

第5回京都市コンテンツビジネス研究会

日 時 : 平成22年3月15日(月) 午前10時～12時

会 場 : 京都ガーデンパレス 2階「鞍馬の間」

出席委員 : 井汲委員, 稲垣委員, 宇田委員, 角川委員, 小林委員, 齋藤委員, 坂田委員, 酒谷委員, 佐藤委員, 砂田委員, 高木委員, 高橋委員, 滝口委員, 土佐委員, 西谷委員, 藤木委員, 細井委員, 牧野委員, 渡辺委員, 藤田委員, 江川委員

代理出席 : 岡本委員(上林氏), 和田委員(平松氏), 平竹委員(鉾山氏)

配布資料 : 1. 京都市コンテンツビジネス研究会 分科会における検討結果について
2. 京都市コンテンツビジネス研究会報告書(案) 概要
3. 京都市コンテンツビジネス研究会報告書(案)

議事概要 :

1. 開会

- ・以降, 細井座長により議事進行

2. 分科会における検討結果について(報告)

- ・事務局より配布資料1に基づき報告

3. 京都市コンテンツビジネス研究会報告書(案)について

- ・事務局より配布資料2, 3に基づき説明
- ・質疑応答等

○人材育成検討分科会, ビジネスモデル検討分科会, その両方がプロデューサーの大切さというものを強調することとなった。私も, プロデューサーの大切さを強調してきたが, これは何年間という短時間で育つものではないということも一方で感じており, 実際に成果をあげるのは, なかなか難しい。

○学校だけに任せるのではなく, 学外の離れた場所で, 経験者と多様な分野の人たちが集まるという場所として, 例えばマンガミュージアム周辺の町屋を借りて平成トキワ荘というようなものを作ってはどうかといった提案も人材育成検討分科会ではなされた。

○京都は, 文化が歴史上長く積み上げられている土地であり, そこに大学や企業が集積している。これが東京という大変エネルギーギッシュな土地と対峙しても存在理由があり, 東京に負けないだけのものが京都から生まれる理由である。

○若者を優れたプロデューサーとして育成するためには, 今後, マンガミュージアム周辺にしかるべき施設を作り, それをただ作っただけではなく, 京都の資源である大学, 特にマンガに限れば, 京都精華大学や京都造形芸術大学等の皆様方が知恵を授けていく必要がある。

○クリエイターについては, 人材もいる。問題はそれをどう活用するか, どうプロデュースしていくかという論点はビジネスモデル検討分科会, 人材育成検討分科会双方に共通した

意見である。

- 平成21年12月に新成長戦略が閣議決定され、新政権においても、本腰を入れてコンテンツに取り組むようになった。
- 資料2の左側の「我が国における状況」の2番目にあるとおり、人材の育成は非常に重要である。また、海外戦略のコンテンツをどうやって海外に発信していくかという視点も非常に重要である。
- 知的財産と同様に、コンテンツにも創造・保護・活用の三原則がある。いかにコンテンツを創造し、いかにコンテンツを保護し、いかにコンテンツを活用していくかの視点が重要である。
- コンテンツの保護については、著作権の問題がある。日本の最近のネット環境において非常に海賊版が横行しており、それがコンテンツ産業の成長に大きな阻害要因になっている。京都においては京都マンガミュージアムが、コンテンツ保護に非常に大きな役割を果たしているのではないかと思うので、更に充実されることを希望したい。
- コンテンツの活用については、この研究会でも大きなテーマとして非常に悩まされているのではないかと思う。この部分でも知的財産の活用、特に海外に発信していくということで大きなテーマになっている。

- プロデューサーの育成も重要だが、広報戦略も重要である。例えば、マンガミュージアムにしる、京都の社寺仏閣などの文化伝統施設にしる、様々な資源が結局使えるのに使えていないということが多々あると思う。「こういうものが使えたら」と思うことが結構あるのだが、これは使えるが、これは使えない、そういういったことが明確にわかるようになればよい。
- 海外に対する広報活動も重要である。京都というのは海外の人に理解してもらっているというように思っている人が多いのだが、まだまだ認知されてないという現状もある。京都には三大祭等、大変大きな催し物もある。また、来年には国民文化祭もある。そのようなものも海外に広報することが大切である。もう少し、広報のことについて報告書で触れてもよいのではないかと思う。

