

コンテンツ強化専門調査会(第2回)における主な意見のまとめ

1. デジタル化・ネットワーク化のための環境整備

(1) 著作権法制度

- 現行著作権法の下では、同法13条の規定するものを除き、国等の作成した著作物に著作権の保護が及ぶこととなっているが、行政目的等で作成される公共データを著作権で保護する実質的な必要性はない。国の保有する著作権ゆえに公共データの二次利用促進が妨げられるのは問題であり、解決策を講ずることが急務。公共データのなかには、個別法規により二次利用に制限が課されているものや、第三者の著作権が付着しているものもあり、国の著作権以外に、二次利用を制約すべき実質的な根拠のある公共データに関して、利用条件を明確化する等の配慮も重要。
- オープンデータでデータベースを作るのであれば、ユーザーの作ったものも含めた横断的なデータベースとして、デジタルコンテンツの創作につなげる仕組みが必要。
- 現行の日本の裁定制度は年間30件程度しか利用されていない。申請から許可まで何か月もかかることや、「適正な対価」の供託について、「適正な対価」を決めることに先例がなく、難しい問題だと聞いたことがある。現行の裁定制度の抜本的見直しについて議論すべき。
- NHK オンデマンドは、収入13億円に対し、27億円の支出で、うち13億円は権利処理コスト。海外で番組を販売するにはネット配信権もセットにする必要がある。ヨーロッパの著作権法は同日再送信も放送とみなしており、権利処理が一括で済む。著作権法の考え方を改めることが必要。

(2) デジタル・アーカイブ化

- 6万何千点の著作物に係る裁定申請について、国立国会図書館において経費が1億3千万円かかった。国立国会図書館であればこそこのような調査ができるが、民間の小さなアーカイブでは難しい。ヨーロッパでは、一般の努力による文化の保全を認めている。国会図書館のような、限られたところだけに頼っていて良いのか検討すべき。
- コンテンツのデジタル・アーカイブ化については、パッケージ以外のものも残していくことを検討する必要がある。コンテンツだけではなく、ハードも残さなければ、コンテンツの内容を見ることはできない。(ファミコン、M5などのファミコン以外のマイナーなハード等)

(3) インターネット

- 何らかのネット規制は必要だと考えるが、それが言論の自由の弾圧のような方向にならないかという点を懸念している。
- インターネット社会では、動的なコンテンツが重要視される。最近ヒットしているソーシャルゲームは、データがサーバー上にあり、パッケージ化されていない動的コンテンツであり、コピー被害の心配はなく儲かる。パッケージ型ではない動的コンテンツについての議論が必要。

(4) プラットフォーム

- 国が大きな行政クラウドサービス構想を打ち出して、地方自治体や企業も参加できる国家事業としての日の丸クラウドが実現できれば、わが国の国民生活や産業基盤を支えるネット・デジタルインフラとなる。
- 日本で育ったコンテンツビジネスが海外に出て行かなかった理由の中にはプラットフォームの共通化の問題があり、グローバルスタンダードは何かということを考える必要がある。
- Google や Apple といった米国の巨大プラットフォームによる寡占状態を危惧している。電子書籍に限らず、プラットフォームの重要性は痛感しており、そこをどう取り組むかが大きな課題。
- コンテンツホルダーが作品をインターネット上に出そうと思ったときにプラットフォーム事業者と締結する NDA（秘密保持契約）では、取引条件を公開できないという条項が含まれていることが多い。NDA により、コンテンツホルダーとプラットフォーム事業者との間の交渉事は、ユーザーの目に触れず、このことが、コンテンツホルダーの立場を不利にしているので対策が必要。

(5) その他

- デジタル化・ネットワーク化の観点から世の中の流れを見ると、コンテンツからユーザーエクスペリエンスという所へどんどんシフトしてきている。今後 10 年について考えるなら、そもそもコンテンツがゴールという戦略の立て方で良いのか問い直すべき。
- 日本でアプリ革命が起きているが、アプリについては知財本部で検討したことがない。コンテンツとアプリを分け、どうしていけば良いか議論すべき。
- コンテンツの意味するところが、以前と今では明らかに異なっている点がある。ここ 10 数年の間に、コンテンツ＝商品全般というか、デジタル素材も含めて日本が作るものが全てコンテンツという意味合いに広がっていると感じる。
- 産業の話ではないが、文化の観点から、戦前戦中戦後の SP レコードのデジタル化と保存の必要がある。
- コンテンツ産業の生態系を俯瞰して、どのレイヤーに日本は勝負を掛けるのかという観点が無ければ日本は勝てない。産業生態系のどのレイヤーを欧米諸国や新興国に取られたらまずいのか。産業俯瞰的な議論が無いと個々の施策の羅列で終わってしまうので、産業生態系の未来像をきちんと整理することが課題。

2. コンテンツを中心としたソフトパワーの強化

(1) 日本ブランドの海外展開

- 「おしん」は文化無償協力の一環として 50 の国と地域に配布され人気を得ているが、無償サービスで止まっている。無償で広めたものをパブリックディプロマシーとして、付随する有償のサービスにつなげる総合的戦略が必要。
- クールジャパンの概念論とか文化論みたいなものは議論しなくて良い。今回「日本経済再生に向けた緊急経済対策」が参考資料として配布されているが、訪日外国人旅行者の増大に関する取組など、具体的などころが期待されており、クールジャパンを実現することがメイクマナー、日本の経

済力の増大のための各論に踏み込むべき。

- 日本のクールな食をプロモートするようなものについて、ぜひアニメでもニコ動でも振興して欲しい。また、例えばファッションについてクールにプロモートするコミックやアニメを振興奨励するというように世界に発信する政策を分野別にやるとよい。
- 日本を日本足らしめる部分として日本にユニークなのは、「おもてなし」という心ではないか。美味しいだけでなく、レストラン、旅館といった場所のおもてなしは大変なもの。今後、個人やコミュニティがネット上で発信して行けるので、おもてなしと多様性を一緒にまとめて、アウトバウンドだけでなくインバウンドの大きな力として欲しい。
- クールジャパンは、前向きに推し進めていくべきだと思うが、海外への人財の流出、ビジネスモデルの輸出などによる産業の空洞化が懸念。

(2) コンテンツの発掘・創造

- コンテンツの双方向での共有が進む中、ユーザーの体験や創作である UGC (User Generated Content) は重要なコンテンツである。ユーザーが作成するコンテンツは日本の文化、宝であり、資料に盛り込むべき。

(3) インバウンドの推進

- 日本は外国からは是非日本を舞台にして映画を撮影したいと思われているが、警察、消防、道路の規制があまりにも多い。コンテンツ特区は、日本で映画を撮影できる環境づくりという視点で考えてほしい。
- 沖縄県で、基地跡での特区構想が挙がっており、新しい地方自治体、首長以下全員が、エンタメ、コンテンツの事だけを考えたムラを作るという提案をし、盛り上がりを見せている。
- インバウンドにしてもアウトバウンドにしても、観光庁が進める観光立国、知財本部及び IT 戦略本部が融合していく必要がある。