

知的財産戦略に関する論点整理 (コンテンツ強化関連)(案)

- ・ 知的財産推進計画2012に向けた検討の方向性・・・・・・・・・・ 1
- ・ デジタル化・ネットワーク化の基盤を強化する・・・・・・・・・・ 2
- ・ クールジャパンを推進しソフトパワーを強化する・・・・・・・・ 13

平成24年3月7日

内閣官房 知的財産戦略推進事務局

知的財産推進計画2012に向けた検討の方向性

日本を元気にするコンテンツ総合戦略



【全体情勢】

- ボーダーレス化が本格的に進み、国境を越えてシームレスに世界がつながる「グローバル・ネットワーク時代」が到来している。
- 高速インターネットなどデジタル・ネットワークで連結されたグローバルな市場での競争激化や消費者ニーズの速い変化が起こり、従来以上のスピードでのイノベーション実現が求められている。
- 我が国は、「失われた20年」の克服に加え、東日本大震災により影響を受けた日本製品・日本ブランドへの信頼性回復の取組を更に進めることが必要。
- グローバル・ネットワークの波を積極的に変革のチャンスととらえ、コンテンツを巡る国際競争を勝ち抜き、日本を元気にするコンテンツの総合戦略策定に取り組まなければならない。

1. デジタル化・ネットワーク化の基盤を強化する。 →2～10p

- (1) デジタル化・ネットワーク化に対応した著作権制度の整備を図る。 →3, 4p
- (2) コンテンツ侵害への対応を強化する。 →5, 6p
- (3) 電子書籍の本格的な市場形成を図る。 →7, 8p
- (4) コンテンツのアーカイブ化を推進する。 →9, 10p
- (5) 新ビジネス・新市場の創出や人材育成のための環境を整備する。 →11, 12p

2. クールジャパンを推進しソフトパワーを強化する。 →13～22p

- (1) クールジャパンらしさを追求して新たな発掘・創造を進める。 →14, 15p
- (2) ソフトパワーを活かしてクールジャパンをグローバルに発信する。 →16～18p
- (3) クールジャパンの人気を拡大・定着させる。 →19, 20p
- (4) クールジャパンの基盤を整備する。 →21, 22p

1. デジタル化・ネットワーク化の基盤を強化する。

【デジタル化・ネットワーク化を巡る状況】

- デジタル化・ネットワーク化の急速な拡大・深化に伴い、ボーダーレスな世界市場が誕生する中で、電子書籍やクラウド型サービスなど新たなビジネスチャンスが生起しつつある。また、スマートフォン、スマートテレビなどの新しい情報端末が次々に登場し、コンテンツのプラットフォーム間の競争が激化しており、我が国のコンテンツ産業にとって、海外飛躍に向けた大きなチャンスであるとともに、生き残りの正念場でもある。
- このような状況の中で、コンテンツの創造という大切な知的活動を守るため、知的財産の更なる活用を促進するとともに、著作権を適切に保護するための新たな発想と展開が必要である。また、正規配信を阻害するインターネット上の違法コンテンツへの対策強化や、日本発のクラウド型サービスを発展させるための法的リスクの解消など、コンテンツ強化のための環境整備を図っていくことが必要である。
- また、デジタル化・ネットワーク化への対応は通商政策上も大きな課題となっており、TPP(環太平洋戦略的経済連携協定)交渉参加に向けた協議や、EPA(経済連携協定)、WIPOにおける著作権制度等の交渉において、国際ハーモナイゼーションの視点を考慮することが重要である。
- 他方、クラウドコンピューティングの発展に伴い、映像等のコンテンツの通信量が増大し、海外や移動通信における視聴に遅延やロスが生じるなどの意見が示されており、コンテンツ流通を支える情報通信インフラの在り方の検討が課題となっている。
- 今後、日本に再び元気を取り戻すため、著作権制度の整備やネット上の海賊版対策、電子書籍の本格的な市場形成に向けた環境整備やコンテンツのアーカイブ化を進めるとともに、デジタル化・ネットワーク化の進展に対応した新ビジネス・新市場の創出や人財育成のための環境整備等を図ることにより、国益に大きくつなげていかなければならない。

(1) デジタル化・ネットワーク化に対応した著作権制度の整備を図る①

【論点】 デジタル化・ネットワーク化に対応した著作権制度の整備をいかにして進めるか。

【情勢】

- ・デジタル化・ネットワーク化の急速な拡大・深化に対応し、コンテンツの創造という大切な知的活動を守るため、知的財産の更なる活用を促進するとともに、著作権を適切に保護するための新たな発想と展開が求められている。
- ・このため、これまで文化審議会著作権分科会等において示された諸課題について、新たな技術の開発・普及に向けて迅速・適切に対応するとともに、条約交渉等を通じた国際的なハーモナイゼーションの重要性を踏まえつつ、総合的な検討を実施することが重要である。

(関係者等からの主な意見)

- ・ユーザーの視点から、どのようなサービスが生まれても著作権法が柔軟に対応できるようにして欲しい。
- ・「まねきTV事件」「ロクラクⅡ事件」の最高裁判決で示された放送番組のネット転送サービスに関する基準は、抽象的でクラウド事業者がビジネスモデルを描くことは難しい。ビジネス上の法的リスク整理の必要性について知財計画で掲げるべき。
- ・教員が自身の授業における使用のために作成した教材(著作物の複製物)を、ネット上で他人と共有する場合、著作権者の許諾を得ることが必要となる。教材研究のために、教員間等において、互いに作成した教材の共有を図ることは重要。
- ・間接侵害について、ネットビジネスを阻害しないことに配慮して検討して欲しい。

(1) デジタル化・ネットワーク化に対応した著作権制度の整備を図る②

【府省の取組】

○著作権制度の総合的な検討

技術的保護手段の見直し

⇒2011年1月、文化審議会著作権分科会(以下、「著作権分科会」という。)において、技術的保護手段の対象を拡大することが適当との結論。現在、法改正に向けて準備中。

間接侵害に係る差止請求範囲の明確化

⇒2012年1月、著作権分科会法制問題小委員会司法救済ワーキングチームが差止請求の対象として位置付けるべき間接行為者について、同ワーキングチームとしての考え方を整理。今後、法制問題小委員会で更に検討。

クラウド型サービスの環境整備を図るための課題の整理

⇒2012年1月、文化庁がクラウドコンピューティングを巡る著作権法上の課題に関する調査分析結果を取りまとめ。今後、関連する論点については、著作権分科会法制問題小委員会で検討予定。



権利制限の一般規定の導入

⇒2011年1月、著作権分科会において、著作物を無断で利用できる場合を、著作権者の利益を不当に害しない範囲で利用目的を限定せず包括的に定める「権利制限の一般規定」の導入が適当との結論。現在、法改正に向けて準備中。

著作権保護期間の延長

⇒2007年4月から2009年1月にかけて著作権分科会において検討が行われたが、保護期間の延長の是非については、賛否双方の立場からの意見が示された。今後、著作権分科会等において諸外国の動向等を踏まえつつ時宜に応じて検討。

