

技術戦略マップ(コンテンツ分野) のコンセプト

平成21年4月22日
経済産業省
メディア・コンテンツ課

◆概要

- ・新産業を創造していくために必要な技術目標や製品・サービス・コンテンツの需要を創造するための方策を示したもの
- ・2005年から毎年改訂

◆狙い

将来の社会を見据えた産学官の「研究開発の共有シナリオ」として、技術開発の方向性の提示、異分野・異業種の連携等を促進。

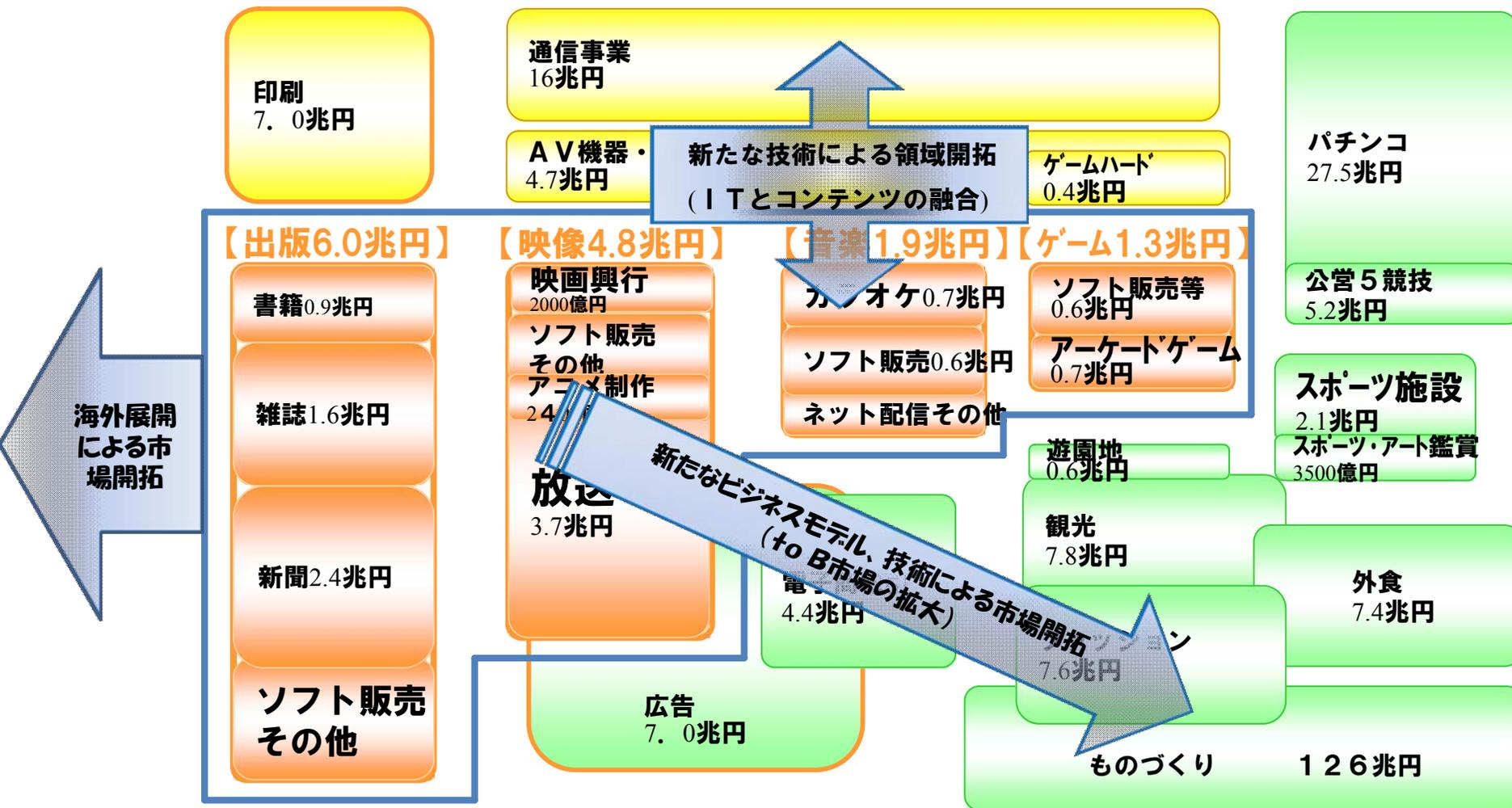
◆対象分野

2009年版では、コンテンツ分野を含む30分野のマップを作成。

例)情報通信分野、バイオテクノロジー分野、環境分野、エネルギー分野、ソフト分野・・・

目標: 2015年までに、14兆円⇒約20兆円の産業規模へ

- そのためには、既存のコンテンツ市場の活性化、海外展開、他産業との連携による新たなコンテンツ領域の開拓が不可欠
- コンテンツ技術は、上記の活動を促進する役割を果たす

