

コンテンツビジネス振興政策（案）

ソフトパワー時代の国家戦略

2004年3月

知的財産戦略本部

コンテンツ専門調査会

… 目次 …

ページ

第 1 部 基本的方向(コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱に) 2

- 1 我が国のコンテンツビジネスの現状
- 2 コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱に
- 3 集中改革を実施し、事業規模を上昇傾向へ

第 2 部 集中改革の具体策(3つの目標と10の改革) 4

- 目標 1 資金、人材、技術等ビジネスの基盤を整備し、業界の近代化・
合理化をさらに進める 4
- 改革 1 業界の近代化・合理化の支援 ~チャンスが光る業界へ~ 4
- 改革 2 資金調達手段の多様化 ~豊富な資金でビジネスチャンス~ 4
- 改革 3 コンテンツ制作等へのインセンティブの付与
~ビジネス展開を側面サポート~ 4
- 改革 4 人材育成の強化 ~「ひと」がビジネスを変える~ 4
- 改革 5 新技術の研究開発等の支援、普及
~テクノロジーがビジネスを変える~ 5
- 目標 2 活躍する者に光をあて、社会をリードするビジネスを目指す 5
- 改革 6 人材の発掘と顕彰 ~もっと探そうコンテンツ人材~ 5
- 改革 7 教育・啓発の充実 ~もっと知ろうコンテンツ~ 5
- 目標 3 海外、新分野のビジネス等を大きく展開する 6
- 改革 8 海外展開の拡大と海賊版対策の強化 ~アジアへ、そして世界へ~ 6
- 改革 9 ブロードバンドなどによる事業展開の推進 ~もっと便利におもしろく~ 6
- 改革 10 地域等の魅力あるコンテンツの保存・発信強化
~ニッポン全国コンテンツで豊かに~ 6

第 3 部 今後のコンテンツビジネス振興に向けて 7

- 1 「集中改革」の知的財産推進計画への反映
- 2 調査研究・広報の推進
- 3 関係者一体となった取組の促進
- 4 今後の検討の方向性

第1部 基本的方向（コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱に）

1 我が国のコンテンツビジネスの現状

映画、音楽、アニメ、ゲームソフトといった我が国「コンテンツ」は、国際賞の受賞やキャラクターの世界的な人気などから、総じて高い評価を得ており、日本のイメージを「COOL JAPAN（クールジャパン：かっこいい日本）」へ大きく変化させ始めている。

しかし、我が国のコンテンツビジネスについてみると、これまでは創業者や業界の個々の努力により発展してきたものの、共通した理念のもとに国を含めた関係者が一致団結してその振興に取り組んできたとは言えなかった。

この結果、我が国コンテンツビジネスの事業規模は総額として1兆円台を推移しているものの、近年はやや下降気味である。対GDPで比較した場合、米国の5%に対し日本は2%で、国際平均の3%をも下回っている。事業規模全体に占める海外展開の割合で比較すると、米国の17%に対し日本は3%であり極めて少ない現状がある。

このように我が国では、すぐれたコンテンツの魅力をビジネスにおいて十分にいかしきれていないのが現状である。

2 コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱に

コンテンツビジネスは規模も大きく、他産業への波及効果も期待でき、国の産業として重要な分野である。さらに、コンテンツは海外における国家のイメージ向上にも大きな役割を果たしており（いわゆる「ソフトパワー」）、国家戦略を考える上で重要な分野である。

このため、諸外国では既にこの分野の振興を国家戦略として位置付け、強力に施策を展開している。

例えば、韓国や中国においては、国策としてこの分野の発展を目指し、多額の公的な資金を投入し施策を展開し、既に日本を凌ぐ分野も見られるほど力をつけてきている。欧米諸国においては、制作投資を奨励する税制や、国際映画祭への積極的な支援、更には人材育成など国による積極的な施策が実施され、その結果これらの国々においては良質のコンテンツが制作され、ビジネスとしても海外に大きく展開している。

