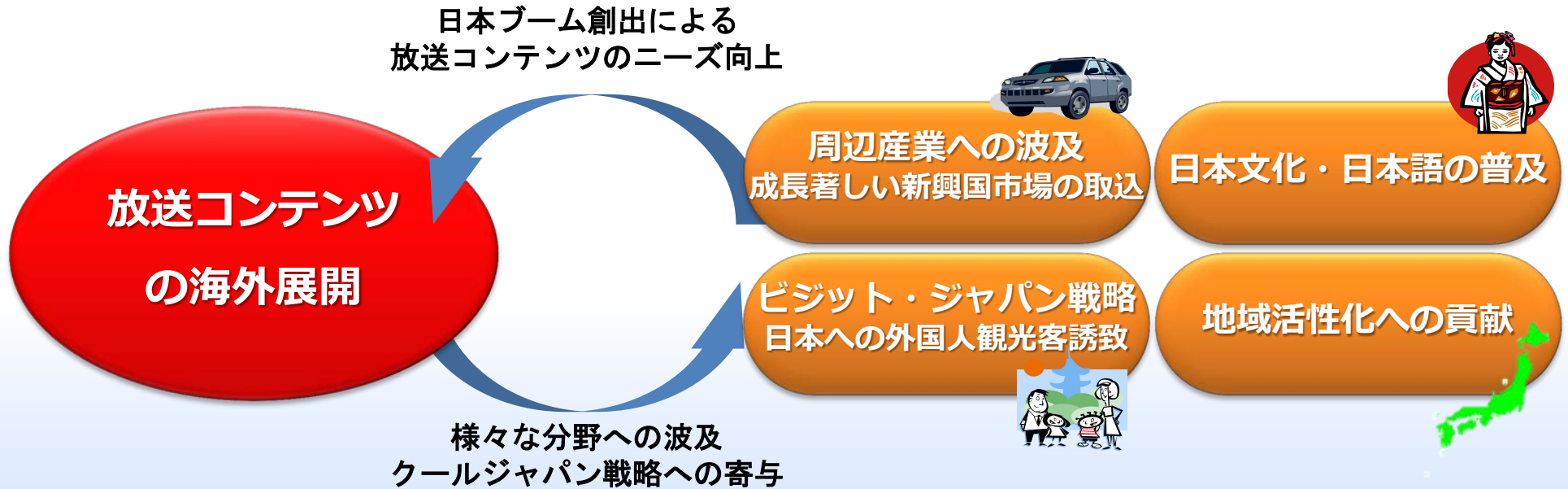


放送コンテンツの海外展開の最新の取組について

平成29年2月

総務省情報流通行政局 情報通信作品振興課



[対象コンテンツ] ドラマ、バラエティ、アニメ、情報番組・・・等

[ターゲット] アジア等の新興国

考慮すべきことは・・・

相手国との連携・連動の重要性

ローカライズ

ニーズを踏まえた番組製作

様々な分野とのコラボ

流通・観光・農水産品など

日本再興戦略2016（平成28年6月2日閣議決定）

第2 IV 海外の成長市場の取り込み

(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。」

⇒2014年度：143.6億円（2010年度：66.3億円）

(2) 新たに講ずべき具体的施策

（中略）工業品やインフラシステムの海外展開のみならず、地域の特色をいかした地場産品、農産品や、**放送コンテンツをはじめとするコンテンツ、サービスの海外展開も推進**する。また、**各分野間での相互連携や、観光をはじめとした他産業との連携も強化**し、地域経済の好循環拡大を図る。

（参考）放送コンテンツ関連海外市場売上高推移

（単位：億円）



知的財産推進計画2016（平成28年5月9日知的財産戦略本部決定）

第3. 1. (2) 今後取り組むべき施策

《継続的なコンテンツ海外展開に向けた取組》

（放送コンテンツの継続的な発信による浸透）

- ・日本の文化、伝統、技術、産業、地方の魅力などをわかりやすく伝え、我が国の国家戦略であるビジット・ジャパン、クールジャパン、地方創生等に寄与する観点から、**BEAJとも連携しつつ、日本の魅力を伝えるコンテンツの制作や、継続的に発信する取組を支援**するほか、こうしたコンテンツの制作技術や発信技術の高度化を支援する。（後略）

