

知的財産戦略本部
第5回 検証・評価・企画委員会

各施策の進捗状況

平成25年12月12日
内閣官房 知的財産戦略推進事務局

第5回会合(12月12日14:00~16:00)

4. クールジャパンの展開

- ① コフェスタ等イベントの開催状況、各省間連携の促進
- ② 日本食文化の発信
- ③ 来日観光客動向、インバウンド施策の進捗
- ④ (株)海外需要開拓促進機構(クールジャパン機構)の設立と運営

5. コンテンツの海外展開促進

- ① 放送コンテンツの権利処理の迅速化(特に実演家の権利・レコード原盤権)に向けた取組状況
- ② 海外展開におけるコンテンツと他の商品(ハード製品、日本食等)の連携
- ③ コンテンツのローカライズ、プロモーション、国際共同製作支援の状況

6. 模倣品・海賊版対策の強化

- ① アセアン諸国、中東、中南米等の新興国での政府機関等への取締要請
- ② 映画・音楽・アニメ・漫画・ソフトウェア等のオンライン侵害対策の強化
- ③ 水際や国内での取締りの現状、業界間での連携促進

4. クールジャパンの展開(1)

検証事項: イベントの開催状況、日本の食文化、ファッション等の海外発信

○クールジャパン推進会議アクションプラン(本年5月決定)

- ① 日本の食文化の発信イベントを海外で順次実施。相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。【外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、内閣官房(国際広報室)】
- ⑤ 外国の要人・著名へ働きかけや、内外でのイベント、在外公館活動等を通じて、広く外国において日本産酒類の魅力を発信し、輸出環境の整備を図る。【内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、財務省(国税庁)、外務省、経済産業省、観光庁】
- ⑫ 在外公館等を積極的に活用し、海外における日本の文化・価値に対する理解や好感度を高め、外国人の手によるクールジャパンの再発信へと繋げる。【外務省、関係各府省】
- ⑯ 正統な日本料理をやることのできる料理人や日本料理に造詣の深い学識経験者(日本人、外国人)などを食の伝道師として育成し、日本食・食文化の普及・啓発を行わせる。【農林水産省】
- ⑰ クールジャパン発信イベントの機会を捉えて、茶道の披露場を設けること等により、伝統文化から芸術まで総合的に日本文化・産品を集めて発信又はその支援をする。【文部科学省、外務省、経済産業省、農林水産省】

日本文化発信に関する主なイベント

コ・フェスタ(JAPAN国際コンテンツフェスティバル)(本年10月)

日本が誇るゲーム、アニメ、マンガ、キャラクター、放送、音楽、映画といったコンテンツ産業に関わるイベントが連携し、世界に向けてジャパンコンテンツを発信。主なイベント: 東京国際映画祭、東京ゲームショウ、CEATEC JAPAN、国際ドラマフェスティバル in TOKYO、JapanContentShowcase2013 等。

メディア芸術祭(来年2月)

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部門において優れた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メディア芸術の総合フェスティバル。受賞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・上映する事業を実施。

JAPAN EXPO(本年7月)

マンガ・アニメ・ゲーム・音楽等の日本のポップカルチャーから、武道や茶道等の伝統文化まで幅広く取り扱う、パリで開催される世界最大規模の総合的日本文化紹介イベント。

Tokyo Crazy Kawaii Paris(本年9月)

