

経済産業省における コンテンツ振興施策について

平成 28 年 1 1 月 2 2 日

経済産業省商務情報政策局
文化情報関連産業課

コンテンツ海外展開支援

- 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を実施。（平成28年度補正予算60億円）
- 平成27年度補正予算（67億円）においては、日本のコンテンツの海外展開を支援するため、権利情報の集約化及び873件のコンテンツのローカライズやプロモーションの補助を実施。（10月末時点）

ローカライズ



『ポケットモンスターXY&Z』
 発信国・地域：韓国
 ©1997 Nintendo, Creatures, GAME FREAK,
 TV Tokyo, ShoPro, JR Kikaku.
 ©Pokémon.
 포켓몬스터, 포켓몬, Pokémon은 Nintendo의 상
 표입니다.

プロモーション



アメリカで開催された「J-POP SUMMIT」にてアニメ「心を叫びたがってるんだ。」と秩父地域の企業の共同出展を支援。

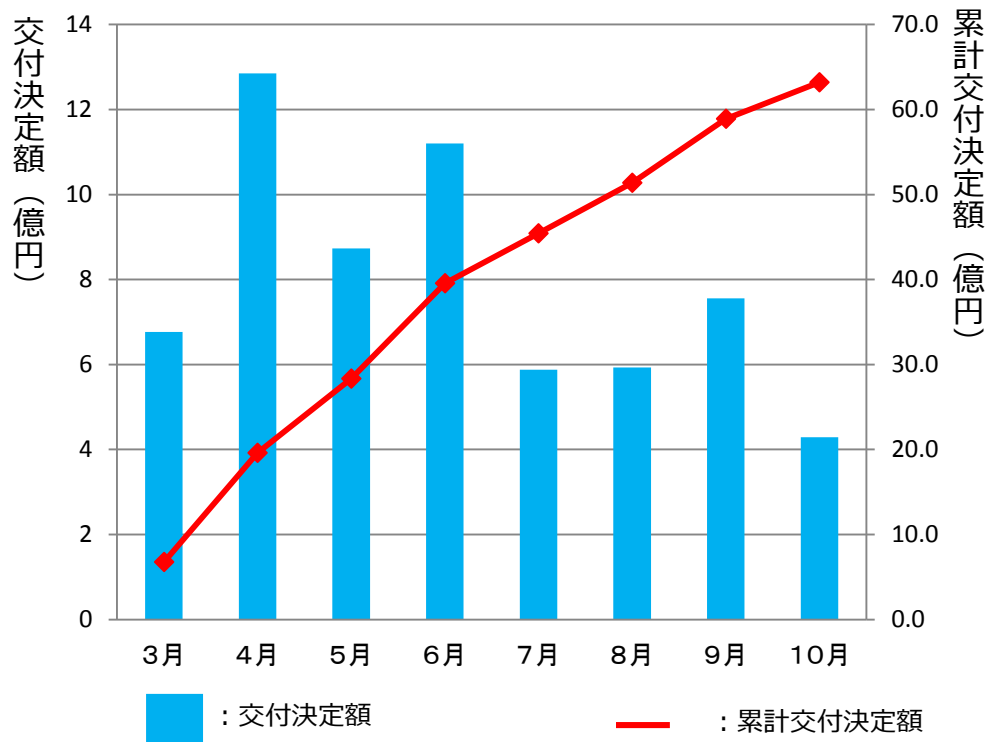
権利情報データベース

支援を受けたコンテンツの自立的な海外展開を図るため、権利許諾が円滑に行われるための権利情報データベースを整備。

コンテンツの権利情報データベース



平成27年度補正事業の執行状況



2016年10月末時点において、873件、約63億円（約94%）について交付決定を実施し、着実に執行。

J-LOP事業の成果事例の類型

- コンテンツ産業自体の取組と他産業の連携、市場拡大と新市場創出、それぞれの類型で成果が出ている。

