

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24回 議事録

1 日時：平成19年9月18日（水）15：15～16：45

2 場所：虎ノ門パストラル新館5階 ローレル

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、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、田胡 修一、田村 和人、土井美和子、中村伊知哉、生野 秀年、堀 義貴、福田 俊男、
(以上23名)

（2）オブザーバー

雨宮 直彦（KDDI株式会社）、井川 泉（株式会社東京放送）、金光 修（株式会社フジテレビジョン）、金正勲（慶應義塾大学）、河野 智子（ソニー株式会社）、中村 秀治（株式会社三菱総合研究所）、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

小笠原局長、中田政策統括官、河内官房審議官、松井官房審議官、鈴木総合政策課長、吉田地上放送課長、武田衛星放送課長、藤島地域放送課長

【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」の第24回の会合を開催させていただきます。委員の皆様は、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、いつものように席上に配付させていただいた資料をご参照いただきたいと思います。よろしく申し上げます。

本日は、諸外国における放送番組の外部調達に関するルールの事例についてのご報告を踏まえて、さらに議論を進めていくという、前回の延長上といえますか、そういう形で進めていきたいと思っております。それで、本日は英国、韓国の順に、それぞれの外部調達ルールの現状について、オブザーバーの安江様と金様にご報告をいただいて、我が国の放送における外部調達の現状について、さらに金光様、それから元橋様からご報告をいただくという順番で進

めさせていただきたいと思います。

それでは、事務局から資料の確認をお願いいたします。

【小笠原コンテンツ流通促進室長】 本日は、冒頭一部差しかえさせていただいておりますが、資料1が三菱総合研究所さんのクレジットで「英国における放送番組の外部調達について」。資料2が金先生のクレジットで、韓国の外部調達に関する資料でございます。それから資料3は金光様の資料「フジテレビにおける『外部製作比率と権利帰属』について」でございます。資料4といたしましては、先日のワーキングの開催、主査から募集いただきましたが、これに関する名簿。資料5が、今後の当面のスケジュールとなります。以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。

それでは、まず、安江様から「英国における放送番組の外部調達について」ということでご報告をお願いいたします。安江オブザーバー、お願いします。

【安江オブザーバー】 それでは、資料1に沿ってご説明します。

本日はすけれども、「英国における放送番組の外部調達について」ということで、最初に、英国における地上波テレビ放送の概要について簡単にご説明した上で、実態についてご説明したいと思います。

目次をめくっていただきまして、スライド2ですが、英国における地上波テレビ放送の概要ということで、地上波テレビ放送の構成というのを載せております。これを見てわかるとおり、公共放送2系列——BBCとChannel 4、及び商業放送2系列——Channel 3、通称ITVですが、それとChannel 5、この4系列がございまして、商業放送のうち、Channel 3、こちらについては、日本と同様ネットワークで結ばれる形になっています。ただし、そのネットワークの構成は異なりますが、これについては後ほどご説明したいと思います。

次のページに、英国の地上波テレビ放送がどういう形で発展してきたかという簡単な年表が2つあります。1927年にBBCが現在の形の法人として発足しまして、この当時はラジオ放送ですが、この後、1954年に対抗する形でITVを政府が作ったという形で、以後、この2つを柱に発展してきたという形になっております。このITVですけれども、先ほど申しましたように、16の放送局の集合体という形になっているんですけれども、こちらの構成を4ページに示してあります。

4ページに、最初にBBCとChannel 4、それからChannel 5という、この3つの放送局については、それぞれ1つの放送事業者として、1つの免許を受けているわけですが、Channel 3については16の放送局がそれぞれ16個別々に放送免許を受けた形になっています。ただし、これらが1つのネットワークを構成する形になっております。その16の放送局については、4ページの左側の表にありますように、全国ネットで全国をカバーして、毎朝、朝食時間帯というのを放送する放送局のほかに14地域、ロンドンについては平日と週末と分

けた形になっているので15地域という形の地域別免許というのを取っています。

これがどういうネットワークかというのが次のページ、5ページに簡単に書いておりますが、Channel3の地域免許を持つ15局というのが互いにネットワーク協定を結ぶという形になっています。このネットワーク協定は2003年の通信法の中で規定されている、政府が規定したネットワーク協定でして、Channel3の免許を申請する際には、このネットワークに加盟申請も、その申請もあわせて行う必要があると義務づけられた形になっております。

具体的にこういった形で番組を放送しているかということですが、5ページに書きましたとおり、まず、朝食時間帯についてはGMTVという、この時間帯の免許を受けた放送局が流している、全国共通の番組を流しています。その他の時間帯については、日本と同じようにネットワーク番組を全国共通で流している時間帯と、それから、主に朝、昼、晩のニュース等が多いですけれども、この時間帯はニュースとか地域の情報というのを流すという地域番組を、それぞれ各地域の放送局が流すという形で運営されています。

以上がイギリスの地上波テレビ放送の概要ですが、次に、6ページから放送番組の外部製作に関する制度上のルールはどうなっているかというところをご説明したいと思います。まず、6ページにありますけれども、1990年に制定された放送法の中で、この地上波の各局については、毎年そのチャンネルの適格放送という、放送番組に対して、その時間の25%以上を多様な独立製作番組の放送に割り当てなければならないと定められています。適格放送についてはOfcom、規制当局が具体的に決めますが、基本的な考え方としては、ニュースを除くファーストラン番組、つまりテレビ用に作った番組という形で説明されています。その下に、点線で第16条が書いてありますけれども、これがChannel3について定めた条文でして、それ以外は25条、29条、186条において、他の放送局についても16条に準ずるという形で、この25%以上という規定が定められています。

このときに、独立製作事業者というは何を意味するかというのがその次です。これは1991年に、この法律に基づいて出された命令において規定されているんですが、そこにありますように、独立製作事業者というのは、まず放送事業者の従業員でないこと、それから放送事業者の株式を25%未満しか保有していないこと、それから、放送事業者によって25%以上の株式を保有されない、または英国内の2つ以上の放送事業者によって合計50%以上の株式を保有されないというのが条件となっていて、放送事業者の子会社等というのはここに含まれないという規定になっています。

この規定が実際にどう運用されているかということですが、Ofcom—Office of Communicationsということで、通信放送関係の規制当局が、放送事業者に対して、毎年外部調達比率に関する実績報告書を提出させるという形で、まず行っています。これに基づいて、もしもこの25%という規定が満たされない場合については、Ofcomが放送事業者に対

して勧告とか指示というのを行うことができると、そのように法律で定められています。

次に、この外部製作番組における著作権の扱いというのがどうなっているかというのを7ページに書きました。この著作権の扱いも含めて、外部調達における実際の調達方法ですとか契約条件、その他については、Ofcomがガイドラインというのを定めています。その中で、著作権についての考え方というのが第14項にあるんですけども、そのページの四角で困ったところにありますけれども、赤字でありますとおり、番組に関する権利というのは基本的には製作者が保有すべきというのが、Ofcomが定めたガイドラインにおける基本的な原則であると。各放送局とプロダクションとの関係においては、この原則が守られなければならないという形になっております。具体的には、放送事業者が、この上記ガイドラインに即す形で、実際の実施規則とか契約条件というものを定めた上で一般に公開すべきということで、その表にありますように、それぞれの放送事業者がウェブにおいてこういった条件を公開するという形になっております。

そこで、実際、権利がどうなっているかというところで、権利の帰属と調達価格がどういう形で決まっているかというところだけ8ページでご説明しています。まず、この場合、この規定における外部調達においては、通常、放送事業者というのは1次利用権、primary rightsというふうに言っていますけれども、のみを得るものとされています。これはそれぞれ放送事業者が各、先ほどの条件の中で定めていますけれども、例えばChannel 3、ITVの番組においては、そこにありますように、英国内におけるすべてのプラットフォームにおけるITV1という、ITV1というのは、ITVが流している一番基本的なチャンネルですけれども、このチャンネルの放送または伝送を独占的に行う権利ということで、ここで独占的に放送することができる。期間は通常5年以内とか、期間内に3回までとか、子供向け番組だと5回までとかいう形で、回数も一応規定されています。そういう形で放送できるように、逆に製作側は権利処理を行っているという形になっております。

それから、このprimary rightsに含まれない、例えばオンデマンド配信とかパッケージ販売といった権利については、自由交渉によっていろいろ帰属を変えることはできますけれども、基本的には製作事業者に帰属しまして、これについてはITVの側が最初に放送する以前は行使することができない、つまり、一番最初はテレビ局で流すと。1回テレビ局で流した後、その後は再放送前であっても、こういったオンデマンド配信とかパッケージ販売という権利を使うことができるというような契約になっております。

それから、調達価格については、これは一般的にそうだと思いますけれども、いろんな要素を加味した上で自由交渉なんだと思いますけれども、そこにありますように価格算定方式とかそういったものを放送事業者側があらかじめ公開した上で、透明性の高い形で交渉されるという形になっております。

こういったルールが出てきた背景というのを次にご説明したいと思うんですけども、まず9ページに、英国も含めて、欧州連合全体で定められている指令というのをご説明したいと思います。これは「国境のないテレビ指令」と言われているものですが、この中で、そこにありますように、赤字であるんですけども、欧州域内製作のTV番組の流通と製作を促進するために、この指令の中の第4条、第5条というのがあるんですけど、その中で欧州の独立プロダクションが製作した番組の10%以上、時間または予算の10%以上という形で放送しなければならないという指令を定めておきまして、各加盟国はこの指令を遵守する形で国内法を制定しなければいけないという形になっております。

それから次に、英国内の経緯ということをご説明したいと思います。英国内はこのEU指令に先立つ形で、実はこういった調達ルールがありまして、まず、1982年のChannel 4、先ほど言いました2番目の公共放送ですが、こちらの制定というのがあります。こちらについては、番組製作機能を持つことができない、つまり番組編成しかできないということで、逆に言うと、Channel 4はすべて独立製作事業者から番組を調達するという形で設立されていますけれども、ここからまず始まったというふうに言われています。

その次に、1986年に『ピーコック・リポート』という有名な報告書がありますけれども、この中で、BBCおよびITVについては外部調達比率を40%以上にすべきという提言が出されておきまして、その理由として、そこにある2つ、放送事業者の高コスト体質を改善すべきということと、それによって番組供給市場の多様化および競争促進が期待できると、この2点からこの40%という提言が出されています。これに対して、放送事業者と、それから独立製作事業者が集まり協議した結果、その下にありますように、92年末までに25%にしましょうという形で協定が結ばれているんですけども、これが以後、準用される形で25%というふうになっているというふうに言われています。

