

放送コンテンツの海外展開について

平成25年12月12日

総務省

1. コンテンツ海外展開に関する国際比較

2. 放送コンテンツの海外展開

- ① 今後の方向性
- ② 放送コンテンツ海外展開強化促進モデル事業
- ③ 国際共同製作支援の執行状況
- ④ 一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）について

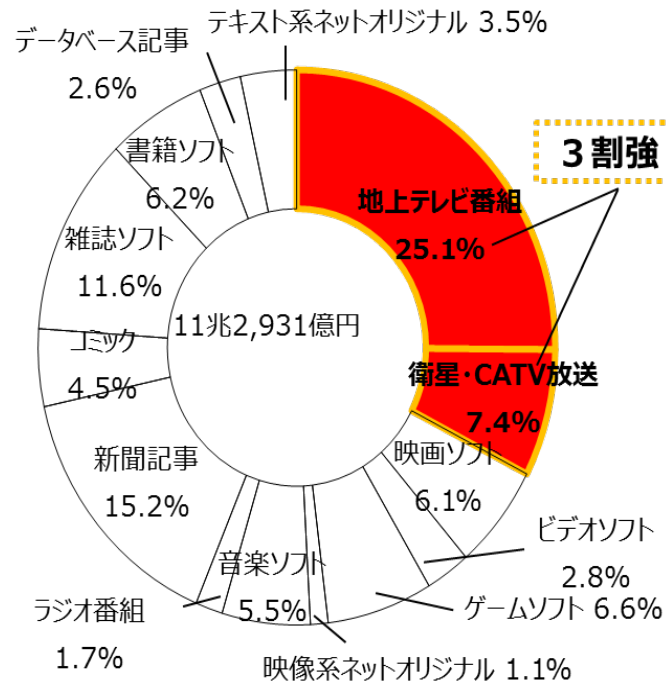
3. 放送コンテンツ二次利用に係る権利処理

- ① a R m a における権利処理の円滑化
- ② 権利処理の迅速化の取組

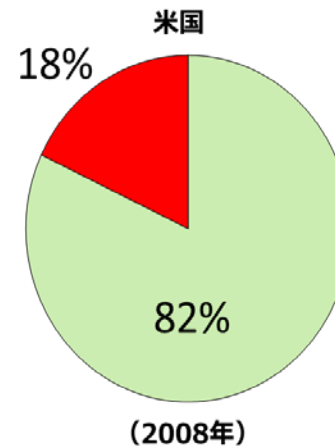
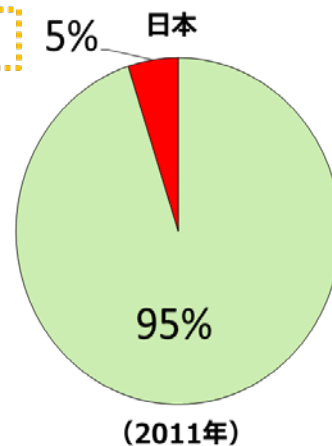
1. コンテンツ海外展開に関する国際比較

- 放送コンテンツは日本のコンテンツ市場の3割強を占めるが、韓国のテレビ番組の輸出額は日本の3倍近い
(テレビ放送市場自体の規模は韓国は日本の約10分の1)
- 日本のコンテンツ市場は米国に次ぐ世界第2位だが、海外輸出比率は5%程度
(米国の海外輸出比率は約18%)

日本のコンテンツ市場 (2011年)



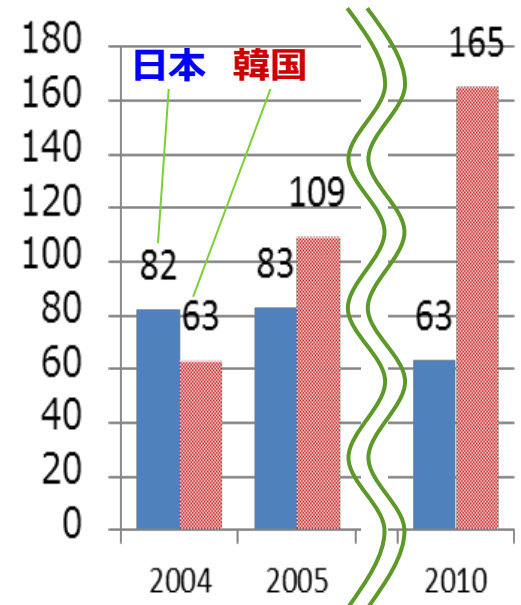
日米のコンテンツ収入の比較



■ 国内収入 ■ 海外収入

地上テレビ番組の輸出金額

(単位：億円)



