

これまで講じてきた施策の概要と
検討の視点について(案)

平成20年12月15日
知的財産戦略本部
コンテンツ・日本ブランド専門調査会

1. 新しい市場の拡大(1/4)

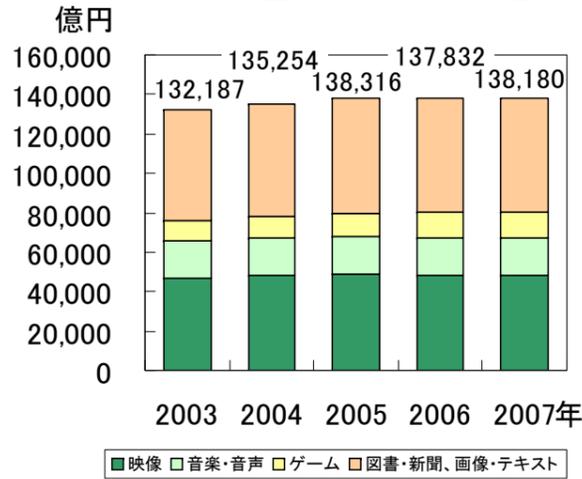
これまでの取組(主な成果)及び現状

<①デジタル・ネット環境をいかした新しいサービスの促進>

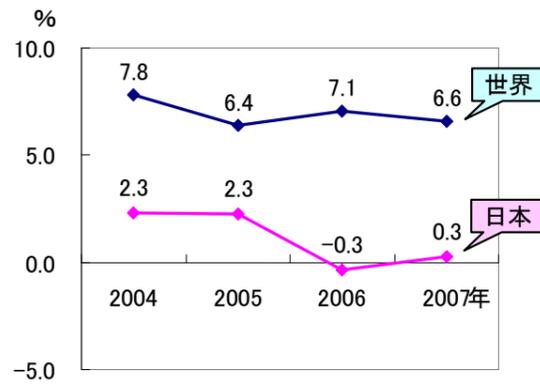
コンテンツ市場の状況

- 日本のコンテンツ産業の市場規模は2007年に約13.8兆円となり、2003年の約13.2兆円に比べて約6000億円増加しているものの、市場規模の伸び率は高くはない(2003年から2007年までの伸び率は4.5%)。
- 国際的な比較においても、コンテンツ産業の市場規模の伸び率は、2007年の世界平均が6.6%であるのに対し、我が国は0.3%に留まる。

コンテンツ産業の市場規模の推移



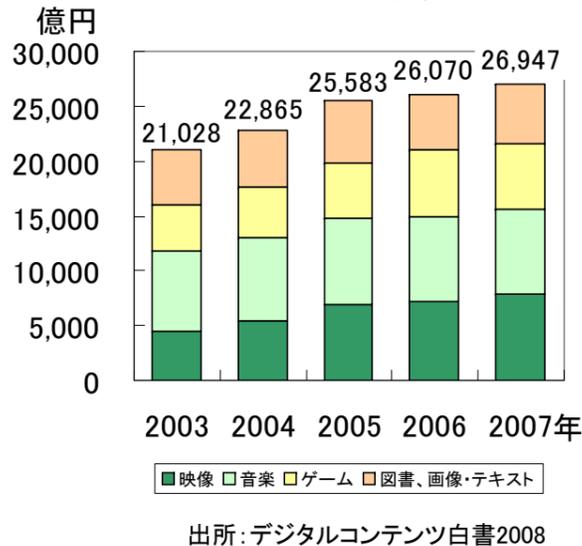
コンテンツ産業の市場規模の伸び率



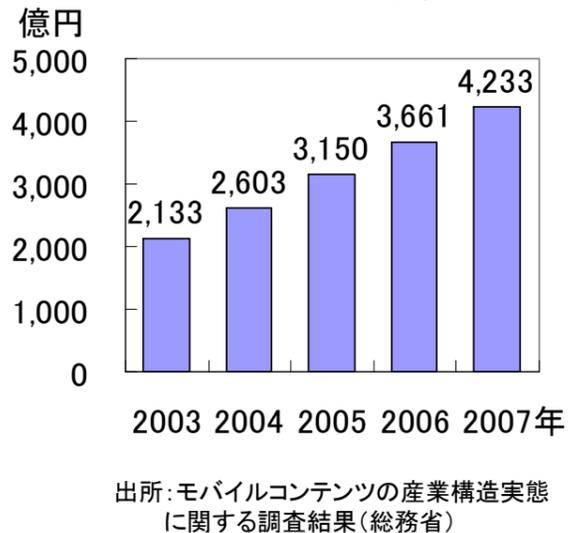
デジタルコンテンツ市場の状況

- パッケージソフトが低調であるのに対して、携帯電話配信やインターネット配信によるコンテンツ流通の定着化・利用者増を背景に、デジタルコンテンツ市場は継続して拡大した。

デジタルコンテンツの市場規模の推移



モバイルコンテンツの市場規模の推移



マルチユース市場の状況

- 音楽ソフト、ゲームソフト、ビデオソフト等におけるマルチユース市場の割合が大幅に増加し、コンテンツ市場全体の約22%に拡大した。
- 映像コンテンツ市場の53.2%を占める地上テレビ番組は、マルチユース市場の割合が11.8%であり、二次利用はあまり進んでいない。また、地上テレビ番組の総流通量(時間)のうち、マルチユース市場における流通量は1.4%に過ぎない。
- 2007年から、経済産業省において、デジタルコンテンツ流通に係るビジネス環境の整備を行うことを目的とし、ネット上の二次創作・二次利用を促進するため、著名なキャラクター等の二次創作物のサイトへの投稿を認めてクリエイターの発掘と商業化・事業化の創出を目指す「オープンポスト実証事業」を実施した。これまでに、オープンポストに投稿された二次創作物が携帯電話のデコメールとして商品化されたり、オープンポストで発掘されたクリエイターによる展示商品のキャラクターデザインが行われたりしている。

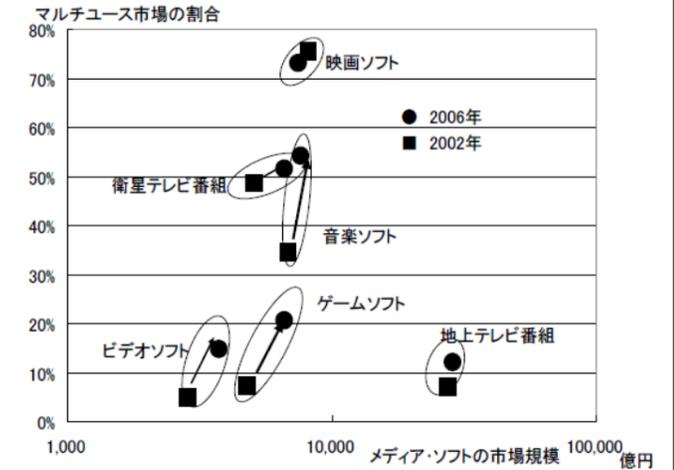
ブロードバンド環境の活用

- ブロードバンドサービスを始めとするインターネットの普及をベースとし、コンテンツのインターネット配信は増加傾向にある。しかし、その水準はインターネットの普及率等を鑑みると、いまだ低水準に留まる(デジタルコンテンツの流通メディア別割合では、インターネット流通は11.2%に留まる(出所: デジタルコンテンツ白書2008))。

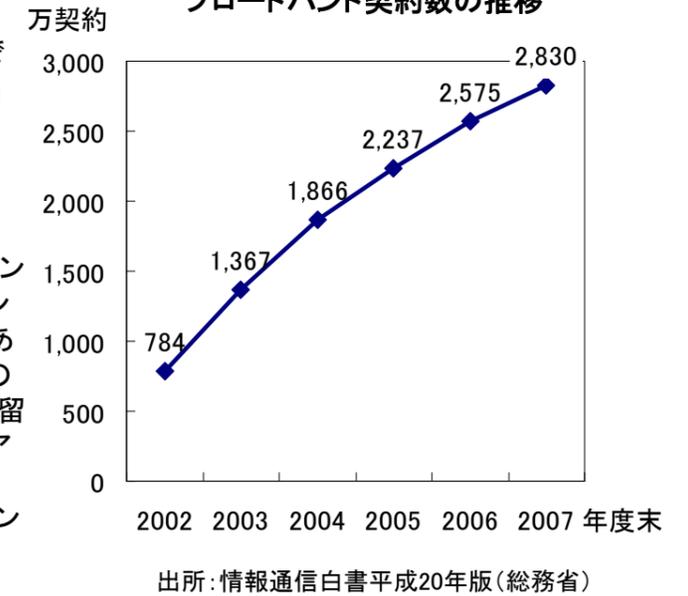
デジタル放送の推進

- デジタル放送推進のための行動計画を策定して中継局の整備やデジタル放送の受信機の普及等を推進している。このような取組により、デジタル放送の受信機の普及台数は、地上デジタル放送が約4369万台、BSデジタル放送が約4582万件となった(2008年12月、社団法人デジタル放送協会発表)。なお、デジタル放送の利用促進を図るため、デジタル放送のコピー制限を緩和するいわゆる「ダビング10」が2008年7月から開始された。

マルチユース市場の展開



ブロードバンド契約数の推移



1. 新しい市場の拡大(2/4)

これまでの取組(主な成果)及び現状

IPTVによるコンテンツ配信の促進

- 2008年5月、地上デジタル放送のIP再送信が開始された。なお、これに先立ち、2006年12月、IPマルチキャスト放送による「放送の同時再送信」について、著作権法上の有線放送と同様の取扱いとするよう著作権法が改正された。
- 従来、IPTVサービスに共通の技術仕様はなく、ユーザーはサービスごとに異なる機器を準備する必要があったため、利用の拡大にはつながっていなかった。そこで、市販のテレビに、IPTVサービスの受信機能を標準実装することを目的に、通信・放送・家電の各事業者が共同で、統一技術規格の策定、維持、更改等を行う中間法人「有限責任中間法人IPTVフォーラム」(2008年12月一般社団法人化)が設立され、2008年9月1日にIPTV規定が策定された。
- 現状は、ブロードバンド環境の普及に比べてIPTVが広く利用されているとは言えない。4割弱のユーザーがIPTVまたはVODサービスの利用意向をもつものの、現在のテレビ放送で十分であることや有料のサービスであることを理由に利用しないユーザーがいる(出所:インターネット白書2008)。そのため、魅力的なIPTVサービスの構築や新たな収益モデルの確立等が望まれる。

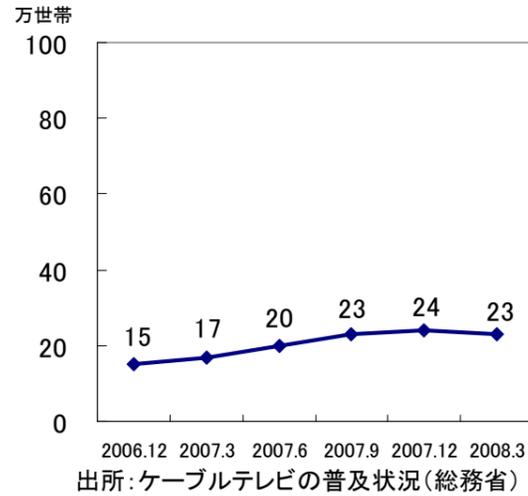
放送番組等のネット配信に関する取組

- 2008年4月施行の改正放送法を踏まえ、2008年12月より、NHKでは、過去に放送した番組を配信する「特選ライブラリー」や、地上放送・衛星放送の5つのチャンネルで1週間以内に放送された番組を配信する「見逃し番組サービス」を行う「NHKオンデマンド」が開始された。
- 2008年11月より、フジテレビでは、ネット配信によるドラマ等の見逃し番組サービスが開始されており、2008年11月には、日本テレビ、吉本興業、電通が共同で放送番組を米国にて配信することが発表されるなど、民間放送においてもネット配信に関する取組が進められている。

