

平成 21 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 22 年 3 月

 東京都産業労働局

-目 次-

1	本調査の目的.....	1
2	調査方法.....	1
(1)	既存統計調査.....	2
(2)	立地調査.....	2
(3)	アンケート調査.....	3
(4)	ヒアリング調査.....	3
3	調査結果の要約.....	3
(1)	東京都におけるクリエイティブ産業の現状.....	3
(2)	東京都におけるクリエイティブ系事業分野の立地状況.....	5
(3)	アンケート調査結果要約.....	7

□利用上の注意

- 本調査では、小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある
- 複数回答の場合、割合の合計が100%を超える場合がある
- グラフに表記されるNは、回答者数を示す
- アンケート対象については、有意抽出を行っているため、分野別のサンプル数に偏りがあり、全体集計結果利用の際には留意する必要がある
- 立地状況の図については、事業所が立地している場所を●で表示している。「丁目」までの住所情報で作成しており、同じ丁目に複数の事業所があっても1つの●で表示しており、事業所数の実数を示すものではない
- 本調査で利用した「タウンページ情報」は2009年10月上旬現在の情報であり、現在のタウンページ情報とは必ずしも一致しない

※本報告書内で使用している用語については、以下を参照してください

プロデューサー系人材：クリエイティブ産業において市場ニーズを踏まえたプロジェクトの企画、人材・業者の選定・確保、予算策定、資金調達、進捗管理等ビジネス全体を統括する人材

クリエイター系人材：専門分野において、高い感性と創造性に裏付けされた技能を発揮することにより、デザインやコンテンツの開発、制作、編集等に携わる人材

フリーランス：会社に所属したり特定の会社と専属契約を結んでいない仕事形態。一般的な職業分類では個人事業主に該当する

媒体枠取引：媒体が保有する広告枠の売買に関わる取引

制作取引：媒体に掲載する広告制作に関わる取引

媒体計画取引：広告出稿に関する媒体の種別や掲載の回数などに関わる取引

立地エリア：アンケート結果「最寄駅」をエリア別に、以下のように分類している

	最寄駅例
1. 新宿・代々木エリア	新宿、西新宿、代々木、下北沢、千駄ヶ谷など
2. 永田町・四谷・麹町エリア	四ッ谷、麹町、曙橋、永田町、赤坂見附など
3. 渋谷エリア	渋谷
4. 原宿・表参道・青山エリア	原宿、表参道、青山、外苑前など
5. 恵比寿・代官山・目黒エリア	恵比寿、代官山、目黒、広尾など
6. 六本木・赤坂・麻布エリア	六本木、赤坂、麻布、広尾など
7. 銀座・有楽町エリア	銀座、有楽町など
8. 東京・日本橋・築地エリア	東京、日本橋、築地、勝どきなど
9. 上野・浅草・両国エリア	上野、末広町、浅草橋、両国、日暮里、錦糸町など
10. 本郷・駒込・王子エリア	本郷、駒込、後楽園、王子、赤羽など
11. 池袋・高田馬場・早稲田エリア	池袋、高田馬場、巣鴨、早稲田、神楽坂など
12. お茶の水・神保町・秋葉原エリア	御茶ノ水、神保町、秋葉原など
13. 品川・新橋・臨海副都心エリア	品川、新橋、泉岳寺、芝浦ふ頭、お台場など
14. 世田谷・大田エリア	田園調布、自由が丘、駒澤大学、千歳鳥山など
15. 中野・杉並・練馬エリア	中野、荻窪、練馬、石神井公園、江古田、光が丘など
16. 多摩エリア	吉祥寺、調布、八王子、高尾など

1 本調査の目的

消費生活に個性や文化的要素を求める傾向の強まりや、社会における情報化の急速な進展により、アイデアや発想力を重視したクリエイティブ産業の重要性が増しつつあり、世界各国で振興策が展開されている。

東京都においても、「10年後の東京」のなかで「情報発信型産業（クリエイティブ産業）」を今後重点的に育成すべき産業（創造的都市型産業）の一形態として位置づけている。

「情報発信型産業（クリエイティブ産業）」は、地域・経済を活性化させる新たな成長産業として注目されている一方、創造性を発揮するための環境づくり、創造性を経済的価値に転換していくプロセスに課題を抱えている。

本調査では、「情報発信型産業（クリエイティブ産業）」のうち、「10年後の東京」にも具体例として掲げているアニメ・コンテンツ分野、デザイン分野（建築デザイン等を含む）、ファッション分野を中心に、既存統計分析、定量的な実態把握、業界団体・企業への調査を行い、今後の情報発信型産業（クリエイティブ産業）振興施策立案の基礎資料とする。

2 調査方法

本調査では、「(1) 既存統計調査」、「(2) 立地調査」、「(3) アンケート調査」、「(4) ヒアリング調査」の4つの調査を実施した。

本調査では、イギリスにおけるクリエイティブ産業の定義を参考として、クリエイティブ産業の範囲（定義）を以下のように定めた。この対象範囲を基本として、それぞれの調査を実施している。

- | | |
|----------------|--------------|
| ① アニメ | ② 映画・ビデオ・写真 |
| ③ テレビ・ラジオ | ④ 音楽 |
| ⑤ ゲーム | ⑥ 出版 |
| ⑦ 広告 | ⑧ グラフィックデザイン |
| ⑨ インダストリアルデザイン | ⑩ デザイン（その他） |
| ⑪ ファッション | ⑫ 工芸 |
| ⑬ 舞台芸術 | ⑭ 芸術 |

※上記の各分野の詳細については、以下のようになっている。

- | | | |
|----------------|---|---------------------------|
| ① アニメ | : | アニメ制作会社 など |
| ② 映画・ビデオ・写真 | : | 映画・映像制作会社、写真家 など |
| ③ テレビ・ラジオ | : | 放送局、制作会社 など |
| ④ 音楽 | : | 音楽・CD制作会社、音楽プロダクション、楽団 など |
| ⑤ ゲーム | : | ゲーム制作会社 など |
| ⑥ 出版 | : | 出版社、新聞社 など |
| ⑦ 広告 | : | 広告制作、ディスプレイ制作、コピーライター など |
| ⑧ グラフィックデザイン | : | グラフィックデザイン制作会社 など |
| ⑨ インダストリアルデザイン | : | インダストリアルデザイン制作会社 など |
| ⑩ デザイン（その他） | : | デザイン関連専門職（イラストレーター など） |
| ⑪ ファッション | : | ファッション関連専門職（スタイリスト など） |
| ⑫ 工芸 | : | ガラス工芸家、陶芸家 など |
| ⑬ 舞台芸術 | : | 日本舞踊、劇団 など |
| ⑭ 芸術 | : | 画家、書道家、骨とう商 など |

(1) 既存統計調査

既存統計調査においては、本調査のクリエイティブ産業の範囲（定義）を「事業所・企業統計調査」の産業分類に当てはめて実査を行った。

既存統計調査のクリエイティブ産業の範囲（定義）と「事業所・企業統計分類」の対応関係は以下のようになっている。

なお既存統計調査においては、「グラフィックデザイン」、「インダストリアルデザイン」、「デザイン（その他）」の3つのカテゴリを「デザイン」としてまとめている。

また、事業所・企業統計（小分類）が最も細かい統計分類のため、小分類ベースで数字を積み上げていくものとする。なお、「デザイン」については、製造業にも企業内デザイナーが多数含まれるが、ここでは除いて集計していることに留意する必要がある。

図表 1 クリエイティブ系事業分野と事業所・企業統計分類の対応

クリエイティブ系 事業分野	事業所・企業統計分類		
	大分類	小分類	
アニメ 映画・ビデオ・写真	情報通信業	映像情報制作・配給業	411
		学術研究, 専門・技術サービス業	写真業
テレビ・ラジオ	情報通信業	公共放送業（有線放送業を除く）	381
		民間放送業（有線放送業を除く）	382
		有線放送業	383
		ニュース供給業	41A
		その他情報制作に附帯するサービス業	41B
音楽	情報通信業	音声情報制作業	412
ゲーム	情報通信業	ソフトウェア業	391
ソフトウェア		新聞業	413
出版		出版業	414
広告		広告制作業	415
建築		学術研究, 専門・技術サービス業	建築設計業
ファッション	学術研究, 専門・技術サービス業	デザイン業	726
デザイン			
工芸	製造業	漆器製造業	327
舞台芸術	生活関連サービス業, 娯楽業	興行場, 興行団	802
アンティーク	卸売業, 小売業	中古品小売業	60E
芸術	学術研究, 専門・技術サービス業	著述・芸術家業	727

(2) 立地調査

立地調査では、事業所の集積状況を把握するため、タウンページ情報に登録されている事業所について、その住所情報に基づいてマッピングを行った。

マッピングを行ったクリエイティブ産業の分類は以下のようになっている（本調査の基本分類に加え、「ソフトウェア」、「建築」、「アンティーク」についても行った）。

- | | |
|-----------|--------------|
| ① アニメ | ② 映画・ビデオ・写真 |
| ③ テレビ・ラジオ | ④ 音楽 |
| ⑤ ゲーム | ⑥ 出版 |
| ⑦ 広告 | ⑧ デザイン |
| ⑨ ファッション | ⑩ 工芸 |
| ⑪ 舞台芸術 | ⑫ 芸術及びアンティーク |
| ⑬ ソフトウェア | ⑭ 建築 |

(3) アンケート調査

a) 調査対象

都内（島しょを除く）に立地し、クリエイティブ系事業を行っている事業所 5,000 所を対象とした。

b) 抽出方法

タウンページ情報から、英国政府の定義によるクリエイティブ産業の芸術、舞台芸術、音楽、映画・ビデオ・写真、テレビ・ラジオ、アニメ、ゲーム、ファッション、デザイン、広告、出版、工芸に該当する事業所を有意抽出した。なお、各分野内における抽出方法は、全数抽出または無作為抽出となっている。

※上記のように有意抽出を行っているため、分野別のサンプル数に偏りがあるため、全体集計結果利用の際には留意する必要がある。

c) 調査方法

調査票の郵便による配布、郵送による回収で実施した。

d) 調査期間

平成 21 年 10 月 16 日に調査票を発送し、同年 11 月 6 日を回答票の返信投函〆切とした。

e) 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 2 回収状況

有効発送数 (A)	有効回答数 (B)	有効回収率 (B/A)
4,747	1,185	25.0%

(4) ヒアリング調査

クリエイティブ産業毎の実態を把握するため、クリエイティブ産業に関連した業界団体及び企業に対して、ヒアリング調査を実施した。

3 調査結果の要約

(1) 東京都におけるクリエイティブ産業の現状

- 東京都におけるクリエイティブ系事業分野では、ソフトウェア業、建築設計業、広告業、出版業が比較的大きな産業規模となっている。
- 音声情報制作業、その他情報制作に付随するサービス業、出版業、映像情報制作・配給業、興行場、興行団、広告制作業においては、事業所数・従業者数ともに全国の過半数が東京都に集積している。
- 5年前と比較した 2006 年における増減率をみると、全産業の傾向に反して、クリエイティブ系事業分野に該当する事業所数・従業者数はともに増加しており、なかでも、その他情報制作に付随するサービス業、音声情報制作業において大幅増加となっている。事業所数・従業者数ともに全国を上回る増加率となっている主な業種は、映像情報制作配給業、音声情報制作業、ソフトウェア業などである。また、クリエイティブ系事業分野の総計をみると、都内従業者数の増減率は、東京都・都区部ともに二桁の増加率となっている。従って、東京都では、全国に比べて特にクリエイティブ系事業分野が成長していることがわかる。
- 都区部について特化係数をみると、音声情報制作業、その他情報制作に付随するサービス業、出版業、映像情報制作・配給業などで高く、都区部への高い集積が裏付けられる。

(図表 3)

図表 3 事業所・企業統計調査に基づいたクリエイティブ系事業分野の現状

事業分野	事業所・企業統計分類		全国				東京都				都区部											
	大分類	小分類	事業所数	増減率 (2006/ 2001年)	従業者数	増減率 (2006/ 2001年)	事業所数	全国比	増減率 (2006/ 2001年)	特化 係数	従業者数	全国比	増減率 (2006/ 2001年)	特化 係数	従業者数	全国比	増減率 (2006/ 2001年)	特化 係数				
アニメ 映画・ビデオ 写真	情報通信業	映像情報制作・配給業	3,801	5.9	61,750	13.0	2,138	56.2	9.2	4.74	44,547	72.1	17.4	4.74	2,004	52.7	9.2	5.49	42,546	68.9	17.5	5.44
		学術研究・技術専門サービス業	写真業	12,401	-21.4	54,047	-18.3	1,869	15.1	-28.2	1.27	9,971	18.4	-22.3	1.21	1,580	12.7	-28.1	1.33	8,632	16.0	-21.7
テレビ・ラジオ		公共放送業 (有線放送業を除く)	84	-7.7	12,626	-7.6	3	3.6	0.0	0.30	5,175	41.0	-2.8	2.70	3	3.6	0.0	0.37	5,175	41.0	-2.8	3.24
		民間放送業 (有線放送業を除く)	733	-0.8	32,606	-3.8	112	15.3	7.7	1.29	9,744	29.9	0.8	1.97	107	14.6	9.2	1.52	9,692	29.7	0.6	2.35
		有線放送業	830	-8.6	19,677	0.2	94	11.3	-12.1	0.95	3,443	17.5	-13.5	1.15	77	9.3	-4.9	0.97	2,866	14.6	-8.7	1.15
		ニュース供給業	2,435	-12.8	15,878	-15.1	355	14.6	-9.0	1.23	6,978	43.9	-13.0	2.89	337	13.8	-8.7	1.44	6,888	43.4	-12.7	3.43
		その他 情報制作に 付随する サービス業	1,586	153.4	16,432	116.3	1,061	66.9	178.5	5.64	11,989	73.0	98.8	4.80	967	61.0	196.6	6.35	10,871	66.2	111.3	5.23
音楽	情報通信業	音声情報制作業	336	145.3	6,349	39.5	259	77.1	175.5	6.50	5,044	79.4	96.2	5.22	252	75.0	180.0	7.81	5,018	79.0	96.0	6.24
ゲーム ソフトウェア		ソフトウェア業	21,044	9.4	698,393	20.5	7,883	37.5	10.2	3.16	347,247	49.7	31.7	3.27	7,149	34.0	11.0	3.54	323,954	46.4	34.2	3.66
出版		新聞業	1,713	-5.0	66,462	-10.8	481	28.1	-8.7	2.37	24,784	37.3	-10.4	2.45	459	26.8	-9.3	2.79	24,513	36.9	-10.5	2.91
		出版業	5,666	3.0	98,319	3.6	3,263	57.6	2.4	4.86	65,986	67.1	6.3	4.41	3,151	55.6	2.1	5.79	64,784	65.9	6.4	5.20
広告		広告制作業	1,887	10.0	16,889	3.7	1,034	54.8	10.0	4.62	10,765	63.7	5.4	4.19
		広告業	11,492	0.6	139,342	-4.0	4,130	35.9	0.6	3.03	63,220	45.4	-8.8	2.98	4,046	35.2	0.5	3.67	63,234	45.4	-9.7	3.58
建築	学術研究・技術専門サービス業	建築設計業	41,245	...	244,992	...	6,365	15.4	...	1.30	59,119	24.1	...	1.59	5,419	13.1	...	1.37	55,079	22.5	...	1.78
ファッション デザイン		デザイン業	9,904	-1.1	47,159	0.6	3,951	39.9	-0.4	3.36	22,282	47.2	2.7	3.11	3,752	37.9	-0.6	3.95	21,339	45.2	2.4	3.57
工芸	製造業	漆器製造業	2,238	-21.1	8,067	-25.0	45	2.0	-23.7	0.17	163	2.0	-20.9	0.13	40	1.8	-24.5	0.19	116	1.4	-26.1	0.11
舞台芸術	生活関連サービス業・娯楽業	興行場興行業	2,425	4.9	30,928	2.0	1,361	56.1	4.7	4.73	16,541	53.5	0.9	3.52	1,265	52.2	4.2	5.44	15,523	50.2	3.0	3.96
ティーンズ	卸売業・小売業	中古品業	13,160	2.7	51,672	30.1	2,093	15.9	-0.8	1.34	8,205	15.9	10.4	1.04	1,710	13.0	-1.0	1.35	6,672	12.9	9.0	1.02
芸術	学術研究・技術専門サービス業	著述芸術家業	1,085	-1.5	1,793	-2.4	176	16.2	-4.9	1.37	295	16.5	0.7	1.08	120	11.1	-5.5	1.15	211	11.8	7.7	0.93
クリエイティブ系事業分野の合計			134,065	-0.6	1,623,381	9.5	36,673	27.4	3.9	2.31	715,498	44.1	16.1	2.90	32,438	24.2	4.1	2.52	667,113	41.1	17.0	3.25
全産業総計			5,722,559	-6.8	54,184,428	-1.3	678,769	11.9	-4.5		8,239,042	15.2	2.3		549,199	9.6	-4.9		6,859,800	12.7	2.2	
クリエイティブ系事業分野の全産業に占める割合			2.3		3.0		5.4			8.7				5.9				9.7				

