

世界最先端のコンテンツ大国の実現を目指して

2007年 1月 22日
コンテンツ専門調査会
企画ワーキンググループ

1. 検討の経緯

(1) コンテンツ専門調査会は、2004年4月に「コンテンツビジネス振興政策」を策定し、アニメやゲームソフトなど、世界から高い評価を得ている我が国のコンテンツをビジネスとして発展させていくための具体策を提言した。この提言を受け、「知的財産推進計画2004」及び「知的財産推進計画2005」が取りまとめられた。また、デジタルコンテンツがユーザー、クリエイター、ビジネスに与える影響の大きさにかんがみ、2006年2月に、「デジタルコンテンツの振興戦略」を策定し、それを受け、「知的財産推進計画2006」が取りまとめられた。

(2) デジタル化や国際化の進展、知識社会の到来に伴い本格的な知の大競争時代に入っているが、コンテンツ分野においては、依然世界のスピードある変化に対応できず、個々の潜在的な能力も十分に発揮されていないといった問題点が指摘されている。今後、未来に向けた長期的な視点に立ち、クリエイティブな取組を加速することにより、コンテンツが産業として国際競争力を強化し、世界を活躍の場として発展していくことが必要である。

また、2011年には地上デジタル放送への全面移行など、本格的なデジタルコンテンツ時代が到来する。インターネット上においても、誰でも気軽に参加してコンテンツが創作され、循環する社会となる。国民にとってコンテンツの創造・保護・活用が身近になる時代を展望し、新しい保護ルールや流通環境を時代に先んじて整えることが必要である。

(3) 本専門調査会は2006年9月6日に第1回企画ワーキンググループ(座長:牛尾治朗 ウシオ電機(株)会長)を開催して本件の検討を開始し、4回の会合を経て、世界最先端のコンテンツ大国の実現に向けた具体策を取りまとめた。今回の取りまとめを契機として、関係者の意識改革と課題解決に向けた取組の強化を強く期待する。

2. 目指すべきコンテンツ大国のイメージ

以下のようなイメージのコンテンツ大国を目指すべきである。

(1) 国民がコンテンツを楽しむ環境

- ・ 国民が携帯電話、パソコンなど多様な媒体から、時間と場所を選ばずに、豊かなコンテンツを楽しむとともに、自らも創作活動をすることができる。

(2) 人材育成

- ・ 業界の内外から多様な人材がコンテンツ産業に流入し、互いに切磋琢磨する。
- ・ 海外からもクリエイターが集まり、日本がコンテンツ創作のハブとなる。
- ・ 国際的に活躍し、多様な流通メディアを駆使することができるクリエイターやプロデューサーを多数輩出する。
- ・ 海外と対等に交渉できる知識や能力を持つエンターテインメント・ロイヤーを多数輩出する。

(3) 契約

- ・ コンテンツ業界全体において、公正な契約が結ばれる。
- ・ マルチユースを想定し、クリエイターが適正な報酬を得る契約が結ばれる。

(4) ビジネスチャンス

- ・ 日本のコンテンツが世界中で評価され、受け入れられるとともに、海外のコンテンツが日本で自由に紹介される。
- ・ 「国際コンテンツカーニバル（仮称）」等のイベントが国際的に権威を持ち、世界のコンテンツが日本に集積し、取引される。
- ・ 国内外から多様な資金がコンテンツ産業に流れ込む。
- ・ ネット上での権利処理や課金が進み、クリエイターが適正な報酬を得ながら、多様なコンテンツが流通するビジネススキームが広がる。

(5) 海賊版の撲滅

- ・ 保護技術の発達や制度の改革、国民の意識向上により、海賊版の制作・流

通がなくなる。

(6)教育

- ・学校教育において創造性をはぐくみ、豊かなコンテンツを創作する素地を作る。
- ・創作者の権利が尊重される風土が広く定着する。
- ・デジタルコンテンツを楽しむための基本的なモラルの向上を図る。

