

検証・評価・企画委員会コンテンツ分野会合（第2回）

日 時：平成28年11月22日（火）16：00～18：00

場 所：中央合同庁舎4号館 共用1202会議室

出席者：

【委員】中村座長、相澤委員、伊丹委員、内山委員、大崎委員、岡村委員、奥山委員、川上委員、喜連川委員、斉藤委員、佐田委員、重村委員、瀬尾委員、竹宮委員、野坂委員、宮川委員、菅野委員代理、山口委員代理

【各省等】総務省 豊嶋情報通信作品振興課長
外務省 高水文化交流・海外広報課首席事務官
経済産業省 平井文化情報関連産業課長
文化庁 木村芸術文化課長

【事務局】井内局長、増田次長、磯谷次長、小野寺参事官、永山参事官、北神企画官、渡邊参事官補佐、青山参事官補佐

1. 開会

2. 「知的財産推進計画2016」各施策に関する関係府省の主な取組状況

- (1) コンテンツ海外展開
- (2) コンテンツ産業基盤の強化

3. 意見交換

4. 閉会

○中村座長 では、時間になりましたので、「検証・評価・企画委員会 コンテンツ分野 会合 第2回」を開催いたします。お忙しいところをお集まりいただき、誠にありがとうございます。

今日は、知財計画コンテンツ分野の2大柱でありますコンテンツの海外展開と産業基盤強化を取り上げまして、知財計画2016の取組状況の検証について、議論を行いたいと思います。

御出席いただいている委員の方は、座席表のとおりとなります。

なお、日本放送協会木田委員の代理で菅野様に、日本弁護士連合会早稲田委員の代理で山口様に御出席いただいております。どうぞよろしく願いいたします。

冒頭、知財事務局の磯谷次長から御挨拶をいただきます。

○磯谷次長 知財事務局次長をしております磯谷です。本日は、大変お忙しい中、お集まりいただきまして、ありがとうございます。局長の井内が、今日、TPP関連の参議院の国会の審議の関係で呼ばれておりまして、冒頭30分ほどおくれることとなります。私がかわりに御挨拶をさせていただきたいと思います。

中村座長より御説明がございましたけれども、本日は、コンテンツ分野の会合としては実質第1回目となります。知的財産推進計画2016に盛り込まれた事項のうち、コンテンツの海外展開及びコンテンツ産業基盤強化の2つのテーマについて、関係府省から平成29年度の概算要求も含め、現在の取組状況について御説明いただく予定になっています。

世間では、国際社会・経済、大きな転機を迎えていると言われておりまして、今後もますます国際戦略という視点で、コンテンツ分野強化といいますか、戦略づくりをしていかなきゃいけないと感じているところでございますが、本日の会合では、現時点の取組状況について、委員の皆様方から検証及び評価をいただくのが主な目的となっております。それぞれの事業の今後の方向性に資するように議論いただければと考えております。

また、来年1月以降に、実質的に第2回、第3回に続きますが、知財計画2017に向けて、新たな論点も含めて深掘りをしていきたいと思っております。今回、今日の最後の自由討議の時間がございますので、そうした際に、本日のアジェンダに含まれていない論点も含めて、今後、本検討小委におきまして議論していくべき事項について、ぜひ皆様、先生方より忌憚のない率直な御意見を賜ればと思っております。

どうぞよろしく願いいたします。

○中村座長 ありがとうございます。

では、知財計画2016の取組状況の検証についての議論に移ります。

まず、事務局から配付資料の説明をお願いします。

○永山参事官 それでは、お手元の議事次第の1枚目をごらんいただけますでしょうか。

資料1が本年度の検討事項について、資料2が主な論点。資料3-1から3-5が各省庁から提出された説明資料。また、参考資料1から4まで配付させていただいております。もし不足がございましたら、事務局のほうにお申し出いただければと思います。

よろしくお願ひいたします。

○中村座長 よろしいですか。

では、知財計画2016の検証に入りたいと思いますけれども、まずはじめに、事務局から本年度の検討事項、それから本日の会合の論点についての説明をお願いできますでしょうか。

○永山参事官 それでは、資料1をごらんいただきたいと思います。このコンテンツ分野会合の本年度の検討事項についてということで、目標は来年5月ごろを目途に策定される次の知財計画2017に向けての検討をお願いしたいと思っておりますが、本日はこの資料の第2回目、先日、10月24日に産業財産権との合同の会議がございましたので、今日は2回目ということになっております。本日は、先ほど次長のほうから説明がありましたように、知財計画2016に盛り込まれた施策についての関係府省の取組の状況についてヒアリングし、その評価という点を中心に御議論いただければと思っております。

その次、第3回目、年明けの1月下旬を予定しておりますけれども、ここでさらに深掘りの議論をしていただきたいと思っております。1つ目のポツが海外展開支援策の継続及び更なる発展方策。また、VR/ARという新しい技術、新たなプラットフォームの登場という変化を、今後のコンテンツの活用はどう生かしていくのかという点について、第3回目で御議論いただければと思っております。

第4回は、3月中下旬を予定しておりますが、コンテンツの海外展開・基盤強化の議論とあわせまして、各タスクフォース、映画の関係、またデジタルアーカイブの関係について、検討結果というものを報告させていただきまして御議論いただき、その御議論の結果を第5回、素案という形でまとめまして御議論いただきたいと思っております。よろしいでしょうか。

資料2をごらんいただければと思います。本日の会議における主な論点でございます。1がコンテンツ海外展開、2ページの2がコンテンツ産業基盤強化ということで、2つの点で整理させていただいております。

最初に1ページ、コンテンツ海外展開で、四角囲みが、今日ヒアリングいたします知財計画2016に掲載された事項、各府省の施策について整理しております。

その下には、第1回、前回の10月末の会議でいただいた御意見をまとめております。最初のポツが、海外展開支援について、今年度あたりから今後の展開、見通しというものを議論しなければいけないという御意見。

2ページで、コンテンツがさまざまな形で、「ポケモンGO」のようにマルチな形で展開していく中で、検証について全体的にまとめられるシステムをつくっていくべきという御意見が前回の御議論ではございました。

それらを受けまして、今日御議論いただきたい点は、まさに検証・評価という点から、現在の施策の評価・改善点、また情報ノウハウの共有・活用の方策、その他ということで、実績を踏まえまして、海外展開の加速化方策として、現状、取り組んでいないような中身

で何かないかということについて御議論賜ればと考えております。

2. コンテンツ産業基盤強化については、3ページをごらんいただければと思います。第1回目の会議でいただいた御意見としては、AIのような新しいものと伝統的なものの取り扱いをどうしていくのか。そういう新しい変化をどうコンテンツ振興に生かしていくのか、そういう大きな判断をしなければいけないタイミングであるという御意見をいただいております。

今日御意見いただきたい点としては、これも検証・評価という点、また今後のクリエイター人材育成のあり方。

また、2つ目の丸ですけれども、グローバルなプラットフォームの台頭、さまざまな技術革新という環境変化を踏まえて、それらをどう活用し、今後のビジネス拡大につなげていくのかという点について、本日は御議論いただければと思います。

私からの説明は以上でございます。よろしく願いいたします。

○中村座長 ありがとうございます。

前は合同の会議でした、今回がコンテンツ分野、実質第1回目の開催ということになります。今日は、関係府省から知財計画2016の報告をいただきまして、それを踏まえて、質疑、検討、検証していくという作業となります。議事次第によれば、知財計画の2本の柱である海外展開と産業基盤の強化の2つについて、今日は議論していただくということで、まず「コンテンツの海外展開」について議論を進めたいと思います。このアジェンダに関しましては、総務省、外務省、経済産業省、内閣府から、それぞれ取組状況を説明していただき、説明全体が終わった後に質疑の時間を設けまして、各省庁からの説明について御質問がある場合には、その際にいただければと思います。

では、まず総務省の取組状況の説明をお願いします。

○総務省豊嶋課長 総務省でございます。お手元の資料3-1に基づいて報告させていただきます。

表紙をおめくりいただきまして、1ページ目でございますが、放送コンテンツの海外展開に係る政府の方針をまとめたものでございます。

「日本再興戦略2016」、「知的財産推進計画2016」及び「明日の日本を支える観光ビジョン」の決定内容がそれぞれ出ていますが、「日本再興戦略2016」の中でKPIの設定が従来からなされております。これは、「2018年度までに放送コンテンツ関連海外市場の売上高を2010年度の約3倍に増加させる」というもので、直近の数字でございますが、2014年度の数字が143.6億円となっております。2010年度からすると、ほぼ倍増しているということで、比較的伸びているかなと思っています。

今後、講ずべき具体的施策ということで、特に下線を引いているところですが、放送コンテンツをはじめとするコンテンツ、サービスの海外展開の推進にあわせまして、各分野での相互連携、あるいは観光をはじめとした他産業との連携の強化という点を、施策のうちでかなり重要視させていただいております。

それを実行する上で、「知的財産推進計画2016」の下線部ですが、BEAJとも連携しながら、コンテンツの制作や、継続的に発信する取組について支援するというごさいます。

特に観光面につきましては、一番下にごさいますけれども、「明日の日本を支える観光ビジョン」の中で、訪日外国人旅行者数の目標が新たに設定されましたので、特にここに貢献するような取組もしていきたいと考えております。

ページをめくりまして、2ページ目でごさいます。放送コンテンツの海外展開事業ということで、基本的な考え方をまとめたものでごさいます。

上のほうに四角の枠にごさいます。放送コンテンツの海外展開に当たりましては、海外のテレビ局の放送枠を確保することと、現地のテレビ局と共同で制作を行うことで、継続的に番組を放送していくことがかなり重要だと認識しております。

この背景のもと、平成25年に先ほど紹介したBEAJ、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構を設立させていただきまして、オールジャパンの体制で推進を図っていくこととしてきたところでごさいます。

その推進に当たっての考え方ですが、先ほど政府全体の方針にもありましたが、他分野・他産業、および地方公共団体とも幅広く協力しながら、放送コンテンツを制作、発信等する取組を支援しているところです。

具体的に3ページ、4ページが今年度、案件として採択したものでごさいます。3ページが大規模型と呼んでおります類型のものでごさいます。こちらは日本全体を広くコンテンツの対象としまして、主に東南アジアに展開している案件について、支援させていただいているものでごさいます。今年度は、15件採択させていただいております。まさに番組制作に取りかかっているところでごさいます。概ね年明けに放映される形になるかと思っております。

