

経済産業省のコンテンツ関連施策と エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会について

令和7年2月13日

経済産業省 商務・サービスグループ

経産省のクリエイター・コンテンツ産業関連の予算

- 令和6年度補正予算では、海外展開に係る単年で事業者支援と海賊版の重点対策、海外支援拠点強化を実施。このうち基金で長期間を要する制作の支援。
- 令和7年度当初予算案では、国が主催する国家レベルのイベント（映画祭支援）や海賊版対策など民間が進出しやすい環境整備を実施。

25億

基金

① クリエイターと海外市場を獲得するための戦略的支援（基金）

- 海外売上の拡大を図る事業者等について、長期間を要する企画開発・制作支援を行う。

70億

単年補正
(一般)

② クリエイターと海外市場を獲得するための戦略的支援（単年度）・クリエイターエンタメ構造改革

- 海外売上の拡大を図る事業者等について、翻訳・広報支援、デジタル化支援、ロケ誘致支援を行う。
- 海外展開のための構造の改革に資する取組への支援を行う。

③ クリエイター・エンタメ・スタートアップ事業

- 新たなIPを生み出し、次世代の業界を牽引するエンタメ・スタートアップの事業化支援を行う。従来の支援事業を「エンタメ・スタートアップ支援：創風」として強化。

④ 海賊版対策

- 特に損害が顕著なベトナムや欧州について重点的に対策を行うため、特別に重点化。

単年当初・補正
(交付金)

⑤ 海外支援拠点強化（JETRO）

- 米国、タイ、インドに設置した拠点を、欧州、上海、韓国、ブラジル等に拡張。

7.1億

単年当初
(一般)

⑥ コンテンツ海外展開促進事業

- 海賊版サイトの特定や国際機関等との連携等を行いサイトの摘発などを実施。
- 国際映画祭や政府・民間を含めた商談の場を設け、民間が進出しやすい環境整備を行う。

①・② クリエイター事業者支援事業 (海外展開促進)

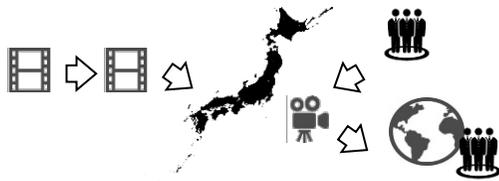
我が国のコンテンツ産業の海外展開を促進するべく、次世代ビジネス環境に対応したコンテンツの創出や海外展開の事例創出、環境整備等の支援を行うことを目的とします。

国内映像制作・ロケ誘致支援

(1) 国内映像制作支援 (一部基金)

- ▶ ピッチ映像制作等の支援を通じ、①コンテンツ制作への外部資金流入の確立、②企画・開発から対外発信まで行える人材の育成・輩出を促進。
- ▶ 映像制作のサプライチェーンに応じた、段階的な支援策を実施。具体には、グローバル市場に展開できる高品質な映像作品に対する制作費の支援等を行い、競争力の抜本的強化を図る。
- ▶ 長期間要する制作等について基金にて支援。

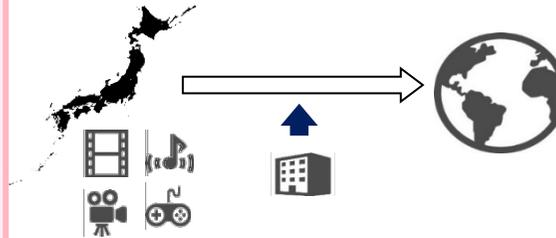
(2) ロケ誘致支援



- ▶ 国内の映像産業の振興を図る観点から、海外制作会社による国内での映像制作を促進するインセンティブ支援を実施。
- ▶ 特に、VFX・3DCG加工等のポストプロダクションの国内振興に向けて、海外製作者へのインセンティブ付与においてもこの点を意識し、デジタルコンテンツ制作に係る産業集積を創出。

海外展開支援

(1) ローカライズ・プロモーション支援



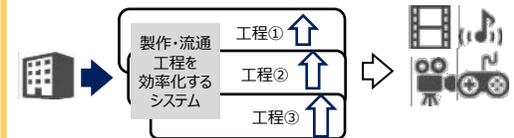
- ▶ コンテンツが主体となり、海外展開を行う際のローカライズやプロモーションを行う事業者に対して当該経費を支援。
- ▶ 日本発コンテンツの海外展開を促進し、「日本ブームの創出」を通じた関連産業の海外展開の拡大や訪日外国人等の促進につなげる。
- ▶ 単独ではなく複数社がまとめて出展等行う場合はジャパンパビリオン枠として支援。

