

#### 4. コンテンツをいかした文化創造国家づくり

##### (1) 新しい市場の拡大

##### (i) デジタル・ネット環境をいかした新しいサービスの促進

##### (a) 施策に対する評価の概要

視点：デジタル・ネット環境をいかした新規ビジネスを創出するためにはどのような支援が必要か。また、デジタル・ネット環境をいかした新しいサービスを展開するための技術的課題への取組や制度的対応は十分か。

- 近年のデジタル技術の進展やネットワーク環境の整備によって、双方向型の大量かつグローバルな情報流通が可能となり、コンテンツを取り巻くビジネス環境は大きく変化している。さらに、ユーザーが自ら創作したコンテンツの流通など、コンテンツの新しい流通形態が登場している。
- このような状況の中、コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律の基本理念の下、知的財産推進計画を通じて新しい市場の拡大に取り組んできた。デジタル・ネット環境をいかした新しいサービスのための環境整備や技術開発を官民挙げて推進してきた。その結果、2003年から2007年の5年間で、デジタルコンテンツ市場は堅調に30%拡大し、特に、モバイルコンテンツ市場は約2倍となる成長を遂げている。また、放送番組のネット配信等に大きな進展が見られた。さらに、デジタル・ネット環境をいかしたグローバルなコンテンツ流通への試みも始まっている。
- しかしながら、我が国では世界最先端の情報通信インフラを有する一方、分野によってはネットに流通するコンテンツは少なく、IPTV等の新しいサービスの普及も進んでいない。その原因として、デジタル・ネット環境のメリットを十分に活用し得る魅力的なコンテンツの不足や、十分に収益を上げることのできるビジネスモデルの不足が指摘されている。既存のメディアのみを活用するだけでは、新しい産業を生み出すことはできない。
- また、現在のコンテンツ製作を取り巻く状況は非常に厳しい。民放地上波テレビ市場は映像市場全体の約5割を占めるが、テレビの広告費は2005年以降減少し続け2008年は前年比4.4%の減少となった。特に、昨年

からの経済状況の落ち込みにより、放送事業者の製作費は大幅に減少している。一方、インターネット広告はいまだ高い成長を続けており、ラジオや雑誌を抜き新聞に迫る規模となっている。今後は、従来の産業構造にとらわれることなく、製作会社による独自の販路開拓など新規ビジネスの開拓が必要となる。しかし、コンテンツの製作の現場は経営基盤の弱い中小企業が担うことが多いため、新規ビジネスの開拓に取り組む体力は乏しい。このままの状態を放置すれば我が国の創造力の低下は避けられない。

- さらに、新しい市場を拡大するイノベーションを創出するためには、コンテンツ製作等に係る先端技術の開発や新規サービスの創出につながる制度的・技術的課題の解決など、より具体的な支援等が必要である。
- デジタル・ネット環境に対応した著作権制度の見直しについては、ネット検索サービスの適法化、通信過程における一時的蓄積等の法的位置付けの明確化、研究開発に係る著作物利用の円滑化等、知的財産推進計画2008を踏まえて検討が行われ、これらの内容を含む著作権法改正案がとりまとめられた。しかしながら、著作権法上のいわゆる「間接侵害」の問題など、今後のサービスやコンテンツ開発の促進に向けて検討が必要な著作権法上の問題も残されている。

## (b) 今後講ずべき主な施策

### ①コンテンツ産業における中小企業支援策の活用の促進

産業クラスター等を活用し、地域のコンテンツ産業のネットワーク形成を促進するとともに、産学官連携や異業種間連携の支援、インキュベーション機能の強化、販路開拓等の中小企業支援策のコンテンツ産業における積極的な活用を促進する。

### ②地域ソフト資源の映像化を通じた地域におけるコンテンツ産業の育成

地域におけるコンテンツ産業のネットワーク形成を促進し、地域の発信力向上を図るため、地域に眠るソフト資源（自然、産業遺産、観光資源など）に関する放送番組を含む映像コンテンツの製作・対外発信活動、海外展開を支援する。

### ③コンテンツ関連技術の研究開発の促進によるイノベーションの創出

コンテンツ産業の活性化と新産業の創出等を図るため、立体映像技術や超高精細映像技術等の映像技術やデジタルミュージアム等の公開・展示技術など、先進的なコンテンツ制作や新たな表現及び流通の実現をもたらす先端技術の研究開発を促進する。

#### ④新しいメディアを活用した新規サービスの促進

通信・放送を融合・連携させた新しいサービスの創出を促進し得る法制度の在り方や技術的環境の整備について検討を行い、必要な措置を講ずる。また、携帯端末向けマルチメディア放送、デジタルサイネージ、e-空間等を活用した新しいサービスの創出を促進する。

#### ⑤新しいサービスに係る制度的・技術的課題の解決

新しいコンテンツ流通の形態に対応したサービスや次世代検索・解析技術を活用したサービスなど、デジタル・ネット環境をいかした新しいサービスに関する実証実験を行い、制度的・技術的な課題を検証し解決する。

#### ⑥日本版フェアユース規定の導入

著作権法における権利者の利益を不当に害しない一定の範囲内で公正な利用を包括的に許容し得る利用制限の一般規定（日本版フェアユース規定）の導入に向け規定振り等について検討を行い、必要な措置を講ずる。

