

# 創造産業の潮流②

## 特性が際だつ政令指定都市



社会研究部門 吉本 光宏

mitch@nli-research.co.jp

創造産業（Creative Industry）への関心が高まるようになって久しい。英国の文化・メディア・スポーツ省が、1998年に13分野の創造産業を定義し、マッピング調査の結果を公表して以降、世界各地の国々や都市・自治体が創造産業の将来性に注目し、英国定義をモデルに創造産業に関するマッピング調査を行っている<sup>(注1)</sup>。

基礎研Reportでも、2003年11月号で、英国モデルを参考に、日本の創造産業のマッピングを試み、その振興に向けた課題や方向性を考察した（以下「03年レポート」）<sup>(注2)</sup>。しかし、既存統計を活用するため、平成5年改定の日本標準産業分類（以下「H5年版産業分類」）を用いざるを得なかったことから、創造産業の特定には課題が残されていた。その後、日本標準産業分類は二度にわたって改定され、創造産業の抽出精度をかなり高めることが可能になった。

そこで本稿では、まずH19年の第12回改定で定められた日本標準産業分類（以下「H19年版産業分類」）に基づいて、再度、創造産業の抽出、特定を試みた。その上で、平成18年事業所・企業統計調査の結果から、日本の創造産業全体の動向を把握した。

一方、創造産業と同様、1990年代後半に英国で誕生した創造都市の考え方は、世界を席卷する勢いで拡大しており、日本でも創造都市の考え方を政策に取り入れる都市が増えている。諸外国の例を見ても、創造産業に関する都市ごとの特性を把握することは、各都市の創造都市政策の基礎になると考えられることから、本稿では、全国の動向に加え、政令指定都市の創造産業の事業所数、従業者数の比較・分析を行った。

### 1—日本標準産業分類と創造産業

03年レポートで用いたH5年版産業分類は、H14年にも産業小分類、細分類の改定が行われたが、H19年改定の結果、小分類で529（H14年改定から109の増加）、細分類で1,445（同186の増加）の産業が定義されている。

その結果、測量業と分離できなかった建築設計業が単独産業として特定できたり、アニメーション制作業やカラオケボックス業、ゲームソフトウェア業など、日本の特徴的な創造産業の動態が把握できたりするようになった<sup>(注3)</sup>。

H19年版産業分類の細分類に基づいて、創造産業を抽出・特定した結果は図表-1に示したとおりである。03年レポートでは、英国定義の工芸に対応するため、漆器製造業を一分野として扱ったが、産業規模が小さいことから、今回は、美術や骨董品と統合し、書道や生け花、茶道など日本の独自文化の教授業とあわせて「③工芸、美術・骨董品、生活文化」とした。

また03年レポートでは映像と音楽を分離することができなかったが、産業細分類を映画・映像系のものと同音楽系のものに振り分け、写真を加えた「⑤映画・映像・写真」と「⑥音楽」を設定した。さらに、創造産業の裾野を広く捉えるため、03年レポート同様これら二つの産業に

[図表-1] 日本標準産業分類（平成19年11月改定）に基づいた創造産業の分類

<b>①広告</b>		
731 広告業		
7311		広告業
415 広告制作業		
4151		広告制作業
<b>②建築設計</b>		
742 土木建築サービス業		
7421	74A	建築設計業
<b>③工芸・美術・骨董品・生活文化</b>		
327 漆器製造業		
3271		漆器製造業
609 他に分類されない小売業		
6097	60E	骨董品小売業
6098	60E	中古品小売業（骨とう品を除く）
821 社会教育		
8213	82C	博物館、美術館
824 教養・技能教授所		
8242	82G	書道教授業
8243	82H	生花・茶道教授業
8249	82M	その他の教養・技能教授業
備考	美術品小売業は、名刺小売業、印章小売業、造花小売業、標本小売業、古切手小売業などとともに、[6099]他に分類されないその他の小売業に含まれており、抽出不可能なため、ここには含まれていない。事業所・企業統計調査では、[6097]と[6098]の合計が中古品小売業[60E]として掲載されているため、両者を分離した把握は不可能。	
<b>④デザイン</b>		
726 デザイン業		
7261		デザイン業
<b>⑤映画・映像・写真</b>		
411 映像情報制作・配給業		
4111		映画・ビデオ制作業（テレビジョン番組制作業、アニメーション制作業を除く）
4112		テレビ番組制作業（アニメーション制作業を除く）
4113		アニメーション制作業
4114		映画・ビデオ・テレビジョン番組配給業
416 映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業		
4169	41B	その他の映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業
801 映画館		
8011		映画館
709 その他の物品賃貸業		
7092	70A	音楽・映像記録物賃貸業（別掲を除く）
746 写真業		
7461		写真業（商業写真業を除く）
7462		商業写真業
799 他に分類されない生活関連サービス業		
7993	79D	写真現像・焼付業
備考	事業所・企業統計調査では、[4111]から[4114]の個別データは掲載されていないため、[4112]は本来⑩テレビ・ラジオに属し、[4114]にも⑩テレビ・ラジオ関連の産業が含まれているが、⑤映画・映像・写真に分類した。[7092]には一部⑦音楽関連の産業も含まれている。	
<b>⑥音楽</b>		
329 他に分類されない製造業		
3296	32C	情報記録物製造業（新聞、書籍等の印刷物を除く）
412 音声情報制作業		
4121		レコード制作業
4122		ラジオ番組制作業
607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業		
6073	60C	楽器小売業
824 教養・技能教授業		
8241	82F	音楽教授業
809 その他の娯楽業		
8095	80N	カラオケボックス業
備考	[3296]にはビデオディスクなど一部⑤映画・映像・写真関連の産業も含まれている。[4122]は本来⑩テレビ・ラジオに属する産業だが、事業所・企業統計調査では[4121]とあわせて[412]のデータのみ掲載されているため、⑥音楽に分類した。[6073]の楽器小売業にはレコードやCD販売業が含まれるため⑥音楽に分類した。	

