

知的財産政策ビジョン

2013年6月7日
知的財産戦略本部

知的財産政策ビジョン

目次

はじめに

1. これまでの知的財産政策の総括	2
2. 産業に関する情勢認識	2
3. 知的財産制度に関する情勢認識	3
4. 今後10年を見据えた取組	4

第1. 産業競争力強化のためのグローバル知財システムの構築

1. 企業の海外での事業活動を支えるグローバル知財システムの構築	7
(1) 海外における知財権取得支援（日本企業がアジア新興国などにおいて日本と同様の感覚で知的財産権を取得できる環境の構築）	7
(2) 海外における知財活動支援（アジア新興国などにおける知財権に基づくエンフォースメントなどの支援体制の強化）	11
(3) 知財活動の円滑化に向けた通商関連協定の活用	13
2. 国際的な知財の制度間競争を勝ち抜くための基盤整備	16
(1) 職務発明制度の在り方	16
(2) 審査基盤の整備	17
(3) 営業秘密の保護の強化	19
(4) 適切な権利行使の在り方	23
(5) 紛争処理機能の強化	25
(6) 国際標準化・認証への取組の強化	28
(7) 産学官連携機能の強化	31
(8) 民間企業における研究開発の成果物である知財活用など促進のための支援策	33
3. グローバル知財人財の育成・確保	35
(1) 世界を舞台に活躍できるグローバル知財人財の育成	35
(2) 世界から優れた知財人財が集まるような仕組みの構築	39

第2. 中小・ベンチャー企業の知財マネジメント強化支援

中小・ベンチャー企業に対するきめ細かな知財活動支援	40
(1) 中小・ベンチャー企業のグローバル展開支援体制の整備	40
(2) 中小・ベンチャー企業などに対する料金減免サービス拡充	41
(3) 知財マーケットの活性化（未利用特許などの効果的活用）	42
(4) 知財総合支援窓口機能の強化	45
(5) 地域中小・ベンチャー企業及び大学の知財活動活性化	47

第3. デジタル・ネットワーク社会に対応した環境整備

1. コンテンツ産業を巡る生態系変化への対応	50
2. コンテンツ政策のプライオリティの向上	51

3. コンテンツ産業の市場拡大に向けた環境醸成	54
(1) 新しい産業の創出環境の形成に向けた制度整備	54
(2) クリエーターへの適切な対価還元に向けた制度整備	55
(3) 新しい産業の創出・拡大に向けたコンテンツの権利処理の円滑化	56
(4) 知財活動の円滑化に向けた通商関連協定の活用	59
(5) 電子書籍の普及促進	60
(6) プラットフォームの形成の推進	61
(7) ビッグデータビジネスの振興	63
4. デジタル・ネットワーク環境促進の基盤整備	64
(1) 文化資産のデジタル・アーカイブ化の促進	64
(2) 教育の情報化の推進	66

第4. コンテンツを中心としたソフトパワーの強化

1. コンテンツを中心としたソフトパワーの強化に向けた一体的な取組	68
(1) ソフトパワーの強化に向けた政府の一体的な取組の推進	68
2. 日本の伝統や文化に根ざした魅力あるコンテンツ・製品などの発掘・創造	69
(1) ターゲット国・地域で売るためのコンテンツ・製品などの制作などに係る支援	69
(2) 世界のコンテンツの中心となる人財・開発拠点の整備	70
(3) 地域ブランドの確立	71
(4) 日本の高度な技術力を生かしたコンテンツ制作の促進	73
3. 日本ブランドのグローバルな発信	74
(1) 各国放送枠の確保や各地での日本イベントの実施	74
(2) 国際会議などの活用による日本の魅力発信の強化	76
4. 戦略的な海外展開の推進	77
(1) 海外展開のための資金供給	77
(2) 各国基礎的調査の実施など海外展開支援の体制整備	77
(3) コンテンツ規制の撤廃・緩和の働きかけの強化	79
5. 国内外から人を日本に呼び込むインバウンドの推進	80
(1) 海外からのロケ撮影の誘致促進	80
(2) 個人旅行の促進・ビジネス観光への取組強化	81
6. 模倣品・海賊版対策の強化	83
(1) 正規品の流通拡大と一体となった侵害対策の推進	83
(2) 国内取締りの強化	85
(3) ACTAの推進	86
7. コンテンツ人財の育成	87
(1) クリエーターの裾野の拡大	87
(2) 若手クリエイターの育成	88
(3) グローバル人財の育成	89
(4) コンテンツ制作現場の環境の改善	90

はじめに

長い伝統と豊かな文化、そして幅広い分野の最先端技術を有する我が国は、知的財産をその強みとして世界のリーダーシップを取って行くべきである。とりわけ、我が国が高い競争力を有し、世界にアピールすべき分野において知的財産の果たす役割は大きい。資源制約を抱える世界に解決策を与える我が国の環境エネルギー技術、健康や防災を支える安心・安全技術、更には日本の魅力を伝えるソフトパワーについて、知的財産としての価値を最大化することで、世界市場を獲得し、あるいは技術サービス貿易を拡大し、世界の成長を日本に取り込んでいくことが重要である。

我が国は、今日のグローバル・ネットワークの構築により急速に情報化が進む中、「知」を基盤とした社会への転換は道半ばであり、知の活用の余地は大きく残されている。加えて、新興国の台頭、世界のエネルギー事情の変化、少子高齢化の急速な進展など、今日の国際社会の変容に伴い様々な課題が発生している。しかしながら、我が国が産業競争力を維持・向上し、国際社会における確固たる地位を占め続けるためには、こうした社会の変化をむしろ好機ととらえるべきである。科学技術や文化などの幅広い分野において国民が豊かな創造性を発揮し、その成果を我が国の産業の発展や生活の向上につなげる優れた経済・社会システムが求められており、その要として知的財産制度を構築する必要がある。

我が国においては、こうした要請に応える知的財産制度の構築を進めるとともに、知の担い手となる創造性と戦略性を持った人財や社会風土を育てていくことが求められている。加えて、社会のグローバル化、フラット化、オープン化により国境のない経済活動が加速する中、その土台となる国際知的財産システムを、我が国が知財先進国としてイニシアチブを取って構築していく必要がある。折しも、TPPをはじめとする経済連携協定への参加を通じ、世界の新たな経済秩序の構築に参画していくことが国の強い意志として示されている今日、知的財産分野の取組はその規範となるべきである。

これまでの10年の急激な変化を鑑みれば、今後10年間においても様々なパラダイムの変化や、今日では予想もつかない技術やアイデアが多く生まれるであろう。今一度現状を真正面から捉え、これまでの延長線上ではない新たな議論を行うとともに、状況変化に応じて常に新しい視点を取り入れて機敏に対応しながら今後の知的財産政策を組み立てていかななくてはならない。

（１）これまでの知的財産政策の総括

我が国は、２００２年に総理大臣自ら知的財産立国を宣言して以降、知的財産基本法の施行や５０本以上の関連法の改正、全閣僚出席の知的財産本部の設置など、省庁横断の体制を構築して重要な政策課題に取り組んできた。

従来の知的財産政策は、知的財産の創造・保護・活用から成る「知的創造サイクル」をコンテンツ強化や人財育成とともに政策の柱と位置付けてきた。

知的創造サイクルの強化の観点からは、大学における知的財産本部の設置を通じた産学連携の強化、知財分野専門の紛争処理体制である知的財産高等裁判所の設立、任期付審査官の大量採用による特許審査期間の短縮化などに取り組んできた。また、我が国は模倣品・海賊版対策の強化を目的とする「偽造品の取引の防止に関する協定」(ACTA)をG8サミットで提唱し、かつ最初の締約国になっている。さらに、コンテンツ産業の発展に向け、放送番組の電子配信を加速化する映像コンテンツ権利処理機構(aRma)、日本コンテンツの海外展開を支援するANEW(株式会社 All Nippon Entertainment Works)及び札幌コンテンツ特区におけるロケ誘致などを推進する札幌映像機構が設立された。また、専門職大学院の設置等による知的財産専門人財の育成強化が行われた。

このように、１０年間の我が国の取組を通じ、知的財産分野において多くの進捗が見られた一方で、中国をはじめとした新興国各国のプレゼンスの向上、中小・ベンチャー企業まで含めたビジネスのグローバル化、コンテンツメディアの多様化など、知的財産政策の前提となる社会情勢は急激に変容している。今後の知的財産政策の再構築に際しては、これまでの知的財産政策の一部については更なる踏み込みが必要であること、あるいは方針の再検討が必要であることも含めて検討を行う必要がある。

（２）産業に関する情勢認識

デジタル・ネットワーク技術の導入や経済のグローバル化により、世界の産業構造やビジネスモデルは根本から様変わりしている。今日高い競争力を有する多くの企業は、従来の事業モデルの「改善」だけでなく、事業モデルそのものを創造・転換する「イノベーション」を競争力の源泉としている。そうしたイノベーションを促進するためには、今日のオープン化された知的活動環境を活用し、世界中の多くの主体により創造された価値を取り込んで事業に繋げていくことが重要である。

また、「世界市場」という言葉が指す意味も変化している。所得層の高い一部の国々ではなく、あらゆる国、あらゆる所得者層を検討の対象としてビジネスを促進するとともに、我が国独自の伝統や文化に根ざしたソフトパワー

を展開し、あるいは逆に海外から人や技術を取り込んでいく必要がある。

こうしたグローバルな事業環境に対応するためには、企業は自らの事業に即した戦略的な知財マネジメントを構築し、知的財産を最大限活用しながら事業活動を推進していく必要がある。単純な知的財産の権利化だけではなく、秘匿化による知的財産の独占や、標準化による市場の拡大、調達コストの削減など、知財マネジメントには幅広い選択肢が存在している。今や、経済のグローバル化の波は大企業のみならず、中小・ベンチャー企業まであまねく広がっているが、一方で、大企業などとの既存の関係に基づく下請け業務のみに依存している企業も少なからず存在している。中小・ベンチャー企業が一個の自立した経営主体として自らの経営戦略を組み立て、その中に知的財産マネジメントを位置づけることが必要である。

（3）知的財産制度に関する情勢認識

事業において知的財産権が果たす役割は様変わりしている。例えば、特許制度導入当初は、製品を少数特許で排他的に独占するビジネスモデルを想定していたが、多数の特許が使われている製品の増加によりその前提は崩れている。また、元来著作権制度において想定していたコンテンツ産業の産業生態系は著しく変化し、コンテンツ流通におけるコンテンツ、サービス、デバイスの関係は、放送番組、放送局、テレビ受像機といった分野別垂直統合的なモデルから、種々のコンテンツが様々な経路を経て多様なデバイスへ提供される分野横断的水平融合的なモデルへと変容している。ネットワークを介したクラウドコンピューティングや、3次元プリンターなどを活用したデジタルファブリケーションなどに見られる様に、ものづくりとコンテンツが分野横断的に複雑に絡み合う今日の産業構造に対応し、多種多様な知財マネジメントを支える知的財産制度が求められていると言えよう。

グローバル経済ではビジネスや創造活動における地理的・時間的な制約が無くなる一方で、知的財産制度は各国毎に設計され、また多くの知的財産権は各国毎に設定されている。このような状況の中で、各国政府間で、自国の国際競争力強化の観点から、如何に自国の制度をユーザーフレンドリーに、またイノベーションを喚起するものとするかという知的財産分野の「制度間競争」が起きていることを認識する必要がある。また、コンテンツ分野については、世界市場の拡大とともに各国政府による取組強化がなされている一方、我が国の市場や政策予算が横ばい・減少傾向にあることに鑑み、一層の取組の強化が望まれている。

我が国の知的財産政策の検討に際しては、国内の法的整合性に留まることなく、競争力強化の観点からも検証し、制度整備を進めていくことが望まれ

る。また、産業財産権と著作権、国際標準化と知的財産権といった知的財産政策における従来の政策分野の分類法を越えるとともに、科学技術政策や文化政策、IT政策との融合を図りながら、知的財産政策の検討を行うべきである。

(4) 今後10年を見据えた取組

産業および知的財産政策の情勢認識を踏まえ、本知的財産政策ビジョンは、以下の4点を柱に据えて展開していく。特にコンテンツ関連の施策については、国全体が意識を共有し、実効的な政策を強力に推進していくため、「コンテンツ創造立国」を宣言することにより、我が国が一体となってコンテンツ産業の国際競争力の強化を志向していく。

なお、現時点で今後10年間を見据えた長期ビジョンとして以下の取組を進めるとともに、今後起こるであろう様々な状況変化による新たな政策ニーズについては、本ビジョンに基づく毎年の行動計画である知的財産推進計画に取り込むとともに、必要に応じてビジョンそのものの見直しを検討し、継続的に政策を点検していく。

① 産業競争力強化のためのグローバル知財システムの構築

我が国企業がグローバルな事業活動を円滑に行えるよう、既に先進的な知財制度を有する各国とも協調しながら、新興国における質の高い知財制度の構築を促していく必要がある。一方で、一部の知財先進国は、企業が市場として関心を有する新興国の知的財産制度を、自国の制度に融和させる方策を検討している。我が国としても、引き続き先進国間の協調関係においてイニシアチブを発揮しつつも、今後の市場としての重要性に鑑みて新興国に重点的に働きかけ、自らの知的財産制度を新興国など各国が準拠するスタンダードとすることにより、日本企業が海外進出先においてより一層親和性の高い事業環境の中で、知財戦略を実行できる様にするのが重要である。

またその前提として、我が国の知財制度自体を、国内外企業にとり高い魅力を持ち、ユーザーやイノベーション投資を呼び込むことの出来るような、国際的求心力の高い制度とする必要がある。こうした知財制度の最適化およびグローバル展開なしには、逆に我が国の産業や技術開発が「空洞化」しかねないという危機感を持つべきである。

さらに、我が国の企業によるグローバルな事業を支えるため、事業戦略的な知財マネジメントを構築・実践するグローバル知財人財として、日本のみならず世界から優れた人財が集まる環境を整備し、育成・活用に取り組む。

②中小・ベンチャー企業の知財マネジメント強化支援

中小・ベンチャー企業は、革新的な技術の創造の担い手として、また地域経済の担い手として我が国の産業競争力の源泉をなす存在であり、その事業活動の活性化は日本経済の成長と発展のために必要不可欠である。

中小・ベンチャー企業の経営戦略において、自らが保有する優れた知的財産を有効活用する知財マネジメントは、経済のグローバル化に対応する意味でも重要である。一方、資金やノウハウ、人財の不足などにより、今日の事業環境において競争力を確保していく上で必須である知的財産のマネジメントが、こうした企業で必ずしも適切に行われていない状況である。

政府としては、中小・ベンチャー企業に知財マネジメントの重要性を啓発するとともに、各企業の個々の状況に応じたきめ細かな支援を行い、知財活動を行うための様々な障害を取り除くことが求められている。中小・ベンチャー企業の知財活動に対するインセンティブの強化や、知財の取得から海外展開、知財の活用までを一気通貫で支援する体制の整備などに取組む。

③デジタル・ネットワーク社会に対応した環境整備

この数年、多様な表示デバイス、クラウドネットワーク、ソーシャルサービスといったメディアの刷新が起こるとともに、スマートテレビの様な新しい市場が生み出されている。コンテンツ自体の利用方法も多様化している。コンテンツ自体のプラットフォーム化、すなわち利用の都度クラウド上のコンテンツにアクセスする形態などが生まれており、それに伴い新たなビジネスモデルが構築されている。またクリエイターが作成するコンテンツのみならず、ユーザーが作成するものや、教育コンテンツ、更には公共セクターが保有する公共データ、ビッグデータに含まれるコンテンツにまでその範囲を広げるとともに、コンテンツが活用される場面も、教育・医療・電子商取引にまで多岐にわたるなど、従来の文芸やエンターテインメントに止まらない広がりや変容を見せている。

