

平成 26 年度 政策調査

クリエイティブ産業の実態と課題に関する調査

報 告 書

平成27年3月



東京都産業労働局

目 次

I. 調査の目的と方法

1. 調査の目的.....	1
2. 調査の方法.....	1

II. 東京都におけるクリエイティブ産業の集積状況

1. 統計分析	6
2. 立地分析	8

III. 東京都におけるクリエイティブ産業の実態と課題

1. 企業概要	10
2. 創業の経緯	16
3. クリエイティブ系事業の概要.....	18
4. クリエイティブ系事業の経営方針・事業展開	21
5. クリエイティブ系事業に関する取引関係	35
6. クリエイティブ系事業に関する知的財産権.....	43
7. クリエイティブ系事業に関する人材確保・育成.....	47

I. 調査の目的と方法

1. 調査の目的

東京には、ゲーム・アニメ・映画などのコンテンツ分野、デザイン分野、ファッション分野など「クリエイティブ産業」が集積している。

本調査は、都内クリエイティブ産業の最新状況を調査・把握するとともに、平成 21 年度に東京都産業労働局が実施した「平成 21 年度クリエイティブ産業の実態と課題に関する調査」(以下「前回調査」という。)時点からの変化動向を分析し、今後の成長に向けた課題を整理し、施策立案の基礎資料とする。

2. 調査の方法

(1) 調査対象

クリエイティブ産業を戦略的な産業分野として世界に先駆けて位置づけ、その振興に乗り出した英国政府では、クリエイティブ産業を以下のように定義し、13 分野を対象としている。

<英国政府のクリエイティブ産業の定義>

クリエイティブ産業とは、個人の創造性、技能、才能に由来し、知的財産の生成や活用を通じて富や雇用を創出する潜在力を持つ産業のことである。

(対象分野)

- ① 広告
- ② 建築
- ③ アートと骨董
- ④ 工芸
- ⑤ デザイン
- ⑥ デザイナーファッション
- ⑦ フィルムとビデオ
- ⑧ インタラクティブ・レジャーソフトウェア(ゲーム)
- ⑨ 音楽
- ⑩ 舞台芸術
- ⑪ 出版
- ⑫ ソフトウェア
- ⑬ テレビとラジオ

(イギリス 文化・メディア・スポーツ省「Creative Industries Mapping Document 1998」)

それに続いて UNCTAD（国際連合貿易開発会議）では、クリエイティブ産業について以下のような定義を行っている。

＜UNCTAD(国際連合貿易開発会議)におけるクリエイティブ産業の定義＞

クリエイティブ産業とは、

- ・ 創造性や知的資産を第一義的なインプットとして活用した製品・サービスの制作・製作・流通に関わる一連のサイクルである
- ・ 貿易や知的財産権からの収入を生み出す潜在力のある一連の知的な活動からなり、アートに焦点が当たるがそれにとどまらないものである
- ・ 有形の製品及び無形の知的または芸術的サービスであって、創造的な内容、経済的な価値、そして市場ニーズをとこなうものである
- ・ 職人技、サービス、そして産業が交差するところにある
- ・ 国際貿易において新しくて活力に満ちた産業セクターを構成する

(UNCTAD「Creative Economy Report(2008・2010)」)

日本において経済産業省が行った調査報告では、英国政府や UNCTAD の先行事例も参考に、平成 21 年度「生活文化産業支援のあり方に関する調査」において、日用品（家具、食器、ジュエリー、文具）、皮革製品を含めて分類したほか、平成 23 年度に行われた調査では、日本におけるクリエイティブ産業を以下のように定義し、9 分野を対象に設定している。

＜日本におけるクリエイティブ産業の定義＞

「クリエイティブ産業」は、価格ではなくクリエイティビティの付加価値によって市場から選択されるモノ・コト・ヒトからなる。「クリエイティビティ」とは、個人的・組織的な製品(モノ)の製造・流通プロセス及びサービス(コト)の提供プロセスにおいてなされる独創的または固有のインプットのことであり、また個人(ヒト)が人的資源として保有するそのようなスキル・才能のことをいう。なお、「独創的または固有のインプット」とは、芸術的・文化的・知的・伝統的・革新的な取組を含む。

(対象分野)

- ① ファッション(繊維・素材、アパレル、美容・コスメ)
- ② 食(外食、農水産物、加工食品、食器・調理器具)
- ③ コンテンツ(映画・映像・放送(アニメ含む)、音楽、出版(マンガ含む)、ゲーム、ソフトウェア)
- ④ 地域産品(伝統工芸品)
- ⑤ すまい(建築、インテリア)
- ⑥ 観光(ホテル・旅館、観光地、観光施設・代理店)
- ⑦ 広告
- ⑧ アート
- ⑨ デザイン

(経済産業省「クリエイティブ産業に係る知的財産権等の侵害実態調査及び創作環境等の整備のための調査報告書」(2011 年度))

本調査では、平成 21 年度「クリエイティブ産業の実態と課題に関する調査（東京都産業労働局）」の対象業種を基本に、国（経済産業省）の定義を踏まえて、東京都におけるクリエイティブ産業の範囲を一部拡大し、以下のように定めている。

図表 I-2-1 クリエイティブ産業の範囲(対象業種)

対象業種	具体例
① 芸術	画家、書家、骨董商など
② 舞台芸術	日本舞踊、劇団など
③ 音楽	音楽・CD 制作会社、音楽プロダクション、楽団など
④ 映画・ビデオ・写真	映画・映像制作会社、写真家など
⑤ テレビ・ラジオ・報道	放送局、制作会社、新聞社など
⑥ アニメ	アニメ制作会社など
⑦ ゲーム	ゲーム制作会社など
⑧ ファッション	服飾小物・装身具メーカー、テキスタイル、服飾デザインなど
⑨ デザイン	グラフィック、インダストリアル、ウェブ・CG デザインなど
⑩ 広告	広告代理店、広告制作会社など
⑪ 出版	出版社など
⑫ 情報サービス	ソフトウェア制作会社、インターネット関連会社など
⑬ 日用品	玩具、家具、食器、文具、雑貨等メーカーなど
⑭ 工芸品・装飾品	工芸制作・デザイン、宝石・貴金属制作会社など
⑮ 観光・飲食	旅行代理店、旅館・ホテル、日本料理屋、すし店など
⑯ 建築設計	建築設計など

(2) 調査の方法

上記の定義を参考にすると、クリエイティブ産業の特徴は、「①個人のクリエイティビティ(創造性)に基づく知的財産を核として、②それを技術によって情報財または物財に転化し、③マネジメント能力によってビジネス化する、価値創造のプロセス」として捉えられる。

価値については、価値工学 (VE) において「 $価値 = 機能 \div コスト$ 」と定義されており、その「機能」は「使用機能」と「魅力機能」から構成される。一方、感性工学においては「顧客価値 = 機能価値 + 感性価値」と定義されている。クリエイティブ産業では、価値の中でも「魅力機能」や「感性価値」のウェイトが高くなると考えられる。

その価値を実現するポイントは、①個人のクリエイティビティが市場の感性をどう捉えるのか(企画・マーケティングの視点)、②その知的財産を技術によってどう製品化するのか(生産・技術関連の視点)、③製品化したものを市場(顧客)にどう供給して対価を得るのか(取引構造・ビジネスモデルの視点)、ということであり、本調査でもそこに焦点を当てる。

こうした視点のもと、本調査では、「①既存統計分析」、「②立地・集積状況の把握(マッピング)」、「③アンケート調査」、「④ヒアリング調査」を実施した。

① 既存統計分析

既存統計調査では、本調査のクリエイティブ産業の範囲（対象業種）を「経済センサス調査」の産業分類に対応させてデータの整理を行った。その対応関係は下記のとおりである。

なお、売上金額及び付加価値額については、産業小分類及び細分類のデータが東京都レベルで公表されていないため、総務省から調査票データの提供を受けて独自に集計した。

図表 I-2-2 クリエイティブ産業の対象業種と経済センサス調査の産業分類との対応関係

クリエイティブ産業の 対象業種	経済センサスの産業分類	
	小分類	細分類
① 芸術	著述・芸術家業	
② 舞台芸術	興行場, 興行団	
③ 音楽	音声情報制作業	
④ 映画・ビデオ・写真	映像情報制作・配給業	
⑤ アニメ	写真業	
⑥ 出版	出版業	
⑦ 広告	広告業 広告制作業	
⑧ テレビ・ラジオ・報道	放送業(民間・有線) 映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業 新聞業	
⑨ ゲーム		ゲームソフトウェア業
⑩ 情報サービス	ソフトウェア業(除ゲームソフトウェア業) 情報提供サービス業 インターネット附随サービス業	
⑪ 建築設計		建築設計業
⑫ デザイン	デザイン業	
⑬ ファッション	美容業	エステティック業
	織物業 ニット生地製造業 染色整理業 外衣・シャツ製造業(除和服) 下着類製造業 和装製品・その他衣服等製造業 なめし革製造業 革製履物製造業 革製手袋製造業 かばん製造業 袋物製造業 毛皮製造業 その他のなめし革製品製造業	装身具・装飾品製造業 (除貴金属・宝石製)
⑭ 工芸品・装飾品	木製容器製造業 宗教用具製造業 その他の家具・装備品製造業 漆器製造業 貴金属・宝石製品製造業 表具業	銘木製造業 他に分類されない木製品製造業 壁紙・ふすま紙製造業 卓上用・ちゅう房用ガラス器具製造業 食卓用・ちゅう房用陶磁器製造業 金属彫刻業 ほうき・ブラシ製造業
⑮ 日用品	家具製造業 がん具・運動用具製造業 ペン・鉛筆・絵画用品・その他の事務用品製造業	プラスチック製日用雑貨・食卓用品製造業
⑯ 観光・飲食	旅行業 旅館, ホテル そば・うどん店 すし店	日本料理店 料亭 ラーメン店 お好み焼・焼きそば・たこ焼店

② 立地・集積状況の把握(マッピング)

立地・集積状況の把握では、クリエイティブ産業の都内での立地・集積状況を把握するため、タウンページ（電話帳）に当該業種として登録されている都内（区部、多摩地域及び島しょ地域）の事業所について、その住所情報に基づきマッピングを行った。

③ アンケート調査

ア) 調査対象

クリエイティブ産業の対象業種としてタウンページに登録されている都内（区部、多摩地域及び島しょ地域）の事業所 6,500 所を対象とした。

イ) 抽出方法

タウンページ情報から、本調査におけるクリエイティブ産業の対象業種に該当する事業所を業種別に等分は無作為抽出した。なお、音楽、アニメ、ゲーム、その他の各分野は事業所数が相対的に少ないため全数抽出となっている。

※上記のように、実際の業種別構成に関わらず等分に抽出を行っているため、分野別のサンプル数には偏りがあり、全体集計結果利用の際にはその点に留意する必要がある。

ウ) 調査方法

調査票のメール便による配布、郵送による回収で実施した。

エ) 調査期間

平成 26 年 8 月 29 日～同年 9 月 19 日（投函〆切）

オ) 回収状況

調査票の回収状況は以下のとおりであった。

図表 I-2-3 アンケート回収状況

有効発送数(A)	有効回答数(B)	有効回収率(B/A)
6,362	1,383	21.7%

④ ヒアリング調査

ア) 業界団体及び企業ヒアリング

クリエイティブ産業に関連した業界団体（5 団体）及び企業（アンケート結果に基づき抽出した 10 社）に対して、訪問によりヒアリング調査を実施した。

イ) 抽出方法

クリエイティブ産業の動向に詳しい有識者（2 者）に対して、訪問によりヒアリング調査を実施した。

Ⅱ. 東京都におけるクリエイティブ産業の集積状況

1. 統計分析

(1) 事業所数及び従業者数

2012年の「経済センサス活動調査」（総務省）によると、我が国のクリエイティブ産業は、事業所数で14.0%、従業者数で24.5%が東京都に集積している。特に「舞台芸術」、「音楽」、「映画・ビデオ・写真、アニメ」、「出版」、「広告」、「テレビ・ラジオ・報道」、「ゲーム」、「情報サービス」、「デザイン」などの分野での集積度が高く、事業所数あるいは従業者数で全国の50%以上が東京都に集積しているケースもみられる。東京都では産業全体におけるクリエイティブ産業の割合も高く、上記業種では特化係数も極めて高い数値を示している。

図表Ⅱ-1-1 東京都クリエイティブ産業の事業所数・従業者数(2012年)

事業分野	業種		事業所数 (所)	シェア (対全国)	特化係数* (対全国)	従業者数 (人)	シェア (対全国)	特化係数* (対全国)
	小分類	細分類						
① 芸術	著述・芸術家業		121	16.2%	1.41	285	20.3%	1.31
② 舞台芸術	興行場、興行団		1,398	47.8%	4.15	20,100	52.5%	3.38
③ 音楽	音声情報制作業		357	59.1%	5.14	4,890	82.0%	5.29
④ 映画・ビデオ・写真	映像情報制作・配給業	アニメーション制作業含む	1,887	47.9%	4.16	36,279	67.1%	4.33
⑤ アニメ	写真業		1,430	13.5%	1.18	7,628	15.7%	1.01
⑥ 出版	出版業		2,692	56.0%	4.87	46,917	67.2%	4.33
⑦ 広告	広告業		2,879	29.8%	2.59	64,072	51.3%	3.31
	広告制作業		1,252	41.2%	3.58	14,290	54.9%	3.54
⑧ テレビ・ラジオ・報道	放送業(民間・有線)		283	16.4%	1.43	14,520	26.7%	1.72
	映像・音声・文字情報制作に 附随するサービス業		1,588	29.5%	2.56	21,930	55.1%	3.55
	新聞業		324	26.7%	2.32	19,865	38.2%	2.47
⑨ ゲーム		ゲームソフトウェア業	114	46.3%	4.03	5,037	53.3%	3.44
⑩ 情報サービス	ソフトウェア業 (ゲームソフトウェア業除く)		7,922	31.1%	2.70	378,822	49.0%	3.16
		情報提供サービス業	449			13,891		
		インターネット附随サービス業	1,373	37.2%	3.23	35,421	65.4%	4.22
⑪ 建築設計		建築設計業	5,765	14.9%	1.29	50,488	25.2%	1.62
⑫ デザイン	デザイン業		3,234	35.6%	3.10	17,953	43.5%	2.81
⑬ ファッション	美容・エステティック業		14,031	8.0%	0.70	62,115	13.0%	0.84
	織物・生地・染色整理業		451	3.7%	0.32	2,071	2.6%	0.17
	繊維製品製造業		2,367	12.3%	1.07	13,080	6.9%	0.44
	革製品製造業		1,702	33.9%	2.94	8,657	26.0%	1.68
		装身具・装飾品製造業 (除貴金属・宝石製)		378	43.5%	3.79	1,529	33.5%
⑭ 工芸品・装飾品	紙製品・木製品・金属彫刻・装備品製造業		725	8.1%	0.70	3,115	5.6%	0.36
	漆器・ガラス器・陶磁器製造業		75	1.5%	0.13	400	1.8%	0.12
		ぼうき・ブラシ製造業	62	12.8%	1.12	433	7.3%	0.47
		貴金属・宝石製品製造業	646	29.3%	2.55	3,241	26.0%	1.68
⑮ 日用品	表具業		221	9.1%	0.79	492	10.0%	0.65
	家具製造業		679	7.3%	0.64	4,475	5.2%	0.34
		プラスチック製日用雑貨・ 食卓用品製造業	74	5.7%	0.49	647	3.5%	0.23
		がん具・運動用具製造業	404	12.9%	1.12	4,541	14.3%	0.92
		ペン・鉛筆・絵画用品・その 他の事務用品製造業	244	18.4%	1.60	1,853	11.0%	0.71
⑯ 観光・飲食	旅行業		1,698	18.0%	1.57	32,312	35.8%	2.31
	旅館、ホテル		1,928	4.6%	0.40	52,512	8.3%	0.54
	専門料理店(日本料理、料亭、ラーメン)		11,369	14.6%	1.27	105,390	16.0%	1.03
	そば・うどん店		4,996	15.7%	1.36	33,851	15.5%	1.00
	すし店		3,808	14.9%	1.30	29,337	12.2%	0.78
	その他の飲食店(お好み焼・焼きそば・たこ焼)		1,189	6.9%	0.60	6,360	8.9%	0.58
クリエイティブ系事業分野の合計			80,115	14.0%	1.22	1,118,831	24.5%	1.58
全産業総計(公務除く)			627,357	11.5%		8,655,267	15.5%	
クリエイティブ系事業分野の全産業に占める割合			12.8%			12.9%		

* 特化係数: 地域の産業の業種構成を全国の産業の業種構成と比較することで、地域の産業の特化(比較優位)の度合いを見る係数
資料: 経済センサス活動調査(2012年)

(2) 売上金額及び付加価値額

2012年の「経済センサス活動調査」によると、我が国のクリエイティブ産業は、付加価値額で38.3%が東京都に集積しており、事業所数、従業者数でみた場合よりも東京都への集積度合いが強く現れている。特に「舞台芸術」、「音楽」、「映画・ビデオ・写真、アニメ」、「出版」、「広告」、「テレビ・ラジオ・報道」、「ゲーム」、「情報サービス」、「デザイン」の集積度は高く、付加価値額で全国の70～90%が東京都に集積しているケースもみられる。

図表Ⅱ-1-2 東京都クリエイティブ産業の売上金額・付加価値額(2012年)

事業分野	業種		売上金額 (億円)	シェア (対全国)	付加価値額 (億円)	シェア (対全国)
	中・小分類	細分類				
①芸術	著述・芸術家業		6	16.4%	3	15.8%
②舞台芸術	興行場, 興行団		4,878	61.8%	945	61.5%
③音楽	音声情報制作業		433	92.6%
④映画・ビデオ・写真 ⑤アニメ	映像情報制作・配給業 (アニメーション制作業含む)		2,110	76.8%
	写真業		494	18.8%	204	18.5%
⑥出版	出版業		2,857	76.5%
⑦広告	広告業		40,962	64.2%	7,804	71.9%
	広告制作業		707	59.3%
⑧テレビ・ラジオ・報道	放送業(民間・有線)		2,417	31.2%
	映像・音声・文字情報制作に 付帯するサービス業		1,127	48.2%
	新聞業		1,740	43.3%
⑨ゲーム		ゲームソフトウェア業	931	67.4%	292	59.3%
⑩情報サービス	ソフトウェア業 (ゲームソフトウェア業除く)		74,849	54.7%	23,031	51.6%
		情報提供サービス業	4,313	66.7%	1,425	60.0%
		インターネット附随サービス業	9,807	82.2%	3,032	74.6%
⑪建築設計		建築設計業	5,604	30.3%	2,638	30.8%
⑫デザイン	デザイン業		1,951	49.7%	427	36.8%
⑬ファッション	美容・エステティック業		2,610	16.4%	1,230	15.2%
	織物・生地・染色整理業		111	1.2%	48	1.9%
	繊維製品製造業		1,020	7.7%	399	9.5%
	革製品製造業		996	27.8%	246	24.0%
		装身具・装飾品製造業 (除貴金属・宝石製)		169	35.5%	51
⑭工芸品・装飾品	紙製品・木製品・金属彫刻・装備品製造業		330	5.6%	100	6.0%
	漆器・ガラス器・陶磁器製造業		34	2.7%	14	3.0%
		ぼうき・ブラシ製造業	36	3.0%	12	3.8%
	貴金属・宝石製品製造業		317	17.3%	110	27.0%
	表具業		17	12.7%	7	9.9%
⑮日用品	家具製造業		642	5.0%	157	4.8%
		プラスチック製日用雑貨・ 食卓用品製造業	76	2.4%	19	2.9%
	がん具・運動用具製造業		785	17.8%	182	16.0%
	ペン・鉛筆・絵画用品・その他 の事務用品製造業		180	6.4%	66	9.2%
⑯観光・飲食	旅行業		33,290	59.5%	2,445	44.1%
	旅館, ホテル		5,839	14.4%	1,427	10.1%
	専門料理店(日本料理、料亭、ラーメン)		4,147	18.5%	1,777	18.7%
	そば・うどん店		1,208	20.0%	518	19.0%
	すし店		1,247	13.5%	521	13.4%
	その他の飲食店(お好み焼・焼きそば・たこ焼)		125	8.3%	64	9.7%
クリエイティブ系事業分野の合計					60,586	38.3%
全産業総計(公務除く)					556,384	22.7%
クリエイティブ系事業分野の全産業に占める割合					10.9%	

* 表中の「...」は、売上高を事業所ごとに把握できないため数値を付していない

* 総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」の調査票情報を独自集計したものである

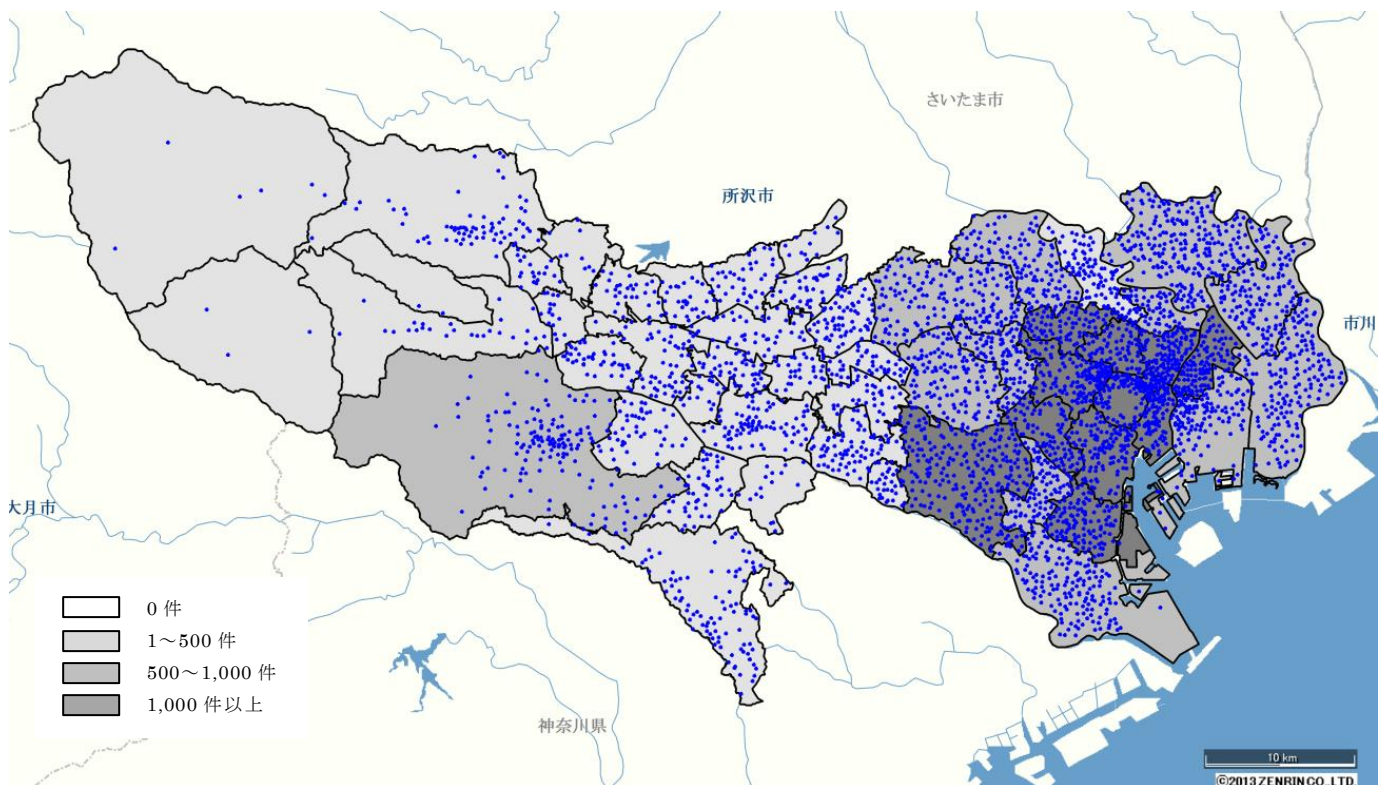
資料：経済センサス活動調査(2012年)

2. 立地分析

タウンページ（NTTタウンページ）によると、東京都内のクリエイティブ産業（飲食店を除く*）に関連する事業所は、千代田区・中央区・港区の都心部に集中して立地しており、その集積を取り囲むように区部に多数立地している。多摩地域においても八王子市をはじめとして一定程度の立地がみられる。島しょ部での立地は少ない。

* 飲食店は人口に比例して立地する傾向が強く、本調査が着目する生産・技術関連や取引構造などに関連した集積とは性格が異なると考えられるため対象から外している。

図表Ⅱ-2-1 東京都におけるクリエイティブ産業全体の立地状況(区部及び多摩地域)

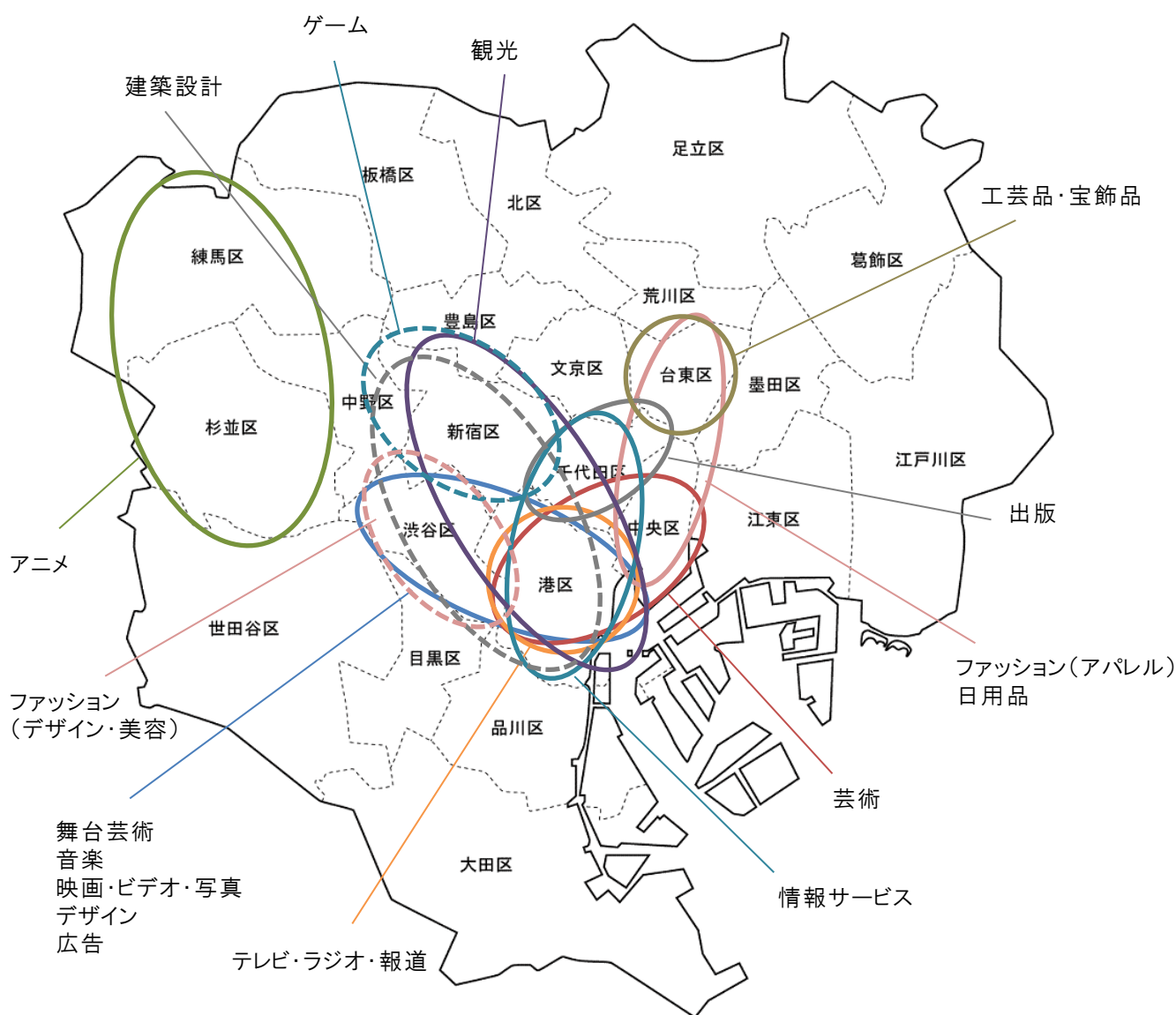


(タウンページ情報(2014年7月)より作成)

