

情報通信分野推進戦略PT会議への報告書(案) (ヒューマンインタフェース及びコンテンツWG*)

平成18年3月2日
座長 安田 浩

・状況認識

信頼と感動を与えるヒューマンインタフェース技術とコンテンツ技術

- ・多様な情報、知識、価値観、経験を有する人が壁を越え、新しい価値観や“もの”を生み出すソフトパワー時代にふさわしい「知の創発」社会への脱皮に向けて

低迷する国際競争力、文化発信力、立ちはだかる言語・文化の壁とソフトパワー不足への対応が必要【国際での対応】

- ・「国際競争力調査」(IMD(International Institute for Management Development: 国際経営開発研究所)、2005年)によると、日本の世界ランキングは93年の第一位を最後にその後は低迷を続け、近年は多少持ち直しているものの低迷状態が続いている。最新の調査結果(2005年)では、日本は60カ国・地域の中で、第21位となっている。
- ・世界のデジタルコンテンツ市場は約120兆円(1.2兆ドル、デジタルコンテンツ白書2004)。GDPに占めるコンテンツ市場の割合が米国では4.6%、世界で3.3%であるのに対し、日本は2.3%で、コンテンツでは途上国である。(知的財産戦略本部: コンテンツビジネス振興政策: <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/contents/houkoku/040409houkoku.pdf>)
- ・2005年のIMDの調査結果を項目別にみると、日本の「語学力評価」は、60カ国・地域の中で最下位の60位となっている。

情報爆発と労働力不足、コミュニティの弱体化への対応が必要【国内での対応】

- ・平成17年情報通信白書(総務省)によると日本でのインターネット普及率は急速に進展し、2004年においてインターネット利用人口は7,948万人、人口普及率は62.3%に達している。また、米国カリフォルニア大学バークレー校の「How much information 2003」によると、2002年時点での全人類による情報産出量は5エクサバイト(エクサバイトは10の18乗バイト、1ギガの10億倍)と膨大なものになっている
- ・労働力人口は、2005年の6,772万人をピークに減少に転じる。
- ・「国民生活白書」(内閣府、2004年)によると、国民の約3分の2が、近所付き合いがそれほど親しくない。「NPOやボランティア、地域の活動」などに現在参加している人は全体10%程度にすぎない。一方、世代間交流をみると、高齢者の半数以上は若い世代との交流を望んでいるが、若い世代との交流は、話や活動のペースが合わ

*: グループ名をヒューマンインタフェース及びコンテンツWGに変更

ないなどの理由のため減少傾向にあり、コミュニティの弱体化が進んでいる。

以上を打破するには、言語・文化の壁、年齢の壁を破り、国際的に多様な情報、知識、価値観、経験を有する人々が、連携して、新しい価値観を生み出し、またそれらの知識を活用するとともに、それにもとづく情報発信・ものづくりをしていくことが重要である。

新しい価値観や“もの”を生み出す「知の創発」社会への脱皮には、まず、クリエイティブな人材の育成を行い、感動を与えるコンテンツを豊富にするとともに、広く国民が感動を共有できるデバイスやネットワークインフラなどの基礎体力の向上も不可欠である。

さらに、これらのクリエイティブ人材と、感動共有/情報信頼化基盤技術に裏打ちされた情報発信力・ものづくり力により生み出された知を、共有、蓄積、編集、構造化し、知を活用するとともに、情報発信・ものづくりに結晶させていく協調活動サイクルの加速化を図る、ヒューマンインタフェース技術とコンテンツ技術への戦略的投資が必須である。また、その結果としてソフトパワーによる国力強化につながる。

すでに、知的財産戦略本部より「コンテンツビジネス振興政策」が発表され、コンテンツビジネスへの取り組みは「国家戦略」と位置づけられ、「10項目の改革」が提言されている。本報告では、この「コンテンツビジネス振興政策」に整合する重点研究項目を提言する。

また、最近の脳科学や脳計測技術の進歩により、ヒューマンインタフェースにおける理解性や信頼感、コンテンツの感動メカニズムの解明が進んでいる。人を中心として信頼と感動の軸で解決すべき課題を捉え、新しい価値観を生み出し、「知の創発」社会の創造に資する重要な研究項目についても提言する。

