

第4次中間答申

(骨子案)

<平成13年諮問第3号 平成16年諮問第8号>

デジタル・コンテンツの流通の促進等に関する検討委員会 事務局

平成19年7月12日

中間答申の骨子(概要案)

- 以下の二つの課題について、今後の方向性について提言
 - I いわゆる「コピーワンス」の改善の在り方
 - II コンテンツ取引市場の形成と、取引の活性化に向けた具体策の在り方

I いわゆる「コピーワンス」の改善の在り方	1
1 基本的な考え方	
i) 答申の方向性	2
ii) 検討の経緯	4
2 具体的な改善策について	
i) 選択肢	8
ii) 検討の経緯	9
3 検討の前提となる事実関係等について	
i) いわゆる「コピーワンス」に係る機器の動作 等	16
ii) デジタル放送に係る著作権保護技術の現状 等	17
iii) いわゆる「コピーワンス」に関連する制度の現状 等	19
iv) 諸外国における、デジタル放送に係る著作権保護の現状	23
II コンテンツ取引市場の形成と、取引の活性化に向けた具体策の在り方	25
1 基本的な考え方	26
2 取引市場の形成、活性化に向けた具体策	
i) 選択肢と答申の方向性	27
ii) 検討の経緯	28
3 検討の前提となる事実関係等について	
i) コンテンツのネット配信等二次利用の状況 等	33
ii) コンテンツの流通に関わる主体の、二次利用に係るインセンティブ等	36

I いわゆる「コピーワンス」の改善の在り方

1 基本的な考え方－ i) 答申の方向性

- ① いわゆる「コピーワンス」の改善の在り方を検討する前提として、
 - i) デジタル時代におけるコンテンツ保護の在り方
 - ii) 消費者の利便性の確保と、コンテンツ保護のバランスの在り方 等について意見交換。
- ② 上記の検討を経て、以下の諸点については、概ね合意が得られていると考えられる。

- (1) あらゆるメディアがデジタル化に向かう中で、「コンテンツ大国」に相応しい、多様で豊かなコンテンツの製作・流通を促進していくためには、コンテンツに関わる全ての関係者が、それぞれの役割の下に、努力していくことが不可欠。
特に、才能ある多くの若者が、コンテンツを創造する仕事を選択するインセンティブを絶やさないことが重要。このためには、
 - 1) コンテンツを尊重し、これを適切に保護すること。
 - 2) その創造に関与したクリエイターが、適正な対価を得られる環境を実現することを基本的な姿勢として、夫々の課題を検討することが必要。同様の基本的な姿勢の下に、現在、知的財産戦略本部、文化庁文化審議会、日本経済団体連合会において、コンテンツ大国の実現に向けた制度やルールの在り方についての検討が進められている。
- (2) 善意の利用者が、様々なウィンドウを介して、コンテンツを私的に楽しむことについて、これを妨げようとする権利者や、クリエイターは見られない。
また、ポータブルデバイスの著しい発展の中で、放送コンテンツについても、持ち歩きが可能な様々な機器を用いて楽しむスタイルが今後急速に普及することが予想されるが、こうした可能性を閉ざしたり、否定する意見も見られない。
- (3) 通信・放送のフル・デジタル化、ブロードバンド化に向け、2011年は重要なマイルストーン。放送のデジタル完全移行についても、この期限までに完了することが不可欠。
このために重要なことは、受信機の普及と、その前提としての視聴者の理解。特に「コピーワンス」の在り方の改善は、この視聴者の理解を得る上でも必要不可欠であることを十分考慮に入れることが必要。

1－i) 参考 コンテンツの流通等に係る具体策が検討されている例

① 知的財産戦略本部

「知的財産推進計画2007」(2007年5月31日決定)においては、「デジタルコンテンツの流通を促進する法律制度等を整備する」として、デジタル化・ネットワーク化の特質に応じて、著作権等の保護や利用の在り方に関する新たな法律制度や契約ルール、国際的枠組みについて検討し、最先端のデジタルコンテンツの流通を促進する法律制度等を2年以内に整備することとしている。

② 文化庁文化審議会

- i) 文化庁の文化審議会著作権分科会の法制問題小委員会においては、デジタルコンテンツの特質に応じた著作権の保護や利用の在り方について、これまで新たな法制に関するいくつかの提案を素材として、現行の法体系や条約等の関係、法的措置の必要性等について、検討を行っている。
- ii) 同分科会の私的録音録画小委員会においては、私的録音録画補償金制度をテーマとして、①著作権法第30条(私的使用のための複製)の範囲の見直し、②著作権保護技術の程度と補償措置の必要性の関係や具体的な対応方法、等について検討が進められている。

③ (社)日本経済団体連合会 映像コンテンツ大国を実現するための検討委員会

(社)日本経済団体連合会においては、「映像コンテンツ大国を実現するための検討委員会」を設置し、本年2月、放送番組における出演契約ガイドラインを含む「映像コンテンツ大国の実現に向けて」を取りまとめた。また、引き続き、「放送番組における映像実演の検討WG」において、過去番組を含むネット配信に際しての配信ルール、プロテクションや配分に関するルールなどの検討が進められている。

1 基本的な考え方－ii)検討の経緯

○ 2ページの基本的な考え方に関連し、当委員会においては、次の諸点について意見交換。その概要は以下のとおり。

- ① 我が国のコンテンツ産業の育成等の観点から見た、デジタル時代におけるコンテンツ保護の在り方について
- ② デジタル時代における、消費者の利便性の確保の在り方について

(1) デジタル放送におけるコピー制御の在り方について

- アナログ放送で実現できていたことは、地上デジタル放送においても実現されるべきではないか。
- アナログは2～3回のコピーにより画質が相当程度劣化するため、自ずとコピーが抑制されることとなるが、デジタルの場合は、ダビングを繰り返しても劣化せず、高画質が維持されるため、不正コピーが増加するおそれがある。良質なコンテンツの制作を維持する観点からは、コピー制限は必要ではないか。
- アナログ放送においても品質が劣化しないデジタル録画が可能であった以上、「地上デジタル放送だから被害が増加する」ということはいえないのではないか。
- ビデオテープの時代には画像の劣化に加えコピーに時間も要したが、DVDレコーダーの出現により、非常に短時間で簡便に、かつ、画質を維持したままで複製が可能となった結果、インターネット・オークション等での不正流通が蔓延した。アナログ放送のDVDコピーであっても問題があると考えられるべきではないか。
- デジタルとアナログの相違は、高速、高品質で大量のコピーが可能である点と、これまで権利者が見過ごさざるを得なかった不正コピーへのプロテクションをかけやすくなった点にある。デジタルでは短時間に大量のコピーが可能であり、海賊版業者に渡ったときには、今まで以上に高画質でほぼ市販品と変わらないものが世界中に出回ることになるため、非常に危険性が高いと考えられる。
- デジタル放送への移行により、アナログ時代には考えられなかった高品位な複製物が、規制をかけなければ簡単に無制限にできることは、デジタル技術の進歩による著作権者へのデメリットの1つとも言えるのではないか。劇場盗撮への対策を法律で講じようとしているように、同様に技術革新から生まれた地上波デジタル放送の録音録画問題についても対策が必要ではないか。
- デジタルでもアナログでも複製は容認しうるものではないが、アナログ環境下では、複製の品質や利便性が悪かった。デジタル環境においては、複製の品質やスピードの向上、通信とのボーダーレス化などが進展しているため、コピーフリーとなってしまうと、そのメリットを享受するのは利用者側のみとの懸念がある。デジタルでは、アナログに比べてコピーガード技術も高度化しているため、権利保護技術の導入によりバランスをとることが重要ではないか。

- ロングテールのビジネスモデルが実現する現状では、小さな権利侵害の積み重ねにより、ごく一部の若者が非常に巨大な収益を生みだしているといったことは事実。技術が日々進歩している現在、自由なデジタルコピーを許容することは、エンターテインメント産業の衰退を招くおそれがあり、権利侵害が発生しない状況を作らなければ我が国の知財立国は不可能ではないか。中国や韓国は国を挙げてコンテンツ産業を輸出産業化することを目指しており、我が国においても産業育成の視点から検討を行うべきではないか。
- 知的財産として適切にコンテンツを保護しつつ、視聴者の視聴機会の多様化を図ることが、我が国の産業発展につながるものであり、例えば、見逃した番組をオンデマンドで利用できるような、正規の流通の仕組みを構築していくことこそが違法流通を抑え込むことにつながる。放送番組が違法流通するリスクが高まれば、質の高い放送は維持できなくなる。
- 本委員会においては、デジタルコンテンツのビジネスとしての成立、発展が最も重要なテーマである。次世代の人々のコンテンツの創造力を維持・発展するためには、コンテンツ産業の国際競争力の強化、魅力あるデジタル放送マーケットの創出が重要ではないか。
- アナログ時代からデジタル時代への技術変化に対応し、より良いコンテンツが流通する力強いマーケットを形成・発展させる必要があるという点は、共通認識といえるのではないか。

(2)海賊版等、不正コピーとの関係について

- コピーワンスでなければどのような弊害があるのかを明らかにすべきではないか。全放送番組がコピーワンスであることの合理的理由が必要ではないか。
- アナログ時代にはDVD録画が可能にも関わらず放送事業は運営できていたが、例えば YouTube の出現により現実に利益が上がらなくなった等の実状はあるのか。犯罪を犯さない普通の人々の行動を機械的に制限しなければ、コンテンツ、エンターテインメント産業が衰退するという考え方は疑問であり、コピーワンスでない場合の被害の程度を示すことが必要ではないか。
- 権利者への被害は金額で定量化できるものではない。不正コピーに対する削除要求や、法的手段行使の時間的・金銭的余裕のないコンテンツ制作の現場・実態を良く把握した上で、知財立国を目指し、我が国のコンテンツの国際的な流通促進の観点に立って検討を進めるべきではないか。
- 次世代DVD等の登場により、家庭内でハイビジョン画質のコピーが可能となり、複製が原盤に限りなく近づいていることについて、映画制作の場合について非常に脅威を感じる。さらに無制限のコピーが可能となれば、パッケージビジネスとの利害が完全に衝突するのではないか。
- 地上放送は、ほとんどすべての国民が接触している最も重要なメディアであり、被害額等の定量的議論だけでは推し量ることはできないのではないか。メディアとしての重要性に対する影響といった観点も重視すべきではないか。

