

(仮称)練馬区地域共存型アニメ産業集積活性化計画  
(素案)

平成20年11月

練馬区

## < 目 次 >

1	計画策定の目的.....	1
2	練馬区におけるアニメ産業の現状.....	2
3	日本アニメ産業の国際的評価と国・東京都による支援の現状.....	3
4	区内アニメ産業支援の必要性と課題.....	4
5	計画目標と産業支援の方向性.....	6
6	事業計画.....	8
7	事業が目指す成果.....	12
8	効果測定.....	13
9	まとめ.....	14
10	今後の予定.....	14
	(資料) 年次計画.....	15
	注記、出展一覧.....	16

## 1 計画策定の目的

練馬区は、日本初のカラー長編アニメ映画「白蛇伝」(昭和33年)や30分連続テレビアニメ「鉄腕アトム」(昭和38年～)が製作された日本アニメ発祥の地である。また現在も、区内には90社を超えるアニメ製作関連会社があり、国内最大の集積地となっている。

一方、アニメ、マンガ、映画、ゲームなどに代表されるコンテンツ産業は、情報通信技術の進展などを背景として、国際的に市場規模を拡大しており、今後の成長が見込まれている。(注1)

そこで、練馬区のアニメ産業集積を重点産業として戦略的に強化することにより、地域経済全体に波及効果をもたらし、区内産業全体の活性化を図るとともに、区民の地域への誇りを醸成することを目的として、「(仮称)練馬区地域共存型アニメ産業集積活性化計画」を策定する。

## 2 練馬区におけるアニメ産業の現状

### (1) アニメ産業発祥とナンバーワンの産業集積

日本初の長編カラーアニメ「白蛇伝」(昭和33年・東映動画)や日本初の連続テレビ30分アニメ「鉄腕アトム」(昭和38年～・虫プロダクション)が製作されるなど、練馬区は日本のアニメ産業発祥の地である。

アニメ製作は、原画・動画・彩色・背景・撮影・録音など様々な工程に分業されており、それらの工程を円滑につなぐための地理的近接性が重要視され、練馬区を中心に産業の発展がなされてきた。

最新の調査では、区内に日本のリーディング企業である東映アニメーションを始めとする94社が所在しており、日本一の集積となっている。なお、全国にはアニメ関連会社が626社あり、うち東京都内に497社あるとされている。(1)

### (2) 漫画家・アニメ作家など人材の蓄積

アニメ製作会社が練馬区を中心に発展したことにより、クリエイターも多く区内に居住している。日本のアニメを代表する大塚康生氏や高畑勲氏は区内在住である。

また区内には、従来より多くの人気漫画家が居住しており、故手塚治虫氏、故石ノ森章太郎氏は在住歴がある。さらに松本零士氏、ちばてつや氏など日本を代表する多くの区内居住の漫画家が、現在も活躍中である。

### (3) 練馬アニメーション協議会の積極的活動

平成15年、練馬区や東京商工会議所練馬支部の積極的な働きかけにより区内のアニメ関連事業者が集結して、練馬アニメーション協議会が発足した。現在、会員数52社を数え、平成19年12月には、合同会社(LLC)練馬アニメーション協議会を設立している。

協議会では、毎年東京国際アニメフェア等への出展を行っている。また、独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)の地域間交流支援(RIT)事業を足がかりとして、フランス・パリやアヌシーでの国際ビジネスにも取り組み、新たなビジネスの拡大を図っている。さらに、区のアニメ事業にも協力し、イベントの企画運営やアニメ資源情報番組の製作を行っている。

### 3 日本アニメ産業の国際的評価と国・東京都による支援の現状

#### (1) 世界における日本のアニメ文化の浸透

現在、世界で見られているテレビアニメの6割が日本製だと言われており(2)、海外100を超える国々で日本製のアニメが視聴されている。劇場用アニメにおいても、上演作品数・観客動員数を見ても、世界的に大きな人気を博している。

また、パリやロスアンゼルスで開催されるアニメイベントにおいては、若いアニメファンが多数来場するほか、アニメの原作でもある漫画についても書店で「MANGA」コーナーが設けられている。さらに、インターネットの動画配信などにより、全世界に日本のアニメ文化がほぼ同時に発信されている。こうした日本のアニメに対する高い評価により、欧米やアジア諸国から、ツアーを組んで秋葉原などを訪れるアニメ観光客も、年々増加している状況である。

