第１回コンテンツ産業官民協議会
第１回映画戦略企画委員会
議事要旨

（開催要領）

１．開催日時：令和６年９月９日（月）10:00～11:30

２．場　　所：総理大臣官邸２階大ホール

３．出席者：

岸田　文雄	内閣総理大臣
村井　英樹	内閣官房副長官（衆）
新原　浩朗	内閣官房新しい資本主義実現本部事務局長代理
奈須野　太	内閣府知的財産戦略推進事務局長
真渕　博	公正取引委員会事務総局経済取引局取引部長
豊嶋　基暢	総務省情報流通行政局長
合田　哲雄	文化庁次長
圓入　由美	文化庁参事官（芸術文化担当）
南　　亮	経済産業省商務情報政策局商務・サービスグループ長
佐伯　徳彦	経済産業省商務情報政策局商務・サービスグループ文化創造産業課長
浅沼　誠	株式会社バンダイナムコフィルムワークス代表取締役社長
庵野　秀明	アニメーション・実写監督・プロデューサー
市井　三衛	映像産業振興機構専務理事・事務局長
稲葉　延雄	日本放送協会会長
内山　隆	青山学院大学総合文化政策学部教授
遠藤　龍之介	株式会社フジテレビジョン取締役副会長
大沢　たかお	俳優
是枝　裕和	映画監督
近藤　香南子	アングルピクチャーズ株式会社現場スタッフマネージャー
坂本　和隆	Netflix合同会社コンテンツ部門バイス・プレジデント
辻本　春弘	株式会社カプコン代表取締役社長
松尾　豊	東京大学大学院工学系研究科教授
松岡　宏泰	東宝株式会社代表取締役社長
村松　俊亮	株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント代表取締役社長

山崎　貴　　映画監督

和田　丈嗣　　株式会社プロダクション・アイジー代表取締役社長

（議事次第）

１．開　会

２．議　事

コンテンツ産業・映画産業を強化するための課題について

３．閉　会

（資料）

資料１　　コンテンツ産業官民協議会の開催について

資料２　　映画戦略企画委員会の開催について

資料３　　基礎資料

資料４　　浅沼委員提出資料

資料５－１　　庵野委員提出資料

資料５－２　　庵野委員提出資料

資料６　　内山委員提出資料

資料７　　翁委員提出資料

資料８　　是枝委員提出資料

資料９　　近藤委員提出資料

資料１０－１　　辻本委員提出資料

資料１０－２　　辻本委員提出資料

資料１１　　松岡委員提出資料

○村井内閣官房副長官

第１回「コンテンツ産業官民協議会」・第１回「映画戦略企画委員会」を合同で開催する。

本日は、クリエイターが安心して持続的に働ける環境の整備や、コンテンツ産業・映画産業を強化するためにどのような課題があるかについて、委員の皆様から御意見をいただきたい。

まず、新しい資本主義実現本部事務局から説明を行う。

○新原事務局長代理

コンテンツ市場の規模を見ると、日本はアメリカ、中国に次いで第３位になる。

日本のコンテンツ産業の輸出額は、鉄鋼や半導体産業に匹敵する規模がある。

日本は、アニメ、家庭用ゲームの海外収入では中国、韓国に勝るが、実写映像やPC、スマートフォン向けゲームでは若干弱くなる。

世界のコンテンツ産業は、配信が成長を牽引しているが、日本は遅れ気味である。

実写映画については、大まかに制作費が高いほど興行収入が高くなる傾向がある。

日本のアニメの海外売上高は増加傾向にある。

キャラクターの収入額では、世界のトップランキングの約半分が日本発のものになっている。

テレビ局の広告収入は減少しており、これに応じて番組制作費も減少している状況にある。

有料の配信系のNetflixのようなビジネスの売上げが増加しており、民放キー局４局の制作費を合計してもNetflixの５分の１になっている。

世界の音楽の売上高は減少傾向にあったが、2015年を境にストリーミングによる音楽配信で反転して拡大をしている。他方、日本ではCDなどが７割弱とまだ多くなっており、配信についても価格が安いという課題が指摘されている。

音楽配信の拡大に伴い、旧譜が聴かれるようになってきており、日本では旧譜を利用しやすい環境整備が課題である。

音楽配信の発達の反面として、リアルな接触を求めてライブ・コンサート市場が拡大している。

電子出版の市場規模が拡大しており、特にスマホで読める電子コミックの拡大が顕著である。

〇村井内閣官房副長官

委員の皆様から御意見をいただく。コンテンツ産業官民協議会、映画戦略企画委員会、双方を兼任されている委員におかれては、双方の立場からの御発言をお願い申し上げる。

〇浅沼委員

当社は、「機動戦士ガンダム」などのアニメーションを制作し、管理している会社である。

日本のアニメーション産業は、現在、約３兆円弱となっている。これは配信やグッズなどユーザーが支払った金額を推定したものである。一方で、制作会社の利益構造は芳しくなく、制作現場は疲弊の一途をたどっていると言える。

また、映像を作って販売する出口、つまり、メディアに関してもここ数年でとても大きく変化している。Netflixなどの配信が主軸となっている。ここでの課題は、配信メディアの収益還元が制作会社にうまくいっていないということだと考えている。

作品の需要は年々増え続けており、この10年間で制作会社の数は400から800と２倍に増加している。しかし、肝心の制作会社の30%、３分の１が４年連続赤字で、様々な課題が山積している状況である。

そして、日本の優位性について。年間に300作品、話数で申し上げると3,600話以上を年

間で制作している。これは世界的に見ても例がない膨大な生産量と言える。また、この類いまれなクリエイティブ生産量は日本独自の映像創出の文化だと考えている。そして、この生産量はヒット作が生まれる土壌であり、そして、作品の多様性が世界中のアニメファンをとりこにしている要因の一つだと考えている。このようにクリエイティブな映像作品を多様に数多く生み出している国は日本だけだと思う。

