

総務省提出資料

- ・放送コンテンツの海外展開の現状と今後の方向性について
- ・新しいテレビ国際放送への取り組みについて

平成20年11月

放送コンテンツの海外展開の現状と今後の方向性について

2008年11月
総務省

放送コンテンツの海外展開の現状と今後の方向性について

ICT国際競争力強化プログラム ver.2.0

(平成20年7月 総務省) [参考1]

個別プログラム

3. ソフトパワー強化プログラム

○ コンテンツの海外流通の促進

我が国コンテンツの海外への流通を促進するため、海外の放送チャンネルの時間枠の開拓やスポンサー企業の確保、国際ドラマフェスティバルへのマーケット機能の付加、海外の事業者も含めた我が国のコンテンツを取引する市場の創設等について検討する。

これまでの取組状況

◆検討の体制

(1) ICT国際競争力会議

「デジタル放送分科会(テーマ:コンテンツ)」において、我が国において、主に海外市場のニーズへの対応を目的とした、オープンな取引市場(見本市)を開設するための具体策のあり方等について検討中。

(2) 情報通信審議会

「デジタル・コンテンツの流通の促進等に関する検討委員会」において、海外を含めた、コンテンツ取引市場の形成のための具体策のあり方について検討中。[参考2]

◆取組状況

(1) 「国際ドラマフェスティバル」の開催

日本のドラマの海外発信機会の拡大、国際競争力の向上を目的として、平成20年10月、放送事業者等を中心に第2回が開催されたところ。

(2) 海外のチャンネル確保の取組

商社を始め現地の日本企業の協力により、現地の放送事業者(地上、ケーブル、衛星)の一定の時間枠を確保。日本の放送コンテンツを供給する試みが進捗中。

これまでの具体的な取組(概要)

1. コンテンツ取引市場形成に関するもの

◆ 海外のコンテンツ見本市への出展

NHK、キー局、ローカル局等が、海外の見本市に日本の放送コンテンツを積極的に出展。

◆ 我が国における見本市開設に向けた作業着手

平成19年10月から、見本市開催のための取り組みとして、NHK、民放連を中心に、「国際ドラマフェスティバル」を開催(本年10月に第2回を開催済み)。

2. 海外におけるチャンネル確保に関するもの

◆ ジャパン・アワー

商社、現地日本企業等が中心となって、シンガポールの地上放送の放送枠を一定時間確保。(週3時間(1時間×週3回)程度)。日本の経済事情等を伝える放送番組を提供。

平成19年11月より、衛星放送を利用して提供国(アジア・オセアニアの21の国・地域)を拡大。

◆ JET-TV

北海道のローカル局等が、アジア地域を対象とした衛星放送事業者の放送時間枠を確保。地域の自然等を伝える放送番組を提供。

(例:北海道テレビ放送「北海道アワー」台湾・香港・シンガポール・マレーシア地域に向けて週3時間(台湾)～12時間(それ以外)放送。)

放送コンテンツマーケットの開設

- 日本のドラマの海外発信機会の拡大、国際競争力の向上を目的として、昨年より開催。
- 将来的には、アジアにおけるテレビドラマフェスティバルの中心的な存在として世界的な認知を得ることにより、コンテンツマーケットとしての役割も果たせる形を目指す。
- 民放連、民放キー局、NHK、映画事業者、権利者団体等で構成される実行委員会が主催。総務省、経済産業省が共催。

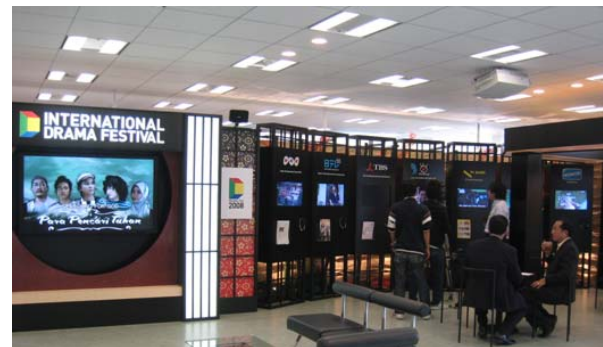
◎「国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2007」

平成19年10月12日・13日に開催。式典(招待作品の紹介等)、海外(韓国・中国・タイ)・国内招待作品上映会等を開催。また、シンポジウム(韓国・中国・タイの番組製作者代表による、海外展開や共同製作等に関する意見交換)を開催。

