

「知的財産推進計画 2013」骨子に盛り込むべき事項（素案）
～コンテンツ強化関連部分～

※ これまでの議論や各方面からの意見を踏まえ、事務局で討議用として整理。目標や施策例は、討議のための具体的なイメージとして掲載。「知的財産推進計画 2013」骨子に盛り込むべき事項として、「知的財産推進計画 2012」に新たに追加又は深掘りすべきと考えられるものを取り上げている。

【情勢認識】

2003年の知財財産戦略本部の創設から10年が経過し、創設当時は想定されていなかった高速インターネット網の世界的普及がもたらす技術革新や、経済連携協定（EPA）といった政府間の取組などを通じた国境という経済的障壁の低減により、国境を越えてあらゆるものが自由に往来するボーダーレス化が本格的に進展し、シームレスに世界がつながる「グローバル・ネットワーク時代」が到来している。

従来のコンテンツ産業が前提としていた産業生態系が著しく変化し、コンテンツ流通におけるコンテンツ・サービス・デバイスの関係は、放送番組、放送局、テレビ受像機といった分野別垂直統合的なモデルから、種々のコンテンツが様々な経路を経て多様なデバイスへ提供される分野横断的水平融合的なモデルへと変容している。この新たなモデルにおいて、コンテンツ自体は、クリエイターが作成するもののみならず、ユーザーが作成するものや、公共セクターが保有する公共データ、教育コンテンツ、ビッグデータにまでその範囲を広げ、多様化・多層化している。

また、コンテンツの世界中への伝播が容易になる一方で、我が国独自の魅力を持つ日本ブランドが世界中で高い評価を受けており、その海外展開やインバウンド、それに伴う我が国産業と文化の発展が期待されている。

さらに、知的財産を核として、情報の駆使により広範な財やサービスを柔軟に組合せて最適化を進める「スマートパワー」が各産業の在り方を大きく変えてきている。

このように従来の見方だけではカバーできない創造的な変革が起こっている。今までの10年で起こったことが今後の2、3年で起こり、今までの50年で起こったことが今後の10年で起こる可能性もある。コンテンツ強化に向けた総合戦略には、変化していく時代に適合したコンテンツの知的財産マネジメントが求められており、グローバルに次世代産業生態系の変容と多様化を見通し、先手を打っていくものになる必

要がある。

そういった視点から、コンテンツの世界展開を支えるデジタル・ネットワーク社会に対応した環境整備を進めるとともに、我が国の経済と文化の成長の原動力となるコンテンツを中心としたソフトパワーの強化を柱とした関連施策を策定し、官民が一体となって実施することで、我が国の国際競争力の強化を図っていく。

(デジタル・ネットワーク社会に対応した環境整備)

デジタル化、ネットワーク化が本格化して20年が経過し、新しいビジネスチャンスが広がっている。特にこの10年間でコンテンツが注目を集め、著作権法を改正してデジタル化、ネットワーク化に対応するなど各般の取組が進められてきた。

しかしながら、コンテンツの利用や情報の生産は爆発的に増大する一方、我が国のコンテンツ産業の市場規模は拡大するどころか、縮小傾向にある。

この数年、多様な情報端末によるマルチスクリーン、クラウドネットワーク、ソーシャルサービスといったメディアの刷新が起こるとともに、スマートテレビといった新しい市場が生み出されてきている。これまでパッケージ・コンテンツが市場の中心であったが、ユーザー経験がより重視され、ソーシャルゲームのようなダイナミックなコンテンツや、ユーザーが目的に応じて利用するアプリケーションソフトウェアの重要性が増している。また、ユーザー・ジェネレイテッド・コンテンツの急速な広がりや、公共セクターが保有する公共データ、教育コンテンツ、ビッグデータといった従来の文芸やエンターテインメントに止まらないコンテンツの広がりや変容を見せるなど、デジタル・ネットワーク社会は新しい段階に入ってきている。

