

**コンテンツ産業の現状と課題**  
**～コンテンツ産業の国際競争力強化に向けて～**

**経済産業省**  
**商務情報政策局 文化情報関連産業課**  
**平成17年2月**

---

# 1. 注目を集める知的財産としてのコンテンツ

## 国際的に評価されている日本コンテンツ

・マンガ、ゲーム、アニメなどの日本のコンテンツは、世界各地で注目される。(世界のテレビアニメ放送の6割は日本製、北野武監督「座頭市」はベネチア国際映画祭で銀獅子賞。)

・映画・音楽・TVドラマも海賊版の氾濫が示すよう、アジアを中心にニーズが拡大。

米国での日本アニメビジネス市場規模は、推計43億6千万ドル(2002年)。(これは米国の日本からの鉄鋼製品輸入(13億8千万ドル)の3.2倍の規模。)(JETRO調査)

## 【キャラクター人気ランキング】

1	クレヨンしんちゃん	74人
2	孫悟空	73人
3	ドラえもん	68人
4	名探偵コナン	57人
5	ちびまる子ちゃん	53人
6	スヌーピー	49人
7	ドナルドダック	43人
8	ミッキーマウス	39人
	ガーフィールド	39人
10	桜木花道	37人

調査対象：  
中国3都市  
(北京・上海・広州)  
在住の  
20代以上の男女  
1000人

## 戦略的に活用(マルチユース)される知的財産としての日本コンテンツ

・世界コンテンツ産業の成長率は、2006年予測6.5%。世界GDP成長率より高い水準で推移。

・知的財産そのものであるコンテンツは、その戦略的活用により、他産業と比べ非常に高い経済波及効果をもたらす。

・加えて、文化への理解、国家ブランド価値の向上などといった様々な効果を有するため、我が国の国際的地位向上にも大きく貢献する。

**コンテンツ産業は、製造業等他産業と協同して、新たなリーディングイндаストリーとして、我が国経済を牽引する可能性大!**

# 国際的に評価の高い日本コンテンツ

## 〈世界で評価の高い日本コンテンツ〉

アニメ「ポケットモンスター」は、テレビ放送68カ国、映画46カ国にて上映、映画の全世界の興行収入2億8千万ドルに上る。

米国で公開された日本映画の最高記録は、「ポケモン ミュウツーの逆襲」で興行収入8600万ドル。

こうした結果、ハリウッド映画会社が日本製アニメの権利購入・映画化。日本での放映を経ずに海外での放映を目的とした製作も増加。

2004年10月には、日本でヒットした「呪怨」のリメイク版「The Grudge」(清水崇監督)が興行成績でトップを獲得(日本人監督作品ではハリウッド史上初。興収は既に1億ドル超える)し、3位には「Shall we ダンス？」のリメイク版が入り、トップ3に2作品が入る快挙となった。

## 〈日本発原作コンテンツが海外で続々とリメイクされる〉

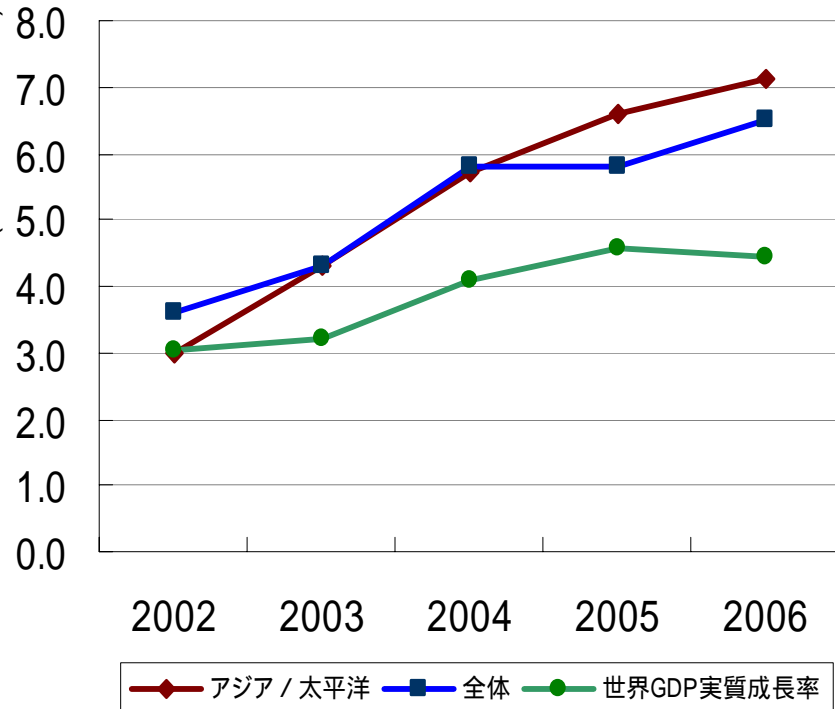
- ・20世紀フォックス映画(米)が「ドラゴンボール」(鳥山明原作)の実写化権を獲得
- ・ワーナー・ブラザーズ(米)は「AKIRA」(大友克洋原作・監督)の実写化権を獲得
- ・ソニー・ピクチャーズエンタテインメント(米)が「鉄腕アトム」を原作とするCG映画「アストロボーイ」を全世界公開予定
- ・リングのハリウッドリメイク版「The Ring 2」に、オリジナルの監督でもある中田秀夫監督が起用。

[東洋経済新報社「週間東洋経済 2003.8.30」等参照]

# 高い成長率で推移する世界コンテンツ産業

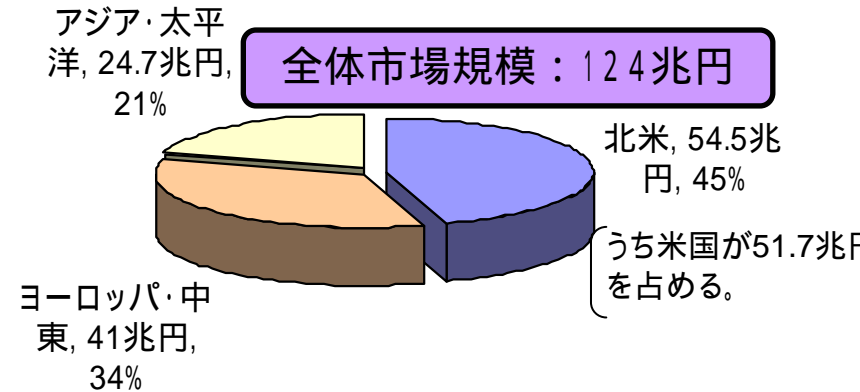
世界のコンテンツ産業の成長率は、2006年予測6.5%。世界GDP実質成長率よりも高い水準で推移していくと予測される。

また、アジア・太平洋地域は2004年以降、コンテンツ産業全体の成長率よりも高い水準で推移していくことが見込まれる。

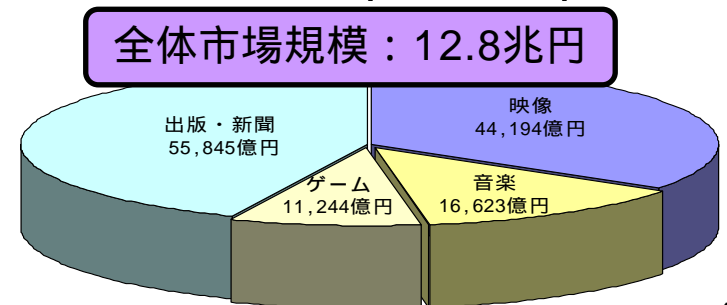


(PWC、IMF資料より作成)

## 世界のコンテンツ市場(2002年)



## 日本のコンテンツ市場(2003年)

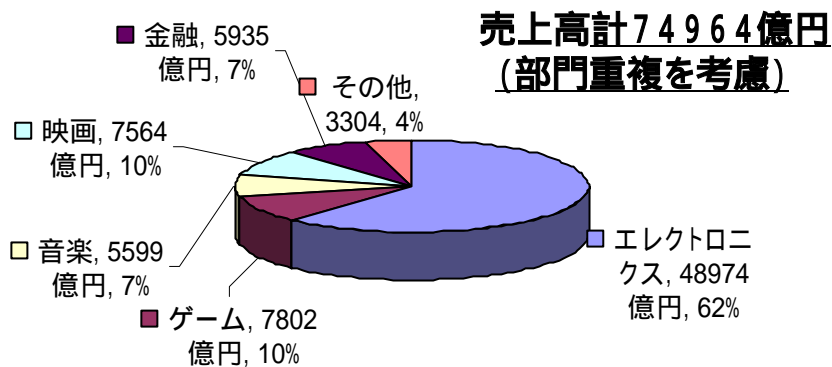


# (参考)ハード企業におけるコンテンツ分野の比率

## ソニー(株)

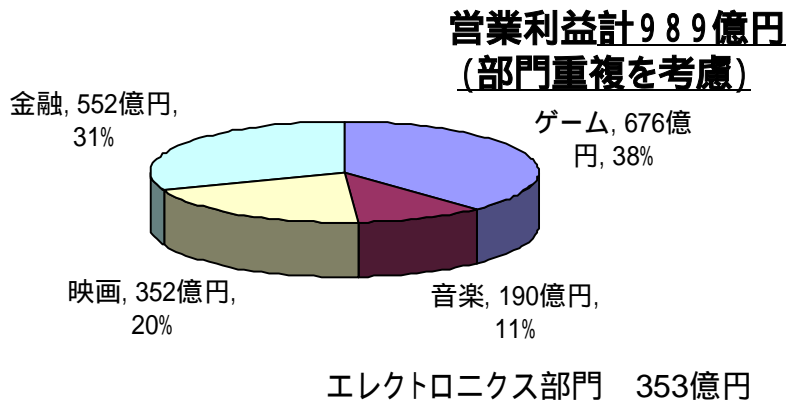
### 2003年度決算売上

～コンテンツ分野が28%を占める～



### 2003年度決算営業利益

～コンテンツ分野が69%を占める～

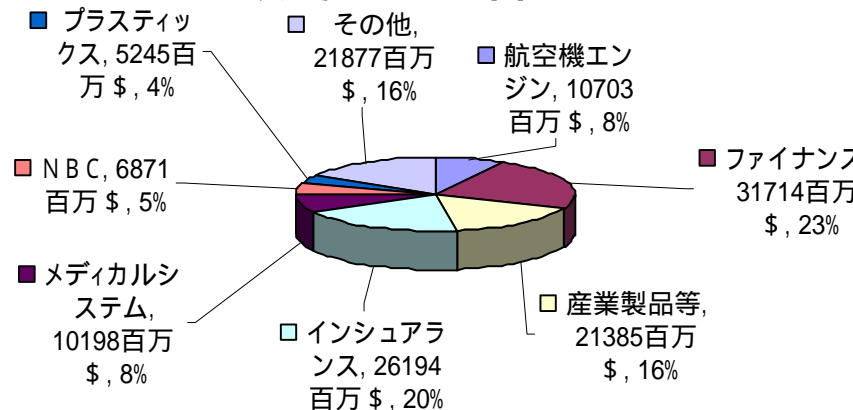


## ジェネラル・エレクトリック・カンパニー

### 2003年決算売上

売上高計134187百万\$ (部門重複を考慮)