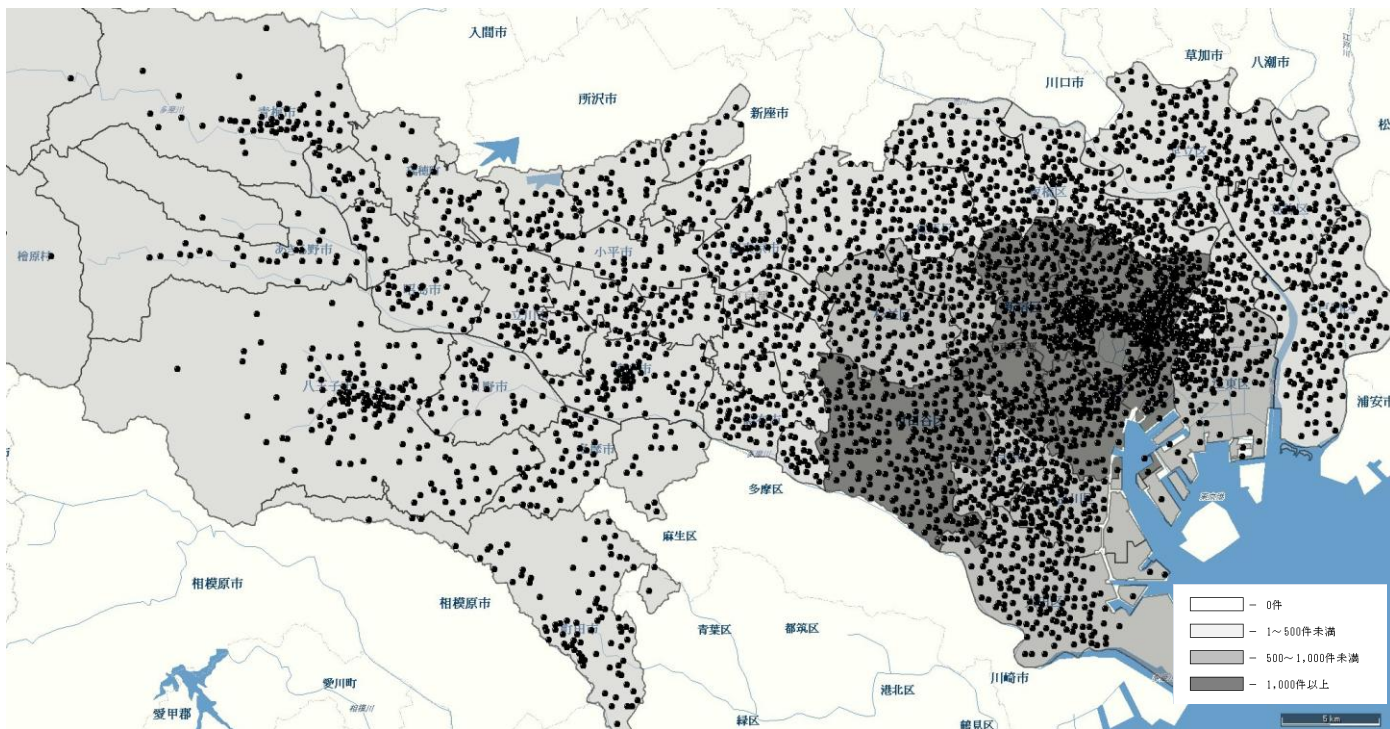
注：クリエイティブ系事業分野は、既存統計上での数値把握ができないため、便宜的に、事業所・企業統計調査結果(民営事業所)で概ね該当する分野を分類した。
音楽分野及び出版分野には、その他情報制作に付随するサービス業が含まれるが、統計上分けられないため、便宜的にテレビ・ラジオ分野にまとめて掲載。
デザイン業については、ファッション分野とデザイン分野に分けて把握できないため、まとめて掲載。
工芸分野については、工業製品と工芸に分けて把握できないため、統計上把握できる漆器製造業のみを掲載。
出版分野には、著述・芸術家業が含まれるが、統計上分けられないため、便宜的に芸術分野にまとめて掲載。
都区部の数値については、新産業分類での統計表がないため、便宜的に旧産業分類から該当の小分類の数値を当てはめている。従って、広告業については、旧広告業と新広告業において若干数値に誤差が生じている。
2001年の建築設計業のデータが取れないため、クリエイティブ系事業分野合計の増減率は、建築設計業を除いて算出。

出所：総務省「平成18年事業所・企業統計調査」

(2) 東京都におけるクリエイティブ系事業分野の立地状況

○ 東京都のクリエイティブ産業に従事する事業所は、特に都心部に集中して立地している。その集積を取り囲むように、区部にも多数立地している。また多摩地域にも、一定程度の立地がみられる。(図表 4)

図表 4 立地状況 (クリエイティブ産業全体)

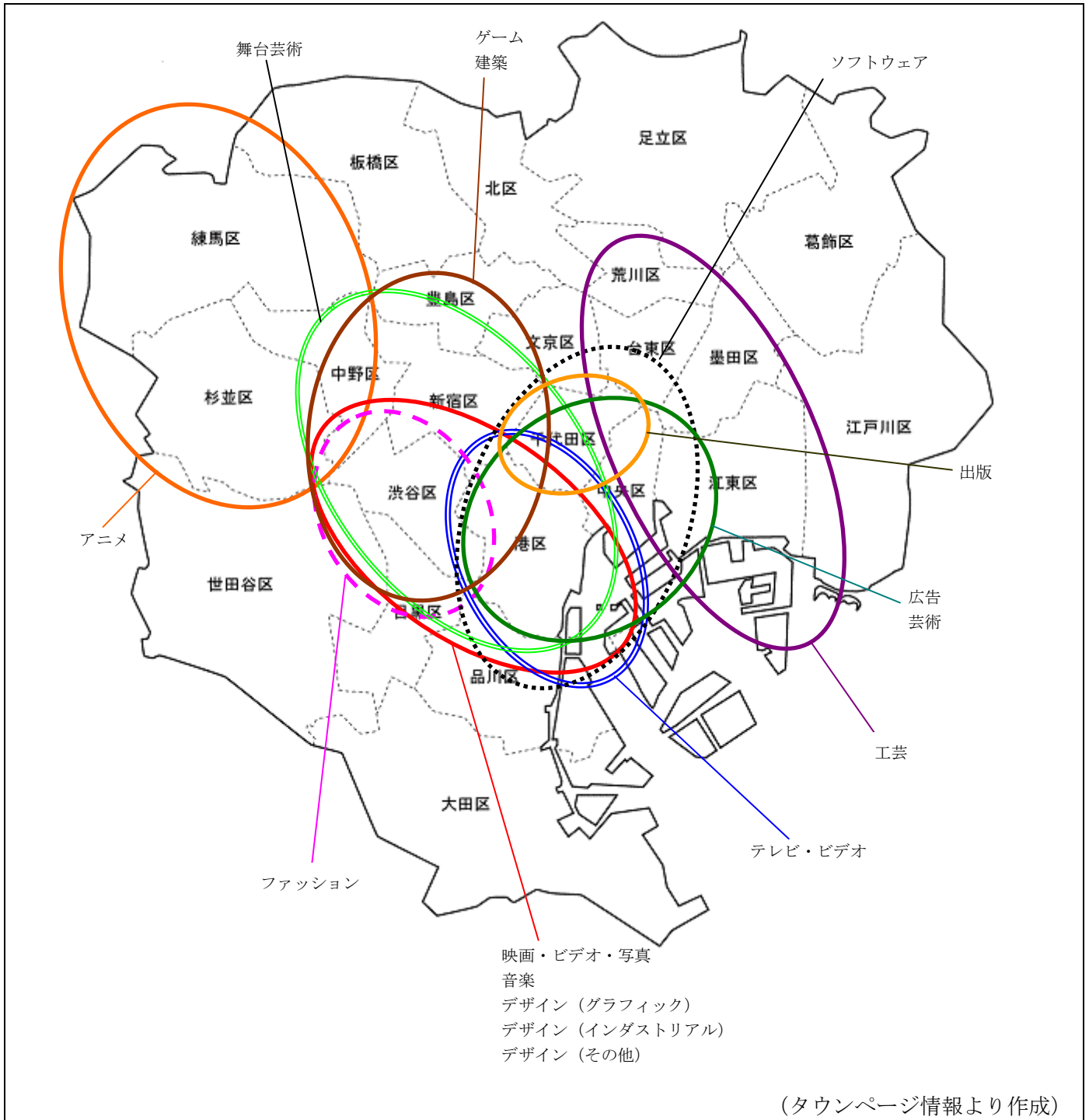


(タウンページ情報より作成)

注：事業所が立地している場所を●で表示している。
立地状況図については「丁目」までの住所情報で作成しており、同じ丁目に複数の事業所があっても1つの●で表示されており、点の数が事業所数の実数を示すものではない。

○ 区部の事業所集積状況を分野別にみると、テレビ・ラジオ、映画・ビデオ・写真、音楽、デザイン、建築等は港区・渋谷区、ファッションは渋谷区、ソフトウェアは千代田区・中央区・港区の都心3区、アニメは杉並区・練馬区、工芸は墨田区・江東区・台東区に特に高い集積がみられる。(図表 5)

図表 5 集積状況 (区部) (クリエイティブ産業全体)



注：分野別に地域別構成比が上位2割を占める地域を掲載

(3) アンケート調査結果要約

a) クリエイティブ産業企業概要

○ 創業年をみると、「1985～1989年」（16.1%）、「1969年以前」（15.7%）の順に多い。（図表 6）

図表 6 創業年

上段：回答数 下段：割合

	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	無回答
全体	1,185 100.0	186 15.7	77 6.5	97 8.2	118 10.0	191 16.1	156 13.2	134 11.3	103 8.7	85 7.2	38 3.2
芸術	30 100.0	15 50.0	3 10.0	— —	3 10.0	2 6.7	2 6.7	3 10.0	— —	1 3.3	1 3.3
舞台芸術	67 100.0	15 22.4	6 9.0	7 10.4	9 13.4	10 14.9	5 7.5	8 11.9	4 6.0	1 1.5	2 3.0
音楽	66 100.0	3 4.5	3 4.5	5 7.6	3 4.5	14 21.2	8 12.1	10 15.2	12 18.2	5 7.6	3 4.5
映画・ビデオ・写真	100 100.0	9 9.0	5 5.0	8 8.0	7 7.0	17 17.0	17 17.0	12 12.0	14 14.0	7 7.0	4 4.0
テレビ・ラジオ	104 100.0	15 14.4	4 3.8	6 5.8	7 6.7	16 15.4	20 19.2	15 14.4	9 8.7	12 11.5	— —
アニメ	46 100.0	3 6.5	1 2.2	5 10.9	5 10.9	6 13.0	5 10.9	6 13.0	4 8.7	10 21.7	1 2.2
ゲーム	21 100.0	— —	— —	1 4.8	1 4.8	2 9.5	5 23.8	4 19.0	4 19.0	4 19.0	— —
ファッション	67 100.0	4 6.0	2 3.0	3 4.5	2 3.0	18 26.9	9 13.4	8 11.9	13 19.4	6 9.0	2 3.0
デザイン（グラフィック）	152 100.0	18 11.8	12 7.9	18 11.8	22 14.5	28 18.4	21 13.8	14 9.2	11 7.2	3 2.0	5 3.3
デザイン（インダストリアル）	50 100.0	9 18.0	2 4.0	9 18.0	8 16.0	5 10.0	4 8.0	4 8.0	3 6.0	3 6.0	3 6.0
デザイン（その他）	125 100.0	16 12.8	6 4.8	9 7.2	23 18.4	22 17.6	15 12.0	16 12.8	5 4.0	8 6.4	5 4.0
広告	115 100.0	11 9.6	17 14.8	4 3.5	11 9.6	21 18.3	13 11.3	12 10.4	8 7.0	15 13.0	3 2.6
出版	144 100.0	39 27.1	10 6.9	18 12.5	12 8.3	14 9.7	17 11.8	11 7.6	11 7.6	9 6.3	3 2.1
工芸	53 100.0	23 43.4	2 3.8	— —	3 5.7	5 9.4	7 13.2	5 9.4	3 5.7	1 1.9	4 7.5
その他	45 100.0	6 13.3	4 8.9	4 8.9	2 4.4	11 24.4	8 17.8	6 13.3	2 4.4	— —	2 4.4

○ 売上高をみると、「1～3億円未満」(19.6%)、「5,000万～1億円未満」(17.7%)、の順に多く、売上高が『減少』した企業は66.4%である。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表7)

- ・『減少』企業・・・デザイン(インダストリアル)(80.0%)
- ・「ほぼ横ばい」企業・・・芸術(36.7%)、ゲーム(N=21)(33.3%)、舞台芸術(29.9%)

図表7 売上高の変化

	上段：回答数							下段：割合		
	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	増加	ほぼ横ばい	減少
全体	1,185	37	107	215	385	402	39	144	215	787
	100.0	3.1	9.0	18.1	32.5	33.9	3.3	12.2	18.1	66.4
芸術	30	—	1	11	14	4	—	1	11	18
	100.0	—	3.3	36.7	46.7	13.3	—	3.3	36.7	60.0
舞台芸術	67	3	7	20	21	16	—	10	20	37
	100.0	4.5	10.4	29.9	31.3	23.9	—	14.9	29.9	55.2
音楽	66	3	7	12	18	21	5	10	12	39
	100.0	4.5	10.6	18.2	27.3	31.8	7.6	15.2	18.2	59.1
映画・ビデオ・写真	100	4	5	19	30	41	1	9	19	71
	100.0	4.0	5.0	19.0	30.0	41.0	1.0	9.0	19.0	71.0
テレビ・ラジオ	104	4	10	19	35	29	7	14	19	64
	100.0	3.8	9.6	18.3	33.7	27.9	6.7	13.5	18.3	61.5
アニメ	46	2	5	9	11	14	5	7	9	25
	100.0	4.3	10.9	19.6	23.9	30.4	10.9	15.2	19.6	54.3
ゲーム	21	1	4	7	6	2	1	5	7	8
	100.0	4.8	19.0	33.3	28.6	9.5	4.8	23.8	33.3	38.1
ファッション	67	4	10	11	15	24	3	14	11	39
	100.0	6.0	14.9	16.4	22.4	35.8	4.5	20.9	16.4	58.2
デザイン(グラフィック)	152	3	10	21	45	68	5	13	21	113
	100.0	2.0	6.6	13.8	29.6	44.7	3.3	8.6	13.8	74.3
デザイン(インダストリアル)	50	—	6	4	15	25	—	6	4	40
	100.0	—	12.0	8.0	30.0	50.0	—	12.0	8.0	80.0
デザイン(その他)	125	4	11	19	44	43	4	15	19	87
	100.0	3.2	8.8	15.2	35.2	34.4	3.2	12.0	15.2	69.6
広告	115	4	13	13	38	46	1	17	13	84
	100.0	3.5	11.3	11.3	33.0	40.0	0.9	14.8	11.3	73.0
出版	144	3	15	28	56	38	4	18	28	94
	100.0	2.1	10.4	19.4	38.9	26.4	2.8	12.5	19.4	65.3
工芸	53	1	1	12	19	17	3	2	12	36
	100.0	1.9	1.9	22.6	35.8	32.1	5.7	3.8	22.6	67.9
その他	45	1	2	10	18	14	—	3	10	32
	100.0	2.2	4.4	22.2	40.0	31.1	—	6.7	22.2	71.1