・重要な研究開発課題

【重要な研究開発課題の選定】

他のWG、PTとの関連や全体構造を別添図に示す。

信頼と感動を与え、新しい価値観を生み出し、「知の創発」社会を創造するヒューマンインタフェース技術とコンテンツ技術【主にコンテンツ】

1) クリエイティブ人材の養成

【ライフサイエンス分野との連携】

創造能力を涵養する教材生成・教育支援技術に関わる研究

映像・音響統合コンテンツ生成技術

コンテンツ制作支援アルゴリズム・ツール

バイオコミュニケーション技術(人間系)

<大目標4> イノベーター日本

中政策目標(6) 世界を魅了するユビキタスネットワーク社会の実現

「日本発のデジタルコンテンツを世界に広める」

「コンテンツビジネス振興政策」改革項目4, 5, 7の実現

2) 感動を共有するインフラの充実

【デバイス・ディスプレイ等WG、ネットワークWG、ユビキタスWG、ロボットWGとの連携】

五感CGデザイン技術

超高精細映像の撮像・転送・蓄積・表示システム

機械と人間の対話コミュニケーション支援技術

<大目標4> イノベーター日本

中政策目標(6) 世界を魅了するユビキタスネットワーク社会の実現

「日本発のデジタルコンテンツを世界に広める」

「コンテンツビジネス振興政策」改革項目5の実現

デバイドを解消し、新しい価値に基づく情報発信・ものづくりに資するヒューマンインタフェース技術とコンテンツ技術【主にヒューマンインタフェース】

3) 多国間スーパーコミュニケーションの実現

【ネットワークWG、ユビキタスWGとの連携】

ノンバーバルにおける行動と意図の体系化技術

言語理解の脳科学的究明

大規模言語知識資源構築技術

個人適応アプライアンス構成技術

コミュニケーションにおける個人性モデル化技術

<大目標4> イノベーター日本

中政策目標(6) 世界を魅了するユビキタスネット社会の実現

「誰でもストレスなく簡単にコミュニケーションできる次世代の情報通信システムを家庭に普及する」

<大目標5.> 生涯はつらつ生活、

「年齢や障害に関係なく享受できるユニバーサル生活空間・社会生活を実現する」

4) エンハンスド・ヒューマン・インタフェースの実現

映像と音響を複合化した可視化・超シミュレーション技術

脳・認知情報のモデル化および評価技術

ブレインマシンインタフェース

<大目標1> 飛躍知の発見・発明

「知と革新の源泉となる知的蓄積を形成し、世界的な“飛躍知”の2割を日本から創出する」

<大目標4> イノベーター日本

中政策目標(6) 世界を魅了するユビキタスネットワーク社会の実現

「誰でもストレスなく簡単にコミュニケーションできる次世代の情報通信システムを家庭に普及する」

<大目標5.> 生涯はつらつ生活、

「脳科学の成果により脳と心の病を克服する」

個々人が生み出した知を共有、蓄積、編集、構造化することにより活用し、知の創発社会への脱皮に資するヒューマンインタフェース技術及びコンテンツ技術【主に知識活用】

5)情報の巨大集積化とその活用

コンテキスト高次化技術
知能創造技術
情報の信頼性・信憑性検証技術
超大容量映像・情報構造化・マイニング技術
多文化相互参照データベースの構築技術
日本文化に関わる大規模映像/音声コーパスの整備
クローリング技術
大規模分散システム構成技術
検索・解析技術

<大目標1> 飛躍知の発見・発明

「知と革新の源泉となる知的蓄積を形成し、世界的な“飛躍知”の2割を日本から創出する」

<大目標4> イノベーター日本

中政策目標(6)世界を魅了するユビキタスネット社会の実現

「誰でもストレスなく簡単にコミュニケーションできる次世代の情報通信システムを家庭に普及する」

「コンテンツビジネス振興政策」改革項目10の実現

III. 研究開発の目標

信頼と感動を与え、新しい価値観を生み出し、「知の創発」社会を創造するヒューマンインタフェース技術とコンテンツ技術

1)クリエイティブ人材の養成

- ・2010年までに創造性教育コースの充実をはかる【新規提案】
- ・2010年までに、映像コンテンツ制作支援技術を普及させる【新規提案】
- ・ユーザ意図把握 : インタラクティブビヘービア記述(2010) インタラクティブビヘービア実装(2015)【新規提案】