我が国においても、今国会には海外からのCDの還流防止や書籍・雑誌の貸与権等を措置するための著作権法改正、コンテンツを含む知的財産を信託の対象とする等の信託業法改正、輸出入者情報等の開示を行うための関税率法改正、一定要件を具備したライセンス契約の法的安定性を高めるための破産法の改正などのコンテンツ関連法案が提出された。また、コンテンツが国民生活を豊かにし、海外に我が国の文化等に対する理解を増進させ、かつ

ビジネスとしても成長発展が期待されるとの観点から、関係府省、民間が一体となってコンテンツの創造等を促進するための基本を定めた「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律案」も提出されている。

こうした動きは、まさしくコンテンツが我が国の国家戦略上重要であることを示している。

諸外国との競争に打ち勝つためには、これら法的対応をはじめとして、コンテンツビジネスの振興を国家戦略の柱として明確に位置付け、そのための抜本的な施策を迅速かつ積極的に展開すべきである。

3 集中改革を実施し、事業規模を上昇傾向へ

コンテンツビジネスが抱える課題として、以下の3つが挙げられる。

課題 資金管理、契約や労働環境などにおいて、一部不透明・非合理的な面が見られ、一層の近代化・合理化が求められている。

課題 この分野で活躍する者への社会的・経済的評価や、産業としての重要性に対する社会の認識は、諸外国に比べると必ずしも十分とはいえず、今後は十分な認識のもと、社会をリードするビジネスとなることが求められている。

課題 海外展開や国内新市場への展開不足などマーケティングが不十分であり、今後は、必要な対策を講じた上で、大きくビジネスを展開することが求められている。

国家戦略としてコンテンツビジネスの振興を図るためには、より良いコンテンツが創造され、適切に保護・活用されて再創造につながるという「コンテンツ創造サイクル」の活性化が重要であり、そのために、以上の3つの課題の達成を目指して施策を展開していく必要がある。

そのために、第2部においては、上記課題に対応した3つの目標を示すとともに、その達成のための10の改革と重点項目を掲げ、具体的な施策を「参考資料」としてまとめた。国は、これらの改革を今後3年間に集中的に実施することにより諸課題を達成し、コンテンツビジネスの事業規模を上昇傾向に転じさせるとともに、これを足がかりとして、将来の飛躍的な発展へとつなげていくべきである。

第2部 集中改革の具体策（3つの目標と10の改革）

目標1 資金，人材，技術等ビジネスの基盤を整備し，業界の近代化・合理化をさらに進める

今後我が国のコンテンツビジネスが健全に大きく発展していくためには，一部に見られる資金管理や契約，労働環境などの面での問題が改善され，業務の一層の近代化・合理化が進められることが重要である。

幸いなことに，近年，業界内で改善に向けた取組が積極的に進められていることから，国としても，このような業界の取組を加速化するため，資金，人材，技術などの面でコンテンツビジネスの基盤整備に関する多面的な支援を行うとともに，業界の発展にとって問題となる非合理的で違法性の高い取引慣行の排除等を進め，コンテンツビジネスの大きな発展を目指すことが必要である。

改革1 業界の近代化・合理化の支援 ～チャンスが光る業界へ～

（重点項目）

- 1 契約慣行の改善や透明化に向けた取組を奨励，支援する
- 2 経営，法務，財務などにおける専門人材の活用を奨励する
- 3 独禁法の厳正な運用等により競争政策を充実させる
- 4 弾力的な価格設定など事業者によるビジネス展開に関する取組を奨励する

改革2 資金調達手段の多様化 ～豊富な資金でビジネスチャンス～

（重点項目）

- 1 コンテンツ制作への融資を拡大するための措置を講じる
- 2 コンテンツ制作への投資等を拡大するための措置を講じる
- 3 情報開示など投融資を促進するための環境を整備する