注：増加は「大幅増加」「やや増加」の計

減少は「やや減少」「大幅減少」の計

○ 経常損益をみると、『赤字』（55.0%）、『減益』70.4%である。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。（図表 8）

- ・『黒字』企業・・・ゲーム（N=21）（61.9%）、テレビ・ラジオ（52.9%）
- ・『赤字』企業・・・デザイン（インダストリアル）（66.0%）
- ・『増益』企業・・・ゲーム（N=21）（42.9%）、芸術（36.7%）
- ・『減益』企業・・・デザイン（グラフィック）（80.3%）

図表 8 経常損益の変化

	上段：回答数 下段：割合				
	全体	黒字	赤字	増益	減益
全体	1,185 100.0	484 40.8	652 55.0	302 25.5	834 70.4
芸術	30 100.0	14 46.7	15 50.0	11 36.7	18 60.0
舞台芸術	67 100.0	32 47.8	34 50.7	23 34.3	43 64.2
音楽	66 100.0	27 40.9	34 51.5	18 27.3	43 65.2
映画・ビデオ・写真	100 100.0	35 35.0	63 63.0	26 26.0	72 72.0
テレビ・ラジオ	104 100.0	55 52.9	42 40.4	14 13.5	83 79.8
アニメ	46 100.0	19 41.3	22 47.8	12 26.1	29 63.0
ゲーム	21 100.0	13 61.9	7 33.3	9 42.9	11 52.4
ファッション	67 100.0	21 31.3	42 62.7	21 31.3	42 62.7
デザイン（グラフィック）	152 100.0	50 32.9	97 63.8	25 16.4	122 80.3
デザイン（インダストリアル）	50 100.0	17 34.0	33 66.0	12 24.0	38 76.0
デザイン（その他）	125 100.0	41 32.8	77 61.6	33 26.4	85 68.0
広告	115 100.0	49 42.6	64 55.7	31 27.0	82 71.3
出版	144 100.0	70 48.6	69 47.9	41 28.5	98 68.1
工芸	53 100.0	20 37.7	29 54.7	16 30.2	33 62.3
その他	45 100.0	21 46.7	24 53.3	10 22.2	35 77.8

注：黒字は「黒字を維持・拡大」「赤字から黒字に転換」「黒字だが利益額は減少」の計
 赤字は「赤字だが損失額は縮小」「黒字から赤字に転落」「引き続き赤字で損失額が拡大」の計
 増益は「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」の計
 減益は「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」の計

○ 従業員数（自社採用のみ）をみると、全体では、「2～4人」（33.8%）、「5～9人」（20.1%）の順に多く、半数以上の企業は10人未満である。2～4人規模の割合は、ファッション（52.2%）、芸術（50.0%）、デザイン（インダストリアル）（48.0%）の順に高い。（図表9）

図表9 従業員数

	上段：回答数 下段：割合									
	全体	1人	2～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100人以上	無回答
全体	1,185 100.0	177 14.9	401 33.8	238 20.1	169 14.3	53 4.5	52 4.4	39 3.3	38 3.2	18 1.5
芸術	30 100.0	11 36.7	15 50.0	1 3.3	1 3.3	1 3.3	— —	— —	1 3.3	— —
舞台芸術	67 100.0	11 16.4	18 26.9	12 17.9	11 16.4	3 4.5	7 10.4	3 4.5	1 1.5	1 1.5
音楽	66 100.0	9 13.6	25 37.9	18 27.3	9 13.6	1 1.5	1 1.5	2 3.0	— —	1 1.5
映画・ビデオ・写真	100 100.0	17 17.0	43 43.0	19 19.0	8 8.0	3 3.0	1 1.0	4 4.0	3 3.0	2 2.0
テレビ・ラジオ	104 100.0	6 5.8	10 9.6	24 23.1	21 20.2	10 9.6	8 7.7	9 8.7	16 15.4	— —
アニメ	46 100.0	2 4.3	6 13.0	10 21.7	14 30.4	5 10.9	5 10.9	2 4.3	1 2.2	1 2.2
ゲーム	21 100.0	— —	3 14.3	3 14.3	4 19.0	— —	5 23.8	2 9.5	4 19.0	— —
ファッション	67 100.0	8 11.9	35 52.2	13 19.4	4 6.0	— —	1 1.5	2 3.0	2 3.0	2 3.0
デザイン（グラフィック）	152 100.0	29 19.1	59 38.8	33 21.7	18 11.8	4 2.6	4 2.6	2 1.3	1 0.7	2 1.3
デザイン（インダストリアル）	50 100.0	6 12.0	24 48.0	14 28.0	1 2.0	3 6.0	2 4.0	— —	— —	— —
デザイン（その他）	125 100.0	21 16.8	51 40.8	21 16.8	15 12.0	7 5.6	4 3.2	1 0.8	2 1.6	3 2.4
広告	115 100.0	11 9.6	33 28.7	25 21.7	26 22.6	6 5.2	3 2.6	6 5.2	3 2.6	2 1.7
出版	144 100.0	18 12.5	52 36.1	25 17.4	28 19.4	6 4.2	8 5.6	5 3.5	2 1.4	— —
工芸	53 100.0	21 39.6	18 34.0	7 13.2	— —	2 3.8	— —	— —	1 1.9	4 7.5
その他	45 100.0	7 15.6	9 20.0	13 28.9	9 20.0	2 4.4	3 6.7	1 2.2	1 2.2	— —

b) クリエイティブ系事業概要

○ 自社での業務範囲をみると、全体では、「事業全体の企画立案」(61.7%)、「作品・製品の設計・デザイン」(60.8%)、「作品・製品の制作・生産・撮影・編集」(58.9%)の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 10)

- ・「メディア事業者への流通・配給」・・・音楽(33.3%)、出版(29.2%)、テレビ・ラジオ(27.9%)
- ・「消費者への流通・興行」・・・音楽(50.0%)、工芸(39.6%)、舞台芸術(37.3%)、ファッション(37.3%)

○ 企業・個人への委託範囲をみると、全体では、「作品・製品の制作・生産・撮影・編集」(40.4%)、「消費者への流通・興行」(24.1%)の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 10)

- ・「消費者への流通・興行」・・・ゲーム(N=21)(57.1%)、音楽(42.4%)
- ・「メディア事業者への流通・配給」・・・ゲーム(N=21)(42.9%)、音楽(36.4%)

図表 10 自社での業務範囲、企業・個人への委託範囲(複数回答)

	全体	自社での業務範囲						企業・個人への委託範囲							
		事業全体の企画立案	作品・製品の設計・デザイン	作品・製品の制作・生産・撮影・編集	メディア事業者への流通・配給	消費者への流通・興行	その他	無回答	事業全体の企画立案	作品・製品の設計・デザイン	作品・製品の制作・生産・撮影・編集	メディア事業者への流通・配給	消費者への流通・興行	その他	無回答
全体	1,185	731 61.7	721 60.8	698 58.9	207 17.5	246 20.8	61 5.1	67 5.7	111 9.4	265 22.4	479 40.4	241 20.3	286 24.1	37 3.1	503 42.4
芸術	30	21 70.0	14 46.7	11 36.7	4 13.3	9 30.0	6 20.0	3 10.0	1 3.3	4 13.3	8 26.7	5 16.7	4 13.3	1 3.3	20 66.7
舞台芸術	67	42 62.7	35 52.2	34 50.7	11 16.4	25 37.3	6 9.0	6 9.0	7 10.4	7 10.4	16 23.9	9 13.4	9 13.4	2 3.0	38 56.7
音楽	66	46 69.7	30 45.5	32 48.5	22 33.3	33 50.0	4 6.1	1 1.5	7 10.6	15 22.7	24 36.4	24 36.4	28 42.4	2 3.0	22 33.3
映画・ビデオ・写真	100	58 58.0	43 43.0	77 77.0	24 24.0	19 19.0	3 3.0	8 8.0	17 17.0	22 22.0	36 36.0	29 29.0	29 29.0	2 2.0	44 44.0
テレビ・ラジオ	104	60 57.7	33 31.7	83 79.8	29 27.9	23 22.1	5 4.8	6 5.8	18 17.3	19 18.3	49 47.1	19 18.3	26 25.0	1 1.0	40 38.5
アニメ	46	18 39.1	21 45.7	40 87.0	5 10.9	2 4.3	1 2.2	—	7 15.2	14 30.4	22 47.8	10 21.7	10 21.7	—	20 43.5
ゲーム	21	18 85.7	19 90.5	20 95.2	3 14.3	2 9.5	—	—	3 14.3	7 33.3	11 52.4	9 42.9	12 57.1	1 4.8	4 19.0
ファッション	67	52 77.6	57 85.1	25 37.3	9 13.4	25 37.3	—	2 3.0	5 7.5	17 25.4	34 50.7	9 13.4	17 25.4	—	23 34.3
デザイン(グラフィック)	152	81 53.3	137 90.1	97 63.8	8 5.3	5 3.3	1 0.7	3 2.0	14 9.2	32 21.1	66 43.4	23 15.1	24 15.8	3 2.0	62 40.8
デザイン(インダストリアル)	50	30 60.0	47 94.0	16 32.0	4 8.0	3 6.0	2 4.0	1 2.0	4 8.0	6 12.0	25 50.0	8 16.0	14 28.0	3 6.0	18 36.0
デザイン(その他)	125	77 61.6	106 84.8	49 39.2	10 8.0	16 12.8	5 4.0	5 4.0	8 6.4	20 16.0	55 44.0	27 21.6	29 23.2	7 5.6	56 44.8
広告	115	73 63.5	54 47.0	57 49.6	24 20.9	18 15.7	10 8.7	9 7.8	8 7.0	44 38.3	61 53.0	29 25.2	31 27.0	6 5.2	37 32.2
出版	144	107 74.3	74 51.4	105 72.9	42 29.2	37 25.7	4 2.8	11 7.6	8 5.6	46 31.9	53 36.8	30 20.8	41 28.5	2 1.4	57 39.6
工芸	53	25 47.2	27 50.9	31 58.5	3 5.7	21 39.6	7 13.2	7 13.2	—	7 13.2	6 11.3	4 7.5	4 7.5	3 5.7	36 67.9
その他	45	23 51.1	24 53.3	21 46.7	9 20.0	8 17.8	7 15.6	5 11.1	4 8.9	5 11.1	13 28.9	6 13.3	8 17.8	4 8.9	26 57.8

○ 事業所立地場所のメリット（点数）をみると、全体では、「交通の利便性が良い」（1.2）、「場所の知名度が高い」（0.6）、「主なクライアント、外注先企業に近い」（0.5）、「場所のイメージが良い」（0.5）の順に高い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。（図表 11）

- ・「顧客が集まりやすい」・・・ファッション（0.8）、芸術（0.7）
- ・「同業者が近くに多い」・・・アニメ（0.8）、テレビ・ラジオ（0.6）、ファッション（0.4）
- ・「スタジオ等専門の施設に近い」・・・テレビ・ラジオ（0.7）
- ・「情報が収集しやすい」・・・ファッション（0.8）

図表 11 事業所立地場所のメリット（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 寛容で、 創造性 が発揮 できる	土地 代・オ フィス 賃料が 安い
全体	0.1	0.5	-0.1	-0.4	-0.7	-1.0	0.2	-0.2	1.2	0.6	0.5	-0.1	-0.2
芸術	0.7	0.3	-0.8	-0.7	-0.8	-0.9	-0.1	-0.3	1.2	1.0	0.9	0.2	-0.3
舞台芸術	-0.2	-0.3	-0.6	-0.6	-1.1	-1.2	-0.5	-0.8	1.1	0.1	0.3	-0.4	-0.4
音楽	-0.5	-0.1	-0.3	-0.2	-0.7	-1.1	-0.1	-0.4	1.0	0.3	0.4	-0.4	-0.1
映画・ビデオ・写真	-0.1	0.4	-0.4	-0.2	-0.7	-0.9	-0.3	-0.3	1.1	0.5	0.2	-0.3	0.1
テレビ・ラジオ	0.1	1.0	0.6	0.7	-0.6	-0.7	0.4	-0.1	1.1	0.7	0.6	-0.2	-0.5
アニメ	0.0	0.7	0.8	-0.1	-1.0	-1.0	0.0	-0.1	0.9	0.0	0.1	-0.2	0.3
ゲーム	-0.1	0.7	0.1	-0.2	-0.5	-0.5	0.4	0.3	1.1	0.6	0.2	0.2	0.1
ファッション	0.8	0.8	0.4	-0.9	-1.0	-1.0	0.8	0.1	1.3	1.0	0.9	0.2	-0.7
デザイン（グラフィック）	0.4	0.8	0.1	-0.1	-0.6	-0.9	0.5	0.1	1.3	0.9	0.8	0.1	-0.3
デザイン（インダストリアル）	-0.1	0.1	-1.0	-1.2	-1.1	-1.4	0.2	-0.4	0.9	0.2	0.2	-0.4	-0.2
デザイン（その他）	0.1	0.6	-0.3	-0.8	-0.8	-1.1	0.2	-0.3	1.2	0.7	0.6	-0.1	-0.1
広告	0.1	0.7	0.1	-0.4	-0.3	-0.9	0.4	0.0	1.3	0.8	0.5	-0.1	-0.2
出版	-0.3	0.6	-0.1	-0.7	-0.6	-1.0	0.4	0.0	1.3	0.6	0.5	-0.1	-0.1
工芸	0.2	-0.5	-0.3	-1.3	-1.2	-1.1	0.0	-0.8	1.1	0.4	0.2	-0.3	-0.3
その他	0.0	0.3	-0.5	-0.8	-0.7	-1.2	-0.1	0.0	1.2	0.7	0.6	-0.3	-0.5

注：「点数」は、現在の事業所立地場所です業を行うメリットを回答した回答者数に一定数を掛けて（「あてはまる×2」「ややあてはまる×1」「どちらともいえない×0」「あまりあてはまらない×-1」「全くあてはまらない×-2」）合計数を出し、各項目の「無回答」を除いた回答者数で除算した値

c) クリエイティブ系事業の経営方針・事業展開意向

○ 自社の強みをみると、全体では、「事業実績」(61.1%)、「注文への対応力」(57.1%)、「技術・サービス・開発力」(53.8%)の順に多い。(図表 12)