#### (2) コンテンツ産業と国際市場

産業のグローバル化が進む中、国際市場において主導的な立場に立ち、持続的な成長を遂げるためには、世界各国を引きつける卓越した専門性や技術が必要となっている。一方、コンテンツ市場の世界平均成長率は5.8%だが、日本国内の成長率は2.3%程度(2004年)にとどまっていると言われており、国内外への一層の拡大に向けた取り組みが期待されている。

アニメ産業は、日本の独創的な産業として国際的な評価を受けるとともに、ウェブやデジタル技術の急速な発展とも相まって、コンテンツ産業の最も重要な産業となっている。

#### (3) 国や東京都におけるコンテンツ産業支援施策

国では、平成16年に新産業創造戦略において、世界GDP成長率より高い水準で成長するコンテンツ産業を先端的な新産業分野として位置づけ、国際的な市場展開や、アニメキャラクターなどライセンスビジネスの拡大を目指すとした。また、内閣に知的財産戦略本部を設け、知的財産の創造、保護、活用を推進している。

東京都では、平成19年3月に「東京都産業振興基本戦略～産業活力と都市の魅力で東京の未来を切り拓く～」を策定し、東京の情報発信力を高める重点産業としてコンテンツ産業とファッション産業を位置づけ、その集積を維持・育成していくとしている。

なお、練馬区においても、練馬アニメーション協議会が行う東京国際アニメフェアやフランス・アヌシー国際アニメ映画祭・見本市出展への支援を実施している。

## 4 区内アニメ産業支援の必要性と課題

### (1) 練馬区産業全般の課題

練馬区における事業所数は、平成8年(1996)の25,412から平成18年(2006)に21,553となった。この10年間に、総数にして約3,850事業所、比率にして15%の減少である。また産業分類においては、全般的に減少が続くなか、不動産業やサービス業において増加がみられている。(3)

また、練馬区は住宅都市として発展してきており、今後も住宅系の土地利用が進むと見込まれる。ものづくりにおいても、住宅共存型のIT産業、コンテンツ産業などの育成が求められている。

さらに区内経済の発展は、特定事業者だけでなく、産業全体に対して好影響をもたらし、地域の活性化が図られることが求められる。地方分権制度改革が進捗する中で、基礎的自治体としての練馬区の産業基盤を確立する重点産業の育成が必要となっている。

### (2) 練馬区からのアニメスタジオの流失の危機

区内のアニメ産業集積は、従来、職人の手工業的性格の強いアニメ企業が、地理的近接性の重要度によりできあがってきたものである。近年、交通手段の多様化や鉄道の整備により、練馬区の交通アクセスは抜群に良くなっている。一方で、都内の他自治体や神奈川県などで、コンテンツ産業の育成策として、スタジオ整備支援を行う事例も見られており、有利な条件が他地域に生まれれば、区内スタジオの流失が生じるおそれも高い。(注2)

またアニメスタジオは、基本的に机上作業であり、スタッフ人数や作業量に見合ったスタジオ面積が必要になっている。長期的かつ安定的な業務量が見込めない場合も多いため、交通の利便性が良くかつ賃料の安い作業スペースが求められている。

このようなことから、練馬区の特徴的産業であるアニメ産業の国内随一の集積を維持・拡大するために、的確な対応策が必要となっている。

### (3) 国際化・技術革新の中にあるアニメ産業への支援

現在、アニメ産業は国内需要が頭打ちになり、動画配信の波が押し寄せるなど、新しいビジネスモデルを懸命に模索している。経営基盤の弱い中小企業が多い区内のアニメ産業を今後も発展させていくためには、行政の一定の支援が必要である。

具体的には、国際市場への参入支援、スタジオ拡充など製作環境支援のほか、アニメクリエイターの技術継承・向上など人材育成面での支援が、課題となっている。

さらに、国際市場に参入していくには、単に作品を持ち込むだけでは事業展開はできない。アニメ作品をマーケット・バイヤーに売り込み、商談したうえで、契約を成立させなければならない。そのためには、交渉スタッフの確保、海外各国のビジネス習慣、アニメ作品のニーズを的確にとらえる体制づくりが必要である。実際、これらの機能をもつ事業者は、数が限られており、中小企業でも海外での事業活動を可能とするサポート体制の整備が課題である。また、海外に向けたビジネスを展開していくためには、ファンドなどによる作品制作費の資金調達も課題となっている。

