

京都市内コンテンツ関連企業実態調査結果

1. 調査概要

- (1) 調査目的 京都市内のコンテンツ関連企業の事業活動の現状や課題、支援ニーズ等を把握し、今後の施策検討の参考資料とする。
- (2) 調査項目
- 1) 回答企業の概要について
 - 2) 事業活動の現状と経営課題について
 - 3) 今後の事業展開意向について
 - 4) 行政等に対する要望について
- (3) 調査対象 京都市内のコンテンツ関連企業 390 社
- ※ 対象企業の抽出方法：
- 日経新聞社『IT 企業年鑑 2003』（該当業種：Web 上のサービス、Web 上の流通、インターネットインフラ、周辺産業、その他）、『タウンページ』掲載企業（該当業種：インターネットサービスプロバイダー、インターネット関連サービス、インターネット広告、映画用機械、ケーブルテレビ放送、ソフトウェア業、電気通信業、パソコン通信サービス、映画製作・配給、放送業・放送局）、KRP 入居企業（該当業種：IT 系のうち開発・コンテンツ制作・サービス・通信インフラ）からそれぞれ該当業種を抽出、うち宛先不明還付分を除く。
- (4) 調査時期 平成 21 年 1 月 6 日（火）～1 月 26 日（金）
- (5) 調査方法 郵送法
- (6) 回収結果 回答企業数 70 社（回答率 17.9%）
- ※ 休業中の 1 社を含む。なお、集計については休業中の 1 社を除く 69 社を母数とした。

2. 調査結果

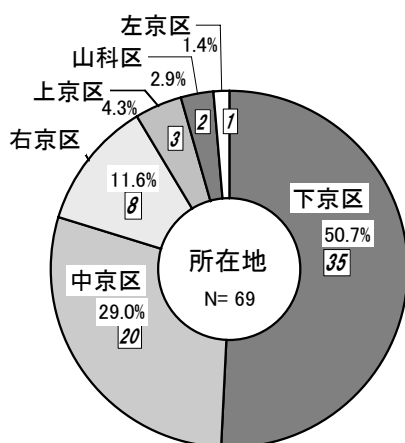
(1) 回答企業の概要

問1 初めに、所在地・設立年等、貴社の概要についておうかがいいたします。

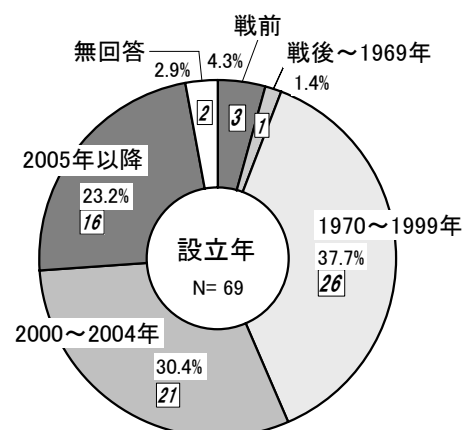
- ・回答企業の概要について、(1) 会社名、(2) 所在地、(3) 設立年、(4) 設立の経緯、(5) 事業所の性格（選択式）、(6) 本社所在地、(7) 資本金、(8) 売上高、(9) 従業員数、(10) 採用状況の 10 項目について尋ねたところ、以下のような結果が得られた。KRP 入居企業を中心に、中小事業者が大半を占めている。

- ・(所在地) KRP 入居企業が多いことを反映して下京区が 35 社と半数以上を占めており、以下、中京区 (20 社)、右京区 (8 社) となっている (図表 II-1)。
- ・(設立年・設立経緯) 半数以上が 2000 年以降の設立であり、そのうち設立後 5 年以内の企業が 16 社 (23.2%) と全体の約 4 分の 1 を占めている (図表 II-2)。設立の経緯では、「もともと京都に設立」(10 社) 以外に、親会社からの独立・分社化 (10 社)、大学発ベンチャー及び産学ベンチャー (7 社)、ローカル事業所として設立 (5 社) 等の回答が見られる (自由記述-1)。
- ・(事業所の性格) 事業所の性格については、8 割以上 (58 社) が「本社」と回答している。それ以外の 11 社の本社所在地は東京都 (4 社)、大阪市 (2 社)、京都府内、滋賀県 (各 1 社) などとなっている (図表 II-3)。
- ・(資本金・従業員数) 資本金では「5,000 万円未満」が 75.4%、従業員数では「50 人未満」が 73.9%と圧倒的に中小企業が多く、特に従業員数「5 人未満」の小規模事業者が 21 社と 3 割以上を占めている。(図表 II-4, 図表 II-6)。
- ・(売上高) 直近の会計年度における売上高では、「1 億円以上 10 億円未満」が 19 社 (27.5%) と最も多く、続いて「3 千万円以上 1 億円未満」(18 社, 26.1%)、「1 千万円以上 3 千万円未満」(10 社, 14.5%) となっている (図表 II-5)。
- ・(正規雇用者・採用状況) 従業員数に占める正規雇用者の割合では、小人数の企業が多いことを反映して全員が正規雇用者である会社が 23 社と全体の 3 割以上を占める。正規雇用者より非正規雇用者数が多い企業は 10 社である。直近の採用状況については、この項目に回答した企業 44 社では「2~5 人」が 23 社と最も多く、「1 人」(16 社)、「0 人」(14 社) がそれに続いている。「6 人以上」は 5 社となっている。なお、採用時期は 4 社を除き 2008 年 4 月以降である。いずれも業態やジャンルとの相関は特に認められない (図表 II-7)。

図表 II-1 所在地【問1(2)】



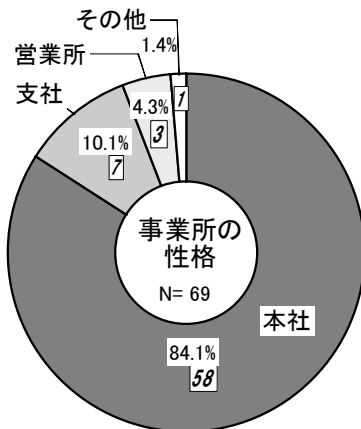
図表 II-2 設立年【問1(3)】



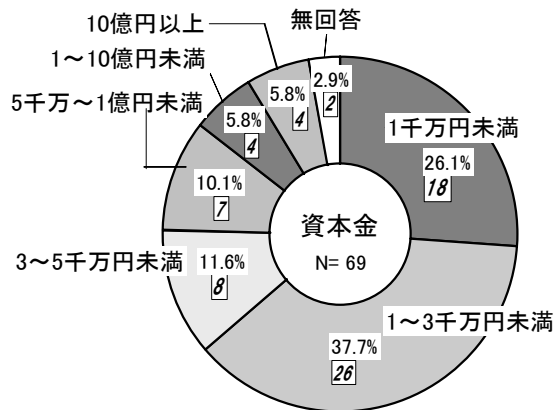
(注) 斜体数字は実数 (単位: 社)、Nは質問に対する回答者数で、100%が何人の回答に相当するかを示す比率算出の基数、以下同様

- 滋賀を拠点とする事業を拡大のため、京都支所として設置
- 新規創業。当時社長の手腕を買われ、KRP内での創業をすすめられる。
- 第2創業の場として2008年本社を京都に移転
- 独立開業
- 新規起業
- 京都市に設立、現在に至る。
- 京都のインターネット総合サービス株式会社から、2000年バーチャルコミュニティを提供する専門会社を設立
- 個人事業開始後事業拡大のため法人化。平成19年には株式会社となる。
- 産学官共同プロジェクトからの産学官ベンチャー
- もともと京都(市内)に設立(9)
- 京都大学との連携ベンチャー
- 企業より分離独立
- 学生時代からベンチャービジネスに関心があり、独立しました。
- 企業から独立
- 不動産会社として設立後、休眠。93年ソフトウェア会社として営業再開
- 業務拡大のため京都事業所として設置
- 個人事業として発足させた後、事業拡大のため法人化
- インターネットでコンテンツをするため
- 事業拡大のため
- 同業(大手)からの独立(スピンアウト)
- 大阪で設立、京都へ本社移転
- 地元の放送局として開局
- 中高齢者のキャリアを生かした要員の派遣・事業の創出
- 人材サービス会社として株式会社を設立
- 大正期に創業、業容拡大のため株式会社設立
- 元の会社より独立
- VideoCDオーサリングシステム開発を目的に設立
- ASTEMの研究者と企業の技術者が独立し、ネットワークを中心としたIT技術のデザイナーとして設立
- 学生のときに会社(前身)を立ち上げ、その会社を引き継ぎまた独立した。
- 同地の薬剤センター電算室が株式会社として独立
- 京都にあった開発会社が解散してしまったため設立
- 地域性を生かし、ハード販売及びソフトウェア受注業務を行うため設立
- 企業の事業部として設立、独立法人化。東京本社であったが、2005年に京都開発室を本社化
- 大学の友人同士で設立
- 大学発ベンチャー
- 東京都渋谷区にて営業開始。2006年京都営業所開設
- インターネットの将来性に着目、プロバイダー事業に着手
- 機能分社
- 京都商事迅版をルーツとする。
- 「スターNOW」を本格的に始動させるため
- 全国展開
- 完全子会社の撮影所として設立
- 産学連携のために、KRP内のベンチャー企業経営者が2名で設立
- 情報システム運用に特化した会社を目指して設立
- 有限会社として設立、平成16年に改組、東京移転。平成20年に本社京都移転

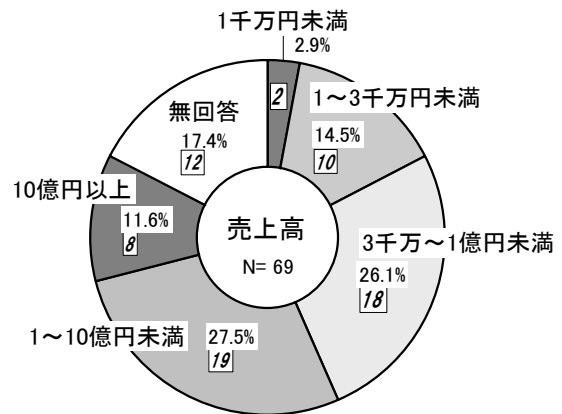
図表Ⅱ-3 事業所の性格【問1(5)】



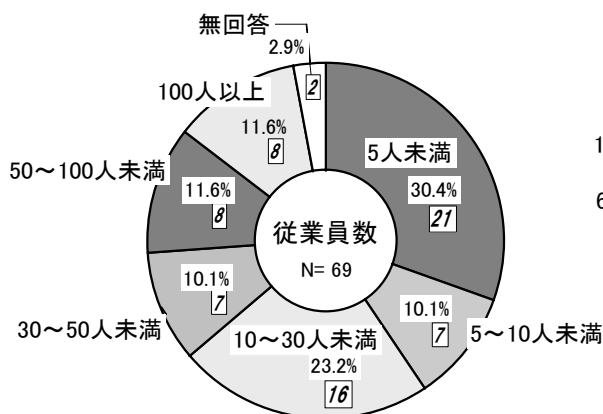
図表Ⅱ-4 資本金【問1(7)】



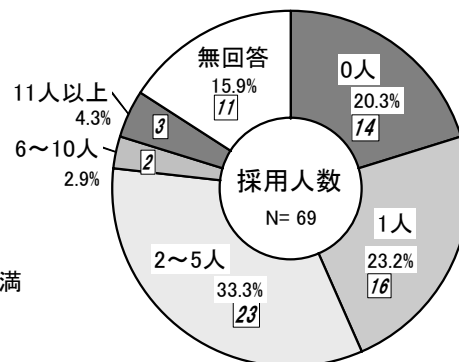
図表Ⅱ-5 売上高【問1(8)】



図表Ⅱ-6 従業員数【問1(9)】



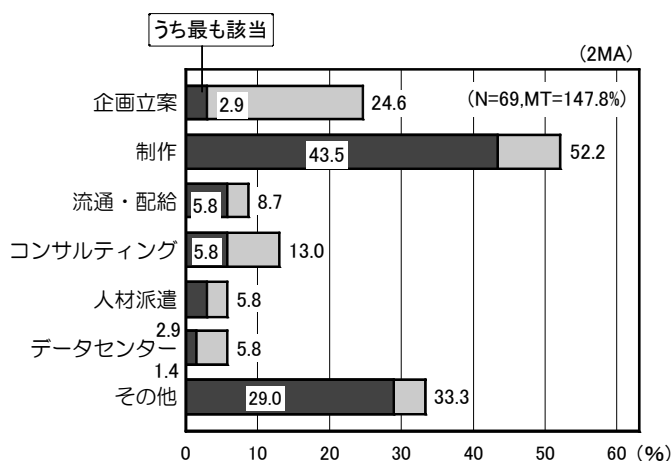
図表Ⅱ-7 採用人数【問1(10)】



問2 次に、貴社の業務内容等についておうかがいたします。

- ・回答企業の業務内容について、(1) 主要業務 (2) 制作コンテンツの主なジャンル、(3) 制作コンテンツの主な種類、(4) 制作コンテンツの主な媒体、(5) 制作コンテンツに占めるデジタルコンテンツ (アナログ以外) の割合、(6) 事業の性格、(7) 主な受注先 (所在地、業種)、(8) 主な発注先 (所在地、業種)、(9) 加盟・入会している業界団体等の9項目について尋ねたところ、以下のような結果が得られた。コンピュータ・ウェブ系コンテンツの制作を主要業務とする会社が、回答企業の中心となっている。
- ・(主要業務) 主要業務としては、「制作」が2つまでの複数選択で36社(52.2%)、最も該当するもので30社(43.5%)と圧倒的に多い。また、「その他」が2つまでの複数選択で23社(33.3%)、最も該当するもので20社(29.0%)と「制作」に次いで多くなっており、具体的な業務内容としては、ソフトウェアやシステム開発、コンテンツ配信のほか、オペレーション関連、レンタルサーバなどが挙げられている(図表Ⅱ-8)。

