

平成25年度 文化庁メディア芸術情報拠点・コンソーシアム構築事業

平成25年度

海外におけるメディア芸術分野を中心
とした専門人材の需要及び人材交流の
現状に関する基礎調査

平成26年3月

目次

第一章 クール・ジャパン文化交流戦略における東南アジアと一部のコンテンツ

- 1-1 わが国のコンテンツの輸出の現況
- 1-2 わが国コンテンツへの関心
- 1-3 本稿のフレームワーク

第二章 わが国国内事業者の東南アジアを含めた海外への関心

- 2-1 調査の概要
- 2-2 調査サンプル企業の日本以外での活動
- 2-2 調査サンプル企業の対外戦略のベクトル
- 2-4 調査サンプル企業の東南アジアへの関心
- 2-5 調査サンプル企業の東南アジア人材交流への関心
- 2-6 調査サンプル企業の東南アジア以外への関心
- 2-7 調査サンプル企業の人材育成全般への関心
- 2-8 小括

第三章 わが国コンテンツ系の教育機関の東南アジアを含めた海外への関心

- 3-1 調査の概要
- 3-2 調査サンプル教育機関の海外展開
- 3-3 調査サンプル教育機関の東南アジアとの交流
- 3-4 これからの調査サンプル教育機関の東南アジアとの教育・研究交流について
- 3-5 小括

第四章 東南アジア事業者のわが国コンテンツへの関心

- 4-1 調査の概要
- 4-2 事業活動の範囲
- 4-3 東南アジア事業者のわが国事業者との協働に対する関心
- 4-4 小括

第五章 東南アジア教育機関のわが国コンテンツへの関心

- 5-1 調査の概要
- 5-2 各校の国際戦略
- 5-3 ASEAN諸国、諸外国との関係
- 5-4 小括

第六章 総括

はじめに

クール・ジャパン戦略のもとで、わが国コンテンツを核とした新たな海外展開・交流の戦略が進められている。限られた資源のなかで、どのようなコンテンツ・ジャンルを、どのような方面に展開するかは、ある程度、見極めつつ政策実行することが望ましいと考えられる。

また単なる一過性のブームで留めず、真の国際文化交流関係を構築するためにも、表層的な文化のみならず、基盤となる考え方の交流も求められる。

本報告書は、有効なコンテンツ・ジャンルを見極め、コンテンツ文化交流の基盤となるコンテンツ制作や教育、事業者間の人材交流について焦点を当て、そのニーズとシーズを探るものである。

平成 26 年 3 月

第一章 海外におけるメディア芸術に 関連するコンテンツの普及状 況

1-1 わが国のコンテンツの輸出の現況

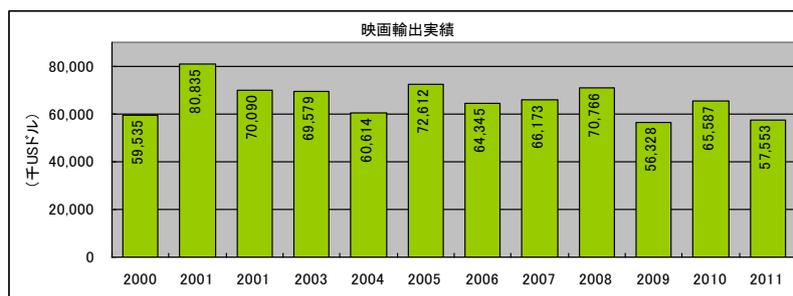
本節(1-1)は、内山隆(2012)、「我が国コンテンツ産業の海外展開」、国立国会図書館 調査及び立法考査局 総合調査報告書『技術と文化による日本の再生—インフラ、コンテンツ等の海外展開—』2012年9月25日¹からの引用である。

1-1-1 歴史が長く成熟化しているが、国際競争力の弱い分野

これに分類することが妥当と思われるものが映画と放送番組分野である。いずれも産業としては十分な成熟化に達しているが、国際競争力となると、まだまだ課題の多い分野である。

映画は国内の公式統計のなかでは推し量ることが難しいが、例えば欧州や米国などで公表されている日本関連映画への観客数データや興行収入データ²を参照する限り、ヒットコンテンツとしては、アニメ映画の割合が大きいと予想される。

図1-1 映画の輸出金額



(出典) 日本映画製作者連盟資料より筆者作成

放送番組も映画と同様の傾向があると予想される。

¹ <http://www.ndl.go.jp/jp/data/publication/document/2012/index.html>

http://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_3533035_po_20120110.pdf?contentNo=1

² 一般でもアクセスできる著名なデータサイトとしては、

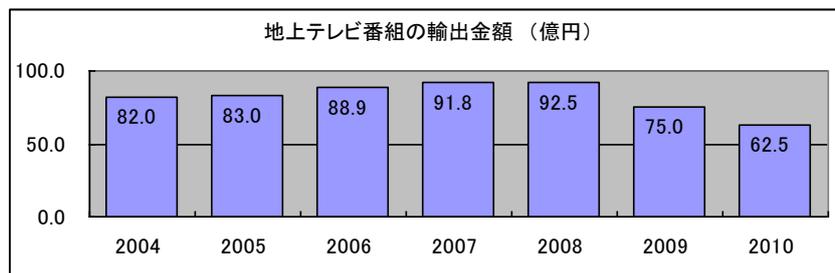
IMDb (<http://www.imdb.com/>) (米国)

BOX Office Mojo (<http://boxofficemojo.com/>) (米国)

LUMIERE (<http://lumiere.obs.coe.int>) (EU)

などが上げられる。例えば上記ルミエールでの日本映画動員トップ10は全てアニメとゲーム由来の作品である。これらのデータベース以外にも業界向けの有償データ・サービスはいくつかある。

図 1-2 地上波テレビ番組の輸出金額

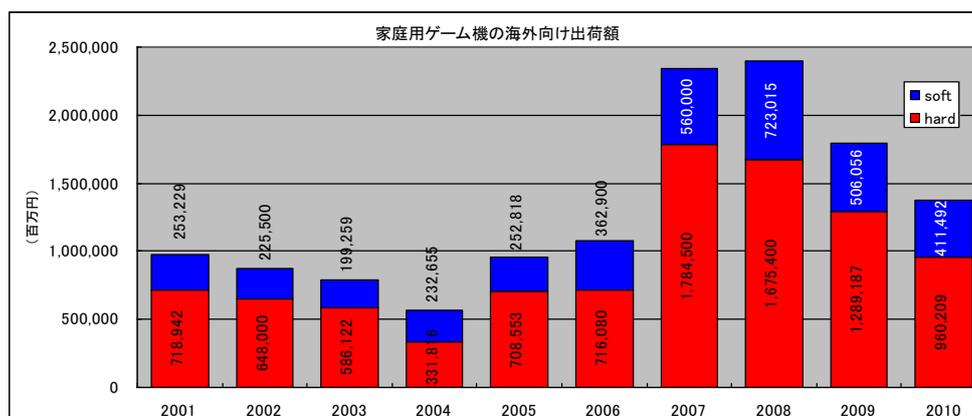


(出典) 総務省情報通信政策研究所『メディア・ソフトの政策及び流通の実態調査結果について』(本タイトルは最新版による) 各年版等より筆者作成

1-1-2 国際競争力をある程度有している分野

ゲームとアニメーションはここに分類することが妥当であろう。任天堂がファミリーコンピュータを世界的に発売して以来(80年代中盤)、わが国のゲームは家庭用ゲーム機(コンソール(据置)型)分野では圧倒的に強い歴史を築いてきたといえる。

図 1-3 家庭用ゲーム機の海外向け出荷額

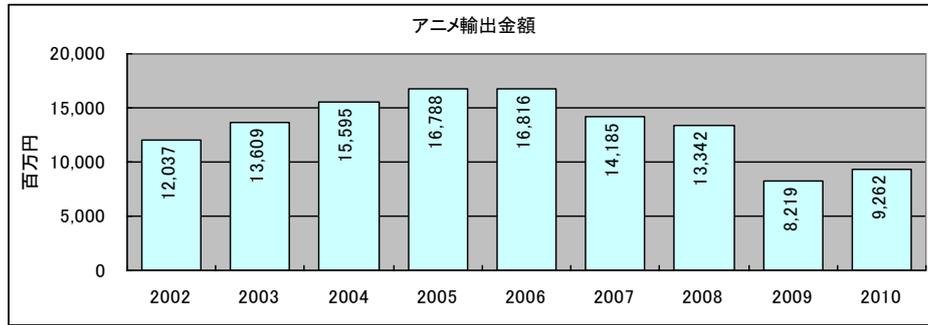


(出典) コンピュータエンターテインメント協会『CESA ゲーム白書』各年より筆者作成

ただしゲームの世界で、コンソール型から、例えばPCやスマートフォン、タブレットなどに主力プラットフォームが移ってきた現在、またおおよそ5年周期のコンソール機のモデル終盤に差し掛かっている現在、その競争力の低下が観察される。

アニメーション分野も、相対的に海外展開が成功してきた分野といえる。

図 1-4 アニメの輸出金額



(出典) 日本動画協会『日本のアニメの海外展開 2012 版』

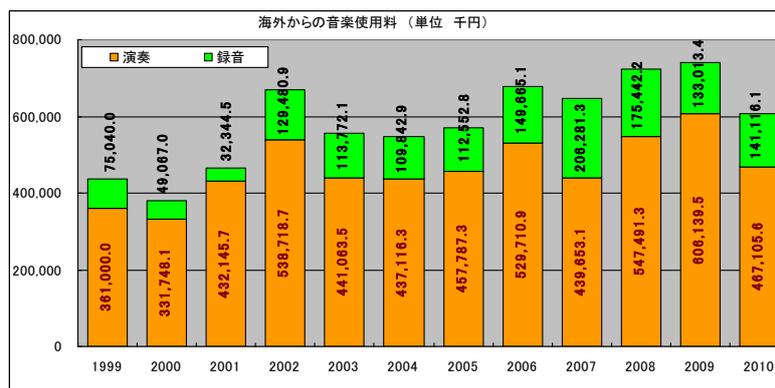
<<http://www.aja.gr.jp/data/doc/sekaikeiyaku-20120328.pdf>>より筆者作成

80年代の世界的な放送番組不足のなかで、わが国が大量に廉価でアニメを供給したこと、またできたことが、今に至ってもよい影響をもたらしている。例えばそれを子供時代に見て育った世代による欧州各地での日本のポップ・カルチャー・イベント・ブームはそのひとつである。

1-1-3 その他の分野

音楽は、その位置づけが難しい分野である。音楽の輸出とは、権利の販売であり使用料(ライセンス料)の形で収入が得られる(もちろん物理的なCD盤の輸出も考えられるが、既にわが国では貿易統計から外されている)。

図 1-5 海外からの音楽使用料



(出典) 日本音楽著作権協会「プレスリリース 定例記者会見資料」

<<http://www.jasrac.or.jp/release/index.html>>各年より筆者作成

直近こそ落ち込みがみられるものの、使用料売上げの長期トレンドは決して悪い傾向で

はない。またこのデータを取りまとめている日本音楽著作権協会（JASRAC）は、毎年の海外からの入金楽曲のトップ10を公表しているが、そのトップ10にランクされるものは、ほとんどアニメーション関係の楽曲である。その意味ではアニメーション産業からの波及効果を受けて海外展開が進展していると推察できる分野である。

1-2 わが国コンテンツへの関心

本節(1-2)は、「経済産業省(2012)、『クリエイティブ産業海外展開強化に向けた調査報告書』、2012年5月 経済産業省（請負 Roland Berger）」から、特に東アジアおよび東南アジアに関するコンテンツの記述に特化して、引用するものである。わが国と東南アジアでは、極めて相思相愛な調査結果となっている。いくつかの指摘を抽出すると、

P32

「これまでの各社ヒアリング結果では、東南アジア・中国への進出意欲が相対的に高い。幅広い業界が最重要地域と認識

- ・ “現地の生産拠点を活かして、インドネシアやタイなどの ASEAN 市場をおさえない”
- ・ “注力地域は、ASEAN 諸国。日本文化の受容性も高く、商品への信頼も厚い”
- ・ “重要国インドネシアについては、効率性の観点から「東南アジア」くらいの幅でみている”
- ・ “アジアの富裕層を取り込むことが大きな経営目標”

p42

「日本の文化やポップカルチャーへの関心が高いのは東アジア、フランス、米国。東南アジア・中東・欧州においても一定の受容性が見込まれる。」

p43

「東アジア諸国・地域では一般に日系コンテンツの普及度は非常に高い。中国では法規制ハードルが高いため普及は中程度に留まっている」

p44

「東南アジアでは、日本コンテンツの受容性は比較的高いものの、普及状況にはばらつきがある。また、インドにおける日系コンテンツの普及度は低い」

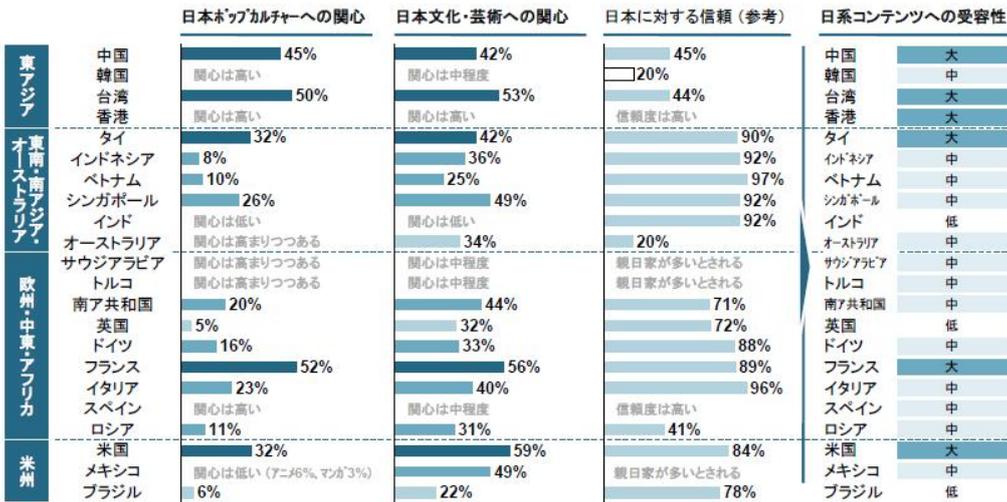
p52

「米国、フランス、シンガポール、中国は強い文化・情報発信力を有しており、周辺市場へのコンテンツ普及の起点となりうる」

といった形で、東南アジア方面からも、わが国コンテンツそのものへの関心の高さが指摘されている。

日本の文化やポップカルチャーへの関心が高いのは東アジア、フランス、米国。
東南アジア・中東・欧州においても一定の受容性が見込まれる

日系コンテンツへの受容性

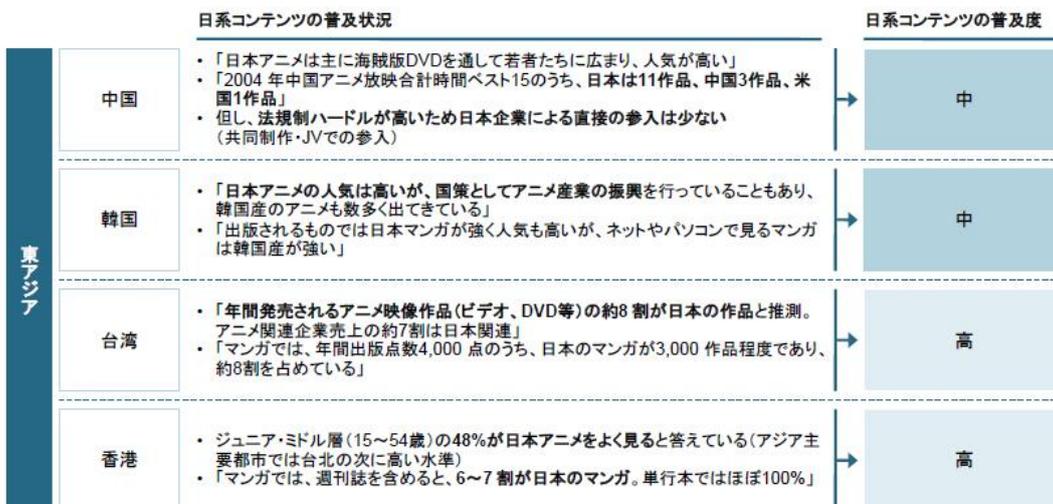


出所: 外務省対日世論調査、サーチナ、新聞雑誌記事、ローランド・ベルガー分析

| 42

東アジア諸国・地域では一般に日系コンテンツの普及度は非常に高い。中国では法規制ハードルが高いため普及は中程度に留まっている

日系コンテンツの普及度 (1/4)



