

# コンテンツ産業の現状と 今後の発展の方向性

平成25年9月  
経済産業省  
商務情報政策局  
文化情報関連産業課  
(メディア・コンテンツ課)

## 現状と課題

- コンテンツ、ファッション、アニメ等、海外で人気の高い日本の商品・サービスは多数存在。  
こうした「日本の魅力」を「産業」に転換し、経済再生・地域活性化につなげることが必要。
- しかしながら、日本の魅力を海外にアピールする上で潜在能力を十分発揮できておらず、海外需要を取り込めていない。
- 特に、クールジャパンを支えるクリエイター、デザイナー等や中小企業は、足がかりにすべき海外拠点がなく、金融機関からの資金調達が困難である等の理由により、単独で海外展開することは困難な状況。
- このため、戦略的な海外展開のためのクールジャパン戦略の早期作成、実行が必要。

## 戦略的海外展開のための対応

### ①日本ブーム創出

#### 日本の魅力の効果的発信

〔 コンテンツの海外展開 〕

ローカライズ支援等

### ②現地で稼ぐ

#### 現地で稼ぐための プラットフォーム構築

〔 日本のコンテンツ専用チャンネルの確保や商業施設等における関連商品の販売 〕

リスクマネー供給等

### ③日本で消費

#### 日本に呼び込み 大きく消費を促す

〔 外国人観光客・ビジネス客の集客 〕

ビジット・ジャパン

## クールジャパン関連商品

### 1. 日本ブーム演出 (配信・放送メディア)

### 2. 現地で稼ぐ (ロジスティクス・商業拠点)

### 3. 日本で消費 (インバウンド)

## 異業種連携による インキュベーション の仕組み

○特定分野で企業が「大きく稼ぐ」海外事業を行う際の  
**リスクマネー供給**

○**全体戦略の立案**及び  
個別企業への各種**行政サービス**

## コンテンツ

- アニメ
- 音楽番組
- 情報番組 等

- 店舗 (キャラクターグッズ等)
- イベント・ライブ会場
- CM出演 (タレント)
- ダンス教室・ゲーセン 等

- 秋葉原【オタク層】

## <消費財(BtoC)>

## 衣

- ファッション番組
- ドラマ 等

- 店舗 (服、ネイルサロン等)
- ECサイト
- ファッションショー 等

- 銀座【マダム層】
- 渋谷【カワイイ系】
- 原宿【ストリート系】

- ファッション・アパレル
- 美容・化粧品

## 食

- 料理番組
- ドラマ 等

- 店舗・レストラン
- スーパー・コンビニ 等

- 築地【寿司】
- 野田【醤油】

- 外食 (寿司、ラーメン、菓子等)
- レトルト等加工食品
- 酒・飲料
- 食器・調理器具

## 住

- バラエティ番組
- ドラマ 等

- 店舗 (家電量販店等)
- ディーラー
- ECサイト 等

- 京都【ラグジュアリー層】

- 家電、ウオッシュレット等
- インテリア・家具
- 文房具・雑貨・伝統工芸品

## 観光

- 旅番組
- 情報番組 等

- 旅行代理店 (ツアー)
- 航空会社 等

- 北海道【スキー客】
- 沖縄【ダイビング客】

- 観光名所
- 旅館・ホテル等

**現地放送局との提携等を通じた放送・配信チャネル確保**

※日本発のコンテンツ・ファッション・食・観光等を海外の消費者に周知し、現地で日本ブームを創出

**商業施設など小売流通業との連携等による販路開拓**

※物販やサービス提供を通じて現地で収益をあげる仕組みを構築 (店舗、EC、TVショッピング等)

**「ビジット・ジャパン」**

※本場 (聖地) に日本ファンを呼び込み、日本での消費に結びつける仕組みの構築

**国富の増大**

## 概算要求事業

- I. コンテンツ産業強化対策支援事業
- II. コンテンツ海賊版対策強化事業

# I. コンテンツ産業強化対策支援事業

# コンテンツ産業強化対策支援事業費

平成26年度概算要求額 7.0億円（7.9億円）

商務情報政策局 文化情報関連産業課  
03-3501-9537

## 事業の内容

### 事業の概要・目的

- 我が国コンテンツ産業の強化は、早期に取り組む必要がある代表的な施策とされています（「成長戦略（平成25年6月閣議決定予定）」）。
- 実際、我が国のコンテンツは海外からも高い人気を集めていますが、その輸出比率は5%にすぎず、海外での高い人気を経済的利益に転換できていません。
- このため、国際見本市の開催、政府間対話・官民対話による国際共同製作の推進、世界に通用するコンテンツビジネスプロデューサー育成等に取り組みます。

### 条件（対象者、対象行為、補助率等）



## 事業イメージ

- コンテンツ中小事業者は自ら海外市場獲得に打って出る体力に乏しいため、政府のイニシアチブの下、各業界を束ねた国際見本市を実施し、我が国のコンテンツを一体的に国内外に発信するとともに、海外発信効果を最大化するための連携支援を実施します。
- アジアを中心とした各国との政府間対話やアジア・コンテンツ・ビジネスサミットの開催を通じ、国際共同製作やアジア地域の官民コンテンツ関係者の更なる協働を推進します。
- 有望な若手プロデューサーに、海外の専門教育機関（米国UCLA映画学部等を想定）で、最先端のノウハウの習得から国際人脈のネットワーク化まで幅広い研鑽を積むための長期研修等を支援します。



映画の国際見本市での商談風景



中国での日本アニメ紹介事業

### 開発・制作フェーズ

#### ①プロデューサー人材の育成

バリューチェーン全体を統括し、コンテンツ産業の海外展開の中核となる人材を育成するため、米国トップフィルムスクールへの留学を支援。

#### ②コンテンツ海外展開新会社の設立 (企画開発支援)

国内コンテンツの海外展開を支援する「All Nippon Entertainment Works」が、産業革新機構により設立。グローバル市場をターゲットとした企画開発支援を行う。

#### ③国際共同製作の推進

国際共同製作による映画の制作活動を支援する制度を創設（文化庁）。（補助金申請の前提となる、国際共同製作の認定に経産省も協力）

### マーケティング支援

#### ④コンテンツポータルサイトによる発信強化

日本のコンテンツの情報を国内外に発信し、海外プロモーション及び新たなビジネスチャンスを生み出す。

#### ⑤コ・フェスタ留学生アンバサダー

日本の大学または大学院在学中の外国人留学生が日本の文化やコンテンツを深く理解し、その魅力を自国はじめ、海外に広く紹介する。

#### ⑥アジア消費トレンドマップ

アジアの各国市場におけるコンテンツの消費性向やトレンドをタイムリーに把握するため、ウェブ上で得られる情報から消費トレンドを予測するシステムを構築

### 流通フェーズ

#### ⑦コ・フェスタの開催（国際見本市）

ゲーム、アニメ、漫画、キャラクター、音楽、映画といったあらゆる国際見本市を束ねた「コ・フェスタ」を開催。日本コンテンツを海外にアピール。

#### ⑧国際的な枠組みの活用

「アジア・コンテンツ・ビジネスサミット（ACBS）」「日中映像交流事業」ERIA「映像コンテンツ産業研究プロジェクト」等を官民連携により開催し、国際間の課題の解決に向けて議論。