<b>⑦舞台芸術</b>		
802 興行場（別掲を除く）、興行団		
8021		劇場
8022		興行場
8023		劇団
8024		楽団・舞踊団
8025		演芸・スポーツ等興行団
951 集会場		
9511		集会場（県民会館；文化会館；公会堂等）
備考	[8021][8024]には一部⑥音楽関連の産業も含まれている。[8023]には一部⑥音楽、⑩テレビ・ラジオ関連の産業も含まれている。[8022][8025]には相撲、ボクシング、プロ野球、プロサッカーなども含まれている点には留意が必要。事業所・企業統計調査では[8021]から[8025]は個別データが掲載されていないため、[802]全体を⑦舞台芸術に分類した。[9511]には勤労会館や婦人会館も含まれる。	
<b>⑧芸術家・学術・文化団体</b>		
727 著述・芸術家業		
7271		著述家業
7272		芸術家業
933 学術・文化団体		
9331		学術団体
9332		文化団体
備考	[7271]には一部⑥映画、⑧舞台芸術関連の、[7272]には一部⑥映画、⑦音楽、⑧舞台芸術関連の産業が含まれる。事業所・企業統計調査では[9331][9332]の個別データが掲載されていないため、[9331]学術団体もこの分類に含めることとした。	
<b>⑨出版</b>		
413 新聞業		
4131		新聞業
414 出版業		
4141		出版業
416 映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業		
4161	41A	ニュース供給業
備考	[4161]には一部⑩テレビ・ラジオ関連の産業が含まれる。	
<b>⑩コンピュータ・ソフトウェア</b>		
391 ソフトウェア業		
3911		受託開発ソフトウェア業
3912		組込みソフトウェア業
3913		パッケージソフトウェア業
3914		ゲームソフトウェア業
401 インターネット附随サービス業		
4011		ポータルサイトサーバー運営業
4012		アプリケーション・サービス・コンテンツ・プロバイダ
4013		インターネット利用サポート業
607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業		
6072	60B	がん具・娯楽用品小売業
806 遊戯場		
8065	80L	ゲームセンター
備考	[6072]にはテレビゲーム機、ゲーム用ソフト小売業も含まれるため、⑩コンピュータ・ソフトウェアに含めることとした。	
<b>⑪テレビ・ラジオ</b>		
381 公共放送業（有線放送を除く）		
3811		公共放送業（有線放送を除く）
382 民間放送業（有線放送を除く）		
3821		テレビジョン放送業（衛星放送業を除く）
3822		ラジオ放送業（衛星放送業を除く）
3823		衛星放送業
3829		その他の民間放送業
383 有線放送業		
3831		有線テレビジョン放送業
3832		有線ラジオ放送業

(注) 3桁の数字は小分類、4桁の数字は細分類、60Eなど2桁の数字とアルファベットの組み合わせは、事業所・企業統計調査に掲載された産業細分類の単位（複数の細分類の合計として掲載されているケースもある）

