

コンテンツ海外展開に関する 今後の取組の方向性について

平成27年4月7日

内閣官房

知的財産戦略推進事務局

第1回集中討議で出された主な意見

[海外展開しやすいコンテンツ制作・確保]

- CJ機構がSDIメディア(映像ローライゼーション事業)を買収したが、この種の活動とコンテンツ事業をどのようにリンクさせるかが課題。
- 日本での放送とほぼ同日で展開する「スピード」と、ネット配信を含む「オールメディアの露出」が重要。そのためには、ネット配信権を含む権利をスピーディに処理することが重要。
- 特にアニメに関して、かつてのヒット以降後続が出ていない。コンテンツの育成策が必要。

[海外市場への継続的な展開]

- 今後J-LOPが無くなったらどうするのかまで考えていない企業も多いので、中長期のコミットメントによって体制や投資の計画を企業が立てられるようにすることが非常に重要。

[コンテンツと関連産業の連携]

- 一作品だけでの海外展開では弱い。国として作品を集めてタグを組むような取り組みの推進役を期待。
- コンテンツとビジット・ジャパンや物産展等のさらなる連携が必要。現在は個々に活動しているので、どこかで一元的に情報を共有し、発信する組織が必要。
- 海外の日本企業は、今まで日本のコンテンツは現地で人気がないと思って、スポンサーなどに協力してもらえないケースがあった。日本のコンテンツを上手く使うと企業にとってもプラスが出るという成功事例があると説明しやすい。

[政府の役割]

- J-LOP、CJ機構、BEAJ等ツールはそろってきた。しかし、国の成長戦略や各省施策に関する情報共有が十分ではないので、国としてツールをどう活用するのか整理し、PDCAサイクルを回すことを期待。
- 政策目標、指標は何なのか。コンテンツの輸出額だけではなく、非コンテンツへの波及も含めて見る必要があるのではないか。
- 日本の戦略として全てを1つの目標に設定するのではなく、力のあるコンテンツとまだ露出が必要なコンテンツなど、段階に分けて目標設定することでミッションがより明確になるのではないか。

1. 映像コンテンツを中核とした海外展開促進の方向性

【課題】

- 海外展開に伴う初期投資
(宣伝、展開枠の確保 等)
- 海外パートナーとの協力関係

【課題】

- 支援策全体としての説明不足
- 政策達成目標とそれを推し計る指標が不明確

海外市場への
継続的な展開

- ◆ 日本コンテンツの認知度の向上
- ◆ コンテンツを核とした関連産業の海外展開

海外展開しやすい
コンテンツ制作・確保

コンテンツと
関連産業の連携

【課題】

- 海外展開を視野に入れたコンテンツ制作
- 日本向けコンテンツの現地化
- 海外展開に伴う権利処理

【課題】

- コンテンツ間の連携による注目度の向上
- コンテンツと地域経済や非コンテンツ産業の連携

2-1. 取組の方向性① ～海外展開しやすいコンテンツ制作・確保～

課題

- ① コンテンツ制作時に現地が受け入れやすい内容にする、海外との共同制作を経験するなどの取り組み促進が必要ではないか。
- ② 海外展開はスピードが命であることに鑑み、翻訳等の現地化費用について、引き続き公的支援が必要ではないか。
- ③ 特に、放送コンテンツについて、海外展開のための権利処理を一層迅速化、効率化するための仕組みが必要ではないか。

具体的な取組み

① 現地ニーズに即したコンテンツの制作

- 海外現地の文化やニーズに合わせるなど現地が受け入れやすい内容の放送コンテンツを制作するため、BEAJ等とも連携しながら海外メディアとの国際共同製作の支援や、日本の放送局、番組制作会社等と海外メディアとのマッチングの機会の提供を引き続き行う。
- 共同制作等の担い手として国際的に通用する日本のクリエイター・プロデューサーの育成を支援する。併せて、CJ機構が出資するクリエイター人材育成スクール事業等を通じて、現地における日本コンテンツの海外展開を支える人材育成プラットフォームを構築する。
- コンテンツ制作の基盤となる国内におけるクリエイターの就労環境の改善や取引の適正化を図る。

2-2. 取組の方向性① ～海外展開しやすいコンテンツ制作・確保～

② 既存コンテンツの現地化支援

- J-LOP事業について使い易さを向上させつつ、コンテンツ産業とその他の産業を連携させた海外展開を推進するとともに、民間が中長期計画をもって海外展開を促進できるよう、継続的な取り組みを行う。
- CJ機構が出資する映像コンテンツへの吹替・字幕等ローカライズ・販路拡大事業等を通じて、ローカライズ、映像編集、販路開拓機能を一括提供するサプライチェーンを整備し、世界各国で日本コンテンツを放送・配信する。

③ 権利処理の一層の迅速化、効率化

- 制作段階から海外展開を含めた権利処理を推進するとともに、実演家の権利処理に係る実証実験の取組のこれまでの成果を踏まえ、更なる迅速化、効率化に資するため、手続の簡素化、関連作業の効率化等を通じて、全体の権利処理期間の短縮化について検討する。

3. 取組の方向性② ～海外市場への継続的な展開～

課題

- ① コンテンツ海外展開は効果が目に見えるまでに時間を要することに鑑み、初期投資の一部について継続的に公的支援を実施することが必要ではないか。（現地での宣伝費用、現地放送枠の確保 等）
- ② 市場性が低い国々については、日本ブランドの構築・発信の一環として、国が主体となって戦略的に日本コンテンツの展開を進めることが必要ではないか。
- ③ 特に中小企業等においてハードルの高い、海外市場の調査や海外企業とのライセンス契約について、助言等が受けられる枠組みが必要ではないか。