(注) 事業所の立地場所を「丁目」までの住所情報により地図上に点で表示。ただし、同じ丁目に複数の事業所があっても1つの点で表示しており、点の数が事業所の実数を表すわけではない。区市町村別の事業所数を規模別に分けて地図上に濃淡で表し、集積の度合いを示している(規模別区分は凡例に記載)

東京都内のクリエイティブ産業の多くは区部に集積している。区部の集積状況を分野別にみると、「芸術」は中央区・港区、「舞台芸術、音楽、映画・ビデオ・写真、デザイン、広告」は港区・渋谷区、「テレビ・ラジオ・報道」は港区、「アニメ」は杉並区、「ゲーム」は新宿区、「ファッション（アパレル）、日用品」は台東区・中央区、「ファッション（デザイン・美容）」は渋谷区、「出版」は千代田区、「情報サービス」は千代田区・港区、「工芸品・装飾品」は台東区、「観光」は港区・新宿区、「建築設計」は渋谷区・新宿区・港区となっている。

図表Ⅱ-2-2 東京都区部におけるクリエイティブ産業の集積状況



(注)分野別に地域別構成比が上位 2 割を占める地域を囲み
ただし、アニメ分野は杉並区(1 位)のみで 2 割を超えるが、練馬区(2 位)の割合も拮抗している
ため囲んでいる

(タウンページ情報(2014 年 7 月)より作成)

Ⅲ. 東京都におけるクリエイティブ産業の実態と課題

1. 企業概要

(1) 立地エリア

○立地エリアをみると、クリエイティブ産業全体では、都区部で「上野・浅草・両国エリア」が1割強と最も高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「永田町・四谷・麴町エリア」：テレビ・ラジオ・報道で2割強
- ・「渋谷エリア」：ゲームで約2割
- ・「東京・日本橋・築地エリア」：広告で2割強
- ・「上野・浅草・両国エリア」：ファッションで約3割、日用品で4割強、工芸品・装飾品で約4割
- ・「御茶ノ水・神保町・秋葉原エリア」：出版及びゲームで約2割
- ・「中野・杉並・練馬エリア」：アニメで5割弱、デザイン（インダストリアル）で約3割
- ・「多摩・島しょエリア」：アニメで3割弱

図表Ⅲ-1-1 立地エリア

	全体	立地エリア														無回答				
		新宿・代々木エリア	永田町・四谷・麴町エリア	渋谷エリア	原宿・表参道・青山エリア	恵比寿・代官山・目黒エリア	六本木・赤坂・麻布エリア	銀座・有楽町エリア	東京・日本橋・築地エリア	上野・浅草・両国エリア	本郷・駒込・王子エリア	池袋・高田馬場・早稲田エリア	お茶の水・神保町・秋葉原エリア	品川・新橋・臨海副都心エリア	世田谷・大田エリア		中野・杉並・練馬エリア	多摩・島しょエリア		
全体	1383 100.0	97 7.0	84 6.1	42 3.0	52 3.8	56 4.0	48 3.5	27 2.0	110 8.0	184 13.3	98 7.1	85 6.1	80 5.8	87 6.3	75 5.4	103 7.4	140 10.1	15 1.1		
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	1 2.6	3 7.7	2 5.1	0 0.0	0 0.0	1 2.6	1 2.6	7 17.9	4 10.3	3 7.7	4 10.3	1 2.6	0 0.0	2 5.1	3 7.7	6 15.4	1 2.6	
	舞台芸術	79 100.0	9 11.4	5 6.3	2 2.5	4 5.1	1 1.3	1 1.3	2 2.5	4 5.1	9 11.4	2 2.5	4 5.1	0 0.0	3 3.8	8 10.1	10 12.7	15 19.0	0 0.0	
	音楽	71 100.0	4 5.6	0 0.0	9 12.7	2 2.8	7 9.9	7 9.9	2 2.8	2 2.8	4 5.6	2 2.8	4 5.6	3 4.2	4 5.6	7 9.9	10 14.1	4 5.6	0 0.0	
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	7 8.9	6 7.6	2 2.5	6 7.6	7 8.9	4 5.1	0 0.0	5 6.3	5 6.3	5 6.3	4 5.1	2 2.5	8 10.1	7 8.9	5 6.3	6 7.6	0 0.0	
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	4 6.0	16 23.9	4 6.0	3 4.5	3 4.5	9 13.4	6 9.0	2 3.0	2 3.0	2 3.0	2 3.0	2 3.0	9 13.4	1 1.5	0 0.0	1 1.5	1 1.5	
	アニメ	40 100.0	1 2.5	0 0.0	0 0.0	1 2.5	1 2.5	1 2.5	0 0.0	1 2.5	0 0.0	0 0.0	1 2.5	3 7.5	0 0.0	1 2.5	19 47.5	11 27.5	0 0.0	
	ゲーム	22 100.0	2 9.1	1 4.5	4 18.2	0 0.0	1 4.5	0 0.0	0 0.0	1 4.5	2 9.1	0 0.0	0 4.5	1 18.2	4 9.1	1 2.5	2 9.1	2 4.5	1 2.5	0 0.0
	ファッション	79 100.0	4 5.1	2 2.5	1 1.3	6 7.6	3 3.8	2 2.5	2 2.5	8 10.1	25 31.6	3 3.8	4 5.1	1 1.3	2 2.5	2 2.5	8 9.9	7 6.3	5 6.3	2 2.5
	デザイン（グラフィック）	88 100.0	6 6.8	13 14.8	4 4.5	8 9.1	5 5.7	3 3.4	0 0.0	12 13.6	1 1.1	6 6.8	7 8.0	8 9.1	1 1.1	3 3.4	4 4.5	7 8.0	0 0.0	
	デザイン（インダストリアル）	27 100.0	2 7.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 7.4	1 3.7	0 0.0	2 7.4	4 14.8	1 3.7	1 7.4	2 3.7	1 0.0	2 7.4	8 29.6	2 7.4	0 0.0	
	デザイン（その他）	47 100.0	4 8.5	4 8.5	1 2.1	2 4.3	3 6.4	2 4.3	1 2.1	6 12.8	2 4.3	3 6.4	4 8.5	0 0.0	3 6.4	4 8.5	0 0.0	8 17.0	0 0.0	
	広告	87 100.0	6 6.9	6 6.9	2 2.3	5 5.7	1 1.1	4 4.6	3 3.4	20 23.0	8 9.2	3 3.4	5 5.7	9 10.3	8 9.2	0 0.0	3 3.4	4 4.6	0 0.0	
	出版	146 100.0	13 8.9	8 5.5	1 0.7	3 2.1	3 2.1	2 1.4	3 2.1	8 5.5	9 6.2	24 16.4	13 8.9	28 19.2	7 4.8	3 2.1	9 6.2	7 4.8	5 3.4	
	情報サービス	103 100.0	10 9.7	9 8.7	3 2.9	2 1.9	7 6.8	4 3.9	3 2.9	11 10.7	11 10.7	4 3.9	4 3.9	6 5.8	14 13.6	7 6.8	3 2.9	5 4.9	0 0.0	
	日用品	55 100.0	1 1.8	1 1.8	1 1.8	0 0.0	2 3.6	0 0.0	1 1.8	3 5.5	24 43.6	4 7.3	2 3.6	1 1.8	2 3.6	3 5.5	5 9.1	5 9.1	2 3.6	
	工芸品・装飾品	77 100.0	1 1.3	1 1.3	1 1.3	3 3.9	1 1.3	1 1.3	2 2.6	1 1.3	30 39.0	13 16.9	5 6.5	0 0.0	1 1.3	3 3.9	5 6.5	9 11.7	0 0.0	
	観光・飲食	110 100.0	3 2.7	4 3.6	2 1.8	2 1.8	2 1.8	2 1.8	0 0.0	6 5.5	21 19.1	6 5.5	6 5.5	6 5.5	12 10.9	8 7.3	7 6.4	20 18.2	3 2.7	
	建築設計	112 100.0	19 17.0	2 1.8	2 1.8	4 3.6	5 4.5	1 0.9	0 0.0	4 3.6	14 12.5	9 8.0	11 9.8	3 2.7	8 7.1	9 8.0	2 1.8	18 16.1	1 0.9	
	その他	40 100.0	0 0.0	2 5.0	1 2.5	1 2.5	2 5.0	2 5.0	1 2.5	5 12.5	5 12.5	7 17.5	1 2.5	1 2.5	4 10.0	0 0.0	2 5.0	6 15.0	0 0.0	

(2) 資本金額

○資本金額をみると、クリエイティブ産業全体では「1,000万円未満」、「1,000～2,000万円未満」の割合がそれぞれ約4割を占めている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「1,000万円未満」：芸術で7割強、アニメで6割強、舞台芸術及び工芸品・装飾品で約6割
- ・「1,000～2,000万円未満」：出版で約6割、デザイン（グラフィック）・広告・情報サービスで5割強
- ・「5,000万円～1億円未満」：ゲームで2割強
- ・「1億円以上」：テレビ・ラジオ・報道で約3割

図表Ⅲ-1-2 資本金額

上段：回答数 下段：構成比%

	全体	資本金額						
		1,000万円未満	1,000～2,000万円未満	2,000～5,000万円未満	5,000万円～1億円未満	1億円以上	不明	
全体	1383 100.0	529 38.3	550 39.8	156 11.3	58 4.2	69 5.0	21 1.5	
主な ク リ エ イ テ ィ ブ 系 事 業	芸術	39 100.0	26 66.7	9 23.1	2 5.1	0 0.0	0 0.0	2 5.1
	舞台芸術	79 100.0	47 59.5	21 26.6	5 6.3	2 2.5	2 2.5	2 2.5
	音楽	71 100.0	31 43.7	19 26.8	11 15.5	3 4.2	5 7.0	2 2.8
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	35 44.3	31 39.2	7 8.9	1 1.3	5 6.3	0 0.0
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	10 14.9	24 35.8	6 9.0	6 9.0	20 29.9	1 1.5
	アニメ	40 100.0	25 62.5	5 12.5	2 5.0	3 7.5	4 10.0	1 2.5
	ゲーム	22 100.0	12 54.5	3 13.6	2 9.1	5 22.7	0 0.0	0 0.0
	ファッション	79 100.0	26 32.9	31 39.2	16 20.3	3 3.8	2 2.5	1 1.3
	デザイン（グラフィック）	88 100.0	31 35.2	47 53.4	8 9.1	0 0.0	1 1.1	1 1.1
	デザイン（インダストリアル）	27 100.0	11 40.7	13 48.1	2 7.4	1 3.7	0 0.0	0 0.0
	デザイン（その他）	47 100.0	20 42.6	18 38.3	5 10.6	4 8.5	0 0.0	0 0.0
	広告	87 100.0	23 26.4	46 52.9	9 10.3	5 5.7	4 4.6	0 0.0
	出版	146 100.0	28 19.2	89 61.0	19 13.0	8 5.5	0 0.0	2 1.4
	情報サービス	103 100.0	22 21.4	54 52.4	15 14.6	4 3.9	6 5.8	2 1.9
	日用品	55 100.0	22 40.0	20 36.4	10 18.2	0 0.0	1 1.8	2 3.6
	工芸品・装飾品	77 100.0	47 61.0	19 24.7	6 7.8	2 2.6	3 3.9	0 0.0
	観光・飲食	110 100.0	44 40.0	30 27.3	16 14.5	6 5.5	11 10.0	3 2.7
	建築設計	112 100.0	47 42.0	49 43.8	9 8.0	3 2.7	3 2.7	1 0.9
	その他	40 100.0	16 40.0	17 42.5	4 10.0	2 5.0	0 0.0	1 2.5

(3) 従業者数

○従業者数をみると、クリエイティブ産業全体では「2～4人」が3割強、次いで「5～9人」が約2割を占めている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「1人」：芸術、工芸品・装飾品で約3割
- ・「2～4人」：デザイン（インダストリアル）で約6割
- ・「10～19人」：アニメ、ゲームで約3割
- ・「50～99人」：テレビ・ラジオ・報道で約2割
- ・「100～299」：テレビ・ラジオ・報道で1割強

図表Ⅲ-1-3 従業者数

上段:回答数 下段:構成比%

	全体	従業員数										
		1人	2～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100～299人	300人以上	無回答	
全体	1383 100.0	168 12.1	468 33.8	265 19.2	201 14.5	82 5.9	66 4.8	62 4.5	42 3.0	19 1.4	10 0.7	
主な ク リ エ イ ブ 系 事 業	芸術	39 100.0	12 30.8	18 46.2	3 7.7	2 5.1	1 2.6	0 0.0	0 0.0	1 2.6	0 0.0	2 5.1
	舞台芸術	79 100.0	8 10.1	24 30.4	18 22.8	15 19.0	5 6.3	4 5.1	2 2.5	2 2.5	1 1.3	0 0.0
	音楽	71 100.0	14 19.7	22 31.0	10 14.1	9 12.7	4 5.6	3 4.2	3 4.2	5 7.0	0 0.0	1 1.4
	映画・ビデオ・ 写真	79 100.0	9 11.4	32 40.5	22 27.8	8 10.1	4 5.1	1 1.3	1 1.3	0 0.0	1 1.3	1 1.3
	テレビ・ラジオ・ 報道	67 100.0	0 0.0	6 9.0	13 19.4	7 10.4	7 10.4	11 16.4	13 19.4	9 13.4	1 1.5	0 0.0
	アニメ	40 100.0	1 2.5	5 12.5	9 22.5	12 30.0	3 7.5	3 7.5	4 10.0	2 5.0	1 2.5	0 0.0
	ゲーム	22 100.0	1 4.5	3 13.6	5 22.7	7 31.8	2 9.1	1 4.5	3 13.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	ファッション	79 100.0	5 6.3	23 29.1	20 25.3	14 17.7	7 8.9	3 3.8	6 7.6	0 0.0	1 1.3	0 0.0
	デザイン (グラフィック)	88 100.0	12 13.6	38 43.2	17 19.3	14 15.9	3 3.4	2 2.3	1 1.1	1 1.1	0 0.0	0 0.0
	デザイン (インダストリアル)	27 100.0	2 7.4	16 59.3	4 14.8	3 11.1	1 3.7	0 0.0	1 3.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	デザイン(その他)	47 100.0	8 17.0	15 31.9	12 25.5	4 8.5	4 8.5	2 4.3	0 0.0	1 2.1	1 2.1	0 0.0
	広告	87 100.0	7 8.0	37 42.5	17 19.5	11 12.6	2 2.3	6 6.9	6 6.9	1 1.1	0 0.0	0 0.0
	出版	146 100.0	13 8.9	37 25.3	37 25.3	26 17.8	11 7.5	8 5.5	7 4.8	5 3.4	0 0.0	2 1.4
	情報サービス	103 100.0	6 5.8	26 25.2	18 17.5	22 21.4	13 12.6	8 7.8	6 5.8	1 1.0	2 1.9	1 1.0
	日用品	55 100.0	6 10.9	17 30.9	14 25.5	6 10.9	4 7.3	4 7.3	2 3.6	1 1.8	1 1.8	0 0.0
	工芸品・装飾品	77 100.0	23 29.9	32 41.6	9 11.7	7 9.1	0 0.0	2 2.6	2 2.6	1 1.3	1 1.3	0 0.0
	観光・飲食	110 100.0	11 10.0	46 41.8	15 13.6	9 8.2	5 4.5	4 3.6	3 2.7	8 7.3	6 5.5	3 2.7
	建築設計	112 100.0	25 22.3	52 46.4	16 14.3	11 9.8	2 1.8	2 1.8	2 1.8	1 0.9	1 0.9	0 0.0
	その他	40 100.0	4 10.0	15 37.5	4 10.0	10 25.0	3 7.5	1 2.5	0 0.0	1 2.5	2 5.0	0 0.0

(4) 直近年度の売上高

○直近年度の売上高をみると、クリエイティブ産業全体では「1～3億円」が約2割、「1,000～3,000万円未満」と「5,000万～1億円未満」が2割弱となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「500万円未満」：芸術、工芸品・装飾品で約2割
- ・「1,000～3,000万円未満」：芸術で3割強、デザイン（インダストリアル）で4割弱
- ・「5,000万～1億円未満」：ゲームで約3割、デザイン（その他）で3割弱
- ・「1～3億円未満」：情報サービスで約3割
- ・「5～10億円未満」、「10～50億円未満」：テレビ・ラジオ・報道で2割弱
- ・「50～100億円未満」：テレビ・ラジオ・報道で約1割

図表Ⅲ-1-4 直近年度の売上高

		直近年度の売上高													上段:回答数	下段:構成比%
	全体	直近年度の売上高													無回答	
		500万円未満	500～1,000万円未満	1,000～3,000万円未満	3,000～5,000万円未満	5,000万～1億円未満	1～3億円未満	3～5億円未満	5～10億円未満	10～50億円未満	50～100億円未満	100～500億円未満	500億円以上			
全体	1383	121	92	239	128	229	286	71	60	98	22	15	4	18		
	100.0	8.7	6.7	17.3	9.3	16.6	20.7	5.1	4.3	7.1	1.6	1.1	0.3	1.3		
主なクリエイティブ系事業	芸術	39	8	2	13	4	6	3	0	1	1	0	0	1		
		100.0	20.5	5.1	33.3	10.3	15.4	7.7	0.0	2.6	2.6	0.0	0.0	2.6		
	舞台芸術	79	9	5	11	11	15	14	4	3	5	0	0	2		
		100.0	11.4	6.3	13.9	13.9	19.0	17.7	5.1	3.8	6.3	0.0	0.0	2.5		
	音楽	71	10	3	9	7	11	13	6	2	7	2	0	1		
		100.0	14.1	4.2	12.7	9.9	15.5	18.3	8.5	2.8	9.9	2.8	0.0	1.4		
	映画・ビデオ・写真	79	8	10	14	8	14	18	4	1	1	0	1	0		
		100.0	10.1	12.7	17.7	10.1	17.7	22.8	5.1	1.3	1.3	0.0	1.3	0.0		
	テレビ・ラジオ・報道	67	0	0	2	3	10	12	4	11	12	7	4	2		
		100.0	0.0	0.0	3.0	4.5	14.9	17.9	6.0	16.4	17.9	10.4	6.0	3.0		
	アニメ	40	3	0	5	4	9	7	3	2	5	1	1	0		
		100.0	7.5	0.0	12.5	10.0	22.5	17.5	7.5	5.0	12.5	2.5	2.5	0.0		
	ゲーム	22	1	0	3	2	7	5	1	1	2	0	0	0		
		100.0	4.5	0.0	13.6	9.1	31.8	22.7	4.5	4.5	9.1	0.0	0.0	0.0		
	ファッション	79	7	2	5	6	15	23	8	4	8	0	0	1		
		100.0	8.9	2.5	6.3	7.6	19.0	29.1	10.1	5.1	10.1	0.0	0.0	1.3		
	デザイン（グラフィック）	88	9	3	25	10	15	19	1	4	1	0	1	0		
		100.0	10.2	3.4	28.4	11.4	17.0	21.6	1.1	4.5	1.1	0.0	1.1	0.0		
	デザイン（インダストリアル）	27	1	2	10	5	3	2	1	2	0	0	0	1		
		100.0	3.7	7.4	37.0	18.5	11.1	7.4	3.7	7.4	0.0	0.0	0.0	3.7		
デザイン（その他）	47	6	5	7	1	13	7	2	1	1	0	1	1			
	100.0	12.8	10.6	14.9	2.1	27.7	14.9	4.3	2.1	6.4	0.0	2.1	2.1			
広告	87	3	4	16	9	15	21	7	1	8	2	0	1			
	100.0	3.4	4.6	18.4	10.3	17.2	24.1	8.0	1.1	9.2	2.3	0.0	1.1			
出版	146	7	6	21	17	25	35	8	13	11	1	0	2			
	100.0	4.8	4.1	14.4	11.6	17.1	24.0	5.5	8.9	7.5	0.7	0.0	1.4			
情報サービス	103	4	5	11	9	23	32	5	4	5	1	1	3			
	100.0	3.9	4.9	10.7	8.7	22.3	31.1	4.9	3.9	4.9	1.0	1.0	2.9			
日用品	55	3	2	12	1	7	14	4	3	7	2	0	0			
	100.0	5.5	3.6	21.8	1.8	12.7	25.5	7.3	5.5	12.7	3.6	0.0	0.0			
工芸品・装飾品	77	15	9	18	5	11	10	1	3	2	2	1	0			
	100.0	19.5	11.7	23.4	6.5	14.3	13.0	1.3	3.9	2.6	2.6	1.3	0.0			
観光・飲食	110	9	15	18	5	13	19	7	2	8	4	5	3			
	100.0	8.2	13.6	16.4	4.5	11.8	17.3	6.4	1.8	7.3	3.6	4.5	2.7			
建築設計	112	11	16	26	17	16	19	1	1	3	0	0	1			
	100.0	9.8	14.3	23.2	15.2	14.3	17.0	0.9	0.9	2.7	0.0	0.0	0.9			
その他	40	5	1	12	3	0	9	4	1	5	0	0	0			
	100.0	12.5	2.5	30.0	7.5	0.0	22.5	10.0	2.5	12.5	0.0	0.0	0.0			

(5) 3年前と比べた年間売上高の変化

○3年前と比べた年間売上高の変化をみると、クリエイティブ産業全体では「ほぼ横ばい」が3割弱、「やや減少」が2割強、「やや増加」と「大幅減少」が約2割を占めている。「大幅増加」は1割にも満たない状況にある。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「大幅増加」：ゲームで3割弱
- ・「やや増加」：情報サービスで4割半、日用品で3割半
- ・「ほぼ横ばい」：芸術で5割弱、音楽で約4割
- ・「やや減少」：デザイン（インダストリアル）、ファッション、工芸品・装飾品で3割強

図表Ⅲ-1-5 3年前と比べた年間売上高の変化

		3年前と比べた売上高の変化						上段: 回答数	下段: 構成比%
		全体	大幅増加	やや増加	ほぼ横ばい	やや減少	大幅減少	無回答	
全体		1383	76	302	380	329	273	23	
		100.0	5.5	21.8	27.5	23.8	19.7	1.7	
主な ク リ エ イ テ ィ ブ 系 事 業	芸術	39	0	7	18	9	4	1	
		100.0	0.0	17.9	46.2	23.1	10.3	2.6	
	舞台芸術	79	0	17	25	23	14	0	
		100.0	0.0	21.5	31.6	29.1	17.7	0.0	
	音楽	71	6	10	28	17	9	1	
		100.0	8.5	14.1	39.4	23.9	12.7	1.4	
	映画・ビデオ・写真	79	2	14	26	17	20	0	
		100.0	2.5	17.7	32.9	21.5	25.3	0.0	
	テレビ・ラジオ・報道	67	3	20	18	13	12	1	
		100.0	4.5	29.9	26.9	19.4	17.9	1.5	
	アニメ	40	6	10	10	10	3	1	
		100.0	15.0	25.0	25.0	25.0	7.5	2.5	
	ゲーム	22	6	4	7	2	2	1	
		100.0	27.3	18.2	31.8	9.1	9.1	4.5	
	ファッション	79	5	12	23	26	13	0	
		100.0	6.3	15.2	29.1	32.9	16.5	0.0	
	デザイン（グラフィック）	88	2	12	22	25	25	2	
		100.0	2.3	13.6	25.0	28.4	28.4	2.3	
	デザイン（インダストリアル）	27	1	6	6	9	5	0	
		100.0	3.7	22.2	22.2	33.3	18.5	0.0	
デザイン（その他）	47	3	9	14	6	13	2		
	100.0	6.4	19.1	29.8	12.8	27.7	4.3		
広告	87	4	18	31	13	18	3		
	100.0	4.6	20.7	35.6	14.9	20.7	3.4		
出版	146	3	21	38	41	40	3		
	100.0	2.1	14.4	26.0	28.1	27.4	2.1		
情報サービス	103	10	46	21	11	13	2		
	100.0	9.7	44.7	20.4	10.7	12.6	1.9		
日用品	55	0	19	10	12	13	1		
	100.0	0.0	34.5	18.2	21.8	23.6	1.8		
工芸品・装飾品	77	3	20	12	25	17	0		
	100.0	3.9	26.0	15.6	32.5	22.1	0.0		
観光・飲食	110	9	16	34	26	21	4		
	100.0	8.2	14.5	30.9	23.6	19.1	3.6		
建築設計	112	8	33	26	25	19	1		
	100.0	7.1	29.5	23.2	22.3	17.0	0.9		
その他	40	5	5	10	15	5	0		
	100.0	12.5	12.5	25.0	37.5	12.5	0.0		

(6) 3年前と比べた経常損益の変化

○ 3年前と比べた経常損益の変化をみると、クリエイティブ産業全体では「黒字だが利益額は減少」が2割半、「赤字だが損失額は縮小」が約2割、「黒字を維持・拡大」が2割弱を占めている。

○ 項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「黒字を維持・拡大」：テレビ・ラジオ・報道、ゲームで約3割
- ・「赤字から黒字に転換」：情報サービスで約3割
- ・「赤字だが損失額は縮小」：デザイン（グラフィック、インダストリアル）で約3割
- ・「黒字だが利益額は減少」：テレビ・ラジオ・報道及び芸術で約4割、日用品で4割弱
- ・「黒字から赤字に転落」：ファッションで約2割

図表Ⅲ-1-6 3年前と比べた経常損益の変化

上段: 回答数 下段: 構成比%

	全体	3年前と比べた経常損益の変化							
		黒字を維持・拡大	赤字から黒字に転換	赤字だが損失額は縮小	黒字だが利益額は減少	黒字から赤字に転落	引き続き赤字で損失額が拡大	無回答	
全体	1383 100.0	229 16.6	178 12.9	263 19.0	355 25.7	129 9.3	186 13.4	43 3.1	
主な ク リ エ イ テ ィ ブ 系 事 業	芸術	39 100.0	3 7.7	4 10.3	9 23.1	15 38.5	1 2.6	5 12.8	2 5.1
	舞台芸術	79 100.0	8 10.1	5 6.3	22 27.8	15 19.0	13 16.5	15 19.0	1 1.3
	音楽	71 100.0	12 16.9	11 15.5	9 12.7	16 22.5	9 12.7	10 14.1	4 5.6
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	5 6.3	10 12.7	17 21.5	25 31.6	7 8.9	15 19.0	0 0.0
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	19 28.4	4 6.0	4 6.0	27 40.3	5 7.5	6 9.0	2 3.0
	アニメ	40 100.0	9 22.5	9 22.5	3 7.5	8 20.0	3 7.5	4 10.0	4 10.0
	ゲーム	22 100.0	7 31.8	5 22.7	4 18.2	0 0.0	4 18.2	1 4.5	1 4.5
	ファッション	79 100.0	13 16.5	9 11.4	11 13.9	25 31.6	16 20.3	5 6.3	0 0.0
	デザイン (グラフィック)	88 100.0	9 10.2	11 12.5	26 29.5	12 13.6	11 12.5	17 19.3	2 2.3
	デザイン (インダストリアル)	27 100.0	3 11.1	4 14.8	8 29.6	7 25.9	2 7.4	3 11.1	0 0.0
	デザイン(その他)	47 100.0	8 17.0	9 19.1	10 21.3	9 19.1	2 4.3	7 14.9	2 4.3
	広告	87 100.0	17 19.5	13 14.9	13 14.9	21 24.1	6 6.9	14 16.1	3 3.4
	出版	146 100.0	19 13.0	14 9.6	31 21.2	43 29.5	16 11.0	18 12.3	5 3.4
	情報サービス	103 100.0	25 24.3	29 28.2	15 14.6	22 21.4	5 4.9	3 2.9	4 3.9
	日用品	55 100.0	11 20.0	2 3.6	11 20.0	20 36.4	3 5.5	7 12.7	1 1.8
	工芸品・装飾品	77 100.0	12 15.6	7 9.1	20 26.0	15 19.5	6 7.8	16 20.8	1 1.3
	観光・飲食	110 100.0	24 21.8	13 11.8	18 16.4	27 24.5	8 7.3	15 13.6	5 4.5
	建築設計	112 100.0	20 17.9	13 11.6	21 18.8	26 23.2	10 8.9	17 15.2	5 4.5
	その他	40 100.0	4 10.0	5 12.5	8 20.0	17 42.5	1 2.5	4 10.0	1 2.5

