

アクションプラン

2010/3/3

櫻井

【内容】

- I. T** 具体的な目標及び施策
- II. 2010年T*****重点課題
- III. 3カ年計画

I. T** 具体的な目標及び施策

- 3カ年計画(案)
- 2010年施策
 - (参考)2009年の取組み概念図
 - 2010年の取組み概念図
 1. 集客
 2. 作品募集・選定
 3. プロモーション
 4. 本番のリニューアル

T**3カ年計画(案)

2008

2009

2010

2011

2012

....

フェーズ

T**とは?を知る

・過去出品者・来場者をベースにした営業
・T**の骨子イベントの確立

T**のプレゼンスを高める

・新たな出品者・来場者へのアプローチ
・J-P***イベントとのコラボ等

横に広げる

・新たなセクターの来場者へのアプローチ

2

空間を広げる

・「企画マ***」の国内各種映画祭への展開
・“今後”持ち回り開催も

4

T**の発展的“解消”(?)

・“国際共同製作”のプラットフォームの確立

1

新しい価値の模索

・海外でのコンテンツ・ファイナンス事例を調査
⇒国内金融機関へのフィードバック
=国際共同製作”の産業としての基盤

3

新しい価値の展開

・当該事例の日本での展開模索

スケジュール感はあくまでもメド(かなり楽観的)

■ T**=国際共同製作プラットフォーム整備のための拠点という考え方

1 新しい価値の模索

・海外でのコンテンツ・ファイナンス事例を調査
⇒国内金融機関へのフィードバック
=国際共同製作”の産業としての基盤

2 空間を広げる

・“日本での国際共同製作”のモデルケースとしての「フィルムコミッション製作助成」を主眼に置いた企画収集+TPG来場者
・各地域映画祭(ゆ***、山*、沖*など)との共催

3 新しい価値の展開

・「地域のフ***ムコミッションの助成金」「国際展開ファンド」
・金融機関等の積極関与
(期待する発展形)
・上記をベースにした各国との条約締結
・税金インセンティブの実施

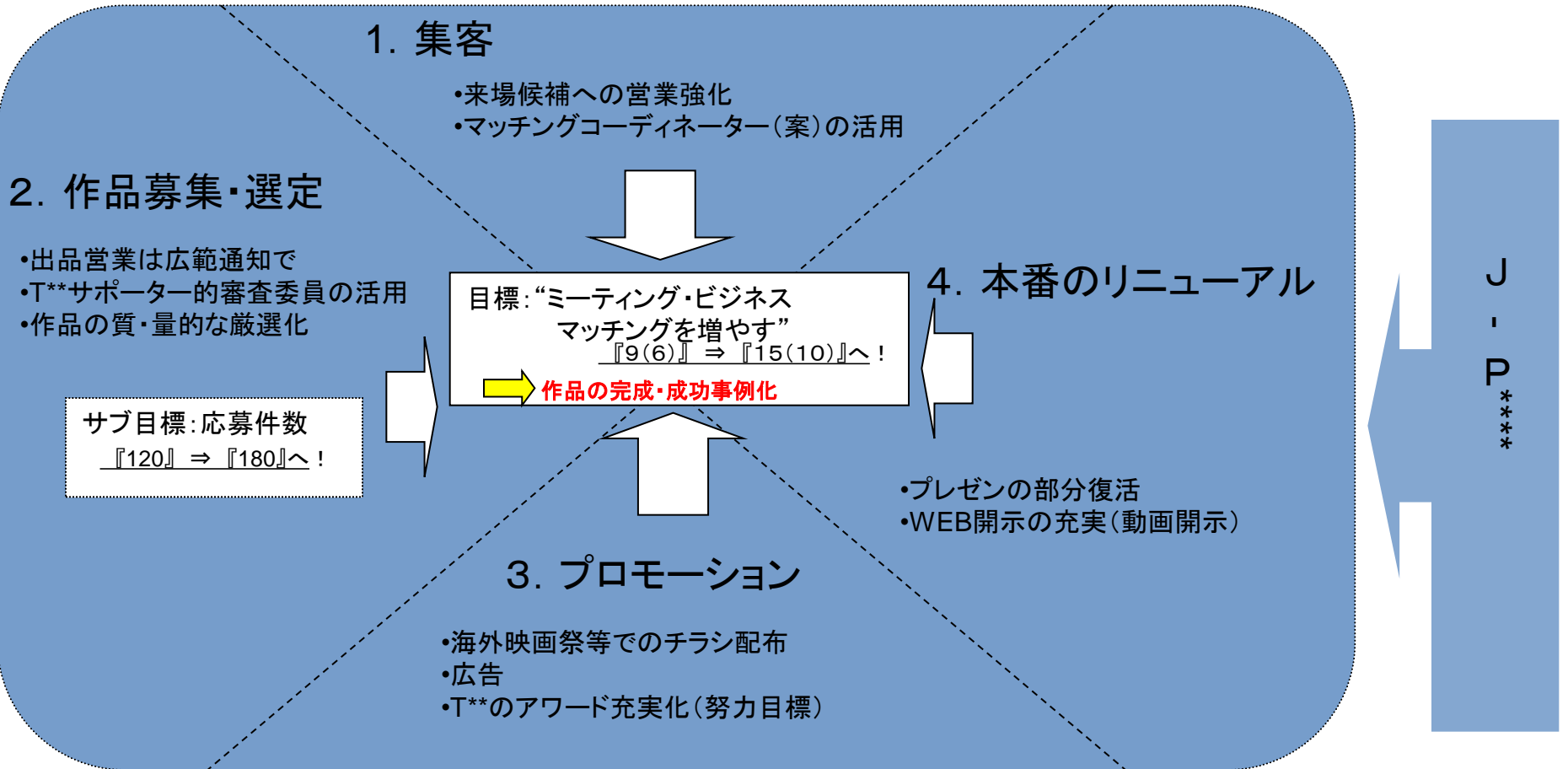
4 T**の発展的“解消”(?)

