

中間答申 骨子(案)

「放送コンテンツ取引市場」に関する検討の概要

平成21年6月16日

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

「放送コンテンツ取引市場」に関する検討の概要

「放送コンテンツ取引市場」に関する検討の概要

＜検討の目的＞

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

＜前回答申まで＞

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

＜今回答申＞

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

I 放送コンテンツ取引促進に向けた、民間主導の取組の現状等

- 1)放送事業者
- 2)番組制作者
- 3)権利者団体
- 4)関連団体(制度に関する提言等)
- 5)放送コンテンツに関する製作環境の変化

II 取組の現状等に関する評価・検討

- 1)放送コンテンツに係る権利処理の円滑化
- 2)放送コンテンツの製作に関する諸課題
 - ・「トライアル」に関する評価
 - ・更なる市場拡大に向けて

III 提言

平成21年度一次補正予算も踏まえて

I 放送コンテンツ取引促進に向けた、民間主導の取組の現状等

取組の現状等の検証(1)

<放送事業者>

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

TBSオンデマンドの例

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

フジテレビオンデマンドの例

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

NHKオンデマンドの例

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

取組の現状等の検証(1)

	フジテレビ on Demand	第2日本テレビ	TBS BooBo BOX	テレ朝bb	あにてれしあたー
提供主体	フジテレビ	日本テレビ	TBS	テレビ朝日	テレビ東京
開始時期	2005年7月	2005年10月	2005年11月	2006年	2006年12月
受信端末	パソコンor テレビ(専用受信機)	パソコン	パソコンor テレビ(専用受信機)	パソコン	パソコン
サービス内容	<ul style="list-style-type: none"> ・自社のスポーツ・情報番組が中心の12タイトル。 ・提携する配信事業者を介して、1タイトルあたり200～300円で購入(視聴可能期間は8日間)。 ・2008年11月に「いつでもTVどこでもTV」を開始。地上波コンテンツを拡充し、月9ドラマや人気バラエティ番組などを配信。また、ダウンロードサービスでは一部のコンテンツを視聴機関無制限で配信。 	<ul style="list-style-type: none"> ・オリジナルコンテンツや地上波番組連動コンテンツ、ならびに独自のニュース映像などを配信。 ・2008年10月に登録不要の完全無料サービスに移行。クロスメディア広告展開のプラットフォームメディアとして広告機能を強化。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自社のドラマ、スポーツ、ドキュメンタリー番組など、7ジャンルから選択。 ・提携する配信事業者を介して、1タイトルあたり100～300円で購入(視聴可能期間は7日間)。 ・TBSグループのドラマ、スポーツ、ドキュメンタリー番組など、10ジャンルから選択。 ・提携する配信事業者を介して、単品1タイトルあたり63～420円(税込み)(視聴可能期間7日間)、見放題パック月額630円(税込み)で購入。一部無料動画も有り。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自社放送のアニメ、スポーツ、特撮番組やニュースなどを配信。 ・タイトルごとに月会員制。(525～1050円)1週間単位の視聴購入もあり。 ・事前にWebメダルを購入し、そのWebメダルを使って番組を購入。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自社放送アニメやOVAを配信。 ・1話105円～(複数話単位の購入もあり)。 ・一部無料配信も実施。 ※2009年1月から海外のサイトであるクランチロール(Crunchyroll)にて「NARUTO」など、いくつかの番組をテレビ放映1時間後から海外向けに広告なしで有料配信。

取組の現状等の検証(2)

<番組制作者>

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

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

■AMDアワード概要

<平成19年度状況>

公募期間：2007年12月18日～2008年2月15日

応募作品数：52作品、受賞作品数：19作品

<平成20年度状況>

公募期間：2009年3月24日～2009年6月30日

応募作品数：17作品（6月1日現在）

表：平成19年度受賞作品の主な進捗、マルチユース展開状況

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

取組の現状等の検証(2)

