

**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**

**答 申**  
**(案)**

コンテンツ競争力強化のための法制度のあり方（平成19年諮問第12号）

「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」  
（平成16年諮問第8号）のうち「デジタル・コンテンツ流通等の促進」

**平成24年7月5日**

## 目次

<b>第1章</b>	<b>コンテンツ製作・流通の強化方策のあり方</b>	<b>1</b>
第1節	これまでの取組の現状と課題	2
1	コンテンツ製作・流通の概況	2
2	放送コンテンツのインターネット配信の現状と課題	4
3	コンテンツ海外展開の現状と課題	6
4	権利処理の円滑化への取組の現状と課題	8
5	コンテンツ不正流通対策の現状と課題	9
6	コンテンツ流通プラットフォームの現状と課題	10
第2節	提言	12
1	今後の取組の方向性	12
2	早急に取り組むべき課題	12
3	中長期的に取り組むべき課題	14
<b>第2章</b>	<b>デジタル放送におけるコンテンツ保護のあり方</b>	<b>16</b>
第1節	これまでの経緯及び現状	17
1	デジタル放送におけるコピー制御のルール	17
2	コピー制御におけるコンテンツ保護のあり方	20
第2節	提言	25
1	コピー制御の方式について	25
2	クリエイターに対する対価の還元	25
3	コピー制御方式のエンフォースメントについて	26
4	今後の取組	26

## 第1章 コンテンツ制作・流通の強化方策のあり方

コンテンツ競争力強化のための法制度のあり方（平成19年諮問第12号）

## 第1節 これまでの取組の現状と課題

### 1 コンテンツ製作・流通の概況

#### (1) コンテンツ市場の概況

我が国のコンテンツ市場は、ここ数年約11兆円規模で推移<sup>1</sup>している。国内の市場が少子高齢化や人口減少等の影響を受ける一方、世界のコンテンツ市場は、中南米やアジア地域の新興国における急速な成長により、2015年までに平均5.7%の成長が予測されている<sup>2</sup>。

我が国においては、コンテンツ市場の約半分である5.3兆円が映像系のコンテンツ市場であり、さらに、映像系コンテンツ市場の約7割をテレビ番組が占めている<sup>3</sup>。

我が国の放送市場においては、BS放送、CS放送、CATVの普及と多チャンネル化の進展により、有料放送の収益は増加傾向にある。一方、放送市場全体の6割を占める地上波放送局の収益は広告収入の減少等の影響を受けて停滞している。

また、我が国の広告費市場においては、インターネット広告費が年々増加しており、2009年には、新聞の広告費を逆転したのに対し、テレビの広告費は、2007年まで2兆円規模で推移していたが、2009年以降1兆7千億円程度にまで減少している<sup>4</sup>。これらの影響から、地上波を中心とする放送事業者については、経費削減の一環として番組制作費が削減される傾向にある。

#### (2) 視聴環境の変化、サービスの多様化

##### ア 通信・放送インフラの整備

我が国におけるインターネットの利用者は年々増加しており、インターネットの利用端末として、パソコンを用いる者が8,700万人、モバイル端末を用いる者が7,900万人まで拡大している<sup>5</sup>。

さらに、光ファイバ、携帯電話の3G、ワイヤレスブロードバンド等の有線・無線のブロードバンド環境の整備が進展するとともに、2012年3月には福島、宮城、岩手の被災三県を含めてテレビ放送のデジタル移行が完了した。

<sup>1</sup> 出典：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」

<sup>2</sup> 出典：PricewaterhouseCoopers「Global Entertainment and Media Outlook:2011-2015」

<sup>3</sup> 出典：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」

<sup>4</sup> 出典：電通総研「情報メディア白書2012」及び電通「日本の広告費」

<sup>5</sup> 出典：総務省「利用動向調査(平成22年版)」

## イ 視聴端末の高度化・多様化

Appleが発売したiPhoneやiPadを皮切りに、Google社が開発しているAndroid OSを搭載したスマートフォンやタブレット端末を多数の端末メーカーが市場投入する等、新たなモバイル端末の普及が急速に拡大している。スマートフォンの契約数は、2010年度の955万件から2015年度には7,030万件と約7倍に増加すると予想されている<sup>6</sup>。また、タブレット端末についても2010年の80万台から2015年には460万台と約6倍に増加すると予測されている<sup>7</sup>。

一方、メディア視聴の中心的存在であるテレビ受信機についても、テレビ放送の視聴のみならず、インターネットを経由した映像コンテンツの視聴や各種アプリケーションの利用が可能な機器が登場しており、今後急速な普及が予想されている。

## ウ 動画配信等サービスの多様化

ブロードバンド環境の整備を背景にして、VOD等の動画サービスの市場が拡大している。また、視聴端末や視聴形態の多様化とも相まって、モバイル端末向け動画配信サービスの普及が進展しているほか、2012年4月からは、携帯端末向けマルチメディア放送が始まる等、更なるサービスの多様化が図られている。さらには、動画のみならず、写真、音楽等の多様なコンテンツをネットワーク上のサーバーに蓄積し、マルチデバイスでいつでもどこでも利用できる、クラウド型のコンテンツ配信サービスが登場しており、定額料金で見放題、聴き放題のサービスも提供されている。

### (参考) 各社のクラウド型配信サービス

サービス名	運営会社	主なサービス内容
Hulu	Hulu (NBC, ABC, FOX 等が共同出資)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・NBC, ABC, FOX等が共同出資により設立した無料インターネット動画配信サービス。端末を選ばずいつでも動画を視聴することができる。2010年6月からは、月額7.99ドルで、無料版よりもタイトル数が多く、高画質動画もある有料サービス「Hulu Plus」を開始。</li> <li>・2011年9月1日より、日本でのサービス提供を開始(月額1,480円)。2012年4月12日より、月額980円に値下げした。人気テレビ番組や映画等が見放題。</li> </ul>
Netflix	Netflix	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Netflixは(1997年に創設された米国のオンラインDVDレンタル会社)が提供するオンラインでテレビ番組や映画を視聴できるサービス(「Watch Instantly」)(月額7.99ドル)</li> <li>・パソコンのほか、Xbox360、PlayStation3、Wii、iPad、iPhone等の端末を経由して視聴可能</li> <li>・DVDのレンタルサービスから、ネットのストリーミングサービスへの移行を推進</li> <li>・加入者数は、2,360万人に到達(2011年第4半期)</li> </ul>
iCloud	アップル	<ul style="list-style-type: none"> <li>・iTunes Music Storeで購入した楽曲や電子書籍などを、Appleのサーバーに保存し、ネット経由で、同一ユーザーが保有するiPhone、iPadやMacなどで、いつでも楽しむことができる。</li> <li>・iTunes Matchでは、年間24.99ドルの料金で、iTunes Music Storeで購入した楽曲だけでなく、ユーザーの保有する音楽CD(違法、適法は問わない)を、iTunes Music Storeで提供される約1800万曲と自動的に照合し、マッチした楽曲が高音質のファイルとして保管される。</li> </ul>
Spotify	Spotify	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メジャーやインディーズのレコードレーベルと契約を結び、約1500万曲以上の楽曲を提供。ユーザーが、パソコンやスマートフォンに専用ソフトウェアをインストールすると、端末機器にストリーミング配信され、好きな時間に好きな楽曲を聴くことができる。</li> <li>・広告が入る無料会員か、月額定額制の有料会員かによって、使用できる端末機器のほか、再生時間や回数に違いがある。</li> </ul>
LISMO UNLIMITED	au	<ul style="list-style-type: none"> <li>・auのスマートフォンに、専用アプリをインストールし、洋楽を中心に100万曲が、月額1,480円の定額料金で聴き放題になる。</li> <li>・携帯電話回線(3G)やWi-Fiを通じて、楽曲を端末機器にダウンロードすることなく、聴くことができる。また、一度聴いた楽曲は、圏外でも、一定曲数を聴くことができる。</li> </ul>

