

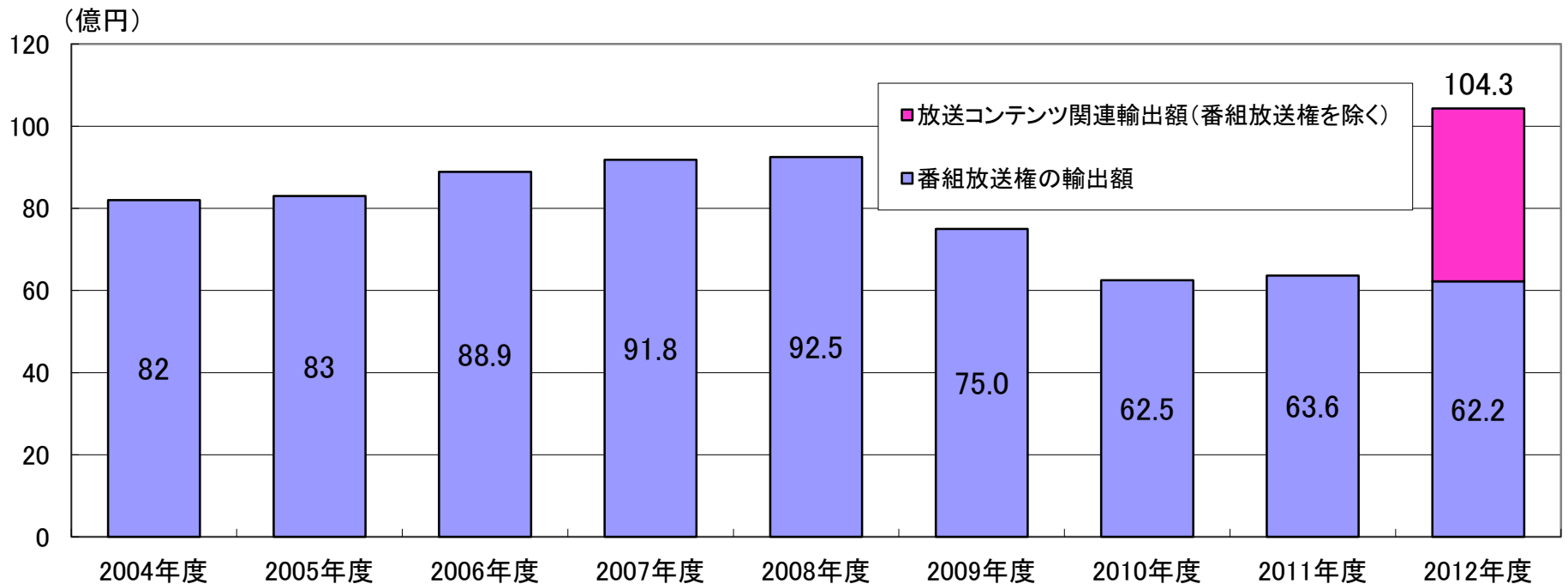
# 放送コンテンツの海外展開に関する現状分析

平成26年4月

総務省情報通信政策研究所

# 日本の放送コンテンツの海外輸出額

2012年度の日本の放送コンテンツ関連輸出額は、100億円超の規模。うち、番組放送権の輸出額は約60%でほぼ横ばいで推移。なお、2012年度から、フォーマット権・リメイク権、商品化権なども対象にした放送コンテンツ関連輸出額を把握。また、地上放送だけでなく衛星放送も対象に調査を実施。



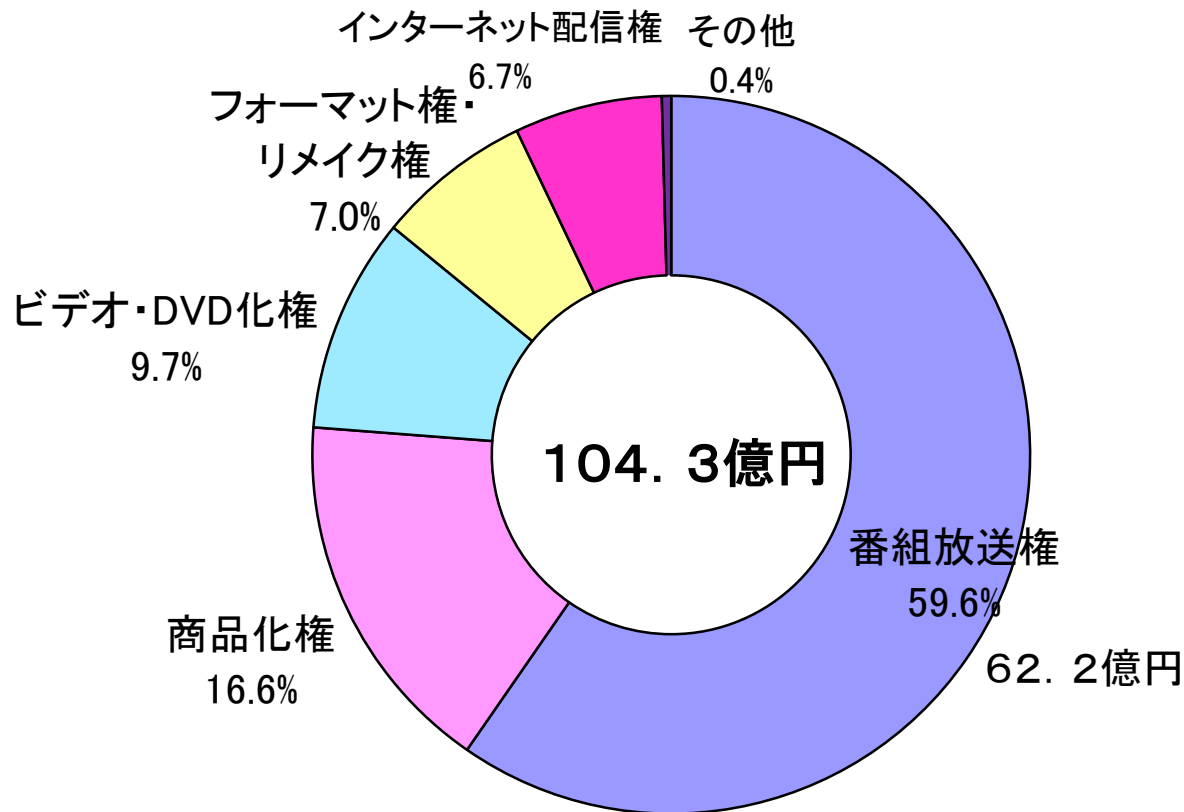
注1 放送コンテンツ関連輸出額: 番組放送権、商品化権、ビデオ・DVD化権、フォーマット権・リメイク権、インターネット配信権等の輸出額。各項目に明確に区分できない場合には、番組放送権に分類。

