

○佐野事務局次長 それでは、定刻となりましたので、会議を開催させていただきます。

傍聴される方々におかれましては、会議の様子のスクリンショットや録音・録画は御遠慮いただきますようお願いいたします。

それでは、議事の進行は中村座長にお願いしたいと思います。

中村座長、お願いいたします。

○中村座長 では、第4回の「コンテンツ戦略ワーキンググループ」を開催いたします。よろしく申し上げます。

まず事務局から、会議資料の確認をお願いします。

○佐野事務局次長 本日の配付資料は議事次第のとおりでございます。資料1としまして、前回までの御発言の概要をまとめました論点例というのを付けさせていただきます。

資料2でございますが、事務局で作成しました骨子の素案ということで、これは委員の方のみに配付をさせていただいております。画面共有はせずに委員限りとさせていただきます。委員の方におかれては、別途画面に表示をしていただくなりして御覧いただければと思います。

資料3として、内山委員から提出していただいた資料ということになります。

参考資料としまして、これも前回に引き続きでありますけれども、基礎的なデータの資料というのを付けさせていただきます。

以上です。

○中村座長 どうもありがとうございます。

今日は事務局からの説明と意見交換というのが議事となっておりますので、まず最初に、資料1、2について事務局から説明をお願いします。

○佐野事務局次長 事務局でございます。

資料1でございますけれども、先ほど申し上げたように、これまでの意見を各論点ごとに整理したものでございます。こちらの説明は省略をさせていただきたいと思っておりますけれども、前回、特に主なところの意見としましては、学も含めた人材育成の在り方、デジタルプラットフォームとの関係、デジタル時代に適合した商慣習ですとか契約の見直し、インテリジェンス、海外情報の収集・共有の在り方といったところが議論になったのかと思っております。

続きまして、資料2について、事前に御説明しておりますので簡単にとと思っておりますけれども、説明させていただきます。

まず、この資料の扱いでございますけれども、これまでの皆様の意見を踏まえて、あくまでも現時点での事務局が作成した議論のためのたたき台、たたきのたたきということで

ございますので、当然ながら、今後の意見等々を踏まえて抜本的に変更する可能性がある、そういう性格のものでございまして、そのために非公表とさせていただいているものでございます。

最初の1ページ目、簡単にまず構成でございますけれども、総論としまして、クールジャパン戦略に関して述べております。最初のところは、クールジャパンは新しいフェーズに入ったということを述べてございまして、その上でクールジャパンを取り巻く環境は大きく変化しているの、クールジャパン戦略の振り返りとして2ポツ。

3ポツとして、クールジャパンの目指すビジョン。

4ポツとしまして、新たなクールジャパン戦略の基本的な方向性というのを総論として整理をした上で、その次の2ページ目でございますけれども、具体的な取組というところで、一つは、まずコンテンツということでありまして、現状と課題、基本的な対応方針、官民の取組ということを整理していこうということでございます。

その次に、インバウンド、農林水産物・食品、地域の魅力など、横断的な取組について、別途、こちらを整理したいというように思っております。

本日はメインに御議論いただくところは、コンテンツの部分でございますけれども、クールジャパンの総論のところも関連する部分がございまして、こちらについても併せて御意見を賜ればと思っております。

3ページ目でございます。

クールジャパンの総論で、クールジャパンが新たなフェーズに入ったということを書いてございますけれども、1つ目は、日本のアニメ等が世界的に本格的な人気になってきたということを書いてございます。大きな潮目であるということでもあります。

2点目として食です。こちらの人気も非常に高まっていて、最大の来日動機になっているということを書いてございます。

3番目としまして、インバウンドにおいて、訪日経験が2回以上のリピーターの方が非常に多く増えてきていて、ある種の行動変化が起きてきているのではないかと書いてございます。

4ページ目でございますけれども、そうした中で、政治、外交情勢の中で、このソフトパワーの重要性が非常に高まっているということを書いてございます。そういう環境変化の潮目を捉えまして、更なる高みを目指すクールジャパンのリポートというのが必要ではないかということを書いてございます。日本には様々な広義の意味での知的資産、IPが既に多く存在しているということでありまして、デジタル化が進展する中で最先端の技術も取り入れて、この分野でもイノベーションを起こしながら多層化、深化した日本ファンに対して高い体験価値を提供して高い利益を上げて、それを関係者による再投資に回していく、そういう好循環を確立できる絶好の機会となっているのではないかと整理してございます。

その上で、時代の変化に対応した実効的なアクションプランベースのクールジャパン戦

略を策定するということを書いてございます。

1 ポツとしまして、クールジャパンを取り巻く環境は大きく変化ということでありまして、1つ目は、アフターコロナでの日本ファンの拡大、深化、先ほど申し上げたことを縷々書いております。

2 点目としては、デジタル化・DX化の推進、新たな技術の活用。

3 点目としまして、安全保障。

それから、4 点目としまして、SDGsをはじめとするサステナブルですとかウエルビーイングといった意識は世界的にも高まってきていて、そういったものへの対応。それから、2025年の大阪・関西万博ということ掲げてございます。

2 ポツのところはクールジャパン戦略の振り返りということでありまして、これも今後、具体的にもう少し肉付けしていくということでありまして、これまでの取組。

(2) としまして全体のアウトカムということで、コンテンツの海外展開です。これは3 倍以上、10年前から比べると増加をしているですとか、インバウンドの増加ですとか、農林水産品・食品の輸出の増加、ブランドイメージの向上といったところで数字を示しております。

その上で(3)として課題ということを書いておりまして、PDCAサイクルが必ずしも十分に回せていなかったのではないかと書いてございます。

その下はクールジャパンを支える体制についてございまして、まだまだクールジャパンの中の分野間の横断の取組が不十分であったのではないかと書いております。

5 ページ目でございますけれども、海外のマーケティング情報も含めたインテリジェンス機能にまだまだ乏しかったのではないかと書いてございます。

それから、我が国独自のプラットフォームは少ないということを書いてございます。こういう国内外の流通チャネルを確保するためにCJ機構、これまでいろいろな分野へ投資を行ってきたということでありまして、失敗案件ももちろんございますが、一定の政策的効果は果たしているのではないかと。一方で、累積損益の問題がございますので、経営改善も必要になってきているというようなことを書いてございます。

その次の丸のところはビジネスモデルということで、コンテンツ分野は国内向けが中心であったということを書いております。

2 つ目のポツとしまして、再投資のエコサイクルが回っていないということを書いておりまして、高い利益を上げて、その収益がステークホルダーに適切に配分、還元されて、それが再投資に回るというエコサイクルがまだ十分に構築されていないのではないかと書いてございます。

10 ページ目でございますけれども、海外への発信がまだまだ弱かったということを書いてございます。

10 ページ目の下のクールジャパンを担う人材というところで、コンテンツにおけるクリエイターについても記載してございます。

コンテンツだけではなくてクールジャパン全体でもビジネスプロデューサーの不足が構造的な隘路になっているということを書いております。

3ポツのクールジャパンの目指すビジョンということで、1点目としましては、最初から世界市場を前提に稼いで成長するクールジャパンということを書いております。

次の12ページでございますけれども、クールジャパンの中でも様々な分野への好循環が回転をして日本全体としてのブランド価値を引き上げていくクールジャパンということを書いております。

