

放送コンテンツの海外展開と今後の戦略について

放送コンテンツの海外展開の推進は、平成25年6月14日に閣議決定された「日本再興戦略」において、「国家戦略」として位置づけられている「クールジャパン戦略」の大きな柱の一つです。

現在、我が国のコンテンツ市場は11兆1,600億円(2011年)で世界第2位の規模を誇りますが、海外輸出比率は5%程度にとどまっています。特に、市場の30%強を占める放送コンテンツについては、テレビ放送市場の規模は韓国の約10倍にもかかわらず、テレビ番組輸出額では韓国の約1/3に過ぎません。このような状況を踏まえ、上記戦略では「5年後(2018年)までに放送コンテンツの海外市場売上高を現在の3倍近くに増加させる」という国家目標を掲げているところです。

このような政府全体の方針を踏まえ、総務省としても、これまでに随時政策的な支援を行ってきました。一例を挙げますと、平成24年度補正予算では、日本の放送局等と海外の放送局等がドラマやバラエティ、ドキュメンタリー等を国際共同製作する取組に対して支援を行うとともに、放送番組をはじめとする映像コンテンツのローカライズ(字幕や吹き替え等)等に対する支援

(経済産業省との共同事業)を実施したところです。

また、本年度については、「放送コンテンツ海外展開強化促進モデル事業」(平成25年度補正予算事業)として、周辺産業と連携した新たなビジネスモデルの構築や地域の活性化などを目的とした放送コンテンツを製作・発信するモデル事業を実施することとしております。

さて、このように重点的に取り組んでいる海外展開ですが、単に我が国放送コンテンツを海外に展開することだけが最終的な目的ではありません。すなわち、コンテンツの展開を通じて、「様々な周辺産業への波及」、「ビジットジャパン戦略への貢献」、「地域活性化への寄与」、「日本文化・日本語の普及」といった幅広い分野での政策目的を実現し、波及効果をもたらしていくことが極めて重要であり、私共もこの点を大いに期待しているところです。

折しも昨年8月、日本の放送局や権利者団体、商社、広告代理店などが中心となり、一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構(BEJ)が設立されました。数多くの企業・団体が先に述べた目的を念頭においてこのような

形で連携したことは恐らく初めてのケースであり、まさにオールジャパンの力を結集して今後の活動を強力に進めていくことが期待されます。当面はASEANを対象に日本コンテンツの継続的な放送の実現に向けた取組を行っていく予定であると聞いていますが、私共も必要に応じて密な連携やサポートを行っていきたいと考えております。

最後に、放送コンテンツの海外展開の推進の観点からも権利処理の円滑化は重要なテーマと認識しています。これまでも芸団協CPRA様をはじめとする関係者のご協力を得て、実証実験等の具体的な取組を行ってきました。この場をお借りして改めて感謝申し上げますと共に、今後とも皆様方のご協力の下、様々な施策を進めて参りたいと考えておりますので、よろしくお願い申し上げます。

総務省情報流通行政局
情報通信作品振興課長(コンテンツ振興課長)

湯本博信

Yumoto Hironobu

73 news

VOL. 73

AUG. 2014

CONTENTS

● 巻頭メッセージ

放送コンテンツの海外展開と今後の戦略について …… 1

● 特集

広報から見る芸団協CPRA20年の歩み …… 2

いよいよ開始された4K試験放送 4Kテレビは、普及へのハードルを越えられるのか …… 4

MOVEMENT …… 7

INFORMATION, COLUMN/ESSAY …… 8

広報から見る 芸団協CPRA20年の歩み

本誌では過去3号、「芸団協CPRA20年の歩み」と銘打って国内外での徴収・分配業務の歴史について紹介してきたが、20周年特集の最後を飾る今号では、芸団協CPRAの広報活動について振り返ってみたい。

芸団協CPRA運営委員
(広報担当)
松武秀樹

情報社会と常に向き合って

1993年に設立された芸団協CPRAは、まさに情報社会の進展とともに歩んできた。その前年にMD（ミニディスク）が発売され、その後iPodが登場し、大量の音楽をコピーして持ち歩く傾向に拍車がかかった。一方、映像についてもDVDが1996年にデビューし、その後、ブルーレイ、ハードディスクと大容量化、高画質化が進んでいる。放送に眼を転じれば、1991年に民間による初の衛星放送局、WOWOWが本放送を開始し、その翌年に初のコミュニティ放送局開局、1996年にCSデジタル放送が開始し、2011年地上波テレビはデジタル放送に完全移行した。そしてなんとと言っても、1995年以降、インターネットが急速に普及した。このようなデジタル化・ネットワーク化による急激な変化は、実演の制作や利用、さらには実演家の権利保護に大きな影響を与えずにはいられない。情報社会化の大きなうねりと向き合った芸団協CPRAの

