

## 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11回 議事録

1 日時：平成19年2月22日（木）16：40～18：10

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、大淵 哲也、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、高田 真治、田胡 修一、所真理雄、土井美和子、長田 三紀、中村伊知哉、福田 俊男、堀 義貴（以上25名）

（2）オブザーバー

川瀬 真（文化庁）、中村 秀治（株式会社三菱総合研究所）、中村 吉二（社団法人日本音楽事業者協会）、藤田 一夫（アップルコンピュータ株式会社）、元橋 圭哉（日本放送協会）、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

寺崎政策統括官、勝野官房審議官、佐藤情報通信政策課長、藤島地域放送課長、武田衛星放送課長

4 議題

（1）放送番組のインターネット配信に係るルール （2）

- 藤田オブザーバーより、スライドを使用して、アップルのデジタルコンテンツ配信につき説明。
- アップルの説明を聞く限り、日本の消費者は非常に損をしていると感じる。消費者だけではなく、実演者、映画会社、テレビ局、皆が潤うビジネスになっているのは大変羨ましい。現在、我々が検討しているのは映画やテレビの配信だが、これが駄目だという国は他にもあるのか。
- 日本だけでなく、ヨーロッパでも、テレビ、映画関係はまだ始めている。ただし、音楽の契約に取り組む際に、米国以上に難儀な点があったとは聞いておらず、値段を幾らにするか、いつ販売するか、どのようなカスタマーに向けてといったビジネスライクな話を中心であった。著作権に対しどのような保護をするのかといった議論も少しあるが、これはコピーなのか、何枚まで許されるのかということはない。日本は、契約に関

する業界慣行が他国と著しく異なっているような印象を受ける。

- 他国の場合は、日本のような高い参入障壁はなく、いつでも始められる状況なのか。それとも、著作権の問題等々を法規制ルールの見直し等々で克服したのか。
- iTunes Music Storeを開始する際の交渉は、すべて1日で解決した訳ではないが、日本ほどではなかった。iPodを販売した時点から、業界関係者やレーベルから、業界をつぶす気かといった厳しい意見をいただき、ある著作権者団体からは、iPodのコピープロテクションシステムについて説明しろという話もあった。しかし、このような話は、アメリカで経験したことがなく、日本は非常に不透明でやり難いということで、どうしても遅らせざるを得なかった。
- 岸上委員より、資料1に基づき、OCNシアター、ぷらら、オンデマンドでのVODコンテンツにつき説明。
- 中村委員より、資料2に基づき、コンテンツのインターネット配信につき説明。
- 映画の著作権は、著作権法上、映画制作者に帰属している。これによりコンテンツの流通における重要なハードルの一つである権利処理がシンプルになり、映画ビジネスの根幹であるワンソース・マルチユースの利便性が担保されている。また、クラシカルオーサーである脚本家や音楽、作品によっては原作者も映画のマルチユースには一様に理解があり、映画化に関する最初の契約において、その後の利用にかかわる包括契約を取り結ぶのが慣行となっている。
- 映画音楽については、委嘱楽曲については、起用した音楽家と音楽出版社協会が発行している統一フォームによって契約を行う。また、商業用レコードを使用する場合は、原盤権を保有している方と交渉し原盤使用の許諾契約を結び、その後、委嘱楽曲も含めて、それぞれの使用楽曲の詳細をあらかじめJASRACの統一フォームであるQシートに記載して申告している。
- 映画は、原作者とも事前の契約を基本とするため、映画ビジネスの生命線とも言える二次利用が簡便に行えると考えている。ただし、iTunes Storeも含め、新しいメディアにビジネスとして参入するか否かは、各企業の経営戦略上の判断であることをご理解いただきたい。
- 流通を阻害しているのは実演家ではない、ということを重ねて申し上げる。阻害要因として挙げられている項目は、伝聞に基づくものであったり、アメリカみたいにいかない、といったことを言われる点に、アプローチがうまくいかない原因があるのではないか。
- 皆から見えるような形でのある種の収益構造、ビジネス構造ができ上がってくれば、それぞれの立場から、Winに行きたいという形でのアプローチが出てくるはずである。