※新聞記事やウェブサイトからまとめているため、実際のサービスとは異なる可能性がある。

出典:「クラウドコンピューティング」と著作権法 CPRA NEWS(vol.62 DECEMBER 2011)の図を基に一部追加

<sup>6</sup> 出典: (株)MM総研[東京・港]「スマートフォン市場規模の推移・予測(2011年7月)」

<sup>7</sup> 出典: (株)野村総合研究所「ITナビゲーター2012年版」

## 2 放送コンテンツのインターネット配信の現状と課題

### (1) 放送コンテンツのインターネット配信

2005年から始まったVODサービスについては、ブロードバンド環境の整備や権利処理の円滑化の進展等により、NHK、民間放送事業者とも取組が本格化、質・量ともに飛躍的に向上してきている。

NHKオンデマンドについては、定額見放題の「見逃し番組」、「特選ライブラリー」の配信により利用者が増加している。さらに、スマートフォン等の多様な端末への対応等、2013年度中の黒字化に向けた取組が開始されている。

民間放送事業者の取組の一例として、TBSオンデマンドについては、見逃しドラマやアニメ、映画等の売上が好調であり、2009年度には通期黒字化を達成している。各社とも、ライブラリー番組（過去の名作）の配信、スマートフォン等への対応を強化するとともに、海外配信についても検討を実施している状況である。

さらに、放送事業者独自のサイトによる配信だけでなく、YouTube、Huluをはじめとしたネット動画配信事業者の流通プラットフォームを通じて放送コンテンツを配信する取組も始まっている。また、2012年4月には、民間放送事業者5社と電通の共同事業として「もっとTV」の配信も始まった。

このように、第六次中間答申<sup>8</sup>当時に比べ、状況は確実に進展してきているが、今後、放送コンテンツのインターネット配信をさらに充実させていくための課題としては、「インターネット上での放送番組の円滑な利用」と「権利者の保護」、「利益の適正な配分」、「有効な違法コンテンツ対策」を可能とする新たなルール整備と運用等が指摘されている。

#### (参考) NHKオンデマンドの取組

サービス概要	2008年12月1日サービス開始。 <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 見逃し番組 NHKの4つのチャンネル(総合、Eテレ、BS1、BSプレミアム)で放送している番組の中から、「大河ドラマ」や「連続テレビ小説」などの番組を、月々約600本配信するサービス。見逃してしまった番組を放送の当日または翌日から14日間程度、単品または「見逃し見放題パック」で視聴可能。</li> <li>▶ 特選ライブラリー 過去に放送され保存されているNHKアーカイブスから厳選した名作ドラマや「NHKスペシャル」の「映像世紀」や「地球大進化」、「NHK特集」といったドキュメンタリー番組など、NHKの豊富な映像資産から約4000本の番組を配信するサービス。権利許諾期間に応じて単品または「特選見放題パック」で視聴可能。</li> <li>▶ ニュース番組 「おはよう日本(7時台の全国放送のみ)」「正午のニュース(全国放送のみ)」「BS列島ニュース」「ニュース7」「ニュースウォッチ9」を放送後1週間程度配信するサービス。「見逃し見放題パック」に加入することで、気になる国内外のニュースも、いつでも視聴できる大変便利なサービス。</li> </ul>
提供端末	パソコン、テレビ、スマートフォン、タブレット端末 ※視聴可能な条件を満たしている必要あり
料金プラン	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 単品購入・・・1本105円～すべての番組を単品での購入(ニュース番組は「見逃し見放題パック」でのみの視聴)。</li> <li>▶ 見逃し見放題パック・・・月額945円で見逃し番組を配信期間中は、何本でも視聴可能。</li> <li>▶ 特選見放題パック・・・月額945円で特選ライブラリーを配信期間中は、何本でも視聴可能。</li> </ul>
画質	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ パソコン・スマートフォン(Android)向け・・・[H]960×540p/1.5Mbps、[M]640×380p/768kbps、[L]448×252p/384kbps</li> <li>▶ IPTV向け・・・1440×1080i/7.2Mbps</li> <li>▶ ケーブルTV向け・・・1440×1080i/14.5Mbps</li> <li>▶ スマートフォン(iOS)向け・・・[H]960×540p/1.5Mbps、[L]448×252/384kbps</li> </ul>
録画	配信データはDRM(デジタル著作権管理)で保護され、録画・コピー不可。

出典：NHKオンデマンドHP及びNHK提供の情報に基づき事務局作成

<sup>8</sup> 「「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」(2009年7月10日 平成16年諮問第8号及び平成19年諮問第12号 中間答申)」

(参考) 民間放送事業者の取組

	取組内容
日本テレビ	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ <b>日テレオンデマンド</b> 2010年12月より開始。配信事業者を通じて、ドラマやバラエティ番組の見逃し配信や、人気番組アーカイブ配信を有料で配信。2012年3月には自社プラットフォームによるサービスも開始(PCおよびスマートデバイス向け)。</li> <li>✦ <b>第2日本テレビ</b> 2005年10月より開始。テレビ局主導のインターネット動画配信事業。オリジナル番組を中心とした有料配信でスタートしたが、2008年に完全無料制に移行。</li> <li>✦ <b>YouTube公式チャンネル</b> 2011年11月より開始。人気ドラマの予告編やYouTube限定のプロモーション動画などを公開。</li> </ul>
テレビ朝日	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ <b>テレ朝動画</b> 2006年3月より「テレ朝bb」として開始。2009年6月に「テレ朝動画」に改名しリニューアル。自社サイトおよび配信事業者を通じて、ドラマ、バラエティ、アニメ、戦隊モノ、プロレス、ドキュメンタリー等、様々なジャンルの見逃し、アーカイブ、ネットオリジナルコンテンツの課金配信、無料配信を実施。</li> <li>✦ <b>YouTube公式チャンネル</b> 2009年9月より開始。現在、テレビ朝日チャンネル、ANNニュースチャンネル、ロンドンパーツチャンネル、ミュージックステーションチャンネル等、11の公式チャンネルを公開。また、ネットオリジナルコンテンツに地上波同様に動画CMを付与する無料広告モデルの展開も実施</li> </ul>
TBS	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ <b>TBSオンデマンド</b> 2005年11月より開始。2009年度に放送局運営の動画配信事業として日本初の単年度黒字化を達成。自社サイトおよび多くの配信事業者と提携し(計47サイト)、ドラマ、映画、アニメ、音楽、バラエティ、オリジナル番組等を有料で配信。日本初となる地上波連続ドラマの先行配信や人気ドラマの見逃し配信も実施。</li> <li>✦ <b>TBS News i</b> 1999年1月より開始。民放初のインターネット向け無料動画ニュースサイト。</li> <li>✦ <b>YouTube公式チャンネル</b> 2009年9月より開始。『News i』や番組宣伝スポット・ダイジェスト映像・メイキング等を配信。</li> </ul>
テレビ東京	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ <b>テレビ東京オンデマンド</b> 2006年12月より開始。配信事業者を通じて、アニメ、ドラマ、情報・バラエティ、アナウンサー、スポーツ等の課金配信、無料配信を実施。2012年4月には“もっとTV”にもコンテンツ提供。</li> <li>✦ <b>YouTube公式チャンネル</b> 2010年4月より開始。番組特典映像から記者会見、アナウンサーの秘蔵VTR等を公開。</li> <li>✦ <b>Hulu</b> 2012年4月より開始、ドラマ、アニメなどを月額見放題課金のラインアップに提供。</li> </ul>
フジテレビ	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ <b>フジテレビ on Demand</b> 2005年7月開始。自社サイト及び配信事業者を通じ、ドラマ、バラエティ、アニメ、音楽、映画等の課金配信、無料配信を実施。</li> <li>✦ <b>見参楽</b> 2011年5月開始。自社サイトおよびiTunesを通じて、ドラマや落語、情報バラエティなどを配信。無料広告モデル。</li> <li>✦ <b>YouTube公式チャンネル</b> 2011年5月より開始。番組広報動画に加え、ニュース番組、アイドル番組、アニメなど7の公式チャンネルを公開。</li> </ul>

(2) ラジオ音声コンテンツのインターネット配信

2010年12月1日に「株式会社radiko」が設立され、本格的にラジオ放送のIPサイマル配信が始まった。radikoでは、全国の約70局の民放ラジオ局がradikoのプラットフォームを用いて、原則として各局の放送エリア内でCM付・無料でインターネット配信を実施している。

一方、2011年1月には、エフエム東京が「ドコデモFM」を開始し、全国のFMラジオ放送を、地域制限なくCM無し・有料で配信している。さらに、Podcastsや有料音声のコンテンツ配信、スタジオ音声ストリーミング配信等のサービスも開始されている。