広報活動は、常にこの点への関心・問題意識を持って進められてきた。

このような姿勢は、芸団協CPRAが最初に行ったイベント、'96CPRAフォーラム「デジタル時代のメディアと実演」にも如実に表れている。高城剛氏らに、当時最先端の技術であった、デジタルTV放送、インターネット、CDエクストラ、DVDについて解説してもらっている。また私もミュージシャンとして参加し、司会者（モーリー・ロバートソン氏）が即興で歌った歌をパソコンで電子音に変換し、楽譜を作るというデモンストレーションを行った。当時の記録からは、テクノロジーの進化にどこか受け身で接してきた実演家の消極的な姿勢を反省し、今後は生実演ですらメディアと無関係ではあり得ないのだから、もっと真剣にメディアとの関係を考え、新しいメディアを道具として、あるいは流通経路として積極的に使いこなす必要があるという強い問題意識がひしひしと伝わってくる。

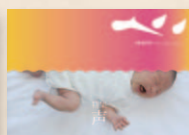
CPRAnewsとウェブサイト

広報活動を本格化したのは、1999年以降である。1998年12月に組織の見直しが行われ、翌年度より広報担当の部会が設置されるようになった。実演家著作隣接権を管理する団体として芸団協CPRAの名前を広く浸透させるため、ロゴマークを作成し、2000年7月、CPRAnewsを創刊、その翌年にはウェブサイトを開設した。

CPRAnewsは、①芸団協CPRAの名称、呼称を徹底して広報すること、②実演家が直面する権利問題を浮き彫りにすること、③国内外の実演家にまつわる話題、ニュースを迅速に集めること、④芸団協CPRAの活動を正確に伝えること、を旨として創刊された。そのため、今号で73号となるCPRA newsを遡って読んでみると、著作権等管理事業法の施行から放送実演の一任型管理の開始、視聴覚的実演の保護に関する国際的検討、私的録音録画補償金制度の見直しなど、芸団協CPRAあ

平成25年

- 7月 実演の価値、魅力を伝える新広報誌『SANZU』創刊
- 12月 設立20周年記念出版『実演家概論』刊行



平成24年

- 10月 「視聴覚的実演に関するWIPO北京条約」作成記念国際シンポジウム開催



平成22年～24年

- 肖像使用の実態・意識に関する調査実施

平成22年

- 「権利管理団体の文化的役割」翻訳出版



平成20年

- 「実演家のパブリシティ権ハンドブック」刊行、セミナー開催
- Music Guardians（音楽自警団）発足（平成25年3月）



るいは実演家がこれまでどのような問題に直面してきたか見えてくる。一方でブロードバンドやインターネット放送、音楽配信など、常に技術の進化が実演家に与える影響を意識した記事にもこだわってきた。

他方、ウェブサイトはCPRAnewsでは難しい即時性と双方向性を意識した情報発信を心がけた。当初は、使用料・報酬などを受領する権利があるにも係わらず芸団協CPRAに委任登録していない権利者捜しにも大いに貢献した。

実演家の団体ならではのキャンペーン

芸団協CPRAとして初めて行ったキャンペーン活動が、2007年のCreators To Consumers【c2c:はじめの一步】である。文化審議会での私的録音録画補償金制度の見直しを機に開始し、アーティストや演奏家などのCreatorから、音楽を愛するConsumerの方々へ、同制度の大切さを訴えていくことを目指した。音楽を通じたCreatorとConsumerの大切な絆が壊されないように。そんな想いを込めたキャンペーンは、実演家の団体らしく、ライブを中心とした内容であった。

翌2008年は、違法音楽配信対策として、Music Guardians（音楽自警団）活動を開始した。応援するアーティストの素晴らしさを伝えるためなど、善意の、権利侵害に無自覚な違法配信者の存在に着目し、Music Guardiansの一員として、自発的に

違法音楽配信サイトの監視・通報をしてもらうことで、違法配信の撲滅だけでなく、著作権・著作隣接権保護意識の醸成も図るというユニークな試みだった。夏フェスを中心として積極的に団員を募り、通報数は総計65万件を超えた。このような地道な活動が、2012年の私的違法ダウンロードの罰則化に多少なりとも貢献したのではないかと自負している。

映像分野での働きかけ

音楽だけでなく、映像分野でもキャンペーン活動を行っている。視聴覚的実演の保護に関する条約が国際的に検討され始めたことを契機に、2001年、文化庁は「映像分野の著作権等に関する懇談会」を設置した。芸団協CPRAは翌年4月、映像分野の実演家の権利見直しを求めるキャンペーンを行った。「ボカア、ただじゃないですよ」をキャッチコピーに森繁久彌氏の楽屋での姿を撮ったポスターは強力なインパクトを残した。なお、この国際的検討は2012年6月に、視聴覚的実演に関するWIPO北京条約としてようやく結実した。芸団協CPRAでは同年10月に記念シンポジウムを開催し、海外の著名な専門家の講演とともに、パネルディスカッションを行い、今後の国内での対応についても訴えかけた。

