

## Ⅱ. これまで講じてきた知的財産施策に対する評価の概要及び今

### 後講ずべき主な施策（抜粋）

#### 4. コンテンツをいかした文化創造国家づくり

##### （1）新しい市場の拡大

##### （i）デジタル・ネット環境をいかした新しいサービスの促進

##### （a）施策に対する評価の概要

視点：デジタル・ネット環境をいかした新規ビジネスを創出するためにはどのような支援が必要か。また、デジタル・ネット環境をいかした新しいサービスを展開するための技術的課題への取組や制度的対応は十分か。

- 近年のデジタル技術の進展やネットワーク環境の整備によって、双方向型の大量かつグローバルな情報流通が可能となり、コンテンツを取り巻くビジネス環境は大きく変化している。さらに、ユーザーが自ら創作したコンテンツの流通など、コンテンツの新しい流通形態が登場している。
- このような状況の中、コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律の基本理念の下、知的財産推進計画を通じて新しい市場の拡大に取り組んできた。デジタル・ネット環境をいかした新しいサービスのための環境整備や技術開発を官民挙げて推進してきた結果、デジタルコンテンツ市場は堅調に拡大し、ネット配信等に大きな進展が見られた。また、デジタル・ネット環境をいかしたグローバルなコンテンツ流通への試みも始まっている。
- しかしながら、我が国では世界最先端の情報通信インフラを有する一方、分野によってはネットに流通するコンテンツは少なく、IPTV等の新しいサービスの普及も進んでいない。その原因として、デジタル・ネット環境のメリットを十分に活用し得る魅力的なコンテンツの不足や、十分に収益を上げることのできるビジネスモデルの不足が指摘されている。
- このため、中長期的視野に立って、デジタル・ネット環境に対応した魅力

的なコンテンツを生み出す創造力の強化と新規ビジネスの創出が必要である。とりわけ、コンテンツの製作の現場は中小企業が担っていることが多いため、創造力の強化のためには中小企業に対する支援の充実が必要である。また、そのような新しいサービスを展開するために、必要に応じて技術的課題への取組や制度的対応を行うことが必要である。

## (b) 今後講ずべき主な施策

### ○コンテンツ産業における中小企業支援対策の活用の促進

産業クラスター等を活用し、地域のクリエイティブ産業のネットワーク形成を促進するとともに、産学官連携や異業種間連携の支援、インキュベーション機能の強化、販路開拓等の中小企業支援対策のクリエイティブ産業における積極的な活用を促進する。

### ○地域ソフト資源の映像化を通じた地域コンテンツ産業の育成

地域におけるコンテンツ産業のネットワーク形成を促進し、地域の発信力向上を図る。

### ○コンテンツ関連技術の研究開発の促進によるイノベーションの創出

クリエイティブ産業の活性化と新産業の創出等を図るため、立体映像技術や超高精細映像技術等の映像技術やデジタルミュージアム等の公開・展示技術など、先進的なコンテンツ製作や新たな表現及び流通の実現をもたらす得る先端技術の研究開発を促進する。

### ○新しいメディアを創出するための法制度等の整備

新たな市場提供を担う新しいメディアの創出を促進するため、携帯端末向けマルチメディア放送、デジタルサイネージ、e-空間等の新しい伝送手段を柔軟に活用し得る法制度の在り方や技術的環境の整備について検討を行い、必要な措置を講ずる。

### ○新しいサービスに係る制度的・技術的課題の解決

新しいコンテンツ流通の形態に対応したサービスや次世代検索・解析技術を活用したサービスなど、デジタル・ネット環境をいかした新しいサービスに関する実証実験を行い、制度的・技術的な課題を検証し解決する。

## ○日本版フェアユース規定の導入（P）

著作権法に権利者の利益を不当に害しない一定の範囲内で公正な利用を包括的に許容し得る利用制限の一般規定（日本版フェアユース規定）の導入に向け実際の規定振りについて検討を行い、必要な措置を講ずる。