図表 12 自社の主なクリエイティブ系事業の強み

上段：回答数 下段：割合

	全体	事業実績	知名度	ブランド力	企画提案力	技術・サービス・開発力	デザイン力	業界内外ネットワーク	情報収集力	価格競争力
全体	1,185 100.0	724 61.1	305 25.7	227 19.2	537 45.3	638 53.8	518 43.7	328 27.7	300 25.3	215 18.1
芸術	30 100.0	14 46.7	10 33.3	5 16.7	10 33.3	12 40.0	13 43.3	1 3.3	4 13.3	4 13.3
舞台芸術	67 100.0	39 58.2	24 35.8	14 20.9	18 26.9	29 43.3	17 25.4	17 25.4	12 17.9	13 19.4
音楽	66 100.0	38 57.6	15 22.7	16 24.2	28 42.4	33 50.0	10 15.2	22 33.3	13 19.7	12 18.2
映画・ビデオ・写真	100 100.0	66 66.0	23 23.0	26 26.0	41 41.0	62 62.0	24 24.0	31 31.0	25 25.0	23 23.0
テレビ・ラジオ	104 100.0	64 61.5	42 40.4	28 26.9	37 35.6	61 58.7	14 13.5	44 42.3	27 26.0	20 19.2
アニメ	46 100.0	22 47.8	14 30.4	8 17.4	10 21.7	19 41.3	15 32.6	11 23.9	7 15.2	11 23.9
ゲーム	21 100.0	14 66.7	5 23.8	5 23.8	5 81.0	17 76.2	16 66.7	14 33.3	7 19.0	4 4.8
ファッション	67 100.0	34 50.7	17 25.4	15 22.4	49 73.1	41 61.2	45 67.2	25 37.3	26 38.8	11 16.4
デザイン(グラフィック)	152 100.0	111 73.0	23 15.1	16 10.5	80 52.6	96 63.2	125 82.2	26 17.1	34 22.4	32 21.1
デザイン(インダストリアル)	50 100.0	39 78.0	9 18.0	5 10.0	34 68.0	40 80.0	42 84.0	12 24.0	21 42.0	5 10.0
デザイン(その他)	125 100.0	84 67.2	28 22.4	16 12.8	68 54.4	75 60.0	88 70.4	23 18.4	32 25.6	25 20.0
広告	115 100.0	68 59.1	26 22.6	14 12.2	59 51.3	51 44.3	50 43.5	46 40.0	36 31.3	28 24.3
出版	144 100.0	82 56.9	46 31.9	43 29.9	57 39.6	55 38.2	33 22.9	41 28.5	40 27.8	19 13.2
工芸	53 100.0	22 41.5	15 28.3	10 18.9	13 24.5	30 56.6	18 34.0	9 17.0	8 15.1	5 9.4
その他	45 100.0	27 60.0	8 17.8	6 13.3	16 35.6	18 40.0	10 22.2	13 28.9	11 24.4	6 13.3

上段：回答数 下段：割合

	全体	注文への対応力	営業力	ビジネスモデル	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	1,185 100.0	677 57.1	187 15.8	102 8.6	324 27.3	182 15.4	454 38.3	624 52.7	419 35.4	78 6.6	23 1.9
芸術	30 100.0	9 30.0	2 6.7	4 13.3	6 20.0	3 10.0	12 40.0	14 46.7	9 30.0	1 3.3	2 6.7
舞台芸術	67 100.0	26 38.8	12 17.9	2 3.0	22 32.8	11 16.4	27 40.3	37 55.2	23 34.3	4 6.0	—
音楽	66 100.0	35 53.0	10 15.2	6 9.1	21 31.8	9 13.6	27 40.9	33 50.0	25 37.9	5 7.6	2 3.0
映画・ビデオ・写真	100 100.0	61 61.0	14 14.0	12 12.0	28 28.0	14 14.0	41 41.0	58 58.0	31 31.0	5 5.0	2 2.0
テレビ・ラジオ	104 100.0	63 60.6	22 21.2	12 11.5	33 31.7	22 21.2	57 54.8	58 55.8	41 39.4	16 15.4	—
アニメ	46 100.0	24 52.2	7 15.2	5 10.9	13 28.3	11 23.9	14 30.4	21 45.7	17 37.0	2 4.3	—
ゲーム	21 100.0	15 71.4	5 23.8	4 19.0	9 42.9	3 14.3	9 42.9	14 66.7	11 52.4	—	—
ファッション	67 100.0	36 53.7	11 16.4	10 14.9	24 35.8	10 14.9	31 46.3	36 53.7	28 41.8	6 9.0	1 1.5
デザイン(グラフィック)	152 100.0	115 75.7	25 16.4	7 4.6	36 23.7	19 12.5	58 38.2	85 55.9	59 38.8	11 7.2	3 2.0
デザイン(インダストリアル)	50 100.0	32 64.0	3 6.0	6 12.0	16 32.0	8 16.0	22 44.0	37 74.0	23 46.0	1 2.0	4 4.0
デザイン(その他)	125 100.0	78 62.4	17 13.6	7 5.6	34 27.2	19 15.2	51 40.8	63 50.4	45 36.0	9 7.2	3 2.4
広告	115 100.0	70 60.9	35 30.4	12 10.4	32 27.8	20 17.4	42 36.5	55 47.8	41 35.7	8 7.0	3 2.6
出版	144 100.0	64 44.4	14 9.7	11 7.6	30 20.8	21 14.6	40 27.8	63 43.8	39 27.1	6 4.2	3 2.1
工芸	53 100.0	24 45.3	5 9.4	—	6 11.3	4 7.5	9 17.0	26 49.1	14 26.4	2 3.8	1 1.9
その他	45 100.0	25 55.6	5 11.1	4 8.9	14 31.1	8 17.8	14 31.1	24 53.3	13 28.9	2 4.4	1 2.2

○ 今後強化したい点を見ると、全体では、「営業力」(40.8%)、「資金力」(33.9%)、「企画提案力」(26.2%)の順となっている。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 13)

- ・「資金力」・・・ゲーム (N=21) (57.1%)、音楽 (48.5%)
- ・「知名度」・・・ゲーム (N=21) (38.1%)、芸術 (33.3%)、ファッション (32.8%)
- ・「ブランド力」・・・ゲーム (N=21) (33.3%)、ファッション (29.9%)
- ・「デザイン力」・・・デザイン (グラフィック) (32.9%)
- ・「経営・管理能力」・・・音楽 (31.8%)

図表 13 今後強化したい点 (複数回答)

	全体	上段：回答数									下段：割合	
		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	業界内外のネットワーク	情報収集力	価格競争力	注文への対応力	
全体	1,185	270	266	225	310	246	223	207	220	131	170	
芸術	30	22.8	22.4	19.0	26.2	20.8	18.8	17.5	18.6	11.1	14.3	
舞台芸術	67	8	10	7	6	4	3	5	3	2	5	
音楽	66	26.7	33.3	23.3	20.0	13.3	10.0	16.7	10.0	6.7	16.7	
映画・ビデオ・写真	100	15	13	8	14	13	8	12	11	7	6	
テレビ・ラジオ	104	22.4	19.4	11.9	20.9	19.4	11.9	17.9	16.4	10.4	9.0	
アニメ	46	19	17	15	18	14	8	15	17	8	13	
ゲーム	21	28.8	25.8	22.7	27.3	21.2	12.1	22.7	25.8	12.1	19.7	
ファッション	67	20.0	21.0	15.0	26.0	23.0	14.0	15.0	15.0	10.0	13.0	
デザイン (グラフィック)	152	24	21	25	34	21	6	23	24	13	14	
デザイン (インダストリアル)	50	23.1	20.2	24.0	32.7	20.2	5.8	22.1	23.1	12.5	13.5	
デザイン (その他)	125	11	13	13	9	12	8	5	5	1	7	
広告	115	23.9	28.3	28.3	19.6	26.1	17.4	10.9	10.9	2.2	15.2	
出版	144	7	8	7	6	8	6	4	5	2	4	
工芸	53	33.3	38.1	33.3	28.6	38.1	28.6	19.0	23.8	9.5	19.0	
その他	45	14	22	20	16	11	13	15	17	10	7	
		20.9	32.8	29.9	23.9	16.4	19.4	22.4	25.4	14.9	10.4	
		30	27	25	49	33	50	37	26	20	23	
		19.7	17.8	16.4	32.2	21.7	32.9	24.3	17.1	13.2	15.1	
		13	13	11	13	13	11	11	11	9	11	
		26.0	26.0	22.0	26.0	26.0	22.0	22.0	18.0	22.0	22.0	
		29	30	26	32	27	35	23	23	19	21	
		23.2	24.0	20.8	25.6	21.6	28.0	18.4	18.4	15.2	16.8	
		29	19	20	33	26	21	17	27	9	16	
		25.2	16.5	17.4	28.7	22.6	18.3	14.8	23.5	7.8	13.9	
		30	29	18	36	27	22	16	21	10	14	
		20.8	20.1	12.5	25.0	18.8	15.3	11.1	14.6	6.9	9.7	
		12	12	7	6	7	10	3	7	4	8	
		22.6	22.6	13.2	11.3	13.2	18.9	5.7	13.2	7.5	15.1	
		9	11	8	12	7	6	6	8	7	8	
		20.0	24.4	17.8	26.7	15.6	13.3	13.3	17.8	15.6	17.8	

	全体	上段：回答数									下段：割合	
		営業力	ビジネスモデル	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	無回答	
全体	1,185	484	117	165	254	246	256	250	402	16	320	
芸術	30	40.8	9.9	13.9	21.4	20.8	21.6	21.1	33.9	1.4	27.0	
舞台芸術	67	6	2	2	3	2	3	4	6	—	9	
音楽	66	20.0	6.7	6.7	10.0	6.7	10.0	13.3	20.0	—	30.0	
映画・ビデオ・写真	100	26	3	8	13	8	9	9	24	2	26	
テレビ・ラジオ	104	38.8	4.5	11.9	19.4	11.9	13.4	13.4	35.8	3.0	38.8	
アニメ	46	23	9	9	21	16	15	11	32	1	20	
ゲーム	21	34.8	13.6	13.6	31.8	24.2	22.7	16.7	48.5	1.5	30.3	
ファッション	67	46	11	13	19	20	24	19	40	—	29	
デザイン (グラフィック)	152	46.0	11.0	13.0	19.0	20.0	24.0	19.0	40.0	—	29.0	
デザイン (インダストリアル)	50	43.3	10.6	19.2	26.0	25.0	27.9	26.9	32.7	1.0	27.9	
デザイン (その他)	125	20	3	3	7	11	10	8	14	—	12	
広告	115	43.5	6.5	6.5	15.2	23.9	21.7	17.4	30.4	—	26.1	
出版	144	5	6	5	6	7	8	7	12	—	3	
工芸	53	23.8	28.6	23.8	28.6	33.3	38.1	33.3	57.1	—	14.3	
その他	45	27	7	11	15	16	18	13	26	2	16	
		40.3	10.4	16.4	22.4	23.9	26.9	19.4	38.8	3.0	23.9	
		70	10	28	34	36	33	44	53	2	27	
		46.1	6.6	18.4	22.4	23.7	21.7	28.9	34.9	1.3	17.8	
		16	6	7	10	11	14	13	21	2	11	
		32.0	12.0	14.0	20.0	22.0	28.0	26.0	42.0	4.0	22.0	
		56	11	18	30	30	23	27	41	2	30	
		44.8	8.8	14.4	24.0	24.0	18.4	21.6	32.8	1.6	24.0	
		43	16	16	29	27	24	26	32	—	34	
		37.4	13.9	13.9	25.2	23.5	20.9	22.6	27.8	—	29.6	
		62	13	18	25	21	29	29	43	2	41	
		43.1	9.0	12.5	17.4	14.6	20.1	20.1	29.9	1.4	28.5	
		17	3	3	7	6	4	3	8	2	21	
		32.1	5.7	5.7	13.2	11.3	7.5	5.7	15.1	3.8	39.6	
		22	6	4	8	9	13	9	16	—	12	
		48.9	13.3	8.9	17.8	20.0	28.9	20.0	35.6	—	26.7	

○ 事業発展・継続の要因をみると、全体では、「作品・製品・サービス内容のよさ」（68.8%）、「幅広い人脈、ネットワーク」（33.3%）、「優秀な人材に恵まれたこと」（31.8%）の順となっている。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。（図表 14）

- ・「作品・製品・サービス内容のよさ」・・・デザイン（グラフィック）（81.6%）、映画・ビデオ・写真（79.0%）
- ・「優れた開発・生産力」・・・ゲーム（N=21）（47.6%）、ファッション（32.8%）、デザイン（インダストリアル）（26.0%）
- ・「経営者のリーダーシップ」・・・舞台芸術（32.6%）、芸術（30.0%）、ゲーム（N=21）（28.6%）
- ・「時代のトレンドに対する洞察力」・・・ファッション（50.7%）、デザイン（インダストリアル）（40.0%）
- ・「資金調達に恵まれたこと」・・・アニメ（19.6%）、ゲーム（N=21）（19.0%）

図表 14 事業発展・継続の要因（複数回答[3つまで]）

	全体	上段：回答数 下段：割合										
		作品・製品・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	1,185	815 68.8	180 15.2	83 7.0	395 33.3	218 18.4	273 23.0	377 31.8	87 7.3	22 1.9	76 6.4	72 6.1
芸術	30	18 60.0	4 13.3	2 6.7	6 20.0	9 30.0	4 13.3	12 40.0	1 3.3	2 6.7	2 6.7	4 13.3
舞台芸術	67	41 61.2	3 4.5	5 7.5	19 28.4	22 32.8	14 20.9	27 40.3	5 7.5	4 6.0	5 7.5	2 3.0
音楽	66	45 68.2	6 9.1	8 12.1	26 39.4	12 18.2	15 22.7	21 31.8	2 3.0	—	1 1.5	3 4.5
映画・ビデオ・写真	100	79 79.0	13 13.0	9 9.0	36 36.0	18 18.0	28 28.0	32 32.0	3 3.0	—	4 4.0	6 6.0
テレビ・ラジオ	104	61 58.7	5 4.8	4 3.8	48 46.2	21 20.2	14 13.5	46 44.2	16 15.4	2 1.9	5 4.8	8 7.7
アニメ	46	30 65.2	7 15.2	3 6.5	16 34.8	6 13.0	5 10.9	22 47.8	9 19.6	2 4.3	3 6.5	—
ゲーム	21	12 57.1	10 47.6	3 14.3	5 23.8	6 28.6	1 4.8	8 38.1	4 19.0	1 4.8	—	1 4.8
ファッション	67	36 53.7	22 32.8	3 4.5	23 34.3	10 14.9	34 50.7	15 22.4	3 4.5	4 6.0	2 3.0	5 7.5
デザイン（グラフィック）	152	124 81.6	25 16.4	8 5.3	50 32.9	31 20.4	34 22.4	47 30.9	9 5.9	—	9 5.9	6 3.9
デザイン（インダストリアル）	50	37 74.0	13 26.0	2 4.0	12 24.0	9 18.0	20 40.0	15 30.0	1 2.0	2 4.0	3 6.0	4 8.0
デザイン（その他）	125	96 76.8	17 13.6	4 3.2	35 28.0	19 15.2	32 25.6	44 35.2	6 4.8	1 0.8	12 9.6	8 6.4
広告	115	76 66.1	18 15.7	8 7.0	51 44.3	20 17.4	28 24.3	31 27.0	12 10.4	1 0.9	10 8.7	6 5.2
出版	144	95 66.0	25 17.4	16 11.1	47 32.6	26 18.1	30 20.8	39 27.1	13 9.0	2 1.4	9 6.3	7 4.9
工芸	53	37 69.8	8 15.1	3 5.7	8 15.1	3 5.7	6 11.3	6 11.3	1 1.9	1 1.9	4 7.5	8 15.1
その他	45	28 62.2	4 8.9	5 11.1	13 28.9	6 13.3	8 17.8	12 26.7	2 4.4	—	7 15.6	4 8.9

- 経営上の問題点をみると、全体では、「需要が低迷」(65.8%)、「販売価格の低下、価格転嫁が困難」(46.6%)、「同業者との競争が激化」(37.8%)の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 15)