この外部調達率がどういうふうに評価されているかというのが、その次にあります。11ページに、Ofcomのこしの夏に出たばかりの公式文書ですが、こちらの中で、独立製作事業者についてという項がありまして、独立製作事業者、以前は力としては弱かったけれども、現在は大きな成長を遂げてきた、すべての地上波チャンネルに対して大きな貢献を果たしている。この要因として、放送事業者に対する外部調達規制というのが挙げられるというふうにOfcomが言って切っている形になっています。

実際のデータというのを幾つか、次のページ、12ページに示したんですけども、まず左側の図ですが、これは放送事業者が実は番組を製作したり、外部から調達したりするのに幾ら使っているかということで、真ん中のChannelsというところが放送事業者ですが、こちらで約4,500万ポンドということで、約1兆円ぐらいですかね、というのがあります。これのうち3分の2ぐらいが外部からの購入とか製作に使っているというのが書

いてあります。これは、単純に本当に製作だけじゃなくて、多分いろんな権利購入もあると思いますけれども、そういう形で外部からの調達が増えているということ。それから、右側のグラフにありますように、各事業者が毎年ちゃんと規制を超えているという形になっているということでございます。

最後に、番組制作者の概要と、その取引の実態ということでご説明したいと思っておりますけれども、13ページに表がありまして、主な独立番組製作事業者というのを挙げております。これは規模の大きい順ですけれども、その右にあります売り上げ規模で言うと、数百億円というところが幾つもあります。日本と比べて非常に大きな企業と申しますか、企業グループがたくさんあるということ。それから先ほど述べたように、独立という定義からわかりますように、放送事業者と関係ない形の資産ということで、こういった大きな製作事業者があるのが特徴かと思われまます。

規模別に見た場合に、どういうのかというのが、14ページ、次のページにありますけれども、これは横軸に各事業者の収入規模別を置きまして、縦軸にその規模の事業者がそれぞれ全体で幾ら、その年に事業収入があったかという合計値になっていまして、事業者規模別の分布状況になりますけれども、これで見ますと、やはり右側にある大きな事業者というのが非常に大きい。2006年の場合、全体で金額ベースで60%ぐらい占めていますけれども、こちらが、2005年と2006年を比べても非常に大きな成長をしているということです。こういう特徴があります。

その次のページ、15ページに、独立の製作事業者が2次利用等で得た収入はどのくらいあるかというのを示したのがありますけれども、左側から、だんだん大きくなるようにして右側にどんどん細分化されていく形になっていましてけれども、独立製作事業者におけるTV番組関連の事業規模というのが、全体で左から2番目の箱、16億9,000万ポンド、約4,000億円ぐらいですけれども、そのうち、英国内が3,240億円ぐらい。さらにその中で、1次利用と、2次利用、その他ということで分けますと、1次利用がやっぱり8割ぐらいありますけれども、2次利用も2割ぐらいありまして、430億円ぐらいの規模というのがあるといなのが、独立の製作事業者によって行われているというような形になっています。

最後に、こういった独立の製作事業者のセクターが強いと言いますか、力を持っていると言えると思うんですけれども、そういった中で大きな役割を果たしているPACTという団体の概要を最後に説明したいと思います。先ほどもあったOfcomのガイドラインにおいても、放送事業者と、それから製作事業者の集まりPACT——ここにありますが、Producers Alliance for Cinema and Televisionというところ、ここの協議でいろいろ決めなさいという形になっていまして、これがどういう団体かというのを最後にご説明します。

ここにありますが、長編映画、放送番組、アニメーション、それからインタラクティ

ブメディア、その他を製作する事業者の同業者団体ということで、実態としては、80年ごろからいろいろ活動があったそうですが、今の形になったのは91年と。約700社の会員でありまして、そこにありますように、製作事業者以外にも専門サービス事業者も含めて関連する事業者がいっぱい集まっている形になっています。こういった活動を行っているかということですがけれども、政府や規制機関への陳情、請願、交渉等とか、いろんな教育・研修とか、あるいは小さなプロダクション向けの専門サービスの提供とかいろいろあるんですけども、大きなのは、やはり2番目に書きましたけれども、各放送事業者との取引条件の交渉ということで、外部から調達する場合の条件について、ここが窓口になって交渉すると。これに沿って、各事業者、製作事業者は契約を結ぶことができるという形になっております。

最後のページに、今の活動内容を図にしましたけれども、上にあるDCMS、Ofcom、こういった政府や規制機関に対しては意見、提言等を行う一方で、左側の放送事業者とはこういう協議を行う。それから、会員である独立製作事業者にはさまざまなサービスを提供する。それから、先ほどありましたコンベンションに出展したりとか、そういった非常に幅広い活動を行うという、非常に力を持った団体が存在するという形になっているようです。

駆け足ですがけれども、以上になります。

【村井主査】 ありがとうございます。質疑等はその後まとめて行っていただきたいと思いますので、金様から「韓国の外部調達政策について」のご報告をお願いいたします。

【金オブザーバー】 私のほうからは「韓国の外部調達政策について」、その導入の背景、そしてその現状の評価、そしてその改善策、この3点についてお話しいたします。

まず、基本情報であります。韓国の外注製作というのは、先ほど説明がありましたように、イギリスで外注製作が導入された1990年の翌年である91年に、地上波放送局を対象に導入されました。その義務づけられる外注の比率であります。当初は放送時間、全体の編成時間の3%以上ということでスタートしまして、その比率は毎年のように増加して、現在は特殊関係者、つまり関連会社の有無によって24%から35%になっております。実際、統計を見ますと、2005年度現在、KBS1については全体の番組の中で外注の比率が24.5%、KBS2については59.3%、MBCについては36.5%、SBSについては36.1%で、すべての地上波放送局が義務編成比率をクリアしている状態です。この編成比率であります。法的には大統領令で定める範囲内で、放送産業を管轄する放送委員会の告知によって決定されることとなります。

その次に、法的根拠であります。放送法72条第1項と58条第1項において定められております。その外注比率を違反した場合の罰則規定であります。放送法125条第1項の中で定められておまして、実際、過去の例を見ますと、違反をして罰金が適応された例というものも相当数ございます。

その次のスライドで、この外注製作であります、その製作を支える大前提がありまして、それは製作編成連ソウという放送産業の垂直統合構造というものが公共政策的な観点から見てプラスな影響よりは、マイナスな影響が強いということが、その政策の大前提となっております。その問題意識が幾つかあるのですが、1つは、キー局の内部製作が中心になっていきますと、地方放送の製作能力というものが萎縮されるという点、次に独立製作者にとって製作市場へ参入する障壁というものが高まると。その結果として、放送局との交渉力の差というものが現在よりさらに広がってしまうという点。

次に、製作市場において競争の不在は、放送市場の中長期的な成長においてネガティブに働くという考え方、最後に、番組の製作主体というものが放送局を中心とした寡占構造によって支配されていた場合に、番組のダイバシティー、多様性というものが阻害されて、放送の公共性にもマイナス、ネガティブ効果を与えるのではないかといった問題意識があります。

そこで、韓国政府は91年に外注製作を導入するわけでありませんが、その趣旨としては、ここに書かれております、さまざまな趣旨が挙げられております。1つは、技術革新によって多メディア、多チャンネル化が進むと。それによって番組のいわゆる需要、出口というものが増えてきたわけなんです、それに対する番組の供給能力というものが追いついていないという、いわゆる番組の需給調整問題を解決する1つの手段として。そして、国内の番組製作市場において、より、さらなる競争を導入する。3つ目に、製作主体というものを多元化することによって、先ほどの番組の多様性というものを確保する。次に、地上波3社によって寡占的な市場支配が行われているわけでありませんが、そうした寡占的な市場支配力というものを、この政策をもって緩和するという。また、現在放送局の中で完結しておらず製作人材、または製作の質というものを外部化することによって独立製作者の育成・保護を図ると。その結果として、映像産業全体の育成と国際競争力の向上につなげるという考え方が背後にあります。

91年に導入されて、この外注製作は16年たつわけでありませんが、その政策効果についてはプラス面とマイナス面があります。主にここではプラス効果について申し上げますが、そこには大きく2つあります。1つはこの政策が実行されて以来、独立製作者の創業数というのが著しく増大したということが申し上げます。数字で申し上げますと、例えば98年、韓国の中には108社の独立製作局があったわけなんです、2005年度においては約5倍の551社に増えております。ただ、1つ注意していただきたい点は、この551社のうちに上位14社の売り上げ合計というものが全体の独立製作者の市場規模の中で7割を超えるという意味で、この製作市場におけるメジャーとマイナーの二分化というものが強まっているということが言えます。

次に、この外注製作というものが直接的な原因になったのかどうかというのは議論の余地

がありますが、90年代後半以降、韓国の放送番組の海外輸出というものが拡大していて、その結果として韓流ブームが起き、その結果として貿易収支というものが大きく改善したというのが外注製作のプラス評価をする際に使われる根拠であります。

ここで、外注と関係する著作権帰属について、その現状を見ていきますと、著作権帰属については、大きく2つの基本的な考え方があります。1つは、創作行為を行った者に対して著作権を帰属させるという考え方と、もう一つは、創作における経済的なリスク、投資したものの、経済的なリスクを負担した者に対して帰属させるという2つの考え方があります。韓国の場合は、法律적으로는基本的に創作活動を行った者に対して著作権を帰属させるべきだというような推定規定があるわけなんですけど、実際の業界慣行としては、製作された後に製作会社から放送局へと包括的な譲渡などの手段を通じて経済的なリスクを負担した者、すなわち放送局に対して著作権が帰属されるというのが一般的になっております。ここにKBS、MBC、SBSの著作権帰属の状況が書いてありますが、例えばMBCの場合は外注製作番組の約9割以上が、著作権が放送局側に帰属されるというような状態です。これを若干定性的に申し上げますと、外注番組については製作会社が法律的には著作権を持つわけなんですけど、実質的には放送局に対して著作権を要求することすらできない、そういう状況でありまして、その要求した場合においても、放送局がこれに応じたケースというのはほとんどないというのが実情であります。

