

業界の現状及びアクションプラン（案）について

【映画・映像】

（事務局資料②）

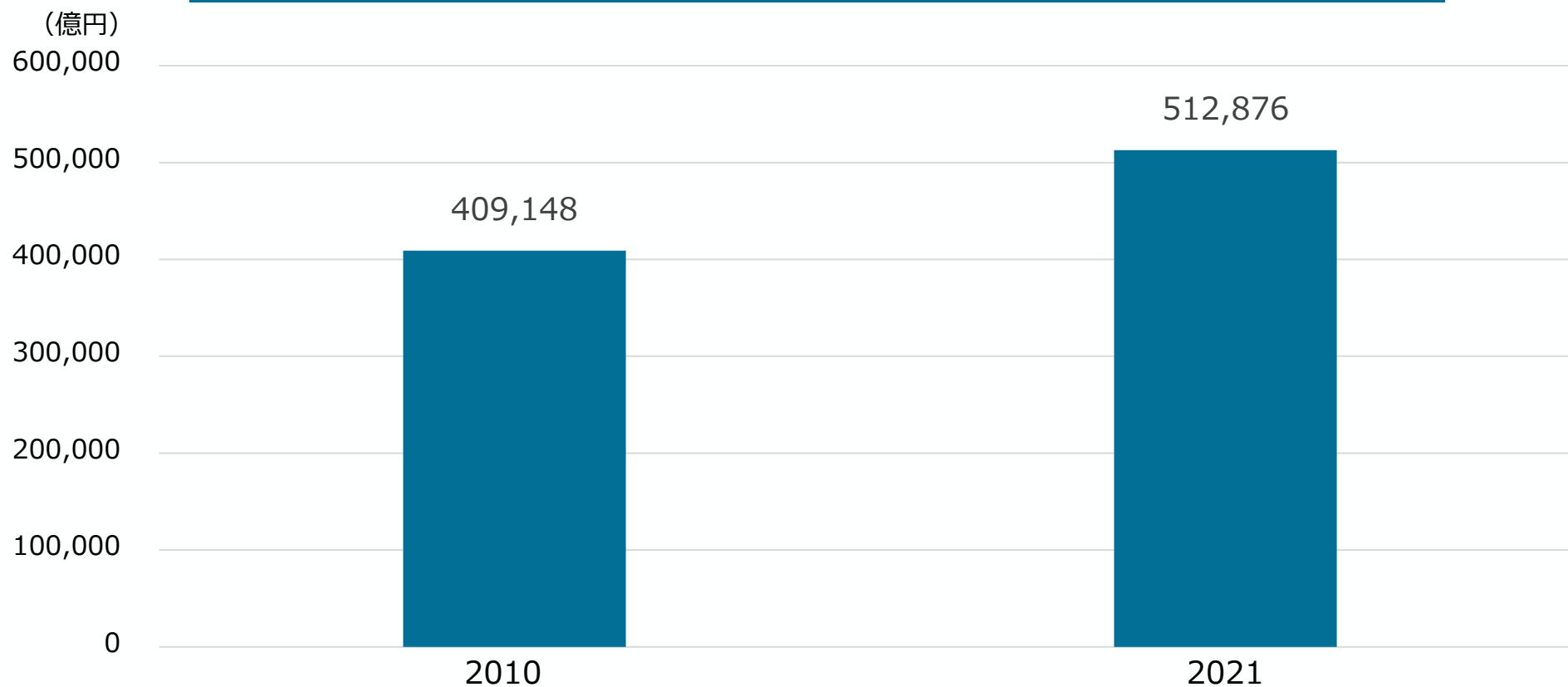
2025年1月30日

I . 業界の現状について

世界の映画・映像全体の市場規模

- 世界の実写映画・映像市場規模は、2010年の約40兆9,000億円から2021年時点で約51兆2,900億円(約1.25倍)に拡大

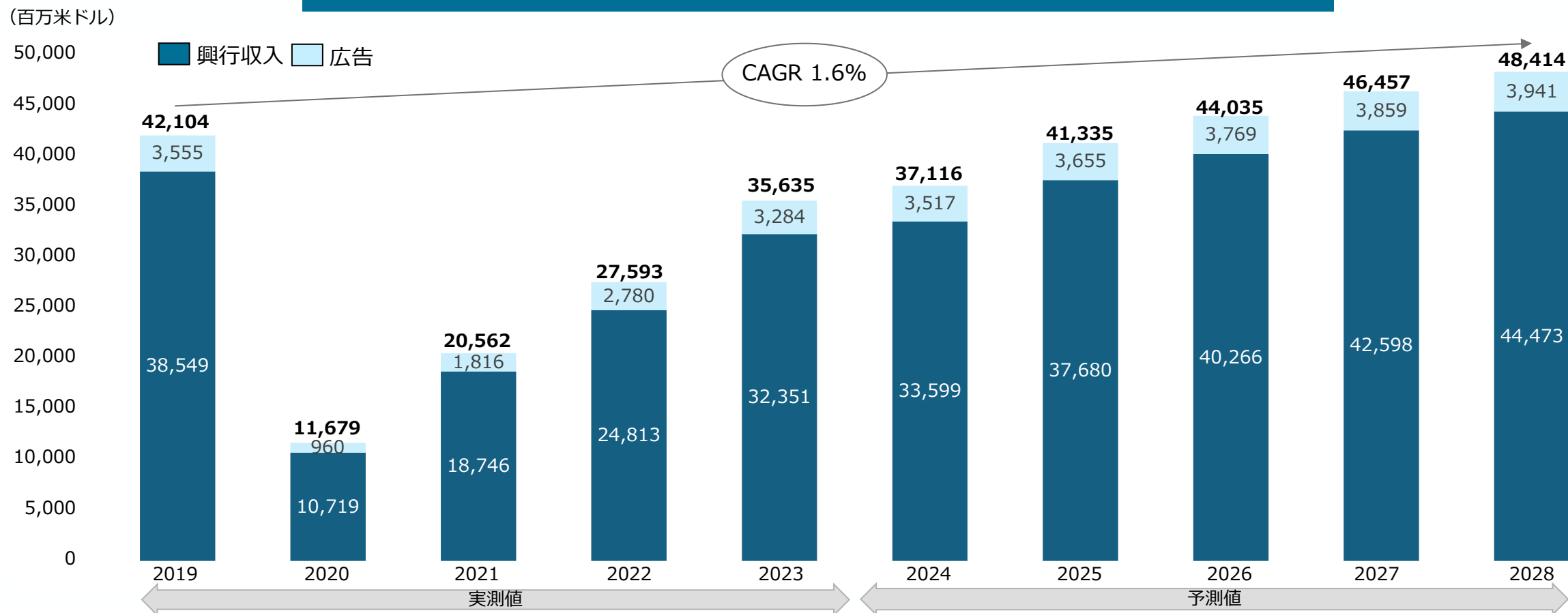
アニメを除く世界の映画・映像市場規模（2010・2021）



世界の映画市場規模

- 世界の映画市場は、2019年から2028年まで、新型コロナウイルスの影響を受けつつも、年平均1.6%で成長し、2028年時点で、48,414百万米ドルに達する見込み

世界の映画市場規模の推移（2019-2028）

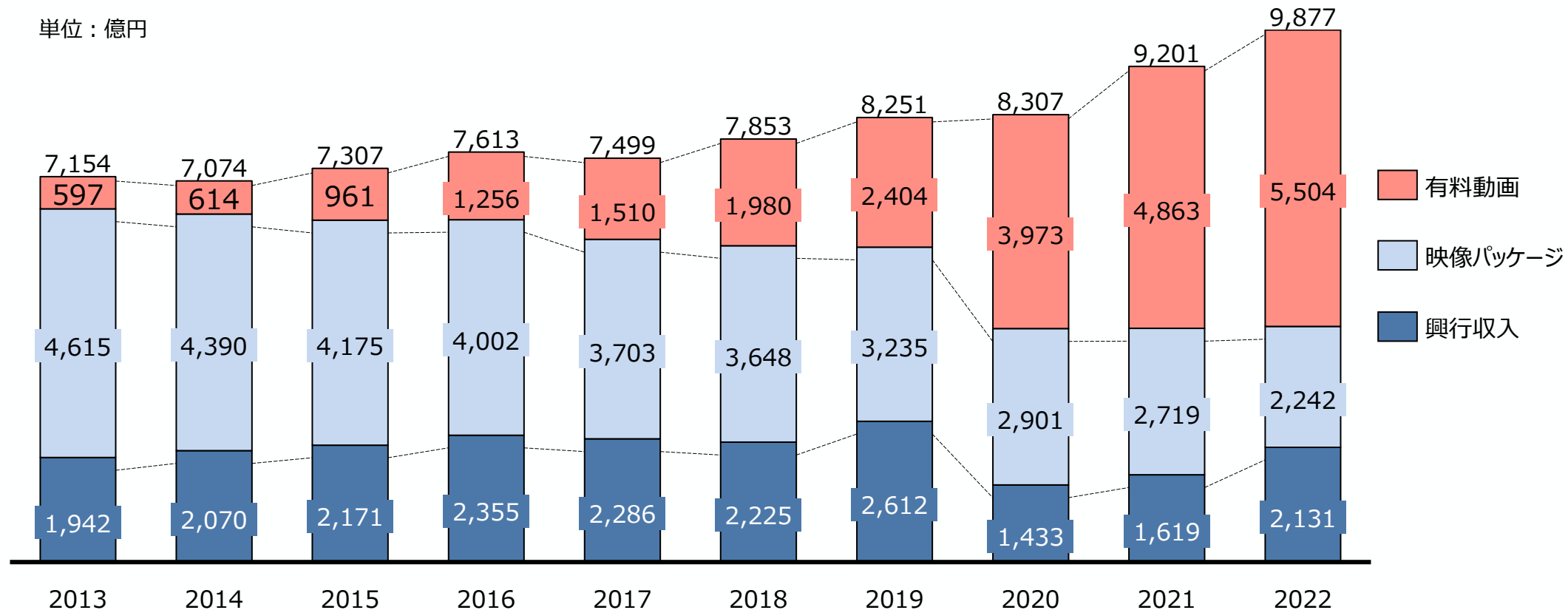


映画・映像視聴手段の動向

- 映画・映像の視聴媒体は、ビデオソフトなどの映像パッケージが減少し、動画配信プラットフォームによる視聴が約10年間で10倍近く増加

有料動画、映像パッケージの市場規模と映画の興行収入の推移（日本）

単位：億円

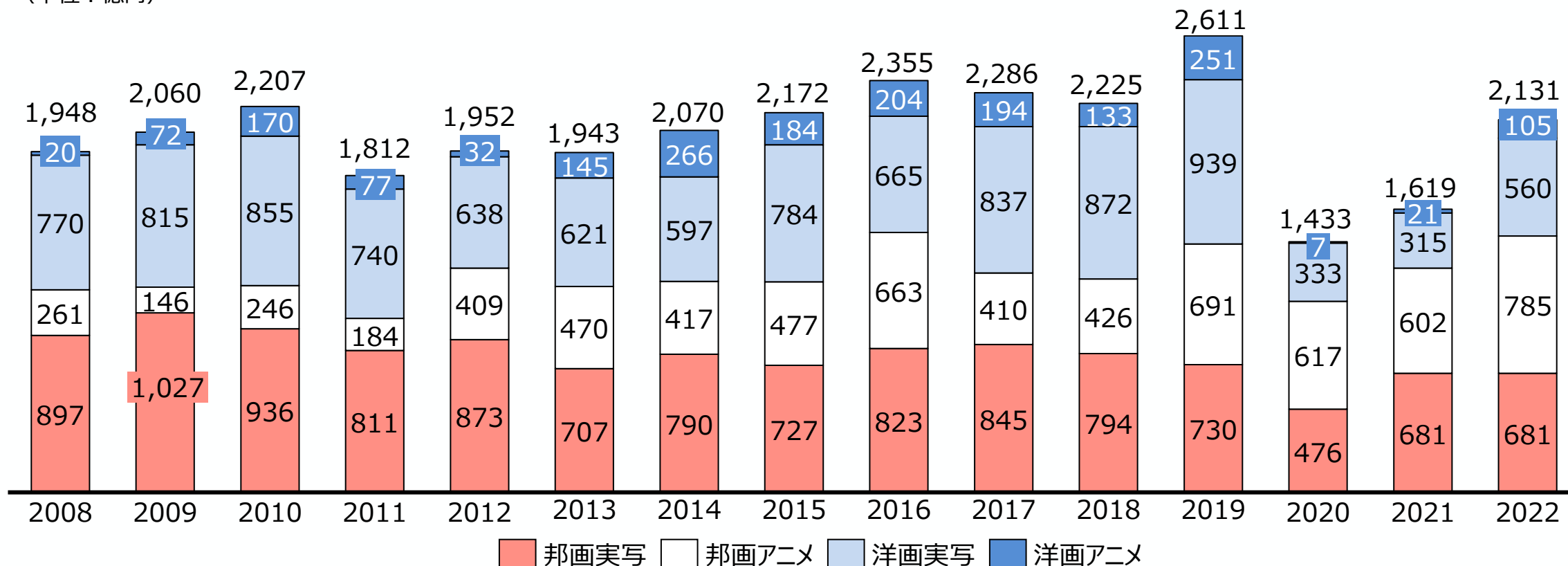


日本の映画市場規模

- 2022年の国内映画興行収入2,131億円のうち、邦画実写は681億円
- 邦画実写は2010年代に800億円前後で推移していたが、2018年以降はそれ以前の水準より少ない傾向にある

