

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25回 議事録

1 日時：平成19年10月16日（火）18：00～19：30

2 場所：霞ヶ関東京會館 シルバースタールーム

3 出席者（敬称略）

（1）委員（専門委員含む）

大山 永昭（主査代理）、浅野 睦八、池田 朋之、石井 亮平、石橋 庸敏、岩浪 剛太、
植井 理行、大淵 哲也、華頂 尚隆、河村真紀子、岸上 順一、佐藤 信彦、椎名 和
夫、菅原 瑞夫、関 祥行、園田愛一郎、高橋 伸子、田胡 修一、中島 不二雄、中村
伊知哉、生野 秀年、堀 義貴、福田 俊男（以上23名）

（2）オブザーバー

雨宮 直彦（KDDI株式会社）、井川 泉（株式会社東京放送）、金光 修（株式会社フ
ジテレビジョン）、川瀬 真（文化庁）、吉川 治宏（三井物産株式会社）、河野 智子（ソ
ニー株式会社）、中村 秀治（株式会社三菱総合研究所）、元橋 圭哉（日本放送協会）、安
江 憲介（株式会社三菱総合研究所）、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

中田政策統括官、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

【大山主査代理】 ただいまから情報通信審議会「デジタル・コンテンツの流通促進等に関する
検討委員会」第25回会合を開催いたします。

委員の皆様方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す。本日、
急遽、村井主査が欠席ですので、主査代理の私が進行を務めさせていただきます。よろしく
お願いいたします。

また、本日も欠席された委員、ご出席いただいているオブザーバーの方々につきましては、
席上に配付されております資料のとおりでございます。

では、本日は引き続き、放送番組の流通市場と関連するルールについてご報告いただき、
意見交換を行っていききたいと思います。まず、これまでの2回の委員会でご報告いただいた
事項の簡単なまとめを含め、諸外国における市場やルールの現状について、オブザーバーの

安江様よりご報告をいただきます。その後、こうした諸外国の状況について放送事業者の立場から、オブザーバーの金光様、元橋様よりご説明、ご返答をお願いいたします。以上の後、今後の検討課題等につきまして、中村委員から資料を提出していただいておりますので、ご説明をお願いをしたいと思います。

それでは、最初に事務局から資料の確認をお願いいたします。

【小笠原コンテンツ振興課長】 それでは、最初の議事次第をめぐっていただきまして、資料1が三菱総合研究所さん「諸外国の放送番組流通市場及びルールについて」でございます。資料2、フジテレビの経営戦略・IR室で「諸外国の制度に対するフジテレビの見解」という資料。それから、最後の資料3といたしまして中村委員の「コンテンツの取引市場形成について」となっております。

以上でございます。

【大山主査代理】 ありがとうございます。

皆様方、資料の過不足等はございませんか。

それでは、まず安江様から放送コンテンツの市場やルールについてご報告をお願いいたします。安江様、お願いいたします。

【安江オブザーバー】 それでは、資料1でご説明させていただきます。最初、目次をめぐっていただきますと、参考として「各国における番組流通市場に関するルール」とありますが、過去にご説明したもの、それから、他のオブザーバーの方がご説明したものも含めて、諸外国の番組流通市場に関するルールをまとめてございます。

対象として挙げていますのは英国、ドイツ、フランス、韓国、アメリカですが、まず最初に、各国の放送市場がどうなっているかという点から簡単にいきますと、イギリスは公共放送3チャンネル、商業放送2チャンネル、合計5チャンネルで構成されています。ドイツの場合は、地上波は主に公共放送で、商業放送は主に衛星・ケーブルテレビを使っておりまして、地上波は補完的な手段と位置づけられております。それから、フランスでは、公共放送が3つ、商業放送が3つという形で構成されています。韓国では、金先生のご説明にありましたように、多公営1民営ということで、公営放送のほうが多いという形になっています。ここまでは公共放送の比率が多いという形になっていますが、アメリカの場合は違いまして、そこにありますように4大ネットワークの直営局と、それから、加盟局が合わせて1,000近くあるということで、商業放送が主役であるといった放送市場になっています。

それぞれの国におきまして番組流通市場に関するルールがありますが、その制度の目的について見ますと、各国に共通しておりますのは、番組市場に関する多様性とか、競争の促進といったものでして、イギリスの場合では「番組供給市場の多様化及び競争促進を期待」と書かれております。それから、ドイツでは「ドイツ及び欧州の文化的多様性のテレビ番組へ

の反映」が目的として挙げられている。フランスの場合、同じく供給源における製作者の独立性、多様性といったものに貢献するために制度を作るとうたわれております。韓国では、「主体多元化による番組の多様化」といったものがやはり挙げられております。米国におきましても「公衆が視聴可能な番組の多様性を高める」というのが目的の1つに入っています。こういったように各国共通の目的があると同時に、ドイツや韓国においては番組製作業界保護ですとか、独立製作者の育成・保護といった項目も入っている形になっております。

規制の内容ですが、イギリスの場合、最初にありますように「チャンネルに含まれる適格放送時間総量の25%以上が、多様な独立製作番組の放送に割り当てられること」と、前回説明したとおりです。それから、ドイツの場合では、「放送事業者から独立した第三者による編集・製作の特定枠番組を放送すること」という規定がございます。フランスでは、60%以上を欧州製の番組、それから、フランス番組が40%以上とありまして、16%以上フランス語の番組製作に支出するとありまして、さらにその3分の2、10%以上になりますが、独立製作活動の発展のために充てることということで、やはり10%以上をこうした独立製作に充てるという規定になっています。韓国では、「当該放送事業者でない者が製作した放送番組を、大統領が定める一定比率以上編成すべき」、あるいは、100分の40以内で定める比率に編成すべきといった規定になっています。米国の場合ですが、市場の開放ルールとしましては、プライムタイムアクセスルールというのがございまして、全米上位50市場におけるネットワーク番組の参入を、プライムタイム4時間のうち3時間を超えて放送することはできない、1時間はネットワーク番組以外を放送すべきという規定があります。こういった点はほかの国と同様です。それから、もう一つ、アメリカの独自のルールとしまして、ネットワークについて米国内でのシンジケーションでのテレビ番組の販売、使用許諾、供給を禁止すると、いわゆるフィンシンルールというものがございます。

各国の根拠は下にありますように放送法等ですが、アメリカの場合はご存じのように、フィンシンルールとプライムタイムアクセスルールは、95年、96年に廃止されておりますが、今回この検討のためにということでここに挙げてございます。

各国のルールにつきましてはこれまでご説明したとおりですので、本日は米国のルールについてご説明したいと思っております。

次の3ページ～8ページまで、これはこれまでの資料等をまとめたものですので、説明は割愛させていただきたいと思っております。大変恐縮ですが、英国ですとか韓国等あるいは米国の市場についてのご説明になります。

説明は9ページまで移動したいと思っております。9ページに米国におけるいわゆるフィンシンルールとプライムタイムアクセスルールの概要を挙げてありますが、ルールは最初の表で説明したとおりです。フィンシンルールの場合は、テレビネットワークについては次の2つを

禁止するということで、一般にシンジケーションと言われる方法で番組の販売、使用許諾または供給をしてはいけない。番組に関する権利、金銭的権利、所有権あるいは配当—レベニューシェア等を取得することを禁止する、となっています

それから、プライムタイムアクセスルールというものもございまして、上位50のテレビジョン市場がありますが、アメリカの場合テレビ市場が細かく分かれていまして、200とか300とかいっていますが、そうした各テレビ市場ごとにテレビ局の免許を与えられています。そのテレビ市場というものは人口によって大きさが変わるわけですが、その人口の多い順に並べた場合、上位50のテレビ市場においては、全国的テレビジョンネットワークの直営局または加盟局については、プライムタイム、これは地域によって変わっていますが、プライムタイム4時間のうち3時間を超えて、ネットワークが供給する番組または既にネットワークに一度放送された番組というものを放送してはいけない。つまり1時間はネットワーク以外の番組を流しなさいという規定がございます。