- 映画が、複製(二次利用)によりコストを回収していくビジネスモデルであるため、映画を放送する場合にはコピー制限が必要という説明には説得力があると感じる。しかしながら、その他の番組については、①二次利用が進んでおらず同様の理屈は成り立つと考えにくい、②海賊版を防ぐために全ての国民にコピー制限をかけることは容認しがたい、③ハイビジョン放送であってもDVDにはアナログ放送と同様の標準画質でしか記録できない、といった観点から、コピー制限をかけることの必要性について説得力のある説明となっていないのではないか。
- 無料広告放送であり、かつ、コンテンツの一次利用(放送での利用)の比率が高い放送ビジネスが、なぜ複製により損害を被るのかが疑問。
- 放送分野が1回のオンエア(一次利用)でコストを回収できているというのは誤解であり、コスト回収のために、ビデオ・DVD等の様々なメディアに二次利用を行っている。このため、二次利用にマイナスとなる可能性という観点から、コピー制限の見直しについては慎重な検討が必要。
- 放送番組は二次利用が進んでいないからコピー制限等の複製防止策は不要ではないか、といった主張があるが、本委員会は、放送番組のマルチユースを従来以上に進めていく必要があるとの視点に立っているはずではないのか。

(3) 消費者の利便性の確保について

- 一部の犯罪の防止のために全国民の利便性を縛ることが許されるのか。コピー制限というアプローチではなく、海賊版が出品されているオークションサイト等が摘発に協力するといった解決策もあるのではないか。消費者に選択の余地を与えず、一律に全番組にコピー制御をかけるのではなく、消費者の利便性を考えた上での必要な仕組みを検討する姿勢が必要ではないか。
- 海賊行為をしない大多数の消費者は、複製が可能となっても海賊行為をしようとは思わないのではないか。一部の悪意ある人の行為のために、大多数の良識あるユーザーが制約を受けることは問題ではないか。
- 消費者が何枚程度のコピーをしたいからその程度で制限を考えればよいという議論があるが、そうした観点ではなく、普通の人は違法なコピー、無制限にコピーをするようなことはないからこそ、制限は必要ないと考えるべきではないか。
- デジタル時代・ネット時代において、違法な複製は海賊版業者など一部の悪意ある者の話ではない。むしろ、海賊版業者が困ってしまうほど瞬時にコンテンツが流通する状況を認識する必要があり、違法な無料着うたダウンロードを多くの中学生・高校生が利用するように、悪気のない人間を犯罪者にしてしまう可能性がある。アナログ時代にはできなかった著作権保護が、デジタル技術により可能となることを前向きに捉えるべきではないか。
- アナログ時代においても違法複製物は出回っているが、デジタル時代においては高画質で劣化のない違法複製が可能であり、加えて、普通の人が違法性の認識が希薄なまま複製を行うケースも多いため取り締まることが困難。コンテンツ保護技術の導入は、一般の善良な人々が犯罪者となることを防止する意味もあり、プロの犯罪者に対しては併せて法的措置をとるものとする。
- 権利者と消費者が同じ場で互いに私的録画に関する議論を深めていくことが重要。権利の保護と消費者の利便性の確保との間でバランスのとれた議論を進めることが必要ではないか。

- 消費者は無制限のコピーを主張しているわけではない。普通の人々が、私的に楽しむ権利の範囲内で、制限を感じないようなコピーの仕組みであるべきではないか。
- 権利者は、私的複製にあたる部分にまでコピー制御したいと考えているわけではない。私的利用に止まらず、広く公衆への配布を可能とするような、無用にオーバークオリティとなる保護方式が問題ではないかと考えている。
- 善良な一市民が、なぜ無制限のコピーを可能とするよう求めるのか理解できない。権利者はコピーを制御することが前提なのではなく、不正なコピーを行った人に対する、法律による処罰や損害賠償を望んでいる。しかしながら、現実的にはこれらの措置が非常に困難であるため、未然に防ぐ手法を模索しているもの。犯罪者を生まないためにどうすべきか、デジタル時代に我が国のコンテンツ産業をどうすべきか、といった前向きな観点で検討を進めるべきではないか。
- 放送事業者として、著作権法上も私的利用は当然認められているものであり、コピー制限により「私的利用」を制限しようとは考えていない。ただし、アナログ時代と「私的利用」の実態が全く同等かについては議論があるのではないか。

2 具体的な改善策－ i) 選択肢と中間答申の方向性

- 具体的な改善策としては、以下の四つの選択肢について議論。現在、概ね下記の内容を前提として、技術検討ワーキングにて整理中。
- なお、下記のルール「エンフォースメント」の在り方については、今後引き続きの検討課題とする。
 - ① いわゆる「コピーワンス」(現行方式)
 - ② 「EPN (Encryption Plus Non Assertion)」(出力保護付コピー可)
 - ③ 「COG (Copy One Generation)」の考え方の適用
 - ④ 「COG (Copy One Generation)」の考え方の適用＋何らかの制限

〈検討の方向性〉

- (1) デジタル・チューナーとハードディスクが同一筐体の場合、COGで蓄積された放送番組に関しては、同一筐体内のDVDレコーダーへの出力、DTCPの伝送路を通じて外部の機器にIEEE1394経由で出力する回数について、一定の制限を設ける。
- (2) 回数については、善意の利用者が家庭の中で普通にコンテンツを楽しむことを妨げられない、という観点から検討する。また、技術の進展に伴う様々なポータブルデバイスの登場により、コンテンツを楽しむ状況が多様化し、変化しつつあることも考慮することとする。
- (3) 変更の対象は、今後一定の時期以降に新たに販売される機器に関して実装される機能として検討する。

2 具体的な改善策－ii) 検討の経緯

○ 前掲の4つの選択肢については、消費者、権利者、放送事業者、メーカー各々の立場から意見を明らかにした上で議論。その概要は以下のとおり。

<現行コピーワンス>

- 現行のコピーワンスルールについては、使い勝手が悪く、ムーブの失敗などに見られるように、商品としてとても現状のまま継続できるようなものではないと考える。また、導入当時、権利者は関与しないまま決められたものであり、現行のコピーワンスについては見直しが必要ではないか。
- 現行のコピーワンスの導入過程において、消費者の意見が反映されなかった点については遺憾。見直しにあたっては、これまでに販売された製品についても、可能な限り消費者の負担を回避しつつ、使いやすく楽しめるような方向性で考えていく必要があるのではないかと考える。
- COG(Copy One Generation)ではない日本独自の「コピーワンス」というルールは、根拠がない以上、撤廃すべきではないか。また、コピー制限を適用する番組については、それがどのような理由で、どのような立場からの要請により適用するのかを表示すべきではないか。私的な録画について制限がかかっていることを消費者が感じないようなものとするよう改善を求める。
- 現行のコピーワンスでは、一部の悪意を持った人による違法コピーを防ぐ観点重視され、ほとんどの善良な人たちに不便を強いることになっており、行き過ぎではないか。何らかの形で変更すべきではあるが、やはりバランスの取れた選択が有っても良いのではないかと考える。
- コピーネバー等の厳しい主張をする他の権利者も存在するなかで、放送事業者も権利の一部を持つ立場であるが、バランスをとりながらコピーワンスを選択してきたもの。現行のコピーワンスを見直すことが本委員会の検討の主題であるが、一定のコピー制限は必要という点については合意の方向にあるのではないかと考える。
- 現行のコピーワンスは、放送のデジタル化後の在るべき二次利用と在るべき私的利用を見据えて導入されたもの。したがって、私的利用の範囲の観点ではなく、ムーブの失敗等を含めたいろいろな問題への対応としてのユーザー利便の向上を図る観点から、改善策を検討すべきではないかと考える。

<EPN(+コピーワンスの併用)>

《一律EPN化》

- EPNは、世代や枚数の制限ではなく、録画した番組を視聴可能な状態でインターネットに送信することができないという出力の制限。インターネットを通じた無制限なコピーを防止できるため、重大な経済的損失を防ぐという一定の効果を有していると考えられるのではないかと。地上波は基幹放送であり、コンテンツ保護と利便性の両立の観点からも、EPNという選択肢がバランスがとれているのではないかと。
- 視聴者の利便性の観点からは一律EPNとすべきではないかと。また、合理的説明がつかう場合にはコピー制限を併用するという考え方もありうるのではないかと。
- EPNは、インターネットへの送出を止めるがコピーの世代制限・枚数制限ができない上、多くの機器が対応する以上、コピーフリーとほぼ変わらないと考えられる。世代制限ができないということは、大量の複製につながり、私的な範囲を越えた複製を生み出す可能性があるのではないかと。
- コンテンツの流通を促進しコンテンツ産業をさらに発展させるという観点からは、コンテンツを保護する仕組みが必要であり、実質的にコピーフリーに近いEPNでは不十分なのではないかと。
- 複製物をマルチユースして成立する映画ビジネスにとっては、ネットや想定外の範囲への流出防止措置だけでは十分とは言えず、コピーそのものの管理が必要ではないかと。EPNがコピーの世代管理・枚数管理をできない以上、コピーネバーを基本とする映画分野に適用することは不適當ではないかと。
- 放送番組にはプロの実演家や一般のエキストラ、国内・国外の実演家など、さまざまな出演者がいるという状況や、日本の違法なコンテンツ流通の大半がDVDという現状から考えれば、ネットへの流出が防げたとしても、世代も個数も管理できず違法コピーへの抑止手段を備えないEPNを導入することは難しいのではないかと。
- ビデオテープの時代には、1時間のコンテンツをコピーするには1時間かかり、かつ、画質も劣化した。しかし、DVDレコーダーの出現により、画質が維持されたまま、短時間でのコピーが簡単にできるようになり、インターネット・オークション等を通じて不正な流出が蔓延するといった事態となった。アナログコピーであってもDVDが無制限にコピーできることで問題が発生している以上、無制限にデジタルコピーが可能なEPNも問題と考えざるをえないのではないかと。
- 放送番組は、リアルタイムでの視聴を目的として一過性の利用を前提に提供されている以上、枚数が無制限のEPNは考えられない。
- 公共性の高さゆえに保護されている地上放送に対してコピー制限をかけることは論理的ではないのではないかと。DVDが標準画質でしかないことに鑑みても、全ての番組にコピー制限が必要ということはいえないのではないかと。また、海外での例のない公共放送に対するコピー制限の理由が不明瞭ではないかと。
- 一律にすべてコピー制限をかける理由が不明であり、特に、報道番組・教育番組についていえば、EPNはおろか、スクランブルをかけて放送すること自体が間違っているのではないかと。公共性が求められる地上放送においては、公正な利用、私的な利用に関しては全くユーザに制限を加えないというスタンスであるべきではないかと。