#### (4) 区内アニメ産業の区民理解獲得と区内産業全体での活用

練馬区民に対するアンケートでは、練馬区がアニメのまちであることはあまり知られていない。(4) 多くの区民が練馬区とアニメの関係を良く知り、製作活動が区民に親近感をもって受け入れられるようになることが必要である。産業支援と歩調を合わせて、アニメ産業の集積を各世代に伝え、地元の文化として共有していくプログラムづくりが必要となっている。

さらに、区内の商店街やアニメ以外の事業者においても、アニメを活用した商工業や観光振興の取り組みにより、区内のさまざまな分野での産業活性化が図られることが期待されている。

## 5 計画目標と産業支援の方向性

練馬区におけるアニメ産業の売り上げは、概算で300億円と推定される。この数字は、日本のアニメ産業の約1割を占めている。アニメ産業を、練馬区産業の主軸の一つとして発展させるためには、一層の産業集積の拡大を進める必要がある。

さらに、練馬区内のアニメ産業集積を散逸させることなく強化できれば、関連産業の誘致と地元産業への経済的波及効果の拡大も可能となる。また、低賃金労働力を持つ海外との競争に打ち勝つため、区のアニメ産業がどの分野を強みとして事業展開していくかを検討のうえ実行していく。さらに、支援の実施にあたっては、アニメ産業に関連する機能を区内の好適地に集積させ、企業の活性化と練馬区の魅力の拡大に向けて取り組んで行く。歴史的にも現在においても、日本のアニメ産業の中心地である練馬区だからこそできる戦略的な産業振興施策により、地元経済全体の活性化を図る。

### (1) 国際競争力の強化

アニメ産業全体の市場規模については、国内市場が縮小傾向にあり、新たな展開が求められている。海外市場への拡大、他のコンテンツ産業分野への展開などで、今後の成長を図っていく。そのために、海外とのスタジオ・クリエイター交流や国内外のアニメ映画祭等への参加・出展に積極的に取り組む。

### (2) 地元経済への波及効果の実現

練馬区に日本を代表するコンテンツ産業があることを通じ、地元商店街の販売促進や製造業者の商品開発において、アニメキャラクターを活用した事業展開をする方策の推進に取り組む。区内事業者のアニメ活用による地元経済への波及効果を目指す。

### (3) 製作環境の充実

アニメ事業者にとって製作作業の基本となるスタジオの整備を図り、区内事業者の共同利用や新たな事業者の区内への誘致により、企業集積を促進する。具体的には、空き公共施設の転用による貸出などが考えられる。また、作業工程上必須でありながら、中小企業では自前で持つことの困難な録音・編集スタジオの共同利用施設整備支援を進める。

#### ( 4 ) 人材育成によるアニメ技術の継承と向上

20 年ほど前までは、アニメ製作作業のほとんどが国内で行われていた。しかし現在では、デジタル化の進展により地理的近接性が薄れ、動画作成作業は海外で行われている状況である。そのため、国内に動画を作成できる人材が減り、技術者を養成することも困難となってきた。アニメのコンテンツづくりは個人の才能や技術力に頼る部分が多く、さらなるアニメ産業の発展には、今まで蓄積されてきた技術の継承と優秀な人材の確保が必要であり、そのための人材育成の支援を行う。

また、区内の日本大学芸術学部、武蔵野音楽大学、武蔵大学とのアニメ産業を基軸とした関係作りを行い、産業分野と学術・芸術分野の相乗的な発展を目指す。

#### ( 5 ) アニメ文化を区の内外に発信し、区民の誇りとする

練馬で生まれたアニメキャラクターや原作漫画など数多いコンテンツを地域で共有し、愛着を深めてもらうため、アニメを紹介するイベントや各種アニメ関連事業の充実を図る。

また、東大泉にある東映アニメーションギャラリーは、豊富なアニメの製作資料を所蔵し、50 年のアニメの歴史が公開されており、アニメ観光として区内外から関心を集める施設である。

こうした諸資源・取組みの発信を強め、日本を代表する数多くのアニメが練馬区内で作られていることを全世界にアピールすることにより、アニメが生まれ育つまちとして練馬区が認識されるとともに、区民にとっても愛着と誇りの持てる文化として根付いて行くことを目指す。

## 6 事業計画

本計画は、平成 21 年度（2009 年度）から平成 26 年度（2014 年度）までの 6 年間を計画期間とし、そのうち平成 21 年度から 23 年度の 3 力年で実施していく“前期事業”と、平成 24 年度から 26 年度までの 3 力年の事業課題とする“後期事業”に区分する。