- ・「販売価格の低下、価格転嫁が困難」・・・デザイン(グラフィック)(68.4%)、映画・ビデオ・写真(59.0%)
- ・「同業者との競争が激化」・・・デザイン(グラフィック)(49.3%)、映画・ビデオ・写真(48.0%)
- ・「クライアント・外注先の確保が困難」・・・デザイン(グラフィック)(55.9%)
- ・「取引条件が悪化」・・・デザイン(グラフィック)(40.8%)、テレビ・ラジオ(39.4%)
- ・「資金繰り・資金調達が困難」・・・ゲーム(N=21)(52.4%)、映画・ビデオ・写真(44.0%)

図表 15 経営上の問題点(複数回答)

上段：回答数 下段：割合

	全体	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	無回答
全体	1,185	448 37.8	445 37.6	780 65.8	552 46.6	332 28.0	401 33.8	74 6.2	125 10.5	97 8.2	58 4.9	78 6.6	31 2.6
芸術	30	4 13.3	3 10.0	14 46.7	2 6.7	1 3.3	7 23.3	4 13.3	1 3.3	1 3.3	2 6.7	7 23.3	7 23.3
舞台芸術	67	21 31.3	14 20.9	39 58.2	20 29.9	11 16.4	24 35.8	6 9.0	13 19.4	3 4.5	10 14.9	7 10.4	2 3.0
音楽	66	27 40.9	11 16.7	46 69.7	23 34.8	17 25.8	21 31.8	1 1.5	3 4.5	8 12.1	6 9.1	2 3.0	2 3.0
映画・ビデオ・写真	100	48 48.0	44 44.0	59 59.0	59 59.0	33 33.0	44 44.0	7 7.0	7 7.0	10 10.0	5 5.0	5 5.0	2 2.0
テレビ・ラジオ	104	49 47.1	43 41.3	64 61.5	58 55.8	41 39.4	24 23.1	9 8.7	21 20.2	14 13.5	1 1.0	4 3.8	—
アニメ	46	17 37.0	20 43.5	28 60.9	16 34.8	15 32.6	18 39.1	2 4.3	6 13.0	7 15.2	3 6.5	4 8.7	1 2.2
ゲーム	21	10 47.6	9 42.9	11 52.4	10 47.6	5 23.8	11 52.4	1 4.8	5 23.8	4 19.0	—	3 14.3	—
ファッション	67	17 25.4	24 35.8	45 67.2	34 50.7	19 28.4	23 34.3	—	6 9.0	2 3.0	3 4.5	3 4.5	2 3.0
デザイン(グラフィック)	152	75 49.3	85 55.9	107 70.4	104 68.4	62 40.8	52 34.2	9 5.9	9 5.9	10 6.6	7 4.6	10 6.6	2 1.3
デザイン(インダストリアル)	50	7 14.0	22 44.0	34 68.0	19 38.0	13 26.0	17 34.0	2 4.0	4 8.0	3 6.0	1 2.0	6 12.0	2 4.0
デザイン(その他)	125	56 44.8	62 49.6	87 69.6	61 48.8	38 30.4	42 33.6	5 4.0	12 9.6	5 4.0	3 2.4	5 4.0	1 0.8
広告	115	50 43.5	51 44.3	77 67.0	62 53.9	28 24.3	42 36.5	10 8.7	15 13.0	11 9.6	4 3.5	3 2.6	3 2.6
出版	144	42 29.2	38 26.4	104 72.2	47 32.6	33 22.9	51 35.4	13 9.0	13 9.0	14 9.7	10 6.9	5 3.5	2 1.4
工芸	53	7 13.2	6 11.3	36 67.9	15 28.3	4 7.5	12 22.6	1 1.9	5 9.4	1 1.9	2 3.8	10 18.9	3 5.7
その他	45	18 40.0	13 28.9	29 64.4	22 48.9	12 26.7	13 28.9	4 8.9	5 11.1	4 8.9	1 2.2	4 8.9	2 4.4

○ 今後重視する経営課題をみると、全体では、「作品・製品・サービスの開発」（28.3%）、「新分野への進出」（28.1%）、「後継者の育成」（26.8%）の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。（図表 16）

- ・「作品・製品・サービスの開発」・・・出版（40.3%）
- ・「新分野への進出」・・・テレビ・ラジオ（38.5%）、ゲーム（N=21）（38.1%）
- ・「後継者の育成」・・・舞台芸術（41.8%）、芸術（40.0%）
- ・「社内設備への投資」・・・映画・ビデオ・写真（18.0%）
- ・「国際化への対応」・・・ファッション（19.4%）、芸術（16.7%）
- ・「人材の確保・育成」・・・テレビ・ラジオ（41.3%）、アニメ（41.3%）、舞台芸術（38.8%）
- ・「マーケティング、販路開拓」・・・工芸（32.1%）、ファッション（31.3%）
- ・「知的財産戦略の構築」・・・アニメ（17.4%）

図表 16 今後重視する経営課題(複数回答[3つまで])

	全体	上段：回答数 下段：割合								
		新分野への進出	作品・製品・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	
全体	1,185	333 28.1	335 28.3	89 7.5	76 6.4	77 6.5	61 5.1	316 26.7	251 21.2	
芸術	30	4 13.3	5 16.7	1 3.3	5 16.7	2 6.7	1 3.3	4 13.3	3 10.0	
舞台芸術	67	15 22.4	6 9.0	5 7.5	4 6.0	10 14.9	3 4.5	26 38.8	15 22.4	
音楽	66	12 18.2	23 34.8	4 6.1	5 7.6	3 4.5	3 4.5	17 25.8	14 21.2	
映画・ビデオ・写真	100	33 33.0	27 27.0	18 18.0	5 5.0	3 3.0	3 3.0	19 19.0	18 18.0	
テレビ・ラジオ	104	40 38.5	21 20.2	13 12.5	2 1.9	10 9.6	7 6.7	43 41.3	13 12.5	
アニメ	46	6 13.0	15 32.6	8 17.4	6 13.0	5 10.9	3 6.5	19 41.3	3 6.5	
ゲーム	21	8 38.1	8 38.1	—	—	—	1 4.8	6 28.6	4 19.0	
ファッション	67	17 25.4	21 31.3	—	13 19.4	5 7.5	3 4.5	11 16.4	21 31.3	
デザイン(グラフィック)	152	54 35.5	38 25.0	11 7.2	3 2.0	6 3.9	6 3.9	31 20.4	35 23.0	
デザイン(インダストリアル)	50	14 28.0	16 32.0	4 8.0	7 14.0	2 4.0	2 4.0	15 30.0	8 16.0	
デザイン(その他)	125	31 24.8	42 33.6	8 6.4	12 9.6	6 4.8	7 5.6	32 25.6	30 24.0	
広告	115	35 30.4	28 24.3	8 7.0	1 0.9	13 11.3	10 8.7	40 34.8	31 27.0	
出版	144	41 28.5	58 40.3	6 4.2	2 1.4	9 6.3	9 6.3	35 24.3	35 24.3	
工芸	53	12 22.6	18 34.0	1 1.9	3 5.7	1 1.9	2 3.8	5 9.4	17 32.1	
その他	45	11 24.4	9 20.0	2 4.4	5 11.1	3 6.7	1 2.2	13 28.9	9 20.0	

	全体	上段：回答数 下段：割合							
		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・製品・サービスのブランド力強化	その他	無回答
全体	1,185	172 14.5	318 26.8	111 9.4	18 1.5	87 7.3	230 19.4	33 2.8	148 12.5
芸術	30	1 3.3	12 40.0	1 3.3	—	—	2 6.7	—	10 33.3
舞台芸術	67	7 10.4	28 41.8	8 11.9	—	—	8 11.9	1 1.5	7 10.4
音楽	66	12 18.2	15 22.7	6 9.1	1 1.5	9 13.6	13 19.7	—	9 13.6
映画・ビデオ・写真	100	23 23.0	22 22.0	4 4.0	3 3.0	9 9.0	17 17.0	5 5.0	17 17.0
テレビ・ラジオ	104	7 6.7	29 27.9	18 17.3	—	10 9.6	21 20.2	—	12 11.5
アニメ	46	4 8.7	15 32.6	4 8.7	—	8 17.4	10 21.7	2 4.3	5 10.9
ゲーム	21	5 23.8	2 9.5	—	—	1 4.8	2 9.5	—	6 28.6
ファッション	67	15 22.4	13 19.4	7 10.4	1 1.5	6 9.0	15 22.4	2 3.0	5 7.5
デザイン(グラフィック)	152	16 10.5	50 32.9	15 9.9	1 0.7	8 5.3	35 23.0	5 3.3	23 15.1
デザイン(インダストリアル)	50	8 16.0	14 28.0	4 8.0	—	8 16.0	9 18.0	3 6.0	2 4.0
デザイン(その他)	125	18 14.4	33 26.4	10 8.0	3 2.4	10 8.0	35 28.0	5 4.0	9 7.2
広告	115	22 19.1	23 20.0	10 8.7	4 3.5	5 4.3	19 16.5	1 0.9	13 11.3
出版	144	26 18.1	37 25.7	16 11.1	4 2.8	8 5.6	21 14.6	3 2.1	15 10.4
工芸	53	3 5.7	10 18.9	3 5.7	—	3 5.7	14 26.4	4 7.5	8 15.1
その他	45	5 11.1	15 33.3	5 11.1	2 2.2	1 4.4	9 20.0	2 4.4	7 15.6

○ 今後の経営方針をみると、全体では、「現業を中心に、周辺・新分野への参入」(44.6%)、「現状を維持」(34.0%)、「現事業の専門化」(18.9%)の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 17)

- ・「現業を中心に、周辺・新分野への参入」・・・映画・ビデオ・写真 (57.0%)
- ・「現事業の専門化」・・・芸術 (33.3%)
- ・「営業拠点の拡大」・・・舞台芸術 (23.9%)
- ・「受託型から自己・共同投資型ビジネスへのシフト」・・・ゲーム (N=21) (42.9%)、アニメ (28.3%)、デザイン (インダストリアル) (26.0%)

図表 17 今後の経営方針(複数回答)

	全体	上段：回答数 下段：割合								
		株式の上場 を目標に展 開	現事業の専 門化	現業を中心 に、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	1,185	20 1.7	224 18.9	529 44.6	129 10.9	137 11.6	403 34.0	109 9.2	32 2.7	62 5.2
芸術	30	1 3.3	10 33.3	3 10.0	1 3.3	1 3.3	10 33.3	2 6.7	2 6.7	6 20.0
舞台芸術	67	—	8 11.9	22 32.8	16 23.9	3 4.5	30 44.8	4 6.0	1 1.5	4 6.0
音楽	66	—	14 21.2	29 43.9	8 12.1	10 15.2	18 27.3	6 9.1	1 1.5	4 6.1
映画・ビデオ・写真	100	2 2.0	22 22.0	57 57.0	13 13.0	16 16.0	30 30.0	5 5.0	2 2.0	7 7.0
テレビ・ラジオ	104	1 1.0	14 13.5	55 52.9	14 13.5	8 7.7	30 28.8	8 7.7	1 1.0	5 4.8
アニメ	46	2 4.3	7 15.2	19 41.3	4 8.7	13 28.3	18 39.1	1 2.2	1 2.2	2 4.3
ゲーム	21	4 19.0	6 28.6	11 52.4	1 4.8	9 42.9	4 19.0	2 9.5	—	1 4.8
ファッション	67	3 4.5	15 22.4	31 46.3	11 16.4	5 7.5	18 26.9	8 11.9	5 7.5	1 1.5
デザイン(グラフィック)	152	—	34 22.4	77 50.7	17 11.2	15 9.9	50 32.9	14 9.2	3 2.0	7 4.6
デザイン(インダストリアル)	50	1 2.0	6 12.0	18 36.0	—	13 26.0	16 32.0	6 12.0	5 10.0	2 4.0
デザイン(その他)	125	1 0.8	17 13.6	53 42.4	11 8.8	13 10.4	44 35.2	16 12.8	4 3.2	5 4.0
広告	115	2 1.7	24 20.9	56 48.7	15 13.0	14 12.2	36 31.3	13 11.3	—	4 3.5
出版	144	3 2.1	38 26.4	57 39.6	12 8.3	13 9.0	62 43.1	14 9.7	3 2.1	5 3.5
工芸	53	—	5 9.4	14 26.4	5 9.4	1 1.9	25 47.2	6 11.3	3 5.7	7 13.2
その他	45	—	4 8.9	27 60.0	1 2.2	3 6.7	12 26.7	4 8.9	1 2.2	2 4.4

○ 海外展開の状況をみると、全体では、「関心がない」(49.1%)、「海外展開していないが、関心はある」(26.4%)、「既に海外展開している」(12.2%)の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 18)

- ・「既に海外展開している」・・・ファッション (31.3%)、ゲーム (N=21) (23.8%)
- ・「海外展開していないが、関心はある」・・・ファッション (34.3%)、デザイン (インダストリアル) (34.0%)、音楽 (33.3%)、ゲーム (N=21) (33.3%)

図表 18 海外展開の状況

上段：回答数 下段：割合

	全体	既に海外展開している	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	1,185 100.0	145 12.2	51 4.3	313 26.4	582 49.1	94 7.9
芸術	30 100.0	6 20.0	1 3.3	8 26.7	12 40.0	3 10.0
舞台芸術	67 100.0	10 14.9	5 7.5	17 25.4	27 40.3	8 11.9
音楽	66 100.0	10 15.2	6 9.1	22 33.3	23 34.8	5 7.6
映画・ビデオ・写真	100 100.0	14 14.0	2 2.0	28 28.0	46 46.0	10 10.0
テレビ・ラジオ	104 100.0	9 8.7	3 2.9	27 26.0	59 56.7	6 5.8
アニメ	46 100.0	9 19.6	3 6.5	11 23.9	22 47.8	1 2.2
ゲーム	21 100.0	5 23.8	2 9.5	7 33.3	5 23.8	2 9.5
ファッション	67 100.0	21 31.3	2 3.0	23 34.3	15 22.4	6 9.0
デザイン (グラフィック)	152 100.0	2 1.3	5 3.3	42 27.6	96 63.2	7 4.6
デザイン (インダストリアル)	50 100.0	11 22.0	6 12.0	17 34.0	13 26.0	3 6.0
デザイン (その他)	125 100.0	19 15.2	7 5.6	30 24.0	59 47.2	10 8.0
広告	115 100.0	8 7.0	3 2.6	27 23.5	70 60.9	7 6.1
出版	144 100.0	11 7.6	2 1.4	29 20.1	89 61.8	13 9.0
工芸	53 100.0	4 7.5	1 1.9	12 22.6	28 52.8	8 15.1
その他	45 100.0	6 13.3	3 6.7	13 28.9	18 40.0	5 11.1

d) クリエイティブ系事業に関する取引関係

○ ビジネス運営方法をみると、全体では、「主に直接クライアントから受託」(42.9%)、「自社での開発・制作・販売」(27.8%)、「主に元請業者等から受託」(13.4%)の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 19)

- ・「主に直接クライアントから受託」・・・デザイン(インダストリアル)(64.0%)、デザイン(グラフィック)(59.9%)
- ・「自社での開発・制作・販売」・・・工芸(52.8%)、出版(50.0%)、音楽(42.4%)
- ・「主に元請業者等から受託」・・・アニメ(45.7%)

