

Netflix の取り組み

2023年6月

Netflix合同会社 杉原 佳亮

NETFLIX

目次

- Netflixについて
 - 放送事業者様との取り組み
 - リコメンデーション機能
 - 人材育成について
 - Appendix
- 
- The bottom right portion of the slide features two large, solid red geometric shapes. One is a trapezoid that tapers to the right, and the other is a vertical rectangle. They are positioned behind the text of the last two items in the table of contents.

Netflix について



190+
Countries

190以上の
国や地域で視聴可能

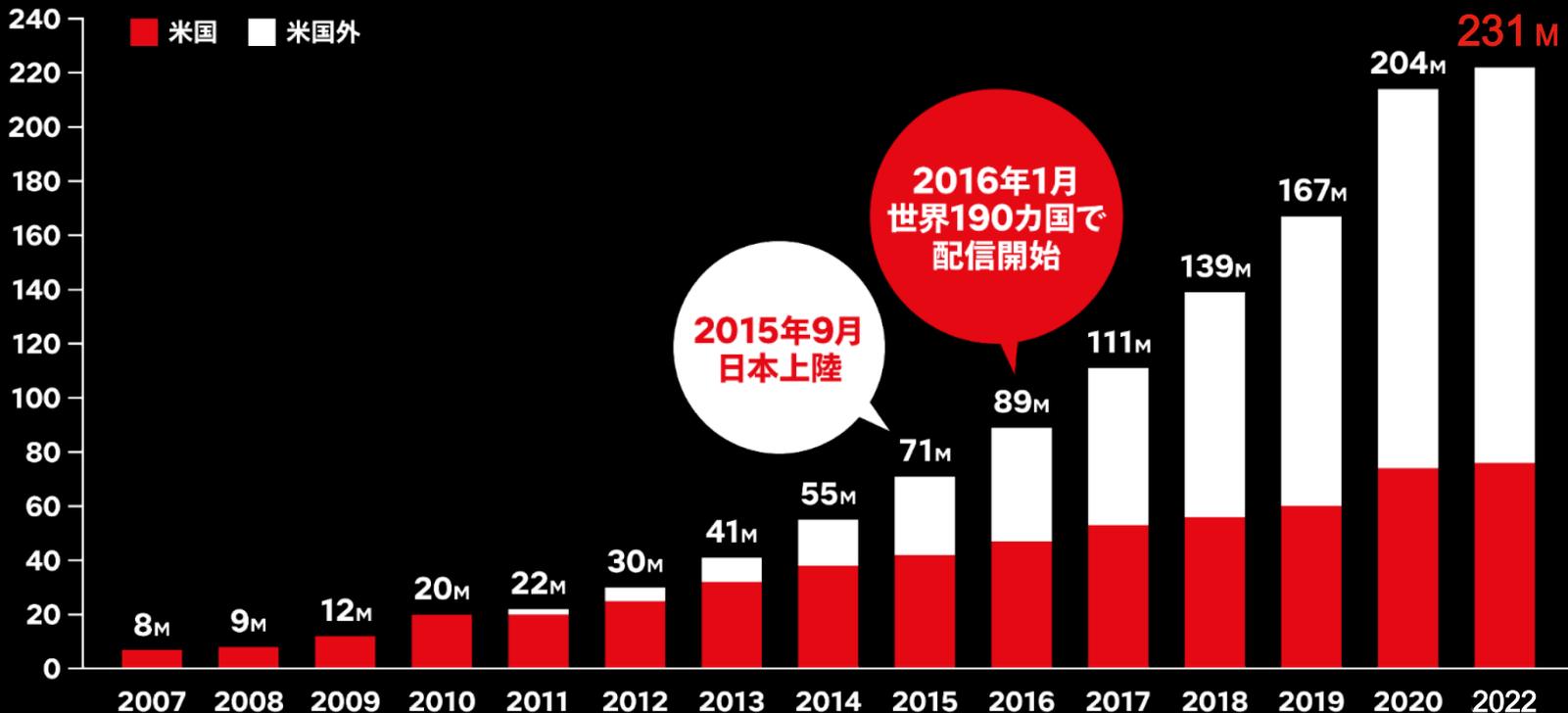
231
Million

有料メンバー数は2億3,100万

156
Million

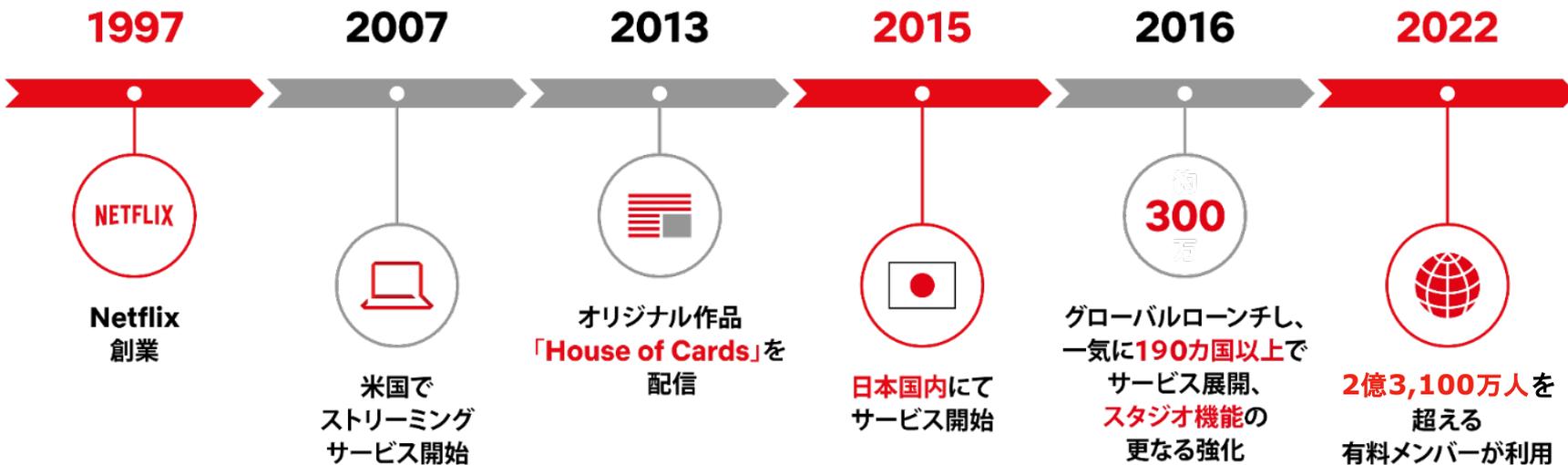
米国外の有料メンバー数が
約1億5,600万に成長

世界に広がるNetflix



*登録アカウントはNetflixアカウントを登録した利用者本人のほか、生計をともにする同一世帯の方もご利用いただけます。そのため、有料メンバー数が必ずしもサービス利用者数とは限りません。

Netflix の歴史



A group of people in red hooded suits are walking down a hallway with a red carpet. They are following a person in a red suit with a white triangle on their chest. The hallway has blue walls and blue lights. The text "Entertain the World" is overlaid in white serif font.

Entertain the World

A group of approximately ten individuals, dressed in red jumpsuits and black tactical vests, are captured in a dynamic, action-oriented scene. They are positioned in a line, moving forward with various poses, some holding firearms. The background is a dimly lit, ornate interior space, possibly a hallway or a room with intricate architectural details. The lighting is dramatic, with strong highlights and deep shadows, creating a sense of intensity and movement. The overall atmosphere is one of a high-stakes, action-packed moment.