(資料) 日本標準産業分類（平成19年11月改訂版）に基づいて作成

は販売、賃貸業を加え、「③工芸、美術・骨董品、生活文化」「⑥音楽」については当該分野の教授業も加えることとした<sup>(注4)</sup>。

## 2—日本の創造産業の現状

### 1 | 国全体の動向

平成18年度事業所・企業調査によれば、2006年の国内の創造産業の事業所数は25万件、従業者数は219万人で、全産業に占める割合はそれぞれ4.4%、4.0%となっている。参考までに英国の創造産業の事業所数は、2008年で15万7,400件、全産業に占める割合は7.3%である<sup>(注5)</sup>。創造産業の定義が同一でないとは言え、この数字だけを見ると、日本の創造産業の割合は英国よりかなり低い水準にとどまっている。

業種別のシェアをみると、事業所数では「③工芸、美術・骨董品、生活文化」の割合が24.8%と最も高く、次いで「②建築設計」「⑩コンピュータ・ソフトウェア」と続く。従業者数では「⑩コンピュータ・ソフトウェア」が38.8%で最も高く、「②建築設計」「⑤映画・映像・写真」と続き、日本の創造産業の従業者の5人に2人はコンピュータ・ソフトウェア業に従事している。

「③工芸等」の事業所数が多いのは全国に分布する生活文化の教授業の影響と考えられる。

2001年からの推移をみると、04年にかけて事業所数では8.2ポイント、従業員数で4.0ポイントのマイナスとなっているが、04年から06年にかけては、それぞれ1.3ポイント、7.0ポイントのプラスに転じている。01から06年の全産業の推移と比較すると、創造産業は事業所数では全産業と同程度の落ち込みとなっているが、従業者数では、全産業が1.3ポイントのマイナスであるのに対し、創造産業は2.7ポイントのプラスで、産業全般が停滞する中において創造産業の従業者数は拡大していることがわかる。

中でも成長が著しい産業は、「その他情報制作に付帯するサービス [4169]」（01-06年、事業所数で153.4ポイント、従業員数で116.3ポイントのプラス）、「音声情報制作業 [412]」（同、145.3ポイント、39.5ポイント）、「インターネット付随サービス業 [401]」（同、287.5ポイント、468.0ポイント）などで、⑤映画・映像・写真、⑥音楽、⑩コンピュータ・ソフトウェアの3分野の中に、急速に成長している創造産業のあることがわかる。

[図表-2] 日本の創造産業の現状と推移（2001-06年、民間事業所）

	事業所数					従業者数				
	2006年	シェア	増減率 (%)			2006年	シェア	増減率 (%)		
			01-04年	04-06年	01-06年			01-04年	04-06年	01-06年
①広告	13,379	5.3%	-6.9	9.4	1.8	156,231	7.1%	-6.3	3.3	-3.3
②建築設計*	41,245	16.5%	-10.7	0.3	-10.4	244,992	11.2%	-14.8	-3.1	-17.4
③工芸、美術・骨董品、生活文化*	62,161	24.8%	-7.8	1.5	-6.5	191,207	8.7%	-2.1	8.2	6.0
④デザイン	9,904	4.0%	-5.9	5.2	-1.1	47,159	2.2%	-1.1	1.8	0.6
⑤映画・映像・写真	33,018	13.2%	-14.5	-7.6	-21.0	244,419	11.2%	-11.6	2.8	-9.2
⑥音楽*	33,824	13.5%	-4.7	-0.9	-5.5	155,789	7.1%	-5.2	-3.8	-8.8
⑦舞台芸術	4,515	1.8%	-4.1	4.0	-0.2	44,090	2.0%	0.1	0.4	0.5
⑧芸術家、学術・文化団体	2,265	0.9%	-1.1	7.3	6.1	10,887	0.5%	-3.0	4.1	0.9
⑨出版	9,814	3.9%	-4.8	2.0	-2.8	180,659	8.2%	-4.8	0.9	-4.0
⑩コンピュータ・ソフトウェア*	38,400	15.3%	-5.3	8.5	2.7	850,714	38.8%	3.9	17.4	22.0
⑪テレビ・ラジオ	1,647	0.7%	-5.9	0.7	-5.2	64,909	3.0%	-6.4	3.2	-3.4
合計	250,172	100.0%	-8.2	1.3	-7.0	2,191,056	100.0%	-4.0	7.0	2.7
全産業（公務を除く）	5,722,559	—	-6.7	-0.1	-6.8	54,184,428	—	-5.2	4.1	-1.3
全産業に占める割合 (%)	4.4	—	—	—	—	4.0	—	—	—	—

(注) \*印の産業の2001年データについては、一部推計値が含まれている。

(資料) 平成18年度事業所・企業統計調査（新産業分類（平成19年11月改定）による特別集計）に基づいて作成

[図表-3] 政令指定都市の創造産業の現状 (2006年、民間事業所)

