

コンテンツ産業の現状と 今後の発展の方向性

経済産業省 商務情報政策局
文化情報関連産業課
(メディア・コンテンツ課)

I. 現状分析

日本のコンテンツ産業の市場規模

- 映画・アニメ・TV番組・音楽・ゲーム・書籍等の日本のコンテンツ産業の市場規模は約12兆円。CD/DVDや書籍・雑誌が苦戦する一方、ゲームやインターネット配信が伸長。
- 近年、震災からの回復は見られるものの、国内人口のピークアウト等により成長は横ばい。

国内コンテンツ市場の全体像

映像
4.3兆円

映像ソフト
約0.3兆円

映画
約0.2兆円

テレビ放送・
関連サービス
約3.5兆円

その他
(配信・ス
テージ)
約0.3兆円

音楽・音声
1.3兆円

音楽ソフト
約0.4兆円

カラオケ
約0.4兆円

コンサート
入場料
0.3兆円

ラジオ関連
サービス
0.1兆円

携帯電話・
インターネット
配信
約0.1兆円

ゲーム
1.7兆円

ゲームソフト
約0.2兆円

オンラインゲーム
約1.0兆円

携帯電話向
けゲーム
約0.1兆円

アーケードゲーム
約0.4兆円

図書・新聞・画像・テキスト
3.7兆円

書籍
約0.7兆円

雑誌
約1.1兆円

フリーペーパー
約0.2兆円

新聞
約1.5兆円

その他
約0.2兆円

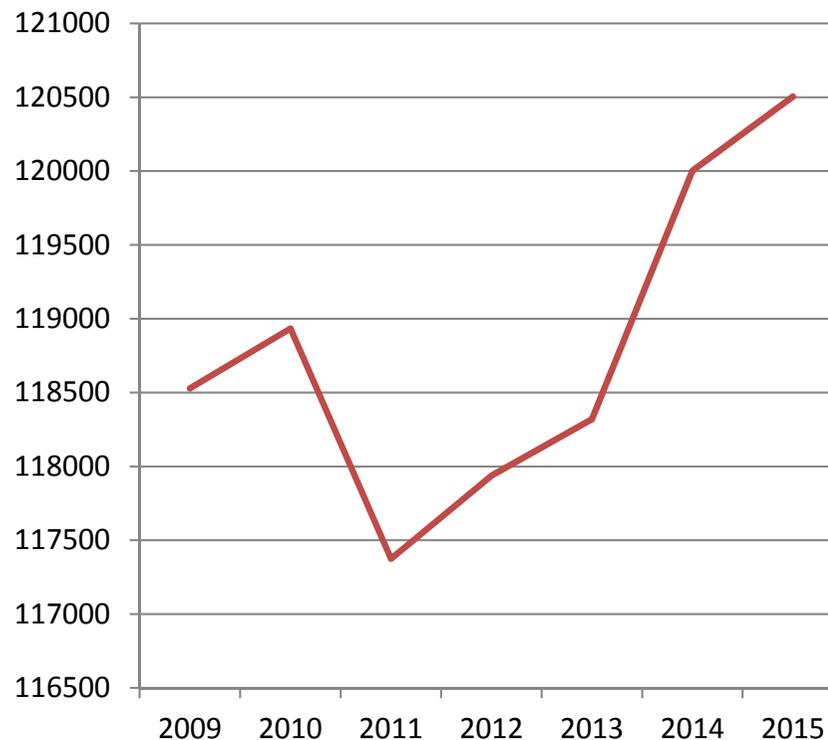
複合型※
1.0兆円

インターネット広告・
モバイル広告
約1.0兆円

※ネットを媒介するオンライン広告
を抜き出し。雑誌、新聞等の伝
統的なマス広告は、「図書・新聞・
画像・テキスト」に含まれている。

市場規模の推移

(億円)

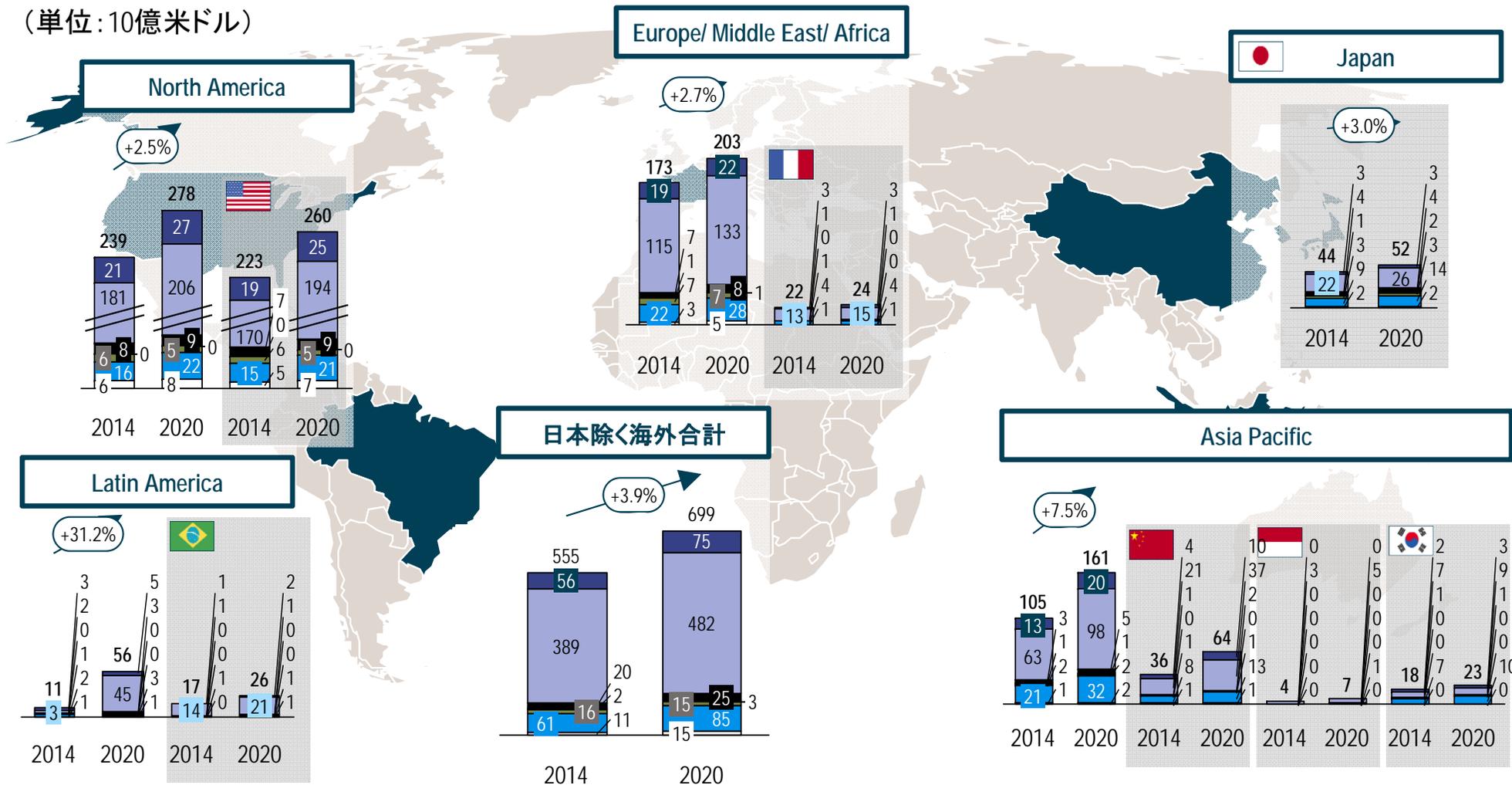


海外のコンテンツ産業の市場規模

- 日本を除く海外のコンテンツ市場は、2014年で5,552億米ドルであり、アジアを中心に市場が拡大し、2020年には6,993億米ドルとなる見込み。

■ 映画 ■ 放送 ■ アニメ ■ マンガ ■ 音楽 ■ ゲーム ■ キャラクター

(単位: 10億米ドル)

