

京都市コンテンツビジネス研究会報告書(案)概要

コンテンツ産業振興における現状と課題等

我が国における状況

<現状>

・「新成長戦略(基本方針)」(H21.12.30 閣議決定)で取り上げられる

戦略が掲げる6つ柱の一つにおいて、拡大したアジア市場に対して日本のコンテンツ等を対外発信し、日本のブランド力の向上等につなげることが盛り込まれた。

・「コンテンツ産業の成長戦略に関する研究会」の発足(H22.1)

戦略でコンテンツの対外発信が取り上げられたことを踏まえ、コンテンツ産業の道程として、2020年の目標提示とその実現のための課題と対応を整理し、その実行につなげる。

・コンテンツ産業の市場規模

2008年の市場規模は、13兆8,283億円(「デジタルコンテンツ白書2009」)。また、市場予測は2015(H27)年において18.7兆円(「新経済成長戦略(H18.6)」)である。

<課題>

・海外市場の拡大(海外市場比率は米国17%に対し、日本3~4%であり、日本のコンテンツは国内需要に依存している(「デジタルコンテンツ白書2009」))

・ビジネス・プロデューサーの育成(コンテンツ分野ごとに違う役割や会計等全般的な知識・経験を持つ人材が不足。(「映像・コンテンツビジネスモデル研究会報告書(H21.7)」))

京都市における状況

<現状>

(1)京都市のコンテンツ産業のポテンシャル

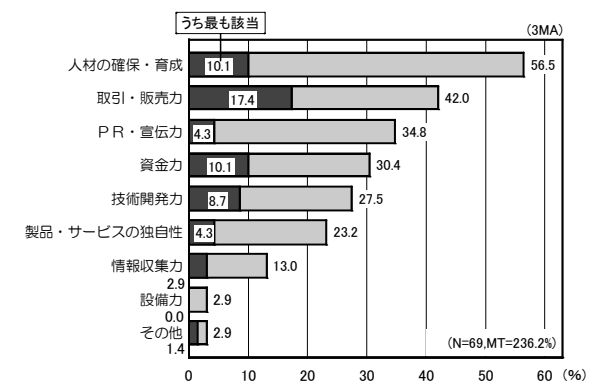
- ・マンガ・アニメ、映画、ゲームから文化芸術、伝統産業に至る豊富な地域資源の存在
- ・コンテンツ系大学等の人材育成機関の集積
- ・産学公連携による先進的な研究開発の推進

(2)京都市のコンテンツ産業規模

- ・コンテンツ系企業 約570社、従業者数は約1万人規模(H18事業所・企業統計調査報告より)

<課題>

企業の経営課題:「人材の確保・育成」、「取引・販売力」、「PR・宣伝力」を特に重要な課題と認識(市内コンテンツ関連企業実態調査(H21.1)より)



—京都が有する豊富な地域資源—

【マンガ・アニメ】

- 京都国際マンガミュージアムの開設(H18.11)(国際マンガサミット京都大会(H20.9))

【映画】

- 撮影所(東映、松竹)、太秦映画村(京都映画祭、太秦シネマフェスティバル)

【ゲーム】

- ゲーム産業の先駆け、世界的な市場を持つ企業
- ソフト開発企業、携帯電話へのゲーム配信企業等

【文化芸術・伝統産業など】

- 歴史都市、文化首都(茶道・華道・能・狂言など)
- 観光都市、ものづくり都市(伝統産業と先端産業)

クロスメディア展開

KYOTO CMEX 2009の開催(H21.9~10)

