

「放送コンテンツ流通の促進方策に関する検討会」（第3回）議事要旨

【日 時】平成25年6月10日（月）9：00～10：15

【場 所】総務省 8階 第1特別会議室

【出席者】

（構成員）

大久保 好男 日本テレビホールディングス株式会社 代表取締役社長
日本テレビ放送網株式会社 代表取締役 社長執行役員
岡 素之 住友商事株式会社 相談役【座長】
尾木 徹 一般社団法人日本音楽事業者協会 会長
小野 直路 日本放送協会 副会長
北川 直樹 一般社団法人日本レコード協会 会長
清田 瞭 株式会社大和証券グループ本社 名誉会長
鳶 信彦 ジャーナリスト
島田 昌幸 株式会社テレビ東京ホールディングス 代表取締役社長
株式会社テレビ東京 代表取締役社長
末吉 亙 潮見坂総合法律事務所 弁護士
菅原 瑞夫 一般社団法人日本音楽著作権協会 理事長
武田 信二 株式会社TBSテレビ 専務取締役【石原構成員代理】
龍村 全 龍村法律事務所 弁護士
豊田 皓 株式会社フジ・メディア・ホールディングス 代表取締役社長
株式会社フジテレビジョン 代表取締役社長
野村 萬 公益社団法人日本芸能実演家団体協議会 会長
早河 洋 株式会社テレビ朝日 代表取締役社長
三尾 美枝子 キューブM総合法律事務所 弁護士
村井 純 慶應義塾大学 環境情報学部 学部長・教授【座長代理】

（オブザーバー）

城所 賢一郎 株式会社TBSテレビ 参与
木村 信哉 一般社団法人日本民間放送連盟 専務理事
作花 文雄 文化庁長官官房審議官
内閣官房知的財産戦略推進事務局次長
今林 顕一 経済産業省官房審議官（IT戦略担当）

（総務省）

柴山総務副大臣、橘総務大臣政務官、小笠原事務次官、田中総務審議官、桜井情報通信国際戦略局長、吉崎情報流通行政局長、福岡官房総括審議官、南官房審議官、吉田総務課長、秋本放送政策課長、長塩地上放送課長、小笠原衛星・地域放送課長、竹村コンテンツ振興課長、野崎放送技術課長、小澤国際放送推進室長

【議事要旨】

（1）議事

（実演家関連WG城所主査より資料3-2に基づき説明。）

（音楽関連WG龍村主査より資料3-3に基づき説明。）

（説明後、構成員等による発言。主な発言は以下のとおり。）

<尾木構成員>

- ・今月の総務省情報通信月間表彰において a R m a を表彰していただいた。非常にありがたい、うれしい話であった。権利処理の効率化、円滑化について一層拍車をかけなければいけないと思うとともに、今後の a R m a の果たす役割が大変大きいという責任をひしひしと感じている。
- ・WGのご報告を聞いて、権利処理のテーマについてはクリアされそうだという気がしている。
- ・今回、総務省並びに経産省からついた170億円の海外展開の支援予算の現状及び経済効果の4,000億という数字の根拠に関して、お聞かせ願いたいと考えている。
- ・タイのイベントに関しては、当初、タイで放送枠を買って、日本のコンテンツを大量に流し、そのイベントをバンコクで行うということであった。バンコクで行うイベントに関しては、菅野美穂さんほかのアーティスト、役者の方を派遣して、先方の役者さんとトークショーを行う予定であったが、直前になり、先方から、トークショーだけではタイの方々が納得できないということで、急遽、国際ドラマフェスティバル実行委員会の重村さんから要請があり、音楽関連の方を同時に派遣してほしいということがあった。そこで、「東京女子流」と「PIKO」の2アーティストを急遽送り込むことになった。結果からいうと、この形が大変評判がよかったということと同時に、これから先、こういったイベントを行う場合には、音楽が必要不可欠ではないかという結論に至った。
- ・インドネシアが狙い目だという報告があったが、この根拠の1つとして、JKT48というグループを現地で作って、これが今大変人気で、チケット入手もままならないという。この中に2名の日本人が参加しているが、こういった既に行われていることを参考にしても、これからの支援や、今後の攻略方法を考えるということが大事だと思う。
- ・韓国において、韓流が経済の先兵となっているということは間違いのない事実だが、これは元々計算されたことかどうかということもよく検討した方がよい。ある種サブプリミナル効果ということを経験して、知らず知らずのうちに日本の商品を映像の中に組み込んでいくことが効果的ではないかと考えている。
- ・音楽業界では個社対応で、いろいろな会社がいろいろな国でCDを発売したり、あるいはイベントを打ったりということをしてきたが、オールジャパン体制になるということを知って安堵しておりますし、我々の業界にとっても大変喜ばしいことである。

