

成倫研修会報告 2012.10.19

日 時／ 2012年10月19日(金) 16:30～18:00
会 場／ 鬼怒川温泉ホテル (栃木県日光市)
講 師／ 浅利光昭氏 (株)メディア開発総研 主任研究委員
演 題／ 「放送番組海外展開の現状と課題」
出席者／ 40名

2012年10月19日に成倫合同研修会が鬼怒川温泉ホテルで行われた。

研修会は、「放送番組海外展開の現状と課題」というテーマで、(株)メディア開発総研の浅利光昭氏に講演いただいた。日本では全国の地デジ完全移行が完了し、デジタルテレビ内蔵チューナーの普及で有料放送市場は広まっている。そのような過程において、世界の有料放送の実態はどのようなものか。グローバル化の進む中で、日本の放送番組の海外展開の現状と国際共同制作の可能性など豊富な資料データをもとに解説いただいた。なお、成倫として関心の高い海外のアダルトコンテンツの状況などについても、実態が掴み難い状況でありながら、データを拾い上げて調査いただき、大変有意義な講演であった。



— 講演内容 (レジュメ) —

◇世界の有料放送市場◇

■世界の有料放送市場／主な諸外国の有料放送市場<2010年>

- 2010年の世界の有料放送市場：約14兆8,352億円 (1米ドル=約88円)
- 米国市場が圧倒的に大きい。英・仏・独／日本・中国／ブラジルなどと続く

■主な諸外国の有料放送契約世帯数／普及率 ①東アジア／東南アジア諸国

東アジア、東南アジア諸国の人口対契約世帯数比率～今後の予想契約数

■主なアジア諸国での番組規制等（アダルトコンテンツ関連）

- ①韓国における規制とレーティング
- ②台湾における規制とレーティング
- ③東南アジア諸国における規制とレーティング

■主な諸外国の有料放送契約世帯数／普及率 ②ヨーロッパ諸国

ヨーロッパ諸国の人口対契約世帯数比率～今後の予想契約数

■主な欧州諸国で視聴可能なアダルトチャンネル数（2010年）

- 「国境を超えるテレビ」が一般的。他国が放送エリアとなっているテレビチャンネルでも視聴することが可能。
- 視聴可能なアダルトチャンネルが最も多い国はドイツ（56チャンネル）。次いで英国（53チャンネル）、仏国（42チャンネル）と続く。

■主な諸外国の有料放送契約世帯数／普及率 ③南北アメリカ諸国など

南北アメリカ諸国の人口対契約世帯数比率～今後の予想契約数

■主な欧米諸国でのアダルトコンテンツの放送可能時間

- 性表現や暴力などの内容を含む番組は、「青少年保護」等を目的に放送時間が限定される国も。レーティングは個々の番組内容で変わる。

【ご参考まで・・・】在留邦人の多い国・地域／都市

各国・地域別在留邦人数（2011年10月1日時点）

都市圏別在留邦人数（2011年10月1日時点）

◇放送番組の海外展開の現状◇

■在京キー局様の方針・取り組み

在京キー局様 5社の経営計画等において、放送番組の海外展開（フォーマット販売等を含む）は重点的な項目とされています。

■海外への番組販売の現状 ①ジャンル別／地域別（金額ベース）

【ジャンル別】依然としてアニメ中心。近年は、バラエティ番組が増加している。

【地域別】アジア比率が増加。2009年から北米とヨーロッパの比率が逆転

■海外への番組販売の現状 ②地上テレビ番組の輸出金額

2004年から2008年までは着実に輸出金額は拡大を続けてきたが、2009年、2010年と直

近 2 年は大幅に減少した。

■海外への番組販売の現状 ③主な国の番組輸出金額（2010 年）

2010 年の日本の番組輸出額は 71 百万ドル。米国、英国が他国を圧倒。韓国は 170.2 百万ドルで、日本の約 2.4 倍。

◇国際共同製作の現状◇

■国際共同製作のメリット

メリットとして、①番組制作コスト調達の多様化、②番組販売市場の拡大、の大きく 2 つをあげることができる。

■国際共同製作を意図した政策事業

これまでの「クール・ジャパン事業の推進」に加え、「東日本大震災からの復興・再生」などをテーマとした行政事業がさまざまな省庁で実施。

■国際共同製作の実績

地上テレビ放送事業者の 32% (100 社中 32 社)、テレビ番組制作会社の 19% (42 社中 8 社) で国際共同製作の実績がある。

■国際共同製作で採用した手法

日本側と海外側で 1 つのチームを作り、取材・編集を行う方式（共同取材・共同制作方式）で国際共同製作を行われたケースが最も多い。

■国際共同製作で制作された番組ジャンル

過去 5 年間（2006 年～2011 年）に制作された共同製作された番組ジャンルで、最も多いのは「紀行・グルメ番組」。次いでバラエティ、ドキュメンタリーと続く。

■国際共同製作に関する主な事例（2012 年上半期）

テレビドラマ、情報・バラエティ番組、アニメーションなど多くの番組ジャンルで国際共同製作の手法が活用されている。

◇国際共同製作の課題◇

■国際共同製作の課題

国際共同製作に関する課題は大きく 4 つに分けられる。

1. 制作フローの課題
2. コミュニケーションの課題

3. 資金調達の課題
4. “知の共有”に関する課題

■国際共同製作の課題 ①国際共同製作の経験社

国際共同製作を行った事業者が考える課題のトップは「制作費の調達」。次いで「プロセス・手法の違い」、「相手国の情報不足」など

■国際共同製作の課題 ②国際共同製作の未経験社

経験がない事業者が考える課題のトップは「番組ニーズの情報不足」。次いで「テーマ設定ができない」、「法制度・商習慣の情報不足」など

■外部環境の変化

為替リスクに加え、購入先の景気動向や放送・コンテンツ政策の動向にも大きな影響を受ける。さらには韓国を筆頭とするアジア諸国がライバルに。

- ・ 円高、ユーロ高
- ・ 各国経済の不透明感
- ・ 保護主義政策の採用
- ・ 強力なライバル？

■まとめに変えて

さまざまな課題は抱えつつも、国際共同製作に対して積極的な姿勢が示される

- ・ 目的の明確化・・・「何のための」海外展開なのか？
- ・ 目標の明確化・・・「仮想敵／組むべき相手」は誰？
- ・ 手段の明確化・・・「武器（強み）」は何か？

以上