

総 括 調 査 票

調査事案名	(22) コンテンツ海外展開促進・基盤強化事業			調査対象 予算額	令和3年度補正(第1号) : 55,653百万円の内数 (参考 令和5年度 : -)		
府省名	経済産業省	会計	一般会計	項	クールジャパン推進費	調査主体	共同
組織	経済産業本省			目	コンテンツ産業等強化事業費補助金	取りまとめ財務局	(関東財務局)

①調査事案の概要

新型コロナにより、音楽コンサートや演劇等のライブ・エンタテインメントは、開催自体や収容人数等に制限がなされたことから、収益の減少が見られた。

コンテンツ海外展開促進・基盤強化事業のうち、「withコロナ時代のライブ・エンタテインメント事業の支援(J-LOD(3)収益基盤強化枠)」では、

- ・収益が落ち込んだライブ・エンタテインメント事業者に対する支援を実施し、
- ・事業者の収益基盤の強化やビジネスモデルの転換を促すこと

を目的として、チケット収入や物販収入などのイベント開催会場での収入に加えて、有料動画配信などの収益チャネルの多様化等に取り組むイベントについて、その開催費用の一部を補助している。



- 補助対象：イベント実施に関する費用等（例：出演料、イベント制作料、会場施設使用料等）
※イベント実施期間：令和4年4月28日～11月30日
- 補助率：補助対象経費の1/2～1/4（1件当たり補助上限5千万円）
※補助率ごとに申請可能件数の上限有
- 補助要件：①収益チャネル多様化のための取組を実施すること
（例：有料アーカイブ配信、協賛収入、DVD等販売等）
②顧客体験価値向上のための取組を実施すること
（例：プロジェクションマッピング、バックステージツアー等）

②調査の視点

1. 事業者支援の必要性

「既に業況が回復し、支援の必要性が低い事業者にも支援をしていたのではないか」という観点から、事業者の企業全体の収支状況（コロナ前後の比較）を調査した。

2. 収益基盤強化の効果

「収益基盤の強化にどの程度効果があったか」という観点から、収益基盤強化の取組の実施状況や補助対象事業の収支状況等を調査した。

⇒ 1、2を踏まえ、今後の補助の在り方を検討する。

【調査方法】

1. 間接補助事業者（以下「事業者」という。）に対するアンケート調査
2. 事業者から補助事業者（以下「事務局」という。）に提出される間接補助事業実績報告書（以下「事業実績報告書」という。）を分析

【調査対象年度】

- 1、2ともに令和3年度

【調査対象先数】

1. 事業者427先
⇒うち回答のあった322先（回答率：75.4%）
2. 補助採択累計額の上位100事業者（採択件数1,474件）
⇒うち令和5年4月6日時点で事務局による確定検査を終了した上位92事業者（採択件数1,005件）

総 括 調 査 票

調査事業名 (22) コンテンツ海外展開促進・基盤強化事業

③調査結果及びその分析

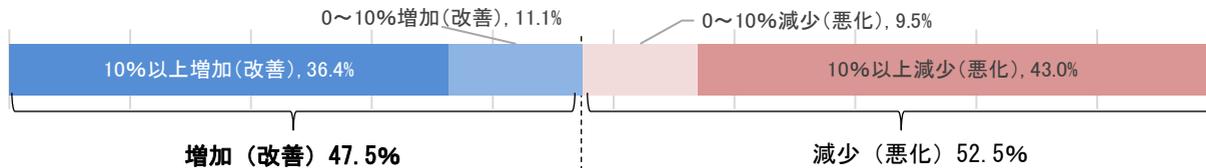
1. 事業者支援の必要性

・企業全体の収支状況を見ると、令和3年度において既に47.5%の事業者はコロナ以前よりも純利益が増加・改善していた。特に大企業等では、55.1%の事業者は純利益が増加・改善していた。【図1】

