資料2

コンテンツビジネスの海外展開について

2003年12月8日

知的財産戦略本部
コンテンツ専門調査会

Contents

1. 現状

(1) 国内･海外における市場規模の推移
(2) 海外展開の現状
(3) 諸外国の海外展開の状況
(4) コンテンツの有する波及効果

2. 海外展開に向けた課題

3. 海外展開のために講ずべき方策

(1) 海外展開支援の充実
(2) 国内外のイベント等の活用･支援
(3) 海賊版対策
(4) 海外との連携等
(5) 幅広い権利許諾契約の締結

1．現状

（1）国内・海外における市場規模の推移

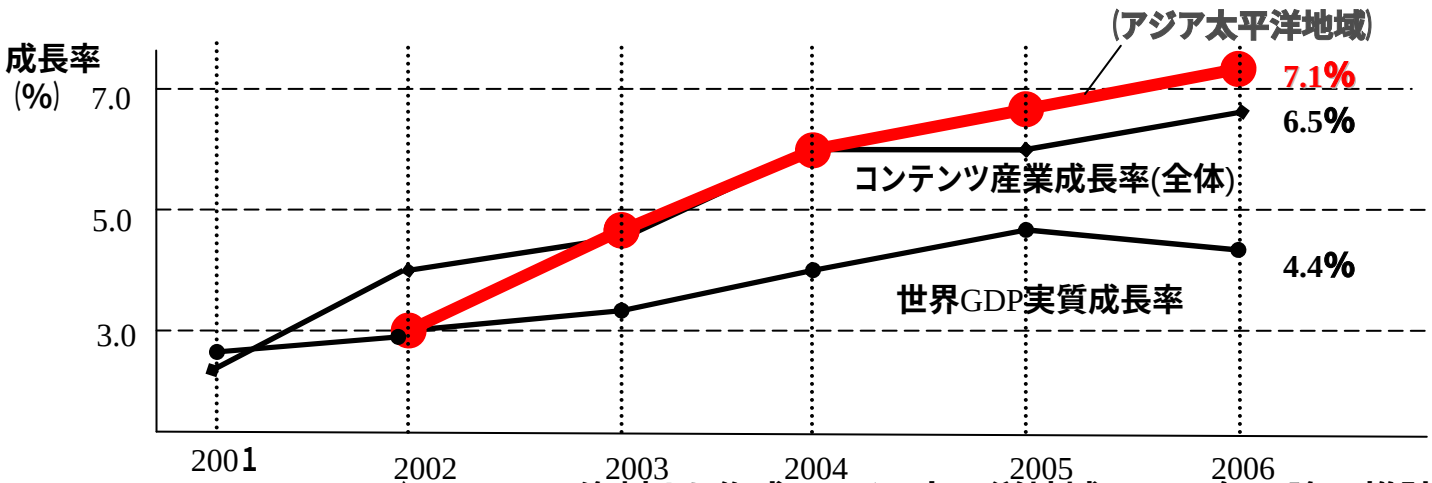
我が国のコンテンツビジネスを今後10年間で2倍程度に引き上げるには、国内市場の拡大のみならず海外へ大きく展開することが不可欠

（1）国内市場規模はここ数年横這い（11兆円前後で推移（微減傾向））

1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
11.7兆円	11．4兆円	11．2兆円	11．2兆円	11．0兆円

（経済産業省調べ）

（2）アジアを中心として海外市場は拡大傾向（高い成長率）



（PWC、IMF資料より作成、アジア太平洋地域は2002年以降の推計のみ）

（3）市場規模に占める海外売上の割合は、日米で差が歴然

2000年：米国→17%、日本→3%　（経済産業省資料他より試算）

（2） 海外展開の現状 ①
我が国コンテンツを活用した海外ビジネス展開の素地はある。

(1) 我が国のコンテンツ(アニメ、ゲーム、映画など) は海外にも通用する高い質を有する

○**アニメ**：世界の放映量の6割が日本製アニメ
「千と千尋の神隠し」（ベルリン、アカデミー賞受賞）をはじめ、
世界で高い評価を得ている

○**ゲーム**：米国市場シェア → ハード9割、ソフト4割を日本製が占める

○**映画・放送**：「リング」「らせん」など一連のホラー映画がアジア圏で人気
ハリウッドを中心に日本映画リメイク権利販売が増加
（ゴジラ、AKIRA、ドラゴンボールなど）
アジア市場で日本のテレビドラマの放映権を販売

