

「知的財産推進計画 2011」に盛り込むべき事項
(コンテンツ強化関連)

平成 23 年 5 月 13 日
知的財産戦略本部
コンテンツ強化専門調査会

[情勢認識]

○グローバル・ネットワーク時代の到来は、コンテンツ分野にも大きな変革をもたらし、ひいては経済社会の在り方を変えつつある。

具体的には、グローバルなネットビジネスが本格化し、コンテンツのプラットフォームが世界規模で拡大している。さらには、知的資産のデジタル・アーカイブ化、クラウドコンピューティングも急展開を見せている。一方、グローバルな海賊版の横行が深刻化しており、正規のビジネス展開を阻害している。このような最先端のデジタル・ネットワークを巡る戦いの中で、その先端を切り拓くための戦略構築と基盤整備を、官民がスピード感を持って進めていくことが必要である。

○「クールジャパン(素敵な日本)」という言葉に代表されるように、日本固有のアイデンティティへの憧れや関心が、草の根から静かな広がりを見せている。グローバルに通用するクールジャパンを、我が国の新たな発展の原動力としていかなければならない。

我が国の歴史・文化の中で培われた美意識や創意工夫に基づく「知的資産」を発掘・活用し、豊かなコンテンツを育みながらグローバルに発信し、更に人気を拡大することが重要である。

クールジャパンの推進は、東日本大震災からの日本の復興を加速させるために重要である。コンテンツ、ファッション、各地の祭りといったクールジャパンは、日本全体を覆いかねない自粛ムードや負のイメージを打ち破り、国内外の人々を明るく元気にする力を持っている。例えば、日本からコンテンツを海外に対して積極的に発信すること自体、日本が以前と同様の経済活動を行い、復興に向けて元気に立ち上がっているという大きなメッセージとなる。

厳しい状況にある今だからこそ、日本が再び立ち上がり、知的資産を活用して世界で輝けるよう、官民が一体となってクールジャパ

ンを強力に推進する必要がある。

- 一方、我が国のコンテンツ分野の人財を取り巻く環境は、制作機会の減少に見られるように厳しい状況にあり、創造の基盤が揺らいでいる。ネットビジネスや海外展開は、コンテンツ分野の人財にとって重要なチャンスである。これらを進め、制作機会を増大させるとともに、人財育成の根幹である創作基盤の強化や世界に通用する人財基盤の強化に取り組むことが必要である。
- 以上を踏まえ、昨年の「知的財産推進計画 2010」を着実に実行するとともに、デジタル・ネットワーク社会の先端を切り拓くための対応強化、クールジャパンの推進、人財育成の加速について、官民が一体となって、更なる戦略的展開を進めていくことが必要である。

1. デジタル・ネットワーク社会の先端を切り拓く国となる。

【情勢認識】

- グローバル・ネットワーク時代の到来が、経済社会に多様な変革をもたらし、ビジネスのみならず、消費者の行動をも大きく変えつつある。
- 使いやすい電子端末やネット接続型テレビ(スマートテレビ)をはじめとした様々な機器の登場を契機として、グローバルなネット上のコンテンツビジネスが急速に拡大している。これらのサービスは様々なジャンルやメディアを超えたコンテンツの融合を促している。また、簡単に利用できることで、ビジネスのみならず教育といった様々な分野に波及し、経済・社会の在り方に大きな影響を与えていく。
- さらに、コンテンツのプラットフォームがグローバルに拡大している。我が国のコンテンツ産業にとっては、海外飛躍の大きなチャンスであるとともに、特に既存のメディア産業にとっては正に生き残りの「正念場」とも言える。
- また、知のインフラを支える電子書籍ビジネスが進展するとともに、過去の知的資産をデジタル化して集積・活用する動きが世界的に広がっている。さらには、クラウド型のコンテンツサービスが登場し、普及が見込まれている。一方、ネット上での海賊版が世界的に横行し、健全なビジネス展開を阻害している。
- こうした背景の下、我が国としては、デジタル・ネットワーク社会の先端を切り拓くための取組を官民挙げて戦略的に推進することが必要である。情報が集まるところに、新たな情報や人や資金が集まってくる。日本が最先端のデジタル・ネットワークにおいて、アジアや世界の各国と強いネットワークでつながり、情報の流れの交差点としての主要なハブの一つとなることが重要である。
- その際、新しいデジタルコンテンツ(いわゆるボーンデジタル)を産み出す基盤整備を図るとともに、既存コンテンツのデジタル化とその集積・活用を並行的に進めることが重要である。

