

委員会のはじまりに あたって

250306 青山学院大学 内山隆

Most expensive television series (cost per episode)				
Title	Year(s)	Est. costs (million US\$)		Ref.
		Unadjusted	2023 inflation	
<i>The Lord of the Rings: The Rings of Power</i> (season 1)	2022	58	60	[1][2]
<i>Stranger Things</i> (season 4)	2022	30	31	[3]
<i>She-Hulk: Attorney at Law</i>	2022	25	26	[4]
<i>Andor</i>	2022	20.8	22	[5]
<i>WandaVision</i>	2021	25	28	[6]
<i>Loki</i> (season 1)	2021	25	28	[7]
<i>Loki</i> (season 2)	2023	23.5	24	[8]
<i>Severance</i> (season 2)	2025	20	20	[9][10]
<i>House of the Dragon</i> (season 1)	2022	<20	<21	[2]
<i>The Mandalorian</i> (season 1)	2019	15	18	[11]
<i>See</i> (season 1)	2019	15	18	[11]
<i>Game of Thrones</i> (season 8)	2019	15	18	[12]
<i>The Sandman</i> (season 1)	2022	15	16	[13]
<i>ER</i> (seasons 6 and 7)	1999–2001	13	28	[14]
<i>Game of Thrones</i> (season 6)	2016	10	13	[15]
<i>The Last of Us</i> (season 1)	2023	10	10	[16]

Most expensive television series (cost per episode)				
Title	Year(s)	Est. costs (million US\$)		Ref.
		Unadjusted	2023 inflation	
<i>Game of Thrones</i> (season 2)	2012	6	8	[17]
<i>The Night Manager</i> (season 1)	2016	5	6	[18]
<i>Boardwalk Empire</i> (season 1)	2010	5	7	[17]
<i>House of Cards</i> (season 1)	2013	4.5	6	[11]
<i>House of Cards</i> (seasons 2 and 3)	2014–2015	4.23	5	[19]
<i>Hemlock Grove</i> (season 1)	2013	4	5	[20]
<i>Orange Is the New Black</i> (season 1)	2013	4	5	[20]
<i>Now and Again</i>	1999–2000	2.4	4	[21]
<i>Cheers</i> (season 10)	1991–1992	2.2	5	[22]
<i>Nash Bridges</i> (seasons 3 to 6)	1996–2001	2	3	[23][24]
<i>Miami Vice</i> (season 2)	1985–1986	2	6	[25]
<i>Stargate SG-1</i> (season 10)	2006–2007	2	3	[26]
<i>Stargate SG-1</i> (season 8)	2004–2005	1.7	3	[27]
<i>The Flash</i>	1990–1991	1.6	4	[28]
<i>The Young Indiana Jones Chronicles</i> (season 1)	1992	1.5	3	[29]
<i>Star Trek: Deep Space Nine</i> (season 1)	1993	1.5	3	[29]
<i>The Untouchables</i> (season 1)	1993	1.5	3	[29]
<i>Stargate Atlantis</i> (season 1)	2004–2005	1.5	2	[27]
<i>The Simpsons</i> (season 7)	1995–1996	1.5	3	[30]
<i>Stargate SG-1</i> (season 1)	1997–1998	1.3	2	[31]
<i>Dallas</i> (1978 TV series)	1978–1991	1.2	3	[32]
<i>Dynasty</i> (season 9)	1988–1989	1.2	3	[32]
<i>Falcon Crest</i> (season 6)	1986–1987	1	3	[33]
<i>Farscape</i>	1999–2003	1	2	[34]
<i>Afro Samurai</i>	2007	1	2	[35]
<i>Da Vinci's Inquest</i> (season 4)	2001–2002	1	2	[36]
<i>Space: Above and Beyond</i>	1995–1996	1	2	[23]

FX SHOGUN の衝撃

2

- ▶ 賞をたくさん取ったということもさることながら、
製作費 10話 1.94～2.50億ドル（1話あたり30億円強）の衝撃。
- ▶ 90年代から、米メジャーネットワーク、Netflix、アマゾンの製作費は桁違いで、他国の放送事業者は全く足元に及びませんが、

<https://collider.com/most-expensive-tv-series-ever-made/>

- ▶ 問題は、世界がインフレ傾向で製作費が上昇したのに対し、日本はむしろ“節約”してしまっている、真逆のベクトル。 韓国のほうが高くなっているとも聞きます。
- ▶ せめて、一旦は、90年代から00年代の水準（TVが輝いていた時代）までに戻せないか？という位の思いはあります。

← https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most_expensive_television_series

製作費では追いつけない日本の強みは、 豊富な I P ?

3

- ▶ ますます自社 I P を囲い込みたくなる誘因は大きい。
- ▶ 「自社 I P を守りたい」 vs 米巨大コングロマリットの「巨大製作費」「世界流通網」のジレンマ。
- ▶ 欧州主要放送局も2010年代後半に抱えたジレンマ。まだまだ明快な解は見出されていない状況であるが。

マクロのコンテンツ投資環境

それぞれの成り立ちの違いはあるだろうけれど、

視聴者目線でみれば、映画・放送・配信が混然としたなかで競争。

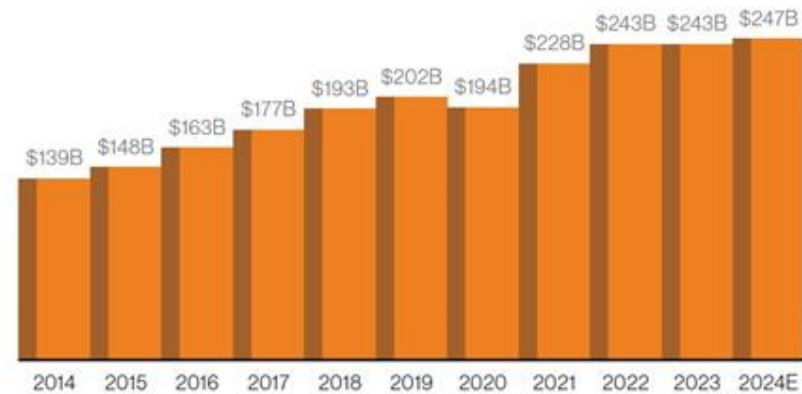
ネット配信という新メディア登場による量的拡大局面は終了。質的上昇局面へ。

世界的にコンテンツは量的競争から質的競争へ

5

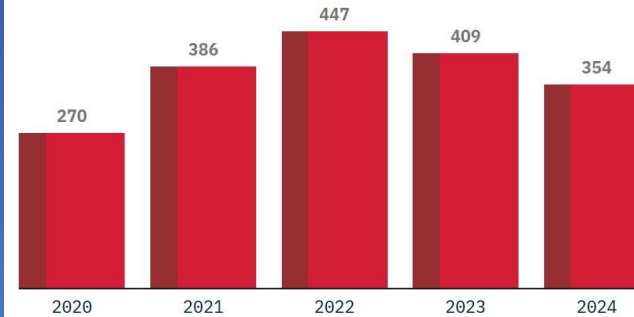
- ▶ 投資は頭打ち、新作が減りライセンス作品が増え、放送よりも配信事業者による投資シェアが上回る局面へ

Global Content Spend



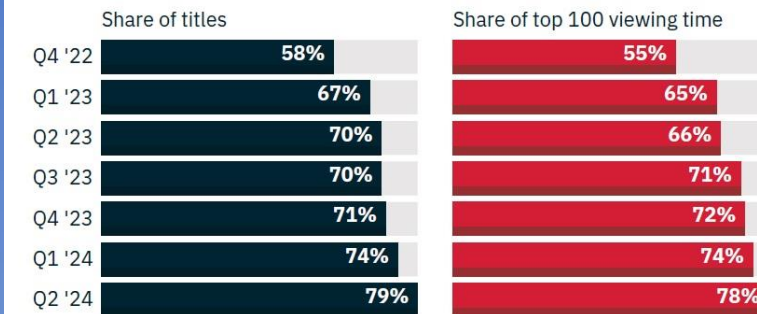
Source: Ampere Analysis; note: includes commercial broadcasters, public service broadcasters, pay TV groups, theatrical film studios, AVOD/SVOD streaming; 2024 figure forecast as of January 2024

Total Original Series Output on U.S. SVOD Services, H1 2020-24



SOURCE: LUMINATE FILM & TV, VIP+ ANALYSIS; NOTE: EXCLUDES KIDS CONTENT; TOTALS INDICATE NUMBER OF UNIQUE ORIGINAL SERIES RELEASED JAN 1-JUNE 30 OF GIVEN YEAR

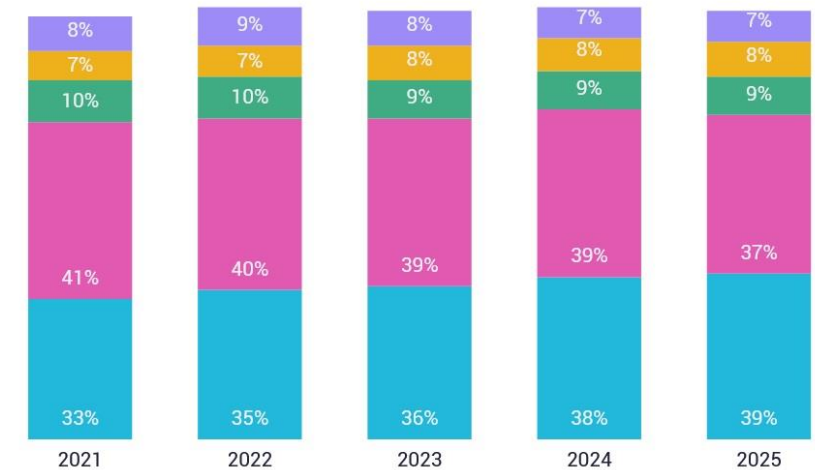
Licensed Content Share of Nielsen 100 Most Streamed Titles, by Quarter



SOURCE: NIELSEN, MOFFETT/NATHANSON

Variety VIP+(2024), "The Postwar Streaming Markets" September, 2024, p14, p21.

Global content spend by company type (% share)



Streaming services Commercial Broadcaster Public Broadcaster
Theatrical Studios Pay TV

Source: Ampere Markets - Content

Ingram, P., (2025), "Streamers to spend \$95bn on content in 2025, surpassing commercial broadcasters," Ampere, 04.02.2025

<https://www.ampereanalysis.com/insight/streamers-to-spend-95bn-on-content-in-2025-surpassing-commercial-broadcasters>

Variety VIP+(2025), "TV & Film Production Pipelines in Flux" February 2025, p10

ピークTV期の75%程度の製作量

6

The new market reality is '75% Peak TV'....



