

「知的財産推進計画 2011」骨子に盛り込むべき事項(案)

～コンテンツ強化関連部分～

※ これまでの議論や各方面からの意見を踏まえ、事務局で討議用として整理したものの。目標や施策例は、あくまでも討議のための具体的イメージとして掲載。「知的財産推進計画 2011」骨子に盛り込むべき事項として、「知的財産推進計画 2010」に新たに追加すべき或いは深堀すべきと考えられるものを取り上げている。

[情勢認識]

○グローバル・ネットワークの進展は、コンテンツ分野にも大きな変革をもたらし、ひいては経済社会全体に変革をもたらしつつある。

具体的には、グローバルなネットビジネスが本格化し、また、プラットフォームの覇権を巡る競争など、コンテンツビジネスに係る世界的な競争が激化している。さらには、クラウド型サービスの登場、過去の知的資産のデジタル化・アーカイブ化、海賊版のグローバルな流通をはじめとして、新たな動きが起こっている。これらに迅速かつ戦略的に対応した国でなければ今後の世界経済をリードできない。これらの動きは極めて急速に進展していることから、迅速かつ戦略的に取り組んでいく必要がある。

○また、グローバルな競争を勝ち抜く上で、いわゆる「クールジャパン」は、我が国の重要な知的財産である。その魅力を高め、特に伸長著しいアジアをはじめとした海外に対して総合的に展開するとともに、観光客を誘引し、国内経済の活性化につなげることで、我が国経済成長の大きな原動力となりうるものである。このため、政府を挙げてクールジャパンを総合的に推進することが必要である。

○一方、我が国のコンテンツ人材を取り巻く環境は、収入減や制作機会の減少をはじめとして引き続き厳しい状況にあり、創造の基盤が揺らいでいる。今後の海外展開やネットビジネスの成否が我が国の経済成長を大きく左右する可能性があることを考えれば、デジタル化・ネットワーク化の進展に対応した創造基盤の強化や、クールジャパンの海外展開に必要な人材強化は、緊急の課題である。

- 以上を踏まえ、昨年の「知的財産推進計画 2010」を着実に実行するとともに、デジタル化・ネットワーク化への対応強化、クールジャパンの推進、これらに必要な人材育成の強化について、さらなる戦略的展開を行う必要がある。

1. デジタル・ネットワーク社会の先端を切り拓く国となる

【情勢認識】

- グローバル・ネットワーク時代の到来が、経済社会に多様な変革をもたらし、ビジネスのみならず、消費者の行動をも大きく変えつつある。
- こうした中で、使いやすい電子端末やネット接続型テレビ(スマートテレビ)をはじめとした様々な機器の登場を契機としてグローバルなネット上のコンテンツビジネスが急速に進展している。これらのサービスは様々なジャンルやメディアを超えたコンテンツの融合をも促すとともに、消費者が簡単に利用できることで、ビジネスのみならず教育といった様々な分野に波及し、経済・社会の在り方に大きな影響を与える可能性がある。
- こうした背景の下、グローバルなメガプラットフォームを目指し、コンテンツの流通プラットフォーム間の国際競争が開始されており、これらの勝者がコンテンツを核としたデジタル・ネットワークサービスをリードする蓋然性が高い。我が国にとっては海外飛躍の大きなチャンスである。一方、特に既存のメディア産業にとってはまさに生き残りの「正念場」を迎えている。
- また、知のインフラを支える書籍の電子配信が進展し、過去の知的資産をデジタル化して集積・活用するビジネスチャンスの可能性が広がった結果、各国による知的資産のデジタル化の動きが加速化している。さらにクラウド型のコンテンツサービスをはじめとした新たなサービスが登場するとともに、正規配信を阻害するグローバルなネット上での海賊版の流通が問題化している。
- 翻って、我が国の対応は総じて遅れており、既存コンテンツのデジタル化・ネットワーク化のみならず、新しいデジタルコンテンツを産み出すための基盤整備も含めた戦略的展開が急務となっている。デジタル化・ネットワーク化のグローバルな進展の時代にあっては、国内均衡的な解決だけでは、海外に拠点やサーバーの所在が移るのみであり、我が国が世界に先駆けて取り組む姿勢が重要である。これらの動きは急速に進展していることから、迅速に取り組んでいく必要がある。

○具体的には、国立国会図書館の過去の知的資産の活用も含め、電子書籍の促進、コンテンツのクラウドサービス促進に向けての環境整備やグローバルなネット上の海賊版対策の強化を図っていくことが重要である。