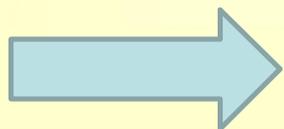


■「コンテンツ技術」の対外的な認知を促進

- 新たなコンテンツ市場が生み出す技術へのニーズを明示。技術開発を行う現場へのインセンティブを付与
- 官民における「コンテンツ技術」開発投資を促進

■「コンテンツ技術」が向かうべき方向性を提示

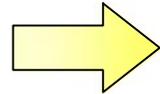
- 市場化を間近に控えた、短期的な動向
- 技術が生み出す可能性を示唆する、長期的な動向



日本のコンテンツ産業の市場規模拡大に寄与

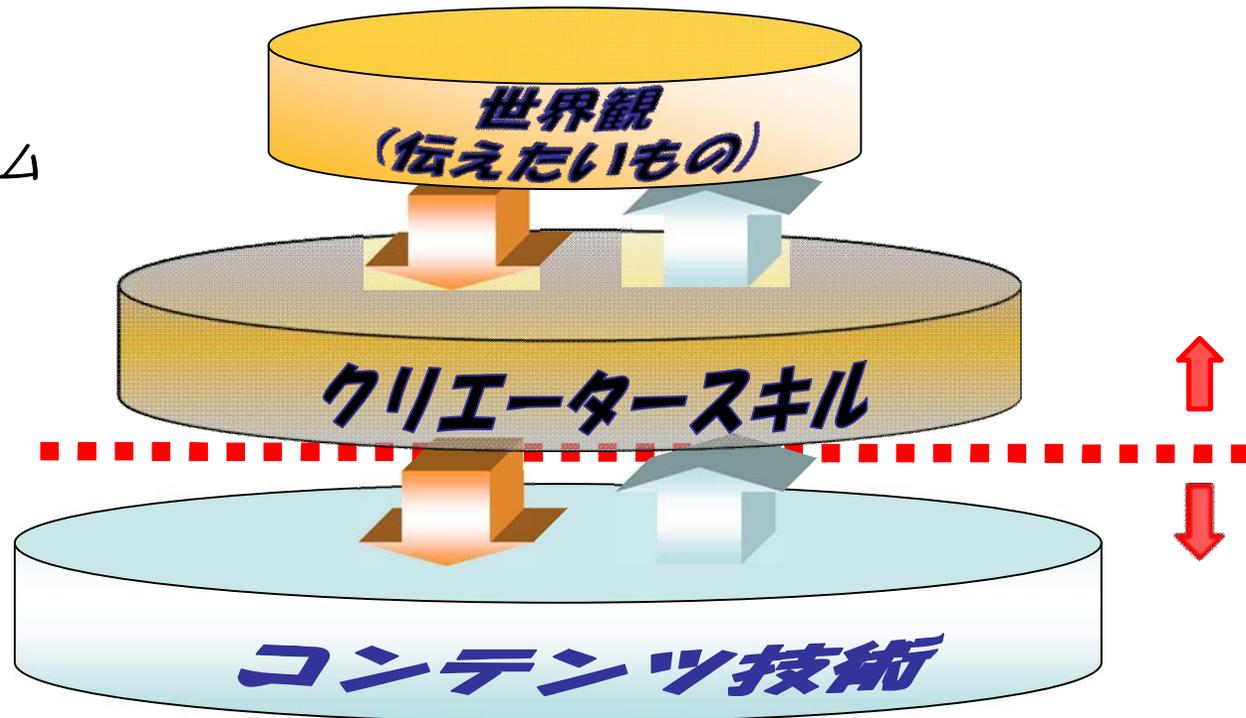
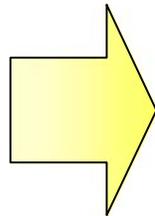
- コンテンツの源にあるのは、表現者が伝えたい「世界観」
表現世界の例：手塚治虫の世界、黒澤明の世界、坂東玉三郎の世界 など
- 「世界観」を表現し伝えるには、「クリエイタースキル」と「コンテンツ技術」が必要
- 「表現し、伝える」可能性を見だし、新たなコンテンツ産業の道を開くことが、コンテンツ技術開発の大きな役割

