

# 「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」について

＜平成13年諮問第3号、平成16年諮問第8号及び平成19年諮問第12号＞

---

## 第5次中間答申 (骨子案)

平成20年6月23日

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 事務局

# 目次

---

## 第一章 デジタル放送におけるコピー制御ルールとその担保手段の在り方

### 第一節 デジタル放送におけるコピー制御のルール

- I 第四次中間答申における提言の概要
- II 第四次中間答申以降の経緯について

### 第二節 コピー制御に係るルールの担保手段の在り方

- I コピー制御に係るルールの担保手段に関する現状と課題
- II コピー制御に係るルールの担保手段に関する検討の経緯
- III 提言～ コピー制御に係るルールの担保手段について

## 第二章 コンテンツの取引市場の形成

### I 検討の背景等

- (1) 諮問・検討の背景
- (2) 関連する事実関係

### II 検討の経緯

- (1) 制度による解決策に関する検討
- (2) 民間主導による解決策に関する検討

### III 提言～ 取引市場形成に向けて

# 第一章

---

## デジタル放送におけるコピー制御ルールと その担保手段の在り方

# 第一章 目次

---

## 第一節 デジタル放送におけるコピー制御のルール

- I 第四次中間答申における提言の概要
- II 第四次中間答申以降の経緯について

## 第二節 コピー制御に係るルールの担保手段の在り方

- I コピー制御に係るルールの担保手段に関する現状と課題
  - (1) 第四次中間答申の指摘とその後の経緯
  - (2) エンフォースメントに係る基本的な考え方
    - ① コンテンツ保護とエンフォースメント
    - ② 「技術・契約」によるエンフォースメントと「制度」によるエンフォースメント
    - ③ 「技術・契約」によるエンフォースメントの例
    - ④ 「制度」によるエンフォースメントの例
- II コピー制御に係るルールの担保手段に関する検討の経緯
- III コピー制御に係るルールの担保手段に関する提言

# 第一節 デジタル放送におけるコピー制御のルール

## I 第四次中間答申における提言の概要

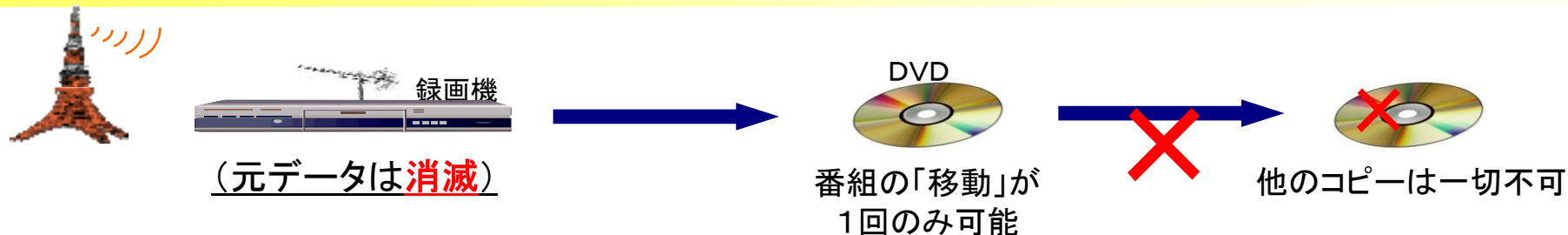
### 【検討にあたっての基本的考え方】

「コンテンツ大国」に相応しい多様で豊かなコンテンツの製作・流通促進のため、関係者がそれぞれの役割の下に努力していくことが不可欠。才能ある多くの若者が、コンテンツを創る仕事を選択するインセンティブを絶やさないことが重要。

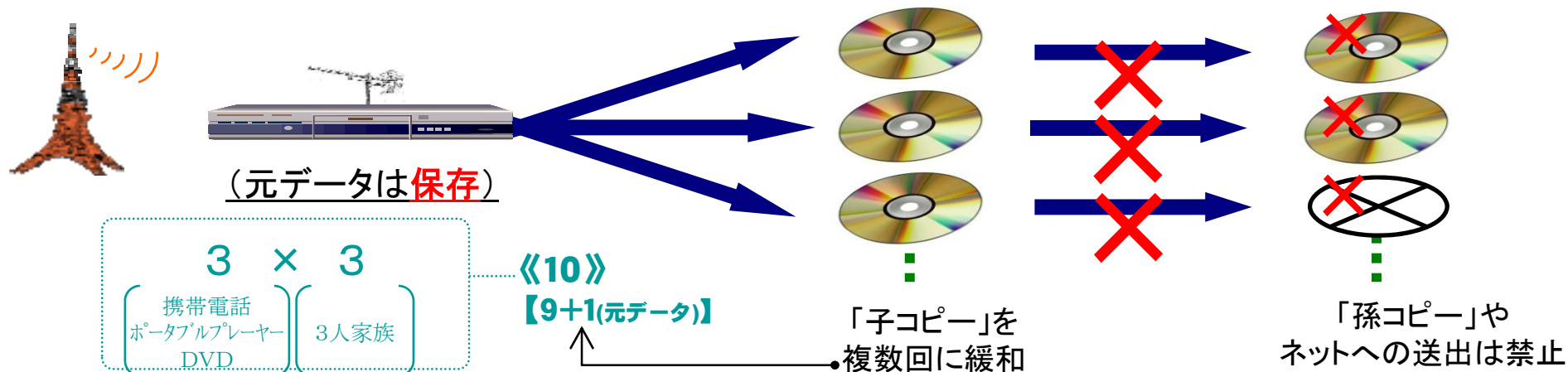
このため、1)コンテンツを尊重し、これを適切に保護すること

2)その創造に関与したクリエイターが、適正な対価を得られる環境を実現することを基本的な姿勢として、夫々の課題を検討することが必要。

### <現状>いわゆる「コピーワンス」



### <変更後>ダビング10 (平成19年8月2日 情報通信審議会第四次中間答申 「デジタル・コンテンツの流通の促進に向けて」)



# 第一節 デジタル放送におけるコピー制御のルール

## II 第四次中間答申以降の経緯について

### ① 平成19年8月2日 第四次中間答申

放送事業者、受信機メーカーなど、(略)関係者においては、こうした審議経過や、それに参加し、議論を尽くした関係者の努力を尊重した上、当審議会の提言を踏まえた取組を、本年中を含め可能な限り早期に実行に移すよう、改めて要請する。

(「デジタル・コンテンツの流通の促進に向けて」(第4次中間答申平成19年8月2日情報通信審議会))

### ② 平成20年2月19日 DPA((社)デジタル放送推進協会)の発表

「…現在のところ、6月2日の午前4時を予定日ということで今後の準備をしていこうということで、Dpaのほうの技術委員会では提案し、(略)確認されております。…」

「…本日、こういうプロセスを進めていくことに関しまして、この委員会で皆様のご理解とご承認をいただいきたいと思っております。」

(第32回デジタル・コンテンツの流通の促進等に関する検討委員会(平成20年2月19日)議事録より関委員発言抜粋)

### ③ 平成20年4月11日 フォローアップワーキングの設置

第四次答申の前提とされていたと考えられる事項の進捗状況等をフォローアップした上で、提言されたコピー制御方式(いわゆる「ダビング10」)の実現に関する合意形成を検討する「フォローアップWG」の設置を決定。

### ④ 平成20年4月25日 DPAの発表((社)デジタル放送推進協会 DPA ホームページ 『『ダビング10』に関する準備状況について』より抜粋)

4月25日の情通審に対して、下記の内容を報告

- ・ 地上デジタルテレビ放送事業者はすべてダビング10となる予定であること。
- ・ 衛星放送の有料放送事業者はチャンネルごとにダビング10とコピーワンスを区別する予定であること。
- ・ 運用開始の日時については放送事業者と受信機メーカーが連携し、情通審の合意(コンセンサス)を受けて決定すること。

## 第二節 コピー制御に係るルールの担保手段の在り方

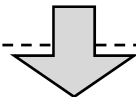
### I コピー制御に係るルールの担保手段に関する現状と課題 (1)第四次中間答申の指摘とその後の経緯

#### 1) 第四次中間答申の指摘

○ 第四次答申で提言された一定のコピー制御に関するルールの「エンフォースメント」の在り方については、第四次答申の検討の過程において、次のような趣旨の指摘を受けている。

- (1) コピー制御に関するルールのエンフォースの在り方、その手法、費用の負担の在り方については、コンテンツ保護の在り方を検討する上で重要な課題であり、継続的な検討課題とすべきではないか。
- (2) コンテンツ保護方式がどのような形でエンフォースされるのかという点は、消費者にとっても大きな影響がある。従って、利用者の利便性と実効性あるコンテンツ保護のバランスをとるという観点から、消費者も含めた形で検討を進めていくことが必要。
- (3) コンテンツ保護方式については、消費者や権利者等の参加を得たオープンな形での協議を進めていくことが必要。

(「デジタル・コンテンツの流通の促進に向けて」(第4次中間答申平成19年8月2日情報通信審議会))



#### (4) 配意すべき事項

##### ① いわゆる「違法」「不正」なコピーの流通等について

ii) 違法行為を抑止する観点からは、抑止を目的とした上記のような周知広報に加え、引き続き、行政を始め、コンテンツの製作・流通に係る全ての関係者が、違法行為を抑止・摘発する効果的な手法の開拓に努めていくことが必要である。また、**コピー制御に係るルールが、技術的に確実に担保(エンフォースメント)されることが重要**であることは言うまでもない。

今回の審議においては、上記の技術面でのエンフォースメントの在り方について、現状に関する適時の説明と情報の共有が必要ではないか、という趣旨の指摘が行われたところであり、**当審議会としても、コピー制御に係る技術的なエンフォースメントについて、引き続き状況の把握に努め、必要に応じて関係者に説明を求めるとともに、エンフォースメントに関する制度を含めたルールの在り方について審議を行っていくこととする。**

(「デジタル・コンテンツの流通の促進に向けて」(第4次中間答申平成19年8月2日情報通信審議会))

#### 2) その後の経緯

第四次中間答申以降の審議会において、いわゆる「基幹放送」との関係で、技術的エンフォースメントに関する指摘や、制度的エンフォースメントに関する指摘があり、これらについて議論が行われた。

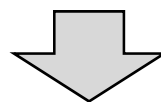
## ① コンテンツ保護とエンフォースメント

### 【無料地上放送等における一定のコピー制御】

(1) 当審議会においては、無料地上放送等における放送コンテンツの保護の在り方に関し、現在のコピーワンスの改善の在り方について審議。

EPN、COG、COG＋一定のコピー制限など、コピー制御に関する様々な選択肢について、昨年 of 第四次答申に至るまで約二年半にわたる議論を重ね、一定の結論に至ったもの。

