

令和 4 年度補正 韓国におけるコンテンツ産業の取組に関する調査報告書

令和 6 年 3 月

合同会社 CANSOKSHA

1. 事業の目的と背景

日本は少子高齢化・人口減少の一途をたどる一方、世界の間層は今後増加し消費額も成長する見込みであり、中間層では娯楽費・旅行費・医療費などの選択的消費が増えるといわれている。今後、日本経済の持続的な成長を実現するためには、ブランド・文化など、無形資産等の今後における成長を支えるポテンシャルを持った分野での政策的取り組みが重要であり、海外の成長市場への取り込みが不可欠であるとする。

2010年のクールジャパン政策の開始以来、日本独自のコンテンツやファッション、文化・伝統等の文化経済領域の産業化及び海外需要獲得を後押しするため、海外プロモーション支援、コンテンツ・観光資源の開発・ローカライズ支援など、あらゆる政策手段を用いた支援が行われており、コンテンツ輸出額の増加や海外アニメ市場の伸張、食・ファッション分野に関する輸出額の増加、インバウンド需要の急増など、一定の成果が確認できる部分もある。

一方韓国は、特に映画・放送コンテンツの企画開発支援や制作支援等のコンテンツ振興に力を入れており、これに伴い韓国における民間企業においても制作スタジオや撮影現場の改善、制作スキーム改善等行っているところである。

そこで、韓国におけるコンテンツ産業、特に実写映画、実写映像コンテンツの制作・撮影現場の実態調査を行い、韓国の特に映画・放送コンテンツの企画開発支援や制作支援等がどのように企業において活用されているかを把握し、今後の日本におけるコンテンツ制作支援検討のため分析するとともに、韓国における制作スタジオの実態調査を通し、映画・放送コンテンツの制作における日本が目指すべき姿を分析することとする。

2. 事業内容

ヒアリング・調査及び分析等の実施

韓国におけるコンテンツ産業（特に実写映画、実写映像コンテンツ）の各企業における取組や実態、政府（国、地方自治体）の主要な支援策とその効果に関する調査及び分析等を実施する。

なお、調査の方法は韓国企業や関係者への現地もしくはオンラインでのヒアリング及び、公表データ、調査報告書等の調査を実施する。

（ヒアリング調査事項・分析事項）

- ・ 韓国現地における制作スタジオの実態調査及び分析
- ・ 韓国現地における撮影現場の状況調査及び分析
- ・ 韓国現地もしくはオンライン等におけるパーソナルヒアリング
- ・ ヒットした実写コンテンツの成功の原因分析
- ・ 韓国実写コンテンツ業界が抱えている課題とこれに対する政府等による対応の方向性の調査及び分析
- ・ 韓国政府、自治体の実写コンテンツに関する支援策の調査及び分析
- ・ 上記支援策のコンテンツ振興における貢献、寄与度の調査及び分析

3. 韓国現地における現場調査

〔1〕 坡州（パジュ）



(Google マップ)

【坡州市とは】

- ・ 坡州はソウルの北西部、京畿道坡州市にある。
- ・ 韓国最北端の年であり、域内には北朝鮮との非武装中立地帯（DMZ）もある。
- ・ ソウルから車で 40 分の立地にあり、ソウルのベッドタウンとして発展。
- ・ 市内には市街地やホテル街もあり、長期滞在もしやすい。

【スタジオシティとしての坡州】

- ・ 国内スタジオ施設は放送局との位置などの関係で、坡州市や高陽市などに主に位置している。
- ・ 坡州には、CJ や SLL など制作会社の大型撮影スタジオや、貸しスタジオが多数ある。
- ・ 現在、大規模スタジオ開発事業「坡州スタジオシティ」が始まっている。81,404 m²(2 万 4625 坪)の敷地に総合製作スタジオ 12 棟と生活型宿泊施設、展示公演及び講義施設などを造成する。2021 年 2 月に着工し、2024 年竣工予定。坡州ウォロンには 1 万 8178 m²(5499 坪)規模の「坡州ウォロンスタジオ」開発事業が進行中。



※坡州市内（現地撮影）



※CJ スタジオ近くのホテル街（現地撮影）



※坡州の街の中には「ソウル地下鉄」のセットがあった（現地撮影）



※スタジオは坡州市内の広範囲に点在していた（現地撮影）

[2] CJ ENM スタジオセンター



※CJ ENM スタジオセンター正面外観（「CJ ENM」提供）

■CJ ENM スタジオセンターの概要¹

- ・ 設立社：韓国エンターテインメント企業 CJ ENM
 - ・ 開館日：2021 年 11 月 25 日
 - ・ 場所：京畿道坡州市泰賢面法興里 1778
 - ・ 敷地面積：21 万 1570 m²（約 6 万 4000 坪）
-
- ・ 韓国最大規模のコンテンツ制作施設であり、国内最大規模の敷地面積。
 - ・ 室内スタジオから撮影用道路、屋外セット場、美術センターなどをすべて合わせる「ワンストップ」制作環境を実現する。

¹ 「CJ ENM スタジオセンター」HP https://cjenmstudiocenter.com/html/main_pc.html、
「CJ NEWSROOM」プレスリリース <https://cjnews.cj.net/cj-enm-%ED%8C%8C%EC%A3%BC%EC%8B%9C-cj-enm-%EC%8A%A4%ED%8A%9C%EB%94%94%EC%98%A4-%EC%84%BC%ED%84%B0-%EA%B0%9C%EA%B4%80%EC%8B%9D-%EC%A7%84%ED%96%89/>

- ・ 13 棟のスタジオセンター、オープンセット、マルチロードがあり、中でも韓国最大規模となる 1600 坪のスタジオや、LED スクリーンによるバーチャルスタジオが特徴的。
- ・ 複数の記事によると、このスタジオの工事期間は 2 年以上で、敷地買入金を含む事業費は 2000 億ウォンだと報じられた。²

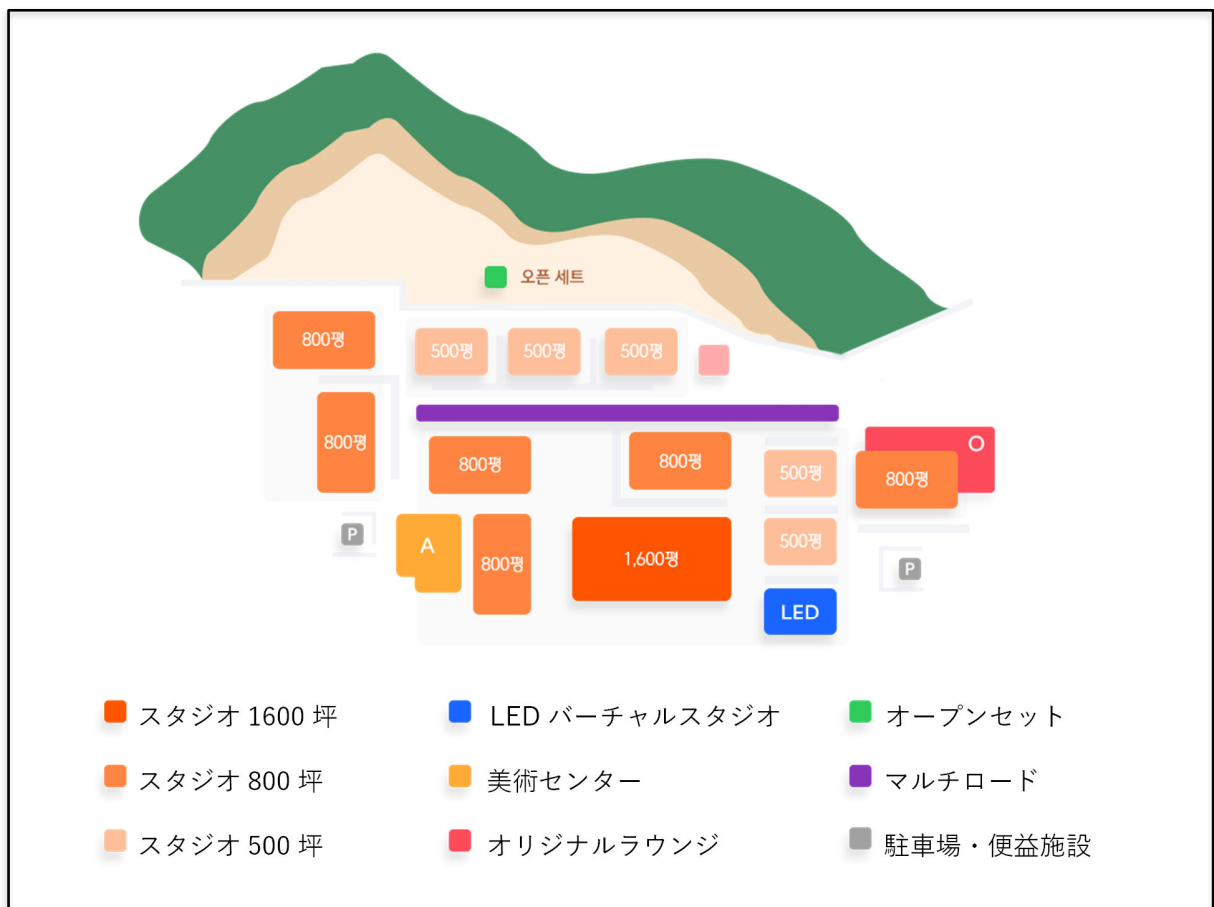
■ CJ ENM スタジオセンターの設備³



※CJ ENM スタジオセンター 俯瞰イメージ図（「CJ ENM」HP）

² 「朝鮮日報 Chosun Biz」（2022 年 7 月 11 日記事）<https://biz.chosun.com/it-science/ict/2022/07/06/GBA5CEJ3AFHJBGUWBXZNWI2NWY/>、
「NEWS1」（2022 年 7 月 5 日記事）<https://www.news1.kr/articles/?4732856>、
「E TODAY」（2022 年 7 月 5 日記事）<https://www.etoday.co.kr/news/view/2150611> など