(2) アジア地域における日本人気

○哈日族（ハーリーズ）：日本のポップカルチャーを好む若者が台湾を中心に広がる
○中国では、好きなキャラクター上位10位のうち、6つが日本のアニメ・漫画のキャラクター

(3) 韓国の日本大衆文化第4次開放

○CD、ゲームなど、殆どの分野で日本のコンテンツに対する規制が撤廃される見込み

（2）海外展開の現状 ②

諸外国は、積極的に海外展開を図っている。

－諸外国と比較して、我が国の取組は遅れている。－

○米国　海外売上高（2001年）　音楽レコード等　95億ドル（約1兆円）
映画、テレビ番組、ビデオ　150億ドル（約1．7兆円）
→ 著作権産業は、化学産業、自動産業、航空産業を抜いて、アメリカ最大の輸出産業となっている

(Copyright Industries In The U.S. Economy The 2002 Report)

○英国　音楽産業輸出額（1997年）　13億ポンド（約2470億円）
〃　輸入額　7．75億ポンド（約1472億円）
映画産業輸出額（1999年）　6．53億ポンド（約1240億円）
〃　輸入額　2．78億ポンド（約528億円）

→ 5．26億ポンド（約1千億円）の黒字
→ 3．75億ポンド（約712億円）の黒字

(Creative Industries Mapping Document 2001)

○韓国　映画輸出額　1997年　49万ドル（約0．5億円）　→　2001年　1124万ドル（約12億円）
4年で22倍に成長

（『韓国のニッポン逆転戦略』より）

日本（2001年）　○音楽ソフト：輸出額　29億円　輸入額：251億円　→　222億円赤字
○映画：輸出額　108億円　輸入額：910億円　→　802億円赤字

我が国のコンテンツ産業も積極的な海外展開が必要

（3） 諸外国の海外展開の状況

諸外国はコンテンツの海外展開策を明確に打ち出すなど、国を挙げて支援を行っている。

(1) アメリカ：

○「Trade Follows the Film」のスローガンのもと、米国映画を活用した文化輸出、産業輸出を戦略的に展開。
○スペシャル３０１条（知財保護の不十分な国を監視）

(2) イギリス：

○「クールブリタニア」を打ち出し、国家ブランディングを強化
○映画、音楽、ゲームなど各分野ごとの専門グループを政府に設置し、戦略的な輸出振興を図る

(3) フランス：

○国立映画センター（CNC）による映画産業振興政策（国際流通・外国への販促に対する補助等）
○ユニフランスによる国際展開支援（自国映画の海外プロモーション支援）

(4) 韓国：

○文化産業振興基本法（コンテンツ振興のための基金設立）
○ｺﾝﾃﾝﾂｺﾘｱﾋﾞｼﾞｮﾝ２１などによる国家的支援

(5) 台湾：

○「両兆双星産業発展計画」により国家戦略の中核として、デジタルコンテンツ産業を支援

（4） コンテンツの有する波及効果

コンテンツビジネスの海外展開の効果は経済効果にとどまらず他産業や文化など多岐にわたっており、その効用をより積極的に認識した上で活用すべき（「ソフトパワー」の活用）。

(1) 他のメディアへの波及効果

○ポケットモンスター（ゲーム）
→ テレビアニメ、映画、玩具、衣料用品など1兆円の直接効果
海外を含めた波及効果は2．3兆円と試算

(2) 我が国の国家イメージ向上

○クールジャパン：アニメ、ポップミュージックなど「クールな日本のポップカルチャー」を通じ、海外で大きな文化的影響力（D・マックレイ）
○日本の音楽を好む韓国人学生の方が日本に寛容（2002年意識調査）
○アニメ、マンガ、音楽等ポップカルチャーをきっかけとした日本語学習者の増加

