

日本のコンテンツ（映像）関連ビジネス
に対するハリウッドからの提案
～世界で稼ぐために今やるべきこと～

日本コンテンツの海外展開のための
ロサンゼルス官民タスクフォース

2018年3月8日

前 文

現在、興行収入に基づく日本のコンテンツ市場の規模は、米国、中国に次いで世界第3位（約20億ドル、2014年）であり、『君の名は。』『シンゴジラ』などのヒット作品が連発した2016年は、2000年以降で過去最高の興収（2355億円）を記録した。また、アメリカではアニメやJホラーをはじめとする日本コンテンツは根強い人気を誇り、日本のソフトパワーの源泉として日本のイメージ向上に貢献している。さらに、2016年の訪日旅行者は約2,400万人と過去最高であったが、映画やアニメなどを訪日のきっかけとし、舞台となった土地を巡る「聖地巡礼」を集客の目玉とする動きもある。

しかしながら、2018年の第90回アカデミー賞外国語映画賞に日本作品のノミネートはなく、また日本コンテンツを原作としたハリウッド映画においては、日本を舞台にしたコンテンツでありながら日本国内で撮影が行われていない作品も数多く存在する。

2017年6月に米国配信事業大手Netflixで配信された韓国映画『オクジャ/okja』は、俳優のブラッド・ピットが率いる製作会社が製作し、韓国人俳優とハリウッド俳優が主演、韓国フィルム・コミッションの誘致により大々的な韓国撮影が行われた。同作はNetflix社の海外配信網によって、世界190カ国以上にて同時配信されている。

一方で、遠藤周作の原作をもとにハリウッドで映画化された『沈黙-サイレンス-』はアカデミー賞にもノミネートされたが、日本ではなく台湾で撮影が行われ、日本人俳優も台湾へ出向き撮影に参加した。

また、日本の人気マンガ「デスノート」を原作とし、約40億円とも言われている巨額の製作費で実写化され2017年8月にNetflixで世界同時公開された、ハリウッド版「Death Note/デスノート」についても、撮影はロケ地誘致のインセンティブ制度（税制優遇）を有するカナダで行われた。

ハリウッドでは、NetflixやHulu等のストリーミングサービスが台頭し、こうした中でディズニーが20世紀FOXを買収する事でHuluの持ち株が過半数を超えるなど、業界全体の構造が急激に変化し、人気コンテンツの争奪戦が加速するとともに、Netflixによる有名プロデューサーと5年間の

包括契約の締結の動きをはじめ、優秀な人材の囲い込みが激化している。カナダ、イギリス、フランス、ドイツ、インド、韓国といった諸外国は国・業界が一体となり、ハリウッド映画撮影を誘致するための方策や国際共同製作を通じた助成金の付与、またハリウッドに拠点を設けてアカデミー賞受賞に向けてのロビー活動などを通じ、コンテンツ産業におけるプレゼンスを高めている。特に、隣国の韓国では、補助金を活用した国を挙げたロケ誘致活動、現地でのロケ班の受け入れ体制の強化等を通じて、ハリウッドでの評判・プレゼンスを磨き、アカデミー賞を勝ち取るためのロビー活動を行っている。

コンテンツ産業の振興に現時点では、国内市場をベースに採算が取れている日本のコンテンツ市場であるが、将来予想される人口減少に伴う市場縮小等を踏まえ、日本コンテンツの海外展開のあり方を再考する必要があるのではないかと。

このため、在ロサンゼルス日本国総領事館とJETROロサンゼルス事務所が事務局となり、日本コンテンツの海外展開やロケ地誘致のための方策、国際共同製作、世界のコンテンツ市場で戦える人材育成やコンテンツの国際化といったテーマについて、映画の都ハリウッドに拠点を置く関係者から具体的かつ専門的な意見を聴取するための「日本コンテンツの海外展開のためのロサンゼルス官民タスクフォース」を立ち上げ、複数回にわたり関係者の意見を聴取した。