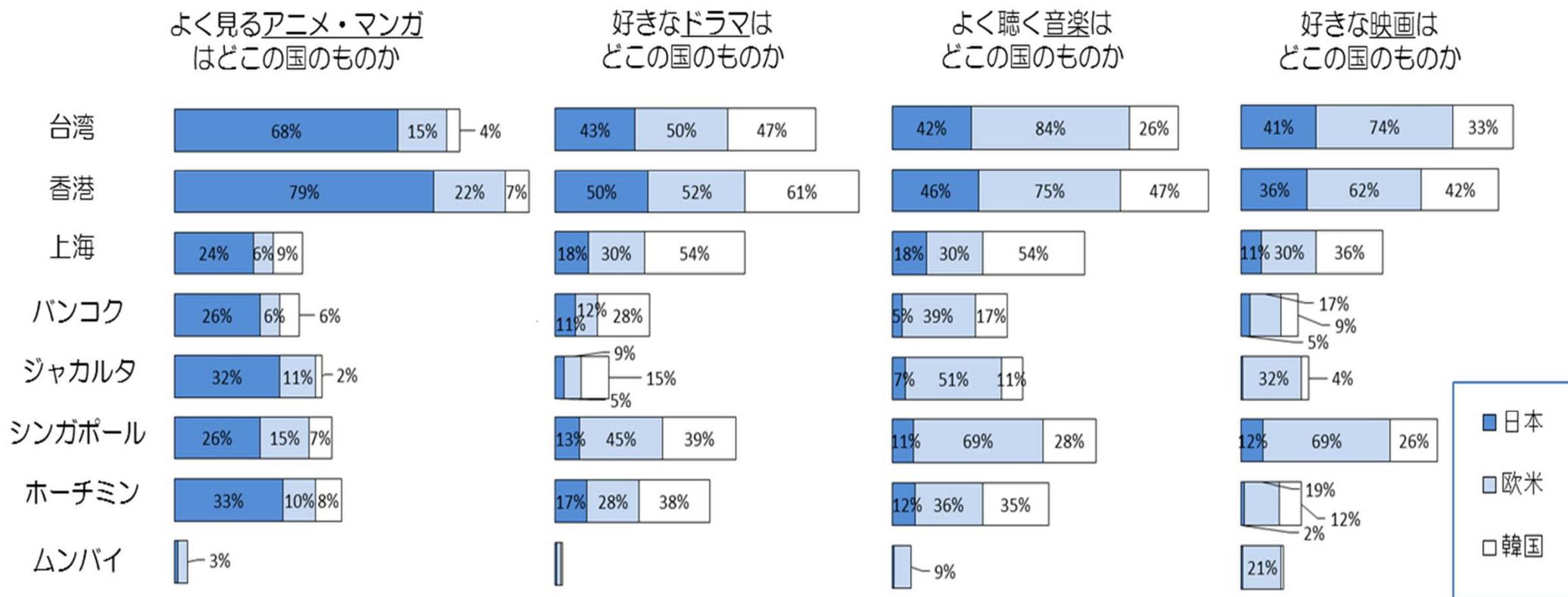


1) 1ドル=106.85円で換算(2014年平均値)。以下同じ 2)「映画」、「放送」はアニメを除く 3)「マンガ」にはアメコミ等の海外コミックも含む 4) マンガ海外市場規模参考値: 米国6.3億ドル、ドイツ5.4億ドル、フランス5.1億ドル、英国3億ドル(韓国コンテンツ振興院、2010年)、日本マンガ海外市場規模参考値: 米国1.4億ドル(ICv2、2009年) 5)「キャラクター物販」は他コンテンツ由来のキャラクター、ライセンスビジネス向けに制作されたキャラクター商品の販売。但し、マンガ・ゲーム等他の市場に含む商品、アパレル・アクセサリ関連商品、広告販促品は除く)

日本コンテンツの潜在力

アジア主要都市における日・韓・欧米コンテンツ普及度

【2014年調査】



出典：博報堂Global HABIT調査（2015年2月（サンプル調査：15～54歳の男女が回答））（複数回答）

【参考】「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律（コンテンツ振興法）」におけるコンテンツの定義

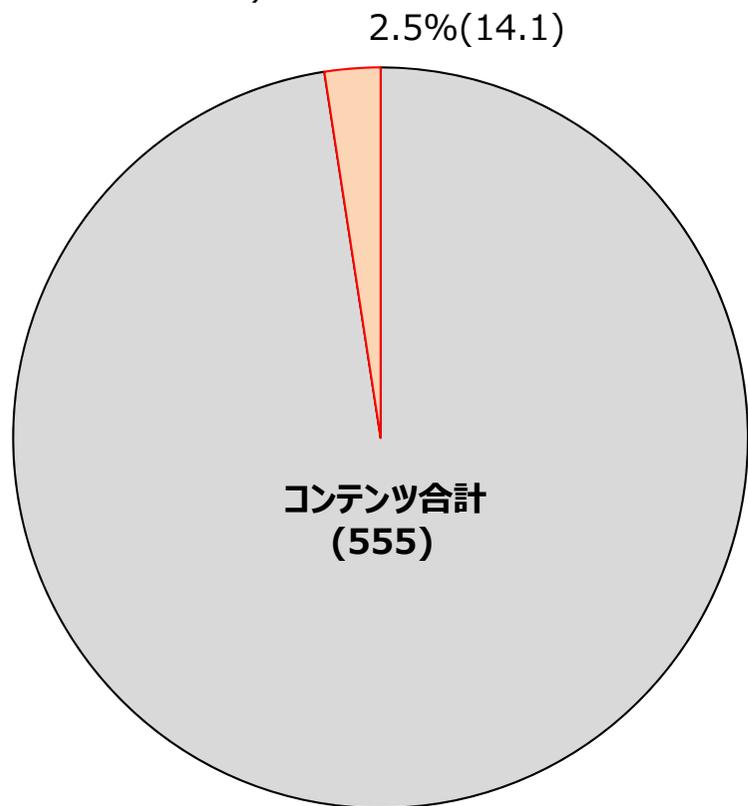
第二条 この法律において「コンテンツ」とは、映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、コンピュータゲームその他の文字、図形、色彩、音声、動作若しくは映像若しくはこれらを組み合わせたもの又はこれらに係る情報を電子計算機を介して提供するためのプログラム（電子計算機に対する指令であつて、一の結果を得ることができるよう組み合わせたものをいう。）であつて、人間の創造的活動により生み出されるもののうち、教養又は娯楽の範囲に属するものをいう。

