

製作会社の置かれている現状・課題 そしてアライアンスによるスタジオ化の可能性について

沼田通嗣 / MICHITSUGU NUMATA

株式会社テレパック 取締役プロデューサー
ATP（全日本テレビ番組製作社連盟） 理事
アジアテレビドラマカンファレンス 議長

テレパックとATPのご紹介

テレパック

1970年設立、55年の歴史のドラマ製作会社
設立メンバー：石井ふく子
2020年に韓国のASTORYと戦略的MOU

ATP(全日本テレビ番組製作社連盟)

120社を超える加盟社で1万人以上の制作者
ATP賞テレビグランプリ/就職フェス/アジアテレビドラマカンファレンス
日韓中テレビフォーラム/東京ドックス
放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン

ATP2024年度 経営情報アンケート調査

抜粋

各調査から「取り巻く環境がより厳しくなっている」ことが明白に

2024年9月20日～10月4日に加盟社120社に対して実施
有効回答数は、93社(回収率 77.5%)

4つの危機

①経済的危機

半数が前年比の売り上げを下回り、3割が単年度赤字

②人材確保の危機

新卒の応募、正社員比率の減少 / 外部スタッフは増加

③著作権保持率の危機

知的財産権確保率が伸び悩み、付帯作業は増加

④物価高(価格転嫁困難)の危機

十分な価格転嫁ができたと感じる社はわずか 6 パーセント

1. 経済的苦境に立つテレビ製作各社

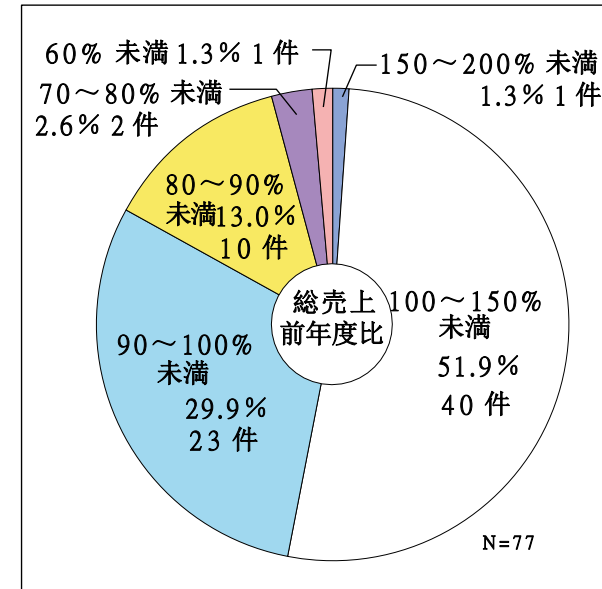
半数が前年比の売り上げを下回り、3 割が単年度の赤字に

会員社のほぼ半数の売上が前年を下回る。昨年の集計では、前年を下回った社は 3 割程度で、製作会社を取り巻く環境がより厳しくなっている状況がうかがえます。

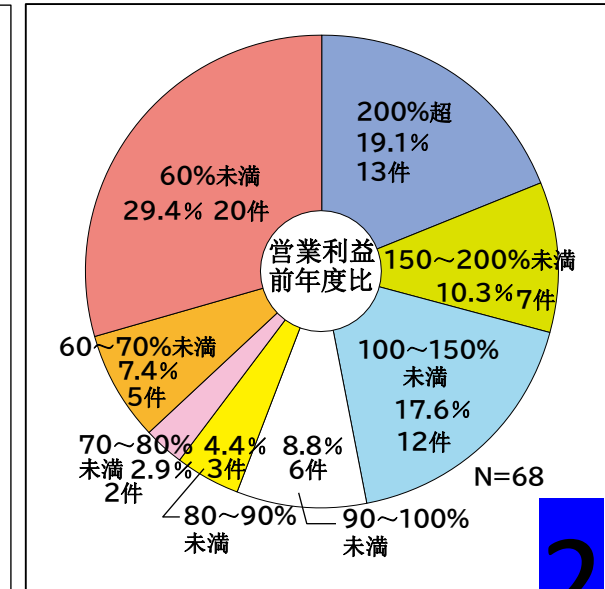
また営業利益の前年比グラフでは、前年に比べて営業利益がプラスになったと答え た社は、47.1%にすぎず、60%未満へと落ち込んだ社が、全体の 3 割近くとなっていることがわかります。

昨年度以上に製作会社を取り巻く環境の悪化が想像でき、業界全体としてこの苦境に立ち向かう必要に迫られています。

売上対前年比



営業利益対前年比

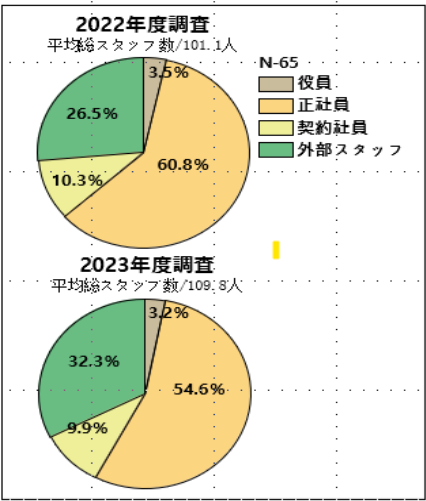


2. 人材確保に苦しむテレビ製作各社

新卒の応募、正社員率ともに減少。外部スタッフは増加の傾向

継続質問として続けている会員社のスタッフの内訳で、今回は 2022 年度、2023 年度を続けて回答した「連続回答社」の中で、総売上が 100 億円未満だった社の推移を右記にグラフ化しました。これによるとスタッフの総合計数は 101.1 人から 109.8 人と増えていますが、その内訳比率は、正社員率が 60.8%から 54.6%に減り、外部スタッフ率が 26.5%から 32.3%へと大幅に上昇しているのがわかります。

これは、働き方改革によりスタッフの数が必要とされる状況で、できるだけ正社員を取らずに外部化し、固定費を増やさない企業努力の表れであると考えられます。しかし同時に、費用も増え営業利益の圧迫にもつながる要因となっていることも懸念されます。



総売上別にみた新卒者採用人数の平均値

総売上上額 N-68	2023		2022	
	採用(人)	応募(人)	採用(人)	応募(人)
100 億円以上 N-4	14.3	3939.3	13.8	4918.3
30 億円～100 億円未満 N-11	9.2	290.4	8.6	335.3
20 億円～30 億円未満 N-6	3.8	179.2	3.8	153.7
10 億円～20 億円未満 N-11	3.4	150.3	3.9	155.1
5 億円～10 億円未満 N-11	5.7	93.0	6.4	149.6
1 億円～5 億円未満 N-22	1.3	37.9	1.2	34.2
1 億円未満 N-3	3.3	10.0	3.0	62.7
全体の総数(実数)	315	23,389	321	28,477