3. 現状認識

(1)基本認識

世界のスピードある変化と乖離している

グーグルの普及など、コンテンツをめぐるビジネスや流通システムの世界的変化に対し、我が国は後手にまわっている。

潜在的な能力が十分に生かされていない

優れたコンテンツを創出・供給する潜在的な能力があるが、それが十分に活用されていない。

コンテンツ市場の拡大を目指す

コンテンツ産業は、技術革新や新しいビジネスモデルの登場が期待され、官民の真摯な取組により、二桁成長を目指すことができる産業である。

官民あげてコンテンツ大国を実現する

民間企業のビジネス戦略を基本とし、官は環境整備や側面支援を行うなど、将来ビジョンを共有して、官民あげてコンテンツ大国へのシナリオを実現する。

(2)成長を妨げている要因

我が国が、豊かなコンテンツを生み出す創造力やコンテンツの創作・流通を支える技術開発力を備えていながら、その潜在的な能力を十分に発揮・活用できていない要因として、次のような点が指摘されている。

時代の変化に対応できない制度と業界慣行

既存の法律・契約システムや業界慣行が新たな創作活動とビジネスの芽を

摘んでおり、このままでは、優秀な人材が業界に魅力を感じず、海外に流出し、業界が先細りとなるおそれがある。

将来に目を向け、新しい産業や収益源を見つける視点の欠如

既存システムの中での利害調整に終始し、新しいビジネスを創造する努力が足りないため、産業の革新的発展が図れないおそれがある。

産業界の海外戦略の欠如

国内市場に安住し、海外市場を拡大する意欲とそれを具体的に実現するための戦略がないため、ビジネス展開が受け身、後追いで既存市場のパイの取り合いに留まっているというおそれがある。

4. コンテンツ大国を実現するための方策

世界最先端のコンテンツ大国を実現するため、3つの基本目標を設定し、以下の具体策を進める。

[基本目標]

目標1 世界に通用する業界となる

- ・国内マーケットだけを対象とする業界から、世界マーケットを前提とする業界を目指す。
- ・業界の近代化・合理化により、競争を促進する。
- ・ハード・ソフトの連携により、ビジネス戦略を大幅に強化する。
- ・クリエイターへ適正な利益配分がなされ、将来を担う人材が業界の外からも集まるようにする。
- ・上記の課題の解決を通じて、コンテンツ業界が産業としての一体感を持ち、「特別な業界」から「普通の業界」として世界に飛躍する。

目標2 世界で勝負できるジャパンコンテンツを創る

- ・海外の成功者など優秀な人材を評価し、活躍できる環境を整備する。
- ・日本人の能力を最大限に活かし、世界で活躍できる人材を育成する。

目標3 グローバルな交流を進める

- ・世界中のコンテンツや人材・資金が日本に集まり、アジアをはじめとしたコンテンツに係わる人・モノ・カネの相互交流を進める。
- ・魅力あるジャパンコンテンツを世界に発信する。

[具体策]

(1) 海外展開を促進する

日本のコンテンツの強みを世界的に発揮する

< 課題 >

アニメ、ゲーム等の日本のコンテンツは、海外において高い評価を得ており、今後、ビジネスとしても世界に飛躍するポテンシャルを持っている。日本のコンテンツの強みを活かし、事業者のビジネス戦略を基本とした海外展開を積極的に進めることにより、コンテンツ産業の国際競争力を高める必要がある。

< 解決策 >

) 海外を意識したコンテンツ制作の促進

コンテンツのクリエイティブな開発段階から共同制作を進め、現地の消費者の嗜好や番組形態、文化的・社会的規範を十分に加味したコンテンツを作らることを促す。「国際コンテンツカーニバル(仮称)」等を通じて、海外のテレビ局、映画会社、制作会社、実演家団体等との協力関係を深める機会を提供する。

) コンテンツ事業者の法務能力の向上

コンテンツ事業者の契約締結と訴訟対応の能力を高めるため、国内のエンターテインメント・ロイヤーズ・ネットワークの協力を受け、契約交渉や訴訟対応の成功や失敗の事例集を作る。また、JETROを通じ、国際実務に精通したエンターテインメント・ロイヤラーの連携を進め、国内コンテンツ事業者との交流の場を設ける。

