



# TIFFCOM

The 20th Anniversary

Oct.25 [Wed] - 27 [Fri]

2023  
TOKYO

tiffcom.jp

THE NEW VENUE  
**(RE)CONNECTED PEOPLE**  
THE FIRST PHYSICAL EVENT IN FOUR YEARS

7 INDUSTRY SEMINARS  
TOKYO STORY MARKET  
& TOKYO GAP-FINANCING MARKET  
PARTICIPANTS' VOICES

# Special Report

TIFFCOM 2023 On-site coverage

TIFFCOM 2023 会場レポート

TIFFCOM 2023 Issue



# TIFFCOM 2023

## Report from Hamamatsucho

### TIFFCOM 2023 会場レポート

第20回記念を迎えたTIFFCOM（東京国際映画祭併催ビジネスコンテンツマーケット）が、2023年10月25日（水）～27日（金）にわたり東京都立産業貿易センター浜松町館にて開催されました。4年ぶりにリアル開催が実現し、出展団体数は昨年を超える349団体、総参加者数は昨年の倍以上となる3,851人を記録。世界各国からコンテンツセラ、IPホルダー、バイヤー、映像製作者らが参加し、映像ビジネスのプラットフォームとしての役割を担うTIFFCOMの模様を、新会場・浜松町館より映画ライター三輪泰枝がお伝えします。

The 20th Anniversary of TIFFCOM (Tokyo International Film Festival Business Contents Market) was held at the Tokyo Metropolitan Industrial Trade Center HAMAMATSUCHO-KAN from October 25th (Wed.) to 27th (Fri.), 2023. As the first physical event in four years, the number of exhibitors exceeded last year's total of 349 organizations, and the total number of attendees more than doubled to 3,851. Movie Writer Yasue Miwa reports from the new venue, HAMAMATSUCHO-KAN on TIFFCOM, which plays a role as a platform for the audiovisual content business with the participation of content sellers, IP holders, buyers, and filmmakers from around the world.





# DAY-1 Oct. 25th



## 中国・日本映画産業における 協力に関するフォーラム CHINA JAPAN AUDIO-VISUAL INDUSTRY COOPERATION DIALOGUE

中国ラジオ・映画・テレビ界の幹部を務める于志慶氏が日本語を交えた挨拶でスタートしたセミナーには、中国と日本のコンテンツホルダー9社が一堂に会し、コンテンツ事業への取り組みが発表されました。IPを活用したビジネスに意欲を見せる各社は「幅広い文化や娯楽性を持つ中国と日本が協力し合えば人気作品が増加し、グローバル市場の拡大につながる」と力強く語り、満席となった聴衆の心を掴んでいました。

The seminar started with an opening address in Japanese by Yu Zhiqing, Vice President of Television Production Committee China Alliance of Radio, Film And Television, and brought together nine Chinese and Japanese content holders to present their content business initiatives. The companies, eager to do business by utilizing IPs, spoke strongly to the packed audience, saying, "Cooperation between China and Japan, which both have wide ranges of culture and entertainment, will lead to an increase in popular works and the expansion of the global market."

# Seminar room



写真上から ●司会の于志慶 中国ラジオ・映画・テレビ社会組織連合会テレビプロデューサー委員会副会長 ●日中両国登壇者 ●初日朝より盛況のセミナールーム  
FROM TOP: -MODERATOR YU ZHIQING, VICE PRESIDENT OF TELEVISION PRODUCTION COMMITTEE CHINA ALLIANCE OF RADIO, FILM AND TELEVISION -SPEAKERS FROM BOTH CHINA AND JAPAN -SEMINAR ROOM PACKED FROM THE MORNING OF THE FIRST DAY





# DAY-2 Oct. 26th



## 境界線を越えて～タイBLコンテンツの普遍的な魅力と多様性～ BEYOND BORDERS: EXPLORING THE GLOBAL APPEAL AND DIVERSITY OF THAILAND'S BOYS' LOVE CONTENTS

世界で人気沸騰中のボーイズラブ(BL)のセミナーにはタイからコンテンツセラー9社が参加。プレゼン形式で自社作品を次々アピールするなか、イケメン俳優がサプライズ登場する一幕もありました。「文化が似ている点もある日本と強固なパートナーシップを築きたい」と積極姿勢を見せ、多様性と独創性に富んだドラマや映画の作品群にバイヤーから注目が集まりました。

Nine content sellers from Thailand participated in this seminar on BL (Boys' Love), which is rapidly gaining popularity around the world. While the companies presented their products one after another, there was even a surprise appearance by a handsome actor. "We want to build a strong partnership with Japan, with whom we share some cultural similarities." The buyers were impressed by the diversity and originality of the drama and movie productions.