パリにおいて日本のポップカルチャーを発信。福田クールジャパン担当大臣も参加。

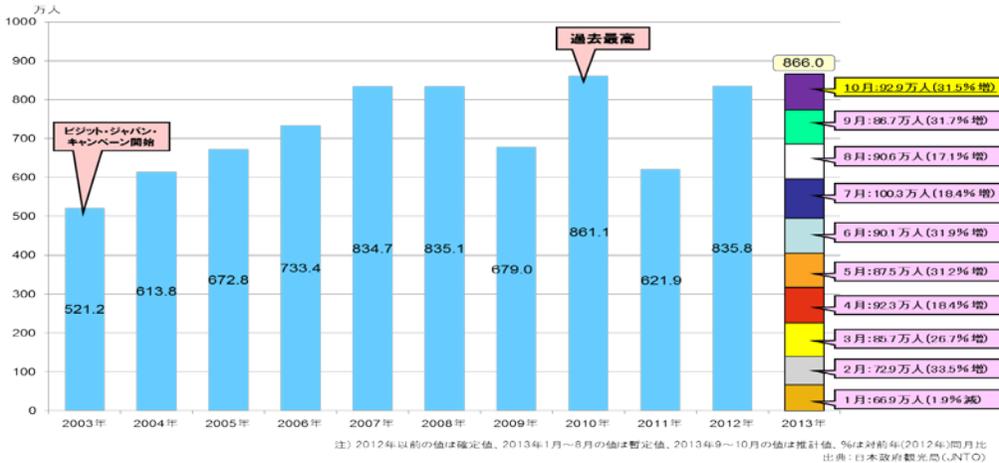
関係省庁・業界における主な取組み

| | |
|-----|---|
| 外務省 | ・在外公館・国際交流基金等による現地での広報文化事業。 ・日本食・日本酒普及イベント(シカゴ・5月)、ニッポン・コネクション映画祭における日本食紹介事業(フランクフルト・6月)、日本酒セミナー(マドリッド、メキシコ・7月)等実施。 |
| 経産省 | ・ジェットロ本部・海外事務所によるイベント開催、日本企業支援。 ・コ・フェスタやCREATIVE TOKYO構想に基づく各種イベントの情報発信。 |
| 農水省 | ・和食文化の発信、日本食材の輸出促進等。 ・ダボス会議での「ジャパンナイト」(1月)、フランスにおける日本食文化週間(2-3月)、ロシアにおける日本食レセプション、首相官邸における日仏ワーキングランチ、ポーランドにおける日本食レセプション(6月)等を実施。 |

4. クールジャパンの展開(2)

検証事項： 来日観光客の動向、インバウンド施策の進捗

【訪日外国人旅行者数の推移】



○知財政策ビジョンにおける指摘

- 訪日外国人旅行者の誘致を強化するため、個人旅行の促進に向けた情報発信などを強化するとともに、今後の成長市場も視野に入れ、各市場に対応した効果的なプロモーションを実施する。(内閣官房、国土交通省、外務省)
- MICE誘致のためのマーケティング戦略の構築、受け入れ環境の整備などを通し、MICE誘致の国際競争力強化を図る。(国土交通省)
- 地域資源などの日本の魅力を盛り込んだコンテンツの海外展開支援を通して訪日観光への関心を高めるなど、日本のコンテンツ、ファッション、食などの発信とビジット・ジャパン事業の連携により、訪日外国人旅行者やMICEの効果的な誘致を図る。(国土交通省、経済産業省、総務省、農林水産省、文部科学省)

論点： (株)海外需要開拓支援機構の設立と運営

○知財政策ビジョンにおける指摘

- 魅力ある日本製品・サービスの海外における需要の開拓を官民一体となって行うため、産業化に向けたリスクマネーの供給や専門家派遣、助言などの支援を行う機関を設置し、各機関とも連携しつつ、中小・ベンチャー企業を含めた海外展開を行う企業などの取組を継続的に支援する。(経済産業省)

クールジャパン機構は、政府が500億円を出資し民間企業からも出資を募って民間投資の「呼び水」となる日本企業の海外展開の支援を行うもの。9月に海外需要開拓支援機構法(クールジャパン機構法)が施行された後、11月25日に開所式を開催。

会長: 飯島 一暢(サンケイビル社長)
社長: 太田 伸之(松屋常務執行役員)

5. コンテンツの海外展開促進(1)