こうした規定をなぜ制定したかというのが10ページの考え方がございます。これはルールを制定する前にFCCが出した公式文書に書いてありましたが、最大の目的としては公共の利益、すなわちテレビ局が地域の視聴者に対して多様な番組を供給できること。そのために多様な選択肢をテレビ局自身が持つ。つまりテレビ局がどの番組を放送するかという、番組の選択肢がたくさんあることを実現する。そのためにはネットワーク以外の有力な番組供給源が存在することが必要であるという考えのもとに、フィンシンルール及びプライムタイムアクセスルールというものを定めると述べています。

制定の経緯を次の11ページに挙げておりますが、1965年にさかのぼりますが、FCCがこういった規則をつくりたいという提案を出しています。そこでは3つうたわれておりまして、(1)～(3)までありますけれども、(1)・(2)についてはそのままフィンシンルールという形で制定されています。(3)につきましては、プライムタイムの番組のうち50%を上限として、ネットワークにおける放映権以外の番組を保有できるとありますけれども、こちらについてはさまざまな関係者から出された意見をもとに、変更されたという形になっております。その結果、70年にルールが制定されたという経緯になっております。

こうした検討の中でFCCが重視したといいますか、問題意識として大きく持っていたことを12ページに書いております。ポイントだけご説明しますと最初の2つになりますが、プライムタイムに放送できる、つまりたくさんの視聴率を期待できるような、そういう品質の高い番組を製作できる独立の製作事業者から構成される、健全なシンジケーション市場を作る際に、その製作物を放映するテレビ局という基盤が十分ないと、そういう健全なシンジケーション市場というものは当然作れない。そのときに全米の上位50市場に属するテレビ局が、視聴者の75%を占めているということから、こういった市場にアクセスできると

いうことを保証しないと、こういう健全なシンジケーション市場の基盤を作ることはできないのではないかということで、そのための規則ということで定めたとなっています。

そこに挙げた問題意識について、F C Cが自分で集めた、あるいは、関係者から提出されたデータを13ページに挙げておりますが、プライムタイムに放映された番組がこういった番組であるか、それが10年間でどう変わってきたかということで、F C Cの認識としては競争がちょっと阻害されているということです。

これに対して関係者がどういう意見を述べたかというのを、14ページから挙げてございます。まず最初に、放送事業者としては、ネットワークとその系列局ですけれども、ポイントとしては1つ、まずF C Cの提示したルールには反対である。現在、1970年の前ですが、ネットワークテレビ番組製作において、公共の利益の面で十分な競争が既に存在するというので、提案された規則は不要である。それから、ネットワークによって番組が製作されないという状況の中で、放送時間を満たすだけの番組をつくり出すのに、独立製作者の能力には疑念があるというのも挙げてございます。これに対して消費者団体としては、積極的に番組の多様化を促進する義務はF C Cは持っているということで、番組供給源の多様性を高めて支配力の分散を図るF C Cの活動を、強く支持すると述べています。それから、独立プロダクション、権利者団体としては、脚本家とか俳優さんとかなんですけれども、創造性の基盤、要するにスキルのある製作者と、番組を作る独立の製作資金というのは実際には存在するというので、番組放映のイコールアクセス、つまり放送局において独立の番組が流れるという保証みたいなものですが、そういった市場開放があれば独立番組製作者というのは、どんどんわき出てくるんだということを意見としています。

広告放送なので広告関係者がどう言っているかということですが、1つは、大口の広告主の団体はF C Cが提案したルールではその目的は実現できない。多チャンネル化とかいった別の方法をとるべきだということを言っています。それから、もう一つ別の団体は、大口の広告主にとっては資力があるということで、スポンサーする番組を放映する機会が逆に増えるので歓迎するだろう。それから、小口の広告主の場合については、逆に自分たちがスポンサーする番組の放映する機会が減少するということで、反対なんではないかということで、異論ずつ分かれるということになっておりますので、このフィンシルールとプライムタイムアクセスルールを制定する際の関係者の意見としましては、テレビネットワークと、それから、独立の製作者、権利者、消費者というのが意見が反対であって、広告主はその間でさまざまな意見があったという形になっています。

70年にルールが制定されまして、その後、90年代に入ってルールを廃止するということになっていくわけですが、そちらの経緯を16ページからご説明したいと思います。まず1991年にF C Cがルールの改正を行います。これはフィンシルール等の一部緩和とい

う形になりますが、フィンシンルールの対象をプライムタイムの娯楽番組等に限定するという事です。ネットワークは例外を除いてそのネットワークで放映されるプライムタイムの娯楽番組またはシリーズに関して、継続的な資本参加による権益またはシンジケーション権所有または取得してはならないということで、それ以外の番組については所有してもいいですよという形に緩和しています。それから、ネットワークは米国内の放送局に対して、プライムタイムの娯楽番組をシンジケートしてはならないということで、プライムタイムの娯楽番組以外については、シンジケーションしてもいいという形に緩和しました。

これに対して関係者、ネットワークと番組製作会社がそれぞれ、片方にとっては中途半端であるということで、片方については緩和してはならないということなんですが、再検討しろという意見を出しまして、これが法廷の判断の仰ぐわけですけども、その結果、93年にFCCルールを再改正するに至りまして、結果的には一部の規制を除いて禁止条項の即時廃止ということと、2年後、95年に完全廃止するという方針になりました。

95年に本当に廃止しますよという際に、再度データを集めた上で関係者の意見を聞くというのが、その次のプロセスになります。それが17ページにあるんですけども、95年にフィンシンルールは、3つの既存のネットワークがテレビの番組を所有して、シンジケートする能力を制限したということに対して、下にあります14の項目について、関係者はデータを出してくださいということを言いまして、それに基づいて客観的に判断したいという態度をとります。その結果ですけども、14の項目につきまして、基本的にはFCCとしては廃止するという方針を93年に出しているんで、95年については反論を示す明確な証拠があれば考え直しますと、ないのであればそのまま廃止しますよという態度なんですが、廃止反対論者からは明確な証拠は出てこなかったと書かれております。93年以来、FCCがルールを緩和した年以来ということですけども、テレビネットワークとテレビ局以外の流通業者との間に、テレビ番組編成における競争が増加しているという判断をしまして、ゴールデンタイムの視聴率—プライムタイムの視聴率において、既存のネットワークの視聴率が減少しているとFCCは結論づけています。

その際に関係者から出た意見をまとめたのが、その次のページになります。まず放送事業者（ネットワーク）ですが、こうした規制の撤廃、フィンシンルールの撤廃を支持しますと。実際問題ということで挙げているのが、「スター・トレック」その他ファーストラン番組をネットワーク加盟局に頼ることなく、シンジケーション市場においてたくさん売れているということで、競争力のあるファーストラン番組が独立局にとってもちゃんと売られていますよと、ネットワーク加盟局だけ覇権したりということはありませんよということを言っています。独立の製作事業者あるいはシンジケーターからは、規制を廃止しても利益は得られなかった。93年以降の規制緩和によって、公共の利益は増進しなかったという意見が出される、

それに代表される意見が出されています。

それから、プライムタイムアクセスルールですが、放送事業者はやはり完全廃止すべきだ、こうしたルールが残っているとネットワークと加盟局が効率的な編成ができなくなって、結果、消費者の利益が損失につながると意見を出しています。それから、独立のプロダクションですとか、シンジケート、消費者団体等の意見として代表的なものとしては、こうしたルールの廃止または緩和によって、3大ネットワークによる番組編成のシェア率の復活が危惧されるので、廃止しないでほしいといった意見が出ています。

結果的には、それぞれ最初に17ページで述べたように、FCCは反対論者のデータは不十分だったということで廃止して、95年、96年、それぞれフィンシルールとプライムタイムアクセスルールを、廃止して今日に至っていますが、その間、こうしたルールが必要だったかどうかという検証等もされますので、最後にそれをご説明したいと思います。

20ページですが、これは2002年にFCCのワーキンググループの中で、研究者が発表しているものでして、番組の多様性とどの番組を放映するかという選考過程に関する研究ですが、ネットワークテレビのプライムタイムにおける番組の多様性はいろいろ変動したが、こうしたルールの作られる前と今とで大きくは変わってないという結論を出しています。ただし、これはFCCの公式の見解とかいうことでなくて、FCCに所属する研究の1人の意見ということなんですが、こういった研究結果が出ています。

