

検証・評価・企画委員会コンテンツ分野会合（第2回）

日 時：平成27年11月17日（火）10:00～12:00

場 所：中央合同庁舎4号館 123会議室

出席者：

【委員】中村座長、相澤委員、内山委員、大崎委員、岡村委員、奥山委員、斉藤委員、  
佐田委員、重村委員、瀬尾委員、竹宮委員、野坂委員、野間委員、林委員、  
宮川委員、宮河委員、佐藤参考人

【各省等】総務省 豊嶋情報通信作品振興課長  
文部科学省 白鳥生涯学習推進課専修学校教育振興室長、  
森文化庁著作権課長、  
石垣文化庁芸術文化課支援推進室長

経済産業省 平井文化情報関連産業課長

【事務局】横尾局長、増田次長、磯谷次長、田川参事官、永山参事官、廣重企画官、  
中野参事官補佐

1. 開会

2. 『知的財産推進計画2015』各施策に関する関係府省の主な取組状況

- (1) コンテンツ海外展開
- (2) コンテンツ制作力の強化
- (3) 教育の情報化の推進

3. 意見交換

4. 閉会

○中村座長 おはようございます。では、ただいまから「検証・評価・企画委員会（コンテンツ分野会合）」の第2回を開催いたします。

御多忙のところお集まりいただきまして、ありがとうございます。

今日は、主に「コンテンツの海外展開」「コンテンツ制作力の強化」「教育の情報化の推進」という3つのテーマを用意いたしまして、「知的財産推進計画2015」の検証について議論を行うこととしたいと思います。

本日御出席いただいております委員の方は、皆さんのお手元にある座席表のとおりであります。

なお、日本放送協会、森永委員の代理で佐藤様に参考人として御出席をいただいております。よろしく願いいたします。

また、今日は、経済産業省、総務省、文部科学省、文化庁の担当の皆さんにもお越しいただいております。よろしく願いいたします。

開催に先立ちまして、知財事務局長から御挨拶をいただきたいと思います。

横尾局長、お願いいたします。

○横尾局長 皆さん、おはようございます。知財事務局の横尾でございます。

今日は、お忙しい中お集まりいただきまして、ありがとうございます。

今、中村座長からございましたが、これまでの取組と第1回の合同会合での議論を踏まえて中村座長と相談し、3つのテーマを選んでおります。今日は、コンテンツ部門の会合としては実質的に第1回でございますので、関係各省からこのテーマに従って、「知財推進計画2015」までの取組と「知財推進計画2015」を受けて、現在予算要求中のものも含めて御説明をしてもらいますので、委員の皆様方にはぜひ批判的に御検討いただいて、今後の事業実施ないしは年末に向けての予算の調整に資するような議論ができればと思っております。

こうした議論の中から、足りない点、あるいはさらに深掘りすべき点を御指摘いただき、来年の「知財推進計画2016」に向けた検討の深掘りを今後していきたいと思っております。

今日、3つのテーマがメインだということを申し上げましたが、最後に自由討議の時間をとっておりますので、3つのテーマ以外のテーマもその場で何なりと出していただければと思っております。ぜひ忌憚のない率直な御意見を賜ればと思っておりますので、どうぞよろしく願いしたいと思います。

○中村座長 ありがとうございます。

では、まず事務局から配付資料の確認をお願いします。

○永山参事官 それでは、お手元の最初の議事次第をご覧くださいませでしょうか。資料1が今回の会議における主な論点の資料、資料2以下が今日のテーマごとの各省からの提出資料ということで、資料2-1から2-3が今日御議論いただきます「コンテンツの海外展開」に関する資料になります。

資料3-1と3-2が「コンテンツ制作力の強化」に関わる部分ということで、文部科

学省からの説明資料になってございます。

資料4が「教育の情報化の推進」に関する文部科学省の資料でございます。

不足等あれば、事務局に申し出いただければと思います。

○中村座長 では、「知財計画2015」の検証に入ります。この委員会は検証・評価・企画委員会でありますので、検証というのが委員会としての本丸の議論ということになるわけですが、3つあるテーマの1番目「コンテンツの海外展開」について議論をしたいと思います。

まず、事務局から「コンテンツの海外展開」に関する論点について、説明をお願いできますでしょうか。

○永山参事官 それでは、資料1をご覧くださいませでしょうか。資料1が本日の議論の論点に関する資料でございます。資料のつくりとしては、今日御議論いただきます3つのテーマ、「コンテンツの海外展開」「コンテンツ制作力の強化」「教育の情報化の推進」、それぞれのテーマごとに前回第1回で委員の先生方からいただいた主な意見、また、主な論点ということで整理をさせていただいております。

まず、「コンテンツの海外展開」の部分について御説明をさせていただきます。前回での主な意見ということで、「海外展開」に関しては、最初の○でございますが、コンテンツの海外展開は、継続的に実施する必要があるという観点から、J-LOPについても、海外展開に有効であり、継続することが必要であるという御意見でございます。

2つ目の○は、映像配信、動画配信は、海外市場開拓の重要な突破口になるということで、スピード感を持った議論が必要という御意見でございます。

3つ目の○は、今後の課題として国際貢献の観点、また、戦略の重要性という御意見をいただいております。

2つ目、「コンテンツと関連産業の連携」につきましては、官民連携プラットフォームへの期待、コンテンツと周辺産業とのコラボの必要性の御指摘がございます。そういう観点から投資減税、損金算入、そういうインセンティブを政策的に講ずることが課題であるという御意見をいただいております。

3つ目の○が、海外展開について情報を共有、集約するような組織が必要ではないかという御意見でございます。

「その他」の点については、我が国のコンテンツ振興策を検討するに当たって、諸外国の振興策についても検証することが必要ではないかという御意見。

2つ目の○は、コンテンツ分野にもよろず支援拠点というものが必要ではないかという御意見。

3つ目の○としては、違法視聴の取り締まりとして、政策的な対応、インセンティブ等を与えるそういう対応が必要であるという御意見をいただいております。

本日の論点といたしましては、以下、次のページにわたりまして、矢印として5つ整理させていただきます。

1つ目の矢印は、これから各省から説明があります関連施策についての成果をどう評価するのかということ。

2つ目の矢印は、これまで蓄積された情報・ノウハウを我が国としてどう活用していくのかという視点でございます。

3つ目の矢印としては、コンテンツと周辺産業の連携促進策について、今後さまざまな展開を行う予定にしておりますが、どう実効性あるものにしていくのかということ。

4つ目の矢印は、放送コンテンツの権利処理について、今後どういう取組が必要かということ。

最後の矢印については、これまでの取組を踏まえて、今後一層の海外展開を促進するためにはどのような取組が必要かということで、主な論点として整理させていただいていますが、こういう点も頭に置いていただきましてこれからの各省の説明をお聞きいただければと思います。

どうぞよろしく願いいたします。

○中村座長 ありがとうございます。

今の政府の施策をどう評価するのかということとあわせて、今後どうすることが求められるのかということが我々に期待されているということでありましたが、このアジェンダに関しては、経済産業省、総務省、内閣官房から取組の説明をしていただきます。説明された内容に御質問がある場合には、全ての説明が終わった後、自由討議の際に行っていただければと思います。

では、まず経済産業省の取組の説明をお願いします。

○平井経済産業省文化情報関連産業課長 かしこまりました。経済産業省でございます。

お手元に経済産業省のクレジットで今日の御説明資料をお配りしてございますので、資料2-1をお開きいただけますでしょうか。

最初に「コンテンツの海外展開支援」というテーマについて御説明申し上げます。事務局の説明がございましたように、ローカライズでありますとか、プロモーションに関しまして、J-LOPという形で進めさせていただいているところでございます。おさらいでございますけれども、今、執行中のものは、26年度の補正予算でお預かりしております60億円を原資としまして、ローカライズやプロモーションを支援しているところでございますが、さかのぼれば平成24年度の補正予算で基金をつくることによりまして、24、25、26年度まで執行したのもございます。

その中で、過去3,800件プラス、現在60億円を執行している最中でございますが、左のほうに図面で描いてございますように、さまざまな国に対して、日本のクールなコンテンツを持っていくために必要な吹替でありますとか字幕、そういったものを応援していたり、あるいはプロモーションとしまして、海外における広告に使われたり、あるいはイベントのほうに出展していく、こういったものを支援しているものでございます。

今の執行状況でございます。右のほうが26年度の補正予算としてお預かりしている60億

円の執行状況でございまして、10月末時点までの数字でございまして、11月中にあと60件ほど、合計800件ぐらいのところに着地するかなということで、執行しているところがございます。10月末時点において予算の執行は60億円に対して56億円まで来ておりますので、予算に関してはきちっと有効な形で使わせていただくということになろうかと思っております。

少しスピードが速過ぎるのではないかという御意見があらうかと思っておりますが、これは経済対策の一環としてやっておりますので、前倒し執行を心がけておりまして、財務省からは、9月末時点において大体9割ぐらいまで使うようにというメルクマールが示されておりますので、それに沿った形で早期執行しているものでございます。

次の3ページは、これまでの成果でございまして。これは24年度補正も含めましての成果で書かせていただきました。幾つかの成果が出ておりまして、アウトプットのほうでいいますと、73カ国に向けてコンテンツを発信することによりまして、そこの人口を足上げると、24億人の世界人口に対してリーチできるぐらいのボリュームを進めたということでございます。

また、現地で稼いでいくために、どれぐらいのアウトカムとしての結果が出ているかということでございますけれども、J-LOPの利用企業全体でフォローアップ、アンケートをしたところ、2015年度の海外売り上げに関しては、1,200億円以上の増加が達成できた、あるいは見込まれるということでございますし、J-LOPがあったから海外に新たに出られたのだという新規の海外進出事業者も260事業者を数えたところでございます。

また、これも一つの指標になってございますけれども、コンテンツ産業がコンテンツの補助金を得るということではなくて、コンテンツではない産業がコンテンツを活用することによって海外に発信する、そういったものも非常に大きな指標だと思っております。これに関しましては、非コンテンツ産業のほうでJ-LOP事業を活用することによって、海外売り上げがどれだけ増えたかということは、640億円以上の結果があったということでございます。

次のページは、具体的な事例で書いてございますが、有名なコンテンツが海外に展開されているということをお理解いただけるかと存じます。

右上のドラえもんを活用しましたCM、あるいは海外イベントの活用部分、これは典型的な非コンテンツ産業との融合でございまして、特にアジア地域で非常に浸透力あるドラえもんというコンテンツを活用することによって、シャープという会社ではエアコンでありますとか冷蔵庫であるとか、非常にブランドの向上に役立ったというお話を聞いております。

以上がJ-LOP、コンテンツの海外展開でございまして。

もう一つのお題は、地域発のコンテンツを発信していくような事業でございまして。これに関しましては、まだ予算要求の途上でございまして、28年度概算要求の中に盛り込ませていただいたものでございます。

こちらは、先ほどのJ-LOPとは完全に一線を画した事業でございまして、これは一気通貫、

つまり、日本に既にあるコンテンツを海外に持っていくのではなくて、海外に浸透力のあるコンテンツを企画・開発の段階から展開のところまで一貫通貫で支援しよう、そういった試みの事業でございます。