#### ⑨「クール・ジャパン推進機構」の設立

産業化に向けたリスクマネーを供給するため、財政投融资特別会計（投資勘定）を活用（平成25年度500億円）してファンドを設立。

#### ⑩コンテンツ海外展開等促進事業

プロモーション効果が高く他産業への波及効果が強い各種コンテンツの海外展開をローカライズ支援（字幕付与や吹き替えなど）・プロモーション等の支援を行う。

#### ⑪逸失利益の回復（海賊版対策）

コンテンツ海外流通促進機構（CODA）を通じて、中国を初めとする著作権侵害が特に多発する国における違法コンテンツ削除要請を推進。

### その他の施策

#### ⑫ソーシャルゲーム等の課題の整理

オンラインゲームやSNS等の新たなプラットフォーム事業者が抱える課題について整理。

#### ⑬映画等のロケ誘致による地域活性化

ロケ撮影の誘致を通じて魅力を発信をするとともに、観光などのインパウンドを取り込み、地域の活性化を図る。

#### ⑭電子書籍

##### 【「（株）出版デジタル機構」の設立】

書籍のデジタル化、電子書店等への提供、収益配分等をワンストップ化することで、業界全体の効率化・コストダウンを実現し、日本の電子書籍業界の国際競争力を強化。

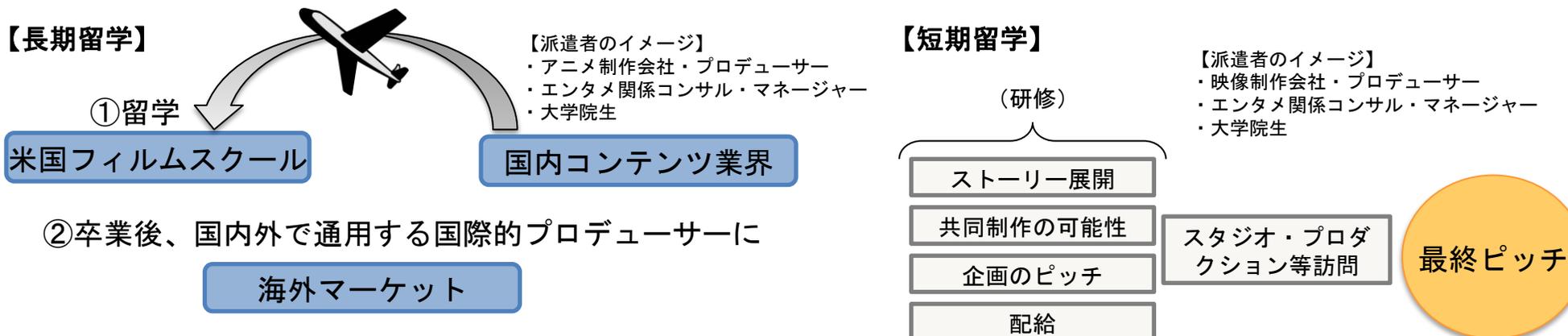
##### 【コンテンツ緊急電子化事業】

中小出版社が持つ既存の書籍等を電子化し電子書籍市場を活性化し、電子化作業を被災地域で行うことで、被災地の雇用と産業集積を促進する。また被災地域に所在する図書館の求めに応じて、電子化対象書籍を献本。

- ▶ 米国等最先端の映画・映像制作関連の教育機関への留学を支援。
- ▶ コンテンツビジネスに関する法務・会計・資金調達のグローバルスタンダードな知識を有する。プロデューサー人材の育成を図る。

## 海外留学支援制度

コンテンツ産業のプロデューサーの育成支援として、ハリウッドなどが培ってきた国際的な手法を学べる米国フィルムスクールに留学。



## 国内人材育成支援制度

国際レベルでの共同製作に関するトレーニングを通して、若手人材に国際的な交流の機会を提供し、将来の国際共同製作にむけた人的ネットワークの構築を目指す。



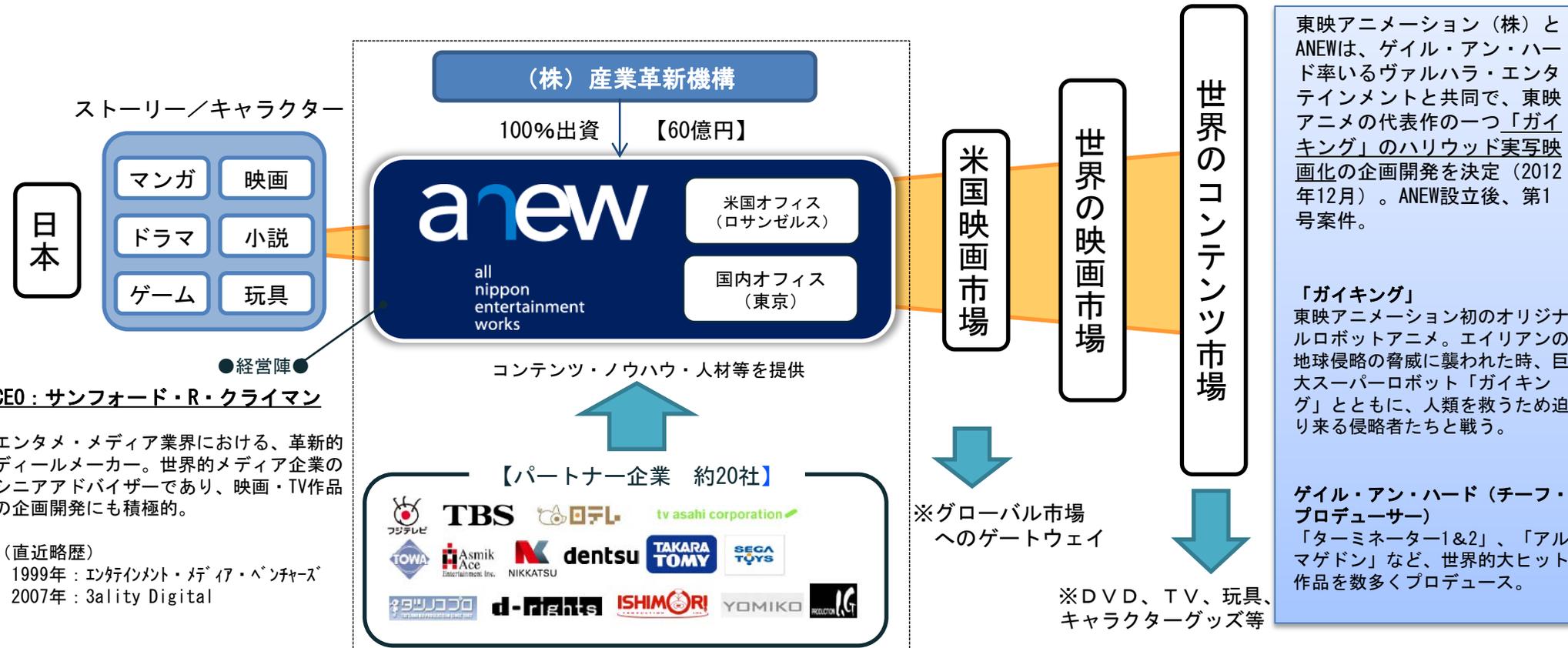
※2011年度：札幌、夕張で実施。  
2012年度：沖縄で実施。  
2013年度：検討中。

## ② (参考) コンテンツの海外展開支援会社 (ANEW) の設立

- ▶ アジア諸国を含むグローバルなコンテンツ市場に進出するためには、米国映画市場（ハリウッド）をゲートウェイとするのが近道。
- ▶ 2012年2月から、コンテンツの海外展開を支援する「株All Nippon Entertainment Works (ANEW)」が事業開始。グローバル市場をターゲットとしたエンタテインメント作品の企画開発支援を行う。