³ 「CJ ENM スタジオセンター」HP <https://cjenmstudiocenter.com/html/facility/facility-1.html>、
「CJ NEWSROOM」プレスリリース <https://cjnews.cj.net/cj-enm-%ED%8C%8C%EC%A3%BC%EC%8B%9C-cj-enm-%EC%8A%A4%ED%8A%9C%EB%94%94%EC%98%A4-%EC%84%BC%ED%84%B0-%EA%B0%9C%EA%B4%80%EC%8B%9D-%EC%A7%84%ED%96%89/>



※CJ ENM スタジオセンター 全体図（「CJ ENM」HP）

【スタジオ（13棟）】

- 「1600 坪スタジオ」
 - ・ W：59m×D：86m×H：28m（有効庫 19.6m）約 5300 m²
 - ・ 1 か所、映画、音楽共同利用可能
- 「800 坪スタジオ」
 - ・ W：43m×D：60m×H：19m（有効庫 11.5m）
 - ・ 6 か所、ドラマ専門
- 「500 坪スタジオ」
 - ・ W：31m×D：51m×H：19m（有効庫 12.4m）
 - ・ 5 か所、ドラマ専門



※800 坪スタジオの一つ（現地撮影）

【バーチャルプロダクションステージ（LED VP ステージ）】

※次項後述

【マルチロード】

- ・ 多様な自動車シーンの撮影が可能な、幅 20 メートル、長さ 280 メートルの多用途道路。



※マルチロード（「CJ ENM」提供）

【オープンセット】

- ・ 三面が山地に積まれているポケット状の平地（5 万㎡、約 1 万 5000 坪）
 - ・ 仮説建築物を組むことができ、スタジオや付属施設と連携してワンストップの制作環境を構築。
 - ・ 常設スタジオ（900 坪）に警察署、病院、裁判所などの固定型スタジオもある。
- ※直近では「京城クリーチャー」（Netflix）の京城の町並みや病院のセットを組んで撮影した。



※オープンセット（「CJ ENM」HP）

[3] バーチャルプロダクションステージ（CJ ENM スタジオ内）



※バーチャルプロダクションステージ内のメインディスプレイ（現地撮影）

訪問者はここで LED ディスプレイのプレゼンテーションとデモンストレーションを受ける

■バーチャルプロダクションステージの概要

（「Samsung Newsroom」サムスン電子 プレスリリース）

- ・ CJ ENM とサムスン電子が提携して開発。
- ・ 2022 年 5 月 24 日に CJ ENM スタジオセンターの中にオープンした。
- ・ 壁面 360 度と天井に最新・高画質の大型 LED スクリーンを設置。
- ・ LED ディスプレイによってバーチャル背景を映し出し、3D レンダリングエンジンとトラッキングハードウェアを通じて、リアルタイムにバーチャルプロダクションを撮影できる。
- ・ メタバースやエクステンデッド・リアリティ（XR）など、さまざまなバーチャルリアリティ（VR）技術と融合し、先進的な映像コンテンツを制作するための基盤として設置された。

■バーチャルプロダクションステージの設備

【マイクロ LED】

- ・サムスン電子の最新のマイクロ LED 技術を応用した「The Wall」を搭載。
- ・従来の LED より長さが 10 分の 1、面積は 100 分の 1 程度の超小型 LED。従来の LED の 100 倍小さいため、他製品よりも高密度に配置できる。LED が曲がっても割れづらい。
- ・反応速度が速く、バックライトを必要とせず直接発光でき、非常に輝度が高く、高精細。そのため残像効果（モアレ）が生じづらい。
- ・世界中には数多くのバーチャル制作スタジオがあるが、マイクロ LED スクリーンを使用しているのはこのスタジオだけである（2022 年設立当時）。
- ・防塵・防汚性に優れた LED 保護フィルムが貼られている。

【メインディスプレイ】

- ・韓国最大規模の楕円形の超大型 LED スクリーンで、直径 20 メートル、高さ 7 メートル。
- ・T30,720 (32K) x 4,320 (4K) の解像度、1,000 インチ超、HDR10/HDR10+ 規格をサポート。

【その他のディスプレイ】

- ・「天井ディスプレイ」は凹型・凸型のカスタマイズが可能。
- ・「プラグウォール」はメインディスプレイの向かい側に置くことができ、360 度撮影を可能とする。



「The Wall」の LED ディスプレイ（「サムスン電子」HP）

■バーチャルプロダクションステージの制作環境

(現地解説：CJ ENM Center バーチャルプロダクションプロデューサー)

【背景を瞬時に変更できる】

- ・カメラに適用された様々なバーチャル背景を、LED スクリーンに即座に投影でき、リアルタイムで撮影できる。オーロラの渓谷も深い森も歴史的な町並みにも切り替えられるし、ニューヨークにもパリにもロンドンにも行けるし、天候にも季節にも関係がない。車や道路のシーンなど従来は制約が多かった撮影も、LED スタジオでは安全かつ容易に行える。
- ・使用可能なコンテンツは画像、ビデオ、3D 制作物であり、特に画像が一番早いので広告の撮影などではよく使われている。ワールドカップ橋のような汎用性の高い場所や道路を事前に素材として準備しておき、背景のストックが増えれば、さまざまな作品で再利用可能となり、更にコスト削減や即時の撮影が容易になる。



※背景の LED と撮影対象をそのままカメラで撮影できる（「CJ ENM」提供）



※背景はその場で瞬時に切り替えられる（「CJ ENM」提供）

【現実の視覚効果が得られる】

- ・世界最高クラスの解像度のディスプレイは、LED が高密度で画質が非常に優れているため、多少ピントがずれていてもモアレがほぼ生じない。現場においても、ピントやモアレ、パースペクティブや露出に対するフィードバックが高い。
- ・合成撮影で後から背景の効果を人工的に入れると、コストや時間がかかり非現実的になりがちだが、LED に背景を実際に映せば要素を自然に取り入れて撮影できる。たとえばバスの窓越しに見える景色や人々をそのまま撮影したり、人や車への反射の調整も自然にできたりする。ガラスに映る背景の反射もそのまま撮影できる。天井に空を映し出せば、水たまりに反射するもそのまま再現できる。



※背景をそのまま撮影できるので、反射や効果も自然に再現できる（「CJ ENM」Youtube）

【現場でのリアルタイムの調整】

- ・LED スタジオの撮影はリアルタイムレンダリング技術を駆使して「見ながら撮れる」ことが大きな利点。グリーンバックでの撮影では、事前に役者や撮影監督に説明し、想像しながら撮影する必要があり、演技や撮影の想定が複雑になる。このプロセスは役者と撮影監督に大きな想像の負担をかけ、撮影後には膨大なCG処理が必要となる。
- ・一方で、LEDを使用した「見ながら撮る」方法では、スタッフ全員が同じ視覚情報を共有し、リアルタイムで撮影と調整が可能になる。監督はセットでシーンがどのように撮影されているかを即座に確認できるため、再撮影や修正に必要な時間が短縮される。俳優はその後どうなるかを想像するのではなく、実際に立っている背景を見ることができ、演技に没入できる。
- ・リアルタイムレンダリング技術を活用することで、撮影現場での意見や変更が即座に映像に反映され、監督や撮影監督もVFXプロセスに容易に参加し、その場でスタッフ同士の意見交換ができる。撮影物のトーンを現場で適切に調整できるので、後の複雑な調整が不要になる。



※LEDに映し出された背景は、リアルタイムで合成されて、モニター画面に映し出される
(「CJ ENM」提供)



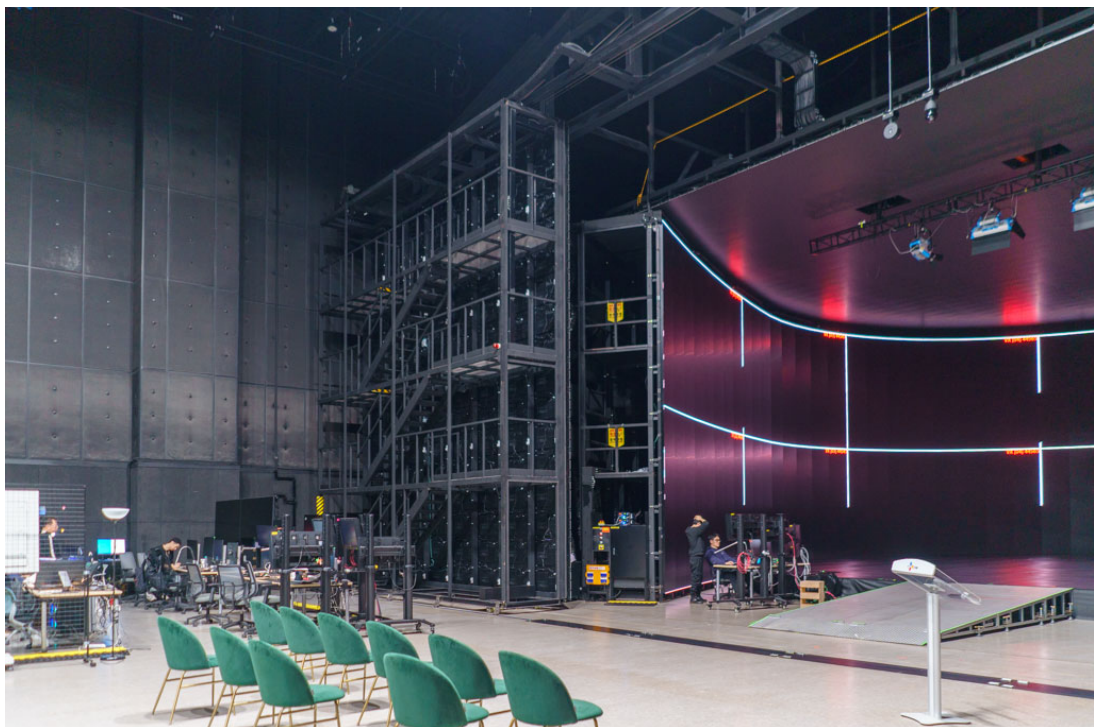
※LED に映し出された背景は、リアルタイムで合成されて、モニター画面に映し出される（現地撮影）