・純利益が減少・悪化した事業者のうち、6割以上が「令和4年度以降に改善見込み」としている。【図2】

⇒ 結果的には、既に業況が回復しており、支援の必要性が低い事業者にも支援をしていたのではないかと考えられる。

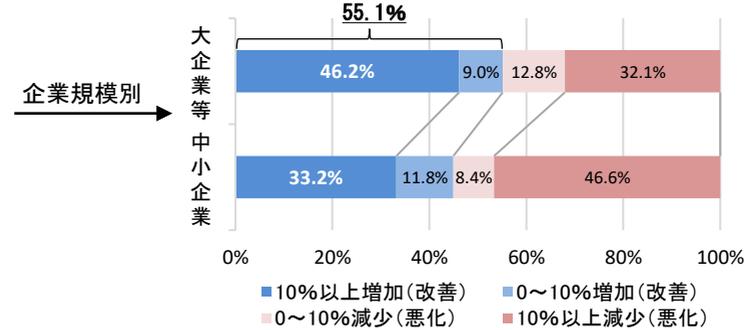
【図1】令和3年度当期純利益（対令和元年度比）



【図2】令和4年度以降の当期純利益の見通し
(図1で「減少(悪化)」と答えた事業者のうち)



(注) 図1、2はアンケート調査に基づき、各事業者の企業全体の収支状況等を調査



(注) 大企業等には、一般社団法人なども含まれる

2. 収益基盤強化の効果

・アンケート調査によると、新たな収益基盤強化の取組にチャレンジした事業者がほとんど(98.1%)であった【図3】。

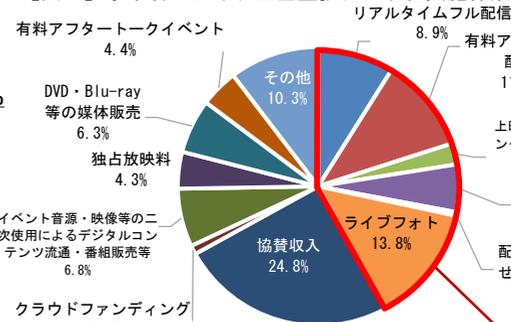
・具体的な取組内容を見ると、海外市場の獲得に資する「デジタル技術を活用した取組」(動画配信等)は42.2%(件数ベース)で【図4】、これらによる収入は37.9億円(全体の28.8%)であった【図5】。収益基盤の強化やビジネスモデルの転換に一定の効果があったことが分かった。

【図3】収益基盤強化の取組について、コロナ前後で変化があったか(アンケート調査回答:320事業者)

全て新しい取組	16.3%
一部新しい取組	81.9%
全てコロナ禍前から実施していた取組	1.9%

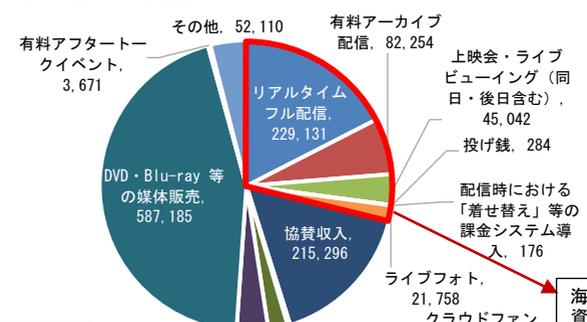
98.1%

【図4】事業者による収益基盤強化の取組実施件数



海外市場の獲得に資するデジタル技術を活用した取組: 42.2%(件数ベース)

【図5】収益基盤強化の取組による収入(万円)



海外市場の獲得に資するデジタル技術を活用した取組: 37.9億円(28.8%)(収入ベース)

(注) 図4、5は事業実績報告書(全1,005件)に基づき、補助要件である「収益基盤強化の取組」の実施件数及びそれらによる収入を集計。(1イベントに複数の取組が含まれ得る)

