

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17回 議事録

1 日時：平成19年6月15日（金）16：30～18：00

2 場所：総務省 第1特別会議室

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、池田 朋之、石井 亮平、石橋 庸敏、稲葉 悠、岩浪 剛太、植井 理行、大山 永昭、華頂 尚隆、河村真紀子、岸上 順一、佐藤 信彦、椎名和夫、菅原 瑞夫、関 祥行、高橋 伸子、田村 和人、田胡 修一、中村伊知哉、長田三紀、生野 秀年、堀 義貴、（以上23名）

（2）オブザーバー

金光 修（株式会社フジテレビジョン）、川瀬 真（文化庁）、吉川 治宏（三井物産株式会社）、中村 吉二（社団法人日本音楽事業者協会）、野中 康行（株式会社東芝）、元橋 圭哉（日本放送協会）、森脇 信治（社団法人音楽製作者連盟）、安江 憲介（株式会社三菱総合研究所）

（3）事務局

小笠原情報通信政策局情報通信政策課コンテンツ流通促進室長

（4）総務省

鈴木情報通信政策局長、寺崎政策統括官、中田官房審議官、武田衛星放送課長、藤島地域放送課長、佐藤情報通信政策課長、

【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」第17回の会合を開催したいと思います。

委員の皆様、お忙しいところお集まりいただきまして、どうもありがとうございました。

本日ご欠席された委員、ご出席いただいているオブザーバーに関しましては、席上に配付させていただいた資料に記されておりますので、ご了承いただきたいと思います。

前回まで3回にわたって、コンテンツ取引市場の形成について、委員の皆様やオブザーバーの方からのさまざまな問題提起、それからご報告をいただいでご議論いただきました。今回、取りまとめといたしまして、ひとまずコンテンツ取引市場に関する課題の整理を行い、それぞれのお立場から、取引市場形成についてコメントをいただきたいと思います。

まず最初に、今後の取りまとめに向けまして、事務局よりコンテンツ取引市場に関する課題を報告していただき、それから、我が国のコンテンツ、放送コンテンツの二次利用の現状、

二次利用促進のための施策についてご説明いただくこととします。

第2に、放送事業者や番組制作者など、コンテンツにかかわるさまざまな立場の方からコメントをいただきます。この委員会でもご指摘がありましたように、コンテンツの流通の促進に関するいろいろな意味でのインプルーブメントをどうやったら作れるかということ、この委員会ではそれぞれのお立場の方に参加をしていただいていますので、それぞれのご意見を尊重して、議論を進めていっていただきたいということでございます。

その後、質疑、ご意見、皆さんからの議論をしていただきます。

まず、事務局から資料の確認をお願いします。

【小笠原コンテンツ流通促進室長】 それでは、資料1は事務局資料「コンテンツ市場取引市場形成に向けた検討課題等」でございます。それから資料2が、フジテレビさんの資料で「コンテンツ二次利用の実績と目標」であります。それから資料3、本日のオブザーバーのイメージ・クエスト・インタラクティブの森脇様の資料でございます。資料4、同じく本日のオブザーバー三井物産様の資料でございます。最後に資料5として「当面の検討スケジュール」をつけております。以上5点でございます。漏れ等ありましたら、お知らせください。

【村井主査】 それでは、まずコンテンツ取引市場に関する課題ということで、事務局からご説明をお願いします。

【小笠原コンテンツ流通促進室長】 資料1は、冒頭、主査からお話がありましたとおり、そろそろ取りまとめの時期を迎え、かつ、コンテンツの取引市場の形成に向けた議論も、今日で約3回から4回を迎えておりますので、これからどのような方向性についてご議論いただきたいかということについて、簡単に整理をしたものとお受けとめいただければと思います。

まず、大きく分けて、これまでの議論は、コンテンツ市場の現状と課題、特に二次利用、マルチユースに焦点を置いて議論してまいりました。そういった観点から、コンテンツ市場の現状と課題について、いろいろとご報告あるいは意見交換を行っていただいたことが1点目でございます。

そういった現状と課題を受けまして、今以上に二次利用を促進をするためにはどうしたらいいのか、そういったことについて、いろいろな機会、いろいろな場面ではございますが、さまざまな方向性をご紹介いたしましたし、また、ご報告もいただいたところでございます。そういったところが2点目にまとめてございます。

まず、市場の現状と課題について、どのようなご報告あるいは意見交換をいただいていたか、簡単に2点ほどにまとめてみました。

まず1点目でございますが、コンテンツ市場については、政府としても政策目標を幾つか立てております。そして、それを踏まえて市場の現状がどうかということについて、簡単にメモしてございます。

まず政策目標でございますが、昨年7月の政府の閣議決定の中にコンテンツ市場全体を、今後10年間で5兆円増加させるというものがございます。要するに、10年間というかなり大きいレンジではございますが、コンテンツ市場全体として5兆円増という目標を掲げております。そして、その年の6月の政府与党合意にも、コンテンツ取引市場を形成していくということが、盛り込まれているところでございます。

そういった目標となっているコンテンツ市場でございますが、現状といたしまして、放送、映画、アニメ、ゲーム、書籍、映像、画像、あるいはテキストなど、さまざまな分野がございます。しかし、今後の期待感ということと言いますと、ブロードバンドとの関係で、映像コンテンツへの期待が高いということについてはほぼご異論はなかったと記憶しております。また、特に放送コンテンツは映像コンテンツの中でも6割から7割という非常に大きなプレゼンスを占めており、そのコンテンツが市場を拡大していくとすれば、非常に役割が大きく、また期待されること大というところ、その辺についても、大きな認識の相違はなかったのではないかと考えるところでございます。

我が国のコンテンツ市場の現状と、それにかかわる政策目標は、今申し上げたとおりでございますが、コンテンツ市場の拡大の鍵になります二次利用がどのような現状にあるのかについては、何回かご報告をいただきましたし、特にその二次利用の担い手となる方々のインセンティブについても、それぞれ当事者の方々からご意見を頂戴したところでございます。

国内的に見たときに、コンテンツといっても映画、アニメ、放送コンテンツ、それぞれの事情があり、例えばネット配信、あるいはDVD、放送番組販売といった観点から、二次利用がどういう現状にあるかということを経つかご紹介、ご報告いただいたところでございます。二次利用の現状としてだけで受けとめるのみならず、映画、放送、それぞれにビジネスモデルとしての特性がある。従って、現状を語り、その課題抽出には、それぞれのコンテンツの特性を踏まえた検討が必要ではないか、というご指摘も何度かなされたところではないかと記憶しております。

そして、国内外における、映画、アニメ、放送といったコンテンツの二次利用が、米国、韓国といったところでどのような状況にあるかということについてもご報告いただいたところでございます。

アメリカ、あるいは韓国について、それぞれ地上波、衛星、ケーブル、ネットでの二次利用の状況についてご報告いただきましたが、それぞれ、国の市場の状況、それにかかわるルール、あるいは事業者の特性など、環境は異なるわけであります。従って、国内外の比較には、それぞれの国の環境の違いを十分踏まえた上で検討する必要があるのではないかと、といったご指摘がございました。