ユーザー・コンテンツによる新しい市場の形成

- ネット上の動画投稿サイトやブログ等を活用することで、ユーザーが自ら創作したコンテンツを発信するようになり、ユーザーが創作したコンテンツによる新しい市場が形成されている。

電気通信役務利用放送(有線役務利用放送)のうちIPマルチキャスト方式による放送を行う事業者の加入世帯数の推移

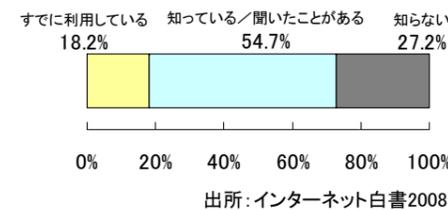


NHKオンデマンド

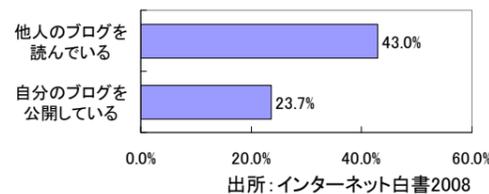


出所: <https://www.nhk-ondemand.jp/index.html>

動画投稿サイトの認知と利用(2007~2008年)



ブログの利用方法(2008年)



音楽のネット配信市場の拡大に伴う環境整備に向けた取組

- 音楽のネット配信市場の拡大に伴い、コンテンツ提供事業者の取り扱う延べ楽曲数は、この5年間で12倍以上増加(2007年度で2億8000万曲以上)した。これに伴い、権利者の使用料の支払いに必要な手続きが膨大となり、処理コストが増大している。このような問題を解決するため、ネットワーク音楽著作権連絡協議会において、楽曲コードの付与作業や照合作業等に必要作業を集中的に処理する第三者機関を設立するための取組が進められている。

ICTを活用した新たなサービスの開発・実証実験

- 2008年1月、総務省において、「ICT改革促進プログラム」(2007年4月20日)及び「ICT国際競争力強化プログラム」(2007年5月22日)に基づき「ユビキタス特区」を創設し、「携帯端末向けマルチメディアサービス」等の「新たな価値創造」につながる新しいICTサービスの開発・実証実験等を開始した。

次世代検索・解析技術の実証事業等

- 2007年より、経済産業省において、次世代検索・解析技術の実証事業、技術開発、制度・環境整備を通して、新たなビジネスやイノベーションの創出を行うことを目的とする情報大航海プロジェクトを進めている。現在、動画検索技術やラダリング技術などの開発・改良を行っている。この取組により、多様なコンテンツの新たな利用形態の創出や利用機会の増大をもたらすことが期待される。

情報大航海プロジェクトの概要



出所: 情報大航海プロジェクトパンフレット(経済産業省)

近代デジタルライブラリー



出所: <http://kindai.ndl.go.jp/index.html>

国立国会図書館におけるデジタル・アーカイブ事業

- 2002年から、「近代デジタルライブラリー」として、明治・大正期に刊行された図書約26万冊のうち、著作権処理を行った約14万8,000冊(2008年8月現在)を対象に本文を電子化し、インターネットを通じて一般に提供している。しかし、国立国会図書館の蔵書約880万冊に比較すればデジタル化された書籍は一部に留まる。なお、保存のためのデジタル化等に係る法的課題については、文化審議会での解決に向けた検討が行われている。

- 2002年から、「インターネット情報選択的蓄積事業(WARP)」として、サイト管理者からの許諾を得て、公共機関等のWebページの収集・保存・提供を行っている(2008年11月現在、サイト約2,300タイトル、電子雑誌約1,600タイトル)。

文化審議会における検討

- 「知的財産推進計画2008」に基づき、文化審議会において、ネット検索エンジンサービスに伴う複製等、機器利用時・通信過程における情報利用に伴う複製等、研究開発における情報利用に伴う複製等、コンピュータ・プログラムのリバース・エンジニアリングに伴う複製等に係る法的課題の解決に向けた検討が行われている。

これまでの政策の評価及び今後の在り方の検討に当たっての視点

➤ デジタル・ネット環境をいかした新規ビジネスを創出するためにはどのような支援が必要か。

➤ デジタル・ネット環境をいかした新しいサービスを展開するための技術的課題への取組や制度的対応は十分か。

1. 新しい市場の拡大(3/4)

これまでの取組(主な成果)及び現状

<②海外展開の促進>

海外展開の現状

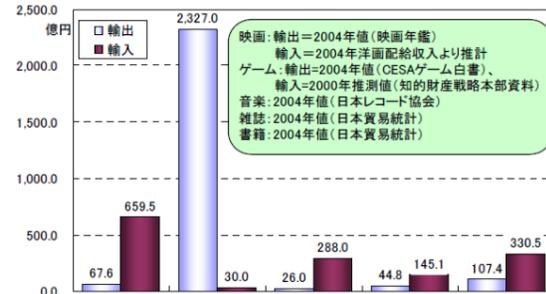
- ・2004年における日本のコンテンツ産業の海外依存度(売上全体に占める海外売上上の割合)は約1.9%にとどまり、アメリカの約17.8%に及んでいない。
- ・2004年におけるメディア・ソフトの輸出入は、ゲームソフト以外は輸入超過となっている。

コンテンツ産業の国際比較(2004年)

2004年	コンテンツ市場規模	海外売上/コンテンツ
日本	0.1兆ドル	1.9%
アメリカ	0.6兆ドル	17.8%
世界	1.3兆ドル	

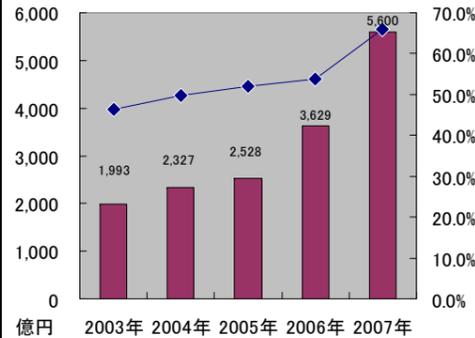
出所: 世界銀行HP、DCAJ白書2006、DCAJ調査より経済産業省作成

メディア・ソフト別の輸出入状況(2004年)

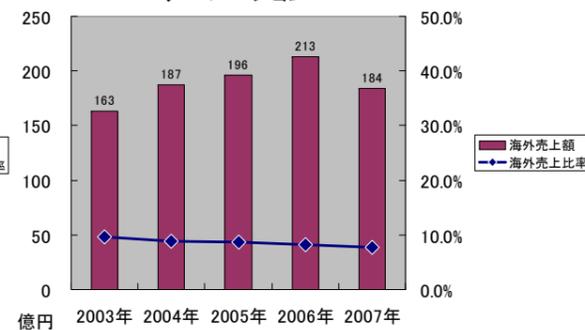


資料: 映画年鑑、NHK放送文化研究所年報、CESAゲーム白書、日本貿易統計等より作成
出所: 総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」2006年

ゲームソフト



アニメーション

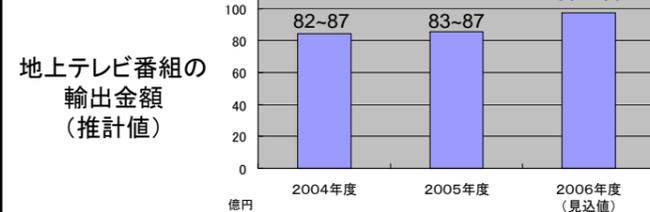


各分野における海外売上上の推移

- ※ 海外売上比率とは、売上額全体に占める海外売上額の比率。
- ※ ゲームソフトは、家庭用ゲームソフトの出荷額(国内及び海外)。
- ※ アニメーションは、日本動画協会が会員各社の売上調査を行った結果を基に、業界全体の売上額を推計したものである。また、売上額は元請会社がテレビ局などから得る製作委託料と、二次的利用による収入(ビデオ販売、商品化等によるマーチャンダイジング・海外販売・ネット等配信)、その他の収入から構成される。
- ※ 映画は、国内映画輸出会社が、日本映画関連の権利(映画・テレビ映画の海外配給権、海外上映権、リメイク権、海外放送権、海外二次利用権、映画・テレビキャラクター商品化権)を利用して得た収入を集計したものである。調査対象は日本映画製作者連盟の加盟社とそのグループ会社。

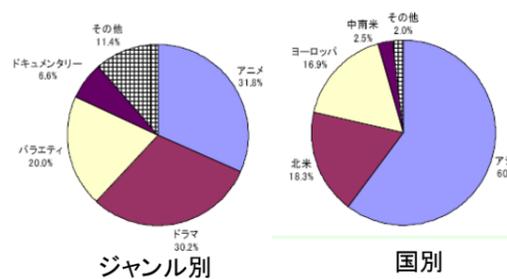
出所: CECAゲーム白書、デジタルコンテンツ白書2008、日本動画協会調査結果を基に事務局作成

地上テレビ番組の輸出金額(推計値)



出所: 総務省「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」調査結果(2007年公表)を基に事務局作成

地上番組の輸出金額に占める割合(2005年)



JAPAN国際コンテンツフェスティバルの開催

- ・2007年より、東京国際映画祭等のイベントを積極拡大し、映画、アニメ、ゲーム等の多様なコンテンツを世界に向けて発信する場として「JAPAN国際コンテンツフェスティバル」を実施した。2007年の総来場者数は、約80万人であった。

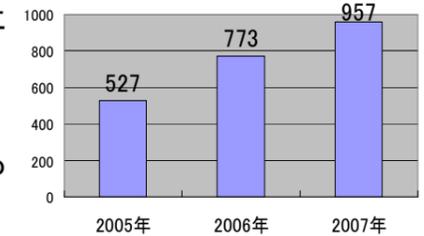
JAPAN国際コンテンツフェスティバル2008 オフィシャルイベント一覧

	日時	イベント名称
1	9月30日(火)~10月4日(土)	CEATEC JAPAN 2008
2	10月9日(木)~10月12日(日)	東京ゲームショー 2008
3	10月9日(木)~10月12日(日)	日本ゲーム大賞 2008
4	10月16日(木)~10月18日(土)	ジャパン・アニメコラボ・マーケット 2008 (JAM2008)
5	10月23日(木)~10月26日(日)	デジタルコンテンツEXPO 2008
6	10月22日(水)~10月24日(金)	国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2008
7	10月14日(火)~10月17日(金)	第5回東京アジア・ミュージックマーケット
8	10月18日(土)~10月26日(日)	第21回東京国際映画祭
9	10月22日(水)~10月24日(金)	TIFFCOM 2008 ~アジア・パシフィック・エンタテインメント・マーケット
10	10月18日(土)~10月26日(日)	秋葉原エンタまつり 2008
11	10月18日(土)~10月25日(土)	第5回文化庁映画週間 - Here & There
12	10月21日(火)~10月24日(金)	ジャパン・ロケーション・マーケット 2008
13	10月21日(火)	第25回A T P賞テレビグランプリ2008
14	10月22日(水)~10月28日(火)	第35回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール
15	10月27日(月)~10月28日(火)	東京コンテンツマーケット2008

