

映画がプレミアムな映像であり続けるために 2

2025 年 2 月 13 日

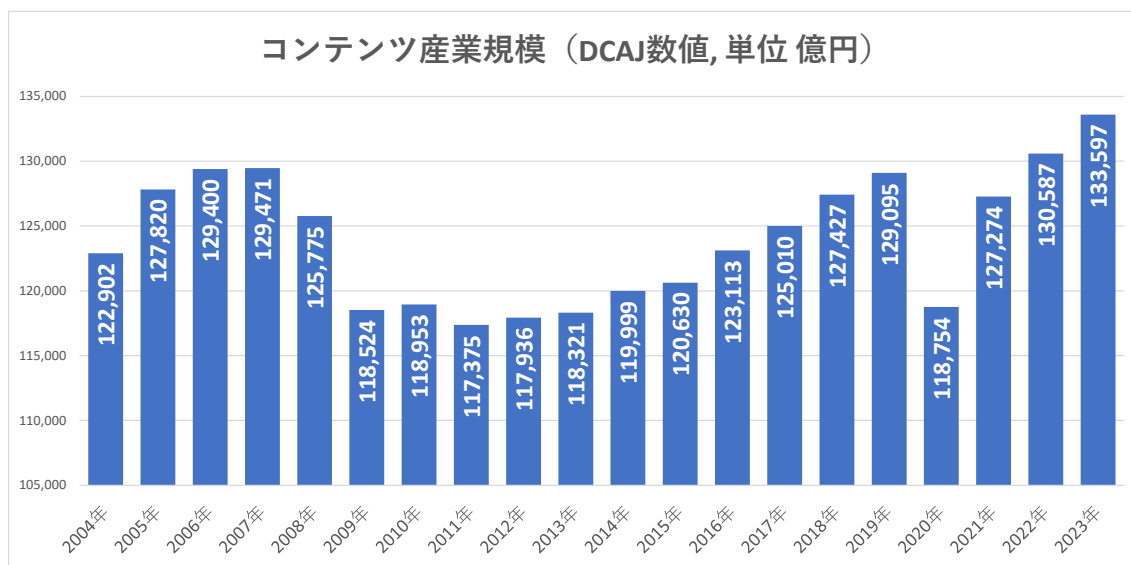
青山学院大学 内山隆

1. 十年一日

内閣府に知財本部がおかれて(since 2003)、20 年以上経過している。当時から振り返れば、コンテンツというワードの認識も定着し、単なる娯楽から一産業としての認識も高まったのではないだろうか？

それでもなお、いくつかの課題は、未だ十分な解決に至っておらず、本日も、各省庁から“今後、取り組む政策アジェンダ”として掲げられている。特に海外展開と人材育成は最たるものであろう。また映画分野については、過去、知財本部においても「映画の振興施策に関する検討会議」¹などが開かれており、そこでの提案も含めて再検討するには望ましいタイミングである。

また これまでもコンテンツ産業は、リーマンショック、東日本大震災、コロナ禍、など、マクロ環境変化に弱い面もある。このあたりは個別省庁というよりは、こうした場で議論されることは、適切と言えるのではないだろうか？



2. 映画、放送、配信が混然一体となった世界と時代へ。

賞レースへの出展資格や著作権等の制度論のうえでは、それぞれの定義が必要であるが、経営マネジメント上、映画・放送・配信間でのウインドウイングやマルチユースのような横断的な活

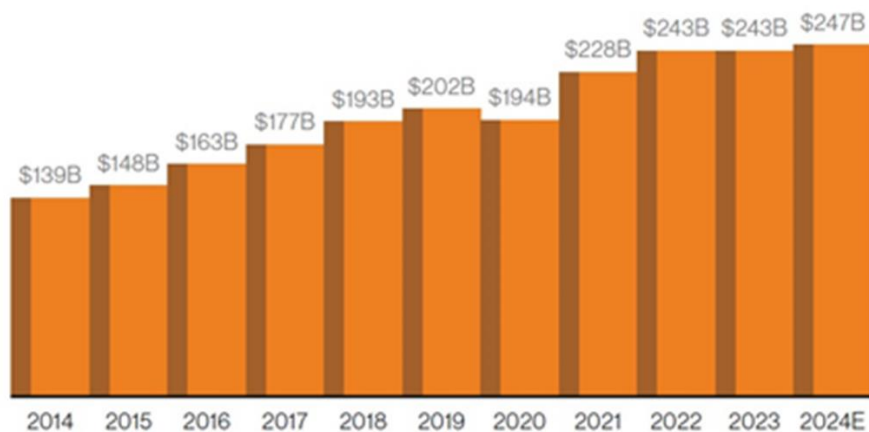
¹ 「知的財産推進計画 2017 策定に向けた検討」⇒「検証・評価・企画委員会」⇒「映画の振興施策に関する検討会議」