<番組製作者>

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

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

■取引市場データベースの例

<EIZO創庫>

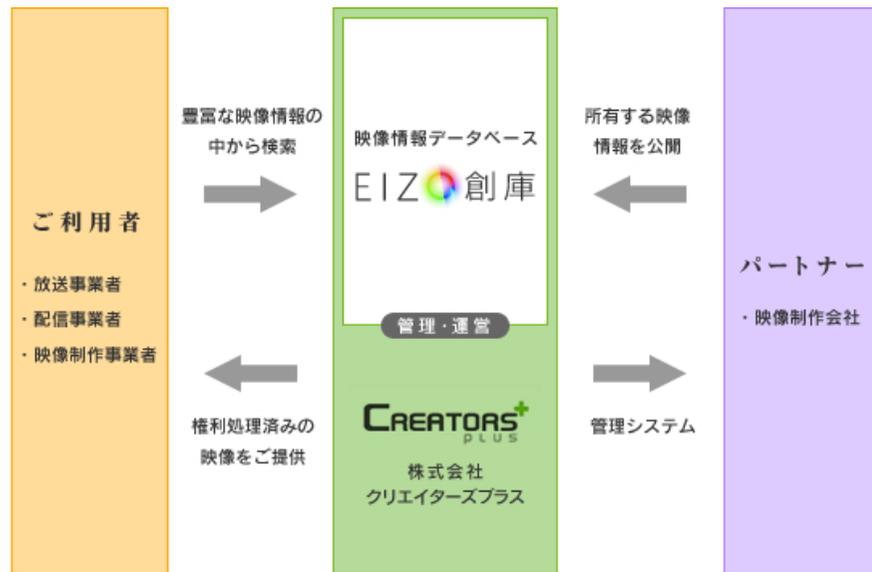
テレビ番組の製作会社によるプロフェッショナル映像コンテンツのデータベースサービス

(管理・運営)

株式会社クリエイターズ・プラス

(内容)

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

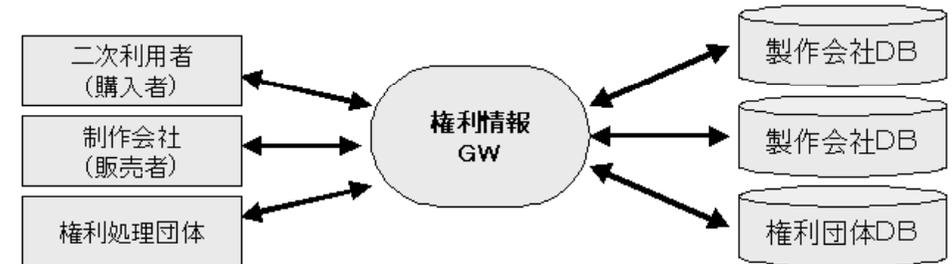


<放送コンテンツ取引市場構築のためのデータベース環境整備>

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

(平成20年度調査研究委託先)

三井物産株式会社



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

取組の現状等の検証(3)

<権利者団体>

○ 以下のように、権利処理の効率化を更に促進するために、具体的な体制を整備。

- ・映像コンテンツ権利処理機構の設立
- ・著作権情報集中処理機構の設立

一般社団法人 映像コンテンツ権利処理機構

設立：2009年6月予定(業務開始は2010年4月を予定)

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

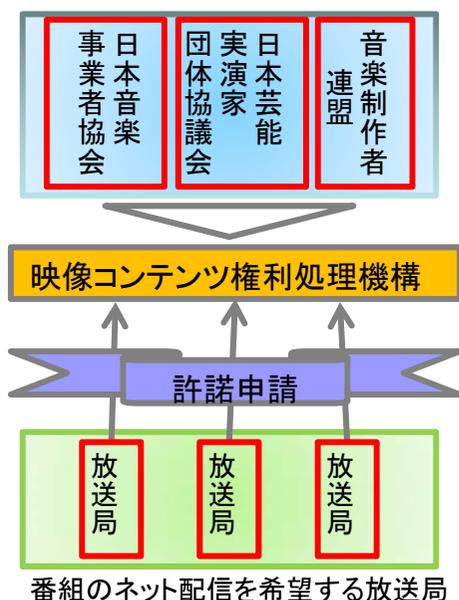
一般社団法人 著作権情報集中処理機構

設立：2009年3月(業務開始は2010年4月を予定)