しかし、その結果、クリエイターであり、プロデューサーであり、制作に関わるスタッフが常に不足し、育成もできず、会社自身が疲弊して、良いスパイラルでお金が回っていない。また、海外へのクリエイターの流出も昨今深刻な問題である。

また、クリエイターのサポート以外にも、まだまだ海外での違法な海賊版、昨今の我々の調査で30%が北米で違法配信動画を見ているということもわかった。海外でアプローチするプラットフォームもまだまだ今後も強化する必要があるのではないかと考えている。これらを解決するためにぜひ御支援をお願いしたい。

〇庵野委員

40年以上、アニメと特撮の制作に携わってきた私のほうから、国に対して大きく求める事柄を３つ提言させていただく。

それは、作品・資料の恒久的なアーカイブの早期実現と、ここにいらっしゃる多くの関係者が求めている人材育成システムの構築とその持続、そして、タックスクレジット等による映画産業への経済的な優遇措置である。

１つ目は恒久的なアーカイブの早期実現に関して。アニメや特撮現場の創造と製造の過程で生まれたいわゆる中間生成物をアーカイブとして、持続的に後世に残すべきだと考えている。それは、中間生成物の存在がクリエイターの糧となるからである。

漫画原稿やアニメーターが描いた原画、特撮現場のミニチュア等、中間生成物に直接触れることは、子供たちや若者がクリエイターの道へのきっかけとなる。これは自分もそうだった。さらに、現役クリエイターのモチベーションの高揚や、センスや技術の向上にもそのまま役立つ。

私は、2017年アニメや特撮映像の様々な中間生成物や資料を文化として可能な限り後世に残したいという願いを持って、特定非営利活動法人アニメ特撮アーカイブ機構（ATAC）を立ち上げた。今までいろいろな問題があったが、御賛同いただける企業や個人の方々も徐々に増えつつあり、組織として形になりつつある。

しかしながら、恒久的なアーカイブ事業や個別の企業や個人の利害を超える活動等は、とても民間企業や地方自治体、ATACのような小さな法人レベルでは限界がある。国にはぜひ中核となる拠点、組織を整備いただくことを希望する。

２つ目の人材育成に関しては、ほかの委員の皆様も口をそろえておっしゃられているので、割愛。

３つ目はタックスクレジットに関して。諸外国では、早くからタックスクレジット等、映像産業への税制優遇制度を設けており、それを有意義に活用している。しかし、日本に

はこの種の制度が全くない。我々は、国際競争の観点でもかなり不利益な立場に置かれている。

実写映画では、これも自分が経験しているが、諸外国に比べてロケ撮影に関するもろもろの調整が整わず、現状、クオリティーの維持が大変困難なケースも多々起きている。イコールコンディションを整えていただく意味でも、国にはなるべく早く映画産業に対する自治体の特区制度や国による税制優遇制度を設けていただきたい。

〇市井委員

私は、音楽業界で約10年間勤務し、その後、2013年から現在の映像産業振興機構（VIPO）に勤務している。

VIPOは、2004年に経団連の発案で設立された組織であり、日本のコンテンツ産業の国際競争力を強化し、日本経済の活性化に寄与することを目的に、主に人材育成、海外展開の支援を行っている。

2013年に、第２次安倍内閣の下でクールジャパン政策の一つとして、コンテンツの海外展開を支援する目的で､コンテンツ業界に初めて155億円という多額の予算が投入されることになり、その事業である初代J-LOPを運営するためにVIPOに参加した。

当時は十数名の組織だったが、現在は、経産省、文化庁、内閣府、総務省等の様々な省庁や東京都、京都府など地方自治体からの受託事業と、我々独自で運営している自主事業を行っている。スタッフは約70名。

この11年間、コンテンツ業界の支援をしてきた立場から、コンテンツ業界を強化するために、政府の司令塔機能を明確にすること以外で必要であると考えられる４つの点をお伝えしたい。

１番、コンテンツ業界を強化するためには、クリエイターの発掘・育成と海外展開だけではなく、バリューチェーン全体の支援が必要であること。

２番、コンテンツの各ジャンルによって課題や強化すべき領域は異なるので、一まとめにせず、ジャンルごとに深掘りする必要があること。今回は、映画は別の委員会が組成されているが、映画だけではなくジャンルごとに委員会を設立すべきである。ただし、プラスして全体を俯瞰する委員会も必要である。

３番、今回のような会議は毎年のように開催されているが、年度で実施されるため、ほとんど期待される成果が出ていない。したがって、今回の委員会は長期的・継続的に実施する必要があること。

４番、ジャンルごとの課題に対する具体的な対策を短期・中期・長期に分けて構築し、それぞれの対策に対して明確な担当者、タイムラインを決める必要があること。当然ながら、各対策は官学民それぞれが役割分担をするべきであり、全て国を当てにしてはいけない。

以上４点である。

コンテンツ業界が世界で生き残る最後のチャンスであり、我々に残された時間は限られ

ている。この委員会に大きな期待をしている。

〇稲葉委員

私からはNHKの最近の取組について御紹介させていただく。

まず、制作現場の働き方改革について。今、NHK全体で力を入れているのが、テクノロジーの活用によって質の高いコンテンツをより効率的に制作するという取組である。

例えば、各種の選挙。放送する政見・経歴放送、候補者の経歴を紹介するコメントの作成、その情報を画像にする作業を自動化することで、作業工程を大幅に効率化している。また、様々な放送コンテンツをAIで自動的に要約して、短いダイジェスト映像を自動的に生成する。そのような目次のようなシステム、検索が容易になるシステムも開発している。こうした取組を通じて、外部の番組制作会社の皆様の労働環境も含めて、誰もが働きやすい環境づくりを進めたい。