2)感動を共有するインフラの充実

- ・2010年までに、超高精細映像(800万画素クラス)を全国規模で確実にライブ配信することを可能にする
- ・2020年頃までに、バーチャルとリアルの境目のない超臨場感のある立体テレビ放送システムや立体テレビ電話を実現する

デバイドを解消し、新しい価値に基づく情報発信・ものづくりに資するヒューマンインタフェー

ス技術とコンテンツ技術

3) 多国間スーパーコミュニケーションの実現

- ・欧米及びアジア主要言語の多言語音声翻訳について、2010年までに、限定会話レベル、2020年までに自然会話レベルを実現する
- ・2015年頃までに自然な情報の受発信を可能とする複数言語翻訳技術を実現する

4) エンハンスド・ヒューマン・インタフェースの実現

- ・2015年頃までに映像と音響等感覚情報を統合し、バーチャルとリアルの境目のない超臨場感システムを実現する
- ・2015年には脳情報通信のための脳情報のデコーディング解析の基礎技術を実現する
- ・セキュア省電力情報取得 : 1週間充電なしの生体計測、1万台匿名化(2010) 1年間充電なしの生体計測、1億台匿名化(2015)【新規提案】

個々人が生み出した知を共有、蓄積、編集、構造化することにより活用し、知の創発社会への脱皮に資するヒューマンインタフェース技術及びコンテンツ技術

5) 情報の巨大集積化とその活用

- ・2015年頃までに、コンピュータが話し言葉や多言語を認識するとともに、世界中のWebデータからの情報検索を可能とする【新規提案】
- ・大量の情報から知識学習・推論システムを活用した、情報の信頼性・信憑性検証機構の構築【新規提案】
- ・多種多様かつ膨大な非構造化された動的な情報の多面的、複合的、構造的な分析技術【新規提案】
- ・コンテキストに基づく意図・感情認識: 認識精度60%(2010) 80%(2015)【新規提案】
- ・リアルタイムデータマイニング : 1万台(2010) 1億台(2015)【新規提案】
- ・文化ギャップブリッジ技術: 近隣地域・類似文化圏(2010) 異文化圏トライアル(2015)【新規提案】

IV. 研究開発の推進方策 バリューウェブにより「知の創発」を生み出す

すべての活動の基盤となるのは、情報の価値化・知識化・信頼化およびその理解・発信の容易化と迅速化である。そのための基本施策は であげた5つの重要な研究開発課題である。これらによりすべての産業・研究及び教育・社会活動の効果が向上し、国内外におけるあらゆる発信が助長され、世界からソフトパワー国家と認識される。

この価値の高い活動を生み出すのは、言語・文化の壁、年齢の壁を破り、国際的に多様な情報、知識、価値観、経験を有する人々の連携である。人々が連携し、新しい価値観を生み出し、それにもとづく情報発信・ものづくりをしてバリューウェブを我が国より構築することが重要である。この「知の創発」社会に脱皮するには、個々人が生み出した知を共有、蓄積、編集、構造化し、情報発信・ものづくりに結晶させていく協調活動サイクルの加速化を図るヒューマンイ

ンタフェースとコンテンツ技術への戦略的投資が必須である。

【戦略的人材育成委員会】の構築

知の創発を担う人材を育てることは、国全体の重要な課題であり、各省庁単独ではとりあげにくい問題であることから、情報通信推進戦略PTが音頭をとって「戦略的人材育成委員会」を立ち上げ、人材育成にかかわる適切な施策・予算措置を行うべきである。

【産学官・府省間・機関間の連携強化】

別添図に掲げたように、8つの分野推進戦略PTは「人」を中心に「もの」と「環境」を連携させている。6つの大政策目標を実現するためには、ユビキタスブロードバンドネットワーク基盤が前提である。したがって、各省庁が連携し共通プラットフォーム技術を利用することで、開発期間、技術レベルの向上を図ることは必須である。

V. 戦略重点科学技術

組み込みソフトウェアを核とした「知の創発」

すべての活動の基盤となるのは、情報の価値化・知識化・信頼化およびその理解・発信の容易化と迅速化するユビキタスブロードバンドネットワーク基盤

自然言語処理技術

ノンバーバル処理技術

コミュニケーションエンハンスメント技術

知識コミュニティ技術

超高精細撮像・表示技術(スーパーハイビジョン)

