

令和6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7年3月

株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所

【目次】

1. 調査概要.....	1
1.1. 調査の目的	1
1.2. 調査研究の内容	1
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関わる研究会（令和6年度）	2
2. ユネスコガイドラインに基づく我が国の文化領域の数値評価	3
2.1. 調査の目的・概要.....	3
2.1.1. 目的.....	3
2.2. 概要.....	3
2.2.1. 文化 GDP・文化雇用の算出のフレームワーク（考え方）と算出方法	3
2.2.2. 令和2年（2020年）産業連関表の変更点	4
2.2.3. 推計対象.....	6
2.2.4. 推計手法.....	8
2.3. 文化 GDP の推計結果	11
2.3.1. 文化部門の国内生産額・文化 GDP の推計	11
2.3.2. 文化 GDP の推移	13
2.3.3. ドメイン「A.文化遺産/自然遺産」の推計.....	15
2.3.3.1. ドメイン「A.文化遺産/自然遺産」の推計手順.....	16
2.3.3.2. ドメイン「A.文化遺産/自然遺産」の付加価値の推移	19
2.3.4. ドメイン「B.パフォーマンス/セレブレーション」の推計.....	20
2.3.4.1. ドメイン「B.パフォーマンス/セレブレーション」の推計手順.....	21
2.3.4.2. ドメイン「B.パフォーマンス/セレブレーション」の付加価値の推移	25
2.3.5. ドメイン「C.ビジュアルアーツ/工芸」の推計.....	27
2.3.5.1. ドメイン「C.ビジュアルアーツ/工芸」の推計手順	27
2.3.5.2. ドメイン「C.ビジュアルアーツ/工芸」の付加価値の推移	30

2.3.6. ドメイン「D.著作・出版/報道」の推計	31
2.3.6.1. ドメイン「D.著作・出版/報道」の推計手順	32
2.3.6.2. ドメイン「D.著作・出版/報道」の付加価値の推移	36
2.3.7. ドメイン「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の推計	37
2.3.7.1. ドメイン「E.オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の推計手順	38
2.3.7.2. ドメイン「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	43
2.3.8. ドメイン「F.デザイン/クリエイティブサービス」の推計	44
2.3.8.1. ドメイン「F.デザイン/クリエイティブサービス」の推計手順	45
2.3.8.2. ドメイン「F.デザイン/クリエイティブサービス」の付加価値の推移	47
2.4. 文化雇用の推計結果	51
2.4.1. 文化雇用の推計手順	51
2.4.2. 文化雇用の推移	51
2.5. 2021 年の文化 GDP 及び文化雇用数（暫定値）	53
2.6. 文化の輸出入の算出	53
2.6.1. 文化の輸出入の算出手順	53
2.6.2. 文化輸出入の推移	57
3. 諸外国の文化 GDP 算出及び諸外国における文化 GDP 推計状況に関する調査	64
3.1. 調査概要	64
3.1.1. 目的	64
3.1.2. 概要	64
3.2. 諸外国の文化 GDP の算出	64
3.2.1. 調査方法	64
3.2.2. 調査結果	65
3.3. 諸外国の文化 GDP の活用状況	69
3.3.1. 調査方法	69
3.3.2. 調査結果	69
3.3.2.1. 文化 GDP、雇用者数、賃金水準等の数値の人材育成政策への活用状況	69

3.3.2.2. 文化（クリエイティブ）産業と観光の整理	71
3.3.2.3. 文化の予算獲得や投資への説得材料として広報的に活用している各国の具体例	72
4. これまでの数値評価の更なる精緻化（特に輸出入額）	73
4.1. 調査概要	73
4.1.1. 目的	73
4.1.2. 概要	73
4.2. 輸出入額の算出の考え方と算出方法	73
4.3. 調査結果	74
4.3.1. 輸出入額の未把握領域における統計・データの取得可否とその理由	74
4.3.2. 輸出入額の新規把握領域	79
5. 文化サテライト勘定を活用した文化芸術政策の企画立案・評価等に関する提案	82
5.1. 文化 GDP 推計の課題	82
5.1.1 データソースの遡及性と継続性	82
5.1.2 日本の独自文化の推計	82
5.1.3. 日本が強みを有する文化領域のデータの把握	83
5.2. 文化サテライト勘定を活用した文化芸術政策の企画立案・評価等に関する提案	84
5.2.1. 文化サテライト勘定の我が国の戦略的な文化政策立案・投資への活用	84
5.2.2. 文化の戦略的政策立案	84
主要参考文献	86

【図表目次】

【図 2-1. FCS2009 のコア文化領域における文化 GDP の推計範囲】	3
【図 2-2. 産業連関表（取引基本表）の概念図】	9
【図 2-3. 文化 GDP（名目値）の推移（2015 年～2020 年）】	14
【図 2-4. ドメイン別文化 GDP の推移（名目値）】	15
【図 2-5. 「A. 文化遺産/自然遺産」の付加価値の推移（名目値）】	20
【図 2-6. 「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）】	26
【図 2-7. 「C. ビジュアルアーツ/工芸」の付加価値の推移（名目値）】	31
【図 2-8. 「D. 著作・出版/報道」の付加価値の推移（名目値）】	37

【図 2-9. 「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）】	44
【図 2-10. 「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）】	48
【図 2-11. 文化雇用数の推移（2015 年～2020 年）】	52
【図 2-12. 我が国の文化の輸出入額のドメイン別構成（2020 年：名目値）】	61
【図 2-13. 我が国の文化の項目別輸出入額（2020 年：名目値）】	62
【図 2-14. 我が国の文化の輸出入額の推移（2015 年～2020 年：名目値）】	63
【図 2-15. 我が国の文化の輸出入収支（上位 3 項目）の推移（2015 年～2020 年：名目値）】	63
【図 3-1. 英国の数値評価の予算獲得・投資への活用例：官民連携による投資内容の公開】	72
【表 2-1. 2020 年産業連関連表の変更一覧】	5
【表 2-2. 2020 年産業連関連表における推計対象】	6
【表 2-3. 文化生産額と文化 GDP（2015 年～2020 年） 名目値】	12
【表 2-4. 各ドメインの国内生産額（2015 年～2020 年） 名目値】	12
【表 2-5. 各ドメインの付加価値（2015 年～2020 年） 名目値】	13
【表 2-6. 「A. 文化遺産/自然遺産」（2015 年～2020 年）の国内生産額と付加価値（名目値）】	16
【表 2-7. 「国立博物館（大規模施設）の推計対象】	17
【表 2-8. 「自然遺産」の推計対象】	18
【表 2-9. 2015 年～2020 年の「A. 文化遺産/自然遺産」の付加価値（名目値）】	19
【表 2-10. 「B. パフォーマンス/セレブレーション」（2015 年～2020 年）の国内生産額と付加価値（名目値）】	20
【表 2-11. 「興行場、興行団業務の収入種類別の年間売上高と構成比】	21
【表 2-12. 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」部門と文化領域】	23
【表 2-13. 2020 年の種類別音楽配信売上（広告分を除く）】	24
【表 2-14. 映像・音楽レンタル比率】	25
【表 2-15. 2015 年～2020 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）】	26
【表 2-16. 「C. ビジュアルアーツ/工芸」（2015 年～2020 年）の国内生産額と付加価値（名目値）】	27
【表 2-17. 工業関連の推計対象及び産業部門】	29
【表 2-18. 2015 年～2020 年の「C. ビジュアルアーツ/工芸」の付加価値（名目値）】	30
【表 2-19. 「D. 著作・出版/報道」（2015 年～2020 年）の国内生産額と付加価値（名目値）】	32
【表 2-20. 2015 年～2020 年の「D. 著作・出版/報道」の付加価値（名目値）】	36
【表 2-21. 「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」（2015 年～2020 年）の国内生産額と付加価値（名目値）】	38
【表 2-22. 「（1）映像、番組制作、配給関連」の推計対象変更一覧】	38
【表 2-23. 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」部門と文化領域 ※再掲】	39
【表 2-24. 「（2）放送事業関連」の推計対象変更一覧】	42
【表 2-25. 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）】	43
【表 2-26. 「F. デザイン/クリエイティブサービス」（2015 年～2020 年）の国内生産額と付加価値（名目値）】	45

【表 2-27. 土木建築サービス業の構成(2020 年)】	46
【表 2-28. 「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」部門と文化領域 ※再掲】	46
【表 2-29. 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)】	48
【表 2-30. 参考_2020 年産業連関表基準 推計基礎資料一覧】	49
【表 2-31. ドメインごとの文化雇用者数】	52
【表 2-32. 2021 年の我が国の文化生産・文化雇用数(名目値)】	53
【表 2-33. 各ドメインの付加価値・国内生産額・文化雇用数(2021 年) 名目値】	53
【表 2-34. 本調査研究で用いる我が国の輸出入統計】	54
【表 2-35. 輸出入におけるドメイン・推計対象と使用する基礎資料】	55
【表 2-36. 我が国の文化の輸出入(2015 年～2020 年)】	57
【表 3-1. 諸外国の文化 GDP の算出値と参照資料】	65
【表 3-2. 2020 年 諸外国の文化 GDP (ユネスコ基準調整前)】	66
【表 3-3. 2020 年 諸外国の文化 GDP (ユネスコ基準調整後)】	66
【表 3-4. ユネスコ基準による各国の文化 GDP (2020 年) の比較】	68
【表 4-1. GATS : サービス貿易における 4 つのモード】	74
【表 4-2. 輸出入額の未把握領域における統計・データの取得可否とその理由】	77
【表 4-3. 「旅行・観光消費動向調査」(2019 年)における関連ドメインの輸入額】	79
【表 4-4. 「訪日外国人消費動向調査」(2019 年)における関連ドメインの輸出額】	80
【表 4-5. 産業連関表ベースの輸出入額に旅行消費額を追加した輸出入額】	80
【表 4-6. 新規に追加する国際サービス収支(情報サービス、専門・経営コンサルティングサービス)】	81
【表 4-7. ゲーム業界における主要企業の売上高(2020 年度)】	81

1. 調査概要

1.1. 調査の目的

近年、政府においてはエビデンスに基づく政策の企画立案の重要性が増している。文化政策においても、令和5年3月に閣議決定された「文化芸術推進基本計画（第2期）―価値創造と社会・経済の活性化―」において、計画推進のために必要な取組として、社会課題に適時的確に対応するための政策形成・評価と体制構築、特に多様なデータと分析に基づくロジックモデルの構築、モニタリング指標やデータに基づく実態把握等の必要性が指摘されているところである。

これまで文化庁では、「文化産業の経済規模及び経済波及効果に関する調査研究事業」（平成27年度）、「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」（平成29年度～令和5年度）において、文化産業の経済的影響の数値化に向けた調査研究を実施し、これにより、我が国における文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価（文化サテライト勘定）の手法・枠組みの開発や文化サテライト勘定を取り巻く国際的な動向の把握等については、一定の成果を得られたところである。

本調査研究では、これまでの経緯を踏まえ、国際的な基準に基づく文化芸術の経済的・社会的影響の数値的評価に向けて、文化が各種の産業から生活全般にもたらす経済的效果について明らかにすることを目的として実施するものである。

1.2. 調査研究の内容

(1) ユネスコガイドラインに基づく我が国の文化領域の数値評価

経年変化を確認できるよう、ユネスコガイドラインにそって本調査研究で推計対象としている文化領域に基づき、主に2015年～2021年の我が国の文化領域の付加価値額と生産額、輸出入額、文化雇用の算出を最新の統計情報に基づき行う。

(2) 諸外国の文化 GDP 算出及び諸外国における文化 GDP 推計状況に関する調査

令和3年度実施の「ユネスコモデルに基づく諸外国の文化 GDP の算出に関する業務」報告書を踏まえ、アメリカ、イギリス、フランス、カナダ、ドイツ、オーストラリアの最新の文化 GDP を我が国と同様にユネスコモデルに基づき算出すること。また、各国政府が公開する資料に基づき文化 GDP の算出方法（各ドメインで推計対象としている項目の詳細、推計に活用しているデータの定義等）や文化 GDP の活用方法について、調査を行う。

(3) これまでの数値評価の更なる精緻化（特に輸出入額）

これまでの我が国の文化領域における数値評価、特に輸出入額について、既存の推計で

は把握できていない分野（例えば輸出入額におけるドメイン B の音楽関係及びドメイン E の映画、テレビ番組、ゲーム関係等）について、既存の統計データ、他の調査研究結果から得られるや得られない情報とその理由を整理すると同時に、主な企業の国際収支情報の確認を行うなどして精緻化を行う。

(4) 文化サテライト勘定を活用した文化芸術政策の企画立案・評価等に関する提案

諸外国における文化領域の数値評価やその活用方法の詳細やそれらの課題について分析・整理する。その上で、文化芸術の経済的・社会的影響に重点を置いて、今後、文化庁が取り組むことが期待される文化サテライト勘定を活用した文化芸術政策の企画立案・評価等に関する提案を行う。

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関わる研究会（令和6年度）

本調査研究の遂行においては、調査研究の方向性の検討及び総括を目的として、経済統計、文化経済学、国際経済・国際貿易分野の有識者による研究会を開催した。研究会は計3回開催し、第1回は調査研究計画、第2回は調査研究の中間報告、第3回は調査研究の結果報告内容について、確認・協議を行った。

(1) 研究会有識者

愛知学院大学経済学部	藤川 清史	教授	（経済統計）
同志社大学経済学部	八木 匡	教授	（文化経済学）
立命館大学国際関係学部	矢根 遥佳	准教授	（国際経済・国際貿易）

(2) 研究会開催スケジュール

第1回研究会（12月9日）	議題：①調査研究計画	②その他
第2回研究会（1月23日）	議題：①調査研究の中間報告	②その他
第3回研究会（3月7日）	議題：①調査研究の結果報告	②その他

2. ユネスコガイドラインに基づく我が国の文化領域の数値評価

2.1. 調査の目的・概要

2.1.1. 目的

本調査の主な目的は、文化 GDP、輸出入額、そして文化雇用に関する経年変化を把握し、文化関連経済の発展動向を明らかにすることである。具体的には、以下の三つの指標について、後述する令和 2 年（2020 年）産業連関表（以下、2020 年産業連関表）の枠組みをもとに、2020 年度の推計を行い、経年の推移を把握する。

- 文化 GDP：文化関連の経済活動がどれほど国の経済に寄与しているかを示す指標
- 文化雇用：文化産業に従事する人々の雇用状況を把握
- 輸出入額：文化商品や文化サービスの国際的な取引を評価

また、2021 年については、文化 GDP および文化雇用を対象とし、2020 年度の推計を基に暫定推計を行う。

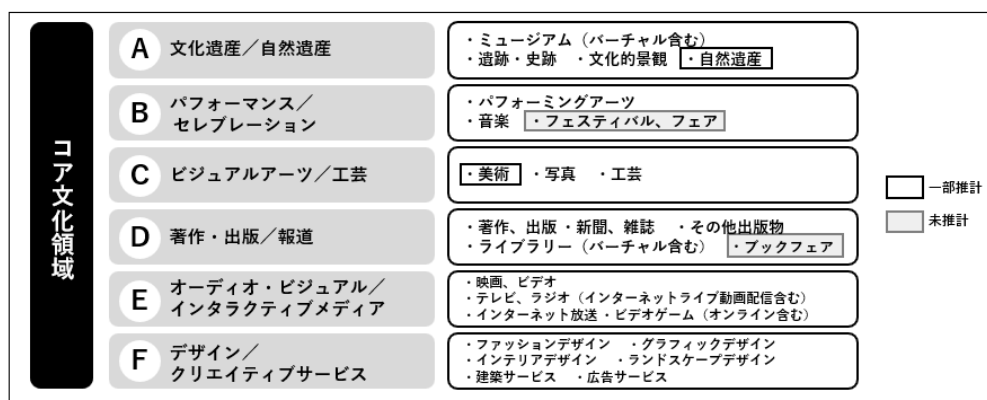
2.2. 概要

2.2.1. 文化 GDP・文化雇用の算出のフレームワーク（考え方）と算出方法

文化 GDP は、ユネスコの 2009FCS を基に、文化関連産業の生産活動を集計することにより算出する。主に 2020 年産業連関表を用いて、文化関連部門の付加価値額を推計し、それを基に文化 GDP を算出した。

我が国の文化 GDP 推計は、ユネスコの推奨する枠組みである 2009FCS に基づきつつ、我が国の文化事情や文化関連の経済統計の状況も勘案して推計している。文化 GDP の推計範囲は、2009FCS が示す枠組みのうちのコア文化領域である（【図 2-1. FCS2009 のコア文化領域における文化 GDP の推計範囲】）。なお、図 2-1 のとおり、現段階で一部の推計にとどまっている領域や未推計の領域がある。

【図 2-1. FCS2009 のコア文化領域における文化 GDP の推計範囲】



出典：株式会社シー・ディー・アイ（2024）「令和 5 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」をもとに株式会社 NTT データ経営研究所にて作成

2.2.2. 令和2年（2020年）産業連関表の変更点

これまで、平成27年（2015年）産業連関表（以下、2015年産業連関表）の枠組みを基準に推計を行っていた。本年度は、2020年基準で公表された産業連関表を用いて推計を行う。

2020年産業連関表において、「文化GDP」、「文化雇用」、「文化輸出入」の推計に使用する計7つの産業部門について、【表2-1. 2020年産業連関表の変更一覧】のとおり、2015年産業連関表より「内容変更」、「分割」、「統合」の変更が加わっている。2015年産業連関表からの変更点において、推計で考慮すべきものとして、4つ説明する¹。

1つ目は、産業部門「映像・音声・文字情報制作事業（新聞・出版を除く）」において、「娯楽作品の原本」の生産額の一部を新たに含める内容変更が行われた。背景には、2015年基準国民経済計算の改定がある。2008SNAでは知的財産生産物について、「生産」（産業連関表の対象取引）として総固定資本形成に計上し、その利用に係る取引も計上することとされている。2015年基準国民経済計算では、2008SNA対応の一環として2015年基準改定において、「娯楽作品原本」を新たに生産に追加し全額を総固定資本形成に計上した。2020年産業連関表では、国民経済計算の2015年基準改定と同様に、娯楽作品原本を新たに生産に追加し全額を国内総固定資本形成（輸出入の譲渡取引を含む。）に計上することとなった。

そのため、2020年産業連関表より、映画、テレビ番組、音楽、書籍の娯楽原本生産額が、新たに国内生産額に含まれた。具体的には、音楽、映像、キャラクター、文芸、学術、美術等の著作権の取得・譲渡などが含まれる。ただし、著作権の使用料は対象外である。

「娯楽作品の原本」の生産額の一部が含まれた産業部門は、「映像・音声・文字情報制作事業（新聞・出版を除く）」、「出版」、「公共放送」、「民間放送」で、それぞれドメイン「B. パフォーマンス/セレブレーション」、「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」に影響がある。推計結果に影響がある部門については、該当のページで補足する。

2つ目は、「物品賃貸業（貸自動車を除く。）」において、物品賃貸業が扱う機械又は設備に係る経費の扱いについて、平成2年（1990年）表以降、平成27年（2015年）表まで「所有者主義」で推計してきたが、ファイナンス・リース形態の取扱について「使用者主義」による推計に変更になった。「物品賃貸業（貸自動車を除く。）」は、ドメイン「E. オーディオ・ビジュアル／インタラクティブメディア」の中間投入率や付加価値率の算出に使用する。

3つ目は、「インターネット付随サービス」の分割である。2015年産業連関表において「インターネット付随サービス」に含まれていたサーバ・ハウジング・サービス、サーバ・ホス

¹ 詳細は、産業連関部局長会議（2024）「令和6年（2020年）産業連関表 作成基本要綱」を参照
https://www.soumu.go.jp/main_content/000844146.pdf

ティング・サービスのインターネット付随サービスの活動は、インターネット付随サービスから分割され、固定電気通信に統合された。「インターネット付随サービス」は、ドメイン「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」、「B. パフォーマンス/セレブレーション」の中間投入率や付加価値率の算出に使用する。

4つ目は、「その他の娯楽部門」の統合、分割、内容変更である。①2015年産業連関表の「遊戯場」及び「その他の娯楽」が「遊戯場・その他の娯楽」に統合され、②2015年産業連関表において「その他の娯楽」に含まれていた日本標準産業分類「娯楽に附随するサービス業」のうち場外券売場の活動が「競輪・競馬等の競走場・競技団」に統合され、③娯楽作品原本の生産額の一部が新たに本部門に含まれた。ドメイン「C. ビジュアルアーツ/工芸」の中間投入率や付加価値率の算出に使用する。

【表 2-1. 2020 年産業連関連表の変更一覧】

#	2015 年産業連関表から変更された産業部門	2015 年産業連関表からの変更内容	本事業の関連ドメイン
1	映像・音声・文字情報制作事業（新聞・出版を除く）	娯楽作品原本の生産額の一部も新たに「映像・音声・文字情報制作事業」部門に含める。	B. パフォーマンス/セレブレーション
2	出版		D. 著作・出版/報道
3	公共放送		E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア
4	民間放送		
5	物品賃貸業（貸自動車を除く。）	物品賃貸業が扱う機械又は設備に係る経費の扱いについて「所有者主義」で推計してきたが、ファイナンス・リース形態の取扱について「使用者主義」による推計に変更。	E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア
6	インターネット付随サービス	「インターネット付随サービス」に含まれていたサーバ・ハウジング・サービス、サーバ・ホスティング・サービスのインターネット付随サービスの活動を「固定電気通信」に統合。	E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア B. パフォーマンス/セレブレーション
7	その他の娯楽 ※2020 年産業連関表は「遊戯場・その他の娯楽」に名称変更	①「遊戯場」及び「その他の娯楽」を「遊戯場・その他の娯楽」に統合。 ②「その他の娯楽」に含まれていた日本標準産業分類「娯楽に附随するサービス業」のうち場外券売場の活動を「競輪・競馬等の競走場・競技団」に統合。 ③娯楽作品原本の生産額の一部も新たに本部門に含める。	C. ビジュアルアーツ/工芸

出典：産業連関部局長会議（2024）「令和 6 年（2020 年）産業連関表 作成基本要綱」をもとに株式会社 NTT データ経営研究所にて作成

なお、令和 5 年度の「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においては、推計当時 2020 年基準の産業連関表での結果が公表されていなかったことから、令和 2 年（2020 年）延長産業連関表（2015 年産業連関表基準）を使用して、2020 年の文化 GDP および文化雇用の推計を行っている。

令和 6 年度の本調査研究においては、基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が

難しいことから、参考値として、2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と、2020 年産業連関表基準で併記している。

2.2.3. 推計対象

2020 年産業連関表での変更に伴い、推計対象の一部を変更する。変更が加わったドメインおよびサブドメインは、「B. パフォーマンス/セレブレーション」の「(2) 音楽」、D. 著作・出版/報道の「(4) 新聞・ニュース供給サービス」、「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の「(1) 映像・番組制作、配給関連」、「(2) 放送事業関連」、「F. デザイン/クリエイティブサービス」の「(4) 広告制作」である。詳細は、【表 2-2. 2020 年産業連関表における推計対象】に示している。

なお、2020 年産業連関表より、該当する商品の国内生産額から、還付分（「調整項相当額」）を控除している。「調整項相当額」とは、輸出業者（商社等）を経由する輸出品の国内取引に係る消費税である。「調整項相当額」は、【表 2-2. 2020 年産業連関表における推計対象】の下線の推計対象に関連する産業部門で追加されている。そのため、各推計対象に該当産業部門全体に対する該当細品目の割合を算出し、その分を引いて推計を行ったため、各推計対象は、「調整項相当額」を考慮後の値を用いて推計を行っている。

産業連関表の枠組みの変更に伴い、産業連関表の産業部門において細品目の変更がある。また、2020 年産業連関表を用いた推計における推計対象および推計方法の一部を変更しているため、これまでの 2015 年産業連関表での推計結果と、単純な推移の把握はできないことは留意しておきたい。

【表 2-2. 2020 年産業連関表における推計対象】

ドメイン	サブドメイン	推計対象 (2015 年産業連関表基準)	推計対象 (2020 年産業連関表基準)
A. 文化遺産/ 自然遺産	(1) 博物館関連費	・ 国立博物館 ab	変更なし
		・ 公立博物館	変更なし
		・ 私立博物館	変更なし
	(2) 文化財保護関連費	・ 文化財保護費 ・ 歴史公園(国営公園)	変更なし
	(3) 自然遺産関連費	・ 自然遺産関連費	変更なし
B. パフォーマンス/ セレブレーション	(1) パフォーマンス ・ グアーツ	・ 興行場(映画館を除く) ・ 興行団 ・ 国立劇場 ・ 公立の劇場、音楽堂等	変更なし
	(2) 音楽	・ 楽器製造業 ・ レコード制作 ・ 音楽スタジオ業務 ・ 有料音楽配信 ・ 音楽 CD レンタル	・ 楽器製造業 ・ 音楽ソフト (物理的媒体) ・ 音楽ソフト (配信用) ・ その他の音声情報サービス ・ 音楽の娯楽作品原本 (映像・音声・文字情報制作 (新聞・出版を除く。)) ・ 音楽スタジオ業務 ・ 有料音楽配信 ・ 音楽 CD レンタル

ドメイン	サブドメイン	推計対象 (2015 年産業連関表基準)	推計対象 (2020 年産業連関表基準)
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) ・美術グッズ (ポスター、グッズ等)	変更なし
	(2) 写真	・写真業 ・作家からの購入(写真)	変更なし
	(3) 工芸	・手すき和紙 ・陶磁器製置 ・陶磁器絵付 ・七宝製品 ・人造宝石 ・金属彫刻品 ・貴金属製装身具 ・天然、養殖真珠装身具	変更なし
D. 著作、出版 /報道	(1) 出版	・出版	変更なし
	(2) 書籍、雑誌小 売業(古本除く)	・書籍・雑誌小売業(古本除く)	変更なし
	(3) 古本小売業	・古本小売業	変更なし
	(4) 新聞、ニュー ス供給サービス	・新聞 ・ニュース供給業	・新聞 ・ニュース供給サービス
D. 著作、出版 /報道	(5) 新聞小売業 (新聞販売店)	・新聞小売業(新聞販売店)	変更なし
	(6) 国立図書館	・国立国会図書館 ・国立公文書館	変更なし
	(7) 公立図書館	・公立図書館	変更なし
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	・映画製作 ・映画 ・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 ・その他の映像、音声、文字情報 制作事業 ・映画興行収入 ・動画配信	・映画の制作・配給サービス(受託制作を除く) ・映画の受託制作サービス ・テレビ番組の制作サービス ・映像ソフト(物理的媒体) ・映像ソフト(配信用) ・その他の映像制作サービス ・映画の娯楽作品原本 ・テレビ番組の娯楽作品原本(映像・音声・文 字情報制作(新聞・出版を除く。)) ・ラジオ番組制作サービス ・映像・音声・文字情報制作支援サービス ・映画興行収入 ・動画配信
	(2) 放送事業関連	・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	・NHK 受信料収入 ・テレビ番組の娯楽作品原本(公共放送) ・テレビ放送、配信サービス (視聴料収入)(民間放送) ・テレビ放送、配信サービス (広告収入)(民間放送) ・ラジオ放送、配信サービス (聴取料収入)(民間放送) ・ラジオ放送、配信サービス (広告収入)(民間放送) ・放送附帯サービス(民間放送) ・テレビ番組の娯楽作品原本(民間放送) ・テレビ放送、配信サービス (視聴料収入)(有線放送) ・テレビ放送、配信サービス (広告収入)(有線放送) ・ラジオ放送、配信サービス (聴取料収入)(有線放送) ・ラジオ放送、配信サービス (広告収入)(有線放送) ・放送附帯サービス(有線放送)
	(3) 映像レンタル	・映像レンタル(DVD、ブルーレ イ)レンタル	変更なし

ドメイン	サブドメイン	推計対象 (2015 年産業連関表基準)	推計対象 (2020 年産業連関表基準)
E. オーディオ、ビジュアル/インタラクティブメディア	(4) ゲーム関連	・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	変更なし
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	変更なし
	(2) 建築サービス	・建築サービス	変更なし
	(3) 広告	・広告サービス	変更なし
	(4) 広告制作	・広告制作	・テレビコマーシャル、その他の動画広告の制作サービス ・ラジオコマーシャル制作サービス ・広告制作サービス(他に分類されるものを除く)

