

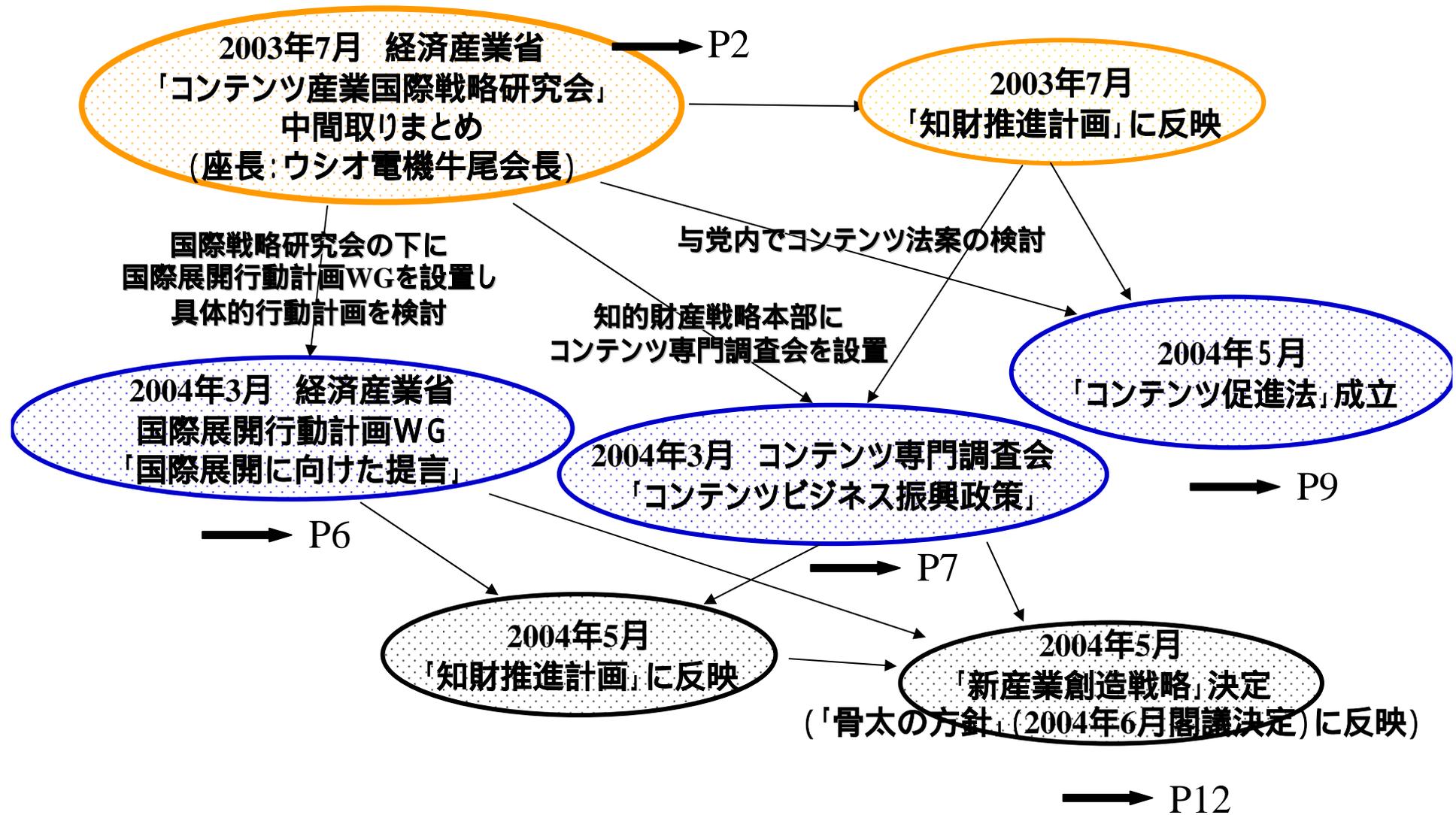
これまでの我が国コンテンツ産業 国際展開に向けた取組

平成16年7月21日

経済産業省 商務情報政策局

文化情報関連産業課

1. コンテンツ産業国際展開戦略の流れ



2. コンテンツ産業国際戦略研究会中間とりまとめ(平成15年7月)