そういった中、コンテンツ産業の流通プロセスを担う日本のプラットフォームはグローバル競争にも勝利できていない。また、コンテンツ産業に限らず、教育、医療、コマースといった、コミュニケーション全体においてコンテンツの生産と利用の広がりが必要とされている。

これまで人と人の間で流通していたコンテンツが、ビッグデータの推進により大量の情報が産業の各般で活用され、機械と機械の間でのコンテンツの流通のウェイトが高まってきており、コンテンツ政策が産業競争力と直結するとともに、関連する産業全体を見通したものとする視点が不可欠となっている。

このような状況の中、権利の保護は重要な課題であるが、世界的なデジタル化・ネットワーク化の急速な進展やコンテンツ産業の生態系の変化に対応しつつ、新しい産業と文化の発展を続けるためには、権利者と

利用者の利害対立、ハードとソフトの対立といった構造を超えた総合的な制度設計や新分野の創造により、コンテンツの活用と再生産につながるサイクルを生み出していくことが不可欠である。

また、「コンテンツ」は著作権、「ものづくり」は産業財産権という従来の二分法を前提とした産業政策の限界を超えて、権利の集中化、処理の円滑化によりコンテンツの産業利用を促進するとともに、新たなイノベーションの源泉としてオープンソースでの著作物の利用の促進を図る必要がある。

こういった新産業や文化発展のための環境整備を図るとともに、コンテンツを核とした海外市場の獲得や新ビジネス・新市場の創出を実現し、経済活性化と日本のプレゼンスの向上を図るためには、国家戦略としてコンテンツ政策のプライオリティを高めていく必要がある。

また、今後の新しい産業や文化の発展の基盤となる知的インフラの基盤整備を進めるため、各分野のコンテンツのデジタル・アーカイブ化や利用環境を整備するとともに、教育の情報化も推進しながら次世代の育成を図る。

(コンテンツを中心としたソフトパワーの強化)

我が国独自の個性豊かな文化は、世界の共感を得ている。その共感は、マンガ、アニメ、ゲームといったコンテンツに止まらず、ファッション、食、伝統芸能・工芸、観光などに広がっている。さらに、工業デザイン、サービス水準、家族経営、生活様式といった経済・文化全般に注目が集まっている。

こうしたソフトパワーを経済成長につなげるために、著しい経済成長を遂げつつあるアジア諸国を始めとする海外市場を取り込むことが我が国の重要なミッションである。

手法としては、メディアやイベントでの情報発信を強化するというアウトバウンドが第一である。我が国で売れるコンテンツを海外でも売るという考え方から、海外展開を一層重視し、ターゲット国・地域をどう設定し、そこで売れるためにはどのようなコンテンツとすべきなのか、これを可能とするために手当すべき制度的対応は何か、当該国・地域への発信やパッケージ化した展開のための分野横断的連携をどう実現するかといった視点から、戦略的な海外展開を推進するための支援を行う。その際、コンテンツ産業の大部分を占める中小企業の持つ魅力あるコンテンツの海外展開を積極的に支援する必要がある。

また、人も技術も取り込んで、日本を本場にして、大きな消費を生み出すとともに、新たな産業や文化を更に発展させるというインバウンドが第二である。インバウンドを通じて日本ファンを更に大きく増やすこ

とが、日本ブランドの海外展開にも寄与し、それが更なるインバウンドに繋がるという好循環を生み出す。さらに、我が国のコンテンツの知的財産権を保護・育成する観点から、国内外の模倣品・海賊版対策を強化するとともに、コンテンツ創造のための人財育成を進めることが第三である。

重要なことは、日本ブランドの力を明確に認識することである。それには二つあり、一つは我が国が潜在的に有する総合力である。コンテンツやデザインを生み出す文化の力と、高品質な製品やサービスを作るものづくりの力。この文化力と技術力の双方を持ち合わせる総合力が古来から培ってきた日本の強みになる。