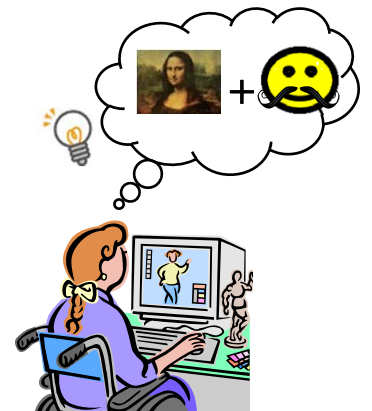
二次創作の円滑化

・インターネットを通じて複数者が創作に関与した著作物

⇒ 2011年12月、著作権分科会法制問題小委員会契約・利用ワーキングチームにおいて、契約等による対応が適当との結論。

・パロディ

⇒ 文化庁が2011年度に調査研究を実施。今後、調査研究の結果を踏まえ、必要に応じた措置を実施。



(2) コンテンツ侵害への対応を強化する①

【論点】 コンテンツのグローバルなネット配信を進める中で、ビジネス上の障害となるネット上のコンテンツ侵害対策をいかに強化するか。

【情勢】

○グローバルにネット流通される海賊版

- ・デジタル化・ネットワーク化の進展に伴い、映画、音楽、書籍など様々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によってグローバルにネット流通。
- ・放送番組、マンガなどのコンテンツが公表後、瞬時に外国語に不正翻訳されてネット流通したり、正規プラットフォームで海賊版が流通するなど、ネット上での海賊版の氾濫が、正規版の流通を阻害している。

○インターネット上の著作権侵害の実態

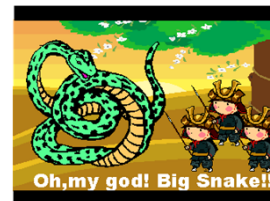
<音楽ファイルの違法ダウンロード>

- ・違法ダウンロード数は、43.6億件（正規ダウンロード数の約10倍）（2010年）
- ・これを販売価格に換算すると、6,683億円（正規音楽配信の販売価格の約8倍）

出典：一般社団法人日本レコード協会調査

<日本アニメの翻訳付海賊版の流出>

- ・日本アニメに各国語の字幕を挿入したもの（ファンサブ）が、日本でのTV放映後、24時間で中国語版、36時間で英語版として流出。
- ・ある日本アニメのファンサブは、1週間に600万ダウンロード以上視聴（推定）。



ファンサブ(英語版)

<電子書籍の海賊版の販売・流通>

- ・コンテンツプラットフォームが整備され、グローバル化が進展する中で、無許可の電子書籍が様々な言語で販売・流通。



(例)Apple Storeでの海賊版

(関係者等からの主な意見)

- ・日本国内でアニメが放送されると、すぐ字幕が付いてネットにアップされる。日本の競争力を考えると、まず映像やアニメの違法対策に重点的に取り組んで欲しい。
- ・ネット侵害といった場合、日本の権利者はダウンローダーによるファイル共有ソフトを通じた違法利用を念頭に置いている。対応策を検討する上では、まず違法利用の実態をきちんと分析することが重要。
- ・海賊版対策はモグラ叩きのようなもの。時間をかけて撲滅するしかないが、一方でコンテンツ輸入規制の存在する国は、正規版も海賊版もなくなってしまうので、海賊版を正規版に置き換えていく作業を進めることが必要。
- ・海賊版を見て日本に心を寄せる外国人も多い。海賊版がもたらす国益のようなものも考えていく必要があるかもしれない。

(2) コンテンツ侵害への対応を強化する②

【府省の取組】

○コンテンツ侵害や正規流通の促進に向けた対応

- ・CODA(一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構)を窓口として、海外のプロバイダーに対する著作権侵害コンテンツの削除要請を実施。また、CODAにおいて、ネット上の侵害コンテンツに対する自動検知及びプロバイダへの自動削除要請に関する実証実験を実施中。
- ・2011年8月、CODAは中国大手動画配信サイト4社との間で違法アップロード正常化に関する覚書を締結。
- ・中国、韓国政府への二国間協議による働きかけを行うとともに、WIPOとの協力事業による国際的枠組みにおける情報交換を実施。
- ・総務省はコンテンツ不正流通対策連絡会を開催し、コンテンツの不正流通の抑止に向けた実証実験を実施中。
- ・総務省は放送コンテンツ権利処理円滑化連絡会を開催し、権利処理業務に要する時間とコストを削減しインターネット等による放送コンテンツの二次利用の促進を図ることを目的として、権利処理一元化の促進に向けた実証実験を実施中。

外国における著作権侵害コンテンツの迅速な削除の仕組みを構築

⇒ 海外サーバから配信される違法コンテンツへの対応については、以下の点から対応が難しく問題となっている。

- ・海外サーバにある侵害コンテンツに対し、日本から差し止めなどのエンフォースメントを実施することは現実的に困難。
- ・海外サーバにあるコンテンツについては、裁判管轄が外国となる 경우가多く、日本の権利者にとって対策コストが大きい。
- ・海外ISPやプラットフォーム側が、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。



正規配信サービスの展開を促進

⇒ ネット上の違法コンテンツの削除対策と正規配信をマッチングして推進することは、日本コンテンツが違法な配信等により既に普及している地域で特に有効と考えられる。民間の取組として例えば、

・2011年11月、(株)テレビ東京は中国の大手動画配信サイト土豆(Tudou)と提携し、「NARUTO-ナルト-疾風伝」等のアニメ放送を国内放映後に同日配信を実施。中国地元企業とともにネット上のコンテンツ侵害対策を実施し、市場の健全化を推進することが期待される。

・なお、(株)テレビ東京は、米国など英語圏向けにも、クランチロール社と提携してアニメ放送の国内放映後の同日配信を2009年から実施。

⇒ また、コンテンツの海外配信を促進するためには、コンテンツ制作・契約方法の在り方等に関する普及啓発の推進が重要。

(3) 電子書籍の本格的な市場形成を図る①

【論点】 多様な情報端末機器・プラットフォームでの電子書籍の普及促進にいかに取り組むか。

【情勢】

○電子書籍端末の普及 出典：各公式サイト

(米国)



Amazon Kindle



Apple iPad



Sony Reader

米国では電子書籍端末が急速に普及。我が国でも販売を開始しているが、コンテンツ数の充実が課題。

(日本)



東芝 Book Place DB50



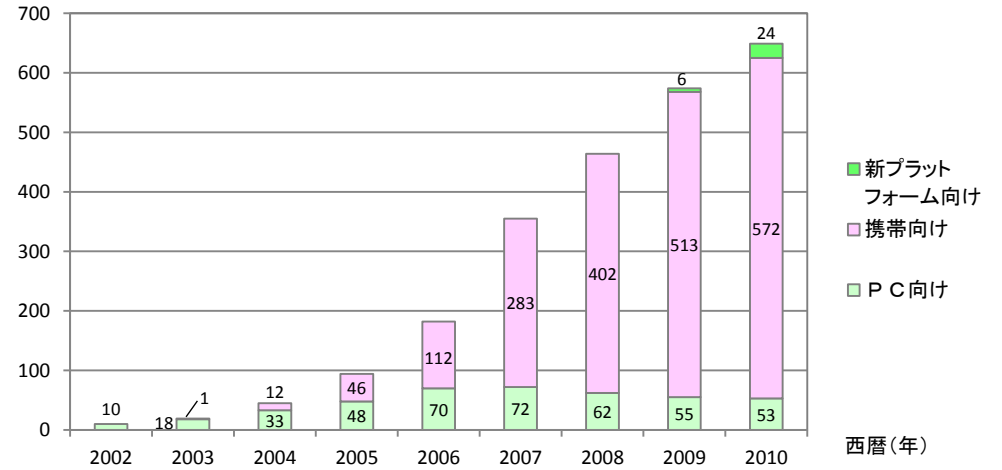
パナソニック UT-PB1



ソニー Reader

○電子書籍の国内売上の推移

(億円)



出典：インプレスR&D「電子書籍ビジネス調査報告書2011」

スマートフォン、タブレットPC、電子書籍専用端末など新プラットフォーム向け市場の拡大が予想される。

(関係者等からの主な意見)

