

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38回 議事録

1 日時：平成20年5月19日（水）17：00～18：45

2 場所：お茶の水TKPビジネスセンター 1A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、石井 亮平、岩浪 剛太、植井 理行、大山 永昭、華頂 尚隆、河村真紀子、佐藤 信彦、椎名 和夫、菅原 瑞夫、関 祥行、高橋 伸子、田村 和人、土井美和子、中村伊知哉、生野 秀年（以上17名）

（2）オブザーバー

岡村 宇之（日本映像事業協同組合）、柏井 信二（株式会社クリエイターズ・プラス）、川瀬 真（文化庁）、吉川 治宏（三井物産株式会社）、澤田 隆治（日本映像事業協同組合）、寺島 高幸（テレコムスタッフ株式会社）、中村 秀治（株式会社三菱総合研究所）、藤沢 秀一（日本放送協会）、元橋 圭哉（日本放送協会）、安江 憲介（サイエント ジャパン株式会社）

（3）事務局

小笠原情報通信政策局コンテンツ振興課長

（4）総務省

小笠原情報通信政策局長、吉田放送政策課長、吉田地上放送課長

【村井主査】 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」38回会合を開催いたします。委員の皆様、お忙しいところをお集まり下さりまして、ありがとうございます。

本日欠席された委員、それからお出席のオブザーバーに関しましては、いつものように席上の資料をご参照いただきたいと思います。

本日は、取引市場ワーキングにおける議論に関する検討状況について報告をうかがい、議論を行います。本委員会も夏に向けて、取りまとめの時期となりますので、取りまとめを念頭に置いたご報告やご議論をお願いいたします。その他のワーキングの検討状況についてもご報告をお願いすることとします。

まず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、議事次第を取っていただきまして、資料1、討議資料はこれだけでございますが、「取引市場WG検討状況」、がついております。その下に資料

2として、今までの議事概要がついております。

資料は以上のとおりでございます。

【村井主査】 それでは、取引市場ワーキングの主査を務めていただいている中村委員より、ワーキングの検討状況についてご報告をお願いいたします。

【中村委員】 中村でございます。取引市場ワーキングは昨年設置されましてから12回会合を重ねまして、ようやく取りまとめの段階、方向性が見えてきたところです。ワーキングでは、構成員である放送事業者、権利者団体、通信事業者の方々のみならず、番組製作者、商社、広告代理店の方など、関係者から幅広くご意見を伺いながら検討を進めてきました。

議論の経緯と報告の細部の説明は、事務局から後ほどしていただくこととしまして、私のほうからは、主査として留意した大きなポイントについて、10分ばかりいただいて申し上げたいと思います。

まず、このワーキングのテーマでありましたコンテンツの流通、あるいはコンテンツ取引の促進という課題との関係でいいますと、従来から頻繁、かつ、様々なところで、いわゆる著作権者悪者論が指摘されております。このワーキングにおいては、こういった考え方の当否について、初めて深掘りした議論を行うことができたと感じております。今も知財本部の会合に出席してきましたが、コンテンツ流通の促進という関係では、いわゆるネット権あるいはネット法といった考え方、権利者の許諾権を制限してコンテンツを流通させようという制度についてどう考えるか、というようなことが話題となっています。

それから、政府だけではなく、与党などでもこういった考え方が検討の俎上に上っておりまして、委員の中でもヒアリングを受けた方もいらっしゃるとお伺いしております。コンテンツ流通の議論の際にこういうアプローチをとるべしという声も強く残っている状況でありまして、再三この場でも申し上げたんですが、コンテンツ流通の促進というのは、民間ベースの取引条件の問題であって、コンテンツを持つ者と、流通をさせたい者の間で、合意がスムーズに進むようにするための環境整備が大事なのではないかという考え方をもとに議論を進めました。

制度でそうした権利を制限するというアプローチは、日本において本当にコンテンツの取引を促進させるのか、プラスの作用があるのかということについては議論の余地がまだまだ多いところだと考えています。このワーキングでは、取引に必要な情報のデータベースの構築を素材としまして、流通に要するコスト、そして、リスクの負担者はだれなのかという、ビジネスを考える上で基本的な点について関係者に一同に集まっていただいて、議論をしました。検討の経緯は何度かこの場でも紹介させていただいておりますけれども、何が本当にコンテンツ流通を阻害している要因なのかということについて、問題点を明らかにすることができたというふうに思います。

いま一つ重要な点は、単に阻害要因に関する議論を深めてだけではなくて、じゃあ、どうしたら取引市場はできるのかということについて一定の回答も用意できたということだと思います。この委員会の議論と取引市場ワーキングの議論をあわせると、取引市場を作るための具体的なツールについて、制度、それから、民間ベースの取引の両面から考えられる論点というのはかなりカバーできたんじゃないかというふうに考えております。中には外部調達規制のような、普段なかなか正面から取り上げられにくい論点もあったんですが、そういう点についてもきちんと関係者の意見、考え方を闘わせて、議論あるいは整理できたのではないかというふうに思っております。

また、途中からではありますけれども、番組製作者の方々にもご参加をいただいて、議論をしてまいりました。このコンテンツ取引の促進の大きな前提は、魅力のある高品質のコンテンツを作る、そういう製作する力が維持されることであるということと言うまでもないんですが、この点、放送事業者、それから、番組製作者、権利者団体などの関係者の間で様々な立場あるいは意見があるということは、この場で皆さんにも理解をいただけているのではないかと思います。

しかし、あえてこうした異なる立場の方々が議論に参加をいただくことで議論が複眼的で立体的なものになりまして、その議論の経緯を記載したら、説得力のある取りまとめになるのではないかと期待をしているところです。

以下、内容の説明の細部は事務局にお願いいたしますけれども、各項目ごとに簡単に議論した点について申し上げます。

まず「検討の背景」ですが、なぜ、そもそもコンテンツの取引市場の形成について議論をしなければならなかったのかということ再認識しています。諮問会議ですとか、それから、知財本部で、放送コンテンツについて様々な指摘が行われているということは、逆に言いますと、コンテンツの市場全体で放送コンテンツのプレゼンスが高くて、その分、期待も高いということの裏返しと考えられます。先ほど出席してまいりました知財本部の会議でも、やはり中心的な課題は放送コンテンツをどう流通させるかだ、というようなところに議論が集中しておりました。逆にこのように前向きにとらえることによって、だれかを悪者にするのではなくて、民間のビジネスが円滑にいくような環境整備をしようというのが本ワーキングの基本的な姿勢でありました。

この部分では、コンテンツ流通の背景となる様々な事実関係がピックアップされています。こういう事実関係、特に海外の制度を語るときに、単に表面にあらわれた事象だけ、あるいは制度だけを取り上げるんじゃなくて、その背景事情とか、産業構造、社会構造のようなものもあわせて議論することが重要でありますので、取りまとめに当たっては、こういった点についても留意が必要だと考えています。

それから、制度によって解決をするという考え方についてなんですけれども、許諾権を制限するとか、外部調達規制を導入するといった、この委員会及びワーキングの双方で、相当の回数を重ねてその辺も議論をしてみいました。再三申し上げましたとおり、ワーキングの基本的なスタンスとしては、制度による解決を模索するというよりも、その前に、民間ベースの取引の促進と、そのためのトライアルによって市場が形成できないかというアプローチであります。しかし、制度論につきましては、これですべて終了というわけではなく、民間ベースの取引の進捗状況によっては、再びこの議論が戻るということを余儀なくされる可能性も全くないわけじゃないだろうと考えております。その意味で、ここに記載されている、その制度の内容とか背景事情については、今後の議論のためにもしっかり共通認識として押さえておく必要があるかというふうに思います。

次に、「民間での具体的な解決策について」ですけれども、民間主導でのアプローチの具体策として、トライアルをトリガーとして取引市場を作る、それから、許諾権を前提として、権利関連の情報を集約し、公開すると、そういったことについて、当面、具体化できること、実証実験を進めるということが基本的な立ち位置として確認できました。

