐために時報、緊急地震速報は今、配信していません。それから政見・経歴放送は制度で決まっておりますので配信していません。それから、権利処理ができなかったコンテンツということで、これは後ほどご説明させていただきます。

それから、この目的ですけれども、ラジオというのは聴取者が高齢化しているのと、もう一つ、聞こえにくいところが結構増えているということで、例えば夜間の外国電波混信——日本海側ではラジオが聞こえにくい状況があるということと、あと、都市内、東京とか関西とか、マンション等鉄筋コンクリートの住宅の増加によってノイズをもたらす多様な電子機器の普及などで、ラジオは特に聞きづらい状況になっていると。NHKの放送センターの建物の中も、玄関入った途端に聞こえなくなるという状況になっているということです。

これは下に書いてありますように、本来業務としてではなくて、放送法の20条2項8号の業務で、放送およびその受信の進歩発達に特に必要な業務ということで、特認業務として認めていただいたということになっておりまして、インターネットによるラジオの同時提供を試行的に平成25年度末まで実施し、効果を検証するということになっております。

それから、技術的な仕様を簡単にご説明させていただきますと、ストリーミング方式で、パソコン向けはF l a s hとW i n d o w s M e d i aですね。それから、スマートフォン向けはH L Sというものです。それから、音声ビットレートは48k b p sということで、ステレオ並の放送かなと思っています。それから国内限定配信で、海外のアドレスなどを使っているところは聞こえない場合がありますけれども、基本的には国内限定でやっております。技術的な仕様は先行サービスのr a d i k oさんと同等だと思っています。

それから、これまでの動きですけれども、先ほどご説明しましたように、9月1日、10月1日に誕生しまして、10月2日に民放連さんと共同でラジオキャンペーンを行ったんですけども、そこでPRさせていただきまして、10月11日にPC版の本格的な番組表がスタート、それから27日にi P h o n e用のアプリがスタート。この後もバージョンアップを繰り返しまして、細かなバージョンアップを繰り返しているという状況です。

それから、問題のネット向け著作権の許諾状況ですけれども、権利者団体との交渉状況については、主な団体はご理解いただいて、了承していただいております。スポーツ放送に関しては、個別に権利団体がありますので、先行のサービスであるradikoさんの交渉などを参考に、それぞれ個別に交渉をしているということです。それから、製作現場での権利処理というのは、これ以外に個別に許諾を得てもらう必要があるものとして、“ノンメンバー”の出演とか著作物の使用に関しては、個別に紙をつくって許可をいただいているというものです。それから、過去の番組の再放送でも同様に許可が要るということになっております。

それで、問題の権利が獲得できなかったものは“フタ”というフィラー音楽を流しているんですけれども、これまでどれだけ権利がとれなかったものがあったかという、9月から12月の実績で、R1、ラジオ第1に関しては、渋谷スポーツカフェというのが全部で5回ありまして、全体をふさいだのが10月11日放送、それから一部ふさいだのが4回ありまして、これは実は過去のスポーツ実況ものでして、過去に関しては決められていないので、権利がとれなかったというのでフタをしたということです。それから、FMベストオブクラシックで5回、それからシンフォニーコンサートで1回ありまして、これは外国の演奏者がたくさんあって、なかなか時間がかかるのでとれなかったというものです。それ以外に定時保守作業のときもフタをしています。フタ用のフィラー音楽が意外に好評で、結構問い合わせがあるというおまけもついております。

それから参考までに10月から12月までのNHK全体のPCサイトのアクセスのディレトリ順を出しましたけれども、ページビュー、ページが多い番組は結構有利なんですけれども、ネットラジオは7位に入っているということで、大河ドラマ「江」の10位の上に来ていまして、「ニュースで英会話」は結構高いんだなと思いつつながら、7番目にアクセスが来ているということです。

それから、スマートフォンに関しまして、10月から12月までのランキングですが、同じく7位に来ていまして、同じように一応のアクセスは来ているということになっております。

それから、ネットラジオができて、いろいろな番組を判断する指標ができたんですけれども、これまでラジオの場合、どのくらい聞かれていたかというのは何か月置きの調査しかなかったんですが、ある程度、素早く傾向がわかると。これは12月のある日のFMの同時ストリーム数というグラフですけれども、5分置きに何台のパソコンが接続され

ているか数字がすぐ出るというものです。

それから、もう一つの指標としてユニークIP数というのをNHKでは使っておりまして、これは少しわかりにくいんですけども、1日24時間で総計で何台のパソコンが接続されていたかという数字です。NHKの場合、R1、R2、FM、3波全部聞いていただいても1とカウントするというので、重複を除いて、らじる★らじるに来てもらったパソコン数がごらんのように出ているというので、一番上の黒いのが全体の1日に来た数字です。赤いのがR1、それからオレンジ色がFM、それから緑がR2というふうに、スタート当初は結構たくさん来たんですけども、その後、全体として五、六万に落ち着いてきて、12月31日の紅白で急にまた増えました。山が結構あるんですけども、ちょっと目立つ話題になると、すぐ増えるということで、9月の山は台風が来たときにR1で急激に伸びたと。それから、FMはときどき山ができていますんですけども、これはFMで10時間ぐらい、いろいろな1テーマで「三昧」という音楽をやるんですけども、「三昧」をやると結構来るということで、10月の山下達郎さんの「三昧」のときにはR1に追いつくというふうになっています。これが聞かれ方です。