- 確かに、報告書にはビジネスマッチングやビジネスモデルに関する記載はあるが、それを広報的な視点で記載している点では弱いところがある。

- 映画では、エグゼクティブプロデューサーとラインプロデューサーにおいて明確に役割が分かれており、映画を作るまでのところでエグゼクティブプロデューサーが製作費を集めてくる。映画というのは映画を作る製作費と宣伝費に非常に大きな金額が必要であり、エグゼクティブプロデューサーの役割は非常に重要である。一方、実際の映画の現場においてはラインプロデューサーが非常に重要な役割を果たす。映画というのは通常、現代劇でも50名、時代劇だと100名のチームが必要となる。チームを組成してまとめていくために、ラインプロデューサーは非常に汗をかかなければいけない。場合によってはお昼の弁当からお茶の差配まで対応しなければならない。

- また、私はイベントを通じて人材は育成されると感じている。このため、非常にイベントが大事だと思う。京都には本当に重要なイベントが多くあるので、そのイベントの活性化を通じて再構築するときに、人材の育成というのを一つの大きなテーマにすればよいのではないかと思う。
- 昨年の KYOTO CMEX 2009 で関係者の皆さんが非常に頑張られ、成功されたと記憶しているが、前回の CMEX2009 は「B to B」の関係であった。私はどこかで KYOTO CMEX を続けていくのであれば「B to C」にしていくべきであると考えている。東京におけるコ・フェスタの一事業という位置づけから考えれば、京都のミッションはやはり京都に人を集めてくることではないかと思う。「B to C」がコ・フェスタや KYOTO CMEX 2009 で重要だと思うのは、これが観光に結びつくからである。KYOTO CMEX の第 2 回を京都で継続することと、その内容が「B to C」で人を海外からも集めていく、そのこともお願いしたいと思う。その時は是非マンガミュージアムを核として考えて頂くことが重要である。マンガミュージアムがコンテンツの「活用」の面でも大きな役割を果たしていただき、そして京都へのアクセスのドアになっていただくということが大事なのではないかと思う。
- また、国際人としての事務局長の育成をしていただくと、そこから先ほどのプロデューサー、あるいは人材の育成に 3 年から 5 年ぐらい必要と考えていたところが、あっという間に、必ず京都から国際的なプロデューサーが出てくることを保証するので、是非とも検討いただきたい。

- 先ほどの委員のご指摘のとおり、プロデューサーというものは単純な仕事ではないし、職域や分野も多様である。より広くビジネスモデルをハンドリングして世界に向けて出していくことができる、そういったプロデューサーマインドを持った人材を育成するということに政策的な中身を置いていくのがいいのではないかと思われる。

- 私も大学にいて、様々なイベントを京都で発信したが、なかなか人が集まらない、集まったとしてもやっていることが東京まで届かなかった。
- 東京で同じようなイベントを行ったところ、あっという間に 100 人を超える人が集まった。

- マンガミュージアムについては、京都精華大学と京都市の共同事業だが、京都市は、統合された小学校の跡地を無償で提供するという形での協力ということで、実は運営経費については出していないという状況ではあるのだが、それを京都精華大学に活用していただき、マンガ文化を世界に発信していただいている。
- マンガミュージアムについて我々も、ベストを尽くしているつもりだが、例えば先ほど指摘のあった世界への発信という時に、やはり国家戦略としてのオーソライズ、後ろ盾も欲しいなということも思っている。
- 年間 28 万人の来館者のうちの 1 割強の 3 万人位の方が海外からの来館者であるが、実は 1 位がフランスで、なかなか中国、韓国系が伸びないという部分がある。韓国・中国から京都に来る方の観光ツアーの行き先がお買い物ツアー的なものになっており、なかなかマ

マンガミュージアムまでは足を運んでいただけない、逆にヨーロッパやオーストラリアについては、来ていただいているというような状況である。

○マンガミュージアムの事務局長は京都精華大学の職員であるが、積極的に色々な海外のイベントにも参加しているが、同時に今、ご指摘いただいたことを中央でも強く発信して頂けると大変心強い。

