

コンテンツの海外展開について（案）

1．基本的視点

日本のコンテンツ産業は、世界に飛躍するポテンシャルを持っている。海外展開は、民間企業のビジネス戦略を基本とする。官の役割は環境整備、側面支援。海外展開によってコンテンツ産業の国際競争力を高め、日本の経済成長にも貢献する。

2．対応策

(1)日本のコンテンツの強みを世界的に発揮する

日本のコンテンツが有する独創性を活かし、海外にも通用するコンテンツを制作する。

【対応策】

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る。アジアコンテンツ産業セミナーなど内外のイベントの機会を活用し、海外のテレビ局、映画会社、制作会社、実演家団体などとの分業体制を作る。

世界のコンテンツ事業者と互角に戦えるよう、複数のコンテンツ企業、商社、金融機関などからなるコンソーシアムの立ち上げなどを図る。

プロデューサーに対し、国際共同制作に関する情報提供やマッチング支援を行う。また、プロデューサー顕彰制度を創設する。

現地のメディアや流通事業者への出資や事業提携、現地法人の設立を図る。また、オンライン配信や携帯配信を強化する。

民間ベースで、映画に関する協力覚書をフランス、韓国以外の主要国とも締結する。

N H Kの外国人向けの映像による国際放送を強化する。

(2)海外展開を見据えた権利処理を行う

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。

【対応策】

コンテンツ専門調査会の決定に基づき設けられる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急ぐ。

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。

(3)法務能力を高める

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。

【対応策】

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。

海外見本市の機会を利用し、JETROにおいて、海外の実務経験豊富なエンターテインメント・ロイヤーとの交流の場を設ける。

エンターテインメント・ロイヤーズ・ネットワークにおいて、海外展開のための法務サービスを強化するよう、会員弁護士の能力向上を図る。

(4)ハードとソフトを連携させた海外ビジネスモデルを構築する

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、海外に先行して新しいビジネスモデルを構築する。

【対応策】

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。

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、国際標準化を視野に入れた統一の国内標準を作る。

(5)日本のコンテンツの魅力を世界に伝える

日本のコンテンツの魅力を様々な方法で世界に発信する。

【対応策】

国際コンテンツカーニバルを、世界中の有力バイヤーとメディアが集まる世界最高峰のイベントに育てる。また、観光、ファッション、食の要素も取り入れ、シナジー効果を上げる。

在外公館と国際交流基金における情報発信力をブリティッシュ・カウンシルなみに強化し、そこに行けば日本のコンテンツの主な情報が取れる場所にする。

海外に紹介されていないアニメを在外公館を通じて海外に紹介する（アニメ文化大使事業）。また、日本マンガ大賞を創設する。

在外公館において、コンテンツの上映や展示、ファッションショーの開催、相手国政府への情報提供や仲介などを行う。

(6)日本をクリエイションの拠点とする

我が国において、国内外の新人クリエイターのデビューの機会を設け、能力を発揮させる。

【対応策】

国際コンテンツカーニバルやメディア芸術祭などにおいて、国内外の新人クリエイターから持ち込まれた作品を、目利きプロデューサーがセレクトして紹介する場を設ける。

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を国籍、年齢、業種を問わずに内閣総理大臣が表彰する制度を設ける。

外国人クリエイターの受け入れ要件を大幅に緩和する。このため、例えば、日本のアニメ業界が中国、タイにおいて提案しているクリエイターの共通テストをアニメーターのスキル標準として活用を図る。

(7)コンテンツ企業に対し各種情報を提供する

政府及びJETROなどの関係機関は、コンテンツ企業の海外展開に有用な各種情報を提供する。

【対応策】

国別の市場や政策の動向、流通ルートなどに関する情報収集とビジネスチャンスの分析を行う。

有識者や海外展開に先行する異業種との意見交換の機会を設ける。

輸出入の統計データを整備する。

海賊版対策に関する情報を提供する。

(8)国際的な知的財産保護の動きに貢献する

EPA（経済連携協定）交渉や日中首脳会談共同プレス発表において、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。

