

放送コンテンツの海外展開について

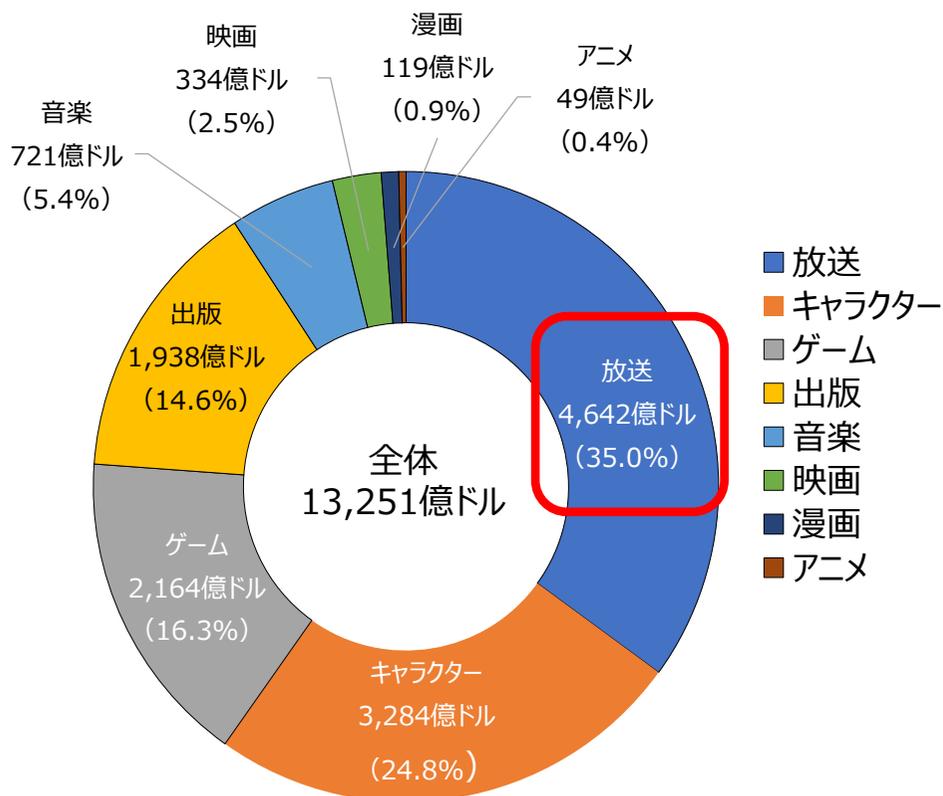
令和7年8月27日
総務省

コンテンツ産業における放送コンテンツの位置づけ

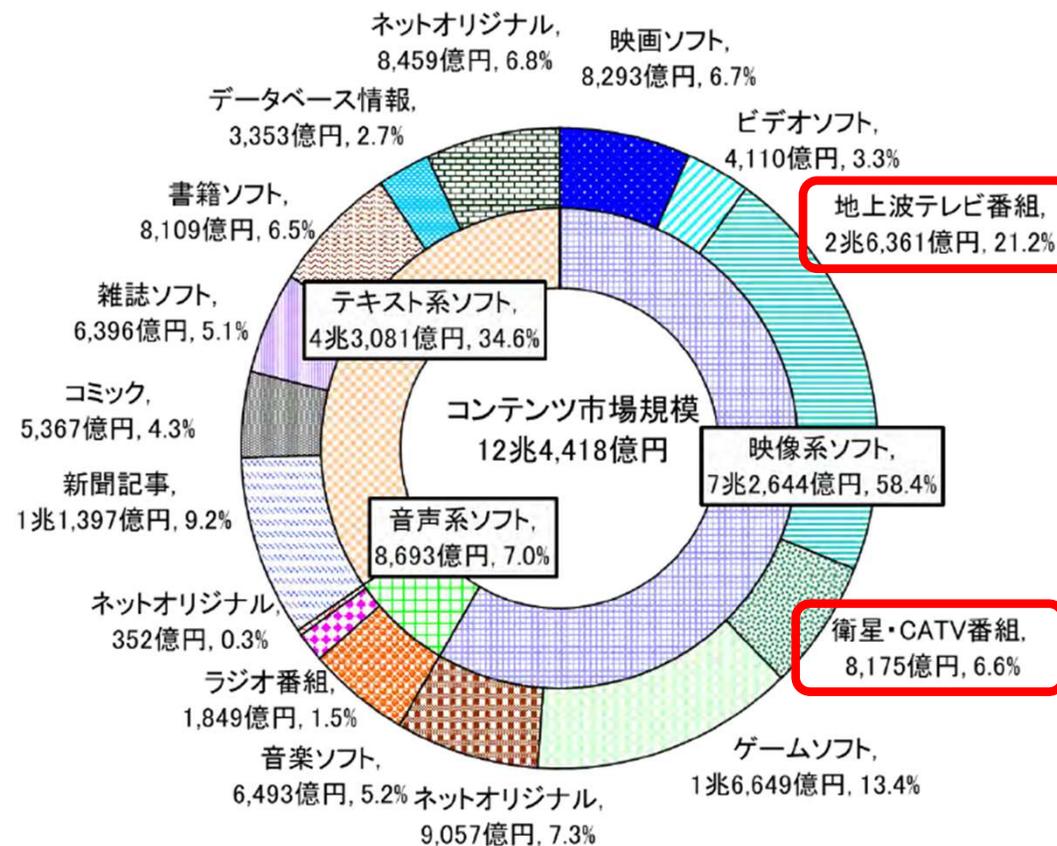
- **世界のコンテンツ産業の市場規模**（2023年）は約13,251億ドル（約185兆5,140億円*）。このうち、**放送（配信コンテンツを含む。）**は**35.0%**を占める。
- **我が国のコンテンツ産業の市場規模**（2022年）は、**12兆4,418億円**。このうち、**放送コンテンツ**（地上テレビ番組、衛星・CATV番組）は**3兆4,536億円**であり、**全体の27.8%**を占める。

*2023年年間平均レート（TTB）1ドル=140円で算出

世界のコンテンツ市場の規模（2023年）



我が国のコンテンツ市場の規模（2022年）



出典：韓国文化体育観光部「2024 海外コンテンツ市場分析」を基に総務省作成
※「放送」には、配信コンテンツを含む。

出典：「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査研究（令和6年6月）」
（総務省情報通信政策研究所）