- EPNやコピーフリーが、即、著作権フリーを意味するという考え方は誤りではないか。EPNを採用すると出演者の理解を得るのが困難と言うが、例えば、新たにパブリックドメインのように著作権フリーをアピールし、視聴者の利便性に配慮して共有・利活用する番組であるという説明をすれば、視聴者からもスポンサーからも好印象となるのではないか。また、例えば災害放送等については、一切暗号化せず、自由に共有しうる番組として放送すべきではないか。
- 放送番組にEPNを採用できない理由として権利者との関係があげられるが、現行のコピーワンスの導入時には権利者は関与していなかった。こうした事実を踏まえると、地上デジタル放送へのコピー制限の導入が権利者のためだったのかどうかは疑問がある。
- 地上デジタル放送の開始により従来よりも厳しいコピー制限が導入されたことで出演料等の費用が下がったという事実があるならまだしも、厳しすぎるコピーワンスを緩和することが番組の制作・調達にとってマイナスとなるという主張は、関係者間の交渉上の駆け引きであって、消費者や著作権といった観点とは無関係なのではないか。
- 例えば、インターネットを活用し、出張先や旅先でも自宅の録画番組を楽しめるといった新しいサービスも出てきているが、ネット送出禁止であるEPNではこうした画期的なサービスも実現できなくなるのではないか。時代や技術の進歩に合わせて新しいルールを作り、その利便性を確保することに柔軟かつ積極的に対応していくべきではないか。

《EPN + コピーワンスの併用》

- 地上アナログ放送と地上デジタル放送の明確な違いは画質(ハイビジョン品質)であり、仮に著作権保護をかけるとしても、例えば、ハイビジョン画質での録画のみ制限する新しいルールを作るといった選択肢もあるのではないか。
- 放送事業者は、一部の番組をEPNで放送することについて検討すべきであり、その検討経過についても、随時、視聴者に対してオープンにすべきではないか。EPNとコピーワンスの併用が難しい理由として、トラブルやコストの発生があげられるが、その点については消費者にとっても同様であり、放送事業者だけの問題ではない。コピー制限をかけるとしても、一律にかけるのではなく、公共性の高いものに関してはEPNにするといった形で併用とすべきではないか。
- 地上放送が極めて公共性の高い基幹放送であるという観点からすれば、EPNをベースに考えるべきではないか。コピー制限との併用を検討すれば、どういったコンテンツが公共性が高く、どういったコンテンツが著作権保護を強く考えていくべきか、といった議論にもつながるのではないか。そうした観点から、EPN・コピー制限の併用が折衷案としてあるべきではないか。
- 世代管理や枚数管理ができず複製物が大量に可能なEPNは、重大な著作権侵害のおそれに道を開く可能性を否定できず、現時点で、EPNを原則として、本当に大事なものだけコピー制限すればいいという考え方はとることは難しいのではないか。
- EPNで放送するものとコピー制限をかけるものについて、ジャンルで分類することも難しく、放送事業者が勝手に作品ごとや俳優ごとにどちらかに定めるわけにもいかない。放送番組には複数の権利者が存在するが、それぞれの権利者がEPNとコピー制限ありのどちらを希望するかについて、

調整が難航し作品そのものが成立し得ない等、番組調達に支障をきたす懸念もあるのではないか。

- EPNの放送番組とコピー制限をかける放送番組の併用については、民間放送事業者として、番組ジャンルに応じた適用等の可能性について検討を行っているが、設備変更等で放送局全局に設備コストがかかってくることや、権利者との調整の難しさ等から困難ではないか。また、視聴者がダビングを繰り返したいと考える番組は、EPNが最もなじみにくい(保護の必要性が高い)分野の番組と考えられ、結果的に視聴者が満足できる状態にはならない可能性も高い。EPNとコピー制限ありとの併用は、視聴者にとってもわかりづらく、混乱が起きるのではないか。
- NHKはEPNの一部導入についても検討はしているが、例えば、教育番組であっても、さまざまなタレントや音楽家、作家が関わっており、了解を得られるか否かも含め検討する必要がある。このため、どの番組が可能といったことを明示的に示すことは困難であるし、全てができるということにはならないと考えられる。
- EPN方式で放送することは、放送設備の改修や番組調達等、放送事業者に相当程度のコスト負担が必要となるが、NHKとしては、教育番組の一部などの社会的、公共的なニーズを有する番組については、出演者や権利者等との契約方法の見直しや協力要請をしていくなど、EPN化を進めることについても積極的に検討していきたい。
- 未来のコンテンツ制作の手本となるような作品をコピーフリーやEPNで放送したり、インターネット経由で配信していくといったことについては、私的利用の範囲等の議論とは別の次元の問題として、放送事業者の公共的・社会的責任として、真剣に検討していくべきではないか。私的利用の分野でコンテンツの保護が的確に担保されるならば、二次利用、三次利用等の安全な流通が確保される。このため、関係者と協力し合いながら、そういったコンテンツの流通の促進に一層力を尽くしたいと考える。

<コピーワンジェネレーション>

- エンドユーザーの意向を無視し、サプライサイドの都合だけでサービスを提供しようとする、必ず市場からの仕返しを受けることになる。権利団体の懸念事項もよく理解できるが、エンドユーザーの意見を第一義に考えると、権利団体の懸念事項も払拭できるようなバランスの取れた方法を考えていくべきではないか。
- コピーフリーが不適當であることや、権利侵害があってはならないことは、共通理解を得られているのではないか。良質なコンテンツを確保するという立場から、コピー制限は必要であり、世代管理も非常に重要であることから、COG(Copy One Generation)という枠内で、改善していくことができないか。
- COG(Copy One Generation)はコピーの世代管理が可能であり、場合によっては、改修を施すことにより枚数制限の可能性もあるのではないか。

＜コピーワンジェネレーション＋何らかの制限＞

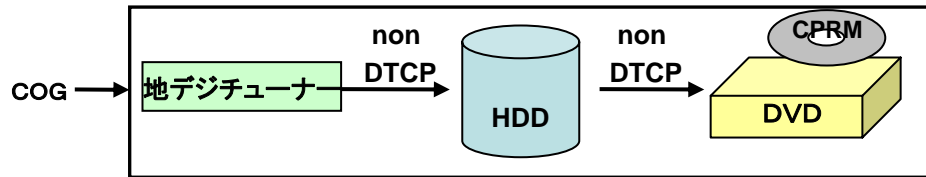
- 伝送路もコンテンツも機器もオールデジタルの環境で、無劣化のコンテンツ流通・複製が可能という時代において採るべきコンテンツ保護方式の在り方を、世界初として日本から世界に示していけるぐらいの考えをもつべきではないか。消費者に対して常にコンテンツが提供され続ける放送サービスと、消費者が求めに応じてコンテンツ購入するビジネスと、2つの形態がバランスよく両輪で成り立つ市場がユーザーにとって望ましいものではないか。
- 急速にデジタル技術が進歩し、著作物の利用機会が増大し、流通も活性化している一方、複製機器等が非常に便利になり、著作権者の利益を害する行為も誘発する結果となっている。アナログ時代には考えられなかった高品位な複製物が簡単に、無制限にできることは、デジタル技術の飛躍的な進歩がもたらした著作権者へのデメリットでもある。地上デジタル放送の録音録画問題について、複製に対するなんらかの制限が導き出されなければ権利者としては非常に困る事態。DTCPにかかわらないローカルルールの部分でどのような制限を加えることができるのか、検討の余地があれば検討を尽くすべきではないか。
- 無料の地上デジタル放送にコピー制限をかけること自体がおかしいと考えるが、このまま何も改善されずに2011年まで時間が過ぎていくことはそれ以上に問題があるといえる。消費者に対して、2011年までの次のステップがどのようになっていくのか、消費者はどのように対応しうるのか、早急に決めて示していくことが必要ではないか。
- 二次利用にマイナスの影響を与えない仕組みの実現について、COG(Copy One Generation)＋枚数制限といった考え方で技術的にできることはないのか、既に購入した消費者の保護も念頭に置きながら検討すべきではないか。
- 「『COG(Copy One Generation)』の考え方の適用＋何らかの制限」という方向性について、前向きに検討すべきものとする。一部の番組をEPNにするという方策をとらなくても、この方式により視聴者のニーズに応えることができるのではないか。
- 技術進歩にあわせてコンテンツ保護の新しいルールを検討することは大変重要だが、新しいルールはメーカーに開発コストの負担がかかり、また、ルール変更は消費者の混乱を招く可能性がある。このため、ルール策定に当たっては、市場の健全な発展という観点から消費者や販売店の理解を求めていくことが重要。
- コピー個数の制限については、何個までとするかについての整理、また、編集をしたり分割したりした場合など、どのように個数を数えるのかについて整理が必要であり、これに伴う関係者の合意、放送運用規定等の改定等が必要。また、受信機については開発が必要であり、開発コストが発生することとなる。
- 「『COG(Copy One Generation)』の考え方の適用＋何らかの制限」という方向性について、受信機開発の観点から技術的な検討の余地はある。ただし、COG(Copy One Generation)のまま記録すること等、DTCPのルールとの抵触について確認は必要ではないか。

