

コンテンツの インターネット配信について



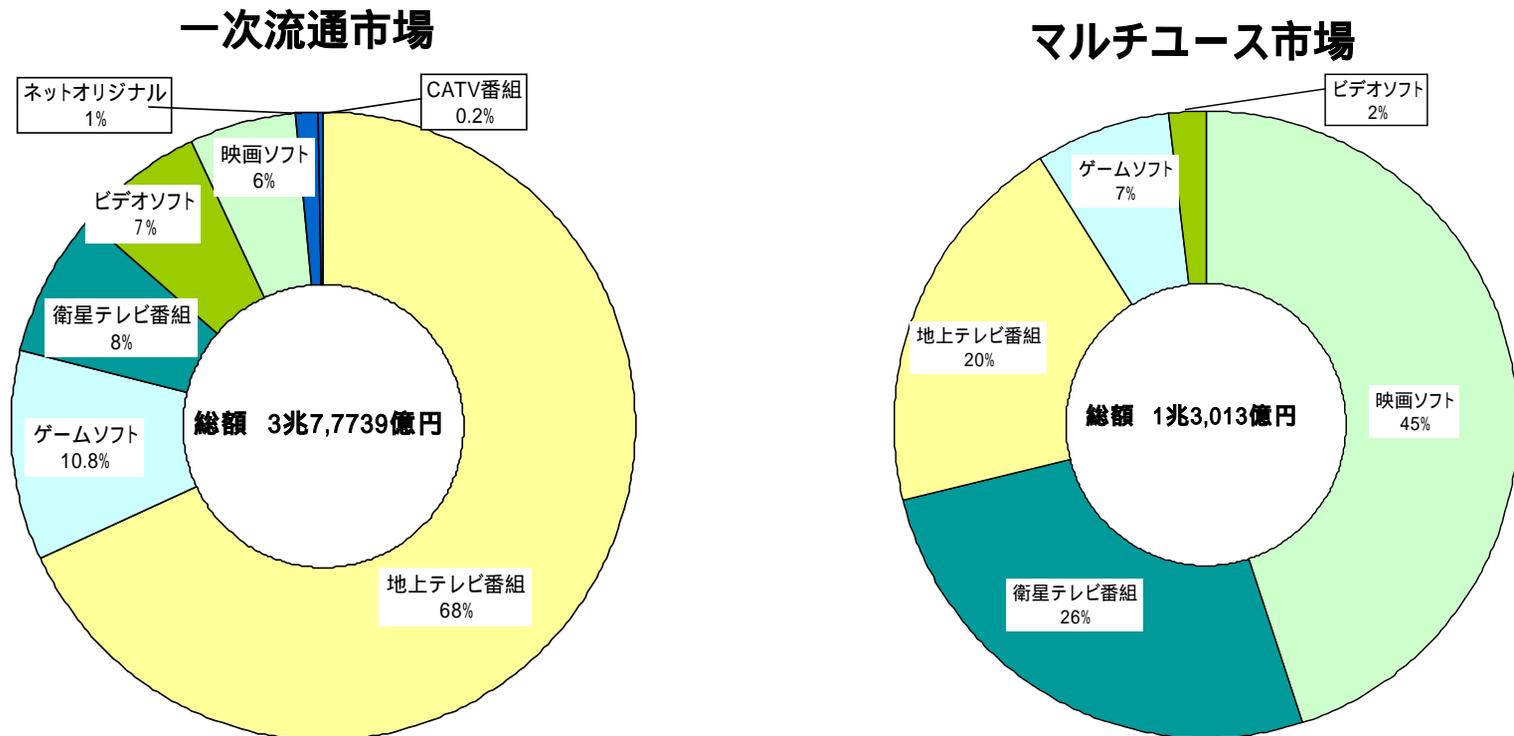
～ 2次利用を前提とした新たなビジネスモデルの形成 ～

1 議論の必要性

なぜ「放送コンテンツ」が重要なのか？

- (1) 日本の映像コンテンツ市場で、放送コンテンツは約7割のシェア。
「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))

映像系コンテンツの流通市場(2004年)