(2) その結果、「コンテンツ大国」に相応しい放送コンテンツの製作・流通の促進のためには、「コンテンツを尊重し、これを適切に保護すること」が必要、という共通認識に達し、その認識の下、無料地上放送等における放送コンテンツの保護のために、「一定のコピー制御」のルールが必要とされたところ。



### 【一定のコピー制御に係るエンフォースメント】

無料地上放送等において、一定のコピー制御の実効性を担保するためには、放送の送信側、受信側双方において、コピー制御に関する一定のルールが遵守されることを担保する仕組みが必要。

#### ●送信側

一定のコピー制御を実現するための信号が放送波に重畳され、かつ、送信側が選択できる「コピー制御信号」の範囲に一定の制約が課されることが必要。

#### ●受信側

一定のコピー制御の送信のみでは、受信側で当該信号の内容が守られるとは限らない。そのため、当該コピー制御信号、ルールへの反応を確実に担保するとともに、全ての放送用受信機が、当該コピー制御信号、ルールの内容に従うようにするとともに、受信機に接続される「外部接続機器」への一定のコピー制御信号、ルールが継承されることが必要。



## ② 「技術・契約」によるエンフォースメントと「制度」によるエンフォースメント

### 技術的エンフォースメント

#### 【基本的な枠組み】

- ・ 民間の契約により、ライセンス機器が規定のコピー制御ルールに従い、非ライセンス機器では保護対象のコンテンツを有効に使用できないようにする技術手段を導入。
- ・ 具体的には、コピー制御信号に反応する受信機を製造・販売する者に対し、契約によりスクランブル解除のためのライセンスを発行。ライセンスされた者の製造・販売する受信機は、ルールに基づきコピー制御が施される。
- ・ 一方、それ以外の機器については、保護対象コンテンツは視聴不可能とする。
- ・ ルール違反に対しては、契約の解除、法的措置により対処を行う。

#### 【特徴】

- ・ 民間の契約であり、ルールの内容やその担保方法の決定は、コンテンツを適正に提供しようとする者とそれを適正に享受できる受信端末の製造・販売を行おうとする者が契約当事者として合意することによる。
- ・ 契約内容(ルールを含む)の遵守義務を負う者、ルール違反に対して契約違反で訴える等の措置を行う者も契約当事者に限定される。

### 制度的エンフォースメント

#### 【基本的な枠組み】

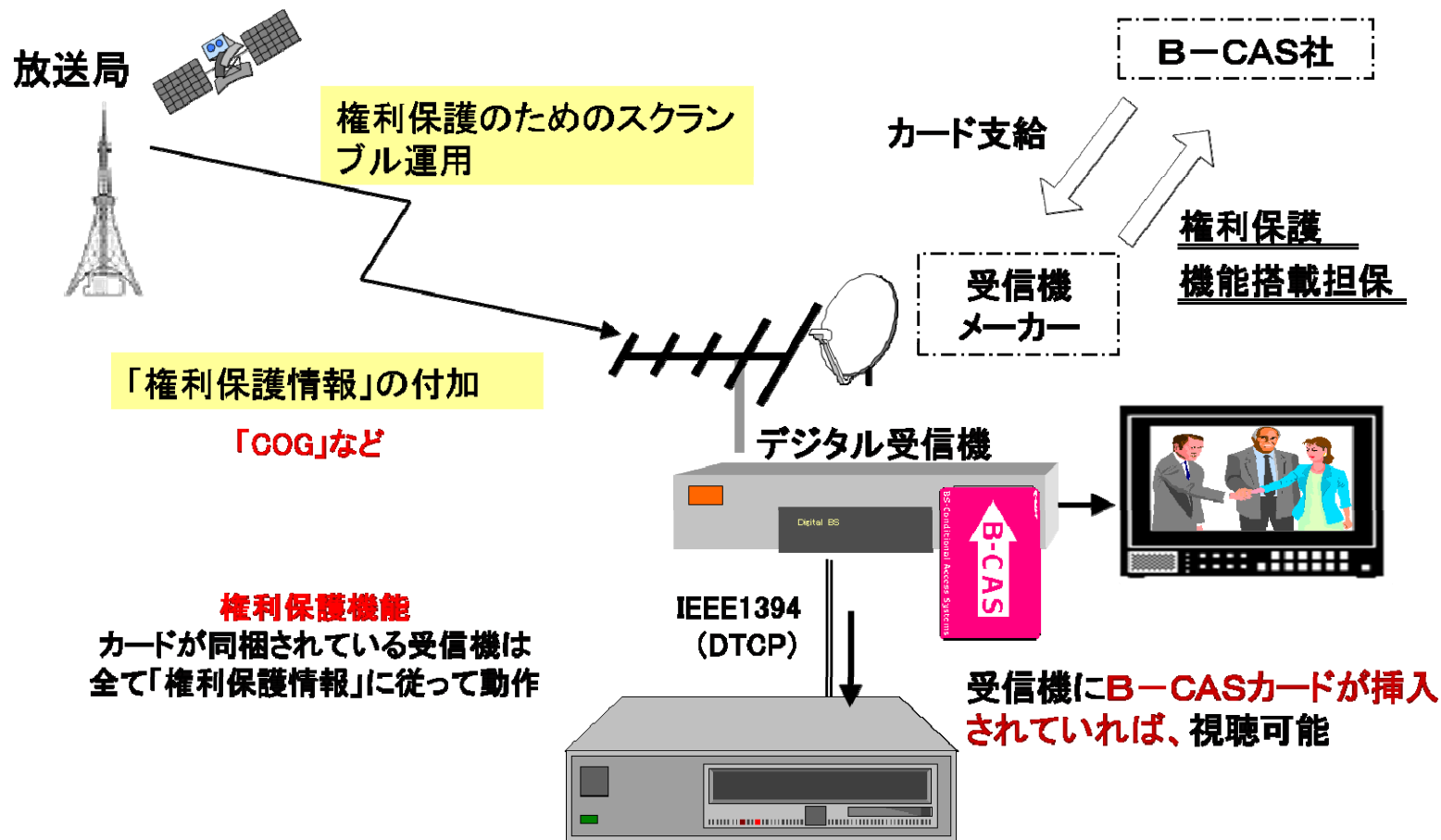
- ・ 法律で定められた対象機器に対し、ルールに従わない場合、刑罰その他の法的措置による対処を行う。

#### 【特徴】

- ・ 法律による規制であり、目的、及び目的に照らしたルールの妥当性等について、国民的コンセンサスが必要。
- ・ ルールの遵守義務を負う者や、ルール違反に対して法的アクションを行える者に関しては、国民的コンセンサスを得られる限りにおいて、妥当な範囲を定める。

③ 「技術・契約」によるエンフォースメントの例

- ・ 放送局は、放送番組の権利保護情報(COG等)を番組と多重化して送信。
- ・ 放送波に伝送路暗号(スクランブル)が施され、スクランブル解除の為にB-CASカードが必要。
- ・ 受信機での権利保護規定遵守を、B-CASカード支給契約によるエンフォースメントで担保。



④ 「制度」によるエンフォースメントの例

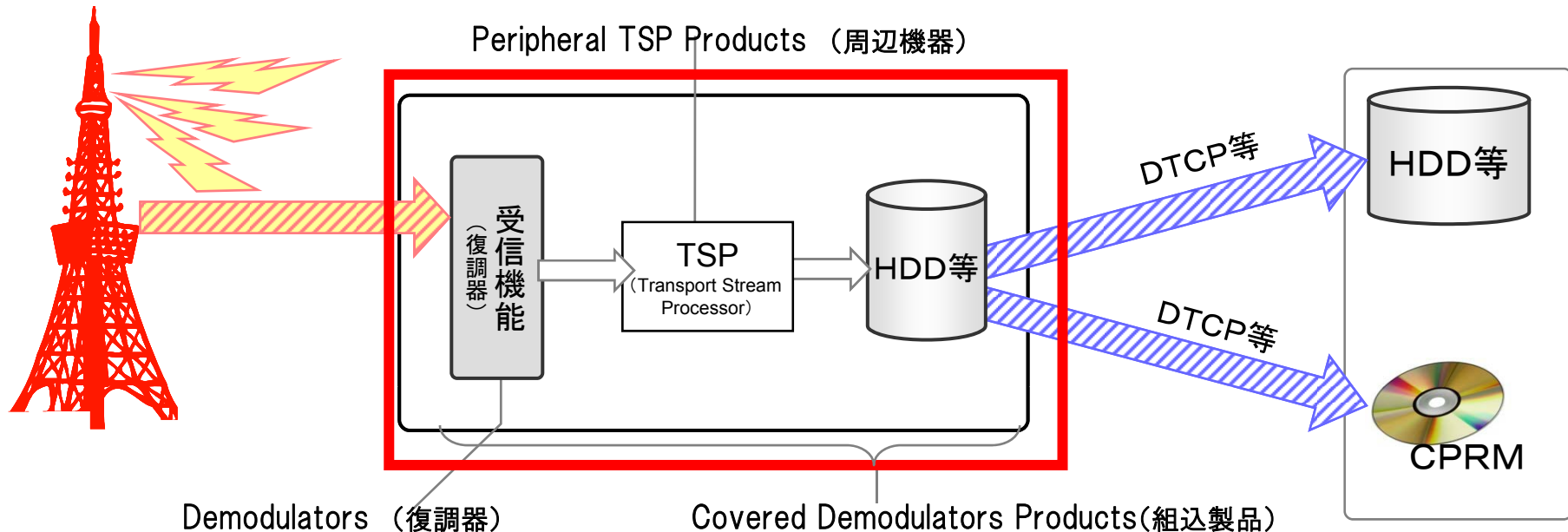
<米国 ブロードキャストフラグ規則>

米国のFCC(連邦通信委員会)は2003年11月、著作権保護方式について、送信側及び受信機メーカーに対し、当該方式への対応を制度により義務付ける「ブロードキャストフラグ規則」を制定。(2005年5月、連邦裁判所により、FCCにおいて制定権限がないとされ、無効と判断。)

- 目的 ・デジタル時代における(電波による)放送を促進すること  
・引き続き、高付加価値なコンテンツが公共の電波を通じて公衆に提供されること
- 対象:送信側、受信側双方とも対象。受信機はDemodulators(復調器)、Covered Demodulators Products(復調器組込製品)、Peripheral TSP Products(周辺TSP機器)の機器が規制の対象。
- ルール:送信側、受信側双方にルールがある。CR(機器の遵守するルール)、RR(堅牢性を確保する機能要件)