今、ご紹介したものを数字でご説明させていただきますと、瞬間瞬間に接続されている台数であるストリーム数は3波で最大1万2,700台、平均で3,000台。R1は1,750台で、R2は230台、FMで1,150台。3波足した分にならないのは、先ほど言ったように重複を排除しています。それから、ユニークIP数、1日で全部で何台のパソコンが接続されたかを見ますと、3波合計で最大で10万台、平均で5万台を超えているぐらいです。R1は3万5,000台、R2が1万3,000台、FMが2万7,000台。それから、アプリのダウンロード件数ですけども、これは10月から1月4日までなんですけども、Androidで23万、iPhoneで40万ぐらいダウンロードされているという状況です。

これまでにNHKふれあいセンターに来た視聴者の意向ですね、9月1日から1月10日まで、全部で4,230件と結構たくさんのご意見をいただいております、世代でいうと、やはりNHKは50代以上の方が電話をしやすいというので75%と。男女比では男性が80%。それで内容に関しましては、ほとんどが問い合わせでした。要するに、50代年配の方がらじる★らじるを聞きたいんだけど、どうやって聞けばいいのという問い合わせがほとんどということです。

いただいたご意見をつぶさに見てみますと、難聴取の解消にかなり効果があるなという

ことが読み取れます。これで外国電波に悩まされずに聞けますとか、今までラジオをPCから離して聞いていたが、PCで作業しながら良い音で聞けますとか、それから聞く機会を逃していたが、また聞き始めたとか、語学番組に関してはかなり好評でして、語学番組を聞くのに大変便利になったということがかなりご意見でいただいております。

それで、ここまでとこれから、課題ですけれども、難聴取の解消に関してはかなり大きな効果があるのではないかということで、NHK内部で意見は一致しております。それから、NHKが新しい事業をやると、いろいろな賛否両論がありますけれども、このサービス自体に関しては批判的な意見はほぼなくて、つながりにくいとか、それから音がもう少しよくなるかという苦情の電話が少しあったぐらいです。それから、新しい聴取者層の流入と書いてありますけれども、先ほどのグラフを見ると、若い人向け番組とか、いわゆるオタクというような人向けの番組をやると、急激にアクセスが増えるということで、今までリスナーが高齢化していた中で、若い人たちがこのサービスに興味を持ち始めているのではないかと今、分析しています。

この後ですけれども、PCサイトとかアプリのバージョンアップを予定しております。ソーシャル機能をつけたり、何時になったら起動できるようにタイマー連動等を追加したり、それからもう一つ、ネットラジオ、らじる★らじるは、地域放送をやっておらず、全国一つの放送でやっていると。ローカル部分は関東向けの放送が流れるということで、これはたくさんのところから要望が出ているんですけれども、NHKのネットラジオは何でローカル放送が聞けないのかというリクエストが結構来ているので、これをどうするかという問題があります。それから急激に増えていますタブレット端末への対応をどうするか。それから、視覚障害者向けの読み上げソフト、これは間もなく完成する予定です。

以上がネットラジオ、らじる★らじるの現状です。

【村井主査】 ありがとうございました。

それでは、ご質問、ご意見等ございますでしょうか。

それでは、引き続きまして、最後の発表になります。TBSテレビの井川様、高澤様、お願いいたします。

【井川委員】 TBSではわりと早い2001年から動画配信についての可能性を模索するためにプロジェクトを立ち上げて、いろいろなトライアルに取り組んでまいりました。現在ではTBSオンデマンドという有料の動画配信サイトとNews iという、いわゆるニュースの情報を配信するサイトを中心にビジネスを展開している状況でございます。本

日は、これまでの経緯、それから現在のTBSオンデマンドの状況等をTBSテレビのペイテレビ事業部で担当しております高澤のほうから報告させていただきます。

【高澤オブザーバー】 TBSテレビの高澤と申します。よろしくお願いたします。

私は10年ほど前からCSのTBSチャンネルを含めた新規事業の立ち上げと運営に携わっておりまして、この直近、2008年度からは、主にTBSオンデマンドの立ち上げと事業化に携わっております。本日は、TBSのコンテンツ流通の観点から、現在のTBSオンデマンドの現場の生の実情と営みについてご報告申し上げたいと思います。

それでは、めくってください。まず、TBSオンデマンドとはということで、左の画像がホームページのトップ画面でございます。簡単に言うと、TBSのVODサービスということになるんですが、有料で動画を配信するサービスということで、ドラマが中心なのですが、映画、アニメ、音楽など、さまざまな多ジャンルの人気番組ばかりを集めて配信しているサービスとなります。

