

検証・評価・企画委員会
本会合における主な論点

2017年12月

内閣府知的財産戦略推進事務局

第1回会合での主な意見（コンテンツ分野会合関係）

・海外展開の成果が着実に現れている。目標の達成に向けて、現在がどんな状況なのかという情報を一元化し、成果がフィードバックされるべきだと思う。

・AIとの連携によって大きな成果が現れてくると思う。AI、ブロックチェーン等のテクノロジーによる社会の変化は予測できないこともあるため、民間の知識を活用し、国の施策に柔軟性をもたせる必要がある。

・映画、テレビのようなレガシーの世界とVR、ARのようなフレームのない映像の世界の2つのベクトルの議論がある。両立した姿勢を維持して欲しい。

・スマホが10年後も主力なデバイスであり続けるとは考えにくい。「スマホの次」を探すようなアクションが欲しい。

・デジタルアーカイブはAIの原動力になるべきだと思うので、迅速に進めてほしい。いかに使ってもらえるかという観点からもアーカイブを構築してほしい。

・大学等で知財教育がほとんど行われていないことに危機感を覚えている。地方局の現場にも知財に詳しい人がいない。知財教育が必要だと思う。

本会合での主な論点

<議論の前提>

- 2003年の知的財産戦略本部発足以降、コンテンツの輸出額は2倍以上に増加。他方、政府の各種施策（J-LOP事業、放送コンテンツ海外展開事業等）が制度開始から約5年の節目を迎える。
- クリエイター等コンテンツ産業の基盤人材育成の取組も一定の成果を上げている。
- 更なる海外展開の拡大に向けて、官民双方、今後どのような取組の深化が求められるか。特に今回は、今後、市場の伸びしろが大きいと思われるASEAN諸国に焦点を絞り、これまでの取組の評価と、今後の展開の方向性を議論する。

