

## コンテンツ強化専門調査会(第3回)における主な意見のまとめ

### 1. 情勢認識

- ヨーロッパやアメリカでも、科学データを全て公開する方向に大きな流れが来ている。そういう観点から、イノベーションを日本の国でも支援していくことがもう少し触れられるとよい。
- 日本のブランド力は潜在的に素晴らしいものがあることは知られているが、個別にやっているステージから、連携して戦略を立てて文化外交までつなげる流れが必要。
- 産業と文化というのはセットで考える必要がある。例えば、デジタル教科書は、韓国は恐らく 2014 年から 2015 年ぐらいにできる。韓国で考えられたデジタル教科書のプラットフォームがアジアに展開されるとどうなるかを考えないといけない。
- 「ハードとソフトの対立といった構造」というのはどういう意味かよくわからない。ここで言っている「ソフト」と「ソフトパワー」と「ソフトウェア」、これらがみんなごちゃごちゃになっている気がする。用語法などがもう少し整理されないと、議論がごちゃごちゃになってしまう可能性がある。

### 2. 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

- 孤児著作物の問題や、二次利用を促進するための権利処理の仕組み、集中権利処理の話について、もっと具体的に掘り下げて、こういう課題の解決策としてこの施策に結びつくことがわかるようにすると議論が進むと思う。
- IT 戦略本部は「オープンデータ戦略」という言葉だが、この資料の中に「オープンデータ」という言葉はない。内容は同じだが、公共データとかオープンガバメントという言葉が出ていて、不思議に思う。
- オープンデータ、あるいは公共データに絡む施策として、技術面は、プラットフォームや、ビッグデータでのデータ収集・蓄積のための共有情報システムが関係しているが、関係性がはっきりしないので明確化すべき。
- 教育面で、公共データを、教材として活用することは、中等教育の段階でも、高等教育、大学とか大学院でも様々な活用ができるのではないかと考えている。
- 政府の著作権をアメリカのように無くすことも含めて、あり方について検討するという提言があったものの、具体的に書かれていないが、どうなったのか。
- ビッグデータにかかわる公共データは、IT 戦略本部と知財戦略本部だけではなく、科学技術データがあり、これは総合科学技術会議で長らく取り組んでいる課題と認識している。総合科学技術会議において議論をされている政府資金提供の科学データとこの公共データとビッグデータをぜひ連携を持って議論していただきたい。
- アメリカ的にビジネス DRM で、技術、マーケットでクリエイターへの還元を解決する方向性と、ヨーロッパの一部の国のように録音録画補償金を拡大していく方向性と、世界的に潮流は2つある

と思う。どちらの方向性に行くのが日本にとっていいのか議論すべき。

- オープンデータを知にして知見にするためには情報処理をしなくてはいけない。データが集まったら、知財であるというような議論はミスリーディングだと思う。
- これまでの10年、これから先の10年を考えると、いかに臨機応変に対応していくかがどの産業でも重要で、臨機応変に対応できる制度、環境づくりにもう一度目を向けなければいけない。コンテンツ立国で生き残っていくには、これからの若者たちの発想を実現化できる制度環境づくりが最も重要だと思う。
- 今、著作権期間にあるものの約半数が権利者不明著作物と言われており、その権利者に適切に還元することは重要だが、どんなに探してもわからないものは、適切に利用できる仕組みをつくるのが、今後のアーカイブ化や文化の発展、産業化の観点で、非常に大きなキーになっていくと思う。

## (2) 市場拡大

- クレジットカードの世界、ペーパーでもそうだが、ポイント制度の世界、プリペイドのカードの世界、ネットだけで流通する金融システムがあるが、インターネット上のコンテンツ強化の中でどうしてポイント制が盛り込まれないのか。