※テレビ放送の国内市場規模(2010年) :
日本3兆6,700億円、韓国3,800億円

2. 放送コンテンツの海外展開

① 今後の方向性（ポイント）

放送コンテンツ海外展開が目指すもの



考慮すべきことは…

相手国との連携・連動の重要性

ローカライズ

国際共同製作

様々な分野とのコラボ

ファッション・グルメ・音楽
など関連産業とのコラボ

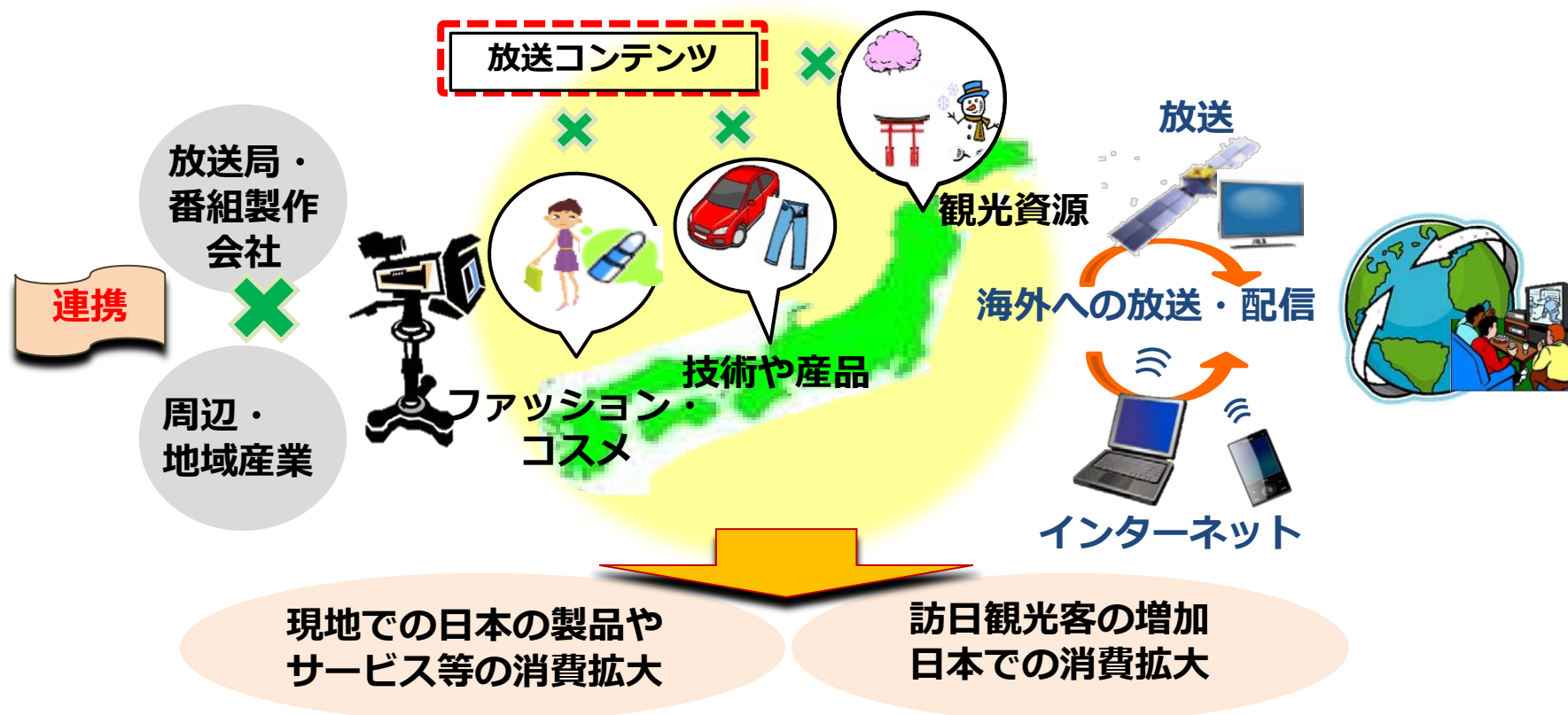
2. 放送コンテンツの海外展開

② 放送コンテンツ海外展開強化促進モデル事業

放送コンテンツ海外展開の促進に向けて、日本の放送局や番組制作会社が、

- 周辺産業との連携等による新たなビジネスモデルの構築、
- 地域の活性化 など

を目的とした放送コンテンツを製作・発信するためのモデル事業を実施。



2. 放送コンテンツの海外展開

③ 国際共同製作支援の執行状況

- ・ 放送コンテンツの海外展開に当たっては、現地のニーズに合わせたコンテンツを製作・発信するために、海外放送局と連携し国際共同製作を行うことが有効。
- ・ 総務省では、平成24年度補正予算事業（予算額：15億円）として、日本の放送局等と海外の放送局が連携してコンテンツを製作・発信するモデル事業（以下の4区分）を実施。

「アジア」

8.5億円

平成25年 6月採択済

<目的>
 現地メディアでの継続的発信による人気定着や、関連産業との連携等によるビジネスモデルの確立。

<選定>
 148件応募、41件採択

「グローバル(欧米等)」

3.5億円

平成25年 6月採択済

<目的>
 フォーマットの共同開発等により、北米・欧州市場での販路開拓。

<選定>
 41件応募、14件採択

「グローバルメディア」

1.5億円

平成25年 7月採択済

<目的>
 グローバルメディア（ディスカバリー・チャンネル）との共同製作による海外ニーズに沿った番組の放送。