加えて、ロサンゼルス周辺での撮影許可を一元的にまとめる「Film L.A」、カリフォルニア州でのロケ地誘致を積極的に推進する

「California Film Commission」、ロサンゼルスを拠点に韓国への撮影誘致および韓国映画作品のプロモーションを行う韓国フィルム・コミッション等の関係機関からも、ロケ地誘致、撮影許可における世界標準の取組状況、および自国映画のプロモーションや共同製作促進への活動についても聴取してきたところである。

日本コンテンツの更なる海外展開のために、官民一体として早急に取り組むべき事項や今後の方向性について、「日本コンテンツの海外展開のためのロサンゼルス官民タスクフォース」より、以下の通り提言をさせて頂きたい。

提 言

1. 撮影誘致・国際共同製作インセンティブプログラムの導入

- ・ハリウッドの映画関係者の中でも、日本での映画撮影や日本との合作に関する意欲は高い。特に、製作のクリエイティブサイドに責任を持つプロデューサー等の者には、日本での撮影や日本との共同製作に興味を示すものも多い。また、現在、日本政府内で進められているロケ撮影に向けた環境改善に係る取組は、ハリウッド作品の日本での撮影を通じた日本の魅力の世界への発信と日本の映画産業の海外展開にもつながるものであり、是非とも進めていくことが必要である。
- ・他方で、仮にクリエイティブサイドが日本での撮影等に興味を持った場合でも、製作会社内等でファイナンスに責任を持つ者と議論する際に、国際水準並みの撮影誘致・国際共同製作インセンティブ等がない、と分かった瞬間、日本での撮影等は検討対象から一気に除外されることも多い。
- ・また、折角の国際共同製作補助金については、年度内に成果を求められてしまうことで魅力が半減してしまい、製作者にとって利用が難しいプログラムとなっているとの指摘があった。
- ・そのためにも、他国の支援制度をしっかりと把握し、国際水準並みでかつ持続可能な撮影誘致・国際共同製作インセンティブプログラムの導入の検討を本格化させていく必要がある。
- ・我が国は、2020年に東京オリンピック・パラリンピックを控える。この機会をとらえ、「世界を相手にした製作」が、世界に「日本」を発信していく上でも重要である、との意識を日本全体で共有し、国際水準並みのインセンティブを創設する機運を醸成していくことが必要である。

※映画産業世界トップ10の国(興行収入ベース:米、加、中、日、印、英、仏、韓、独)の内、

中国を除き、国際水準並みの撮影誘致インセンティブがないのは日本のみ。

⇒[参考資料①](#)

- ・インセンティブプログラムには、しっかりとした効果が上がる仕組み作りも重要である。「額」や「枠」の議論のみに終始するのではなく、それによってもたらされる経済効果としてどのようなものが有り得るのか。納得感のある効果が発揮されるためには、どういった条件設定が必要なのか、また、国内映画ビジネスとのバランス感をどう考えるのか、といった議論も合わせて行い、制度導入につなげていくことが重要である。
- ・一足飛びに本格的なハリウッドムービーに関する海外からの撮影誘致を進めるよりも、まずは、地元の理解が得やすい内容の撮影誘致を促進し、地元関係者間での経験の蓄積につなげていくことが必要である。例えば、地方の観光プロモーションにつながるような撮影誘致に対する支援を拡大し、経験を蓄積しながら、大規模かつ持続可能な撮影誘致・国際共同製作インセンティブの創設につなげていく、といった中期的な視野に基づいた取組を進めていくことが重要である。

※地元理解の醸成と実効的な観光プロモーションにつなげていく観点からは、米・旅行番組の沖縄での誘致・撮影に取り組んだグッドプラクティスを参照。 ⇒[参考資料②](#)

- ・アニメについても、日本アニメ独自の世界観に共感する者は想像以上に多く、日本のアニメは市民権を得つつあり、まだまだ世界で勝負できる大きな可能性を感じる。しかし、日本の関係者が必死の思いで、日本発のアイディアのハリウッドでのアニメーション化のチャンスに漕ぎ着けたとしても、インセンティブが無いことで、アニメーションの製作が他国で行なわれていることも極めて多いと聞く。日本国内のアニメ製作の現場が、下請けで苦しんでいる、との話は長い間の定説となっているが、「世界を相手にした製作」は、そこから脱却する大きな糸口となりうる。