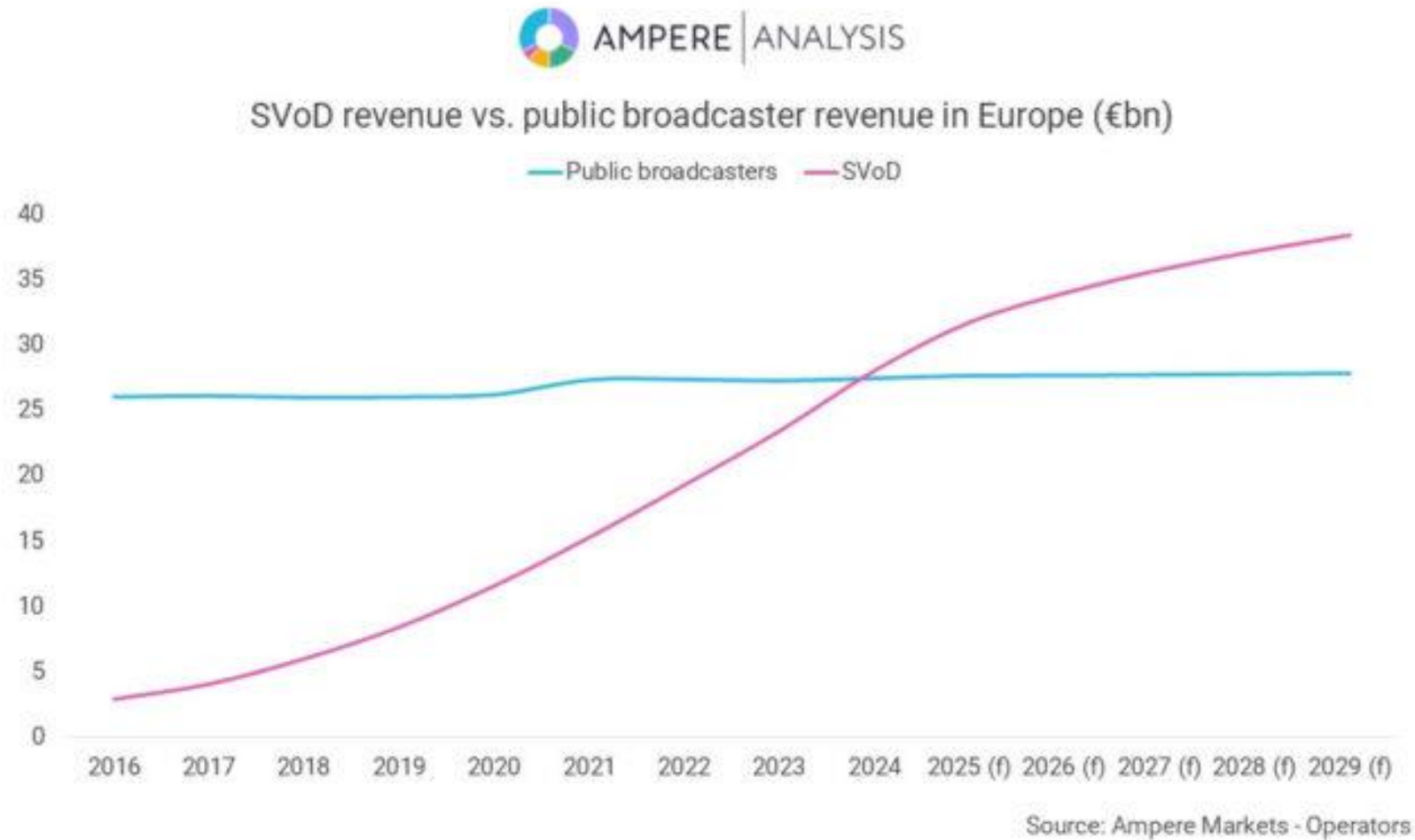
*excludes China. Shows first-run TV series orders by quarter

Source: Ampere Commissioning

Lang, J., & R. S. Ross, (2025), "Peak TV Is Dead, Long Live 75% Peak TV: Ampere Analysis Talks TV Trends at the Berlinale Series Market," Variety, Feb 17, 2025 1:13am PT, <https://variety.com/2025/film/global/ampere-analysis-film-industry-trends-efm-1236309292/>

欧州 放送事業収入 < 配信事業収入

7



有料ストリーミング（サブスク収入と広告）

>

PBSテレビの収益（税金、受信料、広告）

Corrigan, M., (2025), "Ampere: European streaming revenue overtakes PSB for first time," TVBEurope, March 4, 2025, <https://www.tvbeurope.com/media-consumption/ampere-european-streaming-revenue-overtakes-psb-for-first-time>

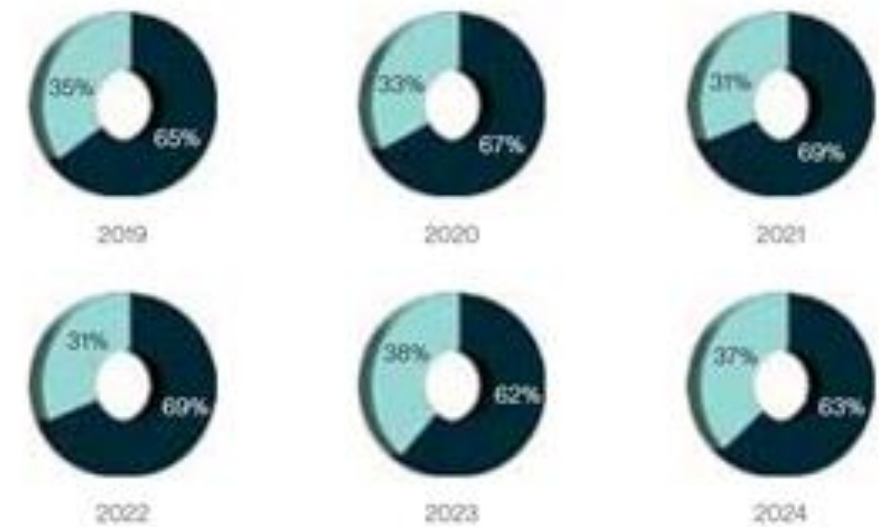
International Series Share of
Total TV Output, by Service



Source: Luminate Film & TV, Variety Intelligence Platform analysis; note: "total TV output" includes all original TV season premieres in given year.

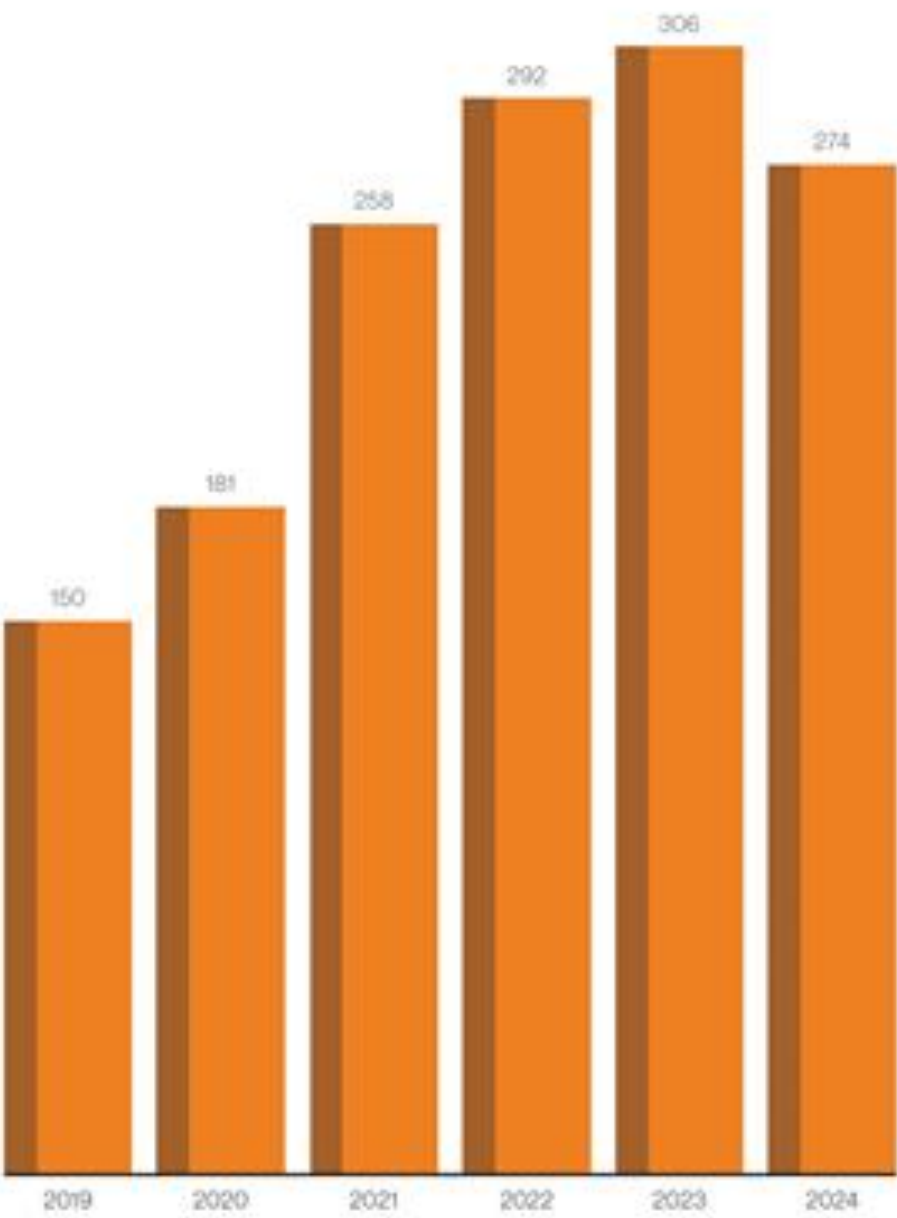
Language Breakdown of SVOD Series Released

English Non-English



Source: Luminate Film & TV, Variety Intelligence Platform analysis; note: excludes kids content.

Non-English-Language Series Released
on U.S. SVOD Platforms



Source: Luminate Film & TV, Variety Intelligence Platform analysis

非英語コ
ンテンツ
流通

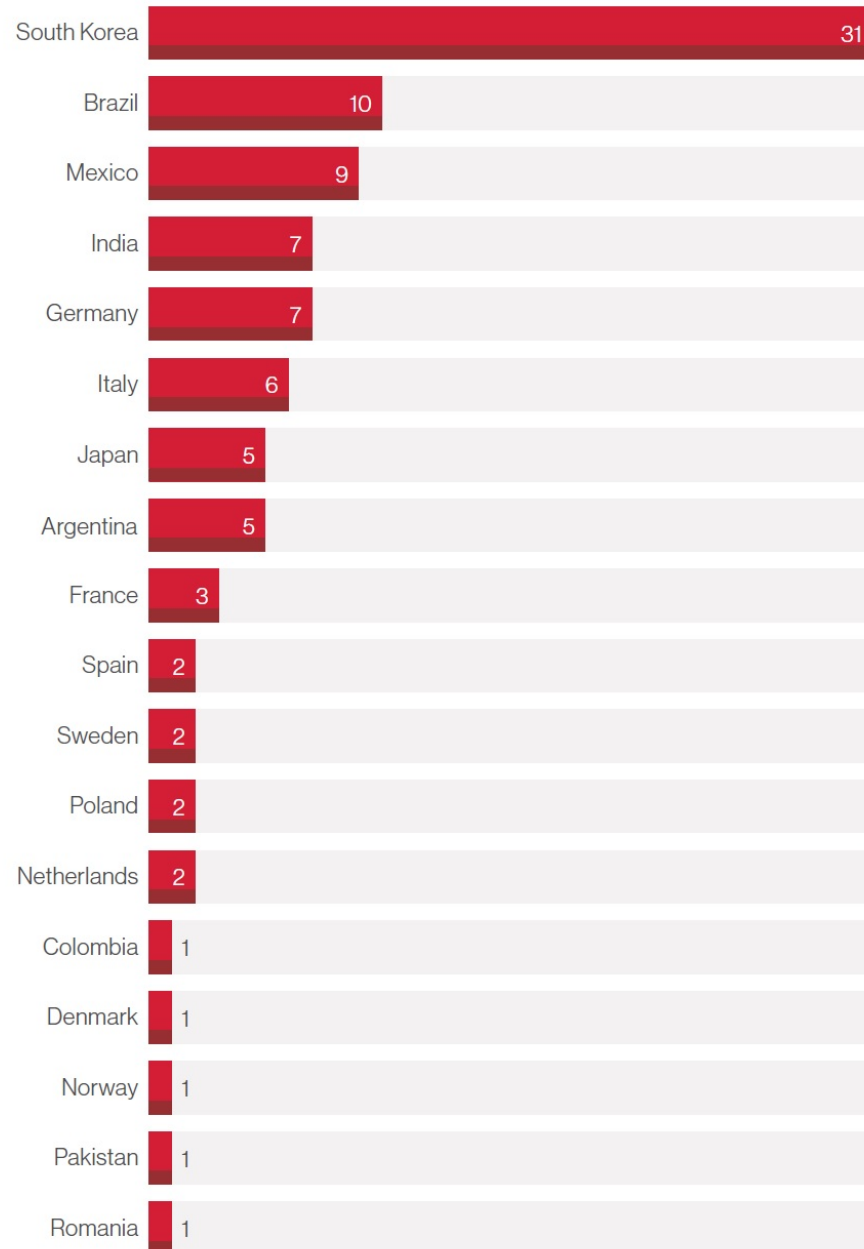
だいたい3〜4
割程度

Variety VIP+(2025), "TV & Film Production Pipelines in Flux" February 2025, p25.