- ・電子書籍と紙の書籍の両者が共存し、紙媒体が更に売れるようにしていくことが重要。
- ・オーファンワークス(権利者不明の著作物)を生み出さない仕組みを整備することが重要。
- ・本は音楽や映像と違ってアナログな商品であり、ユーザー側もこれまでデジタル化にメリットを感じていなかった。最近、端末で本のデータを多数持ち歩けるようになり、ようやく普及環境が整ってきた。
- ・米国の図書館は貸出利用数の制限を設け、待機者が多いとその本の購入サイトを案内するという仕組みがある。このように、読者・出版者・図書館のWIN-WINの関係を築くことが必要。

(3) 電子書籍の本格的な市場形成を図る②

【府省の取組】

○デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用の推進に関する懇談会

- ・デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用の推進を目的として、総務省、文部科学省、経済産業省の3省共同懇談会として、作家、出版社、新聞社、印刷会社、書店、通信事業者、メーカー等の代表を集め、2010年3月に第1回会合を開催。6月に報告を取りまとめ。
- ・今後、3省懇談会の報告後の成果や国内外のその後の動向を踏まえた新たな課題と工程の整理が重要。

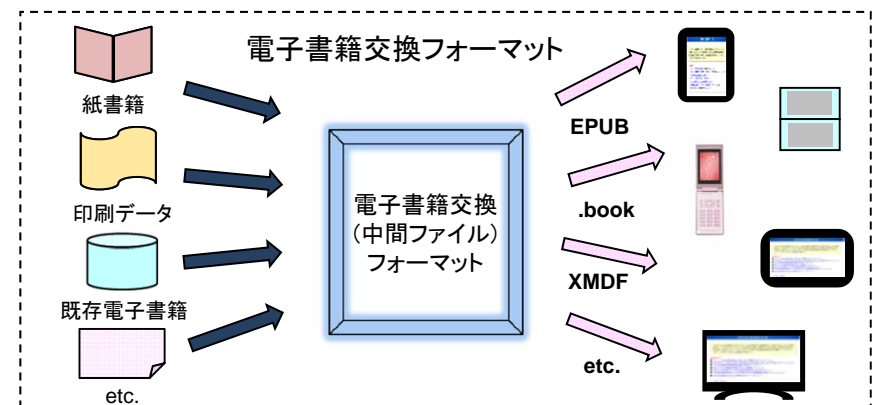
○3省懇談会の報告後の動き

電子書籍の流通と利用の円滑化

- ・「出版者への権利付与」に関しては、2011年12月、「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議報告」において、当該権利付与を含む様々な方策が電子書籍市場に与える全般的な影響に関する検証及び法制面における具体的な課題の整理等のための検討の必要性が示された。
- ⇒ 今後、電子書籍の流通促進と出版物に係る権利侵害への対応を図るため、「出版者への権利付与」等について、電子書籍市場に与える影響、制度的対応の在り方などの観点から総合的に検討。
- ・2011年9月、国内出版社20社が電子書籍の普及促進を目的とする出版デジタル機構(仮称)の設立に合意。2011年12月現在で121社が参加。2012年4月に新会社を設立予定。
- ⇒ 電子書籍市場の基盤形成を図るため、今後、民間事業者の取組に対する支援を通じた著作物のデジタル化やコンテンツ流通の促進に向けた展開が考えられるのではないかと。

オープン型電子出版環境の実現

- ・総務省の支援により、2011年3月、電子書籍交換(中間ファイル)フォーマットを策定。
(電子書籍交換フォーマットにより、様々なプラットフォームや情報端末での利用が可能となる。)
- ・総務省の支援により、最終フォーマットであるEPUBの日本語拡張仕様を策定。2011年10月、IDPF(国際電子フォーラム)が同仕様を採用したEPUB3.0を確定。
- ⇒ 今後の普及促進が課題。



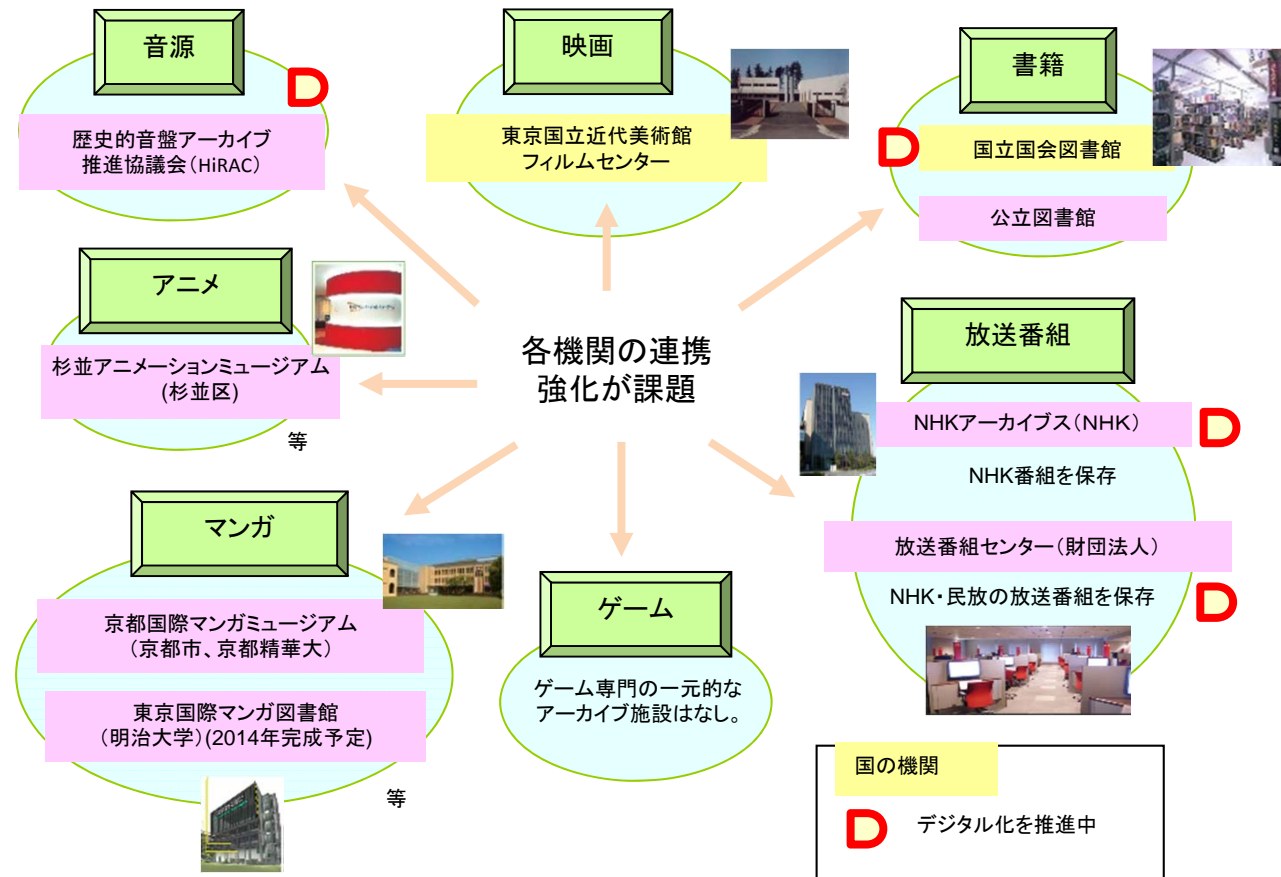
(4) コンテンツのアーカイブ化を推進する①

【論点】 国会図書館をはじめ、我が国のコンテンツのデジタルアーカイブ化をいかにして進めるか。

【情勢】

○我が国のアーカイブの状況

・NDL(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、基本的に各機関の取組に委ねられている。



(関係者等からの主な意見)

・現在、NDLのデジタル化資料について、一般に入手が困難なものを公立図書館へ配信する方向での議論がなされているが、将来、配信先を一般家庭まで拡大した場合には有料サービスとなることが考えられ、料金の設定主体や金額など難しい課題を抱えることになる。