(1) コンテンツの電子配信を促進するとともに、我が国の知的資産をデジタル・アーカイブ化して活用する。

(注：以下、「短期」とは1～2年、「中期」とは3～4年で実施する事項である。)

【情勢認識】

○米国において電子書籍ビジネスが急速に拡大し、様々な機器が登場している。我が国では、米国に先行し、主に携帯電話をプラットフォームとした電子書籍ビジネスが行われてきたが、様々な機器による利用を通じた世界的な電子書籍ビジネスの急拡大に十分対応できていない。このため、電子書籍の本格的な普及に向けた取組を加速していく必要がある。また、情報通信技術を活用することで、子どもたち一人一人の能力や特性に応じた学びや協働的な学びの推進が一層容易となる。こうした「学びのイノベーション」を推進していく観点から、デジタル教材の導入・活用を積極的に進めていく必要がある。

○過去の知的資産をデジタル化して集積・活用するビジネスチャンスが広がり、米国の事業者による各国書籍のデジタル化や、欧州電子図書館(欧州委員会のオンラインデジタル図書館)のデジタル・アーカイブ化をはじめとして、知的資産をデジタル化し、活用する取組が加速している。我が国として、知のインフラを更に強化していく観点から、コンテンツのデジタル・アーカイブ化とともに、その活用を促進することが重要である。

・ 電子書籍の市場整備の加速化

電子出版に関し、出版者の権利の在り方の検討も含め、著作者と出版者間の契約の促進を支援する。(短期)

(文部科学省、経済産業省)

様々な端末・プラットフォームで電子書籍が利用可能となるよう、日本語の縦書きやルビに対応した、中間ファイル・フォーマット

を策定し、その普及を図るとともに、中小企業の対応を支援する。
(短期)

(総務省、経済産業省)

海外フォーラム標準である最終フォーマットについて、アジアを中心とする各国と連携して、縦書きやルビを含む日本語対応を可能とする。(短期)

(総務省、経済産業省)

デジタル教材の円滑な導入を進めるため、教材開発や指導方法に関する研究・開発を進め、その成果を普及する。(短期・中期)

(文部科学省、総務省)

・ 知的資産のアーカイブ化とその活用促進

我が国の知的インフラ整備の観点から、国立国会図書館が有する過去の紙媒体の出版物のデジタル・アーカイブの活用を推進する。具体的には、民間ビジネスへの圧迫を避けつつ、公立図書館による館内閲覧や、インターネットを通じた外部への提供を進めるため、関係者の合意によるルール設定といった取組を支援する。(短期)

(文部科学省、経済産業省、総務省)

国立国会図書館への電子納本を可能にするため、例えば、電子書籍として市場で配信されたものは、館内閲覧に限るというルール設定の検討をはじめとした取組を支援する。(短期)

(文部科学省、経済産業省、総務省)

NHKオンデマンドをはじめとしたインターネットを通じた放送番組の配信に関する財源の在り方の検討を含め、NHKの番組資産の活用を促進する。

また、民間の放送番組については、そのアーカイブの一層の拡充

に向けた取組を支援する。(短期)

(総務省)

マンガ、アニメ、映画、図書といった様々なコンテンツのアーカイブの活用を促進するため、各機関におけるアーカイブ充実のための支援を行う。また、諸外国のアーカイブとの連携も視野に入れつつ、各アーカイブをネットワーク化し、一元的なデータベースを整備する。(短期・中期)

(文部科学省、総務省)

国立国会図書館の書籍や、放送番組をはじめとした様々なアーカイブの活用のため、一定期間を経過した著作物に関し、一層円滑な権利処理を促進する。(短期)

(文部科学省)

(2) デジタル化・ネットワーク化の基盤を戦略的に整備する。

【情勢認識】

- デジタル化・ネットワーク化の進展に伴い、コンテンツを巡る新たな動きが急速に展開している。
- 様々な電子端末やスマートテレビの登場を背景に、購入したコンテンツをいつでもどこでも利用できるクラウド型サービスが登場しており、普及が見込まれている。こうしたクラウド型サービスと強靱なネット基盤は、大震災などのクライシス・マネジメントでも大きな力を発揮する。一方、我が国においては、クラウド型サービスは、場合によっては著作権侵害に該当する可能性があるとの指摘もあり、知的財産の観点からクラウド型サービスの環境整備に向けた早急な取組が必要である。

また、こうした新たなネットワークサービスを促進するに当たっては、著作権法の在り方をめぐり、権利制限の一般規定の対象範囲を広く設定すべきとの意見もあるが、まずは「知的財産推進計画 2010」に基づき検討を進めている一般規定の法制化を着実かつ速やかに推進しつつ、更なる課題について議論を深めていくこ

