

## （別添2）コンテンツ専門調査会に対する意見（個人）

（番号は受付順）

	意見
1	<p>自らe ビジネスを立ち上げている立場から、コメントをさせていただきます。</p> <p>今回の一連の取り組みについて、“コンテンツ市場全体を大きくしていく”という視点が弱いように感じております。推進計画自体には随所にその問題意識が表れていますが、新しい流通媒体の特性に応じたコンテンツの開発・流通』を第一の目標として捉え、実験的なR&amp;Dを果敢に行い、そこへの投資拡大を誘導していく必要があると思われます。既存のテレビ局、ソフトウェア会社、映画会社等の力を活かし、伸ばして行く方策が必要でしょう。</p> <p>麻生総務大臣も最近表明しておられたようですが、例えば、デジタル放送によって可能になる双方向コンテンツに関しては、先行するイギリスにおいて競馬の賭けが人気を博している等の情報は少なく、そういった部分に力を入れようとする向きはなかなか見られません。こうしたゲーム・放送・通信が融合するような世界を発展させてこそ、日本の産業政策としての意味があると考えます。そしてもしこうした事業に参入障壁があるのならば、それを無くしていくような施策を進めるべきではないかと考えます。JVや投資ファンドが弱いことに対し、突っ込んだ議論も必要でしょう。</p> <p>また、仕事関係で海外に行くと、例えば欧州では、数多くの言語のニュースチャンネルが提供され、各国毎の視角が、そのコンテンツを通じて提供されているのを感じます。独 仏では、第二次世界大戦の反省にたって立ち上げたチャンネルもあると聞いていますが、そういった文化的な浸透をきちんと図っていかない限り、日本のコンテンツが海外において、真の意味で受け入れられることは無いでしょう。</p> <p>かつて、経済産業省のコンテンツ産業国際戦略研究会中間とりまとめにおいて、同様の意見を拝見しましたが、NHK等によるニュースチャンネルの展開を後押しする必要もあるのではないのでしょうか。狭いケーブルチャンネルに帯域を得るためには、財政面での後押しも必須と考えます。例えば観光振興について、日本でもCNN等を通じて様々な国のPRが見られますが、日本のものは皆無です。“目に見えないもの”（コンテンツももちろんそうですが）の持つ効果・影響力にもう少し着目すると、最終目的である知財戦略の推進につながるのではないのでしょうか。そういったところをこそ、政府が戦略的にフォローすべきと思います。</p> <p>また、『コンテンツ業界の取引適正化・構造改革を行う』との項目もありますが、コンテンツが非常に労働・資本集約的産業であることへの配慮も必要と考えます。製造業を見るまでも無く、ソフトウェア・アニメ業界を筆頭に、これから急速に海外へコンテンツ制作が移転する方向にあります。ハリウッド・欧州のメディア産業とも、それぞれの知恵と工夫のなか、‘National Champions’を海外に押し出していき姿勢がはっきりしており、日本国内の所得の再配分だけを考えていては、縮小均衡に陥りかねません。</p>

