

ソフトカ、

On!

～ものづくり **only** からの脱却～

横森萌々太(リーダー)

上田祥太郎

福林冬花



応募区分: 中学

ID: SL123095

学校名: 都立桜修館中等教育学校

学年: 中学 3 年

指導教諭: 高橋勝也先生

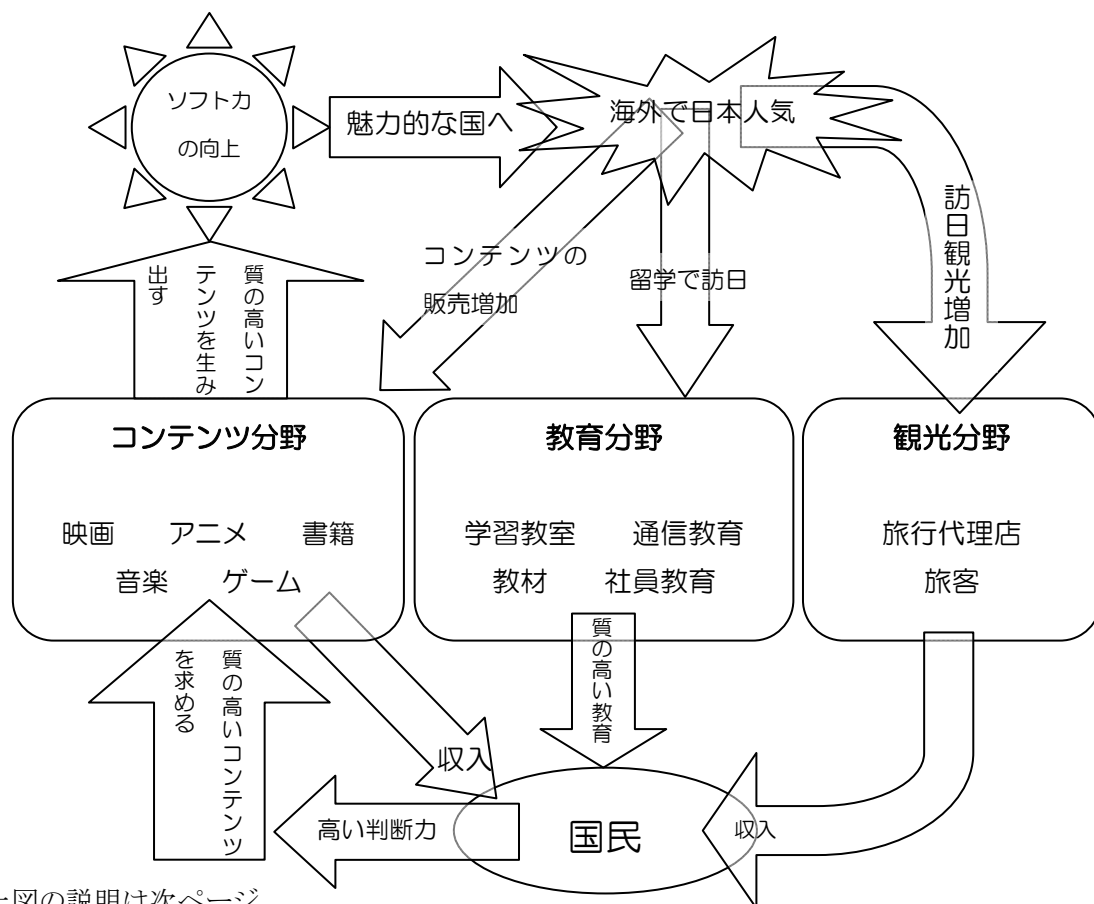
2012 年 1 月 10 日

投資企業一覧

	上場番号	会社名
1	3632	グリーン
2	3656	Klab
3	9783	ベネッセコーポレーション
4	9630	アップ
5	3765	ガンホーオンライン
6	9603	エイチ・アイ・エス
7	9726	近畿日本ツーリスト
8	9373	ニッコウトラベル
9	9708	帝国ホテル
10	9376	ユーラシア旅行社
11	9470	学研 HD
12	9477	角川 HD
13	3715	ドワンゴ
14	3791	IGport
15	4816	東映アニメーション
16	6758	ソニー
17	4825	ウェザーニューズ
18	7911	凸版印刷
19	2152	幼児活動研究会

