

現状

・日本には1.2億人の市場があり、リスクを取って海外に打って出るインセンティブが生じにくい
が、人口減少の中、このままでは高い成長潜在力を持つコンテンツ市場の衰退の危機。

課題

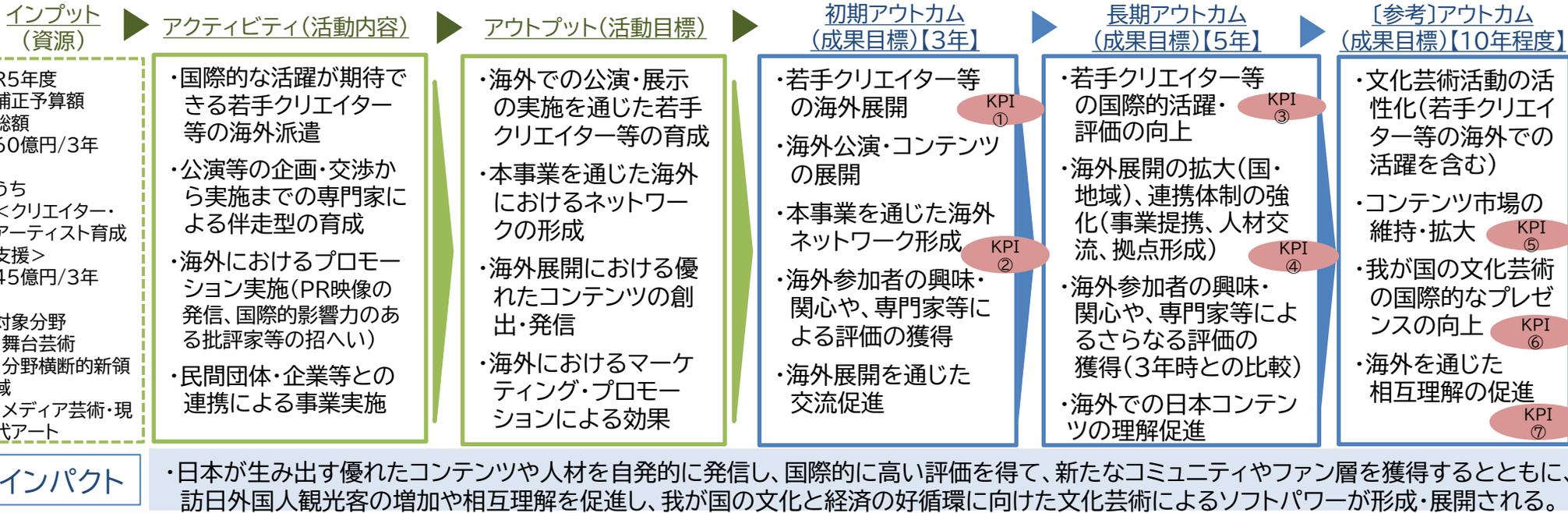
・我が国の文化芸術の海外展開を視野に入れた若手クリエイターやアーティスト等の挑戦支援、
育成体制を強化するとともに、国内活動拠点として博物館・美術館、劇場等の文化施設が新た
な価値を付加できるよう機能強化し、若手クリエイター等を支える場として確立することが急務。

本事業
の目的

・次代を担うクリエイター・アーティストを育成するとともに、その活躍・発信の場でもある文化施設
の次世代型の機能強化を、独立行政法人日本芸術文化振興会に設置する基金を活用して弾
力的かつ複数年度にわたって支援する。

(現状・課題を示すデータ)

・世界・日本のコンテンツ市場の規模(1ドル=109円)
H30(2018):
世界 128.8兆円 日本 10.6兆円(8.25%)
R5(2023):
世界 141.6兆円 日本 11.3兆円(7.98%)
世界市場の拡大に伴い、日本市場が占める割合は
減少傾向にある。
(経済産業省「コンテンツの世界市場・日本市場の概観」より)



主な測定指標と目標値

*以下のような主なKPIについてマンガ、アニメ、音楽、現代アート、伝統芸能等の分野特性に応じて、初期(3年)、長期(5年)の変化も踏まえ成果評価を行う予定。

- KPI ① ・若手クリエイター等(育成対象者)を企画段階から登用・育成し、世界的に認知されている芸術祭・文化施設等において高い評価を獲得したプロジェクトの件数 (R8年25件)
- KPI ② ・国内外の団体・企業等との連携体制(連携先の団体数、事業提携数、拠点形成数など)の構築数 (R8年10件)
- KPI ③ ・若手クリエイター等(育成対象者)による国内外の著名な賞の受賞・ノミネートや世界的に認知されている国内外の芸術祭・文化施設等へ出品・出演・参画して高い評価を受ける件数 (R10年20件)
- KPI ④ ・若手クリエイター等(育成対象者)が海外の芸術団体、文化施設、関係事業者等との事業提携、人材育成、拠点形成などを実現した件数 (R10年10件)
- KPI ⑤ ・[参考]世界のコンテンツ市場に占める日本の割合 (R5年7.98%→R15年までの平均値増)
- KPI ⑥ ・[参考]訪日外国人のうち、「舞台・音楽鑑賞」「美術館・博物館等」を目的とした人の割合 (R5 7-9月期2.8%、22.3% →R15年までの平均値増)
- KPI ⑦ ・[参考]日本と諸外国との文化交流の推進が「日本と諸外国との間の相互理解や信頼関係が深まり、国際関係の安定につながる」意義があると回答した人の割合 (R5 53.6%→R15年までの平均値増)