

目標指標について

平成22年5月 14 日
知的財産戦略推進事務局

本資料は、『「知的財産推進計画2010」に盛り込むべき事項について(案)(コンテンツ強化関連)』に関し、【目標指標】ごとに関連する情報、考え方などを「《参考》」として整理しているもの。

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:約1.2兆円(2009年)→2.6兆円(2020年)

- ・我が国の現行の海外収入比率:約5%(0.7兆円)(2009年)→10%(1.5兆円)(2020年)

《参考》

- ・前回資料中、これまで海外収入については2008年の数字0.6兆円を使用していたが、経済産業省による最新の数字である2009年0.7兆円に変更して、これに伴い、再計算したもの。
- ・アメリカのコンテンツ産業の海外収入比率は約17%であるが、この海外収入比率が我が国においては倍増して10%まで高まることを目標として設定。

- ・他分野に対する経済的波及効果による海外収入:0.5兆円(2009年)→1.1兆円(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(注)も増加。

(注)

具体的には、平成21年3月に財団法人デジタルコンテンツ協会がまとめた「デジタルコンテンツの市場規模とコンテンツ産業の構造変化に関する調査研究」において、コンテンツ産業を起点とした波及効果は2008年のコンテンツ産業の国内規模約14兆円に対して約10兆円と試算されており(波及係数1.74)、海外収入についても同様の波及係数が該当すると仮定して2020年の海外収入見込1.5兆円に乗じて1.1兆円と計算。(2009年の0.5兆円も同様に計算)

(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】

(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5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。
- ・ なお、本指標における映像コンテンツは、映画だけではなく、ドラマ番組等も含んでおり、劇場収入だけではなく、DVD 等の二次利用売上も含んでいる。

(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】

(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】

(イ)アジア市場において、我が国コンテンツを核として、新たに1兆円の

収入を獲得する。

《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)と約 30 兆円拡大、そのうち約3%、金額で1兆円規模の獲得を目標とする。(「global entertainment and media outlook 2009-2013」より。)
- ・ なお、一般的に、言語や趣向の違い等の事情から、コンテンツ市場は出版、新聞、広告などの海外コンテンツの参入が難しい分野が占める比率が大きく、その比率はごくわずかにすぎない。
- ・ 例えば、日本においても映画興行収入の約 40%、DVD 市場(セル・レンタル)の約 25%、音楽市場(ソフト及び有料配信)の約 20%を海外コンテンツが占めるものの、コンテンツ市場全体で見ると海外コンテンツの比率は約2%と推計。

(4) 外交強化により、アジア市場を拡大する。

【目標指標】

(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】

(イ)世界に発信できる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。

※ 具体例：富山観光アニメプロジェクト

経済産業省 CoolJAPAN 事業の一環として、富山県のアニメ制作会社とアニメクリエイターユニットが、富山観光の三大ブランドをアニメ化し、「富山の魅力」を国内及び海外に

発信するプロジェクト。制作した映像は富山エリアでの放送のほか、中国・遼寧電視台の衛星チャンネルを通じて、中国全土（視聴人口 6 億人）に放送されている。また、YouTube、ニコニコ動画など、動画投稿共有サイトでも配信されている。

(ロ) 児童生徒が 1 人 1 台の各種情報端末、デジタル機器を活用してデジタルコンテンツを自在に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】

(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を厳密に把握することは困難)。

※ 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、世界トップレベルの研究成果が得られているか、人材育成の仕組みが機能し、優秀な人材が輩出されているか、海外留学生の受け入れ状況等から海外から優秀な人材が集まる機関となっているか、等を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】

(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 35 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)クリエイターによる小中学校訪問機会を1万件つくる。

《参考》

- ・ 「学校への芸術家等派遣事業」(文化庁)の平成 21 年度実績が1,330 件、平成 22 年度目標が約 1,500 件
- ・ このほか自治体や企業の社会貢献活動によっても実施
(例) 朝日新聞オーサービジット事業 31 校(H21 年度)
平成 21 年度における全国の小中学校数は約3万校(正確には小22,258 校、中 10,864 校で計 33,122 校)。

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7兆円(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%程度伸びているが、今後 10 年間に亘り 15%伸ばし、市場規模約7兆円を目標とする。

(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】

(イ)モバイル放送やデジタルサイネージを始めとする新たなメディアによるコンテンツ市場が約1兆円となる。

《参考》

- ・ モバイル放送やデジタルサイネージについては実証実験の段階であるが(現在の市場規模:約 650 億円)、これを1兆円までに拡大する。
- ・ デジタルコンテンツ市場約5兆8千億円のうち、インターネット流通

や携帯電話流通によるコンテンツ市場は現在約1.4兆円となっているが、新たなメディアによる市場規模も将来これに準じた規模になることを目標として1兆円とした。

(2) コンテンツの電子配信を進める。

【目標指標】

(イ)今後の書籍、放送番組の約8割程度が電子媒体でも配信される。

《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】

(イ)重要なコンテンツのプラットフォームの国際標準を獲得する。

《参考》

ロードマップを含む戦略を策定・実行したかを含め、国際標準が獲得できたか否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】

(イ)主要国・地域(アジアなどの新興国を含む)が ACTA の加盟国となる。

《参考》

ACTA交渉には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確立し、売上が1,000億円規模となる。

《参考》

海外配信ビジネスの状況を総合的に評価する。

【現状】

- ・ 欧米向けに日本のアニメを配信するサイト、会員料収入と広告料収入で約2億円(推計)
- ・ このほか、欧米向けの携帯ゲーム機によるゲームやアニメの配信もあるが、2009年11月から開始されたばかり。

②国内対策

【目標指標】

(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8割程度減少させる。

《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。

動画協会の調査によると、あるアニメ18作品59話について動画投稿サイトに3万8千件余り掲載され、再生回数は6900万回。日本レコード協会の調査によると、3つの動画投稿サイトにおける日本の3アーティストの動画投稿件数は約8万6千件、再生回数は770万回。

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、定期的に定点観測を行い、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】

(イ)デジタル化・ネットワーク化に対応した著作権制度上の課題(権利制限の一般規定、保護期間、補償金制度の在り方を含む)について総合的な検討を行い、順次結論を出す。

《参考》

検討結果とその内容を定性的に評価する。