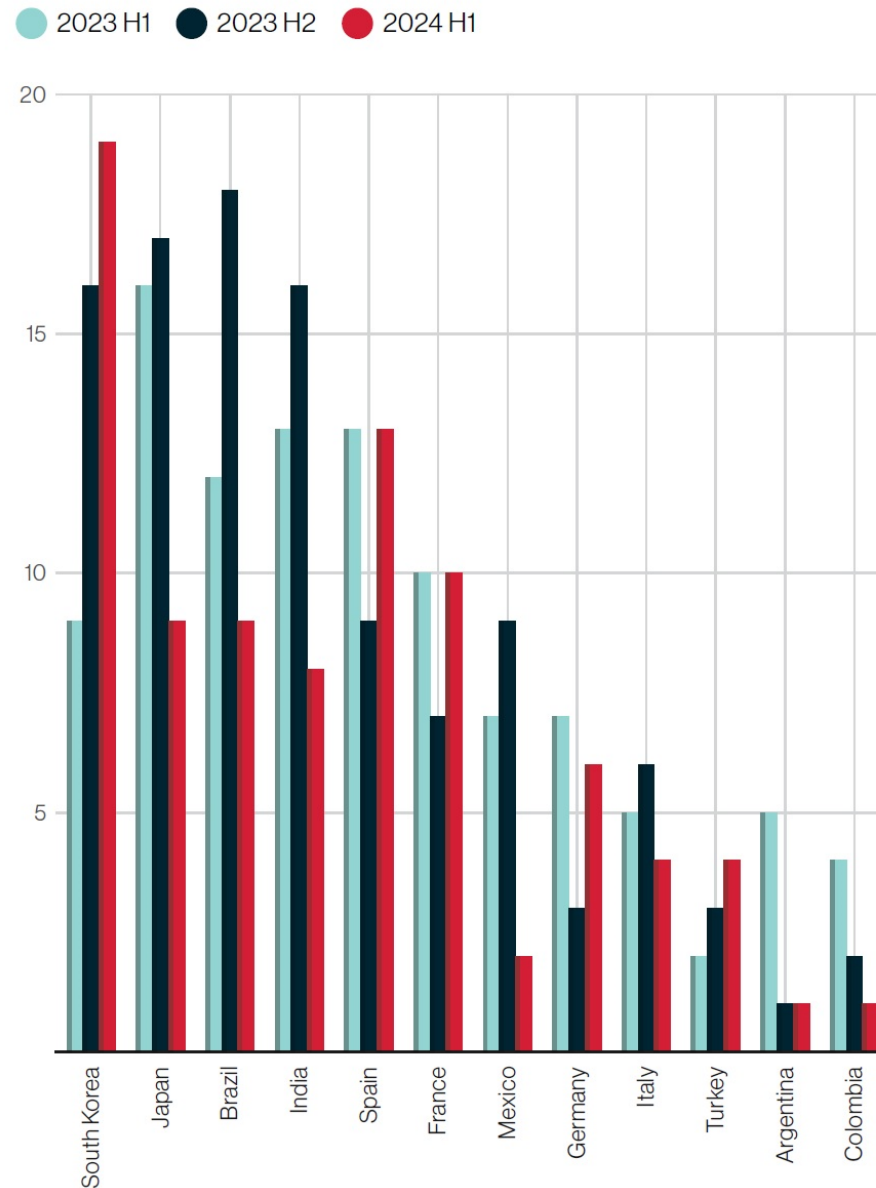
韓国突出

Variety VIP+(2024),
“The Globalization
of Streaming,”
November 2024, p8.

Upcoming Local Original Series on Major U.S.-Based SVODs, by Country



Local Originals Released by Major U.S.-Based SVODs, by Country



Source (both): Luminate Film & TV, Variety Intelligence Platform analysis

日本は配信時代にチャンスを逸した。

10

【命題】新しいメディアの登場によるメディア拡張期は、国際的プレゼンスを上げるチャンス。

- ▶ eg. 80-90年代 欧州放送民営化時代と、ケーブル・衛星放送時代に、突如増えた番組枠に対して番組制作供給不足となり、たとえ穴埋め的な扱いであっても、そこに大量供給できたハリウッド・ドラマと日本アニメ。

当時、アニメを視聴した子供たちが、今、Japan Expo(Paris), Anime Expo(L.A.)を仕掛けている。

- ▶ eg. 10年代 世界的ネット配信拡張時代に、ドラマを大量供給した韓国。

「ドラマといえば、韓国、英国、スペイン」という印象が

配信事業者や番販の世界では定着しているのではないか？

幸いアニメはまだ、レガシーも含めて、日本は存在感を主張している。

品揃えで勝負するフェーズ



質で勝負するフェーズ

「今、ココ」ではないか？

今日のお話 3つのレイヤーに分けるとして

11

【高エンゲージメント領域】

- ▶ 視聴者直接課金でも通用するようなコンテンツ
- ▶ Netflix, Disney+, maxがオリジナルで勝負したり、メジャーネットワークのPT/GT帯で流す作品のなかでも特に重点化されるもの。
- ▶ 日本であれば、やがてドラマ続編が映画化されるようなもの

【中エンゲージメント領域】

- ▶ 広告無料放送のなかで、視聴習慣性を作り出したいようなキラー・コンテンツ（投資的性格を有するもの）。
- ▶ PT/GT帯の作品でも、多少、低予算で競争せざるをえないもの。