「京都力」を活かした新たなコンテンツ産業の創出

<期待される効果>

- ◎京都の産業基盤の強化と経済の活性化
- ◎更なるコンテンツ産業分野の経済波及効果

取り組むべきコンテンツ産業振興施策

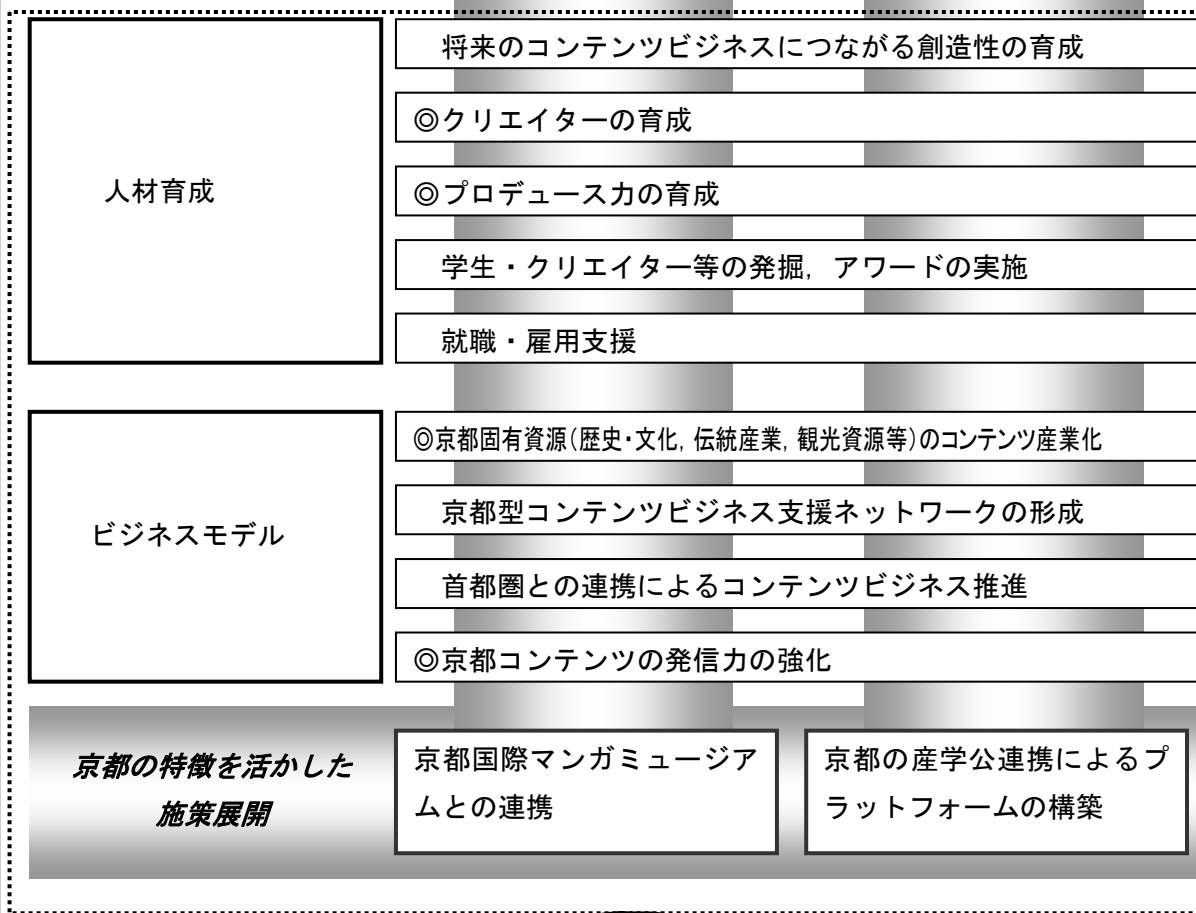
◆京都市コンテンツビジネス研究会における検討

研究会・分科会における主な意見

- コンテンツビジネスにおいては、マネジメントができ且つ斬新な発想を持ったクリエイター、プロデューサー等の人材が重要な鍵
- 京都の歴史・文化、伝統産業等のコンテンツ活用、クロスメディア化と流通の促進
- 京都のコンテンツの発信力を高める国内外への情報発信拠点と大規模イベントの開催
- 京都の強みであるコンテンツ系大学の集積、産学公連携を活かした人材育成や産業の創出

◆振興施策

(◎は重点項目)



- 京都映画文化会議
- 京都映画祭
- 京都市フィルム・オフィス
- 太秦シネマフェスティバル
- 京都若手才能育成ラボ
- 映画・映像企画市

「京都力」を活かしたコンテンツ新産業の発展

取り組むべきコンテンツ産業振興施策

★…取組として想定される例

人材育成

振興施策

■将来のコンテンツビジネスにつながる創造性の育成

- ①子どもからの成長段階に応じた能力開発
(★小中学生を対象としたCGアニメ教室)
- ②アニメやマンガを活用したプレゼンテーション能力(スキル)の育成
(★表現力・創作力養成ワークショップ)
- ③産業界等と連携した次世代教育活動との連携
(★京都教育懇話会等との連携)

