



ジャパコン
JAPACONの概要と活動内容について

2015年 4月7日

コンテンツ・ポータルサイト運営協議会 運営事務局
(JAPACON事務局)

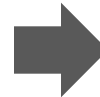
1: 目的および基本方針

- ① JAPACON(The Japan Contents Showcase)は、「知的財産推進計画2006」に掲げられた3つの目的を実現するための業界横断的な情報インフラとしてスタートいたしました。
- ② 運営主体であるコンテンツ・ポータルサイト運営協議会は「コンテンツ情報センターの実現」を目標に活動を進めています。

JAPACONのスタート・ビジョン

「知的財産推進計画2006」における位置付け
(フェーズ1の目的)

1. 国内外におけるジャパン・コンテンツの2次・3次利用を促進するための基本的な情報インフラ
2. 個人のクリエイターや中小企業の作品の流通の円滑化
3. ジャパン・ブランドの海外発信



コンテンツ情報センターの実現

1. 多様なコンテンツ情報の集積
2. コンテンツ流通のための情報発信基地化
3. 海外バイヤー、国内コンテンツホルダーの支援

コンテンツ・ポータルサイト運営協議会は、国内の主要なコンテンツ事業者、関連団体、及び著作者等の権利者団体など、22社/団体が会員となっています。

月に1度、経団連会館にて、運営会議を開催し、総会は7月に開催しています。

- 役員
- 会長 齊藤正明 一般社団法人日本レコード協会会長
- 顧問 室町正志 東芝株式会社取締役会長
- 顧問 依田 巽 ギャガ株式会社代表取締役会長兼社長CEO
- 顧問 和崎信哉 株式会社WOWWOW代表取締役社長
- 監事 原 良也 株式会社大和証券グループ本社名誉顧問

- 主査 瀬尾太一 一般社団法人日本写真著作権協会常務理事

- 事務局(委託) NPO法人映像産業振興機構VIPO

- 正会員・賛助会員 21社

一般社団法人衛星放送協会、株式会社NHKエンタープライズ、ギャガ株式会社、公益社団法人芸団協・実演家著作権隣接権センター、株式会社TBSテレビ、株式会社ティーワイリミテッド、株式会社テレビ朝日、株式会社テレビ東京、東芝株式会社、株式会社東北新社、一般社団法人日本音楽著作権協会、協同組合日本脚本家連盟、一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟、一般社団法人日本シナリオ作家協会、一般社団法人日本写真著作権協会、日本大学芸術学部、日本テレビ放送網株式会社、公益社団法人日本文藝家協会、一般社団法人日本レコード協会、株式会社フジテレビジョン、株式会社WOWWOW

現在の施策

前述のビジョンでスタートしたJAPACONですが、施策の発展に伴い、数度のリニューアルを重ねてシステムの改善を行い、現在は次のような基本施策に基づいて進捗しています。

1. 海外へのコンテンツ流通を促進するツールとしての機能整備

放送番組を始めとした映像コンテンツなどを海外でプレゼンテーションする際に有効なツールとして、プロの実務に耐え得る機能を整備する。

2. クールジャパン情報の集積と海外発信

ポータルサイト上で国内のコンテンツの作品情報の集積・紹介を行うとともに、SNSを通じてコンテンツを始め広く日本文化や食なども含めた日本の情報を海外に発信し、継続的なクールジャパン情報の発信基地として機能する。

3. 全国の高質なコンテンツ収集と海外への発信

海外へのプロモーションツールを自社で有していないローカル局・ケーブルテレビ局や各地のアニメ・映像等の制作会社のコンテンツを集め、海外に広くプロモーションする。

JAPACON(ジャパコン)・ビジョン2015

JAPACONの現在の目的は、映像を始めとしたコンテンツ情報を収集・蓄積し、海外に発信することである。

また、食やファッションなど海外に紹介していきたい日本文化の情報について、情報発信のパートナーを増やしつつ、取り込んでいくことが必要である。このような機能は、日本の各地において制作される良質な情報を直接海外に発信することも可能とする。

総じてJAPACONの現状と展望を簡潔に示せば、地方創生からクールジャパンまでの施策を情報という側面からひとつの流れにまとめて、日本をプレゼンテーションするインフラとして機能することである。

これによって、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けた経済政策を強く補助するとともに、2020年以降の持続的な発展、日本とアジアの経済連携の強化に寄与することを現在のビジョンとする。

