

「映画の振興施策に関する検討会」説明資料

平成29年2月13日（月）
内閣府 知的財産戦略推進事務局

「クールジャパン拠点連携実証調査」における実証プロジェクト一覧

- 「クールジャパン拠点連携実証調査」（28年度第2次補正予算事業）において、クールジャパン拠点の連携・ネットワーク化によってクールジャパンの情報発信・人材育成・産業創出等に取り組む先進的プロジェクトを7件採択。
- 今後、各プロジェクトの実証結果も踏まえ、「クールジャパン拠点構築検討会」において拠点連携に関する方策・ノウハウをとりまとめの上、全国に発信・展開することで、民間等によるクールジャパン拠点のネットワーク構築を後押し。

	事業名	実施主体	実証地域	主要分野	連携の主な目的
1	アニメのイメージとなった地域を核とした拠点間連携による日本の魅力の一体的・効果的発信	(一社)アニメツーリズム協会	飛騨エリア（飛騨・高山・下呂・白川）、東京	アニメ、マンガ	情報発信
2	日本酒と関連分野を組み合わせた海外富裕層向けマーケティングモデルの構築	サイエスト(株)	東京、茨城、長野 等	食文化	情報発信 産業創出
3	ロケ地情報の効果的な集約・発信による海外撮影クルー誘致を通じた地域活性化	(株)Journal Entertainment Tribute	東北地方	映像コンテンツ	情報発信
4	都市部のクールジャパン人材と地方のクールジャパン資源を活用した地方の魅力の効果的発信	(一社)大丸有環境共生型まちづくり推進協会	東京（大手町・丸の内・有楽町エリア）、新潟	食分野	情報発信 人材育成
5	ガストロノミーマニフェストに基づく食と周辺産業の連携による、食分野における日本の国際的発信力強化	(株)辻料理教育研究所	大阪、東京、鹿児島、鳥取 等	食文化	情報発信 人材育成
6	技術とデザインを融合させた最先端デザインラボ設置によるクリエイティブ人材創出の加速	東京大学生産技術研究所	東京	デザイン	人材育成 産業創出
7	空間デザインの発信による家具・インテリア産業のビジネス力強化	(株)東京デザインセンター	東京、金沢、高山、名古屋	インテリア、建築、デザイン	情報発信 産業創出

【プロジェクト概要】 アニメのイメージとなった地域を核とした拠点間連携による日本の魅力の一体的・効果的発信

《目的》

アニメのイメージとなった地域等の連携(地域間連携)や、アニメのイメージとなった地域内における様々な分野の拠点同士の連携(地域内連携)により、アニメを核として日本の魅力を一体的に発信し、地域活性化やインバウンドへの波及につなげる。

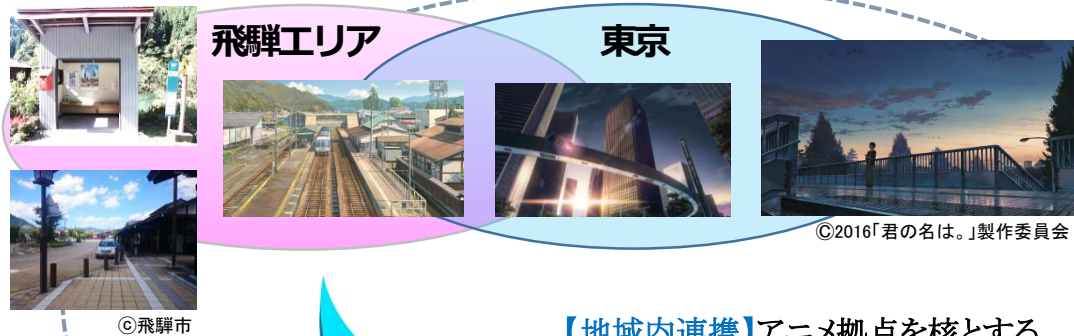
《プロジェクト概要》

モニターツアーの実施

台湾、香港、中国、マレーシア、タイからインフルエンサーやアニメファンを招へいしてアニメ映画「君の名は。」の一部として登場した岐阜県飛騨地方と東京の様々な拠点を巡るモニターツアーを実施。

※ SNSを活用して参加者の行動履歴を収集し、ツアー改善に活用

【地域間連携】全国のアニメ拠点同士の連携



【地域内連携】アニメ拠点を核とする地域内の拠点同士の連携



全国各地の拠点間の連携を促進し、外国人への訴求力の高い国内拠点のネットワークを構築

訪日外国人旅行者等の地方への誘客拡大による地域活性化

アニメツーリズムを地元で始めるための課題について

(「クールジャパン拠点連携実証プロジェクト進捗報告会」における(一社)アニメツーリズム協会報告等より)