<その他の例>

米国著作権法のDMCA(アナログVCRのマクロビジョン反応義務付け)、AHRA(民生用デジタル録音機器のSCMS義務付け)



## 第二節 コピー制御に係るルール of 担保手段の在り方

### Ⅱ コピー制御に係るルール of 担保手段に関する検討の経緯

これまでの検討の過程では、概ね以下に掲げる項目に関して、委員会審議において言及された「技術・契約」、「制度」という二つのエンフォースメントの実現手段を視野に入れ、意見交換。

#### (1) エンフォースメントについて行われている指摘や意見の現状

- ① エンフォースメントに関する検討の必要性
- ② エンフォースメントに関する指摘や意見
  - 1) 視聴者の意識に関するもの
  - 2) コストや効果に関するもの
  - 3) いわゆる「基幹放送」に関するもの

#### (2) エンフォースメントに係る基本的な考え方について

- ① 検討の対象
- ② 基本的な考え方

#### (3) エンフォースメントの実効性について

#### (4) 対象となる機器について

- ① 対象機器の範囲に関する考え方
- ② 対象となるか否かの基準の設定について

#### (5) 遵守を求められるルールについて

- ① 適切かつ有効なルールの在り方
- ② ルールの運用について

#### (6) ルール違反に対する措置について

- ① 善意の製造事業者等に対する配慮について
- ② 善意の流通事業者等に対する配慮について

## II コピー制御に係るルールの担保手段に関する検討の経緯

### (1) エンフォースメントについて行われている指摘や意見の現状

#### ① エンフォースメントに関する検討の必要性

第四次中間答申で提言された、一定のコピー制御に関するルールの「エンフォースメント」の在り方については、同答申の検討の過程において、次のような趣旨の指摘を受けている。

- (1) コピー制御に関するルールのエンフォースの在り方、その手法、費用の負担の在り方については、コンテンツ保護のあり方を検討する上で重要な課題であり、継続的な検討課題とすべきではないか。
- (2) コンテンツ保護方式がどのような形でエンフォースされるのかという点は、消費者にとっても大きな影響がある。従って、利用者の利便性と実効性あるコンテンツ保護のバランスをとるという観点から、消費者も含めた形で検討を進めていくことが必要。
- (3) コンテンツ保護方式については、消費者や権利者等の参加を得たオープンな形での協議を進めていくことが必要。

#### ② エンフォースメントに関する指摘や意見

第四次中間答申以降、当委員会の審議会及びワーキングにおける議論等において、次のような指摘を受けている。

##### 1) 視聴者の意識に関するもの

- ・ 地上デジタル放送の視聴にB-CASカードが必要であるため、受信機購入後に手間や煩雑さが生じ、不便を感じる人が多い。デジタル放送への移行の上でハードルとなるおそれもあるので、それらが解決できるエンフォースメントの手段を検討すべき。
- ・ 少なくとも、無料放送である地上デジタル放送に関しては、B-CASカードが不要な形とすべきである。現在のアナログ放送と同等の利便性が損なわれると利用者は納得しない。B-CASカードのために受信機のコストが高くなっているのであれば、地上デジタル放送の普及の観点からも問題である。
- ・ スクランブル解除のために不可欠なB-CASカードの発行が、B-CAS社という民間会社1社に委ねられており、審査等の基準も不透明であるのは問題ではないか。
- ・ B-CAS社は、放送事業者と家電メーカーが主要株主であるようだが、経営状況等がホームページ等では不明。今後すべての国民が視聴することになる地上デジタル放送にそういったシステムが使用されるということは、一般消費者からも疑問を持たれるのではないか。

## II コピー制御に係るルールの担保手段に関する検討の経緯

### (1) エンフォースメントについて行われている指摘や意見の現状

#### ② エンフォースメントに関する指摘や意見（続）

##### 2) コストや効果に関するもの

- ・ 技術のエンフォースメントにはコストが非常にかかるものであり、家庭に複数台普及していくものに、それほどコストをかけてよいのか疑問。また、コストをかけても無反応機器などが出現することを考えると、費用対効果、実効性の観点から疑問。
- ・ 技術的な手段が、無反応機器というものが出てきて全てが無駄になることを考えると、消費者がコストを負担することは到底受け入れることができない。
- ・ 現在既に3,000万枚以上もB-CASカードが配られている状態で、無反応機器の製造・販売に対する事前抑止力、ハードルとなっているのか疑問。皆が同じ鍵を持っていて、すべてのマンションの鍵穴が同じということなのに、実効性はあるのか。
- ・ 「スクランブルを外すことを権利者が承知するわけがない」と言われるが、コピーワンス、スクランブルの導入に、権利者は関与していない。「無反応機器」が出現しはじめている現状をみると、スクランブルの、エンフォースメントとしての役割は既に失われているものと考えざるを得ない。そのようなものについて一定の費用負担を強いることは疑問。
- ・ 現行のB-CAS方式では、スクランブルを解除するために機器に実装する仕様は公表されていることから、「制度」に比べて無反応機器製造のハードル、事前抑止効果が高いと必ずしもいえないのではないか。

##### 3) いわゆる「基幹放送」に関するもの

- ・ 基幹放送である地上放送という、あまねく国民に送り届けることが責務となっている放送に対して、スクランブルをかけて送信することは問題があるのではないか。
- ・ 地上デジタル放送は、特に災害時の緊急対応や弱者にやさしい等をうたい文句としており、誰もが受信できるものであるべき。代替する他の手段があるなら、スクランブルをやめるべきである。
- ・ あまねく誰もが視聴する無料の地上放送、基幹放送に、コスト等の負担がかかる「技術・契約」のエンフォースメントが導入されていることに対して違和感があり、このスキームを続けていくことは問題ではないか。



## Ⅱ コピー制御に係るルールの担保手段に関する検討の経緯

### (2) エンフォースメントに係る基本的な考え方について

#### ① 検討の対象

- ・ 現行の「コピーワンス」という「技術的エンフォースメント」は民間の契約であり、ルールの内容や担保は契約当事者の合意で決められたが、その後様々な課題が指摘され、見直しが必要となった。  
この経緯を踏まえれば、「制度的エンフォースメント」、「技術的エンフォースメント」、いずれの手段についても、その導入決定に当たっては、一定の国民的コンセンサスが必要なのではないか。検討に当たって利用者の視点を入れるべきではないか。
- ・ 地上デジタル放送の開始に伴う諸々の変更に対して、消費者はほとんど選択の自由がなく、地上デジタル放送になるから受信機を買い替えざるを得ない、という受け身の立場に陥っている。そのような分野について、国民の問題でよいのか。制度的エンフォースメントで行政も関与し、この場で決めていくことが必要ではないか。
- ・ 地上デジタル放送は、5,000万世帯という数が受信機を持ち、そこでデジタルによるコピーが次々できるわけであり、明らかに特殊なもの。皆が受信機を買わざるを得ない特殊性を持つ地上デジタル放送について、それに関するコンテンツ保護方式を 国民でやろうというのは、いかがなものか。

#### ②基本的な考え方

- ・ 「制度」をエンフォースメントの選択肢の一つとして検討する際に、前提として、規制が最小限であること、規制対象として検討されるのは基幹放送であること、ということが明確化されている必要があるのではないか。また、制度を検討するに際しては、「無反応機器」の抑止と排除に関する、国民における自助努力を併せて行っていくことが必要ではないか。
- ・ 「制度」を選択肢の一つとして議論するには、まずは、「技術・契約」のエンフォースメントに拠った場合の現実の被害実態や、今後想定される被害・損害の立証が必要ではないか。
- ・ 基幹放送である地上デジタル放送の特殊性を明確にした上で、現在運用している技術的エンフォースメントと比較してより効果的かつ経済的な方法となる可能性を有する制度的エンフォースメントについて検討するのは意義深いのではないか。

## II コピー制御に係るルールの担保手段に関する検討の経緯(続き)

### (3) エンフォースメントの実効性について

- ・「制度」による場合、スクランブルをかけずに放送することになるので、現在の「技術・契約」と比較しても、無反応機器が製造・販売される危険性は高まることから、その抑止効果は、いわゆる「スピードバンプ」的な役割にしかならないのではないかと懸念される。コンテンツ保護の安全性が低下する方向となるが、関係者は本当にそれで問題ないのか。
- ・「制度」によるエンフォースメントが、「スピードバンプにしかなり得ない」と決めつけるのではなく、「スピードバンプを超えた抑止力を持つ制度」の具体像を検討することが必要ではないか。
- ・「制度」の場合、「技術・契約」のようにスクランブルを維持するコストはなくなるものの、違法機器の監視・摘発を行わなくては実効性がないのではないかと懸念される。そのためのコストはかかるのではないかと懸念される。

### (4) 対象となる機器について

#### ① 対象機器の範囲に関する考え方

- ・「技術・契約」の場合は、民間の契約によるものであり、ビジネスモデルの中で、「完成品」の受信機のみを対象とすることも可能であり、当事者間の合意の上に、対象範囲を追加等していくことも容易。一方、「制度」の場合は、規定されたルールに違反した機器について法的に対処するため、「完成品」に限定せず、部品レベルまで拡げる必要があるのではないかと懸念される。
- ・部品まで規制の対象となると、影響を受ける可能性のあるメーカーは非常に多い。業界団体として検討する必要がある。

#### ② 対象となるか否かの基準の設定について

- ・どのようなものが対象となるのか、不明確であれば、安心して機器を作ったり、流通業者が販売したりできなくなるおそれがあるため、基準を明確化すべきではないかと懸念される。
- ・部品が対象となるか否かについて、消費者が一般的な手段で購入できる機器や、部品として販売されていても、消費者が容易に入手できる情報を活用してコピー制御信号に無反応な受信機としうるものは対象とすべきではないかと懸念される。



## II コピー制御に係るルールの担保手段に関する検討の経緯(続き)

### (5) 遵守を求められるルールについて

#### ① 適切かつ有効なルールの在り方

- ・ 現行の放送運用規定(TR)の内容について「制度」でも網羅すべきと考える。また「制度」を検討する場合も現行のTRと同様、「受信機が行ってもよいこと」のみを記載する「青信号方式」が望ましい。
- ・ 「制度」では、受信機側だけ一方的に義務付けされるのではなく、送信側にも規制をすべき。
- ・ 「制度」を検討するのであれば、「最低限守らなくてはならない事項」のみを規定(赤信号方式)し、それ以外は開発の自由度を担保するという方法が望ましい。そうでなければ新たな技術開発や商品企画の自由度が失われる懸念がある。