2. 創業の経緯

(1) 創業年

○創業年をみると、クリエイティブ産業全体では「1969年以前」が約2割を占めており、次いで「1985～1989年」が1割強、「1995～1999年」、「1990～1994年」が約1割を占めている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「1969年以前」：工芸品・装飾品で約4割、ファッションで4割弱、日用品で3割強、出版及び舞台芸術で約3割
- ・「1970～1974年」：デザイン（インダストリアル）で2割強、芸術で2割弱
- ・「2005～2009年」：ゲームで約3割
- ・「2010～2014年」：ゲームで3割弱

図表Ⅲ-2-1 創業年

		創業年											
		全体	1969年以前	1970～1974年	1975～1979年	1980～1984年	1985～1989年	1990～1994年	1995～1999年	2000～2004年	2005～2009年	2010～2014年	無回答
全体		1383	268	104	96	116	180	132	142	122	97	73	53
		100.0	19.4	7.5	6.9	8.4	13.0	9.5	10.3	8.8	7.0	5.3	3.8
主な ク リ エ イ テ ィ ブ 産 業	芸術	39	11	7	0	2	4	0	4	4	2	1	4
		100.0	28.2	17.9	0.0	5.1	10.3	0.0	10.3	10.3	5.1	2.6	10.3
	舞台芸術	79	23	7	6	7	9	7	9	3	6	0	2
		100.0	29.1	8.9	7.6	8.9	11.4	8.9	11.4	3.8	7.6	0.0	2.5
	音楽	71	11	5	5	4	9	11	11	4	6	3	2
		100.0	15.5	7.0	7.0	5.6	12.7	15.5	15.5	5.6	8.5	4.2	2.8
	映画・ビデオ・写真	79	9	6	3	5	15	12	10	5	7	5	2
		100.0	11.4	7.6	3.8	6.3	19.0	15.2	12.7	6.3	8.9	6.3	2.5
	テレビ・ラジオ・報道	67	12	6	4	3	14	8	8	4	5	1	2
		100.0	17.9	9.0	6.0	4.5	20.9	11.9	11.9	6.0	7.5	1.5	3.0
	アニメ	40	2	2	4	7	4	0	5	6	2	6	2
		100.0	5.0	5.0	10.0	17.5	10.0	0.0	12.5	15.0	5.0	15.0	5.0
	ゲーム	22	0	0	0	0	2	1	4	2	7	6	0
		100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	4.5	18.2	9.1	31.8	27.3	0.0
	ファッション	79	29	5	3	7	10	8	2	6	3	3	3
		100.0	36.7	6.3	3.8	8.9	12.7	10.1	2.5	7.6	3.8	3.8	3.8
	デザイン（グラフィック）	88	8	6	9	12	13	10	6	11	5	6	2
		100.0	9.1	6.8	10.2	13.6	14.8	11.4	6.8	12.5	5.7	6.8	2.3
	デザイン（インダストリアル）	27	2	6	3	4	1	2	2	3	3	1	0
	100.0	7.4	22.2	11.1	14.8	3.7	7.4	7.4	11.1	11.1	3.7	0.0	
デザイン（その他）	47	5	3	3	4	10	2	3	8	4	4	1	
	100.0	10.6	6.4	6.4	8.5	21.3	4.3	6.4	17.0	8.5	8.5	2.1	
広告	87	13	4	5	7	11	14	8	10	8	3	4	
	100.0	14.9	4.6	5.7	8.0	12.6	16.1	9.2	11.5	9.2	3.4	4.6	
出版	146	44	10	13	14	13	10	12	12	5	4	9	
	100.0	30.1	6.8	8.9	9.6	8.9	6.8	8.2	8.2	3.4	2.7	6.2	
情報サービス	103	3	4	4	9	19	9	11	16	14	11	3	
	100.0	2.9	3.9	3.9	8.7	18.4	8.7	10.7	15.5	13.6	10.7	2.9	
日用品	55	18	5	8	3	4	1	5	2	1	3	5	
	100.0	32.7	9.1	14.5	5.5	7.3	1.8	9.1	3.6	1.8	5.5	9.1	
工芸品・装飾品	77	32	5	3	5	7	7	5	4	3	2	4	
	100.0	41.6	6.5	3.9	6.5	9.1	9.1	6.5	5.2	3.9	2.6	5.2	
観光・飲食	110	21	10	5	9	14	4	20	9	7	7	4	
	100.0	19.1	9.1	4.5	8.2	12.7	3.6	18.2	8.2	6.4	6.4	3.6	
建築設計	112	14	8	13	10	17	16	13	7	7	6	1	
	100.0	12.5	7.1	11.6	8.9	15.2	14.3	11.6	6.3	6.3	5.4	0.9	
その他	40	8	5	4	3	3	8	2	3	2	1	1	
	100.0	20.0	12.5	10.0	7.5	7.5	20.0	5.0	7.5	5.0	2.5	2.5	

(2) 創業時の課題

○創業時の課題をみると、クリエイティブ産業全体では「資金調達」が 5 割強、「販売先・顧客の確保」が 4 割半、「人材の確保・育成」が約 4 割と割合が高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「人材の確保・育成」：ゲームで 6 割強、情報サービスで 6 割弱、舞台芸術で 5 割半
- ・「生産・供給体制の整備」：ファッションで 2 割強
- ・「販売先・顧客の確保」：日用品で約 7 割、広告で約 6 割
- ・「仕入先・発注先の確保」：日用品で 5 割弱

図表Ⅲ-2-2 創業時の課題(複数回答)

	全体	創業時の課題													上段:回答数	下段:構成比%
		資金調達	人材の確保・育成	マーケットの情報収集	商品・サービスの企画・開発	生産・供給体制の整備	販売先・顧客の確保	仕入先・発注先の確保	経営知識・ノウハウの習得	事業に必要な専門技術の習得	外部の専門家との連携	商習慣への対応	営業場所の確保	その他	無回答	
全体	1383	738	555	191	227	115	623	304	385	216	127	107	247	35	120	
	100.0	53.4	40.1	13.8	16.4	8.3	45.0	22.0	27.8	15.6	9.2	7.7	17.9	2.5	8.7	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39	17	4	5	0	1	16	11	7	9	3	4	8	4	
	100.0	43.6	10.3	12.8	0.0	2.6	41.0	28.2	17.9	23.1	7.7	10.3	20.5	10.3	10.3	
	舞台芸術	79	43	43	9	12	2	24	6	19	18	11	7	19	4	
	100.0	54.4	54.4	11.4	15.2	2.5	30.4	7.6	24.1	22.8	13.9	8.9	24.1	5.1	7.6	
	音楽	71	36	29	15	16	5	24	3	25	11	13	9	7	3	
	100.0	50.7	40.8	21.1	22.5	7.0	33.8	4.2	35.2	15.5	18.3	12.7	9.9	4.2	8.5	
	映画・ビデオ・写真	79	41	32	14	17	7	44	20	20	16	5	10	25	1	
	100.0	51.9	40.5	17.7	21.5	8.9	55.7	25.3	25.3	20.3	6.3	12.7	31.6	1.3	0.0	
	テレビ・ラジオ・報道	67	29	34	6	15	7	20	9	16	10	5	7	8	1	
	100.0	43.3	50.7	9.0	22.4	10.4	29.9	13.4	23.9	14.9	7.5	10.4	11.9	1.5	22.4	
	アニメ	40	21	19	2	4	5	6	11	13	5	2	0	4	2	
	100.0	52.5	47.5	5.0	10.0	12.5	15.0	27.5	32.5	12.5	5.0	0.0	10.0	5.0	12.5	
	ゲーム	22	9	14	4	5	1	9	5	8	3	2	2	4	0	
	100.0	40.9	63.6	18.2	22.7	4.5	40.9	22.7	36.4	13.6	9.1	9.1	18.2	0.0	9.1	
	ファッション	79	40	28	10	15	18	42	26	22	9	9	6	15	0	
	100.0	50.6	35.4	12.7	19.0	22.8	53.2	32.9	27.8	11.4	11.4	7.6	19.0	0.0	8.9	
	デザイン(グラフィック)	88	51	30	6	8	2	44	22	23	8	7	3	19	0	
	100.0	58.0	34.1	6.8	9.1	2.3	50.0	25.0	26.1	9.1	8.0	3.4	21.6	0.0	4.5	
	デザイン(インダストリアル)	27	14	7	6	3	3	14	5	10	2	0	1	2	1	
	100.0	51.9	25.9	22.2	11.1	11.1	51.9	18.5	37.0	7.4	0.0	3.7	7.4	3.7	3.7	
デザイン(その他)	47	23	16	7	3	5	24	9	17	12	8	2	8	0		
100.0	48.9	34.0	14.9	6.4	10.6	51.1	19.1	36.2	25.5	17.0	4.3	17.0	0.0	4.3		
広告	87	52	40	13	19	6	53	26	27	7	11	5	17	2		
100.0	59.8	46.0	14.9	21.8	6.9	60.9	29.9	31.0	8.0	12.6	5.7	19.5	2.3	8.0		
出版	146	87	62	15	25	17	60	30	30	19	8	9	23	3		
100.0	59.6	42.5	10.3	17.1	11.6	41.1	20.5	20.5	13.0	5.5	6.2	15.8	2.1	12.3		
情報サービス	103	57	58	17	23	6	58	13	38	14	6	5	16	2		
100.0	55.3	56.3	16.5	22.3	5.8	56.3	12.6	36.9	13.6	5.8	4.9	15.5	1.9	5.8		
日用品	55	33	15	13	11	10	38	26	12	13	5	7	7	0		
100.0	60.0	27.3	23.6	20.0	18.2	69.1	47.3	21.8	23.6	9.1	12.7	12.7	0.0	5.5		
工芸品・装飾品	77	38	22	10	13	10	34	22	16	10	4	6	13	2		
100.0	49.4	28.6	13.0	16.9	13.0	44.2	28.6	20.8	13.0	5.2	7.8	16.9	2.6	10.4		
観光・飲食	110	57	38	20	21	3	42	26	31	17	5	11	22	2		
100.0	51.8	34.5	18.2	19.1	2.7	38.2	23.6	28.2	15.5	4.5	10.0	20.0	1.8	14.5		
建築設計	112	58	41	14	10	4	49	22	36	19	18	7	22	5		
100.0	51.8	36.6	12.5	8.9	3.6	43.8	19.6	32.1	17.0	16.1	6.3	19.6	4.5	3.6		
その他	40	23	17	3	4	2	16	9	10	10	4	2	5	2		
100.0	57.5	42.5	7.5	10.0	5.0	40.0	22.5	25.0	25.0	10.0	5.0	12.5	5.0	10.0		

3. クリエイティブ系事業の概要

(1) クリエイティブ系事業の業務範囲

○クリエイティブ系事業の業務範囲をみると、クリエイティブ産業全体では、自社業務で「事業全体の企画立案」が7割弱、「作品・商品・サービスの設計・デザイン」が約6割、「作品・商品・サービスの制作・生産」が約5割となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「事業全体の企画立案」：出版で8割半、ゲームで約8割
- ・「作品・商品・サービスの設計・デザイン」：デザイン（インダストリアル）で10割、デザイン（グラフィック）で約9割、デザイン（その他）で9割弱、建築設計で8割強、ゲームで8割弱
- ・「作品・商品・サービスの制作・生産」：ゲーム及びテレビ・ラジオ・報道で8割弱、アニメで7割半
- ・「流通事業者への流通・販売」：工芸品・装飾品で約5割、ファッションで4割半、日用品で4割
- ・「消費者への流通・販売」：芸術で約6割、工芸品・装飾品及び観光・飲食で6割弱

図表Ⅲ-3-1 クリエイティブ系事業の業務範囲(複数回答)

		【自社業務】							上段:回答数 下段:構成比%	
		全体	事業全体の企画立案	作品・商品・サービスの設計・デザイン	作品・商品・サービスの制作・生産	流通事業者への流通・販売	消費者への流通・販売	その他	無回答	
全体		1383 100.0	919 66.4	817 59.1	709 51.3	364 26.3	430 31.1	71 5.1	80 5.8	
主な ク リ エ イ ティブ 系 事 業	芸術	39 100.0	21 53.8	11 28.2	11 28.2	15 38.5	24 61.5	2 5.1	5 12.8	
	舞台芸術	79 100.0	60 75.9	51 64.6	53 67.1	23 29.1	33 41.8	4 5.1	1 1.3	
	音楽	71 100.0	48 67.6	34 47.9	36 50.7	21 29.6	23 32.4	4 5.6	9 12.7	
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	49 62.0	39 49.4	56 70.9	16 20.3	20 25.3	4 5.1	1 1.3	
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	49 73.1	44 65.7	51 76.1	14 20.9	14 20.9	5 7.5	4 6.0	
	アニメ	40 100.0	17 42.5	24 60.0	30 75.0	6 15.0	4 10.0	1 2.5	0 0.0	
	ゲーム	22 100.0	18 81.8	17 77.3	17 77.3	6 27.3	6 27.3	1 4.5	0 0.0	
	ファッション	79 100.0	47 59.5	50 63.3	35 44.3	35 44.3	30 38.0	2 2.5	3 3.8	
	デザイン（グラフィック）	88 100.0	57 64.8	80 90.9	46 52.3	7 8.0	5 5.7	2 2.3	2 2.3	
	デザイン（インダストリアル）	27 100.0	19 70.4	27 100.0	10 37.0	4 14.8	4 14.8	1 3.7	0 0.0	
	デザイン（その他）	47 100.0	27 57.4	41 87.2	26 55.3	8 17.0	8 17.0	1 2.1	2 4.3	
	広告	87 100.0	65 74.7	44 50.6	37 42.5	18 20.7	17 19.5	7 8.0	3 3.4	
	出版	146 100.0	124 84.9	91 62.3	88 60.3	46 31.5	47 32.2	4 2.7	2 1.4	
	情報サービス	103 100.0	74 71.8	61 59.2	59 57.3	28 27.2	29 28.2	3 2.9	9 8.7	
	日用品	55 100.0	30 54.5	18 32.7	24 43.6	22 40.0	24 43.6	6 10.9	4 7.3	
	工芸品・装飾品	77 100.0	43 55.8	35 45.5	40 51.9	39 50.6	44 57.1	6 7.8	1 1.3	
	観光・飲食	110 100.0	67 60.9	38 34.5	42 38.2	36 32.7	62 56.4	6 5.5	18 16.4	
	建築設計	112 100.0	77 68.8	93 83.0	33 29.5	11 9.8	23 20.5	6 5.4	3 2.7	
	その他	40 100.0	20 50.0	11 27.5	10 25.0	7 17.5	11 27.5	6 15.0	8 20.0	

○外部委託では総じて自社業務より割合は低い、「作品・商品・サービスの制作・生産」が3割半、「消費者への流通・販売」と「作品・商品・サービスの設計・デザイン」とが2割強となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「事業全体の企画立案」：ゲームで2割強、アニメで2割
- ・「作品・商品・サービスの設計・デザイン」：ゲームで4割半、広告で4割強、出版で3割半
- ・「作品・商品・サービスの制作・生産」：アニメで5割強、広告及び出版で5割弱、ゲームで4割半
- ・「流通事業者への流通・販売」：ゲームで約6割、出版で4割弱、音楽で3割強
- ・「消費者への流通・販売」：ゲームで約6割、音楽で4割強、出版で約4割

図表Ⅲ-3-2 クリエイティブ系事業の業務範囲(複数回答)

【外部委託(企業・個人)】

上段:回答数 下段:構成比%

	全体	外部委託(企業・個人への委託)							
		事業全体の企画立案	作品・商品・サービスの設計・デザイン	作品・商品・サービスの制作・生産	流通事業者への流通・販売	消費者への流通・販売	その他	無回答	
全体	1383 100.0	92 6.7	311 22.5	483 34.9	268 19.4	314 22.7	38 2.7	631 45.6	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	2 5.1	7 17.9	10 25.6	6 15.4	8 20.5	2 5.1	23 59.0
	舞台芸術	79 100.0	4 5.1	20 25.3	19 24.1	8 10.1	11 13.9	2 2.5	46 58.2
	音楽	71 100.0	6 8.5	15 21.1	30 42.3	24 33.8	31 43.7	2 2.8	24 33.8
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	5 6.3	17 21.5	30 38.0	22 27.8	24 30.4	2 2.5	25 31.6
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	9 13.4	16 23.9	25 37.3	14 20.9	13 19.4	1 1.5	34 50.7
	アニメ	40 100.0	8 20.0	12 30.0	21 52.5	7 17.5	8 20.0	0 0.0	13 32.5
	ゲーム	22 100.0	5 22.7	10 45.5	10 45.5	13 59.1	13 59.1	1 4.5	4 18.2
	ファッション	79 100.0	5 6.3	19 24.1	31 39.2	19 24.1	25 31.6	2 2.5	30 38.0
	デザイン(グラフィック)	88 100.0	7 8.0	17 19.3	32 36.4	16 18.2	16 18.2	5 5.7	34 38.6
	デザイン(インダストリアル)	27 100.0	1 3.7	3 11.1	12 44.4	7 25.9	8 29.6	2 7.4	10 37.0
	デザイン(その他)	47 100.0	0 0.0	5 10.6	16 34.0	8 17.0	7 14.9	2 4.3	25 53.2
	広告	87 100.0	9 10.3	37 42.5	42 48.3	19 21.8	21 24.1	6 6.9	27 31.0
	出版	146 100.0	9 6.2	50 34.2	69 47.3	55 37.7	61 41.8	1 0.7	42 28.8
	情報サービス	103 100.0	10 9.7	21 20.4	38 36.9	14 13.6	17 16.5	2 1.9	48 46.6
	日用品	55 100.0	2 3.6	14 25.5	16 29.1	10 18.2	12 21.8	1 1.8	28 50.9
	工芸品・装飾品	77 100.0	0 0.0	9 11.7	16 20.8	4 5.2	12 15.6	2 2.6	47 61.0
	観光・飲食	110 100.0	4 3.6	16 14.5	15 13.6	7 6.4	10 9.1	1 0.9	80 72.7
	建築設計	112 100.0	2 1.8	16 14.3	36 32.1	8 7.1	6 5.4	3 2.7	58 51.8
	その他	40 100.0	2 5.0	4 10.0	9 22.5	3 7.5	6 15.0	0 0.0	26 65.0

(2) 事業所の立地メリット

○事業所の立地メリットをみると、クリエイティブ産業全体では、評価が「交通の利便性が良い」で1.02、「場所のイメージが良い」で0.43、「場所の知名度が高い」で0.42と高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「顧客が集まりやすい」：芸術で0.73、デザイン（その他）で0.30
- ・「主にクライアント、外注先企業に近い」：テレビ・ラジオ・報道で0.98、アニメで0.95、ゲームで0.91、デザイン（グラフィック）で0.77
- ・「同業者が近くに多い」：アニメで0.53、ゲームで0.41
- ・「スタジオ等専門の施設に近い」：テレビ・ラジオ・報道で0.36
- ・「情報が収集しやすい」：テレビ・ラジオ・報道で0.44、ゲームで0.38
- ・「有能な人材が集めやすい」：ゲームで0.52
- ・「交通の利便性が良い」：テレビ・ラジオ・報道及びゲームで1.29、芸術で1.25
- ・「場所の知名度が高い」：テレビ・ラジオ・報道で0.73、デザイン（その他）で0.70、芸術で0.69
- ・「場所のイメージが良い」：芸術で0.83、デザイン（その他）で0.80

図表Ⅲ-3-3 事業所の立地メリット(点数)

	顧客が集まりやすい	主なクライアント、外注先企業に近い	同業者が近くに多い	スタジオ等専門の施設に近い	ビジネスサポート企業に近い	制作資金が集めやすい	情報が収集しやすい	有能な人材が集めやすい	交通の利便性が良い	場所の知名度が高い	場所のイメージが良い	多様な人材・文化に寛容	土地代・オフィス賃料が安い
全体	-0.03	0.21	-0.26	-0.77	-0.81	-1.00	-0.08	-0.33	1.02	0.42	0.43	-0.30	-0.18
主なクリエイティブ事業													
芸術	0.73	-0.68	0.15	-0.97	-1.07	-1.07	-0.16	-0.97	1.25	0.69	0.83	-0.13	-0.43
舞台芸術	-0.11	-0.51	-0.75	-0.34	-0.91	-1.19	-0.38	-0.51	1.08	0.06	0.30	-0.38	-0.36
音楽	-0.27	0.00	-0.27	0.06	-0.66	-1.00	-0.17	-0.32	0.96	0.38	0.37	-0.28	-0.22
映画・ビデオ・写真	-0.10	0.09	-0.41	-0.12	-0.92	-0.93	-0.30	-0.49	0.91	0.31	0.23	-0.41	-0.14
テレビ・ラジオ・報道	0.03	0.98	0.25	0.36	-0.66	-0.80	0.44	-0.15	1.29	0.73	0.69	0.00	-0.35
アニメ	0.13	0.95	0.53	0.00	-0.57	-0.78	0.00	-0.03	0.78	0.24	0.26	-0.16	0.00
ゲーム	-0.20	0.91	0.41	-0.48	-0.14	-0.62	0.38	0.52	1.29	0.38	0.67	0.33	0.05
ファッション	0.13	-0.01	-0.11	-1.36	-1.03	-1.13	-0.03	-0.35	0.84	0.49	0.54	-0.38	-0.38
デザイン(グラフィック)	-0.19	0.77	-0.23	-0.55	-1.06	-1.21	-0.21	-0.38	1.05	0.47	0.50	-0.21	0.05
デザイン(インダストリアル)	-0.26	-0.11	-1.11	-1.22	-1.15	-1.28	-0.19	-0.78	0.67	-0.37	-0.07	-0.41	-0.15
デザイン(その他)	0.30	0.45	-0.22	-0.73	-0.60	-0.89	-0.17	-0.17	1.04	0.70	0.80	0.09	-0.18
広告	-0.02	0.49	-0.31	-0.72	-0.62	-0.92	0.06	-0.32	1.14	0.45	0.39	-0.27	-0.05
出版	-0.15	0.55	-0.22	-0.73	-0.59	-1.01	0.26	-0.12	1.12	0.56	0.63	-0.20	-0.24
情報サービス	-0.05	0.43	-0.43	-1.10	-0.54	-0.76	0.05	0.07	1.13	0.64	0.52	-0.34	-0.16
日用品	-0.29	0.00	-0.51	-1.42	-0.91	-0.91	-0.02	-0.66	0.80	-0.09	0.04	-0.66	-0.38
工芸品・装飾品	-0.01	-0.25	-0.08	-1.28	-1.01	-1.12	-0.21	-0.75	0.89	0.59	0.40	-0.38	-0.40
観光・飲食	0.16	-0.53	-0.17	-1.49	-1.25	-1.19	-0.57	-0.71	0.82	0.35	0.27	-0.77	-0.14
建築設計	-0.30	0.00	-0.72	-1.22	-0.84	-1.01	-0.14	-0.22	1.05	0.26	0.23	-0.30	0.00
その他	0.44	0.42	0.08	-0.82	-0.66	-1.00	0.03	-0.12	1.14	0.59	0.67	0.03	-0.06

(注) 点数化の方法は以下の通り。

- ① 事業所立地場所のメリットについて各項目の回答を点数化
(あてはまる=2点、ややあてはまる=1点、どちらともいえない=0点、あまりあてはまらない=-1点、全くあてはまらない=-2点)
- ② ①の点数にそれぞれの回答者数をかけて合計
- ③ ②の合計値を(回答者総数-無回答者数)で割って算出

4. クリエイティブ系事業の経営方針・事業展開

(1) 自社の強み

- 自社の強みをみると、クリエイティブ産業全体では「事業実績」、「注文への対応力」、「技術・作品・サービス・開発力」、「高い専門能力を持つ人材」、「企画提案力」の割合が高い。
- 項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。
 - ・「事業実績」：デザイン（インダストリアル）で9割弱、デザイン（その他）で約8割、テレビ・ラジオ・報道及びデザイン（グラフィック）で8割弱
 - ・「知名度」：テレビ・ラジオ・報道及びデザイン（その他）で5割弱
 - ・「ブランド力」：テレビ・ラジオ・報道で4割弱、音楽で3割強
 - ・「企画提案力」：デザイン（インダストリアル）で7割弱
 - ・「技術・作品・サービス・開発力」：デザイン（その他）で8割弱、デザイン（インダストリアル）で7割半
 - ・「デザイン力」：デザイン（インダストリアル）で約9割、デザイン（その他）で約8割、デザイン（グラフィック）で約7割
 - ・「感性への訴求力」：デザイン（インダストリアル）で6割強、デザイン（その他）及び芸術で6割弱
 - ・「業界内外のネットワーク」：ゲームで5割、テレビ・ラジオ・報道で4割強
 - ・「情報収集力」：情報サービスで約4割
 - ・「顧客との価値共創力」：デザイン（インダストリアル、その他）で5割半
 - ・「価格競争力」：芸術で3割強
 - ・「注文への対応力」：デザイン（グラフィック）で約7割、デザイン（その他）で7割弱
 - ・「営業力」：広告で3割半
 - ・「ビジネスモデル」：ゲームで2割強、ファッション及び情報サービスで約2割
 - ・「知的財産権」：芸術で3割半、音楽及びデザイン（インダストリアル）で約3割
 - ・「経営者のリーダーシップ」：芸術及びデザイン（インダストリアル）で4割弱
 - ・「経営・管理能力」：ゲームで約3割
 - ・「良好な組織力・チームワーク体制」：ゲームで6割強、映画・ビデオ・写真で約5割半
 - ・「高い専門能力を持つ人材」：デザイン（インダストリアル）で約7割、ゲームで7割弱
 - ・「従業員の高いモチベーション」：デザイン（インダストリアル）で約5割、ゲームで4割半
 - ・「資金力」：アニメで約2割

図表Ⅲ-4-1 自社の強み(複数回答)