) 海外展開を見据えた権利処理の促進

コンテンツホルダーと原権利者との間で、海外展開を見据えた協調体制を確立し、権利処理を行うことを目指す。コンテンツ専門調査会の提言に基づき設けられた契約に関する検討の場において、海外展開を加速していくことについて共通の認識を形成するとともに、契約ルールの策定を目指す。また、国内外の権利者団体間で、権利処理の円滑化のための協議の場を設けるよう促す。

) 流通支配力の強化

海外のメディアや流通事業者への出資や事業提携、現地法人の設立、オンライン配信や携帯配信の強化を促す。

) 映画に関する協力覚書の締結の促進

映画に関する協力覚書について、これまでに締結されているフランス、韓国以

外の主要国とも締結するよう促す。

)事業者に対する各種情報の提供

事業者が海外展開を戦略的に進めることができるよう、JETRO等を通じて、国外の市場動向、政策動向、法制度、商慣習、海賊版被害実態等の有用な情報を提供する。また、輸出入データや国別市場規模等の統計を整備する。

)コンテンツ事業者の国際競争力の強化

コンテンツビジネスの国際化や、流通経路の多様化、M&Aによるメディアのコングロマリット化などの状況を踏まえ、日本のコンテンツ事業者が国際競争力を強化し、グローバル展開を加速するための戦略について検討する。

日本をクリエイションの拠点とするとともに、魅力を世界に伝える

<課題>

日本がコンテンツ大国として世界から評価を受けるようになるため、国籍を問わず新人クリエイター等がデビューし、能力を発揮させる機会を提供するとともに、日本の魅力を海外に戦略的に発信する必要がある。

<解決策>

)日本の魅力に関する情報の収集と発信力の強化

在外公館、国際交流基金、JETROなどが、海外から見た日本に関する情報を適時適切に収集し、国内関係者に提供する。また、それらの情報を客観的に分析・評価した上で、海外が求めている日本の魅力に関する情報を整備し、海外ジャーナリストとの連携を深めるなどして、戦略的な情報発信を行う。さらに、情報発信の効果を見極めながら、発信の方法や内容について改善を図る。

)「国際コンテンツカーニバル(仮称)」の実現

日本のコンテンツ産業の振興を図るため日本のコンテンツを総合的に結集した「国際コンテンツカーニバル(仮称)」を行い、日本の魅力を海外に発信する。

)アジア域内の優秀な人材の交流促進

アジアにおける優秀な人材の交流や移動を促進するため、アジア域内で、在留資格及びビザの発給要件を相互に緩和する。海外からの人材の受入れに関し、入国手続等の諸手続を支援する民間団体の活動を促進する。

)クリエイター等の活躍の場の提供

「国際コンテンツカーニバル（仮称）」や「メディア芸術祭」などにおいて、新たな才能の発掘の場を設ける。また、東京アニメセンターなどの関連機関が行う、国内外への情報発信や人材育成の取組を促進する。

)マーケット機能の強化

「国際コンテンツカーニバル（仮称）」において、ビジネス関係者やメディアを対象とした見本市や国際シンポジウムを充実させる。また、観光、ファッション、食の要素も取り入れ、日本の様々な魅力に触れる機会を提供する。

)コンテンツポータルサイトの支援

地域発や中小コンテンツ事業者が創造するコンテンツを含め、幅広いコンテンツが備えられ、国内外の利用者が我が国のコンテンツに関する情報に円滑にアクセスできるよう、日本のコンテンツの情報発信基地であるコンテンツポータルサイトの開設と運用を支援する。

)「アニメ文化大使(仮称)」事業の促進

在外公館等において日本のアニメ作品を上映するなど、アニメを通じて海外に現代日本を紹介し、対日理解を促進する。（「アニメ文化大使（仮称）」事業）。その際、当該事業の広報にあたっては、外務省ホームページのほか、可能な限り民間が運営しているコンテンツ関連の英語版ホームページも活用する。

