

「デジタルコンテンツ創富力の強化に向けた懇談会」 中間とりまとめ 概要

**平成23年7月21日
総務省情報流通行政局
情報通信作品振興課**

デジタルコンテンツ創富力の強化に向けた懇談会の概要

1

1. 検討事項

新成長戦略「クール・ジャパン戦略の推進」による新たな成長の達成に向け、コンテンツ製作・流通の促進に係る次の各項目について検討し、国・民間等の各プレーヤーが果たすべき役割や昨今の財政事情等も踏まえた今後展開すべき政策の方向性を提言。

- (1) 政策目標等（意義、方向性、国の役割等）
- (2) 重点推進分野（海外展開、人材育成、流通環境整備等）
- (3) プロジェクトマネジメント（成果目標設定方法、成果評価方法、ベストプラクティスの展開・普及方策等）

2. 検討状況

- ・平成23年2月から、平岡総務副大臣の主催により開催。
- ・同月の初回会合以降、これまでに計8回の会合を開催し、同年7月15日に中間とりまとめを公表。

構成員（敬称略）（平成23年7月現在）

氏 名		主 要 現 職
座 長	中村 伊知哉	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授
座長代理	村上 輝康	株式会社野村総合研究所シニア・フェロー
構 成 員	音 好宏	上智大学文学部新聞学科教授
	越塚 登	東京大学大学院情報学環・学際情報学府教授
	古嶋 雅史	デロイト トーマツ コンサルティング株式会社パートナー
	小塚 莊一郎	学習院大学法学部教授
	末吉 互	潮見坂綜合法律事務所弁護士
	細井 浩一	立命館大学映像学部教授
	三尾 美枝子	六番町綜合法律事務所弁護士
	柳川 範之	東京大学大学院経済学研究科准教授

1 現状認識

2011年以降の新たなデジタルコンテンツ政策の必要性

- 世界最先端のデジタルネットワーク基盤の完成
- デバイスの多様化・高度化の急速な進展
- ソーシャルサービスの急速な普及
- グローバル市場での競争環境の激化

少子高齢化・人口減少による構造的な問題を解決し閉塞感を打破する必要

東日本大震災からの復旧・復興

- 毀損した「日本ブランド」の復活強化には、海外への正確な情報発信が重要
- 国民一人ひとりのニーズに対応した情報が適切に提供される必要

我が国のコンテンツ分野の現状と課題

- 国内市場は停滞傾向にあり、今後も高成長が予測される海外市場の開拓が必要
- 我が国コンテンツ分野の構造的課題、対象となる海外市場毎の差異等を認識して議論する必要

2 政策の方向性等

「コンテンツ中心」の新たなアプローチを志向

グローバル志向への転換

多様な手段による正確・迅速な情報発信

新たなイノベーションの創発

ユーザ志向への転換

地域の再生・活性化

政府の役割

- 経済・社会の活性化
- コンテンツ産業の国際競争力の強化
- 製作・流通環境の整備による競争の促進

3 重点推進分野

海外への情報発信力の強化

【具体的取組】

- ア 海外への映像の発信強化
- イ オープンな官民連携プラットフォームの構築
- ウ 放送コンテンツの海外展開の促進
- エ コンテンツ流通規制の緩和
- オ 国際的イベントやソーシャルメディアを通じた情報発信

コンテンツ制作力の強化

【具体的取組】

- ア 立体（3D）コンテンツの製作・流通の促進
- イ コンテンツ製作共用基盤等の整備の促進
- ウ 特区制度の活用促進
- エ グローバルなICTプラットフォームの活用促進

コンテンツ利活用による活性化

【具体的取組】

- ア コンテンツによる地域活性化事例の形式知化・集合知化
- イ コンテンツのアーカイブ化と利活用の促進
- ウ 地域密着メディアによる復興支援情報の発信の促進

環境の整備 コンテンツ流通

【具体的取組】

- アイウ コンテンツ製作・流通共用基盤等の整備の促進（再掲）
- 不正コンテンツ製作・流通対策・権利処理一元化の着実・迅速な推進

人材育成の強化

【具体的取組】

- アイ ビジネスを育てる「場」の創出と社会的定着の促進

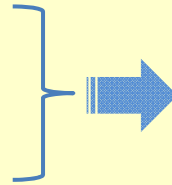
4 推進方策

【例】グローバル・コンテンツ製作・流通に向けた「オープンな官民連携プラットフォーム」の構築
官民の適切な役割分担のもと、総合的なプロジェクトを推進
個別の取組の融合・相乗効果により、投入資源よりも大きな効果が発揮されるよう、