次に行ってください。我々のTBSの動画配信事業の歩みということですが、約10年前に社内でプロジェクトを立ち上げました。「プロジェクトBB」というブロードバンドを模した称号ですが、「プロジェクトBB」というプロジェクトを発足しまして、まだそのときにはほとんど権利処理できるコンテンツがなかったものですから、社内いろいろ探しまして、格闘技がネット向けに配信できるということがわかりましたので、まず、プロジェクト発足後、3カ月後に格闘技のコンテンツ、『猪木軍vsK-1最強軍』というものですが、これを配信してみました。当然、トライアルですので、売り上げはそんなになかったんですが、いろいろ配信事業者様との向き合いや権利処理の難しさというのを体感しました。それから、2002年になりまして、フジテレビ様、テレビ朝日様とともに、株式会社トレソーラを設立しまして、2回ほど配信の実験をしたんですが、これはご承知のとおり、トライアルとして大きな意味合いはありましたけれども、ビジネス的にはなかなか厳しいという結果が出まして、それからしばらくいろいろ社内で結果を検討していたということでございます。その後、2005年11月に、これは「TBS B o o B o B O X」という自社のブランドを立ち上げまして、これはB o o B oというTBSのキャラクターとブロードバンドという文言にかけた名称ですが、細々と配信事業を3年ほどやってまいりました。これもビジネス的にはなかなか難しい状況でございました。それから、NHKオンデマンド様が2008年12月からですとか、フジテレビ様もこの時期から本格的にVODサービスを強化されたと思いますが、我々もTBSオンデマンドという名前

に変更しまして、ここでしっかりとコンテンツを集めて強化していくぞということで、このように名称変更して、本格的な取組を始めました。

次、お願いします。6ページ目ですが、TBSオンデマンドに名前を変更してから、さまざまなトライをしました。この2年ほどの間にいろいろなトライアルをしております。まず、広告付き無料配信というものをやってみました。放送中の金曜ドラマ「ラブシャッフル」という連続ドラマですが、それからバラエティーの「ザ・イロモネア」という番組を無料で広告付きで配信してみるというトライアルをいたしました。それから、本格的に権利処理を行いまして、「TBSライブラリー番組」と書いてありますが、過去の名作ドラマを2009年4月から本格的に配信を開始しました。これは各局様の中でも早い時期にできたことでございます。それから、その1年後に見逃し配信、「ヤンキー君とメガネちゃん」という連続ドラマもございましたが、それを皮切りに見逃し配信を行ったということで、これらの施策によって、2010年4月、2009年度通期で放送局運営の動画配信サービスとしては初の単年度黒字化を達成いたしました。その後は、一応、事業として区切りがつかまりましたので、新しいデバイスにコンテンツを出していくことをさまざまトライアルいたしました。これは提携配信事業者様を通じてですが、iPhone向けに配信開始をしてみたり、Androidに出してみたり、いろいろいたしまして、その後、「クローンベイビー」という深夜のドラマなんですか、J:COMオンデマンド様と一緒に地上波より先に配信をしてみようというトライアルもしております。それから、黒字化も果たしましたし、いろいろと余裕も出てきましたので、自社サイト、ガラケー、フィーチャーフォンに向けて、「TBSオンデマンドモバイル」という自配信のサイトを立ち上げまして、ここでの配信を開始いたしました。それから、PlayStation Store等のゲーム機にも配信をしているということで、後は飛ばしますが、以後、さまざまなデバイスに出してみたりですとか、見逃し先行配信、無料配信、いろいろトライアルを、やれることはすべてやってみるということで、事業の傍ら、我々のコンテンツをどのように出していったらいいかということを経験していろいろトライアルしてきた歴史でございます。

次のページに行ってください。我々としては、ふだん、ビジネスの中で何を目標しているかということですが、当たり前ですが、単体の事業として黒字化を果たし、収益化することを目指して今に至るまでやっております。それだけではなくて、2番目ですが、放送局がコンテンツを死蔵せずに積極的に出していく、きっちり流通させていくということで、我々の持っている作品をネットに出していくということを常に心がけておりま

す。3番目、沿革のところでもいろいろと触れましたが、基本的に地上波よりも先に出したり、地上波のすぐ後に見逃し配信を試みたり、それからテレビ受像機以外にもさまざまなデバイスへ配信してみるといったことについて、チャンスがあれば全部トライしてみたいということを心がけております。4番目、TBSの60年にわたる膨大なアーカイブスの有効活用というところですが、これは放送局がやはりコンテンツを死蔵せずに、きちんと過去のものも、古いものも含めて出していくということを心がけてやっているところです。お配りしているチラシがございますが、1月の我々のパンフレットなんですけど、見開きの5ページ目と6ページ目の箇所を開いていただくと、例えば1958年、「私は貝になりたい」、50年から60年前の作品に関しても、我々のライブラリーに保管されているもので権利処理できるものは、これは販売が好調でなくてもしっかり出していくと、コンテンツの価値をさまざまな形で発揮していくということで、例えばこういう取組もしております、有効活用しているということでございます。最後に、当然ですが、違法コンテンツがアップされていることを指弾する前に、我々が「正規版」のコンテンツをしっかりと出していくことがなければ、違法だ、違法だということは言えないと思っておりますので、しっかりと我々のコンテンツを正規に出していくということを常に心がけております。

