

(デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会
放送コンテンツの制作・流通の促進に関するワーキンググループ 資料)

自社制作番組の海外への展開と インターネット配信の課題



2024年1月26日

北海道テレビ放送株式会社



先駆番組

What's "LOVE HOKKAIDO" ?



北海道はコンテンツの宝庫です。
 新しい北海道を見つけ、笑いとお届けします。
 生まれ育った北海道に恩返しをするべく
 179市町村を巡ります。
 北海道の暮らしのために。

1997年HTB海外配信開始
 JET-TV「北海道アワー」
 アジアに雪を！

レギュラー放送



北海道



HTB

毎週土曜 11:10~11:40

台湾



國興衛視

毎週土曜 18:00~19:00 (繁体字字幕)

▶道内放送の3週間後に新作+旧作の2本立てでレギュラー放送中

出演



李強
 リ・チャン
 (中国 上海出身)



大野 ユリエ
 (札幌市出身)



ナレーション
 大野 恵
 (千葉県出身)



上海で北海道出身の女性と出会い、結婚。
 以来、北海道で暮らすことになる。北海道のことを
 最もよく知る中国人。北海道在住:22年

HTBの情報番組「イチオシ!!」のお天気担当。
 モデル、タレントとして札幌を中心に活躍中。
 管理栄養士の資格を持つ。北海道在住:22年

HTBアナウンサー。朝の情報番組「イチモニ!」の
 ニュース担当。北海道在住:11年



番組概要

放送エリアと放送時間 及び 配信展開



中国本土向け 動画配信



北海道エリア地上波



毎週土曜 11:10-11:40放送

中国本土向け 動画配信



2021年1月から配信開始

制作エリア放送は重要必須!

台湾エリア CATV



翻訳作業終了後、北海道から3週間遅れで放送

インターネット動画配信



地上波放送後、HTB公式チャンネル(HTBインフォ)で配信



番組公式SNS

ハワイ CATV



@Love Hokkaido/我愛北海道 日本語・英語 (フォロワー17,787)



@恋上_北海道 中国語 (フォロワー120,719)



@恋上北海道 中国語



@htb_lovehokkaido 日本語 (フォロワー503)



海外展開

アジア向け衛星放送(JET-TV)プロジェクト

「北海道アワー」

「地域の未来に貢献する」「アジアに雪を降らせる」というメッセージのもと、1997年にスタート。

北海道拓殖銀行破たん時期に重なる。

北海道の観光・食・生活文化を発信し、6ヶ国で延べ数千時間放送

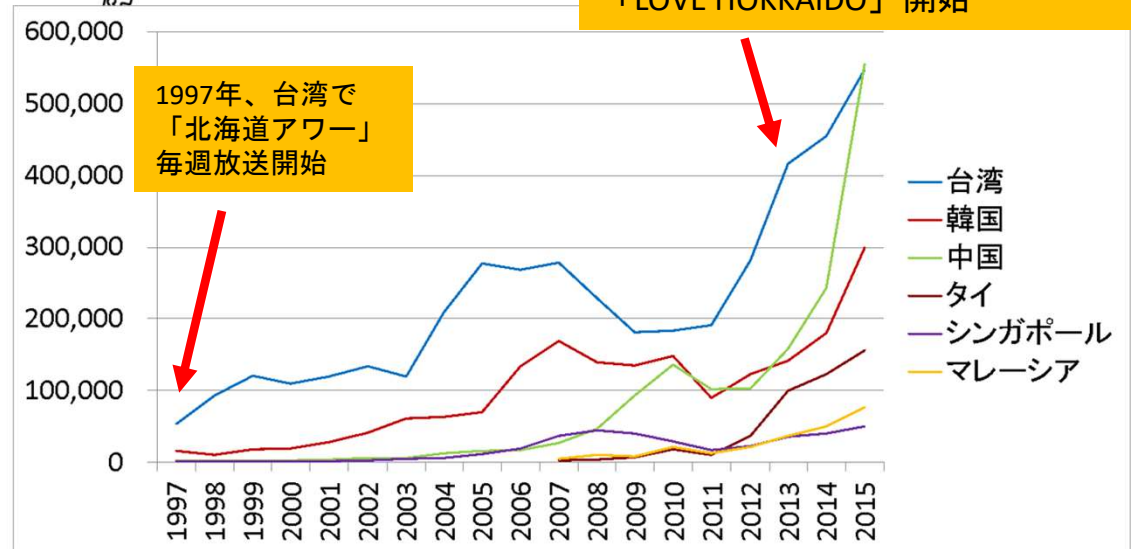


北海道を訪れる台湾の観光客はなんと5倍に増えました。
そのきっかけは台湾で放送された北海道を紹介する番組です。2013年総理大臣成長戦略スピーチ

「北海道アワー」放送開始後の台湾からの来道者数

台湾の観光客が急増！

2013年、「LOVE HOKKAIDO」開始



台湾きっかけで...