(1) 2011年以降の新たなデジタルコンテンツ政策の必要性

2011（平成23）年は、我が国のICT分野における過去10年の流れが大きく変わる節目の年であり、次のような状況を踏まえ、2011年以降のコンテンツ政策を新たに構築していくことが必要。

- ✦ 世界最先端のデジタルネットワーク基盤の完成
- ✦ デバイスの多様化・高度化の急速な進展
- ✦ ソーシャルサービスの急速な普及
- ✦ グローバル市場での競争環境の激化



我が国の有する強みを最大限活用し、我が国のアイデンティティを維持・強化しつつ、技術・ビジネス両面で「新たなイノベーションの創発」を促進することにより、少子高齢化・人口減少による構造的な問題を解決し、閉塞感を打破する必要。

(2) 東日本大震災からの復旧・復興

- ✦ 東日本大震災では、多くの人命・財産が失われ、我が国を起点とした製造業等のグローバルなサプライチェーンの寸断により世界経済に大きな影響を及ぼすとともに、「安心・安全」といった「日本ブランド」が毀損。国内外の風評被害を防止し、日本ブランドの復活強化を図るためには、海外への正確な情報発信が重要。
- ✦ また、震災時においては、国民一人ひとりが真に必要としている情報が必ずしも送り届けられなかったのではないかという指摘もなされているところであり、国民一人ひとりのニーズに対応した情報が適切に提供されることが必要。
- ✦ 東日本大震災から得た教訓を踏まえつつ、新たな日本の創造に向けた復旧・復興において、デジタルコンテンツが果たすべき役割は極めて大きい。

(3) 我が国のコンテンツ分野の現状と課題

- ✦ 我が国のコンテンツ市場は、ここ数年間、約11兆円規模で停滞。一方、世界のコンテンツ市場は、今後も高成長が予測。我が国発のコンテンツを質・量共に維持・強化していくためには、海外市場を開拓し、当該市場で一定のプレゼンスの確保が必要。
- ✦ 我が国のコンテンツ産業については、以下のような構造的な課題について指摘がなされているところ。
 - ・ クリエイターの高齢化、国内製作環境の空洞化、製作ノウハウ移転による国際競争力低下など、魅力あるコンテンツを創り出す源泉となる「力」が低下している。
 - ・ 企画工程におけるプレーヤが個人を含む中小零細事業者で構成されていることなどから、当初からグローバル展開を意識したコンテンツ製作が実現できていない。
- ✦ コンテンツ分野における現状と課題、対象となる海外マーケットや各ジャンルにおける差異等を十分に認識した上で、議論を進めていくことが肝要。

(1) 政策の方向性

今後推進すべき新たなコンテンツ政策の策定に当たっては、次の5つの方向性を踏まえつつ、「コンテンツ中心」の新たなアプローチを志向することが重要。

①「グローバル志向への転換」

我が国がアジアと世界におけるプレゼンスを維持し続けるためには、我が国のアイデンティティ・強みを伸ばしつつ、内向き志向を脱却し、よりオープンで協同を基調とする「グローバル志向」に転換していく必要。そのためにはコンテンツ製作力の強化と情報発信力の充実が不可欠。

②「新たなイノベーションの創発」

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、イノベーションの源泉となる日本の文化的素養・アイデンティティを認識しつつ、技術・ビジネスモデルのイノベーションが創発されるような環境を整備することが不可欠。その際、ICTが有する「繋ぐ」力を活用していくことが有効。

③「ユーザ志向への転換」

イノベーションの成果を国民各層が享受するためには、端末や流通経路の多様化に対応して、端末等の特性を活かしたオリジナルコンテンツが製作され、国民一人ひとりが真に欲する情報・コンテンツが提供されることが極めて重要。

④「多様な手段による正確・迅速な情報発信」

大震災の教訓を踏まえ、国民一人ひとりの普段の生活を守るために必要な情報・コンテンツを確実、正確かつ迅速に送り届けることが、平時はもとより非常時には極めて重要。

さらに、本年5月に閣議決定された「政策推進指針～日本の再生に向けて～」における「再始動に当たっての基本7原則」の一つに「日本ブランド」の「信認の維持」が掲げられていることから、「日本ブランド」への「傷ついた信頼を回復し、世界との絆を強めていく」ことが必要であり、それに際しては、正確・迅速な情報発信が極めて重要。

⑤「地域の再生・活性化」

地域の誇りや絆を再生する観点から、地域における情報生産・発信力の強化が重要であり、コンテンツの果たす役割は大きい。また、知識情報社会において、コンテンツ産業が中核となってその外延産業を牽引し、さらにユーザ製作コンテンツ、拡張現実など周辺分野に発散していくという新たな成長モデルの確立を目指し、実践的な取組を行っていくことも有効。

