

令和4年度「文化行政調査研究」

文化芸術の経済的・社会的影響の  
数値評価に向けた調査研究  
報告書

令和5年3月

株式会社 シー・ディー・アイ



# 目次

調査研究の概要 .....	1
(1)調査研究の目的.....	1
(2)業務内容.....	1
(3)文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究事業に係る会議メンバー(令和4年度)...	2
第1章 生活文化の GDP .....	3
1 生活文化の GDP 推計の位置づけと手法.....	3
1.1 位置づけ.....	3
1.2 生活文化の GDP 推計の方法 .....	5
2 各分野の文化 GDP の推計 .....	9
2.1 茶道の文化 GDP(試行的な推計結果).....	9
2.2 華道の文化 GDP(試行的な推計結果).....	17
2.3 書道の文化 GDP(試行的な推計結果).....	24
2.4 和装文化の文化 GDP(試行的な推計結果).....	32
2.5 和食文化の文化 GDP(試行的な推計結果).....	37
2.6 日本酒の文化 GDP(試行的な推計結果).....	43
第2章 文化 GDPと文化雇用.....	46
1 手法.....	46
2 文化 GDP の推計.....	48
2.1 文化 GDP(2015～2020).....	48
2.2 文化 GDP の推移 .....	49
2.3 ドメイン別文化 GDP.....	51
2.3.1 「A.文化遺産/自然遺産」領域の推計 .....	51
2.3.2 「A.文化遺産/自然遺産」領域の推計の主な手順.....	51
2.3.3 「B.パフォーマンス/セレブレーション」領域の推計 .....	54
2.3.4 「B.パフォーマンス/セレブレーション」領域の推計の主な手順.....	54
2.3.5 「C.ビジュアルアーツ/工芸」領域の推計.....	61
2.3.6 「C.ビジュアルアーツ/工芸」領域の推計の主な手順 .....	61
2.3.7 「D.著作・出版/報道」領域の推計 .....	65
2.3.8 「D.著作・出版/報道」領域の推計の主な手順.....	65
2.3.9 「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」領域の推計 .....	70
2.3.10 「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」領域の推計の主な手順.....	70
2.3.11 「F.デザイン/クリエイティブサービス」領域の推計.....	75
2.3.12 「F.デザイン/クリエイティブサービス」領域の推計の主な手順 .....	75
2.4 文化雇用.....	81
2.4.1 方法.....	81
2.4.2 推計結果.....	81
第3章 文化の輸出入 .....	83
1 方法.....	83
1.1 文化の輸出入に関するわが国の統計.....	83
1.2 3つの統計からの文化商品の抽出方法.....	83
2 推計結果.....	86
3 米国・英国の文化の輸出入.....	92
3.1 米国.....	92
3.2 英国.....	94

第4章 新しい文化政策に関する提案 .....	95
1 日本の実態に即した文化GDPの推計に向けて .....	97
1.1 わが国の文化の枠組み作り .....	97
1.2 需要側からのアプローチ手法の充実 .....	97
1.3 文化・芸術教育分野の組み入れ .....	98
2 ユネスコガイドラインへの更なる対応 .....	98
2.1 国際比較の文化の輸出入データの精緻化 .....	98
3 国際・国内社会への情報発信 .....	99
主要参考文献 .....	100

## 図表一覧

### <図>

【図 1-1 日本の実態に即した CSA の概念】 .....	4
【図 1-2 生活文化の文化 GDP 推計へのアプローチ】 .....	6
【図 1-3 茶道・華道・書道の文化 GDP の推計手順】 .....	6
【図 1-4 茶道・華道・書道人口の推移】 .....	31
【図 1-5 消費支出・教養娯楽支出の推移】 .....	31
【図 1-6 日本標準産業分類(平成 25 年 10 月改定) の日本酒(清酒)】 .....	43
【図 1-7 清酒(日本酒)の消費額と消費量の推移(2人以上世帯当たり)】 .....	44
【図 1-8 清酒(日本酒)の国内出荷量の推移】 .....	44
【図 1-9 酒類年間消費額推移(2人以上世帯当たり)】 .....	45
【図 1-10 日本酒の輸出金額の推移(国別)】 .....	45
【図 2-1 文化 GDP(名目値)の推移(2015-2020 年)】 .....	49
【図 2-2 「A.文化遺産/自然遺産」の付加価値の推移(名目値)】 .....	53
【図 2-3 「B.パフォーマンス/セレブレーション」の付加価値の推移(名目値)】 .....	60
【図 2-4 「C.ビジュアルアーツ/工芸」の付加価値の推移(名目値)】 .....	64
【図 2-5 「D.著作・出版/報道」の付加価値の推計(名目値)】 .....	69
【図 2-6 「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の付加価値の推移(名目値)】 .....	74
【図 2-7 「F.デザイン/クリエイティブサービス」の付加価値の推移(名目値)】 .....	78
【図 2-8 文化雇用数の推移】 .....	82
【図 3-1 わが国の文化の輸出入額のドメイン別構成(2019 年:名目値)】 .....	89
【図 3-2 わが国の文化の項目別輸出入額(2019 年)】 .....	90
【図 3-3 わが国の文化の輸出入額の推移(2015-2019 年:名目値)】 .....	91
【図 3-4 わが国の文化の輸出入収支(上位3項目)の推移(2015-2019 年:名目値)】 .....	91
【図 3-5 米国の文化の輸出入の推移(1998-2020 年:名目値)】 .....	92
【図 3-6 英国の文化の輸出入の推移(2015-2019 年:クリエイティブ産業の財貨・サービスの合計(名目値)】 .....	94

### <表>

【表 1-1 茶道人口の推計(令和 3 年)】 .....	9
【表 1-2 アンケート調査のサンプル数(茶道)】 .....	9
【表 1-3 茶道関連消費額】 .....	10
【表 1-4 茶道活動消費額の産業部門への振り分け】 .....	12
【表 1-5 消費額(購入者価格)の生産者価格への変換(茶道)】 .....	14
【表 1-6 生産者価格の国内生産額への変換(茶道)】 .....	15
【表 1-7 茶道文化の GDP の推計】 .....	16
【表 1-8 華道人口の推計(令和 3 年)】 .....	17
【表 1-9 アンケート調査のサンプル数(華道)】 .....	17
【表 1-10 華道関連消費額】 .....	18
【表 1-11 華道活動消費額の産業部門への振り分け】 .....	19
【表 1-12 消費額(購入者価格)の生産者価格への変換(華道)】 .....	21

【表 1-13 生産者価格の国内生産額への変換(華道)】	22
【表 1-14 華道文化の GDP の推計】	23
【表 1-15 書道人口の推計(令和3年)】	24
【表 1-16 アンケート調査のサンプル数(書道)】	24
【表 1-17 書道関連消費額】	25
【表 1-18 書道活動消費額の産業部門への振り分け】	26
【表 1-19 消費額(購入者価格)の生産者価格への変換(書道)】	28
【表 1-20 生産者価格の国内生産額への変換(書道)】	29
【表 1-21 書道文化の GDP の推計】	30
【表 1-22 和装3製品の国内生産額】	33
【表 1-23 着物市場規模の推移】	33
【表 1-24 和装の国内生産額と付加価値の推移】	33
【表 1-25 全世帯の年間支出額(和服)】	34
【表 1-26 和服の国内生産額の推計】	34
【表 1-27 和服の付加価値(文化 GDP)の推計】	35
【表 1-28 全世帯の年間支出額(被服賃借料)】	35
【表 1-29 被服賃借料(着物レンタル料)の付加価値(文化 GDP)の推計】	36
【表 1-30 飲食店(細分類)の売上金額】	38
【表 1-31 産業連関表(2015年:基準年表・延長表) 飲食店の国内生産額の伸び率】	38
【表 1-32 和食飲食店の国内生産額の推計】	39
【表 1-33 1世帯当たり年間支出額(和食)】	40
【表 1-34 全世帯の年間支出額(和食)】	40
【表 1-35 全世帯の年間支出額からの付加価値(文化 GDP)の推計(和食)】	41
【表 1-36 和食と日本酒の統計データ上の関係】	42
【表 1-37 日本酒(清酒)の付加価値】	43
【表 2-1 文化部門のサブドメイン(産業部門)と SNA 産業連関表の部門対応及び 2020 年の国内生産額の伸び率】	47
【表 2-2 わが国の文化生産(2015年～2020年) 名目値】	48
【表 2-3 令和3年度推計(2019年暫定値)と今年度推計(2019年確定値) 名目値】	48
【表 2-4 各ドメインの付加価値(2015年～2020年) 名目値】	50
【表 2-5 各ドメインの国内生産額(2015年～2020年) 名目値】	50
【表 2-6 「A.文化遺産/自然遺産」領域(2015年～2020年)の国内生産額と付加価値(名目値)】	51
【表 2-7 博物館関連費の国内生産額と付加価値(名目値)】	52
【表 2-8 文化財保護関連費の国内生産額と付加価値(名目値)】	52
【表 2-9 自然保護関連費の国内生産額と付加価値(名目値)】	53
【表 2-10 2015年～2020年の「A.文化遺産/自然遺産」の付加価値(名目値)】	53
【表 2-11 「B.パフォーマンス/セレブレーション」領域(2015年～2020年)の国内生産額と付加価値(名目値)】	54
【表 2-12 興行場、興行団業務の収入種類別の年間売上高と構成比(2019年)】	55
【表 2-13 スポーツ部門を除く興行場(映画館を除く)・興行団の国内生産額と付加価値(名目値)】	55
【表 2-14 楽器製造業の国内生産額と付加価値(名目値)】	56
【表 2-15 「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」部門構成について】	56
【表 2-16 レコード制作・音楽スタジオ業務の国内生産額と付加価値(名目値)】	57
【表 2-17 有料音楽配信の国内生産額と付加価値(名目値)】	58
【表 2-18 スポーツ・娯楽用品・その他の物品賃貸業の構成】	58
【表 2-19 音楽 CD レンタルの国内生産額と付加価値(名目値)】	59
【表 2-20 国立劇場 6 館の国内生産額と付加価値(名目値)】	59
【表 2-21 公立の劇場・音楽堂等の国内生産額と付加価値(名目値)】	59
【表 2-22 2015年～2019年の「B.パフォーマンス/セレブレーション」の付加価値(名目値)】	60
【表 2-23 「C.ビジュアルアーツ/工芸」領域(2015年～2020年)の国内生産額と付加価値(名目値)】	61
【表 2-24 作家から購入(美術品・工芸・書)の国内生産額と付加価値(名目値)】	61
【表 2-25 美術グッズの国内生産額と付加価値(名目値)】	62
【表 2-26 写真業及び作家から購入(写真)の国内生産額と付加価値(名目値)】	62
【表 2-27 産業・経済統計で対象となっている工芸関連分野】	63
【表 2-28 工芸関連の国内生産額と付加価値(名目値)】	63
【表 2-29 2015年～2020年の「C.ビジュアルアーツ/工芸」の付加価値(名目値)】	64
【表 2-30 「D.著作・出版/報道」領域(2015年～2020年)の国内生産額と付加価値(名目値)】	65
【表 2-31 2015年産業連関表部門別品目別国内生産額表の出版の構成】	65
【表 2-32 出版(広告料除く)の国内生産額と付加価値(名目値)】	66
【表 2-33 書籍・雑誌小売業(古本含む)の国内生産額と付加価値(名目値)】	66
【表 2-34 2015年産業連関表部門別品目別国内生産額表の新聞の構成】	67

【表 2-35 新聞(新聞販売)・ニュース供給業の国内生産額と付加価値(名目値)】	67
【表 2-36 新聞小売業(新聞販売店)の国内生産額と付加価値(名目値)】	68
【表 2-37 図書館の国内生産額と付加価値(名目値)】	69
【表 2-38 2015年～2020年の「D.著作・出版/報道」の付加価値(名目値)】	69
【表 2-39 「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」領域(2015年～2020年)の国内生産額と付加価値(名目値)】	70
【表 2-40 「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」部門と文化領域】	70
【表 2-41 映像・番組制作関連の国内生産額と付加価値(名目値)】	71
【表 2-42 映画興行収入の国内生産額と付加価値(名目値)】	71
【表 2-43 動画配信の国内生産額と付加価値(名目値)】	72
【表 2-44 放送関連分野の国内生産額と付加価値(名目値)】	72
【表 2-45 ゲーム関連の国内生産額と付加価値(名目値)】	73
【表 2-46 映像レンタルの国内生産額と付加価値(名目値)】	73
【表 2-47 2015年～2020年の「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の付加価値(名目値)】	74
【表 2-48 「F.デザイン/クリエイティブサービス」領域(2015年～2020年)の国内生産額と付加価値(名目値)】	75
【表 2-49 デザイン分野の国内生産額と付加価値(名目値)】	76
【表 2-50 土木建築サービス業の構成(2019年)】	76
【表 2-51 建築サービス分野の国内生産額と付加価値(名目値)】	77
【表 2-52 広告分野の国内生産額と付加価値(名目値)】	77
【表 2-53 2015年～2020年の「F.デザイン/クリエイティブサービス」の付加価値(名目値)】	78
【表 2-54 推計基礎資料一覧】	79
【表 2-55 分野ごとの雇用者数】	81
【表 3-1 本調査研究で用いるわが国の輸出入統計】	83
【表 3-2 ドメイン・サブドメインと用いる輸出入統計】	83
【表 3-3 わが国の文化の輸出入(2015～2019年)】	86
【表 3-4 米国の文化の輸出入の詳細(2019年)】	93
【表 3-5 英国の文化の輸出入(2019年)】	94
【表 3-6 英国の文化部門とクリエイティブ産業の構成比較】	94
【表 3-7 米国・英国・日本の部門別文化輸出入の上位10項目(2019年)】	95

【以下の記述についての注記】

- ・図表で出典等を記していないものは(株)シー・ディー・アイ作成によるものである。
- ・各表の数値については、端数を四捨五入しているため、数値の合計、乗じた結果などが記載している数値と一致しない場合がある。

＜本報告書の主なアルファベット表記の略語とその説明＞

略語	全表記	説明
CSA	Culture Satellite Account 文化サテライト勘定	国民経済計算 (SNA) の枠組みから文化部門を抽出した勘定 (計算)。
DCMS	Department for Digital, Culture, Media and Sport デジタル・文化・メディア・スポーツ省	英国の行政機関の一つで、文化・芸術・スポーツおよび国内の放送やインターネットなどメディアに関する行政を担う。観光行政やレジャー産業・クリエイティブ産業 (一部はビジネス・エネルギー・産業戦略省の所管) の振興も所管する。
EBOPS	Extended Balance of Payments in Service 拡大国際収支サービス	国際収支マニュアルにおけるサービス生産物分類をさらに細分化したものの。
EBPM	Evidence-Based Policy Making 証拠に基づく政策立案	近年わが国でも推進されている政策立案の考え方。
FCS	Framework for Cultural Statistics 文化統計の枠組み	CSA で推計する文化領域の範囲及び区分。ユネスコの CSA 作成指針の前提で、2009 年版 (2009FCS) がその中心。
GDP	Gross Domestic Product 国内総生産	一定期間 (多くは 1 年間) にある国で生み出された付加価値の総額。文化 GDP という場合は、GDP のうちの文化活動によって生み出された額を指す。
GVA	Gross Value Added 総付加価値	GDP から税を除き、補助金を加えたもの。 $GVA = GDP - \text{税} + \text{補助金}$
HS	Harmonized Commodity Description and Coding System 商品の名称及び分類についての統一システム	「商品の名称及び分類についての統一システムに関する国際条約」に基づいて定められた国際貿易における世界共通の商品分類番号。
SNA	System of National Accounts 国民経済計算	1 国の GDP、雇用数、輸出入等を推計するシステム。CSA の土台でもある。わが国のものは JSNA とも略される。
UIS	UNESCO Institute for Statistics ユネスコ統計研究所	ユネスコの統計担当部門。





# 調査研究の概要

本報告書は、「令和 4 年度「文化行政調査研究」文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究事業」の報告書である。本調査研究は、文化庁の設置する「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究事業に係る会議」の監修・助言のもとに実施した。

調査研究の実施期間は令和 4 年 9 月 9 日から令和 5 年 3 月 31 日で、以下が概要である。

## (1)調査研究の目的

「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究」は、文化 GDP の推計をメインテーマに、平成 29 年度は文化 GDP 推計のフィジビリティ調査(実験的調査)、平成 30 年度は文化 GDP の部分的推計、令和元年度はユネスコとの調整と諸外国の詳細事例調査、令和 2 年度は文化 GDP の全体的推計及び雇用の推計、令和 3 年度は文化の輸出入に関する調査を軸に文化 GDP 及び雇用の推計(2015 年～2019 年)及び諸外国における文化サテライト勘定の活用事例の調査を行い、ユネスコモデルを基にした文化 GDP、文化雇用、文化の輸出入を合わせた文化サテライト勘定(CSA: Cultural Satellite Account)の枠組みが一定程度完成したといえる。

こうしたこれまでの経緯や成果を踏まえ、今年度については、主として、茶道・華道・書道、和食文化などわが国独自の文化領域に視点をおき、これらの領域の国内生産額・付加価値を試行的に推計するとともに、国際比較可能なユネスコモデルの文化領域の国内生産額・付加価値・雇用・輸出入について遡及改訂も含め、2015 年～2020 年の推計を行った。

## (2)業務内容

本調査研究の内容と具体的な方法は次のとおりである。

### 1)生活文化の数値評価

生活文化として数値評価(GDP 推計)の対象とする文化領域は、茶道、華道、書道、和装、和食文化、日本酒の 6 分野とした。

各文化領域の調査の方法については研究会等で検討し、決定した。

### 2)ユネスコ案に基づく文化領域の数値評価

令和 3 年度(昨年度)、2015～2019 年の 5 ヵ年分の文化 GDP と文化雇用に関する推計が行われている。ただし昨年度調査時には 2019 年の延長産業連関表は公表されていなかったために、2019 年の文化 GDP 推計は、2018 年の延長産業連関表をもとに推計しており、昨年度時点では暫定値とされている。

本年度は、2019 年の延長産業連関表を用いて、2019・2020 年のわが国の文化 GDP の推計を行った。これによって 6 ヵ年分が推計された。なお、2019 年が最新の延長産業連関表のため、2020 年の推計値は暫定値となるが、この 2020 年推計値については、暫定値の段階では新型コロナウイルス感染症流行の影響が十分に反映されていないため、例年と比べ、暫定値と確定値との差が大きくなる可能性があることに留意が必要である。

### 3)ユネスコ案に基づく文化の輸出入に関する調査

わが国の文化の輸出入に関する統計は、貿易統計(財貨に関する統計)、国際収支統計(サービスに関する統計)、産業連関表(産業における輸出入)の3種類がある。令和3年度調査では、これら3種類の統計のうち、産業連関表をベースにし、ユネスコ案(ユネスコのガイドライン)が推奨する輸出入データに近い貿易統計と国際収支統計でこれを補う、という方法をとった。その理由は、貿易統計と国際収支統計は商品(財貨・サービス)ベースであり、かつその対象とする範囲が狭いことや、文化商品のスプリット(抽出)が難しかったことなどである。また文化GDP推計を産業連関表ベースで行っているため、文化GDP推計との整合性を図る意味合いもあった。

また令和3年度は、公表されている産業連関表を用いて文化の輸出入推計は2015～2018年の4ヵ年分を行っている。本年度は、2019年の延長産業連関表を用いて、2019年のわが国の文化の輸出入の推計を行った。

### 4)新しい文化施策に関する提案

上記の「生活文化のGDP推計」、「6年間分の文化GDPの推計」、「文化の輸出入(国際収支)の推計」から導き出された課題をベースに、今後の文化施策に関する提案をとりまとめた。

### (3)文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究事業に係る会議メンバー(令和4年度)

藤川 清史 (愛知学院大学経済学部教授:経済統計学)

八木 匡 (同志社大学経済学部教授:文化経済学)

矢根 遥佳 (立命館大学国際関係学部准教授:国際経済学)

(敬称略:役職は令和4年度現在)

# 第1章 生活文化の GDP

## 1 生活文化の GDP 推計の位置づけと手法

### 1.1 位置づけ

#### 1.1.1 ユネスコの位置づけ

ユネスコは、「文化的多様性に関する世界宣言」(2001年採択)で、文化を「特定の社会または社会集団に特有の、精神的、物質的、知的、感情的特徴をあわせたものであり、また、芸術・文学だけではなく、生活様式、共生の方法、価値観、伝統及び信仰も含むものである」としている。

一方、本調査研究の対象である文化サテライト勘定(CSA)の文化は、この宣言に言うような理念的なものではない。国民経済計算(SNA)のサテライト勘定であるから、SNAの枠組みに収まっている範囲の限定的なものである。本調査研究が準拠するCSAのガイドラインである2009FCSでも、CSAの文化の概念・範囲はpragmatic(現実的、実務的)なものであるとされている。

また、2009FCSの基本的な態度は、本質的には多様性に富み、多元的な要素からなる文化を、できるだけ世界共通の枠組みで捉えて、比較できるようにしようとすることから、文化の範囲を野放図に広げることが避けようとしている。さらに、文化を共通の基盤で、限定的に捉えることで、CSAで推計される数値の信頼性を高いものにしようという意図もある。2009FCSの「文化」の枠組みは、これらを背景に持っている。

以上の2つの理由から、ユネスコのガイドラインには、それぞれの国からみれば独自・固有の文化領域は含まれない傾向がある。

#### 1.1.2 各国の実態に即した枠組みの設定

しかし、一方で、文化は「文化的多様性に関する世界宣言」にうたわれるように、多様で幅広い。われわれの生活や社会を彩る文化は、むしろそのように多様で独自なものである。文化を限定的に捉えれば、かえって実態に合わない部分も生じる。実態に合わなければ、例えばEBPMのツールとしてのCSAは限定的なものになる。CSAをその国・社会の文化の実態に合ったものとするためには、それは好ましくない。

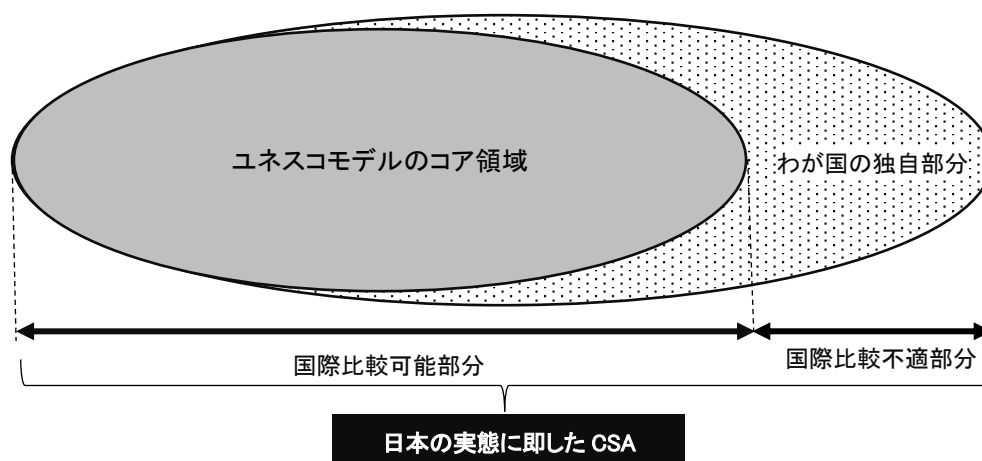
このことに関して、ユネスコ(UIS:ユネスコ統計研究所)は次のような見解を述べている。

- ユネスコのFCSは、柔軟な枠組みであることを目指しており、一定の枠組みの中での比較可能性を高めるようにしている。と同時に、各国がその実態に即した文化的枠組みを構築するのを支援することを目指している。したがって、各国の、ドメインごとに関連するFCSの独自の定義の採用や、各国独自の調査に基づくデータによる推計を妨げるものではない。そのうえで、各ドメインの推計結果を国際的に比較可能なものとして使用してもよい。
- 2009FCSは、特定の固定的な指標を定義または提案するものではない。文化的指標の枠組みに関連する指標の開発は、国内および国際レベルでの次の重要なステップである。

資料:「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究」(2019)

UIS のいう各国の独自の定義に相当するものの一部が、本調査研究で取り上げる生活文化である。ユネスコのガイドラインのコア部分にこの独自部分を加えて、全体として、わが国の文化状況の実態に即した CSA を構築することが、本調査研究の目指すところである。

【図 1-1 日本の実態に即した CSA の概念】



### 1.1.3 本年度調査研究の位置づけと範囲

本年度調査研究で生活文化として取り上げる項目は、茶道、華道、書道、和装、和食、日本酒の 6 領域である。しかし生活文化の概念・範囲はあまり明確ではなく、「文化芸術基本法」では茶道、華道、書道、食文化に加えて「その他の生活に係る文化」という漠然としたものが含まれている。また「平成 27 年度伝統的生活文化実態調査」(文化庁)では、伝統的生活文化として、これらのほかに礼法、遊戯(囲碁、将棋、カルタなど)、文芸(和歌、俳句など)、武道などが含まれている。したがって、本調査で取り上げた 6 領域は、あくまで生活文化の一部であることに留意が必要である。

また、生活文化の文化 GDP の推計は、後述のようにユネスコのガイドラインに示される方法・手順では難しいものがある。このため、本調査研究では生産側からのアプローチだけではなく、消費側からのアプローチも試みている。こうした点で、本調査研究における生活文化の文化 GDP の推計は、現段階では「試行」段階にある。

## 1.2 生活文化の GDP 推計の方法

### 1.2.1 概要

文化 GDP の推計は、文化サテライト勘定(以下 CSA という。)の重要な項目の一つである。CSA の作成についてはいくつかの方法があるが、ユネスコ(主体はユネスコ統計研究所:UIS)が提示する 2009FCS (2009 Framework for Cultural Statistics)が、おおむね現在の国際的に受け入れられているガイドラインといえる。

このガイドラインのポイントは 2 つある。1 つは「文化の概念」に関するもので、これは前節で論じている「どこまでが文化か」「何を文化とするか」という文化の枠組みの問題である。もう 1 つは、推計の方法に関するものである。文化の枠組みの設定は同じであっても、推計方法が異なれば、推計結果も異なってくる。2009FCS では、以下に示すような方法・手順を推奨している。

- ①文化(固有)商品とその生産額の抽出
- ②文化(固有)商品の生産部門への紐づけ
- ③付加価値(文化 GDP)の推計(産業連関表の利用)

本調査研究で「ユネスコのガイドライン」というとき、この文化の枠組みと推計方法の 2 つを指している。このうち、推計の方法・手順は、文化(固有)商品の生産額の把握から入ることとしているのが特徴である。すなわち、生産と消費の 2 つの側面において、ユネスコのガイドラインは生産側からのアプローチを推奨している。これが可能であるためには、文化(固有)商品が同定でき、かつその生産額が記録された統計がなければならない。

本調査研究では、生活文化(茶道、華道、書道、和装、和食文化、日本酒の 6 分野)のそれぞれの文化 GDP の推計を試みている。これら 6 分野のうち 3 分野(和装、和食文化、日本酒)は生産側からのアプローチが可能である。しかし、茶道、華道及び書道の 3 分野は、次のような理由で、生産側からのアプローチが困難である。

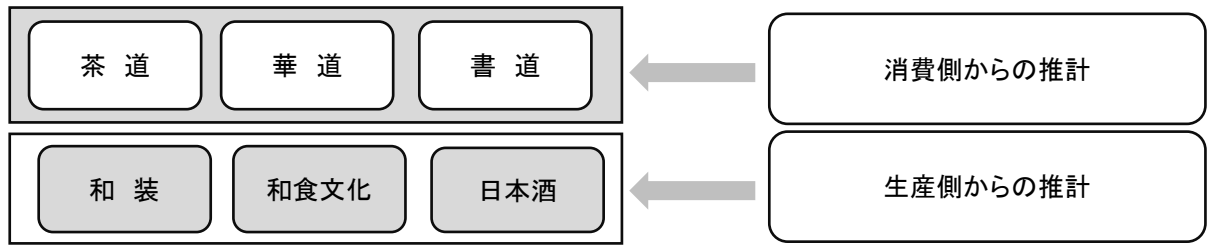
- ①(固有の)文化商品を同定できるが、それらはきわめて特殊な商品で、かつその生産量は少なく、生産額が把握しにくい、または把握できない。(例:茶道の茶筌、茶杓、茶匙など、華道の剣山など)
- ②生活一般に用いられる商品と、生活文化用の商品の区分がしにくい。  
(例:統計上、茶道の茶碗や華道の水盤など、茶道・華道の用具と、陶製食器などの日用品との区分ができない。)

このため、茶道・華道・書道 3 分野については、次節に記すように、生産側からではなく消費(需要)側からアプローチする手法を用いた。消費側からのアプローチは、本調査研究会の検討の中で生まれた推計の手法の新しいアイデアであって、ユネスコ統計研究所やその関係者からも注目され、評価されている。

一方で、6 つの生活文化の領域の文化 GDP 推計は、生産側からと消費側からの 2 つの異なるアプローチ(方法)が混在している状況にあることは確かである。また、生産側からのアプローチも、利用できる産業統計が限定的である。したがってこれらの推計は、現段階では「試行的」なものにとどまっている。

今後、2 つのアプローチ(方法)の整合性を図るとともに、既存データの精査などの作業が、引き続き必要となる。

【図 1-2 生活文化の文化 GDP 推計へのアプローチ】

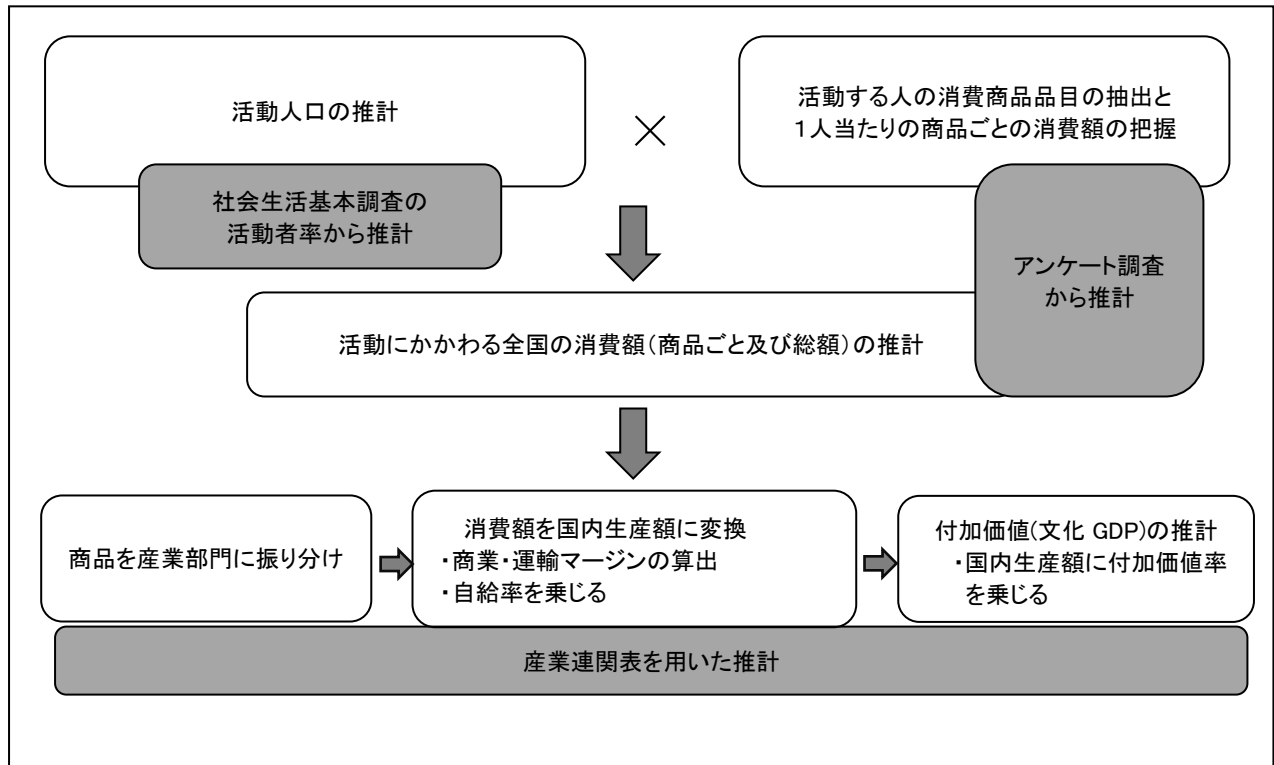


### 1.2.2 茶道・華道・書道の推計の方法(消費(需要)側からのアプローチ)

#### 手法の枠組み

茶道・華道・書道の3分野の文化 GDP は、以下のような共通した手法・手順で推計している。

【図 1-3 茶道・華道・書道の文化 GDP の推計手順】



## 活動人口の推計

社会生活基本調査(総務省)のデータを用いる。社会生活基本調査は、生活時間の配分や余暇時間における主な活動の状況など、国民の社会生活の実態を明らかにする基礎資料を得ることを目的に実施されている。(昭和51年以来5年ごとに実施。)本調査では、令和3年調査(第10回目)の結果を使っている。