次、めくっていただきます。これは先ほどのTBSオンデマンドの無料見逃しサービスのトライアルということで、これはイメージ図ですので飛ばします。

9ページ目に行ってくださいまして、少し細かいところに移ります。結局、無料トライアルですとか、いろいろなトライアルをして、なかなか無料で広告付きでビジネスを継続的に維持していくというのはなかなか難しいということもわかりましたので、現状は事業としては有料で配信していくんだということをしっかり定めて、そこに向けてリソースですとか、我々の知見というのを集中していくということで、有料配信を我々、TBSはしっかりやっていくんだと。エンターテインメントコンテンツに関してはそういう方針を明確に打ち立てております。それから、2番目、エンターテインメントコンテンツですが、ドラマだけではなくバラエティーですとか自社で制作する音楽コンテンツですとか、ひいてはパンフレットにもありますが、ドキュメンタリーですとか、さまざまなコンテンツを継続的に出していくということを考えてやっております。それから、3番目、これは先ほども触れましたが、さまざまなウインドウ、地上波よりも先にやったり、直後にやったり、そういうことをいろいろトライしていこうということでございます。

次、お願いします。番組本数に関しましては、これは民放局の中でも随一だと思っております。2月1日現在、約10日後ですが、3,622本という番組数を擁するという事で、やはり過半がドラマになっていくという事です。音楽コンテンツや映画コンテンツも含めて、通常、なかなかアグリゲーションが難しいものも、しっかり権利処理して集めていこうということでございます。参考までに、1年前、2年前と比較すると、2年前は1,153本、1年前は2,001本ということですので、どんどん増えているということで、また、来年はおそらく4,000本、5,000本の大台に乗ってくると思いますが、1局がアグリゲーションを集めているコンテンツとしては相当多いのではないかと思っております。

それから、販売方法ですが、これは各局様と同じなんです。基本的には1話、1本315円で、約8日間視聴できるという価格設定にしております。この辺は少し高いのではないかとご指摘も受けておりますが、既存のレンタルDVDの市場とのコンフリクトなども考えておまして、価格に関しては下げるときは一気に下げられますので、慎重に今は高目で販売して、いろいろとマーケットの規模などをはかっているところでございます。ただし、その次の項目ですが、例えば315円掛ける10話分、約3,000円少しですが、それを一気に買っていただいたお客様に関しては半額にしたり、1,575円で売ったりですとか、そういった形で柔軟な価格設定をしております。

次に行っていただきまして、もう一つの我々の特徴としましては、非常に多くの提携先を持っていることで、デバイスのにはテレビ受像機、パソコン、あとはフィーチャーフォン、ガラケーですね、それからスマートフォンがあるんですが、合わせて49ブランド、今、出しております。商談が成り立つところ、きっちり条件が合意できる場所はすべて出していこうということで、これもマーケティングリサーチを兼ねて、すべていろいろな方々とお付き合いをしているということになっております。

次に行っていただきまして、12ページ目です。コンテンツに関しましては、地上波のコンテンツにかかわらず、CS「TBSチャンネル」というのを私のペイテレビという部署で運営しております。そこでつくったコンテンツなども入れる形で、しかも権利処理も番組製作も一体化して行っております。この点が各局様と違うところで、豊富なコンテンツを擁する一つの要因になっているかなと思っております。ということで、BS-TBSのコンテンツも含めて、きっちりグループのコンテンツをネット配信に乗せていく、そのプラットフォーム、アグリゲーターとしての機能ということを意識して運営しており

ます。

次に行っていただきまして、最後に特徴の5番目ですが、権利処理、これはほんとうに緻密にやらせていただいております、当然、放送とは別の許諾ですから、きちんと権利者の皆様をリストアップしまして、団体の皆様経由、かつ、そこで処理できないものは個別にすべてオールクリアすると、すべて処理して、全部クリアできたものを配信に乗せていると。その結果で3,000エピソードを超えるコンテンツが今、ラインナップできているということで、非常にいい形になっているかなと思っております。当然、その売上げが上がれば上がるほど、権利者様への配分が増える、レベニューシェアモデルでやらせていただいております。

次、お願いします。ここからはコンテンツのイメージですので、ざっと飛ばしますが、見逃し配信を現在放送中のドラマでやっていたり、劇場用の映画の配信もやっております。次、お願いします。過去の名作ですね、「高校教師」という作品ですとか「オレンジデイズ」ですとか「愛していると言ってくれ」ですとか、かつて20%以上とった作品も非常にニーズがありまして、これはビデオパッケージで必ずしも出していないものですか、既にビデオパッケージで出ているけれども、DVDで出ているものですか、そういうものも含めて、配信に乗せて、改めて脚光を浴びているような作品もたくさんありますので、この辺は配信の非常に柔軟性があるところで、過去の作品に関しても積極的に今後もやっていきたいと思っております。