さらに、NHKにおいては、ラジオの難聴改善のための試行的サービスとして2011年9月から「らじる★らじる」を開始している。このようなラジオ音声コンテンツのインターネット配信サービスは、ラジオ放送の難聴取の解消だけでなく、新たな聴取者層の獲得に大きな効果が得られている。また、先般の東日本大震災においては、災害情報の迅速な伝達に大きな役割を果たしたと指摘されている。

ラジオ音声コンテンツのインターネット配信については、SNS等ウェブと放送との連携による新たなサービスやビジネスモデルの開発等が期待されている。

(参考) radikoとドコデモFMの比較

radiko		ドコデモFM
聴取できる地域を制限 (原則として放送の電波が届く範囲) 【IPアドレスによる】	サービスとエリア	地域制限なし (国内のみ) 【GPSによる】
無料	ユーザー負担	有料
設備投資や配信費用を負担	ラジオ局の負担	音源集約するまでを 個々の局が負担(回線費等)
—	音楽権利料	規程に従って計算して支払
—	その他の権利料	双方協議の上、ルール化して支払
放送のまま送信	CM	当分の間、差し替え
なし	ラジオ局の収入	なし
—	「事業者」収益	①配信回線費用や権利料の支払 ②サーバー/アプリ開発の投資回収に先ず充当 ③残余が出ればVer.UPなど、聴取環境改善 の原資に回す

### 3 コンテンツ海外展開の現状と課題

#### (1) 放送事業者における取組

放送コンテンツの海外展開は1980年代から行われており、近年は放送外収入を増加させるための手段の1つとして取組が加速している。しかし、海外展開の中心を担ってきた番組の放送権販売は、韓流ドラマの台頭、急激な円高の進行等の影響で売上が減少傾向にあり、売上拡大に向けて、権利者等の協力により販売条件の見直し等の取組が行われている。また、近年では、放送権販売に加えて、ドラマのリメイク権・バラエティ番組のフォーマット権の販売、制作コンサルティング受託、外国放送事業者との共同出資製作事業等にも注力されている。

2007年には、放送事業者が中心となり「国際ドラマフェスティバル in Tokyo」を創設し、以来5年にわたり、同フェスティバルを開催するとと



もに、世界各国のコンテンツ見本市における日本コンテンツのPRや、中国・韓国の同種イベントとのパートナーシップの締結などの海外展開を行っている。

コンテンツの海外展開については、ビジネス面と環境面の両面からの課題が指摘されている。ビジネス面では、例えば新興国においてはコンテンツの単価が安いこと、ドラマの場合は話数が少なく、海外の番組編成スケジュールと合わないこと等が指摘されている。また、環境面では、海賊版ビジネスが横行していること、インターネット配信権を含むオールライツでの権利処理が困難であること、中国、韓国等における外国製コンテンツに対する規制の存在等が指摘されている。

## (2) 番組製作者における取組

番組製作者については、放送事業者との間において、著作権や窓口業務の帰属、番組製作費の削減による製作委託の減少、ドキュメンタリー枠の減少等の課題を抱えており、これらの解決のために海外展開を通じた新たな収益源の獲得に向けた取組が始まっている。

例えば、2011年12月に社団法人全日本テレビ番組製作者連盟(ATP)の主催により開催された「東京テレビフォーラム」では、国際共同製作をテーマとしたシンポジウム、ピッチング・セッション(公開企画提案会議)、ワークショップ等が行われた。本フォーラムの成果として、国際共同製作の企画実現に向けて交渉中の案件があるほか、海外の主要関係者との人的ネットワークの構築が挙げられる。

番組製作会社における海外展開促進に向けた課題としては、国際イベント等を活用した海外展開の機会の創出、海外で受け入れられるコンテンツ製作力の強化等が指摘されている。

## (3) 総務省における取組

総務省では、2010年度より、地域の放送事業者や番組製作会社等を対象として、地域コンテンツの海外展開に対する支援を実施している。さらに、東日本大震災、原発事故に伴う風評被害を払拭するため、関係省庁と連携し、我が国の国際放送ネットワークの活用や国際共同製作の支援による海外への情報発信の強化に向けた取組を推進している。

一方で、コンテンツの海外展開について、政府による長期的な支援措置が不十分であり、政府一体となった取組に向けて、総務省から関係府省に対して働きかけを行う必要性が指摘されている。

## 4 権利処理の円滑化への取組の現状と課題

### (1) 権利処理の迅速化・効率化の必要性

放送コンテンツについては、国内で放送した時点でマルチユース(インターネット送信、ビデオグラム化、国内外への番組販売)に関する実演家との契約が定められていない場合があり、その場合には、全ての権利者に改めて許諾を得る必要がある。

昨今の放送事業者によるインターネット配信の本格化、海外番組販売への積極的な取組を背景に、二次利用の許諾申請件数の増加や放送直後の二次利用に対応するための権利処理の迅速化・効率化へのニーズが高まっている。

### (2) 実演家の権利

放送コンテンツのマルチユースに向けた権利処理業務の迅速化・効率化を図るため、一般社団法人日本音楽事業者協会(以下「音事協」という。)と公益社団法人日本芸能実演家団体協議会・実演家著作権隣接権センター(CPRA)が別々に実施していた権利処理業務を一元的に実施すべく、2009年6月に一般社団法人映像コンテンツ権利処理機構(aRma)が設立された。

aRmaでは、放送コンテンツの二次利用に係る許諾申請受付、不明権利者の探索業務、有線放送報酬の徴収分配について一元的な窓口業務を担っているほか、放送事業者から音事協、CPRAに対する権利料支払の業務の省力化に取り組んでいる。

また、総務省としても、2010年度から、放送事業者と権利者団体等による連絡会を設置して権利処理及び不明権利者探索の一元化に向けた実証実験を実施しており、aRmaによる権利処理業務の迅速化・効率化に向けた取組を支援している。今後の課題としては、aRmaの事務局体制の強化、許諾申請から権利料支払業務までの省力化、aRma扱い実演家の拡大、システムのバージョンアップ等が指摘されている。

### (3) 音楽著作権、レコード原盤権

音楽著作権については、2001年の著作権等管理事業法の施行により、著作権管理事業者が新規に参入したため、ラジオを含む放送コンテンツに使用する音楽の権利処理の窓口が分散することになった。このため、著作権管理団体への楽曲の全曲報告をはじめとした権利処理業務を簡素化・一元化することが課題となっている。

また、放送コンテンツの海外展開に当たっては、レコードの原盤権について、

原則としてコンテンツを展開する国・地域毎に当該レコード会社の現地法人がある場合には、当該現地法人の個別の許諾が必要である。現地法人の許諾を得られない又は原盤の権利料が高価となる場合のコスト等を考慮し、~~な原盤については~~現状は、放送事業者が楽曲の差し替えで対応するケースが多くをしなければならず、海外展開の促進に向けた権利処理の円滑化が課題障壁となっている。

## 5 コンテンツ不正流通対策の現状と課題

### (1) コンテンツ不正流通の現状

インターネット上での動画投稿サイトやP2Pファイル共有ソフトを悪用した著作権侵害が横行している。また、一般利用者の著作権侵害に対する意識が希薄であり、無意識に権利侵害に荷担しているおそれも指摘されている。これらの不正流通の横行により、権利者が適正な対価を得られていないほか、放送事業者等の正規ビジネスの拡大が阻害されている懸念が指摘されている。

米国や日本の大手動画投稿サイトでは、放送事業者と契約を締結し、両者の連携のもと、違法コンテンツを検知・削除できるシステムを用いた技術的対策が講じられるとともに、放送事業者の公式チャンネルを通じた正規コンテンツの配信が行われており、違法コンテンツ対策として一定の効果がある。一方、海外の一部中国や韓国の動画投稿サイトでは、上記システムが実装されていないほか、違法コンテンツの削除依頼に応じないケースも見られる。

また、P2Pファイルソフトによるコンテンツ不正流通については、特に「Winny」、「Share」及び「Perfect Dark」の利用者の大半が日本国内のIPアドレスを持っており、かつ、当該ソフトを用いて流通しているコンテンツの多くが、権利者の許諾なく流通している著作物と推定されることから、日本独自の取組を講じることが喫緊の課題となっている。

