

内閣府説明資料

-コンテンツ・クールジャパン戦略について-

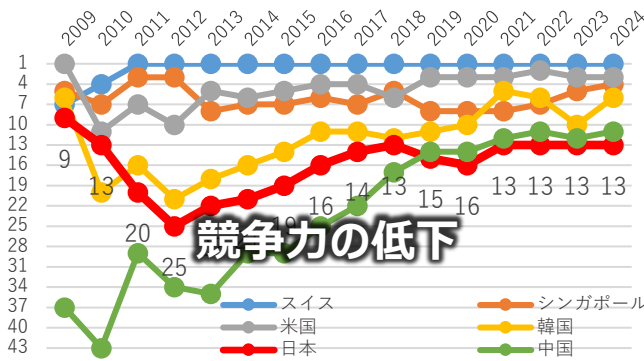
2025年8月27日

内閣府特命担当大臣（クールジャパン戦略） /
内閣府特命担当大臣（知的財産戦略）

日本の競争力の現状

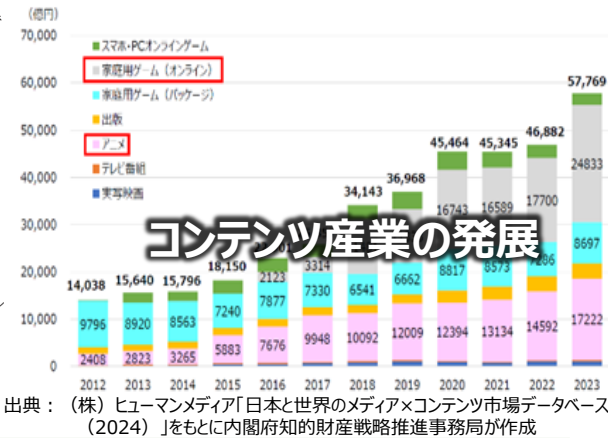
- 環境変化や主要国動向を踏まえて知財戦略を推進するも、日本の競争力は長期的に低落傾向。※WIPOのグローバルイノベーション指数（2024年）は13位と、韓国（6位）や、中国（11位）の後塵を拝する状況。
- コンテンツ産業やクールジャパン関連産業は大きく発展。

グローバルイノベーション指数（GII）ランキング



出典：WIPO「Global Innovation Index 2024」

日本のコンテンツの海外市場規模の推移と分野別内訳



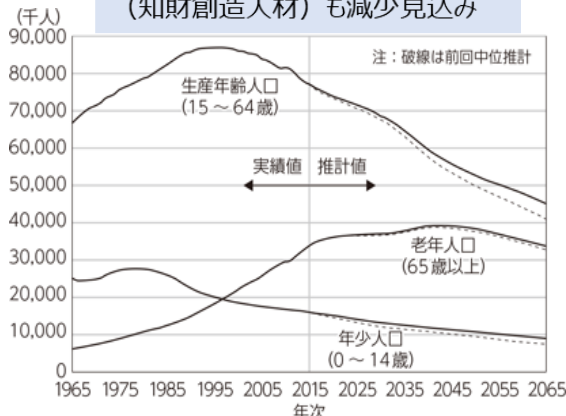
コンテンツ産業の発展

出典：（株）ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース（2024）」をもとに内閣府知的財産戦略推進事務局が作成

将来予測される環境変化と知財戦略の方向性

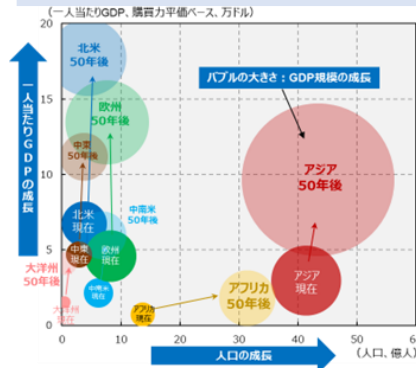
イノベーション人材の減少

人口減少に伴いイノベーション人材（知財創造人材）も減少見込み



グローバル市場の成長

国内市場は頭打ちとなる一方、グローバル市場は引き続き成長



出典：経済産業省「通商白書2024」概要版（2024年7月）

- この先10年では、人口減少に伴うイノベーション人材が減少し、国内市場が頭打ちになる一方、グローバル市場は引き続き成長。AI技術の急速な発展と、社会経済システムへの大きな変革が予測される。
- 日本の競争力の現状と将来の環境変化を踏まえて、今後の知財戦略の方向性を検討していく必要。

IPトランスフォーメーション ～知財の力で課題を解決し国内外で稼ぐ～

- 我が国の知的資本（技術力、コンテンツ力、国家ブランド力等）を最大限活用し、グローバル知的資本を誘因・集積。知的資本を活用し国内外の社会課題の解決を図る「新たな知的創造サイクル」の構築を目指す（IPトランスフォーメーション）。