理事：佐々木 隆一、菅原 瑞夫

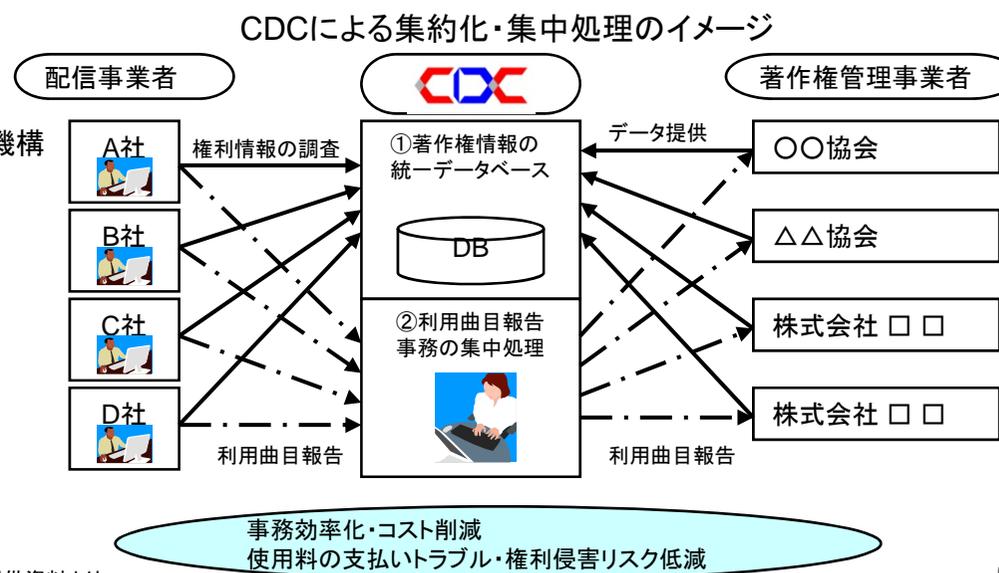
☆政府の知的財産戦略本部が推進する「知的財産推進計画2008」に基づき内閣官房知的財産戦略推進事務局、文化庁、総務省及び経済産業省の支援・協力を得て、著作物等の利用者及び権利者との連携の下に、著作物等の利用状況及び権利関係に関する情報を収集して整理し、その成果を関係者に提供することによって、著作物等の適正かつ円滑な利用を促進することを目的として設立。

図1
映像コンテンツ権利
処理機構のイメージ



出典：2009年4月14日付
読売新聞の記事を元に作成

図2
著作権
情報処理機構
のイメージ



出典：JASRAC提供資料より

取組の現状等の検証(4)

<関係団体>

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

■デジタル・コンテンツ利用促進協議会

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

<提言概要>

①対象となるデジタル・コンテンツの利用に関する権利の集中化

デジタル・コンテンツが流通し利用されるためには、製作されたデジタル・コンテンツに係る権利の集中化が望ましい。

②権利情報の明確化

誰がその権利を集中された者であるか等、対象コンテンツの権利に関する情報が、対外的に透明に、すなわち利用しようとする者にとって公に明らかとする。

③適正な利用を加重な困難なく行い、原権利者に適正な還元がなされる仕組み

④デジタル・コンテンツの特性に対応したフェア・ユース規定の導入も併せて行うべき

激しいスピードで変化するデジタル化・ネットワーク化に対応するためには、既存の権利制限規定を限定列挙する方式では法整備が機動的になされるとは限らない。

出典:デジタル・コンテンツ利用促進協議会『会長・副会長試案』(平成21年1月9日)より

■ネットワーク流通と著作権制度協議会

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

<提言概要>

○「コンテンツの流通促進方策に関する提言」

(1)検討すべき課題について

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

○「権利制限の一般規定に関する提言」

7 結語

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

出典:ネットワーク流通と著作権制度協議会(平成21年4月24日)提言より(HPより抜粋)

取組の現状等の検証(5)