	<p>トヨタなど自動車産業が日本の雇用を支えているのは、まさに海外のマーケットで卓越しているからであって、いわゆる「下請保護」的な考え方から早く脱却しないと、逆に中国をはじめとするアジア諸国に飲み込まれる可能性さえあるのではないかと、という危惧を覚えます。</p> <p>既存のコンテンツの有効活用を図る』ともありますが、これは個人の権利制限と深く関わる部分でもあります。とくに著作権は人格権に関わる部分が多く、「知財」「産業」視点のみで扱うのは難しいのではないかと考えます。月並みな表現ですが、大胆な試案を提示し、国民的な議論とするべきではないでしょうか。</p> <p>以上、関心の赴くままに書きましたが、何かのお役に立てれば幸いです。</p>
2	<p>コンテンツ産業の推進はごもつともなことです。</p> <p>しかし、国内における推進のために、まずは、アニメDVDの内外価格差をどうにかしてほしいものです。クラッシュジョーというアニメがあるのですが、以前日本では、定価15,000円で販売されていましたが（絶版かと思いますが、在庫がある通信販売ショップでは現在13500円ぐらいでしょう）、最近、アメリカでは実売価格がたったの20\$です。内容も映像自体は変わりませんし、アメリカ版は日本語音声に加えて英語音声付きです。付属のパンフレットなどに違いがあるのかもしれませんが、一般的に言って日本の消費者をバカにしているとしか感じられません。</p> <p>黒澤明の作品なんかも内外価格差を感じるがあります。</p> <p>以上について、課題として認識いただければ幸いです。</p>
3	<p>私は、現代美術を創作しています。コンテンツが大事だとか、人材育成が大事だと言いながら、多くの現代美術家は、カラオケボックスでバイトしたりして、制作費を捻出し、ギャラリーのレンタル代を払います。</p> <p>色々支援をとか、贅沢なことは言いません。せめてギャラリーのレンタルに助成を頂ければと思います。</p> <p>あと、専門部会にもかかわらず、肝心の創作者が、いないのは何故ですか？</p>
4	<p>第4章の2の(1)の2など、各所に関係していると思う反面、手薄とも感じられるのは、プレゼンテーションに係る権利擁護の問題です。身近な者の例とだけしておきますが、SOHOなどが、大手からのたまにある呼びかけに応じてコンテンツなどを納品しても多数の競合になっており（それさえも知らされないことがあるとか）、採用は1つだけで残り分はボツになって注力した時間、頭脳、労力が報われない、場合によっては一部分を取られていても、これからのことがあるので何一つ言えないとの状態を法的にも保護、担保する仕組みを検討すべきと思うのですが。</p>
5	<p>計画第4章2(1)2「権利の付与等により保護を強化する」の項目はいずれも慎重な検討を要する。特に、「レコード輸入権」、「著作権等の保護期間」、「ゲームソフト等の中古品流通の在り方」などは、いずれも著作物の利用に対する大きな制約となり、著作権法第1条の「この法律は、著作物並びに実演、レコード、放送及び有線放送に関し著作者の権利及びこれに隣接する権利を定め、これらの文化的所産の公正な利用に留意しつつ、著作者等の権利の保護を図り、もつて文化の発展に寄与することを目的</p>

	<p>とする」との規定の精神にも反することとなりかねないものである。また、そもそもこれら権利を強化することによって、「知的創造サイクル」なるものが実現されるとは到底考えられない。</p> <p>「レコード輸入権」は、レコードの海外からの輸入を禁止または制限することにより、再販価格維持制度に守られた国内市場におけるレコードの価格を高止まりさせることによって若年層のますますの音楽離れを促進し、かつ、洋楽の輸入に影響が及ぶことによって、アーティストが海外の幅広い楽曲に接することによる多様な音楽の創造に悪影響が及ぶ恐れもある。洋楽輸入盤の販売が減少し、音楽愛好者が輸入盤、国内盤など、多様な選択肢を失うこととなれば、洋楽における音楽離れも促進されると懸念される。</p> <p>「著作権等の保護期間」に関しては、英米において保護期間が延長されていることに鑑みて「横並び」的に延長するのは適当ではない。文芸、美術、音楽等の著作物は、過去の創作の上に新たな創作を加えて発展してきたものであり、その利用禁止期間を無用に延長することにより、逆に「知的創造サイクル」を破壊することとなりかねない。</p> <p>「中古」云々は最高裁判所によって著作権法の目的に反すると明確に否定された論理を再度俎上に載せたものと思料するが、かかる提案司法をないがしろにするにとどまらず、我が国としてもその見識を疑われる恥ずべき提案である。</p> <p>これら提案はいずれも「知的創造サイクル」に資するものではないばかりか、逆にそれを破壊する恐れが高いものであって、極めて有害と考える。</p> <p>著作者の創作の上に寄生する著作権関連業界（出版社、レコード製作者等）の保護を「知的創造サイクル」なる美名の下で検討する愚を犯すことは、厳に慎むべきである。</p>
6	<p>現行の著作権の登録、及び工業所有権の実施（使用）権登録制度は、コンテンツの流通促進を考えた時、大きな阻害要因となっている。</p> <p>最大の問題は、コンテンツに係る著作権、特許権、商標権等が移転した場合、従前の利用関係者と譲受人とが、旧態然とした不動産登記と同様に、対抗関係と位置付けられることから、単なる非独占的なライセンスの場合であっても、譲受人が登録を得た途端、従前のライセンス関係が反射的に消滅してしまうと法律で規定されていることである。</p> <p>なお、工業所有権の場合は、通常実施（使用）権の設定登録という対抗手段が法定されているため、論理的には欠陥とまで評価すべきではなからうが、著作権の登録の場合、利用権に関する何らの登録制度もなく、例外的に、プログラムの著作権に関する媒体物の複製物の所有者が従前の複製（翻案）を継続しても違法視されないとの利益を有するだけである。</p> <p>更に、工業所有権における通常実施（使用）権の設定登録の場合でも、現実の利用頻度が低く（企業においては、ライセンスを受けた、与えたは、そのこと自体が営業秘密と位置付けられていることが多い。）対抗手段があるとの議論は空論である。</p>

