

目標指標例について

《討議用参考資料》

平成22年3月23日
知的財産戦略推進事務局

本資料は、資料2『「知的財産推進計画（仮称）」骨子に盛り込むべき事項について（案）（コンテンツ強化関連）』において記載している目標指標例に関し、その参考資料として作成したもの。

資料2の構成に従って、【目標指標例】ごとに関連する情報、考え方などを「《参考》」として整理した。

1. コンテンツを核として海外から利益が入る仕組みを構築する。

○コンテンツを核とした海外収入：1兆円（2008年）→2.5兆円（2020年）

- ・ 我が国の現行の海外収入比率：約4%（0.6兆円）（2008年）→10%（1.5兆円）（2020年）

《参考》

アメリカのコンテンツ産業の海外収入比率は約17%。

- ・ 他分野に対する経済的波及効果による海外収入：0.4兆円（2008年）→1.0兆円（2020年）

《参考》

産業連関表の統計においては、アパレル、玩具、観光、文具、食品等の産業について波及効果があるとされており、海外収入比率の増加に伴い経済的波及効果も増加。

(1) コンテンツの海外展開を支援し、海外に流通拠点を築く。

【目標指標例】

(イ)日本が積極的な役割を果たした映像コンテンツ(日本が権利を有するもの)による世界的ヒット(海外売上 50 億円以上)が年間 10 本となる。

《参考》

- ・ 現在、該当する作品は一部のアニメ作品等に限られ極めて少ない。
 (例) 「ポケットモンスター」(第1作):全米興行収入約80億円
 「ザ・リング」:「リング」のリメイク版。全米興行収入約129億円。
 ただし、日本の収入はリメイク権の対価のみ。
- ・ 日本が権利を有するコンテンツが世界でヒットすることで海外収入の増加につながる。

(2) 海外から資金・制作を呼び込み、協働する仕組みを構築する。

【目標指標例】

(イ)海外からのコンテンツ投資件数(映画に関する国際共同製作や撮影誘致件数)が年間 50 件となる。

《参考》

- ・ 2005 年～2009 年における映画の国際共同製作本数は平均して年約 10 本であり、多い年は 20 本。(「映画ビジネスデータブック(2009-2010)」より。)
- ・ 国際共同製作(日本が出資したもの)に大型映画の撮影誘致(日本のプロダクションが受注したものを含む)を加えた件数として倍程度に増加するイメージ。

(3) 世界に対し、日本のポップカルチャーを総合的に発信する。

【目標指標例】

(イ)今後拡大するアジア市場における我が国コンテンツのシェアが3%程度となる。

《参考》

- ・ 2005 年～2008 年におけるアジア(日本除く)のコンテンツ市場の対前年伸び率の平均は 10%。その伸び率で成長し続けるとすると市場規模は 13.9 兆円(2008 年)→43.6 兆円(2020 年)。(「global entertainment and media outlook 2009-2013」より。)
- ・ 拡大部分の約 30 兆円のうち、日本のコンテンツが1兆円を獲得すると仮定してシェア約3%が必要。

(4) 外交強化により、アジア市場を拡大する。

【目標指標例】

(イ) 上記の働き掛けの結果、規制の解禁・緩和を実現する。

《参考》

規制緩和が実現したか否かをその結果により総合的に評価する。

2. 海外からも優秀な人材が集まる魅力的な「本場」を形成する。

(1) 制作・発表の機会を積極的に創出する。

【目標指標例】

(イ) 地域発コンテンツが年間 100 本制作される。

《参考》

観光振興の観点から、地域の魅力を PR するコンテンツがすべての都道府県で年間各2本程度制作されるイメージ。

(ロ) すべての小中学生がデジタルコンテンツを利用できるようになる。

《参考》

教育コンテンツのデジタル化を促進するための目標として、浸透度合により評価する。

(2) 海外から日本コンテンツ発信の担い手となる人材を呼び込みつつ、世界に通用する人材を育てる。

【目標指標例】

(イ) 海外からのコンテンツ関連の留学生が増加する:1万人

《参考》

芸術分野の留学生数約 3000 人が3倍増の 1 万人となるイメージ。

※ 一般論として、大学等においては、コンテンツ分野は芸術分野の一環として扱われることが多いため、把握可能な上記数値を用いている(コンテンツ分野の留学生数は把握困難)。