図表 19 ビジネス運営方法

	上段：回答数 下段：割合						
	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	1,185 100.0	330 27.8	72 6.1	508 42.9	159 13.4	27 2.3	89 7.5
芸術	30 100.0	11 36.7	2 6.7	4 13.3	— —	3 10.0	10 33.3
舞台芸術	67 100.0	25 37.3	3 4.5	20 29.9	7 10.4	3 4.5	9 13.4
音楽	66 100.0	28 42.4	7 10.6	17 25.8	4 6.1	4 6.1	6 9.1
映画・ビデオ・写真	100 100.0	28 28.0	7 7.0	44 44.0	13 13.0	2 2.0	6 6.0
テレビ・ラジオ	104 100.0	27 26.0	13 12.5	38 36.5	21 20.2	— —	5 4.8
アニメ	46 100.0	1 2.2	5 10.9	17 37.0	21 45.7	— —	2 4.3
ゲーム	21 100.0	6 28.6	1 4.8	9 42.9	4 19.0	— —	1 4.8
ファッション	67 100.0	25 37.3	7 10.4	27 40.3	3 4.5	2 3.0	3 4.5
デザイン(グラフィック)	152 100.0	24 15.8	4 2.6	91 59.9	26 17.1	2 1.3	5 3.3
デザイン(インダストリアル)	50 100.0	12 24.0	3 6.0	32 64.0	2 4.0	— —	1 2.0
デザイン(その他)	125 100.0	21 16.8	4 3.2	72 57.6	21 16.8	1 0.8	6 4.8
広告	115 100.0	16 13.9	9 7.8	62 53.9	17 14.8	— —	11 9.6
出版	144 100.0	72 50.0	3 2.1	50 34.7	11 7.6	1 0.7	7 4.9
工芸	53 100.0	28 52.8	— —	5 9.4	5 9.4	4 7.5	11 20.8
その他	45 100.0	6 13.3	4 8.9	20 44.4	4 8.9	5 11.1	6 13.3

- 営業方法をみると、全体では、「自社社員による営業・販売」(50.5%)、既存の人脈ネットワークの活用(43.6%)、「新たな人脈づくり」(22.5%)の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 20)

- ・「店舗での販売」・・・工芸 (20.8%)
- ・「インターネットを活用した販売」・・・出版 (37.5%)、音楽 (34.8%)、芸術 (33.3%)
- ・「マスメディアの活用」・・・芸術 (20.0%)、音楽 (19.7%)
- ・「展示会への出展」・・・芸術 (40.0%)、工芸 (34.0%)

図表 20 営業方法 (複数回答)

	全体	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	上段：回答数 下段：割合	
											特に行っていない	無回答
全体	1,185	598 50.5	54 4.6	262 22.1	517 43.6	267 22.5	12 1.0	110 9.3	107 9.0	42 3.5	132 11.1	39 3.3
芸術	30	8 26.7	1 3.3	10 33.3	9 30.0	4 13.3	—	6 20.0	12 40.0	3 10.0	2 6.7	1 3.3
舞台芸術	67	33 49.3	2 3.0	12 17.9	22 32.8	15 22.4	—	10 14.9	3 4.5	3 4.5	12 17.9	2 3.0
音楽	66	34 51.5	4 6.1	23 34.8	33 50.0	16 24.2	—	13 19.7	1 1.5	1 1.5	7 10.6	1 1.5
映画・ビデオ・写真	100	49 49.0	5 5.0	28 28.0	48 48.0	24 24.0	—	11 11.0	4 4.0	4 4.0	9 9.0	5 5.0
テレビ・ラジオ	104	71 68.3	1 1.0	10 9.6	48 46.2	33 31.7	2 1.9	10 9.6	2 1.9	1 1.0	4 3.8	3 2.9
アニメ	46	18 39.1	—	6 13.0	24 52.2	11 23.9	—	2 4.3	3 6.5	1 2.2	10 21.7	—
ゲーム	21	10 47.6	—	3 14.3	11 52.4	4 19.0	—	1 4.8	3 14.3	2 9.5	2 9.5	1 4.8
ファッション	67	37 55.2	7 10.4	13 19.4	28 41.8	12 17.9	—	7 10.4	11 16.4	2 3.0	5 7.5	1 1.5
デザイン (グラフィック)	152	73 48.0	3 2.0	25 16.4	74 48.7	42 27.6	1 0.7	6 3.9	7 4.6	1 0.7	15 9.9	1 0.7
デザイン (インダストリアル)	50	16 32.0	1 2.0	9 18.0	25 50.0	5 10.0	1 2.0	3 6.0	7 14.0	2 4.0	11 22.0	1 2.0
デザイン (その他)	125	53 42.4	4 3.2	24 19.2	59 47.2	34 27.2	2 1.6	6 4.8	9 7.2	8 6.4	20 16.0	4 3.2
広告	115	78 67.8	—	19 16.5	59 51.3	30 26.1	3 2.6	6 5.2	7 6.1	2 1.7	9 7.8	5 4.3
出版	144	79 54.9	13 9.0	54 37.5	48 33.3	22 15.3	2 1.4	18 12.5	15 10.4	5 3.5	15 10.4	6 4.2
工芸	53	17 32.1	11 20.8	12 22.6	13 24.5	5 9.4	—	7 13.2	18 34.0	4 7.5	6 11.3	6 11.3
その他	45	22 48.9	2 4.4	14 31.1	16 35.6	10 22.2	1 2.2	4 8.9	5 11.1	3 6.7	5 11.1	2 4.4

- 得意先・顧客の取引先関係をみると、全体では、「同業者以外」(50.7%)が最も多く、次いで「同業者」(32.5%)となっている。(図表 21)
- 仕入先・発注先の取引先関係をみると、全体では、「同業者」(46.2%)が最も多く、次いで「同業者以外」(38.6%)となっている。(図表 22)

図表 21 得意先・顧客の取引先関係(複数回答)

	上段：回答数 下段：割合				
	全体	同業者	同業者以外	消費者	無回答
全体	1,185	385 32.5	601 50.7	240 20.3	181 15.3
芸術	30	7 23.3	8 26.7	11 36.7	11 36.7
舞台芸術	67	18 26.9	21 31.3	23 34.3	20 29.9
音楽	66	23 34.8	27 40.9	27 40.9	11 16.7
映画・ビデオ・写真	100	27 27.0	51 51.0	24 24.0	16 16.0
テレビ・ラジオ	104	60 57.7	33 31.7	9 8.7	16 15.4
アニメ	46	31 67.4	10 21.7	—	8 17.4
ゲーム	21	13 61.9	6 28.6	2 9.5	3 14.3
ファッション	67	29 43.3	31 46.3	16 23.9	6 9.0
デザイン(グラフィック)	152	42 27.6	115 75.7	7 4.6	11 7.2
デザイン(インダストリアル)	50	5 10.0	37 74.0	5 10.0	5 10.0
デザイン(その他)	125	30 24.0	84 67.2	20 16.0	17 13.6
広告	115	36 31.3	71 61.7	17 14.8	16 13.9
出版	144	48 33.3	65 45.1	45 31.3	20 13.9
工芸	53	7 13.2	16 30.2	24 45.3	15 28.3
その他	45	9 20.0	26 57.8	10 22.2	6 13.3

図表 22 仕入先・発注先の取引先関係(複数回答)

	上段：回答数 下段：割合				
	全体	同業者	同業者以外	消費者	無回答
全体	1,185	547 46.2	457 38.6	36 3.0	285 24.1
芸術	30	7 23.3	7 23.3	4 13.3	13 43.3
舞台芸術	67	29 43.3	19 28.4	5 7.5	25 37.3
音楽	66	34 51.5	18 27.3	6 9.1	16 24.2
映画・ビデオ・写真	100	48 48.0	39 39.0	—	23 23.0
テレビ・ラジオ	104	69 66.3	25 24.0	2 1.9	20 19.2
アニメ	46	30 65.2	2 4.3	—	15 32.6
ゲーム	21	16 76.2	3 14.3	—	4 19.0
ファッション	67	36 53.7	27 40.3	—	13 19.4
デザイン(グラフィック)	152	76 50.0	72 47.4	1 0.7	24 15.8
デザイン(インダストリアル)	50	15 30.0	21 42.0	—	15 30.0
デザイン(その他)	125	48 38.4	64 51.2	4 3.2	28 22.4
広告	115	59 51.3	51 44.3	—	23 20.0
出版	144	52 36.1	63 43.8	12 8.3	33 22.9
工芸	53	14 26.4	23 43.4	—	21 39.6
その他	45	14 31.1	23 51.1	2 4.4	12 26.7

○ 商慣習での問題をみると、全体では、「知的財産権に関して、制作側の立場が弱い」(35.4%)、「ダンピング等による価格攻勢が激しい」(32.9%)、「契約書が明確に交わされない」(28.7%)の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 23)

- ・「知的財産権に関して、制作側の立場が弱い」・・・ゲーム (N=21) (61.9%)、アニメ (54.3%)、デザイン (グラフィック) (53.9%)
- ・「ダンピング等による価格攻勢が激しい」・・・デザイン (グラフィック) (54.6%)
- ・「契約書が明確に交わされない」・・・アニメ (60.9%)、デザイン (グラフィック) (42.1%)、広告 (41.7%)
- ・「契約上、制作側のリスク負担が大きい」・・・ゲーム (N=21) (52.4%)、アニメ (45.7%)
- ・「価格が不透明な契約が多い」・・・デザイン (グラフィック) (30.9%)

図表 23 商慣習での問題(複数回答)

	上段：回答数 下段：割合							
	全体	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	1,185	318 26.8	213 18.0	340 28.7	390 32.9	420 35.4	85 7.2	255 21.5
芸術	30	3 10.0	3 10.0	4 13.3	1 3.3	6 20.0	5 16.7	14 46.7
舞台芸術	67	16 23.9	6 9.0	19 28.4	17 25.4	14 20.9	7 10.4	22 32.8
音楽	66	22 33.3	2 3.0	9 13.6	16 24.2	20 30.3	8 12.1	15 22.7
映画・ビデオ・写真	100	30 30.0	24 24.0	26 26.0	43 43.0	44 44.0	7 7.0	13 13.0
テレビ・ラジオ	104	28 26.9	26 25.0	27 26.0	45 43.3	35 33.7	6 5.8	18 17.3
アニメ	46	21 45.7	10 21.7	28 60.9	14 30.4	25 54.3	2 4.3	3 6.5
ゲーム	21	11 52.4	2 9.5	8 38.1	4 19.0	13 61.9	1 4.8	2 9.5
ファッション	67	19 28.4	9 13.4	20 29.9	15 22.4	15 22.4	1 1.5	17 25.4
デザイン (グラフィック)	152	44 28.9	47 30.9	64 42.1	83 54.6	82 53.9	6 3.9	17 11.2
デザイン (インダストリアル)	50	9 18.0	6 12.0	11 22.0	15 30.0	24 48.0	4 8.0	9 18.0
デザイン (その他)	125	31 24.8	25 20.0	31 24.8	39 31.2	52 41.6	10 8.0	20 16.0
広告	115	30 26.1	23 20.0	48 41.7	43 37.4	38 33.0	6 5.2	19 16.5
出版	144	37 25.7	19 13.2	32 22.2	36 25.0	31 21.5	13 9.0	46 31.9
工芸	53	5 9.4	6 11.3	6 11.3	5 9.4	10 18.9	4 7.5	28 52.8
その他	45	12 26.7	5 11.1	7 15.6	14 31.1	11 24.4	5 11.1	12 26.7

○ 今後の取引の方向性をみると、全体では、「既存事業分野の顧客との取引拡大」(28.7%)、「主要顧客との結びつきを強化したい」(20.7%)、「新しい事業分野・業種との取引参入」(16.0%)の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 24)

- ・「主要顧客との結びつきを強化したい」・・・芸術 (36.7%)
- ・「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) (28.0%)

図表 24 今後の取引の方向性

	全体	上段：回答数 下段：割合						
		下層の下請けから、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	1,185 100.0	39 3.3	74 6.2	190 16.0	340 28.7	245 20.7	34 2.9	263 22.2
芸術	30 100.0	— —	1 3.3	— —	5 16.7	11 36.7	2 6.7	11 36.7
舞台芸術	67 100.0	2 3.0	— —	10 14.9	18 26.9	16 23.9	1 1.5	20 29.9
音楽	66 100.0	2 3.0	7 10.6	7 10.6	23 34.8	12 18.2	3 4.5	12 18.2
映画・ビデオ・写真	100 100.0	5 5.0	5 5.0	19 19.0	31 31.0	16 16.0	7 7.0	17 17.0
テレビ・ラジオ	104 100.0	8 7.7	4 3.8	14 13.5	32 30.8	21 20.2	2 1.9	23 22.1
アニメ	46 100.0	4 8.7	— —	8 17.4	17 37.0	12 26.1	— —	5 10.9
ゲーム	21 100.0	3 14.3	1 4.8	4 19.0	6 28.6	2 9.5	1 4.8	4 19.0
ファッション	67 100.0	— —	5 7.5	10 14.9	22 32.8	16 23.9	2 3.0	12 17.9
デザイン (グラフィック)	152 100.0	3 2.0	9 5.9	26 17.1	48 31.6	34 22.4	1 0.7	31 20.4
デザイン (インダストリアル)	50 100.0	— —	4 8.0	14 28.0	14 28.0	10 20.0	— —	8 16.0
デザイン (その他)	125 100.0	5 4.0	6 4.8	18 14.4	34 27.2	30 24.0	5 4.0	27 21.6
広告	115 100.0	2 1.7	9 7.8	21 18.3	39 33.9	24 20.9	2 1.7	18 15.7
出版	144 100.0	2 1.4	14 9.7	20 13.9	35 24.3	28 19.4	5 3.5	40 27.8
工芸	53 100.0	— —	8 15.1	5 9.4	8 15.1	6 11.3	2 3.8	24 45.3
その他	45 100.0	3 6.7	1 2.2	14 31.1	8 17.8	7 15.6	1 2.2	11 24.4

e) クリエイティブ系事業に関する知的財産への取組

○ 扱っている知的財産の種類をみると、全体では、「デザイン」(47.9%)、「著作物」(31.3%)、「アイデア」(26.8%)の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 25)

- ・「デザイン」・・・デザイン(グラフィック)(89.5%)、デザイン(インダストリアル)(84.0%)
- ・「著作物」・・・出版(70.8%)、音楽(53.0%)、ゲーム(N=21)(52.4%)
- ・「アイデア」・・・ゲーム(N=21)(61.9%)、デザイン(インダストリアル)(56.0%)
- ・「技術」・・・ゲーム(N=21)(52.4%)、デザイン(インダストリアル)(38.0%)、工芸(37.7%)
- ・「商標」・・・ゲーム(N=21)(28.6%)、デザイン(インダストリアル)(26.0%)
- ・「実演」・・・音楽(48.5%)、舞台芸術(46.3%)

図表 25 扱っている知的財産の種類(複数回答)