市場拡大

地上波放送や、大規模な劇場公開の実現

ソードアートオンライン

予算の都合上字幕が中心だったため、配信がメインだったが、吹替を行った結果、地上波、全国ネットのケーブル局での放送が実現。

※ドイツでは、**初めて子ども向けではない日本のテレビシリーズ・アニメが地上波放送**



魔法少女まどか☆マギカ

アメリカ、カナダで80館以上の劇場での公開が実現。

J-LOPを活用して、劇場公開に先立ったプレミアム上映会を実施し、L.A.Timesなどに掲載され、動員に結びつけた。



コンテンツ産業の取組

SHARP×ドラえもん CM・イベント

ASEAN諸国向けに、家電製品の高性能・高品質をアピールするCMに「ドラえもん」を活用し高い広告効果を獲得。

また、インドネシアにおいて、「ドラえもん」とコラボレーションし、現地のショッピングモールやホテルでイベントを開催。



新たなヒット作品の創出

北米では新しいテーマの『**聲の形**』という作品は、公開以来デジタル配信サイトCrunchyrollの全45作品の中で**常にトップ5にランクイン**され注目作品に。その後現地出版社から引き合いがあり紙出版の刊行が決定した。



LOVE HOKKAIDO (北海道テレビ)

他産業との連携

北海道テレビは、J-LOPの活用により質の高いローカライズを実施し、海外での放送を次々と実現した。

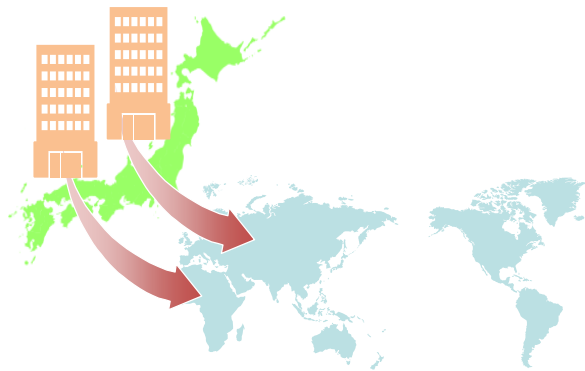
シンガポールにある道産食品アンテナショップ、カムイン北海道(明治屋内)では、北海道フェアと番組を連動させ、番組関連商品のフェアを実施することで、売上は前年比で約3割向上した。