)国際放送の活用

外国人向けの映像による国際放送を日本のコンテンツの発信の場として活用する。

)国内のフィルムコミッションと海外との連携強化

日本各地のロケ候補地に関する情報をインターネット上に集約した「全国ロケーションデータベース」の英語版を更に充実させるとともに、「国際コンテンツカーニバル（仮称）」において国内外に向けたロケ情報を積極的に発信する場を設けるなど、海外と地域との連携強化を図る。

国際的な知的財産保護の動きに貢献する

< 課題 >

E P A（経済連携協定）交渉や日中首脳会談において、知的財産の保護が主要課題の一つとして取り上げられていることを受け、国際的な知的財産保護の動きに貢献する必要がある。

< 解決策 >

) EPAによる海賊版対策の強化

EPAに海賊版に対する実効的なエンフォースメントの確保のための条項を盛り込むように交渉する。

) 在外公館における相談機能の強化

アジアをはじめ様々な地域の在外公館において知財担当官会議を開催し、JETROや民間企業関係者などとの意見交換を通じ、知財担当官の知財侵害問題に対する専門性を高め、企業からの相談に的確に対応する。

) JETROによる知財権保護支援の強化

JETROの海外事務所において、我が国企業に対し、個別の海賊版被害の侵害実態調査、摘発活動の支援など、知財権保護支援を強化する。

) CJマークの周知、普及の促進

アジアにおいては依然として海賊版による被害が深刻であるため、その対策として、日本の権利者が共同で権利行使できるスキームであるCJマーク（コンテンツ海外流通マーク）事業を推進するとともに、CJマークを更に多くの商品に採用するよう、周知・普及に努める。また、侵害発生国でトレーニングセミナーを実施する。

(2) 法制度・契約を改革する

ビジネススキームを支える著作権制度を作る

< 課題 >

デジタル化・ネットワーク化の進展などコンテンツを巡る環境は急激に変化しており、ユーザーニーズの多様化も進んでいる。コンテンツビジネスの振興は、民が主体であり、官は阻害要因を排除するという視点の下、環境の変化に柔軟に対応する新たなビジネスを支えることができるよう、著作権制度とその運用の見直しを進める必要がある。

< 解決策 >

) ユーザーニーズに迅速に対応したビジネスモデルの構築

法的環境整備を進める大前提として、ビジネスサイドは、ユーザーが望む新しい利用形態をビジネススキームの一環としてどのように素早く取り込むかという視点が必要であり、こうした新しいビジネスの動きと新規参入を促進する。

) IPマルチキャスト放送へのコンテンツ流通の促進

IPマルチキャスト放送に関する著作権法改正も踏まえ、地上デジタル放送の同時再送信を、計画されているスケジュールに沿って実施するために必要な措置を速やかに講じる。その際、放送番組に関する権利管理情報を放送事業者やIPマルチキャスト事業者など関係者が協力して整備する。

IPマルチキャスト方式による自主放送について、諸外国の動向を踏まえつつ、著作権法上の取扱いの明確化、プロテクションを含む端末技術の標準化の促進、放送番組等のコンテンツ流通市場の整備を速やかに進める。

また、クリエイターへの新たな創作チャンスも増えるという視点も踏まえ、IPマルチキャスト事業者とクリエイターとのビジネスマッチングの機会を充実する。

) 違法複製されたコンテンツの個人による複製

インターネット上の違法送信からの複製や、海賊版 CD・DVD からの複製について、私的複製の許容範囲から除外することについて、合法的で、ユーザーが利用しやすく、クリエイターへの利益還元も適切になされる新しいビジネスの動きを支援するため、情報の流通を過度に萎縮させることのないよう留意しながら、著作権法の規定の見直しを進める。

