

今回の論点

1. コンテンツ特区について

○具体的にどのような態様が考えられるか。(参考資料2 P1～2参照)

(骨子における記載)

「コンテンツ特区」の創設(短期)

「コンテンツ特区」を設け、特定区域において新しい技術やサービスを試行できる環境を整備し、先駆的なコンテンツの創造、国際的なコンテンツ製作の誘致を促進する国際的な場を創出する。(経済産業省、総務省、文部科学省)

(専門調査会での主な意見)

(サイバー空間)

- 著作権の例外が認められ、自由な表現(二次創作含む)が可能な特定のサイバースペースを「特区」として、新しい創作が生まれやすい実験的な環境をつくると良い。
- 日本国内の国民が参加できる「特区」と、海外の人も自由に入って来られる「特区」両方あると良い。

(地理的空間)

- 例えばデジタルサイネージの設置についても道路占用許可がネックとなっていることがある。特定の地域において空間利用、電波利用、著作権等の制度の規制緩和など特例を作り何かのテストベットをつくることにより、情報発信することができるのではないか。
- 日本、特に東京ほど撮影しにくい地域は無い。行政の協力も得て、撮影しやすい物理的な「特区」も必要。

(大学)

- 大学の活性化も視野に入れて、大学において新たなイノベーションを取り入れて実験的な取組を行うことが出来る「特区」をつくるのも良い。
- プロフェッショナルの技術を学生たちが共有できるような産学協同の場を「特区」として考えられたら良いのではないか。

(特区の目的)

- 若い才能を開花させる場を「特区」として与えるという視点も必要なのではないか。

2. コンテンツ分野に関する国際標準(プラットフォーム)の獲得を通じた競争力強化について

○コンテンツ分野に関しては我が国としてどのような分野で戦略的に取り組んでいくべきか。

〈例〉(参考資料2 P3~4参照)

【3D】

- ・ 米国ハリウッドを中心として3D形式の劇場用映画が普及する兆しを見せており、日本メーカー各社から3D対応テレビの発売予定も公表されるとともに、日本メーカーによる提案によってブルーレイ再生機器の国際的な標準が固まる等、環境整備が進みつつある。
- ・ 3Dは、業務用も含めた機器(受像器、再生機、ゲーム機、カメラ等)、コンテンツ(映画、放送、ゲーム等)、教育分野などのコンテンツ以外の分野に波及して新たな市場を生み出す広がりを持っており、我が国にとって海外市場の獲得が期待できる分野。
(受像器だけでも全世界で2015年に約1億9千万台普及するとの予測がある。また、別の試算では、金額ベースで2018年には受像器だけで約2兆円規模の売上となるとの予測となっている。)
- ・ 今後、韓国メーカーとの厳しい競争も予想される中、放送分野やゲーム分野等のコンテンツ供給、教育分野をはじめとした他の分野における活用、多眼式等の技術開発、安全面も含めた国際標準の策定を総合的に進め、国内外の3D市場拡大を戦略的に図っていく必要があるのではないか。

【IPTV】

- ・ テレビ番組の再放送サービスが開始され、我が国メーカーによるセットトップボックス(STB)内蔵受像器等の普及が進んでいる。家庭用テレビに対する高画質(HD)配信は世界でも我が国のサービスが先行していると言われており、我が国規格が国際標準に一部採用されるなど、規格整備も進んでいる。

- ・ IPTV は、3D 程の海外市場の広がりには期待できないものの、セットトップボックス(STB)内蔵受像器や STB の売上に加え、電子配信ビジネスの進展によるコンテンツの二次使用の拡大が見込める。(なお、ある予想では、2013 年には月額加入料支払契約数が約 250 万件(2008 年約 50 万件)との試算となっている。)
- ・ 他方、オープンインターネット分野では国際標準がなく、今後、テレビメーカーのみならず、IT 企業も含めて欧米の様々な独自規格との厳しいデファクト競争が予想されている。仮にこれらを土台とした外国の配信プラットフォーム・ビジネスが我が国においても主導権を握ることとなれば我が国コンテンツが不利になる可能性もある。
- ・ このためには、第一に、利便性の向上やコンテンツ供給の確保等、我が国国内の IPTV 市場の利用拡大を進めて足下を固めながら、デジタル放送との連携等によってサービスの高度化を図り、国際競争力を高めていく必要があるのではないか。

(骨子における記載)

○プラットフォームの標準化(短期)

重要なプラットフォーム（例えば 3D 映像や IPTV）に関し、標準化ロードマップを含む戦略を官民一体となって策定・実行し、実証実験や国際標準化を一体的に支援する。(経済産業省、総務省)

(専門調査会での主な意見)

- 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。
- IPTV の日本規格は整っているので、日本規格を広めるために対応 TV の普及をさらに促進させることが重要。
- 3D テレビについては、映画と異なり長時間のため、気分が悪くなるという人が出てくると思う。そういった理由で新しいメディアがつぶれないように早く対策すべき。

3. 推進計画に盛り込むべき事項について

(1) 指標(資料1及び参考資料3参照)

これまで議論してきた3つの成果イメージ、それぞれの目標指標について、本来の目的に沿っているものとなっているか、現実的なものとなっているか、計測可能な指標か。

(専門調査会での主な意見)

(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→2.5兆円に関連して] (コンテンツ分野の海外収入の目標を現行の0.6兆から) 1.5兆と書くのは簡単。しかしコンテンツは当たるも八卦、当たらぬも八卦の世界。国として海外展開にいくら具体的にかけられるのかが問題。

(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)

- 賞をもらうかよりもコンテンツ産業の従事者の人数、コンテンツ関連の学校の卒業者の人数などが目標となるのではないか。
- [海外からのコンテンツ関連の留学生数が増加する：(芸術分野の留学生数) 3千人→1万人に関連して] 海外からの留学生1万人は良いが、日本で職を得て日本のコンテンツが広まっていくのが重要。
- 留学生の数は、結局国がお金を出すかどうかで決まる。

(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)

- 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く、非商用分野(書籍)では国会図書館で補完することが必要。

(2) その他盛り込むべき事項

今回、骨子に盛り込まれたもの以外に推進計画2010に盛り込むべき重要な事項としてどのようなものがあるか。