## (3) プラットフォーム

- 海外のプラットフォームでコンテンツが全部制作され、テクノロジーとプラットフォームが全部海外でつくられているのに、手をこまねいていて良いのか。それらとコンテンツは不可分になってきているが、コンテンツの中身だけを議論していることは、時代的にどうなのか。
- オープンデータの話も教育情報化の話も、IT本部、知財本部の両方でプッシュしていく案件だと思う。ハード、ソフト、プラットフォーム一致の戦略というのは、そういう方向でやっていかなければいけない。
- プラットフォームの形成は、プライバシーが課題であり、この処理をどうクリアリングし、どう活用可能な状態にして、どう産業に結びつけていくのかということについて、頭出しぐらいはしておきたい。
- 日本のコンテンツサブカルチャーが世界的競争力を持つ理由の1つは、自由なコンテンツ制作環境が担保されていることが非常に大きい。コンテンツ産業を振興する観点であれば、表現の自由をできるだけ確保するという観点を盛り込むべき。
- 競争環境の中で人材も育成され、いいコンテンツ、強いコンテンツが出てくると思っており、それを阻害しかねないプラットフォームによる支配を非常に懸念している。

## (4) 教育の情報化

- 教科書自体をさらに加速度を上げてトップ項目にするのであれば、「急務である」、「100年おくれである」、「このままでいけばアジア隣国に確実におくれをとる」又は「頭脳流出が確実に起きる」

とすべき。

- 非常に重要な小・中学校のデジタル教科書のプラットフォームに関して、国産が出ればいいと思うが、1人1端末を小・中学生が持つことは、例えば個人の著作権の管理、生徒が発信するものに関する著作権の啓蒙・教育にもなるので、韓国などのプラットフォームにやられてしまうと、我々のコンテンツを発信する手段がなくなってくる可能性がある。
- 委員のみに配布した資料に「ガラパゴス化する日本の教育コンテンツ」と書いてあるとおり、欧米系の知的な体系が主として新興国の教育のベースになりつつあるときに、日本がどういう形でそれと連動しながら、あるいはそれに対抗しながら、教育というものを考えていくか。これは瀬戸際のチャンスだろうと思う。

### 3. 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

- 東南アジアはまだインターネットの時代ではないため、ちゃんとした放送局を持つべき。民放を含めて、海外にテレビ局を持つべきというのは、映画界とテレビの民放の大きな総意。例えばミャンマーなどに行くと、韓国のスターはみんな知っているが、日本の俳優は誰一人知らない。これはテレビ局があるかないかの違い。政府間レベルで交渉しやすい国と現実の一つやってみてモデル地域をつくっていくべき。
- 配信の時代、いろいろな国での商売が可能になっており、日本のノウハウが欲しがられている。例えば、海外作品に対する現地での裁判での扱いとか、この国ではこういう事件がありこういうことが起きたという調査は、一企業なり一産業では難しいので、そういった面に力を入れていただきたい。
- プライオリティーの話は、マーケットニーズを見るべき。数年前から、3Dテレビなどを開発して一生懸命売っているが、コンテンツも出ず、買う人も少ないところに、たくさんのお金を入れるということが本当に効率的な政策なのか。
- オープン・クローズ戦略について、海外に日本を売っていくのはとても重要で、全部見せてしまうと競争力を殺ぐところもあるので、どこをクローズにしてどこを見せていくかの戦略が必要。日本でしか手に入らないからこそ価値が高くなるものもあるので、そのあたりを踏まえ、良さをアピールするという側面を組み合わせ、日本発のもの価値を高める戦略をとっていただきたい。
- 国際交流はネットとかデジタル技術を使うと進みやすく、小さいときに日本文化に触れてもらい、日本文化ファンをつくるのは、理にかなっている。例えば、小学校、中学校レベルで、姉妹校の子たちとネットを通じてつき合い、その国のテレビで日本のテレビ番組が流れ、子供たちが向こうの子たちとその話題をすれば、アニメ、漫画、ゲームも売れるというループがつけられると思う。

#### (2) コンテンツの発掘・創造

- 放送業界も食に関するコンテンツが山のようにある。そういったものをどう一つに束ねて戦略的に出ていくかが欠けている。食の話は農林省だけの話ではなくて日本全体の話だと意識してコンテ

