



我が国のコンテンツビジネスの飛躍的拡大に向けて

現状編

2003年10月15日

知的財産戦略本部・コンテンツ専門調査会

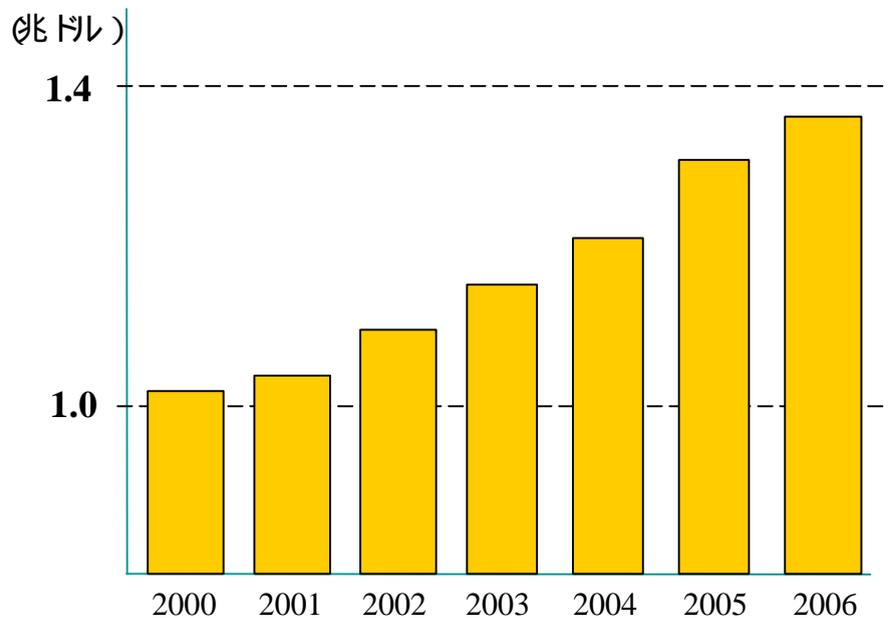


現状編

- 1 - 1 世界のコンテンツ産業の現状
- 1 - 2 アジア太平洋地域のコンテンツ産業の現状
- 2 我が国のコンテンツ産業と世界市場
- 3 コンテンツ産業の海外売上規模
- 4 我が国のコンテンツ産業の海外収支
- 5 米国のコンテンツ産業振興策
- 6 アジアのコンテンツ振興策 ~ 韓国 ~
- 7 - 1 欧州のコンテンツ振興策 ~ イギリス ~
- 7 - 2 欧州のコンテンツ振興策 ~ フランス ~
- 8 「コンテンツ産業」は我が国の重要産業

1- 1 世界のコンテンツ産業の現状

世界のコンテンツ産業の規模の推移



PWC (Global Entertainment & Media Outlook 2002-2006)

..... 世界のコンテンツ産業の規模

1.04兆ドル (2000年)

1.1兆ドル (2002年)