ただ、コンテンツだったら何でもかんでも支援するということではございませんで、ここには入口で制限をしていく。つまり、地域にある魅力的な地域資源をコンテンツの持つ海外浸透力でもって展開していくということでございまして、入口としましてプロダクト・プレイスメントや観光資源等といった地域に賦存している資源を展開することを条件にさせていただくということで、概算要求をさせていただいているところでございます。

次のページ以降が長期的なビジョンの検討でございますが、「知財計画2015」の中で経済産業省のほうに与えられているこの分野のお題がやや漠然といたしますか、民間主導の話を応援するということございまして、例えばコンテンツに関するデータベースの構築でありますとか、国際的に共通化された管理システムの導入等、民間での取組の促進というお題をいただいております。よって、検討会としまして、資料に挙げさせていただいた方々にお集まりいただきまして、与えられているお題に対して、つまり、制作面、流通面、それを支える下支えとしての技術面、それぞれの側面から産業構造の勉強を始め、また、必要な民間主導のプロジェクトを下支えできるような環境整備、そういったことの議論を進めているところでございます。

最後に、7ページ目以降でコンテンツ制作力のお話も申し上げたいと思います。

下支えするのは技術でございまして、技術開発はもちろん民間主導であるわけでございますけれども、この分野、VRでありますとか、さまざまな技術が今、開発されているところでございます。10月にお台場にあります日本科学未来館におきまして、そういった未来の技術を一堂に会しまして展示会を行ったところ、非常に多くの方々にお集まりいただきました。また、この展示会は、技術の展示会に限らず、実践的なものを見るということで、実は中村伊知哉先生にも大変な御協力いただきまして、「超人スポーツ」と言いますけれども、ITとスポーツの融合みたいなものを実践するような、そういった体験型の展示も一緒に行うことによりまして、多くの方にお集まりいただいた次第でございます。

簡単でございますが、以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。

続いて、総務省の説明をお願いします。

○豊嶋総務省情報通信作品振興課長 総務省でございます。

資料2-2をご覧ください。総務省のほうでは「放送コンテンツの海外展開」ということで施策を進めているところでございます。

表紙をおめくりいただきまして、全体のこれまでの取組を概観したものでございます。まず、政府全体としては、日本再興戦略の中でKPIの手法として放送関連海外市場売上高を3倍に増加させるという目標のもと、官民の推進体制としまして、平成25年8月に一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）を設立させていただきました。これと連

携をしながらモデル事業の推進ということで、平成25年度の補正予算及び26年度の補正予算ということで、それぞれこういう金額がついて推進をしていくわけですが、基本的な戦略の位置づけとしまして、特にアジアの新興国を最重要地域と位置づけ、なおかつ国家戦略の中の一つでございますので、「ビジット・ジャパン」あるいは「クールジャパン」の戦略に貢献する。

さらに、地方創生との関連性を意識するというので、具体的には3つのモデルで実施をしています。1つ目は、地上波テレビ放送枠を確保しながら、それを活用したコンテンツの発信。それと衛星プラットフォーム。これは24時間の日本番組専用チャンネルですが、これを活用してコンテンツを発信する。それと、地方発の産業振興あるいは地域活性化を目的とした放送コンテンツの発信ということで、25年、26年の補正予算は、この3つのモデルをそれぞれ執行しているところであります。

2ページ以降が、平成25年度の補正予算として展開したものを鳥瞰図で示したものでございます。具体的にはASEAN6カ国をメインにそれぞれ展開をさせていただいたところでございます。個別の紹介は省略をさせていただきますが、モデル事業として展開をさせていただいたところでございます。

3ページがその中の1つの例でございますが、マレーシアの事例でございます。これは1の番組概要のところでございますが、「Welcome To The Railworld」の出演スタッフと日本テレビの「ぶらり途中下車の旅」のスタッフが共同しまして、マレーシア人の視点で捉えた日本の魅力を発信する番組ということで、共同製作をさせていただいたものでございます。

○の3つ目になりますが、特に観光庁、JNTOからの協力を得るほかに、高速鉄道事業のPRも含めということで、東北新幹線取材して、それを番組に取り込む等、連携的な視点も含めた番組づくりに対して支援をしているものでございます。

4ページ目は衛星プラットフォームを活用したものでございますが、「WAKUWAKU JAPAN」という放送枠の中で展開をしています。もともとスタートはインドネシアからでございましたが、下の※印にございますが、インドネシアからスタートして、現在、ミャンマー、シンガポールまで展開をしたところでございます。今後タイにも進出をする予定でございますが、各地のローカル局あるいは番組制作会社、ケーブルテレビ会社の地域紹介番組を束ねまして放映をするという形のものでございます。25年度は「SHIKI-ORIORI」というコンセンサスのもとで放送をさせていただいたものでございます。

5ページ目は地方発ということで、主にローカル局あるいはローカルの番組制作会社が地元の自治体あるいは地場産業と連携をしながら、産業振興あるいは地域活性化を狙いとしながら番組をつくっていくという事業でございます。

26年度につきましては、6ページ目でございますが、この考え方を継承しつつも、先ほど経産省からも発表がありました。関係省庁とも連携しながら、コンテンツの制作あるいは現地化からプロモーションまで一体的に戦略的に展開をしていくということで、4省

庁連携をしながら26年度の補正予算ということで執行をしているところでございます。

7ページ、8ページが採択をしたものでございます。

7ページは、「小規模型」という名称になっていますが、いわゆるローカル局あるいはローカルの番組制作会社を中心となって展開をしているものでございまして、採択し、現在番組をつくっている最中ということでございますので、概略でございます。

8ページが、いわゆる大型、キー局を中心としながら、コンソーシアムを組んで大規模に実施するものということで、10件採択をさせていただいて、こちらも今、日本各地で番組制作のほうに入っている最中でございます。

9ページが、ジャパン・チャンネル、「WAKUWAKU JAPAN」を使ったものでございます。これも採択が3ポツにございますが、既存の番組を流す部分と新規につくっていただくものとまぜるものでございますが、今年の番組のコンセプトが2ポツにございますが、「TAKUMI」ということで、地域創生に資する日本各地のものづくり、あるいはサービスを海外に紹介する番組ということで、番組づくりをしているところでございます。

10ページは、平成28年度の要求でございます。25年度及び26年度は、いずれも補正予算の事業という展開をさせていただきましたが、28年度のいわゆる本予算という形で、現在17億円という形で要求をしているところでございます。特に26年度の採択の状況を踏まえながら、他分野あるいは他産業、あるいは自治体等が幅広く協力をしていく中で番組づくりをするということをコンセプトに入れながら、番組作製の支援ということを展開していきたいということで、現在財務省と予算の折衝をしている最中でございます。

最後に、11ページ目でございますが、放送コンテンツ、国内で製作された放送番組の権利処理の関係でございますが、昨今、特に海外で展開する場合、いわゆる放送すると同時に、ネット配信ということもセットで許諾を得ておくということが非常に肝要になっております。これに関しまして、実演家あるいはレコード原盤に係る権利処理ということが必要になってくるわけですけれども、本件に関しては、下の2ポツ目にありますが、25年度の後半からですが、実演家に関しては実証実験という形で、いわゆる暫定的な権利処理ルールを定めながら迅速化を図っていくことを続けてまいりました。

特に左側のポツの2つ目になりますが、国内放送と同日に海外放送・配信が実現するケースというのも表れてきているところでございます。この間、平成27年4月から実演家に関しましてはaRma、映像コンテンツ権利処理機構が著作権等管理事業者となりましたので、一元処理を今年度初頭から開始をしたところでございますが、さらなる対象番組が増加できるような方策について、引き続き検討を進めてまいりたいと思っております。

右側がレコード原盤でございますが、レコード原盤につきましても、25年度から一元的な権利処理窓口を設置しながら、主にアジアの各国を対象エリアとして、こちらも暫定的な権利処理のルールのもと、権利処理データベースの活用を含めながら実証実験を現在続けているところでございます。

参考までに、27年10月末現在までの段階で48番組（90原盤）について実現をしたところ

でございますが、こちらもより円滑に進むような形で実証実験の結果を踏まえながら、さらなる検討を進めてまいりたいと考えております。

以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。

では、最後に内閣官房から説明をお願いします。

○永山参事官 それでは、資料2-3をご覧くださいませでしょうか。表紙をめくっていただき、「『クールジャパン戦略推進官民連携プラットフォーム』の設立について」という資料でございます。新たな事業として、現在知財事務局で来月の発足に向けまして準備を進めている事業でございます。

最初の上の四角囲みに「知財計画2015」の抜粋を記載させていただいております。日本の魅力を伝えるコンテンツを海外に効果的に発信し、その波及効果を十分に発揮させるために、官民の連携、また、事業者のマッチング等横断的な仕組みを検討・整備するということが記述されておりまして、これを受けた具体的な取組としてプラットフォームの発足を目指しているというものでございます。

下のほうに概要、今後の具体的な活動予定を整理させていただいております。取組内容としては3点、情報の共有、また、具体的なビジネスプロジェクトの組成、3つ目が政策課題の検討ということでございます。

構成としては、官民共同会長ということで、構成員としては、関係府省、関係機関、また、クールジャパン戦略推進会議の有識者、民間団体、また、意欲ある民間企業、民間有識者という幅広い官民が集う場として発足をしたいと考えております。

活動予定としては、まずキックオフになる総会というものを、来月前半を目途に開催を予定しております。その後、具体的なビジネスプロジェクトの組成に向け、マッチングフォーラムを開催したいと考えております。

開催イメージとしては、セミナー、マッチングイベント、ネットワーク懇親会ということを開催しながら、具体的なマッチングを実施していくということでございます。

また、こういうイベントだけではなくて、恒常的な活動としてはSNSの活用、ワークショップの開催、民間のさまざまな取組が既に行われている部分がございますので、そういう民間の取組への協力をすることによって、官民連携、事業者のマッチングということを推進していきたいというものでございます。

説明は以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。

では、この海外展開のアジェンダについて、質問、意見のある方は挙手をお願いいたします。いかがでしょうか。では、奥山委員からお願いします。

○奥山委員 全体的なところから少しコメントさせていただきますが、非常に成果が上がっているという印象を受けております。今日だけでなく、これまでもいろいろなお話を伺っていて、これだけのことができたのかなということで、非常に誇らしいというか、立派

な成果だと思っております。

コメントというか、質問でもあるのですが、例えばJ-LOPでは、73カ国とか45カ国という数字が出てきているのですが、例えば放送コンテンツについては、とりあえずASEANに限定されているような印象を持っておりまして、これをどういうふうに広げるのか、広げないのか、伺ってみたいと思います。

例えば南米ですね。全体的に言うとなかなか厳しいものがあるのかもしれないですが、今回TPPに入ったようなペルーとかチリもありますし、中近東の国々も日本のコンテンツに対して感受性が高いということは伺っていますので、何かできるのではないかなという印象を持っております。

さらに、コンテンツの創生と発信ということをお今日たくさん伺ったような気がするのですが、これはもう一歩踏み込めば、本来の意味でのソフトパワーにもなり得るのではないかと。つまり、日本の価値観を売り込んで、それを外交に生かしていくという可能性もあるのではないかと考えました。