参考：設立の経緯

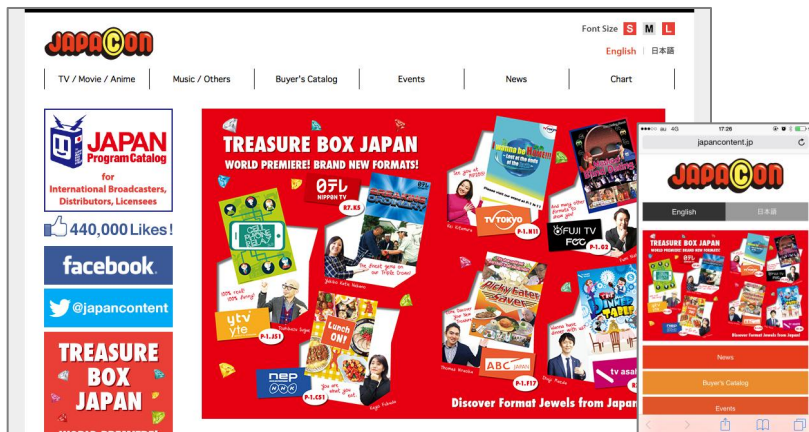
JAPACON(The Japan Contents Showcase)は、経団連エンターテインメント・コンテンツ産業部会における検討を受け、日本のエンターテインメント・コンテンツ産業の発展に資することを目的として設置され、テレビ局や権利団体等の会員によって運営されています。

日付	経緯	概要
2003年 8月26日	日本経団連におけるエンターテインメント・コンテンツ産業部会の発足	<ul style="list-style-type: none"> ・音楽、ゲームソフト、映画・映像、出版・流通、放送等に関する40社・団体が参加 ・日本の産業界全体としてエンターテインメント・コンテンツ産業の育成に向けた環境整備の必要性を提言
2004年 5月25日	コンテンツ流通の基盤となる権利情報データベースの整備の提言	<ul style="list-style-type: none"> ・産業問題委員会エンターテインメント・コンテンツ産業部会において、「コンテンツ流通の基盤となる権利情報データベースの整備」を提言 ・コンテンツ産業全体で横断的なデータベースの整備を進めていくことを確認
2004年 10月21日	特定非営利活動法人映像産業振興機構（VIPO）設立	<ul style="list-style-type: none"> ・エンターテインメント・コンテンツ産業部会において、「映像産業振興機構（仮称）」設立への協力をおこなうことを決定 ・経団連提言『知的財産推進計画』の改訂に向けて」を受けた政府の「知的財産推進計画2004」において、2004年度中に「民間機関」として設立が求められ、VIPO設立
2006年 3月22日	「知的財産推進計画2006」の策定	<ul style="list-style-type: none"> ・日本経団連からのコンテンツ・ポータルサイト設置の提言 ・これを受けた知財計画2006内での、「コンテンツ関連業界を横断する組織として設立された映像産業振興機構を有効に活用し、産学官一体となった取組みを推進すべき」との記述
2006年 8月2日	コンテンツ・ポータルサイト運営協議会設立	<ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツ・ポータルサイト運営協議会の設立総会が経団連会館で開催され、協議会が設立される

4: 主な活動内容 - 国内外への情報発信事業 -



ウェブサイト (B to B 中心)



SNS (B to C 中心)



