

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14回 議事概要

1 日時：平成19年4月18日（金）13：00～14：30

2 場所：虎ノ門パストラル 5階ミモザ

3 出席者（敬称略）

（1）委員（専門委員含む）

村井 純（主査）、池田 朋之、石井 亮平、稲葉 悠、岩浪 剛太、植井 理行、大淵 哲也、華頂 尚隆、河村真紀子、佐藤 信彦、椎名 和夫、菅原 瑞夫、関 祥行、園田愛一郎、高橋 伸子、田村 和人、田胡 修一、所眞理雄、中村伊知哉、長田 三紀、生野 秀年、福田 俊男、
(以上22名)

（2）オブザーバー

川瀬 真（文化庁）、土橋 寿昇（日本電信電話株式会社）、中村 秀治（株式会社三菱総合研究所）、畑中 康作（インテル株式会社）、元橋 圭哉（日本放送協会）

（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、勝野官房審議官、吉田放送政策課長、安藤地上放送課長、武田衛星放送課長、佐藤情報通信政策課長

4 議題

（1）いわゆる「コピーワンス」の今後の取り扱いについて（3）

○ 村井主査より、いわゆる「コピーワンス」の今後の取扱いについて提言。

- ・ 本日は、議論の期日と方向性を提案し、そこから得た結論をもって中間答申に反映させるという流れで行う。
- ・ 共通認識の確認。以下3点については委員間に大きな認識の違いはないと理解。

① コンテンツのリスペクト。

様々なメディアがデジタル化に向かいコンテンツが豊かになるコンテンツ社会を実現するためには、新しいデジタルメディア環境を使用する次世代のコンテンツ制作者たちが力強く発展していくマーケットを作ることが必要。新しいメディアの利用者は次の時代にコンテンツを生み出すクリエイターであり、そういう意味でも、利用者、権利者を含めた、コンテンツにかかわるすべての方がクリエイターによって制作されたコンテンツをリスペクトし、適切に保護していく姿勢が大事だということが何度も議論された。次の時代を担う多くの若い人たちに、コンテンツを創造

する仕事を選ぶインセンティブが用意され、新しいクリエイターがチャレンジすることでいい見本を数多く供給することによって、さらにコンテンツマーケットを発展させていくという環境が大事である。

② プライベートな利用の多様な発展の中でのリスペクト。

利用者が私的に楽しむ視点。善意の利用者がコンテンツをプライベートに楽しむことを妨げる権利者やクリエイターはいないということも、繰り返し指摘いただいた。楽しくコンテンツを利用するという方向性はコンセンサスとしてある。一方で、技術の発展、デジタル化に伴う環境の変化がある。例えば、ポータブルデバイス等の発展、携帯電話の発展など、楽しみ方とテクノロジーの発展は無関係ではなく、楽しみの多様性も新しい技術とともに発展していく。その中で新しい楽しみ方の可能性を閉ざしたり否定したりする方もいなかった。プライベートにコンテンツを利用する、楽しむ環境は、変化しつつ発展していく、という技術が進歩していることに対する技術的な意味でのリスペクトもある。

③ 地上デジタル放送への円滑な移行に対する視聴者の健全な理解の中でのいわゆるコピーワンスの課題の解決。

アナログ放送から地上デジタル放送への移行期を迎えるが、受信機の普及や、技術が享受されることが大前提であり、そのためには視聴者、利用者による地上デジタル放送に対する正しく、健全な理解の土壌が不可欠である。その視聴者、利用者に理解していただくという流れの中で、いわゆるコピーワンスという課題があり、その解決が地上デジタル放送の普及において大事という議論が行われてきた。

・ 今後の検討の進め方。

① いわゆる「コピーワンス」の改善。

現状機器の動作を、上記観点からどのように改善していくかという課題についての議論の結果、幾つかのポイントで技術的な検討が重要になった。前回までの議論で得られたコンセンサスとしては、実現性あるいは国際標準等々との関係を考慮した上で、一番洗練された技術で、長続きし国際的にも理解が得やすい先駆性を持った、新しいコンテンツテクノロジー環境に対する大きな貢献をしていけるものと期待している。一定の技術的な検討が必要であるため、委員会の中に、放送事業者、メーカーを中心に技術的な選択肢、技術的な解決策を緊急に検討するワーキンググループを設置し、技術的な観点を中心に集中的な議論を行う。国際的な一貫性があり、洗練された技術であり、世界に貢献し得る解決策であるかという検討を至急していただき、期日は、遅くとも6月、早ければ5月末に当委員会に結果を報告していただき、意見交換をしていただく。ワーキンググループは、基本的には主査が主