以上です。

○中村座長 ありがとうございます。

前段のASEAN以外への展開は、総務省から何かありますか。

○豊嶋総務省情報通信作品振興課長 総務省でございます。どうもありがとうございます。

この展開でございますが、まだ具体的に決めているわけではないのですが、まず、ASEANに限定というか、重点的にやっている最大の眼目は、日本の文化を伝えていくという部分も当然ありますが、今、観光客も含めてインバウンド効果、国内への経済波及というのを非常に多く重視しております。それと同時に、この放送コンテンツは、放送局が展開している話でございますので、やはり最終的には国の支援だけでなく、各放送局、ローカル局を含めて、いわゆる自走していただいで、どんどん展開してもらいたいということも多く望んでおりますので、まずはASEANの地域、継続的にやっていくことが非常に大事なかと。ピンポイント的ではすぐしぼんでしまいますので、ここを展開していきたい。

ただ一方で、おっしゃるとおり、それをASEANだけではなくて、ビジネス展開というのはどんどん広がってきますので、最終的な自走化をにらみながら、対象国というのが徐々に広がっていくということは必要かなと思っておりますので、まずはここをスタートラインにしたいと考えております。

○中村座長 ほかにいかがでしょうか。では、野坂さん、お願いします。

○野坂委員 読売新聞、野坂です。

本日は、各省庁からの説明、非常にいろんな成果が出ているということ、感銘を受けました。特にJ-LOPについて数字で示されている。24億人にリーチとか、あるいは1,247億円増加したとか、こういった具体的な数字が出てきているということは、成果が出ているのだということだと思えます。

ただ、先ほど豊嶋課長もおっしゃっていますけれども、継続的な活動、24年度からスタートしたばかり、まだ3年目、4年目というところでありますので、これは一段とアクセルをふかしていく、オールジャパンで取り組んでいくことが必要なのだらうと思っております。

それで幾つか質問ですが、先ほど経産省の説明で、2ページですが、経済政策の観点から早期執行をしたのだということ、これは大変よろしいかと思うのですが、早目に執行しますと、これから12月以降、年度末はどういうことになってくるのか。これは既に執行したものについて効果を発揮できるようにチェックをしていくということになるのかどうか。それを確認したいと思います。

もう一点は、5ページの地域発コンテンツ。今まさに新しいものを要望するということですが、5億円ということで、規模としてはそれほど巨額ということではありません。また、支援する場合の箇所数によっては、1カ所当たりの規模が相当小さくなるのではないかと思うのですが、どういう想定で考えていらっしゃるのか。わかる範囲で教えていただきたい。

もう一点は、総務省のほうの説明でやはり地域発の放送コンテンツの話が出ておりました。総務省が取り組む地域活性化のための放送コンテンツの支援事業と、新たな地域発コンテンツの支援事業は、どういう形で関連するのか、しないのか、連携するのか、しないのか。予算は当然限られておりますので、各省庁がいろんな形で手を出すことも大事だけれども、連携も大事だと思っているのですが、その観点で教えていただければと思います。

○中村座長 では、平井さんからお願いします。

○平井経済産業省文化情報関連産業課長 それでは、先に経済産業省から御説明申し上げます。

まず、こういう成果に関しまして前向きな形で御評価いただきまして、ありがとうございます。1つ目の質問につながると思うのですが、我々は採択が仕事の終わりとは思っておりません。むしろ採択して、その後のことをフォローすることこそ仕事として非常に重要だらうと思っております、この数字も、今日この場では御披露しておりますけれども、この場のためだけでなく、成果をきちんと集めることを今、頑張っているところでございます。

これから先どうなるのかということでございますけれども、採択された案件に関しましては、今、それぞれにローカライズの作業でありますとか、あるいは実際に海外に持っていきましての展開が始まっておりますので、当然その成果の刈り取りというものをきっちりやっていく。そういった意味で、我々はここから先、手が抜けないなと思っております。

ただ、新規に採択できるかという、今から新しいものをとっていくというのはなかなか難しゅうございますので、11月の採択、あるいは11月終わり、まだ予算が残れば、12月の頭まで採択が残るかもしれませんが、早晚新規のものに関しましては終わりが来るのは

間違いないと思っております。

これ以降の進め方に関しましては、これは補正予算でやっておりますので、執行期限が決められておまして、来年の3月にはこれをきちっと確定検査しないといけないという事情がありますので、予算の制度上の制約にのっとなって執行しておりますが、次、成果に関しまして評価を得た上で、また産業界の声等をいろいろ聞きながら進めさせていただきたいと思っております。

2つ目の話としまして地域発のコンテンツ、一気に通貫で地域のものを打っていこうということでございますが、もちろん、5億円という数字を見ていただいたらおわかりのとおり、全国には47の都道府県があって、掛けるにすると1,000万になってしまうのではないということかと思えます。そういった形のややばらまきの使い方をするつもりはありませんが、こういった形で案件を重点化できるのか、審査できるのか。それは予算の規模との関係にありますので、今、財務省と折衝している最中でございます。引き続き御指導いただきたいと思えます。お願いいたします。

それから、連携のところでございますけれども、特に24年度の補正、既に動いています155億円の補正予算で執行しているのは、経済産業省だけがファンディングしているわけではございませんで、総務省と一緒に運転している事業でございます。両省で進めている成果の取りまとめというふうに御理解いただければと思えます。

○豊嶋総務省情報通信作品振興課長 1点補足をさせていただきます。先ほど冒頭の説明でも26年度の補正の中で説明しましたが、放送コンテンツについても総務省単独で広げるというのは難しゅうございますので、当然経産省も含めまして、現在の補正実施もお互いに連携をしてやっっていこうという立場で進めております。

この取組というのは、当然のことながら継続していくことに意味がございますので、来年度の予算、これから財務省との間で最終的にどういう予算の枠組みになるかは別でございますが、連携しながら、一方で、予算がそれぞれの省庁についておりますので、すみ分けをきちっとしながら推進をしていく。そういう体制で執行してまいりたいと思っております。

○中村座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。瀬尾さん、お願いします。

○瀬尾委員 コンテンツの海外展開ということで2015年から2016年、重要な時期に入ったと思っておりますが、今の全般的な施策の中で、やっとなんかインフラが整ってきたと私は考えています。ただ、インフラが整っただけであって、これからどのようにして展開していくかというのは依然として難しく、重い問題があって、それについての方向性と解決策というのは、実はまだ余り明確ではないように思えますので、それについてより迅速に明確化していかなければいけないのかなと感じています。

ここでクールジャパンから国内の需要にまでつなげるというのがクールジャパンの一番の目的ということで、海外でコンテンツを展開し、その中であつた製品とか地域とかに対

して、国内にきちんと持っていくということであるのですが、実はこれは2つの方向があると思うのです。一つは、国内に持ってくる時に、非コンテンツ系企業につないでいわゆる製品を売るという方向。それからもう一つは、2020年を目途にしたいいわゆるインバウンド、国内の観光を含めて、国内に向こうを呼び込むということ。この2つは違う方向だと思っています。

例えば先ほどのJ-LOPという案件が効果を出してきている。だけれども、これについては、やはり非コンテンツ系との連携が大きいように思います。つまり、インバウンドに直結させるような即効性のある施策というよりは、中長期的な施策である。つまり、継続が必要であると考えています。

ただ、インバウンドに関しては、2020年のオリンピック・パラリンピックという非常に大きな目途がありますので、これを切り分けて、こちらは短中期的にかなりカンフル剤的にやっていかないといけないだろうし、その時に重要なのが、先ほどの非コンテンツ系は、やはりアジアを中心に考えていただく。だけれども、このインバウンドに向けたオリンピックという短中期的な目的の場合には、欧米を含めたワールドワイド全てに対して向けなければいけない。だから、ターゲットも違えば、スケジューリングのタイムスパンも違う。この2つの施策を今、分けてはっきりしないと、ちょっと力がそがれるような気がしました。

この国内施策、特にインバウンドに関しては、いろんな放送を含めていろんなこともあったりするのですけれども、どのようにしたら観光を盛んにできるかとか、もう少し観光とかそういった形に絞った施策も必要だと思います。ですから、今までの座組み以外にも広げていかないと、これは難しいかなと考えています。

最後にもう一つ、全体的な傾向の中で、これはJAPACONをやっていると思うのですけれども、日本の場合にメディア戦略が大変下手で、ネット、放送、いろんなメディアをたくさん持っているけれども、ただ単にコンテンツを展開するためのツールでしかないように捉えられている場合が多いような気がします。

もっとメディアをうまく使って、例えばこの場でネットのインフラを持っているような、例えば放送局さんもそうですが、そういうところをメディアとして活用して、そしてうまく展開していかないと、ただメディアに乗せればいいというのでは、効果はやはり半減してしまうように思います。ですので、メディア戦略ということの一つの方向性として持っていないと、これは他国の施策に対しておくれをとる要因になり得ると思いますので、メディアを連携する、もしくはメディアを拡大する、そしてメディアをうまく利用する、そういうことについての大きな施策として取り上げるべきかなと思いました。

あと一つ、ちょっと細かいことなのですが、前に経産省で行っていて、ことしも継続されているアンバサダーのような人材交流による草の根的なアジアへの拡散ということは、先ほど中長期的と申し上げましたので、アジアに対して非常に効果的だと思います。ですので、それをいかにうまく使っていかで先ほどの中長期ビジョンに対してはプラス

になると思いますので、人材の交流もしくはアンバサダーを一例とした海外の日本好きの人たちとどう連携できるのかという部分はクローズアップしていくと、要するに、J-LOPと中長期的な中で効果があるのかなと感じました。

ちょっと長くなりましたが、以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。

では、宮河さん、お願いします。

○宮河委員 ありがとうございます。サンライズの宮河と申します。アニメーションの制作会社をやっております。

今日は、J-LOPに関してですが、私自身だけでなくアニメ業界にとってもJ-LOPは、非常に肌で有効だったなと感じております。字幕だけでなく、吹替をすることによって、各コンテンツが世界中に拡散していったというのは、非常に実感として持っています。

少し議論は違いますが、これからアメリカや中国で国際的な配信の会社ができると思います。もうでき始めておりますが、そこが今年から来年、再来年にかけて非常に大きな動きがございますので、そこに日本のコンテンツを乗せていきたい。そのためには、ぜひJ-LOPも、今年限りと言わず、形は変わってもいいのですが、どう継続していくかということを検討していただければ助かるなと思っております。

以上です。

○中村座長 野間さん、お願いします。

○野間委員 講談社の野間でございます。

私どももJ-LOPを大変使わせていただいております、非常に有効だと思っております。アジェンダの1番目、成果をどのように評価するのかというところにつながるころなのですけれども、そもそもコンテンツを海外でヒットさせるというのはそう簡単ではないと感じています。すぐには儲けにつながらないものもたくさん出していくというようなことを継続的にやっていって、その中からブロックバスター的なものが現れるといった形になっていると思います。現在のコンテンツの海外展開の推進、全体的な進め方というところでは、もちろん、いろいろなものを出していくということは絶対必要でありますし、いろいろなものをいろいろな地域に紹介していくことは必要だと思います。日本のいろいろなものを全世界の人に幅広く知ってもらうことが目的なのか、それともその中からブロックバスター的なものをどんと出して、大きなビジネスにつなげていくことが目的なのか。後者だとしたら、お金の使い方等さまざまところでターゲットやエリアを絞ったほうが効果をもたらすのではないのかなと個人的には思っています。

