



西 正(にし ただし)

日本総合研究所 調査部 メディア研究センター 所長

## 1. コンテンツ流通を活性化させるための方策

わが国では、放送のデジタル化やブロードバンド・インターネットの普及に伴い、コンテンツ、特にテレビ番組に代表される映像コンテンツの流通の活性化が期待されている。ところが、コンテンツの制作者が持つ著作権の処理をめぐって、何ら新たな対策が立てられていないため、コンテンツのマルチユースなど、掛け声倒れに終わっているのが現実である。総務省に代表される公的機関では、ここ数年間にわたり何度も、コンテンツ流通を活性化させようと研究会が開催されてきた。しかし、結論は「著作権の処理ルールの策定が急務である」といった当たり前の文句で締め括られるばかりで、事態は一向に改善をみない。

コンテンツ流通を活性化させるためには、著作権者の権利の内容を明らかにするとともに、契約書があつたりなかったりという状況を改善することが必要である。テレビ番組を例にとれば、制作プロダクションがコンテンツをテレビ局に渡した後、1回か2回放送されて、後は塩漬けになり、マルチユースしようにも自分たちのところに返ってこないと言われることが多い。そうした事例が多々みられることから、制作者の方も身構えてしまい、BS放送、CS放送、ブロードバンドなどにコンテンツの提供を許可しない状況になっているのである。

しかしながら、テレビ局の方ばかりに責任があると考えるのは早計というものだろう。テレビ局が4,000万円かけて、1つの番組の制作をプロダクションに任せるとしよう。その際に、プロダクションがテレビ局に対して提示している書類には「制作お見積もり」などと書かれていることが多い。これでは、自ら著作権など持たない下請けであると言っているようなものである。

放送局制作番組に含まれる権利対象物

使用する著作物など	権利の内容	権利者（許諾を得る先）
1. 小説、随筆、論文、詩歌、講演など	・原作者の「複製権」、「放送権」、「翻案権」、「著作者人格権」	・日本文芸著作権保護同盟 非信託者は原作者本人（著作権者）と交渉 ・外国エージェンシーなど
2. 既成脚本	・脚本家の「複製権」、「放送権」、「翻案権」	・日本脚本家連盟 ・日本シナリオ作家協会 非信託者は脚本家本人（著作権者）と交渉 ・脚本の委嘱は脚本家本人とする
3. 既成音楽	・作詞家、作曲家、編曲者、訳詞者の「複製権」、「放送権」、「著作者人格権」	・日本音楽著作権協会（JASRAC） 非信託者は作者本人（著作権者）と交渉 *作詞、作曲の委嘱は作者、音楽出版社、音楽プロダクションなど
4. レコード	・レコード製作者の「複製権」	・レコード会社、音楽出版社など（レコード原盤権の所有者）
5. 実演	・俳優、歌手、演奏家、落語家、モデル、一般人等の「録音・録画権」、「放送権」	・実演家、芸能プロダクション、楽団、劇団、一般個人など
6. 絵画、写真、彫刻、漫画、地図、図形、模型など	・画家、写真家等の「複製権」、「放送権」、「著作者人格権」	・作者（著作権者）、著作権等を有する会社など
7. 映画 （劇場用映画の一部映像） （テレビ番組の一部映像） （テレビ映画の一部映像）	・映画制作者の「複製権」、「放送権」 ・監督、カメラマン等の「著作者人格権」 ・原作者、脚本家、作詞・作曲者等の「複製権」、「放送権」	・映画制作会社 ・1、2、3の権利者 ・テレビ番組の場合は1～8の権利者 ・テレビ映画の場合は1～4、6、8の権利者 ・映画監督等
8. その他	・実演家、一般個人等の「肖像権」 ・主催者の「興行権」 ・仏閣等の「撮影開放権」	・実演家、一般個人 ・興行主など ・美術館、博物館、神社、寺院など

（出所）放送ソフト流通促進協議会中間報告書（1996年6月）

さらに言えば、その4,000万円という金額は、そもそも何の対価なのかが明らかにされていない。放映権なのか、業務委託権の対価なのかが示されていない。あるいは、その中の8割は放映権料とか著作物使用権料であって、残りは人件費なのか、それとも要するに、すべて労働対価でしかないのか、そうしたことが契約書でうたわれていなければ、著作権処理が難航するのは当然のことである。ましてや、業界慣行と称して、契約書の作成も行われていないというケースもあるようでは、論外であると言わざるを得ない。