### (2) 放送事業者における取組

放送事業者においては、独自に削除業務専属のスタッフが動画投稿サイトを目視調査し、違法動画を発見次第、削除依頼を実施する方法や動画投稿サイト運営会社の動画認識システムを活用して違法動画を自動で削除する対応を実施する等の対策を行っているが、違法動画の数は減少していない。また、近年では、アップロードの方法が巧妙化しており、実態把握が難しくなっている。

今後は、韓国等諸外国におけるベストプラクティスも参考としつつ、自社サイト及び動画配信サイトを通じた正規コンテンツ配信を活発化することを通じた違法コンテンツの抜本的な撲滅が期待される。

### (3) 総務省における取組

総務省においては、放送事業者、権利者等の関係者による連絡会を開催し、2010年度からの3カ年計画で、次のとおり実証実験等を実施している。

- ① 国内外の動画投稿サイトにおけるコンテンツ不正流通の検知・削除依頼等の対策に関する実証
- ② P2Pファイルソフトによるコンテンツ不正流通の抑止や注意喚起・啓発等の対策に関する実証
- ③ 国内外におけるコンテンツ不正流通の動向調査

今後の課題としては、国内外のコンテンツの不正流通の実態に関する定点観測や著作権侵害に関する注意喚起・啓発等を継続するとともに、日本のコンテンツの不正流通が蔓延する海外を主な対象として、現地動画投稿サイト運営事業者等の関係者と連携し、正規コンテンツのインターネット配信を主軸とし、その補完措置としての違法コンテンツの検知・照合・削除依頼の効率的かつ効果的に実施する必要がある。

## 6 コンテンツ流通プラットフォームの現状と課題

### (1) ネットワークを利用した新しいコンテンツ配信サービスに対する取組

欧米を中心にクラウド型の音楽配信サービスが展開されており、我が国においても近い将来において、ネットワークを利用した新しいコンテンツ配信サービスの普及が予想されている。

クラウド型の音楽配信については、以下の3つの類型に大別され、特にC類型については、著作権法の観点からコンテンツの利用主体や「私的使用のための複製」との関係等の論点が存在している。

A：ユーザーが購入した楽曲をサーバー上に保管し自己の所有する端末機器で聴く。

B：ユーザーがサーバー上にアップロードされた大量の楽曲を月額定額制の聞き放題等の形態で聴く。

C：ユーザーが既に入手した楽曲をサーバーにアップロードし自己の所有する端末機器で聴く。

クラウド型サービスを含むネットワークを利用した新しいコンテンツ配信サービスにより、ユーザーの利便性向上が期待される。一方で、このような特定のサービスの提供主体がインターネットユーザーを囲い込むことなどにより影響力が著しく高まれば、コンテンツの価格決定権や手数料水準等の面でコンテンツの提供者側が不利になるおそれがある。また、著作物の管理をサーバー側で一括して行うことができるというシステムの特性を活かし、ユーザーからの期待にも応えつつ、権利者への適正かつ効率的な対価の還元を可能とする効率的な仕組みの検討が必要である。

## (2) スマートテレビに対する取組

テレビ受信機にネットワークを接続し、タブレット端末やスマートフォン等とも連携させて、VOD、ネット検索、アプリケーションのダウンロード等の様々なサービスを提供する動きが加速している。先述したとおり、NHKや民間放送事業者各社がVODサービスやネット型連動サービスの普及・拡大を推進しているほか、NHKにおいてはHybridcastの実用化に向けて取り組んでいる。また、海外においても、欧州の放送事業者や米国のケーブルテレビ事業者等がスマートテレビの規格化に向けて取り組んでいるほか、Google、Apple等のネット事業者、欧州・米国等の放送・ケーブルテレビ事業者、Samsung、LG等のメーカーがそれぞれの立場から端末・サービスの開発、提供等に取り組んでいる。

総務省は、2012年6月にスマートテレビの推進に向けた基本戦略を発表した。放送・ウェブの連携、多様なアプリケーション・コンテンツの提供、端末間連携の3つの機能を有する新しいサービスとしてのスマートテレビの実現に向けて、民間企業による実証実験の実施、国際展開の取組について重点的に推進していくこととしている。

スマートテレビのコア技術であるHTML5<sup>9</sup>ベースのテレビ対応ブラウザについてはW3C<sup>10</sup>において、2014年の勧告化を目標に検討が進められている。国内では、放送事業者、通信事業者、メーカー等の関係者により組織されたIPTVフォーラム<sup>11</sup>において、W3Cへの提案を視野に入れて仕様策定に着手しており、2012年6月12日には「テレビ放送とウェブの連携に関する国際シンポジウム」を開催した。[同シンポジウムにおいては、IPTVフォーラムで検討している仕様案について発表がなされるとともに、災害時における放送・メディアの役割、プレミアムコンテンツの提供における放送とウェブの連携について、内外の関係者により積極的な議論がなされた。また、国際標準規格の策定に向けて、IPTVフォーラムとW3Cとの間でリエゾンを締結することが合意された。](#)

今後、官民の関係者が連携し、オープンな実証実験等を通じたスマートテレビに関する技術の開発・実装、国際標準化や国際展開等を重点的かつスピード感を持って推進していく必要がある。

<sup>9</sup> Hyper Text Markup Language：インターネット上の情報を記述するための言語の5回目の改訂。

<sup>10</sup> World Wide Web Consortium：インターネット上の情報を閲覧するためのブラウザに関する国際標準化団体。所謂、フォーラム標準化団体の一つ。

<sup>11</sup> IPTV サービスの実現・普及を図ることを目的に設立された規格化団体。2008年5月に設立。

## 第2節 提言

### 1 今後の取組の方向性

コンテンツ製作・流通の強化に向けては、利用者が適正な価格で容易にコンテンツを利用できる正規ビジネスを拡大するとともに、クリエイターに対して適正な対価が還元される仕組みを整備し、コンテンツの量・質両面での持続的な拡大再生産を図っていくことを基本にすべきである。

特に、我が国の映像コンテンツ市場の約7割を占める放送コンテンツについて、ネット配信、海外展開等のマルチユースを推進することが重要である。マルチユースの推進に当たっては、権利者への適正な対価の還元に十分配慮しつつ、権利処理の迅速化・効率化に取り組むことが必要である。

コンテンツの海外展開については、国内市場が停滞する中で、コンテンツ産業の新たな成長の機会を得られるだけでなく、コンテンツの発信力の戦略的活用により海外における我が国のプレゼンスの向上も期待される。このため、関係省庁とも連携して、我が国のコンテンツが継続的に海外へ発信していくための環境の整備、我が国産業全体の国際競争力の強化を視野に入れた関連産業との連携の促進に取り組むことが必要である。

コンテンツ流通プラットフォームについては、オープンな技術規格の策定・導入を通じて特定のOSやデバイス等によるユーザーの囲い込み等によって生じるビジネス上の不均衡を防ぐとともに、多様なアプリケーションやコンテンツの提供を促すことが重要である。

これらについては、民主導で取り組むべき課題ではあるが、コンテンツ製作・流通の社会的・文化的意義等にも鑑み、官が補完的役割を担い、民間主導の取組を側面支援していくことが必要である。

### 2 早急に取り組むべき課題

#### (1) 権利処理の迅速化・効率化

放送コンテンツのマルチユースを円滑に行えるようにするため、関係者が協力して権利処理の迅速化・効率化に取り組むべきである。このため、放送事業者、権利者団体、関係行政機関等による検討の場を設け、実務面、制度面の課題について改善に取り組むことが必要である。

a R m aにおける実演家の権利処理については、申請件数の増加や放送直後の配信等のニーズに対応するため、許諾申請の一元化のみならず、権利料の徴収分配を含めた権利処理工程全体の効率化に向けた取組を進めるべきである。その際、関係者において十分に協議を行った上で、a R m a、放送事業者及び実演家権利者団体のシステムのバージョンアップ及びシステム間の連携を進めることが必要である。

また、実演家権利者団体をはじめとした関係者の理解と協力を得て、a R m a への委任範囲の拡大、a R m a 扱いの実演家の拡充に取り組む必要がある。

過去の放送コンテンツの二次利用において所在不明の権利者を探索するために時間と労力を要していることから、文化庁への制度の改正要望も視野に入れつつ、不明権利者探索の期間の短縮に向けて検討することが必要である。