この調査で、茶道・華道・書道それぞれの分野の活動者率を知ることができる。この活動者率をわが国の人口に乗じることで各分野の活動者総数が推計できる。

ただし、以下のような点に留意する必要がある。

- ①社会生活基本調査のサンプル数は約18～19万人である。属性は10歳以上の男女である。後述の本調査で実施したアンケート調査は、20歳以上の男女を対象としており、10歳～19歳は調査対象としていない。この点でサンプルの構成に違いがあるが、捨象している。(10歳～19歳人口は10歳以上人口の9.7%)
- ②社会生活基本調査の生活時間及び生活行動に関する調査で、「趣味・娯楽」行動種目の中に「茶道」「華道」「書道」が含まれ、各種目の活動の有無と頻度を質問している。質問では「茶道」「華道」「書道」の具体的な行動内容は示しておらず、各種目の活動内容の解釈は回答者の判断にゆだねられている。ただし「個人の自由時間の中で行うものをいう」としており、例えば学校での授業、職業としての教授は除かれている。
- ③令和3年の社会生活基本調査では、「過去1年間の活動」の有無と頻度を問うているが、過去1年間の期間は、令和2年10月20日から令和3年10月19日としている。本調査では、この期間を令和3年(暦年)の活動として推計している。

## アンケート調査による消費商品の種類と1人当たりの商品消費額の把握

アンケート調査では、20歳以上の男女で、この1年間に何らかの形で茶道・華道・書道に接した人(楽しんだり、習ったり、教えたりした人)を対象とした。サンプル数は茶道・華道・書道それぞれ約800人で、社会生活基本調査の活動者率の構成にできるだけ近い構成とした。

調査では、活動頻度と消費(購入)した商品の1年間の金額を質問した。調査票はあらかじめ商品リストを示し、記述式で回答を求めた。商品リストは、茶道、華道、書道の家元関係者や教授者、愛好者などから聞き取り調査をして作成した。

消費商品は、茶道・華道・書道それぞれの活動を行う上で必要不可欠な商品を「コア商品(茶道における茶道具、書道における筆・墨・硯など)」と「関連商品(授業料・会費、専門誌の購読、交通費など)」の2種類に区分している。

## 産業連関表による付加価値(文化GDP)の推計

茶道・華道・書道活動に必要な商品(サービスを含む)を産業に紐づけ、商品区分を産業区分に変換する。またアンケート調査で得られた商品ごとの消費額を需要額とみなす。<sup>1</sup>

<sup>1</sup> 会費や授業料・稽古費には、茶道の抹茶や菓子、華道の花材代、書道の書道用紙や墨代などが含まれる場合があり、教授する側がこれらの商品代を消費額として記入すると重複することとなる。しかし、本アンケート調査結果から重複分を除去することが難しく、お稽古等に必要なお稽古料の一部は二重に計上されている。

各産業区分の商業及び輸送コスト分のマージンを割り出す。これらは、茶道・華道・書道の固有商品ではないが、流通を通じてこれらの活動を支える関連部門として捉える。商業マージン分は別途商業部門、運輸マージン分は運輸部門を設定して、そこに一括して計上する。

次に、需要額に自給率を乗じて輸入額を除き、国内生産額に変換する。国内生産額に各産業の付加価値率を乗じて付加価値(文化 GDP)を推計する。

なお産業連関表は 2019 年のものを用いる。



## 2 各分野の文化 GDP の推計

### 2.1 茶道の文化 GDP(試行的な推計結果)

#### 2.1.1 茶道人口の推計

社会生活基本調査の「茶道の参加率(活動者率)」から推計される令和3年の茶道人口は、およそ91万9千人である。

【表 1-1 茶道人口の推計(令和3年)】

活動の頻度	活動者数(千人)
0_総数	919
1_年に1~4日	337
2_年に5~9日	82
3_年に10~19日(月に1日)	169
4_年に20~39日(月に2~3日)	149
5_年に40~99日(週に1日)	96
6_年に100~199日(週に2~3日)	28
7_年に200日以上(週に4日以上)	14

注:「総数」には、頻度不明の回答者や不詳の数を含むことから、「総数」と内訳を合計した数値とは必ずしも一致しない。  
(資料:令和3年社会生活基本調査(総務省))

#### 2.1.2 茶道の消費額の推計

アンケート調査により、茶道をしている人の1年間の消費構造、消費額を把握する。

#### サンプル(茶道)

【表 1-2 アンケート調査のサンプル数(茶道)】

カテゴリー1	年に1回程度、茶道(茶の湯)のイベントに行ったり、茶席で抹茶を飲むことがある	564人	69.7%
カテゴリー2	月に1~3回程度、茶道(茶の湯)を楽しんだり、稽古をしている、あるいは人に教えている	190人	23.5%
カテゴリー3	週に1回程度、茶道(茶の湯)を楽しんだり、稽古をしている、あるいは人に教えている	55人	6.8%
合計		809人	100.0%

## 茶道活動の消費額

アンケート調査で得た次の表の商品ごとの支出額の平均金額(回答者1人当たりの消費額)を求める。さらにこの平均金額に茶道人口(919千人)を乗じて全体消費額を推計する。

【表 1-3 茶道関連消費額】

支出費目	回答合計金額 (円)	全回答者1人当たり金額 (円)	茶道人口全体による 消費額の推計(千円)
コア商品			
抹茶(薄茶・濃茶)	1,894,641	2,342	2,152,298
菓子	1,641,610	2,029	1,864,651
懐石食材費(酒を含む)	1,110,100	1,372	1,260,868
香	492,200	608	558,752
花	869,483	1,075	987,925
懐紙	348,540	431	396,089
黒文字など	233,917	289	265,591
炭	270,445	334	306,946
茶碗	1,136,200	1,404	1,290,276
茶筥	486,140	601	552,319
茶杓	330,650	409	375,871
抹茶篩	351,000	434	398,846
棗	282,400	349	320,731
仕覆	232,300	287	263,753
茶入	254,600	315	289,485
帛紗	323,424	400	367,600
懐紙袋・数寄屋袋	224,400	277	254,563
釜	404,850	500	459,500
鎖	218,200	270	248,130
薬かん	195,100	241	221,479
炉・風炉	226,500	280	257,320
蓋置	163,850	203	186,557
杓立	105,200	130	119,470
湯の子	116,120	144	132,336
建水	102,350	127	116,713
湯桶	102,800	127	116,713
水指	121,000	150	137,850
籠類	89,380	110	101,090
五徳	89,250	110	101,090
炭斗セット	112,300	139	127,741
火箸	99,800	123	113,037
炭とり	92,800	115	105,685
羽	80,900	100	91,900
灰さじ、底取	91,251	113	103,847
炉用長板	85,580	106	97,414
香合	120,650	149	136,931
敷板類	95,500	118	108,442
茶通箱	159,350	197	181,043
炉縁	102,200	126	115,794
軸	389,700	482	442,958
屏風	290,980	360	330,840
毛氈	157,750	195	179,205

支出費目	回答合計金額 (円)	全回答者 1 人当たり金額 (円)	茶道人口全体による 消費額の推計(千円)
コア商品			
腰貼り紙	94,600	117	107,523
畳・畳張替え	488,900	604	555,076
棚類	138,600	171	157,149
花台	121,500	150	137,850
花切狭	76,200	94	86,386
矢筈	58,800	73	67,087
釘など	50,950	63	57,897
十能	67,080	83	76,277
炉灰	57,950	72	66,168
火おこし	61,050	75	68,925
露地草履	79,580	98	90,062
露地行灯	72,700	90	82,710
皿、向付	247,800	306	281,214
飯碗、汁椀(漆塗)	189,450	234	215,046
飯器	133,600	165	151,635
盃	117,400	145	133,255
盆	94,100	116	106,604
箸	91,330	113	103,847
食籠	67,650	84	77,196
煙草盆、煙草入、灰吹	65,800	81	74,439
爛鍋	81,980	101	92,819
小計	16,752,431	20,706	19,028,814
関連商品			
会費	3,655,200	4,518	4,152,042
授業料、稽古費	4,815,900	5,953	5,470,807
各種資格取得費用	1,360,100	1,681	1,544,839
交際費(茶会など)	3,512,300	4,342	3,990,298
和装類 (着物・帯・和装小物・草履など)	5,067,900	6,264	5,756,616
美容院、着付けサービスなど	1,476,800	1,825	1,677,175
交通費	2,851,560	3,525	3,239,475
定期購読費	514,650	636	584,484
茶道関連書籍購入費	474,910	587	539,453
小計	23,729,320	29,331	26,955,189
合計	40,481,751	50,037	45,984,003

以上から、次のような推計をする。

- ① 茶道人口 約 91 万 9 千人
- ② 茶道活動による年間消費金額 約 460 億円
- ③ 茶道人口 1 人当たりの年間消費額 約 50,000 円

## 2.1.3 消費内容・金額の産業部門への振り分け(茶道)

アンケート調査によって得られた茶道に関する消費内容・金額を産業部門に振り分ける。

【表 1-4 茶道活動消費額の産業部門への振り分け】

消費費目	産業部門	消費額 (千円)
コア商品		
抹茶(薄茶・濃茶)	茶・コーヒー	2,152,298
菓子	菓子類	1,864,651
懐石食材費(酒を含む)	食料品・清酒	1,260,868
香	その他の製造工業製品	558,752
花	花き・花木類	987,925
懐紙	その他のパルプ・紙・紙加工品	396,089
黒文字など	その他の木製品	265,591
炭	特用林産物(狩猟業を含む。)	306,946
茶碗	陶磁器	1,290,276
茶筌	その他の木製品	552,319
茶杓	その他の木製品	375,871
抹茶篩	金属製容器・製缶板金製品	398,846
棗	その他の製造工業製品	320,731
仕覆	その他の繊維既製品	263,753
茶入	陶磁器	289,485
帛紗	その他の繊維既製品	367,600
懐紙袋・数寄屋袋	その他の繊維既製品	254,563
釜	鋳鉄品・鍛工品(鉄)	459,500
鎖	鋳鉄品・鍛工品(鉄)	248,130
葉かん	鋳鉄品・鍛工品(鉄)	221,479
炉・風炉	鋳鉄品・鍛工品(鉄)	257,320
蓋置(竹 0.5・陶磁器 0.5)	その他の木製品、陶磁器	186,557
杓立	陶磁器	119,470
湯の子	その他の製造工業製品	132,336
建水(陶磁器 0.5 銅 0.5)	陶磁器、その他の金属製品	116,713
湯桶	その他の製造工業製品	116,713
水指	陶磁器	137,850
籠類	その他の木製品	101,090
五徳	鋳鉄品・鍛工品(鉄)	101,090
炭斗セット	※火箸、炭とり、羽に振り分け	127,741
火箸	鋳鉄品・鍛工品(鉄)	113,037
炭とり	その他の製造工業製品	105,685
羽	身辺細貨品	91,900
灰さじ、底取	身辺細貨品	103,847
炉用長板	身辺細貨品	97,414
香合	身辺細貨品	136,931
敷板類	身辺細貨品	108,442
茶通箱	その他の木製品	181,043
炉縁	その他の木製品	115,794
軸	その他の家具・装備品	442,958
屏風	その他の家具・装備品	330,840
毛氈	じゅうたん・床敷物	179,205
腰貼り紙	洋紙・和紙	107,523

消費費目	産業部門	消費額 (千円)
コア商品		
畳・畳張替え	畳・わら加工品	555,076
棚類	その他の家具・装備品	157,149
花台	その他の製造工業製品	137,850
花切狭	配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	86,386
矢筈	その他の木製品	67,087
釘など	その他の金属製品	57,897
十能	配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	76,277
炉灰	特用林産物(狩猟業を含む。)	66,168
火おこし	鋳鉄品・鍛工品(鉄)	68,925
露地草履	その他の木製品	90,062
露地行灯	その他の製造工業製品	82,710
皿、向付	陶磁器	281,214
飯碗、汁椀(漆塗)	その他の製造工業製品	215,046
飯器	その他の製造工業製品	151,635
盃	その他の製造工業製品	133,255
盆	その他の製造工業製品	106,604
箸	その他の木製品	103,847
食籠	陶磁器、その他の製造工業製品	77,196
煙草盆、煙草入、灰吹	その他の製造工業製品	74,439
爛鍋	鋳鉄品・鍛工品(鉄)	92,819
	小計	19,028,814
関連商品		
会費	個人教授業	4,152,042
授業料、稽古費	個人教授業	5,470,807
各種資格等取得費用	個人教授業	1,544,839
交際費(茶会など)	飲食サービス	3,990,298
和装類(着物・帯・和装小物・草履など)	織物製衣服	5,756,616
美容院、着付サービスなど	美容業	1,677,175
交通費	鉄道旅客輸送、バス、ハイヤー・タクシー	3,239,475
定期購読費	出版	584,484
茶道関連書籍購入費	出版	539,453
	小計	26,955,189
	合計	45,984,003

## 2.1.4 付加価値(GDP)の推計(茶道)

### 生産者価格への転換(茶道)

各産業部門に振り分けた茶道関連消費額には商業と輸送コスト分のマージンが含まれているので、2015年産業連関表の産出表より求めた各産業の商業マージン率、運輸マージン率を乗じて、マージン分を割り出す。これらは、茶道の固有商品ではないが、流通を通じて茶道活動を支える関連部門として捉える。そして商業マージン分は別途商業部門、運輸マージン分は運輸部門を設定して、そこに一括して計上する。

以上の処理をして、生産者価格を推計する。

【表 1-5 消費額(購入者価格)の生産者価格への変換(茶道)】

産業区分	a.消費額 (購入者価格) (千円)	b.商業マージン (千円)	c. 運輸マージン (千円)	d 生産者価格 (千円) d=a-(b+c)
コア商品部門				
花き・花木類	987,925	487,264	31,940	468,721
特用林産物(狩猟業を含む。)	373,114	175,882	6,447	190,785
菓子類	1,864,651	761,020	53,739	1,049,892
食料品・清酒	1,260,868	497,501	30,803	732,564
茶・コーヒー	2,152,298	659,120	52,495	1,440,683
じゅうたん・床敷物	179,205	100,636	2,579	75,990
その他の繊維既製品	885,916	439,618	24,318	421,980
その他の木製品	1,945,982	1,065,425	66,163	814,394
その他の家具・装備品	930,947	658,943	8,574	263,430
洋紙・和紙	107,523	71,895	3,018	32,610
その他のパルプ・紙・紙加工品	396,089	210,323	16,105	169,661
陶磁器	2,308,529	1,467,370	41,646	799,513
鋳鉄品・鍛工品(鉄)	1,608,786	622,761	25,950	960,075
金属製容器・製缶板金製品	398,846	158,805	9,700	230,341
配管工事附属品・粉末や金製品・ 道具類	162,663	82,184	3,993	76,486
その他の金属製品	116,253	67,950	2,045	46,258
身辺細貨品	129,693	91,933	1,261	36,499
畳・わら加工品	555,076	427,792	13,350	113,934
その他の製造工業製品	2,664,450	1,580,339	128,480	955,631
小計	19,028,814	9,626,761	522,606	8,879,447
関連商品部門				
織物製衣服	5,756,616	3,284,207	118,701	2,353,708
鉄道旅客輸送	2,267,632	0	0	2,267,632
バス	323,948	0	0	323,948
ハイヤー・タクシー	647,895	0	0	647,895
出版	1,123,937	243,085	47,689	833,163
飲食サービス	3,990,298	0	0	3,990,298
美容業	1,677,175	0	0	1,677,175
個人教授業	11,167,688	0	0	11,167,688
小計	26,955,189	3,527,292	166,390	23,261,507
合計	45,984,003	13,154,053	688,996	32,140,954

## 国内生産額の推計(茶道)

生産者価格に自給率を乗じて国内生産額を推計する。

なお一部の自給率(\*印:織物製衣服(和装品)や飲食サービス、個人教授業など)は、商品の性格上、自給率100%として推計している。

【表 1-6 生産者価格の国内生産額への変換(茶道)】

産業区分	a.生産者価格 (千円)	b.自給率	c.国内生産額 (千円) c= a×b
コア商品部門			
花き・花木類	468,721	0.86771	406,714
特用林産物(狩猟業を含む。)	190,785	0.856	163,312
菓子類	1,049,892	0.94743	994,699
食料品・清酒	732,564	0.83847	614,233
茶・コーヒー	1,440,683	0.9309	1,341,132
じゅうたん・床敷物	75,990	0.64096	48,707
その他の繊維既製品	421,980	0.54309	229,173
その他の木製品	814,394	0.55715	453,740
その他の家具・装備品	263,430	0.86907	228,939
洋紙・和紙	32,610	0.93249	30,408
その他のパルプ・紙・紙加工品	169,661	0.93228	158,172
陶磁器	799,513	0.55388	442,834
鋳鉄品・鍛工品(鉄)	960,075	0.97613	937,158
金属製容器・製缶板金製品	230,341	0.96797	222,963
配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	76,486	0.65814	50,338
その他の金属製品	46,258	0.75659	34,998
身辺細貨品	36,499	0.13146	4,798
畳・わら加工品	113,934	0.84416	96,179
その他の製造工業製品	955,631	0.80765	771,815
小計	8,879,447	—	7,230,312
関連商品部門			
織物製衣服	2,353,708	*1	2,353,708
鉄道旅客輸送	2,267,632	*1	2,267,632
バス	323,948	*1	323,948
ハイヤー・タクシー	647,895	*1	647,895
出版	833,163	*1	833,163
飲食サービス	3,990,298	*1	3,990,298
美容業	1,677,175	*1	1,677,175
個人教授業	11,167,688	*1	11,167,688
(商業マージン)	13,154,053	*1	13,154,053
(運輸マージン)	688,996	*1	688,996
小計	37,104,556	—	37,104,556
合計	45,984,003	—	44,334,868

## 付加価値(GDP)の推計(茶道)

国内生産額に付加価値率を乗じて付加価値を推計する。ここで推計された付加価値の総計を茶道の文化GDPとみなす。

推計結果は以下の通りである。

○茶道消費額	460 億円
○茶道関連国内生産額	443 億円
○茶道関連付加価値(GDP)	273 億円

【表 1-7 茶道文化の GDP の推計】

産業部門	国内生産額 (千円)	付加価値率	付加価値(文化 GDP) (千円)
<b>コア商品部門</b>			
花き・花木類	406,714	0.54097	220,020
特用林産物(狩猟業を含む。)	163,312	0.45622	74,506
菓子類	994,699	0.39026	388,191
食料品・清酒	614,233	0.30606	187,992
茶・コーヒー	1,341,132	0.41494	556,489
じゅうたん・床敷物	48,707	0.24307	11,839
その他の繊維既製品	229,173	0.47654	109,210
その他の木製品	453,740	0.46036	208,884
その他の家具・装備品	228,939	0.40277	92,210
洋紙・和紙	30,408	0.28956	8,805
その他のパルプ・紙・紙加工品	158,172	0.45078	71,301
陶磁器	442,834	0.46321	205,125
鋳鉄品・鍛工品(鉄)	937,158	0.38411	359,972
金属製容器・製缶板金製品	222,963	0.47671	106,289
配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	50,338	0.55744	28,060
その他の金属製品	34,998	0.51158	17,904
身近細貨品	4,798	0.38319	1,839
畳・わら加工品	96,179	0.41444	39,860
その他の製造工業製品	771,815	0.39891	307,885
小計	7,230,312	—	2,996,381
<b>関連商品部門</b>			
織物製衣服	2,353,708	0.42302	995,666
商業	13,154,053	0.66672	8,770,070
運輸	688,996	0.63294	436,093
鉄道旅客輸送	2,267,632	0.65573	1,486,954
バス	323,948	0.66156	214,311
ハイヤー・タクシー	647,895	0.78545	508,889
出版	833,163	0.4059	338,181
飲食サービス	3,990,298	0.38579	1,539,417
美容業	1,677,175	0.6954	1,166,307
個人教授業	11,167,688	0.79623	8,892,048
小計	37,104,556	—	24,347,936
合計	44,334,868	—	27,344,317



## 2.2 華道の文化 GDP(試行的な推計結果)

### 2.2.1 華道人口の推計

社会生活基本調査の「華道の参加率(活動者率)」から推計される令和3年の華道人口は、およそ142万2千人である。

【表 1-8 華道人口の推計(令和3年)】

活動の頻度	活動者数(千人)
0_総数	1,422
1_年に1～4日	419
2_年に5～9日	137
3_年に10～19日(月に1日)	359
4_年に20～39日(月に2～3日)	231
5_年に40～99日(週に1日)	157
6_年に100～199日(週に2～3日)	49
7_年に200日以上(週に4日以上)	20

注:「総数」には、頻度不明の回答者や不詳の数を含むことから、「総数」と内訳を合計した数値とは必ずしも一致しない。  
(資料:令和3年社会生活基本調査(総務省))

### 2.2.2 華道の消費額の推計

アンケート調査により、華道をしている人の1年間の消費構造、消費額を把握する。

#### サンプル(華道)

【表 1-9 アンケート調査のサンプル数(華道)】

カテゴリー1	年に1回程度、いけばなをすることがある。またそのための必要最小限の道具を持っている	495人	66.6%
カテゴリー2	月に1～3回程度、華道を楽しんだり、稽古をしている、あるいは人に教えている	182人	24.5%
カテゴリー3	週に1回程度、華道を楽しんだり、稽古をしている、あるいは人に教えている	66人	8.9%
合計		743人	100.0%

## 華道活動の消費額

アンケート調査で得た次の表の商品ごとの支出額の平均金額(回答者1人当たりの消費額)を求める。さらにこの平均金額に華道人口(1,422千人)を乗じて全体消費額を推計する。

【表 1-10 華道関連消費額】

支出費目	回答合計金額 (円)	全回答者1人当 たり金額(円)	華道人口全体による 消費額の推計(千円)
コア商品			
花材	6,359,363	8,559	12,170,898
加工素材、異質素材(三又、アルミシート等)	393,430	530	753,660
給水スポンジ(オアシス)	255,740	344	489,168
花留め(こみわら、又木など)	122,100	164	233,208
針金	86,610	117	166,374
テープ類	65,700	88	125,136
接着剤	40,990	55	78,210
水揚げ剤	83,210	112	159,264
保水綿(ステムティッシュ)、ペーパータオルなど	74,400	100	142,200
花鉢	329,650	444	631,368
花鉢ケース	85,500	115	163,530
花器(素材:陶器)	560,600	755	1,073,610
花器(素材:銅)	159,200	214	304,308
花器(素材:竹)	151,800	204	290,088
花器(素材:ガラス)	277,740	374	531,828
花器(素材:アクリル・樹脂)	77,900	105	149,310
花器(素材:アルミ・ステンレス)	59,100	80	113,760
花器用玉石	48,600	65	92,430
剣山	152,699	206	292,932
剣山おこし	53,100	71	100,962
剣山マット	52,600	71	100,962
花袋	81,200	109	154,998
花合羽	43,400	58	82,476
ワイヤーケース	28,850	39	55,458
花筒(花バケツ)	52,700	71	100,962
花台	63,709	86	122,292
敷板	45,880	62	88,164
霧吹	40,920	55	78,210
水差し	51,200	69	98,118
生けこみシート	32,600	44	62,568
受筒(立花用)	36,000	48	68,256
幹足(立花用)	37,300	50	71,100
立華用金槌	32,883	44	62,568
園芸鋸	42,700	57	81,054
クラフト鋏	37,963	51	72,522
ワイヤー専用はさみ、ニッパー	50,865	68	96,696
ペンチ	51,908	70	99,540
キリ	40,450	54	76,788
小計	10,260,560	13,808	19,634,976
関連商品			
会費	1,853,790	2,495	3,547,890

支出費目	回答合計金額 (円)	全回答者1人当 たり金額(円)	華道人口全体による 消費額の推計(千円)
関連商品			
授業料、稽古費(花材費除く)	3,431,450	4,618	6,566,796
各種資格等取得費用	1,363,030	1,834	2,607,948
展覧会等出展料	512,700	690	981,180
交際費(華展の御礼、特別講座代など)	1,020,300	1,373	1,952,406
和装類(着物・帯・和装小物・草履など)	1,204,700	1,621	2,305,062
美容院、着付サービスなど	530,500	714	1,015,308
交通費	1,178,000	1,585	2,253,870
定期購読費	274,300	369	524,718
華道関連書籍購入費	169,800	229	325,638
小計	11,538,570	15,528	22,080,816
合計	21,799,130	29,336	41,715,792

以上から、次のような推計をする。

- ①華道人口 約 142 万 2 千人
- ②華道活動による年間消費金額 約 417 億円
- ③華道人口 1 人当たりの年間消費額 約 29,300 円

## 2.2.3 消費内容・金額の産業部門への振り分け(華道)

アンケート調査によって得られた華道に関する消費内容・金額を産業部門に振り分ける。

【表 1-11 華道活動消費額の産業部門への振り分け】

消費費目	産業部門	消費額 (千円)
コア商品		
花材	花き・花木類	12,170,898
加工素材、異質素材 (三又、アルミシート等)	花き・花木類、その他の製造工業製品	753,660
給水スポンジ(オアシス)	プラスチック製品	489,168
花留め(こみわら、又木など)	その他の木製品、プラスチック製品、畳・わら加工品、その他の製造工業製品	233,208
針金	その他の製造工業製品	166,374
テープ類	その他のパルプ・紙・紙加工品	125,136
接着剤	ゼラチン・接着剤	78,210
水揚げ剤	油脂加工製品・界面活性剤	159,264
保水綿(ステムティッシュ)、ペーパー タオルなど	紙製衛生材料・用品	142,200
花鋏	配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	631,368
花鋏ケース	なめし革・革製品・毛皮(革製履物を除く。)	163,530
花器(素材:陶器)	陶磁器	1,073,610

消費費目	産業部門	消費額 (千円)
コア商品		
花器(素材:銅)	その他の金属製品	304,308
花器(素材:竹)	その他の木製品	290,088
花器(素材:ガラス)	その他のガラス製品	531,828
花器(素材:アクリル・樹脂)	プラスチック製品	149,310
花器(素材:アルミ・ステンレス)	その他の金属製品	113,760
花器用玉石	砂利・採石	92,430
剣山	その他の金属製品	292,932
剣山おこし	その他の金属製品	100,962
剣山マット	その他のゴム製品	100,962
花袋	なめし革・革製品・毛皮(革製履物を除く。)	154,998
花合羽	プラスチック製品	82,476
ワイヤーケース	なめし革・革製品・毛皮(革製履物を除く。)	55,458
花筒(花バケツ)	プラスチック製品	100,962
花台	その他の製造工業製品	122,292
敷板	その他の製造工業製品	88,164
霧吹	その他の製造工業製品	78,210
水差し	その他のゴム製品	98,118
生けこみシート	その他のパルプ・紙・紙加工品	62,568
受筒(立花用)	その他の金属製品	68,256
幹足(立花用)	その他の木製品	71,100
立華用金槌	配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	62,568
園芸鋸	配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	81,054
クラフト鋏	配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	72,522
ワイヤー専用はさみ、ニッパー	配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	96,696
ペンチ	配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	99,540
キリ	配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	76,788
	小計	19,634,976
関連商品		
会費	個人教授業	3,547,890
授業料、稽古費	個人教授業	6,566,796
各種資格等取得費用	個人教授業	2,607,948
展覧会等出展料	個人教授業	981,180
交際費 (華展の御礼、特別講座代など)	個人教授業	1,952,406
和装類 (着物・帯・和装小物・草履など)	織物製衣服	2,305,062
美容院、着付サービスなど	美容業	1,015,308
交通費	鉄道旅客輸送、バス、ハイヤー・タクシー	2,253,870
定期購読費	出版	524,718
華道関連書籍購入費	出版	325,638
	小計	22,080,816
	合計	41,715,792

## 2.2.4 付加価値(GDP)の推計(華道)

### 生産者価格への転換(華道)

各産業部門に振り分けた華道関連消費額には商業と輸送コスト分のマージンが含まれているので、2015年産業連関表の産出表より求めた各産業の商業マージン率、運輸マージン率を乗じてマージン分を割り出す。花材や華道の道具類を扱うのは華道の関連部門として捉え、商業マージン分は商業部門に別途計上し、これら商品の運輸マージン分は運輸部門に別途計上し、生産者価格を推計する。

【表 1-12 消費額(購入者価格)の生産者価格への変換(華道)】

産業区分	a.消費額 (購入者価格) (千円)	b.商業マージン (千円)	c.運輸マージン (千円)	d.生産者価格 (千円) d=a-(b+c)
コア商品部門				
花き・花木類	12,547,728	6,188,790	405,668	5,953,270
砂利・採石	92,430	58,302	14,220	19,908
その他の木製品	419,490	229,671	14,263	175,556
紙製衛生材料・用品	142,200	53,885	8,467	79,848
その他のパルプ・紙・紙加工品	187,704	99,671	7,632	80,401
油脂加工製品・界面活性剤	159,264	91,320	2,144	65,800
ゼラチン・接着剤	78,210	36,338	1,001	40,871
プラスチック製品	978,336	478,044	79,617	420,675
その他のゴム製品	100,962	53,014	1,848	46,100
なめし革・革製品・毛皮(革製履物を除く。)	373,986	156,105	5,961	211,920
その他のガラス製品	531,828	411,943	10,796	109,089
陶磁器	1,073,610	682,419	19,368	371,823
配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	1,120,536	566,140	27,509	526,887
その他の金属製品	880,218	514,487	15,483	350,248
畳・わら加工品	58,302	44,933	1,402	11,967
その他の製造工業製品	890,172	527,979	42,924	319,269
小計	19,634,976	10,193,041	658,303	8,783,632
関連商品部門				
織物製衣服	2,305,062	1,315,061	47,530	942,471
鉄道旅客輸送	1,577,709	0	0	1,577,709
バス	225,387	0	0	225,387
ハイヤー・タクシー	450,774	0	0	450,774
出版	850,356	183,915	36,081	630,360
美容業	1,015,308	0	0	1,015,308
個人教授業	15,656,220	0	0	15,656,220
小計	22,080,816	1,498,976	83,611	20,498,229
合計	41,715,792	11,692,017	741,914	29,281,861

## 国内生産額の推計(華道)

生産者価格に自給率を乗じて国内生産額を推計する。

なお一部の自給率(\*印:織物製衣服(和装品)や飲食サービス、個人教授業など)は、商品の性格上、自給率100%として推計している。

【表 1-13 生産者価格の国内生産額への変換(華道)】

産業区分	a.生産者価格 (千円)	b.自給率	c.国内生産額 (千円) c=a×b
<b>コア商品部門</b>			
花き・花木類	5,953,270	0.86771	5,165,712
砂利・採石	19,908	0.97677	19,446
その他の木製品	175,556	0.55715	97,811
紙製衛生材料・用品	79,848	0.91724	73,240
その他のパルプ・紙・紙加工品	80,401	0.93228	74,956
油脂加工製品・界面活性剤	65,800	0.92576	60,915
ゼラチン・接着剤	40,871	0.90529	37,000
プラスチック製品	420,675	0.86959	365,815
その他のゴム製品	46,100	0.87670	40,416
なめし革・革製品・毛皮(革製履物を除く。)	211,920	0.15081	31,960
その他のガラス製品	109,089	0.66406	72,442
陶磁器	371,823	0.55388	205,945
配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	526,887	0.65814	346,765
その他の金属製品	350,248	0.75659	264,994
畳・わら加工品	11,967	0.84416	10,102
その他の製造工業製品	319,269	0.80765	257,858
小計	8,783,632	—	7,125,377
<b>関連商品部門</b>			
織物製衣服	942,471	*1	942,471
鉄道旅客輸送	1,577,709	*1	1,577,709
バス	225,387	*1	225,387
ハイヤー・タクシー	450,774	*1	450,774
出版	630,360	*1	630,360
美容業	1,015,308	*1	1,015,308
個人教授業	15,656,220	*1	15,656,220
(商業マージン)	11,692,017	*1	11,692,017
(運輸マージン)	741,914	*1	741,914
小計	32,932,160	—	32,932,160
合計	41,715,792	—	40,057,537