しかしながら、クラウドコンピューティングの進展を背景とした、コンテンツ産業の流通プラットフォーム構築のグローバル競争において、我が国は他国に後れを取っており、今後世界最高水準のプラットフォームを見据えた取組を強化する必要がある。また中小・ベンチャー企業の割合が高いコンテンツ産業の市場拡大に向けた環境醸成が求められている。

ビッグデータの活用の進展により大量の情報が産業の各般で利用され、機械間のコンテンツの流通量が急激に拡大している。かかる状況においては、コンテンツ政策が産業競争力と直結することから、その検討にあたっては関連産業全体を見通した視点が不可欠となっている。新しい産業の創出を促し、

文化の発展を続けるためには、権利者と利用者の利害対立の構造を超えた柔軟な制度設計により、コンテンツの活用と再生産につながるサイクルを生み出す必要がある。

④コンテンツを中心としたソフトパワーの強化

クールジャパンという言葉に代表されるように、知的財産としてのマンガ、アニメ、ゲームといったコンテンツに止まらず、我が国独自の文化としてのファッション、食、伝統芸能・工芸、観光などまで含めて、世界における我が国への共感が広がっている。こうしたソフトパワーを経済成長につなげるために、各分野の連携を図りつつ、コンテンツやデザインを生み出す文化の力とものづくりの力を組み合わせた総合力を活用して、海外市場を取り込むことが重要である。

まず、海外に向けてメディアやイベントでの情報発信を強化する「アウトバウンド」の取組が重要であり、海外展開を一層重視し、ターゲット国・地域に売り込むために手当すべき制度的対応や分野横断的連携、中小・ベンチャー企業の活用などを戦略的に推進する必要がある。

次に、海外から日本に人や技術を積極的に取り込む本場を形成して新たな消費を生み出すとともに、産業や文化を更に発展させる「インバウンド」の取組も重要であり、日本ファンを更に大きく増やすことで、日本ブランドの海外展開にも寄与し、好循環を生み出す。

さらに、我が国のコンテンツの知的財産権を保護・育成する観点から、国内外の模倣品・海賊版対策を強化するとともに、コンテンツ創造のための人材育成を進めることが必要である。

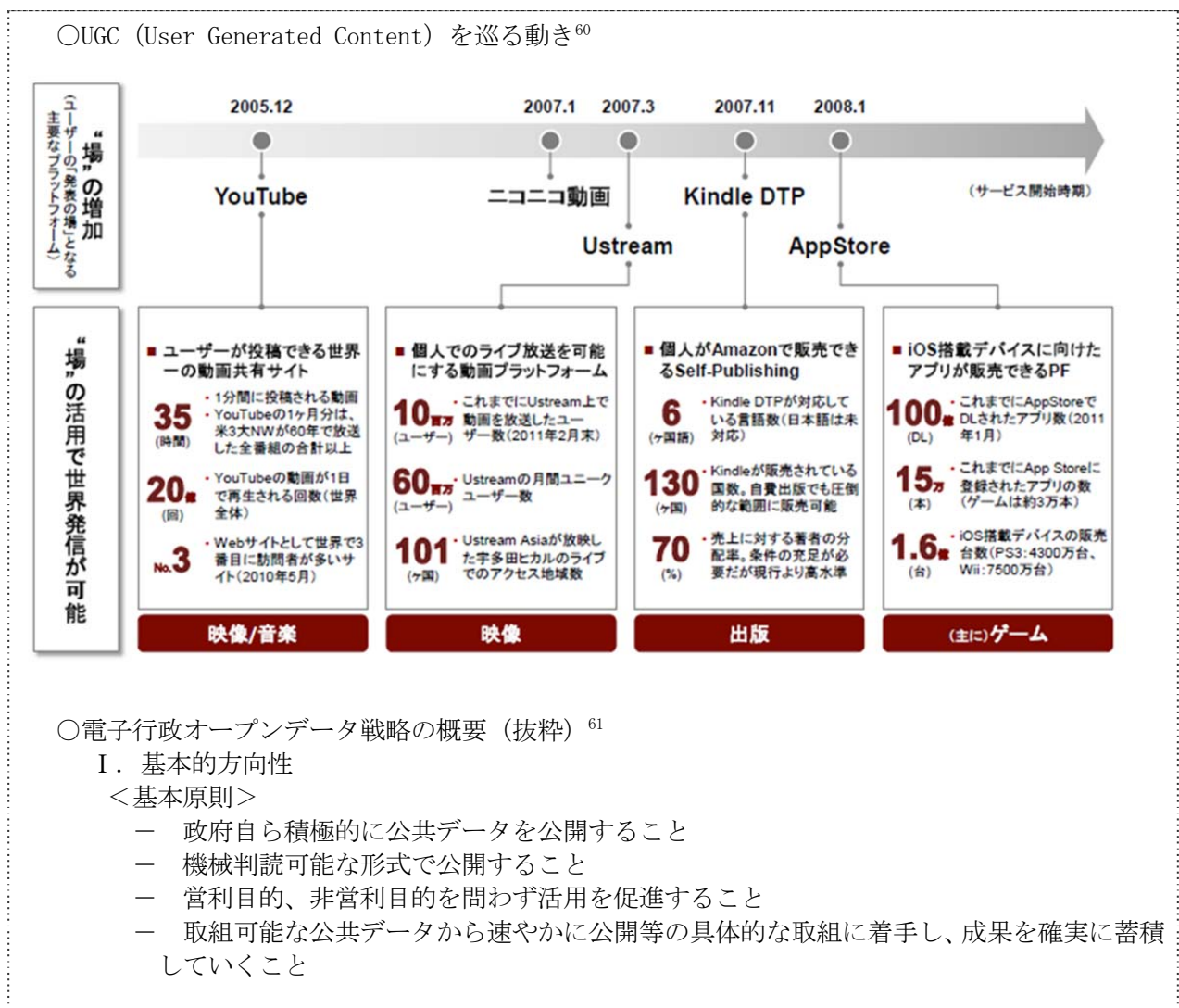
第3. デジタル・ネットワーク社会に対応した環境整備

1. コンテンツ産業を巡る生態系変化への対応

【現状】

- ・クラウドネットワークやソーシャルサービスといったメディアの変革に伴い、コンテンツの範囲がクリエイターが創出する文芸やエンターテインメントのみならず、ユーザーが作成したユーザー・ジェネレイテッド・コンテンツや、教育コンテンツ、更には公共セクターが保有する公共データ、ビッグデータに含まれるコンテンツにまで広がっており、新たな産業の創出・拡大が期待されている。

○UGC (User Generated Content) を巡る動き⁶⁰



○電子行政オープンデータ戦略の概要 (抜粋)⁶¹

I. 基本的方向性

<基本原則>

- 政府自ら積極的に公共データを公開すること
- 機械判読可能な形式で公開すること
- 営利目的、非営利目的を問わず活用を促進すること
- 取組可能な公共データから速やかに公開等の具体的な取組に着手し、成果を確実に蓄積していくこと

⁶⁰ 出典：経産省HP (2010年度クール・ジャパン戦略推進事業、メディア・コンテンツ分野における戦略構築及び他分野への波及効果調査 (調査報告書 (最終)) (2011年5月20日))

⁶¹ 出典：電子行政オープンデータ戦略 (平成24年7月4日高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部決定) <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/denshigyousei.html>

II. 具体的な施策

平成24年度に、次の施策を実施。

1. 公共データ活用の推進

- ①公共データ活用ニーズの把握
- ②データ提供方法等に係る課題の整理、検討
- ③民間サービスの開発

2. 公共データ活用のための環境整備

- ①公共データ活用のために必要なルール等の整備

各府省におけるデータ公開時の著作権の取扱い、利用条件、機械からのアクセスルール、利用者と提供者の責任分担の在り方、機微情報の取扱いの在り方等について、利用者の利便性と権利者の権利の保護に十分配慮しつつ、公共データ活用のために必要なルール等を整備する。

- ②データカタログの整備
- ③データ形式・構造等の標準化の推進等
- ④提供機関支援等についての検討

【課題】

- ・クラウドネットワーク、ソーシャルサービスといったメディアの進展とともに、UGC（User Generated Content）を始めとしてコンテンツの範囲が拡大するなど、コンテンツの概念が変化してきており、コンテンツの創造や活用促進のための関連制度、制度の対象範囲などが実態とそぐわない面が出ている。

【取り組むべき施策】

- ・クラウドネットワーク、ソーシャルサービスといったメディアの進展、ユーザー・ジェネレイテッド・コンテンツの拡大などを踏まえ、インターネットを活用したユーザーが作り出す新たなコンテンツの創造と自由な利用の促進を図る観点から、クリエイティブ・コモンズ・ライセンスといったパブリックライセンスの普及などについて検討を行い、非営利目的での利用のみならず産業利用も含めたコンテンツ利用の促進に必要な措置を講じる。（文部科学省）
- ・電子行政オープンデータ戦略において公共データの広範な二次利用を促進する観点から、公的機関が保有する公共データに関して、ビジネスや教育を含む公共サービスにおける利用促進のための統一的なルールなどの基盤整備について検討を行い、必要な措置を講じる。（内閣官房）

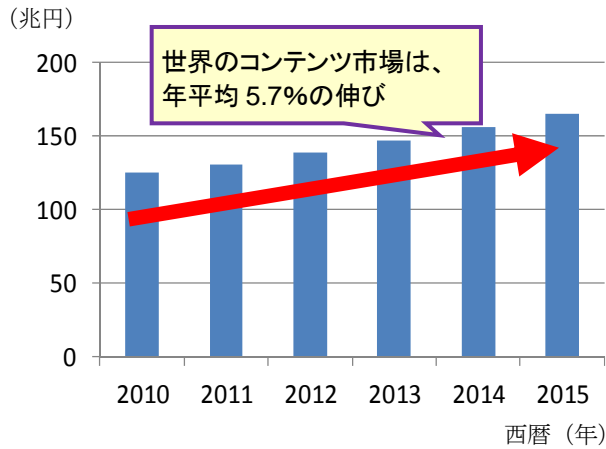
2. コンテンツ政策のプライオリティの向上

【現状】

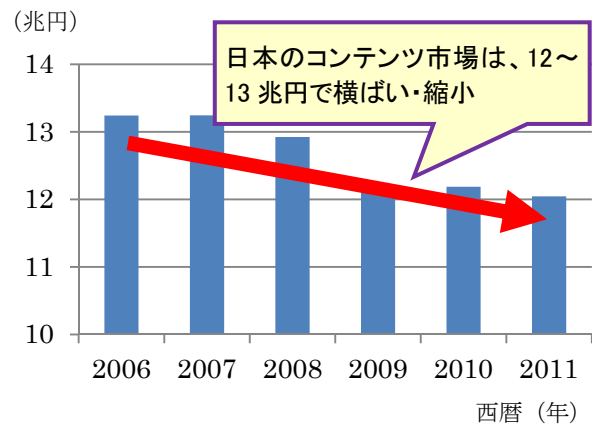
- ・日本のコンテンツ市場は、世界に比べて横ばい・縮小傾向が続き、関連予算も減少傾向にある。

○国内外市場規模等の関連データ

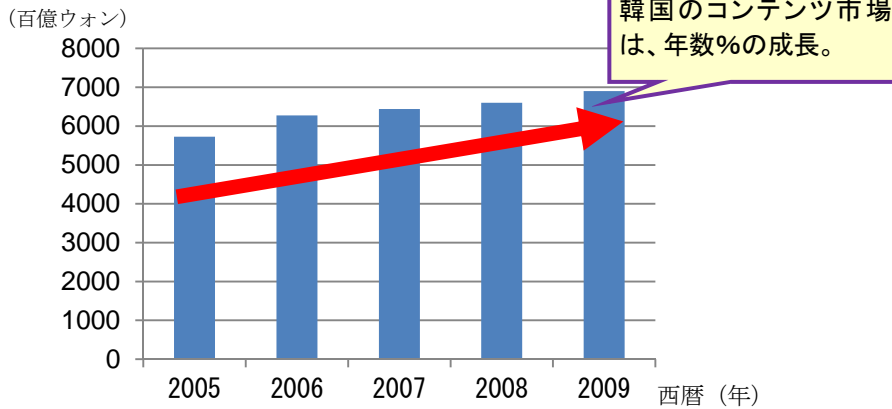
＜世界のコンテンツ市場＞⁶²
(2010年実績、2011年～2015年予測)



＜日本のコンテンツ市場＞⁶³ (2006-2011)



＜韓国コンテンツ市場＞⁶⁴ (2005-2009)



⁶² データ出典：総務省資料

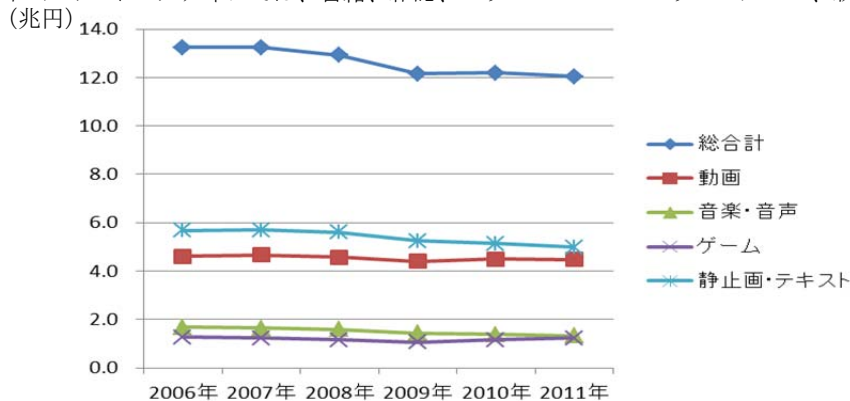
※全て2010年の平均為替レート（1米ドル＝88.09円 財務省貿易統計より）で換算

⁶³ 出典：デジタルコンテンツ白書2012

⁶⁴ 出典：NPO法人映像産業振興機構HP

(参考 1) 日本のコンテンツ市場 (2006-2011) (コンテンツ別内訳) ⁶⁵

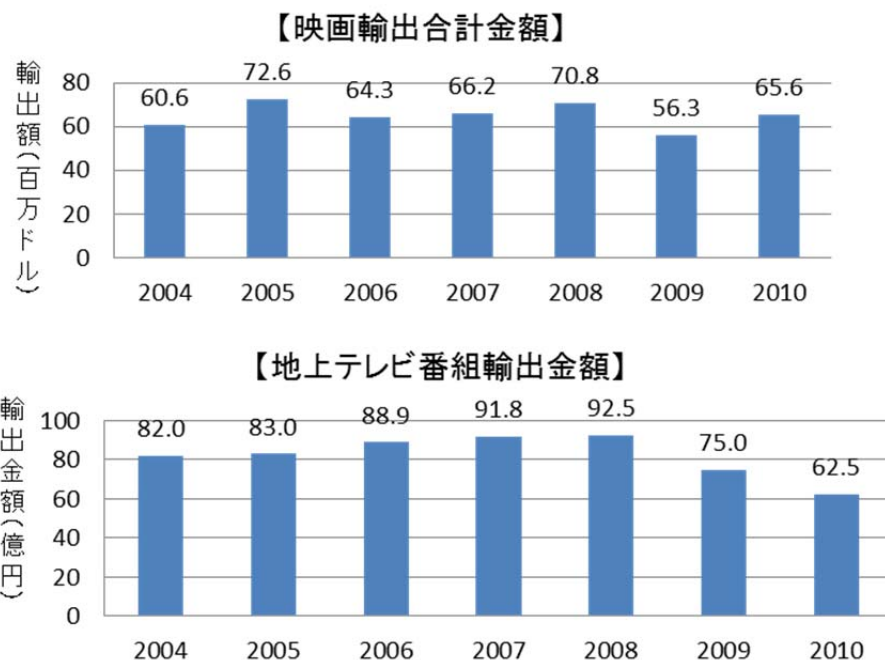
動画、ゲームが横ばい傾向、音楽・音声、静止画・テキストが微減傾向。
 動画のメディアでは、パッケージソフトが減少傾向にある一方で、ネットワーク配信、フィーチャーフォン配
 信が増加傾向。
 音楽・音声のメディアでは、パッケージソフト、カラオケ、ラジオ放送・関連サービスが減少傾向。
 ゲームのメディアでは、パッケージソフト、アーケードゲーム オペレーションが減少傾向にある一方で、オ
 ンラインゲーム 運営サービス、フィーチャーフォン向けゲームが増加傾向。
 静止画・テキストのメディアでは、書籍、雑誌、フリーペーパー・フリーマガジン、新聞が減少傾向。



