

令和3年11月17日

国際小委員会中間まとめ骨子（案）

1. はじめに

第21期文化審議会著作権分科会における主な検討課題（令和3年7月19日文化審議会著作権分科会決定）を踏まえ、今期の国際小委員会では、以下の事項について審議を進めることとしている。

- （1）我が国のコンテンツの海外展開における著作権に関する課題及びその対応について
- （2）国境を越えた海賊行為に対する対応の在り方について
- （3）著作権保護に向けた国際的な対応の在り方について

また、知的財産推進計画2021（令和3年7月13日知的財産戦略本部）の中で、施策の方向性として「著作物の海外展開に向けた関係団体との連携等、更なる支援策についての検討」に言及され、短期、中期に取り組むことが求められていることを踏まえ、過去3回の国際小委員会では、「（1）我が国のコンテンツの海外展開における著作権に関する課題及びその対応について」の審議を優先して進めてきた。

各回の本小委員会では、幅広く検討を進めるため、委員による発表の機会を設けるとともに、必要に応じて有識者からのヒアリングを行った。主に意見を聴取した観点は、次のとおり。

- ・日本のコンテンツ市場の海外展開に関する現状について
- ・コンテンツの海外展開の成功例、失敗例
- ・海外でのパートナー企業、他国の機関等の見つけ方について
- ・海外展開の戦略（どのようなコンテンツを海外展開しているか、流通媒体・流通経路）
- ・海外展開についての課題（法的課題、流通・契約面、ローカライズに関する課題、ビジネスとしての利益面、翻訳等の技術面等での課題）
- ・それぞれの事業を行う中で、「海外展開・市場開拓」「人材育成」が最も進んでいる業界、課題があると感じる業界
- ・海外展開を促進するために、今後必要と考える方策について（著作権の観点から）

2. 主な論点（現状と課題、考えられる方策等）

過去3回の国際小委員会において挙げられた主な課題と、それに対して考えられる方策等は次のとおりである。

※事務局注：第3回国際小委員会（令和3年11月17日開催）の内容をおって追記する。

（1）海外展開の戦略を立てる際の留意点

- これからの海外展開のキーワードは、グローバルとデジタル。国境を越えた施策を重要視し、専門性（マーケティング、著作権、ネットワーク、語学力等）を有する人材がチームとなり、デジタルを使ったマーケティングに基づいてビジネスを展開するのが重要である。
- 海外展開に当たっての作品の価値は、ライセンス元と先の需給バランスや構造によって変容するため、一般消費者（ファン）へ作品を届ける事を念頭においた戦略が重要。世界中に作品ファンを増やすことが、アニメから派生するゲームやグッズ等の二次展開を可能にし作品の魅力・価値を多面的に広げることにつながる。
- コンテンツを消費者に届けるのが産業の果たす役割であり、その際、どういった配信戦略を持つのか自覚的であるべき。海外資本による配信手段の寡占化が進む中での取引条件の公平感、権利者が権利者としての権利を主張できる関係の確保に意識を持っておくべきである。
- 海賊版対策については、正規版の流通と車の両輪である。正規版を早く出し日本のみならず海外のファンの視聴機会を創出することが海賊版対策にとって不可欠。そのためには、個別企業の利害の枠を超えたオールジャパンでの連携も必要。

（2）海外展開に当たっての著作権上の課題と、その解決のために考えられる方策等

- 著作権の知識と経験が不可欠であり、海外展開の前段階として国内作品の権利処理をしておくべきである。
- 現地の文化、時代に合ったローカライズが必要である。
- 海外進出の支援を行う専門人材（現地の事業関係者と交渉できる人材、エンタテインメント分野を専門とする弁護士等）が不足している。
- 海外展開に当たっては、現地の市場分析やマーケティングが不可欠である。そのためには、現地でのネットワークが必要であるところ、有益な現地人材・企業・法律事務所と日本企業を結ぶ取組や、マッチングセミナーといった具体的な取引に繋がる場の設定が重要となってくる。

- 日本の活字物の海外展開に際し、海外の仲介事業者が日本語を解さないことが障壁となることが多い。

(これまでの御発表から考えられる方策等の例)

- プロジェクトの初期段階から法務人材が関与することが重要である。
- コンテンツの売り切りという考えを止め、マーケティングの実情を理解し、現地でのマネタイズから最終的な波及効果まで体系立てて理解した上で進めるべきである。
- 海外進出の支援を行う専門人材を発掘・育成し、情報を一元化してネットワークを形成するとともに、特に経験の浅い専門人材を対象にした実務的トレーニングの機会を提供することが考えられる。
とりわけ中小のコンテンツ事業者が海外進出の支援を得やすくするための仕組みとして、相談窓口の構築も有効。
- 海外に拠点を置き、現地の法制度等の情報を有する JETRO の機能を活用し、連携することを検討。
- 通訳や専門文書の翻訳を含めた交渉のサポートが重要である。また、出版物等について下訳（事務局注：翻訳する際に原稿の草案としてつける大まかな訳）の支援があると、海外展開の第一歩を踏み出しやすくなる。

3. 今後に向けて

- 「(1) 我が国のコンテンツの海外展開における著作権に関する課題及びその対応について」の審議内容は、第3回国際小員会を踏まえて中間まとめとして取りまとめ、12月22日開催予定の著作権分科会において報告予定。
- 「(1) 我が国のコンテンツの海外展開における著作権に関する課題及びその対応について」の施策の方向性については、本中間まとめ及び、第4回以降の国際小委員会での審議も踏まえ、具体化に向けて引き続き検討を進める。また、既存事業との連携を図りつつ、必要に応じて予算的な支援を検討する。

以上