(2) 政府の役割

①「製作・流通環境の整備による競争の促進」

競争促進を基本的視点としつつ、事業者の自由闊達な活動を下支えするという意味で「製作・流通環境の整備」が不可欠。

【具体例】

- ・ コンテンツ流通に係る国内外の各種規制が課題となる場合、国内の各種規制の見直し等を図る、外国政府との交渉等を通じて、規制緩和を働きかける
- ・ 「市場の失敗」の一局面として、特に「協調の失敗」に民間のみでは陥ってしまうような場合、政府が利害関係の異なる者を糾合して「場」を組成し、実証実験等を通じて、利害調整やルール整備などの取組みを推進する

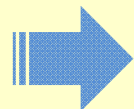
②「コンテンツ産業の国際競争力の強化」

グローバル化により特に情報に関して国境が無意味になる昨今の状況下では、我が国のコンテンツ産業の国際競争力の強化が不可欠。さらに、コンテンツ産業の国際競争力の強化は、わが国のブランド力を強化し、我が国産業全体の国際競争力の強化にも資するという「外部性」の視点も重要。

③「経済・社会の活性化」

地域の誇りや絆を再生する観点からは、地域における情報生産力・発信力の強化は極めて重要。さらにコンテンツ分野は他分野への波及効果が大きいことから、中核となるコンテンツが牽引する外延の拡大や関連分野の発散を促進することにより、経済を活性化させていくという視点も重要。

また、クールジャパンの海外展開など、コンテンツを活用して「日本ブランド」の発信力を強化することは、我が国のプレゼンスを維持するとともに国際貢献という観点からも重要。



以上のような政府が果たすべき基本的な役割を踏まえ、内閣に設置された知的財産戦略本部のほか関係府省との適切な連携・役割分担のもと、総務省は、ICTネットワークに係るインフラ・技術・制度等を核として、多数の関係者を糾合した迅速かつ実践的な取組を推進していく上で先導的な役割を担うことが期待

- ✚ 次の5つの重点推進分野を設定し、各分野における取組の方針を設定するとともに、今後進めるべき具体的取組を整理。

(1) 海外への情報発信力強化

【具体的取組】

ア 「日本ブランド」再生に向けた海外への映像の発信強化

放送、インターネットその他の様々な手段による外国人向けの映像発信の強化、海外のメディア・クリエイターを招致し国内の製作者とコンテンツを共同製作する機会の創出等を通じ、震災から復興する被災地の姿や我が国の正確な情報を海外に発信するとともに、国際カンファレンスを誘致

イ 「オープンな官民連携プラットフォーム」の構築

海外への情報発信力強化に向けた「戦略立案プラットフォーム」※として、官民の関係者が一同に会する「場」を組成

※ 全体戦略（重点的に海外展開を推進すべきジャンル等に係る選択と集中等）、対象国・ジャンル毎に最適な個別戦略等に関する企画・立案を想定

ウ 放送コンテンツの海外展開の促進

放送コンテンツの海外展開の強化に向けた権利処理のあり方について、関係者が連携して検討していく「場」を組成し、速やかに議論

エ 諸外国のコンテンツ流通規制の緩和

二国間協議を含む様々な交渉の場を活用し、中国や韓国等のコンテンツ流通規制の緩和を働きかけるとともに、民間交流を深めることにより、相手国内の民間側からの緩和への機運を醸成

オ 国際的イベントやソーシャルメディアを通じた情報発信

世界的に著名なイベントの活用等により、日本のコンテンツのグローバルな露出機会を創出するとともに、訴求力があると認められる公的・準公的なイベントの映像等をソーシャルメディア等を通じて配信

(2) コンテンツ製作力の強化

【具体的取組】

ア 立体（3D）コンテンツの製作・流通の促進

日本の現状の海外発信を通じた認知度の向上、露出機会の創出や顕彰等を効果的に組み合わせた取組を推進

イ コンテンツ製作・流通共用基盤等の整備の促進

クラウド技術等も活用しつつ、事業者毎の規格や端末等の違いによらず既存コンテンツ等の効果的な配信を可能とする共用基盤、コンテンツ素材等を効率的に流通させる仕組みや著作権保護機能等の共用基盤、「ハイブリッドキャスト」等の高度なコンテンツ利用を実現するための環境等の整備、拡張現実・仮想現実等の高度なICTを活用した新たなコンテンツ創造の促進に向けた取組を推進

ウ 特区制度の活用促進

総合特区制度を活用し、被災地の意向等を十分考慮した上、例えば、東北に国内外の企業等の誘致を促進する等の取組を実施

エ グローバルなICTプラットフォームの活用促進

オープンシステムに基づくグローバルなICTプラットフォームを積極的に活用して日本のコンテンツを海外へ効率的に発信していくため、関係者が協働する「場」を組成し、諸外国の技術面・制度面の情報を取得・共有