	2006年事業所数					2006年従業者数				
	創造産業	全国シェア	全産業	対全産業	特化係数	創造産業	全国シェア	全産業	対全産業	特化係数
札幌市	4,066	1.6%	72,900	5.6%	1.28	41,826	1.9%	780,524	5.4%	1.32
仙台市	2,756	1.1%	45,943	6.0%	1.37	27,385	1.2%	498,333	5.5%	1.36
東京特別区	42,770	17.1%	549,199	7.8%	1.78	768,596	35.0%	6,859,800	11.2%	2.77
横浜市	4,959	2.0%	107,557	4.6%	1.05	65,729	3.0%	1,271,937	5.2%	1.28
川崎市	1,478	0.6%	39,260	3.8%	0.86	32,940	1.5%	459,768	7.2%	1.77
名古屋市	7,236	2.9%	128,419	5.6%	1.29	80,743	3.7%	1,375,262	5.9%	1.45
京都市	3,306	1.3%	77,108	4.3%	0.98	25,888	1.2%	689,074	3.8%	0.93
大阪市	11,678	4.7%	199,853	5.8%	1.34	148,007	6.7%	2,121,613	7.0%	1.72
神戸市	3,345	1.3%	71,469	4.7%	1.07	23,445	1.1%	668,985	3.5%	0.87
広島市	2,863	1.1%	54,051	5.3%	1.21	26,367	1.2%	536,151	4.9%	1.21
北九州市	1,687	0.7%	46,219	3.7%	0.83	13,184	0.6%	419,919	3.1%	0.78
福岡市	4,352	1.7%	69,164	6.3%	1.44	51,586	2.4%	769,900	6.7%	1.66
政令市合計	90,496	36.2%	1,461,142	6.2%	1.42	1,305,696	59.5%	16,451,266	7.9%	1.96
全国	250,330	100.0%	5,722,559	4.4%	1.00	2,193,286	100.0%	54,184,428	4.0%	1.00

(注) 図表-3のデータはH14年版産業分類に基づいているため、創造産業の事業所数、従業者数の全国合計は図表-2と異なっている。

(資料) 平成18年事業所・企業調査に基づいて作成

## 2 | 政令指定都市における創造産業

次に、政令指定都市における創造産業の状況をみてみよう。図表-3は、図表-1の定義に基づいて、政令指定都市の創造産業の事業所数、従業者数を整理したものである。その結果、事業所数で36.2%、従業者数で59.5%の創造産業が12の政令指定都市（東京特別区含む）に立地していることが明らかになった。全産業に占める割合も、事業所数では全国の4.4%に対し、政令市全体では6.2%、従業員数では全国の4.0%に対し、政令市全体では7.9%となっている。

中でも、東京特別区には事業所数で17.1%、従業者数で35.0%の創造産業が集中し、全産業に占める割合も事業所数で7.8%、従業者数で11.2%と他の政令市と比較して極めて高い。

創造産業の特化係数（＝各都市の全産業に占める各創造産業の割合÷全国の全産業に占める各創造産業の割合）をみても、事業所数、従業者数とも最も高いのは東京特別区である。次いで、創造産業全体の特化係数が高いのは、事業所数で福岡、仙台、大阪、従業者数では川崎、大阪、福岡である。逆に政令指定都市の中で創造産業の特化係数が相対的に低いのは、事業所数で北九州、川崎、京都、従業者数では北九州、神

