

コンテンツ強化専門調査会（第1回）における意見まとめ

1. 「グローバルコンテンツ大国」

【現状認識】

- デジタル化・ネットワーク化の進展の中、海外事業者の新たなプラットフォームの攻勢に晒される等、コンテンツ産業はこのままでは厳しい。

【海外展開】

- 海外はコンテンツ振興のために政府がファンドを組成する等、国を挙げて支援しており、日本も制度・精神的支援だけでなく、例えば共同製作への大規模な支援など大胆な支援をすべき時期。支援制度がないと国際共同製作協定の締結も相手にしてもらえない。
- 世界のニッチ市場を合算すれば日本のメインストリーム市場より大きく、ニッチ市場を狙うだけでも海外展開は可能性がある。
- 日本は原作等の宝庫として海外からも注目されているが、海外につなぐ営業部隊等の体制が整備されていない。
- 海外に乗り込むだけではなく、海外から人材が集まる/迎え入れる拠点があることが大事。重要なのは、権利が日本にあるコンテンツ。
- 海外と取引するにあたっては全ての権利処理クリアが大前提となるが、日本の場合には苦心せざるを得ない。
- 売り込む際には、コンテンツ個別ではなく、製品等とも戦略的に連携していくという視点も重要。

2. 「クリエイター大国」

【国内クリエイター】

- コンテンツ産業は労働集約型産業の典型であるが、クリエイターの労働条件は良くなっておらず、利益が次のクリエイターの育成につながるシステムが必要。
- 作業が細分化され、業界内の交流がないこともあって視野が狭くなりがちであり、人材交流や幅広い技術に基づくキャリアパスを整備する必要。
- 優秀な人がコンテンツ業界を目指す流れを初等教育の段階からつくって裾野を広げる必要。コンテンツ関連分野は様々な分野に亘っており、本来活躍する範囲は広い。

【海外から人材が集まる仕組み】

- 海外に乗り込むだけではなく、海外から人材が集まる/迎え入れる拠点があることが大事。重要なのは、権利が日本にあるコンテンツ。(前掲)

【総クリエイター化】

- 日本には個人レベルでは世界最高のクリエイター及びユーザーがいる。これをいかにビジネスモデル化していくかが課題。
- クリエイティブ・コモンズとして共有できる映像資産等をアーカイブ化することも重要。

3. 「デジタルコンテンツ大国」

【ネット配信・プラットフォーム】

- デジタル化・ネットワーク化の進展の中、海外事業者の新たなプラットフォームの攻勢に晒される等、コンテンツ産業はこのままでは厳しい。(前掲)
- パッケージビジネスからネット配信ビジネスへの移行は間違いなく、守りではなく、逆にどう攻めるかの視点で考えるべき。
- 書籍のインターネット配信を促進するにも、出版社の著作権法上の制約が多く、制度整備や日本発プラットフォームも重要。

【流通、制度】

- 国際的に競争環境が不公平だと新たなネットビジネスは生まれにくい。権利処理のための負担等新たなビジネスを進める上で障害となる問題についてイコルフットィングを図るべき。
- 著作権法についても、これまでの法律的な議論の積み重ねで考えるのではなく、産業政策的観点から決断すべき。
- コンテンツの権利処理の問題も法律で決めればうまくいくものではなく、当事者間で協議する中でウィンウィンの関係をつくることも重要。

【著作権侵害コンテンツ対策】

- 著作権侵害コンテンツの氾濫は深刻な課題であり、新たなビジネスモデルへの対応や普及啓発等も図りつつ、的確に対応していく必要。