(TIFFCOMの開催)

- ・2004年より、東京国際映画祭にマーケット機能を付加するため、東京国際映画祭開催に併せて、国際コンテンツ取引マーケットである「TIFFCOM」が開催された。2007年には、40カ国より3,505名の来場登録があり、そのうち海外からの登録者数は957名であった。また、出展団体数は172団体、来場者数は17,085名であった。商談成果は、全商談件数としては2,044件で、うち成約件数は51件であり、総契約金額は、15,237,512米ドルであった。
- ・国際共同製作を前提とした企画マーケットであるTPG (Tokyo Project Gathering)も併せて開催されている。

TIFFCOMにおける海外からの来場登録者数



出所: TIFFCOM2007公表資料より作成

(東京アジアミュージックマーケットの開催)

- ・2004年より、「東京アジアミュージックマーケット」が開催されており、アジア各国の新人アーティストの紹介ライブ、音楽文化交流を目的としたビジネスセミナーや商談会が行われている。

(東京ゲームショーの開催)

- ・日本最大規模のコンピュータゲームを始めとするコンピュータエンタテインメントの総合展示会である「東京ゲームショー」が開催された。2008年の来場者数は過去最高の194,288人であった。

(国際ドラマフェスティバルの開催)

- ・2007年より、日本のテレビドラマの海外発信を推進し、国際競争力を強化するため、「国際ドラマフェスティバル」が開催された。2008年より、マーケット部門に関してTIFFCOMとの連携が行われている。

東京国際アニメフェアの開催

- ・アニメの見本市である「東京国際アニメフェア」が開催された。2008年の入場者数は過去最高となる126,622人で、出展数は289社であった。

1. 新しい市場の拡大(4/4)

これまでの取組(主な成果)及び現状

国際共同製作の支援

- ・イギリスやフランスなどのEU諸国では、平均すると3分の1から半数の作品が共同製作によるものである。(英国の共同製作相手国は主に米国であるが、その他のEU諸国は主にEU域内の国と共同製作)。(コンテンツグローバル戦略報告書より)
- ・日本の製作者を、海外映画祭併設の見本市等に派遣し、企画の提案及びビジネスマッチングを行うため、国際共同製作基盤整備事業を実施した。平成19年度は41名のプロデューサーをカンヌ、パリ、釜山、ロッテルダム、ベルリン、香港国際映画祭等に派遣し、企画発表の場を提供したところ、8企画の国際共同製作が進行している。なお、第12回釜山国際映画祭に選出した企画が、特別賞(Cineclik Asia賞)を受賞し、本事業により共同製作が合意され、映画化された『しあわせのかおり』が、第11回上海国際映画祭において特別上映され、また、本事業により共同製作が合意され、映画化された黒沢清監督の『トウキョウソナタ』が、第61回カンヌ国際映画祭にて「ある視点」部門審査員特別賞を受賞した。

国際共同製作に関するパターン(例)

- ① 出資+配給
例 スプリット・ライツ・ディール(Split-Rights Deal)
- ② 素材の提供+出資+配給
例 外国映画会社によって日本の原作がリメイクされるときに、リメイク 出所 (財)日本映像国際振興協会「平成18年度映像コンテンツ国際共同製作基盤整備事業「J-Pitch」報告書」
- ③ プロデューサー、監督、キャスト等+素材の提供+出資+配給

映画に関する協力覚書の締結

- ・日本映像の国際展開の中心的団体として設立された日本映像国際振興協会(ユニジャパン)は、映画産業が配給や資金調達などで連携するため、2005年5月、フランス国立映画センター(CNC)と「日仏映画協力覚書」(3年間有効)を、2007年6月、中国電影合作制片会社と「日中映画協力覚書」を締結した。
- ・カナダやフランス等の諸外国においては、多くの国と共同製作協定を締結している。協定に基づいて共同製作を行った場合、自国作品のみに認められる減税等の優遇措置を受けることができる。

租税条約の締結・改正

- ・著作権等の使用料に係る源泉地国課税を減免する内容を含めた租税条約の締結・改正を行ってきた。アメリカやイギリスとの条約においては免税となったほか、その他の国についても減免が行われた。

海外における規制緩和の働き掛け

- ・外国のコンテンツが国内に流通することに規制を行っている国に対し、日本のコンテンツが適切に流通するよう規制緩和を働き掛けている。中国に対しては、日中経済パートナーシップ協議において、外国産ドラマ・アニメの放送制限規制等の緩和・撤廃を要請している。

映画	●海外の劇場用映画について年間20本までの輸入制限。(収益分配方式のもの) ●外国の配給、上映についての外資の参入を禁止。 ●映画館の建設・改造については外資比率49%以下。
テレビ	●各チャンネルが放送することができる海外テレビ番組は、1日の全放送時間の15%以内。 ●テレビ局が輸入することができる海外テレビ番組についてのクォータ制が存在。
アニメ	●海外アニメのゴールデンタイムの放映禁止。 ●国産アニメと海外アニメの放送時間の比率は、国産アニメが6割以上(一部のチャンネルについては7割以上)を占めること。
音楽	●ネット上の音楽配信サイトについて、外資の参入を禁止。

中国におけるコンテンツ規制の例

出所 経済産業省「コンテンツグローバル戦略報告書」

音楽レコード還流防止措置の導入

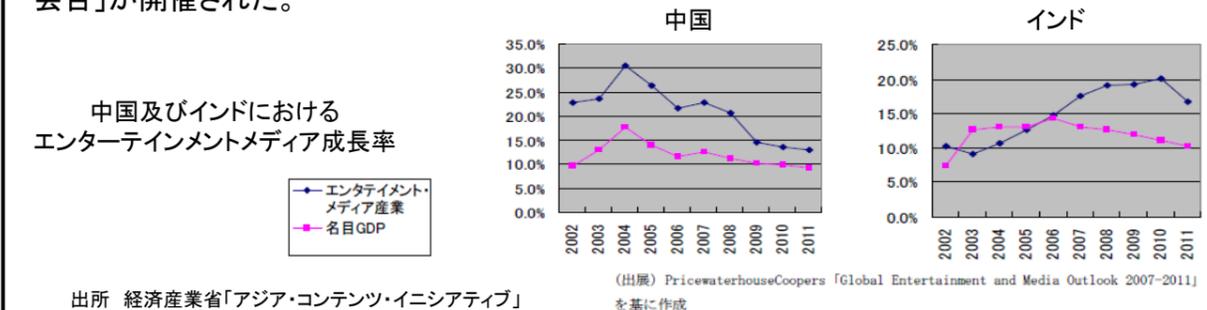
- ・2005年1月、改正著作権法が施行され、アジア諸国など物価水準の異なる国において許諾を受けて生産された商業用レコードが我が国に還流してくることを防止する措置(還流防止措置)が導入された。還流防止措置を導入した後、2006年中に551タイトル、2007年中に668タイトルが、アジア諸国にライセンスされた。

「ゲーム産業戦略」及び「コンテンツグローバル戦略」の策定

- ・2006年8月、国際競争力強化に向けたゲーム産業の未来像とその実現に向けた戦略「ゲーム産業戦略」が取りまとめられた。また、2007年9月には、コンテンツ産業が国際競争力を強化し、市場規模の拡大を図っていくための戦略である「コンテンツグローバル戦略」が取りまとめられた。

アジアとの連携強化

- ・中国やインド等のアジア各国の経済成長のコンテンツ産業に与える影響は極めて大きく、コンテンツの市場規模はGDP成長率よりも大きい幅で成長すると予測されている。(アジア・コンテンツ・イニシアティブより)
- ・2003年から2008年にかけて、アジア地域において各国の優位性を組み合わせたより豊かでかつ独創性のあるコンテンツ産業を創出することを目的として、「日中韓文化コンテンツ産業フォーラム」及び「日台韓デジタルコンテンツ産業フォーラム」が開催された。また、2005年10月及び2006年5月、アジア各国のコンテンツ産業担当大臣及び専門家を集めた「アジアコンテンツ産業セミナー」を開催した。
- ・2008年7月、国際共同製作、人材ネットワークの構築、流通促進等を促進するアジア向けの中長期的な政策パッケージ「アジア・コンテンツ・イニシアティブ」を策定した。同年10月には、アジア地域におけるコンテンツ・ビジネスネットワークの強化を目指し、2009年度以降の「アジア・コンテンツ・ビジネスサミット」の本格化に向けた「アジア・コンテンツ・ビジネスサミット キックオフ会合」が開催された。



市場動向のデータ整備等

- ・JETROにおいて海外のコンテンツ市場動向に関する調査を実施し、調査レポートをホームページで公開する等している。
- ・2006年度より、JETROの海外拠点にコンテンツ輸出担当者が配置されており、現在、5名の担当者が配置されている。



出所 <http://www.jetro.go.jp/indexj.html>

これまでの政策の評価及び今後の在り方の検討に当たっての視点

➤さらに海外市場を拡大するためには、どのような方策が必要か。

➤コンテンツ事業者の海外展開に対する支援は十分行われているか。

2. 契約環境の改善(1/2)

これまでの取組(主な成果)及び現状

<①円滑な権利処理のための環境整備(1/2)>

放送コンテンツの二次利用に関する契約ルールの形成

- 2008年2月、実演家、放送事業者、映画製作者、番組製作会社を代表する団体・機関の首脳等で構成される「映像コンテンツ大国を実現するための検討委員会」において、放送コンテンツの二次利用を促進するため、放送番組のネット配信に関する契約ルールや権利者不明の場合の対応などが合意された。

権利の集中管理の拡大

- 2001年の著作権等管理事業法施行以降、管理事業者数及び管理事業者への委託者数とも増加傾向にある。

(分野別管理事業者数)

【著作物】

音楽 8事業者 言語 12事業者
写真・美術 12事業者 その他 1事業者

【著作隣接権の対象物】

実演 1事業者
レコード1事業者

年	01	06	07	08
管理事業者数	12	28	37	35

【主な著作権等管理事業者の委託者数等】

ジャンル	管理事業者	03年度	07年度	今後の課題等
		委託者数	委託者数	
原作	日本文藝家協会	2,209	3,200	委託者数の増大が課題
脚本	日本脚本家連盟	1,626	1,886	
音楽	日本音楽著作権協会	13,105	14,503	90%を越える管理率
	イーライセンス	475	982	
	ジャパン・ライツ・クリアランス	21	49	
レコード	日本レコード協会	32	37	90%を越える管理率
実演	日本芸能実演家団体協議会 実演家著作隣接権センター(CPRA)	28,000	82,400	CPRAと日本音楽事業者協会(非一任型)を合わせると約70%の管理率であるが、どこにも権利を委任していない実演家が約30%おり、それらの実演家にいかに委託を促進するかが課題。
コミック等 レンタル	出版物貸与権管理センター	0	6,073	コミックに関して約95%の管理率

※2003年度は報告徴収開始年度

出版物の貸与権に係る一任型管理事業の開始

- 2004年6月の著作権法改正(2005年1月施行)により、書籍又は雑誌に関して貸与権が及ぶこととなったことを受け、2006年12月より、有限責任中間法人出版物貸与権管理センターが一任型管理事業を開始した。

