

1. 日本のテレビ番組の輸出入の推移¹

日本のテレビ番組の輸出入の推移は、この約20年間で、番組の輸入量はあまり変化していないものの、輸出量は大幅に増加。

図表1 日本のテレビ番組の輸出入の推移²

	輸入	輸出
1980年1月～12月	2,332時間 (4.9%)	4,585時間
	1	2
1992年4月～1993年3月	2,843時間 (5.2%)	22,324時間
	1	8
2001年1月～12月	3,036時間 (4.9%)	42,600時間
	1	14

〔ICFP、「日本のテレビ番組の輸出入(衛星経由含む)状況と効果の調査研究」、『放送文化基金「研究報告」』、p2より引用。
<http://www.hbf.or.jp/grants/pdf/j%20i/13-ji-sugiyama.pdf> (2006/04/18閲覧)〕

1 平成17年度総務省委託研究調査「今後の放送番組の海外展開手法に関する調査・検討」(特定非営利活動法人・映像産業振興機構)より抜粋。ICFP(国際コミュニケーション・フロープロジェクト(大学や研究機関の社会学系の研究者を中心に構成された研究プロジェクト))が2001年1月～12月(一部2001年4月～2002年3月)の1年間に輸出契約の成立したテレビ番組について、テレビ局(東京・大阪の地上波キー局)、プロダクション、映画会社、商社(代理店)、海外番組提供機関の実績を個別に調査したもの。

2 この表で、輸入は放送時間量(地上波東京キー局合計)、輸出は輸出番組時間(契約)×国・地域数(複数放送局の場合複数カウント)で、“実際に放送したか”をフォローしたものではない。()内は全放送時間に対する比率である。

放送番組の海外展開の現状(2)

2. 日本のテレビ番組の輸出実績の変化

1992年の第2回調査と2001年の第3回調査を比較すると、輸出番組数は前回比116.9%となるが、輸出時間数は前回比190.8%となり大幅に増加。アニメ・シリーズなど本数の多いシリーズ番組が多数輸出されたことが、この大幅増の主な要因。

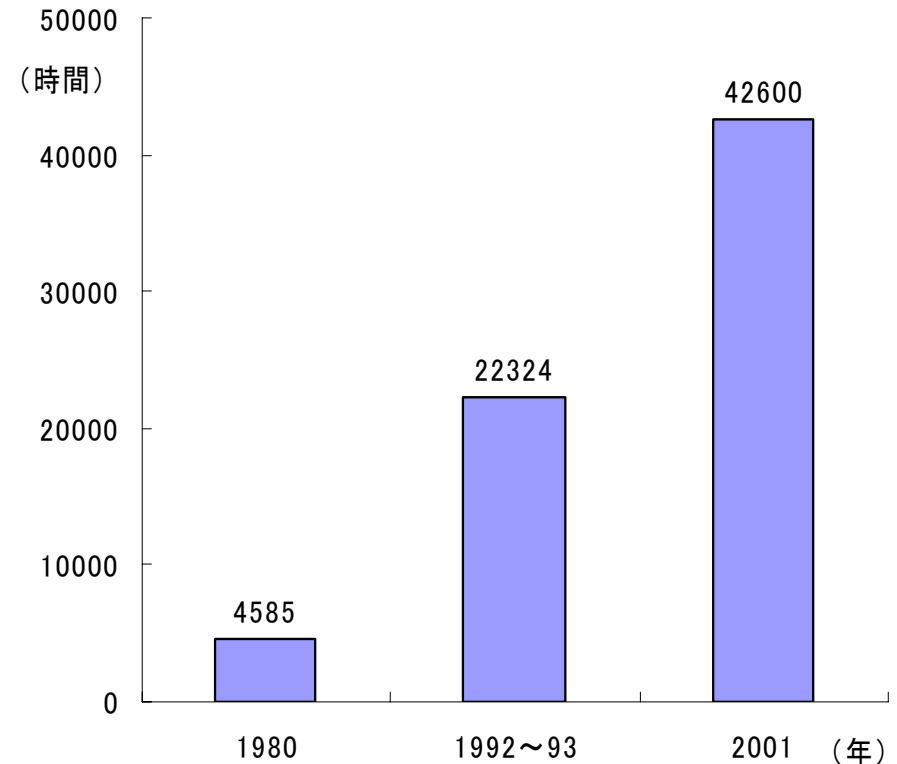
番組輸出時間は、1980年からの2001年の約20年間で約9.3倍に拡大。

図表2 輸出番組トータル

	輸出	輸出番組数
1980年1月～12月	4,585時間	
1992年4月～1993年3月	22,324時間	1,433番組
2001年1月～12月	42,600時間	1,675番組