さらに、新たな不明権利者の発生防止や権利者への適正な対価の分配を進めるため、放送事業者と a R m a の間における出演者等の番組情報の共有化、放送事業者と実演家との文書による出演契約の推進等について、個人情報や機密情報等の取扱い等にも十分留意しつつ関係者間で検討を進めることが必要である。

音楽著作権については、一般社団法人著作権情報集中処理機構(CDC)によるネット音楽配信事業者を対象とした権利処理一元化の取組を参考にしつつ、ラジオを含む放送コンテンツに利用されている楽曲の全曲報告をはじめとした権利処理業務の迅速化・効率化を検討する必要がある。

さらに、放送コンテンツの海外展開促進に向けて、レコード原盤権の権利処理に関する放送事業者とレコード会社の間における諸課題の解決に向けた新たなルール作り等について検討を進めることが必要である。

## (2) コンテンツの海外展開の促進

コンテンツの海外展開については、先述した権利処理の迅速化・効率化のほか、中国をはじめとした外国製コンテンツに対する放送規制の緩和や海賊版の横行への対策について取り組み、環境の整備を図っていく必要がある。

外国製コンテンツに対する放送規制については、外務省、経済産業省、文化庁等関係省庁と連携しつつ、二国間協議等の様々な会議の場を通じて、規制緩和に向けた働きかけを行っていく必要がある。海賊版への対策については、不正コンテンツの流通抑止とネット上の正規コンテンツの流通促進を一体的に取り組む取り組み、正規コンテンツの流通促進に資するビジネス環境を整備することが必要である。特に、海賊版が横行している中国をはじめとした外国製コンテンツに対する放送規制を有している国においては、日本のコンテンツに対する潜在的需要が大きいにもかかわらず、適正な手段で視聴することが困難であり、それらが海賊版横行の土壌にもなっていることから、現地の関係当局とも協力してネット上の正規コンテンツの流通促進について検討すべきである。

また、我が国のコンテンツを継続的に海外に発信していくため、関係省庁と連携して、我が国の国際放送ネットワークや海外放送メディアにおける放送枠の確保、現地語への吹き替えや字幕の作成等のローカライズ、費用等に対する支援を検討するとともに、国際マーケットへの参加支援をはじめとした海外展開の機会創出に向けた国際マーケットへの参加等の費用について、支援措置方策を検討する必要がある。——さらに、海外展開をあらかじめ視野に入れたコンテンツ製作

の促進を図ることが必要である。

さらに、コンテンツの発信力を活用した我が国産業の国際競争力強化に向けて、クールジャパン戦略等の政府全体の方針に沿って、関係省庁と連携しつつ、コンテンツと関連産業との連携による海外展開支援に取り組むべきである。

### (3) スマートテレビの推進

スマートテレビに関するユーザーの利便性や選択肢を広げ、市場を拡大するため、官民が連携して、民間企業による実証実験の実施、国際展開等の取組を重点的に推進する必要がある。

2012年から2か年計画で行う実証実験では、内外の様々なプレーヤーの参画を得て、テレビとウェブの有機的な連携に関する技術基盤の確立を図るとともに、スマートテレビの様々なアプリケーション・コンテンツの実証を行い、スマートテレビのサービスの推進に向けた民主導の検討を加速していく必要がある。行い、また、このような実証実験の得られた成果をブラウザの機能に適時適切にフィードバックすることにより、内外の関係者との適切な連携のもと、W3Cにおけるテレビとウェブの連携に関する仕様策定に係る議論を促進し、HTML5 / nextの国際標準規格の策定に寄与すべきである。

また、スマートテレビが実現するサービスモデルについて、CEATECやCES等の国際イベントにおいてデモンストレーションを行い、世界に向けて発信することが必要である。さらに、東南アジア等の新興国との間で協議・検討の場の設置等により、災害対策、多言語放送等の地域の要件を生かしたサービスモデルの早期実現を図り、スマートテレビの新たな市場を開拓することが必要である。

## 3 中長期的に取り組むべき課題

今後、クラウド型サービスを含めネットワークを利用した新しいコンテンツ流通サービスの普及により、サーバーにおいてコンテンツの利用を一元的に管理できるようになれば、個人情報への適切な保護に配慮した上で正確な権利処理に基づくコンテンツ流通の仕組みを構築することが技術的に可能になると考えられる。

また、ネットワークを使用した様々な形態のコンテンツ配信が飛躍的に増大し、スマートテレビ等において放送サービスとも連携することによって、現在の放送サービスは自ずとその姿が大きく変わっていくことが予想される。

以上のとおり、今後、コンテンツの利用・流通形態が急速に変化することが予想され、これらに適切に対応することが必要である。このため、放送事業者、通信・インターネットサービス事業者、メーカー、権利者、消費者、有識者等の関係者からなる「新たな検討の場」を設置して、コンテンツ保護に係るルールのある



り方、権利処理の迅速化・効率化、クリエイターへの対価の還元を含むコンテンツの製作・流通促進の方策等について議論していくことが必要である。

## 第2章 デジタル放送におけるコンテンツ保護のあり方

「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」  
(平成16年諮問第8号)のうち「デジタル・コンテンツ流通等の促進」

## 第1節 これまでの経緯及び現状

### 1 デジタル放送におけるコピー制御のルール

#### (1) 経緯

第四次・第五次中間答申<sup>12</sup>において、放送デジタル化の促進の必要性を踏まえ、「暫定的なルール」としてコピー制御方式の改善が提言された。これを受けて、2008年7月4日、「ダビング10」の運用が開始された。

当該中間答申においては、「ルールの「暫定性」」に鑑みた適時の見直しが必要である旨が提言されたほか、「クリエイターに対する対価の還元」の具体策について、「補償金制度」以外の側面から今後も継続して検討していくこととされた。

#### (2) 動画視聴に関する技術、サービスの多様化

第1章で述べたとおり、有線・無線のブロードバンドサービスが普及するとともに、スマートフォンやタブレット端末など動画を視聴するための端末の多様化が進展し、各個人が選択した動画をストリーミングやダウンロードにより視聴できるVODサービスが普及してきている。

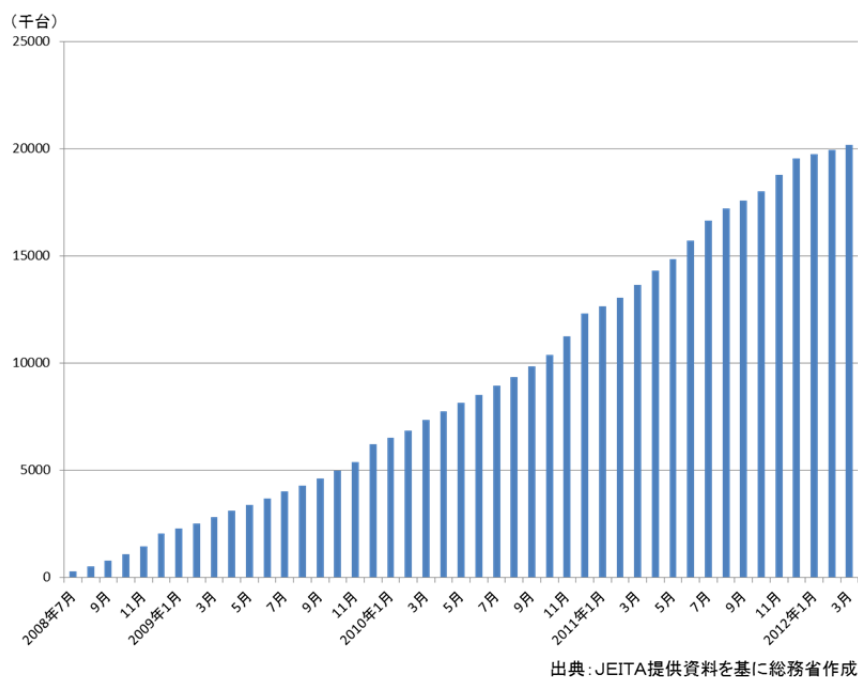
さらに、従来、自分のパソコンのハードディスクに保管していた写真、動画、音楽などをネットワーク上のサーバーに蓄積し、マルチデバイスで、いつでもどこでも利用できる、いわゆるクラウド型コンテンツ配信サービスも登場している。動画視聴に関する技術、サービスの多様化により、利用者の選択肢が増え、利便性が向上する一方、動画投稿サイトやP2Pファイル共有ソフトを利用した違法コンテンツの流通が後を絶たず、放送事業者等による正規流通の取組を阻害している。