## ○著作権法上のいわゆる「間接侵害」の明確化

著作権法上のいわゆる「間接侵害」に関し、行為主体の考え方を始め差止請求の範囲を明確にすること等について早急に検討を行い、必要な措置を講ずる。

### （ii）海外展開の促進

#### （a）施策に対する評価の概要

視点：海外市場を拡大するためにはどのような方策が必要か。また、コンテンツ事業者の海外展開に対する支援は十分に行われているか。

- これまでT I F F C O M等のJ A P A N国際コンテンツフェスティバルの開催によるマーケット機能の強化や情報発信の強化、国際共同制作支援、J E T R Oによる市場動向等の情報提供等様々な取組を行ってきた。
- その結果、一部のコンテンツ産業の海外展開は着実に進みつつあり、特にゲームについてはここ5年間で海外売上額が倍増以上している。また、国際共同製作された映画が海外の映画祭で表彰される等、海外における評価は高まっている。
- しかしながら、依然として海外依存度（売上全体に占める海外売上上の割合）は米国に遠く及んでおらず、またメディアソフトの輸出入についても輸入超過となっている。また、ゲームについては積極的に海外展開が行われているものの、その他の分野については依然として海外展開が十分進んでおらず、海外における高い人気を収益に結び付けることができていない。
- このため、製作の現場を担う中小企業の海外販路開拓等への支援を充実させるとともに、国際展開を視野に入れたコンテンツの製作・流通を総合的に支援することが必要である。また、コンテンツ分野の連携だけでなく、フェア

ッションなどの異分野・異業種も含めた連携を行い、その相乗効果により、海外市場を拡大していくことが必要である。

## (b) 今後講ずべき主な施策

### ○コンテンツの海外展開の促進

海外展開を視野に入れたコンテンツの製作、販路開拓等に対する総合的な支援策を実施する。

### ○映像コンテンツの集中的発信支援

対象国・地域を定め、現地チャンネル枠等効果的なウィンドウの確保等により、映像コンテンツ等の集中的発信を支援する。

### ○JAPAN国際コンテンツフェスティバル等の機能強化

JAPAN国際コンテンツフェスティバルと東京発日本ファッション・ウィークを連携させ総合的日本ブランド発信イベントに拡充・強化する。また、メディア芸術祭や国際ドラマフェスティバルを充実・強化する。

### ○中小企業の海外展開に対する支援の充実

日本貿易振興機構を通じ諸外国の市場動向や法制度等についての情報提供を強化するとともに、中小企業による地域資源の活用や農商工連携を通じて開発した新商品の海外販路拡大を支援する。

### ○統計情報の整備

各コンテンツ分野における輸出入や海外におけるライセンス収入に係る統計を整備することを促すとともに、各企業がIR活動等を通じて海外売上等に係る情報を公開することを促す。

### ○コンテンツ規制等に係る外国政府に対する働き掛けの強化

政府間のハイレベル会合等を通じて、コンテンツ輸入規制や検閲制度の緩和等に関する働き掛けを強化する。

### ○アジア主要国による官民合同サミットの立ち上げ

国境を越えたコンテンツ製作・流通、ビジネス上の協同促進を図るため、アジア主要国による官民合同サミット（アジア・コンテンツ・ビジネスサミット）の立ち上げを行う。

## (2) 契約環境の改善

### (i) 円滑な権利処理のための環境整備

#### (a) 施策に対する評価の概要

視点：集中管理の拡大や契約ルール形成、権利処理に必要な情報の整備・公開などコンテンツの円滑な権利処理のための環境整備は十分か。また、クリエイターへの適正な利益の還元が行われているか。

- 集中管理事業者及び委託者数ともに増加傾向にあるとともに、複数の分野で新たに一任型管理事業が開始されるなど集中管理は順調に拡大している。  
また、放送番組のインターネット配信や、権利者不明の実演の利用など新たな利用形態に対応した民間の自主的な取組による契約ルールの形成も一定程度進んだ。
- しかし、音楽を除く分野の集中管理のカバー率は未だ十分とはいえず、特に多様な権利が併存する放送番組については、膨大な権利処理の作業が必要となっている。契約ルールの形成についても一部分にとどまっており、円滑な権利処理のためには、更なるルール整備が必要である。

#### (b) 今後講ずべき主な施策

##### ○デジタルコンテンツ流通の促進

放送番組等に係る権利処理の円滑化を図るため、権利の集中管理の拡大や標準的な契約ルールの確立を促進する。また、権利処理の進捗状況等を踏まえ、多角的観点から適宜法的対応の検討を行い、必要に応じて法制度を整備する。

##### ○デジタル・ネット環境の進展に伴うコンテンツ取引環境の整備

メディアの多様化によるコンテンツの利用許諾手続や流通経路の複雑化に対応するため、コンテンツ取引の環境を整備する。

### ○クリエイターへの対価の還元を適切に行うための環境整備

情報のデジタル化によって劣化のない高品質な複製が可能となる中、ユーザーの利便性に配慮しつつ、制度面・契約面の両方の観点から検討を行い、クリエイターへの対価の還元が適切に行われるための環境を整備する。