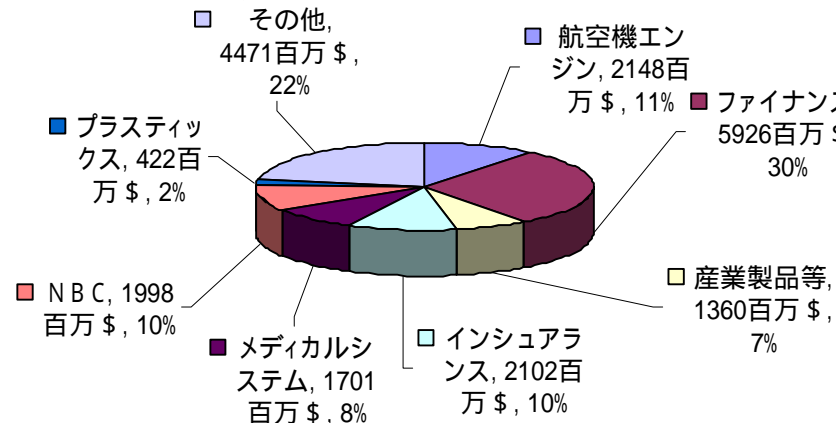
～コンテンツ分野が5%を占める～



### 2003年決算利益

利益計15002百万\$ (部門重複を考慮)

～コンテンツ分野が10%を占める～



# 我が国のコンテンツ産業と世界市場

日本のコンテンツ産業のGDPに対する割合は世界平均及び米国に及ばない

(2000年)	コンテンツ規模	GDP	コンテンツ / GDP	うち海外売上規模	海外 / コンテンツ
日本	1,091億ドル	4.9兆ドル	2%	31億ドル	3%
アメリカ	5,068億ドル	9.8兆ドル	5%	855億ドル	17%
世界	1兆ドル	30.9兆ドル	3%		

(「Copyright Industry in The U.S. Economy」2002報告書、経済産業省資料、内閣府「海外経済データ」(平成15年7月)、浜野保樹「表現のビジネス」)

日本のコンテンツ規模は国内規模1,060億ドル(2000年)と海外売上規模31億ドル(2001年)の合算

# (参考)コンテンツ産業による波及効果の類型

## ソフト・パワー型

コンテンツ産業による波及効果は経済・文化の双方から国家ブランド価値増大に貢献

### 理論

#### ソフト・パワー(米:ジョセフ・ナイ)

文化、イデオロギー、制度の魅力など他国が従いたくなる価値観を力の源泉と捉え、他者を惹きつける魅力が国家の相対的優位性に寄与すると指摘。

#### Brand Nation

2001年末、「フォーリン・アフェアーズ」に掲載されたペトロ・ヴァン・ハムの「ブランド国家論」がEU諸国のブランド構築に大きな影響。

#### GNC(米:ダグラス・マッグレイ)

2002年、「フォーリン・ポリシー」5/6月号に「Japan's Gross National Cool」を発表。  
「日本のカッコよさ」を通じた文化的影響力を指摘。

### 実践

#### Creative Industry (DMCS)

1997年、文化・メディア・スポーツ省設立。  
クリエイティブ産業育成を目的の一つに掲げる。

#### BRITAIN™ (英:マーク・レナード)

1997年、国家イメージの戦略的広報とクリエイティブ産業振興を提言。  
1998年、趣旨に賛同したブレア政権は両戦略に重点的に取り組む。

#### 知識立国 (韓:金大中)

1998年、金大中大統領が「知識基盤国家の建設」を訴える。  
1999年3月に「新規事業の創出」「国家全般の生産性向上」「知識情報社会の基盤構築」を柱とする「サイバー 코리아21」計画として数値目標を設定。

#### 「両兆双星」(台湾)

2002年、台湾政府は「両兆双星産業発展計画」を発表。  
デジタルとバイオテクノロジーを「双星」と捉え、2006年までにデジタル・コンテンツ産業を120億ドル規模に育成することを目指す。

# 国際展開に向けた海外主要国・地域の取組 ~ 米国 ~

~ コンテンツ民間団体による「エンタメ産業はいかなる産業よりも米国の経済成長に貢献」とのロビー活動により、政府、民間一体となった国際展開策が進展 ~

第一次大戦を契機に、「Trade Follows the Films」と、戦略的に、映画を産業振興等に活用。  
1940年代以降、映画産業における製作・興行の分離や地上波テレビ産業における3大ネットワーク規制等国内の産業構造改革が進展。  
コンテンツ事業者のさらなる大型化・国際化とともに、米国コンテンツの国際展開をサポートする法や組織の整備が拡充されている。

## 競争政策による国内産業構造の改革

1940's ~

パラマウント裁定  
(1949年)

映画産業における  
製作部門と興行部門  
を分離。

1970's ~

フィンシン・ルール

プライムタイム・

アクセスルール

(1970年)

3大ネットワークの  
番組所有・販売及び  
娯楽番組の制作を  
規制することにより、  
制作部門を活性化。

コンテンツ事業者の大型化・国際化

## 国際展開の拡大

現在

スペシャル301条(1988)

知的財産保護の不十分な国を監視

スペシャル  
301条

通商代表部  
(USTR)

優先監視リスト  
監視リスト  
の決定

各種組織の拡充・連携

IIPA (国際知的財産同盟)

MPAA

BSA

EIC

etc.

< 中国WTO加盟に関する米中合意 >

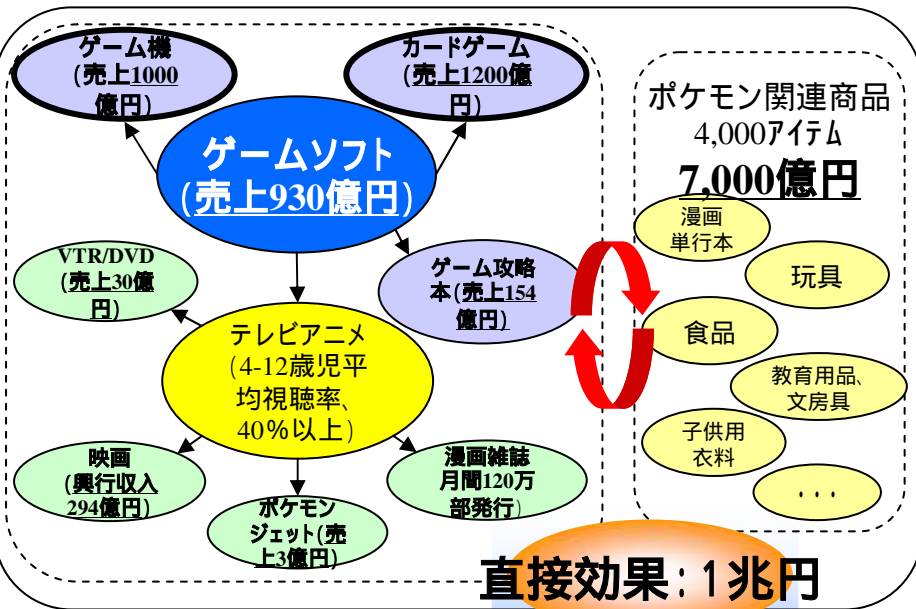
映画の輸入に関して、加盟後最初の年に40本、3年以内に50本の映画を輸入し、そのうち20本は中国と外国の企業で利益をシェアすることを合意



# コンテンツ産業による波及効果

## コンテンツの多角的展開(メディアミックス型)

### 人気ゲームポケットモンスターの経済波及効果



#### [ポケモンの海外進出]

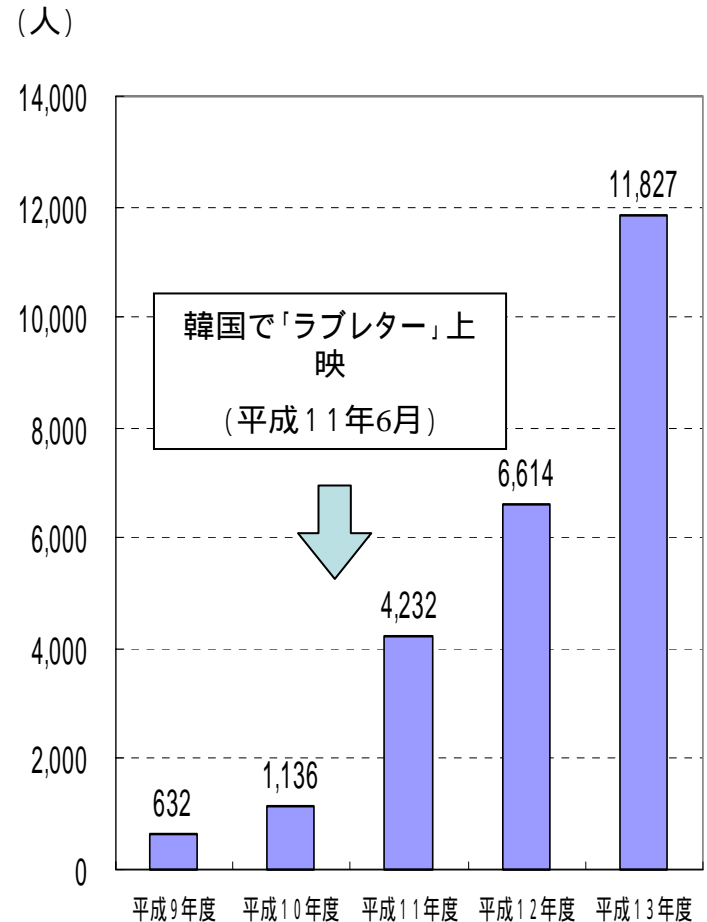
テレビアニメ: 68カ国、25言語で放映、映画: 海外興行収入2億8400万米ドル、ゲームボーイ: 世界を含めると1億台出荷、関連商品、海外30,000アイテム、ライセンス500社...