○我々の会社も、現在、経営方針を色々模索しているところであり、そこで出てきた対応案も同じように人材育成と発信力の強化である。世界を視野に入れての戦力の強化ができれば、撮影所の再生に繋がるのではないかなと考えている。

○昨年その願いを込め、KYOTO CMEXの中で、京都国際歴史劇映画祭風のヒストリカというイベントを実施した。京都の持っている歴史の資産と色々なクロスメディア的なコンテンツの融合を試みたイベントであった。

○先ほど、イベントで人が育つと言われていたが、それはイベントを通して感じたことであるが、広報に弱点があり、十分な集客を図れなかった。

○昨年、KYOTO CMEXを実施したのが9月末から10月の始めであったのだが、それよりも少し観光客が少なくなる時期、そういった時期は、我々の撮影所も仕事が少ないので撮影所の若い人や俳優にも、もっと協力してもらえと思う。

○京都は情報を発信するのが必ずしも上手ではない。

○是非マンガミュージアムを含めて「特区」を一回検討されてはどうかと思う。2010年度の知材戦略ではコンテンツ特区が大きなテーマとなっており、京都は申請する資格を持っていると思う。

○是非、京都の東映や松竹には頑張ってもらって、京都の映画文化を是非維持していただきたい。

○コンテンツ特区については、10年ほど前に、著作権特区のようなことができないものかと、勉強会に参加したことがあった。当時はハードルの高さにそのままになっていたが、時代も変わり、検討しても良いのではないかと思う。

○京都市でもフィルム・オフィス、京都映画祭、京都映画文化会議、そして京都府でも太秦シネマフェスティバル、若手才能育成ラボ等、様々な事業を行政が実施しているが、縦割りになっている現状がある。

○この研究会では30人の様々なジャンルの委員の方に参加いただいている。皆様の意見を踏まえ、縦割りを解消するため、シャッフルしないといけないというのが大きな課題だと思っている。

○特区については、京都府において2年前に京都映画等産業集積特区というものを作っている。これは、主に企業立地に関する特区であるが、補助金等の産業集積促進のための施策だけでなく、映画を撮影するにあたり京都に存在する資源、まずは、公的な施設からには

なるが、これらを使用できるようにできないかということを検討している。

- 「クリエイティブ・インダストリー・ショーケース in 関西」では、人材育成とビジネス・市場形成という二つの柱で実施した。経済産業省の立場では、「B to B」という視点で実施しているが、実態としては、一般の方も多く参加されている。「B to C」の「C」の力というのは非常に大きいと我々も認識しており、バランスを取っていきたいと考えている。
- 来週から香港で実施されるフィルムアートへのミッションには京都からも約15名の方が来られる。すぐに手を挙げていただいたポテンシャル、勢いもある。香港に行くことで人材も育成・開発されると思う。また、来年はビジネスマッチングのようなこともできればと考えている。
- マンガミュージアムのような施設をつくることができたのも京都ならではないかと思う。また、マンガ学部も京都だからできた。議論を積み重ね、反省して立ち上げて行くのが京都であり、その良さをアピールしていくということが大事なのではないかと思う。
- 人材育成が重要であるという点については皆様の同意が得られるところと思う。
- また、京都コンテンツの発信力の強化ということも重要であると思う。この点については、まだ少し議論すべきところ、検討すべきところが多々あると思う。今年の KYOTO CMEX の総括も含めて、イベントの持ち方であったり、他の委員がご指摘になった発信力のあり方そのものをもう少し考えてみる必要があると思う。
- それともう一点、報告書としてやや弱かったところの指摘としては、国あるいは他地域の様々な施策との連携という点である。ポイントは、京都型コンテンツビジネス支援ネットワークの形成、あるいは首都圏との連携というところに趣旨としては書いているので、もう少し補足するかたちでまとめたいと考えている。
- 今回の研究会では、コンテンツ産業振興に係る京都としての考え方、施策について取りまとめた。これに基づき、腰をすえて施策を実行していくというのが重要である。
- 研究会の報告書については、本日の御意見を踏まえ、座長預かりにさせていただき、修正を行い完成させたいと思う。

4. 閉会挨拶

・京都市細見副市長より挨拶

(以上)