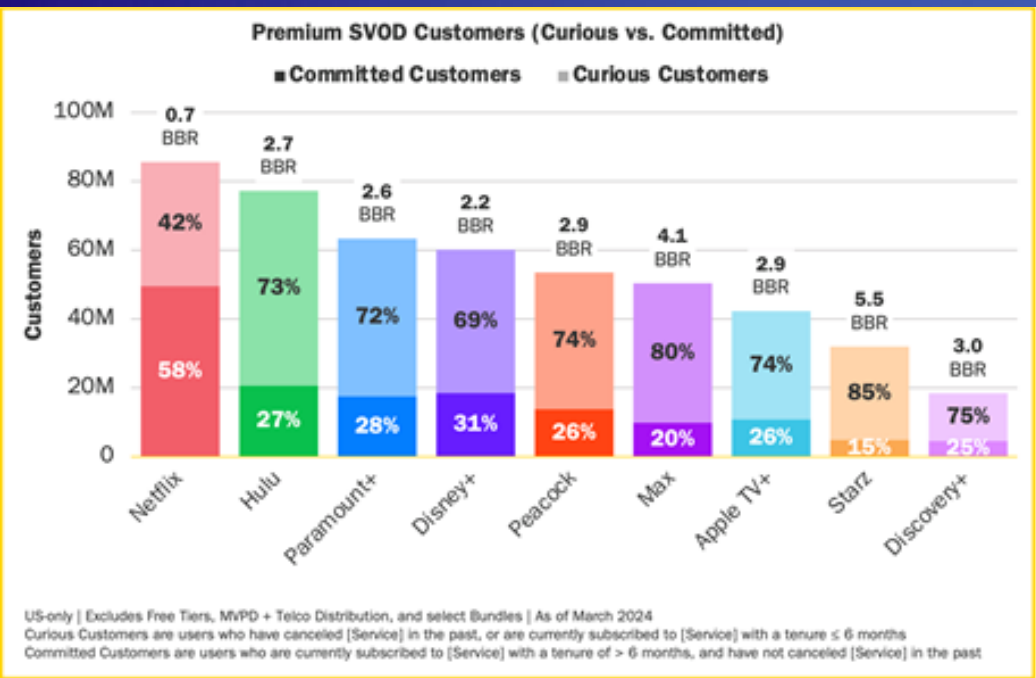
【コモディティ領域】

- ▶ 視聴習慣性のもとで、ながら視聴してもらえるもの。

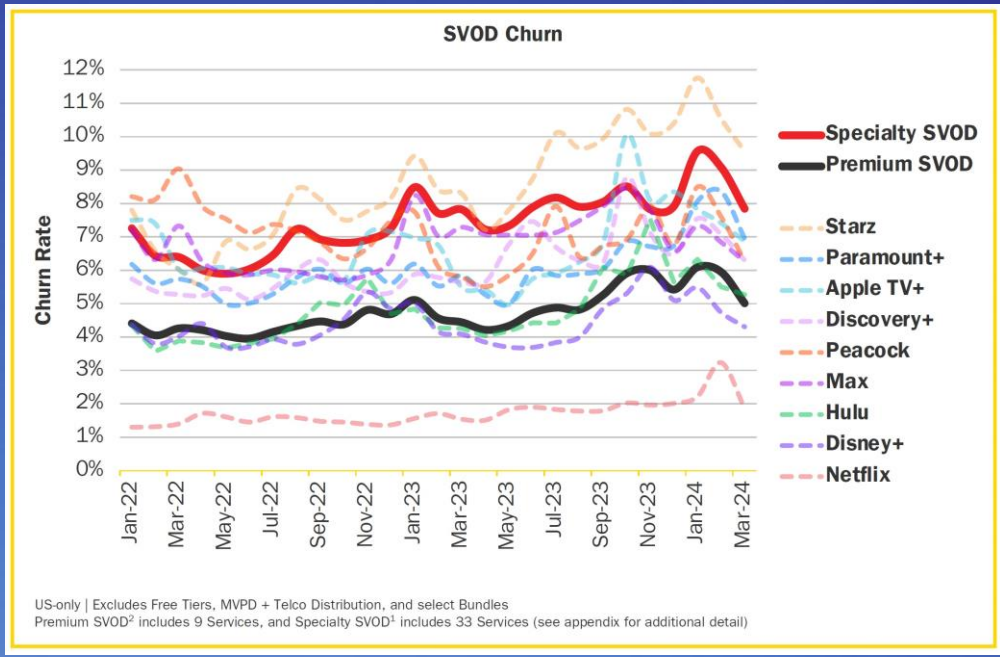
この辺を
ターゲット
にした
話です

高エンゲージメント領域でのネットフリックスの強さ

12

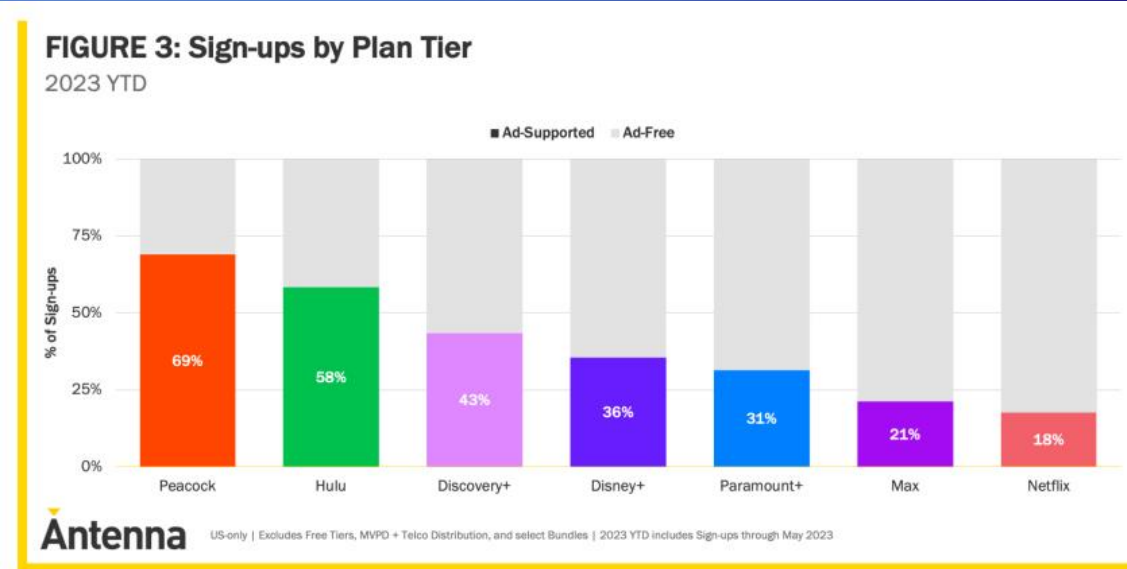


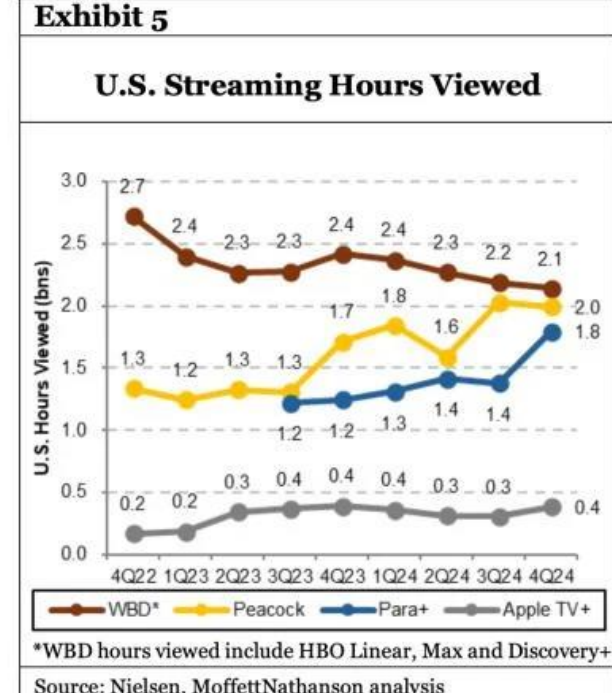
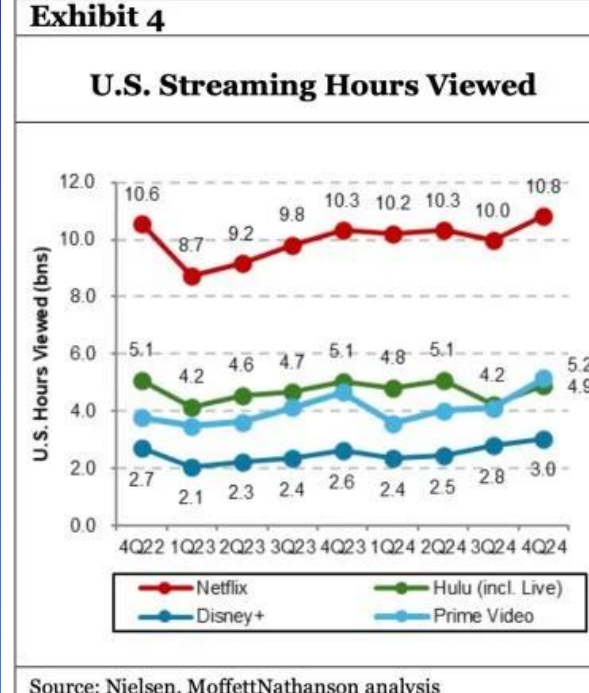
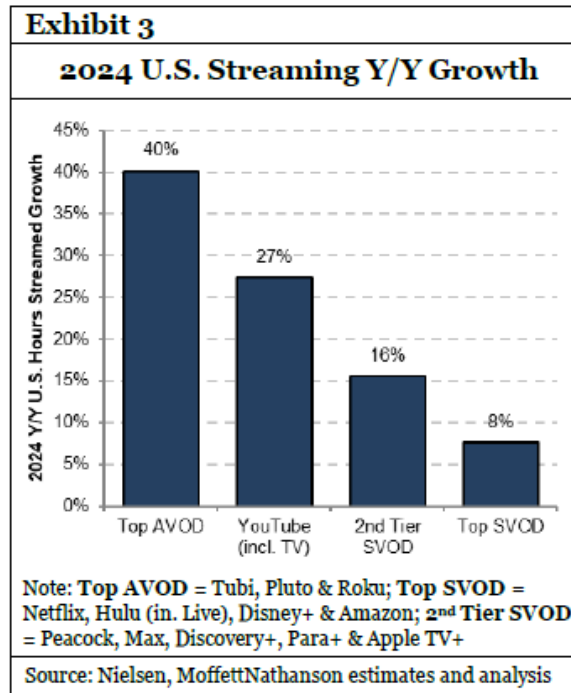
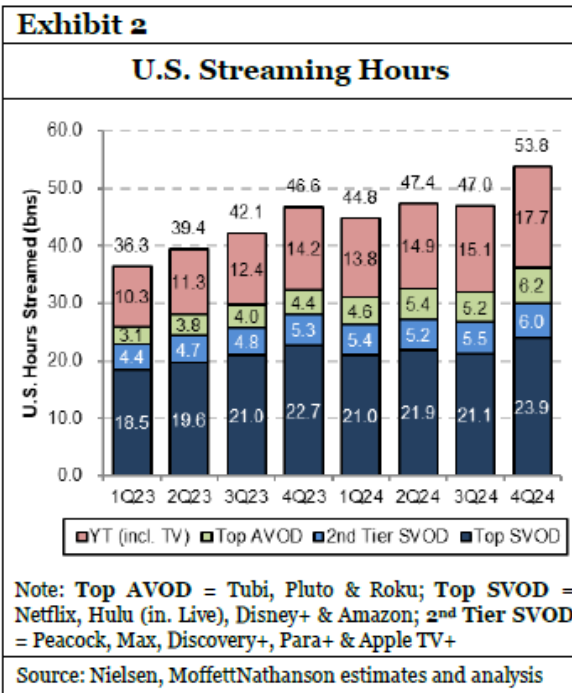
【長期継続契約者の多さ】。
Antenna(2024),”State of Subscription Pricing & Packaging (June 2024)”, p6.



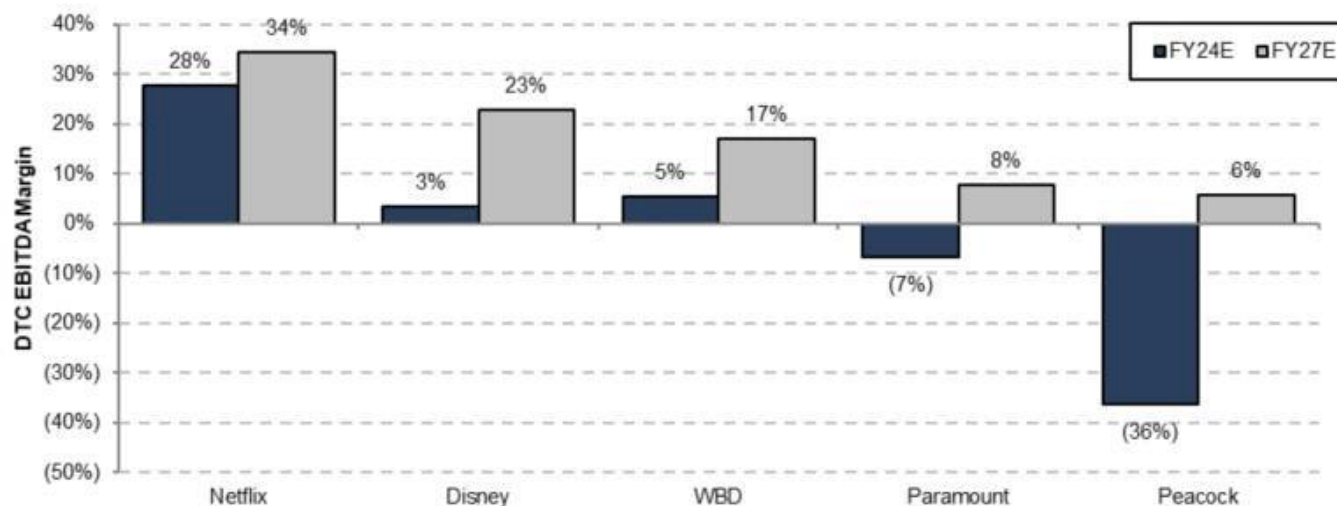
【解約率の低さ】。
Antenna(2024),”State of Subscription Pricing & Packaging (June 2024)”, P15.

【AVOD比率の低さ】。
“Antenna’s State of Subscriptions Report: Adds and Ads,” Antenna, June 28, 2023





DTC EBITDA Margins



ここまでやっても、Disney+ & Huluは、Netflix に次ぐ 2 番手評価。

Frankel,D.(2025), "Streaming Wars settled for now, with Netflix on top – analyst," StreamTV, Feb 13, 2025 11:10am,
<https://www.streamtvinsider.com/video/streaming-wars-settled-now-netflix-top-analyst>

