

# 取引市場WG

---

## 検討状況

平成20年5月29日

## 1. 検討の背景等

### (1) 諮問・検討の背景

- ・10年間・プラス5兆円→放送コンテンツの二次利用拡大が重要
- ・放送コンテンツの二次利用・海外展開の現状

### (2) 関連する事実関係

- ・経団連、デジタル・ネット法等の提案
- ・諸外国における制度の概要

## 2. 検討の経緯

### (1) 制度による解決策に関する検討

- ・許諾権の制限に関する方法／外部調達規制等に関する方法

### (2) 民間主導による解決策に関する検討

- ・基本的な考え方(情報の集約と、番組公募)
- ・情報の集約、公開(バーチャル市場)  
→放送事業者が製作・著作の取引市場／番組製作者が製作・著作の取引市場
- ・情報の集約、公開(現物市場)
- ・意欲ある番組製作者に対する機会の提供(AMD)

## 3. 取引市場形成に向けて

### ○ トライアルを通じたコンテンツ取引市場の形成

- ・番組製作者が製作・著作の放送コンテンツに関する取引市場データベース  
→番組製作者による「製作」「著作」
- ・国際展開向け、リアルな取引市場形成
- ・意欲ある番組製作者に対する機会提供

## 參考資料

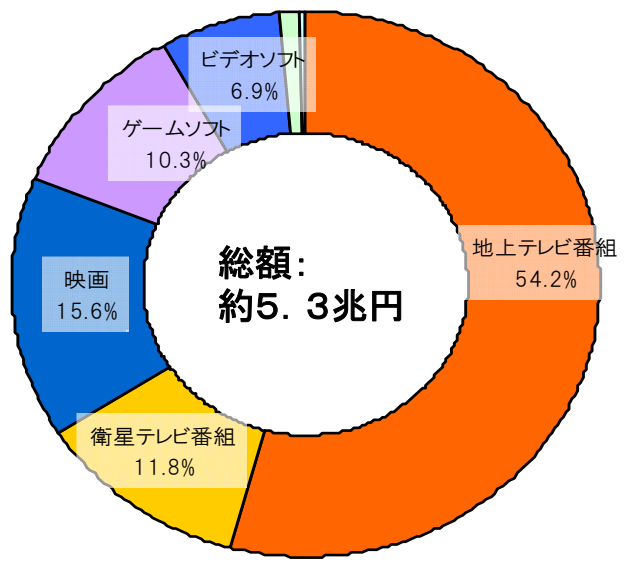
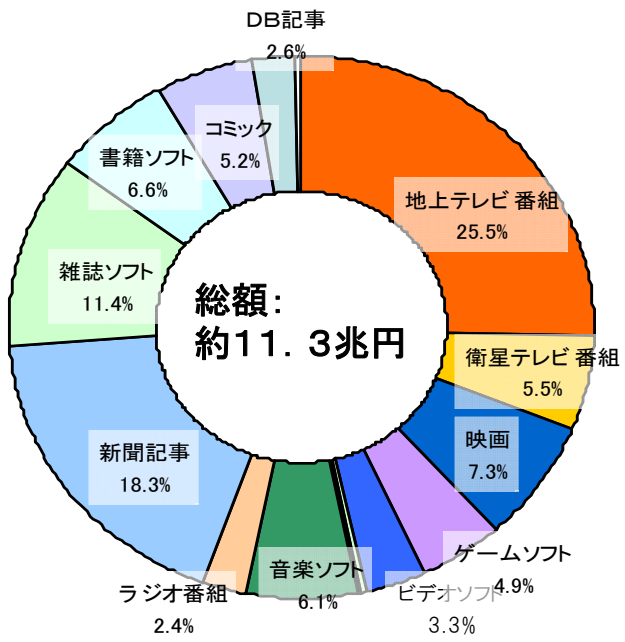
---

