

放送コンテンツの制作・流通 の促進に関するWG(第11回)

2024/01/26



海外展開を取り巻く状況

我が国の放送コンテンツを取り巻く環境は次の通り

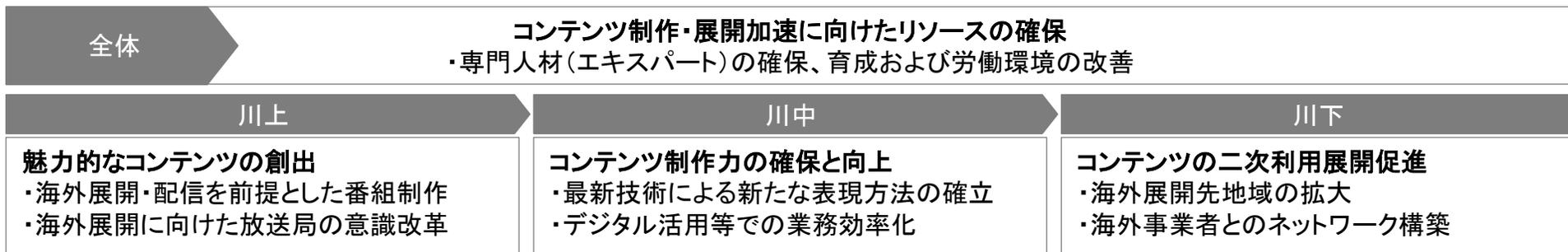
放送コンテンツの海外展開の概況

2021年度の放送コンテンツ海外輸出額は約655.6億円(前年度比84.5億円増)、「アニメ」を中心に「アジア」「北米」「欧州」で伸び、「インターネット配信権」が前年度比約23%増と全体をけん引。