(注) コンテンツのメディア内訳

動画：パッケージソフト、ネットワーク配信、フィーチャーフォン配信、映画興行、テレビ放送・関連サービス、ステージ入場料
 音楽・音声：パッケージソフト、インターネット配信、フィーチャーフォン配信、カラオケ、コンサート入場料、ラジオ放送・関連サービス
 ゲーム：パッケージソフト、オンラインゲーム 運営サービス、フィーチャーフォン向けゲーム、アーケードゲーム オペレーション
 静止画・テキスト：書籍、雑誌、フリーペーパー・フリーマガジン、新聞、パッケージソフト、インターネット配信、インターネット広告、フィー
 チャーフォン配信、モバイル広告

(参考 2) 日本のコンテンツの海外展開状況 (2004-2010) ⁶⁶



⁶⁵出典：デジタルコンテンツ白書2012

⁶⁶出典：映画輸出合計金額 映連

データ出典：地上テレビ番組輸出金額 情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」

○国内外のコンテンツ関連予算の推移

※ 日本のコンテンツ関連予算は、近年 2010 年度 310 億円、2011 年度 244 億円、2012 年度 218 億円と減少傾向にある。

(なお、2009 年度の日本のコンテンツ関連予算は、補正予算約 435 億円が上乘せされている。
(2012 年度は、別途コンテンツの海外展開等の促進に関する補正予算 170 億円を決定済。))

韓国のコンテンツ関連予算は、円換算で 2009 年 220 億円、2010 年 258 億円、2011 年 262 億円と増加傾向にあり、2011 年には日本の予算額を上回っている。

<日本のコンテンツ関連予算> (2004 - 2012)



<韓国のコンテンツ関連予算> (2002 - 2011)



【課題】

- ・コンテンツ市場、コンテンツ関連予算の現状を踏まえ、効果的な予算の執行の必要が高まっている。

【取り組むべき施策】

- ・消費財産業や観光産業など他の産業への波及効果が大きく、魅力的なコンテンツを通じて日本のプレゼンスの向上に大きく寄与するコンテンツ産業に対して、資源配分の重点化と政策資源の充実を図る。(内閣官房)

3. コンテンツ産業の市場拡大に向けた環境醸成

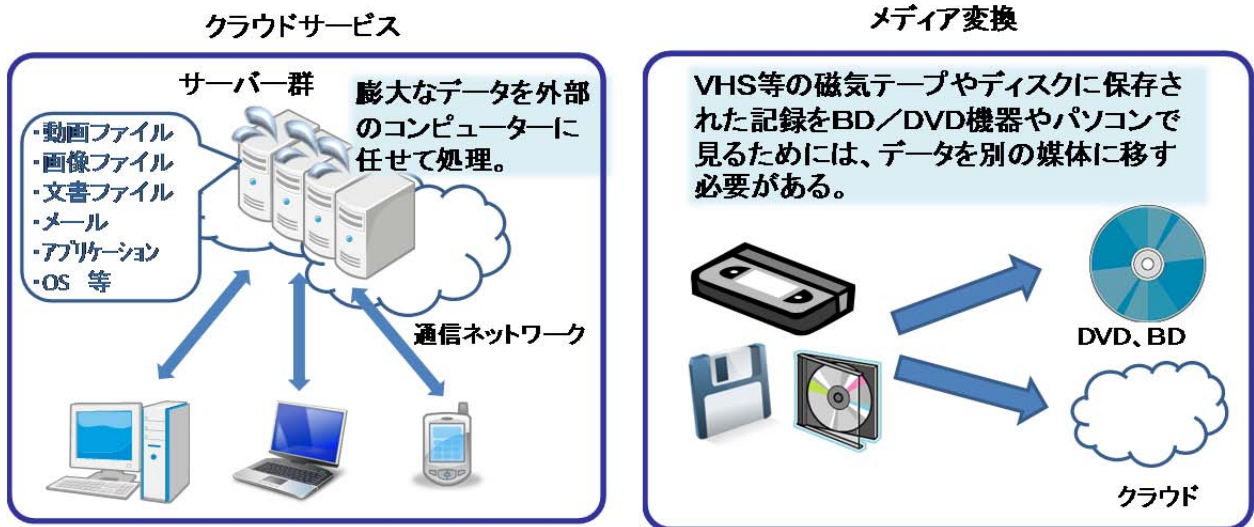
以下の各施策の取組に当たっては、新しい産業の創出環境の形成やクリエイターへの適切な対価還元の確保などを図るため、権利者と利用者の利害対立といった構造を越えた全体的な制度設計の構築が必要である。

(1) 新しい産業の創出環境の形成に向けた制度整備

【現状】

- ・クラウドサービスやメディア変換といった新たなサービス形態の発生に伴い、新たな産業の創出・拡大が期待されているが、当該サービスと著作権法などとの関係が問題になっている。

○クラウドサービスやメディア変換の概要



(注) 技術的保護手段の施されたメディアについては、私的複製であっても、技術的保護手段を回避して行う複製行為は著作権侵害となる。(著作権法第30条第1項第2号)

【課題】

- ・新しい産業の創出・拡大に資するクラウドサービスやメディア変換などの促進に向け、私的複製に事業者が関与する場合などの権利制限規定の見直しや、事業の実施に向けた円滑なライセンス体制の構築など、必要な制度の在り方について検討が必要。

【取り組むべき施策】

- ・著作物の公正な利用と著作物の適切な保護を調和させ、新しい産業と文化の発展を続けるため、クラウドサービスやメディア変換サービスといった新たな産業の創出や拡大を促進する全体的な法的環境の整備を図るため、著作権の権利制限規定の見直しや円滑なライセンス体制の構築などの制度の在り方について検討を行い、必要な措置を講じる。(文部科学省)

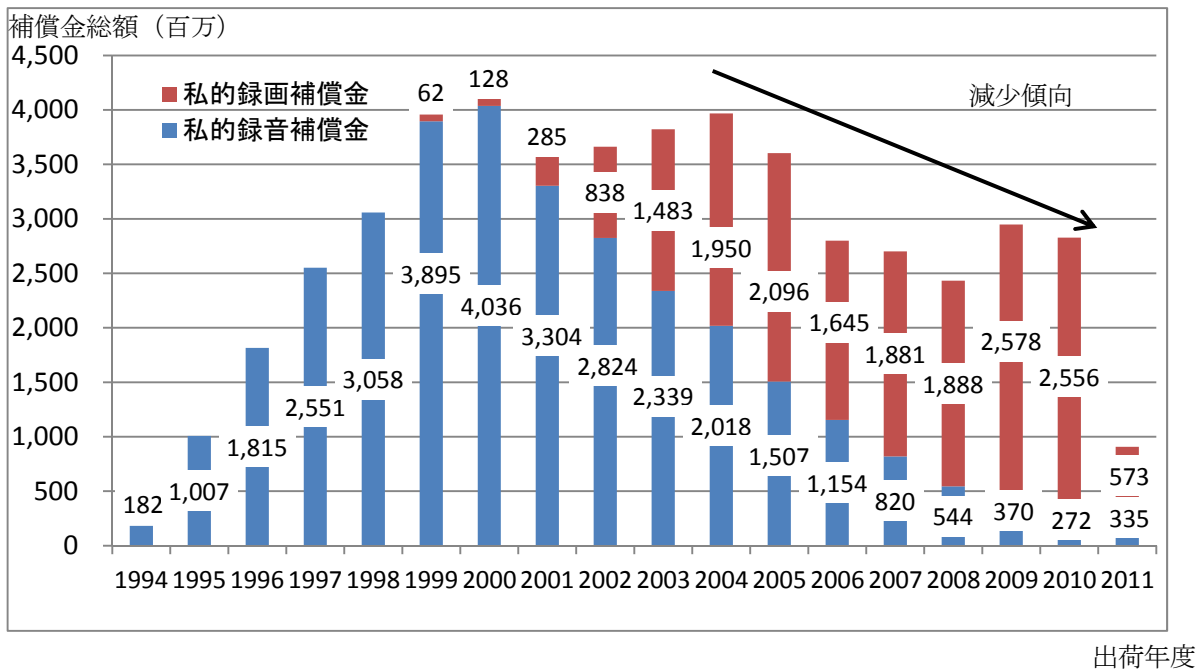
(2) クリエーターへの適切な対価還元に向けた制度整備

【現状】

- ・著作権法上、政令で規定されたデジタル方式の録音・録画機器及び記録媒体を用いて私的な録音・録画を行う者は相当な額の補償金を著作権者

に支払わなければならないこととされている。録音・録画機器などの範囲を政令で定めるに当たっては、録音・録画機器などの普及の状況や利用実態、著作権保護技術の有無・程度などについて検討されてきているが、現在、私的な録音・録画の際に利用されている機器の一部は現行政令規定上の対象外となっている。なお、当該補償金の総額は近年減少している。

○私的録音録画補償金の推移⁶⁷



【課題】

- ・私的録音録画補償金制度が想定していたクリエイターへの適切な対価還元の在り方などについて検討が必要。

【取り組むべき施策】

- ・クリエイターへ適切な対価が還元されるよう、私的録音録画補償金制度について、引き続き制度の見直しを行うとともに、必要に応じて当該制度に代わる新たな仕組みの導入を含む抜本的な検討を行い、コンテンツの再生産につながるサイクルを生み出すための仕組みを構築する。(文部科学省、経済産業省)

(3) 新しい産業の創出・拡大に向けたコンテンツの権利処理の円滑化

【現状】

- ・放送番組の電子配信数は、年々増加しているが、地上テレビ番組の輸出

⁶⁷出典：私的録音補償金：sarah HP、私的録画補償金：SARVH より聴取

金額は近年減少傾向にあり、直近ではほぼ横ばいで推移している。放送コンテンツの海外展開や電子配信などの二次利用は、放送時の契約に含まれない場合が多く、放送後に改めて権利者の許諾が必要となる。このことが、海賊版の流通に先んじた正規版供給のための権利処理を遅滞させ、海外展開などが進まない一因となっている。

- また、放送番組などのコンテンツを利用する際、著作権者などが不明の場合に活用するために設けられた裁定制度は、実績が伸び悩んでいる。
- また、放送コンテンツに限らず、コンテンツの二次利用を促進して市場を拡大し、周辺の消費財産業などを含めて収益化を図るビジネスモデルの構築の重要性が高まっており、コンテンツの権利処理の一層の円滑化のための施策が求められている。

○放送番組の電子配信数の推移（主なもの）

<NHK オンデマンド>

	2008年度(※)	2009年度	2010年度	2011年度
見逃し番組	1,705	7,233	7,826	7,119
ニュース番組	522	1,552	1,528	1,523
特選ライブラリー	1,740	2,752	4,084	4,727
総計	3,967	11,537	13,438	13,369

(※) 2008年度は2008年12月から2009年3月末までの実績

<TBS オンデマンド>⁶⁸

2010年2月時点：309タイトル・1,153本
 2011年2月時点：487タイトル・2,001本
 2012年2月時点：700タイトル・3,622本

○aRma 処理件数の推移⁶⁹

<放送番組の二次利用許諾件数>

2010年度（ネット送信のみ）：約1,150件（7月29日以降）
 2011年度（ネット送信、ビデオグラム化、番組販売）：約4,400件
 2012年度（ネット送信、ビデオグラム化、番組販売）：約3,400件（10月末現在）

<うち不明権利者探索件数>

約300件（2011年度から2012年10月末）

○裁定件数の推移⁷⁰

2008年度 裁定件数5件（対象著作物等数553件）、2009年度 裁定件数15件（対象著作物等数556件）2010年度 裁定件数27件（対象著作物等数67912件）、2011年度 裁定件数20件（対象著作物等数60230件）

⁶⁸出典：総務省 デジタル・コンテンツの流通の促進等に関する検討委員会（第61回）資料5

⁶⁹出典：aRmaより聴取

⁷⁰出典：文化庁 HP「著作権者不明等の場合の裁定制度」過去の裁定実績

【課題】

- ・海外展開のための権利処理の迅速化の必要性やコンテンツの電子配信などの増加傾向を踏まえ、実態を踏まえた権利処理の在り方や、著作権関連制度とその運用などについて検討することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・放送番組などの二次利用を促進するため、複雑な権利処理手続きを一元的に管理する窓口機関を整備する。具体的には、実演家については使用許諾申請受付から使用料の徴収分配までを集中的に処理し、レコードについては番組中の使用音源の権利処理に係る窓口を新たに設置するなど、権利処理の円滑化のための環境整備の取組を推進する。(総務省、文部科学省)
- ・孤児著作物を含む過去の膨大なコンテンツ資産の権利処理の円滑化によりその利用を促進するため、著作権者不明の場合の裁定制度の在り方を見直し、権利者不明の立証負担の軽減や標準処理期間の短縮などにより、手続きの簡素化、迅速化を推進する。(文部科学省)
- ・クラウドコンピューティングの進展などに対応し、放送コンテンツのインターネット配信に係る権利処理の円滑化を図るため、放送番組製作時における二次利用の許諾を含めた契約の在り方や、放送後一定期間内のインターネット配信・ウェブキャストに係る権利処理の在り方など、契約や関連法制度上の課題について検討を行い、必要な措置を講じる。(総務省、文部科学省)
- ・産業財産的に製作されるコンテンツの利用の円滑化を図るため、ライセンス契約などにより著作物などの権利帰属を一元化したライセンシーを保護することで、法的安定性や二次利用の円滑化に資する新たな仕組みも含めて検討を行い、必要な措置を講じる。(文部科学省)
- ・コンテンツのグローバルな流通と適正な保護を促進するため、コンテンツにIDを付与し、権利処理に係る情報を集約してクラウドなどによりネットワーク上で参照可能とするデータベースの整備とコンテンツ利用に係る対価の徴収・分配システムの整備を促進する。(総務省、文部科学省)
- ・知財総合支援窓口において、グローバル展開、著作権、不正競争防止法関連などの相談機能についても、関係機関と連携した支援を含め総合的に強化していくとともに、各省においてセミナーの開催など普及啓発活動を強化する。(再掲)(経済産業省、文部科学省)

（４）知財活動の円滑化に向けた通商関連協定の活用

【現状】

- ・各国と締結している通商関連協定のうち、経済連携協定の知的財産章の中で、相手国の知的財産に関する制度及び課題に応じて規定を置いている。

○経済連携協定の知的財産章（著作権分野）における規定例⁷¹

- ・ 著作者、実演家及びレコード製作者に対して、それぞれ、その著作物、レコードに固定された実演及びレコードについて、利用可能化権を付与する。（インドネシア、フィリピン、マレーシア）
- ・ 著作者、実演家又はレコード製作者により用いられた技術的保護手段の回避を防ぐため、適当な法的保護及び効果的な法的救済を定める。（フィリピン）
- ・ 著作者、実演家又はレコード製作者などを特定する権利管理情報について、著作権及び関連する権利の侵害を誘い、可能にし、助長し、又は隠す結果となることを知りながら、権限なく電磁的な権利管理情報を除去し、又は改変する行為などに対し、適当かつ効果的な法的救済を定める。（インドネシア、フィリピン）
- ・ ネットワークを通じて送信された情報に対するインターネット・サービス・プロバイダの取扱いについて、一定の要件を満たす場合には、その責任を制限する適切な措置を定める。（マレーシア）