ですから、いろいろなところからいろいろなものが出ていったということの評価なのか、経済的にこれだけ大きくなった、効果を上げたということの評価なのか、それとも両方ともやっていくのか。もう少し目的を絞ってやったほうが良いと主マス。一步間違えると総花的な展開になりかねないなという感想を持っております。

○中村座長 ありがとうございます。

では、竹宮さん、お願いします。

○竹宮委員 資料2-1の4ページに「聲の形」という作品について書いてありますが、そこを見て思いましたのは、今、PDCAで言うとPとDまではできているのではないか。内容的な検証をするような部署が構築されているのでしょうかということをお聞きしたいということなのです。

実は「聲の形」という作品がヒット、つまり、トップ5にずっとランクインされているのですけれども、簡単にこれのテーマを話しますと、いじめを行った人がいじめられるようになって、そして、いじめるということがどんなことなのかを理解するということです。これがここまで米国でヒットしたということは何を意味するかということを検証する部分がないと、そういうものを送り出す意味というものを考えられないと思いますので、特に顕著な例だけでもいいと思いますが、それについて具体的な検証をするところをつくっていただきたいなと思います。そうでないと、ただ配信をするだけのツールになってしまい、それが有効な展開というものに結びつかないと思いますので、よろしくお願いします。

○中村座長 内山さん、お願いします。

○内山委員 10年単位の大きな文脈で考えれば、これをコンテンツ産業に対する振興政策という文脈で私は捉えているので、2点ばかりその絡みでお話をさせていただきたいと思います。

まず1点目は、海外展開するにしても、一種のビジネスの発展段階モデルみたいなものがきつとあると思うのです。現在はまだ完成したコンテンツあるいはパッケージを基本的に海外に輸出するというフェーズ、中心がそこにあるというふうに見ています。

ただ、一瞬昔、総務省さんが国際共同製作ということをやった時があって、それはちょっと時期尚早かなと思ってた時があったのですけれども、将来的にはまたそういうことも視野に入れて、つまり、海外からのインバウンドということが観光客でなくて、日本のコンテンツ産業に対する投資というインバウンドがやがて起きるぐらいのことが視野にあるのか、どうかということがまず疑問というか、質問であります。それは短期の問題ではなく、もうちょっと中長期の話かと思えます。一生懸命完成品を売るばかりではコンテンツ産業としても収益性という観点でどうなのかなという感じがありますので、そうした海外からのコンテンツに対する投資ということ呼び込めるかどうかといったこと。これがまず質問の1点目としてございます。

それから、今日はJ-LOPのいろんな数字が出てきましたが、売上の増加が1,200億円ぐらいあって、半分程度は非コンテンツ産業のほうの売上ですので、これは解釈が間違っていたら、間違っていると言っていただければいいのですけれども、そうすると、600億円程度がコンテンツ産業の売上増加ということになってくる。

総務省の情政研で毎年まとめられている海外番販の数字でいけば、放送業者側の売上増加というのは、まだ何十億円だと思うのです。そうすると、600億円のうち大きな部分がほかのコンテンツ産業で伸びているのかなと思います。まず、一体どこが伸びているのだら

うというのが疑問としてあります。

もう一つあるのは、よくこの手の他業種と連携していきましょう、それで一緒になって海外へ出ていきましょうと。これは国家としては正しいことだと思うのですが、もう少し業界エゴ的な話になってくると、いろんなコスト負担はコンテンツ産業側がやって、売上げの果実を非コンテンツ産業側が刈るみたいな構図になっていると、それはかわいそうなので、要は、回り回って最後はきちんとコンテンツ産業に戻ってきているのか、どうかといったところ。それがないと、3年で自走ということも多分難しいと思いますので、このあたりの設計なり見込みというのはどうなっているのかなといったところが質問の2点目としてございます。

○豊嶋総務省情報通信作品振興課長 総務省でございます。

特に最初の御質問の話を中心にお答えさせていただければと思います。「国際共同製作」というキーワードが出てまいりました。今、特に放送局で展開している話といえば、国内で放送したものを、簡単にいうと番販という形で輸出をするということが従来から行われてきたわけで、よくある経済統計で言うと、幾ら売り上げましたかと。ここが一つ大きなポイントになることは間違いありません。

ただ一方で、今、私どものほうで補正予算の関係の説明をしてまいりましたが、これはどちらかというと、海外の方の目線で見ただけだと、なかなか効果が出てこないという部分でございますので、単に番組をつくって国内から売るというだけでなく、むしろ海外で見ってもらうということを念頭に置いています。

そういう意味では、国際共同製作という形にどう持っていくかということも実はリンクしてくるのですが、実際昨今の状況を見ますと、例えば海外で放送するために、日本の放送局だけで海外でつくっていくという傾向はだんだん見えなくなっています。

それはなぜかというところ、当然日本の中を紹介するのですが、海外から見た場合、日本のここが知りたいというところをとらまえてやっていますから、実務的にはほとんど共同製作状態になっています。ですので、特にコンテンツ産業全般まで行くかどうかは別にしても、実際に海外展開をしていく放送コンテンツについては、海外の放送枠をとらないと展開できませんので、展開先の海外と一緒にやっていくと同時に、一部の地方発のコンテンツについては、同時に国内で放送すること自身にも意味がある部分、例えば地元の人知らないようなこともありますので、人的なつながりも形成しながら、当然共同製作的な側面というものも重視をしていくようなところが大きいと思っております。つまり、単純に特定の企業の売上げだけではなくて、いろんなものに波及するという視点、それと製作における人材の育成的な観点も同時に織り込めるような形に展開していきたいと思っております。これは予算を執行する時にどう工夫するかということで解決できる部分もございますので、具体的な点を踏まえながら取り組んでまいりたいと思っております。

○平井経済産業省文化情報関連産業課長 経済産業省でございます。

その点を補足させていただきます。総務省の説明と一緒になのですが、例えば映画であっ

でも同じことで、日本では映画のスクリーンは一切割り当てがございませんが、海外ではクォータ制で、スクリーンに割り当てがある国が非常に多くございます。そういったところに入っていくためには、輸出ではやはり無理でございまして、御指摘のとおり、共同製作のような形で向こうの資本とうまくまざりながらやっていく必要があるかという問題意識はすごく持っております、そういった方策も制度的な対応のほうで検討していきたいなと思っております。

それから、話が戻りまして、竹宮先生からありました内容に関しての評価というところでございますが、これに関しましては、採択段階においてすら、我々経済産業省であるとか、あるいは執行団体であるVIPO自身では、内容に関しては審査しておりません。表現の自由等いろいろある中で、そこを行政的にこれは〇だ、×だというのは言いたいがたいところがございますので、そこは第三者の評価委員会のほうに評価をお願いしているところでございます。

御指摘のとおり、PとDに関しては、その評価委員会がちゃんと見た上でやっているわけですが、その後になりますチェック、あるいはアクション、フィードバックの部分に関して、その審査委員会にどのような形でお諮りするかというのはこれからの議論でございまして、先ほど野坂委員のほうから御指摘があったように、これからそこをきちんとやらないといけないのだという御指摘は重々踏まえた上で進めていきたいと存じます。

○中村座長 ありがとうございます。

そろそろ次のアジェンダに移りたいとは思っているのですが、結構悩ましいなあと伺っております。

一つは、委員皆さんから結構成果が出ているよねという御指摘がありまして、この場での議論をずっと聞いていた者としては、政府はこの分野、成果が出ないではないかという議論がずっとされていたのが、ようやく成果が出ているよねということが言われ始めたのかなと思った途端に、皆さんからその目的は何なのだという問いかけがありまして、野間さんからは、知ってもらうということなのか、ビジネスなのかという話がありました。そこで絞るべきだという話もありましたが、野坂さんからは、ASEAN以外にどう広げるのかという問いかけがありまして、竹宮さんからも今のお話のような検証の問題がありました。瀬尾さんからも、目的によって期間も違えば、ターゲットも違うという御指摘がありまして、このあたり、我々の重要課題に今回はね返ってきたかなという気がしています。

これを進める目的やその検証というのはどのようにすべきかというのを、この場で結論は出ないと思いますけれども、引き続き議論していただければと思いますし、後ほど自由討議の時間がとれば、そこでまた立ち返っていただいてもいいと思いますが、この海外展開のアジェンダで何か。では、相澤さんと重村さん、順にお願いします。

○相澤委員 投資に当たっては、TPPによりまして、各国における知的財産が保護財産として保護されることになりました。さらに、ライセンス料等について、パフォーマンス要求が規制されることになりました。そして、投資条項による仲裁制度も機能することが期待

されます。

今後のビジネス展開のためには、クールジャパン機構等の政府系ファンドとの連携が重要であると思います。

テレビ局等が有している膨大なアーカイブを国際的に利用していく場合には、著作権法の規定やその硬直的な解釈が展開に影響を与えているという制度的な問題もあると思います。

以上です。

○中村座長 重村さん、お願いします。

○重村委員 今まで出ていた議論と重なるところがあると思いますが、具体的に今までBEAJとかJ seriesをやってきて感じたことを申し上げたいと思います。それは、今後政府が助成金を与える時の採択基準の問題にもつながっていくと思います。例えば放送コンテンツの海外展開といった場合に、2つのパターンが考えられると思うのです。

1つは、日本へのインバウンド効果、すなわち、クールジャパンとかビジット・ジャパンにどう効果があるかと考えて放送コンテンツを利用しようという場合。このケースは、先方の国の局のニーズを非常に重視しなければいけなくなってくるわけです。したがって、そういう場合は、企画の中身であるとか取材場所を向こうの要望に応じて決めていくという形になっていきます。なおかつ、現地でそれなりの視聴率をとらなければ効果がないわけです。

このような番組を成功させるためには、先方からプロデューサーを呼んでくる。日本側からもプロデューサーを立てて、コー・プロデュースという形にしていく。国際共同製作といってもよいと思います。番組の進行役は、大体今までのケースでいうと、その国で人気のあるタレントさんを日本に連れてくるということになります。したがって、クイズとかバラエティーとか情報系の番組が増えてくるという構造になっています。

我々にとって効果があるのは、大体取材する場所というのは地方になるわけです。地方局というのはほとんど国際交流の場がない上に制作能力の問題ということが言われるのですが、こうした場合、地方局のスタッフロケを担当しますから、地方局の技術制作スタッフが海外のスタッフと一緒にやることによって、国際共同製作の経験を積み、制作能力の向上にもつながるというメリットがあるわけです。

そういう意味においては、ローカル局にとっても、海外に目を向けていくというきっかけになります。

もう一つ、これが主流になっているのだと思うのですが、日本のコンテンツ、アニメであるとかドラマというものを海外に出すことによって、日本の文化を知ってもらい、あるいは日本の作品を買ってもらって、コンテンツそのもので収益力を上げていくという考え方がありますが、その場合、日本の最新のものを海外に売っていかうという意識がどうしても売る側の放送局に強くあります。