+

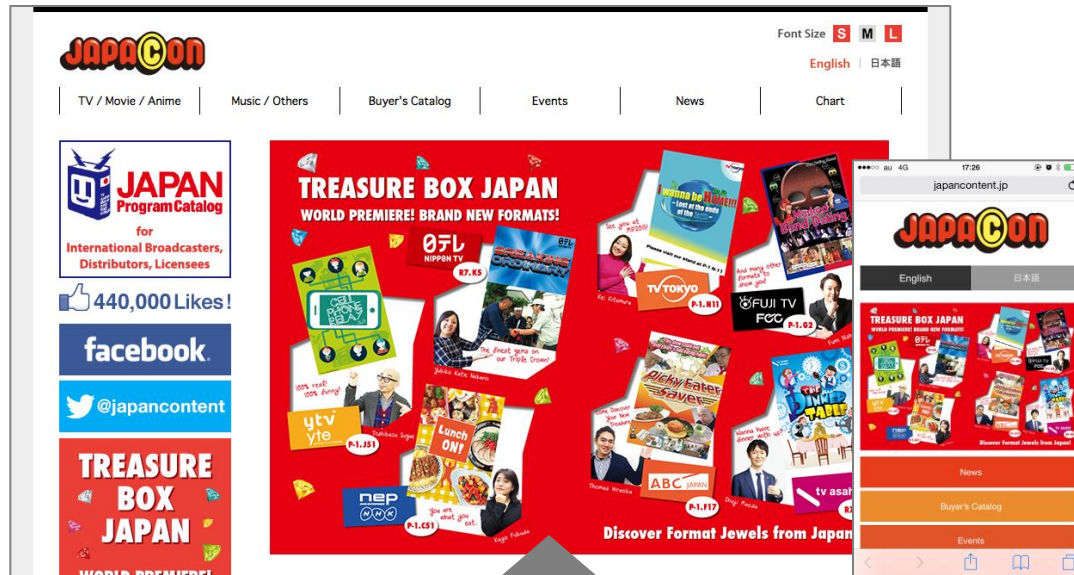
政府の各種事業と連携し、情報の集積と発信の一元化を進めています。



ウェブサイト: <http://www.japancontent.jp> (PC・スマートフォン共通)の活用

JAPACONのホームページでは、BtoBの情報を集積し、継続的に発信してゆくとともに、国内企業がの海外バイヤーへのプレゼンツールとしても機能するよう、改修を重ねています。

また、各情報サイトとリンクしてより広く情報を収集するとともに、期間限定のイベントについてもJAPACONにおいてプロモーションすることで、費用対効果を最大化することを可能とします。



独自のコンテンツ・マネジメントシステム(CMS)を構築したことが強み

1. 幅広いコンテンツのデータベース管理が可能
2. 低コストかつスピーディーにほぼ全てのページ更新が可能

SNSの活用

JAPACONの大きな特徴の一つにfacebookページを中心としたSNSの活用があります。



■ JAPACON公式アカウント情報

facebook : <http://www.fb.com/japancontent/>

Twitter : <http://www.twitter.com/japancontent/>

Instagram : http://www.instagram.com/japacn_mai/

■ 2015年4月現在のいいね！数は、440,000を突破！ 日々、500以上の新規ユーザーが増加中！

440,000のユーザーのうち、98%が海外ユーザーで構成されています。

中でも、日本のコンテンツ市場として今後も成長が期待される、インドネシア、フィリピン、インド、カンボジア、ミャンマー、北米等のユーザーが上位を占めています。(2015/3現在)