③のところクリエイター等の担い手とともに成長するクールジャパンということを書いております。

4ポツがクールジャパン戦略の基本的な方向性というところで書いてございまして、基幹産業としてまさに国際競争力を高めていくということを書いております。

13ページでございますけれども、モノ単体ではなくて体験価値で勝負をして高い利益を上げていくということを書いております。

その下の丸でありますけれども、インテリジェンス機能を高めて戦略的な広報を行うということを書いております。

14ページでございますけれども、分野連携のクロスオーバーを拡大するということを書いております。

最後の丸でございますけれども、データ駆動型でPDCAサイクルを回していくということを書いております。

以上がクールジャパンの総論でございまして、15ページからがコンテンツに関する記載ということになります。

1ポツのところ現状と課題というところがありまして、海外展開は4.5兆円ということで年々増加傾向にある。日本への興味を喚起する入口として非常に大きな役割を果たしているということを書いております。そういった中で、デジタル化の進展等によりまして、多数の者が多様なコンテンツにアクセスできるようになるということと、自らがクリエイターとして活動できるようになってきているということを書いております。

一方で、基本的にはこれまで国内市場を前提としたビジネスモデルであるということで、デジタル化・DX化の取組は遅れているという中で、旧来型の産業構造や商慣習が残存しているということを書いております。従来のIPが強いがゆえに新しいIPですとかクリエイションが生まれにくいといった面もあると。ビジネスを支える人材が不足をしているですとか、独自の流通チャンネルを握れていないといった課題があるということを書いております。

コンテンツ産業は他の分野へのクロスオーバー効果を持っているということで、そういう意味でも非常に重要な産業になってきているということを書いております。こうしたことを踏まえて、今後の経済を牽引する国として戦略的に取り組むべき基幹産業として位置付けて取組を強力に推進していくことが必要であるということを書いております。

以下、コンテンツ産業の各分野の現状と課題を簡単に振り返っておりますが、こちらの説明は省略いたしますが、ゲームの分野、アニメの分野、映画・ドラマ等の実写の分野というところを書いてございます。実写のところはまだポテンシャルがあるのではないかと書いてございます。それから、マンガの分野について、音楽の分野について書いてございます。

18ページになりますけれども、基本的な対応方針ということを書いてございまして、1点目の丸のところは基幹産業として海外展開に関するデータを充実させてPDCAサイクルを回していくということを書いてございます。

その下の丸のところは海外のビジネス展開力を高めていくということを書いてございまして、前回の議論との関係で、その下に補論ということで書いております。デジタルプラットフォームとの関係について議論になりましたので、少し改めて補論ということで整理をさせていただいております。これは報告書にそのまま入れ込むというよりは本日の議論用ということでございます。

コンテンツの海外展開との関係では、こういったデジタルプラットフォーム、非常に大きな役割を果たしてきているということでございますけれども、一方で、一般的にはネットワーク効果が働くということでもありますので、対等な関係が確保できるかが課題になっている。収益配分ですとか、その前提となるような視聴数等のデータの適切な開示、二次利用の権利に関する交渉、一方的な不利益変更がないか、お奨めのアルゴリズムが公正か否か等々、問題が生じているかどうかを今後注視していく必要があるのではないかと書いてございます。

19ページになりますけれども、最新のデジタル技術に対応していくということを書いてございます。

その次の丸がコンテンツ産業を支える人材を強化するということを書いてございます。これも前回の議論との関係でコンテンツ人材について議論になりましたので、その下に補論という形で論点を簡単に書いてございますが、高等教育についてコンテンツを含む学科等は少なからず存在しているというように思っております。また、海外への留学という選択肢も存在しているということではありますが、そういった中で、これは将来を見据えて、産業界側から見て、どういう具体的なスキルの人材が不足しているのか、それは現行の高等教育のカリキュラムに照らし合わせると、どこが不足しているのかというニーズをまず明確化していくことが重要ではないかというように考えてございまして、クリエイターでもどういうクリエイターなのかとか、ビジネスプロデューサー人材なのか、あるいは最新のデジタルスキルを操るような人材なのか等々、求める人材ですとかスキルを明確にしておくことが必要ではないかということを書いてございます。それによって、新卒者なのか、社会人教育なのかということも異なってくるということであると思っておりますので、そうしたことを踏まえて、高等教育におけるカリキュラムの充実、整備が必要ではないかということを書いてございます。

下の丸が海賊版対策を官民連携でアップデートしていくということを書いています。その下が官民の連携体制を強化するというを書いています。

その上で、3ポツで官民の取組ということを書いています。現時点では粗々の項目のイメージのみでございませう。今後、これは肉付けをして関係省庁とも調整しながら検討を深めていくということであると思ひますけれども、まず(1)のところでは国家戦略としてのPDCAサイクルの構築、モニタリングということを書いています。官民の取組と書いておりますので、政府の取組と民間が行うことが推奨されるものということを書き分けております。

(1)のところは、まず目標値の設定。今、明確な目標値が設定されておひりませんけれども、例えば、海外展開、2021年は4.5兆円ということでありませうが、10年後に何兆円にするかという目標設定が考えられるのではないかとひんちんでいます。経団連の提言では2033年に15兆円から20兆円とされておひりるところでございませう。それに関連して必要な統計データ等の改善や整備の検討が必要であると考へておひりませう。

民間サイドにおきましても、各業界団体ベースでの目標値の検討といったことも考へられると思ひますし、統計だけではなくて業界データの整備ということも重要になってくるのではないかとひんちんでいます、特に音楽ということにございませう。

(2)が海外のビジネス展開力の強化ということでありませうして、政府サイドでは、これもいろいろ御議論がございませうしたけれども、コンテンツのインテリジェンス機能の強化ということで、海外のマーケティング情報の収集・共有化、海外の現地プレイヤー等とのマッチング機能の強化ということを書いています。

2点目として、海外プラットフォームとの対等な関係の構築ということにございませうして、先ほど申し上げたような状況についてモニタリングをしていくということを書いています。

海外展開コンテンツの制作支援、多言語対応への支援。これは経産省で既に支援の仕組みがございませうけれども、そういったことを書いてございませう。また、そういった支援に当たってのコンプライアンスの徹底ですとか労働環境の改善等の条件化ということを書いています。

その下が海外作品のロケ誘致の推進ということにございませう。

民間でございませうけれども、海外展開、二次利用を前提とした外部資金の制作費の確保ですとか、国際水準ベースでの制作の効率化、経理業務の見直し、映適の着実な推進と横展開ということを書いています。

21ページでございませうけれども、実写、ゲーム、アニメ、マンガ等の多元展開と権利確保。VFXなどの先端スタジオの整備ということを書いています。

(3)のデジタル・ビジネスモデルの対応でございませうけれども、政府サイドとしてデジタル化・DX化の取組への支援。これは経産省でも既に支援制度がございませう。モバイル分野におけるエコシステムの確保に向けた枠組みの検討ということにございませう、これは内閣官房のデジタル市場競争本部で今、検討しておひりませうということにございませう。

それから、独自プラットフォーム等への支援。簡素で一元的な権利処理、レコード演奏・伝達権の導入、デジタルアーカイブ戦略の策定。

民間サイドでは過去資産のデジタル化・配信、デジタル技術を活用した新しいコンテンツや流通の創出。デジタル・ビジネスモデルに対応した収益配分、契約の在り方の見直し。海外展開のための独自プラットフォームの創出ということを書いています。