新規市場創出

【ご参考】過去のJ-LOP事業による効果

平成24年度及び26年度補正予算事業J-LOPを活用した新規海外展開（実施期間中分）



J-LOP利用事業者の海外展開国数は **大幅に増加**

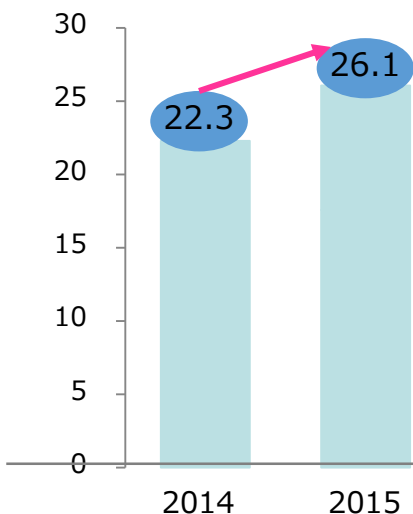
J-LOPを活用して **初めて海外展開** した事業者は

のべ **405社** であり、全J-LOP利用事業者の約 **36%**

平成26年度補正予算事業の効果分析

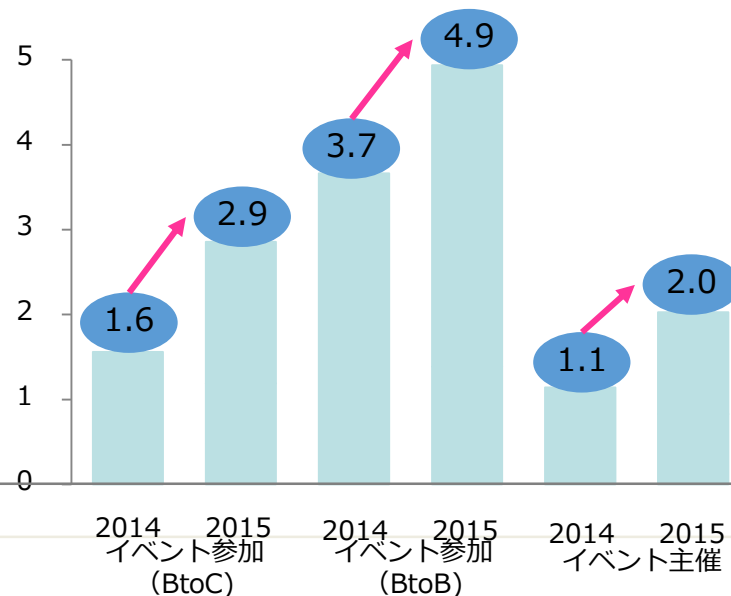
1社平均 コンテンツ発信国数推移

単位：ヶ国/社



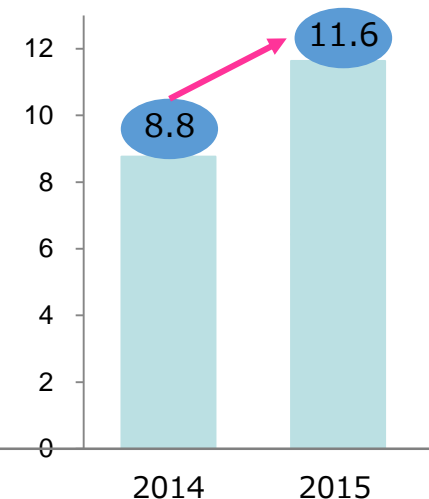
1社平均 イベント参加・開催国数推移

単位：ヶ国/社



1社平均 広告出稿国数推移

単位：ヶ国/社



コンテンツの総合国際見本市「Japan Content Showcase」

- 「Japan Content Showcase (JCS)」とは、映画・放送（テレビ番組等）、音楽、アニメ等の主要コンテンツが統合された国際見本市であり、毎年10月に東京・お台場にて開催。JCSでは、我が国コンテンツの魅力を集中的に世界へアピールするとともに、他産業との連携を促し、さらなる発信力の強化とコンテンツ産業全体の海外展開を促進することを目的としている。
- 2015年度は347団体が出展し、1,433名の登録バイヤーが来場した(2014年度：出展団体数：332、登録バイヤー数：1,160名)。動画配信など業界の新しいトレンドを捉えたセミナーを実施し、また、ピッチングセッションやマッチングイベントが連日行われるなど、活発な商談を促進した。

Japan Content Showcase



東京国際ミュージックマーケット

日本音楽の海外展開を目的として商談会やセミナー開催によるビジネスマッチングの機会を提供する場。13回目(2004年～)。



TIFFCOM (東京国際映画祭併設コンテンツマーケット)