【成果イメージ】（2020年）

○デジタル・ネットコンテンツビジネス（新規ビジネス含む）の市場規模：

約1.4兆円（2008年） → 約7兆円（2020年）

（以上の成果イメージは知的財産推進計画2010を踏襲）

【目標指標】（2020年）

○書籍、放送番組の8割程度が電子媒体でも配信される。

○プラットフォーム間の健全な競争が確保される。

○定点観測による著作権侵害コンテンツの流通量を8割程度減少させる。

○ネット上での日本のコンテンツのグローバル配信ビジネスが確立し、売上が1000億円を超える。

（以上の目標指標は知的財産推進計画2010を踏襲）

（イ）電子書籍をはじめとするコンテンツの電子配信を更に促進するとともに、我が国の過去の知的資産をデジタル化・ネットワーク化して活用する。

【情勢認識】

○コンテンツビジネスのデジタル化・ネットワーク化の進展に伴い、様々なコンテンツを総合的に提供するグローバルな流通プラットフォームが重要性を増している。

○こうした中、書籍の電子配信が急速に進展し、これを活用した電子教材の推進によって、知のインフラを更に強化していくことが期待される。一方、コンテンツ数を含めて対応は途上であり、グローバルな流通プラットフォームに席卷されかねない状況にある。

○また、過去の知的資産をデジタル化して集積・活用するビジネスチャンスが広がり、米国の事業者による各国書籍のデジタル

化や欧州図書館によるデジタルアーカイブ化など知的資産のデジタル化が加速化している。我が国として、コンテンツのアーカイブ促進が必要である。

【施策例】

(電子書籍の普及加速化)

- ・電子出版に関し、出版社に対する権利付与の是非の検討も含め、著作者と出版者間の契約を促進する環境を整備する。(短期)
- ・様々な端末・流通プラットフォームで電子書籍が利用可能となるよう、日本語の縦書きやルビに対応した、中間ファイル・フォーマットを策定し、その普及を図るとともに、中小企業の対応を支援する。(短期)
- ・デファクト標準となっている最終フォーマットについて、漢字文化圏である中国・韓国も含めた各国と連携して、縦書・ルビ対応を始めとした日本語対応を可能とする。(短期)

(電子書籍の活用促進)

- ・電子教材の導入を促進し、実証実験の結果を踏まえ、教材開発や指導方法の策定を推進する。(短期・中期)

(過去の知的資産のデジタル化・ネットワーク化)

- ・我が国の知的インフラ整備の観点から、国立国会図書館が有する過去の紙媒体の出版物のデジタルアーカイブの活用を推進する。具体的には、民業圧迫を避けつつ、公立図書館による館内閲覧や、インターネットを通じた外部への提供を図るため、関係者の合意による適切なルール設定といった環境整備を図る。(短期)
- ・電子書籍として市場で配信されたものは館内閲覧に限るといった適切なルール設定を含め、国立国会図書館への電子納本を可能にする環境整備を図る。(短期)
- ・NHKの過去の放送番組資産の活用を進めるため、インターネットを通じた放送番組の二次利用について、NHKに対して課された独立採算性要件の緩和を含め、NHKアーカイブスに所蔵される番組資産活用のための環境整備を図る。また、民間放送事業者の放送番組のアーカイブ事業の拡充のため

の環境整備を進める。(短期)

- ・マンガ、アニメ、映画といった様々なコンテンツのアーカイブ化を促進するため、各アーカイブをネットワーク化し、一元的にアクセス可能なポータルサイトを整備するとともに、各機関でのアーカイブ充実のための環境整備を図る。また、アジアをはじめとしたアーカイブとのネットワーク化の連携も推進する。(短期・中期)
- ・アーカイブ促進のため、一定期間を経過し、著作権不明者が多い過去の著作物に関し、一層円滑な権利処理の環境整備を図る。(短期)