日本国内の映画興行収入

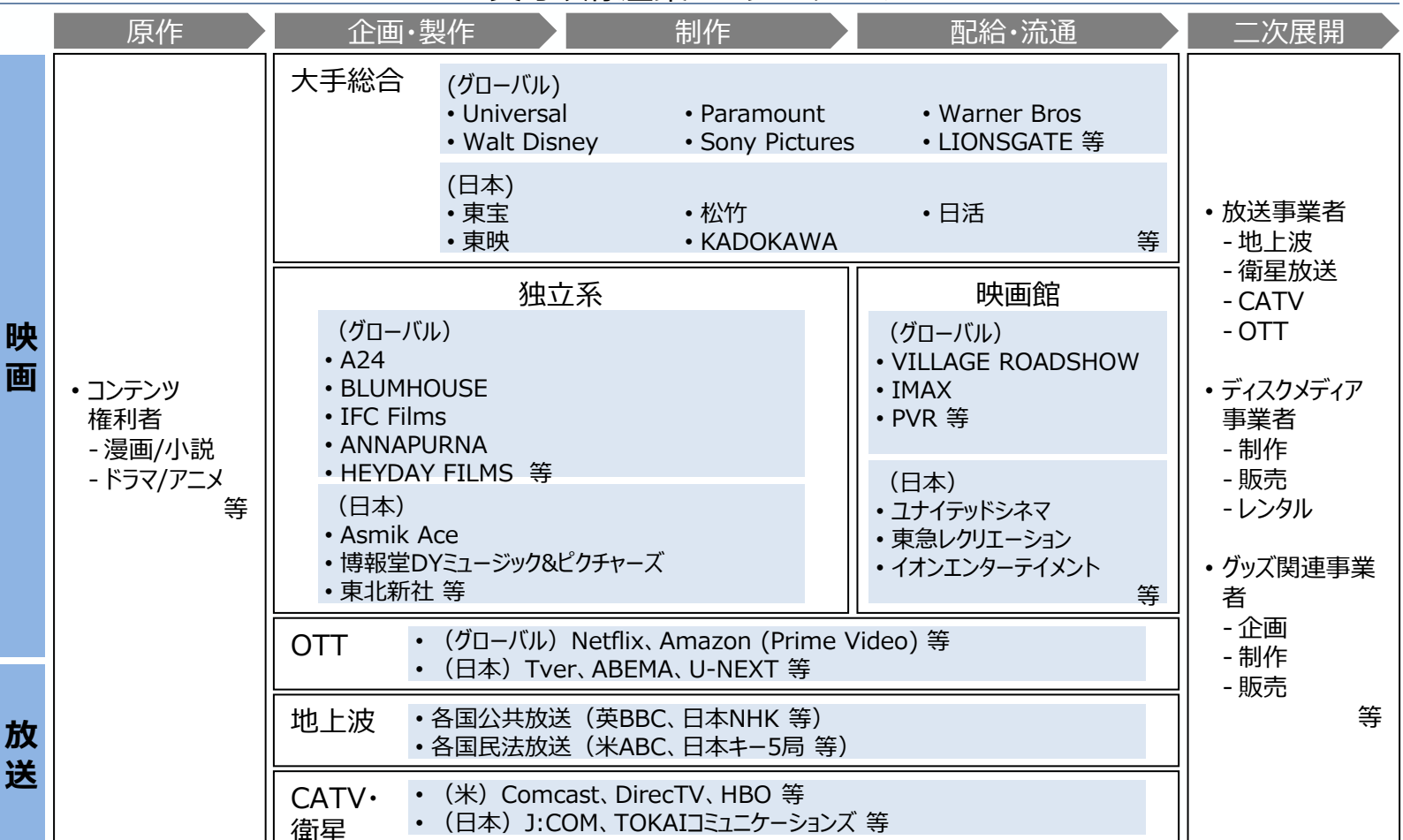
(単位：億円)



映画・映像産業のバリューチェーン

- 映画・映像産業は映画業界と放送業界に大別され、映画業界は企画から配給までを手掛ける大手総合系と、テーマ等に拘ったインディー作品を手掛ける独立系とが存在。放送業界は地上波やCATVが企画から配信までを担当
- 近年では映画・放送業界ともにグローバルユーザ数と資金力を背景にしたOTT事業者の進出がみられる

実写映像産業のバリューチェーン



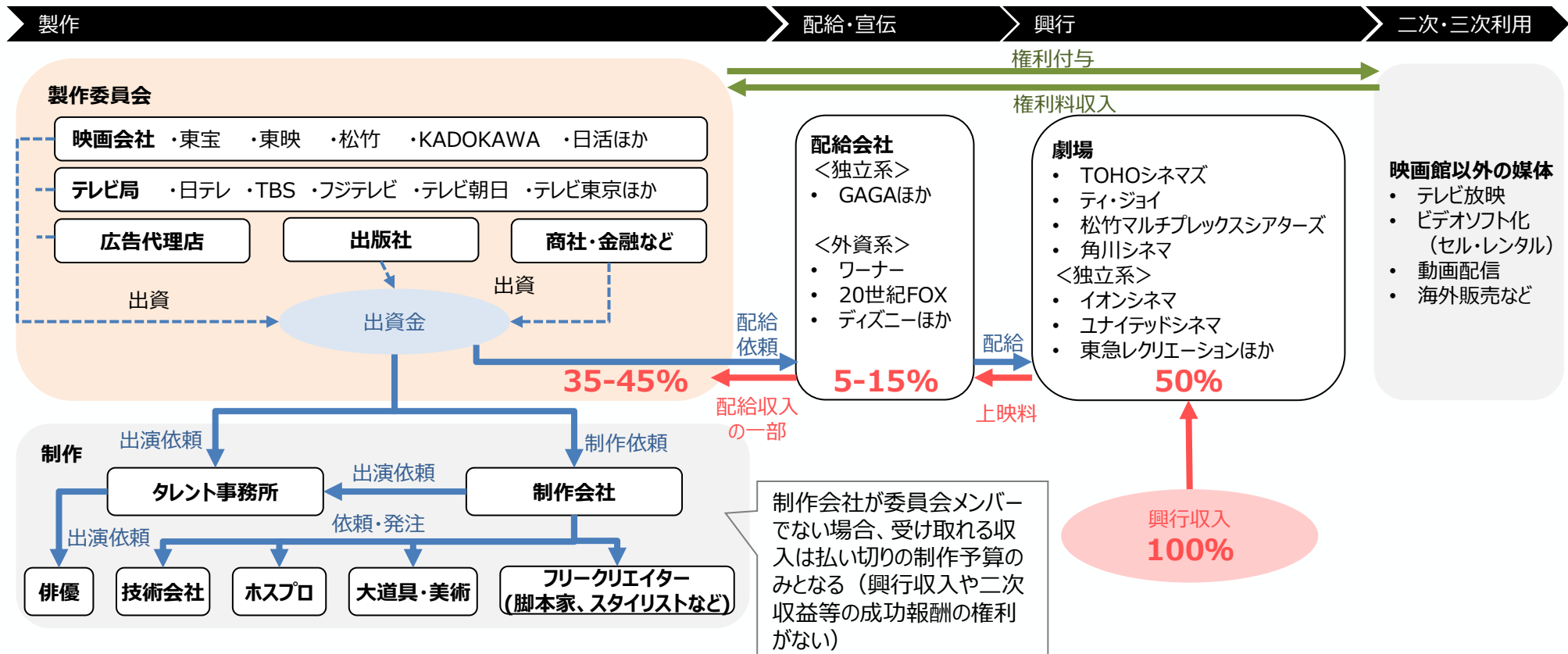
バリューチェーンの特徴

- 実写映像産業は原作をもとに、企画・製作、制作、配給・流通、二次消費に分かれる
- 映画業界は企画から配給までを手掛けて収益安定化を図る大手と、インディー作品で勝負する独立系が存在
 - 米系のUniversal、Walt Disney、Paramount、Sony Pictures、Warner Brosの「ビッグ・ファイブ」が有名
 - 日本では主要3社（東宝、東映、松竹）が圧倒的なシェアを保有
 - 独立系映画会社は、低予算・小規模スタッフながらテーマや登場人物描写に重点を置いた作品で訴求
- 放送業界は地上波やケーブルテレビ、衛星放送などの各放送局が、番組企画から制作、配信までを担当
- 近年では、映画・放送とともにOTT企業が自社配信サービス向けに予算を投じて、限定コンテンツを製作するケースも登場