1.はじめに

日本企業は「モノ作り大国」と称され、世界から高い評価を受けてきた。自動車や家電製品もさることながら、素材や製造装置といった消費者に直接関わらない部分でも高いシェアを獲得している。そんな日本の力は「ハード（hardware）力」と呼べる。日本には強いハード力があることは周知の通りだ。ならば「ソフト（software）力」はどうだろうか？日本の強みとして挙げられることの少ないソフト力を活性化させることで日本は新たな一歩が踏み出せるのではないだろうか。



上図の説明は次ページ。

2.日本の「ソフト力」

[前ページに図表](#)

アメリカのソフト力は世界でも際立っている。例えば、ウォルト・ディズニーはアニメからキャラクターを生み出し、テーマパーク・グッズなどで浸透させた。その中で、大手テレビ放送局 ABC、アニメスタジオ・ピクサーなどを傘下に収め、今や世界最大級のメディアコングロマリット（マスメディアの巨大複合体）を形成した。英教育専門誌「Times Higher Education」の 2011 年出世界大学ランキングの上位 200 校のうち 75 校がアメリカにあり、世界から優秀な頭脳が集まる。日本は最高の東京大学が 30 位に位置するほか 5 校のみ。また、訪米旅行者毎年 4000 万人に対して日本は 861 万人(2010 年)。

一方日本の「ソフト力」は、エンターテインメント分野に大きな潜在力を持っていると考える。文学・音楽・映画・ゲームなどで、マンガやアニメといったサブカルチャーはその中でも成長余力を持っている。

世界に日本のコンテンツファンは多い。ヒューマンメディア（以下 HM）によれば、中国人の日本コンテンツファンは 2.8 億人。ライトノベル「涼宮ハルヒ」シリーズの海外での出版部数は 800 万部超、アニメ「新世紀エヴァンゲリオン」は世界 20 カ国以上で放送された。フランスのイベント「JAPAN EXPO」では、2011 年に過去最高の 20 万人を動員。もはや、数万人規模のアニメイベントは珍しくない。

ただ、彼らの大部分が違法アップロードされた作品を楽しんでいると考えられ、その被害額は中国のみで数千億円という試算もある（外務省推計）。中国系動画サイトにアップロードされた動画の 2 割が日本のアニメとも言われ、人気の証明である一方利益の流出に歯止めがかからない。アニメ制作会社元社長増田弘道さんは「ディズニーの著作権対策の予算が、日本のアニメ制作会社トップの売上」と語る（200 億円程度）。

また、日本は十分なポテンシャルを持っていながら、「海外での高い人気を経済的利益に転嫁できていない」（経済産業省）。国内の市場規模に対して海外での売上はその 5%程度。HM のデータによれば、ゲームソフトは海外売上高 1 兆 3000 億円に対して日本への収入は 9600 億円。対して、アニメは 2000 億円弱に対して 130 億円と、収益性の低さが明白だ。原因は、日本企業自ら海外で事業を展開することが少ないことである。

また、アニメーターなどコンテンツ分野の職業には初任給 100 万円を切るような待遇が珍しくなく、より技術を持つ人材を集め、現場の士気やクオリティを高めるためにも彼らがより多くの利益を稼ぐような構造改革が早急に必要不可欠だ。

