

2025年度 海外メディアレポート

BEAJが会員社のご協力を得て国際コンテンツ業界の最新動向をお届けします。

Vol.2

ContentAsia Summit 2025 レポート(その2)

「国際共同制作」と「マイクロドラマ」のHustle(躍動)!

～ContentAsia Summit 2025 in 台湾～

2025年9月3日(水)～4日(木)の2日間、台湾台北市で開催された「ContentAsia Summit 2025」の今回のテーマ「国際共同制作」と「マイクロドラマ(Micro Drama)」のディスカッションをレポートします。



国際共同制作 ディスカッション



マイクロドラマ ディスカッション

TOPICS

ディスカッションレポート①【国際共同制作 台湾】

■「台湾コンテンツの新時代」

台湾クリエイティブエージェンシー (TAICCA) CEO エリカ・ワン・ミンフイさん。

TAICCAは、台湾のコンテンツ産業の国際展開を促進するために2019年に設立された政府支援の組織で、国際プロジェクトの制作費30%を支援する制度を持っています。これまでにこの資金支援を受けて、台湾とアメリカ、韓国と脚本段階から多国籍で共同制作し、完成後Netflixで配信されました。

台湾のコンテンツ産業の課題は「歴史が浅い」「大部分が内需向け」「収益規模が小さく、民間による運営が難しい」と言われています。そのため今後3年間の戦略として、地理的・文化的にアジアのハブであるという特性を生かし、「国際化と規模化」の実現を挙げています。

そのために、人材育成やAI導入、資金調達も含めた制作環境の最適化や投資家との信頼基盤をTAICCAが主導して築く、としています。すでに香港企業との合同ファンド設立や、Disney+や国内外の大規模プラットフォームと共同で基金や投資会社を設立し、国際マーケットのニーズに合ったコンテンツを、台湾から生み出そうとしています。

■台湾の優位性は「表現の自由」の下で挑戦できること

アジアにおける台湾の最大の優位性は、コンテンツ制作に対して、政府による検閲や、政治的、宗教的な表現の制約がなく、表現の自由の下で制作が可能であり、クリエイターがどんなテーマにも挑戦できる、ということです。今後はより商業的に強い「サスペンス、恋愛、スリラー」に注力。日本や韓国に比べると未熟な「コンテンツの国際化」に向けて、脚本段階から多国籍チームを組織し「世界の視聴者が慣れ親しんだストーリーで、台湾の特徴を生かし、多くの国で共感と資金を生む作品」の制作に挑もうとしています。



右: Taiwan Creative Content Agency (TAICCA) CEO エリカ・ワン・ミンフイ氏 (Erica Wang Min-hui / 王敏恵)

ディスカッションレポート②【国際共同制作 カンボジア】

■「From Hidden to Hub ~カンボジアはアジアの新たな重要拠点となるか」

カンボジア放送サービス (CBS: Cambodian Broadcasting Service) CEO デイブ・ウルマーさん。

カンボジアのコンテンツ産業がアジアの「隠れた存在 (Hidden)」から「地域的拠点 (Hub)」へと転換しつつある現状と可能性が語られました。

現在、カンボジアの映画・テレビ産業は規模が小さく、スクリーン数や制作費も限られています。1作品あたりの制作費は平均10万ドル程度と低予算です。国内興行収入だけでは投資回収が難しく、国際共同制作や海外配信が不可欠となっています。

また、カンボジアではテレビ視聴者の多くはFacebo

okを利用しており、OTTサービス (NetflixやAmazon Primeなど、映像コンテンツをインターネット経由で提供するサービス) は、ほとんど普及していません。そのため、テレビ番組は放送と同時にFacebookやYouTubeなどSNSを通じて国内外に直接コンテンツを届ける流れが加速しました。その結果、インドネシアで成功したシリーズの現地版「マスターシェフ・カンボジア (Master Chef Cambodia)」では、15万人程度だったテレビ視聴者数に対して、SNSでは公開後数週間で2億8千万ビューとなるなど、テレビ放送を大きく超えるリーチを実現しました。

現在はスポンサーからのリクエストに合わせて、テレビ放送、Facebook、SNSをセットにしたセールスが継続しています。



Cambodian Broadcasting Service Co., Ltd. 「マスターシェフカンボジア (Master Chef Cambodia)」
CEO デイブ・ウルマー氏 (Dave Ulmer)

■ AI撮影・編集の制作拠点「カムウッド スタジオ (Cam Wood Studios)」

カンボジア放送サービスの新設スタジオ「カムウッドスタジオ」は、AI撮影・編集を導入し、政府と協力して、外国企業によるコンテンツ制作の誘致を強化しています。カンボジア政府は、アンコールワットの遺跡群などの撮影許可の簡素化や、外国企業の法人設立支援のための税制優遇策など、支援制度を整備しています。

スタジオ側は、撮影に伴うビザ、宿泊、食事、機材持ち込みなど煩雑な手続きをグループ企業であるホテル・レストラン・輸送会社が請け負う「低価格・トータルサービス」を提供。さらに「世界中の都市や自然、時代を超えたスタジオセットを再現できるAI制作拠点」として発展しています。

