

【関連事業委員会】

今回は、株式会社株式会社 JTB コーポレートセールス ソーシャルソリューション事業推進担当部長の林 委員長のコラムです。

【中国への情報発信】

2011年、JTBグループは中国で中国公民に対する海外旅行販売の認可を受けた。世界で3社、日本で唯一当社グループのみに与えられたこの資格を無駄にしないため、現在訪日旅行を始めとする海外旅行販売の努力を続けている。

しかし、道のりは決して平坦では無い。中国人の訪日団体観光旅行が解禁されたのは2000年のこと。この十数年の間に規制に守られながら中国の旅行会社は「特殊な日本ツアー市場」を作ってきた。ここで詳細の説明はしないが、大阪から日本に入り富士山・箱根などを通過しながら東京から帰国するコースを「ゴールデンルート」と命名し、その区間に多数の契約免税店・飲食店等、金を生む仕組みを生み出した。市価の2倍も3倍もする金額でモノを買わせ、人気TVゲームのようにルート上を通過すると“チャリンチャリン”とお金が入る、文字通り『ゴールデンルート』を作り出した。

昨今だいぶ緩和されてきてはいるが、中国人が訪日旅行する際に必要な査証の取得、特に訪問に係る制限が緩やかな短期商用・個人観光等の査証取得はいまだに審査が厳しく、7割前後の中国人が旅行会社の企画・募集する団体ツアーで日本を訪れる。そして『ゴールデンルート』の上をチャリンチャリンと通過していく。団体ツアーで訪れているとはいえ、海外旅行ができるくらいなので中国では富裕な人が多い。それにも係らず夕食に「焼肉食べ放題 1,500円」を食べさせられ、帰国する。

結果、中国に戻り、発達しているSNS“微博”等を通じて「日本ツアーは最低だ」「もう二度と行かない」と言った残念な情報を積極的に発信することになる。

このような不幸な状況を当社は変えたいと思っている。インターネットの普及もあり、情報を制限することで事業者（旅行会社）が優位に立てる時代は終わった。当社も地方自治体等の求めに応じて、中国の旅行会社を通じた観光情報の発信支援を行ってきた。しかし、北海道を舞台に撮影・放映された映画の大ヒットによって、中国で北海道ブームが巻き起こり、旅行会社がこぞって北海道ツアーを急造したことから、観光情報の流れを旅

行会社→消費者では無く、消費者⇒旅行会社に変えていくことが重要だと考えている。

消費者に直接情報を届けるためにはその仕組みの構築が必要となる。そこで当社では数年前から上海テレビグループ (SMG) を中心に中国メディアとの関係構築を進めてきた。日本を訪れる中国人の3割前後は上海及び近郊、所謂華東エリアに住んでいる。この最大市場で日本の真の地域・観光の魅力を知っていただき、また来たいと思うような質の高い旅行を JTB のツアーで体験していただくために、消費者への情報発信の装置として当社が検討・選定したのがテレビだった。

さて、中国のテレビ事情を一言で表現すると「多チャンネル」「地方ごとの地方局優位」である。全国には、ほぼ全土の家庭で視聴できる中国国営電視台“CCTV”もあるが、例えば上海の人は上海の地方局＝上海テレビの番組を見る傾向が強い。地方局と言うと日本の地方局を思い浮かべると思うが、上海テレビは衛星含め 15 チャンネルほど持つ非常に大きな放送局群である。CCTV も 10 以上のチャンネルを持ち、ケーブルで他地域の放送局の番組も多数視聴できるため、上海では一般の家庭でも 60～70 のチャンネルを見られるのが普通だ。ところがテレビのリモコンのボタンは日本同様 1～15 程度しか無いため、多少の例外を除けばこの 1～15 番のどれかの番組を見ていることが多い。上海ではその 15 のうちほとんどが上海テレビの放送局になっている。中国ではその地方の地方局が強いことの証左である。

このように多チャンネルゆえ、中国では広告の活用方が難しい。上海だけでも 70 チャンネルの環境下で、すべてのチャンネルに等しく広告を投下するというのは現実的では無い。しかも世界の企業がこぞって狙っている中国市場では、広告単価は年々上昇を続け、日本以上にコスト効率の悪い条件になっている。

そこで当社は日本のことを紹介する情報番組・旅番組に狙いを定め、その番組の中でコンテンツとして情報を発信する仕組みを考えた。誰が見るか分からない CM よりも、日本に関心のある視聴者がすでに集まる番組の中で情報を届けたほうが確実だろうと考えた。

