

「コンテンツ戦略 WG」における論点例及び委員の御意見

コンテンツ編**<海外展開の推進>**

○ アニメ、ゲーム、マンガ、実写（映画／ドラマ）、音楽などの各分野において、具体的に改善すべき課題は何か。また、その課題を改善・解決するために、官民でどのような取組を行うべきか。

（課題の例）

- ・ 人材の不足（どの領域・層、担当・役割）
- ・ コンプライアンスの欠如、過酷な労働環境
- ・ 不透明な契約（企業間、労働契約）
- ・ 海外の仕事を受けられる経営規模・財務状況
- ・ 海外展開を前提としたビジネスモデルへの転換
- ・ 日本独自の商習慣や制作手法の見直し
- ・ デジタル化・DX化等の推進
- ・ 海賊版への対応 など

○ 各国・地域のマーケットの状況、ニーズ等を適切に把握するとともに、現地の事業者等との適切なマッチング等が重要であるが、このような機能が適切に果たされているか。

そのための体制、拠点等を整備していく場合、どのような体制でどのような機能を果たすことが重要か。

（委員からの意見）

- 海外展開向けの事業開発、広告販促、テクノロジーの人材が不足している。
- マーケティング、組織運営、資金調達の人材を揃え、これらのチームワークや賢い契約交渉ができる組織力を持つことが必要である。
- 日本の強みであるクリエイターの層の厚さを背景とした多様性や作品の蓄積を活かして日本ブランドをキュレーションしていくことが重要ではないか。
- to C channel が間接的であり、流通を握れていないため、自前の流通チャネルを確保することが重要である。
- クリエイターエコノミー創出のために、n次創作のビジネスの仕組み化が必要ではないか。
- 将来的にAIやブロックチェーン技術等が社会実装される時代に向けて、そ

こから逆算して対応を検討することが必要ではないか。その際、音楽は個人がパソコンで完成形を作れる時代になってきており、音楽を起点に Web 3 のルールを検討していくことが望ましいのではないか。

- 既存のコンテンツをメジャーな言語だけではなく多言語化した上で活用し、海外に発信していくことが重要である。
- 海外展開に関して、行政の支援が大手企業から利用されておらず、信頼を得る必要がある。
- ゲームの海外展開において、各国・地域の販路、規制の問題やマーケティング情報の入手が課題である。(ゲーム)
- これまでドラマ制作会社は、テレビ局からの受注に頼った構造であったが、資金調達し投資していくことができる環境にすることが必要である。(実写)
- 海外の富裕層にリーチするためには、実写を日本のコンテンツに関心を持ってもらうための中間財として展開していくことが望ましいのではないか。(実写)
- 新しい流通チャネル(特にFAST (Free Adsupported Steaming TV))の利活用)の在り方を、ネット映像配信時代にあわせて、見直す必要があるのではないか。(放送)
- 音楽では、近年単発のヒットは出てきているものの、民間において、これまで海外展開の取組が遅れていたことから、政府と連携してクリエイターの挑戦をさらに促すことが重要である。(音楽)
- ライブエンターテイメントの海外での公演は、財務や人材の面でハードルが高く、各社が自力で負担している状況である。海外での公演のための現地でのコーディネートなど政府の支援が望まれる。(ライブエンターテイメント)
- 国内での公演について、チケットが電子化、NFT化されておらず、また、ファンクラブ会員の先行購入や全席同額(チケット代が安価)の抽選で決まってしまうため海外から購入ができないことや、多言語の案内が不足していることが課題ではないか。(ライブエンターテイメント)

<クリエイター支援>

- アニメ、ゲーム、マンガ、実写（映画／ドラマ）、音楽などの各分野において、クリエイターを発掘・育成するとともに、持続的に活動が続けられるような仕組み・エコシステムが構築されているか。
- デジタル配信にも対応した適切な報酬体系が設定されているか。
- クリエイターの人材の流動性や、クリエイターが多様な流通チャンネルを選択できる競争環境が担保されているか。その際、クリエイターを法務、会計、プロモーション等の観点からサポートする環境が整備されているか。
- クリエイターを生み出す人材育成の仕組みは高等教育、OJTも含めて十分に構築されているか。
- 以上の実施できていない点について、改善していくためには、どのような取組を行うべきか。その場合、知的財産法や競争法などの制度的課題はあるか。