戸、京都である（いずれも特化係数は1.0未満）。

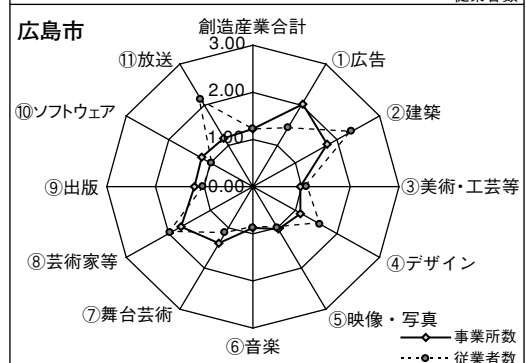
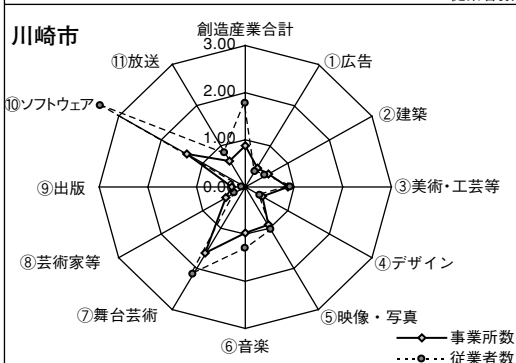
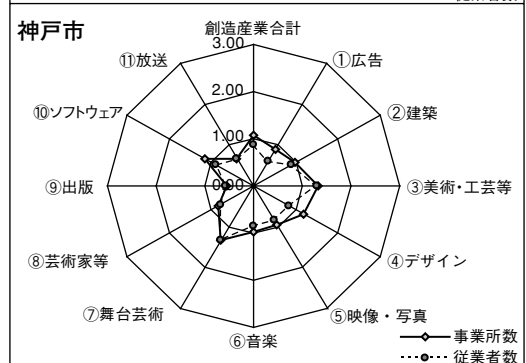
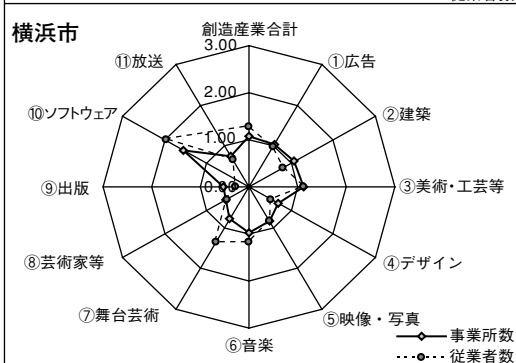
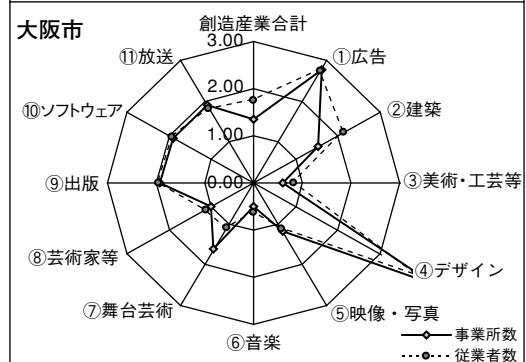
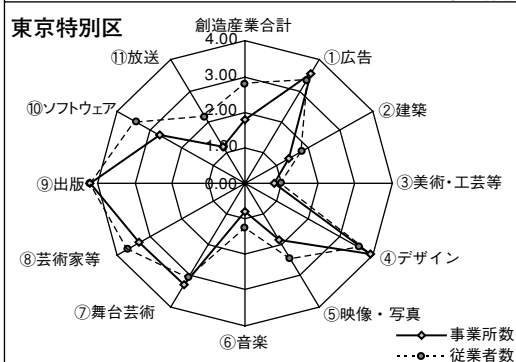
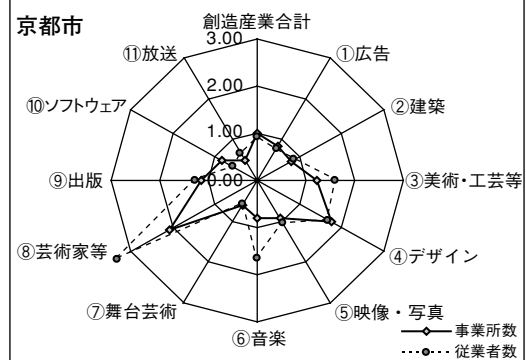
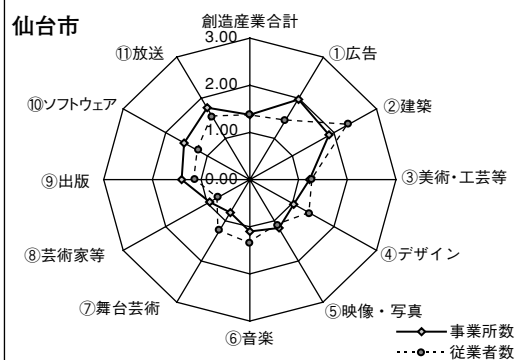
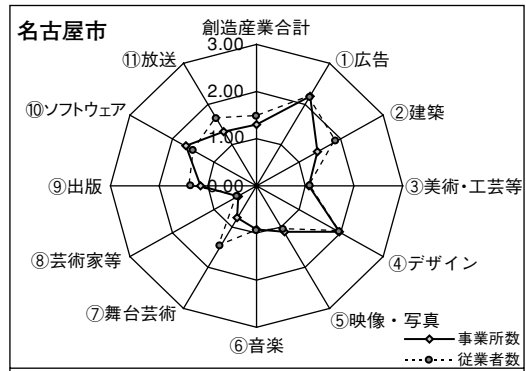
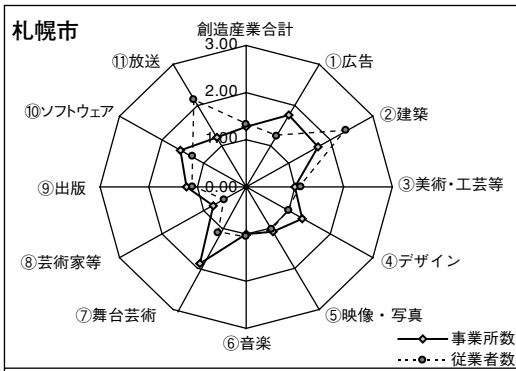
これを、11の創造産業の種類別に図式化してみると、各都市の特性がより鮮明となる。横浜、神戸、北九州はレーダーチャートの面積が小さい上に、特徴的な創造産業が存在していないことがわかる。それぞれ東京特別区、大阪、福岡という創造産業の集積都市に隣接していることが、創造産業の立地を難しくしている要因だと考えられる。

