

## 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26回 議事概要

1 日時：平成19年10月29日（月）10：30～12：15

2 場所：総務省 第一特別会議室

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、岩浪 剛太、植井 理行、大淵 哲也、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、長田 三紀、中村伊知哉、生野 秀年、堀 義貴、福田 俊男（以上24名）

（2）オブザーバー

兩宮 直彦（KDDI株式会社）、井川 泉（株式会社東京放送）、伊藤 康之（株式会社ぷららネットワークス）、内山 順二（TVバンク株式会社）、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）、小林 雅彦（NTTコミュニケーションズ株式会社）、嶋 聡（ソフトバンク株式会社）、間宮 稲太（BBケーブル株式会社）、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コンテンツ振興課長

（4）総務省

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、吉田放送政策課長、吉田地上放送課長、武田衛星放送課長、藤島地域放送課長

4 議事

（1）取引市場ワーキングの検討状況報告

- 中村委員より、資料1に基づき、コンテンツの取引市場形成に向けて説明。
- 吉川オブザーバーより、資料2に基づき、コンテンツデータベースアクセスイメージについて説明。
- 伊藤オブザーバーより、資料3に基づき、4th MEDIAの仕組みと番組調達について説明。
- 兩宮オブザーバーより、資料4に基づき、ひかりONE-TVにおける番組調達方法及び状況について説明。
- 嶋オブザーバーより、資料5に基づき、コンテンツ取引市場について説明。
- 金オブザーバーより、資料6に基づき、韓国における番組流通専門会社の設立構想に

ついて説明。

- 放送事業者でも検討を進めているが、具体的項目案としてはまだ精査が必要だが、こういったものかという気がしている。ただし、直近の番組も含めたあらゆる番組についてこのようなデータが提供されるというわけではなく、あくまでもどの番組のデータを提供するかどうかということは放送事業者の意思で判断することを大前提とさせていただきたい。マルチユースによりコンテンツ価値を最大化するという大目標のために、放送事業者は直近の番組についてもウインドーコントロールを行っており、そのウインドーコントロールを損なうような形で進めることは難しいと考えている。
- データを用意し、それをアウトプットできるような形につくり変える手間やコストの負担をどう考えるのか。それによって受益する通信事業者が負担するのか、あるいは国費を投入するのか、といった負担の問題も改めて事前にはっきりさせる必要がある。○ 放送事業者は、そもそもデータベースを作るところから考えねばならない。現状、キー局間はもちろん、ローカル局もかなり大きな差がある中で、J/M e t aの項目にどの程度詳細な情報を載せられるかは、今後もう少し精査せねばならず、その労力もかなりなものと考えている。あらゆる番組をデータベース化するというのは、あまり現実的ではない。どのように2次利用するか、どのようなジャンルの番組を2次的に活用していくかという判断が、放送局やマーケットにあってしかるべきと考えている。
- 相対契約の中で守秘義務を負うものや、個人情報として保護される一般出演者の情報など、契約見本の中でも、たとえ限定対象であったとしても、一般には開示できないものがある。出演者のギャラ情報などもそうだが、最終的に100%の情報が載せられないデータベースになってしまう危険性がある。そこをどう担保するかを考えていかねばならない。今後の取引市場ワーキングでも議論させていただきたい。
- 製作段階から、必要な情報を集めて入力するのは非常に手間がかかる。新しい利用形態が出るたびに、権利処理ルールを作る必要があり、完全なデータベースを作ったつもりでも、役に立たなくなっている状況も出てくるが、負担は全てコンテンツホルダー側でもっている。データベースを開示するという事は、権利処理についても第三者機関がやるというスキームを作り、コンテンツ流通を促進するという事だと思うが、コストやリスクの負担はどうするのか。IP事業者とかと一緒にやっていけるのであれば、検討する価値があると思うが、はっきり見えない中では、相手との信頼関係もあるし、放送局がやったほうがいいのかということにつながっていくのではないのか。
- ユビキタス時代を迎えて放送事業者としてもいろいろな回路で視聴者に届けていかなければならない。しかし、M I P C O Mでも世界的にも放送番組を通信に出すということについてビジネスモデルが出てこない。そういうところをうまく日本ではクリアして、