ここから各利害関係者の外注製作に対するレスポンス、評価について見ていきたいと思いますが、当然ながら、こうした外注製作については、利害関係者によってその反応、評価というのは大きく異なってきます。中でも、最も外注製作に対して強く反対する主体は地上波放送局でありまして、その反対する理由というのは複数ございます。中でも、最も大きいことは、外注製作というのは、編成時間の中であるパーセンテージ以上の編成を義務づけるということですので、放送局の固有の権限であります編成権への不当な政策的な介入であるというのがよく言われます。次に、外注比率というのは継続的に増加していくと。放送局の中で今まで、自社内で製作した比率というものが下がっていきますので、その役割を担ってきた自社内の製作人材、または製作の施設というものが余剰資源化してしまう。その結果として労使紛争に発展する可能性もあるという点が指摘できます。全体的な、そういった結果として、放送局経営というものが、今後ますます圧迫される可能性があるというところも指摘されます。

次に、まだまだ独自製作会社の中では零細な企業も多く、そういう意味で、彼らがつくり出した番組が必ずしも地上波放送局で流す番組のクオリティーに到達しているかどうかという意味で、番組の質というものが低下してしまうということと、最後に、世界的な流れとして、規制緩和、自由化、またはアメリカを中心として垂直統合という傾向がある中で、こう

した世界の放送産業の大きな流れに対して、外注製作というのは逆行する動きではないかということで、放送局としては、根本的には外注製作を廃止する、または、今、継続的に増加している、その比率というものを下げる必要があるということを一貫して主張しております。

これに対して独立製作者側は真っ向から反論するわけですが、その外注製作に対する独立製作者側の基本スタンスとしては、もちろんポジティブであります。その政策が持つ実効性についてはまだまだ限界があるということで、その補完策というものを講じる必要があるということを一貫して主張しております。幾つかの問題指摘と改善策について整理をしますと、例えば外注といったときに何を以て外注なのかという、その外注の認定基準というものが現在はいまいである、その解釈が放送局によって都合よく解釈されていると。また、その外注比率の報告というものが放送局の自律的な報告に基づくもので、そうした自律的な報告に対して客観性のある評価体制というものがまだ構築されていないということで、そういった監督機構というものを設立する必要があるんじゃないかというようなことも主張します。

次に、放送局と独立製作者の間での交渉力の差によって不公正な契約が行われるわけなんです。そうした契約の不公正な行為を是正する監視体制の構築が必要だということも主張しています。次に、製作費の算定基準というものがいまいであるという現状を受けて、政策的に標準となる標準製作経費を作成する必要があるということ、著作権帰属において何らかの形で政策的な調整機能を果たすべきだということ、また、大手の独自製作者の場合は、こうした今までの外注製作の恩恵を一番受けてきたわけなんです。今後の外注製作に対する期待というものは低くなっています。しかし、その一方で、今まで外注製作の恩恵をあまり受けていない中小の製作会社というものは、今まで恩恵を受けていないにもかかわらず、今後の外注製作の強化については最も強く支持しているステークホルダーでもあります。

最後に、最近の最も注目すべき動きとして、独立製作者側が、今まで地上波放送局に適用範囲を限定していた外注製作を、ケーブルテレビまたは衛星テレビなどの成長している新規メディアに対しても拡大して適用する必要があるんじゃないかということを一貫して主張しています。

こうした主に独立製作者側の指摘を受けまして、韓国の放送産業を管轄しております放送委員会のほうは、2003年度に外注製作の改善法案研究という提言に基づきまして、産官学の11人のメンバーからなる「外注改善協議会」というのを発足いたしました。

その中で主に検討された内容としては、外注製作の認定基準を政策的に確立する必要があるということ、次に適正な外注比率というものは何なのか。次に、製作費の算定方式、またはその算定基準というものを明確にするということ。次に、著作権帰属において透明性というものを確保する必要があるということと、最後に放送局と独立製作者の間での標準契約書を政策的に示すということが言われておりました。その検討の具体的な成果としては、2004年度に「外注製作標準ガイドライン」というものを策定して施行したことがあります。

こうした外注製作に対しての補完策としては、韓国においては2001年度にPrime Time Access Ruleというものが導入されました。その導入という背後には、外注比率というのは91年以降、毎年のように増加してきたわけなんです、放送局側がこうした外注番組を周辺の時間帯に編成することによって、もともとねらっていた政策効果というのは十分発揮されていないというような問題意識が背後にありまして、そこで外注番組の視聴機会というのを増やして、独立製作者の競争力を増大するというので、2000年度に導入を決めて、2001年度から導入されました。具体的には午後7時から11までというプライムタイムのうちに、8%以上を外注番組で編成することを義務づけております。

このほかに、現在検討中の改善策が複数ございます。まず1つ、製作費Quota制であります、これはフランスにおいて既に導入済みの制度でありまして、外注製作というのは、どちらかという編成時間のクォーター、編成時間の量で製作を実行するわけなんです、この製作費Quota制というのは、放送局の売り上げの一部を外注製作に投資をして、または外注製作した番組を購入することに割り当てるということを義務つける政策であります。その政策目的であります、外注製作比率というものが高くても、個々の製作に対して低い製作費を策定すると番組の質が落ち、また、特殊製作者の収益にマイナス影響があるということで、当初、目指していた独立製作者の育成につながらないという問題意識と、放送局側が不当に安い料金で番組を受注することを避けまして、また、番組の質を確保する。それによって、独立製作者を育成するというような考え方が背後にあります。これによって、独立製作者側にとっては、安定的な財源を確保するというプラス面があるわけなんです、放送局にとっては、経営を圧迫する要因になるというような指摘がなされております。

次に、先ほども説明がありました、外注専門チャンネルの設立であります。これは82年に、イギリスのChannel 4がその代表例であるかと思えます。外注専門チャンネルというのは、その言葉が示すとおりでありまして、番組の調達と編成はその放送局が行いますが、製作はみずから行わないというようなチャンネルであります。韓国においても、2000年以降、文化観光部を中心に、公営放送型の外注チャンネル設立案というものが提起されたわけなんです、例えば、新聞社、または地上波放送局、または放送委員会が反対することによって、事実上、現状はその議論が中断している状態が続いております。

こうした外注専門チャンネルの設立によって期待される効果としては、製作基盤が強化されるということと、地上波ネットワークを経由しない、ファーストランのシンジケーションが活性化し、番組の流通市場というものが成長するということが期待されております。

次に、著作権帰属に対する政策介入であります、要は、独立製作者の権利帰属というものを進めて、放送局の番組に関する権利保有を一定部分、政策的に制限するという案。または、権利帰属ではなくて、二次利用から得られる収益の配分ルールを制度的に調整をすると

いう案が考えられております。具体的には、番組は権利の束ということで、そうした権利の束としての、いわゆる著作権というものと、権利の束の一部としての放送権、放映権を区別して、そうした権利分割が明確にできるように、標準契約書を作成させて、事後的に透明性を確保しながら、管理・監督するという案であります。これは後ほど申し上げます、施行規約(Code of Practice)というものと並行して実施することが求められている制度であります。

次に4つ目に、標準製作費の策定であります。これは放送局が製作者に対して、交渉力の差を利用して、外注の際に、合理的な製作費を策定しないという問題を防ぐ目的でありまして、製作算定の基準というものを、段階的な協議を通じて策定をして、公正性、またはオープン性を確保しようという案であります。

次に、外注製作の標準ガイドラインの策定であります。規制政策のように他律的に、事前的に介入するものではなくて、当事者間の協議を通じて、合理的な指針というものを、自律的に設定をして履行できるようにするというものであります。ただ、ガイドラインと申し上げますと、その法的強制力というものがないわけで、当事者が宣言的な次元で終わってしまうんじゃないかというようなおそれもあります。こうしたガイドラインというものが有効に機能するためには、当事者間の双方の信頼関係というものが前提になっているわけなんです。現時点で、韓国の状況においては、そうした信頼関係というのは期待しにくいというようなのが現実であります。このガイドラインは、いわばルールを自律的に設定して、その監督、履行というものも自律的に行うというような概念化ができます。

最後に、施行規約であります。これはイギリスにおいて、2003年度のコミュニケーション法によって導入された制度であります。先ほどのガイドラインが強制力はないと。そうした非強制力性からくる弊害というものを克服して、業界の自律的な設定に加えて、自律的な監督ではなくて、製作側による事後的な、他律的な監督というものを組み合わせた制度でありまして、ガイドラインに比べると、より包括的で、明示的で、また実行可能性というものが高いと。こうした施行規約の中には、著作権帰属の問題、または標準製作費の策定基準などを明示的に示すというものも含まれております。

これは自律的な設定に対して、他律的な、事後的な監督を加えたものとして、イギリスにおいて非常に高い政策効果というものが証明されてきたという意味では、韓国においても、最近は非常に注目を浴びております。

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、日本のご説明ということで、「フジテレビにおける外部製作比率と権利帰属」ということで、金光さんからご説明をお願いいたします。

【金光オブザーバー】 それでは、日本の外部製作比率と権利帰属についてということでござい

ますが、一応、本日は、フジテレビの実例をもってご説明させていただきたいと思います。これは契約にかかわることですので、個々の契約に関しては、極めて詳細に差があるとは思いますが、放送局での基本的な考え方としては共通するものがありますので、そういうものだというふうにお読み取りいただきたいと思います。

まず、外部製作比率に関して、今、英国及び韓国の説明がありましたけれども、日本がいかにその比率が高いかというようなことを示すためにも、資料1ということで、別表の1をごらんいただきたいんですけども。縦位置のブルーと白で色分けされている表ですけども、この表は、フジテレビのここの10月改編のタイムテーブルです。ですから、まだ放送されているわけではなくて、今後やるというものの一番直近の資料を持ってきました。

この中の色分けされているものに関しまして、白いところが、下にちょっと小さい字で加筆してありますけれども、自社製作番組の枠でございます。一部コーナー委託等々のものも含まれますけれども、自社製作、著作権を有するものと考えていただきたいと思います。それから、濃いブルーのところは外部製作番組。いわゆる放送権購入番組。一部系列局から購入しているような番組等々も含むということで、フジテレビが製作するんじゃなくて、購入している番組という色分けでございます。それから、ブルーの※がしてあるところですけども、編成表というのは、番組というのは枠単位で規定されていますけれども、レギュラー枠というのと単発枠という2種類があります。レギュラー枠というのは、毎週何曜日、何時からは同じ番組をやっているということで、基本的には同一製作母体でつくられていくものと。それに対して、単発枠というのは、枠タイトルはありますけれども、今週は2時間ドラマ、こういうもの、来週はこういうものという形で、その製作母体が、週によって変わるものということで、この※というのは単発枠でございます。この単発枠に関しましては、外部製作番組の比率が高いので、ブルーの色を塗ってあるということでございます。それから、薄いブルーのところは再放送枠ということで、再放送も同様に、自社製作番組を再放送枠でかける場合も、外部から調達した番組を再放送でかける場合もありますので、これは混在ということで薄いブルーとしてございます。

