

# 知的財産戦略に関する論点整理 (コンテンツ強化関連)

平成23年2月10日

内閣官房知的財産戦略推進事務局

# 知的財産推進計画2011に向けた検討の枠組み

- グローバルネットワーク化の急速な進展が経済社会に変革をもたらし、ビジネスのみならず、消費者の行動をも変えつつある。
- こうした中、デジタル化・ネットワーク化の進展により経済社会を変革する可能性が広がり、コンテンツのグローバルなネットビジネスを巡る国際競争が本格化。また、我が国が強みを有するクールジャパンのグローバルな総合的展開の機会が到来。さらに基盤となる人材育成の加速も重要に。これらについて、戦略的な対応を図る必要がある。
- 以上を踏まえ、2011の検討にあたっては、以下の3つの柱で整理できないか。

我が国の経済成長の実現

1. デジタル・ネットワーク社会の先端を切り拓く国となる。

- ・ 様々な端末やネット接続型テレビの登場等を契機に世界的に大きな変革期
- ・ コンテンツのグローバルなネットビジネスを巡る国際競争の本格化

書籍等の電子配信の促進、デジタルアーカイブの促進、クラウド化等の基盤整備、拡大するグローバルな著作権侵害への対応についてそれぞれ整理。

2. クールジャパンを推進する。

- ・ グローバルな競争の展開
- ・ クールジャパンとしての総合的な取組の強化の必要性

クールジャパンの推進に関し、発掘・創造、発信、定着のサイクルとこれらを支える基盤整備についてそれぞれ整理。

3. 基盤となる人材育成を加速する。

- ・ グローバルな競争の中、デジタル化・ネットワーク化、クールジャパンの推進に対応した人材の不足

デジタル化・ネットワーク化に対応した創作基盤の強化、世界に通用する人材育成基盤の強化についてそれぞれ整理。

# 知的財産推進計画2011に向けた、3つの柱の具体的な構成(イメージ)

## 1. デジタル・ネットワーク社会の先端を切り拓く国となる。

電子書籍を始めとしたコンテンツの電子配信をさらに促進するとともに、我が国の過去の知的資産をデジタル化・ネットワーク化して、活用する。

デジタル化・ネットワーク化の推進を支える基盤を戦略的に整備する。

グローバルな著作権侵害への対応を強化する。

## 2. クールジャパンを推進する。

海外に通用するクールジャパンの創造・発掘を促進する。

クールジャパンを海外のニーズに合わせて発信する。

クールジャパンの人気を定着させる。

クールジャパンの海外展開のための障害を取り除く或いは基盤を整備する。

## 3. 基盤となる人材育成を加速する。

デジタル化・ネットワーク化に対応した創作基盤を強化する。

世界に通用する人材育成基盤を強化する。

# 基本認識(1. デジタル化・ネットワーク化)

コンテンツのグローバルなネットビジネスがいよいよ本格化しつつある中、我が国コンテンツ産業にとっては大きな機会であるとともに「正念場」。

○様々な端末やネット接続型テレビ(スマートテレビ)等が登場。



→

- ・メディアやコンテンツの融合等による経済社会の変革の可能性
- ・グローバルなコンテンツのネットビジネスの課金によるビジネスモデル化の機会が到来

○様々な分野において、コンテンツプラットフォーム間の競争



→

グローバルなコンテンツプラットフォームの覇権を巡る競争へ

○新たなサービスの登場等の様々なグローバルな動き

・クラウド型のコンテンツサービスの登場

アマゾンのKindleではサーバーに保存された書籍を複数の機器で利用可能なクラウド型サービスとなっている。また日本メーカーでもクラウド型の映像・書籍サービス等に対応する方向。

・過去の知的資産のデジタル化・ネットワーク化の動き

各国の書籍をデジタルデータ化したGoogle Booksや、域内の文化資産をデジタル化・配信するヨーロッパ電子図書館等の動きが活発化。

・ネット上での海賊版のグローバルな流通

我が国のマンガやアニメ等が、発表後直ちに翻訳付きの海賊版により流通。

# 基本認識(2. クールジャパン)

クールジャパン全体についての総合的な推進が重要。

## ○グローバル競争の展開

- ・従来クールジャパンのような文化的な産業は地域性が高かったが、グローバルな競争に突入しつつある。
- ・こうした中、韓国等各国は戦略的に取り組んでいる。  
(例) 韓流ドラマやK-POP等が我が国を含むアジア市場で席卷

## ○クールジャパンのポテンシャル

- ・海外ではクールジャパンは人気が高く、高いポテンシャルを有しており、高い成長を続けるアジア等を中心に大きな機会が到来。
- ・クールジャパンは今後の日本経済をけん引する成長産業であり、高成長を続けるアジア等の外需のみならず、インバウンドの増加など内需の増加にも貢献することが期待される。
- ・他方、現状ではその人気が十分に産業化されていない。