デジタル化・構造改革支援

(1) コンテンツ産業のデジタル化支援

- ▶ デジタル・ボーダレスな世界でのコンテンツ産業における新たなマネタイズ・収益化手法の構築を促進すべく、次世代デジタル環境 (Web3.0、仮想空間、AI等の技術) を活用した新たな取組等といった、前向きな取組を支援。

(2) コンテンツの流通構造改革支援



- ▶ コンテンツ産業が持続的に発展するエコシステムを構築するため、コンテンツ制作・流通工程の効率化に資するシステムの開発・実証及び業界内への普及を促進する。

① - 1・② - 1 国内映像制作支援（プリプロダクション）

- 事業者がグローバル市場に展開できる高品質な映像制作に向けて、多様な資金調達やパートナー獲得、クオリティの高い企画・脚本等の開発、コンテンツIPの権利処理等に要する費用を補助。
- 制作に長期間を要する作品等については基金にて支援。

<対象となる事業>

- 本格的制作のための、企画書・シナリオ・ピッチ映像等を制作する事業であること
- コンテンツIP活用を容易とするための権利処理を行う事業であること

<補助率・上限>

- 補助率2分の1
- 補助上限1,000万円

<対象となる経費>

- 企画開発に関する費用
 - 映像制作費（例：プロモーション映像制作費等）
 - 脚本費、絵コンテ費、企画書作成費、渡航費 等
- コンテンツIP権利処理に関する費用
 - 専門家相談費用（例：契約書作成費等）
 - 権利クリアランス費用 等

<公募スケジュール>

- 2025年春頃募集開始予定

<支援実績> 日伊国際共同制作プロジェクト・長編映画「DOPPEL」

- 令和4年度補正予算において支援
- 日伊国際共同製作締結を目指し、ティザー映像の制作、脚本開発及び翻訳、日伊合意書作成等にかかる費用を補助。



（出典）VIPO JLOX採択実績より

<支援実績> 「ムゲンノキリコ（仮称）」のプロトタイプ開発

- 令和4年度補正予算において支援
- 本開発に向けた予算やパブリッシャー獲得を目指すため、プレイアブルなプロトタイプ制作費用を補助。



（出典）VIPO JLOX採択実績より

①－2・②－2 国内映像制作支援（プロダクション）

- ・ 事業者がグローバル市場に展開できる高品質な映像作品を制作する際に要する費用を補助。
- ・ 制作に長期間を要する作品等については基金にて支援。

<対象となる事業>

- ・ 海外展開を念頭に置いた、国内制作会社が行う映像作品制作の事業であること

<補助率・上限>

- ・ 補助率 2 分の 1
- ・ 補助上限 2 億円

<対象となる経費>

- ・ 実写、アニメ等のプロダクション・ポストプロダクションに関する費用
 - － 製作関係費（例：原作費、脚本費）
 - － 制作関係費（例：撮影費、ロケーション費、デザイン費、絵コンテ費） 等

<公募スケジュール>

- ・ 2025年春頃募集開始予定

<支援実績> 劇場用映画製作「室町無頼」

- ・ 令和4年度補正予算において支援
- ・ 最新のアクションと日本の伝統的な殺陣を融合を目指した作品の制作費を補助。



（出典）VIPO JLOX採択実績より

<支援実績> 「鬼滅の刃 ワールドツアー 2 (仮題)」の制作

- ・ 令和4年度補正予算において支援
- ・ 世界140以上の国と地域の映画館で上映し、世界に向けた幅広い展開を予定した作品の制作費を補助。



（出典）VIPO JLOX採択実績より

②－3 国内映像制作支援（ロケ誘致）

- ・ 海外映像制作者等による日本でのロケ撮影に係る制作費用を補助。
- ・ 国内映像制作人材の育成や地域振興、ツーリズム増加等を目的として実施。

<対象となる事業>

- ・ 海外制作会社等が国内で実施する映像作品制作（ロケ撮影等）の事業であること

<補助率・上限>

- ・ 補助率2分の1
- ・ 補助上限10億円

<対象となる経費>

- ・ 事業（ロケ撮影）期間内に発生する業務に対して、応募事業者自身が支出した経費
プロダクションに関する費用
－制作関係費、スタッフ・キャスト費等
ポストプロダクションに関する費用
－VFX編集費、録音費等