それがまだ見えておらず、そのような現状では、どうこうコメントする段階にはない。

- アメリカとは元々のテレビの成り立ちが違う。アメリカはハリウッドありきでテレビができたが、日本は、映画会社との関係も含めて、日本流のやり方でテレビ放送が成り立ってきたという事実がある。その結果として、色々批判はあるものの、今のテレビ番組は視聴者に受け入れられて、それなりに重要なポジションを占めている。その意味では、これまでの仕組みは決して間違っていなかったと思っている。
- リクープ構造の変化については、現実には放送局としても認識している。多チャンネル放送が始まった頃から、マルチユースの重要性について、各放送事業者の中でかなり認識され、相当、色々な所で実践してきている。実践をしながら、そのマーケットの開発に向けて、相当の先行投資を行いつつやっていることもご理解いただきたい。
- 企画・制作段階からの二次利用を想定したやり方については、現実には、地上波の一次放送、インターネットでの配信、DVD等パッケージメディアをトータルでクライアントにセールスするといったことも既に一部では実践している。数はまだまだでないが、権利者の皆さんと合意形成ができた部分については、徐々にやっており、やっていかなければいけないと思っている。
- 前回の会議でも、権利者としては魅力的な提案があればやるという話があったが、誰がよいとか悪いではなく、せっかく作ったコンテンツを展開して収益を得たいという意味では放送局も強い欲求を持っている。そのようなことを積み重ねていくことで、今求められている国際競争力や、コンテンツの流通促進につながるのではないかと。
- iTunesでダウンロードできるテレビ番組は、無料の地上放送のものであり、一番早くて、無料の地上放送にファーストウィンドウで出た次の日あたりに登場している。
- 地上波放送は一次利用でリクープしていると思うが、資料4のイメージは番組単位でのタイムスポット広告で全部回収できているのか、というもの。スポット広告等色々あるが、そのような構図が今後どうなっていくのかが懸念事項。
- 映画の場合は、一般的にマルチユースの計画を立てている。邦画の場合、テレビ放映までは想定している。その後、マルチユースが展開された場合、原著作者との間には追加報酬の規定があり、最初の計画以外のものに展開した場合は、それに則ってお支払いする。全く想定しないメディアが生まれて、それに行こうという場合には、団体間で取り決めをして、その使用料率に則って払うことになる。
- アメリカのiTunesでは、1ドル99セントがテレビ番組の販売価格であり、その中でテレビ局が何%、アップルの取り分は何%となるため、沢山売れば、それだけ放送局側に利益が渡ることになる。最初の契約では、もちろん期間もきめるが配分の%を決定する程度。アップルとしては、テレビ局の強弱で率は変えず、なるべく全てのコ

コンテンツホルダーを平等に扱いたいと思っているため、もう少し高く買ってほしい等で交渉が長引くことはある。

- 日本のテレビ局が放送番組の配信に積極的でない理由が理解できない。あまり損失があるとも思えず、コピーワンスも含めたこれまでの議論を通して、合理や理論等で理解できない何かを感じている。理由があって損失があるから反対等ということではなく、閉鎖的な、色々な意味での変化に対する拒絶感のようなものを感じる。
- いわゆるコンテンツを二次利用するに当たってのセクションとして、コンテンツ事業関連のセクションがある。そこで基本的な提案をいただき、判断をするが、判断に当たっては、制作現場、著作権部門、あるいは編成部門といった所と調整する。窓口はどこでも開いており、どこでお話をいただいても、社内的には処理ができる体制になっている。対外的に分かりにくいということであれば、そうかもしれないが、話をいただければ、専門家が協議できる体制にはなっている。
- ロングテール理論をご存じか。ロングテールという死に筋の商品もネット上では商売が成り立つ。テール=死に筋も大事だが、当然、ヘッド=売れ筋もやはり大事である。交渉の過程でヘッドの部分がなかなか出てこないため、テレビ局や映画会社の方にはぜひお願いしたいと考えている。
- 放送事業者としてはいつでも話し合いをするつもりであり、窓口がはっきりしないから分からないという理屈が理解できない。話し合いをして提供するためには、当然ながらマーケットプライスも大きなファクターであり、消費者の方も言われたように、あくまでもビジネスライクに考えている。
- 日本の放送の発展に絡んだ番組の調達の在り方とアメリカのハリウッド型が異なるということは否めない事実である。過去の放送番組を権利処理してネットに流すのは、なかなか大変なのも事実であるが、各社ともここ数年、あるいは今後ますますマルチウィンドウで、多層的にコンテンツを利用していこうという動きを急速に強めている。「24」や「プリズン・ブレイク」が翌日にはネットで配信されるのは、20世紀フォックス等が多層的に使おうとしているコンテンツの、最初のウィンドウが地上波での放送だということ。
- 地上波番組が面白いとも言っていたが、ドラマの作り方として、まず多くの方に見てもらうことに力点を置いてきた。そのため、これまでは一次利用でかなりの所がリクープしていたが、今後は代表的な視聴率の高いドラマではなく、24時間色々なコンテンツを流す中で、色々な流通のありようを検討するような時間帯の番組も多数出てきている。
- 皆がWin・Winになれるようなビジネスモデルの話では、対価性の部分も重要な

