

## 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23回 議事概要

1 日時：平成19年9月3日（月）10：30～12：00

2 場所：霞ヶ関東京會館（ゴールドスタールーム）

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、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、田村 和人、所 眞理雄、中島 不二雄、長田 三紀、中村 伊知哉、生野 秀年、福田 俊男

（以上24名）

（2）オブザーバー

雨宮 直彦（KDDI株式会社）、金光 修（株式会社フジテレビジョン）、川瀬 真（文化庁）、吉川 治宏（三井物産株式会社）、金正勲（慶應義塾大学）、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

（4）総務省

中田政策統括官、松井審議官、鈴木総合政策課長、吉田地上放送課長

4 議題

- 安江オブザーバーより、資料1に基づき、米国における番組シンジケーション市場について報告。
- 金オブザーバーより、資料2に基づき、韓国における番組流通市場の現状と政策的動向について報告。
- 池田委員より、参考資料に基づき、（社）日本民間放送連盟の日本コンテンツの発信に向けた取り組みについて報告。
- 金光オブザーバーより、資料3に基づき、日本の地上放送体制におけるフジテレビの番組販売状況について報告。
- 昭和30年代、映画会社全盛の時代は、映画の製作と流通は垂直統合型で一体化していた。例えば、製作段階から、5社協定のもとで専属俳優を自社で拘束して他社の作品には出演させないという措置をとっていた。完成した作品の公開も、ファーストランにおいては自社の直営館と系列の映画館のみでの上映としていた。また、既に独立系と称する製作

会社が多数存在していたが、ほとんどメジャー各社の系列であり、製作費の原資は親会社から調達するという、いわゆる受発注の関係だった。

- 昭和40年代の半ば以降、テレビ局や出版社などの他業種の参入をきっかけにして、現在の製作委員会方式による映画製作が定着していった。流通においては、なお配給会社の直営及び系列間での上映に限定されていたが、外資系のシネマコンプレックスが現れ、映画会社の直営館、系列館という既存の劇場を淘汰しながら、瞬く間に全国を席卷した。シネマコンプレックスを運営する独立系の興業会社は、製作会社、配給会社の束縛を受けることなく、上映する映画の作品を自由に選択する権利があり、作品の持つポテンシャル、セールスプロモーションのバックグラウンドや資金力などを勘案して、総合力のある作品が全国的に拡大ロードショーされる傾向にある。
- 製作委員会方式やファンドなどの製作形態及び資金調達方法の変化や、映画会社以外の他業種の参入によって、邦画の製作及び流通は自由競争の世界に突入し、個々の作品が持つコンテンツ力で生存競争している状況。製作、流通のフリーマーケット化は、今日の映画界を活性化した。
- アメリカでは、シンジケーションによる番組放映の量も、視聴者数も非常に多く、そういう取引形態による番組が視聴者に支持されている実態がよくわかった。広告権もシンジケーターが売るということについて。我々も学ぶべきところがあるのではないか。
- 韓国は、地上波が支配的である産業構造の変化を促進するため、国策として外注制作比率規制も含め、いろいろなチャレンジをしている、日本はどうするのかを国として考えるべきではないか。
- 国家政策に対して韓国の放送局の抵抗はなかったのか。韓国の海外番組販売の数字も教えてほしい。
- 日本の放送にもそれなりのメリットがあり、中期計画に基づいて規模拡大を順調に行っているというが、この先どのくらい規模拡大をめざしているのか。
- 海外輸出に関し、まず国内で受けない番組が海外で受けるということは考えづらい。日本の中でのマルチユースに関して、インターネット、IP関連への放出、ケーブルに関しての販売その他の戦略についても聞かせてほしい。
- 日本は、垂直的統合による規模の経済性を発揮するという現状のままであろうと推測されるが、それではいけないと動き出している韓国の問題提起に対して、日本ではどういう考えなのか。
- アメリカの放送局について、「近所のスーパーから買ってきた冷凍食品しか出さないレストランのようだ」と例えられるような状況とは、どの程度のものか。
- 韓国では、外注比率規制をはじめとする製作支援政策に対して、当初、放送局は一貫し

て反対してきたが、結果的に、番組流通においては地上波放送局が一人勝ち状態になっている。内的な要因として、一つは視聴率の低下と連動して広告収入が低下していること、もう一つは、資本力を持つ通信事業者が日本に比べてはるかに攻撃的にこの部門に参入しているということ、三つ目には、T M V、I Pテレビ、ネット配信をはじめとする新規市場の市場としての価値が証明されつつあることがある。地上波放送局はこうした新しい取り組みに対して積極的にならざるを得なかった結果、競争的なプレッシャーの中で地上波放送局も新規市場において圧倒的な競争力を身につけるようになった。