※産業連関表の 2020 年表においては当該商品の国内生産額から、還付分(「調整項相当額」)を控除している。

(「調整項相当額」とは、輸出業者(商社等)を経由する輸出品の国内取引に係る消費税)

「調整項調整額」は、下線の推計対象に関連する産業部門で追加されているため、推計対象ごとに、該当産業部門全体に対する該当細品目の割合を算出し、その分を考慮して推計した。

2.2.4. 推計手法

文化 GDP と文化雇用において、次のような方法で推計を行った。

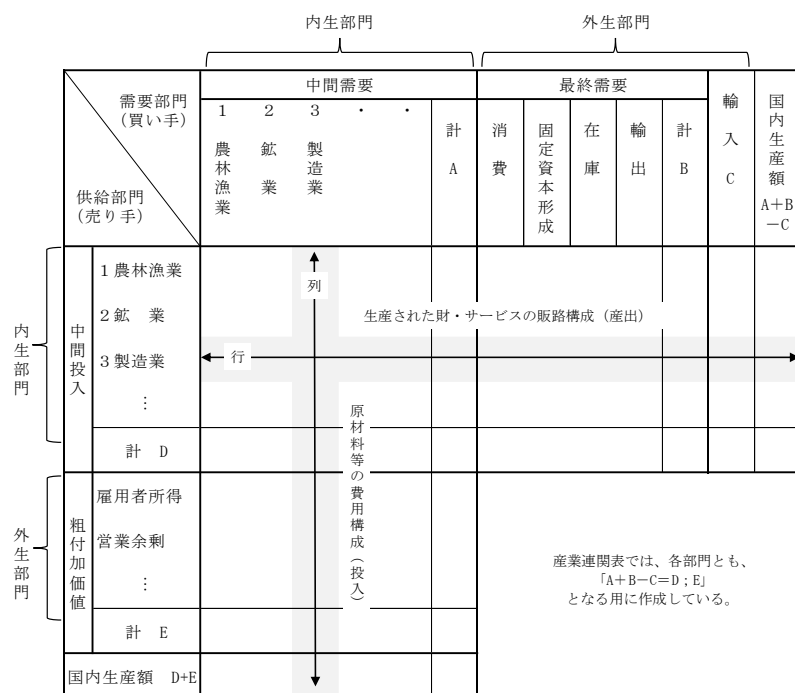
①国内生産額、付加価値 (GDP)、雇用数の推計方法について

国内生産額、付加価値 (GDP)、雇用数を推計するために、産業連関表を基礎資料として活用した。産業連関表は、国内経済において一定期間 (通常 1 年間) に行われた財・サービスの産業間取引を示した統計表である。原則として、西暦の末尾が 0 及び 5 の年を対象年として、関係府省庁の共同事業として作成されている。

産業連関表から、国内生産額、付加価値 (GDP) を算出するために必要な中間投入の係数 (中間投入率)、付加価値の係数 (付加価値率)、雇用数を推計するための係数 (雇用係数)、小売のマージン率、商業のマージン率、運輸のマージン率を求めた。中間投入率と付加価値率は、2020 年産業連関表の取引基本表から次の式で求めた。(取引基本表の概念図は、【図 2-2. 産業連関表 (取引基本表) の概念図】参照)

- 産業部門 A の中間投入率 = (産業部門 A の家計外消費支出 (行) + 産業部門 A の内生部門計) / 産業部門 A の国内生産額
- 産業部門 A の付加価値率 = (産業部門 A の粗付加価値部門計 - 産業部門 A の家計外消費支出 (行)) / 産業部門 A の国内生産額

【図 2-2. 産業連関表（取引基本表）の概念図】



出典：総務省（2020）「平成 27 年（2015 年）産業連関表 総合解説編」をもとに株式会社 NTT データ経営研究所にて作成

雇用係数は、2020 年産業連関表の雇用表（従業者総数）と部門別品目別国内生産額表を用いて、次の式で求めた。

- 産業部門 A の雇用係数＝産業部門 A の雇用数（従業者総数） / 産業部門 A の国内生産額

各マージン率は、2020 年産業連関表の産出表（基本分類表）より、次の式で求めた。

- 産業部門 A の小売マージン率＝家計消費支出に対応する産業部門 A の小売の値 / 家計消費支出に対応する産業部門 A の購入者価格
- 産業部門 A の商業マージン率＝家計消費支出に対応する産業部門 A の卸売、小売の合計値 / 家計消費支出に対応する産業部門 A の購入者価格
- 運輸マージン率＝家計消費支出に対応する産業部門 A の鉄道、道路、沿海、港湾、航空、利用運送、倉庫の合計値 / 家計消費支出に対応する産業部門 A の購入者価格

基本データとして、2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計では 2020 年産業連関表を用いた。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、また、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は、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をもとに推計している。よって、2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計は、過年度と異なる産業連関表の枠組みで推計している点に留意したい。

また、産業連関表から直接推計することのできない書籍・雑誌や新聞の小売業、ゲーム関連などの国内生産額は、これまでと同様、経済センサス活動調査、経済構造実態調査、各種業界データを用いて推計した。

②付加価値の推計方法について

付加価値は、産業連関表の取引基本表、投入表の費用構成をもとに、付加価値の比率を求め、推計した。産業連関表と SNA では、付加価値の取扱いが異なる。産業連関表では、家計外消費支出を粗付加価値部門に含め、SNA では、家計外消費支出を中間投入に含めている。本調査研究では、これまで同様、SNA に合わせる。したがって、家計外消費支出を付加価値ではなく、中間投入として扱い付加価値率を推計する。付加価値を構成する項目は、「雇用者所得」、「営業余剰」、「資本減耗引当」、「間接税（関税・輸入品商品税を除く）」、「(控除)計上補助金」である。

③本年度調査における 2020 年推計について

令和 5 年度調査では、2020 年の推計は、2015 年産業連関表の枠組みをもとに算出された 2020 年の延長産業連関を用いて、新たに追加した対象分と合わせて推計を行った。本調査は、新しい枠組みで 2020 年産業連関表が公表されたため、それを用いて推計を行った。基準とする枠組みが異なることから、推計値は、2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と、2020 年産業連関表基準の 2 つを併記している。図については、本調査で推計を行った 2020 年産業連関表基準の数値を示す。

④2021 年推計について

2021 年の推計値については、令和 6 年度中は、2021 年の延長産業連関表は未公表のため、2020 年産業連関表、2021 年経済センサス - 活動調査企業等に関する集計 - 産業横断的集計 - 経理事項等第 6 表、2022 年経済構造実態調査（産業横断調査） 二次集計（企業等に関する集計 1）第 1 表を用いて延長推計した。付加価値率は 2020 年の産業連関表を用いた。従って、2021 年の数値は暫定値として掲載している。

⑤文化 GDP の推移について

2015 年～2020 年の各年の文化 GDP 及び 6 年間の推移は、これまでの調査と同様、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。

⑥文化雇用者数の推計について

文化雇用者数は、2020 年産業連関表の雇用表（従業者総数）と部門別品目別国内生産額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。該当する産業部門の雇用係数は、産業連関表の取引基本表と雇用表から求めた「各産業の国内生産額」と「従業

者数(雇用者(役員を含む)+自営業主+家族従業者)」を基に、下記の式で算出した。

- 産業部門 A の雇用係数 = 産業部門 A の従業者数 / 産業部門 A の国内生産額

その上で、各推計対象の文化雇用者数は、国内生産額に、該当する産業部門の雇用係数を乗じて、算出した。

⑦過年度の推計方法について

2015～2020 年(2015 年産業連関表基準)の推計方法については、推計対象や手順の違いを明確にするため、令和 5 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を参照し、本報告書にも記載をしている。

2.3. 文化 GDP の推計結果

2.3.1. 文化部門の国内生産額・文化 GDP の推計

2015 年～2020 年(2020 年産業連関表基準)の我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 2-3. 文化生産額と文化 GDP(2015 年～2020 年)名目値】に示した通りである。2020 年の文化部門の国内生産額は、29 兆円で、日本の国内生産額全体(989 兆円)の 2.93%を占める結果となった。生産のために投入された財・サービスの費用を除いて算出された文化部門の国内総生産(文化 GDP=付加価値)は、12.3 兆円で、日本の GDP(国内総生産)(540 兆円)のうち 2.27%を占める結果となった。なお、2020 年産業連関表の枠組みで今年度新たに推計した 2020 年(2020 年産業連関表基準)の数値には、今回新たに追加された「娯楽作品の原本」²として、国内生産額 7,057 億円、付加価値 3,813 億円を含んでいる。

² 2.2.2. 令和 2 年(2020 年)産業連関表の変更点で説明した通り、2020 年産業連関表においては娯楽作品原本を新たに生産に追加し、全額を国内総固定資本形成(輸出入の譲渡取引を含む。)に計上している。

【表 2-3. 文化生産額と文化 GDP (2015 年～2020 年) 名目値】

(単位:億円)

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (2015 年産業 連関表基準)	2020 年 (2020 年産業 連関表基準)
文化部門の 国内生産額	247,407	253,051	253,799	253,276	255,497	236,738	289,872
国内生産額	10,103,743	9,984,540	10,287,585	10,497,680	10,470,826	9,889,221	9,889,221
文化部門国内生産額 対国内生産額比	2.45%	2.53%	2.47%	2.41%	2.44%	2.39%	2.93%
文化部門の国内総生 産 (文化 GDP)	100,934	104,939	105,612	104,567	107,498	103,485	122,582
国内総生産 (GDP)	5,380,323	5,443,646	5,530,730	5,566,301	5,579,108	5,398,082	5,398,082
文化 GDP の対 GDP 比	1.88%	1.93%	1.91%	1.88%	1.93%	1.92%	2.27%

※2020 年 (2020 年産業連関表基準) の推計は、2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、2016～2020 (2015 年産業連関表基準) 年の推計は 2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として 2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と 2020 年産業連関表基準を併記している。

※2020 年 (2015 年産業連関表基準) の推計値には、推計対象を追加した分を含んでいる。

※2020 年 (2020 年産業連関表基準) の数値には、今回新たに追加された「娯楽作品の原本」分として、国内生産額 7,057 億円、付加価値 3,813 億円を含む。

※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。

出典:内閣府「2022 年度国民経済計算」(国全体の数値)

各ドメイン別の国内生産額は【表 2-4. 各ドメインの国内生産額 (2015 年～2020 年) 名目値】、付加価値は【表 2-5. 各ドメインの付加価値 (2015 年～2020 年) 名目値】に示した通りである。2015 年から 2020 年 (2020 年産業連関表基準) までの各年、国内生産額及び付加価値が最も大きいのは「F. デザイン/クリエイティブサービス」である。推計結果の詳細は、後述するドメイン別の推計結果で説明する。

【表 2-4. 各ドメインの国内生産額 (2015 年～2020 年) 名目値】

(単位:億円)

ドメイン	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (2015 年 産業連 関表基準)	2020 年 (2020 年 産業連 関表基準)
A. 文化遺産/自然遺産	3,258	3,545	3,643	3,547	3,616	3,797	4,936
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	7,979	13,506
C. ビジュアルアーツ/工芸	5,374	5,755	5,751	5,666	5,930	4,825	3,856
D. 著作・出版/報道	39,631	38,226	35,998	34,658	33,575	30,930	38,741
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	77,717	86,879
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	111,490	141,955
合計	247,407	253,051	253,799	253,276	255,497	236,738	289,872

※2020 年 (2020 年産業連関表基準) の推計は 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、2016～2020 (2015 年産業連関表基準) 年の推計は 2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として 2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と 2020 年産業連関表基準を併記している。

※2020 年 (2015 年産業連関表基準) の推計値には、推計対象を追加した分を含んでいる。

※2020 年 (2020 年産業連関表基準) の数値には、今回新たに追加された「娯楽作品の原本」分として、国内生産額 7,057 億円を含む。

※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。

【表 2-5. 各ドメインの付加価値（2015 年～2020 年） 名目値】

(単位:億円)

ドメイン	2015	2016	2017	2018	2019	2020 年 (2015 年 産業連関 表基準)	2020 年 (2020 年 産業連関 表基準)
A. 文化遺産/自然遺産	1,260	1,422	1,429	1,346	1,410	1,538	2,171
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	3,713	6,489
C. ビジュアルアーツ/工芸	3,343	3,595	3,615	3,476	3,722	3,196	2,416
D. 著作・出版/報道	17,914	17,777	16,829	16,179	15,771	14,896	20,706
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	31,031	39,190
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	49,110	51,610
合計	100,934	104,939	105,612	104,567	107,498	103,485	122,582

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計は 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は 2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として 2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と 2020 年産業連関表基準を併記している。

※2020 年（2015 年産業連関表基準）の推計値には、推計対象を追加した分を含んでいる。

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の数値には、今回新たに追加された「娯楽作品の原本」分として、付加価値 3,813 億円を含む。

※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。

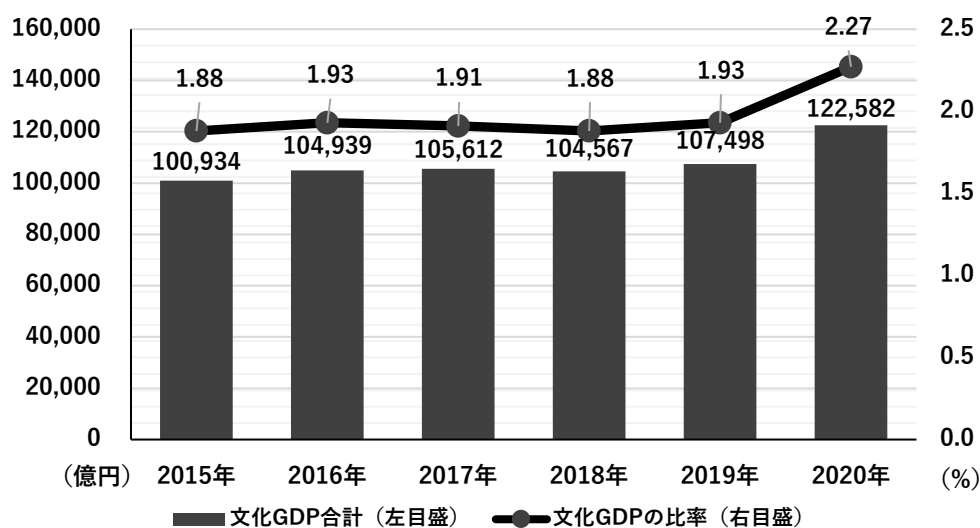
2.3.2. 文化 GDP の推移

文化 GDP の推移は、【図 2-3. 文化 GDP（名目値）の推移（2015 年～2020 年）】のとおりである。2015 年～2019 年の文化 GDP（名目値）は、10 兆円台で推移していたが、2020 年（2020 年産業連関表基準）に 12 兆円を超えた。2015 年～2019 年の国内の 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たが、2020 年（2020 年産業連関表基準）は 2.27%となった。

2020 年は新型コロナウイルス感染症の影響で経済活動が縮小した。全体の GDP が縮小したことから、文化 GDP についても減少することが予想されていたが、今回の推計では、対 2019 年、2020 年（2015 年産業連関表基準）でともに増加した。

これは、2020 年産業連関表の枠組みの変更により、産業連関表に基づく推計対象の変更、「娯楽作品の原本」の追加などの変更があったことが考えられる。また、2016～2019 年に基本データの統計の制約上、該当事業所へのアンケートなどで数値を把握していた推計対象があった。しかし、本年度は基準年として公表された 2020 年産業連関表から該当の数値を把握できたことで一部の国内生産額が増加したことも、文化 GDP の増加に影響している。

【図 2-3. 文化 GDP（名目値）の推移（2015 年～2020 年）】



※2020 年の推計は 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は 2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいため参考値である。

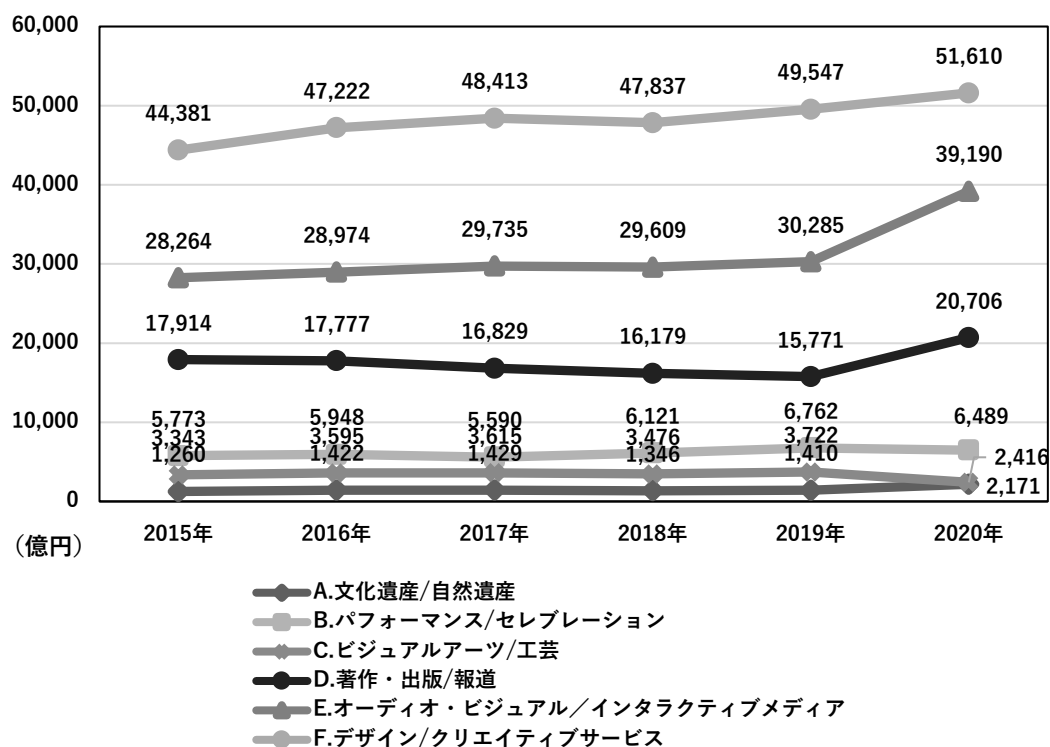
※2020 年（2015 年産業連関表基準）の推計値には、推計対象を追加した分を含んでいる。

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の数値には、今回新たに追加された「娯楽作品の原本」分として、付加価値 3,813 億円を含む。

※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。

ドメイン別の文化 GDP 推移は、【図 2-4. ドメイン別文化 GDP の推移（名目値）】のとおりである。2015 年～2020 年（2020 年産業連関表基準）において、「A. 文化遺産 / 自然遺産」、「B. パフォーマンス/セレブレーション」、「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」、「F. デザイン/クリエイティブサービス」ドメインは、付加価値（文化 GDP）が対 2019 年、2020 年（2015 年産業連関表基準で増加している。特に、ドメイン「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」の文化 GDP の増加は、2020 年産業連関表から娯楽作品の原本の一部が含まれた影響や、産業連関表の枠組みの変更による推計対象の変更の影響が考えられる。一方、「C. ビジュアルアーツ/工芸」ドメインの文化 GDP は、減少した。これは、「C. ビジュアルアーツ/工芸」に含まれる「写真業」の国内生産額の減少が影響しており、新型コロナウイルス感染症の影響により「写真業」に含まれる結婚式や学校行事などの活動に制限があったためと考えられる。

【図 2-4. ドメイン別文化 GDP の推移（名目値）】



※2020 年の推計は 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は 2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいため参考値である。

※2020 年（2015 年産業連関表基準）の推計値には、推計対象を追加した分を含んでいる。

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の数値には、今回新たに追加された「娯楽作品の原本」分として、付加価値 3,813 億円を含む。

※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。

2.3.3. ドメイン「A. 文化遺産/自然遺産」の推計

FCS2009 に基づくと、ドメイン「A. 文化遺産/自然遺産」のサブドメインは「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」と設定している。

これを参考に経済統計と関連付けて、我が国においては、「（１）博物館関連費」、「（２）文化財保護関連費」、「（３）自然遺産関連費」をサブドメインとした。なお、「文化的景観」については、「文化財保護関連費」、「自然遺産関連費」の双方に該当する整理とした。

主にそれぞれの管理運営、維持管理への支出を国内生産額とし、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た³。

³ 博物館は営利を目的としない公共的サービス部門であることから、サービスの実施主体（博物館など）の事業費を総生産額とみなし、うち施設活動費等を中間投入とし、その他の支出（人件費、租税公課など）を文化 GDP（粗付加価値）とみなして推計した。（インプット法）。

【表 2-6. 「A. 文化遺産/自然遺産」(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 (2015 年産業 連関表基準)	2020 年 (2020 年産業 連関表基準)
国内生産額	3,258	3,545	3,643	3,547	3,616	3,797	4,936
付加価値	1,260	1,422	1,429	1,346	1,410	1,538	2,171

※2020 年(2020 年産業連関表基準)の推計は 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、2016～2020(2015 年産業連関表基準)年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として 2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と 2020 年産業連関表基準を併記している。

※2020 年(2015 年産業連関表基準)の推計値には、推計対象を追加した分を含んでいる。

※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。

2.3.3.1. ドメイン「A. 文化遺産/自然遺産」の推計手順

①「(1) 博物館関連費」の付加価値相当額の推計

2015 年～2020 年の「(1) 博物館関連費」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た。国立博物館、公立博物館、私立博物館それぞれの博物館関連費の基本的な推計の手順は次のとおりである。

①国立博物館の推計手順

2015 年、2020 年(2020 年産業連関表基準)は、産業連関表の部門別品目別国内生産額に「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⁴を乗じて付加価値を推計した。

2016 年～2020 年(2015 年産業連関表基準)は、東京国立博物館等の大規模施設については、【表 2-7. 国立博物館(大規模施設)の推計対象】のとおり、各国立博物館に他の施設や本部事務局等を加えた運営法人(文化庁所管法人等)全体を文化遺産の推計対象とし、各法人の財務諸表から損益計算書等を用いて、国内生産額と付加価値相当額を推計した。財務諸表が非公開の国立博物館や国立大学の博物館については、アンケート調査等により推計した⁵。

②公立博物館の推計手順

「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⁶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した。

⁴ 2015 年産業連関表、2020 年産業連関表では、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)」と租付加価値部門の「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。従って、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ている。

⁵ 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 年度以降は、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。

⁶ 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。

【表 2-7. 国立博物館（大規模施設）の推計対象】

運営主体の法人名	令和4年度までの推計対象	令和5年度の追加の対象
独立行政法人国立文化財機構	東京国立博物館、京都国立博物館、奈良国立博物館、九州国立博物館の4館	東京文化財研究所、奈良文化財研究所、アジア太平洋無形文化遺産研究センター、本部（文化財活用センター、文化財防災センター、事務局）
独立行政法人国立美術館	東京国立近代美術館、京都国立近代美術館、国立映画アーカイブ、国立西洋美術館、国立国際美術館、国立新美術館、国立工芸館（令和3年度より）の7館	本部事務局
大学共同利用機関法人人間文化研究機構	国立歴史民俗博物館、国立民族学博物館の2館	国文学研究資料館、国立国語研究所、国際日本文化研究センター、総合地球環境学研究所、本部
独立行政法人国立科学博物館	国立科学博物館	（追加無し）
公益財団法人アイヌ民族文化財団	国立アイヌ民族博物館（国立アイヌ民族博物館管理業務）	アイヌ文化振興事業、国立民族共生公園等管理業務、アイヌ語アーカイブ事業

③ 私立博物館の推計手順

「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、推計した。

② 「（2）文化財保護関連費」の付加価値相当額の推計

「（2）文化財保護関連費」は、これまでは地方教育費調査（文部科学省）の文化財保護費を基本データに推計していたが、2020年からは、新たに国営公園の国営飛鳥平城宮跡歴史公園、国営吉野ヶ里歴史公園を史跡・遺跡の対象に加えた。

基本的な推計の手順は次のとおりである。

地方教育費調査の文化財保護費については、消費的支出を暦年に換算し、そのうち人件費を付加価値相当額とした。

各歴史公園は維持管理費（予算額）を国内生産額とみなし、社会教育（国公立）の付加価値率を乗じて付加価値を推計した。

③ 「（3）自然遺産関連費」の付加価値相当額の推計

ユネスコの世界自然遺産のうち、2020年時点で登録されている我が国の4つの自然遺産（知床、白神山地、小笠原、屋久島）⁷の保護関連費に加え、2020年からは、新たに国立公園、国営公園、国定公園、ジオパークを推計対象とした（【表 2-8. 「自然遺産」の推計対象】）。

⁷ 2021年7月に「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」が世界自然遺産に登録され、現在（令和5年度）、国内の世界自然遺産は5地域である。2020年の「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」に係る保護関連費は、自然遺産が含まれる国立公園の事業費に計上されている。

【表 2-8. 「自然遺産」の推計対象】

サブドメイン	令和4年度までの推計対象	令和5年度の推計対象
自然遺産関連費	世界自然遺産のみ	・世界自然遺産 ・国立公園(34カ所) ・国営公園(14カ所)※ ・国定公園(58カ所) ・ジオパーク(日本ジオパーク 46地域)

※国営公園のうち国営飛鳥平城宮跡歴史公園、国営吉野ヶ里歴史公園は歴史公園であることから、ドメインAの文化遺産(遺跡、史跡、文化的景観)に追加した。一方、国営公園の国営東京臨海広域防災公園は対象外とした。

世界自然遺産の推計にあたっては、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した。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、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⁸。

なお、環境省の事業費の一部が、後述の国立公園の事業費と重複している分については、世界自然遺産の事業費から除く処理を行った。

国立公園、国営公園、国定公園、ジオパークそれぞれについての基本的な推計の手順は次のとおりである。

①国立公園の推計手順

関連事業費の予算額は、環境省提供資料を用いた。

事業費は中間投入に相当すると考え、産業連関表の社会教育(国公立)の中間投入比率の逆数を乗じて国内生産額を求め、これに付加価値率を乗じて付加価値を推計。

②国営公園の推計手順

関連事業費の予算額は、国土交通省提供資料を用いた。

事業費は国内生産額に相当すると考え、産業連関表の社会教育(国公立)の付加価値率を乗じて付加価値を推計。

③国定公園の推計手順

国定公園が所在する44都道府県の担当課に事業費・人件費に関するアンケート調査を実施し、23都道府県より回答を得た。

アンケート調査によって得られた事業費・人件費を基本データとするが、得られた人件費の合計を付加価値相当額とした⁹。

⁸ 北海道では、2016年以降、人件費を含んだフルコストが公表されていることから、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。

⁹ 国定公園は、自然公園法に基づき国が指定する自然公園で、その管理・運営は主に各都道府県が行うが、国定公園の区域が複数県にまたがることや、複数の国定公園を有する道府県もある。アンケート調査の回答からでは、1国定公園あるいは1都道府県あたりの事業費・人件費を分割して算出するのは困難であったため、回答をもとに、人件費（一部事業費から推計）の合計を付加価値相当額とみなした。

④日本ジオパークの推計手順

日本ジオパークに認定された46ヵ所(世界ジオパーク含む)の運営団体に事業費・人件費に関するアンケート調査を実施し、28団体より回答があった

アンケート調査によって得られた事業費・人件費から1ジオパークあたりの事業費・人件費を求め、これをもとに全体の事業費・人件費を推計し、人件費を付加価値相当額とした。

2.3.3.2. ドメイン「A.文化遺産/自然遺産」の付加価値の推移

ドメイン「A.文化遺産/自然遺産」の2015年～2020年の付加価値の推移は、【表 2-9. 2015年～2020年の「A.文化遺産/自然遺産」の付加価値（名目値）】のとおりである。5年間で付加価値は911億円増加している。【図 2-5. 「A.文化遺産/自然遺産」の付加価値の推移（名目値）】のとおり、各年とも博物館関連費の付加価値が最も大きく、次いで文化財保護費が多い。

なお、2020年（2015年産業連関表基準）から2020年（2020年産業連関表）の増加幅が大きい点については、博物館の国内生産額が増加し、それに伴い付加価値も増加した¹⁰ためである。「社会教育調査（文部科学省）」をもとに2015年度から2021年にかけて¹¹の博物館数の推移を参考として確認したところ、約50館程度増えていたため、施設数の増加が国内生産額に影響している可能性がある。