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kensho_hyoka_kikaku/index.html

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kensho_hyoka_kikaku/2017/movie/houoku.pdf

用・展開を前提として設計する時代であり、敷居は低くあったほうが望ましい(もちろんそれを踏まえたとえでの exclusive な経営戦略オプションは十分にありえる)。実際、世界のコンテンツ投資も、コロナ禍以降、頭打ちとなっている(∴視聴者観客の予算と時間制約)。

Global Content Spend

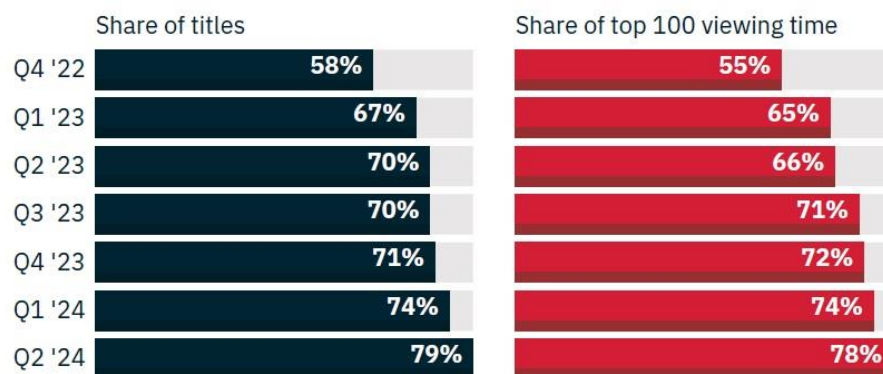


Source: Ampere Analysis; note: includes commercial broadcasters, public service broadcasters, pay TV groups, theatrical film studios, AVOD/SVOD streaming; 2024 figure forecast as of January 2024

出典²

その一方で、カタログ上、ライセンス作品の割合が増えている。優勝劣敗のなかで質的な競争が高まっているフェーズに入っているといわれる。

Licensed Content Share of Nielsen 100 Most Streamed Titles, by Quarter



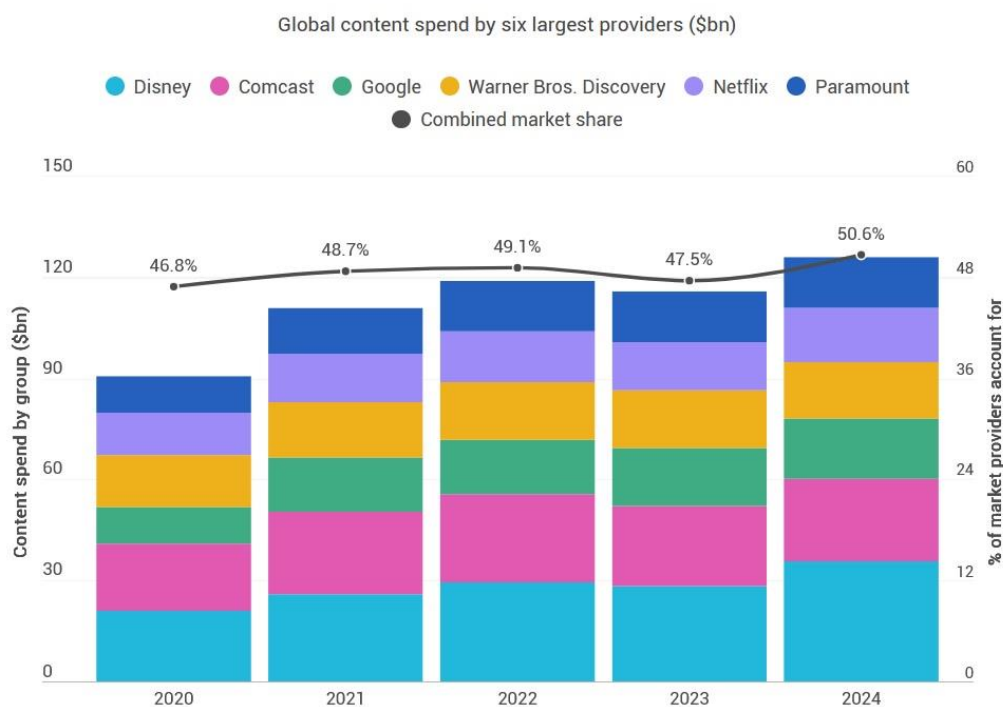
SOURCE: NIELSEN, MOFFETT NATHANSON

出典³

² Variety VIP+(2025), “TV & Film Production Pipelines in Flux” February 2025, p10.