また、NHKでは、番組制作に係る適正な価格形成、あるいは価格転嫁の適正化の促進についても高い意識を持ってグループ全体で取り組んでいる。今後も、適正な取引を一層促進していく。

一方、私は、NHKならではの高品質なコンテンツを世界にも積極的に出していこうと旗を振っている。これまでもNHKでは、シルクロードやダイオウイカの姿を世界で初めて捉えた番組など、世界的な評価を得たコンテンツを生み出してきたと自負している。今の経営計画では、コンテンツの国際展開を推し進め、副次収入の増加につなげることを目標に掲げている。

とはいうものの、NHKでは視聴率のみを意識した売れるコンテンツを目指して番組を制作しているわけではない。しかし、世界の視聴者に広く受け入れられる高品質のコンテンツを作っていくと、結果的に市場価値の高いコンテンツを生み出すことになると実感している。実際、これまで制作された番組アーカイブの中には、市場価値の高いコンテンツが多く眠っている。民間放送各社の皆様が制作するものとは少し違った角度で世界に打って出ていきたいと強く思っており、御支援のほどよろしくお願いしたい。

〇内山委員

約130年の映画・映像の歴史は、大きく映画しかなかった黎明期、テレビが台頭した時代、第３の映像メディア、ネット配信の台頭期に分けられる。

このうち、1950年代からのテレビの時代、結果として、世界ではいかに放送産業との連携を取ったかが、安定財源という観点で、強い映画産業であるための鍵だった。その際、国家の制度設計は、形はいろいろあったが、かなり大きな意味を持っていた。一方、その当時も「いつかは映画化」というような、創り手にとっての映画の特別感というのは生き続けていた。

2010年代からのネット配信の時代、コロナ禍以前までは映画はさほど影響を受けていないようにも見える。映画の特別感は、少なくとも2010年代は維持されていたように思われる。しかし、20年代に入ると、コロナ禍もあった。また、フランスにおいては制度が逆作

用して、例えば、ディズニーは映画館よりも配信ディズニー・プラスに配給優先させる事例が出てくるなど、少し状況が変わりつつある。

世界との比較では、我が国の映画産業の特徴は、文化庁・芸文振による支援があるものの、極端に補助金や税制優遇に依存しない民間自走の構図がある。その裏で無理が生じていることもあるやもしれず、昨年の日本映画制作適正化機構（映適）の活動開始はその是正の一端とも受け取れる。あい路を縫うように、非常に微妙なバランスの中で生まれた映適を、ちゃぶ台返しするような議論ではなく、持続可能なものにしていく議論にすべき。税制優遇を持たないことは、我が国は外国プレーヤーを引きつける上での競争劣位にもなっている。

ある程度前衛性が強い芸術作品に対しての補助制度には、映画を特別なものとし続ける意味において、一定の合理性が考えられる。例えば、欧州のような高い補助金支援が望ましいかは、広く国民の理解の上で行わないと、せっかく生まれたこの場を無為にしてしまう危険があり、公平な助成制度の構築は、この際、再検討すべき。私自身、研究者としての想いも幾つかある。また、「映画の芸術性に対する国民の理解」推進という点も、一段高める必要がある。民間の自立性と公的助成の拡充はジレンマでもある。

日本の映画産業は世界の中で決して小さなものではないが、さらなる大きな発展を遂げようとすれば、いろいろな「当たり前」を見直す必要があるかもしれない。

今後も映画が、観客にとっても創り手にとっても、商業的にも芸術的にも、特別なものであり続けるためにこの会議体はあると考えている。

〇遠藤委員

本日は、日本民間放送連盟会長という立場で話をさせていただく。

まず、政府が本協議会を設置されてコンテンツ産業の振興に本格的に取り組まれることを歓迎したい。放送は、日本のコンテンツ産業の売上げの４分の１超を占めており、コンテンツ産業の要の１つである。

民間放送は、コンテンツ産業に関して主に３つの機能を果たしている。まず、自らコンテンツを制作するクリエイター、次に放送や自らのネットメディア、例えばTVerやradikoを通じてコンテンツを届けるディストリビューター、さらに、多様なプロフェッショナルの方々に業務をお願いする発注者でもある。この会議の主題であるコンテンツそのものに様々な立場で関わっている。

民放連の会員各社は、放送に寄せられる人々の信頼をベースに、ドラマ、ドキュメンタリー、バラエティー、アニメなどの放送番組を通じ、人々の生活に潤いを与え、豊かにする役割を70年以上にわたって果たしてきた。

しかし､スマートフォンやSNSの普及によって人々の可処分時間をめぐる争いが激化しており、コンテンツ制作を持続可能なものとするためには、放送だけでなく、ネット配信や海外展開がより重要になっている。

海外の展開に関しては、キー局を中心に見本市やピッチイベントに積極的に参画してい

るが、海外市場は欧米やアジアの圧倒的な力を持つプレーヤーがしのぎを削る弱肉強食の場でもある。

こうした競争に打ち克つためには、クリエイターの皆様を支える環境整備はもちろんのこと、海外市場で活躍するコンテンツのビジネスプロデューサーを育成することも重要な課題である。キー局のみならず、地方のテレビ局もそれぞれの地元の魅力や地域経済に精通しており、地域の魅力を世界に発信する企画力、制作力を持っている。こうした能力をより生かし、海外に進出する日本企業とのタイアップ企画などをプロデュースできる戦略的な思考を持った人材が求められている。

クリエイターが安心して持続的に働ける環境の整備に関しては、私ども民間放送は一貫して製作環境の改善に取り組んでいる。放送局内の労働環境は、私が現場にいた30年前、40年前と比べれば劇的に改善していると実感している。