・T**という“場”に拘泥されるのではなく、“国際共同製作のプラットフォーム”が出来上がっている状態を目指す

※ T**の事業を通じて目的とするのは、例えば、「フ***ムコミッションによる製作助成」⇒「国際展開ファンド」&「金融機関のプロジェクトファイナンス」/「配給権のプリセールス」⇒「金融機関のブリッジローン」などの、海外で実施されているが日本では定着していない“国際共同製作(ファイナンス)”形態のプラットフォーム整備、という観点

(参考)2009年の取り組みの概念図

4つのアプローチと新リソース



目標:ミーティング・ビジネスマッチング件数の向上

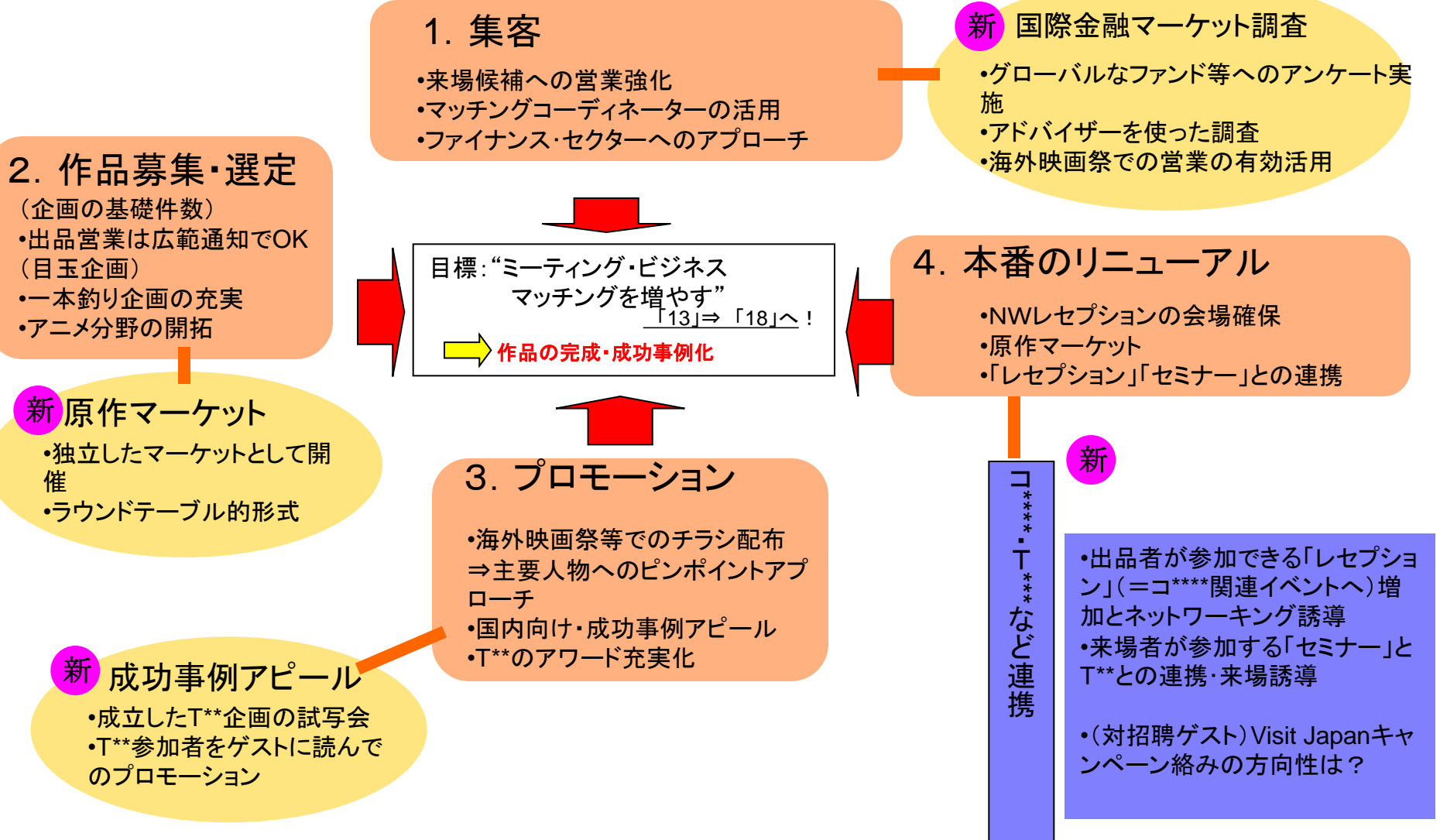
ミーティング件数を増やせば企画成立の可能性も増える!