出所: 知的財産戦略本部 コンテンツ・日本ブランド専門調査会、JETRO各国コンテンツ市場レポート、新聞雑誌記事等、ローランド・ベルガー分析

| 43

東南アジアでは、日本コンテンツの受容性は比較的高いものの、普及状況にはばらつきがある。また、インドにおける日系コンテンツの普及度は低い

日系コンテンツの普及度(2/4)

		日系コンテンツの普及状況	日系コンテンツの普及度
東南・南アジア	タイ	<ul style="list-style-type: none"> 「2006年のアニメ市場シェアは、日本80%。マンガでは日本のシェアが約85-90%」 「多くの日本TVアニメが全国放映される。国産アニメも製作され始めているが、日本アニメの人気のダントツで高い」 アニメ・マンガ等の日本ポップカルチャーへの関心度は東南アジアで最も高い 	高
	インドネシア	<ul style="list-style-type: none"> 日本のアニメ・マンガに対し関心を持っている層は全体の8%程度に留まっているものの、若年層を中心に人気は高まりつつある 「アニメ専門チャンネルの他、一般のテレビ局でも日本アニメが放映されている」 「インドネシア語に翻訳された日本マンガが多く流通しており、人気の高いジャンル」 	中
	ベトナム	<ul style="list-style-type: none"> 「ドラえもんが有名。その他一部アニメが放映されることがあるが、回数は多くない」 「マンガでは、主に子供向けの旧作(ドラえもん、ドラゴンボール等)の単行本が流通」 日本アニメ・マンガは教育的・健康的なコンテンツとして認識されており、流通は限定的 	低
	シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> 子供や若年層には日本アニメ・マンガの人気は高いが、規制が厳しいため大人向けのコンテンツはあまり入って来ていない 「日本アニメ・マンガの殆どが中国語版で流通しているため、マレー系・インド系には一押しにくい」 	中
	インド	<ul style="list-style-type: none"> 「ドラえもん、クレヨンしんちゃん、ポケモンなど子供向けのアニメについては一定の人気がある」 「日本のマンガは殆どが台湾や香港経由の中国語版での流通で、英語版は少ない。日本マンガの顧客ベースはニッチで小さく、顧客の間での認知度も低い」 	低
オセアニア	オーストラリア	<ul style="list-style-type: none"> 「最近では日本のアニメに対する関心が若者の間で広がりつつあり、近年はアジア系からオーストラリア人にも人気が出つつある。マンガも若年層中心に人気が高まっている」 「ポケモンやジブリ作品が子供中心に人気。ドラえもんなどはあまり人気がない。学校ものや恋愛マンガなどは受け入れられにくい」 	中

出所：知的財産戦略本部 コンテンツ・日本ブランド専門調査会、JETRO各国コンテンツ市場レポート、新聞雑誌記事等、ローランド・ベルガー分析

44

1-3 本稿のフレームワーク

以下、本稿では、より効果的な政策効果を求めるために、

- ・ **アニメーション**とその基盤になる場合が多い**出版（マンガ）**、またその波及性が大きい**音楽分野**、および最も国際化の進展が進んでいると考えられる**ゲーム分野**を対象とする。

地理的な範囲に関しては、

- ・ わが国が国際戦略を考える際に、常にジレンマになる

「裕福な北米、欧州」

「地理的に近い東アジアと東南アジア」

「文化的に近いと考えられる東アジアと東南アジア」

「市場の成長可能性から、中国、東南アジア、BRICS諸国」

といった選択肢があげられる。本稿では、1-2節でも指摘されるように、対東南アジアを中心に、考察をするものとする。

そのために本調査では、4つのアンケート調査（本稿第二章から第五章）を実施し、**わが国と東南アジアでの教育や事業者間の人材・文化交流**について、そのニーズとシーズを探っている。

第二章 わが国国内事業者の東南アジアを含めた海外への関心

本章は、国内のメディア芸術に関連する事業者（「アニメ関連」、「音楽関連」、「ゲーム関連」、「出版（マンガ）関連」産業を中心に）、に対して、東南アジアを中心とした海外展開に動向について調査をしたものである。

2-1 調査の概要

調査の時期； 2013年11月～12月にかけて

調査方法； アンケート用紙（cf. appendix）を基にした対面調査（個別訪問）

サンプル	アニメ関連会社所属	6社	（13名）
	音楽関連会社所属	4社	（7名）
	ゲーム関連会社所属	4社	（5名）
	出版（マンガ）関連会社所属	2社	（4名）

いずれも日本に活動の中心をおく事業者である。なお本調査では同一会社であっても複数名からのヒアリングが可能な場合は、そのように行い、より会社全体の動向を妥当に捉えるようにしている。

2-1-1 調査サンプル企業の属性

「Q. 主たる活動領域に○をつけてください（複数回答可）」

アニメ関連会社所属	6社	の経営多角化の動向
劇場アニメ	5社	
アニメ放送	5社	
DVDアニメ	4社	
劇場映画	2社	
テレビ映画	2社	
オンラインゲーム	2社	
パッケージゲーム	1社	

音楽関連会社所属	4社	の経営多角化の動向
DVDアニメ	4社	
劇場アニメ	4社	
アニメ放送	3社	
音楽ライブ	3社	
DVD映画	2社	
劇場映画、パッケージゲーム、アーティストマネジメント	各1社	

ゲーム関連会社所属 4社 の経営多角化の動向
 オンラインゲーム 3社
 パッケージゲーム 3社
 劇場映画、テレビ映画、DVD映画、劇場アニメ、アニメ放送、DVDアニメ、
 マンガ、カジノ・遊戯機・スポーツ 各1社

出版(マンガ)関連会社所属 2社
 マンガ 2社
 劇場映画、テレビ映画、DVD映画、劇場アニメ、アニメ放送、DVDアニメ、
 オンラインゲーム、パッケージゲーム、音楽原盤権管理、
 声優ライブイベント・ボーカロイドライブ 各1社

これらの4つの分野間にも、

- ・アニメ業種の積極的な出口の模索
- ・アニメ産業と音楽産業の親和性
- ・アニメ産業とゲーム産業の親和性

が観察される。全般にメディア産業領域のコングロマリット化も一部観察される。

2-1-2 調査サンプル企業の規模

アニメ関連会社所属 6社 の従業員数

050名以下	0社
051-100名以下	1社
101-300名以下	4社
301-1000名強	1社
1001名以上	

音楽関連会社所属 4社 の従業員数

050名以下	1社
051-100名以下	0社
101-300名以下	0社
301-1000名強	1社
1001名以上	2社

ゲーム関連会社所属 4社 の従業員数

050名以下	0社
051-100名以下	0社

101-300名以下	1社
301-1000名強	0社
1001名以上	3社

出版(マンガ)関連会社所属	2社	の従業員数
301-1000名強	1社	
1001名以上	1社	

今回の調査対象には**それぞれの業種での大手及び独立系の双方が含まれている。**

2-2 調査サンプル企業の日本以外での活動

2-2-1 国際的な活動地域

「Q. 日本以外の主たる活動地域に○をつけてください (上位3つまで)」

アニメ関連会社所属 6社 の主力海外活動エリア

北米 2社

中国 2社 (台湾、香港含む)

西欧州、韓国、**東南アジア** 各1社

音楽関連会社所属 4社 の主力海外活動エリア

東南アジア 2社

韓国 2社

北米、ロシア、中国(本土)、台湾、豪州・NZ、アフリカ(エジプト) 各1社

ゲーム関連会社所属 4社 の主力海外活動エリア

北米 4社

中国 2社

韓国 2社

東南アジア 2社

出版(マンガ)関連会社所属 2社 の主力海外活動エリア

北米 2社

中国 2社 (香港・台湾含む)

西欧州、東欧州、ロシア、韓国、**東南アジア**、南アジア、中東、メキシコ
各1社

今回の調査対象の事業者においても、**北米、中国、東南アジア**が、主たる関心の地域である。ここでいう中国には本土に加え、香港、台湾を含むが、ヒヤリングを通して寄せられた声に基づけば、香港や台湾に対しては本土以上の関心を示している。

2-2-2 国内事業と海外事業のバランス

以下では、各企業の国内と海外の活動の比率を、売上を尺度にして問うている。

「Q. 最近の国内外での売上の割合（売上比）

日本国内（ %） 日本国外（ %）」

このうちの、日本国外の

アニメ関連会社所属	6社	の主力海外活動割合（売上比）
0－5%未満	3社	
5－10%未満	0社	
10－15%未満	0社	
15－25%未満	1社	
25%より大	0社	
未回答	2社	

音楽関連会社所属	4社	の主力海外活動割合（売上比）
0－5%未満	2社	
未回答	1社	

ゲーム関連会社所属	4社	の主力海外活動割合（売上比）
10－15%未満	1社	
15－25%未満	1社	
25%より大	2社	（60%、70%）

出版関連会社所属	2社	の主力海外活動割合（売上比）
5－10%未満	1社	
－15%未満	1社	

海外展開の評価の高いアニメ等であっても、その活動比率は決して（例えば自動車や家電のような、わが国国際競争力のある製造業のごとき）高さを持っているものではない。ただしゲームだけは例外である。

なおここでの「未回答」は、「全く活動をしていない」ということに限定されず、多国籍企業的な活動のなかで、数値の把握困難という場合も含まれる。

2-3 調査サンプル企業の対外戦略のベクトル

「Q. 貴社にとっての経営上の地域的重要度が高いものに○をつけてください（それぞれ上位3つまで。主観的判断で構いません）」

【現在の経営的価値】 および 【この先5年の戦略性】

1. 北米、
2. 西欧州、
3. 東欧州
4. ロシア
5. 中国
6. 韓国
7. 東南アジア
8. 南アジア
9. 中東
10. 豪州・NZ
11. アフリカ
12. 中米
13. 南米

集計結果

	現在の重点地域	将来（5年程度）の重点地域
アニメ関連6社 (うち2未回答)	北米 4社 西欧州 2社 中国 2社 東南アジア 2社 韓国 1社	<u>東南アジア 4社</u> 北米 3社 中国 2社 西欧州、ロシア、南アジア、中東、 各1社
音楽関連4社	北米 3社 韓国 2社 東南アジア 2社 西欧州、中国、各1社	<u>東南アジア 4社</u> 北米 3社 韓国 2社 中国 2社 西欧州 1社
ゲーム関連4社	北米 3社 西欧州 3社 東南アジア 3社 中国 2社 韓国 1社	<u>東南アジア 4社</u> <u>南米 3社</u> <u>中国 3社</u> 北米、西欧州、ロシア、韓国、南 アジア、各1社
出版(マンガ)関連 4社	中国 2社(香港台湾含む) 北米、西欧州、東南アジア、南 アジア 各1社	<u>北米 2社</u> <u>東南アジア 2社</u> 中国、韓国、南アジア、豪州NZ、 中米、各1社

現在と比較してみるならば、将来に向けては、各分野とも東南アジア方面への期待が高いことがわかる。

2-4 調査サンプル企業の東南アジアへの関心

以下では特に東南アジア諸国に限定して、その活動状況を問うた。

2-4-1 現在の動向

「Q. 過去5年の間に、東南アジアでの自社（または自社系列組織）による活動はありますか？ 該当するものに○をつけてください。」

アニメ関連会社所属 6社

	文化交流	人材交流	販売拠点	製造拠点
インドネシア				
マレーシア				
フィリピン	1	1	1	1
シンガポール	2			
タイ	3			1
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				1

音楽関連会社所属 4社

	文化交流	人材交流	販売拠点	製造拠点
インドネシア	2			
マレーシア	2	1		
フィリピン				
シンガポール	2			
タイ	2			
ブルネイ				
ミャンマー	1			
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

ゲーム関連会社所属 4社

	文化交流	人材交流	販売拠点	製造拠点
インドネシア	1	1		1
マレーシア				1
フィリピン	1			
シンガポール	2	2	2	2
タイ				1
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

出版(マンガ)関連会社所属 2社

	文化交流	人材交流	販売拠点	製造拠点
インドネシア	1	1	1	
マレーシア	1	1	1	
フィリピン				
シンガポール	2	1	1	
タイ	1	1	1	
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

各分野とも既に東南アジアへの足を確保しているが、

- ・拠点性の強いシンガポール

- ・人口やGDPの高いインドネシア、次いでタイ、マレーシア、さらに次いでフィリピンといった具合で、展開先の分散が見られる現状である。また「文化交流」のなかには、相手国からのイベント招聘のような形も含み、接触のひとつの入口として最も機能している。

2-4-2 将来動向

「Q. 東南アジア諸国の、貴社にとってのこの先5年程度の戦略的な地域的重要度（主観的判断で構いません）。重要な国・項目に○をつけてください。」

アニメ関連会社所属 6社

	文化交流	人材交流	販売拠点	製造拠点
インドネシア	3			
マレーシア	3			
フィリピン	1			
シンガポール	3			
タイ	3			
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム	1			