次、お願いします。あとは新しい「けいおん！」というアニメのシリーズが、映画化もされましたけれども、この辺は非常に売れておまして、パッケージで売り切った後に、改めてかなりおくれて配信に乗せたのですが、それでも収益化ができておまして、この辺はネットのVODのウインドウの有効活用ができているかなと思っております。

次、お願いします。以上、まとめますと、非常に「ドラマ」、「アニメ」、「映画」、「音楽」などがたくさん売れておりますし、「見逃しドラマ」も頑張って配信して好調でございます。それから、ライブラリードラマも、見逃しほどはいかないんですが、根強いニーズがあるということで、売れ筋としまして、やはりテレビが非常に売れていまして、テレビ7、携帯2、PC1ということで、もともと放送コンテンツですので、テレビの売上げが大きいんだということが数字で見とれますが、スマートフォンを含めて、モバイルの売上げが急速に上がっております、この辺は市場的に有望なのかなと思っております。

次、お願いします。これらの施策の結果、2009年度に通期黒字化をしまして、結局、TBS B o o B o B O Xやトレゾーラの時代と何が違うかという、地上波のコンテンツの権利処理が非常に円滑になってたくさん出せるようになったということで、2009年度を境に地上波のコンテンツを差し入れたところ、急速に売り上げが倍々ゲームで伸びているということで、この傾向は今も続いておりまして、来年はさらに多くの売り上げを上げられるかなというふうに思っております。

次、お願いします。ここからは今後の課題なのですが、これは2008年度から継続して取り組んでいることをございまして、基本的にコンテンツを充実させたり、いろいろなデバイスですとか売り方、E S Tという言葉もあります、ダウンロード売り切り型も含めた売り方ですとかと、そういうことに関して、いろいろと今後も今までどおり取り組んでいきたいと思っております。

次、お願いします。22ページがこれも今まで取り組んできたことをさらに強化し、配信パートナーも増やしていくと。今後新しい点としては、海外配信にどう取り組むかということは今、社内ではいろいろ検討しておりまして、1コンテンツだけ海外配信ができたんですが、継続的な取組とはなっていないので、これからもいろいろな観点で民放のVODサービスとして取り組んでいきたいというふうに考えております。

次、お願いします。簡単に「民放VOD」という取組に関してご報告しますと、昨年の8月3日向けで電通様と民放キー5局で共同でリリースを出しましたが、基本的にインターネットテレビ、今後のスマートテレビの類型にも通じるとは思いますが、インターネットテレビ上でVODサービスを共同で展開するというので、こういう取組をしております。もうあと2カ月から3カ月後、2012年春に開始予定ですので、今、最後の詰めをしておりますが、TBSオンデマンドとしては持っている3,000コンテンツをすべてインターネットテレビ上のサービスに出していくということで、しっかりと取り組んでいきたいと考えております。

次、お願いします。今まではTBSオンデマンドというエンターテインメントコンテンツの営みのご報告だったんですが、井川からもございましたが、TBSはNews iというブランドを中心にニュースコンテンツも十二、三年ほど前から積極的に、無料ではございますが、インターネット上に常に流通というか、コンテンツを出してございまして、こういった形で1999年に開始してから、例えばYahoo!BBさんのポータルに、これはB t o Bの形でお金をいただいて、Yahoo!BBさんのサイトの中で無料で配信す

るという類型なのですが、こういう形でビジネスにつなげたりですとか、あとはTBS系列、JNN各局の地域でそれぞれそういうモデルで販売していただいたりとか、2009年に入ると、YouTubeとGoogleとTBSがパートナーシップ契約を結びましたので、その一環でYouTube上にNews iを出していつているとか、facebookのページを開設して非常に人気が高いとか、さまざまな試みをして、最後にNews iと同じニュースギャザリングと申しますか、ニュースの配信サーバがあるんですが、それを利用したニュースバードというCSチャンネルが震災の際にUstreamとYouTube上でマルチキャスト、同時再送信でネット上に配信したりですとか、ニュースコンテンツの流通促進にも継続して取り組んでおります。

最後になりますが、基本的にこの数年のインターネットインフラの整備、また、ほんとうに権利者の皆様に大変お世話になっておりまして、権利処理の申請のプロセスも許諾のスピードも非常に円滑になりましたので、TBSオンデマンドのコンテンツがリッチになりました。その結果、我々、事業的にも成功しましたし、配信している量が3,000コンテンツを超えて、非常に質、量ともに向上しております。我々もその流れをさらに加速する形で、コンテンツを死蔵せずに積極的に活用していきたいと思っております。当然、それに伴っては、きちんと権利者の皆様に配分をするですとか、利用と許諾のバランスなども意識しながら、今後も実務を通じてエンターテインメントコンテンツ並びにニュースコンテンツの両方でTBSとしてはきっちりとネットに事業で成り立つ形でコンテンツを継続的に出していきたいというふうに考えておりまして、そういうことにさらに取り組んでまいりたいと思っております。