(4) コンテンツのアーカイブ化を推進する②

【府省の取組】

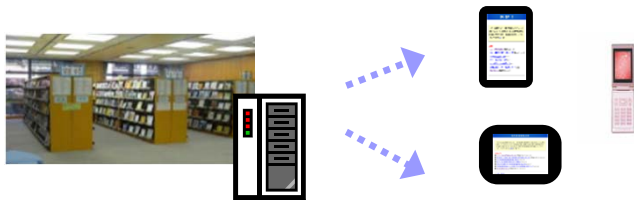
○アーカイブ化の促進

NDLデジタルアーカイブ(国内資料約210万冊)のネットを通じた活用

⇒2012年1月、著作権分科会において、一定の要件の下で公立図書館への配信を可能とすることが適当との結論。現在、法改正に向けて検討。

⇒NDLのデジタル化資料の配信等による活用を促すため、著作権処理等の促進にあたり課題となる事項の整理等を目的とした実験的事業の実施を検討。

平成24年度政府予算案:28百万円



※ 米Google社は、約700万冊の出版物をデジタル化。うち約300万冊をインターネットで提供。

知的資産のアーカイブ化とその活用促進

⇒メディア芸術作品の所在情報データベースの整備や散逸・劣化の危険性の高い作品のデジタル・アーカイブ化の実施

⇒デジタル・アーカイブに関するMLA(博物館・図書館・公文書館)の連携の取組促進

NHKオンデマンドサービスや放送番組センターを通じた番組アーカイブの活用

(参考) NHK・民放のアーカイブ活用の取組

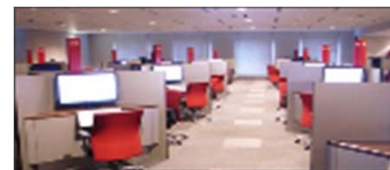
- ・NHKオンデマンドの2011年度の番組配信数は約1万3千件(前年度比約14%増)。
- ・2011年7月、フジテレビが放送ドラマの全枠配信を開始。
- ・2012年4月、民放キー局5社と電通が共同でビデオオンデマンドサービス「もっとTV」を開始予定。NHKも参加に向けて検討中。

⇒NHKは、「平成24～26年度NHK経営計画」において、「有料動画配信サービス『NHKオンデマンド』の魅力を高めて利用者を拡大し、平成25年度に単年黒字化をめざす」こととしており、利用者拡大が課題。

⇒民放、NHK等の番組アーカイブである放送番組センターにおいて、アーカイブ資産の有効活用が課題。



NHKオンデマンド
出典: NHK HP



放送番組センター

(5) 新ビジネス・新市場の創出や人材育成のための環境を整備する①

【論点】最先端の情報通信技術を活用した新ビジネス・新市場の創出や人材育成のための環境をいかに進めていくか。

【情勢】

○様々な情報端末機器の登場



スマートテレビ



タブレットPC



スマートフォン



3Dテレビ

放送通信融合やモバイル化などに対応した新たな情報端末機器が登場。

※ スマートフォンの2010年の全世界出荷台数は、約305百万台(前年度比約74%増) 出典：IDC HP

○プラットフォーム間競争の激化



iTunesストア
(音楽、映画、書籍等)



Androidマーケット(アプリ)



Facebook
(SNS・アプリ)

出典：各公式サイト

コンテンツプラットフォームはグローバルに拡大しており、その覇権を巡る競争が進行中。

(関係者等からの主な意見)

- 国際回線を太くするなどにより日本が世界的なサービスで戦えるよう、官民が協力して進めていかなければならない。
- 企業として順次国際回線の大容量化を図っており、今すぐ何か対応しなければならない訳ではない。ただし、日本の国際ハブ化という意識は必要。
- ブロードバンド達成率は、通信事業者側の基準であり、インフラ環境の整備度を測る客観的な物差しではない。ユーザーの立場から、どの程度のクオリティの映像や音楽を享受できているか、というメトリックを社会として持つことが重要。
- コンテンツとアプリ双方の事業者が協力し、コンテンツはアプリ化して世界に発信すべき。
- スマートフォンは驚くべき速さで普及し、今後もこの勢いは続く。スマートフォンをターゲットにした新しいコンテンツやサービスを世界に先駆けて考えていくべき。
- 国際プラットフォームであるAndroidやiOSは、載せることのできるコンテンツの内容が米国の審査基準で決まってしまうため、日本国内では表現可能な内容が制約される場合がある。

(5) 新ビジネス・新市場の創出や人財育成のための環境を整備する②

【府省の取組】

○新ビジネス・新市場創出や人財育成のための環境整備

コンテンツ流通を支える情報通信インフラの整備

⇒コンテンツユーザーの視点に立った情報通信インフラの整備の在り方の検討が求められるのではないかな。

<我が国のブロードバンド利用環境>

サービスエリアの世帯カバー率の推移(推計)

出典:総務省HP

年月	2007.3	2008.3	2009.3	2010.3	2011.3
超高速ブロードバンドの利用環境※	83.5%	86.5%	90.1%	91.6%	92.7%

※1 国勢調査及び住民基本台帳に基づき、事業者情報等を基に一定の仮定を置いて推計したエリア内の利用可能世帯数を総世帯数で除することにより世帯カバー率として試算。

※2 超高速ブロードバンドは、FTTH及び下り伝送速度30Mbps以上のケーブルインターネットの合計。

<我が国の移動通信トラフィックの推移>

・総務省資料によると、2010年9月～2011年9月における我が国の移動通信年トラフィックは年間約2.2倍のペースで増加している。

クラウド型サービスの環境整備

⇒2012年1月、文化庁がクラウドコンピューティングを巡る著作権法上の課題に関する調査分析結果を取りまとめ。

今後、関連する論点について著作権分科会法制問題小委員会で検討予定。

⇒今後、コンテンツ強化の観点から、法的リスクの解消を含むクラウド型サービスを巡る課題の整理と必要な措置を検討することが必要ではないかな。

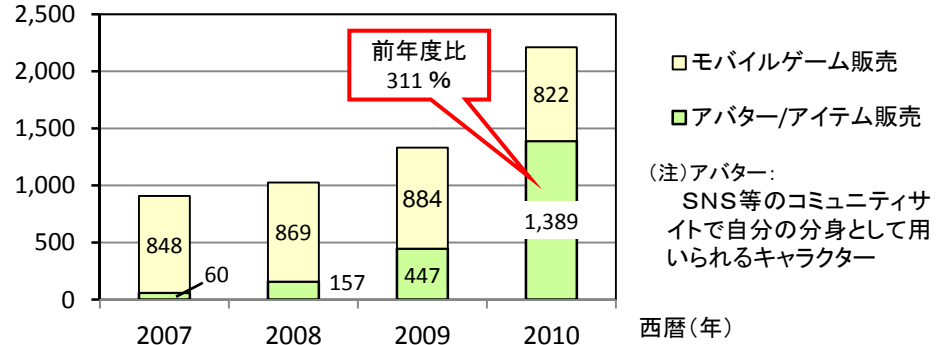


モバイル用プラットフォームにおける課金システムの適正化

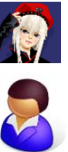
⇒スマートフォン等の新しい情報端末のプラットフォームにおける課金システムの適正化等に関する公正な取引条件に関する実態を注視する必要があるのではないかな。

<モバイル(ソーシャル)ゲーム等の国内市場の推移>

(億円)



(注)アバター: SNS等のコミュニティサイトで自分の分身として用いられるキャラクター



出典: MCF (一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム) 資料

教育の情報化の推進

・2011年度から、文部科学省が総務省と連携し、児童生徒1人1台の情報端末と学習者用デジタル教科書・教材を活用した指導方法の開発等に関する実証研究を実施中。

平成24度政府予算案:

文部科学省281百万円、総務省1,100百万円

⇒今後、児童生徒1人1台の情報端末によるデジタル教材の活用など教育の情報化の本格展開を目指した実証研究の着実な実施が重要。



2. クールジャパンを推進しソフトパワーを強化する。

【クールジャパンを巡る状況】

- 「グローバル・ネットワーク時代」が到来し、国境を越えてシームレスに世界がつながるようになると、コピー不可能な地域固有のアイデンティティに根差した、その土地・地域にしかないものの価値が高まる。
- 我が国のコンテンツや食、ファッションなどは強い国際競争力を持つ知的資産であり、長い歴史が培ってきた文化を背景に諸外国の人々の心に訴える深みと豊かさを持っている。ストーリー性豊かな日本のアニメが諸外国で大人気を博すなど、クールジャパンに代表される日本の美意識や優れた文化的伝統は、世界で多くの共感を得ている。
- 世界にアピールできる日本文化の魅力が詰まったクールジャパンとそのプラットフォームの海外展開を進め、我が国への興味、関心や憧れを涵養することは、関連産業の発展に限らず、官民のあらゆる対外活動での日本の存在感と発言力を増す強力なソフトパワーとなる。
- このため、対象国のニーズや特色に応じて、クールジャパン同士の融合やコンテンツとものづくり、コンテンツをけん引役としたインバウンドの推進など、広くパッケージ化したクールジャパンの融合化戦略を通じて、アジアをはじめとする国内外への展開の突破口となる成功モデルを創出しなければならない。
- 併せて、クールジャパンの新分野への展開やクールジャパンらしさの源流となる日本の匠の持つ優れた「わざ」を追求し、クールジャパンの深化・拡大を進めていくなど、官民一体となって、クールジャパンを総合的・効果的に推進し、発掘・創造、発信、拡大、基盤整備につながる好循環のサイクルを一層確立するクールジャパンのステージアップ戦略を図っていかなければならない。

(1) クールジャパンらしさを追求して新たな発掘・創造を進める①

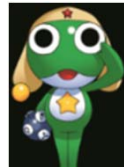
【論点】 クールジャパンらしさを追求した新たな発掘・創造をいかに進めるか。

【情勢】

○クールジャパンは世界を魅了

<コンテンツ>

① ポケモン： ゲームやキャラクターグッズなど
関連市場は、全世界で累計約3.6兆円
(国内:1.6兆円、海外:2兆円)



ケロロ軍曹
©吉崎観音
／角川書店

② ケロロ軍曹： 仏・伊・韓・中など13の国・地域
でTVアニメ放送。

③ ハローキティ： サンリオは、欧州、北米、南
米、アジアで幅広く事業展開。



ハローキティ
©1976,2012
SANRIO CO.,LTD.

<放送番組>

日本のドラマ・バラエティーは、韓国・台湾・中国などのアジア圏を
中心に人気が高い。

最近では、「篤姫」「龍馬伝」「JIN-仁-」などが海外で放映。

また、番組フォーマットの形式で、「料理の鉄人」「脳カベ」などが海
外へ販売。

<映画>

我が国の映画産業は、米国やフランス同様に100年を超える
歴史があり、伝統の中で良質な作品を作り出してきた。

- ① おくりびと
第81回米国アカデミー賞 最優秀外国語映画賞部門
- ② 千と千尋の神隠し
第52回ベルリン国際映画祭金熊賞受賞
アニー賞(国際アニメ映画協会主催)
第75回アカデミー長編アニメ賞受賞

<クールジャパンで観光促進>



日本政府観光局(JNTO)作成



(関係者等からの主な意見)

- ・国際共同製作や映像ライセンスに関する民間の取組は進んでいるが、出資リスクが未だ大きい。
- ・スペインは映画の宣伝プロモーション費を政府が補助。日本も映画産業支援について明確に打ち出すべき。
- ・ポケモンは米国で大変ヒットしたが、収入のほとんどは米国に持って行かれた。日本に留保するための戦略が必要。
- ・クールジャパンは他所から言われてその良さに気付くものが結構多い。若い女性のデザインや素材、メイクなどのファッションは、KAWAII(かわいい)と言われてアジアを席卷。
- ・日本の職人のノウハウ(職人芸)をデジタル知財として体系化し、海外へ輸出すれば良い。
- ・国によってクールジャパンと考えていることが違うことを十分認識すべき。

(1) クールジャパンらしさを追求して新たな発掘・創造を進める②

【府省の取組】

クールジャパンのブランド化

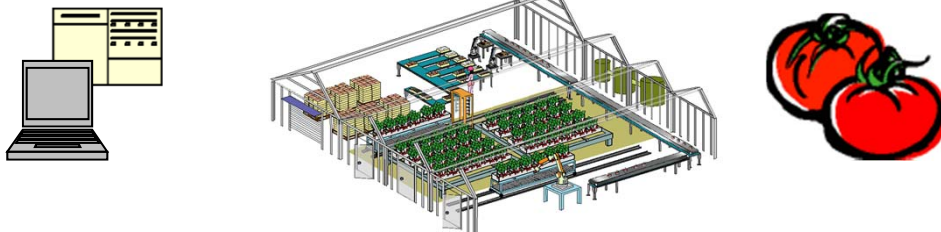
- ・日本を代表するアーティスト、文化人が参画し、日本各地の伝統工芸に付加価値を与え、伝統工芸の育成・ブランド向上を通じて国際発信を行う「伝統工芸×ラグジュアリープロジェクトWAO」を実施。



⇒日本製品のデザインや建築デザインなどの産業上のデザインの情報発信の強化、あるいは公共物のデザインに関する規制緩和によるデザイン需要の創造の検討に向けた展開が考えられるのではないかな。

AI(アグリ・インフォマティクス)システムの開発

- ・篤農家の技術・ノウハウ(暗黙知)を情報技術を用いて農業者一般に利用可能な形(形式知)に置き換えるAIシステムに関する実証実験を実施。



⇒今後、日本の匠の持つ優れた職人芸などの暗黙知を見える化するための調査研究の実施への更なる展開が考えられるのではないかな。

＜グローバルに通用するコンテンツ製作を強化＞

海外向けコンテンツファンドによるグローバル展開

- ・2011年10月、海外向けコンテンツの企画開発への重点投資を行う(株) All Nippon Entertainment Works (ANEW) が設立登記(産業革新機構が60億円を出資)。今後、事業が本格化。

⇒今後、ANEWを通じた世界市場を狙うコンテンツの成功事例の創出加速が期待される。

映画の国際共同製作支援

- ・主 体 : 文化庁(2011年創設)
- ・予算額: 2億円(文化芸術振興費補助金)
- ・補助額: 補助対象経費の5分の1
最高限度額5,000万円
- ・対 象 : 公益財団法人ユニジャパンにより「国際共同製作」と認定された劇映画及びアニメーション映画

⇒制度の利用促進及び成果創出が課題

【参考】国際共同製作協定を締結している国の例

- ・カナダ 50カ国以上
- ・フランス 40カ国以上
- ・豪州 4カ国以上
- ・韓国 2カ国
- ・中国 6カ国
- (・米国 締結していない)