【大規模スタジオのメリット】

- ・もともと韓国にも同規模のバーチャルスタジオがあったが、撤退したため今国内ではこのスタジオが一番大きい。サイズが大きいため大型セットを撮影することが可能だ。機材を自由に動かし、距離を取ることができ、より自然な空間を作り出せる。一つの空間で制作しチェックすることで、作業期間やプロセスも効率的になる。
- ・スタジオの設計は、参考となる他のスタジオからティアドロップ型が選ばれたが、最近では細長い形のスタジオも見られる。設計時には撮影内容が重要で、映画やドラマを主に撮影することを優先した。音楽番組やステージを考慮すると設計は変わり、CM 撮影の場合は、天井のリフト式や上からの撮影を可能にするなど、対象に応じた設計が求められる。
- ・ソウル市内中心部に大規模なスタジオを建設するのは困難であり、費用面から考慮して坡州に建設された。海外の「ルクスマキナ」社との共同開発も検討されたが、最終的には自社での開発を選択した。設備や設立は、CJ ENM とサムスン電子を含む数社との協業で行われた。CJ ENM は大手グループであり、政府支援は受けていない。



※スタジオが大きいので、バスをそのまま撮影できる（「CJ ENM」 Youtube）



※LED バーチャルプロダクション全体（現地撮影）

■バーチャルプロダクションの可能性と未来

(CJ ENM Center バーチャルプロダクションプロデューサーの現地解説・所感)

- ・「バーチャルプロダクション」はLED ビジュアルスタジオだけではなく、プリプロダクション、プロダクション、ポストプロダクションを含む広範な概念である。LED を用いた撮影方法は「In Camera VFX」(IC VFX) と呼ばれるが、バーチャルプロダクションには、クロマキーやグリーンスクリーンを使った撮影も含まれる。
- ・韓国のコンテンツ制作現場でプリプロダクションの時間が不足している。バーチャルプロダクション、特にLED スタジオを使えば、CG 撮影に必要な準備を大幅に削減し、撮影中に柔軟な決定を下せる。作業時間は大幅に短縮し、撮影は効率化され、失敗リスクが減少し、コストも大きく削減される。安全性の向上や制作費の節約も大きなメリットである。
- ・映画が無声から有声に変わったことは映画界の大きなパラダイムシフトだったが、バーチャルプロダクション技術も同等の変革をもたらすと考えられる。この先進的な技術は、数年後には ENM を含む多くの企業で採用され、競争力を向上させるだろう。

[4] SLL (WONBANG STUDIO)



※WONBANG STUDIO（現地撮影）

■ドラマの撮影現場の見学

- ・内部は新作ドラマ撮影中のため撮影が一切 N G だったが、来年配信予定の予算 1 話 2 億程度のドラマを撮影中とのことで見学させてもらった。
- ・ドラマとはいえ日本における大型映画撮影規模の撮影クルーを持ち、一つの作品の撮影で 500 坪規模のスタジオを 2 スタジオ抑え、一方で撮影、もう一方では次のセットの建て込みを時間をかけて行う、というスケジュールで撮影を行っていた（日本では 500 坪規模のスタジオを連続ドラマで使用することはまずあり得ず、仮に大型スタジオを使用したとしても 1 スタジオのみで撮影することしかない）。
- ・撮影機材も SONY の VENICE2 グレードのカメラを 3 台用意し、我々が見学した「子役が食卓で食事をするシーン」の撮影では、さまざまなアングルを同時に、その全てを上質な映像で撮影できるという効果を発揮していた。

4. 韓国現地スタッフへのヒアリング

〔1〕インタビューした現地スタッフ

【対面インタビュー】

◎L 氏（実施日：2024 年 1 月 16 日 場所：東京）

・映画のプロダクションデザイナー・美術監督

※現在、日韓合作ドラマの制作のため日本に長期滞在している。

◎K 氏（実施日：2024 年 1 月 21 日 場所：オンライン）

・映画・ドラマプロデューサー

※最近では Netflix などの大型ドラマを手掛けている。

◎S 氏（実施日：2024 年 2 月 4 日 場所：オンライン）

・映画プロデューサー

※日韓合作作品のプロデュースも数多く手掛けている。

◎C 氏（実施日：2024 年 2 月 22 日 場所：ソウル）

・大手制作会社ドラマプロデューサー

◎T 氏（実施日：2024 年 2 月 23 日 場所：ソウル）

・独立系制作会社 CEO、制作会社映画・ドラマプロデューサー

・アジア各国で映像制作を行い、日韓合作作品のプロデュースも多数手掛けている。

【書面インタビュー】（※次項以降、各氏の発言は名前の前の番号を表記する）

①40 代女性／メジャー映画プロデューサー／フリー

②30 代男性／メジャー映画プロデューサー／会社所属

③40 代男性／メジャー映画プロデューサー／フリー

④40 代男性／映画プロデューサー／会社所属 ※日韓合作経験あり

⑤40 代男性、低予算映画監督

⑥30 代男性／ドラマ・映画プロデューサー／会社所

⑦40 代男性／独立映画プロデューサー・監督 ※俳優としても活動経験あり

⑧40 代・女性／プロデューサー／フリー ※日韓合作経験あり

⑨30 代男性／助監督

⑩40 代女性／制作管理チーム長／制作・配給会社

〔2〕 公的機関の支援策について

（1）映像制作への支援策について、実際に利用したものとその評価とは

まとめ

- ・映画振興委員会の開発企画支援事業
- ・次回作のための次回作開発支援事業
- ・各自治体のロケーションインセンティブ
- ・多くの映画スタッフにとって制作支援は大きな助けになっている

【開発企画支援事業】

◎K 氏／

- ・「開発企画支援事業」は、韓国映画振興委員会がシナリオ開発や原作権購入など、映画制作の初期段階に必要な資金を政府機関から公募を通じて提供してくれるもの。支援額は数千ウォン程度。
- ・「次回作開発支援事業」は、公開作品の評価と観客数により、次作の開発資金が支援されるため、私も公開した映画がヒットし、それで得た支援金を次回作の映画の開発に充てた。この制度はフランスで長期に渡って実施され、韓国にも導入されている。制作会社が次の作品を制作する確率を上げ、制作活動を促進することができる。

◎S 氏／「次回作開発支援事業」は、公開作品の観客数（興行収入）に応じて、次回作の開発資金を支援される。たとえば、観客数が 10 万人から 50 万人以下の場合は 1,500 万ウォンや 1,000 万ウォン、50 万人以上で 2,000 万ウォン、100 万人から 150 万人では 3,000 万ウォンが支給される（※ここでの数字は例えである）。この支援は制作会社が作家や監督との契約を証明することで受け取ることができるが、これにより契約が促進され映画製作の大きな支援になる。韓国には 6,000 社以上の映画会社があるが、実際に活動しているのは約 10%であるため、活動している会社を支援できるメリットがある。

②映画制作には、シナリオの作成などの開発事業が何より必要なため、これらに対する支援を更に強化すべきである。

③これらの支援を受けて長編映画を制作したし、今もそれで次回作を準備中している。「シナリオ公募」はまだ利用したことはないが、映画を職業とする作家と作家志望の人たち、新人監督に少ないとしても生活と未来の準備を可能にし、彼らの映画業界との繋がりも作ってくれていると思う。

⑤この制作支援を受けて映画を作ったことがある。商業映画として制作が困難な様々な作品の制作支援は、映画人たちに大きな助けになっていると思う。

⑦公的機関の支援により映画の完成が可能となる。支援を受けた作品は評価も上がり、作業がスムーズに行うことが多い。

- ⑧この支援を受けた。作品を完成させるための大きな助けになった。シナリオがない段階からも支援を受けることができるのも大きい。ただし、作品を制作するのに必要な金額を考えると支援の金額はまだまだ足りないと思う。
- ⑨短編制作支援を受けた経験がある。映画振興委員会の制作支援事業は、多くの独立映画スタッフや映画演出者、制作者にとって、金銭的にも制作上も大きな助けとなっている。これは、支援の選考に選ばれること自体が、シナリオの映画としての可能性を証明し、キャストやスタッフの集結にも寄与するからである。ただし、短編映画の制作支援に関しては、毎年約40本の作品が支援対象として選ばれるものの、そのうち独立映画として完成して観客に届く作品は多くない。

【ロケーションインセンティブ／ロケ支援／その他自治体の施策】

- ◎K氏／「ロケーションインセンティブ」は、特定の自治体で定められた撮影条件を満たすと、経費の一部が還元される制度である。条件は自治体により異なるが、例えば私が全羅道で7日以上撮影した際には、3000万～5000万ウォンが還元された。ただし、この支援金は最近の映画制作費と比較すると少ない可能性がある。
- ①実際利用した。金額のマックスは大きくはないが、制作費に余裕がない場合、ある程度の助けになった。
- ②例えば、釜山で10日間（撮影実数）の撮影を行った際には、宿泊料、進行費を支援してくれたので、予算の大きな助けになった。
- ③今までに参加した映画・ドラマにおいて利用した。金額は自治体ごと（映像委員会含む）に違うが、制作費を節約できる効果があり、制作会社として助かった。ただし、映画の規模にかかわらず、返ってくる金額は変わらないのが課題。
- ④公的施設や場所での撮影許可申請に際しては、フィルムコミッションが支援してくれた。地方にフィルムコミッションが設置されていない場合は、文化体育部課や地域の役所、文化財団が協力してくれる。道路封鎖やスタッフ車両の駐車許可、ドローン撮影、アクションシーンでの消防署協力や救急車の待機など、制作会社が直接手続きすることが困難なため、フィルムコミッションの助けが必要になる。
- ⑤いくつかの自治体では、フィルムコミッションを通じてロケーション支援や撮影機材の提供が行われており、独立映画の制作を積極的に支援している。特に「全北独立映画協会」は、毎年「マスタークラス」という制作スクールを開催し、プレゼンテーションを通じて選定されたシナリオは短編映画として制作され、「全北独立映画祭」の開幕作として上映される。このような自治体による映画教育、制作、上映を網羅するシステムは非常に価値が高い。より多くの自治体が同様のシステムを導入することを望む。