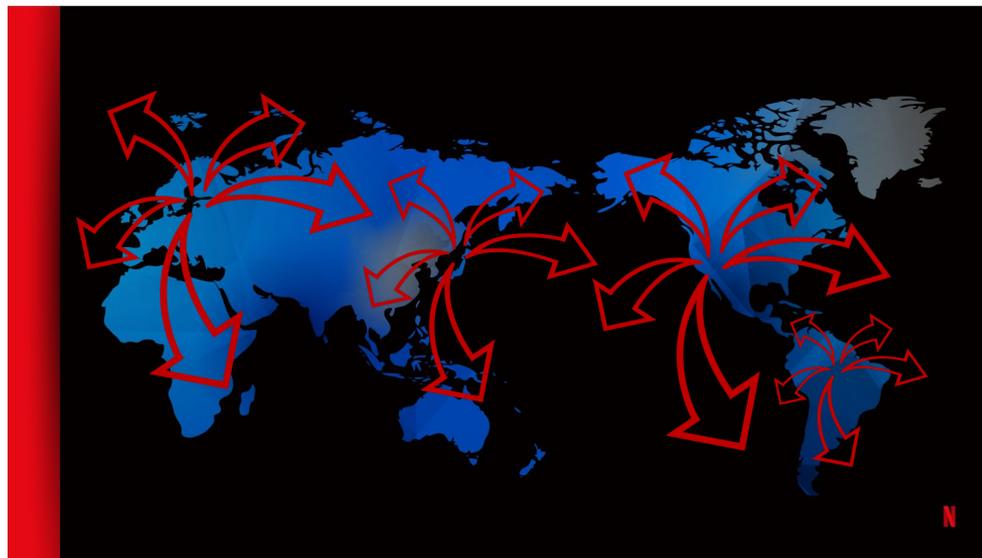
Local to Global

Local to Globalビジネスモデル

強力IPのコンテンツを一国で制作し、
全世界に展開



各国で魅力ある作品を制作し、
全世界に展開し、IPを育てる。



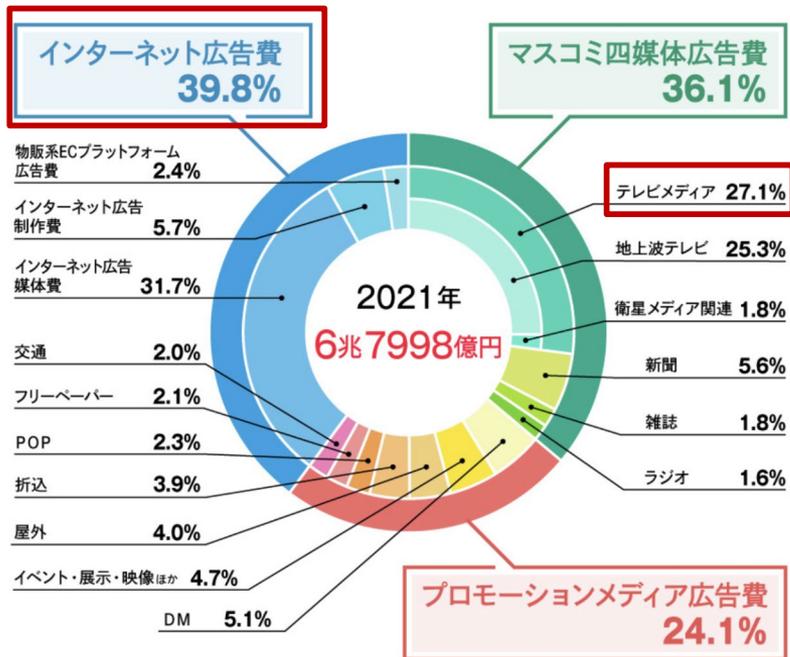
世界100拠点以上でオリジナル作品を制作



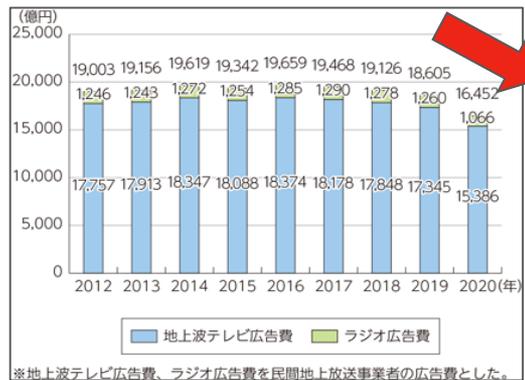
放送事業者様との取り組み

放送業界の概況

- 90年代にはドラマの視聴率が国民の3分の1が同時視聴していた（視聴率30.0%超）
- スマートフォンやブロードバンドの普及に伴う視聴形態の変化を受け、企業等がテレビCMへ振り向ける広告費の配分が変化。**インターネット広告費が初めてマスコミ四媒体広告費(*)を上回った**
- CNNの業績悪化など、放送事業者の広告収入は**世界的に縮小するトレンド**。情報媒体の増加を背景に、放送事業者の収益力維持には、**コンテンツのクオリティ向上と多面的展開が必須の条件**。



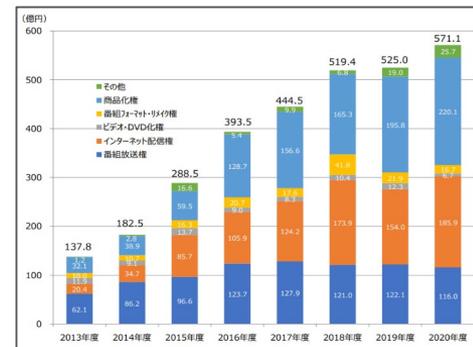
地上系民間基幹放送事業者の広告費の推移
16,452億円



総務省「令和3年版情報通信白書」
図表4-1-8-3 地上系民間基幹放送事業者の広告費の推移

※マスコミ四媒体広告費＝「新聞」、「雑誌」「ラジオ」「テレビメディア（地上波テレビ+衛星メディア関連）」の媒体費と制作費の合算。

日本の放送コンテンツ海外輸出額の推移
571億円



総務省「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析（2020年度）」P.4「日本の放送コンテンツ海外輸出額の推移」12

Netflixと放送事業者の関係

- **放送事業者とNetflixは「相互補完的」なビジネスパートナー。**
- 放送事業者が作成したコンテンツをNetflixが世界中に配信する関係。
- 見逃し視聴の需要等が後押しとなり、**放送局・系列プロダクション制作の作品との連携**が進展。

「日本沈没～希望のひと～」

(TBS) オンエアの3時間後の配信



「未来日記」(TBS)「あいのり : African Journey」(フジテレビ)