- 1企画あたりミーティング目標件数 = 15件 昨年実績: 9件
- 1企画あたり実効ミーティング目標件数 = 10件 昨年実績: 6件(アンケート結果より)

基本路線は変わらず・・・ただし、より“発展”

2010年の取り組みの概念図

4つの基本アプローチと各イベントとの連携



目標: 成功事例と来場者のクオリティの向上

・ただし、数値目標は昨年同様、ミーティング件数の平均値とし、昨年実績の「13」件を越える「18」件を目指す

1. 集客

- 来場候補への営業強化
 - TV局(製作側)・メジャー系映画会社への継続営業
 - 現状は国際販売部門の人と製作部門の人の意識・情報が乖離
 - 大手以外の製作会社は既に危機意識から“国際共同製作”に期待
⇒ T**企画の成功事例紹介(後述)などでの堅実な教育・宣伝活動に継続が必要
- マッチングコーディネーターの活用
 - 欧米により重点。各種映画祭・教育関連団体との協力を視野に(例)
 - ヨーロッパ P**** Project / C****Mart
 - アメリカ I** / IF**(A**)
 - アジア テ***さんなど?
- 新 ファイナンスセクターへのアプローチ
 - ⇒ “国際共同製作プラットフォーム”へ
 - 海外のコンテンツ・ファイナンスの“実態調査”を行う
 - 来場営業やマッチングコーディネーション営業との連携
 - 調査結果を国内金融機関に浸透させる

セミナー協力／アンケート調査など複合的なコラボを模索

2. 作品募集・選定

- 企画件数の確保(基礎的応募者へのアプローチ)
 - 広範通知の継続
- 目玉企画
 - 製作者・監督へのピンポイント・アプローチ
 - アニメ分野へのアプローチ
 - ⇒キーパーソンの確保

新

- 原作マーケット
 - J-コンテンツ評価の源＝「原作」
 - 海外来場者が興味を持つ新たな方向性にもなりえる
 - ラウンドテーブル方式
 - ×「セミナー方式」×「ビジネステーブル(T**)方式」
 - 「ラウンドテーブル方式」
 - ⇒興味を持った人がアプローチしやすい(長**さんのベルリン出張感想)

3. プロモーション

- 海外映画祭等での営業
 - T*****広告内での宣伝
 - ピンポイントでの来場営業
 - チラシ配りなど新規見込み客対応
- 国内向け成功事例アピール
 - T**成立映画の上映会
 - 候補:『ピ**・サ***』『赤***』?
 - T**過去参加者のパネルディスカッション
 - 上記試写会との連携
 - 候補:マ***・マ***スさんetc
- アワード
 - キャッシュ・アワードのスポンサー営業
 - 日本での新規ビジネスを目論む先
 - 候補:レッ**ンなど