(3) ハードへの波及効果（例：ゲームソフトとゲーム機器）

○ファイナルファンタジー → プレイステーション2
○スーパーマリオ → ゲームボーイ

(4) 観光への波及効果

○映画「ラブレター」（岩井俊二監督）が韓国、台湾でヒット
→ ロケ地（小樽・函館）にアジアからの宿泊客が増加（2年で約3倍）

2．海外展開に向けた課題

海外展開に向けた課題は複合的に絡み合っており、企業自身の取り組みとあわせ、政府としても適切な方策が求められている。

主な課題

○海外展開のための政府･民間団体の拠点や相手国政府との交渉などの取組が不十分。

○国内外の映画祭などを通じたアピールの機会が少なく、情報発信手段への支援が不十分。

○海賊版の横行を有効に防げず、我が国正規品の流通が阻害。

○他の産業（ハード）や分野との連携不足。

○海外展開向けの明確な契約ルールなし。　　など

3．海外展開のために講ずべき方策

（1）海外展開支援の充実①

我が国コンテンツビジネスの海外展開のためには、企業の積極的な事業展開とともに、海外拠点の整備や相手国政府との交渉など政府のサポートも求められている。

海外展開の支援

我が国コンテンツ事業者が中国、アメリカなどの海外市場に展開するために、事業者の努力の他に、政府としても以下の機関におけるサポート体制の構築が必要。

○**大使館**：①市場開拓のための政府レベルの支援
②「知的財産権保護相談窓口」を設置し、ビジネス界の声を常に本国各機関へフィードバックする仕組みの整備

○**JETRO**：①相手国の市場特性や文化的差異、法制度、商慣行、事業展開成功事例・失敗事例などの情報の収集及び提供(例：中国の映画輸入本数制限など)
②見本市など商品展示・PRの機会を設定

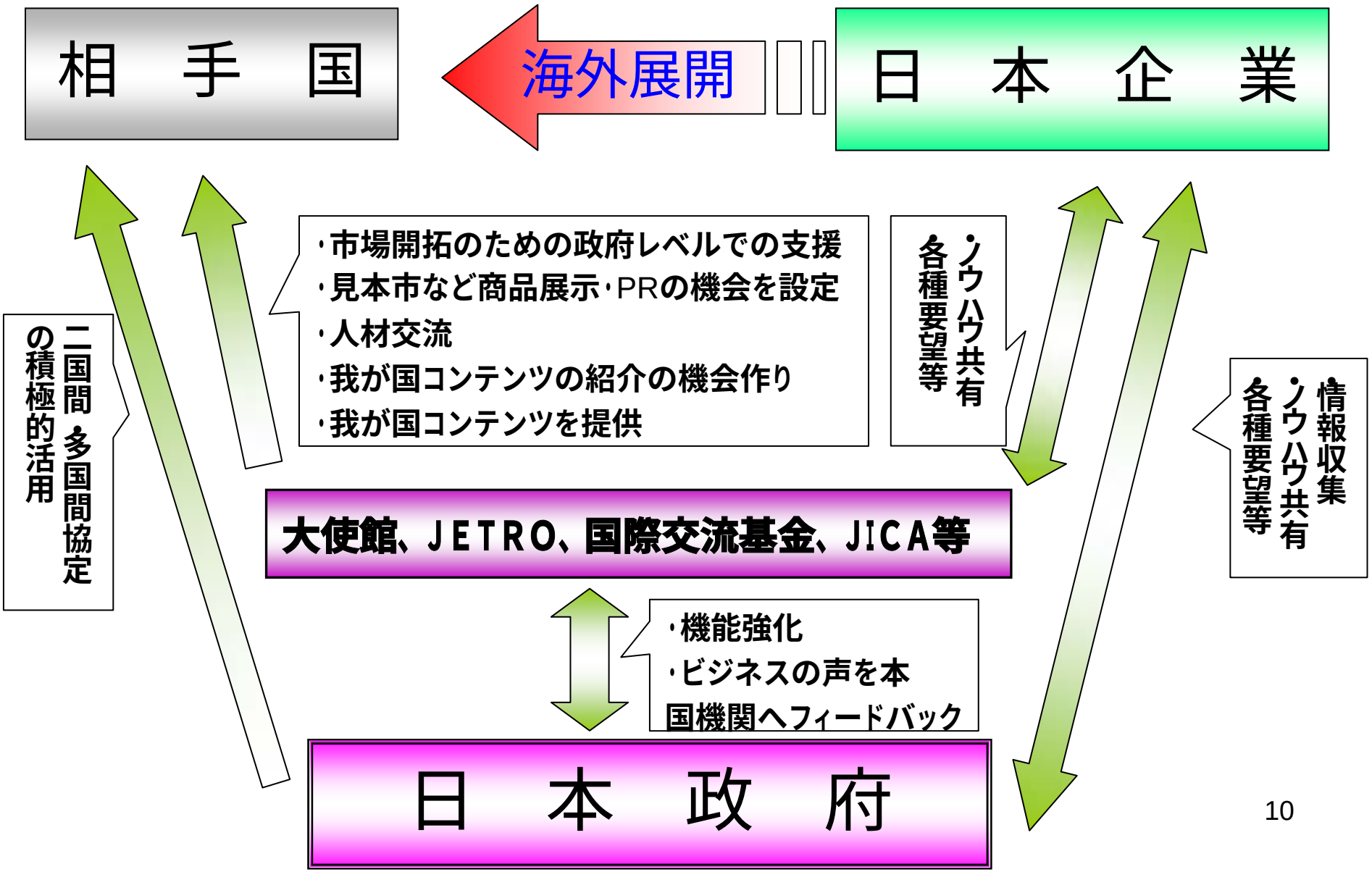
○**国際交流基金**：文化交流の側面から人材交流、我が国コンテンツの当該国での紹介の機会作りなどのサポート。