ところが、海外、特にアジア等の場合は、経済的な発展度であるとか国民の意識レベル

が違うわけで、今、日本で非常にうけている作品というのが、決して海外でうけるわけではないのです。ある意味で古い、アーカイブ的なものもひっくり返して海外の事情に合わせたコンテンツを出していくということが、日本の作品を海外に浸透させていくことにつながると思います。

当然のごとく、最新のものを出すためネットの海賊版の話という問題が出てきて、コンテンツができれば、できる限りスピードを速くして外へ出していくべきという話があるわけですが、それはそれで大事なのですけれども、それとはちょっと違った考え方もあるということを考えていくべきだと思います。

今、アニメ等は特にそうですが、海外の放送局で放送することより、配信に力を入れるほうがはるかに大きな収益につながっています。だから、そこらの考え方も変えていかなければいけない。

それから日本では今、NHKのBSで「刑事フォイル」、イギリスのITVがつくった作品をやっている、静かなブームになっています。これをITVがいつ作ったかという、2002年から2004年なのです。すなわち、イギリスで今から10年以上前につくられた作品が今、日本で大変受けているということもよく考えなければいけない。このことは逆も真なりという形につながっていくのだらうと思います。そういうことを我々が認識していくことが必要だらうと思います。

もう一つ大きい問題は、日本の番組をアジア等に出した場合に、我々はその国の国民の関心と呼ぶようになった商品であるとか、あるいは観光地というものに対して、その人たちにすぐ対応できるような組織とか仕組みを考えているかという、余り考えていない問題があります。放送コンテンツを海外に出すということだけ考えているので、実際問題として、そこで紹介された商品であるとか化粧品であるとかを例えばアジアの国で、どうやってそれを手に入れることができるか、あるいは日本の観光地に来た時、どうやったら簡単にそこへ行くことができるか、その体制とか整備というものも放送コンテンツの海外展開と一緒に考えていかなければいけないのだらうと思います。

私、BEAJの運営をやっている、第1回の時にやっていて感じたことは、紹介されて向こうで非常に評判になっているのだけれども、向こうでその製品を売っているところがないというような話が多かった。したがって、第2回目時には、放送コンテンツを海外に展開すると同時に、いろんな商社やメーカーと組んで、その国の中における流通体制というものを必ず企画書に入れてください、それができているところに関しては助成金を出しますという形をとったわけです。

したがって、先ほどの検証のところ絡んでくるのですが、現実的にこういう作業をやっているいろんな団体というのは、常に広い目でほかの事業との共同体制というのをつくった上で企画を出していくべきだと思っております。

○中村座長 ありがとうございます。

では、次のアジェンダに移ります。「コンテンツ制作力の強化」です。

これも冒頭事務局から論点の説明をお願いできますでしょうか。

○永山参事官 それでは、また資料1をご覧いただければと思います。資料1の2枚目の2番が「コンテンツ制作力の強化」について、まとめたものでございます。

前回での主な意見としては3つでございます。先ほど御意見にもありましたが、地方発コンテンツと言われる一方、現実的には地方の制作能力の弱さがあり、中長期的に検討する時期ではないかという御意見。

2つ目の○は、先ほど1でもございましたが、諸外国のコンテンツ振興策の検証も必要であるということ。

また、よろず支援拠点の必要性ということも御指摘を受けております。

主な論点は、簡単にまとめておりますけれども、御意見の中でも日本のコンテンツ制作力の優位性が薄れてきているという御指摘がございますが、そういう御指摘についてどのように考えるかという点、また、それに対してどのような取組が必要かということが論点になろうかと思っております。

どうぞよろしくお願いいたします。

○中村座長 では、この点は文化庁と文部科学省から取組の説明をお願いしたいと思っております。

まず、文化庁からお願いできますか。

○石垣文化庁芸術文化課支援推進室長 文化庁の石垣と申します。よろしくどうぞお願い申し上げます。

資料3-1に沿って説明させていただきます。表題が「コンテンツ制作力の強化」となっておりますが、どちらかと申しますと、コンテンツ制作を支える人材の育成、発表機会の充実というような観点から事業を展開しているところでございます。

1枚めくっていただきますと、「若手アニメーター等の人材育成」ということで、一線級の監督のもと、若手アニメーターを起用した制作スタッフによるオリジナルアニメーション作品の制作を通じ、オン・ザ・ジョブ・トレーニングを組み込んだ制作現場における若手アニメーター等の育成を支援するというもので、平成22年度から実施してございます。

この背景としましては、アニメ作品の動画仕上げ工程の80%とか90%とか言われております部分が海外に流出しており、新人アニメーターに対する研修の機会が失われているというような状況が背景としてはございます。

対象とする主な若手アニメーターでございますが、アニメーター経験が1年以上で、原画職経験が3カ月以上3年以下で、30歳以下のアニメーターということにさせていただきます。

施策の実施状況ということで、平成27年度につきましては、この4団体に制作を依頼してございます。ここにございますように「(仮称)」でございますが、タイトルもついてございます。

作品の分数は約30分以内というような形で、でき上がったものにつきましては、上映会

ですとか、または発表機会を提供しているところでございます。

事業スキーム、右の下に書いてございますような形で事業を展開しているところでございます。

次は「メディア芸術祭等事業」。これはどちらかというとな発表機会の提供につながるものでございます。メディア芸術祭等事業ということで、3つの事業がございまして、まず一番上、文化庁メディア芸術祭でございます。優れたメディア芸術作品を顕彰するとともに、受賞作品の鑑賞機会を提供するというところで、平成9年度から毎年実施でございます。

内容でございますが、アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガの4部門で作品を公募し、顕彰するということになってございます。

審査によりまして、大賞1作品、優秀賞4作品、新人賞3作品、及び審査委員会推薦作品を選定させていただくことになってございます。審査委員会推薦作品につきましては、大体各分野30～40作品になります。これとあわせまして、メディア芸術分野の発展に功労があった者、顕著な業績を上げた者に功労賞という形で、顕彰してございます。

それと、実際に選考を行ったものにつきましては、受賞作品の展示、上映、シンポジウム等々を実施させていただくことになってございます。

平成27年度（第19回）の実績でございますが、応募作品数が4,417作品ございました。そのうち海外からの応募は86の国・地域から2,216作品ということで、ほぼ半分が海外からの参加、応募という形になってございます。なお、海外からの参加、応募につきましては、平成14年度の第6回から実施してございます。

左の下でございますが、地方展ということで、地方におけるメディア芸術作品の発表の機会を提供するというところで、メディア芸術祭受賞作品を中心に総合的な展示を行うということで、平成26年度は十勝帯広、松山、秋田、この3カ所で実施させていただきました。27年度は富山、鹿児島、青森で実施させていただいたところです。

その右側は海外メディア芸術祭等参加事業ということで、優れたメディア芸術作品を海外のメディア芸術関連フェスティバル等で展示・上映するというところで、内容としましては、重点参加フェスティバルということで、キュレーターを立てて訴求力のある展示内容を組み立てるということで、平成26年度につきましてはブラジル、イタリア、インドネシア等々で展示をさせていただきました。

それ以外に普通参加フェスティバルということで、専門家の助言をいただきながら、展示・上映を行うということを実施しているところでございます。

簡単でございますが、以上でございます。

○中村座長 続いて文部科学省お願いします。

○白鳥文部科学省生涯学習推進課専修学校教育振興室長 引き続きまして、文部科学省より御説明申し上げます。資料3-2をご覧ください。タイトルが「専修学校等と産業界協働による『地域版学び直し教育プログラム』について」でございます。

1枚めくっていただきますと、事業の内容がございまして、日本再興戦略にも産学連携に

よる、特にオーダーメイド型の職業教育プログラムの開発・実施ということが盛り込まれており、また「知的財産推進計画2015」におきましても、特にコンテンツ分野等の成長分野における中核的専門人材等の養成のために、カリキュラムの開発等を通じて、業界等のニーズに対応した人材育成を推進すると位置付けていただいております。

こうしたことを具現化するのが本事業でございますが、さまざまな分野がございますが、コンテンツ分野で申しますと、クリエイティブのところにはアニメ・マンガが入りますし、ゲーム・CGも「等」の中に入っております。

これまでの歩みとしましては、本事業は委託事業でございますが、専修学校等には分野ごとに手を挙げていただいております、それぞれの分野で具体的な人材像といえますか、各業界で求められる人材像を明確にし、学校だけでも産業界だけでもなくて、それらが協働して求められる人材像を共有するところをまずスタートとしています。そして、それを具体的に人材養成のためのカリキュラムに落とし込んでいこうというものでございます。

これまでは、全国的なカリキュラム、標準カリキュラムの開発・実証ということで進めてきており、現在はこれを各地域版学び直し教育プログラムの開発・実証という段階に移し、具体的には社会人等の学び直しといったことを特に念頭に置きながら、オーダーメイド型教育プログラムの開発・実証ということで進めております。

その次のページには、ゲーム・CG分野における取組事例ということで書かせていただいております。資料を見ていただきますと、コンソーシアムというものと職域プロジェクトというものがあり、それぞれの右側に具体的に参加いただいている教育機関、企業・業界団体の一覧がございます。本取組はゲーム・CG分野ということになりますけれども、教育機関と産業界等が協働していただきながらカリキュラムをつくっており、現在は、地域版学び直しプログラムということで、東京・大阪版と千葉版と新潟版の3地域で実際しております。

ゲーム・CG分野におきましては、特に人材像が産業界と教育界で共有されていないという現状がどうもあるようでございまして、その人材像の不明瞭さによるミスマッチ等があり、そういう意味では、学校独自の人材育成というところに課題があります。また、ゲーム業界の中でも機密の保護という観点から、教育業界との連携体制がこれまでとられてこなかったといった課題があったため、カリキュラムの標準化が進められております。

また、ゲーム・CG業界につきましては、東京に産業が集中しており、支える人材が東京に多い一方で、例えば今回取組対象となっております千葉、これは東京の近隣県ですが、千葉県内にはクリエイター系の企業が少ないため、キャリアアップとかキャリアチェンジのための講座がほとんどないという現状です。また、新潟におきましては、プログラム開発企業、IT系の関連企業が多く存在しますが、コンテンツ開発を学べる機会が限られているといったような状況があります。それぞれの地域の状況を踏まえ、特に企業の方々におけるスキルアップ等に対応できるよう進めていこうとしております。現在は、実証研究段階ということなので、実際に試行しながら進めているという状況でございます。

あと、簡単ではございますけれども、アニメとマンガにつきましては、現在は、デジタル作画、デジタル化への対応というところが大きな課題になっていて、そちらについての実証研究を進めているというところでございます。

この事業については、引き続き来年度も概算要求中ということでございます。

以上です。

○中村座長 ありがとうございます。

先ほど経済産業省の平井課長から制作力のところについても御説明を少しいただいたのですが、追加、補足する部分がありましたら、お願いいたします。

○平井経済産業省文化情報関連産業課長 経済産業省としましては、特に技術面に関しまして、先ほど御説明したとおりでございます。さまざまな技術を展示し、体験していただくような催しをしております。