(4) はコンテンツ人材の強化ということで、これは文化庁で基金ができたところでもありますけれども、クリエイター支援の強化、クリエイターの契約関係の適正化の支援、コンテンツ分野のスタートアップ支援。これはコンテンツ業界の産業構造の変化に対応するためにスタートアップの支援が重要ではないかという趣旨で書いてございます。

先ほど申し上げた人材・スキルの明確化と学とのマッチング、実践的なプロデューサー育成の強化。

民間サイドでございませけれども、産業界にとって必要な人材・スキルの明確化、大学等でのコンテンツ履修項目の重点強化、専門スキルに応じた処遇の確保・待遇の改善、クリエイターによる選択の確保と適切な競争が可能となるエコシステムの整備、コンプライアンスの強化・徹底ということを書いています。

(5) は海賊版対策等ということございまして、広域化に伴って新しい市場といえますか、中南米等の市場も含めて官民一体での取組を推進していくということ。それから、総務省で今、検討されているプラットフォーム事業者に対する規律など、こういったものの実効的な対策の推進。また、生成AIに関する知的財産に関するガイドライン等の検討ということを書いています。

民間のほうは、その裏返しということでございます。

(6) が官民体制ということで、政府サイドで、先ほども出てきましたけれども、コンテンツ・インテリジェンス機能の強化、官民で進捗状況を確認・共有、協議する場の整備・強化、支援機関間で支援方針を共有・連携していくということ。支援ツールを体系化、見える化して分かりやすくしていくこと。関連データを見える化・共有していくということ。

内山委員から別途資料をいただいておりますが、中期的な財源確保も含めた在り方の検討ということを書いています。

以上、粗々の項目だけでございますけれども、コンテンツについての中身ということでございます。

その次のページ以降、インバウンドとか農林水産物等の輸出とか横断的な取組でございまして、ここはクールジャパンに関するワーキンググループで議論いただくということなので説明は省略いたします。

ちょっと長くなりましたけれども、説明は以上でございます。

○中村座長 どうもありがとうございました。

ここから意見交換に入りますが、今の説明について委員の皆さんから御意見をお願いしたいと思います。順に指名していきますが、1ラウンドはやりたいと思いますので、ぜひ

一人当たり5分以内で発言をいただければと思います。先ほど説明がありましたようにクールジャパンの総論とコンテンツの各論がありまして、コンテンツ、特に政策として何をするのか、20ページから22ページの項目のところが肝になってくるのかなと思います。

事務局に質問ですけれども、今回の会議をやって、もう一回、会議をやってまとめという、そんなイメージですか。

○佐野事務局次長 スケジュールとしましては、次回の会議を3月下旬か4月上旬に開催を予定しておりまして、そこでワーキンググループとしての取りまとめをクールジャパンのワーキングと合同開催をして、そこで一旦取りまとめを行うということを考えております。その上で、正式な決定は6月の知財本部で決定するというところでございますので、ワーキンググループとしての取りまとめを構想委員会に上げていきながら作っていくということでございます。

○中村座長 したがって、議論のテーブルに載せるためのことは今日、大体もう言ってしまっていて整理にかかるという、そんなイメージを持っていただければと思います。

指名の順番ですけれども、名簿の大体後ろから。山口委員、堀内委員、林委員、沼田委員、内山委員、夏野委員、中山委員、永田委員、富山委員、生貝委員、関委員という順に指名をしていこうと思っておりますが、途中で出なければいけないとか、ちょっと順番を変えてほしいということがあれば、随時おっしゃっていただければ、そのようにいたします。

山口委員、お願いします。

○山口委員 今の話を伺っていて、今の書きぶりのところが最終的に資料になっていくのであるとすると、何か気になったことがあったり、こうしたらいいのかなということをいくつか挙げさせていただこうと思います。

まず簡単なことで、海賊版対策はもちろんやらないほうがいいという人はいないので、やったほうがいいと思うのですけれども、今の時代はコンテンツはUGMやUGCでユーザーによって使われていくということで流行っていく時代ですし、クリエイターエコノミーはそういうことなので、海賊版対策を国でやるというときは、そのUGCであったりクリエイターエコノミーの活性化とのバランスをしっかりと取るのであるという文言は政府としては必要なのではないのでしょうかと思いました。

ともかく、要するに違法なものを取り締まって誰も使わなくなってお金が入ってこなくなったら何の意味もないので、結構インターネットとともにこの20年というのはそのことをコンテンツを作っている人たちは学んだ20年でもあると思うので、その書き振りはしっかり誤解が生じないように、ともかく取り締まればいいのであるという趣旨の文言にはならないほうがいいと思います。

それから、数値目標は絶対出していただくのがもう今回の最大の目的なのではないかと僕は個人的には思っているのですが、音楽に関しては数値目標、すごくシンプルで、ストリーミングサービスというのが音源サービスの幹になりましたので、その国別のシェア、



そして、世界、海外でのシェアを2030年にこうするみたいな設定を具体的に議論して、数字を決めて載せられるのがいいと思います。

ストリーミングサービスは再生回数がニアリーイコールというかイコール売上ですし、その状況が全部可視化されるのですごく設定として適切であると思いますし、まだしばらく、これからちょっと伸び率は鈍化すると言われていたのですけれども、先進国では大体普及が進んでしまったので、これから経済新興国に広がってユーザー数は増えていく。単価がちょっと下がるので伸び率が鈍化するというようには言われているのですけれども、伸びていく市場なので、日本の楽曲のシェアというところさえチェックすれば問題ないので、これはぜひやりたい、やりましょうという感じでございます。

あとは人材育成のところは既存のあるという御指摘は分かるのですけれども、結局、ビジネスプロデューサーが大事というときにそういうところにエンタメ系でしっかりワークしている学校はほぼないという認識なので、むしろビジネス系の学校にコンテンツのこともやってもらう専門家を育てるとかみたいなちょっと心配り、方向がいいと思いますし、ここでも書いてあった産業界側がこういう人材が欲しいと言って、むしろ自分たちで自分で育てていくのに既存の教育機関も協力してもらうみたいなぐらいでやるべきなのであるうなと僕、個人的には思いましたということ。

何かJETROの中にコンテンツの部署をつくって海外をやっていく方向かなみたいなうわさもちらほら伺うのですが、それが現実的なのかしらと。僕はそんなに役所のことは分かっていないのですけれども、思ったときに、そこはインテリジェンス機能ということになっていくのか、JETROかどうか、僕は分かりませんが、その要するに政府側のインテリジェンスの人事施策であったり、そこの人材育成、コントロールタワーになる人をどのように育て、どのように回して行って、そこはもちろん民間と連携しながら行ったり来たりするような人材が出ていくということで、そこに関しても一定の方向性は今回の中で何か書いていただくか書けるといいのではないかなと思うのでちょっと議論していい文章ができるといいなと。

そこが絵に描いた餅になってしまうとあれですし、僕、正直最初、すごい批判と不満の嵐になると思うのです。こんなことができる人がたくさんいるわけではないので、特に海外で言うときに。でも、これは始めてやっていかないと、もう韓国と比較するにはあまりに悲しい状況ではあるのですけれども、どういう人材をつくっていくのであるという概念だけでもしっかり言語化して、では、民間と行き来しながらこういうようにやりましょうみたいなことの概論は書けるといいなと思いました。

