

コンテンツ市場を創る：クラウドとアジア市場から著作権政策を考える

(2014年 Innovation Nippon シンポジウム第4回)



日時：2015年3月16日（月） 19：00～21：00
会場：国際大学グローバル・コミュニケーション・センター
登壇者：榊原 美紀 弁護士、パナソニック株式会社、
一般社団法人電子情報技術産業協会 著作権専門委員会委員長
田中 辰雄 慶應義塾大学経済学部准教授
福田 峰之 衆議院議員、自由民主党
知的財産戦略調査会コンテンツ小委員会事務局長
森 祐治 株式会社電通コンサルティング 常務取締役、
デジタルハリウッド大学大学院専任教授
モデレーター：渡辺 智暁 国際大学 GLOCOM 主幹研究員、准教授

開催趣旨

活躍・拡大を期待されている日本のコンテンツ産業にとって、デジタル化への対応やアジアをはじめとする海外での売上拡大は、フロンティア領域になっている。どちらについても違法コピーの扱いをめぐる議論がある。

違法コピーに関する問題は、公平性やリスペクトなど、道徳的な観点から誰に責任を負わせるかを検討する形をとりやすいが、そこから導き出される結論は、コンテンツ市場を発展させ、関係者の利益を最大化させ、あるいはイノベーションを推進するための最適解になっていないことがある。

本シンポジウムでは、アジアのコンテンツ市場における海賊版対応戦略と、クラウド事業者の著作権侵害責任という2つの事例をとりあげながら、「実」をとれるような政策の形、その基礎となるような方向性・視座を議論する。

開会挨拶

渡辺 智暁（国際大学 GLOCOM 主幹研究員、准教授）

本日は、クラウドとアジアへのコンテンツ展開という2つのフィールドを題材に、著作権の政策の方向性と、あるべきコンテンツ戦略のあり方について議論できればと思っております。

講演

榊原 美紀 氏：



日本ではなかなか著作物の利用促進がなされないということで、数年前に著作権法、フェアユースの議論が起こり、クラウド小委員会で議論が行われてきましたが、なかなか著作権リフォームが上手く進んでいない状況です。

まず、現行の著作権法にある利用促進に関する規定を簡単に紹介しますと、私的使用の複製、検索エンジンを認める例外規定、情報解析の規定、情報提供のための規定、教育のための規定、視覚障害者のための規定等が挙げられます。

代表的なものだけを紹介しましたが、これらの規定は具体的なニーズを受けて作ったものです。それが今までの日本の著作権法です。ですから、問題があると思った人が役所や国会議員のところまでロビー活動を行い、数年かけて訴え続けることで審議会が作られて、そこで認められるとこのような規定が作られてきました。

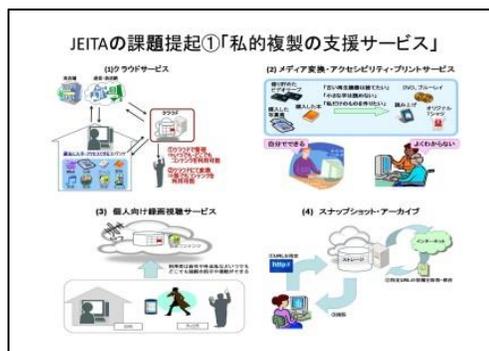
最近、諸外国を見ますと、フェアユースと呼んでいる国もありますし、フェアディーリングと呼んでいる国もありますが、個別の条項ではなく柔軟な規定、もう少しストレッチの効く規定を導入している国が非常に多くなっており、例えば日本の法体系に似ている韓国、台湾でも導入されています。さらに、イスラエル、シンガポール等でもそのような規定を導入することで非常にイノベーションが積極的に推進されています。他の国はほとんど規定を入れていますが、日本ではなぜか導入されていないということがわかります。

本日登壇される田中先生もフェアユース導入によるコンテンツ産業の経済分析をされていまして、先ほど紹介しました台湾の事例で、導入後コンテンツ産業も伸びており、みんなにとっていい結果が出ているということが紹介されております。

Peter Decherney 氏の論文に「多くの国の政策担当者は、自国にフェアユース規定がないために生じたイノベーションのギャップに気づいている」とあります。各国の政策の担当者がこういう規定があった方がよいということで導入されているということです。

日本でも、ここ最近、知財推進計画で新たな産業の創出や拡大促進するために、短期項目として問題提起されたり、IT 戦略本部や自民党などからも同じような提案されております。

この検討結果とそれに対する評価ですが、ここで私が所属しております JEITA という団体に審議会に図のような課題提起を提出いたしました。具体的にご説明はしませんが、柔軟な規定が必要だろうということで、どんな新しいサービスがありうるのか、例として挙げたサービスです。これは 2 年前位に上げていたので今見ると少し古く感じられます。やはり後追いだとすぐ古臭くなってしまふということです。



また、その他にもいくつか問題提起をいたしました。

例えば、「論文作成・検証支援サービス」というのは、小保方さんの論文の盗作問題が非常に話題になり、有名になったサービスです。多くの有名大学、研究機関では学生や研究者が出す論文に対してチェックをしなければいけないということに気が付き、このようなサービスを探しましたところ、アメリカにアイセンチケイトというサービスがあり、日本の大学や研究機関はこぞって利用しています。日本の研究機関は、アメリカのサービスを利用しているわけです。このアメリカのサービスの HP にいきますときちんと日本語のページになっており、日本のニーズがあることがわかります。日本ではまだまだこういうサービスがありません。それはデータベースの充実や検証結果のアウトプットを提供するということと、著作権侵害に引っかかるということが考えられるため、また、あったとしてもデータベースが充実していないということがあるからです。

この審議会にテーマアップされたこともあって、文化庁も取り上げてくれましたが、その結果つい最近公表された報告書には「本小委員会で提示された内容を前提とする限り各サービスに関して、現時点においては法改正を行うに足る明確な立法事実は認められなかった。」と書かれていました。

私もこの小委員会の委員でしたので立法事実はないというのはおかしいのではないかと何度も申しあげましたが、こういう結論になってしまったということです。これに関して、まずは日経新聞が報道をしており、「成果少なく」「現行法で対応していけばよいことになった」と。「事業者側は現在ないようなサービスを生み出す余地のある規定を検討してほしい。また、一般消費者の声は届きにくい状況が続いている」という評価でした。

主婦連の方も委員で参加していましたが、その主婦連の機関誌も似たような評価で、「発展を阻んでいるのは技術ではなく法律」だということ、「消費者の権利」という視点の見直しを必要としていると書かれていました。

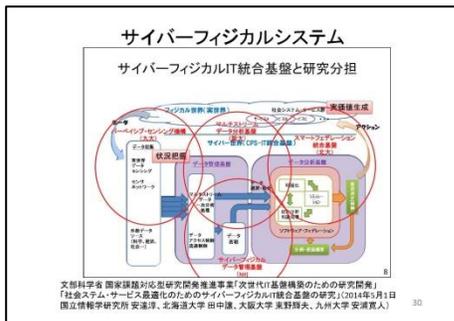
著作権というのは、著作権保護法ということなのですが、必ずその対抗利益として消費者利益があり、サイレントマジョリティで審議会には反映されないというジレンマがあるかと思います。