注2 番組放送権の輸出額: 放送コンテンツ関連輸出額の内数。

注3 2011年度までは、番組放送権の輸出額のみ。

注4 NHK、民放キー局、準キー局、ローカル局、衛星放送事業者、プロダクションへのアンケートにより算出。

放送コンテンツの海外展開は、番組放送権の販売が伝統的な方法であった。しかし、これまで先端的、実験的取組とされてきたフォーマット権やリメイク権による海外展開が定着しつつある。その他、キャラクター販売のための商品化権、パッケージ販売のためのビデオ・DVD化権等が放送コンテンツ関連輸出額を増加させている。



注1: 商品化権、ビデオ・DVD化権には、キャラクターなどの商品の売上、ビデオ・DVDの売上は含まない。

注2: 各項目のパーセンテージは、2012年度の放送コンテンツ関連輸出額に占める割合。

注3: 各項目に明確に区分できない場合には、番組放送権に分類。

### ・番組放送権(59.6%)

→番組放送権の販売による番組の「完成パッケージ(完パケ)」の販売は、海外展開の伝統的な方法であり、翻訳(字幕や吹き替え)などにより販売先の国に対応(ローカライズ)させて海外で放送。

### ・商品化権(16.6%)

→例:アニメなどの放送番組のキャラクターを商品化して海外で販売する権利。

### ・ビデオ・DVD化権(9.7%)

→放送番組をビデオ・DVD化して海外で販売する権利。

### ・フォーマット権・リメイク権(7.0%)

→バラエティ番組などのコンセプトや制作手法をフォーマット権として海外へ販売、またはドラマなどの舞台設定や登場人物などの構成要素を取り出してリメイク権として販売し、それに基づいて海外の放送局・制作会社が現地の出演者やスタッフを活用して番組を制作・放送。

### ・インターネット配信権(6.7%)

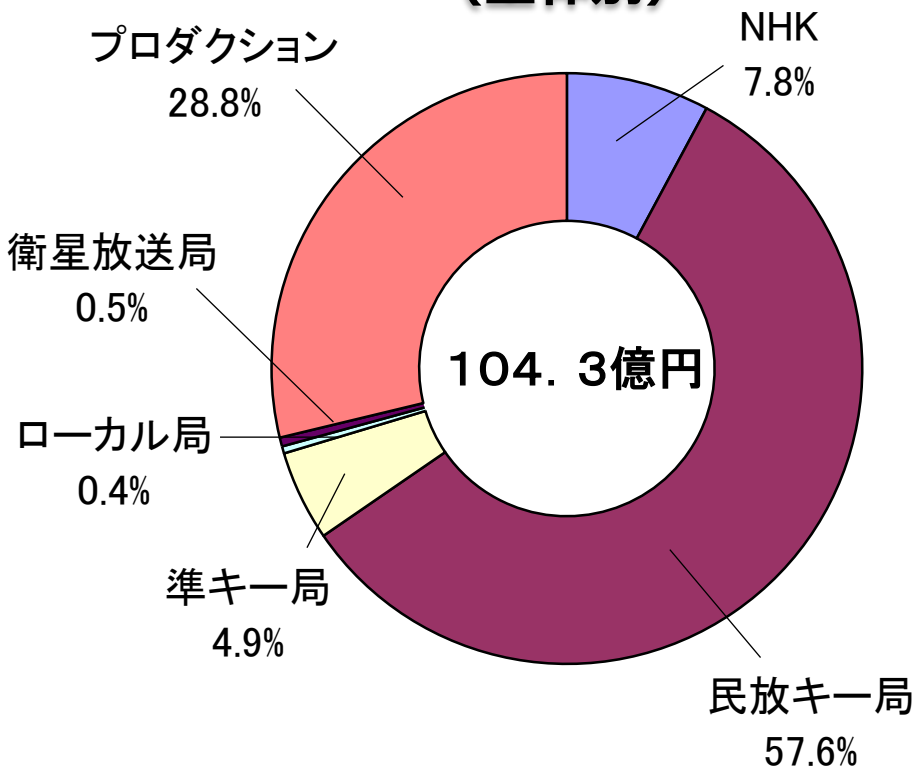
→海外の動画配信サイトが、放送番組を現地の国に対応(ローカライズ)させてネット配信する権利。