- 放送番組は、リアルタイムでの視聴を目的として一過性の利用を前提に提供されている以上、枚数が無制限のEPNは考えられない。また、COG (Copy One Generation)については、音楽CDで類似の方式が採られたが、ほとんど機能しなかったという実態がある。したがって、枚数制限について今後詳細に検討していくべき。
 - 劇場用映画の場合にはコピーネバーを基本的な考え方とすべきではないか。ただし、現行のコピーワンスにせよ、EPNにせよ、COG (Copy One Generation)にせよ、非常に極端な選択であり、それぞれの立場として完全な合意は難しいという状況から、回数制限という折衷案しかないのではないかと考えられる。
 - 当初の議論では、コピーワンスの見直しについては、DTCPとの関係でEPNしか選択肢がないと考えられていたが、チューナーと一体型の録画機器の記録方式についてはDTCPルールの規定外ということが明らかになり、DTCPでいうCOG (Copy One Generation)の運用に何らかの枚数制限を加えようという方向性にまとまりつつあると理解している。
 - 実演家は、私的な利用を阻害するつもりはないが、一方で、マルチユースにより利益を上げる立場であるため、本来ならばコピーネバーとすべきという考えもある。しかしながら、消費者の複製する権利を担保するという考え方に立ち、コピーワンスの一定の緩和の方向について合意することで実演家としての義務を果たせるものと考えている。
 - 非常に難しい論議ではあるが、「COG (Copy One Generation) + 何らかの制限」で合意することが妥当ではないか。関係者が互いにソフトランディングする案を受け入れていくべきではないか。
-
- コピー制限は、権利者の利益を守るために設けられた新しい技術。その開発や製品化に費やされたコストは、結果的には消費者が負担することとなる。加えて、これまで使ったことのない、慣れない機能を押しつけられることとなる。コピー回数の制限を検討するにあたっては、消費者がそういう立場に置かれていることや、私的な複製が許容されていることに配慮し、操作を間違えたり、試してみること等も含めて、消費者が制限を感じることなく楽しむことができるために十分な回数が設定されるべき。
 - 消費者は、無制限にコピーできることが必要なのではなく、制限をかけられていると感じない程度の回数であって、使いやすく、機器に差がないものであればよい。ルールを見直すならば、既に購入した人も、これから購入する人も、同じ条件となるわかりやすいルールが望ましい。
 - 回数制限の方向はやむを得ない。ただし、失敗の可能性なども含めて、可能な限り善意の利用者が意識しなくて済む回数の実現すべき。
 - コピーワンスの見直しが大きな目的である以上、厳しい個数制限が設けられた場合には、消費者はコピーワンスの課題の解決とは考えられない。
 - 制限回数については、あまり制約的に考えるべきではないのではないかと。放送という伝送路が、かつてと異なり、大容量コンテンツの唯一の配信経路ではなくなっている現状を考えると、伝送路の競争力という観点からも、現行コピーワンスの利便性では将来性に乏しいのではないかと。放送が競争力を失うことは、番組制作者、出演者、メーカーをはじめ日本の国際競争力の観点でも好ましくないため、放送は、高度な機能を備えた伝送路へと変化していくべきではないかと。
 - 制限回数については、ハードディスク上に収録された1回目のコピーに加えて、3回程度までのコピーが適当と考えている。ただし、今後様々なポータブルデバイスが出てくること等も考え、3回コピーした後のハードディスク上のコピーは、ムーブ可能なものとして残しておくという形を提案したい。なお、ムーブについては、失敗せずにファイルが転送されることを担保できる仕組みが必要と考える。

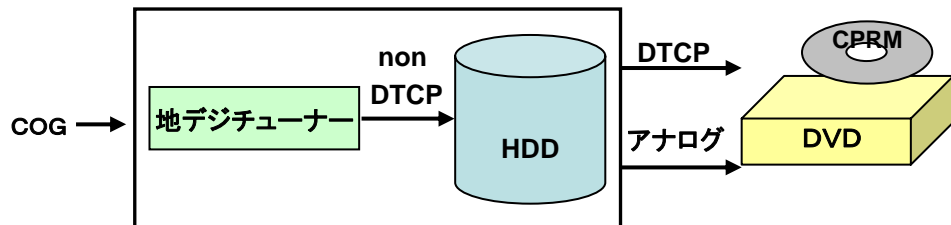
- 映画のビジネスモデルは、著作権者みずからが完全に著作物のコピーコントロールをしながら投下資本を回収していくビジネスであり、すべてにおいて複製を根幹にしている。このため、映画の著作物に関しては原則的に複製は禁止されているが、唯一複製を容認しているのがテレビ放送の「タイムシフティング」視聴(時間をずらした視聴)であり、私的録画補償金を条件として容認されていると考えられる。地上デジタル放送においても、この考え方は基本的には変わらないが、関係者の長きにわたる協議の結果としてコピーワンスを緩和するということであれば、ハードディスクドライブに1つのコピーを蓄積した上で、外にある他のメディアに1回の複製を許容するということでは譲歩できるのではないか。
- 『『COG(Copy One Generation)』の考え方の適用+何らかの制限』という方式について技術面の検討を行う技術検討WGは、あくまで技術的な実現可能性について検討を進めるものであり、回数を議論する場ではないと考える。
- 制限回数については、権利者側でも複数の意向が示されているため、最終的には主査が決めるべきではないか。

3 検討の前提となる事実関係等 – i) いわゆる「コピーワンス」に係る機器の動作 等

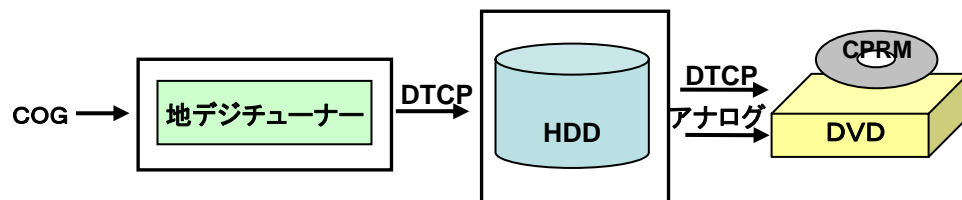
①地上デジタルチューナー・HDD・DVD一体型



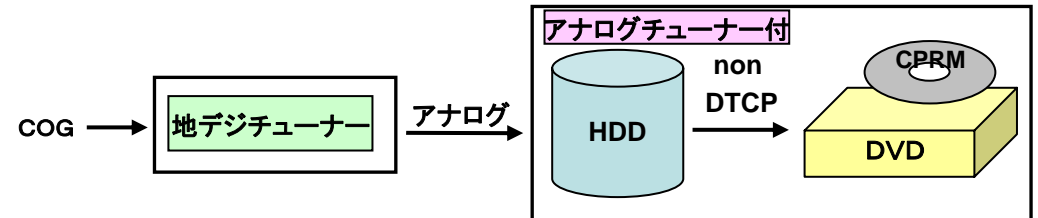
②地上デジタルチューナー・HDD一体型 + DVD



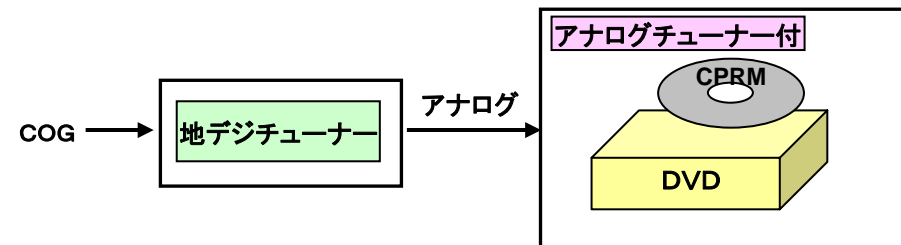
③地上デジタルチューナー + HDD + DVD



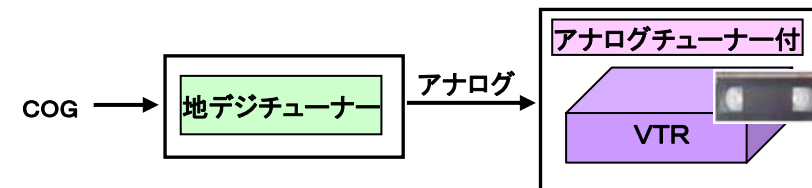
④地上デジタルチューナー + アナログチューナー・HDD・DVD一体型



⑤地上デジタルチューナー + アナログチューナー・DVD一体型

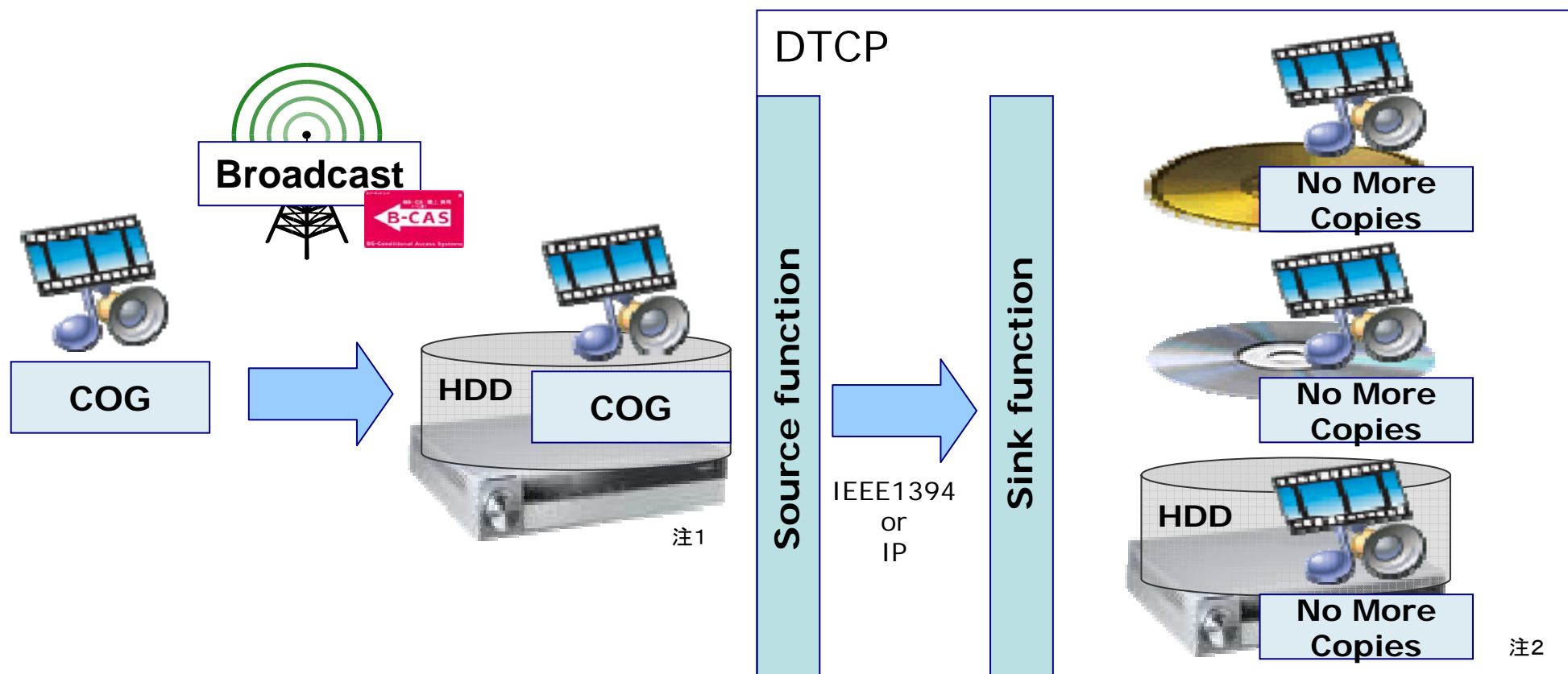


⑥地上デジタルチューナー + VTR



3 検討の前提となる事実関係等 – ii) デジタル放送に係る著作権保護技術の現状等(1)

