

放送番組の海外展開から、
日本の製品・サービスの
ビジネス普及拡大へ

一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構

BEAJ
Broadcast Program
Export Association of Japan

資料4-2

コンテンツ国際見本市

その役割と課題

2023年4月6日

BEAJ（一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構）

事務局長 君嶋 由紀子

1. 概要：

放送局や権利者団体、大手総合商社、広告会社などが中心となり、日本の放送コンテンツの海外展開促進を目的として、2013年8月23日に設立

2. 構成：

理事長	岡素之（住友商事株式会社 特別顧問）
理事社	放送局 日本放送協会、日本テレビ放送網、テレビ朝日、TBSテレビ、テレビ東京、フジテレビジョン、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、電通、博報堂DYメディアパートナーズ、日本民間放送連盟

3. 会員社： 96社（2023年4月現在）

4. 運営： 会員社からの会費収入と事業収入で運営

5. 設立目的： 日本の放送コンテンツの国際競争力の向上を促進し、アジアを中心とする各国の放送枠で日本の放送コンテンツを露出。それにより、日本の技術、文化や日本語などへの関心を向上させ、「ビジット・ジャパン戦略」「地方創生」にも寄与する。

会員 96社
(うち放送局 70社)

<北海道>

札幌テレビ
北海道テレビ放送
北海道放送
北海道文化放送

<近畿>

読売テレビ
朝日放送
毎日放送
関西テレビ
テレビ大阪

<中国>

日本海テレビジョン
TSKさんいん中央テレビ
広島テレビ
テレビ新広島
岡山放送
山口放送

<東北>

青森朝日放送	山形放送
青森テレビ	山形テレビ
秋田テレビ	テレビユー山形
秋田放送	福島中央テレビ
秋田朝日放送	テレビユー福島
岩手めんこいテレビ	福島テレビ
宮城テレビ	福島放送
仙台放送	東日本放送

<関東>

日本放送協会	テレビ東京
日本テレビ	フジテレビ
テレビ朝日	WOWOW
TBSテレビ	
東京メトロポリタンテレビジョン	
ワールドハイビジョンエレビジョン	

<東海・甲信越>

名古屋テレビ	北陸朝日放送
中京テレビ	北陸放送
CBCテレビ	テレビ新潟
東海テレビ	テレビ山梨
テレビ愛知	山梨放送
テレビ静岡	信越放送
静岡朝日テレビ	長野放送

<四国>

南海放送
あいテレビ

<九州・沖縄>

福岡放送	九州朝日放送
RKB毎日放送	テレビ西日本
長崎国際テレビ	テレビ長崎
大分朝日放送	テレビ熊本
熊本県民テレビ	宮崎放送
南日本放送	琉球朝日放送
沖縄テレビ	琉球放送



1. コンテンツ国際見本市とは？

海外に向けてコンテンツ（TV、デジタルメディア等の映像コンテンツ）の商談場所

① 国際見本市の役割・意義

● 商談の場 = 出会い・ネットワーキングの場

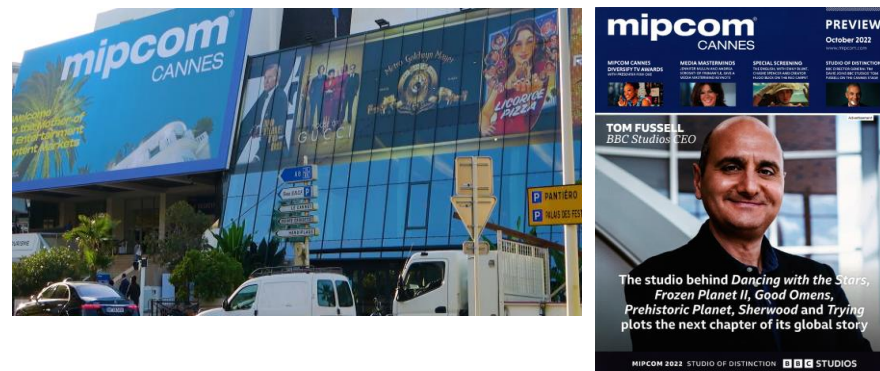
- ・ 新規バイヤーや共同制作のパートナーを探す
- ・ 既存のバイヤーやパートナーと関係を構築・維持する