もう一つは、国民のみんなの力。日本のポップカルチャーは限られた天才というより、より広範な人々が作り出す文化として育ててきたものであり、いわばソーシャルなコミュニケーションが育む新たな力である。ネットワークでみんながつながる時代は大いなるチャンスである。

しかし問題は、その力を日本人があまり認識していないことである。米国企業の国際調査では、世界で最もクリエイティブな国は日本だという評価が圧倒的一位だったのに対して、日本人だけが日本のことをクリエイティブだと思っていないという結果が出ている。

日本人が自らを点検し、評価しつつ、海外に自信をもって日本ブランドを展開していくことが重要である。

1. デジタル・ネットワーク社会に対応した環境整備

(1) コンテンツ産業を巡る生態系変化への対応

【施策例】（注：以下、「短期」とは1～2年、「中期」とは3～4年で実施する事項。）

（インターネットにおけるコンテンツの自由な利用の促進）

- ・クリエイターのみならず、ユーザーが作成するユーザー・ジェネレイトッド・コンテンツの拡大を踏まえ、インターネットを活用したユーザーが作り出す新たなコンテンツの創造と自由な利用の促進を図る観点から、クリエイティブ・コモンズ・ライセンスといったパブリックライセンスの普及などについて検討を行い、必要な措置を講じる。（短期・中期）（文部科学省）

（公共データの二次利用促進）

- ・オープンガバメントにおける公共データの広範な二次利用を促進する観点から、官民が保有する公共データに関して、利用促進のためのルールなどの基盤整備について検討を行い、必要な措置を講じる。（短期）（内閣官房）

(2) コンテンツ産業の市場拡大に向けた環境醸成

【施策例】

（新しい産業の創出環境の形成に向けた制度構築）

- ・クラウドサービスといった新しい産業の創出や拡大を促進する全体的な法的環境の整備を図るため、著作権の権利制限規定の見直しや円滑なライセンシング体制の構築などの制度の在り方について検討を行い、必要な措置を講じる。（短期）（文部科学省）

（クリエイターへの適切な対価還元に向けた制度構築）

- ・クリエイターへ適切な対価が還元されるよう、私的録音録画補償金制度について、引き続き制度の見直しを行うとともに、必要に応じて当該制度に代わる新たな仕組みの導入を含む抜本的な検討を行い、コンテンツの再生産につながるサイクルを生み出すための仕組みを構築する。（短期・中期）（文部科学省、経済産業省）

（新しい産業の創出・拡大に向けたコンテンツの権利処理の円滑化）

- ・産業財産的に製作されるコンテンツの利用の円滑化を図るため、契約などにより著作物などの権利帰属を一元化し、ライセンス契約な

どを行ったライセンスを保護することで、法的安定性や二次利用の円滑化に資する新たな仕組みも含めて検討を行い、必要な措置を講じる。(短期・中期)(文部科学省)

- ・ 孤児著作物を含む過去の膨大なコンテンツ資産の権利処理の円滑化によりその利用を促進するため、著作権者不明の場合の裁定制度の在り方を見直し、手続きの簡素化、迅速化を推進する。(短期・中期)(文部科学省)
- ・ コンテンツのインターネット配信に係る権利処理の円滑化を図るため、放送番組やウェブキャスティングに係る権利処理の在り方など、契約や著作権制度上の課題について検討を行い、必要な措置を講じる。(短期・中期)(文部科学省)
- ・ 放送番組などの二次利用を促進するため、コンテンツに関するメタデータの整備、IDの付与といった権利情報の一元的管理や権利処理を集中的に行うための仕組みについて検討を行い、必要な措置を講じる。(短期・中期)(総務省、文部科学省)
- ・ 中小・ベンチャー企業の多様化するニーズに応じ、企業のグローバル展開、不正競争防止法、著作権法などに関する知財の総合的な相談機能を強化し、中小・ベンチャー企業の総合的知財マネジメントのサポートの質を高めるとともに、セミナーの開催など普及啓発活動を強化する。(短期)(経済産業省、文部科学省)

