

## コンテンツ専門調査会企画ワーキンググループ 提出資料

平成 18 年 11 月 27 日 重延 浩

日本が国際的に認められるためには・・・

- 1 まず、日本が魅力的な世界であること、新しい感覚の世界であること。才能を生み出す世界であること。
- 2 コンテンツ（内容）ではなく、コンテンツ（概念・哲学）が、なければならぬ。優れた概念・哲学から継続的に流通する国際コンテンツが生まれる。
- 3 優れた才能は自立しているもの、利用されるためにあるものではない。優れた才能を生み、育ててもらふ環境が大切。産業はその才能を活用する。
- 4 メディアはいつも「最適」なコンテンツが求める。実は「最高」のコンテンツが、世界をリードし、継続的国際コンテンツになるのではないか。「最高」コンテンツに向かう高度な創造の進化を決して忘れてはならない。
- 5 「最適」コンテンツの娯楽・教養はもちろん重要である。流通の推進力としても優れている。日本は、いかにして「最高」と「最適」を共存させうるか、考えるべきである。

日本に国際的能力があるか・・・

- 1 日本人には国際的に通用する能力がある。美的哲学・感覚が優れている。繊細である。独創性がある。新しい発想がある。自然との協調性がある。
- 2 アジアにおける、日本の若い感性への憧れを大切にすること、ヨーロッパの日本に対する、東洋観、神秘性、人間と自然の心優しさへの憧れを大切にすること、アメリカからの、独自の歴史をもつ日本、繊細な心の日本、新技術を創造する日本への憧れを大切にすること。これらはかけがえの無い知的財産である。欧、米、亜からの日本的ポップ文化への好奇心を増幅・進化させること。これは日本の持つ先進性の象徴になる。日本人には、伝統的に高度な遊びの才能があることを広報し、謳歌したい。  
この深い伝統と、新しい遊びの発想の共生こそ、真の日本らしさである。世界には無い独創的共生である。大切にしたい。
- 3 国内で充足してしまっている才能が多い。国際的に進出する欲望が少ない。国際的情報収集能力が無い。国際的言語を操らない。国際進出の積極性がない。スピードが無い。ジャーナリズムの感覚が足りない。資金募集の能力が無い。国際的配給・販売のノウハウがない。国際的広報戦略を知らない。21世紀には、これを超越する新クリエイター、新プロデューサーが必要である。

コンテンツ流通は・・・

- 1 「最適」なコンテンツは、ドメスティックな成功として、今後も産業的には成立しつづける。地上波放送は、放送だけではなく、他事業での展開も必要になる。メディアの拡散で利益構造は複雑になる。「最適」コンテンツの多様な流通はふえるだろう。マルチユースは新しいネット産業、インフラの企業に貢献はできる。しかし、コンテンツ供給側の大きな利益にほんとうになるだろうか。それだけの公正配分ができるだろうか。ネットに登場したチープコンテンツとの競合で、コンテンツ制作の単価は上がらないだろう。**検索嗜好を優先する無償のコンテンツに対応し、それに対抗できるのは、むしろ「最高」のコンテンツではないか、そこから生まれる爆発的、永続的、国際的価値ではないか、それが実は将来的に検索嗜好にも適応するのではないかと私は考えるのだが・・・。**
- 2 国際的コンテンツ流通は、現状アニメ、ゲームが動く時代で、映画は過渡期、放送ではアニメ以外は単発的流通にとどまると思われる。むしろフォーマット販売に可能性がある。  
映画は米、欧への進出方法、放送も欧、米への進出方法をさらに検討すべきである。アジアについては、著作権意識、違法性意識の改革を待つ。中国は2008年の北京五輪、2010年の上海万博が大きな変動期となり、楽しみである。
- 3 **国際的に成功する「最高」の創造を生む戦略が必要。**建築や、文学や、美術（デザインを含む）や、ファッションや、音楽や、グルメに、日本の独創的作家が「最高」のものを生み、活躍している。それを映画や、放送や、新しいアニメや、新しいゲームで、さらに加速していくには、国際的な戦略を、今こそ考えるべきであろう。さらに突然変異的ネット産業の誕生から生まれた**無償コンテンツ（チープコンテンツ）、検索嗜好型コンテンツとの、ユーザーの心理的变化を見つめる新しい戦略が必要である。無償の天才は登場するか？**