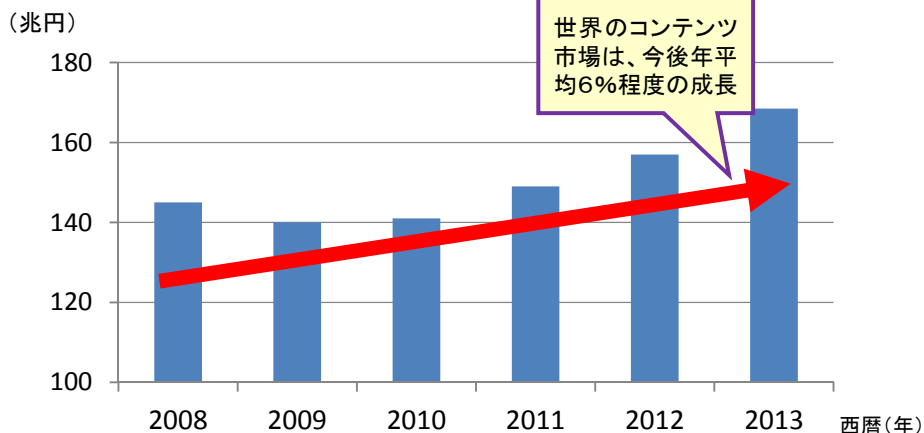
(2) ソフトパワーを活かしてクールジャパンをグローバルに発信する①

【論点】 ソフトパワーを活かしてクールジャパンをグローバルにいかに関信するか。

【情勢】

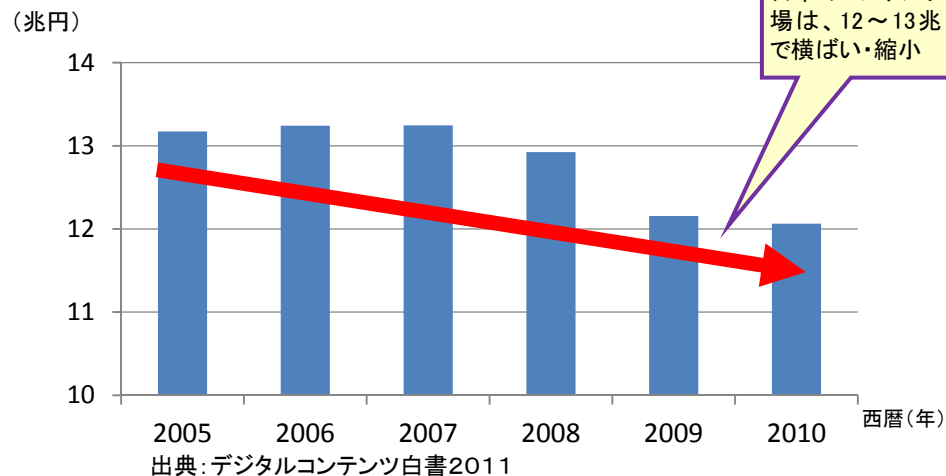
○世界及び日本のコンテンツ市場

＜世界のコンテンツ市場＞(2008年実績推計、2009-13年予測)



出典: PricewaterhouseCoopers
“Global Entertainment and Media Outlook : 2009-2013”

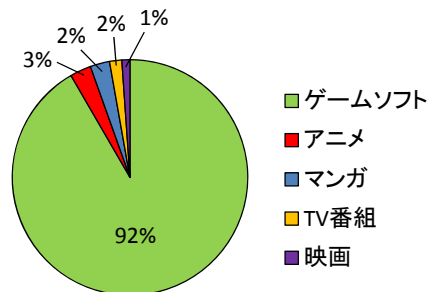
＜日本のコンテンツ市場＞(2005-2010年)



出典: デジタルコンテンツ白書2011

○日本コンテンツの海外収入

- ・我が国の海外収入は0.4兆円(2010年)、国内を含めた市場全体(11.8兆円)の3%と僅か。
- ・米国は8.5兆円、17%を国外で稼いでいる。国内+海外で50兆円。



出典: 経済産業省資料等

＜コンテンツの海外展開の様々な取組＞

- ・京都府、東映アニメーション(株)等が、中国で人気の高い日本アニメ「一休さん」を活用し、舞台となった京都をPRする中国向けのプロモーションアニメを2011年9月からWEB公開。
- ・AKB48の公式姉妹グループとして、2011年11月、インドネシアにJKT(ジャカルタ)48が誕生。今後、台湾でTPE(タイペイ)48が発足する予定。
- ・(株)講談社は、中間層の台頭著しいインドの都市ムンバイを舞台に、野球マンガ「巨人の星」をクリケットにリメイクしたアニメをインドで今秋放映予定。

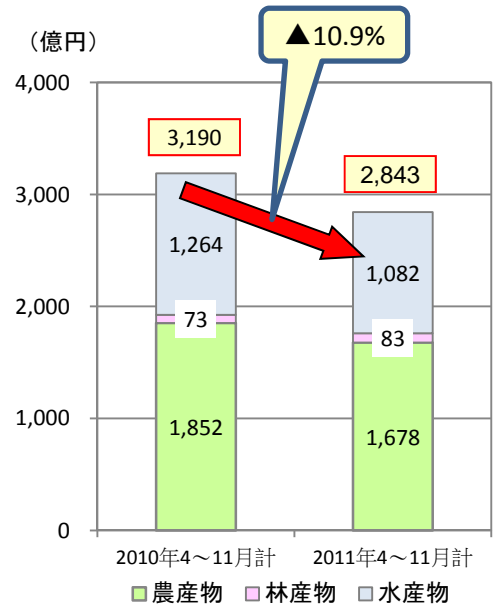
海外市場は低迷、日本コンテンツのグローバル展開が課題

(2) ソフトパワーを活かしてクールジャパンをグローバルに発信する②

○東日本大震災発生後の状況

日本の食、観光、製品への信頼が短期的にゆらいでいる

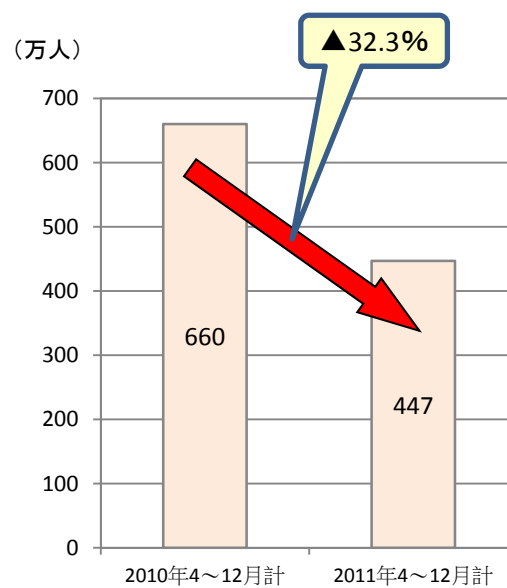
<農林水産物・食品の輸出実績>



※1 四捨五入の関係上合計が一致しない
 ※2 食以外のものが一部含まれる

出典:財務省「貿易統計」

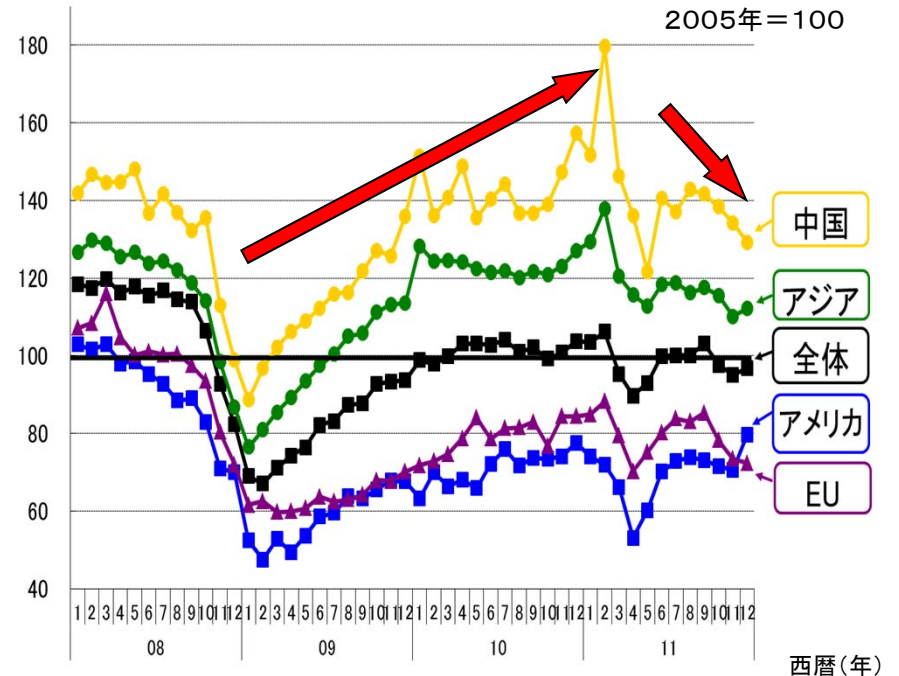
<訪日外国人旅行者数>



※ 2010年は確定値。2011年は10月まで暫定値、11～12月は推計値

出典:日本政府観光局(JNTO)