今日のところで思いついたのは以上です。

○中村座長 堀内委員、お願いできますでしょうか。

○堀内委員 ありがとうございます。

ざっと御説明いただいた中で、後半のところ、具体的なところはまたいろいろと追加で申し上げることになってくるかもしれませんが、現時点で伺った中でいくつか気づ

いたところを申し上げたいと思います。

まず、海外への発信のところですのでけれども、これはもちろん、まず発信していくということが大事であるということで取り組む必要があると思っておりますが、その先にファンコミュニティの形成にもしっかりとつなげていくということが必要なのではないかと考えております。これも意図的につくろうとしてできるものでもないというところもあると思っておりますし、下手にやるとファンの方に反発されてしまうというリスクはあるかと思っておりますけれども、そういったものをしっかりと継続的に形成していくというようにつなげていくという意識が必要ではないかと考えております。

クールジャパンを担う人材につきまして、これは本当にいろいろなところに目配りする必要があるかと考えておりますし、経団連でもまずはクリエイターということで言っているところですのでけれども、例えば、それに加えてビジネスプロデューサーの話もありましたが、15ページ目にあるような分野、様々な分野に関する人材ですとか、あるいは制作のときにクリエイター本人だけではなくて関連するスタッフといった層についても気づいたら細って回って回っていませんといったことがあっては結局サステナブルな形で続いていかないと考えていますので、そういったところもどう必要な人材の確保、育成に目配りしていくかといったところも意識していければと考えております。

表現に関して1点なのでございますけれども、現状と課題のところ、これまで日本は強みのあるIPがたくさん出てきたがゆえに、過去に出してきたがゆえに新しいIPですとかクリエイションが生まれにくいという評価、表現になっておりますが、むしろ、それは過去のすばらしいIPはもちろん多としつつ、これは最近生まれてきていないことを踏まえて継続的に送り出していくためにはどうすればいいのかという立ち位置なのではないかと考えております。

官民体制のところですのでけれども、22ページです。こちらのほうで官民で進捗状況を確認・共有、協議する場の整備強化といったことを書いていただいておりますので、ぜひ継続的にコミュニケーションしながら必要な施策を適切に進めていければと考えております。例えば、今回のクールジャパン戦略を打ち出した後にそのフォローといったことにとどまらず、コンテンツ分野の持続的な発展、成長に向けたその時々課題や施策について進捗情報を共有・確認して次なる施策につなげていただければと考えておるところであります。

ひとまず気になった点は以上でございます。

あと書いていただいた中で1点だけ申し上げますと、統計の整備が必要ということで書いていただいておりますけれども、こちらのほうは音楽を中心にまだデータがないところもそうですが、将来のKPIなり目標を作っていく上でも、あるいは進捗状況の評価する上でも必ず必要になってくると思っておりますので、ぜひ政府のほうでも横断的に整備していただけるとありがたいと思っております。

以上でございます。

○中村座長 林委員、お願いします。

○林委員 ありがとうございます。

大変よく整理していただいて、素晴らしいと思っております。3点、申し上げたいと思います。

骨子案のうち、2ポツのクールジャパン戦略の振り返りのところなのですが、今回の会議体、始まったときにも失敗学というのを申し上げたかと思うのですが、こういう過去の政策の振り返りにおいて、どこまできっちりと振り返りができるかが今後、実効性のある戦略を立てられるかどうかにおいて極めて重要であると考えています。この2ポツの(1)のこれまでの取組の後に(2)アウトカムとして、アニメなどの海外展開とかインバウンド増加とか農林水産物・食品の輸出増などが挙げられており、これらについて基本的には民間企業などの取組の成果であり、政策との直接的な因果関係を分析することは難しいと書かれていらっしゃると思っております。これらは(1)これまでの取組のアウトカムとは言い難いのではないかなと思います。

一般にアウトカムと言うには目的の達成具合とか投入した資源に見合う成果が上がっているかを数値化するということがイメージされる、必要ではないかと思われまして、本来、(2)に書くべきことは(1)のこれまでの取組によって、どのような成果が上がったのか、上がらなかったのかの評価であると思うのです。これまでは成果を評価する客観的指標が設定されていなくて、知的財産推進計画といっても、こうなったらいいなというだけで実効性を評価できなかったことをここで失敗学として整理すべきではないかと思っております。表現の仕方の問題かもしれないのですが、これが1点目です。

これに続く(3)の課題の整理と、それから、3、クールジャパンの目指すビジョン、4ポツ、基本的な方向性については異論はありませんので、先ほど中村座長もおっしゃったように20ページ以下の2、具体的な取組において各項目についてKPIを補充していくことが必要ではないかと思っております。

2点目ですが、18ページに補論としてデジタルプラットフォームについて書かれているのですが、この点は現代社会の社会構造変化の大きな視点なので、今、仮に補論となっているかと思うのですが、全体を通した横串を刺すような位置付けを考えていただければなと思っております。媒介者責任ですとか具体的に本人確認をどうするか、そういったところも今後出てくる論点であると考えています。このデジタル関係の話になると総務省とかデジ庁とか主管がいろいろあって、知財計画の中での扱いというのがいつもちょっと何か微妙な感じになってしまうのですが、主管が他省庁であるとしても、ここでの我々のこの計画の中でのKPIの設定というのは外からでも客観的な設定をしていくということではできないのではないかなと思います。

3点目です。海賊版対策なのですが、クリエイターへの利益還元を確保するという意味でも、海賊版対策は非常に重要であると思っております。総合対策の第2段階で止まって、7、8年、もしかしたら10年近く経っており、インターネットによって社会構造が変化する中で、グローバルに国境を越えた被害が拡大する一方なので、そろそろ第3段階

の法制度について検討を始めるべきではないかと思えます。

以上です。

○中村座長 沼田委員、お願いします。

○沼田委員 ありがとうございます。

取りまとめ、ありがとうございます。テレビドラマ制作会社の立場から話をさせていただきます。実写に関しては、まだ伸び代があるという表現をしていただいております。ありがとうございます。

ことに映画はかなり今、海外でヒット、評価されるものが多いのですが、テレビドラマは文言の中にあつたように国内向けになっていて、世界展開はできていません。かつては韓国が日本のドラマを学んでいたのですが、アジアテレビドラマカンファレンスというのを2006年から始めて、日本から学ぼうということで始まったのですが、韓国を凌駕していたテレビドラマが今や韓国に追い越されてしまつて韓国がグローバルコンテンツを作っている状況です。グローバルOTTも韓国のドラマがキラーコンテンツになっていて『イカゲーム』はいまだにトップを記録しているという状況なので、韓国の成功例、グッドプラクティスを隣の国なので、近いので学ぼうということで今年2回、アジアテレビドラマカンファレンスを日本で開催したのです。

文言の中にも書いていただいたエコサイクルですが、再投資のエコサイクルがうまく回っていないということは、特にドラマ作りのエコサイクルができていない。いまだにドラマは受注に頼っていて、ビジネスができていないと。ストリーマーの出現によって資金調達ができる環境、韓国の場合は政府が保証人となって、韓国コンテンツ振興院が厳格な審査の上に投資の裏付けを持って、そういった取組を始めていたと聞くのですが、書いていただいているのですが、その投資の環境整備であるとかそういったことを進めていただけるといいなと。

