

第18回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会 (事務局資料)

2026年3月27日
商務・サービスグループ 文化創造産業課

第1部
スケジュール

第2部
コンテンツ産業

第3部
クリエイティブ産業

第4部
戦略フォローアップ^o

第5部
戦略改定骨子案

政策立案のスケジュール

✓ 2025年6月に日本発コンテンツの海外売上高20兆円を目標として掲げて以降、エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会における議論を踏まえ、コンテンツ産業政策の見直しを行い、**2026年3月から新たな支援制度（IP360）を開始**した。2026年度においては、**官民投資ロードマップを策定してIP360をさらに高度化**していく。

2025年度の政府の主な取組

- 6月13日：「日本発コンテンツの海外市場規模を**2033年までに20兆円**に拡大する目標」及び「5か年程度のアクションプランを策定し、支援策の具体化・強化に取り組み、官民連携による国際展開と競争力強化を推進する」ことを政府として閣議決定
- 6月24日：「**エンタメ・クリエイティブ産業戦略**～コンテンツ産業の海外売上高20兆円に向けた5ヶ年アクションプラン～」を策定
- 9月19日：「**デジタル関連産業のグローバル化促進のための施策**」を関係閣僚会議で策定
- (1) 大規模・長期・戦略的な支援
 - (2) IP、人材、デジタルへの大胆な国内投資
 - (3) 海賊版対策に加え、国際的な流通網やファンダムへの投資 等
- 10月23日：第8回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会で「**エンタメ政策5原則**」を設定
- 11月21日：総合経済対策の閣議決定
- 12月16日：令和7年度補正予算成立
(**コンテンツ振興に関連する予算は556.3億円**)
- 3月10日：**コンテンツ産業成長投資支援事業補助金（IP360補助金）の公募開始**
- 3月27日：第18回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会で**戦略改訂骨子案を提示**

2026年度の政府の主な取組（予定）

1 エンタメ・クリエイティブ産業戦略の更新（春頃）

- ✓ これまでの進捗や本研究会での議論を踏まえて戦略を更新
- ✓ エンタメ・クリエイティブ産業戦略のアクションプランの進捗をフォローアップ
- ✓ 本日、**戦略改訂骨子案を提示（議論ポイント）**

2 コンテンツ産業の官民投資ロードマップの策定（夏頃）

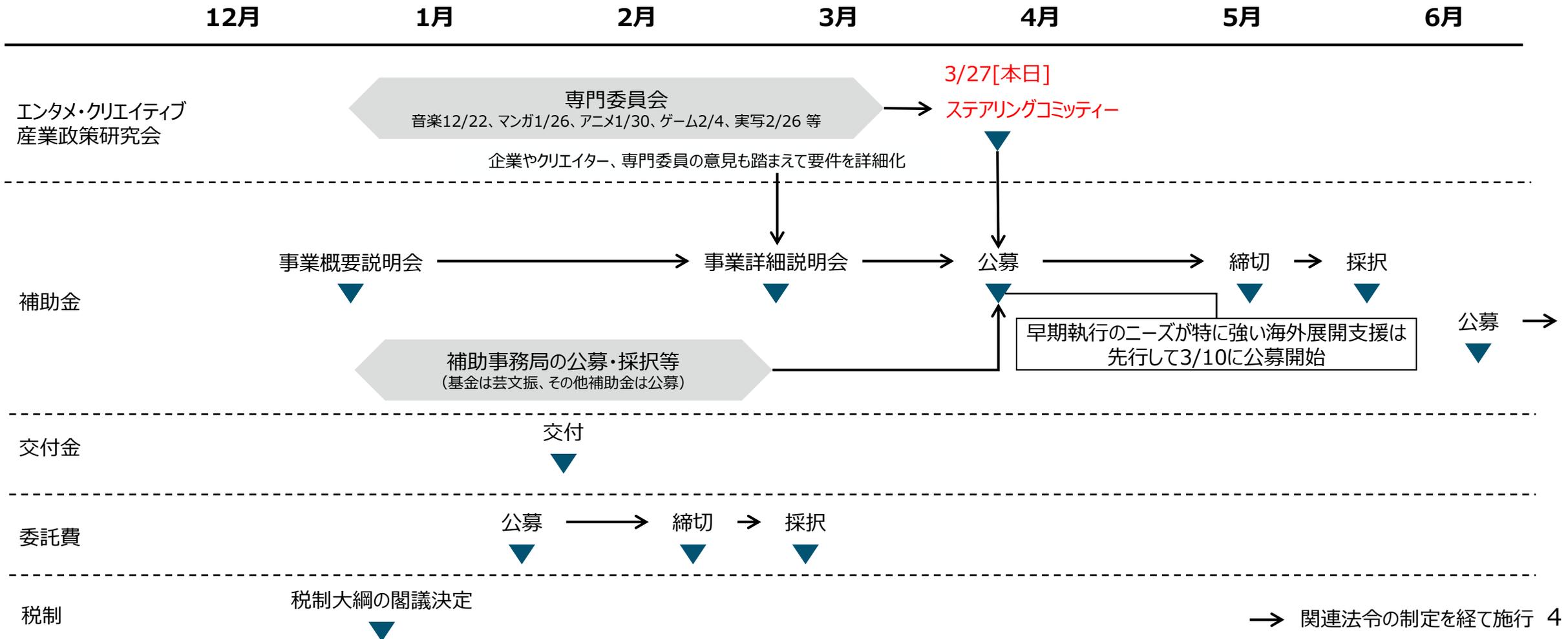
- ✓ 分野別・バリューチェーン別に**海外売上高や民間投資に関する目標**を設定
- ✓ 目標実現に向けた勝ち筋（戦略）を整理
- ✓ 戦略を実行する政策パッケージを整理

3 IP360の一環として新たな政策を立案（秋頃）

- ✓ 官民投資ロードマップに基づいてIP360に関する概算要求や制度更新に対応
- ✓ 新たな政策の立案に当たっては本研究会で産業界と議論

当面の政策実行のスケジュール

- ✓ エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会での議論も踏まえ、コンテンツ産業成長投資支援事業の詳細を具体化して3月から公募を開始。
2月10日に事業詳細を公開・説明し、申請者に1か月以上の準備期間を提供。周知範囲拡大のためSNSアカウントによる周知も開始。
- ✓ また、コンテンツ産業も活用可能な大胆な投資促進税制の創設や研究開発税制の延長については、昨年12月に税制大綱を閣議決定。
今後、国会において関係法令が審議され、成立した場合は本税制の利用が開始される。



第1部
スケジュール

第2部
コンテンツ産業

第3部
クリエイティブ産業

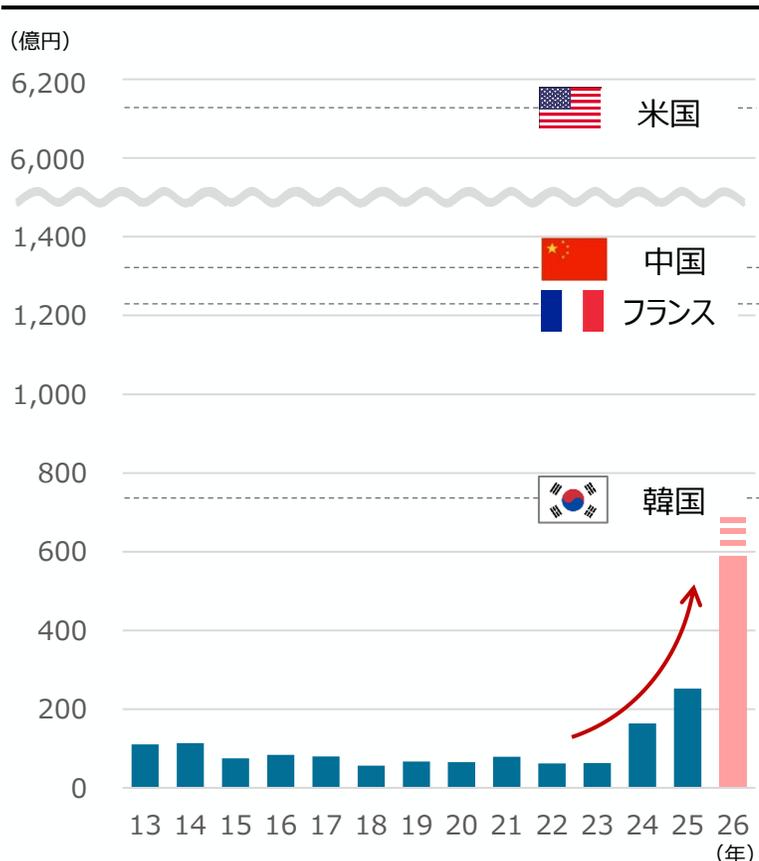
第4部
戦略フォローアップ^o

第5部
戦略改定骨子案

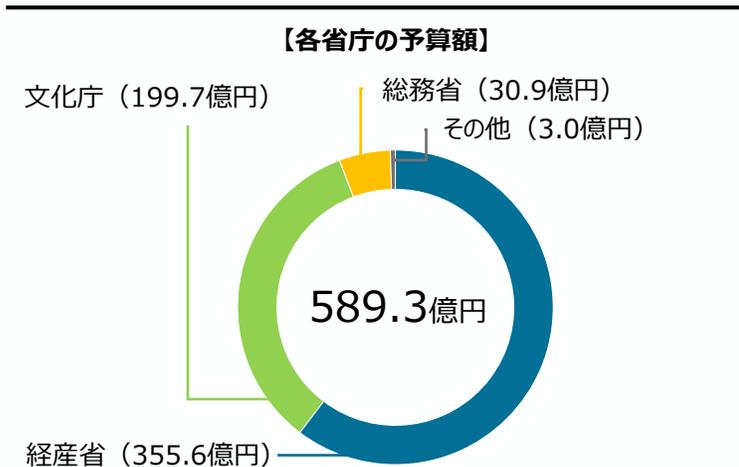
大規模 | 財政支援規模の拡大による民間投資の促進

- ✓ 政府予算を252億円から589億円まで倍以上に拡大。このうち経済産業省は予算を102億円から355億円まで3倍以上に拡大。
- ✓ 経済産業省では、コンテンツ産業が活用できる税制として、研究開発税制に加えて、新たに大胆な投資促進税制を要望し、創設予定。
- ✓ 大規模な財政支援を行う諸外国の背中は見えてきたが、各国も財政支援を拡充。国際的な競争で不利とまらない環境の整備に努める。

財政支援規模



予算



税制

【大胆な投資促進税制】	
概要	
対象資産	生産等に必要の設備等（機械装置、器具備品、工具、建物、構築物、建物付属設備、ソフトウェア）
投資下限額	35億円以上 (中小企業者等については5億円以上)
ROI水準	15%以上
措置内容	即時償却 又は 税額控除7% （建物、建物付属設備及び構築物は税額控除4%）

【経産省の補助金上限額の大幅な引上げ】

	R6補正予算	R7補正予算
スタートアップ支援	5百万円/件	1千万円/者
大規模作品製作支援	2億円/件	15億円/者
ロケ誘致支援	10億円/件	15億円/件
流通PF拡大支援	なし	30億円/者
IPEシステム世界展開支援	0.8億円/件	2億円/件

【研究開発税制】

【一般型・中小企業型】	企業の研究開発投資を促進するため、企業の試験研究費の一定割合（ 大企業：0～14%、中小企業：12～17% ）を法人税額から控除する仕組み
【戦略技術領域型】	AI・先端ロボット等の国家として重要な技術領域の研究開発投資については、企業の 試験研究費の40% （認定研究拠点と共同で実施する場合は50%）を法人税額から控除する仕組み

(出所) 第8回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会の事務局資料を基に作成。諸外国の財政支援額は最新の値とは限らないことに留意が必要。また、2026年の財政支援額として、令和7年度補正予算及び令和8年度当初予算政府案のコンテンツ振興関連予算の金額を記載した上で、金額が具体的に決まらない税制が追加的に存在する旨を表現。

※ゲーム・アニメ・マンガ・音楽・実写が主な対象の予算

長期 | 支援期間の長期化による予見可能性の向上

- ✓ 官民投資ロードマップの作成を通じて、**長期にわたる政策支援の見通しを示す**ことで、民間企業の予見可能性を高める。
- ✓ IP360の予算では、基金を活用し、支援期間を原則 1 年間から原則 2 年間に延長し、**年度を跨ぐ事業や 2 年間に及ぶ事業も支援**。
- ✓ 税制では、研究開発税制は**3 年間延長**するとともに中小企業型と戦略技術領域型に**3 年間の繰越税額控除制度を導入**、大胆な投資促進税制は2028年度末までに受けた確認から**5 年以内に取得等される設備等に適用**される予定。

官民投資ロードマップ

【第 1 回日本成長戦略本部での総理発言（抜粋）】



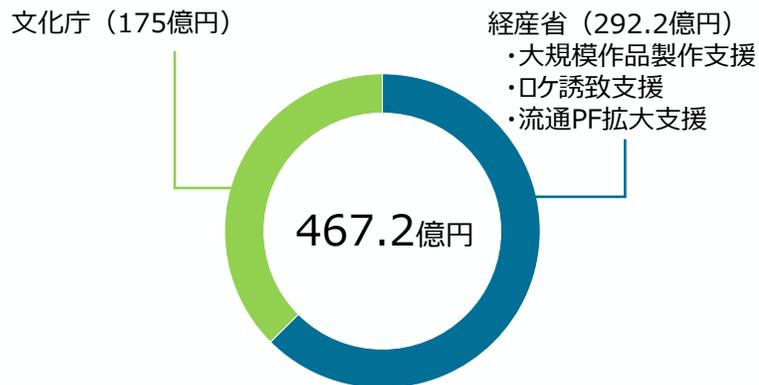
- ✓ 各戦略分野の供給力強化策として、**複数年度にわたる予算措置のコミットメント**など、投資の予見可能性向上につながる措置を検討してください。
- ✓ 投資内容やその時期、目標額などを含めた『**官民投資ロードマップ**』を**策定してください**。その中で、成長率など国富拡大に与えるインパクトについても定量的な見込みを示してください。

（出所）首相官邸HP「日本成長戦略本部」（令和7年11月4日）より抜粋

17の戦略分野	
A I・半導体	防災・国土強靱化
造船	創薬・先端医療
量子	フュージョンエネルギー
合成生物学・バイオ	マテリアル（重要鉱物・部素材）
航空・宇宙	港湾ロジスティクス
デジタル・サイバーセキュリティ	防衛産業
コンテンツ	情報通信
フードテック	海洋
資源・エネルギー安全保障・GX	

予算

【基金を活用する予算】



【経済産業省の基金を活用する予算】

	期間
大規模作品製作支援	～ 2 年（2028年 2 月頃まで）
ロケ誘致支援	～ 2 年（2028年 2 月頃まで）
流通PF拡大支援	～ 2 年（2028年 2 月頃まで）

税制

【大胆な投資促進税制】

2029年3月31日までの間に設備投資計画につき法律の確認を受けた者が、その確認を受けた日から5年を経過する日までの間に取得等をし、事業の用に供した設備等を対象。

【研究開発税制】

【一般型・中小企業型】
既存の研究開発税制について、見直しの上 **3 年間延長**。中小企業向けの研究開発税制（中小企業技術基盤強化税制）に、中小企業の積極的な研究開発を促す観点から、**3 年間の繰越税額控除制度**を導入。

【戦略技術領域型】
2029年 3 月 31 日までの間に認定を受けた計画に対して、**認定日から最大 5 年間適用**。大企業・中小企業を問わず、**3 年間の繰越税額控除制度**を導入。

戦略 | 分野・バリューチェーン戦略

✓ 政府支援がなくとも実施される民間投資への補助は非効率。IP360の支援は①新規投資、②投資規模の拡大（作品高品質化・賃金増加・デジタル投資増加等）、③投資の前倒しを対象とする。IP360の予算配分は、ROI等に基づき合理的に評価し、分野の観点からは日本の武器の二次元分野（ゲーム・アニメ・マンガ）を強化し、バリューチェーンの観点からはコンテンツ製作・流通PF拡大を強化する。

ROI

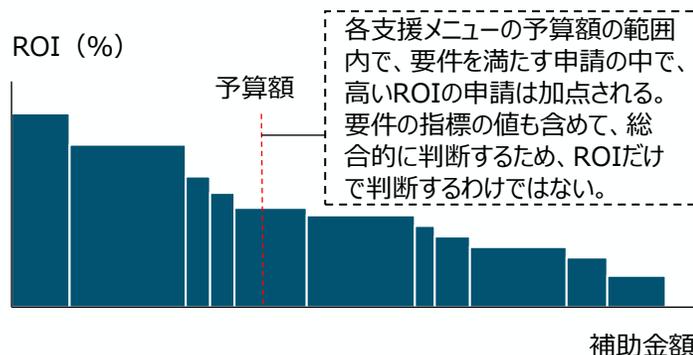
【コンテンツ産業成長投資支援事業におけるROIの考え方】

$$\text{売上高ROI} = (\text{補助金ありの際の売上高} - \text{補助金なしの際の売上高}) \div \text{補助金額}$$

$$\text{投資額ROI} = (\text{補助金ありの際の投資額} - \text{補助金なしの際の投資額}) \div \text{補助金額}$$

	①補助金あり	②補助金なし	③補助金効果	④補助金額	④ROI
計算式	申請者が試算	申請者が試算	① - ②	-	③ ÷ ④
売上高	18億円	10億円	8億円	-	400%
投資額	8億円	5億円	3億円	-	150%
補助金額	-	-	-	2億円	-

【ROIをもとにした評価のイメージ】



各支援メニューの予算額の範囲内で、要件を満たす申請の中で、高いROIの申請は加点される。要件の指標の値も含めて、総合的に判断するため、ROIだけで判断するわけではない。

ROIを高める取組の想定例

- ✓ 作品の更なる高品質化
- ✓ 報酬を含む賃金の増加
- ✓ ソフトウェアやサーバーへのデジタル投資額の増加
- ✓ 文字・音声のローカライズ言語増加
- ✓ 海外向け販促の強化 等

※本事業におけるROIの考え方は、一般的なROIの考え方とは異なる点に留意が必要

予算配分

【主に2024年度分の交付決定額】

(億円)	合計	クリエイター育成	開発PF	コンテンツ製作 (クリエイター人件費含む)	流通PF	ユーザー開拓	その他
合計	67.7	19.5	5.2	14.1	7.6	20.8	0.5
ゲーム	7.2	0.9	1.1	0.6	0	4.5	0
アニメ	8.5	0	0.1	3.5	2.2	2.6	0
マンガ	5.5	0	0.2	0	3.2	2.0	0.1
音楽	5.0	0	2.3	0	0	2.7	0
実写	37.1	17.6	0.7	9.9	2.2	6.7	0
その他	4.3	1.0	0.8	0	0	2.2	0.3

【主に2025年度分のR6補正の交付決定額（速報暫定値）】

(億円)	合計	クリエイター育成	開発PF	コンテンツ製作 (クリエイター人件費含む)	流通PF	ユーザー開拓	その他
合計	84.8	18.5	2.7	36.1	5.8	20.3	1.4
ゲーム	21.0	0.8	0.1	13.2	0.8	6.0	0.1
アニメ	14.7	0.5	0.5	8.5	0.8	4.2	0.1
出版	4.9	0.04	0.6	0	2.0	1.8	0.3
音楽	5.8	1.5	0	0	1.0	3.0	0.3
実写	33.8	14.7	0.03	14.4	0.9	3.7	0.1
その他	4.6	0.9	1.4	0.1	0.4	1.6	0.3

※コンテンツ製作の支援は、制作会社が支援対象であり、補助対象経費にはクリエイターの人件費を含む。
流通PFの支援には、海賊版の流通を抑制する取組を含む。
ユーザー開拓には音楽ライブの支援を含む。

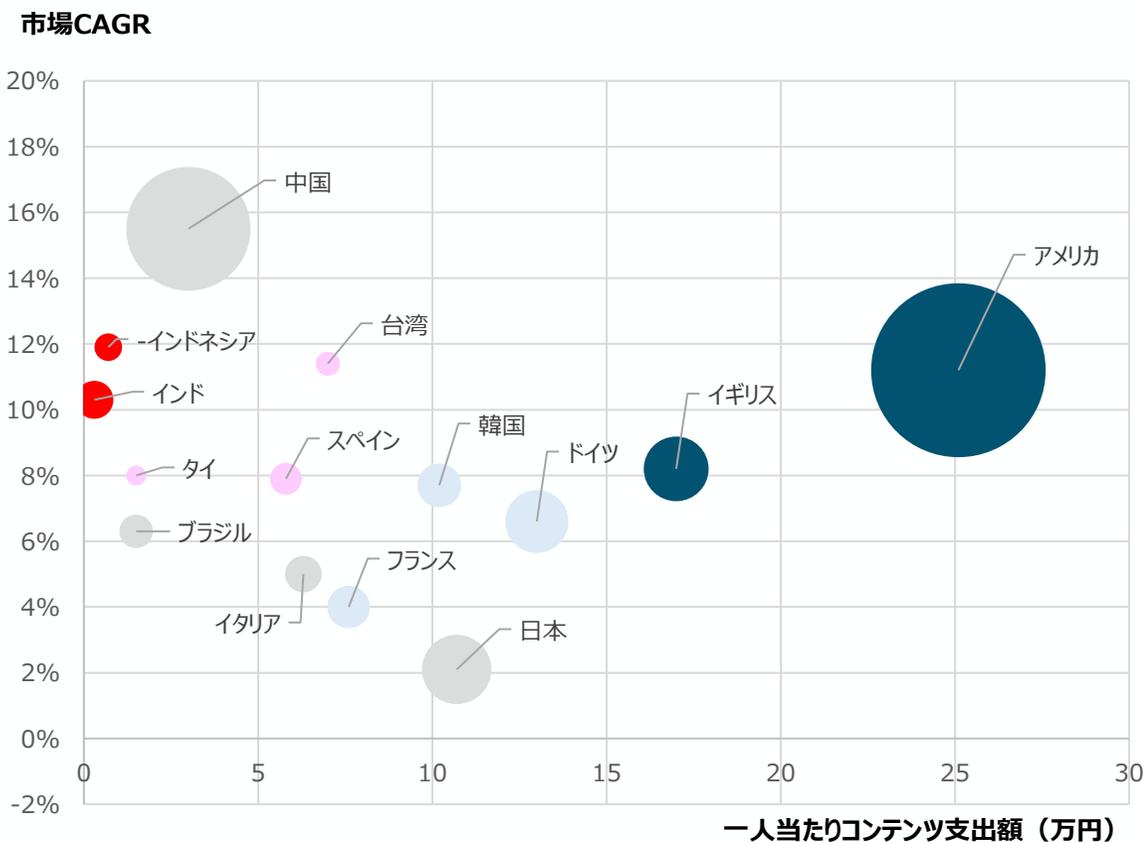
令和7年度補正予算（主に2026年度分）では、特にゲーム・アニメ・マンガやコンテンツ製作・流通PFを強化
他の分野・バリューチェーンの支援の在り方については今後具体化

戦略 | 地域戦略

✓日本が誇るIPの360度展開の仕組みを海外で構築するには、個々のステークホルダーが地理的に近接・密集して事業展開することが重要。特定の国に依存しないよう注意を払いながら、当面の売上拡大が見込める巨大市場と将来の売上拡大が見込める成長市場に重点国や準重点国・地域を設定する。IP360の流通プラットフォーム拡大支援や海外展開支援の一部において重点国への展開を加点する。

市場評価

【各国のコンテンツ市場規模、市場CAGR、一人当たりコンテンツ支出額】



重点国/準重点国・地域

単位	【巨大市場】		【成長市場】	
	重点国	準重点国	重点国	準重点国・地域
1 市場規模	10兆円以上	5兆円以上	2兆円以上	1兆円以上
2 コンテンツ支出/人	15万円以上	5万円以上	0.2万円以上	0.1万円以上
3 市場CAGR	3%以上	3%以上	10%以上	7%以上