<日本製品の地域別輸出数量指数>



出典:財務省「貿易統計」

(関係者等からの主な意見)

- ・日本コンテンツへの国際的な関心は高いが、国際共同製作をマッチングさせる場が我が国にはない。
- ・国は米国のコンテンツ流通の仕組みや人脈の作り方について考えて欲しい。
- ・対象国に応じて番組をアレンジして制作すれば、無名の日本人芸人が出た番組でも海外で売れる。
- ・対象国によっては、DVD、CDなどのパッケージではなく、ネットやライブなどが有効な場合がある。
- ・海外展開のためには、著作権フリーのコンテンツを作ってネットに流すことが必要ではないか。
- ・各省は単にイベントを重ねるだけでなく、出てきた製品の購入方法も教えるなどサポートして欲しい。

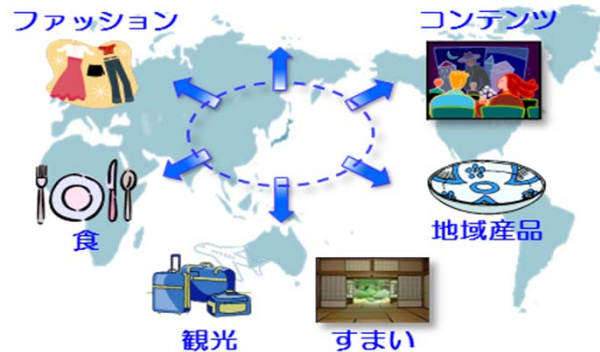
(2) ソフトパワーを活かしてクールジャパンをグローバルに発信する③

【府省の取組】

対象国のニーズに応じたクールジャパンの海外展開支援

- ・2011年度から中小企業をはじめとする企業コンソーシアムの海外市場獲得を推進するクールジャパン戦略推進事業を実施。

平成24年度政府予算案:918百万円



＜府省の各国へのコンテンツ展開の取組例＞

- ・2011年6～7月、ヨーロッパ最大の日本文化発信イベント「ジャパンエキスポ」(Japan Expo)に、外務省(国際交流基金)、経産省、観光庁、農水省が参加し、クールジャパンをアピール。
場所:パリ近郊、入場者数:約19万人。
- ・2012年3月、ニューデリーで日印国交樹立60周年の際に、日本のアニメ、映画等をPRする予定。
- ・2012年3月、日米桜寄贈100周年を記念し、日本人で初めて米国特許を取得(1883年)した平山甚太の昼花火を米国で打ち上げ予定。



ポトマック河畔(ワシントン)

⇒今後、以下の展開が考えられないか。

- ・アジアの新興国を中心に対象国や分野を絞り、有望なコンテンツやアーティストを市場開拓のモデルとして官民を挙げて海外展開を推進
- ・海外の日本コンテンツのファンと連携しつつ、クールジャパン同士を融合させてパッケージ化した海外展開の推進
- ・コンテンツの英語版・アジア言語版の作成など日本の魅力を海外に浸透させていくためのローカライズの取組の推進

日本ブランド復興に関する統一イメージを発信



- ・関係府省で統一的使用
- ・政府関係機関等の海外イベント、展示会等で掲示

ロゴ・メッセージを活用したイメージアップ

⇒今後、クールジャパンのロゴ・メッセージを活用した統一イメージの本格的な発信が求められるのではないか。

国際映像見本市の国内開催

- ・2011年12月、社団法人全日本テレビ番組製作社連盟(ATP)が、放送コンテンツの国際共同製作のためのビジネスマッチング(ピッチング・セッション)等を行う東京TVフォーラムを新たに東京で開催。

⇒今後、コンテンツの国際見本市の国内開催の推進による日本の技術力・企画力の海外展開を進めていくことが考えられないか。

(3) クールジャパンの人気を拡大・定着させる①

【論点】 クールジャパンの人気をいかに拡大・定着させるか。

【情勢】

○インバウンドの促進

・海外ロケ誘致で地方を活性化し、世界に発信することが求められている。

<海外ロケ誘致に基づくインバウンド効果>

ーニュージーランドは、映画「ロード・オブ・ザ・リング」のロケを国内誘致。その経済効果は約70億円。

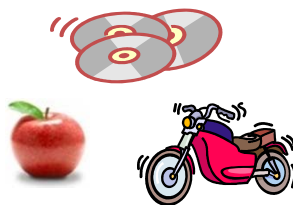
ー秋田では、韓国との共同製作ドラマ「アイリス」(2009年)の舞台になったことから、観光客数が4倍に増加。

○模倣品・海賊版の横行

・模倣品・海賊版対策の手口が複雑化・巧妙化し、ネット上をはじめコンテンツ侵害が横行。

・2007年OECD調査では、模倣品・海賊版の国際取引額は約2,500億米ドル(約30兆円)。

・国際知的財産保護フォーラム(IIPPF)や農林水産知的財産保護コンソーシアムによる模倣品・海賊版対策の取組支援



○クールジャパンの拠点形成

<東アジア共生文化都市(仮称)の実施>

・2011年8月、第3回日中韓文化大臣会合で我が国が「東アジア共生文化都市」構想を提案。

・今後、日中韓3か国内で毎年「東アジア共生文化都市」を定め、当該都市で文化人・芸術家の参加により文化活動・芸術活動を集中的に実施する「東アジア共生文化都市」プロジェクトを実施する予定。

<CREATIVE TOKYO構想>

・クリエイティブ・ハブの構築に向けて、自治体や関係府省、商店街、NPO等と連携し、街ぐるみで東京のブランドを再生し、東京の街や消費を活性化し、観光客を誘致。

(関係者等からの主な意見)

○日本では映画撮影の規制が国・地方の各レベルまで及び窓口が一本化されていない。ライバル国は撮影誘致のため窓口が一本化されている。

○許可なく字幕の付いた日本の放送番組が動画サイトで視聴され、サイト管理者が課金や広告収入による利益を得ていることさえある。政府はもっとネット上の違法コンテンツ対策や侵害国への取締要請に取り組んで欲しい。

○各国のネット規制を調査し、政府は大きな課題として考えて欲しい。

○地理的表示(GI)の保護制度が導入されれば、地域ブランドの信用保護を充実させることができる。

(3) クールジャパンの人気を拡大・定着させる②

【府省の取組】

札幌コンテンツ特区の取組

- ・2011年12月、総合特別区域法に基づき、「札幌コンテンツ特区」が地域活性化総合特別区域として指定。
- ・今後、関係府省との協議を通じて、映画・放送番組の道路上のロケ撮影許可の規制緩和や統一的な海外窓口の設置を目指す。

※ 京都府及び京都市がコンテンツ特区申請を検討中。



札幌市

⇒今後、以下の展開が考えられるのではないか。

- ・ワンストップで海外からのロケ撮影隊の支援を行う窓口の一本化の推進
- ・国内へのロケ撮影誘致を促進するための英語・アジア言語での情報発信の推進
- ・「札幌コンテンツ特区」について、映画等の大型ロケ撮影の誘致を促進するモデルとして重点的に推進
- ・新たなコンテンツ特区の形成に向けた取組の推進

