

放送コンテンツの海外展開

平成26年12月
総務省情報流通行政局

- 「放送コンテンツ海外展開強化促進モデル事業」の一環として、放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)と連携して、インドネシア・ミャンマー(シンガポール・タイ予定)で展開する日本番組専門チャンネル「WAKUWAKU JAPAN(運営主体:スカパーJSAT)」の放送枠を確保し、地方発のコンテンツを継続的に発信。
- 具体的には、各地のローカル局、番組製作会社、ケーブルテレビ等の地域紹介番組を月曜～土曜の夕方(18時～)の帯番組として2014年11月から2015年3月まで計125時間(程度)放送。さらに3回の再放送も実施。

番組シリーズタイトルとコンセプト

SHIKI-ORIORI 四季折々

四季折々に変化する

日本各地の人々の生活や景色、文化や伝統等、季節ごと、地域ごとに異なる日本の魅力を紹介。



11月は、日本ケーブルテレビ連盟のプロジェクトとして全国のケーブルテレビが制作した「けーぶるにつぽん」シリーズや各地のローカル局が放送・制作したコンテンツを中心に放送。

12月以降は、日本を5ブロック(①北海道・東北、②関東・信越・北陸、③近畿・東海、④中国・四国、⑤九州・沖縄)に分類し、過去にローカル局や番組製作会社、ケーブルテレビ等が製作・放送した優れた作品や新たに製作する地域紹介番組を、ブロック毎に順次放送。

※ 日本番組専門チャンネル「WAKUWAKU JAPAN」

スカパーJSATが、インドネシア、ミャンマーで開局した日本番組専門チャンネル(有料)。今年度中にシンガポール、タイでの開局も予定。

- 放送開始 インドネシア:2014年2月～、ミャンマー:2014年6月～
- 放送時間 24時間放送
- 放送言語 インドネシア:インドネシア語(子供向け番組は吹替、その他番組は字幕)
ミャンマー:英語・ミャンマー語(一部の番組がミャンマー語字幕、その他は英語字幕)
- 視聴可能世帯数 インドネシア:約250万世帯
- ターゲット 感度が高く、情報発信力のあるニューファミリー。有料放送を楽しみ、購買力のあるアッパーミドル層
- 放送ジャンル ドラマ、スポーツ(Jリーグ)、映画、子供向け番組 等



2. 地方発の産業振興・地域活性化を目的とした放送コンテンツの発信

- 同様に、各地のローカル局や番組製作会社等が、地元自治体や地場産業等と連携しながら、地域資源を活用して産業振興や地域活性化を目的とした放送コンテンツを製作・発信するモデル事業を実施。



テーマ：地域の農業・漁業、日本食文化

- 全漁連と連携し、各地の本当に美味しい魚(PRIDE FISH)を紹介する紀行番組(シンガポール)
- 地域の食材や日本食文化を発信する料理番組(ベトナム)
- 九州・沖縄のテレ朝系列局等と協力、九州の農業・食・グリーンツーリズムを紹介する番組(タイ)



テーマ：日本文化の普及 (伝統文化・ポップカルチャー・スポーツ)

- 地域ミュージカル出演者と外国人によるドキュメンタリー風紀行番組(シンガポール)
- リーグに挑戦する現地選手にフォーカスし、日本の魅力を伝える番組(インドネシア・ベトナム)
- 教育バラエティを通じて、日本の魅力を発信する番組(インドネシア・カンボジア)
- 中部・北陸エリアをアニメ等を活用して紹介する番組(インドネシア等)
- 日本文化等を取り上げた情報番組(タイ)



テーマ：ビジット・ジャパン戦略 (日本への外国人観光客誘致)

- 観光・留学をテーマに各地を紹介するドラマ仕立ての情報番組(インドネシア)
- イベント、小売、機内誌と連動し、瀬戸内の魅力を発信する旅番組(フィリピン・タイ)
- 各地の食材・産品・観光を発信するドキュメンタリー番組。関連物販・電子書籍も展開(中国、フィリピン)
- 北海道の観光・農産品・食を紹介する番組。イベントや現地小売と連動(タイ・マレーシア・ベトナム)
- 九州・沖縄のテレ朝系列局等と協力、九州の農業・食・グリーンツーリズムを紹介する番組(タイ) [再掲]
- イベントと連動。四国4局が連携し各県の魅力を発信する旅番組(台湾)

テーマ：周辺産業への波及 (地域産品・地場産業の展開)

- 【寒冷地技術・環境対策技術】道内企業のビジネスや先端技術を取材する番組(モンゴル)
- 【小売・物販】北海道の観光・農産品・食を紹介する番組。イベントや現地小売と連動(タイ・マレーシア・ベトナム) [再掲]
- 【食品・酒・化粧品】現地人気タレントが来日し、新潟・神奈川の魅力を紹介する番組(ベトナム)
- 【美容・物流】関経連、関西の複数局が協力し、関西の観光や美を発信する番組(タイ・台湾)