写真上から ●タイBL（ボーイズラブ）ヒット作の製作陣が顔を揃えた ●タイ国パビリオンにも姿を見せたBLの人気俳優たち  
FROM TOP: -PRODUCERS OF THAILAND'S HIT BL (BOYS' LOVE) PRODUCTIONS GATHERED TOGETHER - POPULAR BL ACTORS ALSO SHOWED UP AT THE THAILAND PAVILION





## 東映アニメーションの海外戦略について ABOUT TOEI ANIMATION'S OVERSEAS STRATEGY

『DRAGON BALL』や『ONE PIECE』近年では『THE FIRST SLAM DUNK』などをグローバル市場で成功させてきた同社は、日本、ロサンゼルス、香港、パリのオフィスより代表者が出席。IPビジネスモデルの三本柱として「海外輸出型（自社製アニメを海外向けに販売）」「ハリウッド型（米国で製作しグローバル市場に進出）」「地産地消型（現地パートナーと協業製作）」を国ごとの文化や情勢に合わせて適用し、たゆまぬ努力を重ねていることに感嘆させられました。

The company, which has been successful in the global market with titles such as DRAGON BALL, ONE PIECE, and more recently, THE FIRST SLAM DUNK, had representatives from its offices in Japan, Los Angeles, Hong Kong, and Paris attend the seminar. There are three IP business models, which are "overseas export (selling their own animation to overseas markets)," "Hollywood (producing in the U.S. and entering the global market)" and "local production for local consumption (collaborative production with local partners)". Their tireless efforts to adapt to the culture and circumstances of each country are admirable.



写真左上から時計回り ●東映アニメーション 篠原智士 常務取締役 営業企画本部長 ●香港のTOEI ANIMATION ENTERPRISES LIMITEDからは宇田川英昭 総経理/取締役社長が参加 ●パリにオフィスを構えるTOEI ANIMATION EUROPE S.A.S PRESIDENTの河内隆次氏 ●スクリーンにはLAよりオンライン参加のTOEI ANIMATION INCORPORATED PRESIDENT & CEO 遠藤昌幸氏も  
CLOCKWISE FROM TOP LEFT: -SATOSHI SHINOHARA, TOEI ANIMATION CO., LTD. MANAGING DIRECTOR/HEAD OF SALES & PLANNING HEADQUARTER - HIDEAKI UDAGAWA, PRESIDENT, PARTICIPATED FROM TOEI ANIMATION ENTERPRISES LIMITED, HONG KONG OFFICE. -RYUJI KOUCHI, PRESIDENT OF TOEI ANIMATION EUROPE S.A.S. WITH OFFICE IN PARIS -MASAYUKI ENDO, PRESIDENT & CEO OF TOEI ANIMATION INCORPORATED, WHO JOINED ONLINE FROM LA, WAS ALSO ON SCREEN





# DAY-2 Oct. 26th



新海誠監督作品に長年関わってきたアニメ製作会社コミックス・ウェーブ・フィルムと配給会社の東宝が登壇し、『すずめの戸締まり』のグローバル展開の成功事例や宣伝プロセスの詳細を解説。「日本のアニメコンテンツを世界に伝えるには、全てのアニメ会社が協力し合うことが必要である」と力説し、多くの来場者が共感していました。

CoMix Wave Films Inc., an animation production company that has been involved with Makoto Shinkai's works for many years, and TOHO CO., LTD., the distribution company, took to the stage to explain the details of the successful global expansion of SUZUME and the advertising process. Many visitors empathized with this message, stressing that "All animation companies need to cooperate with each other to convey Japanese animation content to the world."

## 『すずめの戸締まり』における海外展開： 製作会社と配給会社の関係性と可能性について

### THE TRUTH BEHIND THE OVERSEAS EXPANSION OF "SUZUME": THE RELATIONSHIP AND POSSIBILITIES BETWEEN THE PRODUCTION COMPANY AND THE DISTRIBUTION COMPANY



写真上下共に左から ●モデレーターの数土直志氏（ジャーナリスト/日本経済大学大学院エンターテインメントビジネス研究所特任教授）、角南一城氏（株式会社コミックス・ウェーブ・フィルム 常務取締役）、竹田晃洋氏（東宝株式会社 社長室）  
FROM LEFT TO RIGHT: -MODERATOR TADASHI SUDO (JOURNALIST/APPOINTED PROFESSOR, JAPAN UNIVERSITY OF ECONOMICS GRADUATE SCHOOL, ENTERTAINMENT BUSINESS INSTITUTE), -KAZUKI SUNAMI (MANAGING DIRECTOR, HEAD OF BUSINESS DEVELOPMENT, COMIX WAVE FILMS INC.), -AKIHIRO TAKEDA (PRESIDENT'S OFFICE, TOHO CO., LTD.)