) 権利者不明の場合におけるコンテンツの流通

我が国が蓄積してきた豊かなコンテンツを有効に活用するため、諸外国の動向も踏まえ、利用者が相当の努力を払っても権利者と連絡がとれない場合（権利者

不明の場合)について、利用の円滑化を進める新たな方策について検討する。

また、例えば、ノンフィクション番組の利用に際し、連絡先を把握しづらい一般人などからの申し出を受け付ける機関を作り、利用者の供託金によって運営する自主的な取組を奨励する。

クリエイターに適正な報酬がもたらされる仕組みの下で、円滑な利用を進める

<課題>

海外展開やネット流通など新たなコンテンツの流通が進むことにより、クリエイターも含め関係者全体に新たな利益が生じるという意識の下、業界をあげて市場の拡大に向けて取り組む気運を高める必要がある。

<解決策>

)マルチユースを前提とした契約ルールづくり

新たなコンテンツの流通を進めることにより、関係者全体が潤うコンテンツ大国を目指すため、関係者間で契約ルールに関する検討の場を作るなど、マルチユースを前提とした契約ルールづくりを進める。

)放送番組のマルチユースの促進

放送番組のマルチユースを促進することにより関係者全体が潤うよう、『放送番組の制作委託に係る契約見本』や『番組制作委託取引に関する自主基準』の取組を踏まえ、放送事業者と番組制作会社との間での契約モデルを作成するなど、窓口管理業務に関する公正な協議・契約の締結を進め、放送番組の制作委託に係る課題を解決する。

)権利の集中管理の促進

マルチユースに際し、クリエイターに適正な報酬がもたらされる仕組みとして権利の集中管理や権利管理情報の整備を促進するとともに、著作権法上の共同実演に関するガイドラインを作成し、利用に関しほとんどの権利者の合意が得られるコンテンツの流通を促す。

)契約締結の促進

コンテンツ業界において契約締結の促進に向けた気運を醸成し、必要に応じその法的な環境の整備を進める。

)コンテンツを発表する場の拡大

個人クリエイターなどの作品を広く発信し、国内外にビジネス展開できる場

を整備するため、ネット上でのコンテンツ取引機会を提供するネットマーケットを構築する。

)公正透明なコンテンツ業界の実現

クリエイターへの適正な代金の支払い等の契約内容の適正化を促し、公正で透明なコンテンツ業界を実現するため、独占禁止法及び下請代金支払遅延等防止法の啓発・普及の促進や相談対応の充実を図るとともに、両法を厳正かつ迅速に運用する。

一般ユーザーが著作物を楽しむ機会を充実する

<課題>

ネット上で誰でも気軽に参加してコンテンツが創作され、循環する時代において、ユーザーが我が国の豊かなコンテンツを楽しむことができるよう、技術の発展や多様化するユーザーニーズに柔軟に対応したサービスを支える法制度を構築し、コンテンツ産業の健全な発展を目指す必要がある。

<解決策>

)ネット検索サービス等に係る課題の解決

ネット上での検索サービス等に伴うサーバーへの複製・編集等や検索結果の表示に関する著作権法上の課題を明確にし、所要の措置を講ずるなど、知の世界の秩序の再編に対応して、デジタル化・ネットワーク化に適応した法制度を検討する。また、新たなコンテンツへの検索・アクセス技術の開発・国際標準化や、適切な保護ルールの検討などを行う。

)放送番組アーカイブの活用

NHKアーカイブスのネット配信サービスを行えるよう2006年度中に放送法の改正を行うとともに、著作権や肖像権に関する課題を検討し、民間放送事業者や放送番組センターの保有する番組を含め放送番組アーカイブの円滑な利用を促進する。

)コンテンツの保存・収集・利用の促進

公共的なデジタル・アーカイブにおける著作物の収集・保存や、絶版等に至った著作物で一般ユーザーが入手困難なものの提供など非営利目的や商業的利用と競合しない利用について、クリエイターへの補償措置も考慮しながら、コンテンツの保存・収集・利用を円滑に進められる方策を検討する。

