

平成19年1月13日

コンテンツ専門調査会企画WG 報告書（案）について

國領二郎

報告書案を拝読し、大筋において了解し、最終的なとりまとめについて座長にご一任することを表明するとともに、その中で次の点についてご検討いただきますようにご提案申し上げます。

1. 全体的に新規参入を促す内容とすること

諸外国のコンテンツ流通面において革新的なサービスを生み出す担い手として、既存事業者だけでなく、新規参入事業者が大きな役割を演じている実態に鑑み、わが国においても既に報告に盛り込まれている「新しいビジネスを生み出す」視点に加えて「新規参入を促進する」視点を明示的に戦略に盛り込むべきである。該当箇所は「2.コンテンツ大国へのシナリオ」「3. コンテンツ大国を実現するための具体策」の各所である。新規参入事業者に刺激されて、既存事業者が革新的な動きを起こすようなサイクルを作りたい。

2. 違法複製への規制強化は合法的な流通の促進策との組み合わせで

コンテンツの個人による複製に対する規制などは、ユーザー側のニーズを無視した形で実施しても、いたずらに事業者に対する反感と顧客ばなれを引き起こすばかりで、事業者にとっても、ユーザーにとっても益が少ないし、新種のグレーゾーンサービスの登場を促してもぐら叩きのような状態を生み出す。ユーザーニーズに応え、クリエイターの創作意欲も活性化させるようなビジネスモデルの立ち上げ促進策を強力に推進することで、違法な複製を不必要とするような対応が欲しい。報告書の表現としては（規制を）「情報の流通を過度に萎縮させることのないよう留意しながら」（強化する）というような表現ではなく、「合法的で、ユーザーが利用しやすく、クリエイターへの利益還元も適切になされる個人情報の情報流通手段の促進策を講ずることで、違法な複製を抑制する」というようなトーンで表現したいところである。

3. 今後の検討課題

全体として、コンテンツ業界において価値を創造するのは事業者サイドで、ユーザーはそれを消費するのみ、という20世紀型のモデルで論理が構築されているように見受けられる。ここで認識すべき重要な変化はネットワーク時代においては、ユーザー側も大きな情報発信力を持つようになってきていることである。これを受けてマーケティングの分野においては既に、消費者がAIDMA(attention 注意, interest 関心, desire 欲求, memory 記憶, action 行動)モデルで動く時代から、AISAS (attention, interest, search 探索, action, share 共有) モデルで動く時代に変化しつつあると認識し、対応がなされつつある。これはすなわち、消費者が最終製品としての情報を一方向的に受け取る存在ではなく、事業者から「中間財：素材」としてのコンテンツを手に入れて、加工して再流通させる prosumer（生産をする消費者）化しつつあることを反映している。コンテンツ業界を支えるマーケティングの分野が大きくモデルを変化させようとしている時代に、コンテンツ流通業界だけが古いモデルにしがみつこうとしても、限界があることを理解しておかなければならない。発信手段を手にしたユーザーが、事業者が提供した素材を使って、それを元にユーザーが付加価値をつけてコミュニケーションを楽しんだり、再流通させたりすることを支えるプラットフォーム・ビジネス業界の立ち上げが、今後の検討課題となると思われる。

以上