- Copy One Generation (COG)は枚数ではなく世代を管理する。コピーされたコンテンツはNo more copiesのステータスに変わるため、孫コピーを禁止する。



注1: 現行のARIB運用規定とは異なる想定である。

注2: DTCPライセンス条件のもと、1つのライセンス機器につき、異なるフォーマット、あるいは、異なるメディアにコピーするならば、最大3枚のコピーが可能となる。

Technical Policy & Standards – Corporate Technology Group

© 2006, Intel Corporation. 無断での引用、転載を禁じます。

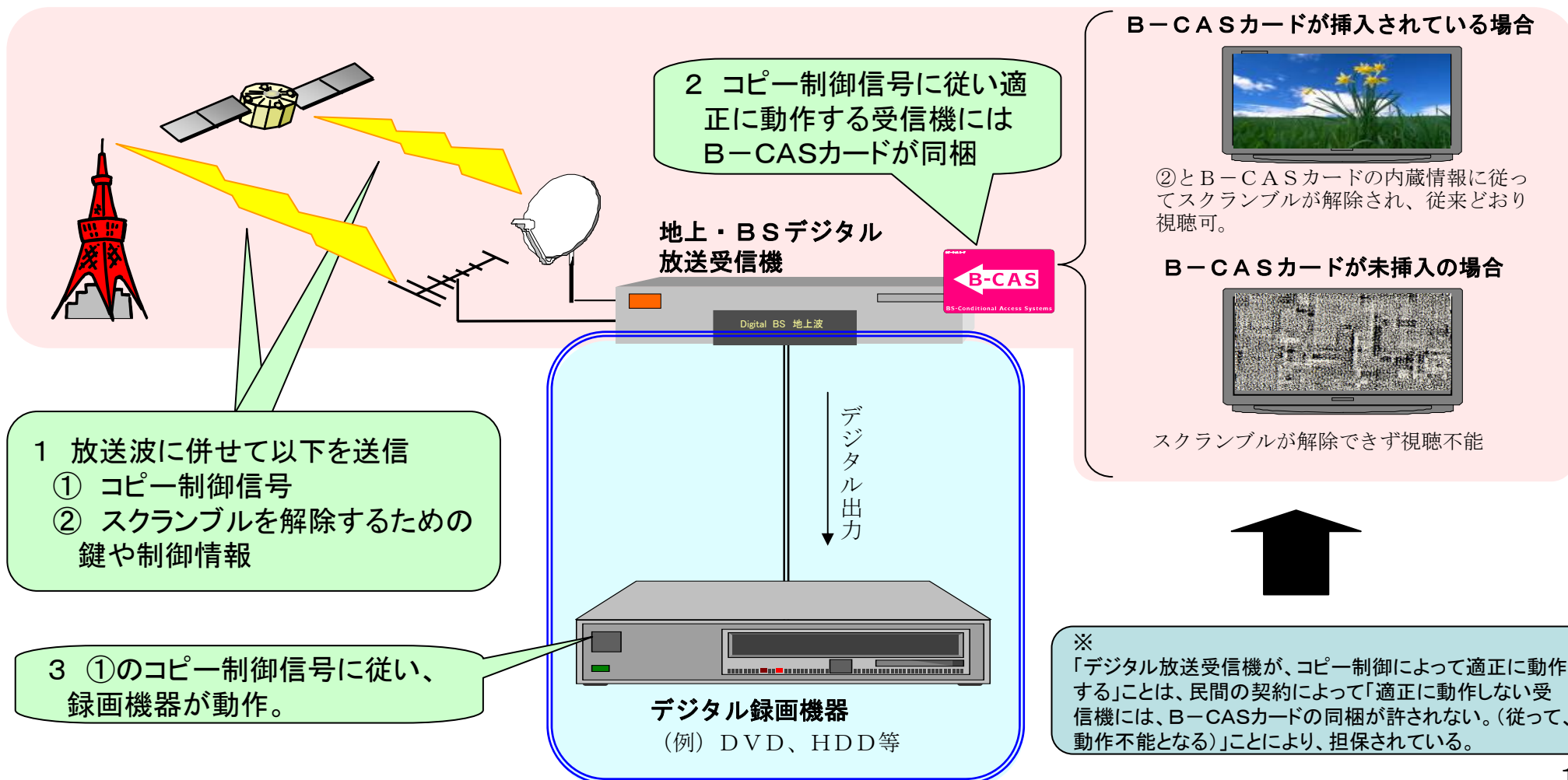


3 検討の前提となる事実関係等－ ii) デジタル放送に係る著作権保護技術の現状等(2)

○地上デジタル放送では、「B-CAS」(ビーキャス)と呼ばれる方式によって、コンテンツの著作権を保護。これは、企業間の契約によって実現している。

(B-CASの概要)

1. 放送局側は、暗号化された放送波に併せ、コピー制御信号を送信。
2. 企業間の契約(※)により、暗号化を解除する「B-CASカード」は、コピー制御信号に従い適正に動作する受信機に同梱される。
3. 暗号化やコピー制御等の方式については、放送事業者やメーカー等民間企業によって規格化されている。規格は公開。



B-CASカードが挿入されている場合



②とB-CASカードの内蔵情報に従ってスクランブルが解除され、従来どおり視聴可。

B-CASカードが未挿入の場合



スクランブルが解除できず視聴不能

※ 「デジタル放送受信機が、コピー制御によって適正に動作することは、民間の契約によって「適正に動作しない受信機には、B-CASカードの同梱が許されない。(従って、動作不能となる)」ことにより、担保されている。

3 検討の前提となる事実関係等－iii)いわゆる「コピーワンス」に関連する制度の現状 等

私的使用のための複製

○ 著作権法(昭和45年法律第48号)

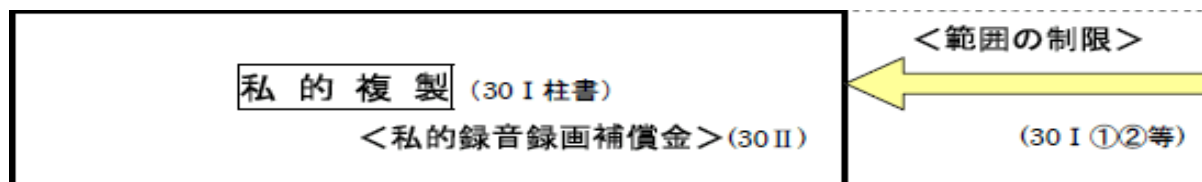
(私的使用のための複製)

第三十条 著作権の目的となつてゐる著作物(以下この款において単に「著作物」という。)は、個人的に又は 家庭内その他これに準ずる限られた範囲内において使用すること(以下「私的使用」という。)を目的とするときは、次に掲げる場合を除き、その使用する者が複製することができる。

- 一 公衆の使用に供することを目的として設置されている自動複製機器(複製の機能を有し、これに関する装置の全部又は主要な部分が自動化されている機器をいう。)を用いて複製する場合
- 二 技術的保護手段の回避(技術的保護手段に用いられている信号の除去又は改変(記録又は送信の方式の変換に伴う技術的な制約による除去又は改変を除く。)を行うことにより、当該技術的保護手段によつて防止される行為を可能とし、又は当該技術的保護手段によつて抑止される行為の結果に障害を生じないようにすることをする。第百二十条の二第一号及び第二号において同じ。)により可能となり、又はその結果に障害が生じないようになつた複製を、その事実を知らずに行う場合

2 私的使用を目的として、デジタル方式の録音又は録画の機能を有する機器(放送の業務のための特別の性能その他の私的使用に通常供されない特別の性能を有するもの及び録音機能付きの電話機その他の本来の機能に附属する機能として録音又は録画の機能を有するものを除く。)であつて政令で定めるものにより、当該機器によるデジタル方式の録音又は録画の用に供される記録媒体であつて政令で定めるものに録音又は録画を行う者は、相当な額の補償金を著作権者に支払わなければならない。

3 検討の前提となる事実関係等－iii)いわゆる「コピーワンス」に関連する制度の現状 等



個人的に又は家庭内その他これに準ずる限られた範囲内において使用することを目的とする複製(以下「私的複製」という。)については、實際上家庭内の行為について規制することは困難である一方、零細な複製であり、著作権者等の経済的利益を不当に害することがないと考えられたため、著作物を複製することができる(第30条第1項及び第102条第1項)。

著作権法は他方において、昭和45年の現行法の制定以降、技術革新を踏まえ、私的複製の範囲として権利制限を認めておくことが不適切と考えられるものについては、上記の趣旨も踏まえながら、私的複製の範囲を制限し(第30条第1項第1号及び第2号)、あるいは、私的複製の範囲内において行われる私的録音録画については、一定の条件の下で補償金を課すことにより(第30条第2項)、権利の保護と公正な利用とのバランスを図ってきたところである。なお、その際の考慮要素としては、上記の趣旨とあわせて、個人的かつ家庭内の複製について個別に権利を行使しようとする場合の費用(トランザクションコスト)の存在も含めて考えられるものといえる。

抜粋:第20回文化審議会著作権分科会 資料4-1「法制問題小委員会(私的複製・共有関係及び各ワーキングチームにおける検討結果)報告書(案)」

3 検討の前提となる事実関係等－iii)いわゆる「コピーワンス」に関連する制度の現状 等

アメリカ著作権法 フェア・ユース

○ アメリカ著作権法

第107条 排他的権利の制限：フェア・ユース

第106条および第106A条の規定にかかわらず、批評、解説、ニュース報道、教授(教室における使用のために複数のコピーを作成する行為を含む)、研究または調査等を目的とする著作権のある著作物のフェア・ユース(コピーまたはレコードへの複製その他第106条に定める手段による使用を含む)は、著作権の侵害とならない。著作物の使用がフェア・ユースとなるか否かを判断する場合に考慮すべき要素は、以下のものを含む。

- (1) 使用の目的および性質(使用が商業性を有するかまたは非営利的教育目的かを含む)。
- (2) 著作権のある著作物の性質。
- (3) 著作権のある著作物全体との関連における使用された部分の量および実質性。
- (4) 著作権のある著作物の潜在的市場または価値に対する使用の影響。