我が国の放送コンテンツの海外展開状況

実績

令和5年度（2023年度）の放送コンテンツ海外輸出額は約835.8億円（前年度比79.6億円増）。

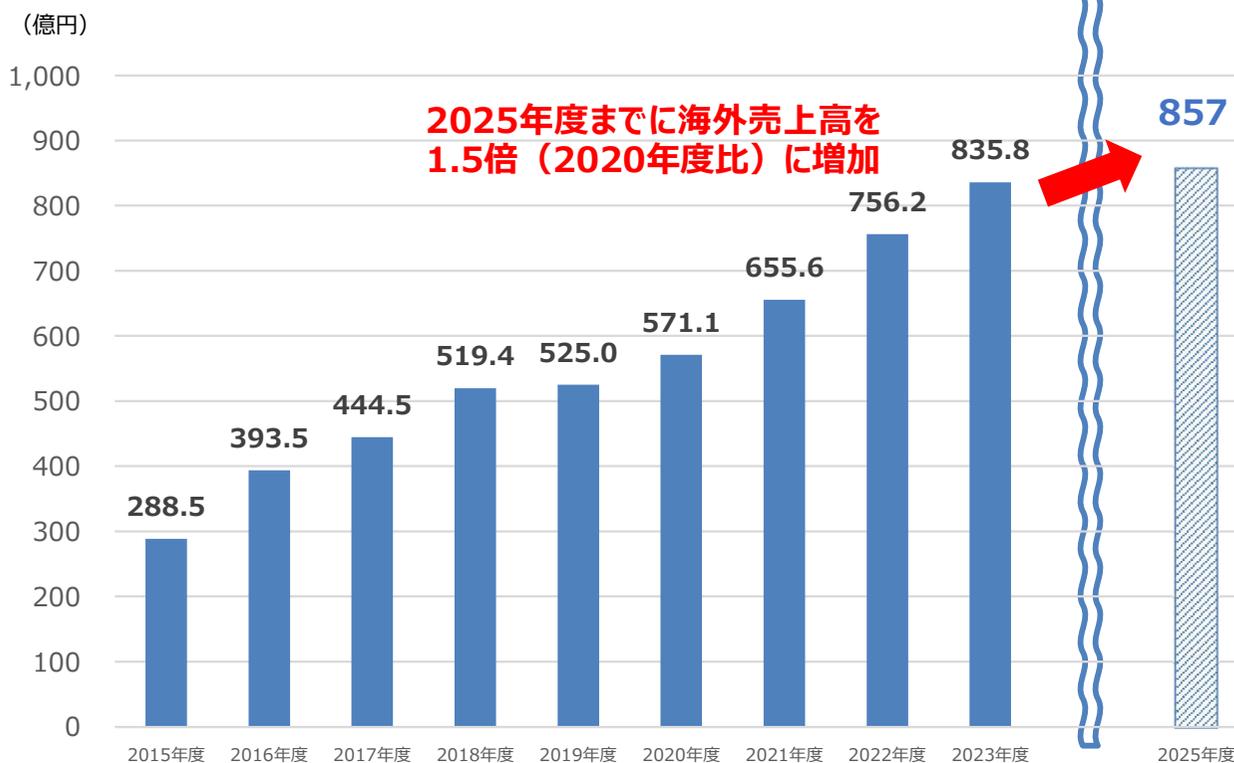
※ ただし、海外輸出額の大部分をアジア・北米地域向けの「アニメ」が占めており、実写系コンテンツは海外展開が進んでいない。

目標

我が国の放送コンテンツ関連海外売上高の成長率を世界の映像コンテンツ市場（年平均成長率約8%（予測））※以上に引き上げ、**2025年度までに海外売上高を1.5倍（2020年度比）に増加させる。**

※ PwC「PwC Global Entertainment and Media Outlook 2021-2025, www.pwc.com/outlook」、imarc「Digital Video Content Market」

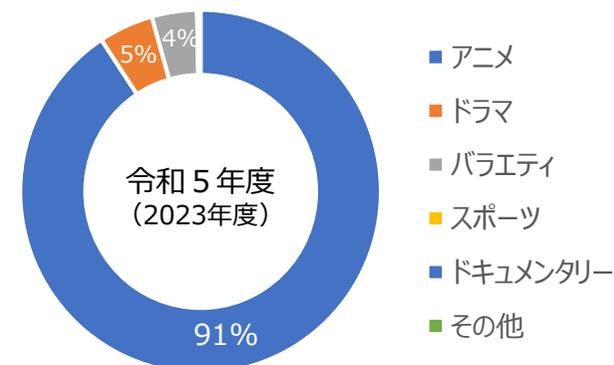
海外輸出額



※ 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、番組フォーマット・リメイク権、商品化権等の海外売上高の総額