次に、我が国で放送コンテンツ等に関われている主体が、それぞれ今後の二次利用につい

てどのように考えていくかということについて、例えば実演家、権利者団体の方々、あるいは放送事業者の方々、番組制作者の方々、そういった方々からどういうインセンティブがあるかということについて、それぞれ当事者の口から語っていただきました。いずれにせよ、二次利用については、それぞれの関係主体が、それぞれ十分インセンティブを持っているということで、ご報告の方向性は一致していたのではないかと考えております。

我が国のコンテンツ市場を考えたとき、どういうことが政策目標として掲げられ、それに対して、マルチユースや二次利用といった観点から見た時にどういう現状にあるか、そして、そういったコンテンツの政策、あるいは流通の担い手の方々が、そのインセンティブについてどう語っておられたか。そんなところを振り返ったのが1ポツでございます。

ではそういう現状と政策課題を踏まえて、二次利用の促進策を考えた場合、どういう基本的な視点で、そして、どういう選択肢を考えていくべきなのかというところが、(1)と(2)であります。

まず、基本的な視点については、ご出席の皆様おおむねご異論はないのではと思いますが、それぞれ視聴者の視点、それからコンテンツの最大の担い手でありますクリエイターの方々、その視点でそれぞれどう考えていくべきかということを書いてあります。

まず視聴者の目から見たとき、この取引市場の形成はどういう意味を持つかということですが、コンテンツ、それからコンテンツが出て行くウィンドウが多様化していくということは、視聴者にとっての選択肢が拡大していくということではないかと考えられます。

一方、クリエイターなくしてコンテンツは存在し得ないわけではありますが、そのクリエイターに対する適正な対価なくして、クリエイターになりたいという人の動機も、クリエイターが創造活動に従事するインセンティブも働かない。従って、そういったコンテンツの市場に関する目標を掲げ、コンテンツ大国を標榜するという大前提として、コンテンツクリエイターに対して、適正な対価を、それぞれの関係者がそれぞれの役割のもとに還元していくという視点が重要ではないか。この2点について、おおむねご異論はなかったのではないかと考えます。

そういった視点のもと、こういった方向性を今後議論していくべきか、というところについては、今まで事務局や報告者の方々、意見交換の中で紹介されたものを①から④に掲げてございます。

まず、①どうすれば二次利用促進が進むかということ。コンテンツの権利者の権利許諾、使用許諾、その手続きの簡素化を通じて行うことがよいのではないか、こういう考え方が表明されていることは間違いのないわけであります。いわゆる登録制度ということのかかわりで言われることが多いですが、日本の著作権制度を前提として、いわゆる登録制度を創設し、使用許諾手続きの簡素化、例えば一部、実演家等の権利者の許諾を要せずに使用ができる、

そういった制度を創設する必要もあるのではないかと、意見がございませう。

次に、②許諾手続きといった著作権制度そのものについて何ら変更を加えることはしないということ。あくまでコンテンツにかかわる権利者の権利はそのままであることを前提に、コンテンツの買い手、あるいは二次利用する側から見たとき、どんなコンテンツがあり、どのような権利者がいて、二次利用あるいは購入しようと思ったときは、だれに対してどのような権利処理を行えばいいのか、そういった情報が一元的に集約・公開されていることが、二次利用円滑化のためのキーではないかといった考え方でございませう。

③と④につきましては、コンテンツクリエイターの方々がいちろいろなところで活躍されているわけですが、そういった方々にとっての活躍の場、あるいは制作の機会、チャンスがより拡大するという観点で出されたご意見ではないかと承知してございませう。

③制作にかかわる外部資金調達手段の多様化という点でございませうが、企業規模の非常に小さい方から、大きいところまで、番組制作にかかわる方々が、いろいろな資金調達手段を使えることによって、自分で資金を集めて制作に参加できる、そういった機会を多くする意味でも、外部からの資金調達手段が多様化すべきではないか。いろいろな方々から資金調達を行い、制作の機会を得る、あるいはチャンスを得る、そういったことが必要ではないか。ご案内のとおり、著作権の知財信託をはじめとして、いろいろ金融手段が発達しているというのは、前回ご報告のあったとおりでございませうが、そういったことを使って、よりさまざまな制作者の方々から自ら資金を調達して制作機会を得る、そういうことが二次利用促進の一つのツールになるのではないかとございませう。

最後に、取引にかかわるプロセス等の透明化ということにつきましては、既に放送事業者の方々が一昨年11月ごろまでにすべて公開、表明していらっしやることですが、放送番組の制作に参加するプロセスとして、例えばホームページ上にその番組の企画を載せるとか、公募についてどうやっているか。一旦採択した番組の企画について、どのようなルールで契約を結んでいくかといったことについて、いずれも一昨年までに、放送事業者からオープンにしているということでした。制作者の方々から放送番組を制作するチャンスを得るということについても、必要な施策が考えられるが、これについては、民々で相当に進んでいるのではないかとご指摘もあつたと記憶してございませう。

これまでこの場で出た手段を淡々とご紹介いたしましたので、今後のご議論としては、こういった基本的な視点についておおむねコンセンサスは得られているという認識ではございませうが、その認識に立った上で、どういった方向性をもって今後のとりまとめ議論をしていくべきかの問題整理ということで、今回ペーパーを出させていただきました。

非常に簡単ではございませうが、事務局からは以上でございませう。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは、放送事業者、番組制作者の立場から、先ほ

どの課題も踏まえて、コンテンツ取引市場に関する考え方、取り組みの方法についてお伺いしていきたいと思えます。

まず、放送事業者のお立場から、フジテレビの金光オブザーバー、お願いいたします。

【金光オブザーバー】 フジテレビの金光です。よろしくお願いいたします。

本日、テレビ局のコンテンツ二次利用の現状を、公開資料で説明してほしいというご依頼を受けましたので、フジテレビ上のホームページ上で公開している資料の中から抜粋して、その目的にかなうものをご提出しております。それに従ってご説明させていただきます。

コンテンツ二次利用に関しましては、分け方としまして、財務諸表と決算短信等々では、経営方針としてのメッセージをまず伝えております。IR資料として、そのブレイクダウンした数字、データ等をホームページで開示しているということになっています。

では、その経営方針はどのようなものとして書かれているかというのが、この表紙の下の枠で囲んだところに記してあります。これは前期の決算短信の中の項目1からの抜粋ですが、「良質なコンテンツを制作・供給し、そのコンテンツから生まれる価値を最大化することを経営の基本方針とする」というふうになっております。コンテンツから生まれる価値を最大化する、イコール、企業経営をしているわけですから、経済的な収益を上げること、コンテンツから最大の収益を上げることというのが、経営の基本方針だということを、まずメッセージとして出しています。