図表Ⅱ-8 主要業務【問2(1)】

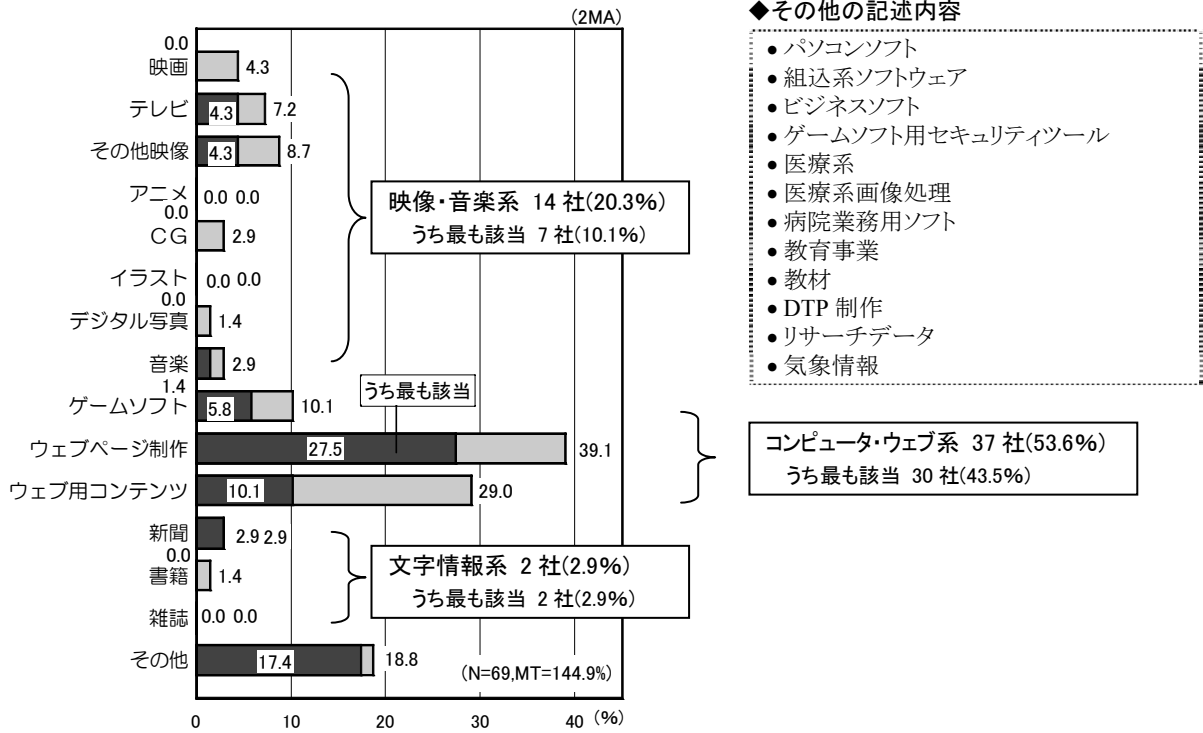


◆その他の記述内容

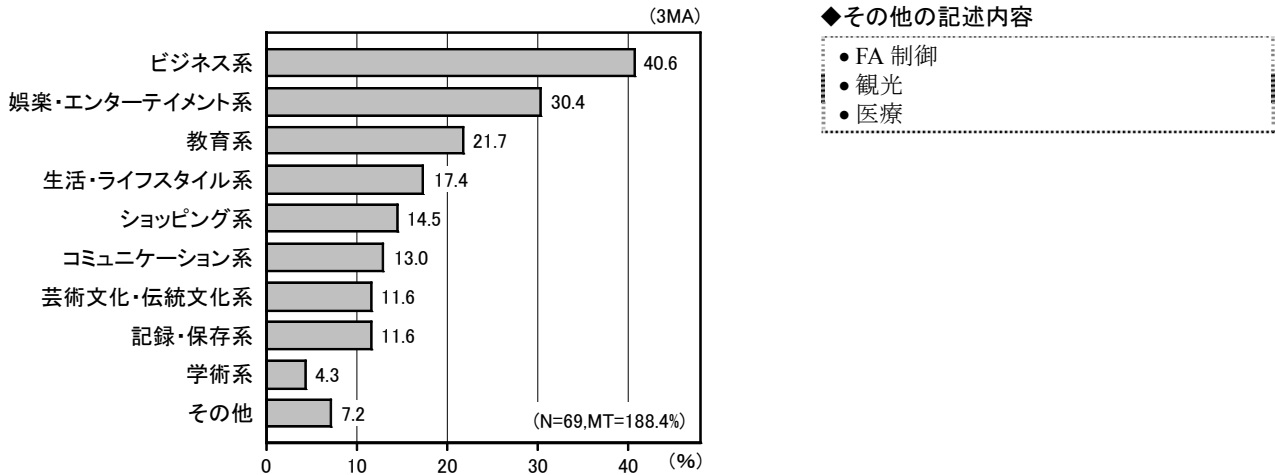
- コンテンツ関連システム開発
- 情報通信業(ソフトウェア受託開発, ASP サービス, ライセンス販売)
- ソフトウェア開発・販売
- ソフトウェア開発(3)
- 業務系アプリケーションの設計・制作
- コンピュータ修理, ソフト作成
- 情報配信
- コンテンツ配信
- ネットメディア
- レンタルサーバ
- サイト運営管理業務委託
- 音声ガイド(美術館向け)
- 受託研究開発
- 映写業務
- 映像に関する照明業務の請負, 器具の販売
- 音響, 照明, 映像オペレーション, 設備工事
- ヘルスケア・リサーチ
- その他学習支援(パソコン)
- 日刊新聞の発行, 情報提供
- デザイン
- 設計業

(注) MAは複数回答(Multiple Answersの略), 2MAは2つまでの複数回答を示す。このとき, MT(Multiple Totalの略)は回答数の合計を回答者数(N)で割った比率であり, 通常その値は100%を超える。以下同様

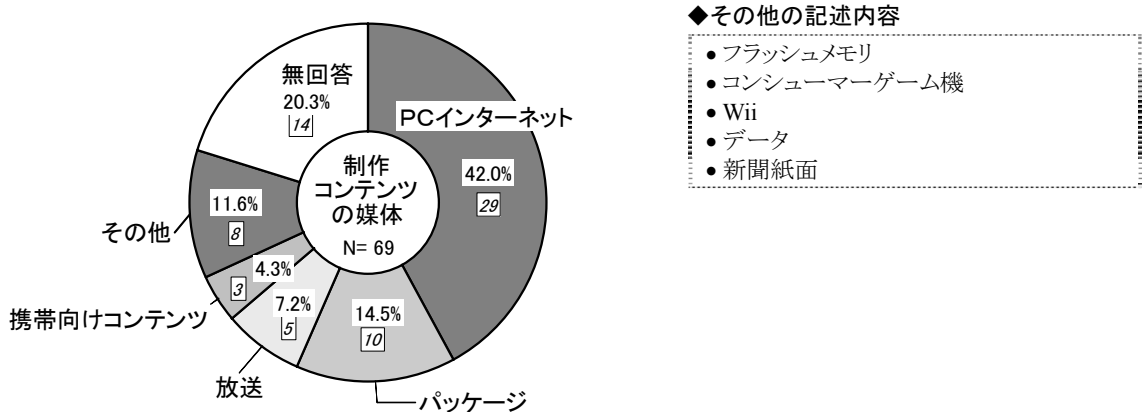
図表Ⅱ-9 制作コンテンツのジャンル【問 2(2)】



図表Ⅱ-10 制作コンテンツの種類【問 2(3)】



図表Ⅱ-11 制作コンテンツの媒体【問 2(4)】

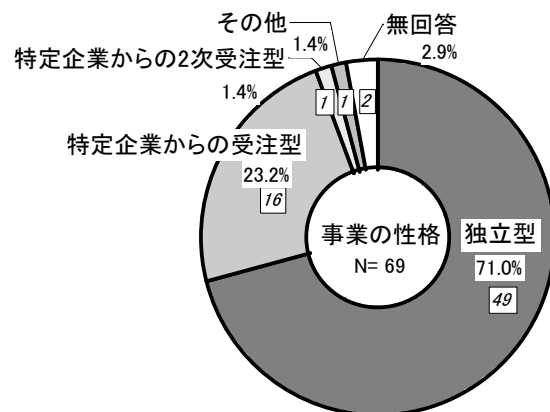


- ・(制作コンテンツのジャンル) ウェブページ制作など「コンピュータ・ウェブ系」コンテンツを制作する企業が2つまでの複数選択で37社(53.6%)、最も該当するもので30社(43.5%)と圧倒的に多い。なお、複数回答についても「ウェブページ制作」と「ウェブ用コンテンツ」など同一系列内で複数ジャンルを回答している企業が大半である。(図表Ⅱ-9)
- ・(制作コンテンツの種類) 「ビジネス系」が28社(40.6%)と最も多く、次いで「娯楽・エンターテインメント系」21社(30.4%)、「教育系」15社(21.7%)という結果となっている。なお、「娯楽・エンターテインメント系」とジャンル(「ゲームソフト」「映像・音楽系」との間には明らかな相関が見られる。(図表Ⅱ-10)
- ・(制作コンテンツの媒体) 「PC・インターネット」が29社(42.0%)と圧倒的に多くなっている。コンピュータ・ウェブ系は「PC・インターネット」、映像・音楽系は「パッケージ」「放送」というように、媒体は制作コンテンツのジャンルにほぼ対応している。(図表Ⅱ-11)
- ・(制作コンテンツのデジタル比率) 制作コンテンツに占めるデジタルコンテンツの割合については、99~100%と回答した企業が32社(46.4%)とほぼ半数近くを占める。なお、0%と回答した企業2社はいわゆるコンテンツを制作していない業態(ソフトウェア開発、教育事業)であるが、30%以下の数値を回答しているものにジャンルで「コンピュータ・ウェブ系」、媒体で「PC・インターネット」を選択している企業が含まれており、回答者によって「デジタルコンテンツ」の解釈に相違があったものと推測される。(図表Ⅱ-12)
- ・(事業の性格) 「独立型」が49社(71.0%)と7割以上を占めており、次いで「特定企業からの受注型」が16社(23.2%)となっている。(図表Ⅱ-13)