具体的な取組み

① 海外でのプロモーション支援

- 継続的に日本コンテンツが展開する基盤を拡大するため、国・地域等、ターゲットを明確にした上で、BEAJ等とも連携しながら、現地メディアにおける放送枠の確保を支援する。
- 日本コンテンツの効果的な浸透の観点から、J-LOPによるプロモーション支援（イベント実施、現地放送局でのコマーシャル費用支援）を実施する。
- 日本のコンテンツ事業者と海外のコンテンツバイヤーのマッチング強化の観点から、コンテンツ提供プラットフォーム「JAPACON」について、B to B連携が図れるような情報発信機能を整備する。
- 在外公館や国際交流基金海外拠点等が現地での文化事業等の機会を活用し、日本の多様な魅力の発信を目的とした日本コンテンツの普及に資する事業を実施する。

3. 取組の方向性② ～海外市場への継続的な展開～

② 市場性が低い国における日本コンテンツの露出

- 日本文化の発信及び将来的な商業展開への基盤整備の観点から、広範な層に対して影響力のある映像コンテンツについて、相手国のニーズも踏まえつつ、外務省・国際交流基金が主体となり、途上国等のテレビ局に対する素材の提供・テレビ放送を実施する。

③ 海外展開支援のコンサルティング機能強化

- 現地市場に関する助言や現地企業との契約交渉について支援・相談できる機能を整備するため、海外展開に対する知見・実績のあるプロデューサーとのマッチングを促進する。
- VIPO等に蓄積されたノウハウを基に、これから海外展開を考えている中小企業等に対しコンサルティングサービスを実施する。
- JETROや在外公館等、既存の在外機関を活用し現地企業・関係者の紹介や現地事情の紹介など、相談窓口機能を整備する。また、JETRO等が中心となって、海外展開を目指す中小企業に対し、見本市出展を支援する。

4. 取組の方向性③ ～コンテンツと関連産業の連携～

課題

<コンテンツ間の連携>

- ① 海外イベントや、国際見本市など、現在政府・民間が行っている各種施策・取組を連携させる仕組みが必要ではないか。
- ② コンテンツのブランディングの観点から、歌手、演奏家、俳優などのパフォーマーの海外展開を後押しするための仕組みが考えられないか。

<コンテンツと非コンテンツの連携>

- ③ コンテンツの制作者と、それと連動した製品販売等を考える企業等とのマッチングの場や、業種横断プロジェクトの生成を推進する仕組みが必要ではないか。
- ④ 地域経済活性化に資するコンテンツ制作を促すため、ロケ地情報の発信や海外からの問い合わせ窓口の明確化など、日本を題材としてコンテンツを制作したい海外事業者の利便性を高めることが考えられないか。

具体的な取組み

① コンテンツ関連施策・取組間の連携促進

- 日本の魅力を伝える放送等の映像コンテンツを海外に効果的に発信するため、関係省庁、関係機関が緊密に連携して支援を行う。
- 国際交流基金による海外への放送コンテンツ提供をその後の民間主導でのコンテンツ海外展開に結びつけるため、現地でのコンテンツの反響等を捕捉し、コンテンツ事業者に提供する。
- VIPO等の非営利法人や民間団体とも連携しつつ、コンテンツに関する国内外のイベント情報を収集し、共同開催・連携等のコーディネートを行う機能を整備する。

4. 取組の方向性③ ～コンテンツと関連産業の連携～

② 実演家、アーティストの海外派遣の推進

- 実演家やアーティストについて、国際的に通用する人材として育成するために、海外に派遣し、研修する機会を引き続き提供する。

③ 多様な分野との連携促進

- コンテンツ以外の見本市における、コンテンツを活用したプロモーション活動を促進するため、このような連携案件についてJ-LOP事業を通じ支援を行う。
- VIPO等の非営利法人や民間団体が連携して、海外展開する際に国内の他企業や海外企業とのマッチングを促進する場を構築する。さらに、参画企業拡大の観点から、海外の日本企業を含め非コンテンツ産業に対し、実施事例の発信を行う。

④ 地域との連携

- 地域経済活性化の観点から、特に、地方が主体となって地域の魅力を伝える放送コンテンツを海外に継続的に発信する取組を支援する。
- 地域振興に資する海外向けのコンテンツ制作を支援するとともに、このようなコンテンツのローカライズ、プロモーションについてJ-LOP事業を通じより手厚く支援を行う。
- 映画撮影の促進及び創造活動の活性化を図ることを目的としたロケ地紹介の観点から、日本各地のロケ地情報を集約し、引き続き国内外に発信する。

5. 取組の方向性 共通的な課題

課題

- ① コンテンツ海外展開に係る施策が多数ある中で、どの施策がどういう事業や費用に対して使えるのか、体系だった形で情報提供されていないのではないか。
- ② コンテンツ海外展開の政策効果には、関連産業への波及効果も含まれるというのが共通認識。他方で、既存の市場動向調査では必ずしも関連産業への波及を計上していないため、波及効果を含めた政策効果の可視化ができていないのではないか。

具体的な取組み

① コンテンツ海外展開施策の普及啓蒙

- 政府として、施策を体系的に理解できるような分かりやすい資料を作成し、国内企業に広く情報発信する。

② コンテンツ海外展開の達成目標・指標

- 主要コンテンツ分野ごとに、関連産業への波及効果とする範囲の考え方を整理する。
- その上で、民間とも連携しつつ、当該波及効果を含めた市場規模を定期的に捕捉するための仕組みのあり方について検討する。