前置きが長くなったが、2008 年に当時から上海の日本好きの間で人気のあった「東京印象」「漫遊日本」というテレビ番組を制作・放送している上海テレビ傘下のテレビ局との関係構築を図った。実際は関係作りに多大な努力を要したが、本題に関係ないのでここでは説明しない。

いずれにしてもこれらの番組を通じて日本の魅力・観光情報の発信を当社として実施することになった。地方自治体等から最低限の費用協賛をいただき、テレビ番組を通して中国の消費者に直接情報を届ける仕組み作りのスタートを切ることができた。

ここで実は当社も予期していなかった事態が起きる。JTB がテレビを使った情報発信の支援を中国でしていると聞きつけた企業からの照会が入るようになった。先述のように中国は広大な国土、地域毎の文化・風習等の違い、多テレビ局・多チャンネル環境、広告単価の上昇等の理由により広告出稿が難しい市場である。限られた予算で中国市場をカバーしないといけない企業の担当者の多くが頭を悩ませていた。

そのような中、当社の「CMではなくテレビ番組の中で情報を発信する」という考え方を知り、賛同いただける企業が現れ、中国での広告出稿を当社にご依頼いただく事例が増え始めた。

こういった市場の声にきちんとお応えするため、2011年にJTBグループ本社事業創造部内に“チャイナ・マーケティング事業推進室”を設け、全社的に企業・自治体の中国内での情報発信の支援事業を開始した。昨年9月以降の日中関係の悪化によりだいぶ向かい風を受けたが、お蔭様で支援するお客様の数は着実に増えている。

もちろん事業なので一定程度の費用は頂戴しているが、当社としては広告代理業を進めているつもりは無い。あくまで日本の魅力・情報を正しく中国公民に知っていただき、適正な形で日本を訪れ、日本を好きになって帰国し、そして再訪して欲しい、という思いから推進している。日本を好きになることに、地方での風景や人の優しさ、企業の商品の品質の良さやサービスの決め細やかさを知ることがあり、それらがすべて日本の魅力であるという認識から微力ながら情報発信の支援をしているに過ぎない。

冒頭の話に戻るが、2011年以降ようやく中国公民に海外旅行の販売ができるようになった。すでに始めている北京中心の動きに続き、当社では上海・華東エリアでの本格的な販売展開を今年10月から着手する。

ここでもテレビの力を最大限活用する方針だ。連携パートナーである上海テレビ傘下のテレビ局と合弁で会社を設立した。両社で新たなwebサイトを設立・運営し、そこをプラットフォームとして海外旅行を販売していく考えだ。このwebサイト「淘最遊 - タオズイヨウ (my best trip の意)」では当面は旅行商品の販売をメインに事業を進めていくが、近いうちにその他ECコマースのプラットフォームとして活用する予定だ。

これでようやく、観光等の情報発信→旅行商品の造成・販売→日本・世界への送客（集客）という一気通貫の流れを中国で作ることができた。

今後はJTBにしか作れない高付加価値のツアー造成をどれくらいできるかが非常に重要だ。当社だけでは売れるコンテンツの開発は難しい。すでに取り引きのある企業・自治体を始め、色々な方々の協力を仰ぎながら進んで行きたいと考えている。

今年10月には中国で初の「旅行法」が施行される。問題となっている強制的買い物の禁止、ありえない低廉価での旅行販売の禁止等、正しい旅行のあり方に向かって業界を動

かしていこうという当局の意向が伺える。
もちろん当社にとっては追い風だ。

難しいながらも巨大で有望な市場中国
に当社は挑戦を挑む。

そのために不可欠な「新たな日本コンテ
ンツの創造」に向け、本機構会員の皆様と
協働できる機会を願ってやまない。



株式会社 JTB コーポレートセールス
林 純一

【事業活動報告】

経済産業省 実証事業への参画

経済産業省は昨年に引き続き CG・VFX 産業振興に資するため、本年 7 月に以下内容の実証事業を公募しました。

<公募内容>

平成 25 年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（CG・VFX 産業クラウド活用・高連携実証事業）

<事業内容>

クラウドサービスの活用とそれに必要となる制作工程に関するルールを適用した効果検証を、実際の映像制作プロジェクトを利用して実施する。効果検証に際しては、CG・VFX 業界での実用性について、関連業界からヒアリングを行うなど必要な調査を行う。想定される効果検証の実施内容は以下のとおり。