韓国ドラマ制作社協会（CODA）の育成だと、韓国の各大学には演劇、演技であるとか脚本であるとかプロデュース、アカウンティング、コンテンツアカウンティングとかそういうところがあって、そこを卒業して、なおかつ韓国ドラマ協会で半年コースがあるらしいのです。これは韓国コンテンツ振興院が予算を3億円／年、出して、大体その卒業生がほとんど韓国の制作会社、スタジオに就職している。

また、中堅もそういう韓国ドラマ協会の教室で常にグッドプラクティスを共有している。こういうビジネスが成功したとか、そういったグッドプラクティスの共有というのが私、全日本テレビ番組制作社連盟の理事をしておるのですが、この全日本テレビ番組制作社連盟でも恥ずかしい話、機能していなくて横の情報が全くないのです。いかにNetflixをやると過酷な状況になってしまうかということを知らずにそれぞれの会社が取組んで失敗している。グッドプラクティスと、またそういう失敗例の共有をできるような場があるといいなというようには改めて思いました。

これは民間の問題かもしれないのですが、やはり政府がそういう、日本はサロン

文化みたいなものがないので、そういった場をつくっていただくことによって情報共有して民間もドラマ、実写ドラマをこれから韓国に再び追い付いて追い越して世界の皆さんに見てもらえるようなドラマを作っていきたいと思っております。

以上です。ありがとうございます。

○中村座長 内山委員、お願いします。

○内山委員 私、今回、資料3という形で別途添付させていただいていますので基本的にはそちらを読んでいただければオーケーな話なのですが、要点は、映像の場合、ちょっと2つに分けて考えてほしいということです。どういうことかということ、コンテンツツーリズムみたいなように一種映像が一つの宣伝になって、その結果、観光業者とかその他ほかの産業の方々が大きな受益をするというパターンのもと、それから、アニメのように基本的にはもうそのコンテンツ自身で勝っていくぞと、儲けていくぞと、そういうものと、この2つ、ちょっと切り分けてほしいというのがまず1点目です。

まず前者に関して言うと、もうもちろん社会レベルでコスト・センターとプロフィット・センターが別になってしまっているのが、経済学の教科書で言うところのピグー税的な補正をかける合理性はあるかなと思います。コンテンツ側がその費用を負ったとしても、それで儲けていけばいいのですけれども、特に放送の地方局の事例では、それで海外番販をやって儲けているかということとあまり儲けてもないので、そうすると、多少社会的なレベルでの補正をしてほしいなということがあって、文書で書かせていただきましたが、目をつけたのは出入国税であったという話です。

ただ、いきなりという話ではなくて、おそらくいろいろな形で出入国税の見直し等の話はあると思います。というのは、既にオーバーツーリズムの議論というのも非常に強く出ていますので、その際にぜひ考慮に入れてほしいということが一つあります。

それから、後者のコンテンツ自身でという話で、これは非常によい資料なので引っ張ってきたのですが、これは1年前のLA Screeningsとか半年前のソウルのBCWW、テレビの海外見本市です。この2つのところでParrotというシンクタンクが出したレポートの中にある資料です。やはり何だかんだ言って日本は強いというように言っているわけです。アメリカ、イギリスに次いで日本は強いと。直近でいくといろいろな韓国がという話は国内で聞けるのですけれども、やはり基本的には日本は強いという話があります。

ただ、おそらくこれはほとんどアニメが牽引しているであろうなという思いがありまして、そうすると、先ほどの沼田委員の話と一緒に、もう少し実写系も同様のところに引っ張ってあげなければいけないという思いがあります。ただ、そのファンドレイジングをどうするかというように考えたときに、なかなか民間の現状のビジネスの中で、今の予算、バジェット等を2倍、3倍にしていましようなんて、そうそう簡単な話ではない。そうすると、一時的に、公的資金であるとか、あるいは海外の資金を入れざるを得ないでしょうねということです。でも恒常的になってしまうと、これらは毒薬なので、それは勧めないのですけれども、あくまで一時的な公的資金なり、あるいは海外の資金。世界の映画作

り、ドラマ作りを考えていったときに自国の民間マネーだけでやっているのは、正直言うと結構特異な例です。なので、一時そういうことをやってもいいのではないかという思いがあります。

今、別会議体でロケ誘致という話が進んでおりますので、言わばロケ隊のインバウンド促進ということができればいいかなと。海外の金持ちロケ隊のインバウンド促進ということができればいいのではないかなという思いが個人的にございます。

あと今日の資料2で1点だけあったのは、16ページ、分野別の記載があるところで「実写（映画／ドラマ）」というように書いてあるところですけども、できれば「実写（映画／ドラマ／ファクチュアル）」というように1ワード追加していただけないかなと。確かにドキュメンタリー分野とかファクチュアル分野は、そんなにお金はならないとは思いますが、非非常に重要な映像ジャンルの一個ですし、これはさすがにアニメーションやゲームで代替できるものではないですし、それから、やはり作り手のモチベーションという観点においては無視してはいけないかなという思いがあります。

それから、今回のレポートでずっとあるのは、インテリジェンスあるいはデータ収集というところがあると思います。私、一アカデミックの研究者として日頃からよく見ているものは3つありまして、一つ、総務省が毎年出している「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査」です。文字どおり映像だけとか音楽だけとかではなくてジャンル横断で出しているらっしゃる資料、これが1つ目。それから、経産省系のもので「デジタルコンテンツ白書」。それから、民間ですけども、電通総研が出してらっしゃる「情報メディア白書」。この3冊を見ると大体国内にある情報は網羅できているというところがあります。国内の情報がちゃんと統合できているとすると、外国の同等のところとバスターするという事は可能な話になってきますので、そういうオプションも考えてもらうのがいいかなというように思った次第です。

以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。

夏野委員、お願いできますか。

○夏野委員 先ほどから海賊版の話が出ていますのですけれども、やはりもうかなり今、深刻な状況になっていまして、本当にどれだけの富が失われているのだろうぐらいに海賊版がなっていて、海外の海賊版、特にアニメとマンガなのですが、これに関しては民間でできることがほとんどないという状況にあるので、これはやはりもっと大々的に打ち出して、国が主導して相手の国に取り締まってもらうということをやらない限りはもう無理なので、ぜひ強化していただきたいなというように思います。

それから、もう一つ、今、やはりヨーロッパで話題になっている例のプラットフォーム規制なのですけれども、特にAppStore、Appleが一番大きいのですが、この料率の問題が15%、ヨーロッパでするみたいな動きがあるわけですが、これはもうコンテンツ業界にとってはものすごく大きな話で、僕は例えば、GoogleとAppleがアプリの料率を30%から仮に

15%にしても、彼らの時価総額は10%も下がらないと思うのですが、全世界のコンテンツ産業の時価総額はむしろ多分2倍以上になると思うのです。そういう意味でゲームとかアニメとかマンガとかコンテンツをいっぱい抱えている日本は絶対プラットフォーム規制に対してどういように向かっていくかというのは、これこそ日本では公正取引委員会が主体になって検討しているわけですが、非常に大きなポイントであると思うので、ぜひこの観点はどこかに、どういように入れるかというのはすごい難しいと思うのですが、どこかに入れてほしいなと思います。

