

知的財産戦略に関する論点整理 (コンテンツ関連)

平成22年3月1日

内閣官房知的財産戦略推進事務局

1. コンテンツビジネスは海外で稼ぐ。(「グローバルコンテンツ大国」)

国内志向から脱却し、アジア市場等への海外展開を通じ、海外売上比率を向上させ、海外収入額を向上させる。
【成果イメージ】 海外収入額0.6兆円 兆円

【各論】

日本発の世界的なメガヒットが出る。
アジア市場で日本発コンテンツが売れる。

2. 日本のコンテンツ人材を世界最高レベルとする。(「クリエイター大国」)

海外に通用する人材の輩出、世界からの人材の集結、クリエイターの裾野拡大を通じ、日本が世界のクリエイターの拠点となる。
【成果イメージ】 世界的な賞の受賞 件、海外からのコンテンツクリエイター在留数 万人

【各論】

日本のクリエイター力が世界一になる。
世界のクリエイターが日本に集まる。
国民皆クリエイター化が実現する。

3. 日本のコンテンツが世界最先端のネット対応となり、新たなビジネスモデルの構築を通じ、世界中どこでも楽しめるようにする。(「デジタルコンテンツ大国」)

【成果イメージ】 ネットコンテンツビジネス 1.4兆円 兆円

【各論】

全てのコンテンツが海外も含めてネットで購入可能となる。
日本発のコンテンツプラットフォームが世界標準となる。
著作権侵害コンテンツを激減させ、ネット配信ビジネスの障害が除去される。

【視点】 これまでは国内志向。国内市場が伸び悩む中、伸張するアジア市場などの海外で「稼ぐ」ためには如何にすべきか。

【2020年の目標】 海外からの売上が現行の0.6兆円から 兆円となる。

コンテンツ産業の海外売上の日米比較

米国と比較すると海外売上比率が低く、その向上が必要。
日米の海外収入比較(2008年)

| | 海外収入 | 海外/国内比 |
|----|--------|------------------------|
| 日本 | 約0.6兆円 | 約4.3% (国内市場は約1.4兆円) |
| 米国 | 約8.5兆円 | 約17% (国内市場は約5.0兆円) |

出典: 総務省ICTビジョン懇談会

最近の海外展開の取組例

国際共同製作等、海外と連携して海外展開を図る動きが出てきており、こうした動きを加速化していく必要。



中国人監督を起用し、中国等との国際協同制作。
2008年、日本、中国で大ヒット。

©2008 Three Kingdoms Ltd.



米国ディズニーと提携し、米国900以上のスクリーンで上映。

2008年、日本で大ヒット。米国興業収入約15億円

© 2007-2010 STUDIOGHIBLI, Inc. All Rights Reserved.

伸張するアジア市場の動向

日本のコンテンツは十分に参入できていない。

【コンテンツ市場規模(2008)】

- ・アジア全体(日本を除く) 1396億ドル
- ・日本市場 1117億ドル

出典: OECD

アジアの対象は、オーストラリア、中国、香港、インド、インドネシア、マレーシア、ニュージーランド、パキスタン、フィリピン、シンガポール、韓国、台湾、タイ、ベトナムの14カ国・地域

【2009年における中国の映画興行収入】 対前年比43%増の868億円。さらに、同年に主要都市において142の映画館が新設され、そのうち約80%がデジタル上映に対応。

激化する国際競争(映像分野)

近年、豪、NZ、加、仏、米国各州等、現地制作費の一定割合を還付する等のインセンティブ措置を巡る競争。我が国にはこのようなインセンティブがないために、撮影誘致や国際共同製作上、国際的に不利な状況。