#### ② ルールの運用について

- ・ ルールについて、透明な過程をとるため、認定等一定の手続きも検討してはどうか。

### (6) ルール違反に対する措置について

#### ① 善意の製造者等に対する配慮について

- ・ 刑罰は、非常に大きなサンクションの意味をもつので、善意又は過失レベルでの製造者に対しても刑罰が科されてしまうことになる。受信機メーカーとしては、自由に安心して新たな技術開発などを行うことが困難になってしまうおそれがあるのではないか。
- ・ 罰則を適用するのであれば、ルールを遵守している機器については、罰則の適用外にするなど事前の手続き等を検討すべきではないか。

#### ② 善意の流通事業者等に対する配慮について

- ・ 受信機を流通・販売する流通事業者にとって、違法な機器なのか否かをどのように判断するのか、どのように善意の流通事業者を保護していくべきなのか。
- ・ 罰則を適用するのであれば、ルールを遵守している機器については、罰則の適用外にするなど事前の手続き等を検討すべきではないか。

### Ⅲ 提言

#### (1) 委員会審議において指摘された検討課題

##### ① エンフォースメントの在り方の検討の必要性

i) 第四次中間答申及びその後の審議過程において、以下の点について概ね認識は一致

- (a) 地上デジタル放送は、いわゆる「基幹放送」であり、日本全国へのあまねく普及が求められ、視聴者の日常生活にも大きな影響を持ち得る、という特徴をもつ分野であること。
- (b) 従って、当該分野に関しては、コンテンツ保護に関するルールのみならず、当該ルールの担保措置の在り方についても、視聴者・消費者の参加を得たオープンな議論が必要。

ii) 今回の審議では、上記 i) を踏まえた上で、地上デジタル放送のコンテンツ保護のルールの担保措置の在り方について検討

##### ② 現在のエンフォースメントに関する課題

- これまでの審議において、地上放送においてもコンテンツ保護は重要な課題。そのために送信・受信の双方における一定のコピー制御が必要であることは、一定の理解。
- しかしながら、一定のコピー制御の実効性を担保するため、現在の技術と契約によるエンフォースメントの手法については、以下の三つの観点で、視聴者、権利者等の立場から、様々な課題が指摘されている。
  - 1) 視聴者の意識に関わるもの
  - 2) コストと効果に関わるもの
  - 3) 基幹放送の性格に関わるもの

### Ⅲ 提言

#### 1) 視聴者の意識に関わる課題の例

現在のエンフォースメントのシステムの下では、地上デジタル放送の受信機を購入すると、B-CASカードが同梱されており、放送を視聴するためには、当該カードの取扱い等について一定の知識と注意が必要。このような知識や注意を求められることについて、ストレスを感じる視聴者が多数にのぼる可能性は高く、受信機の普及促進の観点から、現在のエンフォースメントのシステムの改善が必要ではないか。

#### 2) コストと効果に関わる課題の例

現在の技術エンフォースメントのシステムは、コピー制御の実効性担保という目的から見て、その仕組みを維持するコストに見合う効果が確実に得られているか疑問であり、コスト対効果の観点から現行システムの見直しが必要ではないか。また、そうした観点から、米国において導入が検討された制度も参考として、制度的なエンフォースメントについて検討することも必要ではないか。

#### 3) 基幹放送の性格に関わる課題の例

「基幹放送」の特徴の一つは、法律により放送事業者に「全国あまねく普及」の努力義務が課され、全ての視聴者がその放送を視聴可能とすることが政策目標となっていること。こうした性格にもかかわらず、現行のエンフォースメントの下では、一旦放送波を暗号化して、視聴が不可能な状態とした上で、全ての受信機で複合して視聴可能とすることとなっており、この点について違和感を指摘する意見もある。そうした意見も踏まえ、「暗号化」を用いない、「制度」によるエンフォースメントについて検討することも必要ではないか。



### Ⅲ 提言

#### (2) 今後重点的に検討すべき課題等

##### ① 今後の検討に係る基本的な考え方

- 現在のエンフォースメントの手法について、常に視聴者にとって、よりよい手法を模索する方向で検討していくべきという点は、大きな認識の相違は見られない。
- これまでの審議の過程において、検討が求められた選択肢については、更なる関連情報の収集や内容の精査が必要。現段階では、現在のエンフォースメントの手法を変更することの要否、変更とした場合の手法について、具体的に結論づけることは適当ではない。
- しかしながら、視聴者、権利者の立場から、現在のエンフォースメントについて、手法の改善や、別の手法の検討を求める指摘を受けたことは事実。当審議会としては、これらの指摘を真摯に受け止め、以下の点に配慮しつつ、エンフォースメントに関する今後の検討を行っていくことが必要。

##### 1) 検討の範囲

- i) コンテンツ保護のルールは、コンテンツの提供サービスに係るビジネスモデルの一環と定められるものであり、ルールの実効性の確保についても、民間の自助努力が原則。従って、コンテンツ保護のルールやその担保手段についても、本来民間で自由に定められるべき。
- ii) 以上に鑑み、今後の審議の対象は、前出(1)①に示したような特徴を持つ、地上デジタル放送等いわゆる「基幹放送」の分野に限定。

##### 2) 検討の進め方

- i) 今後の審議過程においては、最終的に「技術」、「制度」いずれの手段を選択すべきかを判断する段階に至る場合に限らず、以下の②に示す課題を検討していく過程においても、民間の自助努力による解決手段に係る議論が十分に尽くされているかという論点に常に立ち戻り、慎重な検証を繰り返していくことが必要。
- ii) 個別具体的な手段の検討に着手する前に、まずは、双方の選択肢の基本的な考え方や仕組みを明確化した上で、それらが課題解決の方法としてなじむか否かを検討し、その上で、次のステップに進むことが重要。

### ②今後重点的に検討すべき課題

○ 今回の審議において、それぞれの選択肢について、基本的な考え方や枠組み、国内外の事例等について、一定の整理を行った。その整理に係る議論の過程を踏まえれば、今後の比較・検証作業においては、特に以下の項目に重点をおいて検討を進めていく必要がある。

#### 1) エンフォースメントの実効性

i) ルール違反の機器の製造を抑止するための物理的なハードルが低い「制度」のエンフォースメントは、本質的にルール違反行為に対する、いわゆる「スピードバンプ(一時的な減速効果)」の機能しか持ち得ない手段であり、「技術・契約」によるエンフォースメントに比べ、実効性が薄いのではないか。

#### 2) エンフォースメントに係る適切なルールの在り方

- i) 「制度」エンフォースメントにおいては、その対象機器について、受信機メーカー等の技術開発や商品開発に不要な制約を与えることなく、かつ「対象機器」の外縁を明確化するルールの策定は困難ではないか。
- ii) 「制度」エンフォースメントの場合、「技術開発の動向に応じた迅速かつ柔軟な対応」が困難な場合があるのではないか。

#### 3) ルール違反の場合の措置

- i) 技術開発等に対する「委縮効果」の発生を防止する措置について、「技術」、「制度」いずれの検討の場合も、国内外における関連諸制度も参考として十分な検討が必要。
- ii) 仮に現行システムと異なるエンフォースメントを検討する場合、市場における製品流通への影響を最小限にするための工夫が必要ではないか。

## 第二章

---

# コンテンツの取引市場の形成

## 第二章 目次

### I 検討の背景等

- (1) 諮問・検討の背景
  - ・10年間・プラス5兆円→放送コンテンツの二次利用拡大が重要
  - ・放送コンテンツの二次利用・海外展開の現状
- (2) 関連する事実関係
  - ・経済財政諮問会議、デジタル・ネット法等の提案
  - ・諸外国における制度の概要

### II 検討の経緯

- (1) 制度による解決策に関する検討
  - ・許諾権の制限に関する方法／外部調達規制等に関する方法
- (2) 民間主導による解決策に関する検討
  - ・基本的な考え方(情報の集約と、番組公募)
  - ・情報の集約、公開(データベース)
    - 放送事業者が製作・著作の取引市場／番組製作者が製作・著作の取引市場
  - ・情報の集約、公開(国際放送番組見本市)
  - ・意欲ある番組製作者に対する機会の提供(AMD)

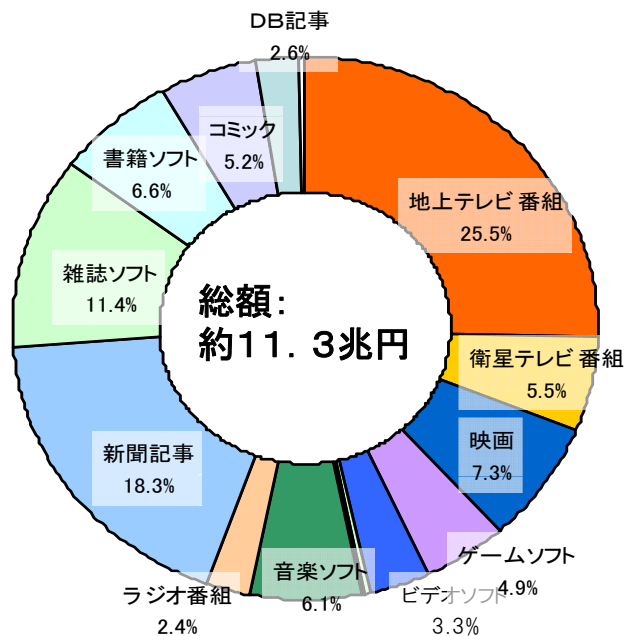
### III 提言： 取引市場形成に向けて

- トライアルを通じたコンテンツ取引市場の形成
  - ① 番組製作者が製作・著作の放送コンテンツに関する取引市場データベース
    - 番組製作者による「製作」「著作」
  - ② 国際展開向け、リアルな取引市場形成
  - ③ 意欲ある番組製作者に対する機会提供

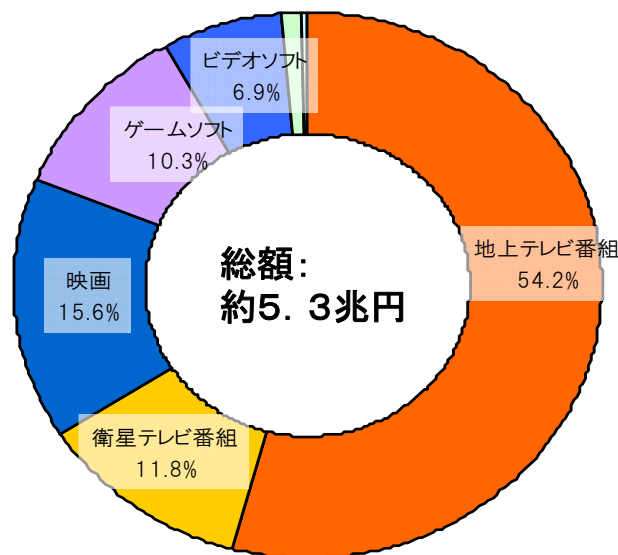
# I 検討の背景等 (1) 諮問・検討の背景

- 日本の映像コンテンツ市場において、**放送コンテンツは重要な位置づけ**(半分以上のシェア)。  
**「地上放送は我が国のコンテンツ制作の中核を担っており、コンテンツ産業に占める役割は極めて重要」**  
(平成18年8月1日 情通審3次答申(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の果たすべき役割))
- コンテンツ市場の拡大には、放送コンテンツのマルチユース拡大が不可欠。  
**「今後10年間でコンテンツ市場を約5兆円拡大させることを目指す」**  
(平成18年7月7日 閣議決定(経済財政運営と構造改革に関する基本方針2006))