# 1-1 我が国におけるコンテンツ市場の現状と政策目標

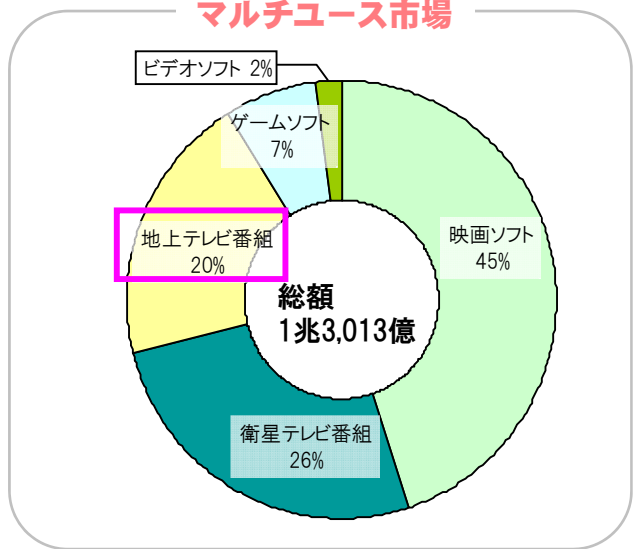
- ① 日本の映像コンテンツ市場において、**放送コンテンツは重要な位置づけ**(半分以上のシェア)。  
**「地上放送は我が国のコンテンツ制作の中核を担っており、コンテンツ産業に占める役割は極めて重要」**  
(平成18年8月1日 情通審3次答申(地上デジタル放送の利活用の在り方と普及に向けて行政の果たすべき役割))
- ② コンテンツ市場の拡大には、放送コンテンツのマルチユース拡大が不可欠。  
**「今後10年間でコンテンツ市場を約5兆円拡大させることを目指す」**  
(平成18年7月7日 閣議決定(経済財政運営と構造改革に関する基本方針2006))

コンテンツ市場 (2005年)

映像系コンテンツ市場 (2005年)



マルチユース市場



(注)「コンテンツ市場」や「映像系コンテンツ市場」のグラフにおける地上テレビ番組に係る数値は、放送事業者の地上放送に係る事業収入と他メディアでの番組マルチユースに係る事業収入を合計したもの。従って、メディアとコンテンツ、双方の事業に係る収入が含まれている。

【平成19年6月総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」より作成】

# 1-2 放送コンテンツ流通(二次流通)の状況

## ■米国/テレビ番組ネット配信サービス

サービス名	AOL video	Amazon Unbox	Apple iTunes	ABC	CBS	FOX	NBC
ジャンル	ドラマ、音楽、アニメ、コメディ等	ドラマ、音楽、アニメ、コメディ等	ドラマ等	ドラマ、バラエティ等	ドラマ、バラエティ、アニメ、ニュース等	ドラマ、バラエティ等	ドラマ等
番組例	PRISON BREAK、24、Smith、the NINE、MTV等	PRISON BREAK、24、CSI、Survivor、Sleeper Cell、MTV等	PRISON BREAK、24、Desperate Housewives、LOST等	GREY'S ANATOMY、Desperate Housewives等	CSI、Survivor、Smith、Jericho等	PRISON BREAK、24、BONES等	Las Vegas、ER、Studio 60等
料金	1話 1.99ドル	1話 1.99ドル	1話 1.99ドル	無料	無料	無料	無料
配信形態	ダウンロード	ダウンロード	ダウンロード	ストリーミング	ストリーミング	ストリーミング	ストリーミング
番組のサイト掲載までの期間			翌日の例もあり	翌日	更新は、月曜から金曜の週5回		翌日

## ■韓国/MBC(地上波放送局)のネット配信戦略

### Windowing戦略

- ① iMBCのVODサービス(≒catch-up TV)
- ② 3G携帯へのVODサービス
- ③ Internet PortalへのVODサービス
- ④ CableTVへの放送
- ⑤ DVDでの販売
- ⑥ アーカイブ的放送

### Holdback戦略

- ① iMBC VOD→30分後
- ② 3G VOD→次の日の正午
- ③ Internet Portal VOD→24時間後
- ④ CableTV→1週間後(～2006年は24h後)
- ⑤ DVD→1ヶ月後
- ⑥ アーカイブ的放送→