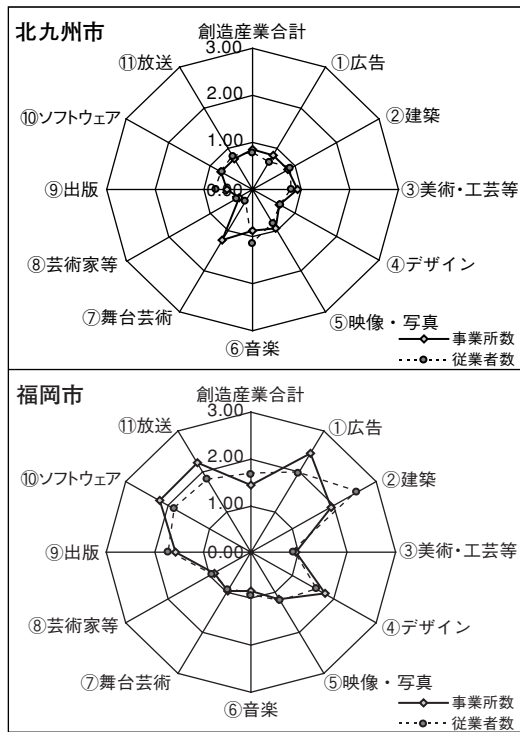
川崎も東京特別区に隣接していることから創造産業全体の事業所数の特化係数は0.86と北九州に次いで低いが、⑩コンピュータ・ソフトウェアの特化係数は事業所数で1.36、従業者数で3.40と高い。創造産業全体でも、川崎の従業者数の特化係数は1.77と東京特別区に続いて高く、⑩コンピュータ・ソフトウェア関係の大規模な事業所の立地する特性が、データでも裏付けられている。

東京特別区以外の都市ごとに特化係数の高い産業（事業所数、就業者数のどちらかが上位3位以内）を列記すると、次のとおりとなる（図表-5参照）。

- 札幌：建築、音楽、舞台芸術、放送
- 仙台：建築、工芸・美術等、映画・映像・

[図表-4] 特化係数から見た政令指定都市の創造産業の特性





(注) 東京特別区のみ最大目盛りが4である。  
 (資料) 平成18年事業所・企業統計調査に基づいて作成

### 写真、音楽、放送

- 川崎：音楽、舞台芸術、コンピュータ・ソフトウェア
- 横浜：音楽、コンピュータ・ソフトウェア
- 名古屋：広告、デザイン、舞台芸術
- 京都：工芸・美術等、音楽、芸術家・学術・文化団体
- 大阪：広告、デザイン、出版、コンピュータ・ソフトウェア、放送
- 神戸：工芸・美術等
- 広島：建築、芸術家・学術・文化団体、放送
- 北九州：該当なし
- 福岡：広告、映画・映像・写真、出版、コンピュータ・ソフトウェア、放送

特化係数は、地域の当該産業の割合を全国の割合と比較した係数であり、事業所数や従業者数のボリュームを示すものではない点に留意が必要だが、政令指定都市の創造産業の振興、あ

