

エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会 第4回
業務分野別専門委員会 ③ 映画・映像

議事要旨

日 時：令和7年1月30日(木) 16:30~18:00

場 所：経済産業省本館 17階 第3特別会議室（オンライン併用）

出席委員：

<ステアリングコミッティ委員>

座長 中村 伊知哉 iU（情報経営イノベーション専門職大学）学長

委員 河島 伸子 同志社大学 経済学部 教授

栗田 宏俊 株式会社講談社 取締役

中山 淳雄 Re entertainment 代表取締役社長

村松 俊亮 一般社団法人 日本経済団体連合会クリエイティブエコノミー委員長

桃井 信彦 株式会社バンダイナムコホールディングス 取締役

<専門委員>

中村 英明 ソニーPCL株式会社 代表取締役 執行役員社長

本多 利彦 株式会社U-NEXT 取締役 COO

松橋 真三 株式会社クレデウス 代表取締役

山崎 敏 一般社団法人外国映画輸入配給協会 会長

吉村 文雄 東映株式会社 代表取締役社長 一般社団法人日本映画製作者連盟 理事

<ゲストスピーカー>

朽網 泰匡 Amuse Group USA, Inc. Vice President

津脇 慈子 独立行政法人日本貿易振興機構ロサンゼルス事務所 次長

<ステアリングコミッティ オブザーバー>

市井 三衛 特定非営利活動法人 映像産業振興機構 専務理事兼事務局長

浪越 徳子 一般財団法人デジタルコンテンツ協会 専務理事 国際部長兼事業推進部長

<専門委員会 オブザーバー>

大浦 俊将 一般社団法人日本映画制作適正化機構 事務局長

島谷 能成 一般社団法人日本映画製作者連盟 代表理事

【議事要旨】

1. 映画・映像分野の現状について

- 映画市場では邦画が好調であり、日本の映画の世界に対する評価が高まってきているが課題もある。経済産業省による制作現場の実態調査を通じて浮彫りになった課題を受けて、「日本映画制作適正化認定制度に関する協約」に関係者が調印し、2023年4月から「映適」が始まった。1日最大11時間のルールに対して、映適申請作品の1日の平均撮影時間は9時間未

満、1週間の撮影日数は平均4.95日となっており、作品に参加したスタッフの約半分が映適に肯定的である。

- 近年、『ONE PIECE』『ゴジラ』『ソニック』などの有名な日本IPの外資による実写映像化が話題になっているが、日本は世界で未だ発掘されていないIP層が厚いIP大国であり、日本IPへの業界の注目度は高い状況にある。
- 実写映像は、ファッションや自動車、化粧品等の他産業への波及効果も高いことから、注力すべき領域である。
- 米国ハリウッドでは、(日本と比べ桁違いに高いものの)全体的に製作費が削減される傾向にあり、リスク分散と製作費を抑えるため、ロサンゼルス以外で制作される作品に対するニーズが増えてきている。
- コロナ禍を契機に配信型プラットフォームを通じてアジアドラマが浸透し、韓国ドラマなどの英語字幕作品(非英語作品)も北米でヒットするようになった。英語ネイティブの視聴者が英語以外の作品に慣れたという背景もあり、日本語作品であってもグローバル・ニーズに合ったコンテンツであれば世界的なヒットしうる時代になっている。

2. 映画・映像分野のアクションプランについて

- 日本では製作費3億円を基準とした映画ビジネスが構築されており、コレが大多数である。他方で、世界では製作費10億円以上をかけメガヒットを狙ったハイ・バジェットのクオリティの高い映画が求められている。そして製作費10億円も世界的に見ると高額というわけではない。海外プラットフォーマーからは、「日本の制作陣は2~30億円規模の予算での制作経験がないため製作費の使い方が分からないのではないかと指摘されることもある。こういったイメージを排除するためには、高額予算のクオリティの高い、世界に向けた作品を作れるような環境を整備すべきである。グローバルな競争力を有する高品質なコンテンツ制作を推進するためには、大作を作れるノウハウの構築や経験値の醸成を行うとともに、偶発的な作品パワーに頼らない戦略的な海外販路の開拓が必要である。ハリウッド映画の海外販売を参考にすると、親和性の高いアジア諸国などでの出演俳優による世界宣伝ツアーが有効であると考えられるが、民間だけでは資金拠出が難しいため、補助金があれば画期的と考えられる。
- 現在の製作委員会方式では製作費に上限ができるものと考えられ、また潤沢な製作費があれば制作現場の労働環境の改善に繋がるため、新たな資金調達の方法を確保することが重要である。さらに海外販路開拓のためには、配給会社、テレビ局といった映画・映像産業に近い事業者を中心に、産業全体として宣伝協力しあい、海外にアプローチしていけることが理想のように思う。また経済産業省で以前に研究されていた知見の蓄積も活かしつつ、幅広いステークホルダーから資金を呼び込むファイナンス手法の研究に改めて取り組むことが必要である。
- 日本のコンテンツやIPの展開戦略をグローバルのパートナー企業と立て、ディストリビューションに繋げることが大事であり、日本国内向けの編成ではない形で、海外でのヒットを生み出し、そこからフォーマットライズやリメイク、商品化ができるようにすることが重要である。
- 日本には数多くの優れた原作IPが存在するが、漫画原作からアニメを経て実写、あるいは漫画原作の実写化の成功例は少なく、IPを生かし切れていない。実写化のノウハウの蓄積には、日本国内での交流や教育が重要である。