ポイントとしては、フィンシルールの市場構造に関する規則が、コンテンツの多様性を達成するための効果的な手段ではなかったとデータからは考えられる。フィンシルールを撤廃することによる大きな影響として放送ネットワークの垂直統合が促進されたことは事実だが、その結果、独立製作業者の数が減ったりというのがありますが、最終的には新たなネットワークの出現、つまり従来3つであったネットワークに対して、FOXをはじめとする新しいネットワークがあって、今また変わったりしますけれども、そうした垂直統合された6つのネットワークが出てきて、すべてのプライムタイムの番組を製作して配信することになった。その結果、産業がより統合されることに従って、番組の多様性はより増加したという結論をしています。

もうちょっと説明しますと、垂直統合が進んだことで番組の多様性が下がるのではないかと思われたんですが、垂直統合されたネットワークの数自体が3から6に増えて、番組の多様性はその分では増えたということで、結果的にあまり変わらなかったというような考察のレポートが1つ出ています。それから、少し逆の見方の考察もあるんですが、フィンシルールの廃止によってメディアの集中がかなり進んだというレポートも出ています。21ページですね、4大ネットワークが社内の製作部門または共同製作を通じて、プライムタイムのネットワークテレビのうち76%を占めているというデータもあるということです。限られ

た数社がかなりの多数を独占しているというような意見もあるということです、ルールの廃止以後、こうしたさまざまな検討も出されているという状況になっています。

ざっとですが、以上になります。

【大山主査代理】 ありがとうございます。

質疑につきましてはご報告の後にまとめて行いたいと思います。

次に、オブザーバーの金光様にも資料をご用意いただいておりますので、ご説明をお願いいたします。金光さん、お願いします。

【金光オブザーバー】 資料2に基づいてご説明させていただきます。今ご説明のありました「諸外国の制度に対するフジテレビの見解」ということでご説明させていただきます。

この説明をする前に、まず今回のテーマを考察するに当たって、前提として押さえておいたほうがいい「公営放送と民間放送の違い、及び歴史的背景」からご説明させていただきます。かいつまんで説明しますが、世界の放送局が開局した時期は大体1950年代に集中している。これはもうおわかりのとおり、国際紛争が終わってまだ余韻が残っている時期でございます、さまざまなメッセージを表現するメディアという放送事業に関しては、国家の管理下にあるのが基本ということに基づいて、放送局が設立されていきました。従いまして、どこの国の放送局にしましても、外資規制を引くのが当たり前であるといった、縛りがつけられたというところ です。

放送をサービスするに当たって、自らの国家の体制の維持、いたずらな異文化の流入を防ぐための自国文化、秩序の維持が最重要事項となって、コンテンツに関する考え方としては、もう国家としてはこの辺を注力したというところで、イコール商業性の排除というようなこともあったところでございます。ですから、必然的に放送サービスというのは民間に任せるのではなく、公営サービスとしてスタートするというのが、世界の潮流でございました。例外は民間のほうが多いアメリカと日本、これは前回も申し上げましたけれども、極めて例外的な設立をたどっております。ですから、そういう背景でテレビ局は作られていますので、番組を作ること、メッセージを作ること、送り出すことという作業を含めましても全部自らで行う、いわゆる自社製作、社内製作が基本である。これは何ら不思議のない経緯をたどったということでございます。

そういう成り立ちで始まっていますので、公営放送、公共放送と国営放送、いろいろな言い方がありますが、まとめて言って公営放送というのは、ある種国家的な支援、財源の確保みたいなことと引きかえに、厳格な法規制を引かれているというところで成り立っているということです。ちなみに日本の放送法を見てみると、1章で総則で1条～6条まで規定され、2章でNHKに関しまして7条～50条まで、かなり厳しい細かい規定がされて、一般放送事業者に関しましては51条・52条、わずか2条という形で規定されているということで、

国家との関係、民間放送、公営放送というのはかなり違うということも、法律でも裏づけられているということだと思います。

そうやって始まった公営放送主体の放送局が、８０年代中ごろからテクノロジーの進化に従いまして、いろんな形で放送が送られるということで、世界中に巻き起こったのがニューメディア論争、多チャンネル時代への幕開けというような議論に対しての、コンテンツ不足論というのがありました。従いまして、世界中の放送局、わりと先進国の放送局中心ですけれども、コンテンツの確保策とか、外部製作事業者の育成を迫られるという状況がありました。ということで、呼応するように９０年代前後に、世界の公営放送は制度によって外部製作事業者へ、門戸開放策をとり出していったというような流れでございます。言うなれば、外部調達規制のそもそもの導入というのは、閉じているものを開かせるための導入というようなものだったという性格だということだと思います。ちなみにＮＨＫさんも９１年に、規制によらず、自ら門戸開放をされたということを覚えています。

ということで、日本とアメリカだけは門戸開放して始まったけれど、ほかの国はそうでなかったということ踏まえた上で、各国のことにに関して若干の考察をさせていただきたいと思います。まずイギリスに関してです。イギリスに関しましては、前回、前々回の委員会を通して、いろいろと資料をご提示いただいた中からも抜粋していますが、導入された時の背景は今も申し上げましたように、公営放送ＢＢＣですから１００％自局製作で運営されていた。ＩＴＶもほぼ同様でした。そのＢＢＣは８０年代ずっと赤字経営が続いて、受信料の引き上げを度重なり行い、時の首相サッチャーを怒らせたという背景がありました。そういう背景を受けて、導入目的として「放送局の高コスト体質を改善させるための民間活用のための制度」ということで、高コスト体質、多くは番組製作費を改善させるために制度化したという目的を持っていた。あわせて市場の多様化、競争促進も期待、さっき言った多メディア・多チャンネル時代に備えて、こういうことも目的としたということでございます。

１９８６年、公営放送であるＢＢＣに関する政府委員会であるＢＢＣ財源委員会から、財務体質改善要求がされた。それでここでの「ピーコックレポート」というものの委員長のレポートを引用すると、「ＢＢＣ・ＩＴＶと同等の質の番組をより低コストで製作できる独立製作事業者を活用すべき」ということを明快に言っている。それで９０年に放送法を制定して外部調達比率、今まで０％だったものを２５％規定を導入して、９３年に発効した。これは前回の委員会の資料１の１０ページに書いてあるということでございます。それで効果がどうであったかということに関してちょっとくくったんですが、あまり具体的なものは見当たらなかったんですけども、多分、財務体質は改善されたんでしょう。それから、ここで書いてあったのは「独立製作事業者が成長し全ての地上波チャンネルに貢献した」と記載されておりました。これが何を指しているのか具体性がちょっとないのでわかりかねますが、貢

献をしたということがあったということだと思います。

これに対しての考察と考え方ですけれども、現状のフジテレビに関しましては、BBCが陥ったような逼迫した財務状況にはなっておりません。従って、製作費の極端な削減策はとっておりません。それから、そもそも外部製作会社を低コストで番組を製作するための存在とは位置づけておりません。また、民間企業でありますし、政府が財務上の改善命令を出せる立場でも状況でもないということなどを踏まえますと、この英国の制度導入の前提に共通点は見出せず、評価しようがないということでもまとめさせていただいております。

続きまして、韓国でございます。韓国も導入背景は今のイギリスと同じように、前回の委員会でもありましたが、放送開局後1989年まで3局の公営放送のみの運営とされていたため、当然のことながら100%自社製作体制で放送が行われていたということです。それに対して、先ほど来申し上げているような多チャンネル化、あるいは、商業放送化が決まっておりましたので、それに備えて独立製作者の育成、競争促進などを図ったということ、これは前回、前々回の資料から引いてきたものですが、そういう目的があった。