アクタ

ACTA(偽造品の取引の防止に関する協定(仮称))の早期発効及び参加促進

- ・2005年のG8サミットで我が国が必要性を提唱
- ・2010年10月に東京で協定文の大筋合意、2011年4月に確定
- ・2011年9月に仙台で国際シンポジウムを開催
- ・2011年10月に日米を含む8カ国が東京で署名、2012年1月にEUが署名

⇒今後、協定の早期発効及び参加促進を目指す

地理的表示保護制度の導入検討

鹿児島黒酢
(鹿児島)

伊勢本かぶせ茶
(三重)

我が国の高品質な
地域ブランドの例



⇒国際的な動向を踏まえ、適切な時期に制度を創設することができるよう、2011年度中に有識者等による研究会を立ち上げる予定

官民のアウトリーチによる海賊版対策の強化

⇒今後、模倣品・海賊版防止に向けた意識啓発を行うため、著名なクリエイターやアーティストと協力した啓発活動など官民のアウトリーチ活動の推進していくことが考えられるのではないか。

(4) クールジャパンの基盤を整備する①

【論点】 クールジャパンの基盤をいかに整備するか。

【情勢】

○コンテンツに関する海外規制

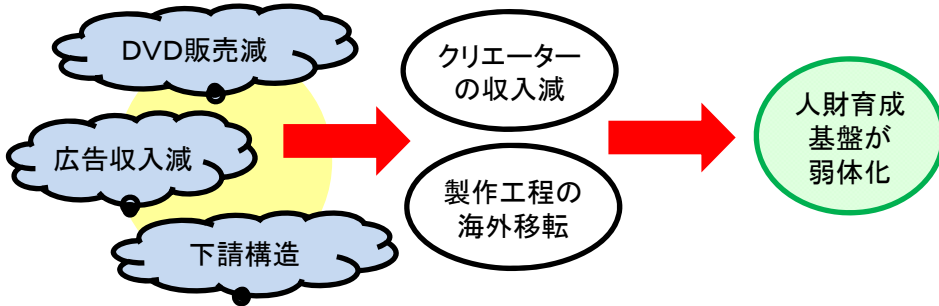
- ・諸外国でのコンテンツや食に対する規制がグローバル展開に向けた大きな障害となっている。

＜各国の外国コンテンツに対する規制例＞

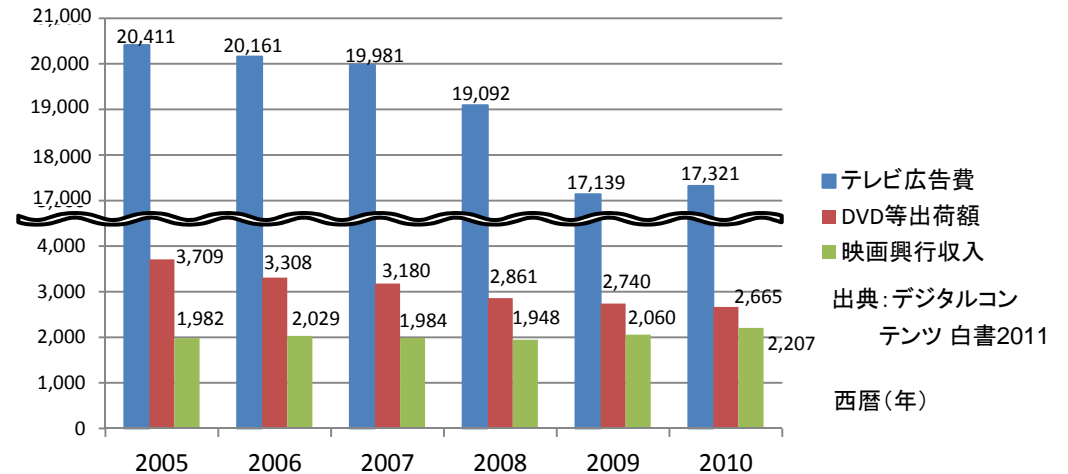
- 【中国】 ・外国映画の輸入を制限：利益に応じた印税を支払う利益分配方式の輸入枠は年間20本（主に米映画）
・TVでの外国ドラマ、アニメの放送を制限
・外国製ゲーム機の輸入・販売を禁止
- 【韓国】 ・地上波TVでの日本のドラマ、バラエティの放送を禁止

○コンテンツ創造の根幹となる人財育成基盤が弱体化。

- ・若手クリエイターの活躍機会や人財育成基盤が不十分であり、アニメ関連の雇用機会も韓国などへ流出。



（億円） ＜映像コンテンツの収入の推移＞



（関係者等からの主な意見）

- ・韓国は国策でコンテンツを支援している。観光等の利益としていずれ返ってくるのだから、日本も国策として支援すべき。
- ・中国の規制が厳しいため日本の作品は参入できない。中国のWTO加盟から10年も経っており、国は海賊版対策と併せて市場開放に向けた取組を行って欲しい。
- ・海外へのコンテンツ展開を成功させた者や海外展開に資するインフラ整備を行っている者に対する支援を考えるべき。
- ・コンテンツの海外展開にもっと弁護士を活用すべき。

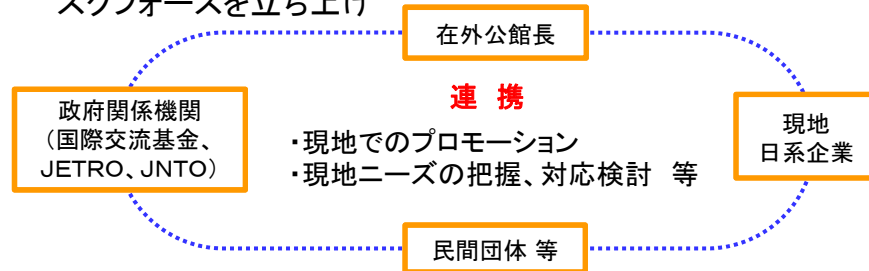
(4) クールジャパンの基盤を整備する②

【府省の取組】

クールジャパンに関する関係機関の連携強化

＜クールジャパン支援現地タスクフォースの設置＞

- ・海外在外公館を中心に11カ国13都市に順次タスクフォースを立ち上げ



＜農産物の輸出拡大支援の体制整備＞

- ・2012年1月、JETROに農林水産物・食品輸出促進本部を設置し、農水省・経産省と連携して農林水産物の輸出拡大を支援

⇒ 関係機関の連携強化の一層の促進が課題。

諸外国の規制の緩和・撤廃

- ・二国間で緩和・撤廃を働きかけ
日中経済パートナーシップ協議、日韓経済局長協議
- ・民間レベルでの交流の場の設定・支援
日中映像交流事業、アジア・コンテンツ・ビジネスサミット

⇒ 二国間や多国間の協議・交渉において、コンテンツ規制の緩和・撤廃を優先度の高い課題として強力に働きかけることが求められるのではないか。

クールジャパン人財の育成

＜クリエイターの学校訪問＞

- ・クリエイターの学校訪問を通じて、児童生徒の頃から芸術文化表現を体験する「次代を担う子どもの文化芸術体験事業」を実施。

約29百件 (2010年度) → 約34百件 (2011年度)
拡大

平成24年度政府予算案: 4,503百万円



＜若手アニメーターの育成＞

- ・アニメの制作スタッフに若手を起用し、制作段階にOJTを組み込んだ「若手アニメーター等人材育成事業」を実施。

平成24年度政府予算案: 215百万円



⇒ 今後、グローバルに活躍するプロデューサーや、コンテンツのグローバル展開に精通した弁護士等の専門人財の育成強化が求められるのではないか。