

TIFFCOM2021



会 期：2021年11月1日(月)～3日(水・祝)  
 会 場：オンライン  
 主 催：経済産業省／総務省／(特非)映像産業振興機構／(公財)ユニジャパン  
 後 援：(一社)映画産業団体連合会／(一社)外国映画輸入配給協会／国際交流基金 アジアセンター／  
 (一社)コンピュータエンターテインメント協会／(一社)デジタルコンテンツ協会／(協組)日本映画製作者協会／  
 (一社)日本映画製作者連盟／(一社)日本映像ソフト協会／(一社)日本経済団体連合会／  
 (独)日本貿易振興機構(ジェトロ)／(一社)日本民間放送連盟  
 対 象：映画、テレビ、アニメーション、キャラクター・ライセンス／商品化、原作(小説／コミック)、出版、モバイル／  
 インターネット、ホーム・エンターテインメント(VOD、DVD、Blu-ray)、イベント／コンサート、ゲーム、フィルムコミッシ  
 ョン／フィルムファンド、ポストプロダクション／翻訳、サービス・プロバイダー、タレント・エージェンシー、業界団体、  
 官公庁／大使館、地方自治体などのコンテンツホルダーおよび関連団体・企業  
 公式サイト URL：https://tiffcom.jp/

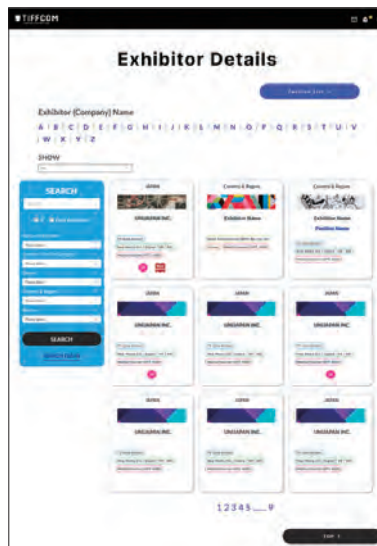
総来場者数(参加数)：174,788PV  
 (国内入場者数(参加数)：94,385PV 海外入場者数(参加数)：80,403PV)  
 ビジネスエリアの来場者数(参加数)：174,788PV  
 (国内入場者数(参加数)：94,385PV 海外入場者数(参加数)：80,403PV)  
 出展社数：313社【昨年対比25% UP】(国内出展社数：134社 海外出展社数：179社)  
 出展参加国と地域数：30の国と地域【過去最多】  
 バイヤー数：584人【昨年対比25% UP】  
 (国内バイヤー：111人 海外バイヤー：473人)  
 商談件数：2,536件【昨年対比38% UP】  
 成約金額：31,489,269USD【昨年対比40% UP】  
 プレス社数：61社【昨年対比11% UP】(国内プレス社数：47社 海外プレス社数：14社)



■開催内容

本年度のTIFFCOMは、例年通り東京国際映画祭付設の国際映像見本市として、18回目の開催となった。

アジアを代表する国際映像見本市、またジャンルやカテゴリーを問わず取引の行われるマルチコンテンツマーケットとして、11月1日～3日を本開催期間として実施した。令和2年度はオール・オンラインでの開催となったため、本年度当初は、2年ぶりのリアル開催を行うべく準備を進めていたが、コロナ禍の中、本年度もオール・オンラインでの開催を決定した。昨年の実績やデータ、参加者からのフィードバックならびに他国際見本市の状況やシステム環境のリサーチを実施、出展者とバイヤーとのコミュニケーションをよりスムーズにかつ商談設定がしやすくなるようシステム上での機能追加を実施した。具体的には、商談可能な日時の設定やアポイント取得のエントリーが可能となるミーティングリクエスト機能ならびにスケジュール管理機能の実装、ミーティング設定のコミュニケーションの補完ツールとして、参加者どおしがコミュニケーションを取ることが可能となるチャット機能の実装、ならびにマイページにカレンダー上からそのままミーティングURLを通じて会議が可能となるビデオ会議機能を実装した。これにより、他主要な国際見本市と比較しても、機能面では遜色のないマーケットになったと考えている。その結果、主要KPIである、出展団体数、バイヤー数、商談件数、成約金額について昨年と比較しても大きくアップしている。セミナーに関しては、時間や距離に影響されないというオンラインの特性を生かし、映画、テレビ、配信等の各ジャンルでの最新テーマや人物にスポットを当て、15プログラムを実施、今注目のNetflix社のセミナーを中心に、昨年同様、質・量とも充実した内容となった。スクリーニングではこれもオンラインの特性を生かし、昨年同様セキュアな環境下(DRM)での映像視聴環境を提供、昨年を超える104作品の映像視聴が可能となった。その他、昨年度から開始した企画の最終制作をサポートするためのファイナンスマッチングを行うTokyo Gap-Financing Marketは2回目を実施、昨年を上回る応募数、参加者数が獲得でき、映像関係者からの評価も高く、TIFFCOMとしての新たな価値を示すことができた。イベント期間中はシステムトラブル等大きな事故もなく、無事終了できた。



TIFFCOM2021



■ 2021年度の新規取り組みとその成果・特色など

TIFFCOM2021としては、(独)日本貿易振興機構 (JETRO) と連携イベント「TIFFCOM × JETRO 映像コンテンツオンライン商談会」を実施、コンテンツマーケットの商談機会の拡充と新規参加者の獲得を目指した。この商談会は TIFFCOM 開催の少し前、10月4日～8日の開催となった。日本の映像コンテンツに関心のある海外企業 (バイヤー)、20の国と地域、37社が参加し、事前に募集、選定した日本企業69社が参加し、海外企業 (バイヤー) と日本企業をウェブ会議上で個別ミーティングでセッティング、日本コンテンツ関連企業 (実写作品、アニメ作品の販売、共同制作、リメイク等) の海外市場開拓の支援を行った。また、この商談会に参加された海外企業のうち、28社が TIFFCOM にも参加、2つのオンライン商談会を活用したことにより商談機会の拡充ができ、重層的なマーケット展開ができた。オンライン開催となってからは JETRO との連携が実施できていなかったが、今回の試みは参加者からの評価も高かったため、よりよい方法を探りつつ、継続していきたい。

■ 他イベントや非コンテンツ企業との連携事例などの実施事例、件数・成果

例年どおりではあるが、同時期開催でもある東京国際映画祭との連動を行った。今年度も TIFFCOM がオール・オンライン開催となってしまったため、リアル開催がメインとなる東京国際映画祭との連携は限定されたものにならざるを得なくなったが実際にはメインビジュアルの統一、映画祭出品作品を取り扱うセラー用のオンラインブース (TIFF セラーブース) の展開、映画祭参加者の TIFFCOM オンラインスクリーニングへの誘導を行った。また、東京国際映画祭のラインナップ発表記者会見の場で TIFFCOM の開催概要についてのプレゼンテーションを実施、映画祭と TIFFCOM の連携を改めて多くの取材者のみなさんに伝えることができ、映画祭と連動した記事露出が図れた。