検証事項: コンテンツ海外展開促進に向けた政府・業界の取組

○知財政策ビジョンにおける指摘

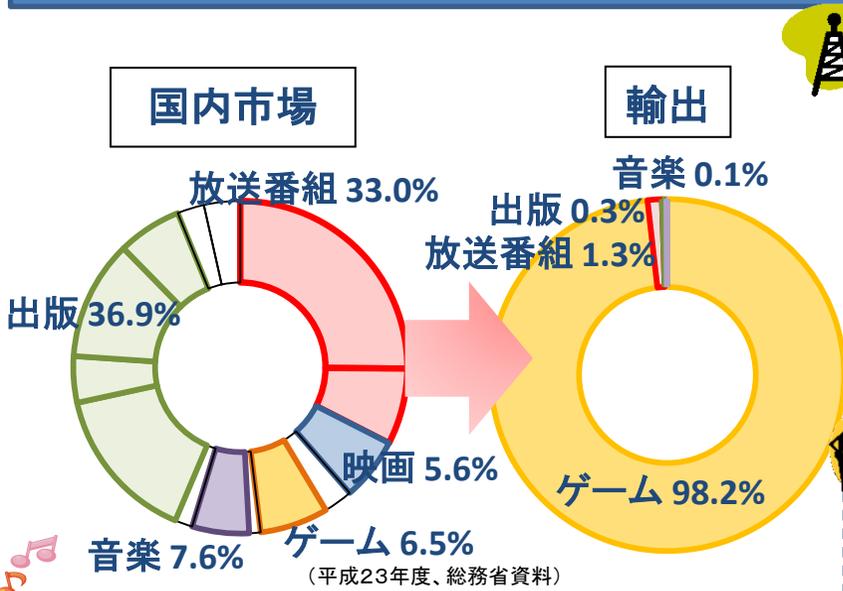
- ・放送番組等の二次利用の促進に向けた窓口機関の整備。(総務省、文科省)
- ・コンテンツのグローバルな流通と保護を促進するための、コンテンツの権利処理に係る情報のデータベースの整備等。(総務省、文科省)
- ・国際共同製作の支援(経産省、文科省等)、コンテンツ制作の高度化・効率化に向けた支援。(総務省、経産省)
- ・関連産業との連携や現地放送局等との連携を図り、コンテンツの現地化や売り込み、放送枠の確保等を促進。(外務省、総務省、経産省等)
- ・現地大使館やジェットロによる支援を強化し、現地での、日本ブランド推進を含めた知的財産活動の支援を図る。(外務省、経産省)

関係省庁・業界における主な取組み

| | |
|-----------------|---|
| 総務省 ・ 経産省 | <ul style="list-style-type: none"> ・本年3月、日本コンテンツのローカライズ(95億円:経産省・総務省)及びプロモーション(60億円:経産省)支援を実施(コンテンツ海外展開等促進事業(J-LOP))。現時点(10月末)で、700件以上の事業に対し、助成金による支援が決定。平成26年3月交付決定締め切り、12月補助金支払い完了。 |
| 総務省他 | <ul style="list-style-type: none"> ・国際共同製作の支援(15億円)。 ・放送コンテンツの権利処理迅速化。 <ol style="list-style-type: none"> ① aRmaにおける実演家の権利処理一元化窓口の整備 ② 特定番組について、収録時点において、放送直後の海外展開までの実演家の許諾を取得する試行的な取組を実施 ③ 主題歌等音楽(レコード原盤)に関する権利処理迅速化 ④ 本年8月に、一般社団法人として放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)が設立。海外展開における戦略策定やマーケティング調査、現地での事業支援等を実施。 |
| 経産省 | <ul style="list-style-type: none"> ・(株)海外需要開拓支援機構(平成25年度財投特会500億円等)により、我が国の生活文化の特色を活かした魅力ある商品等の海外需要開拓にリスクマネーを供給。設置根拠法が本年6月12日に成立、6月19日に公布、9月18日に施行。本年11月25日に開所式を実施。 ・海外向けコンテンツポータルサイトJapaconの構築。 ・映画・音楽・アニメの国際見本市の開催(JapanContentShowcase)。 ・海賊版の取締り強化。 |
| 外務省他 | <ul style="list-style-type: none"> ・二国間協議等の場を活用し、海外におけるコンテンツ規制の撤廃・緩和を要請。 |

5. コンテンツの海外展開促進(2)

検証事項: コンテンツ分野毎の対策状況と今後の課題



放送コンテンツ

- ・arRmaによる権利処理手続きを活用。また、主題歌等音楽(レコード原盤)に関する権利処理の迅速化の実証実験(ホワイトリスト・データベース構築等)も開始。現状では、権利処理等のコストに見合う海外収入が得られない場合が多いことが課題。
- ・J-LOPによるローカライズ支援・プロモーション支援を活用、また本年8月に放送コンテンツの海外展開をサポートする官民連携の横断的組織として一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)が設立。
- ・海外放送枠の確保、現地関係者との人脈構築、放送料・広告料等の情報収集、番販ビジネスの専門家確保、音楽を含むコンテンツに係る権利者データの一元的管理、進出先国からの双方向的なコンテンツの受入れ等が課題。