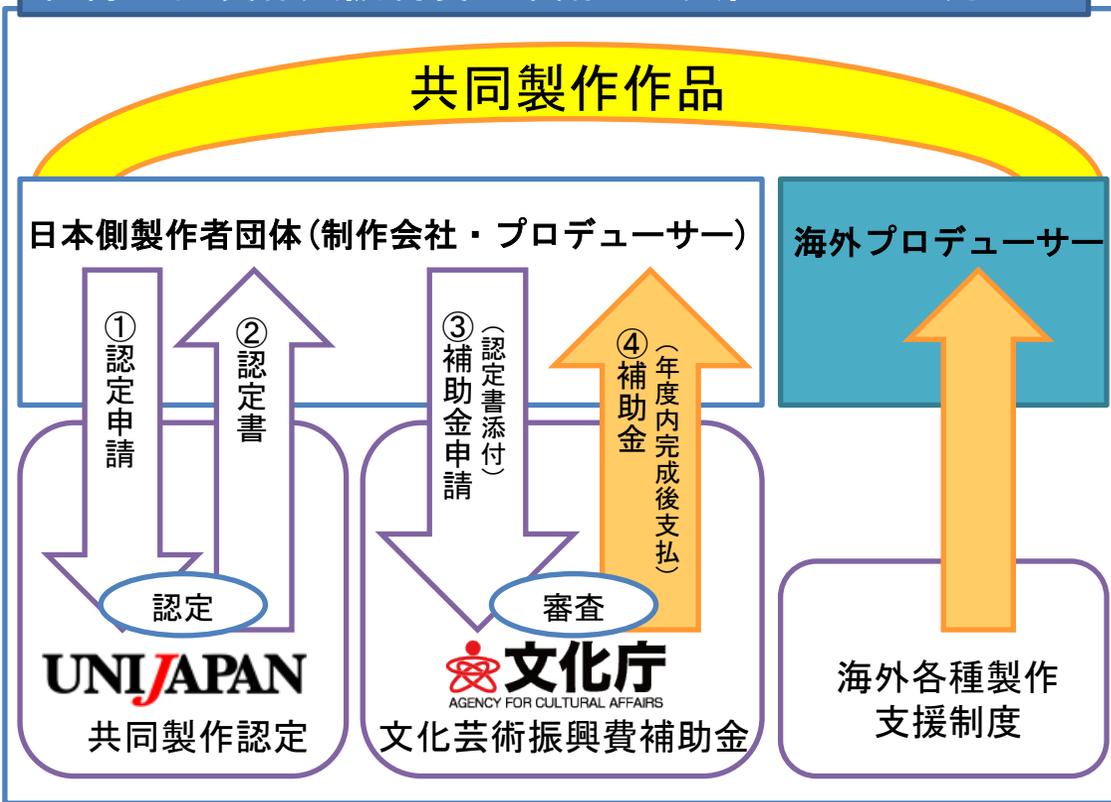
### <期待される役割>

- ▶ コンテンツの権利関係を整理して映画化権等を取得する。
- ▶ 当初からグローバル展開を視野に入れた大規模な企画開発を行い、ハリウッドで提案を通す。  
→日本のコンテンツ業界に海外展開のノウハウを蓄積し、対価が国内に還流する仕組みを構築。



- 2011年度より、国際共同製作による映画の製作活動を支援する制度を創設（文化庁）。（補助金申請に必要な国際共同製作の認定に経済産業省も協力。）
- 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、以下2点に該当する作品が支援対象。
  - ① 日本の製作者の海外市場獲得に寄与
  - 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

#### 国際共同製作支援制度～申請から支払いまでの流れ～



#### 採択実績 (2012年度)

	劇映画	アニメーション
申請数	5件	3件
採択数 (相手国)	3件 (中国(2)、韓国)	1件 (米国)
助成予定額	約1.5億円	0.5億円

#### 国際共同製作申請等の推移

	劇映画		アニメーション	
	2011	2012	2011	2012
申請数	8	5	3	3
採択数	3	3	2	1
助成額 (億円)	0.8	1.5	1.0	0.5
相手国	中国 台湾 仏*	中国 韓国	香港 米国	米国

## Japacon (The Japan Contents Showcase)



- 日本のコンテンツ（テレビ番組、アニメ、キャラクター等）の情報を国内外に発信し、海外プロモーション及び新たなビジネスチャンスを生み出すことを目的に2006年に開設されたコンテンツポータルサイト（※）。
- 開設当初は相当数のアクセス数があったものの、数年前より、更新が止まったため、サイトへのアクセス数が非常に低い状態にあったが、平成24年度事業の一環で、全面リニューアル。
- 各社の公式サイトに掲載された画像、テキスト、YouTube、facebook、Twitter等を統合管理することにより最新情報を迅速かつ整理して発信することが可能となった他、従来、PCサイトのみであったところ、スマートフォン専用サイトの立ち上げや、facebookページの構築により、いつでもどこでも我が国の海外販売向けコンテンツを検索することが可能となった。

※コンテンツ・ポータル運営協議会（会長：北川直樹／一般社団法人日本レコード協会会長、主査：瀬尾太一／日本写真著作権協会常務理事）が運営。協議会へは、主要テレビ局、映画会社、権利者団体等が参加。

## Japacon メニュー

### ① TV/Movie/Anime & Cool Japan Contents

テレビ番組、映画、アニメ、アーティスト、キャラクター等の最新情報を掲載。

※トレーラーや画像を閲覧可能。

### ② Program Search

コンテンツ提供協力各社が海外販売を行っているコンテンツのデータベースを、ジャンル、カテゴリー、タイトル、出演者名から検索可能。

### ③ JAPACON Chart

ドラマ、アニメ、映画、音楽等のランキングを掲載

### ◆コンテンツ提供会社（2012.1.15現在）

（テレビ局）NEP、TBS、日テレ、フジ、テレ朝、テレ東、WOWOW／（映画）GAGA／（アーティストマネジメント）アミューズ、ワタナベエンターテイメント／（アニメ）GONZO、手塚プロダクション、東映アニメ／（ファッション等）FAKE TOKYO／（キャラクター）リプロモ／（各種ランキング情報）ビデオリサーチ

※現在、約700のコンテンツ情報を掲載



- 日本コンテンツのファンである海外の若者を、留学生・現地学生を中心に「コ・フェスタ アンバサダー」として組織化。
- 本組織を活用し、コンテンツホルダーと海外消費者を結ぶ、効果的な「マーケティング」と「プロモーション」の機能をコ・フェスタに付与。コンテンツ業界に対する海外展開支援を行うことで、日本の魅力を効果的に発信する。
  - ① コンテンツの海外進出事業の企画・立案に直結する消費者ニーズの把握・提供（マーケティング機能）
  - ② 現地におけるインフルエンサー・メディア・バイヤー向けのイベント等の開催を通じて、発信力の高い関係者とのネットワークを構築し、情報発信（プロモーション機能）

役割

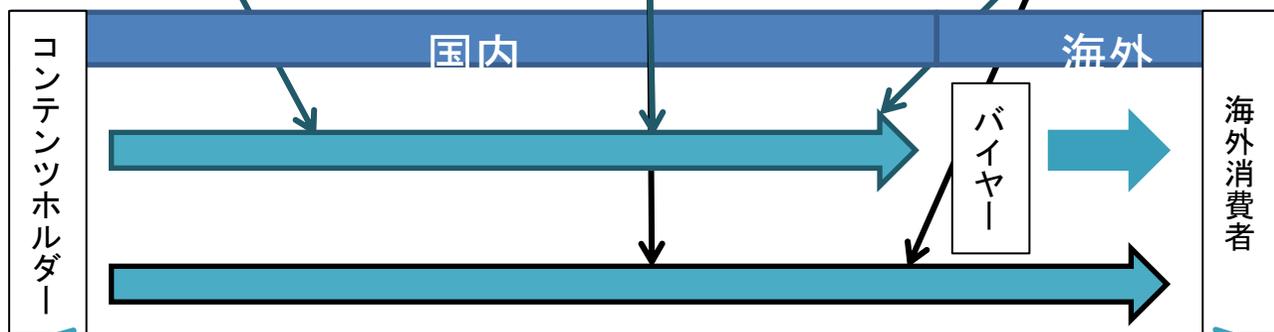
日本の文化やコンテンツを深く理解し、その魅力を自国はじめ、海外に広く紹介する

登録人数

137名（2012年現在）

対象者

- 日本の大学または大学院在学中の外国人留学生である。
- 日本コンテンツ（ゲーム、アニメ、マンガ、キャラクター、放送、音楽、映画等）に高い関心がある。
- ソーシャル・ネットワーキング・サービスのアクティブユーザーである。



 CoFestaアンバサダー  
 【日本ファンの情報収集と発信】

 ASIA TREND MAP  
 【コンテンツの消費トレンド予測】



## ASIA TREND MAP



- ウェブ／人工知能の世界的権威である東京大学の松尾豊研究室、チームラボ株式会社と連携し、世界各国で利用されるWeb上の情報をマイニングすることで得られる素性をもとに、アジアにおけるコンテンツ（マンガ・アニメ・ゲーム）の「現在」の人気を把握し、「将来」のヒットを予測するサイトを作成。
- 平成25年5月より、サイトを一般に公開。

### サイト概要

Web上の検索エンジンや、Twitter、Wikipedia等から得られる情報をもとに消費トレンド指標の予測に用いる素性を作成し、それらを用いて現在から半年後までの消費トレンド指標を予測。

