

令和3年度「文化行政調査研究」

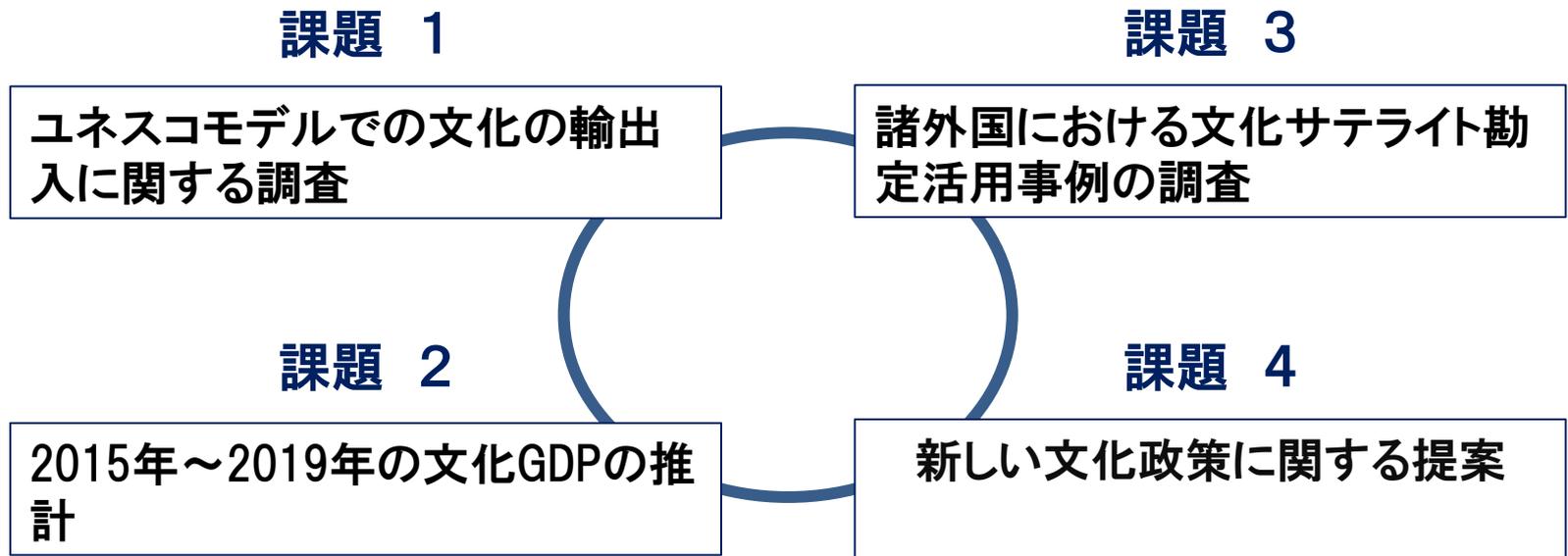
**文化芸術の経済的・社会的影響の
数値評価に向けた調査研究
報告書**

【簡易報告書】

目次

調査の概要	1
1.我が国の文化の輸出入	2
1-1 推計方法	3
1-2 我が国の文化の輸出入推計	6
1-3 我が国の文化の輸出入推計についての留意点	9
2.文化GDPの推計	10
2-1 我が国の文化GDPの推移	11
2-2 我が国の文化雇用の推移	16
3.諸外国の文化サテライト勘定の活用事例	17
3-1 ユネスコのガイドラインに見るCSAの活用	18
3-2 諸外国のCSAの活用	19
4.新しい文化政策に関する提案	21