テレビ局と共同制作した恋愛リアリティショー

はじめてのおつかい

はじめてのおつかい

2013 | [30分] | シーズン1 | 東京で一緒に楽しむTV番組

自分一人だけでおつかいに出るといって、人生初の人子チャレンジ。思わず子供たちの奮闘がリアルなカメラで伝わる。長きにわたって愛され続ける日本のリアリティ番組。



「はじめてのおつかい」 (日本テレビ)

テレビ局企画の海外展開

「深夜食堂」 (テレビ朝日)

テレビ局企画のオリジナル化



放送事業者の二つの事業とNetflix

- 放送事業者は、「放送波の提供」と「コンテンツの制作」の二種類の事業領域を持つ
- Netflixはクリエイティブ部分においては放送事業者と協業が可能

放送事業者の機能

- 放送波提供

- 制作

- 報道



- エンタメ

テレビ局との協業実績の拡大

- 「日本沈没～希望のひと～」 (TBS)
 - オンエアの3時間後の配信
- 「未来日記」 (TBS)
- 「あいのり」 (フジテレビ)
 - テレビ局と共同制作した恋愛リアリティショー
- 「はじめてのおつかい」 (日本テレビ)
 - テレビ局企画の海外展開
- 「深夜食堂」 (テレビ朝日)
 - テレビ局企画のオリジナル化

動画配信により、地方のコンテンツを日本全体、そして世界へ

- デジタル化が進む世界では、映像作品のデジタル化 = 動画配信によって、海外展開が用意に
- 映画館やテレビの前でなくてもどこでもスマホやタブレット端末、PCで作品を鑑賞できる
- リコメンデーション・テクノロジーにより、個人の好みに合わせた「おすすめ」動画に出会える
- 地方局製作のドラマがNetflixで配信されて全国的人気になったケースも生まれている。