#### (3) ダビング10対応デジタル録画機の普及状況

2008年7月4日より開始された「ダビング10」に対応したデジタル録画機（DVD、BDレコーダー）は、業界による積極的な推進もあり、「ダビング10」の開始後、国内で出荷された機器については、ほぼ全て「ダビング10」対応となっており、出荷台数は、2012年3月現在、およそ2,000万台となっている。

<sup>12</sup>「デジタル・コンテンツの流通促進に向けて（2007年8月2日 平成13年諮問第3号/平成16年諮問第8号 第4次中間答申）」及び「「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」（2008年6月27日 平成13年諮問第3号/平成16年諮問第8号/平成19年諮問第12号 第5次中間答申）」

(参考) ダビング10対応デジタル録画機の国内出荷台数



(4) デジタル放送のコピー制御方式に関する利用者の意識調査

一般視聴者における放送コンテンツのコピー制御方式に関する利用や認知度の実態・動向等を調査するため、総務省において意識調査を実施した。

【ユーザアンケートの実施方法】

- 調査手法：インターネット調査
- 調査期間：2012年2～3月
- 調査対象：日本国内在住の男女個人<sup>13</sup>
- 回収サンプル数：
  - ◇ スクリーニング調査<sup>14</sup>：20,595サンプル
  - ◇ 本調査<sup>15</sup>：3,169サンプル

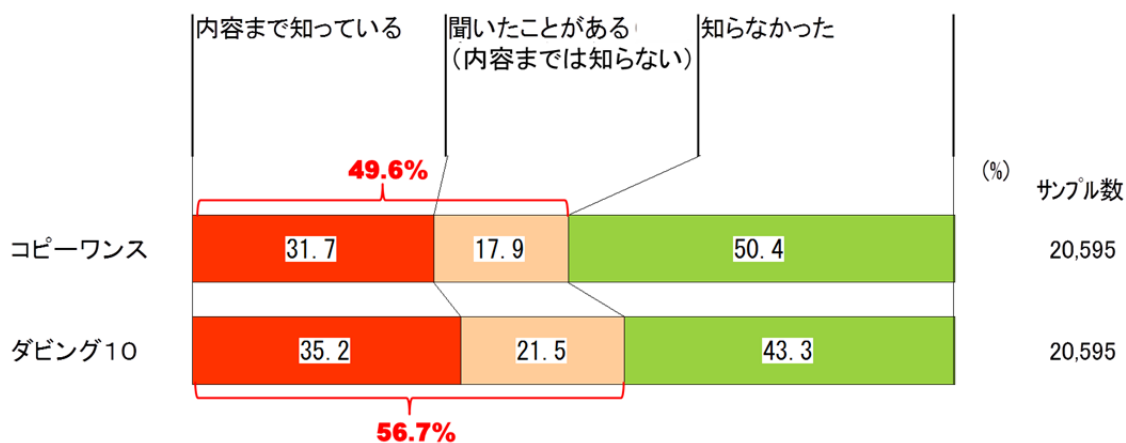
<sup>13</sup> 調査会社モニタ(AV機器(テレビまたはレコーダー)の保有者)より、人口構成比(性、年齢、エリア)に基づき選定。

<sup>14</sup> 本調査の対象者を抽出するための事前調査。本調査対象者の条件である録画機器の所持状況等に加え、コピーワンス、ダビング10の認知度等の設問についても調査。

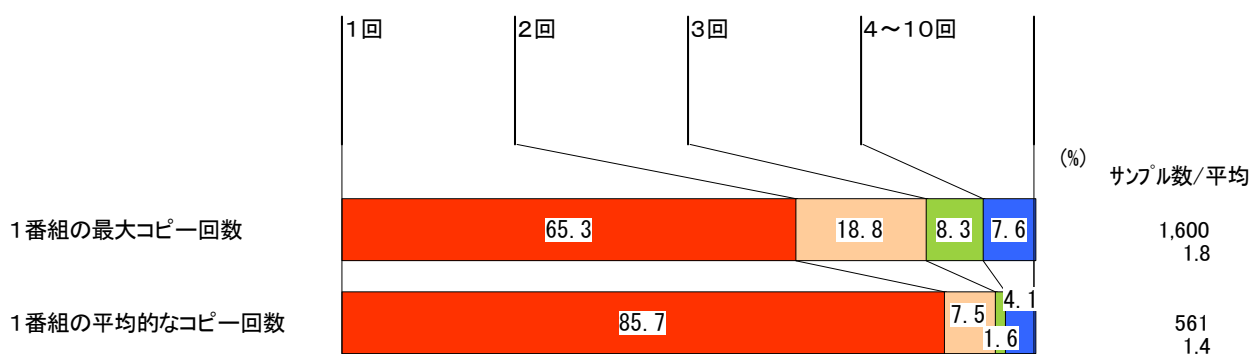
<sup>15</sup> スクリーニング調査の結果により抽出された録画機器の保有者を対象として、テレビ番組の録画回数や録画する理由等の設問について調査。

【アンケート結果の概要】

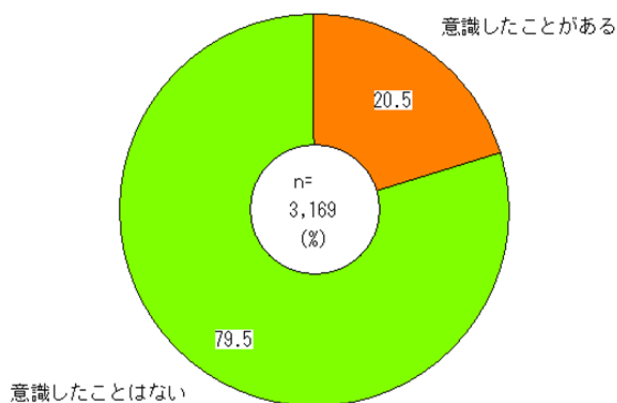
① コピーワンス、ダビング10については、約半数が認知。



② 1番組におけるコピー回数は「1～3回」が9割以上。



③ 録画機器がダビング10対応であるかどうかを「意識したことがない」と答えた人が約8割。



## 2 コピー制御におけるコンテンツ保護のあり方

### (1) 経緯

現在のデジタル放送におけるコピー制御のルールの特担保手段（エンフォースメント）であるB-CASカードを用いた方式（以下「現行B-CAS方式」という。）については、当審議会において、次のような点が指摘された。

- ・ 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、受信機購入後視聴までの間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っている可能性もあるので、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。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。
- ・ B-CAS社は、放送事業者と家電メーカーが主要株主であるが、経営状況等がホームページ等では不明であり、一般消費者からも疑問を持たれるのではないか。
- ・ 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。

以上の指摘を踏まえ、第六次中間答申において、デジタル放送におけるコピー制御のルールの特担保手段（エンフォースメント）の改善のあり方について「技術規格の開示を制限しない、新たな方式」（以下「新方式」という。）の早期導入に向けた基本的な考え方や具体的なプロセス等が提言された。

上記の提言に沿って、放送事業者が、新方式に関する技術的実現策の検討に着手した。さらに、新方式の導入に向けた検討を加速するため、2010年3月、NHKと一般社団法人日本民間放送連盟が「新コンテンツ権利保護方式推進委員会」を設置し、検討を加速させた。

### (2) 「新方式」導入の進捗状況

当審議会の意見を踏まえて、関係者において新方式導入に向けた具体的な検討を行い、準備を進めてきた。以下に検討経緯を示す。

## ① ARIB標準規格等の策定

ARIB標準規格については、2011年3月に改定案が承認。運用規定については、同年10月から改定案が公開され、同年12月に正式に承認された。また、ライセンス契約案については、メーカー等に対して累次の説明会を実施。