各国間の競争の中、アジア市場等の世界市場を獲得していくためには、「日本単独主義」を捨てて国際共同製作やその誘致等に国を挙げて取り組むべきではないか。

<取り組むべき課題例>

- 映像分野の国際共同製作の促進
- 撮影誘致の促進
- そのほかアジア市場等の開拓

(参考1) アジア市場の動向

アジア市場の動向

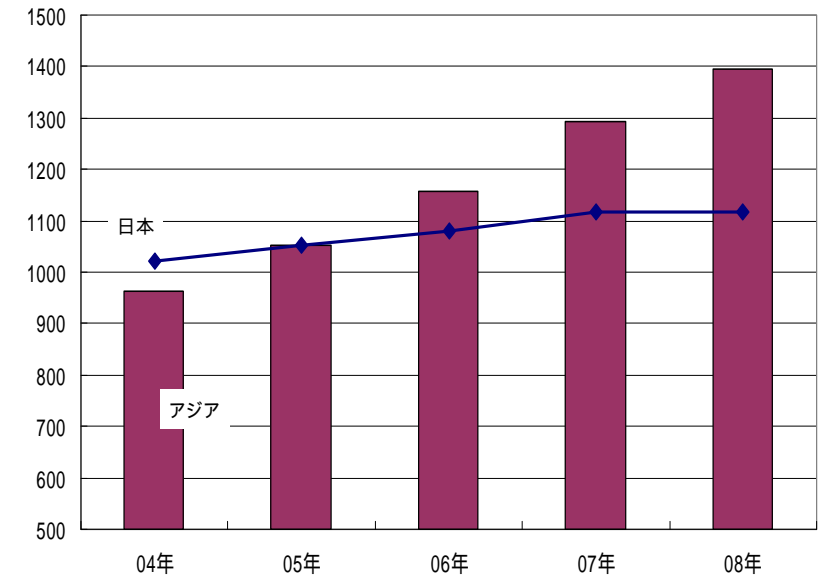
近年の著しい経済成長に伴いコンテンツ市場も急激に拡大

市場規模

2008年における日本を除くアジア全体のコンテンツ市場規模は、**対前年比7.9%増の1396億ドル**であり、1117億ドル(対前年比0.1%減)の日本を凌ぐ規模。

アジアの対象は、オーストラリア、中国、香港、インド、インドネシア、マレーシア、ニュージーランド、パキスタン、フィリピン、シンガポール、韓国、台湾、タイ、ベトナムの14カ国・地域

アジアのコンテンツ市場規模の推移(億ドル)



出典: Global entertainment and media outlook 2009-2013

各国の状況

2009年における中国の映画興行収入は**対前年比43%増の868億円**。さらに、同年に主要都市において142の映画館が新設され、そのうち約80%がデジタル上映に対応。

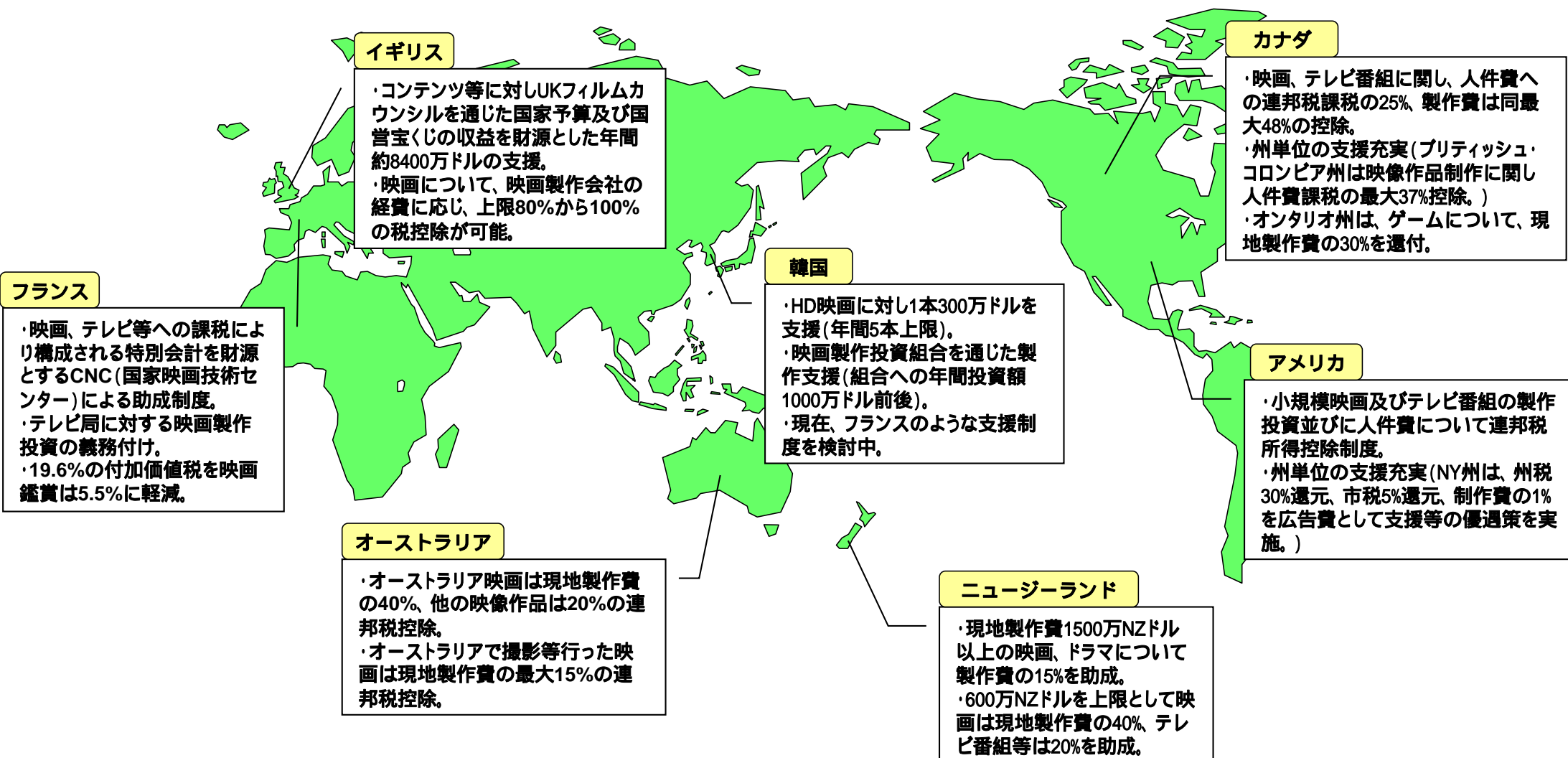
アジア各国がコンテンツ制作支援に注力している。韓国においてはゲーム産業の輸出額を**2012年に36億ドル超**(2008年実績は10億ドル)とする目標を設定し、**2012年までに3.5億ドル**を支援するとしているほか、映画について投資組合への資金拠出など積極的に支援している。また、中国においてはアニメ産業を重点的に支援しており、**2008年は制作本数で日本を上回った。**

