

放送番組の海外展開から、  
日本の製品・サービスの  
ビジネス普及拡大へ

一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構



**BEAJ**  
Broadcast Program  
Export Association of Japan

# **BEAJとは**

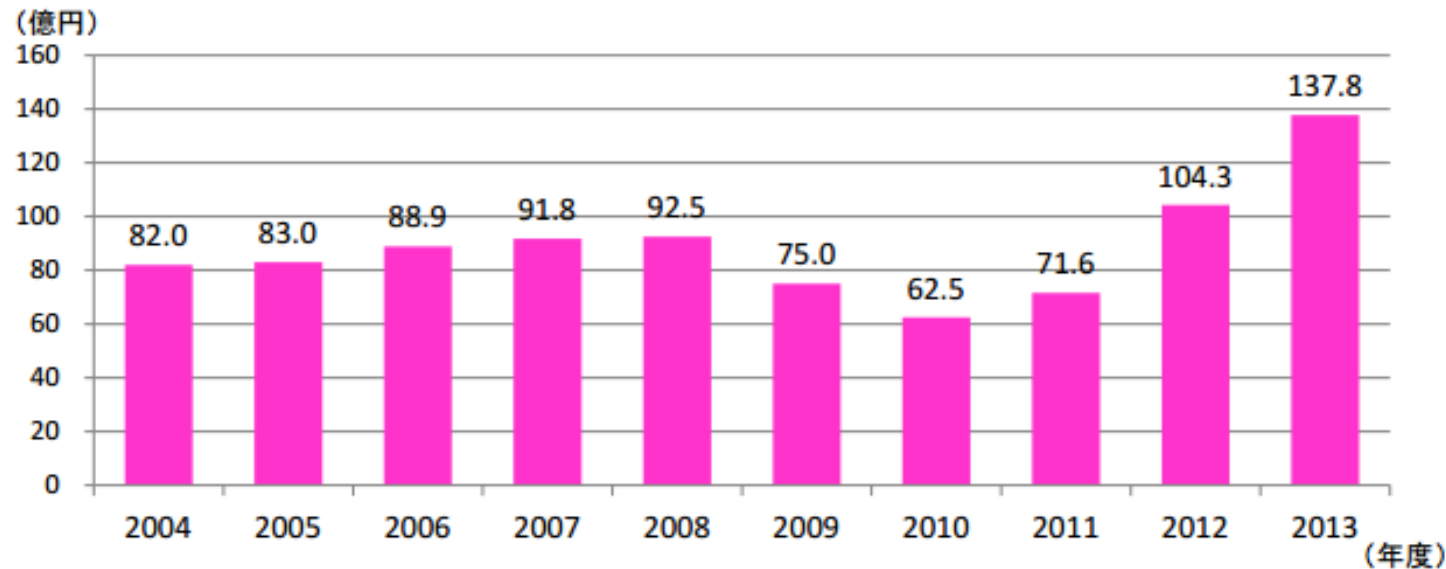
## **～設立の経緯と活動概要～**

# 放送コンテンツの海外展開に関する現状分析

## 日本の放送コンテンツの海外輸出額

1

2013年度の日本の放送コンテンツ海外輸出額は約138億円。なお、2011年度から、番組放送権に加え、商品化権、ビデオ・DVD化権、フォーマット・リメイク権、インターネット配信権なども対象にして、放送コンテンツ海外輸出額の調査を実施している。



注1: 放送コンテンツ海外輸出額: 番組放送権、インターネット配信権、ビデオ・DVD化権、フォーマット・リメイク権、商品化権等の輸出額。

注2: 2004年度から2010年度までは、番組放送権のみの輸出額。2011年度以降は番組放送権以外の輸出額を含む放送コンテンツ海外輸出額。なお、2011年度については番組放送権以外の輸出額について再調査を実施。