また、採用関係について自由回答を求めたところ、各社ともに人材確保に苦労しているという声が多く寄せられました。

まず、募集の段階から「募集しても集まらない」「男性スタッフの応募がない」といった声が複数あがりました。今回の調査では、各社に今年と昨年の新卒者の応募状況について、具体的な数字を聞いていますので、その平均値を総売上額ごとに集計してみました。応募数が減っているのは、売上の過多に関係なく、同様であることがわかる一方で、採用数に変化がないことから若手社員の獲得に努めている様子がうかがえます。

3 著作権割合は依然として低迷

コンテンツの知的財産権確保率が伸び悩み、付帯作業は増加に

製作受注した番組について、製作本数とそのうち著作権を保有している番組の本数をたずねました。

これまでの調査では、契約書ベース(レギュラー番組やシリーズ物であっても一件とカウント)での著作権保有率を聞いていましたが、今回より製作本数に基づいた調査へと変更しました。

結果としては、地上波はますます低下し、配信関係でも思ったほど著作権が得られていないということがわかります。また、放送時間の短いミニ番組なども含まれていることもあり、放送時間で考えると実際の保有率は更に低いと推測されます。

著作権保有率の経年比較

	全体	NHK 地上波	NHK BS	民放 地上波	民放 BSCS	配信局	その他の 映像
2021 年 N-47	13.5	18.0		9.4	22.2	8.0	—
2022 年 N-64	13.5	10.1	29.0	7.9	19.1	9.9	—
2023 年 N-74	10.9	12.0	21.5	7.2	17.1	25.8	8.0

※ 2023 年度調査は制作本数で質問、それ以前は契約書ベース
※ 2021 年調査では NHK は BS と分けての質問をしていない

沼田追加メモ

ドラマの場合完全パッケージ納品にもかかわらず、企画募集の段階から著作権がないことを前提としているケースがあります。これは優越的地位の乱用ではないでしょうか。

*取引上そうであっても募集に応募せざるを得ない悲しい現状があります。

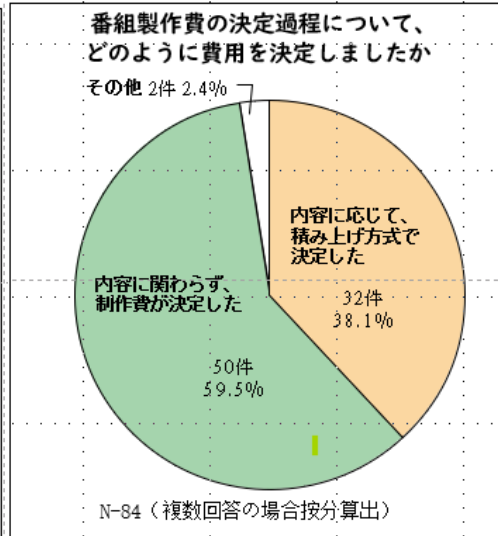
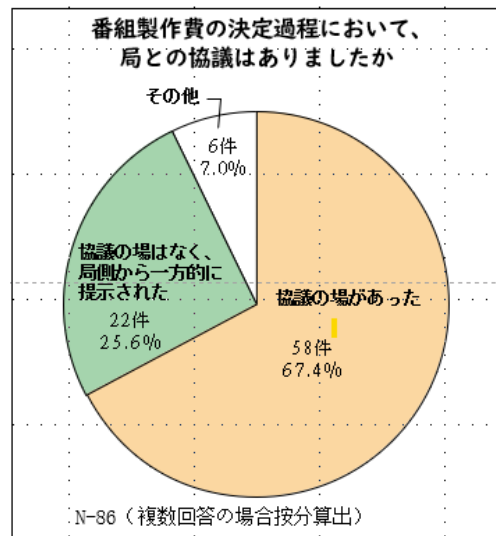
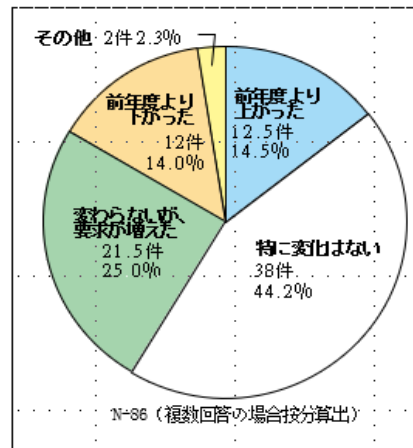
4 製作会社にも物価高が大きく影響

十分な価格転嫁ができたと感じる社はわずか 6 パーセント

前年度から継続して受注した同一もしくは、同枠の番組の製作費について、不当に下げられていないかの調査を 2023 年度も継続して行いました。「変わらないが、要求が増えた」「特に変化はない」と回答した社が合わせて約 7 割という結果となっています(右図)。2023 年度も僅かとはいえないインフレ傾向にあり、世間一般では賃上げと価格転嫁が叫ばれている中、製作費に変化がないのは、実質的には下落状況といえるのではないのでしょうか。

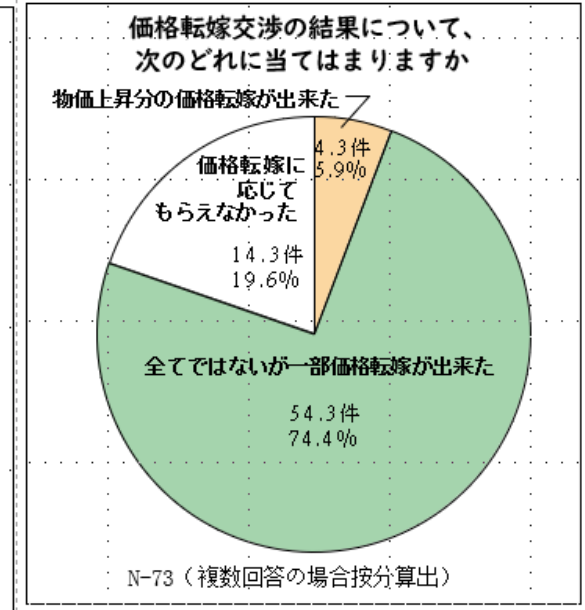
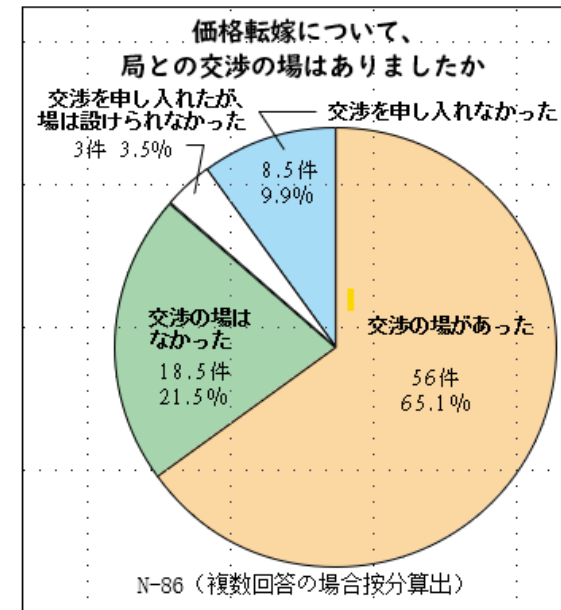
また、番組の製作費について、局との協議があったか、どのように費用が決定したかをたずねました。