◎「国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2008」

- 本年10月22日・23日に開催。
TIFFCOM(東京国際映画祭併設コンテンツマーケット)との連携により、放送コンテンツのマーケットを開設。国際的なコンテンツ取引市場を目指す。

- ・出展団体数: 201社 (172社) * ()内は昨年の実績
- ・出展参加国数: 22ヶ国 (17か国)
- ・延べ来場者数: 19,843人 (17,085人)
- ・事前登録者数: 4,006人 (3,505人)
- ・事前登録者国数: 42ヶ国 (40ヶ国)



(参考) 国際ドラマフェスティバルin TOKYO 実行委員会

委員長: 廣瀬日本民間放送連盟会長 副委員長兼ジェネラル・プロデューサー: 重村 ニッポン放送会長

構成団体: 日本民間放送連盟、日本テレビ放送網、東京放送、フジテレビジョン、テレビ朝日、テレビ東京、日本放送協会、WOWOW、日本映画製作者連盟、松竹、東宝、東映、角川映画、全日本テレビ番組製作社連盟
日本音楽事業者協会、芸団協・CPRA、映像産業振興機構(VIPO)、日本映画テレビプロデューサー協会

個別プログラム

3. ソフトパワー強化プログラム (当課関連のみ抜粋)

○コンテンツのマルチユースの促進

コンテンツのマルチユースの成果をクリエイターや視聴者に還元していくため、権利内容や交渉窓口等に係る情報の集約・公開等により、コンテンツの取引市場の形成を平成20年度から行うとともに、これらに関するルールや制度の在り方等について検討する。

○コンテンツの海外流通の促進

我が国コンテンツの海外への流通を促進するため、海外の放送チャンネルの時間枠の開拓やスポンサー企業の確保、国際ドラマフェスティバルへのマーケット機能の付加、海外の事業者も含めた我が国のコンテンツを取引する市場の創設等について検討する。

○デジタルコンテンツ流通に関する新たなルールの形成等

デジタルコンテンツについて、権利者が安心してコンテンツを提供できるとともに視聴者にとって使いやすい環境を整備できるよう、コンテンツ流通に関する新たなルール及びその担保手段の在り方について幅広い関係者の協力を得て、検討を行う。

○コンテンツの流通経路の多様化

コンテンツの視聴の選択肢を拡大するため、IPTVサービスの実現に係る映像配信技術、送信側、伝送路、受信端末に必要な機能・技術に関する検証を実施する。

(参考2) 情報通信審議会答申における提言

情報通信審議会答申「デジタル・コンテンツの流通の促進」及び「コンテンツ競争力強化のための法制度の在り方」
(平成20年6月27日 第五次中間答申)概要版より抜粋

第3節 提言

(2) 国際展開のための放送番組見本市の開催

1. 諸外国でコンテンツの見本市が開催され、特にアジア諸国のプレゼンスが向上。我が国においても、コンテンツの流通促進及び国際展開の観点から、海外市場向けに、放送コンテンツの見本市を新たに創設。
2. 「コンテンツの国際競争力強化」は知的財産推進計画にも明記された政府としての基本方針。自らコストを負担して海外見本市の創設に取り組む放送事業者に対し、一定の公的支援は必要。
3. 支援に当たっては、見本市の開設が我が国の放送コンテンツの海外展開の促進に与える効果の検証が必要。在京放送局のみならず、地域のローカル放送局コンテンツの海外発信の促進も視野に入れ取り組むことも必要。

① これまでの取組

- (ア) 海外で開催される、いわゆる「放送番組見本市」又は「映画祭」への作品出展、番組販売
- ・MIPTV、カンヌ映画祭等、海外の番組の見本市、映画祭等に出展
 - ・我が国の地上テレビ番組の輸出実績 約100億円 (韓国 約100億円)
- (イ) 海外の放送事業者のチャンネル確保、日本の放送コンテンツ配信
- ・ジャパン・アワー
(アジア・オセアニア 21か国・地域 /衛星波)
 - ・JET-TV(台湾、香港、シンガポール 衛星経由で配信。)

② 今後の重点的取組

- (ア) 我が国における、いわゆる「放送番組見本市」の開設
- ① 各国の見本市に加え、日本に開設する必要性、メリット
 - ② 他国の見本市との差別化のあり方(特徴の持たせ方)
 - ③ 対象とするコンテンツの範囲、招聘対象とする重点地域
 - ④ 出展するコンテンツ自身に関わる課題
 - ⑤ 具体的な運営方法
 - ⑥ 支援の在り方(←→韓国等)
- (イ) いわゆる「コンテンツ輸入規制」をおく国に対する対応
- 相手方事業者との共同製作 等