		上段:回答数 下段:構成比%											
		全体	事業実績	知名度	ブランド力	企画提案力	技術・作品・サービス・開発力	デザイン力	感性への訴求力	業界内外のネットワーク	情報収集力	顧客との価値共創力	価格競争力
全体		1383 100.0	875 63.3	413 29.9	294 21.3	583 42.2	686 49.6	421 30.4	461 33.3	393 28.4	367 26.5	540 39.0	250 18.1
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	14 35.9	15 38.5	10 25.6	7 17.9	10 25.6	7 17.9	22 56.4	10 25.6	11 28.2	16 41.0	13 33.3
	舞台芸術	79 100.0	49 62.0	30 38.0	19 24.1	33 41.8	38 48.1	20 25.3	41 51.9	16 20.3	10 12.7	32 40.5	11 13.9
	音楽	71 100.0	47 66.2	28 39.4	24 33.8	32 45.1	41 57.7	10 14.1	33 46.5	28 39.4	20 28.2	22 31.0	9 12.7
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	54 68.4	22 27.8	16 20.3	36 45.6	41 51.9	21 26.6	36 45.6	30 38.0	14 17.7	29 36.7	12 15.2
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	52 77.6	32 47.8	25 37.3	32 47.8	34 50.7	8 11.9	17 25.4	29 43.3	23 34.3	22 32.8	10 14.9
	アニメ	40 100.0	21 52.5	16 40.0	9 22.5	9 22.5	20 50.0	14 35.0	12 30.0	16 40.0	10 25.0	12 30.0	6 15.0
	ゲーム	22 100.0	15 68.2	2 9.1	2 9.1	11 50.0	16 72.7	12 54.5	8 36.4	11 50.0	5 22.7	10 45.5	2 9.1
	ファッション	79 100.0	39 49.4	24 30.4	17 21.5	38 48.1	38 48.1	32 40.5	27 34.2	20 25.3	19 24.1	28 35.4	17 21.5
	デザイン(グラフィック)	88 100.0	68 77.3	10 11.4	9 10.2	45 51.1	50 56.8	63 71.6	38 43.2	18 20.5	22 25.0	45 51.1	12 13.6
	デザイン(インダストリアル)	27 100.0	24 88.9	5 18.5	4 14.8	18 66.7	20 74.1	24 88.9	17 63.0	6 22.2	10 37.0	15 55.6	7 25.9
	デザイン(その他)	47 100.0	37 78.7	22 46.8	15 31.9	27 57.4	36 76.6	37 78.7	27 57.4	13 27.7	8 17.0	26 55.3	3 6.4
	広告	87 100.0	52 59.8	18 20.7	15 17.2	40 46.0	42 48.3	28 32.2	25 28.7	24 27.6	33 37.9	40 46.0	24 27.6
	出版	146 100.0	95 65.1	52 35.6	38 26.0	61 41.8	55 37.7	29 19.9	37 25.3	45 30.8	49 33.6	42 28.8	23 15.8
	情報サービス	103 100.0	70 68.0	19 18.4	16 15.5	44 42.7	60 58.3	13 12.6	9 8.7	30 29.1	42 40.8	45 43.7	24 23.3
	日用品	55 100.0	32 58.2	19 34.5	12 21.8	17 30.9	19 34.5	10 18.2	17 30.9	13 23.6	13 23.6	15 27.3	16 29.1
	工芸品・装飾品	77 100.0	45 58.4	28 36.4	17 22.1	20 26.0	35 45.5	22 28.6	22 28.6	23 29.9	18 23.4	27 35.1	19 24.7
	観光・飲食	110 100.0	50 45.5	36 32.7	20 18.2	35 31.8	35 31.8	7 6.4	14 12.7	21 19.1	20 18.2	37 33.6	20 18.2
	建築設計	112 100.0	82 73.2	19 17.0	16 14.3	60 53.6	76 67.9	52 46.4	43 38.4	26 23.2	28 25.0	59 52.7	13 11.6
	その他	40 100.0	24 60.0	11 27.5	7 17.5	13 32.5	15 37.5	7 17.5	12 30.0	12 30.0	10 25.0	14 35.0	6 15.0

「あてはまる」という回答の割合

図表Ⅲ-4-1 自社の強み(複数回答)／続き

		上段:回答数 下段:構成比%											
		全体	注文への 対応力	営業力	ビジネス モデル	知的財産 権	経営者の リーダー シップ	経営・管 理能力	良好な組 織力・ チーム ワーク体 制	高い専門 能力を持 つ人材	従業員の 高いモチ ベーション	資金力	その他
全体		1383 100.0	700 50.6	284 20.5	165 11.9	208 15.0	384 27.8	301 21.8	509 36.8	634 45.8	439 31.7	122 8.8	22 1.6
主 な ク リ エ イ テ ィ ブ 系 事 業	芸術	39 100.0	15 38.5	11 28.2	5 12.8	14 35.9	15 38.5	10 25.6	10 25.6	20 51.3	13 33.3	3 7.7	0 0.0
	舞台芸術	79 100.0	32 40.5	11 13.9	4 5.1	14 17.7	22 27.8	15 19.0	35 44.3	44 55.7	33 41.8	7 8.9	0 0.0
	音楽	71 100.0	30 42.3	17 23.9	12 16.9	21 29.6	19 26.8	16 22.5	30 42.3	40 56.3	25 35.2	9 12.7	3 4.2
	映画・ビデオ・ 写真	79 100.0	51 64.6	10 12.7	6 7.6	19 24.1	28 35.4	19 24.1	43 54.4	49 62.0	29 36.7	4 5.1	0 0.0
	テレビ・ラジオ・ 報道	67 100.0	34 50.7	17 25.4	10 14.9	12 17.9	22 32.8	19 28.4	32 47.8	30 44.8	21 31.3	13 19.4	1 1.5
	アニメ	40 100.0	23 57.5	10 25.0	5 12.5	10 25.0	10 25.0	9 22.5	16 40.0	21 52.5	15 37.5	3 7.5	2 5.0
	ゲーム	22 100.0	14 63.6	4 18.2	5 22.7	3 13.6	6 27.3	7 31.8	14 63.6	15 68.2	10 45.5	1 4.5	1 4.5
	ファッション	79 100.0	40 50.6	23 29.1	17 21.5	4 5.1	19 24.1	22 27.8	29 36.7	30 38.0	23 29.1	14 17.7	1 1.3
	デザイン (グラフィック)	88 100.0	62 70.5	9 10.2	7 8.0	6 6.8	19 21.6	16 18.2	45 51.1	45 51.1	32 36.4	5 5.7	2 2.3
	デザイン (インダストリアル)	27 100.0	17 63.0	3 11.1	4 14.8	8 29.6	10 37.0	5 18.5	13 48.1	19 70.4	14 51.9	2 7.4	0 0.0
	デザイン(その他)	47 100.0	31 66.0	7 14.9	8 17.0	10 21.3	14 29.8	12 25.5	19 40.4	26 55.3	16 34.0	2 4.3	3 6.4
	広告	87 100.0	50 57.5	31 35.6	10 11.5	7 8.0	24 27.6	22 25.3	33 37.9	28 32.2	25 28.7	4 4.6	0 0.0
	出版	146 100.0	56 38.4	24 16.4	19 13.0	33 22.6	45 30.8	36 24.7	51 34.9	63 43.2	42 28.8	16 11.0	1 0.7
	情報サービス	103 100.0	52 50.5	25 24.3	22 21.4	13 12.6	36 35.0	22 21.4	37 35.9	47 45.6	39 37.9	8 7.8	1 1.0
	日用品	55 100.0	23 41.8	12 21.8	3 5.5	5 9.1	14 25.5	12 21.8	11 20.0	14 25.5	13 23.6	6 10.9	2 3.6
	工芸品・装飾品	77 100.0	40 51.9	13 16.9	3 3.9	9 11.7	17 22.1	10 13.0	9 11.7	30 39.0	14 18.2	6 7.8	1 1.3
	観光・飲食	110 100.0	47 42.7	30 27.3	10 9.1	3 2.7	23 20.9	27 24.5	30 27.3	31 28.2	28 25.5	6 5.5	3 2.7
	建築設計	112 100.0	66 58.9	13 11.6	10 8.9	14 12.5	28 25.0	14 12.5	37 33.0	61 54.5	31 27.7	5 4.5	0 0.0
	その他	40 100.0	14 35.0	11 27.5	5 12.5	3 7.5	9 22.5	6 15.0	10 25.0	16 40.0	10 25.0	6 15.0	1 2.5

「あてはまる」という回答の割合

(2) 事業継続・発展の要因

○事業継続・発展の要因をみると、クリエイティブ産業全体では「作品・商品・サービス内容の良さ」が7割弱、次いで「幅広い人脈、ネットワーク」が4割弱、「優秀な人材に恵まれたこと」が3割強となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「作品・商品・サービス内容のよさ」：デザイン（その他、グラフィック）で8割弱
- ・「優れた開発・生産力」：ゲームで約6割、デザイン（インダストリアル）で約4割、日用品で4割弱、情報サービス及びファッションで3割半
- ・「幅広い人脈、ネットワーク」：広告及び映画・ビデオ・写真で約5割
- ・「経営者のリーダーシップ」：ゲームで約3割
- ・「時代のトレンドに対する洞察力」：ファッションで約4割、デザイン（インダストリアル）で4割弱
- ・「優秀な人材に恵まれたこと」：ゲームで約6割、舞台芸術で5割半、アニメで5割強、デザイン（グラフィック）で5割弱
- ・「資金調達に恵まれたこと」：アニメで2割半

図表Ⅲ-4-2 事業継続・発展の要因(複数回答)

上段:回答数 下段:構成比%

	全体	事業継続・発展の要因											
		作品・商品・サービス内容のよさ	優れた開発・生産力	優れた経営企画力	幅広い人脈、ネットワーク	経営者のリーダーシップ	時代のトレンドに対する洞察力	優秀な人材に恵まれたこと	資金調達に恵まれたこと	海外展開が軌道に乗ったこと	その他	無回答	
全体	1383 100.0	930 67.2	277 20.0	129 9.3	512 37.0	288 20.8	271 19.6	449 32.5	156 11.3	28 2.0	65 4.7	19 1.4	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	26 66.7	3 7.7	4 10.3	11 28.2	7 17.9	10 25.6	4 10.3	5 12.8	0 0.0	4 10.3	1 2.6
	舞台芸術	79 100.0	53 67.1	9 11.4	6 7.6	27 34.2	23 29.1	10 12.7	43 54.4	7 8.9	1 1.3	3 3.8	0 0.0
	音楽	71 100.0	51 71.8	13 18.3	8 11.3	30 42.3	10 14.1	16 22.5	28 39.4	6 8.5	1 1.4	2 2.8	1 1.4
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	60 75.9	12 15.2	5 6.3	38 48.1	14 17.7	19 24.1	33 41.8	6 7.6	1 1.3	2 2.5	1 1.3
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	45 67.2	4 6.0	3 4.5	29 43.3	18 26.9	10 14.9	25 37.3	11 16.4	0 0.0	8 11.9	1 1.5
	アニメ	40 100.0	25 62.5	6 15.0	1 2.5	17 42.5	5 12.5	4 10.0	21 52.5	10 25.0	3 7.5	2 5.0	2 5.0
	ゲーム	22 100.0	14 63.6	13 59.1	3 13.6	5 22.7	7 31.8	4 18.2	13 59.1	2 9.1	1 4.5	1 4.5	0 0.0
	ファッション	79 100.0	50 63.3	28 35.4	7 8.9	23 29.1	20 25.3	33 41.8	20 25.3	12 15.2	3 3.8	2 2.5	0 0.0
	デザイン(グラフィック)	88 100.0	69 78.4	14 15.9	8 9.1	36 40.9	18 20.5	12 13.6	42 47.7	6 6.8	0 0.0	4 4.5	0 0.0
	デザイン(インダストリアル)	27 100.0	18 66.7	11 40.7	3 11.1	7 25.9	7 25.9	10 37.0	7 25.9	3 11.1	0 0.0	1 3.7	0 0.0
	デザイン(その他)	47 100.0	37 78.7	14 29.8	4 8.5	17 36.2	10 21.3	9 19.1	11 23.4	5 10.6	1 2.1	1 2.1	0 0.0
	広告	87 100.0	52 59.8	10 11.5	14 16.1	42 48.3	19 21.8	20 23.0	26 29.9	9 10.3	0 0.0	1 1.1	2 2.3
	出版	146 100.0	103 70.5	23 15.8	16 11.0	56 38.4	36 24.7	30 20.5	42 28.8	10 6.8	2 1.4	6 4.1	4 2.7
	情報サービス	103 100.0	51 49.5	37 35.9	9 8.7	44 42.7	24 23.3	20 19.4	32 31.1	10 9.7	2 1.9	5 4.9	2 1.9
	日用品	55 100.0	36 65.5	20 36.4	5 9.1	15 27.3	12 21.8	11 20.0	12 21.8	12 21.8	5 9.1	3 5.5	1 1.8
	工芸品・装飾品	77 100.0	53 68.8	24 31.2	6 7.8	22 28.6	9 11.7	15 19.5	12 15.6	12 15.6	1 1.3	6 7.8	0 0.0
	観光・飲食	110 100.0	69 62.7	10 9.1	11 10.0	26 23.6	19 17.3	14 12.7	28 25.5	19 17.3	2 1.8	5 4.5	2 1.8
	建築設計	112 100.0	85 75.9	16 14.3	9 8.0	50 44.6	21 18.8	15 13.4	31 27.7	4 3.6	4 3.6	6 5.4	1 0.9
	その他	40 100.0	22 55.0	7 17.5	4 10.0	14 35.0	3 7.5	8 20.0	14 35.0	4 10.0	1 2.5	3 7.5	1 2.5

(3) 経営上の問題点

○経営上の問題点をみると、クリエイティブ産業全体では「需要の低迷」が4割半、「同業者との競争が激化」と「販売価格の低下、価格転嫁が困難」が3割半と割合が高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「同業者との競争が激化」：観光・飲食で5割半、日用品及び映画・ビデオ・写真で約5割
- ・「クライアント・外注先の確保が困難」：ゲーム及びデザイン（グラフィック）で4割半、広告で約4割
- ・「需要が低迷」：工芸品・装飾品で約7割、芸術で6割半、音楽で6割強
- ・「販売価格の低下、価格転嫁が困難」：映画・ビデオ・写真で6割強、日用品で5割半、デザイン（グラフィック）で5割強
- ・「取引条件が悪化」：映画・ビデオ・写真及びデザイン（グラフィック）で約3割
- ・「資金繰り・資金調達が困難」：舞台芸術で4割弱
- ・「人材流出、人材確保が困難」：アニメで5割強、情報サービスで4割強
- ・「雇用環境の改善が困難」：アニメで3割弱

図表Ⅲ-4-3 経営上の問題点(複数回答)

		経営上の問題点											上段:回答数	下段:構成比%
	全体	経営上の問題点											無回答	
		同業者との競争が激化	クライアント・外注先の確保が困難	需要が低迷	販売価格の低下、価格転嫁が困難	取引条件が悪化	資金繰り・資金調達が困難	組織求心力が低下	人材流出、人材確保が困難	雇用環境の改善が困難	事業所・創作の場が不足	その他		
全体	1383	497	353	633	494	233	330	111	329	127	60	80	52	
	100.0	35.9	25.5	45.8	35.7	16.8	23.9	8.0	23.8	9.2	4.3	5.8	3.8	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39	10	5	25	10	2	8	2	3	0	4	5	
	100.0	25.6	12.8	64.1	25.6	5.1	20.5	5.1	7.7	0.0	10.3	12.8	2.6	
	舞台芸術	79	26	15	42	29	14	30	14	24	15	10	5	
	100.0	32.9	19.0	53.2	36.7	17.7	38.0	17.7	30.4	19.0	12.7	6.3	2.5	
	音楽	71	24	17	44	16	7	15	2	6	5	4	6	
	100.0	33.8	23.9	62.0	22.5	9.9	21.1	2.8	8.5	7.0	5.6	8.5	5.6	
	映画・ビデオ・写真	79	38	29	43	50	25	23	8	14	6	7	1	
	100.0	48.1	36.7	54.4	63.3	31.6	29.1	10.1	17.7	7.6	8.9	1.3	0.0	
	テレビ・ラジオ・報道	67	25	23	25	30	11	6	9	23	7	1	3	
	100.0	37.3	34.3	37.3	44.8	16.4	9.0	13.4	34.3	10.4	1.5	4.5	4.5	
	アニメ	40	14	8	5	12	8	8	3	21	11	2	3	
	100.0	35.0	20.0	12.5	30.0	20.0	20.0	7.5	52.5	27.5	5.0	7.5	2.5	
	ゲーム	22	6	10	8	4	3	7	0	5	3	0	4	
	100.0	27.3	45.5	36.4	18.2	13.6	31.8	0.0	22.7	13.6	0.0	18.2	13.6	
	ファッション	79	24	21	42	34	13	15	4	22	6	2	2	
	100.0	30.4	26.6	53.2	43.0	16.5	19.0	5.1	27.8	7.6	2.5	2.5	7.6	
	デザイン(グラフィック)	88	36	39	41	47	26	16	5	20	5	4	4	
	100.0	40.9	44.3	46.6	53.4	29.5	18.2	5.7	22.7	5.7	4.5	4.5	1.1	
	デザイン(インダストリアル)	27	6	9	7	10	7	5	3	3	1	0	2	
	100.0	22.2	33.3	25.9	37.0	25.9	18.5	11.1	11.1	3.7	0.0	7.4	7.4	
デザイン(その他)	47	19	17	19	13	10	10	4	8	2	3	6		
100.0	40.4	36.2	40.4	27.7	21.3	21.3	8.5	17.0	4.3	6.4	12.8	4.3		
広告	87	33	36	37	29	13	24	9	21	6	3	2		
100.0	37.9	41.4	42.5	33.3	14.9	27.6	10.3	24.1	6.9	3.4	2.3	2.3		
出版	146	44	28	81	45	23	31	16	28	11	1	11		
100.0	30.1	19.2	55.5	30.8	15.8	21.2	11.0	19.2	7.5	0.7	7.5	3.4		
情報サービス	103	34	25	27	22	13	29	7	44	11	5	5		
100.0	33.0	24.3	26.2	21.4	12.6	28.2	6.8	42.7	10.7	4.9	4.9	3.9		
日用品	55	27	7	31	30	9	18	5	6	3	2	2		
100.0	49.1	12.7	56.4	54.5	16.4	32.7	9.1	10.9	5.5	3.6	3.6	0.0		
工芸品・装飾品	77	22	14	54	28	9	17	2	9	3	2	4		
100.0	28.6	18.2	70.1	36.4	11.7	22.1	2.6	11.7	3.9	2.6	5.2	2.6		
観光・飲食	110	61	4	39	45	8	20	11	27	14	4	6		
100.0	55.5	3.6	35.5	40.9	7.3	18.2	10.0	24.5	12.7	3.6	5.5	6.4		
建築設計	112	25	39	43	25	24	33	7	30	14	4	7		
100.0	22.3	34.8	38.4	22.3	21.4	29.5	6.3	26.8	12.5	3.6	6.3	1.8		
その他	40	15	4	13	7	6	9	0	13	4	2	5		
100.0	37.5	10.0	32.5	17.5	15.0	22.5	0.0	32.5	10.0	5.0	5.0	12.5		

(4) 事業環境の変化とその影響

① 事業環境の変化

○今後の事業に影響を与える事業環境の変化をみると、クリエイティブ産業全体では「デジタル技術の進展」が約4割、「インターネット配信技術の進展」が4割弱、「インターネット上での消費行動の拡大」が約3割と割合が高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「デジタル技術の進展」：アニメで8割弱、映画・ビデオ・写真で7割強、デザイン（グラフィック）で約7割
- ・「インターネット配信技術の進展」：テレビ・ラジオ・報道及び音楽で約6割
- ・「モバイル化の進展」：ゲームで約6割、情報サービスで約4割
- ・「インターネット上での消費行動の拡大」：日用品で約5割、芸術で5割弱、観光・飲食で4割半
- ・「ソーシャルメディアの普及・進展」：ゲームで4割半、アニメで3割強
- ・「消費者による制作・生産（動画制作・共有など）」：映画・ビデオ・写真で約4割、ゲームで3割弱
- ・「感性を重視した消費行動の拡大」：舞台芸術で3割強、日用品・デザイン（その他）・ファッションで約3割
- ・「海外市場でのニーズの高まり」：日用品で約3割、ゲーム、デザイン（インダストリアル）、工芸品・装飾品で2割強

図表Ⅲ-4-4 事業環境の変化（複数回答）

上段：回答数 下段：構成比%

	全体	事業環境の変化											
		デジタル技術の進展	インターネット配信技術の進展	モバイル化の進展	インターネット上での消費行動の拡大	ソーシャルメディアの普及・進展	消費者コミュニティの形成・拡大	消費者による制作・生産（動画制作・共有など）	感性を重視した消費行動の拡大	海外市場でのニーズの高まり	その他	無回答	
全体	1383 100.0	570 41.2	503 36.4	278 20.1	420 30.4	209 15.1	154 11.1	164 11.9	224 16.2	168 12.1	72 5.2	99 7.2	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	7 17.9	13 33.3	0 0.0	18 46.2	7 17.9	4 10.3	2 5.1	8 20.5	7 17.9	3 7.7	3 7.7
	舞台芸術	79 100.0	29 36.7	24 30.4	12 15.2	13 16.5	15 19.0	13 16.5	4 5.1	26 32.9	7 8.9	3 3.8	3 3.8
	音楽	71 100.0	26 36.6	42 59.2	15 21.1	30 42.3	14 19.7	4 5.6	11 15.5	14 19.7	7 9.9	3 4.2	4 5.6
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	58 73.4	39 49.4	19 24.1	18 22.8	9 11.4	4 5.1	31 39.2	5 6.3	7 8.9	0 0.0	2 2.5
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	39 58.2	41 61.2	19 28.4	13 19.4	17 25.4	9 13.4	15 22.4	3 4.5	8 11.9	1 1.5	4 6.0
	アニメ	40 100.0	31 77.5	14 35.0	7 17.5	6 15.0	13 32.5	1 2.5	6 15.0	1 2.5	7 17.5	3 7.5	0 0.0
	ゲーム	22 100.0	8 36.4	10 45.5	13 59.1	8 36.4	10 45.5	4 18.2	6 27.3	2 9.1	5 22.7	0 0.0	0 0.0
	ファッション	79 100.0	12 15.2	17 21.5	7 8.9	33 41.8	5 6.3	15 19.0	4 5.1	23 29.1	9 11.4	1 1.3	6 7.6
	デザイン（グラフィック）	88 100.0	60 68.2	30 34.1	24 27.3	27 30.7	15 17.0	8 9.1	20 22.7	12 13.6	6 6.8	2 2.3	3 3.4
	デザイン（インダストリアル）	27 100.0	13 48.1	8 29.6	1 3.7	3 11.1	2 7.4	2 7.4	5 18.5	7 25.9	6 22.2	3 11.1	0 0.0
	デザイン（その他）	47 100.0	22 46.8	11 23.4	12 25.5	6 12.8	5 10.6	4 8.5	2 4.3	14 29.8	9 19.1	5 10.6	5 10.6
	広告	87 100.0	38 43.7	31 35.6	27 31.0	34 39.1	18 20.7	5 5.7	17 19.5	6 6.9	6 6.9	3 3.4	6 6.9
	出版	146 100.0	82 56.2	70 47.9	41 28.1	53 36.3	30 20.5	13 8.9	17 11.6	12 8.2	4 2.7	6 4.1	8 5.5
	情報サービス	103 100.0	52 50.5	42 40.8	43 41.7	17 16.5	20 19.4	6 5.8	8 7.8	4 3.9	13 12.6	9 8.7	6 5.8
	日用品	55 100.0	7 12.7	15 27.3	4 7.3	27 49.1	3 5.5	5 9.1	1 1.8	17 30.9	16 29.1	3 5.5	6 10.9
	工芸品・装飾品	77 100.0	11 14.3	17 22.1	2 2.6	32 41.6	2 2.6	9 11.7	3 3.9	15 19.5	17 22.1	5 6.5	7 9.1
	観光・飲食	110 100.0	20 18.2	38 34.5	17 15.5	49 44.5	10 9.1	23 20.9	4 3.6	18 16.4	14 12.7	4 3.6	14 12.7
	建築設計	112 100.0	40 35.7	28 25.0	9 8.0	19 17.0	7 6.3	14 12.5	4 3.6	25 22.3	13 11.6	13 11.6	15 13.4
	その他	40 100.0	10 25.0	9 22.5	5 12.5	7 17.5	4 10.0	7 17.5	3 7.5	10 25.0	2 5.0	5 12.5	5 12.5

② 環境変化の影響を受ける部分

○環境変化の影響を受ける部分をみると、クリエイティブ産業全体では「事業全体の企画立案」が約4割、「消費者への流通・販売」が3割強、「作品・商品の制作・生産」と「作品・商品の設計・デザイン」が約3割となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「事業全体の企画立案」：広告で7割弱
- ・「作品・商品の設計・デザイン」：デザイン（グラフィック、インダストリアル）で約7割、ゲームで6割強、デザイン（その他）で約6割
- ・「作品・商品の制作・生産」：アニメで7割半、映画・ビデオ・写真で約6割、テレビ・ラジオ・報道で5割強
- ・「流通事業者への流通・販売」：日用品で3割半、工芸品・装飾品で3割弱
- ・「消費者への流通・販売」：観光・飲食で6割半、音楽で5割強、工芸品・装飾品、日用品、芸術で約5割

図表Ⅲ-4-5 環境変化の影響を受ける部分（複数回答）

上段：回答数 下段：構成比%

	全体	環境変化の影響を受ける部分							
		事業全体の企画立案	作品・商品の設計・デザイン	作品・商品の制作・生産	流通事業者への流通・販売	消費者への流通・販売	その他	無回答	
全体	1383 100.0	541 39.1	425 30.7	427 30.9	193 14.0	458 33.1	60 4.3	123 8.9	
主な ク リ エ イ テ イ ブ 系 事 業	芸術	39 100.0	7 17.9	3 7.7	7 17.9	12 30.8	19 48.7	3 7.7	4 10.3
	舞台芸術	79 100.0	35 44.3	23 29.1	26 32.9	4 5.1	28 35.4	6 7.6	5 6.3
	音楽	71 100.0	28 39.4	10 14.1	20 28.2	14 19.7	37 52.1	5 7.0	9 12.7
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	34 43.0	19 24.1	48 60.8	12 15.2	27 34.2	1 1.3	2 2.5
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	34 50.7	17 25.4	35 52.2	11 16.4	9 13.4	2 3.0	6 9.0
	アニメ	40 100.0	11 27.5	15 37.5	30 75.0	3 7.5	4 10.0	1 2.5	1 2.5
	ゲーム	22 100.0	11 50.0	14 63.6	8 36.4	3 13.6	10 45.5	0 0.0	0 0.0
	ファッション	79 100.0	25 31.6	19 24.1	20 25.3	17 21.5	36 45.6	1 1.3	4 5.1
	デザイン（グラフィック）	88 100.0	31 35.2	62 70.5	28 31.8	3 3.4	7 8.0	6 6.8	6 6.8
	デザイン（インダストリアル）	27 100.0	7 25.9	19 70.4	7 25.9	1 3.7	4 14.8	2 7.4	0 0.0
	デザイン（その他）	47 100.0	17 36.2	28 59.6	18 38.3	7 14.9	8 17.0	4 8.5	3 6.4
	広告	87 100.0	58 66.7	29 33.3	26 29.9	6 6.9	17 19.5	2 2.3	8 9.2
	出版	146 100.0	69 47.3	35 24.0	54 37.0	29 19.9	58 39.7	4 2.7	12 8.2
	情報サービス	103 100.0	54 52.4	33 32.0	30 29.1	9 8.7	15 14.6	6 5.8	11 10.7
	日用品	55 100.0	14 25.5	6 10.9	14 25.5	19 34.5	27 49.1	2 3.6	6 10.9
	工芸品・装飾品	77 100.0	9 11.7	17 22.1	23 29.9	21 27.3	38 49.4	4 5.2	9 11.7
	観光・飲食	110 100.0	31 28.2	12 10.9	7 6.4	6 5.5	71 64.5	2 1.8	15 13.6
	建築設計	112 100.0	45 40.2	57 50.9	17 15.2	5 4.5	22 19.6	6 5.4	13 11.6
	その他	40 100.0	16 40.0	5 12.5	7 17.5	7 17.5	15 37.5	3 7.5	6 15.0

(5) 今後重視する経営課題

○今後重視する経営課題をみると、クリエイティブ産業全体では「人材の確保・育成」が約 4 割、「作品・商品・サービスの開発」と「後継者の育成」が 3 割強、「新分野への進出」が約 3 割と割合が高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「新分野への進出」：ゲーム及び広告で 4 割半
- ・「作品・商品・サービスの開発」：映画・ビデオ・写真及びゲームで約 5 割
- ・「社内設備への投資」：アニメで 2 割強
- ・「国際化への対応」：ゲーム及び芸術で約 3 割
- ・「企業間連携の推進」：デザイン（インダストリアル）で 2 割強
- ・「人材の確保・育成」：舞台芸術で約 6 割、情報サービスで 5 割半、アニメで 5 割
- ・「マーケティング、販路開拓」：デザイン（その他）で 4 割強
- ・「資金調達円滑化」：ゲームで 3 割弱
- ・「後継者の育成」：アニメで 5 割
- ・「作品・商品・サービスのブランド力強化」：ゲームで 4 割弱