催し、構成員は、放送事業者、メーカー、その他技術的なエキスパートを主査判断で選定し、結果は、後日主査より当委員会に報告する。

② ワーキンググループでの議論について

1. デジタルチューナーとハードディスクが一体となった受信機に関し、COGのステータスで放送局から送出された放送番組については、DTCPRuleに定められた「Copy One Generation」COGのステータスで記録する。
2. COGでストアされた放送番組に関しては、同一筐体内のDVDレコーダーに対する出力、DTCPの伝送路を通じて外部の機器にI-EEE1394経由で出力する回数に関しては、一定の制限を設ける。
3. 制限を設ける回数は、シンプルに、技術的な詳細は決めていただきたいが、1つのファイルの出力が開始されたときに1回と数えるといった、可能な限り単純化した回数を定義。
4. 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。つまり、現行の機能の機器で実現されることを前提にしない。

③ 「出力できる回数」について。

N回については、基本的にはワーキンググループで議論する。善意の利用者が家庭中で普通にコンテンツを楽しむことを妨げられない回数とする。プライベートにコンテンツを楽しむことと並列して、デジタル時代にコンテンツをリスペクトするための社会的、教育的なこと、それに伴う技術的なサポートを同時に実現できるかということ考えた上で検討を行う。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はどんどん多様化し変化しており、そうした変化、技術の進歩、多様化に対して、うまく利用できるよう検討する。

④ 放送番組の取り扱いに対する提案。

映像コンテンツのマーケットにおいて、放送コンテンツの占める役割は大変大きく、重要だという共通認識があり、コンテンツ分野に対しての地上デジタル放送事業の役割は重要である。

1. 放送分野におけるルールのあり方は、ほかのコンテンツ分野に大きな影響を及ぼし、我が国のコンテンツ産業の未来、成長、発展に関して大変大きな責任と役割を担っている。そのルールを検討する際には放送コンテンツの重要な担い手である放送事業者の役割は大きく、放送コンテンツの発展に対してその責任を果たすことへの大きな期待がある。
2. デジタル・コンテンツの時代には、地上テレビ放送の役割がさらに増している。我が国のコンテンツ産業の未来を担う子供たちが、テレビといういい見本を見て、

その映像に憧れることで、新しいものを創造していく力が次の世代に生まれる。コンテンツを創造できる次の世代が生まれる環境を考え、放送事業はコンテンツ産業の基盤となる幅広い未来の人材育成にも重要な役割がある。

3. 放送事業は、全国あまねく教育、報道、娯楽など幅広い分野のコンテンツを送り届ける、極めて公共性の高い事業であり、メディアという特性からも社会的な責任が大きくなる中で、今後も健全な役割を果たしていくものとする。地域特有の文化、特徴に関する内外への情報発信や、教育、学校分野などの重要な教材に用いられているコンテンツも数多く存在する。デジタル時代にいろいろな方法で利用され、さまざまな公的な社会活動を支えていくインフラとしての放送事業の役割があり、そのコンテンツはそういった素材として公共的な利活用が大変大きく期待されている。

⑤ 「EPN」取扱いとする放送番組についての検討

NHK教育放送の放送番組の一部についてEPN扱いの検討が示された。より多くの視聴者による利活用を想定する分野として、教育は一つのいい例だが、放送コンテンツの可能性としては、次の世代を担う非常に多様なデジタル・コンテンツが存在し得るということで、必ずしも今日の番組内容、その他にとらわれることの無い未来がたくさん想定されるため、民間放送事業者を含めた検討をお願いしたい。どのような放送番組を制作し、そのコピー制御のあり方をどのようにするかは、放送事業者の編成責任のもとに決定するものだが、第三次答申にも指摘させていただいたとおり、公共性の高い地上波放送事業に関しては、一定の説明責任、情報の共有が大事であるため、放送事業者は、EPNの取り扱いし得る放送番組のあり方の検討状況について、一度本委員会に報告いただきたい。