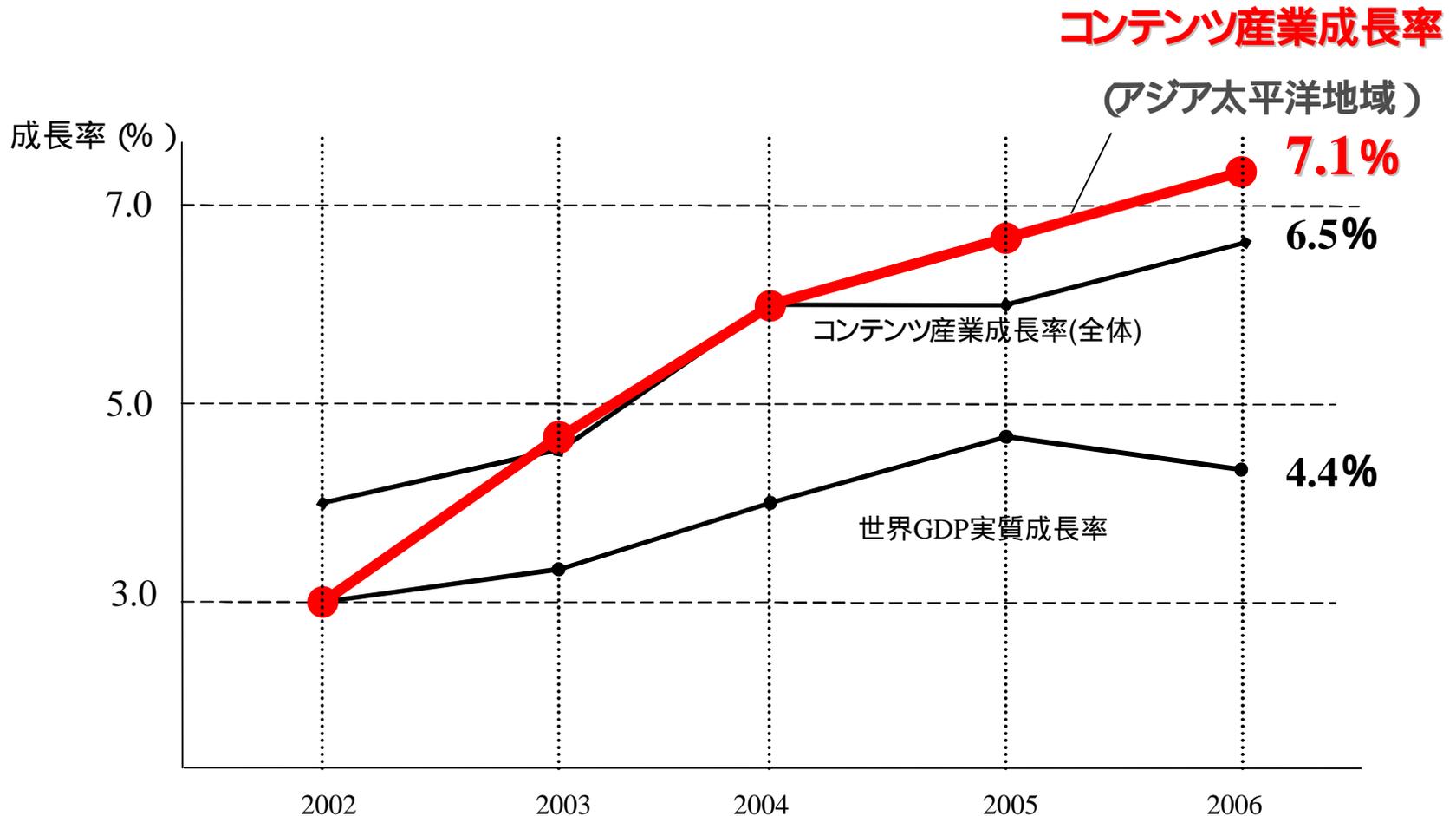
1.4兆ドル(2006年 :見込)



高成長分野

1- 2 アジア太平洋地域のコンテンツ産業の現状

世界と比較して高い成長率



(PWC、IMF資料より作成)

2 我が国のコンテンツ産業と世界市場

日本のコンテンツ産業のGDPに対する割合は世界平均及び米国に及ばない

2000年)	コンテンツ規模	GDP	コンテンツ / GDP
日本	1,091億ドル ¹	4.9兆ドル	2%
アメリカ	5,068億ドル	9.8兆ドル	5%
世界	1兆ドル	30.9兆ドル	3%

(Copyright Industry in The U.S. Economy 2002報告書、経済産業省資料、内閣府「海外経済データ」(平成15年7月)、浜野保樹「表現のビジネス」)

1 = 日本のコンテンツ規模は国内規模1,060億ドル(2000年)と海外売上規模31億ドル(2001年)の合算

3 コンテンツ産業の海外売上規模

米国に比べ、日本のコンテンツの海外売上規模は低調

2000年)	コンテンツ規模	うち海外売上規模	海外 / コンテンツ
日本	1,091億ドル ¹	31億ドル ²	3%
アメリカ	5,068億ドル	855億ドル ³	17%

(Copyright Industry in The U.S. Economy 2002報告書、経済産業省資料)