<公募スケジュール>

- ・ 2025年春頃募集開始予定

<支援実績> One Day（2025年公開予定）

令和4年度補正予算において支援

- ・ 北海道で80%以上の撮影となったインド映画の撮影費を補助。



（出典）VIPO JLOX採択実績より

<支援実績> Rental Family（原題） （2025以降公開予定）

令和5年度補正予算において支援

- ・ アメリカの劇場公開映画を補助。

② - 4 海外展開支援 (L&P)

- ・ 事業者がコンテンツの海外展開を行う際のローカライズやプロモーションに要する費用を補助。
- ・ これまでは、相手国の文化に合わせて一部映像を差し替える「カルチャライズ」は対象経費外としていたが、今年度より補助対象経費とする方向で調整中。

<対象となる事業>

- ・ コンテンツが主体となって海外展開を行う事業であること

<補助率・上限>

- ・ 補助率 2 分の 1
- ・ 補助上限 2,000 万円

<対象となる経費>

- ・ ローカライズに関する費用
- ・ 広報宣伝に関する費用
- ・ 出展・参加(オンライン開催を含む)に関する費用
- ・ 会場・施工(オンライン開催を含む)に関する費用
- ・ 海外渡航に関する費用
- ・ 事業運営に関する費用 等

<公募スケジュール>

- ・ 2025 年春頃募集開始予定

<支援実績> 「ドライブ・マイ・カー」 濱口竜介監督

- ・ 令和3年度補正予算において支援
- ・ カンヌ国際映画祭や米国アカデミー賞でのプロモーションを支援



(出典) VIPO JLOD採択実績より

<支援実績> 「ルパン三世」シリーズ中南米向けローカライズ

- ・ 令和4年度補正予算において支援
- ・ 中南米地域において、ルパン三世シリーズを展開・認知を促進すべく、5タイトルのスペイン語、ポルトガル語の吹替版を制作し、商談を実施



(出典) VIPO JLOX採択実績より

<支援実績> 「RUSH BALL in 台湾 on the ROAD」

- ・ 令和4年度補正予算において支援。台北Zepp New Taipeiでのライブイベントによる日本楽曲のプロモーション。Creepy NutsやSaucy Dogなどが出演。



(出典) VIPO JLOX採択実績より

②ー5 デジタル化・構造改革支援（デジタル化支援）

- 事業者がデジタル技術と組み合わせ、我が国発のIPやコンテンツを活用したビジネスモデルの高度化やマネタイズの多様化、コンテンツの新たな体験価値の提供に繋がる事業を補助。

<対象となる事業>

- 日本発IPやコンテンツの活用もしくはIPホルダー/クリエイターと連携し、ビジネスモデルの高度化等を行う事業であること

<補助率・上限>

- 補助率 2分の1
- 補助上限 1億円

<対象となる経費>

- システム構築に係る費用
 - －人件費
 - －外注費
 - －クラウドサービス利用費
- 事業開発費
 - －人件費
 - －外注費
 - －IPライセンスフィー
- 広告宣伝費
- 専門家経費
- 報告書作成費用 等

<公募スケジュール>

- 2025年春頃募集開始予定

<採択実績>株式会社オレンジ「emaqi」

- 令和5年度補正予算において支援。
- 日本のマンガの大量翻訳出版を実現する「漫画に特化した翻訳・ローカライズ支援ツール」を生成AI技術の活用により開発し、ローカライズした作品を世界中の人に広めるためのデジタル漫画配信ストア「emaqi」をローンチ。

<採択実績>ANYCOLOR株式会社

- 令和5年度補正予算において支援。
- オリジナルIPの「にじさんじ」（VTuber）を活用した新しい体験として、スマートフォンデバイスを用いたリアルタイムMR（Mixed Reality）実証ライブを実施。