以上です。

○中村座長 ありがとうございます。中山委員、お願いします。

○中山委員 4点申し上げます。

1点目、林先生のポイントにちょっと近いかもしれないです。まずクールジャパン戦略とクールジャパン機構と今回のクールジャパンリブートが何か混同している点がちょっと気になっていて、全般的に今回の資料はすごいまとまっていると感じたのです。課題と方針と取組、いろいろな意見をいただいた中で産業ごとの課題も出ているし、それに対してこう取組するというのはあるのですけれども、何か何だかんだクールジャパン機構でのやったことが、これが課題でこうすればというところがずれている気がして、過去の清算部分はちゃんと出さなければいけないのではないかなと思うのです。クールジャパン全体の戦略でなくてクールジャパン機構としての61件の出資のところですか。

やはり拝見していてそもそも多分プライオリティーがちょっとなし崩し的に変わってきた印象があって、全体の61件の中でもともとコンテンツ系は16件しか投資されていないのと初期、5年間で終わっていると。過去、6、7年はどちらかというとライフと食とインバウンドになってきていて、案件数で言うと3割、多分金額で言うとコンテンツ系は4割ぐらいです。

国民から見たときの多分プライオリティー、クールジャパン戦略のプライオリティーは3割コンテンツ、7割が食とインバウンドなのです。これは投資のしやすさによるのであると思うのですけれども、そちらにも誤解されていて、では、クールジャパン機構としては何がまずかったのかなというちょっと過去の清算部分というのはちゃんとやらないと、全体課題についてみんなから問題も出てきてこうすればいいのであるという方向性は合っているのですが、これはクールジャパン機構をそのままやっていくということなのみたいになってしまうと思うのです。

2点目に、それは産業のプライオリティーを付けなければいけないなと思うのです。これは予算配分として20兆円とか25兆円にしますというのも大事なのですけれども、配分として、それでは、コンテンツ分野には3割なのか、食とかインバウンドで7割なのか。何かアロケーションのところちょっと分からないなというのが2点目で、産業のプライオリティーを付けてほしい。

3点目がすごい類似しますけれども、予算のプライオリティーなのです。先ほどの人材の

ところとか既に文化庁ではやっている、経産省でやっている。KOCCA（韓国コンテンツ振興院）の資料を見ると1000億円の全支援内容の産業別と過去、これをやっていた、今年はこのをやりますというのが結構如実なのですけれども、今も5省庁、6省庁の組織図もばらばらであったり、その予算配分がトータルで経産省関連で500億円、それ以外でトータル1000億円ぐらいいくのかもしれないのです。だから、一個一個の取組のメニューのところに、これは今、文化庁でやってきたやつ、新しいやつとしてはこれをやっていますとか、そこが分かるようにしていただきたいというのが予算プライオリティの話。

4点目もちょっと近いのですけれども、メニューのプライオリティ。個人的に考えているのは、どちらかというとクールジャパン機構自体の回し方の多分稚拙さがあったのであると思うのです。それははっきり言ってしまうのはもしかして立場上難しいのかもしれないのですけれども、これはやはり今、政府のメニューとして投資家補助しかはっきりない気がしていて、エクイティファイナンスでやることはもう限界があるので、多分新しいクールジャパン、どちらかというと投資ではないですよと、補助でもないですよ。例えばJETROのような人材提供なのか、データ提供なのか、メニューがこれで変わりますというところを見せてほしいし、こういうところをひっくるめると個人的にはクールジャパンという名前自体、変えたほうがリブランドとしてはいいのではないかと。クールジャパンリブートでもいいのですけれども、いつも国としてのクールジャパン戦略、各省庁がやっていること、クールジャパン機構がやっていること、これはもやもやとして次も新しいクールジャパン戦略ですと言うと何かずっと混同したままな気がしていて、Create Japanでも何でもいいですが、名前を変えてしまったほうがいいのではないかなというのが思った次第です。

すみません、今まで出ていなかった議論もポイントで意見のほうを差し上げました。

○中村座長 どうもありがとうございます。

永田委員、お願いします。

○永田委員 永田です。

御説明ありがとうございました。全体的には本当にいろいろな論点がたくさん入っているというような印象なのですけれども、コメント、3点ほどさせていただければと思っていて、1つ目が何人かの方々がおっしゃっているところと似ている部分なのですが、これまでのクールジャパンの振り返りの中で支える体制に関して分野横断的なところが不十分であったということが一つの項目として書いてあります。今回の新しい方向性の中で分野横断のところに関してはクロスオーバーを拡大するということは書いてあるのですが、これまでの不十分さのところについてはもう少し踏み込んで書いたほうがいいのではないかなと。どういうようにクロスオーバーの拡大をやっていくのか。私たちから見ると、やはり一つの課題は、関係省庁、関係機関のところの横断的な連携というものをよりどうやって強化していくのかということころは大きなニーズとしてはあると思うので、ここがもう少し強く打ち出せると、あるいは具体的に打ち出せるといいのではないかなというように思いました。



2点目が、海賊版のことに関連した記述はあるのですけれども、前回から今回に新しくつくる上での大きな変化としては、やはりAIの影響が結構あると思います。AIに関して触れてらっしゃるところが海賊版対策のところ少しあるだけになっている感じがあって、やはり今、我々、コンテンツ業界のところを見ると生成AI、どの業界であっててもどういうように対処するかというのは一つの大きな課題ではあるので、そこに関しての課題というものをもう少し入れていただいてもいいのではないかとこのように思いました。

そして、3番目が人材育成のところなのです。人材育成、非常に大切なことだと思っていますし、以前、この場でも留学生の話なんかに関しても、ぜひそういうことをやっていただければ民間としてもいろいろ取り組んでいきたいということをお願いしたのですが、今回の記述の中では実践的なプロデューサーという文脈の中で若干留学を含めるという形でフォーカスを強くあてているような感じがしています。留学生を出したい領域というのはプロデューサーだけに絞る必要はないのではないかと。もちろん、プロデューサーの育成も大切なのですけれども、クリエイター全般の育成という意味においては、そこはもう少し広くてもいいのではないかとこのように感じました。

以上となります。よろしくお願ひします。

○中村座長 富山委員、お願ひします。

○富山委員

僕のほうは映画ということで、主に海外の発信というところと、それと人材の育成強化のところについて話をさせていただきたいと思います。

まず、海外の発信というところなのですけれども、書いていただいているように『ゴジラ-1.0』が最近の数字を見てないですが5500万ドル超えてということで、一つの大きな実績、底上げをしたということであると思うのです。これに関してはTOHOの1社制作であり、TOHO Internationalがアメリカで配給、宣伝をした。これもゴジラというIPがあってこそのものであり、ハリウッドで4本作ってもらって下地ができているという流れの中でついにここまでやったということなのですが、一方でこれからの日本映画が海外へどうやって出ていくかという事例にもなっていると思います。ゴジラのような日本のIPと言えばマンガです。これまでアニメーション映画としては実績を上げてきていますが、これからは実写映画として世界に打って出る。その時にももちろん製作支援も欲しいのですが、加えてどうやって海外に売り込んでいくか。TOHOがTOHO Internationalで自分でやったような形でのプロモーションをするための配給、宣伝に対しての支援が欲しい。日本国内で自分でしっかり作った作品を海外に売り出すときに助けてもらえるという、プロモーション支援の視点を持ってもらえるといいと思います。そこが一つ20ページの部分ではちょっと感じたところですね。

