




京都市コンテンツ産業振興調査事業

京都市コンテンツビジネス研究会 第1回資料

平成20年12月11日(木)

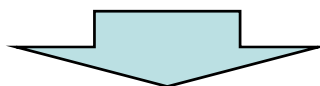
京都市産業観光局商工部産学連携推進課

京都におけるコンテンツ関連の状況

<p>マンガ・アニメ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○マンガの原点となる鳥獣戯画絵巻が京都で誕生 ○「京都国際マンガミュージアム」の開設(18年11月)・運営 (元龍池小学校跡地, 約30万点のマンガ資料, 入場者数 50万人突破) ○第9回国際マンガサミット京都大会の開催(20年9月) 	
<p>映画</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○日本で初めて映像を公開試写実験 ○劇映画「本能寺合戦」が100年前に京都で撮影 ○撮影所(東映, 松竹), 東映太秦映画村等の資源 ○京都映画祭, 京都国際学生映画祭, 京都太秦シネマフェスティバル等の開催 	
<p>ゲーム</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ゲーム産業の先駆けとなり, 世界的な市場を持つ企業の存在 ○ソフト開発企業, 携帯電話を活用したゲーム配信企業等も存在 	
<p>文化芸術・ 伝統産業など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○歴史都市(全国の国宝の20%, 重要文化財の15%が京都に) ○文化首都(茶道・華道・能・狂言・香道など) ○観光都市(年間 5千万人の観光客) ○ものづくり都市(伝統産業から先端産業, そして融合) 	

京都におけるコンテンツ関連の状況(大学, 専門学校)

大学のまち・学生のまち京都 (37の大学・短期大学, 人口の1割が学生)



学校名	学部・学科・コース名	備考
京都市立芸術大学	芸術学部(デザイン学科, 美術科)	95名
京都嵯峨芸術大学	芸術学部(メディアデザイン学科)	2001年・50名
京都精華大学	マンガ学部(マンガ学科, アニメーション学科, マンガプロデュース学科)	2006年・200名
京都造形芸術大学	芸術学部(映画学科, キャラクターデザイン学科, 情報デザイン学科)	2007年再編・230名
花園大学	文学部(創造表現学科)	2008年: 60名
立命館大学	映像学部	2007年・150名
京都大学	情報学術メディアセンター	
YIC京都工科専門学校	まんがイラスト科	募集数: 40名
京都コンピュータ学院	芸術情報学科, ゲーム学科	募集数: 各40名, 4年制
京都芸術デザイン専門学校	クリエイティブデザイン学科	
大原簿記法律専門学校京都校	ゲームクリエイターコース	2009年新設: 2年制

* 資料: 旺文社パスナビ, リクルート進学ネットなど

コンテンツ産業振興調査事業

京都の都市特性
を最大限に活用

伝統文化・芸能が脈々と生き続け、宗教文化とあいまった重層的な精神文化
古き良きものを大切にしながら、新しいものを採り入れ融合させる進取の気風

未来の京都まちづくり
マニフェスト

未来への可能性を秘めるコンテンツ新産業の創出

京都国際マンガミュージアムを核として、マンガ・CG・アニメなどコンテンツ
新産業の創出に産学公連携で取り組みます。

コンテンツ産業振興調査事業(20~21年度)