世界の市場における日本由来コンテンツの売上シェア

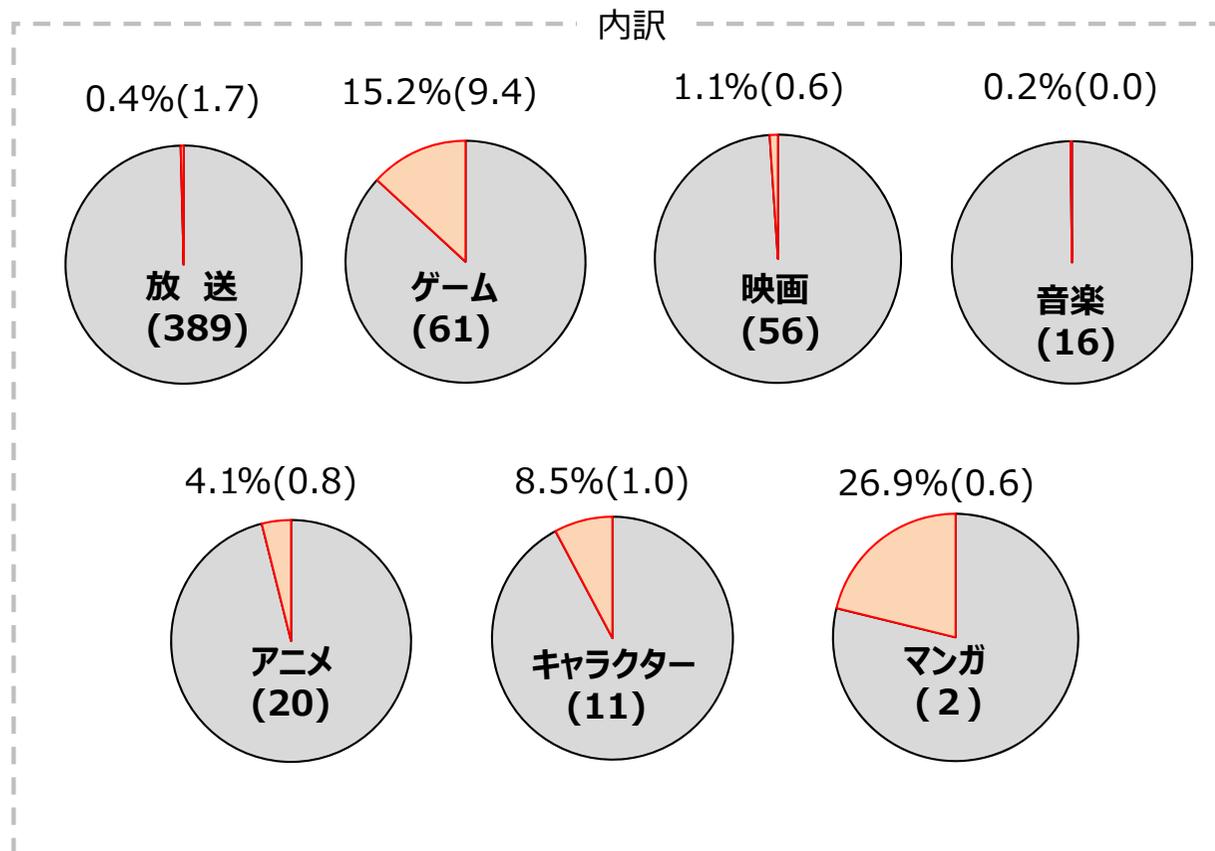
- 日本由来コンテンツの売上は約141億米ドルと海外市場規模全体の2.5%を占める。
- 日本由来コンテンツの売上シェアは各分野で状況は異なり、マンガ、ゲーム、キャラクター、アニメの順に大きい。

コンテンツの市場規模と日本由来コンテンツの売上シェア

(単位：10億米ドル)



分解



(凡例)

○ : 海外市場規模

◀ : うち日本由来コンテンツ売上

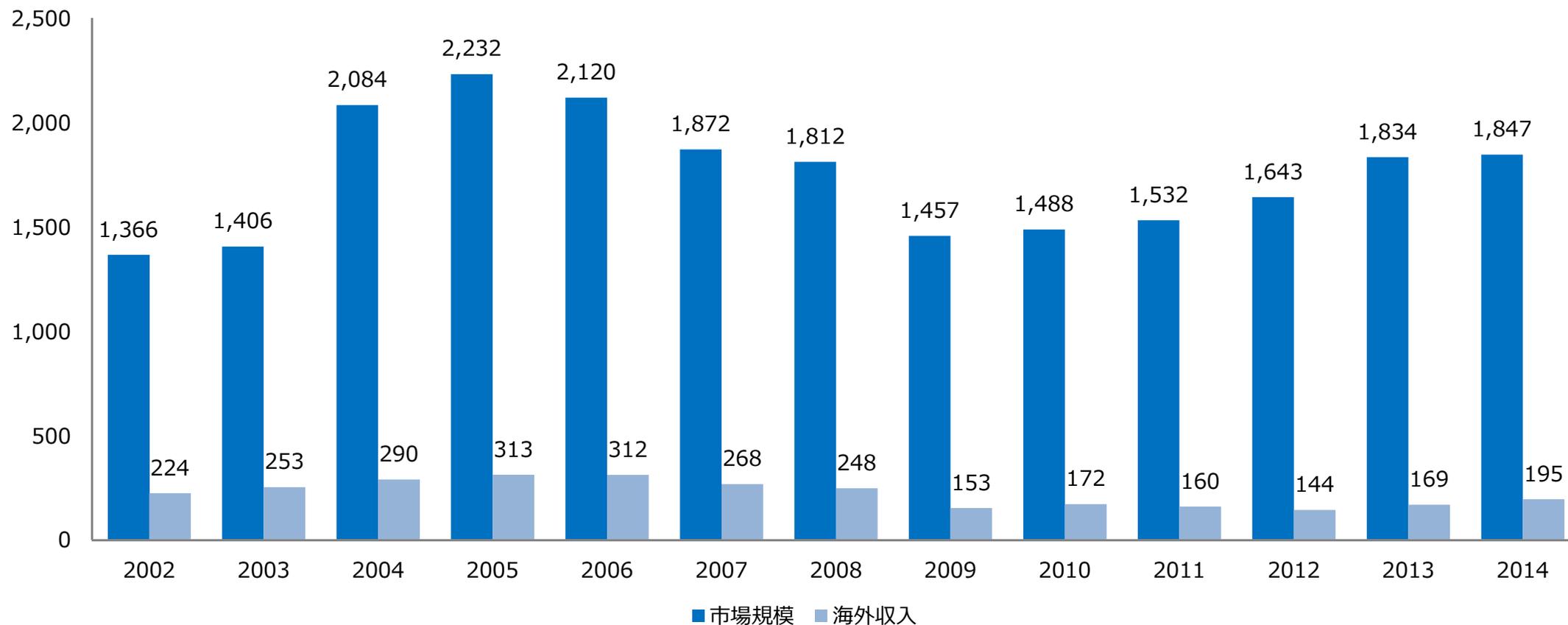
出典：ローランドベルガー調査(2015)

(参考) アニメ

単位：億円

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
市場規模	1,366	1,406	2,084	2,232	2,120	1,872	1,812	1,457	1,488	1,532	1,643	1,834	1,847
海外収入	224	253	290	313	312	268	248	153	172	160	144	169	195