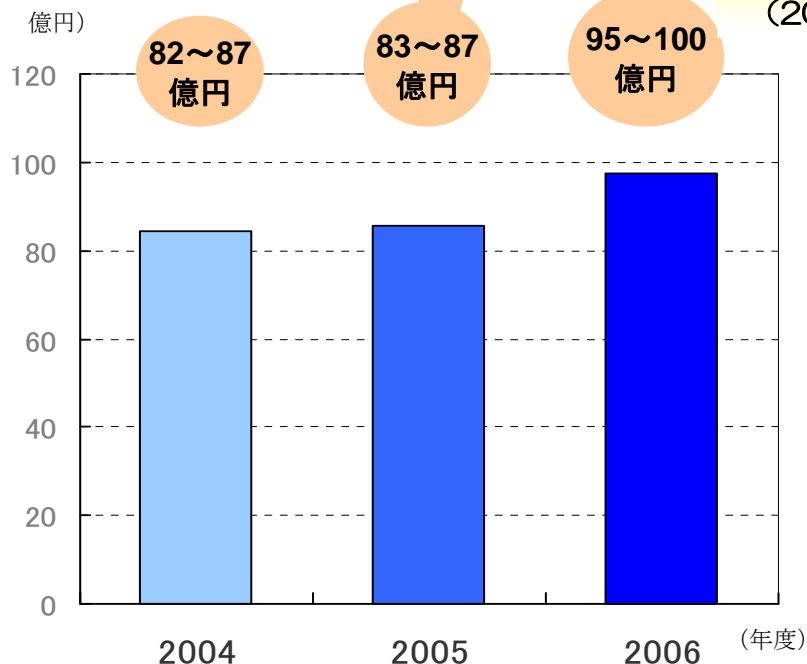
(参考3) 放送番組の輸出の状況

○ 放送コンテンツの二次利用・海外展開の現状

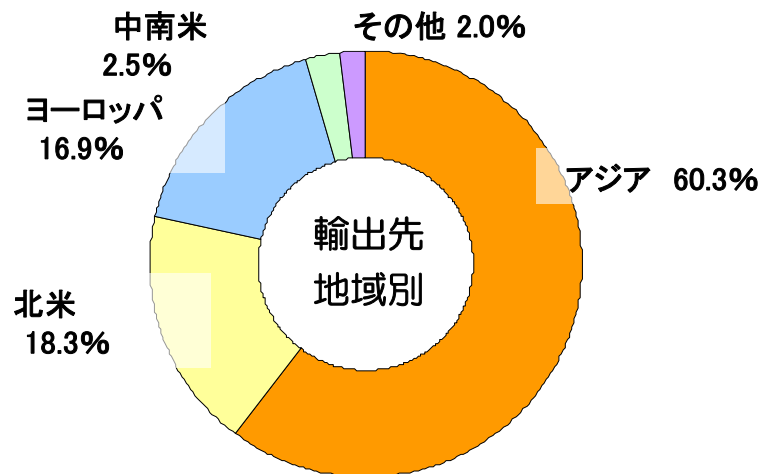
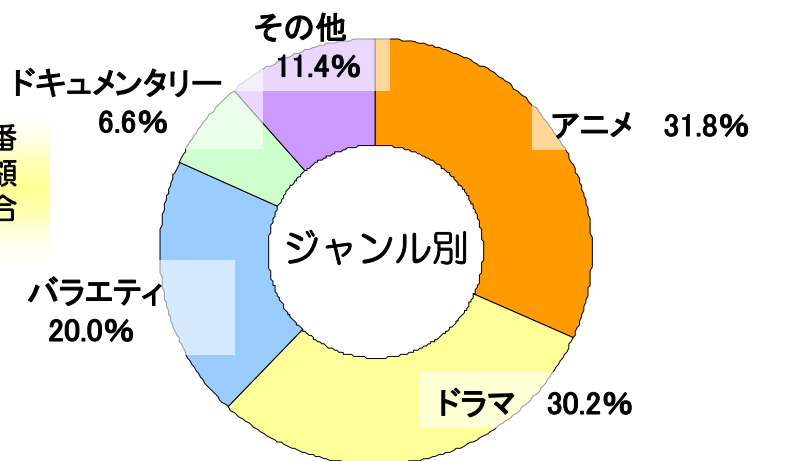
- ・最も多い輸出先はアジアで、6割を占める。輸出の多い番組ジャンルは、アニメ、ドラマ、バラエティ。
- ・地上テレビ番組の輸出金額(2006年度推計値)は、100億円近くになる見込み。