(電子書籍の本格的な普及促進)

- ・ 海外の巨大プラットフォーム事業者などに対する交渉力向上や模倣品・海賊版対策などのため、出版者への権利付与や、書籍の出版・電子配信に係る契約に関する課題について検討を行い、必要な措置を講じる。(短期)(文部科学省)
- ・ 電子書籍の普及拡大を図るため、電子書籍コンテンツ数の拡大による利用者の裾野拡大といった民間の取組を支援する。(短期)(経済産業省)

(プラットフォームの形成の推進)

- ・ プラットフォーム事業者とコンテンツ事業者間の取り決めの透明化やルール作りの必要性を検討するとともに、プラットフォームに関し、対外的に日本企業が不利になるような自主規制や契約慣行により競争力の低下につながることはないよう、業界の自主規制や慣行などの見直しの取組を支援する。(短期)(経済産業省)

(ビッグデータビジネスの振興)

- ・ 情報通信技術の進展に伴って各事業分野において大量に生成されるユーザー情報、映像・音声、センサー情報といった、価値ある知的財産を生み出すビッグデータを経営資源として捉え、これを利活用

した新ビジネス創出・高付加価値化を進めるため、パーソナルデータの取扱いに係るルールなどの事業環境整備や研究開発などに取り組む。(短期・中期)(総務省、経済産業省)

(3) デジタル・ネットワーク環境促進の基盤整備

【施策例】

(文化資産のデジタル・アーカイブ化の促進)

- ・新たな産業や文化創造の基盤となる知的インフラを構築するため、書籍、映画、放送番組、音楽、アニメ、マンガ、ゲーム、デザイン、写真、文化財といった文化資産及びこれらの関連資料などのデジタル・アーカイブ化を促進するとともに、各アーカイブ間の連携を実現するための環境整備及び海外発信の強化について検討する。(短期・中期)(総務省、文部科学省、経済産業省)

(教育の情報化の推進)

- ・すべての小・中学校において児童生徒1人1台の情報端末によるデジタル教科書・教材の活用を始めとする教育の情報化の本格展開を目指して、実証研究などの状況を踏まえつつ、デジタル教科書・教材の位置付け及びこれらに関連する教科書検定制度などの在り方と併せて著作権制度上の課題を検討し、必要な措置を講じる。(短期・中期)(文部科学省、総務省)

2. コンテンツを中心としたソフトパワーの強化

(1) 日本の伝統や文化などの魅力あるソフトパワーの発掘・創造

【施策例】

(ターゲット国・地域で売るためのソフトの制作などに係る支援)

- ・ターゲット国・地域で売るために、日本固有の文化力とものづくりの技術力の融合や、国民の幅広い発信力を活用しつつ、官民一体となって又は事業者の取組を国が支援する形で、魅力的なソフト制作などを進めるための支援を講じる。(短期)(経済産業省、文部科学省)
- ・海外市場で受け入れられるコンテンツの制作活動を通じた積極的な対外発信を進めるため、国際共同製作などの国際的な創造発信活動を支援することでコンテンツの質の向上やノウハウの蓄積を図る。(短期)(経済産業省、文部科学省、総務省)

(世界のコンテンツ供給国としての人財・開発拠点整備)

- ・我が国のコンテンツ産業の優れた技術力と創造力を生かしてビジネスにつなげていくため、各分野のコンテンツの集積や日本の伝統・文化との融合とその発信により、世界に通用するコンテンツを生み出していく人財育成と開発の創造拠点の整備を支援する。(短期・中期)(文部科学省、経済産業省)

(地域ブランドの確立)