放送番組の二次利用に関する一任型管理事業の開始

放送番組等のコンテンツの利用円滑化を図るためには、著作権等の集中管理を進めることが重要であり、今後、インターネット等の新たなメディアでの利用の拡大を視野に入れ、2006年10月より放送番組の二次利用に関する集中管理が開始された。

(社団法人日本芸能実演家団体協議会)

2006年10月より、放送番組の二次利用に係る実演家の権利について、権利者からの委任に基づき、放送番組の二次利用(番組販売、ビデオグラム化及び送信可能化)に関する一任型管理事業を開始。

(社団法人日本レコード協会)

2006年10月より、放送番組の二次利用に係るレコード製作者の権利の一任型管理事業を開始。

権利者不明の実演の利用を可能にする暫定的な措置

- 2008年から、放送番組の二次利用に係る実演家が不明の場合、暫定的な措置として、(社)日本芸能実演家団体協議会・実演家著作隣接権センター(CPRA)が不明者の調査を行い使用料を預かるとともに、放送事業者は、不明者が判明しない場合でも二次利用を進めるという取組が実施されている。

文化審議会における検討

- 「知的財産推進計画2008」に基づき、文化審議会において、権利者不明の場合の新たな制度的措置の導入、障害者による著作物利用促進のための権利制限規定の整備に向けた検討がおこなわれている。



Digital Rights Permission Code(許諾コード方式)の策定

コンテンツを流通させる際に、コンテンツを特定する①「コンテンツID」、権利者等を特定する②「FromID」、利用者等を特定する③「ToID」、利用許諾条件を表現する④「N許諾コード」の4要素を数値コードで付与することで、消費者の所有する携帯電話やPC等の多様な機器においてコンテンツに関する正確な情報を提供するとともに、コンテンツの権利者等への利用実績の報告を実現するもの。「ジャパン・コンテンツ・ショーケース」においては本方式の主たる要素のうち、共通コンテンツID、共通事業者IDが「CCD IDモデル」として採用されている。

「ジャパン・コンテンツ・ショーケース」の開設

- (社)日本経済団体連合会が、様々なコンテンツのマルチユースの促進を図るためコンテンツ情報を発信するためのデータベースを提供することを目的として企画。関連企業・団体等がコンテンツ・ポータルサイト運営協議会を設立し、「知的財産推進計画」に基づく政府の支援を受けて創設。同協議会の委託を受けたNPO法人映像産業振興機構(VIPO)が運営を担当し、2007年6月からサービスがスタートした。



- 登録コンテンツは2008年3月末現在、約380万件。1ヶ月平均約10,000ビュー。現在は日本語及び英語での情報発信となっているが、将来的には中国語等の多言語化も予定されている。

2. 契約環境の改善(2/2)

これまでの取組(主な成果)及び現状

<①円滑な権利処理のための環境整備(2/2)>

放送コンテンツ取引市場構築のための情報整備

- 2008年度から総務省において「放送コンテンツ取引市場構築のためのデータベース環境整備に向けた調査研究事業」が開始されており、放送番組製作者等のコンテンツに関する権利情報を集約・公開するためのデータベースの構築に向けた実証実験が行われる予定である。

ユーザーコンテンツの創作・公表を促す積極的な取組

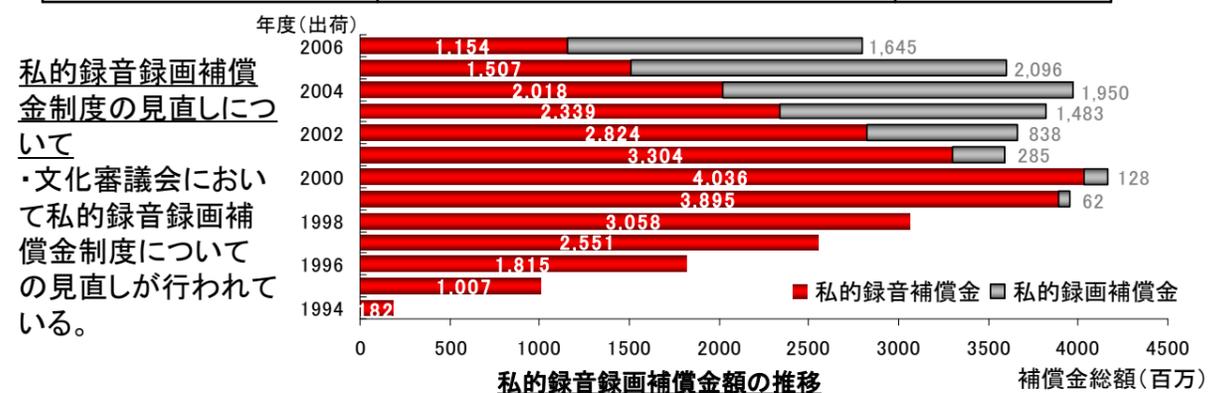
- 一部の事業者においては、動画投稿サイト運営者と連携し、ユーザーが二次利用可能な映像コンテンツを積極的に提供するとともに、ユーザーの二次創作や公開を認め、広告収入を還元するなどの取組を進めている。

動画投稿サイトの運営事業者と音楽著作権管理事業者間の利用許諾契約に関する取組

- 2007年から、動画投稿サイト運営者と音楽著作権管理事業者との間でユーザーの使用楽曲に関する利用許諾契約を締結する取組が進んでおり、ユーザーが楽曲を利用した動画を投稿することが可能となる取組が進んでいる。

【契約締結状況】

管理事業者	動画投稿サイト運営事業者(サービス名)	契約締結時期
日本音楽著作権協会(JASRAC)	ソニー (eyeVio)	2008年2月
	yahoo (yahoo!ビデオキャスト)	2007年7月
	ニワンゴ (ニコニコ動画)	2008年4月
	google (YouTube)	2008年10月
ジャパン・ライツ・クリアランス(JRC)	google (YouTube)	2008年3月
(株)イーライセンス	google (YouTube)	2008年5月
	ニワンゴ (ニコニコ動画)	2008年9月



これまでの政策の評価及び今後の在り方の検討に当たっての視点

➤集中管理の拡大や契約ルールの形成、権利処理に必要な情報の整備・公開などコンテンツの円滑な権利処理のための環境整備は十分か。

➤クリエイターへの適正な利益の還元が行われているか。

<②適正な取引の促進>

ガイドラインの改定・策定

- 2004年4月に、改正下請代金支払遅延等防止法が施行され、従来対象としていた「製造委託」と「修理委託」に加えて、「情報成果物作成委託」と「役務提供委託」が新たに対象となった。
- 2007年2月に策定された「中小企業底上げ戦略」を踏まえ、同年6月、広告業界における下請け取引の適正化・健全化を図るため、「広告業界における下請け適正取引等の推進のためのガイドライン」を策定した。

下請法に基づく書面調査の実施

- コンテンツ等の情報成果物作成分野の下請取引について、公正取引委員会において、親事業者及び下請事業者を対象とした書面調査が実施され、2007年度は1件の勧告及び386件の警告が行われた。
- 放送コンテンツ・映像制作に係る情報成果物の作成委託については、2007年度に特別調査を実施し、65社に調査を実施した結果、41社に対し警告を行った。主な違反行為は発注書面の交付義務違反、下請代金の支払遅延等であり、いずれも改正下請法の施行前から同業界に存在している取引慣行がその要因と考えられる。

契約見本・ひな形の作成

- 2004年3月、契約による著作権の扱いを公正な協議により取り決めるなどの内容を盛り込んだ「放送番組の制作委託に係る契約見本」が作成された。また、2005年3月には、当該契約見本に対応した放送事業者による制作委託取引に関する自主基準が公表された。
- 映画産業を活性化し、さらには国際共同製作を含む日本製コンテンツの海外展開を支援するため、2006年度委託調査により、映画業界における契約のひな形を作成した。

下請構造の是正

- 放送局等の下請けにあるコンテンツ制作事業者が元請けから独立して、資金を調達することで、下請け構造の是正を図るため、2005年度から、中小企業金融公庫、国民生活金融公庫の財政投融資制度である「IT活用促進資金」の貸し付け対象にデジタルコンテンツ関連設備を追加した。

実演家の保護の充実

- 2008年2月、「映像コンテンツ大国を実現するための検討委員会」の場において実演家の事故補償に関する検討が行われ、放送事業者・番組製作者は、実演家に事故が生じた場合の対応窓口を設けることが関係者の間で合意された。

これまでの政策の評価及び今後の在り方の検討に当たっての視点

➤発注書面の不交付や書面によらない契約など旧来の取引慣行を是正するためには、どのような追加的措置が必要か。

3. 世界中のクリエイターの目標となり得る創作環境の整備(1/2)

これまでの取組(主な成果)及び現状

(1) 創作活動への支援

映画・映像の振興に向けた取組

- 2002年度から映画・映像水準の向上を図るため、国内における映画製作・映画祭の実施等を支援する日本映画・映像振興プランを実施し、メディア芸術への支援、映画製作への支援、映画祭への支援等を行っている。

メディア芸術への支援

- アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガ等の作品を顕彰するとともに、その創作活動を広く紹介する文化庁メディア芸術祭を1997年から毎年開催している。応募作品数は2003年度の1,584件が2007年度には2,091件となり増加傾向にある。来場者数も2003年度の30,179人が2007年度には44,524人となり増加傾向にある。
- 海外からの応募は2003年度が494件、2007年が429件であり、おおむね横ばいである。

- 2007年度から「若手クリエイター創作支援事業」としてメディア芸術の分野において将来有望な若手クリエイターの作品制作への支援を行っている。

映画製作への支援

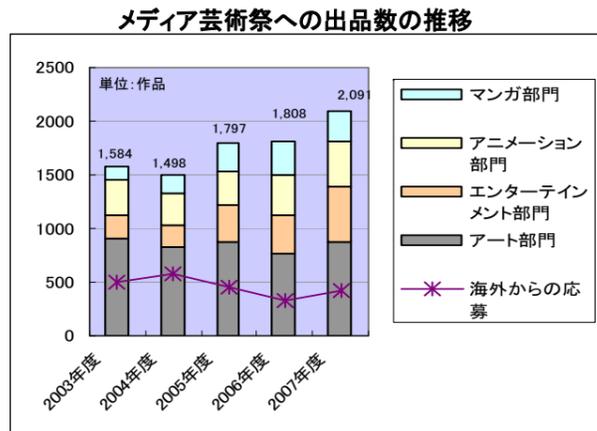
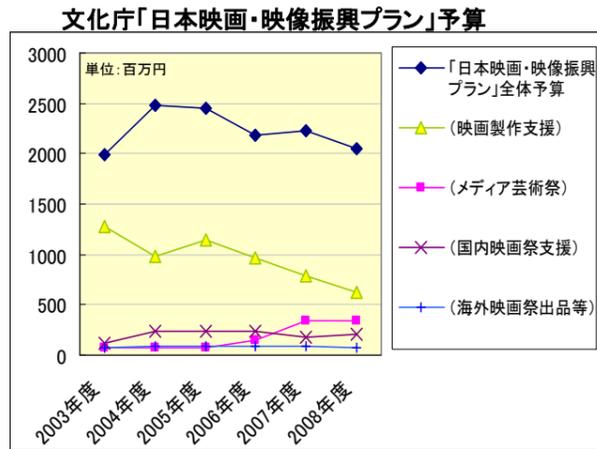
- 芸術水準向上の直接的な牽引力となる優れた映画製作に対して支援を行っている。予算額は2006年度:966百万円、2007年度:783百万円、2008年度:619百万円である。
- 海外の映画祭や見本市へ出品される映画に対し、外国語字幕作成等への支援を行っている。予算額は2006年度:89百万円、2007年度:89百万円、2008年度:71百万円である。