## フジテレビグローバル事業戦略発表会 FUJI TELEVISION GLOBAL VISION 2023

コンテンツ事業の革新に挑む同社は、大多亮専務取締役が海外でのIP活用を目指す新規プロジェクトを発表。「ウォーキング・デッド」シリーズを世界的にヒットさせた米国のマルチコンテンツ企業スカイバウンド、中国最大級の動画プラットフォームbilibili、韓国の総合エンタメ企業カカオエンターテインメントの3社とパートナーシップを結び、共同制作やタイアップなど全方位を網羅するグローバルビジネスを継続的に行なうと明言。報道陣や立ち見客で満杯となった会場は終始熱気に包まれました。

FUJI TELEVISION is taking on the challenge of content business innovation, and Executive Vice President, Toru Ota announced a new project aimed at utilizing IPs overseas. The company has formed partnerships with three companies: Skybound, the U.S. multi-content company that made 'The Walking Dead' series a global hit; bilibili, one of China's largest video-streaming platforms and Kakao Entertainment, a comprehensive entertainment company in South Korea. The company has stated that it will continue to engage in global business covering all aspects of the industry, including co-productions and tie-ins. The venue was filled with the press and standing audience, and the atmosphere was enthusiastic throughout the event.



写真左上から時計回り ●秋元優里氏（フジテレビジョンビジネス推進局IPプロデュース部） ●大多亮氏（フジテレビジョン専務取締役）とリック・ジェイコブス氏（スカイバウンドマネージングパートナー） ●張聖晏氏（BILIBILI副総裁） ●ファン・ゼホン氏（韓国カカオエンターテインメントIP事業部部长） ●手を結ぶフジテレビと海外パートナー3社  
CLOCKWISE FROM TOP LEFT: -YURI AKIMOTO (FUJI TELEVISION NETWORK, INC. HEAD OF SCRIPTED FORMATS)  
-TORU OTA (FUJI TELEVISION NETWORK, INC. EXECUTIVE VICE PRESIDENT) AND RICK JACOBS (SKYBOUND MANAGING PARTNER) -LEO ZHANG (BILIBILICE PRESIDENT) -JAKE JAEHEON HWANG (KAKAO ENTERTAINMENT CORP. HEAD OF IP BUSINESS) -FUJI TV AND THREE OVERSEAS PARTNERS JOINING HANDS



# DAY-2 Oct. 26th

## SPOTLIGHT ON ITALY

2023年6月に「日伊映画共同製作協定」を日本政府との間で署名したイタリアから、イタリア文化省やイタリアを代表する大手映画会社、撮影スタジオの幹部らが登壇し、進行役の若手俳優のサラ・チョッカ氏とフランシスコ・チェントラーメ氏がステージをドラマティックに盛り上げました。イタリア文化省政務次官ルチア・ボルゴンゾーニ氏から日伊共同製作映画の拡大を目指した助成制度など、魅力的な施策や、イタリアの映画製作の次世代にむけた取り組みについて紹介がありました。セミナー後、日本の参加者からは助成制度の詳細など、今後の情報アップデートを待ち望む声が多く聞こえました。続いて開かれた交流パーティには本セミナー登壇者やイタリアから来日したプロデューサー陣をはじめ、日本からも映画プロデューサーらが出席し、多くの映像関係者が親睦を深めつつ、日伊共同製作映画の実現に向けた大きな一歩が踏み出されました。

From Italy, which signed the "Italy-Japan Film Co-Production Agreement" with the Japanese government in June 2023, the Italian Ministry of Culture and executives from major Italian film companies and studios took to the stage. As hosts, young actors Sara Ciocca and Francesco Centorame brought the stage to life dramatically. Lucia Borgonzoni, Undersecretary of State for Culture, Italian Government, introduced attractive measures such as a subsidy program aimed at expanding Italian-Japanese co-productions of films, as well as initiatives aimed at the next generation of Italian film production. After the seminar, many Japanese participants expressed their eagerness for further updates on the details of the subsidy program. The seminar was followed by an exchange party attended by the speakers, Italian producers, and Japanese film producers, where many people involved in the film industry deepened their friendship and took a big step toward the realization of Italian-Japanese co-production.



右上より ●若手俳優サラ・チョッカ氏による朗読パフォーマンス ●ボルゴンゾーニ氏へサラ・チョッカ氏がインタビュー  
●経済産業省大臣官房審議官 牛山智弘氏挨拶 ●イタリアからプロデューサー陣も多数来場  
FROM TOP RIGHT: -READING PERFORMANCE BY THE YOUNG ACTOR SARA CIOCCA -INTERVIEW BY SARA CIOCCA WITH BORGONZONI -GREETING BY TOMOHIRO USHIYAMA, DEPUTY DIRECTOR GENERAL FOR IT STRATEGY, COMMERCE AND INFORMATION POLICY BUREAU, MINISTRY OF ECONOMY, TRADE AND INDUSTRY OF JAPAN -MANY PRODUCERS FROM ITALY ATTENDED THE EVENT





## DAY-3 Oct. 27th

セミナーのフィナーレを飾るのは、海外展開を目指す若手映画製作者を後押しすべく、米国映画業界団体（MPA）、デジタルハリウッド大学（DHU）、TIFFCOMが共催する人気イベントです。

