

デジタルコンテンツ力創富力の強化に向けた懇談会 第7回議事要旨

1 日 時

平成23年6月14日(火) 17:30～18:45

2 場 所

総務省8階第1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)、
越塚構成員(東京大学)、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(情報流通行政担当)、
奈良情報流通行政放送政策課長、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

情報流通行政情報通信作品振興課

4 配付資料

資料7-1	中間とりまとめ(案)	【構成員限り】
資料7-2	中間とりまとめ(案)(概要)	【構成員限り】
資料7-3	中間とりまとめ(案)(全体構成イメージ)	
参考資料7-1	中間とりまとめに向けた参考資料	

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

中間とりまとめ案について

事務局より、資料7-1、資料7-2、資料7-3及び参考資料7-1に
基づき、中間とりまとめ案について説明があった。

フリーディスカッション

総論部分（現状認識、政策の方向性について）

- ・「政策の方向性」については、特にコンテンツ分野においては入り口で政策の役割や必要性が論点になることが多いので、きちんと議論しておく必要がある。
- ・「協調の失敗」という表現は、広い意味では「市場の失敗」の一局面であるが、コンテンツ分野においては、民間を主体とする取組が多くなされていることから、現案のとおり、限定した「協調の失敗」という表現が妥当ではないか。
- ・「コンテンツ中心」という表現は、放送業などの産業構造を積極的に変革することまで考えているのか、それとも「ユーザ志向」と同様のメッセージにとどまるのか。より適切な表現があれば修正した方がよい。
- ・ICT分野からみても「コンテンツ中心」は妥当な表現と考える。最初はハード、次は基盤を押さえている者が覇権を握った。次はグーグルやアマゾン等のコンテンツを押さえている者が覇権を握ろうとしている。今の時代に合致している表現であると考ええる。

各論部分（重点推進分野等）

- ・「ダブルスクリーン」といった狭義の表現ではなく、より高度なものを志向していることが分かるよう、例えば、「通信放送の連携に対応したいいわゆるダブルスクリーンのような」等、表現を工夫した方が良いのではないか。
- ・「我が国のコンテンツを」という表現が散見されるが、日の丸色をどこまで出すべきか。我々の実現しようとしている政策目的に対する認識を統一しておいた方が良いのではないか。
- ・「グローバルコンテンツ」の定義を明確にすべきではないか。日本のコンテンツを海外に普及させることが主目的であると認識しており、それによる日本のコンテンツ産業の活性化を主題に据えた方がよいのではないか。
- ・我々が配信したい「日本製コンテンツ」とは、「日本で作られた、日本に関連する、日本のコンテンツ」であり、その製作主体については、海外の方との共同も含め、国籍は問わないのが妥当ではないか。
- ・p 4の対象国、ジャンルの違いなどを踏まえた最適な戦略立案機能のところに、海外のクリエイターなどと共同で製作していくことが読める表現として欲しい。
- ・p 5（2）「コンテンツ製作力の強化」具体的取組のイ、エについては、

- (4)のコンテンツ流通環境の整備に該当するようにも思われる。また、「オープンOS」という表現は矮小化され違和感があるため、「オープンシステム」や「オープンプロトコル」等の表現が良いのではないか。
- ・「オープン・プラットフォーム」という表現は、「オープンな官民連携プラットフォーム」と形容詞が入った方が誤解無しに的確に伝えられるのではないか。国の報告書でこのような表現が出ると、海外から見るとシステムやネットワークを構築するといった誤解が生じる可能性がある。
 - ・「プラットフォーム」の定義として、「ビジネスプラットフォーム」、「技術プラットフォーム」、「政策プラットフォーム」を区別できる表現に改めるべきではないか。
 - ・「プラットフォーム」については、日本製である必要はないが、日本のコンテンツが活躍できる、もしくは日本にお金が落ちるプラットフォームであることが望まれる。さらに、それが日本製のプラットフォームであるとなお良い。
 - ・「オープン・プラットフォーム」については、有識者会議のようなイメージか。それがシンジケーションマーケット機能とどのようにつながっていくかが見えない。また、海外向けの情報発信力強化について、日本の中から海外を見た視点だけではなく、例えば、アジアに拠点を置き現地から情報をもろうといった海外に根ざした視点も必要ではないか。
 - ・「オープン・プラットフォーム」については、有識者会議といった会議体を考えている。シンジケーションマーケットの一例としては、国内の製作者と海外のバイヤーと直接取引ができる場を提供できないかと考えている。例えば、平成22年度の総務省の実証実験では、海外のバイヤーに売れる事例も一部実現されている。
 - ・官民有識者会議は、これまでも設けられてきたが、実際に戦略的に機能を持つところまで至っていない。具体的にどうすればうまくいくのかイメージがわからない。
 - ・「オープン・プラットフォーム」では、まず、各国の法規制やコンテンツの重要性の違いなどについて情報共有することが必要。その上で、国内外の製作者や放送事業者を繋ぐような「場」作りを進めたい。
 - ・「オープン・プラットフォーム」は常設の機関をイメージしているか。
 - ・基本的には会議体を考えており、その下にワーキンググループ作り、戦略の立案、マッチングの方策、人材育成といったものを検討することを考えている。
 - ・「コンテンツ利活用による活性化」が重要である。特に、ローカル民放局の放送コンテンツのアーカイブ化に向けては、民間主導の取組みの支援だけでは難しいのではないか。実証実験等を通じた総務省の出番があり得る

のではないか。そのような取組を通じて、地域的な広がりとしての復興支援にもつながっていく可能性があるのではないか。

- ・地域とグローバルをどうつなげていくかという点が隠れた課題ではないか。地域に埋もれているコンテンツをグローバルに発信できるという認識が共有されるのであれば、その点を強く打ち出しても良いのではないか。

- ・優先すべきコンテンツやジャンルについても、以降に議論すべきではないか。本懇談会の打ち出しとして重要なのは、「プラットフォーム」ではなく、「海外への情報発信力強化」ではないか。これまでも海外へという考えはあったが、海賊版、不正流通等の理由から躊躇していた。しかしながら、現下はそのようなことを言っている状況ではない。そのような環境認識や政策の立ち位置の転換を促すことが重要であり、「プラットフォーム」はそのための手段であると認識している。

- ・本懇談会のアウトプットとしては、これまでとは異なる政策アプローチとして、新しいフロンティアとしての海外を重視していくこと、そのためには基礎となる人材、コンテンツの製作・流通・利活用のそれぞれを強化することが必要であり、その出口が海外というような組み立てになるのではないか。

(4) その他

次回会合については、6月下旬～7月上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