

市井 三衛 (いちい・さんえ) 先生

NPO 法人映像産業振興機構
ジャパン・コンテンツ海外展開事務局 事務局長

1980年(昭和55年)4月

東京貿易株式会社 入社 経理本部財務部輸出課 配属

1983年(昭和58年)10月 鉄鋼貿易本部豪州課

海外勤務(米国ヒューストン4年、豪州メルボルン1年)

1992年(平成4年)8月 経営企画室長

1993年(平成5年)4月 クラフト・ジャパン株式会社 入社

ファイナンス&アドミニストレーション・グループ グループ・マネージャー

1998年(平成10年)4月 取締役兼 CFO

1999年(平成11年)11月 バクスター株式会社 入社 事業開発部長

2002年(平成14年)8月 株式会社ワーナーミュージック・ジャパン 入社

取締役兼 CFO(管理本部、業務本部、経営戦略本部などの本部長兼任)

2005年(平成17年)3月 専務取締役兼 CFO

2008年(平成20年)10月 株式会社 EMIミュージック・ジャパン 入社

代表取締役社長兼 CEO 同時に株式会社 EMI エンターテインメントジャパン、

ジャパンディストリビューション・システム株式会社、

株式会社レコチョクなどの取締役に就任。

2010年1月 EMI 音楽出版株式会社取締役会長を兼任。

2011年6月より、一般社団法人日本レコード協会副会長に就任。

2012年(平成24年)6月末日 株式会社 EMIミュージック・ジャパン退社(その他全ての役職を辞任)

2013年(平成25年)3月 NPO法人映像産業振興機構 ジャパン・コンテンツ海外展開事務局 事務局長に就任



《講義概要》

NPO 法人映像産業振興機構ジャパン・コンテンツ海外展開事務局の事務局長としてコンテンツ産業の発展に尽力する市井三衛氏が、コンテンツ海外展開等促進事業の現況について講義を行った。

講義ではまず、コンテンツ産業の海外展開の現状やクールジャパン戦略について詳しく説明。海外で人気の高い日本の商品・サービスが多数存在する一方、こうした日本の魅力を産業に転換し、経済再生・地域活性化に繋げることが必要であり、戦略的な海外展開のためのクールジャパン戦略の早期作成、実行が求められていることを示した。「日本ブームの創出・現地で稼ぐ・日本で消費」の3つのステップで構成される戦略を紹介し、ファーストステップである日本の魅力を効果的に発信するためのローカライズ支援やプロモーション支援の概要、助成金制度について詳細な資料を提示しながら分かりやすく解説した。また、ジャパン・コンテンツ海外展開事務局の活動や様々なコンテンツ・イベントへの支援の実態を紹介した。

最後に、日本ブームを創出するためには、長期的な視点での政府支援や各社の努力を促す仕組みの構築、オールジャパンとして取り組むことが重要なポイントであると言及。日本の文化を世界中に広め経済的な効果をあげることも重要だが、諸外国との関係の良化にも繋がって欲しいと伝え、今後のさらなる展開への軌道を見据える講義となった。

《受講生の感想》

●日本のコンテンツ海外輸出率は5%と聞いて思ったより少ないことに驚いた。日本ブームを作り出していくためには、長期的な視点での政府支援、各社の努力を促す仕組みを構築し、長期にわたり継続的発信を行うことが必要であり、経済的利益だけに目を向けずオールジャパンとして活動することが大切だということ学んだ。これからも日本の文化が海外に広まり、その文化を通して交流していけるようになればいいと思う。

立命館大学・産業社会学部・2回生

●最近日本が活発に取り組んでいる日本が生み出したジャパンコンテンツを海外へ展開していくことへの支援やその対象、審査についてよく理解できた。コンテンツを主体にして海外で日本ブームを創出するための、プロモーション支援と国内向けコンテンツを海外進出に向けて編集するローカライズ支援はそれぞれエンターリー時に必要なものや内容、計画を見ると明確に区別されていて、その審査の細かさに驚いた。まとめでも仰っていたように日本ブームを創出するためには、長期的な視点で取り組まないといけないと感じた。

立命館大学・産業社会学部・2回生

●コンテンツを海外へ進出させていく中で、「日本ブーム創出」に伴った産業・観光の促進として、このような助成金が存在している意義を理解しました。主に、長期に渡る継続的な発信が必要であること、その中で支援の対象となる費用にこれだけの種類があることに驚きました。日本のコンテンツ自体はもっと多く世界に発信していけるものばかりであると思うので、これからもっと大きくなっていくと考えます。

立命館大学・映像学部・2回生

●コンテンツを主体あるいは有効活用して海外で「日本ブームの創出」をできるように「ローカライズ」「プロモーション」等の支援を行い、アニメ、映像、音楽、ゲーム、マンガ等の今の日本の主たる文化を送り出せるようにしていることは、日本の主要産業となりつつある「コンテンツ産業」を大きくするのにとても有益であり、今後の日本の発展のためにも重要不可欠なことであると感じます。また、コンテンツによって海外との文化交流にも繋がると考えられます。

立命館大学・法学部・3回生

●私はこのような支援助成金が存在していたことを知らなかったので、非常に新鮮でした。このような助成金があるのは海外進出の促進に非常に効果的であると感じました。私も将来できればコンテンツ事業でプロデュースの仕事をしたと思っているので、日本ブームを創作するための手がかりが聞けて非常に勉強になりました。私も今こそ日本の企業が手を繋いで日本ブームの創出に努めるべきであると思います。

立命館大学・映像学部・2回生

●日本の“魅力”を“産業”に転換し、海外に展開することにより経済再生・地域活性化に繋げるための助成金が存在することを今回初めて知りました。しかし、その支援の対象になるかどうかの境目はとてもややこしくて、緩和されるポイントも常に変化していくのだろうと感じました。日本から外へ向けにお金を費やし、国富の増大を図るという仕組みがグローバル化を象徴しているようで興味深かったです。

立命館大学・産業社会学部・3回生