(ロ) デジタル化・ネットワーク化の推進を支える基盤を戦略的に整備する。

【情勢認識】

- デジタル化・ネットワーク化の進展に伴い、コンテンツを巡る新たな動きが急速に進展している。
- 様々な携帯機器やネット接続型スマートテレビの登場を背景に、いつでもどこでも購入したコンテンツをサーバー経由で利用できるクラウド型コンテンツサービスが登場しており、普及が見込まれている。
- また、様々なコンテンツを対象とするグローバルな流通プラットフォームが進展している。我が国では携帯電話での自己完結型プラットフォームが独自の発展を遂げてきた。スマートフォンの急速な普及によってグローバルな流通プラットフォームとの大競争に呑みこまれつつある。さらには、ネット接続型スマートテレビの普及によってネットと従来のメディアの垣根も崩れ、放送番組も含め、グローバルな流通プラットフォームとの激しい競争が展開されていく。
- 加えて、新たな表現メディアである3D映像の機器が発売され、今後の我が国のコンテンツ産業にとって新たな魅力を提供できるチャンスが増大している。しかし、現状では、コンテンツの供給が不足しており、急速な普及にはつながっていない。

【施策例】

(クラウド型配信の促進)

- ・コンテンツのクラウド型配信を促進するため、権利処理の円滑化を図るとともに、著作権制度上の課題について整理し、必要な措置を講ずる。(短期)

(流通プラットフォームの競争環境整備)

- ・コンテンツの流通プラットフォームの影響力が高まる場合に生じる課題や懸念を踏まえ、コンテンツの流通プラットフォームやコンテンツを製作・供給する企業との間の望ましい競争環境について検討を行い、速やかに結論を得る。(短期)

(3D映像の促進)

- ・放送における3D映像の安全基準策定を進めるとともに、NHKをはじめとした放送番組の3D放送が促進されるよう環境を整備する。(短期)

(ハ) グローバルな著作権侵害への対応を強化する。

【情勢認識】

- デジタル化・ネットワーク化の進展によって、著作権侵害コンテンツがインターネットを通じてグローバルに大量流通している。例えば、人気が高い我が国のアニメやマンガは国内公表後直ちに各国語の翻訳付で大量に海外サーバーで流通している。また、グローバルな流通プラットフォームにおいても、我が国の著名書籍をはじめとする著作権侵害コンテンツが多数流通し、販売されている。こうした動きは、我が国のコンテンツがグローバル展開を通じた発展を目指す上で、大きな障害となる。日本国内の利用者を専ら念頭に置いた著作権侵害コンテンツも、国内サーバーではなく、海外の投稿サイト・掲示板やサーバーを利用することも少なくない。
- このように海外の事業者が関与する場合には、法執行面の制約に加え、権利情報が共有されないことから、削除要請をしても実行までのハードルが高く、十分な対抗措置をとることが困難である。これまでの国内対策に加え、グローバルなインターネ

ット上の著作権侵害対策を強化する必要がある。

【施策例】

(インターネット上の著作権侵害の抑止)

- ・インターネット上でグローバルに流通する著作権侵害コンテンツの抑止の観点から、国際的な権利情報共有の仕組みや司法管轄の整理といった課題について、国際的な枠組における検討を進める。(短期)
- ・著作権侵害が特に著しい海外違法サイトに関し、民間事業者の自主的な措置も含め、海外における著作権侵害に関する総合的な方策を検討し、速やかに結論を得る。(短期)
- ・海外におけるインターネット上の著作権侵害コンテンツ対策を効果的に行うため、国際知的財産保護フォーラム(IIPPF)による官民合同ミッションを活用するとともに、民間企業による社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA)の活用を促進する。(短期)

2. クールジャパンを推進する

【情勢認識】

- グローバル・ネットワーク時代を迎え、世界的な情報共有の加速化も背景として、これまで地域性が高いと捉えられていた文化的な要素を有するコンテンツ、モノ、サービスについてもグローバルな競争が始まっている。
- 「クールジャパン」(素敵な日本)という言葉に包括される地域の特性を活かしたコンテンツ、ファッション、食、工芸品、観光といった日本の潜在的な知的資産にとって、グローバル競争は絶好のチャンスであり、我が国の新たな経済成長の原動力となることが期待されている。特に、アジア諸国をはじめとしたグローバル市場は大きな可能性を有している。また、クールジャパンは、いわゆるソフトパワーとして、我が国全体のイメージを高め、その他の産業に対する波及効果も期待される。
- 我が国の歴史・文化によってこれまで培われた美意識や創意工夫に基づくクールジャパンは、世界に十分に通用する「知的資産」であり、十二分に国際的な競争力を有している。戦後日本の心の自由さは、才能溢れるクリエイターたちの自由な発想と創造の原点として、その強みを支えてきた。一見乱雑に見える原宿・渋谷の若者ファッションもアジアや世界の若者を惹き付けている。
- 一方、グローバル競争に勝ち抜くためには、これまでの知的資産としての価値を生かしながら、海外に通用する価値を新たに創造し、それを国際的なビジネス展開につなげていくことが求められる。これまでは、こうした知的資産を持ちながらも、地域に深く根差していることから国内志向が強く、海外においてはその魅力を十分に発揮できていなかった。クールジャパンの魅力を高め、特に伸長著しいアジアをはじめとするグローバル市場に対して総合的に展開するとともに、日本に関心を持つ観光客やビジネス客を引き寄せ、それに伴う内需増大による国内経済の活性化につなげていくことが重要である。
- このためには、海外に通用するクールジャパンについて、地域の中に埋もれている状態から発掘し、又は新たに創造し、グロ