とが重要である。

- 様々なコンテンツを対象とするグローバルなプラットフォームが進展している。我が国では携帯電話でのプラットフォームが独自の発展を遂げてきた。しかしながら、現在、スマートフォンの急速な普及によってグローバルなプラットフォームとの競争に晒されている。さらに、スマートテレビの普及によって従来のメディアもプラットフォームとの競争に巻き込まれることが予想される。
- 加えて、新たな表現形態である3D映像の機器が発売され、今後の我が国のコンテンツ産業にとって新たな魅力を提供できるチャンスが増大している。しかし、現状では、3Dコンテンツの供給が不足しており、急速な普及にはつなげていない。

・クラウド型サービスの環境整備

我が国におけるコンテンツのクラウド型サービスの環境整備を図るため、法的リスクの解消も含め、著作権制度上の課題について整理し、必要な措置を講ずる。(短期)

(文部科学省)

・プラットフォームの競争環境整備

プラットフォームに関し、国際的な動向の情報収集を図りつつ、競争の実態を注視する。(短期・中期)

(公正取引委員会)

・3D映像の促進

NHKや民間事業者による3D映像放送を拡大することをはじめとして3Dコンテンツの普及のための取組として、安全基準の策定、制作技術の普及及び人材育成を進める。

(短期)

(総務省、経済産業省)

(3) グローバルな著作権侵害への対応を強化する。

【情勢認識】

- デジタル化・ネットワーク化の進展によって、著作権侵害コンテンツがインターネットを通じてグローバルに横行している。例えば、人気が高い我が国のアニメやマンガは、国内公表後直ちに各国語の翻訳付きで海外サーバーにアップロードされ、不正流通が拡大している。また、グローバルなプラットフォームにおいても、我が国の著名書籍の海賊版が販売されている。こうした動きは、我が国のコンテンツのグローバル展開を図る上で、大きな障害となっている。国内の利用を念頭にした著作権侵害コンテンツについても、海外の投稿サイトなどが利用されることも少なくない。
- 海外の事業者がこうした不正流通に直接又は間接に関与する場合には、削除要請をしても実行までのハードルが高く、十分な対抗措置を採ることが困難である。これまでの国内対策に加え、グローバルなインターネット上の著作権侵害対策を強化する必要がある。

・インターネット上の著作権侵害の抑止

インターネット上でグローバルに流通する著作権侵害コンテンツを抑止する観点から、正当な権利者に関する情報を共有する仕組みを構築するため、国際的枠組での検討を進める。(短期)

(文部科学省、経済産業省)

著作権侵害が特に多発する海外のサイトに関し、民間企業の自主的な措置も含め、総合的な対策を検討し、結論を得る。(短期)

(総務省、文部科学省、経済産業省)

二国間政府協議や知的財産保護官民合同代表団(政府と国際知的財産保護フォーラム(I I P P F)により構成)の派遣を通じ、侵害発生国に対して著作権侵害コンテンツ対策の強化を働きかける。また、

海外のプロバイダーに対し、著作権侵害コンテンツを削除させるため、民間企業による一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA)の活用を促進する。(短期)

(経済産業省、文部科学省、総務省)

2. クールジャパンを推進する。

【情勢認識】

- グローバル・ネットワーク時代が到来し、世界が垣根なくつながるようになると、逆に、コピー不可能な地域固有のアイデンティティに根ざした、その土地・地域にしかないものの価値が高まるようになる。
- こうした中、「クールジャパン(素敵な日本)」という言葉に代表されるように、日本固有のアイデンティティへの憧れや関心が、草の根から静かな広がりを見せている。我々が日本の日々の生活で当たり前とと思っていることが、外国人の目には極めて新鮮かつ魅力的に映る。タタミ、ハシに始まり全自動トイレまで、我々の気付かない新たなクールジャパンの可能性が無限に広がっている。
- 我が国の歴史・文化の中でこれまで培われた美意識や創意工夫に基づくクールジャパンは、世界に通用する知的資産である。戦後、自由な精神活動を保障する環境の中で、才能溢れるクリエイターたちが、自由な発想と創造力を駆使して、魅力的なコンテンツを創り出してきた。一見乱雑にも見える原宿・渋谷の若者ファッションもアジアや世界の若者を惹き付けている。
- このように、クールジャパンは、グローバル展開を通じ、我が国の新たな経済成長の原動力となるものである。特にアジア諸国は経済伸長が著しく、観光を含むクールジャパン関連産業にとって大きな可能性を有している。また、我が国全体のイメージを高め、他産業への波及効果も期待される。
- 一方、世界に目を向ければ、例えば韓国は映画、ドラマ、音楽の海外展開を積極的に支援するとともに、そのイメージを活かした電気製品の輸出ビジネスや観光を促進し、官民を挙げての振興を図っている。