【表 2-9. 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）

サブドメイン	推計対象	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (2015年 産業連関表 基準)	2020年 (2020年 産業連関表 基準)
(1)博物館関連費	国立博物館、公立博物館、私立博物館	1,044	1,208	1,206	1,122	1,191	1,223	1,856
(2)文化財保護関連費	文化財保護費 歴史公園（国営公園）	199	197	203	206	200	210	210
(3)自然遺産関連費	自然遺産関連費	17	17	19	18	19	105	105
合計		1,260	1,422	1,429	1,346	1,410	1,370	2,171

※2020年（2020年産業連関表基準）の推計は2020年産業連関表をもとに行った。2015年の推計は2015年産業連関表を、2016～2020（2015年産業連関表基準）年の推計は、2015年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として2020年の数値を2015年産業連関表基準と2020年産業連関表基準を併記している。

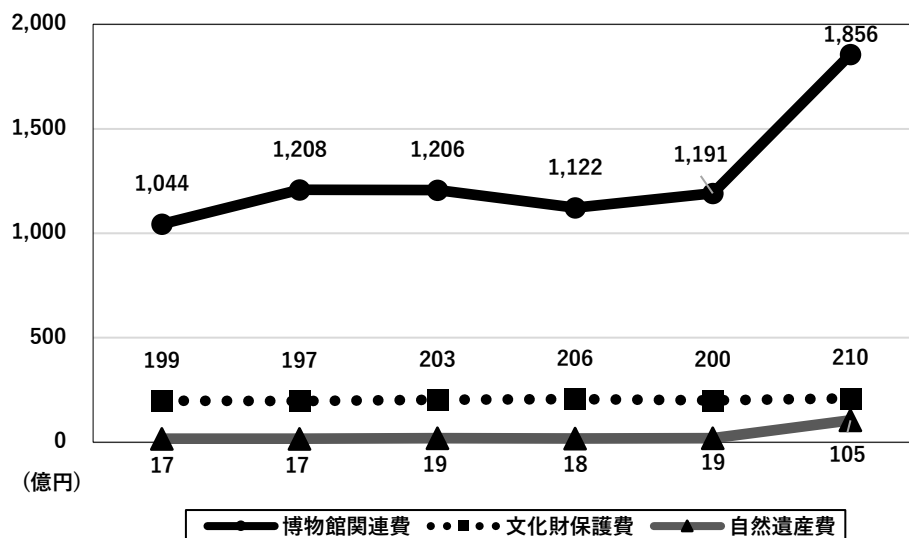
※2020年（2015年産業連関表基準）の推計値には、推計対象を追加した分を含んでいる。

※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。

¹⁰ 前述の通り、博物館関連費については、2015年、2020年（2020年産業連関表基準）と2016年～2020年（2015年産業連関表基準）について、異なる基礎資料から国内生産額を算定していることに留意したい。

¹¹ 社会教育調査は3年単位で公表されているため、2015年度と2021年度の数値を参考として参照した。

【図 2-5. 「A. 文化遺産/自然遺産」の付加価値の推移（名目値）】



※2020年（2020年産業連関表基準）の推計は2020年産業連関表をもとに行った。2015年の推計は2015年産業連関表を、2016～2020（2015年産業連関表基準）年の推計は、2015年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいため参考値である。
 ※2020年（2015年産業連関表基準）の推計値には、推計対象を追加した分を含んでいる。
 ※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。

2.3.4. ドメイン「B. パフォーマンス/セレブレーション」の推計

FCS2009に基づく、ドメイン「B. パフォーマンス/セレブレーション」のサブドメインは、「演奏会を含むパフォーミングアーツ」、「音楽」、「フェスティバル、フェア、祝祭」と設定している。

これを参考に経済統計と関連付けて、我が国においては、「（１）パフォーミングアーツ」、「（２）音楽」をサブドメインとした。「フェスティバル、フェア、祝祭」については、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一方で、我が国の場合は多くの観客を集める伝統的な祭り等が多くあるものの、これに特定の産業の生産側から推計することが困難である。従って、本調査では推計の対象とはしていない。

【表 2-10. 「B. パフォーマンス/セレブレーション」（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 (2015年産業連関表基準)	2020年 (2020年産業連関表基準)
国内生産額	11,825	11,971	11,366	12,359	13,328	7,979	13,506
付加価値	5,773	5,948	5,590	6,121	6,762	3,713	6,489

※2020年（2020年産業連関表基準）の推計は2020年産業連関表をもとに行った。2015年の推計は2015年産業連関表を、2016～2020（2015年産業連関表基準）年の推計は、2015年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として2020年の数値を2015年産業連関表基準と2020年産業連関表基準を併記している。
 ※2020年（2020年産業連関表基準）の数値には、今回新たに追加された「音楽の娯楽作品原本」分として、国内生産額551億円、付加価値273億円を含む。
 ※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。

2.3.4.1. ドメイン「B. パフォーマンス/セレブレーション」の推計手順

本ドメインでは、「(1) パフォーミングアーツ」として、①興行場（映画館を除く）・興行団、②音楽ホールや劇場等の運営、「(2) 音楽」として③楽器製造、④音楽ソフト、⑤有料音楽配信、⑥音楽CDレンタルを推計対象としてそれぞれの付加価値を推計した。

① 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ミングアーツ」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」（令和2年（2020年）産業連関表作成基本要綱より）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。

【表 2-11. 「興行場、興行団業務の収入種類別の年間売上高と構成比」】の「興行場、興行団業務の収入種類別の年間売上高と構成比」は、経済構造実態調査（総務省・経済産業省）¹²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」から求めた。

【表 2-11. 「興行場、興行団業務の収入種類別の年間売上高と構成比」】

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	24.5%
演劇	1,327	50	487	1,864	15.8%
演芸	41	4	37	82	0.7%
音楽	2,411	135	993	3,539	29.9%
美術	6	0	0	7	0.1%
イベント	143	21	58	222	1.9%
その他	6	28	3,190	3,224	27.2%
合計	5,046	291	6,495	11,832	100.0%

（注）文化部門の比率を推計するために用いた基礎統計について、2020年は、興行場、興行団業務の収入種類別の年間売上高が掲載される経済構造実態調査が実施されず、2020年を対象とした経済センサス活動調査には該当する調査項目がない。従って、2020年の文化部門の比率は、2019年の経済構造実態調査の構成比をもとに推計した。

出典：総務省・経済産業省「経済構造実態調査」

【表 2-11. 「興行場、興行団業務の収入種類別の年間売上高と構成比」】のとおり、文化部門の比率はスポーツを除く 75.5%とする。2020年（2020年産業連関表基準）の「興行場（映

¹² 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。

画館を除く）・興行団」の国内生産額は1,087,600億円である。これに文化部門の比率75.5%を乗じて、スポーツ部門を除くと、文化部門の国内生産額は821,138億円と推計される。

国内生産額821,138億円に2020年産業連関表の「興行場（映画館を除く）・興行団」の付加価値率を乗じて付加価値を推計する。文化部門の付加価値は422,367億円となる。

②音楽ホールや劇場等の付加価値相当額の推計

音楽ホールや劇場等の付加価値は、国立及び公立に限って推計を行った。その理由は、私立（民間）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、重複を避けるためである。

①独立行政法人立の国立劇場・音楽堂等の付加価値相当額の推計

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。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¹³としている。

②公立の劇場・音楽堂等の付加価値相当額の推計

推計対象は、公立の劇場・音楽堂等である。

「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。

③楽器製造業の付加価値の推計

2020年の楽器製造業は、2020年産業連関表の「楽器」部門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。2015年～2019年も同様の手順で推計している。

④音楽ソフト・その他の音声情報制作サービスの付加価値の推計

本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我が国の統計上の産業部門は「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」で、この部門は「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」と複数の領域を横断している。

2020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。

¹³ 2015年度及び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。

・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」及び「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

・2020 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。

2020 年（2020 年産業連関表基準）の音楽ソフト関連の国内生産額は、音楽ソフト関連（【表 2-12. 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」部門と文化領域】の網掛け部分）の国内生産額¹⁴に、2020 年産業連関表の「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」（全体）から求めた付加価値率を用いて算出した。

2016 年～2020 年（2015 年産業連関表基準）については、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）」全体の国内生産額に、全体に占める音楽ソフト関連¹⁵の割合を掛けて推計し、「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」全体の付加価値率を用いて付加価値を求めている。

【表 2-12. 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」部門と文化領域】

2020 年産業連関表の部門別品目（細品目）	文化領域	国内生産額 （億円）※	構成比（％）
音楽ソフト（物理的媒体）	B ドメイン	1,585	4.72%
音楽ソフト（配信用）		441	1.31%
その他の音声情報制作サービス		156	0.46%
音楽の娯楽作品原本 （映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く。））		551	1.64%
ニュース供給サービス	D ドメイン	1,245	3.71%
映画の制作・配給サービス（受託制作を除く）	E ドメイン	2,778	8.27%
映画の受託制作サービス		321	0.95%
テレビ番組の制作サービス		7,082	21.10%
映像ソフト（物理的媒体）		881	2.62%
映像ソフト（配信用）		286	0.85%

¹⁴ 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」は「（控除）調整項相当額」が含まれる。当該細品目の割合を算出した上で、国内生産額から差し引く調整を行っている。

¹⁵ 2020 年産業連関表より、「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」の細品目が変更された。2015 年産業連関表においては、「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」のうち「レコード制作」、「その他の映像・音声・文字情報制作事業」が音楽ソフトに関連する細品目であった。

2020 年産業連関表の部門別品目（細品目）	文化領域	国内生産額 （億円）※	構成比（％）
その他の映像制作サービス		3,258	9.70%
映画の娯楽作品原本		1,769	5.27%
テレビ番組の娯楽作品原本 （映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く。））		261	0.78%
ラジオ番組制作サービス		149	0.44%
映像・音声・文字情報制作支援サービス		2,167	6.45%
テレビコマーシャル、その他の動画広告の制作サービス	F ドメイン	3,905	11.63%
ラジオコマーシャル制作サービス		25	0.07%
広告制作サービス（他に分類されるものを除く）		6,715	20.00%
合計		33,574	100.00%

出典：総務省等「産業連関表」

※調整項相当額調整後の値

⑤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）の音楽配信売上を基本データとしている。なお、音楽配信売上は、日本レコード協会によると「当協会会員社が、事業主としてまたは卸販売の形で、もしくはライセンスを受けて配信を行っている音源等についての実績をとりまとめたもの」としている。

なお、ストーリーミング（定額音楽配信サービス）の音楽と音楽ビデオの広告収入分は、広告サービス部門と重複するため除いている。

【表 2-13. 2020 年の種別音楽配信売上（広告分を除く）】

（単位：百万円）

種類		金額
Master ringtones※		148
Ringback tones※		1,021
ダウンロード	シングルトラック	10,986
	アルバム	6,788
	音楽ビデオ	137
ストーリーミング	サブスクリプション/音楽	50,697
	サブスクリプション/音楽ビデオ	1,921
その他		250
合計		71,948

※Master ringtones は、フィーチャーフォンで音楽をダウンロードできるサービス、Ringback tones は、電話で相手に聞かせる呼び出し音を歌などに変えられるもの。出典：（一社）日本レコード協会「日本のレコード産業」

音楽配信売上 719 億円を国内生産額とみなし、2020 年産業連関表の「インターネット附随サービス」の付加価値率を用いて付加価値を推計している。

⑥音楽 CD レンタルの付加価値の推計

2020 年の音楽 CD レンタル年間売上高は、2021 年経済センサス - 活動調査(企業等に関する集計―産業横断的集計―経理事項)の第 6 表の「音楽・映像記録物賃貸業 (別掲を除く)」(会社企業、会社以外の法人、個人の売上 (収入) 金額の計) 760 億円を基本データとしている¹⁶。

2021 年経済センサス - 活動調査(企業等に関する集計―産業横断的集計―経理事項)の第 6 表の「音楽・映像記録物賃貸業 (別掲を除く)」の年間売上高は、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。音楽分野と映像分野に分割するために、「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率を用いている(【表 2-14. 映像・音楽レンタル比率】)。

【表 2-14. 映像・音楽レンタル比率】

区分	金額 (億円)	比率 (%)
CD レンタル	179	14.7%
DVD 等レンタル	1041	85.3%
合計	1220	100.0%

出典：(一財)デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書」

「音楽・映像記録物賃貸業 (別掲を除く)」の年間売上高に、【表 2-14. 映像・音楽レンタル比率】の CD レンタル分 14.7%を乗じて CD レンタルの国内生産額を推計し、これに 2020 年産業連関表の「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。

2.3.4.2. ドメイン「B. パフォーマンス/セレブレーション」の付加価値の推移

ドメイン「B. パフォーマンス/セレブレーション」の 2015 年～2020 年の付加価値の推移は【表 2-15. 2015 年～2020 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)】のとおりである。2015 年～2019 年の 4 年間で付加価値は約 716 億円増加している。

一方、2020 年 (2015 年産業連関表基準) の付加価値額は 2019 年と比較して大きく減少した。これは、新型コロナウイルス感染症の影響で、主に興行場 (映画館を除く)、興行団の数値が減少したためと思われる。ただし、2020 年 (2020 年産業連関表基準) については 2019 年と大きく変わらない付加価値額となった。これは、2020 年産業連関表 (2020 年産業連関表基準) において、産業部門「興行場 (映画館を除く)・興行団」の細品目が増えたことが

¹⁶ 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」の国内生産額を用いている。

2016 年及び 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 年及び 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。

2018 年及び 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ている。

影響している可能性がある¹⁷。

【表 2-15. 2015 年～2020 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）

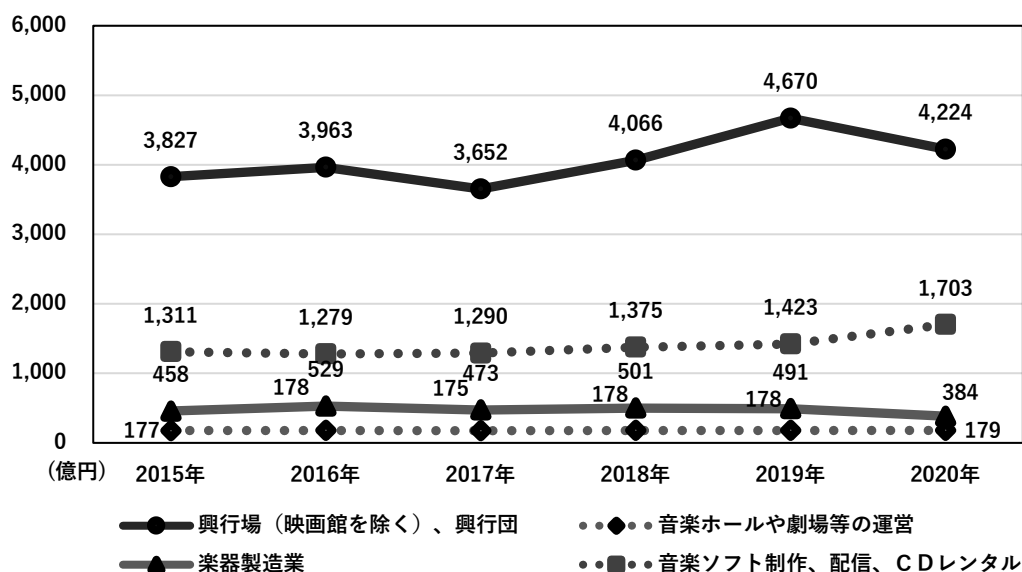
サブドメイン	推計対象	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (2015 年産 業連関表 基準)	2020 年 (2020 年産 業連関表 基準)
(1) パフォーマンス アーツ	興行場（映画館を除く）、興行団	3,827	3,963	3,652	4,066	4,670	1,749	4,224
	音楽ホールや劇場等の 運営	177	178	175	178	178	179	179
(2) 音楽	楽器製造業	458	529	473	501	491	401	384
	音楽ソフト制作、有 料音楽配信、音楽 C D レンタル	1,311	1,279	1,290	1,375	1,423	1,385	1,703
合計		5,773	5,948	5,590	6,121	6,762	3,713	6,489

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計は 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として 2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と 2020 年産業連関表基準を併記している。

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の数値には、今回新たに追加された「音楽の娯楽作品原本」分として、付加価値 273 億円を含む。

※端数を四捨五入しているので、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。

【図 2-6. 「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）】



※2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計は 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいため参考値である。

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の数値には、今回新たに追加された「音楽の娯楽作品原本」分として、付加価値 273 億円を含む。

※端数を四捨五入しているので、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。

¹⁷ 産業部門「興行場（映画館を除く。）・興行団」の細品目は、2015 年産業連関表においては 1 種類であったが、2020 年産業連関表は 10 種類に増えている。

※産業部門「興行場（映画館を除く。）・興行団」2020 年産業連関表の細品目

興行サービス（入場料収入）、興行サービス（事業者との契約に基づく興行収入）、興行サービス（その他の収入）、スポーツ興行の放送権の使用許諾サービス、芸能人の育成・マネジメントサービス、劇場賃貸サービス、会議室等賃貸サービス、屋外広告スペース提供サービス（興行場（映画館を除く。）・興行団）、集会場賃貸サービス（興行場（映画館を除く。）・興行団）、ネーミングライツ付与・スポンサーシップサービス（興行場（映画館を除く。）・興行団）

2.3.5. ドメイン「C. ビジュアルアーツ/工芸」の推計

2.3.5.1. ドメイン「C. ビジュアルアーツ/工芸」の推計手順

FCS2009 に基づく、ドメイン「C. ビジュアルアーツ/工芸」のサブドメインは、「(1) 美術」、「(2) 写真」、「(3) 工芸」と設定している。我が国のサブドメインも同様に、「(1) 美術」、「(2) 写真」、「(3) 工芸」と定める。

本ドメインは、推計対象に大きな変更はなく、これまで同様、美術関連は、「美術作家からの直接購入に関する取引」「美術関連品（ポスター・ポストカード、グッズ）取引」に分けて推計した。写真関連は、「写真業」、「美術作家からの直接購入に関する取引」のうちの「写真」を対象に、工芸関連は、「手すき和紙」、「人造宝石」などを対象に推計した。

【表 2-16. 「C. ビジュアルアーツ/工芸」(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 (2015 年産業 連関表基準)	2020 年 (2020 年産業 連関表基準)
国内生産額	5,374	5,755	5,751	5,666	5,930	4,825	3,856
付加価値	3,343	3,595	3,615	3,476	3,722	3,196	2,416

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計は 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、また、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として、2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と、2020 年産業連関表基準を併記している。

※端数を四捨五入しているので、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。

① 「(1) 美術」関連の付加価値の推計

「C. ビジュアルアーツ/工芸」ドメインでは、美術品市場に関するデータが不足しているため、推計が難しい状況である。例えば、画商やギャラリーによる取引データは、経済統計に基づいて直接的に取得することが困難である¹⁸。また、美術品は取引される年に必ずしも制作されたわけではないため、国民経済計算（SNA）の「生産品（商品）」の定義には適合しない場合が多い¹⁹。この点に留意しながら、美術品の取引に関する推計を行った。今年度の推計では、これまで同様、「日本のアート産業に関する市場レポート 2020」（（一社）アート東京等）を基本データに、「アート作品の作家からの直接購入（写真作品を除く）」と、「関連グッズ（ポスター、ポストカード等）」のみを推計対象として設定した²⁰。

¹⁸ 美術品の取引が含まれる経済統計としては、経済センサス活動調査（総務省）及び経済構造実態調査（総務省・経済産業省）がある。美術品の取引の対象範囲は、骨とう品小売業、美術品（骨とう品を除く）の小売であるが、経済センサス活動調査では、骨とう品小売業の年間商品販売額は捕捉できるが、美術品（骨とう品を除く）は他に分類されないその他の小売業に含まれ、美術品（骨とう品を除く）の年間商品販売額を分割することができない。経済構造実態調査では、骨とう品及び美術品（骨とう品を除く）はその他の小売業に含まれ、骨とう品及び美術品（骨とう品を除く）の年間商品販売額を分割することはできない。以上のことから、美術品の取引は本推計の対象とはしていない。

¹⁹ SNA は、その年に生産されたものを勘定の対象としている。美術品は、取引される年に生産（創作）されたものとは限らず、たとえ高額であっても過去の作品・商品は推計の対象とはならない。現在、最新の国際基準である 2008SNA では、娯楽・文学・芸術作品の原本を知的財産生産物とすることとしている。このうち、芸術作品については、基礎統計の制約から国民経済計算及び産業連関表の取引対象とはされていない。なお、2015 年基準国民経済計算では、映画、テレビ番組、音楽、書籍の 4 種類については、総固定資本形成に計上しており、2024 度公表予定の 2020 年産業連関表も同様の対応をしている。

²⁰ 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。

①アート作品の作家からの直接購入に関する取引（写真作品を除く）の付加価値の推計

2020 年（2020 年産業連関表基準）の美術品取引額は、作家からの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」から推計した。美術品や関連商品に関するジャンル別の取引額構成比を参考にし、写真を除く洋画・日本画、工芸、書などを推計対象とした。求めた美術品取引額に、2020 年産業連関表に基づく「遊戯場・その他の娯楽」部門の付加価値率を用いて、付加価値を算出した。

2020 年（2015 年産業連関表基準）の数値は、同様に求めた美術品取引額に、2020 年延長産業連関表の「その他の娯楽」部門の付加価値率を用いて付加価値を求めた。2016 年から 2019 年についても、同様の手法で美術品取引額を推計したが、「アート産業市場レポート」の発行は 2016 年以降であるため、2015 年に関しては推計を行っていない。

②美術関連品（ポスター・ポストカード、グッズ）の取引の付加価値の推計

「美術関連品」はデータが購入額であるため、商業および輸送コストのマージン、ならびに輸入分を除外し、国内生産額を算出する必要がある。

これまで同様、ポスター・ポストカードは「印刷・製版・製本」部門、グッズは「その他の製造業製品」部門に分類した。次に、2020 年産業連関表の産出表から「印刷・製版・製本」と「その他の製造業製品」の商業および運輸部門のマージン率²¹を算出し、「日本のアート産業に関する市場レポート 2020」（（一社）アート東京等）のデータに基づく「ポスター・ポストカード」および「グッズ」の購入額から、各マージン部分を差し引いた。その後、2020 年産業連関表、取引基本表（生産者価格評価表）（基本分類表）における「印刷・製版・製本」と「その他の製造業製品」の自給率²²を用いて、輸入分を除外した国内生産額を推計した。求めた国内生産額に、「ポスター・ポストカード」は「印刷・製版・製本」部門の付加価値率、「グッズ」は「その他の製造業製品」部門の付加価値率を用いて、付加価値を推計した。

2020 年（2015 年産業連関表基準）および 2016 年～2019 年については、同様の手順で「美術関連品」の国内生産額を推計し、2015 年産業連関表の産出表から求めた「印刷・製版・製本」と「その他の製造工業製品」部門の商業及び運輸のマージン率を用いて同様の手順で付加価値を推計した。なお、「日本のアート産業に関する市場レポート」の発行は 2016 年以降であるため、2015 年に関しては推計を行っていない。

②「（2）写真」関連の付加価値の推計

「（2）写真」関連は、写真撮影業、写真館、商業・広告用の写真などを含む「写真業」と、美術作家から直接購入される美術作品の一部である「写真」を推計対象とする。

²¹ 各マージンは、令和 2 年（2020 年）産業連関表 産出表（基本分類表）より、次の式で求めた。

・産業部門 A の商業マージン率＝家計消費支出に対応する産業部門 A の卸売、小売の合計値 / 家計消費支出に対応する産業部門 A の購入者価格
・運輸マージン率＝家計消費支出に対応する産業部門 A の鉄道、道路、沿海、港湾、航空、利用運送、倉庫の合計値 / 家計消費支出に対応する産業部門 A の購入者価格

²² 自給率は、令和 2 年（2020 年）産業連関表 取引基本表（生産者価格評価表）より、次の式で求めた。

・産業部門 A の自給率＝産業部門 A の国内生産額 / （産業部門 A の国内生産額＋産業部門 A の輸入額）

2020 年（2020 年産業連関表基準）における「写真業」は、2020 年産業連関表の「写真業」の国内生産額に、2020 年産業連関表から求めた付加価値率を乗じて付加価値を推計した²³。2020 年（2015 年産業連関表基準）は、2020 年延長産業連関表の「写真業」の国内生産額に、2020 年延長産業連関表を用いた算出した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」に関しては、他の美術品と同様の手順で国内生産額と付加価値を推計した。ただし、「写真」も他の美術品と同様に、データの基となる「日本のアート産業に関する市場レポート 2020」（（一社）アート東京等）が 2016 年以降に発表されたため、2015 年に関する推計は行っていない。

③「（３）工芸」関連の付加価値の推計

「（３）工芸」関連は、産業連関表からの【表 2-17. 工業関連の推計対象及び産業部門】とおり、対応する部門及び品目を抽出し、推計対象とした。

【表 2-17. 工業関連の推計対象及び産業部門】

品目	産業部門（基本分類）
手すき和紙	洋紙・和紙
陶磁器製置物	陶磁器
陶磁器絵付品	陶磁器
七宝製品	その他の窯業・土石製品
人造宝石（合成宝石、模造宝石、人造真珠、人造水晶を含む）	その他の窯業・土石製品
金属彫刻品	その他の金属製品
貴金属製装身具（宝石、象牙、亀甲を含む）	身辺細貨品
天然・養殖真珠装身具（購入真珠によるもの）	身辺細貨品

出典：産業連関表（総務省等）

2020 年（2020 年産業連関表基準）、および 2015 年は、それぞれ 2020 年産業連関表、2015 年産業連関表の部門別品目別表、部門別品目別国内生産額表の国内生産額を用いた²⁴。これらをもとに、対応する産業部門の付加価値率を適用し、付加価値を推計した。

2020 年（2015 年産業連関表基準）は、2021 年経済センサス - 活動調査 製造業（品目別統計表データ）第 1 表（全事業所）の製造品出荷額を国内生産額とみなし、対応する産業の付加価値率を用いて付加価値を求めた。なお、人造宝石については、全事業所の出荷金額は(X)²⁵とされ、伏せられているため、従業者 4 人以上の事業所の出荷金額を国内生産額とみなしている。

²³ 「写真業」は「(控除) 調整項相当額」が含まれる。国内生産額から差し引く調整を行っている。

²⁴ 各産業部門は「(控除) 調整項相当額」が含まれる。当該細品目の割合を算出した上で、国内生産額から差し引く調整を行っている

²⁵ 2021 年経済センサス活動調査では「(X)」は、集計対象となる事業所が 1 又は 2 であるため、これをそのまま掲げると個々の報告者の秘密が漏れるおそれがあるため秘匿した箇所である。また、集計対象が 3 以上の事業所に関する数値であっても、集計対象が 1 又は 2 の事業所の数値が合計との差し引きで判明する箇所は、併せて「(X)」とした。」と説明している

2016年から2019年は、産業連関表の公表がないため、工業統計調査（経済産業省）の従業者4人以上の事業所における製造品出荷額を基本データとした。2016年経済センサス-活動調査の産業別集計（製造業）「品目編」統計表データ（総務省）を用い、対象となる分野の4人以上事業所と全事業所の製造品出荷額の比率を用いて、各分野の全事業所の製造品出荷額を推計した。推計された製造品出荷額を国内生産額として扱い、各年および各産業部門の付加価値率を使用して、付加価値を算出した。

2.3.5.2. ドメイン「C. ビジュアルアーツ/工芸」の付加価値の推移

「(1) 美術」、「(2) 写真」、「(3) 工芸」をサブドメインとする「C. ビジュアルアーツ/工芸」の2015年～2020年の推移は、【表 2-18. 2015年～2020年の「C. ビジュアルアーツ/工芸」の付加価値（名目値）】のとおりである。付加価値が最も大きい年は2019年の3,722億円で、最も小さいのは2020年（2020年産業連関表基準）の2,416億円である。