新

4. 本番のリニューアル

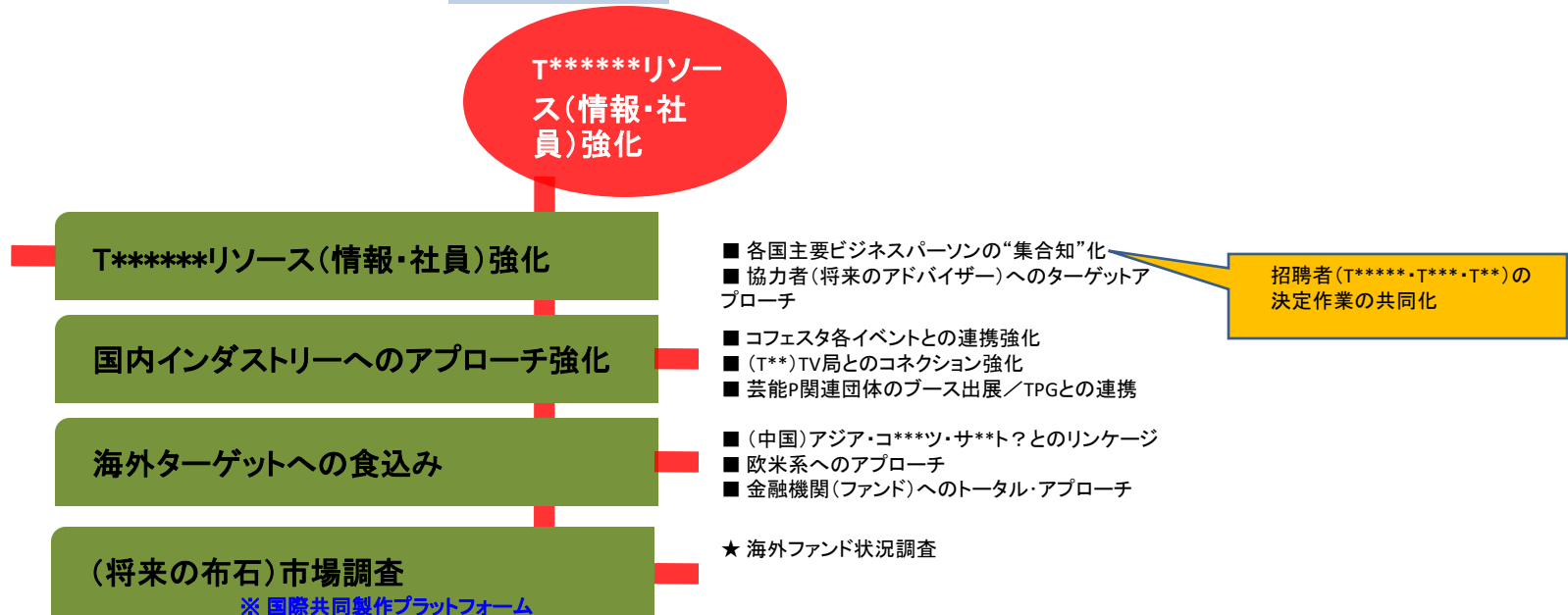
- ネットワーキングレセプションの場所確保
 - T** / T*****と近い場所 or 関連イベントへの導線が期待できる場所の確保
 - 「T** NWレセプション」は単独では成立し得ない
 - 場所はタワーホールが第1候補
 - 原作マーケット(先述)
 - 「レセプション」「セミナー」との連携
 - 出品者が毎日参加できる“ネットワーキングの場”を提供
 - (単独予算がない以上)T*****・T***・コ***夕開催のイベントへの参加・情報提供が望まれる
 - 参加者の“導線”を意識した「セミナー」開催
- ⇒ コ***夕・イベントとの有効な連携

ビジネス・テーブルやセミナー視聴だけでは“ビジネス”はできない。打ち解けた雰囲気でのネットワーキングの場をどれだけ提供できるかが要

Ⅱ. 2010年のT*****重点課題

概要

2007 2008 2009 **2010** 2011 2012 ……



個別

- T***作品のT*****販売体制確立(招聘&ブース提供・T***カタログへのセールス会社記載、等)
- コフェスタ各イベントとの連携(出展者・T**出品者のネットワーキング・イベントへの参加優遇)
- 同・来場者導線を意識したイベント開催((例)「セミナー」⇒「T** NWレセプション」など)

- Visit Japanキャンペーンとの協調(招聘者対応。東京都など経産省以外からの予算負担の可能性検討)
- 芸能プロダクションへのアプローチ強化(T*****出展・T**来場のリンケージ)