映画

- ・2012年の映画輸出実績は前年比8%減の53億円(日本映画製作者連盟調査)。円安の影響を除いても海外展開はまだ低調に推移。
- ・放送コンテンツと比べて権利処理は比較的容易。
- ・過去の作品の利活用が課題。
- ・国際共同製作、海外大手とのタイアップ等は進展しつつあるが、大型作品に係る資金調達や中国の輸入枠等の問題が課題。
- ・海外での海賊版(違法配信、DVD等)対策が急務。

音楽

- ・海外での正規版定着に向けたビジネスモデル構築、現地販売を前提とした原盤権設定・ローカライズ、コンテンツの一元的データの整備、現地の権利管理団体との連携(又は現地機関の育成支援)等が課題。
- ・海外での海賊版(違法配信、CD・DVD販売等)対策が急務。
- ・海外でのコンサート公演数は着実に増加しており、多ジャンルとの連携や現地でのファン形成が重要。
- ・海外からのコンサート・イベント等への来日客の招致、インバウンド政策との連携も課題。

出版

- ・漫画については、海外におけるニーズは高いものの、オンラインを中心に海賊版被害が深刻。正規版配信ビジネスが描きにくいのが現状。
- ・出版事業では、これまで海外展開の手法として著作権ビジネスを中心に実施。現在は、国内での電子化対応が進み、海外展開のハードルが下がっている。また、海外マーケティング、翻訳版の作成等についてもJ-LOPを通じて支援されており、今後のビジネス展開が期待される。

アニメ(動画)

- ・コンテンツの利活用に関し、関係者間における意見調整が課題となる可能性がある。
- ・過去の作品の利活用が課題。
- ・イベント開催等のプロモーション実施、ビジネスサイドとの連携(関連グッズの販売等)、海外放送局への売り込み等の更なる推進に期待。
- ・海外での海賊版(違法配信、DVD販売等)対策が急務。
- ・クリエイターやプロデューサーの育成、利益の適切な還元等も課題。



5. コンテンツの海外展開促進(3)

検証事項: コンテンツの高い波及効果を生かした「日本ブランド」形成と、他産業での輸出促進

「日本ブランド」形成による他産業への波及

コンテンツ関連産業への波及

22.2兆円

コンテンツ市場
11.2兆円



ネット関連 13.4兆円
 広告 1.9兆円
 メディアハード 5.0兆円
 キャラクター商品 1.9兆円

我が国の輸出総額 63.7兆円
 自動車等 15兆円
 機械類 12.8兆円
 電気機器 11.4兆円

●日本ブランドの強み
 (海外コンサル調査による各国ブランドランキング)

18カ国3,600人からの評価に基づき作成されたCountry Brand Index 2012-13 (Future Brand社)において、**日本は総合3位**。

日本の個別分野での評価では、「先進的技術」「観光の魅力」「伝統」の順位が高い。

| | | | |
|-------|---|--------|----|
| 事業環境 | 3 | 観光 | 2 |
| 先進的技術 | 1 | 魅力 | 1 |
| 投資環境 | 4 | 食 | 3 |
| 熟練労働者 | 2 | ショッピング | 5 |
| 遺産と文化 | 3 | 政治的自由度 | 13 |
| 芸術と文化 | 3 | 生活の質 | 8 |
| 伝統 | 1 | | |

●コンテンツの波及効果の例

・1997年配信開始の情報番組「北海道アワー」により、台湾で北海道観光ブーム。



・2009年仏で放送開始した「JAPAN in Motion」で日本の魅力を紹介した結果、岡山県の「桃太郎ジーンズ」の売り上げが7倍に増加。

●コンテンツの活用可能性

(経産省報告書より引用)

- ・消費財系・小売のアジア展開では、若い世代へのプロモーションに有効なアニメ・マンガへのニーズが高い。
- ・耐久消費財では、コンテンツの国籍・種類は重要ではなく、対象国でマスへ訴求できることが重視される。
- ・「食」「教育/子供番組」「ファッション」等と絡めた既存番組は比較的早期にアジア展開が可能。