2. 撮影手続きの「ワンストップ化」及び「スピード化」

- ・撮影に関しては、日本各地のフィルム・コミッションの中にも、相当の知見を有するものがあると聞いており、実際に日本でのTVドラマの撮影経験があるアメリカのプロデューサーからも、地方フィルム・コミッションの働きを称賛する声がある。

- ・一方、撮影に向けた実際の段取りを組んでいく過程で、様々な事情から日本での撮影を断念せざるを得ない例も多く、日本での製作・撮影サイドにおける実務の壁を乗り越えるための取組も更に充実させていくことが必要である。
- ・カリフォルニア州のフィルム・コミッションでは、撮影許可申請を24時間オンライン受付、2-4日以内に許可が取得可能である。撮影の際は、専任の警察官、消防担当者をフルタイムで配置するとともに、撮影時に順守すべきルールを作成し、厳格に運用させることで、映画撮影に関する市民の理解と協働を育みながら、年間4万件近い撮影誘致を成功させ、また、他の国・地域では、海外プロジェクトの撮影に対応できるクルー等をリスト化し、これらのアレンジ等もワンストップで実施している例も多い。
- ・日本でも、こうした実務の「ワンストップ化」及び「スピード化」及びそれに必要な体制の充実に向けて、さらに検討を進めていくことが必要である。

3. 国際共同製作協定の促進

- ・国際共同製作協定とは、各国間において共同で映画を製作する際に、各種手続等が円滑に行われることを確保するよう締結される協定（条約）である。
- ・我が国は2017年9月に「日中共同製作協定」を大筋合意したが、他国に比べて協定締結国が限られる。
- ・韓国では、国際共同製作の締結を進めており、フランスとニュージーランドと協定を結んだところである。今後もアメリカを含む多国間での協定締結のための協議も進めていく必要がある。

4. ハリウッドスタイルを踏まえたビジネスモデルの構築

- ・ハリウッドの映画ビジネスにおいては、映像化に限らないあらゆる権利関係を念頭にリスクとリターンを広範囲に検討・交渉し、誰がどの部分の権利等を有するのかが明確にされていく。一方で、日本の映画コンテンツの製作は、製作委員会で行われることが一般的で、意思決

定は全会一致でなされることが多く、また、コンテンツの権利関係についても細分化・複雑化している場合が多いため、仮に海外で展開できそうなコンテンツがあったとしても、ハリウッドの意思決定のスピードについていかれないことも多いと聞く。

- このため、契約に基づき事前にリスクとリターンを網羅的に決めておくハリウッドスタイルでのコンテンツ製作も更に加速化し、成功事例等の共有をさらに進めていくことが必要である。
- また、製作委員会方式は資金調達の際、各社からの出資金を募り、資金調達を行うという日本独自のシステムとなっている。一方、米国では、世界市場での販売を前提とする完成保証を通じたファイナンスも盛んである。これにより初期段階での資金調達手段が多様化されていることに加え、金融サイドの関与による厳格な製作スケジュール・予算管理（権利関係等の整理を含む）が行われている。日本と米国では、現時点では映像製作の規模や本数が異なるが、インセンティブプログラムの導入によってもたらされると考えられる撮影件数の増加と歩調を合わせ、こうした新たなファイナンスのスキームについても業界を巻き込みながら検討をしていくことが必要である。

5. 国際人材の育成・マッチング

- 狭い世界のハリウッドに日本コンテンツを展開していくためには、ハリウッドコミュニティ・ネットワークに溶け込み、ハリウッド及び日本のやり方を熟知したグローバル人材（日米の橋渡し役）が不可欠である。
- そもそも英語でコミュニケーションができる人材をどう育てていくのか、という教育全体に関わる課題に加え、コンテンツ関連分野の課題としてUSC（南カリフォルニア大学）、UCLA（カリフォルニア大学ロサンゼルス校）などの映画プロデューサーコースを出るなどし、専門知識と留学経験を持ちながらも、アメリカで実践経験を蓄積していくのは難しく、また、日本に帰ってもコンテンツの海外展開とは無関係な業務についている者も多い。