<選定>
 73件応募、5件採択

「地域の活性化」

1.5億円

平成25年 7月採択済

<目的>
 地元企業等との連携によって、海外からの観光客の増加等の地域の活性化に資する映像コンテンツの製作。

<選定>
 101件応募、12件採択

2. 放送コンテンツの海外展開

④ 一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構 ^{ビージェイ} (BEAJ) について

1. 概要

日本の放送局や権利者団体、大手商社などが中心となり、日本のテレビ番組の海外展開促進を目的として2013年8月23日に設立。



2. 構成

理事長	岡 住友商事・相談役（放送コンテンツ流通の促進方策に関する検討会 座長）
理事社	地上放送 NHK、日本テレビ、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビ 衛星放送 スカパーJ SAT、WOWOW 権利者団体 日本音楽事業者協会、日本芸能実演家団体協議会、日本レコード協会 関係業界 住友商事、伊藤忠商事、電通、博報堂、日本民間放送連盟

3. 当面の戦略

- ASEAN主要国において、地上波等の効果的なメディアで放送枠を確保し、魅力ある日本の放送コンテンツを継続的に放送する
- このために国家予算も最大限活用しつつ、官民連携オールジャパン・ワンチーム体制で取り組む

ポイント

③

クールジャパン、 ビジットジャパンと放送コンテンツ

NHK大河ドラマのミニ枠、高校野球のふるさと紹介から学ぶもの

- 「あまちゃん」 → 東北観光・地場産業の紹介
- 「半沢直樹」 → 日本の町工場、匠の技
- 「カーネーション」 → アパレル
- 「孤独のグルメ」 → グルメ・観光
- 「篤姫」 → 九州観光・遺跡めぐり

⇒今後、作っていく番組で、そのような連動を考えられないか？

J Series Festival (タイ)