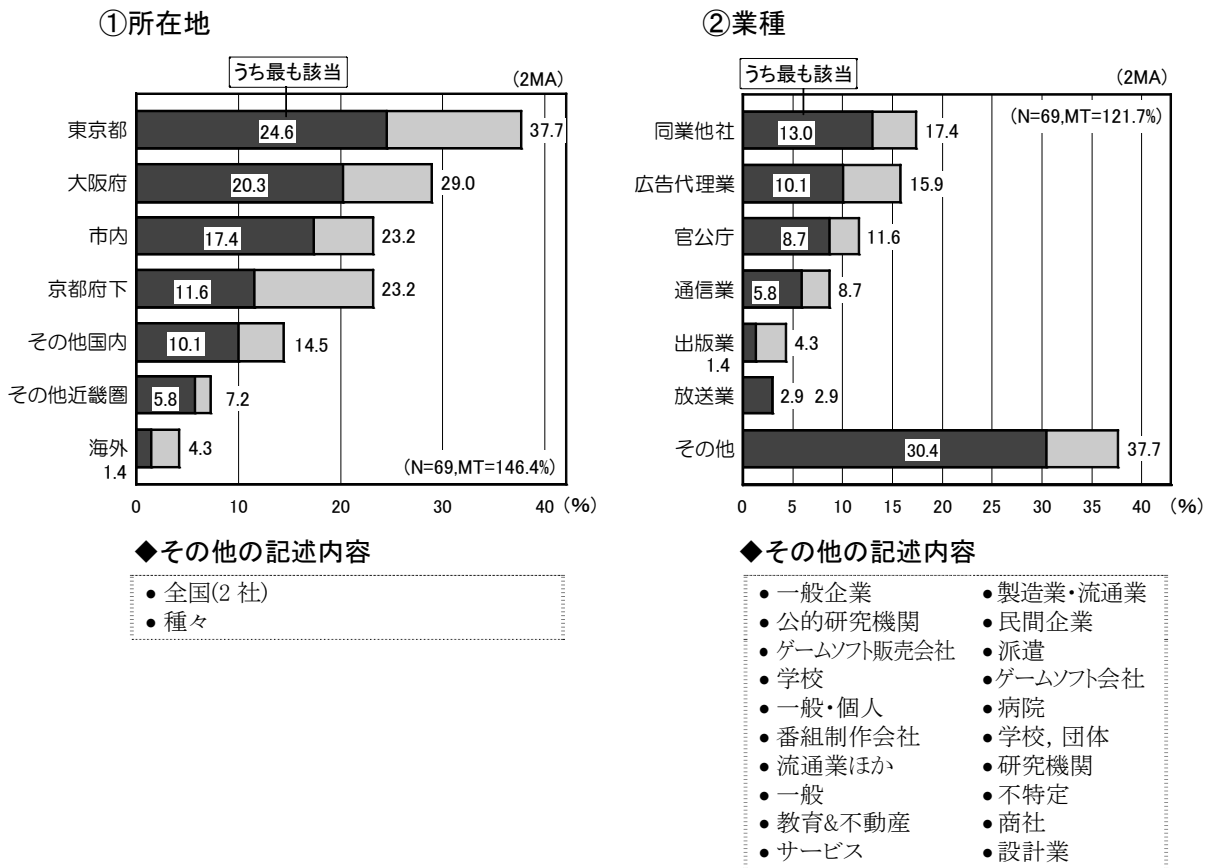
図表Ⅱ-12 デジタルコンテンツ比率【問2(5)】

• 0% (2社)	• 70% (2社)
• 1% (1社)	• 80% (5社)
• 5% (1社)	• 90% (6社)
• 10% (1社)	• 99% (1社)
• 20% (1社)	• 100% (31社)
• 30% (2社)	• 無回答 (16社)

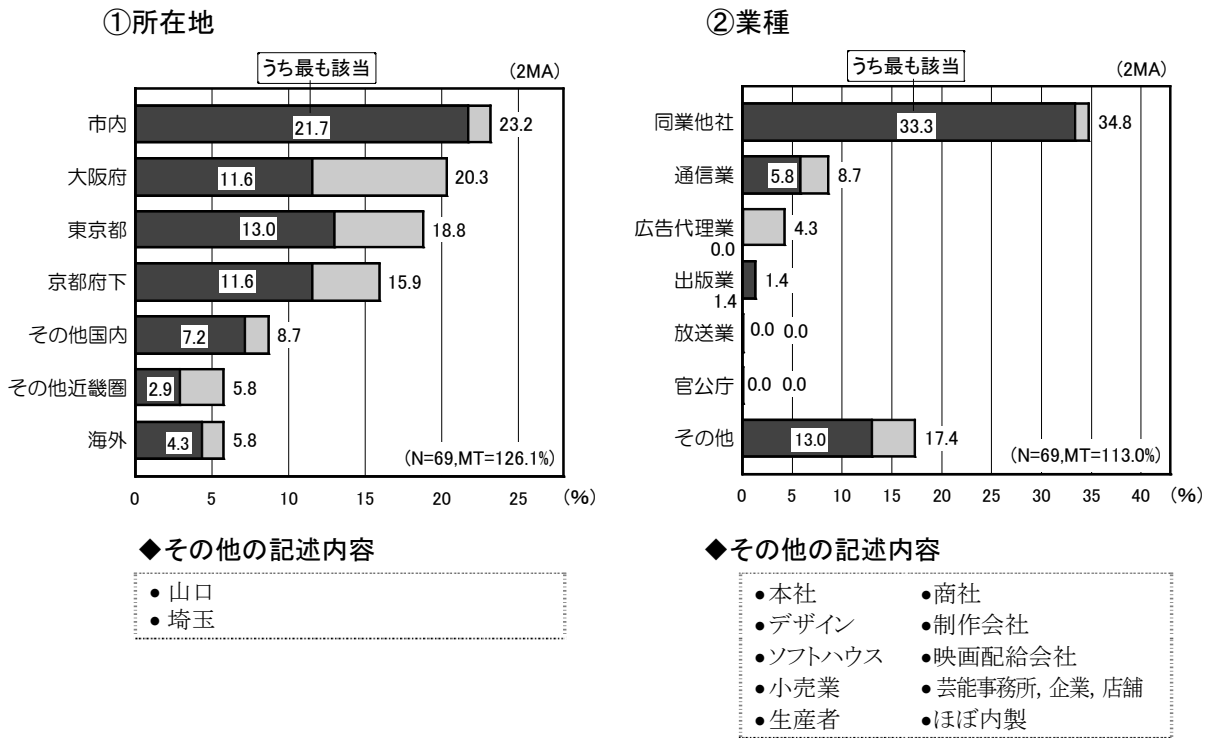
図表Ⅱ-13 事業の性格【問2(6)】



図表Ⅱ-14 主な受注先【問2(7)】

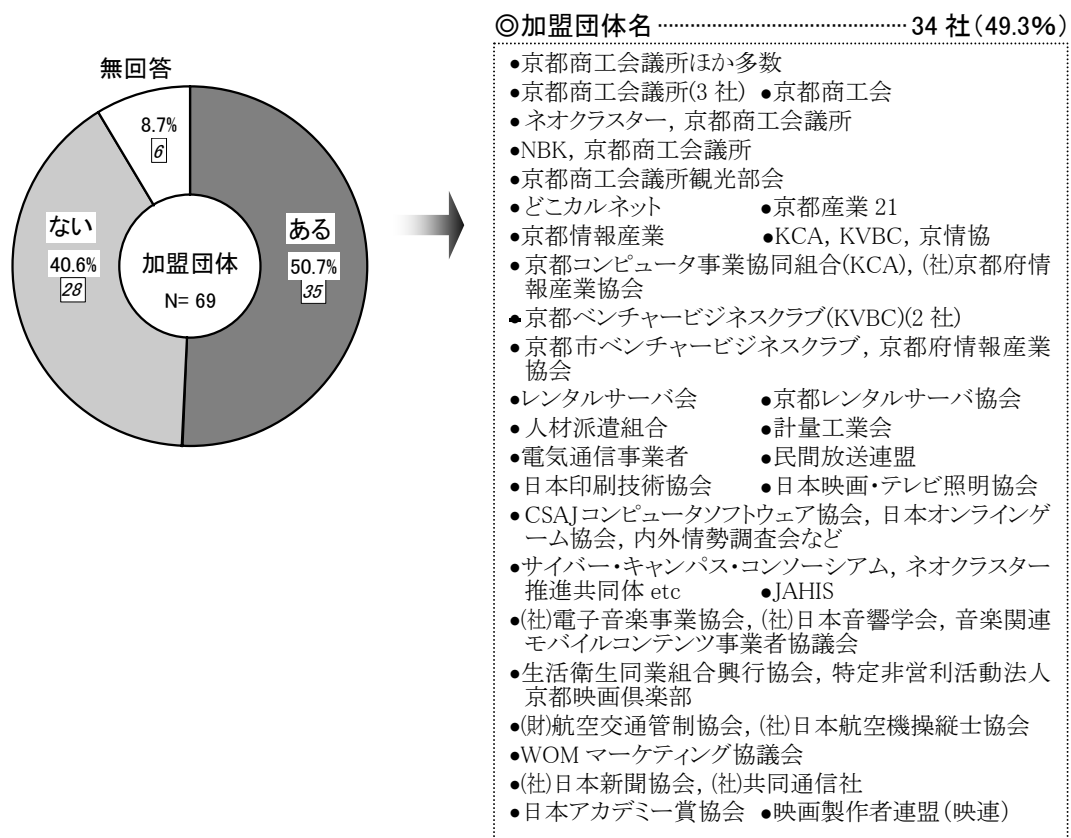


図表Ⅱ-15 主な発注先【問2(8)】



- ・(主な受注先)受注先の所在地では、「東京都」が2つまでの複数選択で26社(37.7%)、最も該当するもので17社(24.6%)と最も多く、続いて「大阪府」がそれぞれ20社(29.0%)、14社(20.3%)となっている。「京都市内」もしくは「京都府下」を回答した企業は2つまでの複数選択で29社(42.0%)、最も該当するものでは20社(29.0%)であり、地元を主たる受注先がある企業は半数に満たない。また、2つまでの複数選択で近畿圏内を選択しなかった企業も6社ある。業種では、2つまでの複数選択、最も該当するもののいずれにおいても「その他」を除くと「同業他社」が最も多く、続いて「広告代理業」「官公庁」が上位に挙げられている。「その他」の受注先としては、ゲーム会社や一般(企業・個人)のほか、学校、病院、研究機関等が挙げられている。(図表Ⅱ-14)
- ・(主な発注先)発注先の所在地では、2つまでの複数選択、最も該当するもののいずれでも2割強の企業が「市内」を回答している。「京都府下」を含めると地元を主な発注先がある企業は2つまでの複数選択で26社(37.7%)となっている。なお、2つまでの複数選択で近畿圏内を選択しなかった企業は4社である。業種については約半数が無回答であるが、回答企業では「同業他社」が圧倒的に多くなっている。(図表Ⅱ-15)
- ・(業界団体等への加盟・入会)ほぼ半数が加盟・入会している業界団体が「ある」と回答している。加盟団体については、京都商工会議所(8社)、京都市ベンチャービジネスクラブ(KVBC)、京都府情報産業協会(各4社)、京都コンピュータ事業協同組合(KCA)、京都レンタルサーバ協会(各2社)のほか、多様な団体名が挙げられている(図表Ⅱ-16)。

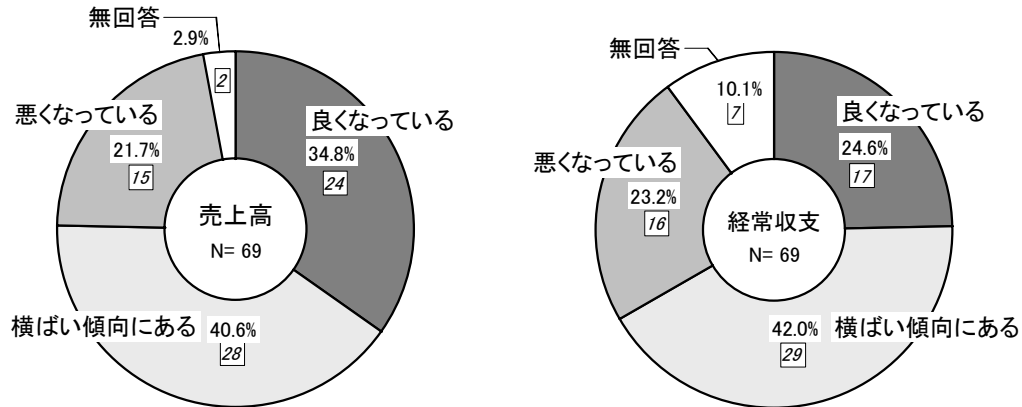
図表Ⅱ-16 業界団体等への加盟・入会【問2(9)】



(2) 事業活動の現状と経営課題

問3 ここ3年の貴社の業績はいかがですか。(各項目1つに○)
 (副問)ここ3年の業績に対する自己評価 (自由記述)