- 日本 IP とハリウッドの合作の成功例では、日米双方の製作者同士がきちんとタッグを組んだことで、クオリティが高く、日本 IP の良さも生かされた作品となっている。海外合作によって人材が交流することが大切であり、人材交流を何らかの形でサポートすることが重要である。
- 原作に対する考え方が日米で異なる点が、日本の IP と米国のプロデューサーやスタジオがビジネスを行ううえでの課題となっている。米国では、映画は大規模な投資を伴う事業であり、原作は多数の要素の中の 1%にも満たないような小さな要素として捉えられている。一方で日本の IP ホルダーにとって、原作は大切な存在である。こうした原作の捉え方の違いが、法務的な面やクリエイティブ面での様々な摩擦の原因になっている。
- 企業や国単位ではなく、アジア単位でのロビーイング体制がハリウッドでは構築されつつあり、日本がプレゼンスを出すときに、アジアという単位で考えることも大切である。他国のアジア人俳優の中にもアジアの架け橋になりたいと考えている人もおり、ハリウッドで影響力を持っている役者やプロデューサー、映画制作会社の方と連携することで、現地での活動がよりスムーズにいくと考えられる。韓国やアジア系アメリカ人のハリウッド関係者はお互いに殆ど繋がっているものと考えられ、日本側もハリウッドへ食い込んでいくためのネットワーキングが必要である。
- アカデミー賞等の受賞に向けたロビーイングについて、ノミネートされた後のプロモーションが他国より日本は少ない。他国の映画関係者は自宅で何度もパーティーを行うといったロビーイングを実施しており、そういった場でクリエイターがプロモーションすることも重要である。
- 日本 IP の評価の高まりと相まって、日本でロケーションを行いたいという希望は高まっている。ロケ誘致は 10 年間で 2 兆円の経済効果があると試算されているうえ、日本のスタッフが本場の技術に触れる機会にもなり、人材育成上の意義も大きい。JLOX+補助金の海外制作会社のロケ誘致に係る支援制度は、日本国内での消費に対する 50%補助という競争力のあるインセンティブを有しているが、申請タイミングが日本の会計年度基準となっており、3 月締めに合わせて 11 月までに撮影を完了する必要があるが、また暑さのため夏季の撮影は難しいことから、実質 6 月、9~11 月という限られた期間でしか撮影ができないことが課題である。また、日本で撮影することが決まっているものに対して補助する形になっているケースがほとんどである。理想的には、どこで撮影するか判断する時に予算が必要であり、会計年度適用ではなく制作現場に合わせて 3 年間くらいに渡り適用できる制度への改善を検討する必要がある。また併せて、ロケで来日する際のキャッシュバックや減税など誘致関連の優遇制度を、ニュージーランドや韓国等の取り組みを参考に検討していく必要がある。なお、映画のロケーションに適している地域は「無色」な地域であり、地域の観光振興に必ずしも役立つわけではないという点に留意が必要であり、ロケ誘致制度は自国の映像産業育成を目的として制度設計を行うべきである。
- クリエイター人材の確保と質の向上には、収益にとらわれずに、これから成功しそうな将来有望なクリエイターの方と早めに組んで作品作りを行っていくことが重要である。また米 USC（南カリフォルニア大学映画芸術学部）への留学など、若手の海外への人材派遣も必要である。
- 「稼げる」成功モデルを構築することは重要であり、成功したら裕福になれるという夢のある業界であることを示すことが必要。知恵やアイデアを出したクリエイターや制作プロデューサー、監督、脚本家、資金を調達し運用したプロデューサーが成功者にならないといけない

けない。映画業界の目指し方やその先の成功の道筋が分かりやすくなると、次世代の人材も自ずと業界に入ってくると考えられる。

- 米国はエンターテインメント・ロイヤーやアカウント、組合側と製作側の問題が起きた時に解決するための仕組みなどが整っているため、大きな資金を使うプロジェクトを実施する基盤ができている。日本も大型のプロジェクトを行うのであればそういった問題解決のための専門人材等に注目していく必要がある。
- 今の観客は、映画の制作過程や作り手の姿勢にも注目する時代であり、クリエイターがクリエイティビティを発揮し、次世代の人材に映画業界を目指してもらうためにも、制作現場の適正化は欠かせない。若手の制作スタッフが不足しており、育成・定着のためには取引・就業環境だけでなく、経済的な環境の整備も必要である。また、撮影所の維持には非常にコストがかかるため、映像生産の工場である撮影所への補助や減免制度なども求められる。
- バーチャルプロダクションには、気候の影響を受けない、ロケーション移動がないなどの制作効率の向上に繋がる、現場のスタッフが新たな制作のワークフローを検討するきっかけになる、といった利点がある。一方で、撮影できる環境や扱える人材が不足しており、経験者もまだ多くはいない。バーチャルプロダクションを活用した制作に対する支援や人材育成へのサポートが必要であるまた技術開発コストが高騰し、開発コストがかかるため、映像技術開発事業への資金的な援助が望まれる。
- コンテンツ産業はすそ野が広く種類も多く、業界が実現したいことや国に対してサポートを希望する内容は多種多様であり、議論を通じて優先事項を決めて、官民あげて注力すべき事項を見つけていくことが重要である。

以上