発注者の立場からは、放送事業者とテレビ番組製作者の放送関連７団体で「放送コンテンツ適正取引推進協議会」を発足させ、厳しい経営環境の中でも製作取引をよりよいものにするための取組に全力を挙げている。発注側、受注側の枠を超えて対応を進めているところだが、様々な課題があることも承知している。本日お集まりのクリエイターの方々の御意見を伺いながら、さらなる改善を図ってきたい。

〇大沢委員

私のようないち現場で戦っている人間に声をかけていただいたことは、正直戸惑いもありながら、せっかく呼んでいただいたので、私なりに見てきたもの、現実的に見ているものをこの委員会の中でお話しできればと思っている。

私はこの仕事を30年続けており、100本ほど映画、ドラマ、舞台の現場を経験してきている。その中で、自分自身感じていることはたくさんある。

今回この資料を読ませていただいて、多くの問題、課題が現に存在すると思いながら、現場の私の思いからすると、一つのテーブルでこれをはじめから全部同時に話すことはすごく難しい。なぜなら問題は大変多岐にわたっていて、国際的なこと、人材確保のこと、現場改善のことなど。それらの課題は最終的には一つになるけれども、専門性が弱いところ、強いところがあるので、これを同時に議論することは非常に困難だと感じる。ただ、先ほども申したように私は現場を30年やっているので、そこに関しては自分なりの意見、感情、感覚があり、たくさんの問題も見てきた。

それらを考えると、何よりもまずは、現場の状況を何とかしないと、今ここで働いている人を何とかしないと、いい作品はつくれないし、新しい人たちが入ってこないと感じている。

子供たち、若者たちから「6K」と言われている煙たがられるような仕事があり、我々の業界はその代表だというふうに若者たちに語られている今、どうしてもいい人材が入ってきにくく、ほかの業種に流れてしまっている。まず我々が現実に行っていることを改善しない限りは、若者たちは注目せず、興味も持たず、夢も持てない、今働いている我々もモ

チベーションを保つことがとても大変な状況になっている。

それは労働時間の問題、食事の問題、休憩時間の問題など様々な点において昭和の流れをまだ引き継いでやってきている事実がある。それは私も含めて、昭和の人は「気合い」や「根性」でやってきたが、今は平成生まれの人たちがだんだん中核になってきている。令和生まれの人たちもそのうち入ってくる。そのときに、「根性」や「気合い」だけでは全く彼らには通用しない。時代が変わりつつある。

さらに、SNSやNetflixなど様々な外資系企業が入ってきたことで、環境や感覚の変化などが求められていることが、我々現場の全員にとって目の前に置かれている課題ではないかと思う。そういうことを今はすごく問題視している。

ただ、それに当たって、私が「こういう問題がある」と言うのもいいけれども、それは私の目線でしかない。個人的な目線ではなく、現状把握のために公的機関が正確に厳正に法律にのっとって現場を調査すべきだと思う。その中で何を改善するのか、しないのか、何を選択するのか、何を切り捨てるのかということを実行していく最終局面に入っていると思う。

現場は自分を含めてかなり疲弊している。プロデューサー、監督たちがそのために懸命にいろいろなものを整備しながら、いい作品を世の中に送り出しているのが現状。そういう意味では、全てが悪い現場ではないが、ここで一つこの委員会が何かの新しい道になることを心より願っている。

〇是枝委員

人材育成の場を４つ、思いついたものを並べている。

先日も、総理にはこども映画教室を視察していただきありがとうございました。昨年、長野の小学校の総合学習で映画を創るというのに臨時で参加をさせていただいて、６年生の映画づくりにちょっとだけ関わらせていただいたけれども、公教育の中で映画を創る、映画を見るというノウハウが学校若しくは教員の側にとどまっていかない。そこをどう持続して子供たちに映画に触れる機会をつくっていくかというのが、民間でこども映画教室をやることとまた別に必要ではないかと強く感じた。

２つ目、ミニシアター。僕らはミニシアターが映画の学校だったという世代である。そのため、今、キャンペーン等で回る地域のミニシアターの置かれている状況を考えると、何とか残したいという気持ちと、ここにフランスのような、内山委員がおっしゃられたような、どこまでそこを公的に守っていくかという支援の仕方は、フランスの仕組みをそのまま導入してもうまくいかないだろう、日本の文化の中でどういうふうに定着させていくかというのは多分知恵が必要だと思っている。

３つ目、これはいろいろなところで話しているので割愛するが、東京国際映画祭をもっとうまく使えるのではないかと考える。

一番大事なのが４番目である。「制作現場～『育成』を制作現場が担うためには～」。

優れた人材を映像業界に確保するためには、まず私たちが変わる必要がある。私たちと

は監督やプロデューサー、そして、制作や配給に従事する人たちである。課題は明確である。まず、昨年スタートした映画適正化機構が示している１日11時間労働、月に２日の完全休養日という基準を世界的な水準に改める必要がある。

大沢委員がおっしゃられたように私も根性でやってきた世代であるけれども、この基準で若い人たちが働く場所として選んでくれるのかというのは甚だ疑問である。ちゃぶ台返しをするつもりはなく、これが関係者の間で合意に至ったことはとても画期的なことだと思うので、少しでも世界基準に近づけていく流れを皆でつくれればと思っている。人材育成の一番の近道は、制作の環境を改善していくことだと私は考えている。

今日はNHKの会長と民放連の会長が同席されているという非常に貴重な機会なのであえて触れるけれども、今、テレビの環境は映画の環境以上に厳しいと思う。私は制作会社出身であるので定期的に制作会社の人間と会って話すけれども、このままの状況で放送に関わり続けるというのが皆厳しくなっている。制作費は上がらない。予算の少ない番組を掛け持ちでやっていくことで何とか会社を保っているということが今の制作会社が置かれている状況ではないかと認識している。