明日の日本を支える観光ビジョン（平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定）

新たな目標への挑戦

訪日外国人旅行者数

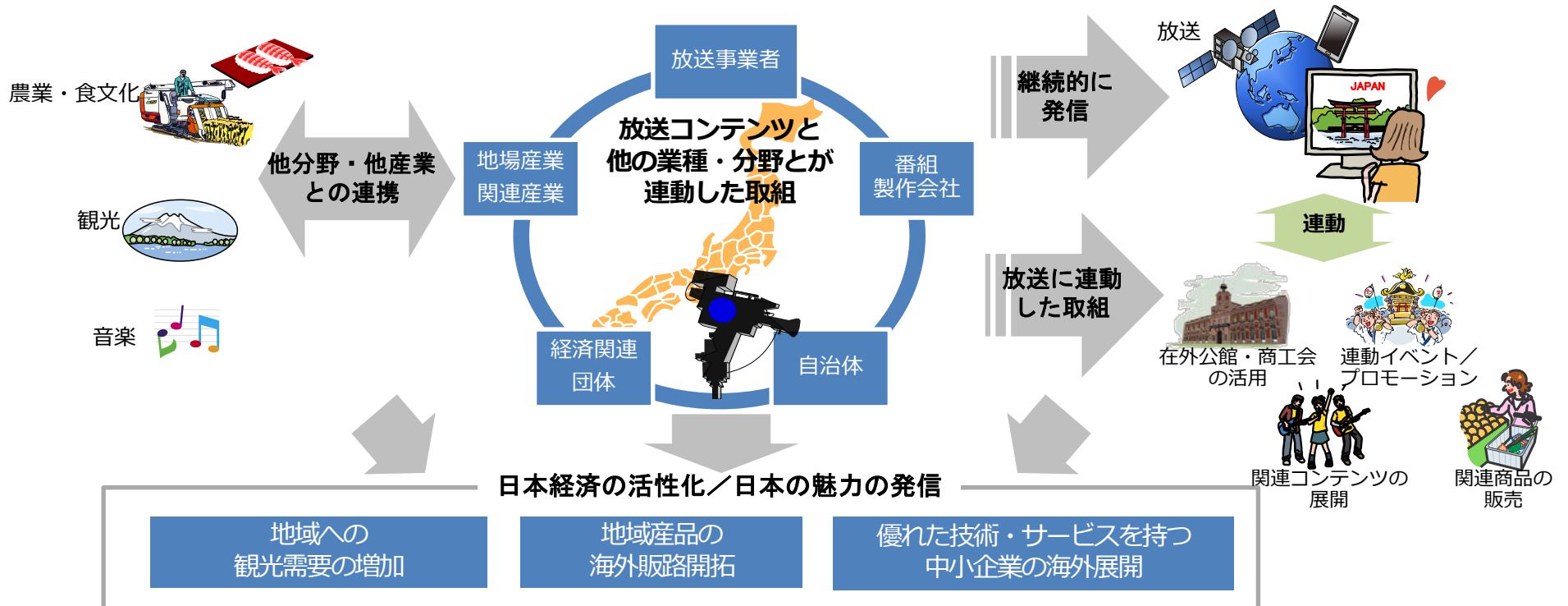
- 観光先進国という新たなステージへ進むためには、2020年に2000万人という目標に満足することなく、さらなる高みを目指す必要がある。