それで、この中で星印で赤いマークがついているところ、これが何かといいますと、これは生放送枠です。全放送、全タイムテーブルの半分近くを生放送が占めているということがわかりだと思えます。生放送は、基本的にというか、原則として社内製作でございまして、社員の手によってつくられる。ニュースを代表として、緊急対応等々の体制を整えるというのも含め、それから、スキルの的にも、生放送に関しては社内製作であるということが原則でございます。それから、生放送番組は、当然のことながら、二次利用できる対象番組ではございません。ということで、この全体のタイムテーブルにおける外注比率というところで、上に小さく書いてありますけれども、生放送以外の全日枠における外部製作比率は30%以

上。さっき言った単発枠等々の入り線りがありますので、厳密な数字は出せませんが、30%以上であることは間違いない。これはちなみに、先ほどの説明でも、英国のクォータールール、25%ルールで、生放送を母数から抜いているというご説明がありましたけれども、それに準じた形での計算ということで、ご理解いただきたいと思っております。

それから、プライムタイム。先ほど、韓国の説明がありましたけれども、プライムタイム8%以上という説明でしたけれども、この19時から23時における外部製作比率は30%以上という形で、全体の中で3割強に関して、外注の番組で編成をしているというのが、フジテレビの今の10月改編の実態としてのデータでございます。

それに続きまして、権利の帰属に関して、次のページに表を用意してございます。これに関しましては、外部製作番組の契約書に関しては、何種類かございます。その中で、特殊なものを除いて、代表的な2例をここで示させていただきます。1つが、左側にあるATP契約。皆さんもよくご存じの、番組製作者連盟と契約する場合の基本的な契約のひな型でございます。ATP契約、これは番組の製作及び利用に関する契約というタイトルで契約を交わします。具体的にどういう番組が該当するかということで、この枠の一番下のところに「基本形態」と書いてあるんですけども、企画の発意、アイデアが製作会社にあるもので、局の編成方針に従って、製作会社が製作を担当する番組と。通常、放送局は、プロデューサー的役割で携わると。製作費は、全額放送局が支払うというところで、製作会社のほうから、「いい企画があるんだけど、放送できないだろうか」という相談を持ちかけられ、編成のほうで、だったらこの枠で、この時間帯でかけたらいいんじゃないかという相談をして、それだったら、こういう番組にしましょうよという相談をして、それだったら、製作費が幾らかかるかという見積もりをいただいて、それでその製作費全額に関しては、いついつまでにお支払いしましょうということで取り決めた上で、番組発注をして、番組をつくり出すという形態がATP契約。番組発注契約と言いかえてもいいかもしれません。

この場合に関しての決める放送条件というのは、上のほうに戻りますけれども、放送地域と放送回数、これは基本的に決めます。よくある例としては、日本全国で、2年にわたって2回の放送権購入ということで、ただし、ケーブルテレビへの同時再送信及び海外における日本語放送は含むというような放送条件を決めます。製作費に関しましては、先ほど申し上げましたように、全額放送局の負担となります。

それで、この番組の著作権がどこに帰属するかといった場合に、発意・アイデアを出した製作を担当した製作会社が著作権を持ちます。それから、同時に、権利処理というところで、グリーンで書いてありますけれども、権利処理の担当も、当然基本的に著作権を持っているわけですから、製作会社が行うということになっております。この場合の二次利用の窓口、二次利用の機会を見つけて、その権利処理をするという窓口に関してはどうなっているか

ということですが、これは細かく二次利用を覚書で規定するんですけれども、一応、A T P 契約の契約書の裏書きの条文に、原則精神条項を書いています。ここを抜粋しましたけれども、甲乙は、利用の窓口になって積極的に推進する。それから、二次利用の機会を開発した当事者が、利用の窓口となることを原則とするということで、両者が自由に二次利用の窓口権を、「権」っていう、「権利」ではないですけれども、二次利用をする機会を有するということが、原則として盛り込まれているということでございます。

それによって得られた利益に関しては、局と製作会社で、例えば50・50の配分をする。あるいは、局が30、製作会社が70、あるいはその逆等々は、その事例、条件によって、その都度決めていくということで、配分比率を決定するということでございます。

ここで一応、※1、2としてあるんですけれども、一応、※1、権利処理に関しては、製作会社の担当というふうになっているんですけれども、まずはA T P 契約の番組での二次利用する番組は、実はほとんど実績としてないというのが実情でございます。一部A T P 製作のドラマの番組をDVD化や番組販売化する場合がありますけれども、その際は、製作会社からの依頼により、権利処理業務、いわゆる窓口業務は局が代行することになっているというのが実態でございます。それは局製作であれ、外部製作であれ、すべてのコンテンツの二次利用の収益性の拡大に、局が努めているという証でもあろうということでございます。

それから、※2の原則というところで、二次利用に関しましては、甲乙が積極的に推進するとありますが、やはりこれは、例えば、放送権を2年に1回で買っているところで、例えば、弊社、フジテレビが放送権を買っている期間中に、その窓口の利用が自由だということで、例えば、別の局さんに、その放送権を並行して売られてしまったら非常に困る。あるいは、放送する前にDVD化されてしまったら困るということは、当然の商習慣としてございますので、明文化はしておりませんが、それは好ましくないということで、別途協議事項の中で、両者の基本的合意事項になるということでございます。ですから、放送権を購入するという形でありますけれども、その放送権の価値を毀損しない、外国とのディールなんかで、エクスクルーシブ契約とかすれば明快なんですけれども、そこまで厳密に縛らないで、契約を緩くしておりますので、基本合意事項の中で、そういう別途協議事項として解決するという方法をとっているということでございます。

というのが、A T P さんとの契約のひな型でございます。もちろんこれはいろいろなケースがございますので、これを基準にして、いろいろとアレンジはされていくことは申し添えておきます。

それに対して、購入契約、いわゆる番組調達契約。先ほど、英国の独立事業者からの調達契約という説明がありましたけれども、多分、それがこれに当たるものだと思います。これはどういうものかといいますと、既に製作済みの番組を、放送局が放送権を購入する番組で

す。従いまして、当然のことながら——これを当然とっていない国が多いんですけれども、日本の場合は、局は二次利用できないという考え方に立っております。ということで、放送条件に関しましても、それはそのときの、いわゆる相場なり条件ですので、1年に首都圏だけですとか、2年で10回ですよというのは、番組を購入する際の交渉ごとになりますので、これはさまざまなケースがあるということでひな形は出せない。

製作費に関しましては、当然この製作費というのは、総額で既に出されて作られているものですので、放送局はその権利者から番組の放送権を番組購入費として買うことになりますので、製作費の1%相当から100%、200%相当まで、その商品価値によって相場は変わるものでございます。製作費の何割かをこの番組購入費で負担するというのが通常だと思えます。ということで著作権は当然のことながら製作会社及び権利所有者、二次利用に関しましては、基本的には二次利用はできませんので、それは覚書で規定することはありませんが、一部アニメ等々で何らかの理由によって局のほうに配分をするというような契約もありますので、その場合は別途、覚書を制定するということです。権利所有は当然のことながら製作者ということです。ですから、基準収益配分に関しましても0対100で、局への配分はないということで、今、英国及び韓国等々でいろいろとその辺のところの法制度を変えようとしておるようですが、日本に関しては既にこうやって開かれた形で権利は渡してあるということが、実態ではわかりだと思えます。

こういうもので、例えば購入契約番組みたいなものが市場で盛んに売り買いされているのは、前回の会議でも申しましたが、アメリカのシンジケーションが、局の需要に対して売り買いしているというのが国内の商品を持って国内で流通している市場の大きいところというのはアメリカぐらいしかないんじゃないかと思っています。ということも補足しておきます。

ということで、いわゆる外注比率、それから契約の帰属に関して、今、実例をもってご説明しましたがけれども、とりあえずまとめましたので、それを前に戻りましてご説明させていただきたいと思えます。一部、必要なところだけご説明させていただきますけれども、外部製作比率に関しましては、先ほども説明がありましたけれども、海外で規制をする。例えば、アメリカだったらプライム・タイム・アクセス・ルールがあって25%だと。欧州もクォータールールがある、25%。韓国に関してはプライムタイムが今8%以上というのを報告しました。というものの比率の基準を既に現実としては日本の場合は上回っているということが1つ。それから、先ほど韓国でもありましたけれども、局としては外部製作番組の比率の増大というのは、やっぱりコンテンツのいわゆる収益の拡大、最大化をするに当たっては、必ずしも経営戦略上好ましくはないというのは、どこの国でも同じだと思いますので、それも一応、ここはつけ加えておきたいと思えます。

それから権利の帰属に関しまして、これはさっき、権利に関する二次利用の窓口をどこが

行使するかといった場合に、製作会社さんが本来おやりになるべきものなんですけれども、一部の例外を除いて局が代行しているというところ、それはなぜかと。これはもう言わずもがななんですけれども、日本における放送番組というのは二次利用をする時点において、まとまった1つの自由に動かせる商品ではありません。権利者の許諾を得て条件の話を詰めて合意を得てから、初めて商品となる権利の束と。これはもうよく出る話なんですけれども、権利の束でしかありません。そのためには専門的なスキルが必要だということでございます。

下の太字のほうに飛びますが、そのために放送局というのは100名規模の権利処理スタッフを配して、全放送番組の数%しかない二次利用番組のために権利処理業務を行っているのが実情でございます。合わせてYouTubeのような違法使用に関する削除依頼業務等も外部製作の番組を含めて全番組にわたって行っております。この作業を日本において製作会社さんが行うのは非常に難しいのが現状ではないかと思っています。このスキルが煩雑であるから大変だということで、必ずしもこれを否定すべきものではないという必然性とメリットもあるということは、説明はいたしませんけれども、あるというふうに考えております。それから、今回、放送事業者と呼べる当事者でございますので、その辺のところを踏まえて若干の提言をさせていただきたいと思っております。