この事業、もう何年か続けておりますけれども、昨今の特徴的なものとして申し上げますと、少しずつですが、ローカル局の参加が見られるようになっております。特に、ローカル局が複数の局でコンソーシアムを組んで参加されるケースが、徐々にですが、増えてきております。左上のミャンマーですと、ポツの2つ目ですが、テレビ朝日系列の日本海側の5つのローカル局の連携となっております。また、系列を超えた枠組みとしては、タイのポツの3つ目、「未来のテレビを考える会」など、複数のローカル局が1つのコンソーシアムを組み参加するというものも出てきております。

1ページめくっていただいて、4ページ目ですが、こちらは我々、小規模型と呼んでおりますが、予算で言うと補助金の形となっております。こちらは日本全体というよりも、特定の地域をコンテンツの対象として放送番組を制作して展開していくということで、専らローカル局あるいはケーブルテレビなどが展開しているものでごさいます。こちらのほうは、今年、東南アジアが相変わらず多いところですが、東南アジアに絞ることなく、わずかですけれども、アメリカあるいはドイツ等のアジア圏以外の案件が少しずつ出てまい

りましたので、こちらのほうも支援させていただいているところでございます。

5 ページ目でございますが、今後展開する事業でございますけれども、これは既に成立していますが、平成28年の2次補正予算の施策で、先ほど御紹介した大規模型と呼ばれているものでございます。こちらの所要の予算が確保されましたので、なるべく早急に採択して進めていきたいと考えております。

あわせて、6 ページ目は小規模型と我々呼んでおりますが、補助金を交付するタイプのものがございます。こちらは、平成29年度の予算要求ということで、3億円を予算要求させていただいているところでございますので、年末に向けて財務省と調整して、予算として成立させるべく進めていきたいと考えております。

なお、最後のページですが、予算の取組とはちょっと別ですけれども、今年特に取り組んだものとして、海外イベントの案件を紹介したいと思っております。御承知のとおり、MIPCOM（ミップコム）というものがございます。これは毎年秋にカンヌで開催されます世界最大のコンテンツ見本市でございますが、このMIPCOMで「カントリー・オブ・オーナー」（主賓国）というものが毎年1カ国選ばれるのですけれども、今年、日本が選定されて、これに基づきまして、主賓国として官民一体となって各種のイベントを実施して、日本のコンテンツをPRしてまいりました。

こちらは、どちらかという、東南アジアというよりも欧米を視野に入れた、コンテンツ見本市としては最大のものでございますので、新たな取組をさせていただきましたが、今年10月17日から開催されたものでございます。参加者は約1万4000人。日本から約50社参加させていただきましたが、関連イベントのところがございますけれども、総理ビデオメッセージも頂戴しながら記者会見からスタートしまして、キーノートスピーチやJapan Plazaの展示では8Kシアターによる展示などを行いました。

それと、レセプションの部分ですが、ここは関係省庁、特に農水省さん、あるいは国税庁さんのお力もお借りしまして、日本食及び日本酒の提供もあわせてさせていただきました。

それと、ジャパンリージョナルパピリオンということで、特に日本のローカル局が参加するジャパンのブースを出展させていただいて、日本のPRをさせていただきました。特別な取組でしたので、あわせて紹介させていただきました。

以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。

続いて、外務省の取組をお願いします。

○外務省高水首席事務官 外務省でございます。お手元でございます「外務省・国際交流基金によるコンテンツの海外展開に関する取組」という資料3-2につき、御説明申し上げます。

表紙をおめくりいただきまして、1 ページ目でございますが、在外公館文化事業というのは、在外公館が管轄地域における対日理解の促進や親日層の形成を目的として、外交活

動の一環として開催する日本文化の発信事業でございます。潤沢な予算とはいきませんが、現地のニーズを踏まえ、様々な事業を実施しております。この中で紹介させていただいているのは各地の在外公館において実施された日本映画祭についてです。在外公館文化事業は平成27年度に約2,300件実施しておりますが、その内数として、こうした日本映画祭を中心としたコンテンツ関連の事業を紹介しております。

めぐりまして、2ページ目でございますが、国際交流基金、私どもが所管しております独立行政法人でございますが、こちらは専門性やネットワークを生かしつつ、展覧会、舞台芸術、音楽等の大規模な海外公演、日本映画上映、様々な分野の専門家の海外派遣等を実施しております。その事業の一例としてここでご紹介させていただいているのは、東京国際映画祭、後で詳しく御説明させていただきますが、こちらとの連携交流事業、それから、アジア、ブラジル等で実施されました日本映画祭でございます。比較的大規模な事業を実施しております。

続きまして3ページ目でございます。今、外務省のほうで比較的力を入れている一つの事業として、放送コンテンツを活用した発信事業がございます。国際交流基金の放送コンテンツ等海外展開支援事業を通じて、商業ベースでは日本コンテンツが放送されない国・地域を中心に、日本のドラマ、アニメ、ドキュメンタリー、映画、バラエティ番組等の無償提供を行っています。こちら、26年度補正が30.35億円、27年度が25.03億円ということで展開させていただいており、11月1日現在、48カ国の放送局において延べ192番組を提供しております。

4ページ目にめくっていただきまして、これまでの実施状況というところでございますが、提供番組例としまして、NHK連続ドラマの「カーネーション」、新海誠監督の映画「秒速5センチメートル」や、「鉄腕アトム」等新旧を含めたアニメ等を挙げております。

めぐりまして5ページ目でございます。こちらは、今の放送コンテンツ事業とは、少し角度の違う話でございます。平成25年に開催された日・ASEAN特別首脳会議において、安倍総理が表明した「文化のWA」に基づく各種交流事業についてです。この事業では、国際交流基金内に新設されたアジアセンターを中心として、日本語学習支援事業のほかに、芸術・文化の双方向交流事業を実施しております。

最後のページでございますが、こちらは芸術・文化の双方向交流事業の一例として東京国際映画祭との連携交流事業について御紹介させて頂いております。東京国際映画祭は、言うまでもなくアジア最大級の国際映画祭で、同映画祭との連携を通じてアジアの映画交流プラットフォームを強化、発展させております。具体的には、アジア映画紹介部門の設置、100名程度のアジア映画関係者の招聘、特別賞の授賞、アジア3カ国の監督によるオムニバス映画制作等、多面的な交流事業を実施しております。

雑駁ではございますが、以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。

続いて、経済産業省、お願いします。

○経済産業省平井課長 経済産業省から御報告申し上げます。資料3-3、表紙から2枚おめくりいただけますでしょうか。こちらからが海外展開に関しましての、現在実行中の、あるいはこれからの概算要求の中に盛り込んでおりますさまざまな施策でございます。

一番最初に御紹介申し上げますのは、コンテンツのローカライズ・プロモーションを通じまして海外に展開するコンテンツを支援するための事業、いわゆるJLOPの事業でございます。前回、こちらの委員会の中でも御報告させていただきましたとおり、平成24年度の補正以降、こういった形の助成を進めさせていただいております。

現在は、上のポツの2つ目でございますけれども、27年度の補正予算に計上いただきました67億円を執行しているところでございまして、右下のほうは執行状況のグラフでございますけれども、10月末時点において94%まで執行が進んでおります。11月にはほぼ執行し終わる形になりますので、後ほど御説明いたしますけれども、円滑な形で28年度補正予算につないでいけるように、そちらの執行準備を進めているところでございます。

具体的な事業の内容でございますけれども、これは何度もここで御説明しており、御承知かと存じますけれども、日本のすぐれたアニメや漫画、テレビ番組でありますとか映画、さまざまなコンテンツを海外の方々に知っていただく。そのために、言葉等のローカライズ、現地で知ってもらうためのプロモーションを支援するための事業でございます。

この27年度補正から、向こうに持っていったおしまいでなくて、それを一つの機会としまして、そういう中でこういった権利処理が行われているのか。こういったコンテンツをさらに展開するためには、こういった権利処理が必要なのかという権利の情報に関してのデータベースを同時に整理しているところでございます。これも知財計画2016での御提言に沿った形で、このデータベースの整理も進めているところでございます。

次のページが、具体的にこれまでやった事例でございますけれども、上半分が市場を拡大していく。特にテレビを中心として、あるいは劇場・映画を中心としてのコンテンツの市場の拡大でございます。下半分は、新しいコンテンツに関連する市場をつくっていくという新規マーケットの創造でございます。

例えば、右下のほうでございますけれども、コンテンツをてこにして新しい市場を展開しようということで、他産業との連携の中で、LOVE HOKKAIDO、北海道テレビが作ります番組の中で北海道の物産を紹介したところ、テレビの番組がアジアでヒットするだけではなくて、むしろその番組を見た方々が実際に北海道に足を運ばれて、その番組の中で紹介されている食事どころとか観光地をまわられる。そういった複合的な成果を上げているところでございます。

次、お願いいたします。

これまで、先ほど申し上げましたとおり、24年度の補正予算から始めておりますので、24年度、26年度、27年度補正が今、執行中ということでございます。26年度までのところでございますけれども、幾つかの成果をまとめたところ、このJLOPがあるから初めて海外に出ましたという会社さん、延べ405社支援しているところでございます。実にJLOPの利用

事業者の3分の1を超えておりました、翻って言うと、これまでいかに日本のコンテンツ産業はやや内向きだったのか、国内だけで商売を完結している方が多かったのかということの証左ではなかろうかと思えます。

26年度補正の成果としまして、1社当たりの発信先の国の数がふえていますとか、積極的に海外や国内で開かれる国際的なイベントに参加しているとか、広告を海外に対し出稿してプロモーションをかけているとか、具体的な成果がそのように出てきているところでございます。

次、お願いいたします。

ここからは、私ども、当初予算を活用しておりますので、来年度予算に関しましては、まだ財務省と折衝中でございます。その予算の状況でございますけれども、実はここから後に御説明する予算は、全てコンテンツの競争力強化事業という形で束ねておまして、その予算全体が、ことしちょうど10年目の節目を迎えまして、5月に行政事業レビューにかかっておまして、その公開プロセスを1回経ております。

そのプロセスの中で、これまでの成果、それから今後どう進めていくのかという評価をいただいております、結論を申し上げますと、引き続き強力に推進すべしという方が1委員。それから、内容を見直しつつ、この事業を継続すべしという委員が5名。廃止等の意見はございませんでした。また、継続の5名の中で2名の委員のほうからは、よりコンテンツを積極的に応援できる方向での見直しを期待するというコメントも頂戴しております。そういった中で進めている事業でございます、中身について、これから簡単に御説明してまいりたいと思えます。

5ページ目に関しましては、コンテンツの取引の市場、マーケットプレイスをつくっていかうという事業でございます、Japan Content Showcaseという形でB to Bの商談会等を応援しておるところでございます。実際にバイヤーの数、出展の数、そこで開かれる商談の数が、5ページの右下に書いてございますように、順調に伸びているところでございます。

