

検証・評価・企画委員会 第2回(コンテンツ分野会合)  
2017.12.01

1st PLACE株式会社

# 1st PLACE株式会社とは

## 【事業概要】

1st PLACE 株式会社は、音楽・映像を始め、アニメ・ノベル・コミック・キャラクター等のコンテンツや、音楽アーティスト、クリエイターを幅広くマネジメントし展開する総合エンタテインメント企業です。

VOCALOID から生まれたバーチャルアーティスト“IA”は、Web での連動動画再生数が通算 1 億回を超え、3DCG 技術を駆使したライブパフォーマンスを国内外で精力的に展開、ワンマンワールドツアーで約 30,000 人動員。2016 年には同ライブの上映会キャラバンを全世界で実施しています。

1st PLACE 所属マルチクリエイター“じん”による音楽・アニメ・コミック・ノベルのメディアミックスプロジェクト「カゲロウプロジェクト」は、関連 CD は日本国内で累計 70 万枚出荷、関連書籍が累計 800 万部を突破。その影響は日本国内に留まらず、海外でもコミックやノベルが発売、アニメ配信もされており、アジア・欧米・ヨーロッパの各地域でのマーケットが拡大進行中。

他にも、数多くのゲーム・アニメ主題歌を歌い、ボーカリストとしてグラミー受賞歴もある「クリスタルヴォイスの歌姫」“Lia”、「カゲロウプロジェクト」のキャラクアーデザインやミュージックビデオを担当し、世界中にファンを持つクリエイター“しづ”等、個性豊かなアーティスト、クリエイターが所属しています。

# 1st PLACE株式会社 主な事業内容

国際展開対象

大きなIP及びアーティスト

■ IA|ONE

バーチャルアーティスト

■ カゲロウプロジェクト  
マルチメディアコンテンツ

■ Lia  
アニメソング歌手

■ しづ  
イラストレーター、アニメ監督

今後、国際展開検討内容

新人アーティスト、クリエイター  
支援

■ 作曲家

■ ミュージシャン

■ イラストレーター

2015年から国際展開はIAを中心に行う。

# 1st PLACE株式会社

## 海外展開事業

### 海外展開プラン・目標設定

#### 2015年秋

- 準備・企画・戦略立て

#### 2016年2月～2017年10月

- 「VOCALOIDからバーチャルアーティストへ」  
新しいコンセプトを定着させる
- ファン層の拡大
- 海外企業、行政、メディアとのパートナーシップ
- 世界10都市以上のワンマンライブ実施

#### 2017年10月～2018年6月

- 国際チームで新しいコンテンツを制作する
- 海外音楽アーティストのコラボレーション強化
- 音楽以外のコラボレーション、タイアップを強化

#### 2018年6月～2020年2月

- ワールドツアー



# 目標に対する成果

2016年2月～2017年10月

■ボカロイドから  
バーチャルアーティストへ



PR活動全体、VIRTUAL ARTISTで統一

■ファン層の拡大



ワールドツアーは30,000人動員  
100都市以上の上映会  
海外ECサイトオープン

■海外企業、行政、メディア  
との提携



・IOIオリンピックのイメージガール  
・メキシコ・バハカリフォルニア州の  
教育委員会によりITなどの高校に  
活用するチュートリアル動画で  
ナビゲーター  
・2018年のマドリッドライブは  
日本スペイン外交関係樹立150周年の  
イベントとして公認

