■アジアの力■

(株)アシスタジア
谷口　篤士

自己紹介（経歴）

■（株）フロム・ソフトウェア
・3Dグラフィッカーとして入社、約11年勤務。
・ゲームプロデューサーへ
・他会社とのリレーションシップ構築

■（株）ポリアセッツユナイテッド・インク
・プロジェクトマネージャーとして入社
・日本のクライアント営業と現地スタッフの窓口
・海外制作スタジオの構築

■（株）アシスタジア
・今年7月に起業
日本で培ったノウハウを活かし、
海外で制作支援、人材育成を目標とする

東南アジアとは

＜ASEAN 10＞

- マレーシア -クアラルンプール
- インドネシア -ジャカルタ
- タイ -バンコク
- シンガポール -シンガポール
- フィリピン -マニラ
- ブルネイ - バンダルスリブガワン
- ベトナム -ハノイ
- ミャンマー - ネーピードー
- ラオス - ヴィエンチャン
- カンボジア - プノンペン
- 東ティモール - ディリ

東南アジアとは

• マレーシア -クアラルンプール	• 約2600万人
• インドネシア -ジャカルタ	• 約2億1640万人
• タイ -バンコク	• 約6400万人
• シンガポール -シンガポール	• 約430万人
• フィリピン -マニラ	• 約8800万人
• ブルネイ - バンダルスリブガワン	• 約37万人
• ベトナム -ハノイ	• 約8200万人
• ミャンマー - ネーピードー	• 約5430万人
• ラオス - ヴィエンチャン	• 約584万人
• カンボジア - プノンペン	• 約1360万人
• 東ティモール - ディリ	• 約106万人

ASEAN加盟国の人口は約5．5億人

制作スタッフへ望む事

■スキル
・制作に関する知識や技術

■仕事が好きである事
・映画、ゲームなどのエンターティメント業界への興味
・自発的に情報収集する姿勢

■欲望
・有名になりたい
・お金が欲しい
・人を驚かせたい

アジアの状況

現在、日本の雇用状況は
戦後最低の水準。

これは国内の外国人就労者にも当然影響しており、
今年から日経新聞にも
『海外就労者の雇用悪化』という記事を見かけます。

これはどの業界においても状況は同じで、
誰もが仕事を持てない状況に置かれていると
言えるでしょう。

外国人労働者に関する補足資料

厚生労働省職業安定局の発表によれば、
外国人労働者数は
合法的就労者数が約76万人、
不法就労を行っていると考えられる
不法残留者数約17万人を加えると93万人。

約10年前の1996年には合法的就労者数が
約37万人、不法残留者数が約28万人の
約65万人だったとされている

フィリピンの状況

例えばフィリピンでは総人口の約1割が
海外就労しています。

※2005年の人口は、約8800万人。
国連の推計では2020年には1億人を超え、2030年には1億1千万人、
2040年には1億2千万人になるとされる

そして、それ以上に
様々な理由で海外就労できない潜在的な労働者が
更に存在しています。
CG業界に絞って考えても、
国内マーケット規模の小ささから、
日の目を見ない技術者が眠っているのです。

フィリピン風景

NO
EXIT

Let's
Makan!
A uniquely Singaporean
culinary experience
AUGUST 1
TO 31, 2009
WIN A FREE
TRIP TO
SINGAPORE
FOR TWO
633.7222

フィリピン風景

フィリピン風景

アジアの実情

セキュリティーや知的財産に対する意識の違いや、
経済統合に伴う通貨危機など様々なリスクを含みながらも
アジアの発展には目覚しい物があります。
現在はアジア各国が国策としてデジタルコンテンツ産業に
取り組んでおり、中国、インド、シンガポールを筆頭に
マレーシア、タイ、フィリピン、ベトナムでも
続々と若い技術者達が育成されています。

ですが彼らの存在や情報は、
なかなか日本に実態が正確に伝わりません。
また文化や言語の違いによるコミュニケーションの難しさから、
海外で良い結果を残せない日本企業も少なくありません。

留意点

■人件費が安いので製作費を抑える事ができる
　→欧米企業が多く参入
■就職難により有能なスタッフを採用しやすい
　→眠っている人材をいかに掘り起こすか

という良い部分だけに目を向けない。

□コミュニケーションの問題
　→言語、文化の違いへの対応
□教育カリキュラムの必要性
　→導入から実働までの時間

統括

■信頼と我慢
・1人でできる事には限界がある
全てを管理すると育成に繋がらない

■受け側の姿勢を見る
・目標や目的を持つ人材を見つけ出す
会社は社員があってこそ成り立つ

■機会損失を抑える
・固定観念によるチャンスロスを減らす
・日本の文化を海外へ伝える

—END—