

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16回 議事概要

1 日時：平成19年6月1日（金）16：00～17：30

2 場所：三田共用会議所 大会議室

3 出席者（敬称略）

（1）委員（専門委員含む）

村井 純（主査）、浅野 睦八、池田 朋之、石井 亮平、石橋 庸敏、稲葉 悠、岩浪 剛太、植井 理行、大山 永昭、華頂 尚隆、河村真紀子、岸上 順一、佐藤 信彦、椎名和夫、菅原 瑞夫、関 祥行、高橋 伸子、田胡 修一、中村伊知哉、長田 三紀、生野 秀年、福田 俊男、堀 義貴、（以上23名）

（2）オブザーバー

兩宮 直彦（KDDI株式会社）、飯島 章夫（株式会社電通）、石田 亘（株式会社アイキャスト）、伊藤 明（株式会社アイキャスト）、浦野 丈治（日本テレビ放送網株式会社）、川瀬 真（文化庁）、吉川 治宏（三井物産株式会社）、中村 吉二（社団法人日本音楽事業者協会）、野中 康行（株式会社東芝）、元橋 圭哉（日本放送協会）、安江 憲介（株式会社三菱総合研究所）、

（3）事務局

小笠原情報通信政策局情報通信政策課コンテンツ流通促進室長

（4）総務省

鈴木情報通信政策局長、寺崎政策統括官、勝野官房審議官、佐藤情報通信政策課長、

4 議題

（1）コンテンツ取引市場の形成について（3）

- 岸上委員より、資料1に基づき、IPTVサービスへの期待につき説明。
- 伊藤オブザーバーより、資料1に基づき、役務放送事業者の立場から補足説明。
- 関委員より、資料2に基づき、IPTVフォーラムの活動につき説明。
- 飯島オブザーバーより、資料3に基づき、広告業界によるインターネットCMへの取組・現状・課題につき説明。
- 吉川オブザーバーより、資料4に基づき、コンテンツ市場における資金調達方法につき説明。
- IPマルチキャスト放送により、地上デジタルの電波による受信と同程度の品質が確保され、1台のテレビで色々なことができるということは、消費者にとっては歓迎であ

る。事業者にとっては、マルチユースに対する新しいビジネスチャンスがあるので、これをうまくやっていくとウィンウィンの関係になるのではないかという印象を受けた。

- 新しいビジネスとしての資金調達、制作費に関しては、自主制作をどうするかということだと思う。現在の、基本的には放送事業者がリスクを負担し、その制作資金のすべてが広告代理店経由で入ってくるやり方は、1つの成功モデルであったと思う。しかし、国が政策課題として掲げている放送コンテンツの海外展開を加速するという観点から、放送事業者による従来の方法に加えて、自ら資金とリスクを負担する意思のあるコンテンツ事業者が、自らの判断で積極的に海外展開していくということは、消費者として歓迎である。
- 制作については、投資組合、匿名組合、知財信託等は、既に手配済みであり、取り組むことができる。IPマルチキャストの場合は権利処理の問題がネックだというのが、権利者への対価を適正に配分する仕組みを作ればうまくいくのではないか。そこがうまくいくのであれば、今回発表いただいたことは期待が持てるし、ぜひとも新しいコンテンツ事業者の参入の道が開けるような形を、この委員会としてもサポートしていったらよい。
- 本日の説明を聞き、印象として、きちんとシステムを作り、権利者の人にきちんとした配分がなされ、資金調達についても新たなやり方ができていけば、色々なやり方があることが分かった。放送局も積極的な意思をお持ちだと伺っており、このような色々な知恵を寄せ合っていくことで、優良なコンテンツが出てくることは、消費者にとって非常に歓迎である。
- 広告主は数字的なものでメディアを選択する。非常にドラスティックに、幾らで何人に見せられるのは、どのメディアか、どのメディアを見てこの商品を知ったか、買いたくなったかを調べ、ドラスティックにどのメディアが効いているのかを選んでいく。その中で選ばれるようにしなければならず、新しいメディアだから買ってくださいといっても中々買っていただけないが、逆にフラットに見られているので、数字的なコスト効率と印象度ということ言えば、それは価値になる。
- 広告スポンサーが比較して選んでいないということは、公正取引委員会の調査で出ている。代理店の言い値で番組を購入し、しかもその代わりに番組の作り方にまでかなり口を出しているという日本の特殊な事情があるのではないか。それらも含めて構造改革をしていくというのが、今回の我々のチャレンジではないか。
- 取引所の形成ということも考えた場合、中国等では制作した番組に対してスポンサーが値段を付けるような市場ができてきているので、日本にもそのような市場ができたら番組の作り方も変わり、欲しい番組が消費者からもいわゆるスポンサーに対する働きか