第一部は、映画『レッド・バイオリン』やロバート・ダウニー・Jr. 出演のドラマ『シンパサイザー』を製作した世界的プロデューサーのニブ・フィックマン氏を招き、落合賢監督と対談する「マスタークラス・セミナー」が行われました。フィックマン氏は映像製作を勉強する学生たちに向け、「情熱を信じること。オリジナルを作ること。小さくても一つ一つのステップを重ねること。そして時には現実を見ることも大事だ」とアドバイス。話に熱が入りすぎて持ち時間を延長してもらおうと「これ（交渉）がまさしくプロデューサーの仕事だ！」と歓叫し会場を沸かせました。

第二部は、予選を勝ち抜いた若き映画監督5名がオリジナル企画を引っ提げ、審査員の前で5分間のプレゼンだけで「映像化されたら観てみたい」と思わせる「ピッチング・コンテスト」に突入。いずれも力作揃いのなか、最優秀賞MPA Grand Prizeは月足直人監督による自己犠牲愛をテーマにした時代劇『毒飲み弥太郎』、優秀賞Special Recognition Prizeは大崎大監督による仮想と理想と現実の狭間で揺れ動く男の物語『Visage Vault』に授与されました。受賞者各々に副賞のハリウッド、オーストラリアへの研修旅行が贈られると盛大な拍手が湧き上がり、興奮と感動に包まれた全セミナーが終了しました。



### MPA/DHU/TIFFCOM マスタークラス・セミナー & ピッチング・コンテスト 2023

### MPA/DHU/TIFFCOM MASTERCLASS SEMINAR & PITCHING CONTEST 2023

The finale of the seminar was a popular event co-hosted by Motion Picture Association of America (MPA), Digital Hollywood University (DHU), and TIFFCOM to encourage young filmmakers who are looking to expand their work overseas. The first part of the event was a "Master Class Seminar" featuring Niv Fichman, a world-renowned producer of the film 'The Red Violin' and the drama 'The Sympathizer' starring Robert Downey Jr. in conversation with filmmaker Ken Ochiai. Fichman told the students studying filmmaking, "Believe in your passion. Be original. Take small steps, one at a time. Sometimes it is important to look at reality." He got so excited about the talk that he extended his time and exclaimed, "This (negotiation) is exactly what a producer does!" which excited the audience.

In the second part, the five young filmmakers who had qualified in the preliminary rounds brought their original projects to the "Pitching Contest," where they had to make a five-minute presentation in front of the jury to make the audience want to see their film if it were made into a movie. The MPA Grand Prize went to Director Naoto Tsukiashi for 'Necro Eater Yataro' a period drama about self-sacrificing love, while the Special Recognition Prize was awarded to 'Visage Vault' by Director Masaru Osaki, a story of a man torn between the virtual, the ideal and the real. The seminar ended on a high note of excitement and emotion, with a round of applause when each of the winners received a study tour to Hollywood and Australia as extra prizes.



上より ●プロデューサーのニブ・フィックマン氏 ●場内には若い観客が詰めかける ●落合賢監督 ●受賞した月足直人監督と大崎大監督を囲んで

FROM ABOVE: -PRODUCER NIV FICHMAN -YOUNG AUDIENCE MEMBERS FILLED THE HALL -DIRECTOR KEN OCHIAI -WITH AWARD-WINNING DIRECTORS NAOTO TSUKIASHI AND MASARU OSAKI





# Voices from Participants

## 会場の声をピックアップ

- 一般的にバイヤー様はこの時期、釜山国際映画祭か東京国際映画祭のどちらかを選ぶ傾向がある。2つの開催時期に近いこともあり、釜山に行けなければ東京に行くという話をよく聞く。今回日本のバイヤーは東京に集中する会社が多く、TIFFCOMは密度の濃いマーケットになったと思う。  
会場がめっちゃめっちゃきれいになったという意見が多く、ブースの統一感があり、オープンな感じが良い。商談的には多くの方々に作品を紹介できた。ミーティングする時間は事前に決めることが多かったが、通りすがりに「気になったから」とふらりと立ち寄って下さる方もいて、良い話に流れたりして手ごたえはあった（国内出展者）
- 4年ぶりだったので皆さん張り切っていて、出展社として気持ちが入った。商談は、常にブースが満杯状態になるほど盛況で、ブースをもっと広くすればよかったと思うほどだった。出展各社さんの動向も同じだったと思う。フロア自体は大きくて見やすかったし、同業が近くにまとまっていてビジターさん的にはカテゴリーがまとまっている方が回りやすいので見やすかったのではないかな。ただ壁がない分、ビジターさんとしては他ブースを浮気するみたいに回っている姿を出展者に見られたくないかもしれないが、一方でウォークインは増えた（国内出展者）
- TIFFCOMは映像から原作コンテンツまで幅広いのが魅力。フロアごとで良いのでフェスティバルならではの交流会などがあると嬉しい（国内出展者）