#### ⑦著作権法上のいわゆる「間接侵害」の明確化

著作権法上のいわゆる「間接侵害」に関し、行為主体の考え方を始め差止請求の範囲を明確にすること等について早急に検討を行い、必要な措置を講ずる。

## (ii) 海外展開の促進

### (a) 施策に対する評価の概要

視点：海外市場を拡大するためにはどのような方策が必要か。また、コンテンツ事業者の海外展開に対する支援は十分に行われているか。

- これまでT I F F C O M等のJ A P A N国際コンテンツフェスティバルの開催によるマーケット機能の強化や情報発信の強化、国際共同製作支援、J E T R Oによる市場動向等の情報提供等様々な取組を行ってきた。
- その結果、一部のコンテンツ産業の海外展開は着実に進みつつあり、特にゲームについてはここ5年間で海外売上額が倍増以上している。また、国際共同製作された映画が海外の映画祭で表彰される等、海外における評価は高まっている。
- しかしながら、依然として海外依存度(売上全体に占める海外売上の割合)は米国に遠く及んでおらず、またメディアソフトの輸出入についても輸入超過となっている。また、ゲームについては積極的に海外展開が行われているものの、その他の分野については依然として海外展開が十分進んでおらず、海外における高い人気を収益に結び付けることができていないと考えられる。
- その理由としては、グローバル市場でコンテンツを展開できるプロデューサー人材の不足や外国市場のビジネス慣習に関する知識や契約スキルの不足が挙げられる。また、コンテンツ市場のグローバル化により、コンテンツ製作の大規模化が進んでいるが、国内ではリスクの高いコンテンツへの製作投資は進まず、製作資金の調達が課題となっている。
- また、コンテンツの製作現場を担うプロダクションは中小企業がほとんどであり、世界に誇る優れたコンテンツを創造していても、それを海外販路に結びつけるための経営基盤や人材を有していないことが多い。
- さらに、各コンテンツホルダーが個別に海外市場に進出するにとどまり、業界を挙げての戦略的な市場開拓が進んでいないことも挙げられる。

- 今後の市場の拡大が期待されるアジア地域においては、海賊版の氾濫により、ビジネスモデルが成立できていないという問題もある。さらに、一部の国では、流通規制や検閲制度等により、海外展開の大きな障壁となっている。
- また、欧米地域におけるアニメ市場については、近年のインターネットを介した海賊版の氾濫により、DVD等のパッケージメディアの販売が大きく減少しており、既存のビジネスモデルのままでは立ち行かなくなっている。
- 今後更に海外展開を進めるためには、コンテンツ分野ごとの戦略が必要となるが、現状においては、各分野における輸出入や海外におけるライセンス収入について統計が整備されていない。

## (b) 今後講ずべき主な施策

### ①コンテンツの海外展開の促進

産業革新機構等の出資の下、官民の人材と資金の力を結集し、我が国の優れたコンテンツの海外ライセンスを取得し、その海外市場展開を図る「コンテンツ海外展開ファンド」を創設するとともに、海外展開を視野に入れたコンテンツの製作、販路開拓、現地の様々なメディアにおける露出機会の確保等に対する総合的な支援策を実施する。

### ②中小企業の海外展開に対する支援の充実

日本貿易振興機構を通じ諸外国の市場動向や法制度等についての情報提供を強化するとともに、中小企業による地域資源の活用や農商工連携を通じて開発した新商品の海外販路拡大を支援する。

### ③JAPAN国際コンテンツフェスティバル等の機能強化

JAPAN国際コンテンツフェスティバルと東京発日本ファッション・ウィークを連携させ総合的日本ブランド発信イベントに拡充・強化するとともに、上海万国博覧会との連携も含めた海外展開を図る。また、各分野における発信力を強化するため、メディア芸術祭や国際ドラマフェスティバルを充実する。

### ④アジア主要国による官民合同サミットの立ち上げ

国境を越えたコンテンツ製作・流通、ビジネス上の協同促進を図るため、

アジア主要国による官民合同サミット（アジア・コンテンツ・ビジネスサミット）の立ち上げを行う。

**⑤コンテンツ規制等に係る外国政府に対する働き掛けの強化**

政府間のハイレベル会合等を通じて、コンテンツ輸入規制や検閲制度の緩和等に関する働き掛けを強化する。

**⑥統計情報の整備**

各コンテンツ分野における輸出入や海外におけるライセンス収入に係る統計を整備することを促すとともに、各企業がIR活動等を通じて海外売上等に係る情報を公開することを促す。

## (2) 契約環境の改善

### (i) 円滑な権利処理のための環境整備

#### (a) 施策に対する評価の概要

視点：集中管理の拡大や契約ルールの形成、権利処理に必要な情報の整備・公開などコンテンツの円滑な権利処理のための環境整備は十分か。また、クリエイターへの適正な利益の還元が行われているか。