・ 留意事項

利用者、視聴者の利便をどう確保するか、あるいはそれが正しく理解されるかという点、及びクリエイターへの対価の適切な還元に関する解決方法について、幾つかの選択肢、方法論をあわせて考える必要がある。

① 視聴者の理解、利便性の確保、それに加え、クリエイター一方に対する適切な対価の還元、それによる創造のインセンティブの確保は、基本原則。特にデジタル情報は、複製時に完全なクローンができて上がるため、基本原則がどう取り扱われるかは、技術、社会、そして知財の議論の中で、世界全体を視野に入れて取り組んでいかなければならない課題の一つ。今後の検討の中で視聴者の理解や創造のインセンティブの確保を配慮していることは、世界に貢献できる結論を導いてきたということに対して大変重要。視聴者の理解の得られないルールを強制することは、受信機やコ

コンテンツの発展を妨げることになる。

- ② 適切なコンテンツ保護が行われず、コンテンツが何の制限もなく流通することに対する合理的な歯止めがなければ、こういった分野の発展、インセンティブ、新しいコンテンツの創造環境を作るとは言えない。従って、クリエイターに対する対価をどう確保できるのか、どのような環境にすればコンテンツの質が上がるのか、コンテンツ産業が発展していけるのかを考えてこの取りまとめを進めていく。
 - ③ コピー制御に関するルールのエンフォースのあり方、手法、費用負担の方法は、コンテンツ保護のあり方を検討する上での重要な課題ではある。ただし今回の提案では結論を得られるタイミングではないので、継続的な検討課題とすべきである。
- コピーの回数制限は、権利者の利益を守るために設けられた新しい技術だが、開発資金や実装コストは、結果的に消費者が払うことになる。高いだけでなく、なれないものを押しつけられる消費者に対し、制限される回数が権利者の言うコピーの回数として極めて単純化した考え方で決めるのは反対。アナログからデジタルになり、機器は極めて不安定になっており、発達したはずなのに同じことができない。回数イコールコピーの回数などという考え方では絶対に決めていただきたくない。私的複製は許されており、その許された範囲内で消費者が制限を感じることなく、間違えること、試してみることも含めた十分な回数であることを強く望んでいる。
 - EPNについて、放送事業者は出演者の理解を強く主張するが、EPNや著作権保護がかかっていないことが著作権フリーを意味するなどという単純化した考え方はおかしい。権利者の権利の保護と視聴者利便のバランスの違いであり、EPNにしたから無制限コピーと出演者に説明しなければいけないというのは合理的でない。むしろ、視聴者利便に軸足を置いた番組として放送を流すことは、放送局にとってもスポンサーにとっても、とても好印象で迎えられいいことなのではないか。その中消費者は私的利用に限られた複製や共有を行えばよい。
 - パブリックドメインとして教育の場で自由に共有する、消費者利便を高めることを優先した番組として流す、災害時放送などは自由に共有する可能性を持った番組として流すということが大切ではないか。放送局には、検討の過程、結果をこの場にご報告いただき、意見交換させていただきたい。
 - 回数制限の方向はやむを得ない。ただし、失敗の可能性が考えられるため、回数の方針としては、可能な限り善意の利用者が意識しなくて済む回数の設定を実現していただきたい。失敗の発生可能性が数値的にとらえられるのであれば、きちんと実験、検証の結果、それに基づいたものをあらわしていただきたい。無理なのであれば、回数は相当数であろうと思うが、消費者利益にかなう方向性で報告を上げていただくことを希望

