

**デジタルコンテンツ力創富力の強化に向けた懇談会
第5回議事要旨**

1 日 時

平成23年4月22日（金） 16：00～18：00

2 場 所

総務省11階第3特別会議室

3 出席者（敬称略）

（1） 構成員

中村座長（慶應義塾大学）、村上座長代理（（株）野村総合研究所）、音構成員（上智大学）、古嶋構成員（デロイトトーマツコンサルティング（株））、小塚構成員（学習院大学）、末吉構成員（潮見坂綜合法律事務所）、三尾構成員（六番町綜合法律事務所）

（2） 総務省

平岡総務副大臣、小笠原総務審議官、原政策統括官（情報通信担当）、武井大臣官房審議官（情報流通行政局担当）、横田情報通信国際戦略局次長、奈良情報流通行政局放送政策課長、新井同局情報通信作品振興課長、松本同課課長補佐

（3） 事務局

情報流通行政局情報通信作品振興課

4 配付資料

資料5-1	凸版印刷株式会社様プレゼンテーション資料
資料5-2	株式会社ホリプロ様プレゼンテーション資料
資料5-3	社団法人デジタルメディア協会様プレゼンテーション資料
資料5-4	日本放送協会様プレゼンテーション資料
資料5-5	主要論点の方向性に関する整理イメージ（素案）
資料5-6	主要論点の方向性に関する整理（素案）

参考資料5-1 書面による関係者からの意見陳述における構成員の意見等に対する関係者からの回答（第3回会合 関係者ヒアリングの代替）

5 議事概要

(1) 開会

(2) 平岡総務副大臣から開会の挨拶があった。

(3) 議 事

① 関係者ヒアリング

ア) 凸版印刷株式会社 本田様より、資料5-1に基づきデジタル文化財事業の取り組みについて説明があり、構成員等との間で大要次のような質疑等がなされた。

- ・「ヨーロッパの動向として、20カ国が組んでデジタルアーカイブの標準化を行っているとの話であったが、どのような機関が実施しているのか」という質問に対し、「企業や大学などが連携し、国や国を超えた関連する機関が標準化を進めている」との回答。
- ・「文化財コンテンツの財源は国費か」という質問に対し、「企画展の主催者と当社が共同で出資する場合、当社が単独、又は文化財ホルダーが単独で出資している場合もある」との回答。
- ・「アーカイブ事業はビジネスになり得るか。また、国内市場と海外市場のどちらの比重が高いか」との質問に対し、「コンテンツのレンタルや二次利用などが考えられるため、ビジネスとして展開していきたい。また、海外からの引き合いや見学者が多いことから、海外の比重が高くなる可能性がある」との回答。
- ・「デジタル文化財固有のデジタル文化財権のようなことを日本で考え出して、国際的に訴えていくということは考えているか」という質問に対し、「文化財そのものの計測データなどの取得したデータや中間生成データは、今現在は権利保護の対象になっていない。この先ビジネスを支えるためには何らかの権利の保護は必要になると考えている」との回答。

イ) 株式会社ホリプロ 堀様より、資料5-2に基づきコンテンツの国際流通に向けた課題等について説明があり、構成員等との間で大要次のような質疑等がなされた。

- ・「デジタルコンテンツの今後の展開は、ハリウッドと同じ方法論で出来るものなのか、それとも全く異なるアプローチが必要になるとお考えか」との質問に対し、「最終的におもしろいものはおもしろい。米国のエスタブリッシュが世界中に散らばっていく中で、彼らが年少時になじんだ日本のアニメも伝播していったものと考えられる。また、韓国

は、まず無料でマーケットを創り、ユーザーが慣れてきたところでゆっくり攻めて行くという戦略を取っているが、日本は国内マーケットが相対的に大きかったため、それをしなかった」との回答。

- ・「海外で売れたコンテンツは、結果的に売れたのか。それとも入念なマーケティングをして売れたのか」との質問に対し、「現地の代理店などがマーケティングした中で、彼らがおもしろいと思うものをローカライズしたということ。日本がローカライズしたわけではない」との回答。
- ・「海外のバイヤーに日本のコンテンツを知ってもらう機会を増やすことが効果的ということか」との質問に対し、「日本のことをよく知っている現地のセールスマンが1軒ずつ歩いて訪ねていくという昔ながらのスタイルと同じ。ただし、昔のように暗闇の中を探っていくことはない。ネットが活用されるだろう」との回答。
- ・「国には、どのような分野でどの程度の援助を期待するか」との質問に対し、「官がエリートを育てる場を作ることと、海外に出ていくチャレンジングな人の後押しをお願いしたい」との回答。
- ・「コンテンツ制作の過程には口を出して欲しくないとのことだが、コンテンツを戦略的に活用し、自国のイメージを高め、外国での自国製品の売上げ増を目指す韓国の取組みを参考に、日本でも特定目的のコンテンツ制作に対して政府が支援することについては、コンテンツの制作に口を出しているようにも思えるが、どのように評価するか」との質問に対し、「これから向かっていこうとする国の言語や文化も熟知しているクリエイターの育成、ある大学に入学すれば間違いなくエリートになれると思えるようなエリート教育を官をお願いしたい」との回答。