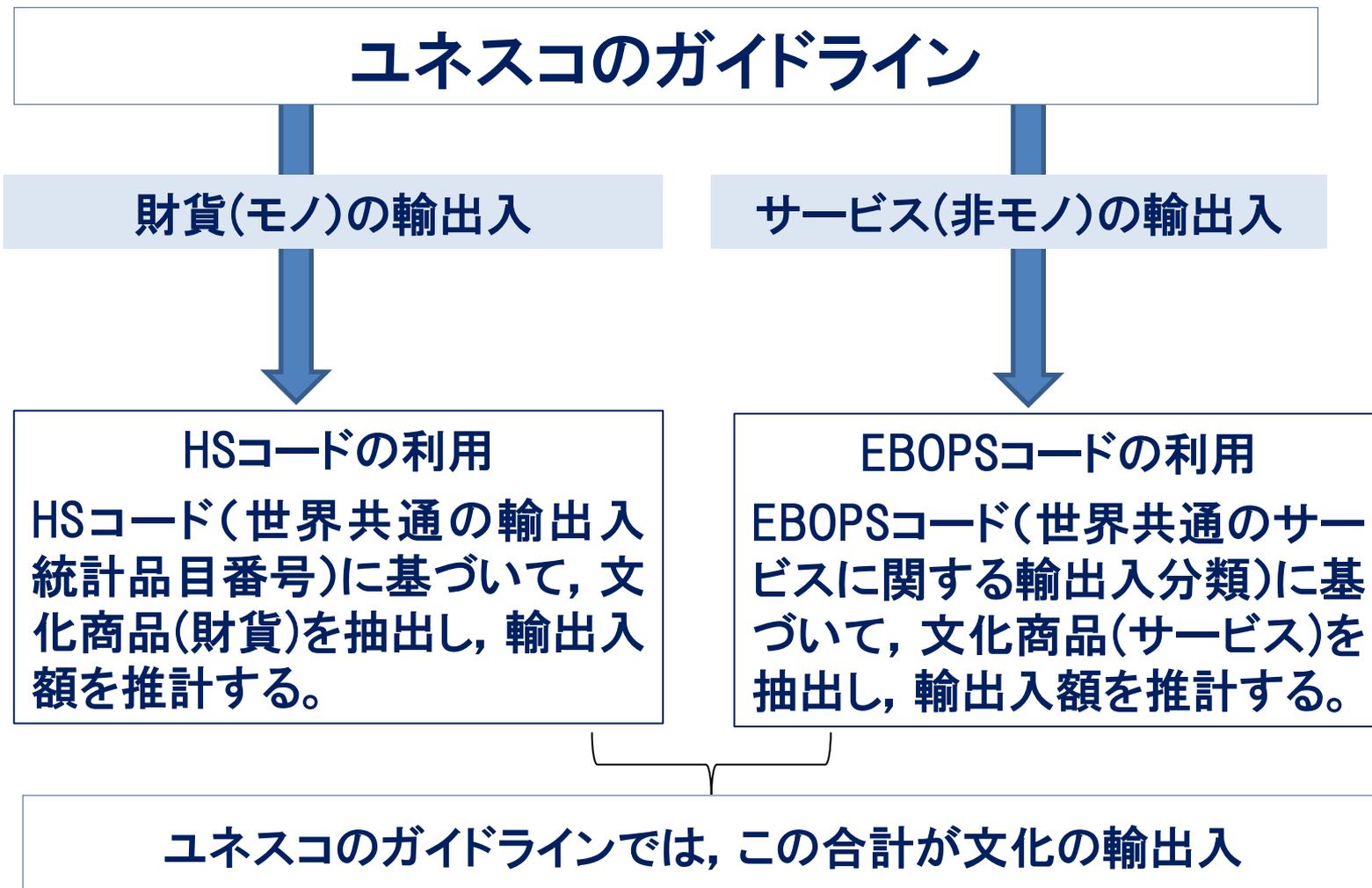
調査の概要



1. 我が国の文化の輸出入

1. ユネスコモデルでの文化の輸出入に関する調査

1-1 推計方法



1. ユネスコモデルでの文化の輸出入に関する調査

我が国の輸出入推計の方法①

文化の輸出入を推計する3つの統計

文化産業の輸出入
(産業連関表)

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。(P5参照)

財貨の輸出入
HSコード準拠

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、税関に提出された輸出入の申告を集計した統計。

サービスの輸出入
EBOPSコード準拠

国際収支統計(日本銀行)

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。

ユネスコのガイドラインの統計に相当

1. ユネスコモデルでの文化の輸出入に関する調査

我が国の輸出入推計の方法②

産業連関表の利用(産業部門別輸出入の捕捉)

産業連関表の「輸出」「輸入」の記載を利用すれば、財貨・サービスの区別なく、産業部門別の輸出入状況が捕捉できる。

文化の輸出入の推計を、産業連関表を軸に財務省貿易統計、国際収支統計(日銀)で補い、全体を明らかにする。

需要部門(買い手)	中間需要			最終需要				国内生産額		
	1 農林水産業	2 鉱業	3 製造業 (生産される財・サービス)	計	消費形成	資本形成	在庫		輸出	(控除)輸入
供給部門(売り手)				A				B	C	A+B-C
1 農林水産業										
2 鉱業										
3 製造業 (供給される財・サービス)										
計	D							B*	C*	
家計外消費支出										
雇用者所得										
営業余剰										
資本減耗引当										
間接税 (控除)補助金										
計	E									
国内生産額	D+E									

注: 原材料及び粗付加価値の費用構成(投入)

注: 生産物の販路構成(産出)

注: 行方向の国内生産額(A+B-C)と列方向の国内生産額(D+E)は一致する。
粗付加価値合計(E*)と最終需要-輸入(B*-C*)の合計は一致する。

1. ユネスコモデルでの文化の輸出入に関する調査

1-2 我が国の文化の輸出入推計

(①ドメイン別輸出入額 2015年－2018年:名目値)

ドメイン	ドメイン詳細	2015			2016			2017			2018		
		輸出額	輸入額	収支									
A.文化遺産／自然遺産	社会教育(国公立), 社会教育(非営利), 骨董品	59.6	78.8	-19.2	51.1	87.0	-35.9	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, 楽器製造業	1,327.7	1,448.5	-120.8	1,366.2	1,371.1	-4.9	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, その他のビジュアルアート, 宝飾品, 写真業	2,882.6	3,036.7	-154.1	3,366.2	3,008.3	357.9	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, 新聞	276.0	498.8	-222.8	282.1	435.6	-153.5	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, 公共放送, 民間放送	10.5	408.0	-397.5	11.3	424.7	-413.4	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, 広告	7,728.3	12,525.8	-4,797.5	8,261.5	12,328.8	-4,067.3	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, 著作権等使用料, 音響映像・関連サービス	1,509.2	4,554.5	-3,045.3	1,781.6	5,173.1	-3,391.5	2,329.3	5,150.3	-2,821.0	2,323.9	5,021.6	-2,697.7
合計		13,793.9	22,551.1	-8,757.2	15,120.0	22,828.5	-7,708.6	18,493.1	25,392.9	-6,899.8	16,254.5	23,651.5	-7,397.0
輸出入総額に占める割合 (産業連関表ベース)		1.6%	2.2%		1.9%	2.6%		2.1%	2.6%		1.7%	2.2%	