~コンテンツ産業の国際展開を図ることによって、他産業を牽引する~
~ 'Trade Follows the Content' ~

〈具体的提言と対応施策〉

提言 : 市場情報収集に向けた国際拠点の整備

(JETRO、国際交流基金等公的機関を活用し、情報収集、コンサルティング、訴訟支援等現地事務所機能を強化)

対応施策

JETRO北京、上海事務所に海賊版対策専門家を一名ずつ配置、企業の訴訟支援、現地政府へのロビイング、情報収集、広報活動等を実施する。
(16年度予算3億円)

提言 : 情報発信力強化と国際取引市場の創設

(国内見本市等の抜本的強化(東京国際映画祭の機能強化)、海外主要見本市、ショーケース事業等への支援等)

対応施策

コンテンツ国際市場創設事業(16年度予算5億円)
東京国際映画祭を海外へのジャパンプランド発信のコアと位置づけ、映画に止まらず我が国コンテンツ輸出の拠点として、国際コンテンツマーケットを創設する。

豪華な演出 - 昨年からレッドカーペットなどによる豪華演出、今年は会場を渋谷から六本木ヒルズに変更
マーケットの併設 - マーケット機能を付与し、海外に向けた日本コンテンツのPR、ビジネスチャンスの拡大を図る。

実行体制の強化 - 東京国際映画祭・マーケット開催等を担う機関の創設



2. コンテンツ産業国際戦略研究会中間とりまとめ(平成15年7月)

~コンテンツ産業の国際展開を図ることによって、他産業を牽引する~
~「Trade Follows the Content」~

〈具体的提言と対応施策〉

提言 : 情報発信力強化と国際取引市場の創設

(国内見本市等の抜本的強化(東京国際映画祭の機能強化)、海外主要見本市、ショーケース事業等への支援等)

対応施策

輸出促進支援事業(16年度予算9.1億円の内数)

カンヌ国際映画祭など国際的なコンテンツ見本市への出展支援を行い、海外への戦略的な売り込みを行う。

カンヌ国際映画祭(世界最大のフィルムマーケット)

商業ブースの充実化 - 商業活動の場であるリビエラに36㎡の展示会場を確保。出展者のセールス活動支援を行う。

ナショナルパビリオンの設置 - PR活動の場である国際テント村に、75㎡のジャパンパビリオンを初めて設営。ジャパンコンテンツのPR活動を展開。

昨年のカンヌ映画祭フィルムマーケット日本ブースの模様



今年の日本ブースの模様



ITを最大限活用した
「日本ブランド」の
ショーケースへ!



2. コンテンツ産業国際戦略研究会中間とりまとめ(平成15年7月)

～コンテンツ産業の国際展開を図ることによって、他産業を牽引する～

〈具体的提言と対応施策〉～「Trade Follows the Content」～

提言3:「攻め」の海賊版対策強化

(個別企業に訴訟支援まで行う実行力のある「闘う組織」(日本版BSA)の整備、知的財産相談窓口の拡充等)

対応施策

海賊版対策拠点整備(再掲)(平成16年度予算3億円)

JETRO北京、上海事務所に海賊版対策専門家を一名ずつ配置、企業の訴訟支援、現地政府へのロビイング、情報収集、広報活動等を実施する。(再掲)

統一認証マークの整備

海賊版の判別を容易にするとともに、エンフォースメント強化を図るため、日本の海外向けコンテンツを対象に各コンテンツ事業者が正規ライセンス商品に商標(統一認証マーク)を付与。

知的財産保護官民合同訪中代表団の派遣

本年5月、中国政府(国家版權局、商務部等)に対して官民合同で海賊版対策強化、市場アクセスの開放等を要望。

提言4:人材育成、人材交流の促進

(ライセンス研修事業、優秀な人材が世界から我が国に集まるための環境整備、プロデューサー育成強化等)

対応施策

プロデューサー育成事業(平成16年度予算0.8億円)