注3: NHK、民放キー局、準キー局、ローカル局、衛星放送事業者、プロダクション等へのアンケートにより算出。

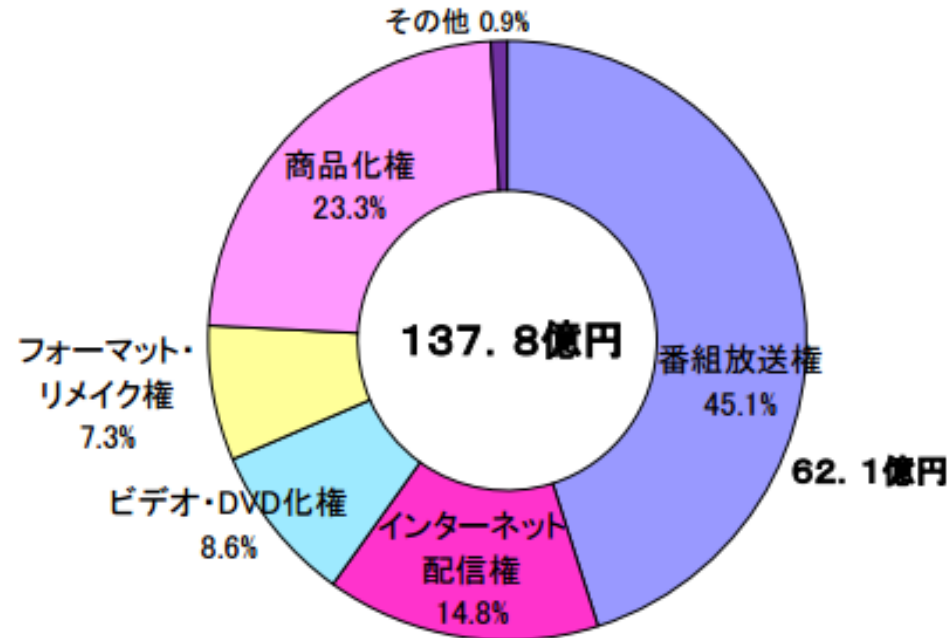
平成26年12月総務省情報通信政策研究所「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析(2013)」より

# 放送コンテンツの海外展開に関する現状分析

## 放送コンテンツ海外輸出額の構成比率（2013年度）

2

放送コンテンツの海外展開は、番組放送権の販売が伝統的な方法であった。しかし、フォーマットやリメイク権による海外展開が定着しつつあるほか、キャラクター販売のための商品化権、インターネット配信権が放送コンテンツ海外輸出額を増加させている。



注1: 商品化権、ビデオ・DVD化権には、キャラクターなどの商品の売上、ビデオ・DVDの売上は含まない。

注2: 各項目のパーセンテージは、2013年度の放送コンテンツ海外輸出額に占める割合。

注3: 各項目に明確に区分できない場合には、番組放送権に分類。また、放送コンテンツ海外輸出額の内訳を未回答の者については、番組放送権に分類。

平成26年12月総務省情報通信政策研究所「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析(2013)」より

# 放送コンテンツの海外展開に関する現状分析

## 放送コンテンツ海外輸出額の構成内容（2013年度）

3

### 放送コンテンツ海外輸出額の構成

- ・番組放送権(45.1%)  
→番組放送権の販売による番組の「完成パッケージ(完パケ)」の販売は、海外展開の伝統的な方法であり、翻訳(字幕や吹き替え)などにより販売先の国に対応(ローカライズ)させて海外で放送。
- ・インターネット配信権(14.8%)  
→海外の動画配信サイトが、放送番組を現地の国に対応(ローカライズ)させてネット配信する権利。
- ・ビデオ・DVD化権(8.6%)  
→放送番組をビデオ・DVD化して海外で販売する権利。
- ・フォーマット・リメイク権(7.3%)  
→バラエティ番組などのコンセプトや制作手法をフォーマットとして海外へ販売、またはドラマなどの舞台設定や登場人物などの構成要素を取り出してリメイク権として販売し、それに基づいて海外の放送局・制作会社が現地の出演者やスタッフを活用して番組を制作・放送。
- ・商品化権(23.3%)  
→例:アニメなどの放送番組のキャラクターを商品化して海外で販売する権利。
- ・その他(0.9%)  
→例:放送番組の一部を海外の番組の中で番組素材(フッター)として活用する権利。