<論点>

① 海外展開を更に拡大するために（産業界として）今後何をすべきか。

○ASEAN諸国におけるコンテンツを取り巻く環境は大きく変容。

- デジタル配信によるコンテンツ消費の浸透
- 粗悪な海賊版より正規版を求める意識の変化
- Zepp、アニメイト等のリアルな発信拠点の誕生 等

○以上のような変化を踏まえ、更なる市場獲得のため産業界として如何なる取組を行うべきか。

② ①の産業界の取組を後押しするため政府の施策に求められる事は何か。

○①の産業界としての取組を後押しするため、必要となる政府の支援策とは何か。

○日本のコンテンツが世界で強い存在感を保ち続けられるため、必要な基盤整備とは何か。

（優秀な人材を育てていくための施策、クリエイターへの利益還元など）

→ これまでの施策に加えて、新たな角度・視点での支援が必要とされるか。

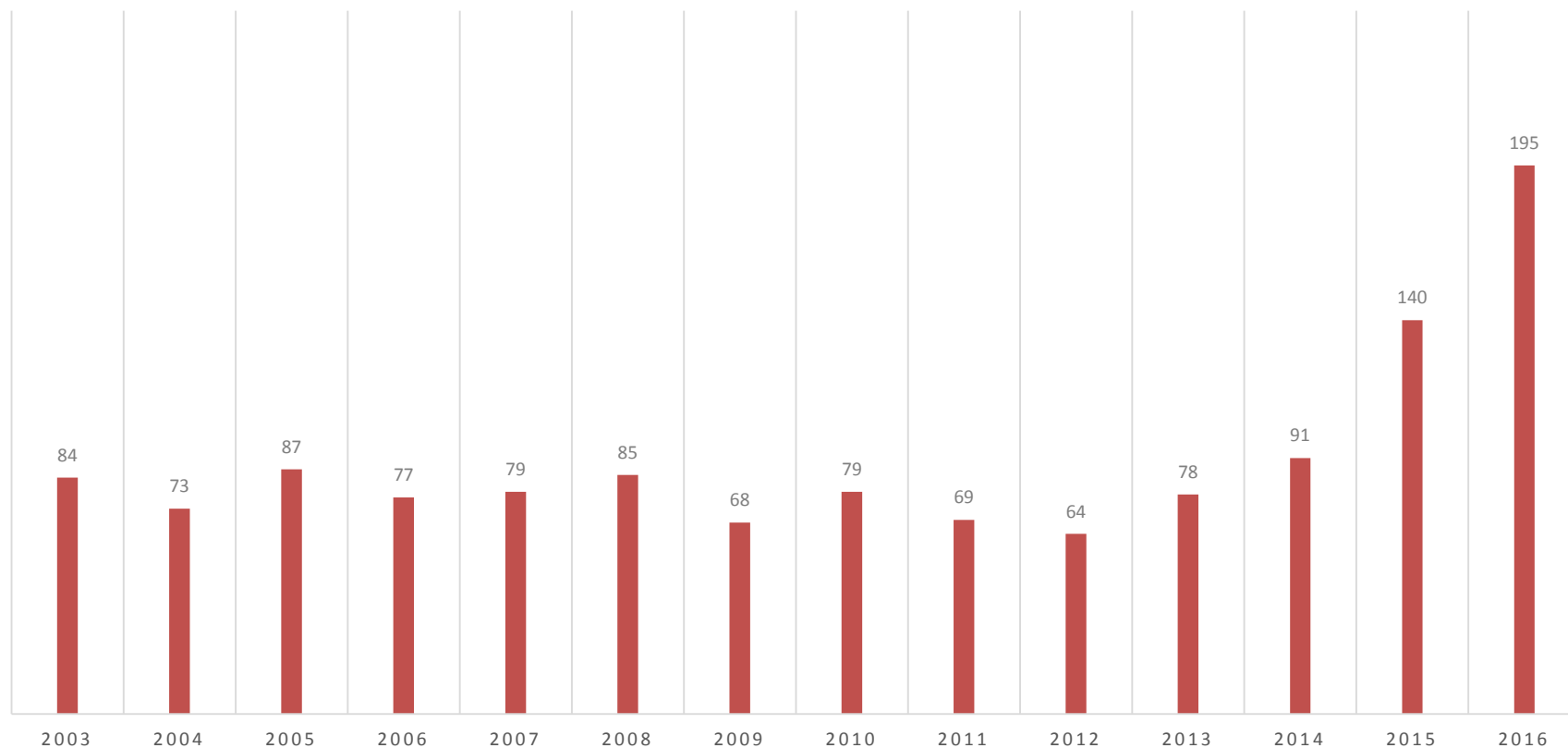
日本コンテンツの海外展開に関する基礎資料

1. 映画

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
輸出額	84	73	87	77	79	85	68	79	69	64	78	91	140	195

(億円)

■ 輸出額



(※) 輸出額は、連盟加盟者とそのグループ会社が、日本映画関連の権利（映画・テレビ映画の海外配給権、海外上映権、リメイク権、海外放送権、海外二次利用権、映画・テレビキャラクター商品化権）を利用して得た収入をさす。