【コロナ特別支援】

- ⑩映画振興委員会の予算で「コロナ特別支援金」を受けた。2020年6月公開の映画は約80億ウォン（P&A支援金2億ウォン+観客公開促進金として観客一人当たり5000ウォン）を受け取った。「P&A支援金」は選定された作品に支給され、「観客公開促進金」は公開される全ての映画に先着順で提供された。2022年3月に公開された映画では、「公開支援金」のため12.3億ウォンの支援金を受け取った。これはコロナ時期のオフシーズンに公開が決定した3本の映画に対して、映画振興委員会から劇場に支給された支援金であり、その後劇場から配給会社に精算された。これらの支援金は、コロナによる困難な状況の中で、劇場への観客誘導や投資会社の損害軽減に貢献し、投資配給会社の公開決定を後押しした。

【支援の有効性】

- ◎K氏／韓国政府は支援拡大を目指し、関連研究や調査に力を入れていて、公的機関や自治体、映画祭、委員会はプロデューサーの意見を聞き、迅速かつ効果的な支援を提供している。たとえば、政府は外国の撮影チームに対する支援も充実させようとしていて、私も外国での撮影経験が豊富で、関連インタビューを受けたことがある。
- ◎S氏／映画産業においては、企画段階から撮影後のインセンティブまで、様々な公的及び民間支援が存在し、各機関が明確な選考基準を設けている。私も過去に審査員になったが、様々な専門家を集めた審査体制で選考を行い、政府の定めた基準に従って映画の新鮮さ、完成度、作品の意義を評価している。

（2）映像制作に対する支援策について、現在の問題・課題・要望とは

まとめ

- ・政府による支援縮小と、映画界への危惧
- ・制作予算の上昇による苦難
- ・小規模制作者・非商業映画への支援の不足
- ・支援の条件のハードルが高い

【政府による支援縮小への危惧】

- ◎K氏／韓国政府は、財政難を理由に、今年の映画振興委員会を含むコンテンツ関連の予算を約半分に削減する予定だ。そのため来年から多くの支援政策が大幅に減少する見通しだ。これまでも政権によって映像コンテンツへの支援金の増減をもたらしてきたが、前例のない削減である。そのため、映画産業の危機を国会議員に何度も訴えた。『イカゲーム』『スリナム（ナルコの神）』などの韓国ドラマのグローバルなヒットを支えているのは韓国映画業界であり、この基盤の崩壊は制作関係者の育成を阻害し、持続可能な韓流の未来に暗雲をもたらす可能性がある。

◎S 氏／最も多く活用してきた次回作開発支援費が今年から廃止された。政権の影響で文化予算が全体的に約 50%削減され、特に映画関連の予算が大幅にカットされた。映画業界はこの制度の廃止を非常に残念に思い、昨年末から情報を共有し、対策を協議したが、解決策は見つかっていない。

◎L 氏／韓国の映像産業は更に発展を続ける必要があるにも関わらず、現政権は芸術予算を大きく削減し、これまでの政府支援も打ち切られたものが多い。もちろん、大企業や大型企画は、国の支援に依存しなくても制作は可能である。しかし、メジャー作品への支援策や資金がなくなると、今後は制作が難しくなる恐れがある。資金を持つ現役のクリエイターは制作を続けられるが、将来的にクリエイターとなる下の世代にとっては、これらの支援が制作の機会を提供していたので、それが失われてしまう。映像産業の発展のためには、次世代の育成が不可欠であり、若手への支援の欠如は大きな影響を及ぼすだろう。若手にスポットライトを当てる映画祭の数や規模も減っている。

【制作費上昇と支援拡充の要望】

- ①コロナ以後、韓国映画市場は困難を経験しているため、制作費や人件費の支援を行い、スタッフを映画界に留めることが必要。
- ②韓国映画振興委員会が運営していた南楊州総合撮影所の閉鎖により、中・小規模予算の映画のスタジオ確保が困難かつ高額になっている。
- ③ロケに多くの制約と困難があり、一般人への被害もあるため、公的機関による撮影協力が円滑に進めばいいと思う。
- ⑤制作本数の減少により、多くの映画関係者が活動できなくなっているため、映画界が改善し、より多くの作品が制作されることを望む
- ⑧制作費は数年間で大幅に上昇しており、公的機関の支援策を超える速度で増加しているため、制作費の調整がより重要である。特に、すべての作品を均等に支援するよりも、制作会社の規模や作品の予算のことを徹底して検討し、低予算の作品に対する支援が大幅に増える方がいいと思う。
- ⑨韓国の映画／メディア市場は現在、大きく萎縮し、不況に陥っている。外国の巨大な資本が市場に流入することで、映画／メディア制作費およびキャストの出演料が飛躍的に上昇した。これらの問題を解決し市場の安定化を図るためには、政府や公的機関がガイドラインを策定する必要があると考える。
- ⑩韓国の映画支援政策は評価できるが、コロナ以降の映画界が直面する困難を踏まえると、政府の支援をさらに増加させるべきである。

【小規模制作者・非商業映画への支援不足】

- ①商業映画への支援はある程度確立されているが、多様性を扱う映画や芸術度の高い映画、独立映画に対する支援は限定的で不十分である。映画制作とドラマ制作は同じ業務だと考えるが、劇場で上映される映画はドラマよりも多くの時間と労力が必要であり、リモコンで簡単に消費されない特別な側面がある。映画業界が困難に直面している現在こそ、映画業界への投資が未来の文化産業の発展につながる。
- ③「次回作企画開発支援」は配給会社だけが申請可能であり、個人や制作会社が新しい試みをするとはできないのが問題だと思う。すでに成功している制作者や監督への支援であるため、まだ成功していない制作者や、制作したのにまだ公開できていない作品、これから作られる作品への支援がさらに膨らむべきだと思う。
- ④地方にある映像委員会（＝フィルムコミッション）は制作チームとのコミュニケーションをしてくれ、迅速に対応してくれるが、実際は大規模な映画と小規模な映画では対応に違いがあることが時々見受けられる。
- ⑦映画振興委員会の 2024 年事業計画によると、予算が大幅に削減され、商業映画の支援に比重が置かれている。

【支援の条件のハードルが高い】

- ◎C 氏／大手の制作会社にとって、コンテンツ振興委員会からの支援策は、その金額は少ないし、Netflix への販売禁止などの制約が色々あるため、実際には利用しづらい。適合するプロジェクトを見つけるのが難しく、魅力的な企画であればそもそも大手配信会社が制作費を出してくれる。ただし小規模な会社や独立系企業、Netflix での取り扱いが難しい内容には、この支援が有効かもしれない。
- ⑥最近は配信系の作品が多くなっており、支援を受けられない場合が多い。また、最近は公的機関の予算削減で支援が減っている。地方自治体の支援金も、舞台挨拶などの広報活動も条件になっている。
- ⑦支援策が細分化され、不必要な手続きや干渉も増加していて、本来の制作者支援になっていない。制作者の福祉にも気を遣ってくれたら嬉しい。

【その他の要望】

- ◎S 氏／映像業界の市場の過大評価や投資の過熱が問題となっており、公的機関による制度的な整備を期待している。政府も国内市場の限界を認識し、海外共同制作や市場開拓に積極的に取り組んでいるようだ。
- ③劇場価格の調整：チケット代と劇場の施設規模に応じた価格調整が必要だと思う。
- ④外国チームへの支援：外国の映像チームへの政府や地方自治体のインセンティブや支援が不足している。特に外国映画の撮影支援において、予算規模に関わらずインセンティブが一律であることで、韓国での撮影や合作を望む外国チームが減少する恐れがある。
- ⑥新事業の支援：映像産業のための新しい事業（LED ウォールなど）に支援があればいいと思う。

- ⑥専門性の確立：北米のような部署別ギルド（ユニオン）体制が必要であり、専門性を育成する必要がある
- ⑦教育システムの拡充：変化する映画生態系の中で、持続可能な制作方法を模索する必要がある。ショートフォームの映像に慣れた若い世代にとっての映画の役割を考えるべきであり、映像や映画を公式な教育カリキュラムに組み込むべきだと考える。

（３）その他政策としての映像業界支援策とは

まとめ

- ・韓国政府によるファンド支援と OTT ホールドバック
- ・国内向け配信サービスへの支援
- ・独立系制作会社への支援と放送局へのガイドライン

【ファンドへの資金投入と OTT ホールドバック】

- ◎K 氏／資金調達の大部分を占めるファンドの公的資金投入を増やしている。これは国民年金や公務員年金の運用から来ている。ただし、公的資金を受ける映画には、劇場公開後 6 ヶ月間は映画をグローバル OTT プラットフォームに販売しないことを条件とする政策を準備している。コロナ禍で、多くの映画が劇場公開直後に OTT に売られたことで、観客が映画館で鑑賞しない傾向が増えたためだ。
- ⑩「母体ファンド政策」とは、政府機関「中小ベンチャー企業部」傘下の韓国ベンチャー投資が運営するファンドであり、投資会社の負担を減らすことを目的としている。これがとても有効な支援政策だと思う。