特に「(2) 写真」の付加価値が、対2019年、2020年（2015年産業連関表基準）より大幅に減少していることがわかる。これは、「C. ビジュアルアーツ/工芸」に含まれる「写真業」の国内生産額の減少が影響している。原因としては、新型コロナウイルス感染症の影響により「写真業」に含まれる結婚式や学校行事などの活動に制限があったためだと考えられる。また、対2020年（2015年産業連関表基準）においては、産業連関表の基準年の変更に伴う、細品目の変更が影響していると考えられる。一方で、「(2) 写真」の付加価値は、引き続き最も大きい。

「(1) 美術」の付加価値は美術作家からの直接購入分と美術関連品のみの推計²⁶であるが、200億円前後で推移している。「(3) 工芸」の付加価値は600億円超で推移していたが、2020年（2020年産業連関表基準）は516億円となった。

【表 2-18. 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）

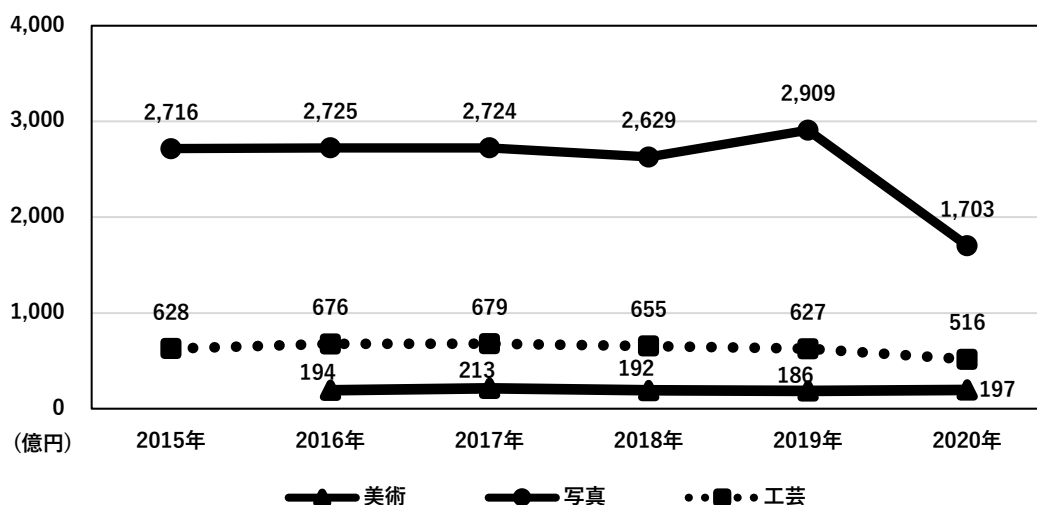
サブドメイン	推計対象	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 (2015年 産業連関表 基準)	2020年 (2020年 産業連関表 基準)
(1) 美術	作家から購入(美術品・工芸・書)、美術グッズ(ポスター、グッズ等)	—	194	213	192	186	195	197
(2) 写真	写真業、作家から購入(写真)	2,716	2,725	2,724	2,629	2,909	2,532	1,703
(3) 工芸	工芸関連	628	676	679	655	627	469	516
合計		3,343	3,595	3,615	3,476	3,722	3,196	2,416

※2020年（2020年産業連関表基準）の推計では2020年産業連関表をもとに行った。2015年の推計は2015年産業連関表を、また、2016～2020（2015年産業連関表基準）年の推計は、2015年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として、2020年の数値を2015年産業連関表基準と、2020年産業連関表基準を併記している。

※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。

²⁶ 美術市場（作品売買の市場）については、作家から直接購入を除く国内市場分は、産業としての捉え方、中間投入・粗付加価値の扱いなど検討が必要なため、引き続き保留としている。

【図 2-7. 「C. ビジュアルアーツ/工芸」の付加価値の推移（名目値）】



※2020年（2020年産業連関表基準）の推計では2020年産業連関表をもとに行った。2015年の推計は2015年産業連関表を、また、2016～2020（2015年産業連関表基準）年の推計は、2015年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいため参考値である。

※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。

2.3.6. ドメイン「D. 著作・出版/報道」の推計

FCS2009のドメイン「D. 著作・出版/報道」は、「著作・出版」、「新聞・雑誌」、「その他出版物」、「ライブラリー」、「ブックフェア」といったサブドメインが設定されている。

これを参考に経済統計と関連付けて、我が国においては、「（１）出版」、「（２）書籍、雑誌小売業（古本除く）」、「（３）古本小売業」、「（４）新聞、ニュース供給サービス」、「（５）新聞小売業（新聞販売店）」、「（６）国立図書館」、「（７）公立図書館」の７つをサブドメインとして設定する²⁷。

推計対象は、次のサブドメインで変更した。「（１）出版」は紙媒体、オンラインを含む「出版物」に加え、本年度より「書籍の娯楽作品原本」を含んでいる。「（４）新聞、ニュース供給サービス」は、産業連関表の変更に伴い、「ニュース供給業」から「ニュース供給サービス」へ変更した。「（６）国立図書館」のうち、「国立公文書館」は、2020年（2015年産業連関表基準）より推計対象として加わっている。

²⁷ 「ブックフェア」については、欧米では大規模な市場規模を有し、国際的なビジネスイベントとして広く認知されている。しかし、日本におけるブックフェアは、その定義や目的が不明確であり、現状では市場規模を形成するほどの大規模なイベントとは言えない。また、特定の産業の生産側から推計を行うことが難しいため、これまで同様、推計対象には含めていない。

【表 2-19. 「D. 著作・出版/報道」(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 (2015 年 産業連関表 基準)	2020 年 (2020 年 産業連関表 基準)
国内生産額	39,631	38,226	35,998	34,658	33,575	30,930	38,741
付加価値	17,914	17,777	16,829	16,179	15,771	14,896	20,706

※2020 年(2020 年産業連関表基準)の推計では 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、また、2016～2020(2015 年産業連関表基準)年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として、2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と、2020 年産業連関表基準を併記している。

※2020 年(2015 年産業連関表基準)の推計値には、推計対象として「国立公文書館」を追加した分を含んでいる。

※2020 年(2020 年産業連関表基準)の数値には、今回新たに追加された「書籍の娯楽作品原本」分として、国内生産額 2,725 億円、付加価値 1,636 億円を含む。

※端数を四捨五入しているので、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。

2.3.6.1. ドメイン「D. 著作・出版/報道」の推計手順

① 「(1) 出版」の付加価値の推計

「(1) 出版」については、2020 年(2020 年産業連関表基準)は、産業連関表の「出版」を基本データとしている。推計の対象は、書籍や雑誌等の出版に関わる業務のみとしているため、2020 年産業連関表、部門別品目別国内生産額表の出版の国内生産額から出版広告料は除いた「出版物」と「書籍の娯楽作品原本」を用いた²⁸。国内生産額に、2020 年産業連関表の「出版」(全体)の付加価値率を乗じて付加価値を推計した。

なお、2020 年(2015 年産業連関表基準)は、2020 年延長産業連関表の「出版」の国内生産額に 2015 年の出版業務の比率 91.3%を乗じて、「出版(書籍・雑誌)販売」「その他の出版業」分を推計し、2020 年延長産業連関表の「出版」の付加価値率を用いて付加価値を求めている。

加えて、2015 年は 2015 年産業連関表の「出版(書籍・雑誌)販売」、「その他の出版業」の合計を国内生産額とし、そこに 2015 年産業連関表の「出版」(全体)の付加価値率を乗じて付加価値を推計している。2016 年～2019 年も、同様の手順で推計している。

② 「(2) 書籍・雑誌小売業(古本を除く)」、「(3) 古本小売業」の付加価値の推計

書籍・雑誌小売業(古本含む)の 2020 年(2020 年産業連関表基準)の数値は、2021 年経済センサス-活動調査 産業別集計(卸売業、小売業)「産業編(総括表)」統計表データ第 1 表の「書籍・文房具小売業」を基本データとしている。推計対象は、「書籍・文房具小売業」の年間商品販売額のうち、「書籍・雑誌小売業(古本を除く)」及び「古本小売業」としている。これに書籍・雑誌小売業全体の小売のマージン率²⁹を乗じて国内生産額を求めている。これに、2020 年産業連関表の「小売」(全体)の付加価値率を乗じて、付加価値を推計している。

²⁸ 「出版」は「(控除)調整項相当額」が含まれる。国内生産額から差し引く調整を行っている。

²⁹ 令和 2 年(2020 年)産業連関表 産出表(基本分類表)より、次の式で求めた。

・産業部門 A の小売マージン率＝家計消費支出に対応する産業部門 A の小売の値 / 家計消費支出に対応する産業部門 A の購入者価格

2020 年（2015 年産業連関表基準）の数値は、2015 年産業連関表の産出表（基本分類表）をもとに同様の手順で各マージン率を求め、国内生産額を求めた。この国内生産額に 2020 年延長産業連関表の「小売」（全体）の付加価値率を乗じて、付加価値を推計している。

2015 年は、2016 年経済センサス-活動調査 産業別集計（卸売業、小売業）の「書籍・雑誌小売業(古本を除く)」及び「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ている。

2016 年及び 2017 年は、「書籍・雑誌小売業（古本を含む）」の年間商品販売額が捕捉できる経済統計がないことから、2015 年と 2016 年及び 2017 年の出版の国内生産額と書籍・雑誌小売業（古本を含む）の年間商品販売額の関係が比例していると仮定して推計している。具体的には、2015 年産業連関表の出版（書籍・雑誌）販売及びその他の出版業の国内生産額と、2016 年延長産業連関表から推計した出版（書籍・雑誌）販売及びその他の出版業の国内生産額の増減率をもとに、2016 年の書籍・雑誌小売業（古本を含む）の年間商品販売額を推計している。2017 年も同様の手順で書籍・雑誌小売業（古本を含む）の年間商品販売額を推計している。これをもとに、2016 年及び 2017 年の書籍・雑誌小売業(古本含む)の国内生産額と付加価値も、2020 年と同様の手順で求めている。

2018 年及び 2019 年は、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、2016 年経済センサス-活動調査 産業別集計（卸売業、小売業）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)」及び「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。これをもとに、2018 年及び 2019 年の書籍・雑誌小売業(古本含む)の国内生産額と付加価値も、2020 年（2015 年産業連関表基準）と同様の手順で推計している。

③ 「（４）新聞・ニュース供給サービス」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。2020 年産業連関表部門別品目別国内生産額表では、「新聞」は「新聞発行分」と「新聞広告」で構成されており、本ドメインでは推計対象外の広告業務が含まれる。ここでは新聞業務の国内生産額を推計するため、「新聞発行分」のみを対象とする。これに、2020 年産業連関表の「新聞」（全体）の付加価値率を乗じて、付加価値を推計している。

2015 年産業連関表部門別品目別国内生産額表で「新聞」は、「新聞発行分」と「新聞広告」で構成されており、「新聞発行分」内の「新聞販売」のみを対象とする。2015 年産業連関表において「新聞販売」が「新聞」全体に占める割合は、64.6%である。ここで求めた「新聞販売」の比率を 2016 年～2020 年の推計にも用いている。

2020 年（2015 年産業連関表基準）の値は、2020 年延長産業連関表の「新聞」の国内生産額に、2015 年の「新聞販売」の比率 64.6%を乗じて、「新聞販売」分の国内生産額を求め、これに 2020 年延長産業連関表の「新聞」（全体）の付加価値率を乗じて付加価値を推計し

ている。

2015年は2015年産業連関表の部門別品目別国内生産額表の「新聞販売」の国内生産額に、2015年産業連関表の「新聞」（全体）の付加価値率を乗じて付加価値を推計している。2016年～2019年も、2020年（2015年産業連関表基準）と同様の手順で推計している。

ニュース供給サービスは、2015年産業連関表では「ニュース供給業」とされ、新聞、定期刊行物、テレビジョン、ラジオ等にニュースを供給する事業所が含まれていた。2020年産業連関表では、「ニュース供給サービス」と変更になり他者に新聞、テレビ、ラジオ、ニュースサイト等で掲載又は放送するためのニュースを提供するサービス（著作権の使用許諾と併せて行われるニュースの供給を含む）が含まれる。

2020年は2020年産業連関表の「ニュース供給サービス」を国内生産額とし、これに2020年産業連関表の「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³⁰。

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」が「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。ここで求めた「ニュース供給業」の比率を2016年～2020年の推計に用いる。

2020年（2015年産業連関表基準）の値は、2020年延長産業連関表の「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2020年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）の付加価値率を乗じて、付加価値を推計している。

2015年は、2015年産業連関表の部門別品目別国内生産額表の「ニュース供給業」の国内生産額に、2015年産業連関表の「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。2016年～2019年も、2020年（2015年産業連関表基準）と同様の手順で推計している。

④「（５）新聞小売業（新聞販売店）」の付加価値の推計

「（５）新聞小売業（新聞販売店）」の2020年（2020年産業連関表基準）の数値は、2021年経済センサス-活動調査 産業別集計（卸売業、小売業）「産業編（総括表）」統計表データ 第1表の「書籍・文房具小売業」を基本データとしている。「書籍・文房具小売業」のうち新聞小売業の年間商品販売額を対象とし、これに新聞販売の小売マージン率³¹を乗じて求めた国内生産額に、2020年産業連関表の「小売」（全体）の付加価値率を乗じて付加価値を推計している。

³⁰ 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」は「（控除）調整項相当額」が含まれる。当該細品目の割合を算出した上で、国内生産額から差し引く調整を行っている

³¹ 令和2年（2020年）産業連関表 産出表（基本分類表）より、次の式で求めた。

・産業部門Aの小売マージン率＝家計消費支出に対応する産業部門Aの小売の値 / 家計消費支出に対応する産業部門Aの購入者価格

2020 年（2015 年産業連関表基準）は、2015 年産業連関表の産出表（基本分類表）をもとに同様の手順で各マージン率を求め、国内生産額を求めた。これに、2020 年延長産業連関表の「小売」全体の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、2016 年経済センサス-活動調査 産業別集計（卸売業、小売業）の「新聞小売業」の年間商品販売額をもとに、2020 年と同様の手順で国内生産額及び付加価値を求めている。

2016 年及び 2017 年は、「新聞小売業」の年間商品販売額が捕捉できる経済統計がないことから、2015 年と 2016 年及び 2017 年の新聞（新聞販売）の国内生産額と新聞小売業の年間商品販売額の関係が比例していると仮定して推計している。具体的には、2015 年産業連関表の「新聞販売」の国内生産額と、2016 年延長産業連関表から推計した「新聞販売」の国内生産額の増減率をもとに、2016 年の新聞小売業の年間商品販売額を推計している。2017 年も同様の手順で新聞小売業の年間商品販売額を推計している。これをもとに、2016 年及び 2017 年の新聞小売業の国内生産額と付加価値も、2020 年と同様の手順で求めている。

2018 年及び 2019 年は、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、2016 年経済センサス-活動調査産業別集計（卸売業、小売業）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。これをもとに、2020 年（2015 年基準）と同様の手順で国内生産額及び付加価値を求めている。

⑤ 「（６）国立図書館」「（７）公立図書館」の付加価値の推計

この領域は、2019 年度までは国立国会図書館と公立図書館を対象としていたが、2015 年産業連関表基準の 2020 年度推計より、「（６）国立図書館」の推計対象に「国立公文書館」を追加した。

2020 年（2020 年産業連関表基準）の「国立図書館」、「公立図書館」は、産業連関表を基本データとした。2020 年産業連関表の産業連関表部門別品目別国内生産額表の「図書館（国公立）」を国公立図書館の国内生産額とし、2020 年の「社会教育（国公立）」（全体）の付加価値率を用いて付加価値を求めた。2015 年は、2015 年産業連関表を基本データとし、同様の手順で求めた。

2019 年から 2020 年（2015 年産業連関表基準）の「国立図書館」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³²。

³² 図書館は、営利を目的としない公共的サービス部門であることから、サービスの実施主体（図書館など）の事業費を総生産額とみなし、うち消費的支出のうち、施設活動費等を中間投入とし、その他の支出（人件費、租税公課など）を文化 GDP（粗付加価値）とみなして推計した（インプット法）。

2016 年～2020 年（2015 年産業連関表基準）の「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。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。

「国立公文書館」は、独立行政法人国立公文書館の財務諸表を基本データとする。2020 年は、業務費及び一般管理費のうち、公文書館の運営に必要な経費を中間投入とみなし、「人件費」「減価償却費」を付加価値相当額とみなしている。

2.3.6.2. ドメイン「D. 著作・出版/報道」の付加価値の推移

ドメイン「D. 著作・出版/報道」の 2015 年～2020 年の付加価値の推移は、【表 2-20. 2015 年～2020 年の「D. 著作・出版/報道」の付加価値（名目値）】のとおりである。ドメイン「D. 著作・出版/報道」の 2020 年基準の推計において、付加価値は大きく増加した。主な理由は、2020 年産業連関表の「出版」の「出版物」の中の細品目の変更による国内生産額の増加および「書籍の娯楽作品原本」の追加、「ニュース供給業」が「ニュース供給サービス」と変更になったことに伴う推計対象の変更、「国公立図書館」の国内生産額の増加によるものである。前述したように「国公立図書館」の国内生産額は、統計の制約上、年によって基本データが異なるため、単純に推移をみるのが難しい点は留意したい。

対 2019 年、および 2020 年（2015 年産業連関表基準）で「(5) 新聞小売業（新聞販売店）」が減少した主な理由は、小売りのマージン率の減少により、年間商品販売額に小売マージン率を乗じて算出した国内生産額が減少したことによるものである。

【表 2-20. 2015 年～2020 年の「D. 著作・出版/報道」の付加価値（名目値）】

（単位：億円）

サブドメイン	推計対象	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (2015 年 産業連関 表基準)	2020 年 (2020 年 産業連関 表基準)
(1) 出版	出版	6,783	6,666	6,055	5,507	5,188	5,311	12,094
(2) 書籍・雑誌小売業 (古本を除く)	書籍・雑誌小売業 (古本含む)	1,589	1,534	1,382	1,511	1,445	1,337	1,196
(3) 古本小売業								
(4) 新聞・ニュース供給サービス	新聞	5,227	5,182	5,104	4,903	4,956	5,020	4,010
(4) 新聞・ニュース供給サービス	ニュース供給サービス	410	402	398	398	417	430	617
(5) 新聞小売業 (新聞販売店)	新聞小売業 (新聞販売店)	2,961	2,944	2,852	2,815	2,692	1,673	1,333
(6) 国立図書館 (7) 公立図書館	国立国会図書館、 国立公文書館、 公立図書館	944	1,050	1,040	1,045	1,072	1,126	1,457
合計		17,914	17,777	16,829	16,179	15,771	14,896	20,706

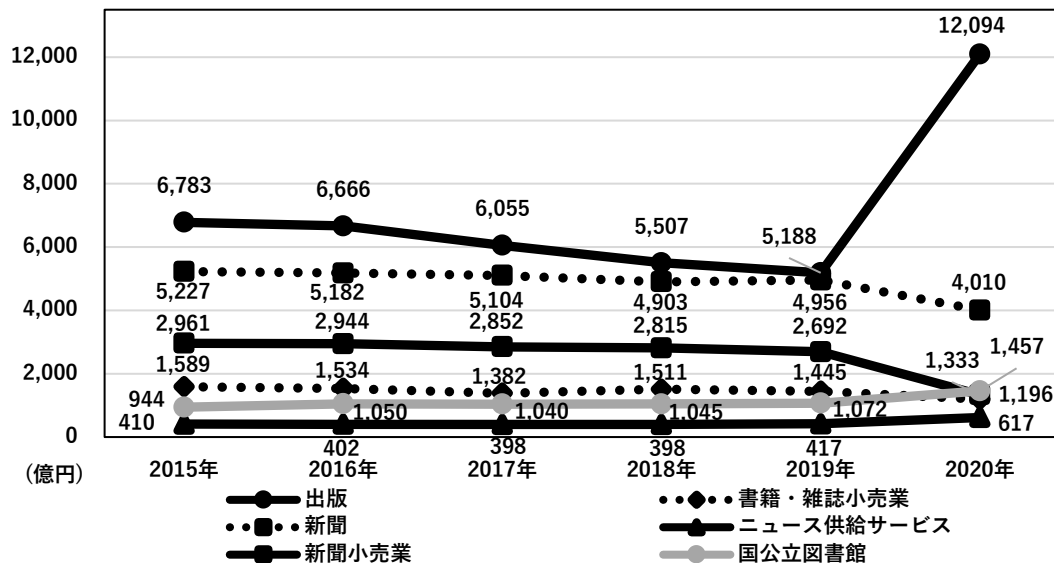
※2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計では 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、また、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として、2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と、2020 年産業連関表基準を併記している。

※2020 年（2015 年産業連関表基準）の推計値には、推計対象として「国立公文書館」を追加した分を含んでいる。

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の数値には、今回新たに追加された「書籍の娯楽作品原本」分として、付加価値 1,636 億円を含む。

※端数を四捨五入しているので、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。

【図 2-8. 「D. 著作・出版/報道」の付加価値の推移（名目値）】



※2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計では 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、また、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいため参考値である。

※2020 年（2015 年産業連関表基準）の推計値には、推計対象として「国立公文書館」を追加した分を含んでいる。

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の数値には、今回新たに追加された「書籍の娯楽作品原本」分として、付加価値 1,636 億円を含む。

※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。

2.3.7. ドメイン「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の推計

FCS2009 のドメイン「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」は、「映画、ビデオ」、「テレビ、ラジオ（インターネットライブ配信含む）」、「インターネット放送」、「ビデオゲーム（オンライン含む）」をサブドメインと設定している。

これを参考に経済統計と関連付けて、我が国においては、「（１）映像・番組制作、配給関連」、「（２）放送事業関連」、「（３）映像レンタル」、「（４）ゲーム関連」の４つをサブドメインとして設定する。

推計対象に変更が加わったのは、次のサブドメインである。「（１）映像・番組制作、配給関連」は、2020 年産業連関表の変更に伴い、「映画興行収入」、「動画配信」以外の映画、テレビ、ラジオ制作および配給に関わるサービスや、関連する支援サービスに関する推計対象を変更する。「（２）放送事業関連」は、「NHK 受信料収入」以外の民間・有線放送サービスに関する推計対象を変更する。また、公共放送、民間放送に関連する「娯楽作品の原本」を含んでいる。

【表 2-21. 「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」(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 (2015 年産業連関表基準)	2020 年 (2020 年産業連関表基準)
国内生産額	76,416	78,383	79,656	80,600	81,208	77,717	86,879
付加価値	28,264	28,974	29,735	29,609	30,285	31,031	39,190

※2020 年(2020 年産業連関表基準)の推計では 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、また、2016～2020(2015 年産業連関表基準)年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として、2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と、2020 年産業連関表基準を併記している。

※2020 年(2020 年産業連関表基準)の数値には、今回新たに追加された「映画の娯楽作品原本」、「テレビ番組の娯楽作品原本(映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く。))」、「テレビ番組の娯楽作品原本(公共放送)」、「テレビ番組の娯楽作品原本(民間放送)」分として、国内生産額 3,781 億円、付加価値 1,904 億円を含む。

※端数を四捨五入しているので、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。

2.3.7.1. ドメイン「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の推計手順

①「(1) 映像・番組制作、配給関連」の付加価値の推計

「(1) 映像・番組制作、配給関連」は、前述した通り、推計対象を変更している。変更内容は、【表 2-22. 「(1) 映像、番組制作、配給関連」の推計対象変更一覧】のとおりである。

【表 2-22. 「(1) 映像、番組制作、配給関連」の推計対象変更一覧】

サブドメイン	推計対象(2015 年産業連関表基準)	推計対象(2020 年産業連関表基準)
(1) 映像、番組制作、配給関連	映画製作 映画 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 その他の映像、音声、文字情報制作事業 映画興行収入 動画配信	映画の制作・配給サービス(受託制作を除く) 映画の受託制作サービス テレビ番組の制作サービス 映像ソフト(物理的媒体) 映像ソフト(配信用) その他の映像制作サービス 映画の娯楽作品原本 テレビ番組の娯楽作品原本(映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く。)) ラジオ番組制作サービス 映像・音声・文字情報制作支援サービス 映画興行収入 動画配信

①映画・映像・テレビ・ラジオ制作・配給関連の付加価値の推計

「映画興行収入」、「動画配信」以外の映画制作やテレビ・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について、この分野が多く含まれる我が国の統計上の産業部門は、「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く。)」である。

2020 年産業連関表部門別品目別国内生産表では、この部門は、【表 2-23. 「映像・音声・文字情報制作(新聞・出版を除く)」部門と文化領域 ※再掲】に示した細品目で構成され

ている。本ドメインでは、網掛け部分が推計の対象となる³³。なお、前述の通り、「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」部門の細品目の変更に伴い、推計対象を変更していることに留意したい。

【表 2-23. 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」部門と文化領域 ※再掲】

2020 年産業連関表の部門別品目（細品目）	文化領域	国内生産額 （億円）※	構成比（％）
音楽ソフト（物理的媒体）	B ドメイン	1,585	4.72%
音楽ソフト（配信用）		441	1.31%
その他の音声情報制作サービス		156	0.46%
音楽の娯楽作品原本 （映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く。））		551	1.64%
ニュース供給サービス	D ドメイン	1,245	3.71%
映画の制作・配給サービス（受託制作を除く）	E ドメイン	2,778	8.27%
映画の受託制作サービス		321	0.95%
テレビ番組の制作サービス		7,082	21.10%
映像ソフト（物理的媒体）		881	2.62%
映像ソフト（配信用）		286	0.85%
その他の映像制作サービス		3,258	9.70%
映画の娯楽作品原本		1,769	5.27%
テレビ番組の娯楽作品原本 （映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く。））		261	0.78%
ラジオ番組制作サービス		149	0.44%
映像・音声・文字情報制作支援サービス		2,167	6.45%
テレビコマーシャル、その他の動画広告の制作サービス	F ドメイン	3,905	11.63%
ラジオコマーシャル制作サービス		25	0.07%
広告制作サービス（他に分類されるものを除く）		6,715	20.00%
合計		33,574	100.00%

出典：総務省等「産業連関表」

※調整項相当額調整後の値

2020 年（2020 年産業連関表基準）の数値は、網掛け部分の国内生産額に、2020 年産業連関表の「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」（全体）から求めた付加価値率を用いて算出した³⁴。

2016 年から 2020 年（2015 年産業連関表基準）は、2015 年産業連関表を基本データとし

³³ 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」は「（控除）調整項相当額」が含まれる。当該細品目の割合を算出した上で、国内生産額から差し引く調整を行っている。

³⁴ 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」は「（控除）調整項相当額」が含まれる。当該細品目の割合を算出した上で、国内生産額から差し引く調整を行っている。

て、同様に求めた本ドメインの構成比を用いる。2015 年基準では、「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」のうち 70.6%を本ドメインに分類された。2020 年（2015 年産業連関表基準）は、2020 年延長産業連関表の「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」全体の国内生産額に算出した比率を用いて各分野の国内生産額を推計し、2020 年延長産業連関表の「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」全体の付加価値率を用いて付加価値を求めている。

2015 年は、各国内生産額に付加価値率を乗じて付加価値を求め、2016 年～2019 年は 2020 年（2015 年産業連関表基準）と同様の手順で国内生産額及び付加価値を求めている³⁵。

②「映画興行収入」の付加価値の推計

「映画興行収入」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。2020 年（2020 年産業連関表基準）は、2020 年産業連関表の「映画館」を国内生産額とし、2020 年産業連関表から求めた付加価値率を用いて算出した。

2020 年（2015 年産業連関表基準）の映画興行収入は、（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、2020 年延長産業連関表の「映画館」の付加価値率を用いて付加価値を推計している。2015 年～2019 年も、同様の手順で国内生産額と付加価値を推計している。

③「動画配信」の付加価値の推計

「動画配信」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。2020 年（2020 年産業連関表基準）の動画配信の国内生産額は、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³⁶とみなし、2020 年産業連関表の「インターネット附随サービス」の付加価値率を用いて付加価値を推計している。

2020 年（2015 年産業連関表基準）の数値は、同様の手順で国内生産額を算出し、これに 2020 年延長産業連関表の「インターネット附随サービス」の付加価値率を用いて付加価値を推計している。2015 年～2019 年も、同様の手順で国内生産額と付加価値を推計している。

② 「（２）放送事業関連」の付加価値の推計

「（２）放送事業関連」は、2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計より、推計対象に変更を加えた。推計対象の変更は、【表 2-24. 「（２）放送事業関連」の推計対象変更一覧】