総 括 調 査 票

調査事業名 (22) コンテンツ海外展開促進・基盤強化事業

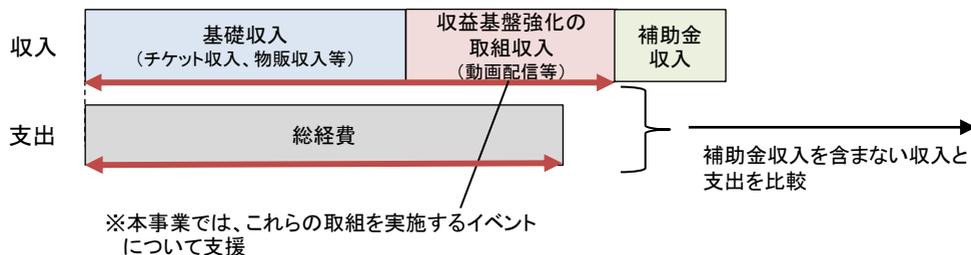
③調査結果及びその分析

2. 収益基盤強化の効果（続き）

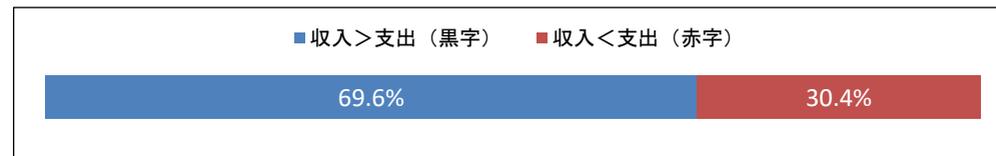
- ・これら補助対象事業の収支状況を見ると、新型コロナの影響がまだまだ続いた令和4年度においても、約7割の事業者において、補助金収入を除いても黒字化できていた。【図6】
- ・アンケート調査で「今後補助金がなくとも収益基盤強化の取組を継続する」と答えた事業者に対し、その理由を尋ねたところ、「顧客ニーズやイベント内容に合致している」、「収益性が高まった」など、ビジネスモデルの転換に向けた前向きな回答が見られた。【図7】

⇒ 新型コロナの影響が収束していく中、今後は補助によらずとも収益基盤強化の取組を促すことが可能ではないか。

・ライブイベントの収益構造（イメージ）



【図6】補助対象事業の収支状況（事業者ごと）（補助金収入は含まない）



(注)事業実績報告書(全1,005件)から集計。

【図7】補助金がなくとも収益基盤強化の取組を継続する理由
(アンケート調査回答：165事業者)

顧客ニーズに合致した取組のため	36.4%
イベント内容に合致した取組のため	32.4%
収益性が高まったため	24.0%
その他	7.3%

- ・各取組に掛かる費用は割高でかなりの負担ではあるが、時代のニーズに合致した取組に、グローバルな可能性があったため。
- ・サステナブルな取組は、時代的にも、イベントとしても、今後も継続して行っていくべき取組であったため。
- ・今後、別のスタイルの収益基盤強化に値する取組に発展する可能性があり、また発展する方法を模索したため。
- ・社会に必要とされる取組であるため。
- ・イベントそれぞれの特性を鑑み臨機応変に必要な取組を継続実施していくため。
- ・アーティストからの海外展開の希望があったため。

④今後の改善点・検討の方向性

- 補助に当たっては、真に支援を必要とする者への支援に重点化するよう、事業者の収益状況等を踏まえた補助要件や補助率等を設定すべき。
- これまで実施していなかった取組（デジタル技術の活用など）を行うことにより、多くの事業者において補助金収入によらずとも黒字化することができたことを踏まえ、今後はこうした好事例の横展開により、ライブ・エンタテインメント市場の成長を促すべき。
- その上で、今後は採算性に見通しが立ちづらいものの先進性のある取組（例えばWeb3.0技術の活用など）への支援に重点化すべき。