それで90年に商業放送がスタートして、91年に外注比率3%規制の導入、97%が自社製作のものでも3%でもいいから、門をあけなさいよという形での制度導入が始まったということでございます。その後いろんな制度に関しましては、いろいろ変わったということとはご説明ありましたが、それらを総括した効果としては、番組供給市場における競争促進という当初の政策目標達成には力不足であったというのは、前回、先生からもご報告があったとおりでございます。それに対して番組の安定的購入への投資政策や公的資金投入など、従来の政策支援から流通支援へ方向転換をした、その結果、コンテンツ産業の振興が促されたとまとめられていると思います。

ということを鑑みての考察でございますが、韓国の事例に対してフジテレビは民間放送でございます。開局時から門戸を開放しておりましたということで、韓国の導入時の状況とは全く違うということでございます。それから、これらの導入した90年、一応調べてみましたが、当時のフジテレビのプライムタイムにおける外部製作比率は50%以上でした。ということで、もう既にさまざまな製作会社の方たちが活躍されているし、その場も開いていたし、実際にそういう形で運営されていたというのが、民間放送の実情であったということでございます。その外部製作比率は競争原理に従い、変動曲線を描き現在に至っているということで、前回10月改編の資料を出しましたが、その時点では35%、それはもうそのときの需給バランスに従った形で、変動しているということでございます。この現状からも韓国の国営放送に対して、外部製作会社を起用せよとの門戸開放政策は、日本の民放に当てはまらないということだと思います。

それから、韓国の外注比率規制から資金援助や流通支援の方向転換によるコンテンツ産業

の活性化、これに関しては一定の評価をすべきと思っています。２０００年以降の過去の番組の華やかなる活躍ぶり、輸出ぶり等々に関しては、もう敬意に値する、敬服に値すると評価すべきだろうと思っています。しかしながら、過度な評価するのはいかがなものかということとは一方であると思っています。それは韓国の番組輸出を支えたのは明らかに日本であり、２００５年のピーク時の番組総額の６０％以上は日本向けであったということで、目の肥えた日本人の視聴者に対して、魅力あるコンテンツを送ったということに関してはもう最大限評価しますが、この数字を比べるときにこの数字というのを、どういうふうにかえるかというのは非常に難しいと思います。

なぜならば、一方、韓国の地上波では日本の番組の放送を禁止し、従来ずっとそうですが、日本の番組は買ってもらえませんので、この貿易統計に関してはイコールで比べにくいということがあると思います。では、逆にアジア圏を除く欧米へのそれぞれの番組輸出額はどうかと調べてみると、日本が韓国の約５倍の実績を示しているということでございます。韓国は門戸を閉ざし競争のない状態から種々の制度を導入したと、我が国は当初から門戸を開放し、権利の帰属に関しても民々のルールが形成されているような状況だと思っています。

最後に、アメリカでございます。「フィンシンルール及びプライムタイムアクセスルールに関して」、この導入目的は先ほども説明ありましたが、シンプルに言うと、３大ネットワークとシンジケーション市場との関係についての規制でございます。ということで、いきなり考察に入りますが、米国には番組シンジケーション市場が存在するけれども、日本にはシンジケーション市場が存在しない、前々回、資料で説明したとおりでございます。従って、そもそも比較して論ずる土俵がありません。また、これらの規制は結果的に効果が見出せなかったとの批判の中で撤廃されたルールであり、論ずる意味もあまりないのではないだろうかと思っておりますが、それで終わってしまったので何か物足りないので、一応補足はつけておきました。

これは補足ですのでつけ足したと思ってお聞きいただければと思いますが、一応このルールに関して「これらの制度によって消費者、視聴者が利益を得たとの総括はなされておらず、逆に視聴者、消費者不在の中で米国的な特定の産業の振興策との要素が強かった」とまとめております。この裏づけに関しましては下に参考として書いてありますが、公正取引や消費者保護を管轄する司法省反トラスト局やＦＴＣ（連邦取引委員会）も、規制の導入には同意をしたんですが、その後「本規制は公共的利益ではなくて、市場の個々の競争者を保護しているだけだ」として、規制の廃止を主張し出したということがあります。

それから、シンジケーション市場で製作する番組は、市場での汎用性の高い番組づくりが中心となって、テレビ編成が画一的になり、国民からの支持を弱め、放送局の経営の不安定を招いたという否定的評価も多い、これはある種放送業界の中で隠れた常識になっているわ

けですが、これの裏付けとしまして「規制は番組の多様性を目的としたが、逆に規制が避けようとした番組編成の均一化につながった」、先ほど来さっきの説明でも若干似たような説明があったと思いますが、そういう評価がされている。あるいは「規制により取引を禁止することで、その取引が持っていた効率性が犠牲になった」ということを、連邦取引委員会はレポートに記載しているということでございます。それから、また、この制度に関しましては当初から、この規定に対して憲法修正第1条違反だとか、あるいは、FCCの権限逸脱だという問題点が多数指摘され、多くの訴訟にも発展したということは自明のことでございます。

ということでまとめますと、テレビの番組の価値というものは、やっぱり時代の空気や視聴者の意識を呼んで、放送時間を勘案して、何を放送すべかの編成方針に従って、1次放送を目的として製作されることで、価値を最大化するものだと思います。DVD化や海外番販も重要ですが、その目的が1次放送よりも先に優先されて製作されると、相対的に1次放送のコンテンツ価値を毀損しかねないということだと思います。ということで、番組製作においてテレビ視聴者よりも、市場の流通性を優先させるような規制が加われば、放送番組価値は下がる可能性が大きい。結果的に国民、視聴者の不利益につながるのではないかと考えております。

以上です。

【大山主査代理】 ありがとうございます。

それでは、引き続きまして、元橋様、NHKの立場からコメントをお願いしたいと思います。お願いいたします。

【元橋オズバー】 財源確保という国家的支援を受けるのと裏腹に、さまざまな事業展開は厳しい規制を受けているNHKでございます。その中にあっても、できるだけ番組調達の多様性、番組編成の多様性を確保しようということで、さまざまな努力は行っているつもりです。前回ご説明をさせていただきましたとおり、番組提案、企画提案を公募してやっているということはございますが、これも規制というか、品質確保の一環ですけれども、番組製作費については現在のところ受信料から、国内の番組製作については一元化させるということですから、外の製作会社の企画であっても、NHK自身が番組製作費を出すということは前回申し上げましたが、中には外の製作会社さんによっては、自ら資金調達をしないと、あるいは、ファンドのようなものとか、製作委員会とか、そういう中で作った番組をNHKで放送したいということをご希望なさるところも当然出てくるということは想定されるわけで、そういう製作事業者さんと私どもの番組編成の多様性ということ、両立させる方法はないかということで、現在では番組の予約購入という制度をとっております。

これは平たく言うと放送権購入ということでございまして、私どもは番組製作費は出しませんと、番組製作費は自らの製作会社さんの資金調達なり、自らの資金でやっていただくと

ということで、私どもはその完成した番組についての放送する権利、何年間で何回放送するというのはございますが、放送する権利のみを購入いたしますというような形態です。放送権購入ですから当然番組製作費よりは安く、私どもの負担としては安くできるわけですが、当然のことですけれども、私どもは放送権を有するのみで、その番組の2次展開についての権利はすべて番組製作事業者さん側が持つという形態です。こういう取引というか、番組製作の仕組みも既に取り入れております。ただ、残念ながら、仕組みとしては取り入れているんですが、現状この放送権購入という形で番組編成の中で反映したものとしては、一般的なテレビ番組の放送番組というのはまだ実例がございませんので、映画とか、コンサートとか、そういうもので幾つかの例があるだけです。

最近の例で申しますと、河瀬直美監督がカンヌでパルミドールの賞をとりました「殯（もがり）の森」という映画がございまして、これは製作段階から私どもでも参加しないかというご提案をいただき、放送権購入、予約購入という形で参加をしたということです。NHKから放送権という形でお金が渡ったわけですが、それ以外のさまざまな資金提供者からの資金を受けて映画が製作されたという形で、たまたまそういうことがきっかけだったわけですが、カンヌで賞をとったその週のうちに、当初予定よりは相当早くですけれども、私どもで放送ができたという、非常にタイムリーな実例ではないかと思っております。もともとこういう放送権購入というのは、海外の映画、海外ドラマ、あるいは海外放送局との共同製作などで、かつてから行われてきたわけですが、これを国内の番組製作会社あるいは製作プロダクションにも枠を広げて、実例を少しでも増やしていければと思っています。

