

経済産業省「エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会」（映画・映像分野）

日本の映画の新たな挑戦：世界を目指した製作と展開

株式会社クレデウス
映画プロデューサー
松橋 真三

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①

日本映画製作の現状と問題点

- ① 製作費3億円を基準とした映画ビジネス構築⇒大多数
- ② 製作費10億円以上のメガヒットを狙った映画ビジネス構築⇒少数

⇒どちらが良い悪いの話ではなく、現状、
世界で求められるものは圧倒的に②である。

例) 海外プラットフォームから言われること
「制作費2～30億用意しても日本では使いきれないよね？
使い方がわからないんじゃない？」

⇒大作を作れないとされている。

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②

急務

- ① 大作を作れるノウハウの構築・経験値の醸成
- ② 製作委員会外からの制作費の新規の資金調達
- ③ ②を成功させる国内の外部環境（応援する環境・特に配給宣伝）
- ④ 海外販路の開拓

海外販路の開拓①

ハリウッドと日本の海外販売の現状

例えば、分かりやすくトム・クルーズ主演作品は、
北米市場の興行収入が30%、それ以外の興行収入が70%
とされている。

それに倣った海外戦略を考え、
日本映画で
日本の興行収入が30億円で、日本以外の世界興行収入で30億円
という作品が、
年に10本20本出来てくれば、画期的に状況は変わってくる。

⇒ 現在の日本映画の海外セールスは偶発的な作品のパワーであり、
戦略的な輸出ではない。

海外販路の開拓②

ハリウッドのセールス戦略

では、トム・クルーズは何をやっているか？
⇒世界で宣伝ツアーをしている。

誰しも、自分の国に来て、自分の国の言葉で挨拶をしてくれたら嬉しい。
結局マーケットに出品しても「主役は来てくれるの？」という話になるのでは？

日本作品におけるセールス戦略案（私見）

⇒この世界ツアー（例えば、親和性の高いアジア諸国からスタート）の
資金拠出は民間ではなかなか難しいと思われる。

ここに補助金があれば画期的ではないか？

次世代人材の流入・グローバル人材の育成①

日本の現状分析

日本は宝の山である（数多くの原作IPが存在する）。
が、まだそれを生かしきれていない。

漫画原作⇒アニメ のビジネス構築はできているが、
漫画原作⇒アニメ⇒実写、あるいは、漫画⇒実写 の成功例は数少ない。

弊社は、『キングダム』シリーズ、『沈黙の艦隊』、『ゴールデンカムイ』と
漫画原作の実写化のノウハウを確実に積み上げているが、
こういう原作をリスペクトした進行の仕方は海外にも例がないのでは？

⇒ 海外プロデューサーとの交流も大事だが、
日本国内での交流（あるいは学校教育）はもっと大切ではないか？
特殊なノウハウを持っている人材は、世界的に求められている。

次世代人材の流入・グローバル人材の育成②

成功モデルの構築による人材確保

また結局は、この業界は
「夢のある業界か？成功者はリッチになれるのか？」
を示せるかどうかだと思う。

今までは、例えばテレビ局や配給会社のプロデューサーになることが
成功者に見えたが、本来、

知恵とアイデアを出したクリエイター・制作のプロデューサー・監督、
あるいは、資金を調達し運用して成功したプロデューサーが、
成功者になれるか？

を示せば、おのずと
次世代の人材もこの業界を目指して入ってくると思う。