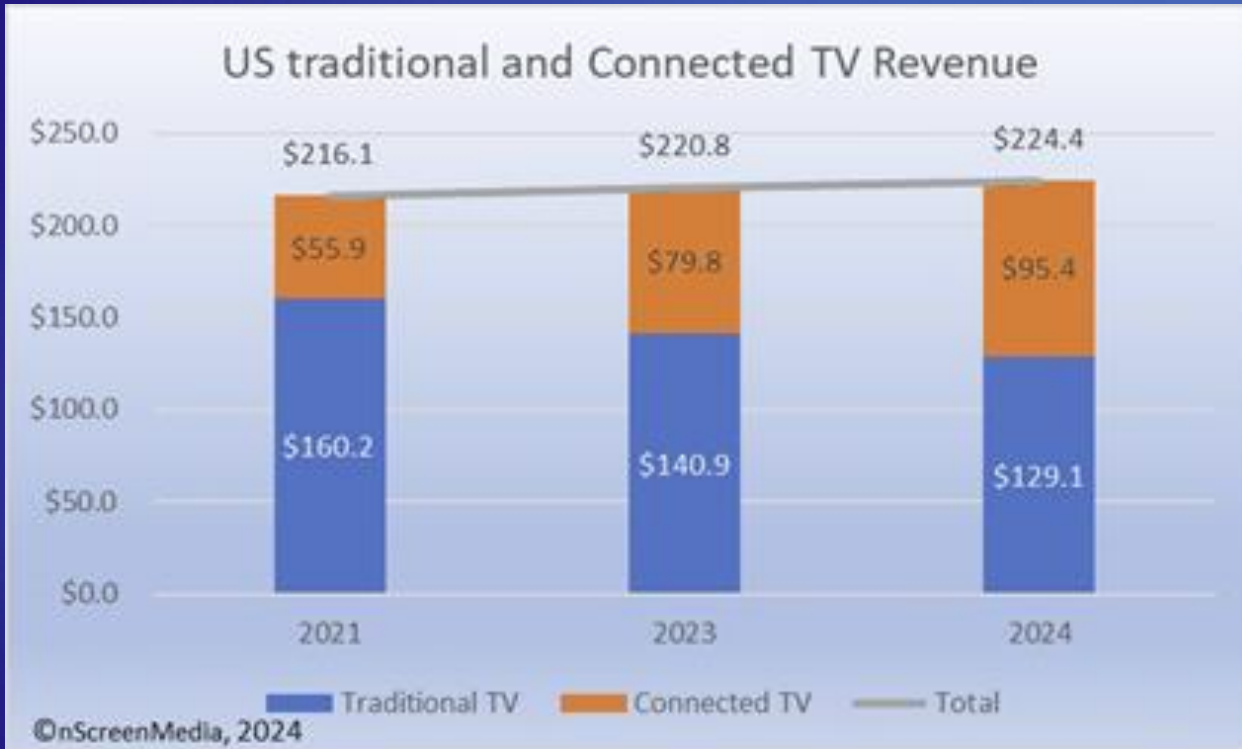
放送局の 売上の分散？ 断片化？

編成局資金だけでは、いよいよ限界では？

広告収入 リニアとデジタル

着実にデジタル・シフトは進む米国。
シフトしてもトータルを維持できるか？

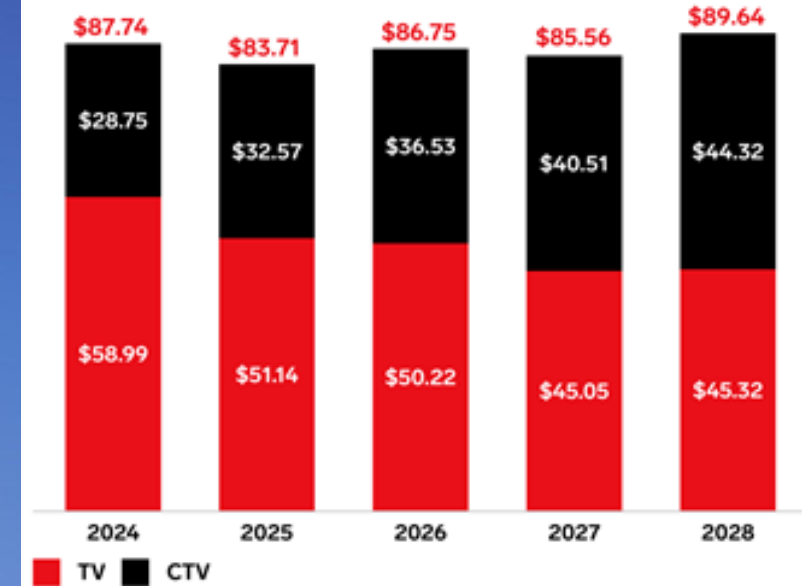
15



Dixon,C.,(2024). " Traditional TV sector lost \$12B in revenue in 2024," nscreenmedia, 17 Dec, 2024,
<https://nscreenmedia.com/traditional-tv-sector-lost-12b-in-revenue-in-2024/>

Connected TV (CTV) Will Account for All Growth in the Converged TV Market After 2024

billions in US linear TV and CTV ad spending, 2024-2028



Note: TV includes broadcast TV (network, syndication, and spot) and cable TV; excludes digital; CTV includes digital advertising that appears on CTV devices; includes display ads that appear on home screens and in-stream video ads that appear on CTVs from platforms like Roku and YouTube; excludes network-sold inventory from traditional linear TV and addressable TV advertising
Source: EMarketer Forecast, March 2024

350959

EMARKETER

eMarketer(2024), "Connected TV (CTV) Will Account for All Growth in the Converged TV Market After 2024," March 1, 2024,
<https://www.emarketer.com/chart/c/350959/connected-tv-ctv-will-account-all-growth-converged-tv-market-after-2024>

The Walt Disney Company													
セグメント別売上／利益		2024	2023	2022	区分変更	2022	2021	2020	区分変更	2020	2019	2018	2017
(in millions)													
売上													
全社		91,361	88,898	82,722		83,745	67,418	65,388		65,388	69,607	59,434	55,137
Linear Networks		10,692	11,701	12,828	Linear Networks	28,346	28,093	27,583	Media	28,393	24,827	21,922	21,299
	うち広告	3,676	4,159	4,877		9,128	8,853	8,252		6,374	6,965	6,586	8,129
DTC		22,776	19,886	17,975	DTC	19,558	16,319	10,552	DTC	16,967	9,386	3,414	3,075
	うちサブ	18,796	16,420	14,178		15,291	12,020	7,645					
	うち広告	3,707	3,260	3,614		3,733	3,366	2,357		4,477	3,542	1,311	n.a.
Content Sales		7,718	9,048	8,766	Content Sales	8,146	7,346	10,977	Studio	9,636	11,127	10,065	8,352
					(上記内部取引)	-1,010	-892	-762		-6,110	-1,958	-668	-613
Sports		17,619	17,111	17,270									
	うち広告	4,388	3,920	4,370									
	うちサブ	1,650	1,517	1,113									
Experience		34,151	32,549	28,085	Park	28,705	16,552	17,038	Park	16,502	26,225	24,701	23,024
営業利益（税引き前）													
全社		7,569	4,769	5,285		5,285	2,561	-1,743		-1,743	13,923	14,729	13,788
Linear Networks		3,452	4,119	5,198	Linear Networks	8,518	8,407	9,413	Media	9,022	7,479	7,338	7,196
DTC		143	-2,496	-3,424	DTC	-4,015	-1,679	-2,913	DTC	-2,806	-1,835	-738	-284
Content Sales		328	-179	352	Content Sales	-287	567	1,153	Studio	2,501	2,686	3,004	2,363
Sports		2,406	2465	2710									
Experience		9,272	8,954	7,285	Park	7,905	471	455	Park	-81	6,758	6,095	5,487
(上記のうち)													
広告収入（単純合計）													
		11,771	11,339	12,861		12,861	12,219	10,609		10,851	10,507	7,897	8,129
サブスクリプション収入（単純合計）													
		20,446	17,937	15,291		15,291	12,020	7,645					

【事例】

The Walt Disney Company

財務(10k)

Three-Tier System, Multi-platform Strategy

17

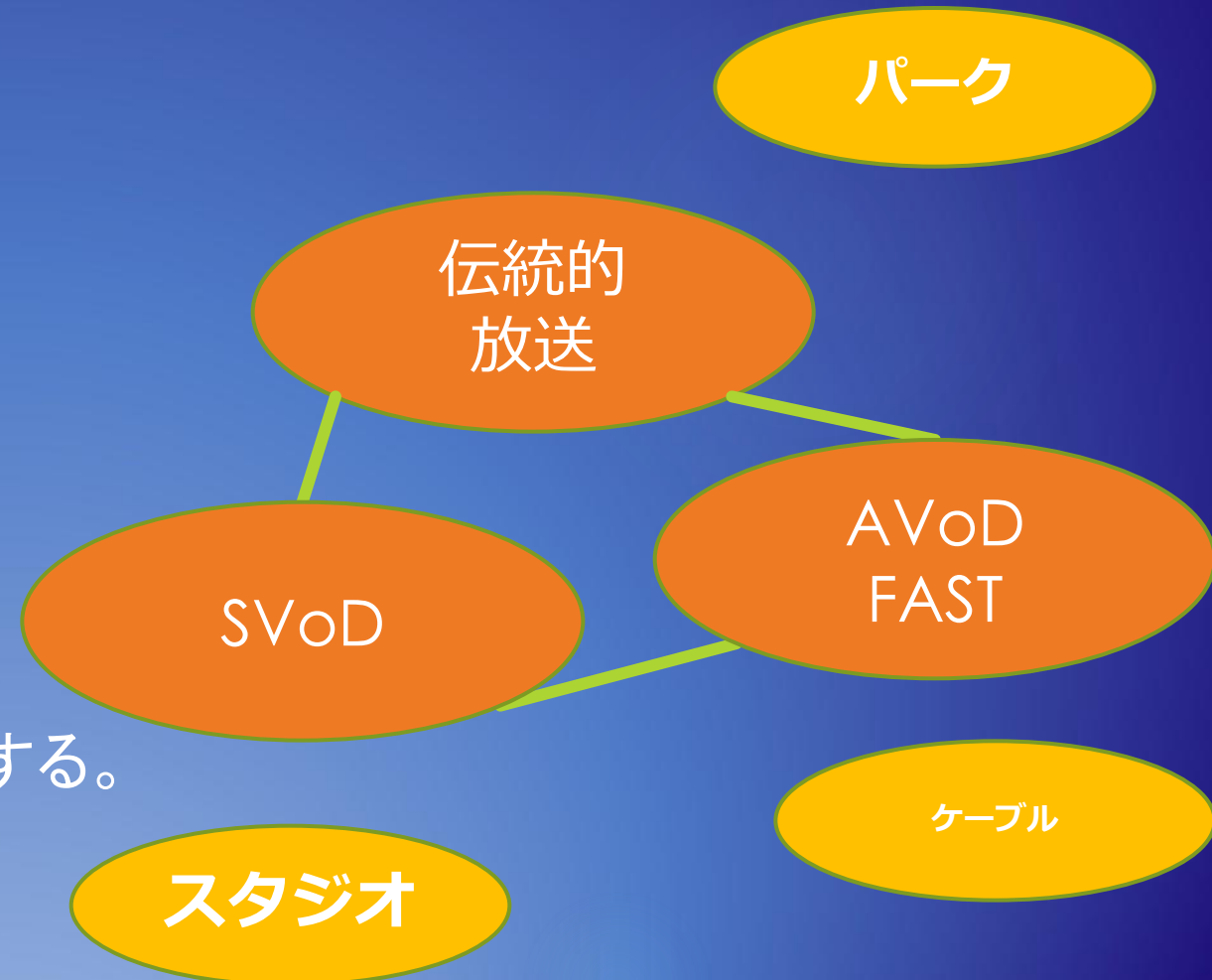
三層(SVoD, AVoD & FAST、伝統的放送)