図表Ⅲ-4-6 今後重視する経営課題(複数回答)

	全体	今後の経営課題															上段: 回答数	下段: 構成比%
		新分野への進出	作品・商品・サービスの開発	社内設備への投資	国際化への対応	経営組織の見直し	企業間連携の推進	人材の確保・育成	マーケティング、販路開拓	資金調達の円滑化	後継者の育成	事業の再編・再構築	外部経営資源の活用	知的財産戦略の構築	作品・商品のブランド力強化	その他	無回答	
全体	1383	401	462	120	159	121	86	537	334	232	458	120	21	68	292	19	30	
	100.0	29.0	33.4	8.7	11.5	8.7	6.2	38.8	24.2	16.8	33.1	8.7	1.5	4.9	21.1	1.4	2.2	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39	6	7	1	11	0	8	9	9	13	4	0	2	8	2	1	
	100.0	15.4	17.9	2.6	28.2	0.0	0.0	20.5	23.1	23.1	33.3	10.3	0.0	5.1	20.5	5.1	2.6	
	79	15	24	8	2	12	2	48	19	21	33	6	1	4	17	0	2	
	100.0	19.0	30.4	10.1	2.5	15.2	2.5	60.8	24.1	26.6	41.8	7.6	1.3	5.1	21.5	0.0	2.5	
	71	23	25	3	11	4	4	18	15	13	21	5	3	7	19	2	2	
	100.0	32.4	35.2	4.2	15.5	5.6	5.6	25.4	21.1	18.3	29.6	7.0	4.2	9.9	26.8	2.8	2.8	
	79	29	40	15	5	7	4	22	23	17	31	7	0	3	17	0	0	
	100.0	36.7	50.6	19.0	6.3	8.9	5.1	27.8	29.1	21.5	39.2	8.9	0.0	3.8	21.5	0.0	0.0	
	67	21	25	10	10	6	4	30	17	5	17	9	1	9	16	0	1	
	100.0	31.3	37.3	14.9	14.9	9.0	6.0	44.8	25.4	7.5	25.4	13.4	1.5	13.4	23.9	0.0	1.5	
	40	12	10	9	4	7	1	20	1	3	20	0	0	4	8	1	0	
	100.0	30.0	25.0	22.5	10.0	17.5	2.5	50.0	2.5	7.5	50.0	0.0	0.0	10.0	20.0	2.5	0.0	
	22	10	11	3	7	2	3	10	1	6	2	2	0	1	8	0	0	
	100.0	45.5	50.0	13.6	31.8	9.1	13.6	45.5	4.5	27.3	9.1	9.1	0.0	4.5	36.4	0.0	0.0	
	79	18	22	6	8	6	6	30	25	10	26	5	1	1	22	0	3	
	100.0	22.8	27.8	7.6	10.1	7.6	7.6	38.0	31.6	12.7	32.9	6.3	1.3	1.3	27.8	0.0	3.8	
	88	32	31	8	7	8	8	36	19	9	27	6	2	4	20	3	1	
	100.0	36.4	35.2	9.1	8.0	9.1	9.1	40.9	21.6	10.2	30.7	6.8	2.3	4.5	22.7	3.4	1.1	
	27	10	5	4	6	4	6	9	2	2	8	3	1	2	3	1	0	
	100.0	37.0	18.5	14.8	22.2	14.8	22.2	33.3	7.4	7.4	29.6	11.1	3.7	7.4	11.1	3.7	0.0	
	47	16	16	2	7	3	5	12	20	8	13	8	1	4	11	0	1	
	100.0	34.0	34.0	4.3	14.9	6.4	10.6	25.5	42.6	17.0	27.7	17.0	2.1	8.5	23.4	0.0	2.1	
	87	39	28	8	8	13	12	34	24	15	27	9	1	3	12	1	1	
	100.0	44.8	32.2	9.2	9.2	14.9	13.8	39.1	27.6	17.2	31.0	10.3	1.1	3.4	13.8	1.1	1.1	
	146	42	65	8	7	9	6	60	37	26	58	12	0	11	39	0	2	
	100.0	28.8	44.5	5.5	4.8	6.2	4.1	41.1	25.3	17.8	39.7	8.2	0.0	7.5	26.7	0.0	1.4	
	103	40	32	5	11	14	12	57	26	18	28	8	4	4	10	2	1	
	100.0	38.8	31.1	4.9	10.7	13.6	11.7	55.3	25.2	17.5	27.2	7.8	3.9	3.9	9.7	1.9	1.0	
	55	16	20	3	7	1	1	17	15	14	15	4	1	3	11	2	3	
	100.0	29.1	36.4	5.5	12.7	1.8	1.8	30.9	27.3	25.5	27.3	7.3	1.8	5.5	20.0	3.6	5.5	
	77	17	28	3	12	3	0	14	14	14	28	1	0	0	19	1	2	
	100.0	22.1	36.4	3.9	15.6	3.9	0.0	18.2	35.1	18.2	36.4	1.3	0.0	0.0	24.7	1.3	2.6	
	110	18	32	13	18	8	5	40	18	13	33	9	2	0	22	2	6	
	100.0	16.4	29.1	11.8	16.4	7.3	4.5	36.4	16.4	11.8	30.0	8.2	1.8	0.0	20.0	1.8	5.5	
	112	22	30	6	12	8	5	47	23	23	38	14	3	2	23	1	2	
	100.0	19.6	26.8	5.4	10.7	7.1	4.5	42.0	20.5	20.5	33.9	12.5	2.7	1.8	20.5	0.9	1.8	
	40	10	8	4	4	6	2	21	9	4	15	5	0	3	5	1	2	
	100.0	25.0	20.0	10.0	10.0	15.0	5.0	52.5	22.5	10.0	37.5	12.5	0.0	7.5	12.5	2.5	5.0	

(6) 今後の経営方針

○今後の経営方針をみると、クリエイティブ産業全体では「現業を中心に加え、周辺・新分野への参入」、「現状を維持」が約4割と割合が高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「現事業の専門化」：ゲームで5割
- ・「現業を中心に加え、周辺・新分野への参入」：テレビ・ラジオ・報道で6割強、広告で約6割、デザイン（インダストリアル）及びゲームで5割半
- ・「受託型から自己・共同投資型ビジネスへのシフト」：ゲームで5割、アニメ及びデザイン（インダストリアル）で2割強
- ・「現状を維持」：芸術で約6割

図表Ⅲ-4-7 今後の経営方針（複数回答）

上段：回答数 下段：構成比%

	全体	今後の経営方針									
		株式の上場を目標に展開	現事業の専門化	現業を中心に加え、周辺・新分野への参入	営業拠点の拡大	受託型から自己・共同投資型ビジネスへのシフト	現状を維持	事業転換や縮小	その他	無回答	
全体	1383 100.0	27 2.0	263 19.0	560 40.5	175 12.7	137 9.9	527 38.1	121 8.7	39 2.8	38 2.7	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	0 0.0	4 10.3	8 20.5	6 15.4	1 2.6	24 61.5	2 5.1	1 2.6	1 2.6
	舞台芸術	79 100.0	1 1.3	15 19.0	30 38.0	17 21.5	6 7.6	32 40.5	5 6.3	6 7.6	1 1.3
	音楽	71 100.0	2 2.8	10 14.1	28 39.4	8 11.3	7 9.9	31 43.7	5 7.0	1 1.4	3 4.2
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	0 0.0	15 19.0	38 48.1	6 7.6	14 17.7	34 43.0	9 11.4	2 2.5	0 0.0
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	2 3.0	12 17.9	42 62.7	9 13.4	4 6.0	17 25.4	2 3.0	0 0.0	1 1.5
	アニメ	40 100.0	3 7.5	5 12.5	17 42.5	6 15.0	9 22.5	12 30.0	4 10.0	1 2.5	0 0.0
	ゲーム	22 100.0	0 0.0	11 50.0	12 54.5	2 9.1	11 50.0	3 13.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	ファッション	79 100.0	1 1.3	12 15.2	25 31.6	15 19.0	8 10.1	35 44.3	9 11.4	0 0.0	3 3.8
	デザイン（グラフィック）	88 100.0	0 0.0	20 22.7	42 47.7	2 2.3	11 12.5	37 42.0	6 6.8	3 3.4	1 1.1
	デザイン（インダストリアル）	27 100.0	0 0.0	3 11.1	15 55.6	3 11.1	6 22.2	5 18.5	1 3.7	1 3.7	0 0.0
	デザイン（その他）	47 100.0	0 0.0	8 17.0	20 42.6	4 8.5	9 19.1	19 40.4	4 8.5	2 4.3	0 0.0
	広告	87 100.0	4 4.6	17 19.5	51 58.6	7 8.0	9 10.3	25 28.7	9 10.3	1 1.1	2 2.3
	出版	146 100.0	2 1.4	28 19.2	57 39.0	13 8.9	11 7.5	63 43.2	20 13.7	3 2.1	4 2.7
	情報サービス	103 100.0	7 6.8	23 22.3	51 49.5	22 21.4	16 15.5	24 23.3	5 4.9	4 3.9	3 2.9
	日用品	55 100.0	0 0.0	8 14.5	25 45.5	7 12.7	4 7.3	22 40.0	5 9.1	1 1.8	3 5.5
	工芸品・装飾品	77 100.0	0 0.0	12 15.6	18 23.4	7 9.1	3 3.9	35 45.5	9 11.7	2 2.6	4 5.2
	観光・飲食	110 100.0	2 1.8	20 18.2	19 17.3	23 20.9	1 0.9	49 44.5	16 14.5	4 3.6	5 4.5
	建築設計	112 100.0	2 1.8	28 25.0	45 40.2	12 10.7	5 4.5	39 34.8	6 5.4	3 2.7	4 3.6
	その他	40 100.0	0 0.0	5 12.5	13 32.5	5 12.5	1 2.5	17 42.5	2 5.0	4 10.0	2 5.0

(7) 海外展開の状況

○海外展開の状況をみると、クリエイティブ産業全体では「関心がない」が約5割を占めている。その他、「海外展開していないが、関心はある」が3割弱となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「既に海外展開をしている」：アニメで3割強、ゲームで約3割
- ・「海外展開していないが、関心はある」：舞台芸術及びゲームで約4割
- ・「関心がない」：デザイン（グラフィック）で6割強

図表Ⅲ-4-8 海外展開の状況

		海外展開の状況					上段:回答数	下段:構成比%
		全体	既に海外展開をしている	海外展開していないが、具体的に検討している	海外展開していないが、関心はある	関心がない	無回答	
全体		1383	182	56	384	706	55	
		100.0	13.2	4.0	27.8	51.0	4.0	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39	8	2	10	18	1	
		100.0	20.5	5.1	25.6	46.2	2.6	
	舞台芸術	79	12	1	33	30	3	
		100.0	15.2	1.3	41.8	38.0	3.8	
	音楽	71	13	7	17	30	4	
		100.0	18.3	9.9	23.9	42.3	5.6	
	映画・ビデオ・写真	79	7	9	24	39	0	
		100.0	8.9	11.4	30.4	49.4	0.0	
	テレビ・ラジオ・報道	67	9	3	22	32	1	
		100.0	13.4	4.5	32.8	47.8	1.5	
	アニメ	40	13	3	9	15	0	
		100.0	32.5	7.5	22.5	37.5	0.0	
	ゲーム	22	7	3	9	3	0	
		100.0	31.8	13.6	40.9	13.6	0.0	
	ファッション	79	18	4	20	35	2	
		100.0	22.8	5.1	25.3	44.3	2.5	
	デザイン（グラフィック）	88	4	2	21	56	5	
		100.0	4.5	2.3	23.9	63.6	5.7	
	デザイン（インダストリアル）	27	6	1	11	8	1	
		100.0	22.2	3.7	40.7	29.6	3.7	
デザイン（その他）	47	11	1	14	21	0		
	100.0	23.4	2.1	29.8	44.7	0.0		
広告	87	4	4	24	51	4		
	100.0	4.6	4.6	27.6	58.6	4.6		
出版	146	15	3	37	88	3		
	100.0	10.3	2.1	25.3	60.3	2.1		
情報サービス	103	13	4	25	60	1		
	100.0	12.6	3.9	24.3	58.3	1.0		
日用品	55	10	0	16	26	3		
	100.0	18.2	0.0	29.1	47.3	5.5		
工芸品・装飾品	77	8	3	21	41	4		
	100.0	10.4	3.9	27.3	53.2	5.2		
観光・飲食	110	9	1	24	63	13		
	100.0	8.2	0.9	21.8	57.3	11.8		
建築設計	112	11	4	33	58	6		
	100.0	9.8	3.6	29.5	51.8	5.4		
その他	40	2	0	8	26	4		
	100.0	5.0	0.0	20.0	65.0	10.0		

(8) 着目する技術分野

○着目する技術分野をみると、クリエイティブ産業全体では「特にない」が約3割と最も割合が高い。その他、「デジタルコンテンツ配信技術」、「設計・生産技術のデジタル化」、「三次元造形技術(3Dプリンタ)」、「三次元画像処理技術(3DCG)」の割合が比較的高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「設計・生産技術のデジタル化」：建築設計で4割強、デザイン(インダストリアル)で約3割
- ・「三次元造形技術(3Dプリンタ)」：デザイン(インダストリアル)で5割半、デザイン(その他)で約3割
- ・「三次元画像処理技術(3DCG)」：アニメで4割強、ゲームで4割弱
- ・「高臨場感映像・音声技術」：映画・ビデオ・写真で2割強、テレビ・ラジオ・報道で約2割
- ・「デジタルコンテンツ配信技術」：ゲームで5割、テレビ・ラジオ・報道で4割弱、出版で約3割
- ・「感性工学(感性情報分析～商品企画支援)」：デザイン(インダストリアル)で3割強
- ・「オンラインコミュニティ技術(共有・共創等)」：ゲームで2割強
- ・「ユーザビリティ技術(インターフェース等)」：情報サービス、ゲームで約2割
- ・「著作権管理技術(違法コピー自動消去等)」：出版で2割半、音楽で2割強

図表Ⅲ-4-9 着目する技術分野(複数回答)

		上段:回答数 下段:構成比%																
		着目する技術分野											その他		特にない		無回答	
全体		設計・生産技術のデジタル化	三次元造形技術(3Dプリンタ)	三次元画像処理技術(3DCG)	高臨場感映像・音声技術	デジタルコンテンツ配信技術	流通管理技術(ICタグ等)	感性工学(感性情報分析～商品企画支援)	オンラインコミュニティ技術(共有・共創等)	ユーザビリティ技術(インターフェース等)	著作権管理技術(違法コピー自動消去等)							
全体	1383 100.0	193 14.0	159 11.5	153 11.1	91 6.6	229 16.6	40 2.9	92 6.7	130 9.4	73 5.3	113 8.2	23 1.7	436 31.5	249 18.0				
主なクリエイティブ産業	芸術	39 100.0	1 2.6	1 2.6	2 5.1	2 5.1	2 5.1	2 5.1	1 2.6	2 5.1	0 0.0	5 12.8	0 0.0	22 56.4	8 20.5			
	舞台芸術	79 100.0	6 7.6	6 7.6	2 2.5	5 6.3	7 8.9	0 0.0	4 5.1	4 5.1	5 6.3	3 3.8	0 0.0	30 38.0	22 27.8			
	音楽	71 100.0	3 4.2	4 5.6	5 7.0	11 15.5	24 33.8	0 0.0	3 4.2	11 15.5	2 2.8	16 22.5	2 2.8	14 19.7	13 18.3			
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	13 16.5	5 6.3	12 15.2	18 22.8	21 26.6	0 0.0	5 6.3	8 10.1	3 3.8	13 16.5	1 1.3	18 22.8	13 16.5			
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	8 11.9	5 7.5	8 11.9	14 20.9	26 38.8	1 1.5	2 3.0	10 14.9	4 6.0	7 10.4	1 1.5	10 14.9	15 22.4			
	アニメ	40 100.0	7 17.5	0 0.0	17 42.5	4 10.0	11 27.5	0 0.0	0 0.0	2 5.0	1 2.5	7 17.5	0 0.0	8 20.0	3 7.5			
	ゲーム	22 100.0	2 9.1	6 27.3	8 36.4	4 18.2	11 50.0	2 9.1	5 22.7	5 22.7	4 18.2	1 4.5	0 0.0	3 13.6	1 4.5			
	ファッション	79 100.0	15 19.0	7 8.9	5 6.3	1 1.3	2 2.5	6 7.6	5 6.3	2 2.5	0 0.0	1 1.3	2 2.5	32 40.5	20 25.3			
	デザイン(グラフィック)	88 100.0	9 10.2	12 13.6	15 17.0	6 6.8	18 20.5	1 1.1	12 13.6	14 15.9	8 9.1	3 3.4	1 1.1	22 25.0	13 14.8			
	デザイン(インダストリアル)	27 100.0	8 29.6	15 55.6	7 25.9	0 0.0	0 0.0	2 7.4	9 33.3	1 3.7	3 11.1	1 3.7	1 3.7	1 3.7	1 3.7			
	デザイン(その他)	47 100.0	10 21.3	15 31.9	12 25.5	3 6.4	9 19.1	1 2.1	7 14.9	3 6.4	6 12.8	2 4.3	0 0.0	8 17.0	6 12.8			
	広告	87 100.0	8 9.2	10 11.5	7 8.0	6 6.9	20 23.0	3 3.4	11 12.6	13 14.9	4 4.6	2 2.3	2 2.3	26 29.9	16 18.4			
	出版	146 100.0	21 14.4	8 5.5	7 4.8	4 2.7	46 31.5	7 4.8	6 4.1	14 9.6	4 2.7	37 25.3	3 2.1	37 25.3	19 13.0			
	情報サービス	103 100.0	18 17.5	10 9.7	12 11.7	8 7.8	17 16.5	7 6.8	4 3.9	12 11.7	22 21.4	4 3.9	4 3.9	35 34.0	12 11.7			
	日用品	55 100.0	6 10.9	8 14.5	4 7.3	0 0.0	2 3.6	3 5.5	3 5.5	5 9.1	0 0.0	3 5.5	1 1.8	20 36.4	14 25.5			
	工芸品・装飾品	77 100.0	3 3.9	15 19.5	4 5.2	0 0.0	3 3.9	2 2.6	6 7.8	2 2.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	28 36.4	23 29.9			
	観光・飲食	110 100.0	1 0.9	0 0.0	0 0.0	1 0.9	3 2.7	2 1.8	4 3.6	6 5.5	1 0.9	0 0.0	2 1.8	66 60.0	30 27.3			
	建築設計	112 100.0	49 43.8	26 23.2	22 19.6	0 0.0	3 2.7	1 0.9	5 4.5	10 8.9	5 4.5	4 3.6	2 1.8	30 26.8	11 9.8			
	その他	40 100.0	2 5.0	4 10.0	3 7.5	3 7.5	1 2.5	0 0.0	3 7.5	6 15.0	1 2.5	2 5.0	2 5.0	20 50.0	5 12.5			

(9) 連携したい事業分野

○連携したい事業分野をみると、主なクリエイティブ系事業と同事業分野での割合が総じて高い。クリエイティブ産業全体の平均を上回る分野は以下のとおりである。

- ・「芸術」：芸術で約 3 割、舞台芸術で 3 割弱、音楽で 2 割強
- ・「舞台芸術」：舞台芸術で約 4 割、音楽で約 3 割
- ・「音楽」：音楽で 3 割強、ゲームで約 3 割
- ・「映画・ビデオ・写真」：ゲーム、舞台芸術、映画・ビデオ・写真で約 3 割
- ・「テレビ・ラジオ・報道」：音楽で約 3 割、ゲーム及びテレビ・ラジオ・報道で 2 割強
- ・「アニメ」：ゲームで 5 割、アニメで 2 割強
- ・「ゲーム」：アニメで 4 割、ゲームで 4 割弱
- ・「ファッション」：ファッションで約 4 割
- ・「デザイン」：デザイン（インダストリアル）で 3 割強、デザイン（その他）で約 3 割
- ・「広告」：広告で 3 割半、映画・ビデオ・写真で 2 割半
- ・「出版」：出版及び広告で 2 割強
- ・「情報サービス」：ゲームで約 4 割、情報サービスで 4 割弱
- ・「日用品」：日用品で約 2 割、デザイン（その他）で 2 割弱
- ・「工芸品・装飾品」：工芸品・装飾品で約 3 割、芸術で約 2 割
- ・「観光・飲食」：観光・飲食で約 4 割
- ・「建築設計」：デザイン（その他）で 3 割弱、建築設計で 2 割半
- ・「医療・福祉」：建築設計で約 3 割
- ・「環境・エネルギー」：建築設計で 4 割弱
- ・高度技術（航空機、ロボット等）：ゲームで 3 割弱、デザイン（インダストリアル）で 2 割半
- ・「インフラ・防災・危機管理」：建築設計で約 2 割
- ・「教育・学習支援業」：舞台芸術及びゲームで 3 割弱
- ・「健康・スポーツ」：デザイン（インダストリアル）で 2 割半

図表Ⅲ-4-10 連携したい事業分野(複数回答)

上段:回答数 下段:構成比%

	連携意向のある分野														
	全体	芸術	舞台芸術	音楽	映画・ビデオ・写真	テレビ・ラジオ・報道	アニメ	ゲーム	ファッション	デザイン	広告	出版	情報サービス	日用品	
全体	1383 100.0	138 10.0	125 9.0	134 9.7	187 13.5	145 10.5	110 8.0	130 9.4	124 9.0	164 11.9	202 14.6	157 11.4	202 14.6	61 4.4	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	11 28.2	8 20.5	4 10.3	6 15.4	4 10.3	1 2.6	1 2.6	2 5.1	3 7.7	4 10.3	7 17.9	2 5.1	2 5.1
	舞台芸術	79 100.0	21 26.6	33 41.8	17 21.5	25 31.6	17 21.5	12 15.2	8 10.1	3 3.8	7 8.9	8 10.1	7 8.9	5 6.3	0 0.0
	音楽	71 100.0	16 22.5	20 28.2	24 33.8	20 28.2	21 29.6	14 19.7	18 25.4	9 12.7	4 5.6	9 12.7	7 9.9	8 11.3	1 1.4
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	5 6.3	11 13.9	9 11.4	24 30.4	16 20.3	7 8.9	7 8.9	7 8.9	7 8.9	20 25.3	15 19.0	12 15.2	0 0.0
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	6 9.0	11 16.4	15 22.4	17 25.4	15 22.4	9 13.4	12 17.9	6 9.0	4 6.0	15 22.4	12 17.9	10 14.9	1 1.5
	アニメ	40 100.0	1 2.5	0 0.0	5 12.5	6 15.0	7 17.5	9 22.5	16 40.0	1 2.5	5 12.5	5 12.5	6 15.0	4 10.0	1 2.5
	ゲーム	22 100.0	4 18.2	5 22.7	7 31.8	7 31.8	5 22.7	11 50.0	8 36.4	4 18.2	4 18.2	4 18.2	5 22.7	9 40.9	2 9.1
	ファッション	79 100.0	4 5.1	6 7.6	3 3.8	6 7.6	5 6.3	3 3.8	1 1.3	32 40.5	11 13.9	3 3.8	2 2.5	6 7.6	2 2.5
	デザイン(グラフィック)	88 100.0	11 12.5	4 4.5	9 10.2	20 22.7	6 6.8	8 9.1	9 10.2	9 13.6	12 22.7	20 22.7	16 18.2	16 18.2	7 8.0
	デザイン(インダストリアル)	27 100.0	3 11.1	2 7.4	1 3.7	1 3.7	1 3.7	3 11.1	3 11.1	3 11.1	9 33.3	2 7.4	1 3.7	4 14.8	4 14.8
	デザイン(その他)	47 100.0	7 14.9	4 8.5	4 8.5	3 6.4	4 8.5	5 10.6	2 4.3	7 14.9	15 31.9	7 14.9	4 8.5	5 10.6	8 17.0
	広告	87 100.0	7 8.0	5 5.7	8 9.2	13 14.9	11 12.6	7 8.0	11 12.6	5 5.7	16 18.4	30 34.5	20 23.0	21 24.1	2 2.3
	出版	146 100.0	6 4.1	2 1.4	11 7.5	15 10.3	10 6.8	8 5.5	11 7.5	2 1.4	11 7.5	26 17.8	34 23.3	28 19.2	5 3.4
	情報サービス	103 100.0	1 1.0	1 1.0	4 3.9	8 7.8	9 8.7	4 3.9	12 11.7	3 2.9	10 9.7	16 15.5	10 9.7	38 36.9	0 0.0
	日用品	55 100.0	4 7.3	1 1.8	2 3.6	3 5.5	2 3.6	3 5.5	4 7.3	4 7.3	6 10.9	1 1.8	1 1.8	1 1.8	10 18.2
	工芸品・装飾品	77 100.0	11 14.3	1 1.3	1 1.3	2 2.6	0 0.0	1 1.3	1 1.3	10 13.0	7 9.1	3 3.9	0 0.0	2 2.6	6 7.8
	観光・飲食	110 100.0	6 5.5	4 3.6	4 3.6	2 1.8	5 4.5	0 0.0	1 0.9	1 0.9	1 0.9	8 7.3	3 2.7	11 10.0	2 1.8
	建築設計	112 100.0	11 9.8	4 3.6	1 0.9	3 2.7	4 3.6	1 0.9	1 0.9	7 6.3	21 18.8	11 9.8	3 2.7	10 8.9	6 5.4
	その他	40 100.0	1 2.5	3 7.5	2 5.0	5 12.5	3 7.5	4 10.0	2 5.0	5 12.5	2 5.0	7 17.5	3 7.5	7 17.5	2 5.0