※ただし、規制が厳しい国は除く。

重点国



米国 英国

準重点国



ドイツ 韓国 フランス

重点国



インド インドネシア

準重点国・地域



スペイン 台湾 タイ

(出所) 市場規模：「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース」2025 Vol.18[速報版]、VOL.11 2018 (株式会社ヒューマンメディア)を基に作成。P15の日本のコンテンツ市場規模14.9兆円は、2024年速報値かつ算出方法が異なる。コンテンツ支出/人：市場規模÷人口。人口はWorld BankのWEBサイトの2012、2023年の値を基に作成。

外貨 | 国内製作と世界展開の促進による外貨の獲得

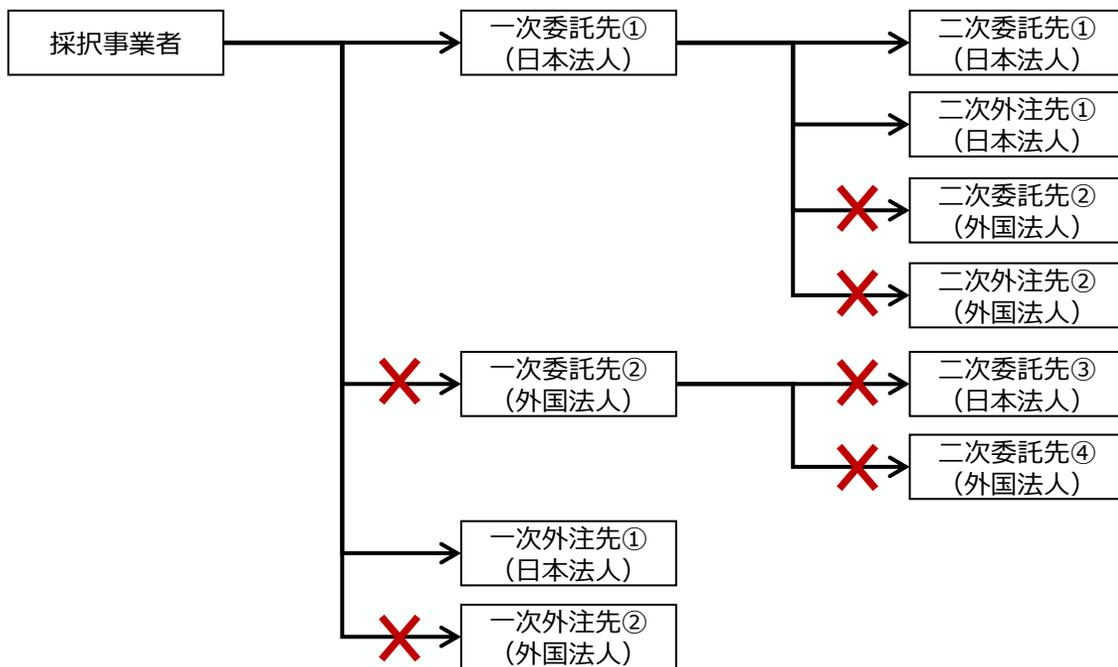
✓世界市場への展開を主眼において国内で作品を製作する取組を支援する。具体的には、海外で作品の全部又は一部を製作することで生じるおそれがある国内の産業空洞化を防ぐ。AIを含むデジタル技術の活用により、海外への技術流出を防ぎながら、人手不足に対応。国内市場の日本人に焦点を当てた作品の流通・広報・翻訳は支援対象外とし、世界市場への展開のための流通・翻訳・広報に絞って支援。

国内投資

- ✓外国人への委託・外注は補助対象外とする。
- ✓生産性向上に寄与するAIを含むデジタル技術の活用費は補助対象経費に含める。

海外投資

- ✓国内向けのローカライズ・プロモーション・ディストリビューションの費用は補助対象外とする。
- ✓海外向けのローカライズ・プロモーション・ディストリビューションの費用は補助対象経費に含める。



海外展開関連費の対象の考え方

	ローカライズ	プロモーション	ディストリビューション
国内向け	対象外	対象外	対象外
海外向け※	対象	対象	対象

※支出先が日本法人か外国法人かは問わない。

客観評価 | 簡潔かつ明瞭な審査基準

✓コンテンツのクリエイティブ評価を含む定性的な項目を中心とした審査基準からビジネス上の客観的な定量指標を中心とした審査基準に変更する。

過去の審査基準の例（プロダクション支援）

項目	概要
審査基準の例	<p>コンテンツ力</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓クリエイティブ評価 ✓オリジナル企画 ✓新規IP開発 <p>海外展開への戦略性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓マーケティング調査内容を踏まえた海外展開戦略および活動状況 ✓調査データに即した販売地域・国の最大化や新規販路の拡大に向けた取組 ✓海外展開による収益見込み ✓海外展開を念頭においた体制が組まれている / 組む（確度の高い）計画になっているか ✓海外での販売／マーケティング体制クリエイターの海外映画祭・ゲームアワード等での受賞歴 ✓海外での興行・販売実績・販売国数実績 <p>事業内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓資金調達状況 ✓業全体に見合った財務基盤 ✓過去実績 ✓事業により生まれる経済成果 ✓今後のビジネス展開 ✓マーケティング調査内容を踏まえた事業戦略 等 <p>費用の合理性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓事業に対する予算の合理性 ✓予算表・予算詳細 ✓見込む成果や効果との費用対効果 ✓収支計画における計画性（年度計画・全体計画・プランニング）

新しい審査基準の例（大規模作品製作支援）

項目	概要
審査基準の例	<p>市場評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓法人実績：元請として制作した過去の作品の最高売上 ≥ 分野別下限値 ✓製作規模：製作費 ≥ MAX（分野別下限値、企業別下限値） ✓資金調達比率：自社又は他社の資金提供のコミット額 ÷ 製作費 ≥ 50% <p>海外展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓海外販売：海外配信・配給国数（日本除く）≥ 1カ国 ✓ローカライズ：ローカライズ言語数（日本語除く）≥ 1言語 <p>構造改革</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓成果報酬：出資比率+レベニューシェア比率 ≥ 10% ✓権利：申請者の出資比率 > 0%、他社を含む日本法人の出資比率 ≥ 50% ✓挑戦：作品≠売上1千億円以上の作品の続編、社内ベンチャー等の設置（ゲームのみ） ✓就業環境：映適の遵守（実写のみ） <p>ROI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓売上高ROI = (補助金ありの際の売上高 - 補助金なしの際の売上高) ÷ 補助金額 ✓投資額ROI = (補助金ありの際の投資額 - 補助金なしの際の投資額) ÷ 補助金額

簡素化 | 制度の利用促進

✓ 政策支援の制度を可能な限り複雑なものにせずコンテンツの創作や普及に関わるステークホルダーが不慣れでも簡単に利用できるように情報発信の一元化や制度の簡素化を実施。

情報発信の一元化

【ブランドの刷新・統一】



- ✓ 新方針に基づくブランドを設定
- ✓ 4つに分散したブランドを一本化
※ 既存ブランドはサブ・ブランド化

【コミュニケーションの強化・一元化】

- ✓ 経産省のHPに支援内容を集約（事務局が設ける5つのHPを一本化）
- ✓ 文化庁・総務省の支援内容へのリンクを設置
- ✓ 公募開始の3か月前及び1か月前に経産省において説明会を開催（文化庁も本説明会に参加して説明）
- ✓ 意見・質問投稿フォームの設置により頂いたコメントを踏まえて制度を改善
- ✓ SNS（X）での情報発信を開始

公募情報：IP360 -Toward 20 Trillion Yen-

- 日本発コンテンツの海外売上を2033年までに20兆円とする目標の実現に向けて、複数年の支援を含めた大規模・長期・戦略的な官民投資を推進し、成長投資を拡大することで海外展開を促進します。その際には、IPをマンガからアニメ、ゲーム、実写、音楽、グッズまで多角的に展開して利益を最大化します。単体の魅力を足し算するのではなく、掛け算で全体の魅力を高めめます。
- IP360補助金（令和7年度補正コンテンツ産業成長投資支援事業）の公募要領や申請フォーマットは、以下を御確認ください。
- これらの資料の内容は予告なく変更される場合があります。申請の際には、最新の公募要領や申請フォーマットを御確認ください。

▶ 説明動画 ▶ 申請説明資料 ▶ 申請フォーマット ▶ 公式X

メニュー1. IP新規創出支援（スタートアップ支援）

対象事業 新たにコンテンツ制作・開発に取り組む個人又はチームのスタートアップ

3月末公募開始予定 補助率 1/2 上限 1,000万円/者

▼ 詳細を見る / 閉じる

メニュー2. IP新規創出支援（新規IP企画支援）

対象事業 ゲーム、アニメ、実写の作品のプリプロダクション
音楽のアーティストの海外向けミュージックビデオ制作及び海外ライブ

3月末公募開始予定 補助率 1/2 上限 1億円/者

▼ 詳細を見る / 閉じる

メニュー3. 大規模作品製作支援（一般支援）

対象事業 ゲーム、アニメ又は実写の制作・開発事業

3月末公募開始予定 補助率 1/2 上限 15億円/者

▼ 詳細を見る / 閉じる

メニュー4. 大規模作品製作支援（ロケ誘致支援）

対象事業 海外製作者と共同で、又は受託を受けて実写を制作する事業

3月末公募開始予定 補助率 1/2 上限 15億円/件

▼ 詳細を見る / 閉じる

制度の簡素化

【公募要領の一元化・簡素化】

✓ 事業毎に分散していた公募要領を統一することで、公募要領の冊数やページ数を大幅に圧縮

	R6補正予算	R7補正予算
公募要領数	12冊	1冊
総ページ数	657ページ	41ページ

【申請・実績報告方法の簡素化】

✓ 申請や採択後の実績報告の負担が大きいのという声を受けて、不正を防止する観点にも留意しながら、申請方式や実績報告方法を簡素化（実績報告方法の詳細は今後具体化）

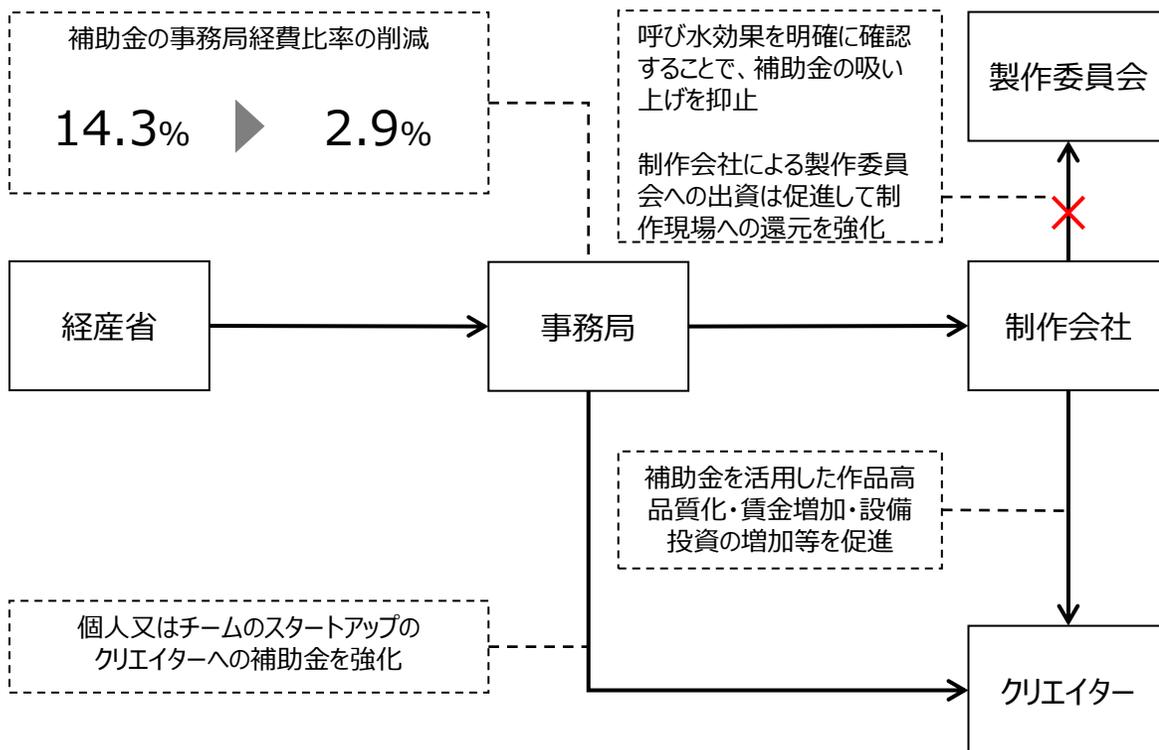
- 多数の作品を纏めて申請する一括申請方式の採用
- 申請書を記述式から穴埋め式に変更
- 中小企業向けに従事時間を業務日誌で記録する方式に加えて従事割合で計算する方式を採用 等

簡素化 | 中間マーージンの削減

✓ 政府支援が中間事業者配分される割合を削減して作品の創作・普及に直接的に取り組む者に届く割合を増やすため、**事務局経費の合理化**や**製作委員会の補助金吸い上げの抑止**、**補助金を活用した作品高品質化・賃金増加・設備投資増加等の促進**に取り組む。

中間マーージン削減の全体像

【コンテンツ製作に関する支援の例】



事務局経費の合理化

【コスト削減】

✓ 補助金の総額に占める事務局経費の割合を削減し、作品の創作・普及に直接的に取り組む者に届く割合を増加。不正防止の観点から証憑の確認等に一定のコストを割く必要があり、予算総額が増加すれば確認する証憑も増大して事務負担コストが増加する方向に働くことには留意が必要。

コスト削減の取組例

- ・経済産業省による事業詳細の作成・公表により事務局の公募要領作成の負担を削減
- ・審査基準を客観指標化することで事務局の審査負担を軽減
- ・中小企業向けに従事割合に基づく従事時間の計算を認めることで確定検査負担を軽減
- ・補助金執行の観点から必要性の低い費用（海外出張費、調査費、書籍購入費等）を削減 等

【中間コスト見込み（昨対比）】

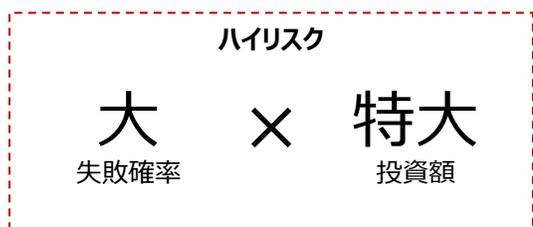
	R6補正予算	R7補正予算
補助金総額※	88.6億円	332.7億円
事務局経費	12.1億円	9.5億円
事務局経費比率	14.3%	2.9%

挑戦 | ハイリスク・ハイリターンの取組への挑戦を促進

✓コンテンツは、膨大な資金・時間を投じて製作する高品質のハイエンド層、中規模な資金・時間で製作するミドルレンジ層、新しい技術や媒体を活用して少ない資金で迅速に製作するイノベーション層の三層に整理し得る。これらのうち、ハイリスク・ハイリターンの特性を有するハイエンド層及びイノベーション層を中心に支援する。

ハイエンド層

【ハイリスク・ハイリターン】

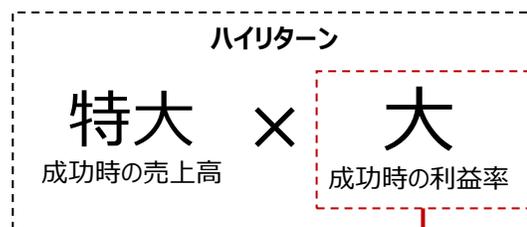


【大規模作品製作支援】

実績要件・製作費下限値・補助上限額

- ✓過去にヒット作を製作した実績を要件化することで失敗確率を低減。
- ✓製作費の下限値を高く設定して支援対象を大規模作品に限定。
- ✓補助上限額を引上げることで大規模作品のダウンサイドリスクを低減。

	製作規模	補助上限額
ゲーム	20億円～	15億円
アニメ	8億円～	15億円
実写	10億円～	15億円



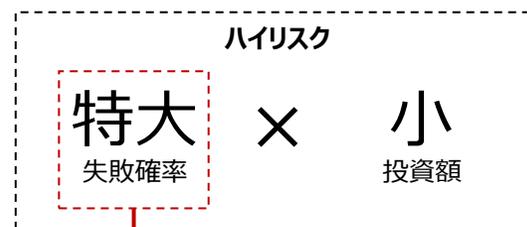
実績連動型補助上限額

- ✓補助上限額を過去作の上位作品の実績と連動させることで大ヒット狙いで売上をさらに伸ばして利益率を高めるインセンティブを高める。

補助上限額 = MIN (8億円 + 平均売上 × 10%、15億円)
※過去作の売上上位3作品の平均売上

イノベーション層

【ハイリスク・ハイリターン】



【IP新規創出支援】

挑戦数の拡大

- ✓スタートアップやプロダクションを支援することで、新しい取組の挑戦数を拡大。



マーケティング支援

- ✓伴走に加えて、マーケティングまで支援することで、成功時の売上高増加を図る。

挑戦 | ハイエンド層へのステップアップを促進

✓原則として挑戦者を優先するが、新陳代謝を阻害して市場効率を悪化させない範囲で、ハイエンド層へのステップアップや多様性を確保する観点からミドルレンジ層を下支えすることも重要。そこで、中小企業向けの予算・税制の活用促進や、融資環境の整備を通じて、事業の推進や持続可能性の向上を図る。

コンテンツ産業向け支援メニュー

プロモーション支援		資金調達環境整備	
項目	概要	項目	概要
目的	中堅企業・中小企業向けに、外国ユーザーのファン拡大に向けて、コンテンツIPの権利者が主体となって、個社で行うプロモーションを支援	目的	実写やアニメの分野において、デットファイナンスの活用を促進するために、価値評価や完成保証の基盤を整備
補助対象経費	プロモーション（広報物等のローカライズに要する費用も含む）	取組	映画フィルムの製作事業への融資の実証を通じて、価値評価や完成保証に関する成果物を作成
補助率	1/2	成果物	価値評価モデル 完成保証モデル モデル契約 等
補助上限額	2,000万円/者		

[取組の補足]

価値評価：デットファイナンスでは、製作会社及び作品の返済能力を評価する必要があるが、日本ではその仕組みが未整備。そのため、諸外国の手法を参考に、日本に適した価値評価手法を体系的に整理する。

完成保証：補助金やプリセールス収入は映画完成が前提となるため、融資判断では完成保証が重要。しかし、日本では実績が乏しく手法が未成熟なため、諸外国の事例を参考に、完成保証法を体系的に整理する。

中小企業向け支援メニュー

デジタル化・AI導入補助金		省力化補助金	
項目	概要	項目	概要
目的	中小企業・小規模事業者等の労働生産性の向上を目的として、業務効率化やDX等に向けたITツール（ソフトウェア、サービス等）の導入を支援	目的	中小企業等の売上拡大や生産性向上を後押しするために、人手不足に悩む中小企業等に対して、省力化投資を支援
補助対象経費	ITツール（ソフトウェア、サービス等）	補助対象経費	カタログ型：カタログ掲載製品 一般型：設備導入・システム構築
補助率	1/2～4/5	補助率	カタログ型：1/2以下 一般型：1/2～2/3
補助上限額	最大450万円/者	補助上限額	カタログ型：最大1,500万円/者 一般型：最大1億円/者

[取組の補足]

「ITツール登録要領」において、一定の条件を満たすコンテンツ制作ツールが対象となることを明記。

2. ITツール登録の対象外となるもの

ホームページ制作、サイト制作、WEBアプリ制作、スマートフォンアプリ制作、コンテンツ制作等の制作ツールにおける、追加開発に掛かる費用が含まれているもの。ただし、「既に完成しており、かつ追加開発に係る費用が含まれていない制作ツールは、ITツール登録の対象となる。」

【デジタル映写システム】



【書店におけるRFIDによる一括読取システム】



第1部
スケジュール

第2部
コンテンツ産業

第3部
クリエイティブ産業

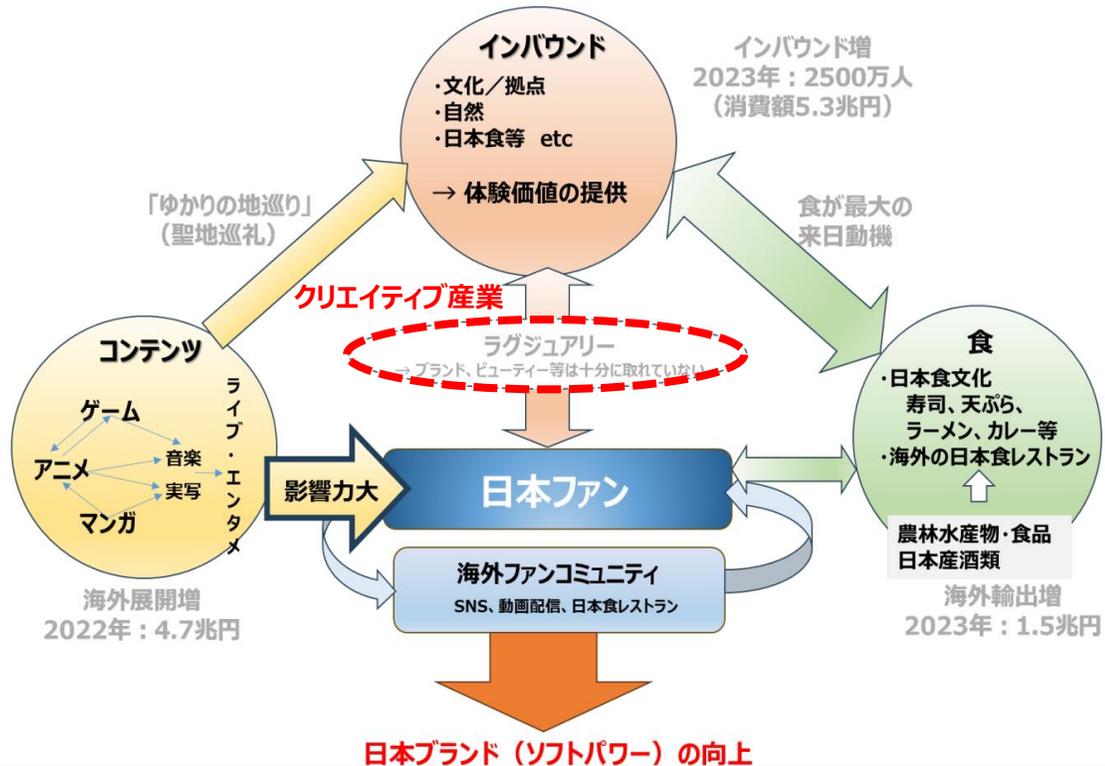
第4部
戦略フォローアップ^o

第5部
戦略改定骨子案

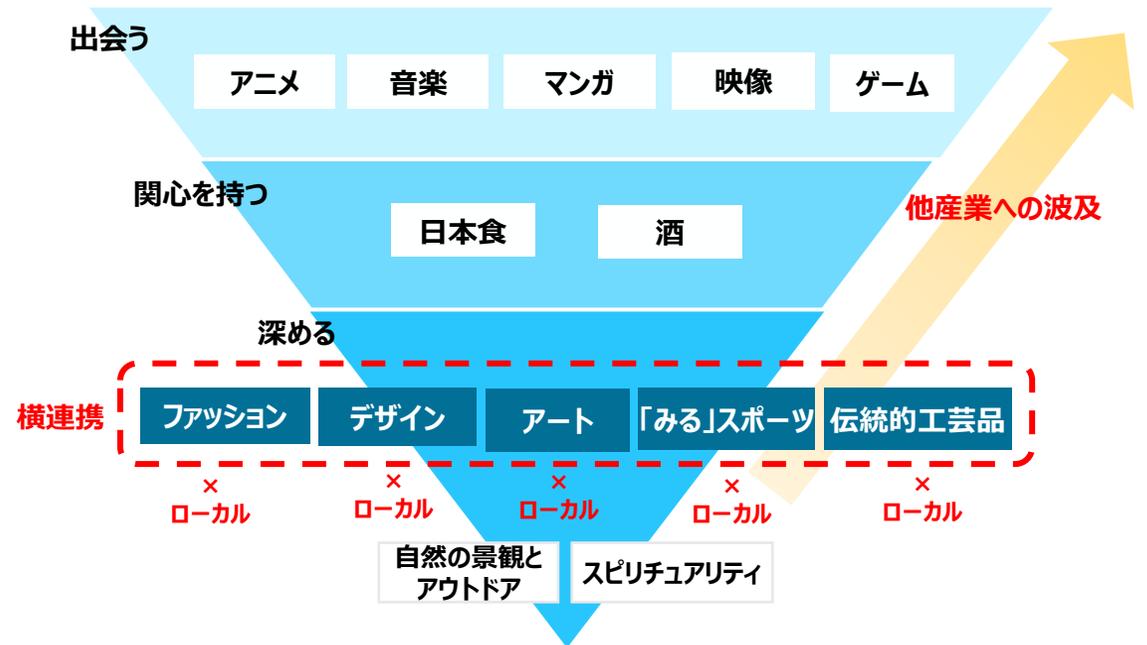
これまでの議論 | 高付加価値なクリエイティブ産業の創出

- ✓ 日本コンテンツや食との出会いが日本への関心を高め、インバウンド需要を喚起し、日本のブランド価値を引き上げる好循環を実現。
- ✓ 訪日体験を通じて、日本の歴史や伝統文化に対する理解が深まることで、クリエイティブ産業への関心につながることが期待される。
- ✓ 今後、この機会を捉え、更なる海外需要の獲得に向けて、地域に多く存在する日本ブランドの価値を高める商材・サービスを発掘・開発することで、地域における高付加価値な「クリエイティブ産業」の創出、他産業との横連携につなげていく必要がある。