【対応策】

EPA協定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。

在外公館は、アジアをはじめ様々な地域で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の海外事務所は、我が国企業に対し、個別の海賊版被害の侵害実態調査、輸出差止申立の支援など包括的なサービスを提供する。

CJマーク（コンテンツ海外流通マーク）をさらに多くの商品に採用するよう、周知・普及に努める。

(参考資料)

我が国のコンテンツ輸出額の推移

2001年から2005年までの5年でみるとほぼ横ばいで、ゲームソフトの輸出が中心

(単位：億円)

輸出額	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年
ゲーム	2532	2255	1993	2327	2327
出版	176	172	164	152	144
映画	98	88	81	66	80
音楽(CD)	29	29	27	25	22
合計	2835	2544	2265	2569	2573

(出所：財団法人デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書2006」をもとに作成)

我が国のコンテンツ輸出入額の比較

ゲームソフト以外は輸入超過

(単位：億円)

2004年	輸出額	輸入額	差額(-)
ゲーム	2327	30	2297
出版	152	476	324
映画	67	660	593
音楽	26	288	262

(出所：総務省情報通信政策研究所「数字で見るメディア・ソフトの制作・流通の実態」(2006年6月)をもとに作成)

放送番組は輸出入額が公表されていない。

コンテンツの海外展開について(参考資料)

< 目次 >

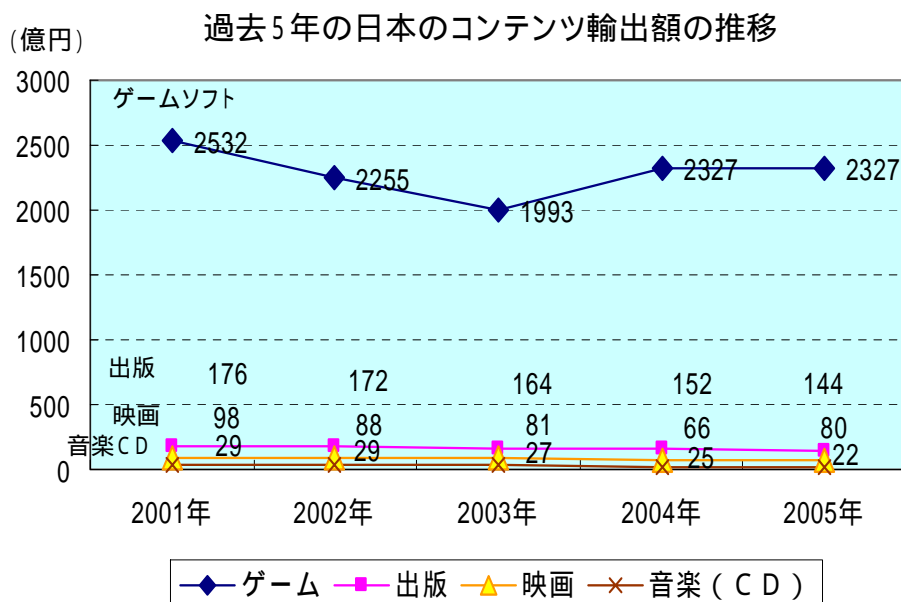
我が国のコンテンツ輸出額について	2
コンテンツ産業全体で見る輸出額の国際比較	3
諸外国の輸出状況(韓国)	4
海賊版対策	5

