

## Japan Content Showcase 2016

会 期：2016年10月24日(月)～27日(木) Japan Content Showcase2016として  
 第13回東京国際ミュージックマーケット～The 13th Tokyo International Music Market～ 10月24日(月)～26日(水)  
 TIFFCOM2016～Marketplace for Film and TV in Asia～ 10月25日(火)～27日(木)  
 東京国際アニメ祭2016～Tokyo International Anime Festival～ 10月25日(火)～27日(木)

会 場：グランドニッコー東京 台場 (TIFFCOM/TIAF)  
 渋谷 エクセルホテル東急 (TIMM)

主 催：経済産業省、(公財)ユニジャパン／(一財)音楽産業・文化振興財団／(一社)日本動画協会

共 催：第29回東京国際映画祭

後 援：総務省／外務省／観光庁／(一社)映画産業団体連合会／(一社)衛星放送協会／  
 特定非営利活動法人 映像産業振興機構／(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)コンサートプロモーターズ協会／(一社)コンピュータエンターテインメント協会／  
 (一社)私的録音補償金管理協会／(一財)デジタルコンテンツ協会／協同組合 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)日本音楽事業者協会／  
 (一社)日本音楽出版社協会／(一社)日本音楽制作者連盟／(一社)日本音楽著作権協会／(一社)日本経済団体連合会／  
 (公社)日本芸能実演家団体協議会／(独)日本貿易振興機構／(一社)日本民間放送連盟／(一社)日本レコード協会

対 象：映画、テレビ、アニメーション、VIDEO/DVD、携帯、インターネット、コミック、デジタルメディアコンテンツ、音楽、  
 出版などのコンテンツホルダー

公式サイト：http://www.jcs.tokyo/ja/ (日本語サイト)  
 http://www.jcs.tokyo/en/ (英語サイト)

ビジネスエリアの来場者数：18,330人(延べ)(0.7%増)※過去最高  
 出展団体数：356団体(2.6%増)(国内出展者数：232 海外出展者数：124)※過去最高  
 出展参加国と地域数：21の国と地域  
 バイヤー登録数：1,539人(7.3%増)(国内バイヤー：613人 海外バイヤー：926人)※過去最高  
 商談件数：6,805件  
 成約金額：53,053,381 USドル  
 プレス社数：247社(国内プレス社数：53社 海外プレス社数：194社)

### ■開催内容

“Japan Content Showcase 2016”は、映像・音楽・アニメーションの国際見本市を集約し、コンテンツの垣根を越えたアジアを代表するコンテンツマーケットです。日本で唯一の国際映画製作者連盟公認の国際映画祭である“東京国際映画祭(TIFF)”併設マーケットの“TIFFCOM”と、音楽の国際マーケット“東京国際ミュージックマーケット(TIMM)”, アニメーション関連を中心とした“東京国際アニメ祭(TIAF)”との合同マーケットとして、東京・お台場のグランドニッコー東京 台場および、東京・渋谷の渋谷 エクセルホテル東急にて開催。映画、テレビなどのコンテンツの他、音楽やアニメーションなど多彩なコンテンツホルダーが一堂に会し、アジア諸国だけでなく、世界各国から有力なバイヤーが来場、ビジネスに直結した商談が可能なマルチコンテンツマーケットです。

### セミナーおよびマッチングイベント

海外バイヤーをはじめ多くのコンテンツ関係者を招聘してビジネスマッチングの商談会やパーティをJapan Content Showcase (JCS)の会場のみならず、近隣施設でも連日開催し、世界各国から訪れたキーパーソンとのマッチングを実現した。関心度の高いテーマのセミナーを多く開催するとともに、用途に応じてブースを設け、個別ミーティングを実施できるようにしたほか、各団体が主催するマッチングのイベントも数多く開催され、有意義な出会いの場を創出した。

### ■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

#### 渋谷・台場2つの会場で開催し、出展ブースが拡大

JCSとして前年は「グランドニッコー東京 台場」をメイン会場に台場だけでの開催だったが、2016年は新たに渋谷を拠点に加え、出展スペースが拡大した。そのため台場を本拠地としたTIFFCOMでは出展団体数が過去最大となり、新規出展者も大幅に増加した。また、昨年同様、台場会場の近隣施設シネマメディアージュにおいてマーケットスクリーニングを実施した。

#### VRコーナーを新設

渋谷・台場会場双方に新たにVRコーナーを設け、台場会場ではVR関連を扱う3社が出展した。併せてTIFFCOM、TIMM、TIAF 合同でVRビジネスの最前線を知るためのセミナー「緊急課題!?コンテンツビジネスとVRの近未来像」を開催し、好評を博した。

## コアイベント

### 第13回東京国際ミュージックマーケット

~ The 13th Tokyo International Music Market(13Th TIMM)~ /Japan Content Showcase2016



会 期：2016年10月24日(月)~26日(水)  
会 場：渋谷エクセルホテル東急(10/24, 25)  
          グランドニッコー台場東京(10/26)  
公式サイト：<http://www.timm.go.jp>

#### ■開催内容

「Japan Content Showcase2016」の音楽部門のマーケットとして、日本音楽の海外展開を支援するイベント「第13回東京国際ミュージックマーケット(13Th TIMM)」を開催した。今年、13Th TIMMはメイン会場を渋谷に移し、単独の音楽マーケットとして「商談会」「ビジネスセミナー」「連携ライブ」を柱として実施した。(10/26は、台場会場にてビジネスマッチング、JCS合同セミナーを実施)

[個別商談会/ビジネスセミナー]	渋谷エクセルホテル東急	(10/24~25)
[連携ライブ]	TSUTAYA O-EAST	(10/24~26)
[ビジネスマッチング]	渋谷エクセルホテル東急	(10/24~25)
	グランドニッコー東京台場	(10/26)
[JCS合同セミナー]	グランドニッコー東京台場	(10/26)

#### ■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

- アクセスが良く若者文化の発信都市、渋谷をメイン会場にして開催
- 音楽諸団体と連携を図り、海外展開に不可欠なテーマを扱った8本のビジネスセミナーを実施
- 商談会場から至近距離のTSUTAYA O-EASTに於いて連携ライブを行い、計18組のアーティストの生のライブを海外バイヤーに披露した。この模様はPROMICtv、WAKUWAKUJAPAN、NHK国際放送J-MELO、台湾TV等で紹介され大きな反響を得た。
- 海外から100名を超えるバイヤーを招聘し、JETRO共催ビジネスマッチング、セミナー登壇者とのマッチング等、商談の促進施策を更に拡充させた。  
これらの施策を連動させながら、音楽マーケットとして国内外への情報発信力等の強化、内容の充実を目指した。

#### ■他イベントとの連携事例とその成果

- 他団体等との連携強化
  - ・(一社)日本レコード協会、(一社)日本音楽出版社協会と連携し、ビジネスセミナーを開催
  - ・コンテンツポータルサイト運営協議会が運営する「JAPACON」等との連携を強化し、国内外における情報発信の拡充を図った。
- 国内外で開催される音楽マーケット等での情報発信  
TIMM及び日本音楽のプレゼンスを高める事を目的とし、国内外で開催された以下の音楽マーケット、イベントに参加し、もしくはアーティスト交換等行い13ThTIMMの情報発信を行った。
  - 1.台湾「Golden Melody Awards & Festival」 6月22日(水)~24日(金)
  - 2.韓国「MU:CON」 10月6日(木)~8日(土)
  - 3.国内・札幌「No Maps」 10月14日(金)~16日(日)
  - 4.マレーシア「J-POP Signature」 11月18日(金)~19日(土)