(参考2) 国際的な競争の激化

国際的な競争の激化

世界各国が映像コンテンツ産業の振興に力を入れており国際的な競争が激化

< 世界各国の映像コンテンツ制作へのインセンティブの例 >



あらかじめ定められた客観的基準(現地支出額や自国資本の参加比率等)を満たすことにより制度を利用できるのが一般的。

2. 日本のコンテンツ人材を世界最高レベルとする。「クリエイター大国」

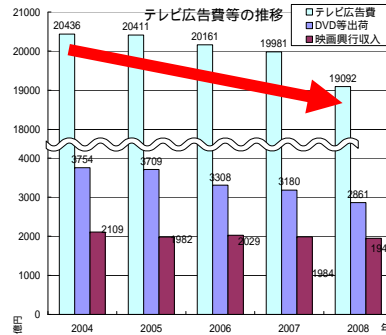
【視点】 構造変化の中、特に映像分野では競争力の源泉である人材基盤が危機的状況。どのように対処すべきか。

【2020年の目標】 世界的な賞の受賞 件、海外からのコンテンツクリエイター在留数が万人となる。

コンテンツ関連人材を取り巻く状況

【構造要因】(映像分野)

- ・下請構造が多くを占め、現場人材にはもともと資金が廻りにくい構造。
- ・広告収入減による放送局等からの制作費の減少傾向や制作機会の減少。
- ・DVD販売減による二次利用収入の落ち込み



クリエイターの収入減、アニメの制作工程の海外移転等、クリエイターの人材育成基盤が揺らいでいる。

平成22年度の映像等コンテンツ関連人材育成予算案

若手映画作家等の育成1.8億円(文部科学省)、コンテンツ産業人材発掘・育成事業8億円(経済産業省)等 総額28.2億円

海外賞の過去の受賞歴

・世界四大映画賞(アカデミー、カンヌ、ベルリン、ヴェネチア)

1951～2008年総計15件(作品賞) 2000年以降4件

直近では、2008年度:アカデミー賞外国語映画賞「おくりびと」(滝田洋二郎監督)、短編アニメーション賞つみきのいえ(加藤久仁生監督)

・グラミー賞 (1989年坂本龍一氏、2007年喜多郎氏)

我が国における大学の人材育成機能

アニメ・ゲーム制作等に対するアジア諸国からの関心は高いと考えられるが、我が国大学において、プロデューサーの育成等のマネジメントも含めたレベルの高い学科が十分には整備されていない。