超並列型光学・電子技術

圧縮・伝送・視点生成技術

映像と音響等の統合化技術

コンテンツ創造に必要な専門家の知識の活用

ニーズに合わせたコンテンツ制作・流通・提示技術

知識学習・推論システム、情報の信頼性・信憑性検証機構

五感コンテンツ技術

ネットワークロボット技術

添付資料

・別添図

・知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会報告：「コンテンツビジネス振興政策」

ヒューマンインタフェース及びコンテンツWGの重要研究開発課題

フロンティア分野推進戦略PT

ライフサイエンス分野推進戦略PT

ナノテクノロジー・材料分野推進戦略PT

ものづくり技術分野推進戦略PT

研究開発基盤WG

デバイス・ディスプレイ等WG

ロボットWG

感動

クリエイティブ人材の養成

新文化の構築・異文化交流の促進

感動を共有するインフラの整備

多国間スーパーコミュニケーションの実現

もの

エンハンスド・ヒューマン・インタフェースの実現

人

環境

デバイド解消 (弱者、文化/慣習、理解速度、操作性等)

情報の巨大集積化とその活用

ネットワークWG

ユビキタスWG

安心・安全情報流通

信頼

安心・安全地域コミュニティの構築

セキュリティ及びソフトウェアWG

社会基盤分野推進戦略PT

エネルギー分野推進戦略PT

環境分野推進戦略PT

コンテンツビジネス振興政策

ソフトパワー時代の国家戦略

2004年4月

知的財産戦略本部

コンテンツ専門調査会

… 目次 …

第 1 部 基本的方向(コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱に) 2

- 1 我が国のコンテンツビジネスの現状
- 2 コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱に
- 3 集中改革を実施し、事業規模を上昇傾向へ

第 2 部 集中改革の具体策(3つの目標と10の改革) 4

- 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 4
- 改革 1 業界の近代化・合理化の支援 ~チャンスが光る業界へ~ 4
- 改革 2 資金調達手段の多様化 ~豊富な資金でビジネスチャンス~ 4
- 改革 3 コンテンツ制作等へのインセンティブの付与
~ビジネス展開を側面サポート~ 4
- 改革 4 人材育成の強化 ~「ひと」がビジネスを変える~ 4
- 改革 5 新技術の研究開発等の支援、普及
~テクノロジーがビジネスを変える~ 5
- 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 5
- 改革 6 人材の発掘と顕彰 ~もっと探そうコンテンツ人材~ 5
- 改革 7 教育・啓発の充実 ~もっと知ろうコンテンツ~ 5
- 目標 3 海外、新分野のビジネス等を大きく展開する 6
- 改革 8 海外展開の拡大と海賊版対策の強化 ~アジアへ、そして世界へ~ 6
- 改革 9 ブロードバンドなどによる事業展開の推進 ~もっと便利におもしろく~ 6
- 改革 10 地域等の魅力あるコンテンツの保存・発信強化
~ニッポン全国コンテンツで豊かに~ 6

第 3 部 今後のコンテンツビジネス振興に向けて 7

- 1 「集中改革」の知的財産推進計画への反映
- 2 調査研究・広報の推進
- 3 関係者一体となった取組の促進
- 4 今後の検討の方向性

参考資料

コンテンツビジネス振興政策(概要)
コンテンツ専門調査会委員名簿
コンテンツ専門調査会の検討経緯
専門調査会の設置について

第1部 基本的方向(コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱に)

1 我が国のコンテンツビジネスの現状

映画、音楽、アニメ、ゲームソフトといった我が国「コンテンツ」は、国際賞の受賞やキャラクターの世界的な人気などから、総じて高い評価を得ており、日本のイメージを「COOL JAPAN(クールジャパン:かっこいい日本)」へ大きく変化させ始めている。

しかし、我が国のコンテンツビジネスについてみると、これまでは創業者や業界の個々の努力により発展してきたものの、共通した理念のもとに国を含めた関係者が一致団結してその振興に取り組んできたとは言えなかった。