こうしたアプローチによりまして、コンテンツの2次流通をいかに拡大させるのか、それから、利用者の目に見える形で具体的にどう示せるかといったことが、重要なポイントとなると考えられます。その帰趨によって、制度論が必要であれば、また制度論ということになるのかもしれませんが、従って、その民主導の取引市場創出という試みが、今後の放送事業あるいはコンテンツ産業全体の将来を語る上で、重要度がありますし、この委員会としても常に注視あるいは議論、そういったものを怠らないようにしていくことが重要だと考えます。

では、引き続いて、報告の詳細については事務局からお願いできますでしょうか。

【小笠原コンテンツ振興課長】 それでは、資料1「取引市場WGの検討状況」と参考資料の2つで、今までの検討状況をご説明いたします。検討の背景、経緯、取引市場の形成に向けて具体的にどのようなことを行っていくべきか、という3点についての議論の概要をご紹介します。

まず「検討の背景等」でございます。「諮問・検討の背景」の最初として、「我が国におけるコンテンツ市場の現状と政策目標」であります。平成18年7月7日、もう2年たっておりますが、「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」ということを閣議決定しております。

そして、こういったコンテンツ市場において、映像コンテンツ市場において、特に放送コンテンツは重要な位置づけ、地上放送は我が国のコンテンツ製作の中核を担ってきている、といった認識を当審議会でも再三にわたって示してきているわけがございますし、それから、下の円グラフを見ていただいて、コンテンツ市場全体、ここでコンテンツと言うのは映像に

限らず、いわゆる文字ベース、画像ベースのデータも全部含めた話ではございますが、地上テレビ番組の市場規模、これが約25%と約4分の1を占めている。衛星テレビ番組まで含めると、約3分の1になっている。特に映像コンテンツに限りますと、やはり地上放送、衛星放送をあわせて、約6割になっています。

1次の流通市場、要するに、最初に放送されるときに得られる収入で見れば、こういった規模になりますが、二次利用以降のマルチユースで見ますと、地上テレビ放送は「20%」とあり、まだまだ拡大の余地はあるのではないかということになります。「10年間・プラス5兆円」という政策目標の中で、情報通信としても、あるいは政府全体として、あるいは市場が示す数字としても、放送コンテンツは極めて重要な位置づけにあることは間違いないし、この政策目標については、説明の十分さという点について何度かご指摘がございましたが、放送コンテンツに対する期待が非常に大きく、実際、市場が示している数字においても、それはある程度裏づけられるものであるというところではあるのではないかと、そういったことを基本認識としてこの委員会の議論は始めていただいているところであります。

さて、こうした非常に重要な位置づけを持ち、期待も大きい放送コンテンツについて、二次利用、それにはネット配信といったものも、あるいは海外展開もあると思いますが、実際どうなっているのかについて参考資料の2ページに示しております。これも再三ご紹介してきた事実関係でございますし、それから、今、中村委員からご紹介ありましたとおり、こういった事実関係の背景には様々な社会、産業、制度、そういった様々な違いがございますので、一概にどちらがよくて悪いという話ではないという前提でお話をいたします。

様々な指摘が出てくる背景として、例えばアメリカで、テレビ番組のネット配信サービスを見た場合、翌日、2ドル、約2,300円出せばダウンロードできるといったサービスの例がある。あるいはストリーミングに限ってテレビ局から無料で配信されている例も見られる。それがアメリカのみならず、韓国でもテレビ局によっては、30分後、次の日、あるいは1週間後、1カ月後、それぞれインターネットあるいは携帯、ケーブルといったいろんなウィンドウに出ている。このように、テレビ番組が、インターネットをはじめとして様々なウィンドウに出ていくということが外国では一般化している例も見られないわけではないということが現状だということでもあります。

放送コンテンツの二次利用の一つの形態の例ではありますが、次に、3ページですが、二次利用の形態というのはネット配信に限られた話ではありません。DVDもあれば、それから海外展開が最近非常に注目を浴びているわけでもあります。そして、海外展開の現状でいいますと、日本の輸出金額は全体としては約100億円ぐらい、ここ3年ぐらいは増加傾向にあり、80億、90億、約100億と伸びてきているということでもあります。

それで、ジャンルとしては、やはりアニメが非常に多い。輸出先はアジアが中心ですが、

アニメ、ドラマ、バラエティといった3分野を中心に、今現在でも相当な金額に達する輸出が行われているわけであります。ただ、この場でも、ほかの場でも、放送番組の海外展開については、いろんな形で期待感が表明されておりまして、私どもが出席しているいろんな会議におきまして、日本の放送番組の海外におけるプレゼンスがもっとあってもいいんじゃないか、韓国のドラマが露出しているのであれば、日本のアニメはよく見かけるけども、ドラマやバラエティももっと露出してもいいんじゃないか、そういった気概がもっと放送事業者さんから出てもいいんじゃないか、そういったご指摘があることは事実ではございます。

ただ、韓国と比較した場合、地上テレビ放送の日本の輸出金額は約100億円、韓国は約100億円と、ほぼ同額ではございまして、市場規模の絶対額はかなり違いますので一概に比較の対象にはならないと思いますけれども、絶対額においてそう大きな差が出ているということではなく、現在でも放送事業者は積極的に取り組まれ、実際に伸びているということではあると思いますが、さらなる期待感が表明されているということかと思えます。

以上が放送事業の、放送コンテンツの市場、それに対する期待感、それから、実際の流通の現状でございます。

(2)として、「諮問・検討の背景」の次に、「関連する事実関係」と記しておりますが、ここではまず「デジタル・ネット法等の提案」ということが書いてございます。

参考資料の4ページをご覧くださいますと、今申し上げたような目標と、現実のギャップに対して指摘がありまして、そういった目標と現実のギャップを埋めるために何をしたらいいのか、幾つか提言が出ているわけでございます。

1つが、経済財政諮問会議において、「全ての権利者から事前の許諾に代替する、より簡便な手続き」を「2年以内に整備すべきである」と。これをデジタル・コンテンツ流通促進法制として整備すべきではないかといったことが民間議員説明資料として指摘されたことがあるということ。

それから、「デジタル・ネット法等の提案」として、デジタル・コンテンツ法有識者フォーラムの資料をそのまま転載させていただいたものでございます。「テレビ番組の場合」については、真ん中に「ネット権者＝放送事業者」と書いた上で、「権利者」から矢印が出ていて、そのところは×印が書いてあって、「著作権法によってはインターネット上において流通させる権利が集中されていない」と。従って、ここを改善して、インターネット上において流通させる権利をネット権者というところに集中をしましょう。権利者は、「インターネット上における利用に対しては、原則、権利行使ができない」、という制度にしましょう。そのかわり、ネット権者には収益の公正配分の義務を課しましょうと、こういった制度が必要なのではないかという提案が行われているわけでございます。

つまり、権利者の許諾権、特にインターネット上における利用に対する許諾権の行使をで

きないという制限をかけるかわりに、ネット権者に対して、ここでは放送事業者になっていきますが、収益の公正配分義務をかけることによって、「効果」に書いてあります、事業者、権利者、消費者、3者にとってメリットがある仕組みができるのではないかと、いったご提案でございます。

いずれにしても、放送コンテンツ流通の促進を、こういった事前の許諾権に代替し得るより簡便な手続、あるいは権利者の事前の許諾権に制限を加え、制度的に措置をすることにより流通を促進する、そういったご提案が現実、経済財政諮問会議あるいはこういった民間のフォーラムから提言されているということでございます。

これとは角度の変わった観点ではございますが、諸外国における制度に関しましては、参考資料5ページをご覧ください。諸外国では放送番組の流通市場についていろいろルールを定めている場合があるということでございます。「制度の目的・趣旨」、「規制の内容」をごらんいただきますと、要は、先ほど中村委員からも外部調達規制という名前でご紹介をいただきましたが、イギリスからアメリカまでそれぞれ目的を見ていただくと、番組供給市場の多様化、競争促進、文化的多様性のテレビ番組への反映、供給源における製作者の独立性に貢献、番組の主体多元化による多様化、あるいは公衆が視聴可能な番組の多様性を高めるとか、いろんな目的が国によって並んでおります。

