

コンテンツ強化専門調査会（第5回）における主な意見

○デジタル化・ネットワーク化について

- 現在は人類の半分以上が30歳以下のデジタルネイティブ世代である。彼らを集めてAfter Computer時代の人間性と社会を討論するダボス会議のようなものを日本で開けば良い。
- 1995年に、当時の通産省と郵政省が東京で第1回ジュニアサミットを開催し、インターネットの普及を見越して、若い世代で今後どのような世界を作るか考えた。1998年に第2回をMITのメディアラボで開催したが、それから約15年が経っており、当時とは場面が変わっているため、今開催すれば面白い会議になるのではないかと。
- 海外のIT企業のエコシステムを検証するということを盛り込んでも良いのではないかと。
- 今はデジタルネイティブと非デジタルネイティブとの対立が先鋭化している。米国では海賊版取締り強化法案(SOPA)については、ハリウッド対シリコンバレーの対立のように報道されているが、実際にはデジタルネイティブと非デジタル・ネイティブとの対立である。
- 海外へのコンテンツのアピール手段は放送枠を買うことだったが、これからは日本の企業が日本にいながらコンテンツを配信できるようにする必要がある。そのためにも国際回線を整備する必要がある。
- このままだとアップルやグーグル等のアプリの入ったテレビが数年内に普及することになる。日本はIPTVを推進するくらいならば、NGN（次世代ネットワーク）をアジアで展開するといったことをすべきである。
- スマートフォンにはプロセッサやグラフィックチップが搭載されている。今後はスマートフォンがテレビの市場にも入ってきて、テレビもプロセッサを搭載し、これまでとは全く違う体験が今年中にもできるようになるだろう。世界中がボーダーレスにコンテンツを発信する時代がすぐそこに来ている。なるべく早くファクト・ファインディングをして、キャッチアップどころかオーバードライブしていく領域を決め、官民一体となって取り組んでいく必要がある。

○クールジャパンについて

- ・コンテンツを流通させるためにはプラットフォームが必要である。台湾では韓国ドラマが席卷しており、台湾のテレビドラマ関係者はやっていけなくなりつつある。NHKの国際放送とは異なり、韓国はドラマやエンタメにシフトしており、どれだけ面白いコンテンツを流せるかを意識している。また、韓国のテレビ局はサイマル放送も行っており、日本にいながら韓国の番組を同時に見られる環境になっている。日本もそのようなことをすべきであり、そのためには権利処理の円滑化、翻訳コストの負担軽減、コンテンツ販売促進へのインセンティブ付与といった対応を並行して行う必要がある。なお、海外配信はどの省庁で考えてもらえるのかよく分からず、何となく各省庁のエアポケットになっている。このとりまとめは内閣官房が力を持って行うべきである。
- ・CDや音楽配信だけでアジアに展開することは不可能であり、音楽で外貨を稼ぐためにはアーティスト本人が稼働する必要がある。そのためには映像メディアの確保が必要。徹底して日本製の製品しか映さないなど、オールジャパンで文化を発信するようなテレビドラマをつくり、日本の音楽を耳に馴染ませるのも一つの手である。
- ・日本のwebサイトを片っ端から翻訳して多言語化すれば、それほど予算を掛けずに海外への情報発信力を強化することが期待できる。
- ・ガンダムは放送とほぼ同時に無料で配信しており、ビジネスモデルは放送と同じである。この場で広告の話が出てきたことは一度もないが、日本の企業は一つのコンテンツにぶら下がって、統一したイメージで広告しないと番組の収益を上げられないのが現状であり、この状態を解消すべきである。課金モデルをあきらめた中で、どのようにビジネスを成立させていくか考える必要がある。
- ・アジアからは日本全国に大量の留学生が来ている。文科省には、彼らに日本の知財の考え方を母国へきちんと持って帰ってもらうようにしてもらいたい。
- ・一口にクールジャパンと言っても様々な施策がある。何がメインディッシュで何がサイドディッシュなのかを考える必要がある。何でも良いのだが、何かについて必ず結果を出すという表明が必要であり、国がやろうとしている

ことを一般の人にも見えやすくするようにすべきである。All Nippon Entertainment Works はハイライトになるのではないか。

- ・観光、食、地域産品等の分野については日本国内に隠れたアイデアが散在している。政府は各地の良いアイデアをどんどん拾い上げて支援し、地域を活性化させてほしい。
- ・アメリカが TPP において地理的表示 (GI) を商標として保護するように要求している問題があるので、経産省等の商標制度の関係者とうまく連携をとって積極的に GI の保護制度を普及発展させてほしい。
- ・「JAPAN NEXT」という一つのコンセプトが生まれたが、各省庁の現在の取組がそこにどう関連しているのかを、国内のみならず海外に対して発信することが重要である。東日本大震災を受けて日本の底力が世界から注目されており、発信力が求められている。各省庁の横断的な考え方が発信されるべきである。
- ・初音ミクがロンドンオリンピックで歌わせたい歌手として1位になったとか、海外の車メーカーで広告に採用されたとかということで、国際的な認知度が上がっている。日本の強みであるものづくりと文化力のドッキングであることなどにその理由があると考えられる。今札幌が初音ミクで観光を盛り上げ、ファッションにも展開していこうとしている。これはコンテンツがクールジャパンに展開していく一つの成功モデルと言える。

○その他

- ・本年度、昨年度、一昨年度と何を達成していて、何が頓挫しているのか、意思決定者である総理に伝わるようにしてほしい。情勢分析だけだと何がどこまでできたのか分からないので、その点が明快になると良い。
- ・インバウンド政策に係る提言や方針をもっと増やすべきである。

(以上)