●国家ブランドキャンペーンの例

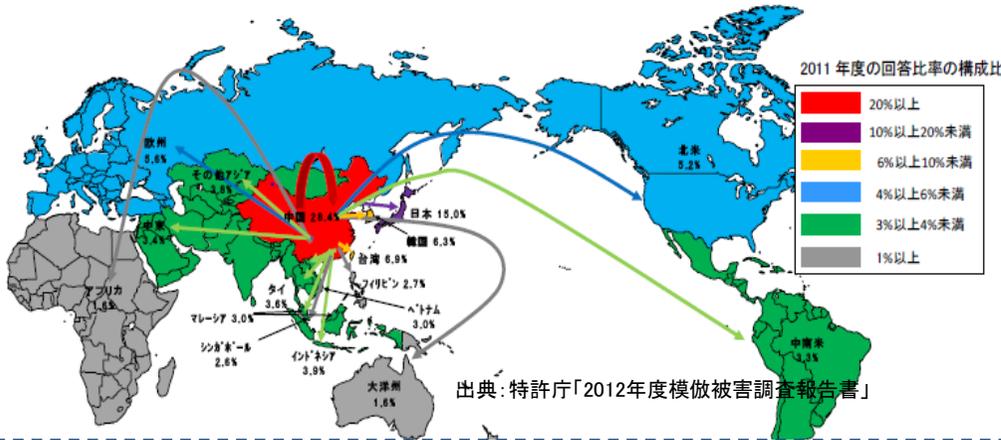
2012年2月から、英国政府機関が連携して、「GREAT」の共通ロゴの下、長期の貿易・観光収益を英国にもたらすことを目的に、創造性、知識、語学などについて、英国PRキャンペーンを展開。



6. 模倣品・海賊版対策の強化(1)

検証事項：国内外における模倣品対策の強化

中国で製造された模倣品・サービスの流通先



- ◆ 拡散された中国製模倣品は、日本企業の新興国進出にも大きな影響。
- ◆ 国内への模倣品流入は、中国一極化、小口化・分散化の傾向
 - ー2012年中に税関で輸入が差し止められた知的財産侵害物品の仕出国別構成比は、中国が全体の94%。また、過去10年間の輸入差止件数は概ね横ばいに推移する一方、輸入差止件数は、2002年から2012年の間に約4倍に拡大。

○知財政策ビジョンにおける指摘

- ・侵害発生国でのエンフォースメント強化
- ・正規コンテンツの流通促進
- ・海外での知財制度等に係る企業への情報提供
- ・水際・国内での取締り強化
- ・国内消費者への意識啓発
- ・二国間、多国間交渉における知財保護規定の導入
- ・ACTAの早期発効・参加拡大