(※) 輸出額は、1ドル=120円とする。

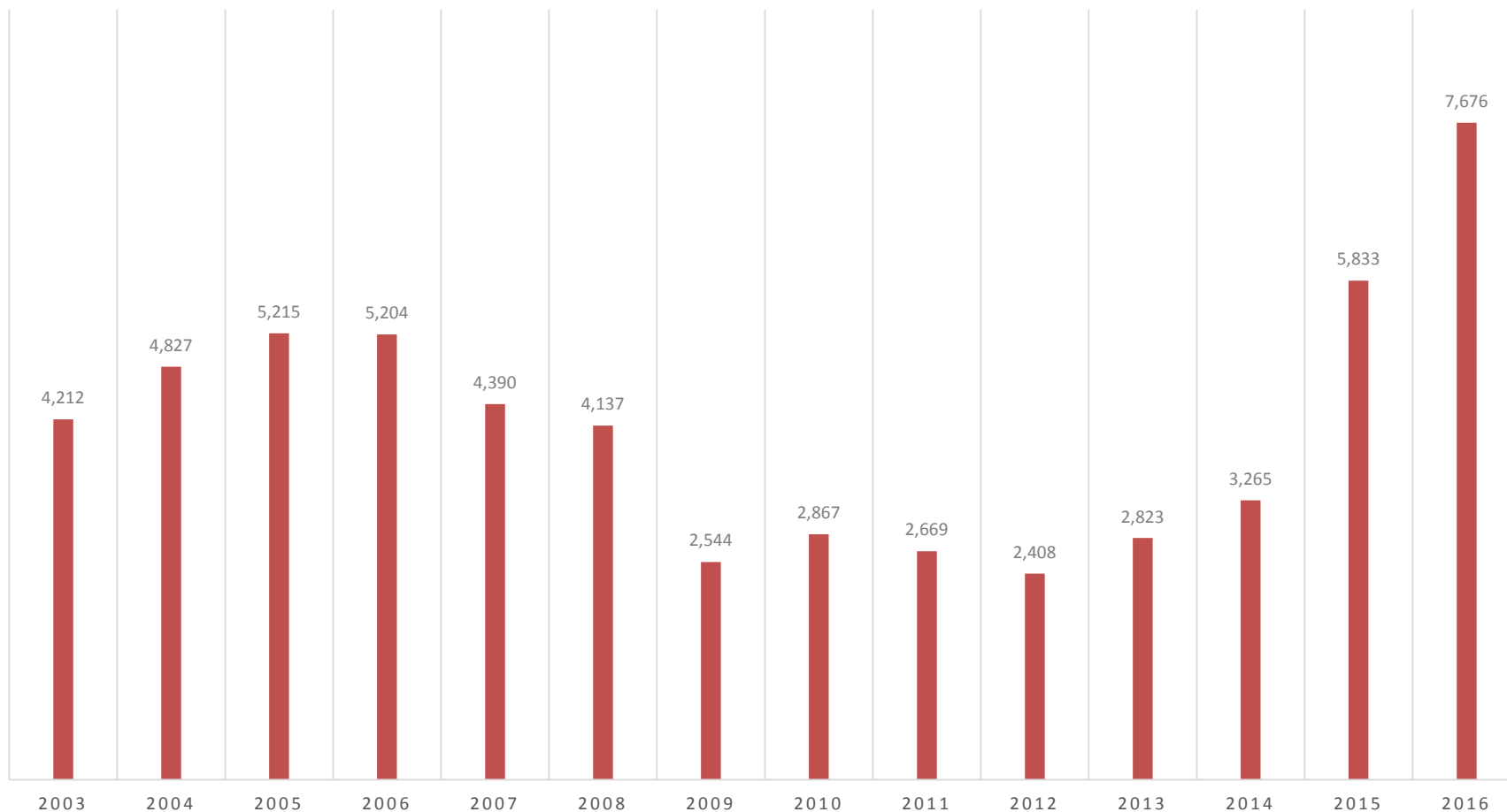
出典：（一財）デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書2017」（2017年9月）

2. アニメ

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
海外売上	4,212	4,827	5,215	5,204	4,390	4,137	2,544	2,867	2,669	2,408	2,823	3,265	5,833	7,676

(億円)