映画祭への支援

- 国内の映画祭への支援を行っている。予算額は2006年度:231百万円、2007年度:185百万円、2008年度:160百万円である。

コンテンツの地域展開の促進

- フィルムコミッションが全国で設立され、ロケーション活動の円滑な進行を行い、地域の振興に寄与している。「全国フィルム・コミッション連絡協議会」は、地域におけるフィルムコミッション設立のための支援等を行っており、2008年4月時点で、100のフィルムコミッションが加盟している。また、海外との連携強化・日本のロケーションの発信力強化のため、2008年10月にジャパンフィルムコミッション(JFC)の設立を発表した。



メディア芸術祭での受賞を機に商業発売された作品

- 平成18年度アート部門優秀賞「OLE Coordinate System」→PSP用ソフト「無限回廊」(ソニー・コンピュータエンタテインメント)
- 平成19年度マンガ部門奨励賞「天顕祭」→「天顕祭」(サンクチュアリ出版)

コンテンツ関連技術開発への支援

- 2004年からデジタルメディア作品の制作を支援する基盤技術の研究開発について、政府の支援を受けてアニメーション、ゲームソフト、CGアート等の高品質化を目的とした映像や画像の入力・処理・編集・表示技術の研究開発等が実施されている。
- 新産業を創造していくために必要な技術目標や製品・サービスの需要を創造するための方策を示した「技術戦略マップ2008」にコンテンツ分野が新設された。

資金調達の方法の多様化の促進

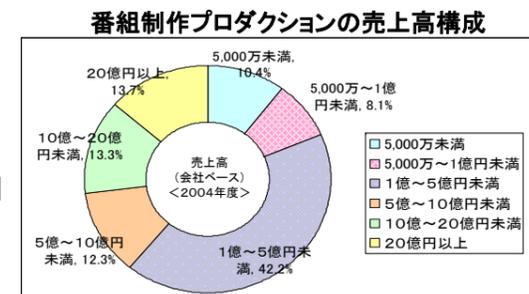
- 2004年12月に施行された改正信託業法を受け、金融以外の事業者によって劇場用映画の著作権に信託を設定し、信託受益権を機関投資家に販売する資金調達方法が活用されている。

コンテンツ版バイ・ドール制度の利用

- 2004年にコンテンツ促進法が施行されて以降、関係府省においてコンテンツバイドール制度を利用し、政府が権利の譲渡を受けずにコンテンツの制作を委託する契約が行われている。2007年度においてはパンフレットや教材の制作委託のための48件の契約において利用されている。

コンテンツ制作を担う企業の実態

- 放送番組制作会社においては売上が10億円未満の企業が7割以上を、従業員数が50人未満の企業が8割以上を占める。中小・零細企業を中心とした産業構造になっている。



出典:電通総研「情報メディア白書2007」

実演家・スタッフの創作活動における意識

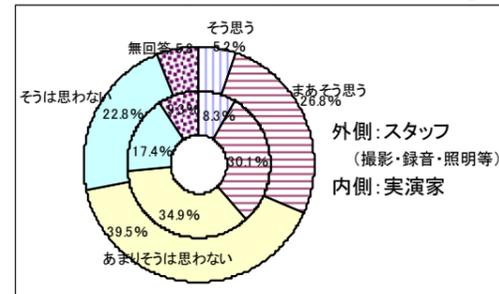
- 2005年に行われた調査においては、実演家の52%及びスタッフ(撮影・録音・照明等)の62%が携わっている仕事への世間の理解は十分でないと回答している。
- 同調査においては、自らの活動に関する著作権・肖像権が保護されているかどうかについて、47%の実演家が「そうは思わない」と回答している。

アニメーターの創作環境の実態

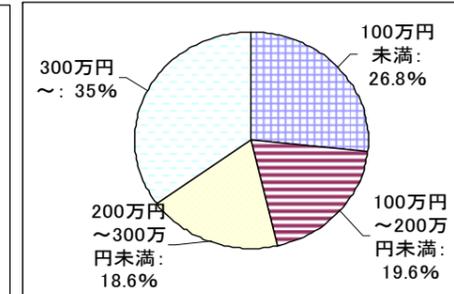
- 2005年に行われた調査においては、アニメーターの65%が年収300万円以下と回答している。また、労働時間は1日平均10.2時間、月間では推計で250時間に及ぶ。

実演家・スタッフの創作活動における意識

「携わっている仕事への世間の理解は十分か」



アニメーターの年収の分布



出典:社団法人日本芸能実演家団体協議会「芸能実演家・スタッフの活動と生活実態」を基に作成

3. 世界中のクリエイターの目標となり得る創作環境の整備(2/2)

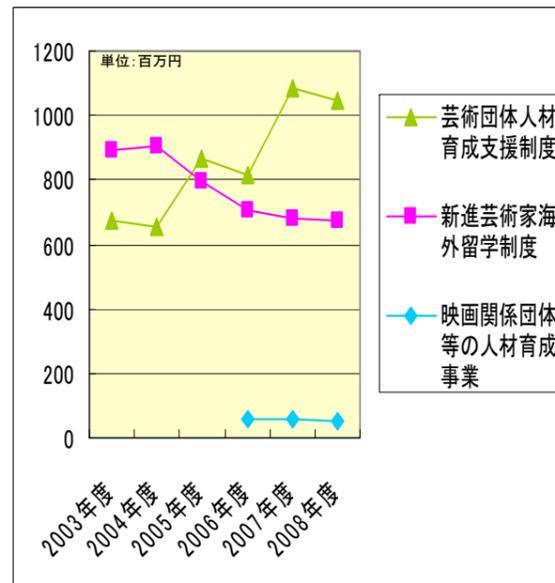
これまでの取組(主な成果)及び現状

(2)コンテンツ関連人材の育成

クリエイターの育成

- 映画関係団体等が学校や製作現場と連携して実施する映画人材の育成事業を実施した。予算額は2006年度:60百万円、2007年度:60百万円、2008年度:51百万円である。
- 美術、音楽、演劇、映画等の新進芸術家が海外の芸術団体等において実践的な研修を行うための海外留学制度を提供した。予算額は2006年度:708百万円、2007年度:681百万円、2008年度:676百万円である。
- 芸術団体、大学等の教育機関が行う人材育成・調査研究事業等に対し支援を行った。予算額は2006年度:815百万円、2007年度:1,087百万円、2008年度:1,043百万円である。

クリエイターの育成に係る予算の推移(文化庁)



(育成事業の例)

- アニメの人材育成および発掘のため、日本動画協会が行う「アニメーター養成プロジェクト」を支援し、アニメーターの技能評価試験の実施、アニメ制作の研修講座等により知識や現場経験を身につける機会を提供している。
- 2006年度から、短編映画制作による若手作家の育成をはかる「若手映画作家プロジェクト」を通じて、ワークショップや制作実地研修を実施するとともに、作品発表の場の提供を行っている。

プロデューサー、専門家の育成

- 2007年においては、国際的なビジネス展開の可能な人材を育成するため、若手プロデューサーの海外派遣事業を実施した。
- 2003年度から、高等教育機関の学生を対象とし、企画から制作・流通までの全行程を通して体験する職能別・プロデューサーインターンシップを実施し、幅広い分野での産学連携を推進した。2007年度には企業11社において学生36名の受入がされた。
- 2004年4月、法律家と事業者や創作者との交流活動等のため、エンターテインメント・ロイヤーズ・ネットワークが設立された。2008年3月末時点で627名(うち弁護士364名)の会員が所属している。

大学等、高等教育機関における人材育成

- 2003年度の大規模な制度改革を背景に大学や大学院におけるコンテンツ分野の人材育成が拡充された。2003年には東京工芸大学に芸術学部アニメーション学科が、2006年には京都精華大学にマンガ学部が、2008年には東京芸術大学に映像研究科アニメーション専攻(修士課程)が新設される等の例を含め、2008年度には124の大学(入学定員総数17,657名)と58の大学院(定員総数2,207名)においてコンテンツ関連の学部・研究科等が設けられ、人材育成が行われている。
- 2004年に構造改革特区制度を活用し、専門職大学院としてデジタルハリウッド大学院大学(2005年にデジタルハリウッド大学に改称)が設置された。
- 2004年から東京大学において「コンテンツ創造産学連携教育プログラム」を実施し、先端技術の知識と国際的ビジネス展開力を持つプロデューサーの育成等が行われている。

産学官連携による取組

- 2007年10月に立命館大学と映画産業の松竹株式会社、京都府の間で映像産業の発展を担う人材育成及び映画・映像技術の研究開発等に関する連携の取組が開始されている。

アニメーターの職能向上に関する意識

- 2005年にアニメーターを対象に行われた調査においては、職能向上のためには芸能・芸術を鑑賞する機会、技能の研修が必要であるとの回答が上位に上がっている。

職能・技術・技能の向上に必要だと思うこと(上位3位)

他分野を含めた芸能・芸術を安い費用で鑑賞する機会の提供	51.5%
技能を研修できる機会や場所が確保・保障されること	44.3%
プロのための研修が設計・実施されること	40.2%

出典:社団法人日本芸能実演家団体協議会
芸能実演家・スタッフの活動と生活実態調査報告「アニメーター編」を基に作成

これまでの政策の評価及び今後の在り方の検討に当たっての視点

➤世界に通用する優れたコンテンツを生み出す創作環境が整備されているか。

➤人材育成においては、雇用機会の確保等を含め将来のキャリアパスを描けるような一貫した育成を行うべきではないか。

4. 日本ブランドの振興(1/2)

これまでの取組(主な成果)及び現状

(1) 日本の魅力の発信

日本ブランド戦略策定にむけた検討

- 本年度より、コンテンツや食、ファッションなどの日本の強みを「日本ブランド」として効果的に発信していくため「コンテンツ・日本ブランド専門調査会」において、「日本ブランド戦略(仮称)」の策定(2月策定予定)に向けた検討を開始した。
- 2008年6月、情報共有等を行うため、関係省庁および独立行政法人の連絡会議を設置した。

ビジット・ジャパン・キャンペーンの推進

- 2006年12月に「観光立国推進基本法」を制定し、これに基づき2007年6月、「観光立国推進基本計画」を策定。2010年までに訪日外国人旅行者を1,000万人とするという目標の達成に向け、日本ブランドを活用した観光PR、WEBサイト(9言語)による情報発信、在外公館と連携したイベントやセミナーの開催等を実施している。



ハローキティを観光親善大使に任命
～中国・香港向けJNTOホームページ



「アニメ文化大使」事業の開始

- 2008年3月、ポップカルチャーを通じた文化外交の一環として、在外公館等において日本のアニメ作品を上映することを通して日本文化・社会を紹介し、諸外国における対日理解を促進するため、「アニメ文化大使」事業を開始した(「ドラえもん」を「アニメ文化大使」として選定)。

JAPAN国際コンテンツフェスティバルの開催(再掲)

感性価値創造

- 2007年5月、日本の豊かな「感性」を活かしたものづくりを推進し、日本から世界に新たな価値軸を発信するため、「感性価値創造イニシアティブ」を策定し、展示会やシンポジウム等を実施している(2008年はパリ・ルーブル宮(装飾美術館)で展示会を開催、2009年はNYで開催予定)。