1次・2次波及効果を加算

更に  
**波及効果合計: 2兆3千億円**

## 観光への波及(観光型)

### 映画「ラブレター」放映とアジアから小樽への観光客(宿泊延人数の変化)



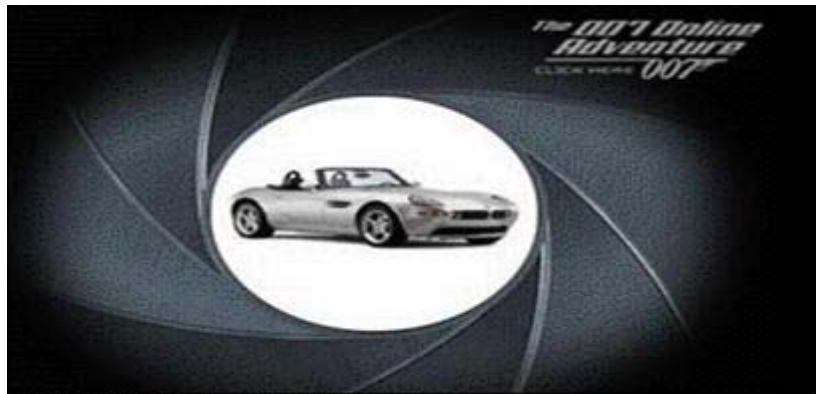
# コンテンツ産業による波及効果

## コンテンツによる商品マーケティング(プロダクト・プレイスメント型)

映像作品の中に商品を露出させることにより、広範囲かつ長期的な商品訴求効果を狙う。特に映画にプロダクト・プレイスメントした場合、TV等メディアに比べ2.5倍のブランド記憶率が向上(米国ERMA調査)

✓プロダクト・プレイスメントはコンテンツと企業の商品マーケティングを直結する新たな手法

### 007 BMW



BMW debuts online Bond game

### マイノリティ・レポート TOYOTA



### Matrix NOKIA



### M:i 2 AUDI

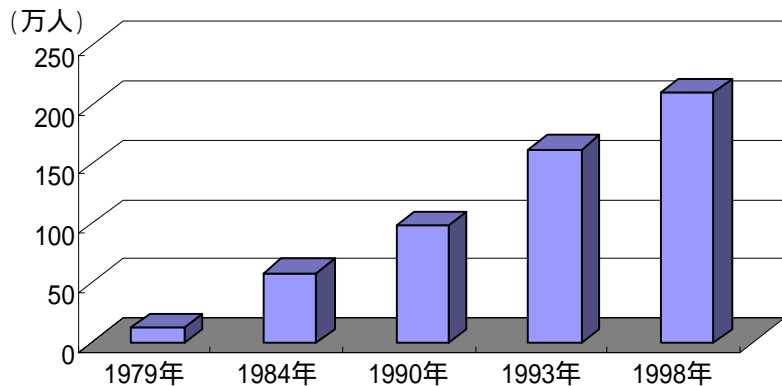


# コンテンツ産業による波及効果

## 国家イメージ、文化への理解促進(共感型)

海外における日本語学習者は増加傾向にあり、今後もニーズは高い。学習の目的は文化的側面が非常に強く、ポップカルチャーが動機づけとなる可能性も高い。アニメ、マンガ、音楽等のポップカルチャーが日本語学習動機となる点については、多数の専門家から指摘されており、コンテンツ産業による日本語普及効果が期待できる。

【海外の日本語学習者数】



(国際交流基金「海外の日本語教育の現状」より)

【日本語学習の目的】

「日本の文化に関する知識をえるため」の順位

米国	英国	仏国	中国	香港	シンガポール
1位	1位	1位	2位	1位	1位

(国際交流基金「日本語教育国別情報」より)

### 在香港総領事館山口敏行氏

日本のアニメやドラマ、音楽などの受容を目的とした日本語学習が若年層に広がったことで、特に民間日本語学校における日本語教育が盛んになっている。

(国際交流基金ホームページより)

### 青年海外協力隊活動現場報告

中国貴州大学日本語学科学生の学習動機は、日本からのTV番組(アニメ・アイドル・ドラマ)の影響を大きく受けている。

(外務省ホームページより)

### セシル・サカイ氏(パリ第7大東洋言語文化学部教授)

「5、6年前からパリ大学東洋言語文化学部に入る学生の主な志望動機は『日本語でマンガを読みたいから』。表面的な興味からではなく、彼らはマンガのイメージ、スタイル、物語に引きつけられており自分たちに直接的にアピールする新メディアだとみています。」

(朝日新聞、2002年10月29日)

### トムソン日本韓国学科長(豪ニューサウスウェールズ大学)

大学で日本語を学ぶ学生の約7割がアジア系であることに関して、「アジア系学生の多くが日本のポップカルチャーへの関心から日本語を選択している」と指摘。

(日経新聞、2001年7月16日)

## 2. 国家戦略に位置づけられるコンテンツ産業振興

### 第159回国会総理施政方針演説(抄)

世界で高く評価されている映画、アニメ、ゲームソフトなどの著作物を活用したビジネスを振興し、文化・芸術をいかした豊かな国づくりを進めてまいります。

### コンテンツ政策の流れ

---

日本経団連エンターテインメント・コンテンツ産業部会発足(平成15年8月)

コンテンツ産業振興議員連盟設立(平成15年12月)

知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会「コンテンツビジネス振興政策」とりまとめ  
(平成16年3月)

知的財産推進計画2004策定「第4章コンテンツビジネスの飛躍的拡大」  
(平成16年5月27日)

コンテンツ促進法成立(平成16年6月4日公布)

コンテンツ産業を先端的な新産業分野と位置づけた「新産業創造戦略」を策定  
(平成16年5月17日)、同戦略を「骨太の方針」(平成16年6月4日閣議決定)に反映

---

# コンテンツ促進法成立(議員立法)

## 目的

コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する施策を総合的かつ効果的に推進

## 基本的施策(第2章)

- ・人材の育成等
- ・先端的技術の研究開発推進
- ・知的財産権の適正保護
- ・円滑な流通の促進
- ・適切な保存の促進
- ・活用機会等の格差是正
- ・個性豊かな地域社会の実現
- ・国民の理解、関心の増進

## コンテンツ事業の振興に必要な施策(第3章)

- ・資金調達手法の多様化
- ・権利侵害への措置
- ・海外における事業展開の促進
- ・公正な取引関係の構築
- ・中小企業者、消費者への配慮
- ・コンテンツ事業者が講ずる措置

## 行政機関等(第4章)

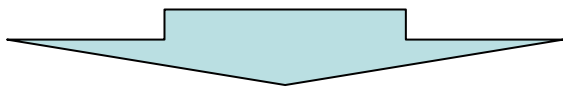
- ・関係行政機関等の相互密接な連携
- ・国等によるコンテンツの提供
- ・国の委託等に係るコンテンツの知的財産権の取扱い  
(コンテンツ版バイ・ドール)
- ・知的財産戦略本部への報告
- ・知的財産推進計画への反映

## 〈従 来〉

官庁、地方公共団体等が、外部の民間製作プロダクションに映像コンテンツの製作を発注する場合、原始的に発生したコンテンツの著作権を契約により、発注者に帰属させるケースが多かった。

こうしたコンテンツについては、民間における二次利用ニーズが非常に高い一方、官庁・地方公共団体においては、それを二次利用しようというインセンティブがなく、多くの場合、当該コンテンツは「死蔵」される傾向にある。

地方の映像プロダクションの集まりである全国地域映像団体協議会の関連企業においては、公共関連からの受注額は、総計160～200億円にものぼり、経済的波及効果も非常に高いことが想定される。



本年成立のコンテンツ法により、国のコンテンツの制作に係る委託・請負において、著作権の譲渡を受託者に求めないことが可能となる（コンテンツ版バイドール）が導入される。

（平成16年9月4日）

当省では、本年9月コンテンツ版バイドール入り契約フォーマットを策定。省内に同契約フォーマットの利用を広く奨励しているところ。政府全体においても知的財産戦略本部事務局を中心に、コンテンツ版バイドールについて、各省への普及・奨励が進展しているところ。

地方公共団体については、同法第24条において、「国及び地方公共団体は、その有する良質なコンテンツが…広く国民が当該コンテンツを利用することができるよう、当該コンテンツの積極的な提供その他の必要な施策を講ずるものとする」とされており、総務省においても、各地方公共団体に向けて、同法の趣旨について、積極的な普及・奨励が行われているところ。

# ～ 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

〔目標〕	2001年	2010年
コンテンツ産業市場規模	11兆円	15兆円
うちデジタルコンテンツ国内市場規模	1.9兆円	6.3兆円
海外輸出・ライセンス規模	0.3兆円	1.5兆円

### 〔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

## エンターテインメント・コンテンツ産業部会

平成15年8月、日本経団連会員の音楽、ゲーム、放送、映画など業界が参加し、エンターテインメントコンテンツ産業部会が発足。(部会長:エイベックス依田巽名誉会長)