● コンテンツのPRの場

- ・ 新規作品のアピール、お披露目
- ・ パートナーとの連携・出資等のアピール

● 情報収集の場

- ・ コンテンツのトレンドや最新コンテンツ情報
- ・ 最新メディア情報、最新ビジネスモデル情報



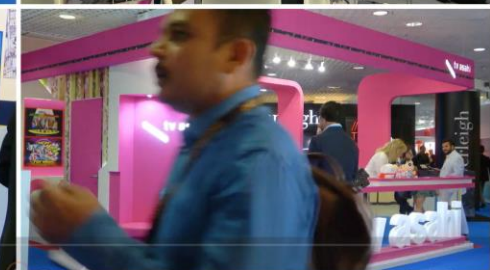
月	国際見本市	開催地	その他見本市	開催地	招待制
4月	MIP TV	フランス・カンヌ			
5月			CONTENT LA (フォーマット・リメイク等)		LA Screenings
			カンヌ映画祭	フランス・カンヌ	
6月	MIP China	中国・杭州			
	上海テレビ祭／映画祭	中国・上海			
7月			Annecy (アニメ・映画)	フランス・アヌシー	
8月	韓国BCWW	韓国・ソウル			
9月	MIP Africa	南アフリカ・ケープタウン			
10月	MIPCOM	フランス・カンヌ			
	TIFFCOM	日本・東京			
11月	MIP Cancun	メキシコ・カンクーン	CONTENT LONDON (フォーマット・リメイク等)	イギリス・ロンドン	
12月	ATF	シンガポール			
2月			ベルリン映画祭	ドイツ・ベルリン	LONDON Screenings
3月	香港FILMART	香港	Anime Japan (アニメ)	日本・東京	
			Series Mania (ドラマ、リメイク等)	フランス・パリ	

※国際見本市だけが商談の場ではない。
 特定分野に特化した見本市や招待制のセッションなども重要

国際見本市(1) MIPCOM



日時 2022年10月17日 (月)~21日 (金)
会場 フランス・カンヌ Palais des Festivals
主催 RX France
概要 テレビ番組、アニメ等の映像コンテンツが集う
世界最大の国際番組見本市
参加数 総参加社数 約3,600社、総参加者 約11,000名
バイヤー 約3,100名



2. 今迄の取り組み(1) MIPCOM 2022

「TREASURE BOX JAPAN」(TBJ)

開催日	2022年10月17日(月) 16:30~17:20
場 所	Palais des Festivals (MIPCOM会場) Hi5-Studio
主 催	BEAJ (一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構)
後 援	総務省
司 会	WIT FOUNDER & CEO ヴァージニア モーズラー氏 BEAJ シニアアドバイザー マチュー ベジヨー氏
概 要	日本を代表する8社が世界に向けて 新作バラエティフォーマットのプレゼンテーション

紹介番組

フジテレビ	「Battle of Brains and Muscles」
TBSテレビ	「MEMORIZE THIS!」
吉本興業	「YOU LAUGH, YOU LOSE!」
テレビ朝日	「Fund My Fantasy」
関西テレビ	「Matching House」
読売テレビ	「Uprising Kitchen」
テレビ東京	「THE FIRST RECIPE」
日本テレビ	「Money or Junk」



2. 今迄の取り組み (1) MIPCOM 2022

●プレゼンテーションの流れ (全体50分・1社5分)

- オープニング
- 8社が自社のフォーマットをプレゼン
- 各社プレゼンターが一人ずつ登壇
- 番組の紹介後、プロモリール上映
- MCとのQ&A

オープニングトレーラー

<https://drive.google.com/file/d/1O8nmQ-UuI6yZDaH6wysJ4oYpnPW79EUN/view?usp=sharing>



2. 今迄の取り組み (1) MIPCOM 2022

事前告知① PR映像

Japan Program Catalog (JPC) のイベント特設ページで露出、またMIPCOMオフィシャルホームページとの相互リンクで世界のバイヤーに対して事前告知を行った。



TBJ事前告知映像

会場入口の看板

2. 今迄の取り組み (1) MIPCOM2022

事前告知② 業界誌への広告出稿

業界誌であるC21 MagazineとMIPCOM PREVIEW（事前配布）、MIPCOM NEWS 1（会期初日に配布）に告知広告を掲載、MIPCOM PREVIEWにはインタビュー記事も掲載しイベントの告知についても言及している。MIPCOM NEWS 3（会期3日目に配布）ではイベントの様子が記事として掲載された。また、C21及びMIPCOMの公式ホームページではバナー広告を出し、JPCのTBJ特設ページへ誘導する施策も行った。