日用品産業の海外展開の促進

- 2008年から、我が国の優れた生活関連製品で「新たな日本ブランド」を確立しうるものについて、統一的なコンセプトの下で海外の著名な展示会に「日本展」を設け、世界で通用するブランドの構築や海外での販路開拓を支援している(2月フランクフルト・アンビエンテ、4月ミラノ・サローネに出展)。

マンガ・アニメの情報発信拠点の整備

- 2006年、京都精華大学と京都市によって、マンガの収集や展示、マンガ文化に関する調査研究等を行う「京都国際マンガミュージアム」が設立された。
- 2006年、日本動画協会とアニメ制作会社によって、東京・秋葉原に作品の視聴やアフレコ体験等ができる日本発のアニメ情報発信拠点「東京アニメセンター」が設立された。

新たな外国人向け映像国際放送の開始

- 2009年2月、日本からの情報発信力を強化するため、外国人向けに日本やアジアの情報を発信する映像国際放送を開始する。

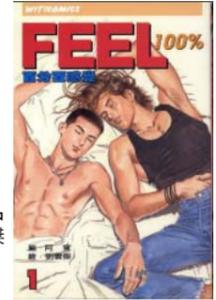
日本食海外普及功労者表彰の開始

- 2006年度、海外に在住し日本食や日本産農林水産物の海外への普及に貢献した功労者の顕彰を創設した(2008年度までに13名(レストランオーナー、食品輸入業者等)を表彰)。

国際漫画賞の開始

- 2007年度、海外で漫画文化の普及活動に貢献する漫画作家の顕彰を創設した。

第二回国際漫画賞最優秀作品
『Feel 100%』劉雲傑
© Culturecom Limited. All rights reserved.



(2) 豊かな食文化の醸成

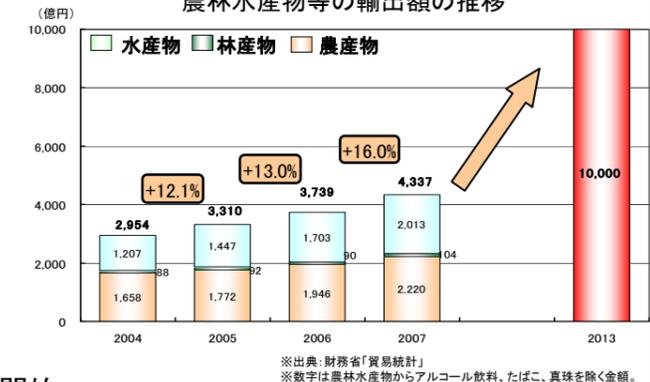
日本食レストラン海外普及推進機構(JRO)の設立

- 2007年7月、民間組織「日本食レストラン海外普及推進機構(JRO)」が設立された。現在、海外9都市(台北、上海、バンコク、ロンドン、アムステルダム、ロサンゼルス、モスクワ、スイス、ニューヨーク)に支部が設立され、関係者のネットワーク形成、日本食の衛生管理や調理技術に関する啓発活動等が進められている。

日本産農林水産物・食品の輸出促進

- 2013年までに輸出額を1兆円規模にするという目標の実現に向け、2007年5月に「我が国農林水産物・食品の総合的な輸出戦略」を策定し、輸出環境の整備、品目別の戦略的な輸出の取組、関係府省と連携した海外への情報発信等を実施している。

農林水産物等の輸出額の推移



WASHOKU-Try Japan's Good Food事業の開始

- 2006年10月より、日本食文化の普及を図るとともに、日本産農林水産物や食品の輸出振興を支援するため、外務省と農林水産省の共同事業として、在外公館において、現地の要人やオピニオンリーダー等を対象に日本の高品質な食材を用いた日本食等を提供する事業を実施している(2007年度は17カ国で実施)。

民間による取組

- 民間により2005年4月に設立された「食文化研究推進懇談会」において、日本食文化への国民の理解促進や海外への発信に関する個々の取組に関する情報共有や意見交換等が行われている(2008年4月までに11回開催)。

* 取組の例

- 日本食文化に関する研究
- 著名な外国人シェフへの日本での日本料理研修
- 海外の料理学校における日本料理講習会
- 日本料理コンペティション
- 世界料理サミット(2009年2月開催)
- 食に関する教育環境の充実(女子栄養大学食文化栄養学科、放送大学の科目群履修認証制度「食と健康アドバイザープラン」の新設等)

食育との連携

- 2005年7月に施行された食育基本法に基づき、2006年3月、「食育推進基本計画」を策定し、食文化の継承に向けた学校給食での郷土料理等の積極的な導入等、国民運動として食育を推進している。

4. 日本ブランドの振興(2/2)

これまでの取組(主な成果)及び現状

(3) 多様で信頼できる地域ブランドの確立

地域団体商標制度の導入

- 2006年4月、地域名と商品名からなる商標について登録を可能とする地域団体商標を導入した(2008年9月末時点で登録査定件数は406件)。

都道府県による取組

- 2008年3月時点、44都道府県において地域ブランドに関する認証制度を設けるなど、地域ブランドの創出に向けた取組が行われている。

中小企業地域資源活用促進法の施行

- 2007年6月、「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律」が施行され、同法に基づき地域資源を活用した商品開発やマーケティングに対する支援を行っている。

JAPANブランド育成支援事業の取組

- 地域の小規模事業者が地域の素材や技術を活かした製品等を世界に通用するブランドとして確立させるため、開発から展示会出展までの総合的な支援を行っている(2004年度の事業開始から2008年度までの5年間で121件のプロジェクトを支援、2009年1月にパリ及びニューヨークにおいて商談展示会を開催予定)。

JAPANブランド商品例



【山形商工会議所】



【鹿児島県商工会連合会】

中小基盤整備機構によるテスト
マーケティングショップ「Rin」～表参道



「食と農林水産業の地域ブランド協議会」の設置

- 2007年11月、農林水産物・食品の地域ブランド化に向け、地域ブランドの取組主体、地域ブランドアドバイザー、地方公共団体等が参加する協議会を設置し、セミナーの開催やWEBを活用した情報交換等を実施している(2008年10月現在、332団体が参加)。

農林水産物・食品地域ブランド化支援事業の取組

- 2008年度より、地域の農林水産物・食品のブランド化に向け、ブランド形成に向けた一貫した取組に対するアドバイスを行うプロデューサーの派遣、生産体制の整備や品質向上・管理のための機器整備等に対する支援を行っている。

識別技術の開発

- 農水産物やその加工品の品種や産地の偽装等を判別するため、DNAや微量元素を利用した識別技術の開発および実用化を進めている。

* 技術開発の例

米加工品の原料米の品種・産地判別技術、小麦・豆類・野菜類加工品の原料品種識別技術 等

(4) 世界ブランドとしての日本のファッションの確立

「東京発 日本ファッション・ウィーク」の開催

- 2005年10月に、東京コレクションの時期と会場を集約するとともに、素材から差別化した独自性の高いブランドを総合的に発信する場として、「東京発 日本ファッション・ウィーク」(JFW)を実施。以降、年2回(春、秋)開催し、2008年9月までに7回開催された。
コレクション期間と会場の集約化や他のファッションイベントとの連携、国内外の広報の充実による来場メディア数の着実な増加等、JFWの知名度が回を重ねるごとに高まりつつある。

「東京発 日本ファッション・ウィーク」における新人デザイナー支援

- 第5回JFW以降、有望な若手デザイナーに対し会場を無料で提供する支援を行った。また、第5回JFWにおいては、東京から世界に向けて自らのクリエイションを発信したいという世界の若手デザイナーに対し発表の場を提供する「ヨーロッパで出会った新人たち」展を開催し6ブランドが発表した。

また、2009年3月の第8回JFWにおいて実施予定の国内外の新鋭デザイナーに対し発表の場を提供する「SHINMAI Creator's Project」事業について、2008年4月に募集を行い、同年10月に、応募のあった総数52組(60名)の中から5ブランドを選出した。



第5回JFW「ヨーロッパで出会った新人たち」

外国人人材の受入

- 各種学校としての認可を受けていないが、実践的かつ高度な教育を行う民間教育機関(ファッション・デザイン教育機関)において、外国人学生を「就学生」として受入れるための枠組みを2008年10月に設けた。

ファッション人材の育成

- 近年におけるファッション人材の育成については、2005年度に金沢美術工芸大学大学院による専攻コース開設、神戸ファッション造形大学の設置等が行われ、2006年度には文化ファッション大学院大学が設置された。また、ファッション産業人材育成機構との連携により、2007年度に青山学院大学、神戸大学、横浜市立大学、首都大学東京及び法政大学が、2008年度には明治大学、日本女子大学、上智大学、東京経済大学がファッション講座を設置した。

民間による取組

- 民間により2007年5月に設立された「ファッション有識者懇談会」において、日本のファッションを世界ブランドとして確立するための具体策について検討を行っている。(2008年4月までに2回開催)

これまでの政策の評価及び今後の在り方の検討に当たっての視点

▶分野ごとの断片的な取組にとどまらず、分野横断的な取組を強化すべきではないか。

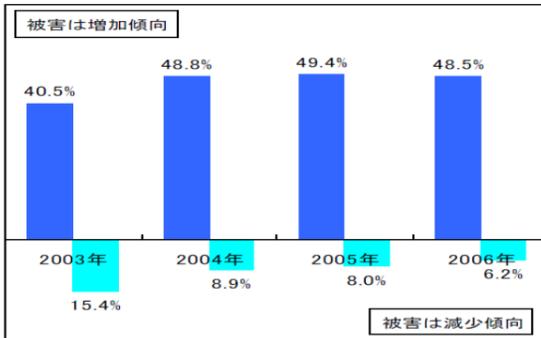
▶省庁間および官民の連携を促進するため、官民の連携体制の構築が必要ではないか。

5. 模倣品・海賊版対策の強化 (1/3)

これまでの取組(主な成果)及び現状

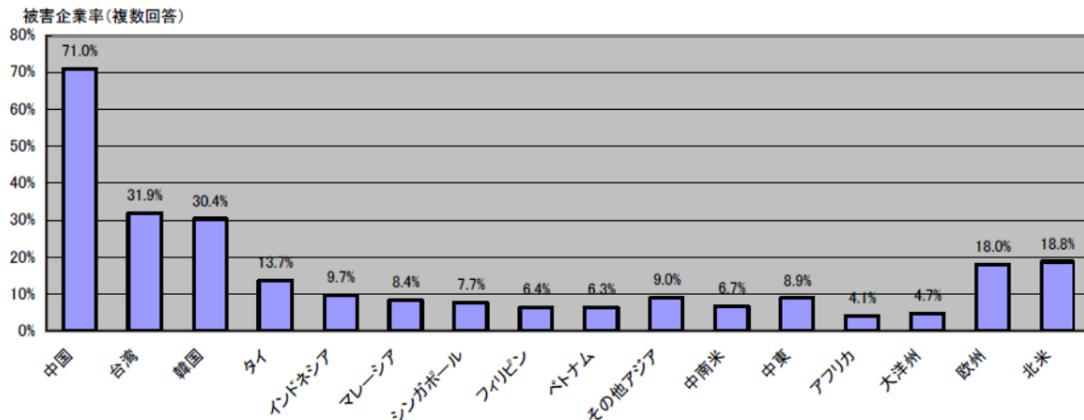
<①外国における対策>

- 中国、台湾、韓国、タイの4か国・地域における模倣・海賊行為による日本企業の被害額推計値は、利益ベースで1.2兆円、売上高ベースで17.9兆円(2004年特許庁調べ)。
- 模倣品・海賊版の世界全体の国際貿易額は2000億ドルと推計(2005年OECD調べ)
- 2003年度以降減少していた模倣被害率が2006年度は23.0%となり、前年度より1.0%増加(特許庁「2007年度模倣被害調査報告書」)