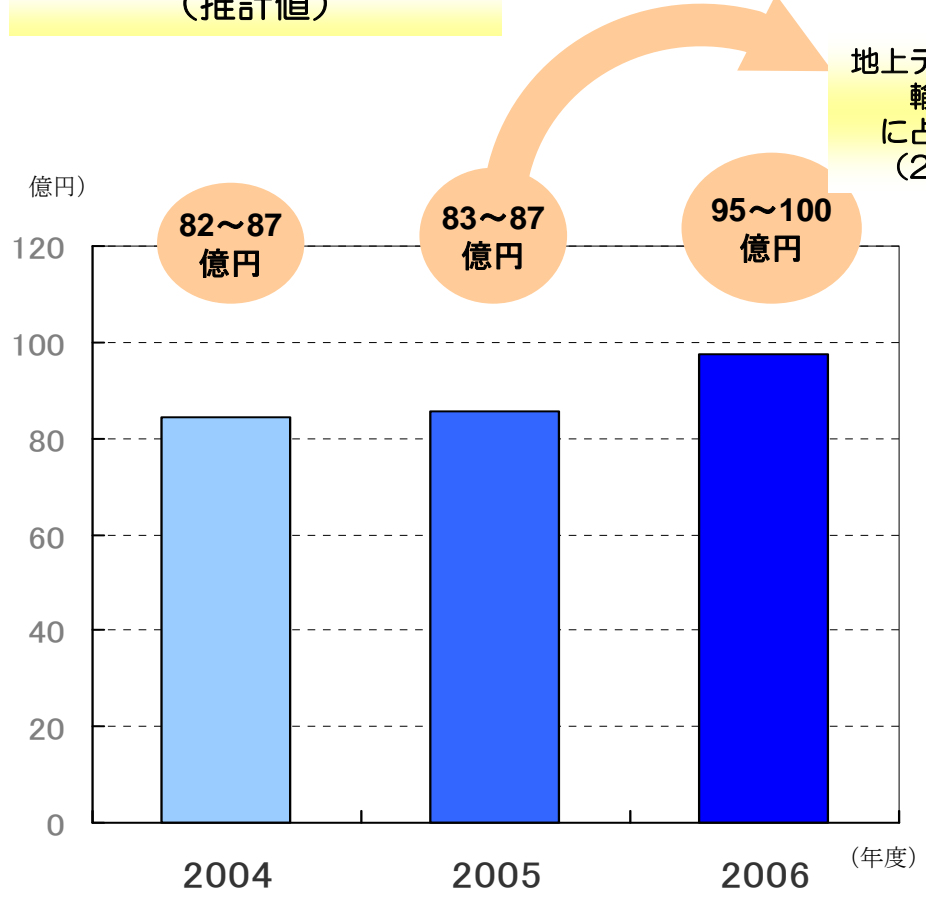
## ■日本/主な映画会社のネット配信の例

社名 (サービス名)	配信作品数	料金 (視聴できる期間)	配信方法
松竹 (シネリエ)	86作品	367円 (1週間)	ストリーミング型など
東映 (ムービーサーカス)	257作品	367円 (1週間)	ストリーミング型など
日活	約100作品	315～420円 (24時間)	ストリーミング型など
ソニー・ ピクチャーズ	約500作品	315～420円 (48～72時間)	ダウンロード型など