【課題】

- ・ 産業界からは、政府間交渉の場において、交渉相手国の知的財産制度の整備や実効的な法執行の確保を促し、TRIPS協定などの規定以上の知的財産の保護を実現することが求められている。

【取り組むべき施策】

- ・ 自由貿易協定（FTA）／経済連携協定（EPA）や投資協定などの二国間・多国間協定を通して、グローバルな企業活動を阻害する知的財産分野における国際的な問題の解決・改善を図る。具体的には、我が国産業界などの要望を踏まえつつ、交渉相手国の知的財産制度の整備や実効的な法執行の確保などを促し、また、TRIPS協定などの規定を上回る水準の知的財産の保護が達成されるよう、積極的に働きかける。特に、環太平洋パートナーシップ（TPP）協定については、産業界を始めとした関係者の意見を踏まえつつ、国益にかなう最善の結果を追求する。（外務省、経済産業省、農林水産省、文部科学省、財務省）（再掲）

⁷¹ 「我が国の経済連携協定（EPA）における知的財産分野の合意（小山隆史）」（月刊「パテント」H22.9）より作成

(5) 電子書籍の普及促進

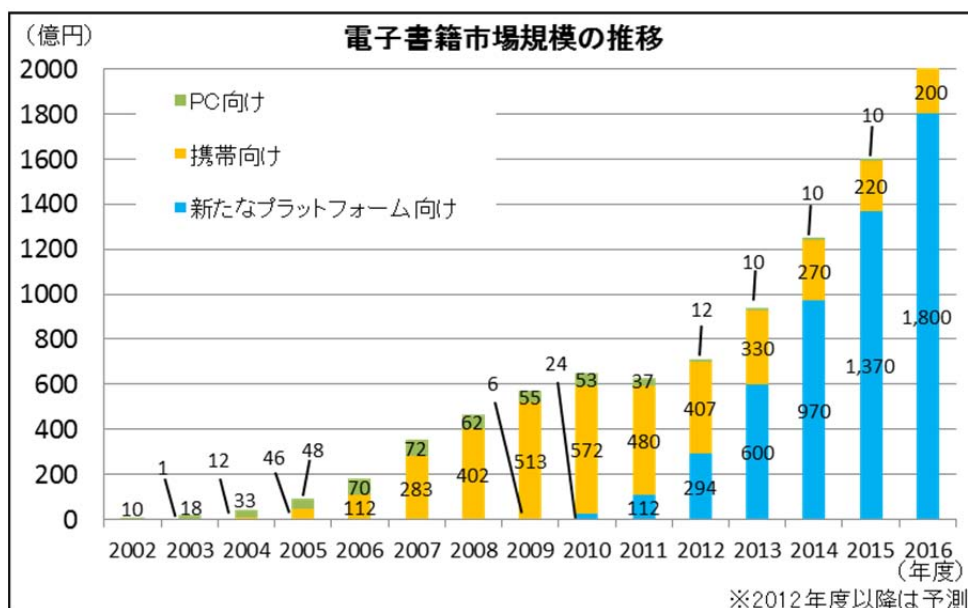
【現状】

- ・電子書籍市場は、近年急激に成長し、日本にも海外企業が参入。国内電子書籍ストアの利用率は、海外電子書籍ストアに比べ低い。

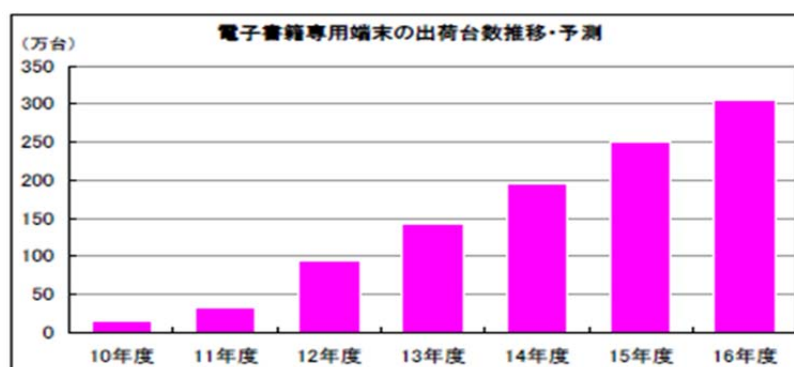
○日本では、電子書籍端末が普及しつつあるが、コンテンツの数が十分でないとの指摘がある。
(米国 95 万点⁷²、日本 10 万点⁷³)

○2012 年 11 月から米アマゾン・ドット・コムが Kindle シリーズを日本で順次発売するとともに、日本の電子書籍市場に参入。

○電子書籍市場の概要⁷⁴



○電子書籍市場の概要⁷⁵



⁷²出典：電子書籍市場の現在と電子書籍がもたらすビジネスチャンス（雑誌／教育ビジネス）
(2011 年 10 月 NRI)

⁷³出典：BookLive HP (2012. 12 時点)

⁷⁴出典：電子書籍ビジネス調査報告書インプレス R&D

⁷⁵出典：株式会社 MM 総研 HP

【課題】

- ・利用者からはコンテンツ数の充実を望む声が多く、電子書籍の普及促進のための取組支援の具体策について検討が必要。
- ・普及に伴う権利者保護の観点からは、個々の著作権者の対応では、企業などとの交渉や模倣品・海賊版対策には困難が予想されることから、有効な対策を検討することが必要。
- ・インターネット上のサービス・プラットフォームは寡占化が進みやすいと指摘されるところ、現時点で相対的に利用率の高い海外電子書籍ストアによる寡占化がさらに進む可能性がある。

【取り組むべき施策】

- ・海外の巨大プラットフォーム事業者などに対する交渉力向上や模倣品・海賊版対策などのため、電子書籍に対応した出版権の整備など出版者への権利付与や、書籍の出版・電子配信に係る契約に関する課題について早期に検討を行い、必要な措置を講じる。(文部科学省、経済産業省)
- ・電子書籍の普及拡大を図るため、個人の作品や専門書を含む多種多様な電子書籍コンテンツ数の拡大による利用者の裾野拡大といった民間の取組を支援する。(経済産業省)
- ・オープン型電子出版環境を実現するため、電子書籍交換フォーマットの標準化や国内外への普及促進を図る。また、電子出版のプラットフォームとなる次世代ブラウザに関して、縦書き文化の継承と世界への日本文化の発信を進めるべく、日本語に対応した縦書きレイアウトの国際標準化活動への参画などの取組に対する支援を行う。(総務省、経済産業省)

(6) プラットフォームの形成の推進

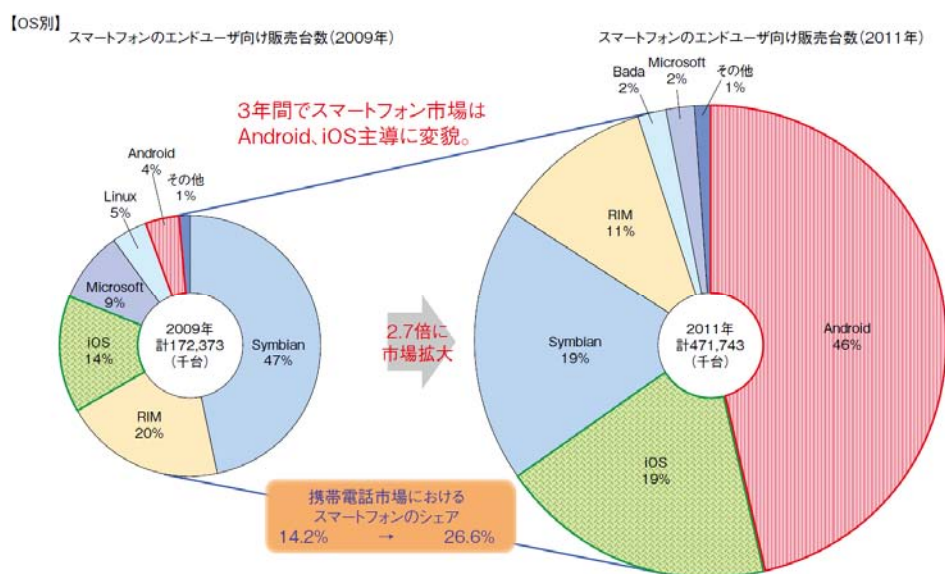
【現状】

- ・主要米国企業は、デジタル化・ネットワーク化を踏まえつつ、グローバルで他社技術・事業も組み合わせたエコシステムを形成し、エコシステム全体の中で利益を得る戦略へと戦略転換を進め、この戦略転換で先んじた音楽配信、映像配信における海外プラットフォームは、圧倒的な市場シェアを握るに至っている。
- ・また、スマートフォンの市場規模が拡大する中、そのプラットフォームとしてのOSのシェア争いも激しい。これらスマートフォンの機能の多くを実現するのは、スマートフォン上のアプリからアクセスされるクラウド上のサービスプラットフォーム群であり、スマートフォンの売上の伸びが海外プラットフォームの売上及び市場シェア向上の要因となって

いる。

- 業界の自主規制については、日本企業が海外企業より不利な競争を強いられる場合がある。例えば、日本企業はCDから音楽を携帯電話にコピーできない措置をとる一方で、海外企業はこうした措置をとっていない例などが指摘されている。
- デジタル・ネットワーク社会において国内コンテンツホルダーが収益を確保するためにはコンテンツの販売以外にも顧客との関係の中で周辺ビジネスを展開できることが不可欠であるが、プラットフォーム事業者が顧客情報とマーケティング手段を独占していることが障害となっていることが指摘されている。

○スマートフォン世界市場のシェア変化（台数ベース）⁷⁶



【課題】

- OSやブラウザその他のプラットフォーム及びクラウドサービスの世界において、米国大手事業者が既に圧倒的な開発力と資金力で我が国市場に進出している。
- プラットフォームに関しては、日本企業に対外的に不利な業界の自主規制や、海外プラットフォーム事業者と国内コンテンツホルダーの間の契約における不利な条件を消費者に開示できないようにするNDA（秘密保持契約）に問題があり、対応が必要である。
- プラットフォーム上で新たなサービスを展開するための手段がコンテンツホルダー側にはなく、プラットフォーム事業者に依存しているとの指摘があり、対応が必要である。

⁷⁶出典：総務省 平成24年版 情報通信白書

【取り組むべき施策】

- ・ 出版、音楽、写真、映画、アニメ、テレビ放送番組、ゲームといった多様なコンテンツを提供するプラットフォーム支援を通じてコンテンツがプラットフォームをリードするエコシステムの実現の促進を支援する。
(総務省、経済産業省)
- ・ 一部海外企業による市場寡占化により日本企業が不利とならないよう、我が国の基幹産業として発展することが期待される、OS、ブラウザ、データセンターといったプラットフォーム関連産業成長の促進方策を検討し、必要な措置を講じる。(総務省、経済産業省)
- ・ クリエーターの自由な表現活動が萎縮しないよう、プラットフォーム事業者とコンテンツ事業者間の取り決めの透明化やルール作りの必要性を検討するとともに、プラットフォームに関し、対外的に日本企業が不利になるような自主規制や契約慣行により競争力の低下につながることはないよう、業界の自主規制や慣行などの見直しの取組を支援する。(経済産業省)

(7) ビッグデータビジネスの振興

【現状】

- ・ デジタル・ネットワーク社会の進展に伴い、多様で膨大なデジタルデータがネットワーク上で生成、流通、蓄積されるようになり、いわゆるビッグデータの存在感が高まっている。
- ・ ビッグデータの活用により、米国のヘルスケアで年間3千億ドル、EU公共セクターで年間2.5千億ユーロ、位置情報データの活用により年間6千億ドルの消費者価値創出などが期待されるとの調査もある。

○ビッグデータの概要⁷⁷



【課題】

- ・デジタル・ネットワーク社会では、ソーシャルメディアデータ、ウェブサイトデータ、マルチメディアデータなどのビッグデータを経営資源として捉え、コンテンツ産業の振興に効果的に活用することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・情報通信技術の進展に伴って各事業分野において大量に生成されるユーザー情報、映像・音声、センサー情報といった、価値ある知的財産を生み出すビッグデータを経営資源として捉え、これを利活用した新ビジネス創出・高付加価値化を進めるため、プライバシー保護などと利活用のバランスに配慮したパーソナルデータの取扱いに係るルールなどの事業環境整備や、リスク低減を図りつつデータを利活用する社会基盤や技術などのデータの収集・蓄積・分析による多様な付加価値の創造に資する研究開発などに取り組む。(総務省、文部科学省、経済産業省)

4. デジタル・ネットワーク環境促進の基盤整備

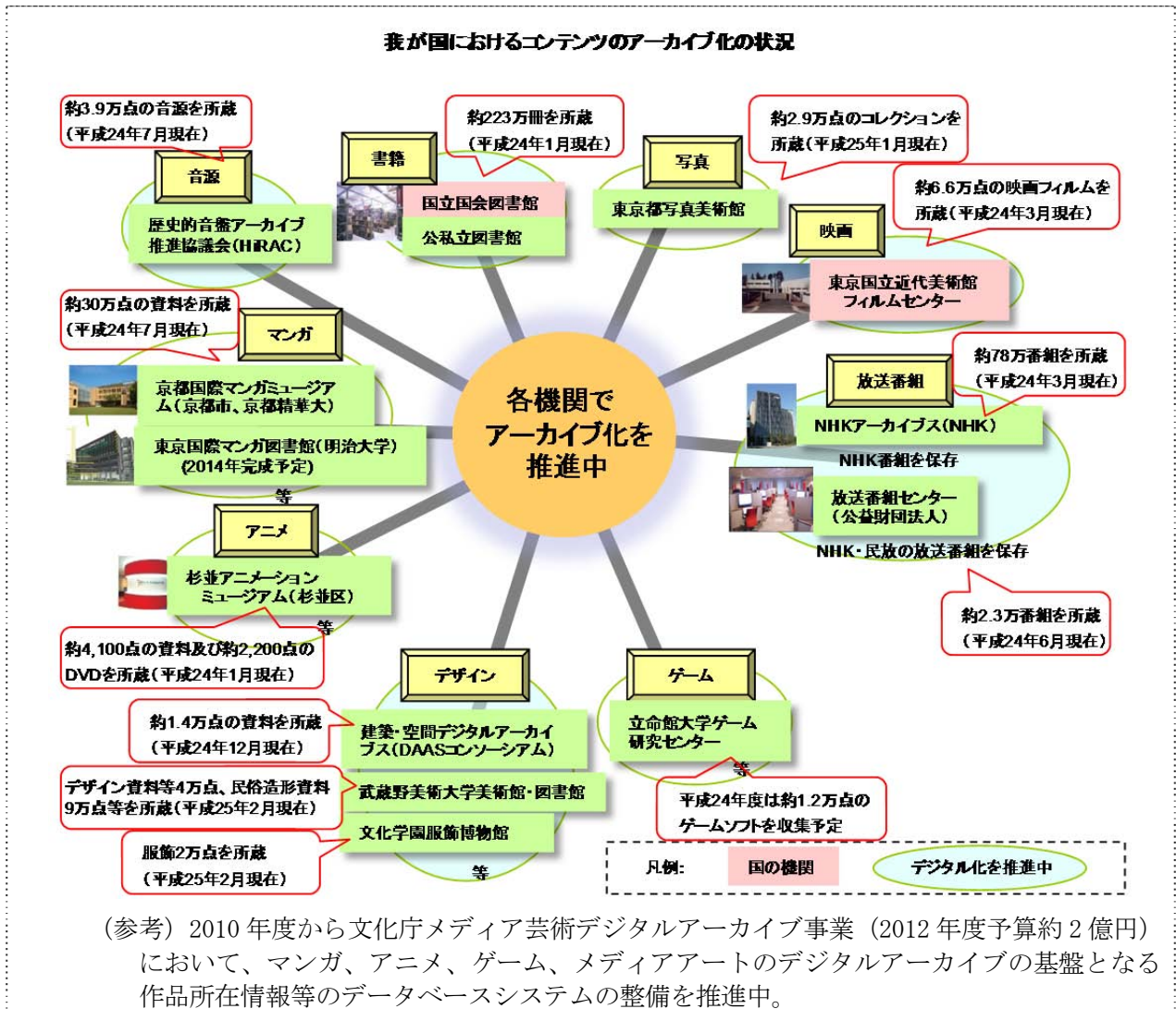
(1) 文化資産のデジタル・アーカイブ化の促進

【現状】

- ・新たな知的資産生産の基盤形成のため、文化資産の蓄積・活用を可能と

⁷⁷出典：総務省 平成24年版 情報通信白書

- するデジタル・アーカイブの有効性が指摘されている。海外では欧州の Europeana、米国のWorld Digital Libraryといった取組が進んでいる。
- ・我が国においても、各コンテンツのデジタル・アーカイブ化については、官民でそれぞれ取り組んでいる。
 - ・デジタル・ネットワーク社会の進展にともないウェブサービス、ソーシャルゲームなどのクラウド上に存在するコンテンツが存在感と市場規模ともに拡大しているが、このようなコンテンツについてアーカイブ化は技術的に難しく、ほとんど行われていない。