あと、これは表裏的に細かいかもしれないのですけれども、16ページの映画に関する実写（映画・ドラマ）のところに関して、下の2行目、3行目です。労働環境の改善、コン

プライアンスの徹底、会計の透明化、多重下請構造の解消はそのとおりなので、ここは結構なのですけれども、抱き合わせのキャスティングやキャスティングありきの脚本の排除というのが、これは脚本とか脚本家のせいではなくてむしろ企画・プロデューサーの問題なので、ちょっとふさわしくないと感じます。キャストに関して今、実際に必要なのは正当なキャスティングへの対価です。つまり、キャスト費を上げるべきであるということです。制作サイドとしては制作費を上乗せすることを決意すべきだし、俳優プロダクションとしてはしっかりスケジュールを開けるという意識を持ってスケジュール管理の見直しに取り組んでほしい。現状ではキャストのスケジュールを理由に制作の現場は非常に圧縮されているということが多々あるので、キャストに関して入れるならこういった内容にしてもらうと良いと感じました。

もう一つ、人材の強化なのですけれども、これは永田委員がおっしゃったことに全く同意します。映画は川上から川下までということと言うと、いわゆる企画のプロデュースから始まって配給、興行、宣伝、配信というところまでマネジメント、ビジネスとしていくわけですね。そのど真ん中に制作があるというように考えたときに、各分野で留学支援をしていくということが必要であると思うのです。企画のプロデューサー、制作のプロデューサー、撮影、照明、美術、それ以外のいわゆる現場、VFXも含めてそういった現場、さらにはビジネス周りのそういった分野。それぞれがいてこそ全体としての総合力で大きな仕事が進んでいくという時代に向かうべきであろうというように思います。

あと国内の話、これは映画大学、私自身の問題でもあるのですが、実はこの数年かけて取り組んでいたことをちょっと御報告させていただきたいと思います。この4月から新入生に向かって新しい2つのコースをつくりました。マネジメントコースとVFX特殊撮影コースです。マネジメントは先ほどお話ししたようにまさに川上から川下です。企画プロデューサーの育成と配給以下のビジネス、マネジメントのスタッフの育成ということを大学でやるということです。

VFX特殊撮影コースは最新の視覚効果、それに日本固有の特殊撮影という実写撮影の視覚効果、この両方を併せ持った人材育成をするということで、この2つのコースは今までもどちらも日本の中になかったものです。実習の映画大学と言われて、現場のスタッフをたくさん輩出してきた映画大学の中にこの2つを加えることで、映画をすべて学べる大学としての底上げに取り組んでいます。海外留学に加えて、国内でできることとしての人材育成についてはかなり可能性がある、というように捉えていただければいいなと思います。

以上です。

○中村座長 生貝委員、お願いできますか。

○生貝委員 私から、3点ほどコメントさせていただきます。

まず一つは、話のあったインテリジェンスの強化ということについて、これは内山委員からもございましたような市場に関する情報というのももちろんそうですし、あるいはこ

れまでのプレゼンの中でもいただいたような制度、規制に関わるような情報。このことというのは、例えば現代のコンテンツに関わる海外規制の重要なところというのはやはり例えば個人情報の越境移転であるとか、あるいはデータのローカライゼーションといったような形で、いわゆるG7の文脈で日本でもずっと議論してきたDFFTの文脈の中で様々な形で今、海外制度の把握の重要性が議論されているところとも非常に大きく重なるところであったりいたします。そういったDFFTのような議論の文脈とも併せたインテリジェンス機能の強化というものをこの文脈でも考えていくこと、非常に重要なのであろうなというように思いましたのが1点目でございます。

それから、これも林委員ですとか夏野委員からございました、デジタルプラットフォーム、18ページに書いていただいていることなどは非常に重要なことであるというように思っております。すべてのコンテンツ流通というのがデジタルプラットフォームで行われるようにもうこれから後戻りすることはないといったときに、これについては既にまさに公正取引委員会ですとか内閣官房等で様々な形で議論は進んでいるのですけれども、やはり非常に様々な分野に関わる性質上、コンテンツというものが中心になることというのはなかなか機会としてはやはり多くない。これはその実態を知る、そして、具体的な制度的な介入のオプションを考えるのにもかなりのコストあるいはインテリジェンスがかかる分野であるといったようなことが非常にあるところです。

さらに、モバイルエコシステムの分野についても夏野委員から御指摘がございましたけれども、これは例えば、まさに手数料の問題もそうでございますし、あるいはネイティブアプリのほかにもウェブアプリのようなものをどの程度認めるかどうかといったようなこともまさにデジタルプラットフォームの設定の一つ、さじ加減の一つ次第ということになっている。今のモバイル環境というのはもとよりなのですけれども、このことというのが例えば、まさに中期的な将来にあるVRですとかメタバースですとか、あるいは生成AIの世界というのはもうプラットフォームとの関わり抜きでは語るができなくなってきている。まさに将来の市場の在り方というものにも直結する問題であるわけでございます。

そういったことを含めて、まさにこのコンテンツという観点からしっかりとデジタルプラットフォーム、競争の問題というものを一つは中心にして継続的にモニタリングをしていく。そして、具体的な対応の在り方というのも様々なオプションを含めて考えておく、そのことの重要性というのは既に少し触れてもいただいているところなのですけれども、特に強調していただく価値があるのだらうなというように思っております。

最後、3点目です。これも最後のところに少し触れていただいておりますけれども、以前も若干言及したデジタルアーカイブでございます。既にお話ししたとおり、日本では最も世界的に発信する意義のあるクールジャパンあるいはマンガ、アニメ、ゲームあるいは食、食べ物のようなところも含めてデジタルアーカイブの取組、まだまだ本当に様々な取組は出てきているけれども、緒に就いたばかりである。

例えば、やはり海外の方々、もうここでは御承知のとおり、非常にそういったものに関

心を持って来てくれるけれども、物理的なレベルでもそういったものをどこに行けば蓄積と歴史を知ることができるのかというミュージアムがないというのは、もはや本来不思議であり、そして、デジタルの空間においても果たしてどこに行くところの日本国というところがしっかりその情報を発信しているのかということもきちんと整理されているかということではないのであると思います。

例えば、これは別途、知財事務局のデジタルアーカイブの会議のほうでもずっと参照軸にしてきたEuropeana、あれはまさにヨーロッパのソフトパワーの蓄積というものをここに来ればやはりアクセスできる、知ることができるというポータルというものをまさに作っているわけでございます。それを参照して日本で今、構築がずっと進められているジャパンサーチのような取組、あれもかなり成長はしてきておりますけれども、こういったクールジャパン、マンガ、アニメ、ゲームの分野のアーカイブの蓄積へのアクセスというのはまだまだまだまだこれからということ。そういったまさしく我が国の蓄積というものを世界に発信していくための取組というもの、これは絶対に市場だけでは成り立ち得ないところでありますから、政策の文脈の中でしっかり位置付けていただきたいなというように思います。

私から以上です。

○中村座長 では、関委員、お願いします。

○関委員 私のほうからは2点ほど。

まず内容として、我々、ゲーム業界のほうからもお願いしたことについても入っていますし、かなりコンプリヘンシブに入っているのではと思います。これまで御意見されたこととかぶるのかもしれないのですが、今後、これをどうやってトラッキングしていくかというか、具体的な成果を見ていくか、PDCAをきちんと回すという記述がございましたが、おそらくその前提として、どういうようにいろいろな施策をプライオリタライズして、かつタイムラインです。そのロードマップとしてどうやってこれをつくっていくのかという。それをさらにきちんとトラッキングしていくということは非常に大事なのであろうと。それでこそ初めて実効性のある施策として回っていくのかなというように思います。