②－6 デジタル化・構造改革支援（コンテンツ流通構造改革支援）

- コンテンツ制作における効率化やコンテンツ流通における構造改革・強化に資するシステムの開発や実証を行う事業を補助。

<対象となる事業>

以下のいずれかを満たす事業であること

- ① コンテンツ制作における効率化に資するシステムの開発・実証等の取組
- ② コンテンツ流通における構造改革・強化に資するシステムの開発・実証等の取組

<補助率・上限>

- 補助率 2 分の 1
- 補助上限 5,000 万円

<対象となる経費>

- システム構築費
 - － 技術導入費
 - － 社内人件費等
- 実証経費
 - － 社内人件費
 - － 専門家経費
 - － 技術・設備導入費等
- 報告書作成費用 等

<公募スケジュール>

- 2025 年春頃募集開始予定

<支援実績> 株式会社Preferred Networks

「NeRFおよび3D生成AIを活用したバーチャルプロダクションシステムの開発」

- 令和4年度補正予算において支援。
- 最先端の3D AI技術であるNeRF/Gaussian Splattingを使って3Dスキャンされたシーンをバーチャルプロダクションの背景として活用するためのシステムを開発。
- 3D化の精度・描画速度の向上と、映像制作プロセスの短縮に向けた開発を行うとともに、実際のバーチャルプロダクションスタジオ環境へのインテグレーションを実施。

<採択実績> 株式会社FANY 「お笑いコンテンツの海外展開PFにおける翻訳機能実装に向けた実証」

- 令和5年度補正予算において支援
- 漫才やコントなどお笑い特有の言い回しや表現をAIに学習させた「お笑い特化型」の多言語字幕生成システムの開発を行う。

③ クリエイター・エンタメ・スタートアップ事業

■事業趣旨・目的

- 日本の強みは、多様なクリエイターの存在。スタートアップ等として事業化するクリエイターに対して海外市場を獲得できるヒット作創出を目指し、「創風」において支援。
- ゲーム・映像・音楽・アート・ファッションの5分野を対象。

■施策内容

- クリエイター集団に対し、最大500万円の制作補助（人件費等や外注費等の2分の1）と500万円相当の専門家による伴走支援（専門家人件費等）と出展支援で事業化させ、伴走型の成功ケースを創出。今後3月公募開始、6月採択決定、7月～翌2月伴走予定。

■現状・課題（ゲームの例）

- 大手では既存タイトルの続編が制作され、新規IPの創出に陰り。
- PCゲーム（Steam）やスマホゲームの台頭に伴い、中国・韓国が台頭し、市場の転換点。
- 昨今は、クリエイター・チームを大手企業が、伴走支援しつつスタートアップとして事業化して成長させる例が生まれつつある。

■支援先となるスタートアップイメージ

「コタケクリエイト」（ゲーム）

- 「8番出口」で50万本の大ヒット。
- 大手ゲーム会社マーベラス等が主導する、インディーゲームインキュベーションの3期卒業生（2023年度）が、卒業後に開発。

「ところにより」（ゲーム）

- 「違う冬の僕ら」で60万本の大ヒット。シリーズ化。
- 大手出版社講談社が主導する、講談社のゲーム育成事業の1期卒業生（2023年度）。講談社ゲームスは開発費を補助し、編集担当が付きサポート。

「コミックス・ウェーブ・フィルム」（アニメ）

- 「ほしのこえ」を1人で作成し2002年に商業ソロデビューした新海誠を有する。新海誠を見いだした大手商社出身のプロデューサーが現在代表を務める。「君の名は」で動員774万人の爆発的ヒット。

「白組」（実写・VFX）

- 「ジュブナイル」でデビューしたVFXの第一人者である山崎貴を監督とする映像制作プロダクション。ROBOT・TOHOスタジオ・VFXチーム白組で「ゴジラ-1.0」を制作しアカデミー賞視覚効果賞受賞。



- 海賊版による被害を効果的に防ぎ、著作権者等の正当な利益を確保するため、経済産業省では、以下の①～③の取り組みを実施。
- 令和6年度補正予算事業は1月31日に事業の公募を開始し、被害の拡大するベトナム等の国際執行を強化する。令和7年度当初予算は2月3日に事業の公募を開始し、著作権教育や国際連携、広告出稿の抑制等に加え、海賊版の被害実態調査を実施予定。**
- 昨年度は一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構（CODA）に事業を委託し、特に海外での海賊版に対する国際執行では、中国、ブラジル、ヨーロッパ等で、大きな成果を上げている。

