

放送コンテンツの制作・流通の促進に関するWG(第4回)  
議事要旨

1 日時

令和5年4月6日(木) 13:00～15:00

2 場所

ウェブ会議

3 出席者

(1) 構成員

山本主査、内山主査代理、鳥海主査代理、荒井構成員、有賀構成員、大谷構成員、落合構成員、音構成員、長田構成員、西田構成員、林構成員、福井構成員

(欠席:長谷川構成員)

(2) オブザーバ

日本放送協会、一般社団法人日本民間放送連盟、株式会社TBSテレビ、株式会社テレビ朝日、株式会社テレビ東京、日本テレビ放送網株式会社、株式会社フジテレビジョン、株式会社 TVer、一般社団法人大手家電流通協会、一般社団法人電子情報技術産業協会(JEITA)テレビネットワーク事業委員会、一般社団法人 IPTV フォーラム、一般社団法人放送サービス高度化推進協会(A-PAB)、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)、ヤフー株式会社、Netflix 合同会社、一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟(ATP)、一般社団法人全国地域映像団体協議会、一般社団法人日本動画協会、経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課、総務省情報流通行政局情報流通振興課、総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政第二課

(欠席:グーグル合同会社)

(3) 総務省

井田情報流通行政局情報通信作品振興課長、  
向井同局情報通信作品振興課放送コンテンツ海外流通推進室長

(4) ヒアリング事業者

PwC コンサルティング合同会社 ディレクター 岩崎氏

一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ) 事務局長 君嶋氏  
株式会社テレビ東京 アニメ局アニメ局次長兼ビジネス促進部長 秋間氏  
株式会社 THE SEVEN GM 河田氏

#### 4 議事要旨

##### (1) 開会

##### (2) 議題(1) コンテンツビジネスの現在に関するヒアリング

- ①資料4-1に基づき、PwC コンサルティング合同会社岩崎氏より説明。
- ②資料4-2に基づき、BEAJ 君嶋氏より説明。

##### 【内山主査代理】

PwC の発表について大筋賛同する。日本の映画やドラマの制作において、国内市場向けか海外市場向けかで嗜好及び方向性が異なり、事業者は苦勞している。世界中でヒットしているコンテンツでも日本ではヒットしない場合もある。しかしながら、日本の興行収入では1位が東宝、2位がディズニーという序列は十何年変わっていない。一般的にディズニーの作品だけは日本も含め安定して世界中でヒットしているとの認識だが、他社のコンテンツ制作の考え方とどういった点が異なるのか。資料4-1の17ページで、データ等の分析・利活用に基づくマーケットイン発想で企画すべきとあるが、こういった点に違いがあるのか。

##### 【PwC(岩崎氏)】

最近、諸外国の興行収入及びマーケットを調べたが、国ごとに比較した際、想定していたよりも海外映画のシェアと国内映画のシェアに差があるわけではない。フランスは自国の映画を保護する政策を有することから国内シェアが強いが、ハリウッド映画は、比較的どこの国でも高いシェアを占めている。ハリウッド各社とも同様のアプローチを実施しているとの認識であり、消費者インタビュー等を始めとするマーケットリサーチに基づいた企画及び脚本の練り直しを徹底していることから、最終的にグローバルに展開するようなコンテンツに繋がっている可能性があると考えられる。

##### 【福井構成員】

PwC の発表内容において現状についての認識は共感できる部分が多い。その上で、あげられた対策が、日本の既存の在り方と米国モデルとの差分を埋めることに閉じている印象を受けた。人口動向もあるため、シェアが低下していくのはある程度自然な流れであり、浮足立ってしまったのは日本の強みを失うリスクもある。例えば

放送ではないが、昨年話題になったとおり、キャラクターの世界総収益の上位の約半数を日本創出のキャラクターが占めている。あるいは、中国や韓国等の興行記録を塗り替え続けている「スラムダンク」や「すずめの戸締まり」等。他にも、「となりのトトロ」の舞台版が英国のオリビエ賞を独占した。この様な日本発信のコンテンツに関するニュースにも接している。資料4-1の16ページに対策として、分業化/ファクトリー化された量産体制を挙げているが、従来日本では職人、個人の世界観から、ジブリやジャンプ漫画のような世界を魅了する多くのコンテンツが創出されており、人々の原体験として定着している。この点についてどのように評価しているのか。こういった日本独自の強みがあるのだとすれば、分業化/ファクトリー化はどのように進めるべきなのか。BEAのご指摘にもあったように、コンテンツそのものだけでなく、マーケティング及びネットワーキング、契約交渉等を含めるプロデュース力の脆弱さをどう考えるか。