この結果、我が国コンテンツビジネスの事業規模は総額として1兆円台を推移しているものの、近年はやや下降気味である。対GDPで比較した場合、米国の5%に対し日本は2%で、国際平均の3%をも下回っている。事業規模全体に占める海外展開の割合で比較すると、米国の17%に対し日本は3%であり極めて少ない現状がある。

このように我が国では、すぐれたコンテンツの魅力をビジネスにおいて十分にいかしきれていないのが現状である。

2 コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱に

コンテンツビジネスは規模も大きく、他産業への波及効果も期待でき、国の産業として重要な分野である。さらに、コンテンツは海外における国家のイメージ向上にも大きな役割を果たしており(いわゆる「ソフトパワー」)、国家戦略を考える上で重要な分野である。

このため、諸外国では既にこの分野の振興を国家戦略として位置付け、強力に施策を展開している。

例えば、韓国や中国においては、国策としてこの分野の発展を目指し、多額の公的な資金を投入し施策を展開し、既に日本を凌ぐ分野も見られるほど力をつけてきている。欧米諸国においては、制作投資を奨励する税制や、国際映画祭への積極的な支援、更には人材育成など国による積極的な施策が実施され、その結果これらの国々においては良質のコンテンツが制作され、ビジネスとしても海外に大きく展開している。

我が国においても、今国会には海外からのCDの還流防止や書籍・雑誌の貸与権等を措置するための著作権法改正、コンテンツを含む知的財産を信託の対象とする等の信託業法改正、輸出入者情報等の開示を行うための関税定率法改正などのコンテンツ関連法案が提出された。また、コンテンツが国民生活を豊かにし、海外に我が国の文化等に対する理解を増進させ、かつビジネスとしても成長発展が期待されるとの観点から、関係府省、民間が一体と

なってコンテンツの創造等を促進するための基本を定めた「コンテンツの創造，保護及び活用の促進に関する法律案」も提出されている。

こうした動きは，まさしくコンテンツが我が国の国家戦略上重要であることを示している。

諸外国との競争に打ち勝つとともに、日本文化の発信を通して海外における日本理解の増進を目指すためには、これら法的対応をはじめとして、コンテンツビジネスの振興を国家戦略の柱として明確に位置付け、そのための抜本的な施策を迅速かつ積極的に展開すべきである。

3 集中改革を実施し、事業規模を上昇傾向へ

コンテンツビジネスが抱える課題として、以下の3つが挙げられる。

課題 資金管理，契約や労働環境などにおいて，一部不透明・非合理的な面が見られ，一層の近代化・合理化が求められている。

課題 この分野で活躍する者への社会的・経済的評価や，産業としての重要性に対する社会の認識は，諸外国に比べると必ずしも十分とはいえず，今後は十分な認識のもと，社会をリードするビジネスとなることが求められている。

課題 海外展開や国内新市場への展開不足などマーケティングが不十分であり，今後は，必要な対策を講じた上で，大きくビジネスを展開することが求められている。

国家戦略としてコンテンツビジネスの振興を図るためには、まず良質なコンテンツが創造されることが重要であり、その上でこれらが適切に保護・活用されその利益が再創造につながるという「コンテンツ創造サイクル」の活性化が図られなければならない。そのためには、以上の3つの課題の達成を目指して施策を展開していく必要がある。

また、第2部においては、上記課題に対応した3つの目標を示すとともに、その達成のための10の改革と重点項目を掲げ、具体的な施策を「参考資料」としてまとめた。国は、今後3年間で集中改革期間として設定し、改革を先送りすることなく初年度から積極的に取り組むことにより諸課題を達成する必要がある。これによりコンテンツの質を一層向上させ、コンテンツビジネスの事業規模を上昇傾向に転じさせるとともに、これを足がかりとして、将来の飛躍的な発展へとつなげていくべきである。

第2部 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

今後我が国のコンテンツビジネスが健全に大きく発展していくためには，一部に見られる資金管理や契約，労働環境などの面での問題が改善され，業務の一層の近代化・合理化が進められることが重要である。

幸いなことに，近年，業界内で改善に向けた取組が積極的に進められていることから，国としても，このような業界の取組を加速化するため，資金，人材，技術などの面でコンテンツビジネスの基盤整備に関する多面的な支援を行うとともに，業界の発展にとって問題となる非合理的で違法性の高い取引慣行の排除等を進め，コンテンツビジネスの大きな発展を目指すことが必要である。