IPトランスフォーメーション（イメージ図）



実現のための3つの柱

第一の柱：イノベーション拠点としての競争力強化

- 海外のトップレベルの研究者、起業家等の**イノベーション人材、IT人材、クリエイティブ人材**を、我が国に呼び込むための**環境整備**が必要。
- このため、①創造人材の強化・ダイバーシティの実現、②知財無形資産投資の促進、③国際的求心力のある知財制度・システムの実現に取り組む。

第二の柱：AI等先端デジタル技術の利活用

- 人口減少下においても強靱な知的創造サイクルの構築を図るため、**AIの活用推進による生産性向上、創造活動の迅速化等を進める必要**。
- このため、クリエイターや権利者の懸念への対応、発明創作等の知財制度・運用上の考え方の明確化等の対応に取り組む。

第三の柱：グローバル市場の取込み

- グローバル市場を取り込むため、「新たなクールジャパン戦略」に基づき、**クールジャパン関連産業の海外展開を推進**するとともに、今般策定した「新たな国際標準戦略」に基づき、産学官で**戦略的に国際標準化を強力に推進**する。

KPI

- 2035年までに、WIPO の「グローバルイノベーション指数」の上位4位以内を目指す。※1
○日本市場（日経225）における時価総額に占める無形資産の割合を、2035年までに、50%以上に高める。※2

※1 現在の我が国の「グローバルイノベーション指数」は13位（2024年）。過去の我が国の最高位は4位（2007年）。

※ 2 2020年時点の日本市場（日経225）における時価総額に占める無形資産の割合は32%。米国市場（S&P500）は90%、中国市場（上海深圳CSI300）は44%、韓国（KOSDAQ COMPOSITE INDEX）は57%。

「知的財産推進計画2025」構成 –IPトランスフォーメーション–

IPトランスフォーメーション

我が国の知的資本（技術力、コンテンツ力、国家ブランド力等）を最大限活用し、グローバル知的資本を誘因・集積。知的資本を活用し国内外の社会課題の解決を図る「新たな知的創造サイクル」の構築を目指す（IPトランスフォーメーション）。

創造

知財・無形資産への投資による価値創造

知財・無形資産の投資・活用の促進に向け、知財・無形資産がバナンスガイドラインの考え方を更に普及・浸透を図る。

事業者が積極的に制度を活用できるようイノベーション拠点税制の周知徹底を図るとともに、制度の執行状況や効果等を踏まえ、対象範囲の見直しを検討。

AIと知的財産権

「AI 事業者ガイドライン」等を通じて、AI事業者による主体的な開示対応を促すとともに、AIに関連する制度の運用の具体化の中で、国際的な働きかけも行いつつ、実効性の担保に資するような透明性を確保。

AI利用発明の発明者の定義等についての検討およびその明確化に向けた対応を速やかに検討。



保護

技術流出の防止

営業秘密の漏洩防止に向けた啓発活動を強化。国の資金による委託等によって行われる研究開発プロジェクトについて、入口から出口までの段階に応じた技術流出防止対策の実施。

海賊版・模倣品対策の強化

厳正な水際取締りの強化や、知的財産の侵害を抑止するための適切な制度的手当のあり方の検討、海賊版について国際連携・執行の強化等を推進。

産業財産権制度・運用の強化

ネットワーク上における国境を跨いだ特許侵害、仮想空間におけるデザイン保護等について、法改正を含めた必要な措置を講じる。

地域における知財保護

中小企業の「知財で稼ぐ力」を高めるための具体的取組（知財経営リテラシー向上、知財の保護強化等）を取りまとめた対応策の策定及び推進を検討。

クールジャパン・コンテンツ

クールジャパン戦略フォローアップ

2023年までに50兆円以上の海外展開規模とするとの目標達成に向け、「コンテンツと地方創生の好循環プラン」によって、クールジャパンを活用した地方創生を推進。

2023年までにエンタメ・コンテンツ産業の海外売上高を20兆円とするとの目標に向けて、官民でPDCAサイクルを加速化。

活用

産学連携・スタートアップ

大学知財がバナンスガイドラインや研究者の転職時の知財取扱い指針を普及促進。好事例の収集・分析・公表等必要な対応を検討。

スタートアップの事業化に重要となる知財人材派遣や知財人材の育成を支援。

新たな国際標準戦略

国際標準を通じた国際社会や我が国の課題解決、経済安全保障への貢献、市場創出を実現すべく、戦略領域・重要領域の選定等を含む、「新たな国際標準戦略」を策定。

官民連携の場の設置等を通じて、体制強化を図る。

「知的財産推進計画2025」のポイント（主要項目）

1. AI・デジタル時代の知的財産制度

- イノベーション促進とリスク対応の両立を図るAI法の考え方を踏まえつつ、「**AI技術の進歩の促進**」と「**知的財産権の適切な保護**」の両立を図る。
 - 権利者・クリエイターの懸念への対応として、「法」「技術」「契約」の各手段を組み合わせた取組を促進するとともに、**AI開発の透明性確保**の方法を検討。
 - AI開発者へのインセンティブの担保の観点から、**AI利用発明の発明者の定義等について検討**。
- 国内外の企業を惹きつける「**世界最先端の知財制度・システム**」の実現。
 - DX対応として、**ネットワーク上における国境を跨いだ特許侵害への対応（特許法）**、**仮想空間におけるデザイン保護の強化（意匠法）**等、法改正を含めた必要な措置を講じる。