もう1つ少し毛色の違う消費者の方で、インターネットユーザー協会が文化庁の審議会の後にメルマガで報告しています。審議会では今行っているサービスは現行法で足りるかどうかにして事業者ヒヤリングを行っていますが、呼ばれた事業者というのは、現行の著作権法の範囲内で対応している事業者であるため、現行法で足りると答えるのは当然で、その答えをもって立法事実はないという結論を付けてしまうというのはプロセス自体に穴があるのではないかという指摘がされていました。

さらに、私も参加している JEITA の評価ですが似たような評価をしています。現にサービスを行っている事業者が現行法で適法だと回答するのは当たり前、それで立法事実がないとするのはおかしいという指摘をし、安倍総理の演説で「世界で最もイノベーションに適した国に向けて」というのにそうはなっておらず、これは継続的に解決されるべき問題だと公表しております。

各団体がこのような公表をしているのに、何故この法改正は難しいのかというと、委員の構成をみると権利者団体が大変多く、利用者側の意見をいえる人が1名しかいませんでした。それに対して経済界からも問題を指摘して、新しい会ができ、少しはましになりました。しかし、これでも柔軟性のある規定の導入を検討すると権利者団体と消費者側の意見が拮抗し結論が出ず、先ほどの立法事実なしの結論に落ちていくので、始まった時から結論が見えていたような状況です。

クラウド小委員会は、その前に親の会があり、2年前位に課題を定義しまして、やっと2014年の7月23日にそれだけを議論する会が開かれるようになりました。そこではロッカー型クラウドサービスの検討を延々と行って、最後にロッカー型以外のいろいろなサービス、発展形のものについては少しだけ触れて終わりました。結局、ロッカー型のことを勉強して、これが適法なのが当たり前だということが確認されて終わってしまったわけで、繰り返しになりますが、実際に提供しているサービスについては、適法だということ今でこの範囲内で対応できるので、立法事実はないということになってしまう。現在困っていることを解決するため、何が困っているか言いなさいとよくいわれるのですが、それをやっていると個別の条文の規定にしかならない。



抽象的に新しいサービスが出てきた時に対応するという
ことについて立法事実があるかどうかという検討をしてほ
しいと思うのですが、そうはならなかったということです。

今後もこれを解決しなければいけないと思うのですが、
最近、サイバーフィジカルシステム、IoT など名前が違っ
て似たような話が出てくるのですが、これもいろんなサー
ビス、新しいサービスを抽象化していつているもので、フ
ィジカルにあるものが左の上から情報が IN されます。例

例えば小保方論文だったら小保方論文のチェックをするためにネット上にあるいろんな情報を IN PUT する、それを分析するというのが真ん中のスキームで、盗作があったというのがアクションということで IN PUT と OUT PUT があるということです。

こういうものはやはり解決していかなければなりません。例えば、今後わかりやすい話としては 2020 年に日本で開催されるオリンピック。たくさんの外国人が全くストレスを感じないようにしましょうといわれていますが、言葉の壁を取り払うためには、翻訳が必要になります。例えば、地方の博物館に行った時、博物館の解説を読もうと思うと日本語と英語だけだったということがあります。いろいろなところに行って言語の壁があると、翻訳も新しいサービスの対象になり、複製をしたり送信をしたりする過程で、著作権の侵害のはみ出し部分が出てくるのではないかと思います。こうしたサービスがありますので、今後、他国のようにイノベーションしやすい国になるように審議が引き続きなされたら良いと思います。

渡辺氏：

クラウド事業者等の責任問題を超えてやはり 1 つのキータームは柔軟性をどのように法制度に導入するかというお話だったと思います。

田中 辰雄 氏（慶應義塾大学経済学部准教授）



本日は著作権保護の一環として「途上国における著作権保護」についてお話させていただきます。

まずは背景をお話しします。今回 Innovation Nippon ということで日本におけるイノベーションを普及促進することを念頭においています。対象はコンテンツです。国内で売れる場合はある程度市場に限りがありますので、海外で売ろうとすると海賊版対策が問題になる

るので売れないという議論があります。

それが取り上げた理由です。ただもう 1 つは TPP 問題も背景にあります。TPP の中に著作権の非親告罪化が話題になっております。非親告罪化は副作用が大きいのでいけないという批判があります。日本でいいますとコミケの二次創作や、ニコ動に勝手にアップするといった活動が創造活動の基盤になっているのですが、非親告罪化されると何でも訴える著作権の訴訟マニアが現れ壊滅的な打撃を受けるという心配があります。

実際この非親告罪化を支持する声は日本にはあまりありません。外国の人もコミケを潰したいと思っているわけではなく、非親告罪を入れる理由は見当たらない。ただ、唯一日本国内で非親告罪を支持しているのは途上国における海賊版対策をするにはあった方が良いという意見です。これはひとつひとつ著作者の申告を待っては膨大な海賊版の取り締まりができないからということです。言い換えると、途上国における海賊版は、非親告罪化という副作用の大きい強い政策でしか防げないというわけです。これは本当なのかというのが一つの問題意識です。

これらを背景に海賊版問題をみてみます。昔から途上国における海賊版問題はあり、先進国が途上国に厳しい取り締まりを要求してきました。ただ一方で、海賊版はむしろいいのではないかという意見があります。無料で広告・宣伝し市場を育てているのだという意見です。

昨年、ドラえもんがアメリカで著作権無料となり、すべて自由に使ってよいことにしたというニュースが話題になりました。著作権をなしにして自由使えることで、知名度を高めてファンを増やすというプラスの効果を得るためです。このことから、望ましい一つの解は、途上国の初期には海賊版が普及してファンを増やし、ある程度ファン層を獲得したら正規版へ移行するというのが戦略的な解であると思います。

この解決案に対して業者から「それは難しい。いったん無料のものが出回るとそう簡単に変わらない。だから強硬手段が必要だ」という議論が出てきます。

そこで今回の注目したいのはタイの事例です。タイは1990年代、途上国のご多分に漏れず海賊版の天国でした。ところが2000年以降海賊版が壊滅的に減って正規版に切り替わりました。それは何らかの強い政府の政策変更があったわけではありませんでした。そこで、それがなぜ起きたのかを調査の目的としました。

やり方としては、過程を詳しく知っている業者へのヒヤリング調査とタイの漫画読者に対するアンケート調査です。

まず、ヒヤリング調査ですが、タイにおける漫画の著作権を提供しているタトルモリエージェンシーにお話を伺ったところ、90年代はすべて海賊版だった。しかし、同社社員が毎年定点観測をしてみていたところ、2002年ごろに30%に減り2009年ごろには5%程度までに海賊版が減少したとのことでした。その証拠として同社の売り上げは2007年ごろ急激に伸びています。

何故海賊版が減ったのかですが、雑誌の場合の経緯を聞くと、1992年ごろ現地の海賊版業者が正規のライセンスがほしいとやってきたということです。その理由は海賊版が多すぎて商売にならないため独占販売権がほしいということでした。

そこで彼らに独占権を与えました。そうすると他の海賊版を潰さなければいけないのですが、雑誌の場合は早く出すという方法をとりました。海賊版は正規版が出版される前に出ます。これは、漫画の場合には、印刷所段階・流通段階で抜き取って送るという人がいるからです。それに対して彼らが取った対策は、印刷前の青焼きの段階でタイに送ってもらい、それを早急に印刷して出すということです。海賊版より正規版の方が早く出ることにより、誰も海賊版を買わなくなり、半年ぐらいで海賊版業者が次々と撤退して消えていきました。

