

コンテンツ強化専門調査会（第3回）における意見まとめ

「デジタルコンテンツ大国」

【目標設定について】

- 既存のコンテンツの拡大ではなく、ネットの特性を活用し、製作コストが低く、双方向性のある、新しいコンテンツを模索していくべき。
- 新しいメディア（地デジ・モバイル放送・デジタルサイネージなど）を整備し、新しい市場の獲得を考えていくべき。
- ビジネスで考えると、売れるのはごく一部であり、すべてのコンテンツ配信は現実的ではない。

【取り組むべき課題について】

（1）インターネット配信ビジネスの促進

- 電子書籍配信について、各著作者と個別に調整する必要があるため、円滑に進めるには制度的な対応も検討要。
- 世界と戦うのであれば、海外のシステム（製作システムなど）を把握することが必要であり、情報交換、情報発信の場をつくることも重要。
- 書籍の非商用分野では国立国会図書館で補完することが必要。
- 配信の技術的コストを下げる支援も必要。
- 「紹介目的のためであれば、この範囲の利用は可能」というような、「コンテンツの紹介のための利用」が促進されるルールづくりが必要。
- 大学でのコンテンツ人材育成も重要。
- コンテンツをメディアと分離して考え、コンテンツの権利を流通させる観点も必要。

- 劣化が激しい映像のアーカイブ化も重要。
- 海外からクリエイターを集めるためには、国際標準の著作権保護期間70年への延長は必要。
- 保護を強化することの弊害もあり、世界一強いといわれる人格権なども含め、著作権法全体をデジタル化時代にあうように総合的に検討すべき。
- ネット税を目的税として新設し、デジタルコンテンツに還流するシステムを作ることも一案。

(2) コンテンツプラットフォーム

- 技術的にプラットフォーム側では、どんなフォーマットでも受付けて、変換可となってきた。プラットフォームには恐ろしさと共に可能性がある。
- 網羅的なプラットフォームを日本が取れない可能性もあり、コンテンツホルダーとユーザーを結びつける仕組みが必要。

(3) 著作権侵害コンテンツ対策

- 違法ファイルのダウンロードについて、駐車違反の罰則のように、きちんとしていけばよかった、と思わせる程度の罰則ができればよい。