2. 新たな国際標準戦略の策定・ルール形成の推進

- 2006年以降、19年ぶりとなる「**新たな国際標準戦略**」を策定。同戦略において、国際標準化に向けた17の重要領域を設定。特に、**対応の緊急性を踏まえ特定された8つの戦略領域（環境・エネルギー、量子、デジタル・AI、バイオエコノミー等）**について、グローバル市場でのルール形成を日本が主導することを目指し、官民の資源を優先的に投下。

3. 「コンテンツと地方創生の好循環プラン」の策定

- アニメツーリズムやロケ誘致など地域一体となった取組を加速するため、「**コンテンツと地方創生の好循環プラン**」を新たに策定。地方創生2.0の推進に向けて、クールジャパン戦略会議において、**2033年までに全国約200カ所の拠点を選定し**、成功事例の輩出・共有を進める。
- 2033年までに、**エンタメ・コンテンツ産業の海外市場規模を20兆円とする**、との目標実現に向けて、官民でPDCAサイクルを回していく。

「コンテンツ産業官民協議会」及び「映画戦略企画委員会」の開催について

【コンテンツ産業官民協議会の趣旨】「知的財産推進計画2024」及び「新たなクールジャパン戦略」（令和6年6月4日知的財産戦略本部 決定）において、コンテンツ産業を基幹産業と位置付けている。「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2024年改訂版」（令和6年6月21日閣議決定）に記載の、「コンテンツ産業活性化戦略」に基づき、政府を挙げて、官民連携により当該戦略を推進するに当たり、クリエイター・コンテンツ産業に係る政府の司令塔機能を明確化した上で体制を強化し、クリエイターの発掘・育成や海外展開支援に取り組むため、コンテンツ産業官民協議会を開催する。

【映画戦略企画委員会の趣旨】 映画関連のクリエイターが安心して持続的に働ける環境の整備、映画に関する支援制度の在り方、映画の海外展開・発信、映画のロケ誘致等について具体的な方策の企画立案を行うため、コンテンツ産業官民協議会の下、映画戦略企画委員会を開催する。

開催実績等

第1回：2024年9月9日 第2回：2025年2月13日 第3回：2025年4月16日

（※第1回・第2回はコンテンツ産業官民協議会と映画戦略企画委員会を合同開催）

（※第3回は映画戦略企画委員会を単独実施）

「映画戦略企画委員会の有識者メンバーとの懇談会」を4月10日に実施

テーマ：世界で評価されるコンテンツ作りと課題

これまでのコンテンツ産業官民協議会・映画戦略企画委員会における指摘事項・論点

①司令塔機能の明確化 ②窓口一本化/ポータルサイトの創設 ③労働環境の改善・クリエイターへの収益還元 ④映適申請率向上 ⑤基金への統合/複数年度化 ⑥人材育成・海外展開への支援、拠点整備 ⑦海賊版対策（正規版転換） ⑧ロケ誘致の内容充実 ⑨先端技術の活用 ⑩タックスクレジット ⑪ミニシアターへの対応 ⑫メディア芸術ナショナルセンター構想の推進 ⑬過去の映画関係振興提言等（文化庁H15・内閣府H29）のフォローアップ 等

第3回映画戦略企画委員会における議論

・映画関連のクリエイターが安心して持続的に働ける環境の整備等

コンテンツ産業官民協議会・映画戦略企画委員会の構成員

<コンテンツ産業官民協議会>

- 議長： 内閣官房副長官（衆）
- 議長代行：
内閣官房新しい資本主義実現本部事務局長代理
内閣府知的財産戦略推進事務局長
- 民間構成員：
 - 浅沼 誠 株式会社バンダイナムコフィルムワークス代表取締役社長
 - 庵野 秀明 アニメーション・実写監督・プロデューサー
 - 市井 三衛 映像産業振興機構専務理事・事務局長
 - 稲葉 延雄 日本放送協会会長
 - 大沢 たかお 俳優
 - 翁 百合 株式会社日本総合研究所理事長
 - 是枝 裕和 映画監督
 - 坂本 和隆 Netflix合同会社コンテンツ部門バイス・プレジデント
 - 辻本 春弘 株式会社カプコン代表取締役社長
 - 堀木 卓也 日本民間放送連盟 専務理事
 - 松尾 豊 東京大学大学院工学系研究科教授
 - 松岡 宏泰 東宝株式会社代表取締役社長
 - 村松 俊亮 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
 - 柳川 範之 東京大学大学院経済学研究科教授
 - 山崎 貴 映画監督

