

文化GDPの拡大に向けた 方向性について

平成28年4月13日

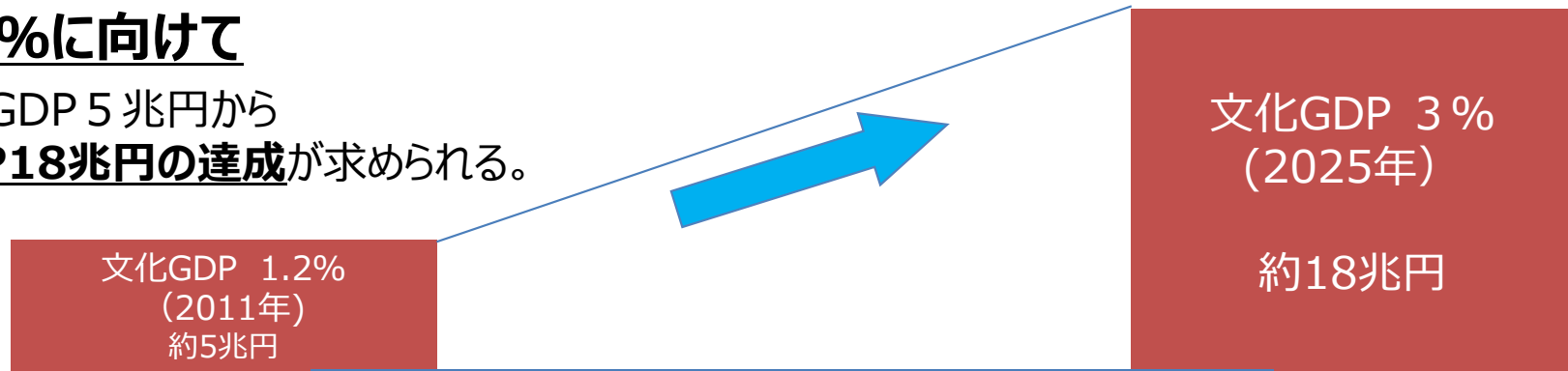
経済産業省

文化GDP拡大の拡大に向けた方向性について

- 文化は、観光地の魅力や、デザインを始め産業の付加価値などを産み出す源である。
- 文化GDP拡大のためには、文化に密接に関連したデザインやコンテンツへの投資を通じて他産業分野への経済波及効果を生み出すことが必要。

文化GDP 3%に向けて

2011年に文化GDP 5兆円から
2025年にGDP18兆円の達成が求められる。



※一億総活躍社会の実現に向けた文部科学省緊急対策プラン（平成27年11月12日 馳大臣提出資料）より

デザイン

文化価値をストーリー化し
商品やサービス等を開発

伝統を現代に



地域の伝統技術を継承する南部鉄瓶を現代風にアレンジした商品を開発し、海外でも販路拡大

コンテンツ

コミュニケーション力を活かし
市場・顧客を開拓

幅広い消費者にリーチ



地域の魅力を発信する番組のローカライズを実施し、海外に放送

文化体験シーンの拡大



VRを活用し、現地に訪問することなく、地域の文化を体感させる

地方の文化が有する潜在価値をデザインを用いてさらに引き出す

- 日本各地には可能性を有するふるさと固有のものづくり、食、観光といった地方に根ざした伝統、文化が存在する。これら文化が有するポテンシャルを、デザインを加えることにより、文化価値から経済価値へと変換し地方産業の発展に寄与するものを生み出す。



庖丁工房タダフサ 基本の3本

新潟県 三条市

この地の包丁鍛冶屋・タダフサが提案する「庖丁工房タダフサ」は、**デザイナー柴田文江がプロダクトデザインを手がける**、毎日の暮らしにあわせた使いやすい本格派の庖丁。



株式会社カブク 酒器「urushi」

東京都 渋谷区

漆は、高級な食器や家具などに用いられる塗料として、古くから珍重されてきた。海外では「ジャパン」とも呼ばれ、多くの収集家を持つほど。そんな漆の歴史に新風をもたらしたのが、**3Dプリンターの技術**。



横山興業株式会社 「BIRDY.」

愛知県 豊田市

洗練を極めた流線型のデザインと、磨き抜かれたステンレスの質感。こんな美しいシェーカーを開発したのは、日本の自動車産業を支えてきた愛知県豊田市の部品メーカー。**長年培った研磨技術を内部加工に応用**。

MORE THAN
FUJIYAMA, SUSHI,
SAMURAI, GEISHA
PROJECT

The
Wonder
500

都市文化に立脚したデザインによる商品・サービス開発

- 都市は、年齢、職業、国籍等、益々生活者が多様化。そのため多様化したニーズや文化に立脚して、商品やサービス等を開発し、その価値をストーリーとして伝えるデザインの重要性が高まっている。
- このように都市文化に立脚した商品・サービス開発を行うため、デザインを経営資源として重視する企業（無印良品、スターバックス等）が、顧客の共感をつかみ、選ばれている。
- このようなデザインの経営活用を普及啓発するべく、具体的なアクションプランを制定する。

