

第1回コンテンツ強化専門調査会

コンテンツ分野における知的財産戦略の 方向性について

2010年2月19日

デジタルハリウッド大学
学長 杉山知之

クリエイターとしての人生を選ぶために



『応援が足りない』

世の中でクリエイティビティに対する評価が低い。
優秀な人材がコンテンツ制作者を志さない。
国民全体の意識改革が必要→初等教育から知財の価値。

『クリエイター自身の視野が狭い』

制作現場を支えるクリエイターは、自分の表現技術の価値を理解していないので、キャリアパスが描けない。

『産業規模が間違っている』

コンテンツ産業(Creative Industry)の全体像

経済産業省の考えるコンテンツ産業とは？

新聞

テレビ
ラジオ

映画

出版
コミック

音楽
カラオケ

ゲーム

13.7兆円
第2の産業？

モバイル

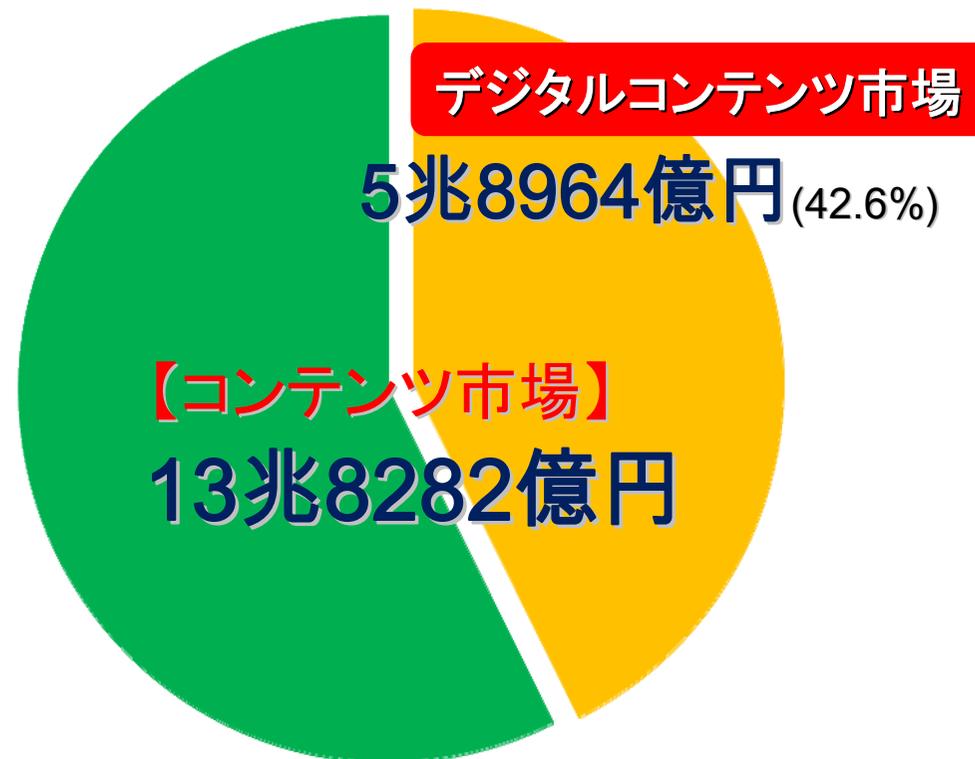
日本のデジタルコンテンツ市場(2008)