- ・地域の優れた産品や技術、文化資産(文化財、アニメ、ファッションなどを含む。)などについて、ブランドマネジメントやコンテンツなどとの連携などにより、その魅力を更に高め、世界に通用するブランドとして確立し、海外展開や観光振興、地域活性化を進める地域一体となった取組を実施する。(短期)(経済産業省、文部科学省、農林水産省)
- ・地域に根ざした文化芸術の魅力を国内外へ力強く発信し、また、国際交流の推進を図るため、2014年開始予定の「東アジア文化都市」の取組を推進するとともに、文化芸術の力で地域おこしなどに取り組む「文化芸術創造都市」の情報集約・発信の国内プラットフォームである「創造都市ネットワーク日本」への支援を通して、地域ブランドの発信力を強化する。(短期)(文部科学省)
- ・我が国の高品質な農林水産物・食品の高付加価値化・ブランド力向上に資する地理的表示(GI)の保護制度を導入し、輸出促進を図

- る。(短期・中期)(農林水産省)
 - ・ご当地グルメなど、地域ブランドによる地域活性化に中心的に取り組んでいる商工会議所などが地域団体商標の登録主体となるように制度を拡充する。(短期)(経済産業省)
- (日本の高度な技術力を生かしたコンテンツ制作の促進)
- ・高度な日本の技術力を生かして、3次元映像技術などのコンテンツ制作の高度化・効率化に有効な先端技術開発を促進するなど、コンテンツ制作を効果的・効率的に行うための取組を支援する。(短期)(総務省、経済産業省)

(2) 日本ブランドのグローバルな発信

【施策例】

- (各国放送枠の確保や各地での日本イベントの実施)
- ・日本のコンテンツと産業、文化を効果的にアピールするため、関連産業と連携しつつ、海外現地放送局との提携などによって日本コンテンツの放送枠の確保といった継続的な発信を促進するとともに、現地の言語や文化に合わせながら、日本の産業や文化と一体となった魅力あるコンテンツを供給する取組を支援する。(短期)(外務省、総務省、経済産業省)
 - ・日本ブランドに関するイベントの発信力を強化するため、世界各地の日本コンテンツや製品のファンと連携しつつ、外国人に日本ブランドの魅力を伝えるPRイベントを国内外で重点的かつ継続的に実施する。イベント実施の際には、各イベント間の連携や外国人を取り込むことにより、効果的な発信を図るとともに、定量的な効果測定などを実施し、その評価を行いつつ、更なる発信力の強化を図る。(短期)(内閣官房、外務省、文部科学省、経済産業省、農林水産省、国土交通省)
- (国際会議などの活用による日本の魅力発信の強化)
- ・首脳外交やダボス会議といったグローバルに影響力を有する人々が集まる国際会議などにおいて、日本ブランドの持つ強みや魅力、「おもてなし」といった日本的な価値の対外アピールを強化し、併せて日本食材や日本産酒類などの普及促進を図る。(短期)(内閣官房、外務省、経済産業省、農林水産省、財務省、文部科学省)

(3) 戦略的な海外展開の推進

【施策例】

（海外展開のための資金供給）

- ・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や専門家派遣、助言などの支援を促す機関を設置し、海外展開を行う企業などの取組を継続的に支援する。（短期）（経済産業省）

（各国基礎的調査の実施など海外展開支援の体制整備）

- ・日本コンテンツの供給先候補国・地域において、日本ブランド推進関連支援を一層充実させるため、ジェットロなどの体制強化を検討し、結論を得る。

また、在外公館や現地関係機関、調査機関などが収集した定量的・定性的な情報をもとに、企業などの戦略的な海外展開を後押しする。（短期）（経済産業省）

（コンテンツ規制の撤廃・緩和の働きかけ強化）

- ・二国間や多国間の官民による協議・交渉において、映画・放送番組・マンガ・アニメといったコンテンツの輸入規制を文化・産業面での大きな参入障壁として捉え、協議・交渉全体の中でコンテンツ規制の緩和・撤廃を優先度の高い課題として取り上げ、ハイレベルでの働きかけを強力に進めていく。（短期）（外務省、経済産業省、総務省）