次のページが、日本のさまざまなコンテンツの情報を、新しいメディアであるインターネット、コンテンツのポータルサイトを使って情報発信しようという事業でございます、これも知財計画2016の中で、JAPACONをきちんと活用した形で情報発信をすべしという御提言をいただいているものでございます。それにのっとりまして、CoFestaと書いてございますけれども、特に日本のコンテンツの関連するイベントの情報でありますとか、先ほど申し上げましたJLOPで実際に整備している海外に展開できるコンテンツの情報等を、JAPACONのほうに積極的に登録を進めているところでございます。「いいね！」の数をそこに掲載させていただきました。

次、お願いいたします。7ページでございます。

御提言いただいております中のリスクマネーの供給に当たる部分でございます、クールジャパン機構でございます。平成25年6月に設立しまして、今、3年がたったものでご

ざいます。この間にさまざまなリスクマネーの供給を進めておりまして、現在までのところ18件、投資案件に対して決定しているところでございます。これに関しまして、コンテンツに限らず、いわゆるクールジャパンと言われているもの、例えば食の文化とか日本への観光、インバウンドの関係でありますとか、さまざまなクールジャパンに資するようなビジネスに対して、リスクマネー、つまり出資の形で資金を供給しているものでございます。

例えば、直近でございまして、マレーシア・クアラルンプールに1棟丸ごと日本モールみたいな形のモールを展開いたしまして、その中で、食でありますとか、さまざまな物産をやっております。実は、この週末、コンテンツの中で漫画フェスティバルと音楽の関係のイベント、インバウンドのイベント、さまざまなイベントをまとめて開催したところ、非常に好評を得たものもございまして、そういった場所の設定に対しまして、リスクマネーを供給しているものでございます。

以上、雑駁ではございますけれども、私のほうからの御説明とさせていただきたいと思っております。概算要求に関しましては、今、財務省と折衝中ではございまして、次回以降、来年度以降の予算に関しましては御報告できればなと思っております。ありがとうございます。

○中村座長 ありがとうございます。

では、最後に内閣府の取組状況をお願いします。

○永山参事官 それでは、1つ飛びまして資料3-5をごらんいただければと思います。知財事務局の資料でございます。

1枚めくっていただいて、1ページが知財計画2016の抜粋で、知財計画2016の中でコンテンツと非コンテンツが一体となって海外展開していく、連携を強化していくという内容が盛り込まれました。その取組は、知財事務局が中心になって行っております。

1つが「クールジャパン官民連携プラットフォーム」におけるマッチングフォーラムの開催を通じた連携の促進。2つ目が、クールジャパン拠点の構築を目指す民間の取組を後押し。それらの施策の推進によって情報発信力を高めていくという大きく2つが盛り込まれております。

2ページ目がそれらの具体的な取組でございまして、1つ目が、連携促進という観点から、昨年12月、クールジャパン官民連携プラットフォームというものを立ち上げまして、そこを母体に、右にありますマッチングフォーラムというものを来年2月に予定しておりますが、開催したいと考えております。

次のページに、マッチングフォーラムの現時点でのイメージをまとめておりますけれども、内容としては、マッチングアワード、連携の優良事例の表彰。また、具体的なビジネス組成の場としての商談会というものを、来年2月を目途に開催したいと思っております。

4ページが、クールジャパンに関する情報発信拠点の整備ということで、左下に時系列で書いてありますが、ことしの5月にクールジャパン拠点の構築について検討するための

検討会を立ち上げ、そこでことしの6月に中間取りまとめを策定いたしまして、情報発信拠点に求められる機能について、5ページに、情報発信機能、人材育成・産業創出機能という形で、全体として、こういう機能の整備が求められるということを整理したところでございます。

現在、来年の4、5月の取りまとめに向けまして、実際の実証調査も行っておりますが、その結果を踏まえながら拠点間の連携促進に係る方策を検討し、最終取りまとめを行うことにしております。

私からの説明は以上でございます。

○中村座長 どうもありがとうございました。

では、以上の報告につきまして御質問のある方は挙手をお願いします。

では、野坂委員、お願いします。

○野坂委員 説明、どうもありがとうございました。幾つか質問したいと思います。

説明を伺っておりますと、大変さまざまな動きがあるということの評価しておりますが、まず総務省。大規模案件と小規模型、2つの説明がございました。小規模型については、アジア以外、アメリカあるいはドイツで事例が出ているということでした。これは、今後採択を判断する場合に、アジア以外もふやしていこうというお考えがあるのか。また、大規模型については、先ほど複数のローカル局が連携しているという新しい動きが出ているということで、大変すばらしいと思いますが、これについても、アジア以外、アメリカとかヨーロッパとかアフリカといったほかの地域も含めて、今後採択を積極的にしていこうというお考えなのかどうか、確認したいと思います。

2点目は、経産省です。JLOPもさまざまな動きがあるということで、さらに強化しなければいけないと私も思います。先ほどの説明になかった参考資料3、コンテンツの海外展開・産業基盤の強化の1枚目に、JLOPの利用事業者は31都道府県にわたっておりと書いてあるのですが、逆に言えば、16県でしょうか、利用していないところもかなりの数になっていると思います。

こういった、まだ利用されていない地域でも利用が進むことによって、JLOPの底上げというか、潜在力の強化あるいはコンテンツ、非コンテンツの連携が広がっていくと思うのですが、まだ利用されていない地域はどのような理由で利用されていないのか。そういう事業者がなかなかいないということなのか、支障になっているようなことがあるのかどうか、わかれば教えていただきたい。

以上です。

○中村座長 まず、総務省。

○総務省豊嶋課長 ありがとうございました。

今後の方向性でございますが、まず小規模型につきましては、これは実は補助金の形で公募させていただいておりますので、手続的にはよい案件を出していただく中で選んでいく格好になりますので、最初から枠を設けるという形ではないと思います。ただ、比較的

規模が小さいということで、フットワークがききやすいということもありますので、財務省との折衝次第ですけれども、確保されれば、今年の結果を見ながら、東南アジアに限定するわけではなく、幅広い可能性を探っていきたいなと思っています。いずれにしても、進出するほうで具体的な現地のチャンネルの確保とか、そういう計画性を見ながら採択していきたいなと思っています。

大規模型のほうにつきましては、先ほど私が申し上げた中で、インバウンド効果を高めるという観点をかなり、もっと具体的に言うと観光等を重視しているので、ひとまず、今の時点では、東南アジアは非常に成長しておりますので、東南アジアを重点ということで進めていきたいなと思っています。ただ、長期的にここにとどまるかどうかというのは、小規模型の動きも少し見ながら考えていきたいと思っています。特に、現地で放送を流すことになった場合、欧米で流す場合と東南アジアで流す場合、必ずしも同じ手法でできるわけでもございませんので、まずは東南アジアの地固めで3年ぐらいやってきました。

ですので、ここの動向を見ながら、あと、先ほど申し上げた小規模型、今年実際、アメリカとかドイツは初めて出てきますので、ここの成果も踏まえながら展開を考えていきたいと思っています。当面は、大規模型は東南アジア中心で、今年度の予算執行は進めていく形になろうかと考えております。

○中村座長 では、経済産業省。

○経済産業省平井課長

御指摘のとおり、日本から世界に向けてコンテンツを出していく、あるいはコンテンツに乗せて、地方のさまざまな観光資源でありますとか地域の物産等を出していくというのは、この事業の一番の目的でございます。アベノミクスをローカルに普及していくというローカルアベノミクスにも、ぜひ貢献していきたいと考えているところでございます。そういった意味で、まず、なぜまだ使っていない都道府県の数16もあるのかということでございますけれども、分析のほうから言いますと、1つはPR不足があったと思います。これは、我々反省しながら、しっかりと津々浦々にPRが必要だと思っております。

2つ目としまして、地域の映像をつくっていくプロダクションというのは中小企業を中心でありまして、映像をつくる、あるいはコンテンツをつくるという目先の事業に追われて、海外に向けてローカライズしていく、あるいはプロモーションとして海外に営業をかけていくという体力が少ないところがあるかと思っております。

3つ目の事情としましては、東京を中心としてのコンテンツ事業者の力が非常に強いものですから、地域にあります物産とか観光資源をPRするときに、ローカルの映像プロダクションやコンテンツプロダクションが負い切れずに、地方のすぐれたものが東京のプロダクションによって制作されていくという実態もあろうかと考えているところでございます。

対策でございますけれども、PRの不足に関しましては、北海道から九州に至るまであります経済産業省の地域の経済産業局を活用しまして、地域のプロダクションに向けてPRを進めているところでございます。

それから、中小企業が非常に多いということでございますので、地域で活躍している中小企業の方々が地域のローカルの物産等のコンテンツをつくりたいという場合には、補助率を2分の1じゃなくて3分の2にする形で、より使いやすくしていただく。リスクを国のほうが多くかぶるという形で、これを進めたいと考えているところでございます。

よろしく願いいたします。

○中村座長 ありがとうございます。

ほかにかがでしょうか。よろしいですが。後ほど、この次のアジェンダの後に自由討議の時間をとりますので、そのときにこのテーマについても戻っていただいて結構です。

よければ、次に進みましょうか。では、今日の2つ目のテーマ「コンテンツ産業基盤の強化」。このアジェンダは、文化庁、経済産業省、それぞれ取組状況を説明してもらいます。説明された内容に御質問がある場合、先ほどと同様に全ての説明が終わった後をお願いいたします。

では、まず文化庁の説明をお願いします。

○文化庁木村課長 では、文化庁から御説明申し上げます。資料3-4をご覧くださいければと思っております。

まず、1枚めくっていただきまして、知財計画2016を踏まえまして、文化庁ではアート、アニメ、漫画、舞台芸術等を支えるすぐれたクリエイターを育成する。そういう人材育成支援を行うことで、メディア芸術水準の向上を図る。さらなる発展を図るということでございます。

メディア芸術クリエイター育成支援事業につきましては、若手クリエイターの創作活動を支援することによりまして、次代のメディア芸術分野を担うクリエイターの水準向上を図るということ。また、海外の優れたクリエイターを招聘して、交流機会を通じて国内クリエイターの育成も促していこうということを進めているところでございます。