ンツを出し合い、それを次にどうつなぐかという作業が欠けている。

- NHKで「カーネーション」という連続ドラマがあり、ODAとして各国へ無償で配付するが、ある国の時間帯に100話近く出たときに、その次にどういうコンテンツを出していくか、どういうファッション界のスキームをつくっていくか、そういう流れをつくる連携が必要。
- 「世界のコンテンツ供給国としての人財・開発拠点整備」、こういうものにある程度数値目標を盛り込めないか。例えば、年内に頑張っても10カ所、最低でも5カ所といった数値目標、効果測定、ゴールを設定するまで踏み込めないか。
- 「コンテンツ規制の撤廃・緩和の働きかけ強化」に、必ず「映画・放送番組・マンガ・アニメ」という書き方で写真が入っていない。日本はデジカメについても、写真の文化についても世界でトップなのだが、メディア芸術でなぜか写真が入っていないので、リカバリーをしていただきたい。
- ソフトパワーを強化するなら、コンテンツに限らず、ソフトパワー特区のように、コンテンツとテクノロジーがくっつく形を形成する新機軸を出してもいいのではないか。

### (3) インバウンドの推進

- かつて画家がパリを目指したように、音楽家がウィーンを目指したように、とにかく日本へ行くと思えるような国づくりと発信をしなければ、内向きな議論とそのままの提言になる。
- 中国にも国策で大学にアニメ学科ができたが、中国の留学生は、基本的に日本のアニメで育ち本場で習いたい。というのは、日本でしか許されないストーリー、文化があるから。制作技術とか方法を学ぶのではなくて、日本だから許されている表現で作れるところが魅力となっている。

### (4) 模倣品・海賊版対策

- 初音ミクではないが、そもそも模倣品とか海賊版という概念が通用しない状況にコンテンツの世界が入りかけている。それをどうとらえるかという話と、この対策とがどう関係するのか。これらを長期的にどう見るかの整合性をとらなければいけない。

### (5) コンテンツ人財の育成

- 「教育の情報化の推進」と「クリエイターの人材育成」が分かれているが、これらをどう連動させていくのか。「知財立国」と言っている以上、知で創意工夫をし、何かクリエイティブなものを作ろうと言っており、後のクリエイターの人財と密接に関連する。
- 今、若い人が夢中になっている芸術文化表現のクリエイターは、多分、文化庁とかに把握されていない。特にニコ動でのスターは、クリエイターとしてすごいスターだが、そういう身近な人たちがやるワークショップがほしい。
- 海外での勉強成果が日本でそのまま生かせないことが続いている。例えば映像系はどうしてもハリウッド系に勉強しに行ってしまう。18年近く専門スクールで大人相手にCGとかを教え、今、海外のCGプロダクション、VFXのプロダクションで100人近く働いているが、彼らはそこで10年ぐらいやり、日本に戻りたいというときに、全く戻れない。条件も違い過ぎるし、彼らが持っている

能力を生かす職場もない。

- 日本のゲーム会社のクリエイターが海外で重宝されるのは、日本は分業化をやってこなかったから。一通り流れを知っている上でどれか強い人はいい。海外はクリエイターというのは1個しかできない、いわゆる産業の中のクリエイターである。技能はかなりあるが、全体的にシステムティックに日本的な環境の中で効率を上げられるワークフローは研究されていないが、海外のワークフローはお金がかかり過ぎて、勉強してもだめ。もし助成があるなら、ディズニーのようなつくり方をしない、日本のテレビアニメのようなビジネスに助成をしてほしい。
- 日本のVFXスタジオ、CGプロダクションは、実は非常に優秀。コストが高いと言うが、欧米に比べても、1人当たり3～5倍ぐらい働くので、実はすごい能力がある。下請としてスタジオがつくった映像は、基本的に彼らのウェブサイトでは公開せず、作品名だけで作品のどの部分かは全くわからないため、アメリカからの受注がない。一方、東南アジア、欧米では、下請プロダクションは、自分がかかわった部分が、1分、30秒、全部ウェブサイトで見られる。VFXジャパンでは、小さな会社が集まって組織をつくろうとして今頑張っているが、公正に競争できる立場にも立てない。
- 「コンテンツ人材の育成」についてはネットの活用を入れてほしい。留学ではその人だけの留学体験にしかならず、海外のクリエイターを呼んで講演をしても講演会場にいる人しか体験できない。海外からクリエイターを呼んで授業するのも、ネットでいい。

#### 4. その他

- ANEW (アニュー)、コンテンツ特区、その他の案件がどうなったのか、加えていただきたい。