

Ⅲ. 2020 年とその先の日本を輝かせるコンテンツ力の強化**1. コンテンツの海外展開促進と産業基盤の強化****（1）現状と課題**

マンガ、アニメ、映画、音楽、ゲーム、放送番組などのコンテンツが、日本の魅力を海外に展開するクールジャパン戦略を牽引していくべきことは、もはや論を俟たない。コンテンツの文化的価値が持つ浸透力は、他産業における財・サービスの輸出促進、インバウンド効果、地域の魅力の発信、「日本ファン」獲得等への波及効果が大きく、2020 年まで及びその先における我が国の成長を見据えたとき、コンテンツの持つ力をいかに最大化していくかが課題となる。

「推進計画 2016」において、そのためには継続的な海外展開が重要である点を確認したが、コンテンツの海外展開に向けた官民における取組は、長年の関係者の努力により、着実な進展を見せている。

政府による取組については、コンテンツの海外展開を後押しする施策が一定の成果を挙げている。映像コンテンツの海外販売における字幕・吹き替えなどローカライズや、国際見本市への出展などのプロモーションを支援する J-LOP 事業により、平成 24 年度以来、約 500 事業者が新規に海外展開に取り組むようになり、支援対象の法人等における海外売上は 2,000 億円近く増加している¹。また、アジアの新興国を中心とする海外の放送局における放送枠の確保と現地ニーズを踏まえた我が国の放送番組の共同製作等への支援を行う放送コンテンツ海外展開事業における官民での取組も着実に成果を上げており、総務省の平成 26 年度補正予算分事業による ASEAN 6 カ国での経済波及効果は投入した事業費約 8.4 億円に対して、約 10.2 倍の 85.7 億円に及ぶと推計されている²。このような官民の取組により、放送コンテンツ関連海外売上高は、2015 年度に 288.5 億円（対前年度比 158.0% [106 億円増]）となり、同年度において政府の成長戦略上目標としていた数値³を 3 年早く達成した。

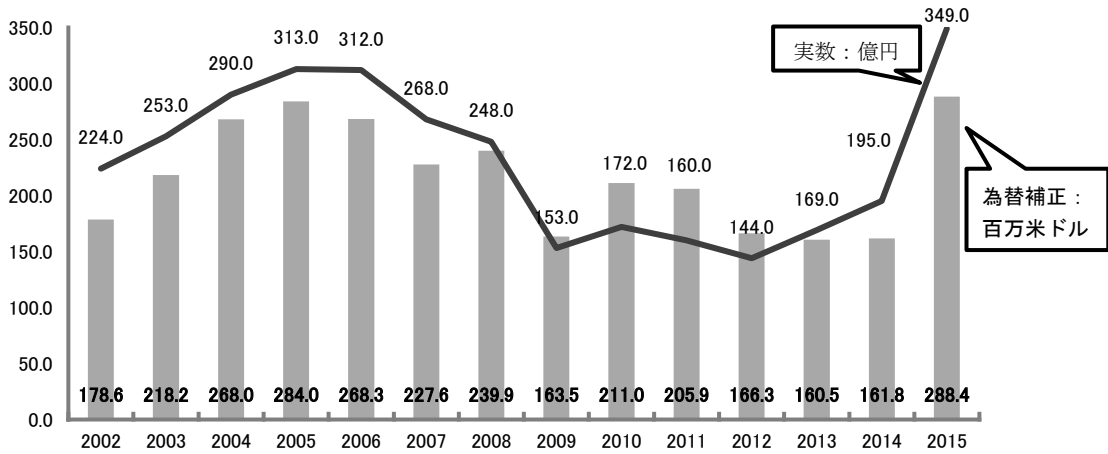
また、コンテンツ業界において海外展開の進展が著しい分野として、アニメ産業が注目される。特に 2015 年から海外売上が大きく伸長を見せており、アニメ作品の舞台となった地域へのインバウンド需要増大などの波及効果も期待されている。

¹ 経済産業省「検証・評価・企画委員会コンテンツ分野会合第 4 回資料」参照。海外売上増加は、本事業利用事業者の海外売上増加額を足し合わせたもの。

² 総務省「検証・評価・企画委員会コンテンツ分野会合第 4 回資料」参照。平成 26 年度補正予算分事業のうち、フィリピン、マレーシア、タイ、インドネシア、ベトナム、ミャンマーを対象とした代表的なプロジェクト 13 件の経済波及効果について推計したもの。経済波及効果とは、事業で制作した番組の視聴者へのアンケート調査結果及び関連統計に基づき推計した「直接効果」と、直接効果を最終需要と捉え、それぞれ内訳の費目の性質に応じて誘発される生産額及び雇用者所得増加に伴う誘発効果を推計した「間接効果」を足し合わせたもの。

³ 「日本再興戦略」では、「2018 年度までに放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在（2010 年度）の約 3 倍に増加させる」との KPI を設定していた。