今後5年間で、19兆円市場にする政策

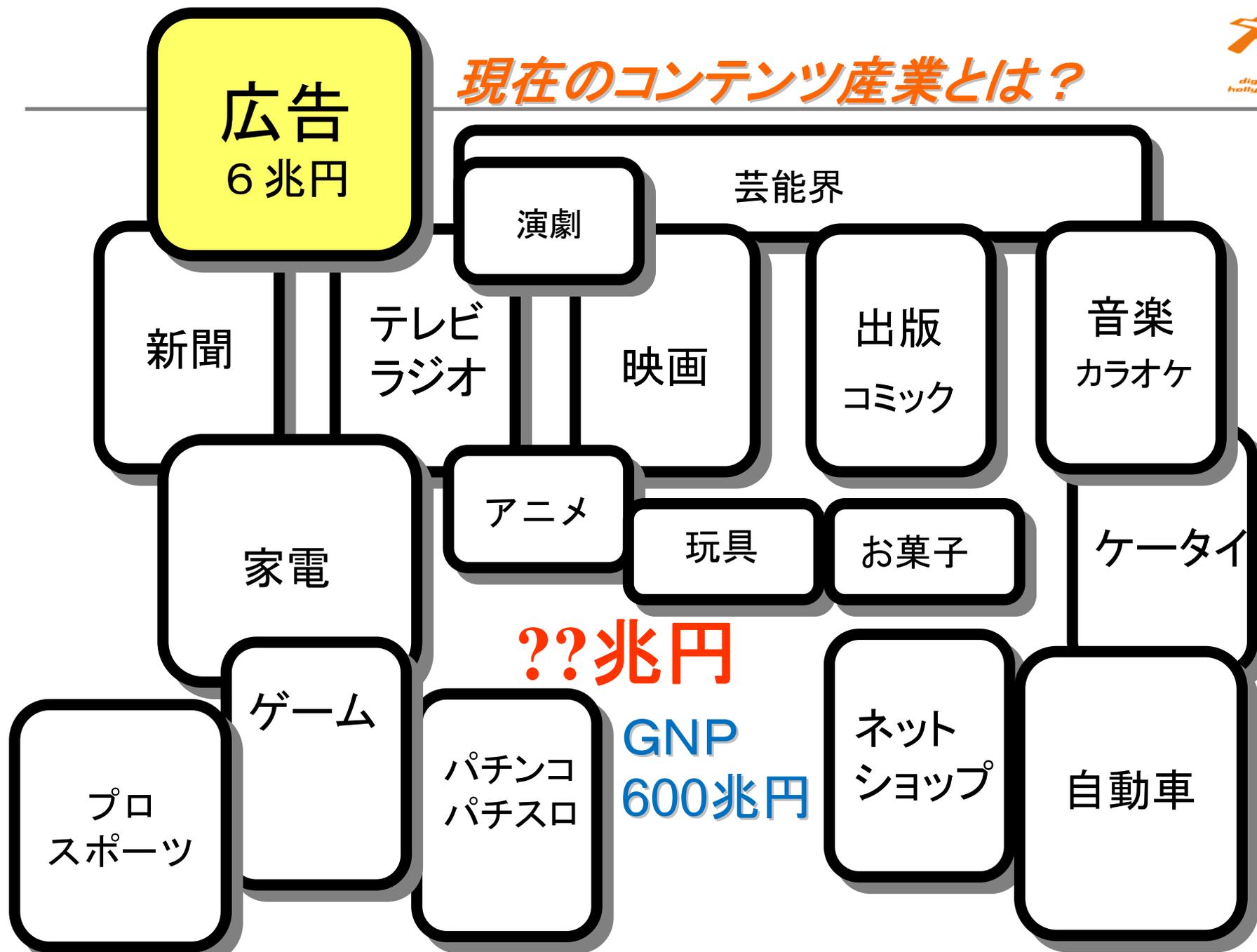
GDP

日	2%
英	4%
仏	4%
米	5%



デジタルコンテンツ白書2009

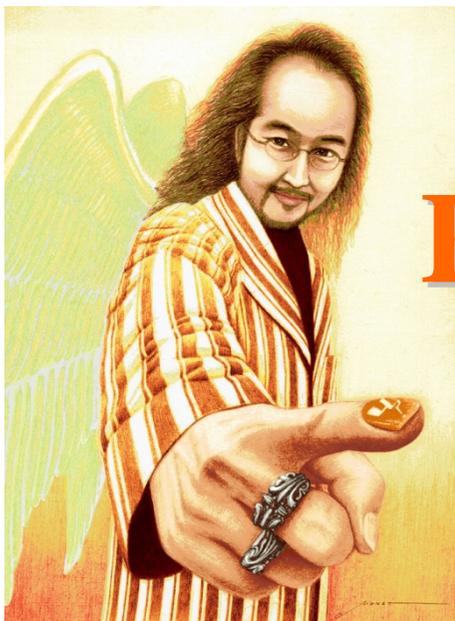
現在のコンテンツ産業とは？



クリエイターの活躍分野はすべての産業におよぶ



Entertainment, It's Everything!



Re-Designing The Future

twitter: mojosgy

email: tomo@dhw.co.jp