#### ◆ トップ画面

#### <対象国>

日本、中国、台湾、韓国、タイ、ベトナム、インドネシア、ロシア、フィリピン、マレーシア、インド、バングラディッシュ、の計12カ国・地域

#### <対象コンテンツ>

マンガ、アニメ、ゲーム  
約5,000コンテンツ

#### <表示言語>

日本語、英語、中国語



#### ◆ コンテンツ詳細画面



CoFesta

- ▶ 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およびファッション、デザイン等コンテンツと親和性の高い産業に関わる各種イベントが連携して開催する世界最大規模の統合的コンテンツフェスティバル。
- ▶ コンテンツ業界が連携し、発信力を高めながら広く海外にアピールすることで、日本のコンテンツの海外展開を促進。



国際ドラマフェスティバル in TOKYO



コ・フェスタの実績

CoFesta2007

オフィシャルイベント (18)、パートナーイベント (6)

CoFesta2008

オフィシャルイベント (15)、パートナーイベント (10)、オリジナルイベント (11)

CoFesta2009

オフィシャルイベント (18)、パートナーイベント (16)、オリジナルイベント (6)

CoFesta2010

オフィシャルイベント (17)、パートナーイベント (9)、オリジナルイベント (2)

CoFesta2011

オフィシャルイベント (18)、パートナーイベント (14)、オリジナルイベント (2)

CoFesta2012

オフィシャルイベント (18)、パートナーイベント (12)

[全イベント]

動員数:  
約80万人

[TIFFCOM]

成約金額:  
約15百万ドル

動員数:  
約82万人

成約金額:  
約19百万ドル

動員数:  
約100万人

成約金額:  
約45百万ドル

動員数:  
約130万人

成約金額:  
約38百万ドル

動員数:  
約230万人

成約金額:  
約45百万ドル

動員数:  
約180万人

成約金額:  
約52百万ドル

コ・フェスタの海外展開

Japan Expo (パリ)

- 世界最大規模の日本ポップカルチャーイベント
- 2010年7月1日~4日
- 16万人来場、63アイテム出展 (09年実績)

コ・フェスタ in 上海

- “カワイイ平和”をテーマに国際博覧会へ初出展
- 2010年6月12日~23日
- 7万人来場

コ・フェスタ in ブラジル (サンパウロ)

- 海外における初のコ・フェスタ単独でのイベント
- 2010年3月11日~14日
- 3000人来場、70アイテム出展

Anime Festival Asia 2009 (シンガポール)

- 東南アジア最大級の日本のアニメ・ポップカルチャーイベント
- 2009年11月21日~22日
- 5万人来場、21アイテム出展

Japan Expoの様子



コ・フェスタ in ブラジルの様子



- 今年初の試みとして、「コ・フェスタ」オフィシャルイベントのうち、映画・放送（テレビ番組等）、音楽、アニメ等の4つの主要コンテンツ国際見本市の機能を統合し、2012年10月に東京・お台場にて合同開催。
- 業界内の結束を高め、我が国コンテンツの魅力を集中的に世界へアピールするとともに、他産業との連携を促し、会場となるお台場地域を街ぐるみで盛り上げつつ、さらなる発信力の強化とコンテンツ産業全体の海外展開の促進の機会となった。

日本音楽の海外展開を目的として商談会やセミナー開催によるビジネスマッチングの機会を提供する場。9回目（2004年～）。昨年度は品川プリンスホテルで開催。



東京国際映画祭に併設した国内外の映画、TV番組等の映像コンテンツを中心とした見本市。9回目（2004年～）。昨年度は六本木アカデミーヒルズ（森タワー）で開催。



日本のアニメ産業の活性化を目的に、ビジネスマッチングの場を設け、国内外のアニメビジネス情報を発信する。TIAFとしては3回目（2010年～）。昨年度は秋葉原UDXで開催。



CREATIVE MARKET TOKYO  
オールジャンルのコンテンツ制作者のビジネス登龍門であるマッチング見本市。CG・キャラクター・ゲーム等のデジタルコンテンツやライセンスに加え、伝産品・食文化等の地域資源（リアルコンテンツ）との融合も狙う。昨年度は六本木アカデミーヒルズ（森タワー）で開催。

会期：2012年10月23日～25日（3日間）  
会場：ホテルグランパシフィック LE DAIBA

会期中の来場者数  
約20,000人

マーケット参加のため来日している  
海外バイヤー、セラー等が初参加

## コ・フェスタ2012 グランドセレモニー



日時：平成24年10月24日（水） 19：00～20：30  
 場所：ゼップダイバーシティ東京（東京都・江東区）  
 出席者：枝野経済産業大臣、岸本経済産業大臣政務官、大谷コ・フェスタ実行委員長、乃木坂46、MAN WITH A MISSION ほか  
 参加者：海外からの業界関係者、クリエイター、バイヤー、メディア、政府関係機関など  
 約1,000人が参加。



## 【Asia Content Business Summit (ACBS)】

- ハリウッドにコンテンツの流通を席卷されている現状を打開し、アジアの多様性の中に共通項を見つけ、「メイド・イン・アジア」の新しい魅力のあるコンテンツ制作と流通促進を目指して、2008年創設。

## 【日中連携】

- 2010年5月末の日中首脳会談において、温家宝総理の提案を受け、日中映像交流事業（「映画、テレビ週間」及び「アニメ・フェスティバル」）を開催することに合意し、2011年に日中両国で相互に開催。
- 2012年7月末、ChinaJoy2012において日中ゲーム産業交流会を実施。2012年8月末、北京国際図書博覧会において日中出版ビジネスフォーラムを実施。

### ACBS (アジア・コンテンツ・ビジネスサミット)

2009年10月のコ・フェスタ期間中に第1回会合を開催、共同宣言文を策定（2011年第3回会合を開催）。共同プロジェクトの具体的実施を通じて、アジア・コンテンツ市場の拡大、国際共同製作、人材交流等の国際的な課題に取り組む。

（参加国・地域：日本・中国・香港・韓国・フィリピン・マレーシア・シンガポール・タイ）

#### ACBS 2009共同宣言 — 共同行動計画 —

1. アジア全体の競争力の向上
  - 統計情報、関連制度等の情報共有
2. 国際共同製作の促進
  - プラットフォーム構築、協定締結の促進
3. 人材育成・交流の促進
  - 国境を越えた人材育成手法の検討
4. 流通・プロモーションの強化
  - スキル強化とライセンス等知財関連調査、検討
5. 国際的なファンド環境の形成
  - ファンドの相互連携、グローバルファンドの創設

### 日中映像交流事業

「映画、テレビ週間」「アニメ・フェスティバル」

- 日本側は、2011年6月に開幕行事（北京）、日本映画週間（北京、上海）、11月～12月に日本アニメ・フェスティバル（北京、上海）を開催。
- 中国側は、2011年10月に開幕行事（東京）、中国アニメ・フェスティバル（東京）、中国映画週間（東京、札幌）を開催。

#### （参考）中国における主な参入規制

映 画：劇場用映画について、輸入映画数の上限は年間約64本  
 アニメ：海外アニメは、17時～22時放映禁止  
 ドラマ：海外ドラマは、19時～22時放送禁止  
 音 楽：販売、ネット配信、レンタル等への外資規制  
 ゲーム：海外ゲーム機の輸入及び販売の禁止。  
 販売、ネット配信、レンタル等への外資規制

### 日中産業交流会

- 日中ゲーム産業交流会  
ビジネス機会の拡大を図るため、日中のゲーム関連企業の経営層及び政府関係者の意見交換の場を設置。
- 日中出版ビジネスフォーラム  
日中の出版関連企業及び政府関係者を招待し、パネルディスカッション、商談会等を実施。



日本アニメ・フェスティバルの様子



日中ゲーム産業交流会の様子

- 2012年度、経済産業省からの提案により、TVやインターネット番組等の東アジア・ASEAN地域における映像コンテンツの新産業としての発展可能性・流通促進に関する研究プロジェクトを開始
- 放送・配信市場、映像コンテンツの海外流通の状況把握、映像コンテンツを核とした雇用創出効果、周辺産業への経済波及効果等を分析
- WGメンバー国は、日本、中国、インドネシア、韓国、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイの計8カ国

## ERIA 東アジア・ASEAN経済研究センター

- 東アジア経済統合の推進を目的として、政策研究・政策提言を行う国際的機関。2008年に設立。本部はインドネシアのジャカルタ。
- 「経済統合の推進」、「発展格差の縮小」、「持続可能な経済成長」を政策研究事業の3つの柱として掲げ、調査分析・政策提言等の知的貢献を通じて、地域一体となった政策的取組を支援。