【課題】

- ・コンテンツ産業のより一層の発展に向けたデジタル・アーカイブ化の一層の進展や連携とその海外発信を含めた利活用とともに、コンテンツを利用するためのハードの保存や文化資産としてのデジタル・アーカイブ化及びクラウド上に存在する新しいタイプのコンテンツの記録方法についても検討が必要。

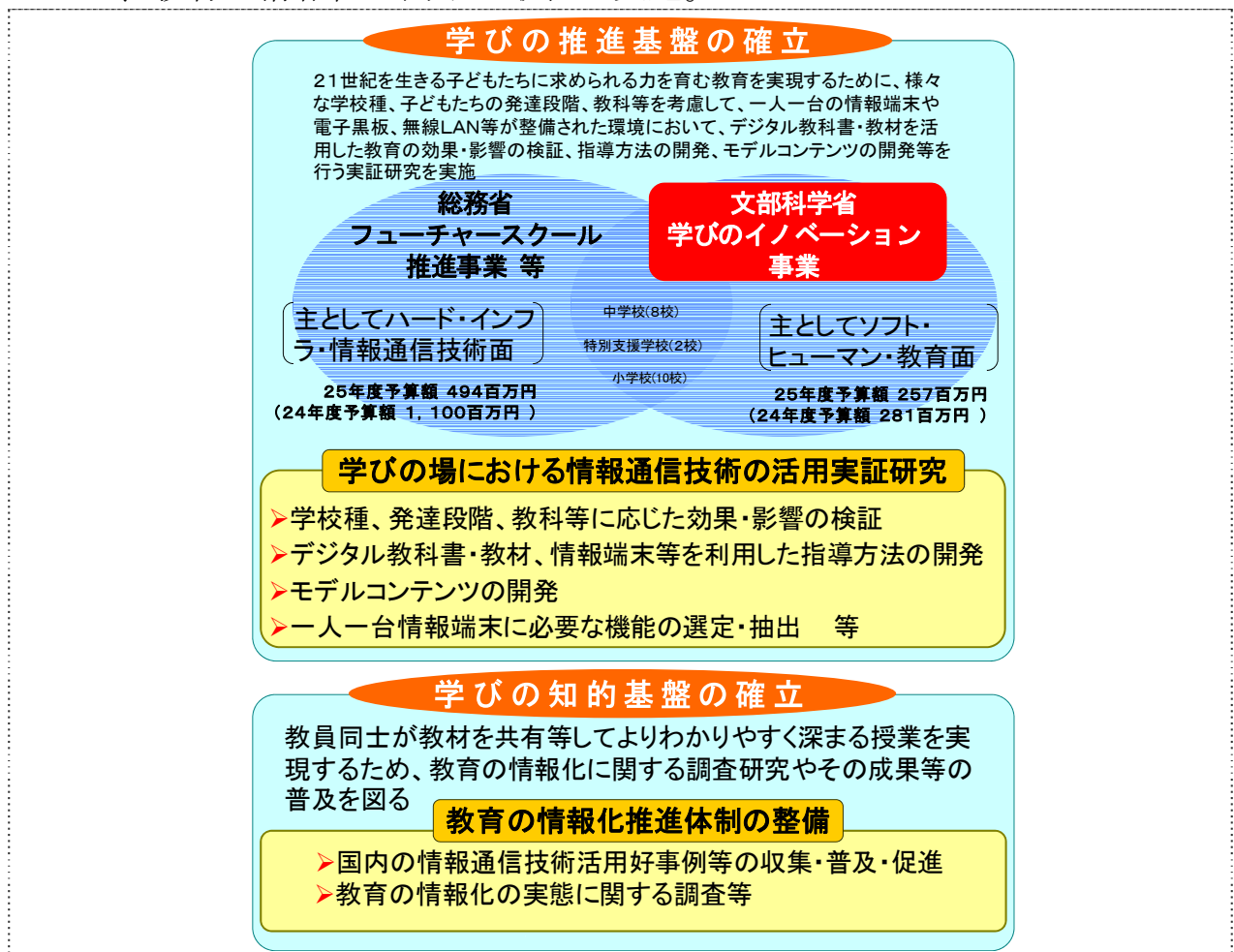
【取り組むべき施策】

- ・新たな産業や文化創造の基盤となる知的インフラを構築するため、書籍、映画、放送番組、音楽、アニメ、マンガ、ゲーム、デザイン、写真、文化財といった文化資産及びこれらの関連資料などのデジタル・アーカイブ化を促進するとともに、各アーカイブ間の連携を実現するための環境整備及び海外発信の強化について検討し、必要な措置を講じる。(内閣官房、総務省、文部科学省、経済産業省)

(2) 教育の情報化の推進

【現状】

- ・文部科学省と総務省の緊密な連携の下、文部科学省は、主として教育用コンテンツの開発や指導方法の開発など、ソフト・ヒューマン面から、総務省は、主として教育の情報化に係るICTの導入手法など情報通信技術面から、様々な学校種、子どもたちの発達段階、教科などを考慮して、教育の情報化に向けた取組を実施。



【課題】

- ・教育の情報化の推進に向けて、情報端末の供給や関連制度の見直しといった具体的な課題があるとともに、実証研究を通じ、様々な情報に容易にアクセスできる点にも配慮した検証も求められている。

【取り組むべき施策】

- ・すべての小・中学校において児童生徒1人1台の情報端末によるデジタル教科書・教材の活用を始めとする教育の情報化の本格展開が急務であり、実証研究などの状況を踏まえつつ、情報通信環境の整備や情報端末の標準的な規格の策定を進めるとともに、デジタル教科書・教材の位置付け及びこれらに関連する教科書検定制度などの在り方と併せて著作権制度上の課題を検討し、必要な措置を講じる。(文部科学省、総務省)

第4. コンテンツを中心としたソフトパワーの強化

1. コンテンツを中心としたソフトパワーの強化に向けた一体的な取組

(1) ソフトパワーの強化に向けた政府の一体的な取組の推進

【現状】

- ・省庁連携により、JAPAN EXPO、世界経済フォーラムなどの場で、日本の魅力を発信しているが、政府一体となったより一層の取組が求められている。

○JAPAN EXPO (外務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省)

マンガ・アニメ・ゲーム、音楽等の日本のポップカルチャーと、武道や茶道等の伝統文化を合わせた、世界最大規模の総合的日本文化紹介イベント。

JAPAN EXPO 2012では、原宿ファッションを紹介するイベント、各地の伝統文化の紹介、日本の城セミナーや沖縄民謡等を通じた訪日観光PR、東日本大震災からの復興写真の展示、J-POPのライブステージ、ギネスが公認した世界一の癒し系ロボット「パロ」についての講演会及びデモンストレーション等を実施。JAPAN EXPO 2012の来場者数は約21万人。



○世界経済フォーラム (ダボス会議) (内閣官房、外務省、財務省、農林水産省)

ビジネス、政治等の社会におけるリーダーたちが連携することにより、世界・地域・産業のアジェンダを形成し、世界情勢の改善に取り組むフォーラム。そこで開催するジャパンナイトを通じ、日本の強み・魅力、日本的価値を世界に向けて発信。

2012年9月に中国・天津でサマーダボス、2013年1月にスイス・ダボスにて開催。



(参考) 韓国コンテンツ振興院 (KOCCA)

2009年、放送・ゲーム・アニメーション/キャラクター/大衆音楽など別々に運営されていた振興組織を一つに統合し、韓国のコンテンツ産業振興を総括する専門機関として設立された政府系機関。

【課題】

- ・コンテンツを中心としたソフトパワーの強化の推進に向けては、現在各省庁などで連携したイベントを実施しているが、より一層効果を上げるために、官民でオールジャパン体制を構築することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・各府省が所掌分野に応じて実施しているコンテンツを中心としたソフトパワーの強化に関する施策を一体的に展開する観点から、コンテンツ関連施策に対して重点的に資源配分するとともに、政府としての総合的な推進体制の在り方について検討し、必要な措置を講じる。(内閣官房)

2. 日本の伝統や文化に根ざした魅力あるコンテンツ・製品などの発掘・創造

(1) ターゲット国・地域で売るためのコンテンツ・製品の制作などに係る支援

【現状】

- ・一部の国では、政策対話などを機に、民間における海外市場への参入の取組が推進。
- ・対象国市場への参入を促す側面も期待できる国際共同製作については、文化、言語の違いによる壁があり、成功例の創出が困難との指摘もある。

○インド政府とのクリエイティブ産業協力・政策対話を踏まえた民間における取組

- ・日印外交関係樹立 60 周年を記念し、2012 年 4 月 30 日、経済産業省とインド商工省との間でクリエイティブ産業分野での協力を合意。これを受け、2012 年 10 月に両国局長間の政策対話を実施し、協力事業の進展を確認。

(進展事業例)

インド・デザイン・マーク設立に向け、専門家の派遣、研修生の受入を実施。

アニメの共同制作が進展。Suraj The Rising Star (クリケット版巨人の星) は 2012 年 12 月にインドの大手ケーブルテレビで放送開始。

○国際共同製作に関する状況

- ・2011 年度より、公益財団法人ユニジャパンにより「国際共同製作」と認定された映画 (※)のうち、文化庁へ申請のあった日本映画について、文化庁で審査のうえ映画の製作活動に対する支援を実施。

(※) 公益財団法人ユニジャパンによる国際共同製作認定制度

日本の製作者団体が参加する映画の国際共同製作のうち、①日本の製作者の海外市場獲得に寄与し、②文化交流・人材交流を通じた産業のグローバル化や文化の質的向上に寄与する国際共同製作かどうかを審査し、認定する。

(採択作品)⁷⁸

	2011 年度		2012 年度	
	劇映画	アニメーション映画	劇映画	アニメーション映画
採択数	3 件(中、台、仏)	2 件(香、米)	2 件(中、韓)	1 件(米)
申請数	8 件	3 件	5 件	3 件
助成予定額	約 0.8 億円	約 1.0 億円	約 1.0 億円	約 0.5 億円

⁷⁸出典：文化庁

【課題】

- ・海外展開の対象国・地域を拡大することで、日本ブランドの認知度が高まる。一方、対象国・地域で受け入れられやすいコンテンツや製品などの絞り込みが十分できておらず、我が国の潜在力が十分発揮されていないため、関連制度を調査した上で、受け入れられやすいコンテンツや製品などの制作を支援し、成功事例を生み出していくことが必要。
- ・対象国・地域での海外市場獲得などを目指し、国際共同製作の一層の活用を検討することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・ターゲット国・地域で売るために、日本固有の文化力とものづくりの技術力の融合や、国民の幅広い発信力を活用しつつ、官民一体となって又は事業者の取組を国が支援する形で、魅力的なコンテンツや製品の制作などを進めるための支援を講じる。(経済産業省、文部科学省、農林水産省)
- ・海外市場で受け入れられるコンテンツの制作活動を通じた積極的な対外発信を進めるため、国際共同製作などの国際的な創造発信活動を支援することでコンテンツの質の向上やノウハウの蓄積を図る。(経済産業省、文部科学省、総務省)

(2) 世界のコンテンツの中心となる人財・開発拠点の整備

【現状】

- ・現在、海外の芸術家などを受け入れる拠点作りについては、文化庁が最近事業を開始している。こうした動きを充実し、日本を世界のコンテンツの創造拠点とすることが求められている。

○文化芸術の海外発信拠点形成事業により拠点づくり支援状況(文化庁)⁷⁹

- ・2011年度から、異文化交流の担い手となる外国人芸術家の積極的受け入れや、国際的な文化芸術創造といった各地域において取り込まれている特色ある国際文化交流事業を国として強力で支援することで、日本各地に文化創造と国際的発信の拠点づくりを推進。

- ・実績(支援採択数(継続採択も含む))

2011年度: 27件、2012年度: 27件

【課題】

⁷⁹出典: 文化庁

- ・漫画、アニメ、ファッションの本場として日本を目指す留学生の存在などを踏まえ、世界のコンテンツ供給国としての人財育成、開発・発信拠点の整備について積極的に検討することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・我が国のコンテンツ産業の優れた技術力と創造力を十分にビジネスにつなげていくため、各分野のコンテンツの集積や日本の伝統・文化との融合とその発信により、世界に通用するコンテンツを生み出していく人財育成と開発の創造拠点の整備を支援する。(文部科学省、経済産業省)

(3) 地域ブランドの確立

【現状】

- ・CREATIVE TOKYO構想や文化芸術創造都市など、一部地域において地域資源を活用したブランドを確立する取組が進められるとともに、地理的表示保護制度や地域団体商標制度による我が国のブランド確立についても期待が高い。

○CREATIVE TOKYO構想

- ・クリエイティブ・ハブの構築に向けて、日本のクリエイティブ産業のショーケースである東京において、経済産業省などの関係省庁、商店街、百貨店、ディベロッパー、大学、関連イベント主催者、NPOなどと連携して、街ぐるみで東京のブランドを再生し、東京の街や消費を活性化し、観光客を誘致する構想。

[CREATIVE TOKYO に向けた取組]



1. 街を挙げたプロモーションを行い、国内外に日本の感性を発信する。これにより、世界の人材や情報、資金を誘引し、クリエイティブ・ハブとしての地位を確立する。
2. 業種を超えた新しい連携を促進し、日本の文化やライフスタイルに関連する新たなビジネスを生み出すことで、内需拡大や企業の海外展開を後押しする。
3. 世界の才能を呼び寄せ、多様な文化の中で若い才能が切磋琢磨できる機会を創出する。これにより、世界で活躍できる人材や企業を育成する。
4. 国内外のクリエイティブ・シティと連携し、人材や情報の交流、共同プロジェクトの実施などを推進することで、国際的な活動の場を確保する。
5. 新しい価値観を受け入れ、クリエイティブな活動を自由に行える環境を街を挙げて作ることで、新たな未来を力強く切り拓く。

○文化芸術創造都市の推進（文化庁）

- ・文化芸術の力により地域活性化に取り組み、特に顕著な成果を上げている市区町村の表彰、文化芸術創造都市に取り組む地方自治体等のネットワークの充実・強化など地域の自発的な取組を支援。平成25年1月、文化芸術創造都市の国内プラットフォームとなる「創造都市ネットワーク日本」(Creative City Network Japan) が創設。

○東アジア文化都市（文化庁）

- ・日中韓文化大臣会合の枠組みで合意された日中韓3か国の共同事業である東アジア文化都市を2014年から開始予定。

○地理的表示保護制度の概要⁸⁰

・地理的表示保護制度は、①EU型の固有（sui generis）な制度と、②米国型の証明商標制度をベースとした制度等の類型があり、諸外国において、それぞれの国の歴史的経緯や経済連携協定の締結状況等を踏まえ、その国の実情に応じて様々な制度が導入されている。