（委員からの意見）

- クリエイターのライツに関するリテラシーや契約に関する知識などの教育の充実が必要である。
- アーティストがクリエイションに集中できる体制やクリエイターが独立できる体制の支援が必要ではないか。
- 狭義のクリエイターだけでなく、関連して必要なスタッフにも目を配ってサステナブルな環境を整備することが必要である。
- DX人材について、デジタル技術だけではなく、ビジネスアーキテクト（DXの取組において、目的設定から導入、導入後の効果検証まで関係者をコーディネートしながら一貫して推進）の人材育成が重要である。
- 新しい才能の誘発、生産の合理化のための新しい道具として生成AIを活用すべきではないか。他方で、ハリウッドでのストライキは俳優のスキャンを生成AIに使用される懸念によるもので、今後日本でも問題になるため、準備をすべきではないか。
- 有能な才能を確保するために、コンテンツ産業で働く人のキャリア・パスを可視化すべきではないか。
- ゲームについて、大型フランチャイズのナンバリングや派生版しか売れない中、新規IPを創ることができるクリエイターを育てていくことが必要である。
（ゲーム）

- 韓国は演劇学科も多く、また劇場数が多いため切磋琢磨できる環境であるが、日本でもそのような環境を作る必要があるのではないか。(実写)
- エンタメにおいて、産学連携に留まらない新たな人材（デジタル人材、プロデューサー人材、グローバル人材）の育成方法（教育機関の強化）を検討する必要があるのではないか。

<対価還元>

- コンテンツの流通において、世界規模の巨大プラットフォームの存在感が高まっており、海外展開の重要な機会である一方で、プラットフォームと流通会社／クリエイターとの関係で具体的に改善すべき課題は何か（例えば、契約の有無・適正性、契約履行の遵守、不利益変更、対価の適切性、販売データの開示等の透明性）。
同時に、プラットフォームなどから流通会社に配分される利益がクリエイターに適切に還元されているか。
- 国際的な著作権制度との調和等を踏まえ、特に実演家及びレコード製作者への望ましい対価還元についてどのように考えるべきか。
- その上で、課題に対して、どのような取組が必要か。

(委員からの意見)

- 侵害対策とクリエイターへの対価還元の両面において、インターネット上の媒介者について、各ステージの媒介者の機能や権限に応じた責任の整理、応分の負担（デジタル市場の場の提供者として、侵害防止の責任や、市場支配力を持つものに対する規制の在り方の検討）が必要ではないか。
- 実演家・レコード製作者への対価還元において、海外にはあるレコード演奏権の導入が大きなテーマである。
- グローバルOTTがすべての資金を出すことにより、プラットフォームが著作権を持ち、制作会社は利益がない状況である。また、1話当たりのコストが高騰しており、テレビ局が買えなくなることが懸念される。(実写)
- 音楽産業のビジネス慣行の見直し（レコード会社とクリエイターの配分の見直し（従来の契約形態では、サブスクリプション型のビジネスモデルにおいてはアーティストの収益が非常に少なくなってしまう。))が必要ではないか。(音楽)

<官と民との役割>

- コンテンツ産業が我が国の基幹産業として成長するために、官民一体となって構造改革と強靱化に取り組むことが重要であるが、政府に求められる役割は何か。これまでの政府のコンテンツ振興策について、財源や執行の在り方も含めてどのように評価するか。
- その上で、コンテンツについて、どのようなKPI/KGI（指標）を設定すべきか（コンテンツ産業の海外展開金額、産業規模の成長率等）。
また、民間においては、ビジネスモデルの転換、日本独自の商習慣や制作手法の見直し、デジタル化・DX化等を行っていく必要があるが、これらの取組を政府が適切に支援し、有益な効果を実現するために、どのような取組を行うべきか（官と民との適切なコミュニケーションの在り方を含む。）。

（委員からの意見）

- 政府全体の取組が大事であり、司令塔機能を設置して、様々な関連施策を一元的に推進することが重要ではある。
- 政府の支援が年度単位であり、通年性や使い勝手をよくすることが課題である。
- 政府の支援について、ゲームやアニメ、マンガは民間が自前でやっていることが多く、スケールが小さい（数十億円規模）音楽や実写のほうがよいのではないか。
- エンタメにおいて、産学連携に留まらない新たな人材（デジタル人材、プロデュース人材、グローバル人材）の育成方法（教育機関の強化）を検討する必要があるのではないか。（再掲）