好循環によるブランド価値の引き上げ



接点となるエンタメ・クリエイティブ産業等と日本に対する興味・関心度

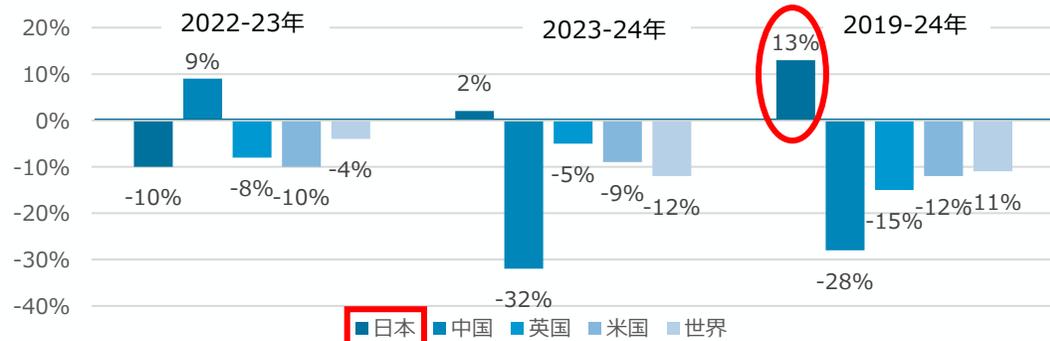


市場認識 | クリエイティブ産業のポテンシャルの大きさ

- ✓は、米国、英国、中国など一部の大規模市場と比較すると、2019年から2024年までの期間において比較的堅調に推移。また、20日本のアート市場の売上高25年の現在アートオークション市場において、日本は10のダイナミックな国の一つに挙げられている。
- ✓日本の伝統的工芸品市場については、2021年以降の生産額はV字回復の傾向にある。

アート市場

日本、世界及び主要アート市場における売上高の変化



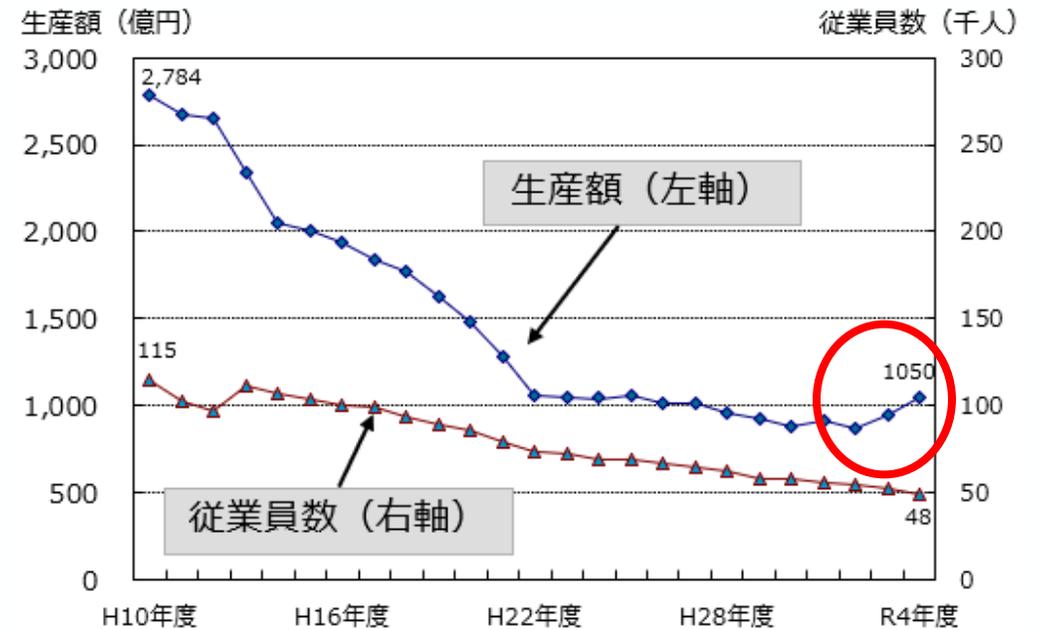
(出所) 文化庁「The Japanese Art Market 2025」を基に作成

10 MOST DYNAMIC COUNTRIES IN FINE ART AUCTIONS IN 2025



(出所) artprice.com「The Art Market in 2025」(2026年3月公表)より抜粋

伝統的工芸品の生産額・従業員数の推移



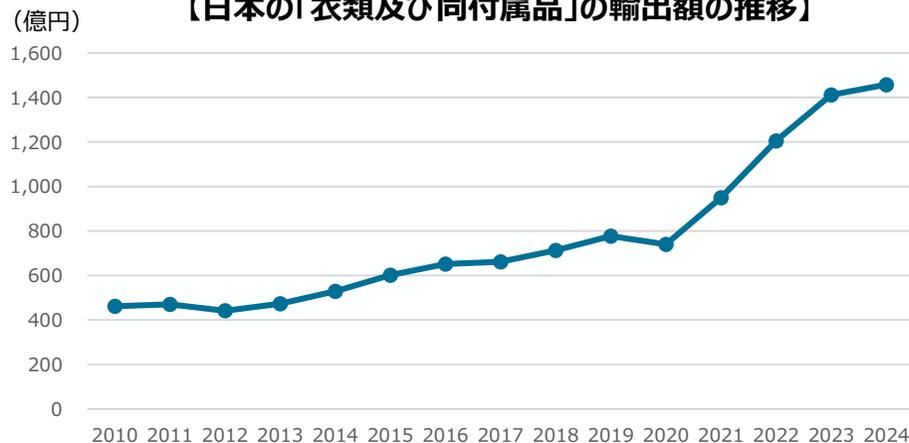
(出所) 一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会の集計データより経産省が作成

市場認識 | クリエイティブ産業のポテンシャルの大きさ

- ✓ 国内で素材から最終製品まで一貫して製造された高付加価値のファッション製品の輸出額は、増加傾向。
- ✓ 「禅」などの日本文化の精神的要素が欧米社会で受容され、日本の空間デザインが海外セレブの豪邸に採用されるケースが多数。
- ✓ スポーツ産業市場規模は、コロナ禍の一時的落ち込みを経て、2022年には11.6兆円と着実に拡大。今後も周辺産業を巻き込み高い成長が期待される分野。プロスポーツの観戦者数も、コロナ禍を経て増加基調を辿っており、一層の盛り上がりを見せている。

ファッション及びデザイン市場

【日本の「衣類及び同付属品」の輸出額の推移】



(出所) 財務省 貿易統計

【日本の空間デザインと建材の輸出】

(図版省略)

- ✓ 歌手のビヨンセとラッパーのジェイ・Z夫妻は2023年5月、安藤忠雄氏設計の邸宅を約2億ドル（約283億円）で購入。当時、カリフォルニア州の高級住宅として歴代最高額を記録。
- ✓ 日本の空間デザインは日本のデザイナーこそがなし得るものであり、また、デザインと同時に日本の建材も輸出される。

(出所) PRESIDENT Online (<https://president.jp/articles/photo/72680?pn=2>) 記事を基に作成。

「みる」スポーツに関する市場

【日本のスポーツ産業の市場規模の推移】



(出所) 株式会社日本政策投資銀行「わが国スポーツ産業の経済規模推計」(2026年3月) 及び内閣府「中長期の経済財政に関する試算」等を基にスポーツ庁にて試算 (「スポーツ審議会スポーツ基本計画部会 (第3期) (第10回)」(2026年3月、スポーツ庁))

【F1日本グランプリ観客動員数】



(出所) Formula1-Data <https://formula1-data.com/article/f1-japanese-gp-audience-turnout-trends>
 画像は、第17回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会 資料10参考資料 (古田様) より抜粋

- ✓ F1は、インバウンドを含め富裕層が集い、開催地に大きな経済効果を創出。
 (高価格帯チケット：約70~110万円)

F1 Tokyo Fan Festival



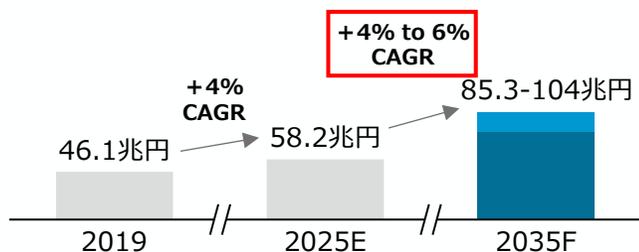
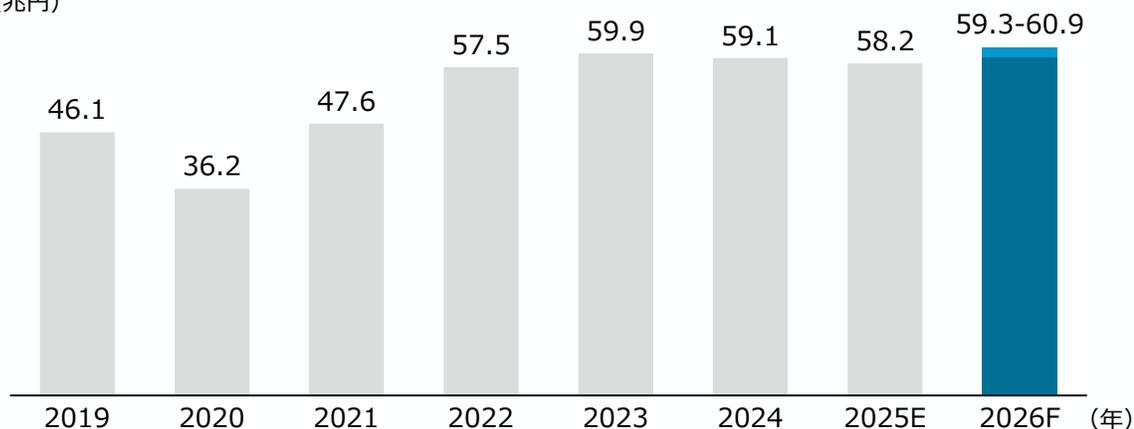
市場認識 | クリエイティブ産業のポテンシャルの大きさ

- ✓ 世界のラグジュアリー市場は、対象となる消費者層の拡大に伴い、2030年までの年平均成長率（CAGR）は4～6%となる見込み。
- ✓ 日本の割合は拡大傾向にあり、**2015～2025年のCAGRは5%。2025年の日本の割合は9%を占める見込み**であり、2025年の世界全体の名目GDPに占める日本の割合（約3.7%）よりも高い水準となっている。
- ✓ 当該市場には、パーソナルラグジュアリーグッズ、高級家具&家庭用品、ファインアート等の日本の創造性・技術力を活かされるクリエイティブ産業が含まれており、**日本の成長余地は大きい**と推測される。

世界の個人ラグジュアリー商品市場

Global personal luxury goods market

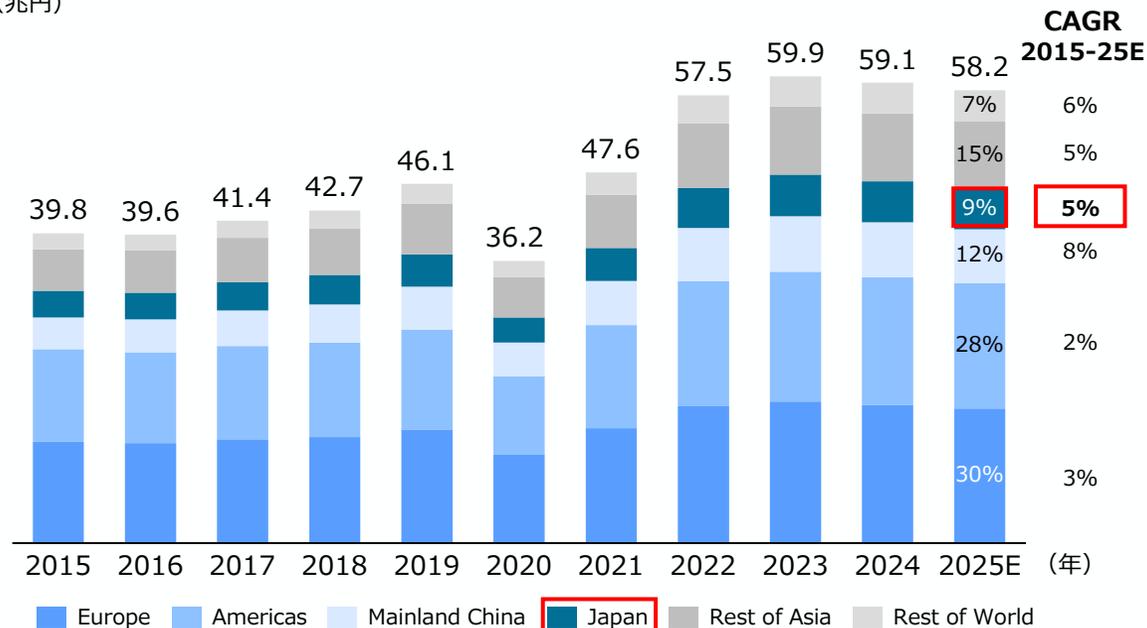
(兆円)



地域別の世界の個人ラグジュアリー商品市場

Global personal luxury goods market, by region

(兆円)



E indicates estimated value; F indicates forecasted value. (Source) Bain & Company

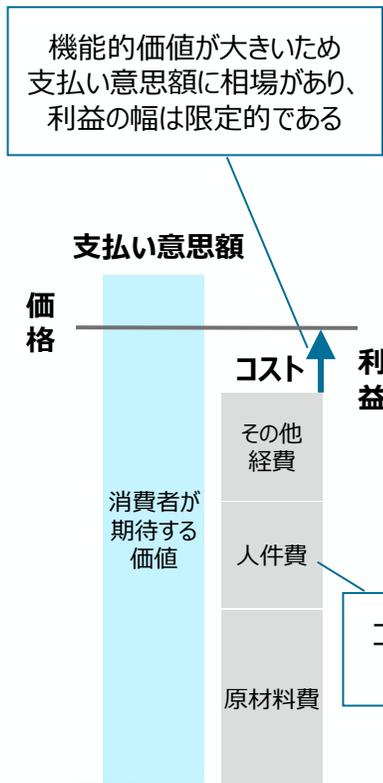
当該レポートにおけるラグジュアリー市場とは、ラグジュアリーカー、パーソナルラグジュアリーグッズ、ラグジュアリーホスピタリティ、高級ワイン&スピリッツ、グルメフード&高級ダイニング、高級家具&家庭用品、ファインアート、プライベートジェット&ヨット、ラグジュアリークルーズの9分野を指す。

(出所) BAIN & COMPANY「Finding a New Longevity for Luxury」(2025年12月公表)を基に、1ユーロ=162.45円(2024年の平均レート)で作成

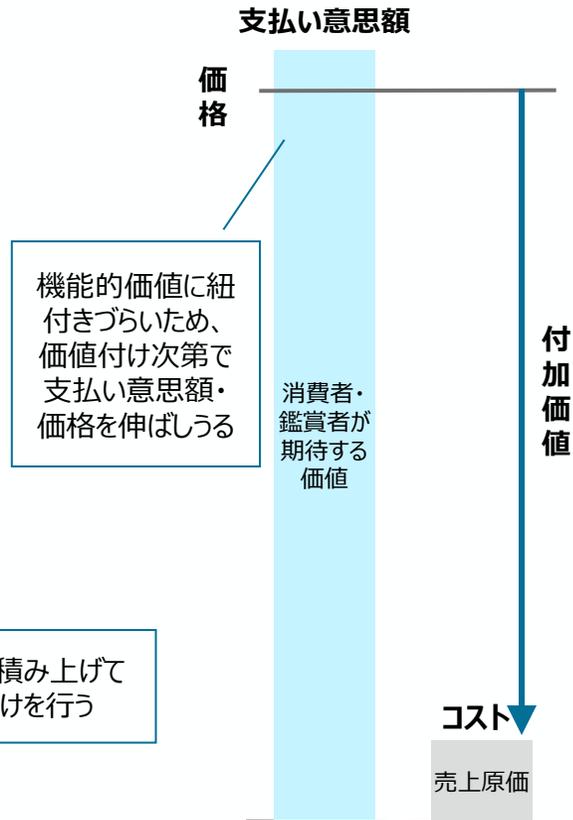
課題 | ポテンシャルに対する日本のクリエイティブ産業の課題

- ✓ 日本のクリエイティブ産業は大きなポテンシャルがある一方、その価値を十分に市場価値（値付け）に反映できていない。
- ✓ 市場価値の向上に向けて、これまでの日本のクリエイティブ産業における一般的な価値付けの考え方を変えていく必要がある。
- ✓ なお、日本は、長年のデフレ経済下により値上げの経験に乏しかったが、2022年以降、実質的にインフレ経済に転換した今、購買力のある富裕層に向け、高付加価値化により適正な価格設定を行っていく行動変容が喫緊の課題。

一般的な製造業等の値付け



クリエイティブ産業の値付け



価格設定の事例

【ファッション分野における国内・海外での価格設定方法の違いの例】

国内：上代→下代

100,000円
小売価格

6掛け

60,000円
卸価格

➤ この卸価格の中に
コストを積み上げ。

国外：下代→上代

480,000円
小売価格

付加利益率
8倍

60,000円
卸価格

➤ 付加利益率を掛けて
小売価格を算出。

【一般的な日本の伝統的工芸品の価格構造】

原材料費 + 人件費 + 流通マージン
⇒コスト積み上げ型、ブランド価値が反映されていない

2025年度の取組 | アート

- ✓ アート・アーティストとの共創を通じて、企業が新たな経済的価値を創出することを目指すため、企業の先行事例を表彰する「ART & BUSINESS AWARD」の創設、共創相手を検索できる「共創プラットフォーム」の構築、企業・地域の有するJapan CONTEXTとの共創を通じた新たなアート作品・ビジネスモデル創出の実証「ART × Japan CONTEXT」を実施。
- ✓ 2026年度も、アワードや共創プラットフォームの充実化等、共創を通じて経済的価値創出に向けた取組を進めていく。

「ART & BUSINESS AWARD 2025」

【受賞カテゴリー及び受賞企業（応募150件以上）】

①コーポレート・ストラテジー部門

カルチュア・コンビニエンス・クラブ「CCCアートラボ事業」

②アートコラボレーション部門

太宰府天満宮「太宰府天満宮 仮殿」

③ニューアートビジネス部門

エイベックス・クリエイター・エージェンシー「MEET YOUR ART」
ヘラルボニー「HERALBONY事業」

④ローカルインパクト部門

ジンズホールディングス・田中仁財団
「アートを活用した群馬県前橋市の地域創生」

⑤アートマーケット部門

東京建物「Brillia Tower 堂島」

⑥特別賞

ベネッセホールディングス
「ベネッセアートサイト直島」



共創プラットフォームの構築

- ✓ 企業とアーティストが共創を目的として訪れることができるウェブサイト上のプラットフォーム（データベース）を構築。
- ✓ 以下のそれぞれが、共創にあたり提供できるリソース等を掲載。
 - ▶企業 : 2025年アワード受賞企業・ファイナリスト企業
 - ▶アーティスト : 企業との共創実績や共創に関心がある者
 - ▶コラボレーター : 企業とアーティストを仲介・プロジェクトを併走



クリエイター・エンタメスタートアップ創出事業 (アート分野)

✓ 事業名

ART × Japan CONTEXT

✓ 事業概要

補助内容：最大500万円、補助対象経費の1/2支援
補助対象：人件費、旅費、必要機器等のレンタル費等
事業運営：(株)アブストラクトエンジン

✓ 採択数

8組（応募数：43組）

✓ メンター

齋藤 精一氏（(株)アブストラクトエンジン代表取締役）
石橋 素氏（Rhizomatiks 主宰）
倉本 仁氏（JIN KURAMOTO STUDIO代表）
中村 寛氏（アトリエ・アンソポロジー合同会社代表）
倉森 京子氏（(株)NHKエデュケーショナル）
青木 彬氏（インディペンデント・キュレーター）

2025年度の取組 | デザイン・ファッション

- ✓ 日本各地のデザイン資源情報を集約・発信するデータベースのプロトタイプ構築（2024年度）による実証研究を2025年度も継続し、民間による自律的運営を目指した活用ニーズ、収益モデル等の検討を行った。
- ✓ 日本のファッション産業の新たな可能性を切り拓くファッションクリエイター・スタートアップに向けて、日本ならではの独自性を明確に打ち出し、世界に通用する価値をもつファッションIPの創出を目指す事業化支援プログラムを実施。
- ✓ 2026年度からデータベースは民間移転し自走。ファッションについては、今年度のクリエイターと産地の共創モデルの発信、浸透を行う。

デザイン資源データベース



- ✓ 日本には、国立のデザインミュージアムは存在しないが、各地の大企業・老舗企業の企業ミュージアム等にも多くの製品（デザイン資源）が收藏され、国としては豊富なデザイン資源を保有していることがこれまでの事業で判明。
- ✓ 日本の文化や歴史、地域固有性がデザイン・ファッション製品の高付加価値化に重要であり、豊かで多様な世界に誇れるデザインを生み出してきた地であることをアピールするとともに、日本のクリエイティブを海外に向けてプロモーションする意味で、情報集約・発信を行うことが必要。

(出所) JAPAN Design Resource Database (<https://designdesigndesign.go.jp/>) 参照。

クリエイター・エンタメスタートアップ創出事業（ファッション分野）



- ✓ 事業名
グローバルファッションIP創出プログラム
- ✓ 支援概要
専門家による伴走支援
レクチャー
繊維産地（和歌山・有松）のフィールドワーク
ファブ施設の利用
活動費補助：最大500万円、補助対象経費の1/2
事業運営：(株)インフォバーン
- ✓ 採択数
10組（応募数：72組）



- ✓ （上：レクチャー例）社会課題への応答などを起点としたCFCLのブランド構築と経営戦略を同社代表取締役副社長兼COO松浦氏が解説。KESIKI井上氏を交えた対談で、ブランド経営から資本戦略、チームビルディングに至るまで、実践的な議論。
- ✓ （下：フィールドワーク）国内最大のニット産地・和歌山県和歌山市を訪問しA-GIRLS（エイガールズ）ほか、特色ある3社の製造現場を視察。同じく伝統工芸「有松鳴海絞り」を軸にドイツで立ち上げられたブランド「suzusan」等を訪問。

