

放送コンテンツの海外展開

平成25年7月

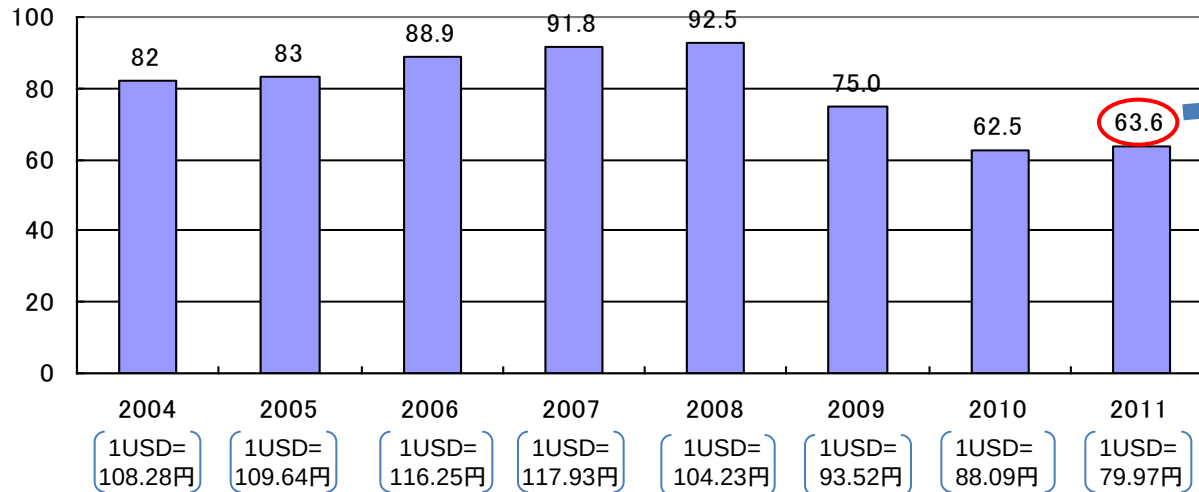
総務省情報通信政策研究所

地上テレビ番組の輸出金額は近年減少傾向にあり、直近ではほぼ横ばいで推移。
ジャンル別に見ると、アニメが5割程度、次いでバラエティ、ドラマがそれぞれ2割弱。
地域別に見ると、アジアが5割以上、次いで北米が約4分の1、ヨーロッパが約2割。

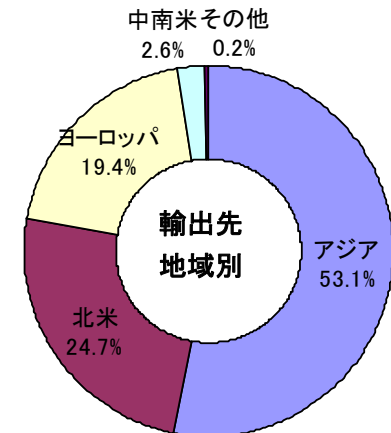
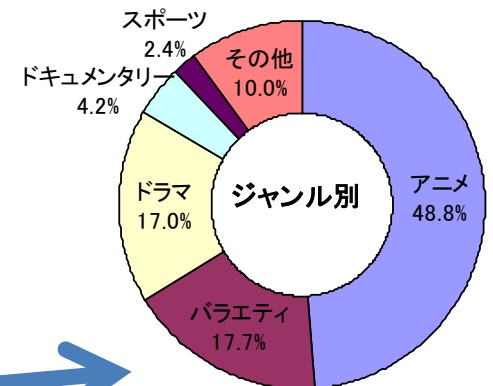
地上テレビ番組の輸出金額

- ・地上テレビ番組の輸出金額は、為替レートによる影響が大きい
- ・韓国作品等との競争激化
- ・一方で、販売方法の多様化(例:各種番組展示会への出展等の取組)により下げ止まり

(単位:億円)



輸出テレビ番組のジャンル・輸出先 (2011年度)



※NHK、民放キー局、在阪準キー局等へのアンケートによる推計値

※為替レート(出典:財務省貿易統計、各年平均)

※衛星放送番組の輸出金額(推計値):1.1億円

海外に販売した地上テレビ番組の例

タイトル	放送局
・「ワイルドライフ」 ・大河ドラマ	NHK
・DEATH NOTE (アニメ) ・HUNTER×HUNTER (アニメ)	日本テレビ
・ドラえもん (アニメ) ・ミュージックステーション	テレビ朝日
・99年の愛～JAPANESE AMERICANS～ ・JIN-仁-完結編	TBS
・NARUTO (アニメ) ・BLEACH (アニメ)	テレビ東京
・マルモのおきて ・ストロベリーナイト	フジテレビ
・深夜食堂	毎日放送
・みんなの家庭の医学	朝日放送
・三菱ダイヤモンドカップゴルフ 2011	関西テレビ
・名探偵コナン (アニメ)	読売テレビ
・おにぎりあたためますか	北海道テレビ放送

【NHK、民放キー局、在阪準キー局等へのインタビュー結果】

○輸出金額が伸びない要因

- ⇒為替の影響
- ⇒韓国との競争の激化
- ⇒権利処理上の問題があり、ネットワーク配信できない

○輸出先

- ⇒欧州の景気低迷の影響で欧州向けの売上が落ちている
- ⇒ドラマは欧米では不利
- ⇒アジアは好調だが、単価が安い

○ジャンル

- ⇒アニメは世界共通で言語だけ変えればよいので増加傾向
- ⇒ドラマ・バラエティは音楽の権利処理が課題

○日本の放送番組の海外進出の特徴

- ⇒番組フォーマット権の販売増加
- ⇒音楽の権利処理の課題
- ⇒変則的な番組枠の存在（例えば初回のみ75分拡大版など）

○海外での放送本数、放送時間の把握の困難性

- ⇒複数年契約が主流、年間での把握は困難
- ⇒放送時間を限定せず無制限で販売するケースがある
- ⇒メインとなる番組に複数の番組をセットにして販売するケースがある