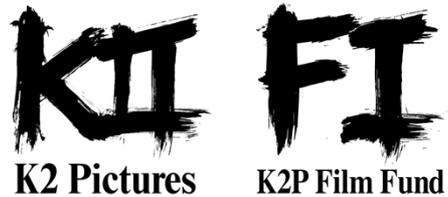


第3回 放送・配信コンテンツ産業戦略検討チーム
発表資料



株式会社K2 Pictures

2025年3月

資金を出す企業が限られており、十分な制作費をかけられず、
作品の多様性が失われているのではないか？

既存のプレイヤーだけが利益を得る構造が確立されているのではないか？

クリエイターへ十分な還元がなされないことで、
負のスパイラル「優秀な人材が離れ、品質が低下→業界全体の緩慢な死」
を招きうるのではないか？

夢がない…

1. 海外映画の資金調達の現状

主に以下の3つの手法を組み合わせ、

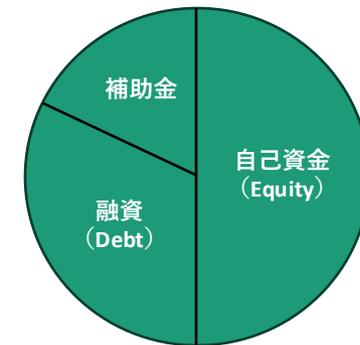
100%のレバレッジをかけて映画を制作している。

自己資金（エクイティ）：50%（投資家や制作会社が出資）

借入金（デット）：30%（銀行や金融機関からの融資）

補助金・助成金：20%（政府や自治体の支援）

→ 映画コンテンツが金融商品として認識されている。



例) 資金の割合

▶ 日本では、映画製作の資金調達の手法が限定的

2. 放送コンテンツにおけるショーランナーの台頭

米国のドラマ・シリーズでは、監督よりもショーランナー※が主導権を持つのが一般的。Netflix、HBO、Disney+などの配信プラットフォームは、有力なショーランナーと専属契約を結び、高品質な作品を安定的に制作している。

※ ショーランナー（脚本家 + プロデューサーの役割を兼ね、作品のクリエイティブとビジネスの両方を統括する人物。）

▶ 日本では「監督主導」の制作体制が強い
▶ 脚本家の待遇が低く、クリエイターが活躍できる環境が不十分

日本映画を輸出産業にするための課題とは何か

資金調達

- 製作委員会には、主にテレビ局や大手映画会社等、**メディアに携わる既存の大手企業しか参画できない**ため、新しいプレイヤーが参入しにくい
- **日本国内での興行収入を主な回収手段**とするため、大きな予算を確保しにくく、製作予算と資金調達で小さなパイを取り合う
- 予算の制限により、**多様性のある作品が生まれにくい**

クリエイター

- 制作費が潤沢でない現場での「**やりがい搾取**」が横行
(「映画が好きでやっているから」といった理由で、十分な報酬が支払われないケースも)
- 厳しいスケジュールの中での**長時間労働**
- 上下関係による**ハラスメント**が発生しやすい
- 作品がヒットしても**成功報酬が支払われない**／ごくわずか

ビジネスモデル

- 作品の多くが低価格で売り切りのライセンスビジネスのため、**長期的に収益を伸ばせない**

映画製作を金融商品化（ファンド）することで
クリエイターが活躍できるエコシステムを再構築、日本映画産業の再生を導く



映画業界の資金調達の仕組みを抜本的に変え、持続可能な成長を実現し、世界で戦えるコンテンツを生み出す

新たな 資金調達 モデルの 導入

- ✓ 国内外の幅広い投資家が参加可能になり、資金調達の幅が広がる
- ✓ 1本の映画に投資するのではなく、複数の作品をまとめたポートフォリオ運用で投資リスクを分散、安定性を高める
- ✓ 制作資金の増加により、予算の制約が減り、世界水準の作品づくりが可能に
- ✓ 質の高い企画と優れたクリエイターを集め、国際市場でも競争できる映画を制作
- ✓ グローバルなビジネス展開により、収益の方法を多様化
- ✓ 銀行等のデットファイナンス（融資）提供者にアクセスしやすくなり、デット活用の可能性が高まる
- ✓ ファンドの仕組みを工夫し、映画で得た利益を次の作品へ再投資し、継続的に新しい映画を生み出すサイクルを作る

クリエイター の待遇改善

- ✓ クリエイター及び現場スタッフへの成功報酬の導入
- ✓ 働き方改革を進め、長時間労働やハラスメントのない労働環境を確立
- ✓ ジェンダー平等を推進し、多様な人材の活躍を目指す

ビジネス モデル

- ✓ 制作だけでなく、自ら配給まで行うことで収益を最大化

▶ 原則として、ファンドの対象とする作品は「日本+1カ国で売れる作品」
実績のある監督だけでなく、若手クリエイターの育成にも力を入れ、海外映画祭の出品へ

日本映画を輸出産業にするために重要な施策

日本映画が国際競争力の高めるためには、**金融とコンテンツの融合**が不可欠
 「製作委員会頼み」「国内市場中心」から、新しい資金調達の仕組みを取り入れ、国際市場を意識した映画制作へ

- ① 映画・コンテンツファンドの創設
 - ・ 官民ファンド（政府と民間の共同出資）や地域金融機関（地銀）を活用
 - ・ IP（知的財産権）を持つファンドを設計（例：映画のキャラクターや原作の権利を保持）
 - ・ 映画完成前に投資できる仕組み（メザン投資やギャップファイナンス）を導入
- ② 金融リテラシーのあるプロデューサーの育成
 - ・ 映画制作だけでなく、資金調達や投資計画を立てられるプロデューサーを育てる。
 - ・ ファンドの設立やスクールを開講し、専門人材を育成。
 - ・ 海外企業（Netflix、ハリウッドスタジオ）との共同制作を推進。
- ③ グローバル配信プラットフォームとの連携
 - ・ Netflix、Amazon、Disney+などの海外資本と共同制作し、初めから海外展開を前提にする。
 - ・ 海外市場を視野に入れた映画作り（海外ロケ、国際的な俳優・スタッフの採用）
- ④ コンテンツのロングテール収益強化/映画単体ではなく、長期的なビジネス展開
 - ・ IP（知的財産）を自社管理し、2次利用を強化（グッズ・イベント・ゲーム化）
 - ・ 映画シリーズ化、メディアミックス戦略（アニメ・漫画・ドラマ展開）
 - ・ VR/AR、ゲーム、テーマパークなどとの連携
- ⑤ 金融機関・投資家の「目利き力」強化/ 銀行や投資家が映画ビジネスを理解し、適切な融資や投資ができるように
 - ・ 映画向けの審査基準（プロジェクトファイナンス型の評価）を整備
 - ・ 成功確率の高いIPへの集中的投資を促進

映画コンテンツと同様、放送コンテンツにも「民主化」が必要。
つまり、放送コンテンツの限られた国内の放送枠からの解放。

金融商品化することとグローバル市場での収益化を目指すことにより、より自由な発想のもとで制作が行え、規模の大きなプロジェクトにも挑戦できるようになるのではないのでしょうか。

そこで、映画業界で提案している以下の施策が、放送コンテンツにも有効であると思います。

- ・ ファンドを活用した新たな資金調達の仕組みを導入し、より多くの投資を呼び込む
- ・ クリエイターへの適正な報酬や労働環境の改善を進め、業界の持続可能性を高める
- ・ 企画・制作だけでなく、資金調達や投資計画を立てられる人材を育てる
- ・ 企画・制作・配信・二次利用を戦略的に一貫管理し、収益モデルを強化する