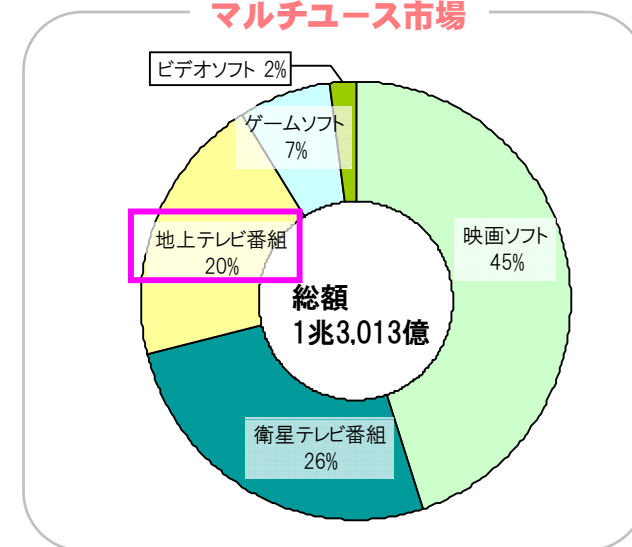
コンテンツ市場 (2005年)



映像系コンテンツ市場 (2005年)



マルチユース市場



(注)「コンテンツ市場」や「映像系コンテンツ市場」のグラフにおける地上テレビ番組に係る数値は、放送事業者の地上放送に係る事業収入と他メディアでの番組マルチユースに係る事業収入を合計したもの。従って、メディアとコンテンツ、双方の事業に係る収入が含まれている。

【平成19年6月総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」より作成】

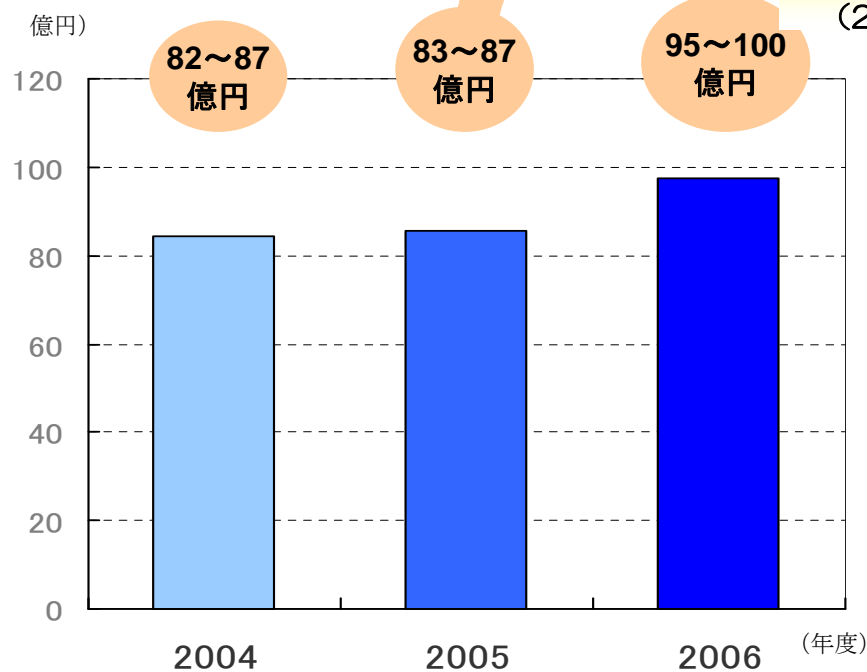


# I 検討の背景等 (1) 諮問・検討の背景

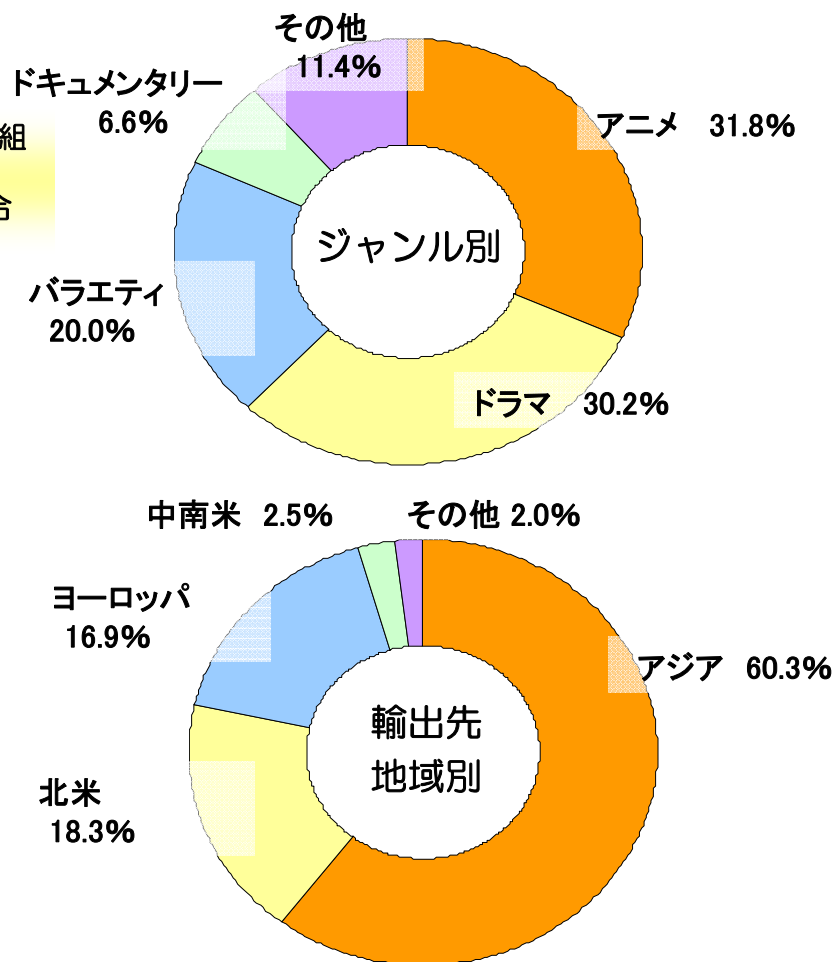
## ○ 放送コンテンツの二次利用・海外展開の現状

- ・最も多い輸出先はアジアで、6割を占める。輸出の多い番組ジャンルは、アニメ、ドラマ、バラエティ。
  - ・地上テレビ番組の輸出金額(2006年度推計値)は、100億円近くになる見込み。
- (韓国2006年韓国放送番組輸出額:9884万ドル(約100億円) (放送産業実態調査報告書2007年版))

地上テレビ番組の輸出金額  
(推計値)



地上テレビ番組  
の輸出金額  
に占める割合  
(2005年)



(地上テレビ局やプロダクションへのアンケート及びインタビュー調査の結果等をもとに推計)  
<「メディア・ソフトの制作及び流通の実態調査」(総務省情報通信政策研究所)により作成>

# I 検討の背景等 (1) 諮問・検討の背景

## ○ 海外における放送コンテンツのマルチユースの現状

- ・海外では、人気あるドラマも放送翌日にネット配信される環境が既に整備されている状況(次頁参照)。
- ・米国の人気ドラマについては、高額で海外番組販売がなされている例が見られる(例:CSI 2.5億ドル)。

## ■米国／テレビ番組ネット配信サービス

サービス名	AOL video	Amazon Unbox	Apple iTunes	ABC	CBS	FOX	NBC
ジャンル	ドラマ、音楽、アニメ、コメディ等	ドラマ、音楽、アニメ、コメディ等	ドラマ等	ドラマ、バラエティ等	ドラマ、バラエティ、アニメ、ニュース等	ドラマ、バラエティ等	ドラマ等
番組例	PRISON BREAK、24、Smith、the NINE、MTV等	PRISON BREAK、24、CSI、Survivor、Sleeper Cell、MTV等	PRISON BREAK、24、Desperate Housewives、LOST等	GREY'S ANATOMY、Desperate Housewives等	CSI、Survivor、Smith、Jericho等	PRISON BREAK、24、BONES等	Las Vegas、ER、Studio 60等
料金	1話 1.99ドル	1話 1.99ドル	1話 1.99ドル	無料	無料	無料	無料
配信形態	ダウンロード	ダウンロード	ダウンロード	ストリーミング	ストリーミング	ストリーミング	ストリーミング
番組のサイト掲載までの期間			翌日の例もあり	翌日	更新は、月曜から金曜の週5回		翌日

## ■韓国／MBC(地上波放送局)のネット配信戦略

### Windowing戦略

- ① iMBCのVODサービス(≒catch-up TV)
- ② 3G携帯へのVODサービス
- ③ Internet PortalへのVODサービス
- ④ CableTVへの放送
- ⑤ DVDでの販売
- ⑥ アーカイブ的放送

### Holdback戦略

- ① iMBC VOD→30分後
- ② 3G VOD→次の日の正午
- ③ Internet Portal VOD→24時間後
- ④ CableTV→1週間後(～2006年は24h後)
- ⑤ DVD→1ヶ月後
- ⑥ アーカイブ的放送→

## ■日本／主な映画会社のネット配信の例

社名 (サービス名)	配信作品数	料金 (視聴できる期間)	配信方法
松竹 (シネリエ)	86作品	367円 (1週間)	ストリーミング型など
東映 (ムービーサーカス)	257作品	367円 (1週間)	ストリーミング型など
日活	約100作品	315～420円 (24時間)	ストリーミング型など
ソニー・ ピクチャーズ	約500作品	315～420円 (48～72時間)	ダウンロード型など