来るべき時代、新しい時代のコンテンツ流通が考えられるようになったらいいのではないか。

- 通信事業者として、よりブロードバンドを活用するサービスとしてIPTVに大きな期待をしている。コンテンツが流通する新しいフェーズに入っていない限り、IPTVという入れ物をつくっても、なかなかうまくいかないだろう。データベース作り並びにその先のコンテンツの流通という流れに向けて、我々は何ができるのか、どういう協力でどのような枠組みがいいのかに関して、前向きに検討していきたい。
- コンテンツ大国を実現するという前提があるときに、コンテンツをクリエートするコストは分担されなければならない。基本的に権利者、番組制作者、放送事業者がそれぞれに適正な対価を得られる状況を実現しなければならない。そのために、まずはコンテンツを利用し利益を得る側が応分のリスクを負担する姿勢を示すことが重要なのではないか。一定のリスク負担を抜きにして展開を図ろうとしても無理な話。○ 今回のIP事業者の説明は従来の権利切り下げ一辺倒からやや進化したと思っており、また、やる気の温度差が出てきたというふうにも聞こえた。進んでリスクを負担しようという意思があるところとは一緒にやって意味があると思うが、そういう意思がないところが参入したとしても、結果は明らかなのではないか。
- 放送事業者の広告外収入の拡大は既定方針であると伺っており、権利者も歓迎している。そうである以上、可能な範囲での情報開示はお願いしたい。
- 番組2次利用の権利処理については、放送事業者が行うことが通例だが、権利の管理事業者側の課題も含めた課題が克服できるのであれば、権利者としては、放送事業者だけが権利処理を行うべきであるという理由はないと考える。基本的にウィンドーが拡大して利益が増えることは、すべからず歓迎すべきことである。
- データベースの権利情報と価値情報を、特定の事業者ハードルを高く提供することに反対はしないが、資金調達しやすくしないとコンテンツの競争を促進していくことにはつながらないと思っている。価値情報、権利情報は、オープンに透明性高く、一般の投資家にもわかるようにしていただくことが必要だと思う。
- 民放キー局は上場企業であり外部からの資金調達を意識していると思うが、財務諸表上コンテンツは費用として処理され資産に計上されていないので、会計上死蔵されていると言われても仕方がない。放送外収入を拡大するのであれば、コンテンツをきちんと資産として評価することが必要。放送業界全体として、資産としてきちんと見えるように、外からの資金が呼び込めるように財務諸表を改善することが必要。積極的な事業者が率先して示すことで競争が促進されるのではないか。それもためなのであれば、会計基準委員会にお願いをして、会計基準を変えていただくしかない。国策としてコンテン

ツ立国を目指すのであれば、そこまでやらざるを得ない。事業者が積極的に開示努力をすることが必要

- 放送事業者からは、コストがかかるから全ての情報が出せるわけではない、信頼性で放送事業者がやるのがいいのではないかと、という意見と、権利処理は第三者がやるかもしれないといった意見があったと思う。いろいろな人たちが参入したいと考えており、新しい時代のコンテンツ流通市場に向けて、放送事業者もその資金調達及び事業の拡大のために積極的にやっていただきたい。前時代的なことをやっていたいい段階はとっくに過ぎている。
- 資金調達の多様化を目指してトライアルをやるのであれば、コンテンツ流通を増やす前提として、コンテンツをどう作るかをもう少し考えたほうがいい。放送番組がそのままブロードバンドでキラコンテンツになるかどうか、もう少し検討すべきではないか。放送局としては、放送番組がそのまま流れることが本当にブロードバンド上でキラコンテンツになるのかという部分についてかなり疑問を持っている。それぞれのメディアがそれぞれのメディアにふさわしいコンテンツを作ることが、さまざまな形でコンテンツが流通していく一つの仕組みではないかと思う。
- 外部製作比率を高めて製作会社にコンテンツの権利が残ることと2次利用が増えることに相関関係はあまりないのではないかと。コンテンツの権利がテレビ局にあっても、製作会社に返っても、結局2次利用するまでのプロセスが大変なのだと思う。ブロードバンドによって多種多様な2次利用の可能性が出てきても、2次展開をする主体者はコンテンツを保有しているテレビ局か製作会社である。もちろん全くの第三のプレーヤーが登場してその2次展開をサポートしてもいいと思う。しかし、吉川さんの資料ではその主体者、主語がよく見えない。これでは放送局も乗りづらいのではないかと。本来、自分のコンテンツを自分自身が展開するのであるから、もし自分が主体者に見えないとなると他人に情報を出すのもNOになってしまう。自分だけでやると大変なので第三者からの協力支援や外部への委託があってもいい、その場合にはどのようなルールでどのような費用が発生するかなどについてトライアルをやりましょう、このような形で整理した方がいいのではないかと。
- 番組製作についてはいろんな検討をしている。番組に一部出資したり、独自の取り組みなど努力している。これから先、非常に大きなブロードバンドの要素が増えてくれば、当然それもやっていく。それ以上に、消費者ニーズとしてあった場合、コンテンツ取引市場で私どもが調達して流していくということは、国民の利便、福祉に対してはプラスになるんじゃないだろうかという話であり、やってないということではないので、誤解なきようお願いしたい。