音楽関連会社所属 4社

	文化交流	人材交流	販売拠点	製造拠点
インドネシア	3	1	1	
マレーシア	3	1	1	
フィリピン				
シンガポール	3	1	1	
タイ	3	1	1	
ブルネイ				1
ミャンマー	1			
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

ゲーム関連会社所属 4社

	文化交流	人材交流	販売拠点	製造拠点
インドネシア		1		
マレーシア		1		
フィリピン		1		
シンガポール	3	3	1	1
タイ	1	2		
ブルネイ				
ミャンマー		1		
カンボジア		1		
ラオス				
ベトナム	1	2		

出版(マンガ)関連会社所属 2社

	文化交流	人材交流	販売拠点	製造拠点
インドネシア	1	1	2	1
マレーシア	1	1	1	1
フィリピン	1			1
シンガポール	2	2	2	2
タイ	1	1	1	1
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム	1	1		1

将来5年の展望において、一部の企業では過去5年のその延長で考える傾向が見られた。つまり、対東南アジア戦略に関しては、国際戦略の一方面として既に動き出しているということである。また営利企業の活動であるので、一般的な国際経営の論理（治安・政治の安定性、GDPや人口とその伸び率、といった市場規模のファンダメンタルな規定要素）の高い国への関心が強い。

また人材交流、販売拠点、製造拠点に関しては、実質的な投資を伴う活動になるため、文化交流とは異なり、全般に、一段、慎重な態度（低調な回答）が見られる。

シンガポールでは、大学等の研究機関との交流を検討しているところもみられた。

2-5 調査サンプル企業の東南アジア人材交流への関心

以下では特に東南アジア諸国との人材交流に限定して、その活動状況を問うた。

2-5-1 現在の動向

「Q. 過去5年の間に、東南アジアでの自社（または自社系列組織）による人的交流はありますか？ 該当するものに○をつけてください。」

アニメ関連会社所属 6社

	貴社からの人の派遣（長期）	貴社からの人の派遣（短期）	現地からの人の受入（長期）	現地からの人の受入（短期）
インドネシア				
マレーシア				
フィリピン	1	1	1	1
シンガポール				
タイ				
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

音楽関連会社所属 4社

	貴社からの人の派遣（長期）	貴社からの人の派遣（短期）	現地からの人の受入（長期）	現地からの人の受入（短期）
インドネシア				
マレーシア				
フィリピン				
シンガポール	1			
タイ				
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

ゲーム関連会社所属 4社

	貴社からの人の 派遣（長期）	貴社からの人の 派遣（短期）	現地からの人の 受入（長期）	現地からの人の 受入（短期）
インドネシア				
マレーシア	1			
フィリピン		1	1	
シンガポール	1	1	1	
タイ	1			
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム			1	

出版関連会社所属 2社

	貴社からの人の 派遣（長期）	貴社からの人の 派遣（短期）	現地からの人の 受入（長期）	現地からの人の 受入（短期）
インドネシア				
マレーシア				
フィリピン				
シンガポール				
タイ				
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

東南アジアに関しては該当なく、「台湾・香港」での回答があった。

2-4で述べたように、今後の市場展開を考え、交流意欲はあるものの、人材交流もまた投資を伴う活動になるため、各社の動きは全般に慎重である。

2-5-2 将来動向

「Q. 将来において、東南アジアでの自社（または自社系列組織）による人的交流の予定はありますか？ 該当するものに○をつけてください。」

アニメ関連会社所属 6社

	貴社からの人の派遣（長期）	貴社からの人の派遣（短期）	現地からの人の受入（長期）	現地からの人の受入（短期）
インドネシア				
マレーシア				
フィリピン	1	1	1	1
シンガポール	1	1	1	1
タイ				
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

音楽関連会社所属 4社

	貴社からの人の派遣（長期）	貴社からの人の派遣（短期）	現地からの人の受入（長期）	現地からの人の受入（短期）
インドネシア			1	1
マレーシア				
フィリピン				
シンガポール	2	1	1	1
タイ			1	1
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

ゲーム関連会社所属 4社

	貴社からの人の 派遣（長期）	貴社からの人の 派遣（短期）	現地からの人の 受入（長期）	現地からの人の 受入（短期）
インドネシア			2	
マレーシア			2	
フィリピン			2	
シンガポール			2	
タイ			1	
ブルネイ			1	
ミャンマー			1	
カンボジア			1	
ラオス			1	
ベトナム			2	

出版(マンガ)関連会社所属 2社

	貴社からの人の 派遣（長期）	貴社からの人の 派遣（短期）	現地からの人の 受入（長期）	現地からの人の 受入（短期）
インドネシア	1			
マレーシア	1			
フィリピン	1			
シンガポール	1			
タイ	1			
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム	1			

拠点性の高いシンガポールへのアニメ、音楽の関心、ゲームの（やがての市場展開を考慮した）長期の人材の受入が目立つ。

2-6 調査サンプル企業の東南アジア以外への関心

「Q. 東南アジア以外の地域・国で、積極的に人材交流したい地域と、その交流内容は何か？（主要3つまで。交流内容に関しては下記の1～4から選んでください。）

地域・国（ ） ・ 交流内容（ ）

- *交流内容
1. 貴社からの人材派遣（制作側面）
 2. 貴社からの人材派遣（ビジネス側面）
 3. 相手国からの受け入れ（制作側面）
 4. 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）

」

アニメ関連会社所属 6社

国	関心のある社数	交流内容
中国	2	貴社からの人材派遣（制作側面） 相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
韓国	1	相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
台湾	1	相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
タイ	1	相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
フランス	1	相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
クロアチア	1	相手国からの受け入れ（制作側面）
ロシア	1	貴社からの人材派遣（ビジネス側面）
ブラジル	1	貴社からの人材派遣（ビジネス側面）
スペイン	1	貴社からの人材派遣（ビジネス側面）
ヨーロッパ	1	相手国からの受け入れ（ビジネス側面）

音楽関連会社所属 4社

国	関心のある社数	交流内容
中国	3	相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
台湾	2	貴社からの人材派遣（制作側面） 貴社からの人材派遣（ビジネス側面） 相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
韓国	1	相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
アメリカ	1	相手国からの受け入れ（制作側面）
フランス	1	相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
スペイン	1	相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
英語圏	1	相手国からの受け入れ（ビジネス側面）

ゲーム関連会社所属 4社

国	関心のある社数	交流内容
中国	3	貴社からの人材派遣（制作側面） 相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
韓国	2	貴社からの人材派遣（制作側面） 貴社からの人材派遣（ビジネス側面） 相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
北米	2	相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
台湾	1	貴社からの人材派遣（制作側面） 貴社からの人材派遣（ビジネス側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
香港	1	相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
欧州	1	相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
豪州	1	相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）

出版関連会社所属 2社

国	関心のある社数	交流内容
中国	2	貴社からの人材派遣（制作側面） 貴社からの人材派遣（ビジネス側面） 相手国からの受け入れ（制作側面） 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）
インド	2	貴社からの人材派遣（制作側面） 貴社からの人材派遣（ビジネス側面）
台湾	1	貴社からの人材派遣（制作側面） 相手国からの受け入れ（制作側面）
香港	1	貴社からの人材派遣（制作側面） 相手国からの受け入れ（制作側面）
豪州	1	貴社からの人材派遣（制作側面） 貴社からの人材派遣（ビジネス側面）

これに関しては分野別の差異が大きく出ているが、潜在的な成長可能性を有している中国と、伝統的な北米市場に関しては、共通した関心となっている。

2-7 調査サンプル企業の人材育成全般への関心

「Q. この先5年程度の範囲のなかで、今後の政府や公的機関による映像産業振興政策についてお伺いします。」

アニメ関連会社所属 6社

	ぜひ必要	必要	どちらでもない	不要
①既存の主要見本市やイベントの活性化	1	5	1	
②新規見本市やイベントの立ち上げ		4	2	
③大型の公的インフラや設備の開設	3	3		
④人材育成	3	3		

④人材育成に関する個別コメント

- ・ 育成期間の費用
- ・ 業界団体主導で、各社に共通する普遍的な能力を身につけられる学校
- ・ クリエーター
- ・ 制作、アニメーター
- ・ クリエーター陣、現場と営業と企画部門をうまく橋渡しできる人材。
現場スタッフの育成

音楽関連会社所属 4社

	ぜひ必要	必要	どちらでもない	不要
①既存の主要見本市やイベントの活性化	4			
②新規見本市やイベントの立ち上げ	4			
③大型の公的インフラや設備の開設	3			1
④人材育成	4			

④人材育成に関する個別コメント

- ・ グローバルな視点
- ・ グローバルな人材
代理店と交渉できるプロデューサー、営業できるプロデューサー
A&R（社内育成）

ゲーム関連会社所属 4社

	ぜひ必要	必要	どちらでもない	不要
①既存の主要見本市やイベントの活性化	2	1	1	
②新規見本市やイベントの立ち上げ	2	1	1	
③大型の公的インフラや設備の開設	2	1	1	
④人材育成	2	2		

④人材育成に関する個別コメント

- ・プロデューサー

出版(マンガ)関連会社所属 2社

	ぜひ必要	必要	どちらでもない	不要
①既存の主要見本市やイベントの活性化	1	1		
②新規見本市やイベントの立ち上げ	1			4
③大型の公的インフラや設備の開設	2			
④人材育成	2			

④人材育成に関する個別コメント

- ・力のある海外人材の採用
留学生は力がある、日本の学校・会社で育てて現地に送り返す。
- ・プロデューサーの育成
人材発掘のために、各国で優秀な作品にアワードを設ける⇒日本でのデビュー機会を設ける
- ・同じような審議会や研究会、分科会が各省で乱立し、政策の一元化が図られていない(文化庁、経産省、外務省)

人材育成に関しては、事業者から、押しなべて高い政策的要望が寄せられる。

2-8 小括

わが国事業者にとって、東南アジアは既に関心のある地域・ゾーンである。既に子会社等の進出・投資活動を行っているものもあるが、多数がそういうわけでもなく、相手国からのイベント招聘などに留まっているものも少なくなく、コンテンツ・ジャンル全般に足並みが揃っているわけではない。

市場の強い成長性、やがての商品化のために、関心は強い。しかし投資を伴う活動になると、一段、慎重な状態にある。

(コンテンツ・ジャンルに限らず) 一般に国際展開をしている日系企業の進出先の現地人や、留学生の採用意欲は高まっていると言われる。コンテンツ・ジャンルに関しては、そのはずみとなるきっかけ(例えば政府政策、経営戦略、環境変化)が必要と思われる。

第三章 わが国コンテンツ系の教育機関の東南アジアを含めた海外への関心

本章は、国内のコンテンツ系の教育課程（大学院、学部、学科、専攻（コース））を有する高等教育機関を対象に、東南アジアを中心とした海外との交流動向について調査をしたものである。

3-1 調査の概要

調査の時期； 2013年12月

調査方法； アンケート用紙（cf. appendix）送付による調査

対象； コンテンツ系の教育課程を有する大学院、大学学部・学科・専攻、短大

回収； 15機関

うち 大学院研究科 3
 学部 1
 学部学科 6
 学部専攻 4
 短大 1

3-1-1 調査サンプル教育機関の専門分野

調査サンプルの教育機関の専門課程の分布（組織名称より判断）（2013年12月調査 2013年度数値）

	芸術、 表現	マンガ	キャラ クター	デジタ ルコン テンツ	ゲーム	ア ニ メ、	CG	映像
大学院研究科		1			1	1		
学部	1							
学部学科	1	1		1	1	1		1
学部学科専攻			3				1	
短大		1						
合計	2	3	3	1	2	2	1	1

3-1-2 調査サンプル教育部門（院、学部等）が所属する教育機関（学校法人）の全体像（2013年12月調査 2013年度数値）

（1）学生数

（回答校）	総学生数	総留学生数	学部学生数	学部留学生数
大阪電気通信大学・デジタルゲーム学科	5403	89	510	18
大阪電気通信大学・デジタルアート・アニメーション学科	5403	89	510	18
大阪電気通信大学大学院・デジタルアート・アニメーション学専攻	5403	89	510	18
大阪電気通信大学大学院・デジタルゲーム専攻	5403	89	510	18
デジタルハリウッド大学・マンガ研究科	3702	130	867	59
京都精華大学・マンガ研究科	3700	180	47	36
京都造形芸術大学	3368	215		
東北芸術工科大学	2359			
花園大学	2046		175	2
別府大学	1909	1098	454	129
デジタルハリウッド大学・デジタルコンテンツ学科	1352	470	1100	358
文星芸術大学・CG・アニメーション専攻	340	6	340	6
文星芸術大学・マンガ専攻	340	6	340	6
京都嵯峨芸術大学短	311	3		

期大学部				
京都造形芸術大学			150	9

(2) ファカルティ・スタッフ (学部内教員数)

(回答校)	総学 生数	学部学 生数	全体			うち外国人教員		
			教授	准教授	助教講師	教授	准教授	助教講師
大阪電気通信 大学	5403	510	1 0 0	5 3	2 0	1	3	0
大阪電気通信 大学	5403	510	1 0 0	5 3	2 0	1	3	0
大阪電気通信 大学 大学院	5403	510	1 0 0	5 3	2 0	1	3	0
大阪電気通信 大学 大学院	5403	510	1 0 0	5 3	2 0	1	3	0
デジタルハリ ウッド大学	3702	867	1 7	1 6	7	3	0	0
京都精華大学	3700	47	1 7	1 6	6	2	1	0
京都造形芸術 大学	3368		1 3 0	6 7	1 9	2	3	1
東北芸術工科 大学	2359							
花園大学	2046	175	2 3	5	3	4	0	0
別府大学	1909	454	3 2	1 4	1 1	0	0	2
デジタルハリ ウッド大学	1352	1100	1 7	1 1	5	0	1	1
文星芸術大学	340	340	1 5	1 0	3	0	0	0
文星芸術大学	340	340	1 5	1 0	3	0	0	0
京都嵯峨芸術 大学短期大学 部	311		4	6	2	1	0	0
京都造形芸術 大学		150	6	0	1	0	0	0

3-2 調査サンプル教育機関の海外展開

3-2-1 海外提携校

「Q. 海外に貴校との提携校は、ありますか? 」

- A. あり 10機関
なし 3機関
回答なし 2機関

回答にあった教育機関名

北米

マサチューセッツ造形芸術大学、クーパユニオン芸術学部、バードカレッジ、ロードアイランドデザイン大学、カナダーシェリダンカレッジ、北アリゾナ大学

欧州

グラスゴー美術大学（英）、ボーンマス美術学校（英）、ボゼン・ボルツアーノ自由大学（伊）、新ミラノ芸術アカデミー（伊）、ウィーン美術大学（奥）、チューリッヒ芸術大学（瑞）、ジュネーブ造形芸術大学（瑞）、コンストファック国立美術工芸デザイン大学（スウェーデン）、国立芸術アカデミー映画学部（チェコ）、プラハ美術工芸大学（チェコ）、国立高等写真学校（仏）、オランダーユトレヒト芸術大学（蘭）、アムステルダム応用科学大学（蘭）、オーレンセ芸術大学(EASD Antonio Failde)（西）