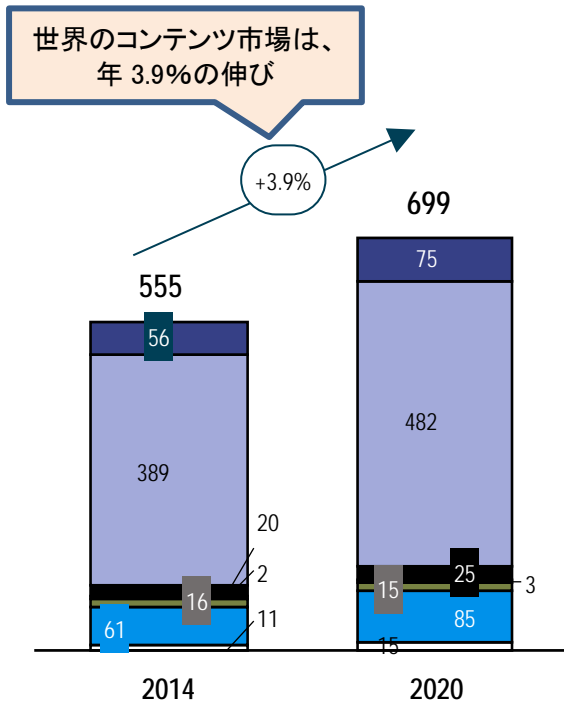
【アニメ産業の海外売上推移】



しかし、世界におけるコンテンツ産業全体を見渡したとき、日本コンテンツのシェアは、クールジャパン戦略のエンジンとしての期待に十分に答える規模には至っておらず、その伸びしろは未だ多く残されている。日本を除く世界のコンテンツ市場規模は2014年において約5,552億米ドルであり、2020年には約6,993億米ドルに達すると見られている⁴。しかし、日本コンテンツの売り上げは約141億米ドルであり、海外市場全体の2.5%を占めるにとどまっている。

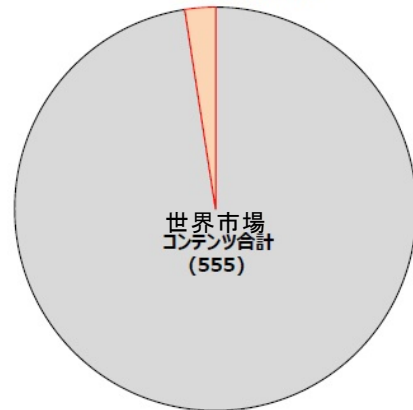
【世界（日本を除く）のコンテンツ市場】

(2014年実績、2020年予測、10億米ドル)



【世界のコンテンツ市場における日本由来コンテンツの売上シェア】

(単位：10億米ドル) 日本由来コンテンツ 2.5%(14.1)



・日本由来コンテンツの売上シェア状況は各分野ごとに異なり、マンガ(26.9%)、ゲーム(15.2%)、キャラクター(8.5%)、アニメ(4.1%)の順に大きい。

⁴経済産業省「コンテンツ産業の現状と今後の発展の方向性」(2016年12月、http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/)より、ローランドベルガー2015年調査。

海外において日本コンテンツのプレゼンスを更に高め、海外展開を次なるステージに押し上げるためには、以下のような理由から、より多様なコンテンツが、多様なルートを通じて海外に届くようにすることが必要であると考えられる。

海外市場は日本とは文化的背景を異にしており、人々の嗜好も国内とは異なる。そして、日本で生み出されているコンテンツの多くは国内ファン向けに最適化されており、コンテンツクリエイター達は、日本人の感性と文化的文脈による厳しい選別にさらされながら、表現を発達させてきた。それゆえ、国内のヒット作を海外市場に持ち込んでも、常に成功するとは限らない。

また、制作段階から海外市場を意識する取組も大いになされるべきであるが、海外と日本の嗜好の差異は機微なものであり、先験的に十分に把握するのは容易ではないことも指摘されている。よって、海外向けコンテンツ制作においても、多くの試行錯誤が必要となる。

他方で、国内において知名度を持たなかった思いもよらない作品が、想像外のきっかけにより、ネットメディアを通じて突如として世界的大ヒットとなる可能性も拓かれた。

これらの状況から、コンテンツの多様性と新規性をもって、海外展開を更に深化させることが必要であると考えられる。

そうした取組と並行して、国内有力コンテンツの海外展開を促進することも、引き続き重要である。

また、2015年12月に内閣府に設置された「クールジャパン官民連携プラットフォーム」によるコンテンツと異業種とのビジネスマッチングの取組を進めるとともに、同じく内閣府に昨年5月に設置された「クールジャパン拠点構築検討会」の検討を踏まえ、国内外のクールジャパン拠点の構築・ネットワーク化等により魅力あるコンテンツの持つ他の業種や地域発信への波及効果を最大化するエコシステムづくりや、その横展開を後押しする取組を推進していく必要がある。

このような取り組みを進めていくためにも、中小事業者や独立クリエイターの創作力を最大限に活かすことがポイントになると考えられる。

あわせて、クリエイターの海外人材との交流や共同制作が活発に行われることや、現地制作会社の力を活用するなど、グローバルにファンを獲得する努力も並行して行われるべきである。