## 付加価値(GDP)の推計(華道)

国内生産額に付加価値率を乗じて付加価値を推計する。ここで推計された付加価値の総計を華道の文化GDPとみなす。

推計結果は以下の通りである。

○華道消費額	417 億円
○華道関連国内生産額	401 億円
○華道関連付加価値(GDP)	273 億円

【表 1-14 華道文化の GDP の推計】

産業部門	国内生産額 (千円)	付加価値率	付加価値(文化 GDP) (千円)
<b>コア商品部門</b>			
花き・花木類	5,165,712	0.54097	2,794,495
砂利・採石	19,446	0.49884	9,700
その他の木製品	97,811	0.46036	45,028
紙製衛生材料・用品	73,240	0.30883	22,619
その他のパルプ・紙・紙加工品	74,956	0.45078	33,789
油脂加工製品・界面活性剤	60,915	0.32386	19,728
ゼラチン・接着剤	37,000	0.35628	13,182
プラスチック製品	365,815	0.3505	128,218
その他のゴム製品	40,416	0.50122	20,257
なめし革・革製品・毛皮(革製履物を除く。)	31,960	0.41264	13,188
その他のガラス製品	72,442	0.44979	32,584
陶磁器	205,945	0.46321	95,396
配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	346,765	0.55744	193,301
その他の金属製品	264,994	0.51158	135,566
畳・わら加工品	10,102	0.41444	4,187
その他の製造工業製品	257,858	0.39891	102,862
小計	7,125,377	—	3,664,100
<b>関連商品部門</b>			
織物製衣服	942,471	0.42302	398,684
商業	11,692,017	0.66672	7,795,302
運輸	741,914	0.63294	469,587
鉄道旅客輸送	1,577,709	0.65573	1,034,551
バス	225,387	0.66156	149,107
ハイヤー・タクシー	450,774	0.78545	354,060
出版	630,360	0.40590	255,863
美容業	1,015,308	0.69540	706,045
個人教授業	15,656,220	0.79623	12,465,952
小計	32,932,160	—	23,629,151
合計	40,057,537	—	27,293,251

## 2.3 書道の文化 GDP(試行的な推計結果)

### 2.3.1 書道人口の推計

社会生活基本調査の「書道の参加率(活動者率)」から推計される令和3年の書道人口は、およそ381万4千人である。

【表 1-15 書道人口の推計(令和3年)】

活動の頻度	活動者数(千人)
0_総数	3,814
1_年に1~4日	1,426
2_年に5~9日	326
3_年に10~19日(月に1日)	460
4_年に20~39日(月に2~3日)	404
5_年に40~99日(週に1日)	731
6_年に100~199日(週に2~3日)	178
7_年に200日以上(週に4日以上)	144

注:「総数」には、頻度不明の回答者や不詳の数を含むことから、「総数」と内訳を合計した数値とは必ずしも一致しない。  
(資料:令和3年社会生活基本調査(総務省))

### 2.3.2 書道の消費額の推計

アンケート調査により、書道をしている人の1年間の消費構造、消費額を把握する。

#### サンプル(書道)

【表 1-16 アンケート調査のサンプル数(書道)】

カテゴリー1	年に1回程度、書道をすることがある。 またそのための必要最小限の道具を持っている	344人	47.2%
カテゴリー2	月に1~3回程度、書道を楽しんだり、稽古をしている。 あるいは人に教えている	267人	36.6%
カテゴリー3	週に1回程度、書道を楽しんだり、稽古をしている。 あるいは人に教えている	118人	16.2%
合計		729人	100.0%



## 書道活動の消費額

アンケート調査で得た次の表の商品ごとの支出額の平均金額を求め、これに書道人口(3,814千人)を乗じて全体消費額を推計する。

【表 1-17 書道関連消費額】

支出費目	回答合計金額 (円)	全回答者1人 当たり金額(円)	書道人口全体による 消費額の推計(千円)
<b>コア商品部門</b>			
画仙紙、料紙、その他の書道用紙	1,569,161	2,152	8,207,728
墨	766,083	1,051	4,008,514
墨液	606,813	832	3,173,248
筆	1,789,462	2,455	9,363,370
水書きシート・筆	192,300	264	1,006,896
裏打ち用紙	136,490	187	713,218
表装用はけ	124,360	171	652,194
軸棒・八双	159,400	219	835,266
表具用品(軸先、紐、定規など)	197,280	271	1,033,594
額・パネル	361,423	496	1,891,744
硯	550,958	756	2,883,384
下敷(毛氈)	194,860	267	1,018,338
文鎮	163,049	224	854,336
墨池(墨液を入れる容器。プラスチック、 陶磁器製、金属製)	150,300	206	785,684
水滴(硯に水を注ぐ道具)	87,310	120	457,680
墨床(磨りかけの墨を置いておく台)	85,510	117	446,238
墨ばさみ	76,300	105	400,470
筆置き(錫、鉄、鋳物、陶磁器)	105,770	145	553,030
筆筒(錫、プラスチック、陶器))	94,300	129	492,006
筆巻(竹、その他、プラスチックやビニール)	99,400	136	518,704
筆櫛(ステンレス製)	78,500	108	411,912
筆吊り	67,970	93	354,702
筆キャップ(筆帽)	60,020	82	312,748
ペンケース	72,180	99	377,586
落款印	243,850	334	1,273,876
墨磨り機	96,925	133	507,262
ペーパーナイフ	72,352	99	377,586
持ち運び用ケース・筒など	133,842	184	701,776
腕鎮	65,327	90	343,260
仮巻	61,246	84	320,376
風鎮	62,753	86	328,004
印・篆刻関連用品(印床、印矩、印箱、 篆刻印材など)	264,240	362	1,380,668
小計	8,789,734	12,057	45,985,398
<b>関連商品部門</b>			
会費	2,202,180	3,021	11,522,094
授業料、稽古費	4,932,058	6,766	25,805,524
各種資格等取得費用	701,500	962	3,669,068
展覧会等出展料	918,900	1,260	4,805,640
交通費	1,202,872	1,650	6,293,100

支出費目	回答合計金額 (円)	全回答者1人 当たり金額(円)	書道人口全体による 消費額の推計(千円)
関連商品部門			
定期購読費	622,480	854	3,257,156
書道関連書籍等購入費(五体字類、かな字鑑、その他資料等含む)	452,300	620	2,364,680
書道作品購入費	381,850	524	1,998,536
小計	11,414,140	15,657	59,715,798
合計	20,203,874	27,714	105,701,196

以上から、次のような推計をする。

- ①書道人口 約 381 万 4 千人
- ②書道活動による年間消費金額 約 1,057 億円
- ③書道人口 1 人当たりの年間消費額 約 27,700 円

### 2.3.3 消費内容・金額の産業部門への振り分け(書道)

アンケート調査によって得られた書道に関する消費内容・金額を産業部門に振り分ける。

【表 1-18 書道活動消費額の産業部門への振り分け】

消費費目	産業部門	消費額 (千円)
コア商品部門		
画仙紙、料紙、その他の書道用紙	洋紙・和紙	8,207,728
墨	筆記具・文具	4,008,514
墨液	筆記具・文具	3,173,248
筆	筆記具・文具	9,363,370
水書きシート・筆	洋紙・和紙	1,006,896
裏打ち用紙	洋紙・和紙	713,218
表装用はけ	その他の製造工業製品	652,194
軸棒・八双	その他の木製品	835,266
表具用品(軸先、紐、定規など)	その他の木製品	1,033,594
額・パネル	その他の家具・装備品 筆記具・文具	1,891,744
硯	その他の窯業・土石製品	2,883,384
下敷(毛氈)	筆記具・文具	1,018,338
文鎮	筆記具・文具	854,336
墨池(墨液を入れる容器。プラスチック、陶磁器製、金属製)	プラスチック製容器、陶磁器、他に分類されない 金属製品	785,684
水滴(硯に水を注ぐ道具)	筆記具・文具	457,680
墨床(磨りかけの墨を置いておく台)	筆記具・文具	446,238
墨ばさみ	その他の木製品	400,470
筆置き(錫、鉄、鋳物、陶磁器)	陶磁器、鋳鉄品・鍛工品(鉄)、その他の金属製品	553,030
筆筒(錫、プラスチック、陶器)	陶磁器、プラスチック製品	492,006

消費費目	産業部門	消費額 (千円)
コア商品部門		
筆巻(竹、その他、プラスチックやビニール)	筆記具・文具	518,704
筆櫛(ステンレス製)	その他の製造工業製品	411,912
筆吊り	その他の製造工業製品	354,702
筆キャップ(筆帽)	筆記具・文具	312,748
ペンケース	筆記具・文具	377,586
落款印	筆記具・文具	1,273,876
墨磨り機	筆記具・文具	507,262
ペーパーナイフ	筆記具・文具	377,586
持ち運び用ケース・筒など	筆記具・文具	701,776
腕鎮	その他の木製品	343,260
仮巻	筆記具・文具	320,376
風鎮	その他の製造工業製品	328,004
印・篆刻関連用品(印床、印矩、印箱、篆刻印材など)	筆記具・文具	1,380,668
	小計	45,985,398
関連商品		
会費	個人教授業	11,522,094
授業料、稽古費	個人教授業	25,805,524
各種資格等取得費用	個人教授業	3,669,068
展覧会等出展料	個人教授業	4,805,640
交通費	鉄道旅客輸送、バス、タクシー・ハイヤー	6,293,100
定期購読費	出版	3,257,156
書道関連書籍等購入費(五体字類、かな字鑑、その他資料等含む)	出版	2,364,680
書道作品購入費	その他の娯楽	1,998,536
	小計	59,715,798
	合計	105,701,196

## 2.3.4 付加価値(GDP)の推計(書道)

### 生産者価格への転換(書道)

各産業部門に振り分けた書道関連消費額には商業と輸送コスト分のマージンが含まれているので、2015年産業連関表の産出表より求めた各産業の商業マージン率、運輸マージン率を乗じて、マージン分を割り出す。書道道具類を扱うのは書道の関連部門とし、商業マージン分は商業部門に別途計上し、これら商品の運輸マージン分は運輸部門に別途計上し、生産者価格を推計する。

【表 1-19 消費額(購入者価格)の生産者価格への変換(書道)】

産業区分	a.消費額 (購入者価格) (千円)	b.商業マージン (千円)	c.運輸マージン (千円)	d.生産者価格 (千円) d=a-(b+c)
<b>コア商品部門</b>				
その他の木製品	1,578,996	864,500	53,686	660,810
その他の家具・装備品	945,872	669,507	8,711	267,654
洋紙・和紙	8,920,946	5,964,991	250,411	2,705,544
プラスチック製品	442,043	254,652	19,423	167,968
陶磁器	2,048,118	1,301,845	36,948	709,325
その他の窯業・土石製品	2,883,384	1,074,608	83,445	1,725,331
鋳鉄品・鍛工品(鉄)	110,606	42,816	1,784	66,006
配管工事附属品・粉末や金製品・ 道具類	377,586	190,772	9,270	177,544
その他の金属製品	133,871	78,248	2,355	53,268
筆記具・文具	26,797,164	11,382,899	640,720	14,773,545
その他の製造工業製品	1,746,812	1,036,069	84,231	626,512
	45,985,398	22,860,907	1,190,984	21,933,507
<b>関連商品部門</b>				
鉄道旅客輸送	4,405,170	0	0	4,405,170
バス	629,310	0	0	629,310
ハイヤー・タクシー	1,258,620	0	0	1,258,620
出版	5,621,836	1,215,891	238,535	4,167,410
その他の娯楽	1,998,536	0	0	1,998,536
個人教授業	45,802,326	0	0	45,802,326
小計	59,715,798	1,215,891	238,535	58,261,372
合計	105,701,196	24,076,798	1,429,519	80,194,879

## 国内生産額の推計(書道)

生産者価格に自給率を乗じて国内生産額を推計する。

なお一部の自給率(\*印:輸送業、個人教授業など)は、商品の性格上、自給率 100%として推計している。

【表 1-20 生産者価格の国内生産額への変換(書道)】

産業区分	a.生産者価格 (千円)	b.自給率	c.国内生産額 (千円) c=a×b
<b>コア商品部門</b>			
その他の木製品	660,810	0.55715	368,170
その他の家具・装備品	267,654	0.86907	232,610
洋紙・和紙	2,705,544	0.93249	2,522,893
プラスチック製品	167,968	0.85260	143,209
陶磁器	709,325	0.55388	392,881
その他の窯業・土石製品	1,725,331	0.81409	1,404,575
鋳鉄品・鍛工品(鉄)	66,006	0.97613	64,430
配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	177,544	0.65814	116,849
その他の金属製品	53,268	0.75659	40,302
筆記具・文具	14,773,545	0.66214	9,782,155
その他の製造工業製品	626,512	0.80765	506,002
小計	21,933,507	—	15,574,076
<b>関連商品部門</b>			
鉄道旅客輸送	4,405,170	*1	4,405,170
バス	629,310	*1	629,310
ハイヤー・タクシー	1,258,620	*1	1,258,620
出版	4,167,410	*1	4,167,410
その他の娯楽	1,998,536	*1	1,998,536
個人教授業	45,802,326	*1	45,802,326
(商業マージン)	24,076,798	*1	24,076,798
(運輸マージン)	1,429,519	*1	1,429,519
小計	83,767,689	—	83,767,689
合計	105,701,196	—	99,341,765

## 付加価値(GDP)の推計(書道)

国内生産額に付加価値率を乗じて付加価値を推計する。ここで推計された付加価値の総計を書道の文化GDPとみなす。

推計結果は以下の通りである。

○書道消費額	1,057 億円
○書道関連国内生産額	993 億円
○書道関連付加価値(GDP)	677 億円

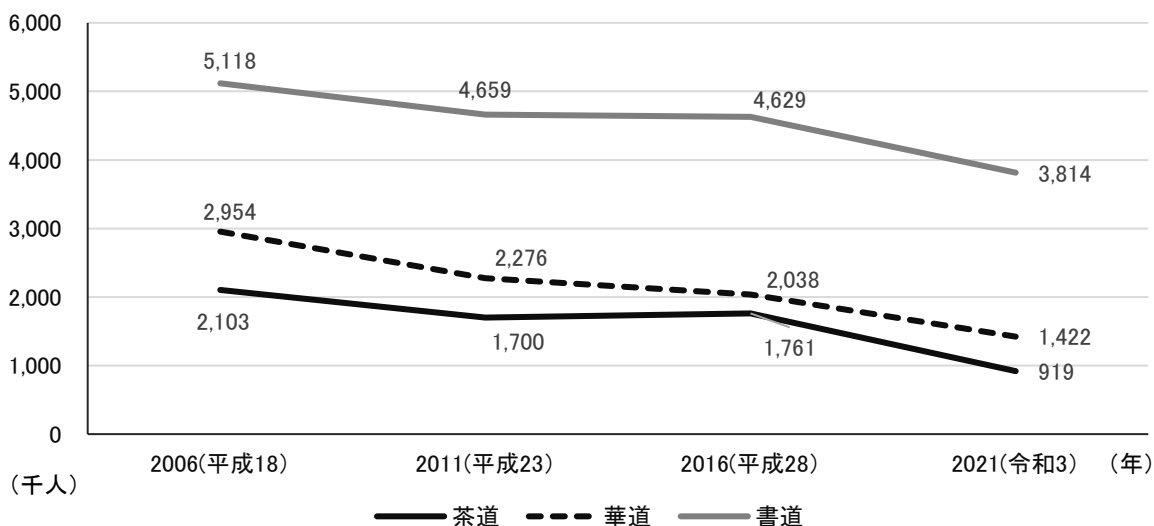
【表 1-21 書道文化の GDP の推計】

産業部門	国内生産額 (千円)	付加価値率	付加価値(文化 GDP) (千円)
<b>コア商品部門</b>			
その他の木製品	368,170	0.46036	169,491
その他の家具・装備品	232,610	0.40277	93,688
洋紙・和紙	2,522,893	0.28956	730,529
プラスチック製品	143,209	0.3505	50,195
陶磁器	392,881	0.46321	181,986
その他の窯業・土石製品	1,404,575	0.55586	780,747
鋳鉄品・鍛工品(鉄)	64,430	0.38411	24,748
配管工事附属品・粉末や金製品・道具類	116,849	0.55744	65,136
その他の金属製品	40,302	0.51158	20,618
筆記具・文具	9,782,155	0.47145	4,611,797
その他の製造工業製品	506,002	0.39891	201,849
小計	15,574,076	—	6,930,784
<b>関連商品部門</b>			
商業	24,076,798	0.66672	16,052,483
運輸	1,429,519	0.63294	904,800
鉄道旅客輸送	4,405,170	0.65573	2,888,602
バス	629,310	0.66156	416,326
ハイヤー・タクシー	1,258,620	0.78545	988,583
出版	4,167,410	0.40590	1,691,552
その他の娯楽	1,998,536	0.68563	1,370,256
個人教授業	45,802,326	0.79623	36,469,186
小計	83,767,689	—	60,781,788
合計	99,341,765	—	67,712,572

【コラム1：茶道・華道・書道人口と教養娯楽支出の推移】

茶道・華道・書道は、ここ15年間で活動人口が減ってきている。したがって、これら生活文化の文化GDPは減少していると考えられる。

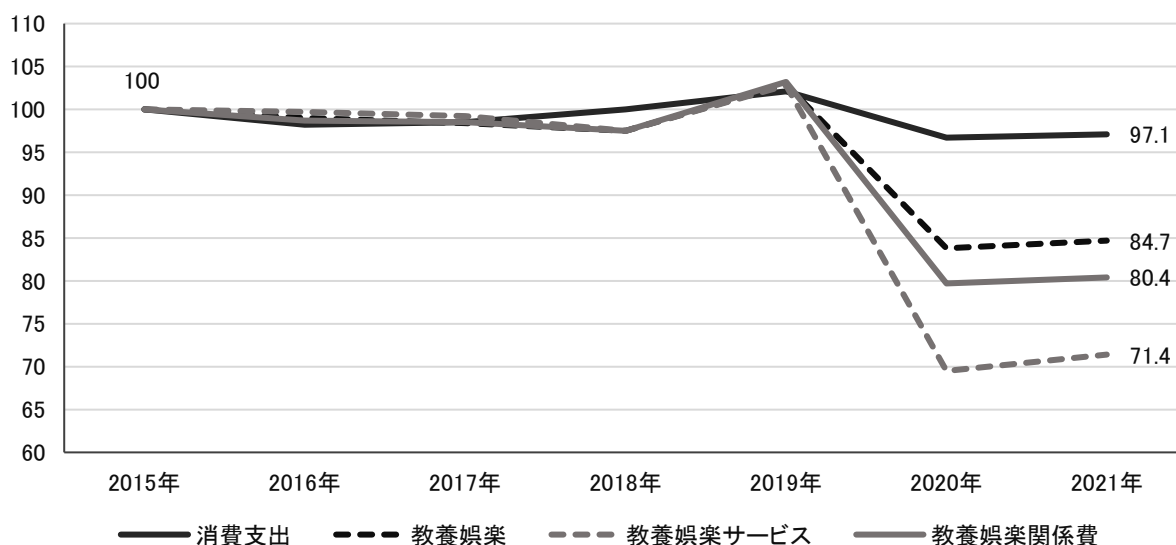
【図1-4 茶道・華道・書道人口の推移】



(資料：社会生活基本調査(総務省))

また、新型コロナウイルス感染症の影響で、2020年から消費支出が減少し、なかでも教養娯楽関係の支出の減少は大きい。このことも茶道・華道・書道分野の支出の変化をもたらしていると考えられる。

【図1-5 消費支出・教養娯楽支出の推移】



注：2015年の支出を100とする  
(資料：家計調査年報(総務省))

## 2.4 和装文化の文化 GDP(試行的な推計結果)

### 2.4.1 和装文化の定義づけと推計の対象

#### 和装の概念

本調査では、和装文化を「洋装に対する和装」として幅広く捉える。その理由は、推計で用いることができる統計データとの整合性を図るため、これはプラグマティックな概念規定である。

#### 文化活動としての和装

和装文化の GDP 推計には、和装文化に関する活動をどのような活動として捉えるかという問題がある。ユネスコのガイドラインである FCS2009 では、文化を活動として捉える考え方として、文化の循環モデルを提示している。それによると、「創造→生産→普及→展示・受発信→消費・参加」の段階がある。

和装文化に係る活動としては、以下のようなものが考えられ、それぞれが和装の循環モデルの各段階に当てはまる。

- ①和服を着る(家庭や冠婚葬祭などで):家計消費、着物レンタルなど
- ②和装(和服)の生地を生産:染織業など
- ③和服を製作・製造する:製縫業、家計消費など
- ④和装に関連する道具や器材を製造する(裁縫道具など):工具製造、その他製造業など
- ⑤和装の材料・器材を購入する(小売店などから):卸・小売業
- ⑥和装を学ぶ(裁縫教室、着付教室などで、あるいは出版物やメディアなどを通じて)  
:個人教授業、出版業など

本調査研究では、③のケースの家計消費(家庭内文化)を除く和服の製縫業を対象として、生産側からのアプローチによって文化 GDP を推計した。<sup>2</sup>

### 2.4.2 手法

「産業連関表」(2015 年基準年調査)を基本的なデータとして、以下の手法で推計した。

- ・「産業連関表」(2015 年基準年調査)に、織物製衣服の細品目分類として「既成和服・帯(縫製加工されたもの)」「足袋類(類似品、半製品を含む)」「その他の和装製品(ニット製を含む)」が含まれている。この 3 品目が、和装製品に最も近いので、これらを和装製品としての推計対象とする。
- ・産業連関表では、2016 年以降は延長産業連関表で、細品目分類はされておらず、「織物製衣服」として一括されている。

<sup>2</sup> 和装文化の固有商品を特定して、その生産額を割り出し、そこから文化 GDP(付加価値)を推計するという手順が正当な手順であるが、和装文化固有の商品やサービスを既存統計から抽出するのは困難であるため、③の生産側アプローチに限定した。



【表 1-22 和装 3 製品の国内生産額】

小分類	細品目分類	国内生産額(百万円)
織物製衣服	背広服上衣	30,790
	背広服ズボン	7,443
	オーバーコート類	1,547
	制服上衣・オーバーコート類	6,459
	制服ズボン	2,802
	ワンピース・スーツ上衣	23,945
	.....(中略).....	.....(中略).....
	既製和服・帯(縫製加工されたもの)	24,679
	足袋類(類似品、半製品を含む)	1,826
	その他の和装製品(ニット製を含む)	5,283
	(小計)	31,788
	.....(中略).....	.....(中略).....
	合計	883,489

(資料:産業連関表(2015年)総務省等)

・産業連関表の国内生産額データの他に、着物の市場規模に関する統計データとして「着物市場規模に関する調査 2022 年」(きものと宝飾社:2022)という業界データがある。このデータで市場規模の推移を推計し、産業連関表の 2015 年の数値を延長して推計する。

【表 1-23 着物市場規模の推移】

年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
市場規模(億円)	2,900	2,890	2,880	2,875	2,830	2,780	2,446
対 2015 年比率	1.00000	0.99655	0.99310	0.99138	0.97586	0.95862	0.84345

(資料:着物市場規模に関する調査 2022 年(きものと宝飾社))

#### 2.4.3 推計

2015 年の産業連関表の細分類による和装 3 品目の国内生産額を基準として、これに着物市場の推移を加味して、各年の和装 3 品目の国内生産額を延長、推計する。この国内生産額推計値に織物製衣服の付加価値率を乗じて付加価値を推計する。(2020 年、2021 年は 2019 年の付加価値率を用いて推計)

【表 1-24 和装の国内生産額と付加価値の推移】

年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
既製和服・帯、足袋類、その他の和装製品の国内生産額(百万円)	31,788	31,678	31,569	31,514	31,021	30,473	26,812
織物製衣服の付加価値率	0.41133	0.43014	0.44236	0.43167	0.42302	0.42302	0.42302
付加価値(百万円)	13,075	13,626	13,965	13,604	13,123	12,891	11,342

(資料:産業連関表(2015年)総務省等、延長産業連関表(経済産業省)、着物市場規模に関する調査 2022 年(きものと宝飾社))

以上から、和装文化の文化 GDP は、2021 年の場合、国内生産額は約 268 億円、付加価値は約 113 億円と推計される。

## 【参考 A 家計調査を利用した和装の文化 GDP の推計】

### 1 推計の対象

家計調査年報の支出区分に「和服」及び和服の貸衣装<sup>3</sup>が含まれる「被服賃借料」がある。これらの支出額(消費額)から和装文化の GDP を推計する。

#### (1)和服

【表 1-25 全世帯の年間支出額(和服)】

年	a.世帯数(千世帯)	b.1世帯当たり和服支出額(円)	c.全世帯支出額(百万円)	c=a×b
2014年	55,952	2,870		160,582
2015年	56,412	2,366		133,471
2016年	56,951	1,563		89,014
2017年	57,477	2,168		124,610
2018年	58,008	1,663		96,467
2019年	58,527	1,632		95,516
2020年	59,072	1,083		63,975
2021年	59,497	1,527		90,852

注:世帯数は、各年1月1日現在の住民基本台帳に基づく世帯数  
(資料:家計調査年報(総務省))

全世帯支出額から、和服産業(織物製衣服に含まれる)から商業及び輸送コスト分のマージンを割り出す。和服の流通を扱う呉服屋などは和服の関連部門として捉え、商業マージン分を商業部門に別途計上し、運輸マージン分は運輸部門に別途計上し、国内生産額を推計する。

なお、マージン率は2015年産業連関表の織物製衣服の数値を用い、織物製衣服及び商業・運輸の自給率を100%とする。

【表 1-26 和服の国内生産額の推計】

年	a.全世帯支出額 (百万円)	b.商業マージン (マージン率:0.57051)	c.運輸マージン (マージン率:0.02062)	d.和服の国内生産額 (百万円) d=a-(b+c)
2014年	160,582	91,614	3,311	65,657
2015年	133,471	76,146	2,752	54,573
2016年	89,014	50,784	1,835	36,395
2017年	124,610	71,091	2,569	50,950
2018年	96,467	55,036	1,989	39,442
2019年	95,516	54,493	1,970	39,053
2020年	63,975	36,498	1,319	26,158
2021年	90,852	51,832	1,873	37,147

(資料:家計調査年報(総務省)、産業連関表(2015年)総務省等)

国内生産額のうち、和服の国内生産額には織物製衣服の付加価値率を乗じて付加価値を推計する。また、商業マージン分は商業の付加価値率を乗じて、運輸マージン分は運輸の付加価値率を乗じて付加価値を推計する。なお、2014年は2015年、2020・2021年は2019年の付加価値率を用いて推計している。

<sup>3</sup> 結婚式や披露宴等に用いる衣装の賃借料は婚礼関係費に分類されるため、「被服賃借料」には含まれない。

【表 1-27 和服の付加価値(文化 GDP)の推計】

年	a.和服の付加価値 (百万円)	b.商業マージン分の 付加価値(百万円)	c. 運輸マージン分の 付加価値(百万円)	d.和服全体の 付加価値(百万円) d=a+b+c
2014年	27,007	61,835	2,070	90,912
2015年	22,448	51,395	1,720	75,563
2016年	15,655	34,303	1,162	51,120
2017年	22,538	48,019	1,615	72,172
2018年	17,026	37,068	1,247	55,341
2019年	16,520	36,332	1,247	54,099
2020年	11,065	24,334	835	36,234
2021年	15,714	34,557	1,185	51,456

以上から、和装(和服)文化の文化GDPは、2021年の場合、国内生産額は約909億円、付加価値(文化GDP)は515億円と推計される。

推移では、2014年と比べて、国内生産額、付加価値ともほぼ半減している。

## (2)被服賃借料

成人式や卒業式、観光地での和装の賃借(レンタル利用)形態はよく利用されている。この費目を和装と洋装に分けるのは難しく、被服賃借料の消費額には洋装分が含まれていることに留意する必要がある。

【表 1-28 全世帯の年間支出額(被服賃借料)】

年	a.世帯数(千世帯)	b.1世帯当たり被服賃借料支出額(円)	c.全世帯支出額(百万円) c=a×b
2014年	55,952	720	40,285
2015年	56,412	926	52,238
2016年	56,951	1,042	59,343
2017年	57,477	1,170	67,248
2018年	58,008	1,176	68,217
2019年	58,527	1,074	62,858
2020年	59,072	781	46,135
2021年	59,497	868	51,643

注:世帯数は、各年1月1日現在の住民基本台帳に基づく世帯数  
(資料:家計調査年報(総務省))

被服賃借料の全世帯支出額を着物レンタルの国内生産額とし、物品賃貸業(貸自動車除く)の付加価値率を乗じて付加価値を推計する。なお、2014年は2015年、2020・2021年は2019年の付加価値率を用いて推計している。

【表 1-29 被服賃借料(着物レンタル料)の付加価値(文化 GDP)の推計】

年	a. 被服賃借料の 国内生産額 (百万円)	b. 物品賃貸業(貸自動車除く) の付加価値率	c. 付加価値(百万円) c=a×b
2014年	40,285	0.65106	26,228
2015年	52,238	0.65106	34,010
2016年	59,343	0.63986	37,971
2017年	67,248	0.63189	42,493
2018年	68,217	0.63078	43,030
2019年	62,858	0.63998	40,228
2020年	46,135	0.63998	29,525
2021年	51,643	0.63998	33,050

以上から、和装(和服)文化のうち、着物レンタル部門の文化 GDP は、2021 年の場合、国内生産額は約 516 億円、付加価値(文化 GDP)は 330 億円と推計される。

推移では、直近の 2 年間は減少傾向にある。

## 2.5 和食文化の文化 GDP(試行的な推計結果)

### 2.5.1 和食文化の定義

#### 和食の概念

2013(平成 25)年に、和食は「日本人の伝統的な食文化」と題し、「自然の尊重」という日本人の精神を体現した食に関する「社会的慣習」として、ユネスコ無形文化遺産に登録されている。

また和食は洋食に対する語としても使われ、洋食に対して日本を起源とし、日常的に食されている食事のことを指す場合もある。

本調査では、和食文化を「洋食に対する和食」として幅広く捉える。その理由は、以下の推計で用いる統計データとの整合性を図るため、これはプラグマティックな概念規定である。

#### 文化活動としての和食

さらに和食文化をどのような活動として捉えるかという問題がある。ユネスコのガイドラインである FCS2009 では、文化を活動として捉える考え方として、文化の循環モデルを提示している。それによると、「創造→生産→普及→展示・受発信→消費・参加」の段階がある。

これを参考にすれば、和食文化に係る活動としては、以下のようなものが考えられ、それぞれが和食の循環モデルの各段階に当てはまる。

- ①和食を食べる(家庭や料理店で):飲食サービス、家計消費
- ②和食の食材の生産:農業、水産業、食品加工業など
- ③和食に関連する道具や器材を製造する(調理器具など):陶器、その他製造業など
- ④和食の食材を購入する(小売店などから):卸・小売
- ⑤和食に関連する道具や器材を購入する(小売店などから):卸・小売
- ⑥和食を料理する(家計消費):小売
- ⑦和食を学ぶ(料理教室、あるいは出版物やメディアなどを通じて):個人教授業、出版業など

本調査研究では、①のケースで家庭内消費分を除いて文化 GDP を推計した。その理由は、利用しようとする既存統計データの枠組みによるもので、生産側からアプローチするためである。<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> 和食文化の固有商品特定して、その生産額を割り出し、そこから文化 GDP(付加価値)を推計するという手順がユネスコのガイドラインに示されている手順であるが、②～⑦の項目で、和食文化固有の商品やサービスを既存統計から抽出するのは困難であるため、①の生産側のアプローチに限定した。

## 2.5.2 手法

「経済センサスー活動調査」を基本的なデータとして、以下の手法で推計した。

経済センサス(活動調査)に「日本料理店」「料亭」「そば・うどん店」「すし店」の区分があり、それぞれの売上高がわかる。この売上高を生産額とみなして付加価値を推計した。

## 2.5.3 推計

「平成 28 年経済センサスー活動調査 確報集計(事業所に関する集計)」に、飲食店の細分類ごとの売上金額が掲載されている。このうち、「7621 日本料理店」「7622 料亭」「7631 そば・うどん店」「7641 すし店」の 4 種類のカテゴリーが「和食」にあたとみなす。

各細分類の売上を含む記載項目は以下のとおりである。

【表 1-30 飲食店(細分類)の売上金額】

産業細分類(和食)	事業所数	従業者数(人)	売上(収入)金額(百万円)
7621 日本料理店	44,800	447,783	2,274,085
7622 料亭	673	5,503	31,087
7631 そば・うどん店	27,095	189,515	802,857
7641 すし店	21,132	244,296	1,216,803
合 計			4,324,832

(資料:「平成 28 年経済センサスー活動調査 確報集計(事業所に関する集計)」(総務省))

平成 28(2016)年の調査は、5 年ごとに実施される基準年の調査で、平成 27(2015)年の売上高がわかる。平成 28 年以降に公表されるのは産業連関表(2015 年:基準年表・延長表)の「飲食店」全体の数値(国内生産額)であり、細分類はされていない。

そこで、平成 27(2015)年を基準年として、飲食店のうちの和食部門(上記の 4 種類のカテゴリー)も飲食店全体の伸び率と同じであったと仮定して、売上高を推計する。

【表 1-31 産業連関表(2015 年:基準年表・延長表) 飲食店の国内生産額の伸び率】

年	国内生産額(百万円)	対 2015 年比
2015 年	24,108,890	1.00000
2016 年	24,205,992	1.00403
2017 年	24,387,301	1.01155
2018 年	24,334,944	1.00938
2019 年	23,882,110	0.99059

(資料:「産業連関表(2015 年:基準年表)」(総務省等)「延長産業連関表(延長表)」(経済産業省))