する。

- EPNを前提とした放送番組のあり方は、公共性が非常に大きなポイントとなる。民間事業者が番組編成に指導力を持っていることは十分承知しているが、視聴者ニーズを無視しては、商売は成り立たないので、委員会への報告はもちろんのこと、何か問題がおきたときには、消費者側の意見を聞く機会を設けていただきたい。
- コピーワンスの課題の解決、コンテンツのリスペクトという観点から、回数制限が入る場合、主査提案の回数の考え方というのはなかなか厳しい。今後、機器の買い替えが進むことを考えれば、失敗は大いにあり得るため、厳しい考え方をもとに回数を制限するのであれば、意識せずに普通に楽しむためにコピーできる回数を実現していただきたい。メーカーと放送事業者がワーキングで話し合った結果、でき上がったものがあまり変わらないということでは、コピーワンスの課題の解決とは考えられない。現行機種については今回は考えないということを含めても、見分けがわかるものであるというのは最低条件である。また、いつから新しい方式に沿った機器を購入することができるのかを明確にしていきたい。新しく変更されるということを大きく消費者に知らせた上で選択させる必要があり、早急に結論が得られるようにしていきたい。
- 放送番組の問題、エンフォースメントの問題は、こういった場での議論に消費者も参加させていただき、ご報告もいただきながら、視聴者、消費者の意見を伝えたいと考えるため、主査の提案に同意する。
- コピーワンス問題が長期間にわたって結論を得られなかった最大の理由は、各参加者が自身の権利を主張し、一定の譲歩をもって結論を得るということをしなかったから。各自が権利を満たすことを目指す一方で、その代償として一定の義務を果たすことが必要。
- 実演家は私的な利用を阻害したいと考えているわけではないが、コンテンツの二次、三次利用で利益を上げる側面もあるため、複製がキーワードにならざるを得ない面。実演家としての希望は、本来ならばコピーネバーだが、消費者の複製する権利を担保するという考え方の上に立ち、コピーワンスルールの緩和の方向で合意することで、義務を果たそうと考えている。
- 消費者も権利の主張をするのはわかるが、義務の部分もしっかりと押さえていただきたい。私的複製にまつわる違法行為の防止についても、権利者やメーカーや放送局に任せられるばかりではなく、消費者みずからの責任で啓蒙、啓発いただくことも必要。また、今回のルールの緩和は、補償金制度の議論に明確に関連してくることも認識いただきたい。
- メーカーも、新たな機械を売り利益を上げるという権利が担保されるのであるから、

新たな規格による商品開発に関して技術面でしっかりと義務を果たしていただきたい。
メーカーは、私的領域での複製については技術的保護手段が補償金制度に取ってかわる
という主張のようだが、コピーワンス問題も含め世間はそういう方向には動いていない。
補償金の議論についても、今回のルールの緩和を前提とした議論をしていただきたい。

- 放送事業者は、ARIB規定の変更やそれに伴うコスト負担等に加え、新たにEPN
等で放送できる、コピーフリーで放送できる部分の検討などの部分で一定の義務を果た
さなければならない。
- 回数については、ハードディスク上に収録された1回目のコピーを除いた、さらなる
コピーの枚数、回数は3回までが適当。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ハードディスク上に残しておく形を提案したい。今後、様々
なポータブルデバイスの登場によりウェアラブルな視聴が考えられるため、ハードデ
ィスク上にオリジナルがムーブ可能な状態で残っていくということが必要ではないか。
ムーブについては、きちんとファイルが転送されることを担保できる仕組みを考えてい
ただきたい。
- 消費者は決して無制限なコピーを望んでいるわけではない、制限を感じないような回
数で、という話があったが、権利者としては可能な限り最小限の回数にとどめたい。世
代によって見たい番組、コピーしたい番組は多極化しており、タイムシフトで視聴する
ためにはハードディスクに入っていればよく、そこからさらにコピーが必要な枚数とし
て考えた場合、3枚あれば十分なのではないか。個数では4ということ。
- 映画製作者は、ワンソース・マルチユース、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ゆえに、原則的に映画の著
作物に関して複製を禁止している。マルチユースを基本とする映画製作者にとっては、
海賊版が製造、販売される場合はもちろん、家庭内で個人的に保存、視聴される場合で
あっても、権利者の利益を不当に害するものとする。
- 映画製作者が、唯一複製を容認するのが、テレビ放送のタイムシフティング視聴であ
る。テレビオンエアに関しても、本来はリアルタイムで見えていただくことを前提にした
ビジネスであり、複製禁止としたいが、レイトビューイングまで規制することは慣行か
らして馴染まないのも、私的録画補償金の対象とすることで容認している、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。
- 現行のコピーワンス運用の改善とは、何をもちって改善なのか。現在は技術が発達して
おり、自動的にすべてのチャンネルを1週間分録りためておく機能も既に開発されてお
り、よほどのことがない限り、他のメディアに移して保存するまでもなくタイムシフト
視聴が可能。タイムシフトの視聴を望む場合、ハードディスクドライブの外に出