<北川構成員>

- ・とにかく一定の枠組みの中で音楽の処理を具体的にやり始めていくことが必要。実験協議会を設置して、そこで具体的に、この番組のこの曲で、何カ国で、どれぐらいの長さで、どれぐらいの番組ができるのかということ、6月には実験協議会を立ち上げて具体的にやることが非常に重要だと思っている。

<菅原構成員>

- ・オールジャパン体制について賛同する。その上で、ご理解をいただきたいところは、国際的な権利処理ルールは、日本国内のルールとはイコールではないということ。
- ・特に気をつけなければいけないのは、楽曲でいえば外国曲。例えば日本の放送で使っていて、そこは許諾できたとしても、海を渡った途端、JASRACに権限はない。それは全く別の処理が必要であるということが前提としてあるということをよく現場の方もご理解をいただいた上で、番組編成のときから気をつけていただくことが必要。
- ・実験的に進めていくということであれば、日本の楽曲、日本の音源による編成、これこそがオールジャパン体制での番組の制作にもつながっていくと思う。
- ・全ての番組でという視点ではなく、トライアルとしてまず始めていくことが必要。

<野村構成員>

・実演家の原点としては、海外展開を真の意味で成功させるためには、作品の質の高さが最も重要。質の高い作品をいかに持続的に生み出していくかが発展のための重要な鍵であると、改めて申し上げる。

<武田構成員代理>

・放送局は、昔から日本で放送した番組を海外で売るということをやってきた。これは売りっ放しという形でやってきたわけだが、TBSは3年ほど前から、海外展開をそういう番組の売りっ放しではない形、それぞれの国の放送局と提携して展開しようと模索してきた。

・一昨年、シンガポールのメディアコープという放送局とドラマを一緒に作り、日本では日本語と英語、向こうでは中国語と英語と韓国語で放送した。CMは日本の企業にお願いし、日本でもシンガポールでも、日本の企業のCMをつけて放送するという形を1回トライした。

・今年の9月には、今度はベトナム放送と日越国交樹立40周年記念番組として2時間のドラマを作る。これも、日本の企業のスポンサードということで、日本でも、ベトナムでも、日本の企業のCMが出るという形をとろうと思う。ベトナムでは、その後、TBSの過去のドラマを80本から100本、集中的に放送しようという計画。こうした試みは決して利益が出るというものではないが、コンテンツの海外展開には予算措置がついたので、これを利用していただくという形で、まずはトライアルしたい。

・こうした個社のそれぞれの海外展開に加えて、オールジャパンの取組ができるということは大変大きな動きになるだろう。私もアジアを中心に海外を回ってきたが、韓国のドラマと音楽が席卷しているという状況なので、何とか日本のコンテンツを盛り返したいと考えている。

・予算措置は大変ありがたいが、スポンサー様に税制上でご迷惑をかけてしまうなどの問題点が浮き彫りになってきている。こうしたことも中長期的にはぜひ解決に向けた検討をお願いしたい。

<大久保構成員>

・海外展開のための権利処理について、実業家、実演家、レコード会社の方々、そして放送局が協力して実証実験が行われるが、それによって解決の糸口が見つかればいいなと期待している。ただ、報告の中にもあったが、解決すべき課題もたくさんあることから、継続的な取り組みがますます必要になってくるので、政府の適切な支援をお願いしたいと思う。

・オールジャパンの体制を組むことだが、これは産業界や在外の政府関係機関も含めた一体となった取り組みが必要であることは自明のことだと思う。オールジャパンで推進する司令塔的な組織を設けるというのも1つの考え方。人と物と金という資源の投下を無駄なく合理的に行い、そして現実に沿った形で実効性のある運営をしていくということが、これからは大事。

・民間では、各社がそれぞれ個別に自助努力をしている。そういった既に一定の歩みを進めているビジネスとの調整も図りながら、オールジャパンの推進体制が実効性を高める形で進めていただければよいと思う。

<小野構成員>

・報告の中でタイのJシリーズフェスティバルの事例があったが、これは、NHKも参加して進めている枠組み。このほか、ミャンマーで「篤姫」と「カーネーション」をプライムタイムで放送することも決まった。