京都市コンテンツビジネス研究会

京都の強みをいかしたコンテンツ産業の発展可能性を
検証し、コンテンツ産業振興施策を検討するため設置

実態調査

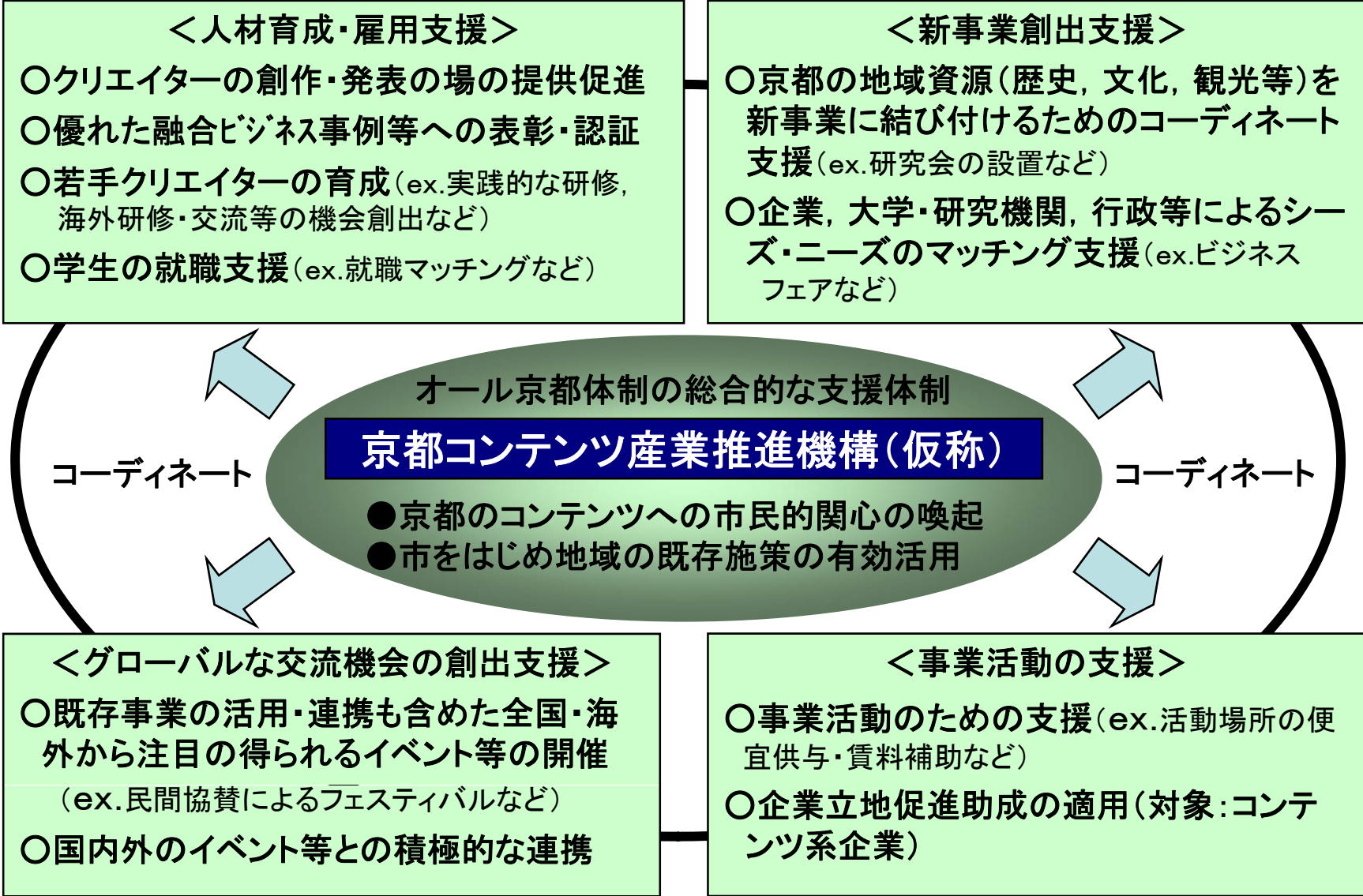
京都のコンテンツ関連企業の概要、今後の動向、業
務上の課題・要望等を把握するため実施

「京都力」をいかしたコンテンツ産業の振興施策をとりまとめていく。
様々な分野の壁を乗り越えた新たな事業展開の可能性を模索していく。

コンテンツビジネス研究会における検討課題等

検討の視点	<ul style="list-style-type: none"> ○分野を横断する「融合」の視点 個別分野の領域を超えた視点から, 更には, 文化, 観光といった側面から ○グローバルな視点 全国・海外のマーケット動向を見据えて ○企業活動の現場からの視点 コンテンツが制作・展開される現場の意見の汲み取り
検討課題	<ul style="list-style-type: none"> ○京都には多くの資源があるが, 十分いかしていく必要がある。 ○京都には多くの人材が育成されているが, 十分いかしていく必要がある。 ○行政, 産業界, 大学等がそれぞれの役割のもと, 京都市がどのように取り組んでいくべきか。
スケジュール	<p>平成20年12月 京都市コンテンツビジネス研究会の設置・開催 平成20年度は, 3回開催(予定)</p> <p>平成21年1月 コンテンツ関連企業へのアンケート調査・ヒアリング</p> <p>平成21年度 京都市コンテンツビジネス研究会を継続開催 (～平成22年3月)</p> <p style="text-align: center;">コンテンツ産業発展に向けた施策の取りまとめ (順次施策を実施)</p>

京都のコンテンツ産業振興施策のイメージ(案)