■ 98%以上の海外ユーザーで構成され、海外へのクールジャパン発信メディアとしての人気上昇！

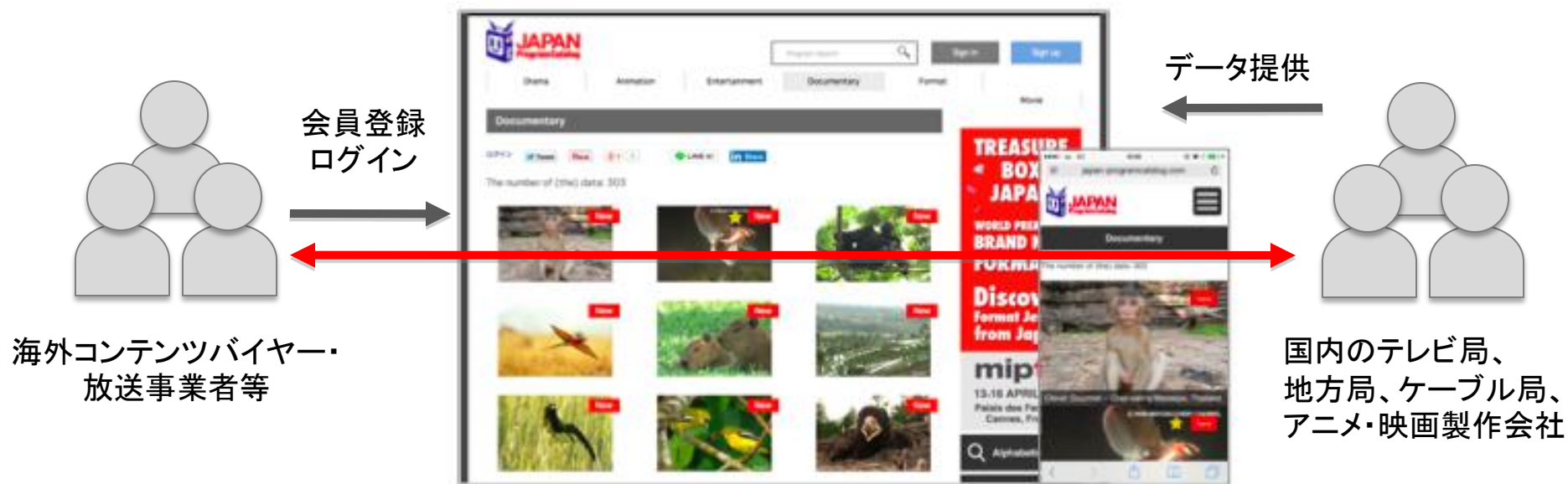
■ 国内大手メディア・新聞社等との連携

国内大手メディア・新聞社から公式に提供された記事やイベント情報を紹介したり、シェアしたりすることによって、紹介先のページの閲覧が増加したり、「いいね」が増えることが確認されています。

4: 主な活動内容 - 国内外への情報発信事業 -

放送コンテンツ海外展開のためのPRサイト (<http://www.japan-programcatalog.com>)

海外バイヤー向けの放送コンテンツプロモーションサイト（ツール）を2015年4月より運用開始。



このツールを活用することで

- ① 海外にコンテンツを販売したいが、費用・運用体制面等の課題でウェブサイトやツールを持っていない地方局、ケーブル局、アニメ・映画製作会社等が、自社の海外番販カタログサイトのような形でバイヤーと商談を行なう機会を作ります。
- ② ATF、TIFFCOM、mip等、主要マーケット以外に、年間を通じてコンテンツを販売する機会を作ります。

4： 主な活動内容 -放送コンテンツ海外展開のためのPRサイトについて

- ^{シンガポール}JAPACON(The Japan Content Showcase)は、「コンテンツ・ポータルサイト運営協議会」(会長：齊藤正明 日本IPD協会会長)が主体となり、海外の一般ユーザー向け B to C サイトを整備し情報発信を実施中 (平成19年6月～)
- 本年4月以降運用開始すべく同サイトを拡充。具体的には、海外バイヤー向けのプロモーションを強化・促進する観点から、B to B サイトを整備。
- 今後の具体的な活動 (プロモーション・広報) に同サイトを最大限活用すべく、関係者間で協議を進めているところ。

コンテンツ・ポータルサイト 運営協議会

会員：NHK、キー局、ケーブルテレビ連盟、権利者団体等

一般視聴者向け
「B to C」サイト



JAPACON サーバー

海外バイヤー向け
「B to B」専用サイト

※ ID、パスワードで閲覧者を制限 (管理)



放送番組一列のための機能
(検索機能、デザイン改善、ログイン機能)・インターフェース追加

連携

放送局・制作会社 関連団体

プロモーションのためのツールとして利用

NHK、キー局

ローカルテレビ局

ケーブルテレビ局

番組制作会社

【具体的な活動】

プロモーション・広報
海外見本市

MIPTV (4月 仏・カン)
MIPCOM(10月 仏・カン)
TIFCOM(10月 日本・東京)
ATF (12月 シンガポール)
等

- ・ PRサイトを活用した海外バイヤーへの働き掛け
- ・ 海外バイヤー情報の入手

■ 調査事業



海外コンテンツバイヤーのニーズ調査、バイヤーリストを収集すべく、ATF、香港フィルマート等に積極的に参加しています。

JAPACONのウェブサイト・SNSを活用しながら、バイヤーへのヒヤリングを実施し、会員事業者へフィードバック、ウェブサイトの改修にも積極的に活かしております。



コンテンツビジネスの市場拡大が見込まれるアジアにおける、日本コンテンツユーザーの意識調査等を行うため、アジア最大級のアニメフェスティバル「ANIME FESTIVAL AISA SINGAPORE」に、2年連続で出展いたしました。

現地のコ・フェスタ アンバサダー2名のアンケート調査協力、多くのパートナー企業のコンテンツ提供協力もあり、大きな成果を残しました。

■ その他（メディアとしてのプロモーションサポート、取材等）



コンテンツ関連イベントにとどまらず、世界から高く評価されるIT、技術、食などの様々なイベントを取材し、海外を中心にプロモーションを実施。

最近では、40万以上の海外ユーザーに支持されるSNSを活用したプロモーションを希望される企業・団体様からの依頼により、さらに幅広い分野の取材等にも対応をしております。