【国内向け配信サービスへの支援】

- ◎C 氏／TV 配信サービスへの支援：「Wavve」という有料サービスが政府の支援を受けており、KBS や SBS など TV 番組のコンテンツを提供している。これにはドラマとバラエティ番組が含まれ、特にバラエティを楽しみたい視聴者に支持されている。例えば、tvN で放送された『私の夫と結婚して』は TVING での配信で加入者を増やし、Netflix のような海外サービスは、国外の作品に興味がある視聴者に人気がある。

【独立系制作会社への支援と放送局へのガイドライン】

◎T 氏／

- ・約 15～20 年ほど前までは、韓国のドラマ産業も日本に近い形で、放送局が企画して制作プロダクションには制作を委託する形が一般的だった。しかし 2003 年の『冬のソナタ』の大ヒット以降、業界構成が変化し始めた。独立系制作会社が数多く設立され、そのクオリティも向上した。ハリウッドでも、数十年前は巨大資本を持つスタジオが一括して制作していたが、システムが変化し、現在では独立プロダクションが主に企画や制作をしている。こうした世界的な変化に、日本が順応せず、今なお放送局内でドラマの企画が行われることを不思議に思っている。
- ・私が会社を立ち上げ、独立プロダクションが増加し始めた 20 年前頃には、政府から映像産業の構造変革を促す政策的サポートがあった。TV 放送のドラマ枠の一定割合を放送局以外の制作会社に割り当てる政策などが導入された。当然放送局の反対があったものの、政府主導のガイドラインに従う形で徐々に変化が進んだ。これにより、独立系制作会社もドラマを作る機会を得ることができ、現在のような成長を果たすことができたと思う。
- ・韓国の独立プロダクションは、政府から直接支援を受けることはあまりないが、ファンドによる間接的な支援を受けている。韓国には第三者の創業投資会社やベンチャーキャピタルが 50～60 社あり、これらの会社が映像事業に投資する際、政府が総額の約半分の支援をしてくれるのだ。たとえ事業が失敗し資金が回収できなくても、政府分の投資は返済不要であるため、積極的に投資が行われる。この制度により、映像制作プロジェクトへの投資が容易になった。我が社も過去 10～15 年間、このような政府のサポートを受けてきた。しかし日本では特にエンタメ業界において、政府による投資支援があまり根付いていないのかもしれない。

〔3〕 公的機関の設備について

（1）公的機関が支援している撮影スタジオの評価とは

まとめ

- ・大田の「スタジオキューブ」のスタジオは規模もすばらしいし、価格もよい。
- ・釜山はロケ支援があり、「釜山映画撮影スタジオ」は価格が良いが、古さと距離の遠さがネック
- ・公的機関のスタジオは、使用料が安く、撮影しやすい環境が整えられ、制作者には魅力的である

【大田「スタジオキューブ」】

◎L 氏／

- ・大田は科学技術都市として発展した。1993 年に大田国際博覧会が開催され、韓国科学技術院（KAIST）を含む複数の政府研究所、多くの研究機関や政府機関が集まっている。1993 年の博覧会の跡地は「エキスポ科学公園」となったが経営悪化に伴い、「国際科学ビジネス事業」の中心地とする政策によって再開発が進んだ。この制作の中で、政府は映像コンテンツビジネスを「先端映像事業」と位置付け 2017 年、この敷地の一部に、文化体育部主導で韓国コンテンツ振興院運営の「スタジオキューブ」が建設された。
- ・同じ跡地には、新世界グループによる百貨店などが入った複合エンタテインメント施設（「サイエンスコンプレックス」）、ロッテグループのホテル、コンベンションセンターなどが建設され、スタジオキューブに隣接している。これにより長期間の撮影中でも、宿泊、食事、買い物、イベント開催などが可能であり、快適な環境で撮影を行える。他のスタジオは郊外の僻地にあることが多いが、大田のスタジオキューブはその問題は解決されているので、ここでの撮影の時はモチベーションがあがる。
- ・「スタジオキューブ」は、国費 797 億ウォンを投じて、約 6 万 6115 m²の敷地に延面積 3 万 2040 m²の撮影スタジオが設置され、最先端のカメラや機材、VFX などの特殊撮影が可能な設備が整っている。政府運営により使用料が安価で、基本的に先着順で誰でも使用可能である。スタジオは非常に立派で清潔、快適であり、換気システムも完備されているため、内部の空気も清浄である。しかし、清潔さと安全性を保つために、設備利用に関する規則は厳格だ。たとえば、建物の内部でホコリやゴミを発生させたり、塗装やスプレーを使用したりすることは禁止され、セット組み立ても内部で行うことはできず、スタッフは施設外でセットを組み、常に屋外で作業する必要があった。しかしこの規則は徐々に緩和されている。設備の広さは利点の一つで、スタッフは作業を迅速に行え、複数のセットを同時に製作可能である。

◎K 氏／大田のキューブスタジオは施設と環境が良く、特に高い天井を持つ大規模なスタジオは特殊効果に適していて、最近の映像制作においては需要が高い。

【釜山「釜山映画撮影スタジオ」】

- ◎L 氏／釜山は「映画の街」として映像制作を支援してくれている。釜山映画祭は大規模であり、釜山の街はロケーションとしても景色が美しく撮影に適している。ただ、政府運営の「釜山映画撮影スタジオ」は、2002 年のオープン以来、設備が古く規模が大きくないため、あまり評価は高くない。現在、釜山のキジュには新しいスタジオが建設中である。
- ◎S 氏／釜山のスタジオは利用料が安価だし、隣のキジュにはさらに大規模なセットの建設が進んでいる。しかしいずれも遠距離であるため制作者にとって利用のハードルが高い。
- ①釜山映画撮影スタジオは長い歴史を持ち、撮影にしばしば利用している。施設は新しくないものの、スタジオの価格は手頃だ。釜山市には撮影の基盤やロケ場所、支援が整っている。
- ②釜山映画撮影スタジオは、適度な価格だし、周辺のインフラが優れている。ただスタジオの数が限られていて、多くの制作会社は受け入れられない。
- ③釜山映画撮影スタジオは、個人や会社が運営するスタジオと比較して、施設と費用の面で満足度が高い。釜山はインセンティブの支援もあるため、総合的にメリットが大きい。
- ④釜山映画撮影スタジオは、設備面でやや不足がある部分もあるが、価格は良心的で大きな問題はない。

【南楊水映画総合撮影所】

- ◎L 氏／かつて韓国振興院（KOCCA）が運営していた「南楊州総合撮影所」は 1998 年に開館し、多くの著名な映画がここで撮影され、板門店、民族村、韓屋のセットが存在した。しかし、2018 年に閉館され、昔の映画衣装、美術、小道具などが保管されていたが、管理人が不在となり、これら貴重な資料や道具の保存が危ぶまれている。
- ◎S 氏／政府による映画専用スタジオで、セットの利用料は一般的な民間セットの 50～60%程度と安価であったが、数年前に閉鎖された。閉鎖に伴い、制作会社からの抗議があったため、民間セットの利用に際しては一部の費用が補助される措置がとられた。

【その他、スタジオに関する要望など】

- ◎L 氏／日本のスタジオでは駐車スペースが狭いが、韓国のスタジオでは広大な駐車場があり、スタッフは自動車での移動が一般的であるため、中心地からやや離れていても問題ない。対照的に、日本ではスタッフが自車を駐車することが難しく、集合してマイクロバスで移動するか公共交通を利用することが一般的であると聞いた。
- ◎K 氏／スタジオの種類は多様だが、私は「モジュール式スタジオ」が最も使いやすいと考えるし、韓国の映像業界でもモジュール式の大規模スタジオの需要が高い。ヨーロッパで視察した 1,500 坪の長方形スタジオは、中央の可動壁で 750 坪の二つのスペースに分割することもでき、『スノーピアサー』の撮影にも採用された。

(2) DMC (デジタルメディアシティ) のメリットとは

まとめ

- ・ DMC の街自体のメリットはあまり無いが、放送局とポストプロダクションが集結している立地は便利
- ・ DMC 内の先端産業センター（創作オフィス）は小規模制作者にとって有用

【DMC の立地】

- ◎S 氏／DMC は 20 年前にソウルに計画的に造成されたエリアで、映像系の大企業に土地を安価に分譲したことから、MBC、JTBC、KBS、TVN、CJ などが移転した。これらの企業傘下には多くのポストプロダクションチームや制作会社が有る。ただ自分は DMC のメリットをあまり感じていない。
- ◎C 氏／DMC には多くの制作会社が集まり、私の働く JTBC も約 5 年半前に来た。これが大きな交流や特別なメリットを生むわけではないが、地理的近さは制作会社やテレビ局のミーティングには便利だ。
DMC の存在は映像業界の進展に貢献し、エリアの経済活性化にも一定の影響を与えている。
- ③映像産業の会社や機関が集まり、地理的にアクセスしやすく、各社が協業する面ではメリットがある。
- ⑤放送局やポストプロダクション会社もあり、位置が良いため利用しやすい。

【「DMC 先端産業センター」内の創作オフィス、創作空間支援事業】

※ソウル映像委員会が設置した「DMC 先端産業センター」内の創作オフィスには、監督ゾーン、プロデューサーゾーン、シナリオ作家ゾーン、プロダクションゾーン、オフィスゾーンがある。申請して選ばれた監督、プロデューサー、脚本家、映画会社は安価でオフィス空間を支援してもらえる。映画のアイデアを得てもらうために、特殊な職業の人（弁護士、警察関係など）を招待して講演会を開くこともある。