1 = 日本のコンテンツ規模は国内規模1,060億ドル (2000年)と海外売上規模31億ドル (2001年)の合算

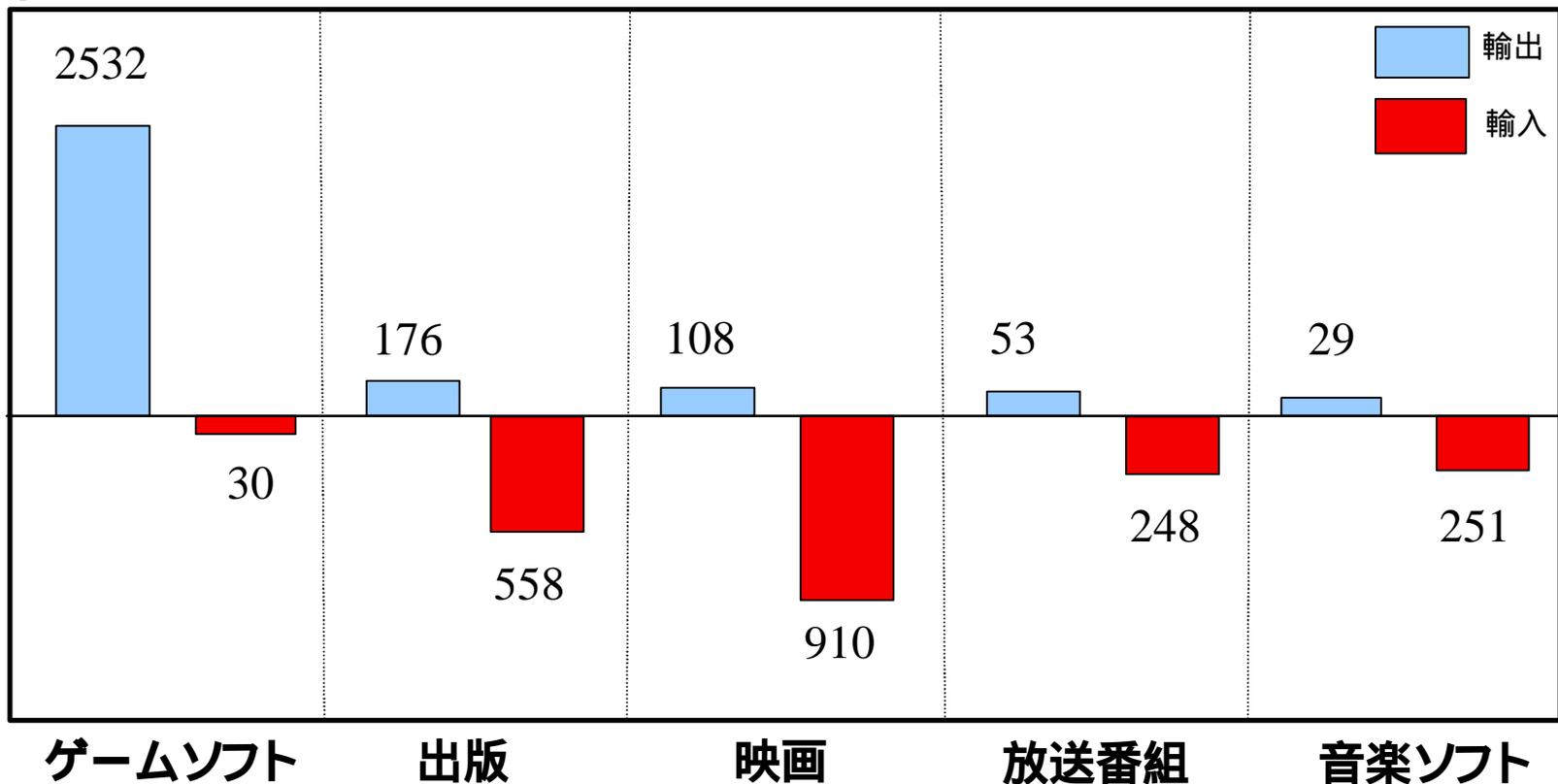
2 = 2001年データ

3 = 外国販売および輸出分

4 我が国のコンテンツ産業の海外収支

コンテンツの海外収支はゲームソフトを除き赤字 (2001年 (放送は1996年))

(億円)



(経済産業省資料)

5 米国のコンテンツ産業振興策

20世紀初頭は米国でも欧州映画が主流。振興策の展開により、米国映画のコンテンツ産業は競争力を拡大。世界市場に進出。

1917 クリール委員会 「アメリカ主義の福音」

映画輸出振興と「良きアメリカ」を描いた作品の制作奨励

1922 MPPDA設立 (米国映画制作・配給者団体)

企業・政府の協調体制 (現職大臣ウィルヘイズが初代会長)

1949 パラマウント裁定 (同意判決)

映画産業の製作部門と興行部門を分離

1970 ファイン・シンルール (FCC命令)