### 参加国

ASEAN10カ国（ブルネイ、カンボジア、インドネシア、ラオス、マレーシア、ミャンマー、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム）と日本、中国、韓国、インド、豪州、ニュージーランドの計16カ国



## 映像コンテンツ産業研究プロジェクト

### ○ 主な調査内容

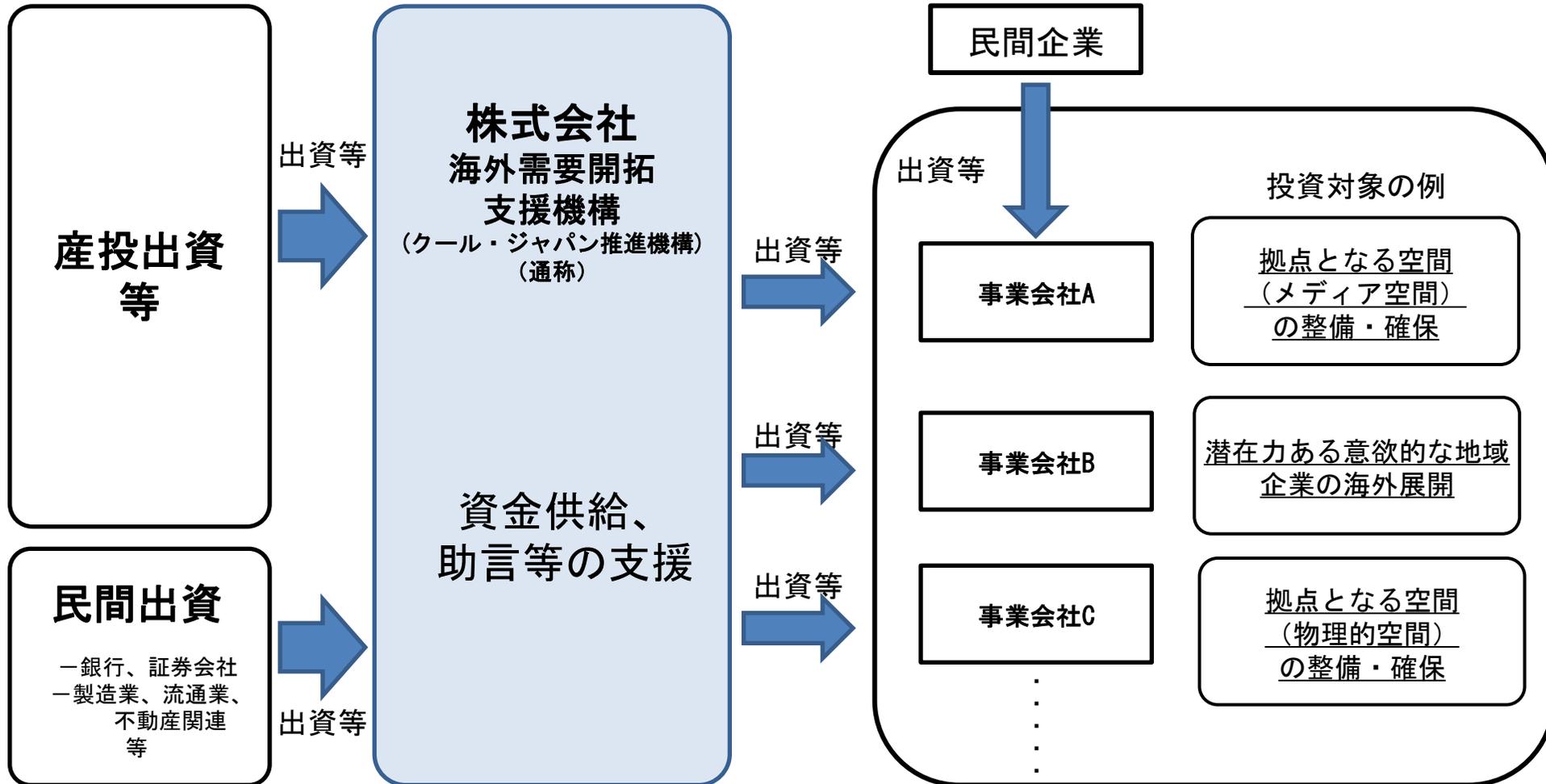
- 映像コンテンツの放送・配信に関するマーケット、インフラ、トレンド状況等を収集・整理
- コンテンツ産業の雇用創出効果、周辺産業への経済波及効果分析
- 映像コンテンツから周辺産業への波及、ローカライズやPRを含めたビジネス手法の研究と有効性評価
- 上記を踏まえ、映像コンテンツ産業の振興が情報リテラシーの向上や雇用創出をもたらし、アジア全体の生産性と輸出を増加させ、ソーシャルインクルージョンの促進に繋がることを論証



### ○ 成果と活用

- 映像コンテンツの産業としての発展可能性について各国と共通認識の一致を図り、各国で同産業振興のための政策立案を推進
- 我が国コンテンツ産業及び周辺産業の海外進出や国際協業推進のための政策立案へ具現化。各国との具体的な協業を糸口として、我が国の映画、アニメ等の映像コンテンツ産業を核に観光、ファッション、自動車等のモノ・サービス産業の輸出拡大を図る。

- 産業化に向けたリスクマネーを供給するため、財政投融资特別会計 (投資勘定) を活用 (平成25年度500億円) してファンドを設立することとし、必要な法案を通常国会に提出。平成25年6月に法案が成立。



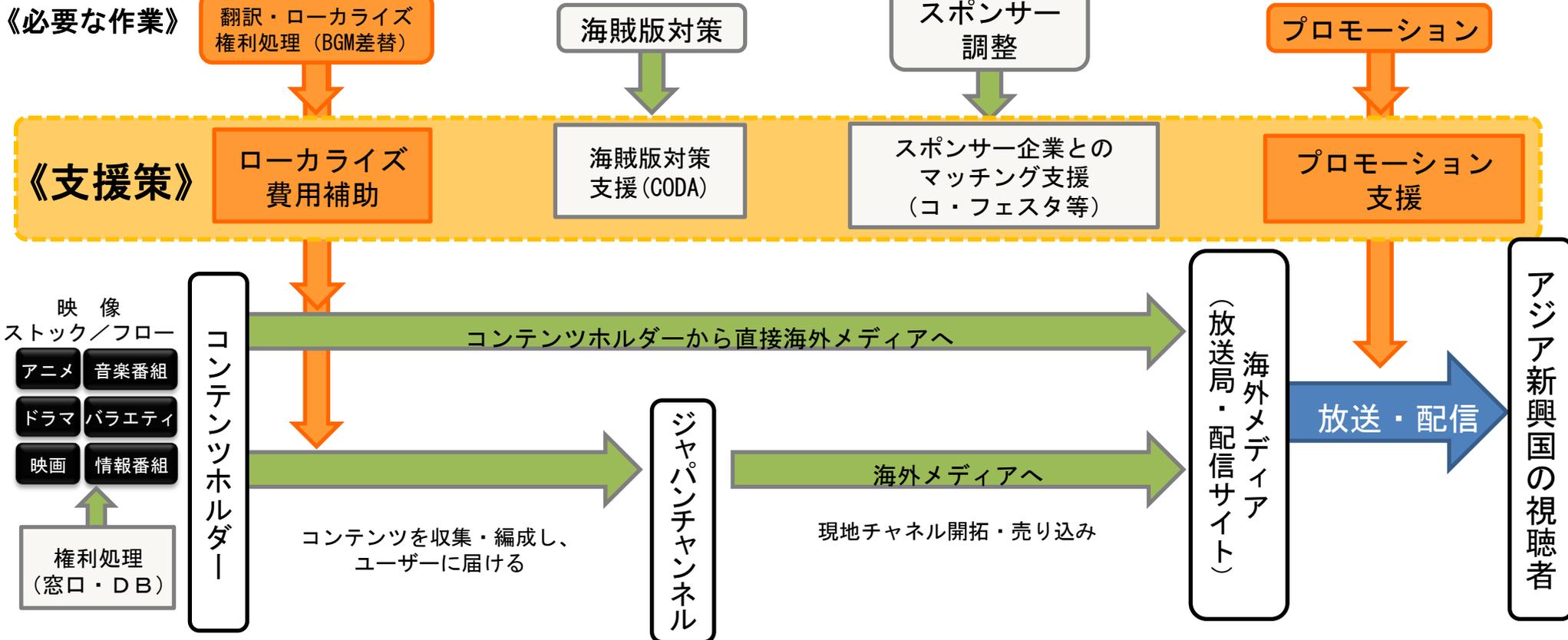
※存続期間：概ね20年程度を想定

# ⑩ (参考) 映像コンテンツ海外発信に向けた具体的な対応

- 「韓流ブーム」は売れ筋番組を安売りしてアジアで大量にテレビ放送したことにより戦略的に演出されたもの。
- 日本のテレビ局は、①番組価格・量、②外国メディアとの交渉力等の点で韓国勢に見劣り。
  - ① 収益性が不透明な中、ローカライズ費用等が負担となり海外展開が進んでいない
  - ② 各社が個別に交渉していると交渉力が弱い
 (ジャパンチャンネルが十分なコンテンツ量を提供する上でローカライズ費用等の負担は大きな足かせの一つ)