○**その他**：既存の我が国コンテンツの海外への提供を支援することにより、アジアをはじめとする海外諸国の日本への理解を高め、我が国産業・文化への波及的効果を得る。
(例：「おしん」のアジアへの展開支援（放送番組交流促進事業（総務省）により50数カ国)

二国間・多国間協定等の積極的活用

親子会社の利益移転に係る二重課税を解消する為の租税条約の締結・改定やＡＰＥＣ等の活用

（1）海外展開支援の充実②
(参考) 海外展開支援の充実



（2）国内外のイベント等の活用・支援

我が国発のコンテンツの世界への浸透を図るには、我が国からの積極的な情報発信が必要

海外イベント（映画祭・見本市・芸術祭等）への積極的参加支援

カンヌ、ベルリン映画祭などへの我が国作品の出品支援、日本ブース設置などを通じ、新たに生み出されるコンテンツについて産業・文化両面からの海外発信を促す。

国内イベントへの支援

○東京コンテンツマーケット、東京国際映画祭などについて、我が国映像コンテンツ発信のための拠点としての制作的意義を明確化し、その機能強化・活性化を図る（例：海外バイヤーの招聘、取引市場の創設など）

○地域の映画祭や芸術祭の現状把握、活性化を図り、国内におけるコンテンツ発信の芽を拾い上げる。

（3） 海賊版対策①

我が国コンテンツが海外市場で正当に流通する重要な前提として、官民挙げてニセモノ一掃に取り組むべき。

▼大使館、ＪＥＴＲＯの積極的活動

・現地調査や個別具体的な執行事件へのサポート、法曹関係者などの専門家の紹介を行う。
・当該国の取り締まり当局（警察・税関）や行政当局（例：中国版権局）との取り締まり情報や行政情報の交換を積極的に行う。
・相手国への申し入れ、仲介、交渉を行う。

▼キャパシティービルディング（能力構築）の積極化

アジア諸国の行政担当者に対して、我が国政府担当者からセミナーを行うなどして海賊版対策能力の向上を図るとともに、これまでの能力構築支援策の効率化を図る。(例：警察庁、財務省、文科省、経産省などの能力構築支援策)

▼多国間、二国間協議を通じた障害除去の取り組み

・ＷＴＯ、ＷＩＰＯ、ＡＰＥＣなどのマルチの場だけでなく、ＦＴＡ、定期協議、ＯＤＡなどの二国間の場でもエンフォースメントへの圧力を強化していく。(例：ＦＴＡに知財条項盛り込み、次官級の二国間協議)
・ＩＣＰＯなどの取締りに関する国際機関への参加や当該国取締当局との相互支援の強化を通じて、海賊版に関する情報を積極的に入手し取締りにあたる。