- ① 地元における旅行客受入のための体制整備
- ② 地元住民からのクレームに対応するための体制整備
- ③ 旅行客のマナー向上に関する取組マニュアルの作成・広報
- ④ 自治体や地域事業者の著作権に対する意識を高めることによる、
地域と版權元のライセンス取引の円滑化
⇒(有識者指摘事項)
アニメツーリズムにおける著作権の扱いについては、
製作委員会等において企画段階から検討すべきではないか？
- ⑤ 国内外への情報発信の最大化・効率化（インフルエンサーの活用等）
- ⑥ 旅行客が作品の魅力をリアルに体感できるとともに、地域の他の観光資源
にも誘客できるような周遊ルートの造成
- ⑦ 海外旅行会社と協力したインバウンド客向けの商品造成・販売
- ⑧ 許諾を得ていないツアー商品駆逐のための情報収集

【プロジェクト概要】ロケ地情報の効果的な集約・発信による海外撮影クルー誘致を通じた地域活性化

《目的》

フィルムコミッションや地域の関係者・拠点等が連携し、海外のコンテンツ制作者のニーズに即した形でロケ地情報を集約したデータベースを構築・発信することにより海外撮影クルーの日本でのロケ誘致を促進し、制作した作品の海外における上映・放送等を通じた地域産品の海外販路拡大やインバウンドへの波及につなげる。

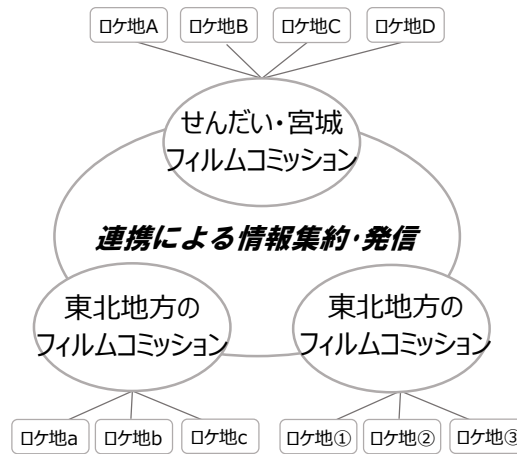
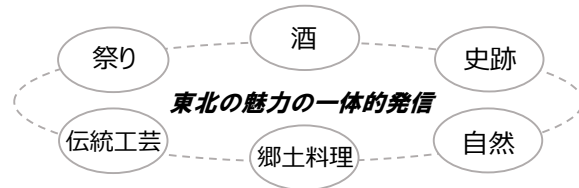
《プロジェクト概要》

制作者ニーズに即した東北地方のロケ地情報集約

東北地方のフィルムコミッションが所有するロケ地情報を集約し、ロケ地決定を容易にするような形で整理・分類したデータベースを構築。

海外の映像制作会社とのロケ実施

試行的にタイの映像制作会社と共同で、東北地方でのロケを実施し、「ものづくり」や「素顔の東北」に着目した情報番組を制作の上、タイ最大手の地上波放送局 (Ch.3) で放送。



取組結果のフィードバック

海外プロデューサー等を招へいたシンポジウム実施

タイの有名プロデューサーを招へいし、今後の継続的ロケ誘致活動の在り方について議論。

海外映像会社とのロケ実施を通じてデータベースの効果・課題を検証し、機能の向上を図る。

ロケ実施プロセスのメタ情報を整理し、フィルムコミッション・自治体観光誘致セクションと情報共有を行い、実例サンプルからコンテンツ誘致促進のための検証を行う。

海外撮影クルーの誘致効果の高いロケ地連携体制・情報発信方法を確立

ロケ誘致の促進と、地域産品の海外販路拡大・外国人旅行者の誘致への波及

海外撮影クルーの日本でのロケ誘致促進に向けた課題について (シンポジウム@仙台(2/2)、東京(2/3)より)

① 外国人（海外撮影クルー）目線での情報発信

⇒(海外プロデューサー等の発言)

- 日本で撮影を行うことにしたのは、予算支援、治安、地元の支援(エキストラ等)等が決め手
- 日本人から見るとあまり価値のないものでも、外国人から見ると価値のあるものがある
- 外国人からすると、都市名でなく地方名(東北、九州等)を言われてもピンとこない
- ロケ地の発信にあたり、きれいな風景写真に加え、英語での説明や場所等の詳細の説明も必要

② フィルムコミッション同士の連携強化

⇒(海外プロデューサー発言)

フィルムコミッションごとにHPが作られているが、より広い範囲からロケ地選択できるとよい。

③ 海外撮影クルーとロケ地関係者との間に入って調整できる人材の育成・確保

⇒(海外プロデューサー発言)

海外撮影クルーの要望をくみ取りつつ、ロケ地の住民や関係者からの協力を円滑に得ることのできるコーディネーターの育成・確保が重要