- ①創作オフィスはプロダクションを支援してくれ、映画企画開発段階や中・低予算映画には特に有り難い。
- ②創作オフィスは、多様な制作会社や独立・商業映画のプリプロダクションからポストプロダクションまでの事務所空間を低価格で提供し、スタッフ間のコミュニケーションも促進してくれている。
- ④創作オフィスは、企画開発時に無料で事務所を借りられるが、利用期間は 1 年と短期なのが残念だ。
- ⑥創作オフィスは、安い金額で事務所が借りられるのが良い。
- ⑧創作オフィスは、制作作業が可能な空間を確保しており、予算が限られている作品にとっては大きな助けとなる。建物内には低価格で食事ができる食堂もある。
- ⑨・ DMC 先端産業センターには、企画開発室 105 室、制作室 12 室を含む合計 117 室の創作支援室を有し、国内最大規模の映画・映像コンテンツ開発空間であり、非常に評価できる。ここでプリプロダクションを行った韓国映画は 276 本あるらしいが、私もここで 2 本行った。
- ・創作オフィスは、安価な賃貸料で提供される利点が大きい。管理費として 15 万ウォンのみを負担することで、個人の空間と共用空間で行われるすべてのプログラムを無料で利用できる。さらに、交通の便が良く、メディア産業の体系が集まっているなど、多くのメリットがある。

〔4〕 韓国の映像業界の近況

（1）近年の韓国の実写業界における、制作体制の変化とは

まとめ

- ・映画の本数減少と、配信ドラマへの移行
- ・制作費の高騰

【映画の本数減少とドラマへの移行】

◎K 氏／

- ・韓国映画産業は表面上成功しているようだが、実際には困難な状況にある。CJ、メガボックス、ロッテなどの主な投資配給会社は資金不足に直面している。コロナ以降、映画の公開が遅れ、公開された映画の成績も不振である。投資配給会社の業績は大幅に低下し、経営陣はここ 2、3 年で全面的に交代した。多くの会社が配給投資の財政不安から自主制作に転換しようとしている。
- ・2019 年まで年間 50 本の商業映画が公開されていたが、今年は 35～40 本に減少し、これらは 3、4 年前に製作されたものだ。金利の上昇で制作費が増え、投資配給会社の負担が増大している。映画の配給本数も大幅に減少し、かつて年間 6 本から 8 本公開していた会社が、2 年で 1 本か 2 本しか公開していない。
- ・予算規模を縮小し、資金を分散投資する傾向がある。たとえば以前は 150 億ウォンの予算で一本の作品を制作していたものを、現在は 30 億ウォン程度の作品を 5 本制作する方針に変わっている。実際に、イ・ソンギュン主演の制作費 30 億ウォンの作品が興行で成功を収めた。業界では、このような低予算作品を新たなロールモデルと見なし、他の企業も 30 億ウォン程度の中規模作品を企画する動きがある。

◎L 氏／コロナ以降、映画館への足が遠のいてしまい、配信ドラマの制作は大幅に増加した。一方で、韓国の映画産業は低迷し、以前は 3 桁の数の映画が制作されていたのが一桁減少し 2 桁にとどまっている。良質な脚本があっても映画化は少なくなり、以前は 100 本の企画から 20 本が製作され、そのうち 10 本がヒットする状況だったが、現在は 100 本の企画から 2 本製作されて 1 本がヒットする程度にまで減少した。途中まで制作していても、完成に至る前に中断されるプロジェクトも増えている。

◎S 氏／韓国映画業界：コロナ以前、韓国は世界で最も映画を観る国の一つ（年平均 4.5 本）だったが、観客が劇場へ足を運ぶ習慣が減少し、その市場は 50%以下に縮小した。一方で、Netflix、ディズニー、国内の新興 OTT を含む多くの OTT メディアの影響で急成長した。しかし、作品の過剰供給が競争を激化させ、多くの放送局が赤字に陥っている。

②映画の投資会社が制作する制作本数や投資規模が下がっている。

③コロナ後の投資不確実性の増大により、制作本数が大幅に減少した。大規模なブロックバスターと低予算の映画に二分され、制作期間と規模の差が拡大している。

- ①コロナを経て、多くの映画制作者がドラマ制作に関わるようになった。映画会社がドラマを制作する際には、主に映画スタッフでチームを構成するため、一般的なドラマよりも制作期間が長く、費用も高くなるが、プラットフォームの投資会社は高品質なドラマ制作を目指しているため、映画スタッフの採用を優先している。逆にドラマスタッフが映画制作に参加するのは難しい。
- ⑤コロナ以降、韓国映画界は困難に直面しており、配信の影響で観客数が減少し、映画制作本数も減少した。これにより、配信のドラマシリーズの制作を進める会社が増えている。
- ⑦制作本数が明らかに減少し、投資会社や俳優たちが配信系プラットフォームの作品を好む傾向にある。若い世代の減少と映画館の観客の減少により、時代ものやリメイク作品が増加している。
- ⑨最近、制作の方向性は映画から配信系ドラマへと変化している。映画のシナリオを6話や8話のドラマ用に修正する制作会社が現れ、資金が配信プラットフォームに集中している。2024年に制作が確定した映画は10～12本に限られており、韓国映画市場の顕著な萎縮が見られる。

【制作費の高騰】

◎C氏／

- ・ドラマ制作費の高騰：韓国ドラマは一見非常に順調だが、近年Netflixによる一極集中が進み、これが現在の主要な問題となっている。Netflixは約5年前に業界に登場し、政策や環境の改善を図りながら、制作費の増加に寄与してきた。しかし、放送局がこのペースに追いつくことが難しく、ギャラや制作費の上昇が続いていて、すでに最高額の俳優のギャラは4000万円にも上っている。今年からNetflixは制作費の制限を設けたため、今後のキャストのギャラに関する議論や、既に高騰しているギャラをどのように下げるかが課題である。
- ・ビューティーCG：更に、最近、韓国のドラマ制作では「ビューティーCG」の使用が一般的になっている。視聴者は俳優の美貌に敏感で、SNSでも話題になりやすい。一方で、テレビの高画質化により、俳優は負担感を持っている。そのため、かつては俳優の所属事務所が負担していたCGの費用も、現在は必要経費として制作費に含まれるようになり、制作費を圧迫している。

◎T氏／韓国の放送局でもCM収入が激減しているため、コストがかかるドラマの制作本数を大幅に削減している。一本あたりの制作費を減らすのではなく、制作本数そのものを減らしており、一クールに一本しか制作しない放送局も出てきている。

◎S氏／人件費が高騰している。トップクラスの俳優のギャラは映画1本につき最高約13億ウォン、ドラマ出演時には1話あたり最高約6億ウォンと上昇傾向にあるが、その他の俳優は作品不足によりギャラが減少している。

⑨外国の資本流入により、映画やドラマの制作費やキャストの出演料が上昇し、制作費のバランスが不均衡になっている。特定の作品においてはキャストの出演料が10億ウォンを超えることもある。

(2) 近年の韓国の実写業界における、撮影現場の変化とは

まとめ

- ・スタッフの待遇改善、人件費の上昇
- ・スタッフの労働時間の厳格化、業務のクオリティへの影響

【スタッフの待遇改善、人件費の上昇】

- ◎S氏：ここ数年、スタッフの人件費は上昇している。ただ、コロナ以降、制作数の減少により、俳優やスタッフの仕事が減り、人件費やギャラは少し下がっている傾向もある、
- ①人件費の上昇：映画業界の従事者が勤労者として認められたことで、業務時間が定められ、4大保険の加入を含む保護を受けられるようになった。一方で、制作費に大きな影響を与えた。
- ④専門的な人材が増加し、政府の法的整備と法的保護が強化されてきた結果、スタッフの労働条件と報酬が改善された。一日の撮影時間と週の撮影時間が法的に定められ、徹夜での撮影が減少し、発生した場合はスタッフの同意と追加ギャラが必要となっている。これにより、韓国の映画やドラマの制作システムが改善し、質の高いコンテンツが生まれる土壌が形成され、離職するスタッフも減った。
- ⑤区分の曖昧さ：映画とドラマのスタッフ間の境界が曖昧になり、領域の横断が増えている。
- ⑦人件費の上昇：従来よりも規制や基準を遵守する意識の高まり、海外配信の影響などで人件費は上昇している。映画全体の予算も増加し、利益を出すことが難しくなっていると感じられる。

【スタッフの労働時間の厳格化、業務のクオリティへの影響】

- ◎K氏／韓国の「52時間労働制度」により、人件費が高騰し、労働時間の制限に違反すると法的問題が生じるため、制限時間内での撮影に努め、時間の効率化を図っている。
- ◎S氏／かつては撮影時に限界を超えるほど打ち込んだ経験があり、それがスタッフや俳優の情熱や熱意を引き出していた。しかし現在、その熱意は薄れ、公務員のような雰囲気が強まり、作品の質が低下したと感じる。
- ⑥撮影時間の制限が厳しくなったが、実際は準備と進行が不十分で、業務のクオリティも落ちた。
- ⑧労働基準の強化と制作費の上昇により、一日の撮影時間は最大で12時間に制限されている。スタッフの待遇改善は肯定的だが、権利を主張する態度が強すぎる傾向もあり、残念に思う。
- ②ここ数年で標準労働契約書の締結により、週5日の撮影が主流となり、多くのスタッフのギャラも上昇した。ただしそれであれば、スタッフの経歴が客観的に評価される仕組みがもっと必要である。