中国

中国-江南大学、北京科技大学、北京求实職業学校、吉林動画学院、上海音楽院、蘇州大学、

韓国

韓国-湖西大学校、東国大学校

インド

ビシュバ、バラティ大学(タゴール国際大学/インド)

豪州

クィーンズ・カレッジ・オブ・アート(ブリフィス大学/オーストラリア)、コマーシャルアーツ・カレッジ (オーストラリア)

3-2-2 戦略的な重視方向

「Q. 日本以外の主たる活動地域(海外校の設置、提携校)に○をつけてください
(上位3つまで)

1. 北米 2. 中南米 3. 西欧州 4. 東欧州 5. 北欧 6. ロシア
7. 中国 8. 韓国 9. 東南アジア 10. 南アジア 11. 中央アジア
12. 中東 13. 豪州・NZ 14. アフリカ 15. その他 () 」

	日本以外の主たる活動地域
1. 北米	5
2. 中南米	
3. 西欧州	6
4. 東欧州	
5. 北欧	
6. ロシア	
7. 中国	6
8. 韓国	4
9. 東南アジア	2
10. 南アジア	
11. 中央アジア	1
12. 中東	1
13. 豪州・NZ	1
14. アフリカ	
15. その他	1

一般的な大学の提携校の傾向同様、英語圏の学校、および欧州、中国・韓国に集中しているとみられる。東南アジア方面に関しては、今後の課題と言える。

「Q. 貴校への留学生の出身地域に○をつけてください。 (複数回答 可)

1. 北米 2. 中南米 3. 西欧州 4. 東欧州 5. 北欧 6. ロシア
 7. 中国 8. 韓国 9. 東南アジア 10. 南アジア 11. 中央アジア
 12. 中東 13. 豪州・NZ 14. アフリカ 15. その他 ()」

	留学生の出身地域
1. 北米	3
2. 中南米	3
3. 西欧州	3
4. 東欧州	1
5. 北欧	1
6. ロシア	3
7. 中国	1 3
8. 韓国	1 3
9. 東南アジア	1 0
10. 南アジア	2
11. 中央アジア	
12. 中東	2
13. 豪州・NZ	3
14. アフリカ	
15. その他	1

東南アジアからの留学生は小数という状態ではなくなっている。もしこのままの社会環境が続くならば、ある程度の勢力となりことが予想される。

「Q. 貴校に籍を置く外国人教員の出身地域に○をつけてください。 (複数回答 可)

1. 北米 2. 中南米 3. 西欧州 4. 東欧州 5. 北欧 6. ロシア
 7. 中国 8. 韓国 9. 東南アジア 10. 南アジア 11. 中央アジア
 12. 中東 13. 豪州・NZ 14. アフリカ 15. その他 () 」

	外国人教員の出身地域
1. 北米	2
2. 中南米	
3. 西欧州	6
4. 東欧州	1
5. 北欧	
6. ロシア	
7. 中国	6
8. 韓国	8
9. 東南アジア	
10. 南アジア	
11. 中央アジア	
12. 中東	
13. 豪州・NZ	
14. アフリカ	1
15. その他	

ファカルティ・スタッフについては、東南アジアからの存在は希薄である。

「Q. 貴校から海外への留学生の派遣地域に○をつけてください。 (複数回答 可)

1. 北米 2. 中南米 3. 西欧州 4. 東欧州 5. 北欧 6. ロシア
 7. 中国 8. 韓国 9. 東南アジア 10. 南アジア 11. 中央アジア
 12. 中東 13. 豪州・NZ 14. アフリカ 15. その他 () 」

	学生の留学先
1. 北米	9
2. 中南米	1
3. 西欧州	4
4. 東欧州	1
5. 北欧	3
6. ロシア	
7. 中国	5
8. 韓国	7
9. 東南アジア	1
10. 南アジア	
11. 中央アジア	1
12. 中東	
13. 豪州・NZ	3
14. アフリカ	
15. その他	1

逆に日本からの東南アジアへの留学や研修、派遣については、まだ全般に低調である。

「Q. 海外との人的交流(学生・講師)に関する特別なプログラムや制度はありますか?
(はい いいえ)」

A. はい 7機関
 いいえ 7機関
 未回答 1機関

回答「はい」の内容

(回答校)	海外との人的交流プログラム
京都造形芸術大学	交換留学制度、海外研究員受け入れ制度、海外研究生受け入れ制度、
京都精華大学	交換留学制度、客員研究制度、海外研究員制度、
デジタルハリウッド大学	・交換留学プログラム、海外フィールドプログラム
デジタルハリウッド大学・デジタルコンテンツ学科	(留学プログラム) 留学先での単位を認定する制度を設けているので、単位の取得方法次第で、休学・留年せずに4年間での卒業が可能。 (サマープログラム) 日本でポップカルチャーや伝統文化に触れ、アカデミックな観点から学ぶ短期コース「サマープログラム」を開催。
花園大学	交換サバティカル
京都嵯峨芸術大学短期大学部	・美術学科「海外美術演習：2単位」専攻科「海外美術演習：2単位」の授業では、インド・ビシュド・バラティ大学とスペインのオーレンセ芸術大学への短期留学で単位の取得が可能。 ・外国人特別研修生の制度 実習系科目の授業を正規学生と一緒に受けるプログラム。最長2年間の延長が可能
東北芸術工科大学	山形ドキュメンタリー映画祭を通じたイタリア・ミラノ大学、中国美術学院との教員・学生交流

「Q. 海外からの留学生の主な卒業後の進路を教えてください。（書式自由）」

1 1 機関からの回答

(回答校)	留学生の卒業後の進路
京都造形芸術大学	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本での就職 <li style="padding-left: 20px;">日本の大学院進学 ・ 帰国
京都精華大学	<ul style="list-style-type: none"> ・ 教員等
デジタルハリウッド大学・マンガ研究科	<ul style="list-style-type: none"> ・ ゲーム会社
デジタルハリウッド大学・デジタルコンテンツ学科	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自国での就職
大阪電気通信大学・デジタルゲーム学科	帰国、日本での就職、他国への進学
大阪電気通信大学・デジタルアート・アニメーション学科	帰国、日本での就職、他国への進学
大阪電気通信大学大学院・デジタルアート・アニメーション学専攻	帰国、日本での就職、他国への進学
大阪電気通信大学大学院・デジタルゲーム専攻	帰国、日本での就職、他国への進学
京都嵯峨芸術大学短期大学部	日本国内の企業において、デザインなどのクリエイティブ関係職に就くものや母国で造形美術の創作活動をするものなど、大学で学んだ芸術関係の仕事が中心
京都造形芸術大学・マンガ学科	2011年開校のため、卒業生なし
文星芸術大学	映画、映像制作会社、アニメーション制作会社

3-3 調査サンプル教育機関の東南アジアとの交流

「Q. 過去5年の間に、貴校（または提携校）において、日本国内で、ASEAN諸国との交流実績はありますか？ 該当するものに○をつけてください。」

	文化事業 (シンポジウム、ワークショップ等)	学生交流 (長期受入) ※1年以上	学生交流 (短期受入) ※1年未満	教員等交流 (長期受入) ※1年以上	教員等交流 (短期受入) ※1年未満
インドネシア	2				1
マレーシア	2	1			
フィリピン					
シンガポール	2				
タイ		1	1		2
ブルネイ					
ミャンマー					
カンボジア					
ラオス					
ベトナム					

表中数字は機関数

「Q. 過去5年の間に、貴校（または提携校）において、海外で、ASEAN諸国との交流実績はありますか？ 該当するものに○をつけてください。」

	文化事業 (シンポジウム、ワークショップ等)	学生交流 (長期受入) ※1年以上	学生交流 (短期受入) ※1年未満	教員等交流 (長期受入) ※1年以上	教員等交流 (短期受入) ※1年未満
インドネシ	1				
マレーシア	1				
フィリピン					
シンガポー	1				
タイ	1		2		
ブルネイ					
ミャンマー					
カンボジア					
ラオス					
ベトナム	1				

表中数字は機関数

単発の文化交流は、比較的行われていると見られる。

「Q. 今後、特に交流を進めたい国や地域はありますか? 「はい」とお答えの場合、どちらの国ですか? 」

A. はい 15機関

いいえ 0機関

未回答 0機関

全回答校が「はい」の回答を寄せている。その具体的な派遣先も多様性に富み、東南アジア諸国も含まれる。

(回答校)	交流希望国
学部	アメリカ、イギリス、タイ、シンガポール、フィリピン、インドネシア
院	東南アジア、フランス
専攻	北米、ヨーロッパ
学科	タイ、韓国、中国
学科	フィンランド
学科	中国
学科	中国
院	中国
院	中国
短大	フランス
学科	韓国、中国
学科	フィリピン、インドネシア
専攻	タイ・インド
専攻	中国、サウジアラビア
専攻	中国

3-4 これからの調査サンプル教育機関の東南アジアとの教育・研究交流について

「Q. 今後、ASEAN諸国との交流を進めたいですか？(はい いいえ)
 “はい”とお答えの場合、特に重視する国はありますか？(複数回答可)」

A ; はい 9機関
 いいえ 6機関

「はい」の具体的な回答

	交流希望と希望国
学部	タイ、シンガポール、インドネシア、フィリピン、
専攻	インドネシア、ベトナム、シンガポール、フィリピン
学科	タイ
学科	タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア
学科	マレーシア、フィリピン、インドネシア
専攻	中国、韓国

国別重視の状況

インドネシア	3
マレーシア	2
フィリピン	3
シンガポール	3
タイ	3
ブルネイ	
ミャンマー	
カンボジア	
ラオス	
ベトナム	2

「Q. 今後、貴校（または提携校）において、日本国内で、ASEAN諸国と交流を行う予定や希望はありますか？ 該当するものに○をつけてください。」

	文化事業 (シンポジウム、ワークショップ等)	学生交流 (長期受入) ※1年以上	学生交流 (短期受入) ※1年未満	教員等交流 (長期受入) ※1年以上	教員等交流 (短期受入) ※1年未満
インドネシア	1	1	1		1
マレーシア	2	1			1
フィリピン	1				
シンガポール	1		1		1
タイ	2	2	1	1	2
ブルネイ	1				
ミャンマー					
カンボジア					
ラオス					
ベトナム	2		1		1

「Q. 今後、貴校（または提携校）において、海外で、ASEAN諸国と交流を行う予定や希望はありますか？ 該当するものに○をつけてください。」

	文化事業 (シンポジウム、ワークショップ等)	学生交流 (長期受入) ※1年以上	学生交流 (短期受入) ※1年未満	教員等交流 (長期受入) ※1年以上	教員等交流 (短期受入) ※1年未満
インドネシア			2		2
マレーシア	1				
フィリピン			2		1
シンガポール			1		1
タイ		1	2	1	2
ブルネイ					
ミャンマー					
カンボジア					
ラオス					
ベトナム			1		1

「Q. ASEAN諸国以外の地域・国で、積極的に人材交流したい地域と、その交流内容は何か? (主要3つまで。交流内容に関しては下記の1~4から選んでください。)

地域・国 () ・交流内容 ()

- *交流内容
1. 貴校からの留学
 2. 相手国からの留学生受け入れ
 3. 貴校からの講師派遣
 4. 相手国からの講師受け入れ

」

1 4 機関回答、1 機関未回答

(回答校)	ASEAN 以外で交流希望国
京都造形芸術大学	アメリカ、イギリス、ドイツ (貴校からの留学)
京都精華大学	フランス (貴校からの留学)
デジタルハリウッド大学・マンガ研究科	北米、ヨーロッパ、ロシア (貴校からの留学) (相手国からの留学生受け入れ)
デジタルハリウッド大学・デジタルコンテンツ学科	欧州・フランス (相手国からの留学生受け入れ)
花園大学	フィンランド (相手国からの留学生受け入れ)
大阪電気通信大学・デジタルゲーム学科	アメリカ、カナダ、オーストリア (貴校からの留学)
大阪電気通信大学・デジタルアート・アニメーション学科	アメリカ、カナダ、オーストリア (貴校からの留学)
大阪電気通信大学大学院・デジタルアート・アニメーション学専攻	アメリカ、カナダ、オーストリア (貴校からの留学)
大阪電気通信大学大学院・デジタルゲーム専攻	アメリカ、カナダ、オーストリア (貴校からの留学)
京都嵯峨芸術大学短期大学部	フランス、アメリカ (貴校からの留学) (相手国からの留学生受け入れ) (貴校からの講師派遣)
東北芸術工科大学	中国 (相手国からの講師受け入れ) 韓国 (相手国からの留学生受け入れ)
京都造形芸術大学	韓国、中国、フランス (貴校からの講師派遣)
文星芸術大学	フランス、アメリカ、東欧 (相手国からの留学生受け入れ)
文星芸術大学	中国、スペイン、ドバイ (貴校からの講師派遣)

3-5 小括

わが国の高等教育機関もより一層の海外展開が求められるセクターである。また伝統的にもそのことが教育機関の学生集め、経営状態の改善にも寄与すると考えられてきた。

しかしながらその中心は英語圏、欧米が中心であり、続いて中国・韓国が多くみられる状況である。これらの国に対しては引き続き強い関心を示している。

東南アジアとの関係においては、日本への留学生のようなインバウンドの動きは広く観察されるが、わが国からのアウトバウンドな動きに関しては、まだまだ乏しい状態である。

第四章 東南アジア事業者のわが国コンテンツへの関心

4-1 調査の概要

調査の時期； 2013年9月および2014年2月
調査方法； 9月；東京ゲームショウ（TGS）後のアンケート用紙配布
2月；シンガポール現地代理店によるインターネット・アンケート
対象； 東南アジアのコンテンツ系事業者
回収； 回答を得た機関； TGSにおいて 32件（29社）
シンガポールにおいて 11件
合計 43件（40社）

内訳

①法人の登記上の国籍

事業者の登記上の国籍	サンプル数
インドネシア	7
マレーシア	4
フィリピン	3
シンガポール	15
タイ	2
ブルネイ	1
ミャンマー	3
カンボジア	2
ラオス	1
ベトナム	4
その他	0

②事業活動の中心的な国・地域（複数回答）

事業活動の中心地域	サンプル数
インドネシア	7
マレーシア	5
フィリピン	4
シンガポール	15
タイ	2
ブルネイ	1
ミャンマー	3
カンボジア	2
ラオス	1
ベトナム	4
その他	4