総 括 調 査 票

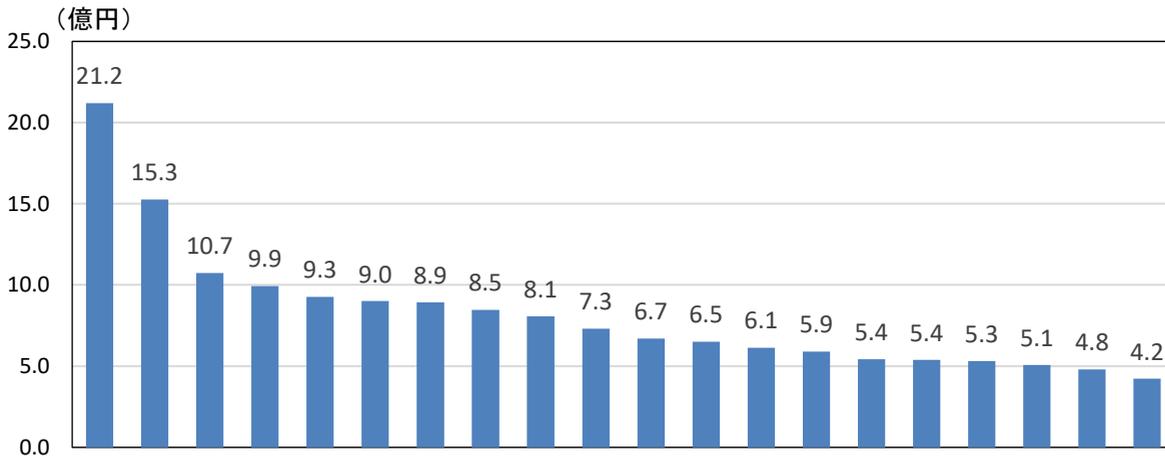
調査事業名 (22) コンテンツ海外展開促進・基盤強化事業

参考資料

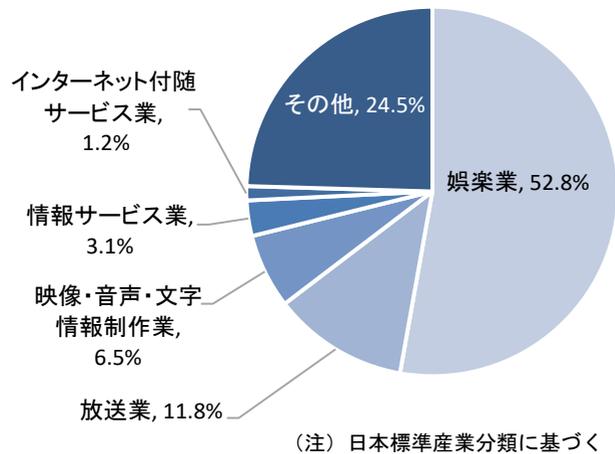
執行状況、事業者の概要

- ・補助総額（採択ベース）：372.9億円
- ・補助対象事業者数：434事業者

◆補助額・上位20事業者（採択ベース）



◆事業者の業種（アンケート調査回答に基づく）



・娯楽業

映画、演劇その他の興行及び娯楽並びに付帯するサービスを提供する事業者（芸能プロダクション、イベント企画会社等）

・放送業

無線又は有線の電気通信設備により放送事業を行う事業者（テレビ・ラジオ放送事業者等）

・映像・音声・文字情報制作業

映画、レコード、新聞、テレビ・ラジオ番組等の制作・配給を行う事業者（新聞社、映画・テレビ番組制作事業者等）

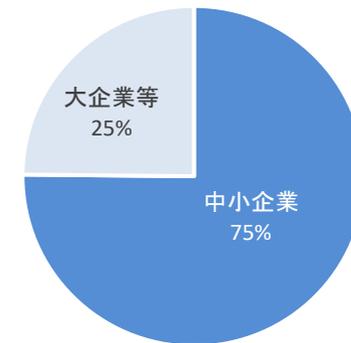
・情報サービス業

受託開発ソフトウェア、ゲームソフトウェア等の作成及び付帯するサービスを提供する事業者（アプリ・ゲーム開発事業者等）

・インターネット付随サービス業

インターネットを通じて、通信及び情報サービスに関する事業を行う事業者（ポータルサイト・サーバ運営事業者等）

◆事業者の企業規模（アンケート調査回答に基づく）



(注) 大企業等には、一般社団法人なども含まれる

◆業種別の企業規模（アンケート調査回答に基づく）