事業の内容につきましては、資料に書かせていただいたとおりでございます。国内クリエイターの方につきましては、文化庁のメディア芸術祭において受賞作品に選ばれた若手クリエイターを対象として制作の支援を行っていくということでございます。また、海外クリエイターにつきましては招聘いたしまして、その方々に制作等の支援を行っていく。そして、国内のクリエイターとの交流を進めていこうということで、作品の展示場や、あるいはその成果をクリエイターみずから発表する機会を提供するというところで、翌年度末までには作品を完成させて、各自コンペティションへの応募等を行うという取組を進めておるところでございます。これが1点目でございます。

もう一点でございますが、1枚めくっていただきまして、こちらはアニメーションの関係でございます。原画の海外での制作ということが進んでいる中で、国内が空洞化してしまっている。日本国内で育成していくという環境が厳しくなってきたということも背景といたしまして、将来を見据えて若手アニメーターの育成ということを支援しているということでございます。若手アニメーターの人材育成ということで、オリジナルアニメーション

ン作品の制作を通じましてオン・ザ・ジョブ・トレーニングを行い、若手アニメーターの育成を支援していこうということでございます。

また、制作された作品につきましては上映会を実施して、発表機会ということで、さらに放映ということも過去にはしているところでございます。若手の30歳以下のアニメーターの方を対象といたしまして、有力な制作会社・団体のほうに制作を委託して実施するというところでございます。二十数名の規模で各4団体ということがこれまでの実績でございます。

今後につきましても、制作発表機会の充実ということと、アニメ業界におけるアニメーターの育成方法に関する新たな知見の獲得をしていこうということでございまして、得られた成果を業界全体へ普及・発展させていこうという取組をしているところでございます。

簡単でございますが、御紹介いたしました。

○中村座長 ありがとうございます。

続いて、経済産業省、説明をお願いします。

○経済産業省平井課長 経済産業省でございます。

先ほどの資料3-3の後ろ半分、9ページ目以降が産業基盤に関する部分でございます。先ほど知財本部のほうから御指摘がありました3つの項目、人材関係、それから制作現場の環境改善、それから技術的な意味での制作基盤の交流化、それぞれのテーマについて御説明申し上げたいと思います。

9ページ目は、特に技術を活用しましたコンテンツの制作基盤の整備でございます。これは言わずもがなでございますけれども、最近、VR/ARをはじめとしまして、コンピュータがコンテンツに及ぼす影響が非常に大きくなってございます。最先端の技術を活用しながら、新しい表現をつくっていくというのがコンテンツ産業の非常に大きな眼目になってございます。

そんな中で、左半分でございますけれども、今年度、私どもが取り組んでおりますのは、アニメーションにおけるデジタル制作環境の整備でございます。もう、これは釈迦に説法でございますけれども、コンテンツの中でも、特にアニメーションの制作は多くの人が絡む労働集約型といえますか、関与する人が非常に多うございますので、こういったネットワーク上で効率的に作業を進める効果が非常に見込める分野でございます。その中において、どのような形で進めれば作業の効率化が向上するのか、ひいては、そこで働く方々の労働環境が改善していくのかといったことを考えながら、ネットワークを前提とした標準的な工程というものを勉強しながら、そのモデルを調査・研究しているところでございます。

右のほうは、環境というよりは、最新の技術の発掘事業でございまして、10月にお台場でデジタルコンテンツエキスポというイベントがございましたけれども、その中において、私ども、最先端のイノベーションテクノロジーに関しまして発掘し、そして、それを展示するといった事業を進めることによりまして、この最先端の技術をコンテンツづくりに生

かすことを考えているところでございます。

Featuresというイベントを一番下に書いてございますけれども、一連のイベントでございまして、例えばコンテンツづくりだけではなくて、スポーツイベント等でもこのコンテンツ技術、VR/ARが非常に活用可能であるわけでございます、そういったものをことしは取り上げまして、一つのイベントにしたものでございます。

次の10ページ目が制作のための環境整備でございまして、先ほど御説明しましたアニメーションは、ネットワークを使って、どんどん効率的に進めるぞと言うほど、格好いい現場ではございません。この場で言うのも言葉を選ばないといけないのですけれども、非常に劣悪な環境のもとで、多重な下請構造のもとに1枚ずつの絵を描いている方がたくさんいらっしゃる。そういった非常に問題もある現場でございます。

そういった中を改善していくには、これは取引でございますので契約でございまして、いわゆる下請取引を適正に進める必要があるわけでございます。今回、実態を調査することで、下請代金法のガイドラインの見直しを進めたものでございまして、ことし7月に改訂させていただきます。

中身は大きく2つあると思っておりますけれども、1つは、契約を紙にしていなくて、とにかく今、忙しいのだから、これをやってくれみたいな口頭発注が行われていて、それがゆえに後になって、代金をこの金額でまけてほしいとか、そういったものが行われているという実態が出てきておりますので、とにかく書面により契約をしっかりと交わしましょうというのが1つ。

もう一つは、ベストプラクティスといたしまして、そういった中においても、先ほどのデジタル等で新しい取組を進めているプロダクションもございまして、デジタル化をうまく活用しているような事例を取り上げながら、このガイドラインを改訂したものでございます。7月にこれを公開してございます。

さらに、11ページでございまして、コンテンツ制作に人材育成でございまして。

先ほど、クリエイターの人材育成に関しましては文化庁さんのほうから御説明ございましたが、経済産業省としましては、プロデューサーにお金を集めて、そして世界にこれを売っていくようなプロデューサーの人材のほうも重要だと思っております、22年度から進めております海外のフィルムスクールへの留学。それから、27年度、昨年から進めております海外の現場、ハリウッド等のスタジオに対してのインターンシップ、これらの事業を積極的に展開しているところでございます。

それから、12ページでございまして、これは概算要求をこれからするところでございます、来年度、新規といたしまして、こういった最先端のAR/VRの技術を地域の活性化、先ほど御質問いただきました、地域発のコンテンツを積極的に展開するのに活用できないかということで、今、財務省に向けて、こちらの予算のほうも概算要求しているところでございます。

よろしくお願いたします。

○中村座長 ありがとうございます。

では、以上の報告について質問のある方は挙手をお願いします。質問はよろしいですか。

では、ここから自由討議としたいと思います。今日、取り上げたアジェンダについて、海外展開や産業基盤の強化について、何でも御議論をいただければと思います。どなたからでも結構です。意見、コメントなどをお寄せいただければと思います。いかがでしょう。

瀬尾さん、お願いします。

○瀬尾委員 いろいろ御説明いただきまして、ありがとうございます。

大分進んできたなというのが正直なところですが、これで2020年、後宴になったときに火の消えないシステムをつくっていかないと、このままお金をやっていったときに、2020年までに息切れするのではないかと心配している。クールジャパンも、これまでは海外にコンテンツを売ることみたいな、すごく単純なことだったものが、それから一歩進んだ形に進んできて、例えば現地でいろいろなものをつくるとか、かなりきめ細やかになってきている。

なので、正直、今度の（知財計画）2017については、クールジャパンの新しい次のステージになることをきちんと意識した内容にしたらいいのではないか。言ってみれば、クールジャパン2.0じゃないですけども、次のステージに行く部分をちゃんと意識して、そして、2020年を超えたときの次まで意識したようなことをやっていったらいいのではないかと感じた。多分、このまま行ってだれる部分と、すごく進む部分が出てくるので、考え方の整理が今年は要るのではないかということを感じた。一番最初なので、基本的な考え方の部分で1つ申し上げておきたいと思った。

もう一つは、これは私の非常に個別的な意見ですけども、さっきの経産省さんのアニメーターの非常に劣悪な環境という話があって、これはずっと劣悪で、改善されない。これは、単純に制度の問題じゃなくて、基本的に契約とか制作環境とかの問題で、大変難しい問題だと思っている。ただ、地方創生とこういったものを考えたときに、私、本当にジャストアイデアで、数日前から考えていることなので外れているかもしれないが、リモートワーキング、地方に住んで、クリエイターがそこで仕事をして、そして制作に携わっていくような、みんな狭いところに押し込んで並べてやらなくてもできるのではないか。

韓国でも中国でも外注しているのだから、日本の国内にまずクリエイターたちの住まいを地方に動かしていくことで、住を動かすことで直接的に地方創生に役立っていくような形もあり得るのではないか。そういうクリエイターたちを拡散させて地方に行く動きというのは、幾つか見られていると思う。なので、単純にコンテンツだけに頼らないで、クリエイターの移動と地方への定住を進める。

それから、リモートワーキングのような形で新しい働き方をしていくこととか、そういう発想をしていかないと、先ほどのアニメーターの劣悪環境というのは、それでも解決するかどうかわからないけれども、発想を変えていかないと、日本のアニメも本当に苦労している人たちだけになってしまうと、先行きが厳しいのかなと思う。

なので、制作環境と地方での仕事の仕方とか地方への展開、今回のポケモンの宮城のイベントもあったし、そういう具体的な行動が伴うような地方とのつながり型のコンテンツをやってみるのがいいのかなと、最近、ちょっと思っている。

ちょっと雑感になってきたけれども、その全体的な考え方をまず最初にいろいろブレストして固めてから始めたほうがいいような気がする。個別でやっていっても、そろそろステージを変えないといけないのかなと、ちょっと提案させていただきたいと思った。

雑駁ですけども、以上です。

○中村座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

相澤委員。

○相澤委員 内閣府の知的財産戦略本部で開催されている検証・評価・企画委員会の趣旨から考えますと、知的財産が事業推進といますか、投資促進になっていかなければいけないと思います。そういう面から、クールジャパン機構は、投資ファンドとして、イグジットが前提となっていますので、事業として成立つことを基礎としたシステムになっていると思います。コンテンツ分野の発展にとっては、この事業としての成立が重要であると思います。

補助金に係る事業についても、現在の財政状況の中でずっと補助金を交付していくわけにはいかないので、自立して海外で事業を展開していくことが非常に重要だろうと思います。

短期的にどういう成果が出ているかということ測定するのは難しいかと思いますが、今後に向けて、この補助金でどういうことが行われてきて、どういう事業の展開が出てきたかということ明らかにしていただければと思います。

以上です。

○中村座長 今の点について、何かコメントがありますか。

○経済産業省平井課長

JLOPをはじめとしての補助金は、全く御指摘のとおりでございまして、この年度、つまり27年度補正を執行して、今からデータベースにその情報をどんどん突っ込んでいくというのは、まさにそれを我々は意識しています。つまり、補助金で支援しても、そのままフォローしないと、そのコンテンツがどこで、どう使われるかわからなくなってしまうのを危惧して、今、データベースに入れて、それを検索することによって、少なくとも権利処理は円滑にできるだろうということをフォローしようという趣旨でやっております。