## THE NEW VENUE (RE)CONNECTED PEOPLE

### Exhibitors' Voices

- 以前からずっと出展し、毎年来ている。会場も良いし雰囲気も良い、パスの受け取りなどオペレーションもスムーズだと思う。古くからのクライアントさんはもちろんのこと、新しいクライアントさんともミーティングすることができて良かった。基本的には日本の会社が多く、たくさん来ていただけて嬉しい（海外出展者）
- ビジターの数はソウルよりも多くて凄いと思った。開催してくれれば毎年参加する意向。お客様との商談の結果が一番大事なので、そういった面ではTIFFCOMは大変有用に思う（海外出展者）





## VOICES FROM PARTICIPANTS

- In general, Buyers tend to choose either Busan International Film Festival or Tokyo International Film Festival at this time of the year and since the two festivals are held close to each other timewise, we often hear that if they cannot go to Busan, they will attend Tokyo instead. Many Japanese buyers are concentrated in Tokyo this year, and I think TIFFCOM has become a dense market. Many people commented that the venue was extremely clean, and the booths had a good sense of unity and openness. In terms of business negotiations, we were able to introduce our works to many people. While meeting times were often scheduled in advance, there were also individuals who dropped by on a whim, saying, “I was curious”, and engage in interesting conversations, which was very rewarding. (Japanese Exhibitor)
- As it was the first time in four years, everyone was enthusiastic, and as an exhibitor, I was highly motivated. Business meetings were so successful that the booths were always full, and we wished we had a larger booth. I think the trend among exhibitors was the same. The floor itself was large and easy to see. The same categories were grouped close together, and from the visitor's point of view, it was easier to look around. However, because there were no walls, visitors might not want to be seen visiting other booths as if they were cheating, but on the other hand, there were more walk-ins. (Japanese Exhibitor)
- TIFFCOM is attractive because of its wide range of content, from visual to original works. It would be delighted if there were festival-specific networking events on each floor. (Japanese Exhibitor)
- We have been exhibiting at TIFFCOM for a long time, attending every year. The venue is good, the atmosphere is pleasant, and operations such as pass pick-up are smooth. It was good to have meetings with new clients as well as old ones. Generally, there were many Japanese companies, and I was happy to have a lot of attendees. (Overseas Exhibitor)
- I was impressed by the larger number of visitors compared to Seoul. I intend to participate every year if it is held again. The most important thing is the result of business negotiations with customers, so I think TIFFCOM is very useful in that respect. (Overseas Exhibitor)



- 各フロアともブースが盛況で頼もしく感じる。4年ぶりにリアルにコミュニケーションを取れることは本当に大事だと痛感した。WEBミーティングでもメッセージは伝わるんじゃないかと思うビジネスシーンが多いなか、face to faceで面談や雑談や雰囲気味わえる空間が4フロアに渡って展開されているのは非常に嬉しい。東映アニメのセミナーはとても良かった。原稿を読むだけの内容ではなく成功も失敗も苦労も正直に明かしてくれて、今後のコンテンツビジネスを「皆で一緒にやっていきましょうよ」という思いを東映アニメが率先して言ってくれた意義は大きい（業界団体スタッフ）
- 大きい映画祭は東京とカンヌと釜山を経験しているが、どれも充実感がある。今後もTIFFCOMの規模拡大に期待を寄せている（プロデューサー）
- 買う買わないは特に決めずに来場した。各ブースをあちこち見ているだけでも楽しめるし、何かしら興味のある作品と出会うのがTIFFCOMの魅力だと思う（配給会社・バイヤー）



- 韓国在住で、TIFFCOMは2回目。各ブースの情報を見て回りながら、Asia Contents Awardsに出品してくれそうな作品も探しに来た。ネットワーク作りができるので、その成果や手応えは充分感じている。マーケットの利点は、効率的に回れて同じ空間を共有できること。人が集まる場は情報が集まる、情報が集まる場は商機になる。モニター越しに会っていた人とTIFFCOMでリアルに会える楽しさがある（映画祭プログラマー、ジャーナリスト）





## VOICES FROM PARTICIPANTS

- The booths on all floors were thriving and felt reliable. We felt that it is very important to be able to communicate in person for the first time in 4 years. In many business situations where I think the message can be conveyed in a web meeting, we are very happy to see four floors of space where people can meet face to face, chat, and enjoy the atmosphere. The Toei Animation seminar was excellent. It went beyond just reading a script and honestly shared both successes and struggles, conveying Toei Animation's proactive message for the future of content business as "Let's work all together." This holds significant meaning. (Industry Association Staffs)
- Having experienced major film festivals in Tokyo, Cannes and Busan, all of them feel fulfilling. I look forward to the continued expansion of TIFFCOM (Producer)
- I came without a specific buying decision. Just wandering around and exploring various booths is enjoyable, and the charm of TIFFCOM lies in encountering films or projects that spark interest along the way. (Buyer, Distributor)
- I live in South Korea and am attending TIFFCOM for the second time. I've been exploring information at various booths while also searching for works that might be suitable for entry into the Asia Contents Awards. I feel that the results and the response I have received have been positive, as I have been able to build networks. The advantages of the market lie in efficiently navigating and sharing the same space. Places where people gather and accumulate information, and where information gathers, business opportunities arise. There's a joy in meeting people in person at TIFFCOM whom I had previously only encountered through a monitor. (Film Festival Programmer, Journalist).