以上でございます。

【村井主査】 ありがとうございます。

いろいろご準備をしていただき、それぞれプレゼンテーションをしていただきました。どうもありがとうございました。

全体といたしましては、この委員会で議論を始めたときと状況が大きく変わってきているのではないかというような点、さらに課題としての幾つかの点をそれぞれの視点からご説明いただき、また、諸外国の状況等の背景などをいろいろな角度からご説明していただいたわけですが、ここで皆様からのご意見、ご質問をいただきたいと思っております。どなたからでも結構ですし、どの点に関してもでも結構です。

はい、どうぞお願いいたします。

【華頂委員】 検討委員会の今後の進め方、資料1なんですけれども、このページをめくって1枚目と一番最後の参考ですか、注釈なんですけれども、この両方にクリエイターへの対価の還元についての議論、これがアンダーラインつきで記載されているんですけども、3ページ目ですか、検討スケジュール（案）を見ますと、そのことについての記載がないということは、今後、この議論についてはどのような取り扱いがされていくのかをお示しいただきたいんですが。

【村井主査】 ありがとうございます。

これは事務局からお答えいただけますか。

【竹村情報通信作品振興課長】 本委員会におきましては、従来の議論の経緯といたしまして、私的録音録画補償金制度以外の手段によりましてクリエイターの方々への対価の還元策について検討していこうということになってございました。今、ここに挙げましたように、例えば権利処理の円滑化の問題ですとか、不正コンテンツをなくして正規流通の環境を整備していこうとか、新しいプラットフォームを準備していこうとか、そういうものを通じまして、コンテンツ市場のパイを拡大して、その中でクリエイターの方々への対価の還元策を検討していこうという流れだったと思います。それ以外の方策について、今後のクラウドサービスなどの登場におきまして、どういうやり方があるのかということについて、皆様からご提案をいただいて、この中で検討していきたいということでございます。現在、確たる案があるわけではございませんが、むしろ、皆様からいろいろご提案をいただいて、ご提言をいただきたいというふうに考えてございます。

【村井主査】 どうぞ、華頂さん。

【華頂委員】 ということは、今後行われる会合すべてにかかわってくる問題ということなんですか、そういう取り扱いですか。

【竹村情報通信作品振興課長】 もちろん、そういうことだと思います。いろいろな課題を検討する中で、クリエイターへの対価の還元策ということについて念頭に置いて議論をする必要があるのではないかと考えております。

【村井主査】 よろしいでしょうか。

では、椎名さん。

【椎名委員】 今のお話で、コンテンツ流通振興策によって、結果的に対価の還元サイクルを太くしていくというお話ありましたけれども、やはり一方で、今日のレポート、幅広いレポートをいただいたんですけども、コンテンツの価値が下落している、利用は拡

大するけれども、価値は下落していく、番組製作の予算が下がってきているというような状況がある中で、やはりコンテンツを取り回す上での利便性が増せば増すほど、なかなかそういうビジネスにも影響を与えられてくるという構造は、パッケージ時代から配信にシフトしたとしても何も変わらないと思うんですね。個人の利便性の部分ということで整理をすると、まさにダビング10というような著作権保護ルールですかね、それを検討する上での対価の還元ということが狙上にのぼって、関係者の検討を期待しましょうみたいなことで、その検討を横目で見ながらスタートしたダビング10だけれど、一向にそういったところが進んでいないという状況にある中で、やはり補償金制度以外というふうに書いてありますけれども、むしろ、補償金制度にかわる何らかのソリューションを、対価の還元のソリューションを考えていかなければならないんじゃないかという意味で、僕はここの部分を受け取っています。

今、まさに裁判というふうなことが起こっておりまして、ダビング10の対応機器の中で、デジタル放送のチューナーしか積んでいないものは補償金の対象であるのかないのかみたいな極めて限定的な議論がされていて、ただ、裁判の影響のおかげで補償金制度をどうするのかという議論自体が全く進まない状況にある。一方で、権利者への対価の還元はどんどん細くなっていくという状況がございます。やはりこういったことは、国のコンテンツ保護の基本に座る仕組みとルールといった問題として、まさに行政の場で議論されていくべき問題だと思うんですが、なかなか進まないというところで、この問題をそういった観点からも今後検討していただきたいなというふうに強く思っております。

【村井主査】 ありがとうございます。

そのほかのご意見、何かございますでしょうか。はい、どうぞ。

【長田委員】 総務省に質問なんですけれども、資料2のコンテンツの不正流通のところです。動画投稿サイトを利用した人が62.2%で、かつP2Pファイル共有ソフトの利用実態も2割という、この数字なんですけれども、これはどういう方が調査対象ですか？ちょっと非常に高い数字かなという、漠とした感じを持ったものですから。この後もまたユーザーの意識調査をすることになっていきますけれども、どういう調査の仕方をしたのかによって、大分数字が変わってくるんじゃないかと思うので、教えていただきたいと思います。

