

これまでの構成員からの主なご指摘を踏まえた 主要論点の方向性

1 現状認識

(1) 時代背景等

- ✚ 2011年は、①ネットワーク、②端末、③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なのではないか。④また、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登場し、グローバル市場における競争が激化しているのではないか。
- ✚ 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るべきではないか。

(2) 国内の動向等

- ✚ 国内に目を向けると、少子高齢化・人口減少、生産年齢人口の減少、地域社会の疲弊など出口の見えない閉塞感に覆われているのではないか。
- ✚ 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ではないか。
- ✚ 東日本大震災や原発事故からの復旧・復興、新たな日本の創造に向け、コンテンツ・ICTの果たす役割は大きいのではないか。
- ✚ 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デジタル化が完了。我が国では、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。

(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。

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。
- ✚ 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。
- ✚ 東日本大震災からの復旧・復興、さらに災害に強い社会の構築に向けては、新たな情報通信ネットワーク構築、世界への正しい情報発信、インターネット・クラウド上の情報の活用が必要ではないか。
- ✚ 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。
- ✚ 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。
- ✚ 地域活性化にコンテンツの果たす役割は大きく、事例収集と特性の整理・アーカイブ化、成功事例の類型化とモデル化、成功要因の分析と形式知化等、科学的・体系的なアプローチを進めていくことが有効ではないか。
- ✚ 以上を踏まえれば、①海外・世界に重心を置く、②コンテンツの製作に力を入れる、③メディアミックスで考える、④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方向が妥当ではないか。
- ✚ また、今般の大震災を踏まえれば、①端末の特性に応じたコンテンツ製作、②日本国内の正しい情報を海外に発信していくことが重要であることに加え、③産業復興の観点からは海外へのコンテンツ展開も引き続き重要ではないか。

(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當ではないか。また、その際の基本的な視点は、競争の促進ではないか。
- ✚ 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ではないか。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ではないか。
- ✚ 「外部性」がどこまであるのかの見極めが重要ではないか。財政的な余裕がない中での次善策として、波及効果の受益者間の協調の場を作ることが想定されるのではないか。
- ✚ 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ではないか。

3 重点推進分野

(1) 海外への情報発信力強化

- ✚ 放送、インターネットその他の様々な手段を通じ、また、メディア融合・連携も想定しつつ、日本国内の情報を海外に迅速かつ正確に発信していくことが重要ではないか。
- ✚ 多言語化を前提としたコンテンツ製作・国内外への発信が必要ではないか。
そのような多様なメディアの多言語化の推進は、特に緊急時において、国内の在留外国人への緊急情報の発信にも有効ではないか。
- ✚ 海外での日本製コンテンツの戦略的な露出アップのため、放送局、映画会社等、日本の映像コンテンツ事業者が、共同で運営組織を立ち上げることは出来ないか。
- ✚ コンテンツの海外展開については、産業復興の観点からも極めて重要であり、海外での成功国をベンチマーキングして、その国との差別化戦略等について科学的に検討していくことが必要ではないか。
- ✚ 震災からの復興に向けた海外へのメッセージ発信やブランド戦略は、コンテンツ政策として極めて重要であり、かつ重い課題ではないか。

(2) コンテンツ製作力の強化

- ✚ 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。
- ✚ 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ではないか。
- ✚ 既存コンテンツの二次利用を促進することのみならず、端末やコンテンツ流通経路の多様化・高度化が進展する中、それぞれの特性に応じた当該端末等向けのコンテンツを製作していくことが重要ではないか。
- ✚ コンテンツ製作力の強化のため、製作者の地位の向上や事業環境の改善は重要な課題であり、関係事業者への過度な負担を排除しつつ、競争中立的かつ製作者の自立的製作取引を可能とする施策を具体的に検討していくことが必要ではないか。
- ✚ 権利者への適正かつ公正な分配は非常に重要な課題であり、創造活動におけるモチベーション源泉のひとつであるため、最適な制度設計が必要ではあるが、現状における論点/課題など一定の棚卸しが必要ではないか。

(3) コンテンツ利活用による活性化

- ✚ コンテンツによる地域活性化を促進するため、事例収集と特性の整理・アーカイブ化、成功事例の類型化とモデル化、成功要因の分析と形式知化等、科学的・体系的なアプローチを進めていくことが必要ではないか。
- ✚ コンテンツの「蓄積」という観点から、米国や仏国の事例も参考に、国内で製作されたコンテンツのアーカイブ化を促進し、その価値を再認識するとともに、展開を支援することも政策的に意義があるのではないか。
- ✚ コンテンツのデジタルアーカイブについて、3D等の先端技術を活用しつつ、制度整備、技術の標準化等の必要な取組を推進することは、文化振興、教育用途として大変意義あることであり積極的に推進すべきではないか。
一方、ビジネス活用においては効果が限定的であることから、別途検討が必要ではないか。
- ✚ 地域の多様性確保、地域活性化の観点からは、コンテンツ産業の一極集中の是正、地域への分散化が必要ではないか。
また、それは災害に強い強靱な社会の構築にも資するのではないか。

(4) コンテンツ流通環境の整備

- ✚ 違法コンテンツ撲滅のための不正流通対策及びコンテンツ正規流通の促進のための権利処理一元化に係る実証実験は、国内外の健全なコンテンツ流通環境の整備に向けて極めて重要な課題なのではないか。このため、今般の情勢下にあっても、関係者との連携を一層強化し、技術的な精査、連携対象や検証範囲の拡大等を行うなど、着実かつ迅速に推進していくことが必要ではないか。
- ✚ 通信・放送の特徴も生かしつつ、分野横断的に情報発信をしていくことも、平常時のみならず非常時には極めて重要ではないか。
- ✚ 中国における模倣品海賊版対策については、政府が海外の番組枠を買い上げて日本の番組を積極的に放映するといった取組を行うべきではないか。
- ✚ 放送事業者としては、特に①コンテンツの海外展開、②流通環境整備に官の役割を期待。①コンテンツの海外展開については、「コンテンツの輸入規制」「海賊版による正規品流通の阻害」などが大きな障壁であり、「官」の協力が必要。②流通環境整備については、実演家の権利処理窓口の一元化を a R m a の組成という形で果たしたことが官民一体で取り組んだ成果と認識。引き続き、アジア圏における不正流通対策や正規流通促進策に取り組むべきではないか。
- ✚ 東日本大震災を踏まえれば、インターネット・クラウド上の情報・コンテンツの利活用が必要ではないか。

- ✚ 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。

(5) 人材育成の強化

- ✚ 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かが重要ではないか。
- ✚ 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ではないか。
- ✚ 東アジアのコンテンツ制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ではないか。
- ✚ 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ではないか。
- ✚ コンテンツ海外展開のためのインフラとして、翻訳者・字幕制作者等の育成（相手国側の人材育成を含む）は、国の役割として必要ではないか。
- ✚ メディア融合における情報リテラシー教育、一般ユーザにおけるコンテンツの価値意識の向上が必要ではないか。