(韓国2006年韓国放送番組輸出額:9884万ドル(約100億円) (放送産業実態調査報告書2007年版))

地上テレビ番組の輸出金額
(推計値)



地上テレビ番組の輸出金額に占める割合 (2005年)



(地上テレビ局やプロダクションへのアンケート及びインタビュー調査の結果等をもとに推計)

<「メディア・ソフトの制作及び流通の実態調査」(総務省情報通信政策研究所)により作成>

新しいテレビ国際放送への取り組みについて

2008年11月
総務省

NHK WORLD

アジアと世界へ「日本」を多彩に発信

放送法に基づき2008年4月に子会社「(株)日本国際放送」を設立、9月から事業開始

来年2月から新しいテレビ国際放送へ移行

NHKワールド

ワールドTV

外国人向け英語放送

一日24時間、ニュース・情報番組を放送
衛星・ケーブルテレビ等で全世界をカバー

ワールド・プレミアム

一日24時間、邦人向け放送（約1,500万世帯に普及）
一日5時間程度のノンスクランブル放送（2008年10月～）

ラジオ日本

日本語+17の言語
短波送信機を縮減し、より効率的な送信方法を活用
（海外の中波、FM波、インターネット等）

インターネット

NHKワールド・オンラインの充実
動画配信の強化（海外有力サイトとも連携）

新しいNHKワールドTVの特色



多様な日本、多彩な日本を
アジアのなかの日本を
世界のなかの日本を

いきいきしたニュースと
個性あふれる番組を

- 日本初の24時間完全英語放送
- 24時間を6分割し、世界各地の視聴最適時間帯に合うように計画
- 編成： NHKニュース〈毎正時〉
NHK番組
(株)日本国際放送 独自番組
- 誰に： ①オピニオンリーダー ②若者
- 何を：
 - ✓ 日本のニュース・情報
 - ✓ アジアのニュース・情報
 - ✓ 経済・ビジネス情報
 - ✓ 若者向け情報
- 一人でも多くの視聴者に届くよう、地域向け衛星放送、ケーブルテレビ、インターネット等の通信インフラ・伝送技術を活用

新しいNHKワールドTVの編成方針

- 毎正時に、新英語ニュース番組「NHK NEWSLINE」を生放送



ASIA 7DAYS



OUT & ABOUT

- 毎30分から、J-MELO、Tokyo Fashion Expressなど、バラエティー豊かな情報番組を編成



J-MELO



Tokyo Fashion Express

- 国内向けNHK番組からも優れた番組を選んで英語化し、随時放送



あしたをつかめ〜平成若者仕事図鑑

- 新会社の独自枠で民間放送局や番組制作プロダクションが制作する番組を放送

- 将来は独自放送枠で自主制作番組を放送する予定

(番組、番組イメージ画像は想定です。変更の可能性があります。)