### ○ユーザーが創作するコンテンツの創作・公開を促進する環境の整備

動画投稿サイトなどネットを一次発表の場とするユーザーが創作するコンテンツの創作・公開を促進する契約環境の整備を支援する。

### ○コンテンツ関連情報の集約

コンテンツ関連情報のデータベースの整備を支援するとともに、関連する複数のデータベースが一体として機能するよう各データベース間の連携強化を支援する。

## (ii) 適正な取引の促進

### (a) 施策に対する評価の概要

視点：発注書面の不交付や書面によらない契約など旧来の取引慣行を是正するためにはどのような追加的措置が必要か。

- 「下請代金支払遅延等防止法」（以下「下請法」という。）の改正（2004年4月）や役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針（役務ガイドライン）の改正（2004年3月）により、コンテンツ業界の適正な取引を促進する制度上の枠組みは整備された。
- これに伴い、放送事業者による自主的な契約見本の作成や制作委託取引に関する自主基準の作成など、改善に向けた関係者の自主的な取組が行われ、契約書面の交付や二次利用に関する権利帰属の明確化など一定の成果が見られた。
- しかし、下請法に基づく2007年度の調査では、公正取引委員会において1件の勧告及び386件の警告が行われた。このうち、41件の警告は、同年に行われた放送コンテンツ・映像製作に係る情報制作物の制作委託に係る特別調査を65社に実施した結果であり、依然業界の取引慣行については

大幅な改善が必要である。

- このため、きめ細やかな調査の実施により取引の現状を逐次明らかにし、適正な取引を徹底するとともに、放送コンテンツの製作取引の適正化を促進するためのガイドラインの策定など、独占禁止法・下請法違反行為を未然に防止するための自主的な取組を促すことが必要である。

#### (b) 今後講ずべき主な施策

##### ○下請法等の適切な運用の促進

アニメ、放送番組、映画等の各分野における取引の適正化が図られるよう、下請法に基づくきめ細やかな調査等を積極的に実施することにより、下請法及び独占禁止法の適切な運用を図る。

##### ○契約見本及び自主基準の作成等の促進

契約見本や自主基準の作成など独占禁止法及び下請法違反行為の未然防止に向けた関係者の自主的な取組を促進するとともに、「放送コンテンツの製作取引の適正化に関するガイドライン」等各ガイドラインに基づく適宜のフォローアップ、内容の見直し、周知広報等を実施する。

### (3) 世界中のクリエイターの目標となり得る創造環境の整備

#### (a) 施策に対する評価の概要

視点：世界に通用する優れたコンテンツを生み出す創造環境が整備されているか。また、人材育成においては、雇用機会の確保等を含め将来のキャリアパスを描けるような一貫した育成を行うべきではないか。

- 映画・映像製作への助成や技術開発等を通じ、コンテンツ創造に対する支援が継続的に行われた。また、海外留学制度や芸術団体による人材育成事業への支援が実施されたほか、高等教育機関においてコンテンツ関連学部等の設置等が活発に行われ、人材育成策が拡充した。
- しかしながら、我が国においては創造の現場が疲弊しているとの指摘も多く、潜在力を多く有していながらも、個々の創造性を開花させ新たなコンテンツを生み出す力を十分に発揮できていない状況にある。世界に通用する優れたコンテンツが数多く創出されるために、さらなる環境整備のための支援が必要である。
- 人材育成については高等教育機関において積極的な取組が行われてきたが、まだ途上段階であり十分とはいえない。我が国が得意とするアニメ、マンガ等の分野における人材は海外でも育ってきており、国際競争力を高めるうえでも教育プログラムの質の向上を図り、次世代の創造の担い手をじっくりと育成する必要がある。
- また、コンテンツについて学ぶ学生が増加したものの、その後の雇用が必ずしも確保されておらず、教育の成果が産業に結び付いていない。優秀な人材がコンテンツ産業に豊富に集まり、職業上の能力を発揮できる土壌をつくるため、民間と連携しつつ在学中から将来のキャリアパスを描くことのできるような一貫した育成が必要である。



## (b) 今後講ずべき主な施策

### ○コンテンツ制作等への支援の充実

クリエイターの創造活動を活性化するため、大学やメディア芸術拠点におけるコンテンツ制作や、コンテンツの国際共同制作等への支援を充実する。

### ○文化資源のアーカイブ化の推進

我が国の文化資源の共有と再評価を図ることにより、新たな創造活動の基盤を構築するため、伝統的な文化財に加えて、アニメ、マンガ、映画、ファッション、デザイン等に関する収集保存、研究及びデジタル・ネットワーク化を推進する。