3. 関係省庁との連携の例（タイにおける「J Series Festival」）

- 本年11月、「国際ドラマフェスティバル in Tokyo」実行委員会主催の日本の放送コンテンツのプロモーションイベント「J Series Festival」をタイで開催。
※日本のドラマ出演者やミュージシャン、アニソン歌手、タイの有名タレント等が参加。
- 同イベントの開催に合わせて、①タイで実施予定の3つのBEAJプロジェクトの記者発表を実施。
- 更に、②観光庁・JNTOが主催する「Visit Japan」イベントや、③JETRO・音楽業界団体が主催する「J POP Signature」も同時期に開催し、一連のイベントを「ジャパン・ウィークエンド(JAPAN WEEKEND)」と題して「観光」「音楽」「放送コンテンツ」のプロモーションの有機的な連携を図ったところ。



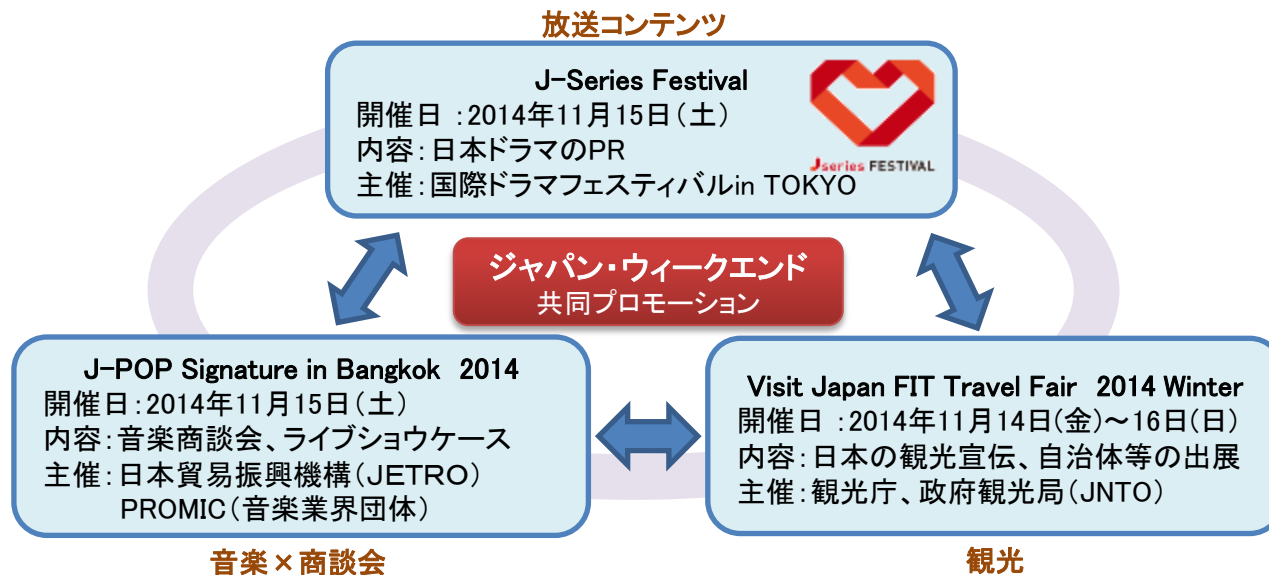
国際ドラマフェスティバル in TOKYO



本年11月に開催された「J Series Festival」の様様

<具体的な連携方法>

- ①相互のイベントチケットの提供
- ②各イベント内での他2者イベントの紹介
- ③出演アーティストの相互イベントへの参加
- ④Facebookページでの相互告知
- ⑤共同記者会見(日本・タイ)



ISDB-Tビジネスセミナー (総務省主催)

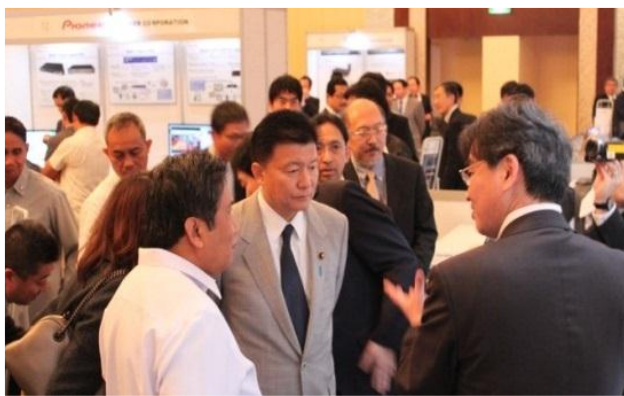
- 現地放送局等向けに、放送関連機器を主体とする日本メーカーの製品やファイナンススキームについて説明するとともに、企業等の展示会を実施。

【これまでの開催実績】

2012年3月：チリ、2013年3月：ペルー、2014年1月：フィリピン

2014年4月：エクアドル、9月：コスタリカ

- これまで日本の放送コンテンツを紹介するブースを出展。
(フィリピンにおいては同セミナーにあわせて官民ミッションも派遣。)



フィリピンセミナーにおける、
展示会の模様
(新藤前大臣による展示視察)