3.投資のテーマ

私たちのテーマは、コンテンツ、教育、観光だ。企業を選考するにあたり私たちが重要とするのは、今後自分たちがどのような日本を目指すかということである。

国民性とコンテンツは相互の関係だ。ゲームを例に挙げれば、非科学的ではあるが、残酷なゲームが青少年に与える影響はよく議論されている。ゲーム＝悪というのは短絡的だ。だが、質の高い教育によってより良いモノを求める国民性や社会の風潮を作れるのではないだろうか。つまり国内に高いレベルのストーリー、メッセージを持つゲームが売れるという成熟・洗練された市場が形成されることで、世界で高い評価を受けるゲームをより多く送り出す強固な地盤となるだろう。

日本のコンテンツを成功に導くためには、高い技術や発想力を持つ人材、知的財産などに関する国際的な法務に長けた人材、ビジネスとしてプロデュースし高い収益を生み出していく人材が必要だ。そのための教育である。

さらに、実際に日本に行きたいと思う人も増えるだろう。近年CDの売上は減少しているが、ライブなどコンサートの収益は上向きだという。「本物」志向は人間の本能だと思う。本物を本場で学びたいという留学生、本物の日本を見たい、感じたいという観光客を期待し、魅力的な旅行パッケージを作って訪日につなげることが重要だ。

4.企業選考の方法

第一次選考・第二次選考に分けた。その理由は、企業の価値を調べるにはデータの面と、成長戦略や理念・CSRなどデータからは読み取れない面、2つを考査する必要があると考えたからである。なお、企業の株を買うことは、資金面での支援であり、株主総会での発言権を得て経営に参加するという意味も持つ。

4-1.第一次選考

第一次選考は成長性、安定性、健全性という3つの分野に分けて評価を行った。企業の第一目的は存続であり、資金面で健全である必要がある。またその資金の活用能力が安定した経営や成長性につながるのではと考えた結果のチョイスである。なお、どの項目においても、マイナス（赤字等）の場合は0点としている。

5つの指標を20点ずつ、100満点として点数を出す。以下は点数基準である。なお、点数は100満点中何点かを見るというより、同じ業種の中で高いものを優先的に選んでいる。

①、②

-70	1
70-75	2
75-80	3
80-85	4
85-90	5
90-95	6
95-100	7
100-105	8
105-110	9
110-115	10
115-120	11
120-125	12
125-130	13
130-135	14
135-140	15
140-145	16
145-150	17
150-155	18
155-160	19
160-	20

A.成長度合

企業が二年間でどれだけ成長したかを見る。①売上高と②純利益があるのは、売上高だけでは収益力が分からないからだ。なお、純利益とは売上から諸経費・税金を差し引いた金額を指す。

①売上高 ②純利益ともに
最新の通期決算／二年前の通期決算
となっている。

③

-2	1
2-4	2
4-6	3
6-8	4
8-10	5
10-12	6
12-14	7
14-16	8
16-18	9
18-20	10
20-22	11
22-24	12
24-26	13
26-28	14
28-30	15
30-32	16
32-34	17
34-36	18
36-38	19
38-	20

B.安定性

企業が将来的に経営を続行できるか否かを見る。③ROE（株主資本利益率）では、株主から投資された資金を元手に、利益をどれだけ産み出せるかを計る。④売上総利益率は、売上高で経常利益を割ったものである。どれだけ効率的に経営を行っているかを見る数値だ。企業の存続の為にはできるだけ多くの利益を出さなければならない。その利益をもとにさらなる成長をするからだ。

③ROE

④売上総利益率

④

0-1	1
1-2	2
2-3	3
3-4	4
4-5	5
5-6	6
6-7	7
7-8	8
8-9	9
9-10	10
10-11	11
11-12	12
12-13	13
13-14	14
14-15	15
15-16	16
16-17	17
17-18	18
18-19	19
19-	20

⑤

－4	1
4-8	2
8-12	3
12-16	4
16-20	5
20-24	6
24-28	7
28-32	8
32-36	9
36-40	10
40-44	11
44-48	12
48-52	13
52-56	14
56-60	15
60-64	16
64-68	17
68-72	18
72-76	19
76－	20