番組製作費の決定過程については「協議の場があった」と答えた社が 7 割近くを占めた一方、「内容に関わらず製作費が決定した」との回答が約 6 割あり、加えて協議の場があったと回答した社のうち半数が「内容に関わらず、製作費が決定した」と回答しています。名ばかりの「協議」だったとも言えます。



最初にご説明したように、営業利益がマイナスになっている社が半数以上をしめる現状から、人件費や製作費が上昇していても現実的には回収できておらず、価格転嫁が充分ではないことがうかがえます。

局側の予算ありきではなく、番組の内容に応じた製作費の決定、および、現状に沿った価格転嫁ができるよう、訴えていきたいと考えます。

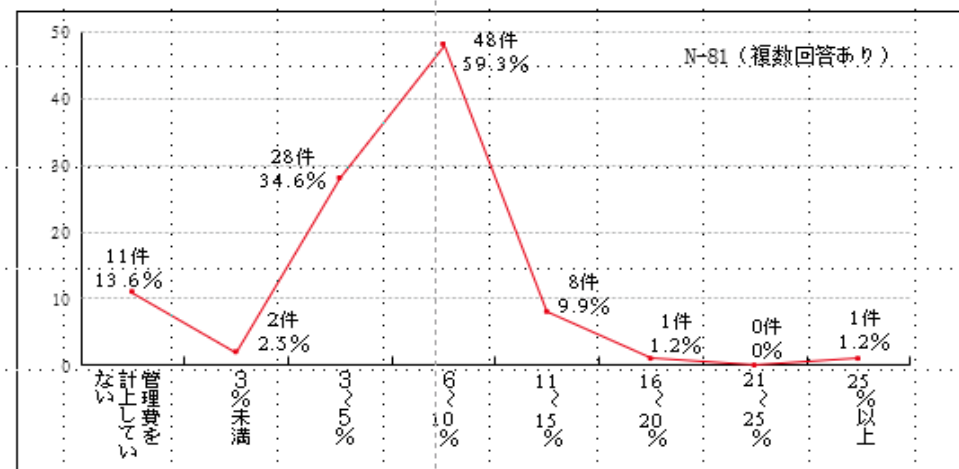
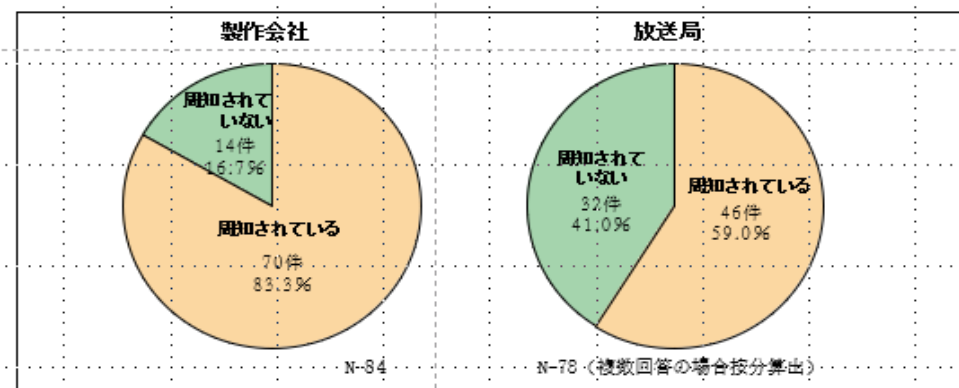


人件費と管理費は適正に支払われているとは思わない

このほか、いくつかの項目についての集計結果を掲示します。まず、製作に関わる人件費は適正に支払われているかを聞いたところ、適正だと思わないと回答した社が 8 割を超える結果となりました(右グラフ)。また、製作費に関する問題点や適正ではないと思われる事例としては、「予算枠ありき」「人件費に対する考慮がない」「コンテンツに対する権利分配」など多岐にわたる切実な意見が多く寄せられています。

次いで管理費について、製作会社(回答社)および放送局では周知されているかを訊ねました(下記グラフ)。製作会社と比べ、放送局内では管理費が周知されていないと感じている社が多いことがわかります。続くグラフは、会員社が計上している管理費の利率を集計したものです。管理費を計上していない社が 7 社に 1 社に上ることに驚かされますが、2024 年に発表された「中小企業実態基本調査」の販管費率の全体の平均値が、22.2%であることを考えると、業界の中央値が 10%に届いていないことは、今後の交渉により改善していくべき要因のひとつといえるのではないのでしょうか。

(参照)<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?tclass=000001219980&cycle=7&year=20230>



4つの危機

①経済的危機

②人材確保の危機

③著作権保持率の危機

④物価高(価格転嫁困難)の危機



製作会社の経営努力だけでは
乗り越えることは困難

このままでは
多くの製作会社が存続の危機

<https://x.gd/FsjU8>



経営情報アンケート
外部公開資料リンク

～政府サイドの検討状況～

知的財産戦略本部 構想委員会
コンテンツ戦略ワーキンググループ（第2回）
議 事 次 第

〔日時：令和6年1月23日（火）10：00～12：00〕
〔場所：オンライン開催〕

1. 開会

2. 議事

- （1）委員及び外部有識者からのヒアリング
- （2）委員による意見交換

3. 閉会

（配布資料）

- 資料1 コンテンツ戦略ワーキンググループにおける論点例及び委員の御意見
- 資料2 各分野別の概観と論点例
- 資料3 中山委員提出資料
- 資料4 Netflix 合同会社提出資料
- 参考資料1 ケーブルジャパン戦略関連基礎資料（コンテンツ戦略部分抜粋）

資料4

コンテンツ立国 に向けて

～日本は再びクールになれるか～

2024年1月
Netflix 合同会社
杉原 佳堯

NETFLIX

～Netflixの提言より～

3-1-4 人材不足に対して必要な取り組み

- フリーランスの多い業界では、若手人材の確保には、実践的スキルを身につけられる育成機関の整備が必須。
- プロになるまでの助走時期に政府・業界の援助が必要。
- 育成機関には第一線で活躍する講師と、講師が関与した実践的カリキュラムが必須

国内人材育成機関 の整備

- 人材育成最大のネックである**育成機関（アカデミー・学校）の整備**に支援を行うべき
- 育成機関やメンターの必須要件は、**第一線級の講師と実践的カリキュラムとすべき**
- スキルを持った**人材のデータ化**と、**マッチングシステム**は人材確保に有益

制作会社の収益力 向上と質上げ

- 映像作品は蓋を開けるまで成功するかどうかは分からない。そのため人材育成を含めて継続的に取り組めるよう、失敗まで含めてケアできる大型資本（**外部資本**）を巻き込む事が有益。外部資本を巻き込んで海外でも通用するハイクオリティな**大型作品**が作れるための**体制整備**が必要
 - **制作経理による透明性の確保 ※後述**
 - **M&Aや、建設業界を習ったJV促進を行う制度設計 ※後述**