著作権隣接権だけでなく、肖像権・パブリシティ権の保護も大切である。芸団協CPRAではハンドブックの作成やセミ

ナーの開催、意識調査などを通じて、肖像権・パブリシティ権の保護の必要性についても広く喚起してきている。

最後に

芸団協CPRA業務の柱はなんと言っても使用料・報酬の徴収分配業務で、広報の目的は、それらを円滑にすることであろう。これまでの様々な広報活動を通じて、放送事業者、CDレンタル事業者等利用者の方々には芸団協CPRAの名前がだいぶ浸透したのではないかと自負している。しかし、UGCサイトなどでバーチャル・アーティストが歌う作品等が自主制作発表され人気となっているように、今や一般ユーザーが実演を利用し、自ら実演を行う時代となっている。そのため、これまでのような権利者並びに関係業界に留まらず、少しでも多くの方々に実演芸術の素晴らしさ、楽しさを知っていただき、実演の価値や実演家を保護する必要性を訴えていく必要がある。さらに、政府がクールジャパンを声高く標榜する昨今、海外に向けた広報活動も強化していくべきであろう。

広報活動はすぐに効き目が現れる特効薬ではないが、漢方のようにじわじわと効果が出てくるものではないだろうか。そのために、どうすればより広く深く伝わるのか、試行錯誤をしながら地道な活動を続けていきたい。

●芸団協クラブの主な広報活動

平成18年	平成14年	平成13年	平成12年	平成11年	平成10年	平成8年	平成5年
● 3月 Creators To Consumers【c2c:はじめの一步】キャンペーンの実施	● 商業用レコード二次使用料「権利未登録者」探しのため、未登録者リストをウェブサイト上で公開	● 6月 ウェブサイト開設 ● 貸レコード過去分「委任なき権利者（未登録者）」探しキャンペーンを実施	● 7月 クラブニュース創刊	● 7月 ロゴマーク作成 ● 7月 著作権法百年記念協賛事業「連続シンポジウム」…「実演家の権利」を考えるパフォーミング・デイズ開催	● 映像における実演家の権利の見直しを求めるキャンペーンを実施	● 9月 '96 CPRAフォーラム「デジタル時代のメディアと実演」開催	● 10月 実演家著作隣接権センター設立
							

いよいよ開始された4K試験放送 4Kテレビは、普及へのハードルを 越えられるのか

昨今、映像分野をにぎわすようになった言葉、「4Kテレビ」。ハイビジョン（以下HD）を超える高解像度のテレビ放送であり、日本では一般社団法人次世代放送推進フォーラムが中心となって、その普及に取り組んでいる。今年6月2日からは4K試験放送チャンネル「Channel 4K」の放送も開始された。

しかし4Kテレビが現在のHDのように、テレビ放送などを通じてあまねく普及するためには数々の課題が存在する。

ここでは、実演家や権利者も無関心ではられない4Kテレビについて、その現状や制作現場の声を紹介しつつ、普及へ向けた道筋について紹介する。

月刊B-maga編集部

高精細さはもちろん 色表現も豊かになる4K

4Kテレビとは、現在のHDの4倍の解像度^{※1}を持つテレビ映像（もしくは放送）のこと。解像度が4倍だから“4”Kなのではなく、その横のドット数が約4,000であることから、4Kと呼ばれている。テレビの場合は、国際電気通信連合（ITU）が3,840×2,160ドットの解像度を4K UHDTV（Ultra High Definition TV：超高精細テレビ）として定義している。

4Kテレビ最大の特長は、やはり映像の美しさ・鮮明さにある。4Kの高解像度は、肉眼では気が付かないような事象もHD以上にきっちりと映し出す。

たとえば被写界深度^{※2}を深くし、広いフォーカスで撮影したサッカーの試合映像ならば、選手の表情はもちろん、スタンドの観客が振るフラッグまでクリアに捉えることができる。逆に被写界深度を浅くし、フォーカスを手前の対象物に絞った映像だと、フォーカスの当たった対象物の鮮明さと背景のボケのコントラストが明確になり、高い立体感を得られる。

コントラスト等の効果は、高解像度によるものだけではない。4Kテレビではダイナミックレンジ^{※3}がHDよりも広がり、色深度もHDの8bitから10bit/12bitへと進化し、より豊かな階調^{※4}表現が可能となった。たとえば太陽が沈みゆく夕焼け空を映した映像の場合、HDでは夕日のオレンジ色から夜空の濃紺へのグラデーションが、等高線のような縞模様状に映し出されてしまうことも多かった。しかし4K

