

海外進出ステップアッププログラム「セミナーD実施レポート」

10月25日に第4回目となるセミナーD「海外でのピッチのしかたを知る」をオンラインにて開催いたしました。風早氏からは、日本でのピッチと海外でのピッチの違いを起点にして海外企業に対してどのような視点でピッチをすると効果的か、鮎貝氏からは、具体的なピッチバイブルやピッチ動画も交えながら、実践的にどのようなポイントに留意してピッチを組み立てるとよいのか、について解説いただきました。

セミナーD「海外でのピッチのしかたを知る」講演内容ご紹介

グイダ合同会社 プロデューサー / カルチャーコネクト代表 風早 完次氏

- 本セミナーでは、日本でのピッチと海外でのピッチの違いについて、相手の傾向の違いやニーズの違い、目的の違い、クリエイティブ性の重要性の違い、ジャンルの違い等があることに着目して、海外ピッチにおいていかに情報収集しながら作品を売り込んでいくかという観点が重要であることを解説いただきました。
- また、海外の売り込み先のことをよく知らない場合に、どのような情報を収集していくとよいのか、については、反対に相手も自身を知らないというときにどのような情報を発信していくのか、という考え方と裏表であり、相手の立場を考えながら、ピッチの内容を考え、相手のニーズを読み取るという点を解説いただきました。
- 特にピッチの相手が、放送・配信バイヤーなのか、GAPファイナンスなのか、エージェントなのか、製作会社なのか、共同開発事業者なのかによって、一般的にどのようなニーズがあるかという点に着目して説明いただきました。



風早氏によるセミナーの様子

ライター・プロデューサー 鮎貝 義家氏

- 本セミナーでは、鮎貝氏が自身の作品のピッチを例にしながら、海外でのピッチについてポイントを解説いただきました。
- ピッチの目的については、何を目的にピッチするのか、誰に対してピッチするのか、何をピッチで用意するのか等をひとつひとつ解説いただきました。特に、パートナーのタイプごとの特徴や、ポスターとチラシ、ピッチバイブル等の資料に掲載する情報について具体的にお話をいただきました。
- また、実際の作品を例に、送付用のバイブルとピッチ用のバイブルの見せ方の違いとして、見せる情報量の差についても解説いただき、実際のピッチビデオも見せていただくことで、実際にピッチをするイメージをわかりやすく教えていただきました。
- さらには、情報収集の方法として、Kidscreenのglobal pitch guideの紹介や、各社のニュースレターの情報、マーケットに参加して直接ピッチすることなどについても解説いただきました。また、バイヤーへのコンタクトの注意点等実践的なポイントを教えていただきました。



鮎貝氏によるセミナーの様子