けも含めて出てきて、映像の世界が少し変わるのかなという期待を持っているので、そのようなこともこの場で検討できたらと思う。

- IPについては、権利の問題、プラットフォームの問題、経済的な問題等、色々な問題点がある。中でも、CMの問題が一番大きいのではないか。自主放送への取り組みについて、もう少し話を聞けるのかと期待していたが、それ以前の問題がまだ色々ある。それらを解決し、その自主番組部分に、どのようにIP事業者と実演家のメリットを見つけていくかについても、取り組んでいただきたい。優れたコンテンツは通り一遍の数理計算だけで成立するものではなく、多くの才能、マインド等が相互にリスペクトし合えるような条件が整って初めて生まれていくと思う。メディアやウインドウが増えて、出演機械も増えて、文化と言えるものが増えていけば、実演家も大歓迎である。実績と信頼を積んで頑張っていたいただきたい。
- 知財本部の動向として、デジタル・コンテンツ流通促進法関連で、2年以内に出演者の許諾件を配する法整備を行うことが決まったと、新聞報道された。許諾権は拒否権ではなく、実演に限らず、知的財産に関する商取引は、あくまでも許諾権を前提として成立する。流通を促進する目的で実演家の許諾権を報酬請求権化するのは、実演家と取り引きしている片方に加担して、その取引に行政が不当介入することに他ならない。政府には、メタデータの整備、一元管理等、他にやるべきことがまだまだある。このようなことが政府のあちこちで検討されている中、総務省の会議に参加して、「取引市場の形成は大歓迎です」等と言っていていいのかという危機感を強く持たざるを得ない。
- 文化庁の私的録音録画小委員会で、「地上デジタル放送に関する私的録画については、回数にかかわらず補償の必要がない」という趣旨の公式文書をJ E I T Aが提出している。ここでのコピーワンス見直しの議論は、補償金制度が持つアローワンスの部分があればこそ、我々権利者も譲歩が可能になり、TR—B 1 4の改定についても放送事業者の理解を得ることができた。J E I T Aの異見は、明らかにそれを逆撫でする行為であると言わざるを得ない。補償制度に対する考えは色々あるとは思いますが、このような公式文書を出すことは、時間をかけたコピーワンスに関する議論を一気に振り出しに戻しかねないという点で、見識を疑わざるを得ない。権利は制限する、成果は還元しないということでは、権利者としてはおつき合いし切れないというのが本音。提言を取りまとめる時期に来ており、ぜひ私共の不安を払拭いただくような内容となるように、事務局、主査並びに委員の方々に強く願います。
- 役務事業者と権利者との話し合いが進み、議論のプロセスが透明になっていくことは大事なこと。知財本部を始めとする政府の他の委員会もそうだが、報道されていることと実際の会議の内容に誤解があるといけないので、事実関係を整理するような議論をこ

の委員会で当面行っていくことも大事だと思う。また、世界最先端の知財、コンテンツ立国を実現するという目標もあり、この委員会では知財、コンテンツやクリエイターに対するリスペクトを前提とし、具体的にどうすればよいかを議論している。学生等と接していると分かるが、次の世代が良いものを作るためには、やはり良いマーケットがなければならない。それらがコンテンツを作る力になる。そのための土壌作りというのは、行政を含めた、制度、メカニズム、マーケットをどのように作っていくかということであり、その意味で、コンテンツマーケットの議論は本委員会における重要な柱だと思う。

- 資料1の7ページ。IP放送サービスにおけるサービスの種類が、CS再送信、自主放送、地デジ再送信となっているが、BSも入る。BS・CS再送信だと思う。
- 資料3の4ページに関する質問。CMを使用する場合、期間制限、地域制限とあり、次のページにも地域制限というものがあるが、インターネットCMにおける地域制限というものは、どのぐらい厳格な制限が求められるのか。
- 例えば世界中で見られては困るというCMもあれば、県単位で限定しなくてはいけないCMも出てくる。このCMはこの県だけで見せるというのが分かるようにデータベース化し、広く見られるような契約をして、登録していただき、なるべく色々なメディアに使えるようにしている。あまり縛るよりは、なるべく広げていこうとしているが、限定がある場合は、すぐに分かるようにしている。
- Gyaoでは県単位でCMを変えられるというサービスをしており、その地域だけで商売をしている商店や広告主の広告が流れるようになっている。厳密に言うと、放送と同じようにやるのであれば、例えば消費者金融等も、県単位で書いてある内容を変えないといけない。将来的には、インターネットでCMが多く流れるようになった場合、どうするのかを考えていかなければいけない。
- 権利処理が必要というCMというのは、地上波の放送用に作ったCMをインターネットに流すことを想定している文言なのか、それともインターネット用に独自に作ったCMのことを前提にしているのか。
- ここでのインターネットCMとは、前提にあるように動画広告であり、テレビCMをインターネットに流す場合も、オリジナルでCMをつくる場合も両方含めている。
- CMの著作権の在りかは、まだはっきりしていない。代理店の権利なのか、制作会社の権利なのか、スポンサーの権利なのか、いまだにはっきりしていない。ただし、当社はCMの制作も出演者も両方やっているのだから、いつも迷うが、CMの原版的な管理は制作会社がやっている。もう40年ぐらいCMを作っているのだから、使わないCMの倉庫代だけで何百万円も毎年使っている。そして、制作会社に権利がない以上、スポンサーが使いたいと言ったら、必ず制作会社としてこの原版を出さざるを得ない。