ファクターである。例えばアップルは i P o d も売り、アップルコンピューターも売り、なおかつ i T u n e s でコンテンツも売り、それで収益を上げられる訳だが、1番組何ドルという値づけがコンテンツホルダー側に納得のいくものであるのかという議論がある。どのコンテンツホルダーも平等に扱うとあって、ある種のポリシーを一方向的に押しつけても、リセールバリューが少な過ぎるという話は沢山ある。アップルは i P o d を売って儲けている。そのようなことを総合的に考えていかないとフェアではないのではないか。

- 5つぐらいの要素という話があった。特に音楽の場合に、日本独特の市場という話も議論の中である。例えば携帯が先に普及しているとか、ほかの配信の状況があるとか、そのあたりの分析はどう見られているのか。さらにそういう影響は、映像配信においてはどうか。
- 日本では、着うた、着うたフルが先行していた。他国はゼロではないが、これだけ進んでいる国はない。当然、それは我々のライバルになる。その面で、米国より厳しい競争をせざるを得ない、というネガティブな面がある。しかし、ポジティブな面として、それだけ広まっているということは、日本人は絶えず場所と時間を移して音楽を聞きたいという気持ちがあるので、ビジネスをやっていく上で、全く興味がない、音楽が全然発展していない国と比べたら、魅力的なマーケット、国だと思う。関係各社と一緒にあって、ネガティブな要素をなるべく少なくしてポジティブな面を見て、もっと拡大したい、音楽業界、テレビ業界、映画業界のマーケットを単にオンライン化するのではなくて、さらに発展、促進に協力、貢献したいと考えている。
- i T u n e s の1日の音楽配信曲数は、500万曲。1曲当たりの平均単価は、アメリカが99セントで、日本が150円と200円、ヨーロッパは135円か140円ぐらいのレンジ。音楽だけで、7億円ほど。配信された映像をDVDに焼いて外に出すことはできない。ハードディスク、マシン内のみとある。
- 動画配信は、ビジネスとしては意外とコストが高いと考えている。i P o d は、ビットレートもそれ程高くないということがあり、比較的効率的に稼げるメディアだと理解しているので、ある部分、積極的に進めたいと思う部分もあるが、なかなかコスト的なディスカッションに至れていないのが現状。
- アップルは、エンコードからセールスからマーケティングからプレーヤーデバイスまで垂直統合的に全てをコントロールし、エンコードもアメリカでやっていて、配信センターもアメリカにある。日本のネットワークコストをどのように負担しているのか等、分からないことが非常に沢山ある。アメリカではこの値段と言われるだけで、エンコードやコンテンツプロバイダー主体のマーケティング方法論等、話さなければならないこ

とが話されようとしていない。決してどのメディアも、放送事業者も、映画事業者も、それ程後ろ向きではない。議論しなければならないことを置いたまま、相手にしていない、あるいは貴重なチャンスを無駄にしているかのように言われるのは不愉快だ。

- 日本の事業者として、日本のネットワークを使ってコンテンツを配信するときに、そのコスト構造がある意味、全く捨象されて話をすることはできない。日本にキャッシュ的なセンターを作らないと動画の場合は無理だという話をしており、音楽と同じように動画を扱おうというのは少々おかしいし、その意味での話し合いはまだされていない。相手にしていない、実演家がどうだと言う以前の、基本の議論がなされていないことを認識していただきたい。
- 参入に当たっての障壁や窓口、価格交渉といった話があったが、各社の窓口担当者は単に見つければ良い。価格については市場原理が働いてプライスは自然に決まる。単に市場で合意ができていないという純粋なビジネスの話とコンテンツ流通における制度的な話とは分けるべきである。制度的な視点から見て、米国と異なりここが一番のネックだという最大の問題は何なのか伺いたい。
- 国によって業界の習慣や伝統があると思うが、その経緯は当然考慮しなければいけない。同時に、米国ではリクープの話や、二次利用でこれだけキャッシュが上がるので、これだけ最初に制作費をかけよう等、キャッシュやビジネスモデルの話がどちらかという議論の中心になっており、叙情的な話よりも分かりやすく、日本よりやりやすい印象がある。
- 参入障壁の問題で著作権制度が言及されていたが、著作権制度は、国際著作権条約があり保護の基準が定められている。したがって、日本もアメリカも基本的に保護の水準は変わらない。例えばアメリカで原作や脚本の権利はないという訳ではなく、日本も同じである。その意味で保護のレベルは一緒である。あえて言うなら、アメリカでは生実演以外は規定しないが、それをカバーするものとして、俳優組合とアメリカ映画業界との協定があり、権利のない分をカバーしている。従って、著作権制度がコンテンツの流通を阻害しているというのは全くの誤解。日本とアメリカのビジネス慣行や、放送局のコンテンツの制作形態、アメリカの放送局の制作形態、日本の放送局の形態の違い等の問題があるので、それについては誤解のないようにしていただきたい。
- 音楽に関して、映像もそうかもしれないが、聞く時にはMP3等、エンコードされたものを購入することになる。例えばよいステレオで、よい音質で、コンテンツそのものを聞きたい時でも、非常に圧縮された形で購入した場合、コンテンツそのものに触れる機会は、ある意味そこで止まってしまう。ネット経由の流通が増えることにより、圧縮しない非常に高品質なコンテンツに触れる機会が制限されてしまうのではという心配を