我が国のコンテンツ輸出額について

過去5年間の日本のコンテンツ輸出額の推移

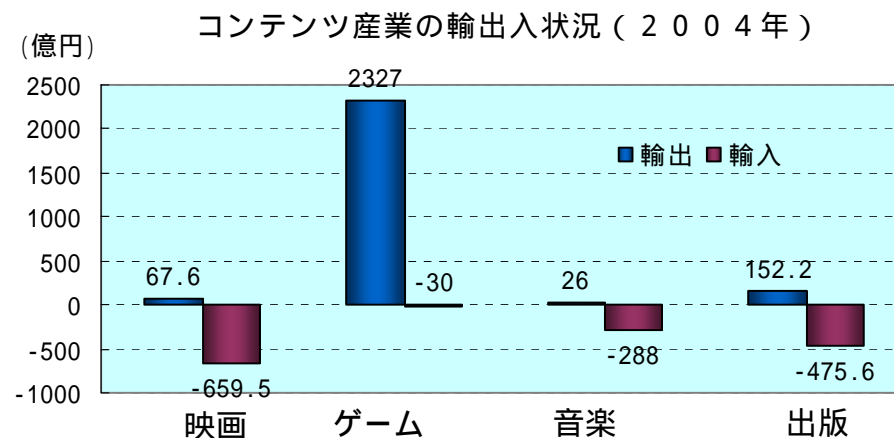
日本の輸出額は、2001年から2005年までの5年でみるとほぼ横ばいで、
ゲームソフトの輸出が中心となっている。

輸出入状況もゲーム以外は輸入超過(2004年値)



放送番組は輸出入額が公表されていない

出所: (財) デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書2006」をもとに作成



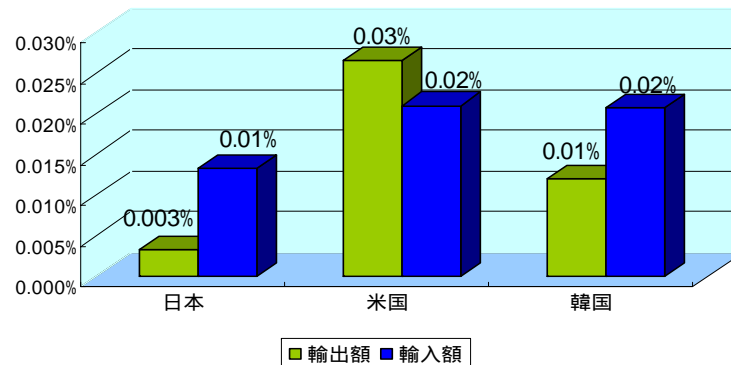
出所: 総務省情報通信政策研究所「数字で見るメディア・ソフトの制作・流通の実態」
(平成18年6月)

コンテンツ産業全体で見る輸出額の国際比較

コンテンツ産業全体の日本・米国・韓国の対名目GDP比較

日本の輸出額(対GDP比)が他国と比較して大幅に低い。

日本・米国・韓国コンテンツ輸出入額の比較(対名目GDP比較 2005年)