上記の全ての要素を考慮してフェア・ユースが認定された場合、著作物が未発行であるという事実自体は、かかる認定を妨げない。

【フェア・ユースについて】

- 他者の著作物を許可なしに使用する場合であっても、使用の目的、著作物の性質、使用する量や程度、潜在的な市場・価値への影響といった要素(ファクター)を勘案して、公正な使用であると判断される場合には、著作権侵害とはならない。
- フェア・ユースは判例上確立されてきた法理であり、第107条において4つのファクターが示され、判断の基準が一応示されているものの、具体的な取扱い方については最終的にはケース・バイ・ケースである。
- 4つのファクターは排他的なものではなく、裁判所が必要に応じて新たなファクターを考慮することもありうる。また、これら4つのファクターはそれぞれのファクターごとに個別に検討され、全体を総合的にみて著作権の目的に照らしてフェア・ユースの判断が行われる。

参考:「アメリカ著作権法入門」 白鳥綱重 信山社 2004年

3 検討の前提となる事実関係等－iii)いわゆる「コピーワンス」に関連する制度の現状 等

フェア・ユース関連判例＊ベータマックス訴訟「タイム・シフティング」

家庭用のビデオテープレコーダを用いて、一般消費者がTV番組を録画する行為が著作権侵害であるとして争われた判例（製造・販売している点でソニーの責任も争われた）。最高裁は、消費者による家庭での「時間移動」(time-shifting)を目的としたビデオ録画行為はフェア・ユースに該当するとした。

(Sony Corp. of America v. Universal City Studios, Inc., 464 U.S. 417, 104 S.Ct. 774(1984))

【ベータマックス訴訟における、フェア・ユースの4つのファクターについての最高裁の判断】

- ① 家庭での私的使用のための時間移動は、非商業的・非営利的な活動として性格付けるべき
- ② そこで問題となっているのはテレビ番組であり、それはもともと無料で放送されているという性格のもの
- ③ 「時間移動」は、そのような番組について時間をずらして見ることができるようにするものにすぎないから、番組全体が録画により複製されるということは、本件ではフェア・ユースの認定に不利に作用するという通常の効果は有しない
- ④ 商業目的の利用の場合は将来の害悪の恐れは推定されるが、非商業目的の場合は、著作権侵害を主張する側がその恐れを立証しなければならず、本件では「時間移動」による将来の害悪の恐れについての立証はなされなかった

以上から、「時間移動」はフェア・ユースであると結論付けられている。

3 検討の前提となる事実関係等－iv) 諸外国における、デジタル放送に係る著作権保護の現状

	地上デジタル放送の動向	備 考
米国	1998年11月 放送開始 2009年2月 アナログ停波	<ul style="list-style-type: none"> ・ブロードキャストフラグについてFCCが2003年に定めたが、法廷にて無効と判断され、現状はコピー制御は行われていない。 ・ブロードキャストフラグの法制化を含む法案が上下両院で審議されているが、成立の見通しは立っていないといわれる。 ・下院で行われた公聴会にて、映画製作者(MPAA)、放送事業者(NAB)、機器メーカー(CEA)、消費者団体(Public Knowledge)が意見陳述を行った。
フランス	2005年3月 放送開始 2012年1月 アナログ停波	<ul style="list-style-type: none"> ・著作権法の改正が行われ(2006年8月3日成立)、「技術的手段(注:コピーコントロール、アクセスコントロール等)は私的複製の例外の享受を妨げるものであってはならない」(著作権法第331-8条)との規程が追加された。また、その監視については「技術的手段規制局」(独立の行政機関)の任務とされた。
ドイツ	2002年11月 放送開始 2010年 アナログ停波	<ul style="list-style-type: none"> ・無料地上放送の場合、受信についても蓄積後のコピーについても制限は行われていない。 ・有料の地上デジタル放送についてもコピー制御は行われていない。ただし、有料の衛星放送についてはPremire等で専用の受信機とカードが必要となる。
イギリス	1998年9月 放送開始 2012年 アナログ停波	<ul style="list-style-type: none"> ・無料地上放送の場合、受信についても蓄積後のコピーについても制限は行われていない。 ・有料の地上デジタル放送については、経営難で破綻した。衛星放送に関しては、BSkyB等で専用の受信機とカードが必要となる。
韓国	2001年10月 放送開始 2005年12月 地上波DMB(*)放送開始 2010年 アナログ停波	<ul style="list-style-type: none"> ・地上波デジタル放送においてはコピー制御は行われておらず、特段議論にはなっていない。 ・地上波DMB*におけるコピー制御については若干の議論があるが、DMBの普及率はまだ低く、関係者全てによる大きな議論には到っていない。(放送事業者が機器メーカーに録画機能制限の要請書を送っているという状況。)

(*) DMB: デジタル・マルチメディア放送。携帯電話等の携帯端末向けの放送サービスで、衛星DMB(2005年1月放送開始、有料放送)と地上波DMB(無料放送)とがある。地上波DMBではコピー制御は行われていない。

3-iv) 参考 諸外国の現状に関するコメント例

- 地上放送に著作権保護(コピー制限)がかけられている例は、日本の地上デジタル放送だけなのではないか。日本の地上アナログ放送を含めて、世界の地上放送はコピー制限なしで運用されており、視聴者が私的録画を楽しむ環境にあることを考慮すべきではないか。
- 地上放送は、どの国においても基幹放送であり、重要な情報インフラ。諸外国においては、一部、米国にブロードキャスト・フラグの法制化に向けた動きがある程度であり、地上放送にコピー制限はかけられていない。地上デジタル放送にスクランブルをかけ、かつ、いわゆる「コピーワンス」というコピー制限をかけていることは、世界水準から見ると行き過ぎなのではないか。
- 日本のコピー制限の考え方は、世界の常識に反しているわけではない。きちんとしたコンテンツ大国を目指すために、日本独自のコンテンツ保護方式があつてしかるべきではないか。

- 米国ではデジタルミレニアム著作権法(DMCA)において、公共放送・無料放送にコピー制御をかけてはいけないと定められている。また、フェア・ユースが認められていることや、著作隣接権が存在しないこと等、日米の著作権法制度には大きな相違がある。米国における議論は、こうした制度が前提となっているため、そもそもコピー制御信号を付して放送するという議論をする土壌にないのではないか。
- 米国においても、2001年頃にハリウッドや放送事業者等からスクランブルを伴った保護手段が必要という意見が出されたが、既に1998年からデジタル放送が開始されており、販売済みの受信機で視聴できなくなる等の問題があつたため、やむを得ず技術的保護手段をとり得なかつたという経緯を認識しておくことが必要ではないか。MPAA(米国映画協会)や放送事業者は、米国での導入が検討されているブロードキャスト・フラグ(EPN と同等)に納得しているわけではない。
- 米国の地上放送はコピーフリーであるが、法制度、社会的な環境、著作物に対する考え方、あるいは教育まで含めた、社会全体の対応によりこの仕組みが成立しているのではないか。日本は、著作権への理解の浸透が必ずしも十分ではない状況にあり、コピー制限等の一定の技術的な制約が必要ではないか。したがって、技術的保護だけでなく、視聴者への理解、啓発活動、法制度の対応、取り締まり強化といったことも併せて総合的に進めていく必要があるのではないか。

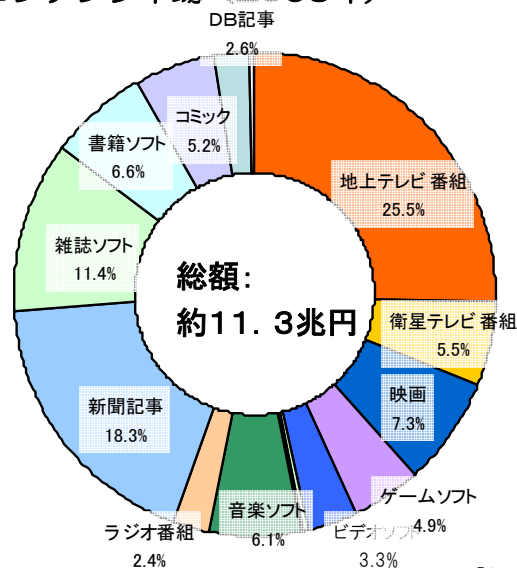
- 米国では、ケーブルテレビや衛星放送などの有料放送を含めることで全土をカバーしているため、地上放送の立場はそれほど強くない。日本で視聴できるような米国の人気ドラマは、地上波ネットワークで放送されることもあるが、HBOのような有料チャンネルで放送されることが多い。米国の視聴傾向は、地上放送中心の日本とは大きく異なっているのではないか。
- 米国は、多チャンネル有料放送メディアが発達しているなかでの地上放送であり、コンテンツの製作費も、地上放送だけでなく、インターネットやDVD、海外販売も含めた様々なところで回収する構造が成立している。一方、日本は、無料広告放送である地上放送が中心であり、視聴者ニーズも、コンテンツ制作も、地上放送に集中している状況にあり、米国でも視聴率の高い番組が地上放送で出ているから、日本も米国同様のEPNにすればいいということではないのではないか。
- 米国においても、地上放送をファーストウィンドウとして放映される人気ドラマ等が存在することから、米国の地上放送は保護する必要性の希薄なコンテンツが多いという論理は成立しないのではないか。

Ⅱ コンテンツ取引市場の形成と取引の活性化に向けた 具体策の在り方

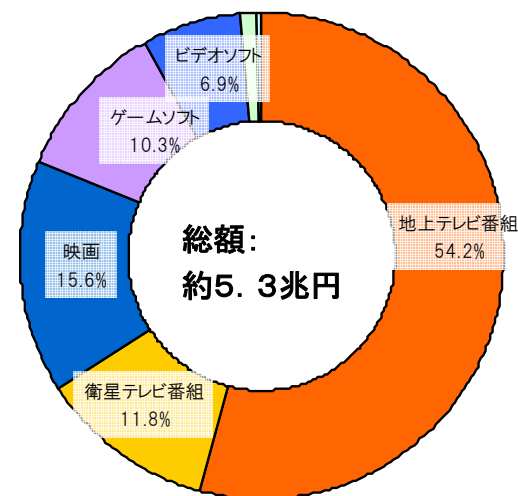
1 基本的な考え方

- ① 日本の映像コンテンツ市場において、放送コンテンツは重要な位置づけ(半分以上のシェア)。
「地上放送は我が国のコンテンツ制作の中核を担っており、コンテンツ産業に占める役割は極めて重要」
(平成18年8月1日 情通審3次答申(地上デジタル放送の利活用の在り方と普及に向けて行政の果たすべき役割))
- ② コンテンツ市場の拡大には、放送コンテンツのマルチユース拡大が不可欠。
「今後10年間でコンテンツ市場を約5兆円拡大させることを目指す」
(平成18年7月7日 閣議決定(経済財政運営と構造改革に関する基本方針2006))

