

○塩原参事官 それでは、時間となりましたので、会議を開催させていただきます。

本ワーキンググループの座長は中村伊知哉委員にお願いいたしております。

ここからは議事の進行を中村座長にお願いいたしたいと思います。中村座長、よろしく
お願いいたします。

○中村座長 こんにちは。よろしくお願いいたします。

では、ただいまから第1回「コンテンツ戦略ワーキンググループ」を開催いたします。

皆様、お忙しいところ、お集まりいただきまして、どうもありがとうございます。

今日は、大崎委員、夏野委員、渡部俊哉委員が御欠席ということでございます。私、今、
海外にいまして、通信が心もとない環境でありまして、もし不具合が生じましたら、適宜
事務局からサポートください。

では初めに、事務局から本日の会議資料の確認をお願いします。

○塩原参事官 本日の会議資料でございます。

議事次第にございますとおり、資料は、資料1から資料3までの3点、また参考資料と
いたしまして、参考資料1、参考資料2-1以下計5点を配付させていただいております。
御不明な点等ありましたら、事務局までお申しつけください。

○中村座長 皆さん、よろしいでしょうか。もし何かありましたら事務局までチャットな
どでもお知らせいただければと思います。ありがとうございます。

では、今日の最初の議事ですけれども、ヒアリングです。今日は、日本経済団体連合会
の岩村常務理事から、我が国のコンテンツ振興に向けた考え方・提言について御発表いた
だきます。早速ですが、岩村様、よろしくお願いいたします。

○岩村氏 改めまして、経団連常務理事の岩村でございます。本日はどうぞよろしくお願
いいたします。

本日、このような機会を頂きまして、誠にありがとうございます。

ここにお集まりの皆様はこれまでも日本発のコンテンツの振興に様々な形で注力されて
こられたと理解しております。本日は、経団連としてコンテンツ産業の現状をどのように
捉えて、現在どのような取組を行っているのかということをお説明申し上げたいと思いま
す。

それでは、スライドを共有いたしますので、よろしくお願いいたします。

本日お話しする内容でございますが、柱が2つございまして、1つはコンテンツ産業の
現状、2つ目が経団連の取組ということでお話しさせていただきます。

まず、コンテンツ産業の現状でございます。

御案内のとおり、足元は創造性とデジタルの時代に来ているということでございまして、
人の創造性が新たな価値の創出や社会課題解決の源泉であるということで、これは私ども、

政府もそうですけれども、発信しているSociety5.0の根幹をなすものだと考えております。デジタルによって環境が変わり、誰もが容易に言葉や人種の壁を超えて世界に一瞬でコンテンツを届けることができるようになっております。Web3のような、また新たな流れもありまして、その中身であるコンテンツの力を生み出す創造性がより一層重要になってくると思います。コンテンツはソフトパワーの源泉であるとともに、創造性とデジタル時代において高い潜在力を持つ成長産業ではないかというのが私どもの認識でございます。

実際、世界のコンテンツ市場は拡大しております。2020年の約1.1兆ドル、日本円にいたしますと150兆円弱から、2025年には1.3兆ドル（180兆円強）を見込んでいるところであります。

このうち、日本のコンテンツ市場がどれぐらいの規模かということでありまして、これが12.9兆円ということで、キャラクターの商品等のライセンスの二次利用、さらにゲーム機等のハード、関連広告、こういったものも含めるとトータルで27兆円程度ということでありまして、米印があります、データ通信7.8兆円を含むということでありまして、これを除くと大体19兆円規模になるかと思っております。観光も含めるべきだとは思いますが、コンテンツにひもづく観光の消費額が必ずしも明らかでないということもございまして、ただ、27兆円とか19兆円、こういった産業自体の価値というのはその外縁部も含めるとまだまだ大きいものがあるのではないかと、したがって、この数字だけを見ると重要性を見失うのではないかと感じております。こういった数字もそうですが、経団連では今回、コンテンツ専門の民間調査会社であるヒューマンメディアにコンテンツ産業の現状に関する調査を委託しました。コンテンツに関する公的な統計が実際乏しいという状況で、また調査の実施年や対象も様々になっておりまして、議論の参考になるものが少ないということで、まさにEBPMや、コンテンツの制作のPDCAを回す上で、関連統計の整備は今後大きな課題の一つだろうと認識しております。

これは、過去11年間、2011年から2021年でありまして、各国の平均成長率を現地通貨ベースで比較した表でありまして、成長率は中国が突出しています。また、インドやインドネシアで10%超、米国、英国、韓国が6%、日本、ドイツは2%ということで、主要20か国で比べますと、日本の場合、低位にとどまっているという状況であろうかと思っております。

PwCが将来予測を出しておりますが、2025年までの日本の予測平均成長率3%ということで、調査対象の53か国中最低という結果になっております。この予測についてPwCにヒアリングいたしましたけれども、当然のことではあります、日本の場合、少子高齢化の影響が大きく出ているということでありました。当然もっと先には市場の縮小も想定の中に入ってくるかと思っております。

他方で、これは明るい話でありますけれども、世界を見ますと、日本の場合、アニメ、漫画を中心に世界で突出したプレゼンスを誇ってきたところであります。民間調査では日本のIP経済圏は世界のトップの25のうち約半数の12を占めているということで、これだけ

日本がトップ勢を占める産業というふうに見ますと、今や随分少なくなつたのではないかと受け止めています。とりわけ右側のグラフの黄色の部分、これはマーチャンダイジング、つまりグッズ販売といったものでありまして、コンテンツは物やサービスの輸出にも貢献してきているということかと思ひます。

ところが、こういった日本の地位が揺らいでいる、また揺らぐのではないかというような危惧がございます。例えば日本は家庭用のゲームですと世界のトップの地位を維持しています。他方で、成長市場であるスマホ向けのゲームの海外収入が19.8億ドルにとどまっているということでありまして、中国であるとほぼ10倍ぐらい、韓国でいうと82億ドルということでもありますので、スマホ向けゲームについては大きく水をあけられているという状況でございます。

海外の動向を見ますと、政府がコンテンツの関連会社の誘致や産業集積、人材育成、こういったところに注力するところも増えてきております。さらに、ゲームをはじめ、コンテンツ関連の大学や大学院、こういったものも増加していると聞いております。映像制作費は極めてインフレぎみということで、Netflixは150億ドルから170億ドル規模になっております。また、先ほど申し上げたスマホ向けのゲームは中国がトップを占めているということで、メガ資本によるM&Aや人材獲得競争、さらには新しい分野でいうとメタバース分野、こういったところの投資も進んでおります。漫画アプリでは韓国のカカオが日本国内の売上げトップでありまして、プラットフォーム化を進めているということで、漫画の出版社の方もかなり危機感を持っていらっしゃるということでもあります。日本は、デジタル分野において、映画、音楽のみならず、ゲーム、漫画でも首位を取れていないという状況でございますので、関係会社はこれまで積み上げてきたプレゼンスが奪われつつあるのではないかとこの危機感を持っていらっしゃいます。

こういった状況で政府も様々な施策を打たれてきたというところでもあります。コンテンツ政策は、御案内のとおりですけれども、内閣府、経産省、文化庁をはじめ、複数の府省庁がそれぞれに推進してきているというところもございまして、共通の戦略に基づく重点分野の設定や予算の調整がなされているのかというところは課題だと思っております。今後、国としてコンテンツ産業の政策に本気で注力していくには、政策効果を最大化し得る体制の整備はやはり欠かせないのではないかとこの分野に携わる方の生の声ということで、政府には一元的な司令塔機能を置いてほしいという声はかなり大きなものがあるところでもあります。

