



「世界における日本発コンテンツのプレゼンスを持続的に拡大する」

目指す
方向性

- コンテンツ産業（マンガ、アニメ、ゲーム、実写映画・ドラマ、音楽等）を基幹産業として育成する
- 国内外から優秀なクリエイターが集い育ち競い合うことで日本を**世界のコンテンツの発信地**とする
- クリエイターの**IP創造を起点とした好循環**（制作力強化→海外展開→産業の成長→還元）を確立する
- 「**コンテンツ界の大谷翔平選手**」のような世界的なトップの存在となるIPや人物を次々生み出す
- **生成AIの急速な進化に対応**し、クリエイター育成等により競争力の維持・強化を図る

参考
KPI

日本発コンテンツの海外市場規模 4.5兆円（2021年）→ 15～20兆円（2033年）

戦略と
推進体制

1. 精緻な分析と明確な目標の下での**長期的なコンテンツ戦略推進**
2. 一元的な推進体制の整備・強化（**司令塔機能**）、海外戦略チームの組成
3. **関連予算の大幅拡充（2,000億円規模）**等による**支援施策の抜本的強化**



共通施策

1. 教育機能強化によるクリエイター等の**人材育成・確保**
2. 将来有望な人材や海外展開等の**挑戦に対する支援強化**
3. 制作の**DX**推進支援による生産性向上・**生成AI**への対応
4. **海賊版対策（政府間交渉強化等）**や著作権保護の徹底
5. 海外**情報収集・共有体制**構築とインテリジェンス強化
6. 翻訳者育成や翻訳費用助成など**ローカライズ**への支援
7. 重点IP等の海外向け**プロモーション**に対する支援強化
8. 日本コンテンツを象徴する**国内拠点**や**海外拠点**の形成
9. 商品化や多様な産業間の連携

なぜコンテンツが重要かコンテンツは 日本経済を牽引する
基幹産業・成長産業・Well-being産業

- コンテンツは、人間が0から創造し、想像力によってその価値を無限大（∞）に広げていく。
資源を持たない日本においては、この人間の想像力と創造力こそが最大の資源。
- 世界のコンテンツ市場は急成長。これまで日本は世界に誇る優れたIPを創出し海外売上も増大。
デジタル赤字等が問題視される中、外貨を稼ぐ産業としても期待。
- 日本のブランド価値向上、ソフトパワーとして経済安全保障の強化にも貢献。
- 国内消費が停滞する中、「推し活」等は活況であり消費活性化の起爆剤となり得る。
- 国民の生活に多様な楽しみと活力、大きな感動をもたらす。
ファン同士のコミュニティ形成により社会的な連帯感の形成にも寄与。

コンテンツ産業の現在地と将来像

具体的課題・施策 (戦略と推進体制)

具体的課題・施策 (分野共通)

具体的課題・施策 (分野別)