また、それと同時に、海外で一定の支持を集めたコンテンツの力を最大限に発揮するため、異業種との協働や、プロモート手法の確立、契約・交渉のノウハウ蓄積など、クリエイティブ面だけでなくビジネス面での海外展開能力の強化を図ることも、引き続き重要である。

上記のような取組は、数多くの試行錯誤を積み重ねた上でなくては成功には至り得ず、一朝一夕には成果を得られない。それゆえ、官民における海外展開拡大の努力は、

リスクの許容と長期的展望の下に今後も粘り強く継続されるべきである。

同時に、これまで得られた成果と明らかになった課題については十分な検証が必要であり、その上で、必要に応じ、政府において支援の在り方についての見直しを行うとともに、業界においては組織間の連携や統合、業界慣行の見直し等を行い、我が国全体としての取組を発展・継続しなくてはならない。

なお、総務省は、前述の通り、放送コンテンツの海外展開に関する政府の成長戦略の目標を達成していることを踏まえ、2020年度を目標年限として、放送コンテンツ関連海外売上高の目標額を500億円に引き上げるとの新たな目標を本年4月に設定している。こうした目標値の達成に向けて、官民での更なる努力が期待される。

優れた才能を見出し、その活躍を後押しして育成に努めることは、海外展開のみならずコンテンツ産業の基盤強化という点においても、きわめて重要である。しかしながら同時に、天才クリエイターを計画的に生み出すことは不可能であり、才能を発揮できる機会を絶えず用意し続けるほかない。したがって、クリエイター人材発掘・育成の官民における取組は、絶えることなく継続されなければならない。すなわち、短期的な成果を徒に問うことなく、未来のコンテンツ産業の発展、我が国の文化芸術力の強化という長期的な展望に立った取組を、粘り強く続ける必要がある。

自らの能力を示すことができれば創作を続けられる、そのような展望があつてこそ、若者たちは創作者の道を志すことができる。優秀な人材が継続して活躍できる環境を作り、創作者に貢献に応じた利益還元がなされるよう、官民において改善に努めなくてはならない。

また、コンテンツ産業を担うのは、ひと握りの天才ばかりではない。制作現場をさまざまなスキルによって駆動させるスタッフクリエイター、創作活動を円滑に進めるディレクター、生み出されたコンテンツをビジネスに結びつけるプロデューサーなど、様々な役割を果たす多くの人材によって、コンテンツ産業は支えられている。

これら多様な人材について、それぞれの能力を底上するためには、コンテンツ業界内での育成の取組に加え、教育機関との連携も有効であると考えられる。内閣府に今年3月に設置された「クールジャパン人材育成検討会」の検討を踏まえ、産業界から求められる人材像と教育内容（直接的スキルから基礎教養まで）のニーズを教育機関に伝え、さらに、インターン受け入れや共同研究などの協力を積極的に行うなど、産学連携の取組が模索されるべきである。

他方で、中小コンテンツ制作会社や独立クリエイターにとっては、契約交渉や資金調達など創作活動以外の業務にリソースを割くことは、組織力の観点から困難であることが多い。しかしながら、そうした制作会社やクリエイターの創作力が、適正な商業的成果へと実を結ぶことが、今後の産業発展や海外展開促進にとって不可欠であ

る。したがって、政府や業界団体等によって、彼らに対するビジネスサポートが提供されることが求められる。

さらに、我が国のコンテンツ産業の発展のためには、新しい技術・メディアの活用も必要となる。これまでの歴史においても、コンテンツとメディアは相互作用し合いながら発展してきた。メディアの発展によってコンテンツ表現の可能性が広がること、また、新たなメディア技術の普及のためには、魅力あるキラー・コンテンツの存在が不可欠となる。

近年、拡張現実 (AR) ・仮想現実 (VR) ⁵やドローン撮影、人工知能 (AI) 、コンピュータ・グラフィックス (CG) などコンテンツ表現に根本的な変化をもたらす技術が、グローバルな開発競争・投資競争を伴いながら ⁶、急速な進歩を見せている。その中であって、日本のコンテンツは国内の技術革新と軌を一にして新たな表現を生み出し続け、世界の聴衆を魅了できるようなものになることが期待される。これを現実のものとするため、例えば、コンテンツクリエイターと技術者が協働できるような開発拠点の提供のほか、革新的な表現技法を開発するベンチャーのインキュベーション、先進的な取組に対する顕彰、各種イベント等での発表機会の提供など、官民において様々な工夫をすることが求められる。

現在、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向けて、我が国の文化芸術資源を掘り起こし地域活性化へつなげる「文化プログラム」の全国展開が推進されている。また、オリンピック・イヤーの後を見据え、「beyond2020プログラム」による全国での文化力向上の取組も進められている。コンテンツが持つイマジネーションを喚起する力、発信力は、それら全国的な取組にとって大きな推進力となることが期待されている。あらゆるジャンルの日本発コンテンツが世界でのプレゼンスを飛躍的に拡大させる絶好の機会が目前に迫っており、この機会を最大限生かすことによって、「日本ブランド」をコンテンツが牽引し、発信していくことが必要である。