- 我が国がクールジャパンを推進するためには、これまでの知的資産を活かしながら、海外に通用する価値を新たに創造し、国際的なビジネス展開につなげていくことが求められる。これまでは、こうした知的資産を持ちながらも、国内志向が強く、海外においては潜在的な魅力を十分に発揮できていなかった。官民が一体となって、クールジャパンの魅力を高め、アジアをはじめとするグローバル市場に対して総合的に施策を展開するとともに、日本に関心を持つ観光客やビジネス客を引き寄せ、それに伴う内需増大による国内経済の活性化につなげていくことが重要である。
- このためには、クールジャパンについて、地域に埋もれている状態から発掘し、又は新たに創造して、それらをグローバルに発信し、更に日本に呼び込み、人気を拡大させていくという好循環のサイクルを確立するとともに、そのための基盤整備を図っていくことが重要である。
- クールジャパンの推進は、東日本大震災からの日本の復興を加速させるために重要である。コンテンツ、ファッション、各地の祭りといったクールジャパンは、日本全体を覆いかねない自粛モードや負のイメージを打ち破り、国内外の人々を明るく元気にする力を持っている。例えば、日本からコンテンツを海外に対して積極的に発信すること自体、日本が以前と同様の経済活動を行い、復興に向けて元気に立ち上がっているという大きなメッセージとなる。

このように、我が国の歴史・文化の中でこれまで培われた知的資産に基づくクールジャパンは、未来に向けた創造的復興において、大きな役割を果たす。そして、国民が相互扶助の精神をもって取り組む姿は正にクールジャパンであり、こうしたプロセスを積極的に発信していくことが重要である。厳しい状況にある今だからこそ、日本が再び立ち上がり、知的資産を活用して世界で輝けるよう、官民が一体となってクールジャパンを強力に推進する必要がある。

過度の自粛による悪循環に陥ることなく、クールジャパンによる発信や創造的活動を通じて、国内を明るく元気にし、復興を加速することが求められる。

(1) クールジャパンを発掘・創造する。

【情勢認識】

- 「クールジャパン」は、ゲーム・マンガ・アニメといったコンテンツ、ファッション、産品、日本食、伝統文化、デザイン、更にはロボットや環境技術などハイテク製品にまで範囲が広がっている。
- しかし、日本人が想定するクールジャパンと実際に外国人が感じるクールジャパンにはギャップが存在している。あらかじめクールジャパンの定義をするよりも、何が真にクールジャパンなのかを模索しつつ、多くの試行錯誤の中でクールジャパンを確立していくことが重要である。
- グローバル・ネットワーク時代には、コピーできない固有のアイデンティティこそが外国人の目にクールに映る。我が国独自の文化、伝統、ライフスタイルに深く根ざしたものや、日本人独特のこだわりや丁寧さに基づくもの、「軽薄短小」を得意技とする省エネ・省資源型の先端技術、自由な心に育つクリエイティブなコンテンツのように日本人にとって「当たり前」のものの中にこそ、真のクールジャパンが潜んでいる。
- すなわち、海外の視線を意識することのないまま日本各地に「埋もれていたもの」を発掘・創造し、グローバルにビジネス化していくことが重要である。また、各々の魅力は受け手により異なることから、各国の市場構造やクールジャパンの内容に応じて戦略的かつ柔軟に展開していくことが重要である。
- 特に、映画・テレビといった映像は、言葉の壁を超えて日本の魅力を総合的に伝える上で影響力が極めて大きい。グローバルに発信できる優れた映像コンテンツを創造していくことが重要である。その際、我が国においては各地域によって様々な文化がはぐくまれており、こうした多様な魅力を発信していくことも重要である。

・映像を通じた発掘・創造

多様な地域・人々の魅力を含むクールジャパンを伝える映像コンテンツや3Dをはじめとする高い技術力・企画力を活かした映像コンテンツを製作し、グローバルに発信する。(短期)

(総務省、外務省、経済産業省)

海外展開資金を供給するファンドを通じて、世界に通用する作品づくりを支援する。(短期)

(経済産業省)

国際共同製作への支援を行うとともに、アジア諸国をはじめとする諸外国との国際共同製作協定を締結する。(短期・中期)

(経済産業省、外務省、総務省、文部科学省、国土交通省)

「アジア・コンテンツ・ビジネスサミット」、「日中韓文化コンテンツ産業フォーラム」、日中映像交流事業(「映画、テレビ週間」、「アニメ・フェスティバル」)といったアジア域内の交流の場を通じ、国際共同製作や外国の規制緩和の促進も含め、我が国コンテンツ流通の促進を図る。(短期)