#### 【PwC(岩崎氏)】

福井構成員のご指摘はごもっともである。日本企業からの依頼で、韓国企業をベンチマークし、映画業界、ドラマ業界、漫画業界、芸能関連の成功事例を調べることが多い。韓国企業はデータに基づくマーケティング、プロデューサー主導の制作、分業化/ファクトリー化を実施している例が多い。これらの取組はいわゆるハリウッドモデルであり、韓国企業がハリウッドに人を送り込んで習得したアプローチ方法だと考えられる。他方、日本はキークリエイター及び職人的アプローチで成功してきているため、既存の強みを活かしつつ、さらなる進化のために検討を進めるべきである。これまでのやり方を否定して分業化や量産化を進めるべきだとは考えていない。分業化、量産化についても、既存の組織運営を否定するわけではないが、1つの会社の下に複数のキークリエイター及びスタジオがぶら下がることで、様々な作風やジャンルの作品を生み出す体制を構築することも考えられる。

マーケティングはデータに基づいて行うことが非常に重要となる。これまで日本は初動の興行収入や初回放送の視聴率を最大化しようとしていたが、昨今ゲームチェンジがあり、いかに幅広い層のユーザーに飽きずに継続してコンテンツを楽しんでもらうかを明らかにするマーケティングが必要となったため、当該マーケティングを行えるようなデータ人材が求められるであろう。

#### 【落合構成員】

PwCに質問したい。非常に意義ある発表であったが、コンテンツ全般だけではなく、放送の特にローカル局が攻めの部分を作っていくためにはどのようにすれば良いか、政策的な支援ができるのであれば取り組みたい。例えば、知見の共有やディストリビューションの体制支援もあるかもしれないが、知見や役割の共有をすることで放送事業者のプラスになることがもしあれば教えていただきたい。守りの面で

はインフラや基地局等の共有が考えられるが、単純なガイダンスを示すことだけでなく、共通して取り組むべきこととして何か考えられるものはあるか。

【PwC(岩崎氏)】

韓国の場合は、政府が補助金含めコンテンツ産業を支援しているが、必ずしも政府が支援したから成功したわけではない。ハードとソフトで言えば、どちらかというソフト面が攻めになると思うが、日本でも各局が既に戦略的な動きをしていることから、攻めの部分は民間主導となるのであろうと考える。一部資金調達の面について、これまで業界の中だけで調達していたものを、業界外や海外から透明性を持って資金調達ができるような仕組みを政府がサポートする可能性はあるかもしれない。しかしながら、基本的には民間事業者の努力で十分に可能性があると思う。

【落合構成員】

事務局宛てになるが、ファイナンスの部分含め韓国や海外の動きを把握しつつ、今後検討を進めていきたいので、調査をお願いできないか。

【大谷構成員】

BEAJに質問したい。法人としての紹介があったが、運営や予算規模はどの程度なのか。具体的に会費収入、事業収入の比率がどうなっているのかを教えてください。理由として、資料4-2に記載されている課題と今後の取組を実行する上で、十分なリソース確保ができているのかに関心がある。また、プロモーションを精力的に行っている様子をご紹介いただいたが、日本で実施したプロモーションイベントの手ごたえはどうであったか。関心は集めていると思うが、具体的にどういった国から交渉があり、それらは希望価格で契約できているのか。

【BEAJ(君嶋氏)】

BEAJ事務局は各放送局からの出向者で構成されており、10名以下である。しかしながら、これまでの各局の海外展開に携わった人材が集まっており、人脈を活用して海外展開している。予算規模としては、年間予算は1億数千万円程度である。会費収入が3分の1程度で、残りは総務省等から請け負う調査事業で賄っている。見本市等を開催する際のリソースについて、実際の出展事業は民放連の国際ドラマフェスティバル等がサポートしており、BEAJは関わっていない。ATF 2019の場合、民放連の国際ドラマフェスティバルや総務省の受託事業者と連携して、横断的に進めた。MIPCOM2022のイベントについてはBEAJ主体で行ったが、海外のシニアアドバイザー等を追加し、人脈を活用して運営した。BEAJ単独で実施するのではなく、ネットワークを駆使して活動している。こういった見本市のうち、ご質問の日本の見本市については丁寧にイベントを実施していることから、参加バイヤーから