[図表-5] 分野別特化係数上位3都市

創造産業分野	事業所数		従業者数	
	都市名	特化係数	都市名	特化係数
①広告	東京	3.53	東京	3.34
	大阪	2.76	大阪	2.72
	福岡	2.45	名古屋	2.17
②建築	福岡	1.90	福岡	2.54
	仙台	1.86	札幌	2.35
	広島	1.76	広島	2.32
③工芸・美術・骨董品 生活文化	神戸	1.32	京都	1.58
	仙台	1.20	神戸	1.30
	京都	1.20	仙台	1.28
④デザイン	大阪	4.24	東京	3.57
	東京	3.95	大阪	3.49
	名古屋	1.94	名古屋	1.94
⑤映画・映像・写真	東京	1.86	東京	2.44
	福岡	1.17	福岡	1.18
	仙台	1.17	仙台	1.11
⑥音楽	仙台	1.09	京都	1.64
	札幌	0.98	仙台	1.33
	横浜	0.98	川崎	1.28
⑦舞台芸術	東京	3.26	東京	3.04
	札幌	1.86	川崎	2.14
	川崎	1.61	名古屋	1.47
⑧芸術家 学術・文化団体	東京	3.30	東京	3.67
	京都	2.06	京都	3.30
	広島	1.68	広島	1.92
⑨出版	東京	4.19	東京	4.21
	大阪	1.91	大阪	1.94
	福岡	1.57	福岡	1.72
⑩コンピュータ ソフトウェア	東京	2.67	東京	3.41
	福岡	2.18	川崎	3.40
	大阪	1.88	横浜	1.96
⑪放送	福岡	2.21	東京	2.16
	大阪	1.90	札幌	2.12
	仙台	1.74	広島	2.11
創造産業合計	東京	1.78	東京	2.77
	福岡	1.44	川崎	1.77
	仙台	1.37	大阪	1.72

(注) ⑥音楽の事業所数の特化係数が低いのは、全国に幅広く分布する音楽教授業の影響によるものと思われる。「音声情報制作業」に限ると、特化係数は東京特別区7.81、大阪1.19である。  
 (資料) 平成18年事業所・企業統計調査に基づいて作成

るいは創造都市政策を検討する上で、重要な参考指標になるものと考えられる。

## 3—創造産業、創造都市の振興に向けた課題

### 1 | 統計データのみで左右されない政策

ここまで、H19年版産業分類に基づいて全国および政令指定都市の創造産業の動向と現状を分析してきた。これら統計的な指標は、創造産業の振興策や創造都市の政策を検討、立案する上で、基礎情報として欠かせないものである。しかし統計データに限界がある点も見逃せない。

日本の創造産業の振興政策においては、従来からコンテンツ産業というカテゴリのもとで、アニメ、マンガ、コンピュータゲームといった創造産業の一部のみに焦点が当てられていた。しかし、創造産業全体を視野に入れば、建築設計やファッションの分野では、日本は既に世界をリードする存在であり、最近では吉岡徳仁のように世界から注目される若手のプロダクト・デザイナーも少なくない。

あるいは、ソフトパワーという観点からは、日本食の魅力やもてなしにも創造産業的な要素を見出すことが可能だろう。つまり、統計データだけでは、創造産業の質的なポテンシャルや将来性を見失う恐れがある。したがって、統計データによって現状や動向を把握した上で、創造産業の振興に向けた明確なビジョンや戦略を構築することが何より重要だと思われる。

文化庁の計画している「国立メディア芸術総合センター（仮称）」も、国立マンガ喫茶と揶揄されるなど、総選挙を控えて政争の具にされ、大型補正予算の無駄づかいのやり玉にあげられてしまった。しかし、アニメをはじめとしたメディア芸術は、世界中の注目する日本独自のクリエイティブな産業であるにも関わらず、国内にはそれらを総合的に収集、展示、紹介する場がないことを考えれば、整備の必要性は明白であろう。そればかりか、日本のアニメを支えるアニメーターの劣悪な労働環境を改善したり、新たな人材育成を行ったり、国際マーケットを視野に入れた産業振興の戦略を構築するなど、総合的な施策が求められる創造産業の重要分野と言える。

## 2 | 創造都市政策と創造産業の振興

都市レベルになると、さらに明確な戦略構築

が必要となる。参考までにアジアの例を二つ紹介しておきたい<sup>(注5)</sup>。

シンガポールでは、まず創造産業を、次の4つの分野、21種類の産業と定義し、それらをターゲットに振興策を構じている。

- ① 芸術：美術、舞台芸術、文化・遺産
- ② デザイン：広告、建築、インテリアデザイン、グラフィックデザイン、ファッションデザイン、工業デザイン、展示デザイン
- ③ メディア：印刷、出版、映画・ビデオ、放送、ゲーム、音楽、デジタルメディア
- ④ IT・ソフトウェア：ITコンサルタント、IT開発、IT関連サービス産業、ソフトウェア

これらの創造産業のうち、①芸術については市場原理で成立するものが限られているため、アーツカウンシルによる手厚い助成制度が用意されているが、②デザイン、③メディア、④IT・ソフトウェアについては、民間の経済活動の振興を促すことに力点が置かれている。