Ⅲ. 三カ年計画

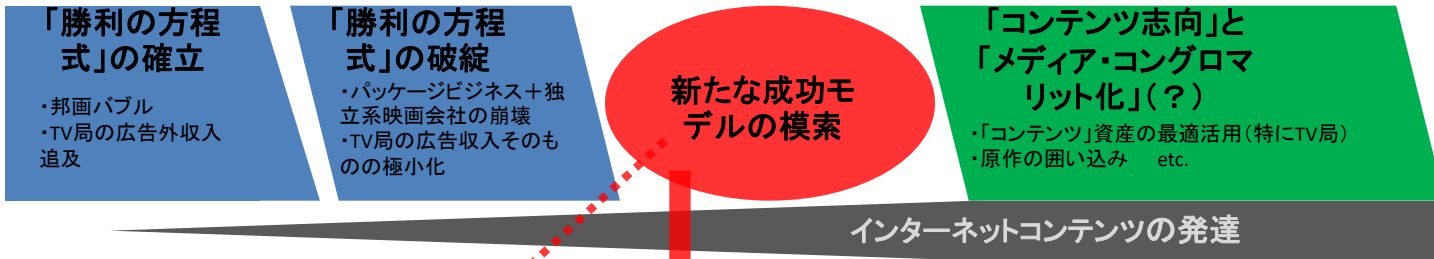
- これからのコンテンツ・ビジネス環境（外部要因分析）
- 潜在ニーズ（仮説）とT*****の対応すべき方向
- 3カ年計画
 - 2010 実力向上フェーズ
 - 2011 独立準備フェーズ
 - 2012 独立フェーズ