パリの「JAPAN EXPO2010」は、  
18万人の入場者あり。



(出典:公式HP)

日米のコンテンツの海外収入比較(2008年)

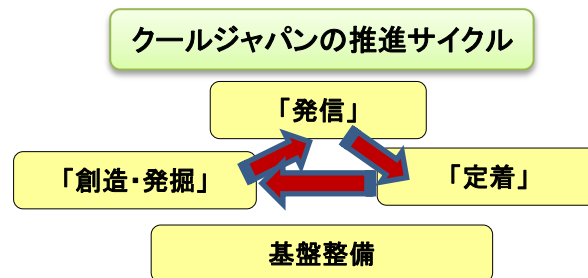
	海外収入	海外/国内比
日本	約0.6兆円	約4.3% (国内市場は約14兆円)
米国	約8.5兆円	約17% (国内市場は約50兆円)

(出典:総務省ICTビジョン懇談会)

## ○戦略的な推進の必要性

- ・個別売りではなく、日本のライフスタイル全体を発信し、コンテンツ、ファッション、日用品、観光等の様々な分野で相乗効果が発揮されることが重要。また、創造・発掘、発信、定着までの一貫した流れで戦略的に措置を講じていくことが必要。

富山放送局と中国放送局がアニメによる観光ビデオを放送し、中国全土(視聴人口6億人)に放映され、観光誘致に成功。



# 基本認識(3. 人材)

コンテンツ人材を取り巻く環境は、引き続き厳しい状況にある一方、グローバル化によって海外展開の機会やデジタル化、ネットワーク化を通じた活躍の機会も広がっている。

## ○コンテンツ人材を取り巻く状況

### 制作機会の減少

制作費の減少傾向やDVD等の二次利用収入の減少等を背景として、現場での人材育成が困難に。

### 制作工程の高度化

制作工程のデジタル化や3D化等が進展する一方、アニメ等の分野においては、これらの進展に十分に対応できていない。

### 各国の追い上げ

従来我が国が強いとされていたアニメ、ゲーム分野において、制作能力の面で各国から追い上げられており、放置すれば立ち後れる可能性。

## ○グローバルなコンテンツプラットフォームを活用した海外展開

・昨年11月から米国においてiPad向けに「ワンピース」、「NARUTO」、「ドラゴンボール」等の人気マンガ作品の販売を開始。

・本年1月からエヌ・ティ・ティ・ソルマーレがiPad上においてコミックを配信する「地球書店」を開設し、海外向けも配信予定。

## ○個人クリエイターによる環境

廉価なデジタル制作ツールが普及するとともに、作品を公表・共有する場が拡大。

- ・昨年7月には、Facebookのアクティブユーザーが全世界で約5億超に達したとされる。
- ・ニコニコ動画が昨年1月から3月にかけての決算で初めて黒字化を達成した旨を発表。
- ・昨年7月 Ustream AsiaとJASRACとの間で包括契約を締結。
- ・昨年12月 エイベックス・マーケティングがニコニコ動画における音源利用許諾について合意。

# 1. デジタル化・ネットワーク化 (①電子書籍の普及促進)

【論点】 昨年末から、国内メーカーからも電子書籍端末が登場する等、民間の電子書籍ビジネスは我が国においても徐々に進みつつあるが、加速化するための取組として何が考えられるか。

## ○米国において電子書籍端末が急速に普及



(出典：それぞれの公式サイト)

○デジタル化を巡る和解案は未だ成立していないが、グーグルが米国内で著作権消滅の書籍等(約300万点)をweb上で提供するサービスを開始。



(出典：Google HP)

## ○我が国においても、民間の取組が始まりつつある。

国内メーカー等からも昨年12月より対応端末が販売され、サービスが開始された。

GALAPAGOS



Reader



Biblio Leaf SP02



(出典：それぞれの公式サイト)

ただし、報道によれば国内メーカー端末機の書籍コンテンツの規模は、昨年12月時点では2万~3万冊程度と言われており、米国と比較するとコンテンツ数はまだ少ない。

## 【取組の方向性の例】

### ○契約基盤の整備

出版者-著作者間の契約を促進するための環境整備、出版者への権利付与の是非の検討、集中的な権利処理の環境整備、クラウド型配信への対応等

### ○ファイル・フォーマットの整備

マルチプラットフォーム戦略を可能とする中間ファイルフォーマットの策定、最終ファイルフォーマット(EPUB等)の日本語対応化、中小出版社への支援等

### ○著作権侵害対策

プロバイダーとの協働による違法コンテンツの削除の円滑化・迅速化等



# 1. デジタル化・ネットワーク化 (①電子書籍の普及促進)

【論点】 電子書籍を活用し、例えば、我が国のマンガ等の電子書籍の海外展開、デジタル教材の普及促進を通じた教育の質の充実、アクセシビリティの改善等、我が国の経済社会の活性化にどのようにつなげていくか。