ただ、ここから先は若干個人的な意見、コメントになってしまうんですが、そういう形で資金を自己資金で、あるいは、自ら資金調達をして番組をつくって放送権だけ売ると、それ以外の展開の権利を全部自分たちで確保したいという思いと、実力を備えた製作会社さんがなかなか数としては、残念ながら、まだ未成熟なのかなと思っております。だからだめとは言いません、今後にそういうものは期待しておりますが、現状はそういうところからなかなかいい企画、資金的裏付けを持ったいい番組企画が、提案されていないのが現状です。

それから、さらに個人的にコメントになりますが、先ほど金光さんから外国の事例についてのコメント、評価がありましたけれども、先ほど安江さんからご説明があったフィンシンルール及びプライムタイムアクセスルールについての評価について、そこで触れられていなかったことについて、放送事業者の1人として一言あえてコメントすれば、やはりそもそもあのルールができた背景としては、ハリウッドのロビー活動があったことを忘れてはいけないと思っています。先ほどの金光さんのコメントの中で、市場の個々の競争者を保護したという評価があったというコメントがありましたが、やはりハリウッドが新参者のテレビネットワークの力を押さえるために、自らがテレビ番組の流通でも主導権をとっていくという

思いがあって、ああいうルールが制定されたという要因は1つ、それがすべてとは言いませんが、そういう要因があったことはぜひ理解をしていただきたいと思います。と思っています。

ですから、日本において放送事業者がやはり映像コンテンツ製作の中核的な役割を担ってきたと思っていますし、これからもその役割は減ずることはない、期待をいただいていると思っています。だとすれば、数値規制、数量規制をいたずらに導入するのではなくて、そこはまさに自発的な努力、自立的な努力によってトータルに編成全体を眺めて、クオリティーコントロールをしながら自主製作をしつつ、外の事業者さんとのパートナーシップを組んでいくというのが、一番望ましい姿ではないかと考えております。

以上です。

【大山主査代理】 ありがとうございます。

次に、以上のご報告等を踏まえまして、検討課題につきまして中村委員から説明をいただきたいと思います。中村委員、お願いします。

【中村委員】 中村でございます。先週カンヌのミップコムに行ってきました。ミップコム、放送番組のリアルな売買の展示市なんですけれども、以前に増して日本企業のプレゼンスは高まってきているように思います。NHKさんやキー局さんだけでなく、ローカル局、それからさまざまなプロダクションの方々、広告代理店、商社などがブースを出してしまして、コンテンツを海外で売るというニーズの高まりを感じてきたところです。ただ、一方で韓国、台湾、シンガポールといった国々のプレゼンスも高くなってきているなということ、それから、そういったカンヌのような流通市場、あれはリアルな市場ですけれども、そういった機能が日本は弱いんじゃないかなということを改めて感じたという次第です。

さて、そういったことも含めて、諸外国の状況についていろいろとレポートお聞きし、これをこの委員会としてどう読み取ればよいのかという問題提起として、簡単に1枚つくってみました。まず上の箱「これまでの議論」ですが、諸外国と日本との関係で言いますと、アメリカや韓国、イギリスなどの諸外国は、先ほど来の議論にありますように、一定のルールあるいは規制というもので、市場をつくろうという方向だったわけですが、我が国といえますか、この委員会の議論はそれよりも民間活力を最大限に活用して市場をつくろうという方向ではないかと。その背景としては、これも先ほどからの議論にあります。放送制度あるいは放送の実態に違いがあると。公共放送主体であったイギリスや韓国と、民間放送主体であった日本、アメリカの違い、さらにはあまねく普及させようとする、日本と市場の競争を重視するアメリカといった、いろんな違いがあるだろうということでもあります。

「今後の検討課題」として、まず第1に、コンテンツの取引市場を形成しようという前提ですが、これは先ほどの三菱総研さんの資料の2ページ目の、各国の制度の目的や趣旨のところにも盛んに「製作主体の多様化」であるとか、「製作主体間の競争」といったものが、キ

ワードとして挙げられているわけですが、おそらく日本もその点では同じ方向性であろうと思います。その上で放送コンテンツに係る権利処理のコスト、この処理をどのように円滑にするのかというのが、政策としてとるべき方向性ではないかと考えています。

その次、(2)ですが、その前段としての製作主体の多様化について、ここは繰り返しますが、放送のネットワークを持つ事業者による番組の製作と、独立の番組製作者による番組製作との間での合理的な競争環境を整備しましょうと。これを海外では規制で担保しようとしてきている。日本はまずは市場のトライアルでやろうとしてきているということではないかと。それをトライアルによって民間活力による取引市場形成というものが、検証できるかどうかということだから、トライアルの基本ルールはどうあるべきかを議論するとことが、重要ではないかという問題意識です。

次に、権利処理のコストをどうするのかということですが、市場を形成する上で重要な要素というのは、コンテンツの権利処理とそのコストをどう負担するのか。例えばIP放送などを考えても、新しいメディアによる市場の立ち上げの主体となる者が、コストの負担者となり得るのかどうかというのが1つの論点でありましょう。これは番組を作る製作コストの前に流通させるコストです。流通事業者が、通信事業者と言いかえてもいいんですが、負担してしかるべきではないかというのが、1つの論点ではないかと思います。また、3つ目の矢印ですが、権利処理に必要な情報のデータベースは、一定の範囲の人なら活用可能なビジネス・インフラとして構築できるのかどうか、このデータベース作りができるかどうかというのも、もう一つの論点だろうかと思います。別途設けられておりますワーキングでも、このあたりを議論していこうと考えておりますので、その辺も適宜必要に応じて報告をさせていただきたいと思いますが、このあたりがひとまずの検討課題かと存じます。

以上であります。

【大山主査代理】 ありがとうございました。

それでは、質疑に移りたいと思います。今回は事実関係のご報告とともに、中村委員から今後の問題提起のご説明がございました。時間の関係でいつもどおりこちらから指名させていただきたいと思います。まず最初に、消費者の立場から、高橋委員、お願いいたします。

【高橋委員】 高橋でございます、少し遅参して申しわけございませんでした。実はNHKの衛星チャンネルの研究会に参加しておりまして、こちらでも2次利用のお話とか、海外との比較などを議論してきたところでございます。

最初のほうのご説明は少し聞きそびれてしまったんですが、事前にいただいた資料を拝見いたしますと、諸外国と日本、それぞれ事情は違いますが、いい番組をつくりコンテンツを流通させていくという上では、やはり「多様化」であるとか「競争力」がキーワードになっていて、こういうものを導入していくことが、非常に必要なのではないかと感じました。

我が国について、金光さんからフジテレビのケースでお話を伺いましたが、フジテレビは民間放送局であり、開局時から門戸を開放していたというお話でございますし、十分に民々でできますよということでした。百歩譲って、それを信じたとして、今まではそうだったかもしれませんが、これから先どのぐらいこの形態でいけるのかに関して、かなり不安を持っているところでございます。ちょっと違和感がありましたのは、アメリカのフィンシルのところで補足をされた中に、「テレビ番組の価値は、時代の空気や視聴者の意識を読み、放送時間を勘案し、何を放送すべきかの編成方針に従って」云々と書いてありますが、「ＤＶＤ化や海外番販の目的が優先されて製作される番組は、相対的に１次放送のコンテンツを毀損しかねない」という表現がございました。

ここに違和感があるわけございまして、以前フジテレビさん、民放の皆さん、基本方針として放送外収入を拡大していくことは重要だとおっしゃいましたし、２次利用を拡大せざるを得ないというご意見もあったところでございます。「デジタル・コンテンツの流通の促進に向けて」のご意見の中でも、「やはりそれぞれ企業としても生き残りのために、放送コンテンツのマルチユースに向けて全力で取り組んでいるところであり、コンテンツを死蔵して使えるのに使わないということは全くあり得ない状況、中期経営計画でも２０１０年には、総売上の３分の１を放送外収入に持っていくという目標を立てて推進しているところ」とおっしゃっているわけですので、今回の補足が編成方針に従って、どちらかという、１次放送のコンテンツを毀損しないように進めましょうということでしたので、この形で果たして中計にあるようなものがかなうのかについて、違和感があつたところでございます。編成方針というよりは、経営方針、ビジネスモデルに従って、おやりになっていくのではないかなと思いました。このあたり感想ですけれども、感じたところでございます。