平成26年12月総務省情報通信政策研究所「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析(2013)」より



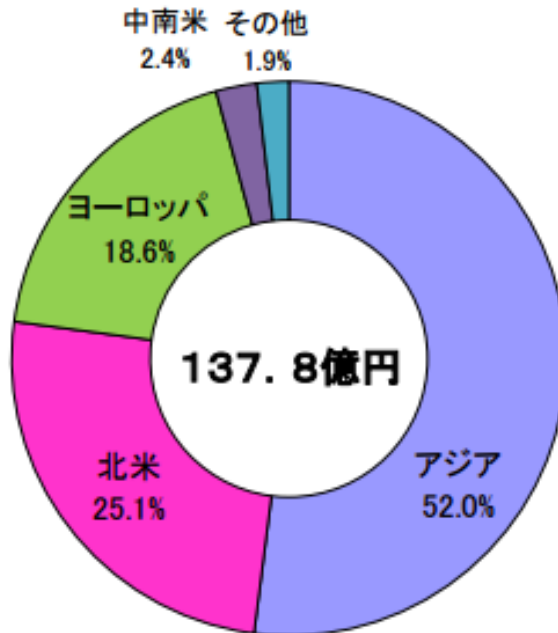
# 放送コンテンツの海外展開に関する現状分析

## 輸出先別の海外輸出額（2013年度）

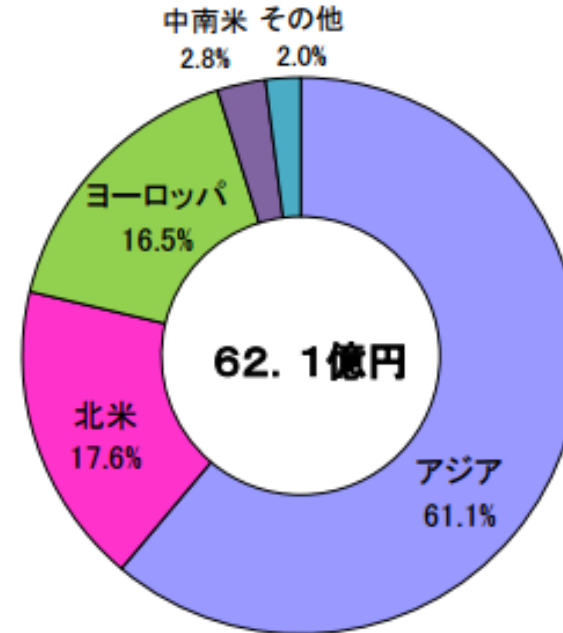
7

放送コンテンツの輸出先は、アジアが約5割を占め、次いで北米、ヨーロッパが多く、中南米、その他がそれに続いており、日本の放送コンテンツの海外展開は、アジアを中心に多様な輸出先を確保している。

放送コンテンツ海外輸出額  
(輸出先別)