単行本の場合は、そういう方法は効かないので、正規ライセンスを取った現地業者は、海賊版事業者に圧力をかけました。まずは電話で、正規ライセンスを取ったので、海賊版の発行を止めるように通告したところ、約半数は海賊版を出すのを止めたとのことでした。それでも止めない場合は、印刷所に電話をかけて印刷を中止するように伝え、それでもやめない場合は警察官を連れていくということをしました。彼らは現地の事業者ですから、どこを叩けばいいのか、よく知っていることで排除できたということです。

これで減ってきたということは分かりましたが、では読者の方はどうだったかということを確認するために、タイの漫画読者に対してアンケート調査を行いました。PC モニターを使い、対象者の年齢は 16～35 歳で合計 500 名です。調査時点は去年の 1 月です。

スクリーニングは、漫画を年に 5 冊以上買うか、貸本屋から借りて読む人としています。男女は半々ぐらいです。

まず、彼らに漫画を正規版で読むか、海賊版で読むのか質問をしました。その結果は正規版で読むという人が多く海賊版で読む人は少なかったです。この数字をそのまま信じることはできませんがさきほど述べた業者の人の体感の数字と近い数字が出ております。

それから、正規版、海賊版の買う比率に影響を及ぼしているユーザーのプロファイルは何かということで、その相関を見てみました。正規版で読む人は年齢が高い人が多く、性別では、女性の方が多いです。教育水準はほとんど影響がありませんでした。

あと、意識についてですが、著作権を保護するのに積極的かどうかで分けてみましたところ、アンチコピーライトとプロコピーライト、その中間にほぼ等しく分かれました。この結果を分けてみると、プロコピーライトの人は正規版をたくさん読んでおり、アンチコピーライトの人は海賊版をたくさん読んでいます。

過去からだんだん海賊版が駆逐されてきたのかどうかですが、これは調査が難しく、過去に海賊版がどれくらい読まれていたかというデータもありません。そこで次のようなことを考えました。タイにおいてメジャーな作品を過去から並べてこの作品を海賊版で呼んだか正規版で読んだか聞きました。そうすると昔の作品ほど海賊版で読み最近の作品ほど正規版で読むという傾向があれば、だんだん消えていったということが分かると考えました。ただ、若干問題があり、ドラえもんは発売当初はタイでは海賊版だけでしたが、その後正規版になり、延々と売られ続けております。そうなるドラえもんを昔に海賊版で読んだ人も、その後また正規版で読みなおすことがおこります。そのような人にドラえもんを正規版で読みましたか海賊版で読みましたかと問うと、昔のことはおいて、正規版で呼んだと答えるでしょう。そういうバイアスがかなりかかりうる。ただ他に方法がありませんでしたので、そのまま聞いてみました。

正規版で読んだという比率を取ってみると一番古いはずのドラえもんが意外に高かったです。その当時において読んだ人のものが正規版のはずがありません。何故ならその当時は海賊版しかなかったからです。この高いというのは 2 つ可能性があり、1 つは今述べたバイアスで最近に読んだ、もう 1 つは昔に読んだ時の海賊版を正規版と誤解していた可能性です。何せ、昔のことですのでこのあたりはあまりあてにできません。あてにしたいのは 1990～2000 年、比較的最近で、こちらへんはドラえもんのような問題が生じないので、比較的あてにできると思います。そこを見ても、正規版が増えているとわかります。タイの漫画を年代順で並べ正規版の利用度合いを見ると、90 年までは正規版利用はむしろ減っており、2000 年以降になって正規版の利用度合いがだんだん増えてきているという傾向が見えて、体感的な傾向と一致していました。

正面切って正規版を買いたいですかとも聞きました。その比率ですが、正規版を買いたいという人が 96%ということでした。何故そう思うかということですが、一番大きかったのはクオリティ

の差でした。二番目が著作権を守っていて合法だからという理由、三番目は最後まで確実に手に入るからという理由が挙げられました。

ここで正規版利用の変遷のグラフに戻り、この正規版利用率が上がっていることの原因を知るために先ほどのプロコピーライター-著作権を守らなければいけないという人-、アンチコピーライター-海賊版でも大丈夫という人-、といたしましたが、その二通りの人に分けてこのグラフを書いてみました。すると、プロコピーライターの人を見るとあまり変わっていません。アンチコピーライターの人を見ると正規版の比率が上がっています。正規版を読む人の増加は何で起こったかという点、意識の変化ではなく、アンチコピーライターの人でも正規版を買うようになってきたということです。考えられる理由は、供給側が正規版を増やして違法の海賊版を減らす行動をとったから海賊版でよいと思っていた人も、しょうがなく正規版を買うようになったということです。これから推測するに、人々の意識に働きかけて著作権保護法を意識させて買わせるというのは難しい。それより、供給側の行動として正規版の業者が海賊版業者に圧力をかけて差止めるという行為を行ったから、アンチコピーライターの人達も正規版を買うようになったということでしょう。



趨勢変化の要約ですが、正規版で読む人は80年代は低下傾向で、90年代から2000年代に入って増加に転じています。著作権法に積極的な人の正規版購入比率が増えているのではなく、消極的な人の正規版購入が増えているということです。ですから、読者の著作権意識が高まっているというよりは供給側が海賊版潰しを行い、品質の差を訴えて読者を獲得していると理解できます。

結論と政策含意を申し上げます。タイの漫画では、海賊版から正規版の移行は、民間の自主的努力でなしとげられています。努力の中身は「早く出す」、「現地業者を味方につけて海賊版潰しをやる」ということです。このような移行が可能であるなら政府間交渉などで最初から著作権の取り締まりを強化するのはあまり効率的と思えません。例えば、最初から仮に著作権保護を非常に強化しておいて東南アジアで海賊版が根絶されていたとすると、ドラえもんを売るときに大変です。何も知らないところに売らなければいけないからです。したがってある程度普及させてあるところから切り替えさせる、どのタイミングまで海賊版に市場開拓させて、どのタイミングで正規化に踏み切るかは各業界が判断すればよいと思います。政府間交渉にゆだねるとそのような自由度がないため不効率になると思います。

続いてTPPの非親告罪化についても一度考察してみますと、本調査によればそのような強権を使わなくても、親告罪のまま民間の自主的努力で解決する可能性があるのではないかと。もしそれができるのであれば、その方が望ましい。何故なら、市場開拓から正規版への置き換えタイミングを効率的に選べるからです。警察に任せると一律に行動してなければいけないので、地域、産業、時点をユニバーサルにやる必要があります。しかし、効率的な方法は特定地域の特定産業についてある時点から叩きに行く、それまではある程度ほっておくというビジネス的戦略的な行動で、これは法律でやるのは難しいです。やれなくはないかもしれませんが、そういう法律ができるかどうか。問題があるところだけ選択的に取り締まりに行くことができる、あるいは選択的に非親告罪化することが法律上できるのであれば、それがベストかもしれません。

最後にこの話をしたことを聞いて違和感を持つ人がいるかもしれません。これは非常に限定化された問題で、一般化できるかという問題があるからです。ここで見たのはタイの紙の漫画の事例ですがここに二つの問題があります。1つはタイ以外で適用できるかという問題です。先ほどの電話をしたらやめたという話は、タイの人は摩擦を恐れる、対立を恐れる民族性だからだという話があります。これが中国でできるかといわれるとわかりません。2つめは紙媒体だからできたという説があります。紙の場合、印刷所をおさえるということが出来ます。さらにタイの場合はバンコクに集中していますのでここで活動すればだいたいおさえることが出来ます。デジタルの場合や国土が大きい場合、できない可能性があります。