ではこうした縞模様が出ず、なめらかなグラデーションで表現することができる。こうした色再現能力の向上も、4Kテレビの立体感ある映像効果に一役買っている。

また4Kで解像度が高まったことにより、テレビの大画面化を図ることもできる。HDテレビでは60インチ程度から画質に粗さが見えるようになっていたが、その4倍の解像度を持つ4Kテレビならばさらなる大画面化が可能で、没入感のある映像環境を整えられる。

逆にテレビにより近づいて視聴することで没入感を得ることもできるだろう。これまでのHDテレビではモニター縦サイズの3倍の距離が視聴に適した距離だと言われてきたが、4Kテレビならばその半分程度の距離まで近づいて映像を見ても、粗さが目立つことはないという。

世界の放送業界・市場で 4Kがトレンドに

このような特徴を持つ4Kのテレビ放送での利用を実現すべく、現在日本では官民一体となった取り組みが進んでいる。

総務省は2013年6月11日、同省の諮問組織である「放送サービスの高度化に関する検討会」において取りまとめた、放送サービスの高度化やその普及に向けてのロードマップを公開。その中で4K（および8K）に関しては「2014年に4K試験放送開始」「2016年に8K試験放送開始」「2020年に4K/8K本放送を開始」という目標が示された。その後2020年東京オリンピック開催が決まったことから、スケジュー

ルはさらに前倒しされると言われている。

このスケジュールを実現すべく、2013年5月に一般社団法人次世代放送推進フォーラム（以下NexTV-F）が設立。同フォーラムにはNHKや民放キー局をはじめとする放送局、テレビメーカー、通信事業者らが参加し、それぞれの事業分野で4K放送の実現に向けて努力を続けている。今年6月2日には、その成果の1つとして、4K試験放送チャンネル「Channel 4K」が放送開始された。

ではなぜ、国や企業が丸ごとになって4K放送に取り組んでいるのか。もちろんスマートTVなどと共に、国民により高度で利便性の高い放送サービスを提供するという理由もあるが、それと同程度以上の理由として、世界の4K市場における日本のプレゼンスを高めることが挙げられる。

現在4Kテレビ実現への動きは、世界的なトレンドとなっている。フランスでは放送局や通信事業者からなる「4EVERコンソーシアム」が2012年から3カ年計画で4Kの共同研究開発を実施中。2013年6月の全仏オープンテニスでは4K中継放送やストリーミング配信、パブリックビューイングを行なった。イギリスでもBBCや衛星放送局のBskyBなどが中心となって4K放送を検討している。アメリカではケーブルテレビ大手のComcastが2014年内に4K対応次世代セット・トップ・ボックス（STB）をリリース予定と発表。動画配信大手のNetflixも2014年内に4Kコンテンツのストリーミング配信を開始すると発表している。そしてお隣の韓国では、今

※1 解像度：この場合画面解像度のこと。テレビ等のディスプレイに表示される総画素数を表す。基本的には数字が大きい方が高精細。※2 被写界深度：ピントを合わせた被写体の前後において、ピントが合っているように見える範囲。被写界深度が浅いと被写体により近い範囲にしかピントが合わず、周囲はボケる。逆に被写界深度が深いと、広い範囲でピントが合ったように見える。※3 ダイナミックレンジ：信号の再現能力を表す数値で、映像関連の場合は処理できる輝度

年5月にケーブルテレビでの4K放送サービスの商用化を実現。また地上波での4K放送開始を当初予定の2016年から2015年に繰り上げて実施する見込みとなっている。

このように、今、世界の放送業界では、4Kの研究・開発が急ピッチで進められている。この流れに乗り遅れると、日本のテレビ・放送機器メーカーやコンテンツ制作会社は、世界市場におけるシェアやプレゼンスを一気に失うことになりかねない。今はまさに、4K市場の覇権を握るための開発競争の最中であると言えるだろう。

進む4K テレビ番組制作 現場の感想は？

4Kでのコンテンツ制作は、すでにデジタルシネマやCM制作の現場ではごくありふれたものとなっている。しかしテレビコンテンツ制作の分野においては、制作機器もノウハウも、まだ黎明期の状況だ。同じ映像制作といっても、映画とテレビでは、機材や撮影手法、ポストプロダクション^{※5}の過程などが大きく異なる。そのため4Kテレビコンテンツ制作のためのノウハウや手法は、ほぼイチから積んでいかないとならない。