- 集中管理事業者及び委託者数ともに増加傾向にあるとともに、複数の分野で新たに一任型管理事業が開始されるなど集中管理は順調に拡大している。  
また、放送番組のインターネット配信や、権利者不明の実演の利用など新たな利用形態に対応した民間の自主的な取組による契約ルールの形成も一定程度進んだ。
- しかし、音楽を除く分野の集中管理のカバー率は未だ十分とはいえず、特に多様な権利が併存する放送番組については、膨大な権利処理の作業が必要となっている。契約ルールの形成についても一部分にとどまっており、円滑な権利処理のためには、更なるルール整備が必要である。
- 一方、デジタル・ネット環境の進展により、劣化のない高品質な複製が可能となる中、ユーザーの利便性とクリエイターへの対価の還元を配慮した新しいルールの確立が急務となっている。
- コンテンツ情報の整備については、コンテンツの総合的な紹介サイトとして「ジャパン・コンテンツ・ショーケース」（旧称「コンテンツ・ポータルサイト」）が開始されたが、登録コンテンツ数、アクセス数が伸び悩んでいる。一方、民間の放送事業者による独自の番組販売サイトや放送番組の権利情報を集約・公開するための新たなデータベースの整備が進んでおり、これらと連携することが必要である。
- さらに、コンテンツホルダーからのコンテンツ配信だけではなく、ネット上を一次公開の場とするユーザーコンテンツの創造・流通が盛んとなっている。このような現状を受け、例えば、音楽の利用について著作権の集中管理団体がサイト運営者と包括的な利用許諾契約を締結することや権利者自ら

が二次利用可能な映像コンテンツを提供することなど、ユーザーコンテンツの創作・公開を一層促進する取組が進んでいる。

## (b) 今後講ずべき主な施策

### ① デジタルコンテンツ流通の促進

放送番組等に係る権利処理の円滑化を図るため、権利の集中管理の拡大や標準的な契約ルール確立を促進するとともに、権利処理の進捗状況等を踏まえ、多角的観点から適宜法的対応の検討を行い、必要な措置を講ずる。

### ② デジタル・ネット環境の進展に伴うコンテンツ取引支援システムの構築

メディアの多様化によるコンテンツの利用許諾手続や流通経路の複雑化に対応するため、「権利情報集中処理機構」（音楽分野）の取組を支援するとともに、その実績も踏まえ、権利の所在をリアルタイムで把握できる機能等を有する次世代コンテンツ取引支援システムを構築する。

### ③ クリエーターへの対価の還元を適切に行うための環境整備

情報のデジタル化によって劣化のない高品質な複製が可能となる中、ユーザーの利便性に配慮しつつ、制度面・契約面の両方の観点から検討を行い、クリエイターへの対価の還元が適切に行われるための環境を整備する。

### ④ コンテンツ関連情報の集約

コンテンツ関連情報のデータベースの整備を支援するとともに、関連する複数のデータベースが一体として機能するよう各データベース間の連携強化を支援する。

### ⑤ ユーザーが創作するコンテンツの創作・公開の促進

動画投稿サイトなどネットを一次発表の場とするユーザーが創作するコンテンツの創作・公開を促進する取組を支援する。



## (ii) 適正な取引の促進

### (a) 施策に対する評価の概要

視点：発注書面の不交付や書面によらない契約など旧来の取引慣行を是正するためにどのような追加的措置が必要か。

- 「下請代金支払遅延等防止法」(以下「下請法」という。)の改正(2004年4月)や「役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針(役務ガイドライン)」の改正(2004年3月)により、コンテンツ業界の適正な取引を促進する制度上の枠組みは整備された。
- これに伴い、放送事業者による自主的な契約見本の作成や制作委託取引に関する自主基準の作成など、改善に向けた関係者の自主的な取組が進められ、契約書面の交付や二次利用に関する権利帰属の明確化など一定の成果が見られた。
- しかし、下請法に基づく2007年度の調査では、公正取引委員会において1件の勧告及び386件の警告が行われた。このうち、41件の警告は、同年に行われた放送コンテンツ・映像製作に係る情報制作物の制作委託に係る特別調査を65社に実施した結果であり、依然業界の取引慣行については大幅な改善が必要である。
- このため、きめ細やかな調査の実施により取引の現状を逐次明らかにし、適正な取引を徹底するとともに、放送コンテンツの制作取引の適正化を促進するためのガイドラインの策定など、独占禁止法・下請法違反行為を未然に防止するための自主的な取組を促すことが必要である。

### (b) 今後講ずべき主な施策

#### ①下請法等の適切な運用の促進

アニメ、放送番組、映画等の各分野における取引の適正化が図られるよう、下請法に基づくきめ細やかな調査等を積極的に実施することにより、下請法及び独占禁止法の適切な運用を図る。

## ②契約見本及び自主基準の作成等の促進

契約見本や自主基準の作成など独占禁止法及び下請法違反行為の未然防止に向けた関係者の自主的な取組を促進するとともに、「放送コンテンツの製作取引の適正化に関するガイドライン」等各ガイドラインに基づく適宜のフォローアップ、内容の見直し、周知広報等を実施する。