# Voices from Participants

会場の声をピックアップ





## WHAT IS THE “PRODUCING” MARKET? 話題の「作るマーケット」 TOKYO STORY MARKET AND TOKYO GAP-FINANCING MARKET

映像作品を「売るマーケット」のみならず「作るマーケット」にも注力しているTIFFCOMは、日本初となる原作マーケット

「Tokyo Story Market (TSM)」を新設しました！ 日本のマンガや小説など原作の映像化権を保有する大手出版社（講談社、KADOKAWA、集英社、小学館）が、原作を探している海外の映像プロデューサーたちに自社コンテンツをアピールしながら活発な商談を行ない、次回開催へ弾みをつけました。

映画製作のファイナンス（資金調達）の機会を提供する「第4回Tokyo Gap-Financing Market (TGFM)」では、資金確保を目指す新企画15本のプロデューサーたちが国内外のインベスターたちと個別ミーティングを行ない、多様性に富んだラインナップに注目が集まりました。3年間のオンライン実施を経て初のリアル開催に皆様をお迎えすることができ、百名近くが参加する親睦パーティーも開催。関係者一同、感慨もひとしおでした。

TIFFCOM, which focuses not only on the "selling" market but also on the "producing" market, has established Japan's first original works (stories) market, Tokyo Story Market (TSM). Leading publishers (KODANSHA, KADOKAWA, SHUEISHA, and SHOGAKUKAN) held active business negotiations with overseas producers looking for original works (stories), including manga (Japanese comics) and novels for film and audiovisual adaptations, while promoting their own content.

At the 4th Tokyo Gap-Financing Market (TGFM), which provides financing opportunities for film production, producers of 15 new projects seeking to secure funding held individual meetings with domestic and international investors. After three years of online implementation, TIFFCOM was able to welcome everyone to the first real event, which was followed by a reception attended by nearly 100 people. It was a very moving experience for everyone involved.





## Tokyo Story Market (TSM) 出展社 講談社 ライツ事業部 山崎慶彦氏、高松悠希氏 インタビュー

開催期間中のミーティングスケジュールはほぼ埋まった。日本のIPに興味のある各国の制作会社やプロデューサーの方々は思っていたより熱い気持ちで臨んでくれて、良い会社と良いミーティングができた。

釜山やベルリンなど海外の原作マーケットではその国の方々と商談が多いが、TIFFCOMは今年初めてなのに、中国、台湾、イタリアなど世界14カ国・地域から来てくれて、他国のマーケットより多国籍な印象を持った。

日本は世界に誇る原作大国だ。今回は大手4社だけの参加だったが、海外での映像化にまだ力を入れていない出版社や自社で海外部門を抱えていないIPホルダーにこそ海外とつながる機会になれば良いなと思うので、今後参加社を増やして欲しい。ボランティアの通訳者がいたり、予約システムがしっかりしている釜山のやり方は参考になると思う。

会社ごとに特性やニーズは異なるが、面白いストーリーを教えてくださいというスタンス。アメリカだと『進撃の巨人』『AKIRA』など全世界で知られている日本のビッグタイトルに人気が集まるが、台湾・中国・韓国はファンタジーや少年漫画よりも、青年漫画やミステリー・サスペンス、スリラーに興味を持っている。

これまでの日本の出版社は海外交渉のノウハウが少なく、海外からは日本と手を組むのは難しいという印象を持たれていたが、「今の日本企業は大丈夫ですよ」とお伝えする場としてもTokyo Story Marketは機能するだろう。

会場はとても広々として良い。今回4社だけなので端っこだが、今後の希望としては参加社が多くなり、もっと賑やかな場所で行えたらいいと思う。アクセスに関して、海外のお客様からすると会食場所や観光地まで少々遠い。観光人気の高い日本を楽しむという願望を叶えてあげると、また来年TIFFCOMに来たいという気持ちが湧くのではないかな。

ぜひ来年も第2回を開催してほしい。

## Tokyo Story Market (TSM) Exhibitors Interview with Yoshihiko Yamazaki and Yuki Takamatsu, Global Licensing, Kodansha Ltd.

The meeting schedule during the event was almost completely filled. Production companies and producers from various countries interested in Japanese IPs were more enthusiastic than we had expected, and we were able to have good meetings with good companies.

At overseas markets for original IP such as Busan and Berlin, many business meetings are held with people from those countries, but even though TIFFCOM was held for the first time this year, people came from 14 countries and regions including China, Taiwan, and Italy, giving the impression that it was more multinational than other markets. Japan is a powerhouse for original works globally. Although only four major companies participated in this year's event, we strongly believe that it would be a good opportunity for publishers who have not yet focused on audiovisual adaptation overseas and IP holders who do not have their own overseas divisions to connect with overseas markets. We think it would be helpful to learn from Busan, which has volunteer interpreters and a solid reservation system.