- テレビ局が作った番組というのは日本のすごく素晴らしい資産だと思っている。そういうものをどこに流していくか。会計基準でどうのこうのまでやるというのは大変かもしれないが、おそらくどの企業も、マーケットで評価されるわけであり、そのマーケットの評価の段階においてそれぞれ対応しているものは価値が高くなるわけであり、ぜひとも自発的にそういう方向性を設けて、今まで作ったコンテンツを資産としてどのように利用するかということをお考えいただき、その仲介として取引市をやっていただければ、非常に経済合理的の議論ができるはずであるから、その方向で議論を進めていっていただきたい。
- コンテンツ大国を目指す5兆円とは、どこでどんな根拠で作られている議論なのか。様々なメディアを通してマックスの効果を上げることがコンテンツ大国を目指すことにおいて望ましいと考えた場合、国はどのメディアでどういうふうな稼ぎを上げることを想定して5兆円と言っているのか。放送コンテンツだけに求めているわけではないと思うが、コンテンツをフルで活用していくときのイメージで、一体何兆円のプラスがあって、それぞれの産業の稼ぎはいくらになるのか。2次利用というマーチャンダイジングみたいなものまで含んで、結局、コンテンツがそれだけ増える、ということが非常に説得力を持って語られる。しかも、コンテンツのクリエイション（創造）そのものの絶対的な量がふえる。そして、制作に向けられる出資額もふえる。ということが見定められると、非常に意味のある議論になる。一体幾らの議論をしているのかということをもう少しきっちりと明確化した上で話ができればと思う。
- ワン・オン・ワンでやっているビジネスが基本であり、それがゆえに積み上げられている営業成績があり、ワン・オン・ワンではなくすることによって減る場合もある。基本的にコンテンツ流通に対してかせをはめる力を持って配給を計画することがビジネス面から見たときの本旨であり、コンテンツの流通についてどのように計画をするのかというところでコンテンツ大国の実現への道を明らかにしなければ、全く意味がない。データベースはそれなりに重要だと思うが、情報を出さないことによる商流のクリエイションというのは確実にあり、作品情報のために某通信事業者が年間何億、何十億という値段を某スポーツ団体に払っているケースもあった。情報＝コンテンツ流通の基礎であり、その基礎を広く開けばいいということでは決してない。それぞれ競合事業者と戦っており。戦う中で価格競争もやっている。そして、価格競争と同時に、コンテンツ競争も現実問題としてもう既に始まっている。
- 5兆円を支えるものは、有料配信なのか、無料広告モデルなのか、あるいはその他ののか。収入の根拠をどこに求めて計画しているのかをイメージとして共有できなければ、消費者ももちろん納得しないであろうし、収入の根拠のない事業ビジョンは全く絵にか

いたもちであるので、その辺を国がどう考えているのか、明らかにしていただけないか  
と  
思っている。

- 免許事業である放送事業者においては、こういう形でできるという数字を国に出せで  
はなく、我々は何ができて、何年後にこのぐらいの市場規模で何兆円分ぐらい放送分野  
でやる、といったことを出していただきたいと思う。
- データベースに関して言えば、NHKはデータベースとしてかなりのものができてい  
るが、民放はまだ紙ベースであると聞く。紙ベースであるとやはり取引までなかなか行  
かないわけである。とにかく走り出しているし、こういう委員会をやっていることもあ  
り、消費者も期待しているのだから、前向きなお答えをいただきたい。
- 個々の事業者の事業計画においてそれなりの努力をしようと思っているし、通信が悪  
いとは思っていない。通信によるディストリビューションの売り上げを稼ぐために、開  
くものは全部開いていきたいということと、具体的な目標が課せられている5兆円のイ  
メージは何かということ共有しようという話は全く別のことだと理解している。

## (2) その他

- 中村委員より、資料1に基づき、リアルな取引市場について説明。
- 事務局より、資料7に基づき、国際ドラマエフェスティバルについて説明。

## (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、今後の検討スケジュールにつき説明。

以上