2013年3月より、
民放及びNHKが製作した30タイトル以上の日本の連続ドラマを
タイの地上放送・衛星放送にて一挙放送するとともに、

- ・番組宣伝のCMのオンエア、
- ・日本のドラマ出演者やミュージシャン等が参加する大規模イベントを開催。



2. 放送コンテンツの海外展開 (参考) 関連分野とのコラボレーション②

吉本興業：台湾において、ファッション、ビューティー、ライフスタイルをテーマに女性をターゲットとしたファッションバラエティ番組を共同製作。

番組にあわせて、イベント、インターネット配信、マーチャンダイズ等を展開。

Girls change the world!
SUPER GIRLS FESTA



**SUPER
GIRLS
FESTA**

GIRLS CHANGE THE WORLD!
最強美少女盛典

自社興行による台湾最大の
体験型ガールズイベント



台湾での放送

毎日20:00~21:00 (60分)



視聴率全1,500番組中
上位50位以内



Yahoo! 奇摩での放送

YAHOO!
奇摩

月間1,300万UUを誇る
台湾NO.1メディア



中華圏への展開

台湾では、テレビで放送された番組はインターネットで流される傾向が良く見られ、その後中国、香港、シンガポールなどの中華圏にも普及することがほとんど。

You Tube

YOUKU 优酷

土豆网 tudou.com
每个人都是生活的导演

PR効果

日本のモデルやタレントが番組出演することにより番組話題性の創出され、他メディアに取り上げられることが可能。



例) 蘋果娛樂新聞



流通活性化

番組内で紹介した日本の商品を台湾国内でのPRを通じて流通の活性化を図ります。

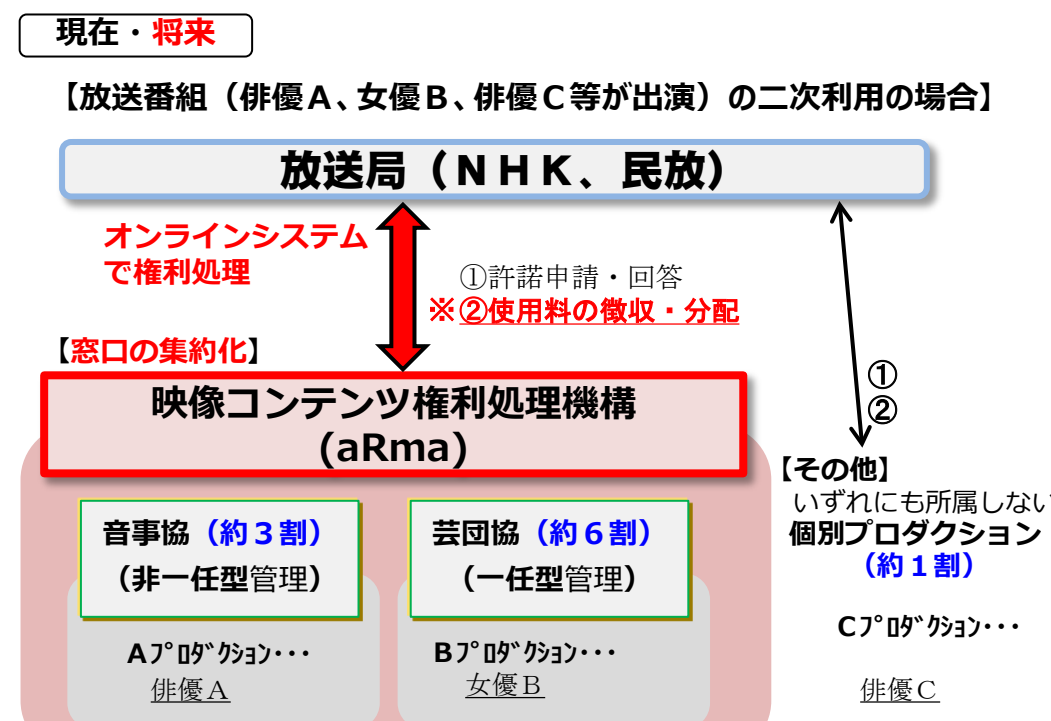
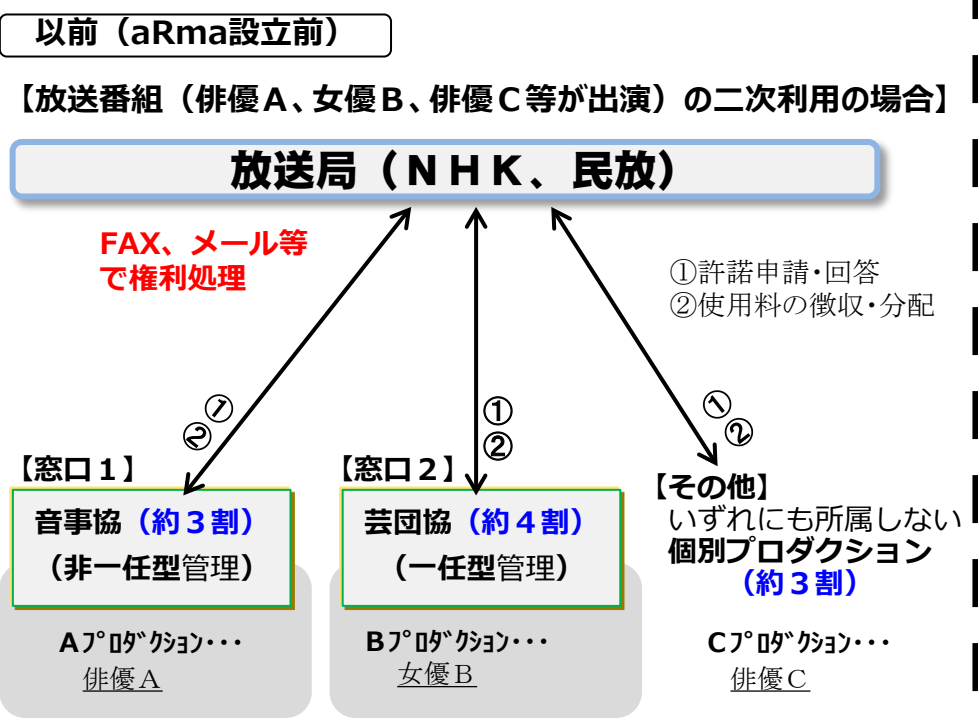


