

1 産業の動向

メディア市場とコンテンツ

- ◆メディア市場
米120兆円 日30兆円
- ◆コンテンツ市場
米34兆円 日10兆円
映像4兆円
音楽2兆円
文字5兆円
- ◆2010年、コンテンツの比重は55% = 電子商取引が成長

市場構造

- ◆映像制作・流通
 - ・テレビが支える
 - ・制作時間の97.5%
 - ・制作全額の89.9%
 - ・テレビ局と東京にパワーが集中

- ◆競争力
 - ・ハリウッドの一人勝ち
 - ・日本のゲームのみが対抗

2 資金フロー

企業

- ◆広告 日米格差
GDP比 2倍
市場格差 4倍
Internet広告20倍
- ◆情報化投資 日米格差
全投資比 2倍

家庭

- ◆情報支出
全支出の5.9%
携帯電話で急上昇
通信費が増加の6割

- ◆産業政策 = 電子商取引の振興
 - ・資金ルートの拡充
 - ・情報支出の増加
 - ・広告媒体の確立
 - ・資金分配の変更
 - ・インフラ低減化

3 日本の特徴

テレビの国

- ◆情報行動
- ◆ゲーム、アニメ
- ◆表現力、浸透度
- ◆規制の弱さ

携帯文化

- ◆世界に冠たるモバイル文化

子供の能力

- ◆映像を理解する力
- ◆映像を表現する力

庶民文化

- ◆非政策誘導
- ◆非食族文化

- ◆アメリカの産業覇権
 - ・映画とコンピュータ
 - ・政策誘導としてのハリウッド
- ◆欧州の文化保護

4 問題点

国家戦略の不在

- ・産業か文化か
- ・弱みの補完か
- ・強みの発揮か

- ◆大人は判ってくれない
- ・土着の文化と固有の表現
アメリカ追従の果て？
- ・コンテンツの価値
資産としての評価
表現者のステイタス
表現のチャンネル

- ◆アメリカのさらなる攻勢
 - ・ネットワークゲーム
 - ・3Dアニメ
 - ・中国市場

映像表現はアメリカ一色？

5 政策含意

作らせること

- ◆子供を信じること
 - ・マンガとゲームをさせること
- ◆ベンチャーを増やすこと
 - ・旦那衆による文化強化
- ◆放送のハード・ソフト分離
 - ・コンテンツ制作のネットワークからの開放
- ◆コンテンツ領域を広げること
 - ・電子政府、遠隔教育・医療、電子商取引

行めること

- ◆テレビのアーカイブ
 - ・郵便局？

つなぐこと

- ◆インフラ整備
 - ・放送デジタル化
 - ・定額料料全
- ◆国際流通政策
 - ・国際文化融和
 - ・バックボーン

〇つまり、通信と放送の融合