### （1）国際ビジネス支援

国際市場への進出や海外都市との交流など、国際競争力強化を目的とした事業を展開する。

#### 【前期事業】

##### ア 海外進出に向けた市場調査と参入手法の検討

練馬区のアニメ事業者が国際競争に打ち勝ち、発展していくため、参入可能な分野や成長の見込まれる国際市場等を調査し、練馬区のアニメ産業が担うべき業務・分野を専門的見地から検討する。

##### イ 国際的見本市への出展支援

練馬アニメーション協議会の東京国際アニメフェアへの出展およびフランス・アヌシー国際アニメ映画祭・見本市出展への支援を行う。

##### ウ フランス・アヌシー市と練馬区の産業交流

アヌシー市と練馬区、両市のアニメ産業の発展を目指して、両市のスタジオやクリエイターの交流、また、アニメイベントの相互交流を推進する。

##### エ 国際アニメビジネスセンターに関する研究

海外から区内事業者に対するビジネスに関する問い合わせに対して、通年で対応できるアニメビジネスセンターの体制づくりをするため、研究を行う。

### （2）作品製作支援

アニメスタジオの区内定着と区外からの企業誘致を目的として、実現に向け検討を行う。

#### 【前期事業】

##### ア スタジオの定着・区内誘致手法などの研究

アニメ関係企業の産業集積の強化を図るため、区内企業の定着および区外からの誘致の手法について研究する。

### 【後期事業】

- イ アニメスタジオ等アニメ企業集積に向けた施設の整備・支援  
利用目的を満了した公共施設等をアニメスタジオに転用し、若いクリエイターや独創性のあるスタジオに提供したり、集積に適したエリアに多種多様なアニメ事業者が集結し、アニメ産業の拠点化を図るよう支援する。
- ウ 録音スタジオなど共同利用施設の整備に関する支援  
区内に不足している録音・編集スタジオなど、共同利用施設に関する支援を行う。

### (3) アニメ文化普及事業

練馬区のアニメを区民に身近な存在とし、文化として育ててもらふことを目的に、各種事業を展開する。また、アニメ作品を生み出す主要コンテンツとして大きな役割を担ってきた多くの漫画家を顕彰し、広くPRしていく。

### 【前期事業】

- ア ねりたんアニメカーニバル  
カーニバルの開催により、練馬区で誕生したアニメを区の内外に発信し、アニメのまち練馬区をアピールする。また、世界最大のアニメ映画祭であるアヌシー国際映画祭との連携により、海外からの観光客等呼び込み参加者の増加を図る。
- イ ねりたんアニメキャラバン（出前講座）  
区内小学生を対象に、学校への出前授業を行う。練馬区が誇る地場産業であるアニメ産業の概略を説明するとともに、実際にアニメ製作の体験等を行い、練馬区のアニメを深く理解してもらうようにする。
- ウ アニメアーカイブスの製作  
練馬区とゆかりのある作品や製作スタジオ、漫画家、クリエイター等を紹介するアニメ情報番組を製作し、放映および発信する。ライブラリーの作品は、動画配信によって世界中で視聴可能なものとする。
- エ（仮称）ふるさと文化館アニメコーナー  
練馬区生まれのアニメや区内在住の漫画家の紹介等を通じて、アニメ文化の普及に努めるとともに、観光拠点の一つとする。

### 【後期事業】

- オ 練馬アニメモニュメントの整備  
区内外へ向けて、練馬区のアニメ産業をPRするため、練馬区がアニメ発祥の地であることを象徴するモニュメント等の整備を検討する。

- カ アニメ製作や作品を紹介するアミューズメント施設の整備支援  
アニメの普及啓発や観光客を対象とした民間アミューズメント施設の誘致、整備支援について検討する。
- キ アニメ製作現場の見学コース整備  
アニメの製作現場を小学校の社会科見学や区外からの観光などで見に来てもらえるよう、常時見学できる場の設定を検討する。

#### (4) 人材育成支援

動画作成技術者の不足解消および市場性の高い作品の製作を目的として、アニメーター等の人材育成、技術向上などへの支援を行う。

##### 【前期事業】

- ア ねりたんクリエイターズアワード  
優れたアニメクリエイターの発掘・育成を目指してコンテストを実施する。脚本部門優秀賞受賞者に対しては、練馬アニメーション協議会がパイロット版を製作し、実製作への橋渡しを行う。
- イ アヌシー市と練馬区のクリエイター・スタジオ交流事業  
アヌシー市と練馬区の優れたクリエイターやスタジオが相互に交流を行う。練馬区側の実施主体は練馬アニメーション協議会とし、区は協議会に必要な支援を行う。

