

海外進出ステップアッププログラム「セミナーB実施レポート」

10月29日に第2回となるセミナーB「TV・映画作品を企画し売り込むことを考えてみよう」をオンライン開催いたしました。前半は鮎貝氏よりTVシリーズ作品を対象に、海外でのビジネスに欠かせないピッチについての解説があり、後半は清水氏より、映画作品を対象に、企画の考え方や組み立て方について解説いただきました。両者とも第一線での実体験を基にしたリアリティのあるお話をしていただき、学びの多い回となりました。

セミナーB「TV・映画作品を企画し売り込むことを考えてみよう」 講演内容ご紹介

ライター、プロデューサー 鮎貝義家 氏

- 鮎貝氏からは、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。現在世界的に企画が飽和しており、すぐに自分の企画が採用されるとは限らないという中で、2年後、3年後先を見据えて活動していくことが大事だというメッセージもいただきました。
- また、パイブルやピッチマテリアルの作り方のポイントについても、できるだけ面白さがビジュアルで伝わるように、登場キャラクターの表情の種類を多く入れたり、極力言葉を削って、絵で見せていくことの大切さについて解説いただきました。近年ではAI技術を活用して文章の校正をアシスタントしてもらうこともあるようです。
- 完成度の高いピッチした映像を1本用意しておくことで、直接ピッチができないようなシーンでも企画を伝えることができることも効果的ということで、実際のムービーも紹介いただきました。



鮎貝氏によるセミナーの様子

すみません合同会社代表、映画監督 清水ハン栄治 氏

- 清水氏からは、過去の東京都海外進出ステップアッププログラムでのセミナーやワークショップ、ピッチグランプリへの参加経験や、その後の、アヌシー国際アニメーション映画祭の長編部門へのノミネートの経験等を軸に、どのように映画作品を企画していくかについて語っていただきました。
- 企画を組み立ててピッチをするゴールは資金調達であることが多く、特に海外で仕事をする場合には、国際共同制作を狙っていく必要があります。国際共同制作のパートナーを獲得していくには、プラグマティックに差別化していく必要があり、日本国内でお馴染みのテーマやルックではなく、ユニークなビジュアルで、テーマにエッジを立てて、面白い作品を作っていくことが重要であることを解説いただきました。
- また、ピッチデッキが完成したら、ヨーロッパやアジアの様々なピッチイベントに参加して、自分の企画をアピールしていくこと、その際には相手に合わせてピッチもカスタマイズすることが重要であること、さらには短い時間でもスズリールを作って具体的なイメージを共有することも重要であることをお伝えいただきました。



清水氏によるセミナーの様子