東京国際映画祭に併設した国内外の映画、TV番組等の映像コンテンツを中心とした見本市。13回目(2004年～)。



東京国際アニメ祭秋

日本のアニメ産業の活性化を目的に、ビジネスマッチングの場を設け、国内外のアニメビジネス情報を発信する。TIAFとしては7回目(2010年～)。

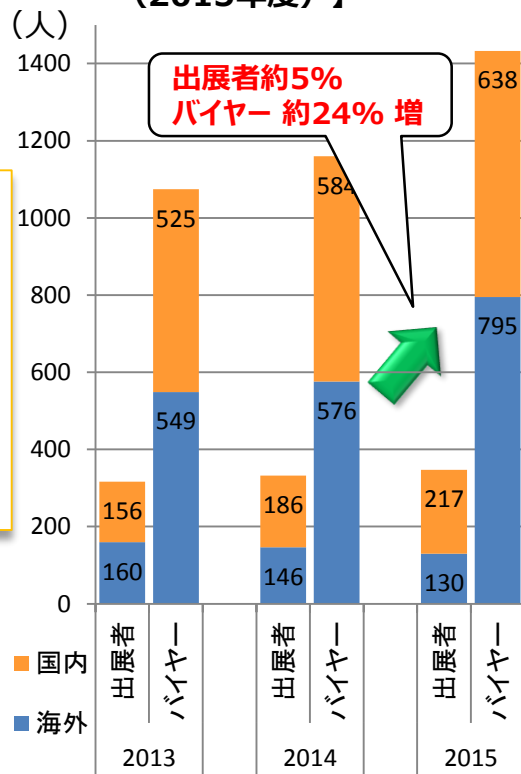
会期：
2016年10月24日～26日

会場：
渋谷エクセルホテル東急

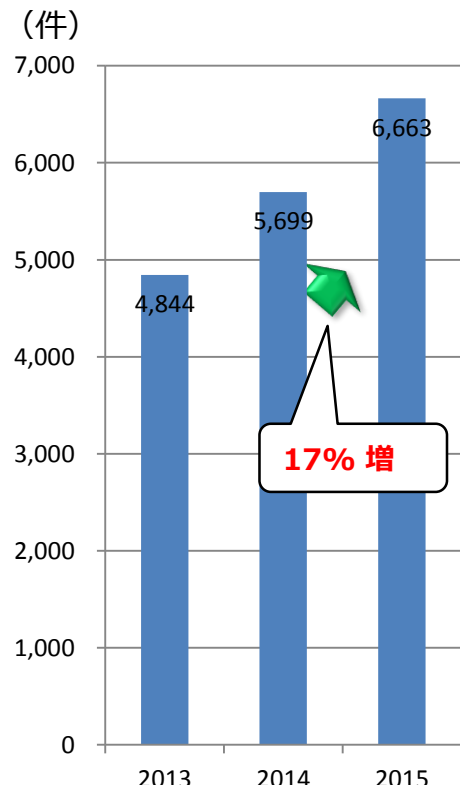
会期：2016年10月25日～27日

会場：グランドニッコー東京 台場

【出展者・招聘バイヤーの推移 (2015年度)】

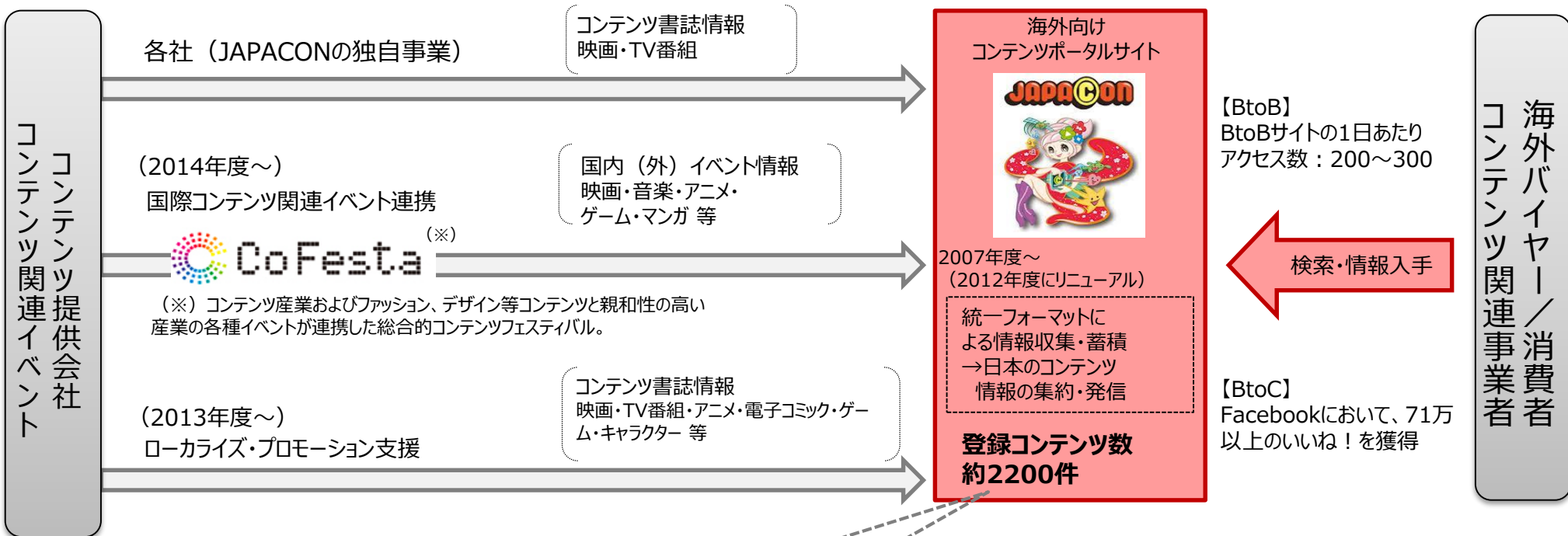


【商談件数 (2015年度)】



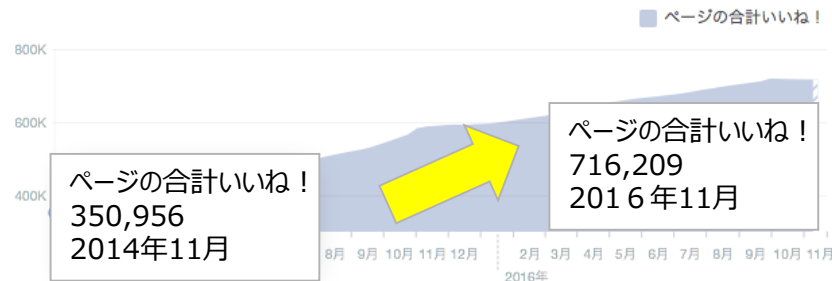
コンテンツ情報の発信

- コンテンツ・ポータルサイト「JAPACON」との連携により、日本コンテンツに係る海外向け情報の集積と発信の強化を推進。
- 日本コンテンツの事業者と海外のコンテンツバイヤーとのマッチング強化を図る。



◆掲載されているコンテンツ情報

約2,200件。そのうち、海外向け放送番組（アニメも含む）が約7割。



クールジャパン機構

- 平成25年6月に株式会社海外需要開拓支援機構法が成立し、平成25年11月に海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）が設立された。