ーバルに発信し、一過的なイベントに終わることなく、日本に呼び込み、人気を拡大させていく好循環を形成していくことが肝要である。このために必要な施策を総合的に展開する。

○特にコンテンツについては、知的財産推進計画2010において、海外展開にあたり、国際共同製作の促進、コンテンツ特区をはじめとして、海外から人や海外企業を呼び込んでいく視点による施策を盛り込んだ。

○また、海外展開の障害を取り除く観点から、コンテンツに関する諸外国の規制緩和・撤廃、ACTA（模倣品・海賊版拡散防止条約（仮称））の締結・加盟国拡大やアクセスコントロール回避規制の強化をはじめとした著作権侵害対策の強化も盛り込んでいる。

○これらの継続した取組を強化するとともに、その他の分野との相乗効果を高めた施策を展開する。

【成果イメージ】（2020年）

○我が国が獲得する海外市場合計額：

約3.2兆円（2009年） → 約13兆円（2020年）

○訪日外国人の国内消費額を含めた獲得市場合計額：

約4.5兆円（2009年） → 約17兆円（2020年）

【目標指標】（2020年）

○グローバルに展開可能な新たなクールジャパンが連鎖的に創出される。

○アジア市場において、我が国コンテンツを核として、新たに年間1兆円の収入を獲得する。（*）

○年間の訪日外国人観光客2500万人を達成する。

○我が国の国際見本市への外国人来訪者数30万人を達成する。

○諸外国におけるコンテンツ規制の解禁・緩和を実現する。

（以上のうち、*）の目標指標は知的財産推進計画2010を踏襲）

(イ) グローバルに訴求できるクールジャパンの発掘・創造を促進する。

【情勢認識】

- クールジャパンは、次第に人口に^{かいしや}膾炙しつつある。具体的には、これまではゲーム・漫画・アニメなどのポップカルチャーを中心とされてきたが、自動車・オートバイ・電気機器などの日本製品、料理・武道などの伝統文化などを対象として拡大している。日本に関するあらゆる事物が対象とされる。
- しかし、日本人が想定するクールジャパンと実際に外国人が感じるクールジャパンにはギャップが存在している。このため、事前にクールジャパンの範囲を明確に定義し、その範囲内に努力を留めてしまうのは必ずしも適切ではない。何が真にクールジャパンなのかを、試行錯誤の中で、積極的に発掘・創造し、演繹的にクールジャパンを確立し、更にそのフロンティアを拡大していくことが重要である。
- グローバル・ネットワーク時代には、コピーできない固有のアイデンティティこそが異国人の目にクールに映る。我が国独自の文化、伝統、ライフスタイルに深く根ざしたものや、日本人独特のこだわりや丁寧さに基づくもの、「軽薄短小」を得意技とする省エネ・省資源型の先端技術、自由な心に育つクリエイティブなコンテンツなど、日本人にとって「当たり前」のものの中にこそ、真のクールジャパンが潜んでいる。
- そこに大きな可能性がある。
- すなわち、「当たり前」とされ、海外の視線を意識することなく日本各地に「埋もれていたもの」を発掘・創造し、グローバルに訴求するようアレンジしながらビジネス展開につなげていくことが重要である。こうした発掘・創造の仕組みを戦略的に構築していかなければならない。また、各々の魅力は受け手により異なることから、各国の市場構造やクールジャパンの内容に応じて戦略的かつ機動的に展開していくことが重要である。

【施策例】

(クールジャパン大賞の創設)

- ・外国人から見てグローバルに通用する「クールジャパン」関連の作品、産品、食などを表彰するなど、新たなクールジャパンを発掘し、積極的なグローバル展開を支援する。(短期)