している。

- 最終的には、消費者がCDがよいと言えばCDであり、オンラインがよければオンラインという、消費者、マーケットが判断することだと思う。
- ビデオ録画ができてVCDで映像コンテンツが広がる国と、VCDではマーケットが形成されない国がある。オーディオもオーディオマニア向けの音楽の媒体が広がる場合と、もっと気楽なメディアが広がる場合がある。マーケットのカラーやカルチャー等は、映像でも存在し、大事なことである。この委員会では、地上デジタル放送の話をしており、映像のクオリティに対して視聴者がどれだけセンシティブかは、検討を進めていく上で大きな意味がある。
- 映画は、先程説明があったように、リクープのメカニズム、劇場公開、そして二次利用も予め考えている。放送も、やがてそのような二次利用を考えていこうということだったが、現状はどうかご説明いただきたい。
- 放送の場合、プライムタイムの54分番組の場合、タイムセールスで6分、スポットで60秒というのが54分枠の構成だが、いわゆる電波利用料と自社の電波料を除いた、制作費収入で、そのコンテンツの制作費をリクープできている例は極めて稀。従って、例えば再放送する等、色々なことをやりながらも、スポットCMは他にもあるので、お金を一番かけているゴールデンタイムでは、リクープはなかなか厳しいのが現実である。
- 放送局としても、現状のビジネスモデルで、よりよいコンテンツをこれからも継続して提供するのは難しいため、マルチユースを積極的にやっていく。しかも、事後に改めて権利クリアするのではなく、事前にその話し合いをした上でリクープ計画を立てる。例えば映画やアニメの場合、各局はかなり出資して、自ら幹事局になってやっているものがあるように、マルチユースを展開するノウハウは各局とも、相当習熟してきている。今後、テレビ番組がよりインターネットに出ていくマーケットをお互いに作りながら、実績を上げていくことが大事だと思う。
- 日本とアメリカのモデルの違いという話が出るが、現段階の2007年にアメリカと同じようにしようというのは、土台無理な話である。エンターテインメント産業をつくる過程において、アメリカは積極的で、日本は積極的でなかった。テレビ放送が始まったとき、映画5社に所属していた役者は、テレビには出ることができなかった。日本はそのような所からプロダクションが発達し、プロダクションとテレビが面白い番組を作ってきたが、アメリカにはそのような歴史は一切ない。歴史が全然違うので、同じようなことをやっても別々の解釈が生まれることだけは、ぜひ皆さんにご理解いただきたい。
- 放送コンテンツのインターネット配信は、今回で一区切りとする。国内、外国の状況、あるいはマーケットも幾つかの側面で、情報共有がある程度できていると思う。取引市

場形成の問題は、他の検討の場で関連テーマが検討されていると聞いているので、事務局には、その検討成果をこの委員会に紹介し、活かしつつ、本委員会で検討を進められるように、課題の整理や資料の準備をお願いします。

- 次回以降は、いわゆるコピーワンスに関する討議を再開する。委員の方から色々な意見、色々な論点についてもう少し明らかにして欲しい等、疑問点も大分出てきた。それらに関しては、事務局で整理していただくことを既にお願しているが、これからも委員の方で、そのようなご意見があれば、事務局にご連絡いただきたい。また、議論の進め方として、質問事項が沢山あれば、それを整理した上で、この委員会に臨みたいと考えているので、そのような質問項目も事務局に寄せていただければと思う。

(2) 今後の検討スケジュール

- 小笠原コンテンツ流通促進室長より、資料5に基づき今後の検討スケジュールにつき説明。

以 上