この辺も含めて、映像のクリエイターを育てていくのは制作の現場であるということを改めて皆様に認識していただいて、この会議を経て少しでもいい環境に創り手が立てることを願っている。

〇近藤委員

元助監督で、現在は撮影現場で働くスタッフのマネージャーをしている。

マネージャーという立場から、実写映画などの撮影現場スタッフの働き方をこれまで見てきた。

映画を支える働き手の視点から発言させていただく。何よりもまず是正すべきなのは、制作現場の長時間労働である。これは様々な問題を解決するための大前提と考える。映画のスタッフは、配信作品からドラマまで横断して働いているが、いずれも長時間労働が習慣化している。この点については、映画会社や出資者がビジネスと人権の観点から、適切な予算を制作現場に与えて、しっかり監査をすることで、すぐにでも実現可能なものである。

しかし、制作現場で働く人々が健康で文化的に暮らすための適切な休息や報酬、生活というものがコストとして切り捨てられてきたのが現実。その結果、今、深刻な人材不足となっており、制作現場は疲弊し切っている。

そして、先ほどもお話が出たけれども、映適が定めたガイドラインでは、撮影の準備と片付けがみなし１時間ずつとされて、１日合計13時間労働とされているけれども、職務によっては１時間では準備や片付けは終わらない。移動時間も労働時間に含まれていないなど、長時間労働が改善されるとは全く言えず、完全休養日、休日は月に２日である。そして、申請は任意、違反へのペナルティーもない。既にルールが守られないことや、ホットラインへの通報を牽制する発言がプロデューサーから出ることなど、有名無実化している

ケースを耳にしている。

健全な制作現場を実現するために、まず商業的で影響力の大きい大作映画から制作環境改善へのリーダーシップを示していただくことを望む。加えて、そうした作品に対しては海外展開に当たっての税制優遇などにより、薄利多売の状況を脱して利益を最大化するための施策が求められる。

一方で、映画文化を保護していくために、企画開発、撮影、仕上げ、上映、ミニシアター、映画祭出品、調査研究、アーカイブまで、きめ細やかでフェアな助成システムによる支援が必要。そのために、今あるものも含めて様々な支援を見直して一元化し、映画を支える人たちが集まって知恵を絞って映画文化を支えていくような、各所が連携した統括機関が必要である。

制作業務に入れば休日は眠るだけで終わってしまい、家族や友人と過ごすこともリフレッシュすることもできない制作現場のスタッフの状況が改善されない場合、今囲んでいるこのテーブルからどんなに耳触りのいいプランが出てきても無意味なものでしかない。どうかそのことを念頭にこの委員会を進めていただけるよう、初回の発言とする。

〇坂本委員

Netflixは、日本でサービスを開始してから、今では約10年が経とうとしている。現在、弊社のサービスは、全世界で２億7000万世帯以上の皆様に楽しんでいただき、190か国以上の方に届けさせていただいている。

その期間の中で、私達は日本の一つの課題として、今、ここでまさに大沢委員、是枝委員、近藤委員がおっしゃっていただいたように、まず現場の部分があり、きっちりとフォーカスをするべきと考えている。今日、是枝委員が掲げられている４番がそれに当たる。Netflixでは、特に制作の部分に関して、全作品で労働時間を筆頭に、適正な予算を含め、安全・安心な労働環境をきっちりとルール化して進めている。

具体的には、労働時間においては、12時間以上は超えないことを設定し、理想的には10時間以内に収めていく方向で運営している。また、きっちりとその週においてしっかり休みを取るということも含めて対応していくことも定めている。そのための社内での制作チームのサポート体制を拡充し、予算が上がってしまうことも現実的に想定して、クオリティーの高い作品をそのためにも作って、ビジネスとしても、ちゃんと回収できるようにしていくことが同時に必要になっている。現場での現状と、プラスアルファでビジネスとしてどうしていくべきかを両輪で話すのが今後の方向性として肝要と考えている。

〇辻本委員

始めに少し宣伝をさせていただくと、ちょうど今月の９月26日から29日の４日間、幕張メッセで「東京ゲームショウ2024」がある。ゲームの最先端の情報がここで体験できるので、ぜひとも足を運んでいただければ。

次に、当社カプコンは今年で創業41周年になり、主にビジネスとしては家庭用ゲーム機器におけるゲームコンテンツの開発・販売を行っている。代表的なゲームコンテンツでい

くと、「バイオハザード」、「モンスターハンター」、「ストリートファイター」、「逆転裁判」等、たくさんのゲームコンテンツを保有している。

今年の販売本数は、グローバルベースで5000万本を計画しており、うち海外比率が約80%、またデジタル売上比率が約80%となっている。

販売する国は約230の国と地域を超えている。

今回提言として２点あり、１つ目がクリエイターの人材確保について。ゲーム産業を強化するためにまず課題として挙げられるのは、クリエイター人材についてである。以下の２点を挙げる。１番目はデジタル技術の進歩に伴う、高度先進技術を用いた開発・制作力の確保。２番目は、学校と企業とのスキルセットのミスマッチについて。

グローバル化が進んだゲーム開発では、世界中で人材の枯渇が顕著であり、さらに海外大手IT企業や他のデジタル産業とも人材の奪い合いが起きている状況である。ゲーム産業では率先して給与の引上げを行い、人材確保へ着手してきたが、人材不足はまだまだ大きな課題となっている。

また、未来のクリエイターの担い手である学生が学校で習得する内容と、就職した企業で求められる知識に差があり、就職しても企業で数年研修をしないとプロになれないケースも多く、今後より高度な学習カリキュラムが求められている。