### (3) 世界中のクリエイターの目標となり得る創造環境の整備

#### (a) 施策に対する評価の概要

視点：人材育成施策の充実やアーカイブ化による優れた作品の共有化など世界に通用する優れたコンテンツを生み出す創造環境が整備されているか。

- 日本のアニメ、映画が2009年の米アカデミー賞を受賞するなど、我が国のコンテンツは国際的にも評価されつつある。また、国内における公開映画における邦画本数の割合も年々向上しており、優れたコンテンツが生み出される環境は充実してきているといえる。
- しかし、近年、撮影所やプロダクション等における往年の若手育成のシステムが崩壊しつつあるとの指摘もあり、業界のみに依存するのではなく、才能を発掘し、それを開花させるための新たな創作支援・人材育成のシステムが必要である。
- 高等教育機関における教育については、関連学科の設置等教育の充実のための枠組みは整備できたが、職業人として養成し産業と結び付けるためには更なる支援が必要である。
- 新しい創作を生むためには、先人の遺産に学ぶことが重要であるが、アニメ・マンガ・映画・放送番組・ファッション、デザイン等の文化資産については、国としての体系的な保存が十分進んでおらず、散逸の危機にある作品もある。
- 例えば、民放の番組については、財団法人放送番組センターが収集を行っているが、収蔵本数は18,000本程度にとどまっている。また、映画の収集・保存を行っている東京国立近代美術館フィルムセンターについても、収蔵庫や利活用のための十分な人員・予算が不足している。

#### (b) 今後講ずべき主な施策

##### ①コンテンツ制作等への支援の充実

クリエイターの創造活動を活性化するため、大学やメディア芸術拠点にお

けるコンテンツ制作や、コンテンツの国際共同制作等への支援を充実する。  
また、デザインやコンテンツ等に係る工学分野と芸術分野との融合領域における創造活動を促進する。

## ②若手クリエイターの育成

映画・アニメを始めとする分野において、トップクリエイター自らがプロジェクトマネージャーとなって、若手クリエイターの才能を発掘し、その制作の支援及び評価を行っていくことを通じて、卓越した才能を持つクリエイターを輩出する。また、短編映画作品の制作支援により若手映画作家を育成するとともに、メディア芸術祭の場を活用した若手クリエイターの新たな表彰・奨励の仕組みを創設する。

## ③大学等における教育プログラムの充実

学生に対して明確なキャリアパスを示しつつ、新規事業や海外展開にチャレンジできる実践的な人材を育成するため、インターンシップの実施や産学連携の推進などにより大学等における教育プログラムを充実する。

## ④幼少期からの創造教育の推進

創意工夫に対する興味やオリジナリティの尊重など創造社会を担う基礎的能力を養成するため、幼少期からの創造教育を推進する。

## ⑤文化資源のアーカイブ化の推進

我が国の文化資源の共有と再評価を図ることにより、新たな創造活動の基盤を構築するため、伝統的な文化財に加えて、アニメ、マンガ、映画、放送番組、音楽、ファッション、デザイン、写真等に関する収集保存、研究及びデジタル・ネットワーク化を強力に推進する。

#### (4) 日本ブランドの振興

##### (a) 施策に対する評価の概要

視点：分野ごとの断片的な取組にとどまらず、分野横断的な取組を強化すべきではないか。省庁間及び官民の連携を促進するため、官民の連携体制の構築が必要ではないか。

- 在外公館におけるイベントやJAPAN国際コンテンツフェスティバル等の国際イベントの開催、文化外交や「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の推進等の日本ブランドの活用を通じた日本の魅力の発信に向けた取組の結果、訪日外国人旅行者数が2003年から2007年までに60%増加し835万人、海外における日本語学習者数が2003年から2006年までに26%増加し298万人となるなど、日本に対する関心は着実に高まっている。
- 食については、日本産農林水産物・食品の戦略的な輸出促進の実施や日本食レストラン海外普及推進機構（JRO）の設立等により、海外への発信を強化してきた結果、農林水産物等の輸出額が2003年から2008年（速報値）までに55%増加し4,312億円となるなど、海外における日本食・食材の普及が進んでいる。また、2005年7月には食育基本法が制定され、国民運動として食育を推進する体制が整備された。
- 地域ブランドについては、2006年に地域団体商標制度を導入し、中小企業地域資源活用法等に基づく支援や農林水産物・食品の地域ブランド化に向けた関係者のネットワーク構築等、地域ブランドの創出に向けた様々な支援を実施した結果、全国各地で多様な地域ブランドが作られてきた（2009年1月末時点で登録査定件数は413件）。また、海外展開に向けた総合的な支援を実施した結果、海外での販路拡大に成功した事例も出てきている。
- ファッションについては、2005年から「東京発 日本ファッション・ウィーク」を実施し、コレクションの集約化、他のファッションイベントとの連携、新人デザイナー支援、広報の充実等を行った。その結果、来場メディア数が年々増加するなど知名度は着実に高まりつつある。また、大学等における専門課程・講座の開設や民間教育機関における外国人学生の受入制度

の創設により、ファッション人材の育成環境を強化した。

- しかし、これまでの取組は、個別分野ごとの取組にとどまっている場合が多く、それぞれの分野の強みを相互に活用しながら長期的に日本製品のブランド価値を高めているとはいえない。また、現地において販路を拡大するためには、情報発信やビジネス支援の体制についても改善の余地がある。さらに、日本ブランドの担い手は国内だけに限る必要はなく、海外にも広くその人材を求めるべきである。
- また、海外において我が国の地名が第三者により商標出願されることや農林水産品の産地が偽装されることなど、地域ブランドの保護に関する課題もある。さらに、意匠の権利範囲が明確ではないことから、デザインを保護する意匠制度が十分に活用されていないとの指摘もある。