³⁵ 2015 年基準の産業連関表における「その他の映像・音声・文字情報制作事業」については、撮影スタジオ業務、編集プロダクション、音響技術など映像関連分野の業務を分割する必要がある。そのため、以下の手順で構成比を算出し、推計した。「その他の映像・音声・文字情報制作事業」は、経済構造実態調査（総務省・経済産業省）では、「映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業」の部門に該当する。「映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業」の業務としては「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」の各年間売上高が計上されており、各業務の構成比を求めることができる。このうち、「音楽スタジオ業務」を除いた撮影スタジオ業務やポストプロダクション業務など映像関連分野の比率もとに、撮影スタジオ業務やポストプロダクション業務など映像関連分野の国内生産額を推計し、「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」全体の付加価値率を用いて付加価値を推計している。また 2015 年基準の 2020 年は、対象年次とする 2021 年に、経済構造実態調査は実施されず、経済センサス活動調査が実施された。経済センサス活動調査には、「映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業」の構成がわかる調査項目がないため、構成比は、2019 年の経済構造実態調査の調査結果をもとにした。なお、2015 年～2017 年は特定サービス産業実態調査（経済産業省）より求めた。

³⁶ ストリーミング配信を含む。

に示している。

2020 年（2020 年産業連関表基準）の値は、主に産業連関表を基本データとした。これは、2020 年基準の産業連関表において、より具体的な値を得ることができるようになったこと、また「娯楽作品の原本」が含まれたことを受け、産業連関表を基本データに統一することで複数の基本データを用いることで起きうる重複の懸念を避けられ、またより実態に近い数値が得られると判断したためである。

民間放送は、広告収入又は有料放送の料金収入を売り上げの基盤としている。昨年度までは民間放送事業者の収支状況（総務省）をもとに、地上放送、衛星放送及び有線テレビジョン放送の「売上高」から推計を行っていた。この「売上高」にも広告収入が含まれているのが妥当だと考えられることから、産業連関表の「テレビ放送、配信サービス（視聴料収入）（民間放送）」、「テレビ放送、配信サービス（広告収入）（民間放送）」、「ラジオ放送、配信サービス（聴取料収入）（民間放送）」、「ラジオ放送、配信サービス（広告収入）（民間放送）」、「放送付帯サービス（民間放送）」の国内生産額に、2020 年産業連関表の「民間放送」より付加価値率を用いて推計する。

有線放送も同様の理由から、これまでは「ケーブルテレビ事業収入」のみしか算出していなかったが、2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計より「テレビ放送、配信サービス（視聴料収入）（有線放送）」、「テレビ放送、配信サービス（広告収入）（有線放送）」、「ラジオ放送、配信サービス（聴取料収入）（有線放送）」、「ラジオ放送、配信サービス（広告収入）（有線放送）」、「放送付帯サービス（有線放送）」から国内生産額を算出し、2020 年産業連関表の「有線放送」の付加価値率を用いて推計する。

公共放送については、これまで同様 NHK 年鑑（日本放送協会）を基本データとした「NHK 受信料収入」を国内生産額とし、2020 年産業連関表の「公共放送」の付加価値を用いて推計する。これは、2020 年産業連関表の「公共放送」の国内生産額には、日本放送協会所属の放送技術研究所及び放送文化研究所が含まれていることから、「NHK 受信料収入」のみとすることが妥当と判断した。

また、2020 年産業連関表より加わった、「テレビ番組の娯楽作品原本（公共放送）」、「テレビ番組の娯楽作品原本（民間放送）」は、該当の国内生産額に、それぞれ「公共放送」、「民間放送」の付加価値率を用いて推計している。

2020 年（2015 年産業連関表基準）数値までは、以下の手順で推計した。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・音声放送事業収入を

対象とし、NHK 年鑑など放送局の財務状況がわかる業界データ及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）を基本データとする。

2020 年の各事業収入を国内生産額とみなし、2020 年延長産業連関表の「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。2015 年～2019 年についても、同様の手順で国内生産額と付加価値を推計している。

【表 2-24. 「(2) 放送事業関連」の推計対象変更一覧】

サブドメイン	推計対象(2015 年産業連関表基準)	推計対象(2020 年産業連関表基準)
(2) 放送事業関連	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	NHK 受信料収入 テレビ番組の娯楽作品原本(公共放送) テレビ放送、配信サービス(視聴料収入)(民間放送) テレビ放送、配信サービス(広告収入)(民間放送) ラジオ放送、配信サービス(聴取料収入)(民間放送) ラジオ放送、配信サービス(広告収入)(民間放送) 放送附帯サービス(民間放送) テレビ番組の娯楽作品原本(民間放送) テレビ放送、配信サービス(視聴料収入)(有線放送) テレビ放送、配信サービス(広告収入)(有線放送) ラジオ放送、配信サービス(聴取料収入)(有線放送) ラジオ放送、配信サービス(広告収入)(有線放送) 放送附帯サービス(有線放送)

③ 「(3) 映像レンタル」の付加価値の推計

「(3) 映像レンタル」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」をもとに推計する。（詳細は、2.3.4.1 ドメイン「B. パフォーマンス/セレブレーション」の推計手順、⑥参照）

2020 年の「音楽・映像記録物賃貸業（別掲を除く）」の年間売上高 760 億円に、DVD 等レンタル分の 85.3%を乗じ、DVD 等の映像レンタルの国内生産額を求めている。これに、2020 年基準は 2020 年産業連関表、2015 年基準は 2020 年延長産業連関表の「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。

④ 「(4) ゲーム関連」の付加価値の推計

「(4) ゲーム関連」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））を基本データとする。

2020 年（2020 年産業連関表基準）のゲーム関連（ビデオゲーム）商品の国内生産額は、「ゲームソフト売上」、「オンラインゲーム運営サービス売上」、「フィーチャーフォン向け配信売上」、「アーケードゲーム（テレビ・音楽ゲーム）の売上」の合計とみなす。このゲーム関連商品の国内生産額に 2020 年産業連関表の「情報サービス」と「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。産業部門は、「ゲームソフト売上げ」、「アーケード／テレビ・音楽ゲーム」は「情報サービス」部門、「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」は「インターネット附随サービス」部門の数値を用いる。

2020 年（2015 年産業連関表基準）の値は、同様の手順で求めたゲーム関連商品の国内生産額に、それぞれ 2020 年延長産業連関表の「情報サービス」部門と「インターネット附随サービス」部門の付加価値率を用いて推計している。2015 年～2019 年についても、同様の手順で国内生産額と付加価値を推計している。

2.3.7.2. ドメイン「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

ドメイン「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の 2015 年～2020 年の付加価値の推移は、【表 2-25. 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）】のとおりである。「（2）放送事業関連」の付加価値が最も大きく、約 2 兆円で、次に「（1）映像・番組制作、配給関連」で約 1.1 兆円である。

2020 年（2020 年産業連関表基準）数値において、対 2019 年、2020 年（2015 年産業連関表基準）で付加価値が増加した主な理由は、2020 年産業連関表より、「（1）映像・番組制作、配給関連」と「（2）放送事業関連」に該当する娯楽作品の原本が含まれたこと、「（1）映像・番組制作、配給関連」、「（2）放送事業関連」内の推計対象および基本データを変更したこと、「（4）ゲーム関連」の中間投入率が下がり付加価値率が高くなったことである。

【表 2-25. 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）

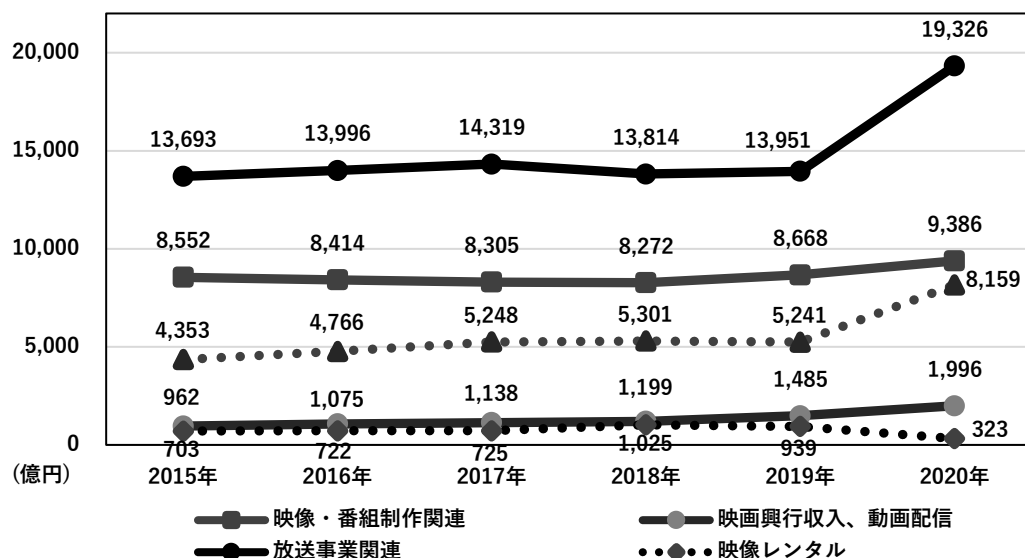
サブドメイン	推計対象	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (2015 年 産業連関 表基準)	2020 年 (2020 年 産業連関 表基準)
(1) 映像・番組制作、配給関連	映画、テレビ、ラジオ、その他の映像・音声・文字情報制作支援サービス等	8,552	8,414	8,305	8,272	8,668	8,933	9,386
	映画興行収入、動画配信	962	1,075	1,138	1,199	1,485	1,393	1,996
(2) 放送事業関連	NHK 受信料収入、民間、有線放送事業関連、娯楽作品の原本等	13,693	13,996	14,319	13,814	13,951	14,837	19,326
(3) 映像レンタル	映像(DVD・ブルーレイ)レンタル	703	722	725	1,025	939	412	323
(4) ゲーム関連	ゲームソフト売上げ等	4,353	4,766	5,248	5,301	5,241	5,456	8,159
合計		28,264	28,974	29,735	29,609	30,285	31,031	39,190

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計では 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、また、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として、2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と、2020 年産業連関表基準を併記している。

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の数値には、今回新たに追加された「映画の娯楽作品原本」、「テレビ番組の娯楽作品原本（映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く。）」、「テレビ番組の娯楽作品原本（公共放送）」、「テレビ番組の娯楽作品原本（民間放送）」分として、付加価値 1,904 億円を含む。

※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。

【図 2-9. 「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）】



※2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計では 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、また、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいため参考値である。

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の数値には、今回新たに追加された「映画の娯楽作品原本」、「テレビ番組の娯楽作品原本（映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く。）」、「テレビ番組の娯楽作品原本（公共放送）」、「テレビ番組の娯楽作品原本（民間放送）」分として、付加価値 1,904 億円を含む。

※端数を四捨五入しているので、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。

2.3.8. ドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」の推計

FCS2009 のドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」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」をサブドメインとしている。

これを参考に経済統計と関連付けて、我が国においては、「（１）デザイン業」、「（２）建築サービス」、「（３）広告」、「（４）広告制作」をサブドメインとした。

なお、FCS2009 のデザイン分野は、「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。我が国の場合、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、「ファッションデザイン」、「グラフィックデザイン」に、「インダストリアルデザイン」、「パッケージデザイン」、「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、ユネスコのガイドラインでは「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我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 2-26. F. デザイン/クリエイティブサービス】(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 (2015 年産業 連関表基準)	2020 年 (2020 年産業 連関表基準)
国内生産額	110,902	115,171	117,385	116,446	117,840	111,490	141,955
付加価値	44,381	47,222	48,413	47,837	49,547	49,110	51,610

※2020 年 (2020 年産業連関表基準) の推計は 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、2016～2020 (2015 年産業連関表基準) 年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として 2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と 2020 年産業連関表基準を併記している。

※端数を四捨五入しているので、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。

2.3.8.1. ドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」の推計手順

① 「(1) デザイン業」の付加価値の推計

この分野は、2009FCS のドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」のサブドメイン「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」に、「インダストリアルデザイン」、「パッケージデザイン」、「マルチメディアデザイン」なども推計対象に含める。これらは、日本標準産業分類では「デザイン業」に含まれる部門である。

2015 年、2020 年 (2020 年産業連関表基準) 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 年及び 2017 年はサービス産業動向調査 (拡大調査) (総務省)³⁷、2018 年及び 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延長産業連関表の「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。

② 「(2) 建築サービス」の付加価値の推計

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、建築サービスを、建築設計業とみなすことができる。

2021 年経済センサス - 活動調査 企業等に関する集計 - 産業横断的集計 - 経理事項等の第 6 表の「土木建築サービス業」の売上高は、【表 2-27. 土木建築サービス業の構成 (2020 年)】のとおりである。土木建築サービス業のうち、建築設計業の比率は 79.9% である。この比率を用いて「建築設計業」を分割する³⁸。

³⁷ 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。

³⁸ 2015 年は、2016 年経済センサス - 活動調査 (総務省)、2016 年及び 2017 年はサービス産業動向調査 (拡大調査) (総務省)、2018 年及び 2019 年は経済構造実態調査 (総務省・経済産業省) をもとに、建築設計業が土木建築サービス業に占める割合を求めた。

【表 2-27. 土木建築サービス業の構成(2020 年)】

品目	売上高(百万円)	構成比(%)
建築設計業	43,498	79.9%
測量業	6,684	12.3%
その他の土木建築サービス業	4,284	7.9%
合計	54,467	100.0%

出典：総務省「2021 年経済センサス - 活動調査 企業等に関する集計 - 産業横断的集計 - 経理事項等の第 6 表」

2015 年～2019 年についても、2020 年と同様に手順で国内生産額と付加価値を推計している。

③「(3) 広告」「(4) 広告制作」の付加価値の推計

この分野は、産業連関表の「広告」と「広告制作」を含む映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）を基本データに推計する。

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

広告制作については、2020 年（2020 年産業連関表基準）は、【表 2-28. 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」部門と文化領域 ※再掲】にあるように、2020 年産業連関表の産業部門「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」における「テレビコマーシャル、その他の動画広告の制作サービス」、「ラジオコマーシャル制作サービス」、「広告制作サービス（他に分類されるものを除く）」の国内生産額³⁹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。

【表 2-28. 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」部門と文化領域 ※再掲】

2020 年産業連関表の部門別品目（細品目）	文化領域	国内生産額 (億円) ※	構成比(%)
音楽ソフト（物理的媒体）	B ドメイン	1,585	4.72%
音楽ソフト（配信用）		441	1.31%
その他の音声情報制作サービス		156	0.46%
音楽の娯楽作品原本 (映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く。）)		551	1.64%
ニュース供給サービス	D ドメイン	1,245	3.71%
映画の制作・配給サービス（受託制作を除く）	E ドメイン	2,778	8.27%
映画の受託制作サービス		321	0.95%
テレビ番組の制作サービス		7,082	21.10%
映像ソフト（物理的媒体）		881	2.62%

³⁹ 「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」は「(控除) 調整項相当額」が含まれる。当該細品目の割合を算出した上で、国内生産額から差し引く調整を行っている。

2020 年産業連関表の部門別品目（細品目）	文化領域	国内生産額 （億円）※	構成比（％）
映像ソフト（配信用）		286	0.85%
その他の映像制作サービス		3,258	9.70%
映画の娯楽作品原本		1,769	5.27%
テレビ番組の娯楽作品原本 （映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く。））		261	0.78%
ラジオ番組制作サービス		149	0.44%
映像・音声・文字情報制作支援サービス		2,167	6.45%
テレビコマーシャル、その他の動画広告の制作サービス	F ドメイン	3,905	11.63%
ラジオコマーシャル制作サービス		25	0.07%
広告制作サービス（他に分類されるものを除く）		6,715	20.00%
合計		33,574	100.00%

出典：産業連関表（総務省等）

※調整項相当額調整後の値

2015 年は、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）」の品目のうち、「広告制作」の国内生産額に「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、2015 年産業連関表の「映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く）」のうち、「広告制作」の占める割合を算出して推計を行った。

2.3.8.2. ドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」の付加価値の推移

ドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」の付加価値の推移は【表 2-29. 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）】のとおりである。5 年間で付加価値は、7,229 億円増加している。2018 年までは「（3）広告」、「（4）広告制作」の付加価値が最も大きかったが、2019 年からは「（2）建築サービス」の付加価値が「（3）広告」「（4）広告制作」の付加価値を上回ったことがわかる。

なお、2019 年と比較して 2020 年（2020 年産業連関表基準）の「（2）建築サービス」の付加価値が増加した理由は、国内生産額が増加したためである。これは、新型コロナウイルス感染症の影響で、土木建築分野への公共投資が増加したことが一因と考えられる。一方で、「（3）広告」、「（4）広告制作」の付加価値が減少した理由は、新型コロナウイルス感染症の影響による、企業の広告関連予算の削減等が影響していると考えられる。

【表 2-29. 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）】

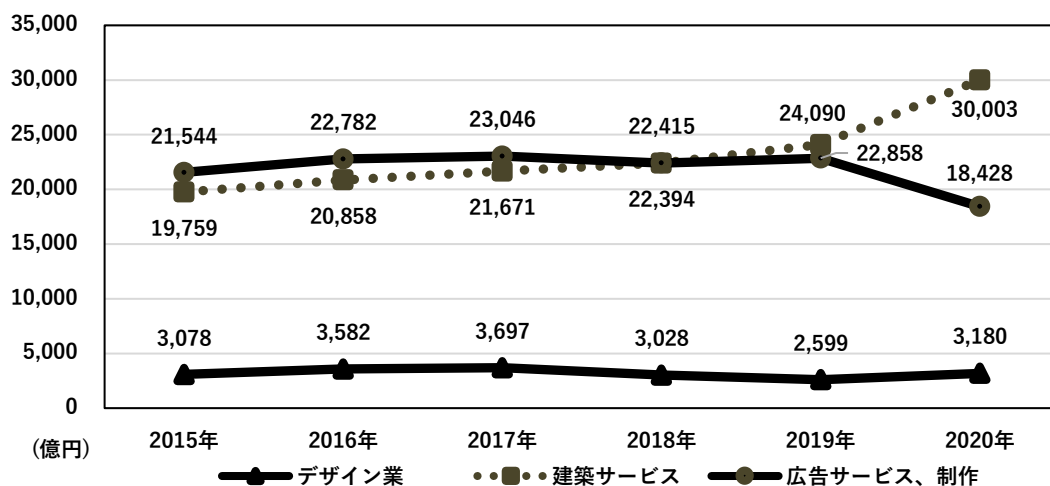
（単位：億円）

サブドメイン	推計対象	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (2015 年産 業連関表 基準)	2020 年 (2020 年産 業連関表 基準)
(1) デザイン業	デザイン業	3,078	3,582	3,697	3,028	2,599	3,393	3,180
(2) 建築サービス	建築サービス、 ランドスケープ デザイン	19,759	20,858	21,671	22,394	24,090	26,865	30,003
(3) 広告、 (4) 広告制作	広告、広告制作	21,544	22,782	23,046	22,415	22,858	18,852	18,428
合計		44,381	47,222	48,413	47,837	49,547	49,110	51,610

※2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計は 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいことから、参考値として 2020 年の数値を 2015 年産業連関表基準と 2020 年産業連関表基準を併記している。

※端数を四捨五入しているので、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。

【図 2-10. 「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）】



※2020 年（2020 年産業連関表基準）の推計は 2020 年産業連関表をもとに行った。2015 年の推計は 2015 年産業連関表を、2016～2020（2015 年産業連関表基準）年の推計は、2015 年産業連関表基準の延長産業連関表をもとに行った。基準とする枠組みが異なり、過年度との単純比較が難しいため参考値である。

※端数を四捨五入しているので、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。

【表 2-30. 参考_2020 年産業連関表基準 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) 博物館関連費	国立博物館 a	2015 年、2020 年は産業連関表
		国立博物館 b	※2016～19 年は各独立行政法人の財務諸表 (a)、アンケート調査等(b)
		公立博物館	2015 年、2020 年は産業連関表 ※2016～19 年は社会教育調査地方教育費調査 (文部科学省)
		私立博物館	社会教育調査(文部科学省) 民間非営利団体実態調査(内閣府)
	(2) 文化財保護関連費	文化財保護費	地方教育費調査(文部科学省)
		歴史公園(国営公園)	国土交通省の関連予算
	(3) 自然遺産関連費	自然遺産関連費	環境省、国土交通省、林野庁、各自治体の関連 事業予算等
B. パフォー マンス/セ レプレーシ ョン	(1) パフォーミングア ーツ	興行場(映画館を除く)、興行団	産業連関表
		国立劇場	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)
	(2) 音楽	楽器製造業	産業連関表
		音楽ソフト(物理的媒体)	
		音楽ソフト(配信用)	
		その他の音声情報サービス	
		音楽の娯楽作品原本 (映像・音声・文字情報制作(新聞・ 出版を除く。))	
		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	経済構造実態調査(総務省経済産業省) 産業連関表 経済センサス-活動調査(総務省)
	(3) 工芸	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)	
C. ビジ 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)	
	(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	手すき和紙	2015 年、2020 年は産業連関表 ※2016～19 年は工業統計調査(経済産業省)
		陶磁器製置	
		陶磁器絵付	
		七宝製品	
		人造宝石	
		金属彫刻品	
		貴金属製装身具	
		天然、養殖真珠装身具	
D. 著作・出 版/報道	(1) 出版	出版	産業連関表
	(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) 産業連関表 経済センサス-活動調査(総務省)
		古本小売業	経済構造実態調査(総務省経済産業省) 産業連関表 経済センサス-活動調査(総務省)
	(4) 新聞・ニュース供 給サービス	新聞	産業連関表
		ニュース供給サービス	
	(5) 新聞小売業(新聞 販売店)	新聞小売業(新聞販売店)	産業連関表 経済センサス活動調査(総務省) 経済構造実態調査(総務省経済産業省)
	(6) 国立図書館	国立国会図書館	2015 年、2020 年は産業連関表(総務省等) ※2016～19 年は、国立国会図書館年報(国立 国会図書館)
		国立公文書館	国立公文書館財務諸表

ドメイン	サブドメイン	推計対象	基礎資料
D. 著作・出版/報道	(7) 公立図書館	公立図書館	2015 年、2020 年は産業連関表（総務省等） ※2016～19 年は、地方教育費調査（文部科学省）
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	映画の制作・配給サービス（受託制作を除く）	産業連関表
		映画の受託制作サービス	
		テレビ番組の制作サービス	
		映像ソフト（物理的媒体）	
		映像ソフト（配信用）	
		その他の映像制作サービス	
		映画の娯楽作品原本	
		テレビ番組の娯楽作品原本（映像・音声・文字情報制作（新聞・出版を除く。））	
		ラジオ番組制作サービス	
		映像・音声・文字情報制作支援サービス	
		映画興行収入	2015 年、2020 年は産業連関表 ※2016 年～19 年は、（一社）日本映画製作者連盟発表資料
		動画配信	デジタルコンテンツ白書 （（一財）デジタルコンテンツ協会）
	(2) 放送事業関連	NHK 受信料収入	NHK 年鑑（日本放送協会）
		テレビ番組の娯楽作品原本（公共放送）	産業連関表
		テレビ放送、配信サービス（視聴料収入）（民間放送）	
		テレビ放送、配信サービス（広告収入）（民間放送）	
		ラジオ放送、配信サービス（聴取料収入）（民間放送）	
		ラジオ放送、配信サービス（広告収入）（民間放送）	
		放送附帯サービス（民間放送）	
		テレビ番組の娯楽作品原本（民間放送）	
		テレビ放送、配信サービス（視聴料収入）（有線放送）	
		テレビ放送、配信サービス（広告収入）（有線放送）	
		ラジオ放送、配信サービス（聴取料収入）（有線放送）	
		ラジオ放送、配信サービス（広告収入）（有線放送）	
		放送附帯サービス（有線放送）	
	(3) 映像レンタル	映像（DVD・ブルーレイ）レンタル	経済構造実態調査（総務省経済産業省） 産業連関表 経済センサス-活動調査（総務省）
	(4) ゲーム関連	ゲームソフト売上げ	デジタルコンテンツ白書 （（一財）デジタルコンテンツ協会）
		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	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））
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	経済構造実態調査（総務省経済産業省） 産業連関表 経済センサス-活動調査（総務省）
	(2) 建築サービス	建築サービス	
		ランドスケープデザイン	
	(3) 広告	広告	
	(4) 広告制作	テレビコマーシャル	
		その他の動画広告の制作サービス	

ドメイン	サブドメイン	推計対象	基礎資料
F. デザイン/クリエイティブサービス	(4) 広告制作	ラジオコマーシャル制作サービス	経済構造実態調査（総務省経済産業省） 産業連関表 経済センサス-活動調査（総務省）
		広告制作サービス（他に分類されるものを除く）	

2.4. 文化雇用の推計結果

2.4.1. 文化雇用の推計手順

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⁴⁰。前述した通り、雇用者数は、2020 年産業連関表の雇用表（従業者総数）と部門別品目別国内生産額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。該当する産業部門の雇用係数は、産業連関表の取引基本表と雇用表から求めた「各産業の国内生産額」と「従業者数（雇用者（役員を含む）+自営業主+家族従業者）」を基に、下記の式で算出した。

- 産業部門 A の雇用係数＝産業部門 A の従業者数/産業部門 A の国内生産額

その上で、各推計対象の雇用者数は、国内生産額に該当する産業部門の雇用係数を乗じて、算出した。

2.4.2. 文化雇用の推移

2020 年（2020 年産業連関表基準）では、全体の文化雇用者数は 133 万人で 2019 年から微増、国全体の雇用者数に対する比率も 1.94%に増加した。ドメインごとの 2020 年（2020 年産業連関表基準）の文化雇用者数について、最も多いのは「F. デザイン/クリエイティブサービス」の約 64 万で、次いで、「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」が約 28 万人である。2015 年以降、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、50 万人を超えている。

2020 年（2015 年産業連関表基準）の雇用者数と比較すると、「F. デザイン/クリエイティブサービス」が大きく増加している。これは、「広告サービス」、「広告制作」の国内生産額が増えたことが影響していると考えられる。

⁴⁰ 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。30 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

【表 2-31. ドメインごとの文化雇用者数】

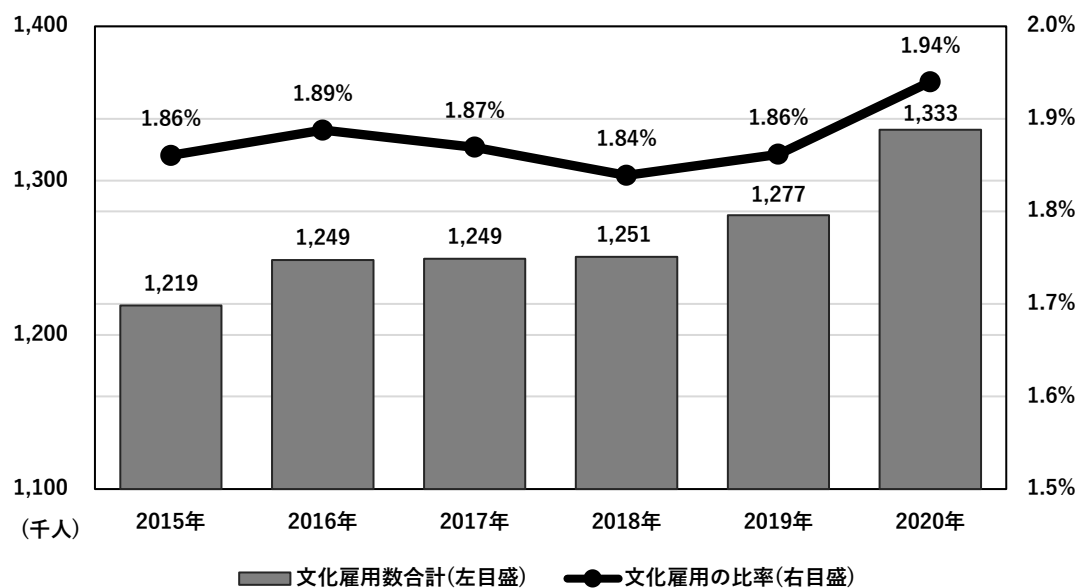
(単位:千人)