1700以上の種類のデバイスの視聴に対応

北海道テレビ放送（HTB）制作番組がNetflixで配信され、SNSの“クチコミ”でじわじわと人気に



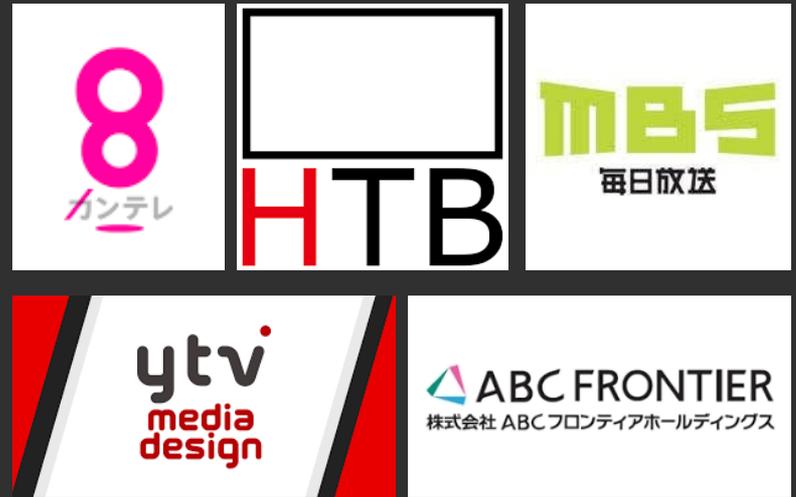
2015年のサービス開始以降、200本以上の地方事業者のコンテンツを配信

配信本数

200

本以上

主な取引事業者

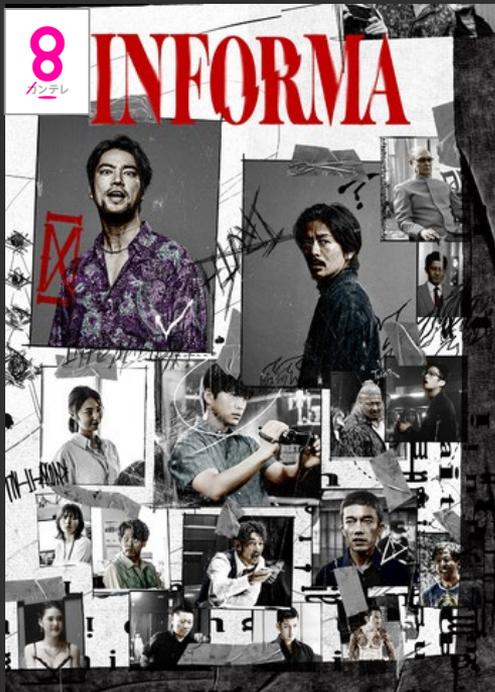


ネットフリックス上で人気の地方事業者のコンテンツは、水曜どうでしょうシリーズ、伊藤潤二マニアックなど

人気コンテンツ例



インフォーマは国内でもトップ10入りを果たしたほか、 20言語の字幕が付され世界配信された



国内: トップ10入り

12 日間

今日のTV番組Top10 入り

最高 **2** 位
にランクイン

海外: 20言語の字幕を付し世界配信

アラビア語

中国語（簡体字）

中国語（繁体字）

オランダ語

英語

フランス語

ドイツ語

インドネシア語

イタリア語

日本語

韓国語

マレー語

ポーランド語

ポルトガル語（ブラジル）

ルーマニア語

スペイン語（南米）

スペイン語（スペイン）

タイ語

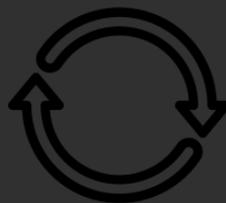
トルコ語

ベトナム語

Netflixオリジナルと地方コンテンツの相乗効果も期待される

サンクチュアリ-聖域- × めんたいぴりり

ともに江口カン監督作品。サンクチュアリ公開後にNetflix上でめんたいぴりりの視聴が急増



リコメンデーション機能

レコメンデーション機能

N シリーズ

リラックマとカオルさん