単位：億円



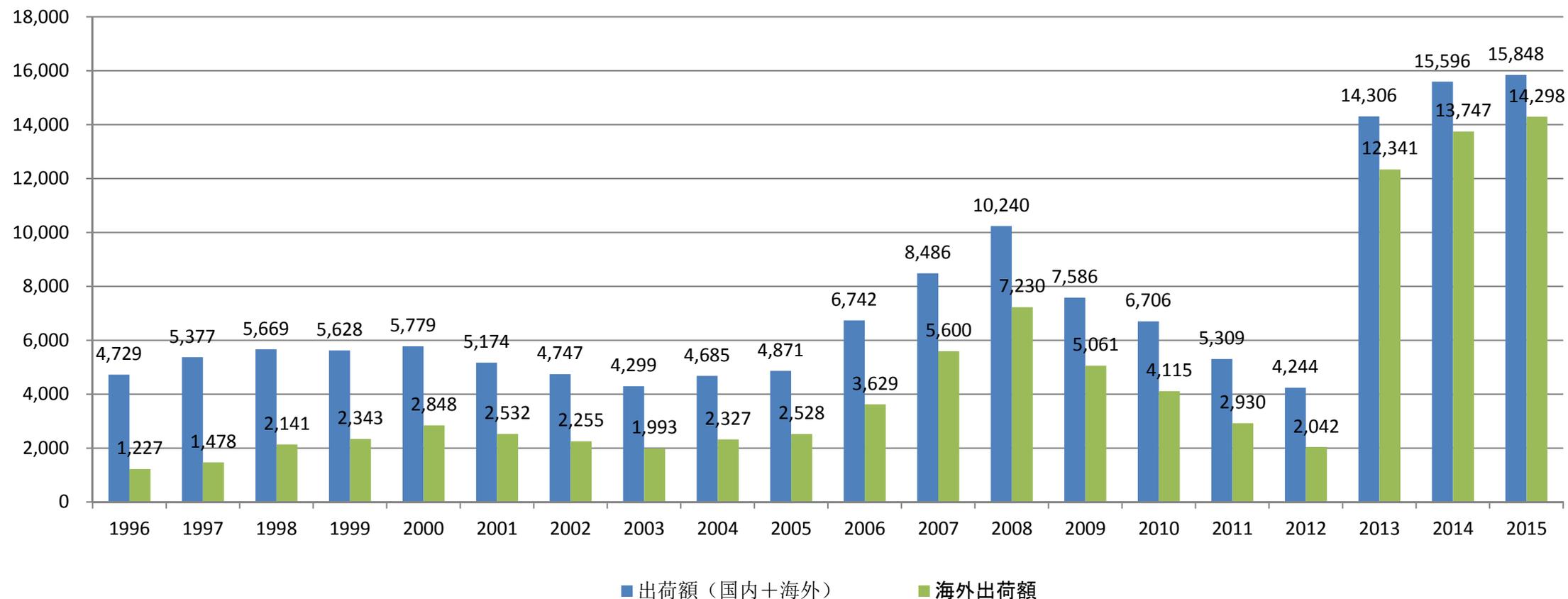
(※) 日本動画協会が統計をとりはじめた2002年からのデータを集計。
 (※) 「海外収入」とは、映像販売、ライセンス等による海外収入をさす。

(参考) 家庭用ゲームソフト

単位：億円

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
出荷額 (国内+海外)	4,729	5,377	5,669	5,628	5,779	5,174	4,747	4,299	4,685	4,871	6,742	8,486	10,240	7,586	6,706	5,309	4,244	14,306	15,596	15,848
海外出荷額	1,227	1,478	2,141	2,343	2,848	2,532	2,255	1,993	2,327	2,528	3,629	5,600	7,230	5,061	4,115	2,930	2,042	12,341	13,747	14,298
輸出比率	25.9%	27.5%	37.8%	41.6%	49.3%	48.9%	47.5%	46.4%	49.7%	51.9%	53.8%	66.0%	70.6%	66.7%	61.4%	55.2%	48.1%	86.3%	88.1%	90.2%

単位：億円



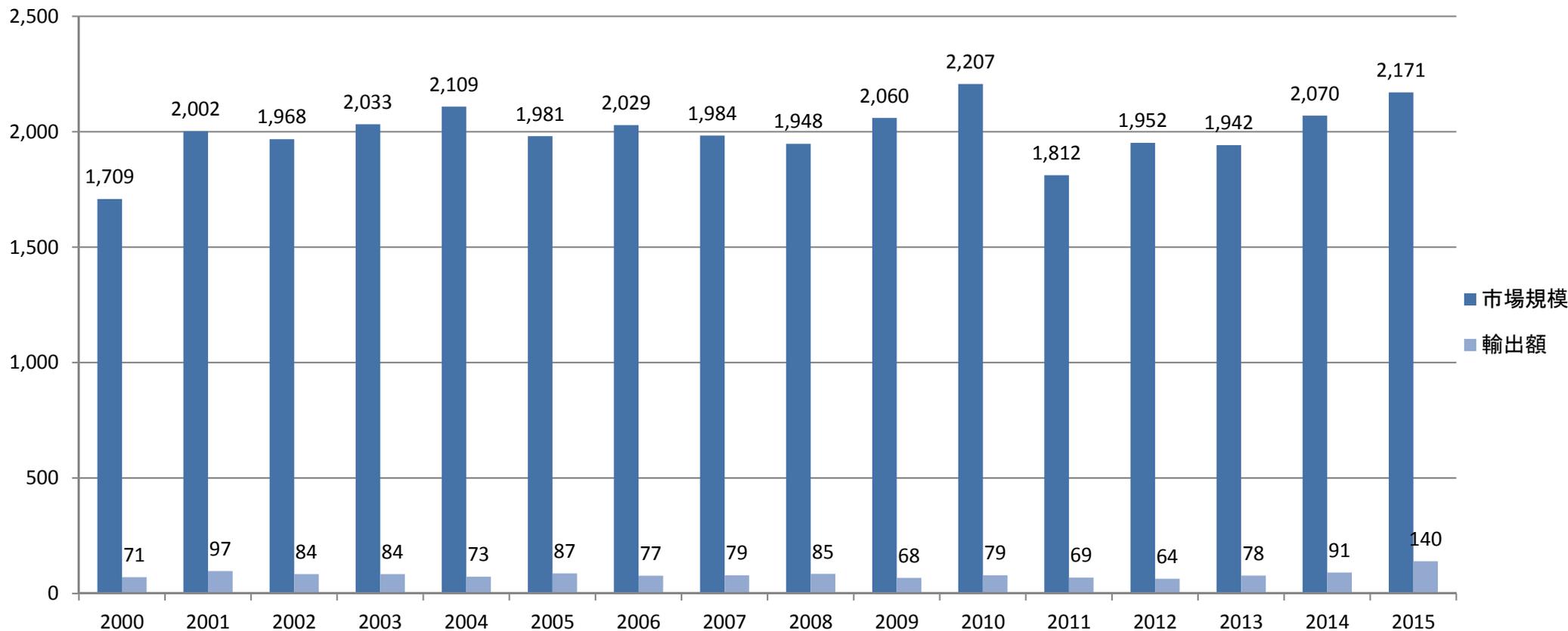
(※) 2013年以降の値は、調査方法が変更されたため、2012年以前の値と単純な比較はできない。
 (※) コンピュータエンタテインメントソフトウェア協会（CESAの前身）が統計をとりはじめた1996年からのデータを集計。