→「コンテンツのローカライズ・プロモーション等への支援」が必要。

## ＜映像コンテンツの海外流通フロー＞



- 戦略的海外展開のための映像コンテンツの海外発信
    - クールジャパン戦略の入り口として、プロモーション効果が高く他産業への波及効果が強い各種コンテンツの海外展開を支援する。
  - 映像コンテンツの海外流通を促進するため、今般の補正予算で以下3点の支援を実施。
    - ① ローカライズ支援：コンテンツを現地の言語や文化に合わせるために要する費用の保持 【95億円】
    - ② プロモーション支援：番組宣伝等の現地イベントのプロモーション等に要する費用 【60億円】
    - ③ 国際共同製作支援：海外放送局等との国際共同製作への支援 【15億円】
- ※①・②については、平成26年末までの基金を設立し、継続的かつ安定的な支援を行う。

事業イメージ

補正におけるコンテンツ海外展開支援施策：170億円  
(うち 経産省：123億円)

基金：155億円

①ローカライズ支援

(経産省・総務省の共同予算)

クールジャパン戦略に役立つ番組、映画等の映像コンテンツのローカライズ(字幕付与、吹替え等)につき、その制作費の一部を、民間団体等を通じてコンテンツホルダー等に対して補助する。

【補助率】 1/2

95億円

②プロモーション等支援

(経産省の単独予算)

クールジャパン戦略に役立つコンテンツのプロモーションにつき、その活動費の一部を、民間団体等を通じてコンテンツホルダー等に対して補助する。

【補助率】 1/2

60億円

③国際共同製作支援

(総務省の単独予算)

海外放送局等との国際共同製作によるコンテンツの海外発信を推進し、効果や課題を検証する。

【請負】

15億円

- グローバル市場に対してコンテンツビジネスを展開するうえでの大きな障害のひとつは海賊版の存在。
  - ✓ ゲームの違法ダウンロードによる被害額は世界全体で2兆円以上 (出典: CESA調査 (2010年))
  - ✓ 日本アニメの中国における海賊版や模倣品の被害額は2400億円 (出典: 外務省推計 (2010年))
- コンテンツ海外流通促進機構 (CODA) を通じて、権利者や各国の著作権関連団体と協力のもと海賊版対策を講じている。

## インターネット上の海賊版対策

- インターネット上の違法動画コンテンツの削除要請に係る実証実験を、中国と韓国の動画投稿サイト等に対して実施。  
→CODAの要請に対してほぼ100%の削除実施に成功。

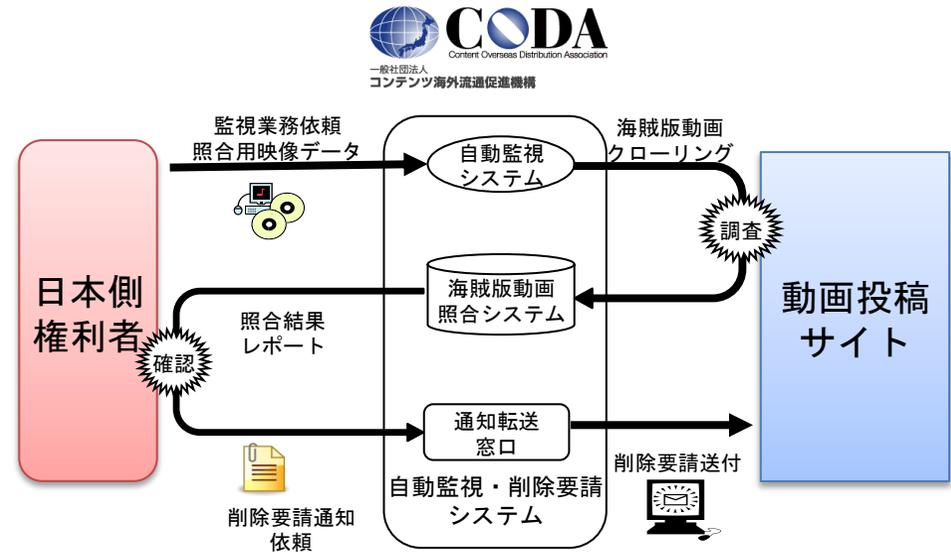
【削除要請URL件数】 (2010年9月～2013年1月)

Tudou (中国)	49,777件
Youku (中国)	57,199件
Ku6 (中国)	8,262件
56.com (中国)	4,260件
Pandora.tv (韓国)	4,013件

- 主要な中国動画投稿サイトとの間でネット上の著作権保護の協力に係る覚書を締結。

【覚書締結先】 Tudou、Youku、ku6、56.com、iQIYI

- 23年度より動画に加え、新たに出版物の違法アップロードに対して削除要請を試行実施。24年度は、システム導入により本格実施。



## 共同エンフォースメント (権利行使) 支援

- 海賊版DVD等に対しては、CODAが中国等現地取締機関との連携により権利行使を支援。  
→約650万枚の海賊版DVD押収の実績あり。 (2005年1月～2012年2月までの累計)



- ソーシャルゲーム市場は急激に成長しているが、同時に様々な課題が指摘されている。
- 経済産業省では、主要事業者や研究者、弁護士等による研究会を開催し、課題について整理・検討するとともに、今後の対策の在り方について検討を実施。
- 個別事業者での様々な取組に加え、24年3月頃からは主要事業者による業界を挙げた取組も検討。
- 24年11月、一般社団法人ソーシャルゲーム協会が設立され、利用環境整備のための活動を開始。

## 経済産業省における研究会

### ○参加型ネットワークサービスに関する検討委員会（平成23年度）

事業者の課題を4つに整理・検討。

- ・ 青少年対策 ・ 消費者対策
- ・ RMT※対策 ・ 不正アクセス対策

※RMT=リアル・マネー・トレードの略。ゲーム内のアイテム等をインターネットオークション等において現金で売買すること。

→ 引き続き関係事業者で連携して課題に取り組むべきとの共通認識。

### ○ネットワーク系ゲーム環境研究会（平成24年度）

- ・ 十分な表示や仕組を整える自主規制、利用者に対する啓発、カスタマーサポートの充実について、事業者による取組の必要性を指摘。
- ・ 利用者の声や社会的要請への対応の重要性を指摘。OS事業者の参画、ソーシャルゲーム以外の自主的取組も期待。

## 業界全体の取組（新団体の設立等）

### ○24年3月、大手6社により「ソーシャルゲームプラットフォーム連絡協議会」設立

→ 同年5月、「コンプガチャ」禁止を発表

同年6月、「ゲーム内表示」「RMT」に関する自主ガイドライン、「コンプガチャ」に関する事例集を策定

### ○24年11月に「一般社団法人ソーシャルゲーム協会」(JASGA)発足

【役員構成】グリー株式会社、株式会社ディー・エヌ・エー、株式会社ミクシィ、株式会社ドワンゴ、LINE株式会社、株式会社サイバーエージェント、日本オンラインゲーム協会、コンピュータエンターテインメント協会、弁護士

- ・ 25年1月、JASGAとして、「コンプガチャ」「ゲーム内表示」「RMT」に関するガイドライン、プラットフォーム運営体制に関する基準を策定
- ・ 同年4月より、上記ガイドライン・基準に基づき、プラットフォームのトライアル審査を開始（7月を目途に本格運用を開始）