それで、規制の内容については、例えば、独立系の製作番組あるいは放送事業者以外の独立した第三者に対して、一定の放送時間を割り当てる。そういった趣旨の規定の例があるということではございます。ただ、これについては、各国それぞれ放送市場が非常に様々でございまして、日本と似たようなところもあれば、違うところもあるということで、それぞれの放送市場の特徴を反映して、それぞれ制度の目的があって規制が行われていると、こういったことではございます。

こういったことも本委員会でも話題にもなり、議論されたところでございますが、放送コンテンツ流通、その全体となる番組供給ということの関連では、こういった制度も外国では定められている例があるということでございます。

ただ、アメリカのシンジケーション市場との関係がよく話題になりますが、この流通市場のそもそもの構造、成り立ちが、日本、外国、それぞれ異なりますので、先ほどの中村委員のご説明にありましたとおり、その背景事情と切り離して、現象面だけ議論するということ是非常に危険だという認識に立って、取りまとめに当たりますと、検討経緯を記していきたいと考えているところでございます。

以上が検討の背景といたしまして、放送コンテンツの流通についてどういうことが期待され、それについて実際にどういう指摘が行われているかということをご紹介いたしました。

「検討の経緯」に移りますが、制度による解決策というアプローチと、民間主導による解

決策というアプローチ、この双方を当委員会、当委員会ワーキングではご議論いただいたわけでございます。

検討経緯については概要を6ページにご説明しております。まず制度による許諾権制限、それから、番組調達ルールを導入について簡単に、議論の経緯をご紹介します。

まず、諮問会議での指摘、有識者フォーラムの指摘がある一方で、ワーキングにおきましても、委員会におきましても、権利者団体の方は、いわゆる2次流通を止める、あるいは2次流通が望ましくないといったことを公式の場、あるいは非公式の場で表明したことは一度もなく、権利者団体としては基本的に2次流通は大歓迎であって、収益の拡大につながるウィンドウ拡大、マルチユースの促進は歓迎すべきことであり、それをとめる、あるいは望ましくないということでは全くない、といったご意見を再三表明されているわけでありませう。

一方、諮問会議あるいは先ほどのフォーラムといったようなご提言の中では、やはり許諾権の存在、あるいはそれに伴う手続がネックになっているのではないかというご指摘が行われているわけでございます。

こちら辺のギャップをどう考えていくべきかについては、例えば先ほどご紹介したように、アメリカでは放送コンテンツの流通が活発に行われておりますが、アメリカの権利者の状況、例えばアメリカでは権利者の許諾権が非常に弱い、あるいは権利者の立場が非常に弱い、といったことになっているのかどうかについても、この場でご紹介もされたかと思えます。当否はともかく、例えば最近見られた、アメリカにおける脚本家という権利者のストライキを見ても、アメリカの権利者が日本の権利者と比べて著しく立場ないしはプレゼンスが弱いということではなさそうである。現実にもそういったストライキで、アメリカの放送番組の製作の一部がストップする、といった事態に陥るほど、アメリカの権利者のプレゼンスというのは非常に高い面があるにもかかわらず、アメリカでは放送コンテンツの流通促進が非常に進む例として上がっていることが非常に多い。

その一言をもってすべてを語ることはできないにしても、許諾権の存在が流通を阻害しているということがもし真実であれば、アメリカの状況はどう説明することになるのか。従って、許諾権の存在自体が阻害要因であるというアプローチについては、果たして、先ほど中村委員のご発言にありましたとおり、全く議論の余地がない、間違いのない方向性なのかということについては、議論の余地があるという、そういった検討の方向性がこの場でも示されているわけでございます。

次に、この制度によるアプローチという、第2点目でございますが、今ご紹介いたしましたアメリカ、韓国、ヨーロッパで導入されている番組調達ルールが話題になりました、いわゆるこの放送番組製作と、放送事業者の関係を制度としてルール化し、それによって、流通を促進するというアプローチは果たしてどうなのか、ということでございます。

先ほど申し上げたとおり、各国の放送事業者の位置づけ、各国の放送番組市場を考えた場合、例えば地上放送に対する各国の考え方、例えばよく韓国も4公1民と言われていることがあります。基本的にはいわゆる公共的な民間企業とは異なる、法律制度上特殊な位置づけを持った公共放送が大半を占める国、あるいはついこの間まで公共放送しかなかったところ、制度上かなり強制的に民間化した国と、日本のように、テレビ番組発足当時から、民間放送主導あるいはNHK、民放、二元体制をとっている国では、放送事業者に対するスタンス、あるいは放送事業者に対してどういった制度的なアプローチをすべきかという考え方がまず異なるのではないかと考えます。あるいは、先ほど申し上げた放送市場を考えた場合、シンジケーション市場という、いわゆる全国あまねく普及をどれくらい放送事業者に強く求めるかということとの関係で出てくる市場が果たして日本で必要かどうか、といったことも考えなければいけない。

日本のように、努力義務とはいえ、あまねく普及を放送事業者に求め、民間の知恵として、例えばネットワーク契約といったことで解決する、そういうことで番組供給を全国に行き渡らすという知恵を作り上げてきた日本の場合と、アメリカのように、地上放送についてあまねく普及は制度上は求められておらず、それ故、シンジケーション市場が登場したところでは、これは違いの一例としてあらわれてくるわけですが、そういった背景事情も考えれば、市場構造の違うところに入っているルールを、日本にそもそもそのまま持ってくるということが適切と言えるのかどうか、といったご議論がこの場でも行われました。

従って、いわゆる番組の流通、コンテンツ流通の前提では、先ほどお話にありましたとおり、魅力ある高品質の番組が供給される、その番組が供給される前提として、多様な主体が競争し合って供給するということがあるわけではございますが、そういった番組の調達については、あくまで、民民、放送事業者と番組製作事業者の間の民間と民間の自主的な取組で処理、整理すべき話であって、基本的には民民の世界で、これまでも基本的には何事も解決してきたところであり、今後とも民間主導、あくまで民民の間で解決を図っていくのが基本であって、何らかの制度上のルールを設けるということは、必ずしも適切なアプローチではないのではないか、あくまで民民の放送事業者、それから、番組製作者間の交渉と、自助努力に委ねるべきではないか、そういったお話でなかったかと思えます。

以上のように、この制度については2方面から議論してきたわけではございますが、基本的には許諾権の制限とか、あるいは番組製作の調達について、いわゆる制度上のルールを入れるということではなくて、基本的には民間と民間、先ほどお話にありましたとおり、コンテンツを流通させたい者とコンテンツを持っている者、その間の合意形成がうまく円滑にいくように、まさにそこに民主導の取引市場が生まれるわけではございますが、そういったことを進めていくためには何をしたらいいかということで、基本的には制度上のアプローチでな

く、民主導のアプローチをあくまでベースとしてはどうかということでした。

そこで取引市場データベース、つまり、取引に必要な情報データベースの構築素材といたしまして、さらにワーキングで議論を深めたわけですが、そこで参考資料の7ページをごらんいただきますと、その点についての議論の筋を、これも何度かご紹介いたしましたが、大筋を書いてございます。取引に必要な情報データベースを素材として、先ほど中村委員からご紹介のありましたとおり、まさに取引に必要なリスクとコストの負担はだれが行うべきか。そして、リスクとコストの負担との関係で、そういった取引市場データベースとはどのような形で、何を対象として製作すべきかを議論したわけでございます。

そして、放送事業者、それから、番組製作者のだれが主体になるかで、若干議論が変わってくるということでございます。まず放送事業者が製作・著作の放送コンテンツについて、取引にかかわるリスクとコストは、だれが負担すべきであるのか、ということでございます。当然ながら流通させたい事業者がリスクとコストをとるということは原則であろうということですが、では、実際に放送事業者が製作・著作している放送コンテンツに、流通させたいというニーズがあるのか。ニーズがあるのであれば、取引市場形成のためのリスクとコストを負担するプレーヤーが必ずいるはずである。特に昨今、ブロードバンドに対する放送コンテンツ流通の是非、あるいは可否が話題になって久しいけれど、仮にブロードバンドに対する放送コンテンツのニーズが非常に大きいのであれば、そのブロードバンドの担い手の中から、取引市場形成のためのリスクとコストの負担者はあらわれてくるべきではないのか、といった議論であったかと思えます。