(出所) 経済産業省令和6年度補正クリエイター・エンタメスタートアップ創出事業費補助金（ファッション分野） (<https://miraino.fashion/2025>) 参照。

2025年度の取組 | 伝統的工芸品

- ✓ 「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」に基づき、産地組合や製造事業者等に対して、**需要開拓、新商品開発等を支援**。
- ✓ また、（一財）伝統的工芸品産業振興協会（伝産協会）は、個別産地では対応が難しい産地横断的な展示販売会への出展等の事業を支援し、**全国の産地の販売・PRを促進**。
- ✓ 2026年度においても、産地組合等への需要開拓、新商品開発等の支援と併せ、伝産協会の事業充実を図っていく。

産地組合や製造事業者等に対する支援 （伝統的工芸品産業支援補助金：過去事業の一例）

海外需要の例：曲げわっぱ（秋田県）

世界最大規模のデザイン展覧会であるイタリア・フォーリサローネに出展。セミナーやカンファレンスへの参加や、製作実演を行い、大館曲げわっぱの魅力をもPRした。また、会場では、曲げわっぱと備前焼のコラボレーションによる照明器具も展示し、その斬新なデザインが多くの注目を得た。

（図版省略）

産地プロデューサー事業の例：津軽塗（青森県）、南部鉄器（秋田県）等、東北6県6産地

東北地方の6産地の職人と世界的に活躍する国内外のクリエイターとの協働を実施。生活習慣の変化から社会的ニーズは変化しているところ、工芸×アート/テクノロジーという組み合わせで、新しい需要を呼び起こした。

（図版省略）

（一財）伝統的工芸品産業振興協会による産地支援 （伝統的工芸品産業振興補助金）

「伝統工芸 青山スクエア」の運営

伝産協会が伝統的工芸品の発信拠点として運営する展示・販売スペース。2024年度は約7.0万人が来場。



国内展示・販売会の企画・出展支援

銀座名匠市（2025年2月19日～24日、松屋銀座8階イベントスクエア）に全国約90産地が出展。伝統工芸士自らが顧客と接し、6日間の開催で、約2.7万人が来場。



国内外への発信

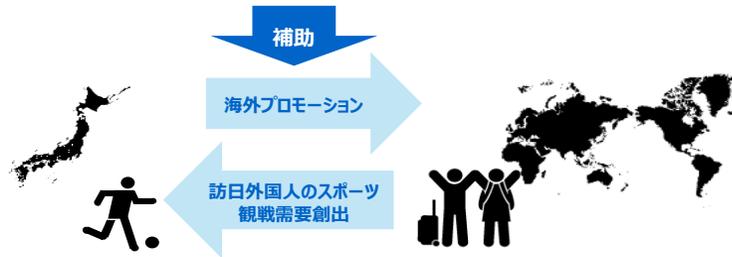
- 伝統的工芸品ダイジェスト映像「TEWAZA」をYouTubeで公開。（2024年度末現在：103産地、チャンネル全体で約2,700万回再生）
- 都内のライフスタイルショップと産地をマッチングし、展示販売を実施。（JTCW：Japan Traditional Crafts Week）
- 若者に対する伝統的工芸品の普及イベント（PASS THE BATON MARKET）等

2025年度の取組 | 「みる」スポーツ

- ✓ スポーツリーグ・クラブによる海外展開を支援。具体的には、海外ファン増加やインバウンド需要獲得に資する取組への補助や、海外事業展開に資するアジア地域の情報収集、海外企業とのマッチングイベント、経営人材向けの海外視察プログラム等を実施。
- ✓ また、スポーツリーグ・クラブと企業の双方の理解・機運醸成とパートナーシップ形成促進のためのイベント開催、広報活動等を実施。
- ✓ 2026年度においても、海外展開支援やパートナーシップ形成促進など、スポーツの成長産業化に向けた取組を推進する。

スポーツエンタメ・コンテンツ海外展開支援補助金

- ✓ スポーツリーグ・クラブ等によるコンテンツのローカライズやプロモーション、インバウンド受入体制構築など、海外需要創出・拡大に資する取組を支援
- ✓ 補助率：1/2以下 補助上限：2,000万円
- ✓ 採択数（R6補正予算事業）：7事業者9事業



海外スポーツビジネス経営視察プログラム

- ✓ スポーツリーグ・クラブの事業経営人材向けに、米国リーグ・クラブの経営戦略・海外戦略、データ活用のチケットティング、ホスピタリティ、ファンエンゲージメント施策、スタジアム・アリーナを活用した収益の仕組み、社会貢献・地域連携活動などを学ぶための視察プログラムを企画・実施。
 - 実施時期：2026年2月
 - 実施場所：米国・ロサンゼルス
 - 参加者数：約30名

海外市場調査・現地企業とのマッチングイベント

- ✓ スポーツリーグ・クラブのニーズに基づき、アジア4カ国・地域における現地消費者のスポーツ観戦嗜好・商習慣や、現地企業のスポーツ投資への関心等の調査を実施。
 - 対象国・地域：タイ、インドネシア、フィリピン、台湾
- ✓ リーグ・クラブと現地・進出日系企業等との新たなパートナーシップ創出を目指し、「日本・タイ スポーツビジネスネットワーキングデイ」と題したマッチングイベントを開催。
 - 開催時期：2025年9月
 - 開催場所：タイ・バンコク
 - 参加団体数：日本側17団体、タイ側34団体



スポーツ×企業のパートナーシップ形成促進

- ✓ スポーツ×企業の「課題解決型」パートナーシップ拡大に向けた連携を訴求するため、企業を対象とし、スポーツクラブのピッチ及び意見交換を行うセミナーを全4回開催。
 - 開催場所：東京、大阪、仙台、オンライン
 - 開催時期：2025年10月～12月
 - 参加者数：のべ約240名
- ✓ 特に意欲が高かった複数ペアに対し、具体的連携策を議論するワークショップを複数回開催。
- ✓ 課題解決型パートナーシップを促すための広報資料、スポーツ×企業の取組事例集を作成。

第1部
スケジュール

第2部
コンテンツ産業

第3部
クリエイティブ産業

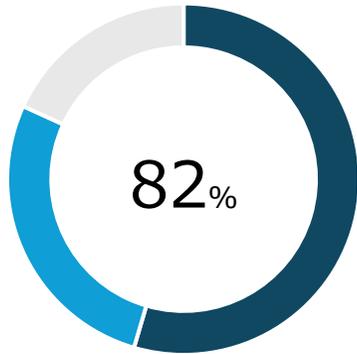
第4部
戦略フォローアップ

第5部
戦略改定骨子案

アクションプラン | エンタメ・コンテンツ分野の進捗状況

✓エンタメ・コンテンツ分野でアクションプランに掲げた取組の約9割は2026年度内に達成する見込み。残るアクションについては、必要性も含めて、対応方針を改めて検討する。

ゲーム

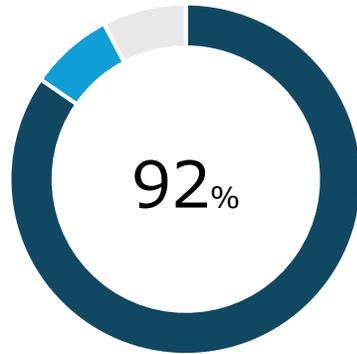


■ 2025年度に対応 ■ 2026年度に対応 □ 対応未了

対応未了アクション

- 法規制への交渉等
→国際情勢を踏まえつつ、引き続き対応を検討
- e-スポーツの国際大会での日本ゲームタイトルの採用
→海外展開支援を活用して民間企業で取り組むことを促進

アニメ

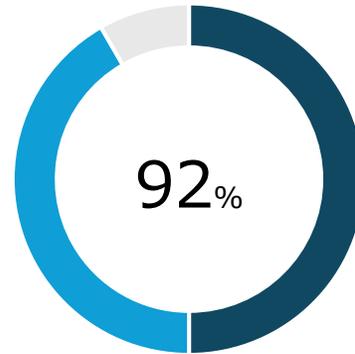


■ 2025年度に対応 ■ 2026年度に対応 □ 対応未了

対応未了アクション

- 就業環境改善・制作会社の強靱化に資する仕組みの創設
→具体化に向けて議論を継続

漫画・書籍/書店

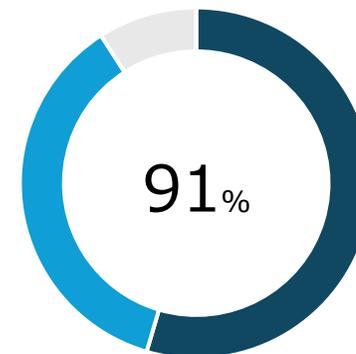


■ 2025年度に対応 ■ 2026年度に対応 □ 対応未了

対応未了アクション

- クリエイターへの税務や法制度に関する専門的な知識のサポート体制の構築
→既存の支援機関等の活用を周知することを検討

音楽

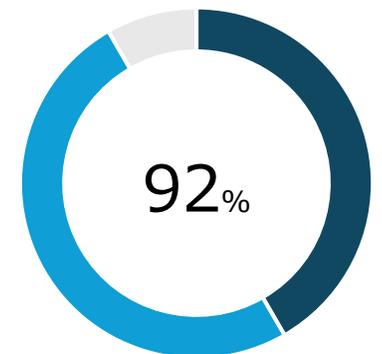


■ 2025年度に対応 ■ 2026年度に対応 □ 対応未了

対応未了アクション

- 海外公演等に係るビザ取得に関する課題の解消
→民間の取組状況を注視

映画・映像



■ 2025年度に対応 ■ 2026年度に対応 □ 対応未了

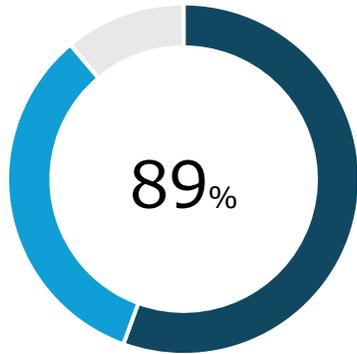
対応未了アクション

- ロケ地聖地化のガイドライン
→2025年度にガイドライン作成に向けたヒアリングを実施

アクションプラン | クリエイティブ分野等の進捗状況

✓クリエイティブ分野及び海外展開（共通）でアクションプランに掲げた取組の約9割は2026年度内に達成する見込み。残るアクションについては、必要性も含めて、対応方針を改めて検討する。

デザイン

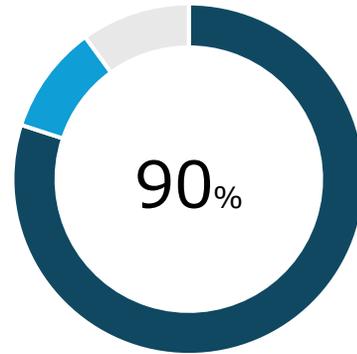


■ 2025年度に対応 ■ 2026年度に対応 ■ 対応未了

対応未了アクション

- コンテンツIPと各種のデザインとのクロスオーバー事例の後押し
→ヒアリング等を通じた案件発掘や支援策を検討

アート

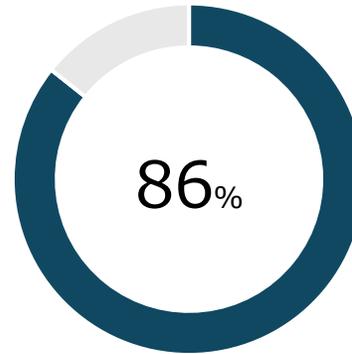


■ 2025年度に対応 ■ 2026年度に対応 ■ 対応未了

対応未了アクション

- デジタル技術を活用した地域におけるアート取組の効果の定量化
→ヒアリング等を通じた事例収集を模索

ファッション

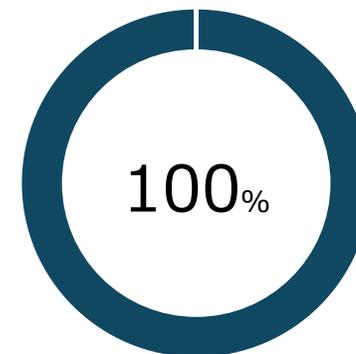


■ 2025年度に対応 ■ 2026年度に対応 ■ 対応未了

対応未了アクション

- 他産業のIPとコラボすることを目指す業界の取組を支援
→ヒアリング等を通じた案件発掘や支援策を検討

「みる」スポーツ

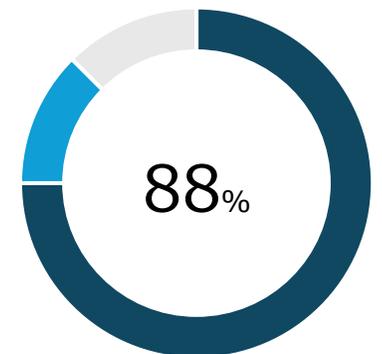


■ 2025年度に対応 ■ 2026年度に対応 ■ 対応未了

対応未了アクション

- なし

海外展開（共通）



■ 2025年度に対応 ■ 2026年度に対応 ■ 対応未了

対応未了アクション

- 共創ネットワーク構築の検討
→2026年度に対応方針を検討

第1部
スケジュール

第2部
コンテンツ産業

第3部
クリエイティブ産業

第4部
戦略フォローアップ^o

第5部
戦略改定骨子案

方針 | ものがたり大国 5 年計画 (1 / 3)

- ✓ゲーム、アニメ、マンガ、音楽、実写といったコンテンツ分野において、**2033年に海外売上20兆円**、すなわち、海外向け日本発コンテンツが世界を席巻する状態を目指す。そのため、世界中の消費者が注目する「**ひのき舞台**」(国際的な流通網・ファンダム) や、世界水準の作品を創るための「**創作リソース**」(IP・人材・デジタル) を整備・強化して、日本のクリエイターと世界中のファンの情熱を最大限に引き出す。
- ✓海外売上20兆円の達成に向けて、官民一丸となって「**売上3倍、投資3倍**」を実現するため、コンテンツ産業政策をアップデートしていく。

目標			対象					
海外売上高	投資額の代理変数	年収の代理変数	重点分野			関連分野		
6.1兆円 海外売上高	9.3兆円 民間投資額	625万円 平均年収						
20兆円 海外売上高	33.3兆円 民間投資額	1,000万円 平均年収						

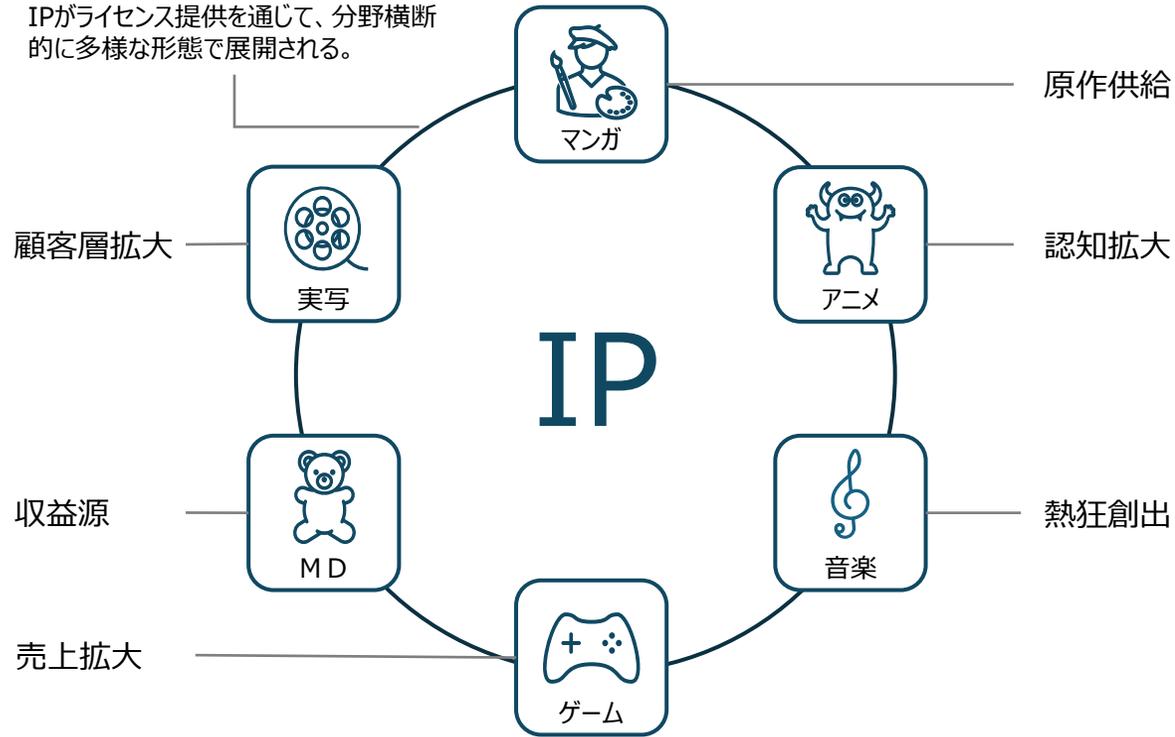
※海外売上高は、株式会社ヒューマンメディアが推計したゲーム、アニメ、出版、実写の海外売上に経済産業省が調査した音楽分野の海外売上を加えた値。
 ※投資額の代理変数は、コンテンツ分野で主たる事業を営んでいると考えられる上場企業の有価証券報告書に基づき、投資額を積み上げた値。今後、非上場企業の投資額も含めた拡大推計を行うなど、数値を補正する必要がある。
 ※平均年収の代理変数は、販売費及び一般管理費に含まれる人件費を期末従業員数で割った値であり、売上原価に含まれる人件費等を考慮していないので、実際には上記より高い値である可能性。加えて、今後、非上場企業の投資額も含めた拡大推計を行うなど、数値を補正する必要がある。

※MDはマーチャンダイジングの略であり、コンテンツIPの価値を、商品化・ライセンス・関連購買等を通じて拡張し、本体収入に加え二次的・周辺的な収益を生み出す取組。以下、同じ。
 ※重点分野のグッズは重点分野と同様に重点的に取り扱う。

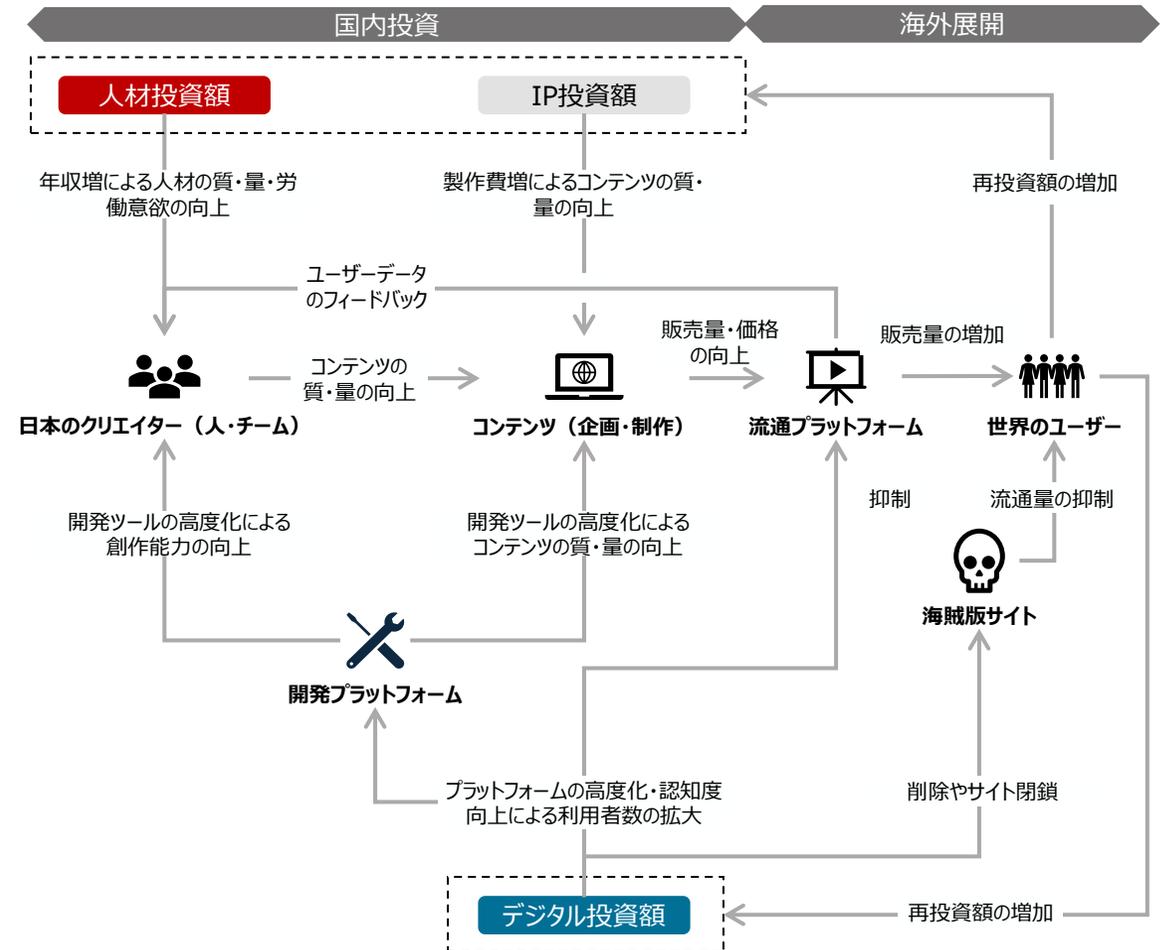
方針 | ものがたり大国 5 年計画 (2 / 3)

- ✓コンテンツ産業を主に国内で稼ぐ労働集約型産業から世界で稼ぐ知識集約型産業に変革して「外貨の稼ぎ頭」に育てる。
- ✓IPをマンガからアニメ、ゲーム、実写、音楽、グッズまで多角的に展開 (IP360度展開)して利益を最大化する。
- ✓世界的な大ヒット作品の量産、開発・流通プラットフォームの強化・海賊版抑制、IP・人材・デジタルへの投資拡大の好循環を作る。

分野横断戦略 (世界的なIPの360度展開)



バリューチェーン横断戦略 (日本で創り、世界に届ける)



方針 | ものがたり大国5カ年計画 (3 / 3)

✓ 2013年から2024年までに実施してきた政策の振り返りや国民の声から得られた示唆を踏まえて定めた**エンタメ政策5原則**に基づいて政策を立案・実行していく。資源配分については、**個別の主観的な判断に左右されることなく**、ROIや市場評価といった**客観的な指標に基づいて支援対象を決定**し、海外売上20兆円達成に向けて分野・バリューチェーン横断で全体最適を図る**ポートフォリオマネジメント**を行う。

エンタメ政策5原則

1 大規模・長期・戦略的に支援する。

ステークホルダーと議論して重点支援領域を見極め、機動的に修正しながら、大規模・長期的の支援を行うことで、事業性・予見可能性を高めて、民間投資を喚起する。

2 日本で創り、世界に届ける取組を支援する。

IP・人材・デジタルに対する国内投資や、国際流通網・ファンダム形成への海外投資を支援する。

3 作品の中身に口を出さない。

作品の中身に影響を与えず、クリエイターの表現の自由を保障する。

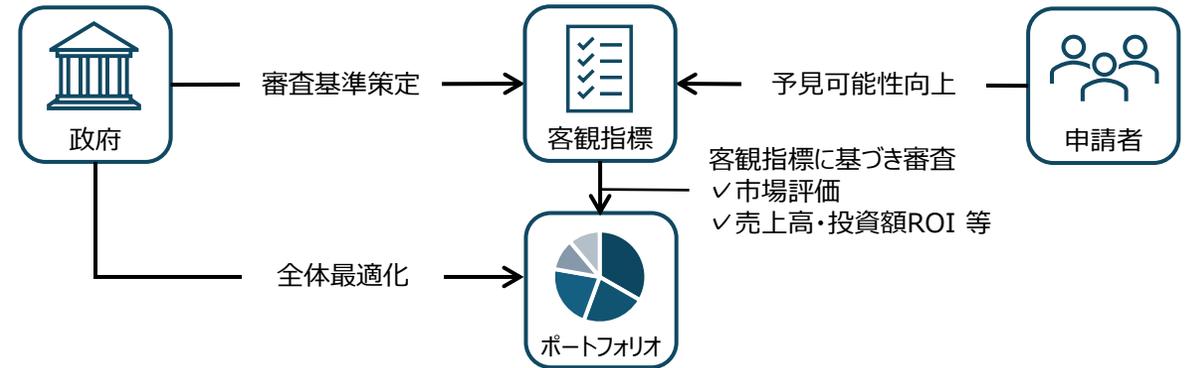
4 真っすぐ届ける。

政策支援の制度を、可能な限り複雑なものせず、コンテンツの創作や普及に関わるステークホルダーが不慣れでも簡単に利用できるようにする。

5 挑戦者を優先する。

ハイリスク・ハイリターン of 新しい取組への挑戦を優先して支援する。

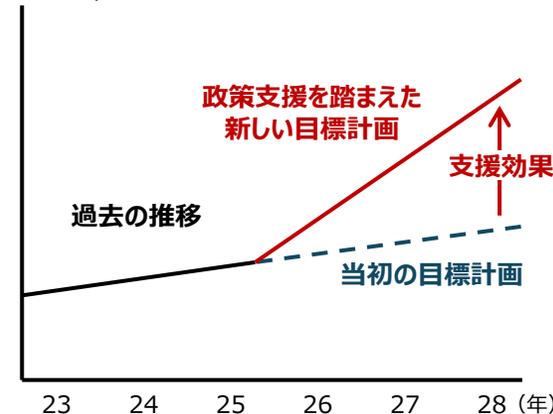
資源配分



【審査基準で用いるROIの考え方】

$$\begin{aligned} \text{売上高ROI} &= (\text{補助金ありの際の売上高} - \text{補助金なしの際の売上高}) \div \text{補助金額} \\ \text{投資額ROI} &= (\text{補助金ありの際の投資額} - \text{補助金なしの際の投資額}) \div \text{補助金額} \end{aligned}$$

売上高/投資額



政府支援を得てROIを高める取組の想定例

- 作品投資額の増加 (作品の高品質化)
- ローカライズ言語の増加
- 報酬を含む賃金の増加
- 海外向け販促費の増加
- デジタル投資額の増加
- ...