これが私どものコンテンツ産業に関する現状の把握の概略でございます。

続きまして、2つ目の柱ということで経団連の取組について御報告申し上げます。

足元、世界市場の急速な拡大による成長と日本のマーケット縮小による衰退という、チャンスとピンチの境界線にあるということで、そういった中でコンテンツ産業の可能性を信じて立ち上げたのが経団連のクリエイティブエコノミー委員会でございます。昨年6月に立ち上げまして、委員長にはDeNAの南場会長、ソニー・ミュージックエンタテインメン

トの村松社長、このお二人に御就任いただいております。南場委員長は、御案内のとおり経団連副会長でございますけれども、副会長会社で唯一のゲーム会社ということでありまして、これまでもこういった分野の重要性を訴えてこられたところでもあります。村松委員長は、委員会の前身であるエンターテインメント・コンテンツ産業部会というのがもともと私どもの委員会の中に置かれていたのですが、この部会長として活動を引っ張っていただいたということでございます。

この委員会の委員は約100名ということで、経団連の様々な委員会の中で映画や音楽、メディアの方が集まる珍しい委員会になっています。この委員会の中にエンターテインメント・コンテンツ産業部会、さらにその下にコンテンツ検討会を新規に設置して、コンテンツ検討会は、各分野のリーディングカンパニーの役員クラスの方に集まっていたいて集中的な議論を行うということで、約10名未満の小さな規模で組成して、かんかんがくがくの議論をしているところでもあります。昨年8月には戸倉文化庁長官にもお越しいただきまして、キックオフの会合を開催して以降、このコンテンツ検討会でかなり集中的な議論を行っています。人材育成、推進体制、制度整備など、分野、企業ごとにも意見が異なり、かんかんがくがくの議論もあったところでもあります。さらに、並行して50を超える有識者、事業者のヒアリング、それからヒューマンメディア、先ほど申し上げましたけれども、数値の把握、こういったところに関しての委託調査も行っております。まとまった案は3月の委員会で審議いたしまして、公表については4月上旬を予定しているところでございます。

今回取りまとめようとしています提言の対象分野でありますけれども、このスライドにお示した5分野というところでもあります。クリエイティブエコノミーの範囲は幅広いのですが、今回は産業として最も成長可能性の高い分野にある程度絞って議論したというところでもあります。

検討施策メニューであります。まず、制作力、海外展開力、そしてインバウンド集客力といったものを掲げまして、全体を通す形で司令塔機能、コンテンツの集積・発信拠点、こういったものを論点に挙げております。

漫画、アニメ、ゲーム、映画、音楽とも足元の制作力がかなりおろそかになっているという指摘は多く頂きました。施策の優先課題は人で、人材育成ほか、外国人材をいかに呼び込むかということもございまして、そういった観点から、人材が挑戦して活躍できる環境をいかに整備するか、この辺りについて集中的に議論を行ってきたところでもあります。申し訳ないのですが、提言公表前で最終調整中でございますので、詳細は控えますけれども、検討会の議論では、若手クリエイターの挑戦を後押しする環境の整備を通じて人への投資、そして人の活躍を推進するといったことがコンテンツ産業政策の要であるという意見が大勢を占めたということでもあります。そのためには、創業から企画・開発、制作、海外展開、収益化、マネタイズに至るまでの一気通貫した支援が欠かせないということかと思っております。そのほか、実際に制作するクリエイターだけではなく大規模制作を取り仕

切るプロデューズ人材や、資金調達や組織運営を担うマネジメント人材も必要であるという
ことで、まずは人材育成システムの整備がかなり必要かと考えております。

制度整備に関しましては、経団連の提言は規制改革が必要というのが必ずどこかに埋め
込まれているのですけれども、今回そういった指摘はあまりなくて、むしろ意欲あるクリ
エーターに制作費が回る仕組みをつくれなにかというのが大きな論点となったというこ
とであります。

また、海外展開につきましては、日本のコンテンツの情報発信力が弱いという指摘が相
次ぎました。例えば海外に拠点がなく、海外ファンコミュニティとの接点がつくられて
いない、重要な海外フェスティバルへの出展が分散的といった指摘がありました。海賊版
対策についても、特に最近、政府も積極的で感謝していますという発言もありつつ、より
現地のメディアをうまく活用して情報発信できないかとか、官民連携の窓口をもっと強化
してほしい、こういった素直な声が寄せられたというところであります。

こうした問題意識については、経団連としても内閣府の知財戦略本部をはじめ、関係各
府省に御説明してきたところであります。直近の政府側の動きといたしましては、ちょ
うど今週3月29日に開催されました「新しい資本主義実現会議」で手前どもの会長の十倉が
コンテンツ産業の重要性について発言して、総理から「広い意味での日本の誇るべきクリ
エーターへの支援を検討する」という御発言があったところでございます。会議の資料を
拝見いたしますと、新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画・フォローアップと
いう資料がございまして、その中で「アニメ・ゲーム・エンターテインメント等のコンテ
ンツ産業は、日本の誇るべき核の1つであり、広い意味での日本のクリエイターへの支援
の在り方を検討する」、こういった文言が新たな政策として加わっております。非常に大
きな変化ということで今後の政府の取組には期待しております。

私からの御説明は以上でございます。皆様の御議論の御参考になれば幸いです。ありが
とうございました。

○中村座長 丁寧な説明を頂きまして、どうもありがとうございました。

では、質疑の時間といたします。今の発表について質問のある方、コメントのある方は
挙手していただくか、お手元の挙手ボタンでお知らせいただければと思います。いかがで
しょうか。内山さんから手が挙がっていますか。

○内山委員 青学の内山でございます。今日はどうもありがとうございました。

お話を聞いていて、2000年代前半にエンタメ部会が立ち上がって、その後、VIPOをつ
くという流れがあったと思いますけれども、そのときのデジャビュ感がすごくあります。
そのときのお話しされている構造あるいは提言にかなり近いものがあるなという印象もあ
りまして、逆に言えば、この間、世の中が進化しなかったという面もあるかもしれませんが、
2000年代前半の議論と今日御紹介いただいている内容は決定的に何が違うのかという
質問をさせていただきます。

○岩村氏 ありがとうございます。

まさに御指摘のとおり、本質的な問題は大きく変わっていないというのが私どもの受け止めであります。人材に注力すべきということで、これまでも様々、特に2000年代前半にエンタメ部会を私どもが立ち上げたときは、映像を中心に、その産業の発展ということで議論を進め、キックオフしたという経緯があります。今回、アニメ、ゲーム、漫画、こういったところも加えまして、構えは広く取って、それで改めて議論したというところがありますが、おっしゃるように本質的なところというのは変わっていないところもありますので、そこをどういうふうに解決していくか。世の中の変化のスピードが当時に比べて非常に速くなってきている。これはデジタル化という時代背景もございますし、新たな技術の進歩、Web3やメタバース、そういったものもかなり充実してきていますので、そういった時代に合わせてどういう形でやっていくか。あともう一つ大きい変化は海外、特に韓国の躍進だと思っておりますので、そういったところも含めて、いま一度全体を整理して、また今回、政府の議論の中でも、コンテンツ産業は産業政策というような捉え方をさせていただいていると思います。従来、文化や芸術、そういったカテゴリーで議論されてきた部分もあるのかなと受け止めていますが、その辺りを含めて、これからいろいろと活動していきたいと思っています。