<都市文化に立脚した商品・サービス開発>

MUJI
無印良品



©良品計画

無印良品を展開する良品計画は、高機能化を図る家電メーカーとは一線を画し、**都市のコンパクトな部屋になじみ、高機能化を必要としない生活者に密着した新家電シリーズ**を発表。白で統一したシンプルなデザインがヒットし、世界中の生活者に選ばれている。



STARBUCKS®

©Starbucks Corporation

スターバックスは、**デザイナーが各都市の店舗に所属し、各地の特性・文化を踏まえた店舗デザイン**を実施（例：南部では涼しい素材の椅子等を配置、市民の利用スタイルを店舗設計に反映等）。家、職場以外の第三の居場所を提供するというコンセプトで、**体験を提供**している。

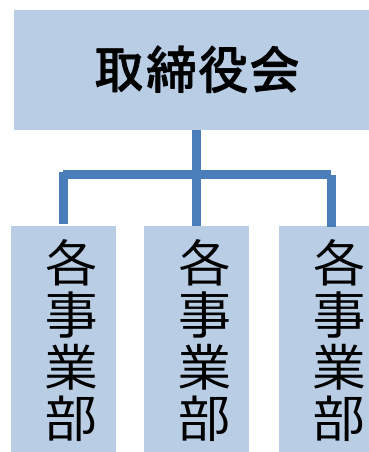
— **exiii**



©exiii Inc.

IT技術者、機械技術者、デザイナーの3者によるベンチャー企業であるイクシー社が、「義手に気軽な選択肢を」をコンセプトに、手頃な価格でデザイン性の高い義手を開発。**マイノリティであるユーザーのニーズに寄り添い**、一体となって開発を進め、グッドデザイン賞金賞を受賞する等、高い評価を受けている。

<良品計画によるデザイン経営>



著名デザイナー4名で構成される
アドバイザーボード



月1回デザイン全体
について意見交換。
個別製品についても
担当デザイナーに週1回アドバイス

地方・都市文化の産業化に必要なデザイナー育成

- 伝統文化・現代文化に立脚した、商品・サービス開発を実施するには、顧客ニーズを元に商品・サービスを設計するデザインの力に加えて、具現化する技術力やビジネスを設計する経営の能力も必要となる。
- そのため、米国、欧州では、デザイン・技術・経営を三位一体として教育する高等教育機関が増加しているが、現在、日本ではほとんど存在しない。
- よって、高等教育機関（総合大学、芸術大学等）への、デザイン・技術・経営三位一体のカリキュラム導入や、これらの能力を有するインハウスデザイナーによる大学教育への参画を促す支援や制度整備等の実施を検討する。

<世界中に設立されるデザイン教育機関>

スタンフォード大学等世界中の大学で、デザイン・技術・経営等の学科横断的プログラムが創設されている。様々な分野の学生・教員が参加し、顧客ニーズに立脚して商品・サービス開発の手法論を研究し、スタートアップ企業を立ち上げる等新産業を創出するデザイナーを輩出している。日本では、東京大学、慶應大学等にてデザインを導入したプログラムが実施されている。

国名	大学・学科/プログラム名
米国	スタンフォード大学デザインスクール
	イリノイ工科大学デザインコース
	マサチューセッツ工科大学システムデザインマネジメント
英国	王立美術大学
ドイツ	ポツダム大学デザインスクール
デンマーク	カオスパイロット
シンガポール	シンガポール大学デザイン・工学学科

<多様な分野を横断するデザイナー>

takram



田川欣哉氏

東大工学部を卒業後、英国王立美術大学に留学し、デザイン・技術・経営を総合的に学ぶ。帰国後に、デザイン事務所takramを共同設立しデザインエンジニアとして活躍。無印良品等様々な企業のプロジェクトを手がけ、ソフトウェアからハードウェアまで幅広くデザインの設計・開発を行う。英国王立美術大学客員教授。

biotope



佐宗邦威氏

東大法学部を卒業し、P&G、ソニーでマーケティング業務に従事。米国イリノイ工科大学デザインコースに留学し、デザインとビジネスを総合的に学ぶ。帰国後はソニーの新商品開発を担当し、現在は、独立し、イノベーション支援企業biotopeを設立。老舗企業からベンチャー企業まで、分野横断的な商品・サービス開発に携わる。

コンテンツの海外展開

- 新たな海外市場開拓のため、権利情報の集約化、コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化（ローカライズ）や国際見本市への出展等のプロモーションの支援により、著作物の利用の円滑化に取り組むことが必要。

(成果イメージ)