図表Ⅱ-17 ここ3年の業績【問3】



- ・ここ3年の売上高、経常利益の推移について尋ねたところ、「横ばい傾向にある」と回答した企業がいずれも約4割と最も多い。売上高については「良くなっている」が24社(34.8%)、「悪くなっている」が15社(21.7%)、経常収支については「良くなっている」が17社(24.6%)、「悪くなっている」が16社(23.2%)であり、経常収支については良し悪しの評価がほぼ拮抗する結果となっている(図表Ⅱ-17)。
- ・「ここ3年の業績に対する自己評価」について自由に記述してもらったところ、32社から以下のような回答が得られた(自由記述-2)。業績の良し悪しの判断に関わらず、利益率の確保が難しくなっているという見解を示す企業が見られる。

自由記述-2 ここ3年の業績に対する自己評価【問3・副問】……………32社(46.4%)

■売上高「良くなっている」……………12社
 (うち経常利益「良くなっている」5件、「横ばい」5件、「悪くなっている」2件)

- ・売上は上昇しているものの、それに伴う費用も増加しているため、常に気をつけなければならない状況(制作・データセンター/ウェブ系)
- ・うまくいきすぎている(その他-受託研究開発/ウェブ系)
- ・売上高、経常利益ともに順調であったが、今年度から次年度にかけて悪化する見通し(人材派遣・コンサルティング)
- ・不況のために、接客型の営業によりニーズに対応していった(流通配給)
- ・売上・利益ともに快調(その他-ネットメディア/ウェブ系)
- ・ゲームソフト業界は環境が激しく変化し、ビジネスが複雑化しております。こうした中で新たな事業にチャレンジしながらも利益水準を保っていることは評価できると考えます(制作・企画立案/ゲーム・ウェブ系)
- ・少しずつ売上は上がっているが、資金不足のため、計画通りの営業を実行できていない(制作・コンサルティング/ウェブ系)
- ・昨年M&Aで大きく売上を伸ばした。それ以前も堅調だった(制作・企画立案/ウェブ系)
- ・まあまあ(その他-音声ガイド)
- ・思うように利益が出ない(制作・企画立案/音楽・ゲーム系)
- ・優良な人材確保がカギ(不明)
- ・増員により売上高は上っているが、単価下落により利益が下る一方(人材派遣/ウェブ系)

■売上高「横ばい」..... 12社

(うち経常利益「良くなっている」2件, 「横ばい」8件, 不明2件)

- 100点満点で40点(制作・流通配給/その他-パソコンソフト)
- 経営資源をレンタルサーバ事業に集中(その他-レンタルサーバ/ウェブ系)
- 横ばいと思われるが, PTAや学校運営協議会等のボランティアを多く活動した1,2年でした(企画立案・制作/映像系)
- 営業力不足(制作・コンサルティング/ウェブ系)
- よくもなく, 悪くもない(その他-ソフトウェア開発)
- そこそこ奮闘している(流通配給/その他-映写業務)
- 年々厳しい状況(制作・企画立案/ウェブ・映像系)
- 研究開発のため, 大きな変化なし(企画立案・コンサルティング/その他-医療系画像処理)
- 年5%の増収, 収益は横ばい傾向(コンサルティング・人材派遣)
- 過去8期増収増益を続けてきたが, 昨今の厳しい経済状況を受け, 気を引き締めて盛り返していかなければと考えております(制作・企画立案/ウェブ系)
- 業界の特殊性から変動が少ない(コンサルティング・人材派遣/その他-教育事業)
- 状況に波があるが, 無借金で何とかがんばれている(企画立案・制作/映像・ゲーム系)

■売上高「悪くなっている」..... 8社

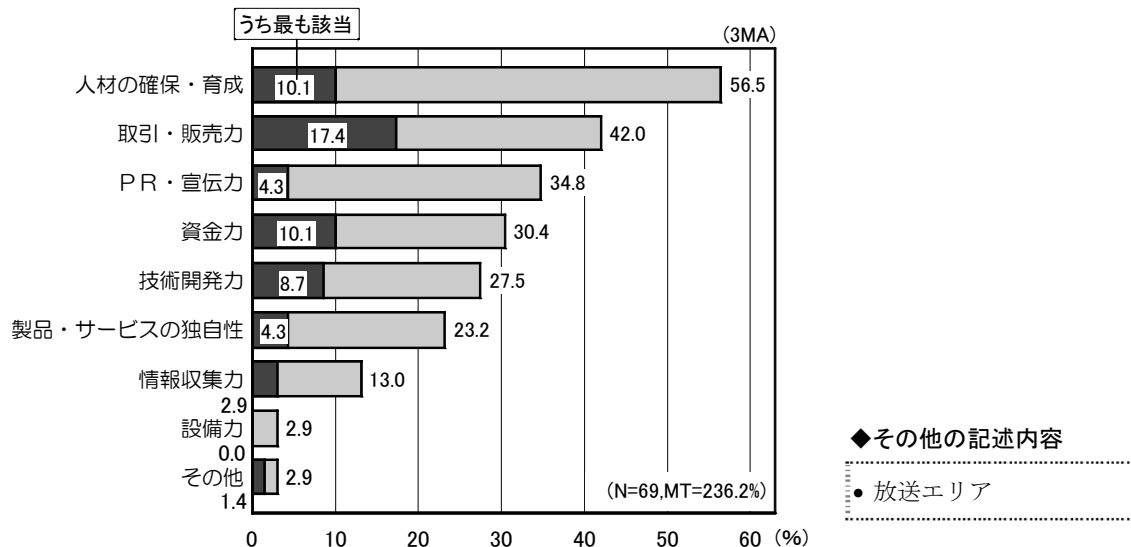
(うち経常利益「横ばい」1件, 「悪くなっている」7件)

- 利益確保は出来ているが, 売上が伸び悩んでおり, 50点/100点中(その他-業務系アプリケーションの設計・制作/その他-ビジネスソフト)
- 改善必要(企画立案・データセンター)
- 特に今年, 平成20年は業績が厳しい(その他-情報通信業/ウェブ系)
- 売上高はあまり下がっていないが, 利益率が落ちている。業界の競争が激しく, 技術を生かすことより, 価格競争に走っていると思う(その他-映像に関する照明業務の請負等/映像系)
- 1,2年目は順調に売上を伸ばしたが, 最近は下降気味。より密接でしっかりとしたケア, 提案が求められていると思う(制作・企画立案/ウェブ系)
- 今までの3年は順調に推移したが, 景気不況の影響を受け今後は不透明である(不明)
- 若者世代の活字離れ, 新聞離れが顕著。収益の柱である広告の「マス」離れも同様。(その他/テキスト系)
- 広告費の推移と正比例して経済危機後に激減。主力商品の時代劇の連続テレビが不調なため, 安定した受注を確保できない(制作・企画立案/映像系)

※()内は主要業務(問2(1)) /制作コンテンツのジャンル(問2(2) 1~7映像系・8音楽系・9ゲーム系・10-11ウェブ系・12-14テキスト系・15その他), 以下同様

問4 貴社の経営課題は何だとお考えですか。(3つまで○, うち最も該当するものに◎)

図表Ⅱ-18 経営課題【問4】



・経営課題については、3つまでの複数選択では「人材の確保・育成」を回答した企業が39社(56.5%)と最も多く、続いて「取引・販売力」29社(42.0%)、「PR・宣伝力」24社(34.8%)となっている。最も該当するものでは「取引・販売力」が12社(17.4%)と最も多く、次いで「人材の確保・育成」「資金力」各7社(10.1%)となっている。複数選択と最も該当するもので順位に違いはあるが、いずれにおいても「人材の確保・育成」と「取引・販売力」が重要な課題とされている(図表Ⅱ-18)。

問5 同業他社に比べての貴社の強みは何だとお考えですか。(自由記述)

・同業他社に比べての強みについて自由に記述してもらったところ、56社から以下のような回答が得られた。規模、業務内容にかかわらず、技術力や製品の独自性やクオリティの高さ、機動的できめ細かなサービスを自社の強みとして挙げる企業が多い(自由記述-3)。

自由記述-3 自社の強み【問5】..... 56社(81.2%)

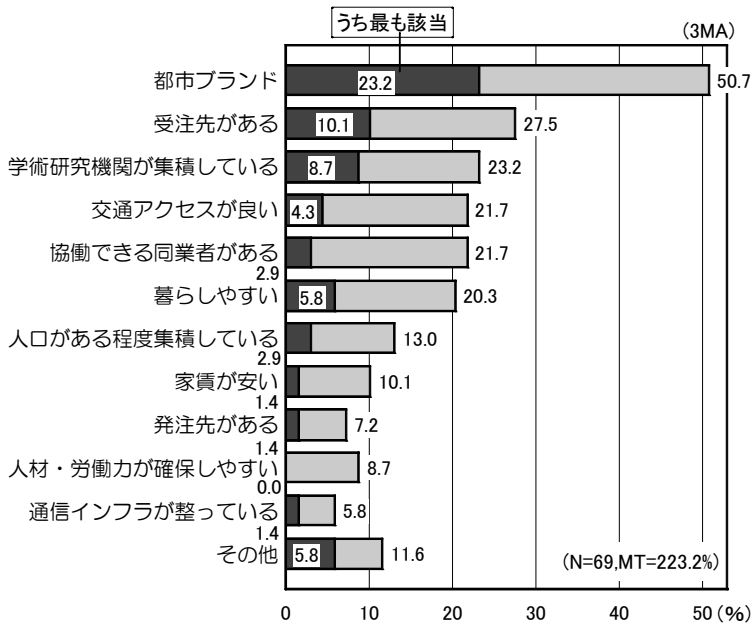
- 福祉団体との横のつながり(制作/ウェブ系)
- 卓越した番組企画力、独自の制作力、代表は国際的映像祭で多々の受賞経歴(制作・企画立案/映像・ゲーム系)
- 商品の特異性(制作・流通配給/その他-パソコンソフト)
- 企画力・独自性・信頼性・技術力(企画立案・データセンター)
- 中国へのオフショア開発によるコスト競争力(その他-コンテンツ関連システム開発/ウェブ系)
- 美術系・デザイン系の製品開発を得意とし、基礎となっている会社母体がソフトウェア開発会社であるので、Webツールを自由に使ってコンテンツを作成し、発信することができる(ウェブ系)
- 学術的に高度な研究開発ができること(その他-受託研究開発/ウェブ系)
- 特に優れている所がないところ(企画立案・制作/映像系)
- 産直システムを構築、商品在庫は皆無で運営中(流通配給/ウェブ系)
- 類いまれな技術力(制作/その他-組込系ソフトウェア)
- 特定業種に強みを持っていること、コンサルティング力(制作・コンサルティング/ウェブ系)