【その他】（日本、オーストラリア、中国、東南アジア全域、台湾、アメリカ）

③中心的な事業領域（複数回答）

事業活動の中心領域	
劇場映画	0
TV映画	3
映画DVD	3
劇場アニメ	2
TVアニメ	4
アニメDVD	3
オンラインゲーム	25
パッケージゲーム	16
マンガ	2
音楽	0
ライブ音楽	0
その他	8

【その他】 モバイル（アプリ、ソフト） x 2社、ローカライゼーション (localization), 支払い、Eコマース、 ソフトウェア、 ジェスチャ認識 (Gesture Recognition), 拡張現実 (AR; Augmented Reality) x 2社, キャラクター・デザインCG (Character Design & Graphic Design)

組織の規模

④総社員数（使用者・労働者）とそのうちの外国籍の人数

総従業員数	うち外国籍の割合	(%)	過去5年の間に外国籍の社員雇用の経験
600	10	1.67	Yes
600	0	0.00	No
400	5	1.25	Yes
350	4	1.14	Yes
150	10	6.67	Yes
120		n. a.	Yes
80	0	0.00	No
50		n. a.	No
40	1	2.50	No
37	0	0.00	No
31	10	32.26	Yes
30		n. a.	No
30	5	16.67	Yes
24	0	0.00	No
24	0	0.00	No
23	0	0.00	No
20	10	50.00	Yes
20		n. a.	No
18	10	55.56	No
18	10	55.56	No
15	0	0.00	No
14	2	14.29	Yes
14	5	35.71	Yes
14	0	0.00	no
12	4	33.33	No
12	2	16.67	Yes
12	0	0.00	No
10	1	10.00	No
10		n. a.	No
9	0	0.00	No
8	4	50.00	No

8	0	0.00	No
8	0	0.00	No
6	0	0.00	No
5	0	0.00	No
5	0	0.00	No
4	0	0.00	No
3	3	100.00	No
3	0	0.00	No
3	0	0.00	No
10 - 50	0	0.00	No

過去5年の間に外国籍の社員雇用の経験

あり 11社

なし 30社

(未回答 2社)

⑤外国籍雇用経験「あり」と回答した事業者のうち、その人数と職種

その外国籍の人数	職種
2	製作管理
3	
1	事業管理監督
2	プロデューサー、エンジニア
3	アドバイザー、マネジメント
2	製作管理
4	マネジメント
4	技術/デザイン
1	パートナー
6	マネジメント

4-2 事業活動の範囲

「Q. 貴社の主たる職能領域はどの範囲ですか？」

事業領域	事業者数
投資	1
投資、計画・開発	2
投資、計画・開発、制作	10
計画・開発	4
計画・開発、制作	22
制作	6
その他	2

【その他】 インターネットサービス、パブリシティ&プロモーション

「Q. 貴社の主たる事業領域はどの範囲ですか？ (複数回答)」 (再掲)

事業活動の中心領域	
劇場映画	0
TV映画	3
映画DVD	3
劇場アニメ	2
TVアニメ	4
アニメDVD	3
オンラインゲーム	25
パッケージゲーム	16
マンガ	2
音楽	0
ライブ音楽	0
その他	8

【その他】 モバイル (アプリ、ソフト) x 2社、ローカライゼーション (localization), 支払い、Eコマース、 ソフトウェア、 ジェスチャ認識 (Gesture Recognition), 拡張現実 (AR; Augmented Reality) x 2社, キャラクター・デザインCG (Character Design & Graphic Design)

4-3 東南アジア事業者のわが国事業者との協働に対する関心

4-3-1 日本との取引経験

「Q. 過去5年の間に、日本との取引経験はありますか？」

- A. あり 18社
なし 18社
未回答 7社

「Q. 将来、日本企業との協働を望みますか？」

- A. はい 38社
いいえ 1社
未回答 4社

「はい」の場合、どの事業領域ですか？

事業領域	事業者数
劇場映画	3
TV映画	3
映画DVD	13
劇場アニメ	4
TVアニメ	18
アニメDVD	5
オンラインゲーム	2
パッケージゲーム	0
マンガ	0
音楽	0
ライブ音楽	0
その他	0

【その他】、出版、拡張現実(AR;Augmented Reality) 各1

「はい」の場合、どのコンテンツ領域ですか？

コンテンツ領域	事業者数
劇場映画	1
DVD	0
TV	6
CATV	0
衛星放送	4
インターネット配信 (ダウンロード)	4
インターネット配信 (ストリーミング)	7
オンラインゲーム	20
パッケージゲーム	13
ライブイベント	2
その他	8

【その他】、Games、Game、MobileApplication、game、mobile、game、Mobile Games、Gaming、game development、animation production、Augmented Reality、Art、Design & Illustration各1

4-3-2 日本人社員

「Q. 現在、貴社には日本人従業員(employee)がいますか？」

A. あり 3社
なし 30社
未回答10社

「あり」の場合、何人ですか？

4名、1名、1名

「Q. 現在、貴社には日本人管理者(manager)がいますか？」

A. あり 1社
なし 40社
未回答 2社

「あり」の場合、何人ですか？

2名

「Q. 過去5年の間に、貴社には日本人社員(employeとmanager)がいましたか？」

- A. あり 4社
なし 36社
未回答 3社

「Q. 将来、貴社は日本人社員(employeとmanager)を招こうと思いますか？」

- A. はい 26社
いいえ 12社
未回答 5社

・ 「はい」の場合、どのような職種を期待しますか？

管理者5、ローライゼーション&翻訳者3、事業開発2、アニメーター2、アーティスト2、プロデューサー、エンジニア、クリエイティブ・スタッフ、市場分析者、マンガ家、プログラマー、技術者、コンセプト開発者、投資管理者、国際事業開発

・ 「はい」の場合、どのような技術を期待しますか？

経営関係

マネジメント、

アニメ関係

2次元アニメーション、CGIアニメーション、グラフィック、アニメ製作

モバイル関係

モバイル向けプログラム用のアートツール&エンジン

ゲーム関係

モバイル・ゲーム、ゲーム、ビデオゲーム・コンソール、ゲーム開発、3Dゲーム・アニメーション&プログラミング、

コンピュータ・エンジニアリング関係

3Dソフトウェア、C++(C言語)、iOS、アンドロイドOS、

認知系

GR(gesture recognition)、AR(Augmented Reality)、3Dスキャニング、プログラム、

・ 「はい」の場合、どのくらいの雇用期間を期待しますか？(複数回答可)

- 5年未満の一定の期間 9社
被雇用者が留まれる限り 11社
当該プロジェクトの期間 10社

- ・「いいえ」の場合、日本人社員を招くにあたってどのような障害がありますか？（複数回答可）

高い労働コスト	16社
日本と当該国のスキル・技術のギャップ	0社
日本と当該国のコンテンツやアイデアに関するギャップ	1社
日本と当該国のビジネス習慣に関するギャップ	0社
言語の障壁	6社
その他	2社

4-3-3 日本への（東南アジアからの）社員派遣

「Q. 過去5年の間に、貴社社員(employeとmanager)を日本へ派遣したことがありますか？」

A. あり 6社
なし 34社
未回答 3社

・「あり」の場合、その目的は何ですか？
仕事のオファー、プロジェクト参画、TGS等でのビジネスMTG

・「あり」の場合、滞在期間はどのくらいですか？
5年未満 1社
可能な限り 1社
プロジェクト期間中 2社
3日間 1社

「Q. 将来に、貴社社員(employeとmanager)を日本へ派遣しようと思いますか？」

A. あり 23社
なし 6社
未回答 14社

・「あり」の場合、その目的は何ですか？
事業開発、トレーニング、インターンシップ、市場調査、コラボレーション、マンガ描写、GC、マーケティング、アニメ制作、

・「あり」の場合、滞在期間はどのくらいですか？
5年未満プロジェクト期間中 6社
滞在可能な限り 5社
プロジェクトの期間中 12社

4-3-4 日本からの専門家招聘

「Q. 過去5年の間に、貴社は日本からの**専門家**(*professional, expert, master*)を招いたことはありましたか？」

A. あり 5社
なし 36社
未回答 2社

- ・「あり」の場合、その目的は何ですか？
ゲームの共同プロデューサー、プロジェクトセミナー講師
- ・「あり」の場合、滞在期間はどのくらいですか？
5年未満プロジェクト期間中 0社
滞在可能な限り 1社
プロジェクトの期間中 2社

「Q. 将来に、貴社は日本からの**専門家**(*professional, expert, master*)を招きたいと思えますか？」

A. あり 25社
なし 24社
未回答 4社

- ・「あり」の場合、その目的は何ですか？
ゲーム流通・配信・その他
ニーズに基づいて、共有、専門性と経験の共有
コンサルティング
トレーニング
アニメ制作方法の教授
ゲーム開発
コンテンツ開発
- ・「あり」の場合、滞在期間はどのくらいですか？
5年未満プロジェクト期間中 4社
滞在可能な限り 7社
プロジェクトの期間中 14社

4-3-5 日本からのインターン生受入

「Q. 過去5年の間に、貴社は日本からのインターン生を招いたことはありましたか？」

A. あり 4社
なし 34社
未回答 5社

- ・「あり」の場合、その目的は何ですか？
ゲーム開発、コンテンツ開発
- ・「あり」の場合、滞在期間はどのくらいですか？
5年未満プロジェクト期間中 0社
滞在可能な限り 2社
プロジェクトの期間中 2社

「Q. 将来に、貴社は日本からのインターン生を招きたいと思えますか？」

A. あり 32社
なし 3社
未回答 8社

- ・「あり」の場合、その目的は何ですか？
日本人労働者の可能性の査定、ニーズに基づいて、トレーニング、文化交流、アーティスト、アート、エンジニア、ゲームデザイン、翻訳（2社）、市場学習、文化共有、意見交換、インターン生のスキル技能の弊社にとっての便益評価、アニメ・ゲーム制作、文化交流
- ・「あり」の場合、滞在期間はどのくらいですか？
5年未満プロジェクト期間中 9社
滞在可能な限り 10社
プロジェクトの期間中 11社

4-4 貴国における教育機関

「Q. 貴社の事業ジャンルに関して、貴国における最も優れた教育機関を教えてください。」

機関名	学部・学科・専攻、部局名
Nanyang Polytechnic (シンガポール)	
Nanyang Polytechnic (シンガポール)	Game Development & Technology
Nanyang Polytechnic (シンガポール)	Computer Engineering/Game Design/Digital Animation
Nanyang Polytechnic (シンガポール)	
Nanyang Polytechnic (シンガポール)	
NTU (シンガポール)	Computer Engineering/Game Design/Digital Animation
National University of Singapore (シンガポール)	Computer Engineering/Game Design/Digital Animation
National University of Singapore (シンガポール)	Computing/ Communications and Media, Art and Design, Language and culture
Digipen (シンガポール)	
Republic Polytechnic (シンガポール)	
Singapore Institute of Technology	
Singapore University of Technology and Design	
Silpakorn University (タイ)	ICT Department
LASALLE College of the Arts (シンガポール)	St Bihilde
LASALLE College of the Arts (シンガポール)	
Singapore Media Academy (シンガポール)	
Brunei Institute of Technology (ブルネイ)	
Institute for Infocomm Research (シンガポール)	
iTB, iTS, IPB - Indonesia (インドネシア)	
LinKokwing University (マレーシア)	
Multimedia University UiTM, (マレーシア)	
iACADEMY (フィリピン)	
Asian Institute of Management (フィリピン)	

複数の事業者から上げられた教育機関は、そのまま並列で表記（例 Nanyang Polytechnic (シンガポール) は5つの事業者から回答された機関）。

4-5 小括

主にサンプルとなった企業は、ゲーム関連を扱う企業が多く、そのバイアスがあるものの、東南アジア企業のがわが国に対する関心は強いといえる。また東南アジア地域の企業として一部企業では、非常に高い外国人社員比率にもなっている。

また日本人（管理者、労働者）の雇用経験も比較的「ある」傾向が見られる。そして日本企業との交流に対しては、極めて意欲的である。日本人の雇用意欲に関しては、コンテンツ制作の技術的な側面に限らず、マネジメントを含めた全般である。ただし労働コストや言語・商習慣の壁があることが障害である。

日本へ社員を派遣することについても、現状に対して意欲的である。これについては、制作技術もそうであるが、マーケティングやマネジメントのような経営管理に関する事項が目立つ。

それらに対して日本からの専門家の招聘やインターン生の受入は、一段劣るものの、やはり意欲的である。受入期間は、「プロジェクトの単位」が最も高い。

第五章 東南アジア教育機関のわが国 コンテンツへの関心

5-1 調査の概要

調査の時期； 2014年2月

調査方法； 現地代理店によるインターネット・アンケート

対象； コンテンツ系ファカルティを持つシンガポール教育機関（22校）

回収； 回答を得た機関； 5校

学校	学部・学科・専攻	学生数 (学校 全体)	学生数(学 部)	教授 数	助教 授数	講師 数
Singapore Polytechnic	DMIT, DIGITAL MEDIA	17000	1500	1200	NA	20
MAGES Institute of Excellence	Game Design and Animaion	40	40			
National University of Singapore	Department of Japanese Studies	30000	60 major, 700 others	5	4	1
NTU	School of Art, Design and Media	33500	500	77	-	-
DigiPen	Department of Fine Arts and Animation	1055	120			

回答を得たサンプル5校(ファカルティ)は、いずれも**海外提携校・分校を持たない**。

サンプル5校の調査対象学科で取り扱う内容

学校	学部・学科・専攻	主たる専門領域
Singapore Polytechnic	DMIT, DIGITAL MEDIA	テレビ映画、アニメ番組、オンラインゲーム、パッケージゲーム、マンガ、ポップミュージック、ジャズ、クラシック音楽
MAGES Institute of Excellence	Game Design and Animaion	アニメ番組、ウェブアニメ、オンラインゲーム
National University of Singapore	Department of Japanese Studies	日本研究
NTU	School of Art, Design and Media	テレビ映画、アニメ番組、ウェブアニメ、デザイン

	Design and Media	
DigiPen	Department of Fine Arts and Animation	アニメ番組、ウェブアニメ、オンラインゲーム、コンピュータサイエンス

5-2 各校の国際戦略

「Q. 過去5年における、貴校にとって重要な地域（上位3地域をあげてください）」

学校	過去5年	この先5年
Singapore Polytechnic	北米、中国、中央アジア	北米、東南アジア、中央アジア
MAGES Institute of Excellence	東南アジア、南アジア	中国、韓国、東南アジア、南アジア、中央アジア
National University of Singapore	北米、西欧州、東南アジア	北米、中国、韓国、東南アジア
NTU	北米、東南アジア	中国、東南アジア、
DigiPen	北米、韓国、日本	北米、韓国

