

エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会 第7回

議事要旨

日時：令和7年3月11日（火） 10:00～12:00

場所：経済産業省本館17階 第三特別会議室（オンライン併用）

出席委員：

＜ステアリングコミッティ委員＞

座長	中村 伊知哉	iU（情報経営イノベーション専門職大学）学長
委員	河島 伸子	同志社大学 経済学部 教授
	齋藤 精一	パノラマティクス 主宰 株式会社アブストラクトエンジン 代表取締役
	中山 淳雄	Re entertainment 代表取締役社長
	村松 俊亮	一般社団法人 日本経済団体連合会クリエイティブエコノミー委員長
	桃井 信彦	株式会社バンダイナムコホールディングス 取締役

＜プレゼンター＞

水越 一吉 株式会社海外需要開拓支援機構 専務執行役員 兼 最高執行責任者(COO)

＜ステアリングコミッティ オブザーバー＞

市井 三衛 特定非営利活動法人 映像産業振興機構 専務理事兼事務局長

浪越 徳子 一般財団法人デジタルコンテンツ協会 専務理事 国際部長兼事業推進部長

【議事要旨】

1. エンタメ・クリエイティブ産業戦略 中間とりまとめ（案）について

- 非常に意欲的なアクションプランをまとめていただいた。これまでになく総合的な資料の取りまとめがなされたうえで、具体的な課題・アクションプランに接続されたことは意義深い。若手も含めた産業側の意見や意志を聴いていただき、政府・産業側の情報交換の場としても非常に意義があった。今後、具体的な取り組みとして実行に移していただくことが肝要であり、大いに期待したい。アクションの多くの箇所に“検討する”という記載が見受けられるため、具体的なアクションに対するタイムライン、民間主体も含めた主体の明確化が必要であると考えられる。また、このような業界の課題に対する政府側の具体的なアクションを検討するためには、民間側が業界として意思を取りまとめ、伝達することも肝要であるため、政府側から民間側へそのようなリクエストをしていくべきであると考えられる。
- 政策の最終目的として海外需要開拓に焦点が当たっているところ、日本のクリエイションの強さを所与とし、売り方の支援のみに注力するのではなく、クリエイション、流通、消費などのバリューチェーン全体の強化を支援することが肝要である。既に、国内のサプライチェーン自体が老朽化・衰退している場合や、クリエイション・クラフトの担い手が海外企業から買収等により一本釣りされている場合等があり、ビジネス化につながる根幹となる部分の逸失が懸念されるため、サプライチェーン全体への目配りと早急な対応が重要である。特

に、根幹であるクリエイションに関するボトルネックを一つ一つ確認し、解消する丁寧な対応がアクションプラン内においても求められる。

- 海外進出において、各業界団体等の「点」のみならず、日本という名前がブランドとして前面に出るような、「面」的な展開が重要である。
- 各分野において、周辺分野との接続が必要であり、たとえば地方行政ではこれまでアニメやゲームとの接点がないことで活用が進まないケースもみられるため、本プロジェクトによって、各分野が観光などの副次領域へ越境するような、新しいモデルケースを生み出していくべきである。
- 海外映画祭等における日本としての一体的な出展（ジャパンパビリオン等）については、継続的に出展している出展場所そのものが各民間企業にとってのアイデンティティとなっており場合には、出展場所の変更を実施するメリットの提示が肝要である。例えば、政府が複数年度に渡る予算執行を可能にする等の長期的なコミットメントを示すことである。
- 複数の分野にて、最大の課題として、マーケティング・ブランディングの課題が提示された。VIP0 等にて、既に複数の分野に対する人材育成の研修等が実施された実績を活用し、マーケティング・ブランディング・海外戦略などに対する人材育成の実施が望まれる。また、個社において、そのような志向を持つ人材の発掘・育成の取り組みを行うことも重要である。ブランディングは、エンタメ・クリエイティブ産業において重要であり、かつ、長い時間を要するもので、中長期的視点での政策支援をお願いしたい。
- 「働き方改革」の中で設定された残業規制について、クリエイティブ産業の現場と整合しない部分があり、ボトルネックの一つとなっていることが考えられるため、改善を検討すべきである。

2. 今後の取り組みの方向性について

- 政策根拠となる、産業に関する数値について、海外市場での売上や、そのうち日本企業に還元される収益額など、より精緻な数値算出や、統計調査を実施いただき、KPI に基づく進捗管理を期待したい。定点観測が重要である。
- アクションプラン内のアクションの優先順位付けについては、韓国のコンテンツ振興院(KOCCA)など、諸外国における政府施策の方針等で参考となるものは活用すべきである。また、課題解決に向けた政府の支援手法としては、諸外国のアーツカウンシルや国営シンクタンクなどを参考とし、単に補助金による支援だけではなく、変革の実行等についても支援する手法も一案である。これらの、政策の実行に向けた戦略や体制については、海外の組織体を参考とするとともに、現実解として、日本の既存組織の機能を強化し、活用することが肝要である。
- アクションの実行にあたり、現状の支援規模では足りない。海外でのリアルイベントや国内拠点の整備をはじめ、「8つの不足」の解消に向けて、十分な予算を投じる必要がある。
- 各分野において、従前まで各産業が分化していたものが、IP を通じて統合され、越境が必要になっている。これは経済産業省内および省庁間も同様であり、総務省、文化庁、地域振興の観点で国土交通省など、様々な省庁で本研究会の関心に関連する議論が行われているため、しっかりと省庁間連携および役割分担を行っていただき、一つの大きな政策的ムーブメントを創出していただきたい。今回の政策研究会は、敬座産業省が主催したものであるため、やむを得ないと思われるが、それぞれの業界の現状・課題へのアクションが経済産業省の活動の対象になるものに特化していることが、残念である。文化庁等の関係省庁とも情報

を共有したうえで、国全体のアクションプランにまで拡げてもらえると大変有意義のあるものになると考えられる。特に、総務省が主要な管轄となる放送業界からは、コンテンツプロバイダーとして経済産業省との情報交換等の需要があることを認識いただきたく、連携の強化に期待したい。また、政府側において、関係者や担当者の入れ替えによって政策推進が失速することのないよう、当領域の政策執行に関与する方々の配置を安定化することも重要である。司令塔機能や総括的に施策を実行する機能が不足している点が残された大きな課題の一つであり、将来的には、単なる省庁間連絡会議ではなく、エンタメ・クリエイティブ産業の振興の専門組織で、そのキャリア形成の場ともなるような司令塔的な役割を担う、統括的実行機関としての組織が求められる。

- 産業政策を有効に機能させるには、1～10 億円規模の事業の積み上げだけでは難しく、前提として、その分野において、100 億～200 億円規模の事業をまとめることができるような方が何人も出ている業種であることが必要だと考えられる。現状、そうでない分野においては、企業自身においても国内外市場における海外企業に対する競争力を高め、事業規模を拡大させていく努力も必要だと考えられる。

以上