C21 Magazine



MIPCOM PREVIEW



MIPCOM NEWS 1



MIPCOM NEWS 3



広告デザイン



インタビュー記事



イベント記事



バナー広告

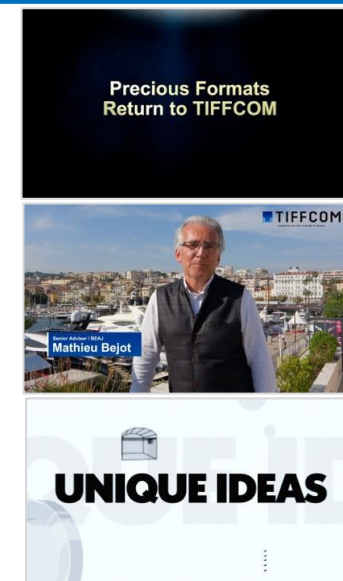
2. 今迄の取り組み (2) TIFFCOM 2022



- 正式名称 「TIFFCOM ONLINE 2022」
国際映画祭である「東京国際映画祭（TIFF）」と併催される、
アジアを代表するコンテンツマーケット
- 開催期間 2022年10月25日（火）～10月27日（木）【3日間】
- 場 所 オンライン開催
- 主催者 公益財団法人ユニジャパン
- 参加者 [参加数] 参加者総数：約1,900、国・地域数：58
[出展者] 出展団体数：327、国・地域：33 ※過去最高

「Precious Formats Return to TIFFCOM」

- 開催日時 2022年10月27日（木）10:00～（日本時間）
- 開催方法 オンライン・セッション
- タイトル 「Precious Formats Return to TIFFCOM」
- 概 要 MIPCOMの「TREASURE BOX JAPAN」（TBJ）で紹介した
全作品の特徴をMIPCOMでの様子を交えながら紹介
- 進 行 BEAJシニアアドバイザー マチュー ベジヨー氏
- 参加社 フジテレビ、TBSテレビ、吉本興業、テレビ朝日、
関西テレビ 読売テレビ テレビ東京 日本テレビ



2. 今迄の取り組み (3) ATF 2022



正式名称 Asia TV Forum & Market (ATF)
 開催日 2022年12月7日 (水)~12月9日 (金) 【3日間】
 場 所 シンガポール マリナ・ベイ・サンズ
 Sands Expo & Convention Centre
 主催者 RX Singapore
 参加者 参加者総数 3,880人バイヤー数：999人、
 国・地域数：59 出展社数：668
 アジアを代表する国際コンテンツ見本市

日本関連イベント

- ・ 24社が一堂に集まった「Japan Pavilion」の出展
- ・ 海外バイヤーとのネットワークを広げる
 「Japan Networking Lunch」
- ・ 9社による新作フォーマットのプロモーションイベント
 「Fresh Format from Japan」



2. 今迄の取り組み (3) ATF 2022

ATF「Japan Networking Lunch」の概要

- 開催日時 2022年12月8日（木）12:30～14:00
- 開催場所 Sands Expo & Convention Centre L4 Room 4511, 4512
- 主催/共催 総務省/BEAJ/国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2022 実行委員会
- 概要 海外バイヤーをビュッフェ・ランチに招き、日本側セラーとの
ネットワーキングを支援する。
冒頭でBEAJシニアアドバイザーのマチュー ベジヨー氏による
日本コンテンツの魅力についてのプレゼンテーションを実施。



2. 今迄の取り組み(3) ATF 2022



タイトル Fresh Format from Japan

内容 出展社9社とヴィクトリア氏による質疑応答形式トークセッション

日時 2022年12月7日（水） 17:00～18:00

会場 マリーナベイサンズ 5F メインステージ



出演者 モデレーター K7 Media / Victoria de Kerdrel

TBSテレビ、ABCフロンティア、関西テレビ、中京テレビ、テレビ朝日、
吉本興業、読売テレビ、テレビ東京、フジテレビ（9社）



2. 今迄の取り組み (4) C21 オンラインスクリーニング

C21Screenings Japan Program Catalog-BEAJパビリオン・サイトの概要

放送局16社が参加したC21Screenings内のナショナル・パビリオン・サイトを“Japan Program Catalog-BEAJ”の名称で運営した。(2023年2月)

●トップページの構成

- ・C21Media編集部による特集記事の冒頭部分（記事全文にリンク）
- ・キー・準キー局ほか（グループA・8番組登録）11社の番組トレーラーが順次、冒頭から連続再生されるプレイリスト
- ・キー・準キー局ほか（グループA）11社の会社ロゴを配置
本サイト内で、その他の番組を掲載した各社のホームページへリンク
- ・“TRAVEL SHOWS, CUISINE AND TRADITIONS OF JAPAN”のタイトルでローカル局など（グループB・1番組登録）5社の地域情報発信型番組のサムネイルを配置各番組ページへリンク
- ・配信開始時にはC21に登録しているユーザーにメールマガジンで告知。

※Japan Program Catalog (JPC)

日本の放送コンテンツの海外向けオンライン・カタログ（英語）



2. これまでの取り組み（5）ATF 2020～2021

●ATF 2021①（オンライン開催）

- 開催日時 2021年12月1日（木）&2日（金）13:30～14:00（現地時間）
タイトル 「TREASURE BOX JAPAN（Part 1& Part2）」
概要 日本が誇る最新のフォーマットおよびリメイク作品を紹介（9社）