(3) コンテンツ利活用による活性化

【具体的取組】

ア コンテンツによる地域活性化事例の形式知化・集合知化

コンテンツによる地域活性化事例のアーカイブ化、類型化とモデル化等、科学的・体系的なアプローチを進めていくとともに、コンテンツと地域を繋ぐ人材のネットワーク化を推進

イ コンテンツのアーカイブ化と利活用の促進

国内の映像・出版等コンテンツのアーカイブ化とメディア融合等を通じた多様な展開の促進、特にローカル民放局等における放送コンテンツのアーカイブ化とその利活用の強化に向けた民間主導の取組を支援

ウ 地域密着メディアによる復興支援情報の発信の促進

復興支援情報等の発信を行うコミュニティ放送等の地域密着メディアへの助成等の民間主導の取組を支援

（4）コンテンツ流通環境の整備

【具体的取組】

ア 実証実験の着実かつ迅速な推進

コンテンツの不正流通対策及び権利処理一元化に係る実証実験 について、海外への取組拡大、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

イ コンテンツ製作・グローバル流通バリューチェーンの構築

前述の「オープン・プラットフォーム」を活用しつつ、国内外を通貫したシンジケーションマーケットの機能を有するバリューチェーン（価値連鎖モデル）を構築

ウ コンテンツ製作・流通共用基盤等の整備の促進

（2）②イ参照（再掲）

（5）人材育成の強化

【具体的取組】

ア ビジネスプロデューサの育成支援

ビジネスプロデューサ育成に向け、コンテンツ業界の経験知を「見える化」し、共通に理解させるためのドキュメントの整備や大学におけるカリキュラムの充実を促進

イ 人材を育てる「場」の創出と社会的定着の促進

若手クリエイター等のコンテンツ製作・露出機会の創出、海外のクリエイターやビジネスプロデューサ等の招へい、民間主導による優れたコンテンツを顕彰する取組の強化への支援等、人材育成に向けた取組を総合的に推進

（１）総合的なプロジェクトの推進

前記３において具体的取組として整理した事項を推進していくに当たっては、個別の取組の融合・相乗効果により、投入資源よりも大きな効果が発揮されるよう、官民の適切な役割分担のもと、総合的なプロジェクトを推進すべき。

✚ 総合的なプロジェクト（例）

グローバル・コンテンツ※の製作・流通に向けたオープンな官民連携プラットフォームの構築

✓ 目的と概要

当該プラットフォームは、我が国コンテンツ産業のみならずコンテンツを中核とした我が国産業全体の国際競争力の維持・強化、社会活性化に向けて、グローバルに展開可能なコンテンツの製作・発信を国内外でオープンに推進することを目的に、関係者が連携・協働し、具体的取組を実践していく「場」として構築。

✓ 当該プラットフォームが有する機能

戦略立案プラットフォーム機能	全体戦略・個別戦略に関する企画立案、人的資源のデータベース・ネットワーク機能、国内外のベストプラクティス等の見える化・データベース化
ビジネス・プラットフォーム機能	資金調達を含む国内外のシーズ・デマンド・ニーズのマッチング機能、国内外を通貫したコンテンツ製作・流通に係るシンジケーションマーケット機能
ＩＣＴプラットフォーム実証・形成機能	クラウド技術等を活用したＩＣＴプラットフォームによる新たなコンテンツ製作・流通に向けた実証・合意形成機能

※ 主として「グローバルに流通・発信」させていくことを想定して製作する、又は製作されたコンテンツであって、我が国の製作力を活用してコンテンツ化する場合のほか、我が国の現状や文化・歴史・生活等を題材にする場合であれば、その製作主体の国籍を問わない。

（2）官民等関係者の適切な連携の推進

- ✚ コンテンツ分野においては、民間が主導的な役割を担うという基本原則のもと、前述の2（2）において整理した政府の役割も踏まえ、政府、民間等の関係者が適切に連携・協働し、共通の目的の達成に向けて具体的取組を実践していくことが重要。

（3）今後の進め方

- ✚ 具体的取組について、短期、中・長期に区分し、取組内容を出来るだけ具体化した工程表を作成したところであり、当該工程表に沿って、政府、民間等の関係者が出来るだけ速やかに、出来ることから「実践」していくことが期待。
- ✚ なお、当該工程表については、具体的取組の進捗状況を定期的に把握した上で、コンテンツ分野を取り巻く環境の変化等も踏まえ、適時適切に見直すことが必要。