(参考) 映画

単位：億円

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
市場規模	1709	2002	1968	2033	2109	1981	2029	1984	1948	2060	2207	1812	1952	1942	2070	2171
輸出額	71	97	84	84	73	87	77	79	85	68	79	69	64	78	91	140

単位：億円



(※) 日本映画製作者連盟が統計をとりはじめた2000年からのデータを集計。

(※) 輸出額は、連盟加盟者とそのグループ会社が、日本映画関連の権利（映画・テレビ映画の海外配給権、海外上映権、リメイク権、海外放送権、海外二次利用権、映画・テレビキャラクター商品化権）を利用して得た収入をさす。

(※) 輸出額は、1ドル＝120円とする。

II. 施策

クールジャパン戦略

- クールジャパン戦略の狙いは、アニメ、ドラマ、音楽等のコンテンツや「衣」「食」「住」をはじめ、日本の文化やライフスタイルの魅力を付加価値に変え、新興国等の旺盛な海外需要を獲得し、日本の経済成長（企業の活躍・雇用創出）につなげること。
- このため、海外需要を取り込む段階を3つに分け、①日本の魅力を発信することにより、海外において日本ブームを創出する段階、②現地で関連商品、サービス等を販売する段階、③観光政策などと連携しつつ、日本に関心を持った外国客を実際に日本に呼び込むことで消費を促す段階、それぞれの段階での支援を講じていく。

<戦略的海外展開>

①日本ブーム創出

日本の魅力の 効果的発信

日本に対する興味・関心を高める
機会の創出

- (1) コンテンツ海外展開支援
(ローカライズ等)
 - ・J-LOP
- (2) 日本でのイベント開催
及び海外情報発信
 - ・コフェスタ
 - ・インフルエンサー招聘

②現地で稼ぐ

現地で稼ぐための プラットフォーム構築

日本のコンテンツ専用チャンネルの確
保や商業施設等における関連商品の
販売

- (1) 製品開発・チームづくり
 - ・プロデューサー派遣
- (2) 現地企業とのマッチング
- (3) テストマーケティング
- (4) リスクマネーの供給
 - ・クールジャパン機構

③日本で消費

日本に呼び込み 大きく消費を促す

ビジット・ジャパンをはじめとする外国
人観光客・ビジネス客の集客

- 日本でのイベント開催及び
海外情報発信（再掲）

経済産業省が実施するコンテンツ振興施策

流通フェーズ

①ローカライズ・プロモーション支援（J-LOP）

他産業への波及効果が強い各種コンテンツの海外展開を促進するため、ローカライズ(字幕付与や吹き替えなど)・プロモーション等の支援を実施。

②コ・フェスタ

コンテンツとコンテンツ関連イベントを束ねた「コ・フェスタ」を開催。日本コンテンツを海外にアピール。

③クールジャパン機構

財政投融資特別会計（投資勘定）を活用（平成25年度500億円）してファンドを設立し、産業化に向けたリスクマネーを供給。

④政府間対話

「アジア・コンテンツ・ビジネスサミット（ACBS）」等を官民連携により開催し、国際間の課題解決に向けて議論。

⑤海賊版対策

コンテンツ海外流通促進機構（CODA）を通じて、中国を始めとする著作権侵害が特に多発する国における違法コンテンツ削除要請を推進。

マーケティング支援

⑥留学生アンバサダー

日本の文化やコンテンツを深く理解する日本の大学または大学院在学中の外国人留学生を通じて、日本のコンテンツの魅力を自国をはじめ、海外に広く紹介。

ビジネスを支える基盤整備

⑦プロデューサー人材育成

バリューチェーン全体を統括し、コンテンツ産業の海外展開の中核となる人材を育成するため、海外トップフィルムスクールへの留学等を支援。

⑧コンテンツ技術戦略

CGやVFX等デジタルコンテンツ技術の高度化と普及を推進。制作工程管理やクラウドサービス活用のための取り組みを実施。

① ローカライズ・プロモーション支援（平成28年度第2次補正予算60億円）

- 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及び権利情報の集約化により、日本コンテンツの海外展開を促進。
- また、事務局にて権利情報データベースの整備や異業種マッチングセミナー等を行い、総合的に海外展開をサポート。

ローカライズ（例）



『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（例）



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。



平成24 & 26年度補正予算の
 J-LOP事業における主な成果

採択件数
4,700件

海外売上増加額
 （2014年 - 2015年比較）

1,585億円※

新規海外展開
 （J-LOP+実施期間中）

405事業者



※本事業利用事業者の海外売上増加額の総計
 H24補正利用事業者：2012年-2015年比較
 H26補正利用事業者：2014年-2015年比較(一部重複あり)

②-1 コ・フェスタ

- コンテンツ産業およびファッション、デザイン等コンテンツと親和性の高い産業に関わる各種イベントが連携して開催する世界最大規模の統合的コンテンツフェスティバル。
- コンテンツ業界が連携し、発信力を高めながら広く海外にアピールすることで、日本のコンテンツの海外展開を促進。

CoFesta	[全イベント]	[TIFFCOM]
CoFesta2007	オフィシャルイベント (18)、 パートナーイベント (6) 動員数：約80万人	成約金額：約15百万ドル
CoFesta2008	オフィシャルイベント (15)、 パートナーイベント (10)、 オリジナルイベント (11) 動員数：約82万人	成約金額：約19百万ドル
CoFesta2009	オフィシャルイベント (18)、 パートナーイベント (16)、 オリジナルイベント (6) 動員数：約100万人	成約金額：約45百万ドル
CoFesta2010	オフィシャルイベント (17)、 パートナーイベント (9)、 オリジナルイベント (2) 動員数：約130万人	成約金額：約38百万ドル
CoFesta2011	オフィシャルイベント (18)、 パートナーイベント (14)、 オリジナルイベント (2) 動員数：約230万人	成約金額：約45百万ドル
CoFesta2012	オフィシャルイベント (18)、 パートナーイベント (12) 動員数：約180万人	成約金額：約52百万ドル
CoFesta2013	オフィシャルイベント (17)、 パートナーイベント (11) 動員数：約200万人	成約金額：約65百万ドル
CoFesta2014	オフィシャルイベント (18)、 パートナーイベント (15) 動員数：約134万人	成約金額：約51百万ドル
CoFesta2015	コアイベント (4) オフィシャルイベント (8)、 パートナーイベント (13) 動員数：約135万人	成約金額：約53百万ドル

コ・フェスタ2016オフィシャルイベント

コアイベント

TOKYO GAME SHOW 2016
東京ゲームショウ2016
9/15 Thu. - 18 Sun.

TOKYO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL 2016
第29回 東京国際映画祭
10/25 Tue. - 11/3 Thu.

AnimeJapan 2017
アニメがすべてが、ここに集まる。
2017/3/24 Fri. - 26 Sun.

Japan Contents Showcase 2016
10/24 Mon. - 27 Thu.

TIMM™
2016 13th TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET
第13回 東京国際ミュージックマーケット (TIMM)
10/24 Mon. - 27 Thu.

TIFFCOM
Marketplace for Film & TV in Asia
TIFFCOM2016 Marketplace for Film & TV in Asia
10/24 Mon. - 27 Thu.