○内山委員 その意味で、今回の御提言のファーストプライオリティーはどの辺りになりますか。

○岩村氏 それは、やはりクリエイターの挑戦の支援や育成、こういったところがかなりメインであると思います。

○内山委員 どうもありがとうございます。

○中村座長 水野さん、どうぞ。

○水野委員 ありがとうございます。水野と申します。

今、内山先生が御質問されたところと重複するかもしれないのですが、人材育成のところというのが何かこれまでと違う人材育成のさらなる投資あるいは体制づくり、あるいは法整備みたいなことを具体的に議論されているのか、そうでもないのかということが1つ目の質問です。

2つ目の質問は、知財計画でこれまでもコンテンツというのがコンテンツ産業という、いわゆるゲーム、アニメ、映画、音楽、そういうふうに既にできている産業というところと、もう一つ、デジタル・ネットワーク社会を前提として、ほかの商品やサービスみたいなものの差別化を図るための中間財という言い方をしていたり、あるいはコミュニケーションの基礎になってきたり、いろんな他分野に溶けて波及効果やレバレッジ効果を発揮するみたいな、そういうコンテンツの価値も注目されていると思います。経団連さんのコンテンツ産業部会の中での議論として、そういったところに対する何か御提言や御提案、議論がもしあったのであれば、教えていただきたいと思います。

○岩村氏 ありがとうございます。

どちらかというところ、人の育成、挑戦の支援というところで、ある種、資金面の話である

とか、それから、海外企業との契約とかフォーム、会計、税制、こういったところの支援、あとはまさに2つ目の御質問とも関連しますが、いわゆるDXとかWeb 3 関連制度の整備、こういったところは議論してきたところです。

2つ目の御質問の中間財というか、乗っけていくプラットフォームというか、そういった議論については、むしろ乗っけるコンテンツの議論をメインにやっていたものですから、そこまでは今回視野に入れていなかったということになっています。

○中村座長 ありがとうございます。ほかにはよろしいでしょうか。どうもありがとうございます。

御発表にありました韓国の韓国コンテンツ振興院KOCCAのような統合的な政府組織というのはどこまでのみ込めるのかということについて議論があるところだと思いますけれども、漫画、アニメ、ゲーム、音楽、映画に重点を置いて、制作力、海外展開、インバウンドの対策を取るというのは、今後、私どもが議論していく知財計画とも平仄が合うものだと拝聴しておりました。我々もこれを踏まえて議論を進められればと思います。どうもありがとうございました。

では、ヒアリングはここまでにしたいと思います。岩村さん、ありがとうございました。

○岩村氏 ありがとうございます。失礼いたします。

○中村座長 今のも踏まえてということになるとと思いますが、続いての議題「知財計画2023」のコンテンツ戦略について議論をお願いしたいと思います。まず、事務局から資料の説明をよろしくどうぞ。

○塩原参事官 事務局でございます。

コンテンツ戦略の検討に向けて「知財計画2023」を策定するための御議論をこのワーキンググループをお願いしたいと思います。

まず、検討体制と検討スケジュールでございます。

全体の検討体制でございますが、こちらにございますとおり、毎年、総理を本部長とします知的財産戦略本部において計画決定するに当たり、その素案の取りまとめは構想委員会で行っております。この構想委員会の体制といたしまして、委員会の下にコンテンツ戦略ワーキンググループを置きまして、この計画のうちのコンテンツ戦略に係るパートについて御審議いただくこととしているものでございます。

2023年の計画策定に向けたスケジュール感でございます。本日、第1回目の会議を開催いたしまして、まずはキックオフ、自由討議という形でございますが、検討の視点について御議論いただくということ、さらに次回、第2回会議では、基本的にこれまでの施策のフォローアップという形で頂きました上で、3回目は4月21日を予定しておりますが、こちらの際におきまして、「知財計画2023」のコンテンツパートについての素案のドラフトを御検討いただきたいと思いますと思っております。

資料3は、検討を始めるに当たっての検討の視点等につきまして、事務局のほうで自由討議いただくための材料として用意させていただいているものでございます。

まず、コンテンツの創作・流通・利用を取り巻く状況に関する基本認識ということでございまして、昨年の「知財計画2022」における現状認識プラスその後の動向も踏まえてのプラスアルファをまとめまして、お示ししているところでございます。

既に進行している構造変化の認識ということでございますが、産業構造の変化としては、デジタル・ネットワークの時代を迎えてコンテンツの市場はボーダレス化、グローバル化していること、その中で世界規模の巨大プラットフォームによるコンテンツと制作資源の囲い込みも進んでいて、それらを背景に日本のコンテンツ産業の構造におきましても、これまでの配給・配信層と製作・制作層、クリエイター層の多段階の、言わば系列構造に変化が生じてきており、その中で人材の流動化等の変化も起きていることが挙げられます。また、例えば投稿サイトやコンテンツ制作ツール等を活用できるようになったこともあり、多様な個人による創作活動が広がっており、その中でプロとアマチュアの境界も曖昧化しているといった状況がございまして。

さらに、次なるデジタル化の波ということでございますが、メタバースの拡大、NFTの活用等が新たなコンテンツ創造・消費の潮流を生んでいると同時に、新たな法的課題等も惹起しています。とりわけ2022年以降大きな動きがあったかと思いますが、ジェネレーティブAIの急速な技術進歩・普及によってコンテンツに大きなインパクトがあり得るところに留意が必要かと考えられます。

「知財計画2022」につきましては参考資料2-3、またAIの関係につきましては、参考資料3を本日配付していますので、詳しくはそちらも御覧いただければと思います。

その上で、現在の日本のコンテンツ産業が置かれている状況ということにもなりますが、コンテンツはデジタルエコノミーにおける主要な中間財となっていて、コンテンツ分野は今後の成長の核となる、期待の持てる分野になっており、さらに世界のコンテンツ市場は急速に拡大し、各国のコンテンツ産業はコロナ禍から急速に回復しているという状況がある一方で、足元の日本の国内コンテンツ市場を見ると、その成長力は、先ほどの経団連からの発表にもございましたが、世界最低レベルという現状の認識でございまして。

こちらは若干の関連データでございまして。折れ線グラフのところにもありますとおり、世界市場が拡大していくに伴って日本の市場が占める割合は減少傾向ということであり、今後、2025年にかけて世界の中での日本市場のプレゼンスがさらに小さくなっていくのではないかと推測が出ているところでございまして。

こちらは、コンテンツの流通経路、さらにはそれと関わる産業構造の変化の動向という形での若干の統計等でございまして。まず、メディア別の市場規模の推移でございまして、国内のコンテンツ市場では2019年に初めてネットワークメディアの市場規模が放送メディア、パッケージメディア、いずれの市場規模も超えて、その後もその差が拡大しているという状況がございまして。そういった中、コンテンツの製作・制作と流通を担う主体、それぞれメディアごとによっても担い手は違うわけでございまして、ネットワークが主要な流通経路となるに伴って、コンテンツ共有プラットフォームや配信プラットフォームなどの

プラットフォームの存在感が大きくなってきているという状況もあるわけでございます。

こちらは、我が国の貿易収支の中に占める著作権使用料の収支を経年で追ったものでございますが、国際収支につきましては、2018年以降、赤字幅が拡大しています。赤字幅拡大の理由については統計上明確に特定できているわけではございませんが、統計をしている担当のところから一つの考えられる要因として指摘されておりますのは、海外系の配信プラットフォームへの支払い超過が赤字幅を押し上げているのではないかとといったこともございます。

巨大プラットフォームの伸長とコンテンツ・エコシステムについての概観がこちらでございます。上段は、プラットフォームとクリエイター・制作事業者との関係、ないしはそれがもたらすコンテンツ産業の構造変化について整理したものでございます。