## (b) 今後講ずべき主な施策

### ①食、地域ブランド及びファッションの振興

次世代の担い手となる人材の育成に積極的に取り組むとともに、映像コンテンツ等波及効果の強いコンテンツとの結びつきを強めることにより、海外発信力を強化し、海外での新たな市場の開拓を進める。

### ②分野横断的な取組を推進する推進体制の構築

コンテンツ、食、ファッション、デザイン等のソフトパワー産業において、分野横断的な創造・発信に関する取組を官民一体となって継続的に推進する体制を構築する。

### ③対外発信の重点化

アジアの重点対象国・地域に対し、分野横断的な大型イベントの集中開催、現地の様々なメディアにおける露出機会の確保、共同番組製作、日本の人気ウェブサイトの翻訳に対する支援等の効果的な広報を実施する。

### ④海外展開ミッションの派遣

海外顧客獲得のためにデザイン・ファッションのクリエイターを戦略重点国に送り込む「クリエイター海外派遣団」や日本ブランド関連商品の販路拡大のためのミッションを派遣する。

#### ⑤サービス業の海外展開促進のための官民連携プラットフォームの設置

小売業や外食業等日本ブランドの発信につながる我が国サービス業の海外展開を促進するため、横断的な官民連携のプラットフォームを設置する。

#### ⑥在外公館における支援機能の強化

現地における情報発信機能等を強化して日本ブランドを支援するため、日本貿易振興機構など関係機関との連携を強化しつつ、在外公館に「日本ブランド支援センター（仮称）」を設置する。また、在外公館等施設を活用し、コンテンツやファッション等世界的に注目を集めている日本ブランドの紹介・普及等に積極的に取り組む。

#### ⑦質の高い商品・サービスを求める外国人層への戦略的発信の強化

海外から高い評価を得ている質の高い食や伝統工芸等の地域資源及び癒しや健診医療等の日本ならではの行き届いたサービス業について、対象を質の高い商品・サービスを求める外国人層に特化するなど新たな市場獲得につながる戦略的な情報発信を行うとともに、海外からのニーズに対応できる体制を整備する。

#### ⑧日本ブランドの海外への普及に貢献する人材の育成

日本食や伝統文化、アニメ・マンガなどの日本ブランドを海外に積極的に普及するため、海外で日本ブランドの普及・発展に貢献し得る外国人を受入れ、知識・技術の習得を進める。

#### ⑨文化発信に貢献した外国人などの顕彰制度の拡充

世界に日本文化ファンを広げるため、我が国の文化を世界に発信することに貢献している外国人に着目した表彰制度を拡充する。

#### ⑩農林水産品に対する地理的表示制度（G I）の導入（再掲）

WTO（世界貿易機関）における議論の進捗状況を見極めながら、決められた産地で生産され、指定された品種、生産方法、生産期間等が適切に管理された農林水産品に対し地理的表示を与える制度（G I）の整備について、国内企業等の既存の取組との調整を図りつつ検討を行う。

#### ⑪利用者の利便性を高めるための商標制度の見直し

商標制度を活用してブランド力の向上を図る事業者を含む制度利用者の利便性を高めるため、不使用商標対策の強化、著名商標の保護範囲や登録異議

申立制度の見直しなど商標制度の在り方について検討を行い、必要な措置を講ずる。

**⑫デザイン創作活動を促進する意匠制度の在り方に関する調査・研究**

多様化しているデザイン創作活動を促進するため、意匠制度の在り方や利便性の向上のための方策について調査・研究を行う。



## (5) 模倣品・海賊版対策の強化

### (a) 施策に対する評価の概要

視点：外国や国内における模倣品・海賊版対策は十分か。また、インターネット上の模倣品・海賊版対策としてどのような方策が必要か。

- これまで「模倣品・海賊版対策関係省庁連絡会議」を設置する等、関係省庁や民間企業等が一体となって模倣品・海賊版対策に取り組んできた。
- 外国における対策としては、模倣品・海賊版拡散防止条約（ACTA、仮称）の早期実現に向けた交渉、中国等に対する官民合同ミッションの派遣、在外公館における支援機能の強化等を行ってきた。しかしながら、模倣品・海賊版の製造・流通は中国を中心に東南アジアや中東等に拡散するとともに、その手口は巧妙化している。今後は、ACTAの早期妥結や妥結後の参加国の拡大等において多国間協議を主導するとともに、外国政府に対する働き掛けや現地における権利者への支援強化等が必要である。
- 国内における対策としては、輸入差止申立制度の対象権利の拡大や輸出・通過に対する取締制度の導入等による税関における取締りを強化するとともに、刑事罰の強化、専門職員の設置等による警察等における取締りを強化してきた。その結果、知的財産権侵害物品の輸入差止件数は3倍以上となり、また知的財産侵害事犯の検挙実績は倍増するに至った。今後は引き続き、情報共有や職員の能力向上等により、効果的な取締りを推進していく必要がある。
- 一方、ブロードバンド環境の整備やインターネットの発達に伴い、動画共有サイトやファイル共有ソフトを通じた個人による違法アップロードや著作権侵害コンテンツの視聴・ダウンロードが蔓延しており、コンテンツ産業に大きな被害を与えている。今後は、個人に対する啓発活動やプロバイダと権利者が連携した対策等、従来のパッケージメディアを前提とした模倣品・海賊版対策とは異なる新たな対策が必要である。
- また、模倣品・海賊版の流通を阻止するため、「模倣品・海賊版撲滅キャンペーン」等による国民に対する啓発活動を実施してきたものの、未だ国民の半数以上が模倣品・海賊版の購入を容認しており、今後は更なる取組の強