)コンテンツのネット流通の促進

コンテンツのネット流通を促進するため、著作者が予め意思表示する際の利用条件の類型化やルール等を研究し、著作物等のネットワーク上での利用条件を意思表示するシステムを構築するとともに、民間における自由利用促進のための取組を奨励・支援する。

(3)人材育成を図る

国際的に通用する専門人材を育成する

<課題>

日本のマンガ、アニメ、ゲーム等のコンテンツは海外でも評価されており、日本人のコンテンツを創り出す力は世界に通用する。

日本人が作り出すコンテンツを世界に発信していくためには、コンテンツ人材の国際的情報収集や国際的言語などの能力を高める必要がある。さらに、海外展開を進める上では、コンテンツ企業の契約締結と訴訟対応の能力を高めるとともに、コンテンツ企業を支える国内弁護士を育成する必要がある。このように、ジャパンコンテンツのグローバル展開を目指すためには、日本の優れたプロデューサーやエンターテインメント・ロイヤーなどのコンテンツ人材が、海外で活躍するための能力を育成する必要がある。

<解決策>

)国際的なプロデューサーの育成

資金調達から作品の企画・製作、宣伝、販売までのプロセスを一貫してマネジメントすることができるプロデューサーを育成するため、海外との企画共同開発のワークショップ開催や情報提供などにより、海外との人的ネットワークの強化、ノウハウの蓄積を促進する。

)国際的なエンターテインメント・ロイヤーの育成

国内のエンターテインメント・ロイヤーが、コンテンツ事業者との交流を深めることなどにより、現場の実践を踏まえた専門能力の向上を図り、ビジネス戦略に係る助言や渉外を行うことができる存在となるよう促す。また、世界的に用いられている映像コンテンツの海外販売における基本契約書の日本語解説を作成し、公表することにより、海外展開のための法務サービスを強化するよう促す。

)海外一流人材養成機関等への留学生支援

世界に通用し、アジアと世界の架け橋にもなるプロデューサーやクリエイター等を育成するため、海外の一流の人材養成機関や企業等への留学を支援する。

コンテンツ分野を支える幅広い人材を育成する

<課題>

コンテンツ産業に優秀な人材を集めるためには、コンテンツ人材に対する適切な評価や、産学における人材の育成が必要である。さらに、日本の豊かなコンテンツへの理解を促進することが重要である。

<解決策>

)人材育成に関する産学連携

コンテンツ分野における大学が集まり、大学と産業界の人材育成に関するニーズの適切なマッチング方策を提案するとともに、映像産業振興機構が中心となり、インターンシップの促進や大学等で教える産業界の人材を登録・紹介する仕組みを作る。

また、メディア芸術の次代を担う創造的人材を育成するため、大学、ミュージアム等の推進拠点と制作会社等とのネットワークを形成する。さらに、国内外の若手クリエイターのコラボレーションによる共同作品制作を実施する。

)大学間連携の促進

コンテンツ分野における大学が連携し、優れたコンテンツ人材を育成するための教育内容、教育方法、教育体制等の人材養成振興方策を取りまとめ、普及を図る。

)コンテンツを尊重する教育と国民への啓発活動の強化

様々な体験活動を通して創作することの大切さを知り、創作物を尊重する価値観を育むことにより、コンテンツやクリエイターを大切にする意識を醸成する。また、海賊版の購入をしない適切な消費行動を促すべく、消費者の意識向上を図るための効果的な啓発活動を展開する。

)日本の豊かなコンテンツへの理解の促進

映像産業振興機構において、子どもたちに推奨する日本映画のリストや海外における日本文化への理解を促進するための日本映画の推奨リストを作成するとともに、子どもたちの鑑賞活動の機会の充実を図る。

)内閣総理大臣等による顕彰制度の創設

日本のコンテンツの発展や海外への紹介に功績のあった者に対し、その活躍の時期を逃すことなく、国籍、年齢、業種を問わずに内閣総理大臣等が表彰する制度を設ける。また、マンガという日本発の表現方式を国際的にも浸透させるため、新進気鋭の外国人マンガ家を表彰する「国際漫画賞（仮称）」を設ける。

