

コンテンツ振興戦略に関する論点

コンテンツの振興戦略について、前回会合におけるご議論、各委員より伺ったご意見、意見募集などによれば、次のような指摘がなされている。

1 基本路線に関するもの

- ・日本には、世界に誇れる独自の文化を背景に、優れたコンテンツを創出・供給する潜在的な能力がありながら、未だ十分に活用されていないのではないかと。
- ・こうした潜在的な能力を引き出すことにより、戦略的メガコンテンツを次々と生み出して世界に発信すべきではないかと。
- ・コンテンツ産業は、技術革新や新しいビジネスモデルの登場が期待されるので、二桁成長も不可能ではないのではないかと。日本経済の牽引力となることも期待される。

【参考】(日本のコンテンツ産業と世界市場)

	コンテンツ規模	GDP	コンテンツ / GDP	海外売上 / コンテンツ
日本	0.1兆ドル	4.6兆ドル	2%	2%
米国	0.6兆ドル	11.7兆ドル	5%	18%
世界	1.3兆ドル	40.9兆ドル	3%	-

(出所：経済財政諮問会議資料をもとに作成)

(新経済成長戦略におけるコンテンツ分野の将来展望)

2004年(実績)	2015年(目標)
13.6兆円 (うち海外市場は0.26兆円)	18.7兆円 (うち海外市場は1.2兆円)

(経済財政諮問会議 経済成長戦略大綱 / 経済産業省 新経済成長戦略)

2 成長を妨げている要因として指摘されているもの

我が国が、豊かなコンテンツを生み出す創造力も、コンテンツの創作・流通を支える技術開発力も備えていながら、その潜在的な能力を十分に発揮・活用できていない要因として、次のような点が指摘がされている。

時代の変化に対応できない制度と業界慣行

法律・制度や業界慣行が新たな創作活動とビジネスの芽を摘んでいるのではないか

優秀な人材が業界に魅力的を感じず、業界が先細りとなる懸念

将来に目を向け、新しい産業や収益源を見つける視点の欠如

既存システムの中での利害調整に終始し、新しいビジネスを生み出すべきエネルギーが浪費されているのではないか

コンテンツ産業の革新的発展が図れないおそれ

産業界の海外戦略の欠如

国内市場に安住してしまい、海外市場を拡大する意欲とそれを具体的に実現するための戦略がないのではないか

ビジネス展開が受け身、後追いになり、既存市場のパイの取り合いに留まる可能性

3 コンテンツ大国へのシナリオ（イメージ）

最高のコンテンツを生み出し続けるとともに、ビジネスとして成功させるため、長期的な視野に立ち、次のようなシナリオ（イメージ）もあり得るのではないか。

ポイント1 世界に通用する業界となる

- ・「特別な業界」でなく「普通の業界」として世界に飛躍する。
- ・業界の近代化・合理化により、競争が促進される。
- ・関係者へ適正な利益分配がなされ、将来を担う人材が業界に集まる。

ポイント2 世界のコンテンツのハブとなる

- ・コンテンツ、ビジネスともに魅力ある日本に憧れ、世界中から人材や資金が集まる。（アジアと世界の架け橋となる）



日本のコンテンツ産業が国際競争力を強化し、世界をマーケットとして発展する。



コンテンツ産業が日本の経済成長の原動力として一翼を担う