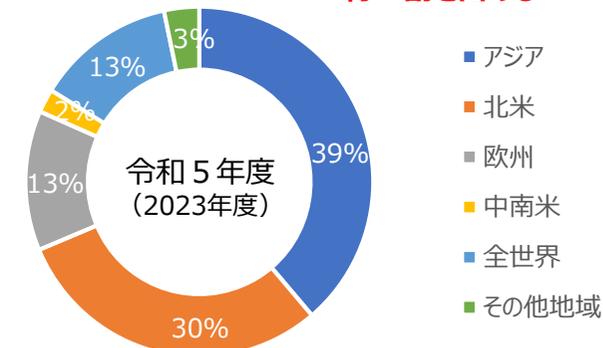
ジャンル別割合

アニメが約9割を占める



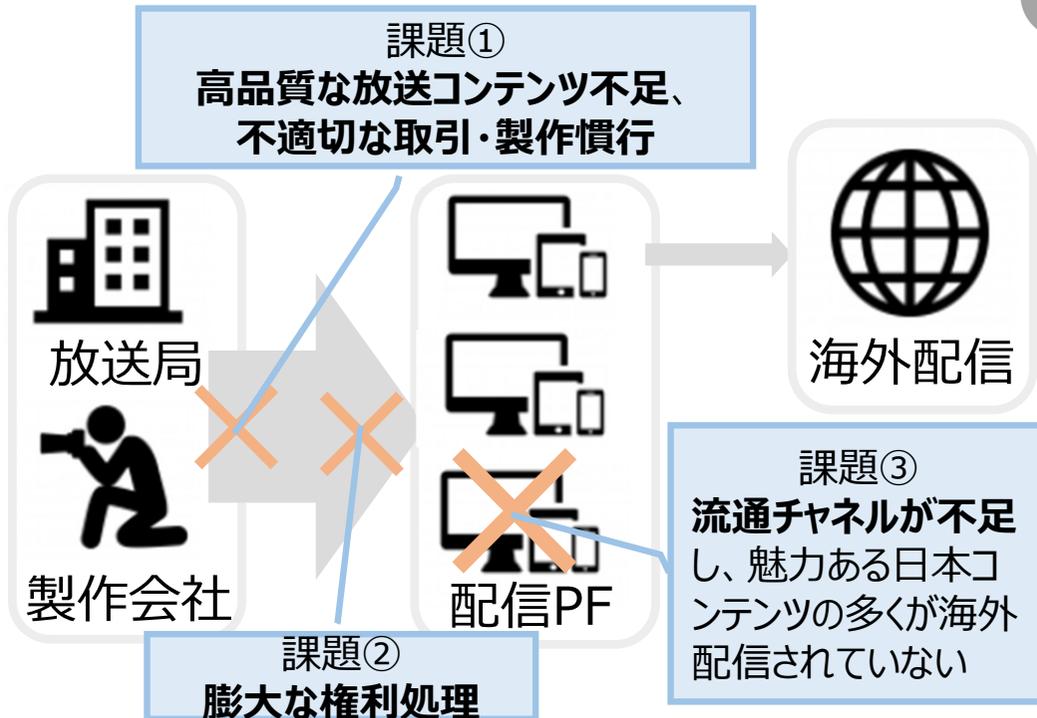
地域別割合

「アジア」「北米」で約7割を占める



- 日本発コンテンツの海外市場規模20兆円（2033年）※達成のため、**日本の放送コンテンツのさらなる製作力強化・海外展開の推進が必要。**
※「新たなクールジャパン戦略」（令和6年6月、知的財産戦略本部決定）
- 製作力強化・海外展開にあたって、**①グローバルで求められる高品質コンテンツの不足、先進的技術・ノウハウ等を有した人材の不足、不適切な取引・製作慣行、②膨大な権利処理、③海外流通チャネル不足等の課題**が存在。
- ①人材育成支援を含めた高品質の放送コンテンツの製作促進、②権利処理の効率化、③日本の放送コンテンツを集約した配信プラットフォーム（PF）の整備支援等に取り組むことにより、**「製作・権利処理・流通」の好循環の実現を図り、放送コンテンツの製作力強化・海外展開を推進。**
- 放送事業者の経営基盤の強化による、**放送の社会的役割の維持や健全な発展を目指す。**