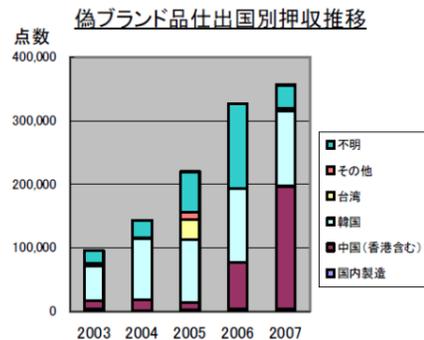
海外における被害の増減傾向
 ※数値は、国・地域別の製造、経由、販売・消費のいずれかの被害を受けた企業の比率。複数回答。
 出所:特許庁「2007年度模倣被害調査報告書」

模倣被害を受けた国・地域(2006年度)



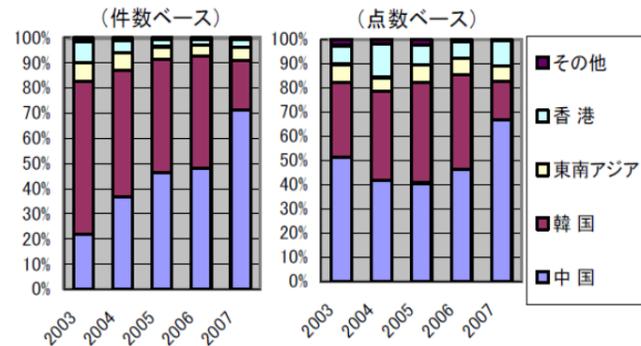
(出所) 特許庁「2007年度模倣被害調査」(注) 被害率=模倣被害社数/総回答社数

偽ブランド品仕出国別押収推移



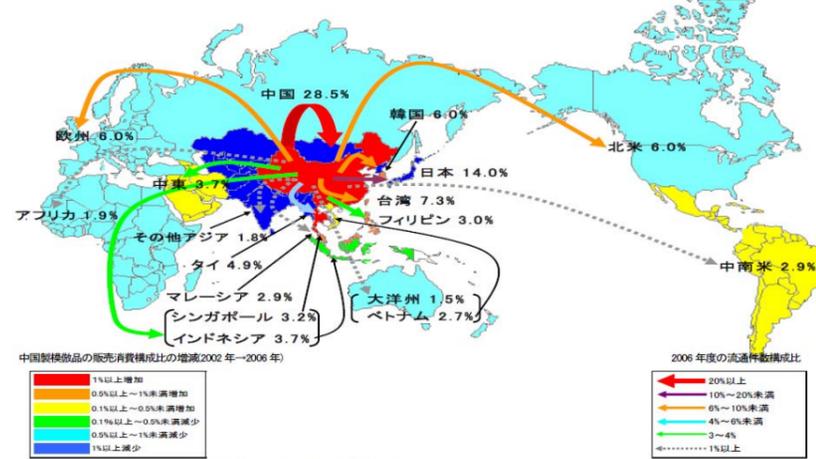
(資料) 警察庁「平成19年中における生活経済事犯の検挙状況について」をもとに作成

仕出国別の知的財産侵害物品差止実績

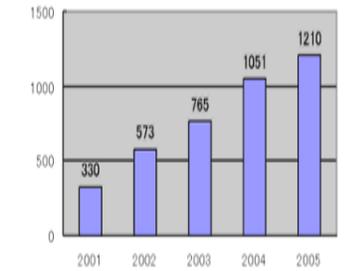


(注) 東南アジア=タイ、フィリピン、ベトナム、インドネシア、マレーシア(件数ベースのみ)、シンガポール(点数ベースのみ)
 出所:「平成19年の知的財産侵害物品の輸入差止状況」(財務省関税局)を基に作成

中国で製造された日本企業の模倣品の流通経路(2006年)



中国の税関における知的財産権侵害事件の摘発件数



出所:JETRO北京センター資料を基に作成

○模倣品・海賊版拡散防止条約(仮称)

- 2005年度のG8グレンイーグルズ・サミットにおいて、小泉内閣総理大臣(当時)から模倣品・海賊版拡散防止条約(仮称)の必要性を提唱。2007年10月に日米欧等から、協議開始の報道発表を実施し、2008年6月から条文案をベースとした交渉を開始。2008年7月のG8北海道洞爺湖サミット首脳宣言に、本条約の実現に向けて交渉を加速化し同年末までの交渉完了を追求する旨を明記。

模倣品・海賊版の拡散経路(参考:欧州委員会による作成図)



○官、民の二国間の取組

- 2002年度以降、国際知的財産保護フォーラムと政府が合同で中国にミッションを定期的に派遣し、中国政府に模倣品・海賊版問題について法制度の整備及び取締りの強化を要請。2007年度、インドに初めて官民合同ミッションを派遣し、知的財産権に係る問題について協議。
- 日中経済パートナーシップ協議等、二国間ベースで閣僚レベルによる模倣品・海賊版対策強化等の要請(2003年度以降)。
- 2004年度までに在外公館向けに知財権侵害対応マニュアルを作成し、また、すべての在外公館に知財担当官を配置。
- 2005年度、民間からの申立てに基づき外国における侵害状況を調査し、必要に応じて政府間協議等を行う制度(侵害状況調査制度)を導入。
- コンテンツ海外流通促進機構(CODA)の制定したコンテンツ海外流通マーク(CJマーク)を活用し、中国、香港、台湾を対象に現地政府・当局取締機関と共同で取締活動を実施。2005年度から2007年度までの間で455万枚の海賊版を押収。

○アジア諸国・地域への協力

- アジア諸国・地域を対象(中国を重点対象)とした国・地域ごとの「知的財産権保護協力・能力構築支援戦略」を策定(2005年度)。

これまでの政策の評価及び今後の在り方の検討に当たっての視点

- 外国市場対策として、多国間での枠組み作りとともに、官・民の二国間ベースでの取組を一層強化していくためには、さらに何が必要か。

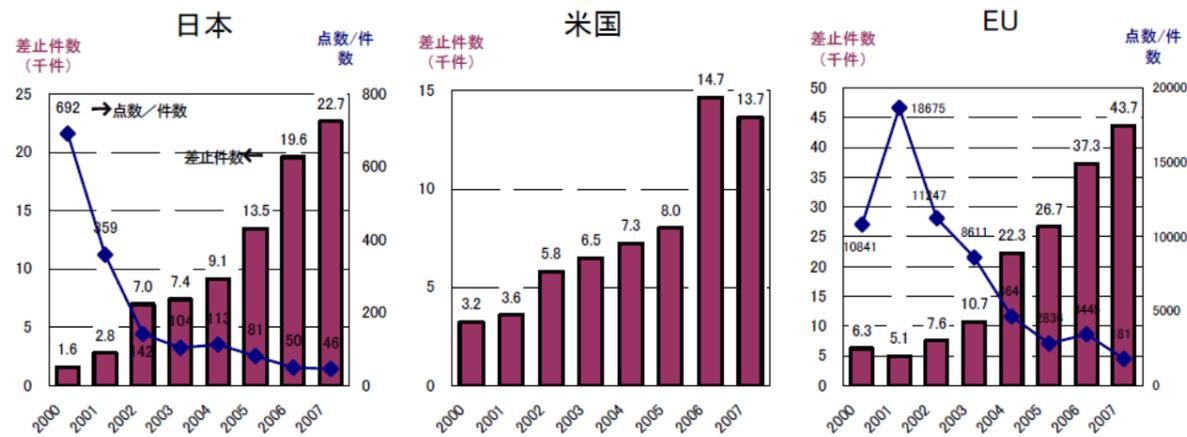
5. 模倣品・海賊版対策の強化 (2/3)

これまでの取組(主な成果)及び現状

<②国内における対策(1/2)>

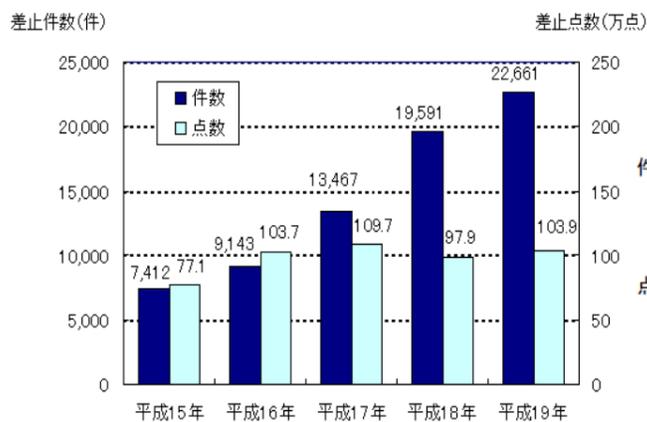
- 知財侵害物品の輸入差止件数は年々増加、2007年には過去5年間で3倍以上の伸び。輸入差止額は年間約385億円と推計(2007年)。
- 特許権、実用新案権、意匠権及び育成者権の侵害物品並びに不正競争防止法違反物品につき、輸入差止申立制度を導入(2003年度から順次)。
- 法律的・技術的専門性を伴った侵害判断のため、関係行政機関及び専門委員(学識経験者)への意見照会制度を導入(2003年度から順次)。
- 認定手続において税関が侵害物品の見本を権利者に提供し検査させることができる「サンプル分解制度」を導入(2005年度)。
- 税関が知的財産侵害物品を発見した場合、その多寡にかかわらず、原則として認定手続をとるよう通達に明確化(2006年度)。
- 輸出取締制度(2006年度)、通過取締制度(2008年度)を導入。

図表 水際での没収・差止実績の推移(日米欧比較)



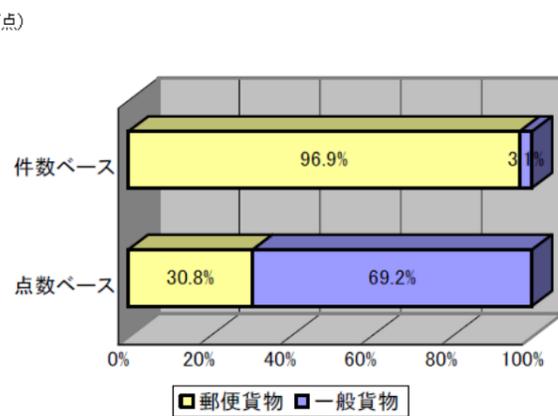
(資料) 日本は、財務省発表「知的財産侵害物品の差止状況」をもとに作成。米国は、税関・国境保護局公表「TOP IPR SEIZURES」をもとに作成。押収点数については不明。なお、件数ベースでは2007年では減少しているものの、金額換算ベースでは、155百万ドルから197百万ドルに増加している。EUは、欧州委員会税関・関税同盟総局公表の「模倣品・海賊版: Statistics recorded at the external borders of the EU」をもとに作成。2001年の1件あたりの点数が突出しているのはオランダで差止点数が一時的に急増したため。なお、EUの特徴としてたばこ商品の侵害物品の押収量が半数以上を占めている。