このため、訪日外国人旅行者数については、**2020年には約2倍となる4000万人、2030年には約3倍となる6000万人を目指す。**

<概要>

放送コンテンツを制作する民間事業者等と、他分野・他産業（観光業、地場産業、他のコンテンツ等）、地方公共団体等の関係者が幅広く協力し、「クールジャパン戦略」、「ビジットジャパン戦略」及び「地方の創生」等に資する放送コンテンツを制作、発信するとともに、様々な連動プロジェクトを一体的に展開する取組を支援。

H28	2次補正予算	放送コンテンツ海外展開基盤総合整備事業	13.4億円
H29	当初予算(案)	放送コンテンツ海外展開助成事業	2.4億円



①大規模型

放送コンテンツ海外展開基盤総合整備事業 (平成28年度第2次補正予算)

- ・ 海外の有力なメディアにおいて、適切な時間に、長期間定期的に放送。
- ・ 他分野・他産業、地方公共団体等と幅広く連携し、日本ブランド全体のイメージ向上に資する内容であり、原則として、複数の都道府県を取り上げる事業企画を募集。あわせて、放送と連動した事業を継続的に展開。

【スケジュール】

- ・ 28年12月26日～29年1月27日：事業企画の募集
- ・ 29年春ごろ：事業企画の採択発表予定

②小規模型

放送コンテンツ海外展開助成事業 (平成29年度当初予算(案))

- ・ 海外の有力なメディアにおいて、適切な時間に、長期間定期的に放送。
- ・ 事業費の一部を国から補助。
- ・ 他分野・他産業、地方公共団体等と連携し、地域の魅力を詳細に取り扱う事業企画を募集。

【間接補助事業スケジュール】

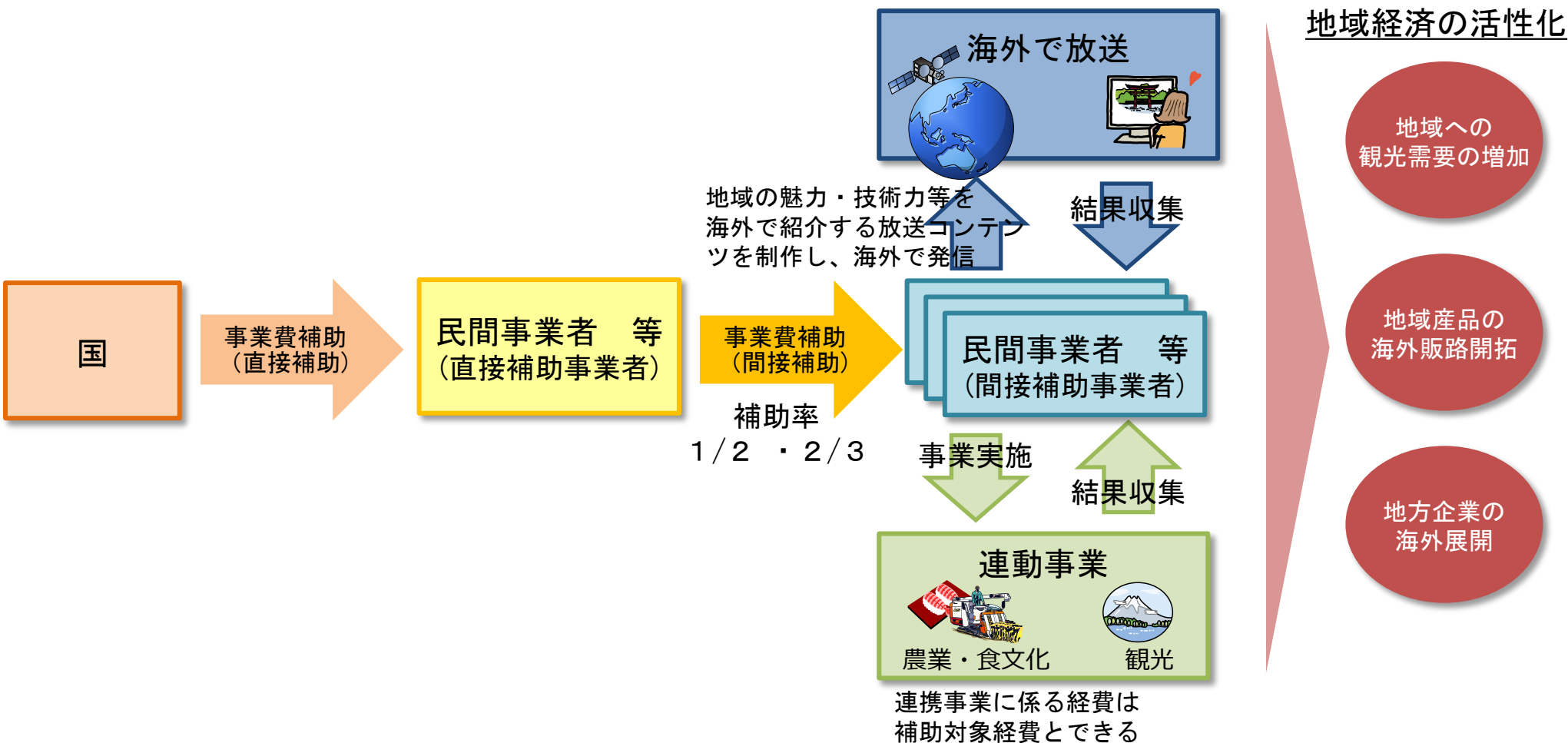
- ・ 29年4月～5月ごろ：事業の公募開始
- ・ 29年夏前ごろ：事業の交付決定