### ・その他(0.4%)

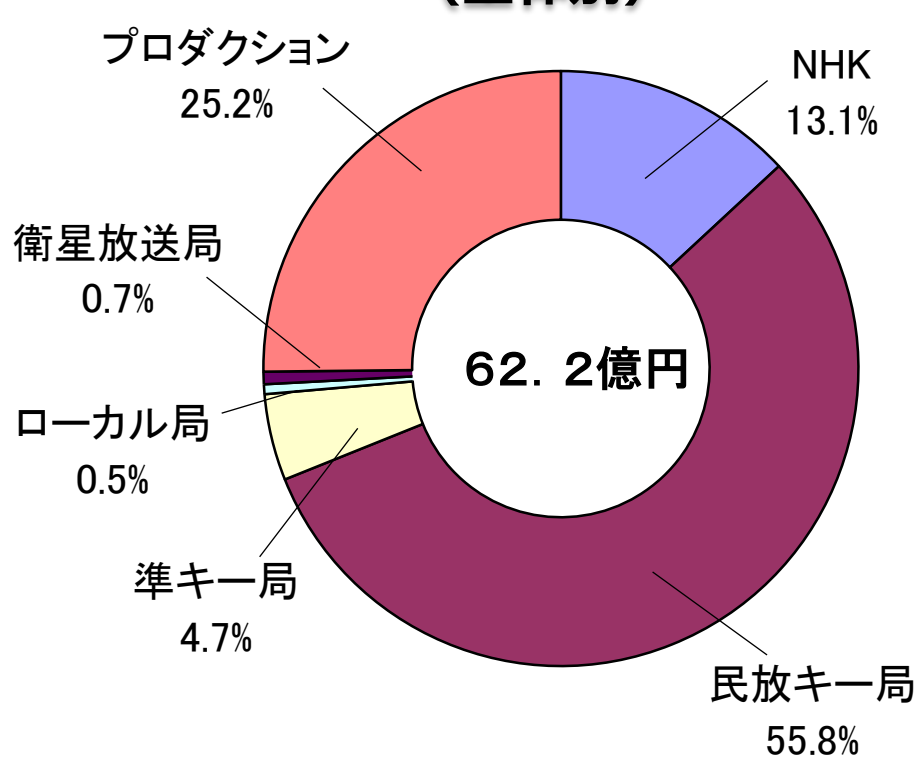
→例:放送番組の一部を海外の番組の中で番組素材(フッター)として活用する権利。

放送コンテンツの海外輸出額を主体別にみると、伝統的な海外展開の方法である番組放送権の輸出額では、NHK及び民放キー局が7割近くを占める。その一方で、フォーマット権やリメイク権、商品化権等を含めた放送コンテンツ関連輸出額では、民放キー局やプロダクションの割合が大きくなっている。