これからのコンテンツ・ビジネス環境（外部要因分析）

•映像コンテンツ産業を取り巻く状況

・・・日** / T*****が将来優位性を持つ方向性は？

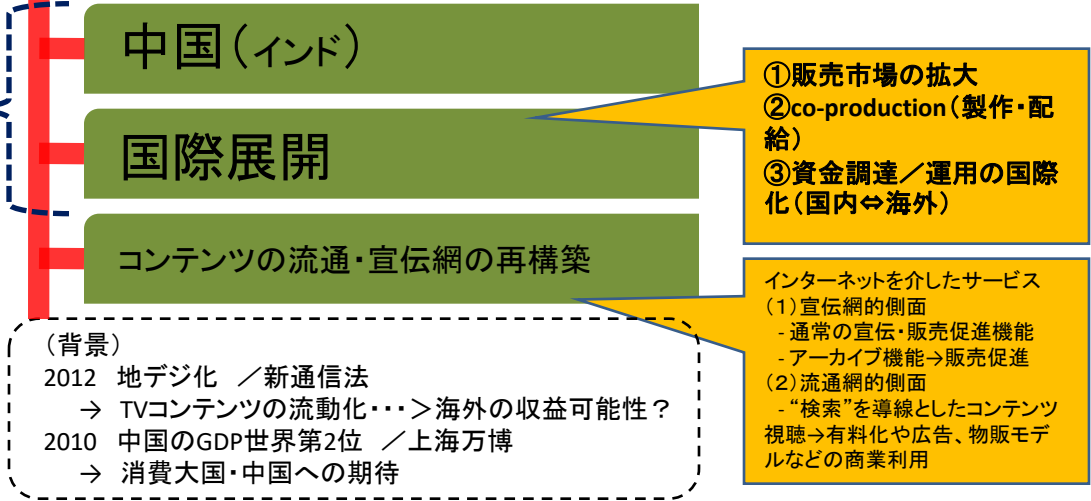
2007 2008 2009 2010 2011 2012



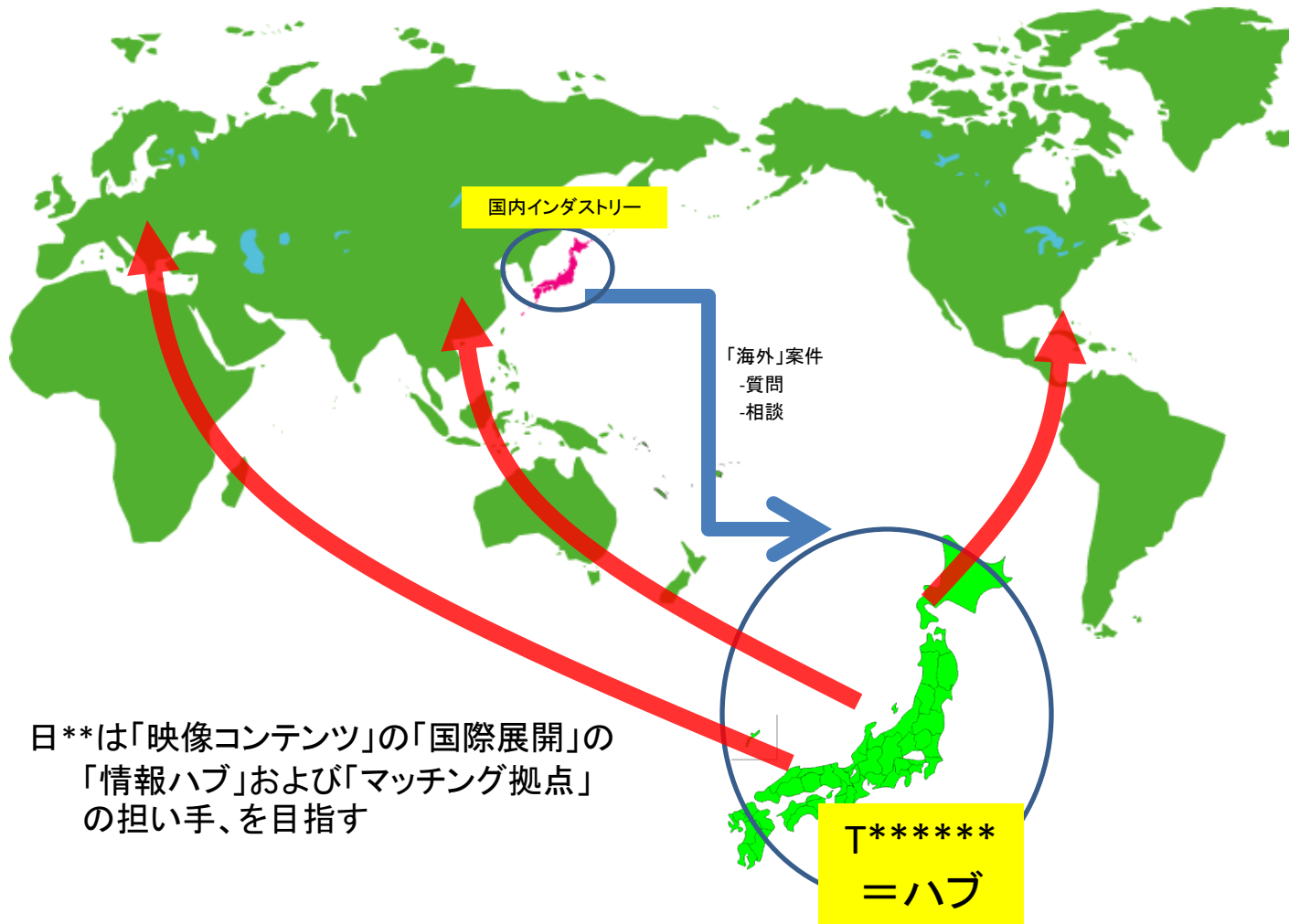
※「勝利の方程式」=
 ①TV局出資
 ②大手(特に東宝)配給
 ③原作物
 ④製作委員会

特にTV局側
 “インダストリー”側
 にニーズあり

日** / T***** ?