・このように個別にさまざまな事業者、放送局等が努力していることがあるので、今後推進体

制が確立される一般社団法人での取り組みが、そういった個別の取り組みを後押しする使い勝手のいいものであってほしい。

- ・韓国ドラマでは何といっても本数がすごくそろっていて、それが放送局のスロットを埋めるという意味で非常に使い勝手のいいものになっている。できれば、日本側もある種コンテンツを民放、NHK合わせて集めるとか、さまざまな運動論が必要だろうと考えている。そういったことにも是非ご支援をいただければ。

<島田構成員>

- ・放送局としては、今後国際的に通用するコンテンツや初めから国際仕様のコンテンツをどう作っていくかということが改めて課題になってくる。

- ・テレビ東京はアニメの分野を中心に国際展開をしてきた。アニメはある意味で国際商品になっている。これからは一般実写番組についてどういう考え方で作っていくかということが、我々として問われてくる。

- ・今回もいろいろ行政面でのご支援をいただいているが、この国際展開については時間がかかることから、税制的な措置については、時間がかかることを前提にご支援をいただければと思う。

<豊田構成員>

- ・海外でも通用する、価値を持つコンテンツをつくっていくことが大事。

- ・フジテレビはフォーマットセールスをしていて、バラエティーで北欧や南米に入っているフォーマットもある。それを考えると、アジアでどういう番組が望まれているのか、どういうものを受け入れていただけるのかを調査した上で制作していく必要があると感じる。

- ・コンテンツの海外流通は仕組みが必要。ビジネスモデルがしっかりしていないと継続にならない。じっくり継続的に進められる体制を、オールジャパンで構築できれば大変ありがたいし、私どもも最大限の努力をしていく。

<早河構成員>

- ・煩雑な権利処理手続について、海外向けのコンテンツビジネスを促進する道筋を短期間でつけてくれた関係者の皆様の努力に敬意を表したい。また、オールジャパンで取り組むという雰囲気、意思統一というのが関係当事者の中で煮詰まってきたと受けとめている。

- ・WGの指摘にもあるように、言語、文化、生活水準、あるいは生活習慣など、現地の人々のニーズは多様であるので、どのような番組、どのようなイベントが受け入れられるかという相当緻密なマーケティング活動が成否の鍵を握る。

- ・安倍総理のスピーチでも触れられていたが、当系列の北海道テレビが北海道を紹介した番組をアジアに展開したところ、観光客が急増し、経済的な波及効果があったという指摘があった。これは雪や氷に囲まれた北海道独特の自然や温泉、スキー、食べ物といった、いわゆるエンターテインメントに、それらが無いアジアの人々が魅力を感じたということ。つまり番組のニーズがあったということ。

- ・例えば世界文化遺産になる富士山の四季折々をアジアに集中的にアピールするような手があるのではないかと思う。ドラマや音楽に比べると権利処理が容易で、NHK、民放の静岡、山梨の局には膨大な映像が蓄積されていると思う。観光という波及効果、こうした面で日本列島の美しい自然や文化の海外展開のために地方局の参加も大変重要と考えている。

<清田構成員>

・権利処理関係がうまく、スムーズにいくためにはまだまだ簡単にいかない解決すべき問題があると思う。権利処理ができたから放送コンテンツの流通促進がすぐに進むということではなくて、オールジャパンでやるにしても、どういう国を対象にどんな番組を作っていくか、内容についてのマーケティングを継続的にやっていく仕組みや組織が必要ではないかと感じている。

・どんな国々にどういう番組を、同じ国でも、世代間だとか、性だとか、また、若者を中心にするのか、子供相手にするのか、中高年を対象にするのか、男性の視聴者をターゲットにするのか、女性にするのか、そういったことをもう少し細かく分析するマーケティングの組織をきちっとつくっておかないと、永続的な存在にならないなと感じる。

・コンテンツと関連する商品、グッズを提供している製造企業などとの連携プレーも必要。コンテンツの根幹をなす権利者と産業界との連携をいかにとっていくかということが非常に大事だと感じたところ。

< 嶋構成員 >

・オールジャパンと言っていたが、ほとんどオールジャパンになっていなかったというのが過去の歴史だと思う。今回は、オールジャパンと言ったときに、今までとちょっと違うという印象がある。

・例えば安倍総理が海外へ訪問したときに、原子力をあちこちで売り込むだとか、ロケットのようなものを売り込むだとか、和食を世界に発信するために、ここ一、二年で二十数カ国の国でそういう事務局を作ったとか、ようやくオールジャパンというものが一つにまとまってきたという印象を受けている。