【現在の留学生の専攻分野】

人文科学27,763人、社会科学47,611人、理学1,586人、工学18,059人、農学2,857人、保健2,692人、家政2,514人、教育3,124人、芸術3,439人、その他8,853人
出典:独立行政法人日本学生支援機構平成19年調査

一億総クリエイター化

音楽やアニメ・映像等の廉価なデジタル・制作ツールが普及し、動画投稿サイト等を通じて一般人も自作作品を世界に公開可能な環境となっている。



アニメ制作ソフト「レタス」



音楽制作ツール「PRO TOOLS」

出典:「レタス」公式ホームページ 出典:「PRO TOOLS」公式ホームページ

人材育成への予算の重点配分、アジア等のクリエイターの活用、国民皆クリエイター化に対応した人材育成システム等に取り組むべきではないか。

<取り組むべき課題例>

- 日本のクリエイター力の向上
- 世界のクリエイターを日本に呼び込む。
- 国民皆クリエイター化

3. 「デジタルコンテンツ大国」 (1) 全てのコンテンツを海外も含めてネットで購入可能とする。

【視点】全てのコンテンツを海外も含めてネットで購入可能とするために如何にすべきか。

【2020年の目標】 ネットコンテンツビジネスが 1.4兆円から 兆円規模となる。

書籍の電子配信

我が国の電子配信は従来携帯コミックが中心であったが、米国では書籍全体の電子配信の動きが急ピッチで進んでおり、対応が急務となっている。



和解により検索対象を英語圏に限る方向。

出典: 「kindle」 officialSite
Kindle:30万冊以上を購入可能(英語版のみ)

出典: 「iPad」 officialSite

出典: 「Reader」 OfficialSite

*** 国立国会図書館の取組**
21年度補正予算により約90万冊の電子アーカイブ化を推進中。国立国会図書館の取組と連動して、昨年11月に関係者から成る日本書籍検索制度提言協議会が立ち上げられた。

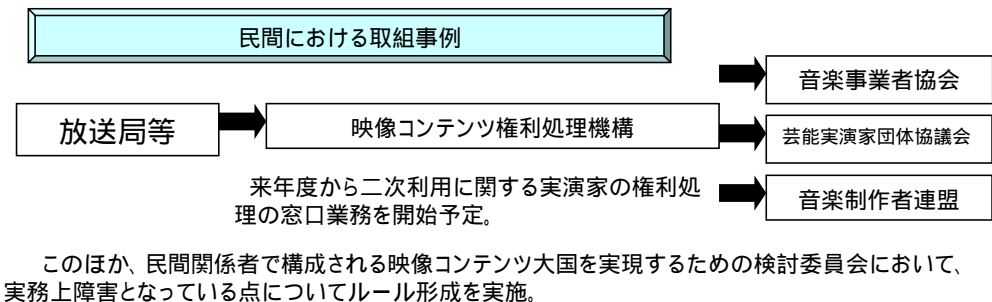
*** 民間のビジネススペースの取組**
・大手出版社から成る日本電子書籍出版社協会を2月に立上げ。
・雑誌の電子配信に係る実証実験を1月から開始。

放送番組の電子配信
放送局による取組が始まっているが、NHKオンデマンドは12月末現在で約30万人の会員で大幅な赤字状況。ネット配信の権利処理等については、民間の自主的なルール形成等がようやく進展しつつある状況。
一方、海外ではHulu(米)、BBC(英)等の取組が進んでいる。



Huluでは、主要放送局が連合して無料広告モデルで放送番組等を配信している。

英国国営放送(BBC)は全ての見逃し番組を無料で配信。各国へも配信ビジネスを模索中。



➡ **コンテンツの電子配信等を進めるため、民間の取組の促進を基本としつつ、重点分野について国としても積極的に進めるべきではないか。**

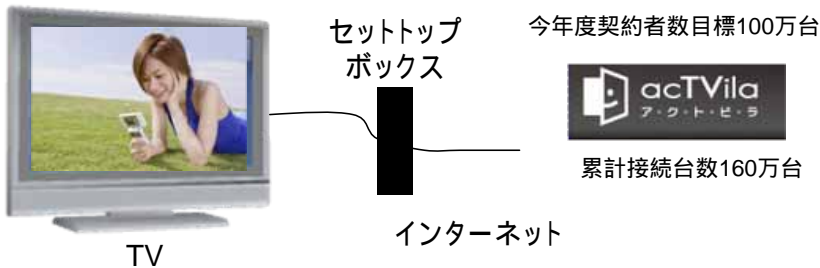
- < 取り組むべき課題例 >**
- 書籍の電子配信の促進
 - 放送番組の電子配信の促進
 - そのほか電子化の推進
 - デジタル化・ネットワーク化時代に対応した知財制度の整備