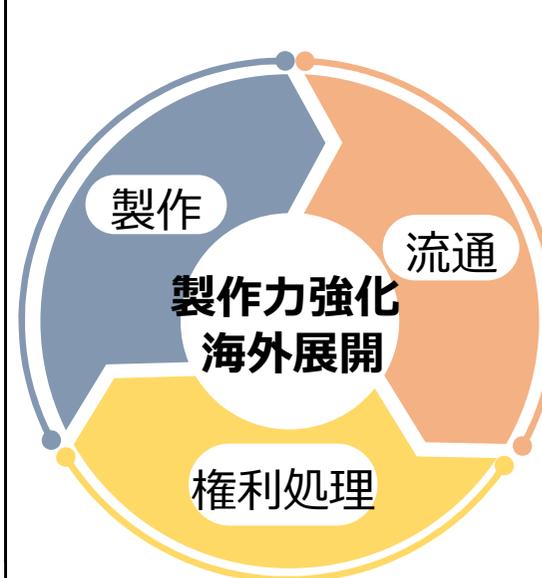
現状・課題



令和6年度補正＋令和7年度当初：25.6億円

取組概要

「製作・権利処理・流通」の好循環による
放送コンテンツの製作力強化・海外展開を実現



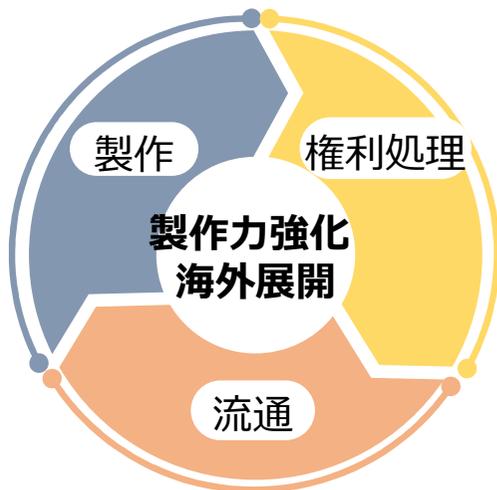
- ①製作
 - ・ 先進的なデジタル設備の利用促進、人材育成
 - ・ 製作環境の改善、クリエイターの製作意欲の向上
- ②権利処理
 - ・ 権利処理の効率化
- ③流通
 - ・ 海外配信PFの整備支援
 - ・ 国際見本市の出展支援

デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会 放送・配信コンテンツ産業戦略検討チーム取りまとめの概要

- 放送・配信コンテンツ産業戦略検討チーム（主査：内山隆 青山学院大学総合文化政策学部教授）は、令和7年3月から6月まで計6回の会合を開催し、世界的なコンテンツ市場の動向や我が国の放送・配信コンテンツを取り巻く状況の整理を行いつつ、①**放送・配信コンテンツ産業の振興に向けた課題と対応策**、②**官民連携の在り方等について集中的に議論**。
- グローバルなコンテンツ競争の進展や視聴環境の変化が生じる中、放送・配信コンテンツ産業の持続的発展に当たっては、**世界的な市場の取込みに向けた産業競争力の確保が必要**。また、放送が今後も民主主義社会の基盤の一つとして重要な役割を果たし続けるためにも、**経営基盤の強化につながる放送・配信コンテンツの振興は不可欠**。
- 総務省では、「製作・権利処理・流通」の好循環による、放送コンテンツの製作力強化・海外展開の実現に向けた取組を推進しているところ、本検討チームの検討結果を踏まえ、今後更に、**官民が連携して、企画・開発から流通の各段階における課題**に加え、**人材、DXなど横断的な課題の解決に一体的に取り組むこと**で、**製作力強化、海外展開の好循環の実現を図る必要**。