そこで、ブロードバンド事業者の方々をはじめとして、そういった放送事業者が製作・著作された放送コンテンツの取引市場、具体的には取引に必要な情報、そのデータベースを作るためのリスクとコストを負担する意思について、何度かこの場でもご意見を伺いましたが、議論の方向性としては、リスクとコストをとるということについて、明確な意思表示をされた方は、ブロードバンド事業者さんを含めていらっしゃいませんでした。

であれば、放送事業者さんが製作・著作された放送コンテンツについて、今以上に、取引市場データベースという形で新たなものを作るということは、そのためのリスクとコストを負担するという意思を表示する者がいないわけですから、仮にブロードバンドであれ、海外展開であれ、そういったところに出すためにこういった取引市場を作っていくということは、アプローチとしては限度があるのではないかと。最大の理由は、リスクとコストの負担者が、ブロードバンドの担い手の方々を含めて、少なくともこの場ではいらっしゃらなかったことが非常に大きな原因ではなかったか、ということでした。

一方、本日もお越しいただいておりますが、番組製作者の方々も製作・著作された放送コンテンツについては、ワーキングにおきましても、当委員会におきましても、自らのリスク

で、そのコンテンツについての取引市場データベースを作り、まさに自ら製作・著作されたコンテンツについて市場に出していく、そういったことを積極的に行いたい、といったご説明を何度か頂戴いたしました。だとすると、そういったコンテンツを中心とした、取引市場の形成、取引市場データベースの構築について議論すべきではないか、そういったお話が議論の筋であったかと思えます。

検討の方向性としたしましては、民主導で、取っかかりとしての実証実験をやっていくことになりますと、先ほど申し上げたような、番組製作者が製作・著作された放送コンテンツに関する取引市場データベースの構築を取っかかりとして、取引市場の形成に進んでいくべきではないか、それが1つ目の実証実験としてあるわけでございます。

一方、先程、番組製作者と放送事業者の間のいろんな取引は民民ベースで解決されるべきだというふうに申し上げましたが、今申し上げたような番組製作者の方々が製作・著作された放送コンテンツに関する情報をデータベース化していくこととあわせて、非常に意欲を持たれた番組製作者の方々に対して開いていくと、そういったことも民民ベースというものの促進という形でやるべきではないか。例えば、「自ら製作資金調達を行う」、そういった非常に意欲ある製作者の方々への機会提供、ここでは「公募トライアル」と書いてありますが、そういった取組は引き続き促進すべきではないか。

従来から、民間放送事業者、NHK、双方ともに番組製作者に対するスタンスは非常にオープンで、できるだけ多くの製作者の方々に参加をいただくというスタンスで、一般的な企画公募、採択された作品の放送については従来から番組製作者の方々の中で非常に積極的におやりになっているというご紹介をここでも何度かございました。そういった、いわゆる放送の機会を伴う、意欲ある番組製作者の方々への機会提供については、こういった形であれ、ここでは「公募トライアル」という言葉を使っておりますが、引き続きプッシュしていくことも必要ではないか、といったことが議論には上ったわけでございます。

ちなみに、先ほど取引市場データベースということを中心にお話をしてございましたが、取引市場データベースというのは言ってみれば、情報をよく理解する、情報をやりとりするいわゆるバーチャルな市場でございまして、当然ながらこれと並んで、見本市とよく言われますが、実際の現物を持ってきて、それ自体を理解する現物市場の整備も、特に海外展開に向けては必要ではないか、といった議論もここでは行われたわけでございます。

以上が「検討の経緯」のご紹介でございます。以上の議論を踏まえて、「取引市場の形成に向けて」、何をやっていったらいいのかでございますが、基本的には今までで既にご紹介し終わっておりますが、基本的には3点ございます。

1つは、番組製作者が製作・著作された放送コンテンツに関する取引市場のデータベースの構築。その前提として、何度かここでもご指摘ありましたが、番組製作者による製作・著

作、つまり、番組製作者が製作・著作を持たれる場合には、しかるべき権利が帰属することを前提として、番組製作者は製作・著作された放送コンテンツのデータベースの構築を推進、支援していくということが一つでございます。

それから、2つ目、今申し上げたバーチャルな取引市場とあわせまして、特に海外展開に向けて、日本において放送コンテンツの現物を持ち寄って、見本市と呼ばれる取引市場を形成する、この取組も引き続き促進していくべきではないかということ。

それから、最後に、先ほど申し上げました意欲ある番組製作者への機会提供という取組は、既に放送事業者の方も非常に積極的にやっただいていただいているところではあります、そのほか工夫できる場所があれば、それはさらに機会は広げていくという、公募トライアルという形で広げていくことが必要ではないかと、以上3点でございます。

参考資料の8ページ以下に、今申し上げた3点についてそれぞれ簡単に概略を説明してございます。特に8ページの取引市場データベースについて留意すべきとされた点が、取引市場のデータベースは、今、全くないわけではなくて、特に先ほど意欲表明されたと申し上げた製作者団体の方々、既に取り組まれている方がいらっしゃるわけでございます。それは製作者のデータベースのみならず、権利者団体でもこういったデータベースは既にお持ちであり、かつ相互間の連携という取組にも着手されていることはこれまでご紹介ございました。

従って、これから実証実験として、これまで申し上げたことをすれば、こういった既存のデータベース間の連携をいかにスムーズに生かせるか、つまり、コンテンツの利用事業者からすれば、こういった一つ一つのデータベースに当たるということよりも、一つの、例えばポータルあるいはここでは「Index DB」と、あるいは「Gateway」という書き方をしておりますが、そういったところに当たれば、ほかの、一つ一つの製作者データベースあるいは権利者データベースへのアクセスが非常にスムーズになる、といった方向性でアプローチしていくのがいいのではないかと、それがもうちょっと深掘りした議論としてございました。

それから、参考資料の9ページでございますが、リアルな取引市場の形成と、先ほどの見本市というアプローチでございますが、これまでも再三申し上げておりますとおり、放送事業者さんの間で海外展開は既に積極的に推進されておまして、海外の見本市、映画祭には既に出品されているわけでございます。これは引き続き促進していただくとして、今後の重点的な取組としては、我が国における見本市の開設を積極的にやっていってはどうかということでございます。

ちなみに、参考資料の10ページには、海外で開催されております日本の放送事業者も積極的な出品を行っていらっしゃる例を挙げております。

それから、最後の11ページでございますが、先ほどの意欲ある番組製作者に対する機会

提供ということの例でございます。この場で、AMDという公益法人からもご報告がございましたが、いわゆるスポンサーになり得る企業の方々、放送というツールをお持ちの放送事業者、それから、スポンサーと放送事業者の間をまさに仲介されている広告代理店、そういった方々からのご協力をいただいて、一般的にマルチユースということを前提として、番組を公募し、マルチユースという観点、あるいは番組の内容から非常にすぐれているという企画を採択し、その採択された企画について、スポンサーとなる企業あるいは放送事業者の方々との調整の上、実際の放送の機会の提供を図っていく、こういった事例の一つでございます。

こういった例にとどまらず、一般の放送事業者さんも非常にオープンな企画公募について極めて積極的に取り組まれておりますので、あくまでそれと並んで、こういったことも行われているということの実例でございますが、今後はこういった取組も促進していったらどうかということでございます。

以上、ちょっと長くなりましたが、これまでの検討経緯、特に今後どのようにして取引市場形成をしていくかということについてのご報告、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、質疑、意見交換に入りますが、最初にこちらから何名かの方を指名させていただきます。

まず全日本テレビ番組製作者連盟の寺島様、お願いいたします。

【寺島オブザーバー】 寺島です。いろいろな立場がありますが、今日は、テレビ連盟（ATP）ではなく、テレコムスタッフの寺島として発言させていただきます。この検討委員会において各委員の方々が本当に長く様々な論議を重ねて来られたということに関しては、大変その労に関して謝意を表すものです。