現状、起こっていることといたしまして、デジタル・ネットワーク化によりコンテンツの流通コストは激減しています。

投稿型プラットフォームでは、著作権管理事業者や個々の権利者とライセンス契約を締結し、例えば一般ユーザーから投稿されたコンテンツの中にそういった権利者の著作物が使用されているような場合については、権利者に対して相当のライセンス料が支払われる形などもできているところでございます。

世界規模の巨大プラットフォームは、コンテンツ制作者へ世界に直結する販路を提供することともなっており、多様なクリエイターが自己の作品の収益化を図ることや、そのほか制作事業者が自社の作品を自らの経営判断で市場へ供給することが可能になっており、クリエイター主導への転換、クリエイティブ制作層の独立を後押しすることともなっているという認識でございます。

さらに、巨大プラットフォーム自身がコンテンツの製作者ともなり、制作委託によりオリジナルコンテンツを調達するという形が出てきておりまして、国内の制作事業者にとってもプラットフォームが豊富な制作資金の提供元になってきている、こういった傾向も見られます。

プラットフォームは、各作品の視聴データなど豊富なデータを入手して、それらを使ったマーケティングやユーザーのプロファイリングなどを行っているという実態もございます。

以上でございます。

参考でございますが、こういったプラットフォームに対する諸外国等の制作の動向につきまして、コンテンツとも関わりの深そうなところを幾つか挙げています。

例えば違法コンテンツ対策の観点からは、コンテンツ共有サービスプロバイダーへの許諾取得義務、違法コンテンツの削除義務、ないしは違法コンテンツの通報受付や対応の体制整備等、さらに公正競争の確保の観点からは、著作権者に対する情報開示、追加的な報酬請求権の確保といったことなどについての論点があり、そういったことに関連した措置が各国の法制度の中にも徐々に取り入れられている状況がございます。

また、通信インフラ投資の負担という観点も一つ挙げておりますが、例えば最近、欧州議会ではネットワークインフラ整備に係るコストをプラットフォーム等に負担させることの是非について協議が始まっているところでございます。プラットフォームが提供するサービスによって通信量も増大しているところでございますが、それを賄うために必要なインフラ投資の一部をプラットフォームが負担すべきではないかといった議論でございいます。

さらに、プライバシー情報の保護等の観点からは、例えばクッキー取得に関する情報提供と事前同意、ないしはリコメンダーシステムの透明性確保、プロファイリングに基づく広告の制限等についての議論が論点となっており、それらについての制度も各国で導入されている動きが見られるところでございます。

こちらは、プラットフォームとも若干関わりますが、クリエイターへの適切な対価還元について、文化審議会における検討の動向という形で御紹介させていただいているところでございます。文化審議会において著作権制度・政策の在り方について2021年7月になされた諮問におきましても、その中で、クリエイターへの適切な対価還元の在り方も検討していく必要があるとされ、さらに諮問理由の中では、デジタルプラットフォームサービスについてはサービス事業者とクリエイターの間にバリューギャップがあるとの指摘についての言及もなされているところでございます。

2021年7月以降でございいますが、文化審議会においても累次の検討がなされてきております。そういった検討の中で、例えばクリエイターへの対価還元に関する理解が比較的進んでいると考えている欧州のDSM指令（デジタル単一市場における著作権指令）に対応した各国の法整備の進捗なども参考にして国内の課題を分析することが重要なのではないかといったこと、さらにはクリエイターへの対価還元の在り方に関しては、競争政策やデジタルプラットフォーム政策も密接な関連を有しており、こうした諸政策の動向も踏まえた必要な対応について議論していくことが必要なのではないかと、さらには透明性確保のための仕組みについても議論していくことが必要、こういったことが確認されているところでございまして、それらを踏まえ、さらに来年度以降も引き続き検討を行う必要があるとされているところでございます。

なお、著作権の関連につきましては、昨年の「知財計画2022」におきましても、これは主要なテーマの一つとなっていたところでございます。「知財計画2022」におきましては、簡素で一元的な権利処理の実現を図るため、分野を横断する一元的な窓口組織を活用した新しい権利処理の仕組みを創設して、著作権者が不明の場合や意思表示のない著作物の利用を可能にしていくこと、さらには分野横断的な権利情報データベースを構築し、これを活用した権利者等の探索を実施すること等が打ち出されていたところでございます。

これを受け、文化庁では、利用の可否について、権利者の意思表示が不明な著作物については一定の手続の下、利用を可能とする新たな裁定制度を創設すべく、今国会に著作権法の改正法案が提出されているところでございます。この新たな裁定制度の申請に当たり

ましては、利用したい著作物について、それについての権利者が分かっているか、ないしは権利者は著作物利用可否についての意思表示があるかどうかを事前に確認することが必要となります。この確認を円滑迅速に行われるようにするためにも、分野横断権利情報データベースや、これをベースとした検索システムの構築が今後の課題となっているところがございます。

こういったインフラということもございますが、また、権利情報以外のコンテンツの情報に関するデータ基盤といたしましては、コンテンツの所在情報、内容情報等のコンテンツメタデータをまとめて検索、閲覧、活用できる機能を提供するジャパンサーチがデジタルアーカイブのプラットフォームとして既に運用されているところがございます。今後、ジャパンサーチのコンテンツデータがこういった権利情報データベースの構築に当たっても役立つことがあり得るほか、さらに両者を連携させることで利用したいコンテンツの所在の探索、発見から、権利者の探索、さらには権利処理までを一気通貫でサポートするIT基盤を構想していくことにもつながっていくものと考えられるところがございます。

以上を踏まえまして、本ワーキンググループでの検討の視点の例として3つのアプローチをお示ししているところがございます。事務局として本ワーキンググループで特に御議論いただきたいと思っているポイントでございますが、3つのアプローチの1つ目は、産業競争力の強化の観点として、日本発IPの国際的なプレゼンスをいかに高め、世界の成長力をいかに取り込んでいくか、2つ目は、クリエイター主導の促進といった視点といたしまして、クリエイターがコンテンツの利用に応じて適切な収益を得られるようにするために何が必要なのか、3つ目は、コンテンツ・エコシステムの基盤整備ということでございまして、我が国が持つコンテンツ資産をフル活用できる環境をどのように整備していくか、こういったアプローチについて特に重視したいと思っているところがございます。

最後に、これは、それぞれの3つのアプローチにつきまして、思いつくキーワードを羅列しただけのものでございます。これから整理していく必要があると思っておりますが、例えば産業競争力強化の観点からは、世界で売れる作品づくりと販売力強化、世界水準の制作環境の構築、オリジナルIPの育成とクロスメディア展開、業界再編、クリエイティブ制作層の独立、就労環境の改善、担い手育成、活躍の場の提供、世界水準の教育の場とシステムの整備、各分野における事業再構築、新たな成長領域の育成といったようなキーワードです。

クリエイター主導の促進ということでは、クリエイターエコノミーの創出、クリエイターへの適切な対価還元、取引環境の改善、クリエイターの交渉力強化、競争政策上の課題への対応、権利保護・権利処理においてプラットフォーマー・民間サービス事業者が果たす役割の整理、インターネット上の海賊版対策の強化です。

さらに、コンテンツ・エコシステムの基盤整備という観点からは、社会全体のコンテンツ情報の見える化、過去作品等のデジタルアーカイブ化・アウトオブコマースの利活用促進、デジタル技術の進展がもたらす新たな権利保護上の課題への対応といったキーワード

などを思いつくというところで挙げております。

以上、自由討議の材料ということでございます。御議論のほどよろしく願いいたします。

○中村座長 どうもありがとうございました。

事務局から最後に3つの視点の提示がございましたけれども、今日は第1回ということで、議論の取っかかりです。抜けている論点がないか、あるいは今年の重点領域はどこかといったことをまずはテーブルに並べられればと思いますし、今日の後、あと2回でまとめていく取り運びということでございます。