（参考1）農林水産物・食品を対象とした固有（sui generis）の地理的表示保護制度を導入している国は、我が国の有力な輸出先国であるアジア諸国、EU等も含めて70か国以上。

（参考2）証明商標制度等の商標制度で保護している主な国は、アメリカ、カナダ、オーストラリア等。

（参考3）韓国の地理的表示制度⁸¹

韓国の制度について調査を行った農林水産省等によれば、韓国では、3つの法律（農産物品質管理法、商標制度に基づく地理的表示保護制度、不正競争防止及び営業秘密保護に関する法律）による地理的表示の保護の仕組みが併存している。なお、韓国は、EU・米国双方とFTAを締結しており、このうち、2009年10月に締結された韓EUFTAでは、韓国、EU双方が互いに保護すべき地理的表示をリストに明示し、保護の対象となる旨を規定している。

○地域団体商標制度⁸²

・地域団体商標制度とは、地域ブランドを適切に保護することにより、信用力の維持による競争力の強化と地域経済の活性化を支援することを目的とし、平成18年4月より導入された制度。平成24年度末現在の登録数は536件。出願人は、法人格を有する事業協同組合その他の特別の法律により設立された組合であることが必要である。

【課題】

- ・海外市場を取り込むため、人財や技術が日本に集まるような「本場」としての体制づくり、ブランド化が必要。また、地域の文化資産（文化財、アニメ、ファッション、食などを含む。）を含めた日本の魅力的なコンテンツなどの活用などとともに受入れ環境を充実させることで地域振興を図ることも必要。
- ・我が国の高品質な農林水産物・食品のブランドイメージの保護、輸出促進の実現に向け、具体的な施策を推進することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・地域の優れた産品や技術、文化資産（文化財、アニメ、ファッション、食などを含む。）などについて、ブランドマネジメントやコンテンツなどとの連携などにより、その魅力を更に高め、世界に通用するブランドとして確立し、海外展開や観光振興、地域活性化を進める地域一体となった取組を実施する。（経済産業省、文部科学省、農林水産省）
- ・地域に根ざした文化芸術の魅力を国内外へ力強く発信し、また、国際交流の推進を図るため、2014年開始予定の「東アジア文化都市」の取組を推進するとともに、文化芸術の力で地域おこしなどに取り組む「文化芸術創造都市」の情報集約・発信の国内プラットフォームである「創造都市ネットワーク日本」への支援を通して、地域ブランドの発信力を

⁸⁰出典：農林水産政策研究所

⁸¹出典：農林水産省の地理的表示研究会第4回資料を基に事務局作成

⁸²出典：特許庁HP

強化する。(文部科学省)

- ・我が国の高品質な農林水産物・食品の高付加価値化・ブランド力向上に資する地理的表示(GI)の保護制度を導入し、輸出促進を図る。(農林水産省)
- ・ご当地グルメなど、地域ブランドによる地域活性化に中心的に取り組んでいる商工会議所などが地域団体商標の登録主体となるように制度の拡充を図る。(経済産業省)

(4) 日本の高度な技術力を生かしたコンテンツ制作の促進

【現状】

- ・日本の強みである高度な技術力を生かしたコンテンツの制作について、これまでにコンテンツの制作を支援する技術開発や、先端技術とコンテンツビジネスの連携を強化する人財作りといった事業が行われている。

○コンテンツの創作を支える技術開発の取組(例)

- ・「デジタルメディア作品の製作を支援する基盤技術」科学技術振興機構(JST)研究(2004～2011年度)
コンピュータ等の電子技術を駆使した映画、アニメーション、ゲームソフト、さらにはその基礎となるCGアート、ネットワークアート作品等の高品質化(多次元化も含む)を目的とした映像や画像の入力・処理・編集・表示技術、インターフェイス技術、ネットワーク技術等に関する研究などを実施。

○科学技術とコンテンツ創作の融合促進の取組(例)

- ・コンテンツ創造科学産学連携教育プログラム
(科学技術振興機構(JST)委託事業(2004～2009年度))
国際競争力を持つコンテンツ産業の育成を目指し、先端技術と国際的なコンテンツビジネスの高度な専門知識を有するプロデューサー人材等を養成することを目的として、先端的研究に裏打ちされた自然科学と人文・社会科学との融合した教育を東京大学において実施。

【課題】

- ・海外コンテンツから差別化された我が国のコンテンツを効果的・効率的に生み出し、コンテンツ制作における競争優位を維持・向上を図る観点から、クリエイターの創造力触発及び創作を下支えする技術基盤整備との双方に我が国の強みである高度な技術力を活用可能な施策を検討することが必要。
- ・最先端科学技術を題材とした作品のヒットなどを踏まえ、クリエイターの創造力を触発する科学技術の普及啓発について検討することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・高度な日本の技術力を生かして、3次元映像技術、デジタルファブリケ

ーション(3次元プリンターなどでデジタルデータを基に造形すること)といったコンテンツ制作の高度化・効率化などに有効な先端技術開発を促進するなど、コンテンツ制作を効果的・効率的に行うための取組を支援する。(総務省、経済産業省)

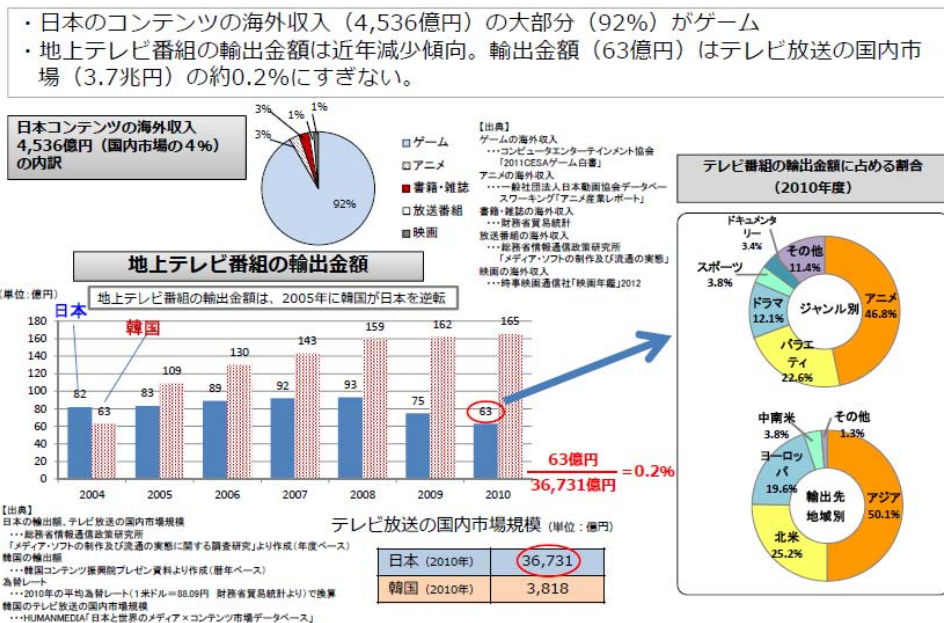
3. 日本ブランドのグローバルな発信

(1) 各国放送枠の確保や各地での日本イベントの実施

【現状】

- ・コンテンツの海外輸出、日本イベントについては、これまでに官民でコ・フェスタ、メディア芸術祭、JAPAN EXPOといった取組を実施するとともに、コンテンツの海外発信に対する総合的な支援事業を2012年度から開始している。

○テレビ番組の海外展開の現状⁸³



・クールジャパン・コンテンツ海外展開等促進事業(補助) (総務省、経済産業省)

日本のコンテンツの海外発信に対する総合的な支援(海外展開に必要な映像素材のローカライズやプロモーションへの支援等)を実施し、海外における日本ブームの創出を図り、消費財等関連産業の海外展開の拡大、観光等の促進につなげる。(平成24年度補正予算額:155億円(両省計))

⁸³出典:総務省資料

○イベントによる発信

・コ・フェスタ (JAPAN 国際コンテンツフェスティバル)

日本が誇るゲーム、アニメ、マンガ、キャラクター、放送、音楽、映画といったコンテンツ産業に関わるイベントが連携し、世界に向けてジャパンコンテンツを発信。

2011年度の総来場者数は約230万人。

(主なイベント)

・東京国際映画祭



・東京ゲームショウ



・CEATEC JAPAN



・メディア芸術祭

アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガの4部門において優れた作品を顕彰するとともに、受賞作品の鑑賞機会を提供するメディア芸術の総合フェスティバル。

受賞作品は、海外で実施される展覧会で展示・上映される。



(過去の受賞作品)

・Wii Sports (2007年)



・サマーウォーズ (2009年)



・JAPAN EXPO

マンガ・アニメ・ゲーム、音楽等の日本のポップカルチャーと、武道や茶道等の伝統文化を合わせた、世界最大規模の総合的日本文化紹介イベント。

JAPAN EXPO 2012では、原宿ファッションを紹介するイベント、各地の伝統文化の紹介、日本の城セミナーや沖縄民謡等を通じた訪日観光PR、東日本大震災からの復興写真の展示、J-POPのライブステージ、ギネスが公認した世界一の癒し系ロボット「パロ」についての講演会及びデモンストレーション等を実施。JAPAN EXPO 2012の来場者数は約21万人。



【課題】

- ・海外で日本のコンテンツをアピールするために、効果的な取組とともに、イベントなどにおける効果測定についても、併せて検討することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・日本のコンテンツや食と産業、文化を効果的にアピールするため、関連産業との連携や海外現地放送局・配信事業者との提携などにより、将来のビジネス展開を見据えた各地域の文化やニーズに合わせたコンテンツの現地化、売り込み、海外のチャンネルや放送枠の確保を促進し、日本の産業や文化と一体となった魅力あるコンテンツを供給する取組を支援する。(外務省、総務省、経済産業省、農林水産省)
- ・日本ブランドに関するイベントなどにおける発信力を強化するため、世界各地の日本コンテンツや製品のファンを拡大しながら、ファンと連携しつつ、外国人に日本ブランドの魅力を伝える取組を国内外で重点的かつ継続的に実施する。その際には、各イベント間の連携、インターネットの活用、外国人を取り込むことなどにより、効果的な発信を図るとともに、定量的な効果測定などを実施し、その評価を行いつつ、更なる発信力の強化を図る。(内閣官房、外務省、文部科学省、経済産業省、農林水産省、国土交通省)

(2) 国際会議などの活用による日本の魅力発信の強化

【現状】

- ・国際会議などの活用については、ダボス会議におけるジャパンナイトが良く知られているものの、より一層の活用に向けた取組の強化が求められている。

○世界経済フォーラム（ダボス会議）の現状（再掲）

ビジネス、政治等の社会におけるリーダーたちが連携することにより、世界・地域・産業のアジェンダを形成し、世界情勢の改善に取り組むフォーラム。そこで開催するジャパンナイトを通じ、日本の強み・魅力、日本的価値を世界に向けて発信。

2012年9月に中国・天津でサマーダボス、2013年1月にスイス・ダボスにて開催。

【課題】

- ・日本ブランドのPRのため、国際会議などの場の効果的な活用方法について検討することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・首脳外交やダボス会議といったグローバルに影響力を有する人々が集ま

る国際会議などにおいて、日本ブランドの持つ強みや魅力、「おもてなし」といった日本的な価値の対外アピールを強化し、併せて日本食材や日本産酒類などの普及促進を図る。(内閣官房、外務省、経済産業省、農林水産省、財務省、文部科学省)

4. 戦略的な海外展開の推進

(1) 海外展開のための資金供給

【現状】

- ・日本ブランドに係る海外展開支援に関しては、政府によるリスクマネーの供給が検討されている。

○経済産業省：クールジャパンを体現する幅広い日本企業海外展開支援
クールジャパンを体現する幅広い日本企業（コンテンツ、衣食住産業、家電・自動車、サービス、レジャー等）の海外展開を支援するためのリスクマネーを供給（平成25年度財政投融资計画額500億円）。

【課題】

- ・効果的・効率的な資金供給や事業の効果検証のための仕組みについて検討することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・魅力ある日本製品・サービスの海外における需要の開拓を官民一体となっていくため、産業化に向けたリスクマネーの供給や専門家派遣、助言などの支援を行う機関を設置し、各機関とも連携しつつ、中小・ベンチャー企業を含めた海外展開を行う企業などの取組を継続的に支援する。
(経済産業省)

(2) 各国基礎的調査の実施など海外展開支援の体制整備

【現状】

- ・各国の市場分析については、市場規模、日本コンテンツの普及状況、他産業の進出についての可能性などについては実施されているものの、日本コンテンツの普及に密接なかわりがあると考えられる法制度、文化、宗教などに関する詳細な調査が必要との指摘もある。

○主要各国の市場分析（サマリー）

		1 コンテンツ産業の市場規模・成長性			2 日系コンテンツへの受容性・普及状況	
		市場規模・成長性	2010年/20年 市場規模	年平均 成長率	日系コンテンツへの 受容性	日系コンテンツの 普及度
東アジア	中国	規模:大 成長性:大	13 27	7%	受容性:大	普及度:中
	韓国	規模:中 成長性:中	9 15	5%	受容性:中	普及度:中
	台湾	規模:中 成長性:中	9 15	5%	受容性:大	普及度:高
	香港	規模:中 成長性:小	2 2	3%	受容性:大	普及度:高
東南・南アジア・ オーストラリア	タイ	規模:中 成長性:中	2 3	5%	受容性:大	普及度:高
	インドネシア	規模:小 成長性:大	1 2	9%	受容性:中	普及度:中
	ベトナム	規模:小 成長性:大	0.1 0.2	9%	受容性:中	普及度:低
	シンガポール	規模:小 成長性:小	1 1	3%	受容性:中	普及度:中
	インド	規模:中 成長性:大	5 12	8%	受容性:低	普及度:低
オーストラリア	規模:中 成長性:中	na na		受容性:中	普及度:中	
欧州・中東・ アフリカ	サウジアラビア	規模:小 成長性:中	1 2	4%	受容性:中	普及度:低
	トルコ	規模:小 成長性:大	1 2	6%	受容性:中	普及度:低
	南ア共和国	規模:小 成長性:中	1 2	5%	受容性:中	普及度:低
	英国	規模:大 成長性:小	25 32	3%	受容性:低	普及度:中
	ドイツ	規模:大 成長性:小	22 26	2%	受容性:中	普及度:高
	フランス	規模:大 成長性:小	22 27	2%	受容性:大	普及度:高
	イタリア	規模:大 成長性:小	13 18	3%	受容性:中	普及度:高
	スペイン	規模:中 成長性:小	8 10	2%	受容性:中	普及度:高
	ロシア	規模:中 成長性:大	6 10	6%	受容性:中	普及度:低
	米州	米国	規模:巨大 成長性:小	106 132	2%	受容性:大
メキシコ		規模:中程度? 成長性:中程度?	na na		受容性:中	普及度:中
ブラジル		規模:中 成長性:中	6 9	4%	受容性:低	普及度:低

※他産業に
とっての
有望性等
は略

個別観点について
優先度の高い対象国

中程度以上の規模があり、成長性が高い
中国、インド、ロシア

中程度以上の受容性があり、普及度が低い
サウジアラビア、トルコ、
南ア共和国、ロシア

84

【課題】

- 日本のコンテンツは、海外展開の対象国・地域の法制度、宗教問題、民族の感性などの問題にあまり配慮していないとの指摘もあり、海外市場獲得に向け、市場分析などの基本的な調査や知的財産権被害の対策について検討することが必要。