## ○海外においてマンガ等の違法配信が氾濫

このうち違法配信を停止したとされるサイト「One Manga」は、昨年春には約11億アクセスに達したとされる。逆に言えば、海外における正規配信へのニーズは高いと言える。

例: スキャンレーション



- ・日本で発売後すぐにマンガをスキャナで取り込み、外国語訳が付けられてネット上に掲載・流通。
- ・対象言語は英語が大半を占め、スペイン語やドイツ語、フランス語も散見。

## ○デジタル教材の動き

文部科学省において本年度中に教育の情報化ビジョンの策定・公表予定。また、23年度より文部科学省・総務省において実証研究を実施予定。昨年7月に民間においてデジタル教科書教材協議会が設立。



## ○アクセシビリティの向上

・電子書籍の活用により、音声・点字等によるアクセシビリティ(障害者・高齢者を含むすべての人が支障なく活用できる)の向上が期待される。



例えば、アマゾンのKindleには自動音声による読上げ機能(現在は英語のみ、ただし非対応書籍あり)がある。

## [取組の方向性の例]

### ○マンガ等の電子書籍の海外展開の促進

海外向けの電子書籍市場の拡大促進(最終フォーマットに関する諸外国との連携等)、マンガ・雑誌対応フォーマットの策定、翻訳支援、海外における著作権侵害コンテンツ対策の強化等

### ○電子教材の普及促進

電子教材及びそれに対応したカリキュラムの開発・普及等

### ○アクセシビリティの向上

音声読上げ機能の開発・普及等



# 1. デジタル化・ネットワーク化 (②アーカイブの活用) <国立国会図書館>

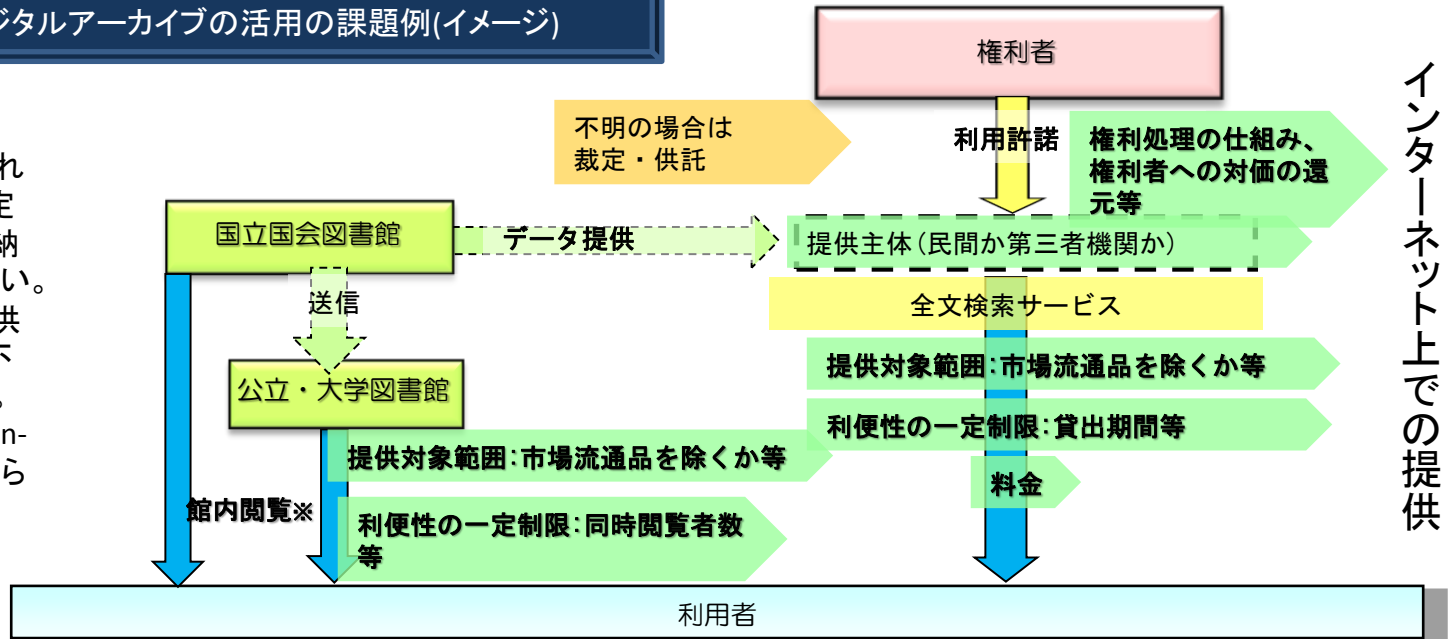
【論点】 知的資産である国立国会図書館のデジタルアーカイブについて、我が国の知的インフラの強化、民間の電子書籍市場の加速化、我が国からの知の発信強化の観点から、デジタル化とともに外部提供を進めていくことが重要ではないか。そのためにはどのような措置が必要か。

