

デジタルコンテンツ系企業実態把握調査 結果概要

1 事業内容と目的

地元のデジタルコンテンツ系企業(映像、WEB制作、三次元設計など)を1,000社抽出し、アンケート調査を実施。あわせて、デジタルコンテンツ系の教育機関、施設(大学や企業の映像編集設備)も調査。この調査により、県内のデジタルコンテンツ系企業の企業活動内容、取扱いコンテンツ内容、当地域のコンテンツ企業の特徴等の実態を把握することにより、県内のデジタルコンテンツ企業の新たな受発注の機会を創出し、本県のデジタルコンテンツ産業の振興につなげる。

2 企業アンケート調査概要

(1) 調査対象

既存統計資料やインターネット、電話帳などを活用し、愛知県内に事業所のあるものづくり関連企業及びデジタルコンテンツ系企業(映像、ゲーム、アニメ、デザイン、3次元設計、Web制作、広告代理店等)等から抽出した企業1,000社

(2) 回収状況

回収率28%(郵送法)、有効回答率12%

	ものづくり関連	デジタルコンテンツ関連	計
調査対象	300社	700社	1,000社
回収数	39件	241件	280件
有効回答数	9件	113件	122件

(3) 調査結果概要

①企業のデジタルコンテンツ事業の実態 ※デジタルコンテンツ関連企業(113件)について

ウェブページ(50%)や映像コンテンツ(32%)の制作が中心となっているものの、ものづくり関連事業として、3DCAD(3次元設計)、テクニカルマニュアルや生産シミュレーションなどものづくり関連事業にかかわる企業も36%に及んだ。

○取り扱っているデジタルコンテンツ事業(複数回答)

	映像・放送系	音楽・音声系	ゲーム系	書籍系	ウェブ制作	ものづくり関連
比率	32%	16%	7%	20%	50%	36%

②受発注の実態 ※デジタルコンテンツ関連企業(113件)について

受注の多くを県内に求めている企業が多いなか、県外(特に需要が大きい関東圏)との結びつきを持つ企業も少なくない。なお、発注については、県外に発注されているケースがあり、県内企業では対応できない業務等が他地域へ流れていることになる。

受発注先の開拓については、これまでの付き合いを重視する傾向が強く、また、受注活動についても積極的に実施している企業は限られる。

○業務発注元の所在地(複数回答)

	愛知県	岐阜県	三重県	関東	関西
比率	80%	18%	14%	26%	11%

③デジタルコンテンツ事業への意向等の把握 ※デジタルコンテンツ関連企業(113件)について
携帯電話向けゲームソフト開発や、生産シミュレーション等のものづくり関連事業に対する関心は高いが、ヒト(人材)、モノ(設備)、カネ(資金・投資)、ノウハウ(営業ルート等)に対する不足感から、業務拡大に至れない現状がある。

○デジタルコンテンツビジネスに関する課題(複数回答)

課題	比率
必要な人材を円滑に確保できない	43%
従業員の教育やスキルアップが思うようにできない	39%
効率的な営業活動や業務発注ができていない	32%
長期的な視点から投資を行うことが困難である	26%

3 企業ヒアリング調査概要

(1) 調査対象

2のアンケートで回答のあった企業、アンケートで発注先として名を寄せられた企業のうちの31社

(2) 調査結果概要

①デジタルコンテンツ関連事業の現状と業況の変化について

不況の影響で自動車関連の映像系業務も含め、売上が減少していること、クライアントが広告費を削減する傾向にあり、広告媒体としてWEB・ネットへのシフトが強くなっていること、デジタルコンテンツ関連パチンコ関連の制作を手がける企業が見られること、ゲーム業界では、携帯ゲーム等では成長企業もあるが、東海地区全体では企業が減少している等のポイントが整理できる。