海外市場への挑戦は、不確実性の高い先行投資、追加コストの上になされるものであり、得られるべき成果が侵害によって損なわれるならば、事業者のモチベーションは大きく損なわれることになる。このため、正規品等の流通促進と両輪を成すものとして、模倣品・海賊版対策が重要となる。

⁵ AR (Augmented reality: 拡張現実) とは、現実空間に重ね合わせて画像等を表現し、目の環境に情報を付加した体験を提供する技術。VR (Virtual reality: 仮想現実) は、仮想空間内で表現。外界からの感覚情報を遮断し、没入感のある体験を提供する。

⁶ 技術開発競争が世界的にきわめて活発となっており、2016年第3四半期までの約1年間に、AR・VR開発に約23億米ドルが投資されている(2015年4月デジ・キャピタル社調査 <http://www.digi-capital.com/news/2015/04/augmentedvirtual-reality-to-hit-150-billion-disrupting-mobile-by-2020/#.V8PVxI90K9x>)。なお、そのうち8億米ドル弱は、ARベンチャーのマジックリープ社(2014年にグーグル社等による5億米ドル超の出資により設立)へのものとされている。

経済協力開発機構（OECD）の調査⁷によると、世界の模倣品・海賊版の流通総額は、2013年は総額約4,600億ドル（約50兆円）で、世界貿易額の約2.5%に相当する。さらに、国際商業会議所（ICC）の調査によると、その規模は今後更に拡大すると予測されている。

【世界における模倣品・海賊版の今後の予測額⁸】

項目	2013年	予測額（2022年）
模倣品・海賊版の国際取引総額	4,610億ドル	9,910億ドル
模倣品・海賊版の国内生産・消費総額	2,490億ドル～4,560億ドル	5,240億ドル～9,590億ドル
映画、音楽及びソフトウェアのデジタル著作権侵害	2,130億ドル	3,840億ドル～8,560億ドル
（内訳）映画	1,600億ドル	2,890億ドル～6,440億ドル
（内訳）音楽	290億ドル	530億ドル～1,170億ドル
（内訳）ソフトウェア	240億ドル	420億ドル～950億ドル
模倣品・海賊版総額	9,230億ドル～1兆1,300億ドル	1兆9,000億ドル～2兆8,100億ドル

このような情勢の中、我が国産業の海外展開、すなわち、海外への正規品の販路拡大や正規コンテンツの同時配信等によるその積極的な展開こそが模倣品・海賊版を駆逐する大きな力となるものであるが、同時に、これをより一層促進するため、第一に、侵害発生国・地域への働き掛けや政府間の連携・協力が重要である。特に、模倣品・海賊版の生産拠点を有し⁹、また、近年模倣品の製造技術向上が著しい中国との関係においては、2016年6月に、日中政府間で第5回目となる日中知的財産権ワーキンググループ会合を開催し、日中における知的財産関連法制の動向や今後の知的財産戦略について確認するとともに、インターネット上の知的財産権侵害対策の強化や日中二国間のみならず第三国市場にも拡大しつつある模倣品被害に対する措置など、日中両国が協力して取り組んでいく対策等について意見交換がなされたところである。また、同年10月～11月には中国政府関係機関に対して官民合同のミッションを派遣し、知的財産権保護のための法制度整備や侵害に対する取締強化等について要請を行った。さらに、模倣品・海賊版の流通拠点となっていることが指摘¹⁰されているフリー・トレード・ゾーン¹¹を有している等、模倣品・海賊版流通の経由地と指摘¹²されている中東諸国においては、2016年9月に日本政府と、域内の一大流入国となっているサウジア

⁷ OECD&EUIPO 「Trade in Counterfeit and Pirated Goods」 (2016年4月)

⁸ ICC (BASCAP) and INTA 「THE ECONOMIC IMPACTS OF COUNTERFEITING AND PIRACY」 (2017年2月)

⁹ 経済産業省（政府模倣品・海賊版対策総合窓口）「模倣品・海賊版対策の相談業務に関する年次報告」(2016年7月) 12頁

¹⁰ 前掲 OECD 調査

¹¹ 自由貿易地域。輸出入を迅速に処理するために、規制が緩やかに運用されている。これを悪用して、模倣品・海賊版の保管、再輸出、さらには、組立や違法ラベルの貼付などの製造行為も行われている。

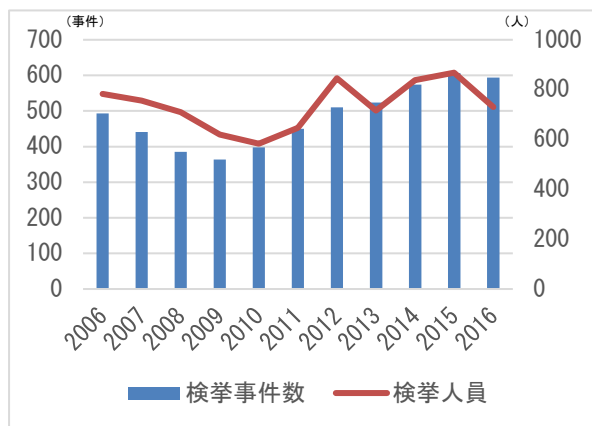
¹² 前掲経済産業省年次報告 14頁

ラビア政府との間で模倣品対策に係る協力覚書が交換され、また、2016年12月に、アラブ首長国連邦（UAE）の反不正商品法¹³が改正され、フリー・トレード・ゾーン内の模倣品の取締り等について明文化される等の進展があったところである。