和食部門の売上高に各年の飲食店の付加価値率を乗じて、付加価値を推計する。

【表 1-32 和食飲食店の国内生産額の推計】

年	飲食店の国内生産額(産業連関表)の対 2015 年比率	和食の売上高(百万円) (経済センサス 2015 年ベース)	付加価値率	付加価値(百万円)
2015 年	1.00000	4,324,832	0.37681	1,629,640
2016 年	1.00403	4,342,261	0.38246	1,660,741
2017 年	1.01155	4,374,784	0.38505	1,684,511
2018 年	1.00938	4,365,399	0.37707	1,646,061
2019 年	0.99059	4,284,135	0.37525	1,607,622

以上から、和食文化の文化 GDP は、2019 年の場合、国内生産額は約 4 兆 2,841 億円、付加価値は約 1 兆 6,076 億円と推計される。

## 【参考 B 家計調査を利用した和食の文化 GDP の推計】

家計調査年報の「食事代」の区分のうち、「和食」「すし(外食)」「日本そば・うどん」を和食文化とみなし支出額を推計する。

次に、延長産業連関表を用いてこれら食事代(外食費)の家計支出額から付加価値を推計する。<sup>5</sup>

【表 1-33 1世帯当たり年間支出額(和食)】

(単位:円)

年	日本そば・うどん	すし(外食)	和食	計
2014年	5,399	12,043	22,313	39,755
2015年	5,835	12,254	23,476	41,565
2016年	5,486	13,033	22,715	41,234
2017年	5,584	12,695	23,079	41,358
2018年	5,645	12,806	21,969	40,420
2019年	5,712	12,412	21,547	39,671
2020年	4,352	10,838	16,701	31,891
2021年	4,356	11,110	16,931	32,397

(資料:家計調査年報(総務省))

これに各年の世帯数を乗じて、消費額を推計する。

【表 1-34 全世帯の年間支出額(和食)】

年	a.世帯数(千世帯)	b.1世帯当たり和食支出額(円)	c.全世帯支出額(百万円) c= a×b
2014年	55,952	39,755	2,224,372
2015年	56,412	41,565	2,344,765
2016年	56,951	41,234	2,348,317
2017年	57,477	41,358	2,377,135
2018年	58,008	40,420	2,344,683
2019年	58,527	39,671	2,321,824
2020年	59,072	31,891	1,883,864
2021年	59,497	32,397	1,927,525

注:世帯数は、各年1月1日現在の住民基本台帳に基づく世帯数  
(資料:家計調査年報(総務省))

全世帯の支出額を国内生産額とみなして、飲食店の付加価値率を乗じて付加価値を推計する。なお、2014年は2015年、2020・2021年は2019年の付加価値率を用いて推計している。

<sup>5</sup> 食事代(外食費)のうち「和食」は、「懐石料理 点茶料理 精進料理 しっぽく料理」「鍋料理」「牛丼 親子丼 うな丼 カツ丼」「カレーライス ハヤシライス チキンライス ピラフ」「仕出し料理」の品目で構成されている。推計値はこれらの品目の合計値となる。



【表 1-35 全世帯の年間支出額からの付加価値(文化 GDP)の推計(和食)】

年	a.和食の国内生産額 (百万円)	b.飲食店の付加価値率	c.付加価値(百万円) c=a×b
2014年	2,224,372	0.37681	838,166
2015年	2,344,765	0.37681	883,531
2016年	2,348,317	0.38246	898,137
2017年	2,377,135	0.38505	915,316
2018年	2,344,683	0.37707	884,109
2019年	2,321,824	0.37525	871,264
2020年	1,883,864	0.37525	706,920
2021年	1,927,525	0.37525	723,304

注:表 34・35 は品目ごとに各数値を算出するとともに端数を四捨五入しているため、乗じた結果が記載している数値と一致しない場合がある。

以上から、和食文化の文化 GDP は、2021 年の場合、国内生産額は約 1 兆 9,275 億円、付加価値(文化 GDP) は 7,233 億円と推計される。

推移では、2019 年までは国内生産額は 2 兆 3,000 億円台、付加価値は 9,000 億円前後であったが、2020 年からは、減少傾向にある。

## 【参考 C 和食と日本酒】

飲食と飲酒は生活行動上深い関係にある。和食と日本酒もそうである。

本調査では、和食文化と日本酒の文化 GDP を推計しているが、統計データ上、2 つの項目は以下のような関係にある。

【表 1-36 和食と日本酒の統計データ上の関係】

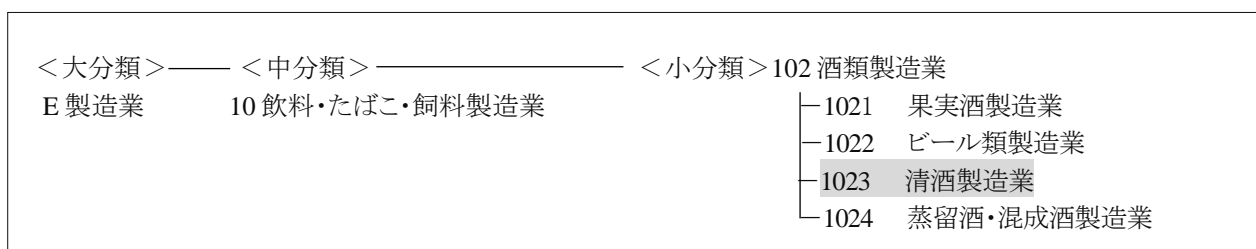
項目	関係
1. 産業連関表	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「飲食サービス」の一部として和食の外食が含まれ、「酒類」の一部に「日本酒」が含まれている。(産業連関表ではこれ以上の細分類はできない。)</li> <li>・「飲食サービス」の中間投入に「酒類」が含まれる。</li> <li>・「飲食サービス」の売上(国内生産額)には「酒類」の売上高が含まれると考えられる。(「和食」の売上には「日本酒」の売上も含まれる。) 「日本酒」だけではなく他の酒類(ビールなど)も含まれると考えられる。</li> <li>・飲食サービスの国内生産額は約 27.5 兆円(2015 年)で約 16.5 兆円が中間投入。中間投入のうち 1.6 兆円が酒類。つまり中間投入の約 10%が「酒類」である。</li> <li>・本調査では産業連関表を用いて「和食」の国内生産額を推計しているが、以上の点は捨象して、産業連関表の付加価値率を用いている。</li> </ul>
2. 経済センサス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「日本料理店」等の売上高が記載されている。</li> <li>・これらは産業連関表の「飲食サービス」の一部と考えられる。したがって、経済センサスの数値も、産業連関表同様に日本酒の売上を含むと考えられる。</li> <li>・経済センサスのデータから日本酒の売上を除くことは難しいので、本調査では以上の点は捨象している。</li> </ul>
3. 家計調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支出項目の「外食」の中に、「和食」とは別に「飲酒代」があり、家計調査での「和食」の消費から「飲酒代」は除かれており、「飲酒代」に日本酒の消費は含まれていると考えられ、ダブルカウントにはならない。</li> </ul>

## 2.6 日本酒の文化 GDP(試行的な推計結果)

### 2.6.1 日本酒の定義と推計の対象

産業連関表では、酒類は清酒、ビール類、ウイスキー類、その他の酒類に分類されている。また、日本標準産業分類の清酒は、他の酒類と下図のように分類している。このように、日本酒は、産業分類上は「清酒」という語を用いている。清酒は、米・米麴(海外産含む)、水を主な原料としては発酵したものであるとされている。<sup>6</sup>

【図 1-6 日本標準産業分類(平成 25 年 10 月改定) の日本酒(清酒)】



### 2.6.2 手法

産業連関表を基本的なデータとする。産業連関表の「清酒」の各年の国内生産額と付加価値率をもとに推計する。産業連関表の「清酒」には、清酒のほか、味りんやかすも含まれる。

### 2.6.3 推計

清酒の 2019 年の国内生産額は約 3,300 億円である。中間投入を除いた清酒生産の付加価値(GDP)は、約 1,700 億円である。

生産面からの 5 年間の推移は、2017 年の国内生産額が約 3,700 億円、付加価値が約 1,950 億円をピークにやや減少傾向にある。

【表 1-37 日本酒(清酒)の付加価値】

(単位:百万円)

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
A.国内生産額	350,766	356,365	370,509	350,536	327,170
B.付加価値率	0.52014	0.52358	0.52774	0.51884	0.51997
C.付加価値(A×B)	182,448	186,586	195,533	181,872	170,118

(資料:産業連関表(2015 年)総務省等、延長産業連関表(経済産業省))

<sup>6</sup> 清酒は酒税法(昭和二十八年法律第六号)により、原料や製法がさだめられている。(国税局ホームページ、酒税法における「清酒」の定義、<https://www.nta.go.jp/about/council/sake-bunkakai/021127/shiryo/07a.htm>)

国税庁では平成 27 年 12 月、国内産米のみを使い、かつ日本国内で製造されたものと定義した日本酒という呼称を、地理的表示(WTO(世界貿易機関)の TRIPS 協定が定める知的所有権の一つ)として指定し、保護している。

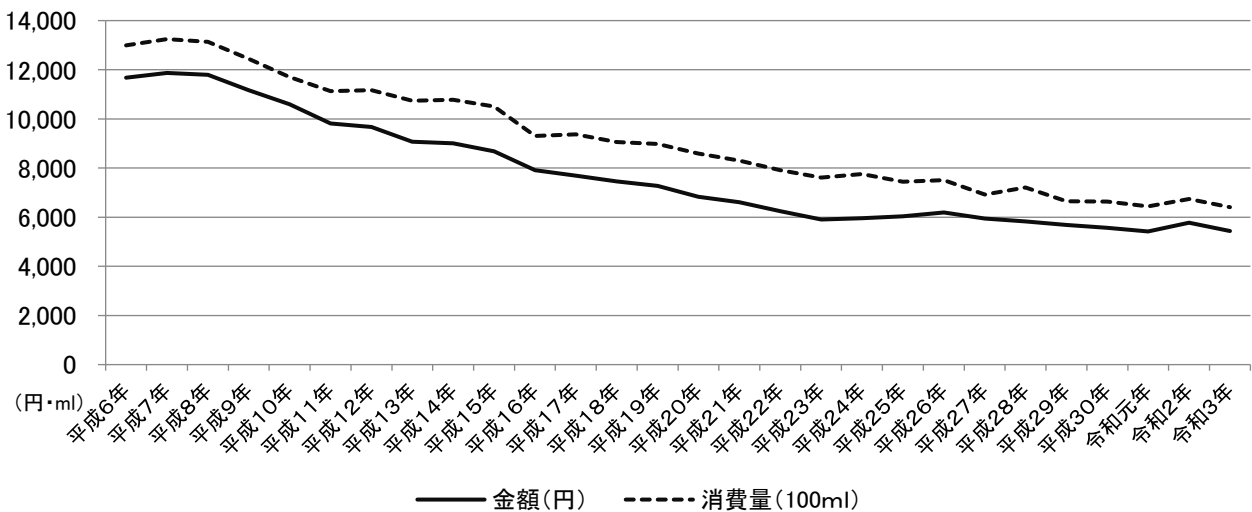
**【コラム2: 日本酒生産の現状と推移】**

日本酒の消費は、ビール、発泡酒、その他の酒類などにおされ、ここ20年間減少傾向にある。ただし、ここ3～4年は、消費金額ではやや横ばい傾向にある。これは、日本酒商品の高級化による価格の上昇によるところが大きいといわれる。そのことを表すのが高級日本酒に相当する特定名称酒の出荷量が横ばいであることである。

また日本酒かビールかという選択肢の他に、焼酎やワイン、発泡酒などの多様な酒類が選ばれるようになってきている。

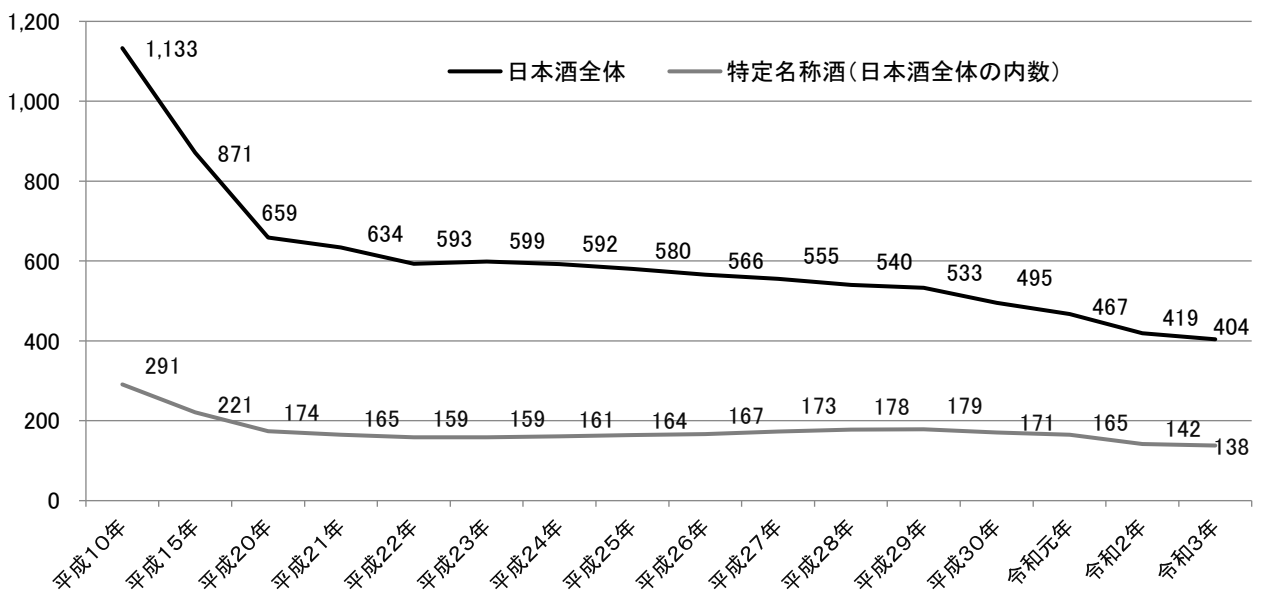
さらに20年前と比べれば、日本酒の輸出は10倍以上の金額になっており、海外需要が国内生産を刺激している。

**【図1-7 清酒(日本酒)の消費額と消費量の推移(2人以上世帯当たり)】**



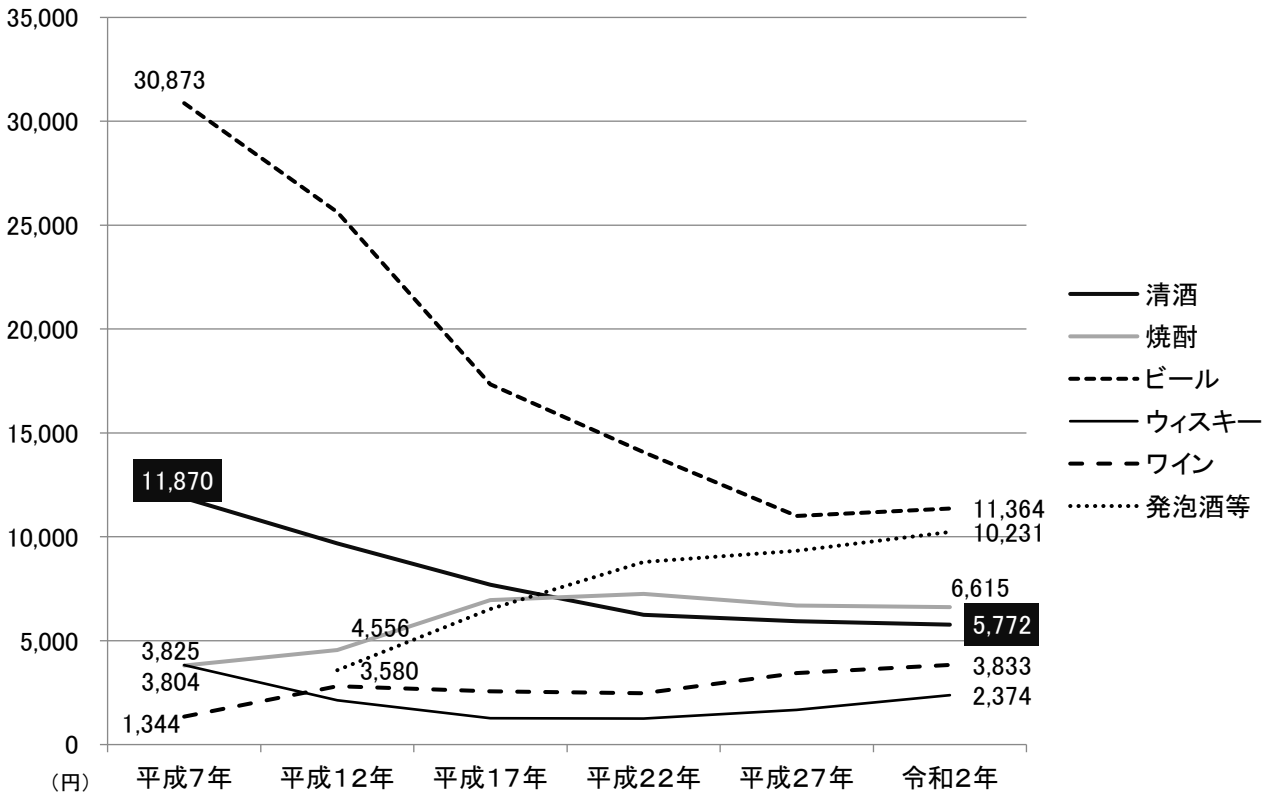
(資料: 家計調査年報(総務省))

**【図1-8 清酒(日本酒)の国内出荷量の推移】**



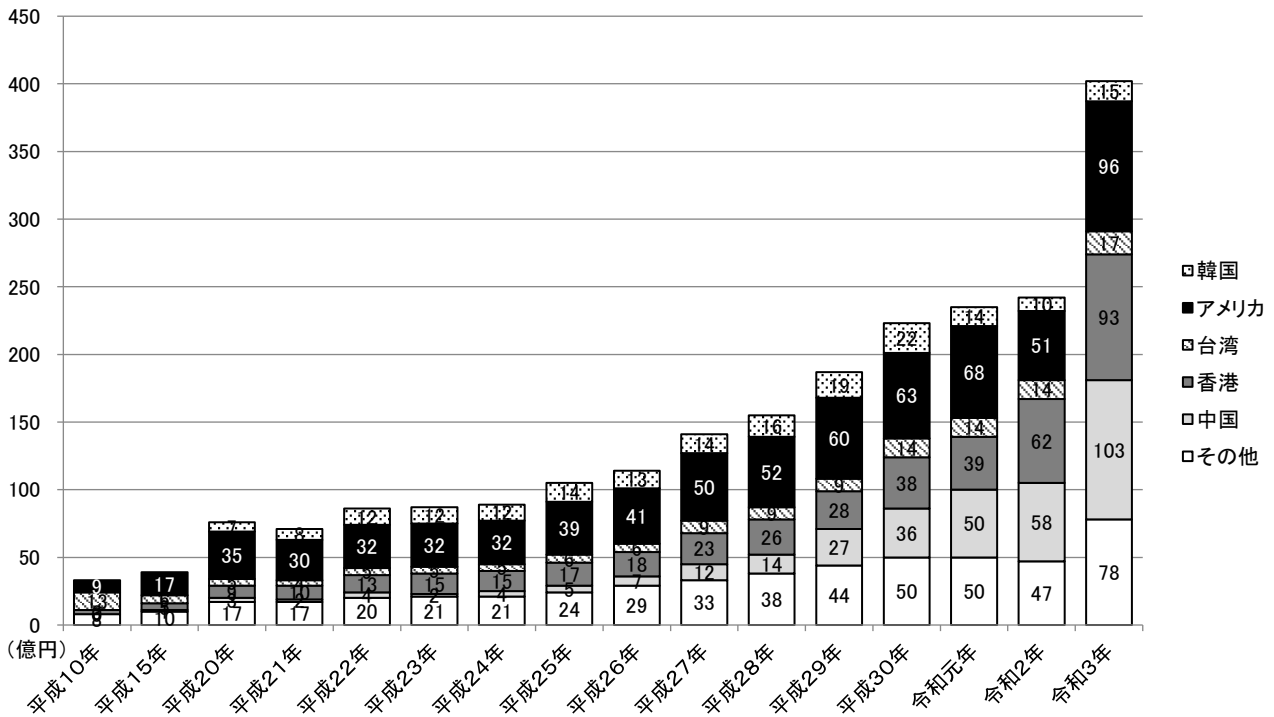
注: 年は暦年。特定名称酒とは、吟醸酒、純米吟醸酒、純米酒、本醸造酒  
(資料: 日本酒造組合中央会)

【図 1-9 酒類年間消費額推移(2人以上世帯当たり)】



(資料:家計調査年報(総務省))

【図 1-10 日本酒の輸出金額の推移(国別)】



注: 年は暦年。

(資料:貿易統計(財務省))

## 第2章 文化 GDP と文化雇用

### 1 手法

本調査研究は、2015年～2020年の6年間の文化GDPと文化雇用について、次のような枠組みで推計作業を行った。

- ①国内生産額、付加価値(GDP)、雇用数を推計するために、2015年～2019年の産業連関表<sup>7</sup>を用いた。2015年の産業連関表は総務省など10府省庁の共同作業により、5年ごとに作成している基準年の全国表であり、雇用数を推計するための係数や商業・運輸のマージンも求めることができる。2016年～2019年の産業連関表は、経済産業省が2015年産業連関表(基本表)を延長推計した延長産業連関表である。なお、産業連関表から直接推計することのできない国内生産額は、経済センサスなどの基礎資料を用いて推計した。
- ②付加価値は産業連関表の取引基本表の費用構成をもとに付加価値の比率を求め推計した。
- ③昨年度の2015年～2018年の各年の推計値は確定値であるので、各年ともこれらの数値を用いた。いっぽう2019年の数値は、昨年度調査時は2019年の延長産業連関表が未公表であったので、2018年の延長産業表を独自に延長して推計した暫定値であった。今年度は、2019年の延長産業連関表が公表されたので、それを用いるとともに、基礎統計を見直し、2019年分を再推計した。
- ④2020年については、令和4年度中は、2020年の延長産業連関表は公表されておらず、また、主要な基礎資料である令和3年経済センサス活動調査(事業活動別売上(収入)金額等の集計区分)も未公表(令和5年6月公表予定)であり、昨年度の2019年同様に暫定値となる。2020年の国内生産額については、財務諸表等を用いるもの以外は、2019年の国内生産額、SNA産業連関表(内閣府)の2019年(第二次年次推計)及び2020年(第一次年次推計)を用いて延長推計した<sup>8</sup>。付加価値率は2019年の延長産業連関表を用いた。したがって、2020年については、今後、令和5年に公表される予定の2020年延長産業連関表及び令和3年経済センサス活動調査の数値を用いて、データを更新するなど再推計する必要がある。なお、この2020年推計値については、暫定値の段階では新型コロナウイルス感染症流行の影響が十分に反映されていないため、例年と比べ、暫定値と確定値との差が大きくなる可能性があることに留意が必要である。
- ⑤2015年～2020年の各年の文化GDP及び6年間の推移は、実際に市場で取り引きされている価格に基づいて推計された名目値で表している。

<sup>7</sup>文化GDPの推計には、平成27(2015)年産業連関表(総務省等)の部門別品目別国内生産額表・取引基本表(基本分類)・雇用表(基本分類)・産出表(基本分類)、平成27(2015)年基準の平成28(2016)年・平成29(2017)年・平成30(2018)年・令和元(2019)年の延長産業連関表(経済産業省)の取引額表(506×386部門表)を用いた。

<sup>8</sup>SNA産業連関表(内閣府)の最も細かい分類は94部門で、文化部門のサブドメインのほうの分類が細かいため、各サブドメインをSNA産業連関表の94部門に対応させた(表2-1参照)。

⑥雇用者数は、2015 年産業連関表の雇用表(従業者総数)と国内生産額(取引基本表)を用いて求めた雇用(従業者)係数と各生産額をもとに推計した。

【表 2-1 文化部門のサブドメイン(産業部門)と SNA 産業連関表の部門対応及び 2020 年の国内生産額の伸び率】

ドメイン	サブドメイン	SNA 産業連関表の部門	対 2019 年比	
B.パフォーマン ス/セレブレ ーション	・興行場(映画館を除く),興行団	娯楽	0.75699	
	・楽器製造業	その他の製造工業製品	0.81188	
	・レコード制作 ・音楽スタジオ業務	映像・音声・文字情報制作	0.91633	
	・音楽 CD レンタル	物品賃貸サービス(不動産を除く。)	0.94937	
C.ビジュアルア ーツ/工芸	・写真業	その他の対個人サービス	0.84252	
	・手すき和紙	パルプ・紙・紙加工品	0.92777	
	・陶磁器製置物 ・陶磁器絵付品 ・七宝製品 ・人造宝石	窯業・土石製品	0.91686	
	・金属彫刻品	金属製品	0.92549	
	・貴金属製装身具 ・天然・養殖真珠装身具	その他の製造工業製品	0.81188	
	D.著作・出版/ 報道	・出版 ・新聞 ・ニュース供給業務	映像・音声・文字情報制作	0.91633
・書籍・雑誌小売業(古本含む) ・新聞小売業(新聞販売店)		小売	0.96582	
E.オーディオ・ ビジュアル/ インタラクティ ブメディア		・映像・ビデオ制作(アニメーションを除く) ・テレビ番組制作(アニメーションを除く) ・アニメーション制作 ・映画・ビデオ・テレビ番組配給 ・ラジオ番組制作 ・撮影スタジオ ・ポストプロダクション業務 ・その他編集プロダクション、音響技術など	映像・音声・文字情報制作	0.91633
	・映像(DVD・ブルーレイ)レンタル	物品賃貸サービス(不動産を除く。)	0.94937	
	F.デザイン/ クリエイティブ サービス	・デザイン業 ・建築サービス(ランドスケープデザイン含む)	その他の対事業所サービス	0.95802
		・広告サービス	広告	0.85974
・広告制作		映像・音声・文字情報制作	0.91633	

## 2 文化 GDP の推計

### 2.1 文化 GDP(2015～2020)

2015年から2020年の6年間のわが国の文化部門の国内生産額(名目値)及び国内総生産(文化GDP;名目値)は表2-2のとおりである。わが国のGDP全体に占める文化GDPの比率はおよそ1.9%である。

なお、昨年度推計では2019年の推計値は暫定値であったが、2019年延長産業連関表が公表されたので、それを用いて確定値とした。(表2-3)

【表2-2 わが国の文化生産(2015年～2020年) 名目値】

(単位: 億円)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
文化部門の国内生産額	247,407	253,051	253,799	253,276	255,497	241,921
国内生産額	10,103,743	9,984,540	10,287,585	10,497,680	10,470,826	9,887,091
文化部門国内総生産額 対国内比	2.4%	2.5%	2.5%	2.4%	2.4%	2.4%
文化部門の国内総生産 (文化GDP)	100,934	104,939	105,612	104,567	107,498	101,183
国内総生産(GDP)	5,380,323	5,443,646	5,530,730	5,566,301	5,579,108	5,390,824
文化GDPの 対国内GDP比	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%

(資料: 国全体の数値に関する資料は「2021年度国民経済計算」(内閣府))

【表2-3 令和3年度推計(2019年暫定値)と今年度推計(2019年確定値) 名目値】

(単位: 億円)

	A.2019年確定値	B.2019年暫定値	A-B
文化部門の国内生産額	255,497	249,807	5,690
国内生産額	10,470,826	10,474,248	-3,422
文化部門国内総生産額対国内比	2.4%	2.4%	—
文化部門の国内総生産(文化GDP)	107,498	102,156	5,342
国内総生産(GDP)	5,579,108	5,584,912	-5,804
文化GDPの対国内GDP比	1.9%	1.8%	—

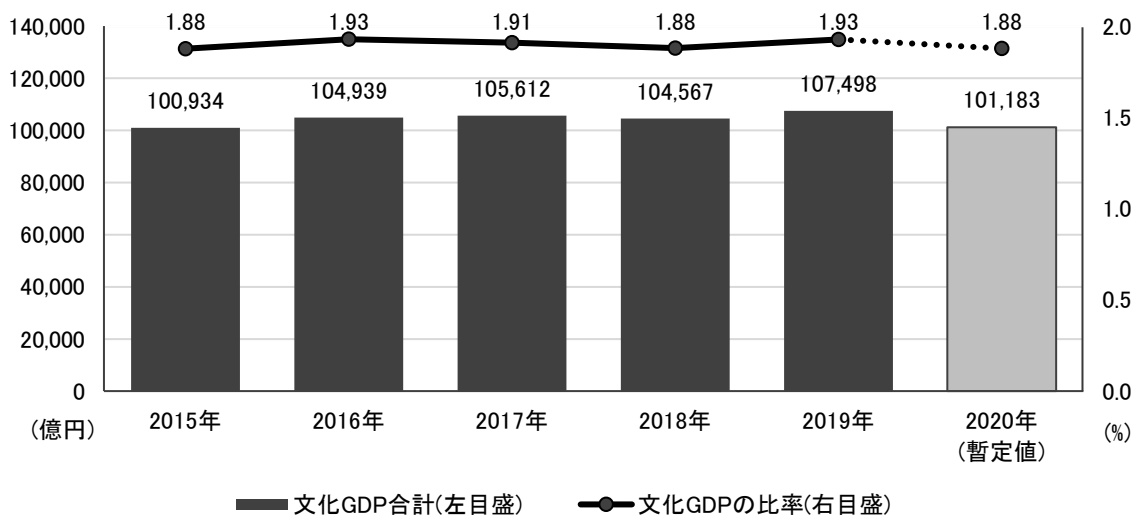
(資料: 国全体の数値に関する資料は「国民経済計算」(内閣府))



## 2.2 文化 GDP の推移

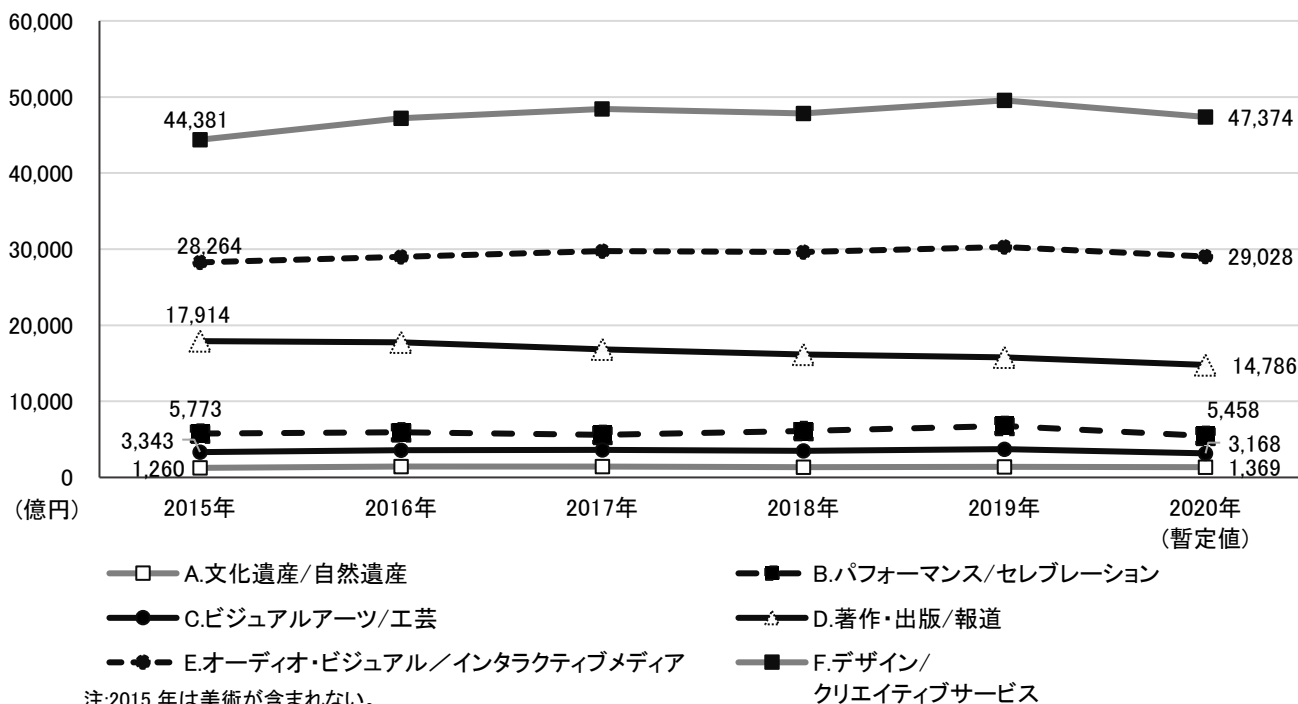
2015年～2020年(2020年は暫定値)の文化GDP(名目値)は、10兆円台で推移している。新型コロナウイルス感染症の影響により、経済活動が縮小した2020年は、暫定値ではあるが、文化GDPも減少傾向にある。国内のGDPに占める文化GDPの比率は1.9%～1.8%台で小さく変化している。

【図 2-1 文化 GDP(名目値)の推移(2015-2020年)】



ドメイン別の推移では、2015年～2020年期間で、付加価値(文化GDP)が増加したのは「A.文化遺産/自然遺産」「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」「F.デザイン/クリエイティブサービス」の3ドメインで、減少したのは「B.パフォーマンス/セレブレーション」「C.ビジュアルアーツ/工芸」「D.著作・出版/報道」の3ドメインとなっている。(図 2-2)