### ○若手クリエイターの育成

メディア芸術祭の場を活用した若手クリエイターの新たな表彰・奨励の仕組みや卓越した才能を持つクリエイターの発掘等により、将来を担う若手クリエイターを育成する。

### ○大学等における教育プログラムの充実

学生に対して明確なキャリアパスを示しつつ、新規事業や海外展開にチャレンジできる実践的な人材を育成するため、インターンシップの実施や産学連携の推進などにより大学等における教育プログラムを充実する。

### ○幼少期からの創造教育の推進

創意工夫に対する興味やオリジナリティの尊重など創造社会を担う基礎的能力を養成するため、幼少期からの創造教育を推進する。

#### (4) 日本ブランドの振興

##### (a) 施策に対する評価の概要

視点：分野ごとの断片的な取組にとどまらず、分野横断的な取組を強化すべきではないか。省庁間及び官民の連携を促進するため、官民の連携体制の構築が必要ではないか。

- 在外公館におけるイベントやJAPAN国際コンテンツフェスティバル等の国際イベントの開催、文化外交や「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の推進等の日本ブランドの活用を通じた日本の魅力の発信に向けた取組の結果、訪日外国人旅行者数が2003年から2007年までに60%増加し835万人、海外における日本語学習者数が2003年から2006年までに26%増加し298万人となるなど、日本に対する関心は着実に高まっている。
- 食については、日本産農林水産物・食品の戦略的な輸出促進の実施や日本食レストラン海外普及推進機構（JRO）の設立等により、海外への発信を強化してきた結果、農林水産物等の輸出額が2003年から2008年（速報値）までに55%増加し4,312億円となるなど、海外における日本食・食材の普及が進んでいる。また、2005年7月には食育基本法が制定され、国民運動として食育を推進する体制が整備された。
- 地域ブランドについては、2006年に地域団体商標制度を導入し、中小企業地域資源活用法等に基づく支援や農林水産物・食品の地域ブランド化に向けた関係者のネットワーク構築等、地域ブランドの創出に向けた様々な支援を実施した結果、全国各地で多様な地域ブランドが作られてきた（2009年1月末時点で登録査定件数は413件）。また、海外展開に向けた総合的な支援を実施した結果、海外での販路拡大に成功した事例も出てきている。
- ファッションについては、2005年から「東京発 日本ファッション・ウィーク」を実施し、コレクションの集約化、他のファッションイベントとの連携、新人デザイナー支援、広報の充実等を行った。その結果、来場メディア数が年々増加するなど知名度は着実に高まりつつある。また、大学等における専門課程・講座の開設や民間教育機関における外国人学生の受入制度

の創設により、ファッション人材の育成環境を強化した。

- しかし、これまでの取組は、個別分野ごとの取組にとどまっている場合が多く、それぞれの分野の強みを相互に活用しながら長期的に日本製品のブランド価値を高めているとはいえ、広報戦略についても改善の余地がある。また、日本ブランドの良質な素材を生み出す土壌がやせてきているのではないかと課題もある。また、海外において我が国の地名が第三者により商標出願されることや農林水産品の産地が偽装されることなど、地域ブランドの保護に関する課題もある。さらに、意匠の権利範囲が明確ではないことから、デザインを保護する意匠制度が十分に活用されていないとの指摘もある。
- このため、日本の消費者の優れた感性に育まれたコンテンツ、食、ファッション、デザインといった日本特有のブランド価値創造に関連する産業を「クリエイティブ産業」と位置付け、これらを戦略的に創造・発信するための戦略を策定し、官民挙げて日本ブランドの振興に取り組むべきである。併せて、ブランド力の向上に向けた取組を促進する知財制度を構築していくことが必要である。

## (b) 今後講ずべき主な施策

### ○食、地域ブランド及びファッションの振興

次世代の担い手となる人材の育成に積極的に取り組むとともに、映像コンテンツ等波及効果の強いコンテンツとの結びつきを強めることにより、海外発信力を強化し、海外での新たな市場の開拓を進める。

### ○将来の担い手としての多様な人材の受入れ

日本食や伝統文化などの日本ブランドを海外に積極的に普及するため、将来の担い手として海外から多様な人材を受入れ、知識・技術の習得を進める。

### ○対外発信の重点化

アジアの重点対象国・地域に対し、分野横断的な大型イベントの集中開催、現地チャンネル枠等効果的なウィンドウの確保、共同番組製作、日本の人気ウェブサイトの翻訳支援等の効果的な広報を実施する。

## ○在外公館における支援拠点の設置

在外公館にビジネス活動の支援拠点として「日本ブランド支援センター(仮称)」を設置し、日本貿易振興機構など関係機関と連携を強化しつつ、在外公館施設等を活用した日本ブランドの紹介・普及等に積極的に取り組むことにより、現地におけるビジネス支援機能を強化する。