では、皆さんから自由に御意見を頂きたいと思います。先ほどと同様にお手元のボタンでもお知らせいただければと思いますが、どなたからでも結構です。いかがでしょうか。福井さん、どうぞ。

○福井委員 それでは、2ページの基本認識や、9ページ以下の検討の視点に関連して全体像についてのお話からさせていただきます。「今後の成長の核」という言葉がありますが、果たしてその方向に向かって政府の行動が伴っているのかということです。この関連で、今、伺っていて感じたところを4つ申し上げます。

まずは、経団連の岩村さんが的確に指摘されたコンテンツ関連省庁の分断、一元的な司令塔の不在です。これは言われ尽くしてきたことですが、非常に足かせになっているということを改めて申し上げたいと思います。

例えばそれがどういうところに現れるかということで、2つ目のポイントですが、コンテンツ関連の政府予算です。新年度予算が発表されましたけれども、コンテンツ関連でどこにどういう予算があるかを見つけ出すだけで苦勞します。そのうち中心となるであろう文化庁の文化予算に注目すると、文化庁自身が早稲田大学と共同研究を発表されていますけれども、現状、国家予算の0.1%程度で、調査対象となった6か国の中の実質、最下位です。それも断トツの最下位です。韓国との比較がよく行われますけれども、国家予算当たりでの比率は開く一方で、現在、12倍の差です。恐らく他省庁分、例えば経産省分などを入れても、他国もその分野も入れてくれば、この格差は大差ないのではないかと思うのです。現場の省庁は大変努力してくれていますけれども、例えば財務省などの方針がそれと整合しない、あるいは率直に言って無理解と思えるところもあり、場当たりの予算の配分はまだまだ少なくないと思います。

3つ目です。先進国で唯一見かけの文化予算の比率が日本より少ない国があります。それは米国です。なぜならば民間の寄附が極めて大きい。どの国の文化予算を合わせたよりも民間の寄附額、文化セクターへの寄附額が大きいわけです。それを支えているのは寄附金税制です。では、日本でコンテンツや文化セクターをサポートできる税制が十分あるかといえば、これも不十分です。つまり、補助も寄付もどっちもないです。

最後に、制作あるいは創造の環境ということで言うと、例えばフリーランスを含めて、子育ての世代がコンテンツ産業で働き続けることができる環境や企業努力が十分あるか

す。日本の保育園は6時半に閉まるのです。6時半に作業をやめていいコンテンツ産業の実態は現状ないでしょう。だから、泣く泣く離職している。こういう実態に対して十分な企業努力及びそれに対するはしごを外さないような政府の支援があるのかということ、それを感じましたので、まず全体像ということで申し上げました。

以上です。

○中村座長 ありがとうございます。

政府の姿勢へのなかなか厳しいコメントだと思いますけれども、我々も知財計画をつくるという企画はやっているのですが、果たして政府のパフォーマンスはどうかという評価や検証の機能も担っているはずのところでございます、その役割も我々のワーキングが発揮していければと思って拝聴いたしました。ありがとうございます。

ほかにはどうでしょうか。どなたかいらっしゃいますか。

○事務局 林先生が手を挙げておられます。

○中村座長 お願いします。

○林委員 先ほど事務局から御紹介いただいた3つの視点、キーワード、いずれも異論のないところですし、キーワードの中、特に国際的な議論として挙がっている違法コンテンツ対策、プライバシー情報の保護という中には今後議論したい点が幾つもあるのですが、その前にスケジュールについて質問したいと思います。

先ほどの経団連のクリエイティブエコノミー委員会は、昨年6月に立ち上げて、8月に第1回で、この2月まで議論を重ねて4月に取りまとめを発表するということでした。知的財産推進計画は2003年から毎年、大体5月から6月ぐらいに発表されており、私の理解では、昔は計画を出した後、7月、8月で次の論点などを準備して、9月頃から議論して、少なくとも半年強の議論は次の計画を立てるまでにあったという記憶があるのですが、最近、今年でも今期の第1回の構想委員会が1月20日、コンテンツ委員会は今日、3月31日が第1回ということで、計画を取りまとめるまでにそれぞれ3か月ぐらいしか議論する期間がありません。なので、なぜ1月下旬頃まで開催できないのか、私としては不思議です。やむを得ない理由があるのであれば教えていただきたいと思っておりますし、今期は仕方ないのですけれども、今年、計画を出したら、すぐに構想委員会やコンテンツ委員会の第1回を開催していただきたいと思っています。そういったスケジュールの保障がある中でしっかりと実効性のある議論をして、検証や評価に堪えるような具体的な計画を立てていきたいと思っています。よろしくをお願いします。

○中村座長 ありがとうございます。

事務局から何かありますか。

○田中事務局長 事務局長の田中です。

御指摘はごもっともだと思っています。実は我々自身も反省を含めて自覚のあったところでございます。ここ数年、私自身に大きな責任のあるところだと思っておりますけれども、大きなプロジェクトを推進計画で打ち出して、そのリアライズをやるための作業を直ちに

開始して、それを完成させるのに年を越えるようなプロジェクトを並行して走らせているということが実は原因にあります。扱っているそのプロジェクトについていろいろ賛否両論があることも承知しておりますが、とにかく打ち出したものについては実行しなければいけないので、そのために時間と労力をかなり奪われていたというのが偽らざる実態であります。そういう結果、新しい計画について新しい積み荷を載せるための作業が年々後ろ倒しになっている。宿題を遂げるための時間に費やされて、新しい議論のための作業と議論の開始時期が後ろ倒しになっているという意味において、御指摘は反省すべき点が多いと思っています。

そういう意味でいきますと、林先生がおっしゃるとおり、今回の議論を、次に向けてのアジェンダを可能な範囲で整理していく。そして、そのためのさらなる具体化の深掘りということを計画ができた後にさらに継続的にやっていくことが不可欠だと思っております。御指摘のとおり、正直言うと、ここ2～3年抱えてきたものの具体化についての積み荷は下ろしてきたところがあります。そういう意味では、今回、アジェンダセッティングするものについて継続的に直ちに議論の作業を開始できるようにやっていきたいと思っております。また御協力をお願いしたいと思っております。

○林委員 ぜひよろしく申し上げます。

○中村座長 沼田さん、どうぞ。

○沼田委員 沼田です。ドラマ製作をしてまいりまして、プロデュースしてきて、全日本テレビ番組製作者連盟の理事をしております。

経団連の岩村様から御発言いただいて、非常に素晴らしい取組を考えてくださっているということをお聞きしました。その後に内山先生からデジャビュ感があるということをお聞きして、2000年代と同じだということをお聞きして、思ったのですけれども、その間、2000年代の初めに韓国はドラマで言うとまだ日本よりも遠く遅れていたのですが、この20年の間に韓国は世界マーケットでハリウッドに匹敵するような作品をつくれるようになりました。一方で、我々日本のドラマ製作者は、主に放送局ですけれども、衰退していった、もはや風前のともしびの状況の中で、我々の一番の問題は、受注一辺倒で頼ってきて、まだその意識が大きくて、ビジネスをするということが意識としてできていない。

事務局のほうでいろいろ論点を挙げていただいたところで、制作の独立ということで、それも非常に大事なことだと思いますが、意識として、制作者、クリエイター、同時に制作会社が受注、与えられた仕事をすればいいという、ビジネスプロデューサーがドラマの世界では皆無です。人材育成の中でも、先ほどもビジネスプロデューサーの育成ということも挙げていただきましたが、今回、事務局さんが調べていただいた、巨大プラットフォームの登場によって日本の制作環境が非常に変わってきている。これは事実であって、現状としては、お金は出してくれるのですけれども、利益がないのです。利益もなく著作権もないという状況で、巨大プラットフォームであっても未来がないのですが、唯一何本かヒットすれば、ハリウッドと同じように、そのプロデューサーには3億円とかギャラ

