

第26回「新しい資本主義実現会議」コメント

I. コンテンツ産業活性化戦略の総論

- ◎「新しい資本主義資本主義」の文脈におけるコンテンツ産業活性化戦略は「人」に焦点を当てるべき、すなわち、「人的資本向上」、「人への投資」、「構造的賃上げ」である。
- ◎論点案に、「支援」という表現が目立つが、むしろ政策として重点を置くべきポイントは「自立」、「市場メカニズム」、「場づくり」を促すことではないか。

II. クリエイターが報われる報酬制度・慣習

- ◎論点案が示すとおり、コンテンツの競争力の源泉はクリエイターにある。ただ次世代の育成の先には実力・成果に対して適正な報酬の見込みが重要であり、有力クリエイターに関しては日本の競争力に不可欠。
- ◎コンテンツから生じる収入が実際の価値創造を創出しているクリエイターよりも、所属している事務所、会社、元請けなどへ過度に分配される日本的な慣習の構造改革がなければ、その可能性があっても、コンテンツ業界の大谷翔平は生まれない。
- ◎たとえば、基礎資料（p13）に示してある音楽配信（ストリーミング等）の世界の動向に比べて日本の音楽ソフト（CD等）の比率がいずれ高く維持されて出遅れている現状は、ミュージシャン視点よりも、かつての時代のビジネスモデルに報われている抵抗勢力の影響ではなかろうか。

第26回「新しい資本主義実現会議」コメント

III. デジタル技術によるクリエイターの間づくり

◎ 日本全体への関心が世界から再評価されている昨今、映画コンテンツのプロダクションのアジアの HUB（中継地）を国家戦略として構築すべき。

◎ 海外の大型作品の日本国内ロケ・制作には大型の予算が必要で、国家戦略をコミットする規模の予算付けすべきではなかろうか。また、世界における他の撮影ロケと比べて過度な規制や慣習によって日本が不利な立場に陥てるのではなかろうか。（Netflix 番組で、台湾では日本を舞台としている Shogun の撮影ロケはカナダ、キャストの多くは現地日系人と聞いている）

◎ 映画プロダクション HUB の構築にはデジタル技術の普及も重要である。たとえばソニーは撮影や撮影後の処理（ポストプロ）だけでなく、撮影前（プリプロ）の DX 化で、監督を始めとしたクリエイターが、自分の頭にあるコンセプトを効率的かつ安価に可視化して、撮影チームや制作会社等と共有し、作品のマネタイズの方法等について早い時点で準備ができるような環境に取り組んでいる。同社はポストプロに特化した TorchLight を米国で立ち上げ、日本での導入も行う予定と聞いており、政策はこのような民間の動きを推進すべき。

<https://www.sony.com/en/brand/beyondthescreen/torchlight/>