

# Divergence of Contents Industry and Business: the present situation and educational design in Japan

Koichi Hosoi

College of Image Arts and Sciences, Ritsumeikan University, Japan

Abstract: The market size of Japan's contents industry is now decreasing. The important factor is probably the progress of the dispersion of contents consumption by a structural change in the media and consumer's behavior. The result, the contents industry in a narrow sense and the related business are beginning to form a new contents-related industry with a three-tier structure. Then, in the outermost layer, the new social needs has diverged sharply and encouraged the start up the new contents business. But, for its full-scale takeoff, it need to build an innovative business model. I commentate what implications to designing the college education program could be derived from the such special modern feature of contents business, and I will describe in detail how the curriculum and educational concept of contents business and producing course are designed in the Ritsumeikan University.

Keywords: Dispersion of contents consumption, Divergence of contents industry and business, Mind of producers

---

## コンテンツ産業とコンテンツビジネスの発散 ～日本における現状と教育デザイン～

細井浩一  
立命館大学 映像学部

要旨：日本のコンテンツ産業の市場規模は、近年減少傾向にある。その大きな要因は、メディアと消費者の構造的な変化によってコンテンツ消費の分散が進行していることにある。また、その結果、狭義のコンテンツ産業とその関連ビジネスが、三層の構造を持つ新しいコンテンツ関連産業を形成し始めている。そして、その最も外側の層においては、急激に新しい社会的ニーズが発散しつつ、新しいコンテンツビジネス化を促しているが、その本格的なテイクオフのためには新しいビジネスモデルを構築する必要がある。このようなコンテンツビジネスの現代的な動向が、コンテンツビジネス分野およびプロデュース分野を対象とする大学教育プログラムに対して持つインプリケーションを整理した上で、立命館大学において、映像コンテンツのビジネスとプロデュースを扱う教育カリキュラムや研究体制がどのようにデザインされているかを解説する。

キーワード：コンテンツ消費の分散、コンテンツ産業とコンテンツビジネスの発散、プロデューサー・マインド