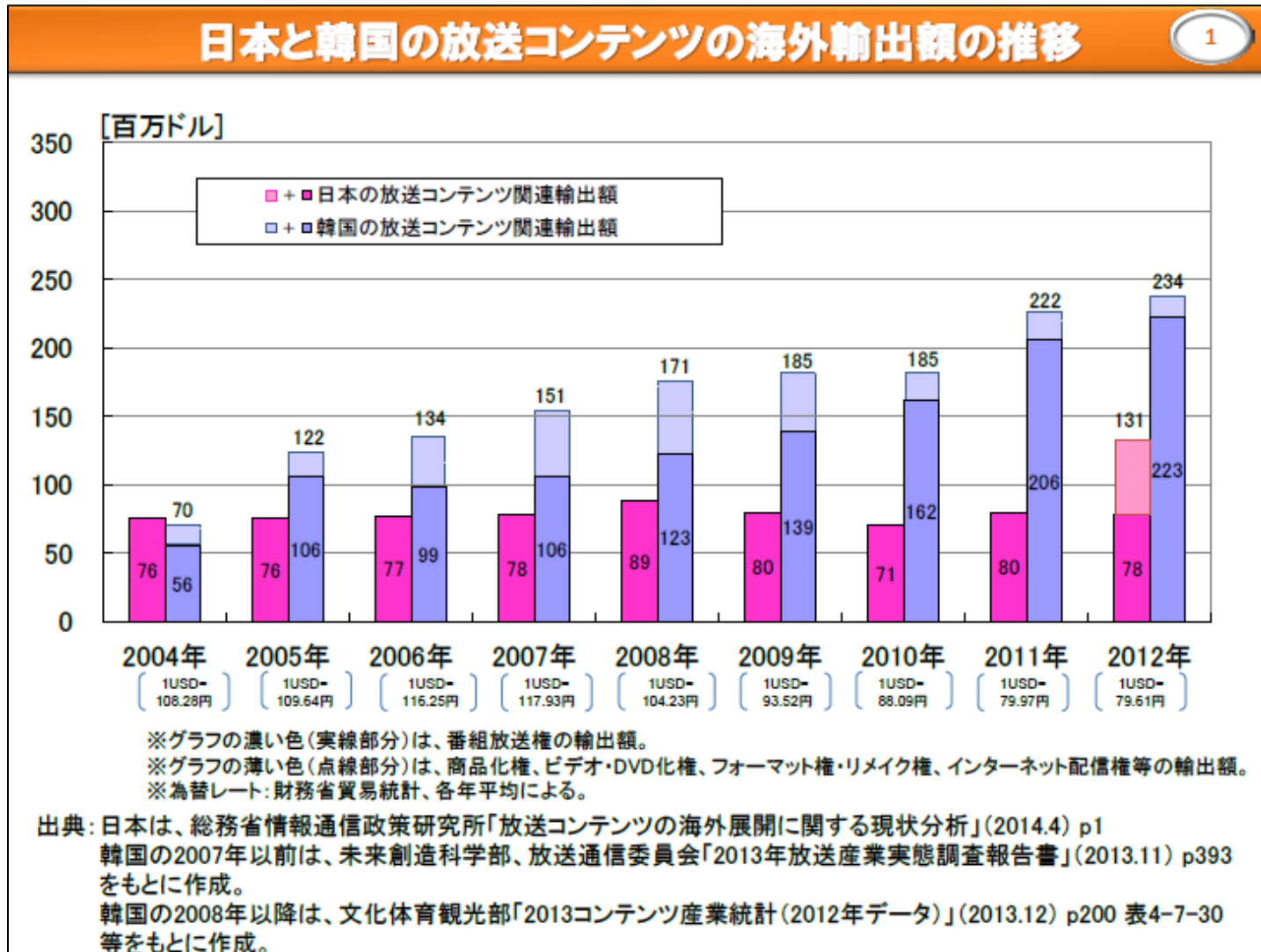


番組放送権の輸出額  
(輸出先別)



平成26年12月総務省情報通信政策研究所「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析(2013)より

# 放送コンテンツの海外展開に関する現状分析



総務省情報通信政策研究所「放送コンテンツの海外展開に関する日韓比較」より

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



## 日本の放送コンテンツの海外展開強化

**放送コンテンツを軸にして広がる、我が国の食、文化、製品・サービス等の一体的な海外展開を早期に実現する観点から、放送コンテンツの海外展開に関する共通の目標、実現のための戦略の策定及び、それら目標と戦略に沿って海外展開に取り組む事業に関する支援等を行うことにより、我が国の放送コンテンツの市場拡大、放送文化の発展や我が国に対する理解・関心の向上を図り、もって我が国と外国との経済交流の発展や官民一体となってクール・ジャパン戦略やビジット・ジャパン戦略をはじめとする国家戦略に基づく成長の促進に寄与する。**

**(定款第2条「目的」)**

1. **海外展開に関する共通目標や具体的な戦略の検討。**
2. **海外展開に関する具体的な戦略の検討、策定。**
3. **対象国に関するマーケティング等の調査。**
4. **以上に沿って、海外展開に取り組む事業に関する支援等の実施。**
5. **放送コンテンツの海外展開の促進に向けた実証事業の実施。**
6. **放送コンテンツの海外展開に関する普及、利用促進、周知広報。**
7. **関連内外機関との連絡、調整及び協力。**
8. **前各号に掲げるもののほか、当法人の目的を達成するために必要な事業。**

