

コンテンツビジネス振興政策(骨子)

資料2

(1) 重要性

ソフトパワー

∴ 重要産業 ∴

市場規模 **11兆円** (2001年)

[参考] 20.8兆円(自動車) 5.2兆円(鉄鋼)

日本文化の発信ツール

海外における日本理解増進

日本は潜在的に
国際競争力あり
しかし、事業規模は
下降傾向

“ビジネス”としての展開が不十分

(2) 問題点

前近代的な構造が
残存

制作現場
流通

ビジネスの健全な発展を阻害

社会的認知度の低さ

教育機会が不十分

才能ある者の海外流出

海外展開の遅れ

資金調達不足
内向きなマーケティング

売り上げが伸びない

コンテンツビジネスの悪循環

少ない資金での制作

制作者へのリターンの少なさ

不十分な海外展開・マルチユース

収益の少なさ

日本は国際的に立ち遅れる危機

(3) 海外の状況

アメリカのひとり勝ち

【米国】ハイテク技術と豊富な資金力で世界を席卷

アジアの追い上げ

【韓国】文化産業振興基本法

【台湾】産業発展計画

【中国】国立北京電影学院

(4) 集中構造改革の推進 (2004年から3カ年)

基本方針

1. コンテンツビジネス事業規模の拡大
2. 改革は民間主導。国は民間を積極的に支援。

国が進める方策

(1) 制作・流通の近代化を支援

専門職大学院等におけるプロデューサーの育成
公正取引委員会による独禁法・下請法の厳正適用

(2) 社会的認知度を向上

高等教育機関の充実
優れた人材の顕彰と広報

(3) ビジネス展開を支援

海賊版対策の強化
国内での流通の拡大
信託制度の活用など資金調達手段の多様化

5つのアクション

Cool Japan

“カッコイイ”日本へ

Brand Japan

海外市場戦略を重視し

Digital Japan

デジタル化・ブロードバンド化に対応し

Tech Japan

先端技術を活用しながら

All Japan

すべての関係者が連携・協力

ビジネスとしての
飛躍的発展



日本文化の
発信