スキルアップ支援

- クオリティ向上、生産性向上、就労環境改善全てにOJT以外でのスキルアップは必須。**是非、業界全体でのスキル習得**を国からの補助、その他の施策で推進（他国のような**VFX支援**など）していただきたい。AI技能はOJTでは**不可能！**
- 若い人やフリーランスが技術習得に向かう**インセンティブ**、**教育機会**をご用意いただけるとありがたい

～Netflixの提言より～

3-3-4 海外の仕事を受けられる経営規模とするための対策

- 施策を通じて経営の規模を大きくすることで、世界市場に向けた企画脚本作りが可能な体制を確保
- 人材の継続的な育成やDX推進のためにも、経営規模を大きくする施策は有益

体制

- **M&A**や、**JV**に対する推進、支援
- 多額の投資の前提となる**プロジェクト会計**の導入支援・**完成保証制度**
- 契約交渉を行う**法務担当者の育成・導入支援**

企画 脚本

- 企画脚本を担う**人材のスキルアップ**（韓国ではハリウッドへの留学を実施）※再掲
- 世界市場を睨んでビジネスモデルを設計する人材の参加。業界の意識改革。（なお**マーケティングのスキル**を持ったハイクラス人材は十分な報酬が確保できれば他産業から獲得可能。）

撮影

- 撮影・作画人材の継続的雇用ないし、スキルの見える化とマッチング支援 ※再掲
- **人材育成機関**の整備、**人材育成支援** ※再掲
- **DX推進、VFXの誘致** ※DXの項目で後述

取引適正化

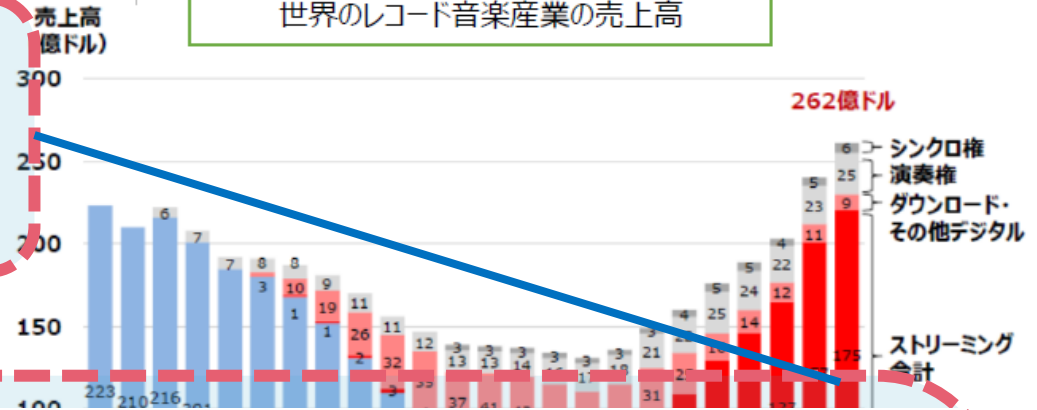
- **過剰供給対策**の推進で少額予算化を抑制 ※再掲
- **公取や標準労務契約、フリーランス新法**等による取引適正化と労務環境改善 ※再掲
- **サラリーマンと同等レベル**の社会保障制度の整備 ※再掲（公共事業の発注）

<海外展開の推進>

【WGにおける主な御意見】

- **ハイクオリティな作品をつくるためには、一定の経営規模が必要であり、脚本の掘り下げ、プリビズなどの仕込み、コンプライアンスや会計の透明性などが重要である。【実写】**
- 制作会社の収益力向上のためには、大型作品をつくるための制作経理・プロジェクト会計、JVを促進していく制度設計、M&Aの実施が重要ではないか。【実写】
- ~~情報の民主化により、SNS/UGCがインフラとなり、特に音楽ではTikTokのロ~~
~~コミからヒットが生まれることがメインとなり、マスメディアの影響力が著しく低下した。~~
~~また、クラウド化により、Spotifyで配信した瞬間やYouTubeに楽曲をアップし~~
~~た瞬間に世界中がアクセスできるようになった。さらに、デジタル化により、音楽~~
~~制作が著しく低コスト化し、制作費を削減できる可能性がある。~~

世界のレコード音楽産業の売上高



【WGにおける主な御意見】

- **ハイクオリティな作品をつくるためには、一定の経営規模が必要であり、脚本の掘り下げ、プリビズなどの仕込み、コンプライアンスや会計の透明性などが重要である。【実写】**
- 制作会社の収益力向上のためには、大型作品をつくるための制作経理・プロジェクト会計、JVを促進していく制度設計、M&Aの実施が重要ではないか。【実写】

し、それをもとにシェア目標を定めて、そこから逆算して施策を考えていくことができるとよい。【音楽】

- サブスクの月額料金が日本だけ極端に安い。月額料金を上げないと日本の音楽デジタル市場が上がらない。日本の音楽デジタル市場を世界2位にして（現在4位）、世界から日本の音楽マーケットが重要であると思ってもらうことが日本のコンテンツを海外で売っていくためにも重要である。【音楽】

新たなクールジャパン戦略に向けた検討状況～内閣府の資料より～

論点例（概要）【コンテンツ】

参考資料 p 41～43、47、49～55、
57＝60、63～64参照

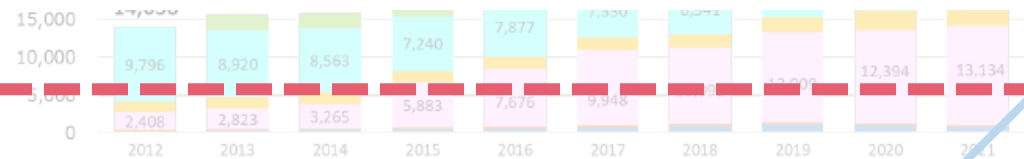
<海外展開の推進>

- 各分野（アニメ、ゲーム、マンガ、実写（映画／ドラマ）、音楽）において、課題を改善・解決するために、官民でどのような取組を行うべきか。
 - ・ 人材の不足、コンプライアンスの欠如、過酷な労働環境、不透明な契約
 - ・ 海外展開を前提としたビジネスモデルへの転換、日本独自の商習慣や制作手法の見直し、デジタル化・DX化等の推進 など