³ Variety VIP+(2024), “The Postwar Streaming Markets” September, 2024, p14.

しかもその世界の投資の半分は米国の巨大コングロマリットによってなされている。



Source: Ampere Markets - Content

出典⁴

日本(自社)の IP を守りたい日本の事業者にとっては、(製作費と世界展開の観点で)ジレンマになるが、こうしたグローバル・プレイヤーとの関係性をどのように設定していくかで、海外展開の様相は大きく影響を受けるものとする。それは単なる経営戦略のみならず国家の制度設計も含まれる。

また海外展開の拡充は引き続き課題と考えるが、国内市場が大きな国のほうが国際競争上も、優位になるという考え方もある。わが国の映像産業の強い国内指向(対しての韓国の強い海外指向)は言われるが、国内の基盤あってこそ、という点は指摘しておきたい。

3. 支援処理プロセス

過年度から民間からの再三の要望のある“年度越えできる予算執行”について、基金化という対応がなされている点は評価すべき点である。結果としての評価として挙げられるのは、“桜のシーズン”の映像が増えるかどうかは、分かりやすい着目点でもある。

公金を用いる以上、それを正確にかつ公正に使うことは大前提として、申請手続き上の簡便化は一定程度必要である。ハリウッド等の大規模予算の大型撮影であれば、世界中のなかから公

⁴ INGRAM,P.,(2024),” Top six global content providers account for more than half of all spend in 2024,” Ampere, 29.10.2024,
<https://www.ampereanalysis.com/insight/top-six-global-content-providers-account-for-more-than-half-of-all-spend-in-2024>

的補助金や税制優遇を見つけ出し、申請し、受けるための専門人員をおくことも可能であるが、わが国の映像分野では、なかなかそこまではたどり着けず、プロデューサー陣が業務の一部として担当することになるだろう。拙者が、支援制度において、税制優遇や税額根拠を求める理由のひとつでもある。

4. 人材育成

映像分野は、1950年代のスタジオ・システムの崩壊後、“組”という形でOJT型の人材育成がなされてきており、またプロジェクト・ベースで仕事が行われ、元来は人事の流動性が高いはずの分野であった。今はそれすらも怪しいと聞く。より一層、仕事の標準化が求められる一面がある（特にクリエイティブとは間接的な間接業務）。

やはり2000年代に、業務の標準化という目的のもとで、経産省では『プロデューサー・カリキュラム』という形での冊子が作られ（2003年～）、その後、アニメや放送海外番販でも同様の動きがあったが、当時は“配信”というジャンルや“AI&デジタル”というジャンルはなかった。20年の時を経て、環境も大幅に変わり、内容ややり方も見直すべきときというには妥当なところであろう。

ただそれらはあくまで初学者向けである。一番必要なことは現役若手・中堅向けのリカレント体制をつくることであり、外国に範を求めるとすれば、米AFI Conservatory⁵や英NFTS(National Film and Television School)⁶ではなかろうか？

さらにOff-JTでできることは限られており、特にクリエイティブ側面ではOJTの重視がある。その点で海外の先進的な撮影クルーを日本に招き、日本人スタッフ協働することは大変有意義な学習機会のはずである。知財事務局でも検討し、経産省が予算付けしているロケ誘致の内容充実はさらに期待したい。

また従来からビジネス・プロデューサーの不足や必要性が言われてきており、特に経産省を中心に00年代、10年代に何度も検討が重ねられてきた。おそらくそのアップデート版として、ショー・ランナー（放送、配信分野）という人材の必要性を指摘することができる。クリエイティブとビジネス展開双方に理解のある第一線のプロデューサーである。

5. 最後に

2033年までの11年間で、海外売上を22年比、4.26倍とする目標（年率換算14.1%成長）は決して容易くありません。11年かけた持続性ある国家戦略に仕立て上げていくことを期待します。

⁵ <https://conservatory.afi.com/>
援を行っている。

⁶ <https://nfts.co.uk/>

なおVIPOは創設以来、AFIへの日本人留学生留学支