ドメイン	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 (2015 年 産業連関 表基準)	2020 年 (2020 年 産業連関 表基準)
A. 文化遺産/自然遺産	32	34	35	34	35	37	41
B. パフォーマンス/セレブレーション	76	77	73	79	85	51	84
C. ビジュアルアーツ/工芸	91	96	96	94	100	82	78
D. 著作・出版/報道	260	250	236	233	226	193	208
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	241	281
F. デザイン/クリエイティブサービス	522	545	560	559	575	583	640
合計	1,219	1,249	1,249	1,251	1,277	1,186	1,333
全雇用に対する比率	1.86%	1.89%	1.87%	1.84%	1.86%	1.73%	1.94%

※2020 年 (2015 年産業連関表基準) の推計値には、推計対象を追加した分を含んでいる。

※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。

【図 2-11. 文化雇用数の推移 (2015 年～2020 年)】



※2020 年 (2015 年産業連関表基準) の推計値には、推計対象を追加した分を含んでいる。

※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。

2.5. 2021 年の文化 GDP 及び文化雇用数（暫定値）

2021 年の文化 GDP 及び文化雇用数については、2021 年の延長産業連関表が未公表であることから、暫定値として推計した⁴¹。

【表 2-32. 2021 年の我が国の文化生産・文化雇用数（名目値）】

	2021 年推計値（暫定値）
文化部門の国内生産額	298,180 億円
国内生産額	10,419,000 億円
文化部門国内総生産額対国内比	2.86%
文化部門の国内総生産（文化 GDP）	131,126 億円
国内総生産（GDP）	5,525,714 億円
文化 GDP の対国内 GDP 比	2.37%
文化雇用数	1,532 千人
国内雇用数	68,207 千人
文化雇用の対国内雇用比	2.25%

【表 2-33. 各ドメインの付加価値・国内生産額・文化雇用数（2021 年） 名目値】

ドメイン	付加価値 (単位:億円)	国内生産額 (単位:億円)	文化雇用数 (単位:千人)
A. 文化遺産/自然遺産	2,352	5,445	46
B. パフォーマンス/セレブレーション	7,394	14,652	91
C. ビジュアルアーツ/工芸	2,501	4,080	81
D. 著作・出版/報道	21,617	39,931	213
E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア	44,593	90,039	449
F. デザイン/クリエイティブサービス	52,669	144,033	653
合計	131,126	298,180	1,532

2.6. 文化の輸出入の算出

2.6.1. 文化の輸出入の算出手順

2009FCS での文化の輸出入の算出は、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。これを我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。

⁴¹ 「2.2.4. 推計手法」の④で説明した通り、2021 年の推計値について、令和 6 年度中は 2021 年の延長産業連関表は未公表のため、2020 年産業連関表、2021 年経済センサス、2022 年経済構造実態調査を用いて延長推計した。付加価値率は 2020 年の産業連関表を用いた。

さらに我が国ではこの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。産業連関表では、最終需要部門に輸出・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、文化 GDP の推計に産業連関表を用いているので、これに準じて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）で補うこととした。

【表 2-34. 本調査研究で用いる我が国の輸出入統計】

対応分野	我が国の統計	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。最終需要部門（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。

2009FCS の文化 GDP の6つのドメインの輸出入について、3つの統計を利用して、以下のように算出する。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。

なお、本年度は輸出入額における未把握領域の精緻化を行い、ドメイン「D. 著作・出版/報道」のサブドメインに「情報サービス」を新たに追加した。このサブドメインの追加に関しては、「4. これまでの数値評価の更なる精緻化（特に輸出入額）」に詳細を記載する。

【表 2-35. 輸出入におけるドメイン・推計対象と使用する基礎資料】

ドメイン	推計対象	基礎資料
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	
	(3) 私立博物館	産業連関表：社会教育（非営利）
	(4) 文化財保護費	該当項目なし
	(5) 自然遺産関連費	
	その他	財務省貿易統計：骨董品
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) 独立行政法人立劇場・音楽堂等	該当項目なし
	(3) 公立の劇場・音楽堂等	
	(4) 楽器製造業	産業連関表：楽器 ※財務省貿易統計：楽器
	(5) レコード制作	該当項目なし
	(6) 音楽スタジオ業務	
	(7) 有料音楽配信	
	(8) 音楽 CD レンタル	
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) 美術グッズ（ポスター等）	該当項目なし
	(3) 美術グッズ（グッズ）	
	(4) 写真業	
	(5) 作家から購入（写真）	産業連関表：写真業 ※財務省貿易統計：写真
	(6) 手すき和紙	該当項目なし
	(7) 陶磁器製置物	
	(8) 陶磁器絵付品	
	(9) 七宝製品	財務省貿易統計：宝飾品
	(10) 人造宝石（合成宝石、模造宝石、人造真珠、人造水晶を含む）	
	(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）	
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

ドメイン	推計対象	基礎資料
D. 著作・出版/報道	(4) 古本小売業	
	(5) 新聞	産業連関表：新聞
	(6) ニュース供給業務	該当項目なし
	(7) 新聞小売業（新聞販売店）	
	(8) 国立国会図書館	産業連関表：社会教育（国公立）
	(9) 公立図書館	
	(10) 情報サービス	国際収支統計（日本銀行）
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	該当項目なし
	(2) 映像・ビデオ制作	
	(3) テレビ番組制作	
	(4) ラジオ番組制作	
	(5) アニメーション制作	
	(6) 映画・ビデオ・テレビ番組配給	
	(7) その他の映像・音声・文字情報制作	
	(8) 映画興行収入	産業連関表：映画館
	(9) NHK 受信料収入	産業連関表：公共放送
	(10) 民放地上波テレビ放送事業収入	産業連関表：民間放送
	(11) 衛星系放送事業者の放送事業収入	
	(12) ケーブルテレビ事業収入	産業連関表：有線放送
	(13) ラジオ放送事業収入	産業連関表：民間放送
	(14) コミュニティ放送事業収入	
	(15) 衛星一般放送 音声放送事業収入	
	(16) 映像（DVD・ブルーレイ）レンタル	該当項目なし
	(17) ゲームソフト売上げ	
	(18) オンラインゲーム運営売上げ	
	(19) フィーチャーフォン向け配信売上げ	
	(20) アーケード/テレビ・音楽ゲーム	
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	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	産業連関表：広告
	(4) 広告制作	該当項目なし
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	

※本年度の算定より「情報サービス」を新たにドメインDに追加した。表の網掛け部分が該当

2.6.2. 文化輸出入の推移

2015 年～2020 年の我が国の文化の輸出額は 1.4 兆円～1.5 兆円の間で推移した。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については、輸出は 2015 年～2020 年が 1.6～3.0%で推移している。輸入は 2015 年～2018 年に 2.2～2.6%で推移していたものが、2019 年に 3.2%とやや多くなっている。こうした 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ものである。

また、2020 年は 2019 年と比較して輸出入額共に減少している。特にドメイン「B. パフォーマンス/セレブレーション」のサブドメイン「興行場（映画館を除く）、興行団」と、ドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」のサブドメイン「土木建築サービス」の減少幅が大きく、新型コロナウイルス感染症の影響が一因として考える。

なお、本年度の算定からドメイン「D. 著作・出版/報道」に「情報サービス」を新たに追加しており、2019 年以前の算定結果と単純に接続することは難しいため、推移の値は参考値である。

【表 2-36. 我が国の文化の輸出入（2015 年～2020 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	0	26	28	0	28
	社会教育(非営利)	11	0	11	12	0	12
	骨董品	23	79	-56	11	87	-76
	小計	60	79	-19	51	87	-36
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	815	-22	886	770	116
	楽器製造業	536	634	-98	481	601	-121
	小計	1,328	1,449	-121	1,366	1,371	-5
C. ビジュアルアーツ/工芸	絵画	315	381	-65	312	363	-51
	その他のビジュアルアート	116	465	-349	141	474	-333
	宝飾品	2,049	2,101	-52	2,532	2,097	435
	写真業	402	90	313	381	74	306
	小計	2,883	3,037	-154	3,366	3,008	358
D. 著作・出版/報道	出版	257	473	-216	260	410	-150
	新聞	19	26	-7	22	25	-4

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
D. 著作・出版/報道	小計	276	499	-223	282	436	-154
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	408	-398	11	425	-414
	公共放送	0	0	0	0	0	0
	民間放送	0	0	0	0	0	0
	小計	11	408	-398	11	425	-413
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	3,707	-3	3,659	3,161	498
	広告	4,024	8,819	-4,795	4,603	9,168	-4,565
	小計	7,728	12,526	-4,798	8,262	12,329	-4,067
横断的領域	その他個人・文化・娯楽サービス	133	330	-196	174	293	-119
	著作権等使用料	724	3,004	-2,280	900	3,670	-2,769
	音響映像・関連サービス	652	1,221	-569	707	1,211	-504
	小計	1,509	4,554	-3,045	1,782	5,173	-3,392
合計		13,794	22,551	-8,757	15,120	22,829	-7,709
輸出入総額(産業連関表ベース)		867,694	1,021,681		808,319	878,651	
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 2-36. 我が国の文化の輸出入（2015 年～2020 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	0	32	39	0	39
	社会教育(非営利)	13	0	13	16	0	16
	骨董品	19	59	-40	21	122	-101
	小計	64	59	5	76	122	-46
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	1,066	-233	1,116	739	377
	楽器製造業	505	604	-100	542	599	-58
	小計	1,338	1,670	-333	1,657	1,338	320
C. ビジュアルアーツ/工芸	絵画	275	547	-272	357	500	-143
	その他のビジュアルアート	98	392	-295	142	398	-257

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
C. ビジュアルアーツ/ 工芸	宝飾品	1,995	2,226	-231	1,567	2,179	-612
	写真業	438	81	357	583	103	480
	小計	2,805	3,246	-442	2,648	3,180	-532
D. 著作・出版/報道	出版	283	417	-134	298	413	-114
	新聞	25	55	-30	30	27	3
	小計	308	472	-164	329	440	-111
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	429	-417	11	476	-466
	公共放送	0	0	0	0	0	0
	民間放送	0	0	0	0	0	0
	小計	12	429	-417	11	476	-465
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	3,398	-78	3,561	3,422	139
	広告	8,317	10,969	-2,651	5,648	9,652	-4,004
	小計	11,637	14,367	-2,730	9,209	13,074	-3,865
横断的領域	その他個人・文化・ 娯楽サービス	168	325	-157	327	215	112
	著作権等使用料	1,160	3,790	-2,630	1,608	4,276	-2,669
	音響映像・関連サービス	1,002	1,036	-34	389	531	-142
	小計	2,329	5,150	-2,821	2,324	5,022	-2,698
合計		18,493	25,393	-6,900	16,255	23,652	-7,397
輸出入総額(産業連関表ベース)		893,794	989,229		935,337	1,074,277	
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 2-36. 我が国の文化の輸出入（2015 年～2020 年）（つづき）】

（単位：億円）

ドメイン	サブドメイン	2019 年			2020 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)	43	0	43	45	31	14
	社会教育(非営利)	17	0	17	14	13	1
	骨董品	16	114	-98	9	65	-56
	小計	76	114	-38	68	109	-41
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	1,585	1,123	462	877	534	343

ドメイン	サブドメイン	2019 年			2020 年		
		輸出額	輸入額	収支	輸出額	輸入額	収支
B. パフォーマンス/セ レブレーション	楽器製造業	553	617	-64	471	528	-57
	小計	2,138	1,740	397	1,348	1,062	286
C. ビジュアルアーツ/ 工芸	絵画	313	433	-120	116	477	-361
	その他のビジュ アルアート	134	386	-252	96	338	-241
	宝飾品	1,230	2,264	-1,034	546	1,724	-1,178
	写真業	529	88	441	412	111	301
	小計	2,206	3,172	-965	1,170	2,650	-1,479
D. 著作・出版/報道	出版	321	384	-63	126	268	-142
	新聞	32	30	2	2	30	-28
	情報サービス	-	-	-	362	1,268	-906
	小計	353	414	-61	490	1,566	-170
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	489	-477	0	77	-77
	公共放送	0	0	0	0	0	0
	民間放送	0	0	0	0	0	0
	小計	12	489	-477	0	77	-77
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	3,630	-101	1,184	1,191	-7
	広告	7,429	16,352	-8,923	7,886	16,862	-8,976
	小計	10,958	19,982	-9,023	9,070	18,053	-8,983
横断的領域	その他個人・文化・ 娯楽サービス	633	504	129	381	384	-3
	著作権等使用料	1,817	5,415	-3,598	1,720	6,030	-4,310
	音響映像・関連サ ービス	1,642	1,392	249	1,124	669	455
	小計	4,092	7,312	-3,219	3,225	7,083	-3,858
合計		19,835	33,221	-13,386	15,371	30,600	-15,229
輸出入総額(産業連関表ベース)		911,186	1,045,143		824,731	931,989	
輸出入総額に占める比率 (産業連関表ベース)		2.2%	3.2%		1.9%	3.3%	

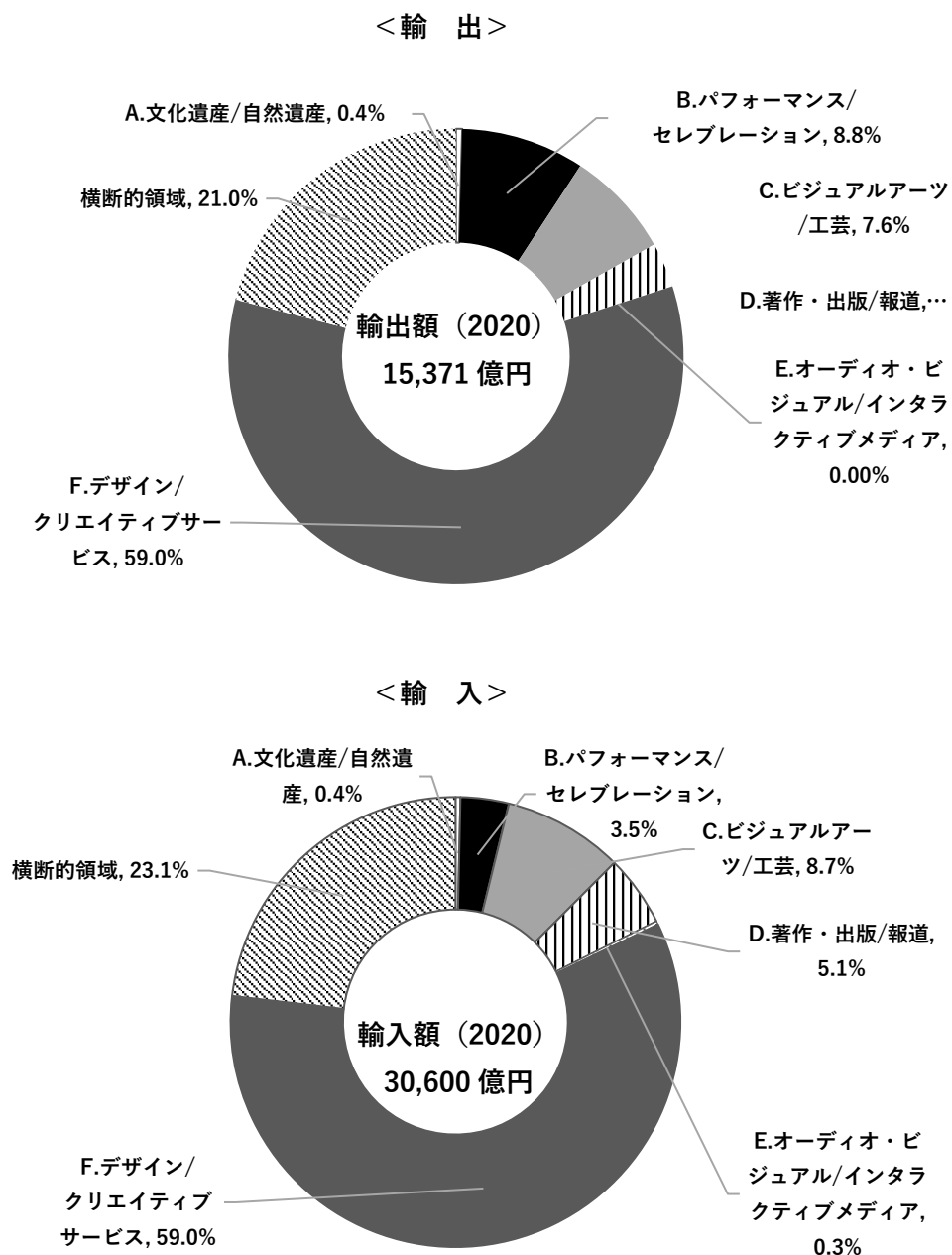
※文化の輸出入額には、宝飾品や横断的領域など産業連関表以外の統計から割り出したものも含んでいる。産業連関表の輸出入額には、これらの輸出入額の数値も含まれているとみなし、比率を算出している。

※2020 年は横断的領域のサブドメインとして「情報サービス」を新たに追加している。2019 年以前の算定結果と単純に接続することは難しいことから、推移の値は参考値。

※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。

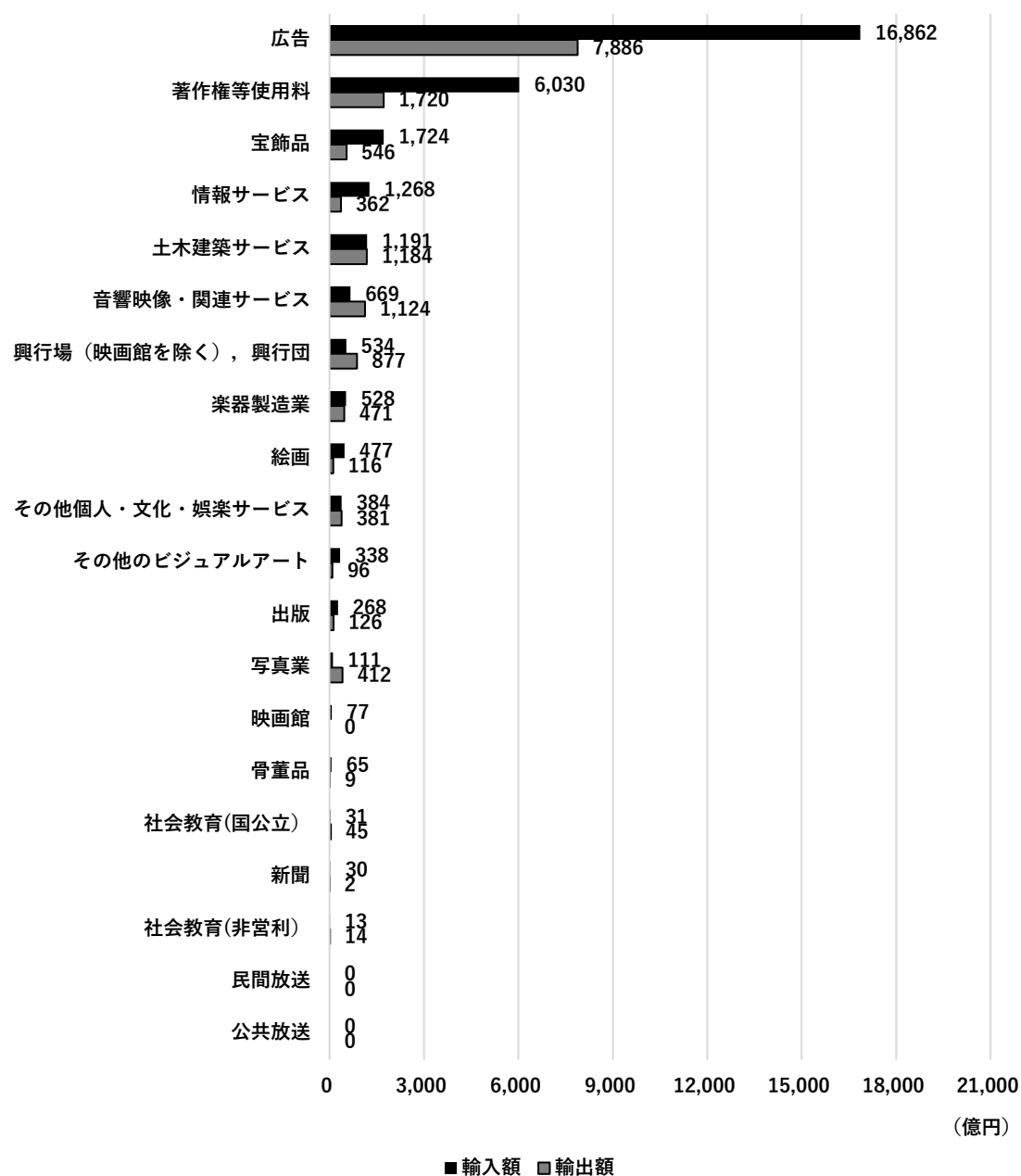
2020年の輸出入額の構成は、ドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」が輸出入ともに50%を超える。これに「横断的領域」が続く。（横断的領域は、ドメインA～Fのいずれかの領域に含まれるもので、これ以上分割できないもの。）

【図 2-12. 我が国の文化の輸出入額のドメイン別構成（2020年:名目値）】



項目別輸出入額では、広告、著作権等使用料、宝飾品の3つのサービスの額が大きい。

【図 2-13. 我が国の文化の項目別輸出入額（2020 年：名目値）】

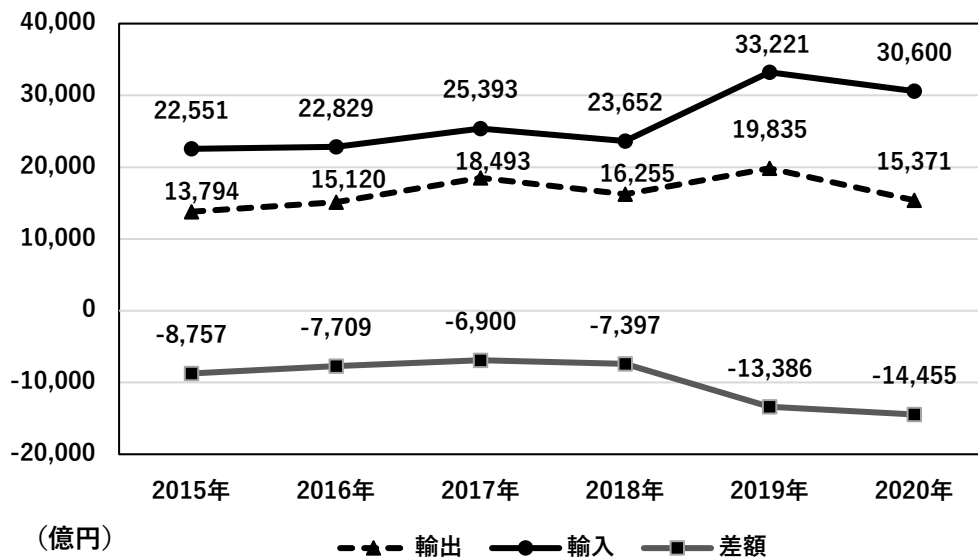


※2020 年は横断的領域のサブドメインとして「情報サービス」を新たに追加している。2019 年以前の算定結果と単純比較することは難しいことから、推移の値は参考値。

※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。

【図 2-14. 我が国の文化の輸出入額の推移（2015 年～2020 年：名目値）】の推移によると、2019 年に輸出入とも伸び、収支の赤字幅が大きくなった。2020 年は輸出入ともに減少しているが、輸出額が前年の 2019 年より、約 4,464 億円、輸入額が 2,621 億円減少した。

【図 2-14. 我が国の文化の輸出入額の推移（2015 年～2020 年：名目値）】

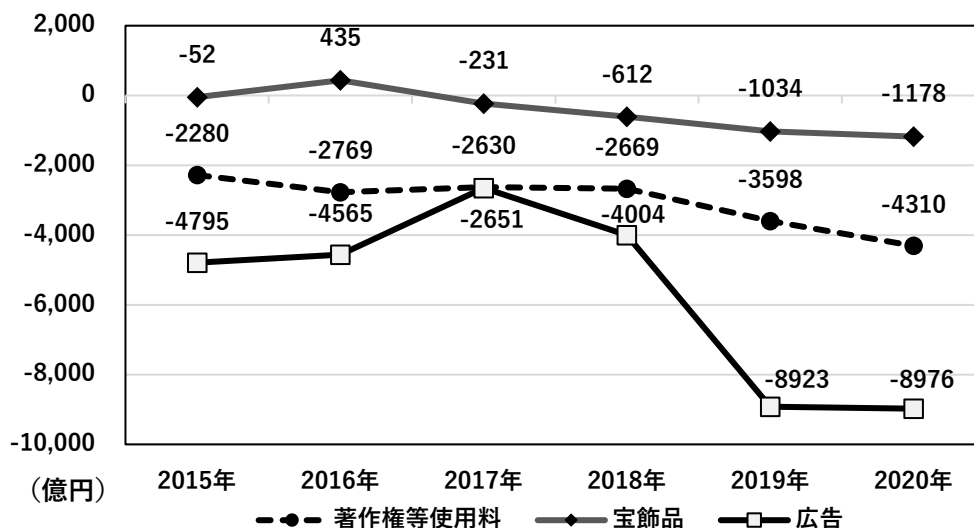


※2020 年は横断的領域のサブドメインとして「情報サービス」を新たに追加している。2019 年以前の算定結果と単純比較することは難しいことから、推移の値は参考値。

※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。

また、【図 2-15. 我が国の文化の輸出入収支(上位 3 項目)の推移（2015 年～2020 年：名目値）】から上位 3 項目の輸出入収支の推移を見ると、2019 年、2020 年の広告の赤字幅が大きい。これは、インターネット広告の普及に伴い、Google や Facebook 等の海外プラットフォームへの広告出稿が増加していることが起因していると思われる。

【図 2-15. 我が国の文化の輸出入収支(上位 3 項目)の推移（2015 年～2020 年：名目値）】



※2020 年は横断的領域のサブドメインとして「情報サービス」を新たに追加している。2019 年以前の算定結果と単純に接続することは難しいことから、推移の値は参考値。

※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。

3. 諸外国の文化 GDP 算出及び諸外国における文化 GDP 推計状況に関する調査

3.1. 調査概要

3.1.1. 目的

本調査は、諸外国の文化 GDP およびその活用方法を把握する事を目的として実施した。

3.1.2. 概要

令和 3 年度実施の「ユネスコモデルに基づく諸外国の文化 GDP の算出に関する業務」報告書⁴²を踏まえ、各国政府が公開する資料に基づき、文化 GDP および文化 GDP の活用方法について調査を行った。調査対象国は、アメリカ、イギリス、フランス、カナダ、ドイツ、オーストラリアとし、各国が公表する文化 GDP を整理の上、各国間の比較を可能とするためユネスコモデルに基づき算出（調整）を行った。文化 GDP の活用事例についても、各国政府等の公開資料より把握を行った。

3.2. 諸外国の文化 GDP の算出

3.2.1. 調査方法

各国の文化統計に基づき、文化 GDP の公表値を整理した。基本的に公表通りの数値を整理しているが、イギリスについては、ユネスコ基準に含まれている広告、建築、出版等がクリエイティブ産業に位置付けられているため、文化産業にこれらの領域を加える形で整理している。

調査対象年について、令和 3 年度実施の「諸外国文化 GDP の算出」は国により算出年（2016 年～2018 年）が異なるが、今年度（令和 6 年度）は、日本の最新の文化 GDP 推計値にあわせ 2020 年で統一した。なお、各国の文化 GDP の領域（定義）は異なるため、まず公表値で整理を行い、その上でユネスコ基準に合わせて領域の調整を行っている。

各国の文化 GDP について、実際にはドイツ、英国、オーストラリア⁴³のそれは GVA（Gross Value Added）、フランス、米国は VA（Value Added）である。なお、GDP は GVA に間接税を加え、補助金を差し引いたものであるのに対し、GVA は間接税を含まず、補助金を加えたものである。GVA と VA は、GVA 減価償却を含み、VA はそれを含まないという違いがある。

⁴² 株式会社シー・ディー・アイ「ユネスコモデルに基づく諸外国の文化 GDP の算出に関する業務 報告書」（令和 3 年 6 月）

⁴³ オーストラリアは文化 GDP も算出しているが、ドメイン別の数値が GVA となっているため、総計も GVA としている。なお、GDP 比については、分母は GDP となっている。

【表 3-1. 諸外国の文化 GDP の算出値と参照資料】

国	算出値	文化統計に関する文書/資料
フランス	VA	Ministere de la Culture. Chiffres Cles Statistiques de la Culture et de la Communication 2022.
ドイツ	GVA	Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action, Minister of State for Culture and the Media. 2021 Cultural and Creative Industries Monitoring Report, on behalf of the Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action.
英国	GVA	Department of Culture, Media & Sports. Economic Estimates. Economic Estimates: GVA for DCMS Sectors and the Digital Sector, 2020.
オーストラリア	GVA	Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communication and the Arts. Cultural and creative activity in Australia 2010-11 to 2019-20.
カナダ	GDP	Statistics Canada. Culture and sport indicators by domain and sub-domain, by province and territory, product perspective (x 1,000).
米国	VA	Statistics Canada. Culture and sport indicators by domain and sub-domain, by province and territory, product perspective (x 1,000).