あと一つだけ補足いたしますと、世界的にはこの分野での権威はSIGGRAPHというアメリカの学会関係と連携をとらせていただきまして、CEATECの今年の1番のものを日本に招聘しまして展示していただくとともに、日本でちょっとしたコンペティションをやりまして、その1等を今度はSIGGRAPHのほうに展示するのを支援するような、そういった仕組みもしております。そこに絵柄を載せておりますけれども、こういったグラスというか、ヘッドマウントディスプレイ型のものが今年コンペティションで優勝しておりまして、これをぜひSIGGRAPHのほうにも持っていきたいなと思っております。

最後、9ページも少し補足いたしますと、経済産業省もこの分野での人材育成の取組をやっておりますが、我々は、クリエイターというよりはプロデューサーの育成事業でございまして、海外、特にハリウッドが培ってきたような国際的なビジネスの手法を学べるようなプログラムを用意しているところでございます。

以上でございます。

○中村座長 では、質問、コメント等ありましたら、お願いいたします。いかがでしょう。では、内山さん、お願いいたします。

○内山委員 いろいろ説明、ありがとうございます。

どうしても時代の趨勢で、アニメとかデジタル系とかCGとか、人工的な映像のほうの議論が中心になるのは当然だと思いますし、それは正しいと思うのですが、実写系のことにに関して気になっているので、一言だけコメントをさせてください。

大阪のGATSBYという会社がありますね。あそこは十何年ずっと学生向けのCMコンペをやっています。そのコンペは、アジア各国からの応募がとても多いのです。昔は、日本人の応募がいい賞をほとんどさらっていったのですが、ここ数年ずっと見ていますと、香港であるとか、タイであるとか、シンガポールの学生の応募作品がほとんど上位の賞を受賞する状況がずっと続いてしまっている。

単にそのコンペの一過性の話かなと思っていたのですが、いろいろなところでまさしく学生とか、ハイアマチュアとか、プロの一番最初の段階とか、そのクラスを対象にしたい

ろいろなコンペを見た時に、日本人クリエイターというのが、実写面においての競争力の低下というのが非常に強く見られてきていると感じておりまして、ぜひそのあたりに対しても気を遣っていただきたいなというのが、まず要望的にはございます。

それをもうちょっと現実的なところで考えていきますと、もちろん、経産省がお考えの資料の8ページにあったようなところも必要なのですが、もっと足元の技術のところであらう手間取っている人たちが多いと感じます。

今様の普通のハイテクなカメラを使い回して、あるいはアマチュアでも手に入るような、PremiereとかAfter Effectsみたいなもので編集して云々といったところで、まさしく中間層を日本の社会が育てられていないという状況が生まれてきているのかなと。

それは、映画や放送といった実写系のところにおいては、やがて遠い将来、首を絞める状態になっていかないのかなと危惧をしております、これは学校できちんとやれという話かもしれませんが、そういう現象が起きていることだけは気にしていますので、御留意いただけるとうれいなという観点です。

○中村座長 ありがとうございます。

では、佐田さん、いかがですか。

○佐田委員 山口大学の佐田です。

実はコンテンツの分野の人材の育成について、経産省も文科省も今、取り組んでおられるとお聞きして、安心しました。ご説明の中でクリエイターだけでなく、プロデューサーの育成のお話もあっかと思えます。実はコンテンツを支えるスキルは何なのか。私どもも今、知財教育を全学必修でやっております、コンテンツ授業において、どういったシラバスを組めばいいかを検討をしています。

知財の教育をやっている中で、アプローチの仕方は、法律や規則、判例といった面からのアプローチと、ものづくり等の知的創作物の観点からのアプローチがあろうかと思うのです。私は若干法律について業務でタッチしていたものですから、法律面とか訴訟の問題は、興味をそそるのですが、一般学生にとってみると損害賠償、差止、刑事罰とかいうのは、アンケートをとりますと、何となく大変そうとか、面倒とか、できれば近づきたくないとか、こういう感想が聞こえてきます。それで私は方法を変えて、できるだけ学生たちがなじみやすい知的創作物からアプローチするシラバスに変えてみました。すると知的財産分野に就職してみたいとか、知的財産関連の仕事を探してみたいという学生が出てきております。

やはり学生には、楽しく、生きがい、やりがい、張り合いのある仕事であるということを感じてもらうことが、その分野の将来を担ってもらう人材の育成に通じるのではないだろうかと思えます。このことはコンテンツ分野においても同じではないかと思えます。コンテンツの専門家という方に、いろいろとお話をさせていただく機会があるのですけれども、そういう方が決まって言うのは、こことここの著作権が生じて権利処理がこんなに大変だったとか、原画の著作権は誰々で、実際に製品を創作している方との関係はどうのこ

うのとか、苦勞話が多いのです。

そうすると、そんなに大変なのか、そういう分野に入って行って果たして自分がやっていけるのだろうか、生理的に近づきたくないという感じを受けるようです。

ですから、できるだけクリエイトする楽しさとか、意義深さとかを、将来を担う学生に感じてもらいたいと思います。これまでのご説明ではクリエイティブ側の強化策とか、あるいは制作されたものをいかに海外に展開していくかというお話が出ていますが、実はその分野に入って行く人材の供給体制も重要で、専門家だけの世界というのでは非常に世界が狭くなってしまいます。理解者や協力者が増えないと全体のレベルアップにつながらないのではないかと思います。

知財の基盤整備については、「知財推進計画」に示されているように、すそ野を広げ、強化をするという観点に沿って、本学では全員野球を目指しております。コンテンツの分野でも、いきなり法律だ、権利処理だ、訴訟や賠償だとやってしまいますと、生理的に遠ざかる学生が多いですので、ぜひそういったことにも気をつけていただき、教育や人材育成のプログラム全体を組み立てていただければありがたいと思います。

○中村座長 ありがとうございます。

では、野坂さん、お願いします。

○野坂委員 今の佐田先生のお話にも関連しますけれども、やはりこれだけの成長産業によりよい人材がいかに入ってくるかというのがポイントだと思うのです。今、これだけ少子高齢化で働き手が少なくなってくる中で、人材は奪い合いだと思います。それゆえ、このコンテンツ産業をより魅力的な産業にすることが若手人材、あるいは中堅人材の吸収につながる。

先ほど佐田先生が意義とかやりがいとか楽しさとおっしゃいました。恐らくアニメに関心を持っている方、好きな方が志望されるのでしょうけれども、それだけではよりよい人材を継続的に吸収していくことには力不足だと思うのです。私が思うのは、そういう若手の人材がこの世界に入ってキャリアアップしていく道、自分の人生の設計が描けるような、そういう魅力があるような産業に、産業界のほうも含めて意識改革していく必要があると思うのです。

先ほど文化庁の説明、1 ページ目の若手アニメーターの人材育成ですが、8割から9割が海外に出てしまっているということでしたけれども、これは恐らくコスト削減とかが絡んで海外で制作させるということだと思うのですが、その背景にはアニメーターたちの待遇の問題が隠れていると思うのです。それなりの生活ができ、キャリアアップしていくような待遇面でも若手アニメーターに配慮する、そういったクリエイティブなノウハウが企業の発展につながるという産業界の意識改革が必要で、十分な処遇、待遇をして人材を育てていくことが大事だと思います。

先ほど白鳥室長が重要な発言をされました。産業界との人材像のミスマッチが生じている。これは大変重要なポイントだと思うのです。ミスマッチが生じていては専門学校でせ

っかくいろんな知識を得た若手の人材が産業界で生かされない。せっかく卒業してもということになると、その専門学校を目指すことをやめようかというインセンティブが働くおそれもあるし、そこは産業界がこういった人材を活用していくのだ、そしてまた十分な処遇をしていく、それが自分たちの企業あるいは産業の発展につながっていく、そういう意識改革がないと、若手の人材を継続的に吸収することは難しいと思うのです。

文科省の取組、あるいは経産省の取組、人材育成の取組は大変評価します。人材こそ全ての鍵を握っていると思いますので、その取組はいいのですけれども、やはり継続的に人材を確保、育成するためにはもう一工夫、二工夫が必要だろうと思っております。

以上です。

○中村座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。では、竹宮委員、お願いします。

○竹宮委員 私、最近、デンマークのThe Animation Workshop、大学から派生した新しいワークショップというのを知りました。それは産業界と協力しながら、大学がもう一つ別の、大学院ラボというふうに言ったほうがいいかなと思うのですけれども、そういったワークショップを持っていて、そこで実地の仕事として自分のやりたいこと、かつそれにお金を出してくれるところがあるという状態で、実際に何年かかけて作品をつくっていくということをする学校があると聞きました。

そこは全く新しい形なので、普通の大学の学生の満足度というものが表にしてあったのですが、真ん中辺に固まっているという状態の中で、非常に満足度が高いところ、端にあるという形の表を見せてもらいました。そこがとても小さなワークショップであるにもかかわらず、募集をすると、必ず5倍、10倍の学生たちが殺到する。ユーロ全体から来るのであれば、それは全員無料であるというようなワークショップを持っている。

そういった新しい形というものを模索しないと、こういった人材を育てる場所というのがなかなかできないのではないかと思いますので、こういった試みも大変いいとは思いますが、教育をする部分をもっときちんと構築して、結果が得られる形にして人材を送り出すということをしていただきたいなと思うのですけれども、いかがでしょうか。

○中村座長 ありがとうございます。

では、岡村さん、お願いします。

○岡村委員 CESAの代表をしております岡村でございます。

前回は欠席させていただきましたので、本日がはじめての出席になります。

人材の育成という観点から、コンテンツ制作力の強化を踏まえ、いろいろと示していただきましたが、まずはアニメ業界の方から私の思うところを述べさせていただきたいと思えます。

皆さんからも意見が出ていましたが、本当にアニメ業界に優秀な人材を吸引しようと思ったら、業界自体が個人としても夢を描けるようであればなりません。単に好きですか、これをやっていれば満足ですとか、そうした個人の想いだけでなく、個々がモチベー

ションを保てるインフラが整備されていなければなりません。とりわけ経済的側面から言えば、一部を除けば、これは産業構造上の問題だと思っておりますが、作品制作の中のヒエラルキーでいえば、アニメ制作会社が一番重要なところを担っているにもかかわらず、対価、報酬も含めて一番劣位に置かれているのが現状であると思っております。

結果として、アニメ制作会社から仕事が出される先であるアニメーターへの対価が極めて圧縮されたものになってしまうということで、ワーキングプアという言葉の代名詞みたいになってしまっているのだと思っております。本当はこうした本質的なところから考えていかなければ、根本的な解決には至らない。一方で、こうした大きな課題を認識した上で、さまざまな取組を進めていくことは、それはそれで意味のあることだと思っております。

もう一つは、一言でアニメと括ってしまっていますが、実は、2DアニメとフルCGアニメがあって、ワールドワイドの視点で見ると、（具体的な数字を持っていないのでイメージにはなってしまいますが）マーケットの大半は既にフルCGになっています。こうした業界の趨勢に鑑みて、将来の日本のアニメーションづくりはどうあるべきかと「絵姿」があってはじめて支援策であるとか、人材育成の方向性であるとか、それぞれを見定めて行かなければならないのではないかなと思っております。