これまで**ドラマ制作会社**は、テレビ局からの受注に頼った構造であったが、**資金調達し投資をしていくことが出来る環境にすることが必要**である。（実写）

はないか。

- 将来的にAIやブロックチェーン技術等が社会実装される時代に向けて、そこから逆算して対応を検討することが必要ではないか。その際、音楽は個人がパソコンで完成形を作れる時代になってきており、音楽を起点にWeb 3のルールを検討していくことが望ましいのではないか。
- 既存のコンテンツをメジャーな言語だけではなく多言語化した上で活用し、海外に発信していくことが重要である。
- 海外展開に関して、行政の支援が大手企業から利用されておらず、信頼を得る必要がある。
- ゲームの海外展開において、各国・地域の販路、規制の問題やマーケティング情報の入手が課題である。【ゲーム】
- これまで**ドラマ制作会社**は、テレビ局からの受注に頼った構造であったが、**資金調達し投資していくことができる環境にすることが必要**である。【実写】
- 海外の富裕層にリーチするためには、実写を日本のコンテンツに関心を持ってもらうための中間財として展開していくことが望ましいのではないか。【実写】
- 新しい流通チャネル（特にFAST（Free Adsupported Steaming TV）の利活用）の在り方を、ネット映像配信時代にあわせて、見直す必要があるのではないか。【放送】
- 音楽では、近年単発のヒットは出てきているものの、民間において、これまで海外展開の取組が遅れていたことから、政府と連携してクリエイターの挑戦をさらに促すことが重要である。【音楽】



（資料）「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース 2023」（株）ヒューマンメディアをもとに作成

（注）「WGにおける主な御意見」について、事務局において、統合・編集している場合がある。 10

Netflixの提言と内閣府の検討会議から導き出す 競争力がある製作会社に求められる姿

放送局からの受注だけに頼らない製作会社

大型作品を作ることが出来る体制整備

財務、経理、法務、ビジネス人材の強化

製作会社の規模が小さいので個社では困難

M&AやJVで規模を大きくする

製作会社のアライアンスによる日本のスタジオ構想

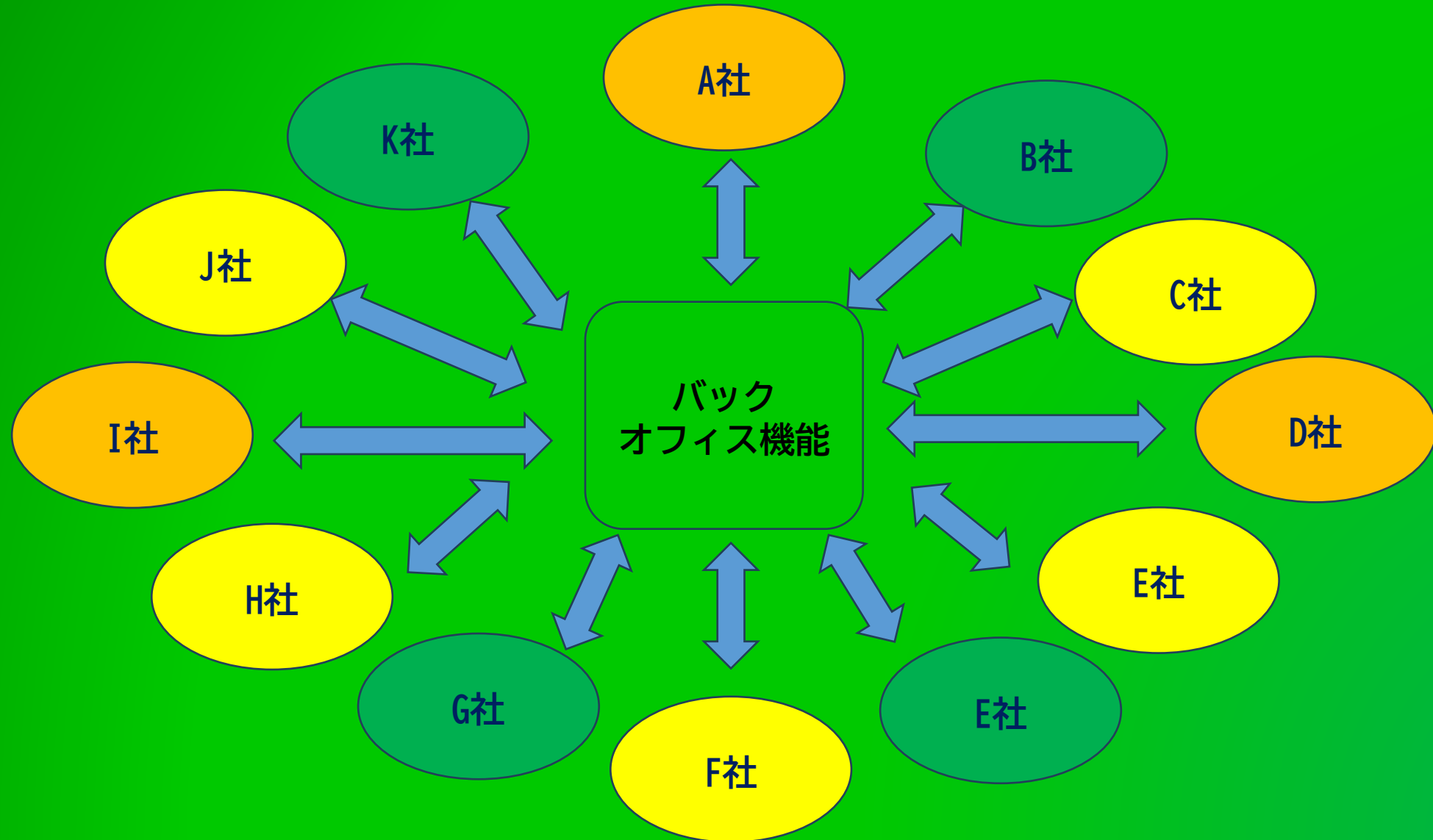
The concept of a Japanese studio
by the alliance of production companies
(抜粋)

バックオフィス機能を共有する連携により個々の製作会社を
国際的競争力のあるスタジオとする提案
(2024年10月作成版)

*2024年新らたなクールジャパン戦略コンテンツワーキンググループ参加後に発案。
ATPの会員社にも共有

*2025年3月現在はファンド設立も視野に構想を実現に向け活動中

経理・法務・労務のバックオフィス機能を共有することで 高度なバックオフィス機能を実現する



将来可能となる業務

アライアンス開始時には、経理・人事・法務など基本的な業務から開始しますが将来的に可能となる業務を紹介しています。

A社

管理部門

インターフェース

経理・財務

人事・労務管理

法務・コンプライアンス

情報システム・ITサポート

海外展開

総務

マーケティング・広報

ビジネス開発・番組販売

共同制作管理

営業・渉外

一元化することで将来的に可能になる業務の例

経理・財務

予算管理 / 支払・入金管理 / 制作経理
請求書の発行 / 給与計算
税務申告 / 決算業務

総務

文書管理 / 物品・サービスの調達

人事・労務管理

採用・面接の実施 / 社員の入社・退社手続き
社員の勤怠管理 / 社員の給与管理
社員の福利厚生 / トレーニングとキャリア開発

マーケティング・広報

マーケット情報収集・分析 / SNS管理
プレスリリース / クライシスコミュニケーション

法務・コンプライアンス

契約書の作成・交渉 / 法的リスクの管理
知的財産の管理 / コンプライアンス対応

ビジネス開発・番組販売

資金調達 / 投資家対応
字幕・吹き替え

情報システム・ITサポート

ITインフラの管理 / DX実践
セキュリティ対策 / ソフトウェアのライセンス管理
システムの保守・運用 / ユーザーサポート

共同制作管理

JV管理 / 予算管理・財務計画

海外展開

販路開拓 / 番組販売 / 共同制作
文化・言語対応 / ライセンシング
海外マーケット対応 / 補助金申請

営業・渉外

イギリスの” ALL3MEDIA” の成功例を研究

2003年にイギリスで創立されたAll3Mediaは、多くの制作会社を買収することでこの構想を実現しました。

All3Mediaの各制作会社は、人事、財務、ITサポート、リーガルなどのバックオフィス機能を利用し共有することにより、業務の重複を避け、リソースを最適化し、最新のテクノロジーとプロセスを導入することで業務の効率化と生産性の向上を図り、より創造的な活動に集中できるようにしての効率性とコスト削減を実現して大きなスタジオとして成長をつづけ、2024年アメリカの投資会社REDBIRD IMIが2500億円以上で買収するほどの企業価値を生み出しました。