- 機構は、リスクマネーを供給することで、民間部門では成し得なかった、海外需要獲得の基盤となる拠点や流通網の整備などを率先して展開し、現在18件の投資案件を行っている。

[クールジャパン機構] (平成25年11月創設)

平成28年9月時点
出資金
523億円

政府出資
(財投特会等)

416億円※

※既出資の416億円に加えて、平成28年度は政府予算枠170億円を確保し、必要に応じてこの範囲で追加出資を行う。

民間出資

107億円

出資等

出資

リスク
マネー
供給機能

民間企業等
〔コンソーシアム各企業〕

出資

事業会社等

投資

＜投資対象の例＞

メディア・ネット空間型の流通拠点

日本のTV番組・アニメ等のコンテンツ



アイドル系
ドキュメンタリー映画
AKB48
出演：NEW PEOPLE資料

化粧品
など

放送
配信



テレビ放映・配信等
+グッズ等販売



商品
販売

“地域クールジャパン企業”応援



高岡銅器



日本酒



パーティエ・ケーキ店



ブライダルサービス

物理的空間型の流通拠点

商業施設展開・活用 (ジャパン・モール)



コスメ

衣

食

住

アパレルショップ

日本食レストラン

インテリアショップ

※存続期間：概ね20年程度

コンテンツ産業基盤の強化

コンテンツ技術戦略

- CG（コンピュータ・グラフィックス）や立体映像などのコンテンツ技術は、様々なコンテンツ創出の基盤。
- コンテンツ技術の高度化と普及を目指し、DCEXPO（デジタルコンテンツエキスポ）でのコンテンツ技術発掘・普及の促進や、コンテンツ制作の効率化に資する取組を実施。

コンテンツ制作基盤整備事業

■ アニメーション分野のデジタル制作環境整備 (2016年度)