▼ＷＴＯ紛争処理システムの有効活用

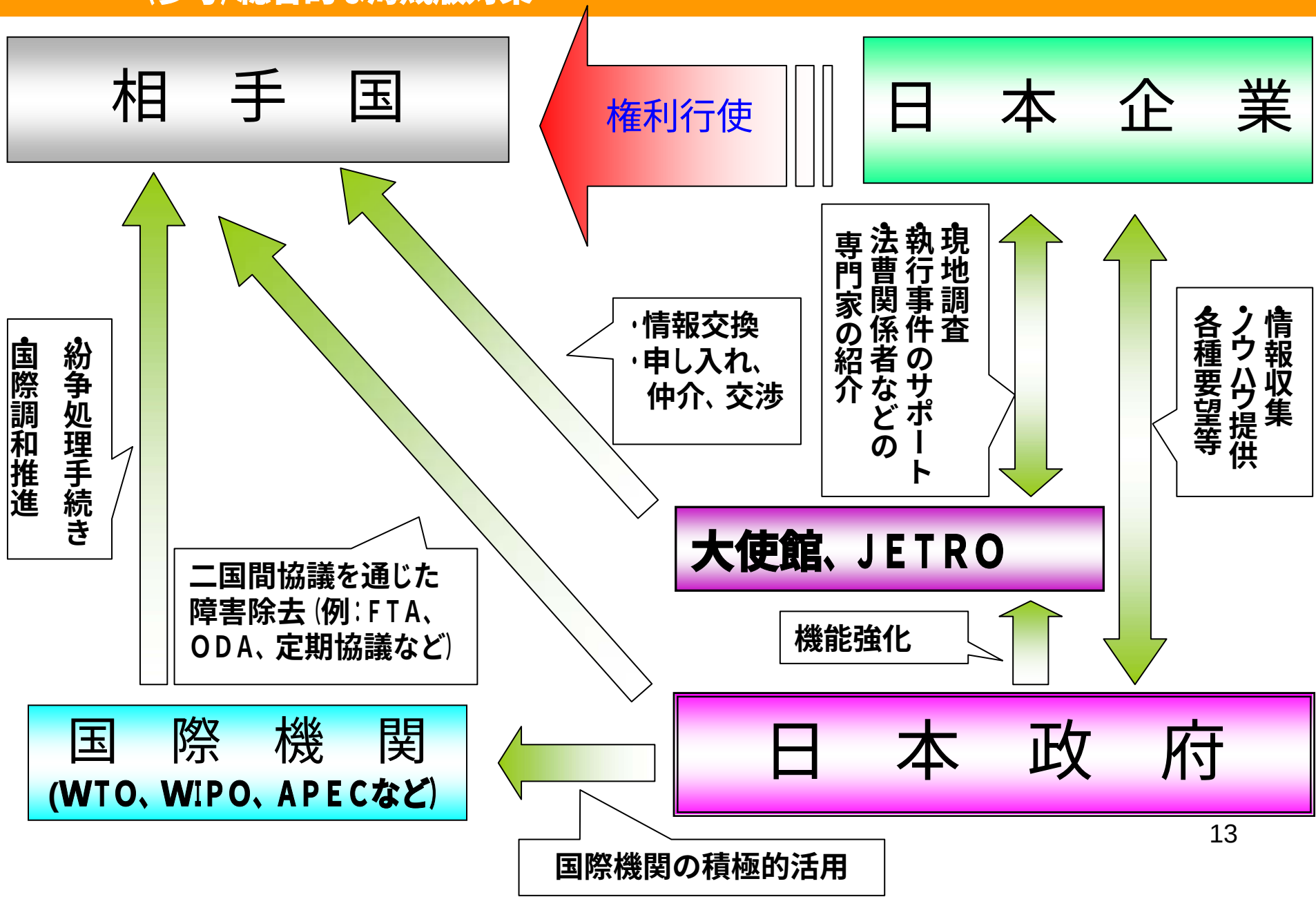
我が国産業界のニーズを踏まえ、アジア市場に貿易障害的な制度・慣行が存在すると認識した場合、ＷＴＯパネル設置要求や第三国参加などを積極的に行い障害除去の努力を行う。

▼不正還流対策

海外の物価水準に合わせた商業用レコードが国内に還流することに対応するための方策を設ける。

（3） 海賊版対策②

(参考) 総合的な海賊版対策



（4） 海外との連携等

海外展開のためには、海外で受け入れられるコンテンツを作ることも重要な要素であり、企業の積極的な取り組みと政府の必要な支援が求められる。

海外との連携

海外展開する国でのスムーズな展開を念頭に置き、海外のクリエーターや海外アーティストの参加の促進が必要。（例：アジア出身の俳優起用）

展開先の言語への対応

中小企業の海外進出に向けて、日本語コンテンツを現地言語に対応させるための字幕・吹替作成などの支援を行うことが必要。

（5） 幅広い権利許諾契約の締結

コンテンツの企画・制作段階から海外展開を見据えた対応をとることが必要。

幅広い権利許諾契約の締結

海外展開のためのコンテンツの二次利用を行う際、国内展開とは別の許諾を実演家などの権利者に改めて求め商機を逃すこととならないよう、制作の段階から幅広く権利許諾を受けることが必要。