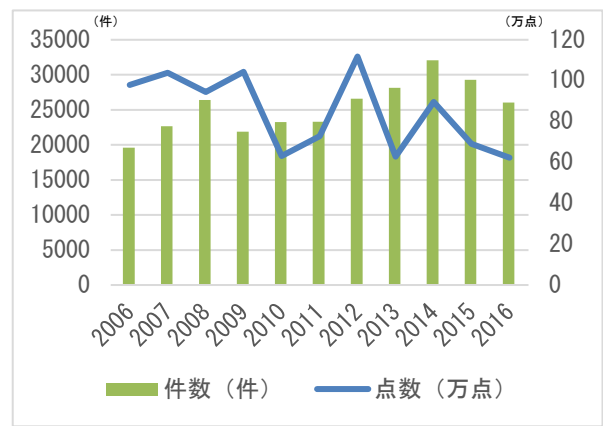
その他の侵害発生国・地域も含め、今後もハイレベルでの政府間協議を継続するとともに、侵害の実態に即した対応を行うために、各省庁・各機関がより一層連携を強化していくことが必要である。

第二に、模倣品・海賊版撲滅のためには、国内及び水際での取締り、そして、国民への啓発活動など、我が国国内での対策も重要である。警察による知的財産権侵害事犯の検挙事件数は近年増加傾向にあり、また、税関における知的財産侵害物品の輸入差止件数は10年連続で2万件（5年連続で2万5千件）を超える状況で推移しているが、後述のとおり、インターネット上の模倣品・海賊版の流通が急増していることに鑑みると、流通・流入を極小化すべく引き続き取締りを強化していかなければならない。そして、政府における模倣品・海賊版撲滅キャンペーン等、各省庁・各機関が行っている国民への啓発活動については、「模倣品・海賊版を買わない」という意識をより一層向上していく必要があるとともに、「インターネット上の海賊版（侵害コンテンツ）にアクセスしない」という点についても、国民の意識を更に醸成していくことが必要である。

【知的財産権侵害事犯の検挙状況の推移¹⁴】



【知的財産侵害物品の輸入差止実績¹⁵】



第三に、近年デジタル・ネットワークの発達により拡大している、インターネット上で流通する模倣品・海賊版への対策が重要である。インターネット上では、違法にブランド商標等を付した製品や違法にコンテンツが複製された記録メディアなどの「有体物」の模倣品・海賊版や、ユーザー投稿ウェブサイト等に違法にアップロードされた映画やマンガなどの「オンライン上」の海賊版（侵害コンテンツ）があるが、

¹³ アラブ首長国連邦（UAE）における、粗悪品、欠陥品、模倣品の輸出入、再輸出、製造、販売、提供、販売を目的とした所有、保管、貸付、宣伝、取引などの不正商品取引を取り締まる法律。

¹⁴ 警察庁「平成28年における生活経済事犯の検挙状況等について」（2017年3月）

¹⁵ 財務省「平成28年の税関における知的財産侵害物品の差止状況」（2017年3月）

前者については、ECサイト（電子商取引サイト）、インターネットオークションサイトでの流通が確認されてきたところ、スマートフォン上でフリーマーケットのようにCtoCで売買ができるモバイルアプリ（いわゆる、「フリマアプリ」）の台頭に伴い、当該アプリを利用した模倣品の流通が急増しており、その対策が急務である。



また、後者については、各権利者（団体）における違法アップロードされたコンテンツのサイト運営者等に対する削除要請、侵害者に対する権利行使といった直接的な対策、或いは、警察による取締りが行われているが、侵害コンテンツは急速かつ世界的に、そして複雑かつ巧妙に拡散することに鑑みると、権利行使などの直接対策に加えて、広告出稿抑止などの侵害ウェブサイトの運営を困難にさせる対策、あるいはリーチサイト¹⁷などネットワーク技術に対応した対策などの周辺対策について、実施に向けた検討を含めた取組の一層の強化が必要である。検証・評価・企画委員会においても、侵害ウェブサイトへの収入源を断つ広告出稿抑止対策が有効であるとの意見や、侵害コンテンツに対する根本的な解決手段として、我が国においてもサイトブロッキング¹⁸を導入すべきとの意見があり、また、2016年12月に検証・評価・企画委員会の下に設置された「映画の振興施策に関する検討会議」の報告書（2017年3月）においても、リーチサイトに対する法制面での対応を含めた制度の整備等について、政府としての対応を更に強化していく必要があると指摘されている。