ンティアーされるようになって、結果的に制作会社を辞めて独立する。今、非常に過渡期的な状況の中で、制作会社の存在と独立したクリエイターの存在が過渡期の課題としてあります。我々制作会社を経営する人間として、しなければいけないことは、ビジネスして独立していかなければいけない、今までは日本のマーケットだけだったのですが、世界マーケットにしなければいけないという危機感を私は持つようになったのですが、そのことを多くの制作会社が持てないでいる状況であると、多くのクリエイターが目前の仕事をこなすことで精いっぱいである。いわんや、女性の結婚、出産、そういったものも非常に難しい状況がある中で、そういったリアルな現状が喫緊の課題としてあるということをお伝えしておきたいと思いました。

取り留めもなくすみません。以上です。

○中村座長 ありがとうございます。

先ほど内山さんが10年前と同じではないかという問題を提起されましたけれども、今、韓国についての言及もありまして、日本のコンテンツ政策がキャッチアップ型になろうとしているのかもしれない。そうすると福井さんがおっしゃった韓国の予算の実態であるとか、アメリカの税制や寄附の実態といった、そうしたベンチマークとすべき国があって、それとの比較で日本の政策を考えるというのも有意義なのかもしれないと感じました。

内山さん、手が挙がっていますね。

○内山委員 ありがとうございます。

予算絡みの話が出ていますので、そこは研究対象だったのでコメントさせてもらおうと、コロナ禍前の2010年代、安倍政権ができてから比較的コンテンツ領域の予算がつくようになって、ざっくり言えば、経産省、総務省、文化庁合わせて大体年80億円あったと思います。その80億円という水準は外国と比較するとヨーロッパの中堅国並みです。韓国やドイツが日本円換算で300億円ぐらいです。フランスは突出しているので1000億円ぐらいありますけれども、そこはベンチマークにすべきではないので論外として考えます。私がいつも模範にするのがイギリスですけれども、イギリスは日本円換算で100億円強ぐらいの政府予算です。予算面でそんなに遜色はないように思っています。コロナになってどの国もコロナ対策にがんがん入れたので、ここ数年は把握できていないところがありますが、日本の場合は毎年補正予算で経産省、総務省は割に取るので、そこまで換算していくと金額的には使っているという思いは正直あります。

資料3の9ページ目のところでお話したいのは、日本発IPの国際的なプレゼンスを高める、この大方針は大賛成なのですが、当然考えなければいけないのは、MidjourneyやStable DiffusionのようなAI創作が急に来たので、その影響は考えなければいけないだろうと、たしか経産省のコンテンツ産業課でもそういう研究をしていた記憶はあるのですが、それも1～2年前だったと思うので、改めてAI創作が想像以上に普及してきているので、その影響は調査事業としてはぜひ考えてほしいというところがあります。

もう一つ、コンテンツIPといったときに、当然プラットフォームとのお付き合いという

問題が出てきます。今、日本の政府内でいうと、例えば官邸の「デジタル市場競争会議」があったり、あるいはデジタル庁での検討もあったり、あるいは経産省、総務省での検討があったりということで、各省で結構なされているということだけは把握しています。特に「デジタル市場競争会議」が一番適切だと思いますが、そこでのプラットフォームに対する政府政策の情報とうまく交流というか、情報交換しながら進めてほしい。というのは、やはりプラットフォーマーはルールメーカーなので、幾らいいIPをこちら側で持っても、ルール次第で持って帰ってしまうということもあるので、ぜひその辺りの交流的なところは御検討いただければというのが私からの意見でございます。

以上です。

○中村座長 ありがとうございます。AI創作とプラットフォームの論点を強調いただきました。同意いたします。

水野さん、どうぞ。

○水野委員 ありがとうございます。

今日は論点出しというか、いろんな議論を出すという観点から、私からもお話しさせていただければと思います。

1点目は、今、内山先生がおっしゃっていた生成AIに関する法的問題、知財的な問題、もしかすると倫理的な問題も含めて論点整理が求められているという社会的な状況あるいは日本の状況というのはひしひしと感じているところですので、これはこの会議体でやるかどうかは置いておいて、必要なのだろうというのは同意見です。

先ほど経団連の岩村さん、沼田さんからも、ほかの先生方からもいろいろな御指摘を頂いたので、クリエイターへの適正な対価の還元というところを私も注目しております。デジタルの領域では特にプラットフォーマーの力が非常に強くなっていて、日本は今の状況ですと、クリエイターというと個々のクリエイターと考えがちですけれども、制作会社みたいなところもどうしても局地戦をやらざるを得ないのかなといった視点で見たときに、広い意味でのクリエイターへの適正な対価の還元をどう確保していくのかという視点は、クリエイターの制作費や人材育成の観点も併せて非常に重要になってくると思います。

先ほど内山先生からデジタルプラットフォーム取引透明化法の話とかもあったと思います。そういったある種、競争法的なアプローチもあると思いますが、これは上野先生が書かれているものでもありますけれども、著作権の契約法的なアプローチ、先ほど事務局からもEUのデジタルシングルマーケット指令(DSM指令)の話がありましたけれども、こういう中で透明化義務みたいなものを定めていく、そういうアプローチも有効なのかと、そういう議論は始まっているのかもしれないのですけれども、より前に進めていくという考え方もあっていいのかなと個人的には思っております。

あと2点ありますが、知財戦略本部の中で、知財・無体財産の投資とか活用戦略ガイドラインというのが出ていると思います。これは、主にいろんな企業の知財・無体財産に対する投資をどう呼び込むかという、どちらかというの特許やノウハウ、そういったものに

対する価値をどう可視化して活用していくかという議論だと思います。私の視点からすると、ここには当然コンテンツIPも、この会議体で扱っているような対象も入るべきだと思っております。会議体が同じ戦略本部の中でも分かれていて、全然、別の議論をしているようにも思えるのですが、あのガイドラインとこのコンテンツの議論をブリッジさせるような議論はあってもいいのかなと思います。

私が経産省で参加しているアートとかデザインに関する委員会があったあるいはあるのですけれども、そこでは企業と広い意味でのクリエイター、クリエイティブとのコラボレーション、オープンイノベーションだったり、R&Dだったりというものがサービスや製品の差別化を生み始めています。生み始めているといっても、随分前からだと思いますが、そういったものを欧米の企業はうまく使っている例が紹介されています。企業がクリエイターとかクリエイティブと一緒に新しいものをどうつくっていくのかということに投資や注目を呼び込む、そういう思いで先ほどのブリッジさせてもいいのではないかという話をさせていただいたところです。

長くなりまして、すみません。最後になりますけれども、「日本発IPの国際的なプレゼンスを高め」というところで、先ほど経団連の岩村さんから、世界コンテンツランキングトップ25のうち12が日本発だというお話がありました。確かにそういう面はあると思うのですが、これもよく言われることではありますけれども、食という一大産業があります。日本食というのは非常に魅力的な、世界的にもプレゼンスがある領域です。知財戦略本部の議論の中で食の議論は過去に恐らくたくさん出てきているのかもしれないですが、私は無知で知らなくて、これまでどういう議論がされてきたのか、今後、食というテーマで議論するとどういうテーマがあるのか、そういったことも考えてもいいのかなと思いました。

すみません。長くなりましたが、以上です。

○中村座長 ありがとうございます。

後段の投資に関するお話とか食はどちらかということクールジャパンのほうで扱ってきたテーマでありますけれども、その辺りの関係みたいなことは事務局から何かコメントないでしょうか。