テレビ3大ネットの番組製作等を規制

1988 スペシャル301条

知財保護の不十分な国を監視

1999 WTO米中二国間協定締結 (中国のWTO加盟関連)

加盟後最初の年にこれまでの4倍の40本の外国製映画を輸入し、加盟後3年目までに50本に増やすことに合意。

世界のコンテンツ市場の半分を米国が占める

6 アジアのコンテンツ振興策 ~ 韓国 ~

文化観光部、文化コンテンツ振興院、韓国ソフトウェア振興院、
映画振興委員会(民間ベース)など

2000年前後から日本が成功を収めたゲーム、アニメ分野へ政策集中

1999 文化産業振興基本法

(創業の活性化、専門人材の養成、流通の促進、海外進出促進などに関する訓示規定を列挙。
これに基づき、2003年までに5千億ウォンの基金を造成。コンテンツ制作事業者支援)

2001 コンテンツコリアビジョン21

(デジタルコンテンツ産業発展のため、2003年までに8546億ウォンの資金投入)

2002 オンラインデジタルコンテンツ産業振興法

(オンラインデジタルコンテンツに特化した創業の活性化、専門人材養成、流通促進、
海外進出促進、税制支援などに関する施行計画の策定など訓示規定を列挙。)

韓国製コンテンツのアジアでの人気拡大 (韓流現象)

日本でも「シュリ」「冬のソナタ」などが人気

オンラインゲームは世界市場の4割と言われている

7-1 欧州のコンテンツ振興策 ~ イギリス ~

文化メディアスポーツ省、貿易産業省、Trade Partners UK (英国海外貿易
総省下の機関)、民間団体、フィルムカOUNシルなど

伝統に縛られ、重厚長大な産業中心のイメージが強かった英国を、クリエイティブ産業を
振興し積極的に海外輸出することで新たな国家ブランディングを図る。

“Cool Britannia (クール・ブリタニア)”

1997 プレア政権発足時にタスクフォースを設置

輸出促進、財政支援等を検討

1998- クリエイティブ産業輸出促進のためのアドバイザリーグループ設置

・クリエイティブ産業の海外進出への政府支援のあり方を検討

1999 貿易に関する戦略文書発表

ターゲット市場を定めた分野毎の戦略立案

クリエイティブ輸出G

ターゲット: 米国、カナダ

分野: 新聞、書籍、雑誌、音楽、テレビ、映画、ゲームソフト等

デザイン・パートナーズ

文化遺産 観光G

舞台芸術国際展開G

7- 2 欧州のコンテンツ振興策 ~ フランス ~

国立映像センター (CNC) による支援

1946年設立

文化 通信省の特殊法人

予算額 28億 7720万フラン (約 575億円) (2001年)

- ▶ 映画製作及び配給、テレビ番組制作に対する助成
- ▶ 映画館での上映や国内外での映画祭への支援、輸出振興、人材養成
- ▶ 文化遺産としての映画の収集・保存・活用

ユニフランスによる支援

1949年設立 (本部 : パリ (ミュンヘン、ニューヨーク、東京に海外事務所))

文化 通信省の外郭団体

フランス映画の国外でのプロモーション支援

輸入 配給業者とフランス映画製作会社の仲介役



【日本事務所の活動】

- ▶ フランス映画公開時の監督・俳優の来日費用の一部補助
- ▶ 国内主要映画祭へのフィルム貸出サポート
- ▶ 「フランス映画祭横浜」主催 (上映作品の監督、俳優など代表団が来日し、サイン会、講演会等)

8 「コンテンツ産業」は我が国の重要産業

(1) 大きな産業規模

11兆円 (2001年 経済産業省資料)

(参考) 20.8兆円 (自動車) 5.2兆円 (鉄鋼)

放送
33%

新聞
22%

出版
21%

音楽
15%

映画等
5%

ゲーム
4%

(2) 多様な波及効果

キャラクターを活用したビジネス展開

- ・ ゲームから始まったポケットモンスターはテレビアニメ、映画、玩具、衣料用品など1兆円の直接効果。更に海外進出で波及効果の合計は約2兆円との試算
- ・ 70社以上が参加する「アトムドリームプロジェクト」 3年間で5000億円の効果が期待

観光産業への波及

- ・ 映画「ラブレター」(岩井俊二監督)が韓国、台湾で大ヒット、ロケ地小樽・函館が観光スポットに(アジアからの宿泊客は2年で約3倍に)

“日本”のイメージアップ

- ・ 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
- ・ 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)

これからの「知識社会」において我が国を支える重要産業