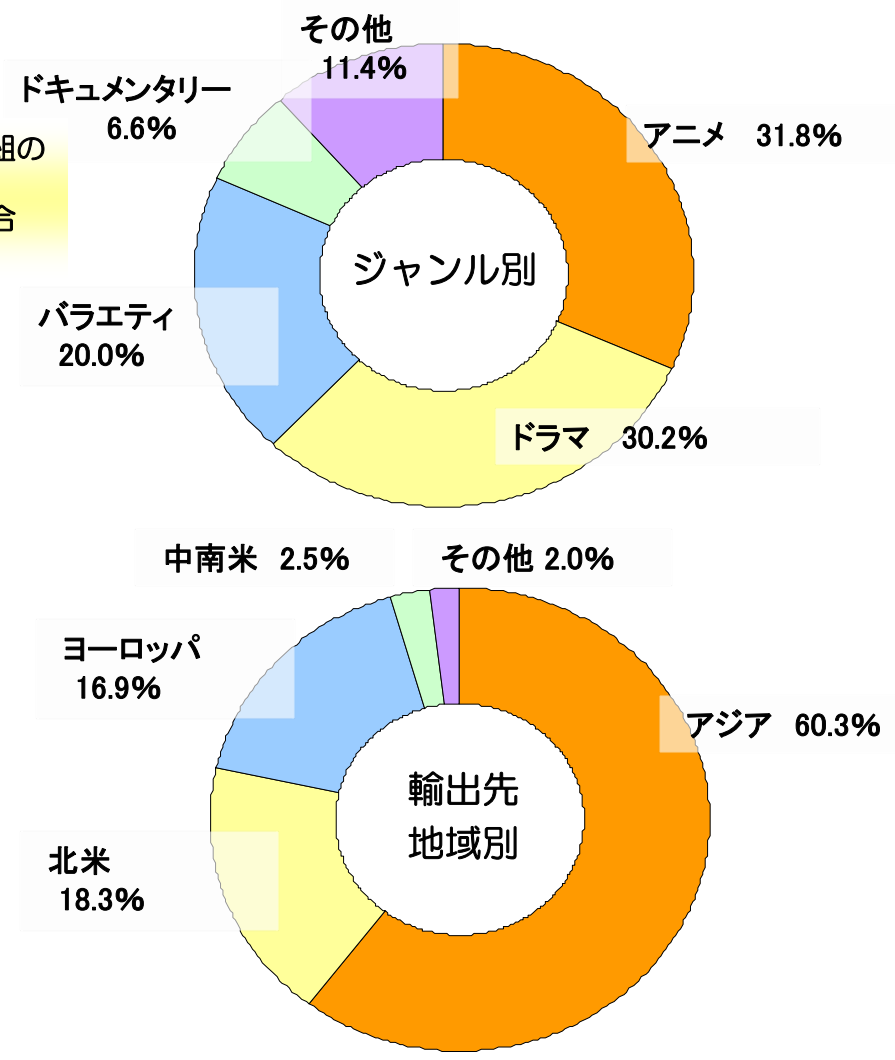
# 1-3 放送番組の輸出の状況

- 最も多い輸出先はアジアで、6割を占める。輸出の多い番組ジャンルは、アニメ、ドラマ、バラエティ。
- 地上テレビ番組の輸出金額(2006年度推計値)は、100億円近くになる見込み。  
(韓国2006年韓国放送番組輸出額:9884万ドル(約100億円) 放送産業実態調査報告書2007年版)

地上テレビ番組の輸出金額  
(推計値)



地上テレビ番組の輸出金額に占める割合(2005年)



(地上テレビ局やプロダクションへのアンケート及びインタビュー調査の結果等をもとに推計)  
 <「メディア・ソフトの制作及び流通の実態調査」(総務省情報通信政策研究所)により作成>

# 1-4 制度に関する提案の例

## (1) 経済財政諮問会議

「わが国では、貴重なデジタル・コンテンツの多くが利用されずに死蔵されている(例:過去のTV番組の再放送等が著しく制限)。インターネット上でデジタル・コンテンツを流通させるには、著作権、商標権、意匠権などの全ての権利者から事前に個別に許諾を得る必要があり、手続きコストがビジネス上見合わないためである。デジタル・コンテンツ市場を飛躍的に拡大させるため、世界最先端のデジタル・コンテンツ流通促進法制(全ての権利者からの事前の許諾に代替しうる、より簡便な手続き等)を2年以内に整備すべきである。」

(第4回経済財政諮問会議 民間議員説明資料「ITによる生産性の加速を実現するために」(2007年2月27日)より)  
 (知的財産戦略本部 コンテンツ・日本ブランド専門調査会 第2回コンテンツ企画ワーキング・グループ事務局資料(2007年11月9日)より)

## (2) デジタル・コンテンツ法有識者フォーラム



# 1-5 各国における番組流通市場に関するルール

	英国	独国	仏国	韓国	米国
<b>放送市場</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公共放送3、商業放送2の5chで構成</li> <li>・地上デジタル放送は追加Ch放送あり</li> <li>・ITVは地区別・時間帯別16局が全国ネットワークを組んで放送</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地上波は主に公共放送。商業放送は主に衛星、CATVで地上波は補完的</li> <li>・公共放送は全国と各州放送</li> <li>・全国向け商業テレビ局:39局(衛星又はCATV)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公共放送(F2, F3, F5)、商業放送(TF1、Cnana1Plus、M6)で構成(基本は全国一律放送)</li> <li>・約20局がローカル放送を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多公営1民営(KBS、MBC、EBS(公営)、SBS(民営))</li> <li>・地方局が53局(番組のほとんどを本社に依存)</li> <li>・キー局と地方局の垂直統合度、中央集中度が非常に高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ネットワーク(ABC、CBS、NBC、Fox等)</li> <li>・直接運営局(4大合計61局)</li> <li>・系列契約局(4大合計で911局、他に第5、第6のネットワークが存在)</li> <li>・独立局(全米で121局と推計)</li> </ul>
<b>制度の目的・趣旨</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・BBC及びITVの高コスト体質を改善。独立制作事業者を活用すべき。</li> <li>・番組供給市場の多様化および競争促進も期待</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・独及び欧州の文化的多様性のテレビ番組への反映</li> <li>・独及び欧州の文化的アイデンティティ保護</li> <li>・独及び欧州の番組制作業界保護</li> <li>・欧州審議会とEUのテレビ指令への対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・映画及び視聴覚作品の制作事業者の発展、および供給源における制作者の独立性に貢献</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多メディア/チャンネル時代に備えた円滑な放送番組の需給調整</li> <li>・番組制作市場に競争導入</li> <li>・主体多元化による番組の多様化</li> <li>・3社の寡占的市場支配力の緩和</li> <li>・人材及び制作施設の外部化を通じた独立制作者の育成・保護</li> <li>・映像産業育成発展と国際競争力向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビ番組の競争的な供給源を多様化する(=ネットワークと競合できる番組供給源育成)</li> <li>・番組制作における競争水準向上</li> <li>・ネットワーク加盟局の番組編成へのネットワーク支配力の低下</li> <li>・公衆が視聴可能な番組の多様性を高め、独立放送局の成長を促進</li> </ul>
<b>対象</b>	地上波放送局(4局)	外部調達規制:商業放送のうち「支配的な力」を持つ者のみ	地上波放送局	地上波放送局(3局)	3大ネットワーク及びその加盟局
<b>規制の内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チャンネルに含まれる適格放送時間総量の25%以上が、多様な独立制作番組の放送に割り当てられること〔放送法〕</li> <li>・番組制作者がその制作番組を放送事業者又は第三者に完全に売却しない限り、番組に関する権利は制作者が保有すべき〔OFCOMガイドライン〕</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・放送の主要な部分に自社製作、外部委託、共同製作を含むこと</li> <li>・①独立した第三者による編集・製作の「特定枠番組」を放送すること</li> <li>②「特定枠番組」の放送を、1週間あたり260分以上、そのうちの75分以上を19時～23時30分の間にすること</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・欧州映画及び番組が60%以上、仏語番組が40%以上放送(プライムタイムでも同様)</li> <li>・前年度売上高の16%以上を仏語番組製作に支出すること</li> <li>・上記支出額のうち2/3(=売上高の約10%以上)を独立製作活動の発展のために充てること</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・放送事業者は、放送番組のうち、当該放送事業者でない者が制作した放送番組を大統領令で定める一定比率(現在:24～35%)以上編成すべき</li> <li>・当該放送事業者でない者が制作した放送番組(映画を除外)を毎月全体放送時間の40/100以内で放送委員会が告知する比率以上に編成すべき。</li> </ul>	<p>〔フィンシルール〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ネットワークの以下の行為を禁止</li> <li>①米国内でのシンジケーションでのテレビ番組販売、使用許諾、供給。 米国外でのテレビ番組(単独製作でないもの)販売、使用許諾、供給。 放送による利益の分配にあずかる選択権又は権利の留保。</li> <li>②ネットワーク以外の者が制作したテレビ番組の放映、配給、その他商業的利用に関する金銭的権利又は所有権若しくは配当の取得。</li> </ul> <p>〔PTAR〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上位50市場における、ネットワーク番組の3時間超(プライムタイムにおける4時間中)の放送禁止</li> </ul>
<b>根拠</b>	1990年放送法、EU指令	州間放送協定、EU指令	視聴覚法、EU指令	放送法	FCC規則(現在は廃止)