【視点】 コンテンツの成功はプラットフォームに大きく依存。日本発の世界的なプラットフォームをつくるためには、如何にあるべきか。

【2020年の目標】 ネットコンテンツビジネスが1.4兆円から 兆円規模となる。

IPTV

テレビをネットワークにつなげてオンデマンドで映画や番組を見るIPTVビジネスが開始されている。IPTVフォーラムにおいて規格化作業を実施中であるが、世界的にもセットトップボックスが販売されている等の競争が始まっており、ハード面だけではなく、ソフト供給も含めた戦略が重要。



3D

映画分野においては米国発の3D化の流れの中、3D対応TV、3D対応放送等の取組が始まりつつあり、今後の拡大が見込まれている。これに関連して3D対応規格の策定作業が開始されつつある。ハード面だけではなく、ソフト供給も含めた戦略が重要。



©2009 FOX and its related entities All Rights Reserved

AVATAR
タイタニックを上回る史上最高の興行成績



Disney/Pixar.All Rights Reserved

カールじいさんの空飛ぶ家
米国のアニメは今後全てが3D化の方向



出典：パナソニックHP
パナソニックが発売を予定している3DTV



出典：パナソニックHP

パナソニックが開発中の3Dカメラ

デジタルサイネージ

デジタルサイネージは新たな広告メディア、緊急情報告知等が期待される分野であり、鉄道等において普及が進みつつある。デジタルサイネージコンソーシアムにおいて、規格化作業を実施しているが、ハード面だけでなくソフト供給も含めた戦略が重要。今後、世界的な国際標準化が期待される。

【デジタルサイネージ市場2008年】
合計649億円(システム販売・構築426億円、コンテンツ制作配信、広告223億)
出典:「デジタルサイネージ市場調査2008」(富士キメラ総研)

➡ コンテンツだけではなく、日本発のコンテンツ・プラットフォームを育てていく観点から、国としても重要分野に関して戦略的な取組に対し支援策を講じていくべきではないか。