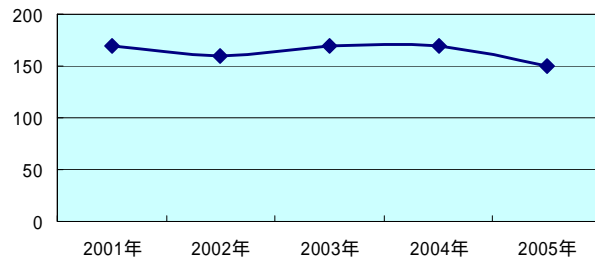


出所: (財) デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書2006」をもとに作成

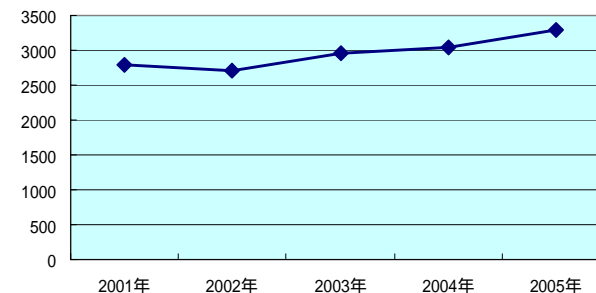
コンテンツ産業全体の日本・米国・韓国の輸出額推移

日本は輸出が低迷している。

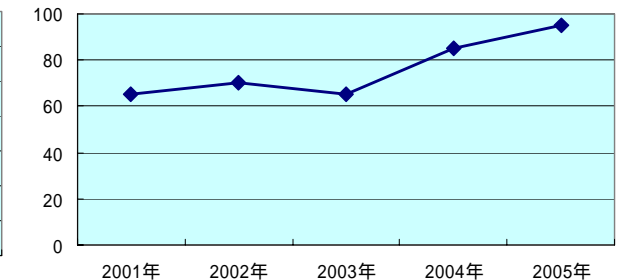
単位: 百万ドル 日本コンテンツ輸出額の推移



単位: 百万ドル 米国のコンテンツ輸出額の推移



単位: 百万ドル 韓国のコンテンツ輸出額の推移

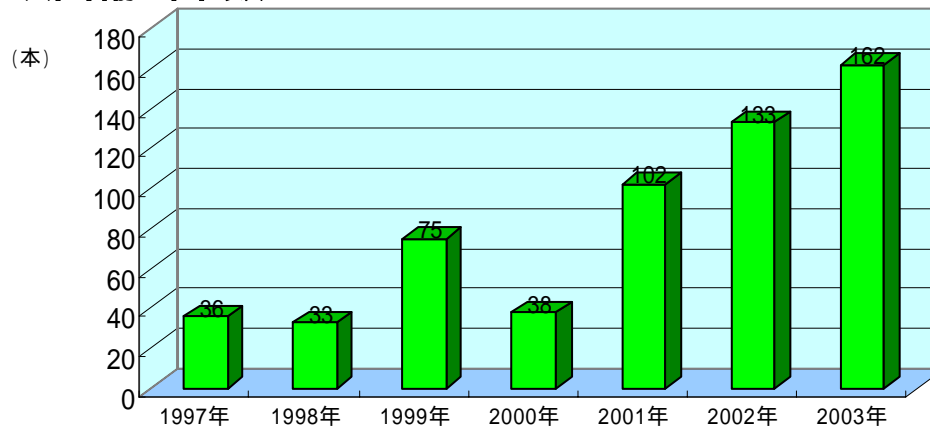


出所: (財) デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書2006」

諸外国の輸出状況(韓国)