※横断的領域: 複数のドメインにまたがる内容については、横断的領域として分類

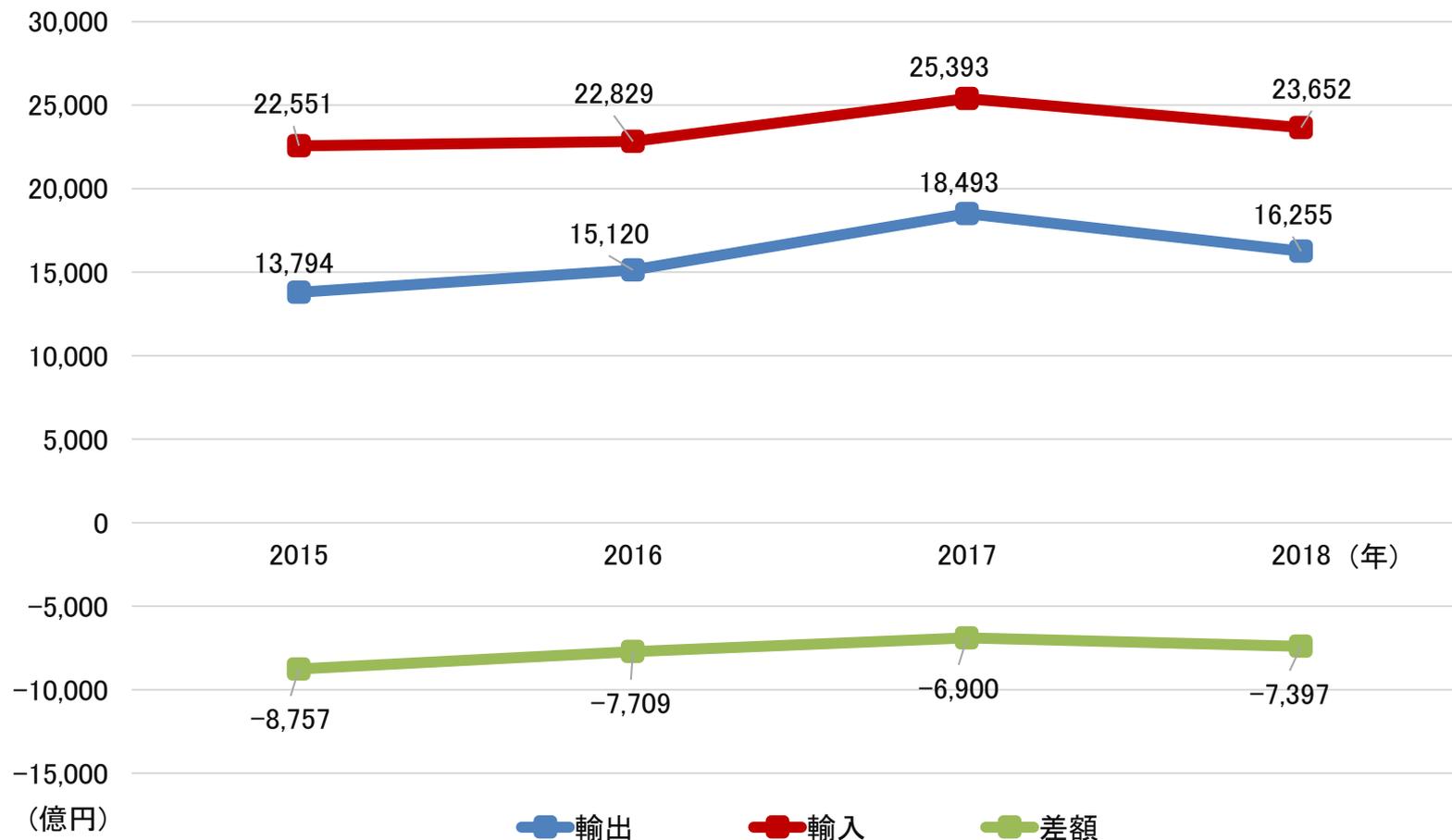
(例) 音響映像・関連サービス: 映画, ラジオ・テレビ番組, 音楽録音の制作に係るサービス取引のほか, 演劇・音楽の公演, スポーツイベント, サーカス等の興行に係るサービス取引(会場・広告宣伝費, 出演者, ディレクター, プロデューサーの報酬等)