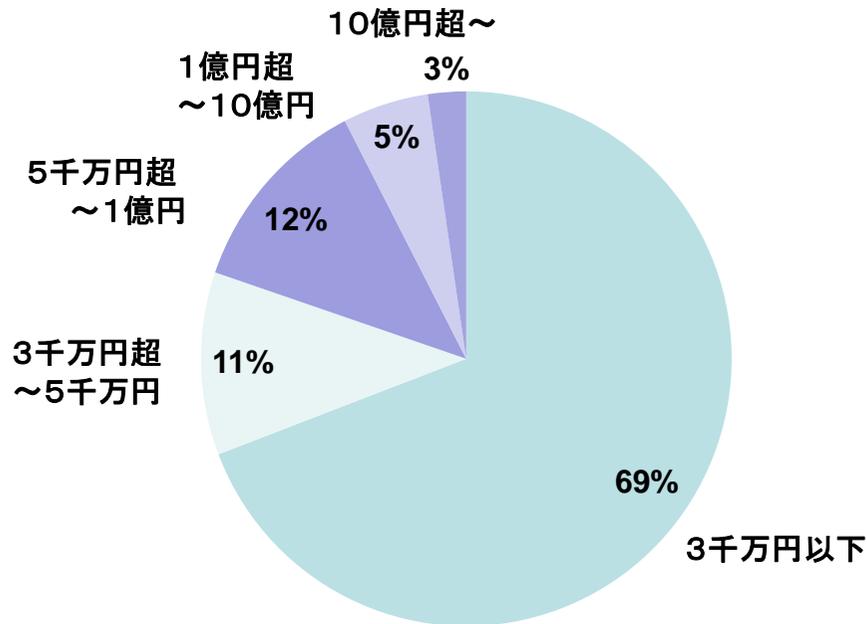
<製作環境の変化>

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

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

■番組制作会社の資金規模

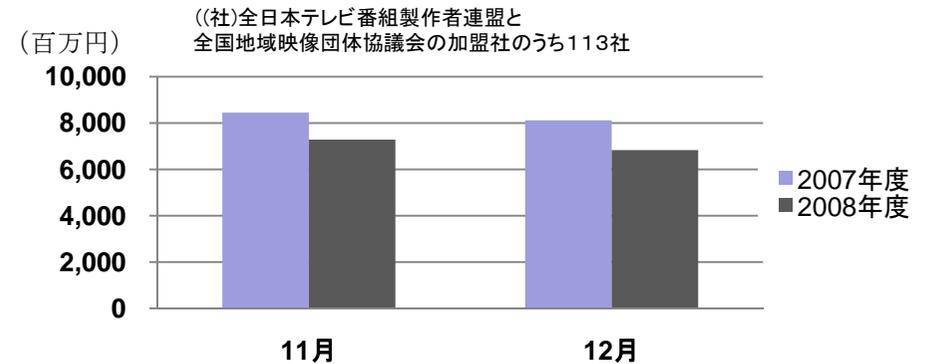
資金規模5千万円以下の社がほとんどであり、経営基盤は脆弱



出典:総務省「平成20年度放送番組制作業実態調査報告書」

■年末年始の売上高の推移

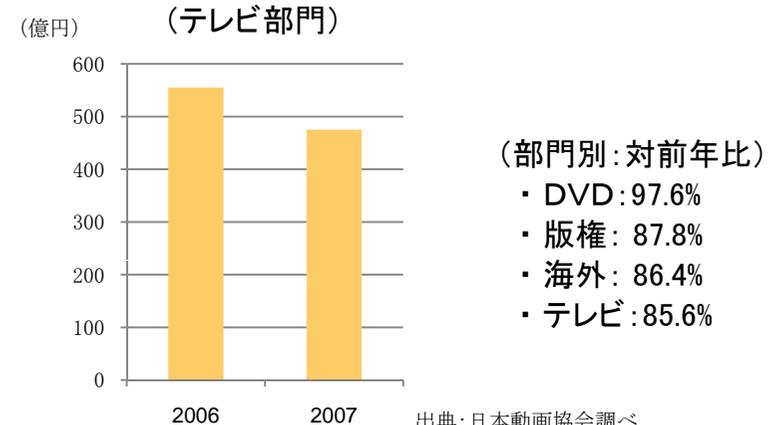
年末年始の特番の売上も、前年比85%に減少



出典:(社)全日本テレビ番組制作社連盟調べ

■アニメ産業の売上高(テレビ部門)