■ 海外売上



(※) ユーザー市場売上 (広義のアニメ市場) に基づく。

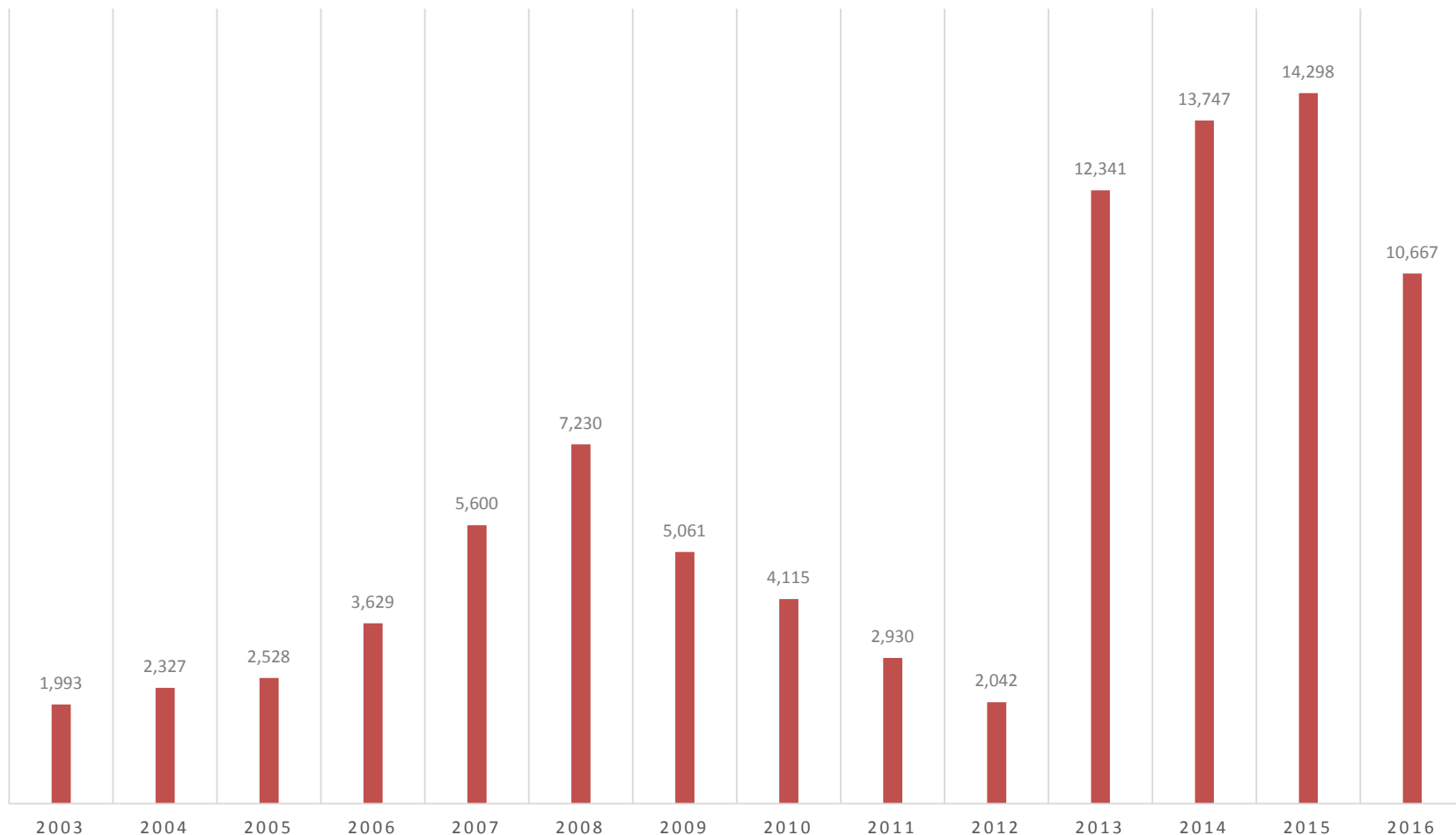
出典：(一社)日本動画協会「アニメ産業レポート2017」(2017年10月)

3. ゲームソフト

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
海外出荷額	1,993	2,327	2,528	3,629	5,600	7,230	5,061	4,115	2,930	2,042	12,341	13,747	14,298	10,667

(億円)