図表Ⅲ-4-10 連携したい事業分野(複数回答)／続き

上段:回答数 下段:構成比%

	全体	連携意向のある分野											無回答	
		工芸品・装飾品	観光・飲食	建築設計	医療・福祉	環境・エネルギー	高度技術(航空機、ロボット等)	インフラ・防災・危機管理	教育・学習支援業	健康・スポーツ	農林水産業	その他		
全体	1383 100.0	99 7.2	170 12.3	71 5.1	172 12.4	108 7.8	52 3.8	76 5.5	200 14.5	173 12.5	73 5.3	48 3.5	359 26.0	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	8 20.5	3 7.7	2 5.1	1 2.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	5 12.8	2 5.1	0 0.0	4 10.3	14 35.9
	舞台芸術	79 100.0	6 7.6	7 8.9	2 2.5	4 5.1	4 5.1	0 0.0	1 1.3	22 27.8	9 11.4	1 1.3	1 1.3	13 16.5
	音楽	71 100.0	0 0.0	8 11.3	1 1.4	4 5.6	2 2.8	1 1.4	2 2.8	14 19.7	6 8.5	0 0.0	1 1.4	15 21.1
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	0 0.0	11 13.9	3 3.8	11 13.9	7 8.9	2 2.5	4 5.1	18 22.8	9 11.4	4 5.1	1 1.3	14 17.7
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	0 0.0	11 16.4	0 0.0	6 9.0	5 7.5	4 6.0	4 6.0	14 20.9	13 19.4	4 6.0	2 3.0	21 31.3
	アニメ	40 100.0	0 0.0	3 7.5	0 0.0	0 0.0	1 2.5	0 0.0	1 2.5	6 15.0	3 7.5	2 5.0	2 5.0	11 27.5
	ゲーム	22 100.0	3 13.6	4 18.2	3 13.6	4 18.2	3 13.6	6 27.3	2 9.1	6 27.3	3 13.6	2 9.1	1 4.5	5 22.7
	ファッション	79 100.0	9 11.4	4 5.1	2 2.5	4 5.1	3 3.8	0 0.0	2 2.5	1 1.3	7 8.9	0 0.0	2 2.5	27 34.2
	デザイン(グラフィック)	88 100.0	10 11.4	12 13.6	3 3.4	11 12.5	5 5.7	4 4.5	1 1.1	11 12.5	11 12.5	8 9.1	1 1.1	26 29.5
	デザイン(インダストリアル)	27 100.0	4 14.8	1 3.7	2 7.4	6 22.2	5 18.5	7 25.9	2 7.4	3 11.1	7 25.9	3 11.1	1 3.7	4 14.8
	デザイン(その他)	47 100.0	7 14.9	10 21.3	13 27.7	10 21.3	5 10.6	1 2.1	2 4.3	4 8.5	5 10.6	2 4.3	0 0.0	8 17.0
	広告	87 100.0	6 6.9	10 11.5	3 3.4	10 11.5	6 6.9	1 1.1	3 3.4	12 13.8	13 14.9	5 5.7	3 3.4	26 29.9
	出版	146 100.0	6 4.1	13 8.9	3 2.1	25 17.1	11 7.5	4 2.7	3 2.1	34 23.3	21 14.4	5 3.4	3 2.1	36 24.7
	情報サービス	103 100.0	1 1.0	4 3.9	2 1.9	22 21.4	8 7.8	14 13.6	14 13.6	18 17.5	15 14.6	8 7.8	5 4.9	21 20.4
	日用品	55 100.0	6 10.9	5 9.1	0 0.0	6 10.9	1 1.8	1 1.8	1 1.8	4 7.3	3 5.5	3 5.5	2 3.6	20 36.4
	工芸品・装飾品	77 100.0	23 29.9	2 2.6	3 3.9	1 1.3	0 0.0	0 0.0	1 1.3	0 0.0	4 5.2	0 0.0	4 5.2	28 36.4
	観光・飲食	110 100.0	3 2.7	45 40.9	1 0.9	10 9.1	1 0.9	1 0.9	5 4.5	9 8.2	21 19.1	6 5.5	1 0.9	38 34.5
	建築設計	112 100.0	5 4.5	14 12.5	27 24.1	33 29.5	41 36.6	4 3.6	24 21.4	14 12.5	16 14.3	17 15.2	5 4.5	18 16.1
	その他	40 100.0	1 2.5	2 5.0	1 2.5	3 7.5	0 0.0	1 2.5	3 7.5	5 12.5	4 10.0	1 2.5	7 17.5	8 20.0

5. クリエイティブ系事業に関する取引関係

(1) ビジネス運営方法

○ビジネス運営方法をみると、クリエイティブ産業全体では「主に直接クライアントから受託」が約4割、「自社での開発・制作・販売」が約3割を占めている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「自社での開発・制作・販売」：ファッション、出版、観光・飲食で5割弱、工芸品・装飾品で4割半、舞台芸術で4割強
- ・「主に直接クライアントから受託」：デザイン（グラフィック）で約8割、デザイン（インダストリアル）で約7割、デザイン（その他）で6割強
- ・「主に元請業者等から受託」：アニメで4割

図表Ⅲ-5-1 ビジネス運営方法(複数回答)

		ビジネス運営方法						上段:回答数	下段:構成比%
		全体	自社での開発・制作・販売	他社と共同で開発・制作・販売	主に直接クライアントから受託	主に元請業者等から受託	その他	無回答	
全体		1383	400	89	570	144	25	155	
		100.0	28.9	6.4	41.2	10.4	1.8	11.2	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39	10	1	15	2	3	8	
		100.0	25.6	2.6	38.5	5.1	7.7	20.5	
	舞台芸術	79	34	2	26	10	1	6	
		100.0	43.0	2.5	32.9	12.7	1.3	7.6	
	音楽	71	28	5	29	1	2	6	
		100.0	39.4	7.0	40.8	1.4	2.8	8.5	
	映画・ビデオ・写真	79	13	11	36	13	0	6	
		100.0	16.5	13.9	45.6	16.5	0.0	7.6	
	テレビ・ラジオ・報道	67	18	5	34	4	0	6	
		100.0	26.9	7.5	50.7	6.0	0.0	9.0	
	アニメ	40	3	4	11	16	0	6	
		100.0	7.5	10.0	27.5	40.0	0.0	15.0	
	ゲーム	22	3	3	11	5	0	0	
		100.0	13.6	13.6	50.0	22.7	0.0	0.0	
	ファッション	79	38	8	19	5	1	8	
		100.0	48.1	10.1	24.1	6.3	1.3	10.1	
	デザイン(グラフィック)	88	5	3	70	8	0	2	
		100.0	5.7	3.4	79.5	9.1	0.0	2.3	
	デザイン(インダストリアル)	27	4	2	19	1	0	1	
		100.0	14.8	7.4	70.4	3.7	0.0	3.7	
デザイン(その他)	47	9	2	30	3	1	2		
	100.0	19.1	4.3	63.8	6.4	2.1	4.3		
広告	87	11	2	49	15	1	9		
	100.0	12.6	2.3	56.3	17.2	1.1	10.3		
出版	146	70	8	56	5	1	6		
	100.0	47.9	5.5	38.4	3.4	0.7	4.1		
情報サービス	103	23	11	44	17	2	6		
	100.0	22.3	10.7	42.7	16.5	1.9	5.8		
日用品	55	16	5	13	10	2	9		
	100.0	29.1	9.1	23.6	18.2	3.6	16.4		
工芸品・装飾品	77	35	7	15	3	4	13		
	100.0	45.5	9.1	19.5	3.9	5.2	16.9		
観光・飲食	110	52	4	19	4	2	29		
	100.0	47.3	3.6	17.3	3.6	1.8	26.4		
建築設計	112	15	1	60	15	1	20		
	100.0	13.4	0.9	53.6	13.4	0.9	17.9		
その他	40	10	3	12	4	3	8		
	100.0	25.0	7.5	30.0	10.0	7.5	20.0		

(2) 今後の取引関係の方向性

○今後の取引関係の方向性をみると、クリエイティブ産業全体では「既存事業分野の顧客との取引拡大」が約3割、「主要顧客との結びつきを強化したい」が約2割を占めている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「ユーザーに近い商品・サービス提供へのシフト」：ゲームで3割弱
- ・「新しい事業分野・業種との取引参入」：デザイン（インダストリアル）で2割半
- ・「既存事業分野の顧客との取引拡大」：映画・ビデオ・写真、情報サービスで4割強
- ・「主要顧客との結びつきを強化したい」：アニメで3割

図表Ⅲ-5-2 今後の取引関係の方向性

上段:回答数 下段:構成比%

	全体	取引関係の方向性							
		下層の下請から、上層の下請けへのシフト	ユーザーに近い商品・サービス提供へのシフト	新しい事業分野・業種との取引参入	既存事業分野の顧客との取引拡大	主要顧客との結びつきを強化したい	その他	無回答	
全体	1383 100.0	43 3.1	123 8.9	206 14.9	395 28.6	265 19.2	30 2.2	321 23.2	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	0 0.0	2 5.1	7 17.9	7 17.9	10 25.6	1 2.6	12 30.8
	舞台芸術	79 100.0	3 3.8	4 5.1	9 11.4	18 22.8	17 21.5	1 1.3	27 34.2
	音楽	71 100.0	2 2.8	8 11.3	7 9.9	17 23.9	17 23.9	3 4.2	17 23.9
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	2 2.5	10 12.7	14 17.7	33 41.8	6 7.6	2 2.5	12 15.2
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	4 6.0	2 3.0	11 16.4	24 35.8	10 14.9	1 1.5	15 22.4
	アニメ	40 100.0	4 10.0	3 7.5	7 17.5	9 22.5	12 30.0	1 2.5	4 10.0
	ゲーム	22 100.0	3 13.6	6 27.3	1 4.5	5 22.7	3 13.6	0 0.0	4 18.2
	ファッション	79 100.0	0 0.0	8 10.1	11 13.9	30 38.0	17 21.5	2 2.5	11 13.9
	デザイン（グラフィック）	88 100.0	3 3.4	7 8.0	13 14.8	26 29.5	24 27.3	1 1.1	14 15.9
	デザイン（インダストリアル）	27 100.0	2 7.4	3 11.1	7 25.9	7 25.9	3 11.1	1 3.7	4 14.8
	デザイン（その他）	47 100.0	3 6.4	2 4.3	10 21.3	8 17.0	11 23.4	0 0.0	13 27.7
	広告	87 100.0	3 3.4	2 2.3	18 20.7	28 32.2	14 16.1	2 2.3	20 23.0
	出版	146 100.0	2 1.4	17 11.6	26 17.8	48 32.9	18 12.3	2 1.4	33 22.6
	情報サービス	103 100.0	2 1.9	11 10.7	15 14.6	42 40.8	8 7.8	1 1.0	24 23.3
	日用品	55 100.0	1 1.8	6 10.9	6 10.9	15 27.3	10 18.2	1 1.8	16 29.1
	工芸品・装飾品	77 100.0	1 1.3	7 9.1	6 7.8	22 28.6	19 24.7	4 5.2	18 23.4
	観光・飲食	110 100.0	0 0.0	14 12.7	7 6.4	18 16.4	32 29.1	3 2.7	36 32.7
	建築設計	112 100.0	6 5.4	7 6.3	20 17.9	29 25.9	27 24.1	2 1.8	21 18.8
	その他	40 100.0	1 2.5	2 5.0	8 20.0	7 17.5	7 17.5	2 5.0	13 32.5

(3) 営業方法

○営業方法をみると、クリエイティブ産業全体では「自社社員による営業・販売」が約 6 割、次いで「既存の人脈ネットワークの活用」が 4 割弱、「インターネットを活用した販売」が 3 割弱と割合が高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「自社社員による営業・販売」：広告、テレビ・ラジオ・報道で 7 割強
- ・「店舗での販売」：観光・飲食で 4 割強、芸術及び工芸品・装飾品で 3 割半
- ・「インターネットを活用した販売」：ゲームで 4 割半、出版で 4 割強、音楽で約 4 割
- ・「既存の人脈ネットワークの活用」：ゲーム及び情報サービスで 5 割半、建築設計で 5 割強
- ・「新たな人脈づくり」：テレビ・ラジオ・報道で約 3 割、デザイン（その他）で 2 割半
- ・「展示会への出展」：芸術で 3 割強、工芸品・装飾品で 3 割弱、デザイン（インダストリアル）で 2 割半
- ・「特に行っていない」：デザイン（インダストリアル）で 3 割強

図表Ⅲ-5-3 営業方法(複数回答)

上段:回答数 下段:構成比%

	全体	営業方法										
		自社社員による営業・販売	店舗での販売	インターネットを活用した販売	既存の人脈ネットワークの活用	新たな人脈づくり	金融機関等による顧客の紹介	マスメディアの活用	展示会への出展	その他	特に行っていない	無回答
全体	1383	807	175	377	502	204	19	99	138	39	165	51
	100.0	58.4	12.7	27.3	36.3	14.8	1.4	7.2	10.0	2.8	11.9	3.7
主なクリエイティブ系事業	芸術	39	19	14	13	7	5	0	5	13	2	5
		100.0	48.7	35.9	33.3	17.9	12.8	0.0	12.8	33.3	5.1	12.8
	舞台芸術	79	53	1	30	34	15	1	13	1	5	10
		100.0	67.1	1.3	38.0	43.0	19.0	1.3	16.5	1.3	6.3	12.7
	音楽	71	37	6	29	24	6	0	10	4	4	6
		100.0	52.1	8.5	40.8	33.8	8.5	0.0	14.1	5.6	5.6	8.5
	映画・ビデオ・写真	79	44	6	21	31	18	1	7	5	3	10
		100.0	55.7	7.6	26.6	39.2	22.8	1.3	8.9	6.3	3.8	12.7
	テレビ・ラジオ・報道	67	49	2	10	26	19	1	6	2	0	3
		100.0	73.1	3.0	14.9	38.8	28.4	1.5	9.0	3.0	0.0	4.5
	アニメ	40	21	0	4	15	5	0	1	1	0	9
		100.0	52.5	0.0	10.0	37.5	12.5	0.0	2.5	2.5	0.0	22.5
	ゲーム	22	13	0	10	12	5	0	1	3	1	0
		100.0	59.1	0.0	45.5	54.5	22.7	0.0	4.5	13.6	4.5	0.0
	ファッション	79	55	22	23	18	6	0	4	17	1	6
		100.0	69.6	27.8	29.1	22.8	7.6	0.0	5.1	21.5	1.3	7.6
	デザイン(グラフィック)	88	48	1	9	42	16	2	0	5	0	15
		100.0	54.5	1.1	10.2	47.7	18.2	2.3	0.0	5.7	0.0	17.0
	デザイン(インダストリアル)	27	12	2	6	9	4	0	0	7	2	9
	100.0	44.4	7.4	22.2	33.3	14.8	0.0	0.0	25.9	7.4	33.3	
デザイン(その他)	47	25	1	6	20	12	1	1	3	2	7	
	100.0	53.2	2.1	12.8	42.6	25.5	2.1	2.1	6.4	4.3	14.9	
広告	87	64	3	20	37	18	2	5	2	2	8	
	100.0	73.6	3.4	23.0	42.5	20.7	2.3	5.7	2.3	2.3	9.2	
出版	146	95	15	63	48	17	1	15	24	3	13	
	100.0	65.1	10.3	43.2	32.9	11.6	0.7	10.3	16.4	2.1	8.9	
情報サービス	103	71	0	30	56	18	2	8	13	4	6	
	100.0	68.9	0.0	29.1	54.4	17.5	1.9	7.8	12.6	3.9	5.8	
日用品	55	38	15	17	11	4	2	3	5	0	9	
	100.0	69.1	27.3	30.9	20.0	7.3	3.6	5.5	9.1	0.0	16.4	
工芸品・装飾品	77	30	27	13	12	2	0	3	21	2	14	
	100.0	39.0	35.1	16.9	15.6	2.6	0.0	3.9	27.3	2.6	18.2	
観光・飲食	110	64	47	33	25	9	0	3	3	2	9	
	100.0	58.2	42.7	30.0	22.7	8.2	0.0	2.7	2.7	1.8	8.2	
建築設計	112	40	3	20	59	21	5	9	5	5	20	
	100.0	35.7	2.7	17.9	52.7	18.8	4.5	8.0	4.5	4.5	17.9	
その他	40	19	6	13	12	3	1	4	2	1	6	
	100.0	47.5	15.0	32.5	30.0	7.5	2.5	10.0	5.0	2.5	15.0	

(4) 取引のあるフリーのクリエイター

○取引のあるフリーのクリエイターについてみると、クリエイティブ産業全体では5割半が「いる」となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「いる」：ゲームで9割強、デザイン（グラフィック）及びアニメで約8割、映画・ビデオ・写真で7割強、テレビ・ラジオ・報道及び広告で約7割
- ・「いない」：日用品、観光・飲食、ファッションで約6割、工芸品・装飾品で約5割

図表Ⅲ-5-4 取引のあるフリーのクリエイターの有無

		全体	上段:回答数 下段:構成比%		
			クリエイターの有無		
			いる	いない	無回答
全体		1383	761	497	125
		100.0	55.0	35.9	9.0
主なクリエイティブ系事業	芸術	39	13	19	7
		100.0	33.3	48.7	17.9
	舞台芸術	79	52	19	8
		100.0	65.8	24.1	10.1
	音楽	71	48	18	5
		100.0	67.6	25.4	7.0
	映画・ビデオ・写真	79	58	18	3
		100.0	73.4	22.8	3.8
	テレビ・ラジオ・報道	67	48	14	5
		100.0	71.6	20.9	7.5
	アニメ	40	32	8	0
		100.0	80.0	20.0	0.0
	ゲーム	22	19	3	0
		100.0	86.4	13.6	0.0
	ファッション	79	23	48	8
		100.0	29.1	60.8	10.1
	デザイン（グラフィック）	88	71	14	3
		100.0	80.7	15.9	3.4
	デザイン（インダストリアル）	27	15	12	0
		100.0	55.6	44.4	0.0
デザイン（その他）	47	32	12	3	
	100.0	68.1	25.5	6.4	
広告	87	61	21	5	
	100.0	70.1	24.1	5.7	
出版	146	100	41	5	
	100.0	68.5	28.1	3.4	
情報サービス	103	50	47	6	
	100.0	48.5	45.6	5.8	
日用品	55	14	34	7	
	100.0	25.5	61.8	12.7	
工芸品・装飾品	77	23	39	15	
	100.0	29.9	50.6	19.5	
観光・飲食	110	20	67	23	
	100.0	18.2	60.9	20.9	
建築設計	112	60	42	10	
	100.0	53.6	37.5	8.9	
その他	40	16	16	8	
	100.0	40.0	40.0	20.0	

(5) 取引先関係

○取引先関係についてみると、クリエイティブ産業全体では、販売先・顧客は「同業者」、「同業者以外」、「消費者」が3~4割程度を占めている。仕入先・発注先は「同業者」が5割強を占めている。

○販売先・顧客について、項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「同業者」：アニメで7割強、ゲームで6割強、工芸品・装飾品で約5割
- ・「同業者以外」：デザイン（インダストリアル）で7割弱、広告で6割半、デザイン（グラフィック）で6割強、デザイン（その他）で約6割
- ・「消費者」：観光・飲食で7割弱、芸術で約6割

○仕入先・発注先について、項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「同業者」：ゲームで9割半、アニメで8割半
- ・「同業者以外」：デザイン（インダストリアル）、出版で約5割
- ・「消費者」：芸術で3割半

図表Ⅲ-5-5 取引先関係（複数回答）

【販売先・顧客】

【仕入先・発注先】

	全体	上段:回答数 下段:構成比%				
		【取引関係】販売先・顧客				
		同業者	同業者以外	消費者	無回答	
全体	1383	445	516	477	193	
	100.0	32.2	37.3	34.5	14.0	
主 な ク リ エ イ テ イ ブ 系 事 業	芸術	39	18	7	23	6
		100.0	46.2	17.9	59.0	15.4
舞台芸術	79	24	24	34	11	
	100.0	30.4	30.4	43.0	13.9	
音楽	71	22	16	35	9	
	100.0	31.0	22.5	49.3	12.7	
映画・ビデオ・写真	79	28	37	24	6	
	100.0	35.4	46.8	30.4	7.6	
テレビ・ラジオ・報道	67	28	28	8	12	
	100.0	41.8	41.8	11.9	17.9	
アニメ	40	29	8	1	4	
	100.0	72.5	20.0	2.5	10.0	
ゲーム	22	14	3	7	1	
	100.0	63.6	13.6	31.8	4.5	
ファッション	79	24	29	29	8	
	100.0	30.4	36.7	36.7	10.1	
デザイン（グラフィック）	88	20	56	10	11	
	100.0	22.7	63.6	11.4	12.5	
デザイン（インダストリアル）	27	5	18	4	5	
	100.0	18.5	66.7	14.8	18.5	
デザイン（その他）	47	10	29	8	7	
	100.0	21.3	61.7	17.0	14.9	
広告	87	22	56	12	11	
	100.0	25.3	64.4	13.8	12.6	
出版	146	44	70	60	8	
	100.0	30.1	47.9	41.1	5.5	
情報サービス	103	47	46	21	10	
	100.0	45.6	44.7	20.4	9.7	
日用品	55	24	17	21	8	
	100.0	43.6	30.9	38.2	14.5	
工芸品・装飾品	77	40	18	37	11	
	100.0	51.9	23.4	48.1	14.3	
観光・飲食	110	7	4	74	31	
	100.0	6.4	3.6	67.3	28.2	
建築設計	112	23	35	51	19	
	100.0	20.5	31.3	45.5	17.0	
その他	40	10	14	13	9	
	100.0	25.0	35.0	32.5	22.5	

	全体	上段:回答数 下段:構成比%				
		【取引関係】仕入先・発注先				
		同業者	同業者以外	消費者	無回答	
全体	1383	726	450	88	268	
	100.0	52.5	32.5	6.4	19.4	
主 な ク リ エ イ テ イ ブ 系 事 業	芸術	39	24	11	14	6
		100.0	61.5	28.2	35.9	15.4
舞台芸術	79	40	22	5	22	
	100.0	50.6	27.8	6.3	27.8	
音楽	71	36	17	6	18	
	100.0	50.7	23.9	8.5	25.4	
映画・ビデオ・写真	79	44	27	8	8	
	100.0	55.7	34.2	10.1	10.1	
テレビ・ラジオ・報道	67	40	20	0	13	
	100.0	59.7	29.9	0.0	19.4	
アニメ	40	34	5	0	4	
	100.0	85.0	12.5	0.0	10.0	
ゲーム	22	21	2	1	1	
	100.0	95.5	9.1	4.5	4.5	
ファッション	79	45	26	2	10	
	100.0	57.0	32.9	2.5	12.7	
デザイン（グラフィック）	88	44	38	1	16	
	100.0	50.0	43.2	1.1	18.2	
デザイン（インダストリアル）	27	8	14	0	7	
	100.0	29.6	51.9	0.0	25.9	
デザイン（その他）	47	23	17	1	11	
	100.0	48.9	36.2	2.1	23.4	
広告	87	42	38	2	14	
	100.0	48.3	43.7	2.3	16.1	
出版	146	68	71	7	16	
	100.0	46.6	48.6	4.8	11.0	
情報サービス	103	63	27	2	18	
	100.0	61.2	26.2	1.9	17.5	
日用品	55	29	21	2	10	
	100.0	52.7	38.2	3.6	18.2	
工芸品・装飾品	77	47	20	12	12	
	100.0	61.0	26.0	15.6	15.6	
観光・飲食	110	41	33	8	36	
	100.0	37.3	30.0	7.3	32.7	
建築設計	112	53	26	15	28	
	100.0	47.3	23.2	13.4	25.0	
その他	40	18	12	1	11	
	100.0	45.0	30.0	2.5	27.5	

○取引先の立地関係についてみると、クリエイティブ産業全体では、販売先・顧客は「その他都内区市町村」、「隣接市区町村内」、「他県」、「地域を限定しない一般消費者」、「同区市町村内」が2～3割程度を占めている。仕入先・発注先は「その他都内区市町村」、「隣接市区町村内」、「他県」、「同区市町村内」が2～3割半程度を占めている。

○販売先・顧客について、項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「同区市町村内」：テレビ・ラジオ・報道で約4割
- ・「隣接区市町村内」：デザイン（グラフィック）で5割半、映画・ビデオ・写真及びゲームで4割半
- ・「その他都内区市町村」：アニメ、広告で約5割
- ・「他県」：デザイン（インダストリアル）で4割半、日用品で4割強
- ・「地域を限定しない一般消費者」：芸術で約5割、観光・飲食で4割強

○仕入先・発注先について、項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「同区市町村内」：ゲームで4割半、アニメで4割強、テレビ・ラジオ・報道で約4割
- ・「隣接区市町村内」：テレビ・ラジオ・報道で5割弱、ゲーム及びアニメ4割半
- ・「その他都内区市町村」：ゲームで5割半、デザイン（インダストリアル）で約5割
- ・「他県」：日用品で約5割、ファッションで約4割
- ・「海外」：日用品で約2割
- ・「地域を限定しない一般消費者」：芸術で3割強

図表Ⅲ-5-6 取引先の立地関係(複数回答)

【販売先・顧客】

		上段:回答数 下段:構成比%							
		【立地関係】 販売先・顧客							
		全体	同区市町村 内	隣接区市町 村内	その他都内 区市町村	他県	海外	地域を限定 しない一般 消費者	無回答
全体		1383 100.0	338 24.4	433 31.3	440 31.8	373 27.0	73 5.3	343 24.8	181 13.1
主な クリ エイ ティ ブ 系 事 業	芸術	39 100.0	8 20.5	9 23.1	7 17.9	7 17.9	4 10.3	19 48.7	5 12.8
	舞台芸術	79 100.0	15 19.0	16 20.3	21 26.6	28 35.4	3 3.8	30 38.0	12 15.2
	音楽	71 100.0	10 14.1	13 18.3	20 28.2	16 22.5	3 4.2	28 39.4	10 14.1
	映画・ビデオ・ 写真	79 100.0	20 25.3	36 45.6	33 41.8	14 17.7	3 3.8	15 19.0	9 11.4
	テレビ・ラジオ・ 報道	67 100.0	28 41.8	26 38.8	20 29.9	16 23.9	2 3.0	4 6.0	14 20.9
	アニメ	40 100.0	13 32.5	14 35.0	20 50.0	2 5.0	2 5.0	4 10.0	4 10.0
	ゲーム	22 100.0	4 18.2	10 45.5	6 27.3	5 22.7	1 4.5	5 22.7	1 4.5
	ファッション	79 100.0	17 21.5	22 27.8	24 30.4	30 38.0	4 5.1	23 29.1	8 10.1
	デザイン (グラフィック)	88 100.0	24 27.3	48 54.5	37 42.0	21 23.9	3 3.4	3 3.4	6 6.8
	デザイン (インダストリアル)	27 100.0	4 14.8	2 7.4	7 25.9	12 44.4	2 7.4	4 14.8	7 25.9
	デザイン(その他)	47 100.0	15 31.9	13 27.7	21 44.7	15 31.9	4 8.5	4 8.5	9 19.1
	広告	87 100.0	22 25.3	33 37.9	42 48.3	26 29.9	4 4.6	7 8.0	11 12.6
	出版	146 100.0	38 26.0	49 33.6	37 25.3	33 22.6	5 3.4	54 37.0	6 4.1
	情報サービス	103 100.0	23 22.3	39 37.9	40 38.8	34 33.0	4 3.9	22 21.4	10 9.7
	日用品	55 100.0	15 27.3	14 25.5	24 43.6	24 43.6	6 10.9	6 10.9	9 16.4
	工芸品・装飾品	77 100.0	19 24.7	22 28.6	18 23.4	24 31.2	7 9.1	28 36.4	11 14.3
	観光・飲食	110 100.0	28 25.5	18 16.4	12 10.9	16 14.5	6 5.5	47 42.7	21 19.1
	建築設計	112 100.0	20 17.9	34 30.4	37 33.0	37 33.0	5 4.5	26 23.2	14 12.5
	その他	40 100.0	12 30.0	13 32.5	12 30.0	10 25.0	4 10.0	11 27.5	9 22.5

【仕入先・発注先】

		上段:回答数 下段:構成比%							
		【立地関係】 仕入先・発注先							
		全体	同区市町村 内	隣接区市町 村内	その他都内 区市町村	他県	海外	地域を限定 しない一般 消費者	無回答
全体		1383 100.0	313 22.6	424 30.7	470 34.0	333 24.1	107 7.7	110 8.0	294 21.3
主な クリ エイ ティ ブ 系 事 業	芸術	39 100.0	6 15.4	7 17.9	7 17.9	5 12.8	3 7.7	13 33.3	8 20.5
	舞台芸術	79 100.0	13 16.5	16 20.3	26 32.9	15 19.0	5 6.3	4 5.1	31 39.2
	音楽	71 100.0	9 12.7	11 15.5	20 28.2	18 25.4	4 5.6	13 18.3	20 28.2
	映画・ビデオ・ 写真	79 100.0	20 25.3	32 40.5	30 38.0	13 16.5	6 7.6	5 6.3	14 17.7
	テレビ・ラジオ・ 報道	67 100.0	27 40.3	32 47.8	21 31.3	14 20.9	3 4.5	0 0.0	16 23.9
	アニメ	40 100.0	17 42.5	18 45.0	17 42.5	5 12.5	4 10.0	2 5.0	3 7.5
	ゲーム	22 100.0	10 45.5	10 45.5	12 54.5	6 27.3	2 9.1	1 4.5	2 9.1
	ファッション	79 100.0	18 22.8	25 31.6	19 24.1	33 41.8	9 11.4	3 3.8	12 15.2
	デザイン (グラフィック)	88 100.0	26 29.5	31 35.2	36 40.9	16 18.2	1 1.1	2 2.3	12 13.6
	デザイン (インダストリアル)	27 100.0	4 14.8	4 14.8	13 48.1	6 22.2	3 11.1	1 3.7	7 25.9
	デザイン(その他)	47 100.0	11 23.4	16 34.0	16 34.0	15 31.9	4 8.5	2 4.3	11 23.4
	広告	87 100.0	21 24.1	34 39.1	41 47.1	22 25.3	3 3.4	2 2.3	15 17.2
	出版	146 100.0	26 17.8	61 41.8	51 34.9	25 17.1	8 5.5	15 10.3	19 13.0
	情報サービス	103 100.0	22 21.4	39 37.9	38 36.9	25 24.3	11 10.7	5 4.9	21 20.4
	日用品	55 100.0	12 21.8	15 27.3	19 34.5	28 50.9	12 21.8	3 5.5	8 14.5
	工芸品・装飾品	77 100.0	22 28.6	14 18.2	18 23.4	25 32.5	9 11.7	8 10.4	16 20.8
	観光・飲食	110 100.0	18 16.4	21 19.1	26 23.6	22 20.0	12 10.9	13 11.8	33 30.0
	建築設計	112 100.0	20 17.9	26 23.2	42 37.5	29 25.9	6 5.4	15 13.4	29 25.9
	その他	40 100.0	9 22.5	9 22.5	15 37.5	7 17.5	1 2.5	2 5.0	13 32.5