2 海外の状況等

日本では、「地上放送」の「ドラマ」が、インターネット配信される例は少ない。米国では、放映の翌日に配信される例もあり。

米国の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、コメディなど	ドラマ、音楽、アニメ、コメディなど	ドラマなど	ドラマ、バラエティなど	ドラマ、バラエティ、アニメ、ニュースなど	ドラマ、バラエティなど	ドラマなど
番組例	PRISON BREAK、24、Smith、the NINE、MTV など	PRISON BREAK、24、CSI、the NINE、Survivor、Sleeper Cell、MTVなど	PRISON BREAK、24、CSI、Desperate Housewives、LOST、Criss Angel: Mindfreakなど	GREY S ANATOMY、Desperate Housewives、LOST、the NINEなど	CSI、Survivor、Smith、Jerichoなど	PRISON BREAK、24、BONESなど	Las Vegas、ER、Studio 60など
料金	1エピソード 1.99ドル	1エピソード 1.99ドル	1エピソード 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

2 海外の状況等

日本でも、「映画」については、国の内外から多数の作品のダウンロードが可能。

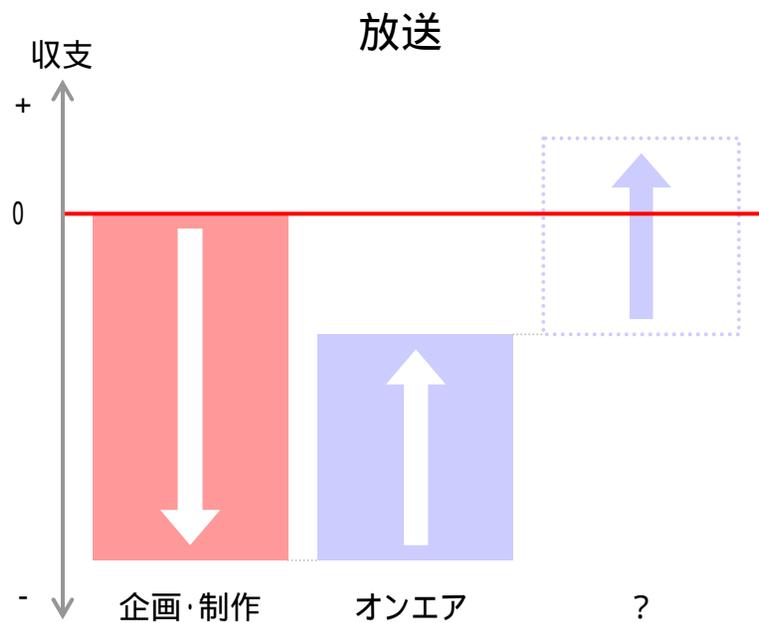
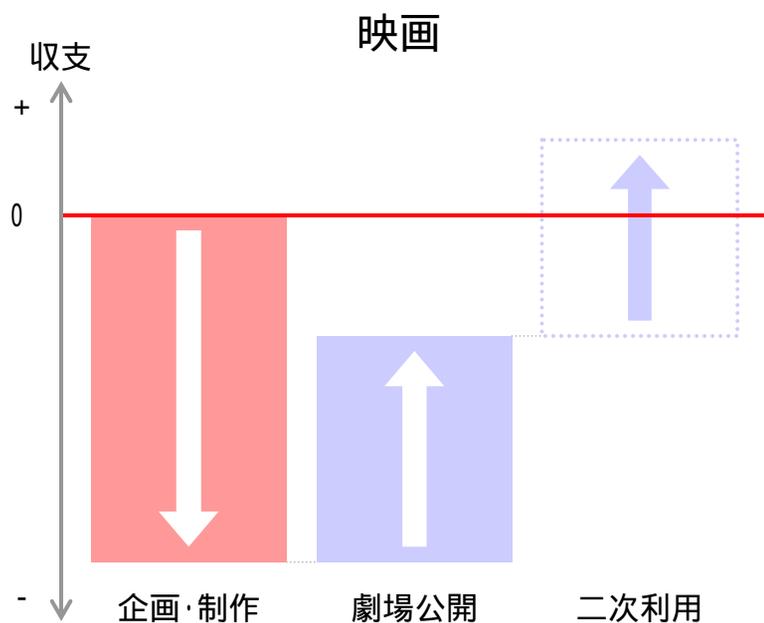
日本の映像配信サービス