##### 【後期事業】

- ウ アニメーション・コンテンツ産業に関する専門学校等の誘致  
若手の優秀な人材を育成するため、アニメや映像などコンテンツ産業に関する専門学校等の区内への誘致について検討する。

#### (5) 地域産業連携事業

練馬区に関係のあるアニメキャラクターを活用して、商店街や関連産業および地域の活性化を図る。

##### 【前期事業】

- ア 商店街事業におけるアニメの活用  
大泉ゆめーてる商店街（東大泉商栄会）を始め、区内各地の商店会イベントでのアニメキャラクター活用に対して、支援を行う。また、商店街でアニメに親しんでもらう場として、空き店舗等を活用し、キャラクターグッズ等を店内に配置した「アニメカフェ」等の設置を検討する。

イ 鉄道会社との連携による地域活性化

区内を通る鉄道沿線でアニメキャラクターのラッピング電車を走らせたり、区内の駅の発車メロディにアニメ主題歌を使用してもらうなど、鉄道事業者やバス会社等と連携した各駅周辺での地域イベントにアニメの活用を図ることにより、地域を活性化させる。

ウ 練馬区独自アニメキャラクターの開発

区内の漫画家やアニメ事業者の協力を得て、練馬区オリジナルのアニメキャラクターの開発を行う。完成したデザインは、区内で製造される各種商品・製品に活用したり、商店街イベントにおいてキャラクター商品の販売を行うことなどにより、関連産業や商店街への経済効果を波及させる。

## 7 事業が目指す成果

### (1) 練馬区が日本の有力産業の中核都市に

産業集積の効果は単に事業者数の増だけでなく、企業同士の事業交流（協力）や関連事業者の転入など、特定の地域に集まることのメリットが相乗的に増幅され、新たに優れた企業が練馬区でのビジネス展開を希望して一層集積が高まるという効果と呼ぶ。その結果、練馬区を日本のアニメ産業の中核都市とすることを目指す。

また、区内のアニメ産業関係就労者は、現在約2千名と推計される。企業集積の進展により、今後一層雇用が拡大し、さらにアニメ業界の就労者やアニメ産業での就労を志す人材が、区内で居住することも期待される。

### (2) 国際的な事業展開によるビジネスノウハウの蓄積とアニメビジネス機能の発展を

大手企業中心だった国際的ビジネス展開について、中小企業にもチャンスが与えられることで、優れた技術や具体的なビジネスのノウハウが区内事業者に蓄積される。また将来的には、海外企業、海外クリエイターとのビジネス交渉を行う際のアニメビジネスセンター開設を支援し、アニメビジネス機能の発展を目指す。

### (3) 波及効果による商店街や地元産業の活性化と観光の振興

アニメキャラクターを活用した商店会活動や商品の販売、製品の製造などにより、区民や区外からの観光客を呼び込み、商店街や地元産業の活性化を図り、商店・飲食店の販売額や工業製品出荷額の増加を目指す。また、アニメイベントの開催やアニメ関連施設の整備により、国内外からの誘客を図り、アニメ観光を定着・充実させる。

### (4) 区民のアニメ文化に対する愛着と地域への誇りの醸成を

アニメ産業の集積を通じた地元経済への波及や、区民のアニメへの関心を深めることを通し、「アニメのまち」練馬区を浸透させる。そのブランドイメージは、高い技術と国際的に評価される文化に裏打ちされたもので、世界から憧れをもって見られるまち「練馬区」として、世界的なシティイメージを確立させ、区民の誇りとなることを目指す。

## 8 効果測定

アニメ産業集積の実績評価と効果測定については、経済効果、認知調査、学術検証および作品評価によって行う。

### (1) 経済効果

- ・ 区内アニメ事業者へのヒアリング調査による年間売上実績の増減による評価
- ・ アニメイメントへの来場者数および付随する経済波及効果
- ・ 東京都商業統計調査における練馬区の年間商品販売額の増減による評価