- 日本において100億円という海外輸出が十分な数字かどうかについて、韓国の放送局全体は約350億円規模である中、地上波放送局をあわせた海外輸出の金額は100億円であり、日本と比べて大きい数字であるのは明白。
- テレビ局は各局とも、非広告収入の拡大を大きな経営戦略にしている。海外番組販売収入、番組販売の多様化に関して、企業の命題として位置づけられている。
- 日本の放送体制では、国民にとって、あまねく広く、品質の高いものが送られているという環境が担保されている。法制度にのっとった形で行われていることに対して、経済的な要件によって産業の育成をしなければいけないということは、別の目的として重要。相入る部分と相反する部分があり、調和をもって全うしてほしい。一方を目的とするがゆえに、政策によって一方が損なわれるということはよろしくない。
- 国民は今の放送体系において、どれだけの不満を持っているのか。ある程度の満足度を与えられる制度が整っているのではないか。その中で、どうやって通信事業者や制作会社とともに、それを発展させていくかが重要な命題。
- 経営的に不安定で経営収益性が低い放送局は、資本主義の論理の中では極めてよろしくない。日本の放送局が安定的に経営したということはよかった。
- 自分でカスタマイズした編成と、外側から調達する編成のどちらがいいかは、主観によるが、日本で全国的に行われている、系列局・キー局を含め、24時間、綿密な計算のもとに、視聴者のニーズに沿った形でされている編成のほうが、我々の業界の中ではいいチャンネルだということで価値を評価している。
- 2000年当時、経営的な基盤が弱い日本のBS局に対して、アメリカからバーターシンジケーションの話がたくさんきたが、突きつけられたものはいいドラマではなかった。それを選択しないという日本の放送人の見識をご理解いただきたい。
- 実演家と放送局の関係という観点から、韓国では、実演家が放送局に専属し、さまざまな権利を放送事業者に移転しているという構造があるために著作権が集約されやすいのか。韓国における映像著作物に関する特例として、特段の取り決めがない限り、映像制作者にすべての権利が移転するという状況が、著作権の集約に役立っていると思うことがあるが、

通常ワンチャンス問題のような映像実演の権利に関する何らかの制約について、実演家団体が、ストライキのように不満を述べる動きはないのか、あるいはロビーをしているという状況はないのか。

- 韓国では、実演家が放送局に専属されていることによって、放送局がマルチユースにおいても著作権を集中処理しやすくなるという状況があり、新規メディアや海外市場に対するマルチユースを促進する1つの要因になったというのは事実。ただ、メディアが多様化しチャンネル数が増えていくと、質の高い魅力あるコンテンツに対するニーズが高くなり、一部の魅力あるコンテンツに出演した実演家の交渉力は非常に高くなっている。キャスティングがキーになってくるといことで芸能プロダクションも大型化しているのが現状。今までの著作権の取り扱いに対する実演家のデモンストレーションやストライキは起きている。人気のある実演者側が放送局に対して非常に強い交渉力を持ち、著作権を拒否することをバーゲニングのチップとして使っているケースもある。
- 日本においては、新しく生まれる市場の経済的な数が証明されておらず、実演者側の団体はネット配信をはじめとしてライセンスに消極的だが、韓国の場合はマルチユース市場が価値を生んでおり、市場に対して放送局も実演家側も積極的に取り組みコラボレーションしていく。そこから得た収益をどう分け合うかというところは交渉マターになっているが、マルチユース、または新規メディアの展開に対して、相互の利害の対立というものはそれほどないという実情。
- 専属制度は日本にもかつてあった制度だが現在消えた。推定譲渡の条項に関しても不満があって、実演家の権利は拡張傾向にあるということなので、韓国を先進的な事例として理解するのは違うのではないか。
- 放送番組やシンジケーターを通じて、独立局やCATV、インターネットというウインドウに出ていくことについて、実演家に対する対価が十分に確保されているのであれば、それに異議を唱える実演家は筋ではないのではないか。放送番組の二次利用の問題に関する限り、実演家の発言は、そもそも実演家が十分な対価を得ていないところから来ているという指摘は、当を得ている。
- 実演家への適正な対価に関する問題に対する放送事業者の発言として、ネット配信から思うほど利益が上がらず赤字で苦しいという発言ばかりが目立っている。実演家がネット配信の許諾に応じていないというわけではなくて、その許諾の条件としての対価が折り合っていないだけのこと。
- 日本に比べて大きなシンジケーション市場がアメリカにある理由を、フィンシルールやプライムタイム・アクセスルールといった制度的な仕組みというよりも、需給構造が非常に大きな要因であるという整理をすると、日本でも需要が非常に大きな鍵になる。制度