ただ、今回の委員会のある種の出口として、製作事業者に民民の取組のトリガーとなるということが見えてきたということですが、私たち製作事業者は、この長い検討委員会の中でも本年2月からの参加でございます。その間いろんな事情があつて製作事業者が呼ばれなかったことと思いますが、ぜひ最終答申に、我々製作事業者の声をぜひ盛り込んでいただきたい。このままの、中村委員や小笠原課長がおっしゃられた、そんな整理されたものではないだろうということをぜひ委員の方々にももう一度ご認識いただいて、ぜひ答申案にはそのあたりを盛り込んでいただきたいという思いで、今日はお話しさせていただきたいと思っております。

取引市場形成に我々事業者が一助となるべく様々な議論に参加させていただきましたが、それがひとえに市場形成、5兆円規模の拡大に役立つとは思っておりません。微弱ながらその一助となるということかと思うんですが、我々のインセンティブは、やはり今の放送コンテンツ産業の中における様々な問題点を集約すれば、もう一度その作り手とそのコンテンツにリスペクトを払っていただきたい。ですから、我々そんなに多くない製作・著作のコンテンツを何とか市場に出して、その真価を確かめていきたい、我々製作事業者の若い仲間たち

がそういうことで次の展望が図れる場として、もしくは自立していくきっかけとして、この取引市場形成という大きな流れの中に参加していきたいという思いで考えております。

特にこの委員会に出席させていただいて述べてきたことは、隣にいらっしゃる澤田さんがまさにそうですけれども、今そのコンテンツ流通に一番必要なことは、適正な取引市場の形成拡大よりは、健全なコンテンツ産業の育成である、ということをもまず我々現場から訴えていきたい。澤田さんがよくおっしゃいますけれども、本当に5年たったら、だれがテレビを作っているのかという状況にあります。

それで、このコンテンツの調達に関して、民民の取引に任せるべきである、制度的規制等はないという論議に関しましては、我々その当時はここに出席しておりませんが、我々としてはやはり何らかの形で、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ではないかという思いはずっと持っております。もちろんこの取引市場形成のためのデータベース構築は、我々は本当に必死になってやりますけれども、その一方で、やはり日本のコンテンツ産業の中核を示すテレビ放送、テレビ番組製作の現場をもう一度新たに見直す機会と思ひまして、ここで今発言させていただきます。

制度的な見直しをどんな形にしたらいいかということは単純なことでは言えませんが、現場にいる製作事業者から言えることは、まず発注受注、委託受託の構造の固定化が非常に大きな問題になっており、全体的には、その構造的な問題がテレビ放送が始まって以来、金属疲労をおこしているということをご認識いただきたいと思ひます。

垂直統合とか水平分離という考え方もありますが、そこまで大きな論議にしなくても、現状で、我々プロダクションにとって、民間放送の発注のあり方がまさに垂直統合風になってきている。いわゆる、委託製作で完パケ納品という形がどんどん数が少なくなってきて、製作委託から業務委託にシフトされていく。製作事業者を、その作り手というところから、ある種派遣的な労働者にシフトされていくということが現状では大変多くなっています。

そうなると、私たちが求めている作り手・コンテンツに対するリスペクトがどんどん現場から失われ、コンテンツの力をなくしていく。製作委託から業務委託へのシフトというのは、もちろん景況の悪化に伴う様々な問題とか、今後のコンテンツ展開のために権利の、局による囲い込みというようなこともあると思ひますけれども、私たちが思うには、やはり民間放送の視聴率至上主義の呪縛があるのではないか。これはどなたもおっしゃいますが、こういう場ではなかなか発言がないのですけれども、地上波のテレビでなかなか大人の見ることがない。一つ当たれば同じような番組が横にずっと並ぶ。はやりの番組をいかに効率よく速く作るかという形に、製作現場はどんどん移行しているように思えます。

それがまた局主導で行われていますから、その指揮下に入った製作事業者は、右往左往する状態で疲弊している。民間放送が民間セクターとすれば、当然視聴率を上げて、各局の媒

体価値を上げていくということは、決して否定されることではないと思うんですが、やはり国民共有の財産である電波をあくまで、公共性を担保するはずの放送事業者が、視聴率だけに目先でとらわれ、その放送の文化的意味や、消費財ではなく恒久財たり得るか、といった長期的なスパンで物を作る余裕が今なくなっている、という状況だと思います。

そういった状況の中で、新しい本当に豊かで多様な放送を供給できるかといえば、これは全く私案ですので、そういうところに制度的な見直しをしていただきたいという思いでお話ししますが、民間放送の枠に視聴率を考えない枠をお作りになってはいかがかと。調達規制や外部枠を外部のプロダクションに開放するというふうな話になっても、放送局の優秀なプロデューサーや編成の方々は、やはり視聴率を1%でも上げることに邁進してらっしゃるんです。そういうふうな視聴率の呪縛から開放された枠を各局何時間かというふうな制度的な介入はできないものでしょうか。

このことをしない限り、本当にテレビは大人が見るに耐える、もしくは恒久的な財として、商品流通していくようなものというのはなかなか出てこないんじゃないでしょうか。そんなことを制度的に考えられないかという、夢のような話かもしれませんが、日本のテレビ界の現状で、視聴率至上主義という呪縛から解放することは、健全なコンテンツ産業育成ということでは、一つの足がかりになるのではないかとこのように考えます。

もう一つは、テレビ製作全般における若手人材の確保育成、各テレビ局でも、本当に人が来ないとおっしゃっているところが随分あります。テレビ局には本当に優秀な人が来るが、何かを作りたいという意思が感じられる方が少ないという言い方をおされるテレビ局の社長さんもおられました。

それともう一つは、現場を見ていると本当に大変で、若手が走り回っているけれども、人材が不足して、発注している自分たちも大変心配である。だから、作り手がなくなっているということと、作り手の現場では、若手が本当に疲弊し切っている。例えば私たちが参加しているATPという団体では、若手の声を聞くと、大体が賃金が安い、労働時間が荷重、将来に夢が見えない、誇りが持てない、こういう声が本当に氾濫しています。

そのATPでも、まず若手の人材育成、確保が我々コンテンツ産業の急務であろうということで、加入者にアンケートを行いました。ほとんどが労働過重になっていると思います。労働裁量制をとって、みなしでやっている状況もありますけれども、それに追いつかない。もしくは、入って1~3年のADたちは、みなしではできない。彼らが上のディレクター、局のプロデューサー等の足となって動き回っているんですが、この労働が大変な過重負担になっている。続々と若い人たちが入ってくればいいんでしょうけれども、入ってきた方々が1年か2年で、こんなしんどいことは、こんな夢がないところは、というふうな形でやめてしまいます。そうすると、我々プロダクション、放送局もそうですが、コンテンツ産業は労

働集約の産業で、プロデューサー、ディレクター、ADの三位一体でバランスをとって、コミュニケーションをとって作っていますけれども、このADが本当に育たないんです。

この状況をどうするかということで、全く私案ですけれども、例えば、各放送局さんがお払いになっている電波料を公的資金として人材育成に回せないか。例えば若手ディレクターの夢を持たせるための海外留学とか、過重な残業代の補てん、それから、放送局の若手とプロダクションの若手の合同セミナー、現状は、忙しくてそういうところに出られない人が多いのでその休業補償、補てん要員の確保など。我々は、若手の人材を確保しなければ、本当にテレビ番組は作れなくなっていくという状況にありますので、国民の共有財産である電波を使用しているということで、その電波料を公的資金として、テレビ界、もしくは、コンテンツ育成、人材育成の資金として考えられないかと。

これは私の夢のようなことですが、いずれにしても、番組調達に関しては民民で行うべきであり制度的見直しは今のところ必要ない、というふうなことに答申案が終わらずに、何とか制度的見直しを今後も課題として残していくということを、我々製作事業者の声として、ぜひお残しただければと思っております。以上です。ありがとうございました。