## 2-1 検討の経緯(1)制度による具体策

### ① 制度による許諾権制限

- ・諮問会議・知財本部の指摘、権利者団体の意見
- ・米国の権利者の状況  
→許諾権の存在が流通を阻害しているのか？



許諾権の存在は、阻害要因ではないのではないか？

### ② 米国・韓国等における番組調達ルールを導入

- ・「地上放送」に関する各国の考え方・実状
- ・「放送事業者」の性格(公共セクターか？民間セクターか？)  
→放送事業者へのルール導入が適切といえるのか？



番組調達はあくまで民・民(放送事業者と番組制作事業者間)で処理すべきではないか？

### ③ 民主導の取引市場の形成

- ・制度アプローチではなく、民主導のアプローチ
- ・「著作権情報の集約・公開」  
→取引市場データベースの構築等を通じた、民主導の市場形成



民主導の形成が、①、②に対する対応となるのではないか？

## 2-2 検討の経緯(2)取引市場データベース(バーチャル市場)の具体策

### ① 放送事業者が「製作・著作」の放送コンテンツ

- 1) 「放送コンテンツ」に対するニーズはあるのか？
- 2) 取引市場を形成するために不可欠な「リスク」と「コスト」を負担するプレーヤーは？
  - 現段階では「リスク」と「コスト」の担い手は見通しがついていないのではないか？
  - 「リスク」と「コスト」を取るに足る市場ニーズが見出せていないのではないか(特にブロードバンド)？

### ② 番組制作者が「製作・著作」の放送コンテンツ

- 1) 番組制作者の「著作権」「権利処理窓口」に関する考え方の整理
- 2) 取引市場を形成するために不可欠な「リスク」と「コスト」を負担するプレーヤーは？
  - 番組制作者に「製作・著作」があるコンテンツについて、番組制作者には、自ら流通の担い手となる意向がみられるのではないかと？
  - 取引市場としては、このタイプの放送コンテンツを中心に具体化すべきではないか？