これらの課題に対する対策として、産学官連携による高度技術を学べるクリエイター育成とスキル向上への支援体制の構築にぜひ御支援いただきたい。支援策としては、国内での人材育成に関する抜本的な体制構築、高等教育との連携強化、即戦力人材に伴うスキルセット会得の機会創出についてである。

２つ目はゲーム産業の海外展開についてであり、海外販売・外貨獲得への課題として現地国対応への支援が挙げられる。

課題としては、海外展開への支援（多言語対応、カルチャライズ、法規制などへの国別対応）をお願いしたい。

現在のゲーム産業は、グローバルの市場規模で約30兆円規模である。グローバルビジネスにおいては、デジタルでの販売、多言語対応がグローバルスタンダードになっている。かつて国内販売中心で成り立っていた状況から大幅に商習慣も変化している。

特に海外展開に向け重要となるのは、世界200か国以上に向けた言語対応、また各地域の文化に合わせたカルチャライズ、そして各国の法規制への対応である。ちなみに、当社は最大で字幕14言語、吹き替えで９ボイスを行っている。

これらは莫大なコストと手間を要するため、大企業は対応できるが、中小企業やインディークリエイターではなかなか対応できない状況であると思われ、そこへの支援のニーズは極めて高い状況である。

グローバルでのデジタルダウンロード販売をさらに推進させるために、より販売を後押しするローカライズやマーケティングのサポートが必要。より強力に海外展開を推進するために、官民一体となった御支援体制の御協力をいただきたい。

支援策としては、海外進出へのバックアップ体制の構築、多言語ローカライズや海外マーケティング等への資金支援、あとは韓国のKOCCA、すなわち韓国コンテンツ振興院のようなコンテンツの仕組みについてお願いしたい。

〇松尾委員

コンテンツ産業を活性化し、業界の発展のため、国際的な競争力につなげるために、政府が力を入れ、こうした協議会が設立されたことは大変すばらしい。コンテンツ産業は日本の基幹産業であり、様々な取組をしていくべきだ。

私は人工知能の研究者である。これまで人工知能の技術を長年研究し、その歴史を見てきた。また、検索エンジン、ソーシャルメディアなどの研究もしてきた。そうした観点から意見を述べさせていただく。

基礎資料の中で紹介されていたとおり、Netflixの制作費はキー局４つの制作費を合計したものの５倍である。Netflixが巨額の制作費を持っている背景には、プラットフォーマーのウイナー・テイク・オールの特性がある。Netflixに限らず、Google、Amazon、Facebookなども同じだが、ネット上のサービスの場合、追加の１ユーザーにかかる限界費用は極めて小さく、一旦マーケットを取ってしまえばほかのプレーヤーの追従が非常に難しい。データセンターも規模の経済が効き、過去のコンテンツを蓄積し、サブスクリプションで課金することで安定的に巨額の収益を得ることができる。Netflixの売上高は年間６兆円、純利益も１兆円近くになっている。これを今から逆転することは難しい。

ただ、日本国内の歴史を考えると、映画やドラマ、音楽などのコンテンツをレンタルするビジネスはかなり昔からあった。それをオンラインでレンタルできるようにする、あるいはオンラインで配信することも2000年前後から幾つかの企業では行っていた。決して世界に対して遅れていたということではなかった。ただ、それをグローバルにスケールさせる、あるいはその背景にあるビジネスモデルを見抜いて先手を打って動くことができなかった。小さいと思っていたビジネスモデルが徐々に大きくなり、指数関数的な成長で、気づいたときにはもう手遅れで、結果としては今圧倒的な差を見せられているということではないか。

今、生成AIが出てきて、コンテンツの世界にも影響が出始めている。それをどう使っていくかは個々のクリエイターや組織がどう考えるかであり、言われているほど簡単に何かが取って代わるようなものではないと思っている。ただ、技術の進化は長期的には必ず社会に波及する。こうした生成AIの技術が長期的にどのような構造の変化をもたらすのか、競争力の源泉がどう変わるのか、こうしたことをしっかり考えて、短期的な対策と同時に長期的に先手を打つような動きもつくっていくべきではないか。

特に、ゲーム産業はこれから生成AIによって大きくビジネスの構造が変わる可能性がある。ゲームは、企画・制作からユーザーが購入する、そして、遊ぶところまでほとんどがオンラインで完結しており、ゲーム制作のプロセスも何百回、何千回も繰り返される。生成AIが最も活用しやすい土壌の一つだ。

そうした中で、日本のゲーム産業が競争力を失わないように、あるいはこうした新しい技術を生かして大きく飛躍するにはどうすればよいかをしっかり見抜き、そこに向けた国全体の動きをつくっていくことは大変重要だ。

ぜひ、日本のコンテンツの強さが今後も維持される、あるいは次の時代のプラットフォーマーが日本から出てきて、日本のコンテンツ産業が再び大きく飛躍する、そういった議論になればと思っている。

〇松岡委員

提言というほどではないけれども、私が考えていることを幾つかお伝えする。

せっかくこのような形でコンテンツ産業の御支援を検討していただくのであれば、ぜひコンテンツ産業、映画産業に関する統括的な機関を設置していただき、予算の一元管理、そして戦略的、長期的、継続的な支援をお願いしたい。

翻って、映画業界としては、クリエイターが安心して持続的に働ける環境の整備が必須だと考える。これは既に発足されている映適が中心になって加速化していくことだと思うが、どうしても環境の整備を整えていけば制作費が上がることとなる。高いから映画を作れない、作ったけれども回収ができない、こういった悪循環を回避するためにも、既にいただいている支援をさらに強化して拡充し、もちろん条件がどういうことだとか、期間はどうするか、いろいろな議論はあるかと思うが、制作費に対する支援をお願いできれば。