**(定款第3条「事業」)**

# 放送コンテンツ海外展開促進機構が行う事業について

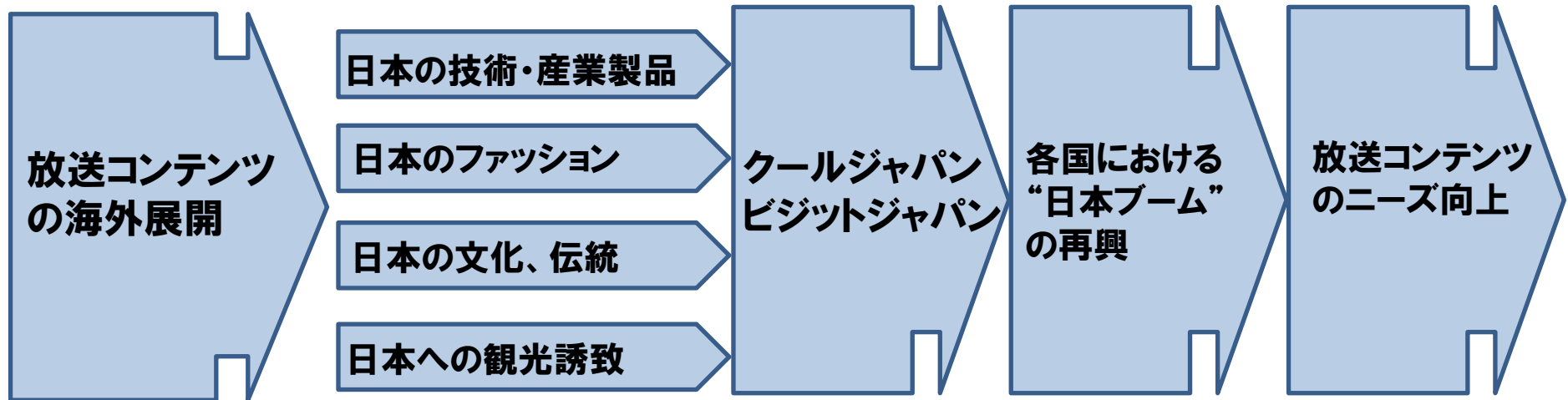
放送コンテンツの海外展開に対して、国の経済的なサポートを受けつつ、日本の放送コンテンツの国際競争力の向上を促進。アジアを中心とする各国での放送枠の大幅拡大を図る。



これにより、日本の技術、産業製品やファッション、文化、伝統、日本語などへの関心を向上させ、「クールジャパン戦略」に貢献するとともに、観光客の誘致への波及効果を引き出し、「ビジットジャパン戦略」にも寄与する。



「クールジャパン」「ビジットジャパン」の活性化により“日本ブーム”を創出させ、それによって日本の放送コンテンツへのニーズが高まるような『好循環構造』を構築する。



放送コンテンツ海外展開促進機構は、株式会社三菱総合研究所が運営を請け負った平成26年度総務省「地上波テレビジョンを活用した放送コンテンツの海外展開に関するモデル事業」に協力。

## 本事業の概要：

我が国の放送コンテンツの展開先として有望なアジア地域において、我が国コンテンツを継続的に発信することで「日本ファン」の拡大を図るとともに、幅広く波及効果を生み出すモデルを構築することにより、今後のコンテンツの海外展開に関する民間における取組を促進することを目的として実施。対象国における地上波テレビジョンの放送枠を確保し、現地のニーズに応じた放送コンテンツを供給または共同製作して、継続的に放送。また、これらのモデル事業を通じて得られた知見を整理し、その効果を検証する。

11月11日に行われたBEAJ採択企画発表会



高市総務大臣、山口特命担当大臣とJKT48のメンバー

# 海外共同制作の事例

## 概要

- 「地上波テレビジョンを活用した放送コンテンツの海外展開に関するモデル事業」では、フィリピン、マレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム、ミャンマーの6カ国において10のモデル事業を実施し、526話・20,651分の放送が実施された。