※ 平成 19 年度の分野別留学生数は、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。(日本学生支援機構調査より)

(ロ)コンテンツ版 COE が形成される。

《参考》

コンテンツ版 COE が形成されたか否かについて、世界的な評価や日本国内における評価を通じて総合的に評価する。

(3) クリエイターの裾野を拡大するとともにユーザーによる創造活動を促進する。

【目標指標例】

(イ)デジタル制作教育に関するワークショップの参加者数年間 10 万人

《参考》

慶應義塾大学等が実施するワークショップの参加者が2日間で約3.5万人。

(ロ)クリエイターの学校への訪問件数 年間 100 件

《参考》

約30人のクリエイターが各3回以上学校を訪問するイメージ。

3. 世界をリードするコンテンツのデジタル化・ネットワーク化を促進する。

○ デジタル・ネットコンテンツビジネス(新規ビジネス含む)の市場規模
1.4 兆円(2008 年)→約4兆円(2020 年)

《参考》

近年におけるネットビジネスの市場規模は年 10%程度伸びており、このペースで 2020 年まで拡大すると市場規模は約4兆円。

(1) コンテンツのための新たなメディアを創出する。

【目標指標例】

(イ)モバイル放送を始めとする新たなメディア市場が全体市場のうち約3割を占める。

《参考》

「デジタルコンテンツ白書 2009」によると流通メディア別のコンテンツ流通金額は以下のとおり。

- ・ パッケージ流通 49.2%
 - ・ インターネット流通 5.6%
 - ・ 携帯電話流通 4.2%
- } 計 9.8%

(2) コンテンツの電子配信を進める。

【目標指標例】

(イ)電子配信される書籍、放送の割合が、流通する当該コンテンツの約8割程度になる。

《参考》

電子配信のニーズがあまりないと思われる分野を除いたほとんどの書籍、放送がインターネットでも配信されるイメージ。2008年における書籍のデジタル化率は18.1%（「デジタルコンテンツ白書 2009」）であり、また、放送番組の2次利用率は13%（2006年）。

(3) 日本発のプラットフォームを生み出すとともに、プラットフォームとコンテンツとの適切なバランスを確保することにより、ユーザーの利便性を確保する。

【目標指標例】

(イ)重要プラットフォームにおいて、ロードマップを含む戦略を策定・実行する。

《参考》

ロードマップを含む戦略を策定・実行したかを総合的に評価する。

(ロ)重要分野においてはプラットフォーム間の健全な競争が確保される。

《参考》

プラットフォーム間の健全な競争が確保されているかどうかを総合的に評価する。

(4) 電子配信ビジネスの前提となる著作権侵害コンテンツを大幅に減らす。

①海外対策

【目標指標例】

(イ)主要国・地域が ACTA の加盟国となる。

《参考》

知財保護の志の高い国・地域が交渉に参加。現時点では、日本、米国、EU、スイス、カナダ、韓国、メキシコ、シンガポール、オーストラリア、ニュージーランド、モロッコ。条約締結後、加盟国拡大に向けた働き掛けの予定。

(ロ)ネット上で日本のコンテンツを海外に配信するビジネスができる。

《参考》

海外配信ビジネスの状況を総合的に評価する。

②国内対策

【目標指標例】

(イ)過去の一定期間内に著作権侵害コンテンツを利用したことがある人の比率を 10%程度まで下げる。

《参考》

日本レコード協会のアンケート調査によると、若年層(10代)による携帯向け違法音楽配信サイトの利用率は約 60%。

一部業界団体が消費者に対して著作権侵害コンテンツに関するアンケート調査を実施しているが、分野横断的に、定期的を実施して比較することが必要。

(ロ)定点観測による著作権侵害コンテンツの流通量を8割程度減少させる。

《参考》

コンピュータソフトウェア著作権協会の調査によると、ある一日に、ファイル共有ソフト「Winny」ネットワーク上に流通する著作権侵害ファイル数は約 240 万。

検索技術の向上によりネットワーク上の著作権侵害ファイル数のカウントが可能であり、定期的な定点観測を行い、計測することが必要。

(5) デジタル化・ネットワーク化時代に対応した著作権制度を整備す

る。

【目標指標例】

(イ)デジタル化・ネットワーク化に伴う主要論点について検討して結論を出す。

《参考》

検討結果とその内容を定性的に評価する。