コンテンツ市場 (2005年)



映像系コンテンツ市場 (2005年)



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

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

2 取引市場の形成、活性化に向けた具体策－ i) 選択肢と答申の方向性

○ 表記に関し、以下のような選択肢について議論。それぞれに関する考え方については、概ね下記に示すような方向で集約できるのではないかと考えられる。

- ① 権利者から許諾を得る手続きの簡素化に関するもの。
- ② 権利に関する情報の集約、公開等に関するもの。
- ③ 製作に係る外部資金調達手段の多様化に関するもの。
- ④ 取引に係るプロセスの透明化に係るもの。

〈① 許諾手続きの簡素化〉

- コンテンツ取引市場の形成、活性化に係る具体策を講ずる際には、コンテンツの創造に関与した様々な権利者の理解と、合意形成に留意することが重要。
- いわゆる「許諾権」の制約によって取引に伴う手続きの簡素化に伴うアプローチをとる場合には、コンテンツに係る権利者その他の当事者の十分なコンセンサスが不可欠ではないか。
- 例えば「IPマルチキャストの自主放送」について、実演家、番組製作者を含めた、放送コンテンツ関係者全てにビジネスチャンスが拡大するモデルを構築するトライアルに取り組みつつ、こうしたビジネスの実態に相応しいルール形成を議論することが適当ではないか。

〈② 情報の集約、公開〉

- コンテンツの取引を希望する者が、何時でも必要な情報が得られ、当該コンテンツに係る価格を提案し、購入することができる仕組みを構築することは、コンテンツ取引市場の形成、活性化に有効な方策の一つと考えられるのではないか。

〈③④ 放送コンテンツと、その製作主体の多様化〉

- 昨今、コンテンツの製作に対する様々な資金調達手段の開発が進み、より多くの者が、コンテンツ製作への投資や、製作事業を実施し得る環境が整いつつある。
- また、放送コンテンツの製作の際、外部の優れた人材やノウハウを導入し、コンテンツの多様化・高品化を図る観点から、放送事業者が「番組製作者の公募」を実施している状況。
- 新たな資金調達手段や、放送事業者による公募のプロセスを活用した新たな製作手法に関するトライアルを実施することは、コンテンツの取引の活性化に有効な手法の一つではないか。

2 取引市場の形成、活性化に向けた具体策－iii) 検討の経緯

○ 前掲の4つの選択肢については、消費者、権利者、放送事業者、メーカー各々の立場から意見を明らかにした上で議論。その概要は以下のとおり。

① 許諾を得る手続きの簡素化

(1) コンテンツ全体に関わるもの

【参考】

○ わが国では、貴重なデジタル・コンテンツの多くが利用されずに死蔵されている(例:過去のTV番組の再放送等が著しく制限)。インターネット上でデジタル・コンテンツを流通させるには、著作権、商標権、意匠権などの全ての権利者から事前に個別に許諾を得る必要があり、手続きコストがビジネス上見合わないためである。

デジタル・コンテンツ市場を飛躍的に拡大させるため、世界最先端のデジタル・コンテンツ流通促進法制(全ての権利者からの事前の許諾に代替しうる、より簡便な手続き等)を2年以内に整備すべきである。

(第4回経済財政諮問会議 民間議員説明資料(2007年2月27日)[抜粋])

「ITによる生産性の加速を実現するために」/3. 成長分野創出のために/(2) デジタル・コンテンツ流通促進法制の整備)

○ 米国においてコンテンツを流通させるためには、放送事業者か映画会社に許諾を得るだけで足りる。放送事業者、映画会社を越えて、その先の実演家、芸能事務所等に直接出向き、放送事業者に対し許諾を与え、マルチユースを行おうとする事業者に対しコンテンツを販売してほしいと交渉するというのではない。コンテンツの最初の一次流通の時点で、タレント事務所や二次使用料等に関しては契約済みであり、諸権利が一カ所に集約されているため、その交渉さえスムーズにいけば特に問題となることはない。

○ コンテンツ配信のビジネスにあたり、日本の場合、著作権を複数者が持っていたり、プロダクションとの交渉に苦労する等、情緒的な面も含め、参入障壁のようなものを感じる。一方、米国では、資金回収の方法や、二次利用の収益を見据えた初期投資の検討など、収益構造やビジネスモデルの議論が中心であり、日本よりやりやすい印象がある。

○ デジタルコンテンツに限らず、知的財産権の絡む商取引では、許諾権を挟んで交渉するのが基本。デジタルコンテンツのみ実演家の許諾権を制限し、報酬請求権化するという流れは、特定の産業を利する形で行政が行う商取引への不当介入にほかならず、断じて許せない。権利制限などのように特定の産業を利するという議論ではなく、健全な商慣習が定着するためのメタデータの整備などの環境整備にこそ汗をかくべきではないか。

○ 許諾権の維持が必要な最大の理由として、二次利用の対価があまりにも安く、個々の権利者に支払われる金額が非常に低いという問題がある。二次利用の促進を検討する上で、二次利用の対価の適正化という視点も必要ではないか。クリエイターが適正な対価を得られる環境を実現することによって良質な番組が作られていく。

- 許諾権は利用の対価に関する裁量権と解すべきであり、実演家が許諾権を有すると番組が流れないという主張は、単に許諾を得る商談を省略するための口実に過ぎない。番組がマルチユースを前提として制作される環境が整えば、実演家だけでなく制作に関わる全ての関係者のモチベーションが向上して利用が飛躍的に拡大すると考えられる。多くの才能が相互にリスペクトしあえてはじめて優れたコンテンツが生まれるものとする。
- 社会全体でのエンターテインメント産業界の役割は人と人、人と企業の潤滑油。コンテンツのマルチユースという構造が生まれることは、資金調達や番組製作方式の選択肢の多様化による多くの製作者の参加や、コンテンツの使用に応じて対価の分配が可能となることによる多くの実演家の参加を招き、モチベーションの向上と、それに伴う作品の多様化・高品質化につながるのではないかと。また、ユーザにとっても様々な場所、時間、メディアにて、作品を楽しむ環境の実現にもつながるのではないかと。
- コンテンツの製作過程の透明性を確保し、資産評価を進めることで大規模な金融商品を創り上げることが可能であり、産業界全体としても、そうした新しい分野の育成支援を進めていくべきではないかと。

(2) IPマルチキャストに関わるもの

- IPマルチキャストという新しい技術を用いて、コンテンツ流通を促進しコンテンツ大国を目指していきたい。著作権法改正により地上デジタル放送の同時再送信については有線放送と同様に扱われることになったが、CATVもIPマルチキャスト放送も、ユーザから見れば違いはないことから、自主放送部分についても、有線放送と同様の取扱いをしていただきたい。
- IPマルチキャスト放送とケーブルテレビが同じものとは考えておらず、同様に扱うことには賛成しかねる。ケーブルテレビは、地域の生活関連情報、地方議会中継等、番組の自主制作を行っており、また、地方公共団体の番組も提供するなど公共性が高い。さらに、難視聴対策としての位置づけから、非加入者に対する放送も非営利で行っている。IPマルチキャスト放送事業者も、2011年のデジタル化完全移行に向け、条件不利地域などでの補完措置として十分に活躍し、貢献していく責務があると考えている。
- IPマルチキャスト放送のような未だ市場の実態を伴っていない配信形態について、同時再送信部分に限ったとはいえ、一方的に許諾権を制限されたことは非常に遺憾。自主放送部分について同様の扱いをすることは実演家としては断固反対。自らコストを負担し、実演家を起用し、責任を持ってコンテンツを世に送り出してこそ放送といえると考えますが、IPマルチキャスト放送事業者にはまだそうした実態はなく、むしろ伝送路に過ぎないのが現状。今後、著作隣接権者として保護を受けるべきコンテンツを自ら生みだしたうえで、はじめて自主放送に関する議論を行うべき。
- 許諾権は利用の対価に関する裁量権と解すべきであり、実演家が許諾権を有すると番組が流れないという主張は、単に許諾を得る商談を省略するための口実に過ぎない。番組がマルチユースを前提として制作される環境が整えば、実演家だけでなく制作に関わる全ての関係者のモチベーションが向上して利用が飛躍的に拡大すると考えられる。多くの才能が相互にリスペクトしあえてはじめて優れたコンテンツが生まれるものと考えられる。
- IPマルチキャスト放送事業者が番組を調達することにより権利者・制作者へのメリットも増加し、市場活性化により新たな番組制作主体の参入も期待される。またIPマルチキャスト放送事業者4者による役務利用放送協議会においても、自主放送の充実に向けて検討を進めたい。
- IPマルチキャスト放送事業者には潤沢な資金があるわけではないため、マルチユースを前提とし、例えば、自ら資金とリスクを持ち、番組配信を行うおうとする者に、自主放送の番組枠を開放するなど、それぞれがWin-Winの関係をもちうる仕組みを活用しながら進めていきたい。
- コンテンツ取引市場の形成に向けたトライアルを進めることは、IPマルチキャスト放送やモバイル放送のような新たなメディア、そこでコンテンツを調達する通信業界が非常に大きなメリットを受けることとなる。通信業界がコンテンツの制作に対してどれだけ投資をするかが改めて問われているのではないか。方向性も見えてきて、コンテンツ業界の関係者も前向きとなっている現在、新たなメディアを作っていくことにどれだけ踏み込んでいくのか、これはラストチャンスなのではないか。
- 従来のマスメディアと異なり、通信により送り手から受け手が特定できるという特性を使えば、単に情報を受け取るというだけではなく、そのメディアに接することで何らかの商品イメージ、企業価値のようなものが感じられるような、消費者の行動に影響を与えることのできるコンテンツとして成長しうる可能性があり、今までにない形で消費者に到達できる一つのチャンネルではないか。広告会社としては、十分に今後の大きなメディアミックスの一部、あるいは特化したマーケティング戦略の手法として、IPTVが活用できるのではないかと考える。