(参考) 直接補助事業スケジュール

- ・ 29年2月～3月ごろ：直接補助事業の公募開始
- ・ 29年4月ごろ：直接補助事業の交付決定

⇒大規模型は、日本を幅広く紹介する事業であり、小規模型は特定の地域の魅力を詳細に紹介する事業。両事業はテーマ設定が異なるものであり、必ずしも事業費の大小に応じて類型分けしているものではない。

○事業のイメージ図



間接補助事業の概要

○事業の目的

民間事業者等（間接補助事業者）が、地域の魅力を発信するコンテンツを制作し、海外において放送するとともに、連動したイベント等を開催し、それらの経済波及効果を測定する事業（間接補助事業）により、海外からの観光客の増加、日本の地域産業の海外展開を促進し、もって地方創生を実現し、地域経済の活性化を図ることを目的とします。

○補助事業主体

放送事業者、コンテンツ制作会社等の民間事業者等

○補助対象経費

- ・ 番組制作に係る費用
- ・ 海外放送枠の確保等に係る費用
- ・ 連携イベントに係る費用
- ・ その他費用

○対象となる経費

対象となる経費は以下の4種類。

対象経費	費目の例
番組制作に係る費用	<ul style="list-style-type: none">・企画費（企画調査費、取材費、脚本料、印刷製本費）・人件費（人件費、出演料）・制作費（撮影費、旅費（宿泊費含む）、編集費、翻訳料、通訳料）・その他（広告宣伝費、視聴率測定等にかかる費用）
海外放送枠の確保等に係る費用	<ul style="list-style-type: none">・放送枠の確保にかかる費用
連携イベントに係る費用	<ul style="list-style-type: none">・人件費（人件費、出演料）・運営費（会場費、出展費、施工費、整備費、音響照明費、翻訳料、通訳料、旅費（宿泊費含む））・その他（広告宣伝費、効果測定等にかかる費用）
その他費用	<ul style="list-style-type: none">・その他（委託費、通信費、その他）

※留意事項

同じ事業企画の費目に対し、他官公庁等からの支援を受けることは認められません。

例：ローカライズ、プロモーション経費についてJ-LOP等の助成対象とする場合は、本事業の経費対象外となります。

○補助率

事業費総額の1/2または事業類型ごとに設定されている上限額のいずれか低い額

特に地方創生に資する事業の場合は、事業費総額の2/3または事業類型ごとに設定されている上限額のいずれか低い額

○事業類型の考え方(案)