【図 2-2 ドメイン別 GDP の推移(名目値)】



【表 2-4 各ドメインの付加価値(2015 年～2020 年) 名目値】

(単位:億円)

サブドメイン	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (暫定値)
A.文化遺産/自然遺産	1,260	1,422	1,429	1,346	1,410	1,369
B.パフォーマンス/セレブレーション	5,773	5,948	5,590	6,121	6,762	5,458
C.ビジュアルアーツ/工芸	3,343	3,595	3,615	3,476	3,722	3,168
D.著作・出版/報道	17,914	17,777	16,829	16,179	15,771	14,786
E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア	28,264	28,974	29,735	29,609	30,285	29,028
F.デザイン/クリエイティブサービス	44,381	47,222	48,413	47,837	49,547	47,374
合計	100,934	104,939	105,612	104,567	107,498	101,183

【表 2-5 各ドメインの国内生産額(2015 年～2020 年) 名目値】

(単位:億円)

サブドメイン	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (暫定値)
A.文化遺産/自然遺産	3,258	3,545	3,643	3,547	3,616	3,425
B.パフォーマンス/セレブレーション	11,825	11,971	11,366	12,359	13,328	11,109
C.ビジュアルアーツ/工芸	5,374	5,755	5,751	5,666	5,930	5,033
D.著作・出版/報道	39,631	38,226	35,998	34,658	33,575	31,336
E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア	76,416	78,383	79,656	80,600	81,208	78,354
F.デザイン/クリエイティブサービス	110,902	115,171	117,385	116,446	117,840	112,664
合計	247,407	253,051	253,799	253,276	255,497	241,921

## 2.3 ドメイン別文化 GDP

### 2.3.1 「A.文化遺産/自然遺産」領域の推計

ユネスコモデルの「A.文化遺産/自然遺産」領域は、「ミュージアム(バーチャルを含む)」「遺跡・史跡」「文化的景観」「自然遺産」がサブドメインである。

本推計では博物館や文化遺産、自然遺産の管理運営、維持管理への支出を主な対象とし、付加価値は、その支出のうちの人件費等を付加価値相当額として推計している。

区分は、上記のサブドメインを「博物館関連費」、「文化財保護関連費」、「自然保護関連費」の3つに組み替えて推計している。

【表 2-6 「A.文化遺産/自然遺産」領域(2015年～2020年)の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
国内生産額	3,258	3,545	3,643	3,547	3,616	3,425
付加価値	1,260	1,422	1,429	1,346	1,410	1,369

### 2.3.2 「A.文化遺産/自然遺産」領域の推計の主な手順

#### 博物館関連費の付加価値相当額の推計

「博物館関連費」(2016年～2020年)は、国立博物館、公立博物館、民間非営利施設(私立博物館)の3種類に分類して推計している。2015年については、2015年産業連関表の部門別品目別国内生産額には「博物館(国公立)」の国内生産額があげられていることから、これを国立博物館及び公立博物館の国内生産額とし、付加価値率を乗じて付加価値<sup>9</sup>を推計している。

基本的な推計の手順は次の通りである。

- ・国立博物館については、財務諸表のデータとアンケート調査等により推計<sup>10</sup>。
- ・公立博物館は、「社会教育調査(文部科学省)」、「博物館研究((公財)日本博物館協会)」の博物館数(新設分)、「地方教育費調査(文部科学省)」の博物館費(消費的支出)を基本データとする。博物館に対する消費支出額を、暦年<sup>11</sup>の数字に換算し、このうち、人件費を付加価値相当額とし、消費支出額から人件費を除いた額を中間投入とする。

<sup>9</sup>2015年産業連関表(基本表)では、政府の社会資本に係る資本減耗引当の計上については、最終需要部門の「政府消費支出(社会資本等減耗分)」と粗付加価値部門の「資本減耗引当(社会資本等減耗分)」が計上されているが、延長産業連関表(延長表)では基本表から社会資本減耗分を除いた表をベースに推計している。したがって、公務(中央・地方)、社会教育(国公立)の付加価値率については、延長表と同様に社会資本減耗分を除いて計算した比率を用いる。

<sup>10</sup> 国立博物館は各独立行政法人の財務諸表(損益計算書等)、国立博物館アンケート調査結果及び大阪大学財務諸表・厚生労働省行政事業レビューシートをもとに推計。また、日本科学未来館については平成26年度～平成29年度のフルコスト(平成29年度政策別コスト情報・省庁別財務書類の概要(文部科学省))の数値をもとに推計し、平成30年度から令和2年度については、先の数値をもとに指数平滑法を利用して予測値を推計している。

<sup>11</sup> 地方教育費調査など年度値の場合は、これを暦年の数字に置き換える必要がある。暦年換算は、「前年度×1/4+現年度×3/4」により求めた。以下の年度値についても同様の方法で暦年換算している。

・私立博物館については、「社会教育調査(文部科学省)」、私立博物館の一部が算入されている「民間非営利団体実態調査(内閣府)」の社会教育に分類される事業所の支出を基本データに、推計している。

【表 2-7 博物館関連費の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
国立博物館	国内生産額	1,503※ <sup>1</sup>	294	291	302	319	307
	付加価値相当額	566※ <sup>2</sup>	123	125	125	131	131
公立博物館	国内生産額	(※ <sup>1</sup> に含む)	1,614	1,662	1,703	1,749	1,770
	付加価値相当額	(※ <sup>2</sup> に含む)	638	647	657	674	698
私立博物館	国内生産額	977	881	918	788	829	659
	付加価値相当額	478	446	435	340	387	318

#### 文化財保護関連費の付加価値相当額の推計

文化財保護関連費は、地方教育費調査(文部科学省)の文化財保護費(消費的支出)を基本データに推計している。

【表 2-8 文化財保護関連費の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
文化財 保護関連費	国内生産額	747	725	737	722	684	656
	付加価値相当額	199	197	203	206	200	205

(資料:地方教育費調査(文部科学省))

#### 自然保護関連費の付加価値相当額の推計

ユネスコの世界遺産のうち 2020 年現在自然遺産に指定されているわが国の 4 つの自然遺産(知床、白神山、小笠原、屋久島)の保護関連費を対象とする。

主な手順は、環境省と林野庁及び所在地の自治体の自然遺産関連費を基本データとする。これらは事業費のため、人件費等は含まれていないことから、事業費は中間投入に相当すると考え、延長産業連関表の「公務(中央)」「公務(地方)」の投入係数を用いて付加価値を推計している<sup>12</sup>。

<sup>12</sup>北海道は、2016 年以降は、人件費を含んだフルコストが公表されており、北海道分の 2016 年~2020 年については人件費を付加価値相当額としている。

【表 2-9 自然保護関連費の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
自然保護 関連費	国内生産額	30	31	36	32	35	33
	付加価値相当額	17	17	19	18	19	18

(資料:環境省及農林水産省の行政事業レビューシート、各自治体の事業費の予算・決算)

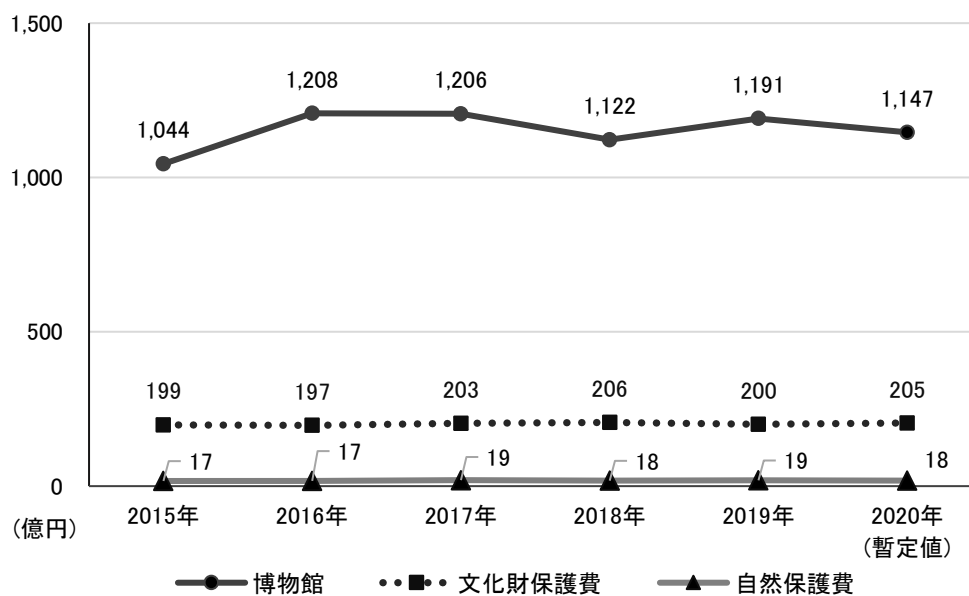
### A 領域の 2015 年～2020 年の付加価値の推移

【表 2-10 2015 年～2020 年の「A.文化遺産/自然遺産」の付加価値(名目値)】

(単位:億円)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
博物館	1,044	1,208	1,206	1,122	1,191	1,147
文化財保護費	199	197	203	206	200	205
自然保護費	17	17	19	18	19	18
合計	1,260	1,422	1,429	1,346	1,410	1,369

【図 2-2 「A.文化遺産/自然遺産」の付加価値の推移(名目値)】



### 2.3.3 「B.パフォーマンス/セレブレーション」領域の推計

ユネスコモデルの「B.パフォーマンス/セレブレーション」領域は、「演奏会などを含むパフォーマンス」「音楽」「祭り・フェスティバル」がサブドメインである。

本推計では、「パフォーマンス」は興行場・興行団、音楽ホールや劇場等の運営、「音楽」は楽器製造や音楽ソフト制作が主な対象である。

一方、「祭り・フェスティバル」は、諸外国では、国民的な祭りやフェスティバルを対象としている。わが国は多くの観客を集める伝統的な祭りなどが多くあるが、諸外国のように国民的な祭りやフェスティバルをあげることは難しい。また、祭りやフェスティバルは、特定の産業の生産側からアプローチすることも困難である。したがって、本調査ではコアドメインのサブドメインとしての推計の対象とはしていない。

【表 2-11 「B.パフォーマンス/セレブレーション」領域(2015年～2020年)の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
国内生産額	11,825	11,971	11,366	12,359	13,328	11,109
付加価値	5,773	5,948	5,590	6,121	6,762	5,458

### 2.3.4 「B.パフォーマンス/セレブレーション」領域の推計の主な手順

#### 興行場(映画館を除く)・興行団の付加価値の推計

「演奏会などを含むパフォーマンス」については、産業連関表の「興行場(映画館を除く)・興行団」の国内生産額を基本データとする。この部門には「劇場、劇場附属オーケストラ・歌劇団・ダンシングチーム、寄席、相撲興行場、ボクシング場、野球場(プロ野球興行用)、劇団、芸能プロダクション、楽団、プロ野球団、プロレス協会」(2015年産業連関表(一総合解説編)より)などが含まれるため、プロ野球の球場やプロスポーツチームなどスポーツ部門を除く必要がある。

2019年の延長産業連関表の「興行場(映画館を除く)・興行団」の国内生産額は、1兆324億円である。文化部門の比率は、経済構造実態調査<sup>13</sup>(総務省・経済産業省)の「興行場、興行団」の「興行場、興行団業務の収入種類別の年間売上高」から求める。

<sup>13</sup> 経済構造実態調査は、統計法(平成19年法律第53号)に基づく基幹統計調査で、商業統計調査(経済産業省)、特定サービス産業実態調査(経済産業省)、サービス産業動向調査(拡大調査)(総務省)の3調査を統合・再編し創設された。

【表 2-12 興行場、興行団業務の収入種類別の年間売上高と構成比(2019 年)】

(単位:億円/%)

業務	入場料・ 興行収入	賃貸収入	その他	計	構成比
スポーツ	1,112	52	1,730	2,893	24.452%
演劇	1,327	50	487	1,864	15.758%
演芸	41	4	37	82	0.696%
音楽	2,411	135	993	3,539	29.913%
美術	6	0	0	7	0.057%
イベント	143	21	58	222	1.878%
その他	6	28	3,190	3,224	27.246%
合計	5,046	291	6,495	11,832	100.000%

(注)文化部門の比率を推計するために用いた基礎統計は、2016年・2017年は特定サービス産業実態調査(経済産業省)、2018年・2019年は経済構造実態調査(総務省・経済産業省)。2015年は特定サービス産業実態調査の実施年ではないため、2014年と2016年の平均値をもとに比率を求めた。

(資料:経済構造実態調査(総務省・経済産業省))

文化部門の比率は表 2-12 のスポーツを除く 75.548%とする。

1兆 324 億円×75.548%=7,800 億円(2019 年の国内生産額)

7,800 億円に 2019 年の付加価値率を乗じて付加価値を推計している。この部門の付加価値は 4,670 億円となる。同様の手順により求めたスポーツ部門を除く「興行場(映画館を除く)・興行団」の国内生産額と付加価値は表 2-13 の通りである。

産業連関表が未公表の 2020 年は、2019 年の「興行場(映画館を除く)・興行団」の国内生産額をもとに、SNA 産業連関表の「娯楽」部門の 2019 年から 2020 年の伸び率を求め、国内生産額を推計している。また、2020 年は経済構造実態調査も実施されていないことから、文化部門の国内生産額は 2019 年の比率を用い推計し、これに 2019 年の付加価値率を乗じて付加価値を求めた。

【表 2-13 スポーツ部門を除く興行場(映画館を除く)・興行団の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (暫定値)
興行場・ 興行団	国内生産額	6,509	6,667	6,195	6,917	7,800	5,904
	付加価値	3,827	3,963	3,652	4,066	4,670	3,535

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、経済構造実態調査(総務省・経済産業省))

### 楽器製造業の付加価値の推計

楽器製造業については、2015 年～2019 年は、各産業連関表の「楽器」部門の国内生産額をもとに付加価値を推計している。2020 年の国内生産額は、2019 年の国内生産額をもとに、SNA 産業連関表の「その他の製造工業製品」部門の 2019 年から 2020 年の伸び率を求め、楽器製造業の国内生産額を推計し、これに 2019 年の付加価値率を乗じて付加価値を求めた。

【表 2-14 楽器製造業の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
楽器製造業	国内生産額	938	1,045	917	1,000	965	784
	付加価値	458	529	473	501	491	398

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、「工業統計表 品目別統計表」(経済産業省))

### レコード制作・音楽スタジオ業務の付加価値の推計

この分野は音楽のソフト制作に関連する業務を範囲とする。この分野が含まれる産業部門は「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」で、「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」を中心に、「B. パフォーマンス/セレブレーション」「D. 著作・出版/報道」「F. デザイン/クリエイティブサービス」の多様な文化の分野で構成されている。

【表 2-15 「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」部門構成について】

・2015年産業連関表では、「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」部門は、次のように説明されている。

- ・日本標準産業分類の小分類「映像情報制作・配給業」、「音声情報制作業」、「広告制作業」、「映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業」の活動を範囲とする。
- ・(品目例示)映画の制作・配給、ビデオ制作・発売、テレビ番組制作、テレビコマーシャル制作、レコード制作、音楽出版、ラジオ番組制作、広告制作(印刷物にかかるもの)、共同通信社、時事通信社、新聞社支局(印刷発行を行わないもの)、貸スタジオ、プリプロダクション、ポストプロダクション(2015年産業連関表(一総合解説編一))

・2015年産業連関表の部門別品目別国内生産額表からは「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」の詳細データが得られる。それらと文化領域は、次のように紐づけることができる。

品目	文化領域	国内生産額(億円)	構成比(%)
映像・ビデオ制作(アニメーションを除く)	E領域	4,227	13.6%
テレビ番組制作(アニメーションを除く)	E領域	9,316	29.9%
アニメーション制作	E領域	2,911	9.3%
映画・ビデオ・テレビ番組配給	E領域	1,794	5.8%
レコード制作	B領域	2,484	8.0%
ラジオ番組制作	E領域	357	1.1%
広告制作	F領域	5,621	18.1%
ニュース供給業	D領域	1,044	3.4%
その他の映像・音声・文字情報制作事業	B・E領域	3,384	10.9%
合計		31,137	100.0%

(資料:産業連関表(総務省等))



B 領域に属するレコード制作と音楽スタジオ業務を含むその他の映像・音声・文字情報制作事業は網掛け部分である。

レコード制作は、2015 年は国内生産額 2,484 億円をもとに付加価値率を用いて付加価値を求める。2016 年～2019 年は延長産業連関表の「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」の国内生産額に 2015 年のレコード制作の比率を用いて国内生産額を推計し、各年の付加価値率を用いて付加価値を求める。2019 年の映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く。)の国内生産額は 3 兆 463 億円である。

音楽スタジオ業務については、その他の映像・音声・文字情報制作事業からスプリットする必要がある。その他の映像・音声・文字情報制作事業は、ニュース供給業とともに「映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業」に属することから、2015 年～2017 年は特定サービス産業実態調査(経済産業省)、2018 年・2019 年は経済構造実態調査(総務省・経済産業省)の「映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業」を構成する業務のうちニュース供給業を除く「貸スタジオ業務」「音楽スタジオ業務」「撮影スタジオ業務」「ポストプロダクション業務」「その他」の構成比をもとに、「音楽スタジオ業務」の国内生産額を推計し、各年の付加価値率を用いて付加価値を推計している。

2020 年については、2019 年の国内生産額をもとに、SNA 産業連関表の「映像・音声・文字情報制作」部門の 2019 年から 2020 年の伸び率を求め、国内生産額を推計し、2019 年の付加価値率を乗じて付加価値を推計している。

【表 2-16 レコード制作・音楽スタジオ業務の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (暫定値)
レコード制作	国内生産額	2,484	2,416	2,344	2,348	2,430	2,227
	付加価値	975	956	946	947	992	909
音楽スタジオ	国内生産額	200	129	170	268	277	254
	付加価値	78	51	68	108	113	104

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、特定サービス産業実態調査(経済産業省)、経済構造実態調査(総務省・経済産業省))

### 有料音楽配信の付加価値の推計

この分野は、「日本のレコード産業」((一社)日本レコード協会)を基本資料とし、各年の産業連関表の「インターネット附随サービス」の付加価値率を用いて推計している。なお、2020 年は、2019 年の付加価値率をもとに付加価値を求めた。

【表 2-17 有料音楽配信の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
有料音楽 配信	国内生産額	471	529	554	612	658	719
	付加価値	117	130	137	152	166	181

(資料:「日本のレコード産業」(一社)日本レコード協会)、産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省))

### 音楽 CD レンタルの付加価値の推計

この分野については、2015 年は、産業連関表の部門別品目別国内生産額表のうち、「スポーツ・娯楽用品・その他の物品賃貸業」の細品目である「音楽・映像記録物賃貸業」の国内生産額をもとに付加価値を推計している。

2018 年・2019 年は経済構造実態調査(総務省・経済産業省)の「音楽・映像記録物賃貸業」の年間売上高を用いる。

2016 年・2017 年は、「音楽・映像記録物賃貸業」の年間売上高が計上されている基礎統計がないことから、延長産業連関表の「スポーツ・娯楽用品・その他の物品賃貸業」の国内生産額を基本データとし、2015 年産業連関表の「スポーツ・娯楽用品・その他の物品賃貸業」に構成される「音楽・映像記録物賃貸業」の比率を「スポーツ・娯楽用品・その他の物品賃貸業」の国内生産額に乗じて、2016 年・2017 年それぞれの「音楽・映像記録物賃貸業」の売上高を推計している。

2020 年の年間売上高は、2019 年の「音楽・映像記録物賃貸業」の年間売上高をもとに SNA 産業連関表の「物品賃貸業」部門の 2019 年から 2020 年の伸び率を求め推計している。

【表 2-18 スポーツ・娯楽用品・その他の物品賃貸業の構成】

品目	国内生産額(億円)	構成比(%)
スポーツ・娯楽用品賃貸業	502	2.9%
音楽・映像記録物賃貸業	1,295	7.4%
その他の物品賃貸業	15,724	89.7%
合計	17,522	100.0%

(資料:産業連関表(総務省等))

さらに、各年の「音楽・映像記録物賃貸業」の国内生産額(年間売上高)は、CD 等音楽記録物と DVD 等映像記録物のレンタル(賃貸)業の合計であることから、音楽分野と映像分野に「デジタルコンテンツ白書」((一財)デジタルコンテンツ協会)の音楽・音声部門の CD レンタルと、動画部門の DVD、ブルーレイレンタルとの売上高の比を用いて、音楽分野と映像分野に分け、各年の音楽分野の国内生産額を推計している。これに、各年の産業連関表の「物品賃貸業(貸自動車を除く。)」の付加価値率を乗じて付加価値を推計している。2020 年については、2019 年の付加価値率を用いる。

【表 2-19 音楽 CD レンタルの国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
音楽 CD レンタル	国内生産額	215	221	220	268	238	238
	付加価値	140	142	139	169	152	152

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、経済構造実態調査(総務省・経済産業省)、「デジタルコンテンツ白書」((一財)デジタルコンテンツ協会))

### 独立行政法人国立劇場・音楽堂等の付加価値の推計

推計対象は、国立劇場、国立演芸資料館(国立演芸場)、国立能楽堂、国立文楽劇場、国立劇場おきなわ、新国立劇場の国立劇場 6 館である。各年度の財務諸表を暦年に換算し、そこから業務経費(劇場の運営に要する直接的な経費)を推計し、これを「中間投入」とみなした。その他の「人件費」「減価償却費」を付加価値相当額<sup>14</sup>としている。

【表 2-20 国立劇場 6 館の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
国立劇場 6 館	国内生産額	128	132	132	129	139	153
	付加価値	38	38	38	40	41	41

(資料:独立行政法人日本芸術文化振興会の財務諸表等)

### 公立の劇場・音楽堂等の付加価値の推計

推計対象は、公立の劇場・音楽堂等である。私立(民間)の施設は「興行場、興行団」の劇場(劇場を賃貸する事業所も含まれる)の推計に含まれると考え、重複を避けるために本推計には含まない。

各年度の「地方教育費調査」(文部科学省)の公立の劇場・音楽堂等に対する各消費支出額を暦年の数字に換算する。このうち、人件費を付加価値相当額とし、消費支出額から人件費を除いた額を中間投入とした。

【表 2-21 公立の劇場・音楽堂等の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
公立劇場・ 音楽堂等	国内生産額	881	832	835	818	821	830
	付加価値	138	139	137	138	138	139

(資料:地方教育費調査(文部科学省))

<sup>14</sup>2015年度・2016年度の財務諸表には、納付消費税額が計上されており、該当年に配分している。

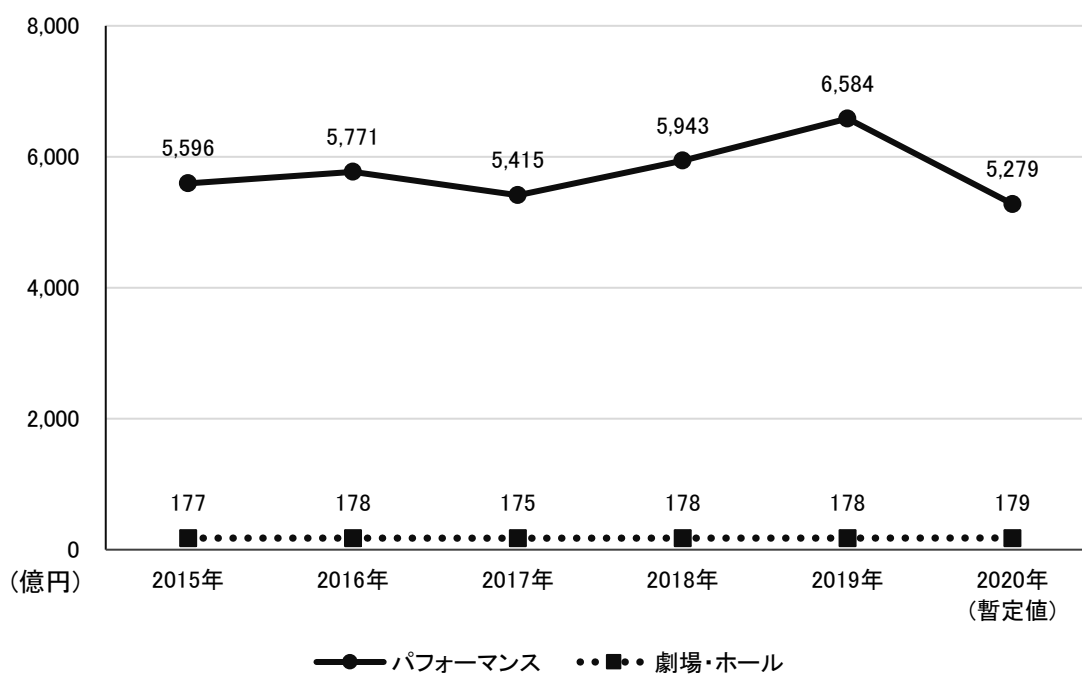
## B 領域の 2015 年～2020 年の付加価値の推移

【表 2-22 2015 年～2019 年の「B.パフォーマンス/セレブレーション」の付加価値(名目値)】

(単位:億円)

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (暫定値)
パフォーマンス	5,596	5,771	5,415	5,943	6,584	5,279
劇場・ホール	177	178	175	178	178	179
合計	5,773	5,948	5,590	6,121	6,762	5,458

【図 2-3 「B.パフォーマンス/セレブレーション」の付加価値の推移(名目値)】



### 2.3.5 「C.ビジュアルアーツ/工芸」領域の推計

「C.ビジュアルアーツ/工芸」領域は、美術、写真、工芸が対象となる。

【表 2-23 「C.ビジュアルアーツ/工芸」領域(2015 年～2020 年)の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (暫定値)
国内生産額	5,374	5,755	5,751	5,666	5,930	5,033
付加価値	3,343	3,595	3,615	3,476	3,722	3,168

### 2.3.6 「C.ビジュアルアーツ/工芸」領域の推計の主な手順

#### 美術関連の付加価値の推計

この分野の主要となる美術品の取引市場のデータは十分ではない。また美術品は国民経済計算(SNA)の「生産品(商品)」の概念とはなじまない性質である。<sup>15</sup>こうしたことに留意しつつ、美術品の取引に関する推計をする。

「日本のアート産業に関する市場レポート」((一社)アート東京等)を基本データに、美術作家からの直接の購入に関する取引と美術グッズ(ポスター等)の取引のみを推計の対象とした。<sup>16</sup>2016 年～2020 年は、作家から直接購入に関する取引額を同レポートの「ジャンル別の美術品・美術関連品市場規模」から美術ジャンルの取引額の構成比をもとに、写真をのぞく洋画・日本画など、工芸、書を対象に推計し、付加価値率(その他の娯楽)を用いて付加価値を求めた。2020 年は同様の手順で美術品の取引額を求め、2019 年の付加価値率を用いて付加価値を求めた。なお、「日本のアート産業に関する市場レポート」は 2016 年以降に調査・公表されていることから、2015 年は推計していない。

【表 2-24 作家から購入(美術品・工芸・書)の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (暫定値)
作家から購入 (美術品)	国内生産額	-	212	270	205	192	224
	付加価値	-	147	184	140	131	154

(資料:「日本のアート産業に関する市場レポート」((一社)アート東京等)、産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省))

「美術グッズ(ポスター等)」「美術グッズ(グッズ)」については、同じく「日本のアート産業に関する市場レポート」((一社)アート東京等)の数値を用い、2016 年～2020 年については、産業連関表をもとにマージン分、輸入分を除いた国内生産額を推計し、産業連関表の「印刷・製版・製本」部門(ポスターに対応)、「その他の製造工業製品」部門(グッズに対応)を設定し、その付加価値率を用いて付加価値を求めた。2020 年は同様の手順で美術品

<sup>15</sup> SNA は、その年に生産されたものを勘定の対象としている。取引される美術品は、取引される年に生産(創作)されたものとは限らない。あるいは名作といわれる作品は、何年も前に創作されたものであるといったような、『商品』としては特殊な性質がある。

<sup>16</sup> 実際の美術品の取引(売買)は、美術商などを通じて行われるものも多い。

の取引額を求め、2019年の付加価値率を用いて付加価値を求めた。なお、美術品と同様、「日本のアート産業に関する市場レポート」は2016年以降に調査・公表されていることから、2015年は推計していない。

【表 2-25 美術グッズの国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
美術グッズ	国内生産額	-	99	61	114	114	95
	付加価値	-	47	29	52	53	43

(資料:「日本のアート産業に関する市場レポート」((一社)アート東京等)、産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省))

### 写真関連の付加価値の推計

この分野は、写真撮影業、写真館、商業・広告等の写真などが含まれる「写真業」と、先述の美術作家から直接購入に関する取引をする美術作品のうちの「写真」を対象とする。

「写真業」については、産業連関表の「写真業」の国内生産額に、付加価値率を乗じて、付加価値を推計している。延長産業連関表が未公表の2020年については、2019年の国内生産額をもとに、SNA 産業連関表の「その他の対個人サービス」部門の2019年から2020年の伸び率を求め、2020年の国内生産額を推計し、これに2019年の付加価値率を乗じて、付加価値を推計している。

美術作品としての「写真」は他の美術品と同様の手順で国内生産額と付加価値を求めた。但し、2015年については、基本データである「日本のアート産業に関する市場レポート」が、2016年以降に調査・公表されていることから、2015年は推計していない。

【表 2-26 写真業及び作家から購入(写真)の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
写真業	国内生産額	3,786	3,795	3,791	3,705	4,038	3,402
	付加価値	2,716	2,720	2,717	2,625	2,904	2,447
作家から 購入(写真)	国内生産額	-	6	10	6	6	5
	付加価値	-	4	7	4	4	4

(資料:「日本のアート産業に関する市場レポート」((一社)アート東京等)、産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省))

### 工芸関連の付加価値の推計

工芸関連の分野は、産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)や工業統計といった産業・経済統計に対応する分野を抽出する。

【表 2-27 産業・経済統計で対象となっている工芸関連分野】

産業部門
手すき和紙
陶磁器製置物
陶磁器絵付品
七宝製品
人造宝石(合成宝石、模造宝石、人造真珠、人造水晶を含む)
金属彫刻品
貴金属製装身具(宝石、象牙、亀甲を含む)
天然・養殖真珠装身具(購入真珠によるもの)

(資料:「工業統計調査」(経済産業省)、産業連関表(総務省等))

これら 8 品目の国内生産額は、2015 年は産業連関表の部門別品目別表にあげられている。これらをもとに、2015 年の対応する産業部門の付加価値率を用いて付加価値を求める。2016 年～2019 年は、工業統計調査(経済産業省)を基本データとするが、従業者 4 人以上の事業所の製造品出荷額であることから、平成 28 年経済センサス-活動調査 産業別集計(製造業)「品目編」統計表データ(総務省)の対象分野の 4 人以上事業所と全事業所の製造品出荷額の比を用い、各分野の全事業所の製造品出荷額を推計した。製造品出荷額を国内生産額とみなし、各年・対応する産業の付加価値率を用いて付加価値を求めた。

2020 年は、SNA 産業連関表の各工芸に関連する産業部門(表 2-1 参照)の 2019 年から 2020 年の伸び率を求め、各部門の国内生産額を推計し、2019 年の付加価値率を用いて、付加価値を推計している。

【表 2-28 工芸関連の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (暫定値)
手すき和紙	国内生産額	26	22	19	19	20	18
	付加価値	8	7	6	5	6	5
陶磁器製置物	国内生産額	88	76	75	69	64	58
	付加価値	40	37	36	32	30	27
陶磁器絵付品	国内生産額	20	21	23	24	23	21
	付加価値	9	10	11	11	10	10
七宝製品	国内生産額	5	5	5	4	4	3
	付加価値	3	3	3	2	2	2
人造宝石	国内生産額	36	46	91	100	39	35
	付加価値	19	25	46	55	22	20
金属彫刻品	国内生産額	72	66	65	71	71	66
	付加価値	36	35	34	36	36	34
貴金属製装身具	国内生産額	1,211	1,213	1,134	1,112	1,101	894
	付加価値	463	482	457	424	422	342
天然・養殖真珠装身具	国内生産額	130	195	206	236	261	212
	付加価値	50	77	83	90	100	81

(資料:「工業統計調査」(経済産業省)、産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、経済センサス活動調査(総務省))