## 放送コンテンツ関連輸出額 (主体別)



## 番組放送権の輸出額 (主体別)

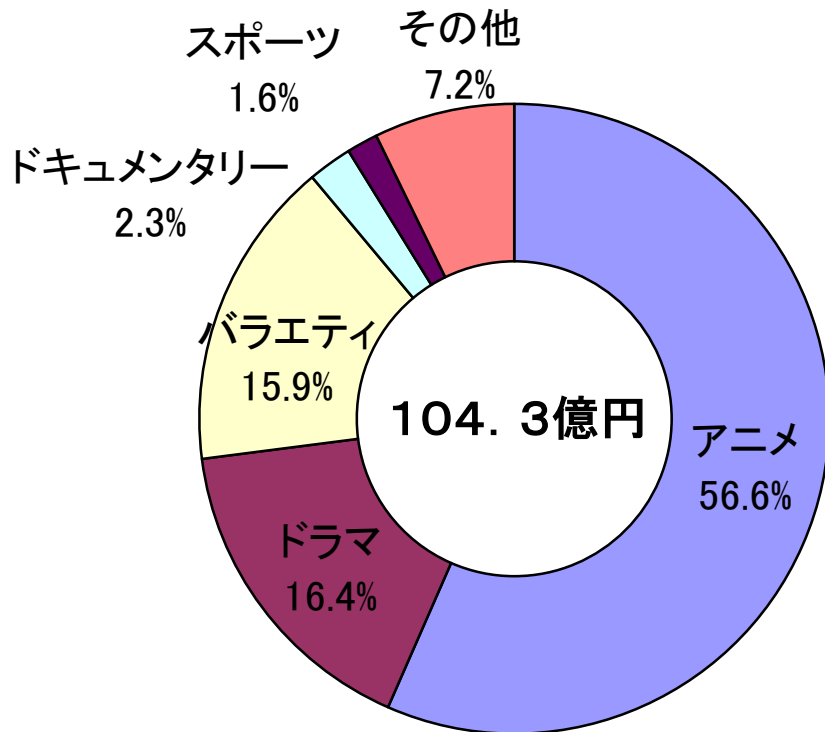


# 海外輸出している番組の例（2012年度）

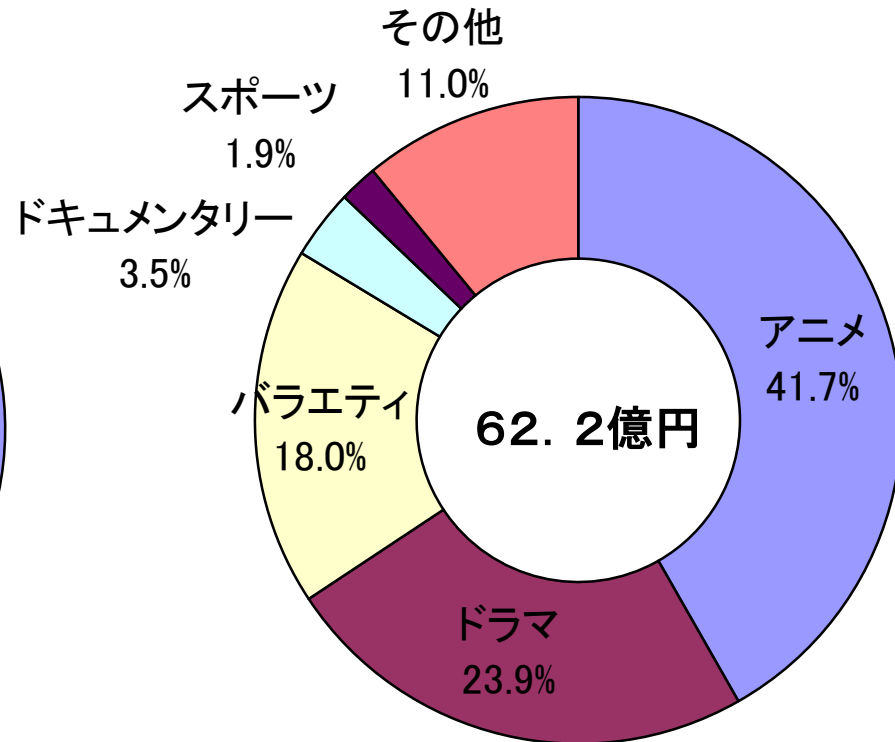
番組タイトル（ ）内はジャンル	放送局・プロダクション
<ul style="list-style-type: none"> <li>・「ワイルドライフ」(ドキュメンタリー)</li> <li>・大河ドラマ「平清盛」(ドラマ)</li> </ul>	NHK
<ul style="list-style-type: none"> <li>・マネーの虎(バラエティ)</li> <li>・HUNTER×HUNTER(アニメ)</li> </ul>	日本テレビ
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ドラえもん(アニメ)</li> <li>・Doctor-X～外科医・大門未知子～(ドラマ)</li> </ul>	テレビ朝日
<ul style="list-style-type: none"> <li>・SASUKE(バラエティ)</li> <li>・ATARU(ドラマ)</li> </ul>	TBS
<ul style="list-style-type: none"> <li>・NARUTO(アニメ)</li> <li>・イナズマイレブン(アニメ)</li> </ul>	テレビ東京
<ul style="list-style-type: none"> <li>・VS嵐(バラエティ)</li> <li>・リッチマン、プアウーマン(ドラマ)</li> </ul>	フジテレビ
<ul style="list-style-type: none"> <li>・住人十色(バラエティ)</li> </ul>	毎日放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>・大改造!!劇的ビフォーアフター(バラエティ)</li> </ul>	朝日放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>・37歳で医者になった僕(ドラマ)</li> </ul>	関西テレビ
<ul style="list-style-type: none"> <li>・宇宙兄弟(アニメ)</li> </ul>	読売テレビ
<ul style="list-style-type: none"> <li>・おにぎりあたためますか(バラエティ)</li> </ul>	北海道テレビ放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>・侍戦隊シンケンジャー(ドラマ)</li> </ul>	東映
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ワンピース(アニメ)</li> </ul>	東映アニメ
<ul style="list-style-type: none"> <li>・鉄腕アトム(アニメ)</li> </ul>	手塚プロダクション

最も多く輸出されている放送コンテンツのジャンルは、アニメである。アニメは、番組放送権では約4割となっているが、商品化権、ビデオ・DVD化権等を含めた放送コンテンツ関連輸出額では、6割弱を占める。次いで、ドラマ、バラエティが多くなっている。