- 技術力がある（制作・企画立案／ウェブ系）
- 小回りがきくこと（流通配給・制作／ウェブ系）
- Web に関することはほとんど自社内で処理ができる（不明）
- 教育事業における医歯薬進学のための講師派遣（コンサルティング・人材派遣／その他-教育事業）
- 小規模なので小回りがききやすく、目の行き届いたきめ細かいサービスができる。すぐに対応ができる（制作・企画立案／ウェブ系）
- 仕事に対するモチベーションが高い、ベテランぞろい（流通配給／その他-映写業務）
- コンピュータに関するほとんどのことなら、サポートできる（その他-コンピュータ修理・ソフト作成／ウェブ系）
- 技術力（その他-設計業）
- 業務効率の高さ（制作／ウェブ系）
- パーチャルコミュニティの開発から運営管理までワンストップで提供できる（制作・その他-サイト運営管理／ウェブ系）
- レスポンスが早い、アフターサービスに力を入れている。企画サービスと SI 事業による、事業間フィードバックでの相乗効果が大きい（制作・データセンター／ウェブ系）
- 価格、デザイン、SEO（制作／ウェブ系）
- 機動性がある、責任感が強い（人材派遣／ウェブ系）
- サービス、メンテナンスのきめ細かさ（制作・コンサルティング／その他-業務用ソフト）
- 事業者としての小回りのきくサービス（その他-レンタルサーバ／ウェブ系）
- きめ細かく柔軟な対応（制作・データセンター／ウェブ系）
- 当社独自のソフトウェア基盤技術（その他-情報通信／ウェブ系）
- 技術レベルの高さ。クルーとして働くことの安定感・連帯感がある（その他-照明業務等／映像系）
- スピード、クオリティ（制作・コンサルティング／ウェブ系）
- 物流自動化システムに関するノウハウ、経験（その他-業務系アプリケーションの設計制作／その他-ビジネスソフト）
- ハードウェア、ソフトウェアの両方に対応可能（その他-ソフトウェア開発／その他-セキュリティツール）
- まだ誇示できる強みは、残念ながらない。現状としては、多少ギャラが安いこと（企画立案・制作／映像・ゲーム系）
- 技術力、専門性、独自性（制作・流通配給／ゲーム・映像系）
- 顧客に合った企画・提案力（制作・企画立案／音楽・ゲーム系）
- リサーチのノウハウ（その他-リサーチ／その他-リサーチデータ）
- グローバルコンテンツの提案、制作（制作・企画立案／ウェブ・映像系）
- 技術コンサルティング（企画立案・コンサルティング／映像・ウェブ系）
- ネットコンテンツ展開に必要な技術力（その他-ネットメディア／ウェブ系）
- ①量産せずお得意様のニーズに合わせた製品づくり ②性能の高い商品（不明）
- AdobeAir などの新規性の高いソフトウェアの利用。グループ会社との連携（企画立案・制作／ゲーム・ウェブ系）
- ソフトウェア開発の技術力（その他-ソフトウェア開発）
- 提案力とそれを裏付ける技術力、及び 10 年を超える多くの実績（制作・企画立案／ウェブ系）
- 京都、東京、札幌の 3 拠点で営業を行っていること（流通配給）
- 全国展開、コンテンツ制作の即対応など（その他-音声ガイド）
- トータルソリューション（その他-コンテンツ配信／音楽・映像系）
- 全体の規模が小さいがフレキシブルな対応が可能（制作／映像系）
- 人財力（コンサルティング・人材派遣）
- 独自の情報収集力、財務基盤のしっかりとした開発体制、豊富な人材を融合させ、ソフトウェアを企画からまるごと 1 本創り上げること（制作・企画立案／ゲーム・ウェブ系）
- 京都コンテンツ制作（制作・企画立案／映像・ウェブ系）
- ハイスキルの登録者が多いこと（人材派遣・コンサルティング）
- 業界のパイオニアであること（制作・その他-オペレーション等／映像系）
- 日本の中の京都。いわゆる「京都ブランド」情報の蓄積（その他／テキスト系）
- 全国ネットワーク（制作・企画立案／映像系）
- 伝統と品質。信頼感。製品の独自性。職人の技。資産の割安感（制作・企画立案／映像系）
- 開発力があるという点です（制作・企画立案／ウェブ系）

問6 京都で事業を行うメリットは何だとお考えですか。(3つまで○, 最も該当するものに◎)

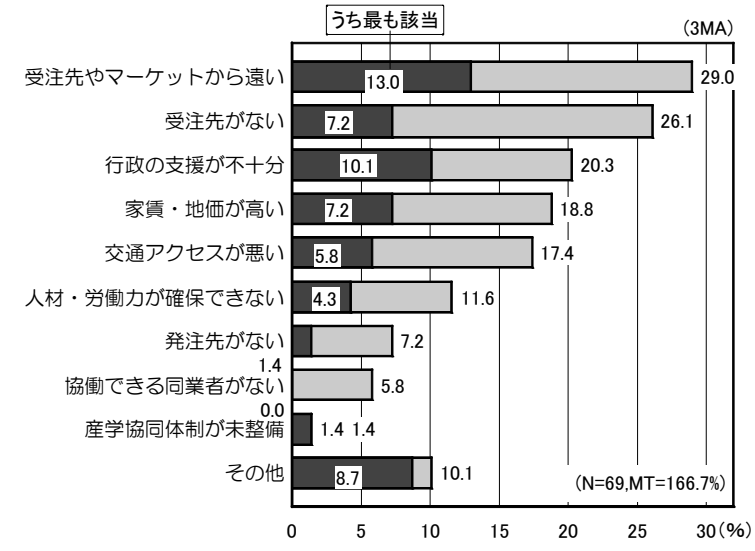
問7 京都で事業を行うデメリットは何だとお考えですか。(3つまで○, 最も該当するものに◎)

図表Ⅱ-19 京都で事業を行うメリット【問6】



- ◆その他の記述内容
- 歴史と伝統文化が街のアイデンティティを醸成している点
 - 情報が入手しやすい
 - 京都だから、京都が好きだと思っているところ
 - 京都出身だから
 - メーカーへのアプローチ
 - 大阪が好きではない
 - オンリーワンのロケ場所がある

図表Ⅱ-20 京都で事業を行うデメリット【問7】



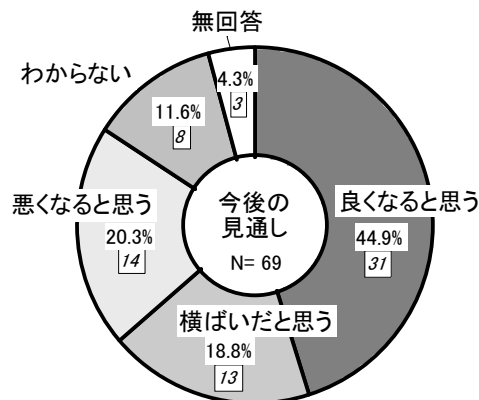
- ◆その他の記述内容
- 特になし
 - 映像制作者の独創性や力量が低い
 - 市場が小さい
 - 商品価格が安い
 - 受注先が少ない
 - 京都市が好きではない

・京都で事業を行うメリットとしては、「都市ブランド」を挙げた企業が圧倒的に多く、3つまでの複数選択では35社(50.7%)、最も該当するものでは16社(23.2%)が選択している。以下、「受注先がある」、「学術研究機関が集積している」が上位に挙がっており、京都の都市特性が反映されている。「その他」の自由記述からも、京都という場所へのこだわりを持つ企業が一定数存在することがうかがえる(図表Ⅱ-19)。

- ・反対に、デメリットとしては「受注先やマーケットから遠い」が3つまでの複数選択で20社（29.0%）と最も多く、以下、「受注先がない」18社（26.1%）、「行政の支援が不十分」14社（20.3%）が続いている。また、最も該当するものでは「行政の支援が不十分」が7社（10.1%）と「受注先やマーケットから遠い」（9社・13.0%）に次いで高くなっている。以上の結果から、地元を受注先がないことが京都に立地する最大のデメリットと考えられていることがわかる（図表Ⅱ-20）。

問8 貴社の今後の見通しをどのようにお考えですか。(1つに○)
(副問)そう考える理由(自由記述)

図表Ⅱ-21 今後の見通し【問8】



- ・今後の見通しについては、「良くなると思う」が31社（44.9%）と半数近くを占めており、「悪くなると思う」14社（20.3%）、「横ばいだと思う」13社（18.8%）と比較して、将来に楽観的展望を持っている企業が多い（図表Ⅱ-21）。
- ・「そう考える理由」について自由に記述してもらったところ、47社から以下のような回答が得られた。「悪くなる」と回答した企業では不況の影響を挙げる企業が多いのに対して、「良くなる」と回答した企業では、これまでの業績に基づく将来的な成長を見込む趣旨の回答が多く、「良くなるよう努力する」といった努力目標的な回答も少なくない（自由記述-4）。

自由記述-4 そう考える理由【問8・副問】…………… 47社(68.1%)

■良くなる…………… 25社

- ・良くしなければ事業をやっている意味がないから（企画立案・制作／映像系）
- ・クライアントの業績が良いため（制作／ウェブ系）
- ・不景気ゆえ情報インフラ、システムに対するコスト削減を求めるユーザーが増えていくため（制作・流通配給／その他-パソコンソフト）
- ・短期的には悪くなる。長期的には良くなる。（企画立案・データセンター）
- ・自社開発の製品、コンテンツに投資している。協力関係会社が増えている（受託案件が少なくなっている理由）ので、開発のスピードが速くなっている。販売協力社も同様に増えている。（ウェブ系）
- ・良くするために努力している。今までの実績が形になる年だと思うから。良くならないと思っいては、良くなるものもならない（制作・データセンター／ウェブ系）
- ・インターネットショッピングは拡大すると思う（流通配給／ウェブ系）
- ・ノウハウも蓄積されてきたことと、資金さえ確保できれば売上が確実に上げられるマーケティング手法があるため（制作・コンサルティング／ウェブ系）

- 営業手段の拡大により売上高を伸ばす (制作/ウェブ系)
- いろんなことにチャレンジするため (制作・企画立案/ウェブ系)
- IT系はまだまだ普及の余地があるから (流通配給・制作/ウェブ系)
- そうしか考えていないから (不明)
- 努力するから (制作・企画立案/ウェブ系)
- 問題に対応していく姿勢で取り組んでいる (流通配給)
- 私が良くする (人材派遣/ウェブ系)
- これまで培ってきた実績を今後ますます生かしていけると考えているから (流通配給/その他-映写業務)
- 実力を認めていただき、業務が増えてきたから (制作・流通配給/ゲーム・映像系)
- メディカルの将来性については良好と考えるから (その他-リサーチ/その他-リサーチデータ)
- 経営者が地道な経営を考えているから (制作・その他-オペレーション等/映像系)
- 観光都市としての発達、外国人観光客の誘致への積極性 (制作・企画立案/ウェブ・映像系)
- 成果が出てきはじめてくる (企画立案・コンサルティング/映像系・その他-画像処理)
- 顧客が増加している (その他-ソフト作成等/ウェブ系)
- 現在種まきしているものを軸に、2~3年先には再度成長を見込んでいます (その他/ウェブ系)
- 技術力と知恵 (その他-設計業)
- 有名タレント・大手企業へのアプローチ、営業を開始しているため、会員数の急増が見込まれる (コンサルティング/ウェブ系)

■ 横ばい.....4社

- 経済状況に左右されにくい当業界においても、顧客は環境について心配しており、受注活動に多少影響が出ている (制作・企画立案/ゲーム・ウェブ系)
- 不景気のため (制作・その他-デザイン/ウェブ系・その他-DTP制作)
- 変動が少ない (コンサルティング・人材派遣/その他-教育事業)
- 新規受注力がなかなかない。お客側の買い替えを抑えている (制作・コンサルティング/その他-業務用ソフト)

■ 悪くなる.....11社

- 制作に追われ、技術開発の時間がとれない (制作/ウェブ系)
- 問い合わせ件数が今年後半統計的に減ってきているため (その他-情報通信業/ウェブ系)
- ますます利益率が下がってくると思われる (その他-照明業務等/映像系)
- 設備投資の減少 (制作/その他-組込ソフト)
- 景気悪化による影響のため (その他-業務系アプリケーション制作/その他-ビジネスソフト)
- 不況の影響で受注が減っているため (人材派遣・コンサルティング)
- 不景気と重なり、同業社も多く、より強い結びつきをお客様と作れなければ業績は悪くなると思う。そうならないように努力しています (制作・企画立案/ウェブ系)
- 世界規模の不況の影響を受ける可能性大 (その他-レンタルサーバ/ウェブ系)
- 大手企業の設備投資等が止まっているから (不明)
- 08年秋のリーマンショックに端を発した経済危機が多方面に長期的に影響 (その他/テキスト系)
- 不況 (コンサルティング・人材派遣)