す必要があるのか。各委員と共に真摯に協議を進めた結果、COGの適用プラス複製個数の制限となるのであれば、映画製作者、著作権者としては、ハードディスクドライブに蓄積した上で、外にあるほかのメディアに1回の複製を許容するという事で譲歩したい。

- 複製個数制限運用の場合、ハードの規制ではなく、放送コンテンツのジャンル別に、放送段階でDRM信号を埋め込み、劇場用映画やドラマは1回の複製を許容する信号、そのほかの番組はその個数制限を組み込んで放送するという事はできないのか。
- デジタルコピー制御記述子で2ビット設けており、運用上のルールとして00がコピーフリー、10がCOG、Copy One Generation、01は使用してなくて、11はコピーネバーという形で使用できることになっている。EPNは、コンテンツ利用記述子の1ビットを使っている。リテンションモードや、コピーネバーのものを残す時間を設定できるようにはなっているが、記述子は用意されてはいるものの、回数の形では使用していない。
- 放送事業者は、視聴者の私的な利用に十分配慮しコンテンツ保護の運用を行ってきたが、より高い次元で実効性あるコンテンツ保護と、私的利用における視聴者利便の向上が両立できることは望ましい。早期の改善が実現できるよう、今後の実務的な検討には最大限のご協力をお願いしたい。今回の議論は、あくまで私的利用範疇の話であり、個数等具体的なソリューションは、技術開発コストあるいは時間的課題の中でリーズナブルな解決策が見えてくるのではないか。
- コンテンツのジャンル、あるいはコンテンツそのものによる運用の変更は、技術的に受信機側あるいは放送局の送出側のシステムとして、大きなハードルなく実現できるのであれば、今の時点で可否は申し上げにくいですが、今後の検討の課題とする。
- 未来のコンテンツ制作の見本になる、サポートになるような素材あるいは映像作品を、公共的な責務からコピーフリーやEPNあるいはインターネット経由で出すことについては、放送局の社会的な責任を自覚しながら、私的利用のEPNやCOGといったフェーズとは別の次元の問題として真剣に考えていかなければいけない。
- 私的利用分野でコンテンツ保護が的確にできるのであれば、パッケージやインターネットでの流通など二次、三次利用の安全性を担保することになる。積極的に展開していきたいとも考えており、権利者、消費者、受信機メーカー、通信事業者の理解と協力を得ながら、コンテンツ流通促進に一層力を尽くしていきたい。
- 主査が前提とされた、コンテンツへのリスペクト、私的に楽しむこと及びデジタル化への円滑な移行を踏まえた方向性については最大限尊重させていただきたい。
- コピーワンス改善の前提として、関係者の合意が得られ、バランスがとれ、合理的で