(出典) ジャパン・ブランド強化に向けた取組みに関する説明会
よしもとクリエイティブエージェンシー 永谷氏 講演資料より引用

3. 放送コンテンツ二次利用に係る権利処理

① aRmaにおける権利処理の円滑化

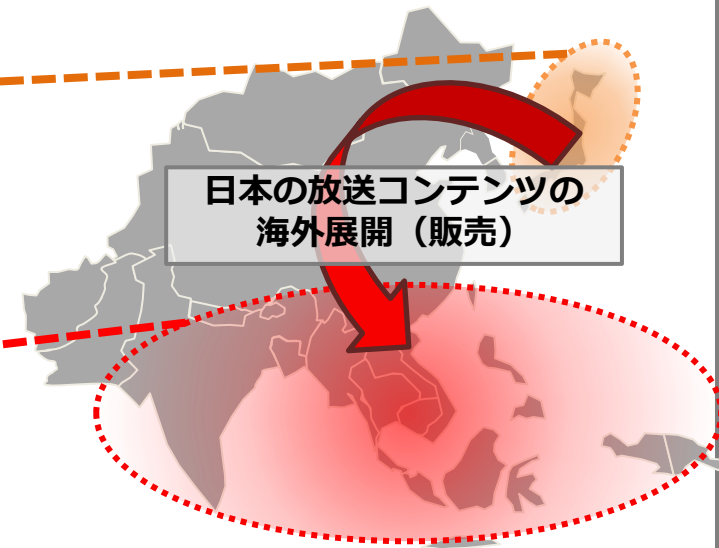
- 放送コンテンツの二次利用（海外販売、ネット配信等）に係る実演家（俳優、歌手等）の権利処理については、従前、
 - ①窓口が複数で、実演家ごとに所属団体を調べて申請する必要があったこと
 - ②申請手続が電子化されていなかったこと等から、処理手続が極めて煩雑で時間を要するという問題点があった。
- 上記の問題点を踏まえ、aRma(映像コンテンツ権利処理機構)を設立(平成21年)の上、順次権利処理窓口の集約化、システム処理化を政府支援のもと進めてきたところ。この結果として、権利処理業務は大幅に効率化。
 (現在のaRmaのカバー率は約9割。「申請」から「使用料の支払」までの年間作業時間は約3割削減)
- 今後、権利処理の更なる効率化のために、**権利使用料の徴収・分配までのシステム化**について平成26年度までに整備する予定。