続きまして1ページ目ですが、これは海外の機関投資家向けの資料ですので、英語で申しわけないのですが、グラフ化されてわかりやすいので選んできました。これは弊社の売り上げの広告収入と非広告収入の割合と推移を示しています。横軸が2002年から2006年度まで。縦軸の薄い色のところが広告収入、濃い色のところが非広告収入ということになっております。これを見てもらってわかるように、広告収入に関しましては、2002年度で2,800億、それから2,700億、2,700億、2,900億、2,900億という形で、伸びは、非常に緩やかな推移を示しております。従いまして、広告収入に関しましてはこのトレンドを維持するということで経営目標を立てているということですので、それほど大きな伸びに関しては期待はしにくいという状況でございます。

それに対しまして広告外の収入は、コンテンツの二次利用だけではありませんが、非広告収入という形で分類しているものですが、これは2002年度の16.9%から2006年度の22.2%まで、確実に右上がりのトレンドを示しているというところでございます。ちなみに、この2004年度は、弊社でつくりました映画、「踊る大捜査線 THE MOVIE」が大ヒットしましたので突出していますが、傾向として上がってきているということで、5%以下の時からずっとこのところを上げていくという方針の中でやってきた結果、今、ここまで来ているということでございます。

右上に赤で書いてあるのが、経営のコミットメントの数字で、この非広告事業の収入の、今の22.2%を中期経営計画で30%まで上げるというターゲットを設定しております。こういったことで、大体放送局の収入の大きな内訳として、こういうトレンドがあるということがご理解いただけるのではないかと思います。

続きまして、この非広告収入の内訳を示すという意味で、次のページのチャートをごらんいただきたいと思います。これは弊社のビジネスフローチャートでございます。何を根源としてどういう形で収入を上げているかという推移でございます。弊社のコンテンツは、大きく三つです。映画、イベント、それからテレビ番組。この三つが一次コンテンツとして位置づけられています。このテレビ番組から得られる一次収入というのが広告収入で、これが約3,000億円の売り上げを上げています。これはネットセールス、ローカルセールス、スポットセールスという3分類の広告分類で上げた営業収入ということでございます。

それに対して、映画、イベント、これに関しましては、チケット販売における興行収入ということで、イベントに関しては興行収入、映画に関しては配給収入という形で、合わせて230億円の売り上げを上げているということであります。

ここまでが一次収入で、さらに権利ビジネス、弊社の場合は二次利用という言い方はあまりしませんので、権利ビジネス収入という形でくくっているのが右側でございます。先ほど言った広告で3,000億円上げている根源となるコンテンツを、番組販売することによって上げているのが、右の上の250億円です。これは、国内の番組販売、海外の番組販売、それからCSの有料視聴料収入というのが全部合わさった形での、合算の数字でございます。これが大体250億円の売り上げを示しているということです。それからその下のDVD収入、これが150億円。このDVD収入150億円の内訳を申し上げますと、細かい数字はともかくとして、基本的には映画。左のコンテンツの一番上にある映画がメインです。それからアニメ。そして、残りがテレビ番組ですが、ほとんどがテレビ番組における連続ドラマでございます。左のテレビプログラムと書いてあるところに、弊社のセクション名が書いてありますけれども、一番上の編成制作局というところで制作しているドラマ、あるいは一部バラエティ番組というのが、この中の放送コンテンツのDVD化のほとんどのものがございます。スポーツ局、一部競馬中継のダイジェストのDVDだとか、モータースポーツも出したりしておりますけれども、ごくわずかです。それから情報制作局というのは、ワイドショー、あるいはドキュメンタリーを担当しているんですが、基本的にはそこでDVD化されるものは皆無。報道局も同様ということでございますので、DVDの売り上げのほとんどは映画とアニメ、プラスアルファ連続ドラマというところなんです。これは、市場のデマンドがあるところに向けて出すということで、経済収益性を求めていますので、必然的にそうなっている結果だと思います。

それから、マーチャндаイジングに関しましては、映画から、イベントから、番組から、主人公のキャラクター化したものの人形を作るとか、あるいは小道具をおもちゃにするとか、あるいはゲーム化するとか、いろいろな形でキャラクターマーチャндаイジングを図っておりますが、そこで得られる収入が110億円ということになっております。

さらに、項目としましては、携帯・インターネット関連、海外市場とありますけれども、数字は入っておりません。ということで、まだまだ会社の経営に寄与するような売り上げは、2005年度の実績数値ですが、実績として上げられていないということです。ただし、携帯・インターネットの中でのモバイル系に関しましては、ある種、課金コンテンツとして、数十億円の売り上げは実績として上がっております。海外市場に関しましては、国際市場に出しているのは、上の海外番組販売に入っておりますので、ここは海外における日本語放送の収入です。

それから、右の新規事業というのは、括弧づきにしてあるように、今後の課題としておいてあるということでございます。

では、これらの売り上げをどれぐらいの規模でどれぐらい伸ばすのかということだと思っておりますが、それに関してブレークダウンした目標値というのは開示しておりません。ですから、全体として開示した数字を参考に、次に用意してあります。

これは、昨年11月に弊社が外に向けて発表した中期経営目標の経営目標数値です。一応これは連結数値でございますので、上にトータルのグロスの数字が書いてあります。売り上げは5,900億から7,000億に上げる、経常利益が503億だったのを700億に上げるというのがトータルの数字で、その下の段で、セグメント別売上高。このセグメントというのは、若干誤解されやすいんですが、関連子会社のものをセグメント化したということでございますので、フジテレビ単体は、この放送事業の中に入っています。この放送事業というのは、フジテレビプラスニッポン放送でございますので、AMラジオ放送の企業規模は非常に小さいですので、基本的には放送事業イコールフジテレビとごらんになっていただいて結構だと思います。

この放送事業での伸びの目標としては、売り上げで4,100億円から4,600億円。500億の成長を遂げなければいけない。右の利益に関しましては、409億から515億、約100億以上の売り上げを上げなければいけない。これは、先ほども説明しましたとおり、放送収入に関しましては緩やかな伸びで見えておりますので、二次利用、あるいはその他放送事業という形での売り上げでこれだけのものを上げ、それから利益を生み出さなければいけないということでの目標数値でございます。

この中期経営目標というのは、上場企業としての、外へ向けてのコミットメントですので、投資家、株主だけではなく、社会へ向けてコミットメントしておりますので、これは非常に相



当なる経営努力をしない限りは達成できないというところで、非常に厳しい数字を目標として課しているというのが現状でございます。以上です。

【村井主査】 はい、ありがとうございます。

それでは引き続きまして、番組制作者のお立場から、音楽制作者連盟の森脇オブザーバー、お願いいたします。

【森脇オブザーバー】 本日はお時間をいただきましてありがとうございます。IQIの森脇と申します。取引市場形成の検討会に参加させていただきました関係で、ここの場所に出させていただきます。よろしくお願いいたします。

本日は、クリエイターの立場や、制作者の立場でお話をさせていただきたいと思います。

制作会社として、このような機会が与えられたときには、リスクをとって「製作」のほうにぜひとも参入したい、そして制作会社自らが「製作」ピークルの幹事会社になっていく選択肢というのもあると思います。そして、こういった創作機会が拡大することにおいて、多くの作品をマーケットに供給することが可能になります。そして、二次利用前提でのコンテンツウインドウ戦略ということの立案が必要になってくると考えます。