前回及び今回に関しまして、日本の放送体系を検討するに際して、海外の放送局の事例を引き合いに出すというような、今、研究委員会が開かれているわけなんですけれども、その場合、歴史的な背景とか、制度の違い等を正確に把握した上で解釈しないと、ある種、現象面だけでとらえた場合、間違った結論を導き出す危険性があるというふうに考えます。それから、また日本における放送局と製作会社の関係についても同様だということだと思います。日本のように市場原理に従い、民々でルールをつくりながら国民の利益に資する放送体制を構築した国というのは世界的にも希有だと思います。ちなみに各国が民営化するとか、民営の放送局を作るときには、日本というのはモデルケースはして非常に参考例として使われることが多いということもありますように、それぞれ国によって違うというよりは、日本とアメリカ以外が違うと考えたほうがわかりやすいかもしれないと思います。

というのが次に書いてあるんですけれども、日本とアメリカを除くほとんどの国の放送体制というのは、実は国営、公営の放送局主体であるということで、結果的には放送制度、製作に関する国のあり方というのは、非常に国営色、公営色が強いんですから、日本でいう放送法におけるNHK法がかなり細かく書かれているのと同様に、すべて網羅的にかけられているというところの歴史の中でやられているというのが外国の放送局の例だと思います。

ということで、日本とアメリカ以外に関しましては、やっぱり1950年代ですから、テレビ局ができ上がったのは。第2次世界大戦以降、まだ冷戦時代の中で放送局を作るときはどうしたって体制と国家秩序の維持ということや、自国文化の尊重ですから、母国語

に関して、できるだけ多く比率を放送せよみたいなものは、ずっと90年代ぐらいまでどの国でもやっていた。スペイン語だったらスペイン語放送、インドネシアはインドネシア公語、アメリカの放送は英語使うなみたいなことをわりと制度的に縛ってきたというのが放送局の歴史。それから宗教・民族的な制度みたいなことがあるというようなところで、近年急速にいわゆる番組コンテンツが産業振興の視点で制度改革を始めたところだと理解をします。先ほど来申し上げていますように、日本とアメリカ民々でかなりの期間をかけて、既に解決していることは非常に多いと。それを今、制度化しているというのが外国の実情だと思っていけないかと思えます。

それから、前回の説明に引き続きになりますが、やはり製作会社との関係を考えるに当たって、放送局設立時の製作リソース（外部製作会社）の有無の成り立ちの違いも大きく影響しているということも忘れずに考えておいていただきたい。これはくどくど説明しませんが、アメリカに関しては、放送局を呼ぶ前にハリウッドがあったよと。海外市場を持つハリウッドがあったよということは前回申し上げました。イギリスに関しては国営放送主体でBBC、それにITVがありましたけれども、ITVは力のあるところに関して製作を付与させて放送権を後で渡したというようなことですので、カールトンTV、グラナダTV、今見てわかりますけれども、放送収入なんかは全体の20%ぐらいは力の強い母体のあるところが国家政策として製作会社をつくられたというような背景がある。

それから、韓国に関しましては、先ほども説明がありましたけれども、我々が理解しているのは、やはり日本とはかなり違うというのは、やはり国営放送局主体であるということと、国情もあると思うんですけれども、極めて商業主義を排除する放送政策を強くとってきたと。それもコンテンツ的な内容等と製作体制にかえても放送権を求めてきたというのが長い歴史だと思います。ですから、日本と比較ができないぐらい、放送局主体で番組製作がされてきたところだと思います。それから、やはりどうしても商習慣、権利上の問題については、特に国ごとのそれぞれ考え方に違いがありますから、一般的にお金を出したものが権利を保有するという商習慣に根差したのものとして、放送番組に関しても、放送局がお金を出したんだから権利を持つということがやっぱり問題になっているんでしょうし、今もそれが若干残っているだろうと思っています。

というような状況の中で、過度な局に権利も集中するし、番組製作も集中するところに対して「プライムタイムの15%以内で外注番組を編成すべき」というような法律が制度化されたというのがあるんですが、このときに10%以内という言い方もある一方、何とか以上という言い方があると。これはやっぱりいわゆる国の体制を守るためには何%以内という規律が必要ですがけれども、産業振興上は何%以上に上げなきゃいけないというところが、とりあえず今、法律上の中でも混在しているという状況ではないかなというふうに思っています。

ただし、韓国には見習うところはいっぱいあると思うんですけども、韓国のとった制度の中では、やはり一部のドラマの製作会社の中に、今非常に海外で活躍しているようなところで利益を得ているところはあるんですけども、融資制度を導入したり、製作費の支援をやったり、権利基準の改善など、積極的に策を施し、製作会社の自立を促す策をとっているというところで、「冬のソナタ」だけではなくて、ああいう韓流ブームを作ったと。あの背景には、やっぱり製作費を製作会社がみずから出したというところで、放送局の言いなりにならないよという強い製作会社の意思が働いた結果、海外市場を作ったということもあると思いますので、その辺を国が支援したということに関しては、ある種参考になるのではないかなと思っています。

ということで、日本に関しましては、放送開局時には製作会社が皆無でした。それから、テレビ局員がスピンオフして製作会社を作ったというところで、どうしてもイギリスやアメリカのように強い会社として集合していくという流れよりかは、どちらかというと細分化して細分化してという、小さく、小さく、製作会社がどんどん、どんどんでき上がってくるという状況でございます。ですから千数百社、二千数百社あるかはわかりませんが、非常に規模の小さい製作会社さんが多くなっているというのが現状だと思っています。

というような現状を踏まえて今のコンテンツ立国を目指す、コンテンツ輸出を促進させるというところで総括としてまとめておいたんですけども、「放送局が二次利用に消極的でコンテンツを死蔵させている」というような文言を目にしたりするわけですけども、こういう認識を改めていただかないと、日本のコンテンツ産業の成長はあり得ないのではないかと提言でございます。それから、コンテンツ産業の収益規模を拡大するためには、基本的には生産する量、商品量を増やさなければ売り上げは上がらないというのは基本的な経済原則でありますので、現在の放送番組をターゲットにして、同じパイの中で外注比率や権利帰属について、既に民々で成立している関係を壊すような譲歩を求めても国内の放送番組の総量は変わらないし、質的な向上も担保されない。ひいては産業振興もつながらないのではないかとこのことを言っておきたいと思います。

もし、新しい映像を流すメディア、例えば今で言うならば通信メディア等が出現し、コンテンツ需要が発生したならば、まずはみずからのコンテンツ調達戦略、資金計画、製作体制の確保をまず行うべきではないのでしょうか。それから、同時にそれをするということというのは、権利者、実演家、あるいは製作会社にとっても、適正な相場のもとで新しい活動を創出する機会を増やすということが何よりも必要なことではないかと思っておりますので、そういうある種副次的なメリットというか、本質的なメリットも生まれるのではないかと考えます。

その中で、テレビ局がコンテンツ製作者として企業体として果たせる役割もかなりの部分、いろいろな方向であるのではないかと、そこを模索していきたいと思っています。ということ

で、コンテンツ立国を目指すことに異論はありませんけれども、放送局の内側の仕組み等々を研究するのはいいと思いますけれども、韓国等々、外国のやっている例の、外側でやっている部分にも目を向けて、その辺の制度や仕組みの変更や支援策ということにも期待していきたいなと思っています。

以上です。

【村井主査】 ありがとうございます。このあと、元橋さんからお話を伺いたいんですけども、ちょっと高橋委員が途中でご退席ということなので、これまでのところでご発言があれば、このタイミングでお願いしたいと思います。

【高橋委員】 恐れ入ります。ご説明いただきましてありがとうございます。最後のフジテレビさんのお話は、検討の枠組がお気に召さないというか、海外にならおうというように私どものスタンスを誤解されているようなんですけども、そうではなくて、海外のケースのいいところと悪いところと、それから歴史的な背景、習慣、すべて見た上で非効率な部分は日本も正していくべきだと思っております。とにかくいい番組を、選択肢を我々が選択できるように供給してほしいという思いでございます。

そして安江さんから英国のご報告をいただいたわけなんですけれども、思い切ったルールの適用で、それによって独立製作事業者が大々的な成長を果たしたという事実があるということで、その大きなポイントとして、番組に関する権利を製作者がしっかり保有すべきという考えに基づいてやったからできたということを学ばせていただきました。それから、金光先生に韓国のご報告をいただいたんですけれども、韓国の場合も同様の仕組みを今導入しているということなんです。外部製作、外注の製作ガイドラインとか、日本が学ぶべきものがたくさんあるのではないかなと思いました。

それで、フジテレビの金光さんにご質問です。まず、データのほうで直近の外部製作のデータをお示しいただいたんですけれども、この10月期からということで、できれば過去10年ぐらいの推移をお教えいただきたいと思うんですが、数字が無理であれば、上昇なのか、横ばいなのか、どういう傾向にあるのかという傾向値を教えてくださいということが1つでございます。もう1つは著作権に関してですけれども、日本の場合には窓口権とおっしゃいましたでしょうか、そういうふうな形でやっているということで、事実上、二次利用の実績はほとんどないということだったんですけれども、そういうご説明を聞いていると、あまり二次利用を促進していないと聞こえてしまったわけです。各テレビ局によって違うかもしれないので、まずフジテレビさんにお答えいただき、それと違うと放送局があれば、ご発言いただきたいと思います。1回放送した後にDVD、インターネット放送、あるいは海外販売等をやってもいいというルールになっているのか、絶対だめだというふうになっているのか、わかりやすく教えてくださいたいと思います。

消費者の率直な感覚から申し上げますと、二次利用促進のために、作った人が海外展開したり、翌日に日本で放送する自由があったほうが、私たちも歓迎と感じているところがございます。放送局にとっては何ら問題はないというご発言だったんですね。今までいろいろなヒアリングをしてきた中では、製作会社さんとか、権利者さん等の意見からすると、随分隔たりが大きいのかなと感じております。

私の意見を最後につけ加えさせていただきますと、やはり開かれた形で製作会社に権利が渡されることが、やはり二次利用の促進につながるのではないかというふうに感じました。

以上です。

【村井主査】 金光さん、お願いします。

【金光オブザーバー】 まず、最初のご質問のこの外部製作比率の推移、長期的なものとおっしゃられましたけれども、これは開局のときはもちろん0%だったんですけれども、徐々に増えていって、例えばこの10年で考えると、もちろん厳密な資料は手元がないので正確ではないのですが、印象としましては、大体これぐらいの比率で大きく膨らんだりとか、大きく減ったりとかということはないと考えております。ですから30%前後で推移してきたのではないかと考えています。

