資料３－２

8月18日　国際小委員会

(株）ソニー・ミュージックエンタテインメント
コーポレートSVP　海外事業推進担当
兼　(株）アニプレックス　執行役員　専務
後藤秀樹

アニメの海外展開　（製作委員会→海外窓口会社→海外取引先）

多くの場合

- **B2B**
- **番組販売**

私共が目指す姿

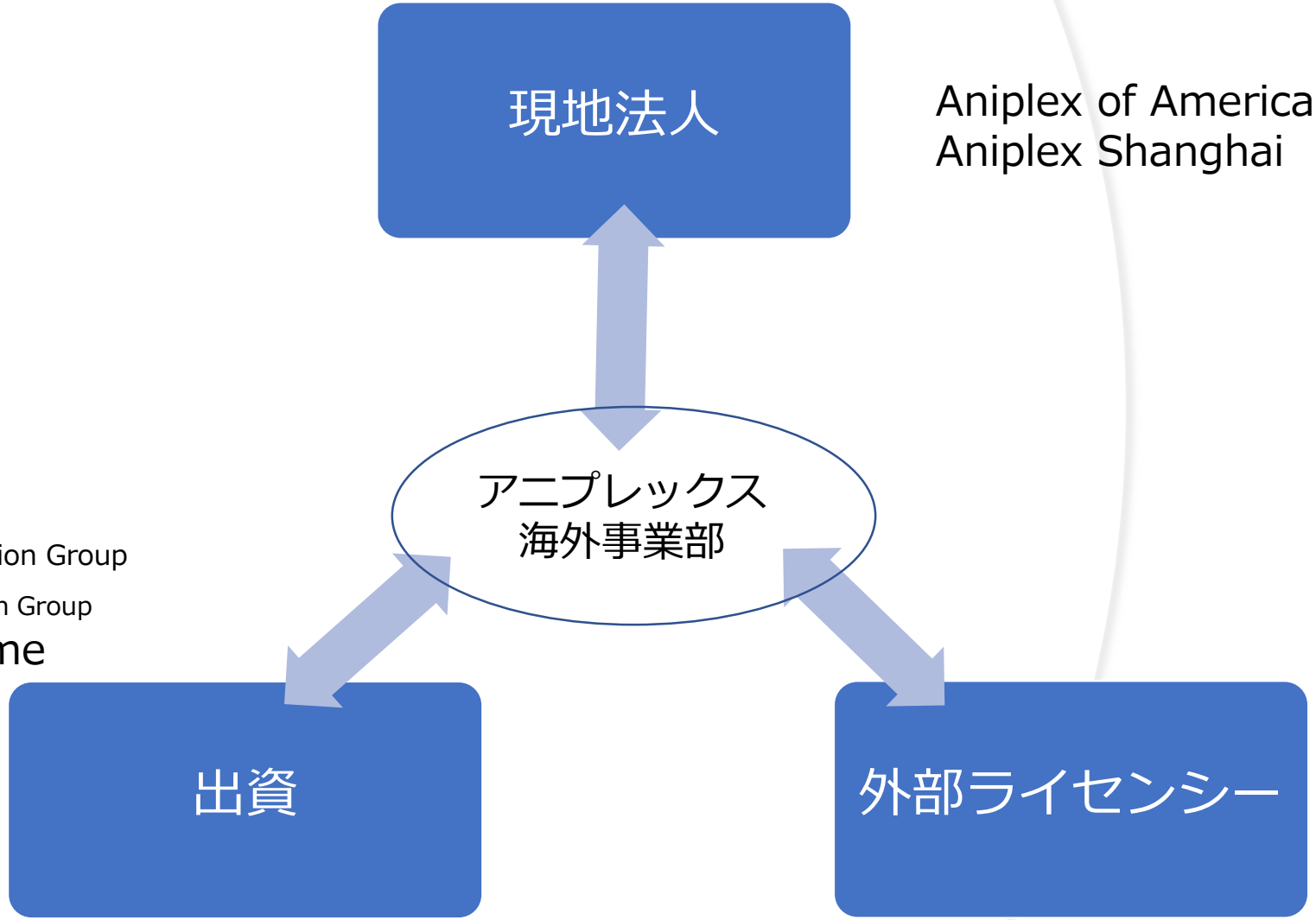
- **B2B　+　B2C**
- 日本のファンに届けられるサービスを
  海外のファンにも届ける＝正規品、同時性、全方位

  映像パッケージ
  商品化
  劇場公開
  ゲーム
  タイアップ　等々

同時に作品購入を希望する会社が多ければ価格が上昇し
市場の寡占化が進むと価格決定権がバイヤー側に

展開地域拡大ｘ多様なビジネス
ファンとの接点を増やすことが作品価値の向上

目指す姿を実現するために



Aniplex of America
Aniplex Shanghai

Wakanim→Funimation Group
Madman→Funimation Group
Peppermint Anime

”マーケティングパートナー”