【黎明期：
プレ・プラットフォーム】



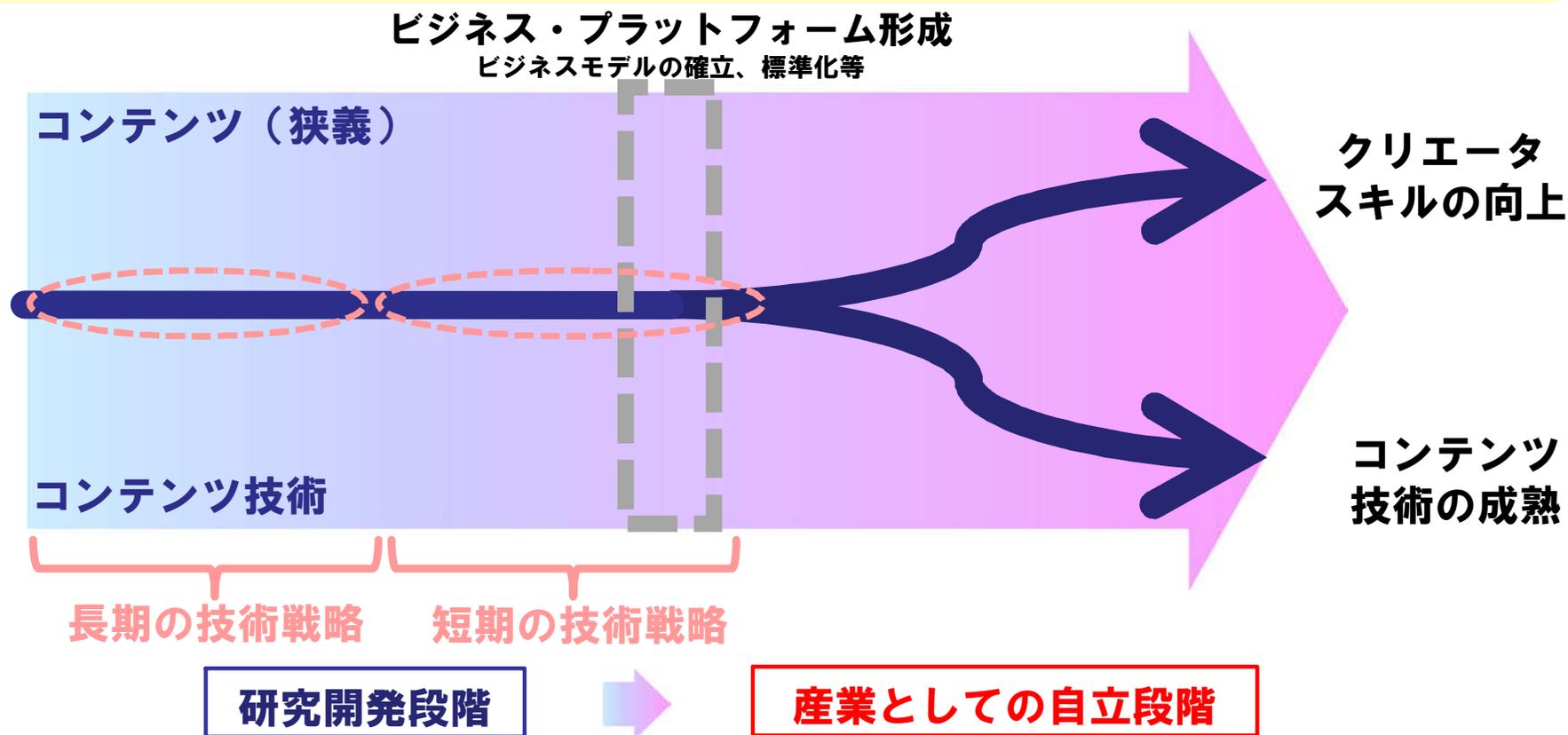
【成熟期：ポスト・プラットフォーム】

ビジネス
プラットフォーム
の形成*



※ビジネス・プラットフォームの形成：コンテンツ技術の普及や標準化、ビジネスモデルの枠組み作り等により、各プレイヤーの役割分担が成立すること

- コンテンツ産業の形成には、ビジネス・プラットフォーム化を境に、二つのステージ
 - 研究開発段階：様々な要素が渾然一体となり、新たな表現の可能性を模索する時期
 - 産業としての自立段階：ビジネスモデルの確立、標準化等を経て、産業として自立する時期
- 基礎段階のコンテンツ技術開発では、国のリーダーシップが重要
 - 長期の技術戦略：コンテンツの新たな可能性を拓ける、基礎的な技術開発
 - 短期の技術戦略：ビジネス・プラットフォーム形成を見据えた、標準化等を視野に入れた技術開発



◆短期の技術戦略

ビジネス・プラットフォーム形成を見据えた、標準化等を視野に入れた技術開発

【3Dテレビ】



【アイドルロボット】



【電子化粧台】



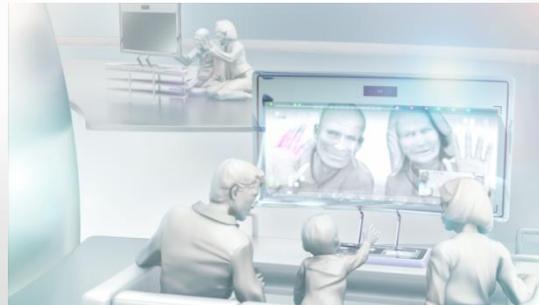
【デジタル街ブラウザ】



◆長期の技術戦略

コンテンツの新たな可能性を拓げる、基礎的な技術開発の推進
コンテンツの質＝新たな「発見」や「感動」の可能性の拡大

【立体・超高精細・超高臨場感ビジョンシステム】 【多世代・多地域コミュニケーションシステム】



【生活・娯楽支援ロボット】