権利者の立場で考えますと、新しい産業構造が生まれるということに関しては大歓迎ですし、そして許諾権が行使された、権利が担保されたことが前提でのコンテンツが流通することに全く異論はないと思います。そして、使用の都度、分配が可能になるということによって、多くの実演家が参加可能になってくると考えます。そして、制作者の創作機会というものとは実演家の出演機会の拡大ということにもなると考えます。

そういった作品の愛好家のメリットですが、このような新規参入の企業が増えてくると、作品の多様化が生まれてくる。そして、その収益性が見込まれてくれば、作品のより高品質化につながっていく。そして、今もどんどん進んでいますタイムシフト、プレイスシフト、メディアシフトにて作品に触れ、そして楽しむ環境が増大していくと考えます。

具体的な資金調達としては、放送局が編成権をお持ちになっていることは当たり前なんです。その中で、番組の制作、著作というものを外部に委譲していただくということが必要になります。そして、提供スポンサーの提供料の中の制作費部分というのを、制作者側は収入の一部にしていかなければいけない。制作費というものをいただかなければいけないということになると思います。続いて、コンテンツファンドであるとか、ノンリコースローンなどの資金調達が、多様化しているということが考えられます。製作方式のピークルも、そのピークル自体の特性において、製作委員会方式であるとか、LLPとか、SPCとか、信託方式だとか、いろいろな選択が、可能になっているということが考えられます。

重要な観点としましては、今までの制作プロダクションというのは、プロダクションのマネジメント観点だけの完成リスクの負担というものと、それからプロモーション・アンド・

アドバイジングのマネジメント観点としての一部事業リスクの軽減というものが責務としてあったかもしれませんが、新たなる選択肢として、マーケティング・マネジメントの観点を持った上で、全体のマーケティングの判断を行ったマルチユースに作品の活用、これは販売も含めてですが、そういったことを行うことで、運用リスクというものを負担しなければいけないという責務もあると思います。

続いて、ファイナンシャルマネジメントの観点を持った上で、目論見書であるとか、フィジビリティ・スタディー等々のものを策定して、ファイナンシャルマネジメントの観点を持たなければいけない。そして、その信用リスクを補完しなければいけないという責務も、選択としては新たに必要になってくるということです。

制作プロダクション自体が幹事企業として調整役となった場合でも、放送局と広告会社等々との関係というのは、従来のモデルと大きく異なるわけではないと思います。ただ、このような新しいビジネスチャンスが数多く生まれるということは、放送業界、エンターテインメント産業界にとって、大きなビジネスチャンスが生まれるということになると思います。

金融商品取引法というものが成立しました。これは企業の大小ではなくて、エンターテインメント産業界にとっても必要な透明性の追求という、これは大きなチャンスであると考えます。ファイナンシャル、そしてプロダクション、PR&アドバイジング、マーケティングという四つの各マネジメントを、プロデューサーという方式でビジネスの脈絡、ビジネスコンテキストを形成していくということが必要になると思います。そして、作品を発案した者や、プロジェクトリスクをとったという企業が幹事として活躍して、収益を大きく得られる活動ができるビークルが必要になると考えます。

社会全体でのエンターテインメント産業界の役割とは、人と人、人と企業の潤滑油の役割であると考えます。コミュニケーションにおける重要な役割を果たすものです。エンターテインメントというのは、そのような意味においても、それからそういった作品を愛好する方々にとっても、企業にとってもなくてはならない、大切なものだと考えます。番組マルチユースというビジョンは、作品もさることながら、資金調達や制作方式という選択肢が多様化することにおいて、今まで以上に制作する人、実演する人のモチベーションが高まり、質の高い作品が数多く産出されていくと考えます。そして、作品の愛好家の方々も、より多く楽しむ手段を得る構図というものを生み出すことができると考えます。

12兆円のコンテンツ産業界というのが、大きく右肩上がりに成長する中で、コンテンツの制作過程の透明性を確保して、資産評価を進めるということで、大規模な金融商品をつくり上げることが可能なはずで、それは、政府として目標に掲げていらっしゃる5兆円というものに含まれない、新たな成長産業だと考えます。制作者というものは、そういった資金をフルに活用させていただき、また、その資金において新しい作品づくりに臨むことが可能

となるわけです。産業界全体で、そのような新しい産業の支援について、チャンスをいただくということに関して、ぜひとも理解を望むものです。以上です。ありがとうございます。

【村井主査】 ありがとうございます。

前回、コンテンツに関するファイナンスについて、いろいろなご紹介をいただきました三井物産の吉川様、お願いいたします。

【吉川オブザーバー】 三井物産の吉川でございます。

本日、ご説明申し上げます資料でございますが、事務局より最初に説明がありました二次利用促進にかかわる考え方、方向性のところをある程度説明するものとして準備させていただきました。お手元の資料4に「日本型コンテンツ振興政策とコンテンツ取引市場形成について（抜粋）」と書かせていただいております。コンテンツ取引市場形成に関する検討会で議論された内容を一部ご紹介するということになると思います。

次のページには、二次利用流通促進権利集約機関と収益受益権の譲渡という形で書かせていただいております。前回ご紹介いたしました、制作委員会方式、そしてSPC方式、信託方式というふうな三つのもののうち、前者二つに関しましては従前よりありましたので、信託方式という、一昨年12月に法律改正によって可能になった方式について、この問題を解決しようという事例がここに書かせていただいている資料でございます。

この絵のポイントというのは、まず、権利者の方々、制作者の方々、それぞれがお持ちになっている権利というものを、1回権利集約させていただく機関を設けましょう。それを信託契約という形で権利集約いたしましょう。そして使用許諾した結果、入ってくる収入を、信託条件に従ってそれぞれの権利者の方々に還元させていただく。それと、その還元するための収益受益権というものを、株券のような形で発行させていただく。そして、その収益受益権という株券みたいな権利を主張するための紙切れを売買するマーケットが存在するというふうな形になっております。

ここで、ポイントになっておりますのは、日本の現状の法律におきましては、報酬請求権ではなく許諾権ということになっておりますので、それぞれの権利者の方々が、それぞれの権利というものをある機関にゆだねない限り、もしくはどこかの1社がすべての権利というものを集約しない限り、流通というのは難しゅうございますが、この場合、それぞれがそれぞれの立場で、独立した事情として権利をここに預けることによって、収益の配分を受けることができるというところが一つ目のポイント。

二つ目としましては、信託機関を例えば3年もしくは5年と設定することによって、その期間に上がってくる収益に対してのみの受益権というものを発行することができる。すなわち、権利者は実際の元本受益権、元本権利というものを譲渡することなく、自分のところに留保したまま、そこから上がってくる収益だけに関して流動化することができるということ

が特徴としてございます。そのところで得られました収益受益権を、今度は、発行された権利を受益権取引市場というところで販売することができる。すなわち、株券のように売買することによって、将来利益を現在利益に引き直して、現金化することもできるというところに一つの特徴がある事例でございます。