(経済産業省、総務省)

・対象国のニーズに即した展開戦略の策定

コンテンツ、ファッション、食、すまい、観光、地域産品を効果的に組み合わせ、各国のニーズに基づくグローバルな展開戦略を策定し、推進する。(短期)

(経済産業省、総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、国土交通省)

(2) クールジャパンをグローバルに発信する。

【情勢認識】

○クールジャパンをグローバルに広めるためには、戦略的な情報発信が不可欠である。その際には、対象国のニーズに即した展開戦

略を構築することが重要である。

- また、単独のモノやサービスだけではなく、様々なアイテムの有機的な組合せによって、効果的に発信する必要がある。例えば、映画・ドラマ番組とファッション、食、ライフスタイルのように各地方の独特な魅力を伝え、一体的に発信して、我が国に外国人を呼び込む取組が重要である。
- さらに、国内外でのイベントにおける発信を強化するとともに、インターネットを含め、様々なチャネルを使った発信を強化することが重要である。
- 加えて、東日本大震災を踏まえ、日本の復興について、適切に情報発信する必要があるが、海外では、我が国に関する状況が必ずしも正確に伝わっていない。

海外への情報発信に当たっては、従来からの新聞・放送メディアに加え、ソーシャルネットワーキングサービスが大きな役割を果たしてきており、国際的なクールジャパン関連イベントを含む多様なチャネルを通じた多言語による正確かつ迅速な情報発信が重要となっている。

コンテンツをはじめとするクールジャパンを海外に展開していくこと自体が、世界に対して日本の力強い復興の意思を発信していく点にも留意が必要である。

過度の自粛による悪循環に陥ることなく、クールジャパンに関する活動を通じて、国内を明るく元気にし、復興を加速することが求められる。

・クールジャパン発信の仕組みの構築

クールジャパンに関するコミュニケーション戦略を担う「クリエイティブ・ディレクター」を設置するとともに、海外においてクールジャパンを発信する人財（「アンバサダー」）をネットワーク化し、戦略的な情報発信を行う。（短期）

（経済産業省）

コ・フェスタ、メディア芸術祭、各種見本市をはじめとした国内

でのイベントに関し、海外への情報発信強化や外国人を呼び込むための取組を進めるとともに、海外からの出展の増加を図る。(短期)

(経済産業省、文部科学省、内閣官房、総務省、外務省、国土交通省)

ロンドンオリンピックや周年事業（例、「日米桜寄贈 100 周年事業」）に代表される国際的イベントを活用し、府省横断的にクールジャパンを発信する仕組みを確立する。また、地方自治体とも連携して地域に根ざしたクールジャパンを発信する仕組みを確立する。(短期)

(外務省、内閣官房、総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省)

・東日本大震災を踏まえた情報発信

多言語ポータルサイトを通じた適切な情報発信、国内外のクールジャパンに関連するイベント、復興キャンペーン、海外との人的交流を通じ、海外に対し、震災からの復興に関する情報発信を行う。(短期)

(内閣官房、総務省、外務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省)

国内において、クールジャパンによる創造的復興に向けた意識を醸成するための情報発信を行う。(短期)

(内閣官房)

・イメージ戦略の推進

イメージ戦略の一環として、クールジャパンに関するポータルサイトによる多言語発信の強化や、ロゴマークの作成を含む統一的なイメージによる発信を行う。(短期)

(内閣官房)

世界的な有識者により、文明に関する意見交換を行う国際会議を日本において開催し、世界に向けて新たな価値を発信する。(短期)

(文部科学省)

・映像や放送の展開

放送番組を含む映像コンテンツの海外展開を促進するため、官民が連携するコンソーシアムを設置するとともに、現地語対応も含め、民間による海外発信のための取組を支援する。また、権利処理を円滑化するため、ガイドラインの策定を含む検討の場を設置し、必要な措置を講ずる。(短期)

(総務省、文部科学省、外務省)

クールジャパンの対外情報発信の強化を図るため、各国・地域の衛星放送やケーブルテレビを通じた国際放送の普及に向けた取組を支援する。(短期)

(総務省)

・国際線での情報提供

我が国発着の国際航空路線へのクールジャパンに関する映像の提供を進める。(短期)

(内閣官房、総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省)

・コンテンツを活用したクールジャパンの発信強化

影響力が大きい映画・ドラマ・ゲームを活用し、作品中にファッションや食といったクールジャパンを登場させるよう民間の取組を促す。(短期)

(経済産業省)