ウ) 社団法人デジタルメディア協会 小川様より、資料5-3に基づきネット/ゲームを中心としたコンテンツビジネスについて説明があり、構成員等との間で大要次のような質疑等がなされた。

- ・「コンテンツ制作会社として、ファイナンスの専門家を置くことはコスト増の要因になるが、結果的にはプラスになるという認識が共有されているか」との質問に対し、「認識はある。ただし、雇えるかはコスト次第である。コストを下げるためには、まずは、現在、絶対的に数が不足している資金調達や契約などをきちんとできる人材を育てることが必要」との回答。
- ・「韓国のようにただに近い値段でコンテンツをばらまくやり方を日本でも実施した場合、効果が得られるとお考えか」との質問に対し、「やっ

た方がいい。物価も高い日本の値段感覚で東南アジアや中国でビジネスをやろうと考えてもすぐには儲からないのが現実であることから、韓国のような取組を実施しなかったのがこの10～20年。一方、韓国の例により、コンテンツを流通させた結果、他の産業分野でメリットを受けていることが分かった。コンテンツ産業だけを育成するという観点ではなく、日本の全産業を世界で発展させていくという観点からの検討が必要」との回答。

- ・「日本で閉じていたモバイルマーケットが、スマートフォンの普及により共通のプラットフォームとして海外へ広がっていくと、全体的なパイは間違いなく広がる。このように海外へ展開しやすくなるということは、コンテンツを製作する側としてプラスかマイナスか」との質問に対し、「プラスである。ただし、日本の市場を守りつつ、海外の競争相手と戦っていくからだめなのかもしれない、日本で受けなくても海外で受ければよいというほど割り切る必要があるように最近感じている」との回答。
- ・「iモードで作り上げたエコシステムごとキャリアがグローバルプラットフォームに乗るという選択をすれば、まだ競争力はあるのではないかという認識か」という質問に対し、「そういう認識。今まで我々がつくってきたJ A V AアプリやF e l i c aなどのノウハウはまだまだ使えると思っている」との回答。

エ) 日本放送協会 大路様より、資料5-4に基づきNHKの国際戦略について説明があり、構成員等との間で大要次のような質疑等がなされた。

- ・「映像国際放送のこれまでのプロセスで何が足りないか、また、どうすればよいか。さらに、これからのプロセスで、日本の信頼回復、情報発信への役割を十分に果たしていくためには何が必要か」という質問に対し、「震災との関係から言えば、信頼される情報を発信していくことがまずは大事。加えて、NHKは、国内向けにも副音声で多言語配信を行っているところ。もちろん日本の国の今のありようとか文化とかを外国の方にきちんと知っていただくという役割も非常に重要であり、今後、さらに強化していく必要がある。また、(株)日本国際放送という会社自体、経営面での課題を抱えており、スポンサーという形で各企業からご支援を頂きたい」との回答。
- ・「正しい情報がどの程度伝わっているかが重要。CNNやBBCが席卷していく中で、どこまで切り込んでいけるかが重要。インターネット配信を大事にしていくということか」との質問に対し、「衛星を介した放送は我々の役割として重要。しかし、衛星放送の場合にはCバンド

やKuバンドのアンテナを設置する必要がある、それらの設備を個人がどこまで設置できるのかという物理的な問題がある。公共放送が行う海外向けの情報発信においても、メディアへのニーズに合わせて、所要の制度整備も進めつつ、インターネット配信を行っていくことが大きな流れと考える」との回答。

② 主要論点の整理素案について

事務局より、資料5-5及び資料5-6に基づき、主要論点の方向性に関する整理について説明があり、構成員との間で大要次のような質疑等がなされた。

- ・ 海外展開について、対象地域によって方法論を変えるような考え方を取り入れるべきではないか。
- ・ 海外への情報発信：
 - クールジャパン戦略として、異業種をどう組み合わせるべきかという政策が必要ではないか。コンテンツ政策の目的をコンテンツ産業の拡大に置くのか、それとも日本経済の活性化に置くのか。
- ・ コンテンツ製作力
 - 中国のアニメ特区の話があったが、復興政策の中で日本はどうするのか。例えば、東北にスーパークリエイティブ産業特区を置き、海外から資金や人材を集めるくらいの政策を打ち出さないと、その拡大は難しいのではないか。
- ・ コンテンツ利活用
 - 各社が持っているアーカイブを総合的なコンテンツアーカイブのような形でとりまとめていくのか。その中で、バーチャルリアリティなどのデジタル文化財コンテンツをどのように位置づけていけばよいか、また、教育、医療等の公共的な分野におけるコンテンツをどのようにとらえていけばよいか、さらに議論が必要ではないか。

(4) その他

次回会合については、5月中下旬に開催することとし、詳細については、事務局より別途連絡することとなった。

以上