マッチ度: 97% 2019 1シーズン 4K Ultra HD 5.1

ふわふわな体、優しい目、そして安定のマイペースぶり。いつのまにか住みつけたリラックマのおかげで、平凡なカオルさんの毎日はいつもほんわり温かい。

Netflixで人気の作品



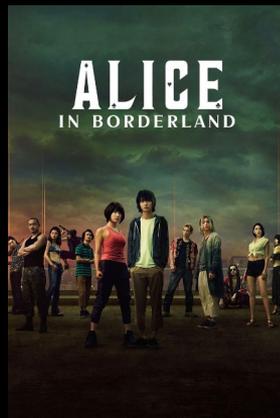
最近観た作品



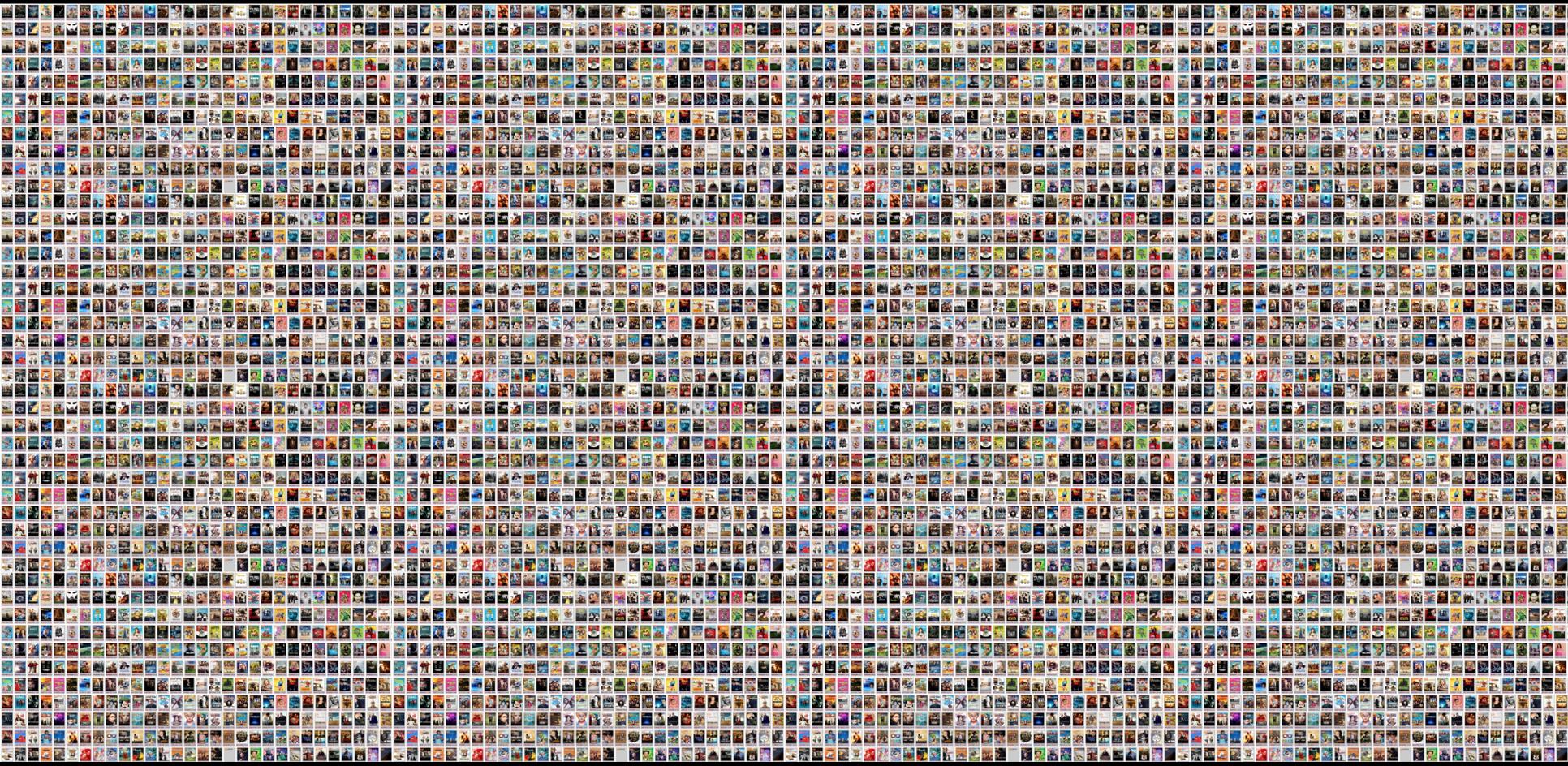
リコメンデーション機能

世界の中でベストなストーリーを探し出そう！

The Best Stories from
Around the World



This is our Catalog!



TV Comedies



British Home & Garden Reality TV



Crime Movies



なぜ、リコメンデーション機能が重要なのか？

- メンバーのユニークな好みを膨大なカタログの中から、最適化して見つけ出すことができる。
- 新しい映画やテレビショーをメンバーが探し出す手助けをする。
- 今際の際のアリスやBakiなどローカルなコンテンツが世界中で観られるようにすることが可能となる。

THE MAIN INGREDIENTS FOR TITLE RECOMMENDATIONS



Your
viewing
history



Thumbs
+ My
List
adds



Tags
Tags for this title

Storyline

Nature Wild Animals

Aquatic Life Biology

Science Ecology

Climate Change

Environmental Disaster

Content