サービス名 (事業者名)	GigaLink (日本映像配信機構(株))	CINEMA NOW (CinemaNow Japan(株))	Showtime (株)ショウタイム)
タイトル数	洋画70タイトル以上	約1000タイトル	洋画162タイトル 邦画347タイトル
作品例	ダ・ヴィンチ・コード ボーン・コレクター パニック・ルーム チャーリーズ・エンジェル アンダーワールド2 他	プロデューサーズ ダ・ヴィンチ・コード ポセイドン リーサル・ウェポン(1~4) バットマン 他	アレキサンダー 仁義なき戦い スカイハイ劇場版 戦場のメリークリスマス
料金体系	110~420円程度 / レンタル	210~420円 / レンタル 525~2300円 / 購入 月額1890円の定額プランなど	会費 294円/月 単品1本105円~ パック料金など
配信形態	ダウンロード型など	ダウンロード型など	ストリーミング型など

3 課題

なぜ日本では、「映画」や「米国」の放送コンテンツに比べ、インターネット配信が難しいのか。

- 放送事業者や権利者がネックとなっているから ×
- 我が国では、実演家等の権利の取り扱いが制度上特別なのか ×
- ニーズはないのか？ You Tubeからダウンロードしている人々は、例えば200円づつ課金したら、全員ダウンロードをやめるのか？
- 市場が未熟性？ ビジネスモデル？
- 「放送コンテンツは、二次利用を想定して作られていない」？



4 今後の方向性

これまで

- ・当事者間の契約における、配分ルール等を中心に検討(経団連の暫定合意等)。
- ・契約に関するルールだけで、二次利用やインターネット配信は進むのか？

知的財産の創造、保護及び活用に関する推進計画(2003年)

・ビジネスモデルの開発を支援する

コンテンツ保護・管理技術とネットワーク環境をいかした契約システムを組み合わせた新たなビジネスモデルの開発に向けた業界の取組を支援する。加えて、映像コンテンツの流通促進のための関係業界による「契約見本」の検討を2003年度以降引き続き行い、2004年度中に終了するよう支援する。

知的財産推進計画2004

・契約慣行の改善や透明化に向けた取組を奨励、支援する

コンテンツの制作委託契約については、2004年以降、必要に応じて、著作権の所在や扱いにおける問題を含めた下請代金支払遅延等防止法に係る書面調査を行うとともに、取引慣行の改善や透明化に向けた関係者の自主的な取組を奨励する。

知的財産推進計画2005

- ・取扱いルールを明確化するとともに、契約書の雛形、運用マニュアル等を自ら整備し、外部に対して積極的に公表することを促す。
- ・契約慣行の改善や透明化に向けた取組を奨励・支援する

知的財産推進計画2006

・契約における自主基準やひな形の策定を促進する

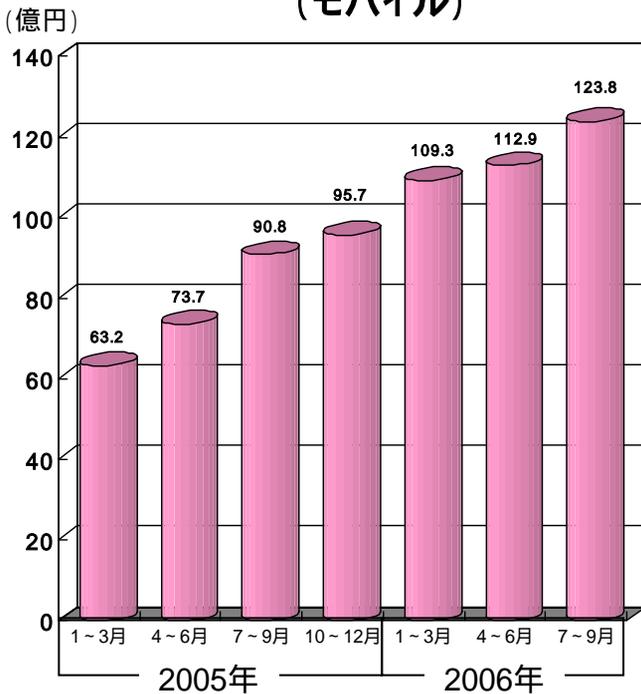
産業規模を拡大し、クリエイタに還元がなされるよう、契約の書面化を促すとともに、二次利用に関する規定を整備した契約に関する自主基準や契約のひな形をエンターテイメント・ロイヤーズ・ネットワークと連携して策定することを奨励する。