→引き続き、ソーシャルゲームに対する自主規制、青少年等に対する啓発活動、カスタマーサポートの品質の向上のための活動に取り組む

## 個社の取組（例）

### ○GREE

- ・ 決済に関する専用電話窓口の設置
- ・ 青少年の利用金額上限を厳格化（19歳以下：月額10,000円まで、15歳以下：月5,000円まで）
- ・ 利用状況（金額）通知サービスの開始
- ・ RMTに関する自社対策強化

等

### ○DeNA

- ・ 青少年ユーザーの月額課金制限の強化（18歳未満：月額10,000円まで、15歳以下：月額5,000円まで）

等

- 規制緩和とインセンティブを組み合わせることにより、米国やアジアから映画等の大型ロケ撮影を誘致するとともに域内でのコンテンツ制作・流通を促進することで、アジアにおけるコンテンツ産業拠点都市とすることを目標とした「札幌コンテンツ特区」が平成23年12月に指定された。
- 各省庁との協議が進められ、現在、ロケ撮影に伴う道路上の撮影許可（道路交通法）、道路の占有許可（道路法）等の基準を出先機関と整備中。
- また、平成24年度特区調整費1.7億円を活用し、ワンストップで海外からのロケ撮影隊の支援を行う推進組織「札幌映像機構（SAS）」設置の他、韓国、マレーシア、インド、インドネシア等海外見本市への出展事業等を実施中。
- これにより、平成27年度には、ロケ撮影等映像制作の誘致・実施にともなう経済効果は144億円、札幌の事業者が制作した映像の海外輸出額は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。

### 札幌コンテンツ特区によるメリットとその効果

#### 【地域の強み】

国際競争力のある  
自然条件

革新的なコンテンツ  
産業関係者の集積

#### 【規制緩和】

ロケ関係の  
許認可申請一元化  
(ワンストップ窓口)

リエゾン・オフィサー  
によるロケーション・  
コーディネート 等

#### 【インセンティブ】

コンテンツ・ファンド  
の造成・運用 等

#### 【特区制度活用によるメリット】

ロケに係る許認可手続きの簡素化により、効果的なロケマネジメントが可能となり、通常は撮影が許可されない場所での大がかりな撮影が可能となる。

映像制作の件数増加や内容の充実、大型化を通じてコンテンツの地元製作が盛んになる。

制作段階から、観光や教育への二次利用や輸出商品化を意識した映像制作が促進され、地元映像活用の自由度と使い勝手が向上する。

映像を活用した地元PRの機会が増加し、スポンサーが拡大し、多様な業種や企業等からコンテンツ制作に対する投資を集めやすくなる。

#### 【期待される効果】

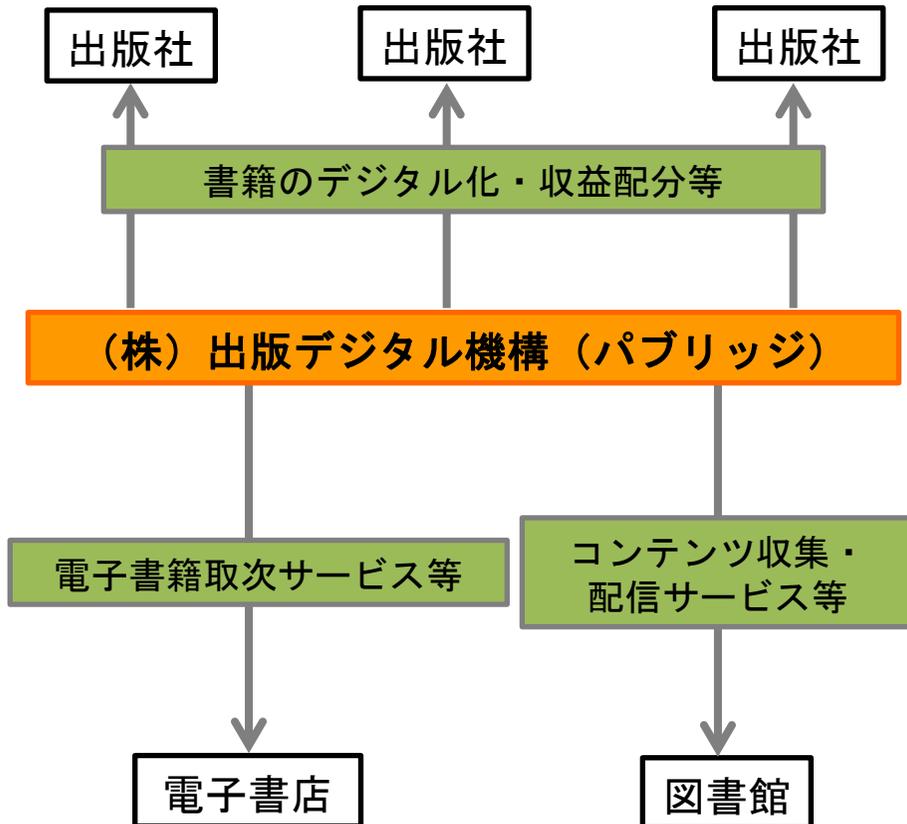
ロケ件数・日数の増加  
による地元経済への波及効果の増大

#### 地元雇用・起業の拡大

- ・ 地元若手クリエイター
- ・ 食、観光等の地元企業
- ・ 地元放送局
- ・ 地元制作会社、ロケーションコーディネート会社、機材会社等

- これまで分断化されてきた電子書籍に関連サービス（デジタル化、電子書店等への提供、収益配分等）を非競争領域としてワンストップ化する会社。
- 本会社の設立により十分な電子書籍コンテンツ量の確保、集中的なデジタル化によるフォーマットの統一、非競争領域の切り離しによる業界全体の効率化・コストダウンが見込まれる。