## 新方式の技術検討および特徴

### (1) 新方式の技術検討

- 「情報通信審議会」中間答申を踏まえ、既に規格化されているARIB標準規格(STD-B25第3部)を方式のベースとする
  - そのうえで、必要なコンテンツ保護要件やコスト要件などのバランスを勘案し、方式を検討
  - 「受信確認メッセージ」については、別途検討とし、運用開始時点では受信機への実装を求めない
  - ARIB標準規格(STD)は、23年3月に正式承認
  - ARIB技術資料(TR)は、23年12月に正式承認
- } 一般社団法人電波産業会のHPで公開

### (2) 新方式の特徴

技術仕様の開示	・秘密事項を除き技術仕様の開示を制限しない
鍵方式	・3重鍵方式(※)
Kw、Kdの更新機能	・EMMによりKw、Kdを更新 ・Kwは、定期的な更新が可能 ・Kdの更新機能はメーカー独自に実装
放送事業者の独立性	・鍵更新等において、各局の独立な運用が可能
秘密漏えい時の対処	・技術仕様の開示を制限しない方式なので、一定のリスクの存在を前提に、受信機メーカー別のリスク分散と法的対処の併用(補完的的制度)が必要

※Ks(スクランブル鍵)、Kw(ワーク鍵)、Kd(デバイス鍵)の3重鍵方式。

※Ksは、B-CAS方式のKsを共通利用。

※Kwは、ECM(番組情報)の暗号化に使用。

※Kdは、EMM(個別情報)の暗号化に使用。Kdはメーカーごとに割当。

## ライセンス契約案の概要

### 〔基本方針〕

1. ライセンス契約作成の前提として、国内外を含め、すべての受信機メーカーに対し、契約内容及びその手続きについては、その公平性と透明性を確保する。
2. 一方、新方式は、鍵情報等の漏洩について一定のリスクの存在を前提としているため、契約当事者に対しては、高度の秘密保持義務と責任を課することになるが、その遵守義務違反に伴う措置は、社会通念上、許容される範囲とする。
  - ① 善意の視聴者に影響を与えるような運用上のオペレーションは行わない。
  - ② 善良な受信機メーカーにとって、過大な負担とならないよう配慮する。

### 〔契約内容(案)〕

1. 契約の相手方
  - ① 地デジ受信機を自社で製造販売するメーカー(チューナーメーカーを含む)、及び、自社ブランドで販売する事業者
  - ② 地デジ受信機製造に関わる中間製品を製造販売するメーカー
  - ③ 新方式対応特殊機器(業務用機器)を製造販売するメーカー
2. 契約条件

契約を誠実に遵守し、日本国内市場向けの地デジ受信機の製造若しくは供給、及びアフターサービスを継続的に行う能力を有している法人であれば、国内外を問わず契約可能。尚、国内に営業所を有しない場合は、日本国弁護士を代理人と定めて送達受領権限を与えること。
3. 鍵情報の開示

契約者に対して鍵情報等の秘密情報を開示し、「地デジ受信機」等を設計・開発・製造し、日本のみへ輸入し、日本国内で使用し販売等する権利を非独占的に許諾
4. 損害賠償・義務
  - ① 秘密情報が漏洩した場合や、ARIB規格外受信機を製造販売した場合、あるいは故意・過失があった場合には、一定の損害賠償義務を課す。  
ただし、不可抗力による場合や「許諾製品」から第三者が秘密情報を抽出したことによる場合などは、免責や酌量を検討
  - ② 損害賠償額については、善良な受信機メーカーにとって過大とならない範囲で、かつ、違反行為を防止しない抑制するために必要かつ相当な金額とする
  - ③ 公開規格遵守義務、対象製品等の報告、問題発生時の報告、対応、再発防止義務等
5. 預託金

秘密情報を扱う契約であり、本契約を履行することの保証として、契約期間中、一定額の預託金を預ける。

## ② ライセンス発行・管理機関

2011年6月、新方式の運用・管理等に関する業務を行うことを目的とした一般社団法人地上放送RMP管理センター（TRMP）を新設。当審議会での検討を踏まえ、ガバナンスを順次強化するとともに、情報公開等を実施。

## 地上放送RMP管理センターについて

### (1)法人形態

- 公共性・非営利性を前提に、一般社団法人地上放送RMP管理センターを設立（平成23年6月1日付）
- 正会員は、民放地上テレビ全社とNHK、放送大学学園の計129社・法人（平成24年4月1日現在）

### (2)セキュリティ管理

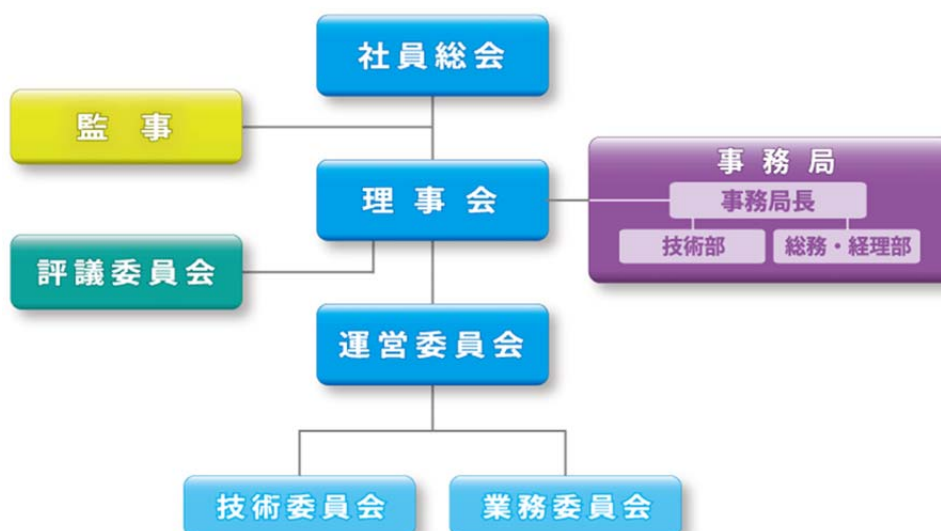
- 新方式は、契約者に対して、スクランブル解除に必要な秘密情報を開示する方式であるため、契約者に対しては技術と契約による抑止力を講じるとともに、高度なセキュリティ管理と受信機への実装を要請
- 地上放送RMP管理センターにおいても、契約者と同等以上のセキュリティ管理を実施

### (3)主な事業内容

- ① 新方式に係る鍵情報のライセンス発行、契約の締結業務
- ② 新方式の鍵情報の管理、更新及びデータベースの運用
  - ・ 関連データの登録・管理（RMP事業体識別、RMPメーカーID）
  - ・ メーカーID（オリジナルデバイス鍵等）の発行、セキュリティ管理（秘密情報管理・受け渡し、履歴保存）
  - ・ ECM/EMMデータ発行（RMPメーカーIDとKsポイント割付、ECM/EMMデータ生成）
  - ・ 鍵情報の更新運用（ワーク鍵更新、デバイス鍵更新）
- ③ 新方式に係る秘密情報漏えい・不正受信機の調査、検証及び対策
  - ・ オフライン検証、トラッキング運用
  - ・ テストデータ発行（受信機検証用/送出装置検証用データ・テストストリーム等の発行）
- ④ 新方式の周知・広報
  - ・ ホームページの活用、英語版の公開