【村井主査】 どうもありがとうございました。それでは、日本映像事業協同組合の澤田様、お願いいたします。

【澤田オブザーバー】 J-VIGの澤田です。寺島さんがほとんど網羅されましたので、私は具体的な話をしたいと思います。この会はデジタル・コンテンツの流通の促進ということで開かれている検討会ですが、コンテンツは本当に足りないんだろうかということなんです。今、十分かは別にして、流通してない、売るものもない、だけど、例えばブロードバンドの事業者もお金出して買ってまでやる気はない。我々の立場からすると、今で十分なんじゃないのかと。これだけ電波がたくさんあってまだ今後増やそうと、これにNTTの光ファイバーが出てきてどうなるのか。ソフトは足りないのでしょうか、今でも見るものは一人で見る限界を超えているのではないかと。そう考えると、百何十社集まって、製作を主体にしてやろうという未来は、ビジネスとして、産業としてあるのかという不安があるわけです。

かつてはテレビ局が全部100%作っていたんです。ところがいろんな状況で、製作プロダクションが300社も400社もないと今の放送の形態が保てないというシステムができて、10年ぐらい前に大体完成してきたんです。これだけ数が増えて、それぞれがつぶれずにやっているということは幸せな時代になったな、何とかやっていけるんだなと思っていたんですけども、だんだんそうはいかなくなる状況が出てきました。

テレビ業界は、発注と受注という形式は変わらないわけですから、あくまでも電波の免許を持つテレビ局が番組の枠を持っていて、いい番組、視聴率の取れる番組、他局に勝てる番組を編成するために、大変苦勞されているんです。そこへ、コンプライアンスという新しい

問題が出てきたんですね。実はもう一つの検討会に最近出席させていただいて、そこでいろいろな悩みが出てきているんですけども、たまたま昨日会議がありまして、テレビ局の製作の担当の方の発言で、最近ではコンプライアンスという問題が出てきて、ディレクターを3人も張りつけなくてはならなくて大変だとおっしゃるんです。それは我々の問題ではなくて、テレビ局の問題だと思うんですが、テレビ局側から見ますと、製作プロダクションがいいかげんな手抜きをするからと。3人も必要なくちゃんとした人が1人いてくれたらいい、製作進行上ややこしくて大変つらいという話を現場で聞きます。

『あるある大事典』のような問題は、超ワンマンのプロデューサーがいたから起こったんですが、その状況を作った原因について、BPOなどみんなが検討して、結果的にコンプライアンスという問題になりましたが、局の人員配置は足りない状況です。

それでどうしたかと、そこが問題なんですけれども、派遣というテクニックを使い始めたんですね。局のプロデューサーが派遣の人を使って番組をつくる。派遣会社から派遣されたディレクター、質もいろいろな人がいるでしょう。その人たちを局のプロデューサーが指導してちゃんとやっていくというのであれば、つまり、昔のテレビ局に戻るわけです。我々が今まで営々と30年かかって、レベルを上げてきて、何とかいい人材を育てようとした努力は何だったのかなと。

地方局の製作プロダクションの集まり（全映協）があるんですが、その理事長がもうテレビの仕事はやめて別の仕事に行ってしまうかと相談しているという話をされていました。私どもの組合で行っているヤングクリエイター賞でも、最近、地方局のいい作品が出てくるようになったのですが、地方局の90分の予算のついた全国ネットの番組の製作は、その地方のプロダクションではなく、東京の製作プロダクションが一手に作っているわけですね。地方のプロダクションは、いい番組、お金のある番組は一切やらされずに、細かい仕事をいっぱい、ひどい状況でやらされている。しかも景気が悪くなり、地方局の予算が減ってきたしわ寄せ、会社を維持するためのしわ寄せが製作会社に来ており、この図式は変わらないだろう。受注発注という形式が変わらない限り続くだろうと。だから、もうやめようかというところまで話している人たちがいるということなんです。

我々はもうちょっとましではありますが、私どもの製作会社で、製作協力ということで番組を製作していた会社が、プロデューサーから、「ディレクターを派遣に切り替えよう、嫌ならやめてもいいよ」と言われたと。これが1社だけではなく、大手の会社も小さい会社も含めて、派遣に切り替えられつつある。私が作っていた『ズームイン!!朝!』は、最初は製作協力だったんですけども、今はもう派遣になっています。

大きいプロダクションの場合、全部社員にするわけにいかないというのは、20～30年前のテレビ局と同じ状況にあって、大手になるほど派遣を入れざるを得ない、ダブル派遣を

せざるを得ない状況です。今テレビ局でも、NHK、TBS、日テレ、フジがそういうシステムをつくられたみたいです。残っているのはテレ朝だけですけども、それもやがてそうなるという予想をしている。この現状はどうするのか、この不公正なやり方からどうすれば我々は逃れることができるのか、どこかへ訴えるにもどうしようもない。だから、このシステムでは、民民なんていう話は絶対あり得ないと思う。

つまり、受注・発注のやり方が変わらない限り、例えば韓国、フランス、イギリス等のように何か条件をつけてやらせていただけないと、将来性がなく、やめてしまおうという動きに早晚なるのではないか。だとしたら、5兆円どころではない。誰が番組を作るのか。

ドラマは再放送や地方のケーブルテレビで流したりしていますが、ドキュメンタリーはほとんどない。バラエティは肖像権の問題などがあり全くだめです。バラエティをやっている会社はいっぱいあるわけですが、売るソフトが果たしてあるのかと。私ども組合のメンバーに言ったところ、売れないようなものをどうするんですかという声が多かったが、でも、一応組合に登録してみようよと。全体を見れば、その中からひよっとしたらリメイクしたりできるのがあるかもしれないじゃないですかと。

寺島さんや篠原さんは、もっとちゃんとした会社を作って受け皿をつくらうとしている。我々は小さいプロダクションが多いので、まだ研究の段階です。ATPは大手の会社から始まっていますから、JVIGとは全然パワーが違う。全映協はもっとパワーがない。だから、こういう3つの団体にとってコンテンツのマーケットというのは全く見えてないし、5兆円プラスするといっても、本当にそんなマーケットがあるのだろうかという思いが非常にあります。作り手がいなくなるということのないよう、番組を作りたいといって集まってきている者に気持ちよく仕事をさせてくれるようなシステムができないものだろうかということ意見を言わせていただきたい。参考にさせていただければと思います。以上です。

【村井主査】 どうもありがとうございました。それでは、取引市場のワーキングにも参加してくださいました吉川さん、お願いいたします。

【吉川オブザーバー】 中村委員には、このようなとても複雑な環境の中で、ここまで取りまとめされたことに関して敬意を表したいと思います。先ほどの澤田さんの発言の中でいろいろございましたが、やはりコンテンツ市場拡大ということが一つの大きな目的でございますので、コンテンツ市場拡大に関するすべてのステークホルダーの人が積極的、かつ前向きに活動、努力することによって、制度を導入せずとも、民による市場拡大が顕在化できることをやはり強く期待したいと思いますし、希望を持ちたいと思います。

先ほど出た話の中で、人材の話というのも、これは過去にもやっぱり議論されたと思うんですけども、私が参加したところでは、例えばICT国際競争力懇談会などでもやはり、こちらの委員でもある依田さんや、それから、高城さんなどがやっぱり人材のことをすごく

言われていて、ニワトリと卵の議論で、マーケットがなければ、いくらいい人材を育てても活躍する場もない。そのときに特に高城さんなどは、優秀な人材はみんな海外に出ていってしまうということをすごく主張されていました。ですから、両方やらなきゃいけないとしても、まず市場を拡大できる努力というものをみんなでやってみるということが非常に重要じゃないかなと考える次第でございます。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは、椎名委員、お願いいたします。

【椎名委員】 ネット上での様々なことが道半ばであるという状況認識の中で、その時点その時点で犯人探しをして、物事を解決していこうという姿勢はすごく非生産的ではないかと思えます。収益が上がらないネットに直面して、IP事業者さんは、番組調達のために許諾権を犯人にして、報酬請求権化のキャンペーンを張られて、その流れはまだとまっていないと思えます。また、放送事業者さんも、そのビジネスモデルを守るために、著作権処理の煩雑さをしばしば口にされる。こういう流れもまだとまっていない気配であると思えます。