ただ、それよりもさらに一步踏み込んで、さらにその権利情報でどんなビジネスが、どこまで、どう続くのかというのを、年度をまたいでフォローするというのは、なかなか至難の技でございまして、むしろこういういいやり方があるという御提案をいただけるのであれば、我々はぜひお知恵をいただきたいというところに来てございます。

○中村座長 ほか、よろしいですか。

○中村座長 伊丹委員。

○伊丹委員 本日、コンテンツ分野に初めて参加し、まだ勉強不足のところもあるかと思うので、ポイントがずれるかもしれません。

今の相澤先生の御指摘にちょっと関連しているのですが、政府はコンテンツの海外展開ですとか産業基盤の強化を打ち出して、まさに今、経済産業省がJLOP事業を行っています。コンテンツを海外に展開していくという事業の成果に、非常に期待していますが、こういった海外への展開を考えたときは、コンテンツ自体の収入に加えて、非コンテンツ分野との連携ですとかインバウンド効果というものが期待されることです。しかし、ビジネスが拡散していくので、当然、さまざまな問題が想定されます。

例えば、模倣品、海賊版、商標という問題がありますが、これは今日のテーマでないですし、政府のほうでも政府間で協議をしているので、民間ももちろんやっていますけれども、継続的に撲滅に向けた活動をしていただければよいと思います。

もう一つ大事なのは、そのコンテンツを中心にした新たなビジネスであり、著作権とか商標権とか意匠権を中心とする商品化権といったものをベースにした、例えばライセンス戦略を含んだ事業展開が必要になってきます。こういったときに、中小のコンテンツの制作会社がそこまでしっかりやるのはなかなか難しいと思います。こういった支援をどう国あるいは官民でやっていくのか。これは、先ほどちょっと説明があったプロデュース人材育成にもつながっていくのではないかと思います。ライセンス戦略も含めた事業戦略もきちんと支援できるような人材育成とか組織が必要になっていくのではないかと思います。私の意見です。

○中村座長 どうですか。

○経済産業省平井課長

まず、御指摘があったパイレーツ、海賊版に関しましては、しっかり対応していこうと思っております。昔であれば、DVDとかブルーレイのにせものを水際でとめて、それを潰すような対策でございますけれども、今は全然様変わりしております。ネットワーク、インターネット上で不正なデータが流出する時代でございますので、これをどうやって削除していくのかというのは非常に大きな問題でございます。しっかり対応していきたいと思っております。

2つ目に御指摘がありました非コンテンツでありますとかインバウンドとか、コンテンツを売って稼ぐのではなくて、コンテンツに伴ってビジネスを広げるところは、御指摘のとおり、まさに契約の世界でございます。我々として来年度に向けて考えておりますのは、B to Bのマッチング、商売の場をつくりたい。皆さん、ここに集まって展示して、あるいはそこに来場してビジネスを進めてくださいねという場の設定までで終わっておるのです。けれども、特に中小の方々は契約テクニックがそこまで行っておりませんので、お金の集め方として、製作委員会で集めるのだったらこういうものが一つのモデルですとか、契約条件として、商品化の部分に関しましては、こういう契約を結んでおかないと、ライセン

ス先でちゃんとお金が戻ってきませんよというコーディネートの機能も持たせることができればいいなと思っております。ただ、これを実現するためには、経済産業省がそこまで賢くはございませんので、専門家の方々とか法律の方々とか、さまざまな方々のお知恵とお力をおかりする必要がありますので、来年度に向けて、そういった設計もしていきたいなと思っております。ぜひお知恵をいただきたいと思っております。

○中村座長 よろしくお願ひします。

ほかはどうですか。

佐田委員。

○佐田委員 本日は、関係各機関からいろいろとご紹介頂きありがとうございます。山口大学の佐田です。

本学では4年前から知財教育を全学必修としてやっており、我々の狙いとしては、知財基盤強化という、これは知財戦略推進事務局さんがかねてより提唱されてこられたことを、いかに実現させるかということに微力ながら現場で取り組んでおります。昨年から、この授業の中にコンテンツも取り入れようとしていますが、コンテンツ自体、一体何を中心に教育体系を組み立てればいいのかという、先ほど伊丹さんもおっしゃっておられたように、意匠、商標、著作権、ライセンス契約などは、とりあえず入れるようにしました。でも実質的にコンテンツ産業自体が学生に魅力あるものと伝えにくいのです。これは、知的財産全体の教育も同じことが言えます。学生はすぐに、それを学んでどうなるのと回答を求めてきます。そのときに、例えばスタジオジブリとかアニメの世界の話とか、ハローキティ一等々が事業化を図り、日本はおろか世界で大きな事業展開ができていたりとか、せいぜいその程度ぐらいのことしか言えないというのが我々としても非常に心もとないところです。魅力あるコンテンツ産業の様子を、学生向けに紹介できるものがあると本当にありがたいのです。将来コンテンツ産業を担う人材が輩出できるかもしれませんので、この委員会でもぜひ検討をお願いしたいところです。

今、知財教育関係については、各大学に普及しようとして取り組んでおります。あわせて、小学校、中学校、高校の教員の免許更新に対しても、実は明日からやるのですけれども、知財のカリキュラムを組み込んで普及しようと考えております。ただ、コンテンツについては何をどういうふうで紹介していいのか、皆、思案をしております。ぜひお知恵をおかりしたいというところです。

それから、先ほどの説明のなかに、アニメーションの制作現場の人材育成として、プロデューサーの養成とかがでていましたが、この辺の人材を強化しないと、事業の継続自体もおぼつかないのではないかと感じるのです。そのときに、教育のステージとして、社会教育が出ていますが、その前のステージとして学校教育があり、さらにその前の家庭教育があるわけです。

これら、3つのステージの中で、どこに一番力を入れるのが効果的かという問題があります。漫画家さんのヒストリーを聞いたりしますと、家庭環境の影響だったと言う人もい

ますし、学校教育が大切だという人もいて、様々です。

我々は現在、知財教育については、いろいろな状況を探っています。つまりどのステージでやるのが一番効果的かということを検証したいと考えております。今までは、専門家人材育成ということで、企業での知財の担当者、あるいは弁理士さん、法学者という方々を対象にかなり強化されてきたと思うのですが、本学では全員野球という観点で、裾野人材育成というのを打ち出しております。どっちかという、将来モノづくりを担う側や、金融関係で企業の知財を分析できる人材や、あるいは行政に携わる人材とか、つまり活用する側や、活用させる側の人々を育成するため、全学部対象でやっているのです。

そういうことを考えたときに、コンテンツは大学のどの専門分野を対象に、どんな組み立てで、モチベーションを高めればいいのかと考えさせられます。本学においては、デザイン関係の専門領域が一応あるのですけれども、その学生に話すときに、教師側ももう一つ先が見えないのです。そのために将来こんな分野に進んだらいいと、強い指導もやりにくいという状況がございます。

そういう中で、今回、人材育成というテーマも入っているようですので、社会人教育を担う産業界での教育だけでなく、学校教育の中にもどんなふうに取り入れていったらいいか。これは文科省さんのお知恵もいろいろおかりしたいと思いますが、全体を見すえた上で、果たしてどのステージのどんなタイミングで取り組めばいいのかというのを、是非関係者の皆様のお知恵をおかりできればと思います。

○中村座長 ありがとうございます。

非常に重要な指摘をいただきました。コンテンツの専門家育成といいますが、コンテンツを供給する側の業界の対策としての人材育成ということにかなり力を入れてきたのですが、一方でコンテンツのユーザーも広げるという世界になっていますので、ユーザー一般といいますが、もっと広い範囲でのコンテンツに関する教育という御指摘だったと思いますし、学生にコンテンツ産業の魅力が伝わりにくいというのは、業界にとって重要なアジェンダだと思います。それこそ先ほど瀬尾さんがおっしゃった新しいステージに向けて、突破しなきゃいけない大きなテーマになるかもしれないので、引き続き、そういったことについて議論いただければと思います。ありがとうございます。

重村委員。

○重村委員 これまでの各省庁の御報告のように、徐々にではありますけれども、コンテンツの海外展開というのは成果が上がってきているのだらうと思います。いかにこういう事業を継続させるかというのがこれから先の命題だと思うのですが、その中で特に考えなければいけないことは、国の助成金とか国の政策に守られてやっていくことではなくて、やっていく過程で、民間の中で自走化していく体制をつくり上げていくことが一番重要なことだらうと思います。

それと同時に、例えば各省庁の所轄のところに限っていろいろなものをやるというよりは、横串に展開することが大事な部分だと思います。さっき総務省さんからもお話があり

ましたけれども、放送コンテンツに関しては、放送コンテンツを海外に売るということだけでなく、アジアで今、展開しているのは、放送コンテンツと異業種との間で連携を結ぶことによって、その国において日本の商品などのアウトバウンド効果を生むこと。インバウンドが盛んに言われますけれども、それも含めて、経済効果があるような体制をつくり上げていくことが大事だとしております。

そういう意味合いにおいて、単年度でこういうことをやりましたという形では意味がなくて、複数年度においてどういう成果が上がってきたかということ、常にこういう場では語っていくべきなのではないかと思えます。

私もコンテンツの海外展開にかかわらせていただいていることはどういうことかといいますと、実行部隊になる部分。例えばJLOPもそうですし、私もちょっと関連しているBEAJとか、JAPACON、CODAという外部団体があるわけです。この組織というものが、財政基盤もひっくるめて脆弱なのではないか。ひとり歩きできるような体制になっていないのではないかと思えます。

ちょっと具体論で恐縮ですが、BEAJというのは、今、47社参加していて年会費を取っているわけですが、その収入はたった3,000万円です。これでは、例えば事務所の賃料とか光熱費、それから人件費の一部を賄えるぐらいで、実態は各放送局が社員を出向させて人件費を支払っているという状況です。さっき豊嶋課長から話があった、いろいろな活動費は国のお金に頼っているという部分がはっきりあるわけですね。したがって、補正が止まってしまうと、翌年はこのBEAJの活動はあり得ない。

そういう意味でいくと、例えばJLOPさんにしても大規模なお金をやっていらっしゃるけれども、VIPOの中の1プロジェクトにしかすぎないわけですから、国の予算がなくなれば、その事業はなくなってしまうわけです。

そういう環境では、民間企業が会費を出すとか参画するということは、リスクが非常に大きいわけですから、我々、企業を回って協力してほしいと言っても、協力をとりつけるのはなかなか難しいのです。これは何も未来永劫と言う気はないですけれども、例えば3年とか4年という複数年でもって、これを実施するという大方針みたいなものを打ち出していくべきなのではないか。そうしないと、まず組織として実行部隊のところ機能がなくなってくるということが1点ですね。