今後のネットワークとしてのメディア収益は

- ・伝統的な放送での広告収入
- ・SVoDでのDTC収入
- ・FAST/AVoDでの広告収入

の3本立てとして、

・vMVPDでの多チャンネルサービス
をケーブル／衛星に代わるマルチユース先とする。

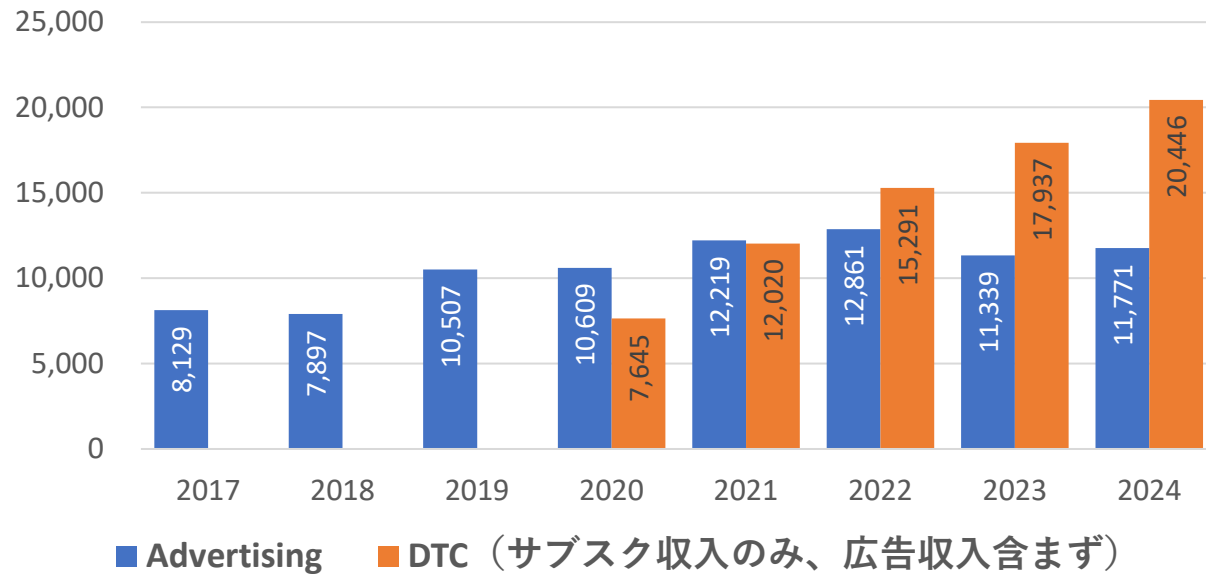


売上の・DTCシフト

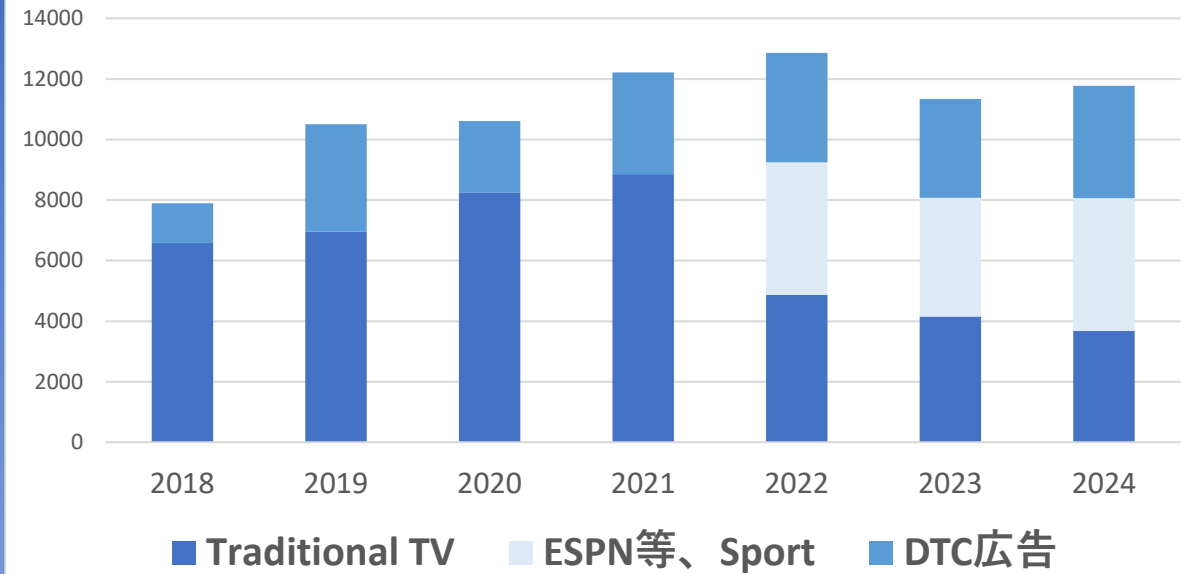
- ・ 広告売上の横ばい推移
- ・ 広告売上のデジタルシフト

18

ディズニーの広告売上とDTC部門売上 (mil USD)



ディズニー広告売上の内訳 (mil USD)



ファンド・レイジング

映画の教科書上の、標準的なファンド・レイジング手順

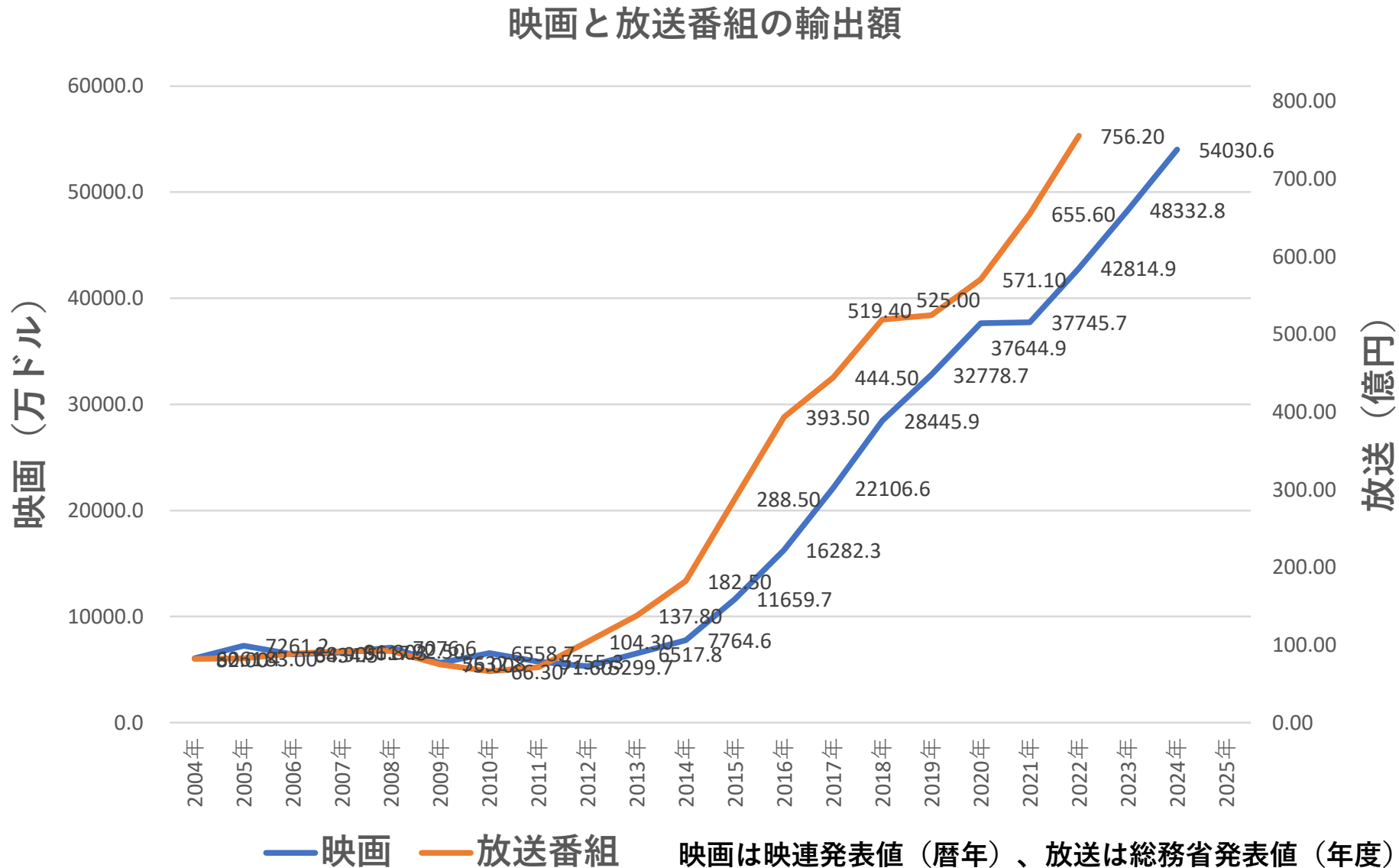
(もともとが映画用なので、多少、日本のテレビ向けにアレンジしなおしています)

20

教科書の項目	日本のプロの場合		アマチュア・新参者	
1. メジャー・スタジオへの持ち込み: Studio Finance	局Pなら編成局から与えられる予算。 またNetflix, Amazonのようなグローバル・プレイヤーへの持ち込み。		仮にコネクションがあったとしても、取り合ってもらえるか？	昔は脚本コンペがたくさんあった。また世界の映画マーケットにおける企画マーケット。
2. 配給権、放送権、配信権のプリセール (他媒体・他地域展開)	(この機能の再検討の可能性は?) 過去事例 フジテレビ “The Window”		実績の有無。	
3. 一般投資家からの出資: Equity Finance	これを引受ける金融機関が日本にはない。コンテンツ・ファンドは過去にも失敗した事例あり。	映画の投資収益の悪さ	クラウドファンディング	リワードをどう考えるか？
4. 他媒体からの出資	自局以外からの出資ならば、日本の場合は、 製作委員会 組成。		アマチュアにとっては選択肢にならない。	
5. 公的助成 Public fund	(世界的に、映画と比較すれば放送向けは数は減るが、報道とは切り分けて助成することは多いにある。)		コンペで賞金を狙うくらいか？	
6. 同業との共同製作 Co-Production	これも事実上の 製作委員会 組成。	いつものお仲間と、	みんなで少しずつ持ち寄って、、、。	
7. ギャップ・ファイナンス Gap Finance	日本で貸してくれる(同時に完成保証bondも行う) 銀行はいない？		銀行借入れは門前払いになるでしょう。	

わが国にとって伸びる余地のある職能？

21



- ▶ 外国への流通チャネル拡張？
- ▶ 外国と他媒体における、自コンテンツの価値の見積もり？
- ▶ プリセールする職能？ ピッチングの能力？

テレビ放送での収入を1次(1st WindowはTV)とした場合、その前後（0次開発段階、2次マルチユース）での展開を想定しないと、ままならない時代なのでは？

⇒ 展開先はテレビ以外の媒体や放送エリア外も含む。

⇒ 局主導では**他媒体・他地域展開**に限界があり、欧州では**有力放送局の直系の製作会社**が重要。

Rank	Company	Country	Final owner	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2023/2022
1	Banijay Group	FR	Lov/DeA/Vivendi	777.0	846.6	900.0	900.0	2,700.0	2,756.0	3,211.6	3,321.4	3.4%
2	ITV Studios	GB	ITV	1,708.0	1,805.6	1,887.8	2,075.7	1,539.8	2,047.5	2,457.9	2,494.9	1.5%
3	Fremantlemedia	DE	Bertelsmann	1,500.0	1,472.0	1,592.0	1,793.0	1,537.0	1,926.0	2,347.0	2,266.0	-3.5%
4	BBC Studios	GB	State of GB	0.0	1,599.9	1,557.0	1,565.8	1,406.3	1,916.4	2,417.9	2,128.5	-12.0%
5	Formula One World Championship Limited	GB	John Malone	1,312.5	1,269.0	1,233.9	1,432.2	821.5	1,410.8	1,787.1	n.a.	n.a.
6	Mediawan (estimate) ¹	FR	Mediawan	0.0	115.7	258.6	338.0	n.a.	1,000.0	1,000.0	1,300.0	30.0%
7	Mediapro	ES	Southwind Media	1,537.0	1,177.0	1,490.2	1,261.1	1,115.0	1,218.0	1,209.0	1,268.0	4.9%
8	All3Media (DLG Acquisitions)	GB	Discovery Inc/John Malone	588.6	682.4	759.5	848.5	737.8	1,008.1	1,197.1	1,144.1	-4.4%
9	Nordisk Film A/S (Egmont)	DK	Egmont Fonden	530.0	498.0	559.0	541.0	366.0	742.0	573.0	729.0	27.2%
10	StudioCanal	FR	Vivendi	416.0	467.0	462.0	462.0	360.0	474.0	383.0	463.0	20.9%
11	Highlight Communications AG	CH	Highlight Communications AG	405.2	337.1	460.4	437.6	387.3	470.1	521.3	433.5	-16.8%
12	TF1 (Newen Studios)	FR	Bouygues	392.8	411.3	424.2	398.4	323.9	335.6	427.9	329.4	-23.0%
13	Sky Studios	GB	Comcast	33.3	59.1	66.4	122.1	113.1	320.1	n.a.	n.a.	n.a.
14	Tinopolis Limited	GB	Tinopolis	260.1	247.9	257.2	307.0	211.9	242.4	278.4	n.a.	n.a.
15	Bavaria Film GmbH	DE	WDR	207.1	241.0	274.8	284.1	277.0	269.5	n.a.	n.a.	n.a.
16	France.tv Studio	FR	State of FR	65.3	71.8	101.9	137.3	165.2	n.a.	n.a.	197.4	n.a.
17	Independent Television News Ltd	GB	ITV plc	158.8	144.3	143.4	154.8	136.0	146.7	192.8	179.2	-7.0%
18	Iervolino & Lady Bacardi Entertainment	IT	Iervolino & Lady Bacardi Entertainment	0.9	1.1	34.6	80.0	120.7	152.3	161.0	172.6	7.2%
19	Gaumont	FR	Gaumont	188.7	177.0	196.2	212.1	154.0	266.2	217.9	172.2	-21.0%
20	ProSiebenSat.1	DE	ProSiebenSat.1 Media	421.0	523.0	552.0	652.0	620.0	491.0	355.0	158.0	-55.5%
21	SE Studios	SE	Bonnier Group	0.0	144.1	122.5	170.7	178.0	150.6	270.6	146.1	70.0%