化が必要である。

**(b) 今後講ずべき主な施策**

**①海外市場における模倣品・海賊版対策の強化**

模倣品・海賊版拡散防止条約（仮称）の早期妥結・妥結後の参加国の拡大を我が国が主導するとともに、二国間の協議、官民合同ミッションの派遣、税関等への能力構築支援等を通じ外国政府に対する体制整備や執行強化に向けた働き掛けを行う。

**②国内における模倣品・海賊版対策の強化**

外国の関係機関との連携・協力や職員能力の向上等を通じて、税関や警察等における模倣品・海賊版の取締りを強化する。

**③インターネット上の著作権侵害コンテンツ対策の強化**

官民連携してインターネット上の著作権侵害コンテンツに関する実態調査を行うとともに、被害実態等を踏まえ、コンテンツの技術的な制限手段の回避に対する規制の在り方やプロバイダの責任の在り方等について検討を行い、必要な措置を講ずる。また、インターネット上の著作権侵害コンテンツに係るサイバー犯罪の取締りを強化する。

**④国民への啓発活動の強化**

国民の模倣品・海賊版問題に関する意識を向上させる施策を効果的に実施するため、国民、特に若年層の意識を調査するとともに、小中学生に対する模倣品・海賊版問題に関する教育活動や若者に対する啓発キャンペーン等の取組を官民連携して実施する。

## 5. 人材の育成と国民意識の向上

### (i) イノベーション創出に資する知財人材の育成

#### (a) 施策に対する評価の概要

視点：創造・保護・活用の各段階を横断的に俯瞰し、知的財産を活用して競争力のある事業の創出を提案する人材の育成が不十分ではないか。

- 「知的財産人材育成総合戦略」や知的財産推進計画の人材育成に係る取組を通じて、人材育成を官民挙げて進めてきた結果、知的財産人材の数は着実に増加してきた。また、人材の量的拡大とともに質の向上を図るべく、弁理士に係る実務修習制度・継続研修制度の導入、知的財産専門職大学院の開設、知的財産管理技能検定の国家試験化など、人材育成の環境整備を進展させてきた。
- 知的財産を活用して競争力のある事業を創出するためには、事業戦略・研究開発戦略・知財戦略の三位一体での推進が必要である。その際、グローバル化・複雑化する社会ニーズを把握し、社会課題を解決するのに必要な知的財産を獲得・活用することにも留意が必要である。
- しかしながら、事業戦略と知財戦略の連携はまだ不十分であり、その実現に必要な人材の育成・確保が不可欠である。
- このため、知的財産専門人材に経営・事業に関する知見を習得させるとともに、経営・事業戦略に携わる人材には知的財産に関する知見を習得させるという両方からのアプローチが重要である。

#### (b) 今後講ずべき主な施策

##### ①知的財産専門人材の能力の広域化

弁護士や弁理士が企業の経営・事業活動に接する場と機会を支援したり、企業の知的財産担当者が事業部門や研究開発部門との連携を図るのに必要な知識を習得できるよう研修、知的財産専門職大学院等の授業、人事ローテーション、OJTを充実させたりするなど、知的財産専門人材の知的財産以外

の周辺領域に係る能力を強化する。

## ②知的財産マネジメント人材の充実

経営・事業戦略に携わるより多くの人々が知的財産に関する知識を習得するべく、経営系・社会系の人材（学生や教員を含む）に対する知財教育を充実させる。大学等の知的財産に関する授業において、知的財産制度だけでなく、知的財産と経営・事業との関係を教えるなど、それぞれの専攻に即した知財教育を行う。

## ③社会のニーズを把握して知財戦略を構築できる産学連携人材の育成

大学やTLOの人材においては、企業のニーズを体得するための企業との人材交流や企業でのOJTなど、人材の流動化を通じて、社会のニーズを把握し、ニーズに対して必要なシーズを提案できる人材の育成を促進する。