それから、もう一つ、我々がやっていて感じている部分は、例えば外務省さんが国際文化交流基金をやっている。もちろん目的が違うということはあるかもしれませんが、コンテンツの分野において協力できる部分は相当あると思えます。他にも、例えばJLOPとの間は特にいろいろありますし、農水省さんとか、横の関係の中で相互に連絡をとり合いながら話を進めていくということもありますけれども、大所高所から俯瞰的に物を見ているヘッドクォーターというものが、海外コンテンツ展開事業においては組織としてないわけです。

個別団体同士の間のお話の中で協力関係をつくっていくという形ですけれども、この場が

そうだとすればそうかもしれませんけれども、ここは提言はできるかもしれませんけれども、実行段階、いろいろな検証とか、無駄を省くために事業を合体化させるということになると難しい面があるかもしれません。多分、毎回単発でいろいろ話が出てくるけれども、大きな成果という形が出てこない。そういう意味合いにおいて、もう少し広い意味で、国として効率的にどういう対策をとるかという組織を考えるべき時期に来ているのではないかと考えています。

その点、御検討いただければと思います。

○中村座長 ありがとうございます。これも非常に大事な御指摘です。

ほかにいかがでしょうか。

大崎委員。

○大崎委員 雑談っぽく、幼稚な話になってしまうのですが、佐田委員がおっしゃったことは確かにそうだと思うのです。この委員会に出させていただいて、当社の社員にどう説明しようかというのが僕の能力ではだめなので、これを読んでおけと渡すだけです。

片や、当社では、今、NetflixやAmazonでドラマやドキュメンタリーをつくらせていただいたりしています。その中で、新しいドラマの企画も提出していきまして、大阪万博がある2025年ぐらいまでの近未来のエンターテインメントのドラマをつくろうかみたいな企画がありまして、それは若い子たちがつくるやつなので、ちょっと見てみたいなと思って、シナリオを書くときに、それぞれのエンタメやAI技術や、いろいろな新しい科学技術のところに訪ねて行って本を書いたらいいなと思って、楽しみにしているのです。

瀬尾委員がおっしゃったように、この委員会の近未来のコンテンツのあり方というか、希望のある完成形みたいな、今日、いらっしゃる皆さん方の現場の若い方で3分か5分か10分ぐらいのアニメか漫画みたいなものをつくれば、共通理解、クリエイティブなことでの問題点みたいなことも出てくるでしょうし、現場の方たちが知恵を絞って、こうなればいいなということも含めて、若い人たちが希望を持って、アニメもそうですけれども、僕たちのメインのタレントマネジメントといいますか、マネジャーというのは本当にひどい現場なので、どう新しくシステムをつくろうか。アメリカのタレントエージェントのようにどうしようかと悩んでいるのです。こんなことも含めて、何かできればなと思っているのです。

2018年4月に沖縄でエンタメの学校をつくろうと思っていまして、二、三日前にやっと場所の確定ができたので、きのうも沖縄県のほうにお礼に行ってきたのですけれども、授業の科目に1つ、漫画家の養成をつくろうと思っていまして、堀江信彦さんという、「週刊少年ジャンプ」でカリスマ編集長、何百万部をずっと売っておられた方に15年ぶりぐらいに御飯食べませんかと電話して、沖縄のその学校の話をする、やろう。漫画家の養成というのは、10年ほど前からアジアですずっとやっている。インドネシアで3人ぐらいプロデビューさせた。大崎さん、漫画はいろいろな要素があって、すごく科学的な要素も入って、コマ割から、ストーリーから、キャラクターづくりもしている。

それを勉強すると、もちろん漫画家になる道と、僕が言うのでアバウトな言い方ですけども、ハリウッドでつくる100億円の映画の絵コンテを描く仕事。100億円の映画にいきなり投資できないので、絵コンテをつくって、1億、2億円で映像をつくってみて、これが行けるとなると100億円投資する。そのための絵コンテをつくったりする仕事も職業もある。演出等々も全て総合的に勉強するので、芝居の演出とか映画監督になるとかエキスパートでやろうという話を聞いたりしているのです。

そういう意味で言うと、もちろん著作権のこと、ファンドのこと、いろいろ勉強しなきゃいけないことがいろいろあるのですけれども、クリエイティブサイドでこんなに楽しい、次の新しい2.0の世界があるのだということを、子供たち、顧客側にも、クリエイターたちにも、それこそ映像で、あるいは漫画で見せることができれば、問題点も含めて、いろいろ考えられるのではないかと。

2018年4月に、まだわからないですけど、学校をつくるときに一番大きなポイントは、出口をどう僕たちでつくれるかだと思っていまして、新しい職業、新しい会社、新しいエンターテインメントのメディアのクリエイターの会社をどうつくるかというところでは、国の力をというか、国と相談しながらということを出てくると思うので、そこでは仕組み、雇用の仕方、働き方ということもテーマに出てくると思うので、それはアニメをつくりながら、あるいはつくった後で次のステップに行けるのではないかと思います。そんなふうに思っていました。そういうのを川上さんのところで別途つくってください。そうすると、すごくわかりやすく、共通の複雑な課題も出てくるのではないかと思います。

以上です。

○中村座長 コンテンツやコンテンツ産業の未来を示すコンテンツとかメッセージをつくってみるといって御提案をいただきました。これは、テイクノートして、どうしたらいいのか、プロジェクト化するのかがどうかみたいなことも含めて、関係の方々とお話してください。ありがとうございます。

ほか、いかがですか。

竹宮委員。

○竹宮委員 2017クールジャパンの次のステージということをおっしゃったのですけれども、コンテンツ産業をこれから展開していく若い人を育てなければいけないということなのです。

しかし、コンテンツ産業というものにどういう人材がいいのか、一体何をやっていくのがコンテンツ産業の人たちなのかということが全く見えていないですし、それをどのような学校を出れば、どのような資格を持っていけばいいのかということもはっきりしていません。それぞれの産業の人たちから、こういう人材を求めます、こういう能力を求めますということを言われたい限り、私も大学で教えているのですが、そういう人をどう育てたらいいのかわからない。前にも一度そういうことを発言いたしました。そのあたりが大事なのではないかと思います。

今、外国から大変たくさんの方の留学生が、例えば漫画に関して学びたいという人が多くなっています。日本人学生よりも優秀で、興味の持ち方、モチベーションが非常に高い人が来ているわけですが、そういう人が国へ帰ってコンテンツ産業に入ってくれば、日本語を学んだ経験というものを生かしやすいと思うし、そういう連携がつくれていくのではないかと思います。そのような卒業生がちゃんとそれなりの知識に基づいた職業につけていくということが、大学として、そういうルートができることが大変ありがたいことなので、そういう意味でも、産業とのうまい連携というものを考えていかないといけないのではないかと考えております。

○中村座長 はい。

○瀬尾委員 済みません、二度目ですけれども、重村さんがおっしゃったことと、それから大崎さん、竹宮さんがおっしゃったこと2つを受けて、結構無理を言います。何度言ってもできないということで、毎年、ちらっと言うのだけれども、なかなかできないことを言います。

知的財産戦略本部とIT戦略本部とか、政府の中だけでも統合された大きな戦略をきちんとダイレクトに実施していくということが、まず私は必要だと思います。ただ、そこはなかなか難しいので、現在は密に連絡を取りながら実施されていると私は理解していますけれども、統合された意思として連絡会議的なものを関係の、例えばビッグデータにしても何にしてもやっていくべきかなと思います。これは、事務局のいろいろな御努力で、少しずつにじり寄っていると私は理解していますけれども、さらににじり寄っていただきたいという希望があります。

先ほど重村さんがおっしゃった関連団体、例えばJAPACON、VIPO、CODAといろいろあるのですけれども、団体を1個つくと潰せないのです。潰す人、いないのです。赤字でもなんでも、大体、次に送るのです。私も赤字でJAPACON、引き継ぎましたけれども、なぜかわからないです。なくてもいいものはなくなってもいいと思うのだけれども、なかなか潰せない。潰すと言うと問題があるから、吸収合併とか。企業だったら、確実に発展するためにはどんどん吸収していきます。効率化を図ります。さっき言った、例えばVIPOさんとJAPACONの会員のかなりの部分は同じ人たちです。両方に金を払っているわけです。

そういうこともいろいろあつたりすると、どんどん合理化していくとか、効率的なことをやっていくために、団体というのはどんどん生まれてもいいけれども、どんどん潰れていって、そしてより効率的に、かつより効果的にしていくことが、私は正直重要だと思います。できないことを承知で言っています。現場においていって、この発言が紙になって残るかどうか、怪しいかもしれないけれども、2017にこの言葉が残るとは私、思っていないのだけれども、現場として大事だと思っています。

そういうことを考えながら、きちんと自立して自走できるような後押しと、それから民間とのきちんとした協力。ビジネスアジェンダとしてちゃんと残っていくということを考えないと、ただお金が入ってくるから、ぱくっと食べて、毎年、消化して、来年、またぱ

くみたいな感じで、それだけで成り立っている中で効率化が図られるとは私は思えません。その中では存続したり、統廃合したりする、きちんとした強力な意思というものをどこかでディレクションしていかないと難しいのかなと思います。そのかわり、出すときにはきちんと国が指示しないと、大事なものも潰れてしまう。民間だけではいけないこともたくさんあります。

だから、そういうことを継続して行って、前からずっと継続が大事だということでJLOPも続いてきましたけれども、それも一区切りついたときに、次はどうするのかということがあるでしょうし、支援の仕方も変わってくると思います。ただ、団体のあり方とか周辺の我々の施策を推進していく機関のリフレッシュと活性化と効率化みたいなところも、きちんと考えながらやっていくべきだし、それを主導するのは誰か。先ほど言ったように司令塔が難しいのですけれどもね。

ある意味でいえば、それは団体みずからであるかもしれないし、省庁かもしれないけれども、どこかのレイヤーできちんと目指していくべき方向として、金がないのにずるずると垂れ流されている部分ができるだけないように。今でもないと思いますけれども、それをどれだけ絞っていくかということが重要だと思います。現場として、それができないと言っては本当はいけないのですけれども、現実として大変難しいことだというのは、現場の声として皆さんにも聞いていただきたい。ただ、間違いなく重要な方向なので、あえてここで発言させていただきました。

○中村座長 今、御指摘になったことは、国に対しても、民間に対してもボールが投げられたということをごさいますして、関連する施策の部分については、政府部内でも横串を刺しましょうということと、民間のほうも関連する組織間の効率化とか再編といったことも大事ですねということで、これも次のステージに向けての太いアジェンダになる可能性があるということで、言葉が残るようにしたいと思います。