日本のアニメーション制作が抱える制作効率と労働環境等の問題を解決するため、アニメーションのデジタル制作における標準的な工程と、デジタル制作に必要なネットワークを活用した制作管理システムのモデルについて調査・検討を実施中。デジタル制作のための指針（マニュアル）を作成し、広く業界内に共有することで、質の高いコンテンツを継続的に制作し、日本コンテンツの海外展開をより一層促進する。

先進的なコンテンツ技術の発掘・普及促進

■ DCEXPO（デジタルコンテンツエキスポ）

コンテンツ技術の展示会。コンテンツ分野の企業関係者や、研究者、学生、クリエイター等に向け、最新のコンテンツ技術を展示、交流を促し、コンテンツ産業の更なる発展を目指すもの。2016年は、10月27日（木）～30日（日）に開催（デジタルコンテンツ協会・経済産業省 共催）

■ Innovative Technologies

コンテンツ産業の発展に大きく貢献することが期待される技術を表彰。

将来の産業界への応用に期待の持てる先進的なコンテンツ技術の発掘と国内外での情報発信を促進。

Innovative
Technologies

■ Features

各年で注目すべき技術を取り上げ、デモ展示や講演、ワークショップを実施。2016年は、「スポーツイベントで活用が期待できるコンテンツ技術」がテーマ。



アニメーション制作業界における下請ガイドラインの改訂について

- アニメーション産業の取引は、製作委員会から元請制作会社への作品制作委託や元請制作会社における作画・仕上げ等の工程において、多くの企業・個人アニメーター等の関与が必要となる多重構造である。
- 経済産業省では、平成25年4月に下請ガイドラインを策定し、下請法遵守に向けた下請ガイドラインの普及啓発を行ってきたが、契約書等の書面の交付や消費税の転嫁対策などが不十分であるなど、長年の商習慣による課題を抱えており、これらが個人アニメーター等の就労環境の悪さの要因にもなっている。
- このため、平成27年度事業において、アニメ業界の取引の実態についてヒアリング・アンケート調査等を行い業界の実態について把握するとともに、それらの実態を踏まえ、平成28年7月に下請ガイドラインを改訂。

調査結果

3つの課題が悪循環に

①スケジュール

- 深夜アニメの本数の増加等により、制作スケジュールが逼迫。
- 下請制作会社の作業の前提となる製作委員会と元請企業の契約が遅いため、作業が後ろ倒しに。
- 前工程の作業の遅れが後工程のスケジュールに影響。
- 仕上げ工程のデジタル化により、納品直前までの作業継続が常態化。
- 人材不足によるリテイクの増加。

②人材育成

- 制作本数の増加や視聴者の高い品質要求により、慢性的に人材が不足。
- 個人アニメーターに対する指導者・ツールが不足。
- デジタル作画対応できるアニメーターが育っていない。
- 単価が低いため複数の作品を掛け持ちせざるを得ず、作業が遅れがち。
- 就労環境の悪化による離職率の増加。

③商習慣

- 製作委員会と元請企業の契約締結が遅く、下請企業の資金繰りに影響。
- 口頭契約の商習慣が残存しており、書面によらない契約が存在。契約条件等が曖昧なケースもある。
- 消費税転嫁対策が不徹底。
- 多重構造のため、契約手続きが煩雑で責任の所在も曖昧。
- 契約書を結びたがらないアニメーターも存在。