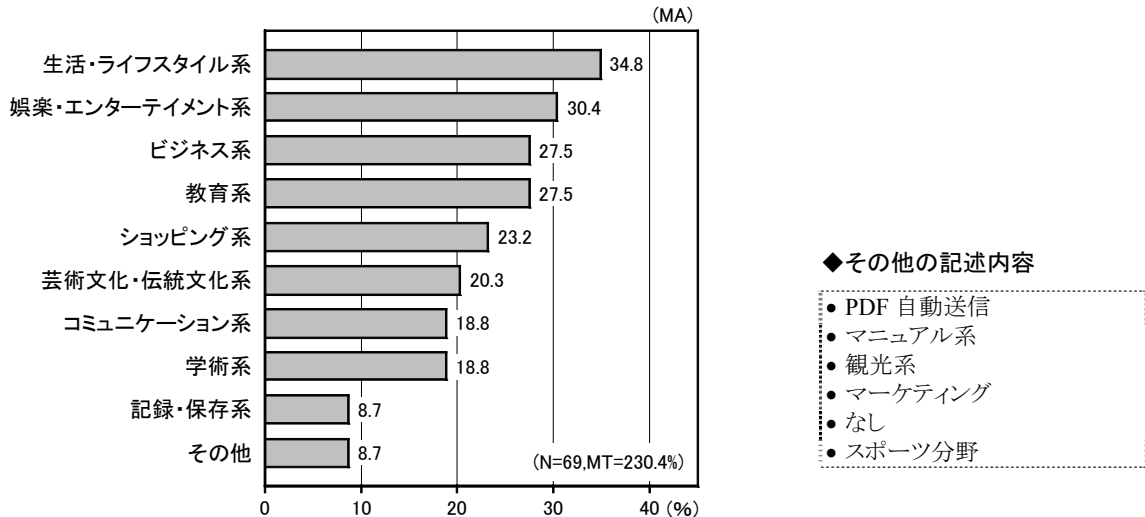
■ どちらともいえない.....7社

- 世の中の状況がどうであるかより、自身がどうガンバルかだと考えております。そういう意味で、今年1年、目標を高く持って1年やっていけるかが課題です (企画立案・制作/映像系)
- 現経済環境を考えるとそう思わざるを得ない (その他-ソフトウェア開発)
- 娯楽が多い世の中ですので、昔に比べてTVゲームが唯一の遊びではなくなっています。とはいえ、TVゲームでなければ味わえない楽しさもあるわけです。どれだけ楽しいものを作ることができるか、それにかかっています (企画立案・制作/映像・ゲーム系)
- 新しく配信事業に重きを置くため、予測があまりつかない (制作・企画立案/音楽・ゲーム系)
- 映像業界は産業としては残るが、撮影所としての需要が求められるかどうか (制作/映像系)
- 産業構造の変化に自身を変えることができるか、時間の勝負だと思う。重たい遺産をUp-to-dateできるか、呪縛に縛られ朽ちるか。経済危機で持ち時間は劇的に少なくなった (制作・企画立案/映像系)
- インターネット業界は技術革新、取り巻く環境や市場の変化などのスピードが非常に速く、見通すのが難しいためです (制作・企画立案/ウェブ系)

(3) 今後の事業展開意向

問9 今後、新たに進出するなど、積極的に事業展開を図りたいコンテンツの種類は何ですか。
(複数回答)

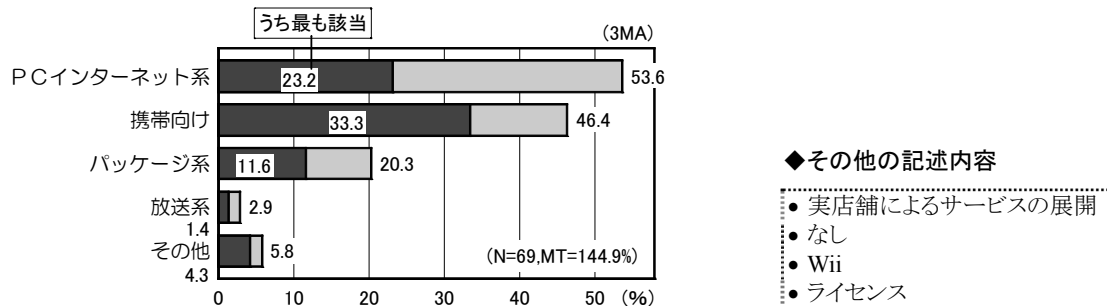
図表Ⅱ-22 事業展開を図りたいコンテンツの種類【問9】



・今後展開を図りたいコンテンツの種類としては、「生活・ライフスタイル系」が24社(34.8%)と最も多い。次いで約3割の企業が「娯楽・エンターテインメント系」(21社, 30.4%)、「ビジネス系」「教育系」(各19社, 27.5%)を挙げている。その他の記述内容でも「生活・ライフスタイル系」「娯楽・エンターテインメント系」に該当するスポーツや観光が挙げられている。問2(3)と比較すると、「ビジネス系」コンテンツから「生活・ライフスタイル系」や「娯楽・エンターテインメント系」コンテンツへの展開を考えている企業が多いと推測される(図表Ⅱ-22, Ⅱ-10)。

問10 また、今後新たに進出するなど、積極的に事業展開を図りたい媒体は何ですか。
(最も該当するものに◎、次に該当するものに○)

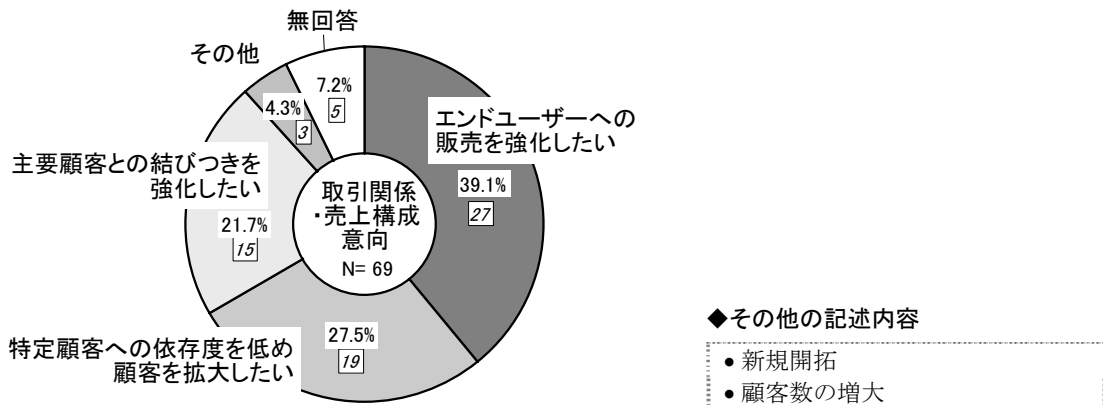
図表Ⅱ-23 事業展開を図りたい媒体【問10】



・今後展開を図りたい媒体としては、約半数が「PCインターネット系」37社(53.6%)、「携帯向け」32社(46.4%)を挙げている。問2(4)と比較すると、最も該当するものでは23社(33.3%)が選択するなど「携帯向け」の比重の高まりが顕著である(図表Ⅱ-23, Ⅱ-11)。

問 11 取引関係・売上構成等に関しては、今後どのような意向をお持ちですか。(1つに○)

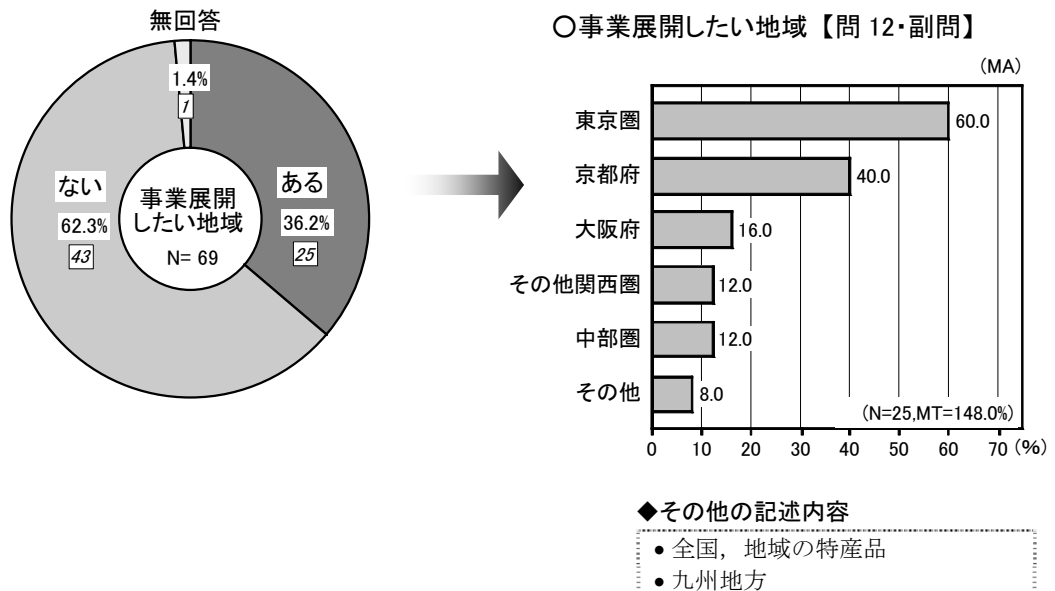
図表Ⅱ-24 取引関係・売上構成等に関する意向【問 11】



取引関係や売上構成等に関する意向では、「エンドユーザーへの販売を強化したい」と回答した企業が27社(39.1%)と最も多く、以下では「特定顧客への依存度を低め顧客を拡大したい」(19社, 27.5%)が「主要顧客との結びつきを強化したい」(15社, 21.7%)を上回る結果となっている。また、「その他」を回答したうち2社が自由記述で顧客拡大意向を示しており、実質的には約3割が「顧客を拡大したい」という意向を持っている(図表Ⅱ-24)。

問12 国内で積極的に事業展開していきたい地域はありますか。(1つに○)
(副問) その場所はどちらですか。(複数回答)

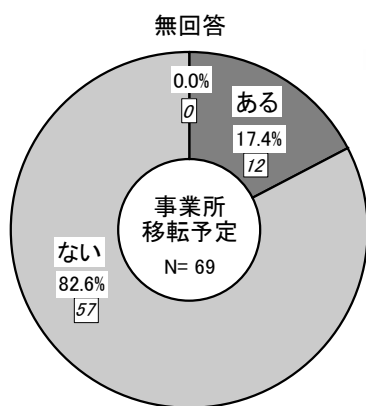
図表Ⅱ-25 積極的に事業展開していきたい地域【問 12】



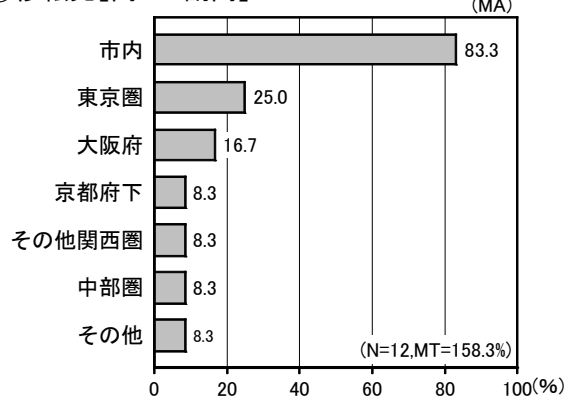
国内で積極的に事業展開していきたい地域が「ある」とした企業は25社(36.2%)という結果であった。複数回答で具体的に事業展開していきたい地域を聞いたところ「東京圏」が15社(60.0%)と最も多く、次いで「京都府内」(10社, 40.0%)となっている(図表Ⅱ-25)。

問 13 今後、事業所を移転される予定はありますか。(1つに○)
 (副問①) 移転先はどちらですか。(複数回答)
 (副問②) 移転される理由は何ですか。(複数回答)