3.2.2. 調査結果

2020 年の諸外国 GDP は、【表 3-2. 2020 年 諸外国の文化 GDP (ユネスコ基準調整前)】の通りである。日本の 2020 年産業連関表基準の文化 GDP (12 兆 2,582 億円) は、米国 (98 兆 463 億円) の次に高く、ドイツ (11 兆 5,103 億円) が続いている。一方、GDP 比 (2.3%) は米国 (4.3%)、英国 (3.2%)⁴⁴、ドイツ (2.8%) よりも低くなっている。これに対し、日本の 2015 年産業連関表基準の文化 GDP (10 兆 3,485 億円) は、米国、ドイツに次ぎ第 3 位、GDP 比 (1.9%) では、7 か国中最下位である。いずれの基準においても、日本の文化 GDP の規模は相対的に大きい、GDP 比は小さい。

経年変化を見ると、オーストラリア、米国を除く全ての国で文化 GDP は前回算出額比で減少している。減少の理由として、多くの国でコロナ禍の影響、特にパフォーマンス・セレブレーション市場等の経済活動への影響に言及している。また、対 GDP 比でも、日本を除く全ての国で減少している。

ユネスコ基準による調整は、前回同様の方法で行った【表 3-3. 2020 年 諸外国の文化 GDP (ユネスコ基準調整後)】。日本の 2020 年及び 2015 年産業連関表基準の文化 GDP (各 12 兆 2,582 億円、10 兆 3,485 億円) はともに、米国 (68 兆 2,818 億円) の次に高く、ドイツ、フランスの約 2 倍、オーストラリア、カナダの約 3 倍程度となっている。一方、対 GDP 比 (各 2.3%、1.9%) は、米国・英国 (3.0~3.2%) よりも低い、フランス (1.9%)、オーストラリア (2.1%) とほぼ同程度、カナダ (1.7%) より高くなっており、ユネスコ基準による調整後の日本の文化 GDP、GDP 比率は、調整前の数値より、諸外国との比較において相対的に規模・比率とも大きくなっている。

ユネスコ調整による影響が大きいのは、ドイツ (ソフトウェアの調整) および米国 (小売・輸送・政府等多数の項目を調整) であり、調整前と GDP 比で約 1% 強の違いが生じている。一方、他国は文化芸術教育の調整が主となるため、差異は 0.0~0.2% 程度にとどまっている。

⁴⁴ 英国の GDP 比率における母数は GVA を使用、その他の国は GDP を使用。

【表 3-2. 2020 年 諸外国の文化 GDP（ユネスコ基準調整前）】

	公表 GDP 【現地通貨】		公表 GDP 【JPY 換算】 ⁴⁵			
	前回 (2016-2018)	今回 (2020)	前回 (2016-2018)	GDP 比	今回 (2020)	GDP 比
日本 (GDP)	10 兆 5,385 億円	(2015 年基準) 10 兆 3,485 億円 (2020 年基準) 12 兆 2,582 億円	10 兆 5,385 億円	1.9	(2015 年基準) 10 兆 3,485 億円 (2020 年基準) 12 兆 2,582 億円	1.9 2.3
フランス (VA)	470 億€	461 億€	5 兆 9,517 億円	2.3	5 兆 6,198 億円	2.0
ドイツ (GVA)	1,047 億€	946 億€	13 兆 1,009 億円	3.0	11 兆 5,103 億円	2.8
英国 (GVA)	671 億£	618 億£	9 兆 8,950 億円	3.5	8 兆 4,655 億円	3.2
オーストラリア (GVA)	425 億 AUD	427 億 AUD	3 兆 6,543 億円	2.4	3 兆 1,357 億円	2.2
カナダ (GDP)	561 億 CAD	500 億 CAD	4 兆 7,793 億円	2.7	3 兆 9,817 億円	2.3
米国	8,778 億 USD	9,168 億 USD	98 兆 4,604 億円	4.5	98 兆 463 億円	4.3

【表 3-3. 2020 年 諸外国の文化 GDP（ユネスコ基準調整後）】

	公表 GDP 【JPY 換算】				ユネスコ基準による調整後 【JPY 換算】			
	前回 (2016-2018)	GDP 比	今回 (2020)	GDP 比	前回 (2016-2018)	GDP 比	今回 (2020)	GDP 比
日本 (GDP)	10 兆 5,385 億円	1.9	(2015 年基準) 10 兆 3,485 億円 (2020 年基準) 12 兆 2,582 億円	1.9 2.3	10 兆 5,385 億円	1.9	(2015 年基準) 10 兆 3,485 億円 (2020 年基準) 12 兆 2,582 億円	1.9 2.3
フランス (VA)	5 兆 9,517 億円	2.3	5 兆 6,198 億円	2.0	5 兆 6,731 億円	2.2	5 兆 3,400 億円	1.9
ドイツ (GVA)	13 兆 1,009 億円	3.0	11 兆 5,103 億円	2.8	10 兆 2,559 億円	2.3	6 兆 9,625 億円	1.7
英国 (GVA)	9 兆 8,950 億円	3.5	8 兆 4,655 億円	3.2	9 兆 8,182 億円	3.5	8 兆 4,445 億円	3.2
オーストラリア (GVA)	3 兆 6,543 億円	2.4	3 兆 1,357 億円	2.2	3 兆 5,482 億円	2.3	3 兆 323 億円	2.1
カナダ (GDP)	4 兆 7,783 億円	2.7	3 兆 9,817 億円	2.3	3 兆 7,023 億円	2.1	2 兆 9,117 億円	1.7
米国 (VA)	98 兆 4,604 億円	4.5	98 兆 463 億円	4.3	70 兆 3,553 億円	3.2	68 兆 2,818 億円	3.0

なお、各国のドメイン・サブドメイン別の文化 GDP は【表 3-4. ユネスコ基準による各国の文化 GDP（2020 年）の比較】に整理している。

ユネスコ基準調整後の数値で、ドメイン・サブドメイン別に見ると、全てのドメインにおいて米国の文化 GDP が最も高くなっている。一方、ドメイン・サブドメイン別の各国に

45 為替レートは以下を使用。

日本円	EUR	GBP	AUD	CAD	USD
2020 年	121.64	136.94	73.471	79.608	106.94

資料：Exchange-Rates.org（年平均）

おける文化 GDP 比率見ると、ドメイン「A. 文化遺産/自然遺産」の比率はフランスが 11.6%、ドメイン「B. パフォーマンス/セレブレーション」の比率もフランスが 15.3%、ドメイン「C. ビジュアルアーツ/工芸」の比率はカナダが 9.9%、ドメイン「D. 著作・出版/報道」の比率は米国が 37.4%、ドメイン「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」の比率はカナダが 45.1%、ドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」ドイツが 49.7%で最も高く、各国の特徴が見られる。

日本は、諸外国との比較においては、ドメイン「B. パフォーマンス/セレブレーション」が 5.3%とオーストラリアと同率で最も低く、ドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」が 42.1%でドイツに次いで高くなっている。ドメイン F. の中でも、特に「建築サービス（ランドスケープを含む）」が占める割合が高い。

(億円)

※GDP 数値は、端数を四捨五入しているため合計値と一致しない場合がある。
※ドイツの GVA はドメイン間における重複分をユネスコ調整額（総計）より差し引いている。

3.3. 諸外国の文化 GDP の活用状況

3.3.1. 調査方法

諸外国の文化 GDP の活用状況については、各国政府の過去数年間の公開文書より確認可能な範囲で把握を行った。今回は、文化 GDP に限らず、雇用者数、賃金水準等の政策への活用状況、特に、1) 人材育成政策への活用、2) 文化の予算獲得や投資への説得材料として広報的に活用している具体例、という視点で調査を行った。また、文化と観光の関係性についても整理を行った。

3.3.2. 調査結果

今回の調査対象の中で、英語圏の英国、オーストラリア、カナダ、米国の政府公開文書を調査した結果、国として中央集権的な文化政策が実行されている英国、オーストラリアにおいて上記に関する内容が得られた。なお、英国においては、文化産業の一部を含むクリエイティブ産業に関する内容を整理している。

3.3.2.1. 文化 GDP、雇用者数、賃金水準等の数値の人材育成政策への活用状況

調査の結果、英国においては、国レベルで文化（クリエイティブ）産業の数値評価に基づく EBPM が遂行され、その中に人材育成に関する内容が確認できた。オーストラリアにおいても人材育成関連の施策を含めた EBPM の実行が推定される。

①英国：「産業戦略：クリエイティブ産業⁴⁶セクターの契約」（2018 年）等に見られる EBPM

英国の「産業戦略：クリエイティブ産業セクターの契約」（2018 年）によると、英国は、クリエイティブ産業の GVA、雇用、輸出の数値を踏まえ、その莫大なポテンシャルを評価し、2018 年、150M£ の官民連携による投資を決定している。投資内容には、人材育成政策としてクリエイティブキャリアプログラム支援等がある。

英国は、同国のクリエイティブ産業（ハリーポッターからグランド・セフト・オートゲーム、サーチ&サーチ広告代理店からサヴィル・ロウ）⁴⁷は、下表のような数値結果をもたらしており（2010 年～2016 年の GVA 成長率が英国平均の 2 倍等）、英国を偉大で世界で尊敬される自信のあるグローバル国たらしめる主要な要素で、英国が EU を離脱してグローバルブリテンを構築するための重要な役割を担っているとしている。こうした莫大なポテンシャルを踏まえ、クリエイティブ産業と政府の共同アクションにより、クリエイティブ産業をリードするクラスターのグローバル競争力強化、将来の技術とコンテンツ、将来のクリエイティブスキルに対し、150M£ の投資を決定している。

⁴⁶ IT、ソフトウェア、出版、映画、TV、音楽、ファッション、デザイン、アート、建築、出版、広告、ビデオゲーム、工芸

⁴⁷ ハリーポッター（映画）、グランド・セフト・オートゲーム（クライムアクションゲーム）、サーチ&サーチ広告代理店（広告）、サヴィル・ロウ（英国の名門高級紳士服店の集中する通り）など、映画～ファッションまで英国を代表するクリエイティブ産業の例として挙げられている。

【表 3-5. 英国のクリエイティブ産業における EBPM 事例】

2010 年～2016 年のクリエイティブ産業の数値評価	数値評価の活用方法
■GVA (2016 年) : 918 億 £ 前年比 7.6% 増 2010 年以降 44.8% 増 英国平均 22.7% ■雇用 (2016 年) : 304 万職 年間増加率 5%、11 に 1 つの雇用) ■輸出 (サービス) (2015 年) : 212 億 £ 2010 年以降 44.3% 増、英国の全サービス輸出の 9.4%) ■その他 2017 年、映画、ハイエンド TV のみで 20 億 £ の英国への 対内投資を引き付け、雇用創出、観光振興、グローバルタ レントの流入をもたらした。	「産業戦略：クリエイティブ産業のセクター契約」の締結 以下に対する官民連携による 150M £ の投資を確定 ○クリエイティブ産業をリードするクラスターのグローバ ル競争力強化 ○将来の技術とコンテンツ ○将来のクリエイティブスキル 2023 年 予測 ■GVA : 1500 億 £ ■雇用 : 60 万職 新規創出 ■輸出 : 50% 増 (1500 億 £) ■イングランド南東部とそれ以外の英国のギャップの解消 ■より多様な人々に対する同産業におけるキャリアの提供 ・ 2 年間に於いて、最低 2000 校、60 万人の学生に、産 業主導のクリエイティブキャリアプログラムを届ける等

②オーストラリア：「国家文化政策」（2022）⁴⁸における数値を踏まえた政策立案

オーストラリアの「国家文化政策」（2022）では、芸術文化は、同国の文化的・グロー
バル関係において必要不可欠であり、オーストラリアのクリエイティブ組織、アーチス
ト、ビジネス界にとってグローバル認知・利益獲得の重要なリソースであるとしている。
また、文化の GDP に占める割合、雇用、輸出の数値を踏まえ、クリエイティブ・エコノミ
ーのポテンシャル実現のため検討すべき施策を整理しており、その中には、人材育成関連
の施策として「継承可能なスキルに対する強い理解を含めた、セクター間の連携の増加」
が見られる。また、データ連携の拡張は、文化・クリエイティブ産業のアウトカムとイン
パクトのデータ共有を精査・向上させ、投資のより良いターゲティングを可能にするとし
ている。

【表 3-6. オーストラリアのクリエイティブ・エコノミーにおける EBPM 類似事例】

クリエイティブ・エコノミーの数値評価	数値評価の活用方法（検討すべき施策の整理 例）
■GDP : 1158 億豪ドル（全経済の 6.3%） ■雇用 : 64.5 万人（全労働力の 6%） ■輸出（サービス） ・オーストラリア人著者・出版社の著作権：1000 万豪ド （年間） ・音楽家、音楽出版社、レコードレーベルの輸出額：1 億 9500 豪ドル（年間） ・芸術と文化を中心とした著作権：48 億豪ドル	・文化・クリエイティブ産業モデル ・クリエイティブ経済活用の税制構造の検討を含めた立 法・規制 ・パートナー組織の役割と権限 ・オーストラリアのラジオ、テレビ放送、ストリーミング プラットフォームのローカルコンテンツ割り当て ・輸出と市場開発機会 ・ビジネスと DX 支援 ・継承可能なスキルに対する強い理解を含めた、セクタ ー間の連携の増加（人材育成関連）

⁴⁸ THRIVE 2030 The Re-Imagined Visitor Economy A national strategy for Australia's visitor economy recovery and return to sustainable growth, 2022 to 2030)

3.3.2.2. 文化（クリエイティブ）産業と観光の整理

英国、オーストラリア両国において、文化は観光の重要な推進力であり、経済のみならず社会的影響、国の国際的な評判の構築に関与する、としている。

①英国：

英国が、文化（クリエイティブ）産業と観光の関係性についてどのようにとらえているかについて、庶民院の「海外に対する英国のプロモーション」（第2レポート、セッション2022-2023年、庶民院、デジタル、文化、メディア、スポーツ委員会）⁴⁹では、英国は、伝統的にその文化的魅力で多くの来訪者を魅了してきたとし、2019年のソフトパワーランキングでは、1位の座をフランスに明け渡したものの、「エド・シラーンからハリウッド、プレミアリーグまで、芸術、映画、音楽、スポーツは膨大なグローバルアピールがある」としている。

そうした中、英国のインバウンド観光は同国の第3位のサービス輸出、GDPの9%を占め、320万人の雇用を創出する世界クラスの観光地だが、インバウンド産業の競争が激しくなる中、ロンドン以外への観光地へのマーケティングや英国の文化的アピールを推進するクリエイティブ産業の能力を拡大する余地がある、としている。戦略としては、韓国、カナダ、スイス政府の産業支援例等を挙げ、英国のデジタル・文化・メディア・スポーツ省（DCMS：Department for Digital, Culture, Media and Sports）も戦略レベルにおけるクリエイティブ産業との連携を行い、英国の才能のプロモーションにより多くの来訪者を引き付ける事を可能にする、クリエイティブ産業の輸出事務所の創設を提案している。

また、英国は、「観光回復計画」（The Tourism Recovery Plan）（2021）⁵⁰において、「英国文化都市（UK City of Culture）」という制度を創設し、全国から応募者を募集、採択された地域に4万£を支給する取組をしている。2021年はコヴェントリー（Coventry）市が採択され、1年間にわたる文化イベント・活動プログラムを実施、英国中から来訪者を受け入れた。前年の採択地域では、本取組が観光、投資、地域への支援をブーストするとともに、人々の連携促進、地元の誇りを刺激したとしている。特にCovid-19から回復する地域においてはこうしたソフトパワーを活用すべきとし、DCMSは、観光回復計画の中心に文化を据えている。

このように、英国ではインバウンド・国内観光双方において文化が経済的及び社会的（国家の評判、人々の連携促進、ローカルプライドの醸成）に重要な役割を果たす事を認識し、政策策定や取組の提案をしている事がわかる。

⁴⁹ House of Commons, Digital, Culture, Media and Sports. "Promoting Britain Abroad (Second Report of Session 2022-23)." Committee)

⁵⁰ DCMS, The Tourism Recovery Plan 2021

②オーストラリア

オーストラリアは、「国家文化政策に向けて」(2022)において、芸術は、地域、国内、国際観光の強力な推進力となり、特に、芸術と文化は、オーストラリアの国際的な評判を共有・構築し、文化外交や関係構築への活発な関与、そして新市場に対する経済的ポテンシャルを拡大するための強力なプラットフォームを提供するとしている。また、「繁栄 2030 リ・イマジン ビジター・エコノミー：オーストラリアのビジター・エコノミー経済の回復と持続可能な成長 2022-2030」⁵¹では、ビジター・エコノミーは、オーストラリアの豊かな芸術と文化を見せるための主要な鍵となるとともに、多くのオーストラリア人の雇用機会を創出する、としている。

上記より、英国同様、オーストラリアにおいても芸術文化は、経済的（観光、雇用等）・社会的（国際的評判、国際社会における関係構築等）に大きな役割を有し、観光はオーストラリアの豊かな芸術文化を（対外的に）見せる機会であるとしていることから、両者の密接な関係性が認識されている事が伺える。

3.3.2.3. 文化の予算獲得や投資への説得材料として広報的に活用している各国の具体例

英国では、前述の「産業戦略：クリエイティブ産業 セクターの契約」(2018)、「海外に対する英国のプロモーション」(第2レポート、セッション 2022-2023 年、庶民院、デジタル、文化、メディア、スポーツ委員会)は英国政府ウェブサイトに掲載している。また、オーストラリアにおいても、「国家文化政策に向けて」(2022)は豪州政府ウェブサイトに掲載されており、誰もが閲覧可能な状況になっている。

このように、文化（クリエイティブ）産業のGVA、雇用、輸出額等の各種指標を踏まえた政策文書等、EBPMに関連する文書をウェブサイトで公開する事は、今後の更なる投資・予算獲得の説明材料・呼び水となる事も想定される。

【図 3-1. 英国の数値評価の予算獲得・投資への活用例：官民連携による投資内容の公開】



出展：HM Government. Industrial Strategy: Creative Industries Sector Deal.

<https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5aba68f040f0b67d64e21976/creative-industries-sector-deal-print.pdf> (accessed 2025-03-17)

51 THRIVE 2030 The Re-Imagined Visitor Economy A national strategy for Australia's visitor economy recovery and return to sustainable growth, 2022 to 2030

4. これまでの数値評価の更なる精緻化（特に輸出入額）

4.1. 調査概要

4.1.1. 目的

文化の「輸出入額」はこれまで、産業連関表、貿易統計（財務省）、国際収支統計（日本銀行）で把握可能な領域の数値を算出していたが、これらの統計では数値を把握できない領域が存在する。本調査は、学術的根拠・国際的動向を踏まえ、これら未把握領域における数値の算出を目的として実施した。

4.1.2. 概要

文化の「輸出入額」の未把握領域における数値の把握のため、まず、ドメイン「A. 文化遺産/自然遺産」～ドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」における未把握領域の輸出入額の統計・データ取得の可否とその理由を整理した。

また、未把握領域のうち、統計・データが存在する領域において、統計の信頼性が担保されかつ取引額が大きいと考えられる領域を優先的に選定し、輸出入額の試算を行った。

4.2. 輸出入額の算出の考え方と算出方法

文化の「輸出入額」の未把握領域にはサービス業も多く、貿易統計や国際収支統計等、既存の統計では把握できないものが多い。近年は、サービス産業の輸出入は、産業連関表とは別のサービス産業の輸出入の概念が主流になってきている背景から、サービス業については、WTO の GATS（General Agreement on Trade in Services）の4つの形態（モード）の考え方を活用し、輸出入額の把握が可能な統計・データを整理することとした。

なお、未把握領域のうち、日本の文化領域として強みを有する「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」のゲーム関連においては、主な企業の国際収支情報等も含めて確認を行い、数値の精緻化を試みた。

【表 4-1. GATS : サービス貿易における 4 つのモード】

態様（モード）	内容	典型例	典型例のイメージ図
1. 国境を超える取引 （第 1 モード）	いずれかの加盟国の領域から他の加盟国の領域へのサービス提供	○電話で外国のコンサルタントを利用する場合 ○外国のカatalog通信販売を利用する場合など	
2. 海外における消費 （第 2 モード）	いずれかの加盟国の領域内におけるサービスの提供であって、他の加盟国のサービス消費者に対して行われるもの	○外国への観光旅行（サービス、物品の購入） ○外国の会議施設を使って会議を行う場合 ○外国で船舶・航空機などの修理をする場合など	
3. 業務上の拠点を通じたサービス提供 （第 3 モード）	いずれかの加盟国のサービス提供者によるサービスの提供であって他の加盟国の領域内の業務上の拠点を通じて行われるもの	○海外支店を通じた金融サービス ○海外現地法人が提供する流通・運輸サービスなど	
4. 自然人の移動によるサービス提供 （第 4 モード）	いずれかの加盟国のサービス提供者によるサービスの提供であって他の加盟国の領域内の加盟国の自然人の存在を通じて行われるもの	○招聘外国人アーティストによる娯楽サービス ○外国人技師の短期滞在による保守・修理サービスなど	

出典：外務省「サービス貿易の 4 態様」を抜粋加工 https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/wto/service/gats_5.html

4. 3. 調査結果

4. 3. 1. 輸出入額の未把握領域における統計・データの取得可否とその理由

輸出入額の未把握領域における統計・データの取得可否とその理由を【表 4-2. 輸出入額の未把握領域における統計・データの取得可否とその理由】の通り整理した。

ドメイン「A. 文化遺産/自然遺産」における未把握領域は、推計対象（4）文化財保護費、（5）自然遺産関連費であり、これらの輸出入額に関する既存統計・データは不在であり、把握する場合には文化 GDP 同様、関連施設へのアンケート調査の実施等により把握する事が方法として考えられる。

また、サービスの「第 2 モード」の考え方から、観光庁の「旅行・観光消費動向調査」（アウトバウンド＝輸入）、「インバウンド消費動向調査」（インバウンド＝輸出）における「美術館、博物館、資料館、動植物園、水族館等」における支払額から把握する事が可能と考えられる。

ドメイン「B. パフォーマンス/セレブレーション」における未把握領域のうち、推計対象「(2) 独立行政法人の劇場・音楽堂等」、「(3) 公立の劇場・音楽堂等」については、国際サービス収支（日本銀行）の「個人・文化・娯楽サービス」（国際収支項目番号：471）に関連するが、当該項目には通信教育、スポーツに関連する内容も含まれており、統計データの取得方法の関係上⁵²個別に切り出すことが不可のため、推計対象別の数値は把握不可である。よって、過年度通り、横断的領域として計上することが妥当と考えられる。また、ドメイン A. 同様、観光庁の「旅行・観光消費動向調査」（アウトバウンド＝輸入）、「インバウンド消費動向調査」（インバウンド＝輸出）における「舞台・音楽鑑賞（演劇・演芸・コンサート等）」における支払額から把握することも可能と考えられる。

推計対象「(5) レコード制作」、「(6) 音楽スタジオ業務」、「(7) 有料音楽配信」については、国際サービス収支（日本銀行）の「音楽映像・関連サービス」（国際収支項目番号：472）に関連するが、当該項目には、映像分野等も含まれており、個別に把握する事が不可である。また、「(8) 音楽 CD レンタル」については、統計データが存在しないことを研究会にて確認した。

ドメイン「C. ビジュアルアーツ/工芸」における未把握領域のうち、推計対象「(2) 美術グッズ（ポスター等）」、「(3) 美術グッズ（グッズ）」については統計・データが不在であるが、FCS2009 の定義を踏まえ、これらの推計対象の設定の妥当性は今後検討の余地がある。

推計対象「(6) 手すき和紙」については、貿易統計「第 48 類：手すきの紙及び板紙」、「(7) 陶磁器製置物」及び「(8) 陶磁器絵付品」については、貿易統計「第 69 類：陶磁性の肖像、その他装飾品」、「(11) 金属彫刻品」及び「(12) 貴金属性装身（宝石、象牙、亀甲を含む）」については、貿易統計「第 71 類：身辺用細化類及びその部分品、細工品およびその部分品」を参照することが妥当である事が研究会で確認された。

また、サービスの「第 2 モード」の考え方から、観光庁の「インバウンド消費動向調査」（インバウンド＝輸出）における「宝石・貴金属」、「民芸品・伝統工芸品」における支払額から把握することが可能と考えられる。

ドメイン「D. 著作・出版/報道」のうち、推計対象「(3) 書籍・雑誌小売業（古本を除く）」、「(4) 古本小売業」、「(7) 新聞小売業（新聞販売店）」については、統計・データが不在であることを研究会で確認した。なお、「(6) ニュース供給業務」については、国際収支サービスの「情報サービス」（国際収支項目番号：442）が当該推計対象に関する内容を含んでおり、また、それ以外の図書館、公文書館、アーカイブサービスもドメイン D. に含まれているため、推計対象別ではなく、ドメイン D. の収支として計上することが妥当であると研究会で確認した。

⁵² 日本銀行、財務省へのヒアリングより、国際収支において把握可能な最小単位は「国際収支項目」であり、これ以上細分化する事は報告様式の関係上不可との説明であった。

また、サービスの「第2モード」の考え方から、観光庁の「インバウンド消費動向調査」（インバウンド＝輸出）における「本・雑誌・ガイドブック」における支払額から把握することが可能と考えられる。

ドメイン「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」のうち、推計対象「(1) 映画制作」、「(2) 映像・ビデオ制作」、「(3) テレビ番組制作」、「(4) ラジオ番組制作」、「(5) アニメーション制作」、「(6) 映画・ビデオ・テレビ番組配給」、「(7) その他の映像・音声・文字情報制作」、「(16) 映像（DVD・ブルーレイ）、レンタル」については、国際収支サービスの「音楽映像・関連サービス」（国際収支項目番号：472）が当該推計対象に関する内容を含んでいるが、前述の通り、当該項目には音楽に関連する内容も含まれるため、推計対象別の数値は把握不可である。よって、過年度通り、横断的領域として計上することが妥当と考えられる。

推計対象「(17) ゲームソフト売上」、「(18) オンラインゲーム運営売上」については、国際サービス収支「コンピューターサービス」（国際収支項目番号：441）にゲームのダウンロードなど電子的受け渡しを含むが、ゲームの売上のみを抽出することが不可であるとともに、「コンピューターサービス」については、文化領域に含まないとし、横断領域としても計上しないことを研究会で確認した。

推計対象「(19) フィーチャーフォン向け配信」、「(20) アーケード/テレビ・音楽ゲーム」については、統計・データが不在であることを研究会で確認した。

ドメイン「F. デザイン/クリエイティブサービス」のうち、推計対象「(1) デザイン業」については、統計・データが不在であることを研究会で確認した。また、「(4) 広告制作」については国際収支サービスの「専門・経営コンサルティングサービス」における「広告宣伝・広告制作、市場調査、製品販売促進に関連する費用」（国際収支項目番号：462）が当該推計対象に関する内容を含んでいるが、「広告」については産業連関表による既出の推計と重複する可能性があること、また、公開データには「法務、会計に関連する指導料、代行費用又は監査料等」（国際収支項目番号：463）も含まれていることから、計上をする場合は、産業連関表の輸出入の数値との重複の有無、及び国際収支項目番号 463 を統計の主管課への依頼により切り離した数値を求めることが妥当と考えられる。