次のページは、コンテンツデータベースと書かせていただいておりますが、こちらも、先ほどの事務局説明にありました方向性というところにある、権利にかかわる情報の集約、公開及び許諾権手続きの簡素化に位置する仕掛けでございます。こちらでは、それぞれの権利者の方々が、あるコンテンツデータベースにデータを登録していただくということでございます。登録のメリットは何かといいますと、一つは、ここに登録されたものに関しまして、第三者が権利集約、権利処理の手続きを行い、そして最適な販路を確保し、そして二次利用、加工のための資金調達を行った形で、最適な収益が上がるような形、極大化された収益が上がるような形で流通ルートにその権利を流通していくということができる。そうすることによって、若干資金的に厳しい制作者の方でも、こちらに登録しておけば、第三者がこういう手続きをして、オートマテカリーにそれによって得られる資金というものが、新たな収益機会として還元されてくるというメリットが一つ。それとあと、このような権利というものがどういうふうな割合で配分されるべきかということ、常にモニタリングできるというコンテンツの価値評価指標を、獲得することができまして、要するに外部投資家の人たちの資金を流入させる仕掛けになってくるというところでございます。

最後になりますが、日本のとるべきコンテンツの産業振興政策という形で、こちらも抜粋になっておりますが、権利に関する情報集約機関の設置というのが一つ必要ではないか。何かがあるか知らない、何が使えるかわからないというところで、マーケットで非常にニーズがあるのにそれが伝わり切らないという部分があるというような報告が上がってきておりましたので、こういうものが必要ではないか。また、特に海外のほうで発生している問題でございますが、コンタクトポイントが多過ぎる、かつわからない。あるコンテンツを海外に持っていったときに、そのコンテンツを映画館で放映するという権利と、そのポスターを作るといった権利者が別のところにいたり、そしてそれを今度アパレルに変えるための権利者というのがまた別のところにいる。そのたびに違うコンタクトポイントを、海外のバイヤーの人は指定されてその人に会わなきゃいけないという、一つの映画をかけるに対しても、ポスターすら一緒にセットになっていないというような現状があるようでございます。そういうところに対して、権利集約、情報集約ということがされていれば、よりコンテンツが流動しやすいような環境ができるのではないかと。

また、先ほどと全く同じ理由でございまして、レスポンスが致命的に遅い。あるエージェントがそれを集約するような立場にいたとしても、それぞれの権利者の人たちに、それぞれ

確認をとりながら進むということで、ほかの国のコンテンツに比べて、日本のコンテンツのレスポンスが非常に悪いというような話も出ております。

加えて、ばらばらの権利というものを、ばらばらに集約する形になりますので、海外のほうから見た場合は、ライセンサーの戦略が不明確に見えてしまっている部分もあるということも出ております。

2番目としては、資金調達が多様化に資するマーケットの創設でございます。先ほどのページでご説明申し上げました信託方式等々で、受益権の発行とかいうような形を行ったところで、それを交換するようなマーケット、すなわち交換市場が存在しない場合、受益権の換金化、流動化というのが起こりませんので、信託しても全く無意味であるということで、こういうふうなマーケット、ストックマーケットのようなものが設立されること、創設されることが、流動化に対しては非常に重要じゃないかということ。それと、完成保証機関等の制度整備ということで、テレビ局さんのように、非常に精度の高い作品の制作ができるような会社では問題はございませんが、中小のプロダクション等が、完成できるかできないかというところで資金調達の上での不利益を被らないための完成保障期間等々の整備なんかも、コンテンツの拡大に関しては重要じゃないかということが議論されておりました。

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、質疑を開始していただきたいと思っておりますので、今のご説明に関連した質疑、ご意見をお願いいたします。まず、消費者のお立場から、河村委員、お願いいたします。

【河村委員】 フジテレビの利益がどうすれば上がるかというようなことには、個人的には興味はございませんので、視聴者として何を求めるかということを考えて場合、まずは、質の高い作品をつくっていただきたい。質の高い作品がなければ二次利用はできないだろうと思えますし、私、どんどんテレビ離れを起こしております、周りにもそういう方はたくさんおりますし、テレビから一方的に流れてくる、押しつける時間の流れですね。インターネットに慣れると、そういうものに全然耐えられなくなってきますので、ネットで流すというようなタイムシフトといいますか、キャッチアップTVなんていう言葉もありましたけれども、そういうものがあって、しかも質の高い、見たくなるようなものがあれば、私も個人的には利用したいと思えますし、選択肢が多様化、資金調達も、制作方式もと書いてありますけれども、それで質が高い作品が数多く出るのであれば大変大歓迎です。それで、二次利用については、もう一つ私がとてもいいと思っていることは、そのような方式をとって、例えば私が「この番組が見たい」と思ってお金を払ったら、それをつくった、かかわった方にきちんと届くという方法でクリエイターの方に利益が届くということは大変歓迎すべきことなので、そういう世界になればいいなと思っております。

【村井主査】 ありがとうございます。高橋委員、お願いいたします。

【高橋委員】 前々回、テレビ局の有価証券報告書に基づき、放送業界の財務諸表がわかりにくいか、コンテンツがうまく拾えないということでご説明をお願いしたいということと、番組制作者とか、コンテンツへの資金提供にはどのような形があるかということのヒアリング要請をいたしまして、いろいろご説明いただきまして、ありがとうございました。かなりクリアになってきたのかなとは思いますが。

ただ、放送局に関しては、今回ご説明いただきましたフジテレビさん、せっかくですので決算短信を読ませていただきました。先ほど省略してご説明がありましたけれども、経営基本方針のところでも、「良質なコンテンツを制作・供給し」というところの前に、「公共的使命と社会的責任を認識し、放送番組や映画、イベントなど、視聴者の皆様に信頼され、広く支持される良質なコンテンツを制作し」と、こういう書きぶりがされておまして、株主だけではなくて、視聴者のことも相当意識されているんだなというのはわかりました。

非常に前向きでいらっしゃるしまして、「当社グループは、メディア環境の変化にも即応して、収益機会を拡大すべく、多様な伝送路へ魅力ある良質なコンテンツを供給する最強のコンテンツファクトリーを標榜し、コンテンツ制作力の一層の強化を図るとともに、グループの再編、経営基盤の強化に努めてまいりました」という方針が書いてあり、中経も読ませていただきましたけれども、「グループとしてコンテンツ制作における創造性作業効率、費用効率の飛躍的向上を見込んで、コンテンツの質的向上、強力コンテンツの制作になお一層邁進していきたい」という、非常に力強い意見表明があったということで、各社さんがこのような立場で競争されれば、少しは明るい未来が開けてくるかなと思えました。