中国・韓国の伸びが目立ち、相対的に北米の低下が見られる。東南アジアは堅調に推移している。

5-3 ASEAN諸国、諸外国との関係

5-3-1 交換協定の有無

「Q. 外国やASEAN諸国の教育機関との交流（留学生、教員）プログラムを有していますか？」

学校	ASEAN諸国との交換協定	その協定の内容
Singapore Polytechnic	Yes	Community outreach project. 学生たちにノウハウ・スキルの応用によるASEAN諸国におけるコミュニティ問題解決.を推奨している。
MAGES Institute of Excellence	No	

National University of Singapore	Yes	三井物産シンガポール大学日本研究基金 (Mitsui NUS Japanese Studies in Southeast Asia Endowment Fund) による教員・学生の訪問プログラム
NTU	Yes	短期交換プログラム
DigiPen	No	

5-3-2 文化交流全般

「Q. 過去5年の間に、ASEAN諸国との交流はありましたか？」

	文化交流 シンポジウム、ワークショップ	人的資源開発	外国学生のインターンシップ
インドネシア	2 (SP, MAGES)		
マレーシア	1 (NUS)	1 (SP)	
フィリピン	2 (NUS, NTU)		
シンガポール	2 (SP, MAGES)	1 (MAGES)	1 (MAGES)
タイ	2 (MAGES, NTU)		
ブルネイ			
ミャンマー			
カンボジア			
ラオス			
ベトナム	4 (SP, MAGES, NUS, NTU)		

5-3-3 人材交流

「Q. 過去5年の間に、ASEAN諸国との学生の人材交流はありましたか？」

	国際インターン 受入 (長期) ※1年以上	国際インターン 受入 (短期) ※1年未満	海外インターン シップ派遣 (長 期) ※1年以上	海外インターン シップ派遣 (短 期) ※1年未満
インドネシア			1 (SP)	
マレーシア	1 (NUS)			1 (SP)
フィリピン		1 (NUS)		
シンガポール	1 (SP)	2 (SP, MAGES)	1 (SP)	1 (SP)
タイ				
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア		1 (NTU)		
ラオス				
ベトナム		2 (NUS, NTU)		

「Q. 過去5年の間に、ASEAN諸国との教員（ファカルティ・スタッフ）の人材交流はありましたか？」

	外国教員受入 （長期） ※1年以上	外国教員受入 （短期） ※1年未満	外国への教員派遣 （長期） ※1年以上	外国への教員派遣 （短期） ※1年未満
インドネシア		1 (SP)		
マレーシア		1 (SP)		
フィリピン		1 (NUS)		
シンガポール	2 (SP, MAGES)	1 (SP)		1 (SP)
タイ				
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア		1 (NTU)		
ラオス				
ベトナム		1 (NUS)		1 (SP)

5-3-4 将来のASEAN諸国、諸外国との関係

「Q. 将来、外国留学生を積極的に受け入れたいですか？」

A, はい 5機関
 いいえ 0機関

「Q. この先5年の間に、ASEAN諸国との交流予定はありますか？ あるいは貴校にとってこの先5年を見通したときに、重要な国はどこですか？」

	文化交流 シンポジウム、ワークショップ	人的資源開発	外国学生のインターンシップ
インドネシア	2 (SP, MAGES)		2 (SP, MAGES)
マレーシア			1 (SP)
フィリピン	3 (MAGES, NUS, NTU)		1 (MAGES)
シンガポール	1 (SP)	1 (SP)	1 (SP)
タイ	2 (NUS, NTU)		1 (SP)
ブルネイ			1 (SP)
ミャンマー	1 (NTU)		
カンボジア	1 (NTU)		
ラオス			
ベトナム			2 (SP, NTU)

「Q. この先5年の間に、ASEAN諸国との学生の人材交流予定はありますか？」

	国際インターン 受入（長期） ※1年以上	国際インターン 受入（短期） ※1年未満	海外インターン シップ派遣（長 期）※1年以上	海外インターン シップ派遣（短 期）※1年未満
インドネシア	1 (SP)	2 (NUS, NTU)	1 (SP)	
マレーシア		2 (SP, NUS)		1 (SP)
フィリピン		2 (NUS, NTU)		
シンガポール		2 (SP, NUS)		1 (SP)
タイ		3 (SP, NUS, NTU)		
ブルネイ		1 (NUS)		1 (SP)
ミャンマー		2 (NUS, NTU)		
カンボジア		2 (NUS, NTU)		
ラオス		1 (NUS)		
ベトナム		3 (SP, NUS, NTU)		

「Q. この先5年の間に、ASEAN諸国との教員（ファカルティ・スタッフ）の人材交流予定はありますか？」

	外国教員受入 （長期） ※1年以上	外国教員受入 （短期） ※1年未満	外国への教員派 遣（長期） ※1年以上	外国への教員派 遣（短期） ※1年未満
インドネシア		2 (SP, NUS)		
マレーシア		2 (SP, NUS)		
フィリピン		1 (NUS)		
シンガポール	1 (SP)	2 (SP, NUS)		1 (SP)
タイ		2 (SP, NUS)		
ブルネイ		2 (SP, NUS)		
ミャンマー		1 (NUS)		
カンボジア		1 (NUS)		
ラオス		1 (NUS)		
ベトナム		2 (SP, NUS)		

「Q. 将来に向って、特に関係を強化したい国はありますか？」

はい 4 機関
いいえ 1 機関

それはどこの国ですか？

インドネシア、東南アジア全般、フィリピン、アメリカ (各1)

「Q. 将来において、東南アジア以外の国で、文化的・教育的な交換を深めたい国・地域はありますか？」

学校	国	期待する内容
Singapore Polytechnic	日本	学生の派遣 相手国教員の受入
	韓国	
	中国	
MAGES Institute of Excellence	フランス	学生の受入
	南アフリカ	学生の派遣
	フランス	相手国教員の受入
National University of Singapore	インド	教員の派遣
	中国	教員の受入
NTU	日本	学生の派遣
	韓国	
DigiPen	アメリカ	学生の派遣
		相手国教員の受入

【自由回答】 1 機関

学生をASEAN諸国に派遣・経験させることはよいことのように思われるが、現在のところ具体的な計画を有していない。本校では、主に学生を1セメスターの間、アメリカにて履修させることに関心を寄せ、実行している。

5-4 小括

わが国の事業者と教育機関の関係同様、東南アジアの教育機関においても、交流の中心が北米と欧州にある。また世界有数の政治・経済ブロックとして、ASEAN諸国域内での交流は活発である。

学術機関でもあるので、内容面ではシンポジウム等の交流が件数として多くなる。

人材の交流に関連して、ファカルティ・スタッフの交流よりは、学生の留学先としての国際展開のほうに関心が高い。わが国は、そうした意味に関心を持たれている。

第六章 総括

【わが国事業者の東南アジアへの関心】

わが国事業者にとって、既に東南アジアは関心のある国・地域である。既に一部には子会社等の進出・投資活動を行っているものもあるが、多数ではなく、相手国からのイベント招聘などに留まっているものも少なくない。全体として、コンテンツ・ジャンル全般に足並みが揃っているわけではない。

市場の強い成長性、やがての商品化のために、関心は強い。しかし投資を伴う活動になると、一段、慎重な状態にある。

(コンテンツ・ジャンルに限らず) 一般に国際展開をしている日系企業が、進出先でのビジネス拡大を狙って、進出先の現地人や、留学生の採用意欲は高まっていると言われる。その目が東南アジア方面に注がれていることも指摘される。主にそれらは物量的な展開の大きな業種やトランスナショナル経営が進んでいる多国籍企業において顕著に見られるが、わが国コンテンツ系のように、国内市場において「均衡状態にある場合」、海外展開に関しての発展段階を高めるような何か(政府政策や経営戦略、環境変化)が必要と思われる。

【東南アジアの事業者のわが国や海外への関心】

サンプルとなった企業は、主にゲーム関連を扱う企業が多く、そのバイアスがあるものの、東南アジア企業のわが国に対する関心は強いといえる。またASEAN地域の特性として一部企業では、非常に高い外国人社員比率にもなっている。

日本人(管理者、労働者)の雇用経験も比較的「ある」傾向が見られる。そして日本企業との交流に対しては、極めて関心が強い。日本人の雇用意欲に関しては、コンテンツ制作の技術的な側面に限らず、マネジメントを含めた全般に観察できる。ただし労働コストや言語・商習慣の壁は、障害として指摘される。

日本へ社員を派遣することについても、現状では意欲的である。特に、制作技術もそうであるが、マーケティングやマネジメントのような経営管理に関する事項が目立つ。

それらに対して日本からの専門家の招聘やインターン生の受入は、コストがかかる為、一段劣るものの、やはり意欲的である。受入期間の希望は、「プロジェクトの単位」が最も高い。

【わが国教育機関の海外への関心】

わが国の高等教育機関も、より一層の海外展開が求められるセクターである。また伝統的にもそのことが教育機関の学生集め、経営状態の改善にも寄与すると考えられてきた。

しかしながらその視線の中心は英語圏、欧米に向けられてきた。併せて中国・韓国である。これらの国に対しては現在も強い関心が示されている。

東南アジアとの関係においては、日本への留学生のようなインバウンドの動きは広く観察されるようになった。しかしわが国からのアウトバウンドな動きに関しては、まだまだ乏しい状態である。

【東南アジア教育機関の海外との交流】

わが国の事業者と教育機関の関係同様、東南アジアの教育機関においても、交流の中心が北米と欧州にある。また世界有数の政治・経済ブロックとして、ASEAN諸国域内での交流は活発である。

学術機関でもあるので、内容面ではシンポジウム等の交流が件数として多くなる。

人材の交流に関連して、ファカルティ・スタッフの交流よりは、学生の留学先としての国際展開のほうに関心が高い。わが国は、そうした意味に関心を持たれている。

【わが国の政策的な方向性への提案】

今回調査対象は、海外におけるわが国文化としての人気や受容性、あるいは国際競争力（輸出力）に基づき、アニメとその原作を供給する出版（含むマンガ）、ゲーム、アニメとゲームに使われるサウンドトラック等の音楽が輸出の大きな領域になっている音楽、といったわが国ポップカルチャーを代表する分野である。その関心はコンテンツ制作そのものに限らず、経営的なマネジメント領域に及んでいる。

これらの分野に対して、東南アジア事業者からのわが国への関心は高い。またわが国事業者が、成熟した市場規模を持つ北米と欧州、20世紀に入り高い成長率を示してきた中国、韓国に並ぶように、東南アジア方面への関心が徐々に高まってきている。一部の会社では、既に（投資を要する）拠点を有しているものもあるが、まだそれは一部であり、高い関心はあるものの、投資（拠点の構築や人的資源の派遣等）に及ぶものに関しては、投資との見合い上、まだ多くが様子見の状態である。

この双方の意欲があるうちに、触媒としての政策を実行することが望ましいと考えられる。その意欲に対して行動の障害になっていることは、双方とも民間企業としての投資（とその後のリターン）に関わる懸念である。確かに東南アジア諸国は高い経済成長の可能性を有しているが、物価水準の高い先進国となってしまったわが国からみれば、投資とリターンの関係は、北米・欧州ほどに自信を持てるものではない。相互にそれぞれの相手国・地域側の市場調査やマーケティング事項への関心が入っていることもそれを背景的に裏付けていると考えられる。

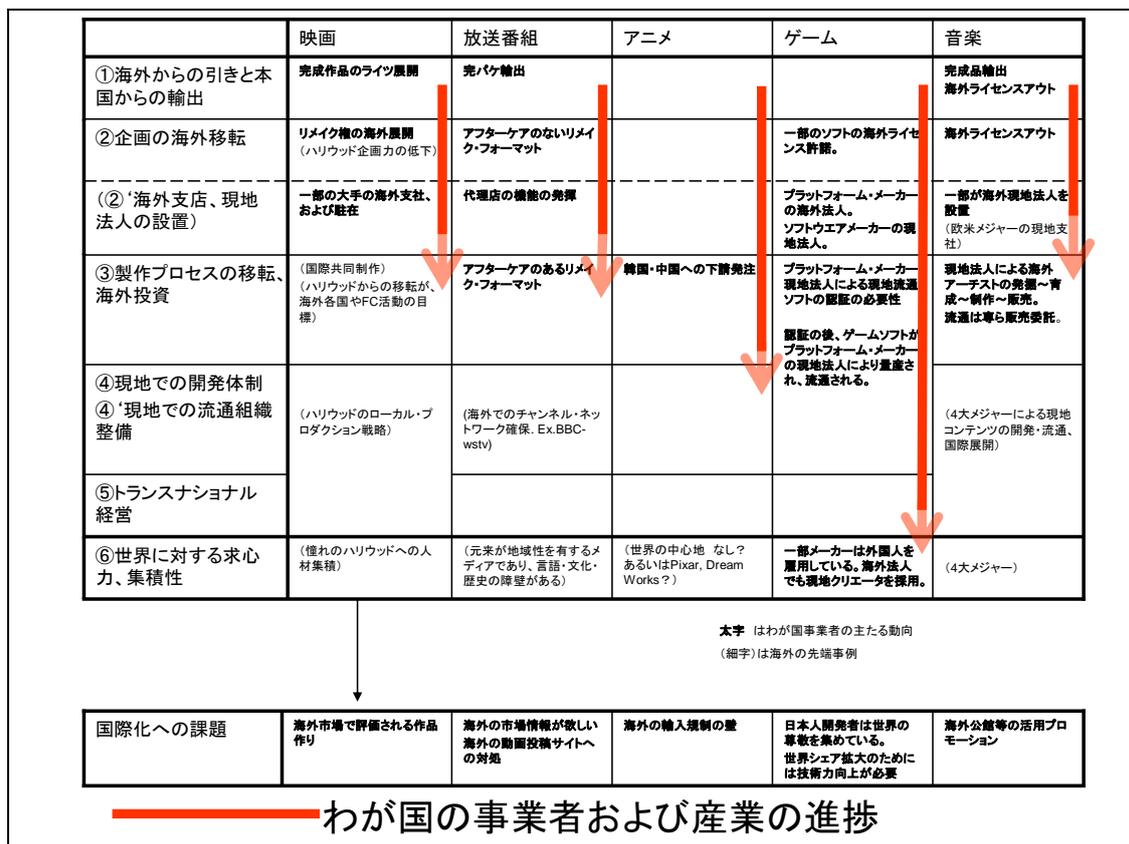
ASEAN諸国のうち、人口（や市場規模）の大きなインドネシア、タイ、マレーシア、フィリピンへの関心は押しなべて強い。それ以上にシンガポールに対しては、わが国からの関心の一般性は高いものであった。