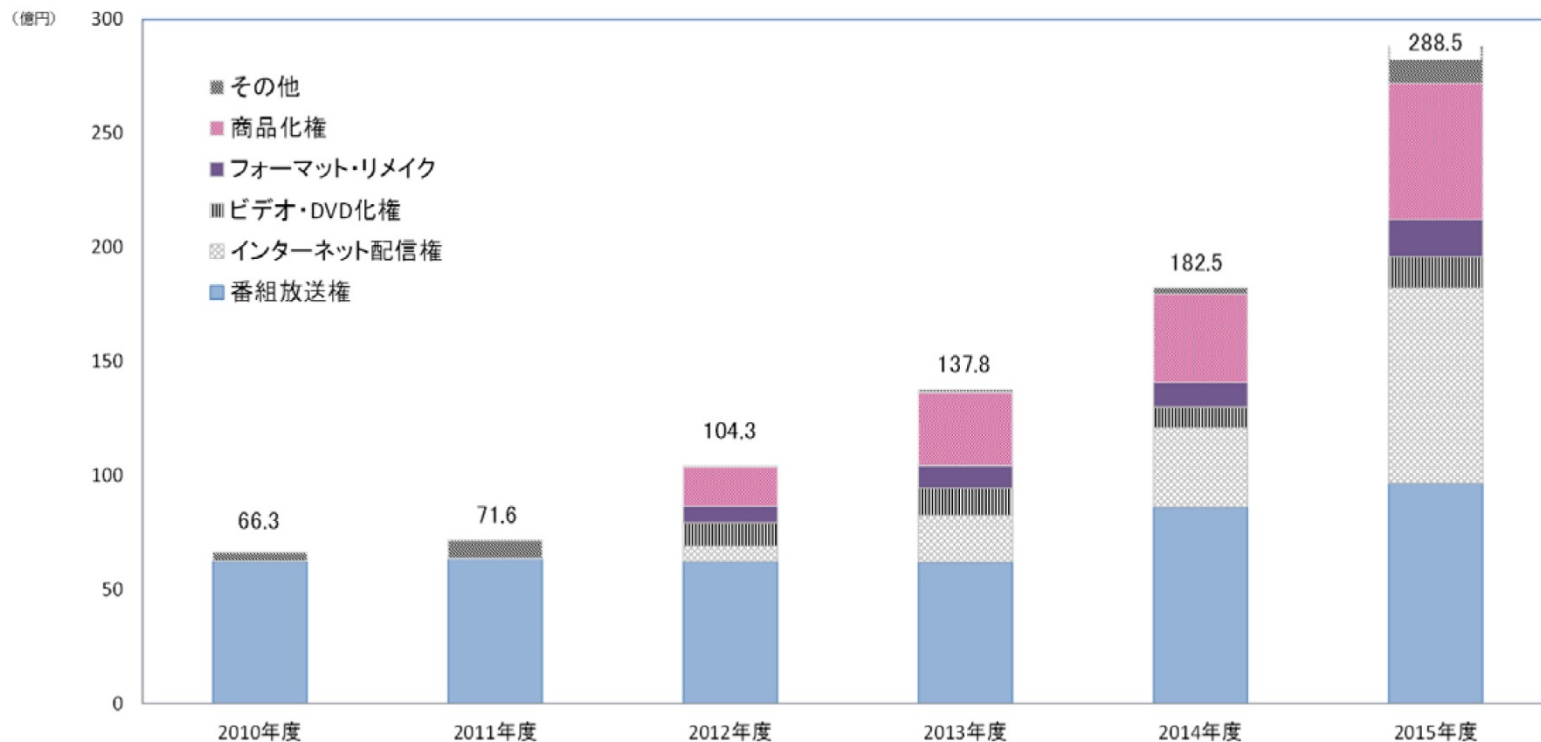
■ 海外出荷額



(※) 2013年以降の値は、調査方法が変更されたため、2012年以前の値と単純な比較はできない。

出典：(一財) デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書2017」(2017年9月)

4. 放送



番組放送権	62.5	63.6	62.2	62.1	86.2	96.6
インターネット配信権	—	—	6.9	20.4	34.7	85.7
ビデオ・DVD化権	—	—	10.1	11.9	9.1	13.7
フォーマット・リメイク	—	—	7.3	10.0	10.7	16.3
商品化権	—	—	17.3	32.1	38.9	59.5
その他	3.8	8.0	0.4	1.2	2.8	16.6
合計	66.3	71.6	104.3	137.8	182.5	288.5