【表 4-2. 輸出入額の未把握領域における統計・データの取得可否とその理由】

分野	輸出入額が未把握の 推計対象	既存統計・ データ取得の可否	その理由
A. 文化遺産/ 自然遺産	(4) 文化財保護費	不可	・ 既存統計・データが不在
	(5) 自然遺産関連費		
B. パフォー マンス/ セ レブレイシ ョン	(2) 独立行政法人立劇 場・音楽堂等	一部取得可	1. 国際サービス収支（日本銀行） 本推計対象は、国際収支統計（サービス貿易）の以下国際収支項目番号の統計データに含まれるが、当該項目内には、教育、スポーツ関連も含まれており、本項目は最小単位であるため、個別の数値として取得する事が不可。「横断的領域」として計上する事は可。 【国際収支項目番号（471）】 「個人・文化・娯楽サービス」 2. 観光庁 「旅行・観光消費動向調査」（アウトバウンド：輸入） 「インバウンド消費動向調査」（インバウンド：輸出） 【輸入】「旅行・観光消費動向調査」支出項目 ① 美術館、博物館、資料館、動植物園、水族館等 ② 舞台・音楽鑑賞（演劇・演芸・コンサート等） 【輸出】「インバウンド消費動向調査」支出項目 ① 美術館、博物館、資料館、動植物園、水族館等 ② 舞台・音楽鑑賞（演劇・演芸・コンサート等） ③ 宝石・貴金属工芸品 ④ 民芸品・伝統工芸品 ⑤ 本・雑誌・ガイドブック
	(3) 公立の劇場・音楽堂 等		
	(5) レコード制作	推計対象別には取 得不可	・ 国際サービス収支（日本銀行） 本推計対象は、国際収支統計（サービス貿易）の以下国際収支項目番号の統計データに含まれ、当該項目内には、この他、映画、番組、音楽の制作費、俳優・プロデューサーの出演料、演劇・音楽・スポーツイベント等の協業開催に伴う収入、ダウンロード等の電子的手段で受け渡しされるソフトウェアのうち、音楽又は映像に関する売買代金、学術、美術、音楽、映像、キャラクター商品当の著作権の取得・譲渡等が含まれている。 これらの内容はドメイン B.、E. 関連するが、本項目は最小単位であるため、推計対象別に取得する事は不可。「横断的領域」として計上する事は可。 【国際収支項目番号（472）（722）】 「音楽映像・関連サービス」（472） 「著作権」（722）に該当
	(6) 音楽スタジオ業務		
	(7) 有料音楽配信		
C. ビジュー アルアーツ/ 工芸	(8) 音楽 CD レンタル	不可	・ 既存統計・データが不在
	(2) 美術グッズ （ポスター等）	不可	・ 既存統計・データが不在
	(3) 美術グッズ （グッズ）		
	(6) 手すき和紙	可	・ 貿易統計「第 48 類」○手すきの紙及び板紙
	(7) 陶磁器製置物	可	・ 貿易統計「第 69 類」○陶磁性の小像、その他装飾品
	(8) 陶磁器絵付品		
	(11) 金属彫刻品	可	・ 貿易統計 「第 71 類」 ○身辺用細貨類及びその部分品 ○細工品及びその部分品（貴金属性又は貴金属を張った
	(12) 貴金属製装身（宝		

分野	輸出入額が未把握の 推計対象	既存統計・ データ取得の可否	その理由
	石、象牙、亀甲を含む)		貴金属性のものに限る)
D. 著作・ 出版/報道	(3) 書籍・雑誌小売業 (古本を除く)	不可	・ 既存統計・データが不在
	(4) 古本小売業	不可	・ 既存統計・データが不在
	(6) ニュース供給業務	推計対象別には取得不可	・ 国際サービス収支（日本銀行） 本推計対象は、国際収支統計（サービス貿易）の以下 国際収支項目番号の統計データに含まれ、ニュースサー ビスやデータベースサービス、図書館、公文書館、アー カイブサービスなどが該当する。ニュースサービスと図 書館・アーカイブの分割は出来ないが、ドメイン D. に 計上する事は可。 【国際収支項目番号（442）】 「情報サービス」
	(7) 新聞小売業 (新聞販売店)	不可	・ 既存統計・データが不在
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	推計対象別には取得不可	・ 国際サービス収支（日本銀行） 本推計対象は、国際収支統計（サービス貿易）の以下 国際収支項目番号の統計データに含まれ、当該項目内 には、この他、映画、番組、音楽の制作費、俳優・プロ デューサーの出演料、演劇・音楽・スポーツイベント等の 協業開催に伴う収入、ダウンロード等の電子的手段で受 け渡しされるソフトウェアのうち、音楽又は映像に関す る売買代金、学術、美術、音楽、映像、キャラクター商 品等の著作権の取得・譲渡等が含まれている。 これらの内容はドメイン B.、E. 関連するが、本項目 は最小単位であるため、推計対象別に取得する事は不 可。「横断的領域」として計上する事は可。 【国際収支項目番号（472）（722）】 「音楽映像・関連サービス」（472） 「著作権」（722）
	(2) 映像・ビデオ制作		
	(3) テレビ番組制作		
	(4) ラジオ番組制作		
	(5) アニメーション制作		
	(6) 映画・ビデオ・テレビ番組配給		
	(7) その他の映像・音声・文字情報制作		
	(16) 映像 (DVD・ブルーレイ)、レンタル		
	(17) ゲームソフト 売上げ	不可	・ 国際サービス収支（日本銀行） 本推計対象は、国際収支統計（サービス貿易）の以下 国際収支項目番号の統計データに含まれるが、当該項目 内には、コンピューター又はソフトウェア、ゲームのダ ウンロードなど音楽又は映像以外の電子的受け渡しを 含み、ゲームのダウンロードのみを取得する事が不可で ある。また、ゲーム関連以外のソフトウェア等の占める 割合が高い可能性があるため、計上しないことが妥当と 考えられる。 【国際収支項目番号（441）】 「コンピューターサービス」
	(18) オンラインゲーム 運営売上げ		
F. デザイン/ クリエイティブサービス	(19) フィーチャーフォン向け配信売上げ	不可	・ 既存統計・データが不在
	(20) アーケード/ テレビ・音楽ゲーム	不可	・ 既存統計・データが不在
	(1) デザイン業	不可	・ 既存統計・データが不在
	(4) 広告制作	不可	・ 国際サービス収支（日本銀行） 本推計対象は、国際収支統計（サービス貿易）の以下 国際収支項目番号の統計データに含まれる。当該項目内 には、テレビコマーシャル等の広告宣伝費及び宣伝に

分野	輸出入額が未把握の 推計対象	既存統計・ データ取得の可否	その理由
F. デザイン/ クリエイテ ィブ サービス	(4) 広告制作	不可	関する製作費、展示会・見本市当の開催費用、マーケティング費、市場調査費、製品販売のための費用など、広告制作に関連する内容を含むため、ドメインF. に計上する事も考えられるが、計上する場合は、産業連関表の「広告」の輸出入額との重複の有無の確認、以下「463」「法務、会計に関連する指導料、代行費用又は監査料等」の分離をした上で計上する事が望ましい。 【国際収支項目番号 (462) (463)】 「専門・経営コンサルティングサービス」 「広告宣伝又は市場調査に関連する費用」(462) 「法務、会計に関連する指導料、代行費用又は監査料等」(463)

4.3.2. 輸出入額の新規把握領域

前項で整理した未把握領域において把握可能な統計・数値を整理した。

サービス貿易の第2モードに該当する外国への観光旅行における支出について、観光庁「旅行・観光消費動向調査」(アウトバウンド：輸入) および「訪日外国人消費動向調査」(アウトバウンド：輸出) より推計を行った。

観光庁「旅行・観光消費動向調査」については、公表値よりドメインA. 「文化遺産/自然遺産」において約169億円の輸入、ドメインB. 「パフォーマンス・セレブレーション」で約147億円で、合計316億8,960円を整理した。

インバウンド(輸出)については、費目別の消費単価に2019年の訪日外国人数(一般客数)を乗じて算出した⁵³。その結果、ドメイン「A. 文化遺産/自然遺産」は約310億4,137万円、ドメイン「B. パフォーマンス・セレブレーション」は約81億6,066万円、ドメイン「C. ビジュアルアーツ/工芸」は約436億4,801万円、ドメイン「D. 著作・出版/報道」は約81億9,686万円、ドメイン「E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア」は、124億5,346万円で、合計約1,035億円と推計された。2019年の訪日外国人旅行消費額は4兆8,135億円であるため、文化領域の輸入は約2.2%となる。

【表 4-3. 「旅行・観光消費動向調査」(2019年)における関連ドメインの輸入額】

ドメイン	海外での支出項目	アウトバウンド消費額(輸入)
A. 文化遺産/自然遺産	美術館・博物館・動植物園・水族館など	約169億2,200万円
B. パフォーマンス・セレブレーション	舞台・音楽鑑賞(演劇、演芸、コンサートなど)	約147億6,760円
合計		約316億8,960円

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」集計表(2019年年間)(確報)

⁵³ 観光庁「2019年の訪日外国人旅行消費額(確報)」https://www.mlit.go.jp/kankoch/tokei_hakusyo/content/001335741.pdf

【表 4-4. 「訪日外国人消費動向調査」(2019 年)における関連ドメインの輸出額】

ドメイン	日本での支出項目	インバウンド消費額（輸入） 消費単価×訪日外国人数（一般客） (29,855,742 人)
A. 文化遺産/自然遺産	美術館・博物館・動植物園・水族館など	310 億 4,137 万円（消費単価 1,040 円）
B. パフォーマンス・セレブレーション	舞台・音楽鑑賞（演劇、演芸、コンサートなど）	81 億 6,066 万円（消費単価 273 円）
C. ビジュアルアーツ / 工芸	宝石（天然宝石、真珠等）・貴金属（金、銀、プラチナ等）を主体としたアクセサリ、洋食器類等	190 億 4,192 万円（消費単価 638 円）
	民芸品・伝統工芸品（織物、染色品、陶磁器、漆器、木工品、仏具、和紙、人形、和傘等）	246 億 609 万円（消費単価：824 円）
D. 著作・出版/報道	本・雑誌・ガイドブック	81 億 9,686 万円（消費単価：275 円）
E. オーディオ・ビジュアル/インタラクティブメディア	音楽・映像・ゲームなどソフトウェア (CD、DVD、ゲームソフト、コンピューターソフト等)	124 億 5,346 万円（消費単価：417 円）
合計		約 1,035 億円 (インバウンド消費額の約 2.2%)

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」集計表（2019 年（令和元年））暦年（確報）（全目的）

なお、これらの数値を 2019 年の輸出入額（産業連関表ベース）と比較すると、輸入額は約 1 % 増、輸出額は約 5.6 % 増となる。インバウンド消費額は年々増加傾向にあり、2023 年のインバウンド消費額は 5 兆 3,065 億円で、2019 年の約 10 % 増となっている。2024 年の速報値は 8.1 兆円となっており、国の政策目標（2030 年に 15 兆円）とあいまって更に増加する可能性がある。なお、観光による輸出入は、UNESCO FCS ではコア領域ではなく関連領域に位置づけられている。

【表 4-5. 産業連関表ベースの輸出入額に旅行消費額を追加した輸出入額】

(単位:億円)

	産業連関表ベース	第 2 モード (旅行消費額)	合計値	割合
輸入額	33,221	317	33,538	101.0%
輸出額	19,835	1,105	20,940	105.6%

国際サービス収支については、「情報サービス」の受取額が 362 億円、支払額が 1,268 億円で 906 億円の赤字となっている。「専門・経営コンサルティングサービス」の受取額は 9,333 億円、支払額が 20,112 億円で 10,779 億円の赤字となっている。ただし、「専門・経営コンサルティングサービス」には、前述の通り、産業連関表による既出の推計と重複する可能性があること、また、「法務、会計に関連する指導料、代行費用又は監査料等」も含んでいることから、計上をする場合は、数値の精査が必要である。

【表 4-6. 新規に追加する国際サービス収支（情報サービス、専門・経営コンサルティングサービス）】

国際収支項目	内容（2020 年） 単位：億円		
	受取額	支払額	収支
情報サービス（442）	362	1,268	-906
専門・経営コンサルティングサービス（462、463）	9,333	20,112	-10,779

また、主にドメイン E. のゲーム関連に関わる国内主要企業の 2020 年度の売上の一例を見ると、任天堂の海外売上は約 1 兆円、バンダイナムコは約 1,500 億円、ソニーは約 6 兆円、となっている⁵⁴。現状、文化の輸出入額として計上している国際サービス収支統計において、ゲーム関連は計上されていないため、任天堂の海外売上はゲーム関連の輸出額として参考になる。一方、輸入額については、海外企業の国際収支等で国別、費目別の情報を取得する事は困難であると考えられる。

【表 4-7. ゲーム業界における主要企業の売上高（2020 年度）】

主な企業	項目	売上高（2020 年）
任天堂	○ゲーム専用機（※1） ○モバイル・IP 関連収入（※2）等 ※1：ハードウェア、ソフトウェア（パッケージ併売ダウンロードソフト、ダウンロード専用ソフト、追加コンテンツ Nintendo Switch Online 含む）、アクセサリ等を含む。 ※2：スマートデバイス向け課金収入、ロイヤリティ収入等	13,085 億円 (海外売上：約 1 兆円)
バンダイナムコ	○トイホビー、○ネットワークエンターテインメント ○リアルエンターテインメント ○映像産業プロデュース ○IP クリエイション ○その他	7,238 億円 (海外売上：約 1,500 億円)
ソニー	○ゲーム&ネットワークサービス： 家庭用ゲーム機器、ソフトウェア、ネットワークサービス事業 ○音楽： 音楽政策、音楽出版、映像メディア・プラットフォーム ○映画： 映画制作、テレビ番組制作、メディアネットワーク ○エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション： テレビ、オーディオ・ビデオ、静止画・動画カメラ、モバイルコミュニケーション、その他 ○イメージング&センシング・ソリューション： イメージセンサー ○金融：生命保険、損害保険、銀行 ○その他	89,994 億円 (海外売上：約 6 兆円)

⁵⁴ 任天堂株式会社（2020）「2020 年 3 月期 決算説明資料」https://www.nintendo.co.jp/ir/pdf/2020/200507_3.pdf
 バンダイナムコグループ（2020）「ファクトブック 2020」https://www.bandainamco.co.jp/files/ir/integrated/pdf/2020JP_fact.pdf
 ソニーグループ株式会社（2021）「第 104 回定時株主総会 招集ご通知」
https://www.sony.com/ja/SonyInfo/IR/stock/shareholders_meeting/Meeting104/104_ogm_J_all.pdf
 ソニー・バンダイナムコ、ソニーについてはゲーム以外の領域も含む。
 任天堂、バンダイナムコは 2020 年会計年度（2019 年 4 月～2020 年 3 月）、ソニーグループは 2020 年度（2020 年 4 月～2021 年 3 月）

5. 文化サテライト勘定を活用した文化芸術政策の企画立案・評価等に関する提案

我が国の文化 GDP 及び文化雇用の推計、文化の輸出入額の算出（文化サテライト勘定：CSA）は、2017 年（平成 29 年）度から取組が始まった。ユネスコのガイドラインの調査、諸外国の事例調査、我が国の部分的推計から始まり、2020 年（令和 2 年度）から開始した本格的な推計は、今年度で 6 年目となる。

この間、推計の精緻化や、茶道や華道をはじめとした生活文化の GDP 推計の試行、文化芸術教育部門の GDP の推計など、我が国の文化及び文化産業の実情に即した部分の充実も試行されてきた。

今年度は、文化 GDP の推計を本格的に開始した 2020 年以降、初めて新たな産業連関表に基づいた推計を行うとともに、2021 年（令和 3 年度）に算出した諸外国 GDP の更新と数値評価の活用事例の調査、そして、輸出入額の精緻化の試みを行った。

これらを踏まえ、本章では、文化 GDP の推計の課題、および文化サテライト勘定を活用した文化芸術政策の企画立案・評価等に関する提案を整理する。

5.1. 文化 GDP 推計の課題

5.1.1 データソースの遡及性と継続性

文化 GDP 推計の基礎データとしている産業連関表は、5 年ごとに枠組みの変更が行われるため、継続的な推移の把握に限界がある。今年度は、2024 年 6 月に新たに公表された 2020 年産業連関表を踏まえた 2020 年の文化 GDP 推計を行っているが、産業部門や細品目に変更が加えられたことにより、文化領域における推計対象等にも変更が生じている。これにより、2015 年産業連関表を参照している過年度の推計（2016 年～2020 年）との比較が難しくなっている。また、産業連関表の更新が 5 年ごとであるため、一部の推計対象については推計年によって異なる基礎資料参照して推計を行っていることから、正確な経年変化の把握が元より困難であった。

上記より、今後は、データソースの遡及性と継続性をより高めるための検討・精査が必要である。具体的には、一例として、情報通信分野においては、総務省が毎年発行している「情報通信産業連関表」を活用することが考えられる。当該産業連関表においては、情報通信関係（ドメイン B. 映画館、劇場、興行場、ドメイン E. 放送、映像・音声、文字情報制作、F. 広告）については毎年同じデータソースで遡及可能であるため、少なくとも当該分野における訴求性は以前より高まると考えられる。

5.1.2 日本の独自文化の推計

UNESCO FCS 2009 の枠組みは、文化を共通の基盤で限定的に捉えることにより各国で比較ができるようにすること、また、文化を共通の基盤で限定的に捉えることで、文化サテライト勘定（CSA：Cultural Satellite Account）で推計される数値の信頼性を高いものにし

ようとする意図があることから、各国に独自・固有の文化領域が含まれない傾向にある⁵⁵。

一方、ユネスコ FCS は柔軟な枠組みを目指し、その国の実態に即した文化的枠組みを構築することを支援することを目指し、各国の各ドメインに関連する FCS の独自の定義の採用や独自調査に基づくデータによる推計を妨げるものではないとしている⁵⁶。

そのような中、我が国では、令和 4 年度には、日本独自の文化（茶道、華道、書道、和食、日本酒等）の生産額・付加価値額の試行的な推計が実施された。同推計より、日本独自の文化は一定以上の経済的な効果をもたらしていることがわかることから、今後、定期的に推計を行っていくことが重要である。例えば、産業連関表の更新年にあわせて推計していくことも一案である。

5.1.3. 日本が強みを有する文化領域のデータの把握

今般、新たに作成された産業連関表では産業部門や細品目の変更があった。その変更の一つに、2015 年表にあった細品目「アニメーション制作」がなくなったことがある。これに伴い、「アニメーション制作」という推計対象がなくなり、「アニメーション制作」単位での付加価値の推計が不可となった。

また、今年度、「文化の輸出入」の精緻化を検討する中で「ゲーム関連」（推計対象（15）ゲームソフト、（16）オンラインゲーム運営）については、国際収支においてはその統計の設計上、ゲームのダウンロード等の受払を切り出すことができないため、計上が難しいと改めて確認した。一方、日本を代表するゲーム業界企業の 2020 年度の海外売上高を参照したところ、任天堂株式会社、株式会社バンダイナムコホールディングス、ソニーグループ株式会社の三社の海外売上高総額は、約 7 兆 1500 億円ともなっている。

このように、現行の統計では、アニメ制作やゲーム関連など、日本が強みとする文化領域の付加価値額や輸出入額を実態に即した形でとらえることができない状況であるが、文化戦略立案のためにも基礎データが肝要であることから、今後、当該領域のデータ取得の方法論について検討する必要がある。

以上より、これまで過去数年間にわたり積み重ねてこられた文化 GDP、文化雇用、文化の輸出入の推計について、見直しの時期にあるとも言える。今後は、日本独自の文化や強みのある文化領域をどう戦略的に活かしていくかという視点を持ちながら、日本の文化領域（ドメイン、サブドメイン）、推計対象、推計における基礎資料や算出方法、これらの UNESCO FCS 2009 との整合など、改めて整理する事が有用と考えられる。見直しについては、ユネスコのフレームワーク改訂などの時機をとらえ、諸外国の取組を参考にしながら精査できると良い。また、長期的には、これらの取組の根幹となる多様な官民組織との連携による文化に関わる基礎統計の整備も重要な課題である。

⁵⁵ 株式会社シー・ディー・アイ（2023）「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」
https://www.bunka.go.jp/tokai_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/pdf/93911701_02.pdf

⁵⁶ 同上

5.2. 文化サテライト勘定を活用した文化芸術政策の企画立案・評価等に関する提案

「文化芸術推進基本計画（第2期）－価値創造と社会・経済の活性化－」（令和5年3月閣議決定）では、計画推進のために必要な取組として、社会課題に適時的確に対応するための政策形成・評価と体制構築、特に多様なデータと分析に基づくロジックモデルの構築、モニタリング指標やデータに基づく実態把握等の必要性が指摘されており、本事業は、こうした政策の一環である。

5.2.1. 文化サテライト勘定の我が国の戦略的な文化政策立案・投資への活用

今年度、諸外国の文化 GDP の活用状況について文献調査をしたところ、英国では2018年、文化 GDP（GVA）、文化雇用、文化の輸出額を踏まえ、クリエイティブ産業の莫大なポテンシャルを評価し、官民連携による、1）同産業をリードするクラスターのグローバル競争力強化、2）将来の技術とコンテンツ、3）将来のクリエイティブスキルの3分野に投資を決定している。

また、英国は、「伝統的にその文化的魅力で多くの来訪者を魅了してきた」とし、インバウンド観光が国の重要な産業（全 GDP 比9%、第3位のサービス輸出、320万人の雇用創出）との評価より、英国の文化的アピールを推進するクリエイティブ産業の能力を拡大する余地があるとして、英国庶民院は、政府と同産業の戦略的連携によるクリエイティブ産業の輸出事務所の創設等を提案している。

オーストラリアについても、文化 GDP、文化雇用、文化の輸出額を踏まえ、クリエイティブ・エコノミーのポテンシャル実現のための国の文化施策を整理するとともに、芸術文化は、国際観光や文化外交・国際的な評判構築に重要であることを明確に言及している。

我が国においても、これまで文化 GDP、文化雇用、文化の輸出入の推計、精緻化を進めてきたところであり、まだ課題はあるものの、指標となりうる数値の見える化を一定程度行ってきたところである。今後は、上記、英国やオーストラリアの事例にも見られる通り、これらの数値を踏まえ、戦略的政策立案や意思決定を行い、EBPM の実行を進めることが重要である。

5.2.2. 文化の戦略的政策立案

我が国の文化 GDP は、諸外国の文化 GDP との比較において、ユネスコ基準による調整前の数値は米国に次いで第2位（2020年産業連関表基準）と規模は大きい。一方、対 GDP 比では、米国、英国、ドイツに次いで第4位であり、国の経済規模に対する文化の経済規模は小さい。

日本の文化のポテンシャルを示す指標の1つに、ダボス会議で知られる WEF（ワールドエ

コノミックフォーラム）が発行する「旅行・観光開発指数 2024」⁵⁷がある。日本は「旅行・観光開発指数」が世界第3位であり、その指標を構成する5つの柱の中の「文化資源」という項目においては、イタリアに次いで第2位となっている。

「文化資源」の指標は、国内の世界遺産の数、無形文化の数、文化・エンターテインメント観光におけるデジタル検索数（地域のガストロノミー（食）、史跡、博物館、地域舞踏、伝統文化、宗教的な場所・巡礼地、パフォーミングアーツ、都市のランドマーク（景観）、水族館、特別なイベントや動物園等）、ユネスコ創造都市の数等をもとに算出されており、文化の旅行・観光開発におけるポテンシャルが高いと評価されている。

このように、日本は世界との比較においても文化資源が豊富であり、観光開発ポテンシャルが高いとされている。前述の通り、英国やオーストラリアでは、観光（特にインバウンド観光）の経済的・社会的影響とそこにおける文化の果たす役割を認識しており、英国においては、議会による観光を契機とした文化（クリエイティブ）産業の能力開発の提案も見られた。

我が国においても、文化と観光の親和性について検証を行い、文化の更なる経済的・社会的影響（インパクト）を創出するための戦略的な政策立案・予算獲得が重要である。

⁵⁷ World Economic Forum (2024) “Travel and Tourism Development Index” <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>

主要参考文献

株式会社シー・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 報告書」

https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/pdf/r1393028_17.pdf

株式会社シー・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 報告書」

https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/pdf/r1393028_21.pdf

株式会社シー・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 報告書」

https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/pdf/r1393028_22.pdf

株式会社シー・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 報告書」

https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/pdf/93522601_01.pdf

株式会社シー・ディー・アイ（2022）「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」

https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/pdf/93741401_01.pdf

株式会社シー・ディー・アイ（2021）「ユネスコモデルに基づく諸外国 GDP の算出に関する業務 報告書」

https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/pdf/93726301_02.pdf

株式会社シー・ディー・アイ（2023）「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」

https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bunka_gyosei/pdf/93911701_02.pdf

株式会社シー・ディー・アイ（2024）「令和5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/pdf/94092701_01.pdf

日本銀行（2022）「国際収支関連統計 項目別の計上方法」

<https://www.boj.or.jp/statistics/outline/exp/data/exbpsm6.pdf>

日本銀行（2021）「国際収支項目の内容」（直近改訂時点 2021 年 3 月）

<https://www.boj.or.jp/z/tame/t-redown2014/nregtlist.pdf>

産業連関部局長会議（2024）「令和2年（2020年）産業連関表 作成基本要綱」

https://www.soumu.go.jp/main_content/000844146.pdf

総務省（2020）「平成27年（2015年）産業連関表 総合解説編」

https://www.soumu.go.jp/main_content/000680592.pdf

Australian Trade and Investment Commission. THRIVE 2030 The Re-Imagined Visitor Economy A national strategy for Australia's visitor economy recovery and return to sustainable growth, 2022 to 2030)

<https://www.austrade.gov.au/en/news-and-analysis/publications-and-reports/thrive-2030-revised-the-re-imagined-visitor-economy-strategy>. (accessed 2025-03-17)

Department of Culture, Media & Sports. Economic Estimates. Economic Estimates: GVA for DCMS Sectors and the Digital Sector, 2020.
[revised-tables-dcms-annual-gva-2020.ods](#) (accessed 2025-03-17)

Department of Infrastructure, Transport. Cultural and creative activity in Australia 2010-11 to 2019-20.
<https://www.infrastructure.gov.au/sites/default/files/documents/bcarr-visual-summary-cultural-and-creative-activity-in-australia-2010-11-to-2019-20-october2022.pdf> (accessed 2025-03-17)

Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action, Minister of State for Culture and the Media. 2021 Cultural and Creative Industries Monitoring Report, on behalf of the Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action.
[bmwk.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/2021-cultural-and-creative-industries-monitoring-report.pdf?__blob=publicationFile&v=1](#) (accessed 2025-03-17)

Ministere de la Culture. Chiffres Cles Statistiques de la Culture et de la Communication 2022.
<https://www.culture.gouv.fr/espace-documentation/statistiques-ministerielles-de-la-culture2/publications/Collections-d-ouvrages/chiffres-cles-statistiques-de-la-culture-et-de-la-communication-2012-2023/Chiffres-cles-2022?switchTo=eng-GB> (accessed 2025-03-17)

HM Government. Industrial Strategy: Creative Industries Sector Deal.
<https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5aba68f040f0b67d64e21976/creative-industries-sector-deal-print.pdf> (accessed 2025-03-17)

House of Commons, Digital, Culture, Media and Sports Committee. Promoting Britain Abroad (Second Report of Session 2022-23)
<https://committees.parliament.uk/publications/30452/documents/175898/default/>
(accessed 2025-03-17)

Statistics Canada. Culture and sport indicators by domain and sub-domain, by province and territory, product perspective (x 1,000).
<https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=3610045201> (accessed 2025-03-17)

UNESCO Institute for Statistics. 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics.
<https://uis.unesco.org/en/files/unesco-framework-cultural-statistics-2009-en-pdf> (accessed 2025-03-17)

United States Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis. The U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account (2017-2022).
<https://www.arts.gov/impact/research/arts-data-profile-series/adp-36> (accessed 2025-03-17)

令和6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7年3月発行

発行 文化庁政策課 文化政策調査研究室
〒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

委託先 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所
〒102-0093 東京都千代田区平河町 2-7-9 JA 共済ビル 9 階