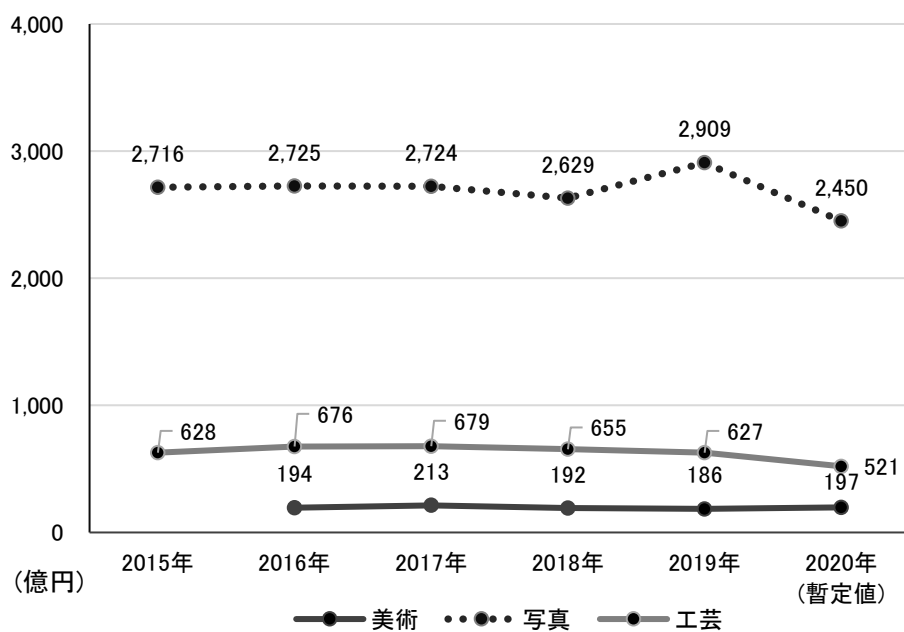
## C 領域の 2015 年～2020 年の付加価値の推移

【表 2-29 2015 年～2020 年の「C.ビジュアルアーツ/工芸」の付加価値(名目値)】

(単位:億円)

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (暫定値)
美術	—	194	213	192	186	197
写真	2,716	2,725	2,724	2,629	2,909	2,450
工芸	628	676	679	655	627	521
合計	3,343	3,595	3,615	3,476	3,722	3,168

【図 2-4 「C.ビジュアルアーツ/工芸」の付加価値の推移(名目値)】





### 2.3.7 「D.著作・出版/報道」領域の推計

「D.著作・出版/報道」領域は、著作・出版、新聞・雑誌、その他出版物、ライブラリーを対象とする。

【表 2-30 「D.著作・出版/報道」領域(2015年～2020年)の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
国内生産額	39,631	38,226	35,998	34,658	33,575	31,336
付加価値	17,914	17,777	16,829	16,179	15,771	14,786

### 2.3.8 「D.著作・出版/報道」領域の推計の主な手順

#### 出版の付加価値の推計

この分野は、産業連関表の「出版」を基本データとする。但し、出版の国内生産額には、広告料が含まれているが、書籍や雑誌等の出版に関わる業務のみを推計の対象にすることから、これを取り除く。2015年産業連関表部門別品目別国内生産額表の「出版」は、「出版(書籍・雑誌)販売」「その他の出版業」「出版広告料」によって構成されている。このうち、「出版(書籍・雑誌)販売」「その他の出版業」をこの分野の国内生産額とする。

2015年は「出版(書籍・雑誌)販売」「その他の出版業」の数値を用い、2016年～2019年は、2015年の出版に占める「出版(書籍・雑誌)販売」「その他の出版業」の比率を求め、国内生産額を推計し(下表の網掛け部分)、各年の付加価値率を用いて付加価値を推計している。産業連関表が未公表の2020年については、SNA産業連関表の「映像・音声・文字情報制作」部門の2019年から2020年の伸び率をもとに、2020年の「出版」の国内生産額を推計し、他の年次と同様の手順で、文化部門の出版分を求め、2019年の付加価値率を用いて、付加価値を推計している。

【表 2-31 2015年産業連関表部門別品目別国内生産額表の出版の構成】

品目	国内生産額(億円)	構成比
出版(書籍・雑誌)販売	10,316	55.3%
その他の出版業	6,704	36.0%
出版広告料	1,625	8.7%
合計	18,645	100.0%

} 91.3%

(資料:産業連関表(総務省等))

【表 2-32 出版(広告料除く)の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
出版	国内生産額	17,019	16,286	14,738	13,543	12,782	11,713
	付加価値	6,783	6,666	6,055	5,507	5,188	4,754

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省))

### 書籍・雑誌小売業(古本含む)の付加価値の推計

書店など書籍・雑誌小売業(古本含む)の2016年～2019年の数値は、経済構造実態調査(総務省・経済産業省)の「書籍・文房具小売業」の年間商品販売額を基本データに、平成28年経済センサス活動調査 産業別集計(卸売業、小売業)(総務省)の「書籍・文房具小売業」(書籍・雑誌小売業(古本を除く)、古本小売業、新聞小売業、紙・文房具小売業で構成)の年間商品販売額から、「書籍・雑誌小売業(古本を除く)」「古本小売業」の比率を求め、書籍・雑誌小売業(古本含む)の年間商品販売額を分割した。これに書籍・雑誌小売業の小売マージン率<sup>17</sup>を乗じて求めた国内生産額に付加価値率を乗じて、付加価値を推計している。

2015年については、平成28年経済センサスの「書籍・雑誌小売業(古本を除く)」「古本小売業」の年間商品販売額をもとに同様の手順で国内生産額及び付加価値を求めた。

2020年については、2019年の年間商品販売額をもとに、SNA 産業連関表の「小売」部門の2019年(第二次年次推計)及び2020年(第一次年次推計)を用いて2020年の年間商品販売額を推計し、上記と同様の手順で書籍・雑誌小売業の国内生産額を求め、2019年の付加価値率を用いて付加価値を推計している。

【表 2-33 書籍・雑誌小売業(古本含む)の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
書籍・雑誌小売業	国内生産額	2,443	2,338	2,116	2,320	2,227	2,151
	付加価値	1,589	1,534	1,382	1,511	1,445	1,396

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、経済センサス活動調査(総務省))

### 新聞・ニュース供給業の付加価値の推計

「新聞」については、産業連関表の「新聞」を基本データとする。2015年産業連関表部門別品目別国内生産額表では、「新聞」は「新聞販売」「その他の新聞業」「新聞広告」によって構成されており、広告業務や新聞社の文化事業等も含まれる。純粋な新聞業務の国内生産額を推計するために「新聞販売」を対象とする。2015年は「新聞販売」の数値を用い、2016年～2019年は、2015年の新聞に占める「新聞販売」の比率を求め、国内生産額を

<sup>17</sup>書籍・雑誌小売業の小売マージン率の求め方は、『令和2年度「文化行政調査研究」文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究報告書』([https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/bunka\\_gyosei/index.html](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/index.html))の40ページ参照。

推計し(次表の網掛け部分)、各年の付加価値率を用いて付加価値を推計している。産業連関表が未公表の2020年については、2019年の「新聞」の国内生産額をもとにSNA産業連関表の「映像・音声・文字情報制作」部門の2019年から2020年の伸び率を用いて、2020年の「新聞」の国内生産額を推計し、他の年次と同様の手順で、新聞部門の「新聞販売」分を求め、2019年の付加価値率を用いて、付加価値を推計している。

【表 2-34 2015年産業連関表部門別品目別国内生産額表の新聞の構成】

区分	国内生産額(億円)	構成比
新聞販売	12,064	64.6%
その他の新聞業	2,049	11.0%
新聞広告	4,560	24.4%
合計	18,673	100.0%

(資料:産業連関表(総務省等))

ニュース供給業は、2015年産業連関表の部門別品目別国内生産額表の「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」では、ニュース供給業の国内生産額が1,044億円、「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」全体に占める比率は3.4%となる<sup>18</sup>。2015年は、国内生産額をもとに、「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」の付加価値率を用いて、付加価値を推計している。2016年～2019年は、各年の延長産業連関表の「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」の国内生産額に、ニュース供給業の比率3.4%を乗じて、ニュース供給業の国内生産額を推計している。これに「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」の付加価値率を乗じて、付加価値を推計している。

2020年については、2019年の「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」の国内生産額にSNA産業連関表の「映像・音声・文字情報制作」部門の2019年から2020年の伸び率を乗じて、2020年の国内生産額を推計し、他の年次と同様の手順で、ニュース供給業の国内生産額を求め、2019年の付加価値率を用いて、付加価値を推計している。

【表 2-35 新聞(新聞販売)・ニュース供給業の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
新聞 (新聞販売)	国内生産額	12,064	11,890	11,571	11,229	11,097	10,168
	付加価値	5,227	5,182	5,104	4,903	4,956	4,542
ニュース供給業	国内生産額	1,044	1,016	986	987	1,022	936
	付加価値	410	402	398	398	417	382

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省))

<sup>18</sup>詳しくは、56ページの【表 2-15「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」部門構成について】参照

## 新聞小売業(新聞販売店)の付加価値の推計

新聞小売業(いわゆる新聞販売店)の2016年～2019年の数値は、経済構造実態調査(総務省・経済産業省)の「書籍・文房具小売業」の年間商品販売額を基本データに、平成28年経済センサス-活動調査産業別集計(卸売業、小売業)(総務省)の「書籍・文房具小売業」(書籍・雑誌小売業(古本を除く)、古本小売業、新聞小売業、紙・文房具小売業で構成)の年間商品販売額から、「新聞小売業」の比率を求め、新聞小売業の年間商品販売額を分割した。これに新聞販売の小売マージン率<sup>19</sup>を乗じて求めた国内生産額に、付加価値率を乗じて付加価値を推計している。

2015年については、平成28年経済センサスの「新聞小売業」の年間商品販売額をもとに小売マージンを用いて、国内生産額及び付加価値を求めた。

2020年については、2019年の年間商品販売額をもとに、SNA 産業連関表の「小売」部門の2019年(第二次年次推計)及び2020年(第一次年次推計)を用いて2020年の年間商品販売額を推計し、上記と同様の手順で新聞小売業の国内生産額を求め、2019年の付加価値率を用いて付加価値を推計している。

【表 2-36 新聞小売業(新聞販売店)の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
新聞 小売業	国内生産額	4,553	4,487	4,367	4,323	4,150	4,009
	付加価値	2,961	2,944	2,852	2,815	2,692	2,600

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、経済センサス活動調査(総務省))

## 図書館の付加価値の推計

この分野は、国立国会図書館と公立図書館を対象とする。

国立国会図書館の基本データは、「国立国会図書館年報」(国立国会図書館)の歳出予算・決算統計の数値である。2016年～2020年については、国立国会図書館の経費をもとに、業務経費(図書館の運営に要する直接的な経費)を推計し、これを「中間投入」とみなした。その他の「人件費」「間接税」を付加価値相当額とみなしている。2015年については、2015年産業連関表部門別品目別国内生産額表の「図書館(国公立)」の国内生産額を国公立図書館の国内生産額とし、2015年の社会教育(国公立)の付加価値率を用いて付加価値を求めた。

公立図書館の基本データは「地方教育費調査」(文部科学省)である。2016年～2020年については、消費的支出を国内生産額とみなし、消費的支出のうちの人件費を付加価値相当額としている。

<sup>19</sup>新聞販売の小売マージン率の求め方は、『令和2年度「文化行政調査研究」文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究報告書』([https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/bunka\\_gyosei/index.html](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/index.html))の42ページ参照。

【表 2-37 図書館の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
国立国会 図書館	国内生産額	2,507※ <sup>1</sup>	155	152	153	157	162
	付加価値	944※ <sup>2</sup>	94	93	94	98	98
公立図書館	国内生産額	(※ <sup>1</sup> に含む)	2,053	2,068	2,102	2,139	2,198
	付加価値	(※ <sup>2</sup> に含む)	957	947	951	975	1,014

(注)2015年の国内生産額・付加価値は、国立国会図書館・公立図書館を合わせた数値である。

(資料:「国立国会図書館年報」(国立国会図書館)、「地方教育費調査」(文部科学省))

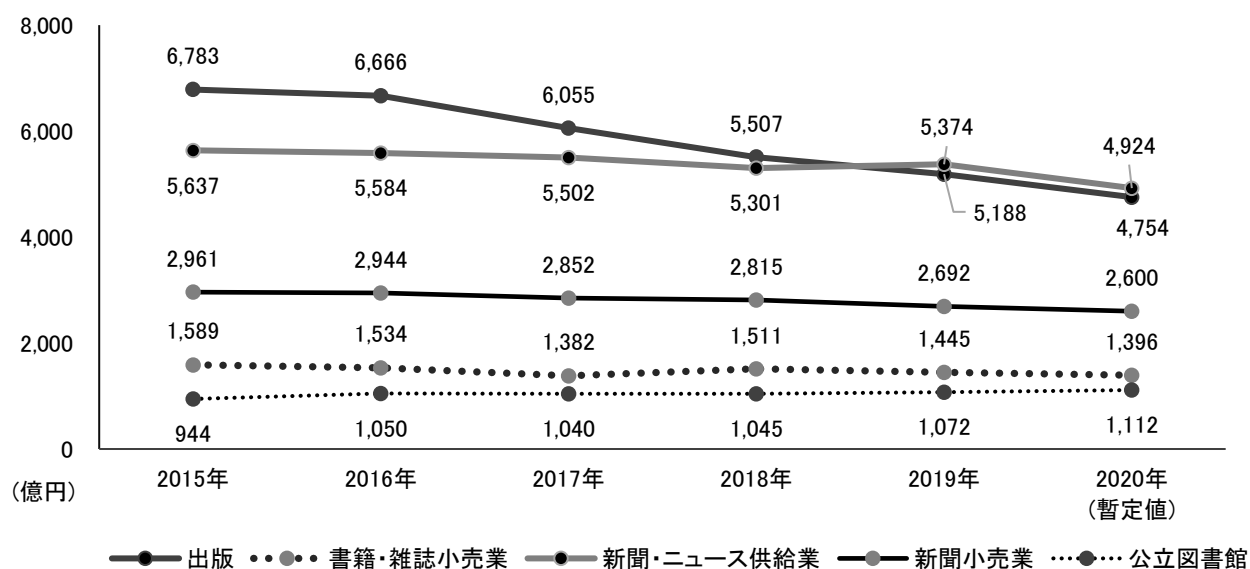
#### D 領域の 2015 年～2020 年の付加価値の推計

【表 2-38 2015 年～2020 年の「D.著作・出版/報道」の付加価値(名目値)】

(単位:億円)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
出版	6,783	6,666	6,055	5,507	5,188	4,754
書籍・雑誌小売業	1,589	1,534	1,382	1,511	1,445	1,396
新聞・ニュース供給業	5,637	5,584	5,502	5,301	5,374	4,924
新聞小売業	2,961	2,944	2,852	2,815	2,692	2,600
公立図書館	944	1,050	1,040	1,045	1,072	1,112
合計	17,914	17,777	16,829	16,179	15,771	14,786

【図 2-5 「D.著作・出版/報道」の付加価値の推計(名目値)】



### 2.3.9 「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」領域の推計

「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」領域は、「映画、ビデオ」「テレビ・ラジオ」「インターネット放送」「ゲーム」を対象とする。

【表 2-39 「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」領域(2015年～2020年)の国内生産額と付加価値(名目値)  
(単位:億円)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
国内生産額	76,416	78,383	79,656	80,600	81,208	78,354
付加価値	28,264	28,974	29,735	29,609	30,285	29,028

### 2.3.10 「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」領域の推計の主な手順

#### 映像・番組制作関連の付加価値の推計

この分野は、映像・ビデオ制作やテレビ・ラジオ番組制作、映像・ビデオ・テレビ番組の配給に関連する業務を範囲とする。この分野が多く含まれる産業部門は、「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」である。

2015年産業連関表部門別品目別国内生産表では、次表のような品目(産業部門)で構成されている。網掛け部分がこの分野の対象となる。

【表 2-40 「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」部門と文化領域】

品目	文化領域	国内生産額 (億円)	構成比(%)
映像・ビデオ制作(アニメーションを除く)	E 領域	4,227	13.6%
テレビ番組制作(アニメーションを除く)	E 領域	9,316	29.9%
アニメーション制作	E 領域	2,911	9.3%
映画・ビデオ・テレビ番組配給	E 領域	1,794	5.8%
レコード制作(→音楽へ)	B 領域	2,484	8.0%
ラジオ番組制作	E 領域	357	1.1%
広告制作(→広告へ)	F 領域	5,621	18.1%
ニュース供給業(→報道へ)	D 領域	1,044	3.4%
その他の映像・音声・文字情報制作事業 <sup>20</sup>	B・E 領域	3,384	10.9%
合計		31,137	100.0%

(資料:産業連関表(総務省等))

<sup>20</sup>貸スタジオ業務、音楽スタジオ業務、撮影スタジオ業務、ポストプロダクション業務、その他編集プロダクション、音響技術などが含まれる。

映像・ビデオ制作(アニメーションを除く)、テレビ番組制作(アニメーションを除く)、アニメーション制作、映画・ビデオ・テレビ番組配給は、2015年は国内生産額をもとに付加価値率を用いて付加価値を求めた。2016年～2019年は延長産業連関表の「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」の国内生産額に2015年の網掛け部分の比率を用いて各分野の国内生産額を推計し、各年の付加価値率を用いて付加価値を求めた。

延長産業連関表が未公表の2020年については、2019年の「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」の国内生産額に、SNA産業連関表の「映像・音声・文字情報制作」部門の2019年から2020年の伸び率を乗じて、2020年の国内生産額を推計している。これに2015年の網掛け部分の比率を用いて各分野国内生産額を推計し、2019年の付加価値率を用いて付加価値を求めた。

撮影スタジオ業務、編集プロダクション、音響技術などについては、その他の映像・音声・文字情報制作事業から分割する必要がある。その他の映像・音声・文字情報制作事業はニュース供給業とともに「映像・音声・文字情報制作に付随するサービス業」に属することから、2015年～2017年は特定サービス産業実態調査(経済産業省)、2018年・2019年は経済構造実態調査(総務省・経済産業省)の「映像・音声・文字情報制作に付随するサービス業」を構成する業務のうちニュース供給業を除く「貸スタジオ業務」「音楽スタジオ業務」「撮影スタジオ業務」「ポストプロダクション業務」「その他(その他編集プロダクション、音響技術など)」の構成比をもとに、「撮影スタジオ業務」の国内生産額を推計し、各年の付加価値率を用いて付加価値を推計している。なお、経済構造実態調査の実施されていない2020年については、2019年の構成比を用いて推計している。

【表 2-41 映像・番組制作関連の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
映像・番組制作 関連	国内生産額	21,788	21,258	20,582	20,514	21,235	19,458
	付加価値	8,552	8,414	8,305	8,272	8,668	7,943

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、経済構造実態調査(総務省・経済産業省))

## 映画興行収入

この分野の基本データは産業連関表の「映画館」と(一社)日本映画製作者連盟発表の興行収入である。産業連関表の「映画館」の国内生産額は(一社)日本映画製作者連盟発表の興行収入が元データで金額は一致する。

以上のことから、2015年～2019年は産業連関表の「映画館」の国内生産額をもとに、各年の付加価値率を用いて付加価値を推計している。2020年については、(一社)日本映画製作者連盟発表の2020年の興行収入を国内生産額とし、2019年の付加価値率を用いて付加価値を推計している。

【表 2-42 映画興行収入の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
映画興 行収入	国内生産額	2,171	2,355	2,286	2,225	2,612	1,433
	付加価値	610	675	680	653	787	432

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、(一社)日本映画製作者連盟発表)

## 動画配信

この分野は、「デジタルコンテンツ白書」((一財)デジタルコンテンツ協会)を基本データとする。

動画配信は、ネットワーク配信及びフィーチャーフォン向け配信の売上高を国内生産額とみなし、対応する年次の「インターネット附随サービス」の付加価値率を用いて付加価値を推計している。2020年については、2019年の付加価値率をもとに付加価値を求めた。

【表 2-43 動画配信の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
動画配信	国内生産額	1,410	1,630	1,850	2,200	2,770	3,710
	付加価値	352	400	458	546	698	935

(資料:「デジタルコンテンツ白書」((一財)デジタルコンテンツ協会))

## 放送関連分野

この分野の対象は、NHK受信料収入、民放地上波テレビ放送事業収入、衛星系放送事業者の放送事業収入、ケーブルテレビ事業収入、ラジオ放送事業収入、コミュニティ放送事業収入、衛星一般放送・音声放送事業収入である。

NHK年鑑など放送局の財務状況がわかる業界データおよび民間放送事業者の収支状況(地上放送、衛星放送及び有線テレビジョン放送)(総務省))をもとに、各事業収入を国内生産額とみなし、それぞれに対応する各年の産業連関表の「公共放送」「民間放送」「有線放送」の付加価値率を用いて、付加価値を推計している。2020年については、2019年の付加価値率をもとに付加価値を求めた。

【表 2-44 放送関連分野の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
放送関連 分野	国内生産額	36,322	36,415	36,466	36,438	35,860	33,795
	付加価値	13,693	13,996	14,319	13,814	13,951	13,232

(資料: NHK年鑑(NHK放送文化研究所)、日本民間放送年鑑((一社)日本民間放送連盟、民間放送事業者の収支状況(地上放送、衛星放送及び有線テレビジョン放送)(総務省))



## ゲーム関連

この分野は、業界データである「デジタルコンテンツ白書」((一財)デジタルコンテンツ協会)、「アミューズメント産業界の実態調査」((一社)日本アミューズメント産業協会(JAIA))を基本データとして推計している。推計の対象は、ゲームソフト売上げ、オンラインゲーム運営売上げ、フィーチャーフォン向け配信売上げ、アーケード/テレビ・音楽ゲームの売上げである。

各年の売上を国内生産額とみなし、それぞれに対応する各年の産業連関表の「情報サービス」「インターネット付随サービス」の付加価値率を用いて付加価値を推計している。2020年については、2019年の付加価値率を用いている。

【表 2-45 ゲーム関連の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
ゲーム関連	国内生産額	13,644	15,596	17,326	17,598	17,263	18,576
	付加価値	4,353	4,766	5,248	5,301	5,241	5,603

(資料:「デジタルコンテンツ白書」((一財)デジタルコンテンツ協会)、「アミューズメント産業界の実態調査」((一社)日本アミューズメント産業協会(JAIA))

## 映像レンタル

この分野は、音楽CDレンタルと同様の手順で「音楽・映像記録物賃貸業」を推計する。(58 ページ参照)

各年の「音楽・映像記録物賃貸業」の国内生産額は、CD等音楽記録物とDVD等映像記録物のレンタル(賃貸)業の合計であることから、音楽分野と映像分野に「デジタルコンテンツ白書」((一財)デジタルコンテンツ協会)の音楽・音声部門のCDレンタルと、動画部門のDVD、ブルーレイレンタルとの売上高の比を用いて、音楽分野と映像分野に分け、映像分野の売上高を推計している。これに、各年の産業連関表の「物品賃貸業(貸自動車を除く。)」の付加価値率を用いて付加価値を推計している。2020年については、2019年の付加価値率を用いて付加価値を求めた。

【表 2-46 映像レンタルの国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
映像レンタル関連	国内生産額	1,081	1,129	1,147	1,624	1,468	1,382
	付加価値	703	722	725	1,025	939	884

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、経済構造実態調査(総務省・経済産業省)、デジタルコンテンツ白書((一財)デジタルコンテンツ協会))

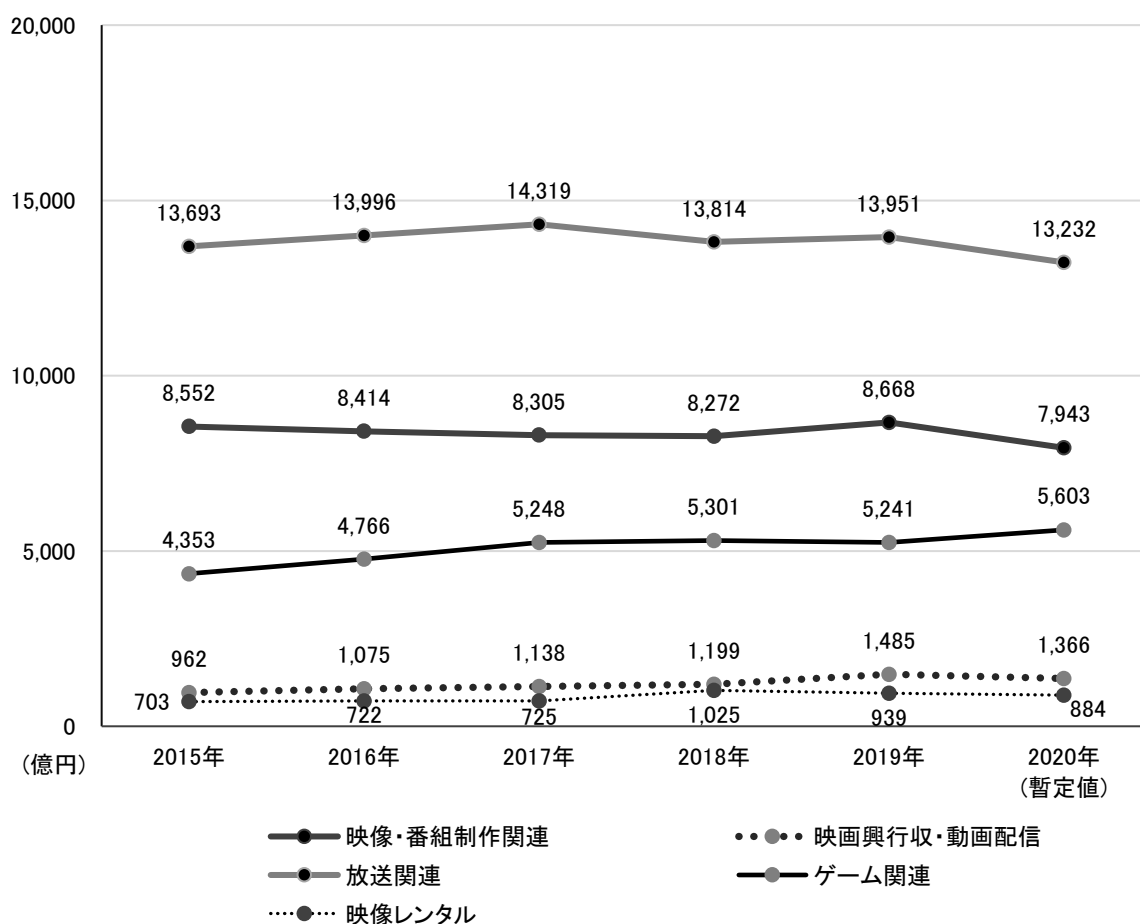
## E 領域の 2015 年～2020 年の付加価値の推移

【表 2-47 2015 年～2020 年の「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の付加価値(名目値)】

(単位:億円)

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (暫定値)
映像・番組制作関連	8,552	8,414	8,305	8,272	8,668	7,943
映画興行収・動画配信	962	1,075	1,138	1,199	1,485	1,366
放送関連	13,693	13,996	14,319	13,814	13,951	13,232
ゲーム関連	4,353	4,766	5,248	5,301	5,241	5,603
映像レンタル	703	722	725	1,025	939	884
合計	28,264	28,974	29,735	29,609	30,285	29,028

【図 2-6 「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の付加価値の推移(名目値)】



### 2.3.11 「F.デザイン/クリエイティブサービス」領域の推計

ユネスコモデルの「F.デザイン/クリエイティブサービス」領域は、「ファッションデザイン」「グラフィックデザイン」「インテリアデザイン」「建築サービス、ランドスケープデザイン」「広告サービス」を対象とする。

ユネスコモデルの「デザイン」領域は、インダストリアルデザインが含まれていないなど、やや狭く設定している。わが国の場合、例えば経済構造実態調査(総務省・経済産業省)が示すデザイン業務の対象は、パッケージデザインやマルチメディアデザインなども含めていることから、ユネスコモデルよりも広く捉えてデザイン領域を推計することとする。

「建築サービス、ランドスケープデザイン」のうち、ランドスケープデザインは、ユネスコモデルでは「歴史的まちづくり」や「歴史的建造物群の保存活用」、景観保全まで、いろいろな例をあげている。ユネスコがあげる例をすべてわが国の経済統計で捉えるのは難しいことから、ランドスケープデザインは「造園業」に対応すると捉えるとともに、造園業の設計・デザイン部門は建築サービスの中に含まれるものとして推計する。

「広告サービス」は、広告業と広告制作の部門を対象に推計した。

【表 2-48 「F.デザイン/クリエイティブサービス」領域(2015年～2020年)の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
国内生産額	110,902	115,171	117,385	116,446	117,840	112,664
付加価値	44,381	47,222	48,413	47,837	49,547	47,374

### 2.3.12 「F.デザイン/クリエイティブサービス」領域の推計の主な手順

#### デザイン業

2015年は、産業連関表の部門別品目別国内生産額表にあげられているデザイン業を国内生産額とし、産業連関表の産業部門として該当する「その他の対事業所サービス」の付加価値率を用いて、付加価値を推計している。

2016年～2017年はサービス産業動向調査(拡大調査)(総務省)<sup>21</sup>、2018年～2019年は経済構造実態調査(総務省・経済産業省)のデザイン業の売上高を国内生産額とみなし、それぞれに対応する年次の産業連関表の「その他の対事業所サービス」の付加価値率を用いて、付加価値を推計している。

2020年については、2019年の国内生産額をもとに、SNA 産業連関表の「その他の対事業所サービス」部門の2019年から2020年の伸び率を求め、2020年の国内生産額を推計し、2019年の付加価値率を用いて、付加価値を推計している。

<sup>21</sup>サービス産業動向調査は、2019年実施分から経済構造実態調査に統合された。

【表 2-49 デザイン分野の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
デザイン 分野	国内生産額	4,466	5,209	5,375	4,403	3,798	3,638
	付加価値	3,078	3,582	3,697	3,028	2,599	2,490

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、経済構造実態調査(総務省・経済産業省)、サービス産業動向調査(拡大調査)(総務省))

### 建築サービス(ランドスケープデザイン含む)

この分野は、産業連関表の「土木建築サービス」の国内生産額を基本データに、経済構造実態調査(総務省・経済産業省)をサブデータとする。

「土木建築サービス」は、建築設計業、測量業、その他の土木建築サービス業で構成されている。このうち、建築サービスは、建築設計業とみなすことができる。

経済構造実態調査のこの部門の2019年の売上高は次表 2-50 の通りである。土木建築サービス業のうち、「建築設計業」が76.4%を占めている。これは他の年次も同様の傾向にある。

以上から、各年の産業連関表の「土木建築サービス」の国内生産額をもとに、サービス産業動向調査(拡大調査)(総務省)、経済構造実態調査の結果から得られる、建築設計業の比率を用いて建築設計業の国内生産額を推計する<sup>22</sup>。さらに建築設計業の国内生産額に産業連関表の「土木建築サービス」の付加価値率を用いて、付加価値を推計する。

延長産業連関表が未公表の2020年については、2019年の国内生産額をもとに、SNA 産業連関表の「その他の対事業所サービス」部門の2019年から2020年の伸び率を求め、2020年の国内生産額を推計し、2019年の付加価値率を用いて、付加価値を推計している。

【表 2-50 土木建築サービス業の構成(2019年)】

品目	売上高(億円)	構成比
建築設計業	40,951	76.4%
測量業	5,792	10.8%
その他の土木建築サービス業	6,850	12.8%
合計	53,593	100.0%

(資料:経済構造実態調査(総務省・経済産業省))

<sup>22</sup> 2015年の土木建築サービス業の構成比は、平成28年経済センサス-活動調査の数値をもとに算出した。

【表 2-51 建築サービス分野の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
建築サービス	国内生産額	28,683	29,906	31,137	32,372	34,681	33,225
	付加価値	19,759	20,858	21,671	22,394	24,090	23,079

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、経済構造実態調査(総務省・経済産業省)、サービス産業動向調査(拡大調査)(総務省))

## 広告

この分野は、広告と広告制作を対象とする。産業連関表の「広告」と「広告制作」を含む映像・音声・文字制作業(新聞・出版を除く)を基本データに推計する。

広告については、産業連関表の国内生産額をもとに、各年の広告の付加価値を用いて付加価値を推計している。

広告制作は、2015年は産業連関表の部門別品目別国内生産額表の数値をもとに広告の付加価値率を用いて付加価値を推計する。2016年から2018年は、【表 2-40「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」部門と文化領域】(70 ページ)の比率(18.1%)を用いて、各年の延長産業連関表の「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」の国内生産額に含まれる広告制作分を抽出する。これをもとに映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)の付加価値率を用いて、広告制作の付加価値を推計している。

延長産業連関表が未公表の2020年については、広告及び広告制作の2019年の国内生産額をもとに、広告はSNA産業連関表の「広告」部門、広告制作は「映像・音声・文字情報制作」の2019年から2020年の伸び率を求め、各産業の2020年の国内生産額を推計し、2019年の付加価値率を用いて、付加価値を推計している。

【表 2-52 広告分野の国内生産額と付加価値(名目値)】

(単位:億円)

区分		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
広告	国内生産額	72,132	74,590	75,569	74,359	73,863	70,762
	付加価値	19,338	20,618	20,905	20,273	20,614	19,748
広告制作	国内生産額	5,621	5,467	5,304	5,312	5,499	5,039
	付加価値	2,206	2,164	2,140	2,142	2,245	2,057

(資料:産業連関表(総務省等)・延長産業連関表(経済産業省)、経済構造実態調査(総務省・経済産業省))