### ③ 方向性

#### 1) 二つの「実証実験」

##### 「自ら製作資金調達を行う制作者への公募トライアル」

自ら製作資金を調達してコンテンツを作ろうとする制作者の機会を拡大するとともに、著作権情報や取引情報のデータベース化による流通の拡大を試行

##### 「制作者向け、取引市場データベース構築」

公募トライアルの作品も含めて、番組制作者から登録情報を収集・公開する取引市場データベースの機能について試行

#### 2) 当面の措置

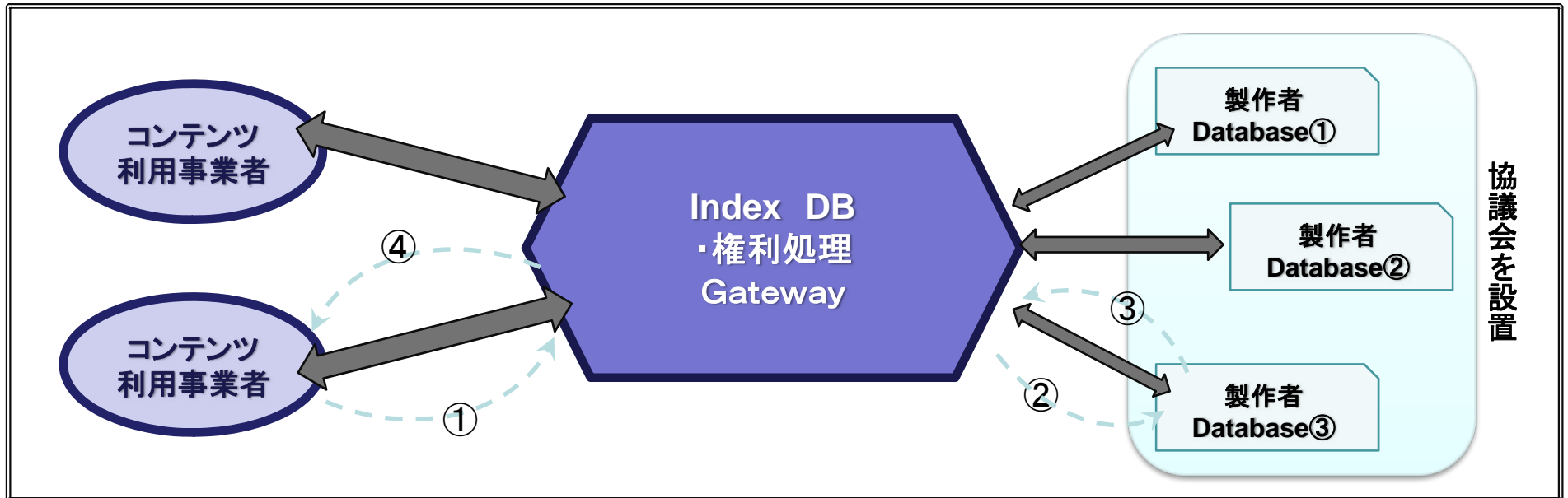
「公募トライアル」 → 二次利用効果の検証、取引情報の公開範囲の検討

「取引市場データベース」 → 登録情報の収集方法、公開範囲の検討、コスト負担、市場機能の検証

## 3-1 取引市場データベース

- ◆ 製作者向け、取引市場データベースの構築
- ◆ 公募トライアルの作品も含め、番組製作者から登録情報を収集・公開する取引市場データベースの機能について試行。

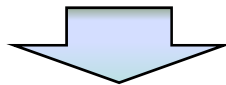
### <データベースイメージ>



### <実施内容>

開発事項: Interfaceの開発 / Gatewayの構築

検討事項: Databaseに必要なメタデータの抽出 / 公開範囲 / コスト負担



Databaseを持つ製作者等は、共通Gatewayへの接続などについて検討すべく協議会を設置？

## 3-2 国際展開に向けたリアル取引市場の形成








### 1 これまでの取組

- (1) 海外で開催される、いわゆる「放送番組見本市」又は「映画祭」への作品出展、番組販売
  - ・MIPTV、カンヌ映画祭等、海外の番組の見本市、映画祭等に出展
  - ・我が国の地上テレビ番組の輸出実績 約100億円(韓国 約100億円)
- (2) 海外の放送事業者のチャンネル確保、日本の放送コンテンツ配信
  - ・JAPAN HOUR(アジア・オセアニア21カ国・地域 衛星波)
  - ・JET TV(台湾、香港、シンガポール 衛星経由で配信。)