他のキー局のものも読ませていただいたんですけども、かなり温度差がありまして、非常に消極的な書きぶりのところもあるなということです。あえて消極的なところは申し上げませんが、元氣のよかった社名をいろいろ挙げて恐縮ですが、日本テレビさんに関しては、前向きな表現をしていらして、長期経営ビジョンには、「放送を軸に、あらゆる伝送路の広告市場でナンバーワン」、広告はもちろん、今までのモデルとして書いてありますけれども、「あらゆる伝送路のコンテンツ供給でナンバーワン」、「放送事業以外にも、収益の大きな柱がある」、「あらゆる評価でナンバーワン」というようなことをいろいろ書いていらして、中期目標にも「コンテンツ流通で売り上げナンバーワン」とか、「放送外収入で伸び率ナンバーワン」とか、非常に元氣な指標、目標をお出しになっているということがわかりました。

では、これを具体的に実現するためにどうなのかというと、まだそのところまではお書きになっておられなくて、先ほどのフジさんのご説明でも、新規事業は今後の課題であるということで、まさに、この新規事業をどう展開していくのかということが、そのコンテンツの流通促進に大きくかかわってくるんだと思えます。

先ほど、イメージ・クエスト・インタラクティブさんとか、三井物産の方々のご説明を聞いて感じたのは、それぞれの放送事業者さんが掲げておられるような目標を達成すること、それから国として放送コンテンツの海外展開をもっと加速してほしいというようなことが出されているわけですので、これをやっていくためには、コンテンツの制作のやり方、並びにそれと密接不可分の関係にある資金調達の方法に関して、大きな変革が必要なのではないかと思っております。

いろいろ事業展開したい人がいらっしゃるわけですから、その方たちがもっと活躍できるような制度整備をしていくことが必要なんじゃないかと私は思っています。制作主体、いわゆる担い手が多様化するということが必要で、私は今まで、金融審で資金調達手段を増やすことをいろいろとやってきたんですが、それが使えるようにするためには何が必要なのかということ、この場でもう一步議論が深められたらよろしいんじゃないかと思っております。

【村井主査】 どうもありがとうございました。それでは、権利者のお立場から、椎名委員お願いいたします。

【椎名委員】 許諾手続きの簡素化に関するもの、いわゆる登録制度と書いてありますが、許諾手続きが簡素化されることはいいと思うんですが、必ず出てくる話というのは、「出演者の利用許諾が不要に」とかいうことを知的財産推進本部ら聞きましたみたいなことで新聞が出るわけですね。

ここは、ほんとうに繰り返しになって申し訳ないんですが、こうした権利制限で利用が拡大するという考え方が間違っているということは、この会議の中では結構共有されてきたと思うんですが、そういう動きとは全く別にこういった話が再三出てくることに関しては、極めて遺憾であると言わざるを得ません。

耳にたこで申しわけないんですが、もう1回言いますが、著作権に限らず、知的財産権の取引というのは、許諾権があるから使用料の交渉をしたり、使用条件を決めたりして商取引が成り立つわけですね。このことを、例えば著作権ではなくて特許に置きかえて考えて、キャノンが保有している特許について、その利用が進まないから、それは許諾権をなくしてしまって公開しなさいみたいな話になったら、キャノンの御手洗さんは一体どういうふうにおっしゃるんであろうかと思うんですね。

流通も産業であることは間違いないんですけども、エンターテインメントも産業の一つでございます。その産業と産業との間の取引について、片方の産業にアドバンテージを与えるような介入を行政が行うということは、これは不当であるとしか言いようがない。憲法違反かもしれないです。特定の産業を利するようなことを考えるのではなくて、健全な商慣習が定着するためのメタデータの整備とか、そういう環境整備にこそ汗かくべきなのであって、権利制限とかはもうやめてほしいと思っています。

何で権利制限されると困るかということの最大の理由として、許諾権を維持しなければならない最大の理由がありますが、これは何回か発言したことがあるんですけど、二次利用の対価があまりにも安いという問題があります。例えば、地上波の放送番組がBSやCSに販売されるような場合を例に挙げますと、その販売価格があまりにも低いために、個々の権利者に支払われる対価がお話にならないほど低くなるという問題があります。例えば1本10万円とか20万円とか、そういう値段で販売された番組から10%いただけたとしても、1万円なり2万円を複数の実演家で分ける、言ってみればそういうような状況にあるということです。許諾権があれば20万円なのに、許諾権を失ってしまったら一体どうになってしまうのかというのは、想像に難くないわけですね。

番組の二次利用の促進もいいんですけど、視点として、二次利用の対価の適正化という部分も加えていただかないと、幾ら利用が増えたとしても、実演家にとってはあまりありがたくないなということをおっしゃるので、申し添えておきたいと思っております。以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは引き続きまして、放送事業者のお立場から、元橋オブザーバーお願いいたします。

【元橋オブザーバー】 そうですね、幾つか「イエス・バット」ということでくれるかと思っておりますので、幾つか申し上げたいと思っております。

まず、番組の二次利用ということと言うと、この場で何度かご説明をさせていただきましたけれども、私どもは、今、アーカイブス・オン・デマンドというサービスを始めようとしておりまして、この中では、先ほど河村さんからご指摘があった見逃し番組、キャッチアップということも想定をしております。放送後1週間程度、NHKの主な番組、特に夜の視聴高適時間の番組については、できるだけVODという形で、PCやネット対応テレビでごらんいただけるようにしたい。それから、見逃しだけじゃなくて、過去の人気番組、名作番組みたいなものも、同じようにVODで提供していきたいということで、これについては、放送法など、法令整備とか、権利者の皆さんとのお話し合いとか、配信事業者さんとお話とか、そういうものの環境整備を待って進めたいと思っておりますが、ここからがバットなんです。採算度外視というわけには行きませんので、私どもだけでやろうとすると、なかなかシステム整備だとか大変なので、やるとすれば、ほかの放送局さんとか、コンテンツを持っていらっしゃるのと、同じようなスキームで、同じような仕組みでできればコストが下げられて、それからマーケットの魅力というのも拡大していくんじゃないかと思っております。

それから、番組の外部制作の部分なんですけど、私どもでもホームページ上で制作会社さんに募集をしている、公開をしているものはもちろんですけども、それ以外にも、例えばNHKスペシャルのような、私どもの看板的な番組でも、インハウスでNHKのディレクター、プロデューサーが作るだけではなくて、外部制作のプロダクションにお願いして制作してい



ただいている番組も数多くございます。企画の採択に当たっては、全く内外同一条件で、競争で、企画本位で選択をしております。

ただ、私どもから言えば当然なんです、外部制作とって、制作プロダクションの企画をそのまますぐに放送できるということでは決してありません。放送というメディアの中で、私どもの編成責任、あるいは編集責任というのがございますので、当然、取材、制作段階から、最後の番組が出るまで、私どもの職員プロデューサー、社員プロデューサーが品質管理という面で一々チェックを、NHKという放送局の放送番組として出すのにふさわしいかどうかという内容のチェックを、当然させていただいています。その点は、今後仮に外部制作がどんどん増えていったとしても変わらない、変わってはいけないところだと思っていますので、ぜひご留意をいただきたいと思います。