しかし、それでもある程度は一般性があるのではないかという議論があります。1つの事例を申し上げますと中国の百度ですが、ここが音楽について自ら合法配信を始めるということで違法サイトへのリンクを切り始めました。中国という国で、しかもネット上で彼らが切ったのかということですから、タイ以外の国でしかもネット上で同じ動きがあったこととなります。ですからある程度一般化はできるのではないかという考え方もあります。これはどちらの仮説が正しいかはこれからの検討課題であるといえます。

渡辺氏：



1つのキーワードはローカルパートナーを発掘するというのが、この海賊版対策においても結構重要であるということと、その海賊版の対策をするにもタイミングをどこで介入するのかを見極めるのが重要なポイントだという話だと思います。

田中先生から話がありました百度の件ですが、面白いと思ったところは「iPod 仮説」との違いです。iPod が出てくるまでは違法

ダウンロードが違法でもなかった当時に有料でコンテンツを販売しても売れるわけがないという話を唱える人もいましたが、ところが iPod が出てきてきちんと売れるということが分かったという話があります。それは結局利便性があり、すぐに欲しいコンテンツが手に入る状況さえあれば、皆さんコンテンツを買うのだという話で語られましたが、この百度の状況に関してはその仮説ですら説明が尽きません。何故かといえば、百度に正規コンテンツがあるのに比べると違法コンテンツをダウンロードすることは大変なのではないか、探すのが面倒だったり、マイナーなコンテンツがなかったりするのではないかとこのことをいろいろ聞いてみたのですが、そんなことは全くないというぐらいヒヤリングをしてみると違法コンテンツは依然として氾濫している状況でした。ですが、百度は正規版に舵を切ったということです。それで本当にビジネスとしてうまくいくのかという話をしてみると、例えば大手メディアと組むことができるようになったり、大学のキャンパスでキャンペーンをできるようになったりしたことで、彼ら自身のビジネスとしてのプレゼンスが確立できたことが1つ収穫だったという話があり、簡単に iPod のような形に組めればよいということではなく、その他にもいろいろなビジネスの可能性があるということを感じさせられた件でした。

パネルディスカッション



森氏：



現在電通グループの会社で、コンテンツを海外に出す支援や、コンテンツを製作する側の事業モデルを作らせていただいているのですが、会社の立場を飛び越えてお話をさせていただこうと思います。

冒頭の榎原さんの話で出てきたフェアユースの話というのは、非常に大きな課題になっているのではないかと思います。まず、コンテンツを作っている側を考えていくと、海外で自分の作品を制作する、あるいは海外の人たちと一緒に制作する状況では、日本の法律概念で作っていく場合と、海外の方で自由度が高い中で契約書を作ってくる人たちとやっていく場合の両方がありますが、明らかに日本が不利になります。ビジネスモデルに対しての萎縮が発生しやすい。そこで海外の人たちは自分たちに任せなさいという話になります。しかし、渡してしまうととんでもないことになってしまうのではないかとジレンマに陥ることがあります。フェアにディールを収めようとするフェアユースという自由度のある法概念を持っているところが有利になるというのは明確だろうと思います。今までは、完成した作品を渡すのが中心で、制作時で想定するビジネスモデルの違いはたいしたことがなかった。海外で流れている日本のコンテンツというのは、海賊版などで有名になって、後から回収しようとしてもできなくなってしまっていたものがたくさんありました。正規で流れていても比較的限制された用途が多かったこともあるので、このような知財の運用の差はあまり問題になってこなかったのだと思います。それに対して、現在の海外へコンテンツを出していこうという政策もそうですし、海外の人から日本の事業者へラブコールがあり一緒に作りましょうという話が来た時も、先ほど申し上げた部分で非常に制約が大きいことがわかってきています。海外と同様の自由度が高いビジネスモデルを作ろうとしても国内では制限されてしまい、海外では

自由度が高い用途を前提にした製品のディストリビューションが起きてしまうということがあります。その辺りに対しては非常に悩ましいところですし、経営者はどちらかというとならぬものはやらないというような発想になりがちなので、そもそも海外との共同制作などのディール自体活性化しないという状況を生んでいる可能性が高いように思います。

また、海賊版の話は非常に面白い部分で、海賊版あるいはインフリンジ（侵害）があったのでむしろ日本の作品は有名になってしまったということは現実としては認めた方が良くはないかと思えます。先ほどのタイの話は典型例だと思います。それをどうやって転換できるかどうかというのが重要なポイントだと思いますが、先ほどの田中先生の後半にあったデジタルで同じことができるかという点はかなり難しいと思えます。というのもデジタルは時差が作りづらいということが非常に大きい。それからデジタルの場合、YouTube などメジャーなサイトにアップされているものというのは末端であり、むしろ正規のサイトからハイレベルなテクノロジーを駆使した人たちが抽出して行ったものがコピーされるということが前提になってしまいます。したがって、品質では差別化が付かない可能性があります。とはいえギブアップしましょうというよりは、コンテンツそのものに対してチャージするという概念がかなり薄まってきており、相対的には補完材に対して課金をするといったような話やフリーミアムのような形で一部のコンテンツに対して自由度の高い流通、または使用を認めるが、一方で特定のセグメントや商材に関しては課金を絶対するというルールを明確に作り上げ、回収するという内部補完の仕組みがかなり一般的になりつつあります。

そういった部分においても、1つの方法だけで回収をしようというのではなく、メソドロジーをいくつか組み合わせるということを前提に考えていかないと、漫画、音楽、映像などは、ビジネスモデル自体の多様性を内在化することが回避な状況になっている中で、固定的な日本国内でのレガシーなマーケットメカニズムだけでやっていくとむしろ国内ですら市場機会というのを失う可能性が出てきていると感じております。

そういった部分では、直接的なコンテンツの価値というのが、コンテンツが面白いというだけでなく、コンテンツと一緒に消費していることが価値であったり、話題性があるから見るといったコミュニケーション・フローの消費メカニズムが顕在化してきており、それが追跡できるようになってきた世の中は、直接的にコンテンツにお金を払う人以外のユーザーから間接的にでも何らかの形でお金を取れるようにするのが大きな挑戦であり、そこに対してサポートしてくれるような方々を自分の周辺に持ってくるかまで考えていく。むしろその辺りに対しては、日本はよくできたビジネスモデルを持っていると思うので、その部分について相対的に考えていく必要性があるのかなと、その1つのやり方としてローカルパートナーというところで、各所を抑えていく必要性というのは重要な方法論になってくるのではないかと思います。

福田氏：

二人の発表していただいた内容というのは、今の自民党の方針と考え方にほぼ一致しています。

私は先ほど紹介いただいたように自民党の知的財産戦略調査会のコンテンツ小委員会の事務局長をやっています。今まで自由民主党の内部はフェアユース的な考え方については前向きではありませんでした。私はもともと IT 政策の実務をやっており、コンテンツには



関わっていませんでしたし、著作権もほとんどよく知らなかったのですが、ある時呼ばれてコンテンツの事務局長に推薦されました。その理由は、IT の専門家だからコンテンツの実務を任せたいということでした。これは自由民主党が大きくいえばクラウドに舵を切ったということです。

私は受けるときに、「私は IT から見た時にコンテンツや日本の商売がこの分野で儲かることを考えていくので、今までの考え方とは、異なる違和感があるかもしれませんし、過去にとらわれない提言書で作っていきますがそれでもよいのか」と確認してから受けました。