①海賊版に対するユーザーのアクセスを抑止するための取組

1. 著作権教育・意識啓発

- 啓発素材の作成と周知キャンペーンの実施による著作権や海賊版に対する意識啓発。
- 若年層に向けた著作権教育・意識啓発を目的としたPBL型教育プログラムの作成。

2. フィルタリング

- 定期的にセキュリティソフトウェア団体に対して侵害サイトリストを共有し、フィルタリングに活用するための連携枠組みを構築。

②海賊版サイト運営者の摘発など、著作権侵害に対するエフォースメントの取組

3. 被害の実態把握

- 2019年度及び2022年度に、オンライン上で流通する日本コンテンツの被害額について推計。
- 2025年度以降、海外向け・国内向けといった海賊版サイトの類型別での被害額算出方法を検討。

4. 国際連携・国際執行の強化

- CODAにおける関係団体及び海外当局等関係者との連携（米国MPA、フィリピンIPOPPL、韓国KCPA、中国国家版權局等）。
- 2021年にはCODA北京事務所の開設。中国における著作権認証機構（音楽を除く著作権全般）として機能。国際執行ルートの担保、交流、啓発等。

③海賊版サイト運営を可能とする民間サービス等の負のエコシステムに対する対策の取組

5. 広告出稿の抑制

- 定期的に広告関連団体に対して侵害サイトリストを共有し、当該サイトへの広告掲載を抑制。WIPOアラートにも海賊版サイトリストを共有。

⑤ JETROのコンテンツ拠点整備

- ジェトロの海外拠点にコンテンツ専門人材を配置し、コンテンツ産業の海外展開支援の為、現地マーケティング調査の実施や現地ネットワーク構築の支援を実施
- 令和5年補正予算にて、LA、バンコク、ニューデリーの3拠点に配置し、令和6年度補正予算にて、新たにパリ、上海、ソウル、サンパウロの4拠点へ追加配置予定
- 海外市場情報（法規制、文化慣習、マーケット情報）について調査及び相談窓口機能を提供
- 相談先：ジェトロ デジタルマーケティング部 03-3582-1671

パリ：フランスはカンヌで映画、放送、音楽の世界最大の展示会を実施しているほか、アヌシーではアニメの展示会を実施。政府としてもコンテンツ分野の支援を積極的に後押し。Japan Expoを開催するなど日本のコンテンツにも親和的。

上海：引き続き日本のコンテンツの有力市場で、スラムダンクやすずめの戸締りは大ヒット。ただし、配信、ゲーム含め規制は強化される方向。マーチャンダイジングに活路。

ソウル：韓国では近年、若者を中心に日本のカルチャーやコンテンツの人气が高まり「イエスジャパン」現象に発展。この勢いを逃さず、日本のコンテンツを更に推進することは重要。また、海外展開で先行する韓国のコンテンツ振興院（KOCCA）の政策動向は日本企業にとっても関心が高く、情報収取は必要。

LA：ハリウッドを中心に、コンテンツ分野では世界最大のエンタメ集積都市。映像産業や音楽産業の世界的大企業：グローバルメジャーの所在地であり、SXSWやアニメEXPO等世界最大のイベントも開催。北米進出の第一選択肢であり、最先端のエンタメ産業の潮流も把握できる。

ニューデリー：世界最大の人口を有しておりグローバルサウスでは最大の市場。中東やアフリカ等との物理的近接性もある。映画産業は、ムンバイのいわゆる「ボリウッド」を中心に急成長。日本コンテンツへの人気も高く、アニメに対する関心も高まっている。

バンコク：ASEAN地域のエンタメ産業のハブの一つであり、日本コンテンツへの関心が高い東南アジア全体を見据えた橋頭堡として期待できる地域。同国の市場規模も大きく、日本のコンテンツを取り扱う現地事業者も多く存在している。

サンパウロ：南米最大のコミックコンCCXPが開催されるなど、現地のアニメ人気は高く、日本企業からの関心も高い。他方、海賊版・模倣品対策が課題となっており、正規ルートでの流通網の拡大が喫緊の課題。