それから、信託とか、いろいろな新しい外部資金調達の可能性が出てくる。私どもNHKの場合は受信料で番組をつくっている、そういう仕組みがなじむのかなじまないのかちょっとわからないのですが、それは一つの可能性としてはすごく大切なことだし、それによってどんどん新しいコンテンツが増えてくれば良いと思っているんですけど、何のためにそれをやるのかというのは、単に経済規模を拡大するというだけではなくて、それによってより良質のテレビ番組が生まれてくる。それが視聴者の利便性につながる。視聴機会が複数化、多様化するとか、より立地な、豊かな番組が届けられるということにつながる。産業として活性化していくというのは、もちろんクリエイターの方、パフォーマーの方への還元も含めて、それ自体は決して否定されることではなくて、どんどんやっていかなきゃいけないことだと思います。しかし、放送は文化である、公共性があると言いつけている身としては、そういう視点もぜひ踏まえていただきたいと思っています。例えば権利者の、著作権のデータベースみたいなものを作ること自体は、何らかのそういうデータベース的なものは必要だと思いますし、いわゆるプロの権利者の方だけではなくて、私どもの番組というのは、一般の視聴者の方のご協力、取材のご協力なども得ながらつくっている番組というのたくさんございます。「NHKの番組だから取材に応じているんだよ」とか、民放さんも含めて、「何々テレビの番組だから」ということで取材に応じていただいている方が大勢いらっしゃると思います。そういう信頼関係みたいな、なかなか数値化しにくい、あるいは金銭化しにくい価値みたいなものもあるので、そういうものも、ぜひ尊重していただいて、こういう議論を重ねていただければと思います。長くなってすみません。以上です。

【村井主査】 どうもありがとうございました。それでは稲葉委員。

【稲葉委員】 フジテレビさんが代表して具体的なプレゼンテーションをされたので、TBSの場合、そういう準備もございませんので、具体性をやや欠きますが、私どもも同様に放送外収入の拡大を大目標として掲げておまして、地上波で放送したものの多角的利用としては、

CSデジタル放送への番組供給、例えばニュースバードというチャンネルとか、TBSチャンネルというドラマのチャンネルみたいなものを放送していたり、ブーブーボックスというブロードバンドにコンテンツを配信していたり、ニュースアイというニュースコンテンツをネットに配信していたりということで、多角的に取り組んでおるところであります。

もちろん、これまでの取り組みは、放送したものをどう使うかということで、特に過去物については、例えば昔のドラマですと、今の時代にそぐわないというようなこともあったり、なかなか苦労をしてきたところではありますが、これからは二次利用という言葉だけでいいのかどうかという思いもあります。放送事業者としても、例えば映画に出資して、それを逆に劇場公開の後、地上波にかけるといような展開もありますし、まさにマルチウインドウで、どういう順番でござんいただくかといようなことでコンテンツファクトリーとして制作したものを多層的に供給していく時代に入ってきている。それが、見た目にはといたしますか、従来の無料広告放送モデルが幹なだけに、その他の歩みが少し遅々として見られるようにも思いますけれども、放送局の置かれた環境といのはかなり厳しいものがございまして、資源マーケットといのは年間2兆円強といところで、かなり安定的といつか、固定的な数字でありますから、そのほかのところを開拓しなければ成長性に乏しいわけで、そういったような危機意識からも、マルチウインドウ展開に耐えられるコンテンツ集積といことを考えておりますし、そのことに必要な権利データ等の収集等の努力もしていこうとされているところでもあります。

現状の取り組みとしてはいろいろございまして、そういうことで、私どもでも多角的に取り組んでおるところでございます。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは中村委員、お願いいたします。

【中村委員】 フランスにINAという研究所があります。国立の視聴覚研究所なんです、ここが昨年の春に放送番組をインターネットで公開するといことを始めまして、その番組の本数、10万本であります。1920年代のファッションショーだとか、68年の5月革命だとか、フーコーやゴダールのインタビューなんかが見られて非常に魅力的なんですけれども、そういったことを国が直接やっています。

放送局のネット展開といことになりましたと、アメリカやイギリスBBCの取り組みなどが有名ですが、ほかの国でもそういった動きがいろいろと見られるところでありまして、じゃあ、日本はどうするのかといところだと思えます。これまでの皆さんの議論を拝聴しておりますと、コンテンツの関係者は、二次利用を一層推進しよう、促進しようといベクトルで一致していると思えます。しかも、これまで紹介されてきた幾つかの手法、外部の製作資金も活用して放送番組を作るとか、放送事業者の主催するオープンな手続きの中で、多様な制作者が参加をするといやり方といのは、既に着手されているわけですが、にも

かわらず、二次利用というのは、例えば著作権者とか、著作権の制度がネックだというような意見も相変わらず存在するようであります。

そこで、実証実験をしようという話が出てきているわけで、民間ベースで着手を既にされているのに、どうしてあえて実証実験が必要なのかという疑問も出てくるところかと思いません。この二次利用については、著作権者や著作権制度がネックということではなくて、その鍵は、市場を作るといふところにあるということを開示する必要が今あるのではないかと考えるところです。特に、コンテンツ産業が、これから日本の中で非常に大事な産業、基幹産業となり得るといふことが言われている中では、正しい方向性というものをオープンな手続きで、この時点で一度、検証してみるということが必要ではないかと考えます。

具体的には、既に着手されているような新しい手法ですね。データベースを作るといったことも含めた新しい手法が、今後の二次利用を促進する鍵ということをここで検証してみたらどうかということを考える次第であります。以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは、そのほかの委員の方、オブザーバーの方も含めまして、ご意見をちょうだいできればと思います。椎名委員、どうぞ。

【椎名委員】 各放送事業者の非広告収入という表現をなさっていましたけれども、いろいろな二次利用に取り組んでおられる、それで放送番組の流通が促進されていけば、権利者が悪い、著作権が原因だということにもならないんだと思うんですけども、相変わらず悪者にされ続けた我々としては、プロセスの透明化なんていうことも言われていると思うんですね。ですから、そういう実証実験を通じて、著作権の問題じゃなかったんだということ、逆に証明していただけるような、それをオープンにわかるような形で実証していただけるようなものになっていけばいいかと、今、ふと思いましたので、それだけ。

【村井主査】 そのほか、何かございますか。菅原委員、どうぞ。

【菅原委員】 事務局から出された資料の件で、肅々と方向性を整理されたということではあるんですが、見てみますと、①だけが括弧つきというのは、どうも肅々ではなくて、大分そこに気持ちが入っているかなという感じがいたします。

許諾手続きの簡素化といいますか、円滑な許諾というのは、これは権利者側も常に考えていることですので、ある意味、民間同士のお話の中というのも出ているところであるわけです。さらにこれから、それを検討していこうということであればよろしいんですが、そのときに、どうしてもこの括弧つきが気になります。これからの検討に当たっては、括弧つきではなくて、許諾手続きの円滑な処理、簡素化につながることであろうかと思えますけれども、そういう視点での検討をぜひしていただきたいと思えます。