国内映画業界の構造

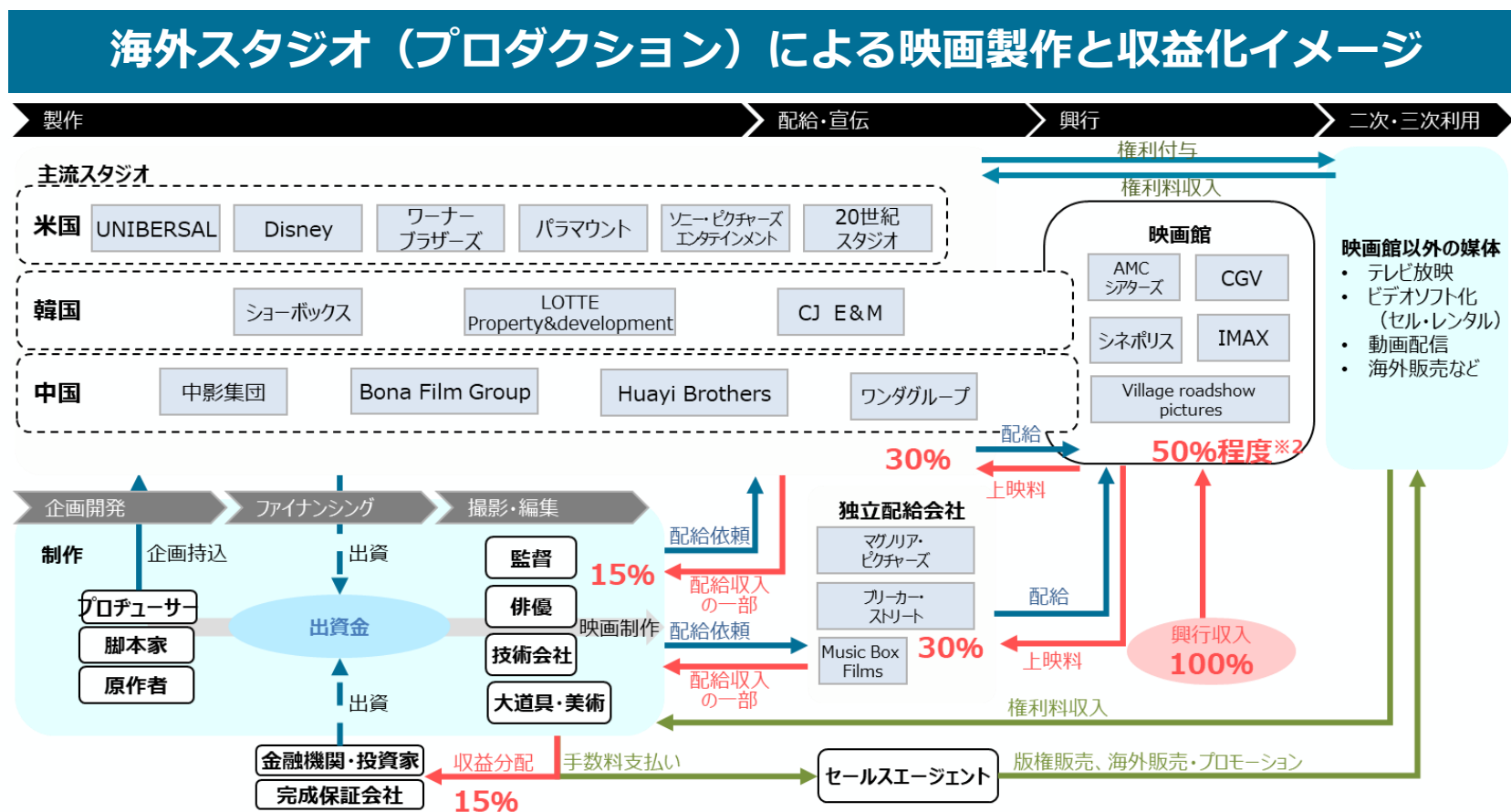
- 日本国内での映画製作は、配給会社やテレビ局など複数企業が出資して制作費を拠出する製作委員会方式が一般的。興行収入が振るわなかった場合のリスク分散というメリットがあるものの、関係者が多いため、柔軟な企画や制作が難しいというデメリットもある
- 興行収入を100とした場合の50%を劇場、5-15%を配給会社、35-45%を製作者に配分することが一般的

製作委員会方式による資金調達と収益化イメージ



海外映画業界の構造

- 海外では、製作から配給までは主要企業グループによって垂直統合されているケースが多く、その取得分は興行収入の30%とみられる（二次収入を除く）



※1 収益分配の比率はStephenfollows.comのイギリス・アメリカ業界者を対象としたアンケート調査によるため、国やビジネスケースによって異なる可能性あり

※2 ヒット確立の高い映画は配給側の力が強い場合、映画館側の配分が減る場合もある。他にも、ロングラン上映の場合は上映期間の後半ほど映画館側の配分を多くするというケースもあり

出典：みずほ総研『コンテンツ産業の展望2022』、SPEEDA業界レポート、Stephenfollows.comの業界者アンケート調査より作成（経済産業省『令和4年度補正海外需要拡大事業 国際競争力強化に向けた文化創造産業戦略に関する調査研究事業 調査報告書』より）

国内外の作品の製作費

- 米国などによる海外映画作品の制作費は邦画の一般的な製作費の数倍～十倍以上の規模が基準となっている

日米の製作費規模の違い

	日本	米国
平均的な製作費	邦画作品の平均製作費は、直接制作費が約3～4億円、その他プリント・宣伝・配給経費などの間接費が約3億円といわれる	- ハリウッドにおける製作費の平均は1本あたり40億円 大作になると100億円以上も珍しくないとされる
“大型”作品例	『男たちの大和/YAMATO』（2005） …25億円 『20世紀少年』3部作（2008～2009） …全制作費で60億円（推定）	公開当時の史上最高額とされる『パイレーツ・オブ・カリビアン/生命の泉』（2011） …4億1000万ドル

海外における映画の製作費事例

タイトル	国	現時点興収 ()内はリリース後の日数	推定製作費
ライオン・キング：ムファサ	米・カナダ	6億ドル (35日)	2億ドル
One of Them Days	米	1600万ドル (7日)	1400万ドル
Wolf Man	米	1800万ドル (7日)	2500万ドル
ソニック×シャドウ TOKYO MISSION	米・日	4億2300万 ドル (28日)	1億2200万 ドル
Den of Thieves: Pantera	米・カナダ ・スペイン	3500万ドル (14日)	4000万ドル

多様な資金調達方法の例

- 米国においては、映画製作資金の調達において、金融機関や投資家など、直接の製作関係者以外の資金を呼び込む様々な手法が存在している

米ハリウッドにおける資金調達方法の例

- 米ハリウッドにおける映画製作では、権利販売・融資・出資など、多様なファイナンス方法が存在

各種権利の 事前販売

- 制作前に各国でのオールライツ（配給、DVD化など）を販売。総制作費の70%程度の調達が可能となる場合も
- 各国への権利販売額は、総制作費に対する料率で設定されている

配給契約を 担保とした融資

- 権利販売や配給契約を行っても、作品完成まで資金が支払われない場合が存在
- その場合、**販売や配給契約を担保に金融機関から融資を受ける仕組みが存在**

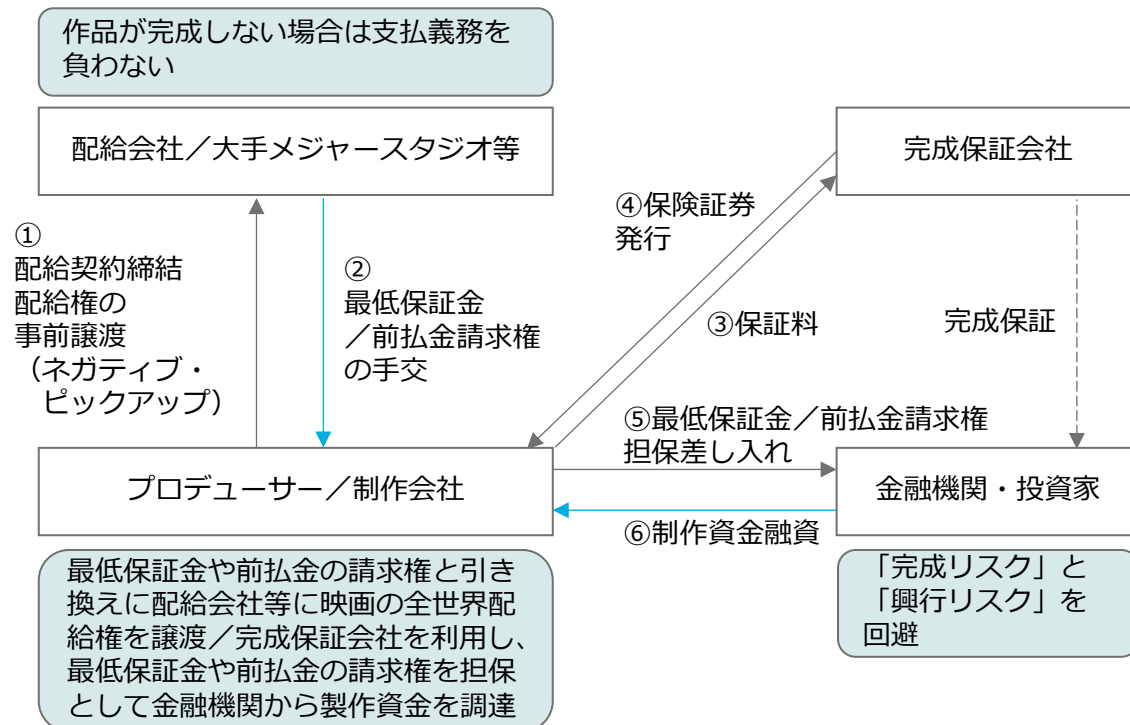
SPCへの 直接出資

- 通常、映画制作は、映画ごとに設立されるSPC（特定目的会社）で実施
- SPCの株式を販売し、投資を募ることが可能
- 特に巨額の資金が必要な場合は、「**映画投資専門の金融機関**」に出資を依頼。専門のアナリストが脚本を分析し、出資額を算出

出典：経済産業省委託調査「メディア・コンテンツ分野における戦略構築及び他産業への波及効果調査」（平成29年3月映画の振興施策に関するタスクフォース 知的財産戦略本部 『「映画の振興施策に関する検討会議」報告書 ～我が国映画の更なる発展に向けて～』より）

米国の主要手法例ーネガティブ・ピックアップ方式

- プロデューサーを起点に映画製作を進めるハリウッドでメジャーなネガティブ・ピックアップ方式では、完成保証会社や前払金の担保といった仕組みにより、金融機関の融資などを活用することが可能となっている



出典：みずほ銀行『コンテンツ産業の展望2022』

日本の実写映画の海外公開作品と興行収入

- 日本の実写映画産業は『おくりびと』『万引き家族』『偶然と想像』のように主要な国際映画祭の受賞作品を輩出しており、近年では『ゴジラ-1.0』が国内を上回る海外興行収入を獲得している

国際映画祭で受賞した日本の実写映画 (2000年以降) ※1

受賞名	作品名	受賞年	全世界興行収入 (国内含む、百万ドル)
米アカデミー	外国語映画賞	おくりびと	2009 74.2
カンヌ国際映画祭	脚本賞	怪物	2023 19.8
	脚本賞	ドライブ・マイ・カー	2021 15.4
	パルム・ドール (最高賞)	万引き家族	2018 68.0
	審査員賞	そして父になる	2013 37.2
	グランプリ 審査員特別賞	殭の森	2007 0.6
ベルリン国際映画祭	審査員グランプリ	偶然と想像	2021 1.5
	新人監督賞	独立少年合唱団	2000 N/A

海外配給されている主な日本の実写映画 (2018～2023年)

日本公開年	作品名	全世界興行収入 (国内含む、百万ドル)
2023	ゴジラ-1.0	100 (うち海外が約60%)
2022	シン・ウルトラマン	31.2
2021	ドライブ・マイ・カー	15.3
	マスカレード・ナイト	32.3
2020	スパイの妻 劇場版	2.3
	新解釈・三國志	36.7
	今日から俺は!!劇場版	47.9
2019	キングダム	50.6
	マスカレード・ホテル	40.4
2018	万引き家族	68.0 (うち海外が約30%)
	カメラを止めるな！	27.6

※1アカデミー賞は長編映画対象の作品関連の賞、カンヌはコンペティション部門の作品関連の賞、ベルリンはコンペティション部門の金熊賞、銀熊賞を対象としてカウント

出典：ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2023」（経済産業省『令和4年度補正海外需要拡大事業 国際競争力強化に向けた文化創造産業戦略に関する調査研究事業 調査報告書』より）