## 放送コンテンツ関連輸出額 （ジャンル別）

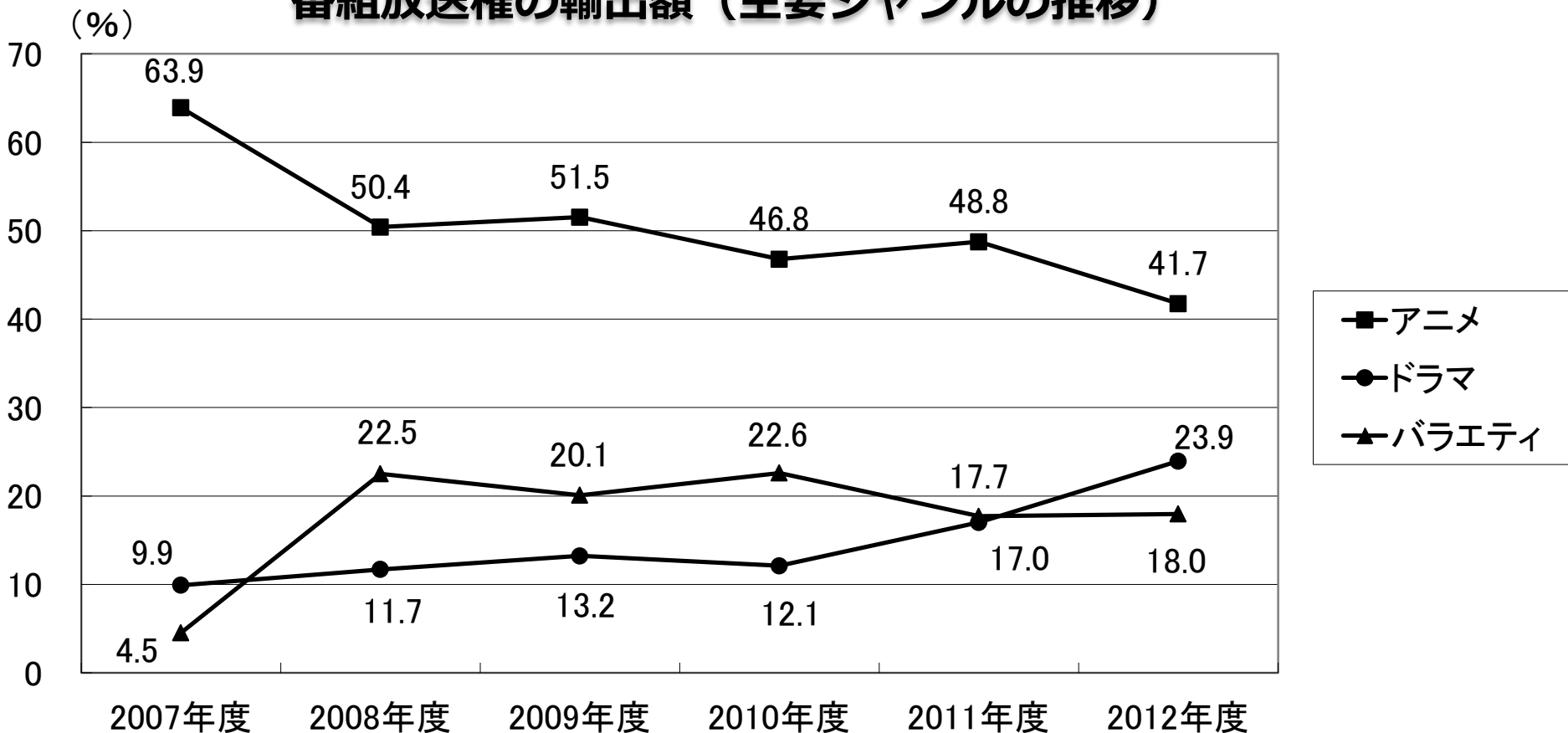


## 番組放送権の輸出額 （ジャンル別）



番組放送権の輸出額で経年推移をみると、ドラマの割合が増える傾向にある。バラエティは横ばい、アニメは番組放送権の輸出額では相対的に減少傾向にある。ただし、フォーマット権・リメイク権、商品化権、ビデオ・DVD化権等を含めた放送コンテンツ関連輸出額は2012年度から把握していることから、主要ジャンルの経年推移がどのような傾向を示すのかについて、継続した調査が必要である。

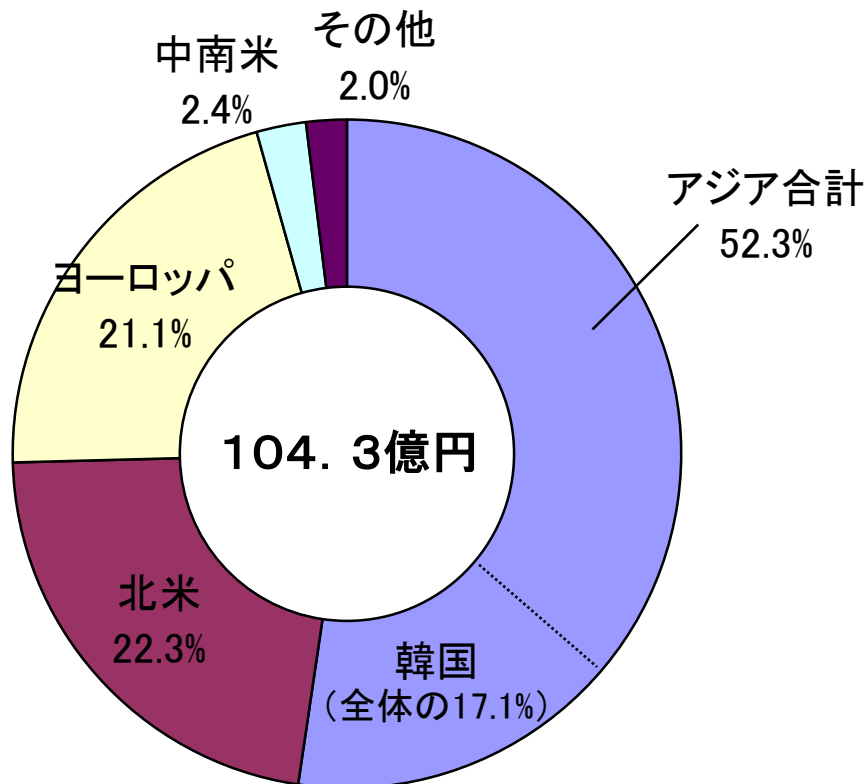
## 番組放送権の輸出額（主要ジャンルの推移）



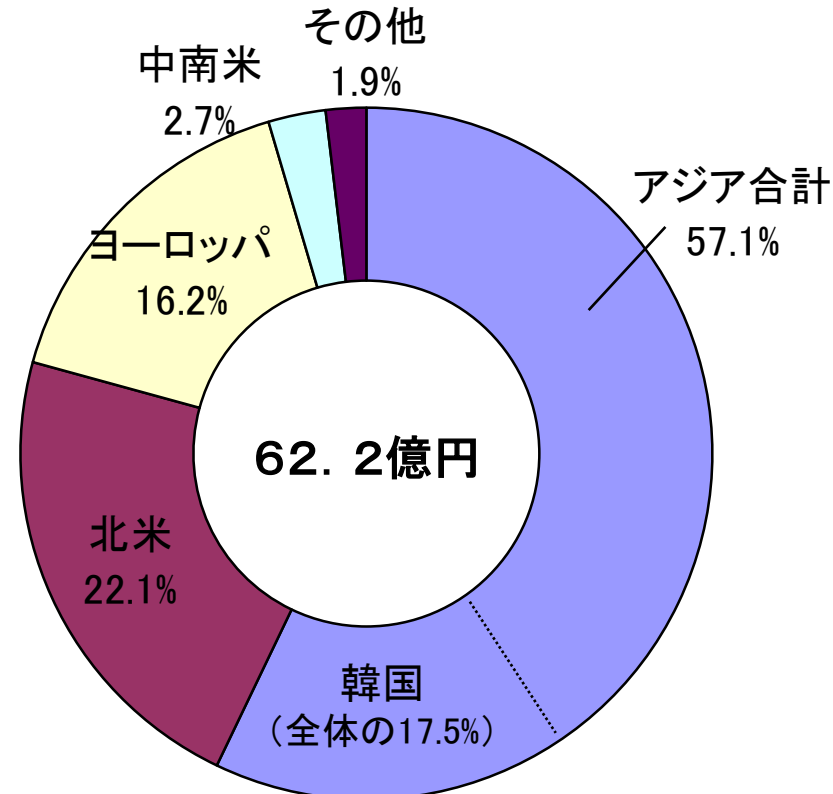


放送コンテンツの輸出先として、最も多い地域はアジアである。  
 番組放送権の輸出額では、ヨーロッパは2割に満たないが、フォーマット権・リメイク権、商品化権等を含めた放送コンテンツ関連輸出額では、ヨーロッパは2割超となり、北米と同程度まで上昇する。