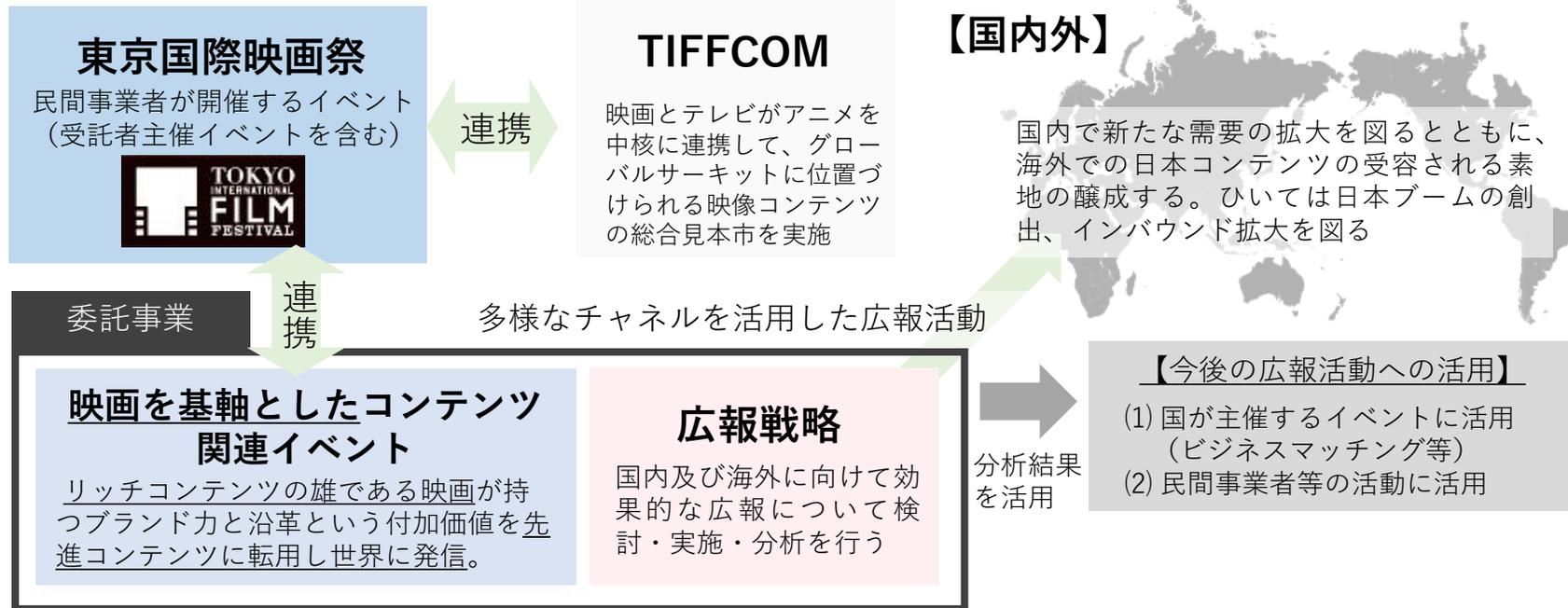
—— 海岸線 —— 国境

⑥ 国際映画祭への支援（令和6年度実績：東京国際映画祭）

- 日本の映像コンテンツ及び、諸外国との共同製作作品が持つ魅力と拡がりをもっと広く発信・展開することを目的として、国際的なイベントと連携した海外展開促進事業を実施。
- 令和6年度で支援をした東京国際映画祭（TIFF）は、日本唯一、“国際映画製作者連盟※”公認の国際映画祭。
 - ①国内外の著名作品が集結し、映像界の国際的権威が審査するコンペティションの実施
 - ②国内外の新進気鋭な映像クリエイターの発見や育成に資するアワードの実施
 - ③最新作から過去の名作まで幅広い映像作品の上映
 - ④レッドカーペット等の式典やセミナー・シンポジウムなどによる参加交流型イベントの実施
- 世界の主な国際映画祭においても、国としての文化振興の目的だけでなく、政府資金を活用し、大規模な集客を図ることで新しい需要獲得の機会を最大化しようとしている。 ※※

※世界の映画産業・国際映画祭の発展に取り組む国際機関。世界27カ国（2022年4月現在）が加盟（本部：パリ）
 ※※カンヌ（フランス）、ヴェネツィア（イタリア）、ベルリン（ドイツ）については国からの支援が行われている。