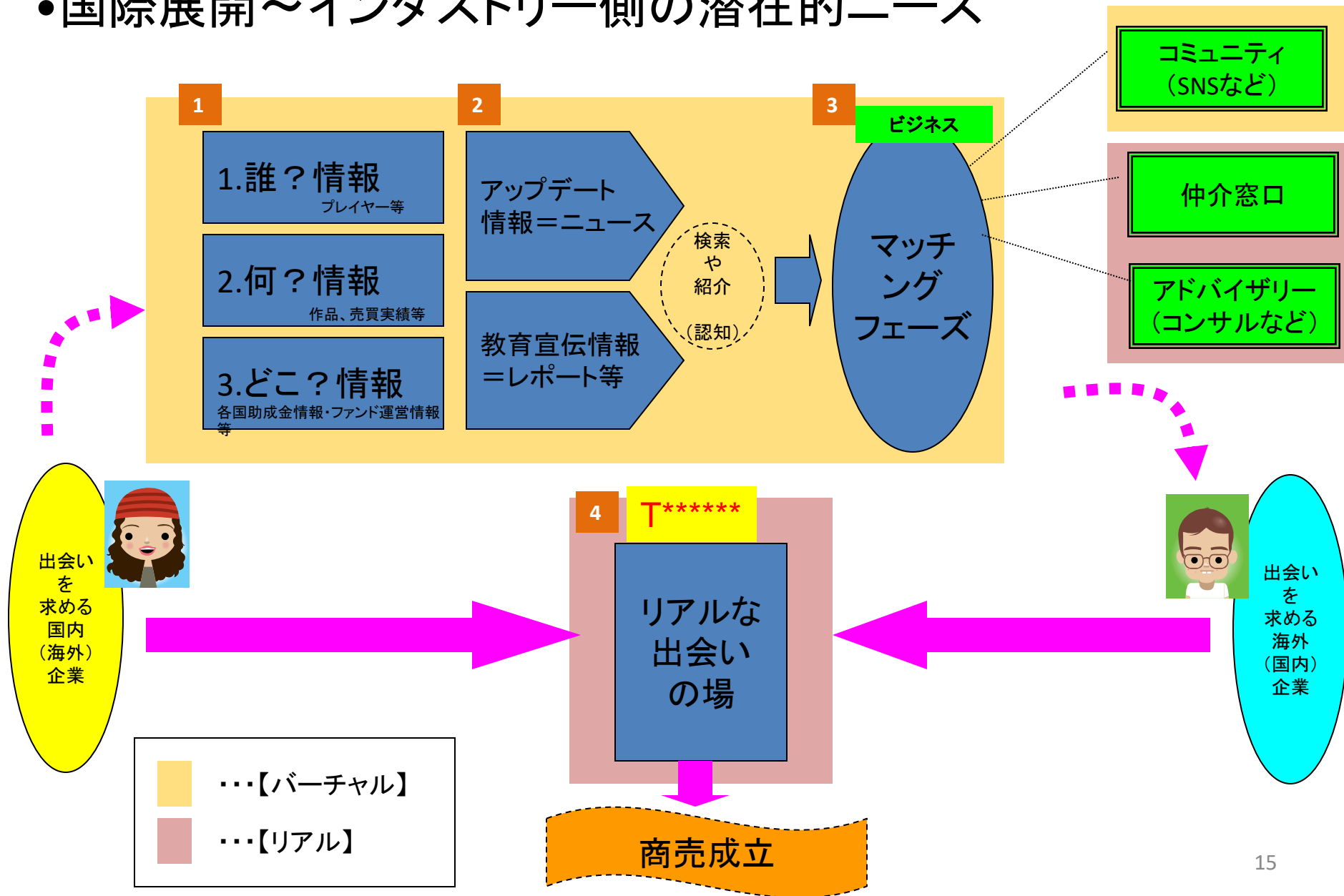


• 目指す方向性 = 「国際展開」の「ハブ」

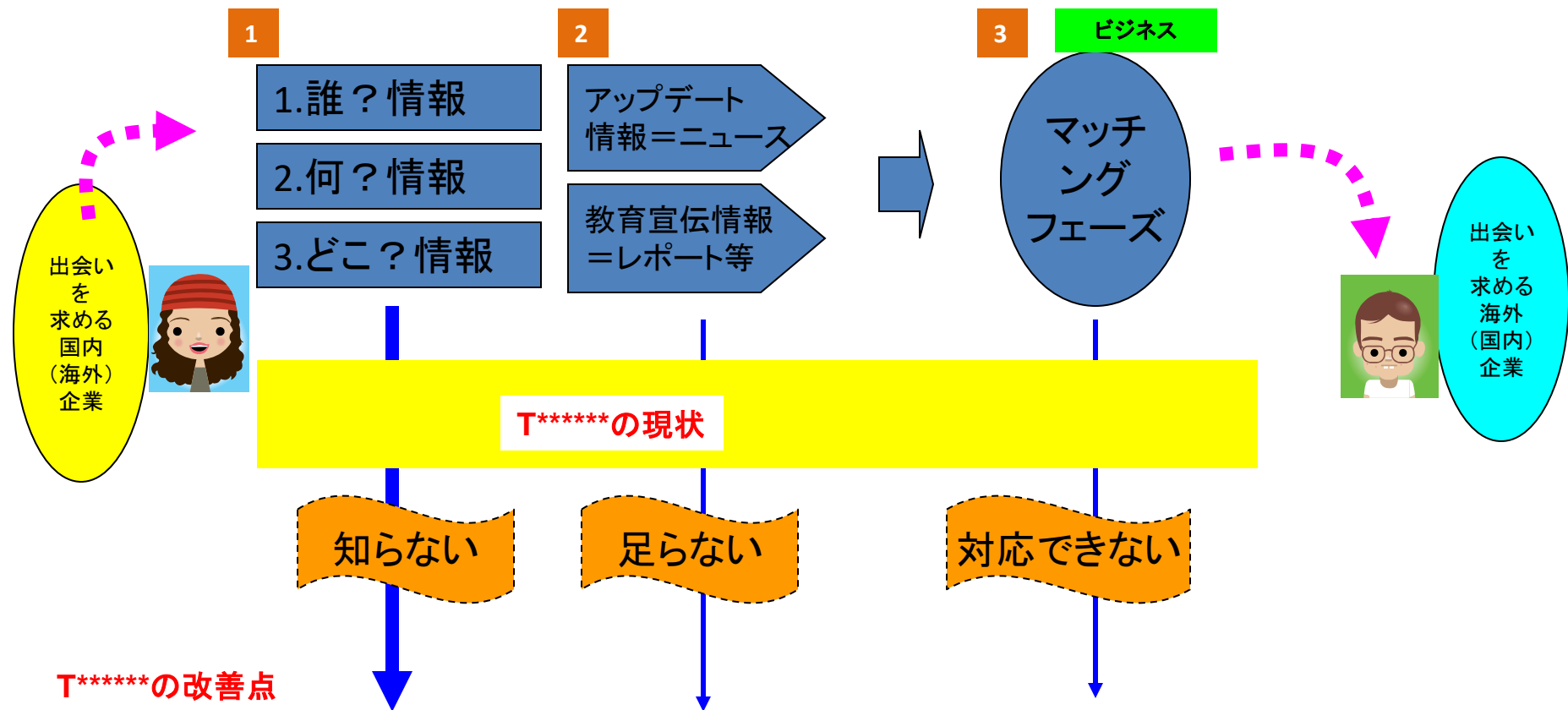


潜在ニーズ(仮説)とTIFFCOMの対応すべき方向

●国際展開～インダストリー側の潜在的ニーズ



●T*****の現状～対応すべきポイント



T*****の改善点

- キーパーソン情報の収集・社内共有化
 - 国内においては“取込み(出展・来場)”営業
- 商談・製作状況のデータ蓄積
- 市場調査・情報蓄積
 - 国内企業の本格的DB化(企業財務情報含む)
 - 同・海外調査及び協力企業の選定
 - ★国際コンテンツ金融状況の実態調査
- 積極的な情報発信
 - 成功事例の発信
 - エクスクルーシブな業界向け情報発信機能(SNS)
- アドバイザー機能の強化
 - リーガル/ファイナンシャルアドバイザー等
- SNSなどを活用した業界内情報マッチングサービス

※ 事業化を目的とするならば「マーケット運営」は経営資源獲得のための“ツール”と位置づけるべき ⇒ **【疑問】本当に事業化は目的とされている?**

2009年まで

2007 2008 2009 2010 2011 2012

T*****の
マーケットとしての確立