本事業では、事業費総額によって事業類型を設け、その類型ごとに補助金の上限額を設定します。

事業類型		補助率
	事業費総額	
ア	2,000万1円以上～4,000万円以下	原則、1/2 特に地方創生に資する事業の場合、2/3
イ	1,000万1円以上～2,000万円以下	
ウ	1,000万円以下	

(参考) 平成28年度当初予算事業(放送コンテンツ海外展開助成事業)の採択結果
→ 60件の応募のうち21件を採択(予算規模: 2.25億)

平成28年度当初予算事業の採択案件一覧（小規模案件）（21件）

【台湾・香港・タイ】

- 自治体等に対するアンケート結果を基に、九州の魅力をテーマ別にランキング形式で紹介(大分朝日放送)

【ドイツ・タイ】

- 福島の高品質な医療機器の開発過程に携わる人々を紹介するドキュメンタリー(テレビユー福島)

【香港】

- 香港人リポーターが新鮮な水産物や農産物などの食材を求めて北海道内を旅する番組(札幌テレビ放送)
- 香港人タレントが中部地方を旅し、地元の人に魅力やおすそめを聞いて旅するバラエティ(CBCテレビ)

【台湾】

- 鹿児島県の観光スポットをアポなしで巡って泊めてもらう旅をしながら、県内の観光スポットや食の豊かさを紹介(南日本放送)
- 九州にまつわる歴史上の人物を取り上げ、出演者がその人物にふんして九州をまわる歴史バラエティ(RKB毎日放送)
- 健康で長生きの老人が多い高山村の秘密とその生活ぶりを4Kも活用して発信(須高ケーブル)

【アメリカ】

- 愛媛の偉人を取り上げたミュージカル作品にまつわる番組(愛媛ケーブル)

【シンガポール・フィリピン】

- 日本をゆっくりと巡る旅をコンセプトに山陰の自然や文化、歴史を紹介(山陰中央テレビ)

【インドネシア・シンガポール・ミャンマー】

- 復旧・復興する熊本をインドネシア人の目線でレポートする番組(テレビ熊本)

【ベトナム】

- 日ベトナムのモデルが関西を巡り、美容関連商品や美容関連の高い技術を紹介(毎日放送)
- ベトナム人タレントが福島を旅しながら、地域により異なる福島の魅力を紹介(福島テレビ)
- ドラマの要素を絡めながら、ベトナム人タレントが三重・和歌山・滋賀の食・景観・伝統文化等の魅力を紹介(ブレイン)
- 様々な東北の地域を取り上げ、重工業テクノロジー、職人の匠の技、定番の観光地など、多様な東北地方の魅力を紹介(東北映像製作社協会)