## 放送コンテンツ関連輸出額 （輸出先別）

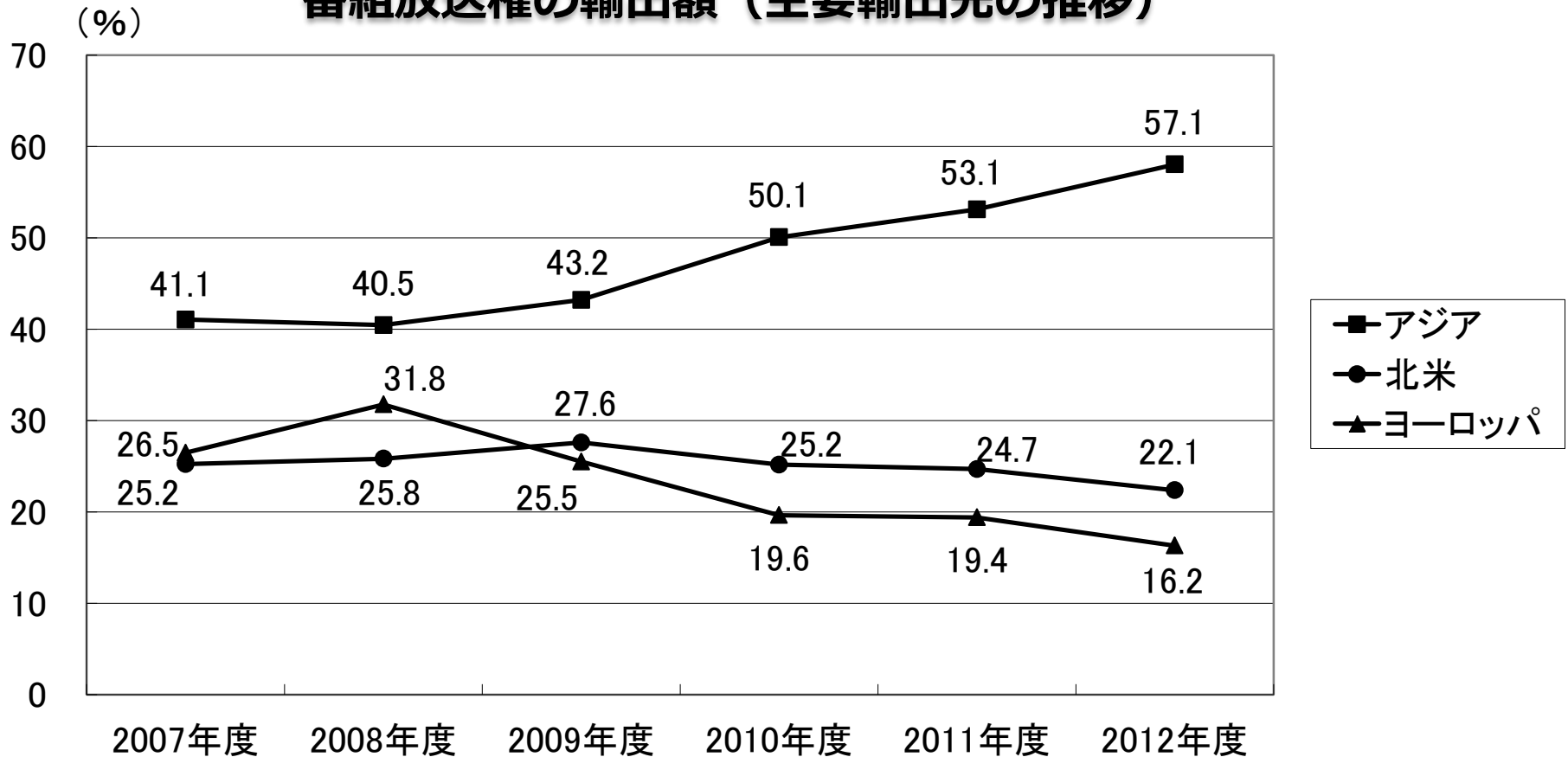


## 番組放送権の輸出額 （輸出先別）



番組放送権の輸出額で経年推移をみると、近年、アジアの割合が増加傾向にあり、北米、ヨーロッパでは、ともに減少傾向にある。ただし、フォーマット権・リメイク権、商品化権、ビデオ・DVD化権等を含めた放送コンテンツ関連輸出額は、2012年度から把握していることから、今後同様の傾向がみられるかどうか、継続した調査が必要である。

## 番組放送権の輸出額（主要輸出先の推移）



2012年度の輸出額に占める主要国の割合をみると、米国、英国、仏国向けの輸出額について、いずれもフォーマット権・リメイク権、商品化権等を含む放送コンテンツ関連輸出額の割合が番組放送権の輸出額に比べて上回っている。一方、韓国向けの輸出額では、放送番組権の輸出額の割合が放送コンテンツ関連輸出額の割合を上回っている。