## 日本国際放送

MNTV
Japan hour
毎週火、木曜日 19:20～19:50

## 伊藤忠商事

MRTV-4
毎週土、日曜日 17:00～18:00 (ドラマ)
毎週月～金曜日 22:30～23:00 (バラエティ)

## 日本音楽事業者協会

Workpoint Creative TV : Channel23
ANISONG NIPPON
毎週日曜日 8:30～9:00

## テレビ朝日(博報堂DYMP)

MCOT: Channel 9
Doki Doki Japan!!
毎週土曜日 16:00～16:30

## 伊藤忠商事

BBTV : Channel 7
BEAUTY VERSUS สวยสั่งได้
毎週土曜日 11:45～12:00

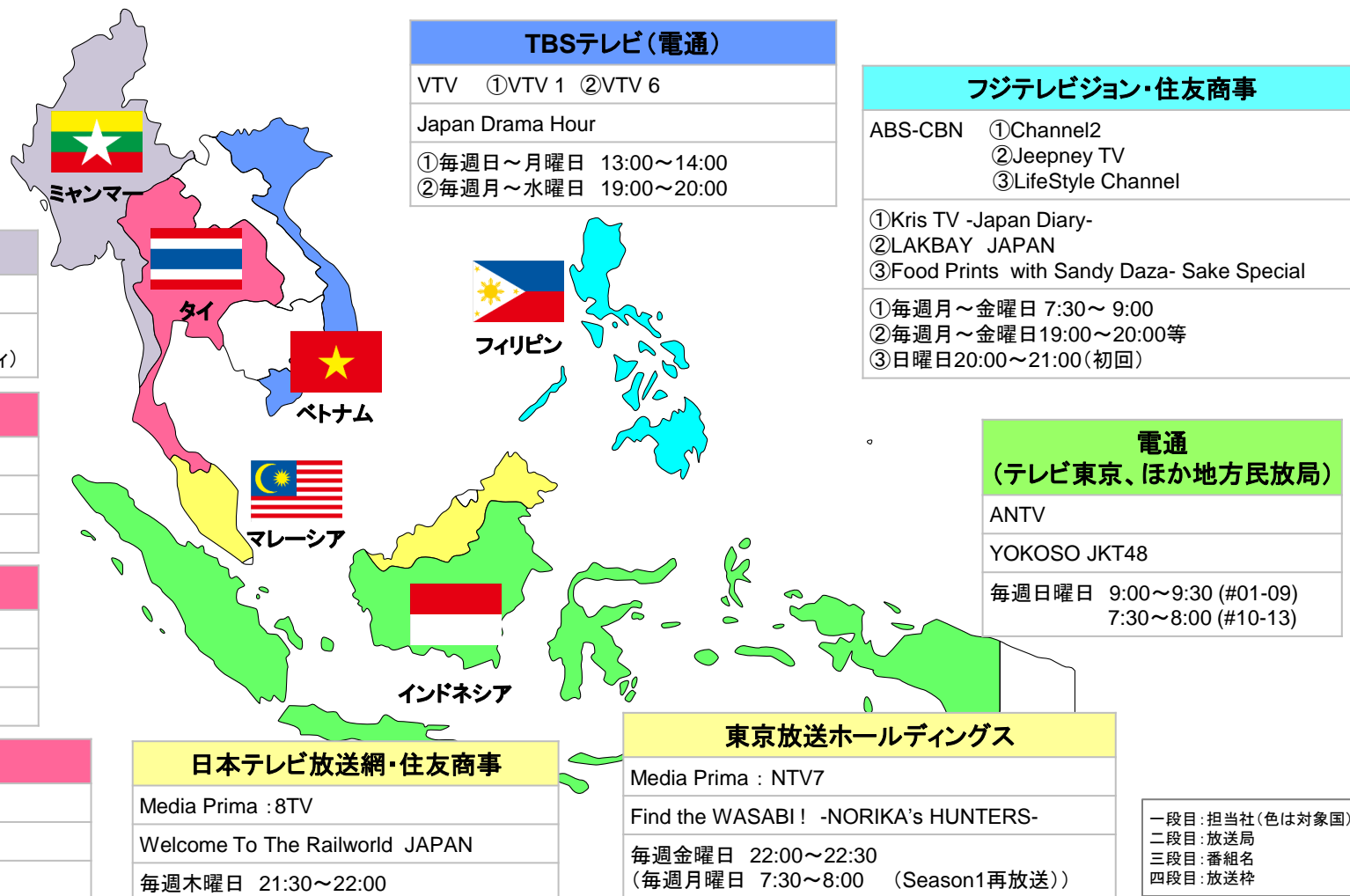
## 日本テレビ放送網・住友商事

Media Prima : 8TV
Welcome To The Railworld JAPAN
毎週木曜日 21:30～22:00

## 東京放送ホールディングス

Media Prima : NTV7
Find the WASABI! -NORIKA's HUNTERS-
毎週金曜日 22:00～22:30
(毎週月曜日 7:30～8:00 (Season1再放送))

一段目: 担当社(色は対象国)  
二段目: 放送局  
三段目: 番組名  
四段目: 放送枠





# その他

## ～BEAJが得た知見から～

# ASEAN地域内でも国によって異なる状況

## ■ 海賊版・違法コンテンツの流通⇒いずれの国でも深刻な問題

※国内での流通をくい止めても、中国など他地域から流入してきてしまう

## ■ 国ごとに異なる制度

- ・ 著作権／知的財産権の考え方、保護の在り方
- ・ 放送内容の検閲や制作・放送に関わる各種規制

⇒その他、歴史的背景や宗教の違いなども含め、国ごとの状況を把握することはコンテンツ流通の促進においても重要。

# 著作権／知的財産権について

## ■ 関連法案の有無

インドネシア	○	著作権法は存在するが、海賊版の対策を行うには不十分