そこで放送局や制作会社、ケーブルテレビ局などでは、現在、4Kテレビコンテンツの制作・試作を進めている。その中から、すでに素晴らしいコンテンツも生まれつつある。

その1つが、プレミアム・ペイチャンネル「WOWOW」が制作し、2013年11月に放送したドラマW『チキンレース』だ（放送はフルHD画質）。

同ドラマは、医師を志すも挫折し看護師として働く27歳の青年と、19歳で事故に遭って意識を失って以来45年ぶりに目覚めた64歳の男が、青春を取り戻す旅に出るヒューマンドラマ。主演は寺尾聰、共演に岡田将生。全編4Kで撮影され、2013年11月には一般向けの4K上映も行なっている。

『チキンレース』はWOWOWでは初めての4K制作の長編ドラマで、ギャラクシー賞2013年11月度月間賞や、平成25年度文化庁芸術祭優秀賞を受賞するなど、高い

評価を得ている。

4Kでのドラマ制作について、『チキンレース』のプロデューサーである(株)WOWOW制作局ドラマ制作部の岡野真紀子氏は、「マイナスとプラスの両面があった」と話す。

マイナス面として、高精細さゆえのフォーカスの難しさを挙げる。

「映画撮影のよ

うに被写体との距離を測り、実力のあるカメラマンとVE（ビデオエンジニア）の目でかなり厳しくチェックしていましたが、それでもフォーカスNGが出てしまいました」。また4Kの高精細さは、自動車のナンバープレートや遠くにいる人物の顔など、肉眼でははっきりと認識できないものまで映してしまい、それを消すためにCG費が予定よりかかったという。

その他、撮影データの重さからレンダリング^{※6}等に時間がかかり、その結果ポストプロダクションにかなりの時間を要した点や、出演者の唇の動きまでしっかり見えるので、アフレコでリップのズレを合わせる点などを、苦労したこととして挙げている。

一方、プラス面では表現力の向上と、それによる画作りの変化を挙げる。「やはり4Kは表現力が高い。屋外の美しい景色だけではなく、室内の映像も非常に綺麗に映すことができました。たとえば病院の薄暗く長い廊下は、奥の陰った部分の黒がしっかりと表現され、3Dのような奥行き感のある映像になりました。また映像の情報量が多いので、長いカットでも画が“もつ”のです。ですから当初のカット割りを変更し、長回しのカットを使って、空気感を出すような演出も行いました」。さらに役者の細かな演技や表情もしっかりと捉えることができ、表現の厚みに繋がったという。「4Kでこのドラマを見た方から『寺尾聰さんの顔のシワが良かった』といった感想もいただきました。4Kには役者の細やかな演技や表



右から、渡辺NexTV-F名誉会長（当時）、谷村新司氏、川上総務副大臣、須藤NexTV-F理事長によるカウントダウンイベントで「Channel 4K」放送の幕を開けた

情を、そのまま映す力があると思います」。

岡野氏は、今後も4Kでのコンテンツ制作にチャレンジしていきたいと語る。「特にドラマはもっと4Kにチャレンジしていくべきだと思いました。カメラマンも『4Kだとフィルムに匹敵する映像美が出せる。これを経験すると2Kには戻れない』と言っていました。今後も新たな4K機材を用いて、4Kドラマを撮影したいですね」。

「Channel 4K」放送開始も まだ多い4K普及への課題

前述の通り、NexTV-Fは6月2日より、4K試験放送チャンネル「Channel 4K」を放送開始している。同チャンネルはスカパーJSAT（株）の通信衛星を利用して伝送されており、これを受信して4K放送を楽しむためには、4K対応テレビのほか、「Channel 4K対応受信機器」「124/128度CSデジタル放送（スカパー！プレミアムサービス）対応アンテナ」「スカパー！ICカード」「ハイスピードHDMIケーブル（カテゴリ2）」が必要となる。視聴料は無料。Channel 4K対応受信機器としては、6月25日現在、シャープの4Kレコーダー「TU-UD1000」が発売されている。今秋にはソニーも対応受信機を発売する予定となっている。

「Channel 4K」は当面、毎日13時～19時の1日6時間放送を実施。まだ放送コンテンツ数は少なくリピート放送が多い状況だが、徐々に新作コンテンツを投入していくという。

（明るさ）の範囲を指すことが多い。※4 階調：色や明るさの濃淡の段階数のこと。※5 ポストプロダクション：映像制作における、撮影後に行われる各種作業の総称。編集や音楽制作、アフレコ、CG処理など多岐にわたる。※6 レンダリング：ノンリニア編集（パソコンを使った映像編集。なお、テープを使った編集はリニア編集）で、映像や音声、CG等の編集結果をまとめて1つの動画ファイルにまとめる操作のこと。

