

# 放送コンテンツの海外展開

**平成 26 年 8 月**  
**総務省情報流通行政局**

・放送コンテンツの海外展開(情報発信力の強化)	.....	2
・「日本再興戦略」改訂2014	.....	3
・一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)	.....	4
・BEAJの主な国際展開活動	.....	5
・BEAJを通じた放送コンテンツの海外展開	.....	6
・放送コンテンツの海外展開による波及効果の具体例	.....	7
・地域住民雇用基盤の強化・再生(放送コンテンツ海外展開強化連携モデル事業)	.....	8

# 放送コンテンツの海外展開(情報発信力の強化)

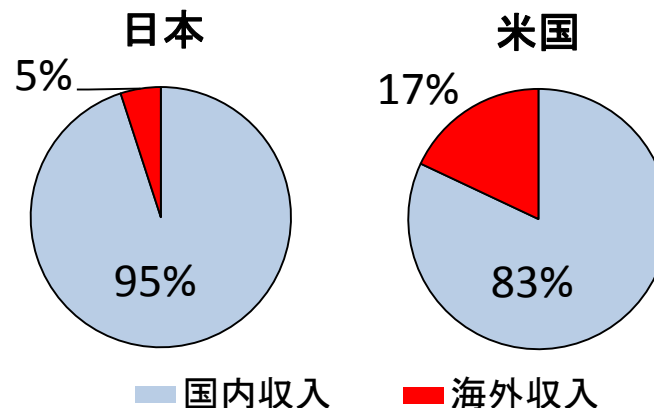
- 「日本再興戦略」において「5年後(2018年)までに放送コンテンツの海外事業売上高を現在の3倍近くに増加させる(現在63億円)」という国家目標。
- 日本のコンテンツ産業は米国に次ぐ世界第2位の規模だが、海外輸出比率は5%程度。1位のアメリカは17%であり、逆に言えば、まだ3倍以上海外展開できる伸びしろ。
- 平成24年度補正予算(47億円(経産省とあわせて170億円))により、①海外放送事業者との共同製作、②現地語字幕の付与(経産省との共同事業)等に対する支援。
- 平成25年度補正予算(21億円)では、異業種を含む周辺産業との連携による新たなビジネスモデルの構築や地域の活性化などを目的とした放送コンテンツを製作し、継続的に発信するモデル事業を支援。
- 平成27年度予算においても、「個性あふれる地方の創生」の実現に資するため、地域の活性化や訪日外国人客観光客の増加等を目的とした放送コンテンツの製作・継続的発信を支援するモデル事業を要求。
- 昨年8月、放送コンテンツの海外展開をサポートする官民が連携した横断的組織「一般社団法人 コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ(ビージェイ))」が設立。

## 日本のコンテンツ市場(2012年)



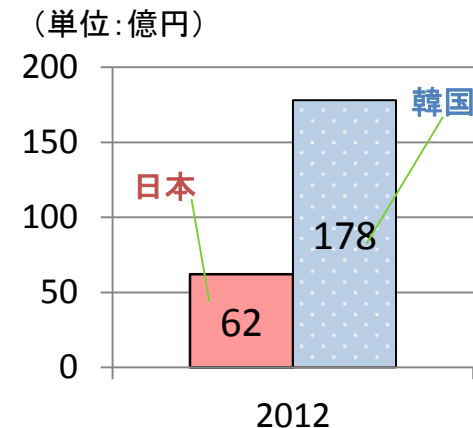
(出典) 日本:総務省情報通信政策研究所 「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査」(2014.5) p1

## 日米コンテンツ収入の比較



(出典) 日本:経産省資料(コンテンツ産業の成長戦略に関する研究会)  
米国:デジタルコンテンツ協会 編「デジタルコンテンツ白書2009」

## 地上テレビ番組の輸出金額



(出典) 日本: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」(2014.4) p1  
韓国:文化体育観光部「2013コンテンツ産業統計(2012年データ)」(2013.12) p200 表4-7-30等をもとに作成。

## 「日本再興戦略」改訂2014(平成26年6月24日閣議決定)

### (1) KPIの主な進捗状況《KPI》

「2018年度までに放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在(2010年度)の約3倍に増加させる。」

⇒放送コンテンツ関連海外市場売上高(うちテレビ番組の輸出額)は  
2010年度:62.5億円→2012年度:62.2億円

### (2) 施策の主な進捗状況

#### (クールジャパン機構の設立等)

- ・クールジャパンについては、昨年11月に(株)海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)が設立され関係機関等との連携を強化しているところ。また、昨年8月に放送コンテンツの海外展開をサポートする業界横断的組織が設立され、ASEAN主要国を当面の主なターゲットとして魅力ある我が国放送コンテンツの継続的放送に向けた取組を進めている。