私たちは縦型の企業買収ではなくアライアンスを組むことで個々の制作会社の生産性と企業価値を高めることを構想しています。



<https://all3media.com/>



製作会社のアライアンスを実現することで

4つの危機を克服

①経済的危機→克服

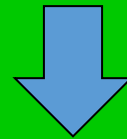
②人材確保の危機→克服

③著作権保持率の危機→克服

④物価高(価格転嫁困難)の危機→①～③を実現して克服

①経済的危機の克服

- ・バックオフィスの共有で効率化を実現
- ・高度なバックオフィスの共有で大型作品の製作を実現
- ・受注だけに頼らない製作環境の実現
- ・IP企画開発のための資金調達の実現
- ・プリビズの実行実現
- ・資金調達による大型作品制作の実現
- ・法務人材等の共有で交渉力強化 など



③著作権保持率の危機の克服

②人材確保の危機の克服

アライアンスへの加盟条件を厳しくして
アライアンスのブランド価値を高め
魅力的なスタジオとして就職希望者の増加を実現

- ・ 働き方改革への取り組み等労働環境のアライアンス基準
- ・ 経理業務の適正化、財務状況のアライアンス基準
- ・ 作品品質のアライアンス基準
- ・ 取引先との適正な取引の実現
- ・ その他競争力のあるアライアンス基準の作成

フリーランス人材（監督、脚本家、助監督、美術スタッフ、技術スタッフ等）のアライアンス加盟枠を設ける

- ギャランティーの適正化
- 保険への加入
- 経理・税務処理の補助
- 法務等の相談受付
- 職能評価⇒（EX. 助監督から監督へのスキルアップを保証）
- 希望する仕事の紹介・マッチング
- 脚本家・監督などのIP管理