②愛知県および隣県地域における市場性の評価(今後の可能性や期待)について

モノづくり関連のデジタルコンテンツで県内市場に期待する一方、ケーブルネット局では地域人口減少の問題、また、愛知県や名古屋の市場として保守性、新しい開発や取組に対して食いつきが悪い、対価を認めないという意見、また、厳しい市場環境などのため、独立した個人事業者がネットワークを持ちデザインや映像制作に対応している等のポイントが整理できる。

③愛知県に対する期待・要望について(同分野への支援に対する関心)

愛知県が優秀なデジタルコンテンツを公募したり、良い仕事をした企業に対する表彰やプレゼン機会の提供、他業種等との積極的なビジネスマッチングの場に対するニーズが見られた。またモノづくりに関連するデジタルコンテンツを世界へ発信する地域として、愛知県の施策が期待されていることなどが着目すべき点である。

⇒今後、モノづくり関連のデジタルコンテンツ市場の成長支援が期待され、そのためにもビジネスマッチングの場や優れた企業が、地域や学生にも認知されるような支援への期待が高い。

4 教育機関アンケート調査概要

(1) 調査対象

愛知県内に所在するデジタルコンテンツ系(コンピュータグラフィックス、デザイン、ゲーム、アニメーション、放送、音楽など)教育機関103件

(2) 回収状況

回収数35件、回収率34%(郵送法)

(3) 調査結果概要

①デジタルコンテンツ系学科又はコースの概要

大学や専門学校等におけるデジタルコンテンツに関連する講座やカリキュラムについて、機関の特徴ごとに取り扱うテーマ等に相違がある。

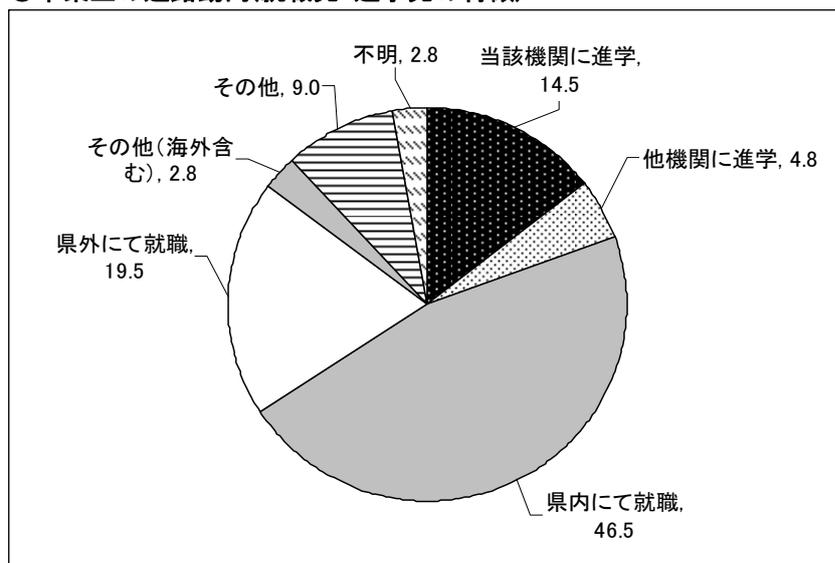
これまで即戦力となる人材を育成する場として専門学校が位置づけられてきたが、大学側でも同様の講座を設けるなどの動きが出てきている。