## 国会図書館の過去のデジタルアーカイブの活用の課題例(イメージ)

### [前提]

- ・現在国会図書館が保有する過去のデジタル化されたアーカイブを対象と想定し、今後予想される電子納本については含んでいない。
- ・インターネット上での提供は全て権利処理による(不明の場合は裁定手続き)。
- ・ビジネスとの棲分や、win-win関係の構築の観点から適切なルールを設定。

※一部の図書(保護期間が終了した作品含む)については『近代デジタルライブラリー』において、インターネット上で無償提供



### [取組の方向性の例]

#### ○民間ビジネスとの棲分やwin-win関係構築のためのルールの設定

提供対象範囲(市場流通品を除くか等)、利便性の一定の制限(同時閲覧数、貸出期間の設定等)、料金設定・権利者への対価(料金水準、配分の仕組み等)、提供主体(民間か、第三者機関か等)、民間ビジネスとのリンク等

#### ○公立図書館等を通じた提供

#### ○膨大な過去のデジタルアーカイブに関する効率的な権利処理

集中的な権利処理の仕組み、著作者が不明の場合の過去の著作物に関する裁定手続き等

#### ○電子納本の推進

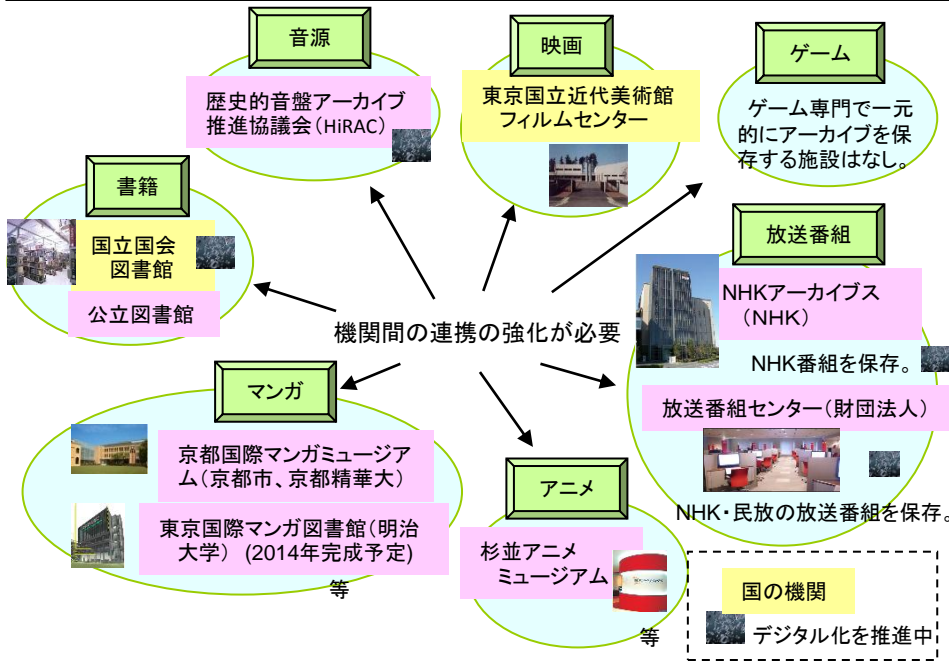
上記民間ビジネスとの棲分ルールの設定を含む関係者の合意に基づく仕組みの検討

# 1. デジタル化・ネットワーク化 (②アーカイブの活用)

【論点】 コンテンツのネットビジネスがグローバル化する中で、過去の眠れる知的資産のデジタル化・ネットワーク化の動きが出てきており、コンテンツ大国である我が国として、どのように対応すべきか。