今後、この「Channel 4K」を軸に研究・開発等が図られていく形だが、4Kテレビ放送の本放送実現に向けては、どのような課題があるのだろうか。NexTV-F事務局長の元橋圭哉氏はそのひとつとして、4Kテレビ放送におけるエコシステムの確立を挙げる。「Channel 4Kは、無料の試験放送でCMも入りませんので、コンテンツ制作に利益を還元できません。今のところ各放送局がノウハウの蓄積や人材育成のために、持ち出しで試作を続けている状況です。将来的に商用サービスが開始されるとしても、どのように収益を上げてコンテンツ制作に還元していくかというエコシステムが、まだ不透明なままです。権利者の方に対してもしかるべき還元ができるようにならないと、4Kは文化として花開きません。これをいかに確立するかが大きな課題です」。

また4Kテレビは伝送に広い帯域が必要となることから、現状の技術では、日本の地上波での放送は難しいとされている。そのため、伝送可能な衛星放送やケーブルテレビ、IPTV等がどれだけ積極的に4Kに取り組むかが、普及の鍵になるという。「伝送が難しいことから、地上波が積極的に4Kコンテンツを制作すると考えるのは現実的ではありません。そんな中、衛星放送やケーブルテレビ、IPTVがどれだけ自ら投資をして4Kコンテンツ制作の担い手となれるかが、普及の鍵となると思います。そうしたメディアが4Kに覚悟をもって取り組みれば、地上波にも良い刺激になり、全体的に4Kコンテンツの制作と普及が加速するのではないのでしょうか」。その他4Kによる映像の進化に対応するような音響面の強化など、4Kの本格普及に向けてはまだハードルは高いと言える。

しかし、ケーブルテレビ最大手の(株)ジュピターテレコムが今夏より4K VODのトライアルを開始、IPTV大手の「ひかりTV」は今年10月に4K VOD商用サービス開始、テレビ向け映像配信サービス「アクトビラ」も今年12月に4K VOD商用サービス開始を予定するなど、4K化へ向けた放送業界の波は、勢いと高さを増している。その波が普及へのハードルをしっかりと越えられるのか、それとも壁を越えられずに停滞するのか。その行方が注視される。

コラム

慌てず騒がず、動向をウォッチしていくことが大事

砂川浩慶氏

立教大学 社会学部 メディア社会学科准教授



一般に広がるまでは 相当の時間がかかる

4K放送の商用サービスに向けての課題を考える場合、その前提として、放送技術の発展は番組制作と番組伝送(放送)に分けて考えるべきです。

「Channel 4K」の放送開始と共に、今後4K制作の番組は一定程度増えていくでしょう。しかし、4K番組の制作費は、現在のHD番組制作費の約3倍のコストがかかると言われていています。特に、ポストプロダクション面で時間もコストも相当必要になるとされており、一挙に4K制作番組が増えるとは考えにくいと思います。実際、Channel 4Kの編成表が出ていますが、それほど多くの番組が放送されているわけではありませんし、NexTV-F加盟企業の番組がほとんどです。

番組制作以上に目処がたっていないのが、番組伝送です。4KはHDの4倍、8KになるとHDの16倍ものデータ容量になります。現在の地上波周波数帯域を考えると、地上波での4K放送、ましてや8Kは到底難しいのが現状です。まずは衛星放送(CS/BS)とケーブルテレビで実証実験が開始されることとなりました。

当面、衛星放送とケーブルテレビで4K放送は普及していくものと思われますが、ここにも問題があります。

2011年7月にアナログ放送が終了し、デジタル放送へ切り替わりました(東北3県は12年3月で終了)。しかし、デジタルテレビを購入していない人たち、受信できない人たちがいます。そのような人たちを救済するために、BS放送、ケーブルテレビ放送を用いて、地上波デジタル放送の再送信が実施されています。これらの対策はセーフティネットと呼ばれ、15年3月まで実施される予定となっていますが、計画通りに終了できるか、実務上の問題もあります。セーフティネット用に周波数帯域を使用しているので、BSもケーブルテレビも、すぐに4K放送を行うことは難しく、124/128度CS放送だけが4K放送に対応できる状況です。

もうひとつが、NHKの思惑です。

NHKは8Kを推進しており、4Kに対しては取り組むかどうか不透明です。このようなことから、果たして4K/8Kがビジネスモデルとして近日中に成立するかどうかは、不透明です。実際、総務省が今年2月に設置した「4K・8Kロードマップに関するフォローアップ会合」も事実上、ビジネスモデルの構築においては、ほぼ検討を中断していると聞いています。また、受信機もそれほど流通していません。4K放送が一般まで広がるには、相当の時間がかかるでしょう。

実演家への影響は？

すぐに4K放送市場が形成されないとはいえ、地上波局も4K/8Kへ向けての制作体制だけは整えておかねばなりません。上記のように番組制作自体でコストがかかる上に、設備投資コストの回収までを考慮すると、番組制作費にそのコストが跳ね返ってくることも想定され、出演者の方々の出演料にも影響がでる可能性があるかもしれません。