知的財産侵害物品の輸入差止実績



出所:「平成19年の知的財産侵害物品の輸入差止状況」財務省関税局

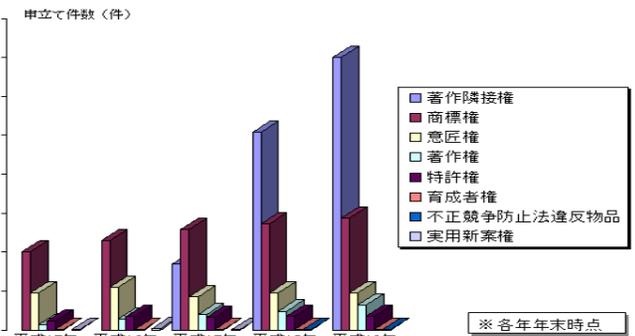
輸送形態別差止実績(2007年)



出所:「平成19年における知的財産侵害物品の差止状況」を基に作成

- 認定手続の簡素化の観点から、一定期間内に輸入者から何ら意思表示されない場合、速やかに知的財産侵害物品を没収・廃棄できる仕組みを導入(2007年度)。
- 差止申立手続の簡素化の観点から、いずれかの税関が差止申立書を受理した場合、すべての税関で受理したこととして取り扱うことを可能とする制度を導入(2008年度)。
- 税関の知的財産専担職員を増員(2003年度40名→2008年度77名)。

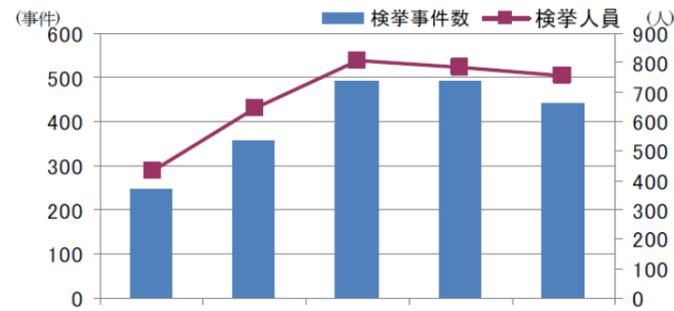
輸入差止申立て件数の推移



出所:「平成19年の知的財産侵害物品の輸入差止状況」財務省関税局

- 知財権侵害事犯による検挙件数は年々増加、2006年には過去5年間で倍増。近年は緩やかな減少傾向。

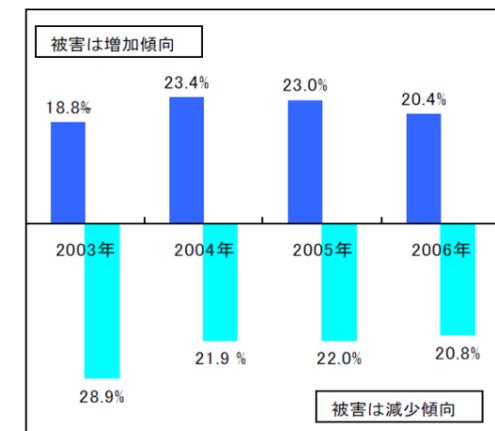
知的財産権侵害事犯による検挙実績



	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
検挙事件数	245	369	492	488	441
検挙人員	431	644	806	788	766
検挙人員	28	30	40	42	60

出所:警察庁「偽ブランド・海賊版の根絶に向けて」を基に作成

国内における被害の増減傾向



出所:特許庁「2007年度模倣被害調査報告書」

- 特許権、商標権、営業秘密、著作権、育成者権等の侵害に関して、刑事罰の上限を引き上げ(2006年度以降順次、特許の場合:10年以下の懲役若しくは1000万円以下の罰金又はこれの併科、法人処罰に係る罰金刑を3億円)。
- 不正競争防止法を改正し、著名表示の冒用行為及び商品形態模倣行為に対し刑事罰が適用(2005年度)。
- 上映中の映画について権利者の許諾を得ずに録画、録音することを禁止する「映画の盗撮の防止に関する法律」が施行(2007年度)。
- 国内での取締強化のために、商標権侵害真贋予備鑑定員制度(警視庁管内に160名、神奈川県警管内に5名:2008年7月時点)、品種保護対策役(農林水産省に16名:2008年4月時点)を導入。

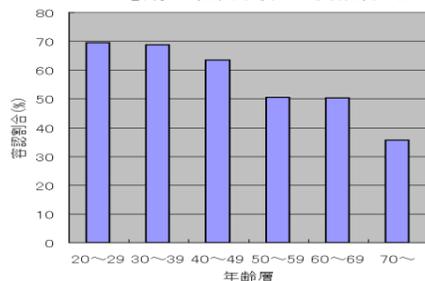
5. 模倣品・海賊版対策の強化 (3/3)

これまでの取組(主な成果)及び現状

<②国内における対策(2/2)>

- 関係9省庁が協力し、テレビCM放映、広告ポスター掲出、キャンペーン特別Webサイトの開設などを通じて、消費者に対して「模倣品・海賊版撲滅キャンペーン」を実施(2003年度～)。その他にも各省庁においてポスター等による広報啓発活動を実施。

「ニセモノ」購入容認割合(年齢層別)(2008年)



模倣品・海賊版撲滅
キャンペーンポスター



財務省税関ポスター



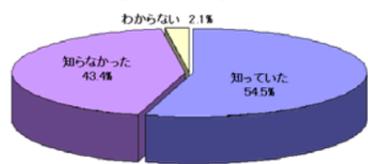
警察庁・不正商品対
策協議会ポスター



「ニセモノ」購入についての認識

	2004年	2006年	2008年
どんな理由でも購入すべきではないと思う	39.6%	47.4%	39.9%
正規品より安いので、購入するのは仕方がないと思う	29.9%	29.8%	27.3%
正規品にはないデザイン・仕様の品もあるので、購入するのは仕方がないと思う	10.3%	9.8%	7.5%
公然売っているので、購入しても仕方がない(よい)と思う	6.7%	5.6%	17.6%
その他・わからない	13.6%	7.5%	7.6%

政府の啓発活動の認知度(2008年)



出所: 内閣府特別世論調査を基に事務局作成

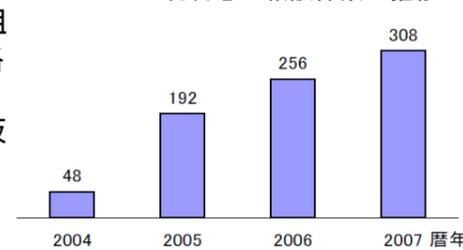
○模倣品・海賊版対策関係省庁連絡会議の設置

- 関係8省庁が一体となって模倣品・海賊版対策に取り組むため、内閣官房に模倣品・海賊版対策関係省庁連絡会議が設置(2004年7月)。これまでに5回の会合を開催し、相談対応体制、模倣品・海賊版拡散防止条約(仮称)構想に向けた基本方針等を決定。

○政府模倣品・海賊版対策総合窓口の設置

- 政府の一元的な相談窓口として「政府模倣品・海賊版対策総合窓口」を経済産業省製造産業局に開設(2004年度)。2007年末までに相談件数は804件(2006年度は308件)。

政府模倣品・海賊版対策
総合窓口相談件数の推移



※ 2004年は8月～12月の間の件数
出所: 2007年度「政府模倣品・海賊版対策総合窓口年次報告書」をもとに作成

これまでの政策の評価及び今後の在り方の検討に当たっての視点

- 水際、国内での取締りの強化は、成果を上げてきているか。
- 消費者の知財意識を高めるには、何が必要か。特に、若年層の知財意識は不十分ではないか。

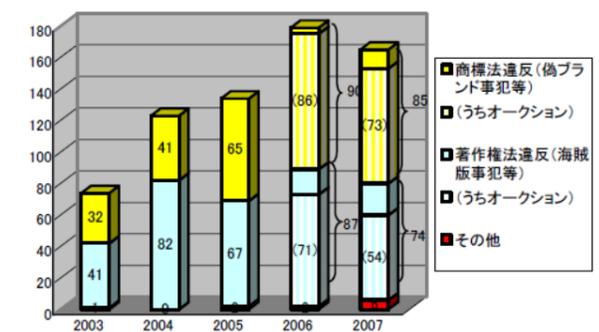
<③インターネットにおける対策強化>

- 模倣品・海賊版のネット利用事犯の検挙数は年々増加、近年は横ばい。模倣品の発見契機としては、ネット事犯が店頭事犯を上回っている(2006年)。

○ネットオークション対策

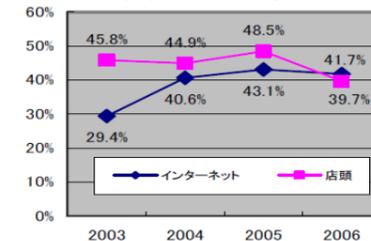
- ネットオークションを利用した知財権侵害事犯を効果的に取り締まるため、2005年度に権利者等、オークション事業者及び捜査機関による「情報共有スキーム」を構築。
- 2005年度、権利者とオークション事業者により「インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会」が設立。同協議会により官民が連携してとるべき対策を提言した報告書(2006年度)、2007年度活動報告が公表(2008年度)。
- 上記対策の結果、ネットオークション事業者に対する権利者からの削除要請件数が年々減少。

インターネット利用検挙事犯推移



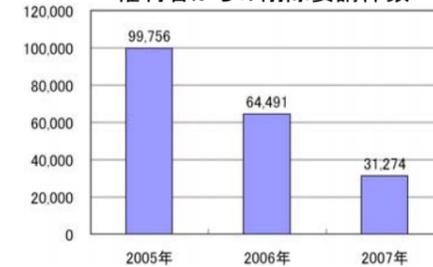
(資料) 警察庁「平成19年中における生活経済事犯の検挙状況について」をもとに作成(オークション件数データは2006年から公表)

模倣品発見の契機



(資料) 特許庁「模倣被害調査」をもとに作成
比率=方法別発見社数/国内販売被害回答社数

インターネットオークションに関する
権利者からの削除要請件数



出所: 平成19年度インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会報告書

○ファイル共有ソフト対策等

- 2008年5月、著作権団体と電気通信事業者が共同・連携して著作権侵害対策活動を検討する場として、「ファイル共有ソフトを悪用した著作権侵害対策協議会」を設立。
- 2008年6月、コンテンツ海外流通促進機構(CODA)と政府が合同で訪中ミッション(北京、上海)を派遣し、インターネット上における著作権侵害の違法アップロード問題の改善について、中国政府に申し入れるとともに、業界団体等と意見交換を実施。

違法音楽ダウンロードと有料配信市場の対比



出所: 日本レコード協会2006年11月調査に基づき作成

Winnyによる被害実態調査

Winnyによる被害相当額は推計約100億円(音楽ファイル4.4億円、コンピュータソフトウェア等95億)。※2006年、(社)コンピュータソフトウェア著作権協会及び(社)日本音楽著作権協会がネットワーク巡回による調査を実施。被害相当額は、調査を行った6時間における流通量から推計したもの。

これまでの政策の評価及び今後の在り方の検討に当たっての視点

- インターネット上での模倣品・海賊版対策は十分か。特に、オークション対策以外のインターネット上の違法対策は不十分ではないか。