改革3 コンテンツ制作等へのインセンティブの付与 ～ビジネス展開を側面サポート～

（重点項目）

- 1 コンテンツの制作・投資等を促進するために必要な税制上の措置を検討する

改革4 人材育成の強化 ～「ひと」がビジネスを変える～

（重点項目）

- 1 高等教育機関等におけるプロデューサーなどの人材育成を支援する
- 2 映像産業振興機関の設立を支援する

改革5 新技術の研究開発等の支援,普及～テクノロジーがビジネスを変える～

(重点項目)

- 1 CGをはじめとする先端映像技術などに関する研究開発を支援する
- 2 映画等の制作・流通及び上映を通じたデジタル化を推進する
- 3 ハイビジョン技術の研究開発の支援等を行う
- 4 コンテンツ流通技術の研究開発の支援等を行う

目標2 活躍する者に光をあて、社会をリードするビジネスを目指す

コンテンツの各分野は、人々の豊かな生活や文化の観点から重要な役割を果たすとともに、アニメやゲームソフトなどは日本を代表するポップカルチャーとして欧米で高い評価が与えられているにもかかわらず、我が国においては、現在でもなお十分な評価は与えられていない。

また、この分野に従事する者についても、特に制作部門において、その業務の重要性や実際の活躍の度合いに比べ、実際の社会的・経済的評価は十分とはいえない場合が少なくない。

このため、今後、我が国コンテンツ分野への人材の一層の流入を進め有望な人材を確保し、この分野の一層の活性化を図るため、国は、コンテンツに関係する人材に光を当て、ビジネス自体の社会的な認知度を向上させるための施策を充実させることが求められている。

こうした施策を通じて、コンテンツビジネスが社会をリードする役割を担う存在となるよう図ることが必要である。

改革6 人材の発掘と顕彰 ～もっと探そうコンテンツ人材～

(重点項目)

- 1 コンペティションの開催や顕彰の機会の拡大・広報などを通じ、コンテンツ人材を早期に発掘、育成する

改革7 教育・啓発の充実 ～もっと知ろうコンテンツ～

(重点項目)

- 1 コンテンツに触れる機会の増大等、教育や啓発を充実させる

目標3 海外，新分野のビジネス等を大きく展開する

我が国産業の歴史を振り返ると，国際競争力を有する製品を武器に，国内だけにとどまらず積極的に海外展開を図ることにより，新たな市場を獲得し，より大きな収益をあげ，日本経済の発展に大きく貢献してきた。

これまで，コンテンツ自体への国際的な評価が高いもののビジネス展開が必ずしも十分でないと言われてきた我が国コンテンツ分野も，その事業規模が横ばいもしくは微減を続ける今，もはや例外であることは許されない時代を迎えている。今まさに日本のコンテンツをいかして，海外，インターネットなど新たな市場を開拓し，我が国コンテンツビジネスを大きく展開するとともに，日本文化の積極的な発信により海外での日本のイメージを向上させることが求められている。

このような状況を踏まえ，国としても，ビジネス界の積極的な取組を加速化するため多面的な支援を行う必要がある。

改革8 海外展開の拡大と海賊版対策の強化 ～アジアへ，そして世界へ～

(重点項目)

- 1 国，在外公館，JETRO，国際交流基金などを通じた海外展開を支援する
- 2 東京国際映画祭の抜本的な強化による海外展開を支援する
- 3 国際交流などによるジャパンプランドの発信強化を図る
- 4 あらゆるチャンネルを通じた海賊版の取り締まりを強化する

改革9 ブロードバンドなどによる事業展開の推進 ～もっと便利におもしろく～

(重点項目)

- 1 コンテンツの利用に関する契約締結，データベースなどの整備を促進する
- 2 青少年の健全育成への自主的な取組を奨励，支援する
- 3 コンテンツに関する法制度や運用について検討等を行う
- 4 ブロードバンドなど新たな流通手段におけるコンテンツ事業の推進を支援する