→BドメインとEドメインにまたがる。

1. ユネスコモデルでの文化の輸出入に関する調査

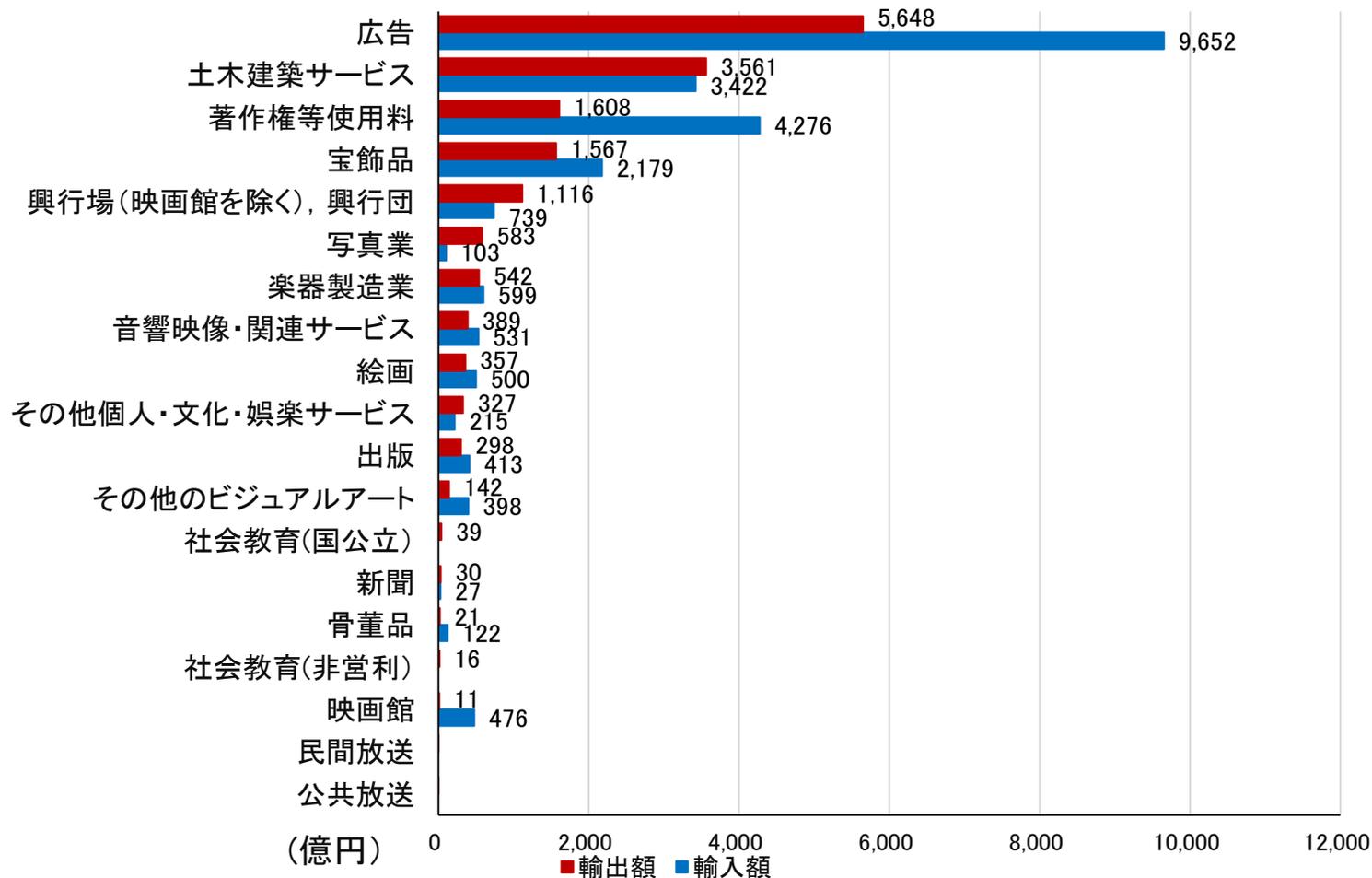
1-2 我が国の文化の輸出入推計

(②輸出入額の推移 2015年－2018年:名目値)



1. ユネスコモデルでの文化の輸出入に関する調査

1-2 我が国の文化の輸出入推計 (③項目別輸出入額:2018年)



1. ユネスコモデルでの文化の輸出入に関する調査

1-3 我が国の文化の輸出入推計についての留意点

【文化の輸出入推計と文化GDP推計】

文化の輸出入の推計は、すべての財貨とサービスの輸出入統計から、文化領域の取引分を抽出することで推計する。推計値は取引された財貨・サービスの価格(取引価格)の集計である。

文化の輸出入は需要側(産業連関表(P5参照)の行:ヨコ方向)の1要素, 文化GDP(付加価値)は供給側(産業連関表(P5参照)の列:タテ方向)の1要素であって, 両者は, 1国の産業活動を異なる視点でみて抽出される数値である。

また文化GDP推計は, 産業の生産額, 付加価値などをみている(供給部門:タテ)が, 文化の輸出入推計では需要部門(ヨコ)の「財貨・サービスの取引額」をみている, 付加価値や中間投入をみているわけではないという違いがある。

もちろんこの2つは密接な関連をもっていて, 貿易収支は(赤字であったり黒字であったりすること)は, 文化GDPに間接的な影響を及ぼす。例えば輸出額が増加すれば, それに伴って国内生産額も増えるので, 生み出される付加価値も増えることになる。

2. 文化GDPの推計

2. 文化GDPの推計

2-1 我が国の文化GDPの推移 (①2015年－2019年:名目値)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年 (暫定値)
文化部門の 国内生産額	24兆7,407億円	25兆3,051億円	25兆3,799億円	25兆3,276億円	24兆9,807億円
国内生産額	1,010兆3,743億円	998兆4,540億円	1,028兆7,585億円	1,049兆4,199億円	1,047兆4,248億円
文化部門国内 総生産額対国内比	2.4%	2.5%	2.5%	2.4%	2.4%
文化部門の国内 総生産(文化GDP)	10兆 934億円	10兆4,939億円	10兆5,612億円	10兆4,567億円	10兆2,156億円
国内総生産(GDP)	538兆323億円	544兆3,646億円	553兆 730億円	556兆2,938億円	558兆4,912億円
文化GDPの 対国内GDP比	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.8%

