

これまでの構成員からの主なご指摘（概要）

1 現状認識

（1）時代背景等

- ✚ 2011年は、ネットワーク、端末、ソーシャルサービスの3つの観点から、過去10年の流れが大きく変わる節目の年。
- ✚ 昨今、iPadに代表される垂直統合されたグローバルプラットフォームが突然登場。
- ✚ まずはデジタル完全移行後のコンテンツ政策のあり方について幅広く議論し、その上で総務省に求められる役割もまとめていきたい。

（2）国内の動向等

- ✚ 本年7月のデジタル放送への完全移行により通信・放送ネットワークの完全デジタル化が完了。我が国においては、制度・インフラの両面から「世界最先端のデジタルネットワーク基盤」が構築されつつあるのではないかと。
- ✚ 今後、日本国内におけるビジネスの全体規模は大きくなりにくいのが現実。海外への展開を見据え、全体のパイをいかに上げていくのか、国として何ができるかが論点。

（3）諸外国の動向等

- ✚ 韓国のC-KOREA、イギリスのデジタル・ブリテンに匹敵する我が国独自の施策パッケージがあっても良いのではないかと。

2 政策の方向性等

（1）政策の方向性

- ✚ 従来のコンテンツ政策は限界に近づいている。国内よりも海外、産業振興よりも人材育成、総花よりもポップカルチャーに焦点をあてるなど、従来のコンテンツ政策をゼロベースで再構築してもよいのではないかと。
- ✚ 国際放送、クールジャパンの普及を含め、もっと広い枠組みで日本のブランドを発信していくことは、国としての重要な役割ではないかと。
- ✚ 日本が世界のトップランナーの地位を維持していくためには技術・ビジネスモデルのイノベーションと国際化が重要ではないかと。
- ✚ 実世界と仮想世界が融合したところ（サイバーフィジカル）に新たなイノベーションが生まれるのではないかと。
- ✚ 今後、コンテンツの「流通」の重要性はますます高まっていくので、流通を重視する視点は引き続き維持するべきではないかと。
- ✚ 地域活性化についてコンテンツの果たす役割は大きいのではないかと。

(2) 各プレイヤーの役割

- ✚ 政府は、事業者の自由闊達な活動を下支えする役割を担うことが適当。また、その下支えする時の基本的な視点は、競争の促進。
- ✚ 利害関係が異なる者が一堂に会して成果を出すことは素晴らしい取組み。技術に強く中立的な総務省が、利害関係者を糾合し、コンテンツ振興に係る実証実験等を通じて、実践的な取組みを推進することは有益。
- ✚ 「外部性」がどこまであるのかの見極めが重要。財政的な余裕がない中で次善策として、波及効果の受益者間の協調の場を作ることが想定。
- ✚ 地上波、インターネット、携帯電話の特性に応じたコンテンツの相互利用を可能とする制度上の障害の除去等が政府の役割。

3 重点推進分野

- ✚ 重点推進分野としては、海外・世界に重心を置く、コンテンツの製作に力を入れる、メディアミックスで考える、利害調整に時間をかけるよりも、実証実験を通じて迅速にアウトプットを出していくということではないか。
- ✚ メディアミックスの時代には、クリエイターがビジネスプロデューサにならなければビジネスチャンスを押さえることは難しく、そのための教育やチャレンジの場をどのように与えていくのが重要。
- ✚ ビジネスプロデューサ育成に向け、業界の約束事を共通に理解させるためのドキュメント整備が必要。
- ✚ 東アジアのコンテンツ製作に係る若者を日本へ招へいし日本のルールを学ばせることが長期的な戦略として非常に重要。
- ✚ 日本のコンテンツ普及に貢献した人に対する、グラミー賞に匹敵する日本独自の賞の創設が有効。
- ✚ 中国における模倣品海賊版対策については、韓国のように、政府が海外の番組枠を買い上げて日本の番組を放映して製品を買ってもらうような、上からの取組を行うべき。
- ✚ アジア圏での番組販売に向けた共通的なプロモーションや不正流通対策等の制度的措置が必要。
- ✚ 広告放送前提の日本の3D放送はリードタイムが長く、初期の公的支援が必要。
- ✚ 我が国のコンテンツ振興に向け、「コンテンツ制作機能」、「コンテンツのグローバル流通ハブ機能」を兼ね備えたバリューチェーンを構築・推進してはどうか。