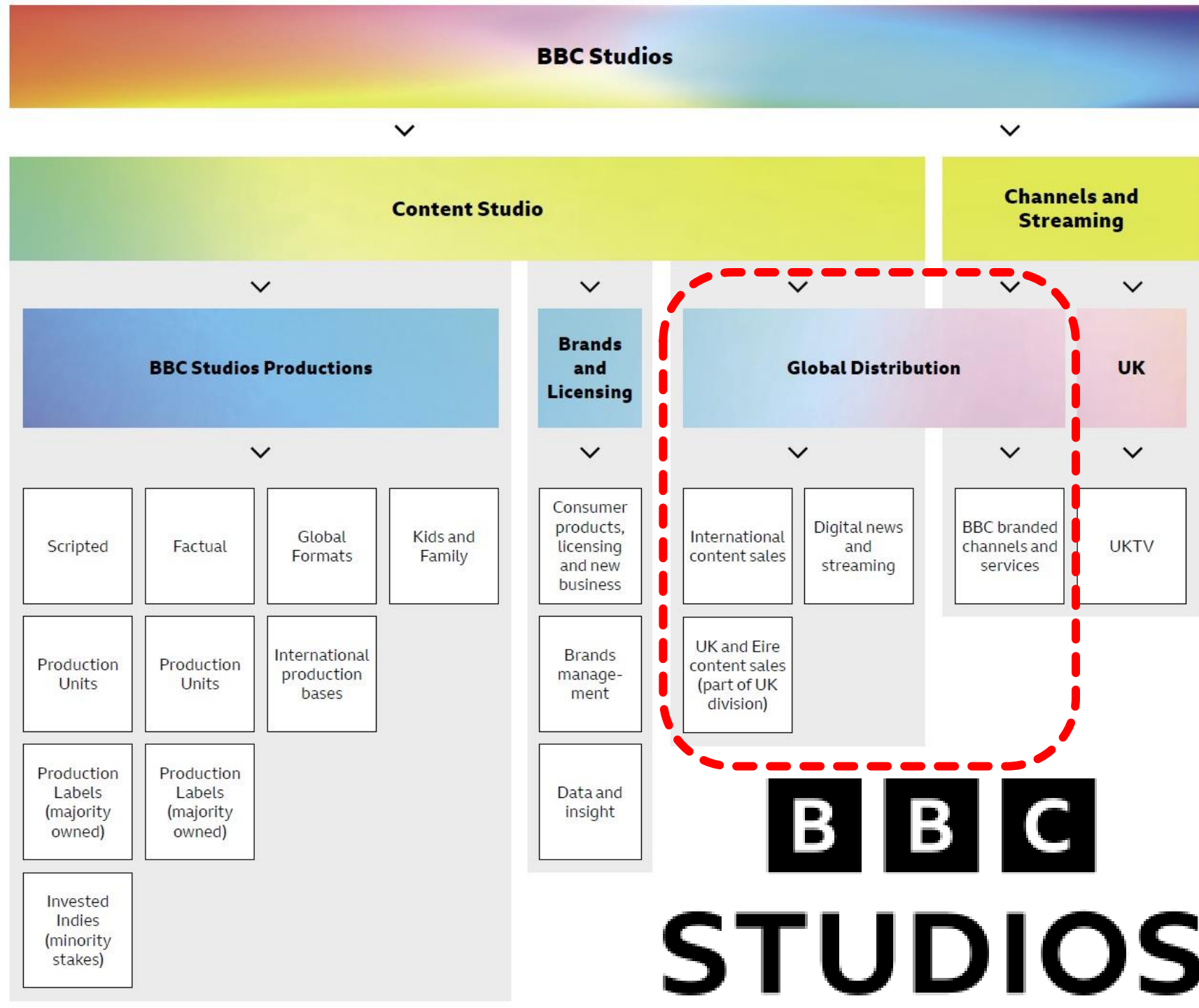
欧州主要
製作会社

営業収入
単位 € million

出典; European
Audiovisual
Observatory

外国と他媒体市場 を見積もる職能

- ▶ BBC Studiosならば、赤枠部分の職能（旧BBC WorldWideを統合した部分）。
- ▶ キー局の国際部、そこに入りする関係業者、JIB、BEAJなど、日本は、国家レベルでは、断片化している可能性はないか？
- ▶ 毎年のBBC Showcaseがもたらすノウハウ、情報、チャネル？



最近、britbox がこの職能を北米にて果たそうとしている。

24

BBC統合後のBritBoxについて、

- ▶ 「britboxの名前は、英国のプロデューサーたちによって、主要な委託先として頻繁に挙げられている。」「概して、BritBoxは北米の共同プロデューサーの役割を果たし、番組制作に必要な予算の重要な部分に資金を提供し介入することを目指している。これは、数年前にAMC、BBCアメリカなどが行っていたのによく似ている。」 Whittock,J.,(2025), "How International Alliances Are Reshaping TV Drama Financing," Deadline, February 24, 2025, 12:00am, <https://deadline.com/2025/02/international-tv-drama-new-world-order-1236295810/>



この記事の趣旨。"テレビドラマの資金調達に国際提携が貢献している"

- ▶ **Scandi Alliance** (ノルウェイTV2、デンマークTV2、スウェーデンTV4)
- ▶ **New8** (ドイツ ZDF, オランダ NPO, ベルギー VRT SVT, デンマーク DR, フィンランド YLE, アイスランド RÚV、ノルウェイ NRKで構成)
- ▶ 英国ドラマ製作者にとっての北米 **britbox**
- ▶ オーストラリア **Stan**

民間と政府 政府支援のあり方

支援のあり方 税制優遇、自動補助

26

《理想論》 ①政府と制度が内容にコミットメントせず脚を引っ張らず（主主義国家だから）、②結果としての多様性を確保し（言論・思想・文化を内包する分野なので）、③公的制度としての客観性を保つ（国費だから）、制度であること。

- ▶ 理想の3つの条件を高いレベルで満たす方法として欧・米の経験が行き着いたところが、**税制優遇**、または**自動補助制度**（もちろんもっとよい方法があるかもしれない）。
- ▶ ただしわが国では導入が難しい。税制優遇なら政策税制、自動補助なら特別会計的な仕組みが容易な環境、10年単位の継続性が見込めなければ、有効な制度にはなりにくい。

政府と民間（の境界線）

うちやま個人の考え方

27

- ▶ 元来、言論／文化／芸術世界への政府関与には、賛否があることは事実であるし、映像130年の歴史のなかでも揺れ動いていること（GATT、WTO、ユネスコ文化多様性条約、FTA、他）も事実。

- ▶ 巷でよく言われる「金を出しても口を出さず」

「市場の動きを追認・強調」する形の関与が境界線ではなかろうか？

Eg. 自動補助制度（“市場で評価された”プロデューサーに次回作品の支援）

税制優遇（活動の“結果”、生じる税（付加価値税、所得税）の控除や還付）

- ▶ ハイエンド（強い前衛性 and/or 市場リクープできない投資規模感）での、高い外部性や波及効果とリクープ困難。

政府支援 放送番組向けの支援例

【事例, 旧】ハイエンドTV減税(UK)

HETV TR(High End TV Tax Relief)

- ▶ 施行期間 2013年～2023年、この後、継承したものとして後述するAVEC
- ▶ 所管 ; DCMS, HMRC ⇒ BFI (British Film Institute)
- ▶ 放送時間あたり最低 100 万ポンド（約2億円）の基本支出を伴う脚本付きテレビ番組プロジェクトの場合、TV 制作会社 (TPC) は、英国の適格支出の最大 25% の支払い可能な現金払い戻しを請求できる。

【資格】

- ▶ 文化性テストで、35ポイント中18ポイント以上が必要。【英国関与の度合いを数量化）
<https://www.bfi.org.uk/apply-british-certification-expenditure-credits/cultural-test-high-end-television>
- ▶ （あるいは）英国共同製作作品としての認定（コモンウェルス諸国を想定）
- ▶ テレビ プロジェクトの中核支出の少なくとも 10% は英国の支出であること、他。

欧州では一般的な「文化性テスト」

30

- ▶ 番組／作品に使用される言語や会社、プロデューサー、監督、出演者、スタッフ等の国籍、ロケ地場所、他、に着目し、一定点数以上を得るものを「〇〇国製の作品」として認定するもの。
- ▶ 文化政策的な支援根拠で、必要なプロセスとして、EUは、各国が「文化性テスト」を実施することを求めており（：適正な競争を妨げないように）、各国がそれぞれの自国用の細目を定めている。
- ▶ 根拠 EU 欧州連合基本条約（TFEU）の第107条第3項(d) https://competition-policy.ec.europa.eu/state-aid/procedures_en および、https://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/ia_carried_out/docs/ia_2013/swd_2013_0455_en.pdf
- ▶ UKの場合 https://www.legislation.gov.uk/ukxi/2015/1449/pdfs/ukxiem_20151449_en.pdf#:~:text=Purpose%20of%20the%20Instrument%20.1%20These%20Regulations,provide%20in%20relation%20to%20these%20cultural%20tests.
- ▶ その他各国 <https://www.olffi.com/cultural-test/list.html>
- ▶ 放送は国別／地域別に存在する媒体なので、一種の「放送の価値」に対する考え方の一部にも寄与しているはず。

HETV TR サンプル

31

	HETRなし	HETRあり
番組からの総収入	£125,000	£125,000
番組の総支出	£110,000	£110,000
損益	£15,000	£15,000
法人税課税対象利益	£15,000	
法人税 (@19%)	£2,850	
追加控除 (概算)		£60,000
税額控除のみなし損失		£45,000
税額控除 (@25%)		£11,250

この例では、HETRを申請することにより、£15,000の利益を£45,000の「損失」に変えられる。
この「損失」は£11,250の税額控除を受けるためにHMRC（歳入関税庁）に放棄される。