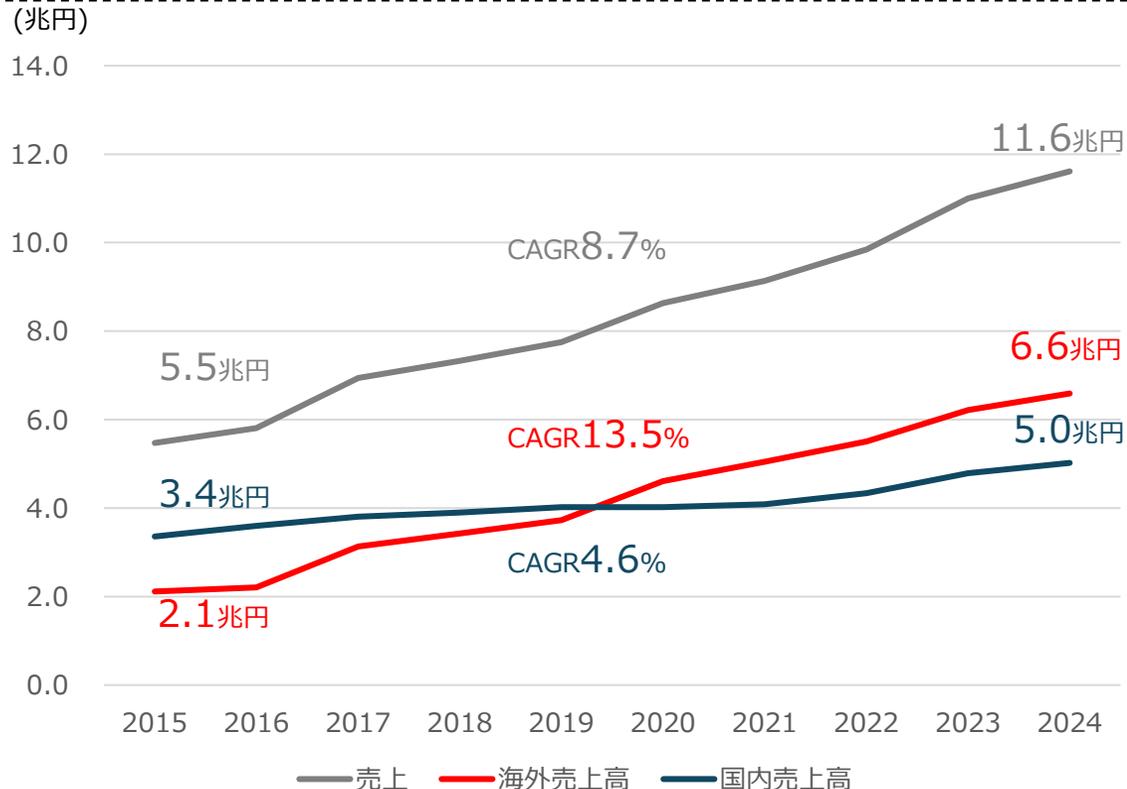
※支援メニューに応じて評価に用いる指標は異なる。

現状 | 売上高・投資額

✓主にコンテンツを製作・提供している上場企業の海外売上高は、国内売上高を超えて、年間13.5%で成長して6.6兆円に達した。ただし、為替の影響を除けば、年間10.7%の成長に留まる。また、上場企業の投資額は年間9.8%で拡大している。

上場企業の売上高

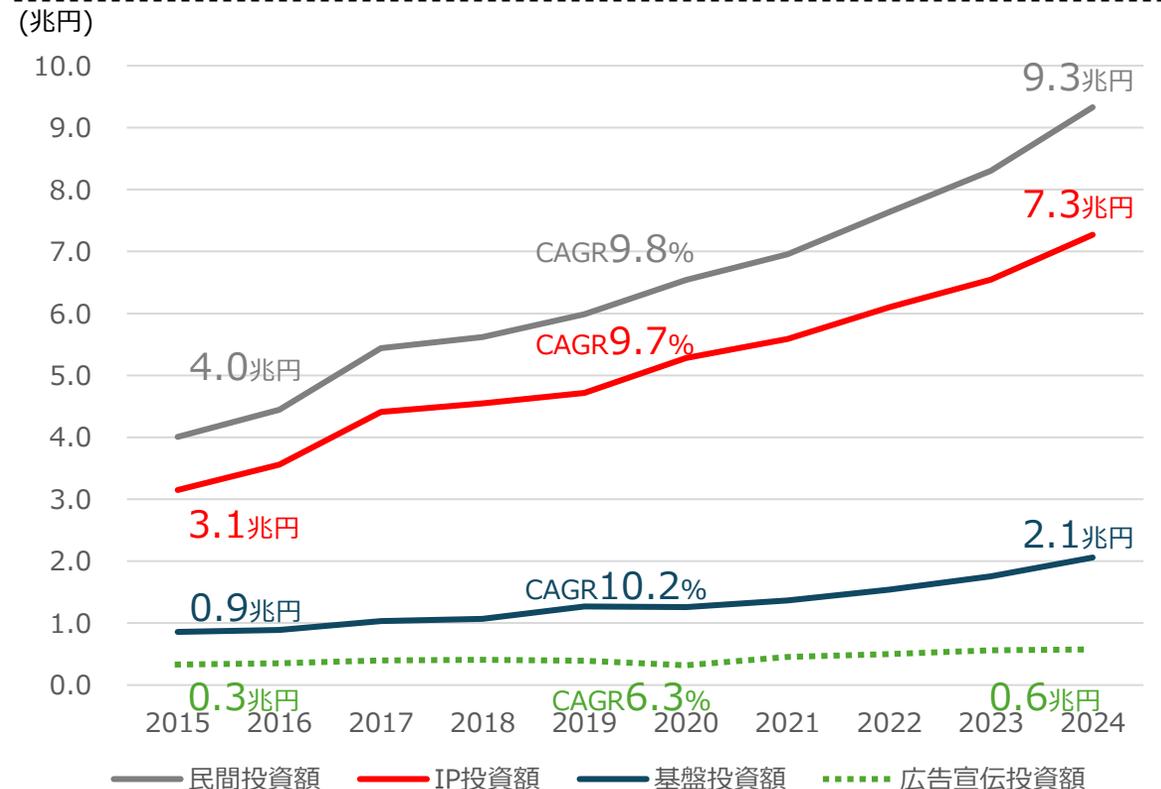
売上高 = 国内売上高 + 海外売上高
 海外売上高 = ゲーム海外売上高 + 映像海外売上高 + 出版海外売上高 + 音楽海外売上高
 国内売上高 = ゲーム国内売上高 + 映像国内売上高 + 出版国内売上高 + 音楽国内売上高



※各数値は、コンテンツ分野で主たる事業を営んでいると考えられる上場企業の有価証券報告書に基づき、数値を積み上げた値。今後、非上場企業の投資額も含めた拡大推計を行うなど、数値を補正する必要がある。

上場企業の投資額

民間投資額 = IP投資額 + 基盤投資額
 IP投資額 = 売上原価 + 棚卸資産増加額 + 無形固定資産増加額
 基盤投資額 = 研究開発費 + 設備投資額 + 人件費
 広告宣伝投資額 = 広告宣伝費



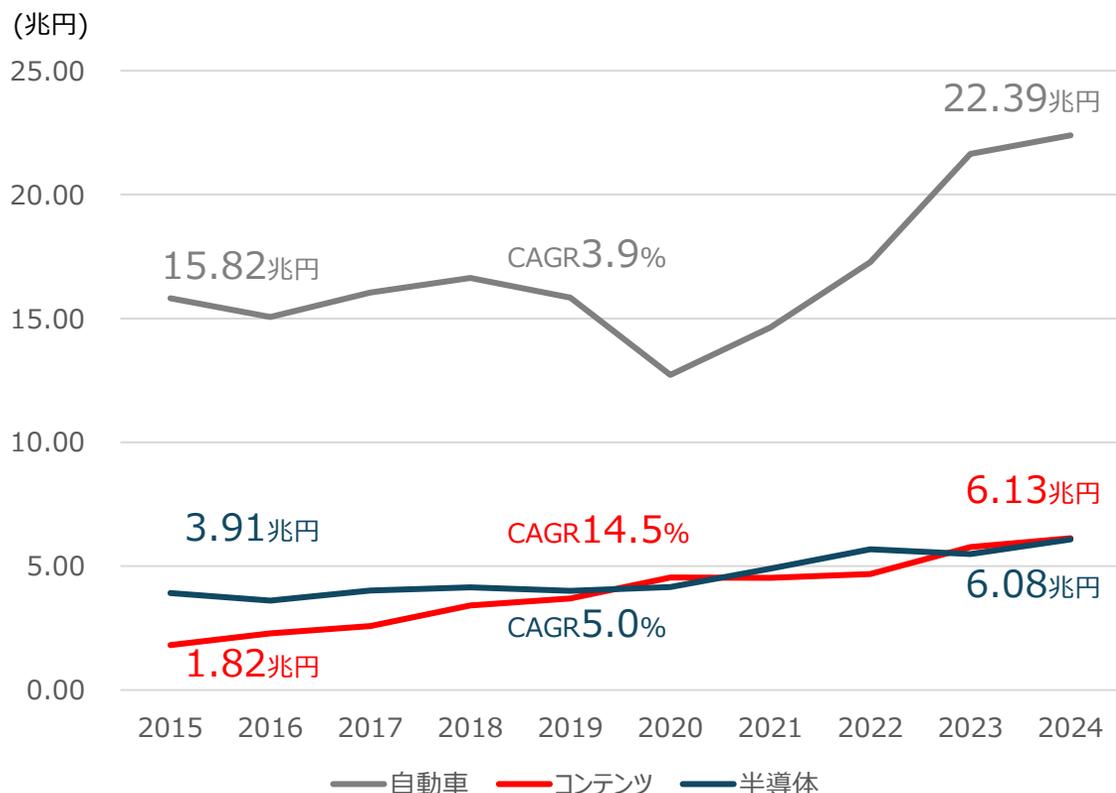
※各数値は、コンテンツ分野で主たる事業を営んでいると考えられる上場企業の有価証券報告書に基づき、数値を積み上げた値。今後、非上場企業の投資額も含めた拡大推計を行うなど、数値を補正する必要がある。

現状 | 日本経済・財政への貢献

✓日本発コンテンツの海外売上高は、既に半導体の輸出額を上回り、日本の外貨獲得に貢献している。今後は、自動車産業に匹敵する水準での外貨獲得への貢献を目指す。過去10年間でコンテンツ産業の年間法人税等は約3千億円増加しており、日本の財政に貢献している。また、法人税の伸びは、日本全体の+5.8%/年よりもコンテンツ産業の+10.2%/年の方が大きい。

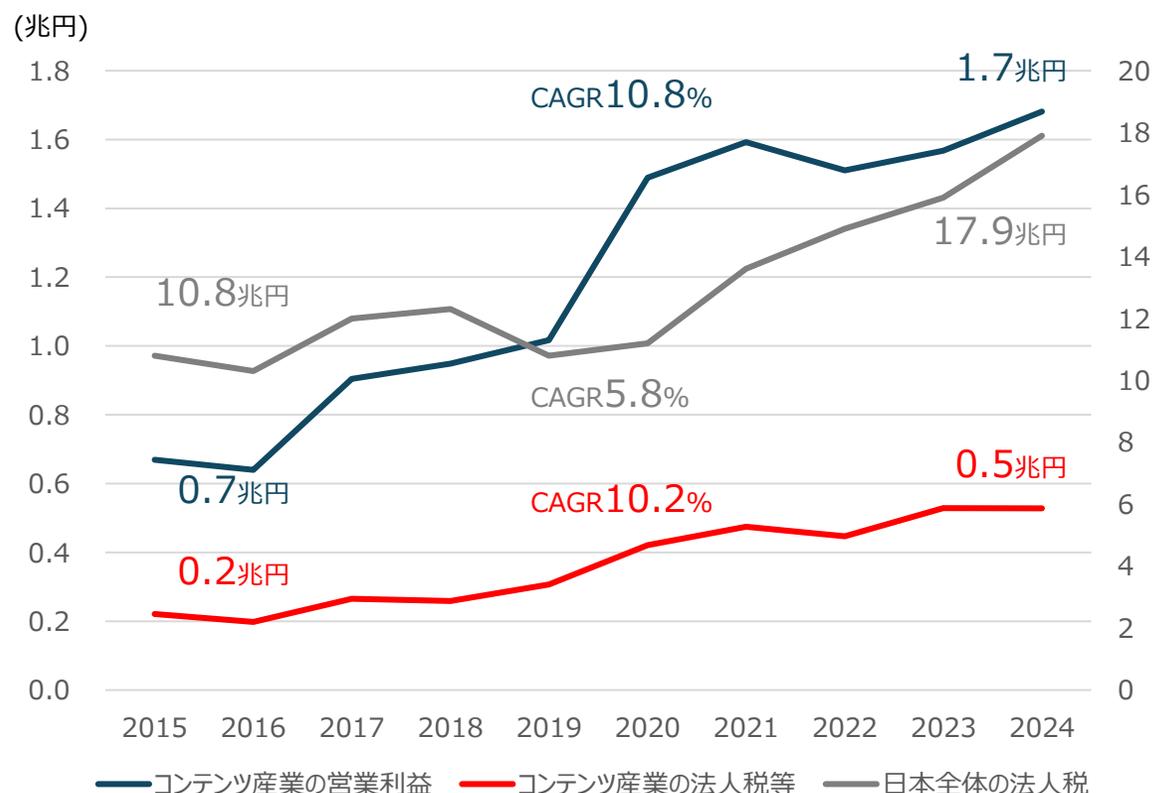
輸出額等

自動車 = 自動車輸出額 + 二輪自動車輸出額 + 自動車部品輸出額
 半導体 = 熱電子管輸出額 + 個別半導体輸出額 + IC輸出額
 コンテンツ = ゲーム海外売上高 + アニメ海外売上高 + 出版海外売上高 + 音楽海外売上高 + 実写海外売上高



上場企業の法人税等

営業利益 = ゲーム営業利益 + 映像営業利益 + 出版営業利益 + 音楽営業利益
 法人税等 = ゲーム法人税等 + 映像法人税等 + 出版法人税等 + 音楽法人税等



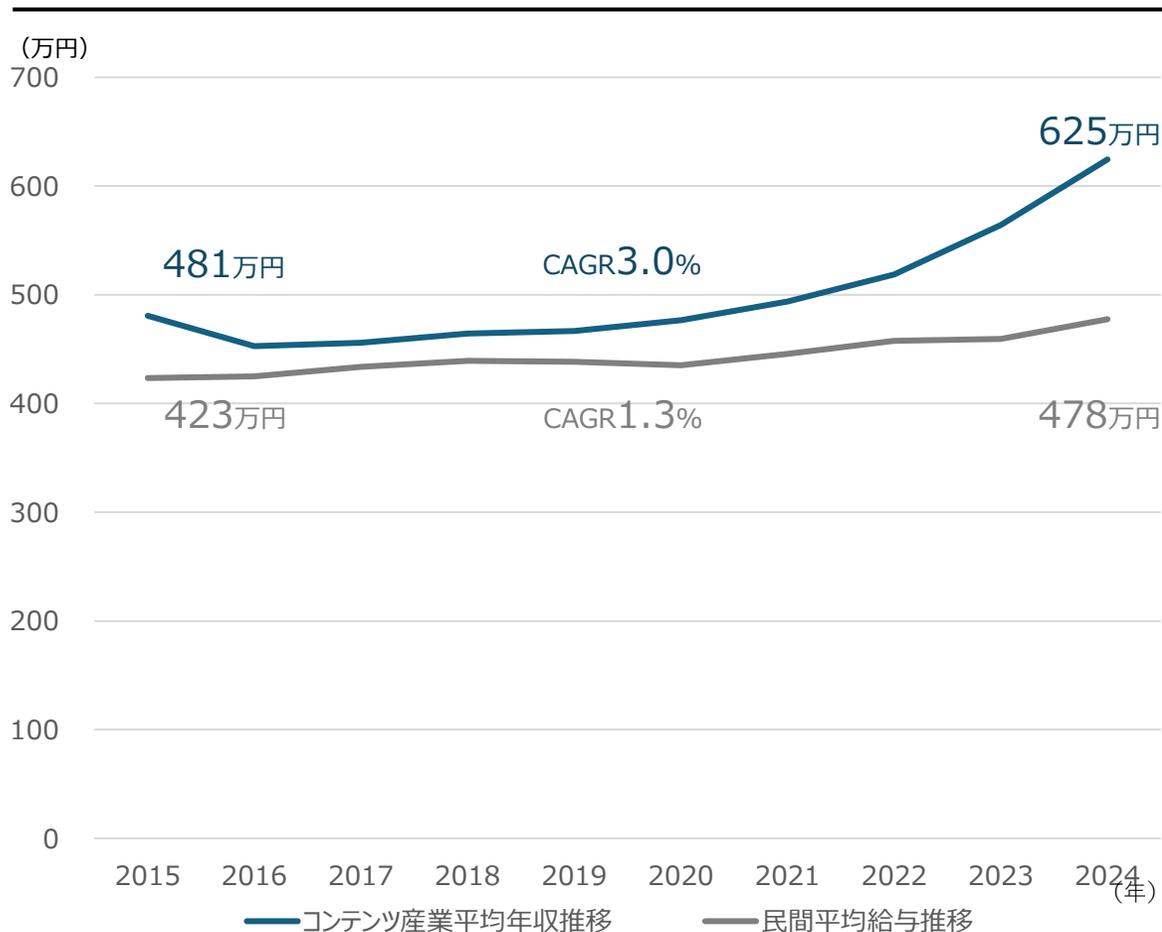
※自動車・半導体は、財務省「貿易統計」の値。コンテンツは、株式会社ヒューマンメディアが推計したゲーム、アニメ、出版、実写の海外売上高に経済産業省が調査した音楽分野の海外売上高を加えた値。

※コンテンツ産業の営業利益・法人税等は、コンテンツ分野で主たる事業を営んでいると考えられる上場企業の有価証券報告書に基づき、積み上げた値。日本全体の法人税は、財務省「一般会計税収の推移」の値。

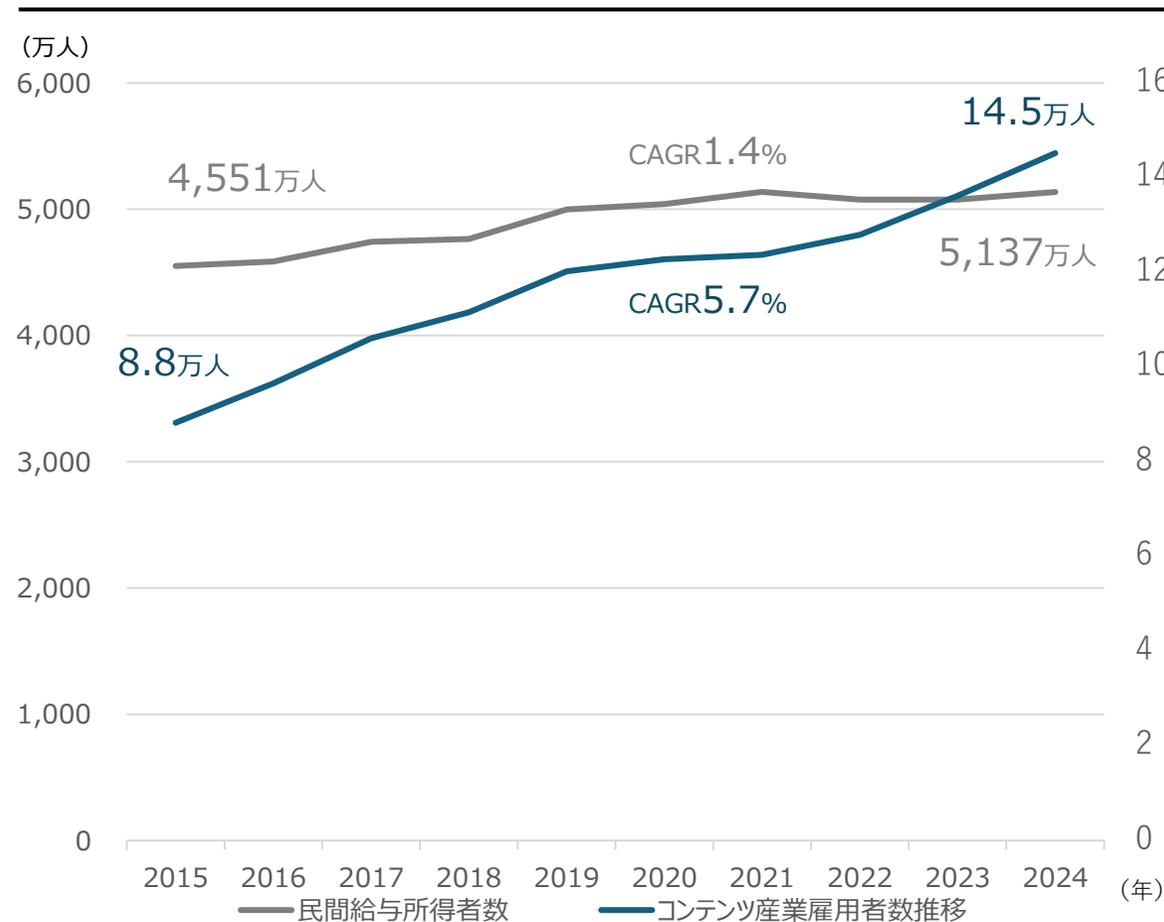
現状 | 日本の雇用への貢献

✓コンテンツ産業は、近年、全産業の平均よりも**年収・雇用ともに増加傾向にあり、良質な雇用を拡大**している。2020年以降は年間7%のペースで平均年収が拡大。一方で、非上場企業を含め、年収が高くはない層も存在していることには留意が必要。