図表 II-26 事業所の移転予定【問 13】



①移転先【問 13・副問】

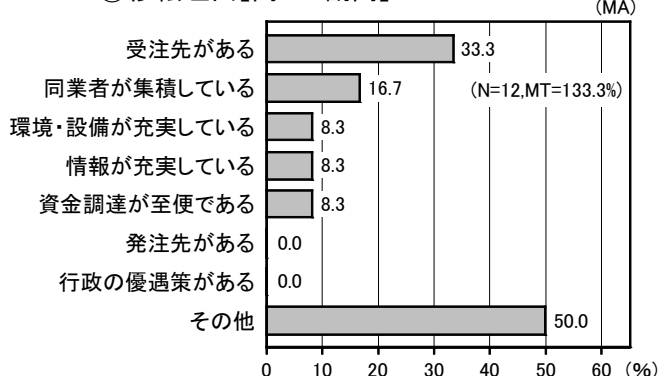


◆副問② その他の記述内容

- スペースの確保
- 京都府内に点在している事業所を集約するため
- 事業所を2~3箇所にする
- インフラ環境が整備されていれば京都でなくてもよい
- これ以上社員が増えると、収容できなくなるため
- 人員拡大のため、規模の大きい事務所へ移転予定

※副問①についてはその他の記述なし

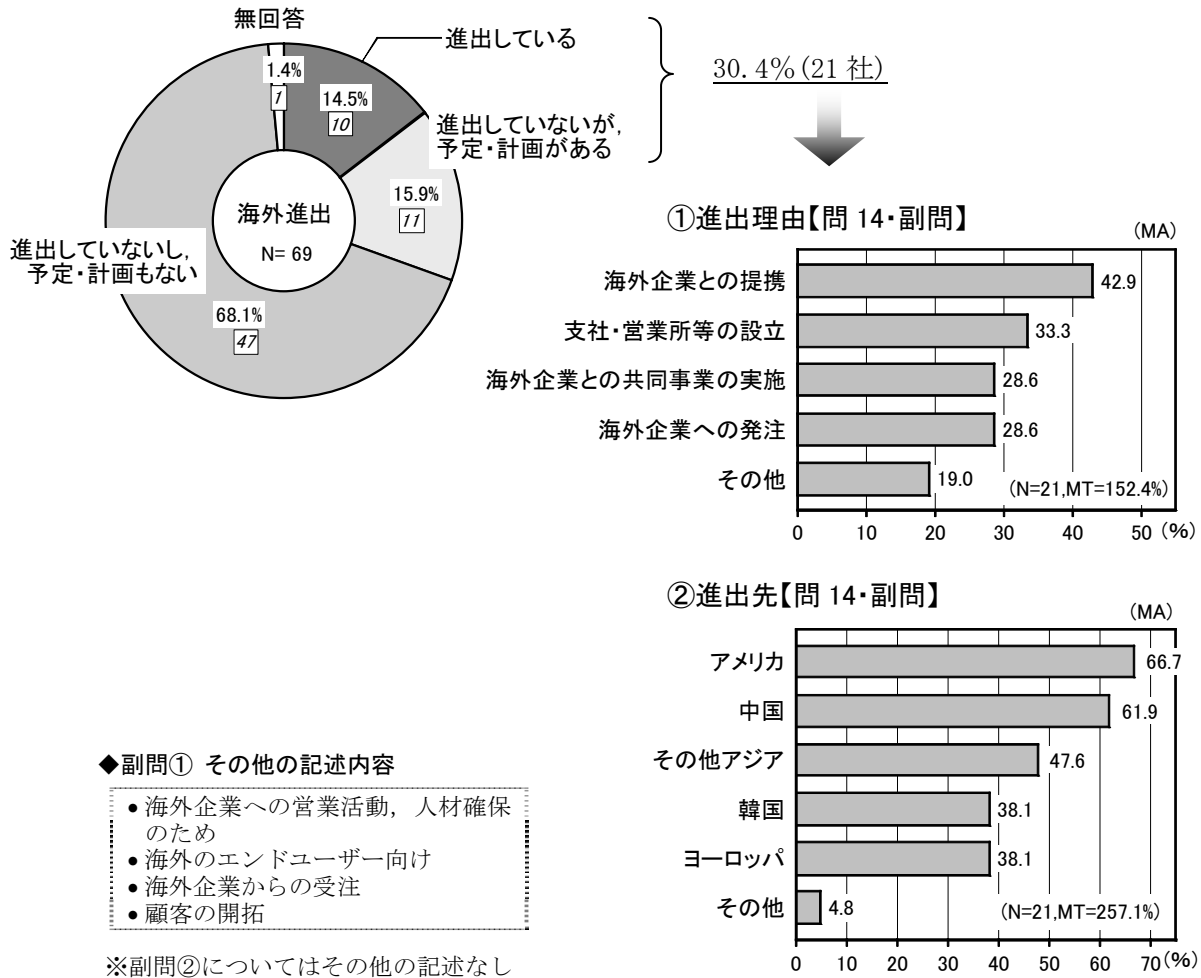
②移転理由【問 13・副問】



・事務所の移転予定については、「ある」と回答した企業は12社(17.4%)という結果であった。ただし、「ある」と回答した企業に対して副問として複数回答で移転先を聞いたところ、そのうち10社が「市内」と回答しており、主な移転理由としては受注先があることが上位に挙げられているほか、その他の自由記述で事務所の規模拡大を挙げている企業が多い。なお、事業所の全国展開も含め、移転先に「東京圏」を挙げた3社はいずれも受注先があることを理由に挙げている(図表 II-26)。

問 14 現在、海外進出をしていますか。もしくは、今後進出の予定・計画はありますか。(1つに○)
 (副問①)海外進出の理由は何ですか。(複数回答)
 (副問②)進出先の地域はどちらですか。(複数回答)

図表Ⅱ-27 海外進出状況【問 14】

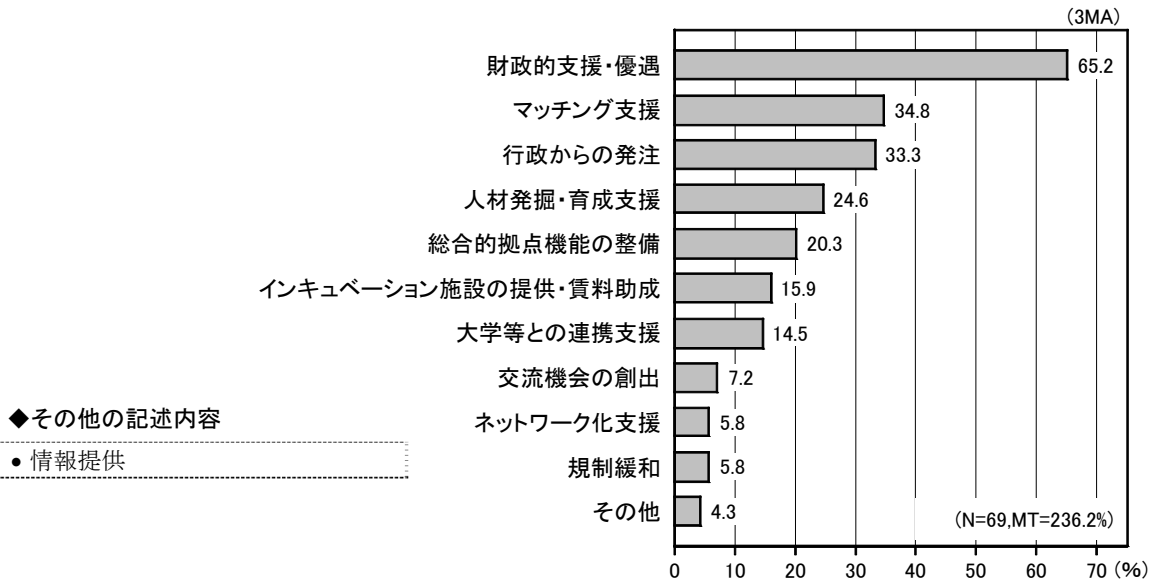


・海外進出している企業は10社(14.5%)、進出の予定・計画がある企業は11社(15.9%)と、約3割の企業が海外進出しているか、海外進出意向を持っている。「海外進出している」もしくは「進出の計画・予定がある」と回答した企業に対して、副問として複数回答で進出先と進出理由を聞いたところ、進出理由としては「海外企業との提携」が9社(42.9%)と最も多く、「海外企業への発注」を挙げた企業も6社(28.6%)ある。進出先としては「アメリカ」(14社, 66.7%)、「中国」(13社, 61.9%)が上位に挙がっている(図表Ⅱ-27)。

(4) 行政等に対する要望について

問 15 京都市や国に期待することは何ですか。(3つまで○)

図表Ⅱ-28 京都市や国に期待すること 【問 15】



- ・行政に対して期待することを3つまでの複数選択で尋ねたところ、「財政的支援・優遇」を回答した企業が45社(65.2%)と圧倒的に多く、以下「マッチング支援」(24社, 34.8%)、「行政からの発注」(23社, 33.3%)が続いている。人材育成や拠点整備等の間接的な支援より、ビジネス上の成果に直結する、より直接的な支援内容が期待されていると言える(図表Ⅱ-28)。

問 16 その他、行政に対する要望やコンテンツ産業の現状等について自由にお書きください。
(自由記述)

- ・その他、行政に対する要望等について自由に記述してもらったところ、14社から以下のような回答が得られた。それぞれの業態・ジャンルの立場から、国際展開や域内連携、産業としての育成支援に対する行政への期待が示されている。(自由記述-5)

自由記述-5 行政に対する要望等 14社(20.3%)

- 小さなことばかりするのをやめて、もっと国際競争力のある、映像コンテンツを中核としたビジネスモデル化を推進すべきである。日本には、映画、ゲーム、アニメ等の技術力の優位性があり、特定の技術（表現や製作 system）と国際的ビジネスモデルが連携することにより、国際競争力のある体制を確保すべき。ここには書かないが、アイデアは多々ある。（制作・企画立案／映像・ゲーム系）
- 販路開拓支援、行政からの受注などベンチャー企業の製品サービスを積極的に利用いただきたい。（その他-情報通信業／ウェブ系）
- 映像の製作業を行っております。しかし、業界同士の連絡会などがなく、他社がどうしているのかがよくわかりません。不況の時代、他社の様々な知恵を生かし、京都が映画から始まり、ビデオ、テレビ、webの街になっていければと思います。（企画立案・制作／映像系）
- 京都は歴史・景観からも、映画、特に時代劇のロケ地として最適の場所だと思います。しかしながら、近年は東京を中心とした関東エリアで撮影されることが大変多くなりました。その原因のひとつに、役者に東京在住の人が多くということが挙げられます。時代劇特有の技術者・背景は京都のほうがずっと勝っています。まして東京⇄京都は新幹線で3時間足らずです。できる限り京都で撮影する方向にならないものでしょうか。優れた技術を保つためには、需要がなくてはなりません。しかし、現場で働く方々は営業力のない職人さんたちです。彼らの力、レベルを衰退させないためにも、仕事を供給し続けることが急務だと思います。この件を行政に頼ることは無理なことですが。（その他-照明業務等／映像系）
- 京都市のお墨付きなどがついたマークの選定などをしてほしい。助成金などがほしい。（制作・企画立案／ウェブ系）
- Web制作を13年やっております。地域社会への貢献をしたいのですが、機会がありません。よろしくお願ひします。（制作・企画立案／ウェブ系）
- 当社の新しい事業は行政にも受注していただきたい製品です。通路等の安全に対する意識を高くしていただき、また、安全に暮らせる等努力をしていただきたいと思います。（流通配給）
- 具体的なことはまだ何も決まっておりますが、海外と取引をしたいとは少し考えております（問14で3に○をつけましたが）。IT系は労働が過酷…というイメージを若い方が持っているような気がします。労働条件の整備などがより求められるのではないかと思います。（制作・企画立案／ウェブ系）
- とにかくマナーが悪すぎる。車の運転、自転車の運転、公共交通機関での乗り降り。まず、このような基本から直してもらわないと困る。（制作・その他-オペレーション等／映像系）
- ビジネス向け教育・学習コンテンツに対してもコンテンツ産業として育成支援を行ってほしい。（その他-PC学習支援／その他-教材）
- 地域連携がとれる機会を心待ちにしております。（その他-ネットメディア／ウェブ系）
- コンテンツ創出、クロスメディアが盛んに取り上げられていますが、重要なのは〈内容〉だと思います。能力ある個人を見つけ出し、育てる環境をベースに持つことが現状の閉塞感からの脱出につながるのではないかと思います。行政の皆様のご支援に感謝しつつ、大いに期待しております。（制作／映像系）
- ○世界的に見て映画産業への公的支援のない国は日米が例外としてあり、入出いずれにおいても国際化の大きな妨げになっている。文化産業が及ぼす影響力の世界レベルの物差しでの把握と、京都が目指す方向性を検証し、国・地域として今なすべき大規模かつ抜本的な施策を練り上げてほしい。
○映像コンテンツ産業は旺盛な内需に支えられ幸福な発展を遂げてきたが、嗜好の分化、民放と広告・電機産業の入組んだ利害、文化と産業に区分された政治、ジャンル・異文化とのボーダーレス化など、社会構造の変化に適応し切れずに国内産業が曲がり角にある。京都の映像産業は産業として周回遅れだが、作品の完成度と煮詰められた集団作業には世界的評価がある。世界的に特異な京都の味をデジタルに発信することは、京都に限らず日本のプレゼンスを高める意義がある。（制作・企画立案／映像系）
- インターネット業界の発展を支えていただけるような施策があると望ましいと考えております。（制作・企画立案／ウェブ系）