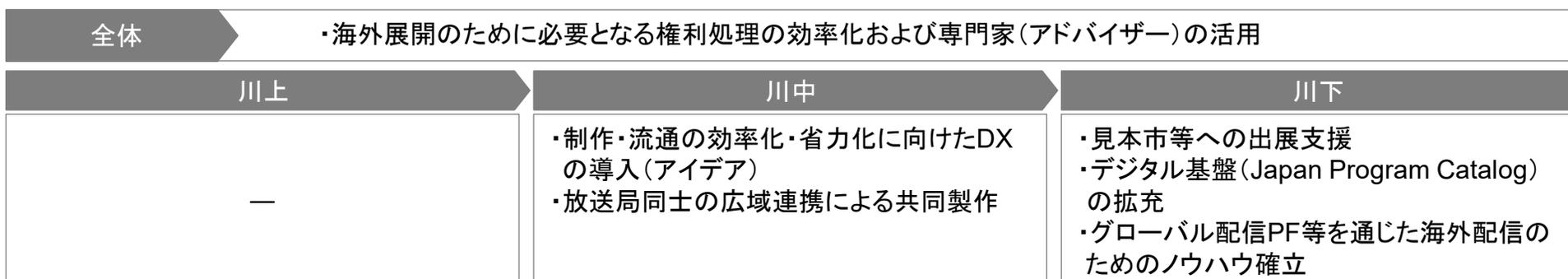
(赤枠)次のページでメインにご説明

コンテンツの各制作プロセスにおける課題

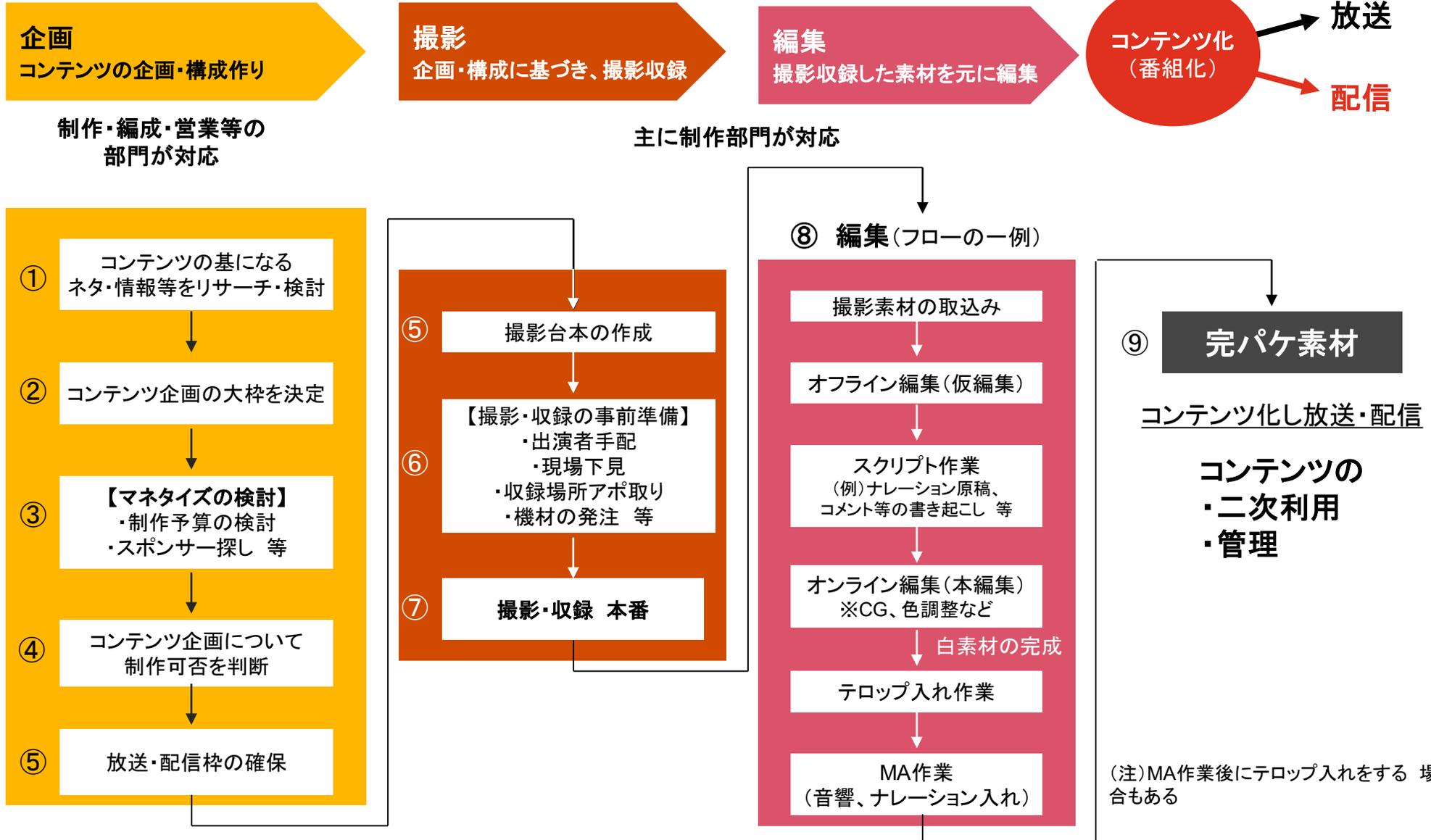
海外展開に向けた今後の課題



放送コンテンツを通じた我が国・地方の魅力の世界への発信を促進する方策の在り方



【参考】放送番組コンテンツの制作フローの概要



(注)制作フローは一例を示したものであり、事業者ごとにフローや用語に違いがあることに留意

海外展開に向けた課題の全体像

大手放送局などは既存番組などの海外販売は行ってきたものの、概して大きな収益を得られていないため、(大手だけではなく、業界全体で)更に積極的な事業展開(海外向け制作など)には躊躇が生じざるを得ない

	川上(全体)	川中	川下			
既存の番組販売以上の事業展開への疑問	<ul style="list-style-type: none"> ・ リスクリターンが不透明で、どの程度の投資をするべきかがはっきりしない ・ 誰に、何が(制作能力か製品(素材、番組、フォーマット)か)売れるか(売るべきか)わからない 	<ul style="list-style-type: none"> ・ やるとしても、自社には制作する資源はあるのか ・ あるとしたら、それは競争力があるものなのか ・ ないとしたら、調達可能なのか ・ 調達や維持には、どの程度の費用が必要か 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 見本市などへ参加しても、商談にどうしたらつなげられるのか ・ 配信プラットフォームなどとの交渉や契約などの知見をどう得るか ・ 自社で直接事業展開することはできないのか 			
上記疑問を解くために必要なアプローチ案	<ul style="list-style-type: none"> ・ ビジネスプラン(市場規模把握、ビジネスモデルなど)構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・ マーケティング・インテリジェンス(大手バイヤー編成計画情報の収集・理解) ・ 広域連携共同制作 ・ 制作工程DXの導入支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 権利処理、ローカライズのためのスキル・リソース確保 ・ 対象領域の拡大 ・ 見本市参加、バイブルなどの準備 ・ デジタル基盤の拡充 ・ 配信ノウハウ確立 			
これまでの検討状況	—	△	○	○	○	△~○