そんな中で、マルチユースを前提とした番組製作に意欲ある番組製作者の方々には機会を与えようという、このAMDアワードが始まると、これまで権利制限の話では最前列でノリノリでいたIP事業者さんがどこかに消えてしまったりというようなことも目の当たりにしたわけですね。

今お話しいただいた番組製作者さんというのは、ブロードバンド上の二次利用とかの話以前の、一次的な収入の問題でも様々な問題を抱えられている中で、データベースの取組をされているというのは非常に貴重なことではないかと思えます。

また、そういう事情がこのワーキンググループの検討の中で一つ一つ明確になってきたということが最大の成果ではないかと思えます。この委員会が掲げているコンテンツへのリスペクト、対価の還元とかという、その基本的な価値観は、これは極めて当たり前の考え方だと思うんですが、最近政府の中でもどんどんこの考え方が希薄になっていると強く感じます。それを実現する一つの方法論である私的録音録画補償金制度をめぐる議論も何だかわからない形でスタックしてしまっているような状況があるわけです。

また、許諾権の報酬請求権化については、今いわれているのがネット権ということになっているわけですがけれども、それを検討している会議で伺ったところによると、とある放送事業者さんからネット権を歓迎するというような向きの発言があったように聞いたんですね。もし本当であれば困ったことだなというふうに考えているんですが、今日はせっかくですから、この委員会に出席しておられる放送事業者の方々からネット権に関するお考えをぜひ伺いたいと考えています。この検討委員会においては、こうした動きにひるむことなく、コンテンツへのリスペクト、対価の還元、こういった価値観を今後広く共有されるようにぜひフォローアップしていただきたいと思えます。以上です。

【村井主査】 それでは、放送事業者のお立場から、元橋さん、お願いいたします。

【元橋オブザーバー】 椎名委員からおたずねについてですが、どこの社のどういう方がどういう発言をされたのか存じませんが、私どもは「ネット権」云々は別として、あくまで放送番組については出演者の方、作家の方、音楽家の方等そこにかかわる方との信頼関係がいちばん大事だと思っています。その信頼関係と契約に基づいて放送に出ていただいたり、放送後の番組を二次展開していくというのがベーシックなところだと思います。その信頼関係と契約を超えたところで、例えば制度により放送番組は自動的にインターネットに出るというような話になると、その信頼関係がないがしろになってしまうかもしれない。それだったらもう番組に出ないと言われてしまうかもしれない。我々はそれがいちばん困ります。出演料等も含めてあくまでも当事者同士の合意や信頼ということが絶対揺らいではいけないポイントだと思っています。椎名さんが今おっしゃったようなことは杞憂であろうと私は思います。

それから、先ほどの寺島さんや澤田さんなどテレビ界の大先輩の発言を聞いていて、いろいろ制作現場の正直なお気持ちを吐露されたのだと思いましたが、この場にいらっしゃる方で、放送の現場のことをご存じない方が、今の番組というのはほとんど放送局では作ってなくて制作会社で作っているようだと誤解をされるといけないので、あえて一言申し上げます。もちろん制作会社の方々と一緒に作る番組、あるいは制作をお願いしている番組、あるいは制作会社から提案して作っていただく番組というのはありますけれども、やはり放送局である以上は、放送番組を自ら作るということは一番大事な部分だし、それは今でも民放各局さんも私どもNHKも失ってはいけないし失っていない、ということをご理解をいただきたいと思います。

私自身も記者やディレクター、プロデューサーの経験がありますが、みんな新入社員として入ってから、平均して5年、あるいは7～8年はほとんど下働きのような仕事で、ADのようなことをずっとやって、長時間拘束されて、という中でやってきたわけです。誤解を恐れずに言えば、局の人であろうと、制作会社の人であろうと、それはある程度はやむを得ない部分もあると思います。やはりいいものを作るためには、徒弟制度という何ですが、トレーニング期間というような部分もあると思います。自分が作った番組が、視聴率1%といえども100万人、20%だったら2,000万人に届くということの責任を考えると、やはりこの業界に入って2年や3年の人に自由に勝手に番組をつくられたら、これは問題だと思うんです。

それなりの品質管理、事実関係のチェック、コンプライアンスということも必要です。視聴者にはいろんなお立場、年齢層、地域の方がいる中で、放送局という公共性のある電波をおあずかりしている立場として、責任ある、品質のちゃんとしたものを届けていく以上は、それなりのトレーニング期間を経たプロ意識を持ったジャーナリストが作っていくというこ

とが大事です。ですから、それに至る過程で、局のプロデューサーが制作会社のディレクターの方にこれは違うんじゃないの？と言って、映像を差しかえたり、ロケの追加をお願いしたりというようなこともあり得ると思います。品質管理、品質向上、視聴者の方にいいものを届けていく。まさに寺島さんがおっしゃった「大人の視聴に耐えるものを作っていく」ということで、みんな立場は違うけれども汗をかいているわけで、その部分まで含めて否定されてしまうと、ちょっとやり切れないという思いがあります。

もちろん契約上の問題とか、権利の帰属に関する問題で、今でも澤田さんご指摘になったような点がなくなっていないのだということであれば、それはそれを議論する場で問題にしていいただければいいと思いますし、正しく検証する必要はあると思います。しかし、だからといって、本来、放送とか報道とかというのは、自由闊達なところから新しいクリエイティブなコンテンツが生まれてくるものだと思いますので、制度でいきなり規制を設けて枠をはめるようなことをしてしまうと、その流通を活性化させるための制度とかビジネススキームを作るはずだったのが、いちばん大事なコンテンツのクリエイティビティを失わせてしまうことになるのではないかと。そこを私はいちばん恐れます

【村井主査】 それでは、佐藤委員、お願いいたします。

【佐藤委員】 まず椎名委員のご質問の、ネット法に関する立場ですけれども、私もこのデジタル・コンテンツ法有識者フォーラムの提言を見て、正直言って驚いたというところでございます。やはりコンテンツの製作、その利用、配給のあり方というのは、本来であれば、製作、企画の段階で、製作者とクリエイターと権利者と配給事業者がかかわって、契約的に取り組むべきものであると。特に製作者とクリエイター権利者というのは、本来的にイコールパートナーですから、コンテンツがどういうふうにご利用、配給されるかということに関しても、対等のステークホルダーとして対応だとか条件だとかについても、それぞれが納得した形で、合意した形で実施するということが当然であるというふうに考えています。

この提言だと、そのインターネットの流通を何だか特別扱いをして、そのコンテンツの利用、配給に関して、クリエイター権利者の発言権を封じるというようなことになっているわけですが、これは非常に実際にクリエイター、権利者の軽視であるし、コンテンツ文化の軽視に根差した、いわばファッショ的な発想なのではないかなと個人的な感想を持ちました。コンテンツとか文化はインターネットとは本来は親和性がどこかであるはずだと。その親和性を模索する努力すら否定するような考え方であって、非常に狭量で、短絡的で、近視眼的で、非常に残念な考え方を含んでいると思いました。少なくともフジテレビはこういった考え方にくみするものではないということは申し上げたいと思います。

それから、寺島さんと澤田さんのご指摘になった製作現場の現状というのは、本当に大変なことになっているわけですが、テレビ放送の現状では、製作会社さんの協力なくしては、

特に民放は成立していないということでございます。従って、製作会社も放送事業者もお互いに放送事業を営んでいく上では、最重要パートナーだというふうに認識せざるを得ないと。従って、その二者間のパートナーシップをいかに公平・公正な関係に担保していくかというのは非常に重要なことでありまして、それがゆえに、その放送コンテンツの製作取引の適正化に関する検討会みたいなものが設けられてお話し合いをしていただいているということですね。改善されるべきことがあれば、速やかに改善されるということを目指して、建設的な議論が行われてくれることを放送事業者としても祈らざるを得ないと。いろいろな方向からのコンプライアンスがありますので、一つのコンプライアンスイコール他のコンプライアンスというふうにはならないようなケースもありますが、何とか乗り越えて、せっかくの検討会の機会を生かして改善できるのが望ましいなと思っております。