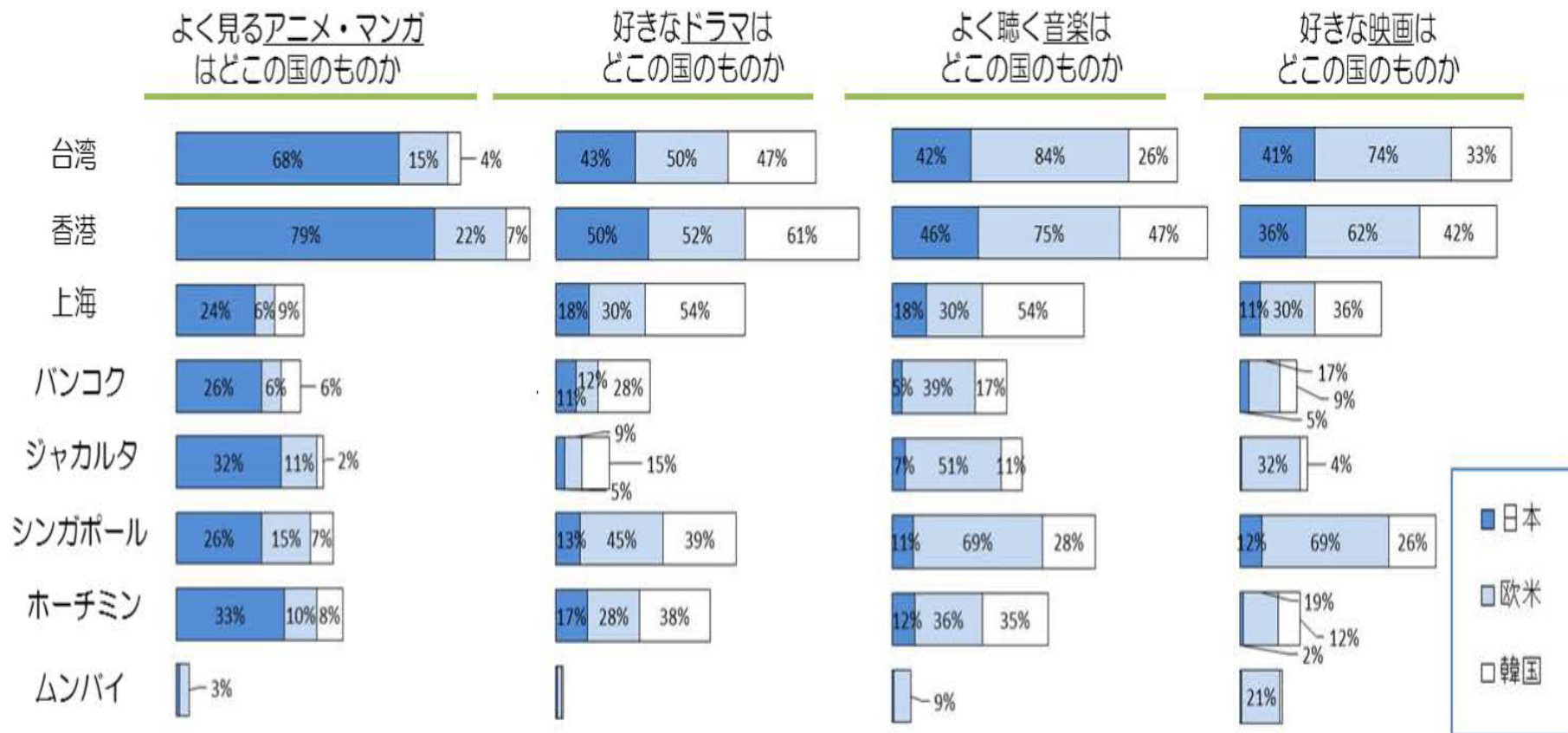
注1：放送コンテンツ海外輸出額：番組放送権、インターネット配信権、ビデオ・DVD化権、フォーマット・リメイク、商品化権等の輸出額