### (3) 新たに講ずべき具体的施策

#### ② 新たな政府横断的クールジャパン推進体制の構築

- ・官民連携によるオールジャパン体制によりコンテンツ、文化芸術等の「日本の魅力」を効果的に発信し、産業化に結び付けていくことが重要である。このため、「クールジャパン関係府省連絡・連携会議」をプラットフォームとして、大規模国際イベントにおける発信事業、日本食・日本産酒類の海外展開、メディア芸術・現代アート創造・発信など、戦略的重要性の高いテーマ・分野を特定し、新たな各省連携プロジェクトを創出していくとともに、日本語教育の普及等も図りつつ、在外公館を活用した発信を強化する。また、クールジャパン機構によるリスクマネーの供給を呼び水として、海外における商業施設展開、コンテンツ配信等の事業に分野・業界横断的に取り組むとともに、放送コンテンツの継続的放送と連携して周辺産業の海外展開につなげるなど、新たな成功モデルの創出・展開を行っていく。あわせて、国際的な情報発信力の強化を図るべく、海外において発信力・影響力のある人の招へい、展示会場の新設・拡張の促進を行う。

## 1. 設立の目的

放送コンテンツの海外展開により、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日本の成長の促進に寄与すること

## 2. 設立年月日

2013年8月23日

## 3. 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JSAT、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、電通、博報堂、日本民間放送連盟

## 4. 当面の戦略

- ASEAN主要国で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
- 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
- 当面のターゲットとして、ASEAN6か国(フィリピン、インドネシア、マレーシア、タイ、ベトナム、ミャンマー)を重点的に諸活動を展開
- クールジャパン機構との連携を一層強化(同機構との間で業務連携に関する覚書を締結(2014年3月24日))

## 1. フィリピンの主要地上波放送局との調整・交渉

新藤総務大臣のフィリピン訪問(2014年1月13、14日)にあわせて派遣された「地デジ・ICT分野の官民合同ミッション」の活動の一環として、BEAJを中心とする日本側の放送コンテンツ関係者がフィリピンの主要地上波放送局2社幹部への表敬訪問及びラウンドテーブルを開催。

### 1. フィリピン放送局幹部への表敬訪問

- フィリピンの主要な地上波放送局であるABS-CBN及びGMAに対して、表敬訪問を実施。
- 日本側からは、BEAJ、放送局やベンダー等の幹部が同行。

### 2. フィリピン放送局実務者とのラウンドテーブル

- また、日・フィリピン双方の実務担当者によるラウンドテーブルを実施。
- 日本側からは、上記放送局が参加し、自社概要や海外展開を検討している放送コンテンツに関するプレゼンを実施。



ロペス会長、ヤロング筆頭副社長の表敬訪問の様様

## 2. ミャンマーの地上波放送局との調整・交渉

藤川政務官のミャンマー訪問(2014年7月20-23日)にあわせ、BEAJを中心とする日本側のコンテンツ関係者がミャンマー各放送局幹部との面談を行い、日本コンテンツに対するニーズ等のヒアリングを実施。

# BEAJを通じた放送コンテンツの海外展開

- 「放送コンテンツ海外展開強化促進モデル事業」(平成25年度補正予算)の一環として、以下のASEAN6か国の地上波テレビの効果的な放送枠を確保し、日本の放送コンテンツを継続的に発信するモデル事業を実施。
- 対象国との調整・交渉を実施した結果、BEAJの協力の下、下記の事業を採択することを決定。

対象国	概要
フィリピン	現地有名タレントを起用した人気情報帯番組中に日本紹介枠を継続的に放送(新規製作)
マレーシア	アジア3カ国の人気タレントが日本文化を体験する情報番組(新規製作)
	現地有名タレントが日本国内を旅する鉄道紀行番組(新規製作)
インドネシア	地方民放各局と連携してアジアの人気タレントが日本各地を紹介する旅・情報番組(新規製作)
タイ	日本ポップカルチャーをテーマとした情報番組(新規製作)
	アニメソングによるクールジャパン・ビジットジャパンを効果的にアピールする番組(新規製作)
	タイの若者から見た日本の魅力をオムニバス形式で紹介する番組(新規製作)
ベトナム	若者向けチャンネルの帯番組中に日本放送局の有名コンテンツをまとめて継続的に放送
ミャンマー	地方局と連携し、コンテンツを継続的に放送
	日本放送局の有名コンテンツを継続的に放送



## <概要>

国内外の関係機関とも幅広く連携しながら、「訪日外国人観光客の増加」（「ビジットジャパン」）や「日本の最先端の音楽・ファッション等の発信」（「クールジャパン」）、「地域の活性化」（「個性あふれる地方の創生」）、「日本食・食文化の魅力発信」等を目的とした放送コンテンツを製作し、海外に継続的に発信するモデル事業を支援（流通業等と連携し、地域の特産品を扱う放送番組等を海外の放送枠で発信）。

【平成27年度予算要求：25億円（新規）】