改革10 地域等の魅力あるコンテンツの保存・発信強化

～ニッポン全国コンテンツで豊かに～

(重点項目)

- 1 地域等の伝統・文化デジタルアーカイブの構築やその活用などを支援する
- 2 フィルムコミッションのロケ誘致活動を支援する
- 3 地域における「コンテンツ戦略」に関する取組を奨励，支援する

第3部 今後のコンテンツビジネス振興に向けて

当専門調査会は、第2部において、コンテンツビジネス振興のための集中改革の具体策として、「3つの目標と10の改革」を示したところであるが、これを実施して行くに当たり、関係者が共有すべき理念をAからEの5つの標語として以下に提言する。

All Japan

官・民すべての関係者が連携・協力して諸課題に取り組む

Brand Japan

日本ブランドの向上を目指し、海外市場戦略を重視していく

Cool Japan

“カッコイイ”日本を目指す

Digital Japan

デジタル化・ブロードバンド化に十分対応していく

leading-Edge Tech Japan

先端技術の研究開発・活用を推進する

さらに、国は今後のコンテンツビジネスの振興を図るに当たり、以下の点に留意することが必要である。

1 「集中改革」の知的財産推進計画への反映

本報告書で示した「集中改革」のための3つの目標及び10の改革は、来年度初めに予定されている「知的財産推進計画」の改定に反映させるとともに、関係府省においては、担当する施策を3年の期間内に集中的に実施する。

知的財産戦略本部は関係府省の施策の実施状況を随時把握し、関係府省の取組の促進を図るとともに、集中改革期間終了時に目標の達成状況について評価を行う。

2 調査研究・広報の推進

今回の検討に当たっては、統計資料の整備が不十分であることが指摘された。今後、我が国のコンテンツの事業規模について、諸外国とより精密に比

較検討できるような統計資料を整備するなど広くコンテンツに関する統計資料の整備に努めるとともに、新たな政策分野であるこの分野の多面的な政策研究を進める。

また、コンテンツ分野における多方面からの幅広い議論と、国民の関心を高めるため、各種公開シンポジウムなどを通じて、広報活動を充実させる。

3 関係者一体となった取組の促進

今後とも関係府省が一体となって施策を展開していく必要があり、特に「税制」の在り方、「コンテンツの2次利用の促進」及び「海賊版対策」については、関係府省で適切な役割分担のもと、連携協力して問題に対処していく。

知的財産戦略本部は関係府省連絡会議を開催するなど、関係府省の一体的な取組を促進する。

また民間においても、コンテンツ制作者、流通事業者、送・配信事業者、広告事業者、権利管理事業者、機器メーカー、法務関係者など、コンテンツビジネスに関わる者は多岐にわたっており、関係者間のコミュニケーションは必ずしも良好とは言えない。今後これらのソフト・ハードを含む関係者の連携を一層図るとともに、関係者が一体となって、コンテンツビジネスの振興に関する研究や提言、その他の取組を行うことが求められており、国はそれを奨励、支援する必要がある。

4 今後の検討の方向性

今回の検討は、知的財産戦略本部の下で行われたものであり、おおむね著作権や著作隣接権などにより保護される「コンテンツ」を対象とした。しかし、ファッションなどの「デザイン」や「料理」、「観光資源」、更にはスポーツ等の「イベント」など、著作権等による保護を受けない知的・文化的な資産であって我が国の将来にとって重要なものは、今回の「コンテンツ」の周りに大きな広がりを持って存在している。

また、新技術の研究開発に伴い、従前には予想されなかったまったく新しい形態の「21世紀型コンテンツ」が登場し、経済社会に大きな革新をもたらすことも十分考えられる。

国は今後、こうした幅広い分野に着目し、その振興を図るための施策を検討する必要がある。

(以上)