【松本情報通信作品振興課課長補佐】 事務局でございます。

資料につきましては20ページでございます。P2Pファイル共有ソフトの利用実態の

調査でございますが、総務省で昨年度実施いたしましたネット調査でございます。したがって、対象はPCの利用者というところでございます。その理由は、P2Pファイル共有ソフトの利用実態ということで、ほぼP2Pファイル共有ソフトに関しましては固定のPCで使われる方というのがメインでございますので、一方で動画投稿サイト等に関しましては携帯電話での利用というところも多いんですが、そういう利用実態がございますので、PCに限定しているというところでございます。後段の今後実施いたします総務省のユーザーの調査というところでございますが、これに関しましても、予算と時間との関係で、現状ではPC、ネットユーザーでの調査を想定しているところでございます。

以上でございます。

【村井主査】 はい、どうぞ。

【長田委員】 もしそれだとすると、もともとそこでPCの利用者を対象にしているのにもかかわらず、日本国民に換算するとというか、日本国民の2割がというこの表現はちょっと違うんじゃないかというふうに思います。

【村井主査】 動画投稿サイトの「ダウンロード、アップロード経験者」というデータと、「コンテンツの不正流通」というタイトルが実態と合っているのかなと思います。表現の問題だと思いますけれども、今は殆どの市販のテレビにサイトの閲覧機能が入っているようになっておりまして、それが不正だということは言えません。今、華頂さんや椎名さんがご指摘されたような、やはり権利との関係というのを、それぞれ本日ご説明いただいたような新しいモデルの中でどのように考えていけばいいのかということも議論する必要があります。それがその前段の話だだと思います。また、本日はクラウドのご説明をしていただきましたけれども、こういった様々な新しいサービスでそれがどういう課題を持っているのかということもいろいろ理解をして議論していく必要があるかと思います。

それでは、ほかにいかがでしょうか。はい、どうぞ。

【畑委員】 日本レコード協会の畑と申します。よろしく申し上げます。

総務省様に1点ご質問ですが、「総務省の取組」という資料のちょうどコンテンツの不正流通の1ページ前、「放送コンテンツの権利処理一元化の推進」というところですが、映像コンテンツ権利処理機構をコアにしまして、すべての権利処理について一元的に係る実証実験を行うことを検討するという趣旨と理解してよろしいのでしょうか。

【竹村情報通信作品振興課長】 これは現在、3年計画の2年目で、実験中でございます。現在の進捗状況は、まず、権利処理の窓口がいろいろな権利者団体に分散されてい

たのを一元化すると。さらにそれをネット上で手続をやれるようにするという。それから、権利料の支払いの請求についても今年度はシステム化していこうということで、こういった実証実験を踏まえてシステム化ですとか窓口の一元化を推進していくということでございまして、おっしゃるとおり、映像コンテンツ権利処理機構がコアになって、そういった業務をしていっていただくことを期待しているものでございます。

【村井主査】 そのほか、何かございますでしょうか。今の進め方、それからいろいろご説明いただいた取組に関してのご質問やご意見でも結構でございます。はい、河村さん。

【河村委員】 今日のところは、思うところは言わないでおこうかなと思っていましたが、権利者さん側のご発言が続いたので、一応、利用者の側から今日のところ、特にTBSの動画コンテンツの流通促進に関する取組の発表、すごく興味深く聞かせていただきました。いろいろなお努力をされて、売り上げ推移などを見ていまして、要するにダビング10の話も出ましたが、私はもともとダビング10なのか幾つなのかということと、こういうこととはあまり関係がないと、影響はないというふうに思っていました。結局、何が言いたいかといいますと、コンテンツの側がすごく網羅的に、どんな人の多様なニーズにもこたえられるようなものを用意して、すごく使いやすいサービスであって、十分リーズナブルな値段であったら、そんな網羅的に凝ったやつを個人レベルで録画してこまめにとっておくなんてことはできなくて、見逃しもそうですし、過去のドラマもそうなんです。個人ではほんとうにもものすごく思い入れがある何かに関して、何かとっておきたいと思うかもしれませんが、基本的に便利になればなるほど、こちらが便利になればなるほど、個人は録画をしなくなると私は思っております。ですから、TBSの方がまさにおっしゃったように、不正流通云々という前に、きちんと権利処理された正規なものを、たくさんコンテンツを、バラエティーをもっと用意するということが不正なものを駆逐していく道だと私は思っております。しかも、不正なこと、さっきの長田さんのご質問もありましたけれども、要するにアップロードしている人たちのことを一生懸命何とかしていくことによって、それはできるわけですから、私は何度も申し上げましたけれども、日本中の地デジ移行が、一応、被災地抜かして成功したことになっておりますけれども、日本中の録画機も持たない人たちのテレビも含めて、ダビング10という仕組みが支配してしまっていて、そのためにカードだ、カードにかわる方法だ、また新しい社団法人ができる。私、何度も思うんですが、録画を11枚以上させないためという仕組みに、何でこれほどのばかげた大げさなことをするのかと。むしろ、そういうことにお金をかけるとか、エネ