それから、日本映画を海外で展開するためには様々なやり方がある。東京国際映画祭のレベルアップは既にいろいろな形で支援をいただいているけれども、どうしても各省庁から縦割りでプロジェクトごとにいただくことになるため、単年度で物事を考えなければならない大きな制約がある。他国の映画祭に負けない立派な映画祭にするためにも、量的・質的な支援の強化をお願いしたい。

それから、映画のロケ誘致、規制緩和。某ハリウッド超大作シリーズで主演俳優が日本でどうしても撮りたいと言ったがかなわなかったのは有名な話だが、これはタックスインセンティブが存在しなかったからの１点に尽きる。

映画の制作が日本で行われれば、制作費が日本に落ち、日本のクリエイターたちに雇用が生まれ、その人たちが世界レベルで仕事をすることができる。そして、ロケ地は観光地となる可能性もある。そうしたことも考えながら議論を進めていきたい。

〇村松委員

弊社で展開している音楽・アニメというよりは、経団連のクリエイティブエコノミー委員会の委員長として発言をさせていただく。

昨年４月に委員会より、提言「Entertainment Contents ∞ 2023」を出した。コンテンツ産業政策を強化する必要性を訴えるとともに、そのために必要な施策をまとめた。それから１年余りがたった６月に、コンテンツ産業が基幹産業と位置づけられ、また今日の官民協議会が設立された。提言の中で、戦略的、一元的、長期的にコンテンツに取り組む司令塔機能、官民連携の場の必要性を強く訴え、その我々の提言に国が応えてくれたことに

大変感謝している。

これから何をやるかが肝要。日本の動きはまだまだ遅い。提言を出してから１年以上たっている。お隣の韓国は20年以上前からコンテンツ産業の強化を国策として推進しており、今年の３月と６月にも首相直下の政策として大規模なコンテンツ支援を打ち出している。その規模、スピード、戦略性、具体性は、全て日本のはるか先を行っている。韓国は結果も出してきているが、まだまだ危機感を持って全力を注いでいる。

我々日本のコンテンツは非常に勢いがある。日本のあらゆる産業生産物で、成長率、経済効率、他産業への波及効果等が最も大きく、何といっても世界中の人々が熱狂して楽しんでいる随一の産業がコンテンツだと思っている。

また、我々コンテンツ業界は皆で海外を目指そうという機運が醸成されつつあるため、まさに今がラストチャンスだと思っている。はっきりとした結果を目指す戦略的、一元的な取組をしていく必要がある。

経団連においても、必要な具体的施策を改めてまとめており、人材育成、挑戦支援、DX・AIへの対応、海賊版対策、海外情報収集、ローカライズプロモーション、拠点形成、多様な産業間の連携等、課題は山積みだが、何といってもすばらしいコンテンツ・作品を創り出す、そのための人材を育成する環境を整えることが肝要である。

その意味においても、今回クリエイターの皆さんや表現者の皆さんがこの委員会に出ていただいたのは非常にありがたい。エンタメ界の大谷翔平がつくれるのではないかという夢を描いている。

今回の官民協議会の設立が日本の産業構造変換のきっかけとなったと言われるように、数十年後に、そういえば今の隆盛はまさにあそこから始まったと言われるような、日本発コンテンツのプレゼンスを持続的に拡大していけるような協議会にしていきたい。

〇山崎委員

問題点を今回定義する。先ほど大沢委員も言っておられたけれども、若手が入ってこないというのが非常に大きな問題になっている。

才能があって面白いものを作れる人、どのジャンルでも活躍できるような人は、私たちの感覚ではゲームとか漫画に流れていってしまう。一番大きいのは単純にお金の問題だと思う。いわゆるやりがい搾取というようなものがまだまだ横行している。もしかしたら私も知らず知らずその担い手の一人になってしまっているような気がする。若いうちは情熱で乗り切れたものが、家庭を持とうということになったときに、だんだんこれではさすがに無理だという話になって去っていってしまうというパターンも沢山あり、ネットの情報や、実際にそういうことに興味を持って聞いたときに、そういううわさを聞きつけた若手が、それはさすがに無理だというので違う業界に流れてしまうケースがとても多いようで、現場的には若手が入ってこないというのは非常に大きな問題になっている。

あと、最終的に一番成功したときのイメージが映画産業はあまりよくなく、成功するとこんなところまで行けるというイメージがすごく見えにくい。あまり皆が幸せになってい

ないムードがあるため、そこでも希望が抱けないことが問題。

もう一つ最近考えていることとして、実写の映画業界に特化した話かもしれないが、ばりばりのエンターテインメントの地位がどうしても低い感じがある。批評的にも。映画産業は、まずは経済活動、商業活動でなければいけないと思っているが、アートのほうがすごく問われており、優遇されている。

なぜかということを考えていたが、一番大きいのは映画学校の教育ではないか。もっと言うと、エンタメに特化した学校がない。アート作品のほうを向いている映画学校はたくさんあるけれども、エンタメを扱うという映画学校がない。

アメリカの映画界では、生計を立てたいならUSC、芸術を創りたいならNYUという格言がある。南カリフォルニア大学芸術学部とニューヨーク大学ティッシュ芸術学部という２つの有名な大学があるが、日本はニューヨーク大学をモデルにした場所ばかりつくり、南カリフォルニア大学をモデルにした場所がないというのが現状。

USCをロールモデルにしたエンタメに特化した映画学校若しくは映画を教わる場所をつくり、エンタメということを中心にしていかなければ、この業界はどんどん疲弊していき、皆つらくなってしまうと思うため、そういうものをつくっていけるといい。それは民間だけでは無理であるため、官民が力を合わせてやれるといい。

良質なエンターテインメントコンテンツを輸出するというのは、経済的にも大事なことであるのはもちろん、日本という国をすごくいい国だと思ってもらうことに対して非常にコストパフォーマンスがいい外交だと思う。国のイメージをアップするためにも、そこに国のお金を使うということはそれほど悪いことではないような気がしており、そこに特化するためのこういう会議が開かれていることは本当にありがたい。