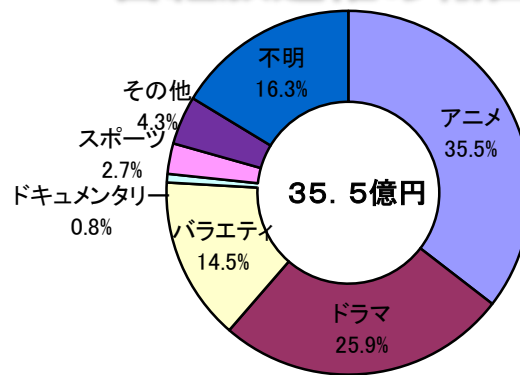
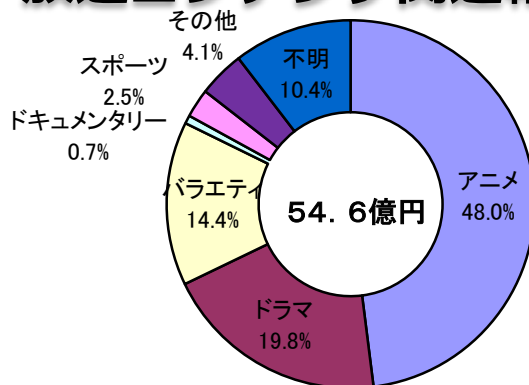
## 2012年度の輸出額に占める主要国の割合

	米国	英国	仏国	韓国
放送コンテンツ関連輸出額 (104.3億円)	15.0%	2.0%	2.7%	17.1%
番組放送権の輸出額 (62.2億円)	13.1%	1.7%	1.9%	17.5%

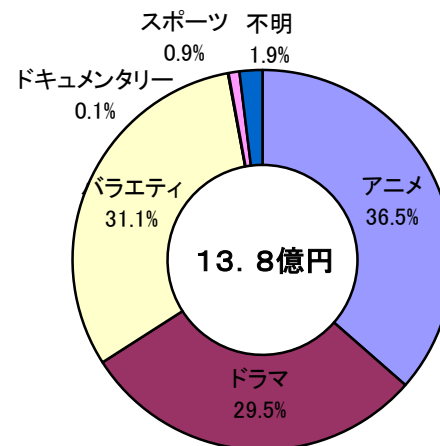
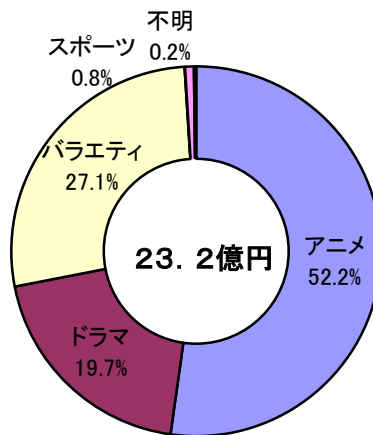
## 放送コンテンツ関連輸出額

## 番組放送権の輸出額

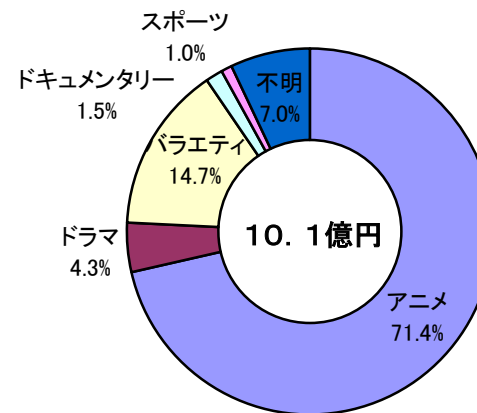
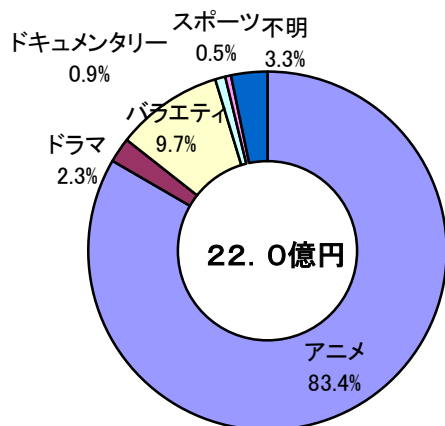
アジア



北米



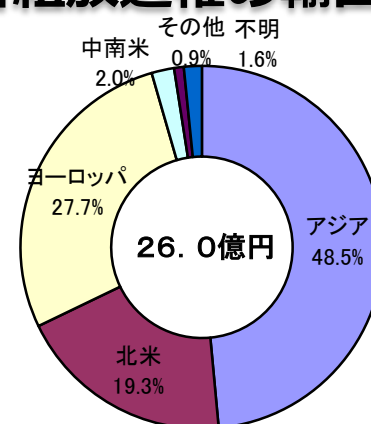
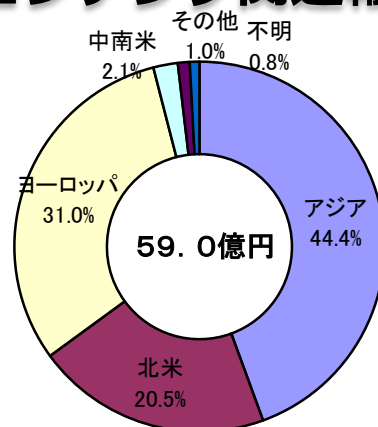
ヨーロッパ