それが一点と、もう一つは、これは先ほど夏野委員のほうからもあったとおり、当社もゲームだけでなく出版のほうもやっております、まさに先ほど夏野委員がおっしゃったとおり、今、海賊版というのが本当に特にアニメ、マンガの部分ではものすごく大きなビジネスのロスを生じているというのはもう間違いないところでございます、一方で、今、民間で企業の連携も含めてやっておるのですけれども、ほぼ限界に達しております。

具体的に申しますと、国によっては、例えば具体的に挙げると今、ベトナムなんか一つ温床になっている国ではあるのですけれども、なかなか政府が動かない。さらに、国によっては法文上の著作権の侵害に掲げていないような過重な侵害要件を適用上、運用上、主張されるようなことがあって、ほぼ法律的な普通の執行という意味ではもう限界に来ている。そうすると、国対国のある種、条約を適正に回していただくとか、新たな条約をつ

くっていただく、そういうレベルの問題になっています。

あともう一つは、著作権侵害だけではなくて海賊版サイトというのは様々な違法な広告の収入をあげるようなシステムになっているような部分もあって、ある種、犯罪の温床になっている部分もあるのです。そうすると、著作権の侵害だけでなくインターネットの広い意味での安全性、そういったところでも非常に大きなネガティブインパクトを生じているようなこともあるので、やはりここは本当に国として、政府として、そういった温床になっている国としっかり対峙していただいて、我々としても最大限、いろいろな情報提供も含めてさせていただきますので、ぜひ法制の強化も含めてそこは御支援のほど、お願いしたいという2点でございます。ありがとうございました。

以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。

これで一巡しました。クールジャパンについては振り返りの評価、横断連携策への指摘が幾つかありました。コンテンツに関しては人材育成、それから、海賊版対策、プラットフォーム対策、AIについても指摘がありましたというところでございます。ありがとうございました。

もう少し時間があります。これまでの発言を踏まえて、さらに御意見等があれば、あと20分、30分ぐらいできるかなというところでございますが、何かございますでしょうか。ここからは挙手形式、いつものやり方をお願いできればと思います。どなたかありましたら。特段、よろしいでしょうか。

論点、ポイントなどを出していただけるようでしたら事務局のほうでその後、取りまとめの作業に入っていただくということですが、事務局から手が挙がっているのですか。

○佐野事務局次長 事務局でございますけれども、いろいろな意見をいただきましてありがとうございます。いただいた意見、すべてもっともでありますので、うまく取り入れていきたいというように思います。

事務局からの補足でございますけれども、クールジャパン戦略の振り返りのところ、この辺はもう少し手厚くしたいと思いますが、1点、中山委員からございましたクールジャパン機構の関係でございますが、クールジャパン戦略＝クールジャパン機構ではなくて、様々なほかの機関もあるのでクールジャパン機構の話はクールジャパン戦略全体の中でのワン・オブ・ゼムであるというようには思っています。その上でクールジャパン機構の経営改善については、所管省庁である経産省でしっかり取り組んでいくということであると思いますが、特に独自の流通チャネルの獲得のためにこれまで投資をしてきたということでございますので、その文脈の中で一定のまとめをしたと、簡単ではございますが、という位置付けでございます。

それから、デジタルプラットフォームとの関係でのアプリストアでございますけれども、これは先ほど生貝委員からもございましたが、内閣官房デジタル市場競争本部、公正取引

委員会でまさに今、法案も含めて検討しているところでございます。一方で、アプリ手数料は下げるけれども、コアテクノロジー使用料というのは別途取るとかというのはAppleが発表して問題になっていると聞いておりますが、その辺りも連携を取りながらしっかり盛り込んでいきたいと思っています。

事務局からの補足は以上でございます。

○中村座長 ありがとうございます。

中山委員、お願いします。

○中山委員 1点だけ、先ほどのクールジャパンの説明もありがとうございます。ちょっとだけお伝えしたかったのは、内山委員のおっしゃっていたParrot Analytics、ポジティブなニュースとして結構あれは僕、すごく多用していて、日本のインテリジェンス、高めるのであったら結局KOCCAであったりとかParrotの数字が一番如実に日本のすごさを語ってくれていることが多くて、2023年の多分日本コンテンツの中とか、世界のテレビ映像の中で一番需要があったのは『呪術廻戦』なのです。2021年だと『進撃の巨人』であったり、実は日本の『ゴジラ-1.0』であったりとかドラマもちょこちょこ挙がってきたりするので、今、政府の支援とかそういったものがうまくいっているかどうかは全然別として、普通にやはり底力としてのポジションが上がっている。英米日というのがかなりポジションとしてはいいよねという話であったりとか、韓国がある程度少し限界に来ているよねみたいなニュースもほとんどParrotの分析なんかで出ていて、本来、Crunchyrollとかああいったものでもできるのではないかとあったりするんで、そこは少し参考にいただければと思います。

○中村座長 ありがとうございます。

ほか、皆さんよろしいですか。今日は皆さんからのコメント、論点も出してもらったということで、多分もう少し寝かせたらいろいろ皆さんからもアイデアとか意見、コメントというのもまた出てくるでしょうから、その辺りもどしどし事務局のほうにお届けいただいて、次に向けて事務局のほうで整理、まとめてフィードバックしていただければと思いますが、次は先ほどおっしゃったように1か月後ぐらいでしたか。

○佐野事務局次長 そうです。今、日程調整中でございます。

○中村座長 ということでございます。その間、やり取りができればと思っております。よろしく願いいたします。

皆さん、よろしければ、ちょっと早いですがけれども、この辺りにしておいてよろしいでしょうか。

事務局のほう、最後、何かありますでしょうか。

○佐野事務局次長 事務局でございます。

今日いただいた意見を踏まえまして、今日のお示ししたものはあくまでもたたき台のたたきということでございますので、構成も含めて見直して、肉付けをしましてまた皆様に御相談したいと思っております。

別途、もしあれば事務局のほうにメール等で御意見いただければと思います。メールでも何でも結構でございますので、例えば来週ぐらいまでの間にいただければと思います。その上で、我々でブラッシュアップ作業を進めていきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

次回でございますけれども、ずっとオンラインでやっておりましたので、今回はハイブリッド型にさせていただきたいと思っております。リアルで出席できる方は出席していただいて、交流の機会にもなると思っておりますので御出席いただいて、リアルが難しい場合にはオンラインで参加をしていただくといった形にしようかと思っておりますので、よろしくお願いいたします。具体的には事務局から御連絡申し上げたいと思っております。ありがとうございました。

○中村座長 よろしく申し上げます。

もう今の段階では皆さん、考えていることをどんどんお出しいただいて、事務局、整理していただくのですが、これが最終的な知財計画まで持っていこうとすると、毎年そうなのですが、その後、政府の中で熾烈な調整になっていきます。今の間はもうどんどん言いたいことを言っていっていただければと思いますので、よろしくどうぞお願いいたします。

ということで、御協力をいただきましてちょっと早めに終わることができます。以上で閉会したいと思います。どうもありがとうございました。