Information

Overall Tone

Informative Relaxing

Inspiring Captivating

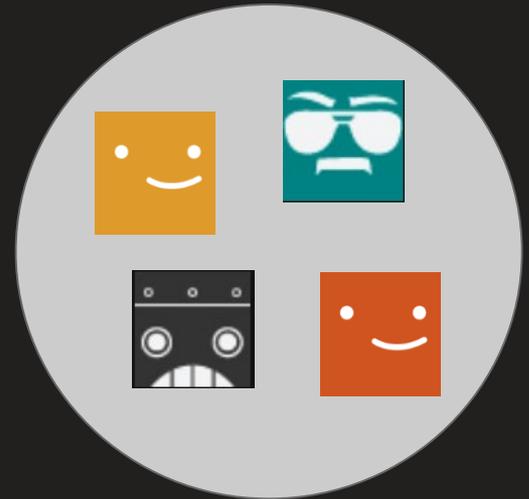
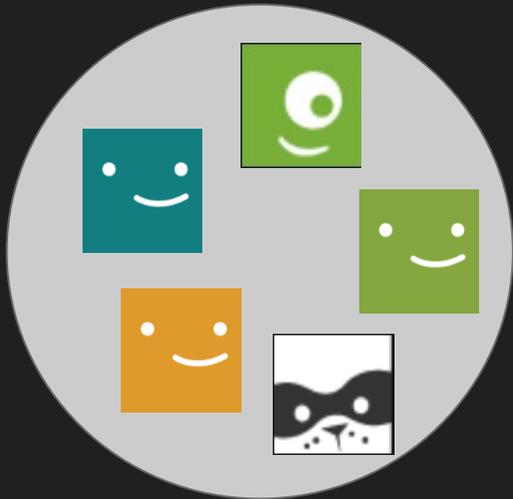


Members with
similar tastes

Core logic behind recommendations

Based on what you've watched...

Find clusters of members with **similar interests**





人材育成について

「世界で競える作品づくり」に向けて取り組むべき課題

- DXにより**映像作品の消費サイクルが早期化**
- 質の高い作品を数多く継続的に作るためには、産業を支えるエコシステムが必要だが、**人材・環境（デジタル化への対応の遅れ）・多額の投資を受け止める受け皿の不足**が存在

①

人材育成・人材離れの課題

- **世界で戦える脚本、演技力を含めた製作力が弱い**
- 映像制作の専門人材育成のための仕組みが整備されていない
- 学校を卒業してからプロとして使える人材になるまでのブリッジが弱い
- 長時間労働・経済的に不安定な就労環境が主な原因で**離職率が高い**
- **ビジネスを考える人材**が足りない

②

デジタル化など環境整備を阻む課題

- テクノロジーに**多額の投資を行う財務的体力が無い**製作会社が多い
- **作品の消費サイクルの早期化**に対応しづらい体制・商慣習(分業体制が取れない)
- 個社だけのDXではなく、サプライチェーン全体へのテクノロジーの導入が必要