プロデューサー育成カリキュラム・テキストの見直し・強化とともに、教育機関にて実証実験を行い、同カリキュラム・テキストの普及促進を図る。

ライセンス育成研修事業

アジア等現地企業の経営者等に対し、ライセンス時の契約書のあり方、著作権、著作隣接権の権利処理、金銭フロー等のスキーム等について研修を実施する。

2. コンテンツ産業国際戦略研究会中間とりまとめ(平成15年7月)

～コンテンツ産業の国際展開を図ることによって、他産業を牽引する～

〈具体的提言と対応施策〉～「Trade Follows the Content」～

提言5:新しい流通モデルの確立

(コンテンツを主体的に海外に販売することを可能とする流通スキームの検討等)

対応施策

日本コンテンツ海外流通ルートの開拓

「コンテンツ映像コンテンツ海外展開モデル事業」

コンテンツ海外展開実証実験を行い、ビジネス上の課題、制度的諸課題を洗い出し、海外展開に係る情報の蓄積、ビジネスモデルの検証を実施する。

提言6:国際展開を困難にしている制度的要因の解消

(欧米では既に導入されている並行輸入(逆輸入)を制限する権利(いわゆる輸入権)の創設について検討)

対応施策

邦盤レコードの海外からの環流防止措置

日本レコードの海外からの還流防止措置を内容とする著作権法改正が行われた。
(平成16年5月)

提言7:国際展開に向けた官民共同による行動計画の策定と業界横断的な課題の解決に向けた検討体制の継続

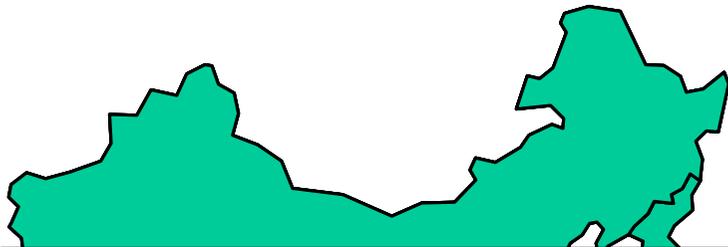
(地域別・分野別行動計画の策定、統計データの充実等)

対応施策

コンテンツ産業国際展開行動計画WGとりまとめ

具体的なコンテンツ産業国際展開手法について提言とりまとめ(平成16年3月)

3. 国際展開に向けて ~ 国際展開行動計画WG提言 ~



現地とのパートナーシップ構築

現地拠点の整備

- 日本統一コンテンツマークを制定し不正流通に迅速対応等

事業者による情報収集・利活用に向けた体制整備

- 東京国際映画祭の抜本的強化、在外公館、国際見本市の活用等

現地産業との共生を視野に入れた国際展開

- 研修事業、マーケティング手法の移転等現地産業育成支援等

国際展開アプローチ方法の多様化

国際プロデュース機能の強化

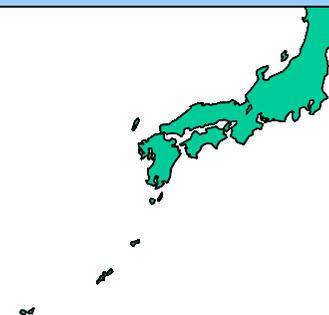
- 現地環境を総合的に評価するプロデュース機能強化等

メディアミックスの推進

- シナジー効果が期待できる分野等メディアミックスを推進等

現地流通への積極参入

- 海外メディアに対する投資等現地流通への積極的参入等



日本コンテンツ産業の意識・行動改革

意思決定プロセスの集約化と強化

- 各種承認業務の迅速化、マーケティング素材の充実等

長期的視点からのコンテンツ国際展開

- 極端なMG重視からロイヤリティー収入を適宜活用した弾力的な国際展開手法の活用等

国際展開に対応したビジネス・スキームへの転換

- 現地商慣行に対応したコンテンツ国際展開等

我が国コンテンツの一層の国際展開に向けて

- 日本コンテンツを海外にPRし、国際展開進捗状況をレビューする場としてコンテンツ貿易会議(仮称)の設置等

4. 集中改革に向けて

- 「コンテンツビジネス振興政策」を策定 -

- 昨年10月、知的財産推進計画に係る重要政策課題を調査・検討するため、知的財産戦略本部(本部長:内閣総理大臣)の下にコンテンツ専門調査会(座長:牛尾治朗ウシオ電機(株)会長)を設置。
- 人材育成、資金調達、海外展開、制作・流通等をテーマに計5回の議論を経て、本年3月、「コンテンツビジネス振興政策」を策定。
- 提言のねらい:
 - コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱と位置付け、我が国コンテンツビジネスの課題を明確にする。
 - 課題1 一層の近代化・合理化
 - 課題2 社会をリードするビジネスへ
 - 課題3 多面的なビジネス展開
 - 上記課題を克服し、コンテンツビジネスの規模を拡大するための目標及び3カ年集中改革を明示する。