あれば、前向きに取り組みたいと考えており、COGの考え方プラス回数制限については前向きに取り組んでいきたい。

- ワーキンググループでは、技術的要件の検討を行い、回数については主査から方向性を出していただきたい。また、委員会において改めて回数の議論にならぬよう、あらかじめ大体合意されているものであるという担保はしていただきたい。
- 地上放送が基幹放送であり、公共性が求められているという、理念的なものから番組のあり方について指摘があった。真摯に受けとめ検討してまいりたいが、視聴者ニーズ、権利者の考え等もあり、放送事業者だけで結論をだせることはできない問題だと考えている。若者を育成し、次世代を担う人たちに放送の役割は重いということを指摘いただき、それを踏まえた上で検討させていただきたい。
- 番組ごとの回数制限については、番組のあり方として混乱が起きないかなどを含め、今後の検討課題にさせていただく。混在運用の是非も含めて、アナログであれデジタルであれ放送が円滑にいくかどうかを最大限踏まえた上で検討させていただきたい。
- メーカーは、消費者に購入いただくことで商品が成立するため、ユーザーの利便性やユースケース等々を含め、技術的な検討の場で、真摯に各ケースについて提出させていただきたい。
- 回数については、権利者側でも1～4回と開きがあるようだが、三方一両損ではないが、最終的には主査に決めていただきたい。
- 地上デジタルへの円滑な移行がもともとのテーマであり、スピード感が大事である。しかし、コスト面も非常に大切であり、実装にかかる時間や大幅な改正を必要とすることは難しい。そういったことを前提とすると、ベスト解はないと思われるため、より皆が納得できる検討、課題抽出、要件検討に真摯に取り組みたい。
- 今回の主査提案に賛同する。ただし、技術の進歩、発展は目覚ましい状況であり、2011年までに想定できない状況も起こり得る。今回の方向性は、指摘された問題点に対する対症療法であり、根本療法といった検討が必要になる場合も含め、適宜、主査にリードしていただきたい。
- 主査提案に賛成する。具体的な回数のお話も出てきているが、最初から制約的に考えても仕方がない。利用者、視聴者利便も大きいですが、放送という伝送路の競争力を考えても、現状の利便性では先があまりない。放送が伝送路としての競争力を失うと、番組制作者、実演家、機器メーカーあるいは国際競争力等の点においてもよくない。
- 現在の日本の状況を合理的に国民に説明できないというのが、複数関係者が集まった今回の議論でも何らかの制限をする結論となった。なぜ日本だけが、という問いは今後全員が問いかられるが、伝送路もコンテンツも機器もオールデジタルになり、無劣化

の伝送、無劣化のコピーが可能である場合において、一番良い案を、日本が世界で一番最初にした、例えばアメリカもこれに倣ったというぐらいのものを出品しなければならない。

- 放送サービスと、コンテンツ販売が両輪で成り立つ市場は、ユーザーにとっても望ましい。放送局がDVDあるいはネットワーク販売するインセンティブを失うような状態では、最終的には視聴者にとっても不利益になる。なぜ制限をかけるかという話にたいしては、放送サービスに並び立ってコンテンツ販売市場を形成する目的で、少なくとも何らかのセーブをかけますという話になろう。
- 主査提案に賛成するが、各委員が主査が示した趣旨にこたえる解を責任を持って出すという認識で取り組むべきである。

(2) コンテンツ取引市場の形成について (1)

- 中村委員より、資料2に基づき、コンテンツの取引市場形成につき説明。
- アメリカはチャンネル数が非常に多く、チャンネル間でシンジケーションが働き、コンテンツの売買が活性化している。要するに、制作と流通と放送が完全に水平分離した産業構造が確立されているが、日本はそのようなマーケットにはなっていない。
- アメリカは過去の政策、制度などの経緯があり市場が確立されている。日本は、そのような政策をとっておらず、現時点で水平分離した産業構造をはなっていないため、次のステップとしてどういうやり方がいいかを検討している。
- 取引市場形成については歓迎している。根強くある権利者悪者論が間違いと整理され安心したが、一方で、実演家を含む権利者の許諾権を制限し手続を簡略化する法律が必要ということが言われている。許諾権は拒否権ではなく、今の秩序の中でルールづくりをすることも市場は形成できると考えているため、実演家サイドでも行い得る努力を十分に果たしていきたい。
- 公正な取引には、資産評価と情報開示が非常に重要であり、放送事業者も、上場企業である以上、会計、財務につきSOX法に従い透明性が求められることになる。透明であればあるほど、投資家が関心を持ち、資金が集まりコンテンツ市場の形成が進められ、視聴者としても消費者としても加わっていくことができる。さまざまな問題は認識しているが、そういった問題意識を共有しながら、コンテンツ市場の形成という議論に参加していきたい。
- コピー制限の議論の際に、放送事業者はコピーの個数制限の理由として、二次利用のためと言っていた。取引市場の形成に係る議論の場で、それが真実であり、誠意あるものであったことを証明するためにも、二次利用をぜひ促進していただき、制限されたことが何らかのメリットとして消費者に返ってくるようお願いしたい。それについても、

今後、一緒に意見交換などをさせていただきたい。

(3) 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3に基づき今後の検討スケジュールにつき説明。

以上