不動産取引において、所有権の移転登録に対抗しうる賃貸借の設定登録があると議論していても、誰も利用しなかったとの実情に全く沿わない空論であったが故に、借地借家法が、土地上の建物の保存登録や建物の占有というその余の社会的事象を借地借家権の対抗要件に位置付けたことを考えれば、利用権に関する登録制度が観念的には存在すると議論するのは、社会的には意味がない。

コンテンツの流通に際して、従前の利用関係を保護すべき法制度が確立されていない問題点は、次の2点に問題が集約している。

一つは、コンテンツの担保化を阻害している点である。

コンテンツに関連して発生していた既存のライセンス関係が、担保の実行に伴い法論理的には全部消滅するため、ロイヤルティによる収益を期待して融資を行うべきインセンティブが著しく裏切られる。

知財評価として収益還元的な発想で、コンテンツが従前に挙げていたロイヤルティを基礎におかんとし、肝心の評価を行うための法的基盤が存在していないのは背理である。

二つは、コンテンツの譲受人に、まっさらな、利用関係の付着していない権利関係を提供することは、コンテンツの流通を促進することにはならない点である。

知的財産権の場合、利用されてこそ、価値が発生する。

ところが、不動産と異なり、誰もが利用できる財産でないのが知的財産である。

したがって、従前の利用関係を移転登録に伴って抹消して、真っ白な権利として、さあ自由に利用できるでしょう等といった法制度を予定しても、コンテンツの流通には全く役に立たない。

むしろ、従前のロイヤルティ収入が実利として付着したまま流通する方が、既に確立した他人利用システムをそのまま引継げる分だけ、譲受人にとってはメリットである。

このことは、金融機関等、当該コンテンツ業界と異なる他業種から、知的財産を評価して融資を行わんとする場合を考えれば、いっそう顕在化する問題である。

比較法的に勘案しても、エクスクルーシヴ・ライセンスと原権利者との関係や二重譲渡事例の譲受人同士の関係のように、二者が並び立たず、といった関係において、登録制度を利用して調整を図る法制度はあっても、単なる非独占的なライセンシーのような利用権者の場合まで登録を強要する法制度をとる国は少ないかに思われる。

アメリカにおいては、契約書が書面としてあれば、ライセンシーは登録譲受人に対してライセンス関係を主張できるし、登録譲受人側としても従前のライセンス関係の存在を前提として、その対価(金融機関が介在する場合、自己実施を予定するものではないため、従前のロイヤルティ収入が確保されていることの方が評価を高める)を設定するのが法基盤となっている。

近時、盛んな、知財の証券化の議論にせよ、証券化の対象はあくまでも受益権としてのロイヤルティないし将来事業における収入であり、知財がその担保として信託的移転、又は担保的移転するというスキームをとることが通常であることを考えると、知財の担保の実行ないし信託的移転の完成が登録としておこった途端、従前はライセン