（２）今後取り組むべき施策

以上の現状と課題を踏まえ、コンテンツの海外展開やコンテンツとそれ以外の分

¹⁶ （一社）ユニオン・デ・ファブリカンからのヒアリングに基づく（同法人が信頼性確認団体として、権利者より発せられた削除依頼の内容を確認した際に把握した数値）。

¹⁷ 侵害コンテンツ本体を検索されにくくする一方で、消費者を侵害コンテンツに誘導するためのリンクを集めて掲載するサイト。

¹⁸ インターネット利用者がインターネット上のサイトやコンテンツにアクセスしようとする際、インターネットサービスプロバイダ（ISP）等が閲覧を強制的に遮断する措置。

野の連携、人材育成や模倣品・海賊版対策を含むコンテンツ分野の産業基盤整備のための方策について、関係府省において以下の取組を推進することとする。

①継続的なコンテンツ海外展開に向けた取組

(海外展開のためのコンテンツの制作・発信・プロモーション)

- ・日本コンテンツの海外展開を促すこれまでの支援施策に加え、質量ともに深化した海外展開を実現するために、企画段階から海外市場を念頭に置いたコンテンツ制作・プロモーションのための環境整備や、コンテンツと観光・ものづくりなどの異分野連携を促進する。(短期・中期)(経済産業省)
- ・クールジャパン機構が出資する映像ローカライゼーション事業等を通じて、ローカライズ、映像編集、販路開拓機能を一括して提供する基盤を整備し、世界各国での日本コンテンツの放送・配信を促進する。(短期・中期)(経済産業省)
- ・中核的な国際的フェスティバルとして東京国際映画祭を支援するとともに、国際映画祭など国際芸術フェスティバルへの支援を通じて、日本の優れたコンテンツの海外発信を促進する。(短期・中期)(文部科学省、外務省)

(放送コンテンツの継続的な発信による浸透)

- ・日本の文化、伝統、技術、産業、地方の魅力等をわかりやすく伝え、我が国の国家戦略であるインバウンドの拡大、クールジャパン、地方創生等に寄与する観点から、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)とも連携しつつ、日本の魅力を伝えるコンテンツの制作や、継続的に発信する取組を支援するほか、こうしたコンテンツの制作技術や発信技術の高度化を支援する。なお、これまで事業を実施してきたASEAN諸国等以外の欧米などの地域においても、どのような展開方策が有効か検討する。(短期・中期)(総務省)
- ・株式会社海外通信・放送・郵便事業支援機構(JICT)を活用し、我が国の事業者による海外での放送事業を支援するとともに、クールジャパン機構を活用し、我が国の生活文化の特色を活かした魅力ある商品又は役務の海外需要開拓を行う事業を支援することを通じて、日本コンテンツの継続的な発信を促進する。
(短期・中期)(総務省、経済産業省)
- ・訪日プロモーション事業において、放送コンテンツの海外展開など日本コンテンツの普及に資する事業を実施する。(短期・中期)(国土交通省)

(市場性が低い国における日本コンテンツの露出)

- ・在外公館や独立行政法人国際交流基金の海外事務所等が現地での文化事業などの機会を活用し、我が国の多様な魅力を発信する日本コンテンツの普及に資する事業を実施する。(短期・中期)(外務省)
- ・日本文化の発信と将来的な商業展開への基盤整備のため、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、外務省と独立行政法人国際交流基金が主体となり、途上国等のテレビ局に対し素材を提供し、テレビ放送を実施する。(短期・中期) (外務省)

(権利処理の円滑化)

- ・権利処理手続を円滑化し、コンテンツの活用を促進するため、コンテンツ等の権利情報を集約化したデータベースの利用促進を官民が連携して分野ごとに進める。あわせて、2017年度に既存の権利情報を統合し新たなデータベースを構築するための実証事業を実施するとともに、当該データベースを活用した権利処理プラットフォームの構築に係る検討を実施する。(短期・中期) (文部科学省、経済産業省)【再掲】

(海外展開に関するコンサルティング機能強化及び商談機会の提供)

- ・独立行政法人日本貿易振興機構 (JETRO)、在外公館など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情報提供など、引き続き相談対応を実施する。また、JETRO等が中心となって、海外展開を目指す中小企業等に対し、海外見本市出展及び海外バイヤー招へいによる商談機会の提供を引き続き支援する。

(短期・中期) (外務省、経済産業省)

- ・J-LOP事業などこれまでの海外展開事業等を通じて蓄積された知見を踏まえ、海外展開を考えている企業等への助言・情報提供を通じ、海外展開を促進する。

(短期・中期) (経済産業省)

(海外市場情報の共有)

- ・海外市場のニーズに合致したコンテンツ海外展開を更に促進するため、政府支援を受けて実施する事業の展開国については、現地市場について情報収集・分析を行うとともに、情報提供者が了承する範囲においてこれらの情報を公開する。

(短期・中期) (総務省、経済産業省、外務省)

- ・コンテンツ海外展開による経済効果を捕捉するため、民間とも連携しつつ、把握の方法について検討する。(短期・中期) (総務省、経済産業省、関係府省)

(戦略的な日本文化の発信)