Each company has different characteristics and needs, but the stance is to tell us interesting stories. In the U.S., popularity is concentrated on big Japanese titles known worldwide, such as "Attack on Titan" and "AKIRA" but Taiwan, China, and Korea are more interested in youth comics, mystery/suspense, and thrillers rather than fantasy and boy's comic.

Japanese publishers have had little expertise in overseas negotiations, and foreign countries have had the impression that it would be difficult to partner with Japan, but the Tokyo Story Market will also function as a place to tell them that "Today's Japanese companies are doing well." The venue was very spacious. We were only four companies this time, so we were at the end of the floor, but our hope for the future is that more companies will participate and we can make it a more lively area on the floor. Regarding accessibility, it is a bit far from the eating and sightseeing spots for overseas guests. If we can fulfill their desire to enjoy Japan, which is a popular tourist destination, they may be more inclined to come back to TIFFCOM next year.

We hope that the 2nd TSM will be held next year.

# Tokyo Story Market



## Tokyo Gap-Financing Market (TGFM)オーガナイザー パスカル・ディオ氏（ヴェニス・プロダクション・ブリッ ジ代表）、筆坂健太氏（公益財団法人ユニジャパン） インタビュー

ディオ氏：最も注目すべきはTGFMにとって初めてリアル開催が実現し、全てが変化したこと！ オンライン開催だとミーティングするだけだったが、対面式では互いの顔やリアクションを見ながら会話を交わし、商談を終えた後も話が続きたり、また会う機会があったりして、すべての流れが1つのサイクルとして機能している。オンラインでは不可能だったことが全て可能になった。

企画を持ってきている出品者側もインベスター側も両方ともハッピーだと直接聞いている。企画のクオリティは高いし、ミーティング自体も効果的に活用できている。私が直接聞いた話なのでお世辞ではなく本当に皆さんから褒めて頂いている(笑) 会場はアクセスが良くパーフェクト。

筆坂氏：インベスター側の皆さんが口を揃えて仰るのは、企画の多様性、全く違う15企画が集まっているところ。アート系だと投資が難しい中で商業映画とアートハウスのもの、アジア各地の企画やヨーロッパの企画など、とにかく多様性のあるラインナップの幅広さに注目が集まった。TGFMにとっては初のリアル開催であったこともあり、多くの来場者から高い関心を持たれているのを肌で感じる事ができた。



## Tokyo Gap-Financing Market (TGFM) Organizers Interview with Pascal Diot (Head of the Venice Production Bridge) and Kenta Fudesaka (UNI JAPAN)

Diot: The most remarkable thing is that this is the first TGFM that has been held in person, and everything has changed! With the online event, it was just a meeting, but with the face-to-face event, we were able to see each other's faces and reactions as we engaged in conversation, and even after the business meeting was over, we continued talking and had opportunities to meet again, and the whole process works as one cycle. Everything that was impossible online is now possible.

I have heard firsthand that both the exhibitors and the investors who brought their projects were happy. The quality of the projects was high and the meetings themselves were used effectively. I'm not just offering compliments. These are genuine praises I've heard directly from everyone. (laugh) The venue is perfect with good accessibility.

Fudesaka: Investors consistently mention the diversity of projects, where 15 completely different projects have come together. In an environment where investment in art house film projects is challenging, attention has focused on the broad range of diversity in lineups, including commercial films, art-house productions, projects from various regions in Asia, and European projects. As this was the first in-person event for TGFM, we were able to experience firsthand the high level of interest from many visitors.

# Tokyo Gap-Financing Market





## TGFM 選出企画 『THE THONGLOR KIDS』 プロデューサー フラン・ボルハ氏 監督 アーティット・アッサラット氏 インタビュー

TGFMへの参加は、プロデューサーは去年のオンラインに続き2回目、監督は初めて。商談はうまく行っている。今回は双方向のコミュニケーションが直接できるので、オンライン開催より遥かに話が弾んだ。セールスカンパニー、映画祭、プロデューサー、フィルムコミッションなど色々なジャンルの人たちとミーティングができたし、新しい人たちと知り合えるのは常に嬉しい。一つの企画でコラボレーションできなくても他の企画と一緒にできることがある。

映画製作は大変なプロジェクトなので、インベスターやプロデューサーは自分たちが情熱を注いで夢中になれる企画を探している。そうした企画が必須であると同時に、一緒に作りたいたいと思える相手との調和も重視している。相性や反応は実際に個人と個人で会って見ないと分からないから。

我々のような海外の映画人にとって、TIFFCOMは日本の映画業界に向かうためのドアの役割をしてくれるところが最も素晴らしい点だと思う。

## TGFM Selected Project THE THONGLOR KIDS Interview with Fran Borgia, Producer and Aditya Assarat, Director

This is the second time for the producer to participate in TGFM, following last year's online event, and the first time for the director. Business negotiations are going well. Direct two-way communication was possible in person for this time, so the conversation was far livelier than in an online event. We had meetings with sales companies, film festivals, producers, film commission, and many other genres, and it is always nice to get to know new people. Even if we can't collaborate on one project, we can work together on other projects.