等

その他フリーランス人材に対する魅力となる取り組み

→アライアンス加盟者にしか開示されない

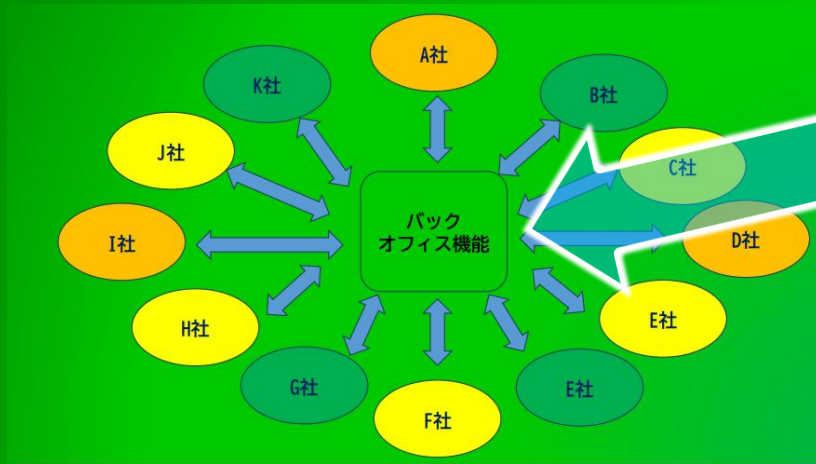
ハイレベルな製作案件への参画機会提供

人脈に頼っていたフリーランスへの希望する案件の紹介

→若手クリエイターへのレベルアップへの機会提供

EX. 若手脚本家の企画のピッチング機会提供

アライアンスを実現するための課題



バックオフィス中核会社のスタートアップ

資金調達

この取り組みへの周知

* 2024年10月からATPの会員社と勉強会を開催
実現に向けて活動を開始

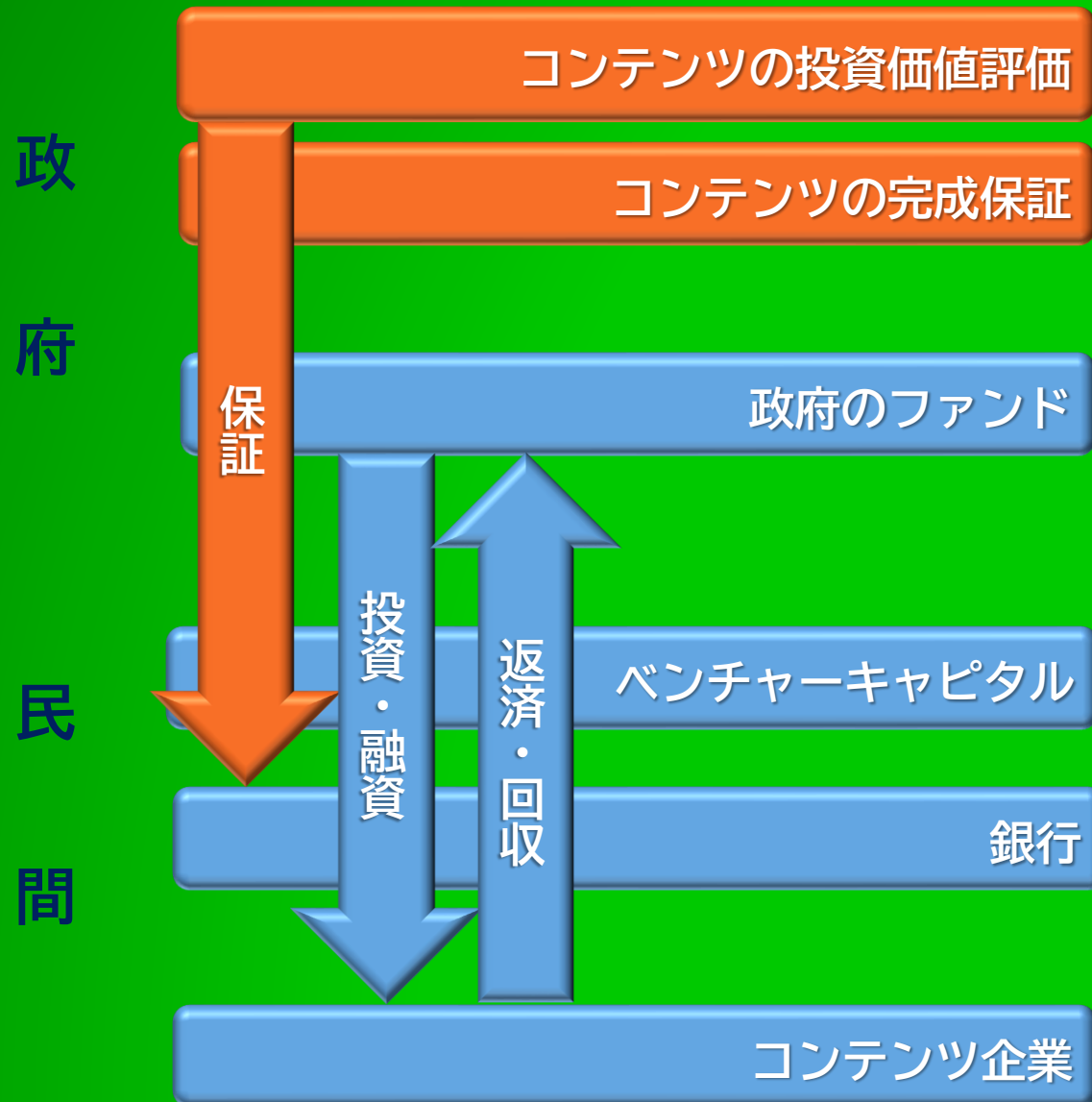
これらのことを実現するための課題

現在資金調達による大型作品の制作が難しい状況

資金調達の環境整備

韓国政府が行なっている価値評価制度

韓国コンテンツ産業の政府の支援構造



韓国では政府の専門機関（韓国コンテンツ振興院）のコンテンツ投資の専門家が対象コンテンツの投資・融資価値を厳正に厳しく審査・評価した上で保証をすることにより政府のファンド、民間のファンドやベンチャーキャピタル・銀行が投資や融資を実行しコンテンツ企業がコンテンツを制作・公開して資金回収を行う。万が一回収が不完全な場合は政府が保証する構造となっている。

提 案①

①経団連・経済同友会も提言
韓国コンテンツ振興院のような組織の創設

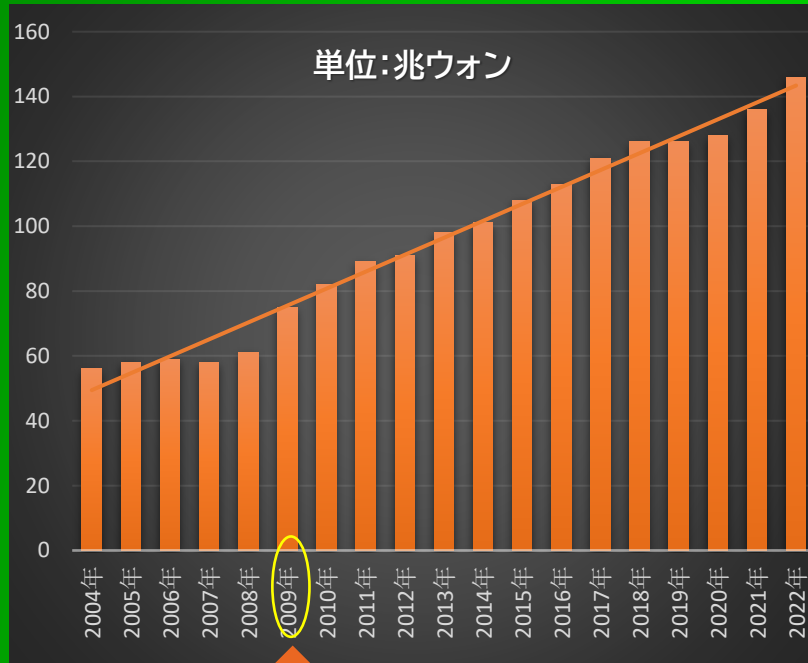
<https://x.gd/KvGx2>



コンテンツ庁創設の提案書

韓国コンテンツ振興院の創設が 韓国コンテンツ産業の売り上げ増加に寄与

2004年から2022年の
韓国コンテンツ産業の売り上げの推移



資料韓国コンテンツ振興院
「コンテンツ産業白書」

2009年
韓国コンテンツ振興院の創設

韓国のコンテンツ産業白書によると韓国のコンテンツ産業の売上高は2004年から2009年までは平均して60兆ウォン以下でしたが韓国コンテンツ振興院が創設された2009年の翌年から継続的に上昇し2022年には2004年の3倍近くまで増加しました。これは韓国コンテンツ振興院の創設が韓国コンテンツ産業の成長に大きく寄与した結果です。

しかし、韓国を全面的に礼賛する訳ではありません

韓国のパリパリ文化(=急げ)急速に成長したため

Netflixなどの影響で製作費が高騰(日本の5倍~10倍)

