

グローバルに通用する コンテンツの制作・流通



令和5年4月6日
株式会社テレビ東京 アニメ局 ビジネス促進部
局次長 兼 ビジネス促進部長
秋間 眞良

国際配給について



I これまでの10年間



II これからの10年間

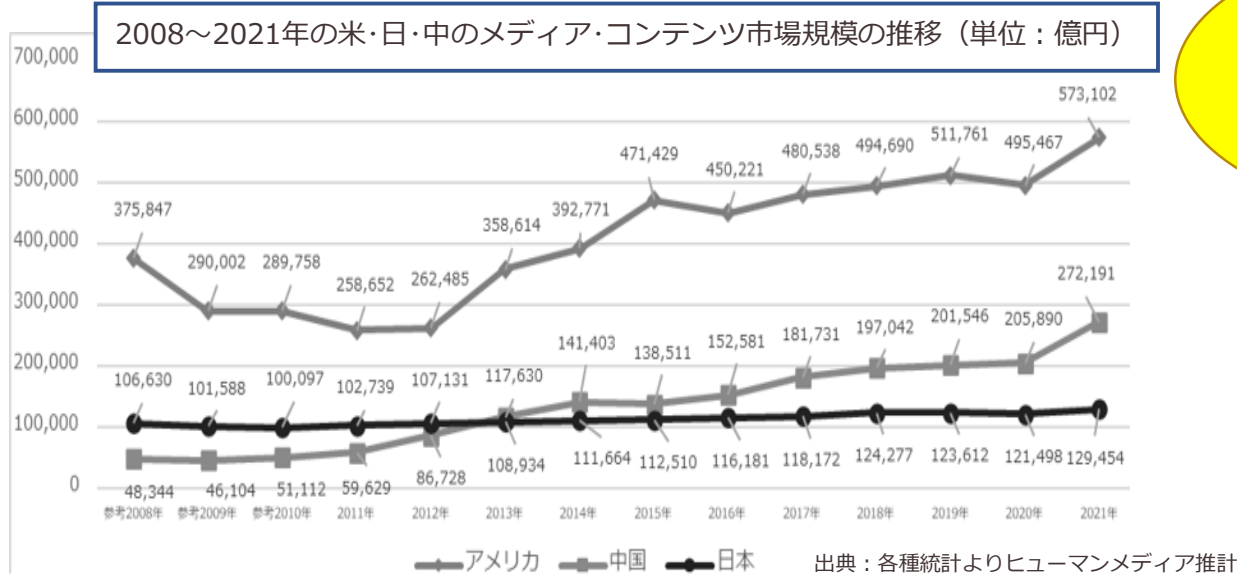


III これからの課題

I

これまでの10年間

日本の番組（特にアニメーション）への注目が高まり
売り手市場に。



しかしながら、
日本のコンテン
ツ市場の成長率
は低!!

※カラオケ、アーケードゲーム、オンラインデータベース等は海外統計が存在しないため、集計に含んでいない。そのため日本の市場規模は国内集計と異なる。

グローバル化に乗り中国が最大の正規市場
として台頭。

正規配信のプラットフォームの台頭。

自浄作用で無許可配信が抑制。



II これからの10年間

国際市場で選択と集中が進行し買手市場に。

世界経済のブロック化と国内自給体制充実で
中国市場が収縮。

配信市場が安定期に移行しNetflix+米メジャー系列に
収斂の方向。

配信以外の映像市場が縮小し、買い手の数が
急激に減少。
一方で、地域ごとの小規模配信プラットフォームも台頭。





Ⅲ これからの課題



クリエイティブ分野に限らず、国際市場で活躍できる人材確保と能力開発。



業界横断の海賊対策。



北米・西欧・東アジア以外の開拓。
(中東・中南米・中欧/東欧)



MIP-TVやMIPCOM以外の商談機会充実。
(待ちではなく攻めの商談)

期待する施策

01



「現代の」日本文化を世界に伝播する
施策（日本語教育・文化イベント）。

02



公的機関による教育の充実（殆どの先進
国に国立の映画学校がある）→世界水準
のクリエイター育成と映像産業を学ぶ国
立の総合教育機関。

03



企業支援よりも企業に所属しない個人へ
の育成支援。

04



子供のころから文化創造に興味を持ち
創造的職業を尊重する個性重視の教育。

05



海賊対策の拡大充実（個々の企業対応
では限界）。

06



従来型の大規模見本市出展助成ではなく、
新興市場開拓への情報など側面支援を
（例 現地合同商談会などを企画）。
JETRO商談会を現地で行うイメージ。
そのための人材確保を。



ご清聴ありがとうございました！！