ルギーをかけるのではなくて、ほんとうにきちんと権利処理されたいコンテンツをたくさん使いやすく流すと、そういうふうにしていけば、人々は手足を縛らなくても、そんな面倒くさいことをしなくなります。だって、コンテンツは膨大にあるわけですから、個人ではそのレベルで録画を一生懸命するとか、録画できる仕組みがあるからといっても、できっこないんです。だから、そういう個人でできない、ほんとうに多様なコンテンツを用意して、多様なニーズにこたえるという仕組みが使いやすくできるということを目指してほしくて、便利になればなるほど権利者さんの利益が薄くなるという方向では、どう考えても、その反対に便利にならない世界を想定しなければならなくなります。それは大変不幸なことだと思いますので、今、私が申し上げたような方向で考えるということをご消費者、利用者代表としては申し上げたいと思います。

【村井主査】 ありがとうございます。そのほか、何かございますでしょうか。

それでは、主査としてまとめる前に、本日、ネットワークの話が出ておりませんので少し現状と課題についてお話させていただきたいと思います。テレビがデジタル化されてフルHDなど高解像度になりましたが、本日ご説明いただいたようなコンテンツというのは、かなり情報量の多いストリームであり、これが非常に便利に使えるようになってくるとい背景には、やはり野村総研様のご説明にありましたように、ブロードバンドもモバイルも非常に高速なネットワークができているということがあります。しかし、ご存じのように、スマートフォンの発展で、帯域の圧迫や限界というのも出てまいります。私もいろいろお話を聞いている中で、多くの家庭のテレビがネットワークにつながって、ハイパフォーマンスのネットワーク通信をするようになってくると、今度は家庭内のルーターやネットワーク機器に課題が出てくるのではないかと思います。ルーターやハブ、スイッチというのは10年程度で調子悪くなっていく傾向がありまして、第1期ブロードバンド、つまり2000年頃に導入されたものは、そろそろ買い換え時期が来ているということがございます。スイッチやハブというのは、動かなくなることもありますが意外と速度が出なくなることがございます。これにはいろいろな理由があるのですけれども。そうすると、何かテレビの映りが悪いとか、本日ご説明いただいたようなサービスがうまく動かないみたいな話にもなってくるので、こういった課題もあるということネットワークの専門家としては思ったわけです。

いずれにせよ、本日ご説明いただいたように、状況は非常に変化しています。テレビのスペックを見ていると、ご説明いただいたようなビデオストリームサービスへのエント

リーであるとか、あるいは、今回、P2Pが少しネガティブに書かれているところもありましたけれども、もちろん健全なP2Pをベースにした様々なアプリケーションであるとか、そういうサービスが付加されているものも非常に標準的になってきているような気がいたします。もちろん、野村総研の方にご説明いただいたように、スマートフォンの台頭が非常に大きなインパクトを持っているのは、日々、私たち感じるところでございますので、そういう意味で、状況が激変したというのが本日の委員会での前提ではないかと思えます。その激変した状況の中で、先ほど華頂さんや椎名さんにご説明していただいたように、本委員会が今まで基調としていた話がどういう展開になっていくとか、以前、堀さんなどにもご指摘いただいた日本のコンテンツが世界の中で活躍するというような海外展開等がこれからどのような状況になるのかということ、本日ご説明いただいたようなことを前提に議論をしていただく必要があるというふうに考えております。次回はそういった海外展開、あるいは権利処理などの議論ができるような準備をしておいていただきたいと思えます。そういった意味も含めまして、検討委員会の今後の進め方に関するご意見もいただきましたので、それをもとに、大体の計画としてはこの夏で答申案を取りまとめるという方向での進め方のスケジュールをご提示したわけでございますので、その目標意識で検討を進めていくということにご理解とご協力をいただきたいと思えます。

また、次回は海外展開、権利処理に加えまして、先ほど少しご説明いただきました、新方式のRMPセンターの体制ということに関して、ご説明とご意見をいただくということでございますので、準備をお願いします。

それでは、私からは以上ですけれども、皆さんから何かございますでしょうか。

それでは、事務局、お願いいたします。

【松本情報通信作品振興課課長補佐】 先ほど村井主査からお話がありましたとおり、今後、本委員会を資料1に掲げさせていただきましたスケジュールに従いまして開催させていただこうかと思っております。

次回会合につきましては、記載しておりますとおり、2月14日10時から開催することとしておりますので、何ぞそよろしく願います。開催案内、詳細等につきましては、改めてご連絡差し上げます。

以上でございます。

【村井主査】 それでは、会議は以上でございます。どうもありがとうございました。

以上