平成15年11月、同部会から「エンターテインメント・コンテンツ産業の振興に向けて」が提言される。

### 「エンターテインメント・コンテンツ産業の振興に向けて」概要

#### 〈基本的考え方〉

文化を生み育てるエンターテインメント・コンテンツ  
エンターテインメント・コンテンツ産業の重要性

#### 〈産業界自らの課題〉

国際競争力のある良質なコンテンツを創造する。そのための人材育成に努める。  
デジタル化・ネットワーク化に対応した新たなビジネスモデルを構築する。  
コンテンツの倫理性を確保すべく、自己規律を徹底する。

#### 〈具体的課題〉

##### 国際展開の推進

国際見本市・映画祭、海賊版・模造品対策

##### 国際競争力のあるコンテンツの創造に向けた人材育成

体系的な教育を行う人材養成機関の設置、既存教育機関等の改変、交換留学制度の創設、奨学金・就業環境整備

##### 国内市場の拡大

ブロードバンド時代を見据えた市場創造、中古ゲームソフト流通の見直し、コンテンツ制作環境整備、放送メディアにおけるコンテンツ活用、啓発活動

エンターテインメント・コンテンツ・ビジネス振興法(仮称)の制定



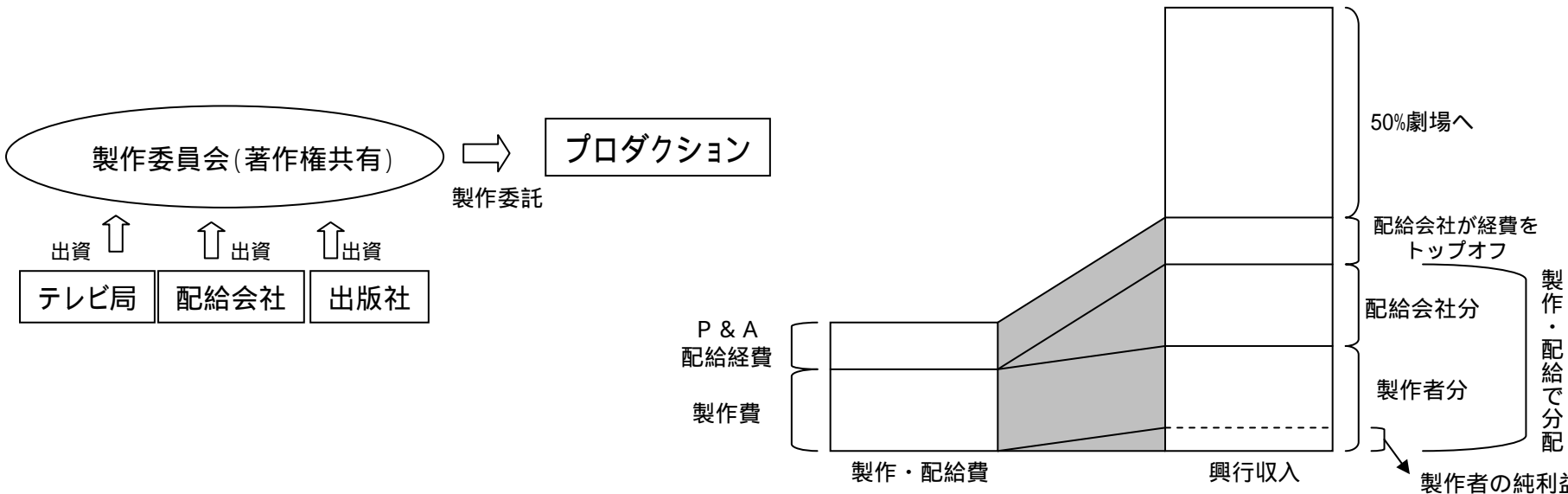
### 3. 産業構造の現状

映画配給会社、テレビ放送局などのコンテンツ流通部門が寡占的傾向にある中で、コンテンツの制作事業者は、制作資金調達、マーケティング等において流通事業者に大きく依存せざるを得ない状況にある。このため、コンテンツ産業では付加価値の多くを流通事業者が取得する構造にあり、コンテンツ自体の価値を創造する生産部門が必ずしも成果に応じたリターンを得られていない状況にある

(「新産業創造戦略」82頁より抜粋)

#### 【例1】映画（製作委員会モデル）

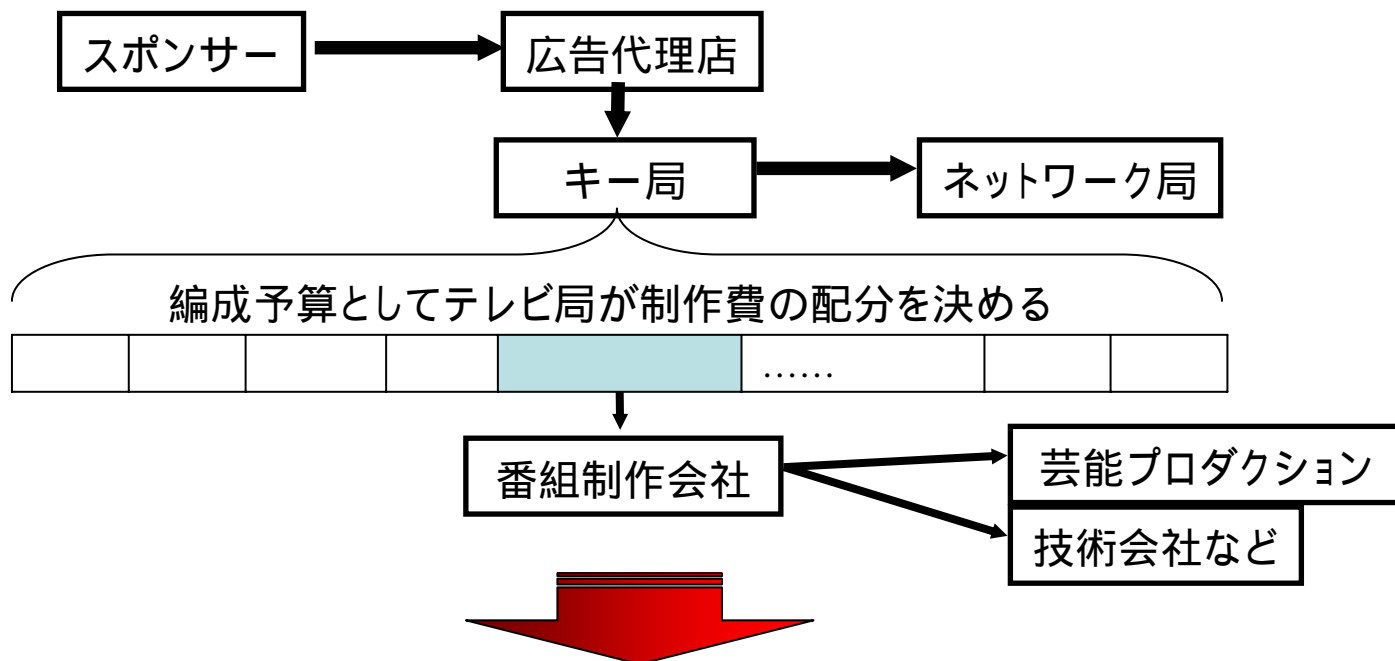
・映画制作事業者の資金調達は、配給会社やテレビ局等の流通部門に依存。また、興行収入は川下から優先的に配分されるため、制作事業者は極めてハイリスク・ローリターンを強いられている。  
日本の映画製作における一般的なスキーム(製作委員会方式) 興行収入に占める製作者の純利益



## (参考) 産業構造の現状 (TV番組制作)

### 【例2】テレビ番組 (広告モデル)

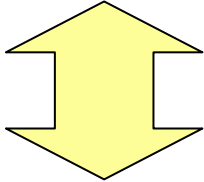
・映像産業の中核をなす地上波テレビ番組制作では、テレビ局が得た広告費が番組制作費の上限となる。また、制作費は渡し切りのため、当該番組のクオリティや視聴率の結果は短期的には、制作事業者の報酬に反映されない。



コンテンツそのものの価値を創り出す生産部門が、流通部門の「下請化」し、必ずしも成果に応じたリターンが得られない結果、優秀な人材を確保し続けることができず、本来のポテンシャルを発揮できない状況。

## 日本の現状

(我が国番組のほとんどは、)  
資金提供者が、権利を確保することが多く、製作会社による二次利用の機会が有効に活用されていない状況。



(一部少数の番組は、)  
二次利用展開の成功モデル(例「ドラえもん」「ポケットモンスター」)のほとんどは、製作会社が権利を管理するパターン。

## P I X A R

1986年 スティーブン・ジョブズがジョージ・ルーカスからCG部門を買い取りピクサーとして独立。従業員44名。

1991年 ディズニー (Walt Disney Pictures) と3本の映画制作の契約を結ぶ。Toy Storyは興業売上1億9200万ドル、世界で3億5800万ドル

1997年 ディズニーとの対等なパートナーシップを築くために契約を再協議、権利の共有化を行い、利益の共有化を図る。

Finding Nemoの興業売上は3億5000万ドル(米国)に達する見込み。海外での公開やビデオの売上げを含めると、10億ドルは下らないと見られており、アニメ作品としての歴代記録を更新中。