○瀬尾委員 2点目、よろしいか。先ほどの人材の件に関して。これはお願いだが、経産省でやっているCofestaの中でアンバサダーという施策があるのが、これは日本にいる留学生を使って日本の情報を発信しようというイベントで、非常に多彩な人材があって、国内の人材をどう育てるかもあるのだけれど、先ほど竹宮委員がおっしゃられた、海外の優秀な人たちが日本にたくさん来ていて、すごく日本を好きでいるということがあるので、人材の育成は日本人と国内を越えて、アニメが好きだったら、それを活かしていくようなことをしていけたらいいのではないかと思う。

特に、アンバサダーの施策というのは、私はとても大事だと思うので、経産省さんのほうではぜひああいう事業を強力に推進していただけたらいいのではないかと感じます。これは、人材に関してです。済みません。

○中村座長 アンバサダー、何か補足ありますか。

川上さん、お願いします。

○川上委員 今日の各省庁の説明を聞いていて、皆さん、すごくちゃんとやられていて、

これをだめだと言うのは非常に難しいなど、いろいろ考えていたのです。ただ、結果としてコンテンツ振興になるかと言われると、ちょっとどうかと思う点多々ある。コンテンツ業界に補助金を出す上で何が難しいかという、書類を出すのがうまいところがお金をもらう傾向が生まれてしまうところだと思います。特定のコンテンツを応援すると、それは公平性に反するというので、形式的な審査が基準になってしまって、本当にお金を渡したい人たちに届かない。

では、本当に渡したい人たちとはどういうところなのかといいますと、日本のコンテンツは、個人の作家性に非常に依存しているものが多いと思います。大手の企業で系統的にヒット作をつくる仕組みを備えているかという、商業的にはともかく、作品的にいい作品をたくさんつくる組織というのは、残念ながら日本にはそんなにない。であれば、個人の作家性をどういうふうに生かしていくのかということがすごく大事だと思います。

では、個人の作家というのはどういうところに大勢いるかという、例えば、大きな制作会社の片隅に埋もれている。もしくは小さな制作会社でいっぱい頑張っている。いずれも、すくい上げがなかなか難しい人たちで、どんなものをつくっても、多分J-LOPの申請書類の書き方さえもわからない人たちです。

もう一つ言いたいのは、アニメーションとかコンテンツの世界は、自由競争がすごく進んでいて、もうかることは誰かがどうせやる世界です。アニメーターの生活が非常に苦しいという資料がありましたけれども、そうなるのも競争原理が働いているからなのです。アニメーターというのは、御存じのとおり、非正規雇用がほとんどの業界です。プロジェクトごとに、必要なときに必要な人材を雇用するという仕組みで、非正規雇用が拡大するとどういうふうになるのかという意味で未来の日本のモデルケースになっています。非正規雇用が拡大するとこういうふうにみんな生活が苦しくなるのです。

だから、そういうところでもし国が何とかできるのだとすれば、1つは個人の作家の人たちにどうやってお金を注入するかということです。それが補助金とか間接的なやり方だと、例えばアニメーター全員に月10万円あげるということをしたらどうなるかという、多分彼らは、10万円安く仕事を受けるだけだと思うのです。そして、どこか違う、アニメーターじゃないところが潤うだけにきつになってしまうのです。作品数が増えるとか、別の形で吸収されてしまいます。

だから、政府がやるのであれば、例えばクールジャパン機構が直接制作委員会をつくって、作品を公募するぐらいのことをやらないといけないのではないか。そのときの制作費というの、アニメーターの労働条件のモデルケースとして、これぐらいは払ってほしいという金額を国がちゃんと作る。そして、公募する作品はもうからない作品にする。

もうからない作品にするというのはどういうことかという、今、日本のコンテンツは、基本、日本市場を相手に考えています。それが海外に必ずしも競争力を持っているわけではないのです。オタクコンテンツとか言われているのは、実は海外ではエロのイメージもちょっと含んでいる。日本の表現規制が緩いことは利点でもあるのですけれども、世界

に通用することを考えると、必ずしも多様性を持っている作品群とは言えない。

そこで、クリエイターが本当は作りたいと思っても、作れないような作品を公募して、それをすごくいい条件でやれるようにすることが必要だと思います。ただ、現実的にこれをやろうと思った場合は、支援する作品を誰が決めるかということで絶対もめるのです。私としては、ネットを使って公募するのがいいのではないかと考えています。その責任者を決めて、プロデューサーは自宅の電話番号とか、個人情報を公開する。何かひどいことをしたら、ネットで監視しているネットユーザーたちが抗議をするといったような、オープンな場というものを作ってもいいのではないかと考えています。

多分、一番難しいのは、どの作品を応援するかということ、どう決めるかという透明なプロセスだと思います。けれども、幸い、日本ではネットに、そういうことに関して、みずから“警察官”をやりたい人がたくさんいますので、そういう人たちのお知恵をかりて、もし失敗したとしてもネットの人たちの責任で、それを追究するのもネットの人たちの責任みたいなことにする。そうすれば日本のコンテンツにとって本当に必要な、埋もれている個々のクリエイターの発掘、そして、海外にも通用する多様なコンテンツの制作ができると思います。また、プロデューサーというものは実際に仕事をやらないと育成できないので、その過程でプロデューサーが経験を積める場を提供してあげることも可能なのではないかと考えています。

○中村座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょう。

奥山委員。

○奥山委員 次のステージというお話があったので、最近考えていることをちょっとお話しさせていただきます。

日本のブランド、もちろんソニーも東芝もいろいろあるのですがけれども、昔から使い方がアメリカの会社ほどうまくないのではないかと考えていたのですがけれども、アメリカの場合は、自社のブランドを外にライセンスして、外からの提案を受け付けて、そのブランドを自分のイメージに合った使い方で、より広く使っていくということが一般に行われていて、それはそれで大きなビジネスになっているわけですね。

今日の資料の中で、マッチングフォーラムというのを内閣府の御努力で開催されるというお話がありましたが、会社の人々が考えているもので絶対いいアイデアが出てくるわけではないわけです。自分のイメージにこだわり過ぎていますから。それを広く、どういうふうにするのか、Tシャツにするのか、マグカップにするのか、あるいは漫画の中にどういうふうに取り込んでいくか、いろいろなことがあると思いますけれども、うまくブランドを使って日本のイメージを広めていくようなことができれば、すごくいろいろなことができるのではないかと考えています。

そのためには、ブランド戦略自体を見直さなきゃいけないのですがけれども、先ほど申し上げたように、会社の中ではなかなかできないのです。だから、それをどういうふうにし

たらしいのかというのを、例えばこれまでもあるといえばあるのですけれども、フォーラムみたいなものをつくって、いろいろな人から知恵を集めて、アメリカはこうなっているという話も聞いてみたいと思いますし、やってみたらおもしろいのではないかと考えています。

今までの流れと違うのですけれども、もしもそういうことができれば、日本のブランドが、アメリカみたいなのところの、あるいはヨーロッパのデザイナーブランドが、日本発で世界中に浸透していくということで、また日本のイメージが変わってくるのではないかと考えております。

○中村座長 ありがとうございます。

ほかにいかがですか。

宮川委員。

○宮川委員 いろいろな施策が動いていることから、フォローするのが大変で、なかなか質問できないでいますが、1点、先ほど川上委員がおっしゃった、クリエイターというか、作れる人はどこかに埋もれているという話を伺って、今まで思っていたことを少し話したいと思います。

私も弁護士として仕事をしていると、クリエイターの方たちと、それを商業的に利用する企業との契約を見る機会がありますが、せっかく作り出されたものを、ビジネスとして利用していくための契約というのはなかなか難しく、クリエイターというアイデアに溢れた方が、逆にビジネスの契約書とか取引の交渉が得意とは限りません。時々、とんでもない契約をしてしまっていて悩んでいるクリエイターの方にお会いすることもあります。

そういう意味で、人材育成ということで各省庁の方が支援したり、教育、留学の機会、それから作品をつくるサポートということでお金を援助してあげたりと、いろいろやっていらっしゃるのを拝見して、果たして、でき上がった素晴らしいクリエイターの人たちが、さらにそれを産業基盤というか、ビジネスとして乗せていくために、次に何かサポートがあるのかということがやや気になっています。

クリエイターというか、アイデアマンとか、創作的な才能と、それをビジネスに活かしていく才能というのは別なものなので、せっかく素晴らしい才能が発掘されても、それを今度はみんなで大きくビジネス的に展開していくためのサポートというのを、どこかで見ている部門があるのかと心配しています。

もちろん知財弁護士は、そういう分野でサポートしようという人たちがたくさんいますが、それだけでなく、商業的に利用するためのサポートみたいなものもどこかで配慮してあげたら、発掘された才能がますます開花していくのではないかと考えた次第です。

以上です。

○中村座長 ありがとうございます。

内山委員。

○内山委員 前回、言い残して、途中で中座して失礼しました。そのときの流れでちょっ

とお話させてください。

こうした重厚な支援体制というのは、まさしく安倍政権になってからできたことは間違いないと思いますけれども、3.11があつて1年たつて、日本中が元気がないときに、こういう大きな支援制度が生まれた。今日、平井課長の御説明にもありましたように、国内しか向いていなかった事業者さんたちが海外にも目を向けるようになったという意味で、一種の元気づけという意味においては、これまでの3年半、とてもよかつたと思います。

ただ、今日のテーマにあるように、これからどうするのとか、あるいはもう一つ長期ビジョンでどうするのといったことで、そろそろそれを考え直さなきゃいけないタイミングは来ているのだらうと思つておまして、これがこの場でできることなのかどうなのか、ちょっとわからないのですけれども、この委員会は1年単位の任期で、施行中の16年度のお仕事をチェックしつつ、17年度のことを考えるという形になってはいますが、もう1年先、18年度のことを考えることはできないのでしょうか。

といいますのは、いきなり来年のことと言われて、いろいろなところで、そんな手短な先のことに対応できないということはあるでしょうけれども、ある意味で1年、間があいて、その間にいろいろな準備ができるということであれば、18年度のことを考えて、例えば各担当の省庁でも検討していただくような落とし方ができないのかなと、ずっと考えております。

とにかく1年単位で検証していますので、短期で評価しているという構図になっていますので、いろいろ御要望があつたような長期のビジョンを持つてというのは多分やりづらと思いますし、また親委員会がある世界でもありますから、長期のものは親委員会が考えていくかと思つますので、その間の中期という部分で、2年先、18年度のことを考えて動くことができないのかなという疑問を持つておりました。