【タイ】

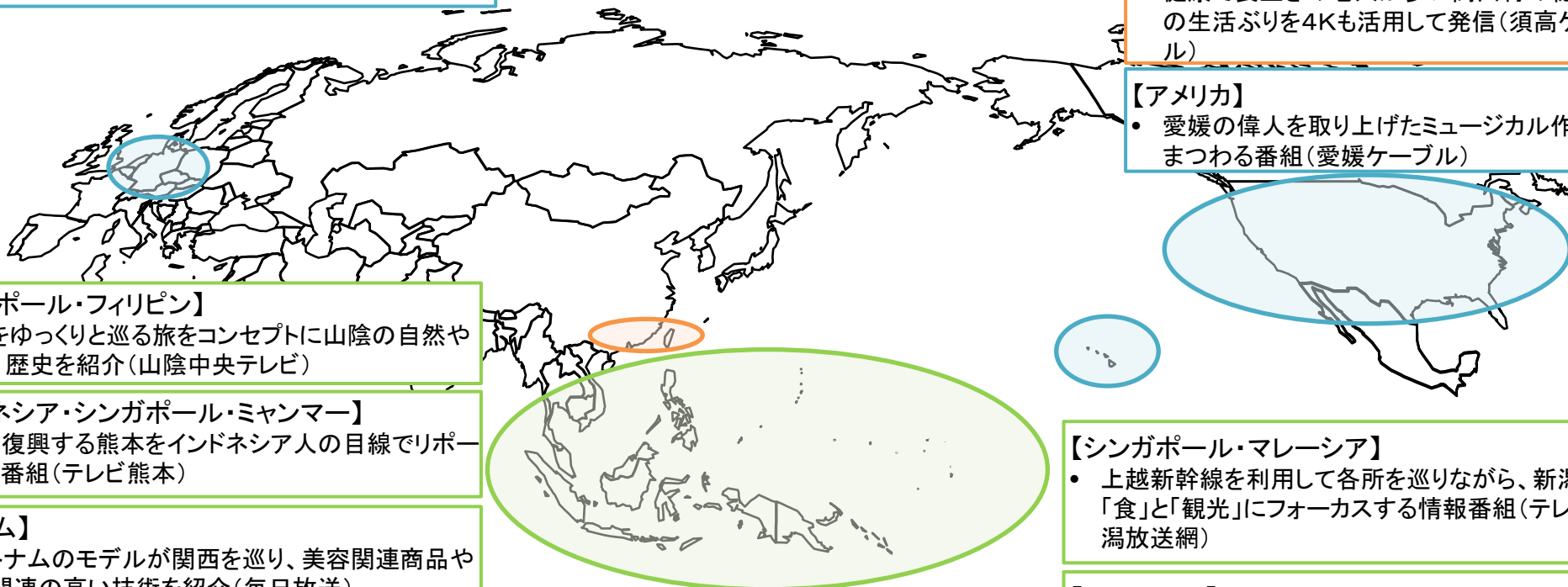
- タイ人タレントが長崎を旅行しながら、観光地や穴場スポットなどを紹介(長崎国際テレビ)
- タイの人気歌手が、鳥取の人たちと触れ合いながら食や自然等に触れる旅番組(日本海テレビ)
- 現地人気番組を活用し、タイの有名人が秋田の文化、田舎暮らしなどを体験(秋田ケーブル)

【シンガポール・マレーシア】

- 上越新幹線を利用して各所を巡りながら、新潟の「食」と「観光」にフォーカスする情報番組(テレビ新潟放送網)

【マレーシア】

- さいたま市で開催される世界盆栽大会を軸に、世界に向け盆栽の魅力の発信を続けるカリスマ盆栽師の姿を追ったドキュメンタリー(テレビ東京)
- 現地レギュラー番組の北海道版として、現地に進出している日本企業の魅力を紹介する番組を共同制作(北海道文化放送)
- 医療ツーリズムを切り口に岡山の観光の魅力を発信する番組を共同制作(岡山放送)



【実施体制要件】

- ・ 本事業の実施にあたっては、高い経済波及効果が得られるよう、放送コンテンツの海外展開に関わる放送事業者、番組製作者、権利者団体、国内外の放送業界に関する知見を有する者、さらにスポンサー等の関連民間企業、経済団体、観光関連団体、地方自治体、現地商工会等幅広い関係者に協力を仰ぎ、多様な関係者による協力体制を構築すること。

【事業の実施対象地域要件】

- ・ 主たる実施対象地域として、フィリピン、インドネシア、マレーシア、タイ、ミャンマー、ベトナムの6ヶ国のうち少なくとも一カ国が含まれていること（当該6ヶ国以外の地域における事業が主と認められるものは、本事業の対象外とする）。

【適切な放送コンテンツの製作・確保要件】

- ・ 日本ブランド全体のイメージ向上に資する内容であり、原則として、複数の都道府県を取り上げる放送コンテンツであること。
- ・ 本事業が平成28年度第2次補正予算で措置されたものであることを踏まえ、経済対策として高い経済波及効果が期待される放送コンテンツであること。
- ・ 放送局、チャンネル、放送時間帯等の放送状況を踏まえ、現地のニーズを勘案した上で、適切と判断される放送コンテンツであること。