《ピクサーファイナンシャルデータ》

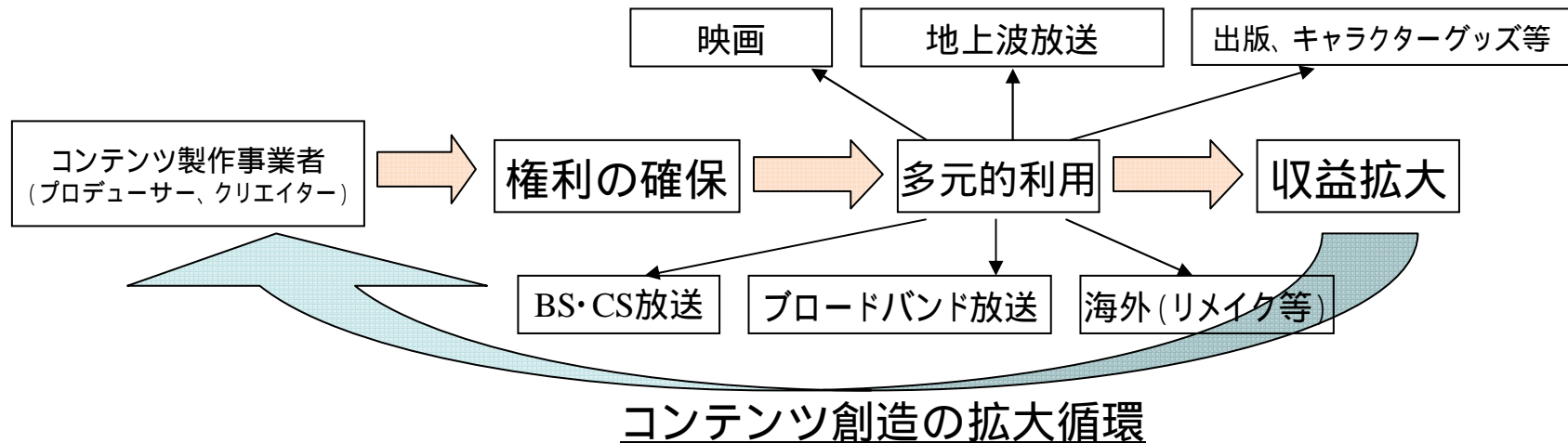
千ドル	2002	2003
Revenue	201,724	262,498
Net income	89,950	124,768

## 4. 対応の方向性

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等を通じ、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。

(「新産業創造戦略」82頁より抜粋)

### コンテンツ産業発展の成功モデル



### 〈対応の方向性〉

・ 海外市場、ブロードバンド市場など新しいフロンティア市場の立ち上げ、映像市場のデジタル化を促進し、コンテンツ産業の構造改革を推進する。

・ 生産部門を活性化し、優秀な人材を惹き付けることを目指す。

# 具体的施策

・ 海外市場、ブロードバンド市場など新しいフロンティア市場の立ち上げ、映像市場のデジタル化を促進し、コンテンツ産業の構造改革を推進する。

## コンテンツ産業の積極的国際展開

- 東京国際映画祭へのマーケット機能付与、国際コンテンツ見本市出展支援、海賊版対策拠点整備等

## ブロードバンド市場の確立

- 不正利用対策、コンテンツから端末機器まで一気通貫した情報家電開発環境整備

## デジタルシネマの普及推進

- 評価技術の開発、ビジネスモデルの確立、人材育成等の検討を行うデジタルシネマ推進フォーラムの開催

・ 生産部門を活性化し、優秀な人材を惹き付けることを目指す。

## コンテンツ人材の育成

- プロデューサー育成カリキュラム・テキストの作成、3DCG教育カリキュラムの策定等

## 流通事業者と制作事業者の間の公正な取引環境の確立

- 下請法施行に伴う競争政策の充実、モデル契約の策定等

## 制作事業者による資金調達環境の整備

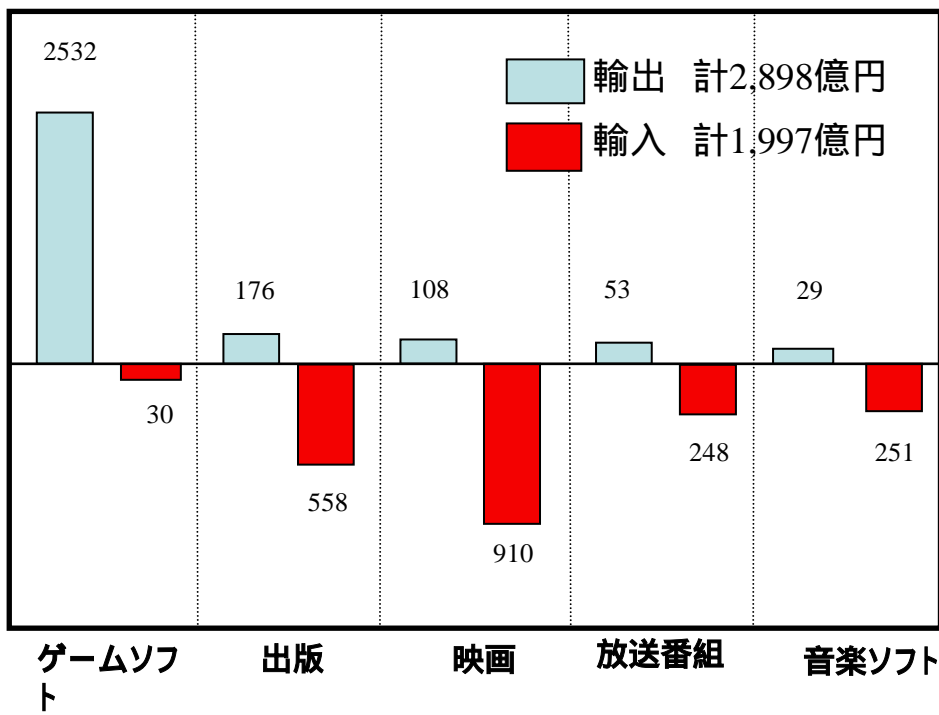
- 知的財産権信託及び信託事業会社の解禁、商品ファンド法上の許可要件の緩和、政策金融による補完等

# 我が国コンテンツ産業国際展開状況

我が国コンテンツの海外収支はゲームソフトを除き赤字（2001年（放送は1996年））  
 海賊版の氾濫 正規版ビジネスの断念という業界の消極的対応は、現地における海賊版の歯止め役を失うこととなり、一層の海賊版増加につながっている。

我が国コンテンツの海外収支  
 （2001年（放送は1996年））

億円)



アジア諸国と日米の  
 レコード市場規模と海賊版率

	市場規模(推定)	海賊版率
中国	約980億円	90%
香港	約140億~ 168億円	10~25%
台湾	約442億円	50%
韓国	約384億~ 461億円	10~25%
日本	約6830億~ 7859億円	10%未満
米国	約1兆7435億~ 1兆9372億円	10%未満

国際レコード産業連盟調査(2001年実績暫定版)より

# コンテンツ産業の国際展開

## 《日本コンテンツの積極的PR、マーケット活性化》

### 東京国際映画祭の抜本的強化～コンテンツ国際取引市場の整備～

- 昨年10月23日(土)～31日(日)、会場を渋谷から六本木に移し、東京国際映画祭を開催。  
従来の映画祭(コンペティション)に加え、映像に加え、音楽、出版を対象に国際コンテンツマーケット  
(22日～27日)を開催。アジアでトップの市場を目指す。

### 日本コンテンツの積極的PR～海外コンテンツ見本市出展支援～

- JETROより、国際映画祭見本市出展支援を実施。3月AFM(アメリカンフィルムマーケット)、5月  
カンヌ国際映画祭等に出展支援を実施。

#### 平成16年度 コンテンツ国際取引市場概要

会期: 16年10月22 - 24日(幕張)、  
25 - 27日(六本木)

東京国際映画祭は2004年10月23日～31日に開催。

場所: 六本木ヒルズ、幕張メッセ

コンテンツの範囲: 映画(実写・アニメ)、テレビ、ビデオ・DVD、コミック

《16年度実績》

entama (@幕張)

: 入場者数約6万人(当初目標5万人)

出展者数119社700小間

TIFCOM (@六本木)

: 入場者数4500人

商談件数1社当たり18件、(全体626件)

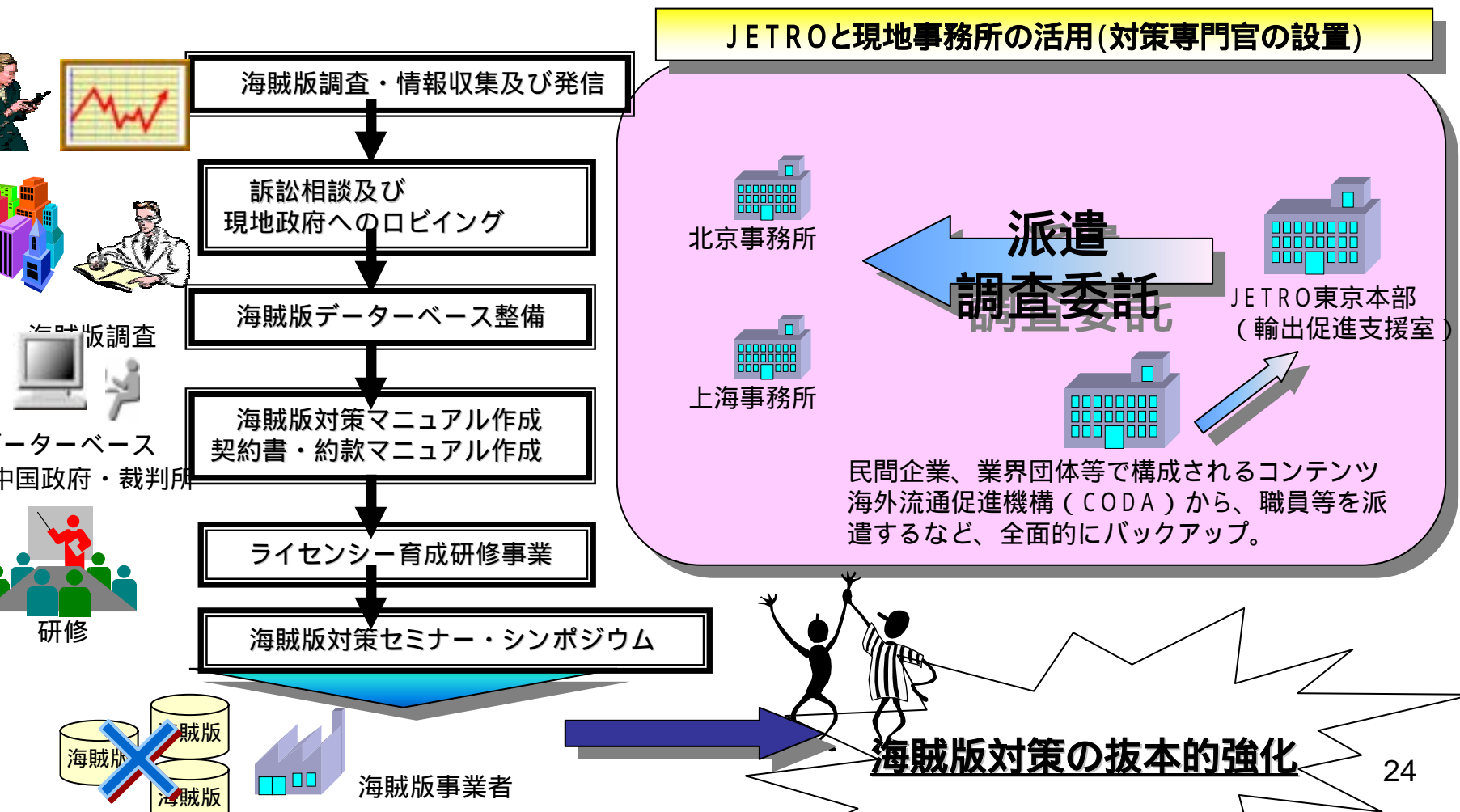
昨年5月に開催された「カンヌ映画見本市」では、経済産業省、文化庁等がタイアップし、ジャパンブース及びパビリオンを設置し、日本映画の海外販売、PRを実施。