そうして提言書ができていくのですが、本日の2つの論点でいうと、1つは海賊版対策です。何をいっているかという、「政策でコンテンツに関わる権利を低価格で提供する体制を確立し、違法行為を繰り返す事業者に対して違法な行為は割に合わないことを認識させる状況を作り出す。こうしたことを通じて利用者に対して権利の適切な利用を促して、権利者、利用者の双方にメリットがある関係でビジネスを発展させることを促していく。」と、つまり叩いても意味がないし金がかかるので、一緒になって儲けませんかというスタイルに切り替えていきましょうと自民党の方針で打ち出しました。

もう1つはフェアユースの話です。私たちの去年の取りまとめには、「クラウドサービスの著作権法上の扱いについては、現在文化庁において関係者から意見を聞きつつ、文化審議会著作権分科会で、議論が行われていますが、今後新たなサービスに対応することができる柔軟性のある規定の制定を含めた審議を加速し・・・」とあります。自民党知的財産戦略調査会で決めて発表しただけではなく、このペーパーは自民党の最高意思決定機関、会社でいえば役員会で、オーサライズされたので、もう変えることができません。自民党の最高意思決定機関で決まっているので違うものは作れないという状況にあります。ですから、文部科学省の審議会で、自民党の考え方と違うものを出してきても、私たちはその考え方には拘束されません。その上で何を考えるかということをも是非皆様から意見を伺いたいと思います。

渡辺氏：

文化庁のクラウド小委員会から報告書が出ましたが、かなりの部分については立法事実がなく、今困っている違法になっているものを合法にしなければいけないので、法律を替えなければいけないというそういう事実関係が見いだせないのではないかと、ほとんどの部分は法改正をしない

と、契約上対処したり、今のままでいいという結論付けたところではありますが、先生から見ると自民党の方針から大分はずれているということですか。

福田氏：

誰が見ても外れていると思います。

私たちは「今後の新たなサービスに対応することができるように柔軟性のある規定の制定を～」ということを書いています。今回のクラウド小委員会の報告書は十分なものではありません。ロッカー型の議論だけをしてほしいとは私は一言もいっていません。私たちは、自民党の方針に基づいてこれから政策を作っていきますので、審議会の答申は参考とさせていただきたいと思っております。

渡辺氏：

では、改めて榊原氏、田中氏にお伺いしたいのですが、自民党の方針を受けて新しいビジネスがやりやすいような法環境を作るにはどうしたらよいかと考えた時に、今までお話し頂いたことから考えると一つには立法事実がないと法改正をしませんというプロセス自体にも問題があると思えますし、もう一つはそれを除いて考えるとしても文化庁のメンバーの選び方にも問題があるというのが思い浮かびます。

考えてみれば、フェアユースをめぐる議論も今回のクラウドも立法事実があまりないということで大きな改正が見送られたという経緯があったといえると思います。そうすると、ここはもう少し政治に期待をするというのが一つの解となるのでしょうか。また、具体的に改正の目玉として盛り立てていくかという、フェアユース的な柔軟な法体系が重要だということ、それが一番の目玉と考えて良いのでしょうか。

榊原氏：



経済界として審議会や行政に対して法律を作ってもらおうということを当たり前のように思っています。例えば、法制局で以前のフェアユースもダメだったとなると、では、法制局ではどうすれば通るのだろうかとか、法制局で通るものを提案しよう、と順序が逆なことをやっています。これなら法律にしてもらえようものを求めるということが日本ではあると思います。アメリカは昔からフェアユースの規定もありますが、今の状況を聞いてみると著作権リフォームとして、例えば著作権局が自分たちの組織や人事も含めて自分たちで改革しようとしています。先ほど他国の状況を紹介させていただきましたが、他国でできて日本でできないというのは、私たち一人一人の心の問題、思い込みがあるという話をさせていただきました。諸外国では、著作権法の所管がどこにあるのかというと、日本でいう経済産業省的なところや司法省にあり、日本と全く同じように文化庁の著作権課に類似しているところで見ているということがないようです。やはりハードルがある理由はその気

持ちの問題、日本人ならではの衝突を避ける気持ちと諸官庁の問題で、どうしても著作権法となると文化庁で通るものに収れんしてしまう、前回は今回もそうだったということだと思います。そこを他国のように突破をしていかないと、日本企業は日本から出ていくしかないと思うので、そういう意味では、福田先生のお話を聞いて希望があるかなと思いましたし、言いい続けなければいけないと思いました。

田中氏：

具体的にどう改革していくかという話ですが、思いつくことが3つあります。1つは榊原さんがいっていた小委員会ですが大分バランスが良くなってきていますが、学識経験者が法学者ばかりなので、経済学者をいれてほしいと思います。2つ目は、権利者団体ですが、彼らは基本的にフェアユース反対の立場で話をしますがその権利者団体がクリエイターの意見を正しく反映しているかといえば、そうではない可能性があります。それは以前、著作権保護期間延長問題があった時に十数団体一斉に反対しましたが実はクリエイターの中には延長しないでよいという人がたくさんおり、逆の団体が立ち上がって戦ったということがありました。これは一週間前に調査したばかりで精査しておりませんが、クリエイターにフェアユースに賛成か反対か調査をしたところ7割ぐらい賛成と答えました。このようにクリエイターと団体の意見がずれることがよくあると思います。最後に、立法事実がないと変わらないというように、基本的に法学というのは現状維持的に動くというのはやむをえない部分があります。政治から突破するということにならざるを得ないので、そういう意味で政治家が主導的に動くことに期待していきたいと思います。

渡辺氏：

法律あるいはビジネス環境をどう作るかということで、1つ今日のキーワードになると思ったのは、実験する自由を作ることが重要だということです。それはビジネスモデルもそうですし、新しい技術が出てきたときにそれをどう使うか、いろいろなやり方があると思いますし、これからも新しいやり方が出てくると思います。そういった先端的な技術を使ったビジネスのやり方というのは先ほど森さんは日本にはまだまだ面白いモデルがあるのではないかとわれていましたが、具体的にその辺りをお伺いしたいです。逆に、海外に比べるとクラウドベースのコンテンツビジネスというのはうまく成長できていないという話を聞きますが、それは誤解なのでしょうか。

森氏

その辺りの議論に関してはどういう視点から評価しているかで変わります。

わかりやすいケースでいうと音楽のダウンロードです。消費行動自体が変わってきています。昔はアルバムを買うというのが一般的な音楽に対する消費行動でした。デジタルディストリビューションになって、何が起こったかという楽曲単位で買うことになりました。高校生などに聞いても、一人のアーティストの曲を10曲買うという子は今いません。どちらかという聞きっぱなし、定額のラジオ型というコンテンツであっても十分でその中で好きな曲を1曲買うということが増えて

くると非常にヒットするものがすごくヒットして、そうではないものはロングテールになっていくという形があると思うのですが、うまくビジネスモデルがキャプチャできているものはかなり儲かっています。

それがクラウドの話にどうやって展開できるかどうかは一概にいえませんが、今までとは消費行動が変わっている中で今までのアルバムを買うというようなビジネスモデルを前提にしていた団体とそれ以外のやり方の団体とでは事業効率がかなり違っているの、どちらが儲かっているというのは難しいと思います。ただ、明らかに1曲しか売れないという人でもそこそこ有名になる人が増えているのは事実です。その評価でいくとレガシーなままの視点では儲からないといえると思いますが、違う視点で行くと儲からなかった人が儲かるようになったということが明らかに出てきているので、どの視点から見るかになると思います。装置産業的な人からみると明らかに損だと思いません。情報材という公共材に近いものであっても非対称性は依然としてありますので、有名になったものはより強いです。そういった理屈で行くと物財では制限されていて買えなかった人たちも情報材であれば買うということがあると思います。