(6) 商習慣の問題

○商習慣の問題をみると、クリエイティブ産業全体では「契約上、制作側のリスク負担が大きい」、「契約書が明確に交わされない」、「ダンピング等による価格攻勢が激しい」、「知的財産権に関して、制作側の立場が弱い」が2割前後となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「契約上、制作側のリスク負担が大きい」：ゲーム及び映画・ビデオ・写真で4割半
- ・「契約書が明確に交わされない」：アニメで4割強、舞台芸術で4割弱
- ・「ダンピング等による価格攻勢が激しい」：映画・ビデオ・写真及びデザイン（グラフィック）で約3割
- ・「知的財産権に関して、制作側の立場が弱い」：ゲームで4割半、デザイン（グラフィック）で4割強

図表Ⅲ-5-7 商習慣の問題(複数回答)

上段:回答数 下段:構成比%

	全体	商習慣の問題							
		契約上、制作側のリスク負担が大きい	価格が不透明な契約が多い	契約書が明確に交わされない	ダンピング等による価格攻勢が激しい	知的財産権に関して、制作側の立場が弱い	その他	無回答	
全体	1383 100.0	322 23.3	200 14.5	314 22.7	277 20.0	263 19.0	106 7.7	452 32.7	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	2 5.1	1 2.6	5 12.8	6 15.4	4 10.3	3 7.7	23 59.0
	舞台芸術	79 100.0	17 21.5	19 24.1	30 38.0	19 24.1	19 24.1	3 3.8	22 27.8
	音楽	71 100.0	16 22.5	15 21.1	12 16.9	13 18.3	15 21.1	4 5.6	29 40.8
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	35 44.3	19 24.1	28 35.4	25 31.6	29 36.7	7 8.9	9 11.4
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	17 25.4	11 16.4	15 22.4	13 19.4	15 22.4	5 7.5	18 26.9
	アニメ	40 100.0	10 25.0	9 22.5	17 42.5	6 15.0	13 32.5	1 2.5	10 25.0
	ゲーム	22 100.0	10 45.5	3 13.6	3 13.6	2 9.1	10 45.5	2 9.1	4 18.2
	ファッション	79 100.0	19 24.1	6 7.6	19 24.1	15 19.0	4 5.1	6 7.6	28 35.4
	デザイン（グラフィック）	88 100.0	19 21.6	21 23.9	22 25.0	26 29.5	37 42.0	6 6.8	18 20.5
	デザイン（インダストリアル）	27 100.0	7 25.9	2 7.4	4 14.8	4 14.8	8 29.6	2 7.4	7 25.9
	デザイン（その他）	47 100.0	14 29.8	9 19.1	15 31.9	8 17.0	10 21.3	5 10.6	9 19.1
	広告	87 100.0	23 26.4	18 20.7	30 34.5	20 23.0	13 14.9	5 5.7	25 28.7
	出版	146 100.0	44 30.1	25 17.1	39 26.7	23 15.8	27 18.5	8 5.5	38 26.0
	情報サービス	103 100.0	20 19.4	6 5.8	11 10.7	13 12.6	9 8.7	12 11.7	50 48.5
	日用品	55 100.0	9 16.4	5 9.1	7 12.7	11 20.0	2 3.6	3 5.5	24 43.6
	工芸品・装飾品	77 100.0	9 11.7	7 9.1	12 15.6	10 13.0	7 9.1	4 5.2	36 46.8
	観光・飲食	110 100.0	5 4.5	5 4.5	15 13.6	29 26.4	3 2.7	13 11.8	53 48.2
	建築設計	112 100.0	38 33.9	15 13.4	19 17.0	23 20.5	32 28.6	7 6.3	29 25.9
	その他	40 100.0	6 15.0	3 7.5	5 12.5	6 15.0	4 10.0	9 22.5	15 37.5

6. クリエイティブ系事業に関する知的財産権

(1) 取り扱う知的財産

○取り扱う知的財産についてみると、クリエイティブ産業全体では「デザイン」が約3割、「著作物」が3割弱となっている他、「特にない」も3割弱を占めている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「デザイン」：デザイン（その他）で約8割、デザイン（グラフィック、インダストリアル）で7割半
- ・「技術」：ゲームで5割、建築設計で5割弱
- ・「アイデア」：ゲームで4割半、デザイン（インダストリアル）で4割弱
- ・「商標」：ゲームで3割弱、日用品及びファッションで2割半
- ・「著作物」：出版で約7割、音楽で6割弱、テレビ・ラジオ・報道で5割強、映画・ビデオ・写真で約5割、アニメで5割弱、ゲームで4割半
- ・「実演」：舞台芸術で約5割、音楽で約3割、芸術で2割強
- ・「特にない」：観光・飲食で6割弱、工芸品・装飾品及び情報サービスで約4割

図表Ⅲ-6-1 取り扱う知的財産(複数回答)

		上段:回答数 下段:構成比%									
		取り扱う知的財産									
		全体	デザイン	技術	アイデア	商標	著作物	実演	その他	特にない	無回答
全体		1383	402	264	239	167	361	96	39	377	77
		100.0	29.1	19.1	17.3	12.1	26.1	6.9	2.8	27.3	5.6
主な ク リ エ イ テ ィ ブ 系 事 業	芸術	39	5	7	6	2	3	9	1	15	3
		100.0	12.8	17.9	15.4	5.1	7.7	23.1	2.6	38.5	7.7
	舞台芸術	79	20	16	11	3	21	40	4	9	2
		100.0	25.3	20.3	13.9	3.8	26.6	50.6	5.1	11.4	2.5
	音楽	71	4	10	5	7	40	21	2	15	3
		100.0	5.6	14.1	7.0	9.9	56.3	29.6	2.8	21.1	4.2
	映画・ビデオ・ 写真	79	7	15	10	8	39	3	4	19	2
		100.0	8.9	19.0	12.7	10.1	49.4	3.8	5.1	24.1	2.5
	テレビ・ラジオ・ 報道	67	6	10	7	5	36	7	2	12	6
		100.0	9.0	14.9	10.4	7.5	53.7	10.4	3.0	17.9	9.0
	アニメ	40	11	8	5	4	19	1	1	12	0
		100.0	27.5	20.0	12.5	10.0	47.5	2.5	2.5	30.0	0.0
	ゲーム	22	11	11	10	6	10	2	0	3	0
		100.0	50.0	50.0	45.5	27.3	45.5	9.1	0.0	13.6	0.0
	ファッション	79	30	18	10	20	2	0	2	24	2
		100.0	38.0	22.8	12.7	25.3	2.5	0.0	2.5	30.4	2.5
	デザイン (グラフィック)	88	66	6	29	16	15	1	0	14	1
		100.0	75.0	6.8	33.0	18.2	17.0	1.1	0.0	15.9	1.1
	デザイン (インダストリアル)	27	20	8	10	4	1	0	0	3	0
		100.0	74.1	29.6	37.0	14.8	3.7	0.0	0.0	11.1	0.0
デザイン(その他)	47	38	10	13	9	6	1	1	4	3	
	100.0	80.9	21.3	27.7	19.1	12.8	2.1	2.1	8.5	6.4	
広告	87	42	6	25	12	20	1	3	24	3	
	100.0	48.3	6.9	28.7	13.8	23.0	1.1	3.4	27.6	3.4	
出版	146	24	7	11	22	105	2	1	24	0	
	100.0	16.4	4.8	7.5	15.1	71.9	1.4	0.7	16.4	0.0	
情報サービス	103	14	37	17	11	20	1	3	41	4	
	100.0	13.6	35.9	16.5	10.7	19.4	1.0	2.9	39.8	3.9	
日用品	55	14	10	9	14	4	2	1	16	11	
	100.0	25.5	18.2	16.4	25.5	7.3	3.6	1.8	29.1	20.0	
工芸品・装飾品	77	22	24	9	9	1	1	1	32	6	
	100.0	28.6	31.2	11.7	11.7	1.3	1.3	1.3	41.6	7.8	
観光・飲食	110	2	3	9	7	2	1	8	63	19	
	100.0	1.8	2.7	8.2	6.4	1.8	0.9	7.3	57.3	17.3	
建築設計	112	61	52	35	3	11	0	1	22	4	
	100.0	54.5	46.4	31.3	2.7	9.8	0.0	0.9	19.6	3.6	
その他	40	4	6	7	3	4	3	4	17	6	
	100.0	10.0	15.0	17.5	7.5	10.0	7.5	10.0	42.5	15.0	

(2) 知的財産の保護状況

○知的財産の保護状況を見ると、クリエイティブ産業全体では約5割で「していない」となっている。

○知的財産の保護状況について、項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「している」：音楽及びデザイン（インダストリアル）で6割強
- ・「していない」：建築設計及びデザイン（グラフィック）で7割半、舞台芸術で7割強

図表Ⅲ-6-2 知的財産の保護状況

【保護状況】

		全体	知的財産の保護状況		
			上段:回答数	下段:構成比%	
			している	していない	無回答
全体		1006	373	516	117
		100.0	37.1	51.3	11.6
主な クリ エイ テイ ブ 系 事 業	芸術	24	9	12	3
		100.0	37.5	50.0	12.5
	舞台芸術	70	15	51	4
		100.0	21.4	72.9	5.7
	音楽	56	35	16	5
		100.0	62.5	28.6	8.9
	映画・ビデオ・ 写真	60	31	25	4
		100.0	51.7	41.7	6.7
	テレビ・ラジオ・ 報道	55	29	18	8
		100.0	52.7	32.7	14.5
	アニメ	28	15	11	2
		100.0	53.6	39.3	7.1
	ゲーム	19	10	9	0
		100.0	52.6	47.4	0.0
	ファッション	55	19	31	5
		100.0	34.5	56.4	9.1
	デザイン (グラフィック)	74	13	55	6
		100.0	17.6	74.3	8.1
	デザイン (インダストリアル)	24	15	9	0
		100.0	62.5	37.5	0.0
デザイン(その他)	43	13	27	3	
	100.0	30.2	62.8	7.0	
広告	63	17	40	6	
	100.0	27.0	63.5	9.5	
出版	122	67	48	7	
	100.0	54.9	39.3	5.7	
情報サービス	62	25	32	5	
	100.0	40.3	51.6	8.1	
日用品	39	18	10	11	
	100.0	46.2	25.6	28.2	
工芸品・装飾品	45	14	24	7	
	100.0	31.1	53.3	15.6	
観光・飲食	47	6	18	23	
	100.0	12.8	38.3	48.9	
建築設計	90	16	67	7	
	100.0	17.8	74.4	7.8	
その他	23	5	11	7	
	100.0	21.7	47.8	30.4	

(3) 知的財産の被侵害状況

○知的財産の被侵害状況をみると、クリエイティブ産業全体では「ない」が6割強を占めている。

○知的財産の被侵害状況について、項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「ある」：デザイン（その他）で4割半、出版で4割弱
- ・「ない」：ゲームで8割半、テレビ・ラジオ・報道で約8割

図表Ⅲ-6-3 知的財産の被侵害状況

【被侵害状況】

		全体	被侵害状況		
			ある	ない	無回答
全体		1006	238	642	126
		100.0	23.7	63.8	12.5
主な ク リ エ イ テ ィ ブ 系 事 業	芸術	24	3	17	4
		100.0	12.5	70.8	16.7
	舞台芸術	70	17	49	4
		100.0	24.3	70.0	5.7
	音楽	56	11	41	4
		100.0	19.6	73.2	7.1
	映画・ビデオ・ 写真	60	18	38	4
		100.0	30.0	63.3	6.7
	テレビ・ラジオ・ 報道	55	4	43	8
		100.0	7.3	78.2	14.5
	アニメ	28	7	19	2
		100.0	25.0	67.9	7.1
	ゲーム	19	3	16	0
		100.0	15.8	84.2	0.0
	ファッション	55	15	36	4
		100.0	27.3	65.5	7.3
	デザイン (グラフィック)	74	19	50	5
		100.0	25.7	67.6	6.8
	デザイン (インダストリアル)	24	8	16	0
		100.0	33.3	66.7	0.0
デザイン(その他)	43	19	21	3	
	100.0	44.2	48.8	7.0	
広告	63	7	47	9	
	100.0	11.1	74.6	14.3	
出版	122	45	71	6	
	100.0	36.9	58.2	4.9	
情報サービス	62	10	47	5	
	100.0	16.1	75.8	8.1	
日用品	39	10	17	12	
	100.0	25.6	43.6	30.8	
工芸品・装飾品	45	10	26	9	
	100.0	22.2	57.8	20.0	
観光・飲食	47	4	19	24	
	100.0	8.5	40.4	51.1	
建築設計	90	20	58	12	
	100.0	22.2	64.4	13.3	
その他	23	5	10	8	
	100.0	21.7	43.5	34.8	

(4) 知的財産に関する課題

○知的財産に関する課題をみると、クリエイティブ産業全体では「特にない」が4割弱と最も割合が高い。その他では「契約上、知的財産権が取得できない」、「知的財産の取得・活用方法が分からない」、「知的財産関係知識を持った社内人材がいない」の割合が高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「契約上、知的財産権が取得できない」：デザイン（グラフィック）で約4割、デザイン（インダストリアル）及びゲームで4割弱、アニメで3割、テレビ・ラジオ・報道で約3割
- ・「知的財産の取得・活用方法が分からない」：舞台芸術で2割半
- ・「知的財産関係知識を持った社内人材がいない」：ゲームで約3割
- ・「知的財産権の権利化に時間がかかる」：デザイン（インダストリアル）で3割強、ゲームで約3割
- ・「権利化する資金が不足している」：ゲームで約3割
- ・「相談できる専門家がいない」：ゲームで3割弱
- ・「特にない」：芸術で約6割、観光・飲食で5割強、工芸品・装飾品で約5割

図表Ⅲ-6-4 知的財産に関する課題

上段:回答数 下段:構成比%

	全体	知的財産に関する課題											その他	特にない	無回答
		契約上、知的財産権が取得できない	知的財産の取得・活用方法が分からない	知的財産関係知識を持った社内人材がいない	知的財産権の権利化に時間がかかる	権利化する資金が不足している	相談できる専門家がいない	模倣品や海賊版などの横行	会社関係者による知的財産の流出	取引先等からの知的財産の流出	権利侵害への対応				
全体	1383 100.0	222 16.1	166 12.0	162 11.7	112 8.1	109 7.9	131 9.5	107 7.7	40 2.9	78 5.6	55 4.0	26 1.9	513 37.1	207 15.0	
主なクリエイティブ産業	芸術	39 100.0	0 0.0	6 15.4	3 7.7	1 2.6	4 10.3	3 7.7	4 10.3	0 0.0	1 2.6	0 0.0	0 0.0	23 59.0	6 15.4
	舞台芸術	79 100.0	11 13.9	19 24.1	15 19.0	3 3.8	2 2.5	12 15.2	1 1.3	2 2.5	3 3.8	1 1.3	4 5.1	29 36.7	12 15.2
	音楽	71 100.0	4 5.6	3 4.2	7 9.9	1 1.4	6 8.5	6 8.5	10 14.1	2 2.8	2 2.8	4 5.6	2 2.8	28 39.4	13 18.3
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	18 23.1	11 14.1	13 16.7	8 10.3	6 7.7	9 11.5	10 12.8	1 1.3	5 6.4	6 7.7	5 6.4	16 20.5	10 12.8
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	19 28.4	4 6.0	9 13.4	4 6.0	4 6.0	6 9.0	4 6.0	3 4.5	3 4.5	1 1.5	2 3.0	0 28.4	19 22.4
	アニメ	40 100.0	12 30.0	6 15.0	9 22.5	5 12.5	4 10.0	7 17.5	6 15.0	0 0.0	0 7.5	3 2.5	1 2.5	11 27.5	3 7.5
	ゲーム	22 100.0	8 36.4	4 18.2	7 31.8	7 31.8	7 31.8	6 27.3	2 9.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 13.6	0 0.0
	ファッション	79 100.0	11 13.9	10 12.7	6 7.6	9 11.4	7 8.9	2 2.5	8 10.1	2 2.5	4 5.1	4 5.1	1 1.3	35 44.3	8 10.1
	デザイン（グラフィック）	88 100.0	35 39.8	20 22.7	11 12.5	5 5.7	4 4.5	8 9.1	4 4.5	2 2.3	9 10.2	5 5.7	2 2.3	22 25.0	8 9.1
	デザイン（インダストリアル）	27 100.0	10 37.0	3 11.1	3 11.1	9 33.3	3 11.1	0 0.0	5 18.5	0 0.0	1 3.7	1 3.7	0 0.0	1 3.7	2 7.4
	デザイン（その他）	47 100.0	12 25.5	3 6.4	6 12.8	6 12.8	5 10.6	6 12.8	5 10.6	1 2.1	3 6.4	3 6.4	2 4.3	13 27.7	6 12.8
	広告	87 100.0	18 20.7	13 14.9	9 10.3	7 8.0	6 6.9	5 5.7	0 0.0	3 3.4	6 6.9	2 2.3	1 1.1	39 44.8	10 11.5
	出版	146 100.0	17 11.6	12 8.2	23 15.8	13 8.9	13 8.9	16 11.0	19 13.0	8 5.5	11 7.5	10 6.8	1 0.7	48 32.9	13 8.9
	情報サービス	103 100.0	14 13.7	10 9.8	11 10.8	9 8.8	14 13.7	8 7.8	3 2.9	3 2.9	8 7.8	5 4.9	2 2.0	41 40.2	13 12.7
	日用品	55 100.0	3 5.5	5 9.1	4 7.3	5 9.1	5 9.1	5 9.1	9 16.4	3 5.5	4 7.3	2 3.6	1 1.8	20 36.4	10 18.2
	工芸品・装飾品	77 100.0	1 1.3	8 10.4	3 3.9	4 5.2	3 3.9	7 9.1	8 10.4	0 0.0	1 1.3	2 2.6	1 1.3	39 50.6	15 19.5
	観光・飲食	110 100.0	5 4.5	7 6.4	5 4.5	1 0.9	2 1.8	9 8.2	2 1.8	1 0.9	0 0.0	2 1.8	1 0.9	58 52.7	33 30.0
建築設計	112 100.0	19 17.0	14 12.5	12 10.7	11 9.8	9 8.0	12 10.7	3 2.7	8 7.1	13 11.6	5 4.5	2 1.8	46 41.1	16 14.3	
その他	40 100.0	4 10.0	7 17.5	5 12.5	3 7.5	3 7.5	1 2.5	1 2.5	1 2.5	2 5.0	0 0.0	0 0.0	17 42.5	10 25.0	

7. クリエイティブ系事業に関する人材確保・育成

(1) プロデューサー人材

① 所属

○プロデューサーの所属をみると、クリエイティブ産業全体では「自社(経営者を含む)の社員」が6割強を占めている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

・「自社(経営者を含む)の社員」：ゲーム及びデザイン（その他）で約8割、テレビ・ラジオ・報道で8割弱

・「クライアント先」：ゲームで約3割、アニメで2割

図表Ⅲ-7-1 プロデューサー人材の所属(複数回答)

上段:回答数 下段:構成比%

	全体	プロデューサー系人材の所属								
		自社(経営者を含む)の社員	自社で活用するフリーランス	外注先	クライアント先	その他	分からない	特に活用していない	無回答	
全体	1383 100.0	865 62.5	80 5.8	105 7.6	126 9.1	8 0.6	39 2.8	106 7.7	321 23.2	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	12 30.8	0 0.0	3 7.7	1 2.6	0 0.0	2 5.1	4 10.3	20 51.3
	舞台芸術	79 100.0	55 69.6	7 8.9	8 10.1	6 7.6	0 0.0	1 1.3	3 3.8	16 20.3
	音楽	71 100.0	49 69.0	8 11.3	11 15.5	10 14.1	2 2.8	2 2.8	4 5.6	11 15.5
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	52 65.8	9 11.4	9 11.4	12 15.2	0 0.0	0 0.0	3 3.8	20 25.3
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	52 77.6	8 11.9	8 11.9	12 17.9	0 0.0	1 1.5	2 3.0	9 13.4
	アニメ	40 100.0	21 52.5	6 15.0	4 10.0	8 20.0	0 0.0	2 5.0	2 5.0	11 27.5
	ゲーム	22 100.0	18 81.8	2 9.1	3 13.6	7 31.8	0 0.0	1 4.5	0 0.0	2 9.1
	ファッション	79 100.0	44 55.7	2 2.5	5 6.3	2 2.5	0 0.0	1 1.3	9 11.4	22 27.8
	デザイン(グラフィック)	88 100.0	65 73.9	3 3.4	5 5.7	11 12.5	1 1.1	2 2.3	3 3.4	14 15.9
	デザイン(インダストリアル)	27 100.0	17 63.0	0 0.0	1 3.7	2 7.4	0 0.0	0 0.0	4 14.8	6 22.2
	デザイン(その他)	47 100.0	38 80.9	3 6.4	1 2.1	8 17.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	7 14.9
	広告	87 100.0	53 60.9	9 10.3	15 17.2	16 18.4	1 1.1	3 3.4	8 9.2	12 13.8
	出版	146 100.0	107 73.3	10 6.8	13 8.9	12 8.2	0 0.0	2 1.4	10 6.8	26 17.8
	情報サービス	103 100.0	77 74.8	2 1.9	6 5.8	6 5.8	1 1.0	2 1.9	7 6.8	17 16.5
	日用品	55 100.0	21 38.2	3 5.5	2 3.6	4 7.3	1 1.8	3 5.5	7 12.7	18 32.7
	工芸品・装飾品	77 100.0	37 48.1	1 1.3	2 2.6	2 2.6	0 0.0	5 6.5	10 13.0	24 31.2
	観光・飲食	110 100.0	53 48.2	3 2.7	2 1.8	1 0.9	1 0.9	6 5.5	14 12.7	37 33.6
	建築設計	112 100.0	65 58.0	2 1.8	5 4.5	4 3.6	0 0.0	6 5.4	8 7.1	31 27.7
	その他	40 100.0	21 52.5	2 5.0	2 5.0	1 2.5	1 2.5	0 0.0	7 17.5	12 30.0

② 重視する学歴・実績等

○プロデューサー人材について重視する学歴・実績等をみると、クリエイティブ産業全体では「職業としての能力」が0.73、「貴社事業分野での業務経験、実績」が0.56と評点が高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「貴社事業分野での業務経験、実績」：デザイン（インダストリアル）で0.78、テレビ・ラジオ・報道で0.76、音楽で0.68、ゲームで0.67
- ・「職業としての能力」：デザイン（グラフィック）で0.89、デザイン（インダストリアル）で0.88、ゲームで0.86
- ・「業界内外のネットワークがあること」：アニメで0.50、ゲームで0.48、テレビ・ラジオ・報道で0.44、音楽で0.40
- ・「同業者・関連業者等からの推薦」：アニメで0.38、音楽及びゲームで0.20、芸術で0.17

図表Ⅲ-7-2 プロデューサー人材について重視する学歴・実績等(点数)

	貴社事業分野での学歴等	貴社事業分野での業務経験、実績	貴社事業分野でのコンテスト等受賞歴	職種としての能力	業界内外のネットワークがあること	同業者・関連業者等からの推薦	
全体	-0.20	0.56	-0.50	0.73	0.23	-0.06	
主なクリエイティブ系事業	芸術	-0.15	0.36	-0.10	0.67	0.33	0.17
	舞台芸術	-0.29	0.54	-0.57	0.78	0.32	0.04
	音楽	-0.33	0.68	-0.44	0.80	0.40	0.20
	映画・ビデオ・写真	-0.34	0.50	-0.66	0.72	0.30	0.02
	テレビ・ラジオ・報道	0.02	0.76	-0.45	0.80	0.44	-0.04
	アニメ	-0.52	0.33	-0.60	0.74	0.50	0.38
	ゲーム	-0.48	0.67	-0.57	0.86	0.48	0.20
	ファッション	-0.15	0.55	-0.42	0.74	0.36	-0.22
	デザイン(グラフィック)	-0.24	0.61	-0.49	0.89	0.34	-0.05
	デザイン(インダストリアル)	0.24	0.78	-0.27	0.88	-0.20	-0.40
	デザイン(その他)	-0.18	0.62	-0.59	0.68	0.17	-0.14
	広告	-0.32	0.56	-0.37	0.63	0.24	0.02
	出版	-0.03	0.53	-0.52	0.80	0.06	-0.21
	情報サービス	-0.30	0.62	-0.54	0.73	0.16	-0.01
	日用品	-0.23	0.21	-0.86	0.54	0.08	-0.17
	工芸品・装飾品	-0.49	0.11	-0.69	0.44	-0.14	-0.30
	観光・飲食	-0.39	0.52	-0.68	0.48	-0.02	-0.28
	建築設計	0.11	0.64	-0.23	0.80	0.26	-0.18
	その他	-0.08	0.54	-0.61	0.75	0.25	0.14

(注)点数化の方法は以下の通り。

- ① 重視する学歴・実績等についての各項目の回答を点数化
(重視している=1点、どちらでもない=0点、重視していない=-1点)
- ② ①の点数にそれぞれの回答者数をかけて合計
- ③ ②の合計値を(回答者総数-無回答者数-「いない・わからない」の回答者数)で割って算出

③ 重視する能力

○プロデューサーについて重視する能力をみると、クリエイティブ産業全体では「理解力（企業主旨、ビジネスという認識等）」と「実行力（決断力、スピード等）」が約 5 割、「知識力（商品知識、技術的な知識、倫理観等）」、「発想力（アイデア、センス、独創性等）」、「提案力（ユーザー目線、先進性、問題解決等）」が 5 割弱となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「理解力（企業主旨、ビジネスという認識等）」：テレビ・ラジオ・報道及びデザイン（その他）で 7 割半、ゲームで 7 割強
- ・「知識力（商品知識、技術的な知識、倫理観等）」：デザイン（その他）及びゲームで約 7 割
- ・「分析力（先見性、トレンド把握等）」：ゲームで 7 割強、デザイン（その他）で 6 割半、テレビ・ラジオ・報道で約 6 割
- ・「発想力（アイデア、センス、独創性等）」：テレビ・ラジオ・報道及びゲームで約 7 割、音楽で 6 割強
- ・「技術力（デザイン、表現力等）」：デザイン（その他）で 4 割半、建築設計で約 4 割
- ・「提案力（ユーザー目線、先進性、問題解決等）」：ゲームで約 7 割、デザイン（グラフィック）で 7 割弱、テレビ・ラジオ・報道で 6 割強
- ・「プロデュース力（トータルプロデュース、ユーザーへの発信等）」：テレビ・ラジオ・報道及びゲームで約 7 割、音楽で 6 割強、デザイン（その他）で約 6 割、デザイン（グラフィック）で 6 割弱
- ・「コミュニケーション力（チームワーク、柔軟性等）」：ゲームで約 7 割、テレビ・ラジオ・報道で 6 割半、広告で約 6 割、デザイン（グラフィック）で 6 割弱
- ・「マネジメント力（トータルバランス、デザイン管理等）」：ゲーム及びテレビ・ラジオ・報道で 6 割強、デザイン（その他、グラフィック）で約 6 割
- ・「ストレスコントロール力（ストレス耐性等）」：ゲームで 5 割半、テレビ・ラジオ・報道及びデザイン（その他）で約 4 割
- ・「実行力（決断力、スピード等）」：ゲームで 9 割弱、テレビ・ラジオ・報道で約 7 割、舞台芸術及び音楽で 6 割強