など

## 組織図

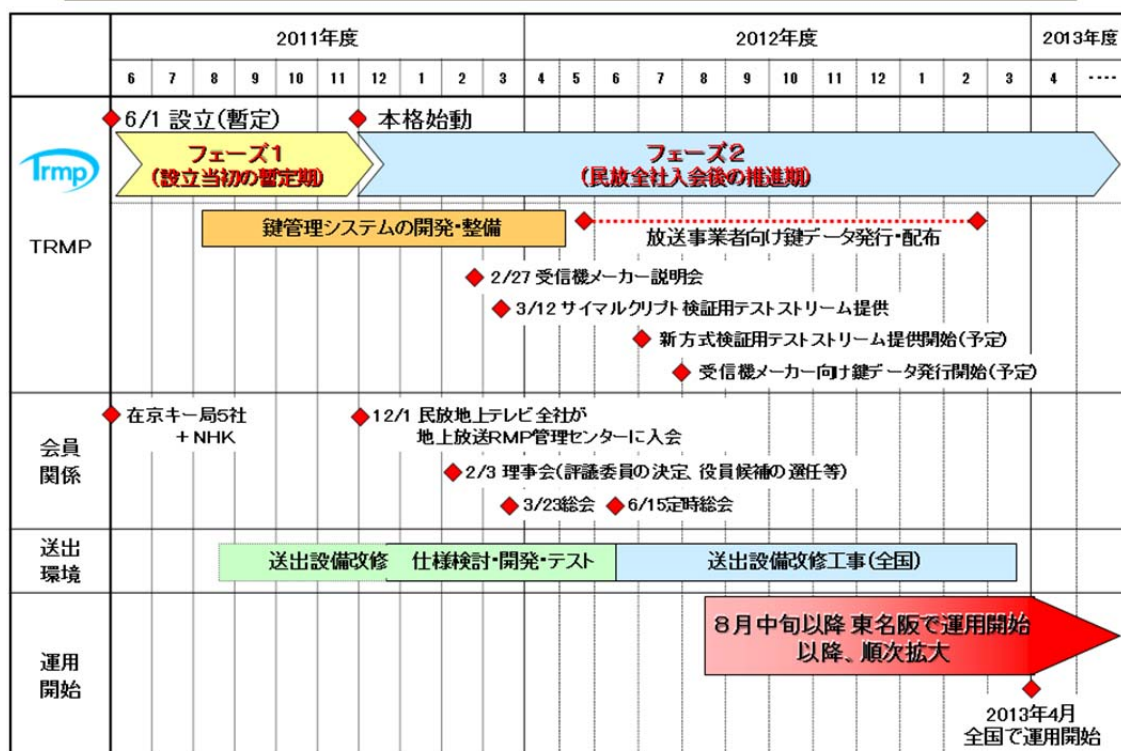




③ 鍵管理システムの整備、送出設備の改修等

2012年7月8月末中旬以降の関東広域圏東名阪での運用開始、2013年4月の全国での運用開始を目標とするスケジュールに沿って、[ライセンス発行・管理期間TRMP](#)における鍵管理システムの整備、放送局の送出設備の改修等の所要の準備の取組を実施。

### 新方式の運用開始に向けたスケジュール



一方、数年前からコピー制御信号に反応しない、いわゆる無反応機器が海外から流入しているほか、現行B-CAS方式については、導入から10年以上が経過し、最近ではB-CASカードの不正な改ざん方法等の情報がインターネット上で流布するなど、B-CASカードを用いたエンフォースメントの仕組みへの劣化影響が懸念されている。

このため、現在、関係者において、このような状況がデジタル放送におけるエンフォースメントに及ぼす影響の評価・分析、対策の検討に取り組んでいるところである<sup>16</sup>。

<sup>16</sup> 本件について、関係者において評価・分析を行った結果、コピー制御によるコンテンツ保護のためのエンフォースメントとして十分に機能していることから、後述の制度的補完措置の進捗も勘案すれば、大きな影響を受けるものでないとの見方で一致したとの報告がなされたところである。

### (3) 制度的補完措置に関する進捗状況

第五次・第六次中間答申において必要性が指摘された技術的エンフォースメントを補完する制度の整備については、2011年10月1日、日本を含む8カ国が「偽造品の取引の防止に関する協定」(ACTA)に署名し、同協定は2012年4月17日に国会に提出されたことに加え、アクセス・コントロールに係る制度の見直しについて、各法の所管省庁において以下のとおり取組が進められている。

#### ① 著作権法 (文化庁)

現行著作権法の技術的保護手段の対象となっていないアクセス・コントロール技術であって実態上コピーコントロールとして機能している著作権等の保護技術を、技術的保護手段の対象に追加 ([改正法案を2012年3月10月9日1日に閣議決定、国会に提出施行予定](#))

#### ② 不正競争防止法 (経済産業省)

アクセス・コントロール等の技術的制限手段に係る規制対象装置等の拡大、技術的制限手段回避装置等の提供行為への刑事罰の導入等 (2011年12月1日施行)

#### ③ 関税法 (財務省)

不正競争防止法に規定する技術的制限手段を回避する装置を提供する行為を組成する物品を、輸出してはならない貨物及び輸入してはならない貨物に追加 (2011年12月1日施行)

[こうした取組の結果、デジタル放送におけるコピー制御のルールのエンフォースメントについて、制度的な面からの整備が進捗しており、コピー制御を回避する不正な機器の流通への抑止効果が期待される。](#)

## 第2節 提言

デジタル放送におけるコンテンツ保護のあり方について、当審議会における検討の結果は以下のとおりである。

### 1 コピー制御の方式について

放送コンテンツの製作・流通の持続的な拡大再生産を実現するためには、コンテンツ保護のためのルールが必要という点については見解の一致をみた。一方、コンテンツ保護の手法としてのコピー制御については意見に相違があった。

放送コンテンツにコピー制御がかけられているにも関わらずインターネット等を通じた違法コンテンツの流通が後を絶たないことから、コピー制御を施すことに意味があるのかという指摘があった。さらに、コピー制御方式のエンフォースメントのために無料放送にスクランブルをかけることで録画機を持たない利用者も含めて社会的なコスト負担が発生していることから、コピー制御方式について再検討すべきとの意見があった。

これに対して、仮にコピー制御が無ければ違法なコンテンツの複製・流通がさらに増える可能性があり、現在のダビング10によるコンテンツ保護の効果を否定することはできないという意見、さらに、ダビング10への緩和に伴う権利者への対価の還元が実現していない中でコピー制御の更なる緩和は受け入れられないとの意見があった。

他方、今後、ユーザーの要望するコンテンツが質・量・価格ともに適正に提供され、かつコンテンツ保有者が納得する形の権利保護が実現されるのであれば、クラウド型サービスを含むネットワークを利用した新しいコンテンツ流通サービスが普及・拡大すると予想されることから、放送コンテンツを録画機器や記録メディアに録画する機会は相対的に減少するのではないかの指摘もあった。

以上の意見を踏まえ、無料放送におけるコピー制御の方式については、新しいコンテンツ流通サービスの動向や権利保護技術の進展等について検証を行いつつ、エンフォースメントのあり方と合わせて検討することが適切と考えられる。

### 2 クリエーターに対する対価の還元

デジタル化・ネットワーク化の進展に伴い、利用者の利便性が向上する一方、パッケージメディアのコンテンツの売上が減少する傾向にあること、[私的録音録画補償金制度の形骸化など](#)から、良質なコンテンツの持続的な再生産に向けて、クリエイターに適正な対価が還元される対策を検討することが必要である。

その際、コピー制御方式などコンテンツ保護のあり方に加え、コンテンツの流通の促進、製作力の強化によるコンテンツ市場の拡大等、より幅広い観点から議論を行い、関係者の共通認識の形成を模索していく必要がある。

### 3 コピー制御方式のエンフォースメントについて

新方式は、携帯端末等による地上デジタル放送のフルセグ受信の実現に不可欠であるほか、現行B-CAS方式と並ぶエンフォースメント手段の選択肢を実現するものであり、現状を漸進的に改善する意味からも、その円滑な導入を図るべきである。放送事業者等においては、新方式が受信可能となるエリアの人口カバー率を早期に向上させるとともに、視聴者への周知等も進めていくことが必要である。

地上放送RMP管理センターにおいては、その業務の社会的重要性等に鑑み、効率的かつ透明性の高い業務運営に努めるとともに、同センター評議委員会等の外部有識者の意見を踏まえ、新方式の安全かつ公平な運用が期待される。

また、新方式については、当面、地上放送への適用が予定されているが、その適用範囲の拡大について、B-CAS方式と比較した新方式の特性やその定着状況等も踏まえ、民間の関係者間においてその可能性を検討していくべきである。

一方で、B-CASカードを用いたエンフォースメントの仕組みへの劣化影響が懸念されているところであり、今後、コピー制御方式のエンフォースメントのあり方について、技術の進展、新方式や制度的補完措置の定着状況等を踏まえ、検討することが必要である。

### 4 今後の取組

以上を踏まえ、デジタル放送のコンテンツの保護のあり方については、コピー制御に対する利用者の認識、動画視聴に係る技術・サービスの動向、コンテンツ不正流通の状況等の把握を引き続き行いつつ、第一章で触れた「新たな検討の場」において検討することが適当である。