外部製作比率も高く、今後もやっていけるんだとおっしゃっているわけですが、中村先生の整理にありましたように、今後規制でなくまずトライアルでということであれば、以前この会議でも申し上げましたように、免許制の公益性の高い事業をやってらっしゃるわけですから、トライアルがどうなっているのかを細かくこの場に報告しながら、みんなで考えながら進んでいくということが必要ではないかと思っております。

それとＮＨＫの会議に参加した際に、いろいろ資料を調べました。全日本テレビ番組製作者連盟の見解というのが、総務省の通信放送のあり方に関する懇談会の報告書に対する見解として、昨年６月に出されていますが、その中で「我が国のソフトパワー強化実現のために、放送事業者は番組の外部調達や取引のあり方を見直して、外部調達の増大に努めることを期待し、特に公共放送であるＮＨＫは番組製作の一定割合以上を、ＮＨＫの子会社以外の外部から調達するとしている。さらに外部調達を容易にするためにコンテンツ製作者、コンテンツ利用事業者及び放送事業者の間での取引の場であるコンテンツ取引市場の形成と、

その公正さの維持に努めるべき」とし、「外部調達の公正性を確保するために、中立的な機関による匿名での苦情受付や、取引監視等の仕組みが必要であるとしています。以上の提言は優越的地位にある放送事業者と、受託する側の番組製作事業者間の恒常的に潜在する取引関係上の課題を認識した上で、将来へ向けた公正で適正な取引関係のあるべき方向性を示すものとして当連盟は評価します」と、ここの中で優越的地位にある放送事業者という表現が出てきて、それぞれ放送事業者さんがおっしゃることと、やはり番組製作者が感じておられることと、この1年でこれが狭まったというふうにはちょっと考えがたいので、以前にもお願いしましたように、番組製作者、コンテンツ製作者の方々の意見もこの場でぜひ伺いたいと思っております。

以上でございます。

【大山主査代理】 ありがとうございました。

それでは、次に同じく消費者の立場から、河村委員、お願いいたします。

【河村委員】 感想的なことを申し上げるぐらいしか、今日のところではないんですが、やはり大きな市場が形成されるとどうとかいうようなことは、私のような本当に単なる一消費者にとってすぐに関係していくかといいますと、個人的な感覚としては大きな市場がどうとかいうことよりも、やはり先ほど高橋委員も触れました、三菱総研さんの資料の2ページにあります目的のところですね、番組の多様化、文化的多様性のテレビ番組への反映とか、そういうようなことがやはり消費者にとって、一番利益として直結するところでございます。

広告放送を視聴するためにお金は直接払っていませんが、私たち消費者が払っている商品代金の中にテレビ広告費も入っているわけでして、その広告費が使われて作られている番組が、やはり健全な競争によって多様な選択肢があるということこそ、私たちが求めていることです。その目的が達せられるようなルールというのが、もし必要であればぜひ導入すべきだと思いますし、フジテレビの方の4ページのところで、米国のルールについて、規制は番組の多様性を目的としたが、その目的が達せられなかったというようなことが書いてありますが、私はそれは全然事実として評価する全く知識はございませんが、そもそもの目的が達せられるようなルールというのを、考えるべきなのではないでしょうか。そこで何か失敗があったとすれば、じゃあ、どうすればいいのかということで、番組の多様性を目的とするような、それが事実達せられるようなルールというのはどういうものかというのを、知恵を出し合って考えたらいいかなのではないかと思います。

現時点で便利な2次利用というようなものが、視聴者にとって用意されているわけではありませんし、番組の十分な多様性というのが、今のテレビ番組欄を見て実現されているとも、実感としては全く思いませんし、前回のフジテレビさんの発表などを聞いていまして、例えば2年間は2次利用してはいけないかのようなルールがあるのであれば、どのようにして

私たちにとって便利なルール、魅力的なサービスというのが実現されていくのなと、疑問に大変思うところですので、やはりそもそもの目的が達せられるような、すばらしいルールというのがあればいいなと思っております。

【大山主査代理】 ありがとうございます。

それでは、次に、権利者の立場から、椎名委員、お願いいたします。

【椎名委員】 まず取引市場形成の前提となる課題ということで、中村委員に整理していただいた中で権利処理コストの負担、あるいは、流通のコストの負担はだれがするんだというポイントですね。これ何回も出ている話なんですけど、コンテンツに限らず、あらゆる財産というものを取り扱おうというときにその権利が伴うわけです。その財産を流通させて利益を上げようという場合に、やはりその流通から利益を上げようとする者が、進んでコストを負担するというのが当たり前のことですよね。ネットワーク上に放送番組を流通させようというときに、あたかも無料であることがデフォルトであるかのごとくなっているネット上において、その中で一定のビジネスモデルを構築するためには、それをされようとする通信事業者さん、キャリアとしての優位性をお持ちなわけですから、その中でビジネスモデルに関するそれなりの工夫とか、また、それなりのコスト負担がやはり必要になってくるのではないかと思います。そのことを表明されしないで、許諾権を報酬請求権にしてくれとか、あたかも権利処理を迂回しよう、ショートカットしようみたいな主張というのは、ちょっと虫がいいんじゃないかと思っています。それから、権利処理データベースに関しましては、今回の試金石として位置づけられると思いますので、そこら辺のコスト負担の問題なんかにもついても、十分詰めていただきたいと思います。

それから、フジテレビさんの資料、これ高橋委員がもうかなりおっしゃってくださったので、繰り返しになってしまうんですが、やっぱりつけ足しということで4ページ目に触れている4のところですよ。DVD化や海外番販の目的が優先されて製作される場合は1次放送を毀損すると、これは実演家としては1次利用としての放送も、DVD化や海外番販などの2次利用も、対価が得られる機会があるんであれば、それを止めたりしないということはこれまでも申し上げてきましたし、これからも止めたりすることはないと思うんですね。一方で、放送番組の流通を促進しようというこの委員会のミッションから考えた場合に、特定のウィンドーを守るために、どこかほかのウィンドーがスポイルされるとすれば、それは問題であって、そこに何らかの措置が必要であるという議論にもなっていくと思います。

放送番組が流れない原因として、権利処理が問題である、著作権が問題である、実演家の過大な権利主張がある、みたいな話がこれまで再三言われてきたわけですが、そのことの検証からさまざまな検討を行ってきた中で、例えばネットでのニーズが弱いとか、そこから採算性が確保できないとかいう問題が出てきましたよね。そこがいろいろ議論されてきた中に

あっても、放送事業者さんは高橋委員も触れられましたけれども、2次利用の促進、広告外収入ですか、そこが経営上の喫緊課題であるとおっしゃっていて、我々もそう伺ってきたことを記憶しています。実演家の立場からは放送事業者に対して、どういう規制が行われるべきかなどということについては、基本的に発言する立場にはないわけですが、こういうこの4に書かれているような微妙な表現を伺いますと、放送事業者さんにとって一体どちらが本音なのか、正直申し上げてちょっと戸惑ってしまうところがあります。もしこの部分が本音なのであれば、少なくとも今後二度と放送番組は流れないのは、実演家のせいだというふうなことの話だけはしないでいただきたい、そのことは強く申し上げておきたいと思います。

【大山主査代理】 それでは、同じく権利者の立場から映画業界としての視点を交えて、華頂委員からお願いしたいと思います。お願いします。

【華頂委員】 先ほどアメリカにおけるフィンシルールについてのご説明がありましたので、意見というよりも、この間も日本の映画の製作流通について、ちょっと歴史も含めながら簡単にкаいつまんでご説明しましたが、アメリカの映画の製作と流通について、本当にごく簡単にお話ししたいと思います。