もうひとつの懸念材料が、録画問題だと思っています。高画質化されることで、コピー製品や違法動画等も高画質化されてしまう点です。しかし、今はそれほど、問題ないでしょう。4K/8Kは伝送容量を大変とりますから、そのままの画質で伝送できず、ダウンコンバートされるので、違法流通する場合も画質が落ちるでしょう。また、現在のCASを改修し、スーパーCASのシステム開発が進められており、セキュリティが強化される予定です。ダビング10に関しては、コピーワンスに戻すことは難しいでしょうが、反対にもっと緩和するメリットもあります。一定のセキュリティが確保され、現状のままで進むものと思われます。

日本としては、4K/8Kをはじめとする高画質化で世界をリードしたい思惑があり、それがロードマップとして現れていますね。まずは、慌てず騒がず、動向をウォッチしていくことが大事ではないでしょうか。

(2014年6月13日インタビューより)

中国と台湾の著作権法改正案について

1. 改正の概要

中華人民共和国（中国）と台湾は、大規模な著作権法改正に向けた準備を進めている。中国は2014年6月に第三次改正草案を公開し、台湾は2014年4月に初案となる改正案を公開した。

これらの改正作業は、国際条約や、インターネット・デジタル技術等に対応するためになされるものであるが、実演家の権利に関していえば、若干の権利拡充がなされる方向で規定が整備されている。

以下、実演家の権利を中心に、両国の改正案の概要を記載する。

2. 実演家の権利

(1) 録音物に固定された実演の利用に係る権利

中国では第一次草案で放送等に係る報酬請求権が実演家に付与されたが、第三次草案で削除されてしまった。従って、第三次草案に関しては、貸与権が付与された以外、現行法との大きな差異は無い。

台湾ではレコードの再生演奏に係る報酬請求権が実演家に付与された。この権利は日本では実演家が享有していない権利であり、台湾の実演家の権利が拡充されたといえる。

(2) 視聴覚実演に関する権利

中国の第三次草案では、北京条約12条

に対応して、以下の三つが規定されている。

- ①書面主義・・・出演契約を書面で行うことを義務付ける。
- ②推定譲渡・・・①の契約に別段の定めが無い場合、権利を製作者が取得する。
- ③主たる実演家の氏名表示および収益分配を受ける権利

台湾の改正案では、現行法で録音物に関してのみ付与されていた権利が視聴覚実演にも適用され、権利が拡充された。ただし、委嘱著作に関する規定が改正されているため、視聴覚著作物が委嘱著作に該当する場合については、契約に別段の定めが無い限り出資者が権利を享有することになる。

3. その他注目される改正点

(1) 放送と通信の整理

中国、台湾の改正案で変更される内容は多岐に亘るが、特に注目すべき点としては、両国ともに放送と通信の定義規定が整理され、放送をはじめとした伝達に類する権利の適用範囲が明確化されている。端的に言えば、ユーザーが場所および時間を選択して視聴することができる場合（オンデマンド型の送信）と、放送のように事業者側が番組等を公衆に伝達する場合に区分されている。

この整理は、WPPT条約や北京条約に

おける利用可能化と公衆への伝達の整理に対応しており、アメリカやヨーロッパ諸国等の諸外国で採用されている考え方であるが、日本の著作権法における公衆送信や送信可能化の区分とは異なる点があることに注意が必要である。

(2) その他の改正項目

日本法との比較において注目される、その他の主な改正項目は以下のとおり。

〈中国〉

- ・集中管理制度の大幅な変更
- ・美術作品等に関する追及権の導入
- ・懲罰的損害賠償制度の導入、法定損害賠償額の引き上げ、著作権侵害罪の罰則強化
- ・保護期間は現状維持で50年

〈台湾〉

- ・職務著作制度における著作者の定義変更（議論中のため法人案と自然人案の両論併記）
- ・風刺、パロディ目的の利用に係る権利制限規定の導入
- ・フェアユース規定の受け皿化（個別の権利制限規定には適用しないことを明示）
- ・権利者不明の場合の強制許諾制度の導入
- ・保護期間は現状維持で50年（企画部法務課 黒田智昭）

中国と台湾の著作権法及び改正案における実演家の権利

		中国			台湾	
		現行法	一次草案	三次草案	現行法	改正案
利用態様	複製	○	○	○	○	○
	頒布・発行	○	○	○	○	○
	貸与	×	○	○	○	○
	伝達	オンデマンド	○	○	○	○
		放送 有線放送	×	△	×	×
		その他 (ウェブキャスト等)	?	×	?	×
		再生演奏	×	×	×	△