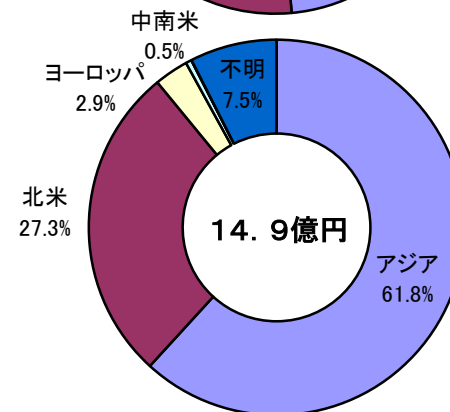
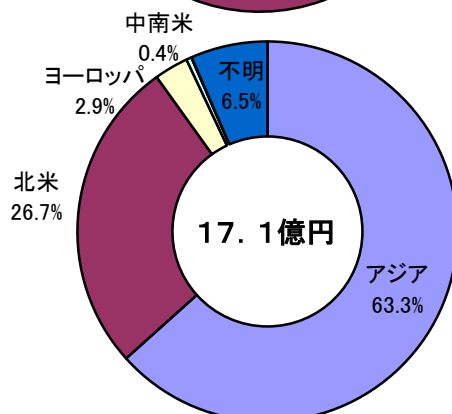
## 放送コンテンツ関連輸出額

## 番組放送権の輸出額

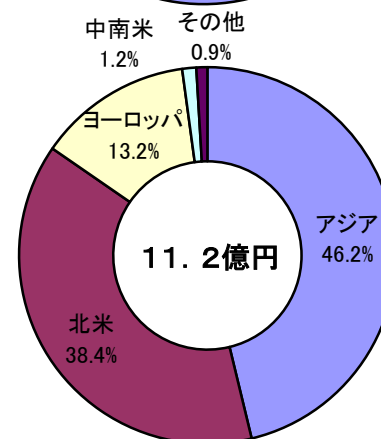
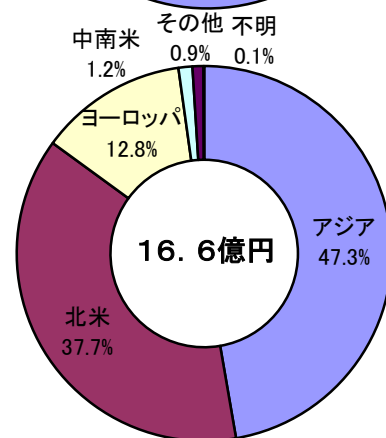
アニメ



ドラマ



バラエティ



## 調査方法と調査期間

調査項目	・2012年度における海外向け放送コンテンツ関連販売額 （2012年度に収入のあった額）
調査方法	・訪問インタビュー調査 ・郵送、電子メールでのアンケート配布・回収
調査期間	・平成25年12月13日～平成26年2月28日

## 対象メディアと回答数

メディア別	対象	回答	回答率
地上基幹放送事業者 （テレビジョン放送事業者、NHKを含む）	128	97	75.8%
衛星系放送事業者	71	71	100.0%
プロダクション	13	3	23.1%
合計	212	171	80.7%

注1:地上基幹放送事業者は、NHK、民放キー局、準キー局、ローカル局のテレビジョン放送事業者全社を対象。

注2:衛星系放送事業者は、衛星放送協会の正会員社のうち地上基幹放送事業者関連の社等を除いて対象。

注3:プロダクションは、日本動画協会加盟社のうち海外展開を行う部門を有することが確認できる社等を対象。

## 主体別の海外輸出額 (百万円)

2012年度	放送コンテンツ関連輸出額	番組放送権の輸出額
NHK	818	815
民放キー局	6,008	3,473
準キー局	516	293
ローカル局	41	33
衛星放送局	51	42
プロダクション	3,001	1,566
計	10,434	6,223

## ジャンル別の海外輸出額 (百万円)

2012年度	放送コンテンツ関連輸出額	番組放送権の輸出額
アニメ	5,902	2,598
ドラマ	1,711	1,490
バラエティ	1,664	1,118
ドキュメンタリー	237	217
スポーツ	167	119
その他	753	682
計	10,434	6,223

## 輸出先別の海外輸出額 (百万円)

2012年度	放送コンテンツ関連輸出額	番組放送権の輸出額
アジア	5,461	3,554
北米	2,322	1,378
ヨーロッパ	2,197	1,006
中南米	250	167
その他	205	117
計	10,434	6,223

## アジア向け輸出額の ジャンル別内訳 (百万円)

2012年度	放送コンテンツ関連輸出額	番組放送権の輸出額
アニメ	2,621	1,261
ドラマ	1,084	920
バラエティ	787	517
ドキュメンタリー	40	27
スポーツ	138	96
その他	222	153
不明	569	580
計	5,461	3,554

## 北米向け輸出額の ジャンル別内訳 (百万円)

2012年度	放送コンテンツ関連輸出額	番組放送権の輸出額
アニメ	1,212	502
ドラマ	458	406
バラエティ	628	429
ドキュメンタリー	1	1
スポーツ	18	13
その他	0	0
不明	5	27
計	2,322	1,378

## ヨーロッパ向け輸出額の ジャンル別内訳 (百万円)

2012年度	放送コンテンツ関連輸出額	番組放送権の輸出額
アニメ	1,832	719
ドラマ	50	44
バラエティ	213	148
ドキュメンタリー	20	15
スポーツ	12	10
その他	0	0
不明	72	71
計	2,197	1,006



# (資料) 主要ジャンル別輸出先の海外輸出額

## アニメの輸出先別内訳 (百万円)

2012年度	放送コンテンツ関連輸出額	番組放送権の輸出額
アジア	2,621	1,261
北米	1,212	502
ヨーロッパ	1,832	719
中南米	126	52
その他	61	22
不明	50	42
計	5,902	2,598

## ドラマの輸出先別内訳 (百万円)

2012年度	放送コンテンツ関連輸出額	番組放送権の輸出額
アジア	1,084	920
北米	458	406
ヨーロッパ	50	44
中南米	8	8
その他	0	0
不明	112	111
計	1,711	1,490

## バラエティの輸出先別 内訳 (百万円)

2012年度	放送コンテンツ関連輸出額	番組放送権の輸出額
アジア	787	517
北米	628	429
ヨーロッパ	213	148
中南米	20	13
その他	16	11
不明	1	0
計	1,664	1,118