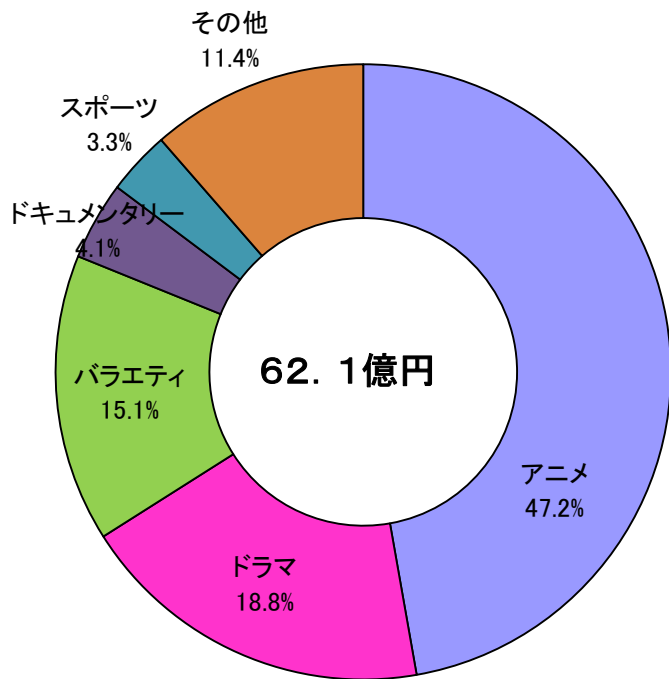
エクアドルセミナーに出展された
日本文化ブースの模様



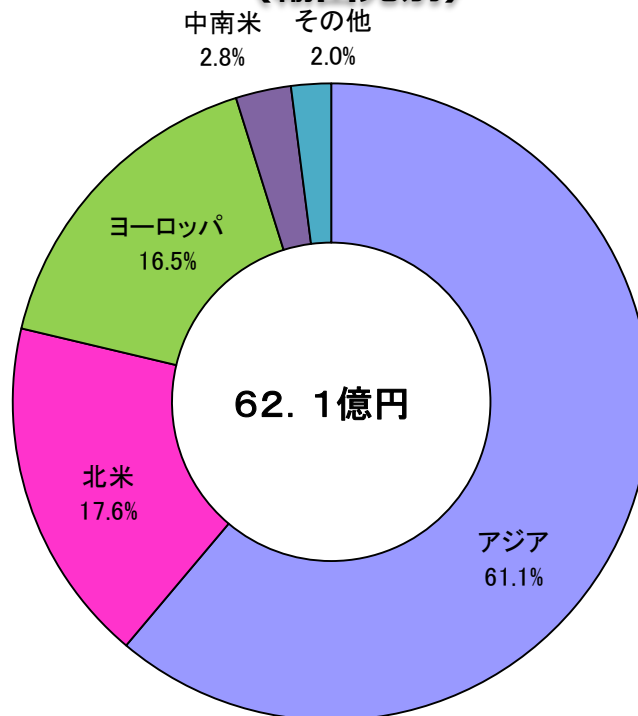
コスタリカセミナーの模様
(ソリス大統領による展示視察)

- 番組放送権輸出額をジャンル別に見ると、アニメが約4割を占め、次いでドラマ、バラエティ、ドキュメンタリー、スポーツが続き、多彩なジャンルで構成。
- 輸出先で見ると、アジアが約6割を占め、次いで北米、ヨーロッパ、中南米等が続き、多様な輸出先を確保。

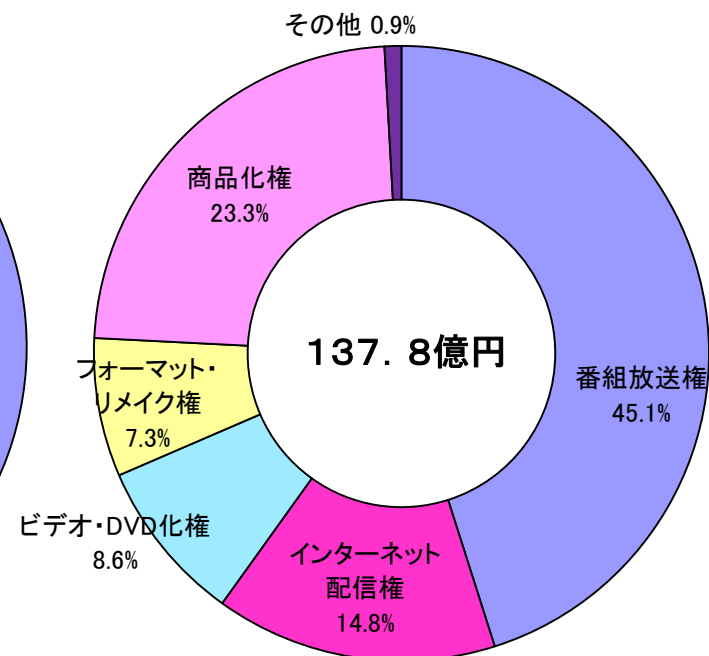
番組放送権の輸出額 (ジャンル別)



番組放送権の輸出額 (輸出先別)



(参考) 放送コンテンツ海外輸出額 構成比率



(参考)世界の地上デジタルテレビ放送方式