それから、ちょっと戻りますけれども、17年度には5年目を迎え、各省庁さんの大型の支援制度で、何だかんだ、いろいろな背景で見直しが必要になるかと思つますが、いろいろな人に試してくださいねという形で、これまで補助金を支給してきたと思うのですけれども、傾斜配分というか、重点配分というか、そういう方向性はあり得るのかどうか。外国のコンテンツの支援制度を考えたとき、特に海外展開にまつわることになってくると、海外と競争しなきゃいけないという実情があるので、外国はそこに公的補助金を足してでも競争で勝たせようとするのです。

そうすると、勝てそうな人に重点的に出すという考え方があつて、そういう考え方はとり得るのかどうかということで、ちょっと問題提起だけさせてください。

以上です。

○中村座長 私の印象では、知財計画は短期のものだけではなくて、中長期のものも掲載されるので、そういったことは皆さんも御意見を出していただければいいと思いますけれども、そういう認識でいいですか。

○井内局長 おっしゃるとおりでございます。知財事務局の井内でございますけれども、

2013年の知財ビジョン、一応10年間ということになっておりますけれども、10年で世の中は大分変わりますので、どこかで見直しをしなければいけないと思っています。それは、ことしから来年にかけてなのか、その次の、来年から再来年なのかということもございますけれども、常に中長期を見据えながら、当面、どこを改善すべきかということを経験していただきたいというのが本心でございますし、今、議論していただいていることは、もう2017年の予算に反映させようと思っても遅いところがございます。

ですので、2018年の予算要求で各省がどういう考え方で、どういう見直しをしながら臨むかというのに反映させるという意味は、まさに二、三年先は少なくとも見据えていただいた上で、さらにできることであれば、5年後、10年後を見ながら、今これをやるべきということを議論していただくのが、この委員会のまさにミッションと申し上げると失礼ですけれども、議論していただきたいと思っております。親委員会ももちろんございますけれども、実質的にはこの委員会で議論をしていただきたいと思っております。

○中村座長 それから、傾斜配分などについても、ここは知財戦略本部ですので、戦略じゃないといけないと私は思っています、そういう意味で言うと、予算の使い方も、補助金もあれば、クールジャパン機構の出資もありますし、税制もあれば、その他の制度もあるという政策ツールを総動員して戦略を考えていくということだろうと思っておりますので、そのあたりも制約なく意見を出していただくといいと思いますけれども、事務局が困るぐらいの大胆な御意見をお出しいただいたほうが、戦略の立て方がおもしろくなっていくのではないかなと思います。よろしくお願いします。

野坂委員。

○野坂委員 ただいまの意見に関連してですが、予算は単年度主義でありますから、2017年の計画の議論をするのは当然ですけれども、二、三年先というと、2015の計画にも出ていたように、我々の大きなターゲットは2020年の東京オリンピックだと思っております。それに向けて、当面、2017年の計画を考えていくとともに、一方でやや中期的な目標として、2020年に向けてクールジャパンなりコンテンツの海外展開、アウトバウンド、インバウンドも含めて、2020年を一つの大きなターゲットとして、知財の計画も意識していく。そして、足元、2017年にまずこういったものに取り組むという2段階のアピール性のある計画を目指していくことが重要ではないかと私は思います。

○中村座長 ありがとうございます。

喜連川委員。

○喜連川委員 クリエイターの方は書類を書くのが苦手というお話があったのですが、大学で素朴に研究している人が書類を書くのが上手だと一般国民の方は誰も思っておられなくて、そういう先生は埋もれていくのかと言われると、多分埋もれていくのでしょうか。だからといって、その人にどう手を差し伸べるのかというのは根源的に非常に難しく、全てのノーベル賞を受賞された研究者は、書類を書くのが多分物すごく上手なはずで、これだけは100%保証できると思います。

今、もうちょっと長い目でということのお話もあったと思うのですが、ここであっているような既存のコンテンツ以外の新しいコンテンツのセグメントというの、今後、日本は積極的に考えていくべきではないかという気がします。今まで人材育成が大変というお話があったと思うのですが、周辺の産業との云々と書いてありますけれども、ここに教育のコンテンツというのはほとんど何も触れられておりません。平和な日本国家というブランドを考えたときに、日本が生み出す教育コンテンツというものに対する世界からの信頼感というか、ノンバイアスなコンテンツをどう出せるかというものに対しては、随分期待されるところが多いのではないかと。

一個一個の個人に協力するというのは、もう時間が足りないのです。したがって、教育コンテンツでエデュケーションをスケールさせるというのが、我が国にとっても、周りの国家にとっても極めて重要ではないかと思ひまして、そういうものが全然触れられていないのも若干寂しいなと感じた次第です。

以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。とても重要な指摘をいただきました。

岡村委員。

○岡村委員 前回欠席したものですから、意識もディレイしているので申しわけない。

各省庁から御報告いただき、ありがとうございます。とりわけ私の所属しているゲーム業界は、経産省のJLOPにこぞって申し込みを出しているが、そういう中でいけば、今まで海外に自分たちのコンテンツを持っていこうと思わなかった人たちもモチベートされたという側面もある。

話がずれるが、ゲーム業界は2007年が七千二、三百億円、ソフトウェアだけで輸出していたのですが、たしかCESAの統計ですと、一昨年で1,000億円を切っています。900億円ぐらいまで落ちています。もちろん、それはLOPのJLOP効果がないと言っていることではなくて、そういうある種のビジネスの構造というか、ワールドワイドレベルの競争力が変わってきている産業であると言えるのではないかと考えている。

ただ、ハードウェアは、PCを除けば、家庭用テレビゲーム機はこの20年以上、世界のデファクトスタンダードを握っているから、そういった意味でのコンテンツを海外に自分たちが作ったものを出していく。それが受け入れられる下地づくりが、マーケットが成熟してくればしてくるほど、相手の国の消費者の嗜好にマッチングできるソフトを作れるかどうか、コンテンツを作れるかどうかということが最後問われてくるという意味では、なかなか難しいなと思っている。したがって、ゲーム業界は、例えば海外のディベロッパーを買収してしまったり、ブランドすら自分たちの会社が出ないようにして商売するといった知恵なども使っている。

そういう中で、話を本論に戻すと、各省庁から助成も含めて、いつまでお金が続くかどうかというのは、それを活用している事業者も非常に関心があるところで、それがもしなくなるとき、その効果が雲散したり、霧消してしまうことがないようにするのが、この

会議の一つの目的でもあらうと思う。そういう中で行くと、私はコンテンツ産業基盤の強化というところに、もうちょっと多目的に、多様な手立てを打ったほうがいいのではないかと思っている。つまり、助成金がなくなっても、足腰が強くなっていけば自分たちで歩いていくことができるということで、海外にも持っていくことができるということ。

たまたま文化庁と経産省のアニメ業界の事例を出していただいたが、例えばこれでいけば、アニメーターは、川上委員がおっしゃったように、コンテンツを作るというのは、自由競争なので、結果的に消費者にどのぐらい受け入れられるものを作れたかという、その1点に限られると思うが、そういう中でも、特にアニメーターというか、アニメ業界は構造的に今のままだとそもそも有為な人材が集まらない構造のまま行こうとしている。したがって、早晚、競争力という意味、あるいはある一定のクオリティを担保するのは、非常に危機的な状況にあると思っている。

そういうものを、産業基盤の強化というところに視点を置いて、もし何かをしていこうとするならば、アニメ業界ならアニメ業界のどこがポイントなのかということを探掘りして、そこにしっかりと支援していくべきじゃないかなと思っている。これは、私の狭い知見で申し上げると、アニメ業界の場合は、CGじゃなくて、デジタル作画をはじめとした、デジタル環境をしっかりと、経産省が手をつけられていますけれども、ここの速度を速めていくべきではないか。それは、多分アニメ業界の産業基盤強化という意味では、有力なソリューションになるのではないかなと思っている。

○中村座長 ありがとうございます。

いただいた時間が参りましたので、このあたりで議論を締めたいと思います。

今日は、冒頭、瀬尾さんからステージを変える場面じゃないかという問いかけがございまして、その後、補助金事業の対策、あるいは予想可能性の業務の話、海賊版の対策とか商品化権の活用、人材育成の話がありました。引き続き、このあたりはアジェンダとして議論を継続したいと思います。

また、政府の省庁の横串組織とか、民間団体に応じた改善というか、これもアジェンダとして提出する。

また、未来を示すコンテンツをつくるとか、データを確立するための大きな場を形成するとか、アイデアをいただきましたが、このあたりを考えてみる。

最後のほうに、中長期をどう考えるかということと、2020に向けてどうするかという御意見を最後にいただいたということで、次回に向けて、このあたりの議論を事務局に整理いただければと思いますし、ほかにもコメントがあれば、事務局のほうへお送りいただきたいと思っています。

ということで、本日の議論につきまして、井内局長から御挨拶をいただきたいと思います。

○井内局長 いろいろ御指摘、ありがとうございます。

今、まさに座長におまとめいただいたように、一通りいろいろな政策をそろえてきたと

というのがこの数年間だろうと思っているが、まさに次の数年間を見越したときにどうなるのか。その中には、当然2020も入っていますし、その後も入れなきゃいけないと思うが、そういうことだろうと思っている。そういうときに、体制としては省庁間でしっかりと横串を刺せよと。司令塔というのは、我々もその一翼を担わなきゃいけないのかもしれないが、そういう意味では、今後していくということだが、横串を刺し、連絡をよく取ってやるというのを、引き続きしっかりやっていかないといけないと思う。

それから、そういう中長期に見たときに、まさに人材というか、それをどう育てていくのか、あるいは人材の能力を高める、あるいは環境をよくするというのも非常に重要である。この辺は、政府がどこまで手を出せるかというガバメント技術の問題のため、なかなかいい知恵が出ないが、本日、川上委員からも御指摘いただいたけれども、そういうことも含めて考えていかなきゃいけないし、人材というときに、国内の人材もあれば、アジアを含めた海外の人材をどう融合させていくかという問題もありということだろうと思うので、その辺、引き続き、またご議論いただければと思う。

最後にあった新しい技術の話というのは、デジタル関係とか、それは次回以降も、またそういったテーマで議論することになると思うので、その中で引き続き御意見いただければと思う。

○中村座長 ありがとうございます。

次回の会合について、事務局、お願いします。

○永山参事官 次回の会合につきましては、冒頭、資料1で御説明しましたように、年明けの1月下旬を目途に考えております。現在、日程調整をしておりますので、決まり次第、また御連絡をさせていただきたいと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

○中村座長 年内はこれが最後ということでございますので、どうか皆さん、よいお年を。