そのための戦略とは・・・

- 1 「最適」だけではなく、「最高」のコンテンツを生む戦略も考える。  
優れたクリエイターが海外で堂々と主張できる環境をつくる。  
クリエイターが海外進出をはかれるようにする。優れたクリエイターの海外の研修を促進する。クリエイターの作品の海外紹介・出品の援助、海外への国際語での広報援助（現在はNPO活動のみ）、クリエイターの制作リスク軽減、クリエイターの国際ネットワーク構築に協力、クリエイターへ成功利益還元、成功作品には、クリエイターへのレヴェニューシェアも導入すべき。クリエイターの制作環境是正。
- 2 プロデューサーの養成・顕彰  
**プロデューサーが発想戦略だけではなく、実務的戦略を持てる環境と経験を作る。**  
プロデューサーの報酬を常識とする。プロデューサーは強い決定権を持つか、ク

リエーターと緊密な決定権を共有できるかの強いシステムを持つこと。プロデューサーが新しい国際情報を得、国際ネットワークを作れる development 予算が必要。法律に詳しく、経験豊富で、国際的契約・交渉に強いこと。

**成功したプロデューサーは、顕彰されるべきである。適正利益配分を受けべきである。**可能性のあるプロデューサーを早期に見抜き、海外研修してもらおう。プロデューサー希望者へのただ無作為な援助・教育は投資価値が少ないと思う。

### 3 新市場としての国際コンベンション・フェスティバルの構想

今までにないマーケットを作るべきかもしれない。ただし、コンテンツマーケットにも、「コンテンツ（概念・哲学）」が必要。まず**日本が魅力的に見えること。国際的交流になるマーケットであること。**自国のものだけ売ってのではない。海外から来る人にもセールスのメリットがあること。日本の新文化を享有する楽しみがあること。**私自身はネットのよるマーケットも実験は面白いと考えている。**渡航費、宿泊費の無い極東の日本らしいデジタル感覚たっぷりのネット上バーチャルマーケットは面白いのではないか。メンバー制である。

政策に必要なものは・・・とにかく解決のスピードを上げる

- 1 著作権の新しい考え方。2007年上半期で暫定的解決をしてほしい。  
著作権者の考えもすでに多様化している。マルチユースは当然。  
ただし、著作権者の新しい意志を探ること、著作権者は、権利使用を無償でも良いと考えているケースもあることをふくめて、急速に時代に適して改定すべき。**全員が既成の権益だけにこだわるべきではない時代。**ただし著作権者はずして短絡的に考えないこと。多様な権益・配分・処理があることを前提に早急に解決。
- 2 **流通の権利をどこが有するかは重要。**プロデュースサイドの一括保有というアメリカ的論理も正論であるが、日本では権利譲渡の対価が適正か、優越的地位の濫用になっていないかは、公正な視点で確認されること。基本的には、**レヴェニューシェアを支持する。出資者だけのレヴェニューシェアではなく、利益があればクリエイティヴにも一部シェアがあるクリエイター向きシェアを導入したい。**著作物の管理権の保有は、公正に協議・契約されること。放送メディアでの、契約放送期間を超える管理権は、放送権、制作契約とは絶対に別途の契約であるべき。新しい流通を生むため、公的指導を要請する。地上波放送局の各自主基準に加えて、第三者による契約モデル作成が2007年上半旬内に必要ではないか。
- 3 **ファンド、キャッシュフロー、税制について、現実的な再確認が必要ではないか。**流通促進のための放送ソフトの資産価値の検討が話題だが、税制はどう対応するのか。映画製作についても中小制作会社のための税制改革はすぐ必要。制作のキャッシュフローは、欧米では重要な価値の査定になっている。日本ではほとんどゼロ査定。製作者のリスクは高い。基金を集められる制作環境の改善が望まれる。