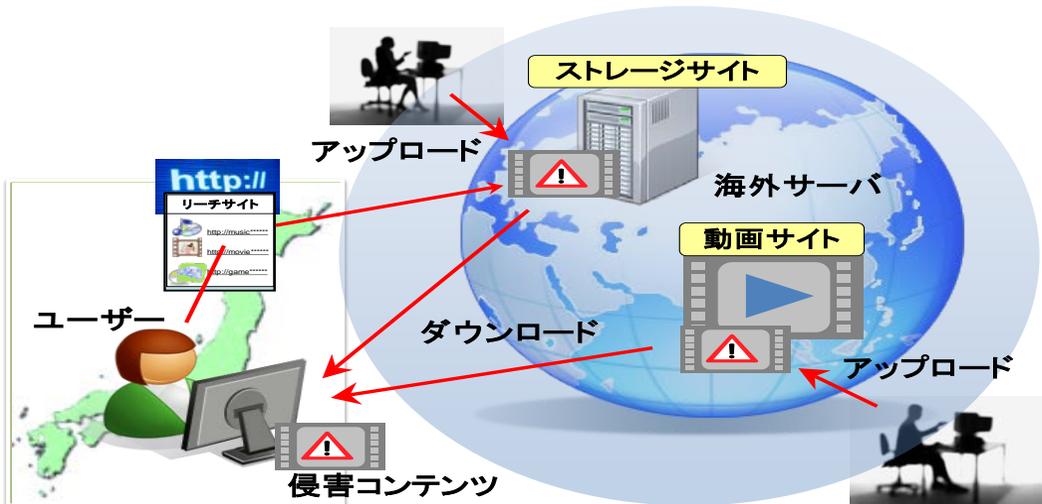
関係省庁・業界における主な取組み

| | |
|------------------------------|--|
| 経産省 | <ul style="list-style-type: none"> ・政府模倣品・海賊版対策総合窓口として相談や情報提供を実施。中国政府との対話・協力、インド・ASEAN・中東諸国等の専門家招聘や現地セミナー等の活動を実施。 ・模倣品・海賊版撲滅キャンペーン(本年12月～)では、知的財産権保護に対する消費者意識の向上を図るための普及啓発を実施。 |
| 外務省 | <ul style="list-style-type: none"> ・政府間協議での働きかけに加え、在外公館の知的財産担当官による日本企業支援の取組を強化。 |
| 財務省 | <ul style="list-style-type: none"> ・権利者と連携し、知的財産侵害物品の水際取締りを強化。海外の税関職員に対する技術協力を実施。 |
| 警察庁 | <ul style="list-style-type: none"> ・税関や権利者と連携し、偽ブランド品のネット販売事犯やネット上の著作権侵害事犯の取締りを強化。偽ブランド品の代金振込口座凍結のための金融機関への情報提供を実施。 |
| 農水省 | <ul style="list-style-type: none"> ・農産品の産地偽装等に関する海外調査、不正商標出願の監視、地方相談会等を実施。 |
| IIPPF(国際知的財産保護フォーラム) | <ul style="list-style-type: none"> ・政府とともに官民合同訪中ミッションを派遣し、中国政府に対して侵害対策の強化等を要請。業種横断的な情報共有を実施。 |
| ACA(不正商品対策協議会) | <ul style="list-style-type: none"> ・不正商品撲滅キャンペーン・アジア知的財産権シンポジウム2013(本年11月)において、知的財産の保護と不正商品の排除を働きかけ。 ・CODAと事務局拠点を統合し連携強化(本年12月)。 |
| CIPP(インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会) | <ul style="list-style-type: none"> ・権利者とプロバイダ等が協同することで、オークションサイト等での模倣品の出品を一掃。 |

6. 模倣品・海賊版対策の強化(2)

検証事項：国内外における海賊版対策の強化

グローバルに流通する海賊版



関係省庁・業界における主な取組み

| | |
|-------------------------|--|
| 経産省 | <ul style="list-style-type: none"> 違法コンテンツ流通の業界横断的な情報共有、実効的な侵害対策の検討・実施。 |
| 文科省 | <ul style="list-style-type: none"> 侵害発生国政府との協議や現地セミナーを通じ、著作権侵害対策の強化の要請や協力を実施。 |
| 総務省 | <ul style="list-style-type: none"> 放送事業者等による侵害対策の強化・正規コンテンツ流通のための取組みを支援。 |
| CODA (コンテンツ海外流通促進機構) | <ul style="list-style-type: none"> 違法アップロードされたコンテンツの削除要請。 中国のネット侵害摘発キャンペーン「剣網行動」において、国家版權局に行政処罰の申立てを実施。また、外国著作権認証機構の資格を申請。 |
| 日本レコード協会 | <ul style="list-style-type: none"> 新たに「著作権保護・促進センター」を設置し(本年4月)、違法音楽配信対策を大幅に強化。 |



【海賊版の流通による被害規模(推計)】



書籍

国内の被害額は年間270億円。うち漫画は224億円。
(日本書籍出版協会)



映画

著作権侵害の損失額は、年間235億円。
(デジタル侵害167億円、DVD等物理侵害68億円。)
(日本国際映画著作権協会)



ソフトウェア

我が国での違法なソフトウェアの利用率は21%、損害額は1,500億円。
(BSA)



放送コンテンツ

P2Pファイル共有ソフトによるテレビ番組のダウンロード数は、年間4,690万。(総務省)

音楽

違法ダウンロード数は、年間43.6億件。正規販売価格換算で、6,683億円。
(日本レコード協会)

今後の課題(案)

- 中国政府との間の知財問題に係る協議を継続するとともに、中国以外の新興国への取締要請や協力、現地での情報収集等を官民で連携して実施
- 税関・警察・権利者間の相互連携を推進
- 映画・音楽・アニメ・漫画・ソフトウェア等の不正流通・不正アクセスに関する対策強化、特にプロバイダによる自主的対策を促進するための環境整備
- 正規コンテンツの流通促進に向けた支援(海外展開の支援を含む)