(映像を通じた発掘・創造)

- ・多様な地域・人々の魅力や3Dをはじめとする高い技術力を活かした映像コンテンツを製作し、グローバルに発信する。(短期)
- ・国際共同製作に対する支援を拡充し、アジア諸国をはじめとする諸外国との国際共同製作協定を締結する。(短期)

(対象国のニーズに即した展開戦略の策定)

- ・コンテンツ、ファッション、食、観光分野を効果的に組み合わせ、各国のニーズに基づくグローバルな展開戦略を策定し、推進する。(短期)

(ロ) クールジャパンをグローバルに発信する。

【情勢認識】

○クールジャパンをグローバルに広めるためには、戦略的な情報発信が不可欠であることは論を俟たない。単独の作品やモノやサービスだけではなく、様々なアイテムの有機的な組合せによって、効果的に発信していかねばならない。例えば、映画・ドラマ番組とファッション、食、ライフスタイルなど各地方で独特な魅力を伝え、一体的に発信する取組が考えられる。また、発信をビジネスにつなげていくことが重要である。このためには、国内外でのイベントにおける発信を強化するとともに、様々な発信の仕組みを強化することが重要である。訪日外国人は、クールジャパンの潜在的な愛好者でもある。観光客のみならずビジネス客を含む新たな「おもてなし」のアプローチが重要となる。加えて、ラスベガスが今やカジノよりも大きな需要を大規模見本市の集客を通じて創出していることも参考となる。

【施策例】

（情報発信の強化）

- ・コフェスタ、メディア芸術祭、各種見本市をはじめとした国内でのイベントに関し、海外からの出展の強化や国際化を進める。（短期）
- ・ロンドンオリンピックや二国間の周年事業（例、「日米桜寄贈 100 周年事業」）に代表される国際的イベントを活用し、関係府省が一致協力してクールジャパンを発信する仕組みを確立する。また、地方自治体とも連携して地域に埋もれたクールジャパンを発信する仕組みを確立する。（短期）

（ポータルサイトの整備・充実）

- ・イメージ戦略の一環として、クールジャパンに関するポータルサイトによる多言語発信の強化や、ロゴマークの作成を含む統一的なイメージによる発信を行う。（短期）

（映像や放送の展開）

- ・放送番組の海外展開を促進するため、権利処理を円滑に行うための環境整備を図る。（短期）
- ・クールジャパンに関する国際放送を強化する。（短期）

（国際線での情報提供）

- ・我が国発着の国際航空路線へのクールジャパンに関する映像の提供を進める。（短期）

（クールジャパンの日常化）

- ・影響力が大きい映画・ドラマ・ゲームを活用し、作品中にファッションや食といったクールジャパンを登場させる民間の取組を促す。（短期）

（国際見本市の活性化と情報発信）

- ・日本で行われる各種の国際見本市は、グローバルに情報発信する優れた場であるとともに、経済活性化につながるビジネス客を引き寄せる有効なツールである。宿泊や会議に伴う消費にとどまらず、各地のクールな観光資源とのシナジーを強めつつ、国際見本市の活性化を支援していく。（短期・中期）

(ハ) クールジャパンの人気を拡大させる。

【情勢認識】

○クールジャパンを発信した後、それを一過性のものに終わらせないためには、その人気をさらに拡大させていくことが必要である。このためには、熱心なリピーター層を形成することで、クールジャパンの人気を高めつつ、訪日外国人客の旺盛な国内消費を通じた内需拡大につなげていくことが重要である。また、特に影響力が大きく、中核となり得るオピニオンリーダー的な外国人の「ファン」の一群を創り、クールジャパン人気を連鎖的に拡大していく仕組みを構築していく必要がある。

【施策例】

(クールジャパン愛好者・リピーターの拡大)

- ・我が国の魅力を理解する観光客、ビジネス客が増加するよう、ファッション、食、映画、アニメ、グリーンツーリズムや国際見本市との連動を含む多面的な旅行商品の開発を支援する。(短期)

(情報リーダー招聘)

- ・海外プレス、著名ブロガー、クリエイターを招き、クールジャパン人気を拡大する。(短期)

(地理的表示保護制度の導入検討)

- ・高品質な我が国の農林水産物や食品について、そのブランドイメージを保護し、その輸出促進を図るため、農林水産物・食品に係る地理的表示 (Geographical Indications、GI) の保護制度の導入に向けた検討を行い、結論を得る。(短期)