Tokyo International Anime Festival
東京国際アニメ祭2016秋(TIAF)
10/24 Mon. - 27 Thu.

KYOTO CMEX 2016
KYOTO Cross Media Experience 2016
7/9 Sat. - 10 Dec

CEATEC JAPAN 2016
10/4 Tue. - 7 Fri.

文化庁メディア芸術祭 20周年企画展
第20回 文化庁メディア芸術祭 (文化庁メディア芸術祭20周年企画展一変える力)
10/15 Sat. - 11/6 Fri.

Amazon Fashion Week TOKYO 2017 S/S
10/17 Mon. - 23 Sun.

THE 7TH ROBOT AWARD 第7回 ロボット大賞
10/19 Wed. - 21 Fri.

JAPAN PRIZE 2016
教育コンテンツ国際コンクール
10/26 Wed. - 11/2 Wed.

TOKYO DESIGN WEEK 2016
10/26 Wed. - 31 Mon. 11/2 Wed. - 7 Mon.

DIGITAL CONTENT EXPO 2016
デジタルコンテンツEXPO 2016
10/27 Thu. - 30 Sun.

Tokyo Docs 2016
11/5 Sat. - 10 Fri.

INTERNATIONAL DRAMA FESTIVAL IN TOKYO 2016
国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016
11/7 Mon. 8 Tue.

InterBEE 2016
11/16 Wed. - 18 Fri.

MANGA Festival in Malaysia
マンガフェスティバル in マレーシア
11/18 Fri. - 20 Sun.

第32回 ATP賞テレビグランプリ / SKIPシティ国際Dシネマ映画祭2016 / 第38回 PFFぴあフィルムフェスティバル / 京都国際マンガ・アニメフェア2016
2016年 きものサロネ in 日本橋 / 吉祥寺アニメワンダーランド2016 / MPTE AWARDS 2016 第69回表彰式 / 第8回京都ヒストリカ国際映画祭 / JVA Festa 2016
第7回 映文連 国際短編映像祭「映文連アワード2016」 / 第41回湯布院映画祭 / マジカル福島2016 / 第10回アジア国際子ども映画祭
海外パートナーイベント: Anime Expo2016 / Japan Expo / J-POP SUMMIT / 台湾漫画博覧会

②-2 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。
- 2016年度は356団体が出展し、1,539名の登録バイヤーが来場した(2015年度：出展団体数：347、登録バイヤー数：1,433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。12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。12回目(2004年～)。



東京国際アニメ祭秋

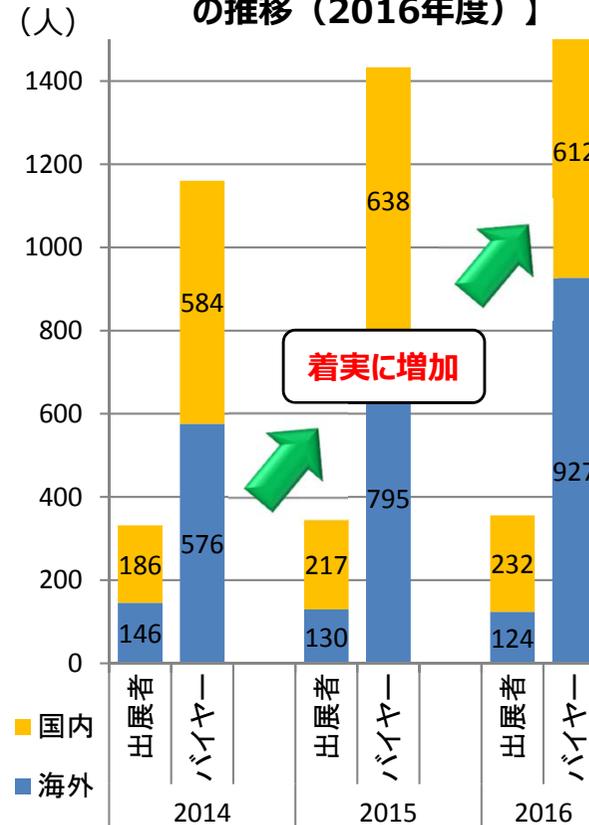
日本のアニメ産業の活性化を目的に、ビジネスマッチングの場を設け、国内外のアニメビジネス情報を発信する。TIAFとしては6回目(2010年～)。

Japan Content Showcase 2016

開催期間
2016年10月24日(月)～27日(木)
(渋谷会場：10月24～25日/台場会場：10月25～27日)

開催場所
TIMM：渋谷エクセルホテル東急(東京都渋谷区道玄坂1-12-2)
TIFFCOM/TIAF：グランドニッコー東京 台場(東京都港区台場2-6-1)

