

エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会
第13回 業種分野別専門委員会（映画・映像）
議事要旨

日時：令和8年2月26日（木）15:30 - 17:00

場所：経産省別館 1階 104 共用会議室（オンライン併用）

出席者：

<専門委員>

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
水野 敬久	ソニーPCL 株式会社 代表取締役 執行役員社長
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>

紀伊 宗之 株式会社 K2Pictures CEO

<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
高橋 敏弘	松竹株式会社 代表取締役社長 社長執行役員 一般社団法人日本映画製作者連盟 監事

<ステアリングコミッティー委員>

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
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
齋藤 精一	パノラマティクス 主宰 株式会社アブストラクトエンジン 代表取締役
佐宗 邦威	株式会社 BIOTOPE 代表
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 株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント代表取締役社長 グループ CEO
桃井 信彦	株式会社バンダイナムコホールディングス 取締役副社長

<ステアリングコミッティー オブザーバー>

株式会社海外需要開拓支援機構
独立行政法人国際観光振興機構
独立行政法人国際交流基金
独立行政法人日本芸術文化振興会
独立行政法人日本貿易振興機構
一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構
一般財団法人デジタルコンテンツ協会
特定非営利活動法人映像産業振興機構
国際環境経済研究所 理事・主席研究員（日本成長戦略会議構成員）

【議事要旨】

1. 論点2. 国内投資の促進

(論点2-1. コンテンツ制作の支援)

- 良い企画と脚本があり、それに対して適正な制作費と宣伝費が掛けられたら、大きくヒットを逃すことはない。その上で、成功と失敗をしっかりと分析して、次の作品に活かすことが重要。10億円以上の制作費は、一制作会社だけで拠出するリスクが大きいため、制作費支援は重要。
- グローバル競争には、相当の製作レベルが不可欠。制作費支援は人材・技術・IP価値を生む産業投資。
- コンテンツそのもののクオリティを上げるための、イネーブラーとしてのテクノロジーをもっと模索していける支援があれば、もっと面白いコンテンツが数多く出てくる。
- 海外共同製作の場合、企画の作り方から異なり、海外の人材を招く必要があるため、制作費が膨らみやすい。海外共同製作向けの制作費支援があると良い。
- 制作費支援は、特定のコンテンツやクリエイターに対する支援である。税制優遇の導入により、あらゆるコンテンツを満遍なく支援できる取組もあると良い。
- コンテンツファンドは権利をファンド側に集約できるため、クリエイターや投資家への利益還元を設計しやすい（製作委員会方式では権利が複数の出資者に分散しているため、収益配分の設計が複雑になる）。デットファイナンスはレバレッジがかかって収益率が確実に良くなるため、今後必要性が出てくるが、コンテンツは収益性の予測が困難であり、映画自体には担保価値がないことから、プリセールスや配信プラットフォームによる二次利用費、完成保証の採用といった、担保となり得る要素を多く作ることが重要。

(論点2-2. 開発プラットフォームの強化)

- スタジオの広さや機材など、海外のクリエイターが求める水準の撮影環境が不足している。また、LEDディスプレイを備えたスタジオも徐々に増えてきてはいるが、気軽に使える環境にはまだ至っていない。設備等の環境整備とそれを扱える人材の育成をセットにして省力化やクオリティ向上について考える必要がある。
- 産業内で対等に支援を行うと考えると、国が主体となって大きな撮影所を設立するなど、インフラに対する支援があると良い。

(論点2-3. クリエイターの育成)

- テックビズのような、新しい技術を活用するためのプリプロダクションを効率化するワークフローを理解した人材の不足が課題である。業界全体で活用方法を模索し合い、技術人材を育てられる環境があると良い。また、技術者に求められる能力は常に変わりゆくため、バーチャルプロダクションに限らず、人材を教育し続けられるような施設や育成プログラムは重要。
- 制作人材だけでなく、海外共同製作に対応できる税務・法務などのバックオフィスの人材も不足。幅広い分野での人材育成ができると良い。
- ロケ誘致を進めるには、手続きの煩雑さの解消、世界水準の制作スタジオと技術者、税制優遇の全てが必要である。世界水準の要求に応え、ロケ誘致が進むことにより、日本コンテンツのクオリティの底上げも期待できる。
- ロケ誘致の助成金が単年から複数年支援になったことは大きな改善。一方で、最低支出が2億円から8億円に引き上げられることは、ボリュームゾーンが対象外となってしまうのではと懸念している。
- 日本映画制作適正化機構（映適）の賛助会員数・審査本数は毎年拡大しており、制作環境改善の効果が出ている。今後は経過措置として申請任意となっている制作費1億円以下の映画も審査対象とし、日本の実写映画全体の制作環境を改善していく。）

2. 論点3. 海外展開の促進

(論点3-2. 国際的な流通網・ファンダムの強化)

- ヒット作をつくることのみならず、接触機会創出のハイブリッド戦略が重要。通常、日本の作品は優先露出はされない。これらのプロモーション費の支援は見逃されがちな重要なコスト。
- 日本の実写コンテンツは、グローバルでの視聴習慣が形成されていない。視聴習慣の形成には、ローカライズ費・プロモーション費・グローバル水準での制作費の全てに支援が必要である。単年度の補助ではなく、10年単位のIP産業政策として捉えるべき。
- ローカライズ費として、世界190以上の国と地域程度に対応可能な字幕、およびマーケティングの重要地域では吹替の制作支援があると良い。過去作品も含め、日本の実写コンテンツを世界に供給することができる。
- プロモーション費として、配信プラットフォームで日本の実写コンテンツを優先的に露出させるための費用や、キャストの海外宣伝ツアーに掛かる費用などの支援があると良い。北米は徐々に日本のコンテンツが根付いているが、その他の国・地域では、日本のコンテンツを流す場所が不足しているため、海外展開の出口を確保できると良い。
- 海外の配給・配信会社と提携する際に、売り切りではなく分配モデルで契約すると、制作会社が直接海外セールスできる。しかし、配信のプリセールスで一括で資金をもらい、早く安定したいと考える制作会社も多いため、分配モデルが軌道に乗るまでは、助成金などで資金援助ができると良い。また、ゆくゆくはジョイントベンチャーを立ち上げて海外展開したり、制作会社自身で直接海外展開したりなど、ビジネスのオプションを広げていかないと、グローバルで収益を得ることは難しい。
- 一気にブロックバスター戦略を導入すると、制作費の高騰につながるリスクがある。海外売上目標のうち、超大作映画やアニメ映画、中規模映画が占める割合をバランスよく調整できると良い。
- 配信プロモーションに掛かる費用は、デジタル赤字につながるリスクがある。制作段階で海外の関係者に見せるためのスクリーニングシステムを構築するなど、パートナーとの契約範囲内で海外での優先露出を獲得できる仕組みが必要。

以上