も好評だが、もっとプロモーションを改善しないと伝わらない、認知度を得られないことを課題として認識している。マーケティング、販売の仕方、効果的なアピール方法等に関する知見が足りておらず、情報発信の改善をしていきたいと考えている。

#### 【林構成員】

BEAJに質問である。見本市の出展は主にキー局、準キー局主体なのか。それともローカル局も出展していると理解して良いのか。またキー局、ローカル局問わず、海外の放送局と共同で制作し、連携した上でバイヤーに仕掛けることはあるのか。

#### 【BEAJ(君嶋氏)】

時間の関係上、説明を省略してしまったが、見本市にはローカル局も積極的に参加している。資料4-2の16ページで紹介しているATF 2021の「Hidden Gems from Japan」、ATF 2020「Fresh Content from Japan」では日本の地域の食や場所などの魅力を紹介するセッションを実施したため、ローカル局のコンテンツがメインのセッションであった。2022のイベントにおいてもキー局だけではなく、旅番組やドキュメンタリーについてローカル局が紹介している。17ページのTIFFCOM 2020「Coproduction Opportunities with Japan」の際も、総務省事業で補助金を出し、日本の地方の良いところを紹介するコンテンツを制作し、海外の放送局で放送を行ったことについて発表を行った。また特にトレーラーによるPRや海外との契約交渉は、キー局は自力で実施することができるが、ローカル局は知見を持っていない場合が多いため、ローカル局向けにワーキングを実施し情報共有をしている。

日本の放送局が海外の放送局と連携して番組制作することは既に実施している。しかしながら、そういった取組はキー局の例が多く、ローカル局が行っている例はあまりない。こういったことから、TIFFCOMの共同制作に関するセッションは、将来的にローカル局が海外の放送局との連携を実現できるように実施した。

#### 【西田構成員】

資料4-1の16、17ページについて質問したい。セールスの問題と制作工程の違いといったハリウッドとの差分にフォーカスしている印象を持った。他方、結局サンプルに投じる予算の違い等も影響しているのではないかと考えられる。英語圏の巨大事業者だけではなく韓国等の非英語圏の適切なベンチマークの事業者とも比較して、予算の在り方、ディストリビューターとの契約の件数、製作委員会方式等の違いや共通点も影響していると想定されるがどのように考えるか。

#### 【PwC(岩崎氏)】

ご指摘のとおりであると考えている。制作、ディストリビューション、ファイナンスが三位一体となって影響していると考え。今回の発表ではファイナンスについて触

れていないが、予算の違いは確かにボトルネックとなっている。各国と比較した場合、日本は予算が少ない点の改善が求められるが、ファイナンスだけを切り離して改善するのは難しいと考える。良い作品作りから始まり、ディストリビューションで良い契約を多く獲得していくことで、作品ができる前の段階のプリセールスから良い契約を結ぶことができれば、それを基に銀行や業界外から資金調達をできるのではないかと考える。機会があればファイナンスも含めて議論したい。

(3) 議題(2) グローバルに通用するコンテンツの制作・流通に関するヒアリング

①資料4-3に基づき、株式会社テレビ東京 秋間氏より説明。

②資料4-4に基づき、株式会社 THE SEVEN 河田氏より説明。

【福井構成員】

THE SEVEN に質問したい。これまで日本のコンテンツにおいて、契約や交渉が弱みと指摘されていた。Netflix 社との連携についてご説明があったが、知る限り、これまでグローバルな配信プラットフォームとの関わりは、制作委託にせよ共同制作にせよ、全ての著作権は配信プラットフォーム側が保有し、二次展開等の権利を含めた世界における永久の利用権及びクリエイティブ制作を含めたプロジェクト進行の決定権はグローバル配信プラットフォーム側が独占していたと認識している。収益配分も、実際には生まれにくい条件が多い。これではいくらコンテンツをグローバルに展開したとしても、日本にとって将来のコンテンツ資産はないに等しいとの理解である。THE SEVEN と Netflix 社との連携は、従来のグローバルな配信プラットフォームとの連携とどう異なるのか。具体的に関連する課題をどのように解決したのか。

【THE SEVEN(河田氏)】

Netflix 社との権利関係については、プロジェクトごとの状況に合わせ適宜決定することになっている。当初、Netflix 社は全世界における永久的な権利を主張してきたがそれでは合意できないと断った。THE SEVEN は、Netflix 社との連携は初期段階として、よい作品を出して企業及びクリエイターの知名度を上げることを目的としている。Netflix 社との連携を通し、Netflix に制作費を賄っていただいた上で世界での知名度を得られれば、次の段階として、将来的にはオリジナルコンテンツを制作し、権利をすべて譲渡する形ではなくライセンス契約を実現したり、地上波にコンテンツを流したりできる運用を目指していて、そういったスキームで制作費を賄い、利益が上げられるようにしていきたい。