- スポンサーがCMをインターネットで流したいと言ったときに、拒否できる事務所は、日本では1社だけである。仕方がないので、やらざるを得ない。CMを有料で携帯に配信しているサイトに流したいので出してほしいと言われたときは、ギャラをいただけないので、できないという話をした。期間制限、地域制限に関しても、出演契約書の中には、大体、日本国内に限ると書いてある。一部、アジア地域を除くと書いてあるときもある。なぜなら、日本語のCMは当然外国では流れないので、そのような契約になっている。ただし、インターネットで流す部分は、よいのではないかと無料になることが多い。従って、下請けの制作会社にも、出演者にもインターネットCMの分のギャラが払われていないのが大半だと思う。権利者の許諾が必要となっているが、大抵は言いなりである。当社は一番うるさい方だが、スポンサーのサイトでメイキングだけ流したい、社員の人々が家庭用のビデオで撮ったものをおまけの映像で流させてほしいという要望があった。これらも、ほとんどの事務所はノーギャラでやっているはず。実際には拒否できない。G y a OのCMの時も、テレビ用に作ったCMを、捨てカットを全部編集し直してG y a O用に流している。番組として放送していることもある。これも拒否できなかった。従って、契約書で縛られていることはない。地上波で流れているCMは、一応、形式上許可を取りに来ることはあっても、実際にはノーギャラで流れることが多い。権利処理が煩雑だという論調に乗りたくないのも、これだけは言うが、権利者が我慢することで、とてもスムーズに流れている。
- 今のような話が、我々にはなかなか聞こえてこないのも、声を大にさせていただいてよいと思う。使用地域については、なるべく日本国内で使うという契約をしようと言っている。ただし、日本国内を対象としたインターネットのサイトは、日本国内と見なすという契約をしようと言っている。それに納得されない方の場合には、国外に出ていくインターネットは使わないというガイドラインを決めている。したがって、国内というだけで、今の注釈がなかった場合、本当は駄目なのかもしれない。
- CM自体の著作権がはっきり決まっていないのは、そのとおりだが、広告として利用する場合、広告主は自由に使ってよいというのが、92年合意というもので交わされている。著作権者かもしれないと言われている、いわゆる広告会社や制作会社等、作った側の者も、広告として使える場合には、広告主が使うことに対して拒否はしないと合意している。先程の有料サイトでCMが流れる場合は、広告として使っておらず、コンテンツとして使っているのも、それに当てはまらないと、常に言うようにしている。したがって、それが漏れてしまい、使われてしまったという話がある場合には、広告業協会という協会があるので、そこにお話ししたい。
- 広告業協会に提訴できるような力強い制作会社やプロダクションはない。なるべくア

ンダーグラウンドで、大袈裟にならないように処理するのが普通。先程のインターネットに関しては、日本を越えて等も、元来インターネット時代を想定した契約書ではない。したがって、インターネットは、インターネットの、別の契約書を作りたいと言っている。ただし、大体、オール媒体の中に、日本から発信されるインターネットは含まれるという契約書が存在している。色々な契約書があると思うので、一度、それは研究された方がよいと思う。

- コンプライアンスや下請法等の話も入ってきており、ご指摘いただいた点は、広告会社も広告主も守らなければいけないことになっているので、きちっと研究させていただく。
- 今日の議論は、IPTVのような新しいメディアが出てきて、新しいコンテンツをどのように作るのか、どのように流通させるビジネスを作っていくのかというテーマであると解釈。知財本部だけではなく、経済財政諮問会議、文化庁でも著作権制度論が本格化しており、それはそれで重要なことであると思う。そろそろ抜本的にデジタル対応に向けたルールを見直してもよい時期だと思うが、非常に時間がかかり、政治的な抗争も避けて通れない。より大事なことは、我々にはもう時間がないということ。世界のビジネスの動きに日本は取り残されていると繰り返し申し上げてきたが、そのような意味から、IPTVフォーラム等の民間の取り組みは、非常に意義のあることだろう。デジタルは暫定合意の10年に入っていて、1つ1つ、とりあえずやってみる段階に差しかかっている。ルールあるいは制度は、とりあえず今のままとしても、早くビジネスモデルを作る、技術を作る、使う等ということをやっていかなければならない。
- 資金調達方法の色々な方法についてプレゼンがあったが、そのような様々な方式で取引市場のようなものを作るなど、IPTV等の新しいメディアのコンテンツを作っていくことについて色々やらなければいけないと思う。この場におられる皆様は同じ方向を向いているような気がするので、トライアル等を実行する場を早く作りたい。夏まで待つてよいのだろうかという気がしている。
- 次回は8月の取りまとめに向けた意見交換を行う。8月にこの審議会の報告書が出るが、そこまで待つてよいのかというご指摘もあった。制度論にかなり時間がかかることを考えれば、2011年に向けたスタートとして、非常に切迫感のある取り組みをしていく必要がある。

(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