□ 関係省庁（文化庁、経産省、総務省、公取委）

<映画戦略企画委員会>

- 議長： 内閣官房副長官（衆）
- 議長代行：
内閣官房新しい資本主義実現本部事務局長代理
内閣府知的財産戦略推進事務局長
- 民間構成員：
 - 庵野 秀明 アニメーション・実写監督・プロデューサー
 - 市井 三衛 映像産業振興機構専務理事・事務局長
 - 内山 隆 青山学院大学総合政策学部教授
 - 大沢 たかお 俳優
 - 是枝 裕和 映画監督
 - 近藤 香南子 アンガルピクチャーズ株式会社現場スタッフマネージャー
 - 松岡 宏泰 東宝株式会社代表取締役社長
 - 山崎 貴 映画監督
 - 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

□ 関係省庁（文化庁、経産省、公取委）

（※事務局： 内閣官房新しい資本主義実現本部事務局 及び 内閣府知的財産戦略推進事務局）

コンテンツを活用した地方創生の好循環づくり

- 近年、アニメ等のコンテンツの世界的な人気の拡大を背景に、作品に登場した場所等、いわゆる「ゆかりの地」を訪れる外国人が増加し、コンテンツの人气がインバウンドや食等他の分野に波及効果をもたらしている。
- コンテンツの活用により地域の魅力を高め、高付加価値のインバウンド誘客につなげ地方創生を実現。

大阪・関西万博
アニメ・マンガツーリズムフェスティバル出展地域



足利スクランブルシティスタジオ



横手市増田まんが美術館



アニメツーリズムやロケ誘致、博物館・美術館等の拠点化、さらには地域発のコンテンツ制作・関連商品開発やコンテンツの魅力を活かした高付加価値を生み出す拠点づくりを、関係省庁、自治体、関係経済界が連携して推進していくことで、成功事例の輩出・共有とインバウンド拡大との好循環づくりを目指す。



**コンテンツと地方創生の好循環プラン策定
2033年までに全国約200カ所の拠点を選定
(クールジャパン戦略会議において決定)**

- コンテンツ地方創生拠点（仮称）の選定
- 地域一体となったコンテンツ起点の取組に対する
関連施策を総動員した重点支援
- 全国大での回遊促進によるオーバーツーリズム解消

- ◆ 映画・映像を活用した地方創生に向け、ロケ誘致、「ロケ地の聖地化」を推進（表彰を実施）
- ◆ 官民一体となったロケツーリズム、アニメツーリズムの推進
- ◆ 「メディア芸術ナショナルセンター」(仮称)の整備・文化資源を活用した観光コンテンツの磨き上げ
- ◆ 地域資源を活用した観光コンテンツの開発、適切な販路開拓、情報発信等への総合的支援
- ◆ コンテンツを活用した地方創生の実現に向けた取組への支援

コンテンツと地方創生の好循環プラン



<地方で稼ぐ>
(アニメ等に地域資源が描画)

コンテンツの製作
制作会社等
クリエイター
国内企業・大学等

コンテンツの海外展開
制作会社等
海外ファン・事業者

連携
国内企業・大学等
地域関係者
(伝統文化、食等の地域資源、人材育成、撮影機能等の提供)
コンテンツ活用・人材育成等拠点

地域の魅力の海外発信
インバウンド誘客

①ロケ誘致
「Tokyo Vice2」における
渋谷スクランブル交差点の撮影風景。
<世界120カ国で放送・配信>

②アメゾーリズム
・協会では毎年「訪れてみたい日本のアニメ聖地88」を選定。
・インバウンド観光客のうち、潜在的なアニメツーリズムの規模は**260万人、国内消費4000億円**と試算。(2016年時点：訪日来訪者数は2,400万人)

③にぎわう拠点
・京都国際マンガミュージアム 年間約30万人
・水木しげるロード 年間約150万人
・大分日田「進撃の巨人ミュージアム」
3年で55億円、30万人以上（外国人が4割）
・ジブリパーク 年間180万人

④コラボ商品開発
調査兵団の下駄
タグを選べます
A エレン&超大型巨人
B エルヴィン&ハンジ&リヴァイ

**全国200カ所選定（2033年まで）
1拠点当たり平均で約50億円の
経済波及効果を想定
約1兆円**

進撃の巨人 in HITA
ミュージアム ANNEX

進撃の巨人と日田の伝統工芸とのコラボ商品