アニメーション業界が抱える3つの課題

法令遵守による取引の健全化、ベストプラクティスの普及び作業の効率化に向けた環境整備の必要性₁₀

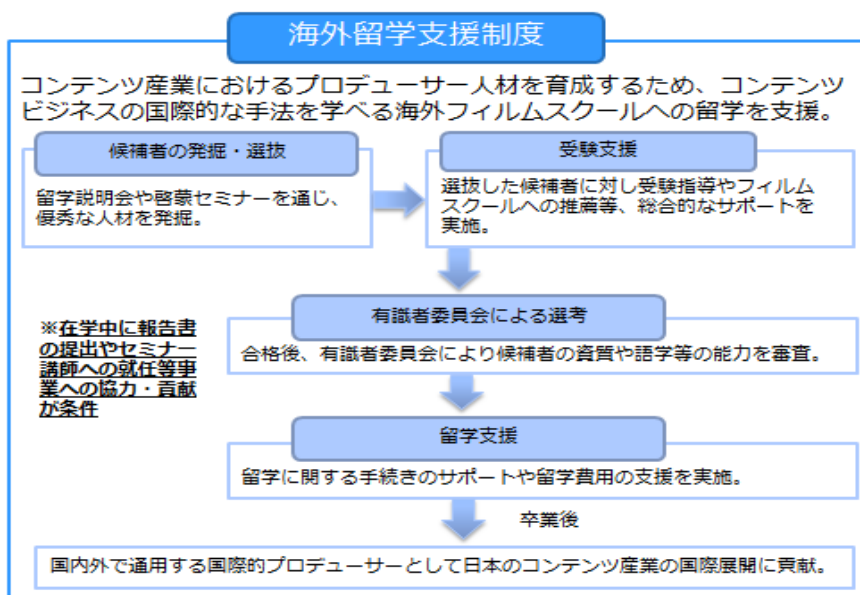
プロデューサー人材育成

- コンテンツ産業の国際展開および国際共同製作を推進するため、資金調達・契約・マーケティングといったプロデュース業務を担う「国際コンテンツビジネスプロデューサー」の育成を目指す。
- このため、海外留学支援制度および海外企業実務研修制度（インターン）等を実施する。

海外留学支援制度（平成22年度～）

- ハリウッドなどが培ってきた国際的な手法を学ぶことができる海外フィルムスクールへの留学を支援。
- 平成22年度の制度開始以降、これまでに計9名の留学を支援。
- フィルムスクールへの推薦や、調査費用の助成など、総合的なサポートを実施。

（参考）これまでの入学校：AFI（American Film Institute） USC（University of Southern California） UCLA（University of California, Los Angeles）



海外企業実務研修制度（平成27年度～）

- ハリウッドをはじめとする海外のコンテンツビジネス関連企業や制作現場における、プロデュース関連業務の実務研修（インターン）の実施を支援。
- 具体的な研修内容は、市場調査、マーケティング、プロモーション、脚本開発、映画製作等。
- 実務研修に参加するためのサポートや、必要経費相当額を基準とする調査費の支給などを実施。
- これまでに計2名の実務研修実施を支援。

国内人材育成支援制度

- 研修やグループワークでのトレーニングを通して、若手人材に人的交流の機会を提供し、将来の国際共同製作にむけた人的ネットワークの構築を図る。

先進コンテンツ技術による地域活性化促進事業

- 仮想現実（VR）・拡張現実（AR）やドローン、AI等の先進的なコンテンツ制作・表現関連技術が生まれており、これらの新技術を用いたコンテンツ市場が拡大していくことが予想される。
- このため、先進的なコンテンツ制作・表現技術による、観光・スポーツ分野等の魅力をプロモーションするコンテンツ制作を支援するとともに、先進的なコンテンツ制作・表現技術に係る最適な活用手法の取りまとめと普及も併せて支援する。（平成29年度概算要求額5億円）

国

支援

【地域の観光・スポーツ分野等の企業・団体群】

役割：スポンサーシップ、プロダクト・プレイスメント、観光誘致のためのプロモーション協力等

地域

自治体

観光団体

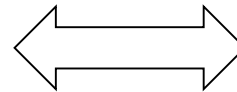
映像団体

非コンテンツ
企業

観光企業

スポーツ企業

先進的なコンテンツ制作・表現
技術を用いたコンテンツ制作



【コンテンツ制作企業】

役割：プロジェクトマネジメント、プロデューサー派遣
技術指導、出演者手配等

※コンテンツ制作企業と地域の観光・スポーツ分野等の事業者がコンソーシアムを形成し、新たなコンテンツ制作・表現技術(VR,AR,AI編集,ドローン空撮等)によるプロモーション映像等の制作等に対して支援。