・各業界でやっているオールジャパンの運動と、このコンテンツの運動をどう結びつけていくかということも、イニシアチブをとって考える必要がある。司令塔の1つになる意識を持つ必要がある。

・どこへ売り込むかということだが、中間層が拡大している国、しかも人口が多い国がこれからのアジアのマーケットの中心になると言われている。それはインドネシア、ベトナム、インド、タイなどだろうと思う。中間層というのはどういうコンテンツ、商品、食べ物、観光を望んでいるのかということも考えながら、どの国を攻めていったらいいかという分析をしてもいいのではと思う。

・もう一つはスピード感。クールジャパンという言葉は2004年ぐらいにアメリカ人が日本について言い出したのが初めて、その後2006年から2008年ぐらいまでにクールジャパンという言葉がすごくはやった。そこでは、アニメと漫画とゲームだったが、今クールジャパンと言われたとき、それだけではなく、インフラの輸出、環境技術、和食あるいは江戸時代の絵画だとか、いろいろなものに広がってきている。今回は本当に司令塔を設けてスピード感を持ってやるということが非常に重要。中国や韓国は間違いなく今司令塔を持ってアジアの売り込み先にいろいろなコンテンツを出していることが、車やその他の商品が売れる1つのバックになっている。そういうことを関係業界にもっと知らしめていくということも大事。

< 末吉構成員 >

・見逃しサービスなどのお話し合いをずっと見守ってきた立場からして、推進体制と予算という車の両輪が出そろったということで大変ほっとした。

・時々刻々情勢は変わる。いろいろな世界の情勢にしなやかに対応できるというフィードバックをかけながら、時間をかけて、しかもスピードを上げてやっていただきたい。

・もっと弁護士を活用してもらえないか。弁護士会、弁護士知財ネット、エンターテインメン

ト・ロイヤーズ・ネットワーク、いろいろな任意団体を活用していただいて、弁護士の社会貢献という場もぜひいただければと思う。

<三尾構成員>

・今回、安倍総理が成長戦略の中で放送コンテンツの海外展開を大きく取り上げていただいたことを非常に喜ばしく思っている。

・これまで十分な量のコンテンツを海外に販売はできなかった一番大きな理由は、コストパフォーマンスが悪いということだと思う。権利処理に時間とお金がかかると、そのコストが販売価格にオンされてしまう。そうすると、韓国やその他諸外国の放送コンテンツの販売価格に比べまして割高になり。価格競争で勝てないということがあるのではないかと考えている。

・また、日本の放送コンテンツの場合はネットでの配信権がないとか、出演者絡みのPRができないとか、再放送は難しいとか、いろいろな制限があると思う。したがって、価格が若干割高であるわりには、日本の番組について、その価格の割高感を超えるような圧倒的なプレミアム感がなかった。したがって差別化戦略もとりにくかったということが、なかなか海外展開ができなかった理由ではないかと考えている。

・テレビ局側からしても、民間企業であるから、採算性が悪いところについては力を入れにくいということは当然であるし、最終的には経済的な波及効果があるということであったとしても、近視眼的に収益に結びつきにくいということであれば、それほど大きなメリットは感じられないということではないかと考える。

・一方、韓国の場合、東南アジアが非常にコンテンツ不足でコンテンツを欲していた中、低い価格でコンテンツを出せたということは、現地メディアのニーズとも合致したという事情があったと思う。また、韓国の場合には日本市場というものがあり、日本市場において大きな収益を上げていたので、東南アジアでは非常に低い価格でコンテンツを出し続けるということが最終的なビジネスモデルとして機能していったということがあったと思う。しかしながら、今後、日本については、このようなところがあるのかというと、厳しい現状ではないか。

・これからどうしていけばいいかは、やはりオールジャパン体制で、これまで分野ごと、業界ごとに分断していた経済活動を日本全体として横断的に取り組んで、日本版の放送コンテンツを中核としたエコシステムをつくり上げるということが非常に重要。

・今までハードとしてのものづくりの分野と、この放送コンテンツといういわゆるソフトの分野というのはあまり結びつきがされてこなかったと思う。しかし、この苦しい現状に対し、ものづくりもなかなか苦しくなっているということもあるので、両者が一体となって日本経済を発展させていくという以外に生き残っていく方法はないのではと思う。

・ネットの配信権をつけるというのは、ICTの分野でも非常に成長していく日本としてはプレミアム高い位置づけにあるものだから、ネットと通信と放送の連携ということも考えていくべきではないかと思う。