【取り組むべき施策】

- 市場としての重要性がますます高くなるアジア新興国に関しては、企業OBや弁理士を含む知財人財を活用して現地大使館やジェトロなど在外

⁸⁴出典：経済産業省資料より一部抜粋

における支援の体制や取組を強化し、各国の知的財産制度の適切な運用に向けた働きかけ、模倣品被害の実態把握に努めるとともに、現地での日本企業のエンフォースメントや日本ブランド推進を含めた知的財産活動の支援を一層充実させる。(再掲)(経済産業省、外務省)

(3) コンテンツ規制の撤廃・緩和の働きかけの強化

【現状】

- ・外国製コンテンツに対する規制については、自国の文化保護などを目的として、中国、韓国などで導入されており、我が国コンテンツの海外展開に支障が生じている。

(参考) 各国のコンテンツ規制の例

<中国>規制の概要

- ・ 従来、外国映画の輸入は年約 50 本程度で、その内訳は利益分配型 20 本、買切型 30 本だったが、2012 年 2 月に米中で協議の結果、利益分配型が少なくとも 34 本となった。
- ・ 外国映画の上映は年間上映時間の 3 分の 1 以下。
- ・ 海外のドラマ・映画は 1 日の全放送時間の 25% 以下。(ドラマ・映画以外の外国番組は 1 日の全放送時間の 15% 以下とする。)
- ・ ゴールデンタイム(午後 7 時~10 時)では海外ドラマ、アニメの放送を禁止。

<韓国>規制の概要

- ・ 映画の年間上映日数の 20% 以上は韓国制作の映画。
- ・ 日本のバラエティ及び単独制作のドラマは地上波で放送禁止。
- ・ 地上波での国内製作番組比率を毎四半期の全放送時間の 80% 以上。(ジャンル別では国産映画は年間 25% 以上、国産アニメは年間 45% 以上、国内音楽番組は年間 60% 以上。)

(参考) 規制の対象外となる例

1. 国際共同製作

諸外国においては、海外市場の獲得や複数国間での資金調達・映画製作を円滑化する手法として国際共同製作を支援する総合的な支援制度があり、本来自国産作品にのみアクセスが認められる政府等の優遇措置について、一定の要件を充足する国際共同製作を認定し、優遇措置を受けられる。こうした利点とともに、相手国の放送制限規制、総量規制の対象外となる可能性もある。

2. フォーマット販売

番組の演出やスタジオセットの方法などのフォーマット(作り)を販売することで、現地製作会社が製作することから、相手国の放送制限規制、総量規制の対象外となる場合がある。

【課題】

- ・海外コンテンツに対して参入規制がある国・地域に対する規制緩和を如何に早急に実現するか、具体的な対応を検討する必要がある。

【取り組むべき施策】

- ・二国間や多国間の官民による協議・交渉において、映画・放送番組・マンガ・アニメといったコンテンツの輸入規制を文化・産業面での大きな

参入障壁として捉え、協議・交渉全体の中でコンテンツ規制の緩和・撤廃を優先度の高い課題として取り上げ、ハイレベルでの働きかけを強力に進めていく。(外務省、経済産業省、総務省)

5. 国内外から人を日本に呼び込むインバウンドの推進

(1) 海外からのロケ撮影の誘致促進

【現状】

- ・海外からのロケ撮影には高い経済効果が期待される一方、日本では、ロケ撮影に係る規制などのため、海外に比べロケ撮影が困難との指摘がある。
- ・2011年12月、アジアにおけるコンテンツ産業拠点都市の創造を目指す「札幌コンテンツ特区」が地域活性化総合特別区域に指定され、現在、ロケ撮影に必要な規制の特例措置を始め、特区構想の実現に向けて検討を実施中。

○ロケ撮影による経済効果

- ・ニュージーランドは、映画「ラストサムライ」(2003年)のロケを誘致。製作時の地元への経済効果は約68億円。
- ・秋田は、韓国との共同製作ドラマ「アイリス」(2009年)の舞台になり、観光客数が4倍に増加。

○札幌コンテンツ特区

- ・2011年12月、総合特別区域法第31条に基づき、**「札幌コンテンツ特区」が地域活性化総合特別区域に指定**。
- ・2012年5月、海外からのロケ撮影隊をワンストップで支援する**札幌映像機構が設立**された。
- ・総合特区推進調整費を活用した財政支援により、2012年度にコンテンツ産業強化対策支援事業1.7億円を措置。
- ・現在、ロケ撮影に必要な規制の特例措置(各種許可手続の迅速化など)を始め、**特区構想の実現に向けて検討を実施中**。
- ・札幌市は、「札幌コンテンツ特区」により、2015年度には、ロケ撮影等映像制作の誘致・実施に伴う直接経済効果は68億円、札幌の事業者が制作した映像の輸出額は2.3億円、映像コンテンツ視聴者(外国人)が札幌に観光に訪れる人数として115万人を見込む。



札幌市

【課題】

- ・海外からのロケ撮影の誘致による経済効果や訪日観光客の増大に向けては、ロケ撮影に係る規制が問題と指摘されていることから、コンテンツ特区の成果を他地域で活用するとともに、新たな規制緩和や制度運用の見直しなどなどについても検討を進める必要がある。

【取り組むべき施策】

- ・海外からのロケ撮影の誘致に向けて、コンテンツ特区において得られた成果について他地域での運用可能性を検討し、必要な措置を講じる。(内閣官房、経済産業省、国土交通省、警察庁)
- ・地域資源を活用して日本の多様な魅力を発信するため、全国各地でのフィルムコミッションなどとの連携やロケ地情報の集約・提供などを通して、地域でのロケ撮影の受入れ体制整備を推進する。(経済産業省、文部科学省)

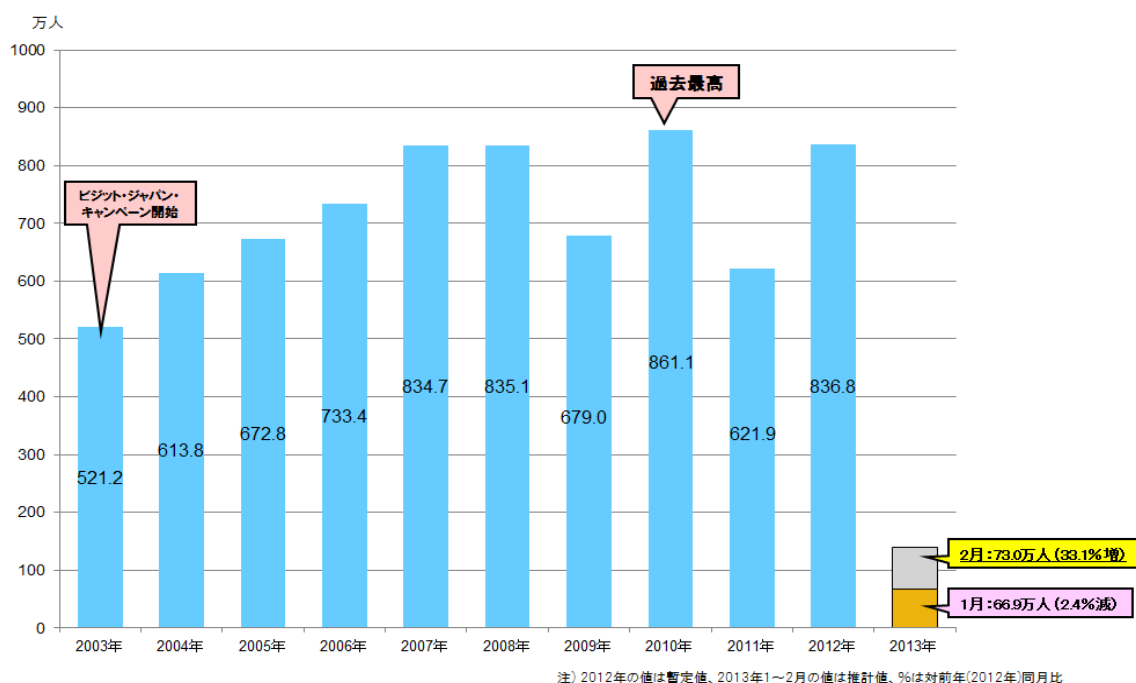
(2) 個人旅行の促進・ビジネス観光への取組強化

【現状】

- ・訪日外国人旅行者数は2010年には過去最高の861万人を記録。2011年に東日本大震災などの影響により大きく減少したものの、2012年は震災前水準まで回復した。
- ・日本国内での国際会議の開催件数は増加しているものの、アジア・大洋州地域の主要国が開催件数を大きく伸ばしている中、日本のシェアは低下している。

○訪日外国人旅行者数の推移

85



⁸⁵出典：日本政府観光局(JNTO)

○MICE マーケットの動向

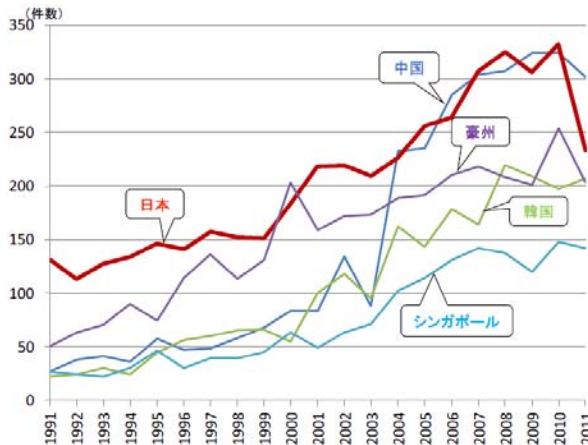
(第1回 MICE 国際競争力強化委員会(2012年11月28日開催) 資料1 抜粋)

※MICE: 多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字。

＜アジア主要国と我が国の開催状況＞⁸⁶

- アジア太平洋地域を国別に見ると、我が国を含む主要国は近年全て開催件数を伸ばしている。
- 90年代は域内では日本が圧倒的な存在感を示していたが、2000年前後から中国、韓国、シンガポール等の主要国が開催件数を大きく拡大しているところ。

アジア・大洋州における主要国の国際会議開催件数(1991～2011)



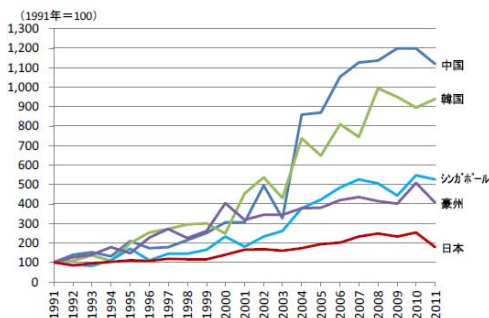
世界における国別の国際会議開催件数(2011)

順位	国名	件数
1	米国	759
2	ドイツ	577
3	スペイン	463
4	英国	434
5	フランス	428
6	イタリア	363
7	ブラジル	304
8	中国	302
9	オランダ	291
10	オーストリア	267
11	カナダ	255
12	スイス	240
13	日本	233
14	ポルトガル	228
15	韓国	207
16	オーストラリア	204

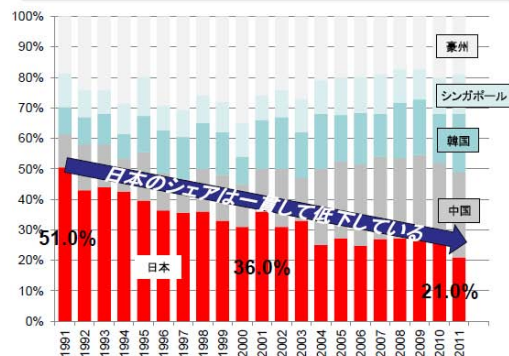
＜アジア・大洋州主要国の状況＞⁸⁷

- アジア太平洋地域は国際会議の開催数の増加率を国別で比較すると、アジアの主要国は全て我が国よりも急速に増加。特に過去10年、中国、韓国等が大きく開催数を伸ばしている。
- 域内の主要5ヶ国(日本、中国、韓国、シンガポール、臺灣)の総開催件数に占める我が国のシェアを見ると、20年前には5ヶ国の開催数の51%を占めていたところ、その後一貫して低下し続け昨年は21%にまで落ち込んでいる。
- アジア域内の成長に伴って我が国の占める割合がある程度低くなるのはやむを得ない面もあるが、それ以上に我が国の誘致競争力が落ちつつある証左とも懸念される。

アジア・大洋州地域の主要国の国際会議開催件数増加率



アジア・大洋州地域の主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移(1991～2011)



⁸⁶出典：ICCA (国際会議協会) 統計より作成

⁸⁷出典：ICCA データベース(2012年9月時点データ)より作成

※ICCA データベースは IC CA 会員の申請・登録によって作成されているため直近年の数値は今後も増加する可能性がある。

【課題】

- ・訪日外国人旅行者数の拡大、国際会議などのMICE誘致の具体的な促進に向けて、官民一体となって効果的な情報発信などを実施することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・訪日外国人旅行者の誘致を強化するため、個人旅行の促進に向けた情報発信などを強化するとともに、今後の成長市場も視野に入れ、各市場に対応した効果的なプロモーションを実施する。(内閣官房、国土交通省、外務省)
- ・MICE誘致のためのマーケティング戦略の構築、受入れ環境の整備などを通し、MICE誘致の国際競争力強化を図る。(国土交通省)
- ・地域資源などの日本の魅力を盛り込んだコンテンツの海外展開支援を通して訪日観光への関心を高めるなど、日本のコンテンツ、ファッション、食などの発信とビジット・ジャパン事業の連携により、訪日外国人旅行者やMICEの効果的な誘致を図る。(国土交通省、経済産業省、総務省、農林水産省、文部科学省)

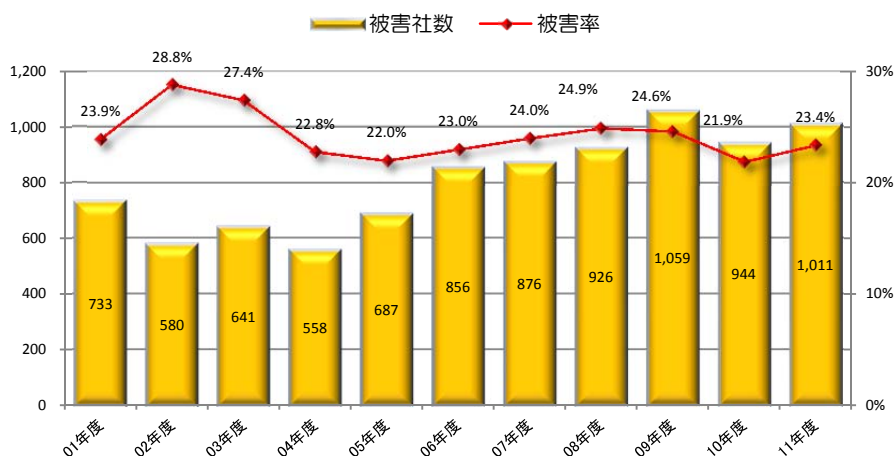
6. 模倣品・海賊版対策の強化

(1) 正規品の流通拡大と一体となった侵害対策の推進

【現状】

- ・模倣品・海賊版による被害は、侵害行為の巧妙化・悪質化やデジタル化・ネットワーク化の急激な進展を背景に、依然として深刻な状況。

○模倣被害社数と模倣被害率⁸⁸の推移⁸⁹（企業・団体へのアンケート結果、2012年度、有効回答社数4,324社）



【課題】

- ・模倣品・海賊版対策の強化に向けて、効果的なエンフォースメントの方法について検討するとともに、正規品が流通する環境整備を進めていくことが必要。例えば、国外におけるコンテンツ正規配信の普及促進に向けた基盤整備が、違法コンテンツ対策の一環としても求められている。