【内山主査代理】

感想だが 10~15 年前の状況と比較すると、日本の事業者から海外の情報が共

有されており、進展していると感じた。特にタックス・インセンティブについては従来から発言しており、日本の財政の仕組みでは難しいかもしれないが、引き続き事業者から要望が上がることを嬉しく思う。テレビ東京の資料4-3、6ページの期待する施策の②トップエンド教育機関の設立について賛成する。具体的にはどのようなイメージを持っているのか。例えば、高校卒業後の18歳をターゲットに大学や専門学校と横並びの位置づけをイメージしているのか。もしくは、映像業界での社会人経験のある層を対象としたリカレント教育の学校をイメージしているのか。

#### 【テレビ東京(秋間氏)】

具体的なターゲットを絞って考えてはいない。クリエイティブの側面から考えると、日本から海外に優秀なクリエイターを送り込むためには、教育的バックグラウンドを育成できる機関が必要なのではという意見であった。個人の意見としては、若い層から学んでもらいたいという希望だけではなく、リカレント教育のように再度教育を受けたい層も歓迎したい。

#### 【内山主査代理】

英国では National Film and Television School が関連するリカレント教育を実施しており、個人的にはそのような方向性が実務に繋がると想像している。

#### 【落合構成員】

どのような政策的な支援が有効だと考えるか。立ち上げ等に関するマニュアルやノウハウの共有等はおそらく含まれるであろう。テレビ東京からは資料4-3の6ページの期待する施策に記載いただいたとおり、総合的な戦略を立てるべきとする意図が見受けられた。コンテンツ振興にあたって、必ずしも放送だけではない知的財産戦略及び学校教育も含めた上で、放送業界も連結する形の総合的なアプローチに関するご指摘をいただいたという理解でよいか。THE SEVEN は先端的な取組を行っており、他のクリエイターや放送局も同様の取組を進めてもらえれば日本からの海外進出強化に繋がると考える。この様な観点から、本WGでどのような検討を行うことが効果的だと考えるか。

#### 【テレビ東京(秋間氏)】

落合構成員のご発言のとおり、総合的な戦略としてご指摘させていただいた。官民一体となった取組がますます大事だと考えている。日本に素晴らしいクリエイターが多くいるため、まだ届いていない国や地域に広げていく一助になりたい。

#### 【THE SEVEN(河田氏)】

他のクリエイターにも同様の取組を進めるというご意見をいただいたが、THE

SEVEN には募集している社員だけではなく、クリエイターが企画を持ち込んでくることもある。そういったクリエイターがワークショップに参加することでコンテンツと一緒に制作することもある。放送事業者がどのように進めていくべきかという観点から、Netflix 社等との連携を通じてでも、他の手段でも良いが、まずはコンテンツを世界に発信していき、世界中の人の目に日本のコンテンツが留まることで、日本の映像業界のブランドが上がり、資金やモノが集まってくると考える。これまでの日本の放送事業者が作成したドラマが欧米に出ていかない課題等にも関係するが、まずは日本のコンテンツを流通させるのが第一歩となるであろう。

#### 【落合構成員】

ご意見を伺い、まずはこういった先端事例をプロモーションし、良いものとして表明していくことが有効だと認識した。

#### (4) 意見交換

#### 【山本主査】

落合構成員から諸外国では国がどのような支援を行っているかを把握するための海外調査や、西田構成員からファイナンスの問題に関するご指摘をいただいた。事務局としてはどのように考えるか。

#### 【事務局(向井室長)】

落合構成員からいただいた国からの支援に関する諸外国の実態調査について、今後の議論の参考になると認識しているため、調査の上報告する。西田構成員からいただいたファイナンスについても重要な論点だと認識している。振り返り及び制作促進の議論を行う際に、参考としてご提供できるように準備を進める。

#### 【山本主査】

政府機関がどのような支援ができるかについては、海外事例も含めて検討を進めていく。今回の事業者ヒアリングを通して論点として想定できたのは、政府機関が関わることの目的、及び日本の放送コンテンツを海外に流通させていくこと、産業政策、文化政策としての意味合いやサステナビリティにも関連し、目的は複合的なものになると考えられるため、より詳細に検討していく必要性を感じた。

#### (5) 閉会

事務局より伝達事項の連絡。

以上