注2：2010年度及び2011年度については番組放送権以外の輸出額について再調査を実施（構成内容については不明のため、「その他」に分類）

注3：NHK、民放キー局、民放在阪準キー局、ローカル局、衛星放送事業者、プロダクション等へのアンケートにより算出

5. アジアの主要都市における日本コンテンツの視聴実態

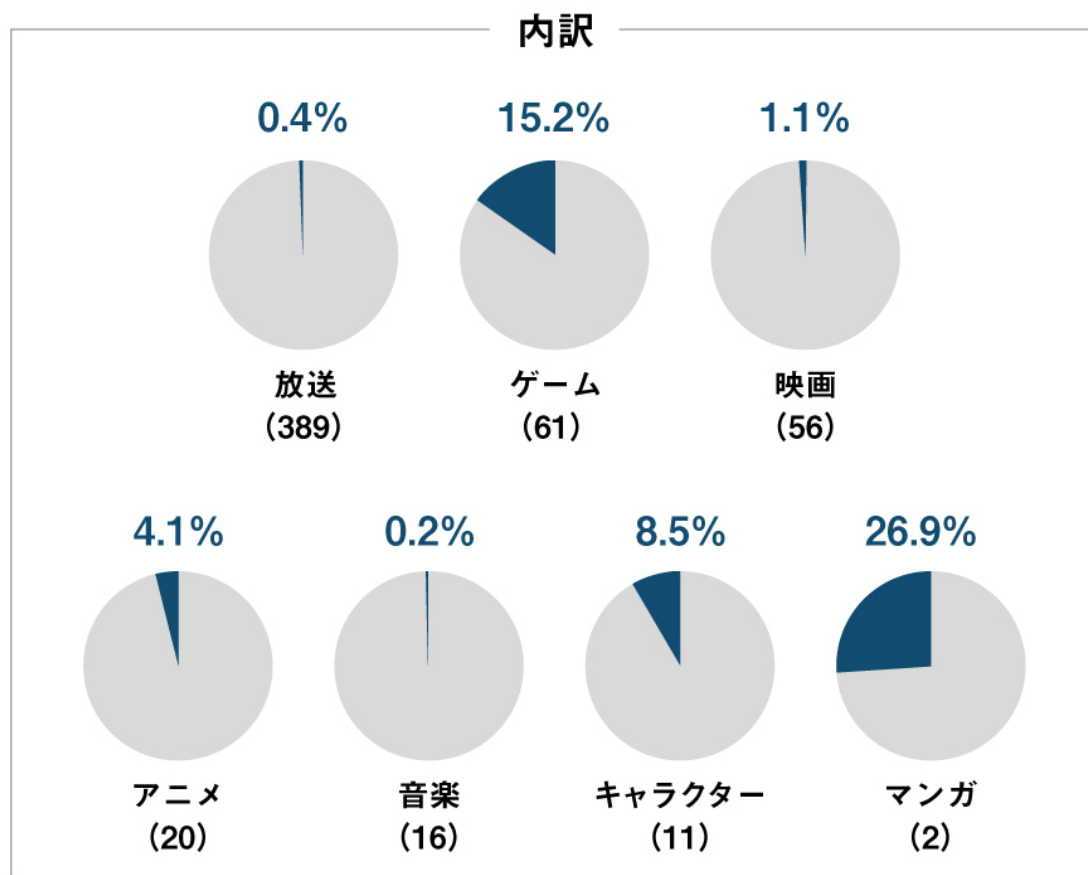
【2014年調査】



出典：博報堂Global HABIT調査（2015年2月（サンプル調査：15～54歳の男女が回答））（複数回答）

6. コンテンツの世界市場規模と日本コンテンツのシェア