<事業スキーム>



エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会について

- エンタメ・クリエイティブ産業の現状と振興の意義を確認し、政府戦略に記載された取組の方向性の実現に向け、「**官民で注力するアクションプラン**」をまとめるべく、有識者や経済界、実務者による研究会を開催。これまで中心であった映像・音楽だけでなく、ゲーム、アニメ、漫画などの分野も意識しつつ、**今年春頃エンタメ・クリエイティブ産業戦略を策定し、公表する。**

研究会の目的

- エンタメ・クリエイティブ産業が基幹産業になっており、高い伸び代があることを踏まえて、**政府目標である「2033年までに海外売上高を5兆円から20兆円」**を実現するための**包括的な戦略**を策定する。
- 具体的には、**エンタメ・クリエイティブ産業のトップや海外市場の獲得に向けて尖った活動を行っている事業者・クリエイター等**との業種別の専門委員会において、「**官民の具体的なアクション**」を特定。
- これにより、**経済対策への要求と実施**のほか、**政府部内で連携**し、実現を図る。

運営の方針

- 有識者や経済界のメンバーからなる、少人数の「**ステアリングコミッティー**」を設置。
- 加えて、ステアリングコミッティーの下に、**エンタメ・クリエイティブ産業各分野の産業界のトップや事業者・クリエイター等**からなる、業種別の「**専門委員会**」を設置する。

ステアリングコミッティー委員

【座長】中村 伊知哉 iU (情報経営イノベーション専門職大学) 学長

河島 伸子 同志社大学 教授

齋藤 精一 株式会社アブストラクトエンジン 代表取締役

栗田 宏俊 株式会社講談社 取締役

中山 淳雄 Re entertainment 代表取締役社長

村松 俊亮 一般社団法人 日本経済団体連合会
クリエイティブエコノミー委員会 委員長

株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント
代表取締役社長

桃井 信彦 株式会社バンダイナムコホールディングス 取締役

※これに加えて、専門委員会では各界のトップなどから構成される専門委員を任命。

日程 (案)

- | | |
|-------------|---|
| 2024年11月 6日 | 第1回：エンタメ・クリエイティブ産業をとりまく現状・戦略とアクション仮説議論 (総論) |
| 12月19日 | 第2回：事業分野別専門委員会① (音楽/ゲーム) |
| 2025年 1月17日 | 第3回：事業分野別専門委員会② (アニメ/漫画・書籍/書店) |
| 1月30日 | 第4回：事業分野別専門委員会③ (映画・映像) |
| 2月26日 | 第5回：事業分野別専門委員会④ (アート・デザイン) |
| 2月27日 | 第6回：事業分野別専門委員会⑤ (ファッション・スポーツその他) |
| 2025年春頃 | 第7回：中間とりまとめ |

エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会 専門委員一覧

【ゲーム】

宇田川 南欧 株式会社バンダイナムコエンターテインメント 代表取締役社長
岡村 信悟 株式会社ディー・エヌ・エー 代表取締役社長兼CEO
佐藤 澄宣 株式会社マーベラス 代表取締役社長
杉野 行雄 株式会社セガ 代表取締役 副社長執行役員Co-COO
(オブザーバー)
植田 修平 一般社団法人日本オンラインゲーム協会 共同代表理事
小野 憲史 NPO法人国際ゲーム開発者協会日本 名誉理事・事務局長
辻本 春弘 一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会 会長
株式会社カプコン 代表取締役社長 COO
早川 英樹 一般社団法人日本eスポーツ連合 会長
株式会社コナミデジタルエンターテインメント 代表取締役社長

【アニメ】

落越 友則 株式会社アニプレックス 執行役員専務
末平 アサ Crunchyroll, LLC Chief Content Officer
竹崎 忠 株式会社トムス・エンタテインメント 代表取締役 社長執行役員
谷口 理 株式会社バンダイナムコフィルムワークス IP制作本部副本部長
制作部/制作管理部 ゼネラルマネージャー 作画塾 塾長
和田 丈嗣 株式会社プロダクション・アイジー 代表取締役社長
(オブザーバー)
石川 和子 一般社団法人日本動画協会 理事長
入江 泰浩 一般社団法人日本アニメーター・演出協会 代表理事
成田 兵衛 開志専門職大学 アニメ・マンガ学部 教授/学部長代行

