

企画競争実施結果

令和8年2月19日

経済産業省商務・サービスグループ文化創造産業課

事業名：令和8年度コンテンツ海外展開促進事業（国際的イベントと連携した日本コンテンツ発信力強化促進事業）

（採択事業者）

事業者名	法人番号	提案価格
公益財団法人ユニジャパン	9010005015595	399,951,917円

（提案事業者名）

- ①一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構
- ②公益財団法人ユニジャパン

（審査委員属性）

大学教授
大学教授
大学教授

（評価コメント）

提案事業者名	コメント
公益財団法人ユニジャパン	<p>本事業を実施できる十分な基盤と知見を持った団体であると考えます。これまでも、東京国際映画祭、TIFFCOM等の運営の実績もあるため、これらの実施結果などを踏まえ総合的に判断されると良いかと思えます。</p> <p>人件費や経費の積算についても細かな計画が見受けられるため、リーズナブルな計画と実行が期待できます。</p> <p>昨年度レイアウトの変更により、海外事業者の出展が減少したと、提案書補足資料9ページにあります。海外事業者からの参加に際して、不利益が生じないように対策を考えてもらいたいと思います。また、海外から注目の高いアニメなどに関連して、特別なイベントなどを企画していることもあり、魅力的な発信につながることを期待できます。</p> <p>「おそらくは無難にこなせるだろう」な提案。新規性はあまり感じられず、TIFFCOM（見本市型）の長期低落傾向を止めるには至らず、といったところ。何十年前から配給権セールスにおいては、セラー・バイヤーのフィジカルなネットワーク重視が言われてはいるものの、配信プレイヤーが映画・放送・配信産業を支配する中で、見本市型への依存では長期低落は避けられないのではないだろうか？ 見本市型がゼロ／無にはならないにせよ、現に放送（カンヌMIP）は春MIPの閉鎖と、招聘&スクリーニング型(London Screening)に移行という形で、見本市型の縮小が進められている。つまるところ、（インフルエンサー・イウヨリモ）バイヤーの中に日本ひいきをどれだけ増やせるか？は変わらずある主題ではないだろうか？</p> <p>一方で過年度から力を入れているアニメについては、引き続き強化ベクトルのある点は評価したい。</p> <p>TIFF/TIFFCOMの運営基盤を活かし、協定運用と共同製作促進を一体化した堅実な提案である点、体制が明確で実現性が高い点を評価した。</p>