## 我が国におけるコンテンツのアーカイブ化の状況

国立国会図書館が納本制度により収集している書籍以外は、基本的には様々な機関による取組に委ねられている。



## 著作権者が不明の場合の権利処理

過去のコンテンツをデジタル・アーカイブ化する際に、著作権者が確認できず、権利を確定するまでに時間や費用がかかる。

- 国立国会図書館は、戦前・戦後前期の図書のデジタルアーカイブ化を進めているが、権利者が見つからないあるいは分からないといった事例に遭遇することが少なくない。
  - ・一定の調査をしても権利者が不明である場合には、著作権法の裁定手続きによって、供託金を納付の上で利用が可能となる。
  - ・これまで国会図書館のデジタルアーカイブ化では、権利者特定のための調査を開始してから裁定手続きを経て利用可能となるまでに、平均2年程度・約2300円/一人かかっており、時間・費用の両面で負担が大きい。
- 民間企業等が過去のコンテンツをデジタル・アーカイブ化もしくは二次利用をしようとする際にも、権利者が見つからないケースが少なくなく、時間や費用がかかるためにアーカイブ化などが進まないといった声もある。

### [取組の方向性の例]

- 国立国会図書館のデジタルアーカイブの活用(前掲)
- 過去の放送番組資産の活用

過去の放送番組資産活用のため、NHKオンデマンドの独立採算性の緩和や民放のアーカイブ事業の拡充を図るための環境整備

- 様々なコンテンツのアーカイブのデジタル化・ネットワーク化及び拡充
- 過去の知的資産の権利者に関する裁定手続きの迅速化

# 1. デジタル化・ネットワーク化 (③基盤整備) <クラウド型サービス>

【論点】 個人が様々な機器でどこでもコンテンツを楽しめることが可能なコンテンツのクラウド型配信が進みつつある。一方、我が国の取組は遅れており、民間の契約上の取扱いの問題や著作権等をめぐる課題の整理を進める必要があるのではないか。

## 【課題例①】コンテンツ預かりサービス

自らが購入したコンテンツを外部サーバーに預け、インターネット等を通じて様々な機器で自ら視聴(本人以外は利用不可)。



○利用者がコンテンツを送信し、サーバーに保存する行為の主体が誰であるかについて、判例上、明確ではなく、クラウドサービス事業者が複製権等の侵害に問われる可能性がある。

○上記の方法により、保存されたコンテンツを利用者へ送信する行為についてクラウドサービスを提供する事業者が、公衆送信権の侵害に問われる可能性がある。(なお、インターネットを用いた放送番組の転送サービスに関し、事業者の公衆送信権侵害を認定した最高裁判決(本年1月)がある。)

## 【課題例②】クラウド型視聴サービス(Amazon Kindle等はクラウド型配信に対応)

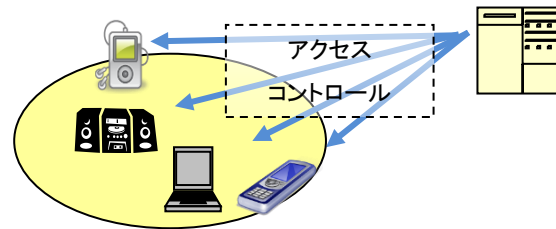
購入したコンテンツをサーバー上で保管し、様々な機器で視聴(本人確認の認証あり)。

従来型

コンテンツが化体したパッケージ/  
プログラム/データを購入(所有権的  
構成)

今後

コンテンツを一定条件下で利用する権  
利を購入(債権的構成)



柔軟かつ多様な利用が可能な反面、利用をサービス提供事業者に依存するため、永続的な利用には不安定な面あり。

○契約により権利者との間で適切に処理されていれば、当該サービスに法的問題はない。

○一方、利用者の立場から見れば、提供事業者側の条件変更等により、コンテンツの視聴が出来なくなるリスクあり。あくまでも契約で処理されるべき問題との考え方と、購入したコンテンツの利用保護のための一定の規律が必要であるとの考え方もある。

○アクセスコントロールを技術的に回避して不正に利用するケースに対応する必要がある。

## [取組の方向性の例]

○クラウド型コンテンツ配信の権利処理に関する環境整備等、著作権等をめぐる課題の検討

# 1. デジタル化・ネットワーク化 (③基盤整備) <プラットフォーム>

【論点】 グローバル化したコンテンツプラットフォームの影響力が高まっている。デジタル化・ネットワーク化が遅れている我が国のコンテンツ産業としてどのような戦略で臨むべきか。

## [事例1] コンテンツ審査基準を巡る問題

- ・コンテンツプラットフォーム運営者は、一般に、暴力やわいせつ性等の社会的問題がないか、プログラムにバグやセキュリティ上の問題がないか、海賊版が含まれていないか等の観点から、コンテンツを事前審査。
- ・他方、審査基準が必ずしも明確でないとの批判もあり、一部のコンテンツ事業者からは明確な説明のないままプラットフォームからコンテンツが削除されたとの声もある。
- ・コンテンツプラットフォームによるブランドコントロールも企業戦略上重要である一方、寡占的なコンテンツプラットフォームの場合には、コンテンツ保護の観点から留意が必要であるとの指摘もある。