### (株)出版デジタル機構ビジネスモデル



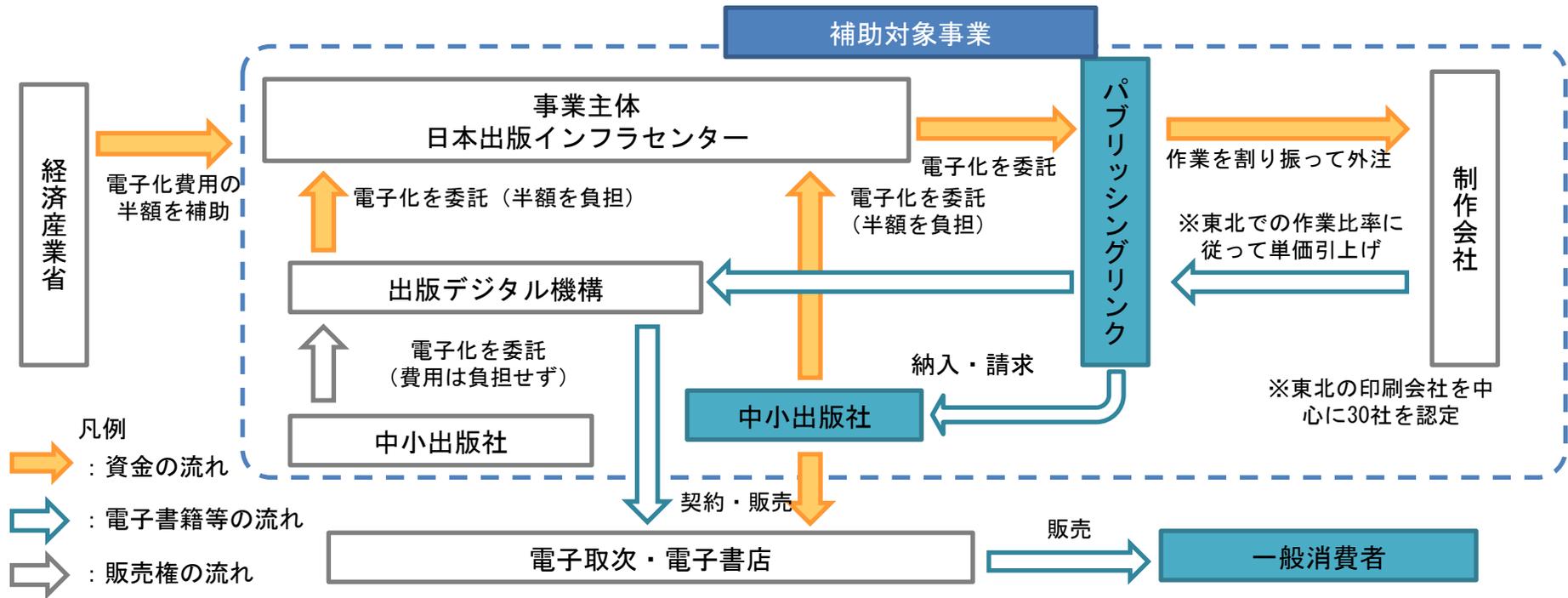
### (株)出版デジタル機構の概要

- 賛同出版社数：358社（平成25年1月22日時点）
- 主な株主構成：産業革新機構  
出版社（小学館、集英社、講談社 等）  
印刷会社（大日本印刷、凸版印刷）
- 設立時期：2012年4月2日
- 産業革新機構出資規模：総額150億円（上限）
- 経営体制：
  - ✓取締役会長 植村八潮氏（専修大学教授）
  - ✓代表取締役社長 野副正行氏
- 理念： Publish + Bridge あらゆる端末、書店、出版社を結ぶ架け橋になることで、すべての著者、読者が参加できる 場をつくることを目指す。

### 事業概要

- 中小出版会社が持つ既存の書籍等を電子化し電子書籍市場を活性化する。
- 電子化作業を被災地域で行うことで、被災地の雇用と産業集積を促進する。
- 東北関連書籍については補助率を2/3とし、被災地関連コンテンツの充実を図る。
- 被災地域に所在する図書館の求めに応じて、電子化対象書籍を献本する。

### 事業スキーム



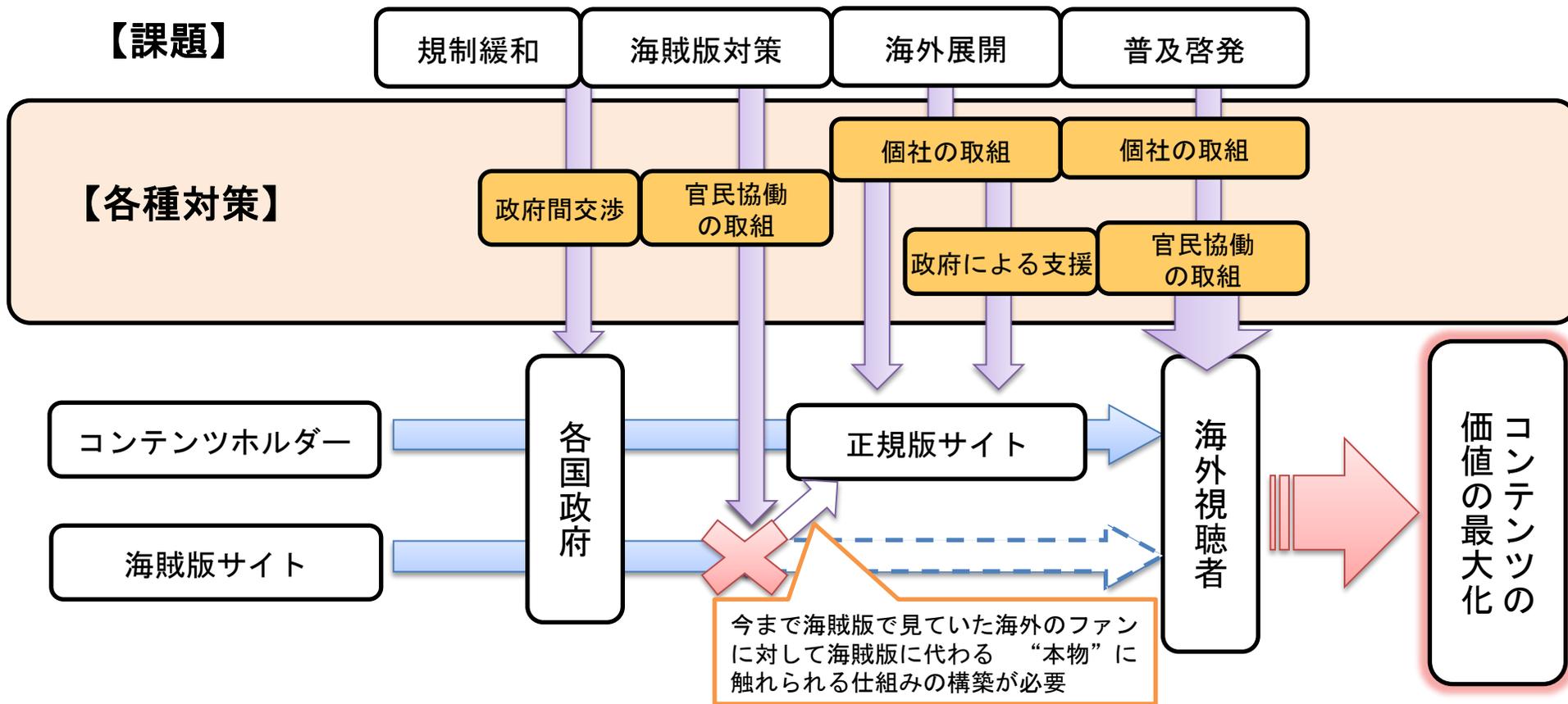
- 平成25年3月までに6万点強の電子書籍を制作。
- 制作されたコンテンツは出版社・出版デジタル機構等から平成24年11月より随時配信開始。

## Ⅱ. コンテンツ海賊版対策強化事業

○マンガ・アニメ産業の海賊版対策のため2013年7月に一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構（CODA）を事務局として「マンガ・アニメ海賊版対策協議会」を発足。

○マンガ・アニメ業界の共通の課題である海賊版対策において、業界横断的に情報を共有すると共に、出版社、現地出版社、アニメ制作会社、現地ライセンサー等が大きな戦略を共有し、官民協調して迅速な対策を行うことで各コンテンツの価値を最大化することを目指し協議を行う。

<コンテンツの価値の最大化のに向けた取組>



# コンテンツ海賊版対策強化事業費

平成26年度概算要求額 **3.0億円（0億円）**  
【うち優先課題推進枠3.0億円】

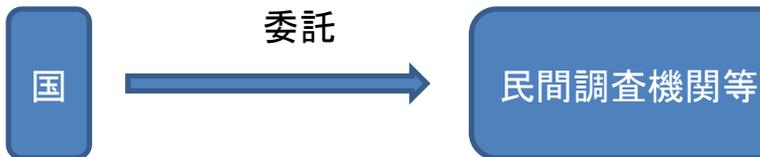
商務情報政策局 文化情報関連産業課  
03-3501-9537

## 事業の内容

### 事業の概要・目的

- 我が国コンテンツ産業の強化は、早期に取り組む必要がある代表的な施策とされています（「成長戦略（平成25年6月閣議決定予定）」）。
- 我が国のコンテンツは海外からも高い人気を集めていますが、その輸出比率は5%にすぎず、海外での高い人気を経済的利益に転換できていません。
- コンテンツの海外展開にあたっては、海賊版の存在は大きな障害の一つとなっており、海賊版対策の強化は、官民挙げて取り組むべき重要な課題です。
- このため、海賊版対策の抜本的強化に向けて、海賊版対策のワンストップサービスを提供します。

### 条件（対象者、対象行為、補助率等）



## 事業イメージ

- コンテンツ事業者が、自社のコンテンツについて、十分な海賊版対策を個別に実施することは困難です。
- 他方、削除要請に応じない等、悪質な侵害サイトについて、業界横断的に情報を共有し、迅速に対策を講じる必要性が高まっています。
- 海賊版対策の抜本的強化に向け、国内外のエンフォースメント機能の統合、侵害情報・権利者情報等のデータベース構築等を通じ、海賊版対策のワンストップサービスを実現します。

The screenshot shows the IASK search interface. The search term is '嫌疑犯Xの献身'. The results list two entries for the same title by author '东野圭吾' (Koyumei). The first entry is a .txt file uploaded on 2011-11-19, and the second is a .txt file uploaded on 2011-10-30. Both entries show download counts, file sizes, and sharing options.