C.健全性

企業がどれだけ健全な経営をしているかを見る。⑤では、総資産のうちに占める自己資本（返す必要の無い資金）の割合を見ることによって、どれだけ借金に頼らず経営をしているかが分かる。借金は返済する必要があり、企業にとって安心な資金であるとは言えないからだ。

⑤自己資本比率

4-2.第二次選考

第二次選考では、第一次選考で高得点だった企業を中心に、よく目にする企業やよりよい経営を行う企業の中でも、将来性があり、海外戦略や他社と比べて潜在力のある企業を選出した。

5. 第二次選考対象企業一覧

	投資	売 09	売 11	11/09	①	純 09	純 11	11/09	②	ROE	③	売上総利益率	④	自己資本比率	⑤	総合
テレビ東京 HD		1216	1060	0. 87	5	10	12	1. 2	12	4. 50%	3	0. 01	1	69. 10%	18	39
角川 HD	○	1416	1400	0. 98	7	-52	63	-1. 21	10	9. 15%	5	0. 04	5	59. 40%	15	42
ゼンリン		493	528	1. 07	9	204	204	1	8	6. 13%	4	0. 38	20	65. 90%	17	58
ソニー	○	77299	71812	0. 92	6	-989	-2595	2. 62	0	-9. 42%	0	-0. 03	0	19. 70%	5	11
ドワンゴ	○	265	343	1. 29	13	-7	12	-1. 71	10	7. 12%	4	0. 03	4	71. 70%	18	49
東映アニメーション	○	217	266	1. 22	12	5	27	5. 4	20	9. 19%	5	0. 1	11	81. 70%	20	68
創通		161	151	0. 93	6	8	9	1. 12	10	7. 68%	4	0. 06	6	77. 40%	20	46
IG ポート	○	71	53	0. 74	2	0. 2	3	15	20	8. 27%	5	0. 05	6	66. 60%	17	50
ディーエヌエー		376	1127	2. 99	20	80	316	3. 95	20	56. 84%	20	0. 28	20	60. 20%	16	96
グリー	○	139	641	4. 61	20	45	184	4. 08	20	62. 82%	20	0. 28	20	60. 50%	16	96
ガンホーオンライン	○	112	92	0. 82	4	-0. 7	19	-27. 1	10	36. 64%	19	0. 2	20	46. 50%	12	65
K lab	○	24	57	2. 37	20	0. 9	5	5. 55	20	53. 35%	20	0. 08	9	51. 80%	13	82
セガサミーHD		4292	3967	0. 92	6	-229	415	-1. 81	10	16. 23%	9	0. 1	11	60. 00%	16	52
ウェザーニュース	○	114	122	1. 07	9	12	16	1. 33	14	28. 23%	15	0. 13	14	75. 2	19	71
クックパッド		11	33	3	20	2	8	4	20	27. 74%	14	0. 24	20	77. 2	20	94
学研 HD	○	331	802	2. 42	20	-33	6	-0. 2	10	2. 07%	2	0. 01	1	45. 6	12	45
アップ	○	83	84	1. 01	8	4	4	1	8	3. 63%	2	0. 04	5	73. 1	19	42
幼児活動研究会	○	42	47	1. 12	10	2	4	2	20	13. 44%	7	0. 08	9	58	15	61
成学社		59	69	1. 18	11	1	2	2	20	5. 33%	3	0. 03	3	29. 4	8	45
クリップコーポレーション		45	48	1. 066	9	5	6	1. 2	12	12. 05%	7	0. 12	13	83. 4	20	61
リソー教育		163	188	1. 15	11	7	14	2	20	49. 23%	20	0. 07	8	30. 1	8	67
ベネッセ HD	○	4127	4128	1	8	107	206	1. 92	20	11. 31%	6	0. 05	5	46. 2	12	51
凸版印刷	○	16173	15564	0. 96	7	-77	122	-1. 58	10	1. 64%	1	0. 01	0	43. 3	11	29
HIS	○	3684	3481	0. 94	6	34	83	2. 44	20	6. 58%	1	0. 01	1	46. 00%	17	45
近畿日本ツーリスト	○	736	635	0. 86	5	-37	3	-0. 08	10	13. 59%	5	-0. 05	1	2. 40%	1	22
ユーラシア旅行社	○	66	56	0. 84	4	1	0. 7	0. 7	2	2. 72%	1	0. 01	1	62. 20%	20	28
ニッコウトラベル	○	49	43	0. 87	5	-5	2	-0. 4	10	4. 47%	1	-0. 1	2	75. 00%	20	38
帝国ホテル	○	558	509	0. 91	6	20	16	0. 8	4	3. 68%	1	0. 03	2	70. 90%	20	33
東京テアトル		232	192	0. 82	4	0. 5	2	4	20	1. 54%	1	0. 002	1	37. 00%	14	40
グリーンランドリゾート		75	77	1. 02	8	0. 6	1	1. 66	20	1. 18%	1	0. 01	1	45. 90%	17	47