〔ICFP「テレビ番組国際フロー調査」を基に作成〕

図表3 番組輸出時間の推移



〔ICFP「テレビ番組国際フロー調査」を基に作成〕

放送番組の海外展開の現状(3)

3. 輸出番組の地域別集計

①地域別集計

地域別では、時間量でアジア地域が全体の46.1%を占めている。前回92年調査と比較して、時間量ではアジア向けが大幅に増加、ヨーロッパ・北米・中南米・アフリカもそれぞれ若干増加。一方、中東向けはやや減少。

図表4 輸出番組の地域別集計(時間量)(2001年)

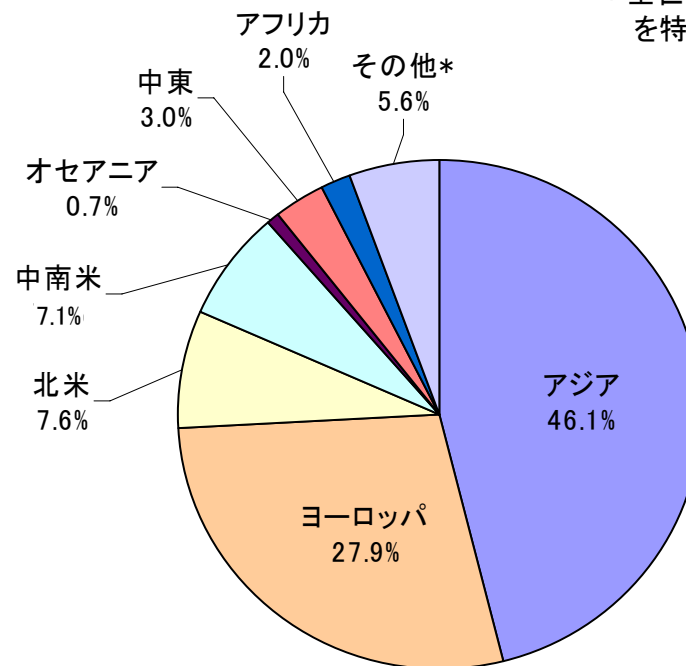
* 全世界対象など地域を特定しないもの

	アジア	ヨーロッパ	北米	中南米
時間	19,600	11,900	3,200	3,000
	オセアニア	中東	アフリカ	その他*
時間	300	1,300	800	2,500

[ICFP「テレビ番組国際フロー調査」を基に作成]

図表5 輸出番組の地域別割合(2001年)

* 全世界対象など地域を特定しないもの



[ICFP「テレビ番組国際フロー調査」を基に作成]

放送番組の海外展開の現状(4)

②国・地域別の輸出傾向

輸出対象国・地域では番組数・時間量ともに台湾がトップ(194番組、3948時間)。

アメリカは、番組数・時間量では台湾に次いで2位だが、番組購入の際の単価が高価であるため、輸出金額ベースでは一位。

各国に共通して多いのはアニメ。特に欧米においてアニメ需要が集中。一方、台湾をはじめとしたアジア地域向けにはアニメとともにドラマの需要も大。

図表6 輸出対象国・地域 上位20 (2001年)