4. 集中改革に向けて

- 「コンテンツビジネス振興政策」を策定 -

□ 提言の概要

集中改革の具体策(3つの目標と10の改革)

目標 1

資金、人材、技術等
ビジネスの基盤を整備し、
業界の近代化・合理化を
さらに進める

- 改革1 業界の近代化・合理化の支援
- 改革2 資金調達手段の多様化
- 改革3 コンテンツ制作等へのインセンティブの付与
- 改革4 人材育成の強化
- 改革5 新技術の研究開発等の支援、普及

- 改革6 人材の発掘と顕彰
- 改革7 教育・啓発の充実

目標 2

活躍する者に光をあて、
社会をリードする
ビジネスを目指す

目標 3

海外、新分野の
ビジネス等を
大きく展開する

- 改革8 海外展開の拡大と海賊版対策の強化
- 改革9 ブロードバンドなどによる事業展開の推進
- 改革10 地域等の魅力あるコンテンツの保存・発信強化

5. 国家戦略構築に向けて

- コンテンツ促進法成立 -

- 昨年来、自民党コンテンツ産業振興議員連盟甘利明会長、岸田文雄幹事長の両議員を中心に、映画・音楽・アニメ・ゲーム等のコンテンツビジネスの振興に関する法律案を検討。
- 本年3月与党内の調整を経て国会提出。5月28日成立。
 - 提出者：甘利明議員、岸田文雄議員、小坂憲次議員、伊藤信太郎議員(以上、自民党)、斉藤鉄夫議員、大口善徳議員(以上、公明党)
- 法案のねらい
 - コンテンツ産業を我が国の新たなリーディングインダストリーとして日本の国際競争力強化に繋げることの重要性を明示するもの。
 - コンテンツ振興のための基本的施策及びコンテンツ事業の振興のための施策を明記。

5. 国家戦略構築に向けて

- コンテンツ促進法 -

□ 法案の概要

基本的施策

人材育成(第9条)
先端的技術の研究開発推進(第10条)
知的財産権の適正な保護(第11条)
円滑な流通の促進(第12条)
適切な保存の促進(第13条) 等々

コンテンツ事業の振興に必要な施策

資金調達が多様化(第17条)
権利侵害への措置(第18条)
海外における事業展開の促進(第19条)
公正な取引関係の構築(第20条)
中小企業者への配慮(第21条) 等々