今後

- ・「音楽」「映画」「アニメーション」など、ネットワークによる配信市場は成長。他のコンテンツ分野での状況は着実に変化。
- ・「知的財産権の信託」など、制度環境も変化。
- ・「放送コンテンツ」についても、「二次利用」を前提とした「制作」や「運用」のあり方を検討すべきではないか？

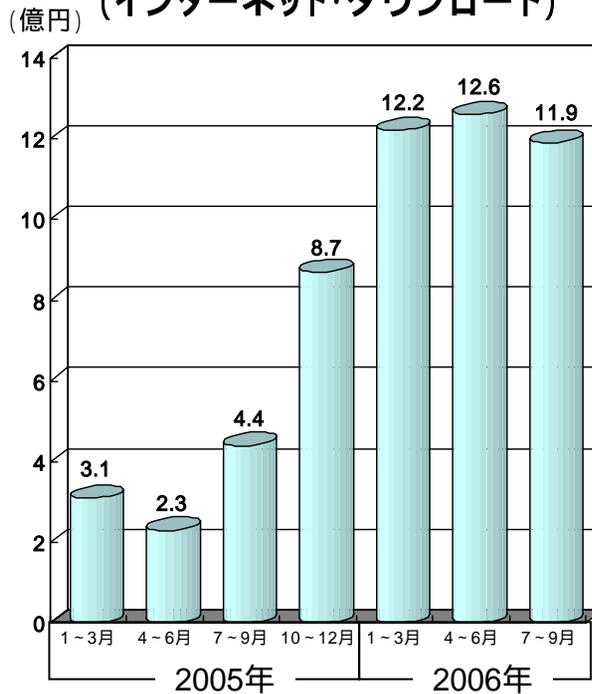
(参考) コンテンツ配信の市場規模

音楽配信市場 (モバイル)

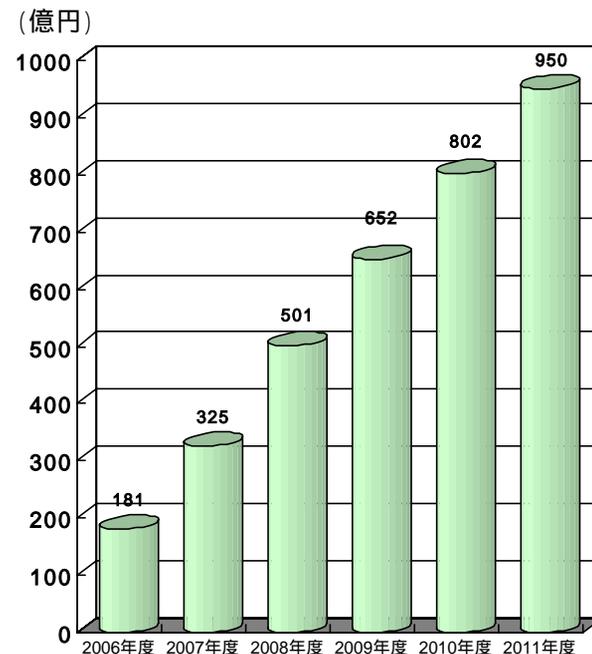


出典：日本レコード協会「有料音楽配信売上実績」

音楽配信市場 (インターネット・ダウンロード)



映像コンテンツ有料配信市場



出典：(株)野村総合研究所「これから情報・通信市場で何が起ころのか - IT市場ナビゲーター2007年版 -」

諸外国の音楽配信市場の動向

【米国】

米国でのシングルダウンロードは、前年(Nielsen SoundScan)から65%増加し、2006年に合計5億8200万に達した。デジタルアルバムは、米国の全アルバムセールスの6%を占めており、小幅ながらも2006年のシングルよりも高い伸びをみせている。

【英国】

2006年の英国のシングルのダウンロードは、2005年の2倍の5300万となった。デジタルアルバム売上はOfficial Chart社(OCC)が追跡を始めた2006年4月以来、220万に及んだ。英国は、「オンラインで日常的に購入する層(“regular online buyers”）」が、インターネットユーザーの8%(2005年の4%から上昇)に達しており(Jupiter Research)、ヨーロッパで最も高い比率となっている。

【韓国】

韓国は驚異的なデジタル音楽市場として注目されており、アジアで第2位の市場であり、唯一、デジタル売上高がパッケージ売上高を抜いた市場となっている。2006年の上半期において、デジタル音楽は、韓国の音楽市場の57パーセントに達している。