【出展者・招聘バイヤーの推移(2016年度)】



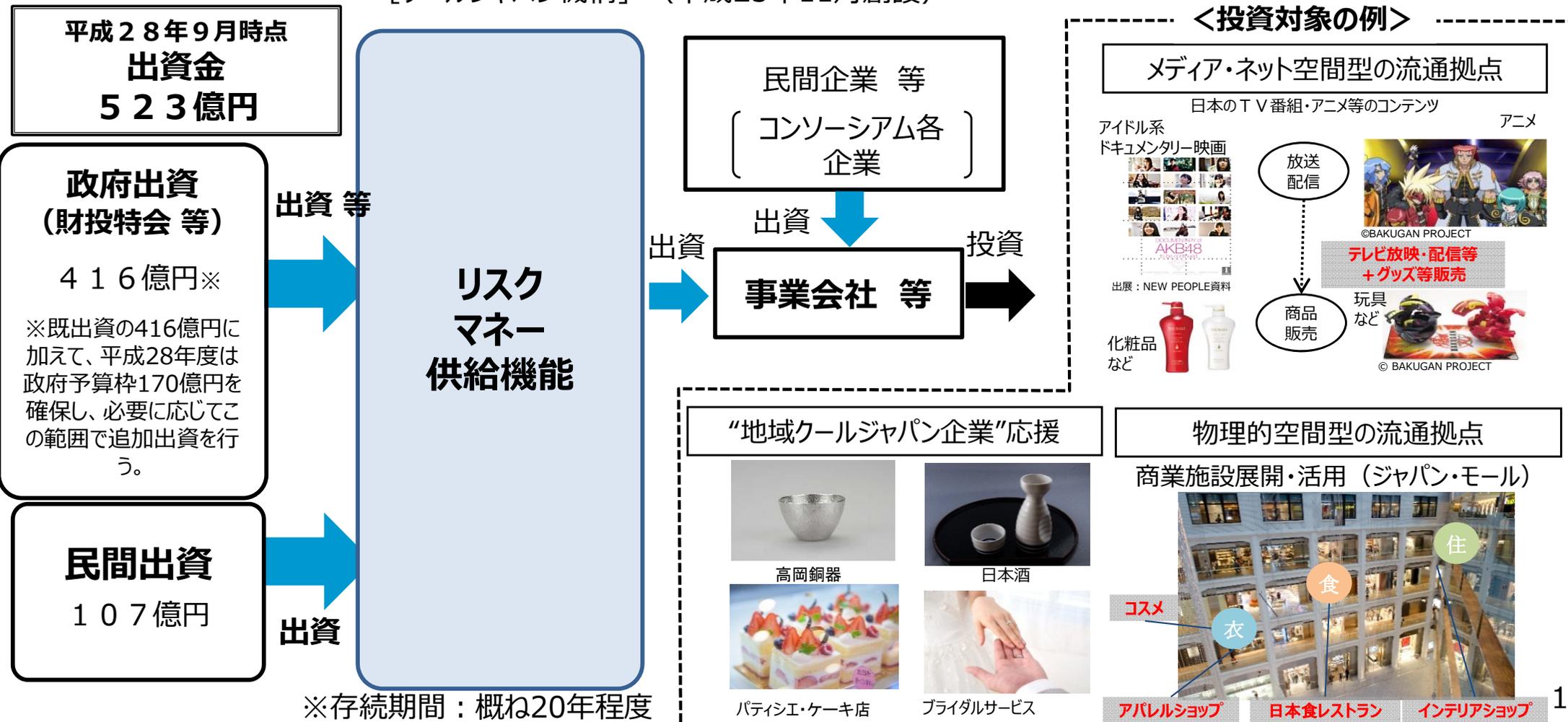
【商談件数(2016年度)】



③-1 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）



③-2 クールジャパン機構の投資決定案件

※平成28年2月時点

※支援決定額については、上限額となっており、為替の影響等により金額に変動がある。

類型	内容	対象国	事業主体 (機構の出資規模)	概要	
コンテンツ	海外向け ジャパン コンテンツ 関連ネット販売	全世界 (米国・ インドネシア等)	Tokyo Otaku Mode 等 (15億円)	海外に向けて日本のマンガ・アニメ等のポップカルチャーの魅力を発信するメディア・EC事業 	地域・中小企業やクリエイター等の海外展開のプラットフォーム
	正規版アニメ 関連ネット販売	全世界	バンダイナムコHD等 (総事業費 50億円) (10億円)	正規版日本アニメのサイマル配信を多言語で行う動画配信・EC事業	日本アニメ産業の海外展開でアニメータの出口を拡大
	ジャパン コンテンツの ローカライズ	全世界	イマジカ・ ロボットHD等 (総事業費 190億円) (75億円)	80言語以上に対応した日本のコンテンツの世界発信のためのローカライズの基幹インフラを獲得 	日本コンテンツの対外発信を加速
	海外でのク リエーター育成	アジア・欧 州・豪州	KADOKAWA Contents Academy 等 (総事業費 10億円) (4.5億円)	アジア等で日本コンテンツを活用したビジネスを支えるクリエイター人材を育成する スクール事業 	
	エンタテイン メント	アジア (台湾・ タイ等)	吉本興業等 (総事業費 21億円) (10億円)	アジア各国向けTV番組で日本を発信し、イベントや地域物販等を展開	地域企業等の商品・サービスの海外展開
	ジャパン チャンネル	全世界	スカパーJSAT (総事業費 110億円) (44億円)	世界22カ国に日本コンテンツの有料放送チャンネルを展開し、地域物販やインバウンドを促進 	

④ 政府間対話～ACBS～

【Asia Content Business Summit (ACBS)】

- アジアにおけるコンテンツ産業の官民関係者を一堂に集め、アジア市場におけるコンテンツ流通の促進、海賊版対策、人材交流、国際共同製作等の国際的な課題について議論し、共同行動に結びつけることを目指して2008年創設。
※主要メンバー国・地域：日本・中国・香港・インドネシア・韓国・マレーシア・フィリピン・シンガポール・タイ
- 2016年9月に第5回会合をマレーシア（クアラルンプール）で開催した。
※2009年10月に第1回会合を日本（東京）、2011年2月に第2回会合をタイ（パタヤ）、2011年12月に第3回会合をシンガポール、2014年10月に第4回会合を日本（東京）で開催。

ACBS (アジア・コンテンツ・ビジネス・サミット)

第5回会合開催時に参加国・地域の間でACBSとして取り組むテーマと方向性について共同声明を採択。
(第5回参加国・地域：日本・中国・香港・インドネシア・韓国・マレーシア・シンガポール・タイ・カナダ・米国)

ACBS 2016 共同声明 概要

ACBSメンバー国・地域は、下記テーマについて議論を行い、急速に成長するアジアのコンテンツ産業に適応するため一層の連携の重要性を認識するとともに、今後も継続してACBSを開催し、これらのテーマに関する取り組みを強化することに合意した。

- 進展するデジタルコンテンツ技術分野の展望及び今後の連携
- メンバー国・地域間での国際共同製作の推進
- 起業家ネットワークの構築
- 海賊版対策の連携強化
- 地方コンテンツの展開促進
- メンバー国・地域におけるコンテンツ産業活性化に向けた政策の検討
- コンテンツ制作のための資金調達手法

⑤海賊版対策



- グローバル市場に対してコンテンツビジネスを展開するうえでの大きな障害のひとつは海賊版の存在。
⇒ 中国主要4都市における日本コンテンツの被害額は年間5600億円（出典：文化庁推計、2013年）
- 一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構（CODA）を通じて、権利者や各国の著作権関連団体と協力のもと海賊版対策を講じている。

インターネット上の海賊版対策

- インターネット上の違法動画コンテンツの削除要請に係る実証実験を、中国と韓国の動画投稿サイト等に対して実施。

→CODAの削除要請によりほぼ100%の削除実施に成功

【削除要請URL件数と削除率】（2011年8月～2016年3月）

Youku（中国）	83,973件	99.20%
Tudou（中国）	67,722件	99.28%
Ku6（中国）	17,673件	99.90%
56.com（中国）	10,157件	98.47%
Pandora.tv（韓国）	19,187件	99.16%

- CODAと主要な中国動画投稿サイトとの間でネット上の著作権保護の協力に係る覚書を締結。

【覚書締結先】

Tudou、Youku、ku6、56.com、iQIYI

- CODAとモーション・ピクチャー・アソシエーション（MPA）は、オンライン著作権侵害に対する新たな善処法の開発や共同での著作権保護活動の強化を目的とする公式同意書に署名。（2014年3月）