日本発IPの海外映画化

- 日本で生まれたIPが、海外製作により映画化され、大きな興行成績をもたらすケースが存在

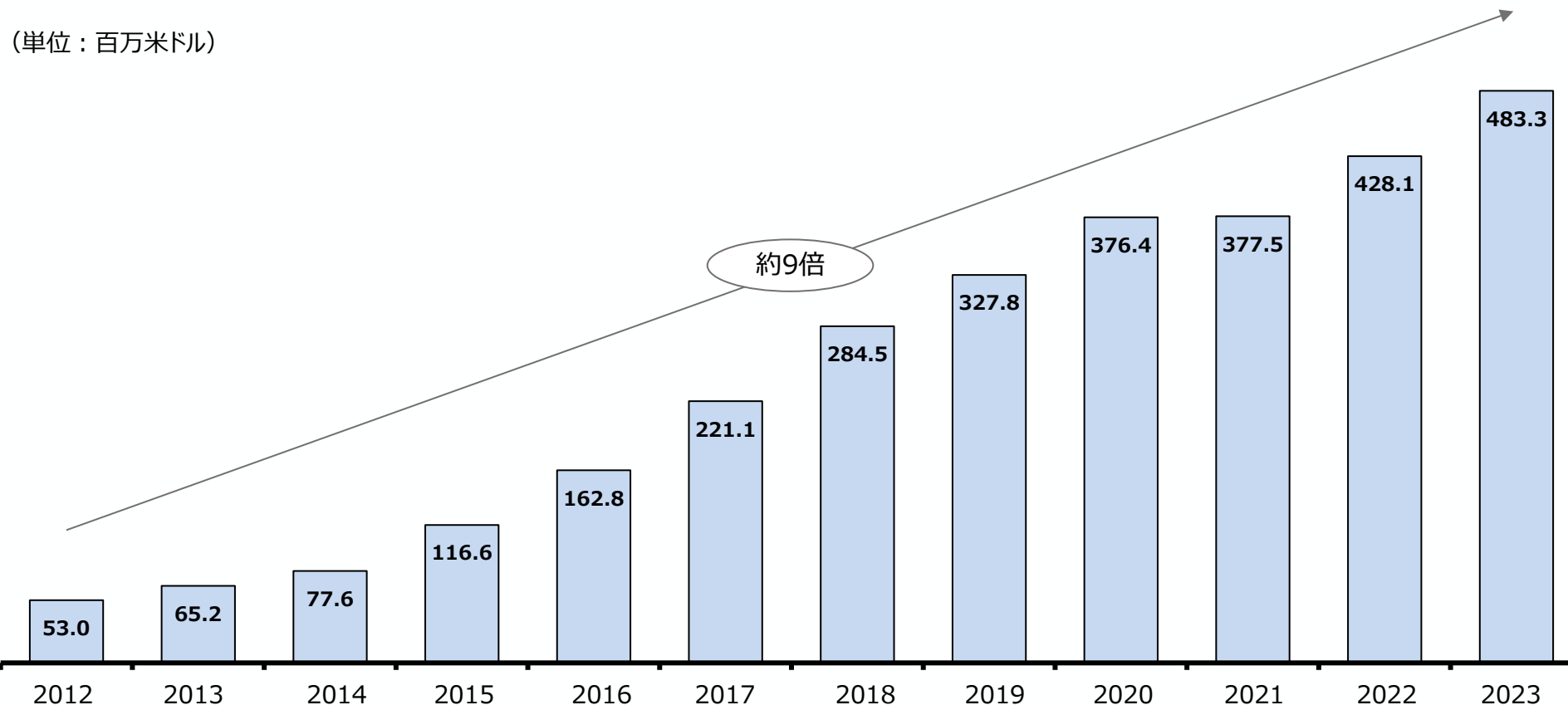
日本発IPを用いた海外製作映画の興行収入（2017～2022年）

製作	元となったIP/作品	IP カテゴリ	邦題 ※()は英語タイトル	配給会社	公開年	全世界の興行 収入(百万ドル)	国内興行収入 (億円)
米国	『ゴジラ』シリーズ	映画	ゴジラvsコング (Godzilla vs. Kong)	Warner Bros.	2021	468.2	19
			ゴジラ キング・オブ・モンスターズ (Godzilla: King of the Monsters)	Warner Bros.	2019	386.6	28.4
	『バイオハザード』シリーズ	ゲーム	バイオハザード: ウェルカム・トゥ・ラクーンシティ (Resident Evil: Welcome to Raccoon City)	Screen Gems	2021	38.6	4.95
			バイオハザード: ザ・ファイナル (Resident Evil: The Final Chapter)	Screen Gems	2017	312.2	42.7
	『ソニック』シリーズ		ソニック・ザ・ムービー／ソニック VS ナックルズ (Sonic The Hedgehog)	Paramount Pictures	2022	403.8	-
			ソニック・ザ・ムービー (Sonic the Hedgehog)	Paramount Pictures	2020	319.7	1.7
	『スーパーマリオブラ ザーズ』シリーズ		ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー (The Super Mario Bros. Movie)	Universal Pictures /Illumination	2023	1,359.80	-
	『ポケットモンスター』シ リーズ		名探偵ピカチュウ (Pokémon Detective Pikachu)	Warner Bros.	2019	433.3	30.1

日本映画の輸出額

- 日本の映画の海外輸出額は、2023年時点で約5億米ドルであり、2012年と比較して約9倍の輸出額である

日本映画の輸出額推移



※日本映画製作者連盟加盟社とそのグループ会社（松竹、東宝、東映、東映アニメーション、KADOKAWA）が、日本映画関連の権利を利用して得た収入の集計額
出典：一般社団法人日本映画製作者連盟「2023年（令和5年）全国映画概況」に基づき作成

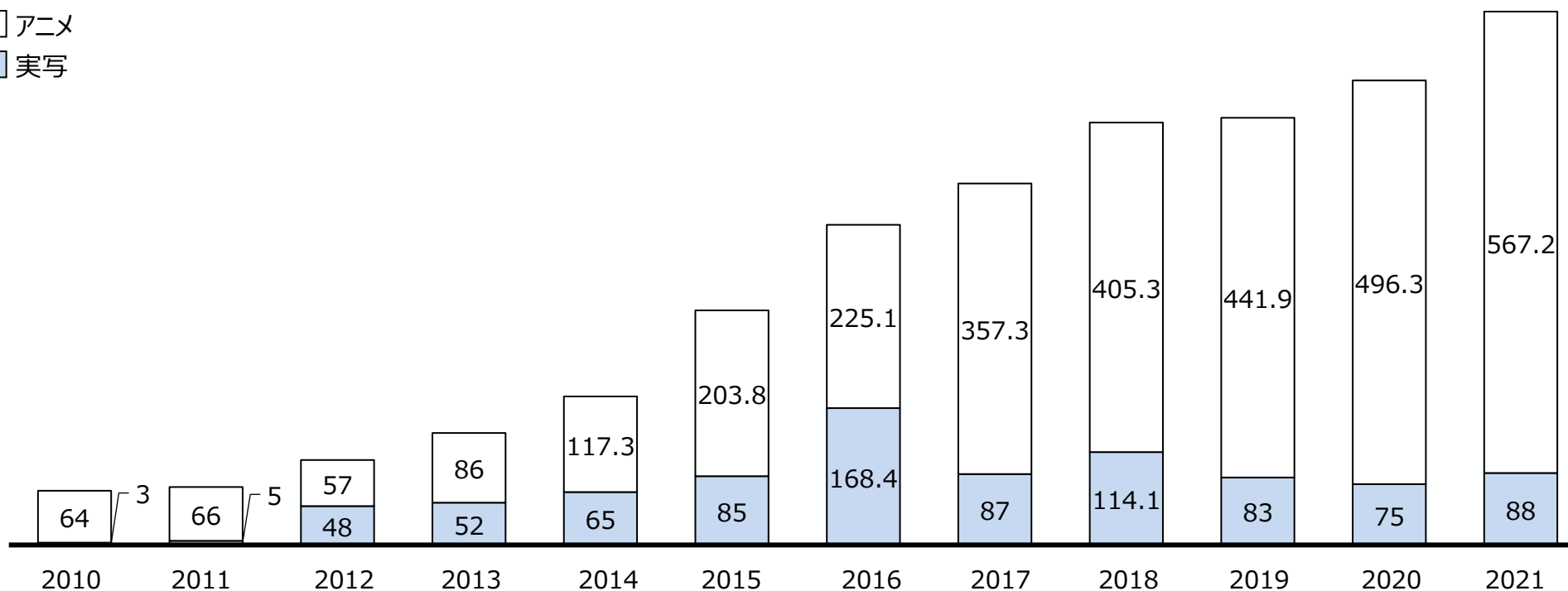
映像コンテンツの輸出額推移（アニメ/実写）

- 日本の放送コンテンツの輸出額に関する調査によれば、輸出額の多くがアニメによるものであり、実写映像コンテンツの輸出額は限られている

日本の放送コンテンツ輸出額推移（アニメ・実写）

（単位：億円）

□ アニメ
■ 実写



国際映画祭の重要性

- ・ 映画作品で国際的な評価を獲得するためには、権威ある国際映画祭にノミネート・受賞することが重要
- ・ 我が国では、映画祭等で情報発信拠点を設置しているものの、十分に発信しきれていない課題もある

評価獲得における国際映画祭の重要性

国際映画祭の位置づけ

- ・ 映画監督等が国際的な評価を獲得するためには、**権威のある国際映画祭（カンヌ・ヴェネツィア・ベルリン国際映画祭）**にてノミネート・受賞することが重要

国際映画祭での評価獲得のポイント

関係者とのネットワーク

- ・ 製作者からの作品出品後、**映画祭ディレクターがノミネート作品を選出**
- ・ ノミネート作品をもとに、審査員による審査・受賞作品を決定するため、**映画祭ディレクターとのネットワークは重要**

多くの国際映画祭への出品

- ・ ノミネート作品決定時には、**監督の知名度**も重要
- ・ **三大国際映画祭以外の国際映画祭にも出品**し、業界内での評判を上げることも重要

国際映画祭での情報発信の重要性（有識者意見）

パビリオン

- ・ カンヌ国際映画祭において、各参加国のパビリオンが設置されている
- ・ **日本映画の情報発信基地となるべき「ジャパンパビリオン」のアピール力が不足**
- ・ **国際的に知名度の高い日本の俳優等が参加している状況でも、パネルディスカッション等を実施せず、大きな注目を集める機会を逸している**

マーケットブース

- ・ 公式上映会場付近にマーケットブースがあり、各国の製作会社・配給会社が出展する
- ・ **マーケットブースがビジネス面では主戦場であるが、ここでも日本ブースは目立っていない**

国際映画祭で、日本映画が情報発信できるよう、予算をつけアピールしていくことは重要

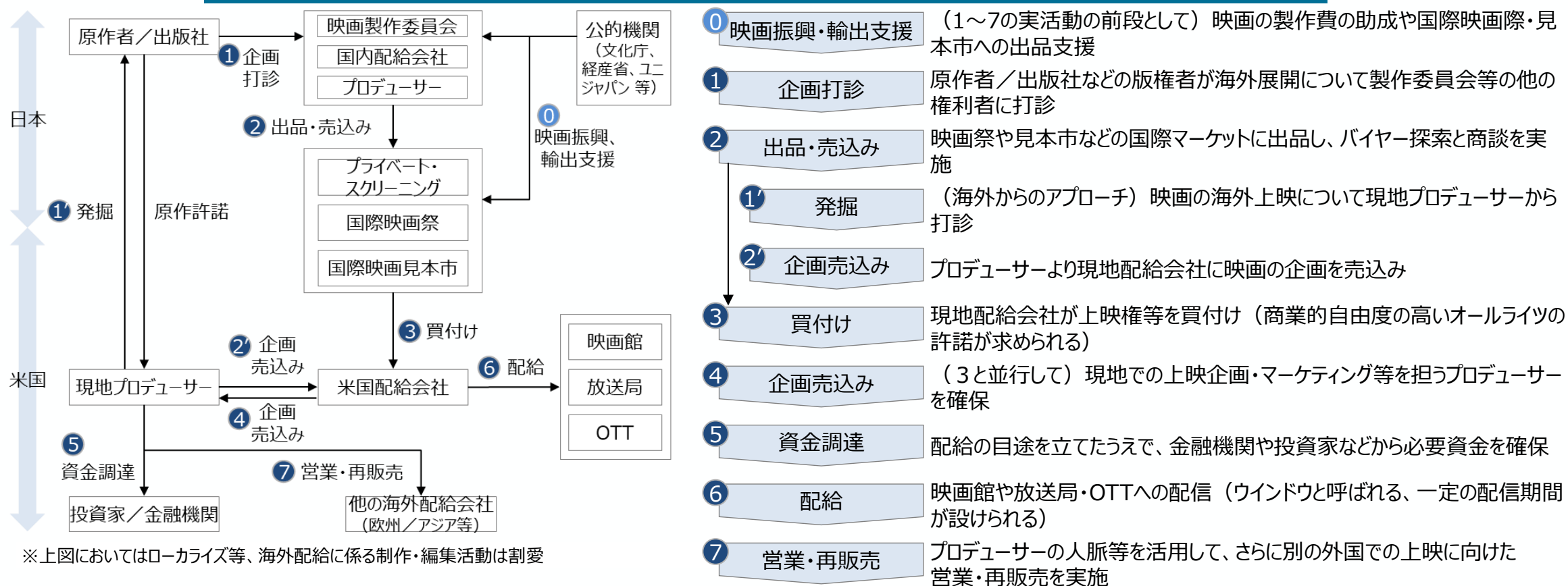


是枝裕和監督（カンヌ国際映画祭パルムドール受賞）ご意見

日本実写映画の海外での配給方法

- 日本映画を海外展開する場合、国際見本市などのマーケットを通じたオープンな買付け、または現地プロデューサーの指名買いなどが考えられる

日本実写映画の海外での配給プロセスの概要



国際共同製作の効果

- 国際共同製作を進める際には、自国の助成金と併せて相手国の助成金制度を活用できるだけでなく、自国以外でのPRが容易となるほか、多様な人材が企画や製作に関わることにより、新たな作品が創出されるメリットがある
- 我が国として一層国際共同製作を推進するため、政府間での協定締結の取り組みもある