# I 検討の背景等 (2) 関連する事実関係

## ○ 経済財政諮問会議の提案

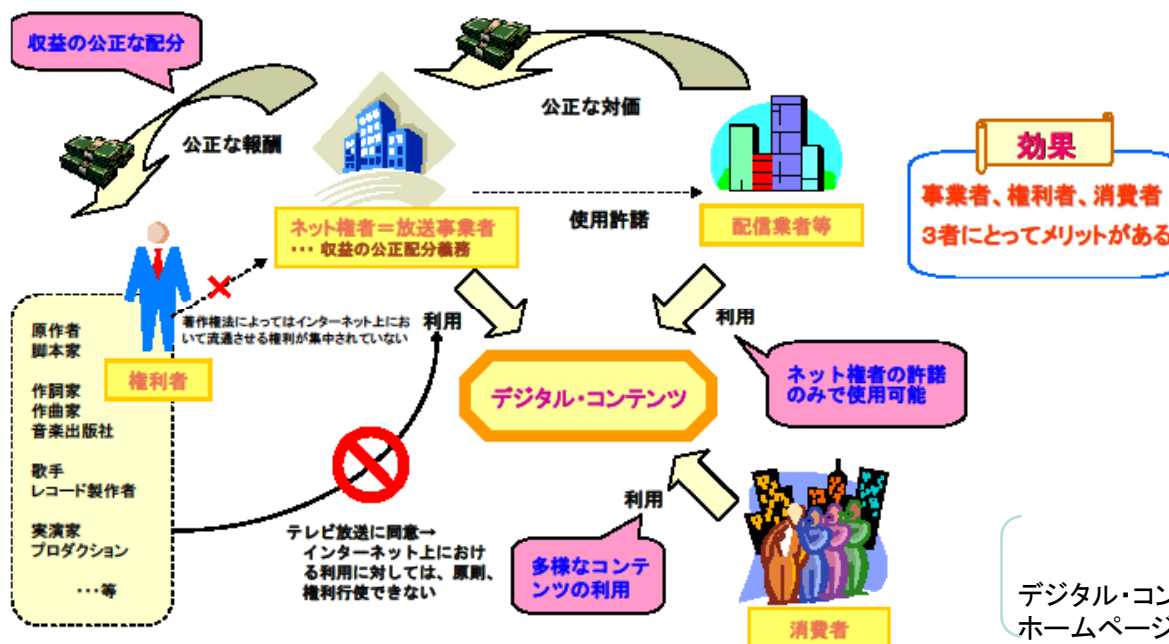
「わが国では、貴重なデジタル・コンテンツの多くが利用されずに死蔵されている(例:過去のTV番組の再放送等が著しく制限)。インターネット上でデジタル・コンテンツを流通させるには、著作権、商標権、意匠権などの全ての権利者から事前に個別に許諾を得る必要があり、手続きコストがビジネス上見合わないためである。デジタル・コンテンツ市場を飛躍的に拡大させるため、世界最先端のデジタル・コンテンツ流通促進法制(全ての権利者からの事前の許諾に代替しうる、より簡便な手続き等)を2年以内に整備すべきである。」

(第4回経済財政諮問会議 民間議員説明資料「ITによる生産性の加速を実現するために」(2007年2月27日)より)

(知的財産戦略本部 コンテンツ・日本ブランド専門調査会 第2回コンテンツ企画ワーキング・グループ事務局資料(2007年11月9日)より)

## ○ デジタル・コンテンツ法有識者フォーラムによる「ネット法」構想の提言

・権利者の事前の許諾権の存在がインターネット配信やその他のコンテンツ流通の促進を妨げる要因になっているのではないか、という問題提起から、以下に示すようなネット法が提案されている。



デジタル・コンテンツ法有識者フォーラム  
ホームページ掲載資料「ネット法構想」より抜粋

# I 検討の背景等 (2) 関連する事実関係

○ 諸外国においては、主に番組供給市場の多様化、主体の多元化、制作会社の育成といった観点から、番組流通市場に関するルールが設けられている事例が見られる。

- ・英国→外部調達規制、番組制作事業者に対する著作権帰属のルール
- ・韓国→外部調達規制、新たな提案として、番組流通専門会社の設立
- ・米国→フィンシルール、プライムタイムアクセスルール(1995年、1996年に廃止)

	英国	独国	仏国	韓国	米国
<b>放送市場</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公共放送3、商業放送2の5chで構成</li> <li>・地上デジタル放送は追加Ch放送あり</li> <li>・ITVは地区別・時間帯別16局が全国ネットワークを組んで放送</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地上波は主に公共放送。商業放送は主に衛星、CATVで地上波は補完的</li> <li>・公共放送は全国と各州放送</li> <li>・全国向け商業テレビ局:39局(衛星又はCATV)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公共放送(F2、F3、F5)、商業放送(TF1、Cnana1Plus、M6)で構成(基本は全国一律放送)</li> <li>・約20局がローカル放送を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多公営1民営(KBS、MBC、EBS(公営)、SBS(民営))</li> <li>・地方局が53局(番組のほとんどを本社に依存)</li> <li>・キー局と地方局の垂直統合度、中央集中度が非常に高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ネットワーク(ABC、CBS、NBC、Fox等)</li> <li>・直接運営局(4大合計61局)</li> <li>・系列契約局(4大合計で911局、他に第5、第6のネットワークが存在)</li> <li>・独立局(全米で121局と推計)</li> </ul>
<b>制度の目的・趣旨</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・BBC及びITVの高コスト体質を改善。独立制作事業者を活用すべき。</li> <li>・番組供給市場の多様化および競争促進も期待</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・独及び欧州の文化的多様性のテレビ番組への反映</li> <li>・独及び欧州の文化的アイデンティティ保護</li> <li>・独及び欧州の番組制作業界保護</li> <li>・欧州審議会とEUのテレビ指令への対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・映画及び視聴覚作品の制作事業者の発展、および供給源における制作者の独立性に貢献</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多メディア/チャンネル時代に備えた円滑な放送番組の需給調整</li> <li>・番組制作市場に競争導入</li> <li>・主体多元化による番組の多様化</li> <li>・3社の寡占的市場支配力の緩和</li> <li>・人材及び制作施設の外部化を通じた独立制作者の育成・保護</li> <li>・映像産業育成発展と国際競争力向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビ番組の競争的な供給源を多様化する(=ネットワークと競合できる番組供給源育成)</li> <li>・番組制作における競争水準向上</li> <li>・ネットワーク加盟局の番組編成へのネットワーク支配力の低下</li> <li>・公衆が視聴可能な番組の多様性を高め、独立放送局の成長を促進</li> </ul>
<b>対象</b>	地上波放送局(4局)	外部調達規制:商業放送のうち「支配的な力」を持つ者のみ	地上波放送局	地上波放送局(3局)	3大ネットワーク及びその加盟局
<b>規制の内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チャンネルに含まれる適格放送時間総量の25%以上が、多様な独立制作番組の放送に割り当てられること[放送法]</li> <li>・番組制作者がその制作番組を放送事業者又は第三者に完全に売却しない限り、番組に関する権利は制作者が保有すべき[OFCOMガイドライン]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・放送の主要な部分に自社製作、外部委託、共同製作を含むこと</li> <li>・①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</li> <li>②「特定枠番組」の放送を、1週間あたり260分以上、そのうちの75分以上を19時～23時30分の間にすること</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・欧州映画及び番組が60%以上、仏語番組が40%以上放送(プライムタイムでも同様)</li> <li>・前年度売上高の16%以上を仏語番組製作に支出すること</li> <li>・上記支出額のうち2/3(=売上高の約10%以上)を独立製作活動の発展のために充てること</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・放送事業者は、放送番組のうち、当該放送事業者でない者が制作した放送番組を大統領令で定める一定比率(現在:24～35%)以上編成すべき</li> <li>・当該放送事業者でない者が制作した放送番組(映画を除外)を毎月全体放送時間の40/100以内で放送委員会が告知する比率以上に編成すべき。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>[フィンシルール]</li> <li>・ネットワークの以下の行為を禁止</li> <li>①米国内でのシンジケーションでのテレビ番組販売、使用許諾、供給。 米国外でのテレビ番組(単独製作でないもの)販売、使用許諾、供給。 放送による利益の分配にあずかる選択権又は権利の留保。</li> <li>②ネットワーク以外の者が制作したテレビ番組の放映、配給、その他商業的利用に関する金銭的権利又は所有権若しくは配当の取得。</li> <li>[PTAR]</li> <li>・上位50市場における、ネットワーク番組の3時間超(プライムタイムにおける4時間中)の放送禁止</li> </ul>
<b>根拠</b>	1990年放送法、EU指令	州間放送協定、EU指令	視聴覚法、EU指令	放送法	FCC規則(現在は廃止)

## II 検討の経緯 (1) 制度による解決策に関する検討

### ① 許諾権の制限に関する方法

→我が国のデジタル・コンテンツの多くが十分活用されていないという認識に立ち、その原因が権利者からの許諾手続きの在り方にあることから許諾権を制限すべき、とする考え方に対し以下の指摘が行われた。

- ・ 流通の拡大を目指すという名目のもと、権利者の許諾権を奪う試みとして、ネット法と称して、著作権法上の特例を作り、権利を制限することを目的とする立法が提案されているが、こういった目論見では流通が拡大しないことをこの審議会では確認している。
- ・ インターネットに流れないのは、通信事業者が自らリスクを負担しないからであり、権利処理が煩雑なわけではない。売り手と買い手の相場観が食い違っている、ディールが成立しないから、ということがこれまでの議論ではっきりしたのではないか。
- ・ インターネットの流通だけを特別扱いし、そのコンテンツの利用、配給に関して、番組製作者、権利者の発言権を封じるといようなことは、番組製作者、権利者の軽視であり、コンテンツ文化の軽視に根ざした発想なのではないか。コンテンツなどの文化と、インターネットは、本来は親和性があるはずであり、その親和性を模索する努力すら否定するような考え方は、非常に残念な考え方ではないか。

### ② 海外との比較による外部調達規制等に関する方法

→英・米・韓などで実施されている番組主体に関するルール(放送番組の外部調達規制等)を導入するという考え方について、次のような指摘が行われた。

- ・ 我が国では、法制度にのっとった形で、あまねく広く、品質の高いものを送る環境が担保され、系列局間も強い関係で結ばれ、バーターシンジケーションのような寄集め編成をせずとも放送を行える体制が整っている。フィンシンルール及びプライムタイムアクセスルールは、米国におけるネットワークとシンジケーション市場との対等関係を目指す規制であった事に着目すれば、もともとシンジケーション市場が存在しない我が国において比較分析することは意味がない。
- ・ 海外の放送市場の多くが公共放送から成り立っていることに対し、我が国では民間放送事業者では、設立当初から番組製作事業者にも門戸を開放しており、外部調達比率も30%を超えている状況。また番組調達ルールも民民の協議により、策定されているところ。
- ・ コンテンツの調達に関して、民民の取引に任せるべき、制度的規制等はなじまないという議論があったが、番組製作者としては何らかの形で、今後のコンテンツ産業育成のためにある程度の制度的見直しが必要と考えている。特に、製作の受発注の構造に関して非常に大きな問題となっているところ。制度的見直しについても、今後の課題とすべきではないか。