それから、二次利用実績がほとんどないというのは、これは説明の仕方が悪かったのかもしれないけれども、フジテレビで放送して二次利用は積極的にしているんですけれども、ATP契約で番組を買った、放送権を買った番組の二次利用の実績はほとんどないということの説明したわけで、局製作の番組に関しては積極的にやっているということは前回の委員会でもご説明したとおりでございます。どうしても、いわゆる外部製作番組のほうが二次利用される機会が少ないということで、それはあえて申し上げにくいですが、それは何かということはいろいろな利用があるのではないかと考えています。

それから、製作者にちょっと権利を渡してあげてくださいよというようなご趣旨のご発言だったと思うんですけれども、それを渡していますという説明をするために私はこれを説明したんですけれども、ATP契約の場合は、著作権は製作会社、権利処理も製作会社、窓口も製作会社で持っているんですよ、日本の場合はと。購入した番組は二次利用の権利も放棄しているんです、日本の場合は。ということで、ご説明したつもりでございますので、そのことに関して、今のご質問はちょっと答えようがないなということです。

それと、もう1個、ちょっと言いたいですけれども、さっき私の説明に対して、ご説明されて誤解があるということおっしゃられましたけれども、その最後のまとめで、結局はいい番組をつくれればいいんですとおっしゃりましたけれども、そういういい番組みたいなあやふやな言い方をするのがこういう問題を最大に混乱させる原因だと私は常々思っています。いい番組というのは、何なんでしょうかと。商業的にいい番組なんですか。為政者にと

っていい番組なんですか。あるいはほかのだれかにとって、作り手にとって、いい番組なんですか。そういうことが、今いわゆる産業論をやっているのか、文化論をやっているのか、いわゆる国家論をやっているのかということによって、いいというのは変わると思いますので、そういう言い方でいい番組、良質な番組等々な表現は非常に、ある種、人によって解釈は違うので使わないほうがいいんじゃないかと私は思います。

【高橋委員】 ご反論の部分について、いろいろやっていますということなのですが、現実、放送権というのをフジさんは2年間持っていて、その間は売買できないということであれば、いくらこういう表を作っても、流通は促進されないなというふうに感じたので、そのように申し上げました。やはり権利者が自由に使えるようになることとか、私たち、消費者から見たら、もう、iTunesとか、いろいろなものが出ているわけですので、古くならないうちに新鮮なうちに何度も使っていただくということも必要かもしれません。

いい番組ということに対することなんですけれども、ここで論争をしても仕方がないので、やはり、視聴者に受ける、視聴率というのも、そちらがどういうふうに解釈していってらっしゃるかわかりませんが、日本人が非常によく見る番組というのは、海外に行っても受けるかもしれないということがあろうし、コンテンツ流通を促進してきましょうという考え方に立って、ここの会議の枠組がありますので、そういう意味で二次利用にたえるいい番組というふうには私は申し上げているつもりです。

それで、ちょっと時間がなくて恐縮なんですけど、先週NHKさんを取材させていただきましたら、NHKさんの、例えば外注度はどうなんですかというお話をお伺いしたときに、受信料でやっている局ということで、民放さんとはもちろん違うということは承知の上なんですけれども、いわゆるドキュメンタリー番組というのは、非常に外注比率が高いということがわかりまして、それは海外にもどんどん出ているわけで、NHKの場合は販売ということではなくて、国際援助とか、協力とかという形でかなり出ているようなんですけれども、やはり外注比率を高めると、いい番組をつくれるのかなというふうには私は取材の中で素朴に感じたということをお伝えさせていただきたいと思います。

【村井主査】 植井委員、どうぞ。

【植井委員】 済みません。TBSのケースを若干、今の伺った話に基づいて申し上げますと、TBSも先ほどのフジテレビの金光さんのおっしゃっているように、基本的にはこれは日本の場合どこでもそうでございますが、製作会社がつくられたものにつきましては、著作権は、当然のことながら、法律上も、それから包括譲渡のような韓国がやっていらっしゃるような形もとっておりませんので、基本的に著作権は製作会社に帰属するというもので、共通している部分でございます。これは在京社を含めて、そのような形になっていると考えておりますが、しかし、やはり一番大切な部分と申しますのは、コンテンツ流通の促進、そのための

コンテンツ価値の最大化であると考えておりました、それも含めまして、実は5年ほど前にこの総務省のほうでブロードバンド時代における放送番組製作に関する検討会というものが設置されまして、そこで議論された経緯がございます。

これには、民放在京者、NHKさん、それからATPさん、映画製作者の方々といった形のメンバーが参加いたしまして、まさに取引、放送番組を今まさにここで上がっております番組製作をお願いする場合の発注条件、契約につきましての公正化、透明化ということを図るとということで、どういうことをやればいいたろうかと、結構議論をさせていただきまして、その結果、例えば番組製作委託取引に関する基本的な民放連、あるいは在京社、NHKさんも含めた各社の指針をつくりまして、それを各社のホームページで公開する。それから契約見本、いわばモデルとなるような、こういうふうな条項をこういうふうに決めましょうというような契約見本も策定いたしまして、公表したという経緯がございます。

その場でも、やはり一番大切なのはコンテンツ価値の最大化が重要で、それがこの本委員会のテーマでございますコンテンツ流通の促進に結びつくというふうにも考えておりました、コンテンツ価値の最大化のためには、ただコンテンツがどんどん地上に出ていけばいいということではなくて、やはりビジネスとして成立するためには、それから関係権利者に対して所定の、適正な配分が行われるようにするためには、ウィンドウコントロールというふうな形で必要な利用をある程度コントロールすることが必要であろうと考えております。

そのためにも、今のところ放送局のほうが陣容や、あるいは人員、予算も含めて設定しておりますので、今申し上げましたスタッフも含めたスキルを生かしまして、放送番組の二次利用を、例えば国際見本市の会場でブースを作って展示するなりして、促進することができると考えているわけでございます。ただ単に露出されればいいというところはあるかもしれませんが、それであれば、例えばYouTubeやYahoo!オークションだって構わないということにもなってしまいますので、ある程度の管理マネジメントということは必要であろうと、そのために今、原則としては、例えば放送局サイドが窓口権という言い方は申しませんが、窓口業務をやらせていただくというふうなことを一般的に進めているわけでございます。

ただし、もし製作会社のほうでこういうことができたらこれはすごくいいビジネスになるんだということを持ってこられた場合は、どの放送局もそれはいいということになれば、そちらの製作会社のほうがおっしゃるようにウィンドウを行われるということもあり得るわけでございます。

以上です。

【村井主査】 どうもありがとうございました。それじゃあ、今お話がちょっと出ましたが、元橋さん、お待たせしました。済みません。

【元橋オブザーバー】 高橋さんにご評価をいただいた中でなかなかちょっとコメントをしづら

い部分があるんですが、高橋さんはご退席ということで。

フジテレビさんと、基本的には同じような考え方を持っているんですが、NHKの場合はどうなのかということをご説明したいと思います。資料がなくて申しわけありません。私も以前からももちろん番組を自社内で、インハウスで作るだけではなくて、外の製作会社の皆さんからも提案をしていただいて、NHKスペシャルとか、特集番組を含めて、多く、外注というんですかね、製作委託をしてきた事例というのがございますが、去年の7月からホームページ上で明示をして、どういう時間帯のどういうジャンルの番組、どういう人たちをターゲットにするのか、あるいは総合テレビなのか、教育テレビなのか、衛星放送なのかという、枠を示したり、あるいは予算の規模を示して企画募集ということを始めしております。

これは、意図としては、先ほどいい番組論争というのがありましたけれども、まさに何がいい番組かというのはいろいろ立場によってだと思っておりますが、試聴者の方々に、手あかがついた公共放送のかた苦しくて難しい番組ばかりじゃなくて、より多様な、多彩な番組。製作会社さんがお持ちのノウハウだったり、いろいろな取材網だったり、そういうものを取り入れることによって、より高品質で多彩な番組をつくりたいということを意図して始めたものです。ホームページ上で提案用紙とか、あるいは予算の算定基準だとかいうものもダウンロードできるようにして、製作会社さんから見ても、より提案しやすいような形になりました。

これ以外にも、繰り返しになりますが、年に何回か局内の提案会議をやっている、紙の厚さにすると十数センチになるような、何百本もの提案が中のプロデューサーやディレクターからも出ますし、外の製作会社さんからも寄せられると。それは内外、完全な競争で、ネタ本意で、内容本意で採択をしています。ということで言えば、オープンであろうということはあると思います。そのホームページで募集をし始めて1年になるんですが、この間5回にわたって、その都度テーマなどを設けているわけですが、10件のテーマで募集を行いました。11本の番組を放送したという実績がございます。

ただし、先ほどから出ている議論にちょっと一石を投じるかもしれないんですが、うち3件は多くの提案が寄せられたんですが、やはり内容的に放送できるだけの品質、あるいは中身がないということで、残念ながら採択提案なしということに終わった募集案件もございます。現在は、枠とか、ジャンルを絞らずに、自由に製作会社で提案してくださいというものを、毎月月初めに募集をしておりまして、この中から特集番組、総合テレビだったり衛星放送だったり、放送されていくものも必ず多く出てまいります。

それから製作費と権利の部分なんですが、私どもの国内製作の番組というのは、基本的には皆様からいただきます受信料ですべて賄っていると。国のお金や、外部のスポンサーからのお金をいただかないというのが、公共放送のそもそもの原理ですので、そういう意味でいうと、この外のプロダクションから提案していただいた番組についても、製作費については、

基本的には全額NHKの受信料から出るということになっております。

それから当然ですけれども、この場で前回は申し上げましたが、放送するというのであれば、企画が採択されたら、あとはもう製作会社に全部お任せということは一切ございませ。当然のことながら、完成するまで、NHKの製作プロデューサーが、製作プロダクションと一緒にあって、幾晩も徹夜をしながら品質を練り上げていくということをやっております。ですから、著作権は製作会社とNHKで共有することになっておりまして、2次利用については、製作会社の製作への寄与度に応じて、製作への関与の度合いに応じて、契約によってシェアする形になっております。

もう一つ、私どもで注意していることを申し上げますと、番組を提案してきて、それを採択する部局と、製作管理をするところは、やはり別の機能、別の要件が求められるということとか、あるいは製作の品質を維持する、あるいは採択に当たっての透明性を確保することなどもございますので、その提案の受け付け、採択をするところと、製作管理をするところは、はっきりと分離をしています。こういう形で、外の製作会社からの番組を作って放送していくことによって、今までにない切り口の番組というのは数多く放送できているのではないかと思います。