改革1 業界の近代化・合理化の支援 ～チャンスが光る業界へ～

（重点項目）

- 1 契約慣行の改善や透明化に向けた取組を奨励，支援する
- 2 経営，法務，財務などにおける専門人材の活用を奨励する
- 3 独禁法の厳正な運用等により競争政策を充実させる
- 4 弾力的な価格設定など事業者によるビジネス展開に関する取組を奨励する

改革2 資金調達手段の多様化 ～豊富な資金でビジネスチャンス～

（重点項目）

- 1 コンテンツ制作への融資を拡大するための措置を講じる
- 2 コンテンツ制作への投資等を拡大するための措置を講じる
- 3 情報開示など投融資を促進するための環境を整備する

改革3 コンテンツ制作等へのインセンティブの付与 ～ビジネス展開を側面サポート～

（重点項目）

- 1 コンテンツの制作・投資等を促進するために必要な税制上の措置を検討する

改革4 人材育成の強化 ～「ひと」がビジネスを変える～

（重点項目）

- 1 専門職大学院など高等教育機関におけるプロデューサーなどの人材育成等を支援する

2 映像産業振興機関の設立を支援する

改革5 新技術の研究開発等の支援、普及～テクノロジーがビジネスを変える～

(重点項目)

- 1 CGをはじめとする先端映像技術などに関する研究開発を支援する
- 2 映画等の制作・流通及び上映等を通じたデジタル化を推進する
- 3 ハイビジョン技術の研究開発の支援等を行う
- 4 コンテンツ流通技術の研究開発の支援等を行う

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

コンテンツの各分野は、人々の豊かな生活や文化の観点から重要な役割を果たすとともに、アニメやゲームソフトなどは日本を代表するポップカルチャーとして欧米で高い評価が与えられているにもかかわらず、我が国においては、現在でもなお十分な評価は与えられていない。

また、この分野に従事する者についても、特に制作部門において、その業務の重要性や実際の活躍の度合いに比べ、実際の社会的・経済的評価は十分とはいえない場合が少なくない。

このため、今後、我が国コンテンツ分野への人材の一層の流入を進め有望な人材を確保し、この分野の一層の活性化を図るため、国は、コンテンツに関係する人材に光を当て、ビジネス自体の社会的な認知度を向上させるための施策を充実させることが求められている。

こうした施策を通じて、コンテンツビジネスが社会をリードする役割を担う存在となるよう図ることが必要である。

改革6 人材の発掘と顕彰 ～もっと探そうコンテンツ人材～

(重点項目)

- 1 コンペティションの開催や顕彰の機会の拡大・広報などを通じ、才能あるコンテンツ人材を早期に発掘、育成する

改革7 教育・啓発の充実 ～もっと知ろうコンテンツ～

(重点項目)

- 1 コンテンツに触れる機会の増大等、教育や啓発を充実させる

目標3 海外，新分野のビジネス等を大きく展開する

我が国産業の歴史を振り返ると，国際競争力を有する製品を武器に，国内だけにとどまらず積極的に海外展開を図ることにより，新たな市場を獲得し，より大きな収益をあげ，日本経済の発展に大きく貢献してきた。

これまで、コンテンツ自体への国際的な評価が高いもののビジネス展開が必ずしも十分でないと言われてきた我が国コンテンツ分野も、その事業規模が横ばいもしくは微減を続ける今、もはや例外であることは許されない時代を迎えている。今まさに日本のコンテンツをいかして、海外、インターネットやユビキタス環境などにおいて新たな市場を開拓し、我が国コンテンツビジネスを大きく展開するとともに、日本文化の積極的な発信により海外での日本のイメージを向上させることが求められている。

このような状況を踏まえ、国としても、ビジネス界の積極的な取組を加速化するため多面的な支援を行う必要がある。

改革8 海外展開の拡大と海賊版対策の強化 ～アジアへ，そして世界へ～

(重点項目)

- 1 国，在外公館，JETRO，国際交流基金などを通じた海外展開を支援する
- 2 東京国際映画祭の抜本的な強化による海外展開を支援する
- 3 国際交流などによるジャパンプランドの発信強化を図る
- 4 あらゆるチャネルを通じた海賊版の取り締まりを強化する

改革9 ブロードバンドなどによる事業展開の推進 ～もっと便利におもしろく～

(重点項目)