【参考：「韓国撮影現場における近年の変化と日本との違い」】

◎F氏：韓国在住の日本人スタッフ。日韓合作の映画・ドラマにおいて、助監督や通訳スタッフとして製作に関わる。

- ・ 2004年に韓国で初めて現場を経験してから10年間ほどは、日本と同じく労働条件は厳しかった。長時間の撮影が一般的で、スタッフの給与は極めて低かった。この労働環境が社会的な問題として報じられたほどだ。しかし、2015年頃から「標準契約書」が普及し、労働環境は改善された。契約書が存在することで、スタッフは自身が守られていると感じ、労働時間の遵守に対する意識が高まった。
- ・ 韓国では「52時間労働制」が厳格に決められている。また、労働時間には、食事時間、準備時間、場合によっては撤収時間や移動時間も含まれる。そのため通常は4.5日から5日間の撮影が一般的である。1日の労働時間（例：12時間）や次の撮影までの休息時間（約：10～12時間）も厳格に決められ、超過する場合はスタッフ全員の同意と追加報酬が必要になった。契約書には月給ではなく時給が明示されることが多く、追加労働の計算も適切にできる。毎週決められた曜日を休日と定める「週休日」も一般的で、週休日に変更が必要する場合は1週間～10日前にスタッフに通知して同意を得てから変更しないとけない。スタッフが撮影とプライベートを両立できる環境を提供し、人間的な側面を尊重することは、質の高い労働に不可欠だ。
- ・ 今の韓国の映画産業では、見習いであっても月給最低約300万ウォン（約30万円）が支払われる。また、国民年金・健康保険・雇用保険・労災保険への加入も、スタッフにとって重要な変化であった。契約書には教育条項もあり、「リスペクトトレーニング」の受講も義務付けられた。この変化により、スタッフは正式な労働者として認められ、安心して撮影に臨むことができるようになった。
- ・ さらに、政府機関が運営する「映画人シンムンゴ」というシステムが、労働条件の守りを強化している。これはスタッフが匿名で労働問題を報告できる仕組みであり、賃金の未払いや労働条件の不正などが発覚すると映画の制作が停止される可能性があるため、プロデューサーなどは規則を遵守するようになっている。このようなシステムは、特に予算の少ないプロジェクトでのリスクを軽減し、スタッフが守られる環境を促進している。

[5] 映像業界への展望と提言

(1) 韓国実写コンテンツの世界的ヒットの要因とは

まとめ

- ・ 韓国の国民性と競争志向
- ・ 優秀な人材が集まる業界になった
- ・ 市場や観客のニーズが K コンテンツを育てた

【韓国の国民性と競争志向】

◎K 氏／韓国コンテンツの成功は、激しい競争を耐え忍び、進化し続けることにある。韓国映画業界は常に激しい競争があるが、一方で開発や制作を続けていればチャンスが巡ってくることも経験から学んでいる。例えば、『ソウルの春』のように突然の予想外のヒットがあれば、長年の成功を収めた会社が失敗することもある。ヒットを夢見て、この過酷な現実を耐え抜くことが、予測不能なチャンスをもたらす道なのだ。

◎S 氏／韓国の国民性は歴史的な経験に影響されており、目標志向性や上昇志向が強い。現状に満足せず、常に高みを目指す傾向があり、これは世界の名門大学への留学生数の多さにも表れている。小学生にとって youtuber が最も人気のある職業であることも、競争社会における強い上昇志向の表れである。

①グローバル志向：韓国コンテンツは、映像の質、物語の内容、韓国特有の情緒を、世界中の観客に違和感なく感じられることが人気なのだと思う。Netflix などのグローバル配信プラットフォームを通じて、以前は韓国コンテンツに触れる機会が少なかった国々の人々も簡単にアクセスできるようになったことも要因だ。

【優秀な人材が集まる業界になった】

◎T 氏／

- ・ 韓国エンターテインメント産業の成功は、政府支援や金銭援助も一因だが、根本的には業界に携わる「人」の力だ。韓国のドラマ、映画、K-POP のクオリティ向上の背景には、すなわちアイデア、脚本、演出の能力に依存しているが、それは優秀な若者たちがこの業界に参入し、才能を発揮していることがある。エンタメ産業は大きな報酬が得られる可能性があるが、不確実性とリスクも高い。それでも、夢と報酬の魅力が、挑戦と努力を促す動機となっている。

・どの業界においても人材の質が最も大事であり、才能ある人がどれだけ参入するかが業界の未来を決定する。そして才能ある人材は夢・評価・収入がある分野に集中する。（運動のできる者が野球やサッカーのような人気競技に集まるのと同じだ）。そのためには、業界で「成功ストーリー」を創出することが重要だ。韓国での『冬のソナタ』の成功は、多くの優秀な学生に映像業界への挑戦を促し、業界に優秀な人材が流入するきっかけを作った。現在では KPOP や俳優、ドラマの脚本家も多くの収入を得られる。20 年前との変化は明らかで、現在の成功はかつての若者たちの努力の結果である。

④技術力の発展と制作システムの改善：以前は、制作者は人件費が低くて生活も不安定だったが、現在は作品制作に集中できる環境が整い、クリエイティブな人材が増えた。さらに技術力と資本力の向上で高品質なコンテンツが生まれている。ウェブトゥーンやウェブ小説の市場発展も、映像化可能なストーリーの素材が増加している。

【市場や観客のニーズが K コンテンツを育てた】

②韓国の国内市場は規模が小さく、観客の要求は多様で変化が早い。創作者たちは常に視聴者のニーズに応えようと最善を尽くしていて、これがヒット作の生産につながっていると思う。

③監督、シナリオ作家、プロデューサーへの信頼が基盤となり、長期にわたるノウハウの蓄積が質の高い作品を作り出している。

⑤小さな市場で競争をしているため、独特で完成度高いストーリーのシナリオが生まれ、良質なコンテンツが生産され、海外でも認められるようになった。

⑥韓国文化（音楽、ファッション、食事など）の世界的な広がりがコンテンツへの関心を高め、そのクオリティ（映像美、ストーリー、技術力）もアジア他国よりも優れている。

⑦KPOP など映画以外の韓国コンテンツの人気や新鮮さがあり、一方で低予算での制作ができる。

⑧韓国コンテンツの関係者はトレンドに敏感であり、反応が速く、作品のビジネス化、商品化に強い意識を持っている。国内での回収が困難なため、海外販売を念頭に置いた企画が多い。

（２）韓国の実写業界の現場における、現在の課題や今後変えたいこととは

【制作会社が IP を持つために】

◎S 氏／

・韓国で多数の OTT 作品が売れており、これらは国内の映画制作会社を中心となって制作している。Netflix などのアメリカ企業が製作したように見えるかもしれないが、実際には国内の制作会社が重要な役割を果たしている。しかし、グローバルプロジェクトとしての成功にもかかわらず、派生的な収益やインセンティブが制作会社に十分に還元されていない。たとえば、『イカゲーム』の成功による Netflix での売上は高いものの、制作会社への直接的な収益は限られていた。グローバル企業による市場拡大は一面でポジティブだが、市場に負の影響を及ぼすこともある。

- ・制作会社による権利保有：現在、制作会社は従来の制度に加えて、より多様な収益化を目指し、権利を保有して投資会社と収益を共有することを模索している。『財閥家の末息子』は自己資本で制作し、放送局や世界中に販売して大きな利益を生み出した例である。この方式により、制作会社は制作資金を継続的な確保することも可能になる。

（３）日本の制作現場への提言（日韓合作経験者より）

まとめ

- ・日本の人材の質を上げるために変化を受け入れる
- ・日本のアナログ志向からデジタル化へ
- ・日本人は「意識のグローバル化」を

【日本の人材の質を上げるための変化】

◎T 氏／

- ・日本のドラマ産業における人材の質は、こうした海外と比べると相対的に「低い」と感じるが多かった。小説、漫画、アニメは優れているが、映画やドラマのレベルは同様ではない。時折、顕著な才能を持つ個人のクリエイターもいるが、その数はそれほど多くはない。
- ・日本の制作会社は企画段階や脚本開発を担う役割があまりなくクリエイターも不足している。韓国では独立系の制作会社が主体となって企画を進めが、日本では主にテレビ局や映画会社の社内プロデューサーが役割を担っている。
- ・優秀な人材の能力の発揮や質の向上のためにサポートする必要があるが、日本はエンタメ業界においても会社が強く、個人が成功しても報酬を得られにくい。放送局にも優秀な人材は存在するが、新たな挑戦を躊躇させる安定志向があるし、日本の俳優のギャラが低いのも事務所のマージンが大きいことも問題である。
- ・日本は変化を恐れる国民性であり、サラリーマン気質が強く、文化的・社会的な特性から変化には時間がかかりそうだ。優れた人材を育成するには長期的な視点も必要で、政府からの強いアクションがあってもなお時間がかかる。映像業界はヒット作の割合が低く、リスクと挑戦を受け入れる文化が必要である。韓国のように競争を通じて成功を目指す文化があるが、日本も失敗しても挑戦を続ける環境があればよいと思う。
- ・日本のエンターテインメント産業成功には政府の政策策定と予算投入が鍵である。TVドラマに関しては、放送事業が政府の免許によって行われるため、政策による改革と支援が重要である。韓国のように政府が積極的に介入し、一定割合を外部会社に開放し補助金を提供することで、新規参入を促進できる。しかし、日本政府は既存の枠組みの変更を躊躇し、既得権益の保護を図る傾向にある。