日本のユニークな点は、メカニズムの JASRAC のような著作権の回収仕組みをうまく活用することで儲けるやり方を発明した人達があります。典型的には初音ミクのようなユーザージェネレーテッドの仕組みをうまく使って一種のアイコンとしてのキャラクターを使って、初音ミクというボーカロイドに音楽を歌わせる。ソフトウェア自体を使ってなくても、アイコンは勝手に世界中に行くわけですが、どうしても楽曲とキャラクターのメンタル・アタッチメントを一緒に使いたい、できれば俺の知っている歌を歌わせたいという人たちがいると、そのキャラクターを使いボーカロイドの声でやろうとする、そこでボーカロイドというクリエイターが一種関わった楽曲をみんなが使っていてやっていると、演者をシェアしているような形になります。そういった演者をシェアしているものに対して著作権、Google や音楽の流通プラットフォームの方とうまくメカニズムを構築できれば、きちんと回収できる仕組みを考えた人が日本にはいたということだと思います。なので、初音ミクのボーカロイドのソフトウェアだけで（初音ミクとボーカロイドソフトの権利を持っている）クリプトンフューチャーは儲かっているわけではなくニコ動と合併で作った音楽版權会社がグローバルでビデオのストリーミングを見た人達からある程度回収するメカニズムを作ってしまったという点においては、非常にうまいメカニズムでレガシーなメカニズムをハックしたわけです。これは実際もめましたし、グレイゾーンを突っ込んだ人たちがいたということですが、結果的には儲かるメカニズムができたというのは事実です。

それから、製作委員会といったような一種のファンディングのところからディストリビューションまでをアライアンスで一貫してやるというやり方、アメリカや欧州のようにプロデューサーがディールバイディールで1つずつ開拓していくというやり方ではなく最初から最終形を設定してそこでお金を集るといったやり方は海外の人は思いつかなくて、むしろ日本の環境下で発達したメカニズムで、移植が難しくなっていますが、逆にアメリカや欧州から見るとマジックであるといわれます。



放映が始まった瞬間におもちゃ屋などでそのキャラクターのおもちゃが置いてあるというのは日本人にとっては当たり前ですが、リスクを取るような事業者が中心で、ディールバイディールで行っている人達であれば人気が出てから初めてディールが成立してライセンスを取っておもちゃを作り始めます、そうすると3か月ぐらい経ってしまいます。それだと日本では番組が終わっています。これはすでにポケモンショックで海外の人達も勉強しましたので最初からプリセールのレベルでキャラクターの金型を作るようになってきました。とはいえ、依然として製作委員会、ファンディングレベルでそういったプレイヤーを引き込むということはない。むしろ、シェアを希薄化することを嫌う傾向が特に米系の企業は多いことを考えると、日本の場合ユニークである意味サポーターを身に付けることになるので、ビジネスのサイズに対してのリターンレートを高めることができるという一種賢い仕組みというのを開発してきました。そういったものをデジタルの上へどう移植して広めていくというのは1つ課題ではあると思うのですが、視点としてそういうものができていたので、そういったものをどうやって活性化できるかどうかという方法論を考えるべきだと思います。

渡辺氏：

福田先生にお伺いします。田中先生からは政策を考える上で経済学者をもう少し入れた方がいいのではないかというお話や業界団体が必ずしもメンバーであるはずのクリエイターの意見をうまく反映していない場合があるためそこはアンケート調査などの形でデータを取った方がいいのではないかというお話、森先生からは消費者行動を見ることが大事なのではないかという、どういうところから政策の種を拾ってくるのか人々の声を拾ってくるかというお話が出てきましたが、政治のプロセスの中でそういったものを拾っていくというのは簡単にできるものでしょうか。

福田氏

できます。私たちは提言書を作るのにそういうことをやりました。今、先生方のいわれたことは全部やったほうがいいと思います。私たちが法律を作るので審議会の結論はあくまでも参考です。自民党の中での議論があり、最終的に自民党の意思決定プロセスにのらない限りは文化庁がいくら法律を作ったところで成立しません。それも含めた上で政治がしっかりと判断するということなのだと思います。判断するのに今までの方々だけから話を聞くだけではなくいろいろな人達から話を聞くべきだと思います。

そして、最後は関係している人が儲からないと誰もやらないと思います。儲かるというのは権利を売ることで儲かるわけではなく、付随したサービスも含めてそこにビジネスが成り立っていく環境をどう作るかということに尽きるので、それを前提に自民党は政策を作りますし、著作権法についてもそういう視点で考えていきたいと思っています。著作権というのは確かに目的のところに利用ということが書いてありますが、基本的には著作権保護法であり著作権利活用法ではありませんので、そういうところを含めて見直しをしていく必要があると思っています。もし意見がありましたら文部科学省や審議会の方にいうのではなく政治家に言ってほしいと思います。

そして最大のポイントは権利者と権利者団体の意見が違うというのはその通りなのでそれを意識した上で私たちは政策を作りたいと思っています。

質疑応答

質問者（城所）：

TPP の関係で、マスコミの報道によりますと保護期間延長や非親告罪化も飲むようなことがありましたが、そうするといわれていた柔軟性のある規制も同時に入れないと保護強化だけになってしまうのではないのでしょうか。

柔軟性のある規定の実現のタイミング、TPP との関連を聞かせていただければと思います。

福田氏：

TPP は実際に何がどう話されているかはわかりません。みんなが憶測でものを言っていて、憶測で対応を考えています。こういうことになっているだろうという感触は持っていますが、本当のところは担当者の一人である私もわかりません。

何故なら TPP というのは関係者以外誰も知れないでやっているからです。しかし、例えどうあれ著作権延長の話と非親告罪化の話はおそらく出ているのでしょう。これは、TPP の中で私たちが何を反対しても、多国間交渉なので、二国間の話ではないので、なるに任せるしかないというのが1点です。しかし、それに対する対策は考えています。今ご指摘いただいたことが入ったとしたら、その場合はフェアユース的な柔軟な対応に舵を切らなければいけないというシミュレーションも行っています。ですが今具体的に決まっていないので対応を、考えられないという状況です。

質問者（大原）：

今年の6月を目途に、アベノミクスの成長戦略の中にクールジャパンを盛り込まれると思いますが、コンテンツ流通のために知的財産戦略調査会の成果物というのはどういう形で盛り込もうとしていますか。また、具体的にどうロードマップを目指して実現していくことができるのでしょうか。

福田氏：



クールジャパンというのは範囲が広がり、ラーメンから寿司からすべてクールジャパンになってしまい、クールジャパン全体の中でコンテンツがとらえられなくなっていました。広義の意味でのクールジャパンというと売れるものは全てクールジャパンに入れてしまうというのが今の世の中の流れです。