6.投資企業一覧

投資した各企業の概要や投資理由を述べる。

6-1.コンテンツ分野

グリー<3632>

携帯向けゲーム最大手級。売上でGREEを上回るライバルDeNAと双璧。米OpenFeintの買収によって世界規模のゲームプラットフォーム「GREE Platform」を完成させた。2010年には日本でのCM放送回数（2万回）が1位になり、国内で圧倒的な存在感を持つ。会員あたりの月売上は世界最高水準であり、世界最大のネット支払プラットフォームPaypalや韓国の通信事業者などと提携するなど、海外戦略を急加速。▶2011年第一四半期は前年同期比で純利益が156%増。DeNAを圧倒しており、超えるのは時間の問題と見られる。営業利益率は50%を超え、莫大な資金を元手に各国で次々と子会社を設立。2012年には世界でサービスの提供を本格開始。ベンチャーキャピタル事業にも参入し、デベロッパーの育成や発掘にも力を入れている点も高く評価したい。

Klab<3656>

ソーシャルゲームやクラウドシステム、その他大規模ネットサービス用のシステムインテグラル（垂直統合的にシステムの開発や構築・運用）を主要業務としている。ゲームを展開する一方で、情報システムの根幹までをサポート。2011年通期決算は前年比で売上高は2倍弱、純利益は6倍超の成長で傑出。2011年11月には中国の人気ソーシャルゲーム企業PiPと提携した。▶社内に擬似的なスタジオを複数有する構造にすることで、”継続的にヒットを出し続ける天才非依存の組織プレー体制”へ進んでいる。海外進出へも踏み出しており、ソーシャルに頼らないバランス経営を目指している点も好感が持てる。

ソニーグループ<6758>

AV機器で世界トップ。高いブランド力を持つ製品群を保有（Play Station、walkman、VAIO、Sony Ericsonなど）、世界で高いブランドイメージを築いた。だが、近年は戦略を誤り巨額の赤字を計上。現在は選択と集中を進め、ディスプレイ事業の縮小とコンテンツ分野の強化を計る。▶事業別に見れば映画と音楽、金融部門のみが黒字。これはソフトが利益を生み出すことを明白に示している。実際、英音楽大手EMI買収などコンテンツ重視を打ち出し始めた。過半の出資だったソニーエリクソンの子会社化やサムスンとの合併企業の売却、人事刷新など、思い切った動きが目立つのは復活の決意があるからだろう。