	<p>ス契約に基づいて支払われていたロイヤルティ収入が消滅するという法制度は、あまりに不動産の登記制度に引きつられた法制度である。</p> <p>不動産登記において、土地・建物の利用関係者が常に土地・建物の所有権者と対抗関係にたつとされた理由は、あくまで、土地・建物という有体物の利用は、その占有を伴わなければなりたないという占有概念に基づく、2者、並び立たずとの関係が認められたからである。</p> <p>占有概念のない無体財産である知的財産に関してまで、利用権者と譲受人との関係に対抗関係にたつものと考えべき法論理的な基盤はなく、単なる、不動産登記とのアナロジーで現在の法解釈がなされているに過ぎない。</p> <p>ましてや、ネット時代を迎えて、幅広いコンテンツの利用関係の設定が予定され、かつ、当該利用関係があるからこそ、その財産的価値が認められている現代にあつて、コンテンツの権利者が変わりましたから利用関係は消滅します、そのかわりロイヤルティは支払わなくてもよくなります、もし、利用を継続したい場合は、新しい権利者の方と契約交渉して下さい、なお、様々な例外規定により、お金を支払わなくても、従前と同様の利用行為が適用行為とされる場合もあります、等といった法制度は、早急に見直すべきである。</p> <p>特に、著作権の場合、今後、そのパブリシテ的な訴求力(ゲーム、漫画、映画、アニメの顧客吸引力)に期待して積極的な投資を考えようとしても、全体の登録数自体が年間で僅か数百件しかない登録制度のために、利用関係が排他されるリスク要因として、著作権の登録を常に考慮して融資等のスキームを考案しなければならない現在の法的状況は、極めて不合理と考える次第である。</p>
7	<p>アニメ海外展開振興調査事業について</p> <p>1. アニメ産業の現状(背景)</p> <p>日本のアニメーション産業は国際競争力が高く、優位性を維持していると看做されているが、世界的な劇場アニメの興行成功とかTV放映実績に見られるように一定の成果は出ているものの、現状の動きはプロダクション単位であり、国の有望産業としての戦略的アプローチを以って徹底的に席捲しようという動きとしては弱く、海外市場展開はまだまだ期待できる。</p> <p>例えば、産業としての実態統計把握もなされておらず、また各国におけるMANGA文化の発展経緯を踏まえてのジャパニメーション市場拡張のためのアプローチは、各国のファン及びアニメ関係者の期待するところであるが、輸出産業として対応しているとは言えない。</p> <p>一方で国内市場を眺めた時、今年度4月16日現在のTV放映アニメ番組数は新規と継続を含めて週72本。これを36社の元請プロダクションが全国で約400社と東南アジア(韓国、中国、フィリピン他)の下請け会社と共同で制作している。30分番組で製作費は1本当たり400万円、800~1200万円と放送局別に3層構造をなし、海外での製作費用と比べて仏27万ユーロ(約3510万円)、米3500万円とは数倍の開きがあり、</p>

製作資金出資元の広告会社、放送局に対しては契約面で脆弱であり、国内ビジネスは壁にぶつかっている。

かような国内ビジネスを行いつつ、従来の製作後の二番目市場としての海外市場ではなく、当初から海外市場を想定した新しいビジネスを行おうという中堅のプロダクションが数年前より台頭しつつある。

更に大手プロダクションを中心とした劇場用長編アニメは、年間映画興行成績トップ10の7本、トップ20の11本を占め(2000年)、プロダクションにとって映画ビジネスへの大いなる展開も選択肢に含まれる。

## 2. 一つの想定ビジネスモデル(ターゲットの設定)

近い将来に目指すべき世界市場を想定した理想的なビジネスモデルの方向を考える。マーケティング面からは、MANGAの文化的昇華のアプローチ。ここでMANGAとはジャパン・コミックとジャパニメーションで、コミック、アニメはキッズ向けとの固定観念の打破を、例えば仏ジャパニエキスポなどのイベントを積極的に支援する方向で加速させる。また、アニメの総本山は日本との意識で、世界に向けたMANGAの情報発信と有望な地域からの要望に対応できる国際フェスティバルに変革していく。