	上段：回答数 下段：割合									
	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	1,185	568 47.9	227 19.2	317 26.8	131 11.1	371 31.3	106 8.9	69 5.8	179 15.1	39 3.3
芸術	30	9 30.0	9 30.0	8 26.7	—	12 40.0	6 20.0	5 16.7	5 16.7	1 3.3
舞台芸術	67	17 25.4	16 23.9	10 14.9	—	13 19.4	31 46.3	5 7.5	14 20.9	1 1.5
音楽	66	10 15.2	6 9.1	6 9.1	1 1.5	35 53.0	32 48.5	4 6.1	9 13.6	2 3.0
映画・ビデオ・写真	100	20 20.0	26 26.0	22 22.0	1 1.0	49 49.0	4 4.0	13 13.0	13 13.0	5 5.0
テレビ・ラジオ	104	6 5.8	21 20.2	16 15.4	6 5.8	46 44.2	7 6.7	8 7.7	30 28.8	1 1.0
アニメ	46	15 32.6	12 26.1	8 17.4	2 4.3	20 43.5	1 2.2	2 4.3	12 26.1	2 4.3
ゲーム	21	16 76.2	11 52.4	13 61.9	6 28.6	11 52.4	—	1 4.8	—	1 4.8
ファッション	67	53 79.1	19 28.4	23 34.3	14 20.9	4 6.0	2 3.0	2 3.0	4 6.0	—
デザイン(グラフィック)	152	136 89.5	13 8.6	55 36.2	27 17.8	23 15.1	1 0.7	7 4.6	13 8.6	2 1.3
デザイン(インダストリアル)	50	42 84.0	19 38.0	28 56.0	13 26.0	4 8.0	—	3 6.0	4 8.0	—
デザイン(その他)	125	104 83.2	18 14.4	36 28.8	17 13.6	18 14.4	1 0.8	4 3.2	9 7.2	5 4.0
広告	115	55 47.8	16 13.9	34 29.6	16 13.9	18 15.7	4 3.5	6 5.2	28 24.3	4 3.5
出版	144	47 32.6	12 8.3	33 22.9	16 11.1	102 70.8	3 2.1	4 2.8	13 9.0	5 3.5
工芸	53	22 41.5	20 37.7	13 24.5	4 7.5	5 9.4	7 13.2	2 3.8	11 20.8	9 17.0
その他	45	16 35.6	9 20.0	12 26.7	8 17.8	11 24.4	7 15.6	3 6.7	14 31.1	1 2.2

- 知的財産保護の状況をみると、全体では、「保護していない」(58.8%)の割合が高く、デザイン(グラフィック)(80.6%)、ファッション(73.0%)、芸術(72.0%)で全体と比べても高い。一方、「保護している」の割合については、音楽(71.9%)、出版(55.0%)、テレビ・ラジオ(52.7%)、デザイン(インダストリアル)(52.2%)で全体よりも高い。(図表 26)

図表 26 知的財産保護の状況

	上段：回答数 下段：割合			
	全体	保護している	保護していない	無回答
全体	1,006 100.0	352 35.0	592 58.8	62 6.2
芸術	25 100.0	4 16.0	18 72.0	3 12.0
舞台芸術	53 100.0	15 28.3	36 67.9	2 3.8
音楽	57 100.0	41 71.9	13 22.8	3 5.3
映画・ビデオ・写真	87 100.0	31 35.6	48 55.2	8 9.2
テレビ・ラジオ	74 100.0	39 52.7	32 43.2	3 4.1
アニメ	34 100.0	13 38.2	19 55.9	2 5.9
ゲーム	21 100.0	10 47.6	10 47.6	1 4.8
ファッション	63 100.0	16 25.4	46 73.0	1 1.6
デザイン(グラフィック)	139 100.0	22 15.8	112 80.6	5 3.6
デザイン(インダストリアル)	46 100.0	24 52.2	21 45.7	1 2.2
デザイン(その他)	116 100.0	20 17.2	87 75.0	9 7.8
広告	87 100.0	29 33.3	52 59.8	6 6.9
出版	131 100.0	72 55.0	52 39.7	7 5.3
工芸	42 100.0	6 14.3	26 61.9	10 23.8
その他	31 100.0	10 32.3	20 64.5	1 3.2

注：何らかの知的財産を扱っている回答者への限定設問

- 知的財産の侵害状況をみると、全体では「侵害されたことはない」(64.2%)が多くなっている。
項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 27)
- ・「侵害されたことはない」・・・テレビ・ラジオ (77.0%)、ゲーム (N=21) (76.2%)、舞台芸術 (75.5%)
 - ・「侵害されたことがある」・・・映画・ビデオ・写真 (37.9%)、ファッション (36.5%)、デザイン (インダストリアル) (33.1%)

図表 27 知的財産の侵害状況

	全体	上段：回答数 下段：割合		無回答
		侵害された ことがある	侵害された ことはない	
全体	1,006 100.0	295 29.3	646 64.2	65 6.5
芸術	25 100.0	6 24.0	17 68.0	2 8.0
舞台芸術	53 100.0	8 15.1	40 75.5	5 9.4
音楽	57 100.0	16 28.1	39 68.4	2 3.5
映画・ビデオ・写真	87 100.0	33 37.9	49 56.3	5 5.7
テレビ・ラジオ	74 100.0	14 18.9	57 77.0	3 4.1
アニメ	34 100.0	8 23.5	24 70.6	2 5.9
ゲーム	21 100.0	4 19.0	16 76.2	1 4.8
ファッション	63 100.0	23 36.5	36 57.1	4 6.3
デザイン (グラフィック)	139 100.0	46 33.1	89 64.0	4 2.9
デザイン (インダストリアル)	46 100.0	13 28.3	32 69.6	1 2.2
デザイン (その他)	116 100.0	35 30.2	72 62.1	9 7.8
広告	87 100.0	25 28.7	58 66.7	4 4.6
出版	131 100.0	43 32.8	77 58.8	11 8.4
工芸	42 100.0	10 23.8	22 52.4	10 23.8
その他	31 100.0	11 35.5	18 58.1	2 6.5

注：何らかの知的財産を扱っている回答者への限定設問

- 知的財産に関する課題をみると、全体では「特にない」(29.8%)、「契約上、知的財産権が取得できない」(23.5%)が多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 28)

- ・「契約上、知的財産権が取得できない」・・・ゲーム (N=21) (57.1%)、アニメ (45.7%)、デザイン (インダストリアル) (40.0%)
- ・「権利化する資金が不足している」・・・ゲーム (N=21) (28.6%)、デザイン (インダストリアル) (24.0%)
- ・「模倣品や海賊版などの横行」・・・ファッション (23.9%)、ゲーム (N=21) (23.8%)

図表 28 知的財産に関する課題(複数回答)

	全体	上段：回答数 下段：割合												
		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少ない	知的財産権の権利化に時間がかかっている	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	権利侵害の係争への対応	その他	特にない	無回答
全体	1,185	278 23.5	172 14.5	169 14.3	116 9.8	149 12.6	152 12.8	113 9.5	17 1.4	109 9.2	69 5.8	45 3.8	353 29.8	133 11.2
芸術	30	2 6.7	1 3.3	2 6.7	3 10.0	3 10.0	5 16.7	1 3.3	—	1 3.3	1 3.3	2 6.7	11 36.7	7 23.3
舞台芸術	67	5 7.5	11 16.4	10 14.9	1 1.5	2 3.0	10 14.9	2 3.0	1 1.5	4 6.0	1 1.5	2 3.0	24 35.8	18 26.9
音楽	66	11 16.7	5 7.6	11 16.7	5 7.6	10 15.2	7 10.6	7 10.6	1 1.5	3 4.5	10 15.2	4 6.1	21 31.8	8 12.1
映画・ビデオ・写真	100	28 28.0	19 19.0	20 20.0	11 11.0	14 14.0	14 14.0	14 14.0	2 2.0	13 13.0	7 7.0	6 6.0	20 20.0	8 8.0
テレビ・ラジオ	104	33 31.7	11 10.6	15 14.4	5 4.8	8 7.7	8 7.7	6 5.8	1 1.0	6 5.8	7 6.7	5 4.8	38 36.5	9 8.7
アニメ	46	21 45.7	7 15.2	6 13.0	3 6.5	5 10.9	6 13.0	7 15.2	2 4.3	4 8.7	5 10.9	2 4.3	9 19.6	3 6.5
ゲーム	21	12 57.1	4 19.0	4 19.0	2 9.5	6 28.6	3 14.3	5 23.8	—	1 4.8	1 4.8	1 4.8	—	1 4.8
ファッション	67	17 25.4	13 19.4	11 16.4	12 17.9	8 11.9	8 11.9	16 23.9	—	7 10.4	2 3.0	—	14 20.9	4 6.0
デザイン (グラフィック)	152	51 33.6	26 17.1	23 15.1	23 15.1	26 17.1	24 15.8	3 2.0	—	23 15.1	5 3.3	9 5.9	37 24.3	11 7.2
デザイン (インダストリアル)	50	20 40.0	3 6.0	—	7 14.0	12 24.0	1 2.0	5 10.0	2 4.0	2 4.0	3 6.0	2 4.0	12 24.0	4 8.0
デザイン (その他)	125	29 23.2	24 19.2	21 16.8	15 12.0	14 11.2	23 18.4	10 8.0	3 2.4	19 15.2	7 5.6	5 4.0	41 32.8	11 8.8
広告	115	29 25.2	17 14.8	18 15.7	13 11.3	14 12.2	13 11.3	2 1.7	2 1.7	11 9.6	10 8.7	2 1.7	40 34.8	11 9.6
出版	144	14 9.7	15 10.4	18 12.5	10 6.9	12 8.3	21 14.6	24 16.7	1 0.7	7 4.9	10 6.9	2 1.4	44 30.6	23 16.0
工芸	53	1 1.9	10 18.9	4 7.5	2 3.8	9 17.0	5 9.4	7 13.2	1 1.9	3 5.7	—	1 1.9	22 41.5	11 20.8
その他	45	5 11.1	6 13.3	6 13.3	4 8.9	6 13.3	4 8.9	4 8.9	1 2.2	5 11.1	—	2 4.4	20 44.4	4 8.9

f) クリエイティブ系事業で活用している人材

○ プロデューサー系人材の所属をみると、全体では「自社（経営者を含む）の社員」（63.5%）、「クライアント先」（14.3%）、「外注先」（8.9%）の順に多い。（図表 29）

図表 29 プロデューサー系人材の所属(複数回答)

	全体	上段：回答数							下段：割合	
		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	1,185	752 63.5	83 7.0	106 8.9	169 14.3	6 0.5	10 0.8	41 3.5	316 26.7	
芸術	30	16 53.3	2 6.7	1 3.3	1 3.3	—	1 3.3	—	13 43.3	
舞台芸術	67	40 59.7	3 4.5	3 4.5	9 13.4	—	1 1.5	4 6.0	18 26.9	
音楽	66	50 75.8	7 10.6	12 18.2	9 13.6	—	1 1.5	1 1.5	12 18.2	
映画・ビデオ・写真	100	65 65.0	8 8.0	10 10.0	20 20.0	1 1.0	1 1.0	3 3.0	22 22.0	
テレビ・ラジオ	104	67 64.4	15 14.4	14 13.5	18 17.3	—	1 1.0	2 1.9	23 22.1	
アニメ	46	30 65.2	2 4.3	1 2.2	5 10.9	—	—	1 2.2	15 32.6	
ゲーム	21	17 81.0	2 9.5	3 14.3	7 33.3	1 4.8	—	—	3 14.3	
ファッション	67	44 65.7	4 6.0	4 6.0	4 6.0	—	—	1 1.5	18 26.9	
デザイン（グラフィック）	152	97 63.8	8 5.3	11 7.2	28 18.4	1 0.7	—	2 1.3	39 25.7	
デザイン（インダストリアル）	50	36 72.0	—	1 2.0	6 12.0	1 2.0	—	—	13 26.0	
デザイン（その他）	125	77 61.6	8 6.4	13 10.4	19 15.2	—	—	4 3.2	36 28.8	
広告	115	75 65.2	9 7.8	20 17.4	22 19.1	1 0.9	—	8 7.0	24 20.9	
出版	144	97 67.4	12 8.3	9 6.3	17 11.8	1 0.7	1 0.7	4 2.8	39 27.1	
工芸	53	15 28.3	—	2 3.8	1 1.9	—	2 3.8	9 17.0	28 52.8	
その他	45	26 57.8	3 6.7	2 4.4	3 6.7	—	2 4.4	2 4.4	13 28.9	

- プロデューサー系人材について重視する学歴・実績等（点数）をみると、全体では「職種としての能力」（0.8）、
「事業分野での業務経験、実績」（0.7）となっている。
項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。（図表 30）
・「事業分野での学歴、教育歴」・・・デザイン（インダストリアル）（0.1）

図表 30 プロデューサー系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、教 育歴	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	-0.2	0.7	-0.4	0.8	0.3	0.0
芸術	-0.4	0.4	-0.2	0.9	-0.2	0.1
舞台芸術	-0.3	0.5	-0.6	0.8	0.0	-0.1
音楽	-0.3	0.8	-0.3	0.8	0.5	0.1
映画・ビデオ・写真	-0.2	0.7	-0.5	0.9	0.4	0.1
テレビ・ラジオ	-0.2	0.7	-0.4	0.8	0.5	0.1
アニメ	-0.1	0.8	-0.4	0.9	0.6	0.0
ゲーム	-0.5	0.9	-0.6	1.0	0.3	-0.1
ファッション	-0.1	0.6	-0.7	0.8	0.3	0.1
デザイン（グラフィック）	-0.2	0.6	-0.4	0.9	0.4	-0.1
デザイン（インダストリアル）	0.1	0.8	-0.2	0.9	0.3	-0.2
デザイン（その他）	-0.1	0.7	-0.2	0.8	0.3	0.0
広告	-0.2	0.6	-0.4	0.8	0.3	-0.2
出版	-0.2	0.6	-0.6	0.9	0.2	-0.2
工芸	-0.3	0.1	-0.3	0.6	0.2	-0.1
その他	-0.2	0.6	-0.6	0.8	0.2	-0.3

注：「点数」はプロデューサーとクリエイターに重視するものを回答した回答者数に一定数を掛けて（「重視している×1」「どちらでもない×0」「重視していない×-1」）合計数を出し、各項目の「いない・わからない」「無回答」を除いた回答者数で除算した値

○ プロデューサー系人材について重視する能力をみると、全体では「理解力」(55.9%)、「実行力」(53.0%)、「知識力」(52.6%)の順に多い。(図表 31)

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。

- ・「理解力」・・・ゲーム (N=21) (81.0%)、広告 (67.0%)
- ・「実行力」・・・ゲーム (N=21) (85.7%)、音楽 (68.2%)
- ・「提案力」・・・広告 (62.6%)、デザイン (グラフィック) (60.5%)
- ・「プロデュース力」・・・音楽 (60.6%)
- ・「コミュニケーション力」・・・「広告」(61.7%)、アニメ (58.7%)
- ・「マネジメント力」・・・広告 (63.5%)、デザイン (インダストリアル) (62.0%)

図表 31 プロデューサー系人材について重視する能力(複数回答)

