

2024 年 4 月 17 日

## 官民連携によるコンテンツ産業活性化戦略

日本総合研究所 翁百合

○わが国のコンテンツ産業は、海外市場を活路として付加価値を増加させ、日本のリーディング産業として競争力を高めるポテンシャルがある。日本のアニメ、家庭用ゲームなどは現状国際競争力を有している一方、映画、テレビなどの分野は、コンテンツ自体の魅力は大きいにもかかわらず、Netflix といった新しいビジネスモデルに押され、また音楽も音楽ソフト（CD）中心の配信でデジタル化に遅れ気味である。日本のコンテンツ産業全体が、デジタル化に対応し、クリエイターなど個人の創造性が発揮しやすく、より稼げるビジネスモデルに変わる必要。

○コンテンツ産業の発展、競争力のカギは、次世代を担うクリエイター（制作者、アーティスト等）の創造性。若手人材の賃金も含めた待遇改善、能力向上支援が課題。近年のコンテンツ市場のトレンドを踏まえれば、デジタルクリエイターや海外展開を目指すクリエイターの育成支援は重要。

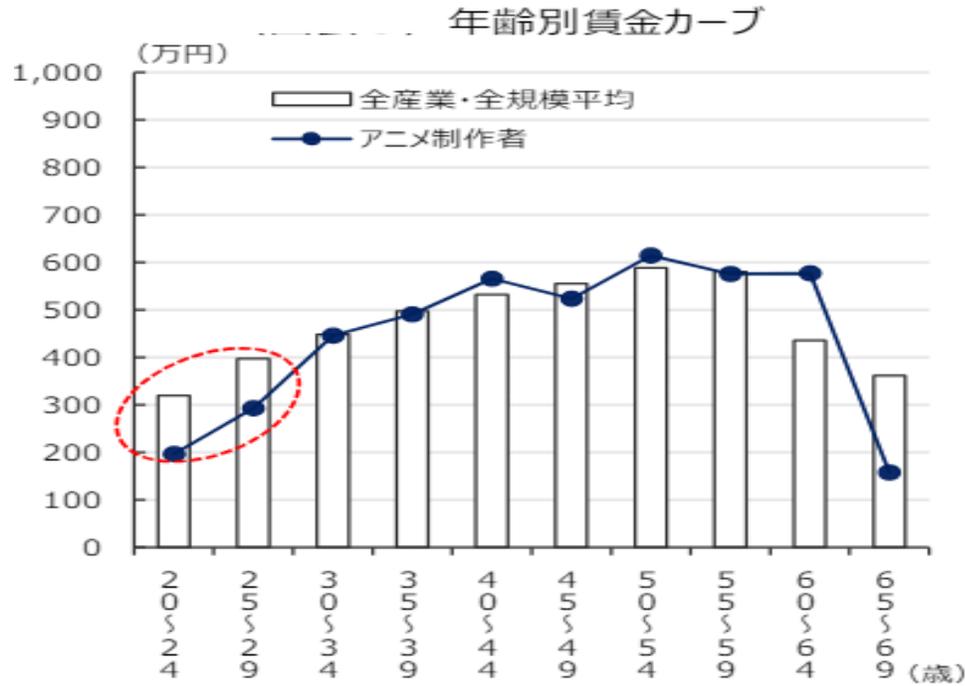
○グローバルに通用する作品の制作資金を確保し、クリエイター等個人の報酬を引き上げるには、制作会社に不利になっている取引条件を改善し、制作会社に収益が還元される必要。

ーたとえばアニメーターの場合は、p2 の通り若年層（20 代）の賃金は低く、待遇改善が課題。技術・職能の取得機会は制作会社への所属で得られるとの調査結果は、フリーランスなどの技術力向上の機会が限られていることも示唆。一方、売上に占めるアニメ制作会社への配分は p3 の通り著しく低く（国内売上の 16%、海外売上の 6%）、制作会社は制作資金や賃上げ原資を確保できていない可能性。

○コンテンツ産業の各業界で、クリエイターやアーティスト等が働きやすい環境を作るためには、競争政策の観点から取引慣行の実態を調査し、その適正化を図るべき。また、制作会社と流通業者等との取引実態も調査の上、制作会社への専門家による契約時の支援などの必要な対応を図り、取引適正化を実現すべき。