共同エンフォースメント（権利行使）支援

海賊版DVD等に対しては、CODAが中国等現地取締機関との連携により権利行使を支援

→約691万枚の海賊版DVD押収の実績あり（2005年1月～2016年3月までの累計）



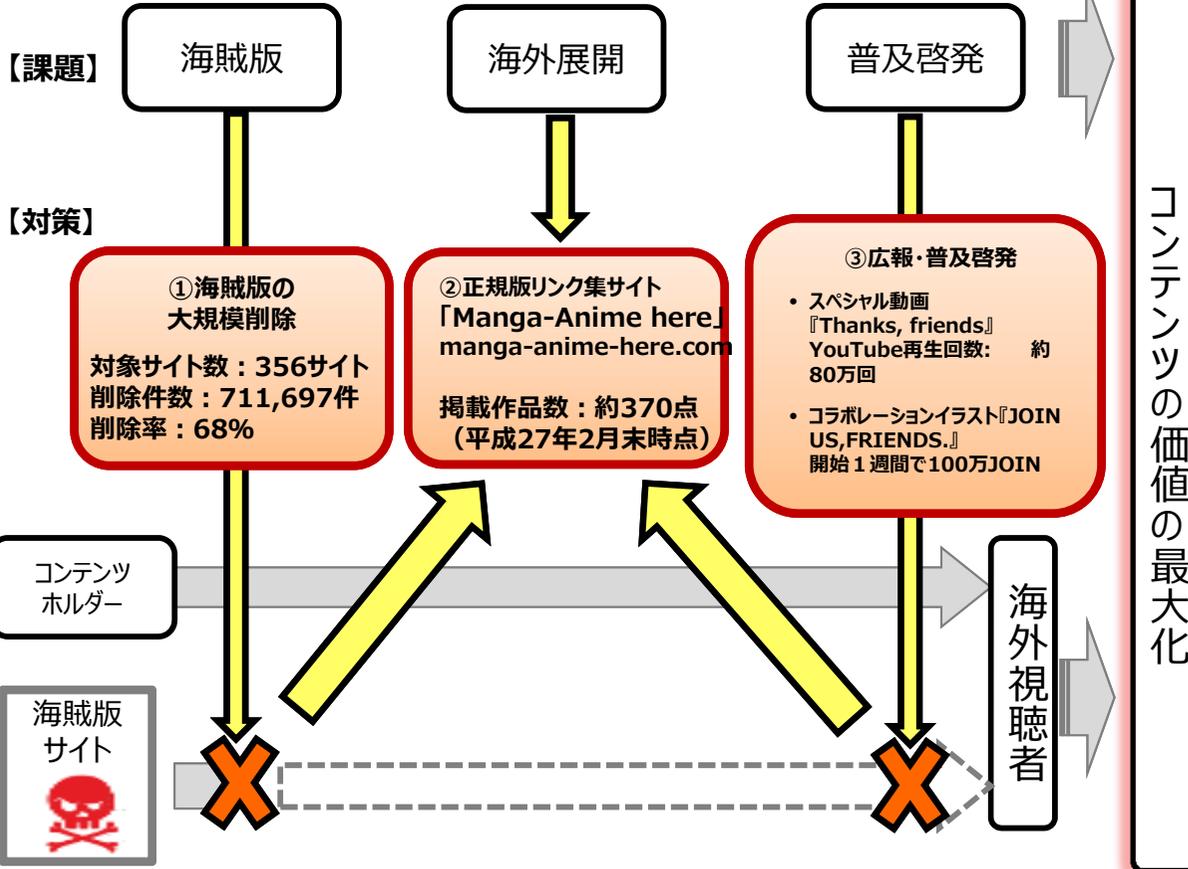
⑤ 海賊版対策 Manga-Anime Guardians (MAG) PROJECT



- ①海賊版の「**削除**」を効率的に行い、それと同時に②ファンを海賊版から正規版サイトへ「**誘導**」する仕組みを構築、更に③国内外の視聴者等に「**普及啓発**」を行うという3つの課題に一貫して戦略的に取り組むプロジェクト。
- これらの取組を通じ、国内外のマンガ・アニメのファン層を維持・拡充しつつ、海賊版が市場から消滅していくことで、正規のコンテンツに対価が支払われ、新たな作品創造へと繋がる好環境を整備。
- 出版社及びアニメ関連企業15社からなるマンガ・アニメ海賊版対策協議会と経済産業省及びCODAが一体となり推進。

平成26年度

【国／経済産業省】



平成27年度

【民間／マンガ・アニメ海賊版対策協議会】

出版社及びアニメ関連主要各社からなるマンガ・アニメ海賊版対策協議会は、参加企業を拡大しつつ、以下を継続実施

- ①海賊版の大規模削除
- ②正規版リンク集サイトに関する取り組み
- ③海賊版対策に関する広報・普及啓発活動

【国／経済産業省】

更なる連携が必要な分野について、国の海賊版対策事業にて措置

- ・周辺対策の継続実施（広告抑止要請、フィルタリング等）
- ・海賊版対策の効果測定調査

等

⑥ 留学生アンバサダー

- 日本コンテンツのファンである海外の若者を、留学生・現地学生を中心に「コ・フェスタ アンバサダー」として組織化。
- 本組織を活用し、コンテンツホルダーと海外消費者を結ぶ、効果的な「マーケティング」と「プロモーション」の機能をコ・フェスタに付与。コンテンツ業界に対する海外展開支援を行うことで、日本の魅力を効果的に発信する。
 - ① コンテンツの海外進出事業の企画・立案に直結する消費者ニーズの把握・提供（マーケティング機能）
 - ② 現地におけるインフルエンサー・メディア・バイヤー向けのイベント等の開催を通じて、発信力の高い関係者とのネットワークを構築（プロモーション機能）

		内容	報告形式
マーケティング	消費トレンド調査	<ul style="list-style-type: none"> ■コンテンツ分野において海外で何がどのように流行しているのかを現地にてヒアリング調査しレポートにまとめる。 	<ul style="list-style-type: none"> ■報告書(随時) ■セミナー ■年度末発表会
	消費者反応調査	<ul style="list-style-type: none"> ■海外進出を検討しているコンテンツや、マーケットへの出展を予定しているコンテンツについて、消費者に当て、反応を調査する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■イベントに参加した後、イベント主催者に報告書を提出。
プロモーション	現地PRイベント	<ul style="list-style-type: none"> ■海外イベントへの出展に際して、現地アンバサダーと連携しPRイベントを実施。 ■コンテンツへの集客やパブリシティに貢献する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■イベントに参加した後、イベント主催者に報告書を提出。
	海外インフルエンサーの招聘	<ul style="list-style-type: none"> ■アンバサダー認定した海外のインフルエンサーのうち、影響力のある方々を合同マーケットに招待。 ■SNS等を通じて発信。 	<ul style="list-style-type: none"> ■JapanContentsShowcaseにて招聘ツアー実施 ■報告書(年度末)



約200名を任命（平成27年10月末時点）

⑦ 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、海外の最先端のノウハウを習得するための海外企業実務研修や、グループワーク等を通じた国際的な人的ネットワーク構築等を実施。

国内研修支援

- 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。
- 海外から招聘した国際的に著名な講師等による国際コンテンツフォーラム及びハリウッドにおけるマーケティング戦略をテーマとしたワークショップを実施。

海外研修支援

<海外教育機関における研修>

- 業界最先端の国際コンテンツビジネスプロデュースについて学ぶ1週間の研修プログラムをカルフォルニア大学ロサンゼルス校において実施し、コンテンツ関連企業（映画、アニメ、ゲーム、出版、テレビ等）や商社、証券会社等の幅広い業種から若手24名が参加。シリコンバレーのIT産業がコンテンツビジネスに与えた影響等についてレクチャーを通じて学ぶとともに、ハリウッド仕込みのオリジナル企画開発のグループワークを実施し、本研修をきっかけに異業種間のネットワークを構築。（平成28年度）
- また、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受験に必要な書類作成や推薦状取得に関するアドバイスなど、総合的なサポートを実施。（平成22年度～）
卒業生は国際共同製作作品のプロデューサー等として活躍中。

<海外企業における実務研修>

- 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（インターンシップ）の機会を提供。（平成27年度～）

（主な実績）Warner Bros. Home Entertainment Inc.における実務研修（マーケティング及びプロダクション部門における業務）

LBO Productionsにおける実務研修（映画『Ghost in the Shell』の撮影現場における業務）

⑧ 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、技術マップ（コンテンツ分野）を策定し、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。

技術マップ（コンテンツ分野）の策定

コンテンツ技術が向かうべき方向性を提示。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が目的。2014年度に更新を実施。

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。