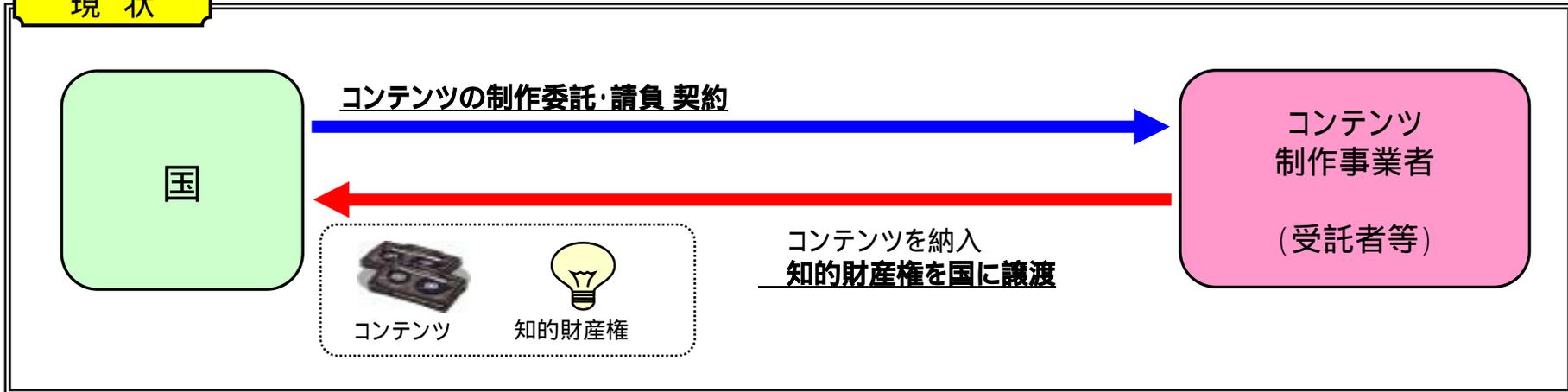
行政機関等の措置等

行政機関等の相互密接な連携(第23条)
国等によるコンテンツの提供(第24条)
国の委託等に係るコンテンツに係る知的財産権の取扱(第25条)
(コンテンツ版バイ・ドール)
知的財産推進計画への反映(第27条) 等々