下手するとニッチ化していく可能性がある2Dアニメと、時代の趨勢であるフルCGアニメ、その両者の特徴を日本のアニメ業界が上手く生かすことができれば、フルCGでありながらも、2Dの良さをふんだんに取り入れた形で差別化できると思っております。安価なフルCG作品を制作するための技術的なソリューションやプラットフォームの開発を政府としてバックアップして行く。こうした取組が、将来的に日本のアニメ業界の競争力強化につながっていくのではないかなと思っております。

また、私の本業である、ゲーム業界に関して申し上げますと、各社の守秘性も高いのですが、CESAでは、継続的に若手の技術者育成のために技術セミナーを毎年、一定期間、横浜、札幌、福岡といった大都市で開催しており、こうした取組は非常に有効に機能していると思っております。CESAという団体としていろいろ連携させていただきお役に立てるのではないかなと思っております。

以上です。

○中村座長 ありがとうございます。

○相澤委員 著作権法も含めまして、法制度が創作の意欲をそぐということがないように考えていかなければいけないと考えています。

○中村座長 では、「教育の情報化の推進」というアジェンダに移ります。

これも事務局から先に論点の説明をお願いします。

○永山参事官 また資料1に戻っていただけますでしょうか。簡単に御説明しますと、2枚目、3の「教育の情報化の推進」について、前回いただいた御意見としては、1つ目は、地方で知財を教育できる人はいないので、ITの活用は重要であるということ。

また、デジタル教材というものが不足していて、自由に使えるコンテンツが必要である

ということ。

また、著作権法の関係になりますが、権利制限について、報酬請求権というものを念頭に置きながら、利用範囲を広げる等、バランスをとることが必要ではないかという御意見をいただいております。

論点としては、この後、文化庁のほうから説明がありますけれども、現状の取組について、どのように評価するのかということになるかと思えます。

どうぞよろしくお願いいたします。

○中村座長 では、文化庁の説明をお願いします。

○森文化庁著作権課長 文化庁著作権課の森と申します。よろしくお願いいたします。

それでは、資料4をご覧くださいと思います。「教育の情報化の推進について」、とりわけ著作権制度上の課題についての検討状況の御説明をさせていただきます。

資料の1ページをご覧くださいと思います。文化庁では昨年度、教育の情報化に関連して、我が国における著作物の利用実態等についての調査研究を実施いたしました。その結果、①から④にございますように、ライセンシング体制、ライセンス処理の問題ですとか、権利制限規定のあり方をめぐる問題等の課題が整理をされたところでございます。

これを踏まえ、文化庁では今年度、文化審議会著作権分科会の小委員会におきまして教育関係者からの御要望をお聞きし、また、それに対する権利者の御意見をお聞きした上で、ICT活用教育の促進のための制度やライセンシング体制のあり方について検討を行っているところでございます。

教育関係者から御要望をお聞きしましたところ、著作物の利用に当たり、権利者の許諾を得るための負担が大きいといったことを理由として、以下の3つの事項について御要望がございました。

ここに3つポツがございますけれども、1つ目は、授業において教材あるいは映像等を送信する際の著作物の利用円滑化ということがございます。これは現行制度上、授業において用いるために著作物を複製するとか、あるいは対面授業と同時に送信をするということについては権利制限規定の対象になっておりますが、対面授業と異なる時間帯、異時に送信する、あるいは対面授業を前提とせずオンデマンドで送信するといったことについては権利制限規定がないということが背景にあるわけでございます。

このほか、2つ目、3つ目にありますような教材の共有でありますとか、一般向けの公開講座における著作物の利用についての円滑化を求めるという御要望がございました。

こうした事項について、権利制限を設ける必要性やその範囲、また、仮に権利制限規定を設けるとしても、対象外となるような場合の利用円滑化方策等の論点について、これまで議論を行っているところでございます。

主な論点等について、別紙2、4ページ以降で若干御説明をしたいと思います。これまでのところ、4ページにございますように、まずは授業の過程における教材・映像等の送信、とりわけ異時送信についての議論を主として行ってまいりました。

論点が幾つかございますけれども、1つ目は権利制限規定を設ける必要性等についてということでございまして、上の左側にありますように、教育関係者からは、適切な著作物を授業で利用できるようにするために権利制限規定が必要であるという御意見がございます。

一方で、その右にございますように、権利者団体からは、ICTを活用した教育の意義、重要性は御理解いただいております、著作物の利用円滑化に協力したいという御意見が表明されておりますが、権利制限規定を設けることについては、その前提として補償金制度が必要であるとの御意見や、権利制限を設けると、デジタルの特性から権利侵害の助長が懸念される、基本的には契約によって対応すべきだといった御意見が示されているところでございます。

小委員会の委員の御意見としては、制度面に関しましては、下の箱にありますように、基本的に紙とデジタルを切れ目なく使えるようにすべきであると。単にこれまでの紙での教育がICTに置きかわるということからすれば、両者の区別なく利用できるようにすべきである。また、とりわけ教育の公益性にかんがみれば、権利制限をすることに正当性があるのではないかとということで、少なくとも一定の範囲で権利制限規定を設けるべきという意見が多く示されております。

ただ、デジタルの特性からして必要以上に利用されることにならないように、制限を設ける範囲については留意が必要であるという御意見もございます。

また、運用体制に関する御意見といたしまして、制度論とあわせて運用面における検討も必要であるということで、関係規定が適正に運用されるような環境の整備に向けて、教育関係者と権利者の間で話し合っただくような場を設ける必要があるという御指摘もなされているところでございます。

次の5ページでございます。仮に権利制限規定を設けるとした場合に、検討が必要になる論点でございますけれども、1つは、市場が既に形成されている分野の影響をどう考えるかということでございます。

権利者からの御意見としては、例えば専門書等のように教育機関で利用されることを想定して公衆に提供されている著作物や、教育機関に利用の許諾を与えている著作物等、市場が形成されている著作物についてまで権利制限規定が設けられてしまうと、権利者が既に行っているビジネスにおいて得ている利益を害されるということで、反対する御意見が示されております。

小委員会では、既に市場が形成されているものについては、例えばライセンスを優先させる等の配慮が必要であるという御意見ですとか、権利制限規定の対象から除外することを考えてはどうかという御意見が示される一方で、一番下の○にありますように、ライセンスを優先するということになりますと、権利者側が使用料を自由に設定でき、高額な使用料を支払うことを求められるおそれもあるので、ライセンスを優先させるのではなく、権利制限の対象とした上で、適切な額の補償金を支払う義務を課すという制度でもよいの

ではないかという御指摘もあるところでございます。

6 ページでございます。これも権利制限を設けるとした場合の論点でございますが、補償金請求権を権利者に付与することの要否についてでございます。権利者からは、権利制限を行う場合には、諸外国でみられるような補償金制度を導入すべきであるという御意見が示されております。

これについて、小委員会での議論といたしましては、日本のように権利制限を行う場合に無償というのは国際的にみても稀であるので、現状無償である紙媒体の複製も含めて補償金の対象にすべきといった御意見が示されておりますが、これに対して、現在無償でできることをICTに置きかえるだけという場合には補償金は不要とすべきではないかという御意見も示されております。

最後、7 ページでございますけれども、権利制限規定を設けた場合に、その範囲の外となる著作物についても、教育上必要な場合には円滑に利用できるような方策をどうするかということでございます。

教育関係者からは権利処理の一本化、簡素化が必要であるとの御意見や、教育目的に配慮した特別な料金体系が必要であるという御意見がございまして、権利者団体においても集中管理システムの必要性、重要性については認識が共有されているところではないかと思っております。

委員からも、権利制限規定だけでは教育に必要な著作物の利用の円滑化という目的を達成することはできないため、権利制限の対象外のものについても利用円滑化のための枠組みをつくる必要があるということで、集中管理と権利制限を、両輪として対応することの重要性が指摘されているところでございます。

こうした議論を現在行っているところでございまして、1 ページにお戻りいただきますと、今後の予定でございますが、こうした制度面やライセンス体制のあり方について、引き続き審議会で検討を進めてまいりたいと考えております。

また、先ほど申し上げましたように、運用面について、関係者間で協議を行うことが必要であるとの指摘を踏まえ、今後教育関係者と権利者との間で協議を行っていただくような場を設け、協議を進めてまいりたいと考えているところでございます。

現状の報告は以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。

これについて意見があれば、お願いいたします。いかがでしょうか。瀬尾さん、お願いします。

○瀬尾委員 こちらについてなのですが、教育の情報化は、喫緊に推進すべき事項ということで、権利者も利用者もみんな一丸となって積極的に進めていこうとしているところだと理解しております。ただ、今回この場での議論というのは、ここは知財戦略ですので、経済的な側面からこれを見なければいけないとすると、少しテーマが違うのかなというような感じがしています。

長い目を見て、これに関しては、日本の人材育成による経済力を高めるという意味であれば、当然そのようになるのですけれども、ほかのような直接的な経済的方向性を持った議論とは少し違うのではないかなというのが私の考え方です。

これを否定するわけではなく、先ほどから申し上げたように大変肯定しているわけですが、ここで議論する教育の情報化というのは、経済的な施策に対して、どういう観点でそれを行うかという形でテーマを絞っていくべきかなと思っております。つまり、先ほどのようなコンテンツの制作力を高めるとか、何らかの経済的な原動力になるような教育上のICT化もしくは制度設計に絞っていくほうが望ましいのではないかなと思っています。

つまり、今回の仕分けについて、2ポツと3ポツに関しては、実はかなり関連をしていて、ほぼ一緒のような論点に収束するのかなという感じがいたします。

先ほどコンテンツ制作力の強化の時には申し上げなかったのですが、基本的に私もJAPACONで発信している時にアニメ関係の方に思うのは、明らかにお金が安い、生活できない。これを解決しない限り人はそこを目指さない。それでもこれだけ多くの方が従事しているというのは奇跡に近いと思います。ということは、食えている、食えない、でも、好きだからやっているという人たちが日本のアニメを支えている。こんな危うい状態をどうやって解決するのか。それがこの制作力の強化であり、こういう基盤の整備になるのではないかなと思っています。

例えば教育ということに絡めて申し上げますと、写真家で今、ほとんどの人が食えません。だけど、唯一食べられる糧を得ているのは専門学校等の学校の先生なのです。よくそれを人材育成、育てられる側しか言いませんけれども、例えば学校で学部を増設するとか、例えば何らかの講座をつくると、教える側の生活の安定ということにも、数は少ないですが、かなり大きく寄与しているのですね。

ですから、先ほどの制作力のところに戻ってしましますが、いろいろな例をつくったら、例えば日本で5億円ずつ毎年コンテンツを制作して、アニメを50本つくります。1,000万ずつつくってくださいと。これを確実に国がやって、国のコンテンツとしていいものをつくるという施策をして、それを絶対出すからと。いいものをみんなやって、いろんな会社がそれをとりに行く。もし中途半端なことをするのであれば、具体的にそういうお金の使い方というのものもあるのではないかと思います。