そうした状況を改善するには、制作プロダクションは、テレビ局に対して、放映権料が4,000万円であるとして、契約書を取り交わすべきである。放映権料であれば、テレビ局に対して、一次放映権と二次放映権は渡すけれども、そこから先のビデオ化やブロードバン

ドでの放映については、別途新たな契約を交わすこともできる。そうすれば、コンテンツの流通は一挙に進展するはずである。

後は、契約書を交わすということに、制作会社自体がなじんでいく必要がある。企業規模からすれば、テレビ局にせよ、ブロードバンドにせよ、インフラを持っているところの方が制作会社よりも大きいのは当然である。企業規模の違いが力関係の違いとして、契約書上で不利な形に働くことのないよう、契約という行為に精通する努力をするべきである。著作権者であると主張はするが、実は著作権法など目にしたこともない事業者も多い。インフラを持っている企業には法務専門部隊があるので、勉強不足のせいで不利な条件を飲まされないよう気をつけなければならない。

そうした諸条件が新たな業界慣行としてクリアされていけば、コンテンツの流通のネッ

クが権利処理にあるとの論法は消えていくに違いない。まずは、権利内容を明確にすると同時に、契約行為に精通する努力をすること、その2点がコンテンツ制作者の課題となる。コンテンツが流通することによって、最も得をするのは、著作権者である制作プロダクションであることは明らかなのだから。

## 2. 次々とブロードバンド配信に乗り出すコンテンツ会社

新たなコンテンツ配信手段としてブロードバンドが注目を集めているが、地上波や衛星波といった独自の配信手段を持っている事業者も次々と参画する構えを見せている。典型的なのが民放キー局各社であるが、WOWOWやFM東京も乗り出しており、いずれブロードバンドが主流となる時代の到来すら予感される。

家庭におけるパソコンの普及率が高まってきたこともあろうが、携帯電話やパソコンを通じてインターネットを楽しむ層が増加していることから、テレビ離れに対応しようとの狙いもあるようだ。ただし、映画のように大画面のテレビで見た方が楽しめるコンテンツもあるので、ブロードバンド一辺倒になることは考えにくい。パソコンのユーザーとテレビの視聴者の両方にアプローチしていこうというのがテレビ局系各社の思惑なのではなかろうか。

WOWOWは、対応していくブロードバンドとして、ADSL、光ファイバー、ケーブルテレビを想定している。すでに、ブロードバンド・インターネットを利用して、テレビ放送用に外部から調達した番組の無料配信実験を2回行っている。1回目が、2001年8月9日と23日に行ったサッカーの欧州クラブ選手権予選大会の2試合である。2回目は、8月の実験で使ったコンテンツのダイジェスト版と、8月下旬から9月上旬に行われた全米オープンテニスのダイジェスト版である。

今後は、ブロードバンド・サービスを提供

する複数の事業者と提携して、オン・デマンド型の有料配信実験を行う計画である。テレビ放送で流さなかった部分を含むノーカット版を配信したり、好みの場面を選択して視聴できるサービスも提供する。料金体系はコンテンツ単位で課金する「ペイ・パー・ビュー」、一定料金で1本のコンテンツを1日中視聴できる「ペイ・パー・デイ」といったメニューが用意される。そうしたコンテンツの提携形態と料金体系を組み合わせたいいくつかのメニューが、どの程度の料金でユーザーに利用してもらえるかを調査することが実験の目的のようだ。

また、FM東京とジャパンエフエムネットワーク、NTT東西地域会社が設立したティーエフエム・インタラクティブが、ブロードバンド・インターネットを対象にしたコンテンツ配信のポータルサイトの運用を本格的に開始した。第一弾として、自社制作した30分番組「半蔵門日記」を配信している。FM東京がテレビ番組を制作したこと自体が注目されるが、内容的にも自社のアナウンサーや番組に出演したアーティストを登場させた無料の情報にするということが注目される。

そうした切り口からであれば、音楽ライブの中継や映画の予告編などのコンテンツに進出していくことは十分に可能であると思われる。FM東京とブロードバンドと聞くと、まず音楽配信を想定しがちだが、テレビ番組を制作するだけの素材はきちんと持ち合わせているということだ。逆に言えば、これまでならFM東京がテレビ番組を制作しても、配信する手段が限られていただけに、ブロードバンドの台頭は、一つの会社のビジネスモデルをも大きく変えるだけのインパクトがあることを物語っている。

WOWOWやFM東京の対応は、試行的な位置付けにあるとはいえ、ブロードバンドでのビジネスを模索する事業者にとっては、貴重な教訓を多く残してくれそうだ。 