■世界10都市以上の  
ワンマンライブ実施



世界11都市にワンマンライブ実施  
2018年も3カ所確定

# 目標に対する成果

## 2017年10月～2018年6月

■国際チームで  
新しいコンテンツを制作



日仏プロジェクト発足、ユネスコテクノロジー都市のネットワークの活用

■海外音楽アーティスト  
のコラボレーション強化



新規アルバムに向けて、オーストラリア、フランスなどのアーティストとのコラボレーションは確定

■音楽以外の  
コラボレーション、  
タイアップを強化



海外スタイリスト、振付家と  
プロジェクト進行中

## 2018年6月～2020年2月

■ワールドツアー



ブッキング中  
目標:30カ所

# IA 1st World Tour [PARTY A GO-GO]

Total Public 30,000

MONTREAL *i* x 2700

LONDON x 2 *i* x 3000

NEW YORK *i* x 800

TOKYO *i* x 800

SHANGHAI x 2 *i* x 7000

MEXICO *i* x 1000

LOS ANGELES *i* x 2000

COSTA RICA *i* x 1000

HONG KONG *i* x 800

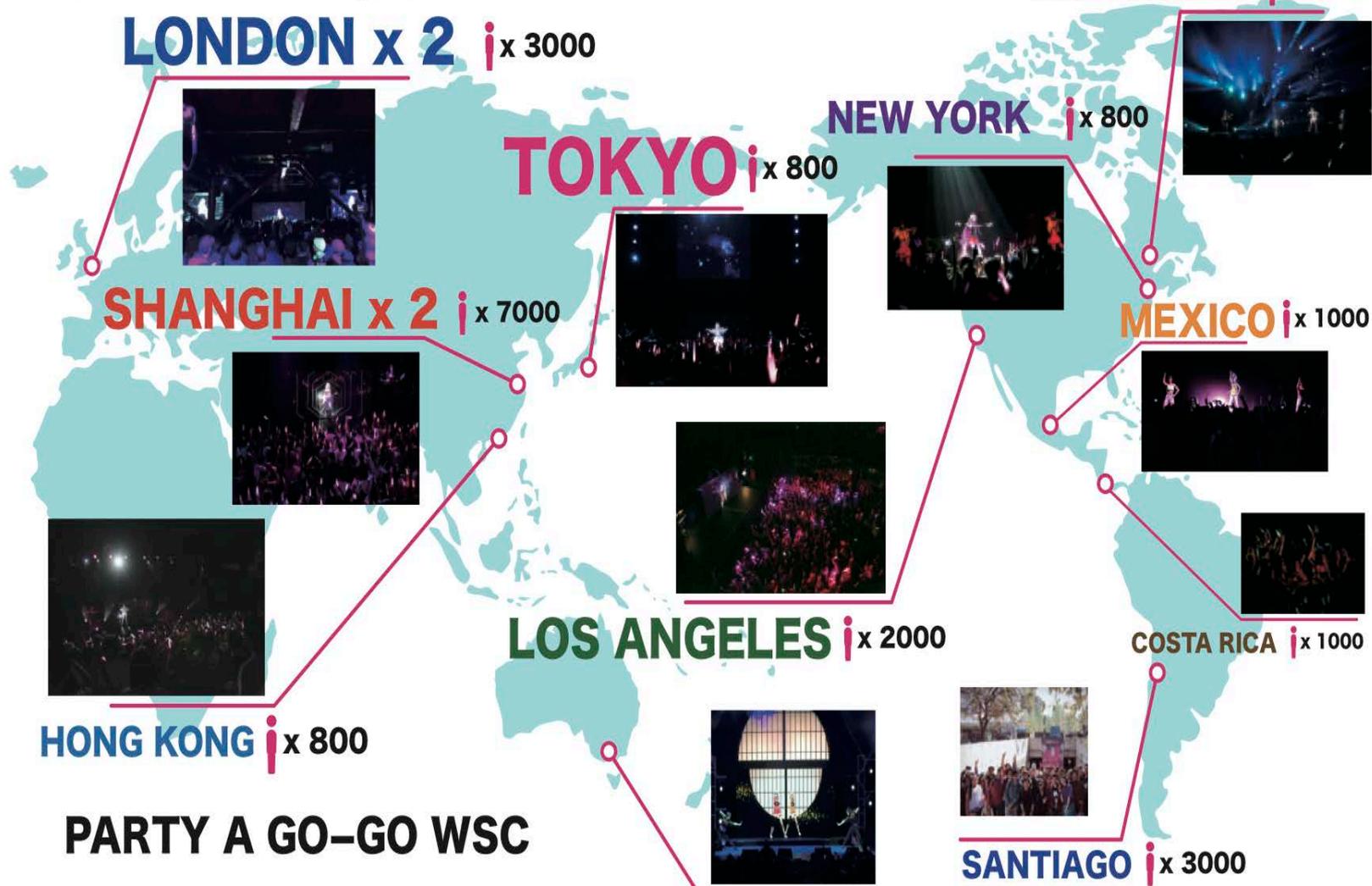
PARTY A GO-GO WSC

SANTIAGO *i* x 3000

*i* 110

*i* 25,000

MELBOURNE *i* x 8000



# J-LOP「ジャパン・コンテンツ ローカライズ & プロモーション 支援成金」の活用

上記の企画を実施するにあたり、2015年、2016年、2017年にジャパン・コンテンツ ローカライズ & プロモーション 支援成金 (JLOP) を活用させていただきました。それによって、予定していた地域より広く展開することができ、今現在IAの国際展開は以下の地域で行っています。

アジア (中国、東南アジア)

オーストラリア

EU圏

ロシア CSI 諸国

北米 中南米

## JLOP活用額

2015年 約900万

2016年 約2700万

2017年 約1600万 (交付決定額)



うち、東南アジアは2件

AFA THAILAND

AFA INDONESIA

# J-LOP「ジャパン・コンテンツ ローカライズ & プロモーション支援助成金」の活用 東南アジア展開評価

## 事業成果:

ファンが非常に多く、反響が良かったです。

例: インドネシアの上映会の動員数は2000人。

**しかし**、単価があまりに安いいため、単独で動いている中小企業に事業化しにくい地域です。長期的に投資・企画に時間・資金を費やすことが出来る企業にとってはチャンスが確かに大きいです。

それに、全般的に日本コンテンツに対する興味が冷めているなか、コンテンツ産業は他の産業と組んで地域開拓を行ったほうが成果に結びつくと思います。

## 現状

良いコンテンツを作る



ローカライズする



コンテンツを展開させるための新しいスキームが必要

## クリエイター支援事業に関して

弊社の目標の一つ、所属若手クリエイターを育てて、グローバル社会に活用できるアーティストにすることです。

しかし、国際展開は資金力も労力も取られるものですので、弊社のような中小企業にとっては知名度のあるIP・アーティストを優先させたほうが事業化しやすいほか、リスクマネジメントも図りやすいです。

*世界的な競争が激化するなか、日本のコンテンツ産業も将来の若手クリエイターを確保する方法をみつけるべきだと感じております。*