2. 文化GDPの推計

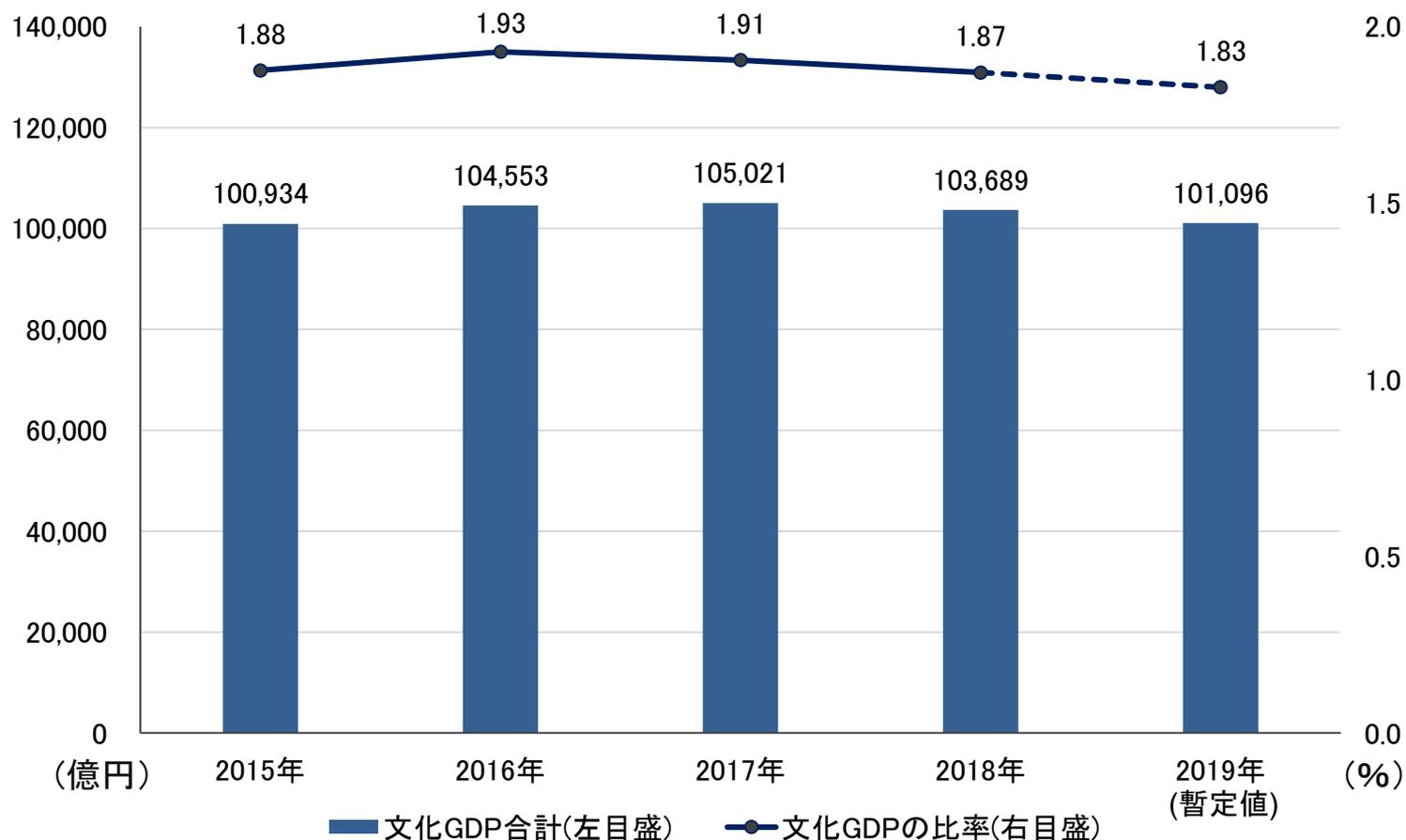
2-1 我が国の文化GDPの推移 (②ドメイン別2015年－2019年:名目値)

(億円)

		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年 (暫定値)
A.文化遺産/ 自然遺産	国内総生産額	3,258	3,545	3,643	3,547	3,617
	付加価値	1,260	1,422	1,429	1,346	1,411
B.パフォーマンス/ セレブレーション	国内総生産額	11,825	11,971	11,366	12,359	12,833
	付加価値	5,773	5,948	5,590	6,121	6,368
C.ビジュアルアーツ/工芸	国内総生産額	5,374	5,755	5,751	5,666	5,613
	付加価値	3,343	3,595	3,615	3,476	3,447
D.著作・出版/報道	国内総生産額	39,631	38,226	35,998	34,658	34,231
	付加価値	17,914	17,777	16,829	16,179	15,939
E.オーディオ・ビジュアル /インタラクティブメディア	国内総生産額	76,416	78,383	79,656	80,600	80,813
	付加価値	28,264	28,974	29,735	29,609	29,605
F.デザイン/ クリエイティブサービス	国内総生産額	110,902	115,171	117,385	116,446	112,699
	付加価値	44,381	47,222	48,413	47,837	45,387