現状の取組み

「製作、権利処理、流通」の好循環による
放送コンテンツの製作力強化・海外展開の実現



①製作

- ・ 先進的なデジタル設備の利用促進、人材育成
- ・ 製作環境の改善、クリエイターの製作意欲の向上

②権利処理

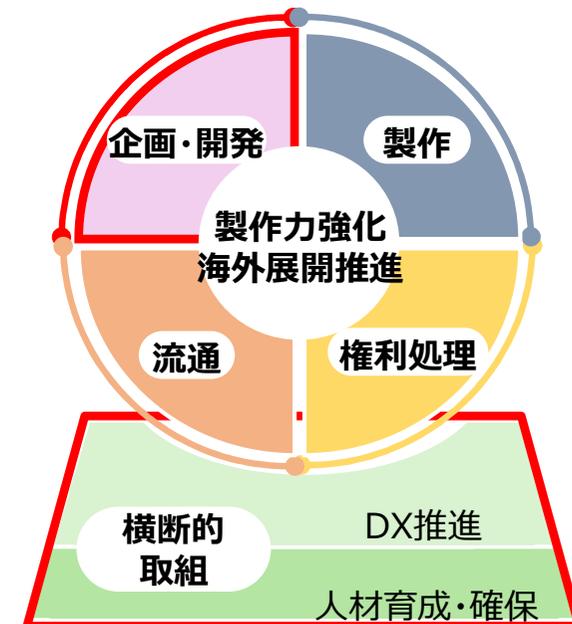
- ・ 権利処理の効率化

③流通

- ・ 海外配信PFの整備支援
- ・ 国際見本市の出展支援

今後目指す姿

官民が連携して、企画・開発から流通の各段階や、
人材、DXなど横断的課題の解決に一体的に取り組むことで
製作力強化、海外展開の好循環を実現



- 本検討チームでは、放送・配信コンテンツの製作力強化・海外展開推進に向け、「企画・開発」、「製作」、「権利処理」、「流通」の各製作工程ごとの課題や人材、DXの横断的課題について整理し、それぞれの対応策をとりまとめ。

① 企画・開発

現状・課題

- グローバルに伍せるコンテンツ製作に向け、製作資金の多様化やプリセールスなどのコンテンツビジネスの展開が必要。
- 製作会社やローカル局では、自主製作が少なく、コンテンツビジネスができていない。

対応策

- 国際見本市等を活用した、**ネットワーク構築や企画提案の場**の創出、配信・金融事業者等との**マッチングの推進**
- **新たな形態のコンテンツの企画・開発、製作の支援**

② 製作

現状・課題

- 4K、VFX、AI等の先進的なデジタル技術の活用が低調。また、スキル人材も不足。
- 個々の製作会社の規模は小さく、間接部門が弱く、独自製作のインセンティブが生じづらい。また、製作取引や就業環境の適正化が必要。

対応策

- **先進的なデジタル技術の活用補助の抜本的強化**や市場動向等に関する共有知の構築
- 取引適正化や価格転嫁のための**製作取引ガイドラインの改正**や**就業環境に関する自主的取組の推進**

③ 権利処理

現状・課題

- 「フタかぶせ」等により、視聴者の満足度・コンテンツ価値の低下。また、権利処理の都合により放送から配信までの間が生じると海賊版が発生する可能性。

対応策

- 「フタかぶせ」含め権利処理の課題の把握・整理
- **効率的な権利処理に向けた一元的なシステム**の整備

④ 流通

現状・課題

- 海外への流通促進には、国際見本市等の活用が必須。だが、個社では効果が限定的。
- 海外展開を可能とする配信プラットフォームの確保・活用が欠かせない。また、競争力の源泉となる視聴データの開示は限定的。

対応策

- 国際見本市等での**オールジャパンによる情報発信、取引機会の拡大**を推進
- **国内配信事業者による海外配信機能の強化**を支援しつつ、得られた**視聴データの分析・活用**の推進

⑤ 人材の確保・育成

現状・課題

- コンテンツビジネスに必要となる人的資源の高度化や専門性の確保が必要だが、OJTでの育成が中心であり、個社では限界あり。

対応策

- クリエイター、ビジネスプロデューサー、AI人材など、リスキリングにつながる**Off-JTでの教育・研修の推進**。
- OJTに資する業界統一的な**スキルマップ**等の作成。

⑥ 製作環境のDX

現状・課題

- 製作現場では、DXによる効果が必ずしも広く共有されておらず、導入が限定的。
- データ活用は、コンテンツ製作や流通戦略の策定だけでなく、外部資金の確保にも必須。

対応策

- **AIやクラウドなど個別技術の有効性について実証**し、技術導入の課題、効果等を整理。
- 視聴データの効果的・適切な利活用に向けた、検討が必要。