### (2) 認知調査

- ・ 区民意識意向調査
- ・ 子ども向けアンケートの実施
- ・ テレビ・新聞・雑誌等マスコミでの報道・掲載状況

### (3) 学術検証

- ・ 区内の大学と連携したアニメ産業に関するビジネスモデルや、日本のアニメ技術史の研究

### (4) 作品評価

- ・ 映画祭やコンペ出展などでの上位入賞や各種賞の受賞数

## 9 まとめ

アニメ、ゲーム、音楽などのコンテンツ産業は、まだまだ未開拓の分野も残されており、今後も成長が見込まれている。そうした状況の中で、国際・国内競争の激化、アニメ作品に対する価値観の変化およびクリエイター等の人材育成の進捗などにより、アニメ産業各事業者の経営状況も変動していくだろう。練馬区においては、業界の実態を把握し、国や東京都および独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）等と連携を図りながら、的確な取り組みをタイムリーに実施していくことが重要である。

本計画を基本としながら、事業者や企業団体等の自主的な取り組みを十分に支援し、産業集積の強化と区内産業のさらなる発展およびアニメ文化の普及を図っていくこととする。

## 10 今後の予定

パブリックコメント 平成 20 年 11 月 21 日～12 月 15 日

計画策定 平成 21 年 1 月末

年次計画

	事業内容	前期 (平成 21 ~ 23 年度)	後期 (平成 24 ~ 26 年度)
(1) ア	海外進出に向けた市場調査と参入手法の検討	実施	
(1) イ	国際的見本市への出展支援	実施	
(1) ウ	フランス・アヌシー市と練馬区の産業交流	実施	
(1) エ	国際アニメビジネスセンターに関する研究	実施	
(2) ア	スタジオの定着・区内誘致手法などの研究	実施	
(2) イ	アニメスタジオ等企业集積に向けた施設の整備・支援		実施
(2) ウ	録音スタジオなど共同施設の整備に関する支援		実施
(3) ア	ねりたんアニメカーニバル	実施	
(3) イ	ねりたんアニメキャラバン(出前講座)	実施	
(3) ウ	アニメアーカイブスの製作	実施	
(3) エ	(仮称)ふるさと文化館アニメコーナー	実施	
(3) オ	練馬アニメモニュメントの整備		実施
(3) カ	アニメ製作や作品を紹介するアミューズメント施設の整備支援		実施
(3) キ	アニメ製作現場の見学コース整備		実施
(4) ア	ねりたんクリエイターズアワード	実施	
(4) イ	アヌシー市と練馬区のクリエイター・スタジオ交流事業	実施	
(4) ウ	アニメーション・コンテンツ産業に関する専門学校等の誘致		実施
(5) ア	商店街事業におけるアニメの活用	実施	
(5) イ	鉄道会社との連携による地域活性化	実施	
(5) ウ	練馬区独自アニメキャラクターの開発	実施	

## 注記

### (注1)

#### コンテンツ産業とアニメ産業の関係

コンテンツ産業とは、映画産業・音楽産業・放送業界、アニメ産業、ゲーム産業・出版業界・キャラクタービジネスなどの様々な産業の総称である。アニメ産業は、従来テレビや映画を中心のビジネス分野であったが、映像創造するキャラクタービジネスやビデオ・DVDの普及、携帯電話の普及、パチンコ遊技機などメディアの進化・拡大により、コンテンツ産業の中核として着目されている。

なお、日本におけるコンテンツ産業全体の市場は、約14兆円。うち、アニメ産業は2,584億円とされているが、「アニメのコンテンツを使った付随産業」たとえば、キャラクターをあしらった衣料品やおもちゃ、パッケージに使われた食品の売り上げ(=経済効果)は、これには含まれていない。(5)

### (注2)

#### 他自治体のコンテンツ産業育成策

東京都：コンテンツ産業向け創業支援施設の設置(平成20年8月、中野区に開設)

札幌市：IT・バイオ・デジタルコンテンツ企業の立地支援制度(平成19年度～)

横浜市：映像コンテンツ制作企業等立地促進助成制度の対象拡大(平成20年10月)

## 出展一覧

### (1)「コンテンツ産業の方向性に関する調査研究」

独立行政法人中小企業基盤整備機構 経営支援情報センター

### (2)「新産業創造戦略」経済産業省経済産業政策局

### (3)「東京都事業所・企業統計調査報告」東京都総務局

### (4)「平成18年度 区民意識意向調査」練馬区区長室

### (5)「デジタルコンテンツ白書2007」財団法人 デジタルコンテンツ協会