## ○分野横断的な取組を推進する推進体制の構築

コンテンツ、食、ファッション、デザイン等のクリエイティブ産業において、分野横断的な創造・発信に関する取組を官民一体となって継続的に推進する体制を構築する。

## ○農林水産品に対する地理的表示制度（G I）の導入（P）

W T O（世界貿易機関）で議論されている地理的表示の導入と合わせ、産地、品種、生産方法等の遵守を地域ぐるみで育ててきた農林水産品に対し地理的表示を与える制度（G I）について、国内企業等の既存の取組との調整を図った上で整備するための検討を進める。

## ○ブランド力の向上に向けた取組を促進する商標制度の在り方の検討（P）

## ○意匠の権利範囲の明確化

意匠の権利範囲（登録意匠の類似範囲や部分意匠の権利範囲）の明確化及びデザイナーの創作基盤の整備を図るため、意匠審査基準を明確化するとともに、特許庁の公知意匠資料データベースの公開促進のための方策について検討を行い、必要な措置を講ずる。

## (5) 模倣品・海賊版対策の強化

### (a) 施策に対する評価の概要

視点：外国や国内における模倣品・海賊版対策は十分か。また、インターネット上の模倣品・海賊版対策としてどのような方策が必要か。

- これまで「模倣品・海賊版対策関係省庁連絡会議」を設置する等、関係省庁や民間企業等が一体となって模倣品・海賊版対策に取り組んできた。
- 外国における対策としては、模倣品・海賊版拡散防止条約（ACTA、仮称）の早期実現に向けた交渉、中国等に対する官民合同ミッションの派遣、在外公館における支援機能の強化等を行ってきた。しかしながら、模倣品・海賊版の製造・流通は中国を中心に東南アジアや中東等に拡散するとともに、その手口は巧妙化している。今後は、ACTAの早期妥結や妥結後の参加国の拡大等において多国間協議を主導するとともに、外国政府に対する働き掛けや現地における権利者への支援強化等が必要である。
- 国内における対策としては、輸入差止申立制度の対象権利の拡大や輸出・通過に対する取締制度の導入等による税関における取締りを強化するとともに、刑事罰の強化、専門職員の設置等による警察等における取締りを強化してきた。その結果、知的財産権侵害物品の輸入差止件数は3倍以上となり、また知的財産侵害事犯の検挙実績は倍増するに至った。今後は引き続き、情報共有や職員の能力向上等により、効果的な取締りを推進していく必要がある。
- 一方、ブロードバンド環境の整備やインターネットの発達に伴い、動画共有サイトやファイル共有ソフトを通じた個人による違法アップロードや著作権侵害コンテンツの視聴・ダウンロードが蔓延しており、コンテンツ産業に大きな被害を与えている。今後は、個人に対する啓発活動やプロバイダと権利者が連携した対策等、従来のパッケージメディアを前提とした模倣品・海賊版対策とは異なる新たな対策が必要である。
- また、模倣品・海賊版の流通を阻止するため、「模倣品・海賊版撲滅キャンペーン」等による国民に対する啓発活動を実施してきたものの、未だ国民の半数以上が模倣品・海賊版の購入を容認しており、今後は更なる取組の強化が必要である。

## (b) 今後講ずべき主な施策

### ○海外市場における模倣品・海賊版対策の強化

模倣品・海賊版拡散防止条約（仮称）の早期妥結・妥結後の参加国の拡大を我が国が主導するとともに、二国間の協議、官民合同ミッションの派遣、税関等への能力構築支援等を通じ外国政府に対する体制整備や執行強化に向けた働き掛けを行う。

### ○国内における模倣品・海賊版対策の強化

外国の関係機関との連携・協力や職員能力の向上等を通じて、税関や警察等における模倣品・海賊版の取締りを強化する。

### ○インターネット上の著作権侵害コンテンツ対策の強化（P）

官民連携してインターネット上の著作権侵害コンテンツに関する実態調査を行い、その被害実態を踏まえ、コンテンツの技術的な制限手段の回避に対する規制の在り方やプロバイダの責任の在り方等について検討を行い、実効性のある措置を講ずる。また、インターネット上の著作権侵害コンテンツに係るサイバー犯罪の取締りを強化する。

### ○国民への啓発活動の強化

国民の模倣品・海賊版問題に関する意識を向上させる施策を効果的に実施するため、国民、特に若年層の意識を調査するとともに、小中学生に対する模倣品・海賊版問題に関する教育活動や若者に対する啓発キャンペーン等の取組を官民連携して実施する。