(4) 技術開発を推進する

世界をリードするコンテンツ関連技術の開発、普及を進める

< 課題 >

日本には、マンガ、アニメなど優れたコンテンツがあり、それらを活かすための技術開発のニーズがある。一方、ハードメーカーや大学等ではコンテンツを活かす技術の開発が行われており、これらの橋渡しが必要である。

さらに、企業単独では費用負担の大きな、コンテンツの共通基盤的産業技術について、業界における連携した開発、普及が必要である。

< 解決策 >

) 日本発のコンテンツ関連技術の促進

マンガ、アニメなど日本の優れたコンテンツを生み出すノウハウをいかしたコンテンツ作成技術などのコンテンツ関連技術において世界をリードできるよう、ソフト・ハードが連携する。

また、「国際コンテンツカーニバル(仮称)」などの場において、CGなどソフト・ハードの連携に資する技術についての情報発信を行う。

) 産学官連携による先導的技術の研究開発の推進

産学官が連携して将来の実用化を目指したコンテンツに関する先導的技術の研究開発を戦略的に進める。このため、映像産業振興機構が、例えば、関係省庁の連携のもとコンテンツに関する研究開発のリストを整備するなど、コンテンツ関連技術の研究開発者と実用的技術についてニーズのある産業界とを結びつける橋渡しの役割を担う。

) 国際競争力を強化するための基本技術の共有化

コンテンツの国際競争力を強化するため、ゲーム業界、アニメ業界などの同一業界内において分野共通的な技術的課題を検討する場を設け、共通基盤となる産業技術について研究開発を促すとともに、基本技術を業界として共有化し利用するといった業界内の連携を奨励する。

ハードとソフトを連携させたビジネスモデルを構築する

< 課題 >

我が国が強みとする情報家電や携帯プレーヤーなどの機器、それに組み込まれたソフトウェアやそこで利用されるコンテンツをうまく組み合わせ、海外への展開も視野に入れた新しいビジネスモデルを構築するとともに、その基盤となるイ

ンフラ整備を進める必要がある。

< 解決策 >

) 技術を活かしたコンテンツビジネスの構築

民間企業において、成長の著しい携帯電話やワンセグの強みを活かしたコンテンツ・ビジネスを構築する。

ii) コンテンツ・ビジネスに係るインフラ整備の促進

地上デジタル放送は、デジタル・コンテンツの流通を促進するための重要な基盤である。政府としては、2011年を地上デジタル放送への全面移行の期限としているが、これを確実に実現するためデジタル受信機の全世帯への普及を促進するなど官民連携した取組を進める。

) 国際標準を視野に入れた技術規格の標準化

コンテンツホルダーとメーカーの間で信頼感を醸成し、ネット時代の技術規格について、官民あげて国際標準化を視野に入れた取組を促進する。

バランスのとれたプロテクションシステムを採用する

< 課題 >

動画投稿サイトなどにおける、権利処理のなされていない違法なコンテンツの流通が頻発しているなか、デジタル放送の普及により、違法なコンテンツが高画質で流通する可能性がある。一方、コンテンツの流通促進のためには、ユーザーの利便性に配慮する必要がある。こうした中において、クリエイターが安心してコンテンツを提供できるものであるとともに、ユーザーが使いやすいプロテクションシステムであることが重要である。

< 解決策 >

地上デジタル放送や動画配信サービスのコピープロテクションシステムについて、権利者が安心してコンテンツを提供できる環境を作るとともに、ユーザーの使いやすさに配慮したルールの採用を進める。

(5)制作を資金面から支える

<課題>

独立系のプロデューサーやクリエイターが制作資金を十分に集めるとともに、作品を広く流通・販売することができるよう、資金調達及び流通に係る制度改革を進める必要がある。

<解決策>

)優遇税制の充実

個人や法人がコンテンツの制作に資金を拠出しやすくなるよう、エンジェル税制や寄附金税制の見直しなど、税制上の更なるインセンティブの付与について検討を行い、必要に応じ制度を改善する。