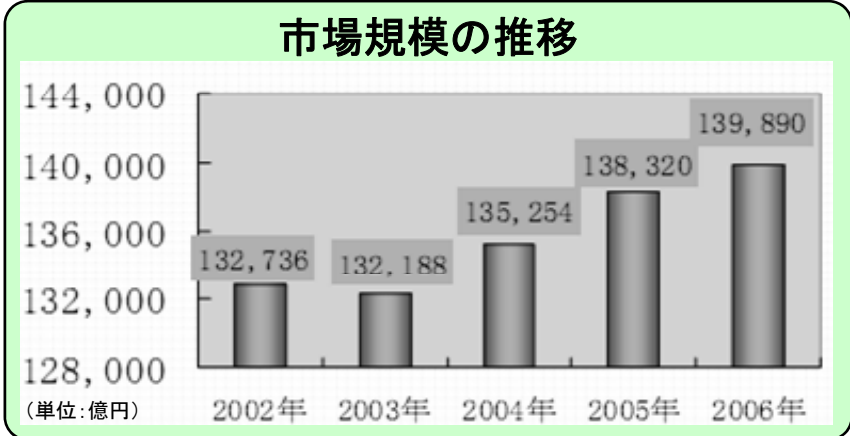


実態調査(案)の概要

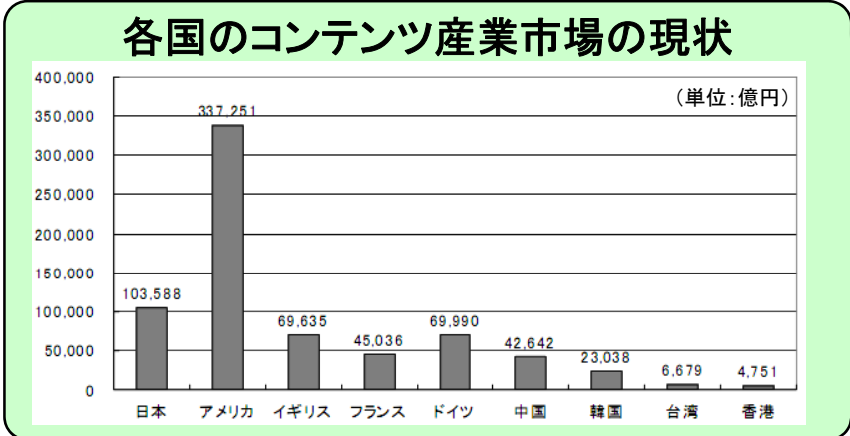
目 的	京都のコンテンツ関連企業の概要, 今後の動向, 業務上の課題・要望等を把握するため実施
対象者	京都市内に所在するコンテンツ制作, インターネット関連サービスの事業所など (300~400社)
調査項目	<p>(1) 企業概要・基本情報 名称, 所在地, 設立年・経緯, 資本金, 売上高, 従業員数, 採用状況, 業務内容, 主要業務, コンテンツのジャンル, 事業の性格, 取引先, 所属・入会団体など</p> <p>(2) 事業活動の現状と経営課題・今後の事業展開の意向 ここ3年の業績・今後の見通し, 同業他社に比べた強み, 京都で事業を行うメリット・デメリット, 経営課題, 今後の事業展開 (事業展開の媒体, 地域, 海外進出の計画)</p> <p>(3) 京都市や国など行政等に対する要望</p>
調査期間	平成21年1月5日(月)から1月26日(月)まで
ヒアリング調査	アンケート調査の回答企業の中から10社程度を選抜し深堀

* 調査に当たっては, (財)京都高度技術研究所, (株)シー・ディー・アイと連携し実施

コンテンツ産業の現状



(資料) 経済産業省「コンテンツ産業強化」施策の実施状況(2008.8)



(資料) 株式会社ヒューマンメディア「日本と世界のコンテンツ市場データベース2008」

コンテンツの創造、保護及び活用に関する法律(平成16年制定)

コンテンツが ①国民の生活に豊かさと潤いを与えるものであり
②我が国の文化等に対する理解の増進に資するものである
コンテンツ事業が将来にて成長発展が期待される分野の事業であることから
経済社会の活力の向上及び持続的な発展に寄与することを基本

●文化芸術の振興に関する基本的な方針(第2次方針)(19年2月)

アニメ、マンガ、音楽等の「ジャパン・クール」と呼ばれる分野も文化発信の上で大きな役割を担っており、メディア芸術などの新しい文化芸術の国際的な拠点を形成することも検討する必要がある。

●観光立国推進戦略会議報告書(16年11月)

【提言14】地域は、日本人のポップカルチャーや精神生活を代表するような素材(アニメ、回転寿司、マグロのせり、禅、武道、相撲、映画ロケ地、祭り等)を体験できる環境づくり・受入れ態勢づくりに努力する。

●知的財産推進計画(16年～)

コンテンツの創造、保護及び活用を図ることも重要として各種施策を提示

●新経済成長戦略(18年6月)

我が国コンテンツ産業は、高い経済的波及効果をもつのみならず、海外への日本文化の発信の観点からも極めて重要な産業である。

- 市場規模 約13.6兆円→約18.7兆円
- 雇用規模 約185万人→約200万人
- * 数値は2015年目標

- ◆JAPAN国際コンテンツフェスティバル
- ◆CrIS関西