観光産業は1兆円から2兆円規模へ

地域活性化



海外PFとの展開

海外展開

自社以外のPFへの展開

NETFLIX

日本・韓国・香港・台湾

2019年日本民間放送連盟賞 テレビ部門 **グランプリ**
HTB開局50周年ドラマ

北海道のローカル局に巻き起こる「バカ粹」旋風!

チャンネルはそのまま! HHTV 北海道★テレビ

2020年 HTB・テレビ朝日ほか全国で放送!
1/5@12@19@午前10時~
3週連続放送!!!

Blu-ray 好評発売中!

© 佐々木倫子・小学館 / HTB



全世界配信

NETFLIX

シンガポールから世界へ

コロナ禍のオンライン見本市で
つながった会社と契約し実現



HTB開局50周年ドラマ
弁当屋さんのおもてなし

久保田菜美 新米営業 戸次重幸

2023年 2月25日(土) 午前10時40分~ (1時30分)

礼儀で見つけた、人生が変わる魔法のお弁当。
HTB開局50周年ドラマ
弁当屋さんのおもてなし

シーズン2

2024年 1月13日(土) 午前10時40分~ (1時30分)

※いずれも4話放送後一斉配信



ネット配信の重要性

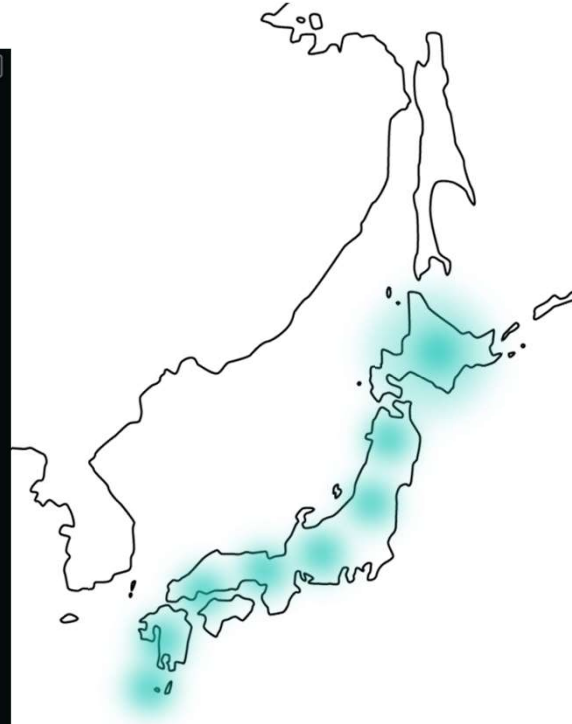
国内展開

自社プラットフォームでの配信展開



(旧システム 2012年～2022年2月)
外部事業者サービス

↓
2022年3月より
自社制作
プラットフォームへ



系列・独立U局番組販売

インフライト・教材販売等

自社PFと他社PFを活用

SVOD/TVOD



J:COM オンデマンド



AVOD/TVOD



自社管轄配信で利益最大化
コミュニティの確保と流入増

自社ECサイトとのID結合でマルチモール展開



国内→海外

ローカライズコストがかかり容易ではない

- ・ネイティブチェック等考えると自社でやるのは現実的ではない。
外注費用もコストになるので、費用対効果の問題あり
- ・ローカライズをPFまたはディストリビューター任せにすることもあるが
音声吹き替え(オーバーラップ)は役者さん側の権利難しい
- ・海外発信の際はBGM(店内放送)までも含めての権利処理が煩雑
付け替えが発生するとそれもコスト
- ・スーパー含めての特別な字幕用台本用意も煩雑
- ・PF間の競争などにより、一本単価が下がる傾向、費用対効果問題。

日本国内コンテンツ制作企業に対するローカライズ費用・
国別のコーディネートの国費による一括補填が必要



海外展開

放送コンテンツを活用しインバウンドを促進→映像コンテンツのインパクト大きい、
続けることで地方創生・自治体との連携強化につながる

- 海外放送局・配信PFなどを日本全体で放送コンテンツをまとめて販売
またはジャパンチャンネルなど地域の魅力ある放送コンテンツを視聴できる
海外向けオールジャパンの発信媒体が必要。(FASTやAVOD含む)
→海外見本市も費用負担感あって単独では参加できない各放送局の海外展開や配信において
必要となる権利処理や契約面を集中的・一元的にサポートする体制及びシステムは有効では。
- 海外共同制作の方がトレンドの可能性あるが、費用感で二の足。
→人材不足（ロケ地への補助サポートが潤沢な国も）
- DX支援とDX人材育成
→ワークフローのクラウド化、3DCGを使った制作、編集におけるAI活用など放送局のDXを推進
合わせて最新デジタル技術(VFX, 3DCG等)を活用し、コンテンツを制作するDX人材育成も
- ニッチ市場の開拓の方が地元経済が動く。海外発信事業見直すタイミングか
→自治体だけではなく、金融機関や一般企業なども組み合わせる。また、展開先の地上波、
ケーブル局、配信等環境の変化が早いため、効果測定も含めて、有効策がどんどん複雑に