そうした前提に立って、創造産業全体を振興するため、①労働力・人材の育成、②インフラの整備、③企業開発という三つの政策が展開されている。

中でも力を入れているのが、①労働力・人材の育成である。最近、シンガポールでは労働力開発局が中心となって、「創造産業に関する能力と資格認定の体系(Competency and Qualification Framework for the Creative Industry)」を構築した。これは、「シンガポール労働力技能資格認定(Singapore Workforce Skills Qualification)」の一環として作成されたもので、創造産業の業種、職業を細かく規定し、それぞれにどのような能力や資格が求められるかを体系づけている。実に750種類もの能力・資格のユニットが設定さ

れた膨大な体系で、現在、それに基づいて専門機関による研修や人材育成のプログラムがスタートしている。

韓国釜山では、近年、映像産業の振興に力を入れている。その発端は、1996年に始まった釜山国際映画祭である。地元の映画評論家などが中心となって、アジアフィルムの再発見とグローバル化を目的に、非コンペ形式の映画祭としてスタートした国際映画祭は、釜山プロモーションプラン（PPP）と名づけられた映画の投資家やプロデューサーとアジアの映画監督を結びつけ、映画製作を促進する事業などで、世界的に注目されるようになった。

今では、釜山市も映画祭を全面支援するようになり、7.4億円の総予算の40%が市からの補助金である。しかし、市は作品の選定や事業の内容にはまったく関与せず、PIFF（釜山国際映画祭）という非営利組織に運営を委ねている。映画祭が軌道に乗り始めた頃、釜山市とPIFFは映画産業の振興策を検討する研究チームを設け、諸外国のリサーチに基づいて、99年に釜山フィルムコミッションを創設し、映画のロケを積極的に誘致した。

その後、釜山市は、映像産業振興のためのロードマップを作成し、第二ステップとして映画スタジオを建設した。現在は、第三ステップとしてポストプロダクションなどを含めた映像産業の拠点施設の整備、釜山国際映画祭の専用施設「釜山フィルムセンター」の建設（2011年完成予定）などを進めている。

民間主導の文化イベントとして始まった映画祭は、次第に釜山市民を巻き込みながら、釜山市になくてはならない文化的な祭事に発展して大きな観光資源ともなった。そうした文化的な成果の次のステップとして、映画・映像の産業

振興に着手し、ソウルに集積している映画・映像産業の誘致に結びつけようとしている。

日本でも、札幌や仙台、横浜、金沢、香川県・高松市など、創造都市を政策に掲げる自治体は少なくない。しかし、その多くは芸術や文化をまちづくりに結びつける施策にとどまっておろ、創造産業の振興策を明確に打ち出したり、あるいは産業振興の面で具体的な成果に結びついたりしている例は少ないのが現状だろう。

創造産業の中でも、芸術文化は従来の文化政策を強化、拡充するなど政策の方向性が見えやすい。それに対して、民間が担い手となるその他の創造産業については、自治体の具体的な政策は描きにくい。しかし、その第一歩は各自治体の創造産業の特性を把握した上で、振興の対象となる産業を特定することであろう。そのためにも、本レポートで試みた創造産業の統計的分析が、その第一歩になるものと考えられる。

(注1) 当時、英国政府は創造産業を「個人の創造性や技術、才能に起源を持ち、知的財産の創造と市場開発をとおして財と雇用を生み出す可能性を有する産業群」とし、①広告、②建築、③美術・骨董品市場、④工芸、⑤デザイン、⑥デザイナーズ・ファッション、⑦映画・ビデオ、⑧TV・コンピュータゲームソフト、⑨音楽、⑩舞台芸術、⑪出版、⑫コンピュータソフトウェア・コンピュータサービス、⑬テレビ・ラジオの13分野の産業群と定義した。

(注2) 吉本光宏「創造的産業群の潮流ーわが国の現状とさらなる振興に向けてー」『ニッセイ基礎研REPORT』2003年11月号

(注3) H19年版産業分類では、主として管理事務を行う本社等を、補助的経済活動を行う事業所の一形態としてとらえ、補助的経済活動を行う事業所とともに分類するため、主な中分類ごとに小分類「管理、補助的経済活動を行う事業所」を新設する計画となっているが、本レポートで使用した「H18年事業所・企業統計調査」の結果には反映されていないため、本レポートでは割愛した。

(注4) 図表1に記載したとおり、ひとつの産業細分類の中に、複数分野の創造産業が含まれている場合は、例示された産業の内容に基づいてひとつの産業分野に割り当てた。また、一部の産業細分類については、創造産業以外の産業も含まれるものもあるが、分離・抽出が不可能なためそのまま創造産業に含めざるを得なかった。

(注5) Department for Culture, Media and Sport, Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin, January 2009

(注6) シンガポール、釜山の創造産業政策に関する記述は、横浜市から委託を受けてニッセイ基礎研究所が実施した「国内・外創造都市等調査（2009.3）」の成果に基づいている。