・日本由来コンテンツの売上は約141億ドルと海外市場規模全体の2.5%

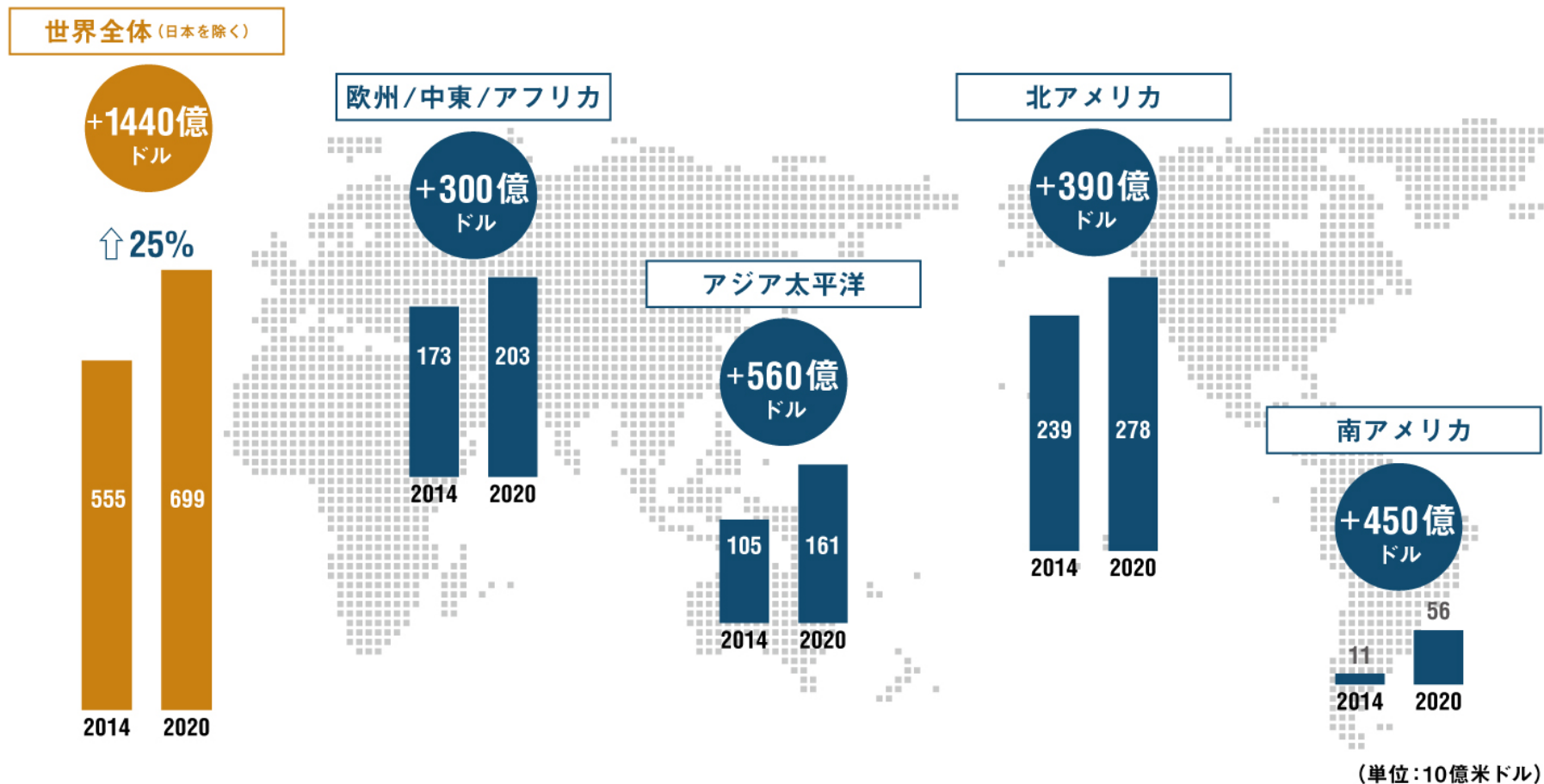


(単位:10億米ドル)

出典: 経済産業省「コンテンツ産業政策について」(2017年)
※数値については、ローランド・ベルガー調査(2015)による

7. コンテンツの世界市場規模の成長予測

- ・アジア太平洋地域を中心に市場が拡大し、2020年には6993億ドルとなる見込み。



出典：経済産業省「コンテンツ産業政策について」（2017年）
※数値については、ローランド・ベルガー調査（2015）による