## 海賊版対策の抜本的強化)

### 海賊版対策拠点の設置

- 16年10月、JETRO北京、上海事務所へ海賊版対策専門家を派遣。海賊版等に係る情報収集、情報発信、研修事業、企業相談等を実施する。今後現地ニーズを踏まえ、拠点の充実・拡大を図る。



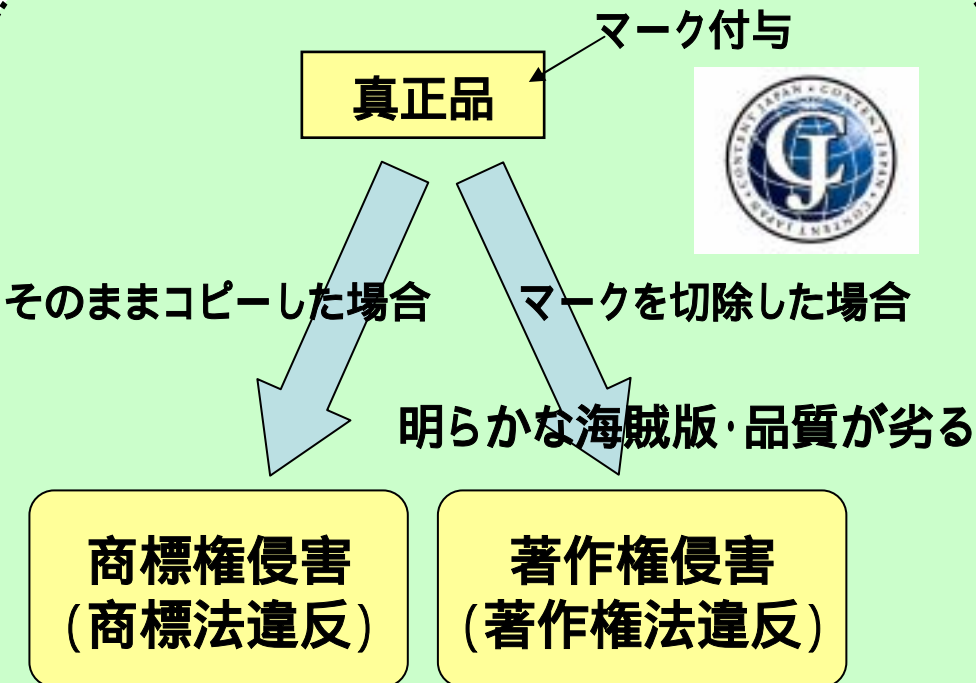


# コンテンツ産業の国際展開

## 「コンテンツ海外流通マーク」の制定

海賊版の判別を容易にするとともに、侵害行為に対する法的措置の選択肢を増やすことにより、海賊版対策の実効性を高めることを目的として、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。随時中国等諸外国に商標権を出願する。(発表16年9月2日)

## 〈マーク海賊版対策実効性の強化〉



### 〈運営主体〉

日本経団連エンタメ部会を通じて、出資を募り、業界全体による運営会社を創設し、コンテンツ海外流通促進機構から機能に移管。オールジャパンでの取組を推進。

### 〈MPAとの連携〉

MPA(米国映画協会)は、既に現地で実際に商標による侵害対策を行っており、同協会と連携をした侵害対策を実施。

### 〈税関セミナー等の開催〉

MPAでは、中国税関に対して海賊版対策に係るセミナーを実施。MPAと連携して現地当局に対するセミナーを実施する。

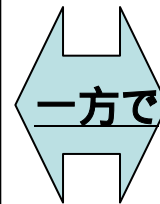
# ブロードバンド市場の確立

## 〈趣旨〉

ブロードバンド人口の急増により、我が国は、今年度中に世界一のブロードバンド大国となることが予想されている。こうしたインフラ面における整備を受けて、ブロードバンドを市場として立ち上げるため、権利処理の円滑化、安心して安全な流通環境の整備を行う。

## ブロードバンドを活用したコンテンツビジネスの進展

サービス名	光プラスTV	BBTV	4thMEDIA	OCNシアター
提供事業者	KDDI	BBケーブル	ぷららネットワークス	NTTコミュニケーションズ
開始時期	平成15年12月	平成15年3月	平成16年7月	平成16年7月
タイトル数	2000 3000(国内)	4900	2000 3000(国内)	2000
提供地域	マンションのみ。14都道府県。1月から戸建て開始。	マンション、戸建て。10都道府県。	NTT東日本地域。来春にもNTT西日本地域開始。	マンション向け全国展開。戸建て年内開始予定。
特徴	毎月3本まで無料視聴が可能。	月額800円で30本の映画が見放題	コフエ、BIGLOBE、hi-ho、ぷららの各ネット接続事業者向	月額2520円で200本の映画が見放題



## ファイル交換ソフト 利用の増大

- ・WinMX、Winny、Napsterなどファイル交換ソフトによる、不正ダウンロードが増加。
- ・現在過去を合わせたファイル交換ソフト利用者数は、約240.6万人。(2004年6月ACCS調べ)

## NHKによるブロードバンド商用実験への番組提供

・本年度より、主力ネットワーク事業者が構えるSTBによるVODサービスの商用実験に、NHK番組の提供を開始。

(対象事業者: J-COM、KDDI、BBケーブルTV)

## 2003年4月、米国アップルは「アイチューンズミュージックストア」にて音楽ダウンロード販売を開始。

・1曲0.99ドルで販売。大手レコード会社5社など20万曲を提供。配布開始後3日半で100万ダウンロード突破。2004年7月1億ダウンロード達成

# ブロードバンド市場の確立

## 対応の方向性)

### ネットにおけるコンテンツ配信ルール、二次利用ルールの整備支援

- 本年7月より、著作権管理団体、利用者団体等により構成されるデジタル時代の著作権協議会(CCD)が立ち上がり、コンテンツ流通におけるIDのあり方についての整理・検討が開始した。こうした動きの加速化に向けて支援を行うとともに、ネット上のコンテンツ配信について、二次利用についての日本経団連における民-民の団体間でのルールづくりについて支援を行う。

### 不正利用対策に関する環境整備

- 不正利用対策に有効な電子透かし技術、ネットポリス技術の検証を行うとともに、ネットポリス技術を用いた不正利用の監視・追跡についての調査研究を行う。(16年度予算)

- ブロードバンドにおけるコンテンツビジネスの活性化を図る観点から、コンテンツの権利者と利用者間のコンテンツのやりとりを円滑にし、ネットワーク上にコンテンツを提供しやすい環境の整備を図る。(17年度予算要求)

### コンテンツを安心して配信できる環境整備

- 情報保護性の高い端末機器の試作及び実用性実証試験を行う。

### インターネット時代に適応した著作権制度の見直し

- インターネット時代に適応した新しい著作権制度の見直しを行う。

## 映像ソフトの二次利用に必要な権利処理マトリックス)

※本表(民放・NHK)が制作した「テレビ放送を初期目的とした映像ソフト」(著作権法上の位置づけは放送事業者)

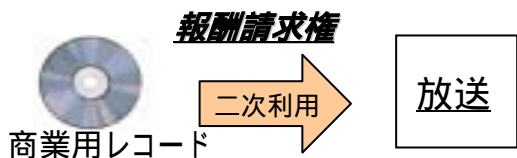
権利者	利用	テレビ放送(再放送)			ビデオソフト			インターネット		海外への権利処理	
		権利	団体協約		権利	団体協約		権利	団体協約	権利	団体協約
			地上波	衛星利用		CATV	市販				
原作	日本文芸著作権保護同盟										
脚本	日本脚本家連盟										
	日本シナリオ作家協会										
詞・作曲	JASRAC										
監督	日本映画監督協会	x	-	-	-	x	-	-	-	x	-
スタッフ	なし	x	-	-	-	x	-	-	-	x	-
実演家	日本芸能実演家団体協議会		x	x	x		x	x	x		x
サウンド製作者	日本レコード協会										
サウンドの実演	なし										

著作権法上、放送の中で商業用レコードを用いる場合には、レコード会社等に対して事前に許諾を得ることなく、事後的に利用料を支払うことで利用が可能。しかしながら、インターネットにおける利用は、事前許諾が必要となり、インターネットでのレコード利用が進んでいない。

## 商業用レコードの二次利用

現行我が国著作権法では、

(放送における二次利用の場合)



(ネットにおける二次利用の場合)