まず1920年代にビッグスリーと呼ばれるファーストナショナル、パラマウント、MGMが映画会社を再編・淘汰して、さらに全国の劇場を系列化することによって、製作配給興行を管理下に置く垂直統合システムの基礎を形成したのが始まりです。その後、激しい業界内競争やトーキー革命などがあって、1930年代にはビッグファイブに編成されました。パラマウント、MGM、20世紀フォックス、ワーナーとRKOですね、このメジャー5社によってバーティカルインテグレーションと称される、製作流通の縦の系列化が確立されました。日本ではこの間もお話ししましたが、5社、6社と呼ばれた邦画メジャー時代がこれに当たるということです。

しかし、1948年に米国の最高裁において、ビッグファイブの垂直統合に独占禁止法が適用されて、劇場の経営、つまり興行を製作配給から分離し、所有する映画館を売却するようにとの命令が下りました。先日前お話ししたように、日本では外資系のシネコンの台頭によって、緩やかにかつごく自然に、独占的な興行システムは解消されておりますけれども、アメリカの場合は法律によって製作流通の垂直統合を消滅させたということです。このことによって、1950年代には独立系の製作会社が数多く誕生して、メジャー各社は配給を中心とする経営に移行していきました。

その後、1960年代には、日本と同様に観客動員数が急激に低下するんですね。映画会社はそれによって資本力が落ちて、他業種の巨大企業に吸収合併され、コングロマリット化していくことになるんですけれども、そうなったらそうなったで、他業種の資本力が背景に

ありますので、１９７０年代にはこれも日本と同じ傾向ですが、多額の製作費を投入してテレビ媒体による大規模宣伝でハイリターンをねらう、通称ブロックバスターと呼ばれる大作が、次々に製作されていくようなことになっていきます。

１９８０年代にはさらに関連企業との関係を深めて、１次利用としての劇場公開の後に、多角的かつ機動的な２次利用を促進して、投下資本の回収はもちろん、徹底的に利益を追求していくワンソース・マルチユースのビジネスモデルが、確立したということです。そして１９９０年以降、現在に至るまでのハリウッドメジャーは、ご存じのように、通信・放送などの情報関連の企業はもちろん、さらに多種多様の企業と連結して、共存していく傾向がさらに進んでいるというような状況にあります。

参考になったかならないかわかりませんが、以上でございます。

【大山主査代理】 ありがとうございます。

続きまして、通信事業者の立場から、岸上委員、お願いいたします。

【岸上委員】 ＮＴＴはご存じのように、いつも言いわけのように言っているんですが、通信事業者ではあるんですけども、コンテンツ事業者に自らがなれない存在ではあるんですが、通信事業としても先ほどの中村さんからの話にもありますように、今後のＩＰＴＶという中での２次流通というのは非常に重要な位置づけで、特にやはりユーザーから見たときのコンテンツの重要性というのは、ここにおられる皆さんと同じように、最も重要なものだとして理解しております。

それに対して、例えば権利処理に必要な情報データベース、これに関しましても私も個人的に昔から９９年、２０００年に入ってぐらいからですか、コンテンツのＩＤをつけて、それで権利処理を何とかデータベース化しようということで、もう７、８年ずっとそれにかかわってききましたが、やはり実際問題としてはなかなかその辺が立ち上がらない。先ほど試金石という言葉も出ましたが、今回の動きの中でその辺がぜひ離陸されるように、私どもとしても協力していきたいとは思っております。

ただ、これもなかなか実際のビジネスが始まらない中で今までは動かしてきたというところなどが、なかなか立ち上がらなかった最大の理由かなと思っております。ちょうど昨日から、京王プラザでＩＴＵの会議なんかも行われて各国集まっております。香港のＰＣＣＷとかあるいはヨーロッパのＦａｓｔＷｅｂとかアリア等、あるいは、アメリカのベライゾンあるいはＡＴ＆Ｔというところで、１０万から多いところでは二百数十万、実効的にはそれよりも少ないかもしれませんが、それぞれの立ち上がりを見せておりますので、いよいよ日本においても来年あたりから、ＩＰＴＶが本格的に立ち上がるのではないかと期待しております。それに対する企画なんかもＩＰＴＶフォーラムを中心に動いておりますので、私どもとしてもいよいよそういう新しいメディア、新しいサービスとしてのＩＰＴＶが立ち

上がるだろうと期待しており、それに対して今回のコンテンツの取引市場の形成というのが、いい形でそこにかかわっていくといえますか、それをお互いにサポートするような形で、市場が立ち上がっていくことを期待しているところでございます。

以上でございます。

【大山主査代理】 ありがとうございます。

それでは、次に、吉川オブザーバー、お願いします。

【吉川オブザーバー】 この委員会のもともとの趣旨というものが、10年間で5兆円のコンテンツ市場を拡大すると、そのために何をやるかというところであるという原点にさかのぼって考えた場合、いかにコンテンツ市場を振興・支援できるかというお話になってくるかと思えます。基本的には日本人の人口というのは今ちょっと減り続けていて、アイボールが減少していて、そこでメディア接触時間というのはあまり変わらない、そしてコンテンツの単価が変わらないということが前提であれば、1つとして、韓国の事例にあったように、金光さんの資料にあったように、海外で日本コンテンツを受け入れることに関して規制を行っているようなところがあれば、それをいかに開放させていくかというような努力も必要ではないか、要するに限られたパイをいかに広げるかというところが1つあると思います。

それと、もう一つ、中村先生からお話があったような、要するに製作主体の多様化を担保するためには、それと同時にファーストウィンドーの多様化、育成支援ということを行う必要があるのではないかと。製作者が増えても、また主体として多様化したような製作者が出てきても、それを発表する場がない、流す場がないということであれば、なかなか産業としては立ち上がっていかない。従って、それをある程度育成する必要もあるんじゃないかと。

さらにここでよく議論されておりますように、許諾権というものを前提とした処理を行っていくということで、我々が今後こういうふうなコンテンツの流通を処理していかなきゃいけないということを前提として考えた場合、やはり権利処理にかかわる時間とコストをいかに簡素化してセーブしていくかということも、2次利用をより活性化するためには非常に重要なのではないかと考えます。

また、もし2次利用であるとか、権利者の中で他権利者の経済活動を阻害するような行為が、もしそういうふうな要因があるのであれば、それに関してはきちっと監視していかないといけないんじゃないかというふうな4点というのが、市場拡大のためには重要なポイントではないかと思えます。

さらに、テレビ局株主の一部として発言させていただきますと、一応、民放というのは、NTTさんと違まして、発足以来、税金で設備を作ったわけでもコンテンツを作ったというわけでもございませんので、やっぱり民放さんの場合はNTTさんと違って、ボトルネック規制、設備開放規制みたいなものは、あまりそぐわないんじゃないかなとは思います。ま

た、今までも経済活動において公共性が高いと言われている放送事業と、それとそれ以外の放送外事業、これがやはり我々一般企業と同じように同じ税率で処理されているということは、やはりこれは民間として今までやってきたという証であると思いますので、そこであまりボトルネック規制的な話というのはよくないのかなと思います。

ただ、あえて経済合理性ということで発言させていただきますと、やはり放送外収益というか、2次利用に関しましてもある程度ヘッドを、ロングテールヘッドの理論でいきますと、ヘッドのほうにやはり精力は集中していただいて、より一層収益上げていただくということと、やはりロングテールコンテンツをより一層流動化し、また、市場を活性化させるための施策として、いろんな方式を検討したり、市場拡大、活性化に貢献していただけるようなアクションをとっていただければ、非常にそれは期待したい部分であるとは思いますが。

以上です。

【大山主査代理】 ありがとうございます。

あと15分弱ございますので、皆様方からご自由にご質問等をいただければと思いますが、いかがでしょうか。どうぞ、お願いします。

【堀委員】 今いろいろなお話を聞いて、要は何となく内向きになっているのではないかなと。

日本のマーケットで通信で、先ほど岸上さんから、ユーザーから見てコンテンツは重要だという認識があるというお話がありましたが、そんなに重要なのかな、お金払って見るほど重要だと思っているかなというのが1つ疑問として残る。ただなら見ますが、1つのコンテンツをネットで例えば1,000円払ったり500円払ったりしてまで見るかなと、一旦ただで見ちゃったものを、というのが1つあるんですね。