○塩原参事官 事務局でございます。

御指摘がありました知財投資、さらには食を通じた日本の魅力発信、こちらのいずれも知財計画の中では重要なテーマとして位置づけられておまして、御指摘のとおり、知財投資につきましては、どちらかということ産業財産権的などころを中心に今まで様々な検討がされてきたというところでございますが、いずれにしても知財・無体財産ということでございます。企業の差別化を図るものとして、コンテンツIP、これも強力な武器になり得るという御指摘はごもっともだと思いますので、知財・無形財産投資の施策の中にもコンテンツIPの観点を入れていくということは踏まえていきたいと思っております。

併せて食のほうにつきまして、やはりクールジャパン、漫画、アニメ、ゲームのような

ポップカルチャーというのが一つのテーマで、ここはコンテンツが完全に重なるところでございます。それ以外の伝統文化でございますとか、さらに日本食、この部分はクールジャパンの中での日本魅力発信の有力なチャネルであるということで、クールジャパン施策として知財計画の中に毎年盛り込んでいるところでございます。先ほどの検討体制でいきますと、Create Japanワーキンググループというのがもう一つございまして、そちらのワーキンググループのほうで中心的に御議論いただいているところでございます。

以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。今日のところはよろしいでしょうか。中沢さんから手が挙がっていますね。

○中沢委員 ソニー・ミュージックの中沢と申します。

今回、初参加なのですがすけれども、弊社の社長の村松が先ほどありました経団連のクリエイティブエコノミー委員会の委員長をやっているということもあり、先ほどの提言の準備を含め、サポートしている流れでこの会に私が参加させてもらっております。何分慣れていない空間なので御了承願いたいですけれども、よろしく願いいたします。

2つほど述べさせていただきます。提言に関しては先ほど岩村さんから説明されたとおりなのですがすけれども、エンタメ業界にいる身からの視点で雑感にはなりますが、このようなことを考えたこともなかったわけですが、主要なエンタメ会社のメンバーが集まって長いこと、半年あまりかけてつくったわけなのですがすけれども、国の歴史を見てみると、先ほども話に出てきているように、長い間同じような問題意識で国がいろんな政策をしていることも知りました。今後何が違うのかというお話にもなっていましたけれども、我々エンタメ会社としては、皆さんはお詳しいと思いますが、世界2位のコンテンツ市場だったこともあり、今、3位と言われてはいますけれども、国内でビジネスが成立していたということが韓国と違うことかなと思っています。海外戦略というのはずっと各社やってきたのですがすけれども、ファーストプライオリティーではなかったという部分もあると思います。あと、各社ばらばらで成果を出してきているのですがすけれども、今回改めて、同じような政策もあるとはいえ、各社で一緒になれるところは一緒に一点突破みたいな動きもできる機運があると思いますので、韓国が一気に上ってきたということも刺激になっておりますし、コロナの結果、デジタルを使って現地に工場がなくてもコンテンツというのは届けられることに改めて重きを置く流れになっておりますので、同じことでもちょっと効果が違うかなと思っています。それが提言に関して雑感でした。

あと、もう一つ、この会の趣旨がちょっと分かっていない中で追加させてもらうのものはかられるのですがすけれども、レコード業界的な意見を述べさせてもらおうと思います。皆さんもこの会で話されたこともあるのかとは思いますが、レコード演奏権についてちょっと話をさせてもらえればと思います。お詳しいのかもしれませんが、レコード演奏権があると、今回の提言だったり知的財産戦略にも含まれると言えらると思いますが、クリ

エイターへの対価還元や海外販売力強化ということでも重要な施策とっております。改めてレコード演奏権に関して説明させてもらおうと、いわゆるレストラン、バーなどの公共スペースで音楽、レコードがBGM再生されたときに権利者が対価還元を受ける権利なのですが、日本では著作者には付与されていますが、我々レコード製作者や実演家には認められていないという状況です。

詳しく言うと、世界に目を向ければ、既に142か国で導入されているということで、OECD38か国を見ても、アメリカと日本だけまだ採用されていなくて、ほかの国では既に導入されているということです。アジアにおいても、日本と同様に導入されていなかった中国とシンガポールも2021年度から徴収されているということで、アジアの中でも日本だけがこの権利がないという状況であります。何度も国でも議論されているかと思いますが、改めてコンテンツ戦略に関して整えるという流れの中で、あまり金額的には大きい話ではないですけれども、世界で認められている著作権に関する、日本においては著作隣接権ですが、権利処理に関して改めてもう一度日本の政策において検討してもらえればという思いで一言述べさせてもらいました。よろしく申し上げます。

以上です。

○中村座長 どうもありがとうございます。

渡邊さん、お願いします。

○渡邊委員 電気通信大学の渡邊と申します。

先生方がおっしゃっていたとおり、AI生成物著作権や就労・労働環境の改善というのはとても重要な視点かと思えます。

海賊版対策強化と書かれているのですが、海賊版対策強化はずっと言われていることだったと思います。御存じの方が多くは多いと思いますが、2021年度、2022年度が過去最悪の海賊版の状況だったわけで、去年もちょっと申し上げたのですが、何が最も効果的なのかというのを改めて制度的にしっかり分析して、何を強化したら海賊版対策を強化したことになるのかという観点で実施していく必要があるのではないかと思います。

以上です。

○中村座長 ありがとうございます。これもそうですね。評価・検証もやっていきましようということかと思えます。

福井さん、お願いします。

○福井委員 二度目で恐縮です。今度は国際的なプレゼンスのところで、一貫したコンテンツ使用料の国際収支の低下の話が出ておりました。日本カルチャーは人気があるという情報もある一方で、それが収益においては生かしていない可能性が示されているわけです。原因は言うまでもなく複合的だと思いますが、経団連さんもおっしゃっていたコンテンツ制作力だけではない海外展開力、これも寄与しているのではないかというのは常々申し上げてきたところです。

一例として、やはり一方的な契約条項がまだまだ多い。それは囲い込みという先ほどの

言葉にも象徴されると思います。例えば海外の強いコンテンツ企業、配信プラットフォームもそうですけれども、それとのライセンス契約では、一般的にコンテンツの全言語での全世界的な権利がほぼ永久的に取得されます。収益は先方の計算式で計算されて実態より過少となるので、例えば収益の2.5%あるいは5%を配分すると書いてあっても実質はゼロであるケースが多い。これは制作委託の場合もほぼ同じです。つまり、まさに沼田さんがおっしゃった利益も著作権もないという状況に象徴されています。

何でそうなるかというのと、契約フォームを先方が握るからです。と同時に、何かもめごとがあったときの仲裁地も握る。つまり、フォームもフォーラムも奪われる。果たしてそれをウィン・ウィンの状況というのか、これはプラットフォームとの関係にも関連します。そのときに、経団連さんがおっしゃっていた、各国でコンテンツ分野の学部や学科などの人材育成に注力しているという事実は重要です。つまり、いい作品をもちろんつくるのだけれども、売り込む力や、よい条件を勝ち取る契約交渉力なども含めた総合的な知財マネジメントの力、その育成に対する支援、これが十分あるのか。例えば日本の大学がマネジメント系の講義を一体どれだけ行っているか、恐らくデータもない。この把握と支援が重要ではないか。あるいは留学支援、推薦制度、そういうことを考えてもいいのではないかと感じたので申し上げます。

最後に、コンテンツ系の予算について内山先生から御指摘があったところです。仮に日本が80億で、韓国、ドイツが300億で、フランスが1000億だとすれば、十分遜色があるのではないかと感じたのですが、さてどうでしょうか。