(3) クールジャパンの人気を拡大させる。

【情勢認識】

- クールジャパンを発信した後、人気を更に拡大させていくことが必要である。このためには、熱心なリピーター層を形成し、訪日外国人の増加を国内経済の活性化に結び付けていくことが重要である。その際に、観光客のみならずビジネス客も含めることでその効果はより増大する。例えば、ラスベガスは、大規模見本市によって今やカジノよりも多くのビジネス客を集めている。我が国においても、国際見本市への外国人入場者数を大幅に拡大することが重要であり、現在の約 6.5 万人を 2020 年までに 30 万人に増やすことを目指して取り組む必要がある。
- また、特に影響力が大きく、中核となり得るオピニオンリーダ的な外国人の「ファン」の一群を創り、クールジャパン人気を連鎖的に拡大していく仕組みを構築する必要がある。
- さらに、クールジャパンの優れた取組を顕彰し、関係者の意欲を高めつつ、世界にクールジャパンの発信を強化することにより、人気を拡大する基盤を確立することが重要である。
- これらを通じ、日本にとってのクールジャパン関連産業の市場規模を約 4.5 兆円(2009 年)から 17 兆円(2020 年)に増やすことを目指す。
- 加えて、東日本大震災は、日本の食、観光、製品への信頼性に短期的なショックを与えており、日本のブランドイメージの回復を早急に図ることが喫緊の課題であることから、その取組に直ちに着手する必要がある。

・東日本大震災を踏まえた日本のブランドイメージの回復

日本の食に関するイメージの回復を図るため、正確な情報発信を図るとともに、国内の検査体制の強化、輸出に必要な証明書発行体制の構築をはじめとした体制整備を行う。(短期)

(農林水産省)

日本への観光の回復を図るため、正確な情報発信や観光イベントへの支援強化を行う。(短期)

(国土交通省)

風評被害による物流の停滞を防ぎ、貿易の円滑化を図るため、日本の製品に関し、正確な情報発信を図るとともに、国が指定した検査機関が行う輸出品に対する放射線量検査の検査料を補助する。(短期)

(経済産業省)

適切な情報発信を行い、不適切な報道への対応を在外公館を通じて行うとともに、過剰規制とならないよう外交ルートを通じ海外当局に働きかけを行う。(短期)

(外務省、農林水産省、経済産業省、国土交通省)

・「クールジャパン大賞（仮称）」による顕彰

クールジャパンの取組のうち、特に優れたものやクールジャパン推進に顕著な功績を残した人物・団体を顕彰することを通じて、クールジャパンの人気の拡大を図る。(短期)

(経済産業省、総務省、文部科学省、農林水産省、国土交通省、外務省)

・クールジャパンのリピーターの拡大

日本のファンとなる観光客やビジネス客の増加を図るため、国際見本市とも連動させながら、クールジャパンをテーマとした訪日旅行ルートの開発を推進する。(短期)

(国土交通省、文部科学省、経済産業省、農林水産省)

地域の活性化や観光客の増加を図るため、史跡の復元・公開や地域の伝統芸能といった日本各地の特色ある文化遺産を活かした取組を支援する。(短期)

(文部科学省、国土交通省)

・ **国際見本市の活性化と情報発信**

国際見本市は、グローバルに情報発信する優れた場であるとともに、経済活性化につながるビジネス客を引き寄せる有効なツールである。このため、各地の観光資源との相乗効果を高めながら、我が国で開催される国際見本市の活性化を支援する。(短期・中期)

(経済産業省、国土交通省)

・ **情報リーダー招へい**

海外プレス、著名ブロガー、クリエイターを招き、クールジャパン人気を拡大する。(短期)

(外務省、文部科学省、国土交通省、経済産業省)

・ **地理的表示保護制度の導入検討**

高品質な我が国の農林水産物や食品について、そのブランドイメージを保護し、その輸出促進を図るため、農林水産物・食品に係る地理的表示(Geographical Indications、GI)の保護制度の導入に向けた検討を行い、結論を得る。(短期)

(農林水産省、経済産業省)

・ **ACTA (模倣品・海賊版拡散防止条約 (仮称)) の参加促進**

ブランドの価値を国際的に守るため、アジアをはじめとする諸外国に対し、ACTAへの参加拡大を促す。(短期・中期)

(外務省、経済産業省、文部科学省、総務省、法務省、財務省)

(4) **クールジャパンの基盤を整備する。**

【情勢認識】

○東日本大震災により被害を受けたクールジャパン関連基盤の復旧・復興を速やかに進めていく。今後の復興に当たっては、被災地域の要望を踏まえながら、クールジャパンを活用した復興が重要となる。