## (ii) グローバル化に対応した知財人材の育成

### (a) 施策に対する評価の概要

視点：海外において我が国の知的財産を保護・活用するための人材は十分であるか。

- これまで、政府等においては、アジア諸国の特許行政職員や著作権行政職員等を対象に研修生の受入れや専門家の派遣を実施するとともに、国際セミナーやWIPOなどの会合を通じて日本における知財人材育成や知財教育を紹介するなど、外国での制度整備や人材育成に対して支援を行ってきた。
- 経済のグローバル化により、我が国企業の海外進出は一層活発化しており、企業や大学等の知的財産活動についても一層のグローバル展開が求められている。
- 我が国の企業や大学等においては、外国への特許出願、外国企業とのライセンス交渉、外国での模倣品・海賊版対策など国際業務が増加している。欧米には特許等の出願・登録が多数なされており、訴訟への対応やライセンス交渉などを通じて、一定のノウハウを構築しつつある。また、中韓に対しては、知的財産専門人材の人材交流などを通じて知財制度や知財実務に関する知識の習得が行われつつある。
- しかしながら、インド、ブラジル、ロシアなどの新興国については、ビジネスチャンスが広がりつつあるにもかかわらず、現地の知財制度や知財実務に詳しい専門家が少ないとの指摘がある。このため、これらの新興国に対しては、知財制度や運用体制の整備に向けた支援を拡大する一方で、国内の専門家を育成するための環境整備を行うことが重要である。
- また、企業においても、国際競争力のある知的財産人材がまだ不足しているとの指摘がある。
- さらに、大学知的財産本部に関しては、国際的な産学官連携活動を行うに当たり、海外出願の特許戦略の策定や海外企業との交渉実務に必要な人材の不足が指摘されている。

## (b) 今後講ずべき主な施策

### ①国際交流などの充実

外国での制度整備や人材育成に対する支援をしつつ、言語能力や国際的な交渉力など国際的に通用する実践的な能力を知的財産人材に習得させるべく、海外の知的財産専門人材との交流、知的財産専門人材の講師としての海外派遣、海外の専門家の招聘、WIPOなどの国際機関への派遣、海外の大学・知的財産研究所への留学、現地研修を取り入れた海外コースの研修などを充実させる。

### ②国際的な産学官連携の推進

国際的な産学官連携体制の強化に対する支援を通じて、海外特許の戦略的な取得などに取り組む中で、国際的に通用する知的財産人材の育成を図る。

### ③経済成長の著しい国の知的財産制度に関する情報提供

経済発展が著しい国（インド、ブラジル、ロシア等）の知的財産制度等に詳しい人材を育成・確保するためにも、我が国産業界の具体的ニーズ等を踏まえつつ、これらの国々の知的財産制度等に関する情報を適切に提供する。

### (iii) 独創性を重視した知財教育の推進

#### (a) 施策に対する評価の概要

視点：オリジナリティの尊重を学ばせる知財教育は十分になされているか。

- 将来にわたって知的財産を活用して競争力を持続していくためには、我が国の将来を担う世代が子供の頃から独創性や他人の知的財産を尊重するマインドを身につけることが重要である。
- これまで、産業財産権や著作権に関するテキストやeラーニングの開発、児童・生徒・学生・教職員等を対象とした各種セミナーの実施、発明教室やパテントコンテスト等の体験教育の推進などを通じて、児童、生徒、学生が知的財産に関する知識を習得する機会を増し、国民の間に知的財産マインドを広める取組を進めてきた。
- しかし、「知的財産に関する特別世論調査（2008年）」によると、模倣品・海賊版の購入を容認する者は52.4%存在しており、国民全体への知的財産マインドの浸透は不十分である。

#### (b) 今後講ずべき主な施策

##### ①独創性や他人の知的財産を尊重する意識をはぐくむ活動の充実

ものづくり教室や創意工夫クラブなど、独創性や他人の知的財産を尊重する意識をはぐくむ課外活動を通じた知財教育を充実させるべく、これらの課外活動を全国で受けられるようにする。また、学校教育における知財教育を充実させる。

##### ②知財教育を行うことのできる教員・指導者の育成

小学校、中学校、高校、専門高校の教員・指導者を対象とした知的財産に関する研修やセミナーを充実させるとともに、知的財産に関する知識を高める機会を増やすべく、これらの研修やセミナーなどで知的財産管理技能検定の受検を推奨する。

### ③ 専門家を活用した知財教育の充実

大学・地域産業界と連携しながら、弁護士、弁理士、技術者、大学教員などの専門家を活用しつつ、それぞれの専門性を踏まえて、創造性をはぐくむ教育の充実やものづくり人材の育成を図る。



<参考>



## 1-1 知的財産による競争力強化専門調査会委員名簿

- 相澤 益男 総合科学技術会議議員
- 岡内 完治 (株) 共立理化学研究所代表取締役
- 加藤 幹之 富士通 (株) 経営執行役
- 河内 哲 住友化学 (株) 最高顧問
- 佐藤 辰彦 弁理士／特許業務法人創成国際特許事務所所長
- 関田 貴司 J F E スチール (株) 専務執行役員
- 妹尾堅一郎 特定非営利活動法人産学連携推進機構理事長
- 田中 信義 キヤノン (株) 専務取締役
- 辻村 英雄 サントリー (株) 常務取締役／R & D 推進部長  
／健康科学センター・知的財産部担当
- 長岡 貞男 一橋大学イノベーション研究センター教授
  
- 中村 恭世 パナソニック (株) ホームアプライアンス社  
技術本部 知的財産権センター所長
- 中山 信弘 東京大学名誉教授／弁護士
- 前田 裕子 東京医科歯科大学知的財産本部技術移転センター  
長・特任准教授
- 三尾美枝子 弁護士
- 渡部 俊也 東京大学先端科学研究センター教授

○：専門調査会会長

(五十音順、敬称略)