事業者の関心に比べれば、教育機関の関心は、少し劣るように思われる。しかし一部の

わが国事業者がシンガポールの高等教育機関に関心を寄せている（コラボレーションや奨学金制度）ように、全く無関心なわけではない。一般にわが国の国際活動を行う事業者が東南アジアを、北米・欧州、東アジアに次ぐ新市場として睨んでおり、現地展開可能な新卒人材を欲していることは、各種の報道にも見られる。コンテンツ分野に限定した場合、まだそれが一般化しているとは本調査では確認できなかった。

しかしコンテンツの国際化の発展段階を考えたときに、（ワールド・クラスで活躍する映画のハリウッドや、わが国のパッケージ系ゲームがそうであるように、）究極の形は、現地の文化を反映した地産池消（トランスナショナル経営）に行き着くと考えられる。そして現地において現地人の感覚のもとでの開発・流通が必要となるときが来ると予想される（図表6-1）。そのときにわが国が紐帯を失わないためにも、今のうちに基盤としての制作慣習や事業商慣習などの文化プラットフォームをわが国から伝えておく必要がある。

（図表6-1 事業の海外展開発展段階モデルに基づく5業種の進捗）



(出所 映像産業振興機構(2010)、「映像産業のための文化産業戦略」³、p21)

そうした意味において、わが国流のコンテンツ制作の慣習を広める作業は、基盤として必要なものとする。

³ <http://www.vipo.or.jp/news/1443/>

添付資料：

1. 調査スケジュール
- 2-1. 国内調査対象企業リスト
- 2-2. 国内企業向け調査票
- 3-1. 国内調査対象教育機関リスト
- 3-2. 国内教育機関向け調査票
- 4-1. 海外調査対象企業リスト
- 4-2. 海外企業向け調査票
- 5-1. 海外調査対象教育機関リスト
- 5-2. 海外教育機関向け調査票

調査

宮内英貴（映像産業振興機構V I P O）

新井貴夫（映像産業振興機構V I P O）

内山浩昭（映像産業振興機構V I P O）

内山 隆（映像産業振興機構V I P O 青山学院大学）

添付資料1. 調査スケジュールと対象数

実施期間	アンケート方法又は場所	対象	数
9月5日	日本アセアンセンター	タイ・アニメーション・CG協会	8社
9月21日	TOKYOゲームショー	ASEANセンター出展でのセミナー	33社
12月15日	就職セミナー	音楽・テレビ	13社
12月21日	就職セミナー	アニメ・広告・インターネット	18社
12月22日	就職セミナー	ゲーム・映画	3社
1月～2月	郵送	大学	62校
1月～2月	郵送	大学院	12院

添付2-1. 国内調査対象企業リスト

No.	会社名
1	サンライズ
2	プロダクションIG
3	グラフィニカ
4	A-1ピクチャーズ
5	東映アニメーション
6	バンダイナムコ
7	コナミ
8	ソニーコンピューターエンタテイメント
9	コロプラ
10	ランティス
11	講談社
12	角川書店
13	小学館
14	ソニーミュージック
15	ポニーキャニオン
16	エイベックス

添付 2-2. 国内企業向け調査票

平成 25 年度 文化庁「ASEAN 諸国等における文化分野の専門人材交流」に関する調査
各位

調査実施機関 特定非営利活動法人(NPO 法人)
映像産業振興機構 VIPO

調査協力をお願い

拝 啓

貴社におかれましては、ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。

このたび映像産業振興機構(VIPO)では、文化庁「ASEAN 諸国等における文化分野の専門人材交流」を行うこととなりました。近年のクール・ジャパン政策のなかで東南アジアを志向したご意見が多くあるなかで、その実態の把握を行い、今後の方向性を探ろうという趣旨のものであります。

つきましては、ご多忙中まことに恐縮ですが、本調査の趣旨をご理解の上、よろしくご協力いただきますようお願い申し上げます。

アンケート回答につきましては、個々の回答社名や回答者のお名前などを事前承諾なしに公表することはございません。統計的に集計・処理したものを、本調査としてまとめるものでございます。

何卒、調査にご協力頂きますよう宜しくお願い申し上げます。

敬 具

記入上のお願い

調査結果 映像産業振興機構において、集計した形で文化庁への報告書の提出を予定しております。事前の許諾のない限り、個別社や担当者のお名前を出す予定はございません。

調査について照会 本調査についての疑問点、照会については、下記にお問い合わせください。

特定非営利活動法人 映像産業振興機構

〒104-0045 東京都中央区築地 4-1-1 東劇ビル 8 階

TEL 03-3543-7531/FAX 03-3543-7533

担当 宮内、内山(隆)

問 貴社の概要、事業領域

貴社名 ()

主たる活動領域に○をつけてください（複数回答 可）

- 1.Film (Theatre) 2.Film (TV) 3. Film(DVD) 4.Animation (Theatre)
5.Animation (TV) 6.Animation (DVD) 7.Game (Online) 8.Game(Package)
9.Manga 10.Music 11.Music (Live) 12.Other ()

総従業員数 () 人

日本以外の主たる活動地域に○をつけてください（上位3つまで）

1. 北米、 2. 西欧州、 3. 東欧州 4. ロシア
5. 中国 6. 韓国 7. 東南アジア 8. 南アジア 9. 中東
10. 豪州・NZ
11. アフリカ 12. 中米 13. 南米

最近の国内外での売上の割合（売上比）

日本国内 () % 日本国外 () %

貴社にとっての経営上の地域的重要度が高いものに○をつけてください（それぞれ上位3つまで。主観的判断で構いません）

【現在の経営的価値】

1. 北米、 2. 西欧州、 3. 東欧州 4. ロシア
5. 中国 6. 韓国 7. 東南アジア 8. 南アジア 9. 中東
10. 豪州・NZ
11. アフリカ 12. 中米 13. 南米

【この先5年の戦略性】

1. 北米、 2. 西欧州、 3. 東欧州 4. ロシア
5. 中国 6. 韓国 7. 東南アジア 8. 南アジア 9. 中東
10. 豪州・NZ
11. アフリカ 12. 中米 13. 南米

問 東南アジアでの活動、関心

東南アジア諸国での事業地域

過去5年の間に、東南アジアでの自社(または自社系列組織)による活動はありますか？
該当するものに○をつけてください。

	文化交流	人材交流	販売拠点	製造拠点
インドネシア				
マレーシア				
フィリピン				
シンガポール				
タイ				
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

東南アジア諸国の、貴社にとってのこの先5年程度の戦略的な地域的重要度（主観的判断で構いません）。重要な国・項目に○をつけてください。

	文化交流	人材交流	販売拠点	製造拠点
インドネシア				
マレーシア				
フィリピン				
シンガポール				
タイ				
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

東南アジア諸国との人的交流

過去5年の間に、東南アジアでの自社（または自社系列組織）による人的交流はありますか？ 該当するものに○をつけてください。

	貴社からの人の派遣（長期）	貴社からの人の派遣（短期）	現地からの人の受入（長期）	現地からの人の受入（短期）
インドネシア				
マレーシア				
フィリピン				
シンガポール				
タイ				
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

将来においてに、東南アジアでの自社（または自社系列組織）による人的交流の予定はありますか？ 該当するものに○をつけてください。

	貴社からの人の派遣（長期）	貴社からの人の派遣（短期）	現地からの人の受入（長期）	現地からの人の受入（短期）
インドネシア				
マレーシア				
フィリピン				
シンガポール				
タイ				
ブルネイ				
ミャンマー				
カンボジア				
ラオス				
ベトナム				

東南アジア以外の地域・国で、積極的に人材交流したい地域と、その交流内容は何ですか？（主要3つまで。交流内容に関しては下記の1～4から選んでください。）

地域・国（ ） ・ 交流内容（ ）
 地域・国（ ） ・ 交流内容（ ）
 地域・国（ ） ・ 交流内容（ ）

- * 交流内容
1. 貴社からの人材派遣（制作側面）
 2. 貴社からの人材派遣（ビジネス側面）
 3. 相手国からの受け入れ（制作側面）
 4. 相手国からの受け入れ（ビジネス側面）

（以下、VIPO独自の質問になります）

問 近年、以下のように政府による大型振興補助金制度が拡充しています。その関心・利用状況についてお伺いします。

平成25年に発足した大型補助金制度

		予算規模(億円)
総務省・経済産業省	ジャパン・コンテンツ ローカライズ & プロモーション支援(J-LOP)	155
総務省	コンテンツ海外展開促進のための国際共同制作	15
経済産業省	クール・ジャパン推進機構	500
総務省	放送コンテンツ海外展開促進機構	未定

a) 経済産業省・総務省(VIPO) J-Lop (ローカライズ支援)

1. 全く関心ない、支援制度を知らない。
2. 関心はあるが、特にアクションを起していない
3. 関心あり、利用を社内で検討中である。
4. 関心あり、当該事務局に問い合わせをしたことがある
5. 補助申請をしたことがあるが、認められなかった
6. 実際に補助金を受けたことがある。

b) 経済産業省(VIPO) J-Lop (プロモーション支援)

1. 全く関心ない、支援制度を知らない。
2. 関心はあるが、特にアクションを起していない
3. 関心あり、利用を社内で検討中である。
4. 関心あり、当該事務局に問い合わせをしたことがある。
5. 補助申請をしたことがあるが、認められなかった。
6. 実際に補助金を受けたことがある。

c) 総務省(三菱総研、野村総研、電通) 放送番組の国際共同製作

1. 全く関心ない、支援制度を知らない。
2. 関心はあるが、特にアクションを起していない
3. 関心あり、利用を社内で検討中である。
4. 関心あり、当該事務局に問い合わせをしたことがある
5. 補助申請をしたことがあるが、認められなかった
6. 実際に補助金を受けたことがある。

d) 経済産業省(クール・ジャパン推進機構) クールジャパンファンド

1. 全く関心ない、支援制度を知らない。
2. 関心はあるが、特にアクションを起していない
3. 関心あり、利用を社内で検討中である。
4. 関心あり、当該事務局に問い合わせをしたことがある
5. 補助申請をしたことがあるが、認められなかった
6. 実際に補助金を受けたことがある。

f) 文化庁(日本芸術文化振興会) 映画・アニメ制作、音楽、演劇、等、制作補助

1. 全く関心ない、支援制度を知らない。
2. 関心はあるが、特にアクションを起していない
3. 関心あり、利用を社内で検討中である。
4. 関心あり、当該事務局に問い合わせをしたことがある
5. 補助申請をしたことがあるが、認められなかった
6. 実際に補助金を受けたことがある。

問 この先5年程度の範囲のなかで、今後の政府や公的機関による映像産業振興政策についてお伺いします。

a) 既存の主要見本市やイベントの活性化

1. ぜひ必要
2. 必要 (ご関心の高いイベント)
3. どちらでもない
4. 不要

b) 新規見本市やイベントの立ち上げ

1. ぜひ必要
2. 必要
3. どちらでもない
4. 不要

c) 大型の公的インフラや設備の開設

- 1. ぜひ必要
- 2. 必要

(どのような類の設備ですか?)

- 3. どちらでもない
- 4. 不要

d) 人材育成

- 1. ぜひ必要
- 2. 必要
- 3. どちらでもない
- 4. 不要

選択肢 1、2 をご回答の方へ

(必要とされる人材の属性、イメージなど)

問 VIPOの諸活動(コフェスタ、NDJC、他)について、ご意見がありましたらお聞かせください

ご協力いただきありがとうございました。

ご回答について、追加で質問・確認をお願いする可能性がございます。恐れ入りますが、ご記入者のお名前、所属部署、役職、ご連絡先の記入をお願い申し上げます。

ご記入者			
所属部署名		役職	
ご連絡先の 電話番号			

個人情報の取り扱いについて

本アンケートは、特定非営利活動法人 映像産業振興機構が実施するもので、関係各位の皆様へ送付させていただいております。

返送にあたっては、映像産業振興機構(VIPO)の文化庁「ASEAN 諸国等における文化分野の専門人材交流」に係る個別ニーズ把握等の必要性から、ご回答者のご所属、お名前、連絡方法等につきましてご記入をお願いしております。

これらの個人情報の取り扱いについては、下記の通り適正な管理に努めますので、ご確認の上、アンケートにご回答ください。

1.個人情報の利用目的	ご回答者の個人情報は以下の目的のために利用させていただきます。下記以外の目的で個人情報を利用する場合は、改めて目的をお知らせし、同意を得るものと致します。
2.個人情報の提供予定 提供:事業者が当該事業者以外のものに自ら保有する個人情報を利用可能にすること。	予定はありません。
3.個人情報の預託予定 預託:事業者が当該事業者以外のものに情報処理を委託するなどのために自ら保有する個人情報を預けること。	特に予定はありません。
4.個人情報を弊社に提供することの任意性及び当該情報を与えなかった場合に回答者に生じる結果について	ご回答者が、個人情報の記載を希望されない場合には、個人名の部分につきまして空欄でも構いません。 ご回答者が、お名前、ご連絡先をご記入いただいた場合、後日、インタビュー調査の申し込みのためにご連絡させていただく場合がございます。
5.苦情・訂正・利用停止等の申し立て先(回答者ご本人様より申し立てがあったときは無償で直ちに訂正・利用停止等の措置をとります)	①本アンケートの個人情報の取扱責任者: 特定非営利活動法人 映像産業振興機構 〒104-0045 東京都中央区築地4-1-1 東劇ビル 8階 TEL03-3543-7531/FAX03-3543-7533 担当 宮内英貴、内山隆 ②苦情・相談窓口: 同上

(注)本アンケートにより収集したご回答者の個人情報は、利用目的である調査が完了次第、弊機構の責任において処分いたします。

添付3-1. 国内調査対象教育機関リスト

No.	学校名	学部等
1	京都造形芸術大学	芸術学部 通学部
2	京都精華大学	マンガ学部、マンガ研究科
3	デジタルハリウッド大学	デジタルコミュニケーション学部 デジタルコンテンツ学科
4	デジタルハリウッド大学	マンガ学部、マンガ研究科、キャラクターデザインコース
5	花園大学	文学部 創造表現学科
6	大阪電気通信大学	国際交流センター 総合情報学部 デジタルゲーム学科
7	大阪電気通信大学	国際交流センター 総合情報学部 デジタルアート・アニメーション学科
8	大阪電気通信大学 大学院	総合情報学部 デジタルアート・アニメーション学専攻
9	大阪電気通信大学 大学院	総合情報学部 デジタルゲーム専攻
10	京都嵯峨芸術大学短期大学部	マンガ分野、コミックアート分野
11	東北芸術工科大学	映像学科 大学院仙台スクール
12	京都造形芸術大学	芸術学部 マンガ学科
13	文星芸術大学	美術学部 CG・アニメーション専攻
14	文星芸術大学	マンガ専攻
15	別府大学	文学部 国際言語 文化学科 マンガナレーションコース