○加えて、クールジャパンのグローバル展開を進めるに当たり、分野によって諸外国の規制が障害となる場合がある。例えば、コンテンツ分野では、従来から一部の国で他国の映画や放送番組に関する数量規制やゲーム機の輸入規制などの障壁が引き続き存在しており、国として緩和・撤廃に向けた取組が不可欠である。また、海外においては、在外公館を中心に、クールジャパンに関する取組をサポートする体制を強化する必要がある。

・クールジャパン関連基盤の復旧・復興

文化資源、観光資源、情報通信基盤の速やかな復旧を図る。(短期)

(総務省、文部科学省、国土交通省)

クリエイティブ拠点の整備をはじめとしたクールジャパンに関連する様々な施策の実施に当たり、被災地域・関係者の要望も踏まえて当該地域内で実施することも含め、復興に資するよう配慮する。(短期・中期)

(総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省)

東日本大震災に対応して抜本的に内容を強化した公的融資・保証により、中小企業の資金繰り対策を強化するとともに、被災した中小企業の施設復旧のための人材・資金面での支援を実施する。(短期)

(経済産業省)

権利者の協力を得て行う被災地域に対する効果的な情報提供、読

み聞かせ、移動図書館サービスの提供といった公共図書館の取組を促進する。(短期)

(文部科学省)

・クールジャパンに関する諸外国の規制の緩和・撤廃

アジア市場をはじめとする諸外国におけるコンテンツや食に関する規制の緩和・撤廃を強く働きかけ、実現する。(短期・中期)
(外務省、経済産業省、総務省、文部科学省、農林水産省)

・在外公館によるクールジャパンの支援強化

現地ニーズを踏まえた海外展開を促進するため、重点国・都市を選定し、在外公館を中心に、現地関係機関や民間が連携する「クールジャパン支援タスクフォース(仮称)」を創設する。また、クールジャパンに関する民間の海外での活動の際に、在外公館を中心として、施設の提供や大使をはじめとする外交的なプレゼンスや現地ネットワークを活用した支援を行う。(短期)
(外務省、経済産業省、農林水産省、国土交通省)

・クールジャパンに関する文化関係者のネットワーク形成

東アジア諸国の文化人・芸術家が一堂に会する会議を日本において開催し、人的ネットワークを構築するとともに東アジア諸国の文化交流を促進することを通じ、クールジャパンの発信のための基盤を強化する。(短期)

(文部科学省)

・クールジャパンに関する拠点の整備

農林水産品・食品の輸出に当たって検疫条件を満たすための施設を整備する。(短期)

(農林水産省)

日本をアジアや世界におけるクリエイティブ分野の中核的な発信地とするため、首都東京のブランドの再確立や地域におけるクリエイティブ拠点の整備を推進する。(中期)

(経済産業省)

3. 基盤となる人財育成を加速する。

【情勢認識】

- コンテンツ人財に関しては、例えば、映像分野において制作機会が減少傾向にあり、依然として厳しい雇用環境にある。一方、インターネットを通じたコンテンツの作品の発表・共有の機会は増え、グローバル展開のチャンスも拡大している。
- 我が国の個人の創造レベルは高く、これを活かした創作基盤の強化を図ることが重要である。また、プロデューサーをはじめ、国際的に通用する人財の育成が重要である。このため、将来が期待される人財に継続的に制作機会を提供するといった支援を行うとともに、我が国が、世界から人財、企業、情報が集まる「本場」となるための環境整備を引き続き進めていく必要がある。

(1) 人財育成の根幹となる創作基盤を強化する。

【情勢認識】

- デジタル化・ネットワーク化の進展に対応し、新たなコンテンツを創造する基盤の強化が必要である。我が国の個人の創作レベルは高く、様々な可能性を有している。デジタル制作ツールが利用しやすい環境となり、ソーシャルネットワーキングサービス・動画共有サイトの普及に伴い、独創的な二次創作が行われ、それがビジネスにつながる動きも出てきている。

- ・ 創作基盤としての二次創作の円滑化

パロディに関する法的課題を検討するとともに、インターネット上の共同創作や二次創作の権利処理ルールの特明確化のための取組を進める。(短期)

(文部科学省、経済産業省)

・デジタルコンテンツの活用促進

インターネット上で、個人が既存のコンテンツの一部を紹介することや二次創作を円滑化し、デジタルコンテンツの活用を促進するため、包括契約のベストプラクティスを紹介するとともに、権利侵害についての民間コンセンサスの形成に向けた取組を支援する。(短期)

(文部科学省)