上場企業の平均年収



上場企業の雇用者数



※コンテンツ分野で主たる事業を営んでいると考えられる上場企業の数値を積み上げた値及び国税庁「民間給与実態統計調査」の値。上場企業の平均年収は、販売費及び一般管理費に含まれる人件費を期末従業員数で割った値であり、売上原価に含まれる人件費等を考慮していないので、実際には上記より高い値である可能性。加えて、今後、非上場企業の投資額も含めた拡大推計を行うなど、数値を補正する必要がある。

※コンテンツ分野で主たる事業を営んでいると考えられる上場企業の数値を積み上げた値及び国税庁「民間給与実態統計調査」の値。今後、非上場企業の投資額も含めた拡大推計を行うなど、数値を補正する必要がある。

現状 | 財政支援の効果

- ✓過去のコンテンツ産業向けの補助金では、**0.8億円の財政支援が興行収入19.6億円（海外分8.4億円）の増加に寄与**した。
- ✓産業界からは財政支援を活用して**3,000億円以上の大胆な投資に取り組みたい意向**が示されている。民間企業がハイリスク・ハイリターン型の投資に躊躇する中で、政府による財政支援が民間企業の背中を押して、大胆な投資に繋がる可能性。

実績

✓2023年及び2024年のプロダクション支援における採択・不採択案件のうち公開済で興行収入を把握できた案件から平均値を計算。採択した案件の興行収入から不採択となった案件の興行収入を差し引いて増加収入を試算なお、興行収入が増加中で未確定の案件を含む。

	平均支援金額	平均国内興行収入	平均海外興行収入
①採択案件	0.8億円/件	27.3億円/件	8.4億円/件
②不採択案件	0円/件	16.1億円/件	-
③増加収入	-	11.2億円/件	8.4億円/件

【具体例】

JLOX活用事例

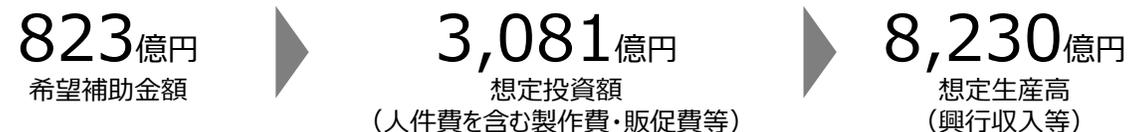
- ・劇場公開用実写映画「国宝」の制作
- ・『『鬼滅の刃』絆の奇跡、そして柱稽古へ』の制作

JLOX+を利用した制作会社のコメント

- ✓補助金があったからこそ、色味の確認やダイナミックなCGIにより、クオリティを確保することができた。
- ✓補助金がなければ、完成しなかった可能性もある。

需要

✓大規模作品製作支援の利用意向のアンケート調査結果（N = 23社）



※上記の他に、産業界は5年5千億円の予算フレームの創設を要望

目標 | 分野別目標：海外売上・民間投資を3倍増 (経済産業省の仮説)

項目	海外売上目標		民間投資額の代理変数		政策	
	2024	2033	2024	2033	基本戦略	主な予算・税制等
全体	6.1兆円	20兆円	9.3兆円	33.3兆円	世界的なIPの360度展開	IP360予算 + 税制措置
 ゲーム	3.4兆円	12兆円	7.4兆円	26.3兆円	モバイル・PC市場の攻略	大規模作品製作支援 + 開発PF構築支援 + 研究開発税制
 アニメ	2.1兆円	6兆円	1.2兆円	3.3兆円	ブロックバスター増産・成果報酬率向上	大規模作品製作支援 + 流通PF拡大支援 + 開発PF構築支援
 マンガ	0.3兆円	1兆円	0.4兆円	1.2兆円	海賊版を叩き、正規版を流す	流通PF拡大支援 + ローカライズ支援 + 海賊版対策
 音楽	0.1兆円	0.5-1兆円	0.3兆円	2.3兆円	ライブ起点のファンダム形成	海外展開支援 + 流通PF拡大支援 + スタートアップ支援
 実写	0.1兆円	0.5兆円	0.1兆円	0.3兆円	世界配信を前提としたブロックバスター	大規模作品製作支援 + スタートアップ支援 + 大胆な投資促進税制

※民間投資額の代理変数は、上場企業の実績に対して、分野別に売上と同じ割合で増加すると仮置きして試算。
 ※実写の目標には、実写放送の目標である輸出額0.25兆円を含む。 ※5分野の海外売上上の目標値の合計は20.5兆円となるが、全体の目標は20兆円。

目標 | バリューチェーン別目標 (経済産業省の仮説)

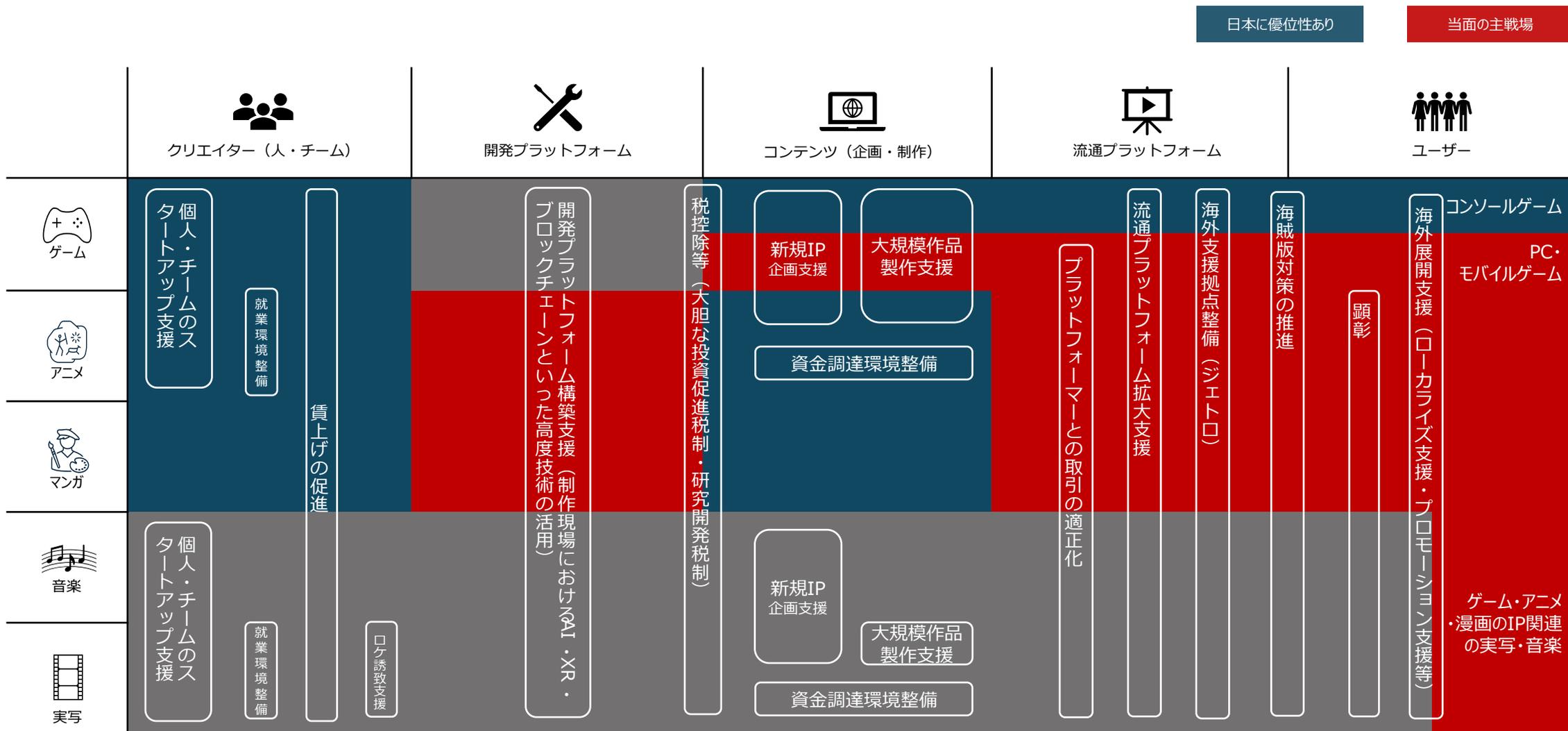
項目	KPI目標 (一部は代理変数)		民間投資額の代理変数		政策	
	2024	2033	2024	2033	基本戦略	主な予算・税制等
全体	6.1兆円 海外売上	20兆円 海外売上	9.3兆円 総額	33.3兆円 総額	日本で創り、 世界に届ける	IP360予算 + 税制措置
 クリエイター育成	625万円/人 平均年収	1,000万円/人 平均年収	0.9兆円 人件費	3.2兆円 人件費	賃上げと スタートアップ振興	スタートアップ支援 + ロケ誘致支援 + 就業環境整備
 開発PF構築	0.8億円/人 1人あたり売上	2億円/人 1人あたり売上	1.2兆円 研究開発費・設備投資額	4.1兆円 研究開発費・設備投資額	開発基盤の 国産化	開発PF構築支援 + 研究開発税制 + 大胆な投資促進税制
 コンテンツ製作	7本 ホームラン本数	30本 ホームラン本数	7.3兆円 IP投資	26.0兆円 IP投資	ホームラン打者育成	大規模作品製作支援 + 新規IP企画支援 + 資金調達環境整備
 流通PF拡大	約1億人 のべ海外会員数	約3億人 のべ海外会員数	0.6兆円 広告宣伝費	2.1兆円 広告宣伝費	スイミー連携と 海賊版対策	流通PF拡大支援 + 海賊版対策 + 海外支援拠点整備
 ユーザー開拓	0.7兆円/年 海賊版抑制額	4兆円/年 海賊版抑制額			ファンダム拡大	IPエコシステム世界展開支援 + ローカライズ支援 + プロモーション支援

※民間投資額の代理変数は、上場企業の実績に対して、分野別に売上と同じ割合で増加すると仮置きして試算。なお、広告宣伝費は総額には含まれていない。

※ホームラン本数は各種公表データに基づきゲーム(コンソール、PC、モバイルの各TOP10)音楽(アーティストTOP30)アニメ・実写(映画のTOP60)にランクインしている日本コンテンツの本数から算出。今後算出方法の精査が必要。

政策 | 政策パッケージ

✓分野・バリューチェーン毎に日本の優位性を可視化した上で、優位性を持つセグメントをさらに強化しながら、それを起点に当面の主戦場に力を入れて優位性の確立を図る。そのために必要な政策を措置し、資源配分が全体最適となるようポートフォリオマネジメントを行う。



日本に優位性あり

当面の主戦場

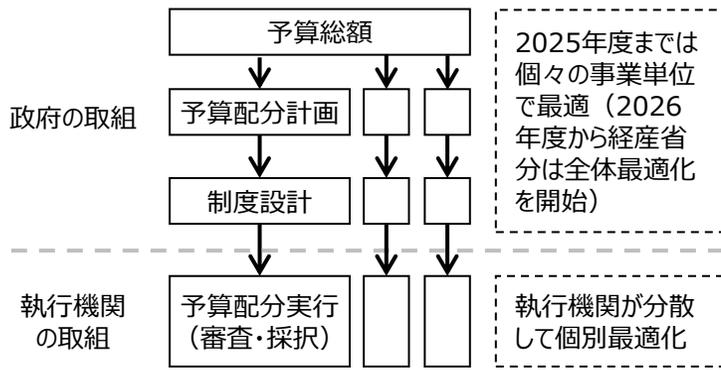
IPの360度展開

体制 | 一貫通貫に戦略立案・実行できる体制の構築

✓大規模・長期・戦略的な官民投資を実現するには、分野やバリューチェーンを横断して、**官民の叡智を結集して一貫通貫に戦略を立案して実行**できる体制が必要。2026年度から経済産業省の所掌の範囲で予算配分の全体最適化や執行の統合運用に向けた取組の一部を開始するが、将来に向けて**新たな支援体制の在り方を検討**する。

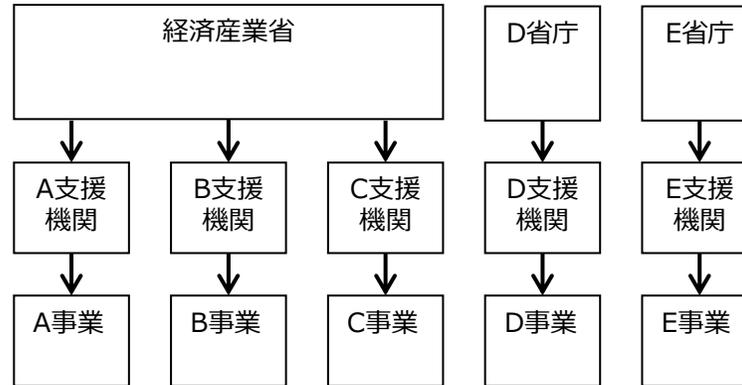
予算配分を全体最適化

【As-Is : 予算配分の個別最適化】



予算執行を一元化

【As-Is : バラバラの予算執行】



官民の叡智を結集

【As-Is : 支援側に高度人材が不足】

課題1. 広い視点
分野やバリューチェーンを横断した産業全体の知見や人脈を踏まえて物事を俯瞰できる人材が不足している。

課題2. 深い視点
特定の分野・バリューチェーンにおいて、過去から現在、将来を見通した深い知見や洞察を有する専門人材が不足している。

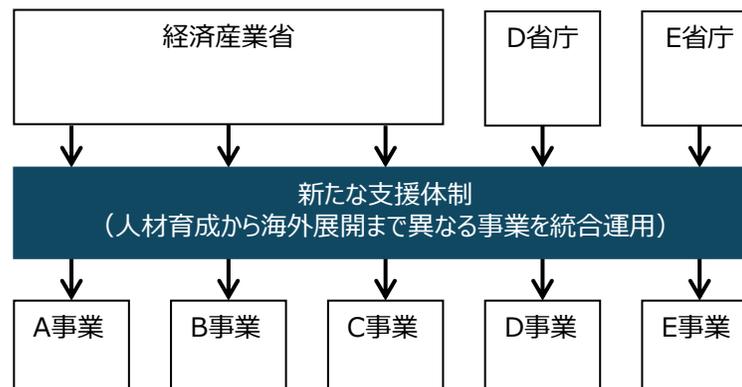
課題3. 実行の視点
第一線での実務経験を通じて高い専門性や実行力を有する人材が不足している。

【To-Be : 分野・バリューチェーン横断で予算配分を全体最適化】

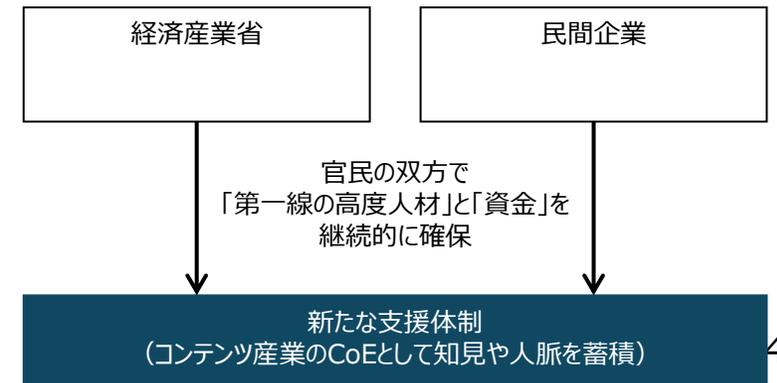
	クリエイター育成	開発PF構築	コンテンツ制作	流通PF拡大	ユーザー開拓
ゲーム	■	■	■	■	■
アニメ	■	■	■	■	■
マンガ	■	■	■	■	■
音楽	■	■	■	■	■
実写	■	■	■	■	■

※上記はイメージ図。コンテンツ制作の支援は、制作会社が支援対象であり、補助対象経費にはクリエイターの人件費を含む。流通PFの支援には、海賊版の流通を抑制する取組を含む。ユーザー開拓には音楽ライブの支援を含む。

【To-Be : 分野・バリューチェーンを横断した一貫通貫の支援】



【To-Be : CoE (センター・オブ・エクセレンス) の構築】



分野戦略 | モバイル・PC市場の攻略

✓コンソールの競争力を高めながら、市場獲得余地の大きい**モバイル・PCゲームの海外市場の獲得に注力** (※)。ローカライズやeスポーツの推進に加え、**大規模作品製作を促進**する中で、新市場進出や新しいゲーム性への挑戦を促し、既存IPの収益力強化や新規IP創出を図る。**グッズの流通促進や安価な取引手数料の流通PFの普及**による収益力強化や、**開発プラットフォーム構築**による開発力強化を推進。

※ PCゲームはクロスプラットフォームでコンソールにも提供される想定。

データ

	海外収入	海外売上	回収率
家庭用パッケージ	3,957億円	5,653億円	70%
家庭用オンライン	2兆5,647億円	2兆5,647億円	100%
スマホ・PC	1,361億円	2,448億円	55.6%
小計	3兆965億円	3兆3,748億円	91.8%
海賊版	-	4,518億円	-
潜在市場	-	3兆8,266億円	-

(出所) ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2025」及び経済産業省の調査に基づき表を作成

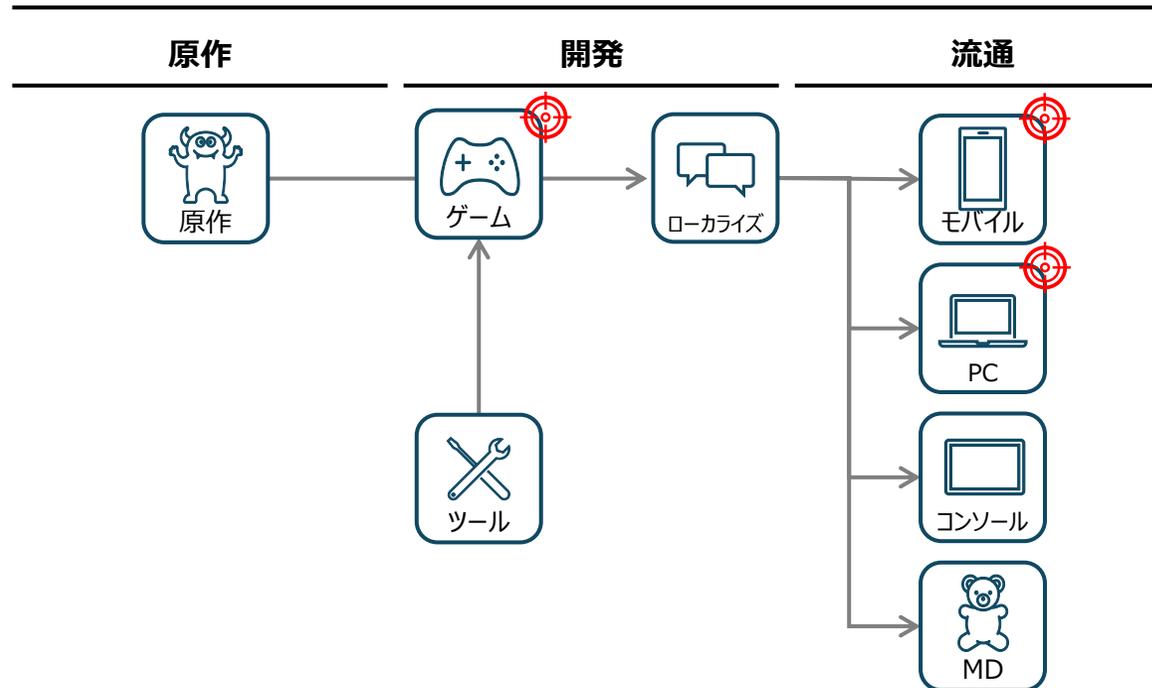
海外売上目標

3.4兆円
2024年



12兆円
2033年

戦略



重点施策

1. 大規模作品製作支援（一般支援）+ 研究開発税制
新市場への進出や新しいゲーム性の実装等の新規性を有するゲームの開発・普及を促進
2. 開発プラットフォーム構築支援 + 大胆な投資促進税制
AIやXR、ブロックチェーンといった高度な技術も活用した開発プラットフォームを整備
3. 流通プラットフォーム拡大支援
海外でのグッズの流通促進や安価な取引手数料の流通PFの普及

分野戦略 | ブロックバスター増産と成果報酬率向上

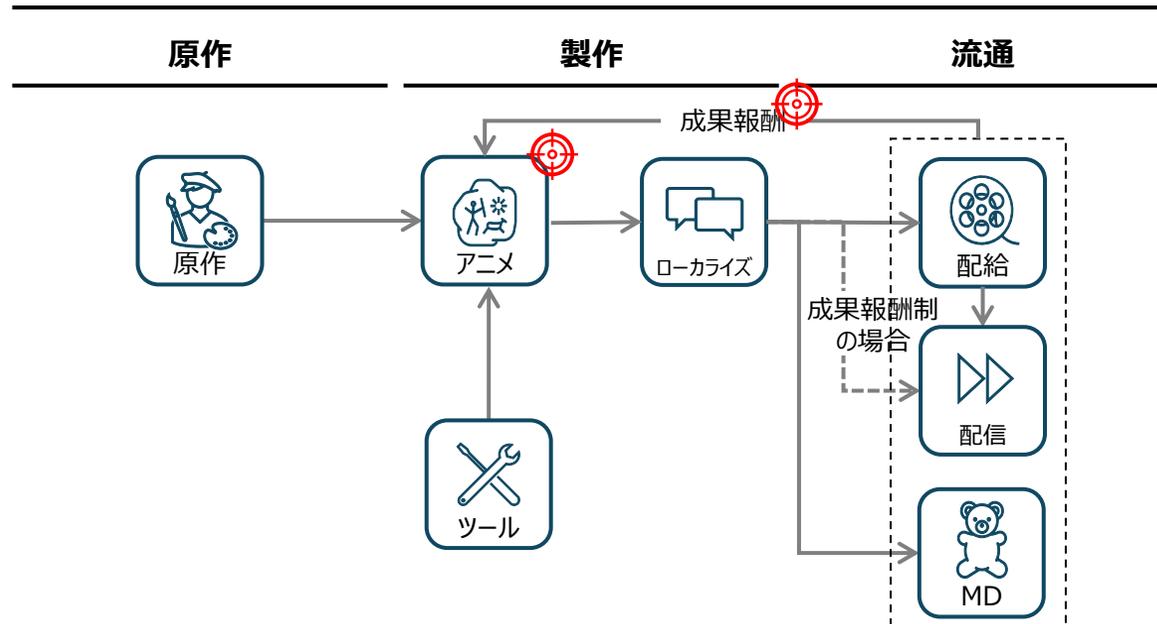
✓世界的な大ヒットを狙い、競争力のあるIPを原作として、AIも活用した高度な開発プラットフォームを活用しながら、**大規模な資金を確保してブロックバスター作品に投資・製作**することで、海外での興行収入や二次配信収入の拡大に繋げる。その際には、日本の国際的な流通プラットフォームのシェアを高めて**回収率の向上**を図りながら、出資・制作印税の比率といった**成果報酬率を高めることで製作能力を高める**。

データ

	海外収入	海外売上	回収率
アニメ	1,188億円	2兆1,702億円	5.5%
小計	1,188億円	2兆1,702億円	5.5%
海賊版	-	2兆3,228億円の内数	-
潜在市場	-	4兆4,930億円	-

(出所) ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2025」及び経済産業省の調査に基づき表を作成