ヤフーBBは、レコード利用の事前許諾をさけるため、電気通信役務利用放送法の放送事業者に！

米国デジタルミレニアム著作権法(1998年)

インターネット放送におけるレコード利用については、報酬請求(事前に許諾を得ることなく、決められた利用料を事後的に支払うことで利用が可能)となっている。

# デジタルシネマの普及推進

## (趣旨)

デジタルシネマ、地域の公民館等を活用し、既存の硬直的な流通網と併存する新たな流通空間を創設し、低コストな映像上映ビジネス、映像制作ビジネスの構築を促すとともに、既存秩序の再構築を図る。

日本: 全国2600の上映館のうちデジタル上映の設備を有している上映館はわずか11カ所。

中国: 2004年末までに100スクリーンのデジタルシネマを設置することを検討。

## デジタルシネマの普及推進

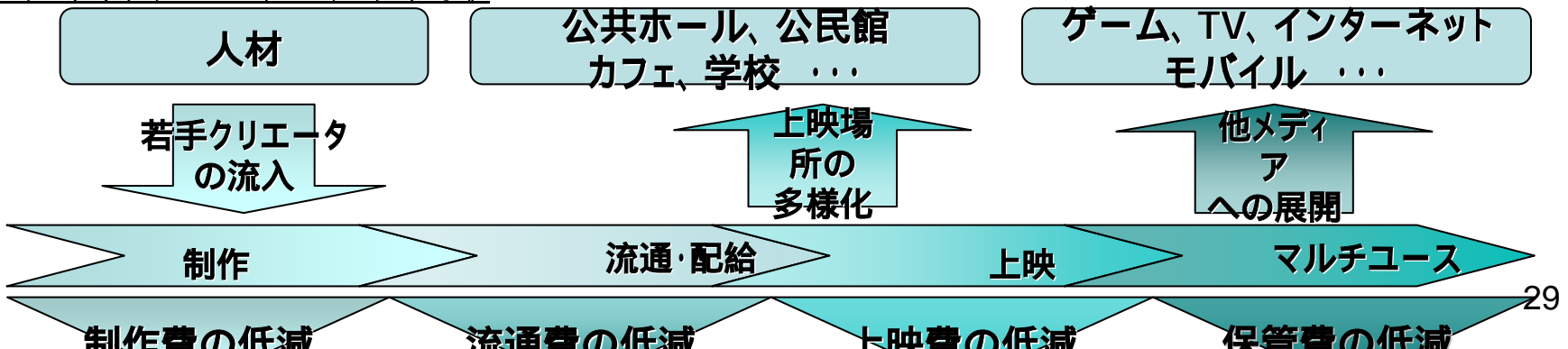
- デジタルシネマ推進フォーラムを設置し、規格の標準化に向けた技術・製作面をはじめ、ビジネス・人材育成等に関わる多くの事項について調査・研究する。

## 公民館などを活用した新たな地域上映マッチングシステムの開発

- 公民館や文化ホールなど地域施設を非常設映画上映施設として活用し、デジタルプロジェクタによるコンテンツの上映希望者と提供希望者のマッチングシステムを立ち上げる。

(「デジタルdeみんなのムービープロジェクト」次ページ参照。)

## デジタルシネマのメリット



# みんなのムービー進捗状況

## < 2002年の実績 >

「ナマタマゴ」「とっかえっ娘。」を  
全国75箇所のホール等で上映。  
チケット売上げ8,300万円を達成！



c つんくタウンフィルムズ

## < みんなのムービー協議会 > (2004年6月23日現在)

- ・登録「上映者」数 473団体
- ・登録「コンテンツホルダー」数 267社
- ・登録「コンテンツ」数 1083作品

## < 上映会の現状 >

50回以上/月 (6月のブック100回超)  
公共ホール、ミニシアター、市民会館、学校、  
カフェ、映画祭、イベントスペース等 にて開催

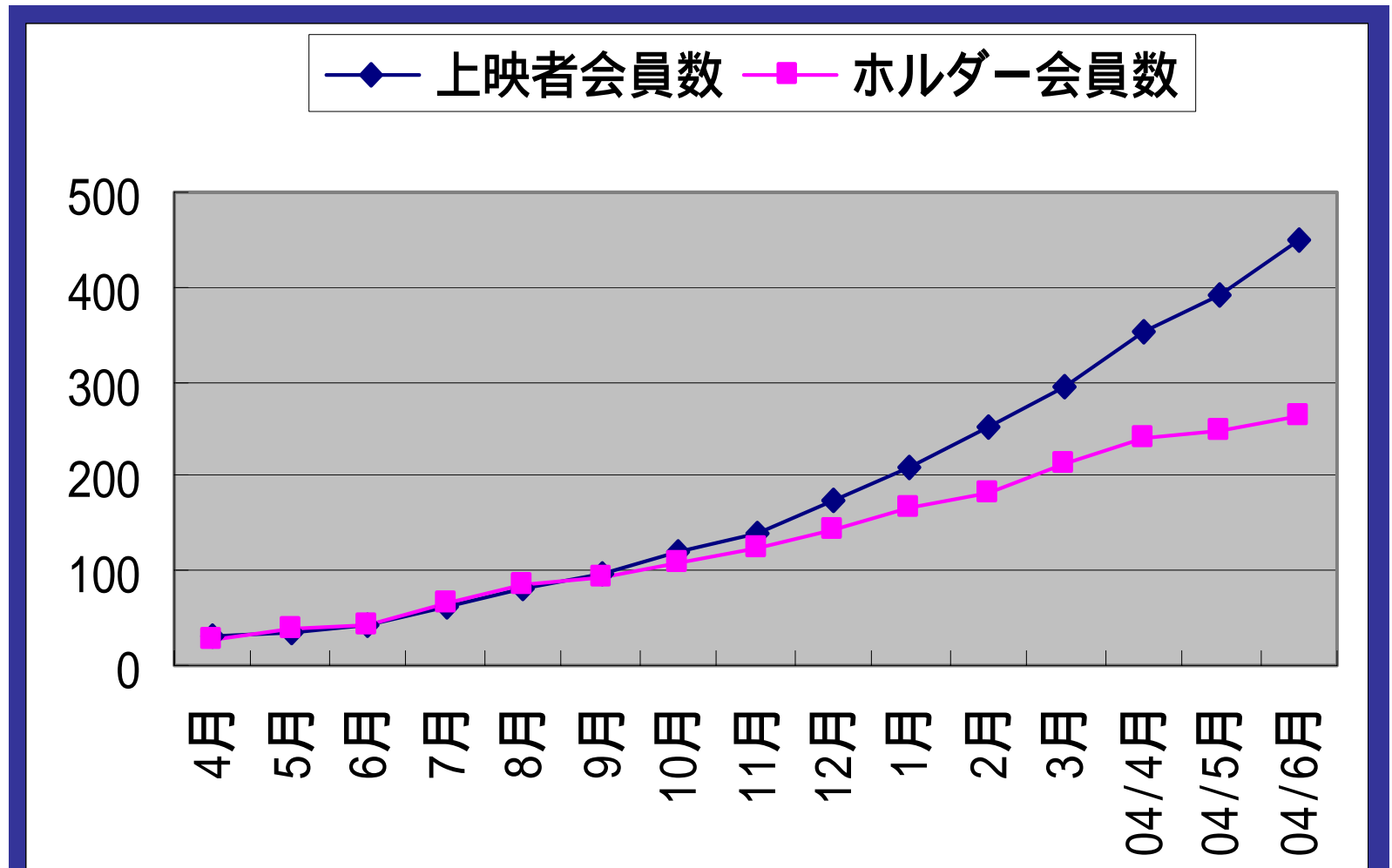


c ワーナー・エンターテインメントジャパン  
株式会社

c 2003ウイニング・パス製作委員会



# 「みんなのムービー」上映者会員数及び コンテンツ・ホルダー会員数の推移



# コンテンツ人材育成

## (趣旨)

現在圧倒的に不足している、製作資金調達、マーケティング等を総合的に行うコンテンツプロデューサーを育成し、我が国コンテンツの戦略的活用（マルチユース）の拡大を図るとともに、クリエイター人材の育成によりコンテンツそのものの価値を創り出す創造力の強化を図る。

### プロデューサー人材育成支援事業(16年度事業)

- プロデュース機能として必要とされる知識・ノウハウ(契約法制、資金調達手法、海外との取引実務など)を体系化、パッケージ化したカリキュラムのプロトタイプを策定し、協力教育機関(東大コンテンツプログラム等)によりカリキュラムを実験的に実施・評価する。また、国内教育機関と連携し、海外教育機関(UCLA)への研修生派遣を実施する。

### クリエイター人材育成支援事業(16年度事業)

- 教育機関の育成するクリエイター人材は、産業界のニーズに必ずしもマッチしていない状況にあるため、クリエイター人材のスキルを客観化、標準化を行った上、スキルアップのための体系的な教育カリキュラムの策定、効果的な人材育成スキームを提案する。

- 開発した教育カリキュラムの実施、現在乱立している既存の表彰・コンペの見直しを含むクリエイター育成モデル事業を実施、成果を実証する。

### コンテンツ人材育成総合プログラム事業(17年度予算要求)

- コンテンツビジネスの要となるプロデューサー人材の育成事業、クリエイション機能を担うクリエイター人材の発掘・育成事業の強化のため、モデルカリキュラムの実証・評価及びそれに基づく改訂を行うとともに、ビジネスニーズに沿った人材育成を効果的に進めるため、産業ニーズを踏まえた人材育成カリキュラムの検討、産学連携の方策の検討、インターンシップのアレンジを行うなど、コンテンツ人材育成の総合プログラム事業を実施する。



# 大学における「コンテンツ」に関連した新たな取り組み

## 東京芸術大学大学院「映像研究科」(修士課程)

〔時期〕平成17年度以降の設置

〔概要〕美術音楽両分野を統合する芸術である映画芸術分野を中心とし、高度な映画、映像制作者の人材育成を行う大学院(修士課程)映像研究科の下に、映画、アニメーション、メディア映像の3専攻の段階的な設置を計画。