③

多額の投資を受け止める受け皿の不足

- **多重の下請け構造で、クリエイターや製作スタッフに利益が還元されにくい**
- **既存の下請け構造の中でプロダクションにナレッジ・ノウハウの蓄積がなく、大きな資本を受け入れ高クオリティの作品を製作できる受け皿がない**

課題①：人材育成・人材離れ

- 世界水準の競争力とは、**企画力、マーケティング力、技術力、予算**。
- **日本市場の特殊性に最適化(ガラパゴス化)されてきた環境の抜本的な変革**が必要。

企画・脚本

- 脚本の仕立て、表現やテーマがガラパゴス化
 - ハイコンテキストな日本語
 - 説明が必要な背景設定
 - 決め台詞などの独特な構成
 - 抱き合わせキャストなどの独自の商慣行

技術

- 視聴デバイスの主流は4Kへ
→4Kの映像コンテンツを作る体制がないと、品質が不十分で二次利用ができない作品になってしまう
- アナログな制作工程
- 専門人材のキャリアパスがない

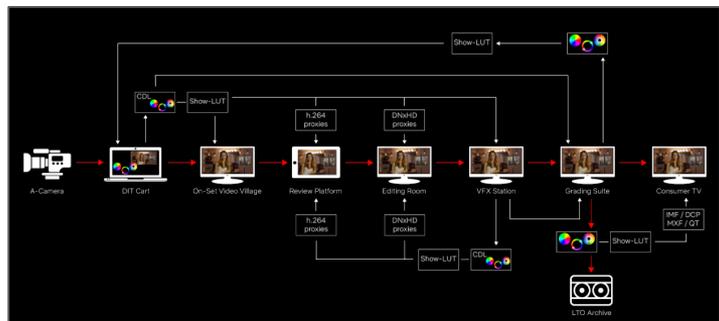
演技・演出

- 高品質な作品に共通する、演者の高い演技力やパフォーマンスレベル

世界水準で戦うためには、
**企画・マーケティング・
技術・演技・演出など、
制作のすべてにおいて変革
が必要。**

課題②：デジタルに対応した環境整備の遅れ

- アナログな製作手法により、現場の情報を効率よく後工程に引き継げないなど、**長時間を要する非効率な製作**になっており、**作品のクオリティも確保できていない**。
- 高効率・高クオリティの作品制作のためには、**早期のデジタル化が不可欠**



海外の製作体制

専門性の高い技術者の登用
(フォーカスカプラー)

カラーマネジメント

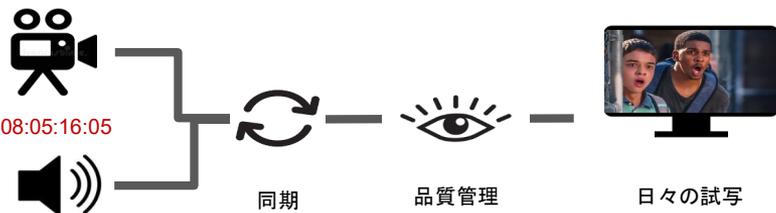
各工程で同じ色が再現できているか
技術的に確認する環境整備

映像と音声の同期

(タイムコードシンクロ)

制作工程の高度化

(撮影段階からのVFXの挿入)