## II 検討の経緯 (2) 民間主導による解決策に関する検討

### ① 基本的な考え方

→ i) 今回の審議経過においては、「著作権者の許諾権を制限する」または「放送事業者のコンテンツ調達行為に制限を課する」等の制度について、現段階で導入を検討する特段の必要性について、今回の審議においてコンセンサスは得られていない。

ii) したがって、「コンテンツ大国の実現」に向けたコンテンツの取引市場の形成、取引の加速・推進のため、民間主導により様々な試行錯誤と創意工夫を積み重ねていくことを基本的な姿勢としてはどうか。

以上のような考え方に対し以下のような指摘が行われた。

- ・ 「民主導の公正、透明な取引」が実際に行われていることを検証することは必要。事実、民主導で実現されているならば、特段の措置は必要ないが、実現されていないならば、何らかの工夫は必要ではないか。
- ・ 法的な措置を導入せず、民間主導でのアプローチをとるのであれば、そうしたアプローチのトライアル等について、確実にフォローされ、経過と結果が明確にわかりやすく説明されること、また十分な検証が必要ではないか。

### ② 情報の集約、公開(データベースの構築)

→ 著作権情報など、取引に必要な情報を収集し、取引を希望する者に公開するデータベースの仕組みを構築してはどうか、という提案に対し、以下の i) ii) それぞれについて、検証が行われた。

#### i) 放送事業者が「製作・著作」の取引市場

→ 放送コンテンツについて、ブロードバンド等、二次利用を求めるニーズがあるのか、また、ニーズがあるとして、取引情報データベースの構築等の環境整備のリスクとコストを誰が負担すべきなのか、という考えについて以下の指摘が行われた。

- ・ ブロードバンドの一層の高速化と普及等の状況変化に伴い、インターネットへの配信市場を始め、特に地上放送のコンテンツに対する更に新たなニーズが見出される可能性は非常に大きいのではないか。
- ・ ブロードバンド市場の場合、リスクとコストを負担すべき者は、当該市場に放送コンテンツを提供し、そこから新たな収益を獲得することを目指す通信事業者その他のブロードバンド関係事業者であるべきではないか。それらの者が負担の意思を示すべき。
- ・ 放送事業者は既に自らのコストで、自ら製作したコンテンツの取引情報データベースを構築し、自ら必要と判断する市場にコンテンツを供給している。またデータベース構築が放送事業者のウインドウコントロールを損なうような形での利用は困難。
- ・ DBを望む事業者が、DBでどの程度収益を上げ、コストをかけられるのか、定量的に把握すべきではないか。今回の議論では、市場形成に不可欠な「リスク」と「コスト」を負担する明確な意思を持つプレイヤーが見いだせていないのではないか。

## II 検討の経緯 (2) 民間主導による解決策に関する検討(続き)

### ii) 番組製作者が製作・著作の取引市場

→ 番組製作者が自らリスクとコストを負担してデータベースを構築しようとする取り組みについて、以下のような指摘が行われた。

- ・ 番組制作者は自ら製作・著作を持つコンテンツに対しては、自ら負担してデータベース構築を行う意欲がある。その際、番組製作者に、コンテンツに係る権利や窓口業務が帰属することが前提であり、公正なルールの運用が必要ではないか。
- ・ 番組製作者による意思表示は積極的に評価すべき。このデータベースの利便性を向上させるため、権利者団体の構築するデータベースとの連携も検討してはどうか。
- ・ 番組製作者の取組は、放送コンテンツについて、将来に向けての拡張性もあり評価すべき。

### ③ 情報の集約、公開(番組国際見本市)

→ 海外市場における我が国の放送コンテンツ取引の促進のため、既に世界各地で開催されている「海外市場向け放送コンテンツ見本市」が数多くある中、我が国において、こうした見本市を新たに創設することの必要性についてどのように考えるべきか、という点に対して以下のような指摘が行われた。

- ・ 韓国をはじめ、海外の事例を見ても、見本市の新たな開設には相当の経費が必要。そのコストとリスクを誰がどのように負担するのか。
- ・ 放送外収入拡大の取組みの一環として、また国の「コンテンツ大国実現」という方針への協力の趣旨を含めて、放送事業者自らコストを負担して、海外市場向け放送コンテンツの見本市開設に取り組む意欲がある。
- ・ 「コンテンツ大国の実現」という国の方針に協力する面があることも踏まえ、国としても一定の支援を実施すべきではないか。

### ④ 意欲ある番組製作者に対する機会の提供

→ 自ら製作のリスクを負担し、マルチユースに取り組む意欲ある放送コンテンツ製作者に対し、製作・放映等の機会を提供するマルチユース・トライアルを実施しており、今後の進め方について以下の指摘が行われた。

- ・ 放送コンテンツの製作過程のプロセスの透明化を進め、新たな制作主体の参入によるコンテンツのマルチユース促進に向け、トライアルの進捗状況について十分なフォローアップを行っていくことが必要ではないか。

### Ⅲ 提言 ～コンテンツ取引市場の形成に向けて／トライアルを通じたコンテンツ取引市場の形成

#### (1) 番組製作者が製作・著作をもつコンテンツに関する取引市場データベースの構築

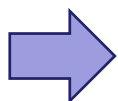
- ① 番組製作者が製作・著作をもつコンテンツに関するデータベースを構築。
- ② 現在複数の番組製作者が構築を進めているデータベースの特徴を尊重しつつ、既に権利者団体が構築しているデータベースを含めて、相互連携を進め、効率的なシステム構築を目指す。
- ③ 前提として、番組製作者の著作権帰属の取扱いが公正なルールの下に行われるよう、審議会として引き続き検証。

#### (2) 国際展開のための番組国際見本市の形成

- ① 諸外国でコンテンツの見本市が開催され、特にアジア諸国のプレゼンスが向上。我が国においても、コンテンツの流通促進及び国際展開の観点から、海外市場向けに、放送コンテンツの見本市を新たに創設。
- ② 「コンテンツの国際競争力強化」は知的財産推進計画にも明記された政府としての基本方針。自らコストを負担して海外見本市の創設に取り組む放送事業者に対し、一定の公的支援は必要。
- ③ 支援に当たっては、見本市の開設が我が国の放送コンテンツの海外展開の促進に与える効果の検証が必要。在京放送局のみならず、地域のローカル放送局コンテンツの海外発信の促進も視野に入れ取り組むことも必要。

#### (3) 意欲ある番組製作者に対する機会提供

- ① 自らの製作のリスクとコストを負担してマルチユースに取り組む、意欲ある放送コンテンツ製作者に対し、製作・放映等の機会を提供。
- ② 放送事業者等関係者の協力の下、マルチユースに意欲ある製作者からの企画を募集し、優れた企画を選定・表彰。実際の放送に向けた取組が現在進捗中。(社)デジタルメディア協会が実施。)



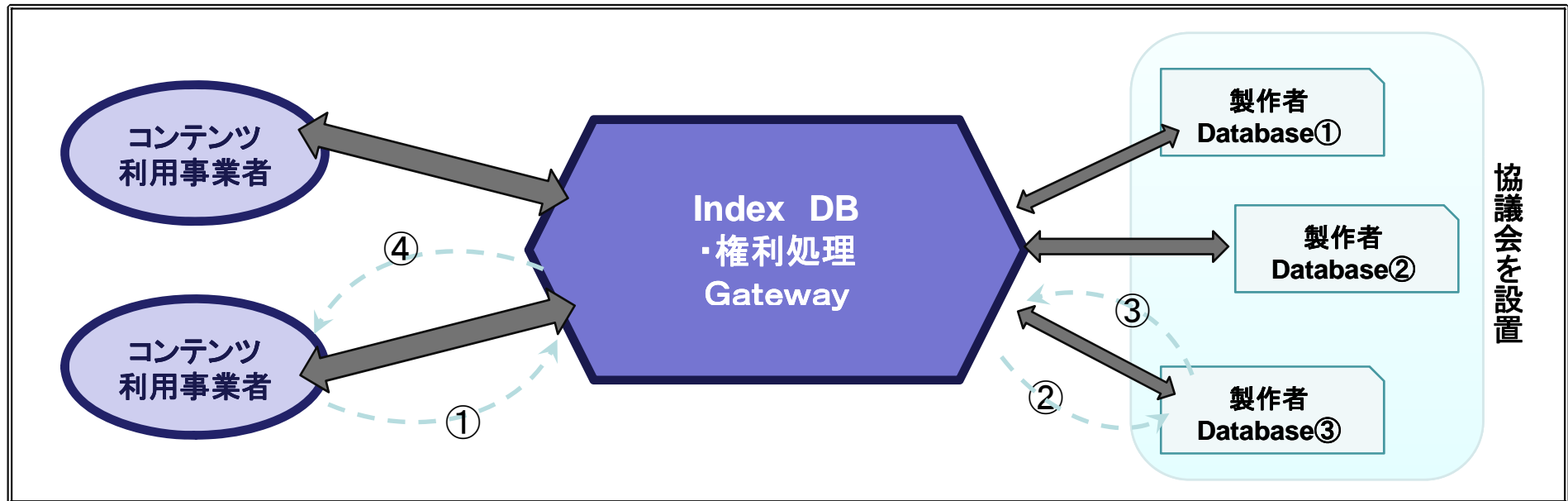
- ・ 審議会として、上記のトライアルの進捗状況や成果について、把握・検証を継続。
- ・ 民間における放送コンテンツの取引に係る現状については、適時関係者の意見を聴取しつつ検証を実施。必要に応じて所要の措置を検討していくことが必要。



### Ⅲ 提言 (1) 取引市場データベース

- ◆ 製作者向け、取引市場データベースの構築
- ◆ 公募トライアルの作品も含め、番組製作者から登録情報を収集・公開する取引市場データベースの機能について試行。

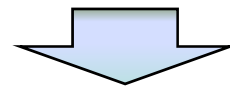
#### <データベースイメージ>



#### <実施内容>

開発事項: Interfaceの開発 / Gatewayの構築

検討事項: Databaseに必要なメタデータの抽出 / 公開範囲 / コスト負担



Databaseを持つ製作者等は、共通Gatewayへの接続などについて検討すべく協議会を設置？

## Ⅲ 提言 (2) 国際展開に向けたリアル取引市場の形成

### ア) これまでの取組

- 1) 海外で開催される、いわゆる「放送番組見本市」又は「映画祭」への作品出展、番組販売
  - ・MIPTV、カンヌ映画祭等、海外の番組の見本市、映画祭等に出展
  - ・我が国の地上テレビ番組の輸出実績 約100億円(韓国 約100億円)
  