- コンテンツ関連企業等におけるグローバル人材のニーズと留学経験のある人材をマッチングすることは、日本コンテンツの対外輸出という側面、またハリウッド映画等のロケ地誘致などの対日投資という側面からも非常に効果的な対応だと考える。

(参考)

日本コンテンツの海外展開のための
ロサンゼルス官民タスクフォース メンバー

大西 美枝 マーサ・アニメーション・プラネットUSA プロデューサー

海部 正樹 WOWMAX グループ代表

笹島 一樹 住友商事アメリカ シニアディレクター

マシ・オカ 俳優/プロデューサー/JETRO アドバイザー

光永 眞久 カリフォルニア州・ニューヨーク州弁護士

モリ・コウ ELEVEN ARTS 代表 & CEO

鷺尾 賀代 WOWOW ロサンゼルス駐在事務所 代表

《オブザーバー》

JNTOロサンゼルス事務所

国際交流基金ロサンゼルス事務所

*五十音順、敬称略

撮影地誘致インセンティブに関する調査

撮影地誘致インセンティブは、映画製作会社におけるロケーション選定における重要な決定要因の役割を果たしている。1990年代半ばから2000年代にかけてカナダが撮影誘致インセンティブを強化し、また他国も同様の制度を設けたことで、米国、特にカリフォルニアから海外に撮影地が移動する「Runaway Production」現象がおこった。

1998年にカリフォルニアを拠点に製作された米国興行 Top25 内の映画作品数が17作品だったのに対し、15年で6作品（アニメ作品を除くとわずか2作品）にまで落ちた。（参照：1999年 Monitor Report、2014年 Film L.A. Research）

この影響を受け、連邦政府は2004年に成立した雇用創出法の中で映像産業促進の為の税制 Section 181 を改正。また、OLSBURG/SPI の2017年9月の報告書によると、コンテンツ制作のハブを担っているニューヨーク州、カリフォルニア州を含む32州が独自のインセンティブを打ち出しており、さらに、カリフォルニア州ロサンゼルス郡では別途インセンティブ制度を設けている。

カリフォルニア州では、2014年にインセンティブ予算を3倍強に拡大し、Film L.A. 発表によると2016年の撮影は前年比6.2%増加している。カナダ、オーストラリア、ニュージーランドも戦略的な支援制度を備え世界有数の撮影地の誘致国となっている。

さらに、イギリス、アイルランド、フランス、オーストリア、ドイツ、エストニア、ハンガリー、チェコ、クロアチア、ポーランド、ノルウェー、アイスランドの欧州国だけでなく、南アフリカ、UAE、フィジー、さらには、ラテンアメリカのチリ、コロンビア、メキシコ、プエルトリコ、トリニダードトバゴも積極的に撮影地誘致を進めている。

アジアの取り組みとしては、タイ、韓国、台湾でも補助金支援制度により撮影誘致を進めている。また中国は、米国と興行成績で肩を並べる程に映画市場が拡大している一方で海外映画の上映本数を年間34本に制限するなど海外に厳しい姿勢とり続けてきたが、近年その制度も緩和の兆しを見せており、併せて米国等海外との共同製作を促し脚本審査から最終試写まで作品製作に関わることで、海外映画における中国のプレゼンス確保に力を入れると共に、中国の映画人材の育成にも繋げている。

このように、近年ではグローバルな規模での誘致合戦の様相を呈してきている。各国は、インセンティブを与えることで映画等製作会社の経費一部を負担することになるが、その国の映画関連産業への投資が集まり、雇用や間接消費に伴う経済効果を考えると、インセンティブの負担以上の経済効果をもたらしている。