今の吉川さんのお話なんかもやっぱり5兆円プラスするというのに、日本のマーケットでは多分無理じゃないかなと。そのときに、民々でやってきたと、権利処理をもっとスピーディーにやってくれというお話がたくさんありましたが、我々事業者の立場としては、ほぼ無価値だったタレントの卵を育て上げてきて、財産的価値を作って、それをプロダクションがテレビ局と交渉して、今までうまくやってきているんです。そこに権利処理が煩雑だったことは1回もないと思うんです。ただ、あまりにも2次利用される方が限りなくただに近い料金しか設定してこないの、それで大量に出されては困るということで、事業者であるプロダクションが出荷調整をしないと、タレントの寿命が短くなってしまうということで、お断りするケースがあったんだと僕は認識しているんです。テレビ局サイドもその処理の煩雑さとか、金額の少なさのために、人員を割けないからあまりコンテンツは流通しなかったんだ。

でも、実演家には、肖像パブリシティ権というものがあって、これは法律には明文化されてないんですが、いまだに裁判でも人格権と財産権と評価が分かれる。これを財産だということではっきり認識してもらえれば、その信託であるとか、譲渡であるとか、売却であ

ることが仮にできるときに、プロダクションが今までやってきたものが一歩先に進む。それがもし認められれば権利処理ははるかに今まで以上に、スムーズになるのではないかなと、そういう実態もよくご理解していただきたい。そしてプロダクションというものが、映連さんがいるところでは申しわけないですけども、テレビがスタートしたときには5社協定があって、映画会社に所属していた役者さんが使えないから、渡辺プロを筆頭にしたプロダクションが、テレビ局と一緒に伸びてきて今のテレビがあるんです。

放送コンテンツの多様性は、何回も出てきて、あたかも多様じゃないかのように言われますが、僕は世界中のテレビを見て日本の放送コンテンツ以上に多様な国は多分ないと思っています。それをやってきた以上、もし5兆円プラスするんだったら、このインターネットの時代であれば海外に求めるべきだ、国内の話よりも海外を先にすべきじゃないか。今、YouTubeで「ジャニーズ」と打ってもほとんど検索できません。でも、中国語で打つとずらっと出てくる。それぐらいニーズが高いんです。日本ドラマの潜在的な視聴者数は、多分韓国においては10万人いるだろう。これはビデオじゃありませんから、早期に早く正規品としてネットに出てくれば、今の海賊CDVとかの市場は淘汰できるのではないかな。もうちょっとそういうマーケットを広げて、5兆円プラスするという話をしていただいたほうがいいんじゃないかと思います。

権利処理の時間的なものとコストの簡素化というのは、プロダクションが果たしてきた役割を、よく皆さんで研究していただければはるかにわかりやすくなると、事業者の立場としては申し上げておきたいと思います。

【大山主査代理】 ありがとうございます。

金光オブザーバー、どうぞ。

【金光オブザーバー】 先ほど私の報告に対して幾つかご意見いただいたので、そういうことも踏まえてちょっとご説明させていただきます。

フィンシルールに関しての説明の中で、お二方からある種このところは承服しかねるというご意見いただきました。複数の方が言われたので私の書き方が悪かったんだろうと思いますが、一応ここで説明したかったのは、要は我々は放送事業者なんです、テレビ局なんです。それで当然のことながら経営方針として、その他事業、いわゆる非広告放送の拡大というのを目指しています。ですから、放送で使ったコンテンツあるいは別に作った映画のコンテンツ等々を、価値を最大化する経済活動を作るというのは、何ら別に方針としては変わってないわけです。ただ、本末転倒してはいけないということを、ここで言いたかったんです。フィンシルールの一番最後には書いているということで、番組製作において市場の流動性を優先させるような規制が加われば、放送番組価値は下がる可能性が多い、だから、視聴者の不利益につながるということを言いたかったんです。

ですから、フリーハンドで編成をして視聴者のために考えているときに、別の要件が加わることによって1次放送ではない要件を優先する。先ほどのレポートにもありましたが、アメリカはフィンシルールを入れて、何とドラマと映画とコメディがほとんど占めてしまったというようなレポートがあるわけで、そういう形で市場流通性みたいなことを優先させると、どうしても本来編成されるべきものではないものの、バイアスがかかってしまうというようなことは、視聴者にとって得なんですかということを、さらに前振りでわかりやすくしこうと思って言っていました。

DVD化や海外番販といったときに、

例えばこの議論を進めていった場合、DVD化する、海外番販するときに権利処理が大変だ、権利の許諾が得られない。であれば最初から権利処理なくていい作品を作ればいいじゃないかと、極論に走る場合があるわけです。そういうことを言う人がいるわけですよ。

我々は決してそんな道をとるつもりはないし、1次放送の際に2次利用については許諾しませんよと最初から言われたって、その役者さんなりタレントさんに、スキルがあって、能力があって、人気があるならばその人を1次利用で使うわけですよ。それが視聴者にとってメリットだと。2次利用することで交渉してだめかもしれない。でも、その人を使うことと、最初からどうぞ海外番販してください、DVD化してください、だけど、無名ですよ、あまり能力ないですよというタレントさん使うのと、どっちいいんですかといったときに、我々放送局は、前者をとることを基本としてるんですということを主張したいんです。ですから、そうやって別の要件を持って海外番販だとかDVD化ということが、何か本末転倒された議論としてそれが優先されて、本来我々はコンテンツ業だし、テレビ局ですから1次放送の価値を毀損しては、本来の仕事としては困るわけですから、そういうところを行き過ぎて、優先されて製作される場合に、相対的に1次放送のコンテンツ価値を、毀損しかねない。

【椎名委員】 というふうにはなかなか読めないんですね、この文章は。

【金光オズバーバー】 済みません。

【椎名委員】 要するにここは流通促進をしましょうという会議なわけじゃないですか。そのためのトライアルをしましょうという話が出ているんだから、社是として広告外収入も取り組んでおりますみたいな話が出てきてこの文章を読むと、1次利用が優先であって、流通の促進はその後だと読めるんですよ。少なくともこのミッションは流通の促進だから、その目的のためにいろんなことを考えているわけじゃないですか。

【金光オズバーバー】 そうですね。

【椎名委員】 だから、そういうふうにとれちゃったということですよ。とれちゃったことをとやかく言っているんじゃないで、だったら、実演家のせいに今後しないでくださいねということだけ言いたかったんです。

【金光オズバーバー】 実演家のせいに私はしたつもりもないですし、今までのこの委員会の発言でも権利者のことに関して言及したことはないので、そういうつもりではないんですけれども、これ言うともたくだいのでやめときますが、了解しました。

【椎名委員】 はい。

【大山主査代理】 あとお一方ぐらいですが、どなたかいらっしゃいますか。

本日の議論はここまでとさせていただきます。これまで3回をかけまして、諸外国における放送コンテンツの流通市場や、関連するルールについてご報告をいただき、情報共有を行ってまいりました。こうした諸外国の状況の把握については、今回で一たん一区切りといたしたいと思います。ご案内のとおり、当委員会では取引市場及び技術という2つのワーキングを設置しており、それぞれ数回検討を重ねているところであります。次回以降はこのワーキングの検討状況につきましてご報告をお願いし、委員の皆様と意見交換を行いたいと考えております。本日いただいたご指摘の中で、さらに調査が必要な事項などについては、事務局のほうで対応をお願いいたします。そのほか今後の議事の進め方についてご意見等がございましたら、事務局のほうにお伝え願いたいと思います。

最後に、事務局から何かございますか。

【小笠原コンテンツ振興課長】 次回の日程は10月29日（月）10時半でございます。開催場所、出欠の確認等のご案内については、別途また事務局から差し上げたいと思いますので、よろしくお願いをいたします。

【大山主査代理】 では、これで会議を終了いたします。本日はどうもありがとうございました。

以上