- ・芸術家・文化人等を「文化交流使」に指名し、海外に一定期間滞在して我が国の文化に関する講演や実演等を行う活動や、海外の芸術家等が国内に滞在して制作活動や地域と交流する取組 (アーティスト・イン・レジデンス)、諸外国で発信力の高い外国人を招へいし日本文化を自国民対象に発信してもらう等、国際文化交流事業を強化し、我が国の魅力ある文化芸術の海外への発信と、特に中国、韓国といった東アジア諸国を中心としつつ様々な国の文化関係者による国境を越えた交流・協働を戦略的に推進する。(短期・中期) (文部科学省)
- ・日本から世界に広がるマンガ文化を通じて国際交流と相互理解の輪を広げるために、

海外でマンガ文化の普及に貢献する漫画作家に「日本国際漫画賞」を授与し顕彰を行う。あわせて、受賞者を日本に招き、日本の漫画家との意見交換や出版社等への訪問、地方視察等を行う。(短期・中期) (外務省)

②コンテンツと非コンテンツの連携強化

(異分野と連携しての海外展開強化)

- ・コンテンツが異分野事業と一体となって海外展開することにより、海外における日本ファン、訪日観光旅客の増加など、期待される様々な分野への波及効果を最大限発揮させるため、「クールジャパン官民連携プラットフォーム」におけるマッチングフォーラムやセミナーの開催等を通じて、官民や異業種間の連携を促進する。(短期・中期) (内閣府、総務省、外務省、財務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省、関係府省)
- ・同プラットフォームの下、アニメなどのポップカルチャーから文化芸術、食文化等までの幅広い我が国の魅力を効果的に発信するとともに、文化産業を含めた新たなクールジャパン関連産業を創出する観点から、各地においてクールジャパン拠点の構築を目指す民間の取組を後押しするとともに、こうした拠点間のネットワーク化に取り組む。(短期・中期) (内閣府、総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、関係府省)

③クリエイターの創造環境整備 (コンテンツ創出とビジネス展開を担う人材の育成とそのための製作機会の提供、適正な利益還元促進等)

(コンテンツ産業の基盤人材の育成)

- ・コンテンツを含むクールジャパン産業に求められる人材像を明確化した上で、プロデューサー、クリエイター、高度経営人材などクールジャパン関連産業に求められる人材を育成するためのプログラム策定支援や産業ニーズを踏まえた実践的な高等教育の仕組み作り、地域の魅力や新たなブランドをプロデュースし海外に展開できる人材の育成や効果的活用、外国人材の活用・集積に向けた検討の具体化等、クールジャパン人材の育成・集積を戦略的に推進するための環境整備に取り組む。(短期・中期) (内閣府、総務省、外務省、財務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、関係府省)
- ・専修学校がコンテンツ産業界等と連携して、社会人等が学びやすい教育プログラムの開発・実証を行うなど、企業・業界団体等のニーズに対応した人材育成を推進する。
(短期) (文部科学省)
- ・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。(短期・中期) (文部科学省)
- ・若手クリエイターの創作活動を支援することにより、次世代のメディア芸術分野を

担うクリエイターの水準向上を図るとともに育成環境を整備する。また、海外の優れたクリエイターを招へいし、メディア芸術分野における国際交流を推進するとともに、交流機会を通じた国内クリエイターの育成を促し、もって我が国のメディア芸術水準の向上と発展に資する。(短期・中期)(文部科学省)

- ・クールジャパン機構が出資する事業等を通じて、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。(短期・中期)(経済産業省)
- ・留学生を含む海外の日本コンテンツファン等と協同したマーケティングやプロモーションの方策について検討する。(短期・中期)(経済産業省)
- ・国際共同製作の促進等の観点から、海外の放送局等を対象に放送番組制作能力や発信技術の向上のための研修を実施する。(短期・中期)(総務省)
- ・セミナー等の開催や海外スタジオでのインターンシップ等の機会を提供することにより、共同製作等の担い手として国際的に通用するプロデューサー人材の育成を支援する。(短期・中期)(経済産業省)
- ・クリエイターによる学校訪問、巡回公演やワークショップ、体験教室の開催を通じて、子供の頃からメディア芸術を含む様々な文化芸術を体験することにより、子供たちの発想力やコミュニケーション能力を養い、将来のクリエイターの育成を図る。(短期)(文部科学省)

(若手クリエイターの育成・発表機会の提供)

- ・アニメーション分野における若手クリエイター育成のため、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、OJTによる育成を支援するとともに、制作作品による上映会などの発表機会の提供を引き続き実施する。(短期・中期)(文部科学省)
- ・アニメーション、マンガ、ゲームなどのメディア芸術分野のクリエイターの育成のため、「メディア芸術祭」等での優れた作品の顕彰、海外メディア芸術祭でのメディア芸術祭受賞作品等の展示支援等を行う。(短期・中期)(文部科学省)

(製作機会を創出するための資金調達支援)

- ・官民ファンドの活用等により、特に資金需要の強い企画開発や製作段階においてリスクマネーを供給する方策を検討。(短期・中期)(経済産業省)
- ・我が国コンテンツの海外展開を促進するための多様な資金調達につき、法制・会計等の観点からの専門家による支援の在り方を検討する。(短期・中期)(経済産業省)