- 1 コンテンツの利用に関する契約締結，データベースなどの整備を促進する
- 2 青少年の健全育成への自主的な取組を奨励，支援する
- 3 コンテンツに関する法制度や運用について検討等を行う
- 4 ブロードバンドなど新たな流通手段におけるコンテンツ事業の推進を支援する

改革10 地域等の魅力あるコンテンツの保存・発信強化

～ニッポン全国コンテンツで豊かに～

(重点項目)

- 1 地域等の伝統・文化デジタルアーカイブの構築やその活用などを支援する
- 2 フィルムコミッションのロケ誘致活動を支援する
- 3 地域における「コンテンツ戦略」に関する取組を奨励，支援する

第3部 今後のコンテンツビジネス振興に向けて

当専門調査会は、第2部において、コンテンツビジネス振興のための集中改革の具体策として、「3つの目標と10の改革」を示したところであるが、これを実施して行くに当たり、関係者が共有すべき理念をAからEの5つの標語として以下に提言する。

All Japan

官・民すべての関係者が連携・協力して諸課題に取り組む

Brand Japan

日本ブランドの向上を目指し、海外市場戦略を重視していく

Cool Japan

“カッコイイ”日本を目指す

Digital Japan

デジタル化・ブロードバンド化に十分対応していく

E-Tech Japan

先端技術の研究開発・活用を推進する

さらに、国は今後のコンテンツビジネスの振興を図るに当たり、以下の点に留意することが必要である。

1 「集中改革」の知的財産推進計画への反映

本報告書で示した「集中改革」のための3つの目標及び10の改革は、来年度初めに予定されている「知的財産推進計画」の改定の際により具体的な形で反映させるとともに、関係府省においては、担当する施策を3年の集中改革期間の初年度より迅速かつ集中的に実施する。

知的財産戦略本部はロードマップを作成して関係府省の取組の促進を図るとともに、関係府省の施策の実施状況を随時把握し、集中改革期間中毎年度及び終了時に目標の達成状況について評価を行う。

2 調査研究・広報の推進

今回の検討に当たっては、統計資料の整備が不十分であることが指摘され

た。今後、我が国のコンテンツの事業規模について、諸外国とより精密に比較検討できるような統計資料を整備するなど広くコンテンツに関する統計資料の整備に努めるとともに、新たな政策分野であるこの分野の多面的な政策研究を進める。

また、コンテンツ分野における多方面からの幅広い議論と、国民の関心を高めるため、各種公開シンポジウムなどを通じて、広報活動を充実させる。

3 関係者一体となった取組の促進

今後とも関係府省が一体となって施策を展開していく必要があり、特に「税制」の在り方、「コンテンツの2次利用の促進」及び「海賊版対策」については、関係府省で適切な役割分担のもと、連携協力して問題に対処していく。

知的財産戦略本部は関係府省連絡会議を開催するなど、関係府省の一体的な取組を促進する。

また民間においても、コンテンツ制作者、流通事業者、送・配信事業者、広告事業者、権利管理事業者、機器メーカー、法務関係者など、コンテンツビジネスに関わる者は多岐にわたっており、関係者間のコミュニケーションは必ずしも良好とは言えない。今後これらのソフト・ハードを含む関係者の連携を一層図るとともに、関係者が一体となって、コンテンツビジネスの振興に関する研究や提言、更には新たな技術の芽を活用したビジネス展開の取組などを行うことが求められており、国はこうした取組が実現されるよう、必要な支援を行う。

4 今後の検討の方向性

今回の検討は、知的財産戦略本部の下で行われたものであり、おおむね著作権や著作隣接権などにより保護される「コンテンツ」を対象とした。しかし、ファッションなどの「デザイン」、「料理」、景観など「観光資源」、更にはスポーツ等の「イベント」など、著作権等による保護を受けない知的・文化的な資産であって我が国の将来にとって重要なものは、今回の「コンテンツ」の周りに大きな広がりを持って存在している。

また、新技術の研究開発に伴い、従前には予想されなかったまったく新しい形態の「21世紀型コンテンツ」が登場し、経済社会に大きな革新をもたらすことも十分考えられる。

国は今後、こうした幅広い分野に着目し、その振興を図るための施策を検討する必要がある。

(以上)