去年の7月以降の番組公募、ホームページ上で公募して以降のものでは、まだ2次利用実績はございませんが、今までは単発、1回限りの放送だったんですが、先ほど申し上げた、11本の採択された番組の中から、正式にはあした外部発表するのですが、1日フライングで発表いたしますと、この10月からのレギュラー番組の中に、外の製作会社さんからの企画、提案に基づく番組というのがレギュラー化されることになりました。ちなみに、提案していただいて、製作していただくのはフジテレビさんの子会社です。ですから、先ほどのイギリスの例に則していうと、独立製作会社ということではないかもしれません。

2次利用の実績というのは、残念ながら11本の中ではないんですが、以前から放送している「NHKスペシャル」とか、BS、衛星放送の特集番組などでは、外部の製作プロダクションからの企画、提案に基づいて製作した番組で、DVD化されたものは結構ございまして、ヒット商品になっています。そういう意味でいうと、先ほど、高橋さんは外部製作することで2次利用が促進されたり、いい番組になるということをおっしゃっていただいて、それはそれで私どもとしてはありがたいと思っているんですが、必ずしも、外部製作をすることと2次利用というのは直結するものではなくて、たまたま、番組として放送したときにご評価をいただいて、それがDVDになって売れていくということだと思っています。DVD化されているということは、当然、海外販売もしていますけれども、決して2次利用にヘジテッドしているわけではなくて、むしろ積極的にやっていきたいと思っております。インターネット向けのVODなどについても、気持ちとしては積極的にやっていきたいということ

は、前々から申し上げているとおりなんです、残念ながらDVDのような形で、既にマーケットが確立しているわけではなくて、もろもろ、諸経費も含めて、なかなかインターネットでの流通ということについては、まだマーケットが見えないというのが、多分、最大の阻害要因なのではないかなと。つまりDVDができていて、なぜインターネットができないのかというと、多分そこがネックになっているんじゃないかと思っています。

以上がNHKの場合のご説明なんです、先ほどのイギリスのご説明について、ちょっとコメントをさせていただきます。先ほど、フジテレビの金光さんから、歴史的な背景とか、いろいろな社会的な環境の違いというのを理解した上で、外国の事例を理解すべきだろうというお話があったのは全く同感でして、以前に、アメリカのプライムタイム・アクセス・ルールするときにもコメントさせていただいたのですが、今回のイギリスについても、90年の放送法改正でクォーター制が導入されたということですが、それ以前からChannel 4という外注専門の放送局があったということに象徴されるように、製作環境というのは、日本と比べてどうかというのはありますけれども、比較的ちゃんと整っていたというのはあると思うんです。BBCにしても、ITVにしても、Channel 4にしても、終身雇用というよりは、比較的簡単にやめて外に製作会社を作ると。また、製作会社で実績を積んだプロデューサーが、BBCなりChannel 4、ITVに再就職するという例が、日本以上に盛んに、労働の流動性というのでしょうか、テレビの製作者たちの間でありますので、ある意味外注比率というのは、クォーター制が採用されても、外にちゃんとしたクオリティーでつくれる素地ができ上がっていたということもあると思います。

先ほど、NHKの場合で、提案を募集したけれども採択されなかったケースがあると申しましたけれども、やはり一番大事なのは、何のためにそれをやるかということとして、番組製作を外部にお願いすると、外部製作をすること自体が目的になってしまっただけだろろうと思っただけで、やはり私どもは、放送を通じていい番組、それこそ視聴者の方にとって、より感動していただける、よりゆっくりにくつろいでいただけるような番組をお届けするというのがファースト・プライオリティー、トップ・プライオリティーだと思っただけで、その結果として2次利用が促進されるということを目指していきべきだろろうと思っただけです。

繰り返しになりますけれども、現在のような形で、放送局が自立的、自主的に編成責任を果たす中で、一定の外部の製作会社の方と、中の製作者が競争状態の中で番組を作っていくというのは、決して2次利用を阻害しているということにはならないんじゃないかと私どもは考えております。

すいません、長くなりました。

【村井主査】 ありがとうございます。

それでは、質疑に移りたいと思いますけれども、20分ぐらいの時間になってしまいまし

た。それから、今日、金光さんに、民放のフジテレビということでご説明をいただいて、さつき植井さんからTBSということでお答えいただいて、植井さんと池田さんが民放の知財委員会の委員だと伺っているんです。一応、ご専門の委員としてお答えいただくこともあるかということで進めさせていただいていいですか。

【植井委員】 はい。

【村井主査】 では、そういうことで。まず、河村委員からいきましょう。お願いします。

【河村委員】 幾つか質問させてください。フジテレビさんの資料の中から質問を、幾つかあるんですけども、まずは外部製作比率のところ、英国における総量25%ルールでも、ニュースと生放送は母数から除外と書かれていまして、三菱総研の方の資料の6ページに、適格放送についてというような注があって、何か、それを除くと書いてあるんですが、私が聞きたかったことは、フジテレビさんが出された別表1、その中の赤い星が書かれた生放送を除いて30%とおっしゃっているんですが、そのカウントの仕方は英国の考え方と合っている……、その適格放送についての何とかというものの考え方と合っているかということ、1つ教えていただきたいと思いました。

それから、フジテレビさんの別表2で、ATP契約について書かれていますが、このATP契約というのは、先ほどの別表1で青とされたものの、どれくらいがATP契約、この例として出されたATP契約というのが、その中のほとんどなのか、それとも一部なのか、ちょっとわからなかったの、教えていただきたいと思いました。

それからもう一つは、やはりその表の中からはわいた素朴な疑問ですが、先ほどのいい番組論争じゃないですが、それを言い出すと切りがないので、私、すごく素人で、消費者、視聴者の1人ですけれども、客観的に考えて、いい番組を作るためには、内容に好みがあるにしても、お金をかけ、手間と志と才能を注ぎ込むということじゃないかと私は思っているんですけども、でも、お金がなければ、手間と志だけではつくれないと思うんですが、それに関しまして、この別表2の中で、2次利用に関してはほとんどないとおっしゃっているのに、わざわざここに、基準収益配分として、例として、局50、製作会社50という、すばらしい、フェアな数字が書かれていまして、でも、これはほとんどないとおっしゃっているわけですから、あまりこれが適用される例もないのかもしれませんが、私が考えて、いい番組を作るには、それこそ外部に出せばいいわけではないと何人もの方がおっしゃいましたけれども、上から3項目目の製作費のところ、やはり一番問題なんじゃないかと思いついて、そこに「全額、放送局負担」と書いてありますけれども、全額というのが、いかほどのものかというのがやはり一番、いい番組というのを客観的に考えるときに大切になってくるファクターなのではないかと思うのですが、例えば、私、素人ですけれども、スポンサーさんから入ってくる広告料というのが、当然、番組製作の予算になると思うんですけども、下に、

例として2次利用のときは50/50と書かれるように、例としてどのような——全額と言われるのが、そのうちのいかほどのものなのか、全額と言われましても、これ何か、ほとんど内容がわからなかったので、例として下に挙げていただいたような、どれくらいの割合が、いわゆる製作費としてかけられるのかということが、いい番組と言われるものの大切な要素ではないかなと思いました。

【村井主査】 それでは、金光さん。

【金光オブザーバー】 英国の適格等に関してご説明します。確かにおっしゃるように、厳密に適格放送の場合、ニュースを除くと書いてあるんですけれども、日本の場合に関しては、ニュースだけではなくて非常に生放送率が高いということで、外国の場合にはニュースを除く生放送というのは、アメリカにおいてもあまりないんです。一部、トークショーとかがあるんですけれども、ということで、おっしゃるとおり、イギリスの、この部分の母数をニュースから引いたというのと、生放送を引いたというのは厳密には一致しません。

ただ、現実的にはそういう、生放送がほとんどニュースでしかないというところで、現実的には同じぐらいだろうということで解釈して、表として出させてもらっています。それが1番目の答えです。

それから2番目の、収益に関して50対50というのが、実際にはないのに50/50の配分比率があるのは意味がないのではないかと。

【河村委員】 そこだけ、きれいに記載されたのなら、ほかのところもという意味で……。

【金光オブザーバー】 それも、一部ATP製作のドラマ番組をDVD化や番組を販売する場合があります。それが※1に書いてあるんですが、その場合、窓口の業務は局が代行しますけれども、当然のことながら、局が窓口の業務を代行しても、権利処理の収益の配分として50/50をお支払いしますという意味だとお読みとりいただきたいということでございます。

それから、ATPの契約比率に関しては、一部、系列局からの購入番組というものがあります。ですからそういうものは、系列局がATP契約したものを、逆ネットというか、発局として送り込んでいる場合もあると思いますので、厳密ではないですけれども、例えばそれを除いたとした場合、7割から8割ぐらいだと思っております。

【河村委員】 青い番組のうちの7割？

【金光オブザーバー】 はい。今、正確に計算したわけではないんですけれども、ざっと見たところで、それぐらいではないかと考えております。

それから予算に関しましては、局によってやり方がいろいろあると思いますけれども、一応、枠予算という形で編成で決めます。ですから、枠に一定の予算というのは、この枠で放送する場合に関しては、これぐらいの製作費ですよという基準がありまして、さっきも言いましたように、企画によって、どういう企画であったらば、どのぐらいのお金がかかるねと

いうことを両者で話し合っ、見積もりをいただいた上で、一定の一般管理費の利益を除いてもらった上で、製作費を設定するというございますので、一律で、幾ら以上は出せないという形での紋切り型の製作費の決め方はしていないというございます。

【村井主査】 お願いします。

【植井委員】 もちろん、それぞれの局ごとに特殊事情もございますし、個別の差というのをございますが、例えば、私どもの場合は社内製作だけではなくて、製作会社をお願いした番組の、いわゆる2次利用というの、それなりに行っております。ほとんどないということではなく、結構あるほうだと思っております。ただ、その場合もフジテレビさんの資料にございますように、基本は50対50という形で配分させていただくということをございますが、ものによりましては60対40で、製作会社のほうに多く配分するとか、ものによりましては逆のケースとか、これはもう、かなりケース・バイ・ケースで分かれてくることになっております。

それから、広告会社のほうから、スポンサーさんのほうからいただいたものが、そのまま製作会社のほうに製作費として、これで100%充当できているかという、必ずしもそういうことではなく、ものによりまして、例えば放送局がみずからの負担ということで製作費を充当しているケースもございますし、製作費の金額は、まさにこれはジャンルごと、例えば番組の内容ごとによって、大きく分かれてくるものございますので、一律にいかほどということとはなかなか、申し上げるのは難しいだろうと思っております。