## 1-2 知的財産による競争力強化専門調査会検討経緯

2008年度第1回 知的財産による競争力強化専門調査会（第6回）

日時：2008年10月10日 14:00-16:00

議題（抄）：政策レビュー及び第3期基本方針の在り方に関する検討の進め方と基本的考え方等について

2008年度第2回 知的財産による競争力強化専門調査会（第7回）

日時：2008年10月31日 14:00-16:00

議題（抄）：政策レビュー及び第3期基本方針の在り方について

- 知的財産の創造
- 知的財産の保護（国際知財システムの構築に向けた取組の強化等）

2008年度第3回 知的財産による競争力強化専門調査会（第8回）

日時：2008年11月27日 14:00-16:00

議題（抄）：政策レビュー及び第3期基本方針の在り方について

- 知的財産の適切な保護（知的財産の権利付与の迅速化等）
- 模倣品・海賊版対策の強化

2008年度第4回 知的財産による競争力強化専門調査会（第9回）

日時：2008年12月19日 10:00-12:00

議題（抄）：政策レビュー及び第3期基本方針の在り方について

- 知的財産の活用（知的財産の戦略的活用、国際標準化活動の強化、中小・ベンチャー企業への支援、知的財産を活用した地域振興）
- 人材の育成と国民意識の向上

2008年度第5回 知的財産による競争力強化専門調査会（第10回）

日時：2009年1月14日 14:00-16:00

議題（抄）：政策レビュー及び第3期基本方針の在り方について

- 人材の育成と国民意識の向上
- 第3期知的財産戦略の基本方針の在り方

2008年度第6回 知的財産による競争力強化専門調査会（第11回）

日時：2009年2月4日 13:00-15:00

議題（抄）：政策レビュー及び第3期基本方針の在り方について

○ 報告書（案）

2008年度第7回 知的財産による競争力強化専門調査会（第12回）

日時：2009年3月3日 10:00-12:00

議題（抄）：政策レビュー及び第3期基本方針の在り方について

○ 報告書（案）

## 2-1 コンテンツ・日本ブランド専門調査会 委員名簿

太田 伸之	(株) イッセイミヤケ代表取締役社長
生越 由美	東京理科大学専門職大学院知的財産戦略専攻教授
角川 歴彦	(株) 角川グループホールディングス代表取締役会長兼CEO
木村 敬治	ソニー(株) 執行役EVP、技術戦略、知的財産、情報システム、エレクトロニクス事業戦略担当
久保 雅一	(株) 小学館キャラクター事業センター センター長
○ 久保利英明	日比谷パーク法律事務所代表/大宮法科大学院大学教授
里中満智子	マンガ家
重延 浩	(株) テレビマンユニオン代表取締役会長兼CEO
関本 好則	日本放送協会放送総局特別主幹
高橋 伸子	生活経済ジャーナリスト
中村伊知哉	慶應義塾大学教授
中山 信弘	東京大学名誉教授/弁護士
南場 智子	(株) ディー・エヌ・エー代表取締役社長
服部 幸應	学校法人服部学園服部栄養専門学校理事長・校長
浜野 保樹	東京大学大学院新領域創成科学研究科教授
廣瀬 禎彦	コロムビアミュージックエンタテインメント(株)代表執行役社長兼CEO
三尾美枝子	弁護士
宮田 亮平	東京藝術大学長
村上 光一	(株) フジテレビジョン相談役
和田 洋一	(株) スクウェア・エニックス代表取締役社長CEO
(オブザーバー)	
佐藤 辰彦	弁護士/特許業務法人創成国際特許事務所所長

○：専門調査会会長

(五十音順、敬称略)

## 2-2 コンテンツ・日本ブランド専門調査会検討経緯

2008年度第1回 コンテンツ・日本ブランド専門調査会（第3回）

日時：2008年7月22日 13:00-15:00

議題（抄）：日本ブランドの振興について

2008年度第2回 コンテンツ・日本ブランド専門調査会（第4回）

日時：2008年9月16日 13:00-15:00

議題（抄）：日本ブランドの振興について

2008年度第3回 コンテンツ・日本ブランド専門調査会（第5回）

日時：2008年10月22日 14:00-16:00

議題（抄）：日本ブランドの振興について

2008年度第4回 コンテンツ・日本ブランド専門調査会（第6回）（第1回ヒアリング）

日時：2008年11月5日 10:00-12:00

議題（抄）：日本ブランドの振興に関するヒアリング

○関係省庁等からの説明

2008年度第5回 コンテンツ・日本ブランド専門調査会（第7回）（第2回ヒアリング）

日時：2008年11月18日 10:00-12:00

議題（抄）：日本ブランドの振興に関するヒアリング

○関係省庁等からの説明

2008年度第6回 コンテンツ・日本ブランド専門調査会（第8回）

日時：2008年12月15日 10:30-12:00

議題（抄）：政策レビュー及び第3期基本方針の在り方について

2008年度第7回 コンテンツ・日本ブランド専門調査会（第9回）

日時：2009年1月23日 10:00-12:00

議題（抄）：日本ブランドの振興について

2008年度第8回 コンテンツ・日本ブランド専門調査会（第10回）

日時：2009年2月25日 10:00-12:00

議題（抄）：日本ブランドの振興について

政策レビュー及び第3期知的財産戦略の基本方針の在り方について

2008年度第9回 コンテンツ・日本ブランド専門調査会（第11回）

日時：2009年3月10日 10:00-12:00

議題（抄）：日本ブランドの振興について

第3期知的財産戦略の基本方針の在り方について