それから、もう一つ。80億という金額が出て、これは私が把握している金額よりも一桁少ないのですが、お時間のあるときにでも、どういう計算であったのか教えていただければと感じたところでした。

以上です。

○中村座長 ありがとうございます。

今の点はどなたか何か反応がありますか。よろしいですか。

予算規模がどれくらいかというのは、以前も知財事務局に何らかまともしてもらって共有したことがあったと思いますが、またそういう作業をしてもらってもいいと思いますし、調べて内山さんに教えてもらってもいいかと思います。非常に重要な議論のきっかけになるのではないかと思います。

人材育成、人をどう育てるかということで、制作人材の話はよくするのですが、マネジメント人材をどのように育てるのかということは課題だと認識はしていても、議論は薄かったと思いますので、その辺りを掘り下げることができたら、それも有意義だと思います。

ほかに皆さんからいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

先ほど来、AI生成物の論点が挙がっていますが、今日、参考資料3「AI生成物と著作権について」という資料が上がっています。これは事務局から何か補足、言及いただ

ければと思うのですが、いかがでしょう。特に説明はありませんか。

○塩原参事官 今、見ていただいておりますのは、今年の3月3日に開催されました構想委員会第2回目の資料でございます。この会におきましては、2017年に知財戦略本部の「新たな情報財検討委員会」がまとめた報告書のフォローアップとして、現在の検討、把握の状況等について御説明させていただいたものでございます。2017年時点でも、幾つかAIをめぐって、とりわけ著作権をめぐって当時把握していた課題について議論いただいたところでございますが、大きくは2つの課題が認識されておりました。

1つは、著作物を学習用データとして学習させる、著作物を利用する場合についての著作権等の権利との関係はどうなるのか、この部分につきましては、その当時におきまして、著作物を学習用データとして利用することについて、例えば著作権上の複製権との関係では権利制限の対象になっているわけでございますが、さらにクラウド上でそういった学習用データのやり取りをする際などについては、当時の著作権法上ではこれが権利侵害になるのではないかと、そういった問題があったので、これについて、より包括的な、そういった権利制限の在り方等について検討する必要があるのではないかと、こういった提言が出されていたところでございました。

これにつきましては、2018年の著作権法改正におきまして、著作権法30条の4という規定が成立されまして、現在、この規定に基づきまして、一般的にAIに著作物を学習させる行為につきましては、著作権の権利制限の対象となつて、無許諾で行えるということがあります。ただし、この権利制限規定の中にもただし書きといたしまして、そういった学習させるような行為が著作権者の利益を不当に害するような場合はこの限りでない、権利制限の対象とはならないといった留保規定も設けられているのが現状でございます。

そういった中でございますが、最近の状況といたしまして、例えば画像生成AIなどがたくさん出てきて、画像生成AIに特定の作家の画風を学習させるような、そういった追加学習をさせて、結果的に生成された著作物が特定の作家の画風をまねたようなものが出てきたときに、仮にそういったものに特化したようなAIの学習の仕方をしたときに、これが権利者の権利を不当に害するようなことになるのではないかと、そういった議論が現在起こっていることなどもございまして、こういった点について今後検討が必要な事項としての認識がこの前の会議でも紹介されていたところでございます。

さらに、AIがつくり出すAI生成物について、これが著作権の保護の対象になるか、著作物に当たるのかということにつきまして、長年のテーマでもございました。2017年当時にも一定の整理を行いまして、これにつきましては、AIを道具として使ったということで、人間が創作的意図を持ち、創作的に寄与する形でAIを使って一定の指示を行って生成されたようなものであれば、これは道具としてつくったものとしてAI生成物も著作権の対象となる、こういったことがあり得ますが、一方で、単なる簡単な指示を行ったもの、人間が創作的に行ったとまでは言えないようなものについては、AI生成物については著作権対象とならない非著作物、これが基本的な考え方ではないのかというところなんです。長年そうい

う考え方が、国際的にもそうでありますが、では、具体的にはどの程度の指示を行ったら人間の創作的寄与があったと評価できるのか、この部分につきましては、必ずしも明確になっているわけでもありません。例えば今のように大量に生成系AIからコンテンツが吐き出されるようになったときに、様々な新たな混乱が生じる可能性があるのではないかと、こういった点が認識されているところでございます。

以上でございます。

○中村座長 どうもありがとうございます。

この議論に参加した方もこの場におられますけれども、AI生成物の現在地というものを報告いただきまして、場面が変わったといいますか、現実のものとなったということで重要な論点にまた浮上したということかと思えます。今の点、皆さん、よろしゅうございますか。

○林委員 林です。

最近もチャットGPTをめぐる色々な議論中や、海賊版でも、また、SNSで捏造されたデータ・情報が世論形成に使われてしまったり、そういう不正事例に対してどのようなツールで適正な使われ方ができるようにしていくかということも現在進行形でいろんなところで議論しているところだと思っております。2回とかでは議論できないと思っているのですが、今後、腰を据えて不正行為を取り締まって、新しいツールを適正に使っていくための方法論というのを海外の議論も見ながらやっていければと考えています。犯罪収益に絡めての方法論というのものもあるかと思えますし、いろんなツールがあると思うので、プラットフォーム絡みの事業者にも御協力いただいて、そういう議論をしていく必要があ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。

ほかには皆さんからよろしいでしょうか。ありがとうございました。

では、ひとまず今日の議論はこの辺りということにいたしまして、最後に田中事務局長、何かございますか。

○田中事務局長 本日も様々な御意見を頂きまして、ありがとうございます。

最初の経団連からのプレゼンテーションにつきましては、深く感謝申し上げたいと思います。問題意識も大きく共通するところがあると思っておりますので、今後も御議論の結果を共有させていただきながら、一緒にどういうふうに関わることができるか、このワーキンググループでも具体的な議論を進めていながら、次の政策に結びつけていきたいと思うところであります。

特にそれに当たっては、まさに市場全体が構造変革を迎えているところでありますので、今日御議論いただいたプラットフォームの存在と影響力というところが大きい。2000年代と何が違うかという御議論がありましたが、私個人はこう思っております。同じような問題構造はあるのかもしれませんが、恐らくデジタルプレーヤーの影響力増大によるディスラプションのスピードとマグニチュードが上がったということかと思っております。

す。したがって、ある程度の時間が切られた構造変革ゲームに入っている。その切迫感というのが圧倒的に違ってきているのだらうと思います。そうなりますと、民間のビジネスモデルや事業のやり方がどう変わるかということと密接不可分になってまいりますので、私どもとしても、民間のほうでどう変わっていくのかということ踏まえたもので両者がシンクロしていかなければいけない、そういうことだと考えます。そのためにどういう議論をしていかなければいけないのか、設計していきたいというのが私の気持ちでございます。それについても今後御議論いただきたいと思っておりますのでございます。

それは産業政策論にはとどまらず、今日もいろいろ御議論いただきましたクリエイターの収益力にどう結びつけていくか、その公正な権利をどう守っていくかというようなこと、プラットフォームや仲介事業者にどのような役割を期待していくのかということ、これは全て一貫して関連性のある話だと思っております、そういうスコップを整理しながら次の議論に結びつけていきたいと思っておりますので、引き続き、よろしくお願ひ申し上げたいと思ひます。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、最後に事務局から何か連絡事項ありますか。

○塩原参事官 事務局より次回会議の御案内をさせていただきます。次回第2回の開催予定は4月14日金曜日の14時からリモートの開催とさせていただきます。どうぞよろしくお願ひいたします。

○中村座長 では、会議を終了いたします。閉会といたします。どうもありがとうございました。