カンボジア	○	著作権法は存在するが、オンラインでの違法流通に対応するには不十分。オンライン違法流通対策に特化した法律制定を目指している。
タイ	○	1994年著作権法に基づき、知的財産局が著作権および関連する権利の統制を行っている。ただし、この1994年著作権法ではテレビコンテンツ含むオーディオ・ビジュアルの著作物に対する保護は十分ではない。
フィリピン	○	—
ブルネイ	×	著作権に関する法的枠組みはまだ確立されていない
ベトナム	○	知的財産法において著作権保護に関連する項目も規定
マレーシア	○	1987年著作権法に基づき保護されている
ミャンマー	×	現在、著作権／知的財産権に関する法律草案をまとめている段階
ラオス	○	2011年より知的財産権に関する法律が施行されている

# 放送内容の規制について

## ■ 規制／検閲に関する現状

インドネシア	検閲により、暴力、人種差別、虐待、賭博、性的表現を伴うコンテンツは制限されている。
カンボジア	明確な法規制はなく、現在国内・海外コンテンツ問わず検閲制度はなく、放送の内容は各局自粛にゆだねられている。
タイ	放送事業法（2008年）によって、政府や国家安全保障を脅かすような内容や、著しく節度を欠いた放送番組は禁止されている。他国との共同番組制作は、商業放送局・公共放送とも行っているが、政府や宗教・信条などに関連する番組製作時には、事前の撮影許可取得のために台本の提出を求められることがある。
フィリピン	放送前の番組につき、映画テレビ審査格付委員会（MTRCB = Movie and Television Review and Classification Board）による審査が行なわれており、テレビ番組は4つに分類され、分類の結果を、番組放送の前にスクリーン上で表示することとなっている。
ブルネイ	すべての放送事業者は検閲制度に従う。厳格なイスラム国家であり、その教えにそぐわない内容等が含まれるコンテンツは規制を受けることもある。
ベトナム	事前検閲制度が存在している。
マレーシア	－
ミャンマー	以前は、政府機関による検閲が実施されていたが、現在ほとんど検閲は行われていない。
ラオス	－

**ご清聴ありがとうございました**