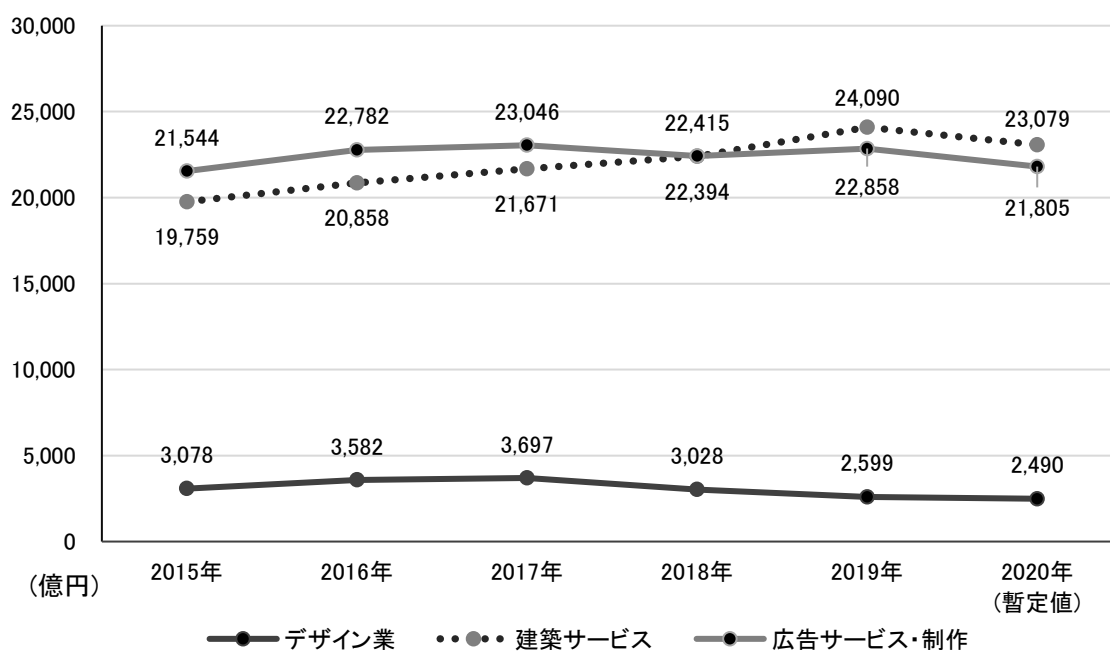
## F 領域の 2015 年～2020 年の付加価値の推移

【表 2-53 2015 年～2020 年の「F.デザイン/クリエイティブサービス」の付加価値(名目値)】

(単位:億円)

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (暫定値)
デザイン業	3,078	3,582	3,697	3,028	2,599	2,490
建築サービス	19,759	20,858	21,671	22,394	24,090	23,079
広告・広告制作	21,544	22,782	23,046	22,415	22,858	21,805
合計	44,381	47,222	48,413	47,837	49,547	47,374

【図 2-7 「F.デザイン/クリエイティブサービス」の付加価値の推移(名目値)



【表 2-54 推計基礎資料一覧】

ドメイン	サブドメイン	推計対象	基礎資料
A.文化遺産/ 自然遺産	(1)国立系博物館	国立博物館 a 国立博物館 b	・各独立行政法人の財務諸表(a) ・アンケート調査等(b) ※2015年は産業連関表 <sup>23</sup> (総務省等)
	(2)公立博物館	公立博物館	・社会教育調査・地方教育費調査 (文部科学省) ※2015年は産業連関表(総務省等)
	(3)私立博物館	私立博物館	・社会教育調査・民間非営利団体実態調査 (内閣府)
	(4)文化財保護費	文化財保護費	・地方教育費調査(文部科学省)
	(5)自然遺産関連費	自然遺産関連費	・環境省、林野庁、北海道、青森県、秋田県、 東京都の関連事業予算等
B.パフォーマンス/ セレブレーション	(1)パフォーマンス	興行場(映画館を除く)、興行団	・産業連関表
		楽器製造業	・産業連関表
		CD等音楽ソフト(生産額)/ レコード制作	・産業連関表
		音楽スタジオ業務	・産業連関表
		有料音楽配信	・日本のレコード産業 (一社)日本レコード協会)
		音楽CDレンタル	・産業連関表 ・経済構造実態調査(総務省・経済産業省)
	(2)劇場・ホール	独立行政法人立劇場・音楽堂等	・独立行政法人日本芸術文化振興会の財務 諸表(損益計算書)
		公立の劇場・音楽堂等	・地方教育費調査(文部科学省)
C. ビジュアルア ーツ/工芸	(1)美術	作家から購入(美術品・工芸・書)	・「日本のアート産業に関する市場レポート」 (一社)アート東京等)
		美術グッズ(ポスター、グッズ等)	・「日本のアート産業に関する市場レポート」 (一社)アート東京等)
	(2)写真	写真業	・産業連関表
		作家から購入(写真)	・「日本のアート産業に関する市場レポート」 (一社)アート東京等)
	(3)工芸	工芸	・工業統計調査(経済産業省) ※2015年は産業連関表
	D.著作・出版/ 報道	(1)出版	出版
(2)書籍・雑誌小売業 (古本を除く)		書籍・雑誌小売業(古本を除く)	・経済構造実態調査(総務省・経済産業省) ・2015年産業連関表(総務省等) ・平成28年経済センサス-活動調査(総務省)
(3)古本小売業		古本小売業	・経済構造実態調査(総務省・経済産業省) ・2015年産業連関表(総務省等) ・平成28年経済センサス-活動調査(総務省)
(4)新聞		新聞	・産業連関表
(5)新聞小売業 (新聞販売店)		新聞小売業(新聞販売店)	・経済構造実態調査(総務省・経済産業省) ・2015年産業連関表(総務省等) ・平成28年経済センサス-活動調査(総務省)
(6)ニュース供給業務		ニュース供給業務	・産業連関表
(7)国会図書館		国会図書館	・国立国会図書館年報(国立国会図書館) ※2015年は産業連関表(総務省等)

<sup>23</sup>「産業連関表」と表記している場合は、2015年は基準年の産業連関表(総務省等)2016年～2019年は延長産業連関表(経済産業省)を使用している。

ドメイン	サブドメイン	推計対象	基礎資料
	(8)公立図書館	公立図書館	<ul style="list-style-type: none"> <li>地方教育費調査(文部科学省)</li> <li>※2015年は産業連関表(総務省等)</li> </ul>
E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア	(1)映像・番組制作,配給関連	映画制作配給業務、ビデオ(DVD)制作・発売業務、映像・ビデオ制作、テレビ番組制作、ラジオ番組制作、アニメーション制作、映画・ビデオ・テレビ番組配給	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業連関表</li> </ul>
		映画興行収入	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業連関表</li> <li>(一社)日本映画製作者連盟発表資料</li> </ul>
		動画配信	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルコンテンツ白書</li> <li>((一財)デジタルコンテンツ協会)</li> </ul>
		撮影スタジオ	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業連関表</li> </ul>
		ポストプロダクション業務	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業連関表</li> </ul>
		その他の編集プロダクション、音響技術など	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業連関表</li> </ul>
	(2)放送事業関連	NHK受信料収入	<ul style="list-style-type: none"> <li>NHK年鑑(NHK放送文化研究所)</li> </ul>
		民放地上波テレビ放送事業収入	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本民間放送年鑑</li> <li>((一社)日本民間放送連盟)</li> </ul>
		衛星系放送事業者の放送事業収入	<ul style="list-style-type: none"> <li>民間放送事業者の収支状況(地上放送、衛星放送及び有線テレビジョン放送)</li> <li>(総務省)</li> </ul>
		ケーブルテレビ事業収入	<ul style="list-style-type: none"> <li>民間放送事業者の収支状況(地上放送、衛星放送及び有線テレビジョン放送)</li> <li>(総務省)</li> </ul>
		ラジオ放送事業収入	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本民間放送年鑑</li> <li>((一社)日本民間放送連盟)</li> </ul>
		コミュニティ放送事業収入	<ul style="list-style-type: none"> <li>民間放送事業者の収支状況(地上放送、衛星放送及び有線テレビジョン放送)</li> <li>(総務省)</li> </ul>
		衛星一般放送・音声放送事業収入	<ul style="list-style-type: none"> <li>民間放送事業者の収支状況(地上放送、衛星放送及び有線テレビジョン放送)</li> <li>(総務省)</li> </ul>
	(3)ゲーム関連分野	ゲームソフト売上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルコンテンツ白書</li> <li>((一財)デジタルコンテンツ協会)</li> </ul>
		オンラインゲーム運営売上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルコンテンツ白書</li> <li>((一財)デジタルコンテンツ協会)</li> </ul>
		フィーチャーフォン向け配信売上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルコンテンツ白書</li> <li>((一財)デジタルコンテンツ協会)</li> </ul>
		アーケード/テレビ・音楽ゲーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>アミューズメント産業界の実態調査</li> <li>((一社)日本アミューズメント産業協会(JAIA))</li> </ul>
	(4)映像レンタル	映像(DVD・ブルーレイ)レンタル	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業連関表</li> <li>経済構造実態調査(総務省・経済産業省)</li> </ul>
	F. デザイン/クリエイティブサービス	(1)デザイン業	デザイン業
(2)建築サービス		建築サービス (ランドスケープデザイン含む)	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業連関表</li> </ul>
(3)広告		広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業連関表</li> </ul>
(4)広告制作		広告制作	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業連関表</li> </ul>



## 2.4 文化雇用

### 2.4.1 方法

国民経済計算(SNA)では、経済活動別就業者数・雇用者数が推計されている<sup>24</sup>。文化部門の雇用者数<sup>25</sup>については、2015年産業連関表の雇用表(生産活動部門別従業者内訳表)と国内生産額を用いて文化部門に紐づく産業部門の雇用係数を算出し、これを文化部門の各国内生産額(名目値)に乗じて雇用者(従業者)数を推計した。

### 2.4.2 推計結果

分野ごとの雇用者数は、いずれの年も「F.デザイン/クリエイティブサービス」の雇用者数が多く、最も多いのは2019年の57万5千人である。次いで、「D.著作・出版/報道」、「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」が20万人を超える雇用者数で、2015年と2016年は、「D.著作・出版/報道」のほうが雇用者数は多いが、「D.著作・出版/報道」の雇用者数は減少傾向にあり、2017年以降「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の雇用者数が「D.著作・出版/報道」の雇用者数を上回っている。

全体の文化の雇用者数は、2015年は122万人、2016年～2018年は125万人、2019年は128万人、2020年(暫定値)は120万人で、国全体の雇用者数に対しては、およそ1.8%前後で推移している。

【表 2-55 分野ごとの雇用者数】

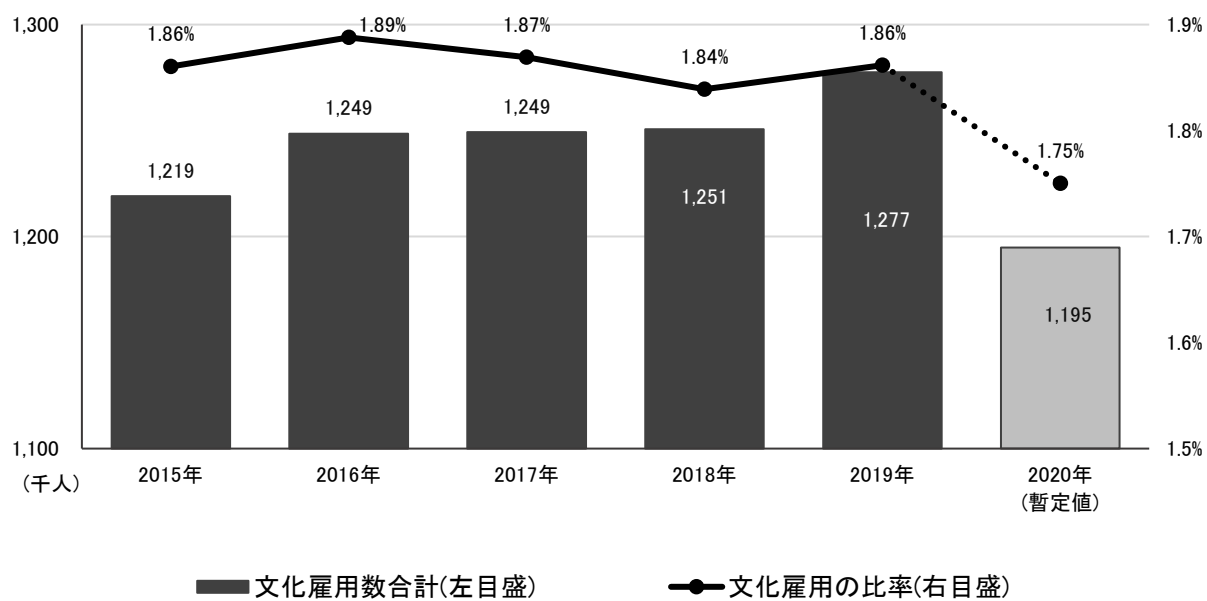
(単位:千人・%)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (暫定値)
A.文化遺産/自然遺産	32	34	35	34	35	33
B.パフォーマンス/セレブレーション	76	77	73	79	85	70
C.ビジュアルアーツ/工芸	91	96	96	94	100	85
D.著作・出版/報道	260	250	236	233	226	215
E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア	239	245	248	251	257	242
F.デザイン/クリエイティブサービス	522	545	560	559	575	550
合計 (全雇用に対する比率:%)	1,219 (1.86)	1,249 (1.89)	1,249 (1.87)	1,251 (1.84)	1,277 (1.86)	1,195 (1.75)

<sup>24</sup> SNAでは、就業者数・雇用者数は、基本的に『国勢統計』を用いて日本標準産業分類に基づく産業別、従業上の地位別(雇用者(役員を含む)、自営業主、家族従業者)に推計している。

<sup>25</sup> 雇用係数は、従業者(国民経済計算(SNA)の就業者と同じ概念。雇用者(役員を含む)+自営業主+家族従業者)ベースで次の式で求めた。雇用係数=従業者総数/国内生産額

【図 2-8 文化雇用数の推移】



# 第3章 文化の輸出入

## 1 方法

### 1.1 文化の輸出入に関するわが国の統計

現在のユネスコのガイドライン(2009FCS)での文化の輸出入の推計は、HS コードに準拠した文化商品(財貨)へのアプローチと、EBOPS コードに準拠した文化商品(サービス)へのアプローチを合わせた方法を推奨している。これをわが国の輸出入統計にあてはめると、文化商品(財貨)の輸出入統計は「財務省貿易統計」、文化商品(サービス)の輸出入統計は「国際収支統計(日本銀行)」が該当する。

さらにわが国ではこの2つの統計に加えて、産業連関表にも産業ごとの輸出入状況が記載されている。産業連関表の需要部門に輸出・輸入の項目があり、産業ごとの輸入額、輸出額が記されている。

本調査研究では、昨年度同様に主に産業連関表の輸出入の数値を軸とし、財務省貿易統計と国際収支統計(日本銀行)で補うこととする。

【表 3-1 本調査研究で用いるわが国の輸出入統計】

対応分野	わが国の統計	摘要
文化産業	産業連関表	一定期間(通常1年間)において、財・サービスが各産業部門間でどのように生産され、販売されたかについて、行列(マトリックス)の形で一覧表にとりまとめたもの。需要部門(買い手)に産業ごとの輸出入額が記載されている。
文化商品(財貨)	財務省貿易統計	関税法の規定に基づき、日本から外国への輸出及び外国から日本への輸入について、税関に提出された財貨の輸出入の申告を集計し、定期的に公表している統計。
文化商品(サービス)	国際収支統計(日本銀行)	国際収支状況ともいわれ、一定の期間における居住者と非居住者の間で行われたあらゆる対外経済取引(財貨、サービス、証券等の各種経済金融取引、それらに伴って生じる決済資金の流れ等)を体系的に記録した統計。

### 1.2 3つの統計からの文化商品の抽出方法

2009FCS の文化 GDP の 6 つの領域(ドメイン)の輸出入について、3 つの統計を利用して、以下のように推計する。

なお、該当する項目のみ算入する。「該当項目なし」としたものは算入しない。複数のデータがある場合は、重複を避けるために※印のデータは算入しない。

【表 3-2 ドメイン・サブドメインと用いる輸出入統計】

ドメイン	サブドメイン	使用するデータ
A.文化遺産/ 自然遺産	(1) 国立博物館	産業連関表: 社会教育(国公立)
	(2) 公立博物館	産業連関表: 社会教育(国公立)
	(3) 私立博物館	産業連関表: 社会教育(非営利)
	(4) 文化財保護	該当項目なし
	(5) 自然遺産関連	
	その他	財務省貿易統計: 骨董品

ドメイン	サブドメイン	使用するデータ
B.パフォーマンス/ セレブレーション	(1) 興行場(映画館を除く)、興行団	産業連関表: 興行場(映画館を除く)、興行団
	(2) 楽器製造業	産業連関表: 楽器 ※財務省貿易統計: 楽器
	(3) CD等音楽ソフト(生産額)	該当項目なし
	(4) 有料音楽配信	
	(5) 音楽ソフト制作業務 (CD等販売収入除く)	
	(6) 音楽CDレンタル	
	(7) 独立行政法人立劇場・音楽堂等	
	(8) 公立の劇場・音楽堂等	
C.ビジュアルアーツ /工芸	(1) 作家から購入(美術品・工芸・書)	財務省貿易統計: 絵画 財務省貿易統計: その他のビジュアルアーツ
	(2) 作家から購入(写真)	該当項目なし
	(3) 写真業	産業連関表: 写真業 ※財務省貿易統計: 写真
	(4) 美術グッズ(ポスター等)	該当項目なし
	(5) 美術グッズ(グッズ)	
	(6) 手すき和紙	
	(7) 陶磁器製置物	
	(8) 陶磁器絵付品	財務省貿易統計: 宝飾品
	(9) 七宝製品	
	(10) 人造宝石(合成宝石、模造宝石、 人造真珠、人造水晶を含む)	財務省貿易統計: 宝飾品
	(11) 金属彫刻品	該当項目なし
	(12) 貴金属製装身具 (宝石、象牙、亀甲を含む)	
	(13) 天然・養殖真珠装身具 (購入真珠によるもの)	財務省貿易統計: 宝飾品
D.著作・出版/報道	(1) 書籍	産業連関表: 出版 ※財務省貿易統計: 出版
	(2) 雑誌	産業連関表: 出版 ※財務省貿易統計: その他の出版物
	(3) 書籍・雑誌小売業(古本を除く)	該当項目なし
	(4) 新聞	産業連関表: 新聞
	(5) 新聞小売業(新聞販売店)	該当項目なし
	(6) ニュース供給業務	
	(7) 国会図書館	
	(8) 公立図書館	産業連関表: 社会教育(国公立)
E.オーディオ・ビジュアル/ インタラクティブメディア	(1) 映画制作配給業務	該当項目なし
	(2) 映画興行収入	産業連関表: 映画館
	(3) NHK受信料	産業連関表: 公共放送
	(4) 民放地上波テレビ放送	産業連関表: 民間放送
	(5) 衛星系放送	
	(6) ケーブルテレビ	
	(7) ラジオ放送	
	(8) コミュニティ放送	
	(9) 衛星一般放送 音声放送	
	(10) テレビ番組制作・配給	該当項目なし
	(11) ラジオ番組制作	
	(12) ビデオ(DVD)制作・発売	
	(13) 動画配信	

ドメイン	サブドメイン	使用するデータ
	(14) ポストプロダクション	該当項目なし
	(15) ゲームソフト	
	(16) オンラインゲーム運営	
	(17) フィーチャーフォン向け配信	
	(18) アーケード/テレビ・音楽ゲーム	
	(19) 映像(DVD・ブルーレイ)レンタル	
F.デザイン/クリエイティブサービス	(1) デザイン業	該当項目なし
	(2) 建築サービス (ランドスケープデザイン含む)	産業連関表:土木建築サービス ※財務省貿易統計:建築・デザイン
	(3) 広告サービス	産業連関表:広告
横断的領域	(1) その他個人・文化・娯楽サービス	国際収支統計(日本銀行)
	(2) 著作権等使用料	
	(3) 音響映像・関連サービス	

## 2 推計結果

2015年～2019年のわが国の文化の輸出額は1.4兆円～2.0兆円の間で推移し、輸入額は2015年～2018年は2.3兆円～2.5兆円の間で推移していたが、2019年に3.3兆円と大幅に増加した。(いずれも取引価格、名目値)

産業連関表の輸出入の総額に占める文化の輸出入の比率は、輸出が2015年～2019年が1.6～2.2%、輸入が2015年～2018年に2.2～2.6%で推移していたものが、2019年に3.2%となった。

2019年の輸入額の変化は、主に広告分野の輸入の増加による。

【表 3-3 わが国の文化の輸出入(2015～2019年)】

(単位:億円)

ドメイン	サブドメイン	2015年			2016年		
		輸出額	輸入額	収支	輸出額	輸入額	収支
A.文化遺産/ 自然遺産	社会教育(国公立)	26.3	0.0	26.3	28.4	0.0	28.4
	社会教育(非営利)	10.6	0.0	10.6	11.5	0.0	11.5
	骨董品	22.7	78.8	-56.1	11.2	87.0	-75.8
	小計	59.6	78.8	-19.2	51.1	87.0	-35.9
B.パフォーマンス/ セレブレーション	興行場(映画館を除く),興行団	792.2	814.6	-22.4	885.5	769.8	115.7
	楽器製造業	535.5	633.9	-98.4	480.7	601.3	-120.6
	小計	1,327.7	1,448.5	-120.8	1,366.2	1,371.1	-4.9
C.ビジュアルアーツ/ 工芸	絵画	315.3	380.7	-65.4	312.4	363.0	-50.6
	その他のビジュアルアーツ	116.4	465.2	-348.8	141.4	474.4	-333.0
	宝飾品	2,048.9	2,101.3	-52.4	2,531.6	2,096.5	435.1
	写真業	402.0	89.5	312.5	380.8	74.4	306.4
	小計	2,882.6	3,036.7	-154.1	3,366.2	3,008.3	357.9
D.著作・出版/報道	出版	256.6	472.8	-216.2	260.3	410.2	-149.9
	新聞	19.4	26.0	-6.6	21.8	25.4	-3.6
	小計	276.0	498.8	-222.8	282.1	435.6	-153.5
E.オーディオ・ビジュ アル/インタラクティブ メディア	映画館	10.1	408.0	-397.9	10.9	424.7	-413.8
	公共放送	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1
	民間放送	0.3	0.0	0.3	0.3	0.0	0.3
	小計	10.5	408.0	-397.5	11.3	424.7	-413.4
F.デザイン/ クリエイティブ サービス	土木建築サービス	3,704.3	3,706.8	-2.5	3,658.6	3,160.8	497.8
	広告	4,024.0	8,819.0	-4,795.0	4,602.9	9,168.0	-4,565.1
	小計	7,728.3	12,525.8	-4,797.5	8,261.5	12,328.8	-4,067.3
横断的領域	その他個人・文化・娯楽サービス	133.4	329.8	-196.4	173.8	292.5	-118.7
	著作権等使用料	723.9	3,003.7	-2,279.8	900.5	3,669.8	-2,769.3
	音響映像・関連サービス	651.9	1,221.0	-569.1	707.3	1,210.8	-503.5
	小計	1,509.2	4,554.5	-3,045.3	1,781.6	5,173.1	-3,391.5
合計		13,793.9	22,551.1	-8,757.2	15,120.0	22,828.5	-7,708.6
輸出入総額(産業連関表ベース)		867,694.2	1,021,681.3		808,319.0	878,650.6	
輸出入総額に占める比率(産業連関表ベース)		1.6%	2.2%		1.9%	2.6%	

【表 3-3 わが国の文化の輸出入(2015~2019年)(つづき)】

(単位:億円)

ドメイン	サブドメイン	2017年			2018年		
		輸出額	輸入額	収支	輸出額	輸入額	収支
A.文化遺産/ 自然遺産	社会教育(国公立)	32.1	0.0	32.1	39.4	0.0	39.4
	社会教育(非営利)	13.0	0.0	13.0	15.9	0.0	15.9
	骨董品	19.1	58.9	-39.8	20.8	122.1	-101.3
	小計	64.2	58.9	5.3	76.1	122.1	-46.0
B.パフォーマンス/ セレブレーション	興行場(映画館を除く),興行団	833.4	1,066.3	-232.9	1,115.6	738.5	377.1
	楽器製造業	504.5	604.1	-99.6	541.7	599.2	-57.5
	小計	1,337.9	1,670.4	-332.5	1,657.3	1,337.7	319.6
C.ビジュアルアーツ/ 工芸	絵画	274.7	547.0	-272.3	357.3	500.3	-143.0
	その他のビジュアルアーツ	97.5	392.0	-294.5	141.6	398.1	-256.5
	宝飾品	1,994.9	2,226.2	-231.3	1,566.9	2,178.8	-611.9
	写真業	437.5	80.9	356.6	582.5	102.9	479.6
	小計	2,804.6	3,246.1	-441.5	2,648.3	3,180.1	-531.8
D.著作・出版/報道	出版	282.9	416.8	-133.9	298.4	412.6	-114.2
	新聞	25.0	54.8	-29.8	30.2	27.2	3.0
	小計	307.9	471.6	-163.7	328.6	439.8	-111.2
E.オーディオ・ビジュ アル/インタラクティブ メディア	映画館	11.4	428.5	-417.1	10.8	476.3	-465.5
	公共放送	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1
	民間放送	0.3	0.0	0.3	0.3	0.0	0.3
	小計	11.8	428.5	-416.7	11.2	476.3	-465.1
F.デザイン/ クリエイティブ サービス	土木建築サービス	3,320.1	3,398.4	-78.3	3,561.0	3,422.0	139.0
	広告	8,317.3	10,968.7	-2,651.4	5,648.1	9,651.9	-4,003.8
	小計	11,637.4	14,367.1	-2,729.7	9,209.1	13,073.9	-3,864.8
横断的領域	その他個人・文化・娯楽サービス	167.9	324.5	-156.5	327.2	214.9	112.3
	著作権等使用料	1,159.8	3,790.2	-2,630.4	1,607.5	4,276.0	-2,668.5
	音響映像・関連サービス	1,001.6	1,035.6	-34.0	389.2	530.7	-141.5
	小計	2,329.3	5,150.3	-2,821.0	2,323.9	5,021.6	-2,697.7
合 計		18,493.1	25,392.9	-6,899.8	16,254.5	23,651.5	-7,397.0
輸出入総額(産業連関表ベース)		893,794.0	989,229.3		935,337.2	1,074,277.0	
輸出入総額に占める比率(産業連関表ベース)		2.1%	2.6%		1.7%	2.2%	

【表 3-3 わが国の文化の輸出入(2015~2019年)(つづき)】

(単位:億円)

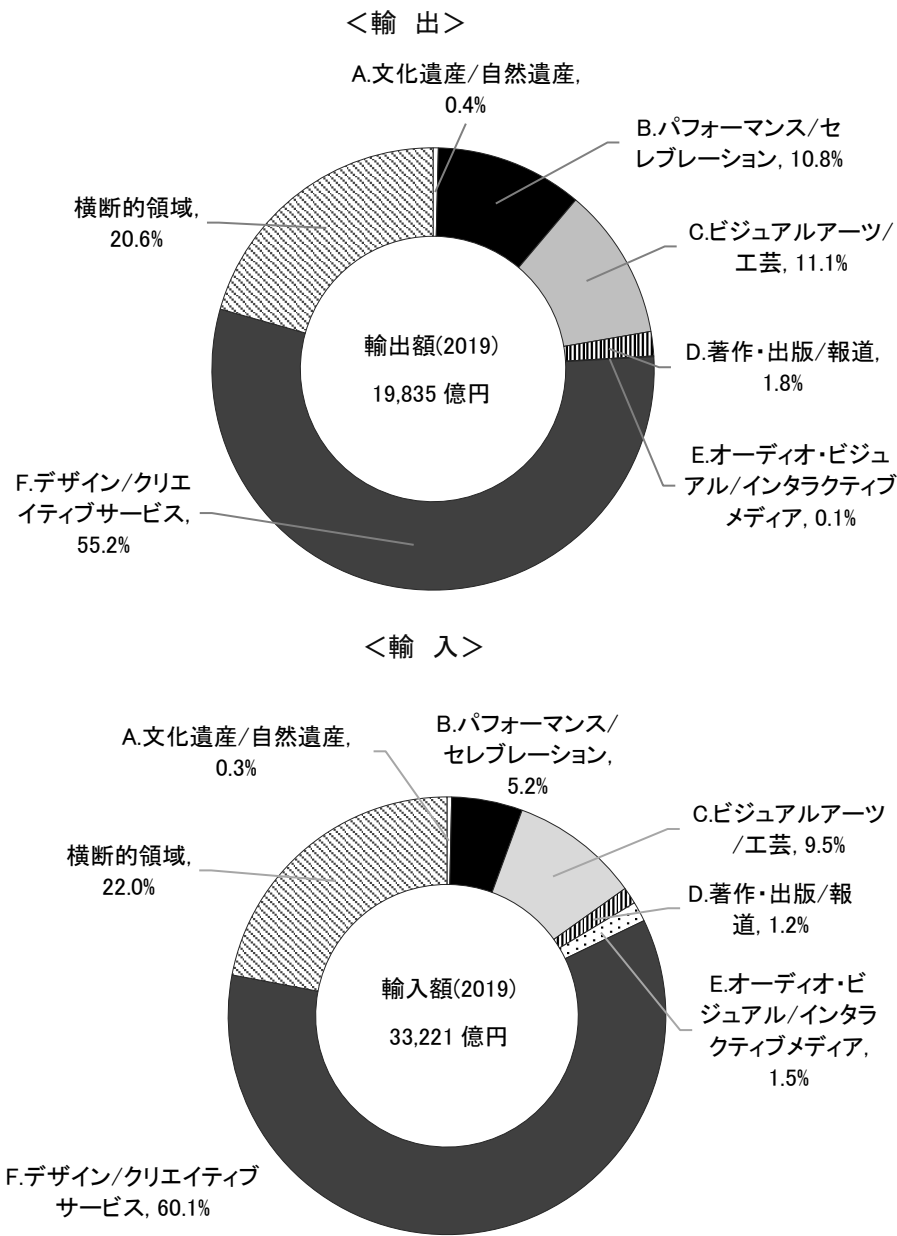
ドメイン	サブドメイン	2019年		
		輸出額	輸入額	収支
A.文化遺産/自然遺産	社会教育(国公立)	43.0	0.0	43.0
	社会教育(非営利)	17.3	0.0	17.3
	骨董品	15.6	113.7	-98.1
	小計	75.9	113.7	-37.8
B.パフォーマンス/ セレブレーション	興行場(映画館を除く),興行団	1,584.8	1,123.3	461.5
	楽器製造業	552.8	617.0	-64.2
	小計	2,137.6	1,740.3	397.3
C.ビジュアルアーツ/ 工芸	絵画	313.3	433.4	-120.1
	その他のビジュアルアーツ	134.1	386.2	-252.1
	宝飾品	1,229.9	2,263.8	-1,033.9
	写真業	528.8	88.1	440.7
	小計	2,206.1	3,171.5	-965.4
D.著作・出版/報道	出版	320.6	383.6	-63.0
	新聞	32.3	30.4	1.9
	小計	352.9	414.0	-61.1
E.オーディオ・ビジュアル インタラクティブメディア	映画館	11.4	488.5	-477.1
	公共放送	0.1	0.0	0.1
	民間放送	0.3	0.0	0.3
	小計	11.8	488.5	-476.7
F.デザイン/ クリエイティブ サービス	土木建築サービス	3,529.0	3,629.5	-100.5
	広告	7,429.4	16,352.0	-8,922.6
	小計	10,958.4	19,981.5	-9,023.1
横断的領域	その他個人・文化・娯楽サービス	633.3	503.9	129.4
	著作権等使用料	1,817.1	5,415.2	-3,598.1
	音響映像・関連サービス	1,641.8	1,392.4	249.4
	小計	4,092.2	7,311.5	-3,219.3
合 計		19,834.9	33,221.0	-13,386.1
輸出入総額(産業連関表ベース)		911,185.8	1,045,142.7	
輸出入総額に占める比率(産業連関表ベース)		2.2%	3.2%	

(注)文化の輸出入額には、宝飾品や横断的領域など産業連関表以外の統計から割り出したものも含んでいる。産業連関表の輸出入額には、これらの輸出入額の数値も含まれているとみなし、比率を算出している。