	全体	上段：回答数											下段：割合	
		理解力	知識力	分析力	発想力	技術力	提案力	プロデュース力	コミュニケーション力	マネジメント力	ストレスコントロール力	実行力	わからない	無回答
全体	1,185	662 55.9	623 52.6	583 49.2	588 49.6	328 27.7	591 49.9	575 48.5	567 47.8	574 48.4	339 28.6	628 53.0	72 6.1	310 26.2
芸術	30	12 40.0	14 46.7	11 36.7	11 36.7	9 30.0	11 36.7	8 26.7	10 33.3	8 26.7	6 20.0	15 50.0	2 6.7	12 40.0
舞台芸術	67	31 46.3	30 44.8	23 34.3	30 44.8	16 23.9	28 41.8	26 38.8	27 40.3	26 38.8	16 23.9	33 49.3	5 7.5	22 32.8
音楽	66	43 65.2	41 62.1	36 54.5	40 60.6	22 33.3	36 54.5	40 60.6	32 48.5	36 54.5	21 31.8	45 68.2	2 3.0	10 15.2
映画・ビデオ・写真	100	57 57.0	56 56.0	44 44.0	47 47.0	19 19.0	41 41.0	49 49.0	40 40.0	44 44.0	23 23.0	47 47.0	5 5.0	22 22.0
テレビ・ラジオ	104	60 57.7	55 52.9	53 51.0	56 53.8	23 22.1	53 51.0	60 57.7	57 54.8	52 50.0	32 30.8	58 55.8	7 6.7	23 22.1
アニメ	46	24 52.2	25 54.3	22 47.8	22 47.8	7 15.2	22 47.8	21 45.7	27 58.7	25 54.3	15 32.6	27 58.7	2 4.3	15 32.6
ゲーム	21	17 81.0	16 76.2	14 66.7	15 71.4	8 38.1	15 71.4	18 85.7	17 81.0	15 71.4	14 66.7	18 85.7	1 4.8	3 14.3
ファッション	67	35 52.2	37 55.2	35 52.2	31 46.3	19 28.4	35 52.2	27 40.3	31 46.3	28 41.8	16 23.9	35 52.2	1 1.5	20 29.9
デザイン (グラフィック)	152	94 61.8	86 56.6	86 56.6	87 57.2	58 38.2	92 60.5	85 55.9	85 55.9	91 59.9	52 34.2	85 55.9	6 3.9	36 23.7
デザイン (インダストリアル)	50	32 64.0	31 62.0	32 64.0	28 56.0	14 28.0	27 54.0	29 58.0	26 52.0	31 62.0	18 36.0	30 60.0	3 6.0	11 22.0
デザイン (その他)	125	75 60.0	67 53.6	71 56.8	63 50.4	44 35.2	64 51.2	67 53.6	62 49.6	68 54.4	39 31.2	68 54.4	9 7.2	27 21.6
広告	115	77 67.0	65 56.5	67 58.3	59 51.3	34 29.6	72 62.6	64 55.7	71 61.7	73 63.5	39 33.9	69 60.0	7 6.1	26 22.6
出版	144	73 50.7	69 47.9	63 43.8	68 47.2	36 25.0	64 44.4	57 39.6	63 43.8	54 37.5	32 22.2	67 46.5	10 6.9	42 29.2
工芸	53	11 20.8	12 22.6	9 17.0	15 28.3	9 17.0	11 20.8	10 18.9	9 17.0	10 18.9	9 17.0	12 22.6	9 17.0	26 49.1
その他	45	21 46.7	19 42.2	17 37.8	16 35.6	10 22.2	20 44.4	14 31.1	10 22.2	13 28.9	7 15.6	19 42.2	3 6.7	15 33.3

○ プロデューサー系人材の育成方法をみると、全体では「対象者がいないので行っていない」(20.9%)、「OJT」(17.9%)、「対象者はいるが行っていない」(16.0%)の順に多い。(図表 32)

図表 32 プロデューサー系人材の育成方法(複数回答)

	上段：回答数 下段：割合								
	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	1,185	212 17.9	121 10.2	86 7.3	32 2.7	22 1.9	190 16.0	248 20.9	413 34.9
芸術	30	5 16.7	3 10.0	2 6.7	2 6.7	1 3.3	3 10.0	4 13.3	15 50.0
舞台芸術	67	5 7.5	10 14.9	4 6.0	4 6.0	—	13 19.4	10 14.9	27 40.3
音楽	66	9 13.6	4 6.1	3 4.5	—	2 3.0	10 15.2	25 37.9	15 22.7
映画・ビデオ・写真	100	15 15.0	8 8.0	7 7.0	3 3.0	2 2.0	16 16.0	21 21.0	37 37.0
テレビ・ラジオ	104	24 23.1	17 16.3	4 3.8	4 3.8	3 2.9	14 13.5	23 22.1	30 28.8
アニメ	46	12 26.1	6 13.0	2 4.3	2 4.3	1 2.2	5 10.9	5 10.9	19 41.3
ゲーム	21	10 47.6	2 9.5	2 9.5	—	1 4.8	3 14.3	2 9.5	4 19.0
ファッション	67	12 17.9	4 6.0	7 10.4	2 3.0	1 1.5	12 17.9	8 11.9	27 40.3
デザイン(グラフィック)	152	21 13.8	13 8.6	11 7.2	3 2.0	2 1.3	29 19.1	33 21.7	50 32.9
デザイン(インダストリアル)	50	10 20.0	5 10.0	6 12.0	3 6.0	2 4.0	10 20.0	8 16.0	16 32.0
デザイン(その他)	125	23 18.4	13 10.4	11 8.8	5 4.0	5 4.0	11 8.8	32 25.6	43 34.4
広告	115	29 25.2	15 13.0	13 11.3	—	—	23 20.0	21 18.3	34 29.6
出版	144	27 18.8	17 11.8	9 6.3	1 0.7	1 0.7	30 20.8	28 19.4	51 35.4
工芸	53	1 1.9	—	—	—	—	5 9.4	17 32.1	29 54.7
その他	45	9 20.0	4 8.9	5 11.1	2 4.4	1 2.2	6 13.3	11 24.4	16 35.6

○ クリエイター系人材の所属をみると、全体では「自社（経営者を含む）の社員」（70.5%）、「外注先」（29.0%）、「自社で活用するフリーランス」（27.3%）の順に多い。（図表 33）

図表 33 クリエイター系人材の所属（複数回答）

	全体	上段：回答数							下段：割合	
		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	1,185	835 70.5	324 27.3	344 29.0	93 7.8	8 0.7	13 1.1	23 1.9	201 17.0	
芸術	30	15 50.0	6 20.0	4 13.3	2 6.7	1 3.3	1 3.3	—	11 36.7	
舞台芸術	67	39 58.2	21 31.3	15 22.4	7 10.4	1 1.5	1 1.5	3 4.5	17 25.4	
音楽	66	32 48.5	16 24.2	18 27.3	8 12.1	—	2 3.0	—	23 34.8	
映画・ビデオ・写真	100	67 67.0	32 32.0	33 33.0	10 10.0	2 2.0	1 1.0	3 3.0	15 15.0	
テレビ・ラジオ	104	79 76.0	38 36.5	32 30.8	6 5.8	—	1 1.0	—	14 13.5	
アニメ	46	34 73.9	16 34.8	17 37.0	2 4.3	—	—	—	6 13.0	
ゲーム	21	18 85.7	12 57.1	11 52.4	3 14.3	—	—	—	2 9.5	
ファッション	67	54 80.6	17 25.4	17 25.4	3 4.5	—	1 1.5	—	8 11.9	
デザイン（グラフィック）	152	131 86.2	40 26.3	50 32.9	8 5.3	—	—	—	12 7.9	
デザイン（インダストリアル）	50	43 86.0	5 10.0	5 10.0	4 8.0	—	—	—	7 14.0	
デザイン（その他）	125	104 83.2	33 26.4	32 25.6	8 6.4	—	1 0.8	2 1.6	15 12.0	
広告	115	72 62.6	32 27.8	50 43.5	17 14.8	—	—	4 3.5	18 15.7	
出版	144	98 68.1	43 29.9	49 34.0	10 6.9	2 1.4	1 0.7	3 2.1	23 16.0	
工芸	53	18 34.0	3 5.7	2 3.8	1 1.9	1 1.9	2 3.8	6 11.3	25 47.2	
その他	45	31 68.9	10 22.2	9 20.0	4 8.9	1 2.2	2 4.4	2 4.4	5 11.1	

- クリエイター系人材について重視する学歴・実績等（点数）をみると、全体では「職種としての能力」（0.9）、
「事業分野での業務経験、実績」（0.6）が、プロデューサー系人材と同様に重視されている。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。（図表 34）

- ・「事業分野でのコンテスト等受賞歴」・・・芸術（0.3）

図表 34 クリエイター系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、教育歴	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	-0.1	0.6	-0.4	0.9	0.0	0.0
芸術	-0.3	0.6	0.3	0.8	0.0	0.1
舞台芸術	-0.2	0.5	-0.4	0.7	-0.2	-0.2
音楽	-0.3	0.7	-0.1	0.9	0.2	0.1
映画・ビデオ・写真	-0.2	0.6	-0.3	0.8	0.0	0.2
テレビ・ラジオ	-0.2	0.7	-0.5	0.9	0.2	0.2
アニメ	-0.2	0.6	-0.4	0.9	0.0	0.1
ゲーム	-0.1	0.9	-0.5	1.0	-0.2	-0.2
ファッション	-0.1	0.6	-0.6	0.9	0.0	0.1
デザイン（グラフィック）	-0.1	0.7	-0.4	0.9	0.0	-0.1
デザイン（インダストリアル）	0.2	0.7	-0.2	1.0	-0.1	-0.4
デザイン（その他）	0.0	0.7	-0.2	0.8	0.0	-0.2
広告	-0.1	0.6	-0.3	0.8	-0.1	-0.1
出版	-0.3	0.6	-0.6	0.9	0.0	-0.1
工芸	0.1	0.5	0.0	0.8	-0.1	-0.2
その他	-0.2	0.5	-0.4	0.7	-0.3	-0.3

注：「点数」はプロデューサーとクリエイターに重視するものを回答した回答者数に一定数を掛けて（「重視している×1」「どちらでもない×0」「重視していない×-1」）合計数を出し、各項目の「いない・わからない」「無回答」を除いた回答者数で除算した値

○ クリエイター系人材について重視する能力をみると、全体では「技術力」(71.7%)、「発想力」(68.7%)、「知識力」(57.9%)の順となっている。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 35)

- ・「技術力」・・・アニメ(91.3%)、デザイン(インダストリアル)(88.0%)、デザイン(グラフィック)(86.8%)
- ・「発想力」・・・デザイン(グラフィック)(86.2%)
- ・「分析力」・・・ファッション(61.2%)
- ・「提案力」・・・デザイン(インダストリアル)(66.0%)、ゲーム(N=21)(61.9%)、
- ・「ストレスコントロール力」・・・ゲーム(N=21)(57.1%)、アニメ(47.8%)

図表 35 クリエイター系人材について重視する能力(複数回答)

	全体	上段：回答数 下段：割合												
		理解力	知識力	分析力	発想力	技術力	提案力	プロデュース力	コミュニケーション力	マネジメント力	ストレスコントロール力	実行力	いない・わからない	無回答
全体	1,185	656 55.4	686 57.9	468 39.5	814 68.7	850 71.7	519 43.8	207 17.5	584 49.3	285 24.1	348 29.4	640 54.0	38 3.2	177 14.9
芸術	30	13 43.3	16 53.3	11 36.7	16 53.3	18 60.0	9 30.0	6 20.0	11 36.7	7 23.3	6 20.0	13 43.3	3 10.0	7 23.3
舞台芸術	67	28 41.8	34 50.7	18 26.9	34 50.7	41 61.2	16 23.9	8 11.9	26 38.8	12 17.9	19 28.4	31 46.3	4 6.0	16 23.9
音楽	66	28 42.4	33 50.0	27 40.9	40 60.6	38 57.6	20 30.3	16 24.2	32 48.5	17 25.8	18 27.3	35 53.0	2 3.0	17 25.8
映画・ビデオ・写真	100	58 58.0	59 59.0	29 29.0	64 64.0	76 76.0	36 36.0	10 10.0	45 45.0	13 13.0	23 23.0	51 51.0	2 2.0	10 10.0
テレビ・ラジオ	104	66 63.5	73 70.2	49 47.1	73 70.2	67 64.4	50 48.1	27 26.0	67 64.4	28 26.9	37 35.6	63 60.6	3 2.9	14 13.5
アニメ	46	24 52.2	26 56.5	16 34.8	37 80.4	42 91.3	17 37.0	5 10.9	28 60.9	13 28.3	22 47.8	26 56.5	—	2 4.3
ゲーム	21	14 66.7	16 76.2	11 52.4	16 76.2	17 81.0	13 61.9	4 19.0	16 76.2	8 38.1	12 57.1	17 81.0	—	2 9.5
ファッション	67	38 56.7	47 70.1	41 61.2	51 76.1	53 79.1	38 56.7	14 20.9	34 50.7	16 23.9	14 20.9	38 56.7	—	4 6.0
デザイン(グラフィック)	152	109 71.7	99 65.1	68 44.7	131 86.2	132 86.8	78 51.3	34 22.4	91 59.9	51 33.6	54 35.5	103 67.8	3 2.0	11 7.2
デザイン(インダストリアル)	50	32 64.0	34 68.0	25 50.0	41 82.0	44 88.0	33 66.0	12 24.0	33 66.0	13 26.0	19 38.0	32 64.0	1 2.0	4 8.0
デザイン(その他)	125	69 55.2	69 55.2	45 36.0	87 69.6	94 75.2	72 57.6	20 16.0	65 52.0	32 25.6	44 35.2	75 60.0	4 3.2	12 9.6
広告	115	75 65.2	65 56.5	49 42.6	81 70.4	79 68.7	50 43.5	19 16.5	54 47.0	31 27.0	30 26.1	59 51.3	5 4.3	21 18.3
出版	144	66 45.8	73 50.7	54 37.5	89 61.8	92 63.9	54 37.5	20 13.9	56 38.9	30 20.8	36 25.0	62 43.1	5 3.5	29 20.1
工芸	53	13 24.5	17 32.1	11 20.8	26 49.1	28 52.8	16 30.2	5 9.4	11 20.8	3 5.7	6 11.3	17 32.1	4 7.5	20 37.7
その他	45	23 51.1	25 55.6	14 31.1	28 62.2	29 64.4	17 37.8	7 15.6	15 33.3	11 24.4	8 17.8	18 40.0	2 4.4	8 17.8

○ クリエイター系人材の育成方法をみると、全体では「対象者はいるが行っていない」(19.8%)、「OJT」(18.9%)「対象者がいないので行っていない」(18.3%)の順に多い。

項目毎にみた、平均より高い主な分野は次のとおり。(図表 36)

- ・「OJT」・・・ゲーム (N=21) (52.4%)、アニメ (30.4%)
- ・「社内研修の実施」・・・アニメ (37.0%)、テレビ・ラジオ (34.6%)、ゲーム (N=21) (33.3%)

図表 36 クリエイター系人材の育成方法(複数回答)

	上段：回答数 下段：割合								
	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	1,185	224 18.9	216 18.2	152 12.8	48 4.1	41 3.5	235 19.8	217 18.3	264 22.3
芸術	30	3 10.0	7 23.3	2 6.7	3 10.0	2 6.7	3 10.0	4 13.3	10 33.3
舞台芸術	67	5 7.5	17 25.4	7 10.4	6 9.0	2 3.0	9 13.4	10 14.9	22 32.8
音楽	66	5 7.6	4 6.1	2 3.0	1 1.5	1 1.5	9 13.6	24 36.4	21 31.8
映画・ビデオ・写真	100	15 15.0	16 16.0	10 10.0	4 4.0	5 5.0	27 27.0	17 17.0	22 22.0
テレビ・ラジオ	104	27 26.0	36 34.6	10 9.6	6 5.8	5 4.8	13 12.5	17 16.3	18 17.3
アニメ	46	14 30.4	17 37.0	4 8.7	2 4.3	1 2.2	7 15.2	5 10.9	6 13.0
ゲーム	21	11 52.4	7 33.3	2 9.5	—	1 4.8	4 19.0	1 4.8	2 9.5
ファッション	67	10 14.9	8 11.9	13 19.4	6 9.0	2 3.0	20 29.9	5 7.5	12 17.9
デザイン (グラフィック)	152	23 15.1	32 21.1	16 10.5	5 3.3	5 3.3	40 26.3	28 18.4	21 13.8
デザイン (インダストリアル)	50	14 28.0	10 20.0	11 22.0	5 10.0	3 6.0	14 28.0	5 10.0	8 16.0
デザイン (その他)	125	31 24.8	22 17.6	27 21.6	4 3.2	6 4.8	18 14.4	25 20.0	22 17.6
広告	115	26 22.6	14 12.2	19 16.5	2 1.7	3 2.6	22 19.1	21 18.3	30 26.1
出版	144	31 21.5	21 14.6	24 16.7	2 1.4	2 1.4	33 22.9	24 16.7	35 24.3
工芸	53	—	1 1.9	—	1 1.9	2 3.8	6 11.3	21 39.6	22 41.5
その他	45	9 20.0	4 8.9	5 11.1	1 2.2	1 2.2	10 22.2	10 22.2	13 28.9



古紙配合率70%
白色度70%再生紙を使用しています