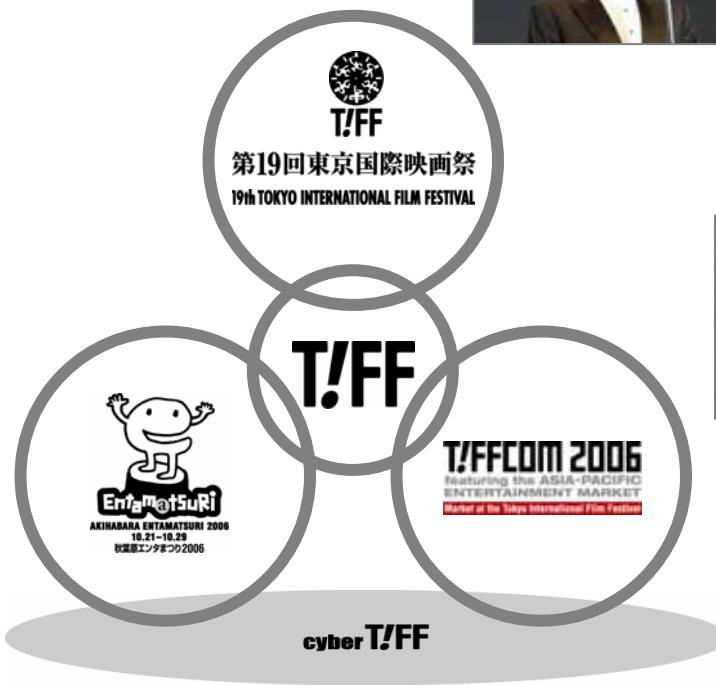


T!FF 総動員数 300,320人



コンペティション

世界66の国と地域で製作された614本の候補作から、厳選された15本を上映。『OSS 117 カイロ、スパイの巣窟』が東京 サクラ グランプリに選ばれた。

特別招待作品

オープニング作品『父親たちの星条旗』、クロージング作品『犬神家の一族』を含む、公開前の話題の最新作22本を一挙に上映。

アジアの風

今年の「アジアの風」は、選りすぐりの新作を集めた「新作パノラマ」、そして注目のマレーシア映画を特集。『父子』が最優秀アジア映画賞を授賞した。

日本映画・ある視点

日本映画の現在と未来を伝える新作13本を上映。作品賞に『ミリタニの猫』、特別賞に『M』の高良健吾が輝いた。

TIFFCOM 2006

~アジア・パシフィック・エンタテインメント・マーケット

アジアを中心に世界各国から映画、テレビ番組、アニメーション、コミック、ゲーム等の幅広いジャンルを集めたコンテンツマーケット。昨年から32社増加した計163社(国内:82社、海外:81社)の出展があり、来場登録者数も世界39カ国から2,923名を数えた。うち海外からの登録者は昨年の527名から772名と、大幅に増加。期間中の延べ入場者数は14,676名であった。

TIFF in AKIHABARA

秋葉原エンタまつり 2006

アニメ、コミック、ゲームなど全てのエンタテインメントが集まる街・秋葉原で、製作発表会や、声優ステージ、最新ゲームの試遊、作家のサイン会等、様々な企画を行った。また、地元の42店舗の協力による大抽選会を行い約11万5千人が参加した。期間中は熱心なファンから、家族連れなど様々な方が訪れ、昨年を上回る延べ16万人の参加者を得て盛況のうちに幕を閉じた。

東京国際映画祭(TIFF)と国際コンテンツカーニバル

カンヌ、ヴェネチア、ベルリンに並ぶ世界4大映画祭へ向け、東京国際映画祭の好イメージを世界に発信し、「知的財産」の一部を構成する「コンテンツ」を盛り上げ、映画を核とした「日本ブランド」を確立・強化する映画祭を実施。2007年に開催する国際コンテンツカーニバルの中核として活動します。

第19回東京国際映画祭

東京国際映画祭の集大成と 第20回に向けての戦略的展開

1. 「国際コンテンツカーニバル構想」の中核に向け始動
2. 「TIFFCOM 2006 ~アジア・パシフィック・エンタインメント・マーケット」と一体となったコンテンツ市場の拡大
3. 次世代を担うコンテンツクリエイターの発掘と育成への機会創出

[メインエリア] 六本木・渋谷・秋葉原

2007
国際コンテンツ
カーニバル
with
第20回
東京国際映画祭

第18回東京国際映画祭

1. TIFFCOMとTIFFの連携強化
2. 秋葉原エンタまつりの実施
3. cyber TIFFの実施

[メインエリア]
六本木・渋谷・秋葉原・幕張

2006

2004

第17回東京国際映画祭

日本映像の輸出を視野に置いたマーケットの創設
イベントスペースを活用した外から見える映画祭の実現
都市型映画祭の実現

[メインエリア]
六本木・渋谷・秋葉原・幕張

2003

第16回東京国際映画祭

レッドカーペット等、外から見える映画祭への挑戦
ITの機能を活用した映画祭への挑戦

[メインエリア]
渋谷

第20回東京国際映画祭

~国際コンテンツカーニバルに向けて~

アジアの映画祭の頂点として 世界に向けて コンテンツの情報発信を促す

1. アジアから世界へ東京国際映画祭の地位確立
2. 「国際コンテンツカーニバル構想」の中核として映画祭の拡充
3. アジア各国との連携と国際共同製作の促進により、コンテンツ向上のための国際展開強化