HETRは、開発プロセスで発生した支出を強化することにより、追加控除 (deduction)を生み出す。この追加控除は利益を減少させるか、損失が発生させるか拡大させる。追加控除により損失が発生または拡大した場合、HMRCはこの損失を税額控除 (tax credit) のために放棄することを認める。従って、HETRを申請することで、企業は法人税を減額するか、税額控除 (payable tax credit) を受けることができる。

<https://www.creativetaxreliefs.com/uploads/file/Fact%20sheets%20April%202022/2%20-%20A%20brief%20guide%20to%20HETR.pdf>

【事例, 新】 AVEC (Audio-Visual Expenditure Credit) 概要

32

映画、テレビ、ビデオゲームに対する減税措置 (Tax Relief)が支出控除 (Expenditure Credit)に改革された。

- ▶ 視聴覚支出控除（AVEC）は2024年1月1日より施行。旧来の映画、HETV、アニメーション、子供向けテレビの減税措置に取って代わるもの。
- ▶ 映画、HETV、ビデオゲームは34%の率で控除を受けることができる（旧制度では25.5%に相当）。
- ▶ 子供向けテレビ番組、アニメテレビ番組、アニメ映画は、39%（旧制度では29.25%に相当）が控除の対象。
- ▶ 2024年4月1日以降、低予算映画向けの新しい拡張AVEC（IFTCとも呼ばれる）が導入、53%（旧制度では39.75%に相当）が控除の対象。
- ▶ 2025年4月1日以降、適格VFXコストの大幅適用上昇、2025年1月1日以降に発生した支出に対して39%（旧制度では29.25%に相当）が控除の対象。適格支出80%キャップの適用外費用ともなる。

【参考サイト】

- ▶ HMRC "Creative Industries Expenditure Credit Manual," Updated: 16 September 2024, <https://www.gov.uk/hmrc-internal-manuals/creative-industries-expenditure-credit-manual>
- ▶ BFI <https://www.bfi.org.uk/apply-british-certification-expenditure-credits/about-uk-creative-industry-expenditure-credits>
- ▶ BFC <https://britishfilmcommission.org.uk/plan-your-production/accessing-uk-tax-reliefs/>

AVEC 例 (HMRC)

33

	AVECなし	AVEC適用
番組のコア支出①	£ 250,000	£ 250,000
うち英国での支出	£180,000	£180,000
適格支出=①x80%		£200,000
AVECでの税控除額	(=② x 34%)	£61,200
当該事業での損益	£ 10,000	£ 10,000
課税対象利益	£ 10,000	£ 16,200
一般法人税率25%	£ 2,500	£ 4,050
追加控除		-£61,200
納税額 (還付額)	£ 2,500	-£57,150

② どちらか少ないほうを適用

分野ごとにパーセンテージは異なる

Apply to the production of:	Relief (Film, Television, Video Games, Theatre, Orchestra, or Museum & Gallery Tax Relief)	Expenditure Credits (Audio-Visual Expenditure Credit (AVEC) or Video Games Expenditure Credit (VGECE))
Film	Film Tax Relief (FTR)	34% AVEC
Low-budget British Films	Film Tax Relief (FTR)	53% AVEC (For expenditure incurred on or after 1 April 2024)
Animation	Animation Tax Relief (ATR)	39% AVEC
High-end TV	High-End TV Tax Relief (HETR)	34% AVEC
Children's TV	Children's TV Tax Relief (CTR)	39% AVEC
Video Games	Video Games Tax Relief (VGTR)	34% VGECE
Theatre	Theatre Tax Relief (TTR)	TTR, OTR and MGETR are unaffected by the reform to expenditure credits.
Orchestral performance	Orchestra Tax Relief (OTR)	
Museum & Gallery Exhibitions	Museum & Gallery Exhibitions Tax Relief (MGETR)	

参考

“CREC063100” in HMRC (2024), “Creative Industries Expenditure Credit Manual,”

Updated: 16 September 2024, ch.6,

<https://www.gov.uk/hmrc-internal-manuals/creative-industries-expenditure-credit-manual>

<https://www.rossmartin.co.uk/creative-industry-zone/1135-creative-industries-tax-reliefs> 2024年10月10日

AVEC 例 (ロス・マーティン社)

34

	AVECなし	AVECあり
番組の総支出①	£ 1,000,000	£ 1,000,000
うち英国での支出	£850,000	£850,000
適格支出=①x80%		£800,000
AVECでの税控除額② (=34% x 800,000)		£272,000

どちらか少ないほうを適用

【利潤が発生している場合】

当該事業での損益③	£ 1,200,000	£ 1,200,000
課税対象利益 = ③ + ②	£ 1,200,000	£ 1,473,000
一般法人税率25%	£ 300,000	£ 368,000
追加控除②		-£272,000
納税額	£ 300,000	£96,000

【損失が発生している場合】

当該事業での損益④		- £ 200,000
AVECでの税控除額②		£ 272,000
課税対象利益 = ④ + ②		£ 72,000
一般法人税率25%		£18,000
控除額	= ② - 18,000	£254,000
	= ② × (1-0.25)	£204,000

【出典】

<https://www.rossmartin.co.uk/creative-industry-zone/7583-creative-industries-avec-worked-example>

<https://www.rossmartin.co.uk/creative-industry-zone/7599-creative-industries-avec-worked-example-with-losses-2>

少ない方の控除額 £ 204,000 に制限。差分 £ 50,000 (254,000 - 204,000) は、グループ控除のために引き渡すか、次の会計期間に繰り越すことができる。

民間と政府 プリセールス機能

どこに政策支援のフォーカスを当てるか？

36

①開発 ②制作 ③流通展開

- ▶ 数百億円単位の政策予算を持つ(eg, フランス、ドイツ、韓国、等)ならば、全方位の支援は可能であるが、数十億円単位ならば、フォーカスが必要
- ▶ 日本が米巨大資本の前で、守るべき／伸ばすべき強みは“豊富なIP”と考えるならば、（B 2 B取引の中に閉じることになるが）I P 自体を価値あるものにしていく必要性。
- ▶ わが国にも“投資減税制度”自体はある。ただコンテンツはその対象になっていない。

ワークフローを次のように仮定して

37

開発
development

above the line の内容開発

開発 企画・基本の座組

脚本開発

ロケ地開発

プリセール、他、資金調達

他

制作
production

制作 プリプロ(below the line)

撮影

ポストプロ

展開
distribution

展開 放送

配信

パッケージ

イベント

マーチャンダイジング

他

開発フェーズ支援

プリプロ以前(大型の費用投下前)のリスクの少ない段階での支援によって、全体のリスクを下げつつ、多様性を促進する。

- (オリジナル)脚本制作支援
シナハンなど必要経費に対する支援。お金の使途の性格的には社会学の大学の先生の研究費的。
- 脚本制作および(著作権等の)権利買付けのためのつなぎ融資
脚本が“売れる”まで、“映画化が決まりアドバンス、または興収が発生するまでのつなぎ融資

欧州の対米・劣競争優位の一因として、開発段階の弱さを指摘 cf. Finney(1996), *The State of European Cinema*, p17

ハリウッド・メジャー: 総予算の7%前後を開発段階へ

欧州: 1-2%位

EUによる支援(下表)では、制作支援は持たず(各国が実施済み)、開発支援、配給・興行支援、教育訓練支援の3点に特化。

Table 3.1 History of European Union Programs in the Audio-Visual Sector

Period	Program(s)	Budget	Key Areas of Support
1991-1995	MEDIA I	€200 million	Transnational collaboration
1996-2000	MEDIA II	€310 million	Training, development, and distribution
2001-2006	MEDIA Plus	€454 million	Development, distribution, and promotion
2007-2013	MEDIA Training	€59 million	Networking between training partners
	MEDIA 2007	€755 million	Distribution, development, promotion, and training
2008-2010	MEDIA International	€8 million	Cooperation with third countries
2011-2013	MEDIA Mundus	€15 million	Cooperation with third countries
2014-2020	Creative Europe – MEDIA strand	€1.46 billion	At least 56% of the budget will be allocated to the MEDIA sub-program

【出所】Baltruschat, D. & M.P. Erickson eds.(2015), *Independent Filmmaking Around the Globe*, University of Toronto Press, 2015. P45

開発フェーズに特化した政府支援 【例】

【出典】 拙稿(2017),p7

知的財産戦略本部、検証・評価・企画委員会、「映画の振興施策に関する検討会議（タスクフォース）」（第2回）,2017年2月1日

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kensho_hyoka_kikaku/2017/movie_dai2/gijisidai.html

もしわが国で検討するなら、研究開発税制の応用か??

プリセールス職能の見直し、 いわゆる“企画マーケット”に再活性ポイントはないか？

「IPを重視して、それを強みとしていきたい」と目標を置いたとして、

【映画の場合】

- ▶ 映画では、ロッテルダム映画祭での“CineMart (<https://iffr.com/en/iffr-pro/cinemart>)”が有名だが、
- ▶ 国内では東京国際映画祭での“Tokyo Gap-Financing Market (TGFM <https://tgfm.tiffcom.jp/en>)”に相当するもの。

【放送の場合】

- ▶ 直近 ベルリン映画祭での“Berlinale Series Market” (EFMの一企画、<https://www.efm-berlinale.de/en/berlinale-series-market-conference/home/berlinale-series.html>)
- ▶ テレビ用の応用をかける必要はあり、L.A. Screening(<http://lascreenings.org/LASI2019.html/>)や、コロナ禍後に急速に台頭してきたLondon Screening(<https://www.londonscreenings.tv/>)が、それに近い性格のものではある。それを考えればTIFFCOMの変革と合わせた東京マーケットの在り方を再考することはオプション。
- ▶ ドキュメンタリー・ジャンルでのTokyo Docs(ATP)、「アジア・テレビ・ドラマ・カンファレンス；ATDC」も企画マーケット的性格あり。ただしATDCは韓国主導 (KOCCA予算) で開催されてきた歴史。日本はATP加盟社が参加。

London Screenings

+ BBC Showcase + mip london

40

London Screenings, 2021年3月～（初回オンライン、22年リアル化）

- ▶ *all3media International*、*Banijay Rights*、*eOne*、*Fremantle*、*ITV Studios* が立ち上げメンバー。
22年から *Beyond Rights*、*Blue Ant International*、*Cineflix Rights*、*DCD Rights*、*Hat Trick International*、*Passion Distribution*、*STUDIOCANAL*、参加。
- ▶ 2023年から、BBC Showcaseが長年のリバプール開催からロンドン開催へ移転、時期もLondon Screeningsに合わせる（London Screenings; 2/27-3/3, BBC Showcase; 2/27-28）
- ▶ 2025年から mip london（毎年4月のカンヌMIPを閉鎖、事実上の移転）開催。

2025年 日程		2/23	24	25	26	27	28
	London Screenings						
	 BBC Showcase						
	mip london						

最後に

- ▶ 製作／制作職能と編成職能が混然としているわが国の放送産業組織であるが、製作職能の強化をしなければ制作職能が伸びない一面があるのではないか？
- ▶ それは望むと望まないと、ファンドレイジングの多様化を含む。
- ▶ ガラパゴスに進化した「製作委員会方式」は、税制優遇制度がないわが国においては、決して悪い方法ではない。
- ▶ これを米欧並みにLLC・LLP化するなら、潤沢な税制優遇制度が必要（政府次第）。
- ▶ 質的競争フェーズに入っているため、高エンゲージメント領域でも競えるようにするためには、「開発職能」の重点化を図り、Green Lightの敷居を上げては？ 結果として、それがリスクを下げることになる。
- ▶ “開発”を途中経過とせず、一旦の成果物とすることで、リスクを下げられないか？。そのための開発職能に対する潤沢な支援制度を考えられないか？