私が思うのは、その中でもコンテンツはどうなのかということで

す。コンテンツを海外に売り出すとなった時にやはり最大の問題はプラットフォームではないかと思えます。例えば日本の企業がやっているプラットフォームがあり、そこから音楽が買えるとなった時に、一番のページに何の音楽を付けるか、その優先順位は誰が決めるか、例えばインドネシアの場合、最初のページにインドネシアの曲が紹介されるが、2番目には日本の楽曲を載せるのかアメリカの楽曲を載せるのかを誰が決めるのかという話しです。プラットフォームをしっかりと押さえないと結局載せただけになってしまいます。コンテンツ的にいえばプラットフォームをどうやって整理をしていくかということが、最大のポイントです。実はクールジャパンファンドもプラットフォーム中心に出資しています。プラットフォームというのはデジタル上のプラットフォームもあれば、リアルビジネスのプラットフォームもあります。例えばデパートも1つのプラットフォームですから、そういうところを押えにいて、その上に載せるものを優位に展開して、海外販路を広げていきたいのです。プラットフォームがどうやって機能したか、それを押えられれば新たなコンテンツが出た時に載せれば良いという話になるので、そこを意識して考えているところです。

質問者（大原）：

これは意見なのですが、プラットフォームに関していいますと、映像系には2つあると思えます。1つはスカパーがやっているワクワクジャパン、これはクールジャパン機構と一緒にジョイントで会社を作りました。もう1つはNHKの国際放送です。昨年一昨年とアジア各地を回って見ましたが非常に弱くて、まったく見られていない状態です。特にNHKの国際放送は2010年ぐらいからやっていますが、他国の国際放送に比べても質が悪く見られていません。また、ワクワクジャパンについても昨年視察しましたが、コンテンツが弱いと思えます。ジャカルタやその辺りでは30万ぐらい視聴世帯といわれていますが、ベーシックに入ってもマーケティング調査を聞きましたがあまり見られていないということでした。この2つのプラットフォームを見る限り、今後の成長性というのが期待できないと思えます。またもう1つ昨年12月にニコニコ動画が日本発のプラットフォームを目指してシンガポールでニコニコ超会議という大きなイベントを行いましたこれは反響があったようです。そういう面ではニコニコ動画等そういうところが非常に期待できるのかと思ったりもしています。あとは個人的印象ですが、権利者団体というのは今一番大きな岩盤だと思えます。アベノミクスが岩盤規制に風穴を開けて産業育成をしようというのであれば、ここを改良する必要があるのではないかと思います。今回の農協改革のように権利者団体も改革できないかと思っています。何故かというTV業界も権利者団体に対して非常に何もいえない状況が続いていますので、その強固な岩盤に風穴を是非やっていただきたいと思っています。

福田氏：

基本的に同じ考えです。ただ、NHKだけに面白い番組を期待するのは間違っているのではないのでしょうか。内容や中身を含めてNHKが世界中に番組を提供する、それだけに期待しない方が良いのではないかというのが1つあります。岩盤規制の話ですが、岩盤規制というと敵対している話になってしまうので、言い方を注意しています。例えば、権利者に損をしろとは1回も言ったことがあ

りません。権利者に損をしろという話になると全部壊れてしまうからです。儲け方が変わってきているのではないですか、時代が変わったので違う儲け方をしましょうと伝えています。

田中氏：

プラットフォームの話が出ていましたが、是非頑張ってもらいたいです。なぜそう思うかと言えばディストリビューションのプラットフォームは音楽に関しては iTunes に、ゲームはグーグルプレイやアップルストアにとられています。残っているのは、映像・動画系、漫画のこの2つのプラットフォームはぜひ取らなければいけないと思います。

渡辺氏：

森さんは、販路開拓やディストリビューションの面でも日本のコンテンツの海外展開を見られている例があると思うのですが、プラットフォームの重要性についてどう思いますか。

森氏：

映像コンテンツもかなりやられていると思っています。やはり第一次世界大戦の時にローカルの映画屋と呼ばれる人たちに出資を行い、メジャースタジオのコンテンツをデリバリーするという約束をしたときからできている堅牢なメカニズムがあり、それでもそれでは弱いと思った人たちが、グローバルチャンネルを作っています。ですので、映画のスタジオが垂直統合してテレビ、映画館までネットでは Hulu などのディストリビューションまでやっていると思うのですが、彼らのカバレッジというのはほぼ全世界です。そして今モバイルまでディストリビューションのネットワークを加え始めているので、その中で（日本の）映像系コンテンツを入れるというのは、かなり難しくなっています。特に IP 系のディストリビューションに関しては Hulu、Netflix、アマゾンという3つの大きな新興スタジオが、作品の開発のレベルでクラウドファンディングをしいものに関してはうちに来ればもっとお金を付けて大規模な作品にするというようなプログラムを行っており、全世界から優れたタレントが集まっています。中国の TV 業界からネット系へ引越した人たちが、今アメリカの IP ディストリビューターに行き脚本を書くという状況が始まっています。

なので、プラットフォームに関する議論に関しては、まず1つは、映像系もうしんどいという話と、プラットフォームというのは経営学の世界でいわれているように設計してできるものではないという話の2つがあると思います。それでもプラットフォームをどのように開発していくかが大きなチャレンジになってくると思います。先ほどの議論の中で大原さんの話、田中先生の話でもそうだったのですが、コンテンツが強いのであればプラットフォームができる。プラットフォームがあれば、コンテンツをデリバリーするのでお金が儲かるという話ですが、それぞれが独立事象なのです。なので、これらを一貫して実現できるかどうかという我々のようなメディアの業界に近い人間は非常に頭を悩ませるところなのですが、答えが明確に、これで勝てるというルールがないところだと思います。難しいといいましたが、もしかしらできるかもしれないというのはニコ動の

ような一種のシェアのメカニズム、先ほど申し上げたようにコンテンツそのものでお金を取るというケースは減っており、補完材でお金を取るケースが増えてきています。福田先生がいわれていたように儲からないと面白くないと思うのは事実ですが、ここはややこしいことに、儲からなくてもハッピーな人というのがいます。その代人に認められたい話題にされたいという人たちがおり、いわゆるシェアエコノミーではないのですが、非経済的な価値を重んじる方が出てきているので、その辺りをどのようにバランスをとってやっていけるかどうかというそのデザインが1つ課題になってきていると思います。もちろん金銭的対価というのは大きいパワーですし、それがないと動かないところもありますが、これだけ非常に多くのコンテンツが世の中にある中で行くと、お金だけでは結構ですと、いわゆるユーチューバーのように名前が売ればよいという人たちがいる、あるいはしばらくお金が出るまでは我慢して頑張るといふ人達もいます。なので、そういう人たちも取り込めるようなプラットフォームをどうやって作っていけるかというのが課題で、物理的なプラットフォームは作れなくはないですが、うまくできるかどうかということがあると思います。グローバルチャンネルの話で行けば日本国際放送さんも努力されているというのは十二分に承知はしていますが、やはり国から出ているお金の額が全く違います。それからやはり国内での認知度が他国の場合は高いです。それ自体が国内でもパワフルなメディアになっていますので、そこで国内の中から優秀な人達がそのメディアに行くという良iriボルビングドアの仕組みができています。それに対して日本は海外と国内を分けるという発想でやってきているので、優秀な人材が行きづらい状況になっていますし、儲け方が違うので海外は知らない事業者の中でも思いがちになっています。その部分を変える一種の制度、あるいはメカニズムのプラットフォームというのをどのように整備するかというポイントはまだまだチャレンジができる場所だと思います。