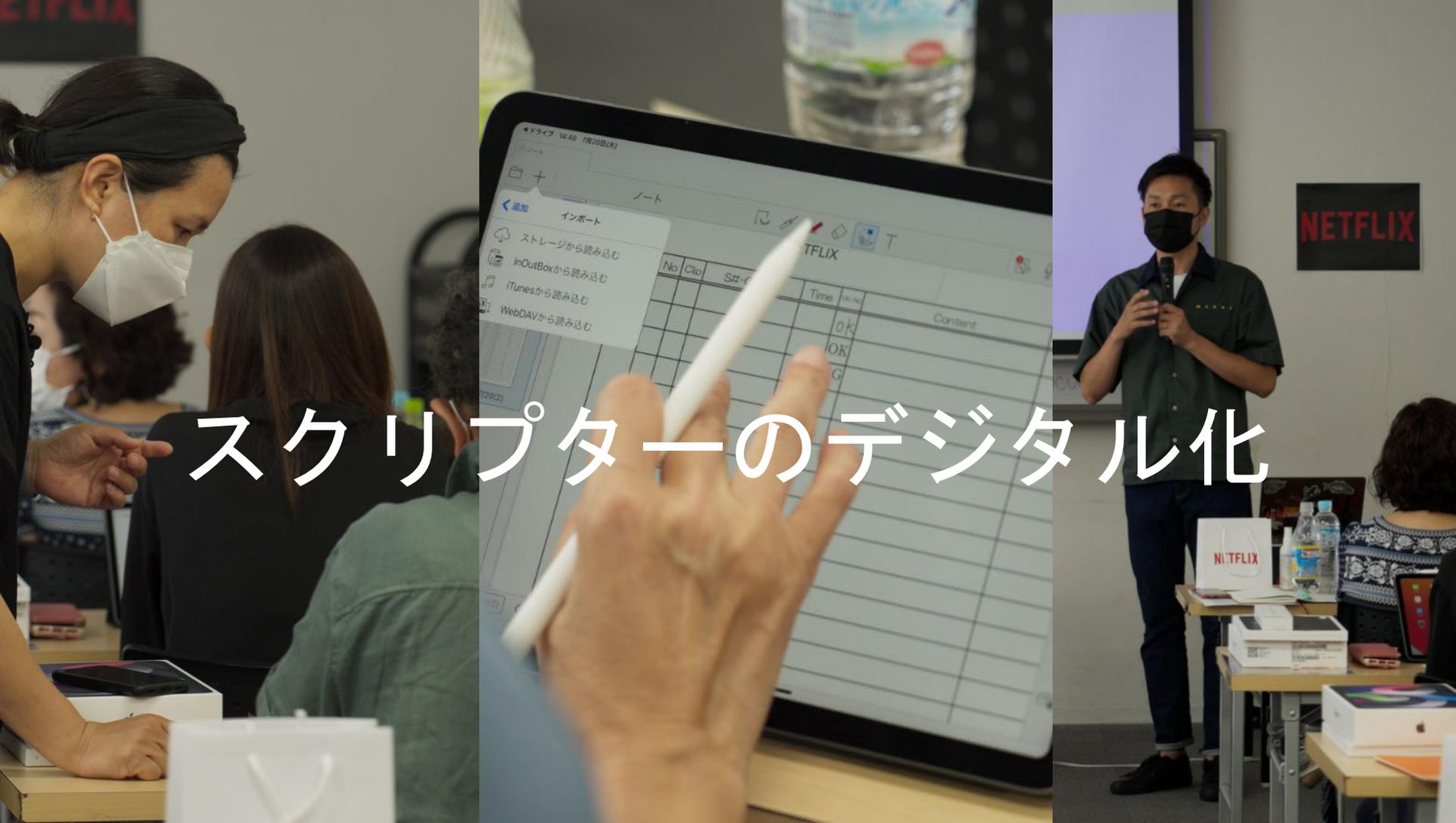


Netflix がグローバルで培ったノウハウの共有

QC・データ管理

スクリプター作業のデジタル化

バイブルワークショップ



スクリプターのデジタル化

4ドライブ 14:40 1月20日(木)

ノート

インポート

- ストレージから読み込む
- InOutBoxから読み込む
- iTunesから読み込む
- WebDAVから読み込む

No	Clip	Sh#	Time	Content
			OK	
			OK	
			G	

NETFLIX

NETFLIX

②最新技術の導入と技術的なトレーニングの実施

2021年

Netflix Virtual Production Open House

2022年

Focus Puller Workshop

2023年

ASC Master Class in Japan

業界にさががけて、Virtual Production Open Houseを実施



バーチャルプロダクションという技術が急速に広がっている。**インカメラVFX**といい、今までは後工程だったVFXの作業を撮影時に実現しようという試み。

最たるものが**LEDスクリーンの活用**。今まではグリーンバックで撮影し後で合成していたところを、今はLEDスクリーンであらかじめ投写しておくという手法が出てきている。

ただ、インターネットで検索しても、日本語でのリソースは限られていたので、実際観て、体験してもらうことは、新しいテクノロジーを進める大きな一歩となった。

N ASC Master class in Japan

growcreative



Erik Messerschmidt



Appendix

コンテンツ供給における多様な連携①

- 放送と動画配信は「相互補完的」な存在
- 映像作品は**地域の魅力を世界へ発信・訴求できる力**があることから、地域との連携も活発
- 放送・劇場映画、動画配信が相互に連携し、**視聴者の獲得の仕方**や**ビジネスのリクープの仕方**が多様化

「離婚しようよ」

2023年、全世界へ番組配信予定。
愛媛県のフィルムコミッションとの
タッグで制作



「バブル」

劇場とのコラボレーション
(劇場公開前独占配信)

コンテンツ供給における多様な連携②

- TBSホールディングス傘下の製作会社**The SEVEN**と**Netflix**は**戦略的提携契約を締結**。
- 今回のパートナーシップで、より大きな規模と予算で、THE SEVENはより自由な作品製作が可能に。そしてTHE SEVENの画期的な作品をNetflixの配信により、世界中に発信する。



ご清聴ありがとうございました

杉原 佳堯

ysugihara@netflix.com