Filmmaking is a demanding, so investors and producers are looking for projects that they can be passionate and enthusiastic about. While such a project is essential, we also emphasize the importance of harmony with the people we want to make the film with. You can never know the chemistry and reactions unless you actually meet with them on an individual and personal basis. We think the most wonderful thing about TIFFCOM for foreign filmmakers like us is that it acts as a doorway to the Japanese film industry.



### TGFMインベスター側 参加者の声

● とても盛況でTGFMはバラエティに富んだジャンルが揃った。どちらかというとアートハウス系よりジャンル系が多いのかな。オンライン開催の年は参加しなかったが、リアル開催なので参加した。オンラインだと既にお互いの目的が合致しないと話が続きませんが、リアルだともっとラフに話ができるので来やすい。企画マーケットではコネクションやネットワークを作るという気持ちが高く、来れば自然とネットワークができる。違うマーケットで再会して仲が深まり、ビジネスに繋がるような気がする（プロデューサー）

● 昨年オンラインで出会った監督さんと話がまとまり、作品をどこかの映画祭に出品し海外展開をしていきたい。

TGFMで話をしていると、日本で映画を撮りたいという海外の会社はいっぱいいるので、ジャパン・フィルムコミッションを推薦している。TIFFCOMにジャパン・フィルムコミッションのブースがあり、海外の製作者に直接アドバイスできるのはとても良い機会だと思う（セールスエージェント）

### TGFM Investor Side Participant's Comments

● TGFM was thriving with a diverse range of genres. I guess it's more genre-based than art-house based. I didn't participate in the year it was held online, but since it's in-person this time, I attended. In the online market, you have to have a mutual understanding of each other's goals to continue the conversation, but you can talk more casually in the real market, so it is easier to come to the market. There is a strong feeling of making connections and networking in the project market, so if you come to the market, you will naturally network. I feel like we can meet again at different markets and get to know each other better, which potentially leads to business (roducer).

● I have reached an agreement with a director I met online last year and would like to enter his work in some film festival and expand overseas. There are many overseas companies at TGFM that would like to make films in Japan, so I recommend the Japan Film Commission to them. The Japan Film Commission has a booth at TIFFCOM, and I think it is a great opportunity to give direct advice to international producers (Sales Agent)





## WELCOME PARTY

# Parties and Exhibitor events

初日の夜は来場者や関係者を迎えた「ウェルカムパーティー」を盛大に開催。TIFFCOM代表CEO椎名保の挨拶と乾杯の発声の後、会場には歓談の輪が広がり、人と人との出会いや繋がりの大切さを実感できるエキサイティングな一夜となりました。

出展ホールでは、台湾パビリオンに人気BLドラマのイケメン俳優4人が勢揃い！ また、フジテレビの人気バラエティ番組『Run For Money 逃走中』のハンターたちがサプライズで登場したり、日本テレビネットワークは各局の地元名産品を来場者にプレゼント。趣向を凝らした「おもてなし」の数々には出展者も来場者も楽しんでいる様子が見られました。

A grand "Welcome Party" was held for visitors and related parties on the first night, where TIFFCOM CEO Yasushi Shiina gave a speech and proposed a toast, which was followed by lively conversations. It was an exciting evening that made us realize the importance of encounters and connections between people.

The Taiwan Pavilion featured four actors from popular BL dramas in the exhibit hall. In addition, Hunters from Fuji Television's popular variety show 'Run For Money' made a surprise appearance, and NNS (Nippon Television Network System) gave away local specialties from each station to visitors. Both exhibitors and visitors seemed to enjoy the elaborate "OMOTENASHI" (hospitality) provided.





**PARTIES AND EVENTS**





# TIFFCOM 2023

## On-site coverage



WRITER

**YASUE MIWA**

EDITOR

**TIFFCOM PR TEAM**    [PRESS@TIFFCOM.JP](mailto:PRESS@TIFFCOM.JP)



[WWW.TIFFCOM.JP](http://WWW.TIFFCOM.JP)  
[CONTACT@TIFFCOM.JP](mailto:CONTACT@TIFFCOM.JP)

画像提供：産業貿易センター 浜松町館

IMAGE PROVIDED BY TOKYO METROPOLITAN INDUSTRIAL TRADE CENTER HAMAMATSUCHO-KAN

©TIFFCOM ALL RIGHTS RESERVED.

THIS PUBLICATION MAY NOT BE REPRODUCED, IN ANY FORM, IN WHOLE OR IN PART, WITHOUT THE EXPRESS WRITTEN PERMISSION OF TIFFCOM.

許可なく転載・複製することを禁じます。