- 2) 海外の放送事業者のチャンネル確保、日本の放送コンテンツ配信
  - ・JAPAN HOUR(アジア・オセアニア21カ国・地域 衛星波)
  - ・JET TV(台湾、香港、シンガポール 衛星経由で配信。)

### イ) 今後の重点的取組

- 1) 我が国における、いわゆる「放送番組見本市」の開設
  - ① 各国の見本市に加え、日本に開設する必要性、メリット
  - ② 他国の見本市との差別化のあり方(特徴の持たせ方)
  - ③ 対象とするコンテンツの範囲、招聘対象とする重点地域
  - ④ 出展するコンテンツ自身に関わる課題
  - ⑤ 具体的な運営方法
  - ⑥ 支援の在り方(←→韓国等)
  
- 2) いわゆる「コンテンツ輸入規制」をおく国に対する対応
  - 相手方事業者との共同製作 等

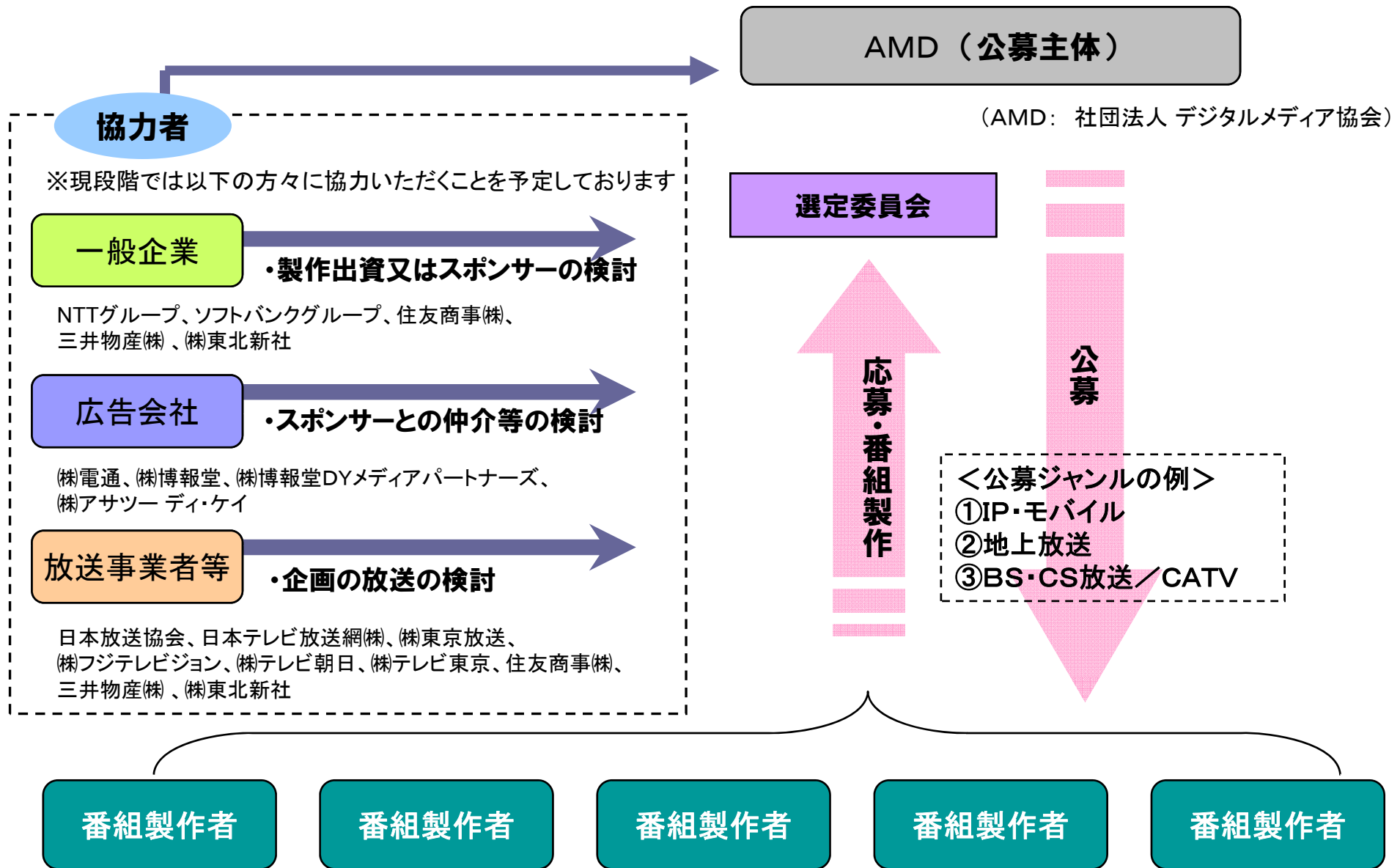
### Ⅲ 提言 (3) 海外で開催される国際番組見本市

国	米国	フランス		中国		香港	韓国	シンガポール	(参考) 日本	
名称	NATPE 	MIPTV 	MIPCOM 	China International Film and TV Programs Exhibition China Radio Film & Television International Exposition	Shanghai International Film and TV Market (上海テレビ祭と併催)	Hong Kong International Film and TV Market (FILMART) 	BCWW (Broadcast Worldwide) 	ATF(AsiaTV Forum) 	TIFFCOM 	東京国際アニメフェア (TAF)
期間等	07年 1月15-18日 /ラスベガス	毎年春に開催 07年4月16-20日 /カンヌ	毎年秋に開催 07年10月8-12日 /カンヌ	03年から開催 06年8月24日 /北京	86年から開催 07年6月11-15日 /上海	06年3月20-23日 /香港	01年より開催 07年8月29-31日 /ソウル	07年 11月28-30日 /シンガポール	07年 10月22-24日 /東京	07年 3月22-25日 /東京
開催実績	参加者約8,000人 (76カ国) 出展企業350社 バイヤー1,500人 (07年実績)	参加者13,311人 参加企業4,532社 (06年104カ国) バイヤー3,816人 (07年実績)	参加者13,371人 参加企業4,585社 (06年98カ国) バイヤー4,242人 取引高: 約40億ユーロ (07年実績)	出展企業約721社 出展作品1,274 取引高: 9.36億元(約140億円) (06年実績)	参加者1,128人 参加企業194社 (16カ国) バイヤー375人 取引高:約9億元 (06年実績(取引高は05年実績))	参加企業453社 (30カ国) バイヤー4,094人 (50カ国) (07年実績)	参加者:5,000人 (38カ国) 出展企業158社 バイヤー1500人 取引高:1700万ドル (06年実績)	出展企業121社 バイヤー3,500人 (41カ国) 取引高: 4,700万ドル (06年実績(バイヤー数については04年))	参加者3,505人 (40カ国) 出展企業172社 (07年実績)	参加者107,713人 出展企業270社 海外バイヤー942人 (07年実績)
主催者等	全米テレビ製作者連盟 (NATPE =National Association of Television Program Executives)	Reed MIDEM	Reed MIDEM	国家広播電影電視総局 (SARFT) 中国広播電影電視集団	国家広播電影電視総局 (SARFT) 上海市人民政府	香港貿易發展局	(主催) 韓国文化観光部 韓国放送委員会 (主管) 国際放送交流財団 韓国放送産業振興院	Reed Exhibitions (Reed MIDEMのグループ会社) Television Asia  *「アジア・メディアフェスティバル」(シンガポール政府メディア開発局・Reed社主催)内イベントとして開催	経済産業省 日本映像振興(株)	東京国際アニメフェア実行委員会、東京都他

※開催期間及び実績は、主に2007年のものを掲載。

<各ホームページ及び「放送番組の海外展開ガイドブック2006」(映像産業振興機構(VIPO))、「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」三菱総合研究所提出資料等により作成>

### Ⅲ 提言 (4) 意欲ある番組製作者に対する機会提供



### Ⅲ 提言 (5) 公募トライアル進捗状況

◆実施主体: 社団法人デジタル・メディア協会 (AMD)

◆公募期間: 平成19年12月18日(火)～平成20年2月15日(金)

◆アワード授賞式: 平成20年3月10日(月)

#### <企画部門賞/マルチユース企画優秀賞> 19 作品

※提案者名「企画タイトル」

◆選定条件: 「マルチユースを前提とし、マルチユースに適したものであること」、「制作費の自主調達を行う意思があるものであること」

#### 【ドラマ】 7 作品

(株)インデックス「みんなでつなぐケータイ小説」、大日本印刷(株)「30分で体感する日本文学短編ドラマ」、(株)メディアアイランド「アイアンタワー」、(株)アジア・コンテンツ・センター「蒼穹の昴(浅田次郎原作)」、(株)いまじん(株)エクスプレス(株)クリエイターズ・プラス「探偵 神宮寺三郎」、(株)ザ・ワークス「(非公開)」、(株)電通テレビ局「トンスラ(都築浩原作)」

#### 【ドキュメンタリー・情報番組】 9 作品

(株)Live Life Japan「フォーク音楽遺産!～あの頃の自分に出逢える～(仮)」、(株)グレートデン「新・極める～仏像百選」、全国地域映像団体協議会「Japan folk tale～新日本の民話」、(株)電通テレビ局「トリセツ(企画構成・小山薫堂)」、(株)東北新社「子供たちの携帯ネチケット～大人の知らないケータイワールド」、(株)ドキュメンタリージャパン「Whee! JAPAN(仮)～発見!おもしろスゴイ日本デザインPingmagTV～」、(株)PMC「VISUAL-KEI(ビジュアル系)～MADE IN JAPAN進化論 オタク文化が日本を救う～」、サンセットフィルムス「A WONDERFUL WORLD(仮)」、サンセットフィルム「ONGAESHI」

#### 【アニメ】 3 作品

(株)東北新社「TIKI BEE(ティキビー)～ハワイの大自然を守る昆虫一家の物語～」、(株)日本アドシステムズ「ぺんぎん娘はあと」、(株)ワンダー・ラボ「お願いポクポン!(仮)」

#### 《進捗状況の例》 (スポンサー等については現在検討中)

○対象作品: ドラマ(30分) → ・放映時期は本年10月を想定。 ・制作費: 1億400万円(800万円×13回)

○対象作品: ドキュメンタリー → ・放映時期は本年秋(ミニ枠)を想定。 ・制作費: 2500万円 等