・完成パッケージ販売ということだけではなく、フォーマット販売やリメイク権の販売、さらには国際共同製作ということも考えて、複合的な形で進めていくべきではないかと思う。

<村井座長代理>

・私どもの分野では、世界のインターネットトラフィックの未来予測をしており、この予測に対してどういう技術を作っていけばいいかというアプローチをしている。2015年、16年には、世界中のインターネットのトラフィックの80%以上がビデオ、すなわち、映像関係、動画関係のコンテンツになるということが予想されており、それに合わせてインフラを設計し

ている。こうして出来る次世代のインターネットのスペースはサイバースペース、すなわちグローバルな空間。その中で放送番組をどのように売っていけるか。インフラ面は非常に発展をしていくと思うので、それを前提にして日本の放送番組が世界の中で活躍するというのはとても重要である。

- ・グローバルマーケットとしてのサイバースペースを考えたとき、アジア限定という考え方は普通しない。アジアが今日本のコンテンツのマーケットとして安定している、手が届くというのはその通りだが、オンラインで共有する、配信するというマーケットは間違いなくグローバル。5年先にはアジアだけではなくて、世界全体を相手にしなければならないわけだから、そのための準備、あるいはマーケットがどうなるかという調査が必要。予算がつくのであれば、アジアガラパゴスにならないように、地球全体でどこに対象となるマーケットがあるかということ調べたりするべき。

- ・慶應大学は、学部時代からいろいろ皆さんの業界にお世話になって、音楽をつくっていたり、テレビ番組の制作にかかわったりする人も多いが、いい番組というのはクリエイターがよくなければならぬ。彼らが就職を考えると、自信を持って、クリエイター稼業を続けていこう、頑張ろうと思える環境を用意することが重要。

- ・実証実験だが、私の記憶では予算が切れた後も継続したという例があまりない。国の支援は一定期間で終わるため、産業全体が力を合わせて継続をしていくための土壌をつくっていくことが必要。このためのリスクがとれるわけだから、実験期間中に新しいことを考え、実験の成果として制度の改革や改善を進めていくべき。その後の継続を考えた実験であることが重要で、そのための環境で進めるべき。

- ・最後に、オールジャパンということについて。行政、放送局、産業界、権利者、それぞれトップの方がいらっしゃって議論しているというのはとても素晴らしいことだと思う。オールジャパンというのは、基本的には関わっている全ての多様性のある方たち、つまりクリエイターであったり、産業界であったり、放送事業者、権利者が力を合わせて一つの目的に動くということ。また、他省庁との関係についても同様にその取りまとめを総務省にお願いしたい。コンテンツの海外展開はマルチステークホルダー、つまりそれぞれの多様な関わる方たちの議論があって初めて健全に進むのではないか。

<岡座長>

- ・資料3-4に、今後の推進体制のアイデアが書いてある。WGから報告いただいたこともかなり網羅されていると思うので、ぜひご覧いただきたい。これからこういう体制を整えて、放送コンテンツの海外展開を核として、オールジャパン体制で、最終的には国家戦略として日本の海外の国々におけるプレゼンスの向上ということにつなげたい。そのためには、何をさておいても、海外の方々に日本のことについて知ってもらわなければいけない。理解をしてもらわなければいけない。これに一番効果的なのは、放送コンテンツだと思っている。

- ・放送コンテンツを発信することにより、日本に対する関心が高まり、日本製品に対する関心が高まり、その結果、日本に観光に行ってみようということにもなっていく。あるいは日本の食材に対する関心が高まって、現地にたくさん日本食材が消費されるというような、いろいろな観点で私はこの放送コンテンツの発信というのは、波及効果が大変大きいと考えている。

- ・過去、皆様方の努力によっていろいろやってこられたわけだが、残念ながらまだ満足する成果が出ていない。今回、過去を踏まえて解決策をご検討いただいた。産業界の枠を超えて、また同時に省庁の枠を超えて、まさに官民連携でオールジャパンで取り組む。これを成功させるためには、関係者の皆さんが当事者意識を持って、その上でチームワークでやっていくということが大変重要。この組織を早急に立ち上げていきたいと思うので、引き続き皆様方のご理解

とご協力をお願いしたい。

<事務局から補足>

・170億円の補正予算については、ローカライズ、プロモーション、国際共同製作ということで、現在執行中。補正予算の資料及び経済効果4,000億円の積算の資料については、後ほど構成員の皆様には資料を送らせていただき、必要があれば個別に説明に伺わせていただきたい。