（４）国内外から人を日本に呼び込むインバウンドの推進

【施策例】

（海外からのロケ撮影の誘致促進）

- ・海外からのロケ撮影の誘致に向けて、コンテンツ特区において得られた成果について他地域での運用可能性を検討し、必要な措置を講じる。（短期）（内閣官房、経済産業省、国土交通省、警察庁）
- ・地域資源を活用して日本の多様な魅力を発信するため、全国各地でのフィルムコミッションなどとの連携やロケ地情報の集約・提供などを通して、地域でのロケ撮影の受入れ体制整備を推進する。（短期）（経済産業省、文部科学省）

（個人旅行の促進・ビジネス観光への取組強化）

- ・訪日旅行者の誘致を強化するため、主要市場からの個人旅行の促進に向けた情報発信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。（短期）

(内閣官房、外務省、国土交通省)

- ・ M I C E 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じて、M I C E 誘致の国際競争力の強化を図る。(短期)(国土交通省)

(5) 模倣品・海賊版対策の推進

【施策例】

(正規品の流通拡大と一体となった侵害対策の推進)

- ・ 模倣品・海賊版対策を強化するため、官民一体となった働きかけにより侵害発生国での模倣品・海賊版の取締りやインターネット上からの削除といったエンフォースメントの一層の強化を図るとともに、侵害対策と一体となった正規コンテンツの流通促進のための取組を支援する。(短期)(外務省、経済産業省、総務省、文部科学省、財務省)
- ・ コンテンツ侵害への対応の強化に資する著作権保護や違法コンテンツ流通防止に向けた普及啓発活動を行うため、官民のアウトリーチ活動を積極的に推進する。(短期)(文部科学省)

(国内取締り強化)

- ・ 模倣品・海賊版の水際対策や違法な国内流通品の取締りを一層強化するとともに、国民の模倣品・海賊版に対する意識啓発を推進する。(短期)(財務省、警察庁、経済産業省、文部科学省)

(ACTAの推進)

- ・ ACTA(偽造品の取引の防止に関する協定)に関し、ハイレベルによる働きかけをより積極的に進め、他の既署名国と連携して、協定の早期発効を目指すとともに、アジアをはじめとする諸外国に対し協定への理解・参加を促す。(短期)(外務省、経済産業省、文部科学省、農林水産省、総務省、法務省、財務省)

(6) コンテンツ人材の育成

【施策例】

(コンテンツ制作現場で活躍する若手クリエイターへのインセンティブの付与)

- ・ 若手クリエイターの育成に向けて、ものづくりを含むコンテンツ制作現場で創造・発信活動を進めている若手を対象とした表彰制度や、

- 作品制作及び発表機会を提供する。(短期)(文部科学省)
- (クリエイターの裾野の拡大)
- ・クリエイターによる学校訪問や劇場、音楽堂などでの公演を通じて、子どもの頃から様々な芸術文化表現を体験することにより、コミュニケーション能力や作品の真の価値を見極める能力を涵養するとともに、子どもたちが様々な芸術文化表現を体験するワークショップの開催を進める。また、子どもたちが地域の伝統文化に触れる機会を提供する取組への支援を行い、将来の伝統文化の後継者の裾野の拡大を図る。(短期・中期)(文部科学省)
- (グローバル人材の育成)
- ・在外研修や海外クリエイターやプロデューサーとの交流を通して、海外でのコンテンツ制作の技能・知識を習得させるとともに、国際的な感覚を身に付ける機会を設け、国際的に活躍するクリエイター、プロデューサーを育成する。(短期・中期)(文部科学省、経済産業省)
 - ・専修学校、大学及び業界団体による産学連携コンソーシアムを活用して、グローバルに活躍するクリエイター、プロデューサーの育成強化を図る。(短期・中期)(文部科学省)
- (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、クリエイターの就労環境の改善向上の重要性にもかんがみ、取引適正化のため、クリエイターの携わる製作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)