## 東大大学大学院情報学環「コンテンツ創造科学産学官連携教育プログラム」

〔時期〕平成16年秋から実施

〔概要〕コンテンツビジネスと先端技術に関して高度な専門知識を有するプロデューサー、技術開発者、指導的教育者を養成。部局横断型の副教育プログラムとして実施。

## 慶応大学「デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構」

〔時期〕平成16年度から20年度までの5年間

〔概要〕学術コンテンツの統合的構築・システムデザイン等を担うデジタルコンテンツ・デザイナー、デジタルメディア・コンテンツの先端研究者・技術者、デジタルコンテンツの流通・知的財産権・標準化・セキュリティ・社会基盤構築等の国際的専門家等を創出する国際的研究拠点を目指す。

# 流通事業者と制作事業者の間の公正な取引環境の確立

## (趣旨)

コンテンツそのものの価値を創り出す生産部門が流通及び消費段階におけるボトルネックにより「下請化」し、必ずしも成果に応じたリターンが得られず、本来のポテンシャルを発揮できない状況。公正な競争環境を確保し、生産部門の活性化を通じて、コンテンツが様々な流通ルートを通じて戦略的に活用され、価値の最大化・知的創造サイクルの拡大循環の実現を目指す。

下請代金法成立(16年4月施行)を機会に競争政策のエンフォースメント強化を図る。

### 下請法施行に伴う競争政策の充実

- 政令、省令、コメントール対応(どういった行為類型が下請法の適用範囲となるか等)
- 下請法に係る検査業務についての運用体制強化

### 役務委託ガイドラインの改訂・充実(本年3月末改訂)

- 下請法改正で対応できなかった親事業者による権利の取り上げ、窓口権等による二次利用の制限、共同製作、制作協力の範囲、未使用素材等の取扱い等について規定を行う。

### モデル契約の策定

- 先般のアニメ(放送局 - プロダクション)のモデル契約に加え、本年策定したアニメ制作(元請 - 下請)等についての契約見本について普及・促進等を実施する。

平成16年度以降、

- ・NHKは、プロダクションとの委託取引契約方針を見直し、再委託番組に係る著作権について、権利の共有を認めるようになる。
- ・民放各社も、自主基準を策定し、契約書において二次利用に係る権利の帰属を明記するなどめ

# 製作事業者による資金調達環境の整備

大多数が中小企業であり、物的担保等を持たないコンテンツ製作事業者が、自らリスクを取ってビジネスをすることが可能となるよう資金調達手法の多様化を図る。

## 信託業法の改正

知的財産の信託可能化、一般事業会社の参入解禁

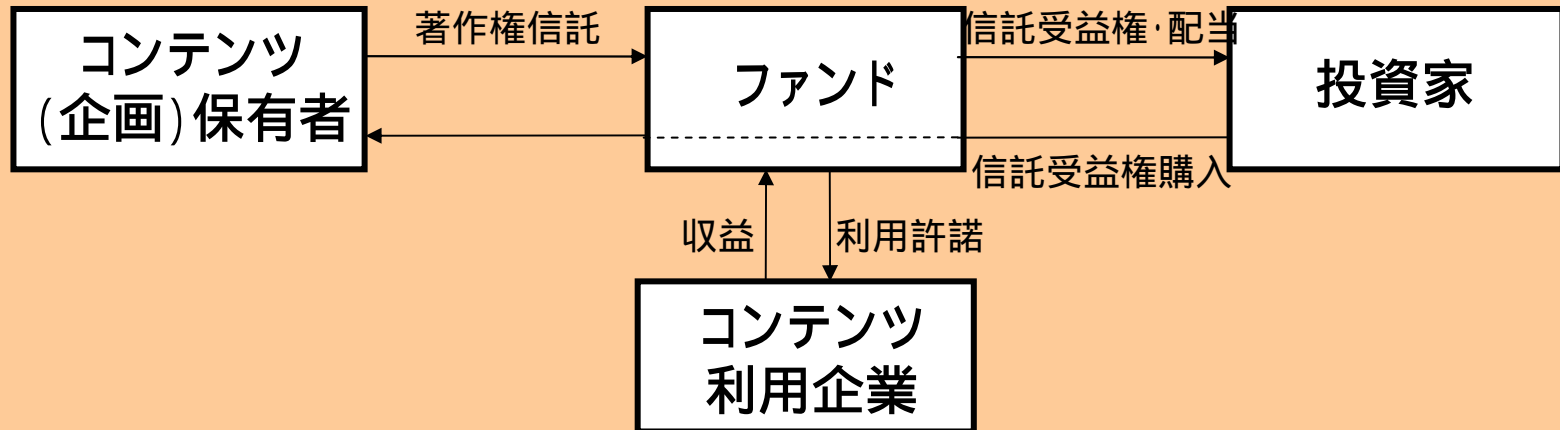
## 商品ファンド法上の許可要件の緩和

許可要件の緩和(人的構成要件等)( 映画ファンドの許可業者は7社(2004年5月現在))

## 政策金融による補完

日本政策投資銀行による融資・債務保証制度の創設(2004年度)

## 完成保証制度の検討



# コンテンツ関連ファンド一覧

ファンド組成時期	名称	スキーム		投資対象	実施主体	備考
不明	ブックファンド	匿名組合		書籍	英治出版	<a href="http://www.eijipress.co.jp/company_profile/bookfund.asp">http://www.eijipress.co.jp/company_profile/bookfund.asp</a>
平成10年	パリバ・ギャガシネマファンド			洋画の買い付け	ギャガ・コミュニケーションズ/ パリバ・ジャパン	<a href="http://www.gaga.co.jp/news/press/9806_2.html">http://www.gaga.co.jp/news/press/9806_2.html</a>
平成10年	東京マルチメディアファンド	任意組合		ゲーム・アニメ・映画・音楽・ビジネスソフト、情報サービス・書籍	ジャパンデジタルコンテンツ	<a href="http://www.jdc.jp/">http://www.jdc.jp/</a>
平成10年から	-	任意組合		ゲーム・アニメ・映画・音楽・出版等	あおぞらインベストメント	<a href="http://aozora-invest.blueplanet.ne.jp/105root/">http://aozora-invest.blueplanet.ne.jp/105root/</a>
平成12年	ゲームファンドときめきメモリアル	外国投資信託	公募	ゲーム	コナミ/マネックス証券	<a href="http://www.monex.co.jp/free/fund/konami/FND_VFundSpotItems_konami_Disp.html">http://www.monex.co.jp/free/fund/konami/FND_VFundSpotItems_konami_Disp.html</a>
平成13年	東京マルチメディアファンド2	投資事業有限責任組合		ゲーム・アニメ・映画・音楽・ビジネスソフト、情報サービス・書籍	ジャパンデジタルコンテンツ	<a href="http://www.jdc.jp/">http://www.jdc.jp/</a>
平成14年	ゴールデン・ライオン	匿名組合	公募	中国雑技団公演	東京ファイナンス・アンド・エンターテイメント/DLJディレクトSFG証券(現楽天証券)	
平成15年	ジュラシック・パーク・インスティテュートツアー匿名組合	匿名組合	公募	恐竜イベント	株式会社ハマーズ/イー・トレード証券	<a href="https://search.etrade.ne.jp/fundentry/JURASSIC/jurassic_v1.html">https://search.etrade.ne.jp/fundentry/JURASSIC/jurassic_v1.html</a>

ファンド 組成時 期	名称	スキーム		投資対象	実施主体	備考
平成15 年	-	匿名組合		ビデオ・DVD・ 書籍	アーティストハウス/伊藤忠商 事/伊藤忠ファイナンス	<a href="http://www.itochu.co.jp/main/news/2003/news_031203.html">http://www.itochu.co.jp/main/news/2003/news_031203.html</a>
平成15 年	ミュージックファ ンド	匿名組合		音楽	ライツバンク	<a href="http://www.musicfund.net/index.php">http://www.musicfund.net/index.php</a>
平成15 年	新人グラビア アイドルファンド	匿名組合	公募	写真集・DVD	ジャパンデジタルコンテンツ/ ジェット証券	<a href="http://www.jetsnet.co.jp/g_idol/index.html">http://www.jetsnet.co.jp/g_idol/index.html</a>
平成15 年から 現在	音楽ファンド 「BORELO」等	匿名組合		音楽	ミュージックセキュリティーズ	<a href="http://www.musicsecurities.com/fundopr.html">http://www.musicsecurities.com/fundopr.html</a>
平成15 年/平 成16年	キュピキュピファ ンド/デンユウ ファンド	匿名組合		劇場公演	アートコンプレックス1928	<a href="http://www.pan-kyoto.com/ac1928/">http://www.pan-kyoto.com/ac1928/</a>
平成16 年	「かいけつゾロ リ」プロジェクト	匿名組合		アニメ	ジャパンデジタルコンテンツ	<a href="http://www.jdc.jp/">http://www.jdc.jp/</a>
平成16 年	電通テックコンテ ンツパートナーズ	不明		携帯電話向け コンテンツ・音 楽	電通テック/住信インベストメン ト	<a href="http://www.stb-ifund.co.jp/solution/aic.html">http://www.stb-ifund.co.jp/solution/aic.html</a>
平成16 年	-	不明		映画	エンターテインメントファーム	
平成16 年	ピクチャーファン ド	不明		DVD	ビープロモーション	<a href="http://www.stb-ifund.co.jp/solution/aic.html">http://www.stb-ifund.co.jp/solution/aic.html</a>
平成16 年	アニメファンド!	匿名組合	公募	アニメ	ジャパンデジタルコンテンツ/楽 天証券・ジェット証券	<a href="http://www.mainichi-msn.co.jp/geinou/cinema/news/20040728ddm008020099000c.html">http://www.mainichi- msn.co.jp/geinou/cinema/news/20040728ddm0 08020099000c.html</a>
平成16 年	日本映画ファンド	匿名組合		映画制作資金	角川映画・みずほ銀行、コナミ、 イマジカ等法人6社	