

コンテンツ専門調査会(05/03/31) 提出意見

日 枝 久

本日はやむを得ない事情により欠席させていただき、誠に申し訳ございません。  
先の本専門調査会の報告内容は、着々と実行に移され、コンテンツ促進法の施行をはじめ、コンテンツ関連産業全体の発展につながる具体的な施策が進んできております。事務局のご尽力に心より敬意を表する次第です。

書面にて誠に恐縮ではありますが、以下、コンテンツ制作に携わる立場から、意見を述べさせていただきます。

(1)人材育成について

- ・繰り返し申しあげておりますが、最も重要なのは、「番組、コンテンツは人が創るもの」ということです。
- ・もちろん資金の調達や、ブロードバンドの整備も必要です。しかし、有り余る制作資金があっても、大容量の伝送回線を整備しても、人々の心を打つ番組、コンテンツを創ることはできません。
- ・大切なのは、情熱あるクリエイターやプロデューサーを育て、彼らが創造的な仕事ができる環境、雰囲気を作ることだと考えます。
- ・このところ、クリエイターやプロデューサーを育てるため専門の教育機関や大学院が様々な試みを始めており、成果に期待したいと思います。
- ・ただ、クリエイターやプロデューサーは、制作現場の「徒弟制度」的な人間関係の中から育っていく側面もあり、教室の中だけでは育てられないのも事実です。
- ・本日の資料(=「現状と課題」)でも指摘されていますが、  
学校側には、幅広い素養と深い専門知識を持った人材の育成  
産業側には、新しい分野に挑戦できる人材の登用と、才能を活かす環境作り  
が、それぞれ求められるのではないのでしょうか。
- ・また人材育成には、優れた制作者を讃える顕彰制度の役割も大きいと思います。  
一例ではありますが、民放連では、本年より「日本放送文化大賞」をスタートさせます。
- ・本賞の最大の特徴は、  
制作会社や、脚本家などのクリエイター個人、さらに番組の広告主も表彰対象  
多くの方に見ていただける時間帯に全国ネットワークで再放送する  
という点です。
- ・才能あるクリエイターに光をあてるとともに、グランプリ作品には1000万円(ラジオは300万円)を贈ることで、物心両面から質の高い番組、コンテンツの制作を促したい、と思っています。
- ・今後、番組やコンテンツに関する様々な分野でこうした顕彰制度が充実していくことを

期待したいと思います。また行政がこうした顕彰制度を後押ししていくことも検討に値すると思います。

## (2) 権利処理ルール

- ・どんな作品も、コンテンツとして意味を持つためには、流通ルートに乗せて、制作者ならびに制作に関与した諸権利者に適正なリターン＝報酬を返すことが重要です。
- ・ブロードバンドでのコンテンツ配信、視聴は、将来に大きな可能性を秘めています、合理的で恒久的な権利処理ルールの確立  
不正コピーの防止など確実な著作権保護  
重要なこの2点で、いずれも関係者間での合意には至っていません。
- ・コンテンツとは、様々な関係者の権利が複雑に絡み合った「権利の塊」であります。ブロードバンド配信は、採算の面からも今のところビジネスモデルとして成立しておらず、番組ソフトを多数保有するテレビ局としては、ブロードバンドにコンテンツを「流さない」のではなく「流せない」のが真相です。
- ・先般、日本経団連のご尽力により映像コンテンツをインターネット上で送信する際の著作権利用料率について来年3月末までの暫定的な合意が形成されました。
- ・放送用のドラマ番組をインターネット配信する際のルールとして、画期的な合意であると思います。
- ・ただ、団体に所属していない権利者や外国の楽曲などは対象外であるため、依然として別途、個別の承認が必要なケースもあるなど、まだまだ問題は残っていますが、権利処理ルールの確立に向け一歩、踏み出したと言えます。
- ・今後は、関係する民間団体が前向きに知恵を絞って、ルール作りを進めていく必要があります。
- ・また行政においても、環境整備に御尽力いただきたいと考えます。

## (3) 教育・啓発 について

- ・コンテンツの制作は夢のある創造的な仕事です。関連企業は、その姿を積極的に国民の皆さんに見ていただくことで、創作活動に対する関心を高めていくことができるのではないのでしょうか。
- ・具体的には、制作現場を含む社屋の公開、コンテンツを活用したイベントなどを通じて、ユーザー、視聴者、ファンの皆さんに、制作過程から親しんでもらうことが、国民の創作意欲を高め、ひいては著作権への配慮につながっていくと考えます。
- ・テレビ局では、NHKさんの放送センター、日本テレビさんの汐留社屋、私どもの台場地区などで、視聴者の皆さんに向けたサービスを提供しています。
- ・私どもの例で誠に恐縮ですが、台場地区一帯で開催するイベントは、番組制作の裏側を体験できるコーナーなど実際の放送番組とのコラボレーションにより、夏休みの約1ヵ月半で300万人から400万人以上のお客さんに楽しんでいただいています。

・コンテンツ関連各社の創意工夫により、一層関心を高めていくことができるのではないのでしょうか。

以上