## [事例2] プラットフォームの開放性を巡る問題

- ・コンテンツプラットフォーム内のアプリケーションにおいて、別のコンテンツプラットフォーム或いはコンテンツ事業者が自らの独自の課金システムに誘導してコンテンツを購入可能とする形態がある。コンテンツ事業者としては購入者情報を把握でき、プラットフォーム間の競争を促進することが可能。
- ・現時点では大手プラットフォームでは、こうしたシステムが概ね許容されていると見られる。最近では或る書籍プラットフォームが拒絶されたとの報道もあり、今後厳格化していくとの懸念がある。一義的にはプラットフォーム側の企業戦略の問題であるが、プラットフォーム間の競争を促す観点から開放性を確保すべきとの声もある。

【プラットフォーム内のプラットフォーム独自課金(電子書籍)の例】



キンドルは、iPhone/iPadアプリでも利用可能。アクセスすると、専用のKindle Storeに飛び、アップル社の決済を使わず、Kindle Storeで決済処理がされる。



[取組の方向性の例]

○コンテンツプラットフォームについて将来懸念される課題の検討

# 1. デジタル化・ネットワーク化 (③基盤整備) <3D>

[論点] 3Dコンテンツを我が国としてどのように戦略的に推進すべきか。なお、韓国では地上波での実証実験放送を開始するなど戦略的に取り組んでいる。

## ハード

### <TV、録画・再生機器>

各社から発売中。専用メガネを着用するもの  
が中心であるものの、メガネ不要のものも発売。



### <パソコン>

対応機器が各社から発売中。



### <ゲーム機>

ソニーPS3は3D対応済。任天堂DSも3D対応  
機を発売予定。



### <カメラ・ビデオカメラ・携帯電話>

デジタルカメラやビデオカメラについて3D対応  
が進む方向。携帯電話でも3D対応機種が登  
場。



(出典: 各社HP)

## コンテンツ

### <放送番組>

スポーツ映像・自然・音楽映像等のコンテンツについて、BS放送で一部  
放送され、IPTVでも一部配信されているが、圧倒的にコンテンツの量が  
少ない。

NHKを始めとした放送番組  
が起爆剤となることが期待さ  
れている。

### <映画・パッケージ(ブルーレイディスク)>

ハリウッドを中心に3D対応映画が増加傾向。対応したブルーレイのソフトも一部発売開始。「スターウォーズ」といった過去の作品の3D化が予定されている。

### <ゲーム>

ゲーム専用機による3Dゲームのほか、パソコン向けの3Dゲームも登場している。

### <ユーザーコンテンツ>

ビデオカメラなどにも対応機器が発売され、You tubeも3D動画への対応を開始したところ、今後ユーザーによるこれらの創作も期待される。

## その他の分野

### <医療・建設・教育等>

今後、他の分野への波及・活用も期待されている。

[取組の方向性の例]

○NHKを始めとした3D放送番組の促進等の戦略的推進



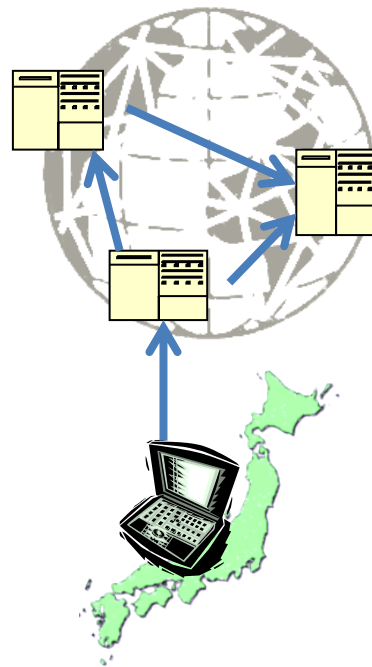
# 1. デジタル化・ネットワーク化 (④グローバルな海賊版対策)

【論点】 コンテンツのネットビジネスがグローバル化する中、正規配信を進める一方、ビジネスの障害となる、グローバルに流通するインターネット上の海賊版対策をどのように強化するか。

## ○グローバルに流通する海賊版(現状)

- 映画、放送番組、音楽、マンガ、書籍などさまざまなコンテンツが、ファイル共有ソフト、オンラインストレージ、動画投稿サイトなどの方法でグローバルにネット上に流通。
- 瞬時に外国語に不正に翻訳され、流通。
- こうしたネット上の海賊版の氾濫が、正規版の流通を阻害。
- 正規のプラットフォームにおいても海賊版が流通。
- 日本人向けであってもサーバーの所在が海外であることが少なくない。