07年度の総売上高は対前年比92.6%



出典:日本動画協会調べ

取組の現状等の評価(1) 一権利処理の円滑化

「制度」の必要性

→ネット権、報酬請求権の導入という考え方について、次のような指摘が行われた。

- ・ 既存のメディアであるコンテンツホルダーに権利を集中することによって、ネット流通が振興するのか。むしろ、ネットでの収益性の悪さが問題であって、そこを解決する努力が先なのではないか。
- ・ 実演家にとって、露出のコントロールも含め、許諾権が非常にコアな部分になり、ビジネスに必須である。アーティストが許諾権を失って報酬請求権しか持たない状況で、どのように権利者の権利が守られ、正当な対価が保証されるのか。
- ・ あなたの作品を利用するから許諾しなさいと圧力をかける社会がいい社会だとは思えない。作った人の意思を尊重すべきではないか。そういう自由を認めつつ、多くのコンテンツがいつでも、どこでも自分の選択で見られる社会をつくることをしなければいけないのではないか。
- ・ 一つのコンテンツから収益性を極大化するインターネットの利用をコンテンツオーナーと権利者がともに協議しながら考えることがコンテンツ大国を目指す道である。そういう場を無視する法律をつくることは、コンテンツが豊かにつくられ、流通され、そして収益を上げる道を閉ざす行為ではないか。
- ・ 権利者の権利を制限するような立法が行われた場合には、コンテンツ創造のインセンティブが低下し、コンテンツ力が弱まり、結果としてコンテンツの流通促進にも、コンテンツ大国の形成にも全くつながらない。

権利処理円滑化に向けた具体策

- ・ 権利者団体は、ネット権構想に反対というコメントを出している中で、この構想が世の中で議論が活発化していくことに対して、ネット権構想に対するディフェンスよりは、むしろオフenseという形で、コンテンツの取引市場の形成に対して自らこうしたほうが正しくコンテンツ流通すると打ち出すべき時期にきているのではないか。
- ・ (映像コンテンツ権利処理機構の設立について)
この団体設立については、実演家や事業者の権利を尊重する担保をしながら、効率的な権利処理とコンテンツの流通促進が実現可能であって、日本がコンテンツ大国を目指すという大きなテーマに合わせていくものである。安易な制限はビジネスとして重要ではなく、それぞれの権利を尊重し合いながら、コンテンツ大国実現のために努力を続けていこうという宣言である。コンテンツ大国実現のための権利処理の円滑化の促進ということの権利者団体としての第一ステップのスタートであるとご理解いただきたい。

取組の現状等の評価(2) 一放送コンテンツの製作取引に係る諸課題

「トライアル」に関する評価

- ・ トライアルによって、多様なコンテンツの製作機会ができ、視聴者にとっても多様なコンテンツの視聴機会がふえる。
- ・ 番組製作者にとって、新しいコンテンツをつくるクリエイター、もしくはゼネラルプロデューサーのような人材も教育、育成できる大きな機会になる。
- ・ 民が資金を出す限りPLが成立することが重要で、企画、製作、出資、配給、収益配分というバランスを誰が担保するかという観点でスキームを見直しながら継続することは非常に意味があるのではないか。
- ・ 新しい放送の有り様として、放送局は放送枠の提供など挑戦的に対応していただけないか。
- ・ 出資者、広告主、製作会社、放送枠というプレイヤーを、誰がどういうモチベーションで民民による成功に導き、横串の役割を果たすかという観点が足りなかったのではないか。
- ・ 総製作費の回収の見込み比率の中で、放送権購入による収入をどの程度見込んでいるかを一番気にした。その比率が少なければ、この企画単体として実現する保証となるものであり、企画としてマルチユース対応している判断になる。
- ・ 根本的に企画に欠陥がある。国ないしは協力者のテレビ局が、最初からAMDにこの時間を出すとスタートしたなら、簡単にできる話ではないか。枠さえ一つあれば、スポンサーもつくし、タレントだって出るのではないか。