ビジネスプラン： ビジネスモデルを柔軟に考える

我が国・地方の魅力の世界への発信という放送局の役割を今後も果たしていくためにも、事業基盤強化が必要。例えば、海外放送局以外の事業者から、収益を得るモデルを検討してはどうか

例：日本型放送ビジネスモデル応用版の輸出： 初期の韓国テレビ番組のアジア展開などを参考に

- 1 海外展開を志向するスポンサー（企業・団体）と共に、国内放映番組＋スポンサー広告をバンドル
- 2 スポンサー企業が進出を予定する国の放送局に対して、番組制作者がアプローチ
- 3 スポンサーは番組制作者へ番組の海外展開費用を支払う
- 4 日本政府が番組のローカライズ費用を助成
- 5 進出予定国の放送局は、スポンサー（または番組制作者がスポンサーから得た海外展開費用の一部）からの広告費を得るのに加えて、番組を実質無償で提供を受け、対象国で放映

リスクリターンの可視化： フォーマットなど市場規模の推計

既存番組を販売する、番組制作を受託する、共同製作を行うなど、対象となる市場の規模やその構造を可視化することで、具体的な期待事業規模を設定してはいかがでしょうか

テレビ番組のフォーマット販売を支援するFRAPA(The Format Recognition and Protection Association)によると、90年代に急速に拡大したフォーマット販売市場は、2000年代初頭には数10億ドル規模になったという

2002-2003 €2.1B (≒3,380億円:€1=161円)

2006-2008 €3.1B (≒4,991億円:同上)

また、英国の研究者Chalaby(2015)の論文によると:

2004-2006 256フォーマットが1,310件活用で、31,397分の番組

2006-2008 445フォーマットが1,262件活用で、54,383分の番組

上記は、15年以上前の数値であり、現状とは異なるものの、構造変化も含め調査・推計の価値はあるだろう

【補足】個別施策提案

その他、各バリューチェーンへの対応施策として以下のような内容が考えられる

(1)DX人材育成 対応する主なバリューチェーン:全域

最新のコンテンツ制作技術(VFX、3DCG、インターネット配信など)を活用できる、放送局のDX人材の育成(状況に応じて、海外の制作現場等にも派遣)が必要ではないか。

→海外に通用する高品質なコンテンツ制作の実現、制作段階から海外展開を意識した番組やフォーマットづくりのきっかけ

(2)コンテンツ制作支援 対応する主なバリューチェーン:川中

①最新のDX設備を備えた高機能スタジオを整備し、放送局に開放(共同利用)してもらうことが必要ではないか。

合わせて、コンテンツ制作費も支援すべきではないか。

②業務フローのクラウド化、AIによる編集の効率化など我が国の放送局のDXを支援すべきではないか。

→高品質なコンテンツ制作環境の実現

(3)インターネット配信促進 対応する主なバリューチェーン:川下

①我が国の放送コンテンツを網羅したインターネット配信プラットフォームの実現を目指すべきではないか。

②海外展開を含め配信に際し必要となる権利処理や契約交渉を、個々の放送局で対応するのではなく、集中的に実施する体制および処理システムが必要ではないか。

→コンテンツのインターネット配信が進む中、我が国全体での海外展開や配信の円滑化・強化

(4)放送コンテンツによる地方の活性化 対応する主なバリューチェーン:全域

地方自治体と連携するなどした、地域に根ざしたコンテンツの制作・流通を支援すべきではないか。

→地方創生やインバウンドの促進

Thank you

www.pwc.com/jp

©2024 PwC Consulting LLC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network member firms and/or their specified subsidiaries in Japan, and may sometimes refer to the PwC network. Each of such firms and subsidiaries is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.