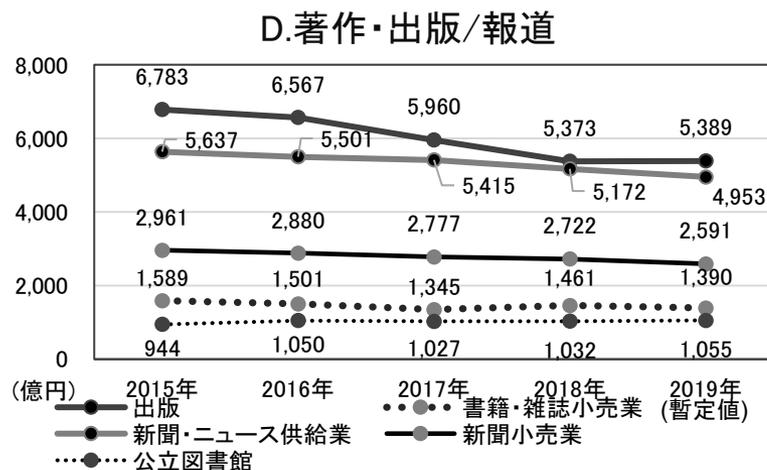
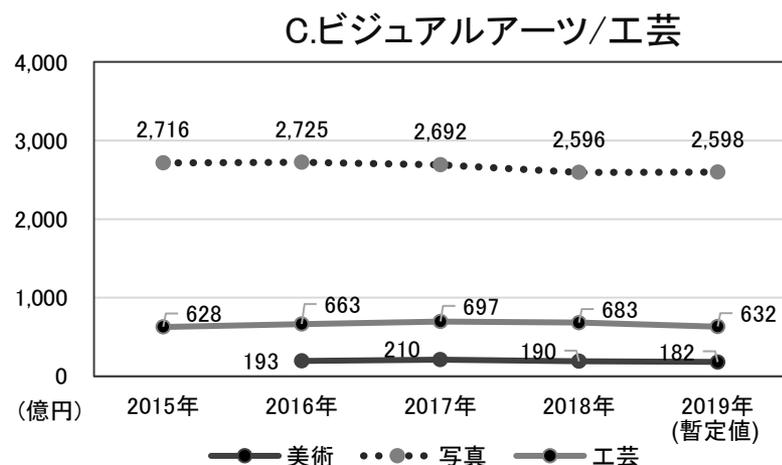
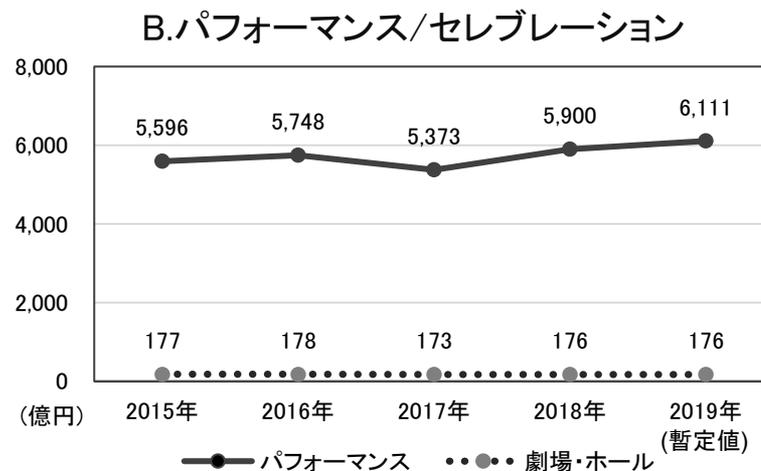
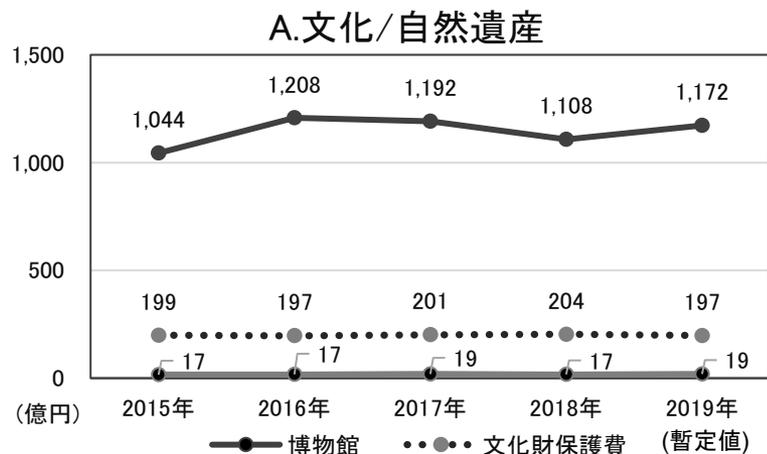
2. 文化GDPの推計

2-1 我が国の文化GDPの推移 (③2015年－2019年:実質値)



2. 文化GDPの推計

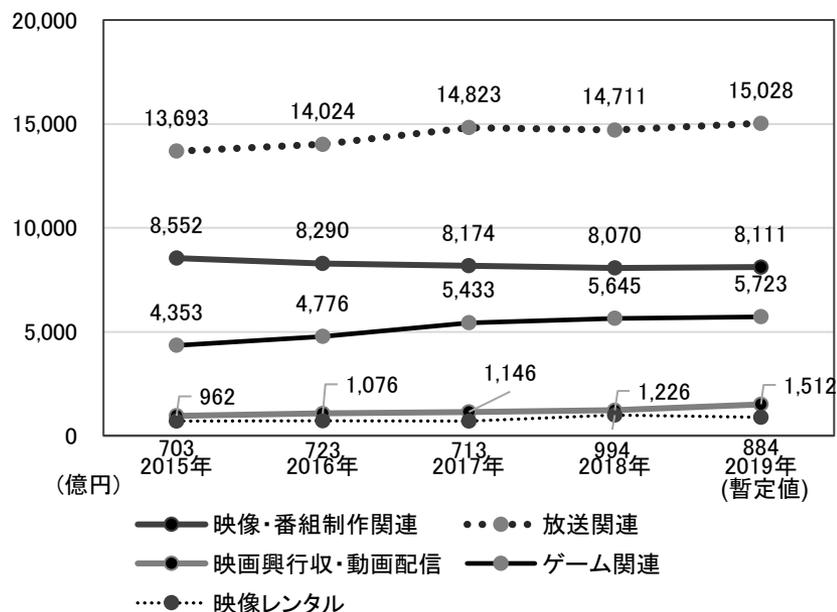
2-1 我が国の文化GDPの推移 (④ドメイン別2015年－2019年:実質値)



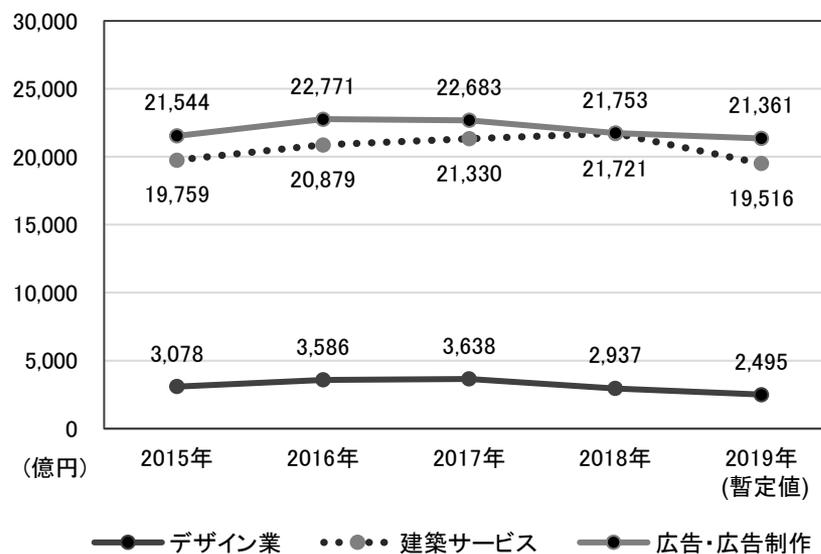
2. 文化GDPの推計

2-1 我が国の文化GDPの推移 (④ドメイン別2015年－2019年:実質値)

