

# 海外進出ステップアッププログラム「セミナーC実施レポート」

10月31日に第3回目となるセミナーC「ピッチから企画の骨格を考える」を開催いたしました。セミナーCからはオンラインセミナーに移行し、海外で活躍されている鮎貝氏にシンガポールからアクセスいただきました。そもそもピッチとは何なのかという話から、送付用のピッチバイブルとピッチ時投影用のバイブルの作り分けのノウハウ等、非常に実務的なポイントを解説いただきました。ピッチグランプリにおいても、今回のセミナーのノウハウを十分に取り込んで応募していただくことに期待しています！

## セミナーC「ピッチから企画の骨格を考える」 講演内容ご紹介

### 「海外向けの企画を考えるためのヒント」

ライター、プロデューサー 鮎貝 義家氏

- 海外で企画を売り込む際に実施するピッチについて、そもそもピッチとは何なのか、ということから、ピッチの位置づけやピッチに求められる内容等について、解説いただきました。特に、ピッチに必要な要素として「意外性」「感情性」「簡潔性」や、パッションやビジョン、信頼性といった要素から、内容以上に自分に興味を持ってもらう、ユニークなことを考えていて、相手がこの人と作品を作ってみたいと思わせることがゴールだという点が印象的でした。
- また、ピッチパッケージとしてポスター、チラシ（メール用one pager）、送付用ピッチ、プレゼンピッチ等の準備をしっかりとしておくことの大切さを伝えていただきました。食事会や偶然の出会いで企画が進むこともあるようですが、その場で適切な説明やフォーマットの資料を渡せると効果的なこと、また、それ以外のフォーマルなビジネスの場の方が機会も多いため、そこに向けて時間をしっかりとかけて準備をしておくことが重要、とアドバイスいただきました。
- 実際のバイブルについては、「Sherlock SAM」の例を挙げて、ログラインはわかりやすく伝わりやすい英語をしっかりと練りこむことや、表情や動きのわかるキャラクター紹介、複数本のサンプルエピソードでアイデアの多さや面白さを伝えていくこと、企画の意図としてなぜこの作品を作りたいのか、マーケットにおける作品の位置づけや類似作品の分析、制作体制の紹介、制作予算、原作の売れ行きや監督の過去の成功作品のアピール等を盛り込んでいくことが重要だと解説いただきました。加えて、ピッチの際にはバイヤーは画面上の文字を読んでしまい、こちら話を聞いてくれなくなってしまうため、ピッチ用にできるだけ文字を省いた資料も用意しておくことや、通訳入りでピッチする際には事前に読み原稿を共有しておくことも重要であることを伝えていただきました。実際のピッチビデオも見せていただきピッチのイメージも共有いただきました。最後に、商談の前に整理しておきたいこと、商談後のフォローアップ、ピッチ後に求められるProof of Conceptについてもご説明いただきました。
- 質疑応答では、NDAの締結タイミングに関する質問や、どんでん返しのあるストーリーについての紹介の仕方、制作費の確保状況のアピールの効果、先方の会社情報やトレンドのリサーチについては業界紙で情報収集すること等についてご回答いただきました。



鮎貝氏によるセミナーの様子