制作面は、動画の制作国外発注の現状を肯定し、国際共同制作を前提に考えざるを得ない。従って、作品の企画とプリプロ、ポストプロを中心とした品質管理及び制作管理によりウェイトがシフトしていく。デジタル化の状況は主たる2Dセルアニメで、原画、動画、背景作画工程以降がほぼ完了。国際共同制作を考慮すると、作画のデジタル化が課題であるが、これは既に一部行われており、時間の問題でフルデジタル化は実現されるだろう。最近の傾向はフル3DCGアニメと2D及び3DCGの合成アニメの一般化であり、手書きの2Dセルアニメ、デジタル2Dセルアニメ、3DCGアニメ、ハイブリッドアニメが共存する状態となるだろう。

製作資金調達面では、プロダクションが直接・間接金融によって資金調達できる経営基盤を早急に備えなければ元より話にならない。それがあつての海外ビジネス展開であり、閉塞した国内ビジネス環境からの脱却である。海外は放映権、興行権を分配する海外製作委員会方式が一般的となる。

流通面では、映画・TV配給、アニメパッケージ流通の整備、拡充について、経済圏、国家単位の放映規制、興行規制、複数国共同制作の定義(ポイント制度)などの市場展開障壁を戦略的に対処していく必要がある。

## 3. アニメ業界としての当面の課題

- ・制作、放映、興行実績統計、輸出統計などビジネスの基本統計
- ・諸外国の規制、制作支援策分析とアニメ制作・流通協定の締結
- ・海外向けプロモーション活動のあり方、総本山としての自覚と行動
- ・マーケティングと海外展開戦略の検討
- ・制作管理システム他経営のシステム化確立と経営基盤整備
- ・製作資金調達基盤整備(R)
- ・フルデジタル化と海外共同制作コラボレーションシステム検討

- ・その他業界の構造的課題 (契約、著作権、不正コピー防止、人材育成機関設置など)
- ・制作の流れ、金の流れ、物の流れ (流通)、権利の流れの現状 (業界構造) と在るべき姿 (夢の構想) の模索

#### 4. 今回の調査事業の目的及び概要

上記課題について、官民の役割分担を明確にし、2年間程度で対処すべく、先ず基礎的準備のための調査を「アニメ海外展開振興調査事業」として実施する。具体的には、国内、海外を含めたビジネスの基本統計方法論の検討と試行、海外ターゲット市場の検討とその地区の規制、制作支援策調査と展開方法の可能性調査、製作資金調達基盤整備 (R) の基礎研究とそれに繋がる経営基盤整備のための制作管理システムの基本設計を実施する。

#### 5. 事業内容

##### (1) アニメビジネスの基本統計方法論の検討と試行

国内のアニメーション作品の制作点数、尺数、制作費用、売上金額について、現状は統計値を押える仕組みがない。また動画作画を中心とした国外発注についても内容を初め、数、量、金額ともに業界全体としての実態が見えていない。国内のTV作品、劇場用長編作品、OVA含む映像パッケージ作品について、上記の基本統計を行う方法論を検討し、継続的に統計把握できる仕組みの検討と試行を実施する。

海外向けビジネスの実績についても、TV、劇場、パッケージについて、数、量、金額の基本統計を行う方法論を検討し、継続的に統計把握できる仕組みの検討と試行を実施する。併せて、海外共同制作の実態を把握できる仕組みについても検討する。

##### (2) 規制、制作支援策調査と展開方法の可能性調査

海外ターゲット市場の検討とその地区の規制、制作支援策調査と展開方法の可能性調査を行う。主要地区を設定し、マーケティング&展開戦略検討のための下地の調査を実施する。(日中韓についてはMETIが包括的に推進中)。

##### (3) 製作資金調達基盤整備のための基礎研究と制作管理システムの基本設計

既存の製作資金の窓口を拡大し、海外共同製作を含めて一般的な投資を受けるためには、法制度の改変問題もあるが、ここでは投資を受け入れられる近代企業としての経営基盤を確立し、制作そのものを含む企業活動情報をきちんとオープンにするための製作資金調達基盤整備 (R) の在り方を研究する。また、その核となる制作管理システムの基本設計を行う。