渡辺氏：

ニコニコ動画であれ、初音ミクのようなバーチャルなキャラクターとそれをめぐる創作の世界であれ、いろいろと典型的な営利事業者とは違うプレイヤーが活躍する世界とそれを活用しながらそこからお金を生み出していく営利事業者やプラットフォームだったりというものと接点をどう作るかというのが1つ今後の大きな課題だという話かと思ってお聞きしました。また同時に先ほどから森さんが強調されているところを繰り返すとやはり作品のコピーの提供に課金をするところだけではない、様々な別のビジネスモデルをどう模索するかが、デジタルで勝つ上でのカギになるところだということも、まだまだ今後模索が続いて行くところなのではないかと思います。

質問者（林）：

田中先生にタイについて話をされていたので、アセアンの動向ということで教えてください。

田中氏：

正直に申し上げますと、調査不十分で、アセアン全体について論拠を持って申し上げられるような知見がございません。

ただ、いくつかわかることを申し上げます。ヒヤリングの過程とともに出てきたのはタイの事例がどのくらい代表性があるかということだと思いますと、インドネシア、マレーシア等はわりと似ているということが分かりました。これは国の大きさもありますが、国の中心が一点ありそこに集中しているという状態です。また国民性が比較的に温和であるということでもわりと似ているのではないかという議論でした。



違うのはベトナムで、わりと攻撃的で、国の中心も上と下に分かれているので、少なくとも2つあります。中国はもっと攻撃的であちこちに分かれており、どんどん状況が悪くなっているという認識であるということです。アセアン全体としてどうかということは、まだ私どもにはわかりません。それが第1です。それから第2にですが、中間層がどんどん伸びてきているということがありましたが、その層の動向次第だろうということに同意見です。ただ、現状はサンプル数500でして、このサンプルの特徴として中間層よりさらに高いでありまして、こちらでは発表では示しませんでした。ほとんど大卒でなおかつ初年給は、タイの会社の中で相当高いところにいるという方々に偏っています。そういう意味では代表制に難があると思いますが、そういう人たちの意見だとかうやって出るということです。漫画を読む人達、買う人たちはそういう人達ですので、一応マーケットとして一応代表性があると思います。

まとめ

渡辺氏：

一言でまとめると、プロセス面と政策の目標の部分と2つあると思うのですが、プロセス的には今までは法律家に偏っていた政策の立案過程でのインプットをもっと広げていくこと、もっと政治に期待をしていくということが今日で大きなテーマであり、その中には経済学の知見も新しい事業者の生み出しつつあるモデルの知見も消費者行動の知見も、それから必ずしも権利者団体によってうまくメッセージを伝えてもらえていないクリエイターの知見も入れていくという、そういったことが1つは重要になるのではないかと思います。

もう1つ目標ということで考えていくと、政策として目指すべき目標として重要なのは、柔軟性、さまざまな実験ができる環境を準備してその中からまだまだ見えないことが多いコンテンツのビジネスモデルというのを確立するという取り組みがたくさん出てくることかと本日の話を伺いながら思いました。

最後に登壇者の方に一言いただきたいと思います

榊原氏：

自分についての反省としては、法律を作るのはこうでなければいけない、ここに言わなければいけないという思い込みが私も含め経済界の人間にも多くて官僚主義の世界でずっときていて、立法府である国会議員の先生方に法律を作してほしいということが全くありませんでした。アメリカを見ますとまったくダイナミズムというかその機能が違うわけですが、なぜか日本はそうになっています。それでみんな儲かって幸せだったら良いのですが、やはり他国と比べると政治主導でいろいろ決まっているところから何となく取り残されているように感じますので、これは個人の意見ですが、こうなのだという思い込みを捨てて政治家の先生に文化庁でダメだったらやってほしいといっていけばいいでしょうし、また経済学者の方にも参加いただいたり、今までやらなかったことを今後は堂々と主張していこうと思います。

田中氏：

プラットフォームの話が出ましたので一言付け加えます。これから海外にコンテンツを売っていくといった場合、今後、ディストリビューションはデジタルが中心になりますから、プラットフォームをいかに作って行って競争をしていくかという話になると思います。先ほど話が出ましたようにゲームはアップルストアとグーグルプレイ、音楽は iTunes など、映像も Hulu にと日本はなかなか見るべきものがない状態ですが、先ほどニコ動という話が出ましたが、その可能性を期待したいところです。やるとすれば、日本発のコンテンツ、例えばアニメ等の世界に売れているコンテンツがあるわけです。ただ、アニメもアメリカにすでにクランチロールというのがあり、日本以外はクランチロールで見ているという悲しい事態にならないようにしたいです。プラットフォームというのは差別化すれば数種類は残りますので、せめてアジアもう少し広い範囲で日本のコンテンツをディストリビューションするようになって欲しい。下手すると日本の漫画をアメリカの企業だけが世界にディストリビューションするというようなことになってしまう。これはあまりよろしくない。アメリカももちろんやっていいのですが、日本でもディストリビューションするようところが現れてほしいと思います。その際、フリーミアム、基本的にある程度フリーでよいと思います。まず市場を開拓しなければいけません。先ほど森さんからフリーミアムという話がありましたが、デジタルの基本は、フリーミアムでありまして、そのプラットフォームに加入してもらえれば、月に5本ぐらい自由にアニメや漫画が見られるという状態を作りユーザーを獲得していき、その上でより興味のある人からお金を取るということを日本でもやっていいと思います。

森氏：

法律的な部分というのが、どうやって決まるのかという話を改めて感じたところであると同時に、今まではこのような分かりやすい話を現実に持っていけなかったのだろうかとか、もちろんそういうことがわかっている人がいたのにも関わらず、今現在が比較的窮屈な世の中になってしまっているのは何故なのかということを感じております。

自民党が安定的な政権をとっている中で、できる限り多くの変革を作っただけならばと思うと同時に、どういう声聞き入れやすいのかという戦略的な発想になってしまうと偏りが出てきてし

まうので、そこをどういうふうに判断いただけるかどうかというところは、非常にドキドキします。そのプロセス自体を明らかにしていただき、そういう意味でもフェアに議論が変わっていく、変わっていった結果、もう一度直していいという部分というのを是非実現していただければいいと思いました。

福田氏：

自民党のコンテンツチームが思っているのは、関わっている人たちがたくさん儲けて、たくさん税金を払ってほしいということです。その代り私たちは応援しますということです。単純化して言えば、その枠組みの中で法律を整備して、コンテンツの商売を広げていくということです。なので、私は文化政策をやっているつもりはありません。儲かるものを外に出していくのを担当しています。文化として残さなければいけないもの、お金をかけて残さなければいけないものもあると思いますが、私はそれを担当していませんので、単純に儲かる仕組みを考えたいと思っています。

また、榊原さんの資料の中に「拒むものは技術ではなく制度である」ということがありましたが、しかし、フェアユース的なチャレンジングな仕組みを作った時に、企業や個人も含めて本当に日本人がチャレンジングなことを起こしてくれるか、どうかについては、甚だ疑問に思っています。今までこの国は、役所が先にルールを決めてください、そして決まったルールのもとに頑張るというマインドできていました。しかし、柔軟性があるというのは、まずやってみてください、というビジネスモデルです。ネット関係の方にはそうした人たちもいると思いますが、まだまだ決めてくれたらそのあとについていきます、という人が多いと思います。基本的には柔軟な仕組みを作りたいと思いますが、それだけでは意味がなく、いろいろなビジネスをやってくれる人たちが出てこないとルールを変えても意味がありません。そこに対して危機感があるので、先ほどの言葉でいえば「拒むものは技術でなく制度にある。しかし、実はマインドにある」ということを今日のまとめにしたいと思います。