1. I S P 事業者等へのヒアリングによる、クラウドサービスの実証条件の整理
2. 実際の映像制作プロジェクトで必要となる共通ルールの策定
3. 本効果検証を適用する映像制作プロジェクトの選定
4. 実際の映像制作を通じた実証、業務効率化の程度の把握
5. クラウドサービス活用と共通ルールに関する効果分析
6. CG・VFX 業界でのクラウドサービス活用指針と共通ルールの適用提案の作成

上記、実証事業に対して、昨年と同様に「一般財団法人デジタルコンテンツ協会」からの再受託を CPO-JP 会員企業にて行う体制で提案を行い、受託にいたしました。提案内容は以下になります。

<提案内容>

クラウド基盤を統合した商業映像制作プロジェクトの実施と実用性検証

<主な検証内容>

CG・VFX 技術の活用が映像コンテンツの成功に重要な役割を果たす今日において、制作スタジオが利用できるコンピューティング資源の大小は作品の魅力を大きく左右する。

既に日本と欧米間ではこの資源の大小に大きな格差が形成されつつあり、日本製のコンテンツが国際的な競争力を失いつつある一方で、潤沢な資源をもって制作された欧米のコンテンツは国内・海外市場を席巻している。さらに、近い将来導入が進むと予想される 4K 解像度におけるコンテンツでは、データ量が爆発的に増大し、より多くのコンピュー

ティング資源を消費しなければコンテンツを制作できない。この格差を埋めない限り、早晚日本では欧米と同水準のコンテンツ制作がもはや不可能となる。この格差を生む理由に投資効率の問題がある。欧米では通常の設備投資とは別に専用のコンピューティング資源を大規模に構築するための投資を行う枠組みが整備され、制作スタジオ間でこれを共有することで稼働率を高め、高い投資効率を実現している。またアジア各国でも国家のバックアップによって同様の投資を行う事例も現れている。しかし、日本では、上記のような大規模投資を行う枠組みを整備するには産業の構造的な課題を多く解決する必要があり、困難を伴う。

そこで、汎用のコンピューティング環境であるクラウドサービス上にCG・VFX制作環境を構築することで、大規模なコンピューティング資源を迅速・安価に確保し、現実的にこの問題の解決を目指す。まずはISP事業者へのヒアリングを行い、実現可能性の高いISP事業者を選定した後、基盤システムの設計・構築を行い、実際の映像制作プロジェクトでこれを利用することを通して、費用対効果と実用性の検証を行い、クラウドサービス活用指針について提案する。

実施にあたっては、映像制作プロジェクトにおける既存のワークフローとクラウド上の基盤システムの統合を可能な限りスムーズに行う必要があるが、これを実現するためのミドルウェアを採用し、検証と共通ルールについての検討も同時に行う。

以上



事業開発委員会 委員長
小坂哲也

【会員紹介】

CPO-JP のメンバーをより知って頂く為に、今回は「株式会社 ヨコシネディーアイエー」をご紹介させていただきます。

株式会社ヨコシネ ディーアイエー

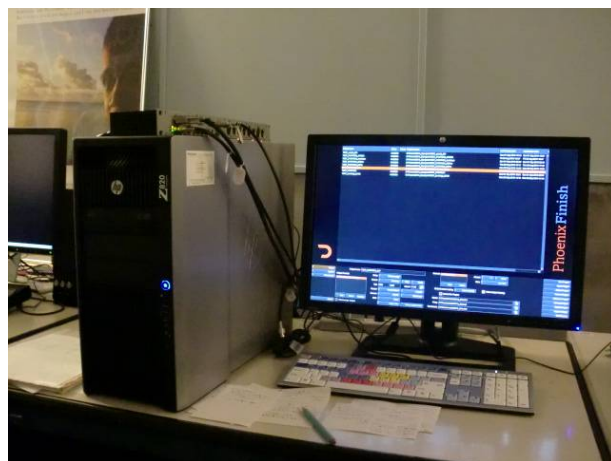
1923 年 1 月設立。

創業者故佐伯永輔が、横浜市に「横浜シネマ商会」を創立して以来 90 年の歴史を有し、映画フィルム of 現像から最新メディアの映像処理までを一貫して対応する映像技術のエキスパートとして今日まで業務にまい進してまいりました。

ポストプロダクション業務として国内第一号のテレシネを導入した後、HD テレシネも国内で初の OLIVER (リアルタイムキズ除去装置) 付英国シンテル社製「C-Reality DSX」を導入し、映像修復システム「CINECURE」「CORRECT」を導入、2013 年 8 月「Phoenix」を導入し作業効率も大幅に向上しました。