※平成26年度までに使用料の徴収・分配までをシステム化

② 権利処理の迅速化の取組（1）

- **我が国においてはこれまで**、放送コンテンツについて一次利用（日本国内での放送権）についてのみ権利処理するのが一般的。
（海外での放送権、ネット配信権等を含む二次利用については、別途その都度権利処理をしてきたところ。）
- 一方で、近年、**アジア各国で番組を販売する際には、放送権、ネット配信権セットでの一括販売を求められるケースが大半。**
（特に、ドラマの直後放送（日本とほぼ同時）がリクエストされている。）
そのため、番組を海外に販売する際には、ネット配信権も含めた速やかな権利処理が必要となっている。
- 上記ニーズに対応すべく、放送局、権利者双方での事務処理のスピードアップを図ることにより、販売機会の拡大を目指すという観点から、現在、政府支援のもと、権利者（実演家、レコード会社）が協力し「暫定的な権利処理ルール」に基づき権利処理の効率化・迅速化を図る実証実験を実施しているところ。



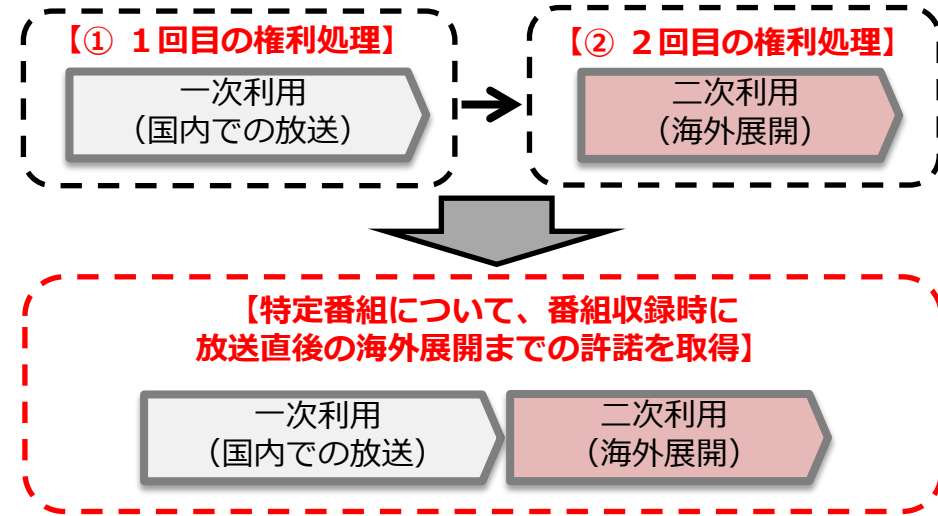
② 権利処理の迅速化の取組（2）

○ 実演家（俳優・歌手等）に関する権利処理の迅速化

具体的対策

平成25年度より実証実験を実施

- ・ 海外展開予定の番組を「特定番組」として選ぶ
- ・ 当該番組の収録時点において、放送直後の海外展開までの実演家の許諾を取得



○ 主題歌等音楽（レコード原盤）に関する権利処理の迅速化

具体的対策

平成25年度より実証実験を実施

- ・ 海外展開の許諾が可能な楽曲リスト情報を集約した ホワイトリスト・データベースを構築
- ・ 暫定的なルールに基づく権利処理を実施
- ・ 初年度は「アジア地域」かつ「邦盤楽曲」から実施

＜ホワイトリスト・データベース イメージ図＞