戦略



海外売上目標

2.1兆円
2024年



6兆円
2033年

重点施策

- 大規模作品製作支援（一般支援）＋資金調達環境整備＋就業環境整備**
ブロックバスター作品に必要な大規模な資金を確保。その際には、成果報酬率向上の促進や、融資環境整備、就業環境改善・賃上げによるクリエイターが活躍できる環境の整備にも取り組む。
- 流通プラットフォーム拡大支援**
日本の国際的な流通プラットフォームのローカライズ、プロモーション、相互誘客を促進
- 開発プラットフォーム構築支援**
AIといった高度な技術も活用した開発プラットフォームを整備

分野戦略 | 海賊版を叩き、正規版を流す

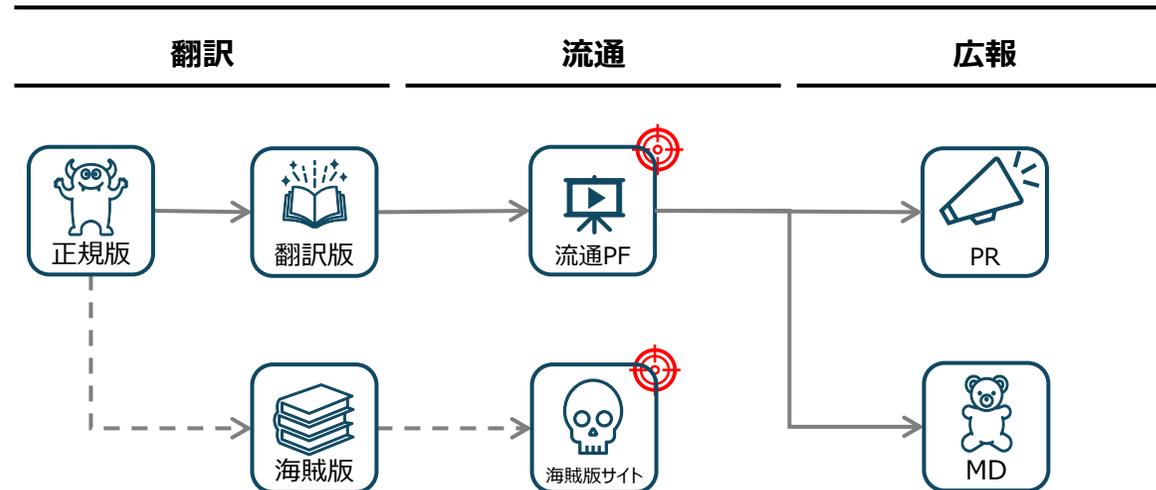
✓ 2.6兆円と被害が大きい海賊版の流通を抑制しながら、紙・電子書籍やマンガ著作権グッズの正規版流通を促す取組に注力する。海賊版削除や海賊版サイト閉鎖に繋がる海賊版対策に加えて、AIも活用したローカライズによる供給制約の解消やプロモーションによるマンガの海外ファンの拡大により、電子・紙両方の流通プラットフォームを拡大して、収益力を高める。

データ

	海外収入	海外売上	回収率
出版	256億円	3,200億円	8.0%
小計	256億円	3,200億円	8.0%
海賊版	-	2兆5,843億円	-%
潜在市場	-	2兆9,043億円	-

(出所) ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2025」及び経済産業省の調査に基づき表を作成

戦略



海外売上目標

0.3兆円
2024年



1兆円
2033年

重点施策

- 流通プラットフォーム拡大支援
日本の国際的な紙・電子書籍やマンガ著作権グッズの正規版の流通プラットフォームのローカライズ、プロモーション、相互誘客を促進
- 海外展開支援（ローカライズ支援）
マンガのローカライズを促進
- 海賊版対策
削除要請や海賊版サイト閉鎖といった海賊版対策を促進

分野戦略 | ライブ起点のファンダム拡大

✓既に海外で認知度の高いアニメソングを起点として、国内外でのライブを通じて各アーティストの熱狂的な海外ファンダム（ファンの集団）を拡大し、アニメソング以外の楽曲も含む音楽の配信収入やグッズ販売の増加に繋げる。その際には、世界的なヒットを目指せるアーティストの海外ライブやミュージックビデオ等の強化に取り組む。

データ

	海外収入	海外売上	回収率
権利収入	68.7億円	-	-%
音楽ソフト	26.7億円	36.2億円	74.0%
配信	265.3億円	530.6億円	50.0%
ライブ	48.2億円	515.1億円	9.4%
グッズ等	39.7億円	157.6億円	25.2%
小計	448.6億円	1,239.5億円	36.2%
海賊版	-	3,234億円	-
潜在市場	-	4,461億円	-

(出所) 経済産業省の調査に基づき表を作成

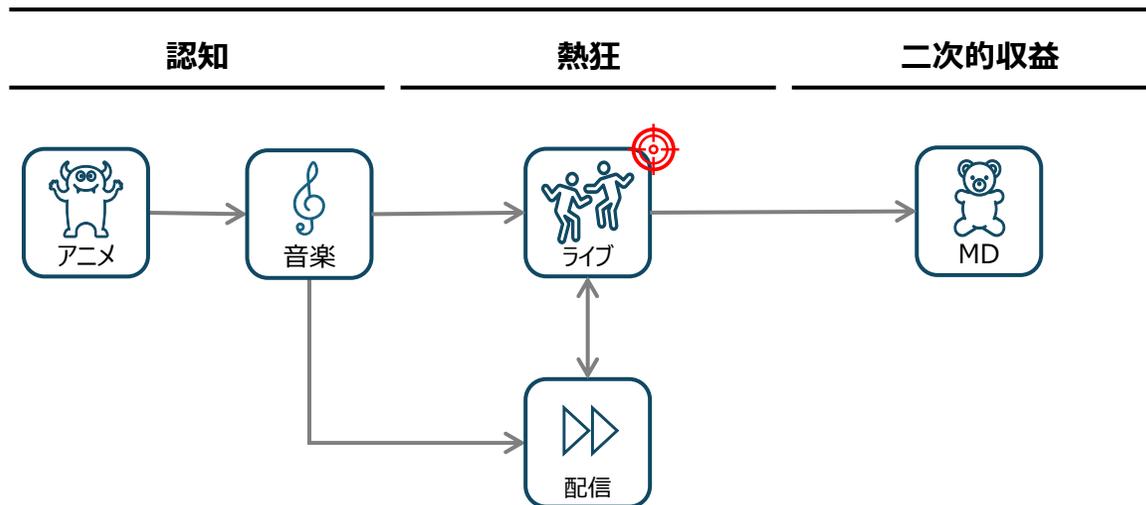
海外売上目標

0.1兆円
2024年



0.5-1兆円
2033年

戦略



重点施策

- 海外展開支援（IPエコシステム世界展開支援）
複数社での海外ライブやアニメイベントと連動した海外ライブを促進
- 海外展開支援（プロモーション支援）+ 新規IP企画支援
単独での海外ライブや海外向けの高品質なミュージックビデオ製作の促進
- 流通プラットフォーム拡大支援
プラットフォーム上にファンダムを形成してライブ配信やECを通じたMDによる収入を獲得

分野戦略 | 世界配信を前提としたブロックバスター

✓日本だけではなく世界に配信して大ヒットを狙うことを前提に、競争力のあるIPを原作として、VFX等に対応した高度な撮影スタジオを活用し、融資やPPLも活用しながら**大規模な資金を確保してブロックバスター作品に投資・製作**し、海外での興行収入や二次配信収入の拡大に繋げる。海外スタジオの大作をロケ誘致してノウハウを吸収するとともに、**成果報酬率を高めることで製作能力を高める**。

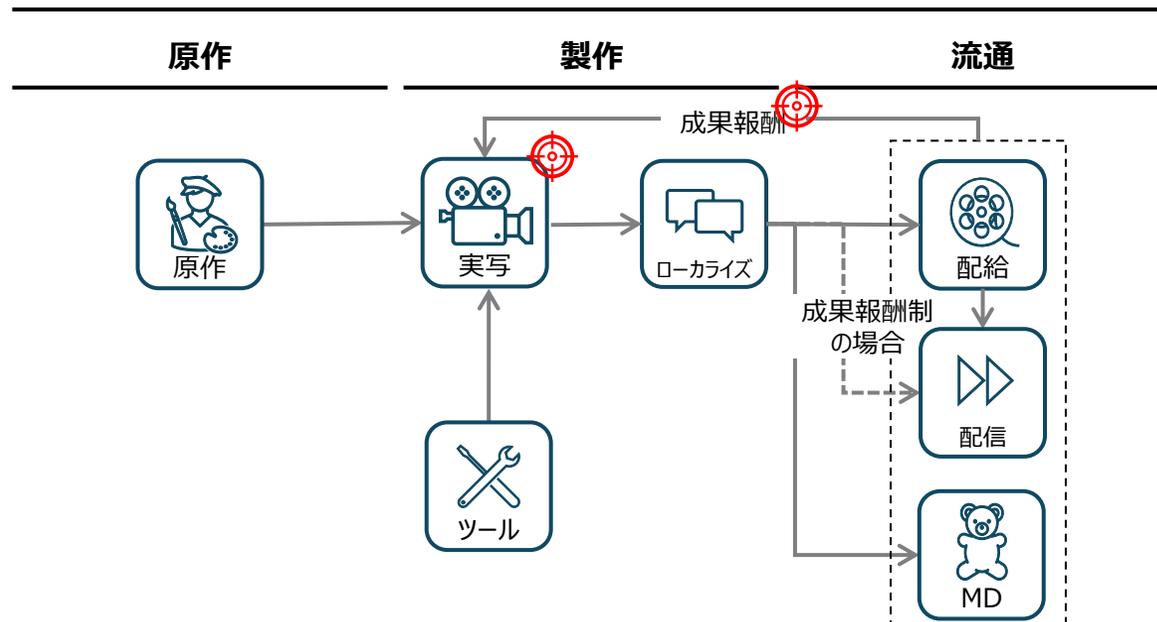
※実写の放送コンテンツは総務省の取組を参照。PPLは、プロダクトプレイスメントの略で、作品内に化粧品といった商品を自然に登場させ、対価を得て宣伝する手法。

データ

	海外収入	海外売上	回収率
実写映画	212億円	1,061億円	20.0%
実写放送	100億円	333億円	30.0%
小計	312億円	1,394億円	22.4%
海賊版	-	2兆3,228億円 (映像は上記の内数)	-
潜在市場	-	2兆4,622億円	-

(出所) ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2025」及び経済産業省の調査に基づき表を作成

戦略



海外売上目標

0.1兆円
2024年0.5兆円
2033年

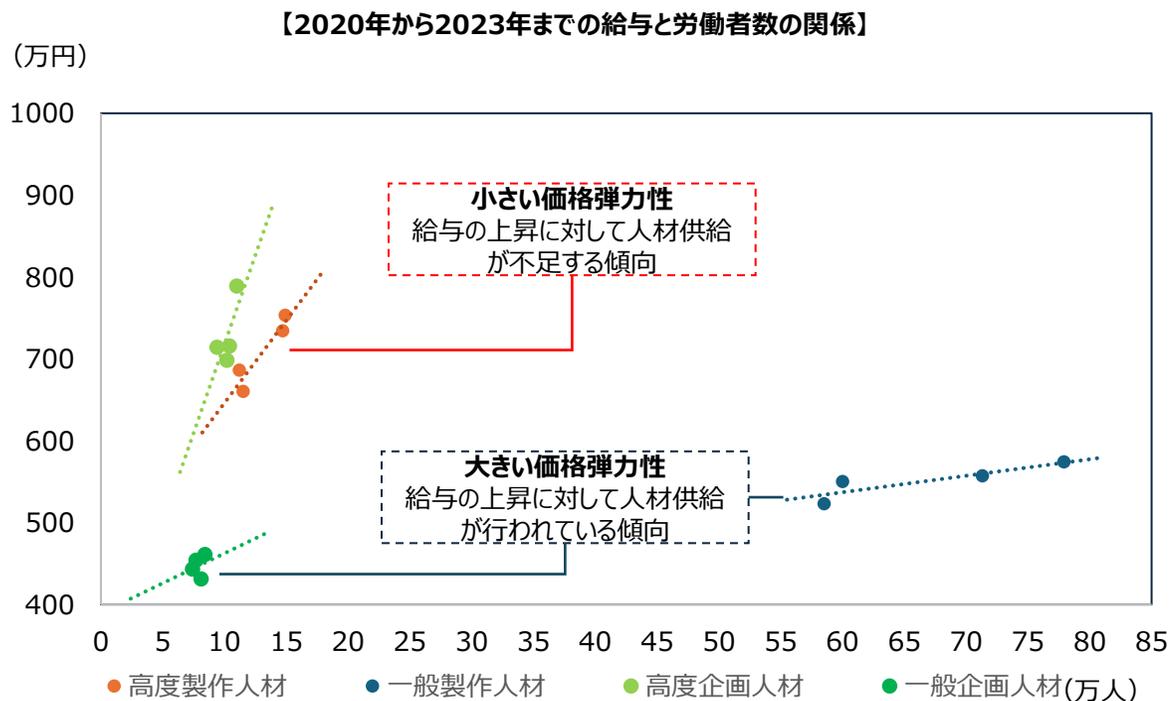
重点施策

- 大規模作品製作支援（一般支援）+ 資金調達環境整備 + 就業環境整備**
ブロックバスター作品に必要な大規模な資金を確保。出資や制作印税の比率等の成果報酬率向上の促進や、融資環境整備、就業環境改善・賃上げによるクリエイターが活躍できる環境の整備に取り組む。
- 大規模作品製作支援（ロケ誘致支援）**
海外スタジオのブロックバスター作品をロケ誘致し、海外スタジオのノウハウを取得
- 大胆な投資促進税制**
VFX等に対応した高度な撮影スタジオを整備

バリューチェーン戦略 | 賃上げとスタートアップ振興

✓ビジネスやクリエイティブを担う人材について、一般人材は賃金上昇に応じて供給が増えてきたが、高度人材は賃金を引き上げても供給が限定的である。賃金の大幅な引上げによる高度人材の確保を図りながら、長期的にはスタートアップ振興や産業人材育成を通じ、高度人材が継続的に参入するコンテンツ産業全体のエコシステムを構築する。

データ



(出所) 賃金構造基本統計調査より日本標準職業分類に基づき、システムコンサルタント・設計者を高度製作人材として、ソフトウェア人材を一般製作人材として、企画事務員40代を高度企画人材として、企画事務員20代を一般企画人材として算出。

平均年収目標

625万円/人
2024年

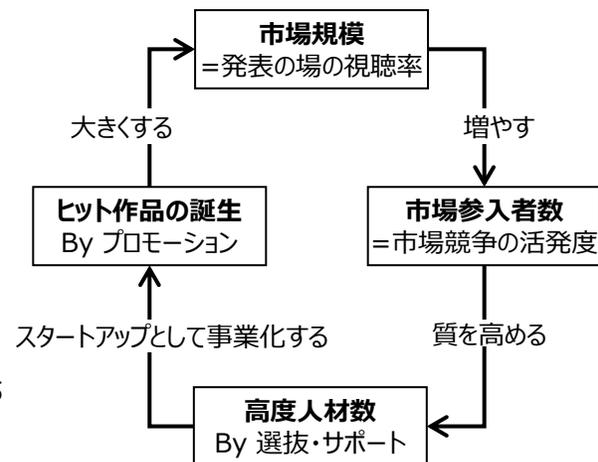


1,000万円/人
2033年

戦略

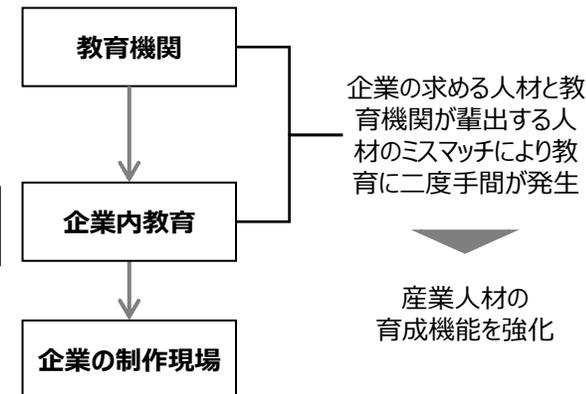
スタートアップ振興

✓スタートアップ振興を通じて高度人材の供給



産業人材育成

✓産業が求める人材を育成できる仕組みを構築

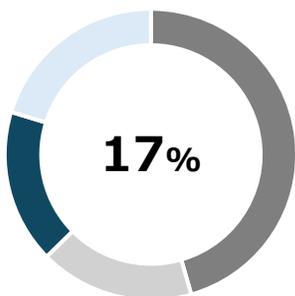


バリューチェーン戦略 | 開発基盤の国産化

✓世界的な大ヒット作品の創出には、高度なスタジオや制作ツール、サーバー基盤が不可欠。作品の高品質化や生産性向上に資する独自の開発プラットフォームの整備は競争力に直結。また、外国製ツール・サーバーへの依存は手数料の増大、ノウハウや知的財産の流出に繋がるおそれ。AIやXR、ブロックチェーン、VFXといった高度な技術を活用した開発プラットフォームを国内に構築し、新市場を主導する。

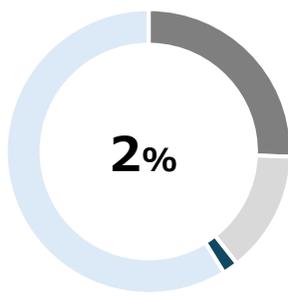
データ

[ゲームエンジンのシェア]



■ Unity (米) ■ Unreal (米) ■ 自社エンジン ■ その他

[VFXスタジオ数]



■ 米国 ■ カナダ ■ 日本 ■ その他

(出所) (左) 雨宮智浩 著

「メタバースの教科書 原理・基礎技術から産業応用まで」を基に作成。

(右) 経済産業省「令和4年度補正 海外需要拡大事業国際競争力強化に向けた文化創造産業戦略に関する調査研究事業」
"Best Countries For Working in VFX" Studio Hogを基に作成。

戦略

技術

✓高度な技術を活用した開発プラットフォームを構築



設備

✓高度な技術を活用したハードの設備を整備



1人あたり売上目標

0.8億円/人
2024年



2億円/人
2033年

バリューチェーン戦略 | ホームラン打者育成

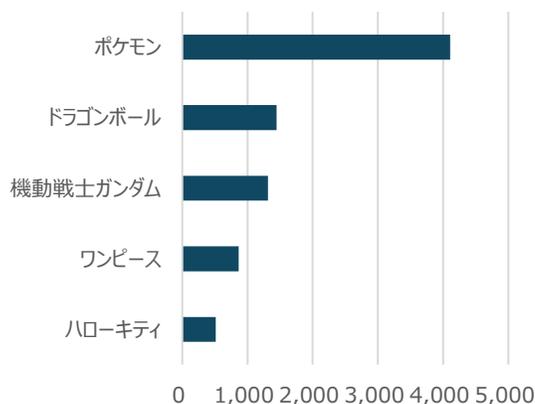
✓世界的な大ヒット作品（ホームラン）のIPは年間数千億円を稼ぐ資産となる。大ヒット作品の創出には大規模な資金、ノウハウ、設備が必要となる。制作会社に人的資本やデジタル資産を蓄積するとともに、リスクを取って大きなリターンを狙える体制を整備する。その際には、完成保証等による融資の活用促進や成果報酬率の向上といった産業構造変革を図る。

データ

戦略

資産

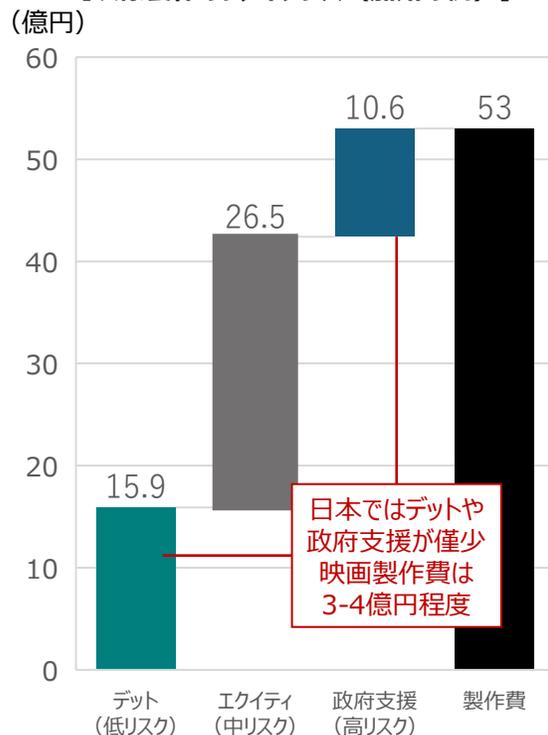
【日本発2次元IPの年間売上（億円）の例】



(出所) ポケモン、バンダイナムコHD、サンリオ各社の決算資料上のIP関連売上に基づき作成。

資金

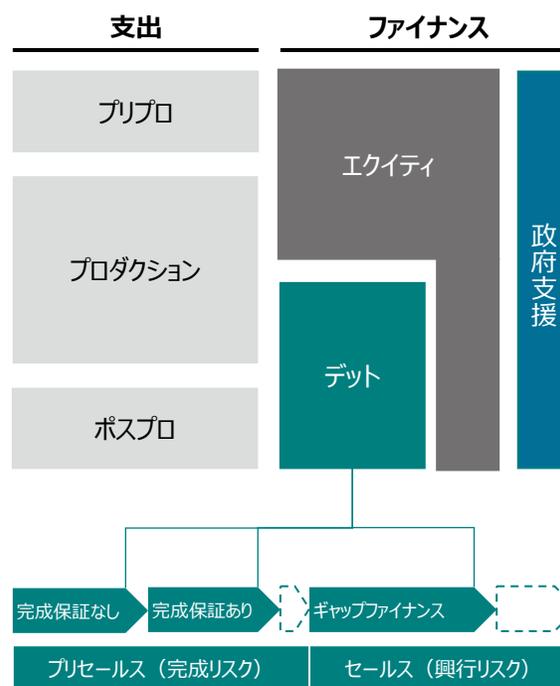
【映像製作のファイナンス（加州の例）】



日本ではデットや政府支援が僅少
映画制作費は3-4億円程度

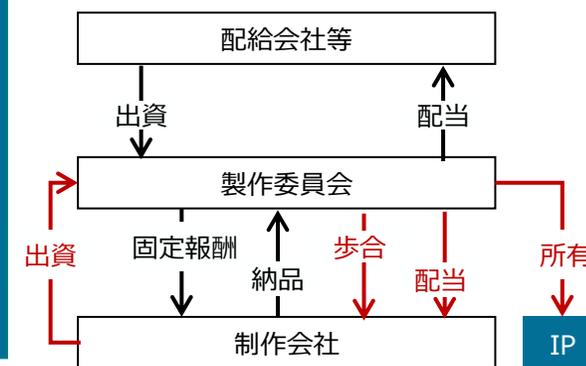
資金調達

✓出資から融資、政府支援まで活用して、世界的な大ヒットを狙える事業者による大規模かつ高品質な作品の製作を促進。



成果報酬率

✓受託制作会社からIPホルダーへの進化を促進する。具体的には、クリエイターを含む制作会社に対価が還元される構造への変革。
✓補助金の要件として、作品への出資・歩合制の比率（成果報酬率）を設定することで、成果報酬率の向上を推進。



ホームラン本数目標

7本
2024年



30本
2033年

※括弧内は総制作費に閉める費用の比率のイメージ

バリューチェーン戦略 | スイミー連携

✓映像・アニメ・出版は作品の世界展開を外国企業の流通プラットフォームに依存し、海外売上の回収率は1～2割。役割の異なる各領域で成長中のオンライン・オフラインの国際流通プラットフォームが連携して「群れ」となることで、多様性という武器を活かし、海外需要を開拓する。日本の国際的な流通網を確保し、世界展開する日本発コンテンツが収益をあげて再投資できる好循環を生み出せる環境を整備。