	国・地域名	番組数	時間	順位	備考	前回順位
1	台湾	194	3948	1	ドラマ・バラエティー増加傾向	6
2	アメリカ	169	2883	2	日本系テレビ局除くと殆どアニメ	1
3	韓国	169	1832	3	70%はアニメ	5
4	香港	91	1428	6	ドラマ・バラエティー増加傾向	3
5	シンガポール	87	1476	4	ドラマが45%占める	
6	フランス	79	1068	10	66%アニメ	
7	中国(香港除く)	79	783	14	国際交流基金による提供含む	
8	タイ	72	1433	5	アニメ・ドラマ・バラエティー	4
9	スペイン	67	772	15	76%アニメ	2
10	イタリア	66	1088	9	76%アニメ	8
11	ラオス	65	473	18	文化無償協力のドキュメンタリー中心	
12	マレーシア	63	899	11	ドラマが51%、他はアニメ	9
13	インドネシア	54	1234	7	75%アニメ	
14	フィリピン	52	1110	8	アニメ・報道番組	
15	ナイジェリア	46	177	21	文化無償協力のドキュメンタリー中心	
16	ポルトガル	45	630	16	79%アニメ	7
17	イギリス	43	802	13	バラエティー急増、他はアニメ	
18	ドイツ	42	867	12	アニメ・バラエティー	
19	ロシア	36	563	17	ドキュメンタリー・ドラマ。アニメはゼロ	
20	ブラジル	35	287	19	80%日系局向けドキュメンタリー	
21	カナダ	25	282	20	75%アニメ	

[ICFP「テレビ番組国際フロー調査」を基に作成]

放送番組の海外展開の現状(5)

③カテゴリ別輸出実績

番組数で見ると最も多いカテゴリはドキュメンタリーで全体の35%を占める。

時間量ではアニメが全体の約60%を占め最も多い。アニメ番組の輸出の際はビデオ販売、キャラクター・マーチャンダイジングなど、番組そのものの販売にとどまらない形でビジネスが成立している場合も多い。

また、時間量の変化では、バラエティ番組が、特にアジア地域を中心にした輸出量の急増により拡大。バラエティ番組の輸出では日本で放送された番組そのものの提供のほか、番組の形式を提供するフォーマット販売の事例もある。

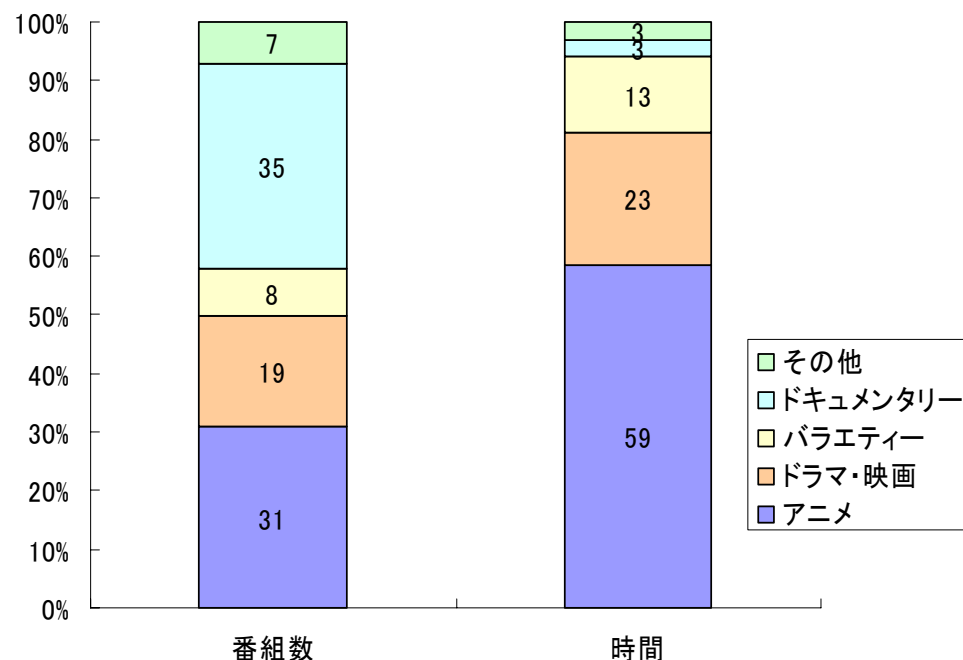
図表7 カテゴリ別輸出番組数および輸出量

番組数					
調査年	アニメ	ドラマ・映画	バラエティー	ドキュメンタリー	その他
2001	531(31%)	312(19%)	141(8%)	577(35%)	108(7%)

時間量					
調査年	アニメ	ドラマ・映画	バラエティー	ドキュメンタリー	その他
1980	56%	23%	1%	12%	8%
1992	58%	15%	15%	5%	7%
2001	59%	23%	13%	3%	3%

[ICFP「テレビ番組国際フロー調査」を基に作成]

図表8 カテゴリ別輸出量の比較<2001年>



[ICFP「テレビ番組国際フロー調査」を基に作成]