

コンテンツ強化専門調査会（第6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

- ・ IT 戦略とコンテンツ戦略の関連が重要さを増している。コンテンツ産業が日本の全産業に与える影響は大きい。支援に力を入れればそれだけ返ってくるものも大きいので、各省庁には真剣に関わってほしい。
- ・ 今年は恐らくスマートテレビ元年になる。これは大きなチャンスであると同時に、何もしなければ置いていかれるリスクもある。法制度の整備にしろ、油断していれば日本はあっという間に置いていかれる。新しい時代の流れに乗っていけるような議論をすべきである。
- ・ 著作権法の問題で、「まねき TV」などの最高裁判決が出たが、何ができて何ができないのか分からない。シリコンバレーはオフェンス型でとにかくやってみようという雰囲気があるが、我が国の政府や企業はディフェンス型が中心で、なかなか踏み出せない。守りに入ってしまう、外国が進んでいくのを見ているだけになってしまう。政府の中にデジタルネイティブ世代のことが分かるオフェンス型の人を置かれることを希望する。
- ・ 著作権法やプロバイダ責任制限法は、コンテンツの流通のために適正な制度になっていることが必要であり、継続的に見ておかなければならないのではないか。

○クールジャパンについて

- ・ 政府は決して何もしていないわけではないと思うが、何をしているのかが伝わってこない。情報発信の仕方を改善すべきである。クールジャパンの各省庁の取組について、総合的、横断的に見られるホームページがない。各省庁の予算消事事業にも見えてしまう。
- ・ クールジャパンに関する政府の露出が少ないので、記者会見等を行うべきであり、知財に注力するという姿勢を国民に見せることが必要である。
- ・ 具体的な成功事例をつくり出すことが必要である。札幌コンテンツ特区はさきやかだが具体的な一歩。これをどう結実させていくかが重要であり、これを成功事例にするためには、いつまでに成果を収めるという気迫が必要である。今後、この取組を進めることで、日本のコンテンツ産業に国際的な競争力があるということを証明していかなければならない。関係府省がまたがっているが、警察や消防等の規制の緩和については知財本部が音頭を取って取

り組んでいくべきである。

- ・各省庁の取組を断片的に発信するだけでは海外に対する訴求力がないので、それらを統合、管理する必要がある。
- ・どこで何をしているのか分からないという声を聞くことがあるので、国の政策として具体的にこういうことをしているということが分かるようにホームページ上で公開することは重要である。
- ・各省庁が横串で何かに取り組むときにはトップダウンの形が望ましい。知財事務局は調整役に留まるのではなく、リーダーシップを取るべきである。
- ・インバウンドについて、訪日観光客の増加も重要だが、海外の法人を日本へ誘致するということも重要である。
- ・タイの首相から自分の大学に対して、コンテンツ人材を育成したいということで見学の打診が入った。韓国や日本を見てタイがやる気になっているということである。日本でも大臣レベルの人がコンテンツに注力するような言動を見せるべきである。
- ・子供たちの創作力や表現力を高めたいという需要は多いが、供給が圧倒的に少ない。クールジャパン人材の育成のため、子供たちがものづくりを体験できるようなイベントの常設化を政策的に後押ししてもらいたい。

○その他

- ・率直な感想としては、スピード感がない。施策には「進める」や「検討する」という言葉ばかりが並んでいる。どれだけの危機感を持って国として取り組んでいるかが分かりづらい。
- ・サイバースペースで負ければリアルワールドでも負けるということを最近感じている。日本にもまだいいところがあるので何とかなる、というような考えではなく、情勢認識の部分は強い危機感を出した記述をしてほしい。

(以上)