■クリエイターの育成 **重点項目**

- ①企画力・商品開発力を持ったクリエイターの育成
(★クリエイターを対象としたビジネスマネジメント講座)
- ②クロスメディア展開を促進する異分野クリエイターの交流
(★異分野クリエイター交流会)

■プロデュース力の育成 **重点項目**

- ①新しいビジネス展開を切り開くプロデュース人材の発掘・育成
(★発想力・プロデュース力養成講座)
- ②プロデュース人材ネットワークの形成
(★プロデューサーをめざす人材の交流会)

■学生・クリエイター等の発掘、アワードの実施

- ①コンテンツ系作品コンテスト
(★CGアニメ、マンガ、ゲーム、映画・映像作品のコンテスト)
- ②幅広い作品発表機会の提供
(★ネット上での優秀作品等の発信)

■就職・雇用支援

- ①京都の学生の京都企業への就職促進・支援
(★就職を視野に入れたコンテンツ系企業へのインターンシップ)

ビジネスモデル

振興施策

■京都固有資源(歴史・文化、伝統産業、観光資源等)のコンテンツ産業化 **重点項目**

- ①京都固有資源(歴史・文化、伝統産業、観光資源等)のコンテンツ活用と流通促進
(★京都のオリジナルコンテンツを利用した課金ビジネスの検証)
★京都固有資源とマンガ・アニメ等との融合によるニュービジネス創出支援
★京都の固有資源のマンガ・アニメ、映画、ゲーム等を活用した情報発信)
- ②地域限定情報、観光情報等の発信
(★スポットワンセグ等の新しい流通メディアを活用した情報発信)

■京都型コンテンツビジネス支援ネットワークの形成

- ①コンテンツ制作支援ネットワークの形成
(★さまざまな制作ニーズに対応するクリエイターのコンテンツ制作支援ネットワーク形成)
- ②企業支援を行う既存のコーディネーターとの連携によるコンテンツ系企業支援
(★未来創造型企業支援プロジェクト等のコーディネーター活用による支援)

■首都圏との連携によるコンテンツビジネス推進

- ①首都圏における京都のコンテンツ関連情報の発信
(★京都館、東京事務所等を活用した京都のコンテンツ及び企業のプロモーション)
- ②プロデューサー等の招聘によるビジネスマッチング支援
(★プロデューサー等の招聘による講演会、セミナー、ビジネスマッチング会の開催)

■京都コンテンツの発信力の強化 **重点項目**

- ①国内外から注目されるコンテンツイベントの開催
(★KYOTO CMEX の開催、コ・フェスタ、CrIS 関西、京都映画祭との連携)
- ②拠点施設からの効果的な情報発信
(★京都国際マンガミュージアムを拠点とした情報発信)

京都の特徴を活かした施策展開

● 京都国際マンガミュージアムとの連携

①人材育成

- ★表現力・創作力養成ワークショップ(小中高校生を対象)
- ★ビジネスマネジメント講座(若手クリエイターを対象)
- ★インキュベート機能の設置(クリエイター人材の育成・交流)

②新産業創出

- ★マンガコンテンツの商業利用促進による新規事業展開
- ★ICT、ゲーム、映画・映像などのコンテンツ制作にかかわる中小・ベンチャー企業の技術開発(実証実験等)の支援
- ★新製品のプレスリリース等、行政と一体となった情報発信



京都国際マンガミュージアム

収蔵資料数は 30 万点、年間入館者約 28 万人のうち 1 割超が海外からの来訪者



● 京都の産学公連携によるプラットフォームの構築

①コンテンツ系大学等の連携

- ★コンテンツ系の他大学科目が受講可能な制度の創設
人材育成講座、共通カリキュラム(例:創作力養成講座など)
- ★学生作品発表会・学生交流会等
- ★コンテンツ系企業へのインターンシップ

②オール京都によるクロスメディア産業振興のための組織設立

- ★京都の産学公が取り組むコンテンツ関連事業の連携の促進
- ★オール京都による一元的な情報発信

市内の主なコンテンツ系の大学・学部等

- 京都大学学術情報メディアセンター
- 立命館大学映像学部
- 京都造形芸術大学映画学科
- 京都嵯峨芸術大学メディアデザイン学科
- 京都精華大学マンガ学部
- 京都工芸繊維大学デザイン経営工学課程
- 京都市立芸術大学美術学部デザイン科
- 京都情報大学院大学
- 京都コンピュータ学院

上記コンテンツ系学部等在学 生数 約3千人