国際共同製作のメリット

- 国際共同製作は、日本の監督や俳優等が世界的な評価を獲得するための最短の方法であるという意見もあり、結果的に日本作品のマーケット拡大に繋がる可能性が想定される

企画～流通の各プロセスでのメリット（例）

企画

- 共同製作相手国の補助金/助成金の活用
- 多様な考えに基づく、アイデア創出

制作

- 現地の有名俳優等の起用

流通

- 現地での視聴者数の獲得
- 日本の監督や俳優等の認知度向上

政府間での協定締結

- 国際共同製作は、政府間の協定締結に基づき進められるケースもあり、協定の発効により、様々なメリットを享受できる（日本は中国、イタリアの2か国と協定を締結）

協定締結により期待される効果

交流

- 映画製作団体間の交流
- 映画製作に係る技術交流や人材交流

製作

- 両国間での共同製作の拡大
- 製作に係る円滑な手続きの確保

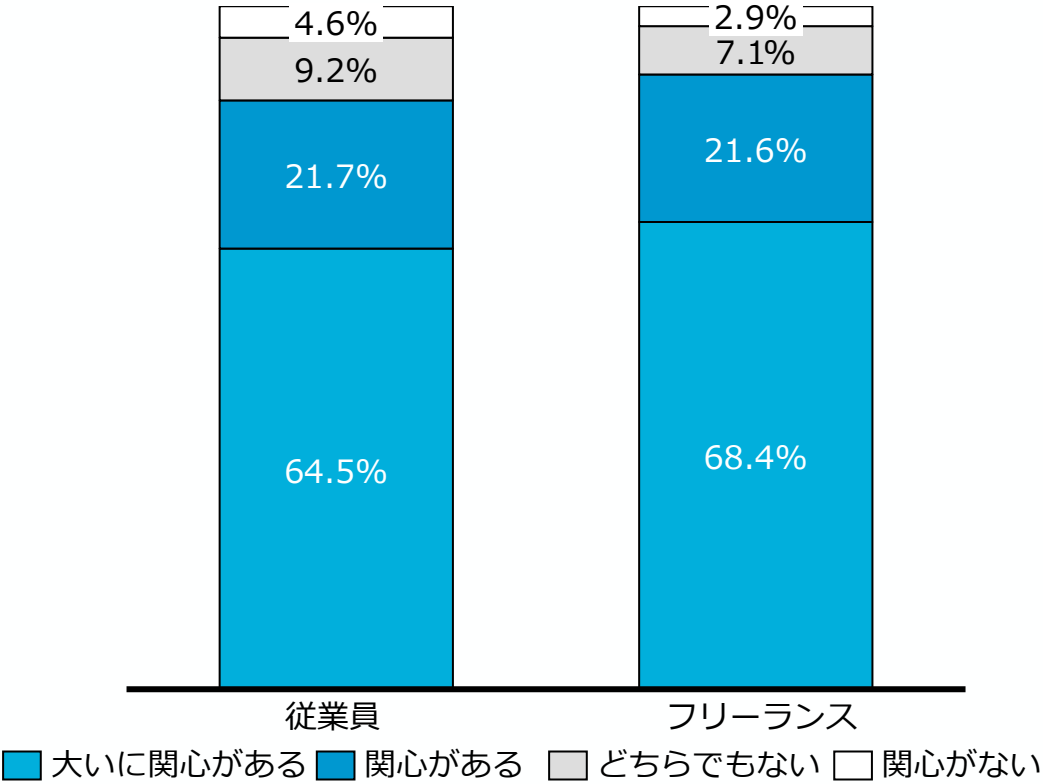
その他

- 海外作品の流通に対して総量制限がある場合、共同製作作品は海外作品の扱いを受けないケースもある
- 国民の相互理解の促進

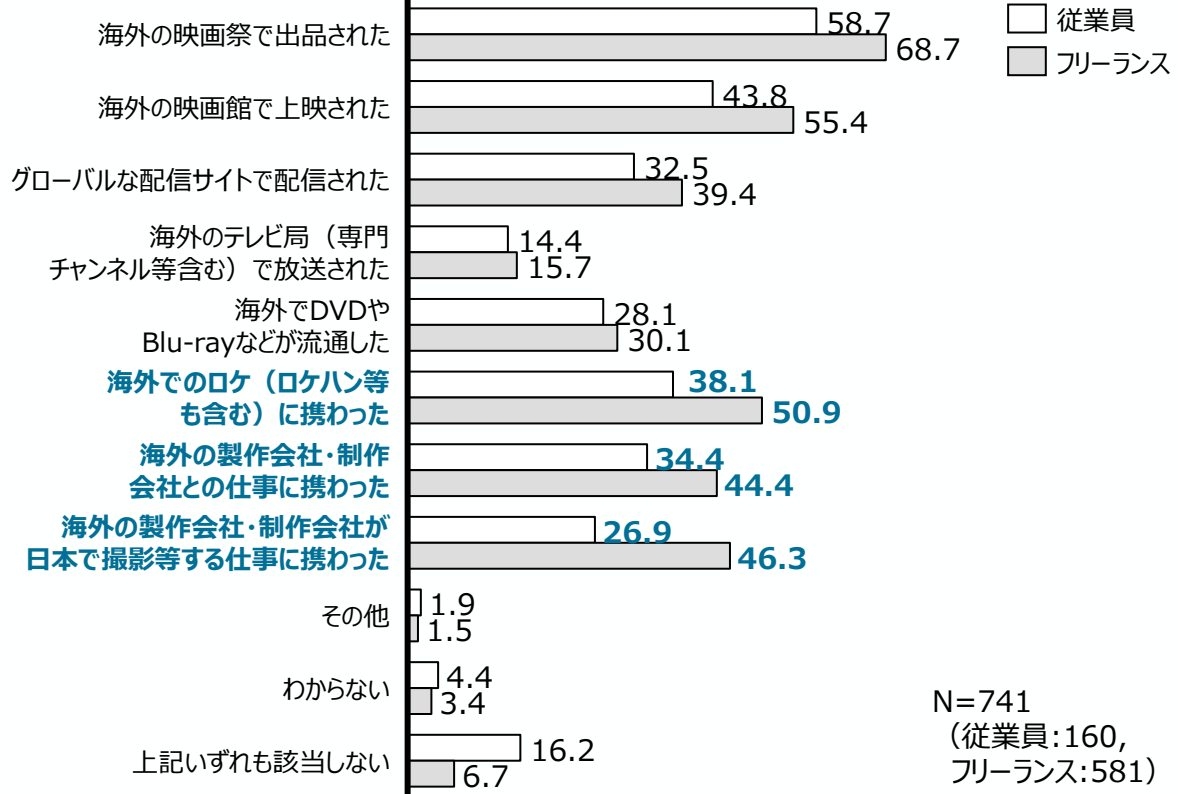
日本の映画業界従事者の海外制作経験

- 海外での映画制作や海外制作会社との協業に関心がある割合は9割近いにも関わらず、実際に海外でのロケや海外の制作会社と携わったことのある割合は3～5割程度に止まっている

海外での映画制作あるいは海外制作会社との協業などへの関心（％）



映画製作スタッフにおける海外関係業務の経験（％、複数回答）



N=741
（従業員:160,
フリーランス:581）

映画・放送人材の育成

- アメリカのAFI、イギリスのNFTS、韓国のKAFAなど、国立教育機関で映画・放送に携わる人材育成が公的支援の下でなされている

各国の映画教育機関の例

	日本		米国	英国	韓国
	日本大学 藝術学部 映画学科	日本映画大学	American Film Institute Conservatory	National Film and Television School (NFTS)	Korean Academy of Film Arts (KAFA)
運営母体	学校法人 日本大学 (政府支援なし)	学校法人 神奈川映像学園 (政府支援なし)	米国映画機構 (連邦政府・ 州の補助金・寄付等も資金源)	文化省 (DCMS)	韓国映画振興委員会 (KOFIC)
設立年	1929年	1975年	1967年	1971年 (創設)	1984年 (創設)
修了期間	学部4年制、修士2年制	4年制	2年制	2年制	1年制
コース	映像表現・理論 監督 撮影・録 音 演技	演出 身体表現・俳優 ドキュメン タリー 撮影証明 録音 編集 脚本 文芸 マネジメント VFX	Cinematography Directing Editing Producing Production Design Screenwriting	Cinematography Composing for Film and TV Creative Business等30コース以上	演出 撮影 アニメーション プロ デュース
学費	年間190万円	年間188万円	年間7.2万ドル(約1,000万円)	年間1.4万ポンド(約270万円)	年間300万ウォン(約30万円)
在学者数	約670名	約430名	約400名	約700名	40名 (入学者数)
学位	学士号、修士号	学士号	修士号	修士号、短期コースは修了証書	なし、修了証書
制作本数	年間 約20本 (短編)	年間 約4-6本 (長・短編)	年間 約175本 (長・短編)	年間 約150本 (長・短編)	年間 約7本程 (長編)
就職率・ 進路	就職率 75.9% (映画学科、2022年)	就職率81% (映画学部、2023年)	直近5年間で317名の卒業生が主 要映画祭に出品	就職率93%、Box office ヒット映画の50%に関与	卒業生800名の内700名は現在 映画産業で活躍
著名な 卒業生	深作欣二(監督)『バトルロワイアル』 宮藤官九郎(脚本家)『あまちゃん』	野木亜紀子(脚本家)『罪の声』林民夫 (脚本家)『サザエさん』	エドワード・ズウィック(監督)『ラストサ ムライ』 アリ・モガダス(監督)『ク ィ・ア・アイ』	ニック・パーク(監督)『ひつじのショ ーン』 トビー・ヘインズ(TV監督) 『シャーロック』	ボン・ジュノ(監督)『パラサイト半地下 の家族』 ブ・ソン Chol(プロデュー サー)『相続者たち』

映画の迅速な海外展開

- 海外においては、海賊版による損失を防ぐための世界同時公開など、作品の迅速な世界展開が図られている
- 日本においても、制作時から海外展開を見据え、翻訳や権利処理等へのスムーズな対応が求められる

迅速な海外展開の重要性と課題

世界の潮流	大作の世界同時公開	- 海賊版を防ぐためハリウッド映画などの大作では同時公開がセオリー - ハリウッドの大作では「イベント感」を醸成し興収につなげるため、全世界同時刻公開も
	配信同時公開	近年では、映画館と配信プラットフォームとの同時公開を実施する場合もある
海外展開までのタイムラグによるデメリット	海賊版の普及	国内でのコンテンツ展開から間をあけずに、字幕付きの海賊版が出回り、市場を奪われてしまう危険性がある
日本映画の迅速な海外展開に向けた課題	海外展開を見据えた制作体制	国内市場でのヒットに重きが置かれるあまり、海外展開も視野に入れたコンテンツ制作が持続的になされる体制になっていない
	翻訳の必要性	翻訳等の現地化のスピード、そのための費用が重要 - ハリウッドの大規模スタジオは世界各地の支社において実施
	権利処理	製作委員会方式による権利関係の複雑さや、コンテンツ制作時に海外展開まで見込んだ権利処理がなされていないことにより、展開時の権利調整に時間・費用を要する