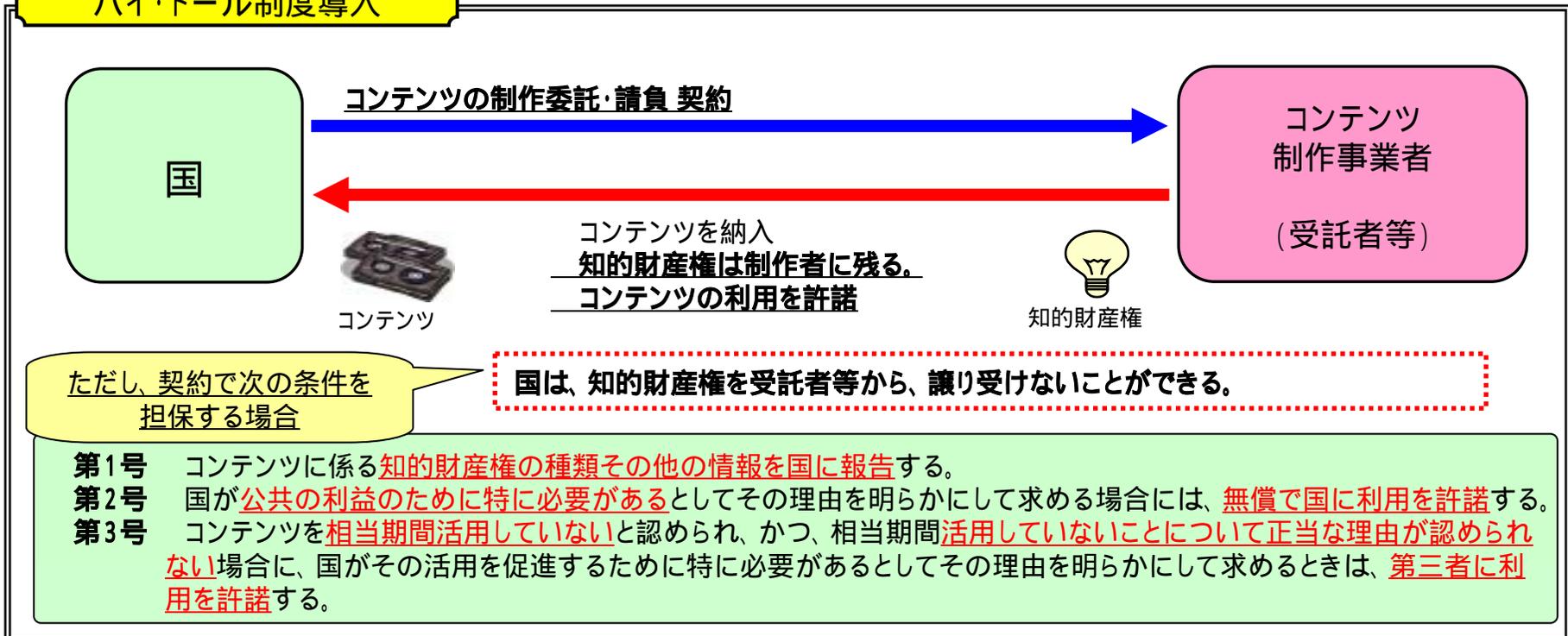
国民経済の健全な発展及び国民生活の向上

コンテンツ版 バイ・ドール制度

現状



バイ・ドール制度導入



5. 国家戦略構築に向けて - 新産業創造戦略 -

【戦略7分野】

日本の将来の発展を支える戦略分野
 国民ニーズが強く内需主導の成長に貢献する分野
 我が国の産業集積の強みが活かせる分野
 官民一体の総合的政策展開が必要な分野

7分野ごとに、具体的な市場規模、目標年限を明示した政策のアクションプラン等を明示

7分野合計で、約300兆円の生産額が期待 (2010年)

【先端的な新産業分野】 【市場ニーズの拡がりに対応する新産業分野】

燃料電池 1兆円
 官民での壮大なシナリオづくり

健康・福祉・機器・サービス 75兆円
 総合的な育成

情報家電 18兆円
 川下家電産業の競争力強化

環境・エネルギー・機器・サービス 78兆円
 研究開発の促進

ロボット 2兆円
 先行用途の開発促進

コンテンツ 15兆円
 国際展開の促進

ビジネス支援サービス 107兆円
 人材育成

【地域再生の産業分野】

先端産業
 産学官ネットワーク強化

ものづくり産業
 高度部材集積の活用

地域サービス産業
 地域の魅力の再認識と発信

食品産業
 地域ブランドの発信

重点施策

1. 産業人材の強化

企業による人材投資の促進
 優秀な人材を育てるための顕彰制度の充実
 ものづくり教育の充実

2. 知的財産の保護強化

営業秘密を含む知的財産の保護を強化
 技術流出防止の徹底

3. 研究開発の重点化

研究開発の思い切った戦略分野への重点化

革新技术(ナノテク、バイオ、IT、環境)と伝統技術(からくり、技法等)

～ 新産業創造戦略 ～

第2章 新産業創出のためのアクションプログラム 4. コンテンツ

〔趣旨〕

新しいフロンティア市場（ブロードバンド、海外市場）の立ち上げや、デジタルシネマの普及推進、人材育成、コンテンツの流通経路の多様化を通じ、コンテンツ産業の構造改革を進め、新産業としてのコンテンツ産業を飛躍的に拡大させていくことが必要である。

〔アクションプログラム〕

新しいコンテンツ市場を立ち上げることによりコンテンツ産業のフロンティアを拡大する。

コンテンツ産業の国際展開の促進による日本ブランドの確立

ブロードバンドを活用した市場の立ち上がりの加速化、市場としての確立

コンテンツ産業の構造改革により強靱な産業構造を構築する。

デジタルシネマの普及推進による映像産業の構造改革

プロデューサー・クリエイター人材の育成によるコンテンツ生産力の強化

流通事業者と制作事業者の間の公正な取引環境の確立

制作事業者の資金調達環境の整備によるビジネス展開の拡大

(まとめ) 平成16年度経済産業省コンテンツの海外展開関係予算

コンテンツ国際市場創設事業(5億円 新規)

- 東京国際映画祭を海外へのジャパンブランド発信のコアと位置づけ、映画に止まらず我が国コンテンツ輸出の拠点として、国際コンテンツマーケットを創設し、アジアでトップの市場を目指す。

コンテンツ映像コンテンツ海外展開モデル事業

- 音楽、アニメ、マンガ分野を中心に、海外展開モデル事業を実施し、ビジネスモデル、契約モデル、知財対策モデルを策定を図る。

輸出促進支援事業(9.1億円の内数(3.4億円の内数))

- コンテンツをはじめとした我が国製品・サービスを世界に通用するブランドとして確立していくため、海外への戦略的な売り込み等を支援する。

【東京国際映画祭について】

昭和60年(1985年)に第1回を開催。
ベルリン(2月)、カンヌ(5月)、ベネチア(8月)と同様、国際映画製作者連盟公認の12大国際映画祭の一つであり、アジア地区では、最大規模の映画祭。
今年(平成15年)の観客動員数は、約13万人。
「コンペティション」(世界の最新作品の中からグランプリを決定)を中心に、毎年10日間程度開催。

【2003年カンヌ国際映画祭各国ブース】