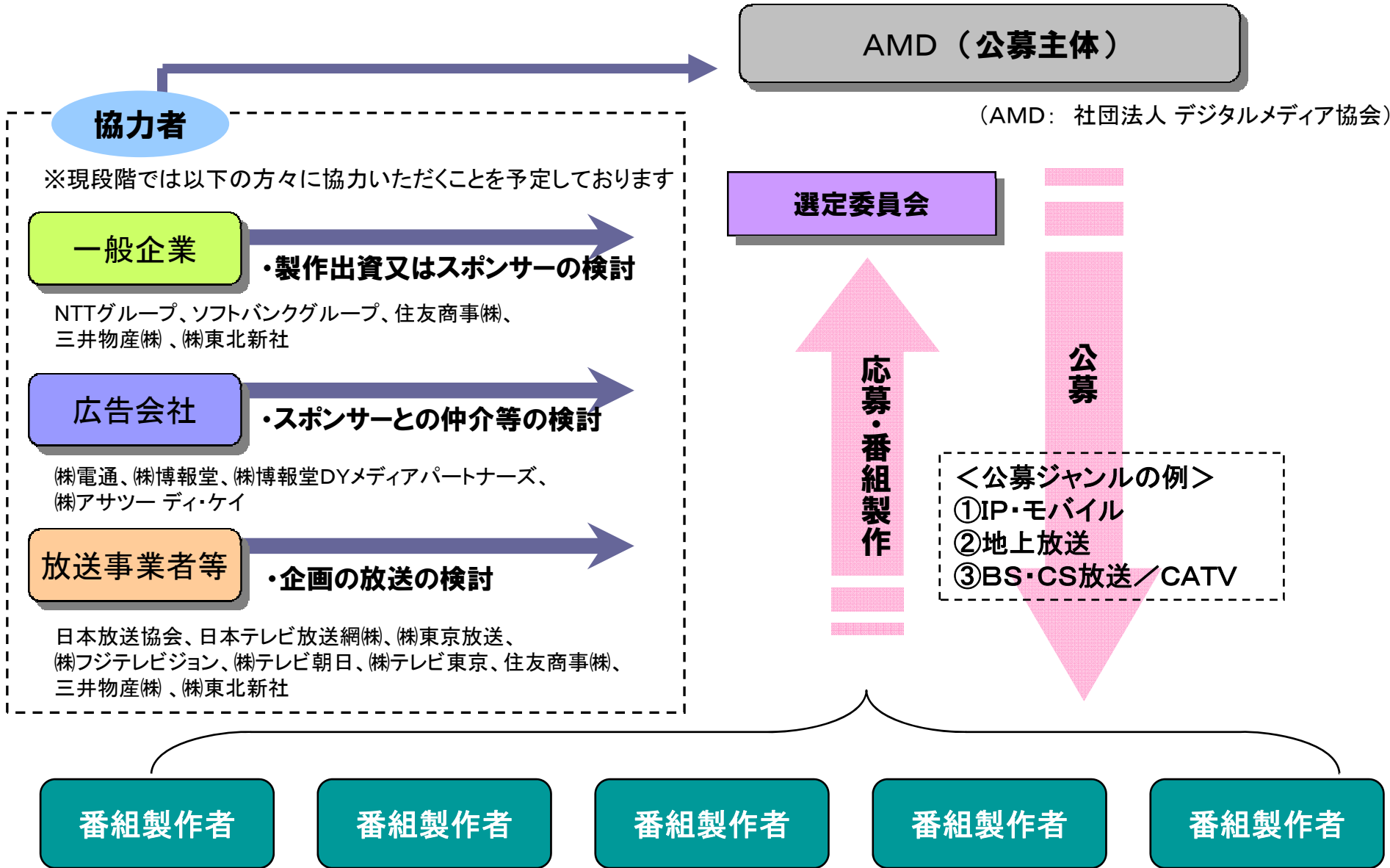
### 2 今後の重点的取組

- (1) 我が国における、いわゆる「放送番組見本市」の開設
  - ① 各国の見本市に加え、日本に開設する必要性、メリット
  - ② 他国の見本市との差別化のあり方(特徴の持たせ方)
  - ③ 対象とするコンテンツの範囲、招聘対象とする重点地域
  - ④ 出展するコンテンツ自身に関わる課題
  - ⑤ 具体的な運営方法
  - ⑥ 支援の在り方(←→韓国等)
- (2) いわゆる「コンテンツ輸入規制」をおく国に対する対応
  - 相手方事業者との共同製作 等