ドワンゴ＜3715＞

動画サイト「ニコニコ動画」の運営を中心に、着メロなどの配信サイト運営やゲーム事業、次世代型ライブハウス「ニコファーレ」などを展開。ニコニコ動画は動画上にコメントできる斬新なもので、ネット上での生放送も人気。売上は増加しているが利益は減少しており、拡大する通信量に対応するための投資と思われる。▶「ニコニコ動画」の会員数は2369万人／有料会員は139万人に達し、動画サイトとしてはほぼ唯一黒字。日本のポップカルチャーの代表企業として海外へ展開。角川GHDとの提携でコンテンツ配信業者としての魅力が増した。2012年に大型アップデートの予定。掲示板2chでエンジニア募集を行うなど、ユニークな戦略が今後も注目を集めるだろう。

角川グループホールディングス＜9477＞

売上で出版業界2位。ライトノベル市場を先駆けて開拓し、2011年にはメディアファクトリー（以下MF）の買収によって市場でのシェアは9割に達した。アニメなどサブカルチャーへ積極的に参入し、韓国や中国・台湾などアジアを中心に世界展開中。エンターブレイン、アスキーメディアワークス、角川映画などを持つ。▶人気のあるコンテンツを多数抱えるコンテンツホルダーでもある。このため、今後もコンテンツ分野での成長を予想。MF買収でライトノベルの国際展開もさらに加速。ファミ通GREEといったSNSとの連携、電子書籍プラットフォーム「BOOK☆WALKER」の展開、ドワンゴとの提携などインターネットでの存在感も大きい。多数の公募企画も開催、才能の発掘にも余念がない。

IG Port ＜3791＞

CMやアニメなど様々なアニメーション映像の制作、漫画雑誌などの出版、ライセンス販売を中心とする著作権事業を展開。売上は微減だが利益は増加、「攻殻機動隊」「テニスの王子様」ほか、多数の優良コンテンツを保有。▶人気の高いコンテンツの著作権収入だけでも5億円弱を稼ぐ。今後もオリジナルアニメ（原作のないアニメ）を中心に積極的な制作計画があり、コンテンツ業界の先頭を走ることと思われる。また、保有コンテンツを利用したスマートフォン向けのアプリケーションなどもローンチしており、今後更なる展開が期待できる。これからの海外戦略に注目したい。

ガンホーオンラインエンターテイメント＜3765＞

オンラインゲーム大手。2002 年のインターネット黎明期からサービスを提供している。MMORPG(不特定多数のユーザーがインターネットを通じて同じゲーム上で遊ぶもの)分野で業界をリードしており、アバター等のコミュニティや他社の提供するオンラインコンテンツの窓口となるディストリビューション事業を運営。スマートフォンを中心に、プラットフォーム・グローバルの双方で事業を拡大中。▶世界 80 カ国で事業展開、毎年着実な成長を続ける。オンラインゲームに強いという武器を生かして、積極的なイベントの開催など、リアルと融合させる戦略に長ける。中国で正式に事業を開始、東南アジア開拓に本腰を入れるものとみられる。急成長へ持っていけるか今後注目の企業だ。

東映アニメーション<4816>

上場アニメ制作会社最大手級。平成 23 年度第 2 四半期決算は過去最高を更新。次期も更新予定。主力ラインナップは「プリキュア」「ワンピース」「ドラゴンボール」。安定して多くの作品を作り続ける制作能力と多角展開している海外戦略が特徴で、海外売上比率は 10%超。▶膨大な作品のポートフォリオを持つ。有力アニメ配信サイトでの作品配信は行っておらず、今後インターネットにどう対応するかが成長の鍵を握りそう。イベント事業は 50%を超える成長を見せ、映像部門の海外売上は前年比 2 倍の成長、各国でのテレビ放送の放送権の販売が好調だった。バランス経営の上に海外・インターネット分野などで成長余力を残している点を評価した。