【村井主査】 ありがとうございます。そのほかにも何かございますか。画期的なことが起ころうとしていますけれども、ご意見はよろしいでしょうか。

【高橋委員】 皆さんのお話を聞いていまして、今後の二次利用の促進、先ほどの椎名さんのお話にありましたように、コンテンツ産業の今のあり方がまさに下請工場で、まるでゼネコンのような形になっているというところが発展の阻害要因の大きなものだなと、私も感じているんです。ですから、中村委員からご提案がありましたような実証実験をやりましょうよと。できればコンペ方式でやっていって、そのプロセスをみんなで見えて判断していくということが必要ではないかなと思っています。今から始めれば、多分1年以内にできるでしょうから、もうほんとうに、コピーワンスも含めて長い間やっているの、いつも申し上げますけれども、これで実験をして、来年の今ごろはみんな「よかったね」と言ってもらえるような状態をぜひつくっていただきたいと思っています。

それから、先ほど元橋オブザーバーから資金調達が多様化はいいんだけど、それはもとより良質なテレビ番組を育成するためだと、いうご意見がありました。私も全くそのとおりだと思います。今は、先ほど申し上げましたような、ゼネコン的というゼネコンに叱られるかもしれませんが、そういう構造でつくっている限りは、リッチコンテンツというよりは、広告収入にも頼り、我々が欲しいものではない大衆バラエティー番組が蔓延してしまうなんていうことが現実になってしまっているわけですから、そのところは、良質なテレビ番組を作るための資金調達というのは、これはぴったり合っていることではございまして、特にキー局の皆様は、毎度申し上げますように、株式を公開している上場会社でいらっしゃるから、何にお金を使うのか、先ほど中期経営計画などのお話もありましたけれども、きちんとそれを発表していただいて、それがいいものであれば資金は集まってくるわけですし、その番組がよければ視聴者もついてくるわけですから、ぜひ、魅力のある番組づくりのために、今、多様に使えるようになっている選択肢を使って、先ほどどなたかからご意見ありましたように、新しい産業の育成支援ということをやっていく必要があると思うんですね。国が大きくバックアップするというのではなくて、こういう場からでもそういう実験をやってみようという提案が出ているわけですから、まずそれをやってみようということが、私は必要だと思います。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、華頂委員お願いいたします。

【華頂委員】 水を差すようなことを申し上げますが、資料4の3ページのデータベース構想ですが、映画製作者の立場から一言言わせていただきますと、繰り返し申し上げますけど、映画は劇場上映から始まって、その後のマルチユースによって完結するビジネスです。製作段階から、末端の利用に至るまで、戦略的に計画されていますので、映画の場合は、このようなデータベースで流通促進を図る必要性があまりないんです。言ってみれば、映画コンテンツの流通は、著作権処理の問題ではなくて、むしろ企業の経営戦略上の問題に拘束されていることが多いので、流通促進がこのデータベースの云々に左右されることはないと思し上

げておきます。

【村井主査】 ありがとうございます。それでは、そのほかにご意見ございますか。

このコンテンツ取引市場形成に関しましては、4回にわたって審議いただきました。本日は取りまとめに向けてそれぞれのお立場の方からご意見をいただきましたし、以前の会議の中でもいろいろな提案、それからご意見も伺ったかと思えます。本質的には、クオリティーの高いコンテンツということ、それから諸外国のいろいろな調査もありまして、それに対しての条件がいろいろ違う中での諸外国の状況ということもご報告をしていただきました。

要するに、これからの時代のコンテンツ市場の中で、大変クオリティーの高い、強い競争力を持ったコンテンツができるような基盤を用意しなきゃいけないということと、その発展ということが軸になるかなと思えます。私も、一昨日韓国に行っていて、いろいろな活動をしていたんですが、コンテンツに関する政策的な、しかも国際政策的なところというのが大分強くあるということ、大学の先生方からそういうお話を伺いました。そういう意味では、このコンテンツ取引市場、あるいはコンテンツ制作というものの中には、そういった意味での国際競争力のあるコンテンツというのは、これから新しい方法論が出てくる、国境の向こうでどういうビジネスが展開できるのかという話もたくさん出てくると思うし、ほかの国はそうやって考えているわけですから、当然私たちもそういうことを考えていかなきゃいけないだろう。そういう意味で、国内外の市場ということ踏まえた上で、新しいアプローチを整備していくということが、政策的な課題の中には含まれるんだろうと感じました。

今まで議論されていた内容というのは、中間答申までの限られた時間の中で、しかしながら取りまとめに向けた検討に入ることをございますので、委員の皆様いろいろなご強力、それから新しいご意見、そういった方向のプロセスについての積極的な、建設的な参加をお願いしたいと思えます。

また、いつものように、委員の皆さんの中で今日ご意見を伺えなかった方、あるいは今日の話聞いて、またいろいろな、新たなご質問、ご意見がございましたら、随時事務局にご連絡いただければと思えますので、こちらのほうもよろしく願います。

【小笠原コンテンツ流通促進室長】 それでは今後のスケジュールについて簡単に申し上げますが、第17回、本日でコンテンツ取引市場の形成についての議論は一区切りということで、次回は6月26日を予定しております。6月26日は、本委員会は1時から、情報通信政策部会がその後、15時から開催される見込みでございます。

この時点から取りまとめ案の骨子の検討に入らせていただきたいと思います。取りまとめ案骨子は、コピーワンスの改善のあり方、それからコンテンツ取引市場の形成という2項目にほぼ集約をされております。これは、お出しするときにも改めてご議論いただければと思っておりますが、1月、2月に議論させていただいた、オンデマンド、あるいはIPマル

チキャストといったことにつきましても、お聞きのとおり、かなりコンテンツ取引市場の議論に含まれる、あるいは吸収される部分が多うございますので、それで、これまでの議論の集約の仕方としては、コピーワンスの改善のあり方、ここで種々論点があり、それで主査の取りまとめに従って、今、ワーキングでご議論いただいているわけですが、それに関する論点とその方向性。それからコンテンツの取引市場につきましては、種々ご意見はあろうかと思っておりますけれども、本日資料1の現状認識や、今後のマルチユース、二次利用促進に向けた選択肢の検討、そういった基本的な枠組みの中で、まずは課題と選択肢をご提案をさせていただくのかなと思っております。それが6月26日で、同じものを情報通信政策部会にお出しし、ご報告をさせていただくというふうに考えております。

7月は、今のところ日程が確保できそうなのが7月19日（木）でございます。この日も、中間答申案を委員会でご検討いただいた後、部会でさらにもんでいただくことを予定しております。

その後、本委員会として中間答申をオーソライズする日程が必要ですので、それを7月下旬あたりをめどに調整中ということで、それで最終的にオーソライズされたものを7月下旬ないし8月上旬、情報通信審議会の総会が予定されております。そこでは、本委員会としては第4次の答申ということになると思っておりますが、それで最終的に第4次の中間答申ということで、ご報告をお願いするということになるかと思っております。

【村井主査】 はい、ありがとうございます。

それでは、今、ご説明のあったスケジュールで進みますので、ぜひ、取りまとめに向けたご協力、ご配慮をお願いしたいと思います。

それでは今日の会議を終了したいと思います。どうもありがとうございました。

以上