

TIFFCOM2024

 TIFFCOM

会 期：2024年10月30日（水）～11月1日（金）  
 会 場：東京都立産業貿易センター 浜松町館  
 主 催：経済産業省／総務省／（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／（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／（一社）日本動画協会／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（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及び関連団体・企業  
 公式サイト URL：https://tiffcom.jp/

総来場者数（参加数）：4,088人（前年対比6% UP）  
 内訳：（国内入場者数（参加数）：2,366人 海外入場者数（参加数）：1,722人）  
 出展社数：283社  
 内訳：（国内出展社数：116社 海外出展社数：167社）  
 出展参加国と地域数：38の国と地域  
 ビジター数：1,071人  
 内訳：（国内ビジター：419人 海外ビジター：652人）  
 商談件数：6,301件  
 プレス社数：119社

■開催内容

東京国際映画祭（TIFF）と併催される、アジアを代表するビジネス・コンテンツマーケットとして、21回目を迎えた2024年は10月30日～11月1日の3日間、東京都立産業貿易センター浜松町館に、映画、テレビ、シリーズ、アニメなど多彩なコンテンツホルダーと世界各国の有力バイヤーが一堂に会した。また、国際共同製作、業界最新情報セミナー、ネットワーキングなどを目的とした業界関係者も多数訪れ、前年比本6%増の計4千人以上の参加社で賑わった。

セミナーは3会場・16企画（招待制1企画を含む）と大幅に拡充し、各国コンテンツ業界のキーパーソンやクリエイターらが多数登壇した。アジア・日本を中心とした映画、TV、シリーズ、アニメなど各コンテンツジャンルの最新動向、日本コンテンツの海外展開、映画業界における生成AI、人気俳優によるトークなど、様々な立場のプレイヤーに向けたバラエティー豊かなラインナップを揃え、延べ2千人を超える聴講者が詰めかけた。

2024年は賞レースやグローバル配信プラットフォームでも日本やアジアを舞台・テーマとしたコンテンツが話題を席巻し、需要の高まりが加速した。日本のコンテンツが勢揃いし、さらにアジア諸国にとっても重要な市場であるTIFFCOMには、中国、香港、韓国、タイ、台湾などのアジア圏からも多数の強力なコンテンツや注目のゲストが集まった。各国機関や有力コンテンツホルダーがパビリオンやセミナー、ブースでそれぞれ魅力をアピールし、世界の大手メディアでも例年以上に大きく取り上げられた。



#### ■ 2024年度の新規取り組みとその成果・特色など

TIFFCOM 2024では国際的な映像制作を支援する取り組みをさらに強化した。長編営業企画の資金調達マーケット「Tokyo Gap-Financing Market (TGFM)」には、事務局が選出した15企画に加え、日伊映画共同制作協定の発効をうけてイタリアより5企画が特別選抜された。日本の出版物の映像化権に特化した「Tokyo Story Market (TSM)」は、第2回目の開催となり、参加出版社が増加。いずれもTIFFCOMが世界各国のプロデューサーや出資者らとマッチングをし、前年以上に多くのミーティングが行われた。その他、若手の公募企画ファイナリストとKorean Academy of Film Arts・東京藝術大学共同のワークショップ優秀者が参加した、MPAとデジタルハリウッド大学との共催のピッチングコンテストやイタリア、香港、韓国など共同製作や海外ロケに関する様々なセミナーなどで、多岐にわたり国境を越えた企画や海外展開を後押しした。

#### ■ 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、件数や成果

東京国際映画祭とは会場を直接つなぐシャトルバスを運行することで、両会場の行き来をしやすくし、IDパスのQRコード連携によって、両イベントへのアクセスを可能にし、映画祭で行われている業界関係者用の試写や、TIFFCOMのセミナーに参加できるようにした。また、映画祭の公式出品作品は、希望者による事前申し込みを経て、セールス活動ができる「TIFFセラーブース」をTIFFCOM会場内に用意した。国内外のプレス関係者の登録は映画祭とTIFFCOMを一本化することで、より両会場で行われていることの情報の風通しを良くし、どちらの会場でも取材ができるよう利便性を高めたことで、今年のTIFFCOMは特に海外からのプレスのアプローチが多かった。