期

イベント運営・体制の
確立

「秋に行われるアジ
ア最大のマーケット」
の地位の確立

2010年： 実力向上フェーズ

2007 2008 2009 2010 2011 2012

T*****リソー
ス(情報・社
員)強化

T*****リソース(情報・社員)強化

- 各国主要ビジネスパーソンの“集合知”化
- 協力者(将来のアドバイザー)へのターゲットア
プローチ

招聘者(T*****・T***・T**)の
決定作業の共同化

国内インダストリーへのアプローチ強化

- コ***タ各イベントとの連携強化
- (T**)TV局とのコネクション強化
- 芸能P関連団体のブース出展/T**との連携

海外ターゲットへの食込み

- (中国)アジア・コンテンツ・サミット?とのリンケージ
- 欧米系へのアプローチ
- 金融機関(ファンド)へのトータル・アプローチ

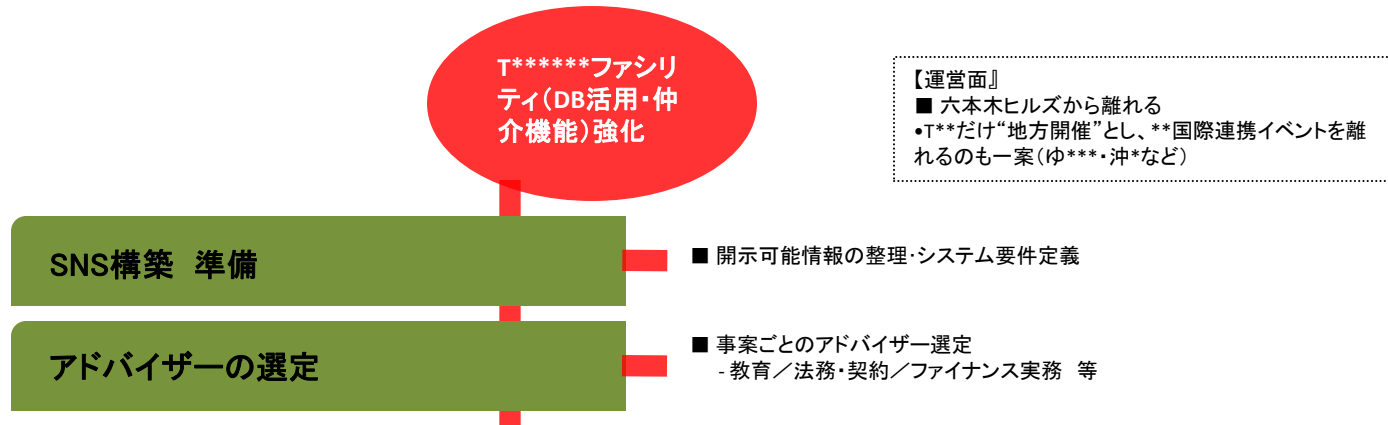
(将来の布石)市場調査

※ 国際共同製作プラットフォーム

- ★ 海外ファンド状況調査

2011年：独立準備フェーズ

2007 2008 2009 2010 **2011** 2012



2012年：独立フェーズ

2007 2008 2009 2010 2011 **2012**