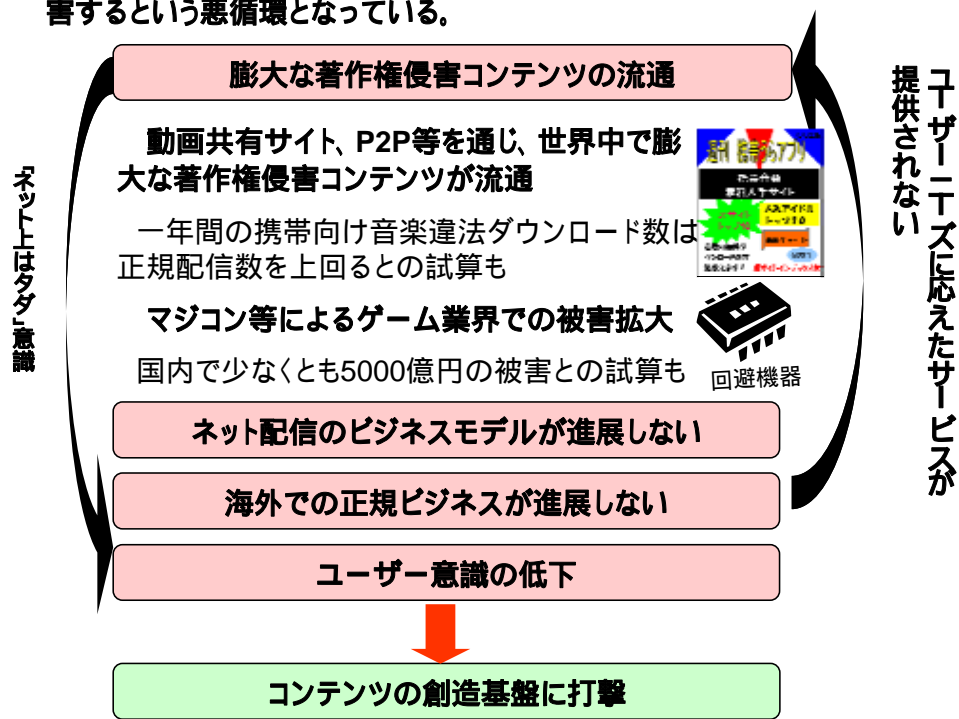
< 取り組むべき課題例 >
重点分野に対する国際標準獲得の支援

【視点】 著作権侵害コンテンツのネット上の氾濫は、ネット配信ビジネスの障害。著作権侵害コンテンツにどう対処するか。

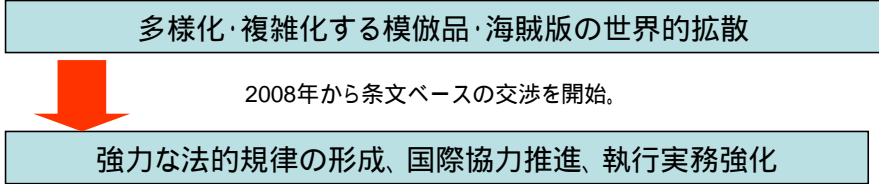
【2020年の目標】 被害額(ゲームのみで少なくとも5000億円)を減らし、 億円とする。

著作権侵害コンテンツ流通による悪循環

著作権侵害コンテンツの流通がネット配信ビジネスモデルの進展を阻害するという悪循環となっている。



ACTA(模倣品・海賊版拡散防止条約)交渉



インターネット上の侵害コンテンツも対象。

デジタル環境における執行

- ・プロバイダの法的責任の制限
- ・技術的制限手段の回避 (例外と制限を含む)
- ・権利管理情報の保護 等

【現時点での交渉参加国】日本、米国、EU、スイス、カナダ、韓国、メキシコ、シンガポール、豪州、NZ、モロッコ

海外での侵害(例)



ファンサブ

テレビ放送36時間後には英語字幕付きのアニメが流通



スキャンレーション

日本で発売後すぐにマンガをスキャナで取り込み、英語訳が付けられて流通

デジタル・ネットワーク化に対応した国内法制度の整備やACTAによる海外の保護の拡大とともに、国内外での正規配信ビジネスの発展等の民間活動の促進の両面から取り組むべきではないか。

< 取り組むべき課題 >

- 海外での被害を大幅に減らす。
- 国内の被害を大幅に減らす。

(参考3)著作権侵害コンテンツの状況

ネット上の著作権侵害コンテンツの氾濫

甚大なネット上の著作権侵害コンテンツの被害により産業の成長を阻害

画像はイメージです。

- ・ **携帯電話向け 着うた・着うたフル 被害実態 (2008年)**
正規を上回る違法ダウンロード数
違法ダウンロード数 : 4億700万ファイル(推定)
正規ダウンロード数 : 3億2900万ファイル(推定)

(出典:レコード協会資料)



正規版市場を上回る量

掲示板サイトによって違法着うた (音楽)を誰でも簡単に入手可能

- ・ **日本のアニメ映像に各国語の翻訳字幕を挿入(ファンサブ)**
日本でテレビ放送終了後、24時間後には中国語版、36時間後には英語版等が流出。
ある特定の番組が1週間に600万ダウンロード以上視聴。
(推定)



ファンサブ

テレビ放送36時間後には英語字幕付きのアニメが流通

- ・ **放送コンテンツ・ドラマ 被害実態 (2008年)**
ある6週間の特定ドラマでは、海賊版動画検出数 : 692件、総再生回数 : 120万回以上

(出典:日本女子大学資料)



江戸時代 第3話

日本の人気放送番組はすべて放送後すぐに視聴可能

- ・ **コミックをスキャナで取込んで、セリフ部分を各国語に翻訳(スキャンレーション)**
人気作品は、日本で発売された1週間後には流出。

「世界の料理人 - 青年編 -」



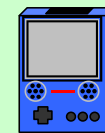
スキャンレーション

日本で発売後すぐにマンガをスキャナで取り込み、英語訳が付けられて流通

- ・ **違法ゲームソフトを使用するための装置の氾濫(セキュリティ措置の回避)**
被害額5千億円以上の試算も



マジコン等の回避装置によりネット上に流出する違法ゲームソフトが利用可能に



差し込んで使用