(コンテンツ制作現場の環境の改善・取引の適正化)

- ・コンテンツ制作現場に適正にビジネス活動の利益が還元される環境を整備し、取引の適正化を図るため、独占禁止法及び下請代金支払遅延等防止法を厳正に運用するとともに、クリエイター等の就労環境の改善・向上の重要性にも鑑み、取引適正化に関するガイドラインの普及・啓発を進める。

(短期・中期)(公正取引委員会、総務省、経済産業省)

- ・業界団体と連携しつつ、下請ガイドラインの普及啓発のためのセミナーを行う等により取引適正化に努める。(短期・中期)(経済産業省)

(インターネットを活用した放送コンテンツの提供の検討)

- ・コンテンツ視聴環境の多様化やビジネスモデルの変化に対応するため、インターネットを活用した放送コンテンツの提供サービスを実施する上での課題について、関係者の議論の動向や意見等を把握し、必要に応じて適切な対応を検討する。(短期・中期)(総務省、文部科学省)

(制度的な課題等についての検討)

- ・コンテンツ産業の基盤の強化を図るため、資金調達に係る課題、製作委員会方式に係る課題及びその他課題について検討し、海外における公的助成の状況も踏まえ、必要な措置を講ずる。(短期・中期)(金融庁、経済産業省、関係府省)

④新技術によるコンテンツ表現開発の促進

(先進的なコンテンツ技術の活用・普及支援)

- ・AR・VR やドローン、AI などの先進的なコンテンツ技術を活用した地域活性化に資するコンテンツ制作を支援するとともに、先進的なコンテンツ制作・表現技術に係る最適な活用手法を取りまとめ、普及を行う。(短期・中期)(経済産業省)

⑤模倣品・海賊版対策

(正規品・正規版コンテンツの流通拡大と一体となった模倣品・海賊版対策)

- ・海外における正規品、正規版コンテンツの流通拡大のための取組を促進するとともに、各省庁・各機関がより一層の連携体制を構築したうえで、政府間協議や、官民一体となった相手国政府への働き掛け等を実施し、侵害発生国・地域での模倣品・海賊版対策を強化する。(短期・中期)(経済産業省、文部科学省、総務省、財務省、外務省、農林水産省)
- ・侵害発生国・地域政府との関係を強化し、海外での取締などの権利執行の支援を促進するため、取締機関職員等を対象にした真贋判定セミナーなど各種セミナーや研修等を通じて人材育成を行うとともに、日本招へい等において関係機関との意見交換を行う。(短期・中期)(財務省、経済産業省、文部科学省、法務省)
- ・海賊版対策を含め著作権制度の環境整備を進めるため、世界知的所有権機関(WIPO)及び二国間協力の枠組みを活用し、著作権集中管理制度整備のための研修やセミナーの実施、著作権セミナーなどの普及・啓発活動を推進する。

(短期・中期)(文部科学省)

- ・ASEAN域内における、我が国コンテンツの著作権侵害発生国等に対して、著作権集中管理団体の育成、海賊版対策の強化など、著作権の適切な利用と正規品流通のた

めの環境整備支援を強化する。(短期・中期)(文部科学省)

- ・海外における我が国企業の模倣品・海賊版対策を支援し、効果的な知的財産権保護を促進するため、現地における知的財産権制度、被害実態等に関する調査を実施する。
(短期・中期)(経済産業省、文部科学省、外務省)

(国内における侵害対策と啓発活動の着実な実施)

- ・関係機関、権利者との連携強化により、模倣品・海賊版の違法な国内流通に対する国内取締りや、小口化・分散化が進む知財侵害物品の水際取締りを一層強化する。
(短期・中期)(財務省、警察庁)
- ・模倣品・海賊版を購入しないことはもとより、容認しないという国民の意識の更なる向上のため、各省庁、関係機関が一体となった啓発活動を推進する。(短期・中期)(財務省、警察庁、経済産業省、文部科学省、農林水産省、消費者庁)

(インターネット上で流通する模倣品・海賊版対策)

- ・インターネット上の海賊版対策については、オンライン広告対策の民間における検討体制の運用について支援するとともに、リーチサイト対策、サイトブロッキングに係る課題の検討など、全体的な取組について関係府省が連携しつつ、引き続き検討を行う。(短期・中期)(内閣府、関係府省)
- ・リーチサイトを通じた侵害コンテンツへの誘導行為への対応に関して、権利保護と表現の自由のバランスに留意しつつ、関係者の意見を十分に踏まえ、法制面での対応を含め、具体的な課題の検討を加速化させる。(短期・中期)(文部科学省)
- ・オンライン広告対策については、民間の検討体制の運用に対する支援など、具体的な対応を進める。(短期・中期)(経済産業省)
- ・フリマアプリなどのプラットフォーマー、インターネットサービスプロバイダ(ISP)や各権利者等との連携を深めるとともに、民間の取組を支援することにより、インターネット上で流通する模倣品・海賊版対策の実効性を高める。
(短期・中期)(経済産業省、総務省)