

# コンテンツ戦略ワーキンググループ向け資料

株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント 取締役 CFO&CSO 永田英彦

## ◆ 政府と民間の連携で、世界市場で戦える体制に！

### ① 基幹産業としてさらなる戦略の推進

- ・（資源を持たない日本においては）人間の想像力と創造力、すなわち**コンテンツこそが最大の資源ではないか**。
- ・コンテンツはわが国の稼ぐ力の源となっているが、他産業への経済波及効果やブランド力向上等も考慮すると、未だその潜在力を十分には発揮できていません。
- ・GAFAM等の巨大成長企業に対抗できるとすればコンテンツ産業ではないか。

### ② 司令塔機能の強化に向けて

- ・コンテンツ産業支援に特化した組織（「**コンテンツ産業振興院（仮）**」）の**設立が必須**。
- ・本コンテンツ戦略や、経済産業省「エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会」等で示された具体的なアクションプランを実行する上では、韓国のコンテンツ振興院（KOCCA）に類するコンテンツ産業特化の支援実行組織が極めて効果的。

### ③ 演奏権・伝達権の創設

- ・著作権分科会で前向きな取り纏めが出たことは心強く、今後のさらなる本格的な議論を期待。

### ④ コンテンツ産業関連予算の大幅拡充

- ・国として支援を加速する韓国等と海外市場で競争するためには、日本でも大規模な海外展開支援策等が必要で、海外売上20兆円の実現に向けて、関係省庁のコンテンツ産業関連予算の大幅拡充が必要。
- ・その際に「**文化芸術の維持・継承**」と「**エンタメ・コンテンツ産業の振興**」を**明確に区別**し、その特性や規模に応じた支援内容をご検討いただきたい。
- ・また、制作費の税控除等の**税制優遇（タックス・インセンティブ）**策や、円滑な資金調達に向けて、官民連携のもとでの「**コンテンツ投資ファンド**」設立することもご検討いただきたい