添付4-1. 海外調査対象企業リスト

No.	会社
1	Chips and Toon Pte Ltd
2	Digisoft Media Pte Ltd
3	Infinite Frameworks Pte Ltd
4	Lights and Shadows Pte Ltd
5	Mediafreaks Pte Ltd
6	Omens Studios Pte Ltd
7	One Animation Pte Ltd
8	Peach Blossom Media Pte Ltd
9	Scrawl Studios Pte Ltd
10	Southern Star Singapore Pte Ltd
11	Sparky Animation Pte Ltd
12	SunWoo Asia Pacific Pte Ltd
13	Tiny Island Priductions Pte Ltd
14	VividThree Productions Pte Ltd
15	SIGGRAPH Singapore Chapter
16	Singapore Animators Connection
17	Dark Potato
18	Namco Bandai Partners Singapore
19	Ratloop Asia
20	Tecmo Koei Singapore
21	Daylight Studios
22	Envee Media
23	Gumi Asia
24	OrionArts
25	Personae Studios
26	Tiger Punch
27	Touch Dimensions
28	Violet Arts

29	Witching Hour Studios
30	Activate
31	Ixora Studios
32	Forever Young Studio
33	LandShark Games
34	Magma Studio Pte Ltd
35	Time Voyager
36	Viwawa
37	Boomzap
38	PD Design Studio
39	Secret Base
40	Lewenhart Studios
41	ROCK NANO
42	Springloaded
43	Vinova
44	無記名
45	Red Kite Animation
46	LambdaMu Games
47	August Medial Holdings Pte Ltd.
48	Mojo Forest Pte. Ltd.
49	Epicreationz
50	Apptivise
51	無記名
52	Protégé Production
53	Swag Soft
54	無記名
55	Altermyth
56	Advance Intelligence Modernity Co.Ltd
57	TeraioTech Spn Bhd
58	Whiz Sdr Bhd

59	Myanmar computer industry associatyon
60	Alpha Info-Tec co.ltd
61	Magma Studio Pte Ltd (※1)
62	Peace Soft Group
63	NCS
64	Oray Studio&Inmmotion Digital
65	Total Gameplay Studio
66	Vietnam Amimation
67	VTC Tecnorogy &digetal content company
68	Personae Studios (※2)
69	Slekrith Film Co,Ltd
70	Motiofixo
71	Motiofixo (※3)
72	Game Square Intaractive co.ted
73	Inmotion Digital & Oray Studio
74	Keybol Games
75	Itsybytes Company
76	Holy Cow Animation
77	MISA
78	Laos
79	Holy Cow Animation (※4)
80	Xyz wave
81	Tyler Projects Pte Ltd. (※5)
82	Castle Production
83	Sabay
84	Tyler Projects Pte Ltd.
85	Jspot Augmented Reality
86	Signdesign

(※ アンケート送付対象者は86名だが、企業数は81社とする。)

(※1は、34と重複企業)

(※2は、25と重複企業)

(※3は、70と重複企業)

(※4は、76と重複企業)

(※5は、81と重複企業)

Questionnaire

This questionnaire is designed by VIPO (Visual Industry Promotion Organization, JAPAN) under the order of Japanese Government ACA (Agency of Cultural Affairs) for improvement of the interrelationship between your country and JAPAN. If you have any problem to answer, do not hesitate to contact us.

1. Your Basic Attribute

Q.Name ()

Q.Company name ()

Q.Your contact tel ()

e-mail ()

Q.Your occupation

1. Company management (a member of board)
2. Content-producer (middle management)
3. (Content / product) Sales / marketer
4. Skilled worker (director, Computer engineer, Game programmer, CG designer, writer, Animator, Visual artist, Sound engineer, storyboard, Studio engineer, Music artist,)

Q.Your nationality;

1. Indonesia, 2. Malaysia, 3. Philippines, 4. Singapore, 5. Thailand,
6. Brunei, 7. Burma (Myanmar), 8. Cambodia, 9. Laos, 10. Vietnam,
11. Other ()

2. about Your Company/ Organisation

Q.Nationality of your company (headquarter)

1. Indonesia, 2. Malaysia, 3. Philippines, 4. Singapore, 5. Thailand,
6. Brunei, 7. Burma (Myanmar), 8. Cambodia, 9. Laos, 10. Vietnam,
11. Other ()

Q. the country of main activities of your company

1. Indonesia, 2. Malaysia, 3. Philippines, 4. Singapore, 5. Thailand,
6. Brunei, 7. Burma (Myanmar), 8. Cambodia, 9. Laos, 10. Vietnam,
11. Other ()

Q.Your main activity genre

- 1.Film (Theatre) 2.Film (TV) 3. Film(DVD) 4.Animation (Theatre)
- 5.Animation (TV) 6.Animation (DVD) 7.Game (Online) 8.Game(Package)
- 9.Manga 10.Music 11.Music (Live) 12.Other ()

Q. How many number of total employee and managers in your company now?

()

Q. How many number of foreign employee and managers in your company now?

()

Q. Had your company invited foreign managers in **last 5 years**?

(YES NO)

If YES, how many persons? ()

What kinds of jobs? ()

Q. Has your company deal with Japanese company in last 5 years?
(YES NO)

3. about Your Activity

Q. Your main activity?

1. Investment 2. Investment · Planning & Development
3. Investment · Planning & Development · Production
4. Planning & Development 5. Planning & Development · Production
6. Production 7. Other ()

Q. Which content are you involved in?

1. Film (Theatre) 2. Film (TV) 3. Film (DVD) 4. Animation (Theatre)
5. Animation (TV) 6. Animation (DVD) 7. Game (Online) 8. Game(Package)
9. Manga 10. Music 11. Music (Live) 12. Other()

Q. Would you like to collaborate with Japan **in the future**? (YES NO)

If YES, how would you like to be involved in?

1. Investment 2. Investment · Planning & Development
3. Investment · Planning & Development · Production
4. Planning & Development 5. Planning & Development · Production
6. Production 7. Other ()

If YES, Which content would you like to be involved in?

1. Theatre 2. DVD 3. TV 4. CATV 5. Satellite 6. Internet delivery (download)
7. Internet delivery (streaming) 8. Online 9. Package 10. Live events
11. Other()

4. Japanese Employees and Managers

Q. Are there Japanese Employees now?

If YES, how many persons? ()

Q. Are there Japanese Managers now? (YES NO)

If YES, how many persons? ()

Q. Had your company employed Japanese employees and/or managers **in last 5 years**?
(YES NO)

Q. Would you like to invite Japanese employees and/or managers **in the future**?
(YES NO)

If YES, What kinds of jobs? ()

What kinds of technologies ()

How long do you expect the Japanese to work in your company?

1. A half of year, A year, 2-3 years, 4-5 years, more than 5 years
2. As long as the Japanese can stay
3. In the period of one of your project.

If NO, what kinds of barrier are there to invite Japanese human resources?

1. High labour cost
2. Barrier of skill/technology among Japanese and your country
3. Cultural Gap for idea/content among Japanese and your country
4. Cultural Gap of business custom among Japanese and your country
5. Language barrier
6. Others ()

5. Dispatch your employee to Japan

Q. Had your company dispatched your employees and/or managers to Japan **in last 5 years**?
(YES NO)

If YES, What was the purpose ? ()

How long was it ?

1. A half of year, A year, 2-3 years, 4-5 years, more than 5 years
2. As long as the Japanese can stay
3. In the period of one of your project.

Q. Would you like to dispatch your employees and/or managers to Japan **in the future**?

(YES NO)

If YES, What is the purpose ? ()

How long do you expect ?

1. A half of year, A year, 2-3 years, 4-5 years, more than 5 years
2. As long as the Japanese can stay
3. In the period of one of your project.

6. Acceptance of professionals, experts and masters from Japan

Q. Had your company invite professionals, experts and masters from Japan **in last 5 years**?
(YES NO)

If YES, What is the purpose ? ()

How long was it?

1. A half of year, A year, 2-3 years, 4-5 years, more than 5 years
2. As long as the Japanese can stay
3. In the period of one of your project.

Q. Would you like to invite professionals, experts and masters from Japan **in the future**?

(YES NO)

If YES, What is the purpose ? ()

How long do you expect ?

1. A half of year, A year, 2-3 years, 4-5 years, more than 5 years
2. As long as the Japanese can stay
3. In the period of one of your project.

7. Acceptance of internship from Japan

Q. Had your company accepted an internship from Japan **in last 5 years**?

(YES NO)

If YES, What is the purpose ? ()

How long was it ?

1. A half of year, A year, 2-3 years, 4-5 years, more than 5 years
2. As long as the Japanese can stay
3. In the period of one of your project.

Q. Would you like to accept an internship from Japan **in the future**?

(YES NO)

If YES, What is the purpose ? ()

How long do you expect ?

1. A half of year, A year, 2-3 years, 4-5 years, more than 5 years
2. As long as the Japanese can stay
3. In the period of one of your project

8. Education institutions in your country

Q. Would you tell the best education institutions for your business genre in your country?

University class ()

Other education institution ()

Q. Please let us know if you have any comments

[]

Thank you for your cooperation.

※VIPO outsources this questionnaire and its summary to Vivid Creations Pte Ltd

For inquiries or information, please contact at:

Vivid Creations Pte Ltd : Reiko Oshima (Ms) / reiko@vivid-creations.biz

1. Your Basic Attribute

Name	
Contact Tel	
e-mail	
School	
Department, faculty, Course, Studies,	
Total number of student	School : Department:
Total number of teacher	Professor : assistant professor : Instructor :
Q. Do you have an overseas affiliated school ? (YES NO)	
Overseas affiliated school	

2. About Your School

Q. Your main field of activity (mark all that apply)

- 1.Film (Theatre) 2.Film (TV) 3. Film(web) 4.Animation (Theatre)
 5.Animation (TV) 6.Animation (web) 7.Game (Online) 8.Game(Package)
 9.Manga 10.Music(pops 11.Music (Jazz・Classic) 12.Other ()

Q. Your Overseas schools、Affiliated school if any (TOP 3)

- 1.North America 2.Latin America 3.Western Europe 4.Eastern Europe
 5.Northern Europe 6.Russia 7. China 8. Korea 9.South-Eastern Asia
 10.South Asia 11 Central Asia 12.Middle East 13.Australia・NZ 14.Africa
 15.South America 16.Other ()

Q. Regional Importance for you school if any. (TOP 3)

【Last 5 years or Now】

- 1.North America 2.Latin America 3.Western Europe 4.Eastern Europe
 5.Northern Europe 6.Russia 7. China 8. Korea 9.South-Eastern Asia
 10.South Asia 11 Central Asia 12.Middle East 13.Australia・NZ 14.Africa
 15.South America 16.Other ()

【5 years ahead】

- 1.North America 2.Latin America 3.Western Europe 4.Eastern Europe
 5.Northern Europe 6.Russia 7. China 8. Korea 9.South-Eastern Asia
 10.South Asia 11 Central Asia 12.Middle East 13.Australia・NZ 14.Africa
 15.South America 16.Other ()

3. About education and study exchange in ASEAN members

Q. Do you have any special programs related to human resource exchange (Students or Teachers / Instructors) in ASEAN members ? (YES NO)

If YES, What kinds of special programs do you have ?

()

Q. After graduation of students from overseas.
Please attach a document, if you have any.

()

Q. The number of students from overseas, the main countries of origin and regions.
Please attach a document, if you have any.

()

Your activities in ASEAN members

Q. In Last 5 years, do you have any activities in ASEAN members ?
(mark all that apply)

	Cultural exchange (Symposium Workshop)	Human Resource Exchange	Internship (of international students)
Indonesia			
Malaysia			
Philippines			
Singapore			
Thailand			
Brunei			
Myanmar			
Cambodia			
Laos			
Vietnam			

Human Resource Exchange in ASEAN members

Q. In Last 5 years, do you have any human resource exchange (students) in ASEAN members ? (mark all that apply)

	International Intern / student (long term)	International Intern student (short term)	Internships Abroad (long term)	Internships Abroad (short term)
Indonesia				
Malaysia				
Philippines				
Singapore				
Thailand				
Brunei				
Myanmar				
Cambodia				
Laos				
Vietnam				

Q. In Last 5 years, do you have any human resource exchange (Teachers / Instructors) in ASEAN members ? (mark all that apply)

	Foreign teachers (long term)	Foreign teachers (short term)	Teach Abroad (long term)	Teach Abroad (short term)
Indonesia				
Malaysia				
Philippines				
Singapore				
Thailand				
Brunei				
Myanmar				
Cambodia				
Laos				
Vietnam				

4. About education and study exchange in ASEAN members in the future

Q. Do you have any countries or regions to advance cultural exchanges in particular?
 (YES NO)

If YES, which country? ()

Q. Do you want to actively accept international students in ASEAN members
 in the future? (YES NO)

Q. Do you want your students to study abroad in ASEAN members in the future?
 (YES NO)

Q. What do you expect from cultural and educational exchange in ASEAN members
 in the future?

()

Q. Do you have any plans related to human resource exchange in ASEAN
 members **in the future**? Or Regional Importance for you school in ASEAN
 members 5 years ahead? (mark all that apply)

	Cultural exchange (Symposium Workshop)	Human Resource Exchange	Internship (of international students)
Indonesia			
Malaysia			
Philippines			
Singapore			
Thailand			
Brunei			
Myanmar			
Cambodia			
Laos			
Vietnam			

5. About human resource exchange in ASEAN members in the future

Q. Do you have any plans related to human resource exchange (**students**) in ASEAN members **in the future** ? (mark all that apply)

	International Intern / student (long term)	International Intern student (short term)	Internships Abroad (long term)	Internships Abroad (short term)
Indonesia				
Malaysia				
Philippines				
Singapore				
Thailand				
Brunei				
Myanmar				
Cambodia				
Laos				
Vietnam				

Q. Do you have any plans related to human resource exchange (**Teachers / Instructors**) in ASEAN members **in the future** ? (mark all that apply)

	International Intern / student (long term)	International Intern student (short term)	Internships Abroad (long term)	Internships Abroad (short term)
Indonesia				
Malaysia				
Philippines				
Singapore				
Thailand				
Brunei				
Myanmar				
Cambodia				
Laos				
Vietnam				

Q. Do you have any countries or regions except Southeast Asia where you want cultural and educational exchange in the future ?

And what kind of cultural and educational exchange? (Top 3. choose 1 ~ 4)

Country · region () · What kind of ()

Country · region () · What kind of ()

Country · region () · What kind of ()

- *What kind of
1. Interns from your school
 2. Interns from overseas
 3. Teachers or Instructors from your school
 4. Teachers or Instructors from overseas

Q. Please let us know if you have any comments

[Empty space for comments]

Thank you for your cooperation.

※ VIPO outsources this questionnaire and its summary to Vivid Creations Pte Ltd

For inquiries or information, please contact at:

Vivid Creations Pte Ltd

Reiko Oshima (Ms) / reiko@vivid-creations.biz