ウェザーニュース<4825>

世界最大の民間気象企業。世界に独自の気象情報網、研究センターを持つ。航空・海運・道路・防災・鉄道向けなどのサービスを提供。民放テレビ局の 8 割が同社の気象情報という利用率はその信頼性を窺わせる。現在は東京大学と衛星の打ち上げ計画を実行中。▶気象情報を専門に提供する企業というのがユニーク。その上初期から世界各地に拠点を置くグローバル志向は他の模範だ。2010 年からサムスンの Android 端末に同社のアプリケーションが標準搭載されている。最近、ゲリラ豪雨など短期予報用の独自レーダーを全国に設置。現在 1 日数千のフライト・船舶に情報を提供している。

6-2.教育分野

凸版印刷<7911>

傘下の東京書籍は教育出版国内最大手。学習参考書や一般書籍（教育関係書の人文書・文芸書）も多く出版するなど事業領域を拡大し、2009 年に設立 100 周年を迎えた。▶全国の教育機関で幅広く採択されている。また、同社の出版している教科書 7 万点超のほか、

付属図書館である東書文庫の保有する歴史的史料が「近代教科書資料」として、2009年に国の重要文化財に指定された。優良なコンテンツを保有しているので、今後のインターネット展開時に優位となるだろう。

幼児活動研究会株式会社<2152>

日本で初めて幼稚園・保育園の経営コンサルティングを開拓。情報量・成功事例の質と量で他社を圧倒している。▶正課の体育指導や学校外でのイベントの企画などに加え、何が感動の源になるか熟知したうえで企画・募集したツアーイベントを年間300回実施。社会を喜ばすことを企業理念とし、教材の販売も行っている。また、私たちがこの企業に惹きつけられた一番の理由は、この企業理念である。会社を構成するのは社員。故に、いくら大きい理念があるとしても、社員全体が同じ方向性をもっていないとどんな事業も成し遂げられない。このことから、社員を大切にすることは社員が会社により尽力することにつながり、会社が発展する上でとても大切なことだと考える。

株式会社アップ<9630>

関西を中心に展開。幼児から高校生まで幅広く教育サービスを提供しており、「サイエンス・ラボ」「レゴ・エデュケーションセンター」などユニークな事業も行う。その多様なラインナップは同社の強みだ。▶デジタル化によって地域・時間の壁をなくすことで多くの人へのサービス提供を可能にした。ベネッセコーポレーションとの提携などの提携、経営方針において健全な財務体質や地域への利益還元を掲げている点に、好感が持てる。

ベネッセホールディングス<9783>

教育事業分野で世界No.1企業を目標として掲げる。出版業界最大手、教育関係企業としても最大手。「進研ゼミ」「東京個別指導学院」といった通信教育や塾の経営、生活関連雑誌の出版、企業向け人材教育、語学教育など、幅広く事業を手掛ける。近年は介護事業にも参入。中国での教育事業の会員数は40万人を突破した。▶M&Aを含めグローバル戦略を加速させるとしており、中国事業の拡大を中心にインドネシア・ブラジルでも事業を開始する。近年の急速なデジタル化への動きにも対応するべく、「Nintendo DS」を利用した教育システムを始め、今後もさらなる対応を計る。留学支援も開始、教育を拡大して捉えることによって事業の多角化を図る。

6-3.観光分野

ユーラシア旅行社<9376>

60代を中心に海外旅行のパッケージツアーを提供。年間1万人強が利用しており、「ありきたりでない」ツアーをコンセプトに掲げている。▶旅行業界、パッケージツアー市場が縮小する中、ユニークなツアーの展開でコアなファンを持つ。「妖精神話の国・南北アイランド紀行」、オーロラが見られる様々なラインナップの提供などが独自性を持つ。最近ではツイッターを用いて世界各地の情報を発信することで同社の魅力を高めている。

Knt ! <9726>

旅行業界 2 位。震災の影響で売上・利益は減少しているが、海外事業を拡大。団体旅行が 3 割を占め、個人旅行を超えている。▶インターネットを経由した旅行商品を強化し、さらに日本の各地域ごとに子会社を作り各地方の特質に合わせたツアーの提供を可能にしている。海外事業を、中国などアジア各国で開始。訪日旅行を積極的に取り扱い、今後近いうちに台湾にも子会社を設立するとしている。