海外市場における規制事例

- 海外市場の進出においては、各国の法規制への対応が必要となる
- たとえば中国では、外国産コンテンツへの総量規制や、基準の明確化が求められる検閲など、外国企業の対応負荷が高いハードルが設置されている

中国における国外産動画コンテンツの総量規制と検閲

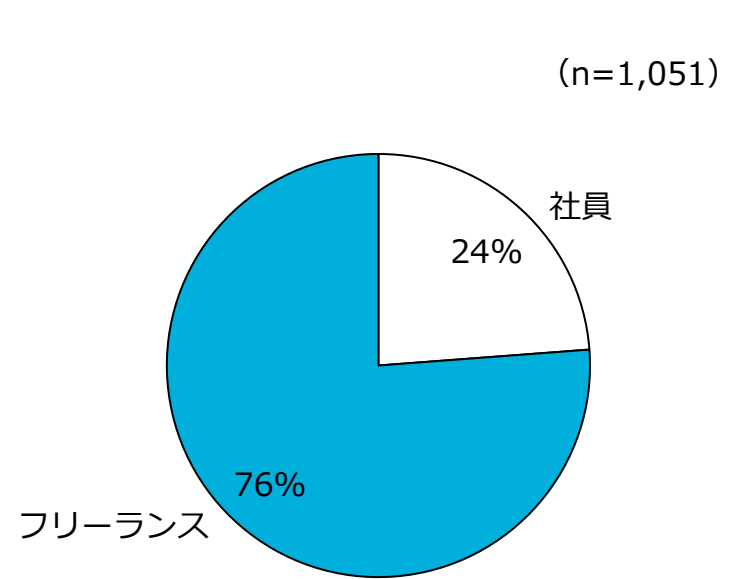
	総量規制	検閲
	国内作品の振興のため、海外産の動画コンテンツには総量や放送時間等に規制が設けられている	- 検閲に合わせた制作スケジュールの負担、基準の不透明性等が問題 - 国産作品は企画段階から検閲に準拠するため、内外で対応負担に差
映画	年間に中国で上映できる海外映画は60-120本程度まで(近年は緩和傾向)	事前の検閲通過が必要 (含まれてはならない内容が10か条に渡り定められている) - 実質的に一社の国指定配給企業が申請を行う
動画配信	動画配信サイトが年間に配信できる外国産映画・映像(ドラマなど)は、当該サイトが昨年度に配信した中国産映画・映像(ドラマ等)の30%未満	「テレビドラマ発行許可証」(ネット配信専用)、「映画上映許可証」、「テレビドラマ発行許可証」、「輸入音像製品批准書類」いずれかの許認可取得が必要 「テレビドラマ発行許可証」以外の許可証の場合は、動画配信に際し、再度検閲を受け、許認可を取得することが必要
放送	- 各チャンネルで毎日放送される外国産映画・ドラマは1日の総時間の25%未満 - 広播電子機関の許可なく、19-22時(ゴールデンタイム)に海外映画・映像(ドラマ等)は放送できない	事前の検閲通過が必要 2012年の「广电总局による海外映画・ドラマの輸入および放送の管理についてさらに強化及び改善に関する通達」を起点に、海外作品に対する規制強化を開始

国内映画産業従事者の雇用状況

- 日本の映画産業の従事者の7割以上がフリーランス（2019年時点）
- 職種別では、社員は「プロデューサー」と「CG/VFX」、フリーランスは「監督」「演出部」「撮影部」が上位

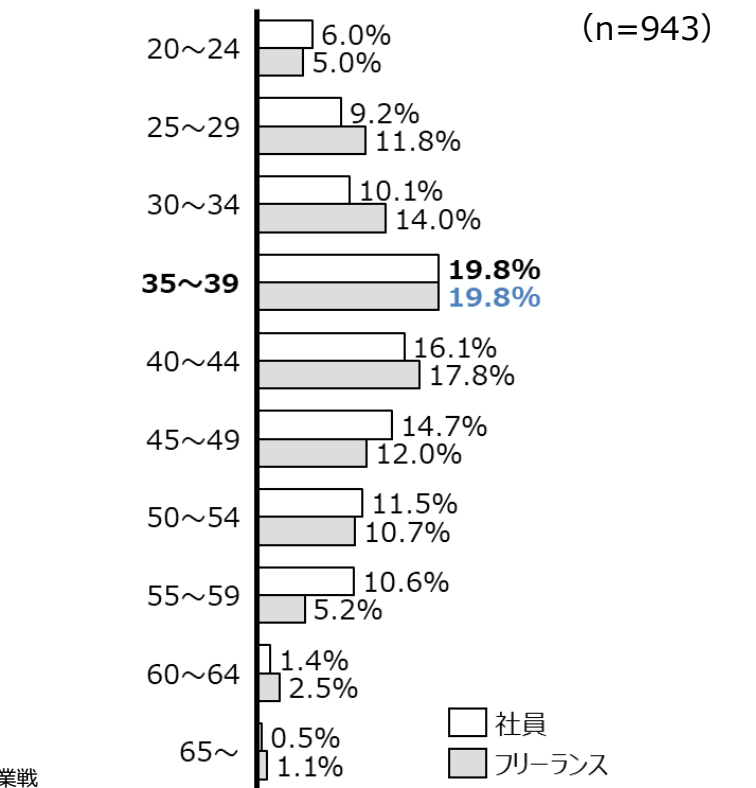
雇用形態

- 映画産業従事者の7割は、雇用の保障されていないフリーランス



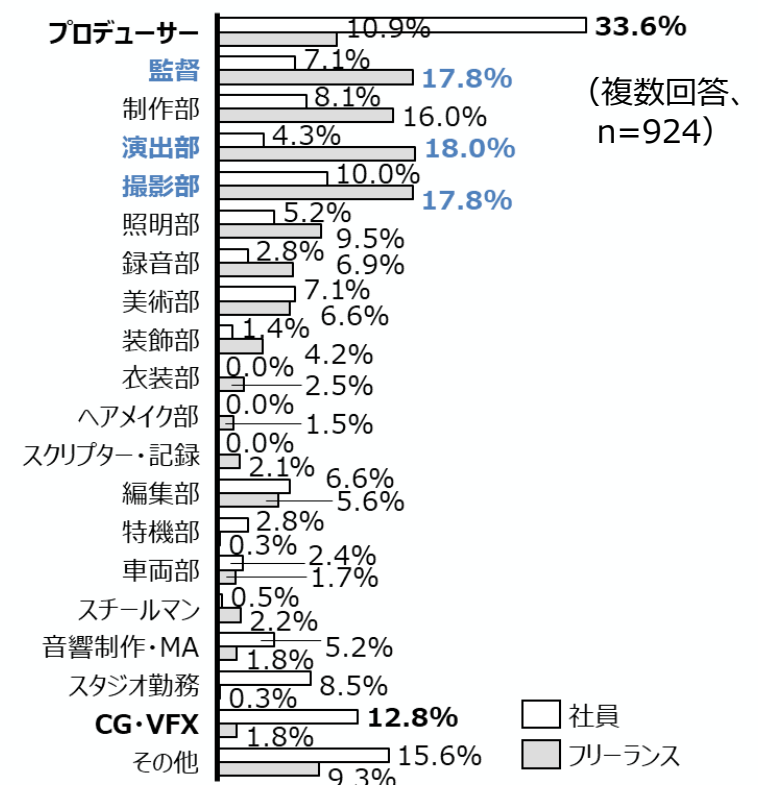
年齢分布

- 社員・フリーランスともに30代後半をピークとした正規分布に近似



職種分布

- 社員は「プロデューサー」と「CG/VFX」、フリーランスは「演出部」「演出部」「撮影部」が上位

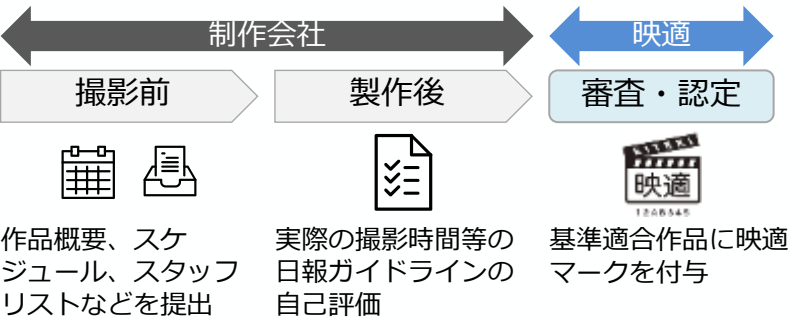
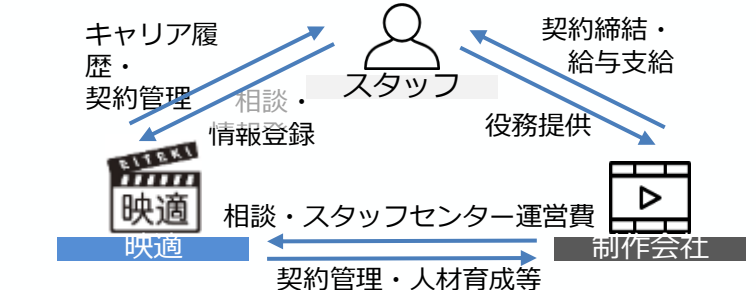


出典：映画産業の制作現場に関するアンケート調査（令和元年11月22日）
（経済産業省『令和4年度補正海外需要拡大事業 国際競争力強化に向けた文化創造産業戦略に関する調査研究事業 調査報告書』より）

映画産業の労働環境改善に向けた取組

- 映画産業の労働環境・契約管理などの課題を受け、映画業界の企業・団体が自主的な改善組織として映画製作適正化機構（映適）を設立。映適ガイドライン遵守や公正な取引に基づいて制作された映画を認定している

日本映画制作適正化機構（映適）の概要

組織名称	一般社団法人 日本映画制作適正化機構（映適）	審査機能（作品認定制度）	スタッフセンター機能
設立年	■ 2022年6月		
会員	■ 正会員：松竹、東宝、東映、KADOKAWAなど13社 ■ 賛助会員：映画倫理機構、日本映画製作者連盟、TBS、東京テアトルなど12団体、50社（2025年1月末時点）	■ 申請された作品を審査し、 撮影時間や休憩時間のルール、安全やハラスメントに関する体制整備 が行われている作品に認定を与える制度 2023年度には 年間約20本 の作品を認定 2024年度には 年間約40本 の作品を認定（2025年1月末時点） ■ 是枝裕和監督は、この ガイドライン自体はまだ不十分 であるとしつつも、 今後の見直しでより良いルール となることを期待しているとコメント	■ スタッフの 処遇やハラスメント に係る 相談窓口 、 キャリア開発セミナー などを運営 ■ 制作会社やスタッフがスタッフセンターに登録することで、サービスを利用可能 ➢ 映適は登録者をデータベースで管理し、契約締結時のサポート・アドバイスやキャリア相談に活用 ➢ 作品認定制度の申請作品に参加した登録スタッフは、仕事の ギャランティの1% を スタッフセンター運営費 の一部として負担（制作会社が代理徴収）
背景・目的	■ 映画制作現場の7割を占めるフリーランスの過酷な労働環境や不透明な取引等を是正すべく、業界団体が自主的に立上げ ➢ 映画制作の就業関係・取引環境の改善を目的とした 審査機能 と、スタッフの 処遇改善・人材育成 を支援する スタッフセンター機能 が主軸		■ 2025年1月末時点で 220名のスタッフ 、 約60社の制作会社 が登録
適正化の定義	「独占禁止法」等のルールおよび製作委員会・制作会社・フリーランス間の対等かつ公正な取引が、持続可能な状態で守られていること		