以上

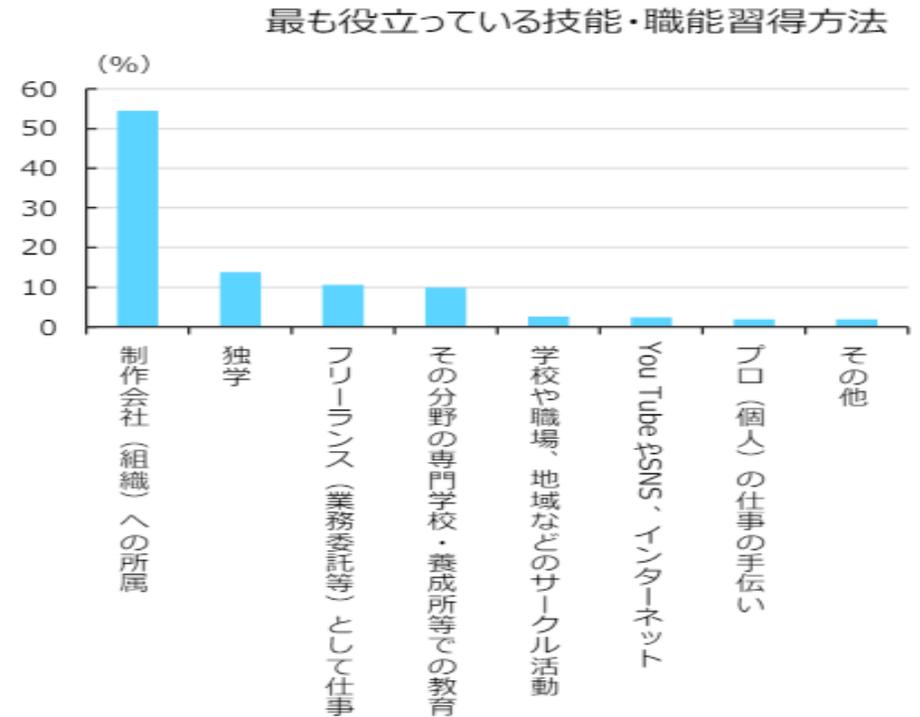
# アニメーターの年齢別賃金動向と技能習得方法に関するアンケート調査結果



(資料) 一般社団法人日本アニメーター演出協会 (2023)、厚労省を基に日本総研作成

(注) 2022年調査。全産業・全規模平均は一般労働者が対象。

若年層(20代)のアニメ制作者の賃金が高産業比低く、課題



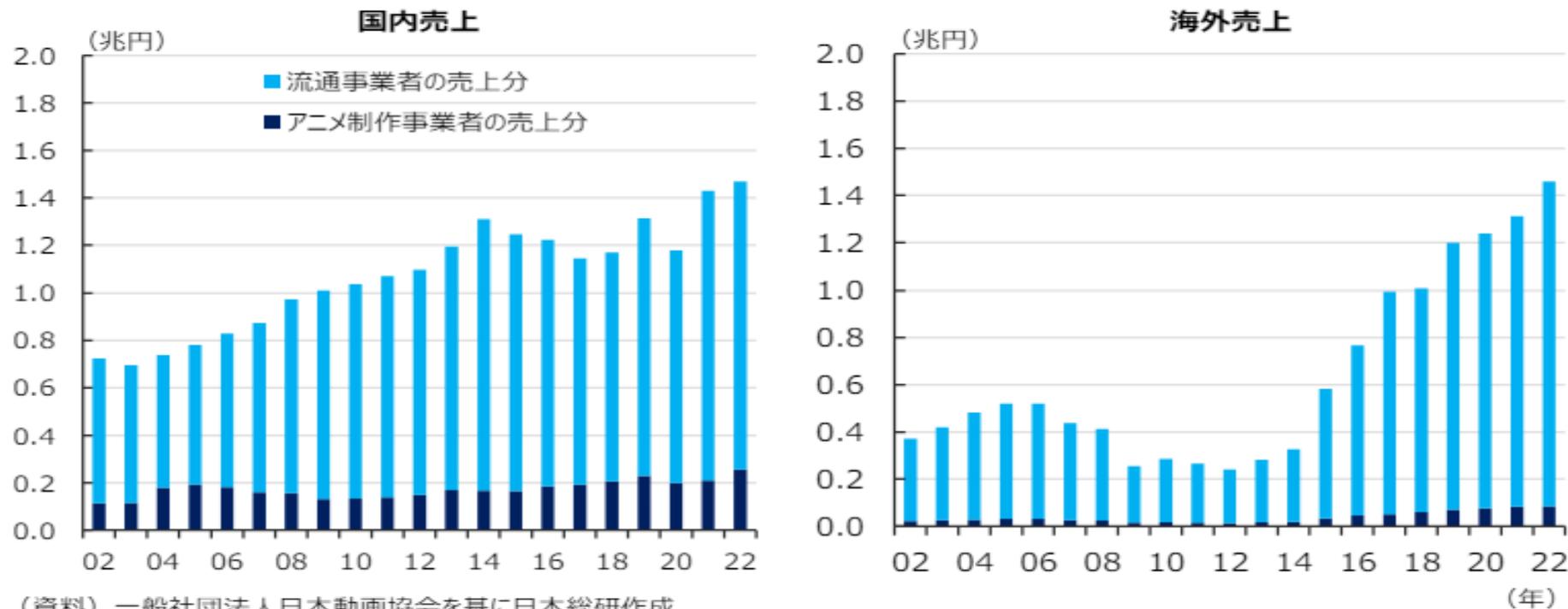
(資料) 一般社団法人日本アニメーター演出協会

(注) 2023年調査。サンプル数は424。選択項目は要約した。

アニメ制作者は制作会社の所属によって技能・職能を取得フリーランスの習得機会が少ない

# アニメーターの賃金原資を確保するには：制作会社の厳しい経営の背景

わが国アニメ市場におけるアニメ制作会社への配分



アニメ制作会社は国内売上の16%、海外売上の6%しか配分を受けられていない