(2) 柴山総務副大臣より挨拶

- ・放送コンテンツの海外展開に関わる問題について、短時間で集中的に取りまとめをいただき、岡座長はじめ構成員の皆様には心から感謝を申し上げます。
- ・本日の取りまとめにおいては、海外展開に関してかねて懸案だった2つの事柄について大変大きな前進があったと思う。
- ・1番目は、権利処理の問題。本検討会において、実演家や音楽に関する権利処理の効率化に関して、具体的な方策について合意が得られたことは画期的であると思う。今後権利処理に関わる時間、あるいはコストをしっかりと効率化しなければ、海外マーケットの現場で私どもは非常に苦しい立場に立つことになる。実際に放送番組の海外展開に取り組みされる方々にとって、この方向性というのは非常に大きな後押しになると期待している。
- ・2番目は、政府で取り組んでいるクールジャパン戦略ともつながるが、海外展開のビジネスモデルの問題。放送コンテンツの海外展開だけでは収益の上がるビジネスモデルにはなりにくい。特に単体のコンテンツではなりにくいということを、多くの方々からこれまでも指摘をされていたところ。今般、放送コンテンツに加えて、同時に展開される製品、あるいは文化、サービス、こういったハイブリッドの方式で収益を拡大していくというコンセプトが共有されたということは、これも非常に重要な意味を持つものだと思っている。
- ・新たなコンセプトのもとで放送局、あるいは製品やサービスの海外展開に取り組む産業界が協力すれば、既に個別の実績が多々出ているところでもありますし、関係者全てにとって海外マーケットの拡大が実現するというように期待をしている。本日は「おしん」の話もあり、ジャカルタでのJKT48の話もあり、北海道の美しい自然についての話もあった。アジアだけではなく、ヨーロッパでもジャパンエキスポなどのフランスの展開なども非常に大きくブレイクをされているということもある。
- ・まさにオールワールドで、しっかりと日本のよさをアピールしていきたいと思っている。詳細についてはまだまだ詰める部分がある。税制のお話もあった。また、ドラマの本数などについての課題も指摘をされた。ただ、北川構成員がおっしゃったように、まずやってみることが大事。私どもは今崖っ縁にいるわけだから、スピード感を持って取り組んでいくということがまず必要。その際、私も政府のクールジャパン推進会議で申し上げているが、どういうものが相手国に受け入れられるのか、その市場調査をしっかりと行って、どういう層にどういうものが受け入れられるのかということを中心にききわめた上で展開していくということが必要。
- ・今後開催されるICT成長戦略会議の議論にしっかりと今日の議論を反映させていくとともに、政府の成長戦略の1つの柱として位置づけてまいりたいと思っている。今回の画期的な取り組みに裏打ちされた、岡座長はじめ皆様方の意欲と覚悟を私ども総務省としてもしっかりと受けとめて、可能な限りの支援を行っていくこととお誓い申し上げて、私からの挨拶とかえさせていただきます。

(3) 橋総務大臣政務官より挨拶

- ・皆様方には、大変大事なこの放送コンテンツの海外展開ということについて、権利処理の問

題、また推進体制の問題ということで活発にご議論をいただき、一定の方向性を出していただいたことに大変厚くお礼を申し上げます。

- ・柴山副大臣からも話があったように、こういった海外への放送コンテンツを展開していくということが、我が国をもっと知ってもらい、そしてまた、いろいろな形で世界にいろいろなものを売っていくことに非常に役立つ、大変大事な分野だと思っている。

- ・その意味においてクールジャパン戦略、成長戦略、骨太の方針に当然大きなテーマとして盛り込まれることになる。ICT全体について今からが夜明けになる、大変環境が整ってきている、今もう一歩を踏み出すこと。そういうことが非常に大事。

- ・実験に終わらせない、とにかくやってみようと思いの中で、私どもも一緒に頑張りたい。

- ・また、総務省においては、ハード分野では地上デジタル放送の日本方式の海外展開を進めている。これは中南米、南部アフリカにも広がりはあるので、ハードが出ていく中で、教育分野、福祉、医療分野などいろいろなコンテンツの要望が出てくると思っている。そこで、グローバルなマーケットもぜひにらんでいただいて、アジアからさらに世界に広がっていければ大変幸い。

- ・皆様のこの思いを形にしていくように、柴山副大臣ともども頑張っていくことをお誓いして、ご挨拶とさせていただきます。

以上