出典：日本映画制作適正化機構の公式ウェブサイト、NHK（2023年4月5日）『日本映画 働き方 変わるか？“映適”日本映画制作適正化機構が設立』を参考に作成（経済産業省『令和4年度補正海外需要拡大事業 国際競争力強化に向けた文化創造産業戦略に関する調査研究事業 調査報告書』より）

映適取引ガイドラインの内容

- ・ 映適取引ガイドラインでは、（１）映画製作者（製作委員会）－制作会社の取引、（２）制作会社－フリーランスの取引、（３）映画制作現場のルールについて定めている

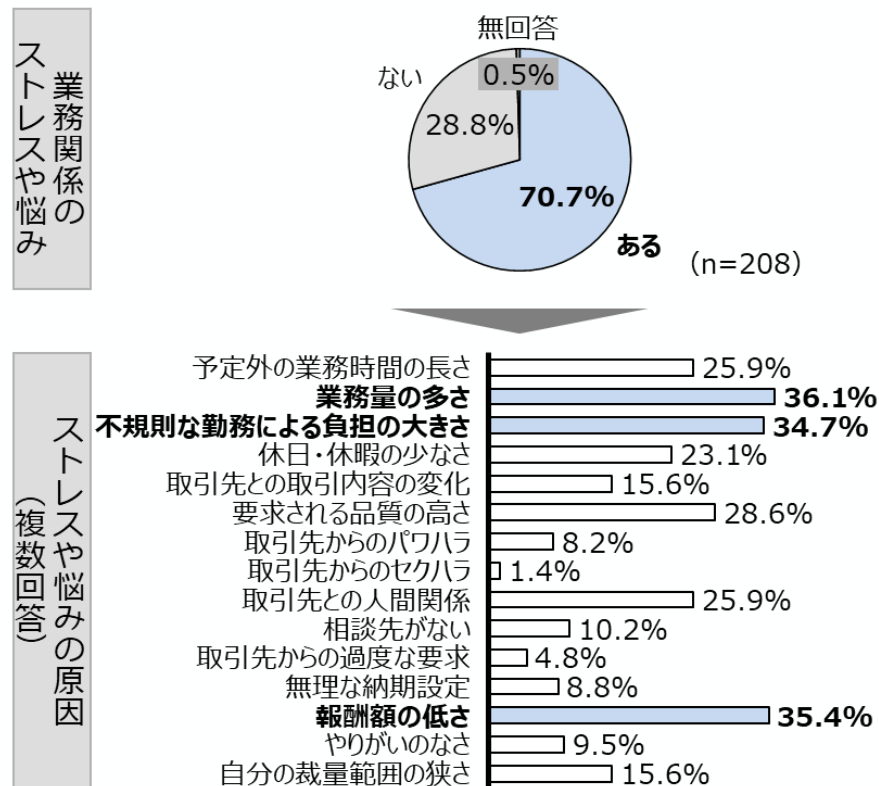
映適取引ガイドラインの内容（概要）

ガイドライン項目	ガイドラインの定める内容
（１）映画製作者（製作委員会）－制作会社の取引	
契約書	・ 契約内容に、映画製作者と制作会社の間における役割分担、予算の取り決めを明記すること 等 ・ 標準契約書を掲載
予算	・ 予算の透明化と必要な間接費の記載、当初予算を超過した場合の取り決め、保険等の加入の推奨 等
（２）制作会社－フリーランスの取引	
契約書・発注書	・ 契約書、発注書の交付及び交付時期（契約期間開始前）、規定を明記すべき項目 等 ・ 契約書ひな形（電子・紙面）を掲載
（３）映画制作現場のルール	
作業・撮影時間	・ すべてのスタッフの作業・撮影時間は、１日あたり13時間（準備・撤収、休憩・食事を含む）以内とする ・ 作業、撮影時間が13時間を超える場合には、10時間以上のインターバルを設ける 等
休日	・ 週に少なくとも１日は撮休日を確保する。それに加え、２週間に１日の完全休養日を確保する 等
休憩・食事	・ １日の作業・撮影時間が６時間以上にわたる場合は３０分以上の休憩・食事を１回以上確保する
作業・撮影スケジュール	・ 上記作業・撮影時間、休日、休憩・食事が達成できるスケジュール策定、それに向けた各主体の協力 等
安全管理	・ 安全管理の体制構築、研修受講者の配置、プロデューサーの責任 等
ハラスメントへの対応	・ ハラスメントの体制構築、研修受講者の配置、プロデューサーの責任、第三者への相談 等

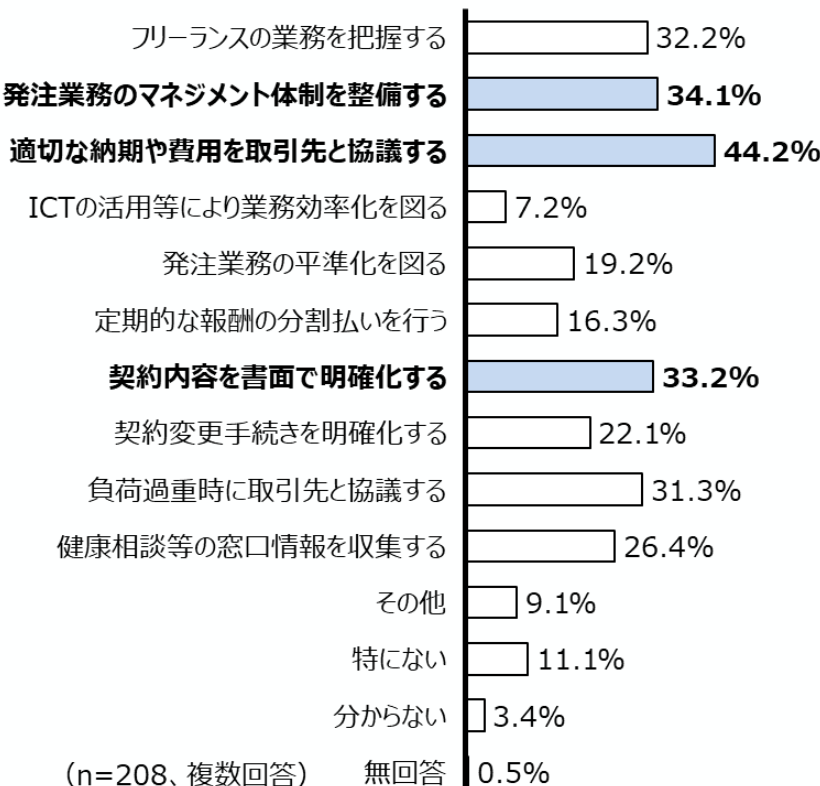
国内映像産業従事者の労働環境

- 放送業界では、フリーランスの約7割が業務量の多さ、不規則な勤務による負担の大きさ、低報酬などのストレスを抱えており、映画業界同様、書面契約が徹底されていないなど、業務量・条件の適正化に向けた取組みが求められている
- 環境改善について総務省も『放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン』を公表するなど、取組を強化している

放送業界の労働環境



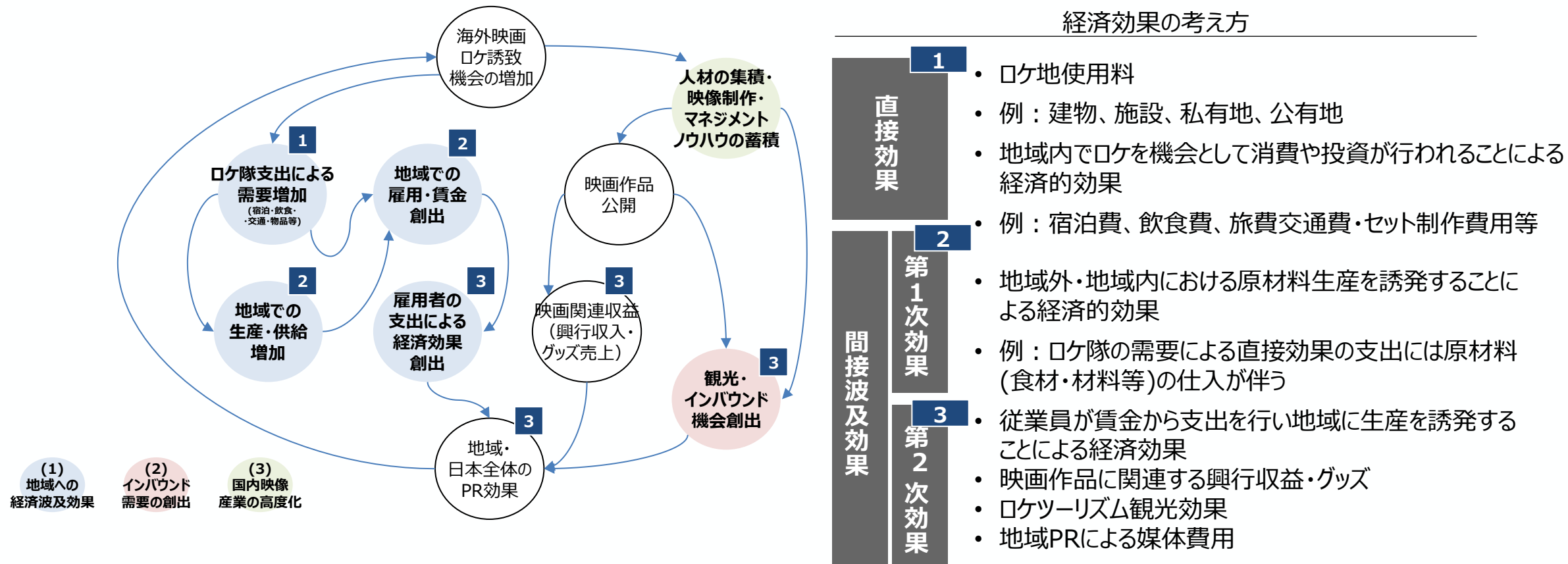
環境改善に向けて業界に求められる取組み



ロケ地誘致による国内産業への裨益

- 海外映像作品のロケ誘致により、（１）地域への経済波及効果、（２）インバウンド需要の創出、（３）国内映像産業の高度化などの効果が見込まれ、地域への経済波及効果としては、滞在することで生じる宿泊・飲食などの直接的な経済効果に加え、これにより生じる雇用等の間接的な効果も生まれる

海外映画ロケ隊誘致による国内産業への裨益構造



海外事業者によるロケ地選定の視点

- 海外プロダクションはロケ地選定において、現地スタッフリソースや撮影環境、許認可など、単純なインセンティブのみならず様々な条件を同時に重視している

海外プロダクションがロケ地に求める条件の例

1	撮影スタッフの確保しやすさ	■ 国際標準の制作プロセスや撮影ノウハウに精通した 現地スタッフ が確保できること ➢ 撮影やVFXに加え、制作経理や安全管理なども国際スキルが求められる
2	撮影インフラの整備	■ 中心街からも アクセスの容易なスタジオや撮影所 が整備されていること ➢ 足利スクランブルシティのような映画撮影のために用意された環境が理想
3	撮影フレンドリーな環境	■ 公の場での映画撮影の 許認可が取りやすい こと、また周辺住民の 理解 があること ➢ 「手続きが面倒」という“イメージ”があると、そもそもロケ地に選ばれにくい
4	魅力的なインセンティブ	■ 映画撮影に係る費用に対する 国や地方からの手厚い支援 があること ➢ 支援額の大きさに加えて、申請のしやすさ（制度の使いやすさ）も重要

諸外国のロケ誘致インセンティブ制度

- ・ 現在、海外制作会社の国内ロケに対するインセンティブ制度を有する国は、50ヶ国以上
- ・ 国によっては、ポストプロダクションやVFXの費用も援助することで、国内産業へのノウハウの蓄積を狙っている