ローカライズ

アニメ



『ちびまる子ちゃん』
発信国・地域：中国
日本アニメーション・インターナショナル株式会社

© SAKURA PRODUCTION / NIPPON ANIMATION

電子コミック



『ドラえもん』
発信国・地域：英語圏(全世界)
株式会社藤子・F・不二雄プロ

© Fujiko-Pro

プロモーション

「ドラえもん」が家電製品を通じてプロモーションした例

ドラえもん×家電製品



ドラえもんの海外展開のため、ASEAN諸国向けの家電製品のCMにキャラクターを起用。

海外見本市への出展例

JAPAN EXPO



パリで開催されるヨーロッパ最大のイベント「JAPAN EXPO」において日本コンテンツの共同出展、プロモーションを支援。

コンテンツ×他分野の取組の推進

- 自治体・企業の間で、地域発コンテンツの世界展開の進展とともに、それを活かした**新たなエンターテインメント・カテゴリー開拓**の動きが起き始めており、**地域の観光・ものづくりなど異分野との連携を支援**し、インバウンドにつなげていくことが必要。
- また、**有望な地域クリエイターを育成すべく、活躍する場を提供することが必要**。

(目標イメージ・先行事例)

地域発コンテンツの世界発信

北海道テレビは、地域の魅力を発信する番組を制作し、質の高いローカライズを実施できたことで海外での放送を次々と実現。番組と連動したキャンペーンを行うことでアンテナショップの売上は前年比で約3割向上。インバウンドにも貢献。



アニメ「花咲いろは」 × 金沢市湯涌温泉

金沢市の湯涌温泉の観光協会は、同温泉を舞台のモデルとしたテレビアニメ「花咲いろは」(2011年)の最終話で描かれた架空の祭り(ぼんぼり祭り)を5年続けて開催。



©花いろ旅館組合



©2012 花いろ旅館組合



©2012 花いろ旅館組合

AnimeJapan 2016 コラボレーション施策

「NARUTO-ナルト- 疾風伝」

×「伊賀焼(三重県)」



©岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・ぴえろ

AnimeJapan 2016 コラボレーション施策

「おそ松さん」

×「京友禅(京都府)」



©赤塚不二夫/おそ松さん製作委員会

コンテンツ技術市場の獲得

- IoT技術の開発・普及により、コンテンツ提供シーンが拡大、新市場の創出が見込まれる。
- コンテンツ技術マップにより、技術開発を促進し、日本のコンテンツ産業の更なる活性化と新たな産業の創出を促進。
- 特に、**今後の成長が見込まれる分野の協調領域において研究開発や制度整備等を実施することが必要。**

(今後の成長が見込まれる分野の例) AR/VR

競争領域

ゲーム、映画、エンタテインメント、アート、スポーツ、コミュニケーションツール、医療、教育 etc...

コンテンツ制作を支える基盤整備

協調領域

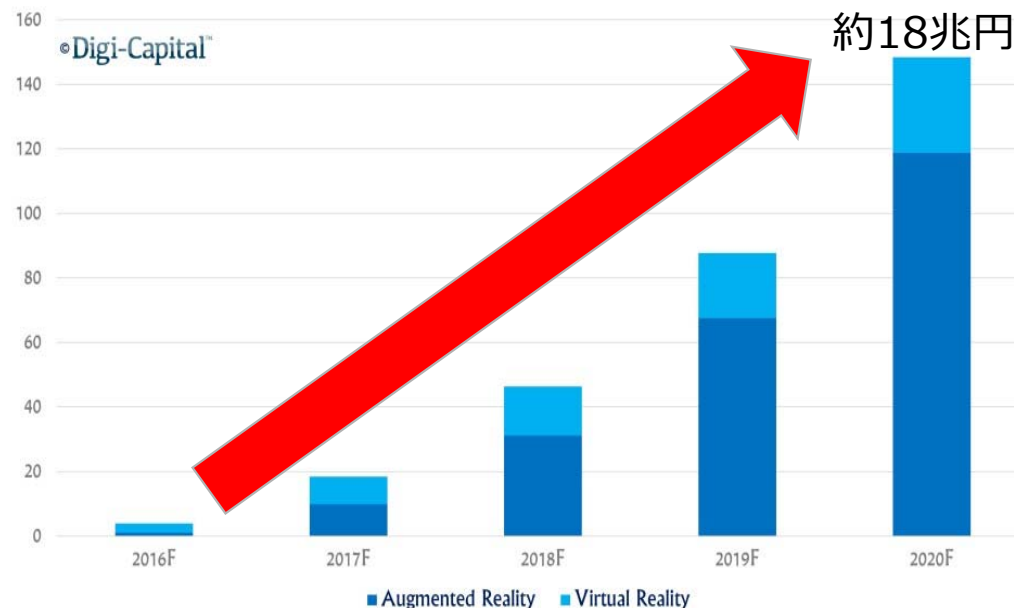
ユーザーインターフェイス技術の開発 (= コンテンツ制作のプラットフォームとして標準化)



© Sony Interactive Entertainment Inc. All rights reserved.

(参考) VR/ARの今後の市場予測

Augmented/Virtual Reality Revenue Forecast (\$B)



(出典)Digi-capital