「データベース」に関する評価

- ・ ゲートウェイを採用し、実際に許諾のオファーが起きたことを想定して、その必要なパスを追っていくという発想での運用は、実際に今後検討していく中での成果は得られたのではないか。
- ・ 極めて効率的、機能的でスリムなものを構築されており、これまでになかった魅力的システムになりつつある。
- ・ データベースの取組は、ネット流通を促進することに加え、許諾条件を整備することにも役立つので、十分評価できる。
- ・ 今回は権利者、製作者の座組みだが、重要なプレイヤーである放送事業者も協力的に参加いただきたい。最大のネット法対策になるのではないか。
- ・ ここに放送局が入っていないので大きな出口が見えない。2011年の完全デジタル化に向け、放送番組の納品形式はどうなるのかも含め、データベース、メタデータの作成を考えていかなければ、単なる実験に終わってしまうのではないか。

取組の現状等の評価(2) 一放送コンテンツの製作取引に係る諸課題

更なる市場拡大に向けて

- ・ 日本のエンターテインメントのマーケットは縮小してきている。日本語というデメリットのある言語で世界に出られないと嘆いていて、それを日本のネットで流通させたからといって、ゼロサム社会は変わらない。海外に出ていく以外、日本のマーケットが広がることはあり得ない。
- ・ 流通だけではとてもコンテンツは育たないという原点に立ち返り、どうすればこの国は知財で稼げる、外貨を獲得できる国になるのかをもう一度考えていただきたい。
- ・ 日本は、世界第二位のコンテンツ立国であるが、一気に縮小してきている。他の新興国は伸びており、アメリカは英語圏ですから、ワールドワイドでビジネスができ、儲けることができる。
- ・ デジタル・コンテンツの流通しない問題の本質である、デジタル・コンテンツの流通のビジネスモデルが育たないことについて、今後どう政府が後押しをしていくのかというところにシフトするべき段階に来ているのではないか。
- ・ どのようにして質の高いデジタル・コンテンツを製作し、流通として回して付加価値を高めるか、あるいは豊かな暮らしにつながるかという解決策が、まだ見えていないのではないか。
- ・ 国が、本来目指さなければならないのは、コンテンツがそこにいつでも安価で利用できることを前提としたもう一つ別の産業政策なのではないか。

製作力強化の必要性

- ・ 何よりも質の高い番組、コンテンツが作られる環境づくりが大事であり、質の高い番組ができないと流通促進とか海外発信といっても、本末転倒になるので、良いコンテンツをつくることが第一ではないか。
- ・ 補正予算は、これまでの流通の整備という議論から、製作環境の整備や、地方からの海外発信という方向に大きく舵を切った画期的なタイミングではないか。今回を呼び水に、ビジネスとしての仕組みづくりが求められているのではないか。

III 提言

提言

- 「放送コンテンツの取引」は、「民間主導による試行錯誤と、相違工夫を積み重ねていくこと」によって促進されるべき、という考え方を基本姿勢とすべき。ただし、昨年以降の状況変化にかんがみ、
 - ・番組製作者の間で疲弊が著しい製作力を再生するための対策が必要。
 - ・権利者団体の間で急速に進捗しつつある、権利処理円滑化に向けた体制整備の取組等、民間主導の関係者一体となった積極的な取組の加速・推進が必要。
 - ・新たな市場開拓に向けた、流通チャンネルの開拓等の取組についても、積極的な支援が必要。

<当面、重点的に推進すべき施策例>

(1) 番組製作者や放送事業者のコンテンツ製作力の再生・強化

・コンテンツ産業の最も重要な基盤である「放送コンテンツ」について、その製作力を再生・強化するための検討・対策が必要である。その際、平成21年度補正予算も活用し、「日本の魅力」を映像コンテンツ化し、特に地域の情報発信を担う、番組製作者や放送事業者等の製作力の強化と、海外の放送枠の確保等新たな流通経路を介し、発信を行う取組を支援し、コンテンツの国内外への流通促進を図る。

(2) 著作権処理の円滑化を目的とした体制整備の支援

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

(3) 新たなチャンネルやプラットフォームを開拓するための取組支援

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