## ○課題



海外のサーバーに流通する侵害コンテンツに対し、我が国から執行することは現実的に困難な面が大きい。

- 海外サーバーにある違法コンテンツに対しては、裁判管轄が原則外国となることが多く、日本の権利者にとって対応コストが大きい。
- 海外ISPやプラットフォーム側も日本コンテンツの権利情報に知悉していないため、迅速な削除がされにくい。

### [取組の方向性の例]

- 著作権侵害コンテンツに関する裁判管轄や権利情報共有の仕組み等の国際的な枠組における検討の推進
- 著作権侵害が著しい海外サイトの自主的なブロッキング措置等の可能性も含めた総合的な方策の検討
- 外国プロバイダーに対する削除要請等の実効性の強化
- 国際的な動向に対応した国内著作権侵害対策の強化の検討



## 2. クールジャパン推進(①創造・発掘)

【論点】我が国に「埋もれている」地域や中小企業発のクールジャパンの発掘や新たなクールジャパンの創造をどのように強化するか。

### ○クールジャパンの発掘

・新たなクールジャパンをどのようにして発掘し、海外展開につなげていくか。

【例】



例えば、コンテンツについては映画祭等の新人発掘・発表の仕組みがあるが、どのように海外展開へのステップにつなげていくか。

(参考)ショートショートフィルムフェスティバルでは、観光庁の支援の下、日韓観光プロジェクトを立ち上げ、相互の観光を促進する映像制作を本年1月から開始。



### ○国際共同製作の促進

<国際共同製作協定によるメリット>

- ・相手国政府の提供する税の減免や制作費の補助などのメリットを享受できる。また、製作にかかるリスクの分担・分散。
- ・中国、韓国などが行っている外国コンテンツの放送・流通等の規制対象とならない。
- ・相手国との文化的・創造的交流の円滑化。

<各国の取組み>

近年、韓国、中国も国際共同製作協定の締結に積極的に取り組んでいる。これに対し、我が国の取組は十分ではない。

カナダ

50カ国以上の国々と協定を結び、相手国の事業者へ税制措置、資金面での連携等の優遇措置を提供している。

韓国

フランスとニュージーランドの2カ国と協定を締結している。

中国

カナダ、イタリア、フランス、オーストラリア、ニュージーランド、シンガポールの6カ国と協定を締結している。

(アメリカは共同製作協定は締結していない)

### 【取組の方向性の例】

- 地域や中小企業発のクールジャパン発掘のための仕組みの創設
- 国際共同製作の促進

## 2. クールジャパン推進(②発信)

【論点】クールジャパンの海外発信を効果的に図るために、単体ではなく、相乗効果の高い総合的な発信をどのように進めていくか。

### ○国内のクールジャパンのイベント

国内で開催されるイベントについて世界的なイベント化を進めていくことが必要。



コフェスタ

東京国際映画祭、ジャパンファッションウィーク、東京ゲームショー等の日本のコンテンツに関する主要イベントを集中的に開催



メディア芸術祭

### ○放送番組の海外展開

日本のドラマ等の放送番組はアジアを中心に人気があるが、権利処理が海外取引におけるデファクトスタンダード(ネット送信権等)に十分に対応できておらず、ビジネス実績は少ない。

また効果的なプロモーションツールである国際航空機内の上映についても外国言語対応が十分でない等、海外への発信が十分ではない。



・NHKの「龍馬伝」の台湾・韓国・タイ等での海外放映が決定し、主演俳優のアジア進出の促進や高知・長崎の外国人観光客増加も期待されている。

(出典:NHKホームページ)

### ○周年事業等の国際イベント

周年事業等を活用して関係省庁が一体となったクールジャパン発信の仕組みを強化する必要。

[周年予定事業例]

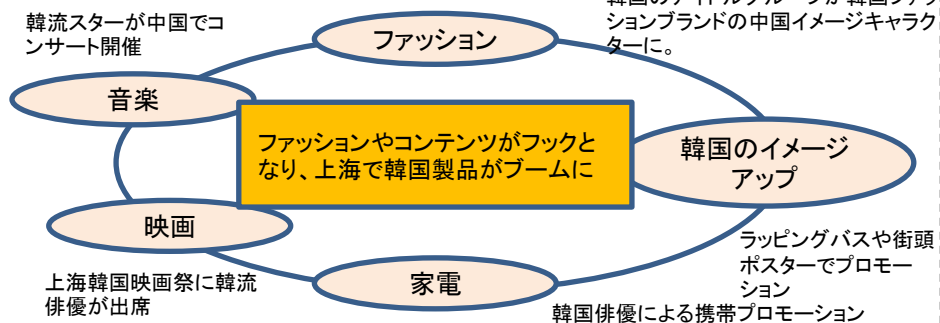
[2011年] ドイツ 日独交流150周年

[2012年] アメリカ 桜寄贈100周年

### ○韓国のソフトパワーの波及効果

(出典:経済産業省産業構造審議会資料)