韓国では、映画、ゲームの輸出が好調

映画輸出本数

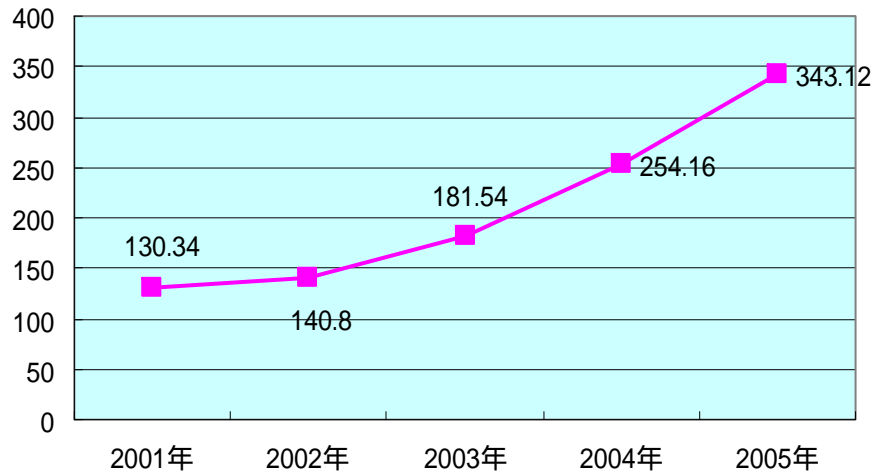


出所:電通総研「情報メディア白書2006」

ゲーム輸出額

韓国・ゲーム輸出額の推移

単位:百万米ドル

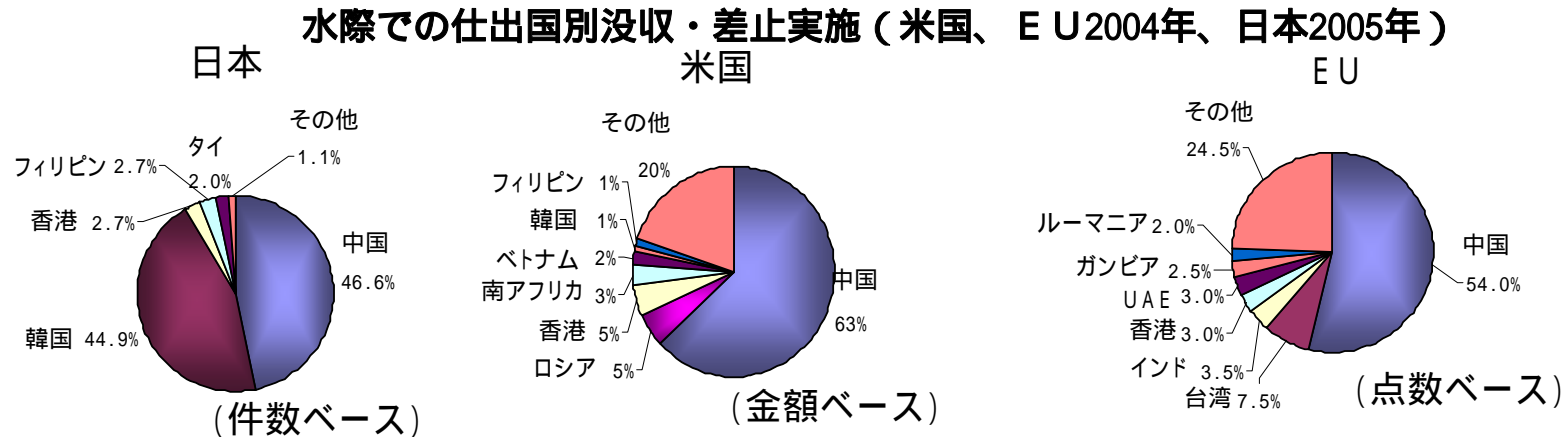


出所:(財)デジタルコンテンツ協会
「デジタルコンテンツ白書2006」

海賊版対策

水際対策

日本、米国、EUにおける水際での模倣品、海賊版の没収、差止実績は年々増加しているが、仕出国別に見るといずれも中国が最も多くなっている。

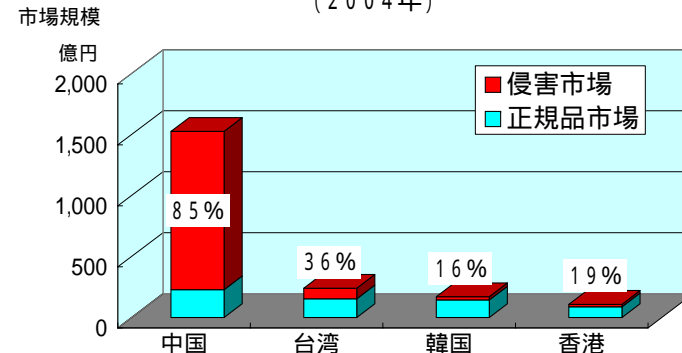


出所：経済産業省及び関係省庁 政府模倣品・海賊版対策総合窓口年次報告書(2006年)

東アジアにおける海賊版被害の実態
レコード・CD等の東アジア各国の国内市場をみると、中国では85%が海賊版で占められている。

日本、アメリカの侵害率はともに10%未満とされている。

東アジアにおける世界のレコード・CD等の侵害状況 (2004年)



出所：国際レコード産業連盟(IFPI)調べ