

コンテンツをめぐる課題

第1 コンテンツへの期待の高まり

1. コンテンツ市場規模の拡大

2004年(実績)	2015年(目標)
13.6兆円 (うち海外市場は0.26兆円)	18.7兆円 (うち海外市場は1.2兆円)

(経済財政諮問会議 経済成長戦略大綱／経済産業省 新経済成長戦略)

2. コンテンツは文化の重要な柱

放送、音楽、映画、ゲーム、アニメなどのコンテンツは、文化の重要な柱であり、ソフトパワーとして外交的にも重要。

第2 時代の背景

①デジタル化の加速

(ブロードバンド化の進展、放送のデジタル完全移行、IPv6 の普及)

②国際化の進展

③知識社会の到来

⇒ 本格的なデジタルコンテンツ時代が到来し、ネット上で誰でも気軽に参加してコンテンツが創作され、循環する時代へ

第3 これまでの取組

1. 全体

- ①コンテンツ促進法の施行
- ②ロードマップの作成

2. 業界の近代化・合理化

- ①下請代金支払遅延等防止法の改正・独占禁止法役務ガイドラインの改定
- ② 放送事業者の制作委託取引に関する自主基準・「放送番組の制作委託に係る契約見本」などの契約ルールの策定

3. 資金調達

- ①改正信託業法に基づく資金調達の活発化

4. 人材育成

- ①映像産業振興機構 (VIPO) の設立
- ②エンターテインメント・ロイヤーズ・ネットワークの設立

5. 海外展開

- ①東京国際映画祭の強化
- ②コンテンツ海外流通促進機構 (CODA) によるCJマーク普及活動

6. 新しいメディアを活用したコンテンツ流通

- ①IP マルチキャスト放送に関する著作権法改正 (予定)

7. 制作環境の整備

- ①子役の就労可能時間の延長

第4 残された課題（例示）

1. 全体

- ①コンテンツデータの整備
- ②通信・放送に関する法体系の検討
- ③著作権法の在り方に関する検討
- ④コンテンツ促進法の見直し
- ⑤新ロードマップの作成

2. 業界の近代化・合理化

- ①窓口権の問題など放送番組の制作委託における課題の解決
- ②映像実演などに関する契約のルールづくり

3. 資金調達

- ①コンテンツ分野の信託業への新規参入の促進

4. 人材育成

- ①優れたコンテンツを創作するクリエイターの育成
- ②国際的に通用するプロデューサーやエンターテインメント・ロイヤーの育成

5. 海外展開

- ①海賊版対策の充実
- ②国際コンテンツカーニバルの開催
- ③コンテンツ・ポータルサイトの充実

6. 新しいメディアを活用したコンテンツ流通

- ①マルチユースを前提にした契約の徹底
- ②NHKなどの放送番組アーカイブスの活用
- ③ユーザーに配慮したプロテクションシステムの採用

7. 制作環境の整備

- ①コンテンツの自由利用の促進
- ②海外ロケの積極的誘致やフィルム・コミッション活動の強化