韓国のアイドルグループが韓国ファッションブランドの中国イメージキャラクターに。



### 【取組の方向性の例】

- 国内イベントの世界的なイベント化の促進
- 周年事業等の国際イベントを活用したクールジャパン発信の強化
- クールジャパンのイメージ戦略の強化 等

## 2. クールジャパン推進(③定着・基盤整備)

【論点】クールジャパンの推進にあたっては、一過性のものに終わらないようにするためにその人気を定着させていくためにどのような施策が必要か。また、外国の市場アクセス等の基盤整備を如何に図るか。

### ○インバウンドの増加

単なる観光客誘致だけではなく、様々な日本の魅力によって牽引し、日本のインバウンドの増加、リピーターの確保につなげていくことが必要。



[事例]

・韓国との共同製作ドラマ「アイリス」放映によって昨年1月には秋田空港発着のソウル便の観光客数が3.7倍

### ○外国における日本コンテンツへの規制の例

【フランス】

○外国放送番組の放送規制

【中国】

○外国放送番組の放送規制

○外国映画の輸入枠

○外国製ゲーム専用機の輸入の禁止

【韓国】

○地上波の日本ドラマの放送禁止

### ○現地ニーズを踏まえた在外体制の強化

現地ニーズを踏まえた関係機関の現地での官民連携の仕組みも重要。

連携

大使館・領事館

政府関係機関(JETRO、JF、JNTO)

商工会議所(現地民間企業)

現地での  
プロモーション、  
本国への現地  
ニーズの  
フィードバック

### 【取組の方向性の例】

- クールジャパンを活用した観光客の増加促進
- 外国におけるクールジャパンに関する障壁の撤廃・緩和
- 現地における官民連携体制の強化

### 3. 人材育成

【論点】 デジタル化・ネットワーク化、クールジャパン推進の基盤となる人材育成の加速をどのように図るか。

#### 【課題例】

##### ○製作工程の高度化

今後の普及が期待される3D映像について我が国コンテンツ業界の3D映像制作のノウハウの蓄積や対応は十分とは言えない。

##### ○二次創作を円滑化するための環境整備

ソーシャルネットワークサービスや投稿サイト等が普及。中にはサービス事業者と権利者団体とで包括契約が締結され、個人による権利処理が不要なサービスもあるものの、ユーザーによる二次創作等の制約は少なくない。

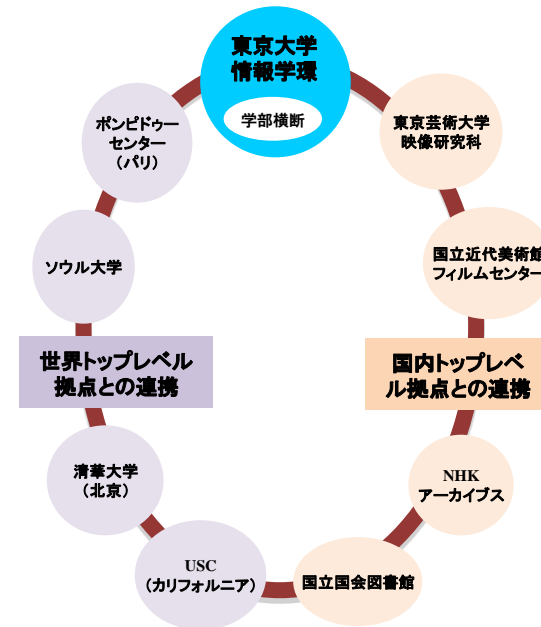
##### ○海外展開に必要なビジネス人材

世界展開や多面的な展開を見据えて総合的にプロデュースできる人材が少ない。また、エンターテインメント分野で国際的な契約の作成・交渉・訴訟対策に対応できる弁護士が少ない。

##### ○大学等における人材育成

高度化するコンテンツ分野においては、研究開発や人材育成面で産学連携が重要となってきたが、コンテンツ産業と大学・専門学校との間の連携は必ずしも十分ではない。また国際的な人材を養成する上で、大学レベルでの国際交流促進が不可欠。

【国際的な大学間連携の取組例：東京大学情報学環】



#### [取組の方向性の例]

- パロディについての法的課題の検討
- 引用紹介や二次創作を円滑化するための環境整備
- ビジネス・プロデューサーやビジネス・ロイヤーを育成するための人材育成支援強化
- コンテンツ分野に関する大学間の国際交流の促進