ASTORYの「ウ・ヨンウ弁護士は天才肌」は自己資金で
ENAチャンネルに放送権を売りNetflixに配信権を売り成功

多くの製作会社がそのモデルを追従

価格高騰で放送局がドラマを買えなくなる

製作会社が在庫を抱え倒産の危機に

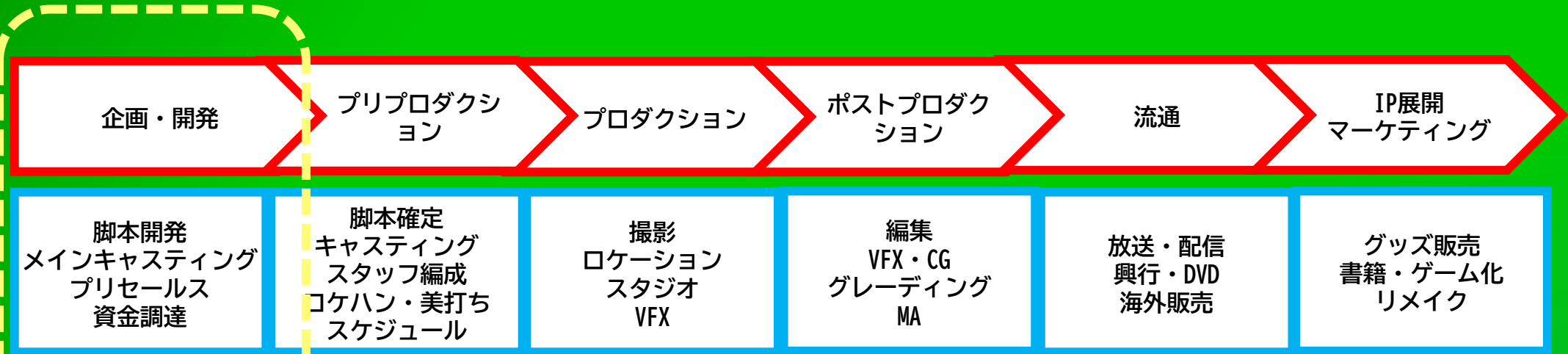
提 案②

②コンテンツ製作のエコシステムの再構築 バリューチェーンの実証実験

企画開発からドラマ制作のバリューチェーン
一気通貫の製作の支援を提案します

ドラマ制作のバリューチェーン

国際的競争力のある作品を作るため
には企画・開発が必要



現在放送局が行っている

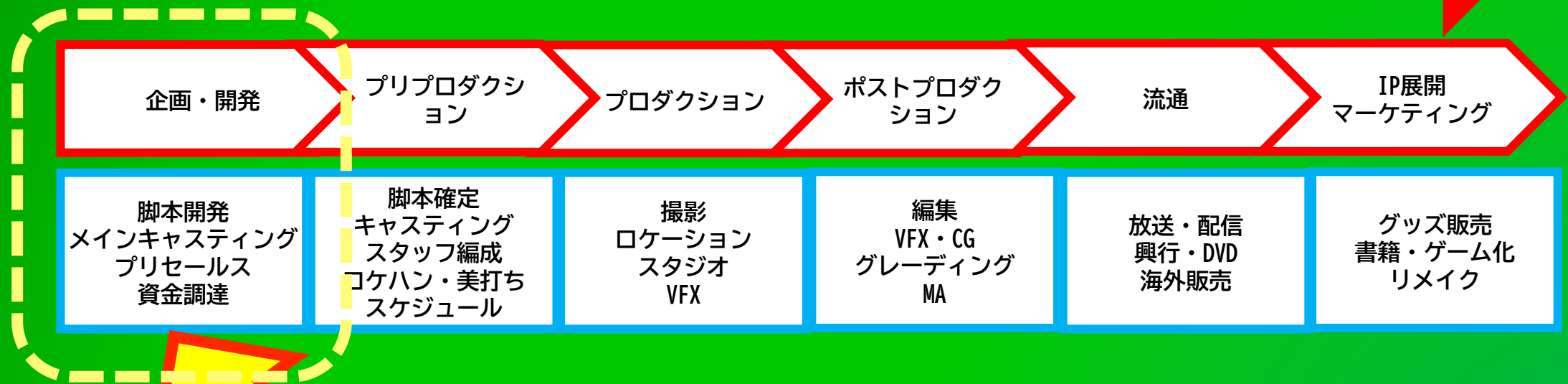
製作会社が行っている

韓国の製作会社はこの部分を政府の支援により行って世界的競争力を獲得した。

現状では
ここに予算をかけていない

韓国の製作会社と共同製作でこの バリューチェーンを実行する実証プロジェクトの提案

日韓の製作会社で資金調達から行い、グッドプラクティスを広く共有する



支援

資金調達が課題となっており
支援が必要

ここまでお話をしてきて一番重大な課題

現場のプロデューサー・脚本家は
日々の仕事が忙しく未来に対する危機を見て見ぬふりをしている

相変わらず、国内の視聴者に向けたドラマ作りを続ける

1980年代から変わらない。止まっている

グローバル展開を本気で目指す製作会社、プロデューサー、脚本家がない
いてもどうしていいかわからない

少しでも危機感を持った製作者が集まって 未来について議論をする場が必要だった

そこで脚本家、製作者の有志が立ち上がり
韓国が日本を追い越すために行った国際会議を
日本で再会することにした

2006年から2019年まで韓国政府が「日本に追いつき追い越す」ことを目的に開催

2019年「日本を追い抜いた」ことで終了

アジアテレビドラマカンファレンス

2023年「今度は韓国に追いつき追い越すために脚本家、製作者の有志で開催」

アジアテレビドラマカンファレンス開催の目的

- ①:日本のドラマを始めとしたIPコンテンツ制作のガラパゴス化している現状を製作者、脚本家が直視し、未来に備える議論の場を提供し意識改革を促す
- ②国際共同制作の機会を提供し、グローバルなコンテンツ製作を経験
 - ・日本ドラマの海外市場拡大のための海外販売ルートの開拓
 - ・グローバル標準の作品制作を実現
- ③各国の製作者、脚本家、政府関係者との連携を強化し戦略的な支援策を策定する
- ④日本のドラマのブランド価値を向上させる方法を議論から導き出す
- ⑤カンファレンスを通じて日本ドラマの世界市場での競争力を確立する

第15回、第16回 アジアテレビドラマカンファレンスを開催



過去の事業報告書を
ご覧いただけます



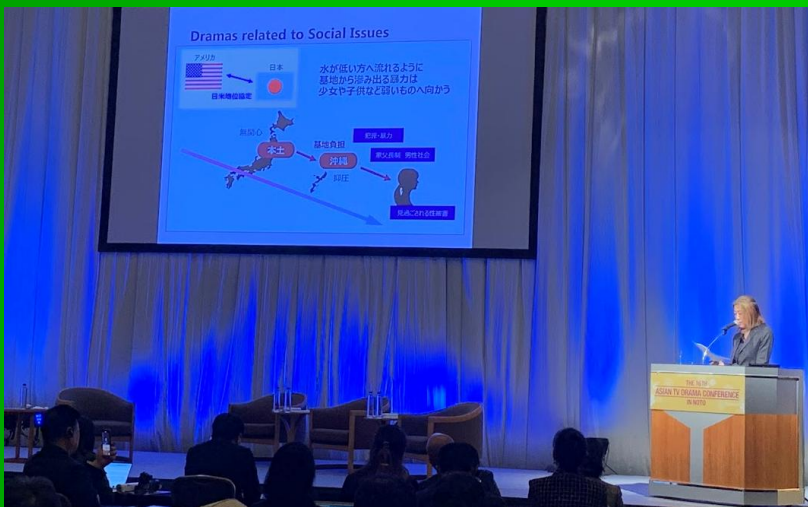
脚本家：野木亜紀子さんが日本のドラマ界の現状をコメント



動画をご覧ください

野木亜紀子氏は、日本映画学校出身で、35歳で脚本家デビュー。『逃げるは恥だが役に立つ』や『アンナチュラル』などのヒットドラマの脚本を手がけ、多くの賞を受賞。日本のドラマ業界の問題点を指摘。制作本数は増加しているが、スタッフと予算が増えず、労働条件が悪化。原作ものが増え、オリジナルドラマの制作スキルが低下していると指摘した。

プロデューサーの仕事がドラマの原作を探す方向に向かい、その結果、オリジナル作品を生み出す能力が低下している。これはプロデューサーの経験不足や育成の空白期間が原因であり、脚本家の力を借りることでオリジナルドラマを作る方法があるが、日本の脚本家の雇用システムが整っておらず安いギャラで使い捨てられることもあり、新人脚本家を育成する仕組みもない。その結果、脚本家の能力が上限化し、オリジナル作品のクオリティが低下している。プロデューサーの質を向上させることが重要であり、世界と競うためには量よりも質を重視すべきだと提案する。



17th Asian Tv Drama Conference

第17回
アジアテレビドラマカンファレンス
2025年秋日本で開催予定

一般社団法人ATDC

<https://www.atdc2023.org/>