図表Ⅲ-7-3 プロデューサー人材について重視する能力(複数回答)

上段:回答数 下段:構成比%

	全体	プロデューサーについて重視する能力												
		理解力 (企業主 旨、ビジ ネスとい う認識 等)	知識力 (商品知 識、技術 的知識、倫理 観等)	分析力 (先見 性、トレ ンド把握 等)	発想力 (アイデ ア、セン ス、独創 性等)	技術力 (デザイ ン、表現 力等)	提案力 (ユー ザー目 線、先進 性、問題 解決等)	プロ デュース 力(トー タルプロ デュース、ユー ザーへの 発信等)	コミュニ ケーション 力(チーム ワーク、 柔軟性 等)	マネジメ ント力 (トー タルバラ ンス、デザ イン管理 等)	ストレ スコ ント ロール 力(スト レス耐 性等)	実行力 (決断 力、ス ピード 等)	いない・ わから ない	無回答
全体	1383 100.0	719 52.0	673 48.7	608 44.0	660 47.7	345 24.9	652 47.1	597 43.2	612 44.3	605 43.7	354 25.6	712 51.5	127 9.2	326 23.6
主な クリエイ ティブ 系事業	芸術	39 100.0	13 33.3	12 30.8	10 25.6	11 28.2	6 15.4	8 20.5	9 23.1	9 23.1	6 15.4	5 12.8	11 28.2	6 15.4
	舞台芸術	79 100.0	42 53.2	39 49.4	36 45.6	47 59.5	22 27.8	36 45.6	41 51.9	37 46.8	40 50.6	23 29.1	50 63.3	5 6.3
	音楽	71 100.0	39 54.9	41 57.7	36 50.7	45 63.4	17 23.9	41 57.7	44 62.0	33 46.5	38 53.5	20 28.2	45 63.4	2 2.8
	映画・ビデオ・ 写真	79 100.0	46 58.2	40 50.6	37 46.8	40 50.6	16 20.3	40 50.6	39 49.4	40 50.6	37 46.8	16 20.3	43 54.4	4 5.1
	テレビ・ラジオ・ 報道	67 100.0	50 74.6	41 61.2	41 61.2	47 70.1	17 25.4	42 62.7	46 68.7	43 64.2	42 62.7	26 38.8	48 71.6	3 4.5
	アニメ	40 100.0	22 55.0	18 45.0	18 45.0	16 40.0	6 15.0	17 42.5	17 42.5	20 50.0	18 45.0	10 25.0	21 52.5	5 12.5
	ゲーム	22 100.0	16 72.7	15 68.2	16 72.7	15 68.2	6 27.3	15 68.2	15 68.2	15 68.2	14 63.6	12 54.5	19 86.4	2 9.1
	ファッション	79 100.0	37 46.8	33 41.8	34 43.0	28 35.4	20 25.3	35 44.3	28 35.4	31 39.2	35 44.3	21 26.6	41 51.9	8 10.1
	デザイン (グラフィック)	88 100.0	60 68.2	51 58.0	50 56.8	49 55.7	29 33.0	59 67.0	51 58.0	50 56.8	54 61.4	30 34.1	48 54.5	5 5.7
	デザイン (インダストリアル)	27 100.0	14 51.9	14 51.9	14 51.9	13 48.1	6 22.2	15 55.6	13 48.1	14 51.9	13 48.1	6 22.2	15 55.6	2 7.4
	デザイン(その他)	47 100.0	35 74.5	33 70.2	31 66.0	27 57.4	21 44.7	28 59.6	28 59.6	25 53.2	29 61.7	18 38.3	29 61.7	1 2.1
	広告	87 100.0	54 62.1	49 56.3	39 44.8	47 54.0	23 26.4	51 58.6	50 57.5	51 58.6	42 48.3	28 32.2	48 55.2	6 6.9
	出版	146 100.0	86 58.9	81 55.5	66 45.2	76 52.1	39 26.7	74 50.7	58 39.7	69 47.3	65 44.5	37 25.3	86 58.9	12 8.2
	情報サービス	103 100.0	57 55.3	63 61.2	56 54.4	54 52.4	32 31.1	58 56.3	51 49.5	55 53.4	56 54.4	33 32.0	57 55.3	4 3.9
	日用品	55 100.0	22 40.0	22 40.0	16 29.1	23 41.8	9 16.4	20 36.4	13 23.6	17 30.9	16 29.1	7 12.7	19 34.5	10 18.2
	工芸品・装飾品	77 100.0	19 24.7	21 27.3	15 19.5	21 27.3	10 13.0	17 22.1	14 18.2	14 18.2	17 22.1	9 11.7	23 29.9	18 23.4
	観光・飲食	110 100.0	33 30.0	33 30.0	26 23.6	32 29.1	12 10.9	27 24.5	20 18.2	23 20.9	23 20.9	10 9.1	35 31.8	17 15.5
	建築設計	112 100.0	52 46.4	48 42.9	49 43.8	49 43.8	46 41.1	50 44.6	42 37.5	44 39.3	44 39.3	29 25.9	50 44.6	7 6.3
	その他	40 100.0	16 40.0	13 32.5	13 32.5	14 35.0	7 17.5	14 35.0	14 35.0	18 45.0	12 30.0	11 27.5	17 42.5	7 17.5

④ 育成方法

○プロデューサー人材の育成方法をみると、クリエイティブ産業全体では「対象がいなくて行っていない」が2割強、「OJT」が約2割、「対象者はいるが行っていない」が2割弱となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「OJT」：ゲームで4割半、情報サービス及びテレビ・ラジオ・報道で約4割
- ・「社内研修の実施」：アニメ及びテレビ・ラジオ・報道で3割弱
- ・「対象がいなくて行っていない」：工芸品・装飾品及び日用品で3割半

図表Ⅲ-7-4 プロデューサー人材の育成方法(複数回答)

		プロデューサー人材の育成方法								
		全体	OJT	社内研修の実施	その他外部研修の受講	国内外への留学・社外派遣等	その他	対象者はいるが行っていない	対象者がいないので行っていない	無回答
全体		1383 100.0	258 18.7	160 11.6	137 9.9	30 2.2	20 1.4	244 17.6	321 23.2	408 29.5
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	1 2.6	3 7.7	3 7.7	1 2.6	0 0.0	5 12.8	12 30.8	18 46.2
	舞台芸術	79 100.0	9 11.4	9 11.4	7 8.9	4 5.1	2 2.5	19 24.1	17 21.5	19 24.1
	音楽	71 100.0	14 19.7	7 9.9	3 4.2	6 8.5	2 2.8	18 25.4	13 18.3	17 23.9
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	7 8.9	6 7.6	5 6.3	3 3.8	1 1.3	15 19.0	18 22.8	30 38.0
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	26 38.8	18 26.9	10 14.9	1 1.5	2 3.0	13 19.4	8 11.9	10 14.9
	アニメ	40 100.0	6 15.0	11 27.5	2 5.0	0 0.0	0 0.0	9 22.5	7 17.5	11 27.5
	ゲーム	22 100.0	10 45.5	2 9.1	2 9.1	1 4.5	0 0.0	5 22.7	4 18.2	2 9.1
	ファッション	79 100.0	8 10.1	11 13.9	7 8.9	1 1.3	0 0.0	16 20.3	17 21.5	24 30.4
	デザイン(グラフィック)	88 100.0	17 19.3	8 9.1	12 13.6	2 2.3	2 2.3	15 17.0	27 30.7	20 22.7
	デザイン(インダストリアル)	27 100.0	4 14.8	2 7.4	4 14.8	2 7.4	1 3.7	6 22.2	5 18.5	7 25.9
	デザイン(その他)	47 100.0	12 25.5	4 8.5	9 19.1	0 0.0	1 2.1	12 25.5	8 17.0	10 21.3
	広告	87 100.0	22 25.3	11 12.6	6 6.9	1 1.1	2 2.3	12 13.8	21 24.1	24 27.6
	出版	146 100.0	38 26.0	19 13.0	9 6.2	1 0.7	1 0.7	29 19.9	35 24.0	33 22.6
	情報サービス	103 100.0	43 41.7	20 19.4	18 17.5	0 0.0	0 0.0	13 12.6	17 16.5	23 22.3
	日用品	55 100.0	8 14.5	4 7.3	4 7.3	1 1.8	2 3.6	5 9.1	19 34.5	19 34.5
	工芸品・装飾品	77 100.0	3 3.9	4 5.2	3 3.9	3 3.9	3 3.9	10 13.0	27 35.1	30 39.0
	観光・飲食	110 100.0	11 10.0	7 6.4	9 8.2	1 0.9	1 0.9	11 10.0	28 25.5	52 47.3
	建築設計	112 100.0	14 12.5	8 7.1	21 18.8	1 0.9	0 0.0	23 20.5	24 21.4	35 31.3
	その他	40 100.0	4 10.0	5 12.5	3 7.5	0 0.0	0 0.0	6 15.0	9 22.5	17 42.5

(2) クリエイター人材

① 所属

○クリエイター人材の所属をみると、クリエイティブ産業全体では「自社（経営者を含む）の社員」が約6割、「外注先」が2割半、「自社で活用するフリーランス」が約2割を占めている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「自社（経営者を含む）の社員」：ゲームで9割半、デザイン（グラフィック）で8割半、デザイン（その他）で8割弱、映画・ビデオ・写真及びデザイン（インダストリアル）で7割半
- ・「自社で活用するフリーランス」：ゲームで4割半、アニメで4割、テレビ・ラジオ・報道で4割弱
- ・「外注先」：ゲームで約6割、アニメで5割、広告で4割強
- ・「クライアント先」：ゲームで2割強

図表Ⅲ-7-5 クリエイター人材の所属（複数回答）

上段：回答数 下段：構成比%

	全体	クリエイター系人材の所属								
		自社（経営者を含む）の社員	自社で活用するフリーランス	外注先	クライアント先	その他	分からない	特に活用していない	無回答	
全体	1383 100.0	816 59.0	287 20.8	351 25.4	59 4.3	10 0.7	33 2.4	99 7.2	288 20.8	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	11 28.2	2 5.1	3 7.7	0 0.0	0 0.0	1 2.6	4 10.3	21 53.8
	舞台芸術	79 100.0	42 53.2	21 26.6	21 26.6	1 1.3	2 2.5	1 1.3	3 3.8	16 20.3
	音楽	71 100.0	41 57.7	24 33.8	22 31.0	4 5.6	1 1.4	2 2.8	4 5.6	11 15.5
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	59 74.7	27 34.2	29 36.7	5 6.3	0 0.0	0 0.0	3 3.8	6 7.6
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	47 70.1	25 37.3	23 34.3	3 4.5	0 0.0	2 3.0	0 0.0	9 13.4
	アニメ	40 100.0	28 70.0	16 40.0	20 50.0	3 7.5	0 0.0	1 2.5	1 2.5	4 10.0
	ゲーム	22 100.0	21 95.5	10 45.5	13 59.1	5 22.7	0 0.0	1 4.5	0 0.0	0 0.0
	ファッション	79 100.0	45 57.0	5 6.3	12 15.2	1 1.3	0 0.0	1 1.3	9 11.4	17 21.5
	デザイン（グラフィック）	88 100.0	74 84.1	28 31.8	34 38.6	4 4.5	0 0.0	1 1.1	3 3.4	4 4.5
	デザイン（インダストリアル）	27 100.0	20 74.1	3 11.1	2 7.4	1 3.7	0 0.0	0 0.0	2 7.4	3 11.1
	デザイン（その他）	47 100.0	36 76.6	9 19.1	8 17.0	4 8.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	8 17.0
	広告	87 100.0	44 50.6	29 33.3	38 43.7	9 10.3	1 1.1	3 3.4	8 9.2	11 12.6
	出版	146 100.0	89 61.0	42 28.8	49 33.6	11 7.5	1 0.7	1 0.7	11 7.5	20 13.7
	情報サービス	103 100.0	73 70.9	13 12.6	27 26.2	1 1.0	2 1.9	0 0.0	6 5.8	17 16.5
	日用品	55 100.0	16 29.1	6 10.9	5 9.1	2 3.6	0 0.0	3 5.5	7 12.7	23 41.8
	工芸品・装飾品	77 100.0	36 46.8	3 3.9	7 9.1	0 0.0	1 1.3	4 5.2	11 14.3	25 32.5
	観光・飲食	110 100.0	38 34.5	3 2.7	5 4.5	1 0.9	0 0.0	4 3.6	14 12.7	51 46.4
	建築設計	112 100.0	70 62.5	13 11.6	28 25.0	2 1.8	0 0.0	7 6.3	8 7.1	22 19.6
	その他	40 100.0	19 47.5	4 10.0	3 7.5	1 2.5	2 5.0	1 2.5	5 12.5	13 32.5

② 重視する学歴・実績等

○クリエイターについて重視する学歴・実績等をみると、クリエイティブ産業全体では「職業としての能力」が0.78、「貴社事業分野での業務経験、実績」が0.57と評点が高くなっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「貴社事業分野での業務経験、実績」：デザイン（インダストリアル）で0.87、映画・ビデオ・写真で0.72、ゲームで0.68
- ・「職業としての能力」：デザイン（インダストリアル）で0.91、テレビ・ラジオ・報道で0.88
- ・「業界内外のネットワークがあること」：芸術で0.42
- ・「同業者・関連業者等からの推薦」：音楽で0.27、芸術で0.25、舞台芸術で0.20

図表Ⅲ-7-6 クリエイター人材について重視する学歴・実績等(点数)

	貴社事業分野での学歴等	貴社事業分野での業務経験、実績	貴社事業分野でのコンテスト等受賞歴	職種としての能力	業界内外のネットワークがあること	同業者・関連業者等からの推薦	
全体	-0.15	0.57	-0.39	0.78	-0.08	-0.05	
主なクリエイティブ系事業	芸術	-0.08	0.54	-0.22	0.86	0.42	0.25
	舞台芸術	-0.33	0.44	-0.33	0.85	0.13	0.20
	音楽	-0.19	0.63	-0.16	0.85	0.08	0.27
	映画・ビデオ・写真	-0.33	0.72	-0.45	0.84	-0.16	0.18
	テレビ・ラジオ・報道	0.04	0.59	-0.30	0.88	-0.09	-0.04
	アニメ	-0.38	0.28	-0.43	0.72	-0.24	0.15
	ゲーム	-0.23	0.68	-0.43	0.86	-0.27	0.10
	ファッション	0.02	0.47	-0.40	0.75	-0.07	-0.08
	デザイン(グラフィック)	-0.18	0.62	-0.45	0.87	-0.12	-0.17
	デザイン(インダストリアル)	0.09	0.87	0.00	0.91	-0.17	-0.18
	デザイン(その他)	0.08	0.61	-0.35	0.76	-0.20	-0.20
	広告	-0.25	0.52	-0.26	0.74	0.11	0.02
	出版	-0.08	0.58	-0.53	0.82	-0.16	-0.26
	情報サービス	-0.28	0.65	-0.53	0.73	-0.14	-0.03
	日用品	-0.21	0.23	-0.65	0.54	-0.08	-0.26
	工芸品・装飾品	-0.52	0.22	-0.48	0.53	-0.28	-0.28
	観光・飲食	-0.33	0.56	-0.50	0.59	-0.18	-0.24
建築設計	0.18	0.66	-0.22	0.80	-0.03	-0.14	
その他	0.00	0.63	-0.58	0.79	0.09	0.05	

(注) 点数化の方法は以下の通り。

- ① 重視する学歴・実績等についての各項目の回答を点数化
(重視している=1点、どちらでもない=0点、重視していない=-1点)
- ② ①の点数にそれぞれの回答者数をかけて合計
- ③ ②の合計値を(回答者総数-無回答者数-「いない・わからない」の回答者数)で割って算出

③ 重視する能力

○クリエイターについて重視する能力をみると、クリエイティブ産業全体では「技術力（デザイン、表現力等）」が約 6 割、「発想力（アイデア、センス、独創性等）」が 6 割弱、「知識力（商品知識、技術的な知識、倫理観等）」が約 5 割、「理解力（企業主旨、ビジネスという認識等）」が 4 割半となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「理解力（企業主旨、ビジネスという認識等）」：テレビ・ラジオ・報道及びデザイン（グラフィック）で 6 割半、デザイン（インダストリアル）で 6 割強
- ・「知識力（商品知識、技術的な知識、倫理観等）」：テレビ・ラジオ・報道及び約 7 割
- ・「分析力（先見性、トレンド把握等）」：デザイン(その他)及びテレビ・ラジオ・報道で約 5 割
- ・「発想力（アイデア、センス、独創性等）」：デザイン（グラフィック）で 8 割半、アニメ及びゲームで 8 割弱
- ・「技術力（デザイン、表現力等）」：デザイン（グラフィック）で約 9 割、ゲームで 9 割弱、アニメ及びデザイン（インダストリアル）で 7 割半
- ・「提案力（ユーザー目線、先進性、問題解決等）」：デザイン（インダストリアル）で 7 割弱
- ・「コミュニケーション力（チームワーク、柔軟性等）」：ゲーム、デザイン（インダストリアル）、テレビ・ラジオ・報道、アニメで 6 割強、デザイン（グラフィック）で約 6 割
- ・「マネジメント力（トータルバランス、デザイン管理等）」：テレビ・ラジオ・報道及びデザイン（グラフィック）で約 3 割
- ・「ストレスコントロール力（ストレス耐性等）」：ゲーム及びテレビ・ラジオ・報道で約 4 割
- ・「実行力（決断力、スピード等）」：テレビ・ラジオ・報道で 6 割強、デザイン（グラフィック）で 6 割弱、映画・ビデオ・写真で 5 割半

図表Ⅲ-7-7 クリエイター人材について重視する能力(複数回答)

上段:回答数 下段:構成比%

	全体	クリエイターについて重視する能力											いない・わからない	無回答	
		理解力(企業主旨、ビジネスという認識等)	知識力(商品知識、技術的な知識、倫理観等)	分析力(先見性、トレンド把握等)	発想力(アイデア、センス、独創性等)	技術力(デザイン、表現力等)	提案力(ユーザー目線、先進性、問題解決等)	プロデュース力(トータルプロデュース、ユーザーへの発信等)	コミュニケーション力(チームワーク、柔軟性等)	マネジメント力(トータルバランス、デザイン管理等)	ストレスコントロール力(ストレス耐性等)	実行力(決断力、スピード等)			
全体	1383	627	702	436	786	810	483	190	559	240	345	566	112	263	
	100.0	45.3	50.8	31.5	56.8	58.6	34.9	13.7	40.4	17.4	24.9	40.9	8.1	19.0	
主なクリエイティブ系事業	芸術	39	15	14	9	15	13	8	4	10	6	14	4	14	
	100.0	38.5	35.9	23.1	38.5	33.3	20.5	10.3	25.6	15.4	15.4	35.9	10.3	35.9	
	舞台芸術	79	41	45	24	50	51	20	13	39	14	23	38	3	11
	100.0	51.9	57.0	30.4	63.3	64.6	25.3	16.5	49.4	17.7	29.1	48.1	3.8	13.9	
	音楽	71	32	33	20	37	41	20	17	26	11	17	27	1	16
	100.0	45.1	46.5	28.2	52.1	57.7	28.2	23.9	36.6	15.5	23.9	38.0	1.4	22.5	
	映画・ビデオ・写真	79	44	47	28	56	54	32	10	41	19	28	44	1	10
	100.0	55.7	59.5	35.4	70.9	68.4	40.5	12.7	51.9	24.1	19	35.4	55.7	1.3	12.7
	テレビ・ラジオ・報道	67	44	47	33	49	46	29	13	42	20	26	42	3	7
	100.0	65.7	70.1	49.3	73.1	68.7	43.3	19.4	62.7	29.9	38.8	62.7	4.5	10.4	
	アニメ	40	20	19	14	31	30	11	6	25	6	13	19	2	2
	100.0	50.0	47.5	35.0	77.5	75.0	27.5	15.0	62.5	15.0	32.5	47.5	5.0	5.0	
	ゲーム	22	10	11	9	17	19	6	3	14	5	9	11	1	0
	100.0	45.5	50.0	40.9	77.3	86.4	27.3	13.6	63.6	22.7	40.9	50.0	4.5	0.0	
	ファッション	79	27	40	29	44	46	27	12	33	11	17	30	10	14
	100.0	34.2	50.6	36.7	55.7	58.2	34.2	15.2	41.8	13.9	21.5	38.0	12.7	17.7	
	デザイン(グラフィック)	88	57	54	34	75	79	42	15	54	25	31	50	2	3
	100.0	64.8	61.4	38.6	85.2	89.8	47.7	17.0	61.4	28.4	35.2	56.8	2.3	3.4	
	デザイン(インダストリアル)	27	17	15	12	18	20	18	4	17	5	8	13	0	3
	100.0	63.0	55.6	44.4	66.7	74.1	66.7	14.8	63.0	18.5	29.6	48.1	0.0	11.1	
デザイン(その他)	47	26	29	24	33	33	21	6	21	11	15	17	0	7	
100.0	55.3	61.7	51.1	70.2	70.2	44.7	12.8	44.7	23.4	31.9	36.2	0.0	14.9		
広告	87	39	43	32	50	54	33	13	32	18	24	33	5	16	
100.0	44.8	49.4	36.8	57.5	62.1	37.9	14.9	36.8	20.7	27.6	37.9	5.7	18.4		
出版	146	82	85	49	93	91	58	20	61	21	34	59	14	16	
100.0	56.2	58.2	33.6	63.7	62.3	39.7	13.7	41.8	14.4	23.3	40.4	9.6	11.0		
情報サービス	103	50	63	37	54	70	41	10	47	13	34	48	4	15	
100.0	48.5	61.2	35.9	52.4	68.0	39.8	9.7	45.6	12.6	33.0	46.6	3.9	14.6		
日用品	55	11	17	10	22	22	15	5	9	7	7	12	10	19	
100.0	20.0	30.9	18.2	40.0	40.0	27.3	9.1	16.4	12.7	12.7	21.8	18.2	34.5		
工芸品・装飾品	77	17	24	7	30	25	15	2	8	4	5	11	18	22	
100.0	22.1	31.2	9.1	39.0	32.5	19.5	2.6	10.4	5.2	6.5	14.3	23.4	28.6		
観光・飲食	110	26	32	15	27	20	22	10	20	8	5	32	18	49	
100.0	23.6	29.1	13.6	24.5	18.2	20.0	9.1	18.2	7.3	4.5	29.1	16.4	44.5		
建築設計	112	54	66	39	61	75	48	21	43	28	30	47	8	22	
100.0	48.2	58.9	34.8	54.5	67.0	42.9	18.8	38.4	25.0	26.8	42.0	7.1	19.6		
その他	40	12	13	9	18	15	15	6	13	8	11	16	5	13	
100.0	30.0	32.5	22.5	45.0	37.5	37.5	15.0	32.5	20.0	27.5	40.0	12.5	32.5		

④ 育成方法

○クリエイター人材の育成方法をみると、クリエイティブ産業全体では「対象者がいないので行っていない」が2割強、「OJT」が2割、「対象者はいるが行っていない」が約2割、「社内研修の実施」が2割弱となっている。

○項目別にみた、全体平均を大きく上回る分野は以下のとおりである。

- ・「OJT」：ゲームで6割強、情報サービス及びテレビ・ラジオ・報道で約4割、デザイン（インダストリアル）で3割強
- ・「社内研修の実施」：アニメで4割強、テレビ・ラジオ・報道で3割強、情報サービスで約3割
- ・「対象者はいるが行っていない」：デザイン（インダストリアル）で約3割
- ・「対象者がいないので行っていない」：工芸品・装飾品が約4割

図表Ⅲ-7-8 クリエイター人材の育成方法(複数回答)

		クリエイター人材の育成方法								
		全体	OJT	社内研修の実施	その他外部研修の受講	国内外への留学・社外派遣等	その他	対象者はいるが行っていない	対象者がいないので行っていない	無回答
全体		1383 100.0	276 20.0	230 16.6	167 12.1	40 2.9	32 2.3	253 18.3	315 22.8	327 23.6
主なクリエイティブ系事業	芸術	39 100.0	1 2.6	5 12.8	2 5.1	1 2.6	1 2.6	4 10.3	10 25.6	19 48.7
	舞台芸術	79 100.0	8 10.1	17 21.5	12 15.2	3 3.8	4 5.1	12 15.2	19 24.1	17 21.5
	音楽	71 100.0	14 19.7	9 12.7	4 5.6	7 9.9	2 2.8	15 21.1	14 19.7	16 22.5
	映画・ビデオ・写真	79 100.0	7 8.9	10 12.7	8 10.1	1 1.3	2 2.5	19 24.1	18 22.8	18 22.8
	テレビ・ラジオ・報道	67 100.0	27 40.3	22 32.8	12 17.9	3 4.5	3 4.5	17 25.4	7 10.4	5 7.5
	アニメ	40 100.0	6 15.0	17 42.5	4 10.0	1 2.5	0 0.0	9 22.5	7 17.5	2 5.0
	ゲーム	22 100.0	14 63.6	5 22.7	4 18.2	1 4.5	0 0.0	5 22.7	3 13.6	0 0.0
	ファッション	79 100.0	11 13.9	19 24.1	9 11.4	2 2.5	0 0.0	14 17.7	20 25.3	17 21.5
	デザイン(グラフィック)	88 100.0	21 23.9	16 18.2	13 14.8	0 0.0	6 6.8	21 23.9	22 25.0	9 10.2
	デザイン(インダストリアル)	27 100.0	9 33.3	3 11.1	5 18.5	1 3.7	1 3.7	8 29.6	2 7.4	4 14.8
	デザイン(その他)	47 100.0	14 29.8	6 12.8	9 19.1	0 0.0	1 2.1	9 19.1	6 12.8	12 25.5
	広告	87 100.0	19 21.8	9 10.3	7 8.0	2 2.3	3 3.4	16 18.4	21 24.1	22 25.3
	出版	146 100.0	41 28.1	22 15.1	11 7.5	1 0.7	1 0.7	33 22.6	37 25.3	23 15.8
	情報サービス	103 100.0	42 40.8	32 31.1	19 18.4	1 1.0	0 0.0	19 18.4	13 12.6	20 19.4
	日用品	55 100.0	7 12.7	3 5.5	5 9.1	2 3.6	1 1.8	6 10.9	16 29.1	20 36.4
	工芸品・装飾品	77 100.0	3 3.9	4 5.2	4 5.2	3 3.9	4 5.2	10 13.0	30 39.0	25 32.5
	観光・飲食	110 100.0	9 8.2	11 10.0	9 8.2	2 1.8	2 1.8	9 8.2	30 27.3	51 46.4
	建築設計	112 100.0	16 14.3	8 7.1	23 20.5	6 5.4	1 0.9	21 18.8	27 24.1	27 24.1
	その他	40 100.0	5 12.5	11 27.5	7 17.5	2 5.0	0 0.0	4 10.0	8 20.0	15 37.5

平成26年度政策調査

登録番号 (26) 80

クリエイティブ産業の実態と課題に関する調査報告書

平成27年3月発行

編集・発行 東京都産業労働局総務部企画計理課

東京都新宿区西新宿2-8-1

電話 03(5320)4637

R70

古紙配合率70%
白色度70%再生紙を使用しています