的な仕組みを考える前に、売買が活性化する市場をつくる努力をしましょうという議論してきたが、前提として、日本でコンテンツを買う人はだれなのか。その人がどれぐらいリスクをとって投資をするのかというのが最大のポイント。IPマルチキャストなどをこれから進めていこうとする通信会社は、今コンテンツをどのように調達していて、日本の中でそのような市場の規模というのはどのくらい必要だと考え、そういった市場を主体的につくろうとする意欲というのはどれぐらいあるのか。

- コンテンツの取引の方式について、今はコンテンツホルダーとか放送事業者と相対取引で契約して配信している。レンタルビデオ屋と同じだけのコンテンツを取りそろえられ顧客に十分な価値を提供できていない状況。打開策として、コンテンツ取引市場ができ、同じような品ぞろえができれば、お客様の新しいニーズにこたえられるようになるのではないかと考えているが、ユーザーの規模がそれほど大きくなく、先行して取引市場に向けた投資をどんどんやっていける状態にあるかということ、今のところそうでもないといった状況。
- これから市場をつくっていかねばならないという意味では、日本における放送コンテンツというのは魅力的なコンテンツだと理解。IPTVは従来のメディアとは違う価値を創造していかねば、市場は広まらないだろうと思っており、いろんな意味でのメタデータがすべて整備されている、あるいは、もちろん権利も含めて、メタデータを使った新しいコンテンツの配信が可能になる整備ということもあわせて、今後、IPTVという新しいメディアを考えていきたい。
- 韓国の流通を中心とした政策展開ということで番組流通専門会社の構想について紹介いただいたが、これ以外に流通を中心とした政策として検討されていることはあるのか。
- 流通を中心とした政策というのは、今まであまり行われていなかった。製作基盤強化のための政策は、外注比率政策、プライムタイム・アクセスルールの導入、直接的な政府からの制作会社に対する制作費支援、放送局と製作者の間での契約交渉における不公平・不公正な競争慣行を是正するための事後的な競争政策など、さまざまな展開がされてきたが、流通を真っ正面から取り上げた放送政策というのは、今までほとんど行われていなかった。
- SNTAのメンバー、シンジケーションの委員会のメンバーは、製作者とほとんど同じ資本によって構成されていることになっているが、あえて2つの会社に分けているのは、経済的合理性以外の何か理由があるのか。
- アメリカのシンジケーター自体が果たしている役務は、どこからどこまでなのか。制作資金の調達や権利集約もやるのか、それとも、単なる販売エージェントだけなのか。
- 十分にわかっていない部分もあるが、シンジケーターが制作会社とほぼイコールではないかという質問については、大手の場合、特に制作して自ら流通しているところが多いのは

事実。ファーストランを考えると、自分たちで作るところが多くなってきている。役務の範囲についても、製作からやっているところが多いということから考えると、自分たちで著作権を処理してやっているところも多いのではないか。

- 韓国の政策は、マルチユースの推進というよりも、製作会社に著作権が帰属せず、一切のマルチユースの果実が配分されないという問題の是正がテーマでなのか。もしそうであれば、日本では製作会社に適正な配分をするということについて法律上もはっきりしている。
- 韓国において、製作会社に放送局側がマルチユースから得た収益のある部分を割り当てているというのは事実。製作会社側が当初の著作権は持つが、放送局側が製作における経済的なリスクを全面的に負うことで、事後的につくられたコンテンツの著作権を包括的に放送局に帰属させる。マルチユースから得た収益を全部放送局側が持つわけではなく、一部は製作会社に対して割り当てるということは今までも行われてきたが、交渉力の違いによって、それが十分な対価にはなっていなかったというのが製作会社側と政府側の認識。
- 韓国において流通関係の政策は今まで十分に行われてきていないので、シンジケーション会社を設立し、番組にかかわる著作権帰属において何らかの政策的な関与を行うという議論がある。イギリスを事例として、放送局側が製作費を全面的に負担して、製作会社がつくったコンテンツに対して、地上波に対する放映権以外のプログラムのライセンスングについては、放送局側の帰属を制限する政策的な手段も現在議論されている最中。
- 米国、韓国、我が国との比較で、ご説明をいただいて認識も深まってきたかと思う。前回ご指摘いただいた番組製作者の方々のヒアリングの準備を事務局の方とも協力して進めさせていただきたい。韓国では新しいマーケットという認識があるという前提があるから日本と違うという話があったが、日本の中で、そういうビジネスはどのような規模で、どういう覚悟があって、どういう方が展開するのか等、そろそろ具体的に手広くわかるといい。以前、まだそのような時期ではないという話が出たときから状況は大分変わっていると思う。そういったことも何かの形で、具体的なデータ等がわかる、あるいは考え方等がわかるヒアリング等も考えられるべき。

## (2) 今後の検討スケジュール

- 小笠原コンテンツ今後の検討スケジュールにつき説明。

以上