# 3-3 海外で開催される国際番組見本市

国	米国	フランス		中国		香港	韓国	シンガポール	(参考) 日本	
名称	NATPE 	MIPTV 	MIPCOM 	China International Film and TV Programs Exhibition China Radio Film & Television International Exposition	Shanghai International Film and TV Market (上海テレビ祭と併催)	Hong Kong International Film and TV Market (FILMART) 	BCWW (Broadcast Worldwide) 	ATF(AsiaTV Forum) 	TIFFCOM 	東京国際アニメフェア (TAF)
期間等	07年 1月15-18日 /ラスベガス	毎年春に開催 07年4月16-20日 /カンヌ	毎年秋に開催 07年10月8-12日 /カンヌ	03年から開催 06年8月24日 /北京	86年から開催 07年6月11-15日 /上海	06年3月20-23日 /香港	01年より開催 07年8月29-31日 /ソウル	07年 11月28-30日 /シンガポール	07年 10月22-24日 /東京	07年 3月22-25日 /東京
開催実績	参加者約8,000人 (76カ国) 出展企業350社 バイヤー1,500人 (07年実績)	参加者13,311人 参加企業4,532社 (06年104カ国) バイヤー3,816人 (07年実績)	参加者13,371人 参加企業4,585社 (06年98カ国) バイヤー4,242人 取引高: 約40億ユーロ (07年実績)	出展企業約721社 出展作品1,274 取引高: 9.36億元(約140億円) (06年実績)	参加者1,128人 参加企業194社 (16カ国) バイヤー375人 取引高:約9億元 (06年実績(取引高は05年実績))	参加企業453社 (30カ国) バイヤー4,094人 (50カ国) (07年実績)	参加者:5,000人 (38カ国) 出展企業158社 バイヤー1500人 取引高:1700万ドル (06年実績)	出展企業121社 バイヤー3,500人 (41カ国) 取引高: 4,700万ドル (06年実績(バイヤー数については04年))	参加者3,505人 (40カ国) 出展企業172社 (07年実績)	参加者107,713人 出展企業270社 海外バイヤー942人 (07年実績)
主催者等	全米テレビ製作者連盟 (NATPE) =National Association of Television Program Executives)	Reed MIDEM	Reed MIDEM	国家広播電影電視総局 (SARFT) 中国広播電影電視集団	国家広播電影電視総局 (SARFT) 上海市人民政府	香港貿易發展局	(主催) 韓国文化観光部 韓国放送委員会 (主管) 国際放送交流財団 韓国放送産業振興院	Reed Exhibitions (Reed MIDEMのグループ会社) Television Asia  *「アジア・メディアフェスティバル」(シンガポール政府メディア開発局・Reed社主催)内イベントとして開催	経済産業省 日本映像振興(株)	東京国際アニメフェア実行委員会、東京都他

# 3-4 意欲ある番組製作者に対する機会提供



## 3-5 公募トライアル進捗状況

◆実施主体:社団法人デジタル・メディア協会(AMD)

◆公募期間:平成19年12月18日(火)～平成20年2月15日(金) ◆アワード授賞式:平成20年3月10日(月)

### <企画部門賞/マルチユース企画優秀賞> 19 作品

※提案者名「企画タイトル」

◆選定条件:「マルチユースを前提とし、マルチユースに適したものであること」、「制作費の自主調達を行う意思があるものであること」

#### 【ドラマ】7 作品

(株)インデックス「みんなでつなぐケータイ小説」、大日本印刷(株)「30分で体感する日本文学短編ドラマ」、(株)メディアアイランド「アイアンタワー」、(株)アジア・コンテンツ・センター「蒼穹の昴(浅田次郎原作)」、(株)いまじん(株)エクスプレス(株)クリエイターズ・プラス「探偵 神宮寺三郎」、(株)ザ・ワークス「(非公開)」、(株)電通テレビ局「トンスラ(都築浩原作)」

#### 【ドキュメンタリー・情報番組】9 作品

(株)Live Life Japan「フォーク音楽遺産!～あの頃の自分に出逢える～(仮)」、(株)グレートデン「新・極める～仏像百科」、全国地域映像団体協議会「Japan folk tale～新日本の民話」、(株)電通テレビ局「トリセツ(企画構成・小山薫堂)」、(株)東北新社「子供たちの携帯ネチケット～大人の知らないケータイワールド」、(株)ドキュメンタリージャパン「Whee! JAPAN(仮)～発見!おもしろスゴイ日本デザインPingmagTV～」、(株)PMC「VISUAL-KEI(ビジュアル系)～MADE IN JAPAN進化論 オタク文化が日本を救う～」、サンセットフィルムス「A WONDERFUL WORLD(仮)」、サンセットフィルム「ONGAESHI」

#### 【アニメ】3 作品

(株)東北新社「TIKI BEE(ティキビー)～ハワイの大自然を守る昆虫一家の物語～」、(株)日本アドシステムズ「ぺんぎん娘はあと(仮)」、(株)ワンダー・ラボ「お願いポクポン!(仮)」



### ≪進捗状況の例≫ (スポンサー等については現在検討中)

○対象作品:ドラマ(30分)→・放映時期は来年1月を想定。・制作費:1億400万円(800万円×13回)

○対象作品:ドキュメンタリー→・放映時期は本年秋(ミニ枠)を想定。・制作費:1700万円 等