【漫画・書籍/書店】

伊藤 聡 株式会社紀伊國屋書店 海外事業推進室長
沢辺 伸政 株式会社小学館 常務取締役
炭田 真也 エヌ・ティ・ティ・ソルマーレ株式会社 取締役 電子書籍事業部長
成田 兵衛 開志専門職大学 アニメ・マンガ学部 教授/学部長代行
野間 省伸 株式会社講談社 代表取締役社長
瓶子 吉久 株式会社集英社 常務取締役
(オブザーバー)
樋口 清一 一般社団法人 日本書籍出版協会 専務理事

【音楽】

猪野 丈也 エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ株式会社 代表取締役社長
辻野 学 株式会社ソニー・ミュージックレーベルズ 代表取締役 執行役員社長
中川 悠介 アソビシステム株式会社 代表取締役
中西 正樹 株式会社アミューズ 代表取締役社長
増田 雅子 株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント
The Orchard Japan チーフマネージャー
(ゲストスピーカー)
芦澤 紀子 スポティファイジャパン株式会社 音楽企画推進統括
(オブザーバー)
金井 文幸 一般社団法人日本音楽制作者連盟 専務理事
長井 延裕 一般社団法人コンサートプロモーターズ協会 常務理事
中井 秀範 一般社団法人日本音楽事業者協会 専務理事

【映画・映像】

中村 英明 ソニーPCL株式会社 代表取締役 執行役員社長
本多 利彦 株式会社U-NEXT 取締役COO
松橋 真三 株式会社クレデウス 代表取締役
山崎 敏 一般社団法人外国映画輸入配給協会 会長
吉村 文雄 東映株式会社 代表取締役社長
一般社団法人日本映画製作者連盟 理事
(ゲストスピーカー)
朽網 泰匡 Amuse Group USA, Inc. Vice President
津脇 慈子 独立行政法人日本貿易振興機構ロサンゼルス事務所 次長
(オブザーバー)
大浦 俊将 一般社団法人日本映画制作適正化機構 事務局長
島谷 能成 一般社団法人日本映画製作者連盟 代表理事

コンテンツ各分野の海外展開の状況と課題

ゲーム

海外売上：2兆7,780億円

海外展開の状況

- ◆ コンテンツ産業で最も海外売上が大きい、売上のほとんどがコンソールゲーム（プレイステーションや任天堂スイッチ等）。
- ◆ 世界市場はPC・モバイルゲーム市場を中心に成長。一方、日本企業はシェアの獲得が不十分、世界に挑戦するスタートアップのエコシステム形成を図り、コラボを進める必要あり。

アニメ

海外売上：1兆4,592億円

海外展開の状況

- ◆ コロナ禍以降の動画配信市場の成長に伴い、海外需要が増加。
- ◆ 海賊版を排除しつつ、正規版を流通させるとともに、アニメの視聴に関するデータを活用・分析し、アニメのIPを様々な分野に活用するクロスオーバーを進め、海外市場における拡大を進めていくことが必要。

漫画

海外売上：3,200億円（出版）

海外展開の状況

- ◆ 売上規模は過去10年間で2倍に増えているが、海外のアニメ視聴者の6割が漫画に触れていない等、海外展開余地は大きい。
- ◆ 電子コミック（ウェブトゥーン等）が急拡大。国際的なプラットフォームは不在。作品供給のみならず、この分野も参入余地。

映像

海外売上：1,310億円（映画：1,080億円）

海外展開の状況

- ◆ 近年、海外での受賞作品が増加しているほか、ゴジラなど、国際的にもシリーズ化されたIPとして評価を受ける作品が登場。
- ◆ 高品質な作品制作に加え、商業的成功に向けたビジネス人材の育成・確保、国際見本市や表彰への出展促進が必要。

音楽

海外売上：不明

海外展開の状況

- ◆ これまで人気がある楽曲はアニメに関するものに限られてきたが、最近ではSpotifyなどのプラットフォームにより、アニメに付随しない楽曲にも人気が集まり始めているが、海外でのライブやファンダムの形成は不十分。海外展開に関するデータ整備に課題。