幾つかアメリカの人たちと話をしていると、日本のコンテンツというものに対する興味は物すごく強い。一方で、すごく求めている人たちがいる。一方では、それを生み出す力があるという状況の中で、なかなかそこがうまくリンクしておらず、せっかくの機会がどんどん失われているような状況であるので、我々も頑張るし、そこに国の支援がうまくはまるといい。

〇和田委員

株式会社プロダクション・アイジーは独立系アニメーション制作会社で、アニメの企画立案から映像制作までを一貫して行っている。また、弊社含むアニメーション制作会社３社を有する持ち株会社である株式会社ＩＧポートはスタンダード市場へ上場している。

本日は実写映画関係者の方が多いところ、アニメスタジオ、そして、実際にアニメーターほか現場で働くクリエイターを直接雇用している立場として、現場の意見として御提言させていただければと思う。

まずは大きく現状を現場としてどのように感じるかというと、世界的にアニメコンテンツの需要が拡大している市場に対して、品質を守った映像制作・供給が追いつかない構造になっていると強く思っている。アニメーター・演出という作品の品質を担うクリエイタ

ーが慢性的に不足しており、これにより制作期間の長期化、クオリティー維持の困難化が起こっているという状況になっている。

先ほどバンダイナムコフィルムワークスの浅沼委員からもお話があったが、アニメーション制作会社の数は増えているが、そのために、今まではクリエイターの人たちが一つの作品に集まって制作を行っていたところが、今は薄く分散しており、それにより多くの作品が、先ほど申し上げたように、制作体制を構築することが困難になり、クオリティー維持も厳しくなり、制作の長期化が起きている。

このような国内の状況の中で、他の国と地域でも日本アニメと類似した表現技法の映像作品も作られるようになっており、いかにして日本アニメの独自性、オリジナリティーを保つかというところがとても重要な課題である。そのような中で解決すべき大きな課題としては、人材の継続的な育成が挙げられる。そして、制作会社が人材育成に投資できるようになるために、経営体力が必要となる。この点が課題だと考えている。

今、アニメーションの制作は、紙と鉛筆で作っていたところから、基本的にはCGを使い、デジタルソフトを使用しペンタブレットを使って絵を描き、それ以降の工程もデジタル作業で行うということが平準化されている。

今年、弊社として一番大きかったのが、CGやデジタル制作の環境を支えるサーバー増強のための設備投資に億単位の費用がかかったことである。弊社だけではなくどの制作会社も同様の状況になっており、紙と鉛筆で描くようなコスト感と皆様が思われているアニメーション制作イメージとその実態がどんどん変化していっている。

アニメスタジオ自身がしっかりとした経営能力を持って、そして、必要な投資に耐えられるような体力を持たない限り、アニメーション制作を継続的にすることが困難だと考える。

また今年、弊社及び弊社グループ会社制作の作品が幾つか劇場公開されたが、その興行収入の国内、海外の比率をみると、海外興行収入のほうが大きいという状況に直面している。海外の興行収入が大きい状況ではあるが、実際にそのヒットで得られた作品としての収入が制作会社まで還流されているのかというと、自分としてはまだまだその取組に関しては改善すべき点があると思っている。

今、アニメーションはとてもチャンスだと思っているが、そのチャンスを逃さない、長期的なスタジオ運営にしっかり耐え得るような現場をつくりたい。

○村井内閣官房副長官

今日は第１回目の会合ということで、委員の皆様から幅広く大変貴重な御意見をいただいた。

今日の議論を踏まえて岸田総理から取りまとめの発言をいただく。プレスが入室する。

○岸田内閣総理大臣

本日は、新しい資本主義実行計画で閣議決定した、コンテンツ産業官民協議会と映画戦略企画委員会の第１回目を、合同で開催した。各分野を代表する方にお集まりいただき、

熱心な御意見を頂いたこと、心より厚く御礼申し上げる。

コンテンツ産業官民協議会は、コンテンツ産業活性化戦略の推進に当たり、クリエイター・コンテンツ産業に関わる政府の司令塔機能を明確化、体制強化するもの。

クリエイターが安心して持続的に働ける環境の整備に加え、コンテンツ産業の強化の在り方について戦略的な議論を行うとともに、官民で進捗状況について確認しながら、PDCAサイクルを回していくことを予定している。

また、映画戦略企画委員会は、協議会の下で、映画関連のクリエイターが安心して持続的に働ける環境の整備とともに､映画産業の強化に向けた具体的な方策の企画立案を行い、同じくPDCAサイクルを回していくもの。

両会議体とも、我が国を代表する会社の経営者だけでなく、現場で働く映画監督や、クリエイターの方、そして関係省庁が一堂に会し、官民連携で議論する場とする。

映画・アニメ・音楽・ゲーム・マンガなど、日本のコンテンツ産業は、鉄鋼や半導体産業に匹敵する輸出規模があり、その競争力の源泉は、会社と共に、映画監督や制作現場の方といった、クリエイター個人にある。

他方で、コンテンツの制作現場では、労働環境や賃金の支払といった側面で、クリエイターが安心して働ける環境が未整備、という課題がある。

クリエイター・コンテンツ産業に対する一貫的で強力な支援体制を構築するため、クリエイター支援・事業者支援双方を束ね、クリエイター支援基金に統合し、施策の抜本強化を図っていく。

本日、委員の皆様から頂いた意見をしっかりと念頭に置いて進めていくので、コンテンツ産業活性化戦略の早期実行に向けて引き続き御協力いただくよう、よろしくお願い申し上げる。

〇村井内閣官房副長官

第１回の合同会議を終了とさせていただく。