ニッコウトラベル<9373>

高齢者向けのゆとりある旅行商品が好評で、顧客の 8 割は 60 歳以上。ツアーの定員を少人数に設定、手荷物の無料配送など、行き届いたサービスが特徴的。▶震災の影響で業績は落ち込んでいるが、同社の定評あるツアーパッケージを引き続き提供することで顧客離れを防いでいる。また、自社開発客船「セレナーデ号」を就航させ、ヨーロッパの河川での旅行パッケージを強化。来秋には二隻目を就航させる。同様に自社開発のバスも保有、これらの顧客体験向上への努力は今後への成長につながると判断した。

HIS<9603>

総合旅行会社国内最大手。世界に 100 拠点のネットワークを持つ。海外旅行に強く、航空券のみの格安商品が特徴的なラインナップの一つ。子会社の HEJ が海外事業を手掛け、外国人向けの訪日旅行商品を扱っている。日本文化を体験するツアーを提供しており、当の日本人からの問い合わせも多いという。▶タイ・バンコクに法人専門の事務所を開設。チャーター便の積極的な活用は同社独自のツアーを可能にした。また、スマートフォン専用の旅行予約サイトを立ち上げ、IT 化に余念がない。海外戦略の加速が期待できる。

帝国ホテル<9708>

100 年以上の歴史を持つ伝統のあるホテル。2002 年という早い時期から太陽光発電を導入するなど、環境対策が早い。▶業績は景気減速を受けて悪化しているものの、帝国ホテルの高いブランド力は、新しい成長軌道へつなげる原動力になるだろう。近年増加しているアジアの富裕層の積極的な取り込み、IT 化など、まだまだ道は残されていると感じた。

7.このポートフォリオづくりを通して

日本のソフト力向上によって、まず国民が豊かな生活を送ることができる。ソフト力は、人を楽しませたり喜ばすために存在する。世界で大きな利益を上げる前に、まず日本がより笑顔の多い国になるのだ。日本を、もっともっと楽しい国にできる。そして、もっと世界に愛される日本にしたい。このポートフォリオには、そんな願いを込めた。

8.参考資料

8-1.報告書

日本政府観光局（JNTO）「2010 年訪日外客数」2010 年
経済産業省「コンテンツ産業の成長戦略に関する研究会 報告書」平成 22 年 5 月 14 日
経済産業省商務情報政策局メディア・コンテンツ課「コンテンツ産業の現状と今後の発展の方向性」平成 22 年 11 月
経済産業省文化情報関連産業課「アニメーション産業の現状と課題」平成 15 年 6 月
経済産業研究所 田中辰雄 「ネット上の著作権保護強化は必要かーアニメ動画配信を事例として」平成 23 年 1 月
経済産業省「平成 22 年度クール・ジャパン戦略推進事業（メディア・コンテンツ分野における戦略構築及び他分野への波及効果調査）」平成 23 年 5 月 20 日

8-2.書籍

櫻井孝昌「アニメ文化外交」筑摩書房 平成 22 年 5 月
櫻井孝昌「日本はアニメで再興する クルマと家電が外貨を稼ぐ時代は終わった」アスキー・メディアワークス 平成 23 年 4 月 9 日
ルソー「エミール上・中・下」岩波文庫 1962 年 5 月

8-3.ホームページ

Yahoo! ファイナンス 各企業詳細ページ <http://finance.yahoo.co.jp/>
日経マーケット 各企業詳細ページ <http://www.nikkei.com/markets/>
各企業ホームページ、IR 情報など
ASCII.jp 「元マッドハウス増田氏が指摘、アニメ海外進出を阻む 2 つの危機」
<http://ascii.jp/eleme/000/000/595/595846/> 平成 23 年 3 月 22 日