E. オーディアオ・ビジュアル/インタラクティブメディア

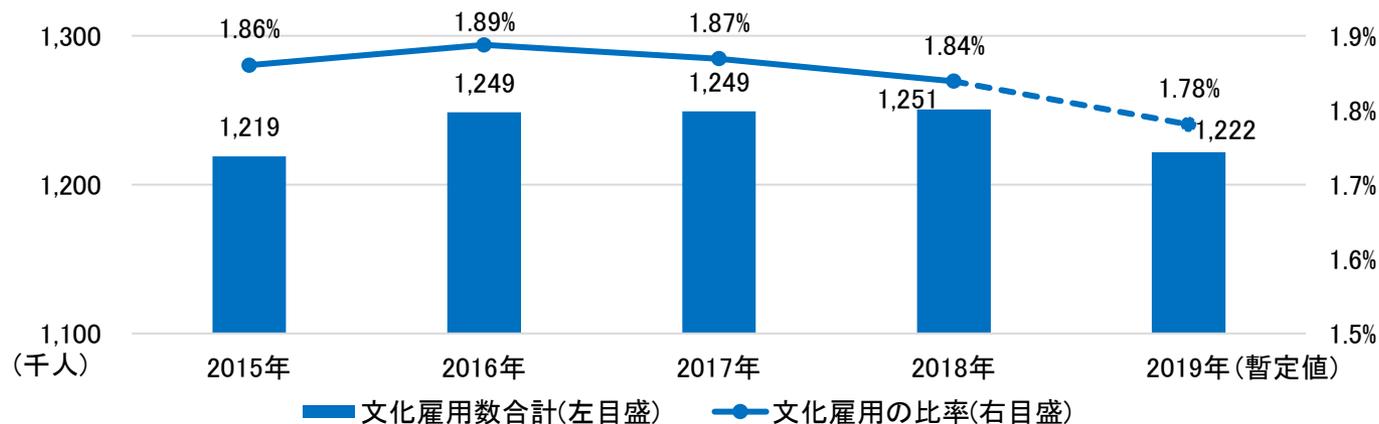


F. デザイン/クリエイティブサービス



2. 文化GDPの推計

2-2 我が国の文化雇用の推移 (2015年－2019年)



(千人)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年 (暫定値)
A.文化遺産/自然遺産	32	34	35	34	35
B.パフォーマンス/セレブレーション	76	77	73	79	82
C.ビジュアルアーツ/工芸	91	96	96	94	94
D.著作・出版/報道	260	250	236	233	229
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	255
F.デザイン/クリエイティブサービス	522	545	560	559	527
合計	1,219	1,249	1,249	1,251	1,222

3. 諸外国の文化サテライト勘定の 活用事例

3. 諸外国における文化サテライト勘定の活用事例

3-1 ユネスコのガイドラインに見るCSAの活用

目的	指標	説明
1. 文化産業の経済規模と構造	①GDP/GVA	<ul style="list-style-type: none"> ・CSAの基本項目で、サブドメインや関連領域までの推計 ・文化のGDP/GVAへの貢献度
	②雇用	<ul style="list-style-type: none"> ・雇用に対する文化領域の貢献度(コアドメイン, サブドメインなど, ボランティアを含む場合もある。) ・自営業の比率 ・文化領域の生産性
	③産業活動	(各国によって異なるが, 例えば以下のよう内容) <ul style="list-style-type: none"> ・規模ごとの企業数 ・開廃業状況 ・輸出入, 国際収支
2. 経済波及効果	①生産波及効果	<ul style="list-style-type: none"> ・現状, 構造, 推移をみる。
	②雇用波及効果	
	③GVAへの波及効果	
	④税収への波及効果	

(資料: “Measuring The Economic Contribution of Cultural Industries” (UIS, 2012))

3. 諸外国における文化サテライト勘定の活用事例

3-2 諸外国のCSAの活用

カナダ	<p>CSAの活用は、「既存のいろいろな統計を活用し、分析するうえでの1つの基準(あるいはベンチマーク)として機能する」という位置づけで、次のような活用をしている。</p> <ol style="list-style-type: none">①カナダの文化状況に関する、マクロ経済のタイムリーな実績の指標②文化産業における雇用に関する詳細な情報③文化産業、文化商品からの政府税収の推計④文化支出によって経済全体で生成される間接効果または乗数効果の分析(シミュレーション)による経済的影響のモデリング
米国	<p>米国の特色は文化GDPの推計と併せて文化の経済波及効果を重視していることである。そのために文化GDPの推計に、小売、製造業など幅広い産業分野を加えている。 アンケート調査では、「今後、COVID-19からの回復を明示的に追跡することが重要である」としている。</p>
ドイツ	<p>CSAは基礎的な統計として、またこれをベースにしたより具体的な統計エビデンスとして整備されている。例えば、以下は2019年のレポートに記されている内容で、主に当該年次の問題意識が記されているが、CSA活用の考え方がよくわかる例である。また方向性が文化施策としてではなく産業施策や地域政策としてとらえられている。</p> <ol style="list-style-type: none">①文化産業及び創造産業の個々のサブマーケットの主な特徴は何であるかの分析②過去数年間で、売上高、付加価値、企業数、雇用などの中核的な指標に関して、文化のおよび創造的産業とそのサブマーケットはどのように発展してきたかの説明③ドイツの文化のおよび創造的産業でみられるスタートアップ活動の分析④農村地域の文化のおよび創造的産業の特定の問題に焦点を当てた分析(当該年度のみ)<ul style="list-style-type: none">・都市と農村地域間の文化のおよび創造的産業の内訳の比較・農村地域の文化・創造産業における企業や自営業の状況の把握 <p>(資料:“2019 Cultural and Creative Industries Monitoring Report”)</p>
英国	<p>文化産業と創造産業の2つの視点をもっている。担当する省庁名がデジタル・文化・メディア・スポーツ省(DCMS)であって、幅広い領域を産業と関連づけて捉えるという視点を持っている。 これら幅広い領域がCSAの対象であり、このCSAにより「各分野のステークホルダーは、従来の国民経済計算(SNA)セクターではないDCMS(デジタル・文化・メディア・スポーツ)セクターの経済的貢献を評価し、現在および将来の政策介入がどのように最も効果的であるかを理解することができる。」とし、CSAの意義と目的を述べている。つまりDCMS全体の社会的な意義を幅広いCSAによって明示し、政策基盤を確かなものとしようとしている。</p>