C-Reality DSX



Phoenix

編集に関しましては、早くから HD リニア編集室を開設し、BS デジタル放送の映像制作に携わってまいりました。2006 年秋、最新の HD ノンリニアカラーグレーディングシステムの英国クオンテル社製「eQ PABLO SUITE」、モニター環境には 100 インチハイビジョンプロジェクタービクター製「DLA-HD10K」も導入いたしました。HD 編集業務の増加により、第二編集室を HD/SD マルチフォーマットリニア編集室とし、アビット製「Symphony Nitris DX」ノンリニア編集システムと朋栄製編集機及びスイッチャーなどの構成で「HD-3」を新設し合計 4 編集室体制とし、各種編集業務フローの大幅改善も実現し、2013 年 3 月にはノンリニアテロッパー「Avid Norio」を新たに導入いたしました。

MA スタジオにつきましては 2005 年秋「THXpm3」の認証も取得した 5.1 チャンネルサラウンド対応の「MA-1」を設置し、2000 年春にはフェアライト製「CC-1Constellation」とサブ DAW の Pro-Tools を導入した「MA-2」を新設いたしました。2010 年には新たなサービスとして、PD 編集室 2 室とデジタイズ業務を開始するとともに、放送番組の光点減測定機による検査業務を開始したほか、2012 年 3 月、横浜映像センターにパナソニック製 LTO アーカイブシステム一式を導入し、お客様のニーズにお応えしております。



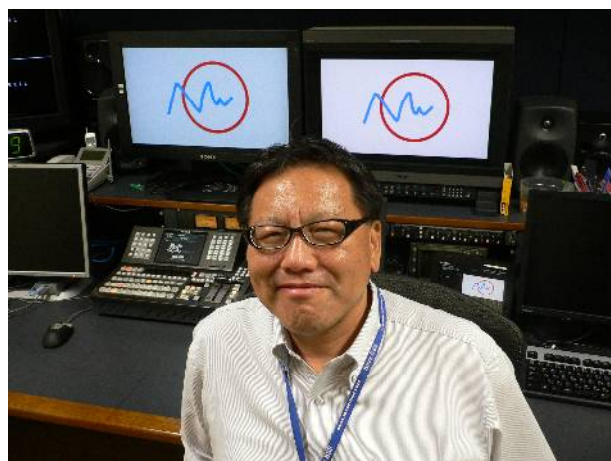
Pro-Tools

永年培われてきた映像関連技術を身に着けた当社の人的資源や人財ネットワークを活用した新たな事業を展開することを目指して、2011 年 9 月に「ヒューマンリソース事業」を開始いたしました。翌年 4 月には「一般労働者派遣事業」の認可もいただき、以来多くのお客様のご支援をいただき、業務委託契約による新たな領域への業務拡大を図りつつあります。今後もより広く事業フィールドをとらえ、「人材派遣」による新規顧客の開拓にも注力し、当社の主要業務の一つに成長させることを目指して努力してまいります。

映像の世界は、フィルムからデジタル、更に VTR テープからテープレス・ファイル時代へと急速に高度な進化を遂げています。2011 年 7 月の地上波デジタル放送への全面切り替え、映画用フィルムの国内生産停止と大きく変化しております。今後も映像の世界は放送、通信の垣根を越え大きく変貌して行くと思われませんが、当社といたしましては、永年培われてきた「フィルムラボ」の技術やノウハウはこれからも映画（映像）制作には必要不可欠なものと認識しており、今後も積極的に活かし、「アーカイブス関連業務」や 4K や 8K レベルの映像技術で「フィルムルック」といったラボ特有のノウハウを活用した事業に軸足を移し、新しいビジネスモデルの創造を目指してまいります。今後とも何か皆様の事業にご協力出来ればと思っております。

どうぞ宜しくお願い致します。

株式会社ヨコシネディーアイエー
営業部 内藤 秀治



【事務局より】

今週に入りようやく暑さも和らぎ朝夕は過ごしやすくなりましたが、皆様はいかがお過ごしでしょうか。

次回の運営員会は10月4日（金）に行う予定です。詳細はメールにてお送りいたします。お忙しいとは存じますが、御出席くださいますようお願い致します。

ご意見・ご感想は下記の事務所までご連絡ください。

編集責任者 専務理事 野口 和紀

日本コンテンツ振興機構

〒180-0003 東京都 武蔵野市 吉祥寺南町 4-4-13 TEL:0422-35-3305 FAX:0422-70-3073

ご意見・ご感想は下記の事務所までご連絡ください。