【取り組むべき施策】

- ・模倣品・海賊版対策を強化するため、官民一体となった働きかけや各国との連携により侵害発生国での模倣品・海賊版の取締りやインターネット上からの削除といったエンフォースメントの一層の強化を図るとともに、侵害対策と一体となった正規コンテンツの流通促進のための取組を支援する。（外務省、経済産業省、総務省、文部科学省、財務省、農林水産省）
- ・コンテンツ侵害への対応の強化に資する著作権保護や違法コンテンツ流通防止に向けた普及啓発活動を行うため、官民のアウトリーチ活動を積極的に推進する。（文部科学省）
- ・侵害発生国における企業などの効果的な知的財産権保護を促進するため、侵害発生国の知的財産制度の調査及び情報提供、侵害コンテンツの流通防止に向けた普及啓発などの取組を積極的に推進する。（経済産業省、文部科学省、外務省）

⁸⁸模倣被害率＝模倣被害社数／総回答社数

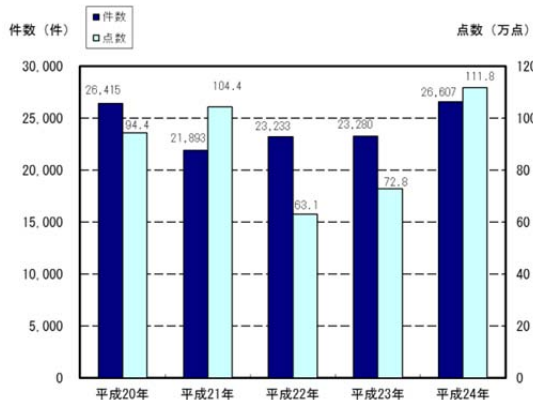
⁸⁹出典：特許庁「2012年度模倣被害調査報告書」

(2) 国内取締りの強化

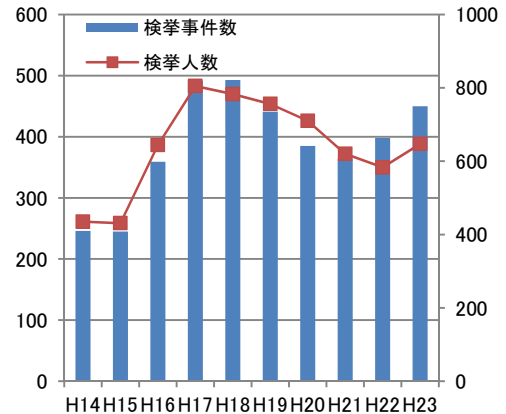
【現状】

- 税関や警察による模倣品・海賊版の取締状況は、ここ数年、概ね横ばい又は上昇傾向であり、一定の成果を上げているものと認められるが、依然として、模倣品・海賊版が国内で流通していることの裏返しとも言え、その状況は、国民の意識調査結果からも窺われる。

○水際での知的財産侵害物品の輸入差止実績



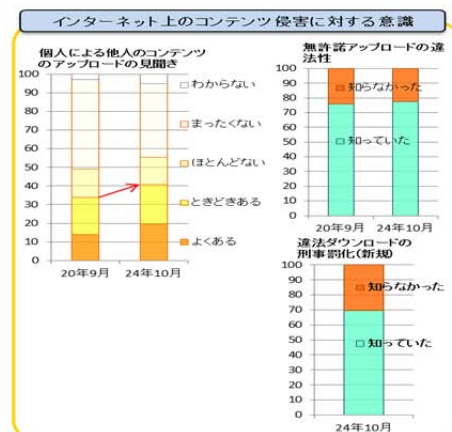
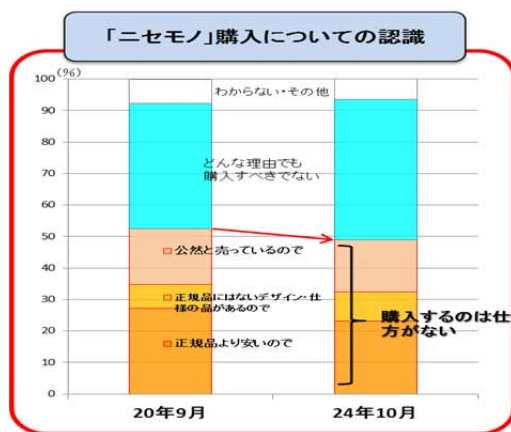
○国内での知的財産権侵害事犯の検挙状況



○知的財産に関する特別世論調査の結果概要

対象： 全国の20歳以上の日本国籍を有する者3,000人（有効回収率62%）
 実施期間： 平成24年10月4日～14日（前回：平成20年9月11日～21日）
 主なポイント：

- 模倣品・海賊版に関する国民の意識が高まりつつあるものの、依然として半数近くがニセモノ購入を容認。（若年層（20～29歳）において、ニセモノ購入容認が多い。）
- インターネット上で個人による他人のコンテンツのアップロードを見聞きする機会は、増加傾向。
- 違法ダウンロードの刑事罰化に関する普及啓発活動は、一定の成果。 など



【課題】

- 模倣品・海賊版による被害は我が国利益の喪失につながることから、国内外ともにこれを防止し、取り締まることが求められており、引き続き

効果的な対応を検討することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・模倣品・海賊版の水際対策や違法な国内流通品の取締りを一層強化するため、全国の税関・警察による集中取締りや、小口化・分散化する知財侵害物品の輸入差止めに向けた権利者との一層の連携などを実施するとともに、ニセモノ購入を容認する意見が依然として根強い状況にかんがみ、国民の模倣品・海賊版に対する意識啓発を推進する。(財務省、警察庁、経済産業省、文部科学省)

(3) ACTAの推進

【現状】

- ・偽造品の取引の防止に関する協定（ACTA）については、2012年に我が国が最初の締約国となった。他の署名国は国内の締結手続きを進めているところ、早期発効に向けた他国への働きかけ強化が求められている。

ACTA(偽造品の取引の防止に関する協定)について

- ACTAとは、増大する模倣品・海賊版による被害に対し、より効果的に対処するための知的財産の執行に係る新たな国際的な法的枠組み。
- ACTAにより、①模倣品等の輸出規制の強化、②デジタル環境下の違法な二次利用対策、③映画盗撮・不正ラベル対策の強化等が期待される。

これまでの主な経緯

- 2005年のG8グレン・イーグルズサミットにおいて、我が国は、知的財産権侵害物品の拡散防止のための法的枠組み策定の必要性を提唱。
- 日米を含む11カ国・地域による交渉の結果、2010年10月の東京会合において大筋合意し、2011年4月に採択。
- これまでに、日本、オーストラリア、カナダ、EU及びEU加盟22カ国、韓国、メキシコ、モロッコ、NZ、シンガポール、米国が署名。
- 2012年10月、我が国はACTAを締結（最初のACTA締約国）。
- 他のACTA署名国は、それぞれ締結に向けて国内手続きを進めているところ。

【課題】

- ・我が国コンテンツ産業の利益の確保のため、ACTAの早期発効や参加拡大に向けた具体的な取組について検討することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・ACTAに関し、既署名国を中心とした他国に対して、ハイレベルを含めた働きかけをより積極的に進めることにより、協定の早期発効を目指

すとともに、アジアを始めとする諸外国に対し協定への理解・参加を促す。(外務省、経済産業省、文部科学省、農林水産省、総務省、法務省、財務省)

7. コンテンツ人材の育成

(1) クリエーターの裾野の拡大

【現状】

- ・小学校・中学校などにクリエイターを派遣するなど、クリエイターの裾野拡大のための取組がなされているところ、日本のコンテンツ産業を維持するため、将来のコンテンツ産業を支える子どもたちへの教育の必要性が指摘されている。

○次代を担う子どもの文化芸術体験事業（文化庁）⁹⁰

- ・2010年度から、小学校・中学校等において一流の文化芸術団体による巡回公演を行い、又は小学校・中学校等に芸術家を派遣することにより、次代の文化の担い手となる子どもたちの発想力やコミュニケーション能力の育成を図り、将来の芸術家の育成や国民の芸術鑑賞能力の向上につなげることを目的として実施。
- ・実績
2010年度：約2,900件、2011年度：約3,400件、2012年度：約3,500件

【課題】

- ・クリエイターの裾野拡大に向けて、子どもたちに対して文化芸術に触れる機会を増やすための効果的な施策について検討することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・クリエイターによる学校訪問、巡回公演やワークショップ、体験教室の開催を通じて、子どもの頃からメディア芸術を含む様々な文化芸術を体験することにより、子どもたちの発想力やコミュニケーション能力を養い、将来のクリエイターの育成を図る。(文部科学省)
- ・新しい学習指導要領などに基づき、学校教育における創造活動、知財教育及び情報モラル教育（情報社会で適正に活動するための基となる考え方や態度を身につけるための教育）を実施する。(文部科学省)
- ・学校教育において、子どもたちに対する様々な学習・体験の機会の提供や教職員の意識・指導力向上などを通して、クリエイターを含めた多様なキャリア形成に共通して必要な能力や態度を身に付けさせることと併せて、これらの育成を通じて価値観、とりわけ勤労観・職業観を自ら形成・確立することができる子どもを育成するキャリア教育を推進する。(文部科学省)

⁹⁰出典：文化庁

(2) 若手クリエイターの育成

【現状】

- ・映画、アニメなどの分野において、若手クリエイターのコンテンツ制作を支援する取組がなされているところ、人財育成のためには、現にものづくりに携わっている人財に対してインセンティブを付与することが重要であるとの指摘がある。

○若手映画作家育成プロジェクト（文化庁）⁹¹

- ・2006年度から、若手映画作家に対して、ワークショップや実際の映画制作団体との短編映画制作を通して映画制作の技術や知識を習得する機会を提供することで、次代を担う人材の育成を実施。
- ・過去の制作例
平林勇監督「BABIN」(2007年度) (第61回ロカルノ国際映画祭 Leopards of Tomorrow Competition 部門で Film and Video Subtitling Prize(審査員特別賞)を受賞)
- ・実績（プロジェクト参加人数）
2006年度:8人、2007年度:5人、2008年度:5人、2009年度:5人、2010年度:5人、2011年度:5人

○短編制作プロジェクト（経済産業省）⁹²

- ・2010年度から、若手映像クリエイターを発掘・育成し、発表の場を提供することで、我が国コンテンツ産業の裾野を拡大することを目的として、若手映像クリエイターに短編映像作品の企画開発から映像制作までを行う機会を提供。
- ・過去の制作例
吉野耕平監督「日曜大工のすすめ」(2010年度) (第16回釜山国際映画祭 Short Films Special Mention 部門特別賞を受賞)
- ・実績（プロジェクト参加人数）
2010年度:11人、2011年度:3人

○若手アニメーター等人材育成事業（文化庁）⁹³

- ・2010年度から、将来のアニメーションを担う若手アニメーター等の育成を図るため、制作段階でスタッフに若手人材を起用し、オン・ザ・ジョブ・トレーニング(OJT)を組み込んだ実際のアニメーション制作現場における人材育成を実施。
- ・実績（研修人数）
2010年度:33人、2011年度:22人

○メディア芸術人材育成支援事業（文化庁）⁹⁴

- ・2010年度から次代のメディア芸術分野を担うクリエイター、教育者、研究者等の育成を促し、もって我が国のメディア芸術水準の向上と発展に資することを目的とし、我が国のメディア芸術を推進する団体が実施する人材育成事業を支援。
- ・実績（採択件数）
2010年度:13件、2011年度:11件、2012年度:6件
※事業例「CGアニカップ2012」:日本、台湾、EUの各地域から選抜された自主制作CGアニメ作品を団体戦の形式で競う。インターネットを通じた観戦が可能であり、勝敗は審査員のポイントの他、インターネット上の投票で判定。

⁹¹出典：映像産業振興機構（VIPO）HP

⁹²出典：UNI JAPAN HP、経済産業省

⁹³出典：文化庁

⁹⁴出典：文化庁、CGアニカップHP

【課題】

- ・コンテンツの制作現場でものづくりへ携わっている人財に対するインセンティブの付与などによって、より効果的な若手クリエイターの育成支援を実施することが必要。

【取り組むべき施策】

- ・若手クリエイターの育成に向けて、ものづくりを含むコンテンツ制作現場で創造・発信活動を進めている若手を対象とした表彰制度や、作品制作及び発表機会を提供する。(文部科学省)
- ・遠隔地にいる多くの人による活用や交流を容易にするためにインターネットを利用するなど、効果的なクリエイターの育成を支援する。(文部科学省、総務省)

(3) グローバル人財の育成

【現状】

- ・プロデューサー・クリエイターの留学・海外研修支援のほか、グローバル化などに対応した人財を養成するための学習システムの基盤整備のための取組が実施されているものの、未だ、国際的なコンテンツ制作を担うことのできる人財の不足が指摘されている。

○プロデューサーの留学等支援（経済産業省）⁹⁵

- ・2010年度から、コンテンツ産業の国際展開及び国際共同製作を推進し、「国際コンテンツビジネスプロデューサー」の育成を目指し、世界最高水準のプロデューサーコースを有する米国フィルムスクール（大学院）への留学支援を実施。
- ・実績（留学支援者数）2010年度：1人、2011年度：4人、2012年度：3人

○クリエイター等の海外研修支援（文化庁）⁹⁶

- ・1967年から、クリエイター・プロデューサーを含む各分野の若手芸術家に海外で実践的な研修に従事する機会を提供し、研修する際の渡航費・滞在費を支援。
- ・過去の派遣者例：諏訪 敦彦（2002年度）
※主な監督作品「不完全なふたり」（2005年）（第58回ロカルノ国際映画祭コンペティション部門審査員特別賞及び国際芸術映画評論連盟賞受賞）

○成長分野における中核的人材養成の戦略的推進事業（文部科学省）⁹⁷

- ・産業界等のニーズを踏まえた中核的専門人材養成を戦略的に推進していく観点から、各成長分野における人材養成に係る取組を先導する広域的な産学官コンソーシアムを組織化し、中核的専門人材養成のための新たな学習システムの基盤を整備のための取組を実施。
- ・本事業の対象分野は、環境・エネルギー、医療・福祉・健康、IT（クラウド、ゲーム・CG等）、食・農林水産、クリエイティブ（デザイン・ファッション等）、観光等

⁹⁵出典：経済産業省

⁹⁶出典：文化庁

⁹⁷出典：文化庁

【課題】

- ・海外展開を視野に入れた作品を製作することのできるクリエイターやプロデューサーの育成が必要。

【取り組むべき施策】

- ・留学・海外研修や海外のクリエイター・プロデューサーとの交流を通して、海外でのコンテンツ製作の技能・知識を習得させるとともに、国際的な感覚を身に付ける機会を設け、国際的に通用するクリエイター・プロデューサーを育成する。（文部科学省、経済産業省）
- ・専修学校、大学及び業界団体による産学連携コンソーシアムを活用して、グローバルに活躍するクリエイター・プロデューサーの育成強化を図る。（文部科学省）

（４）コンテンツ制作現場の環境の改善

【現状】

- ・クリエイターに対する利益の還元が適正でなく、優れたクリエイターの育成・確保に向けた取組の必要性が指摘されている。

○アニメーターの制作環境⁹⁸

職種別年収（単位：万円）

職種	年収
監督	454.5
演出	495.0
総作画監督	513.1
作画監督	399.5
原画	232.5
動画	105.9

年代別年収（単位：万円）

年代	年収
70才代	30.0
60才代	491.5
50才代	413.7
40才代	401.2
30才代	213.9
20才代	110.4

【課題】

- ・優れたクリエイターの確保のため、若手クリエイターの処遇改善、利益の適切な還元について、検討を進めることが必要である。

⁹⁸出典：（一社）日本アニメーター・演出協会（JAnicA）2008年度アニメーター実態調査

【取り組むべき施策】

- ・コンテンツ制作現場に適正にビジネス活動の利益が還元される環境を整備し、取引の適正化を図るため、独占禁止法及び下請代金支払遅延等防止法を厳正に運用するとともに、クリエイターの就労環境の改善向上の重要性にもかんがみ、取引適正化のため、クリエイターの携わる製作取引適正化に関するガイドラインの普及啓発を進める。(公正取引委員会、経済産業省、総務省)