同時性の取り組み例

サイマルキャスト/Simulcast

2009/Apr.
鋼の錬金術師 FULLMETAL ALCHEMIST
（Fullmetal Alchemist: Brotherhood）

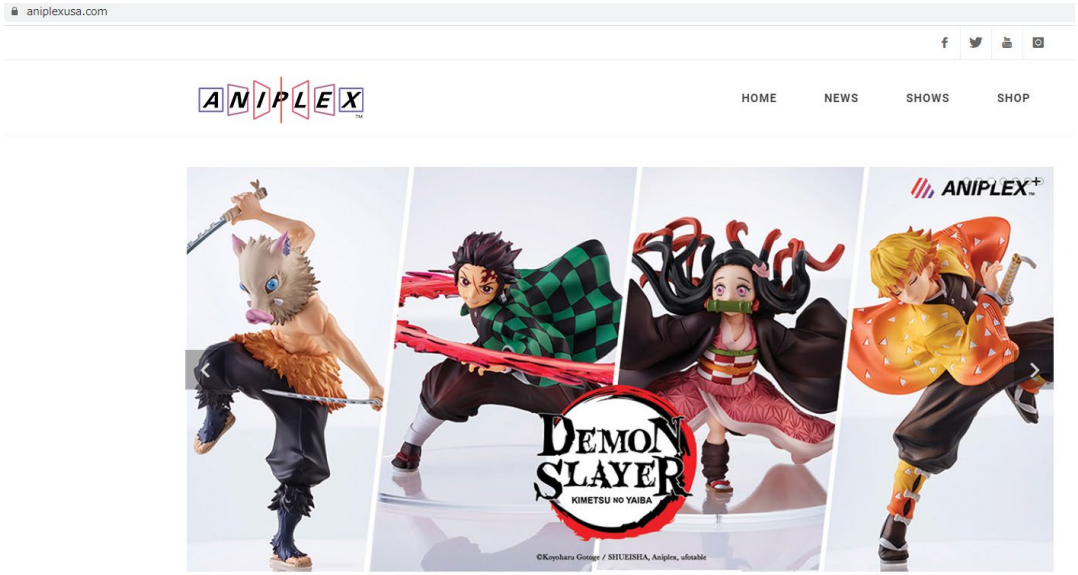
海賊版との闘い
↓
正規コンテンツ流通の重要性

©荒川弘／鋼の錬金術師製作委員会・MBS

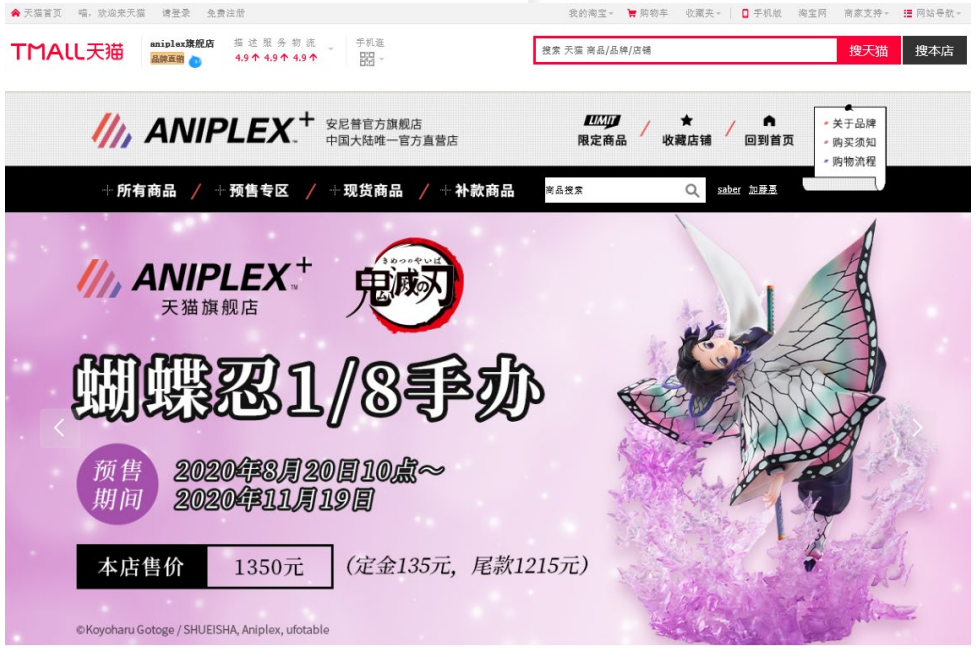
多様性の取り組み例

商品販売/e-commerce

Aniplex of America



Aniplex Shanghai
(Tmall)



©吾峠呼世晴／集英社・アニプレックス・ufotable

マーケティング/Marketing

ゲーム

Fate Grand Order

英語版：　アニプレックス　(Marketing: Aniplex of America)
中国語版　Bilibili
韓国語版　Netmarble

©TYPE-MOON/FGO PROJECT

0 クリエイターと共に感動を創造 →→ **1** →→ **∞**(世界中の）ファンと感動を共有

赤の役割が業界であり産業が果たす役割

「歩を取る将棋」と「モノポリー」

日本国内市場の絶妙なサイズ

今後の海外展開

現地法人

Aniplex of America

Aniplex Shanghai

Sony Picturesとの連携