それから、取引市場データベースですけれども、コンテンツには様々なコンテンツがあるということで、先ほど澤田さんがドラマは売れるけれども、バラエティだとかドキュメンタリーだとか報道のようなものは、これはなかなか難しいということがありました。ドラマは、例えば1話ごとにタイトルがついていたり、知名度があったり、なじみであったりするようなものがあるので、人が簡単に想起して、あっ、これ見たいというふうに思うわけですけれども、ドキュメンタリーだとかいうものは、タイトルを思い出すのすらなかなか難しい。それはB to Bでのビジネス側の当事者にとってもなかなか難しいというようなことがあります。そういう意味では、ドキュメンタリーやバラエティなどタイトルだけでは簡単に認識し得ないが中身がわかればというようなものが必ずあるはずで、そういうものについてのデータベースを相互に交換して、ビジネスチャンス構築していくというトライアルは非常に意味があるかなというふうに理解しております。

とりわけ今回の構築は、いわゆるインデックス機能、あるいはゲートウェイ機能ということで、既存のデータベースの間の相互バージョンみたいなことが意識されていくということで、将来に向けての拡張性もあるというふうに評価しております。以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。取引市場データベースに関しての議論をひと通りしていただきましたが、その他にご発言はありますでしょうか。

本日も大変貴重なご意見をいただきました。先ほどニワトリと卵の話に喩えたマーケットと人材の関係のお話がありました。そうした現状を基とし、この取引市場データベースの話をして下さったのだと思います。今日伺ったことも踏まえまして、事務局での取りまとめの作業を行っていただきたいと思っております。ここで、一つだけお伺いしたいのですが、『バーチャル』という言葉は普通に使われているのでしょうか。

【中村委員】 データベースについてですか。

【村井主査】 リアル市場に対して、バーチャル市場という言葉を使っていると思っておりますが、実

は世界からもかなりこの委員会の議論が参照されております。英語のニュアンスとして「バーチャル」という言葉が適切なのでしょうか。このデータベース上で実際にビジネスが行われるわけです。例えばオンラインであるとか、サイバーと表現すべきなのかわかりませんが、実取引市場に対して、こうしたデータベースを作るのであれば、適切な表現の方が誤解が少ないと思い、一言申し上げました。

【中村委員】 わかりました。言葉については、それほど強い思いで整理をしたものではありませんので、少し検討をしてみます。

【村井主査】 日本ではインターネット、あるいはコンピューターの上で起こるようなことをひとまとめでバーチャルと言ってしまいますが、その表現は、時々他国の方々に誤解を生じる場合がありますので、その点を考慮して総括していただければと思いました。

続きまして、他のワーキンググループの報告に入ります。技術ワーキングの検討状況報告後に、取りまとめに向けてのご意見を伺います。では、私からご報告いたします。技術ワーキングでは、ダビング10のようなコピー制御に関するルールが守られることを担保するために、どのような仕組みが望ましいかという、いわゆるエンフォースメントのあり方を検討しております。

大きく分けると、ルールを守る人だけが受信機を作るためのライセンスを得るという技術的な枠組み、それから、ルールを守らずに受信機を作ったり、売ったりした人には罰則がかかるという制度的仕組みの2つの方法が考えられ、この2つを技術ワーキングで現在比較検証を行いながら議論していただいております。その結果の一部を前回の委員会で、比較対照表の形でご報告いただきましたが、分かりにくいというご指摘を受けました。よりわかりやすくご報告するために、検討課題が明確になるようにし、前回の委員会の後も技術ワーキングでの検討が進んでおりますので、前回のご指摘に合わせて、かなり材料がそろってきた印象があります。次回以降、技術と制度のエンフォースメントの比較につきましても、この委員会で出していただいた皆様のご意見に対し、その比較がどうなるのかという視点で整理をし、委員会の場でご報告を行い、議論していただくための準備をしております。本日は技術検討ワーキングについて実際に議論する素材がありませんので、状況を報告させていただきました。

引き続きまして、フォローアップワーキンググループに関しては、主査の中村委員に、ご報告をお願いいたします。

【中村委員】 フォローアップワーキングは、その合意の形成がなされているか否かについて確認をする、検証するというのがミッションでございまして、現在、フォローアップワーキングの構成員個別にご意見を伺うという作業を行って、合意形成の接点を探ろうということをやっている段階です。本日の時点では、ダビング10実現時期の確定というステップに進む

ことについての合意形成は確認できておりません。合意できていないことが確認できております。引き続き、ご意見のヒアリング、それから、ワーキンググループの開催等の作業を進めてまいりたいと思います。

ただし、付言いたしますと、これはもはや官の問題にもなっていると思っております、3つの省庁がかかわる問題でもありますので、前回、私はこの場で、もう行政が出てくるべき段階じゃないかということをお願いしましたが、関係省庁間でも調整することが必要になっていると思いますので、そのあたりもよろしく善処いただきたいというふうに思います。以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。私からも第4次答申で、放送事業者、メーカー等、委員会での検討参加者に、コピー制限緩和の提言の具体化について、可能な限り、早期に取り組むように答申をしております。それに沿ってずっと、放送事業者、メーカー等の関係者の方に実現に向けた取組を進めていただいております。また、このことは昨年11月以降、いろいろな作業状況をご報告し、この委員会でも確認の上、議論を重ねて頂きました。

新たなコピー制御方式がダビング10ということで決まり、その後、関係者の努力を経て、この提案が実現可能かの確認作業が進められており、放送事業者やメーカー等の関係者が、現在議論にあがっている6月2日からダビング10を開始することを目標に作業していただくことになりました。ただし、移行時期を確定するにあたっては、先ほど中村委員にご説明いただきましたように、このデジタル・コンテンツの流通の促進等に関する検討委員会において、放送のコンテンツという視点の中から進めてきた取引市場データベースの議論やコンテンツのリスク等々、今までの答申の中で取り扱ってきたことが、この委員会の守備範囲の中、あるいはこの委員会以外の場でも様々な議論の対象となっているということなので、他の場で議論されていることへの理解とダビング10開始期日の合意を詰めるために、フォローアップのワーキンググループをお願いいたしました。

時期を確定し、ステップを進めることが目的であり、4次答申の策定に参加されている方、それから、その他の場でも活躍をされている方と一緒に議論を進めていき、フォローアップワーキンググループで確認がとれたら日付を確定しようということです。

今、中村委員からは、本日の時点においては、フォローアップワーキンググループでダビング10実現時期の確定というステップに進むことについての合意確認はまだとれていないが、引き続きご意見のヒアリング、それから、ワーキンググループの開催等の作業を進めていくというご報告をうかがいました。技術面でのご努力があって、具体的に6月2日という提案が示されておりましたが、現時点では、時期の確定に関する合意ができておらず、私としても大変残念であります。主査としてもダビング10を進めていきたいという思いは変わっておりません。

この答申を早期実現することに関しまして、委員の皆さんの中でのコンセンサスにかかっておりますので、ダビング10移行の目標時期を確定するための作業をぜひ、引き続き、フォローアップワーキンググループでしていただき、皆様のご協力を是非にもお願いして、議論を続けていただきたいと思います。

冒頭申し上げましたように、第5次答申に向けて事務局も多忙を極める状態ですが、ぜひ皆様のご意見を参考に取り入れて作業を進めていただきたいと思います。皆様にも、いろいろなご意見を事務局に伝えていただくという形で、ご協力をお願いしたいと思います。

最後に、非常に難しい議論を重ねている委員会ですので、その大きな目標に向けて、コンセンサスがとれた部分について、具体的にどのようなステップを進められるかをそれぞれのワーキンググループの中で間際まで頑張って議論を行い、次回の答申の内容を確定するために、ご協力をお願いいたします。それでは、何か事務局からご連絡はありますでしょうか。
【小笠原コンテンツ振興課長】 6月中の日程につきましては、今後調整をさせていただきます。
【村井主査】 それでは、今日の会議を終了いたします。どうもありがとうございました。

以上