■コスト削減・工場モデルとしてのカンボジア共同制作

2025年、アメリカ・ロサンゼルススタジオと提携し、中東市場向けに10シリーズの大型制作契約を締結。これにより従来の年間売り上げの3倍を見込んでいます。ほかにも、オーストラリアのRed Bull社がカンボジアでのブランド浸透を図るため、「SASUKE / Ninja Warrior」のようなフィジカルチャレンジ番組を制作受託。カンボジアの独自の文化性を盛り込んだ番組を制作中です。

最後に、国際共同制作の理想像として、カンボジアを「コスト削減の手段」として、捉えて欲しい、と示しました。これまでのように多国籍のチームがアイデアを持ち寄り共同制作する形ではなく、制作会社や放送局を含む外国企業が「求める仕様」を提示し、カンボジア側が高品質・低コストで効率的に制作を担うアパレル業界のような「工

場モデル]としての共同制作を志向し、「必要なものをオーダー頂ければ、我々が安価で作ります」という明快なスタイルで、国際共同制作を推進しようとしています。

とはいえ、今後もカンボジアでは、外国企業が安心して投資できる法的枠組みや透明性、さらなる投資と人材育成が必要です。新たな国際共同制作スタイルを通じてスキルアップと市場の拡大が進めば、アジアのHub（重要拠点）へ成長する可能性がある、と思われます。



デイブ・ウルマー氏と直接対話も

TOPICS

ディスカッションレポート③【マイクロドラマ インドネシア】

■「Micro Drama Hustle ～マイクロドラマの躍動」

『Pura Pura Nika (My Fake Wedding)』脚本・監督 シェラード・シャランさん。

マイクロドラマとは、縦型ショートドラマとも呼ばれ、1話あたり1分～10分程度の短尺、20～50話程度で構成されたモバイル視聴を前提としたネット配信ドラマです。ブームの発端となった中国では、90秒以下の短尺動画であれば政府による検閲がないことから、検閲を回避する手段としてマイクロドラマが誕生し、中国市場で爆発的な成長を遂げました。その後、インドや東南アジアでも急速に広がり、今では数百万～数千万ビューを短期間で獲得するHustle（躍動）コンテンツとなりました。

インドネシアで制作した恋愛マイクロドラマ『Pura Pura Nika (My Fake Wedding)』は、公開から1週間で5千万回以上再生され、従来のテレビドラマを凌駕する規模のリーチを記録しました。制作費は1エピソードあたり数千ドルと低コストで、ROI（投資収益率）が極めて高い事例として投資家からも注目を集めています。

■モバイル視聴の鉄則「ショッキングなシーンの連続」

また、視聴者を惹きつける最も大切な手法として「1分間に必ず2～3回、ショッキングなシーンを見せる。3分間なら10回。」これがモバイル視聴の鉄則だ、と言い切りました。

さらに、従来のキャスティング手法を覆す「フォロワー参加型キャスティング」もマイクロドラマの特徴と言えます。例えばSNS上で主演候補を複数紹介し、ファンの投票で出演者を決定する仕組みを導入したところ、作品公開前から数十万人規模のフォロワーが制作過程に関わり、配信初日から爆発的な視聴数を確保することに成功

しました。これは「制作開始時からファンコミュニティを醸成するモデル」として評価され、他国のプロデューサーからも関心を集めています。

■拡張性のあるIP

プラットフォーム戦略としては、マイクロドラマを単なる短尺映像ではなく「拡張可能なIP」と捉えています。人気シリーズは続編や長尺化、映画化に発展することも可能なインドのマイクロドラマでは、SNSでの成功をきっかけにOTT大手と契約、後に40分ドラマシリーズへ拡張されました。また、アパレルやゲームといったクロスメディア展開も視野に入れ、マイクロドラマを基盤とした総合的な収益モデルを構築していると述べました。

一方で課題としては、投資家がROIを過度に重視する傾向が強く、国際市場向けに分かりやすさを優先するあまり、文化的深みや芸術性が軽視される恐れがあります。「国際展開を見据えつつも、地域固有の魅力を維持することが持続的な成功につながる」と強調していました。

■日本の制作力と日本市場をターゲットに

また現在は、番組制作では先進の日本が、マイクロドラマ分野では遅れていると言える。日本の制作力や日本市場もターゲットに、共同制作配信の可能性を探りたい。

最後に、シェラードさんはマイクロドラマを「アジア発の新たな映像産業のフロンティア」と位置付けました。低予算で短期間の制作が可能、さらに視聴者参加やデータ分析を活用して国際的な拡張性を備えたマイクロドラマは、放送局やOTTが無視できない、国境を越えた新たな可能性に溢れている、と結びました。



Director & Producer / Director/ Writer シェラード・シャラン氏 (Sharad Sharan)



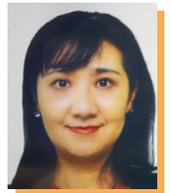
マイクロドラマの可能性を語るシェラード・シャラン氏



登壇者・参加者の距離が近いことが「ContentAsia Summit」の魅力

さまざまな分野で急成長を遂げている、若くエネルギッシュなアジア各国は、良い意味で素朴でフレンドリーで、面白い人ばかり。日本の制作力や日本市場、地域特性が魅力のローカル放送局へも、大きな期待を抱いています。より一層近くに感じるアジア各国との協業へ、チャレンジを続けたいと思います。(2025年9月取材)

報告者：新家 まゆみ
南海放送株式会社
営業編成本部



*本稿に掲載した記事及び写真の無断転載はご遠慮ください。