【村井主査】 どうもありがとうございました。

それでは、椎名委員お願いいたします。

【椎名委員】 金光さん、植井さんのお話で、ウインドウコントロールのニーズがあると。窓口権を管理することは放送事業者にとって基本的に妥当なところであるというところで、現実的にその放送番組、2次利用を放送事業者さんがコントロールされている状況があるということなんですが、これは金先生にご質問なんですが、我が国と極めて似た垂直統合的な産業構造を持つ韓国においても、流通の拡大という面で、放送番組の流通を放送事業者が担っていくということが、放送事業者以外が担うことよりも、その流通が拡大するというふうにござられているのかどうかという点を、ちょっとお聞きしたいのですが。

【金オブザーバー】 例えば製作目標として、1つはコンテンツの価値を最大化するという、流通を促進して最大化するというのが1つ。もう一つ、そういったマルチユースによって得られた対価というものを適正に配分できるのかという、2つあるとすれば、韓国の場合は、地上波放送局主導ではありますが、コンテンツの価値最大化というところは、マルチユースは十分進んでおりますので、ある意味、製作目標は達成していると。しかし外注製作をはじめとして、こうしたプロダクション進行製作をやっている1つの理由は、そういうマルチユース

スから得られた対価というものが、利害関係者同士で適正に配分されていないようなことは、中長期的に韓国の放送産業の発展にとって望ましくないという考え方であります。

先ほどの議論で申し上げますと、外注というものと、著作権帰属というものと、マルチユースの関係性について、先ほどちょっと議論されたと思うのですが、韓国は、法律的には著作権は製作会社に帰属します。しかし、先ほどの説明だと日本は、法律的に製作会社に帰属していて、放送局側が製作会社に対して十分著作権を付与していると。ただ、残すのは2年に2回という、そういう放送権が1つと、もう一つキーとなるのは、窓口交渉権というのは、この資料を読むと、どちらかといえば放送局にあるように読めるんです。その理由として、この資料の中で書かれてあるのは、いわゆる製作会社というものは零細であって、十分な権利処理能力がないので、製作側の依頼があったときに、放送局側が代行するというような言い方がここでされているんですが、そのときに、その理由の1つが権利処理能力がないため、放送局に任せると。しかし、その放送局がマルチユースするインセンティブというのは、現行のビジネスモデルを想定した場合に、十分あるのかどうかと。その比較として、もし独立製作者側が権利処理能力を持っていて、マルチユースを進めるとしたら、今までの状況と変わるのかどうかというのは1つあると思うんです。

韓国においても、製作会社に著作権をすべて帰属させても、彼らに二次的なマルチユースの展開能力、権利処理、または流通能力があるかどうかというのは、今までずっと議論が出てきていて、前回私が申し上げたような、流通専門会社を作る1つの根本的な理由は、そうした権利処理という機能を、1つの、政府がファンドした流通専門会社によって対抗させると。そこには地上波にとってのトレードオフというものもなくなって、独立製作者側、つまり著作権を持っている側の意向というものが、ある意味不当な圧力なしに、十分に展開できるという考え方が、その背後にあるということなんです。なので、日本で製作の議論をする際に、権利処理能力がないので放送局に帰属させると。その結果として、マルチユースが進まないということと、もし、製作会社側、またはATP側に十分な権利処理能力があったときに、マルチユースというものは現状のままなのか、より進むのかというところの議論が、おそらくポイントになってくるんじゃないかと思います。

【椎名委員】 だれが担うことになっても、実演家にとりましては、放送番組の2次利用が進んで、適正な対価が得られる環境が実現することが願いなわけです。それはもう、再三申し上げているとおりにんですが、一方でこういうデータがあるんです。今日は持ってきていないんですが、芸団協傘下の芸能実演家の平均年収と、全労働者の平均年収の経年比較のデータというのがありまして、これは1989年から始まって、5年おきに、94年、99年、2004年と拾っているんですが、1994年以降は、一貫して全労働者平均年収を下回り始めて、どんどん右肩下がりで下がっているんです。マルチメディアなんてことが言われて、

アウトプットのウインドウが増えてきているはずであるんだけど、平均年収というのはどんどん下がっているような現状があります。これは、全労働者に対する比較はどうかということかというと、あくまでもサンプリングデータでありますので、そのことはいろいろな議論があると思うのですが、少なくとも年収が下がっている状況。ウインドウが増えているのに年収が下がっている状況というのがあって、少なくとも2次利用が進んだ結果、実演家は適正な対価を得られている状況ではないのかなというふうに思っているんです。

実演家にとって、放送番組の二次的な利用が進んで、追加的な報酬が増えることがベストであって、これは必ずしも放送事業者さんのみが流通を担わなければならないという理由はないと思うんです。金先生の資料中にも、我が国における問題点に類似するような内容が、幾つか問題点として例示されているようにも思われるところであるんですけども、前回も申し上げたんですが、放送事業者さんの責任において流通を拡大しようとしている現状があって、拡大しようとしてもニーズが見えなかったり、赤字が目いっぱいであるという実情があるのであれば、今後は他の方法なり、ほかのリソースというのを考える必要があるのではないかと思います。ほかのリソースということ考えた場合に、韓国みたいに公的な資金を導入するという選択肢がもしあるのであれば、それはそれで検討されてよいと思うのですが、それ以前の問題として、さっき金光さんのお話にもありましたけれども、放送番組を流通することによって利益を得る通信事業者の方々が、進んでリスクを背負うことでニーズを拡大していくということがあってしかるべきなのではないかと思うんです。その意識をきちり持てない中で、流通が進まないのは放送事業者のせいだとか、実演家の許諾権のせいだとかということも言っているけども、これは始まらないのではないかと思うんです。流通は拡大しないんじゃないかと思えます。

【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】 今日のプレゼンは、非常に刺激的でありました。2つコメントを申し上げて、1つだけ簡単な質問をしてみたいと思います。

1つ目ですけれども、イギリスと韓国の話を聞いておりましたら、結構対照的で、例えばイギリスは82年ですか、Channel 4という外注専門のチャンネルを作った。つまり人為的に、ある種の市場をつくらうとしたと。で、8年たった90年に外注の義務化という制度を導入したということですね。

韓国は逆に、91年に外注の義務化という制度を導入して、15年ほどたって、その目的達成が不十分だということで公的な番組流通会社を作るとか、自主的なガイドラインを作るという、ある種の市場形成に向けての動きを見せているということのようですが、日本はどうするのかと。この委員会の議論の流れでいけば、82年ごろのイギリス以前といいますか、

状況は違いますけれども、義務化とか強制的な措置を導入しなくても、自発的なマーケットを作ることでもうまくいくんじゃないかというアプローチをとろうとしているわけです。

問題は、その前提は正しいのかと。それがうまくいくのかということですが、つまり、イギリスや韓国が目指した方向、透明で公正なコンテンツの流通というのが、マーケットを作るという手法でもうまくいくのかどうかという、そういうことでして、議論をおさめるためにも、早急に実証に向かって動くのがよいのではないかというのが1つ目です。

それからもう一つは、今、椎名さんがおっしゃったことと重なるんですけれども、金光さんの資料3枚目、総括のところにあります、コンテンツを需要する通信メディアのコンテンツの調達戦略とか、資金計画というのが重要だという認識ですね。これも私、かねてから申し上げているとおりでありまして、同意をいたします。そうした市場というのは、買い手といますか、ニーズが引っ張るべきものだろうと考えますので、トライアルを進める上では、そうしたニーズに基づいて、早急に動くという考え方が大事なのではないかと思います。

金光さんに、1つ簡単な、その前提となる質問をしたいんですけれども、今の金さんのお答えともちょっと関連するんですが、資料3の一番下ところに書いてありますように、権利処理業務は、現状では製作会社が行うのは難しいんじゃないかという認識なんですけれども、トライアルで、データベースを共通で作って、ある程度情報を公開して、進めていこうということを、今議論しているんですが、そうしたときに、そういったデータベースなどを使って、放送局以外の主体が権利処理などをするというのは、これはやはり難しいんでしょうか。トライアルでそういうことをやろうとすると、失敗する可能性が高いという……。

【金光オブザーバー】 決してそんなことは思わないです。現状、今、放送局が代行しているのは、規模の問題と効率の問題でやっているわけですし、本来は製作会社さんが、余裕を持ってそれをやれる環境が整っていれば、そっちの方向に向かうべきだと思います。それが放送局にとってデメリットになるとは全く思いませんので、もし、そういう機会があるならば、非常にいいことだと思います。

【村井主査】 ありがとうございます。時間も迫っていますけれども、何か、今日これは聞いておこうということがございましたら、どうぞ。よろしいでしょうか。

どうもありがとうございました。そうすると私のほうから、資料4を見ていただいて、前々回の委員会のときに設置をしたということになっておりまして、2つのワーキンググループということで、それで、この委員の指名を私のほうでさせていただくということでございましたので、このような形で進めさせていただきたいということで、ご報告させていただきます。委員の方でお願いをしている方には、ぜひよろしく願いいたします。

もう一つ、宿題で、前、高橋委員等々からお話がありました番組製作者の方々のヒアリングということで、これも今、事務局のほうと相談の上で、出席者、日程等を調整している途

中でございますので、また、内容とか結果についてのご報告、改めてさせていただきたいと思っております。これは宿題の件でございます。

それから、今日、この課題に関しては非常に具体的なお話、説明をしていただきました。先ほど、中村委員から「刺激的だった」という話がありましたけれども、いずれにせよ、この委員会のいいところは、何でもかんでもしゃべっちゃうというところにあるような気がしますので、そういう意味では非常に充実した議論、ご報告をしていただいたのかなと思っておりますが、時間が限られておりますので、皆様のほうで、いろいろなご意見やご質問等々も含めて、アイデアがあるかと思っておりますので、そのときには、また事務局のほうにお伝えいただければと思います。また、事務局と私で調整をして、進めさせていただきたいと思っております。

最後に、事務局から何かございますか。

【小笠原コンテンツ流通促進室長】 それでは、最後の資料5に、今後のスケジュールをつけておりますが、前回ご提示したスケジュールからかなり変更が入りましたのでご確認ください。

次回は10月16日17時から、場所等は別途お知らせさせていただきます。

以上です。

【村井主査】 それでは、会議は以上でございます。

どうもありがとうございました。

以上