【日本はデジタル化を進めるべき】

◎L 氏／

- ・日本の制作現場は依然としてアナログ手法が主流であり、手作業や昔ながらのやり方に重きを置いている。アナログには情感的な魅力があるものの、あまりにアナログに偏っているのは問題で、今の時代はデジタルとの融合が求められていると思う。韓国のスタッフは皆が iPad などデジタルデバイスを持っているが、今回日本のチームと作業するに当たり、日本の制作現場のデジタル環境が不十分だったため、デジタルデバイスを揃えた。
- ・韓国はデジタルへの移行が進み、手作業をほぼ排除している。例えば、セット作りにおいては、コンピューターグラフィックスを用いて 3D 空間を構築し、撮影前のシミュレーションが可能となっている。デジタル技術の利点は、クリエイターの画力や技術にかかわらず、優れたアイデアを形にできることだ。アナログだと画力が優先されてしまい、アイデアの良し悪しで判断しづらい。
- ・デジタル技術を駆使することで、スムーズでクリアな作業進行も実現できている。私達のデザインチームはクラウドベースのデータ共有で制作物をシェアし、コミュニケーションしている。作業物を即座に共有できすぐに確認や提案ができるし、制作の進行状況や作業内容も全員が把握できる。インターネットにつながっていれば、どこでも作業や共有ができる。これにより、無駄な作業ややり直しが減り、効率的な制作を可能にする。更に過去の作業をアーカイブ化し、後から参考にすることもできる。
- ・プロダクションデザイナーの役割は、CG や技術の進化に伴い大きく変化している。韓国はデジタル化を徹底し、小国ながらハリウッドレベルの映像制作を可能にしている。技術習得は現場での学びと制作システムをデジタル化することによって、特別な技術や学校での勉強ではなくてもできるようになる。実際スタッフは皆、新しいデジタル技術を熱心に習得し、今は AI の勉強にも力を入れている。同時に、韓国のクリエイティブ現場はスピードを重視していて、この「パリパリ（早く早く）文化」が急速な成長と進化を促していると思う。

【日本人は「意識のグローバル化」を】

◎L 氏／

- ・日本の制作チームと共同作業をするようになり、日韓のスタッフの違いを実感するようになった。たとえば、日本ではシナリオの準備期間が短く、シナリオ作成は監督とプロデューサーの専権事項とされるため、他のスタッフが意見を述べる機会が限られている。シナリオに疑問を持ってもそれを表明する文化がない。一方、韓国では各チームが監督やプロデューサーに対して積極的に意見を提出するのは当たり前という文化だ。

- ・日本では、個人が自らの発言に対する責任を取ることを恐れる傾向があると感じられる。発言したことで問題が起きるのを避けたいという心理が働いているように見える。これに対して、韓国では問題が認識されれば、立場に関係なく意見を述べる風潮がある。これは問題の放置によって更に問題が起きるリスクの方を恐れるためである。私のチームにも、立場を問わず意見を言うことを促している。
- ・韓国では週 52 時間を超える労働が禁止されており、勤務時間の管理に非常に厳格である。ちゃんと休み、プライベートの時間を確保することで、逆に勤務時間の効率やクオリティが向上すると考えている。現場や仕事への参加は交代制をとるなど工夫をして、週に 2 日は必ず休むようにしている。一方で、日本では長時間労働を美德とする文化があり、働きの品質や能力に対する意識があいまいであると感じられる。専門性に基づく分業が不十分なため、プロダクションデザイナーが本来の職務以外の作業を行うケースも見られる。結果として日本の職場では週 6 日労働が普通であり、長時間労働に陥りやすい。
- ・つまり、韓国では個人が自己の役割を重視し、待遇や労働環境に対しても要求をするが、役割を果たせない場合は仕事を失う危機感を持っている。仕事の速度や期限内に仕事を完了する能力はプロフェッショナルリズムの一環とみなされている。
- ・日韓のチームでは、こうした文化的な違いにより初期に調整が必要であった。国際的なプロジェクトを成功させるためには、両国間の「意識のグローバル化」が重要であると考えられる。

5. 調査結果の分析および今後の展望

以上の調査結果及び分析をふまえ、日本の実写映画業界、実写映像コンテンツ業界について、大きく以下4つの観点が必要だと分析した。

(1) 撮影スタジオの拡充

現在日本では、実写の映像撮影に使用できる大規模な撮影スタジオが限られており、そのほとんどが東宝、日活などの大手映画製作・配給会社やNHK、フジテレビなどの大手テレビ局が所有・管理運営する撮影スタジオであり、自ずと所有者のスケジュールが優遇されるため、外部プロダクションが使用する場合には金銭的・撮影日程的なハードルが高い。さらに、国内で最も大きな撮影スタジオ（東宝スタジオ stage8、429坪）でも我々が視察した韓国 CJ entertainment のスタジオ施設の中で最も小さいスタジオの広さ（500坪）にも及ばないのが現状であり、病院・警察署などの常設スタジオやワンストップ制作を可能にする規模感含め、海外誘致にも対応した最新の設備を備えた大規模スタジオを作るのは急務であると考え。バーチャルプロダクションを使用した撮影は、現状では利用できる映画・ドラマ作品は限られるかもしれないが、使用実績を重ねて経験を積んでいくことが大事である。なお、韓国で活躍するプロダクションデザインのスタッフにヒアリングした際には、「現在東宝スタジオで日韓合作ドラマに携わっているのだが、スタジオの広さも問題であるが電源設備も韓国と比較すると貧弱であり、思い描くようなセットデザインができない」という指摘もあった。こうしたポイントも更なる調査をし、スタジオ設備を作る際には参考にした方が良いと考える。

また、立地面でも韓国の撮影スタジオには見習うべきところが多くあった。我々が韓国現地で見学した二つのスタジオは、どちらも首都ソウルの中心地や、金浦空港・仁川空港から車で1時間程度で移動することができ、かつスタジオの周囲には飲食店やホテルエリア等も充実していた。またスケジュールの都合で現地視察はできなかったが、オンラインインタビュー等から、テジョンにある韓国コンテンツ振興院が運営する「スタジオキューブ」も、設備や周辺環境が整っているというスタジオを利用した制作者からの声があった。見逃されがちな点ではあるが、利用するキャスト、スタッフにとって周辺環境も非常に重要なポイントであり、この点も考慮に入れるべきであると考え。

(2) 様々な段階・方式での金銭的な支援

韓国の特に映画産業においては、プリプロダクション、プロダクション、ポストプロダクションの各段階で、開発支援金として政府からの金銭的支援策があり、劇場公開後も興行成績に比例したインセンティブ・同制作スタジオでの次企画への開発支援策があることがわかり、多くの制作者がその支援策を利用していることがわかった（ヒアリングでは95%の韓国の映画作品がなんらかの政府の金銭的支援を利用しているという話もあった）。こうした支援によって、韓国では独立系制作プロダクションが失敗を恐れずに大胆な企画に挑戦することができたり、場合によっては収益の見込みが薄くても、社会的、あるいは芸術的に価値がある題材の作品の制作に取り組むことができたりすることも明らかになった。

日本でも映画産業に対してはすでに文化庁等の支援があるが、それをもっと拡大・伸張させたり、プロダクションの各段階に細分化させたりする必要や、後述するがIPビジネスが成立していない現在では、映画以外の連続ドラマなどの実写コンテンツにも金銭的支援策を行っていくことは有効だと考える。

(3) 人材の育成

韓国では映画『パラサイト』のアカデミー賞をはじめとする数々の国際映画賞受賞や、連続ドラマ『イカゲーム』の世界的大ヒットとエミー賞受賞など、映像分野での大きな成功体験が国民に共有されていることもあり、映像業界で働くことが一種の「コリアン・ドリーム」の入り口になっており、実際就職市場での人気も高いようである。

日韓合作を手がけたプロデューサーのヒアリングでは、日本の映像業界の人材の少なさや質の低さに対する指摘があった。また現在日韓合作の撮影現場で働くプロダクションデザイナーのヒアリングでは、日本の演出・美術・技術スタッフがデジタルデバイスを使いこなせていないことに対する苦言もあった。韓国の制作者へのヒアリング全体を通して、全体の半数以上が高等教育で「映像制作」を学んでおり、アメリカへの留学歴がある制作者も複数いた。日本では残念ながらそのような経歴を持った制作者は少なく、そもそも映像や脚本の制作、演技などを学べる高等教育の場は限られている。こうしたことから、就職前にも後にも全体として「学びの場」があまりにも少ないこと、また労働時間や収入面から、学ぶ余裕がないという問題もあることがわかる。

そのため、長期的視野からは「映像制作についてのあらゆることが学べる高等教育の場」を作ることが必要だと考えるし、短期的視野からは「海外の学校への留学支援」を積極的にしていくべきだと考える。

(4) 実写映像業界の構造改革、労働環境の整備

映画、映画以外の実写映像コンテンツとともに韓国では独立系制作プロダクションが数多くあり、映像制作の際には実際にそうしたプロダクションがクリエイティブの主導権を握り、かつ IP を保有して世界各国に番組販売やリメイク権の販売などをし、利益を得ていることがわかった。しかしながら日本では、制作プロダクションは大手映画会社や大手テレビ局の下請け制作会社にしかっていないのが現状であり、IP を保有するケースもほとんど存在しない。そういった状況では、制作プロダクションも「いかに制作費を抑えて自社の利益を確保するか」という思考になってしまうのは当然であり、必然的に作品のクオリティは下がってしまうことになる。また、少しでも多くの利益を出すためにできるだけ少ない日数（＝1日の撮影時間は長時間となる）で撮影をすることを目指すため、また後述する連続ドラマの粗製濫造問題もあり、撮影スタッフ、特にフリーのスタッフに関しては業務委託となり労働基準法の適応外になるため労働時間が長時間になり休日もほとんどないような状況で撮影をしている人が非常に多い。映画業界では2023年に撮影時間のガイドラインが発表されたが、あくまでガイドライン止まりであり、制作費が少ない作品ほど労働環境が劣悪になっていく状況である。撮影スタッフやキャストの労働環境の整備も急務であると考ええる。

韓国のように独立系プロダクションを重点的に支援し、各社が IP を持ち得るような指導を行なっていくことも一つの方策としてはあると思うが、人材の育成が進んでいない中、そうした施策が必ずしも日本において効果的とはいえず、そのような方向に転換していく土壌を醸成しつつ、大手映画制作会社や大手テレビ局が制作する作品を、海外市場で通用するクオリティにしていくための取組も必要である。現在、特にテレビ局においては二次利用での収益化の可能性への期待から多くの連続ドラマが制作されており、全てのリソースが不足している状況が常態化している。こうした状況からの脱却も今後の映像業界の展望を見据える上で急務であると考ええる。