例えば高い賃金を払うと、コンテンツが高くなります。そうすると、競争力がなくなって売れなくなります。売れなくなると、安くディスカウントして売ようになります。そうすると、働けなくなる。つまり、コンテンツが高く売れない限り賃金はずっと安いまま回ってしまう。そこをどのようにやっていくかというのが今回の眼目ではないかなという気がします。

それと教育とを絡め合わせて、例えば学校なり何なりを整備して、そこで賃金を払うとか、何らかのたつきが立つことをしていかなければいけないのではないかなと。そういう側面で教育ということを考えていく、テーマではないかなと思っています。

直接教育のICT化については、私個人としては賛成ですけれども、経済的な側面からこのテーマを取り上げることについては、不適當ではないかなと感じております。最初にそういう意見があるということをお知らせしておきました。

○中村座長 では、佐田さん、お願いします。

○佐田委員 先ほどから知財授業の話をお聞かせいただいておりますけれども、現在、知財授業の手法として、文部科学省が推奨されているアクティブラーニングとか、あるいは反転授業というのに取り組んでいます。この手法を取り入れた結果、アクティブラーニングの前に反転授業とあって、事前にテーマを与えて、自宅学習で少し勉強してもらうのです。そのことによって、特に知的財産の分野というのは、法律と物の絡みが多いものですから、本番学習の前にある程度予備的知識を入れておくと、本番での理解度とか習熟度が上がるのです。私どもはそのことを知財学習を通じて、現在実証実験をしております。

ただ、ここで問題なのは、自宅学習をやる時、今までのように紙を配ってやらせるよりも、eラーニングという手法で、学生たちにそれを好きな時間に見てもらって、自宅で事前学習をするという手法を我々としてはできるだけ取りたいと思っています。しかしながら、先ほどの文科省からの御説明にもありましたように、著作権処理がされていないものの配信は、現時点では違法行為になるのです。同時中継だけはできるとしても、それを後で好きな時に好きなようにアクセスして、学生が自主的に授業をするというこの手法が、現時点ではとれないのです。

だから、今、いろいろな素晴らしいシステムが開発されながら、法律的なことの手当てができないために、現場では活用できないということになります。できるだけ早くその辺の解決策を検討していただきたいと思います。特に限られた教員でやっている中において、時間がずれたから、リアルタイムでないから、法律的には違法と認定することがこれからの人材育成やキャリアアップによって、学生がいろんな分野に活躍していくことを考えた時に、力をつけていくことを目標にしている教育システムにおいて、このeラーニングの手法というのはすごく効果的だと思うのです。

そういうことで、ぜひ現場から我々としてはコメントをさせていただきたいということでございます。

○中村座長 ありがとうございます。

この点は私自身も活動しているものですから、2点目だけコメントをさせていただきたいのですが、同時に、今、文部科学省でデジタル教科書の位置づけの検討が進んでいます。これは教材の中でも教科書として、学校教育法等にどのようにデジタルを位置づけるのかという話なのですけれども、同時に、この著作権の制度の話もあって、著作権制度の議論が全体としてのスケジュールの足を引っ張らないようにぜひお願いしたいなと思います。これは、経済効果を速く進める上で非常に重要なことだと私は思っております。というのも、日本の教育情報化は、市場として見ても圧倒的に遅れている分野なので、これを広げていくというスピー

ド感が要るかなというのが一つ。

同時に、最後に御説明いただいた7ページにありますような、集中処理機構のような円滑化の政策を考えるべきでありましょう。これは制度の議論と同時並行でできるものなので。そして、これは関係業界と連携をして、産官学で例えば実証研究を行うといったプロアクティブな政策があってもいいのかなと感じております。

以上、コメントでございます。

そろそろ全体の時間が来ているのですけれども、今日全体のアジェンダを通じて何かコメントがあれば、お願いしたいと思います。相澤委員どうぞ。

○相澤委員 教育の場合、公的負担と密接に関連します。著作権の権利制限というよりは財政の問題ということになるので、その状況を念頭において議論がなされないといけないと思います。報酬請求権を認めたために、予算上の問題で利用されなくなり、教育内容が削減されることになっては、本末転倒になりますので、教育上の配慮をしていただきたいと思います。

○中村座長 では、宮川さん、お願いします。

○宮川委員 先ほどからアニメーターの方たちの待遇が大変厳しいという話を何回か伺ったのですけれども、昨日まち歩きのテレビ番組を見ていて、バルセロナでタイル職人をしている女性が出てきたのですが、その方がタイル職人になったのは、ガウディの美しい建物を見てすばらしいと思ってタイル職人になったという話をされていて、やはり文化というのはそういうふうに引き継がれていくのかなとちょっと感動して見ておりました。

先ほどからのお話をお聞きしますと、産業政策としてアニメーションの業界をどうやってつくっていくかという問題と、それから文化政策としてクオリティーの高い日本の文化、芸術、アニメーションを含む、そういったものをどのように育てていくかというのは、切り口がいろいろ違ってくると思いますので、そういった点を考えてそれぞれ施策を進めていただけたらと思いました。

それから、先ほど佐田先生から、法律の話をしたり、裁判や訴訟の話をするモチベーションが下がるというか、権利処理の苦労話だとクリエイターの元気がなくなるという話を伺いましたが、法律家というのは、そういう部分を全て引き受けるために存在しております。何か難しい問題があるのだなというところは、佐田先生のようなお立場の方がしっかり教育をしていただいて、でも、余り細かいことは知らなくてもいい、法律家に相談すればいいよというところまでは常識として教えておいていただきたいと思います。

以上です。

○中村座長 ありがとうございます。

では、林さん。

○林委員 2点申し上げたいと思います。

クールジャパンの取組、多分3年目ぐらいになって、私も関係しているので、ずっと関心を持って見てきたのですが、関係省庁の連携効果というのは、ここに来て出てきている

のではないかと、よくなっているのではないかと評価しています。

まず、コンテンツの海外展開なのですけれども、例えばスカパーの日本番組専門チャンネルの「WAKUWAKU JAPAN」等は、インドネシアで24時間チャンネルで放送している中で、「SHIKI-ORIORI」という番組がありますが、インバウンドに確実に結びついているということが言えると思います。

今日の資料2-2の6ページのところの事業の観点、2つありまして、相手国のニーズに合わせたコンテンツ製作・現地化、それと海外への継続発信ということをやられていまして、この観点は引き続き非常に重要だと思います。その際に、これは私見なのですが、売りが、ともすればインバウンドや日本製品の売り方というのは、あれもあります、これもありますと平等に並べるようになってしまうのですが、ラグジュアリーブランドの売り方を考えればわかるように、やはりセレクトして、この国では有田焼と。いろいろ並べるのではなく、これだけというセレクト感を出して売っていくべきではないかなと思っています。

例えば話が少し変ですけれども、トイレの便座を暖める、こんなところにこだわるのか、日本人というのはおかしいなというような変態的なこだわりとか、そういうところが、いい言葉で言えばオリジナリティーだと思うのですが、そういうものをアピールしていかないと、数の中国や安さのアジアと戦っていけないのではないかなと思っています。

もう一点、コンテンツの制作力の強化なのですが、米国と違ってなかなかインターネットのところに出ていけないというのは、放送局の下にプロダクションがある。プロダクションが自立していないという構造的な問題がすごく大きいと思います。

自立させるためには、やはり融資でなく投資。融資で借金を抱えるのではなくて、投資をする。これが非常に大事だと思います。クール・ジャパンファンドでもやっていますが、民間の投資のプラットフォームを今後つくっていただくということが非常に大事だと思います。

2点目としては、やはり制作側が流通、媒体を選ぶ立場になれるようにするには、やはりプロデューサー人材の育成というのが欠かせないと思います。今日の中にも1つ挙がっていると思うのですが、これからここに向けて、何も日本人に限ることなく、海外で既に動いているコンテンツプロデューサーの方に日本に興味を持ってもらうという事業等があってもいいのではないかなと思います。

以上です。

○中村座長 どうもありがとうございました。

先ほどTPPについて、相澤さんからも少し言及されましたけれども、TPPの基本合意がなされて、著作権制度、保護期間の延長問題とか非親告罪化といった事項を法制度としてどう措置するのかということは今、文化庁のほうで議論していただいています、それに対して非常に関心は強いわけですが、それを受けて、あるいはそれを踏まえて海外展開策はどうしていくのかといったことが、ますます中長期的にも重要になってくると思いま

すので、この検証、評価、そして企画、次をどうするのかということを引き続きこの場でも議論を続けていただければと思います。

ということで、予定の時間が少し過ぎてしまいましたので、今日の会合はこのあたりでお開きにしたいと思います。最後に横尾局長から総括をお願いできればと思います。

○横尾局長 今日、多岐にわたる御意見をいただきまして、ありがとうございます。

今日のコンテンツの海外展開とコンテンツの制作力、教育の問題もそちらと絡むので、大きく2つかもかもしれませんが、今までコンテンツの海外展開に結構フォーカスを当ててきて、一定の成果は上がっているかと思うのですが、先ほどプラットフォームの御説明をしましたけれども、非コンテンツと組むことによって、あと海外からも含めてなのですが、コンテンツの産業にお金が還流するような、先ほど内山先生から投資という話があったのですけれども、そういう仕組みをつくって、持続的にいけるようなことをもう少しエクспローアできたらと思っています。

知財推進計画2015でもそのさわりはあったのですが、日本でできたものを売っていくということではなく、それを超えて、相手国の関係者と一緒に、さらには非コンテンツとも一緒に、それで全体としてもうかるようなところ、その方向をもっと探究していきたいというのが今日の印象でございます。

それから、コンテンツの制作力に関しては、知財推進計画2015では余り触れていなかった部分ですが、今もいろいろな制作をやっているので、今日御紹介をしているいろいろな議論をいただきました。今日の議論もコンテンツの産業構造全体を考えるのとパッケージで制作力の強化も考えていかないといけないだろうなという印象を持ちました。

そういった意味では、海外展開をするにしても、やはり足元、産業として、あるいは人材としてしっかりしていないといけないというところは、今後よりフォーカスをしていくべき分野と思いました。

いずれにしても、前者の問題も後者の問題も制度的にネックになっていることがあれば、これは解決しなければいけないということで、相澤先生から著作権制度が例示的に出ましたが、最後のテーマは、まさにそういうことでありますので、制度的に海外展開なりコンテンツの産業競争力を支えるような制度的基盤をあわせて考えていくということではないかと思った次第でございます。

いずれにしても、今の政府の取組を御紹介していろんな御議論をいただきましたので、中村座長とも相談しながら、今後2016に向けてどういうフォーカスをしていくか、改めて事務局で検討の上、皆さんと御相談をしたいと思います。お待ちしております。

今日は、誠にありがとうございました。

○中村座長 では、次回の予定についてお願いします。

○永山参事官 次回の検証・評価・企画委員会のコンテンツ分野会合についてですが、年内は本日が最後ということになります。年明け1月以降に次回を開催したいと思っておりますが、現時点で開催日は未定でございますので、また調整させていただきまして、決まり

次第御連絡をさせていただきたいと思います。よろしくお願ひいたします。

○中村座長 では、閉会といたします。

皆さん、どうかよいお年を。