新しいNHKワールドTVのスタジオ建設

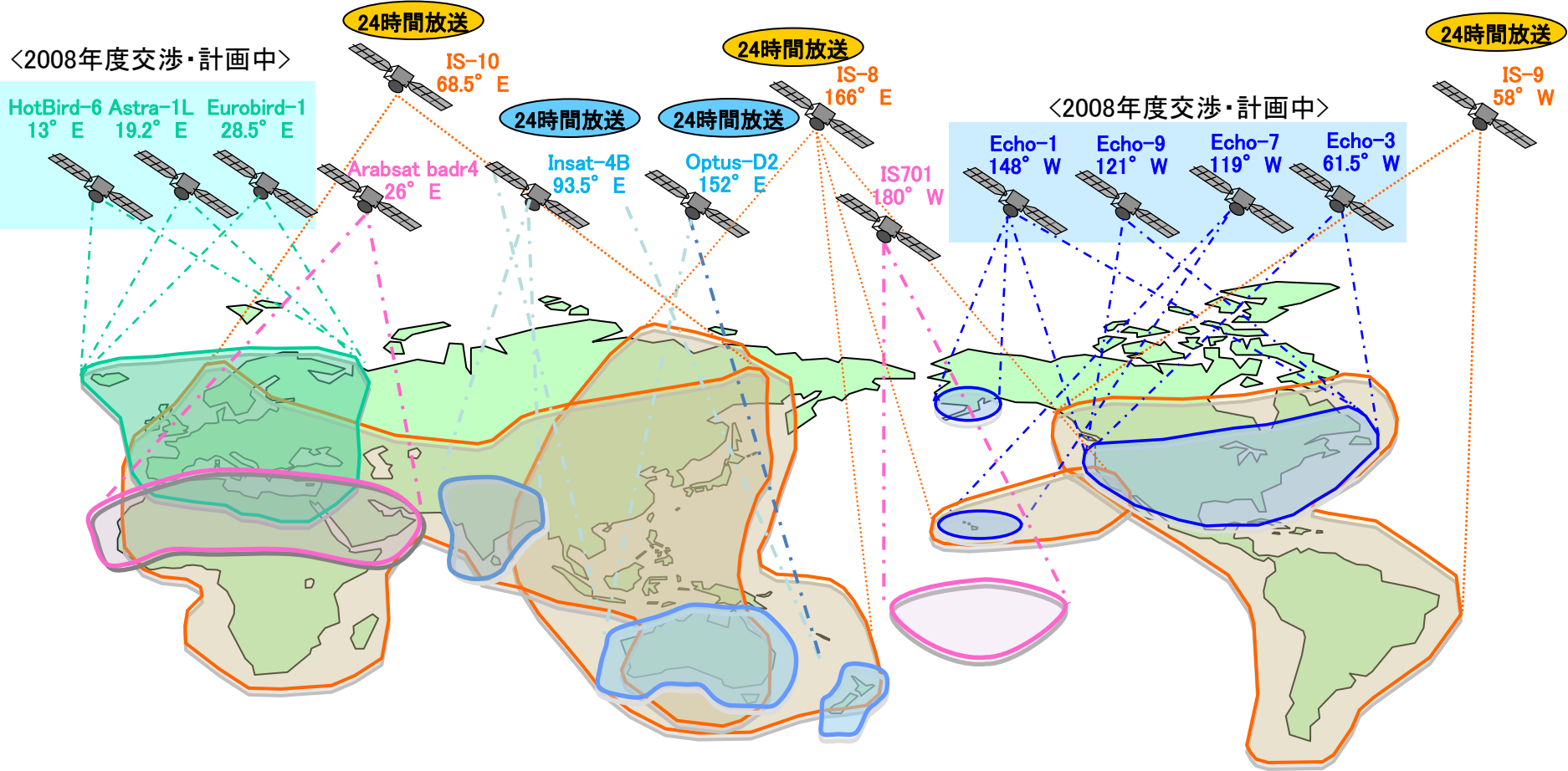
- 新しい外国人向けテレビ国際放送に向けテレビスタジオ2室を建設中、平成21年2月から運用開始予定。
- ノンリニア編集、サーバー送出など最新鋭の機材を装備。
- 一日24時間、毎時放送される英語ニュース「NHK NEWSLINE」の制作・送出、その他の英語番組の制作に利用。

サブスタジオ CU-778 (イメージ)



メインスタジオ CU-777 (イメージ)

NHKワールドTVの視聴可能エリア



<2008年度交渉・計画中>

HotBird-6 13° E
Astra-1L 19.2° E
Eurobird-1 28.5° E

24時間放送

IS-10
68.5° E

24時間放送

Arabsat badr4
26° E

24時間放送

IS-8
166° E

24時間放送

Insat-4B
93.5° E

Optus-D2
152° E

IS701
180° W

<2008年度交渉・計画中>

Echo-1
148° W

Echo-9
121° W

Echo-7
119° W

Echo-3
61.5° W

24時間放送

IS-9
58° W

・放送時間 … 一日24時間

・視聴方法 … Kuバンドを直接受信することにより、約3,500万世帯が視聴可能

(オーストラリア・ニュージーランド、インド、中東・北アフリカ、南太平洋

12カ国)

その他、ケーブルテレビ等での再送信により約250万世帯が視聴可能

(タイ、ベトナム、カザフスタン、香港、UAE、ワシントンDC)

※ 平成20年9月末現在

引き続き、衛星、ケーブルテレビ、インターネットの活用などにより、世界各国での受信環境整備を進める。