

「エンターテインメント・コンテンツ産業の振興に向けて」の概要

(社)日本経済団体連合会

【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・コンテンツは文化芸術の中心的な部分を占め、社会の発展に寄与。

エンターテインメント・コンテンツ産業の重要性

・わが国のコンテンツ産業規模は11.5兆円(対GDP比2%)、雇用者137万人。cf.自動車製造業(二輪含む)20.3兆円

	放送	新聞	出版	音楽	映画等	ゲーム
国内(兆円)	3.58	2.52	2.40	1.71	0.59	0.41
輸出(兆円)	0.04	-	0.02	0.003	0.01	0.25

(2000年)
(経済産業省資料)

- ・波及効果が大い(例:ポケモンはゲームソフト(930億円)を核として波及効果2兆円)
- ・高い国際競争力を誇るコンテンツ分野も存在する(世界で放映されるテレビ・アニメの65%が日本製)
- ・米国のコンテンツ産業の対GDP比は5%。韓国や台湾で将来の基幹産業として集中的な支援策が講じられている。
- ・デジタル技術・ネットワーク技術により大きな成長が期待されるネットワーク配信関連事業

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

大規模で組織的なプロモートの機会を設ける。

海賊版・模造品対策

- ・政府間(特に中国)での働きかけを強化する(罰則強化、取締り強化等)。なお、アジア4地域(中・台・韓・香)での被害額は9800億円と推計されている。
- ・海外での著作権の啓蒙普及。
- ・民間企業における海賊版・模造品対策のノウハウ・経験の共有化。

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、海外からの人材への奨学金・就業環境整備を進める。

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

民間における権利処理システムの確立を図るとともに、コンテンツの2次、3次利用の基礎となるデータベースを構築する。

中古ゲームソフト流通の見直し

ゲームソフトメーカー、流通業者、消費者それぞれが納得できる、ゲーム市場の3分の1を占める中古販売による利益を著作権者に還元するシステムの構築、法的側面について検討する。

コンテンツ製作環境整備

税制優遇(設備投資、固定資産税等)、規制改革(ロケ撮影)、投資スキームを検討。

放送メディアにおけるコンテンツ活用

多チャンネル有料放送の視聴者への認知普及促進、放送メディア(特にNHK)の有する既存コンテンツの積極的活用を進める。

啓発活動

権利侵害の未然防止に向けた総合的な著作権普及啓蒙活動や、近年セミプロ化、凶悪化の著しい万引き(被害は書店売上げの1~2%に及ぶ)抑制のための啓蒙活動を官民協力して推進する。

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

エンターテインメント・コンテンツ戦略のバックボーンとなる基本理念と国の役割を規定し、個々の具体的なコンテンツ政策の指針とする

政府の役割

エンターテインメント・コンテンツ産業の国家戦略上の重要性を認識し、デジタル化に対応した視点から、省庁横断的な、それぞれの制度・施策が有機的に関連した総合的エンターテインメント・コンテンツ戦略を構築する必要がある。