)コンテンツの取引市場の整備

民間において信頼性の高いコンテンツの価値評価手法を確立するとともに、二次利用を含めたコンテンツの取引市場を整備するよう促す。

< 參考資料 >

コンテンツ専門調査会
企画ワーキンググループ委員名簿

(委員)

荒川 亨 (株)ACCESS 代表取締役社長
座長 牛尾 治朗 ウシオ電機(株)会長
岡村 正 (株)東芝取締役会長 / 知的財産戦略本部員
角川 歴彦 (株)角川グループホールディングス代表取締役会長兼CEO
/ 知的財産戦略本部員
金丸 恭文 フューチャーアーキテクト(株)代表取締役会長兼CEO
久保 雅一 (株)小学館キャラクター事業センターセンター長
/ 東京アニメセンターエグゼクティブプロデューサー
久保利英明 日比谷パーク法律事務所代表 / 大宮法科大学院大学教授
/ 知的財産戦略本部員
國領 二郎 慶應義塾大学総合政策学部教授
重延 浩 (株)テレビマンユニオン代表取締役会長兼CEO
原田 豊彦 日本放送協会理事
村上 光一 日本民間放送連盟副会長 (知的所有権対策委員会委員長)
/ (株)フジテレビジョン代表取締役社長
依田 巽 (株)ギャガ・コミュニケーションズ代表取締役会長

(オブザーバー)

中山 信弘 東京大学大学院法学政治学研究科教授 / 知的財産戦略本部員

(50音順、敬称略)

コンテンツ専門調査会
企画ワーキンググループ検討スケジュール

< 日程及び主な討議テーマ >

第1回 2006年9月6日(水) 10:00~11:30

(於:霞が関東京會館エメラルドルーム)

企画ワーキンググループの開催について

コンテンツをめぐる課題について

第2回 2006年10月16日(月) 10:00~11:30

(於:霞が関東京會館シルバースタールーム)

コンテンツの振興戦略について

1 コンテンツ振興戦略に関する論点について

2 コンテンツの海外展開について

第3回 2006年11月27日(月) 10:00~11:30

(於:霞が関東京會館エメラルドルーム)

コンテンツをめぐる課題について

1 参考人ヒアリング

参考人:一瀬 隆重 (株)オズ代表取締役

参考人:村上 隆 (有)カイカイキキ代表

2 コンテンツをめぐる課題について(法制度・契約、技術開発、人材育成)

第4回 2007年1月22日(月) 10:00~11:30

(於:霞が関東京會館シルバースタールーム)

「世界最先端のコンテンツ大国の実現を目指して」について

コンテンツ専門調査会 企画ワーキンググループの開催について

2006年9月6日
コンテンツ専門調査会会長

1.開催趣旨

- (1)インターネットのブロードバンド化の進展、放送のデジタル完全移行、IPv6 の普及によるユビキタスネットワークの実現などにより、多様なメディアを通じ多様なコンテンツを利用できる、本格的なデジタルコンテンツ時代が到来する。
- (2)また、2006年度は、コンテンツビジネスの集中改革期間三年間の最終年度に当たりますが、改革を実効あるものにするためには、この期間で解決された問題、残された課題などを検証する必要がある。
- (3)このため、コンテンツ専門調査会に、企画ワーキンググループを設置し、中長期的な視野に立ったコンテンツの振興戦略を検討する。

2.調査事項

- (1)コンテンツの振興戦略について
- (2)その他

3.検討体制

- (1)企画ワーキンググループの委員は、コンテンツ専門調査会の委員のうちから、コンテンツ専門調査会会長が指名する。
- (2)企画ワーキンググループの座長は、コンテンツ専門調査会会長が務める。
- (3)コンテンツ専門調査会会長は、コンテンツ専門調査会の同意を得た上で、企画ワーキンググループの報告をもってコンテンツ専門調査会の報告とすることができる。