3. 諸外国における文化サテライト勘定の活用事例

3-2 諸外国のCSAの活用

<p>オランダ</p>	<p>「主要なマクロ経済変数(生産, 消費, 付加価値, 雇用など)を計算し, さまざまなマクロ経済の中での文化とメディアのシェアを定量化することを可能にする」ための道具として位置づけられている。CSAの活用に向けては, 次のような方向性が示されている。</p> <p>(文化政策のコストの根拠)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文化とメディアの社会的側面だけではなく, 経済的重要性, 経済への文化とメディアの貢献を示す。文化とメディアにはコストがかかるが, オランダの雇用と経済に明らかに貢献していることを示す。 <p>(マクロ経済の中に文化を定量的に位置づけるツール)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまでマクロ経済の観点から, 文化とメディアの経済的意義・価値を実証するための信頼できるツールはなかった。CSAはそれを解消するツールの1つ。CSAは, 主要なマクロ経済変数(生産, 消費, 付加価値, 雇用など)を計算し, さまざまなマクロ経済総体における文化とメディア領域のシェアを定量化することができる。 <p>(文化・メディア産業の構造の把握のためのツール)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文化およびメディア領域自体の中で最も重要な文化およびメディア製品(商品およびサービス), ならびに文化およびメディア領域でどの産業がそれぞれどのような役割を果たしているかを示すことができる。 <p>(資料: Satellite Account for Culture and Media 2015 “How culture and media contribute to the Dutch economy”)</p>
<p>フィンランド</p>	<p>フィンランドは欧州で最初にCSAを作成した国である。とくに文化の輸出入に関するデータに注目していた。CSAについては次のような位置づけ, ないしは目的を掲げている。</p> <p>「CSAは, 経済に対する文化(産業)のインパクトを数値化するもので, 国全体のGDPに占める文化GDPの割合などを推計するものである。」</p>
<p>オーストラリア</p>	<p>サテライト勘定としての性格が重視されており, CSAとその本体であるSNAとの対照が重視されている。そして主に以下の4つの要素で, 文化のおよび創造的活動の経済的貢献度を測定している。</p> <ol style="list-style-type: none"> ①文化のおよび創造的な商品やサービスのサプライチェーンを形成する産業活動のSNAとの比較 ②文化のおよび創造的な職業で労働者が行う他の産業での活動のSNAとの比較 ③SNAの拡張領域である芸術および文化遺産組織へのボランティアサービスの貢献度の推計 ④文化のおよび/または創造的産業における市場生産者の非市場生産-非営利機関が無料で, または経済的に重要ではない価格で提供する商品およびサービスの価値(SNAの拡張領域として) ⑤慈善寄付およびその他の寄付(SNAの拡張領域として) <p>(資料: “Australian National Accounts: Cultural and Creative Activity Satellite Accounts, Experimental” (2014))</p>
<p>まとめ</p>	<p>CSAは文化政策だけの内向きのエビデンスというだけではなく, 文化と経済の関係を捉えることで, 広く社会的に政策を展開するための外向きのエビデンスでもある。したがって文化政策と経済(産業)政策, あるいは地域経済, 地域振興と文化をつなぐときの重要なツールとしてCSAを活用することが重要であろう。今後はCSAを利用して, 多角的な分析の視点やそのためのデータの収集・分析が望まれる。</p> <p>その時に, カナダのCSA担当者が指摘するように, CSAの即応性を高めるための措置が必要と考えられる。経済と文化の動き(スピード)は異質のものといえるが, 文化と経済に密接な関係があるとするのであれば, 異質とばかりは言えない。四半期とまではいなくても, 毎年迅速にデータが提供されるようなサテライトアカウントとして機能させるアイデアと取組みが必要と考えられる。</p>

4. 新しい文化政策に関する提案

1. サテライト勘定としての整備

今後、文化GDPも文化産業の生産勘定、文化産業の輸出入、文化産業の雇用、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を含んだ、文化サテライト勘定への拡充が望まれる。

2. 日本の独自分野の開発

文化は多様であって、その解釈は各国によって異なることは避けられない。「旅行・観光サテライト勘定」も、世界共通基準での推計と日本独自基準での推計の2本立てになっている部分がある。文化サテライト勘定でも、国際基準での推計に加えて、文化の多様性に対応する日本独自基準の推計も行い、それを公表することが望ましい。

3. 国際社会への情報発信

観光庁が2005年より「旅行・観光サテライト勘定」をWeb上で公式データとして公開しているように、CSAもこうした形での統計の公表が望まれる。

4. 文化輸出の振興のためのEBPMとして

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のためのミクロな（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。

5. CSAの即応性の獲得

SNAのサテライト勘定であるCSAは、もともとマクロな視点での統計体系であって、ミクロな事象への即応性が低い。しかし多様な文化事象に即応できるような簡易型のCSA、部分的なCSAについて、その枠組みや方法論について検討する必要がある。