国名	種類	インセンティブ	条件等
カナダ政府	税制優遇	16%	カナダ法人 最低予算 100 万カナダドル（映画、30 分未満のテレビシリーズ）、最低予算 200 万カナダドル（30 分以上のテレビシリーズ）
カナダ（ニューファンドランド・ラブラドール州）	税制優遇	40%	カナダ法人またはニューファンドランドラブラドール州法人 全労働者の 25%以上をニューファンドランドラブラドール州から雇用すること 予算は約 30 億円
カナダ（ニューブランズウィック州）	補助金	25~30%(40%*)	全費用の 50%以上をニューブランズウィック州で消費すること 全労働者の 25%以上をニューブランズウィック州から雇用すること *人件費に対しては、40%控除も可能
オーストラリア	税制優遇	20%(40%**)	オーストラリア法人 最低予算 50 万豪ドル（短編映画）、最低予算 100 万豪ドル（ドラマシリーズ） **長編映画は 40%も可能
ニュージーランド	補助金	20%(40%***)	最低予算 1500 万 NZ ドル（映画）、最低予算 400 万 NZ ドル（テレビドラマ）、最低予算 50 万 NZ ドル（過去作品、VFX） ***NZ 製作会社は 40%も可能
アメリカ（カリフォルニア州）	税制優遇	20%(25%****)	新作のテレビ番組等、最低予算 100 万ドル（TV 番組、短編映画）（新規 TV 番組） 年間予算 3.3 億ドルを 5 年間で 16.5 億ドル。 ****撮影地移転を伴うテレビ番組であれば、25%税額控除（譲渡不可税） ****独立系映画会社であれば 25%税額控除（譲渡税）
アメリカ（ニューヨーク州）	税制優遇	30%	最低予算 1500 万ドル（映画） 映画の 10%以上は NY で撮影されること。
イギリス	補助金	25%	イギリス法人 10%以上はイギリス国内で消費すること
スペイン	税制優遇	15%	最低予算は 100 万ユーロ
タイ	補助金	15%	タイでの撮影許可を持っている製作会社であり、現地タイ企業と協働すること 最低予算は 140 万ドル
韓国	補助金	25%	海外製作会社が製作し、海外資本が全体の 80%以上であること 撮影期間は 10 日以上、予算は 1800 万ドル以上であること
台湾	補助金	25%(30%*****)	国際的な映画祭で受賞実績のある製作会社または監督が製作すること 最低予算は 10 万ドル *****現地でキャストを組むと 30%の可能性
中国（青島市*****）	補助金	40%	中国政府から認可を受けた製作会社であること（中国企業のみが申請可能） 60 分以上の映画および 10 シリーズ以上のドラマであること 最低予算 3000 万 RMB *****大連万達グループ主導による映画撮影地区におけるインセンティブ。 （同グループが進めていた青島の巨大な映画撮影スタジオが売却される方向との報道もあり、詳細不明）

米ABCの旅行番組「Rock the Park」の沖縄誘致

- ELEVEN ARTSが米国主要TVネットワークABCの家族向け旅行番組「Rock the Park」（土曜朝11時～）の沖縄への撮影誘致に成功。同番組初のロケが2017年1月行われた。
- 番組は全2回。5月に放送され、再放送も行われている。現在は、Hulu等のストリーミングや、ユナイテッド航空の機内放送でも視聴できる。
- ABCが希望する費用の全額がカバーされた訳ではないが、観光促進にもつながる撮影誘致を、国、地元自治体、地元関係者等が役割を分担しつつ、サポートを実施し、撮影誘致に成功した好事例。

[関係者による支援内訳]

- ・JNT0:187万円程度（沖縄でのホテル14泊7名分、東京でのホテル5泊1名分）
- ・沖縄フィルムオフィス：150万円の支援（那覇―石垣分の国内線航空券12人分、撮影リサーチ代、撮影コーディネーター人件費、撮影バス）及び沖縄美ら島財団の紹介
- ・沖縄美ら島財団：150万円
（水中撮影代、撮影機材費、撮影バス、監督/通訳人件費）
- ・JAL：撮影クルー、出演者含む7名分の往復航空券、ラウンジ利用

○上記支援を踏まえ、番組の中で、美ら海水族館、JAL航空機・ラウンジの映像もふんだんに使用されており、支援と露出（誘客効果）のバランスが保たれている。

※沖縄フィルムオフィスは、上記支援のみでなく、前年度にロケーション・スカウティング招聘事業も実施。これが、この撮影誘致に繋がった。