②卒業生の進路動向や就職先の業種等の特徴

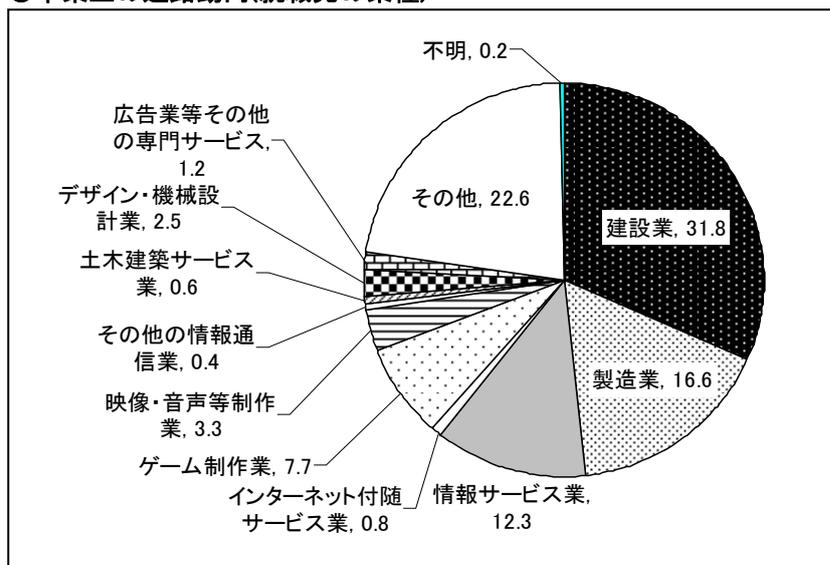
卒業生の進路・就職先業種の特徴としては、県内の主だった建設業、製造業、情報通信サービス業等に就職しているケースが多く、県外への人材流出については、当面大きな変化はないと見込む教育機関が多い。

ただし、将来的な雇用情勢の変化から、県外への流出について拡大を見込む教育機関もあり、今後の動向に対して注意を払う必要がある。

○卒業生の進路動向(就職先・進学先の特徴)



○卒業生の進路動向(就職先の業種)



③デジタルコンテンツ系企業との連携状況について

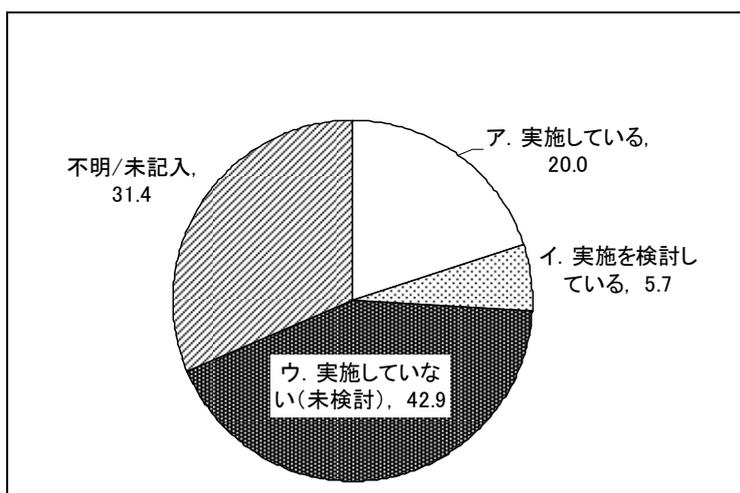
教育機関とデジタルコンテンツ系企業との連携事例は、インターンシップの実施や講師を依頼するなどの取組が中心である。

④大学・専門学校における取組課題

企業との連携、資格取得に対する対応、新たなカリキュラムへの対応等、教育機関側で課題を感じていることは少なくない。

特に、企業側の情報について収集する機会拡大やインターンシップの充実など、企業側とのネットワーク強化に対する関心が高い。

○民間企業との連携の実施について



⑤愛知県に対する支援策等の要望について

愛知県に対する要望としては、人材育成に対する積極的な支援を求める声が多かった。なかでも、作品発表の場を確保することについて、現状では十分ではないとする意見が多い。また、多くのデジタルコンテンツ系企業が中小企業であることから、産業振興と中小企業振興をあわせて実施できる様な取組への期待感もある。

5 デジタルコンテンツに関連する施設アンケート調査概要

(1) 調査対象

デジタルコンテンツに関するビジネス推進を支援する施設として、愛知県内に所在するデジタルコンテンツ系教育機関 53 施設 103 学科・コース、デジタルコンテンツ系研究開発支援施設 13 施設を調査

(2) 回収状況：

	教育機関	研究開発支援機関	計
調査対象	53施設103学科	13施設	66施設
回収数	35件	7件	42件
有効回答数	35件	5件	40件

(3) 調査結果概要

①所有している設備等について

教育機関及び支援施設において、幅広い施設・設備が導入されていることが確認できた。特に映像系コンテンツや制作するために必要な機材やモーションキャプチャーなどの大がかりな装置を保有する教育機関も少なくない。