データ

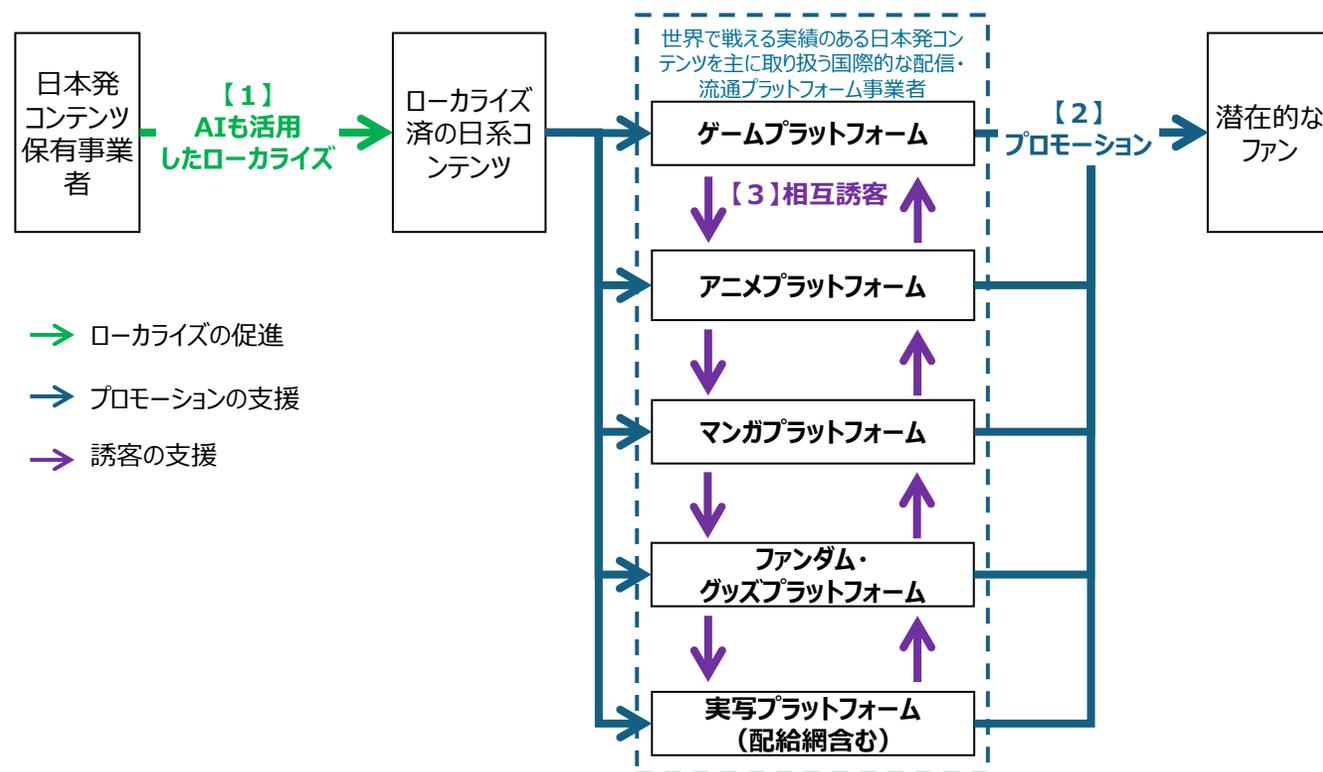
	海外収入	海外売上	回収率
実写	312億円	1,391億円	22.4%
アニメ	1,188億円	2兆1,702億円	5.5%
ゲーム	3兆1,183億円	3兆3,748億円	92.3%
出版	256億円	3,200億円	8.0%
音楽	440億円	1,227億円	35.9%
合計	3兆4,629億円	6兆1,271億円	56.5%

(出所) ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2025」及び経済産業省の調査に基づき表を作成

海外会員数目標 約1億人 2024年 ▶ 約3億人 2033年

戦略

- 【1】海外向けコンテンツの供給量の拡大（翻訳・編集等のローカライズを支援）
- 【2】外国ユーザーの拡大（海賊版対策との連動や複数のプラットフォームの連携により潜在海外顧客を日本のプラットフォームに誘導するプロモーションを支援）
- 【3】「IPの360度展開」による利益最大化（ファンを融通し合う相互誘客を支援）



バリューチェーン戦略 | 海賊版対策

✓海賊版を叩きながら正規版を流す。海賊版対策としては、被害の大きい映像（アニメ・実写）、マンガ、グッズを中心に、海賊版の流通抑制に直接的に繋がる海賊版削除・サイト閉鎖のために、表示遮断・削除要請や訴訟、当局による運営者取締の支援に重点的に取り組む。さらに、近年被害が目立つ生成AIによる権利侵害への対応や訴訟迅速化のための権利者のデータベースの整備も進める。

データ

	2022年	2025年
映像	0.9兆円	2.3兆円
出版	0.8兆円	2.6兆円
音楽	0.1兆円	0.3兆円
ゲーム	0.1兆円	0.5兆円
小計	2.0兆円	5.7兆円
キャラクターグッズ	(調査実績なし)	4.7兆円
合計	-	10.4兆円

(出所) 経済産業省の調査に基づき表を作成

海賊版抑制額目標	0.7兆円 2024年	▶	4兆円 2033年
----------	----------------	---	--------------

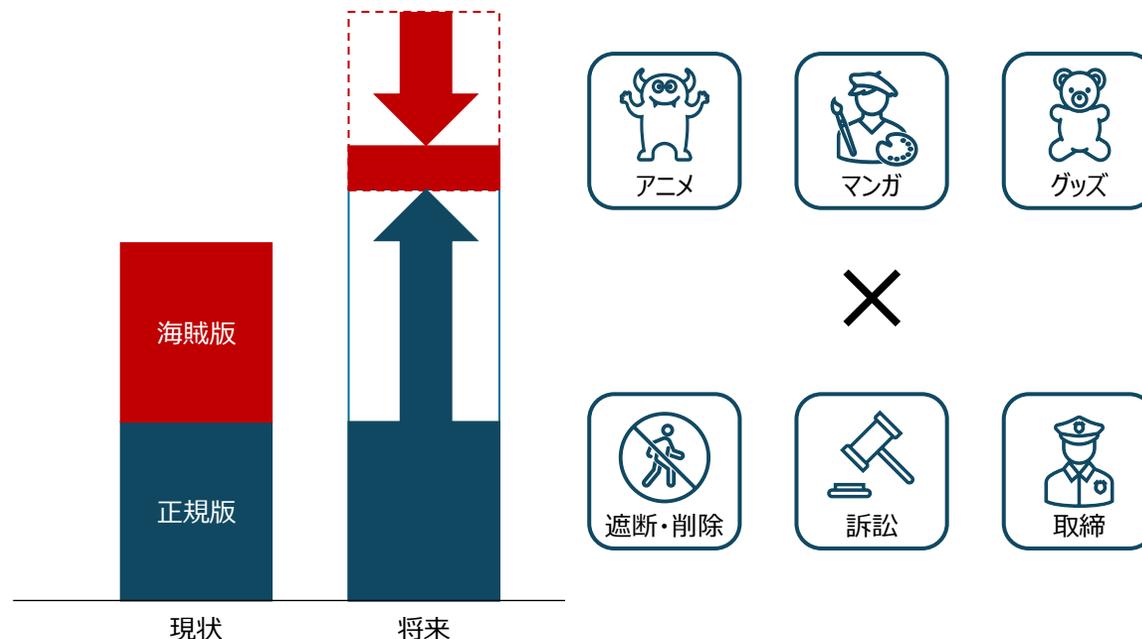
戦略

海賊版を叩きながら正規版を流す

✓日本発コンテンツを読みたい消費者の需要がある限りは、海賊版を取り締まっても、新たな海賊版が生まれる。そのため、海賊版被害を抑制しながら、同時に消費者を海賊版から正規版に誘導する。

優先順位

✓限られたリソースで海賊版被害を最大限抑制するために、被害の実態把握を行いながら、削減が期待される海賊版被害額を要する費用で除したROIに基づいて、効率的に海賊版を抑制する。



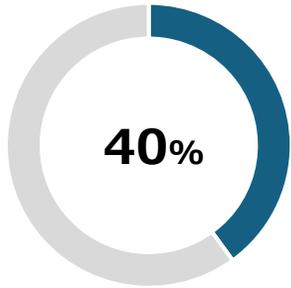
バリューチェーン戦略 | ファンダム拡大

✓日本発コンテンツの収益力向上には、海外のファンダムの形成・拡大が必要なので、オンライン・オフラインでの日本発コンテンツとの接触機会を拡大する。**AIも活用した文字・音声の多言語へのローカライズ**や、**同業種又は異業種の複数の事業者によるプロモーション**による新しいコンテンツへの接触機会拡大、**ライブやテーマパーク、グッズによるリアルな体験価値の提供によりコアなファンの熱量向上**に取り組む。

データ

ローカライズ

【大手メーカーのゲームの言語人口カバー率】

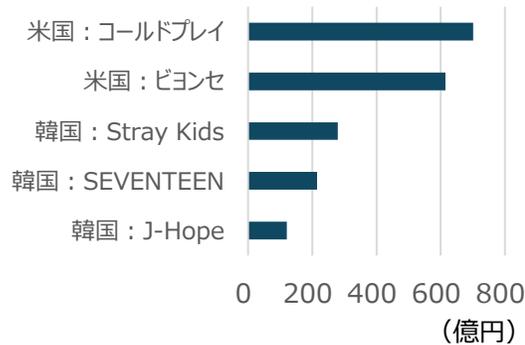


■ 翻訳済 ■ 翻訳未了

(出所) steam公表データより音声について翻訳された言語及びその言語がカバーするユーザーの割合をもとに作成。

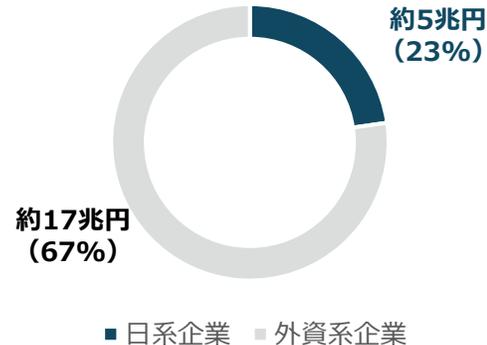
ライブ・グッズ

【海外のライブツアー売上/年の例】



(出所) billboard Top Tours 2025より作成。

【グッズ等の上位企業のグローバル売上】

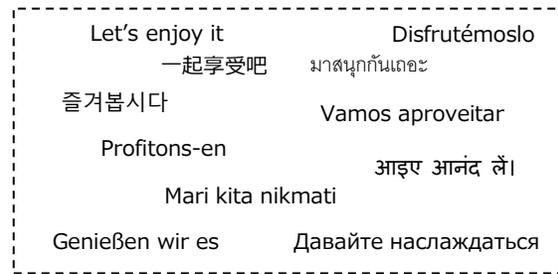


(出所) The Top Global Licensors 2025より作成

戦略

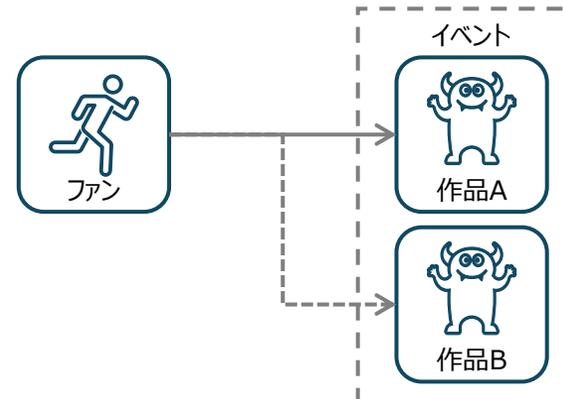
接触機会の拡大

✓AIも活用した多言語への文字・音声のローカライズを行う作品の拡大やインフルエンサーの活用



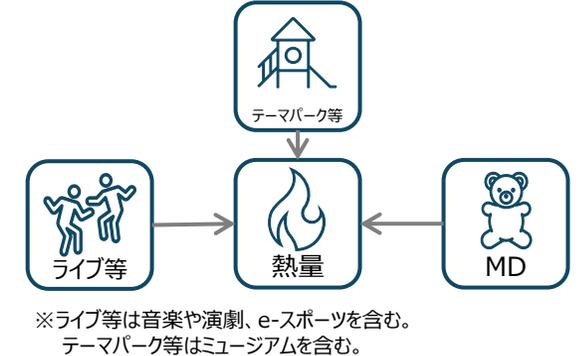
同業種の複数事業者でのプロモーション

✓作品Aのファンが作品Bも好きになる契機を提供



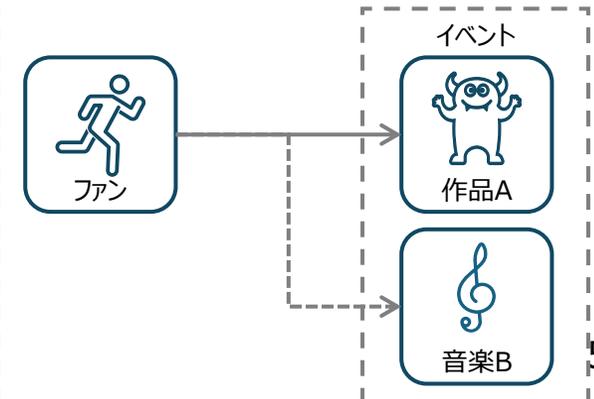
コアなファンの熱量向上

✓ライブやテーマパーク、グッズ所有による熱量向上



異業種の複数事業者でのプロモーション

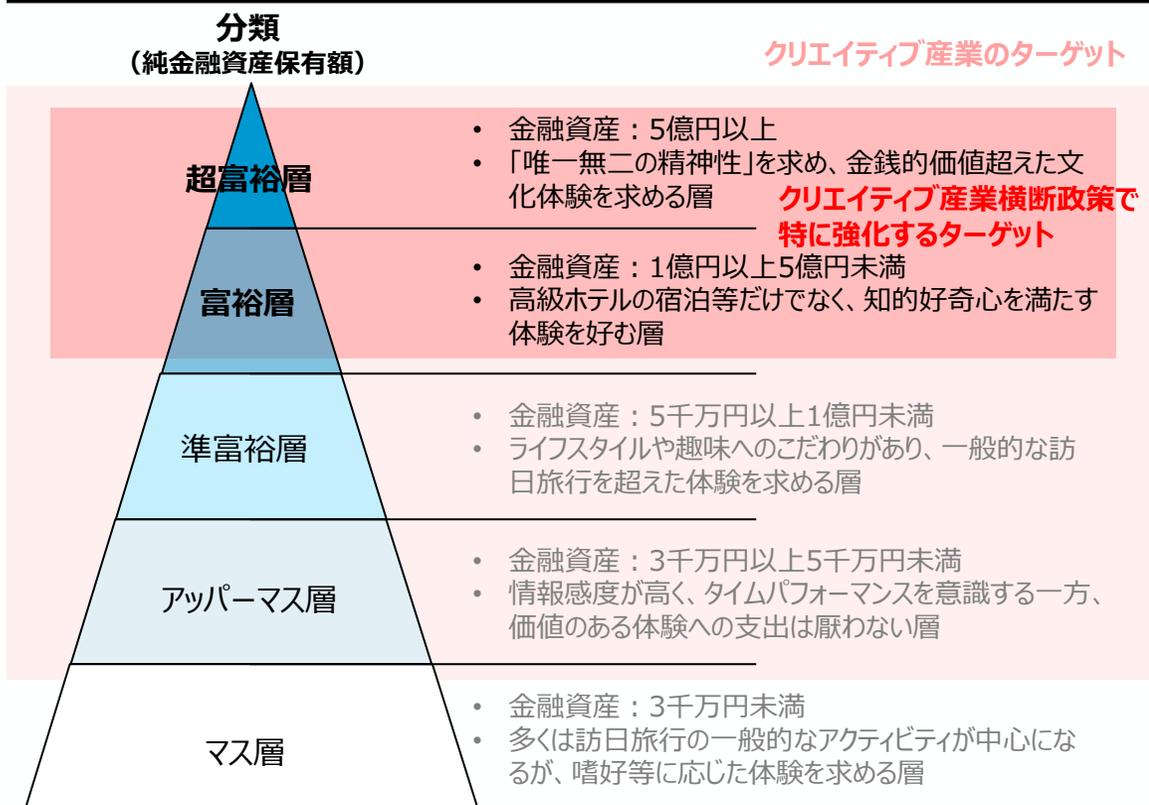
✓作品Aのファンが音楽Bも好きになる契機を提供



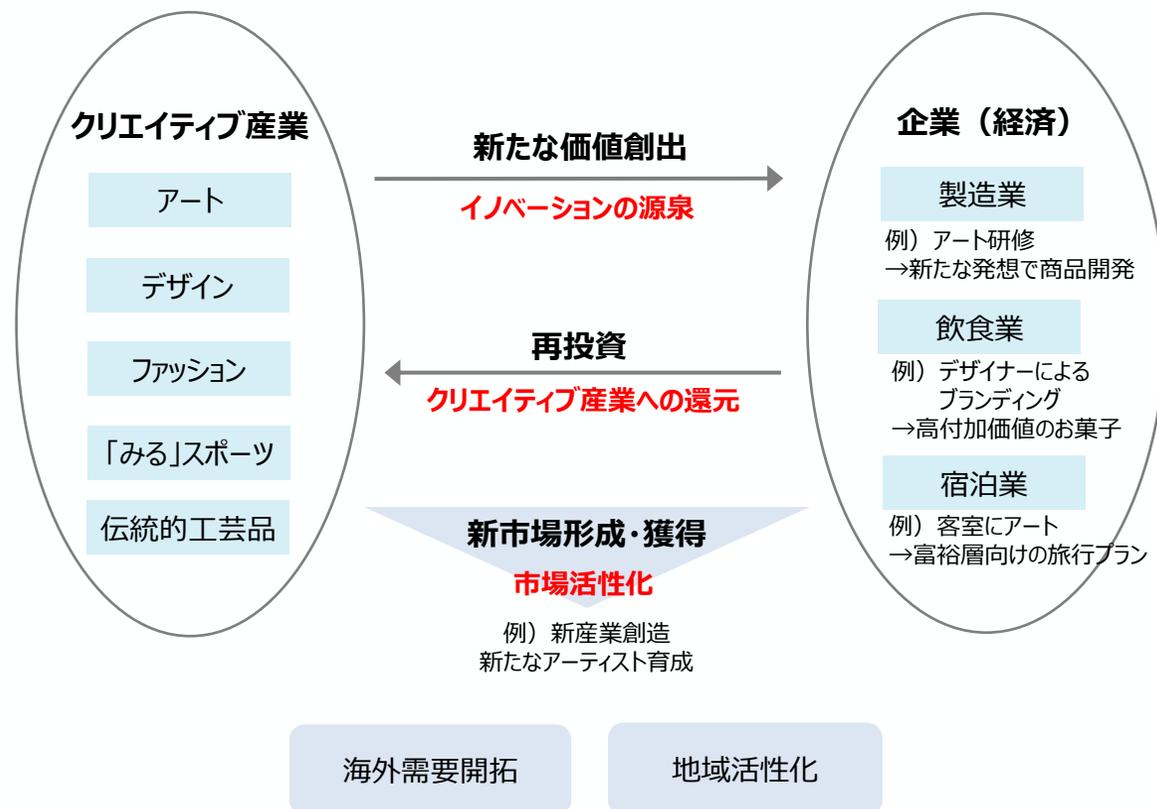
クリエイティブ分野 | ターゲットと方向性

- ✓ クリエイティブ産業政策のターゲットとして、訪日外国人（インバウンド）の中でも、特に、一人当たりの消費単価が高く、金銭的価値を超えた文化体験や知的好奇心を満たす体験を求めると考えられる、超富裕層・富裕層を想定。こうした層が地域を訪れ、地域特有のクリエイティブ産業を横断した特別な体験と共に、超高単価の商材・サービスを購入するスキームの構築を検討していく。
- ✓ 加えて、アートをはじめとするクリエイティブ産業は、他産業における新たな価値創出の源泉となり得る。クリエイティブ産業と企業との共創を通じて、企業の新たな経済的価値を創出する取組を発展させていく。

クリエイティブ産業横断での横連携（ターゲット層）



クリエイティブ産業と企業との共創を通じた価値創出



(出所) 富裕層の定義：財務総合政策研究所「第3回日本の所得分配・再分配に関する研究会」（2025年12月22日）
「NRI富裕層推計 2023 ～富裕層増加のトレンドと注目セグメント」等を基に作成

クリエイティブ分野 | 海外需要の取り込み

- ✓ 地域が海外需要（超富裕層・富裕層インバウンド）を獲得するためには、クリエイティブ産業を核とした**商品・サービスの高付加価値化**に加えて、その価値を伝えるナラティブの構築等、**地域全体で富裕層を受け入れるための基盤整備**が必要。併せて、各地域の企業とも連携し、**他産業への裨益も見据えた体制構築**（巻き込み）が重要。コンテンツ産業や関係省庁等との連携も含め、検討を進めていく。
- ✓ インバウンドに加えて、海外展開においても、個別ではなく**分野横断的にコンテンツ産業とも連携しながらの展開**を模索していく。

仮説

必要な要素

【価値創出（富裕層のニーズに対する対応）】

- ✓ 商品・サービスの高付加価値化（桁違いの価格付け）
- ✓ オンリーワンのコト消費・体験づくり
- ✓ 商品・サービスが高額であることに対するナラティブ構築（単なる説明ではなく「物語化」）

【価値伝達（集客を含むプロモーション）】

- ✓ 接点強化（富裕層が信頼する優れた審美眼を有するプロフェッショナルとの連携（B to B to C）、富裕層を顧客としたネットワークとの連携等）

【地域の受入基盤強化】

- ✓ 移動手段に加え、地域で売る・体験する「場」、宿泊・食事等の面的受入環境の整備
- ✓ 多言語でナラティブをプレゼンテーションできる人材確保
- ✓ （地域）企業との共創を通じた他産業に対する裨益の推進

具体的な施策

1. 地域のクリエイティブ産業における超高付加価値化商品の開発
2. 超富裕層・富裕層の受け入れのための、クリエイティブ産業を核としたクラスター構築（例：ナラティブづくり、売る・体験する「場」、食・宿泊との連携、多言語対応等）
3. 超富裕層・富裕層対応のプロデューサー人材等の発掘・最大活用
4. 他産業にも裨益するような企業との共創を推進

高付加価値化により海外需要を取り込んだ事例

【高単価作品】

- ✓ 日本の工芸をベースに高単価のアート作品を生み出す作家は複数存在。
- ✓ 彼らは日本のアートギャラリーに所属し、欧米を中心に世界のトップコレクターにファンが多く、作品価格は1,000万円超のものも存在。
- ✓ IP連携として「攻殻機動隊」が鍋島焼やファッションブランドとのコラボ製品を高価格帯で展開。

（図版省略）

【付加価値・波及効果の創出】

- ✓ アートフェアで来日した富裕層は、フェア会場に加え、国内ギャラリーにて数千万円～1億円規模の作品を購入。加えて、宿泊・食事・移動で数百万円を消費。
- ✓ アートフェアで来日した富裕層に対するVIPプログラムを通じて数百～数千万円規模の購入を創出。
- ✓ アーティストとの共創を通じて、数十億円単位の経済波及効果の創出や、新商品開発、既存商品の高度化（数倍の価格での販売）等の事例が多く存在。

（出所）アート関連の有識者等への個別ヒアリングや、「YOYOYO™」ウェブサイト (<https://yoyoyo.work/products>) を基に作成

海外展開

- ✓ 海外で富裕層が集まる場（バーゼル・TEFAF等の国際的なアートフェア）において、クリエイティブ産業全体で連携して出展し、情報発信及び販売を推進。
- ✓ 日本コンテンツのファンダムに対するアプローチを強化するために、コンテンツ主導のイベント等への出展における連携を模索。