〈② 情報の集約、公開〉

- コンテンツ取引市場形成に関する検討会において、「権利に関する情報集約機関の設置」が必要との議論があった。海外からも、交渉窓口が分散している、使えるコンテンツが分かりづらい、との指摘があることから、コンテンツ流通のためには、権利に関わる情報の集約、公開に関する仕掛けとして、コンテンツデータベースの構築が必要と考える。
- 権利者がコンテンツデータベースに権利を登録し、第三者が権利集約、権利処理の手続、最適な販路の確保、二次利用のための資金調達を行い、全体として最大限の収益を上げられる形で流通する仕組みが実現すれば、関係者には新たな収益機会として還元されるメリットとなるのではないかと。またデータベースの構築により、常にモニタリング可能な「コンテンツ価値評価指標」を得ることで、外部投資家から資金流入を促す仕掛けの構築も可能ではないかと。
- 権利制限などのように特定の産業を利するという議論ではなく、健全な商慣習が定着するためのメタデータの整備などの環境整備にこそ汗をかくべきではないかと。(再掲)

〈③④ 放送コンテンツとその製作主体の多様化〉

- コンテンツの制作資金を調達する手段としては、映画製作などでよく用いられた製作委員会方式、特定目的会社の形であるSPC方式、平成16年の法改正により知的財産も信託対象物となったことに伴う信託方式などの可能性があり、今までの、個人や一会社ですべての資金を調達する以外にも、いろいろな調達方法が多様化してきている。
- コンテンツ取引市場形成に関する検討会において、「資金調達の多様化に資するマーケットの創設」が必要との議論があった。例えば、信託スキームを使い、それぞれの権利者に信託受益権を発行し信託期間中の収益を受けられる仕組みや、受益権の換金・交換ができる市場形成により、資金の流動化が可能ではないか。また、データベースの構築により、常にモニタリング可能な「コンテンツ価値評価指標」を得ることで、外部投資家から資金流入を促す仕掛けの構築も可能ではないか。(一部再掲)
- 視聴者としては二次利用にも活用されうる質の高い番組を期待する。資金調達や制作方式の多様化により、参加主体が増加して競争状態になり、質の高い作品が数多く生み出されてほしい。また、こうした取引市場の形成により、視聴者が見たい番組に対して対価を支払い、それが、当該番組の制作に携わったクリエイター全てにきちんと配分される仕組みが実現してほしい。
- 放送コンテンツの海外展開を加速するという観点から、自ら資金とリスク負担を行う意欲あるコンテンツ事業者が、その判断で積極的に海外展開等を行っていくことについては、消費者としても歓迎。そのための資金調達手段としては、投資組合、匿名組合、知的財産信託等の様々な手段が活用可能であり、また、権利関係についても、権利者への対価を適正に配分する仕組みがあれば解決は可能ではないか。こうした新しいコンテンツ事業者に参入の道が開けるような形を本委員会としてもサポートしていくべきではないか。
- 制作会社としては、こうした取引市場の形成にあたっては、自らリスクを負いつつ、「製作」の幹事会社になる選択肢も視野に入れ、参入していきたいと考える。具体的な資金調達としては、例えば、放送事業者が編成権を持つことを前提としながら、製作・著作権を外部に委譲し、スポンサーの提供料の一部を製作費として製作者が受け取るといった流れも考えられる。資金調達や制作方式の選択肢が多様化することで、今まで以上に制作者、実演家のモチベーションが高まり、質の高い作品が数多く生まれることが期待されるのではないか。
- 資金調達手段の多様化により、新たな制作主体が参入することで、新しい良質のコンテンツ制作の増加を促し、視聴機会の多様化などの視聴者の利便性の向上につなげていくことが望ましい。また、クリエイター、実演家への対価の還元も含め、コンテンツ産業としての活性化を推進していくべきと考える。なお、その際には、放送の文化性、公共性や信頼関係という数値化・金銭化しにくい価値についても配慮すべきと考える。
- 番組の外部調達については、既にホームページ上で公開の上で、番組製作会社に企画を募集するなど、良質の番組を作るための競争促進に取り組んでおり、今後も一層推進していきたい。ただし、あくまで放送についての編成権、編集責任は、放送事業者が持ち責任を負うことについては配慮が必要と考える。
- 各放送事業者とも二次利用促進と非広告収入の増加に向けて取り組んでいるにもかかわらず、放送番組の流通が促進されていないとの指摘があることに鑑みれば、プロセスの透明化を進めていく必要があるのではないか。実証実験等を通じて、流通の阻害は著作権問題ではない、ということを示せるような取組を進めることを求めたい。

3 検討の前提となる事実関係等について－ i)コンテンツのネット配信等二次利用の状況 等

放送コンテンツのネット配信

○日本では、「地上放送」の「ドラマ」が、インターネット配信される例は少ない。米国では、放映の翌日に配信される例もあり。

米国のテレビ番組ネット配信サービス

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

3 検討の前提となる事実関係等について－i)コンテンツのネット配信等二次利用の状況 等

映画興行収入とビデオソフト収入の3年程度の継続データ

(百万円)

	2003年	2004年	2005年	2006年
映画の興行収入	203,259	210,914	198,160	202,943
ビデオソフト	350,633	375,393	370,860	330,802

出典：興行収入：(社)日本映画製作者連盟ホームページ
ビデオソフト売上：(社)日本映像ソフト協会ホームページ

(参考)主な映画会社のネット配信の例

社名 (サービス名)	配信作品数	料金 (視聴できる期間)	主な配信作品	配信方法
松竹 (シネリエ)	16作品 (07年度末までに 約100作品)	367円 (1週間)	アレキサンダー 蒲田行進曲	ストリーミング型など
東映 (ムービーサーカス)	257作品	367円 (1週間)	仁義なき戦い 網走番外地	ストリーミング型など
日活	約100作品	315～420円 (24時間)	銀座の恋の物語 南国土佐を後にして	ストリーミング型など
ソニー・ ピクチャーズ	約500作品	315～420円 (48～72時間)	ダ・ヴィンチ・コード デビル	ダウンロード型など
ウォルト・ ディズニー・ ジャパン	3シリーズ	315円 (1ヶ月)	リロ アンド スティッチ ザ・シリーズ キム・ポッシブル ディズニークラシック短編集	ディズニー・チャンネルonモバイル

3 検討の前提となる事実関係等について－ i)コンテンツのネット配信等二次利用の状況 等

放送番組のネット配信への対応

	フジテレビ on Demand	第2日本テレビ	TBS BooBo BOX	(参考) トレソーラ
提供主体	フジテレビ	日本テレビ	TBS	トレソーラ
開始時期	2005年7月	2005年10月	2005年11月	2002年9月～2004年4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or テレビ(専用受信機)
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)。 	<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。 ・無料の動画配信が中心(一部有料コンテンツあり)。 ・入会無料、会費無料の会員制。ただし、会員でなくとも見られる動画も多数。 	<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"> ・第一次実験(02/09/01～02/11/30)、第二次実験(04/02/01～04/04/30)を実施。 ・番組提供時間は、第一次実験合計240時間、第二次実験合計約160時間 ・月額1000円見放題、タイトルパック、単品番組の形式で提供

3 検討の前提となる事実関係等について－ii)コンテンツの流通に関わる主体の、二次利用に係るインセンティブ等

関係者の取組

- ① コンテンツのマルチユースを促進し、その市場拡大と、コンテンツ産業の育成・発展に取り組むことは、国としての基本方針。
- ② 放送コンテンツ分野においては、放送事業者、番組制作者、権利者、投資家等全ての関係者が、既に、こうした方向で取り組んでいる。

1. 「政 府」

今後10年の間に、コンテンツ市場を更に5兆円拡大することを目標として、必要な施策を展開することが基本的な方針。

2. 「放送事業者」

本放送以降の二次利用市場における放送コンテンツの取引を活性化することにより、放送外収入の増加に取り組むことが、放送事業者の基本的な経営方針となっている。

3. 「権 利 者」

創作活動に対する適正な対価を前提として、二次利用に関する使用許諾を積極的に行っていくことが基本的な姿勢。

4. 「投 資 家」

映画その他のコンテンツ制作への金融支援スキームの整備が進展したことを背景として、放送事業への既存の出資者を含め、一般の機関投資家等において、コンテンツに対する関心が高まっている。

3 検討の前提となる事実関係等について－ ii) コンテンツの流通に関わる主体の、二次利用に係るインセンティブ等

(参考) NHK・民放キー局の中期経営計画(抜粋)

■NHK	
「NHKの新生とデジタル時代の公共性の追求 平成18年～20年度 NHK経営計画」 (2006年1月)	○平成18年度～20年度の事業運営方針と主な事業展開 ・世界に向けた情報発信の強化 他国に先駆けて蓄積してきた豊富なハイビジョン番組や映像を、海外のメディアに積極的に提供・・・ ・NHKアーカイブスの積極的活用 ・・・インターネットなどを利用しての提供も検討します。より便利に使っていただくために、例えば保存 番組リスト や番組映像情報を検索できるサービスなどから、順次検討していきます。
■日本テレビ	
「中期経営計画'08」 (2007年2月)	○ コンテンツ制作力の強化 ① コンテンツマルチユースを目的とした新企画採用基準の設定
■TBS	
「TBS V!－Up Plan 2010 新中期経営計画」 (2006年2月)	○ V!－Upアクションプラン ・マルチ・ユース可能なコンテンツ開発
■フジテレビ	
「[2006年－2011年度中期経営計画]もっとフジテレビ計画」 (2006年11月)	○ 最強のメディア・コンプレックス&デジタル・コンテンツ・ファクトリーのさらなる成長戦略 <事業強化案> ◆イベント事業＝大型収益事業への転換 ・テレビ番組のイベント化に着手、連続ドラマの舞台化等。 ◆DVD・マーチャンダイジング事業＝商品開発力と販売チャネルの強化 ・キャラクターMDビジネスにおける「ネット通販」売上比率の増大。 ・大型ライブラリー・コンテンツのDVD化促進。 ・オリジナルキャラクターの開発強化。等 ◆デジタルコンテンツ関連事業＝トライアルから本格的稼働体制へ ・フジテレビOnDemandを中心とした映像配信事業向けの番組強化等。
■テレビ朝日	
「2007～2011年度新中期経営計画～基本方針について～」 (2007年2月)	○ コンテンツ力の強化 ・地上波に加え、様々なメディアでマルチ展開ができるコンテンツを開発する
■テレビ東京	
「第39期 中間報告書」 (2006年4月1日～2006年9月30日)	○ 第2の成長エンジンへ ライツ事業では、放送事業とのシナジーを図り、コンテンツのマルチユースを推進しております。中心となるアニメ関連事業では、優良なコンテンツを保有し、国内のみならず欧米やアジアで、放送番組やキャラクターグッズの販売などの積極的な展開で実績を上げ、さらに映画事業やイベントでの展開を加えた取り組みが軌道に乗り始めています。