3. 調査票

京都市コンテンツ関連企業アンケート調査 調査票

ご協力をお願い

初春の候、貴社におかれましては益々ご清栄のこととお慶び申し上げます。

平素は、京都地域の産業振興と京都市政の推進にご尽力並びにご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、京都市では門川大作・京都市長の「未来の京都まちづくりマニフェスト」において、未来への可能性を秘めるコンテンツ新産業の創出を掲げており、マンガ・アニメ、映画、ゲームなど京都の強みを生かし、今後の振興策を検討するため、本年度からコンテンツ産業振興調査事業に取り組んでいます。

当事業では、現場のご意見をしっかり汲み取って検討するため、京都におけるコンテンツ関連の事業活動に取り組まれている企業の皆様から、事業活動の現状や課題、支援ニーズ等をお聞きするアンケート調査を実施して参ります。また、昨年12月には、大学、企業、経済団体、行政等の有識者、関係者からなる「京都市コンテンツビジネス研究会」を設置し、ご回答いただきましたアンケート調査の結果等を基に、振興策を検討して参りたいと考えています。

つきましては、コンテンツ関連の事業活動に取り組まれている企業の皆様におかれましては、業務ご多忙のところ誠に恐縮ですが、上記の事業趣旨にご理解賜り、以下のアンケート調査に是非ともご協力いただきますようお願い申し上げます。

平成21年1月

京都市産業観光局
商工部産学連携推進課

● ご記入にあたってのお願い ●

- 調査票は、**平成21年1月26日(月)までに返信用封筒にてご投函願います。**
- 回答は調査票に直接ご記入ください。また、選択肢のある設問については、それぞれ()内の注意事項に従って該当する番号に○または◎印をお付けください。
- ご回答いただきました内容は統計的に処理し、その結果を公表することはありますが、個々の企業名や回答内容が外に出ることは絶対にありません。
- ご回答いただきました内容について、後日ヒアリングのお願いをさせていただく場合がありますので、その際はご協力をお願いいたします。
- この調査に関するお問合せは、下記までお願いいたします。

〒604-8571 京都市中京区寺町通御池上る上本能寺前町 488
京都市産業観光局商工部産学連携推進課 (担当: 渡邊, 西田)
電話: 075-222-3434 FAX: 075-222-3331 E-mail: sangaku@city.kyoto.jp

1. 貴社の概要

問1 初めに、所在地・設立年等、貴社の概要についておうかがいいたします。

(1)会社名	
(2)所在地	
(3)設立(設置)年	大正・昭和・平成 年 月
(4)設立の経緯	例:もともと京都に設立、業容拡大のため京都支社として設置, ○○社の社内ベンチャーから独立等
(5)事業所の性格(1つに○印)	1. 本社 2. 支社 3. 営業所 4. 研究所 5. その他()
(6)本社所在地 (他地に本社がある事業所のみ)	都・道・府・県 市 区・町
(7)資本金	万円
(8)売上高(直近決算)	万円 (平成 年 月 決算)
(9)従業員数 (平成20年10月1日現在)	名 (うち正規雇用 名)
(10)採用状況 (直近の新卒・中途採用の人員数・採用時期)	名 (平成 年 月 採用)

問2 次に、貴社の業務内容等についておうかがいいたします。

(1) 主要業務 (最も該当するもの1つに◎印, 次に該当するもの1つに○印)

- 1.企画立案 2.制作 3.流通・配給 4.コンサルティング 5.人材派遣 6.データセンター
7.その他()

(2) 制作コンテンツの主なジャンル (最も該当するもの1つに◎印, 次に該当するもの1つに○印)

- (映像・音楽系).....1.映画 2.テレビ 3.その他映像 4.アニメ 5.CG 6.イラスト 7.デジタル写真 8.音楽
(コンピュータ・ウェブ系).....9.ゲームソフト 10.ウェブページ制作 11.ウェブ用コンテンツ
(文字情報系).....12.新聞 13.書籍 14.雑誌 15.その他()

(3) 制作コンテンツの主な種類 (該当するもの3つまでに○印)

- 1.娯楽・エンターテインメント系 2.生活・ライフスタイル系 3.コミュニケーション系 4.ショッピング系 5.ビジネス系
6.教育系 7.学術系 8.芸術文化・伝統文化系 9.記録・保存系 10.その他()

(4) 制作コンテンツの主な媒体 (1つに○印)

- 1.放送 2.パッケージ 3.PCインターネット 4.携帯向けコンテンツ 5.その他()

(5) 制作コンテンツに占めるデジタルコンテンツ(アナログ以外)の割合.....約 %

(6) 事業の性格 (1つに○印)

- 1.独立型 2.特定企業からの受注型 3.特定企業からの2次受注型 4.その他()

(7) 主な受注先 (各項目について、最も該当するものに◎印, 次に該当するものに○印)

- (所在地).....1.市内 2.京都府下 3.大阪府 4.その他近畿圏 5.東京都 6.その他国内() 7.海外
(業 種).....1.広告代理業 2.放送業 3.通信業 4.出版業 5.官公庁 6.同業他社 7.その他()

(8) 主な発注先 (各項目について、最も該当するものに◎印, 次に該当するものに○印)

- (所在地).....1.市内 2.京都府下 3.大阪府 4.その他近畿圏 5.東京都 6.その他国内() 7.海外
(業 種).....1.広告代理業 2.放送業 3.通信業 4.出版業 5.官公庁 6.同業他社 7.その他()

(9) 加盟・入会している業界団体等

1. ある (団体名称:) 2. ない

2. 貴社の事業活動の現状と経営課題

—ここからは、貴社の事業活動の現状や課題についておうかがいします。

問3 ここ3年の貴社の業績はいかがですか。(各項目について、1つに○印)

- (売上高の推移について) 1.良くなっている 2.横ばい傾向にある 3.悪くなっている
(経常利益の推移について) 1.良くなっている 2.横ばい傾向にある 3.悪くなっている

ここ3年の業績に対する自己評価:

問4 貴社の経営課題は何だとお考えですか。(該当するもの3つまでに○印, うち最も該当するものに◎印)

- 1.人材の確保・育成 2.製品・サービスの独自性 3.技術開発力 4.情報収集力 5.資金力
6.設備力 7.取引・販売力 8.PR・宣伝力 9.その他()

問5 同業他社に比べての貴社の強みは何だとお考えですか。

問6 京都で事業を行うメリットは何だとお考えですか。(該当するもの3つまでに○印, うち最も該当するものに◎印)

- 1.受注先がある 2.発注先がある 3.協働できる同業者がある 4.人材・労働力が確保しやすい
5.通信インフラが整っている 6.交通アクセスが良い 7.人口がある程度集積している
8.学術研究機関が集積している 9.家賃が安い 10.都市ブランド 11.暮らしやすい
12.その他()

問7 京都で事業を行うデメリットは何だとお考えですか。(該当するもの3つまでに○印, うち最も該当するものに◎印)

- 1.受注先がない 2.発注先がない 3.協働できる同業者がない 4.人材・労働力が確保できない
5.交通アクセスが悪い 6.受注先やマーケットから遠い 7.家賃・地価が高い
8.行政の支援が不十分 9.産学協同体制が未整備 10.その他()

問8 貴社の今後の見通しをどのようにお考えですか。(1つに○印)

- 1.良くなると思う 2.横ばいだと思う 3.悪くなると思う 4.わからない

そう考える理由:

3. 今後の事業展開意向

—ここからは、貴社の今後の事業展開の方向等についておうかがいします。

問9 今後、新たに進出するなど、積極的に事業展開を図りたいコンテンツの種類は何ですか。

(該当するものすべてに○印)

- 1.娯楽・エンターテインメント系 2.生活・ライフスタイル系 3.コミュニケーション系 4.ショッピング系 5.ビジネス系
6.教育系 7.学術系 8.芸術文化・伝統文化系 9.記録・保存系 10.その他()

問10 また、今後新たに進出するなど、積極的に事業展開を図りたい媒体は何ですか。

(最も該当するもの1つに◎印, 次に該当するもの1つに○印)

- 1.放送系 2.PCインターネット系 3.パッケージ系 4.携帯向け 5.その他()

問11 取引関係・売上構成等に関しては、今後どのような意向をお持ちですか。(1つに○印)

- 1.エンドユーザーへの販売を強化したい 2.主要顧客との結びつきを強化したい
3.特定顧客への依存度を低め顧客を拡大したい 4.その他()

問12 国内で積極的に事業展開していきたい地域はありますか。(1つに○印)

1. ある (⇒副問にお答えください) 2. ない (⇒問13へお進みください)

副問 その場所はどこですか。(該当するものすべてに○印)

1. 京都府 2. 大阪府 3. 其他関西圏 4. 中部圏 5. 東京圏 6. その他()

問13 今後、事業所を移転される予定はありますか。(1つに○印)

1. ある (⇒副問にお答えください) 2. ない (⇒問14へお進みください)

副問① 移転先はどこですか。(該当するものすべてに○印)

1. 市内 2. 京都府下 3. 大阪府 4. 其他関西圏 5. 中部圏 6. 東京圏 7. その他()

副問② 移転される理由は何ですか。(該当するものすべてに○印)

1. 受注先がある 2. 発注先がある 3. 同業者が集積している 4. 環境・設備が充実している
5. 情報が充実している 6. 資金調達が至便である 7. 行政の優遇策がある
8. その他()

問14 現在、海外進出をしていますか。もしくは、今後進出の予定・計画はありますか。(1つに○印)

1. 進出している (⇒副問にお答えください) 2. 進出していないが、予定・計画がある (⇒副問にお答えください)
3. 進出していないし、予定・計画もない (⇒問15へお進みください)

副問① 海外進出の理由は何ですか。(該当するものすべてに○印)

1. 支社・営業所等の設立 2. 海外企業との共同事業の実施 3. 海外企業との提携
4. 海外企業への発注 5. その他()

副問② 進出先の地域はどこですか。(該当するものすべてに○印)

1. 中国 2. 韓国 3. 其他アジア 4. アメリカ 5. ヨーロッパ 6. その他()

4. 行政等に対する要望

—最後に、京都市や国など行政等に対する要望についておうかがいします。

問15 京都市や国に期待することは何ですか。(該当するもの3つまでに○印)

1. 総合的拠点機能の整備 2. インキュベーション施設の提供・賃料助成 3. 人材発掘・育成支援
4. マッチング支援(ビジネスフェアなど) 5. 知的財産保護 6. ネットワーク化支援
7. 交流機会の創出(全国・海外へ発信するイベント開催) 8. 行政からの発注
9. 財政的支援・優遇(融資・助成金・税の減免など) 10. 規制緩和 11. 大学等との連携支援
12. その他()

問16 その他、行政に対する要望やコンテンツ産業の現状等について自由にお書きください。

◇お差支えなければ、ご回答いただいた方のお名前・ご連絡先をご記入ください。

お名前 _____ 御所属 _____

電話 _____ Fax _____ E-mail _____

ご協力ありがとうございました。