(2) グローバルに通用する人財基盤を強化する。

【情勢認識】

○クールジャパンの海外展開を推進するに当たっては、グローバル・ネットワークを活用してビジネス化できるプロデューサー人財が不可欠である。昨年4月に、コンテンツビジネス関連人財の一つの到達目標となる国家資格が創設され、今後、一定の能力を有する人財が増えることが期待される。しかし、現状では、こうした人財は十分とは言えない。グローバル展開のビジネスチャンスを創るとともに、優秀な人財が集まる環境を整備し、若手クリエイターも含めた人財育成の仕組みを構築していかなばならない。

また、低年齢層から、情報を多面的に理解する能力を醸成するとともに、様々なコンテンツに触れ、その真の価値を見極める能力を育成していくことが重要である。

・プロフェッショナル人財の育成

プロデューサーの育成を支援するとともに、国際実務に精通する

「エンターテインメント・ロイヤーズ・ネットワーク」とコンテンツ事業者との交流の場を設け、国際的なビジネスへの対応を強化する。(短期)

(経済産業省、文部科学省)

・若手クリエイターの育成

若手アニメーターに制作機会を提供することを通じ、人財育成を推進する。(短期)

(文部科学省)

コンテンツ分野に関し、専門学校や大学と産業界が連携する産学コンソーシアムを設置し、社会人が学びやすい学習体系の導入も含め、実践的な職業能力を育成する学習システムを構築する。(短期)

(文部科学省)

若手を含め、海外クリエイターの招へいを通じ、クリエイターの国際交流を促進する。また、日本各地に、海外クリエイターの創作活動の拠点(アーティスト・イン・レジデンス)を形成する。(短期)

(文部科学省)

・クリエイターの裾野拡大

コンテンツ分野のクリエイターによる学校訪問の機会を拡充し、児童生徒の頃から様々な芸術文化表現を体験することにより、コミュニケーション能力や様々な作品の真の価値を見極める能力を涵養するとともに、学校教育における創造活動、知財教育及び情報モラル教育(情報社会で適正に活動するための基となる考え方や態度を身に付けるための教育)を充実する。(短期)

(文部科学省)

参考 1 コンテンツ強化専門調査会

大崎 洋	吉本興業(株)代表取締役社長
大多 亮	フジテレビジョン (株) 執行役員デジタルコンテンツ局長
角川 歴彦	(株)角川グループホールディングス代表取締役兼CEO
川上 量生	(株)ドワンゴ代表取締役会長
久夙良木 健	(株)ソニー・コンピュータエンタテインメント 名誉会長
佐藤 直樹	日活(株)代表取締役
○ 末吉 亙	弁護士
杉山 知之	デジタルハリウッド大学学長
谷口 元	エイベックス・ミュージック・パブリッシング(株)代表取締役社長
◎ 中村伊知哉	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授
別所 哲也	「ショートショート フィルムフェスティバル & アジア」代表/俳優
吉羽 治	(株)講談社ライツ事業局局長

◎：専門調査会会長 ○：専門調査会副会長

(五十音順、敬称略；2011年5月13日現在)

参考2 コンテンツ強化専門調査会 検討経緯

第1回 2010年11月 8日 10:00～12:00

- ・ 知的財産推進計画2010の進捗状況について
- ・ 知的財産推進計画2011に向けた今後の検討課題について

第2回 2010年11月24日 13:00～15:00

- ・ コンテンツの海外展開施策について

第3回 2010年12月 8日 13:00～15:00

- ・ コンテンツ分野の人材育成等に係る課題について

第4回 2010年12月20日 15:00～17:00

- ・ デジタル化・ネットワーク化に係る課題について

第5回 2011年 1月17日 15:00～17:00

- ・ 書籍の電子配信を巡る課題について

第6回 2011年 2月10日 13:00～15:00

- ・ 知的財産戦略に関する論点整理
- ・ 「知的財産推進計画 2011」骨子に盛り込むべき事項について(コンテンツ強化関連)

第7回 2011年 2月25日 13:00～15:00

- ・ 「知的財産推進計画 2010」進捗状況について
- ・ 「知的財産推進計画 2011」骨子に盛り込むべき事項について(コンテンツ強化関連)

第8回 2011年 3月10日 15:00～17:00

- ・ 「知的財産推進計画 2011」骨子に盛り込むべき事項(案)について(コンテンツ強化関連)

第9回 2011年 4月26日 15:00～17:00

- ・ 「知的財産推進計画 2011」に盛り込むべき事項(案)について(コンテンツ強化関連)

第10回 2011年 5月13日 14:00～16:00

- ・ 「知的財産推進計画 2011」に盛り込むべき事項(案)について(コンテンツ強化関連)