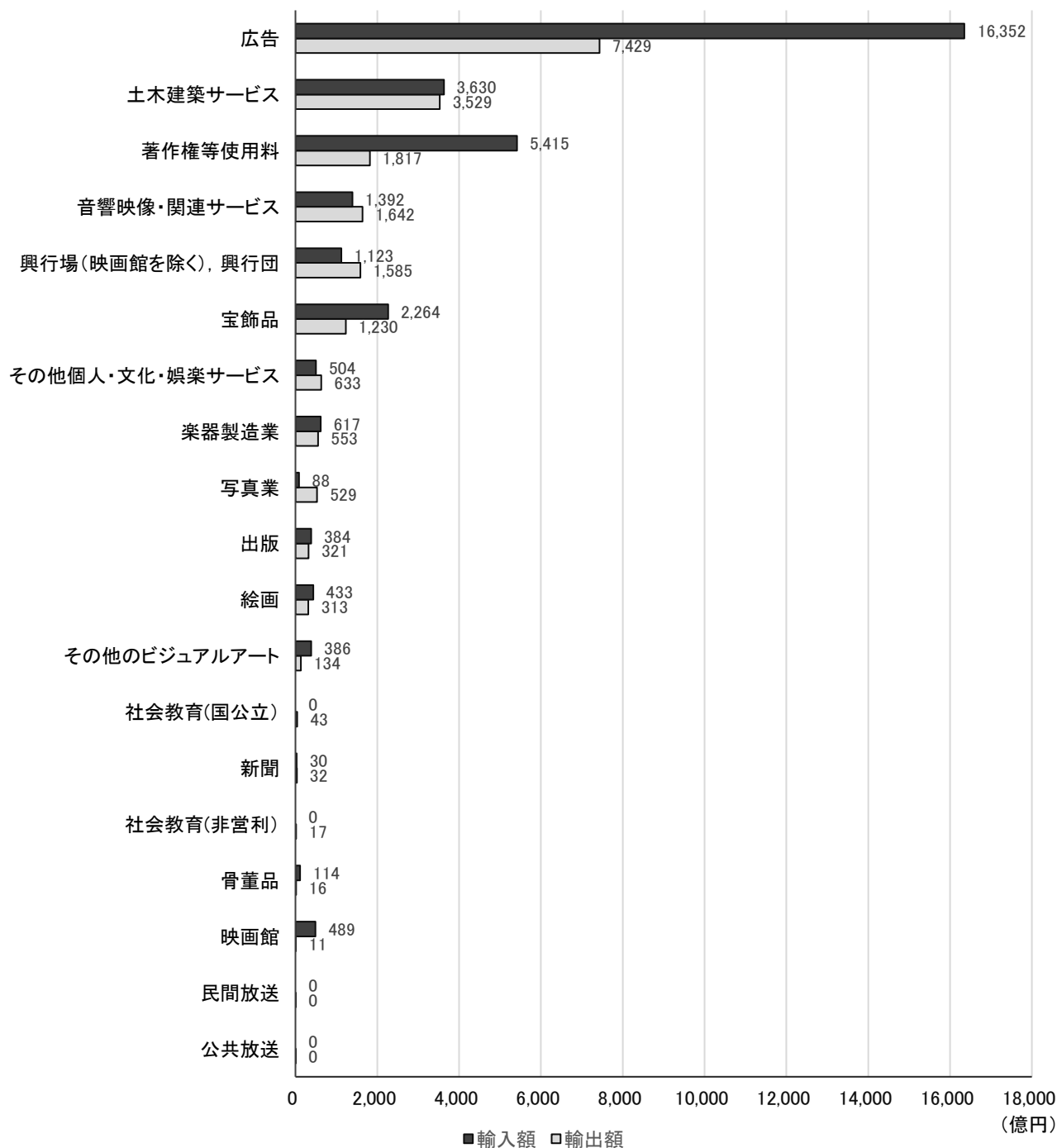
2019年の輸出入額の構成は、「F. デザイン/クリエイティブサービス(土木建築サービス・広告)」が最も多く、輸出入とも50%を超える。これに「横断的領域」「C. ビジュアルアーツ/工芸」が続く。(横断的領域は、A～Fのいずれかの領域に含まれるもので、これ以上分割できないもの。)

【図 3-1 わが国の文化の輸出入額のドメイン別構成(2019年:名目値)】



項目別輸出入額では、広告、土木建築サービス、著作権等使用料の3つのサービスの額が多い。財貨で最も多いのは輸出入とも宝飾品である。

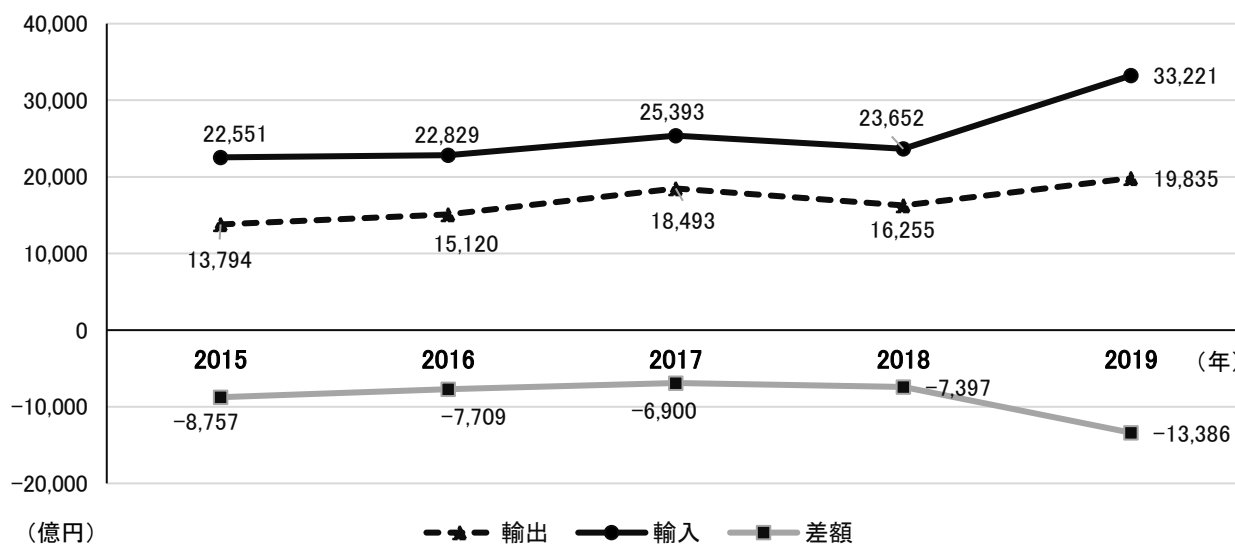
【図 3-2 わが国の文化の項目別輸出入額(2019年)】



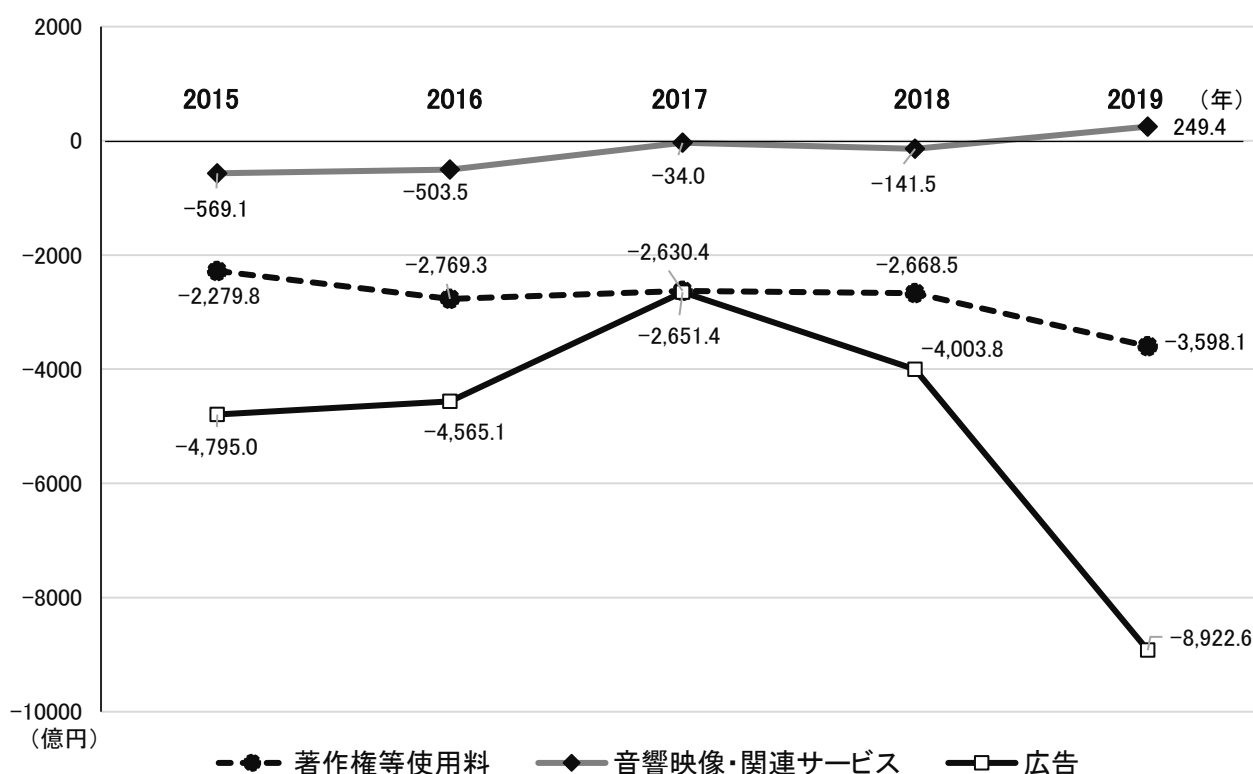
推移では、2019年に輸出入とも伸び、収支の赤字幅が大きくなった。(図3-3)

その要因は、広告の赤字幅が大きくなったことと考えられる。(図3-4)<sup>26</sup>

【図3-3 わが国の文化の輸出入額の推移(2015～2019年:名目値)】



【図3-4 わが国の文化の輸出入収支(上位3項目)の推移(2015～2019年:名目値)】



<sup>26</sup> 2018年～2019年の為替レートの変動は、対USドルはじめとして大きなものではないので、為替レートの変動は要因ではない。なお、2019年は新型コロナウイルス感染症の発生以前の時期である。

### 3 米国・英国の文化の輸出入

財貨とサービスに関わる輸出入統計が公表されている米国と英国の推計値を以下に示す。これらの文化の輸出入の推計値は、各国がそれぞれに設定した枠組みに基づいて推計しているものである。

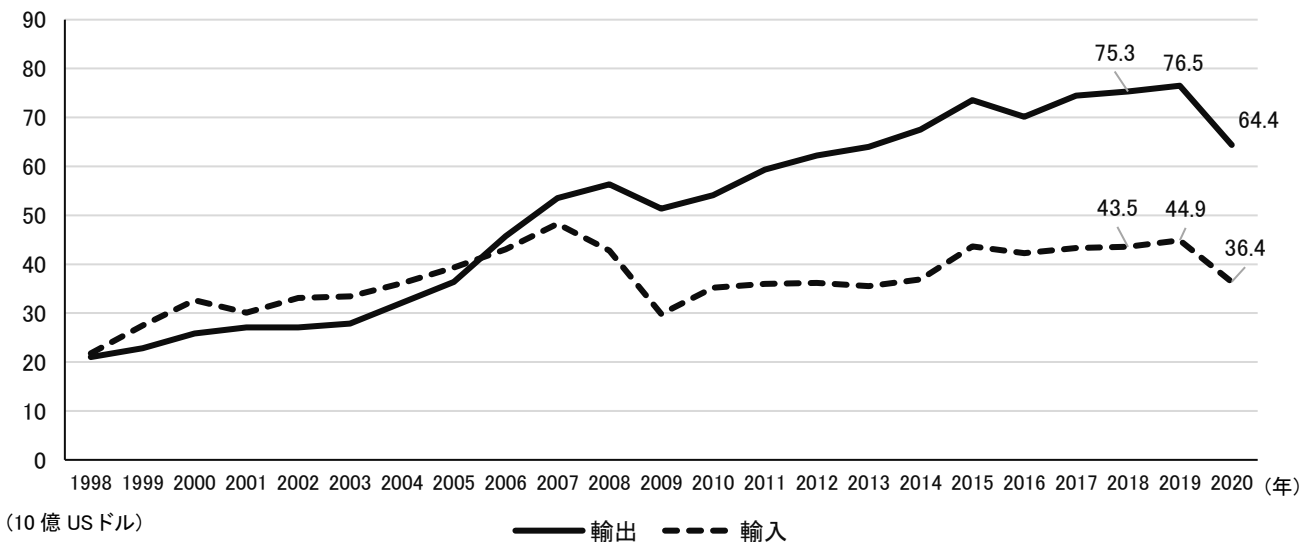
#### 3.1 米国

米国における 2019 年の文化の輸出入(文化サテライト勘定分)は、輸出が約 765 億 USドル(約 8 兆 3,000 億円)、輸入が約 449 億 USドル(約 4 兆 9,000 億円)で、約 316 億 USドル(約 3 兆 4,000 億円)の貿易黒字となっている。米国全体の輸出入額では約 163 兆円の貿易赤字であるが、文化の輸出入の収支は黒字である。

また文化の輸出入額は、米国全体の輸出額の 3.2%、輸入額の 1.2%に相当する。

なお 2020 年の輸出入額は減少しているが、これは新型コロナウイルス感染症の影響があると考えられる。

【図 3-5 米国の文化の輸出入の推移(1998-2020 年:名目値)】



(資料:“Arts and Cultural Production Satellite Account, United States, 1998-2020 “ NEA(National Endowment for the Arts))

輸出の内訳では、オーディオ・ビジュアル制作作品(映画、TV 番組など)が最も多く、広告、(アート関連)ソフトウェアがこれに続いている。(表 3-5)

【表 3-4 米国の文化の輸出入の詳細(2019年)】

(単位:億円)

	A 輸出	B 輸入	A-B
文化サテライト勘定全体	83,389	48,934	34,455
<b>コア・カルチャーと文化製品</b>	<b>21,064</b>	<b>5,977</b>	<b>15,087</b>
○パフォーミングアーツ	371	268	102
音楽団	33	37	-4
舞踊団	7	8	-1
オペラ	26	29	-3
オーケストラ	19	21	-2
劇団	125	143	-17
その他	162	29	133
○独立アーティスト、作家、演奏家等	441	0	441
○デザインサービス	20,241	5,657	14,584
広告	17,860	4,387	13,474
建築サービス、歴史的建造物修復	75	13	62
ランドスケープ	28	5	23
その他の建築サービス	918	159	759
インダストリアルデザイン	120	83	37
グラフィックデザイン	50	144	-94
コンピュータシステムデザイン	644	557	87
写真、写真関連	545	308	237
○美術教育	2	0	2
○教育サービス	9	52	-44
<b>芸術支援・文化製品</b>	<b>62,325</b>	<b>42,957</b>	<b>19,368</b>
○芸術支援	546	209	337
レンタル・賃貸	5	0	5
アーティスト代理人・マネージャー	72	0	72
パフォーミングアーツ・イベントのプロモーター	425	199	226
その他の支援サービス	44	10	34
○書籍・出版	1,901	1,509	392
教科書(K-12)	213	85	128
高等教育	83	48	35
一般参考書	33	2	31
専門学術書	324	130	194
一般書	1,230	1,244	-14
児童書	19	0	19
○その他の出版	12,483	991	11,492
カード・カレンダー等	141	638	-497
新聞・雑誌	1,626	339	1,287
ソフトウェア	10,716	14	10,701
○情報サービス	28,698	12,198	16,500
放送	1,380	0	1,380
録音	3,178	1,201	1,976
オーディオ・ビジュアル制作作品	18,161	10,075	8,086
その他の情報サービス	5,978	922	5,056
○製造品	18,697	28,049	-9,352
宝飾品	8,734	12,878	-4,145
印刷物	170	51	119
楽器	683	1,601	-918
注文建築木製品・金属製品	70	39	31
その他の製造品	9,040	13,479	-4,439
<b>ACPSA 以外の商品</b>	<b>2,430,642</b>	<b>4,107,140</b>	<b>-1,676,498</b>
文化サテライト勘定分の輸出入全体での比率	3.3%	1.2%	
「コア・カルチャーと文化製品」の輸出入全体での比率	0.8%	0.1%	

(資料:“Arts and Cultural Production Satellite Account, U.S. and States 2019” U.S. Bureau of Economic Analysis)

### 3.2 英国

英国の文化輸出(クリエイティブ産業)は約7兆2,000億円、輸入は約4兆6,000億円で、年間約2兆6,000億円の「貿易黒字」である。(2019年)

2019年の輸出入全体に対する文化の輸出入(クリエイティブ産業)が占める割合は、財貨の輸出が3.8%、輸入が2.1%、サービスの輸出が11.9%、輸入が10.1%で、サービスの輸出入の比率が高い。

【表3-5 英国の文化の輸出入(2019年)】

(単位:億円)

	輸出			輸入			収支
	財貨	サービス	合計	財貨	サービス	合計	
文化部門	15,494	14,394	29,889	13,584	7,427	21,011	8,878
クリエイティブ産業	19,257	52,723	71,981	15,880	30,567	46,447	25,534
クリエイティブ産業の 英国全体での比率	3.8%	11.9%	—	2.1%	10.1%	4.4%	—

(資料:DCMS Sectors Economic Estimates 2020:Trade headline release (DCMS)ほか)

なお、下表に示すように文化部門とクリエイティブ産業間には重複しているドメインがある。したがって、ここでは文化部門とクリエイティブ産業の合計はせず、クリエイティブ産業を広義の文化産業とみなしている。

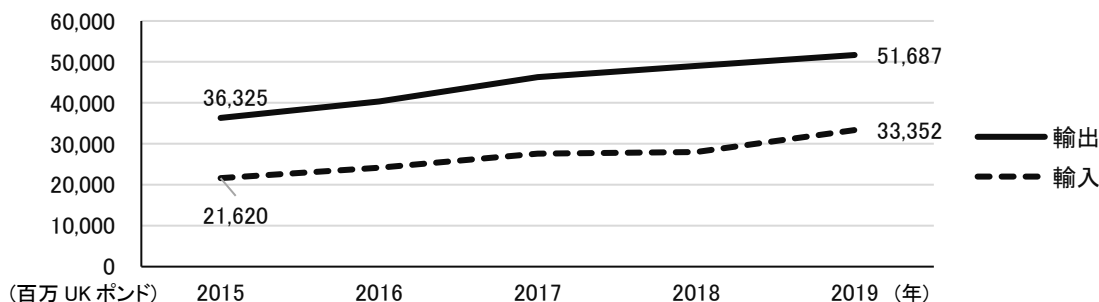
【表3-6 英国の文化部門とクリエイティブ産業の構成比較】

文化部門の構成	クリエイティブ産業の構成
絵画	
映画、TV、音楽	映画、TV、ビデオ、ラジオ、写真
ラジオ	
写真	
工芸	工芸
ミュージアム、ギャラリー	ミュージアム、ギャラリー、図書館
	建築
	IT、ソフトウェア、コンピュータサービス
	出版

(資料:DCMS Sectors Economic Estimates 2020:Trade headline release (DCMS))

推移をみてみると、2015～2019年の5年間で、輸出が1.4倍、輸入が1.5倍になっている。(名目値)

【図3-6 英国の文化の輸出入の推移(2015-2019年:クリエイティブ産業の財貨・サービスの合計(名目値))】



(資料:DCMS Sectors Economic Estimates 2020:Trade headline release (DCMS)ほか)

【参考：米国・英国・日本の文化の輸出入の主要部門】

米国・英国・日本の文化の輸出入の推計は、各国で区分が異なるために、一概に比較することは難しい。ここでは概括的な比較をするために、輸出入額の多い上位 10 項目を示す。

【表 3-7 米国・英国・日本の部門別文化輸出入の上位 10 項目(2019 年)】

＜輸出＞

(単位：億円)

順位	米国		英国(クリエイティブ産業)		日本	
	品目	輸出額	品目	輸出額	品目	輸出額
1	オーディオビジュアル制作品	18,161	IT、ソフトウェア、コンピュータサービス	26,723	広告	7,429
2	広告	17,860	映画、TV、ビデオ、ラジオ、写真	13,633	土木建築サービス	3,529
3	ソフトウェア	10,716	出版	8,568	著作権等使用料	1,817
4	その他の製造品	9,040	工芸	7,705	音響映像・関連サービス	1,642
5	宝飾品	8,734	音楽、パフォーミング、ビジュアルアート	6,921	興行場(映画館を除く)、興行団	1,585
6	その他の情報サービス	5,978	広告・マーケティング	5,570	宝飾品	1,230
7	録音	3,178	ミュージアム、ギャラリー、図書館	1,311	その他個人・文化・娯楽サービス	633
8	新聞・雑誌	1,626	デザイン・デザイナーズファッション	853	楽器製造業	553
9	放送	1,380	建築	665	写真業	529
10	一般書	1,230	※英国の区分は9区分まで		出版	321

＜輸入＞

(単位：億円)

順位	米国		英国(クリエイティブ産業)		日本	
	品目	輸入額	品目	輸入額	品目	輸入額
1	その他の製造品	13,479	IT、ソフトウェア、コンピュータサービス	17,565	広告	16,352
2	宝飾品	12,878	工芸	8,716	著作権等使用料	5,415
3	オーディオビジュアル制作品	10,075	映画、TV、ビデオ、ラジオ、写真	7,832	土木建築サービス	3,630
4	広告	4,387	広告・マーケティング	4,383	宝飾品	2,264
5	楽器	1,601	出版	3,686	音響映像・関連サービス	1,392
6	一般書	1,244	音楽、パフォーミング、ビジュアルアート	3,178	興行場(映画館を除く)、興行団	1,123
7	録音	1,201	ミュージアム、ギャラリー、図書館	742	楽器製造業	617
8	その他の情報サービス	922	デザイン・デザイナーズファッション	171	その他個人・文化・娯楽サービス	504
9	カード・カレンダー等	638	建築	162	映画館	489
10	コンピュータシステムデザイン	557	※英国の区分は9区分まで		絵画	433

## 第4章 新しい文化政策に関する提案

わが国の文化 GDP の推計、それに文化雇用及び文化の輸出入の推計を合わせた文化サテライト勘定(CSA)の作成は、わが国の成長戦略の一環として公表された「未来投資戦略 2017」において、文化芸術による付加価値(言い換えれば、文化の国内総生産(文化 GDP)を拡大する方針が示されたことから始まる。さらに同年に「文化芸術基本法」が成立するとともに、「文化経済戦略」が策定されたことで、文化芸術の経済価値の推計への関心が高まった。こうして文化庁では文化 GDP の推計の取組が始まり、具体的な文化 GDP の試算の作業が行われるようになった。

この取組の軸になったのはユネスコのガイドライン(2009FCS)であった。わが国の CSA 作成は、このガイドラインをわが国の文化状況、文化統計・経済(産業)統計にいかん適用するかという取組でもあった。この大きな流れを整理すると、「試行・準備期」と「作成期」を経て、今年度は「維持・活用期」の第1年度にあたると考えることができる。

本章では、この流れに基づき、文化 GDP 推計及び CSA 作成の取組が目指すところを再確認しつつ、今後の新しい文化政策に関する提案を整理しておく。<sup>27</sup>

【図 4-1 文化 GDP 推計の歩み】



<sup>27</sup> 本章は、本調査研究の助言・監修を行う「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究事業に係る会議」での検討を取りまとめたものである。



## 1 日本の実態に即した文化GDPの推計に向けて

現在の文化の GDP 推計は、UNESCO 統計研究所が 2009 年に公表した 2009FCS (“UNESCO Framework for Cultural Statistics”) を基準としている。国際的な基準を持ち、各国がそれに準拠して文化 GDP を推計するのは、国際的な比較をする上で大きな意義がある。しかしその一方で、経済的な活動にもまして文化活動は多様である。ユネスコのガイドラインは、文化の最大公約数を示しているが、個々の国や地域、民族によって文化は公約数では語れない面を多々有している。

ある国において、文化と経済の密接な関係に留意しながら、文化を考察するとき、この公約数におさまらない多様な文化要素を加味しなければ、必ずしも的確な文化政策を志向することはできない。このために、文化 GDP の推計は、国際比較のためのツールとして、また同時にその国の文化の実態に合った政策立案・評価 (EBPM あるいは文化政策の KPI としてなど) のツールとしての 2 つの側面を持つ必要がある。

前ページの、文化 GDP 推計の歩みは、ユネスコのガイドラインをもとに国際比較のためのツールとして、わが国の文化 GDP 推計に取り組んできたことを示している。しかし同時に、わが国の文化の実態に合った GDP 推計とするための取組も行われてきたところであり、今年度調査の生活文化の付加価値 (GDP) の推計もそのような意図をもっている。

今後は、ユネスコガイドラインによる国際比較ができる文化 GDP の推計部分と、わが国独自部分を合わせた枠組み作りとその作成が望まれる。そうすれば、文化政策、あるいは文化と経済の両分野を視野に入れた政策立案・評価が効果的で適用範囲の広いものになると考えられる。

### 1.1 わが国の文化の枠組み作り

本調査研究の第 1 章で取り上げている生活文化のようなものを含む、わが国独自の文化で、経済にインパクトを与えている領域を整理し、文化の枠組み作りを進める。この枠組内の GDP を、国際比較可能な文化 GDP と合わせて、わが国の文化の実態に即した統計ツールとしていく。

そのためには、どこまでを文化領域としていくかを検討する必要がある。この検討は、ユネスコのガイドラインの基本的な考え方をベースにしつつ、わが国の文化の歴史や実情、文化政策の考え方などと繋がっていなければならない。例えば、メキシコの「玩具」、南米諸国の「伝統食」、オーストラリアの「先住民の文化」など、各国はそれぞれの実態や考え方も含めて枠組みを設定しているケースもある。わが国でも「食」や伝統的な「和」の文化などは、政策的にも重要と考えられる。

### 1.2 需要側からのアプローチ手法の充実

わが国の文化の実態に合った GDP 推計を行うためには、生活文化領域の推計が欠かせない。しかし、この領域の推計手法はユネスコのガイドラインに示される方法 (生産側からのアプローチ) よりも、本調査研究でも行っているように、需要側からのアプローチが適しているケースもある。

需要側からのアプローチは、本調査研究で独自に設計したものである。この手法が適切なものとして専門家等の認証を得られるように、問題点等を精査し、SNA 推計の専門家によるモニタリングを行うなどの発展的な取組が必要である。

### 1.3 文化・芸術教育分野の組み入れ

現在、わが国の文化 GDP 推計等が準拠している 2009FCS では、文化・芸術教育(公私の学校教育内でのもの)は横断的領域としてコア領域には含まれていない。しかし文化 GDP の推計に取り組む国々の多くでは、文化・芸術教育をその領域に加えている。現在中断しているユネスコにおける 2017FCS (2009FCS 改定版) 策定の議論でもこの件は取り上げられているので、文化・芸術教育の文化 GDP の領域への算入は国際的な流れと考えられる。わが国においてもその組み入れをする必要がある。

## 2 ユネスコガイドラインへの更なる対応

日本独自の CSA の整備は、いわば CSA の拡張ムーブメントである。いっぽう、現在推計作業をしている文化産業の生産勘定(文化 GDP はこの勘定の一部となる)、文化産業の輸出入、文化産業の雇用に加えて、文化産業の固定資本形成、文化産業財のストック等の勘定も整備し、CSA のコア部分の深化が望まれる。

現在の CSA は、いわばフローのみが捉えられているが、文化ないしは文化政策に関していえば、フローだけでは文化財保存・活用の意味(意義・価値)や、公的な博物館などの整備・運営といった政策の意義や価値が十分には捕捉できない。フローだけでは「活用」を語れるが、活用の前提である保存・維持・(芸能等の)継承などの価値はなかなか語りきることが難しい。ストック(文化資本・文化資源)があるからフロー(文化産業、文化活動、経済的利潤など)が生みだされ、あるいは豊かなものになっているという認識を社会的な合意とし、それを文化政策の基本的な理念の1つとすることができるように、CSA の深化を図っていくことが必要である。

### 2.1 国際比較の文化の輸出入データの精緻化

文化と経済の結びつきにおいて、今後、文化の輸出入という要素は重要である。文化 GDP を伸ばす一つの手立ては文化の輸出を増やすことである。

韓国などでは K-POP のように、文化コンテンツを盛んに輸出し、国の重要な「輸出(品)」となっている。また韓国ではそれに合わせてコンテンツ産業の輸出入を含む統計が整備されている。

ところがわが国の貿易統計や国際収支統計は、SNA 同様に産業社会型の体系となっていて、コンテンツ産業をはじめとして、財貨ではない文化コンテンツなどの数値を把握するのは難しい状況にある。

文化の輸出入全般の統計データと同時に、文化輸出戦略とそれに即した EBPM のためのマイクロな(例えば音楽ジャンルや映画ジャンルなどに限定した)輸出入統計データを整備することが重要だと考えられる。

さらにこのような限定的な分野だけではなく、文化のコア部分全体においても、貿易統計のどこまでを文化商品として推計に計上しているかについては各国で必ずしも統一的ではない。実際に国際比較をするのであれば、あるいは文化的な財・サービスの国際間の動きをみるのであれば、文化に引き寄せた貿易統計の枠組みや CSA としての処理状況についてより詳しい分析が必要である。

### 3 国際・国内社会への情報発信

わが国は CSA 作成の後発国で、世界でその成果や到達点はあまり知られていない。今年度に、簡単な日本の CSA 紹介のデータを作成し、ユネスコをはじめとする関係者に配信したところである。また本調査研究の助言・監修を行う「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究事業に係る会議」のメンバーが、国内外の関連する学会で成果を発表し、情報発信を行っている。

今後は、この国際・国内社会への情報発信を図る戦略を明確にし、効果的な取組としていくことがのぞまれる。ウェブサイトや出版物での情報発信のほか、文化 GDP や CSA をテーマとし、広範な関係者が参加できる研究会やフォーラムの開催も効果的な手立てとなると考えられる。

## 主要参考文献

シー・ディー・アイ(2018). 平成 29 年度文化行政調査研究「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究」

[https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/bunka\\_gyosei/index.html](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/index.html)

シー・ディー・アイ(2019). 平成 30 年度文化行政調査研究「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究」

[https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/bunka\\_gyosei/index.html](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/index.html)

シー・ディー・アイ(2020). 令和元年度文化行政調査研究「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究」

[https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/bunka\\_gyosei/index.html](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/index.html)

シー・ディー・アイ(2021). 令和2年度文化行政調査研究「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究」

[https://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/bunka\\_gyosei/index.html](https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/index.html)

Department for Digital, Culture, Media and Sport. *DCMS Sector Economic Estimates (2020)*, *DCMS Sectors Economic Estimates 2018 (provisional): Gross Value Added*

<https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-2018-gva>

National Endowment for the Arts; United States Department of Commerce. Bureau of Economic Analysis (2020). *Arts and Cultural Production Satellite Account, United States, 1998-2020*

<https://www.arts.gov/impact/research/arts-and-cultural-production-satellite-account?msclkid=acd26be6c55111eca8b592b204fbee40>

UNESCO Institute for Statistics (2009). *2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics*. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.

[http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en\\_0.pdf](http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf)

UNESCO Institute for Statistics (2012). *Measuring The Economic Contribution of Cultural Industries*

[http://www.lacult.unesco.org/docc/2012\\_Measuring\\_economic\\_contribution\\_cult\\_industries\\_UNESCO.pdf?msclkid=2ca7fa3ac1f111ecbf4663d49dba1ca6](http://www.lacult.unesco.org/docc/2012_Measuring_economic_contribution_cult_industries_UNESCO.pdf?msclkid=2ca7fa3ac1f111ecbf4663d49dba1ca6)

UNESCO Institute for Statistics, Hara Takayuki (2015). *An Examination of Current Methodologies and Country Experiences* (Final Draft Report Version for consultation)

<https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/workshops/2015/Montreal/Montreal-BK2.PDF>

UNESCO Institute for Statistics (2016). *The Globalisation of Cultural Trade: A Shift in Consumption—International flows of cultural goods and services 2004-2013*

[https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/pdfglobalisation\\_of\\_cultural\\_trade\\_a\\_shift\\_in\\_consumption.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/pdfglobalisation_of_cultural_trade_a_shift_in_consumption.pdf)

United Nations (2011). *Manual on Statistics of International Trade in Services 2010 (MSITS 2010)*

[https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/TFSITS/msits2010/docs/MSITS%202010%20M86%20\(E\)%20web.pdf?msclkid=89eb42e6c1d011eca7f76f41d8659195](https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/TFSITS/msits2010/docs/MSITS%202010%20M86%20(E)%20web.pdf?msclkid=89eb42e6c1d011eca7f76f41d8659195)

U.S. Bureau of Economic Analysis (2020). *Arts and Cultural Production Satellite Account 2018*

[https://www.bea.gov/sites/default/files/2021-03/acpsa0321\\_0.pdf](https://www.bea.gov/sites/default/files/2021-03/acpsa0321_0.pdf)

令和4年度「文化行政調査研究」

文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究報告書

---

令和5年3月発行

発行 文化庁 地域文化創生本部事務局 総括・政策研究グループ

〒602-8959 京都府京都市上京区下長者町通新町西入藪之内町 85 番4

TEL 075-451-4111 (代表)

委託先 株式会社シー・ディー・アイ

〒604-0863 京都市中京区夷川通室町東入巴町 83 番地

---