ただし、それらの施設・設備について、一般の企業に対して貸し出すことができる教育機関及び支援施設等は限られている(一定の条件付きでの貸し出しを含む)。教育機関等と企業側の連携が進むことが可能になれば、新たな動きにつながっていくことも期待される。

②愛知県に対する支援策について

インキュベーション施設ビジネスマッチングに関するものが挙げられた。これは、創業支援のみならず事業拡大に対する何らかの支援を行っていくことが重要との指摘と捉えることができる。

6 本県におけるコンテンツ産業の方向性

(1) 愛知県のデジタルコンテンツの強み・弱み

①愛知県のデジタルコンテンツの強み

- ・ 愛知県には、自動車、工作機械、航空機をはじめ素形材産業も含めた、モノづくりを中心とする産業・経済の集積があり、その活動に応じて、これまで放送、出版業、広告宣伝、印刷・デザイン等の事業者が集積し、デジタルコンテンツ関連人材を輩出する大学や専門学校などの教育機関も集積している。
- ・ モノづくりにおいて、情報・通信技術の進化と普及によって、3DCADを利用したCGによるプレゼンテーション、生産作業マニュアルのCG化、ビジュアルな製品パンフレットやユーザーマニュアル(多言語)作成、プレゼンテーションDVD作成、WEBによるサポートなど、モノづくりやユーザーサポートの各所でデジタルコンテンツが利用されはじめている。
- ・ 愛知県は、モノづくりの拠点であり、デジタル化やネットワークを利用して、製品やモノづくりの素晴らしさ、楽しさ、魅力などを全国・世界に伝えるモノづくり関連コンテンツが

豊富に存在する。

②愛知県のデジタルコンテンツの弱み(課題)

- ・ 愛知県におけるゲームなどのエンターテインメント系のデジタルコンテンツ関連ビジネスの規模は、首都圏に比較して小さい。
- ・ BtoCの全国の消費者を対象とするデジタルコンテンツビジネスは、地方だけに拠点を持つ必要性は低く、ビジネス環境の整った東京へ一極集中しつつある。
- ・ このため映画やゲーム等を志向する優秀な若手人材は、愛知県に受け皿となる企業が少なく、首都圏などへ人材が流出している。
- ・ 愛知の強みであるモノづくりに関連するデジタルコンテンツでは、製品企画、開発、生産、販売、利用・メンテナンス等で、モノやモノづくりをもっと魅力的に、楽しく、解かりやすく見せるためのデジタルコンテンツの活用が期待されているが、まだ十分に掘り起こしされていない。

(2) 振興すべきデジタルコンテンツ産業の方向性

①産業振興の基本的スタンス

- ・ あいちの産業の最大の強みである「モノづくり」に特化したデジタルコンテンツ産業の拡大を目指す。
- ・ 企業としての成長(競争力向上)を促す支援策を展開する。
- ・ 産官学連携による支援体制をすみやかに構築する。

②当地域のポテンシャルであるモノづくりに関連するデジタルコンテンツ分野の拡大

- ・ モノづくり産業に特化したデジタルコンテンツの役割を明らかにする。
- ・ モノづくり産業とデジタルコンテンツ産業との連携や新たな可能性を議論する場を設ける。

③地域のデジタルコンテンツ中小企業への支援と成長への支援

- ・ 企業間、企業と研究機関等で連携を促す。
- ・ デジタルコンテンツ企業の情報発信の場を確保する。
- ・ ビジネスマッチングや連携ビジネスの創出を支援する支援体制を充実する。

④人材育成への支援

- ・ 若手人材や企業を発掘し、広く情報発信する。
- ・ 中小企業内での人材育成の取組を支援する。
- ・ デジタルコンテンツ企業の企業力・提案力の向上を促す各種の取組を充実する。