

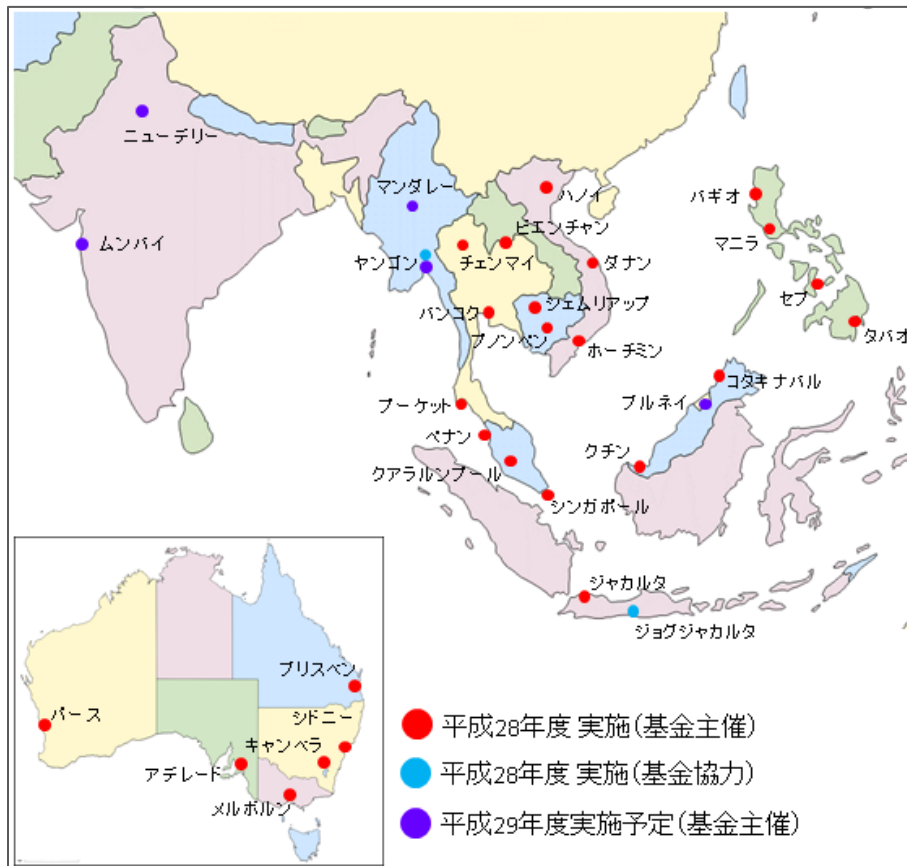


JAPANESE
FILM
FESTIVAL

平成28年度 実施国実績

国名	都市数	作品数	実施日程	2016年度動員数 (前年比)
フィリピン	4	12	2016年7月～8月	26,400 (31%増)
シンガポール	1	30	2016年9月	4,300 (14%減)
マレーシア	4	13	2016年9月～10月	9,600 (17%増)
オーストラリア	6	51	2016年10月～12月	26,100 (11%減)
ベトナム	3	8	2016年10月～11月	7,500 (21%増)
カンボジア	2	10	2016年11月	5,500 (2%増)
インドネシア	1	12	2016年11月～12月	4,700 (57%増)
ラオス	1	8	2017年1月	800 (初回)
タイ	4	14	2017年2月～3月	5,500 (90%増)
ミャンマー*	1	29	2017年1月 (文化庁主催)	10,900 (初回)
ブルネイ	—	—	2017年度 開催予定	—
インド	—	—	2017年度 開催予定	—

*ミャンマーは、2016年度文化庁主催、基金協力で開催。2017年度は基金主催で実施。



101,300 総動員数	97 作品数	674 上映回数
-----------------	-----------	-------------

9カ国・26都市



JAPANESE
FILM
FESTIVAL

成果と戦略⇒アジアにおける日本映画活性化に貢献

【28年度実績】

観客満足度: 94%

報道件数: 577件 SNS総数: 34万 いいね!

→ **全体動員10万人突破!**

【日本配給会社の声】

アセアンは市場としてビジネスにはまだ程遠いが、映画祭で10万人を動員できると思わなかった。将来的な戦略を念頭において取り組みたいので、引き続き基金の支援を頂きたい。

【現地映画館担当者の声】

・チケットを有料化して動員が増えるとは思わなかった。今後も続けたい。(ベトナム)

・日本映画の公開に先立ち、JFFによる宣伝のお蔭で、認知度が高まり動員に弾みがついた。(タイ)

【分析】

・アセアン諸国は24歳以下が全体の45%を占めるので、若年層を意識したマーケティングが必要。
→ほとんどがウェブやSNSを通して映画祭を知り、自らも発信するので、オンラインをより強化する必要がある。

・アセアン諸国では内容が分かりやすく、楽しめる作品が好まれる傾向にある。

【観客満足度の高い作品】

1. ちはやふる 87%
2. バケモノの子 86%
3. 家族はつらいよ 83%

【今後の戦略】

- ・映画祭動員数増でビジネスにつなげる。
- ・オンラインや国内外広報を強化。
- ・官民連携によるきめ細かな戦略を模索。