【効果的な放送枠の確保及び放送コンテンツの放送要件】

- ・ 対象地域の放送局と適切に交渉を行い、製作・確保した放送コンテンツを放送すること。
- ・ 対象地域の視聴者が我が国の放送コンテンツに十分に接触できるよう、原則として、現地の有力なメディアにおいて、適切な時間帯に、長期間かつ定期的な放送枠を確保すること。なお、総放送時間は概ね180分以上（CM及び再放送を含まない）を目安とする。

【事業の自走化を見据えた連動事業等の実施要件】

- ・事業の自走化を見据え、放送と連動した商品・サービス等の継続的な展開スキームの構築等、周辺産業との連動事業を展開すること。現地小売店やネットでの物販、訪日ツアーの造成、番組と連動した権利ビジネスなどの継続的な取組を含めることが望ましい。
- ・本事業をより効果的に実施するため、SNSの活用に努めること。
- ・放送コンテンツの効果的な発信のため、対象地域における放送の実施に加え、関係省庁（経済産業省、外務省、農林水産省、観光庁等）の事業との連携に努めること。
- ・事業の自走化を見据え、地方公共団体や民間企業等との連携に努めること。

【自走化計画の要件】

- 具体的な自走化計画を提示すること（特に、総務省の過去の同旨の事業において採択されたことのある事業者においては、一層具体的な計画を提示すること）。

【放送・連動事業の効果検証要件】

- ・定量的調査として、コンテンツの総放送時間、放送時間帯、放送地域、視聴者数、視聴可能世帯数、視聴率及びその放送時間帯における視聴占有率を調査すること。
- ・定性的調査として、現地の文化・慣習等による特徴も踏まえ、視聴者及び放送した海外の放送局の反応や評価等の調査（ヒアリング、アンケート等）を行うこと。調査を実施する際は、原則として100人以上の対象者に対して調査を行うこととし、継続的な効果検証を実現する観点からSNSの活用も考慮すること。なお、請負事業者から本事業での統一的な調査について指示があった場合は、協力すること。
- ・本事業によって生じた経済波及効果について定量的分析を行い、整理すること。
- ・調査内容に基づき、放送コンテンツの視聴率と経済波及効果の相関関係等について分析し、経済波及効果の発生に効果的な放送コンテンツの発信方法について考察すること。

【事業の遂行及び成果の取りまとめ要件】

- ・ 事業の遂行及び成果の取りまとめにあたっては、総務省及び請負事業者の指示に従うこと。
- ・ 事業の遂行に関する進捗状況を月に1回程度請負事業者に指定の書式で報告すること。
- ・ 事業の成果について整理分析を行い、効果的な放送コンテンツの海外展開方策を提示した上で以下の内容を含む情報を整理分析し、事業の成果として報告書にまとめること。また、本事業終了後に、本事業の実施による経済波及効果の現出が認められた場合には、請負事業者に連絡すること。
 - ①対象地域の放送局等のコンテンツに対するニーズ及び視聴者動向
 - ②放送枠およびコンテンツを確保するためのコスト、制約等の諸条件
 - ③放送枠およびコンテンツを確保するために必要な交渉・契約等の手順及び留意事項
 - ④放送コンテンツの概要
 - ⑤事業企画に対する評価や効果測定
 - ⑥コンテンツの総放送時間、放送時間帯、放送地域、視聴者数、視聴可能世帯数、視聴率及びその放送時間帯における視聴占有率
 - ⑦連動事業の実施結果や評価
 - ⑧事業に関する支出・収入に関する結果
 - ⑨その他（報告書の具体的な構成や内容については、採択後に詳細を確定する）
- ・ 対外発表を前提とした概要資料を作成すること。
- ・ 対外発表を前提とした本事業の成果を表す映像を作成すること。
- ・ 放送コンテンツの海外展開に関する知見の周知・共有のためのイベントが開催される場合には、事業の成果の報告に協力すること。