日本・外国におけるロケ誘致インセンティブ制度（例）

国	助成内容
日本	日本国内における直接製作費が10億円以上の作品等を対象にロケ地の地域プロモーションに協力可能な作品に最大7,000万円の支援金を支給
オーストラリア	プロデューサー・オフセット：劇場公開された長編作品は40%、その他の作品は30%の税額控除。 ポスト、デジタル&ビジュアル・エフェクト（PDV）オフセット：30%の税額控除 ロケーション・オフセット：16.5%の税額控除。 ※それぞれ州、準州、地方政府等の奨励金との併用が可能。
ニュージーランド	対象経費の20%を助成。但し、ポスト・デジタル・VFX（PDV）奨励金は、1,560万ドル（23.4億円）までは対象経費の20%、1,560万ドル以上は18%
ドイツ	・ドイツ連邦映画基金：20～25% ※ドイツの製作費が870万ドル（13億円）以上のプロジェクトに25%。 ・ドイツ映画基金：20% ※ドイツでの制作費が2,650万ドル（40億円）以上で、文化テストで70点以上を獲得したシリーズには5%の上乗せ。（日本円で約9億6,000万円～） ・年間上限額は、1億8,400万ドル。（約276億円）※1ドル＝150円で換算（9/25時点）
オランダ	35% 映画は、年間上限額2,120万ドル。（約32億円） ハイエンドシリーズは、年間上限額830万ドル。（約12億円）
UAE（アブダビ）	30% ※プロジェクト毎上限額は、・製作：映画500万ドル（7.5億円）、TV100万ドル（1.5億円）、CM50万ドル ・ポストプロダクション：映画25万ドル（3,750万円）、TVとCM15万ドル。
イタリア	海外作品の適格製作費の内25%
マレーシア	海外作品の適格製作費の内30%
英国	総支出が2,000万ポンド以下の作品については、英国で適格とみなされる支出のうち25%までは現金による還付請求が可能で、2,000万ポンド超の作品は2,000万ポンドを超えた残りの支出に関しては20%の税額控除を受けることができる

出典：VIPO公式サイト「外国映画作品ロケ誘致プロジェクト」、SPEEDA業界レポートを参考に作成（経済産業省『令和4年度補正海外需要拡大事業 国際競争力強化に向けた文化創造産業戦略に関する調査研究事業 調査報告書』より）

映画制作における特殊映像技術

- 映画制作においても特殊映像技術の活用が活発となっており、総製作費の約4割がVFX関連コストの作品も存在
- 近年登場したバーチャルプロダクション技術はクロマキー合成等と比べて、制作時間やコストの短縮等が利点だが、初期投資や技術者確保が課題

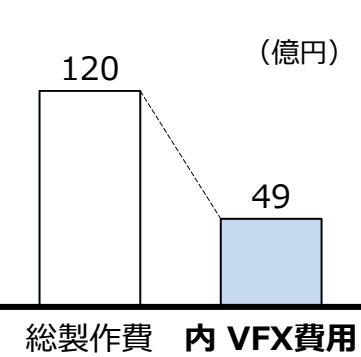
近年のVFX活用事例と費用

ザ・クリエイター／創造者

作品

- 出演：トジョン・デヴィッド・ワシントン、マデリン・ユナ・ヴォイルズ、ジェンマ・チャン、渡辺謙 等
- 公開：2023年9月
- 世界興行収入：1.04億ドル（2024年1月時点）

VFX費用



- 総製作費120億ドルはハリウッドの話題作では控えめ
- 内訳ではVFX費が最大
 - ギャレス・エドワーズ監督がVFX技術者出身でもあり、通常は行う再撮影を省き、VFXなどのポストプロダクションに予算を傾倒

バーチャルプロダクション（VP）の活用動向

VPとは

- 大型のLEDスクリーンに投影された背景映像が、カメラの画角等と連動して流れることで、自然な撮影を可能にする技術
 - グリーンバックのように後から映像を合成するクロマキー合成とは異なる、リアルタイムな撮影手法

期待効果

- ① 製作時間の短縮：映像処理と撮影を同時にでき、後工程を短縮
- ② 移動負荷の削減：実風景でのロケに係る渡航費や時間を削減
- ③ 自然な表現方法：合成では難しい小道具への自然な映り込みも可能
- ④ 演技のしやすさ：背景に臨場感があるほか、夜待ちなどの制約もない

導入事例

- マンドロリアン（2019、スターウォーズのスピンオフシリーズ、Disney+）
 - 広大な砂漠や宇宙船の格納庫など全体の50%以上をVPで撮影

課題

- 高額な初期費用
 - LEDスクリーンや専用の映像サーバなどに加え、背景に映す3次元CGの素材確保が必要（スタジオ目線では設備稼働率の確保が必要）
- 高度な技術スキル人材の確保
 - ニーズに合った映像を制作できる3Dレンダリング技術等のエンジニアが必要。ゲーム制作でも使われるUnityやUnreal Engineがこの分野でも活用されており、同様の人材ニーズはさらに高まる傾向

出典：GIZMODO（凄まじい映像、だけど予算は半分以下。映画『ザ・クリエイター／創造者』はどう撮影されたの？ 2023/10/24）、AV Watch（CG+ディスプレイでロケ代替、ソニーPCL「バーチャルプロダクション」を見てきた 2021/1/14）、日経BP（LEDウォール×インカメラVFXがもたらす映像制作DX新潮流）をもとに作成（経済産業省『令和4年度補正海外需要拡大事業 国際競争力強化に向けた文化創造産業戦略に関する調査研究事業 調査報告書』より）

各国における特殊映像技術利用の環境

- 世界のVFXスタジオは北米に集中
- 北米や欧州と比較すると少なく、日本は第1位の米国の10分の1以下である

世界のVFXスタジオ数ランキング

	国名	スタジオ数
1	アメリカ 	174
2	カナダ 	94
3	インド 	69
4	イギリス 	59
5	オーストラリア 	37
6	ドイツ 	31
7	スペイン 	26
8	フランス 	19
9	中国 	17
10	タイ 	17

	国名	スタジオ数
11	ベルギー 	17
12	ノルウェー 	15
13	ニュージーランド 	14
14	韓国 	14
15	メキシコ 	14
16	ギリシャ 	14
17	ブラジル 	13
18	デンマーク 	13
19	日本 	12
20	シンガポール 	11

Ⅱ. アクションプラン（案）について

【アクション①】グローバルな競争力を有する高品質なコンテンツ製作推進・海外販路の開拓・整備

現状・課題

- 近年の邦画興行収入ランキングではアニメ映画がトップ3を占めており、国内外で邦画アニメの好調が続いているが、今後市場の拡大には、海外における邦画実写の陣取りが不可欠。OTTコンテンツ・プラットフォーム利用者も増加する中、映画を楽しむ環境は多様化している。
- 海外市場におけるプレゼンスを獲得するためには、東京国際映画祭等の国際的な映画祭における入賞作品数の増加や、海外配給を自ら実施し配給網を拡大させることが喫緊の課題であるが、需要動向等に関する客観的データや、戦略的な海外展開に関するノウハウ・コネクションを持つ人材が不足している。
- グローバル市場を目指した映像制作には、映像制作会社によるIPマネジメントや収益確保が重要である。制作会社が自ら資金調達やIP活用等に主導・参画し、海外市場に訴求する高品質な作品制作することで、コンテンツの国際競争力や収益基盤の強化を図る必要がある。
- 国際共同製作は、海外市場での上映や放映・配信を容易とするだけでなく、国を超えた資金調達や権利処理、制作工程の管理など、グローバルなビジネスノウハウを蓄積することにもつながるが、日本と国際共同製作協定を結ぶ中国とイタリアとの間においても、未だ共同製作作品が完成していない等、国際共同製作が十分に推進されていない。

【アクション①】 グローバルな競争力を有する高品質なコンテンツ製作推進・海外販路の開拓・整備

アクション

- 海外展開に向けたパートナー獲得及び資金調達を行うための企画開発（プリプロダクション）の強化
- デジタル技術（VFX、VP）等の活用による映像作品の高度化（専門人材の育成・確保を含む）
- 海外映画祭・ビジネスマッチング及び海外企画マーケットへのジャパンパビリオン等出展強化
- 海外市場獲得を目的としたローカライズ・カルチャライズ・プロモーションの支援
- 海外映画関係者とのネットワーク構築支援
- 国際共同製作の推進及び海外マーケットへの周知
- 東京国際映画祭等における日本のプレゼンス強化
- JETROと連携した戦略地域における法規制・文化・慣習及びマーケット等の調査
- 資金調達の多様化に向けた検討
- 映画以外の映像分野についても、海外リメイクや共同製作の推進、イベントの実施や海外ネットワーク構築等を進める

【アクション②】次世代人材の流入・グローバル人材の育成

現状・課題

- 若手スタッフの減少・離職者の増加等による、制作現場の慢性的な人手不足が続いており、現場スタッフの負担が増加する悪循環が生じている。状況を打開するため、制作費の確保及び制作現場のDX化等により生産性向上を図るほか、クリエイターへの適切な対価の還元を行い次世代の流入を促すなど、好循環を実現することが重要。
- 海外展開を視野に入れた作品制作には、グローバルな知見や語学力を持つプロデューサーや監督の育成、高度なデジタル技術を扱える技術スタッフの育成が必要。
- 国内映像産業における人材育成、地域振興（経済波及効果、観光需要喚起）等の観点から海外の大型作品のロケ誘致推進が重要。2024年より経済産業省のインセンティブ制度が機能し、諸外国の関心が高まっているが、諸外国に比べロケ撮影やプロダクション誘致に対する優遇措置（税制優遇制度等）がなく、ロケ地として選ばれにくい。

【アクション②】次世代人材の流入・グローバル人材の育成

アクション

- 若手を中心としたスタッフの職能別研修への支援の検討（映画制作スタッフのリ・スキリング推進）
- 将来の産業を担う若手クリエイターの制作や発表機会を創出するため、ミニシアターの活性化を図る
- プロデューサー等の海外制作現場における実地研修・留学等によるグローバル人材育成の検討（最新デジタル技術を活用した制作手法の導入・制作管理の合理化・高度人材の育成・集積、グローバルな人脈の形成、映像制作産業の近代化・市場のグローバル化など）
- 国際共同製作や海外大型作品のロケ誘致により、海外スタッフとの現場での協働による国内スタッフの人材育成・ノウハウ蓄積を推進
- 諸外国と同様のインセンティブ導入に向けた予算の更なる拡充の検討
- 許認可の円滑化・簡素化による撮影環境の改善

【アクション③】 映適取引ガイドラインの改訂及び運用強化等

現状・課題

- 2019年度に実施した映画制作現場の実態調査において、長時間労働、契約書不交付、収入・雇用の不安定さ、安全管理の欠如などの課題が浮き彫りとなったことを契機に、映画産業の持続的発展に向けた制作現場の適正化の検討を開始。
- 2022年6月、一般社団法人日本映画制作適正化機構「映適」が設立されガイドラインを作成。2023年4月から「日本映画制作適正化認定制度」を本格的に運用開始。今後は業界内外での「映適」の定着と、ガイドライン推進による制作現場の適正化を図ることが喫緊の課題。

アクション

- ガイドライン導入後の新たな課題に対応し、より映画制作現場の実態に適すようガイドライン改訂を支援する
- 映適への賛同者（映画制作関係者、鑑賞者）を増やし、映適のプレゼンス向上を図る。また、映適認定作品への重点的支援を検討する
- 映画業界が培った制作現場適正化の流れを他業種へ波及させる

【アクション④IP活用した地方創生】

現状・課題

- ・映画の舞台となったロケ地には国内外から多くの集客があり、大きな経済効果を生み出している。
- ・高品質な作品の制作費確保のため、興行収入以外の収入増加が求められる。

アクション

- ・フィルムコミッションと連携を視野に入れつつ、フィルムレガシー、聖地巡礼、IP活用による新たなビジネスモデルの構築など、興行収入以外の収入増加に必要な知見獲得や外部人材の活用を検討する

【アクション⑤】 先端的技術の活用の推進

現状・課題

- ・デジタル技術（VFX、VP等）の活用による、海外展開を見据えた映像作品の高度化が求められるが、専門人材が不足している。

アクション

- ・デジタル技術導入による作品の高度化、制作プロセスの効率化、生産性の向上を図る