○＝許諾権、△＝報酬請求権、×＝権利なし

体験型普及啓発活動「芸術体験ひろば クイズラリー」を実施

5月5日、コンピュータソフトウェア著作権協会 (ACCS) 協力の下、楽しみながら学べるクイズラリーを実施した。毎年同日に開催されている芸団協・芸能花伝舎、新宿区主催「芸術体験ひろば」のプログラムのひとつとして、小学生2年生以上の子供と保護者を対象に行い、100名を超える参加があった。

保護者へのアンケートでは、企画全体について約80%から「とても面白かった」「面白かった」との回答があり、解説については「よく分かった」「だいたい分かった」との回答が合わせて90%以上にのぼった。



インドネシア国会議員団が CPRA を来訪

6月3日、インドネシア国会議員等計25名が芸団協 CPRA を訪問した。

実演家著作権隣接権および芸団協 CPRA の業務について説明を行った後、質疑応答の時間が設けられ、創作の価値や著作権制度の文化的側面に係る普及啓発など集中管理団体が果たすべき役割から、使用料等の分配方法といった具体的な実務の内容まで、予定の時間を上回る熱心な質問が相次ぎ、関心の深さが伺えた。

今回の来日は、インドネシア議会に提出されている著作権法改正法案の審議に先立ち、日本の著作権制度、特に著作権の集中管理及び権利行使の状況等について情報収集するためのもので、議員団はその後官公



庁や日本音楽著作権協会等を訪問した。

知的財産推進計画2014に意見を提出

「知的財産推進計画2014」策定に向けた意見書を、5月16日付で内閣官房知的財産戦略本部に提出した。

意見書では、①音楽等のコンテンツの海外展開について、ユーザーの利便性とのバランスを図りつつ、クリエイターが対価を得て次の創作に繋げる創造のサイクルを維持、発展させる必要があること、及びアジア地域の実演家権利管理団体育成及び法制度整備等の強化を推進すべきであること、②アーカイブに関する取組の強化について、権利者等による許諾を前提としたバランスの取れた制度を検討すべきであること、との意見を表明した。

なお、「知的財産推進計画2014」は6月20日に決定され、これらの意見が概ね反映された内容となっている。

著作権法改正法案可決

4月25日、第186回通常国会において、著作権法改正法案が成立し、5月14日に公布された。電子書籍に対応した出版権が整備されたほか、視聴覚的実演に関する北京条約（視聴覚的実演条約）の実施に伴い、著作権法の保護を受ける実演に、同条約締約国の国民又は当該締約国に常居所を有する者である実演家が行う実演が加えられた。

この法律は2015年1月1日から施行されるが、視聴覚的実演条約に係る規定については、条約が日本国について効力を生ずる日から施行する。



CULTURE FIRST

はじめに文化ありき

CPRAは、関係団体とともに、
文化を大切にする社会の実現を求め
活動しています。

<http://www.culturefirst.jp/>

上野 博

芸団協CPRA運営委員会副委員長
一般社団法人日本音楽制作者連盟 常務理事

音楽制作の現場から、団体での権利処理業務にとらば一ゆした頃。

著作権関係の会議に出席して、皆さんが議論している内容が難しくて脳がパンクしそうだった。

著作権法・何条の何項が、どうしたこうした・・・。

法律用語も普段の生活では使わないものばかりで、解釈を間違うと大変！逐条講義を読みながら、国語辞典も必要で、この仕事を続けられるのかな？と不安な毎日を過ごしていた記憶が。

開き直って大阪弁で喋り続けて、自分なりの解釈で走ってきました。

振り返れば、CPRAが創設されて20年の歳月が過ぎ、歴史を編纂することになりました。

椎名さん、松武さんに加えて友人の編集者に手伝ってもらい資料の整理をしています。

大掃除の時に昔の写真が出てきて手が止まるのと同じように、あの時はこうだったなあ・・・あの人はどうしてるんだろう？などと口角泡を飛ばしあった頃を思い出します。

地味ながらも重要な役割なんだと気づかされるのに時間がかかりました。時代が変わり、法律の解釈も変わろうとしている現在。

次世代に受け継ぐ一冊を残したい。

そんな私に23年目の「夏」がやってくる。



CPRA NEWS VOL.73 通巻73号 2014年8月1日発行

発行／実演家著作権隣接権センター 編集／芸団協 CPRA 法制広報委員会 デザイン／株式会社ネオプラン

公益社団法人 日本芸能実演家団体協議会 実演家著作権隣接権センター (CPRA)

〒163-1466 東京都新宿区西新宿 3-20-2 東京オペラシティタワー 11F

TEL. 03-5353-6600 (代表) FAX. 03-5353-6614

<http://www.cpra.jp>