(ACTA (模倣品・海賊版拡散防止条約 (仮称)) の加入促進)

- ・日本ブランドの価値を守るため、アジア地域をはじめとする新興国に対し、模倣品・海賊版を防止する国際的枠組みへの参加を促す。(短期)

(二) クールジャパンのグローバル展開のための障害を取り除き、
基盤整備を行う。

【情勢認識】

○クールジャパンのグローバル展開を進めるに当たり、分野によって諸外国の規制が障害となる場合がある。例えば、コンテンツについては従来から、一部の国で数量規制などが引き続き存在しており、国としての取組が不可欠である。また、海外における推進体制では、クールジャパンに関する民間の取組をサポートする日本国大使館・領事館を筆頭に関係行政機関の間の有機的連携体制を強め、支援機能を強化していくことが重要である。

【施策例】

(諸外国の規制の緩和・撤廃)

- ・アジア市場などにおけるコンテンツや食に関する規制の緩和・撤廃を強く働きかけ、実現する。(中期)

(官民連携体制の強化)

- ・現地ニーズに根差した海外展開を促進するため、在外において現地関係機関や民間が連携した「クールジャパン支援タスクフォース(仮称)」を創設する。(短期)

(インフラをはじめとした環境整備)

- ・クールジャパン関連製品・製品の輸出に必要な検査施設や国際会議・展示場など、クールジャパン推進に必要な施設の整備を図る。(中期)

3. 基盤となる人材育成を加速する

【情勢認識】

- 特にコンテンツ人材を取り巻く環境は、例えば映像分野における製作費の減少傾向をはじめとして、依然として厳しい状況にある。
- 一方で、コンテンツのグローバルなネットビジネスの進展、インターネット上での作品の公表・共有の機会の進展、クールジャパンの推進は、大きな機会となり得るものである。
- 知的財産推進計画2010では、国内における機会創出、海外から人材を呼び込みつつ世界に通用する人材の育成、クリエイターの裾野の拡大やユーザーによる創造活動の促進を中心に施策を展開したところである。
- これらに加え、デジタル化・ネットワーク化の進展に対応した創造活動の基盤強化をさらに図るとともに、クールジャパンの海外展開の強化の観点から、ビジネス・プロデューサーの育成強化を図ることが必要である。

【成果イメージ】（2020年）
（検討中）

【目標指標】
（検討中）

（イ）デジタル化・ネットワーク化に対応した創作基盤を強化する。

【情勢認識】

- デジタル化・ネットワーク化が進展する中、既存のコンテンツを単にデジタル化するだけでなく、デジタル化・ネットワーク化を使いこなし、新たなコンテンツを創造するための基盤を強化していくことが必要不可欠である。我が国の個人の創作レベルは高く、様々な可能性を有している。ソーシャルネットワークサービス(SNS)の普及も相俟って創造的な二次創作が行われ、それが商業的な展開にもつながる動きも出てきている。このために必要な基盤を整備する必要がある。

【施策例】

（二次創作の円滑化）

- ・二次創作を促進するため、パロディに関する法的課題を検討するとともに、ネット上の共同創作や二次創作の権利処理ルールの特明確化を含む環境整備を図る。（短期）

（デジタルコンテンツの活用促進）

- ・ソーシャルネットワークサービスにおいて、個人による引用紹介や二次創作を円滑化し、デジタルコンテンツの活用を促進するため、包括契約の促進や権利侵害とならない範囲の特明確化といった環境整備を図る。（短期）

（ロ）世界に通用する人材基盤を強化する。

【情勢認識】

○我が国のクールジャパンの海外展開を推進するに当たっては、優秀なクリエイターのみならず、グローバルに通用するようアレンジし、グローバル・ネットワークを活用してビジネス化できるプロデューサー人材が不可欠である。現状では、こうした人材は十分とは言えない。グローバル展開のビジネスチャンスを創るとともに、優秀な人材が集まる環境を整備し、高度な人材育成の仕組みを構築していかねばならない。

【施策例】

（プロフェッショナル人材の育成・活躍）

- ・ビジネス・プロデューサーを育成する支援策を強化するとともに、国際実務に精通するエンターテインメント・ロイヤーズ・ネットワークとの交流の場を設け、ライセンスビジネスの強化を推進する。（短期）

（人材交流の強化）

- ・コンテンツ分野に関する高等教育機関間の国際交流を推進する。（短期）