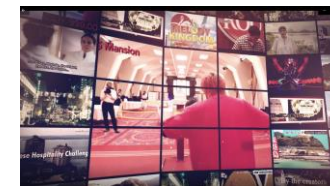
●ATF 2021②（オンライン開催）

- 開催日時 2021年12月3日（金）13:30～14:00（現地時間）
タイトル 「Hidden Gems from Japan」
概要 日本の地域の食や場所などの魅力を紹介するセッション（9社）



●ATF 2020（オンライン開催）

- 開催日時 2020年12月3日（木）14:00～15:00（現地時間）
タイトル 「Fresh Content from Japan」
概要 日本の出展社の最新のコンテンツおよびトレンドをアピールするセミナー
ドラマ&アニメーション（13社）と、バラエティ&フォーマット編と
旅番組&ドキュメンタリー（14社）のコンテンツを2部構成で紹介する。



2. これまでの取り組み（6）TIFFCOM 2020～2021

● TIFFCOM 2021（オンライン開催）

開催日 2021年11月1日（月）～3日（水）【3日間】
主 催 経済産業省、総務省、VIPO、ユニジャパン

セッション「**Fresh Content from Japan 2021**」
日本が誇る最新のコンテンツの魅力を海外にアピール（5社）



収録の様子

● TIFFCOM 2020（オンライン開催）

開催日 2020年11月4日（水）～ 6日（金）【3日間】
主 催 経産省、総務省、VIPO、ユニジャパン

セッション「**Coproduction Opportunities with Japan**」
総務省事業を行うローカル局がその魅力を海外にアピール（4社）

2. これまでの取り組み（7）ATF 2019

ATF日程 2019年12月4日（水）～6日（金）
会場 Sands Expo Convention and Exhibition Centre（シンガポール）
総参加者 60の国と地域から約5,700人、出展社 783社、バイヤー 約1,000名

●ネットワーキングパーティ

開催日時 2019年12月6日（木）12:00～13:30

主催 総務省、BEAJ共催

日本のコンテンツを海外バイヤーに紹介するネットワーキングイベントを開催



Fresh Content from **JAPAN**

Networking Lunch for Buyers

Thursday 5th December 2019
12:00 - 13:30

*By Invitation Only. For Details, Click Here!

Visit Our Pavilion at B10 **2atf** ASIA TV FORUM & MARKET



2. これまでの取り組み（8）MIPCOM 2018

MIPCOM日程 2018年10月15日（月）～18日（木）
会場 フランス・カンヌ Palais des Festivals
総参加者 110の国と地域から約8,900人、出展社約 約2,200社、ビジター約4,500人

● 「Japanese Scripted : The Making of a Global Hit」

開催日 2018年10月15日（月）16:00～16:45

主催 総務省、BEAJ

概要 日本のドラマのリメイクを海外バイヤーに紹介するセミナー
トルコでリメイクされた日本のドラマ（日本テレビ「Mother」、「Woman」）の成功例を
トークショー形式で紹介。
日本テレビ番販責任者とトルコ側プロデューサー、主演女優が参加。
セミナーには多くの海外バイヤーが参加し、日本のドラマへの関心の高さが伺えた。



● The London TV Screenings (2023年2月27日～3月3日 ロンドン)

もとはBBCスタジオがリバプールで顧客向け新作発表会からスタートし、2019年にはロンドンに拠点を置くスタジオ数社が、同時期に「事前招待制」の新作発表会を開始。

コロナ明けの今回はBBCスタジオ含め全社がロンドンに集約し20社以上が参加する最大規模に。事前招待制で、取引先から招待を受けての参加。

● Content London (2022年11月28日～12月1日 ロンドン)

C21Mediaが主催する、フォーマット、リメイク、ファクチュアルの共同制作に等特化した見本市で、欧州や米国等の放送局、配信会社、制作会社やプロデューサーが集まり、最新のコンテンツトレンド情報を入手すると共に、企画の売買を行う。



Content Londonの様子

● 国際見本市出展に向けて

① 販売するコンテンツの見極め
出展（参加）する国際見本市の決定

② 国際見本市に合わせた戦略

- ・ 販売作品の選択と集中
- ・ ブースの位置、大きさ
- ・ PR用商材の開発・発注
- ・ PRイベントの企画・参加
- ・ トレーラーの準備

③ 見本市に行く準備

- ・ アポ取り
- ・ メールマガジンなどによるPR
- ・ 雑誌・HPでの情報掲載

④ 国際見本市への参加・商談

- ・ 海外バイヤー向けの戦略的PR手法の情報共有
- ・ オールジャパンによる出展やPR
- ・ グローバル展開できるコンテンツを制作する人材の育成

●アフターコロナの国際見本市の利用法 ～リアルとオンラインの使い分け～

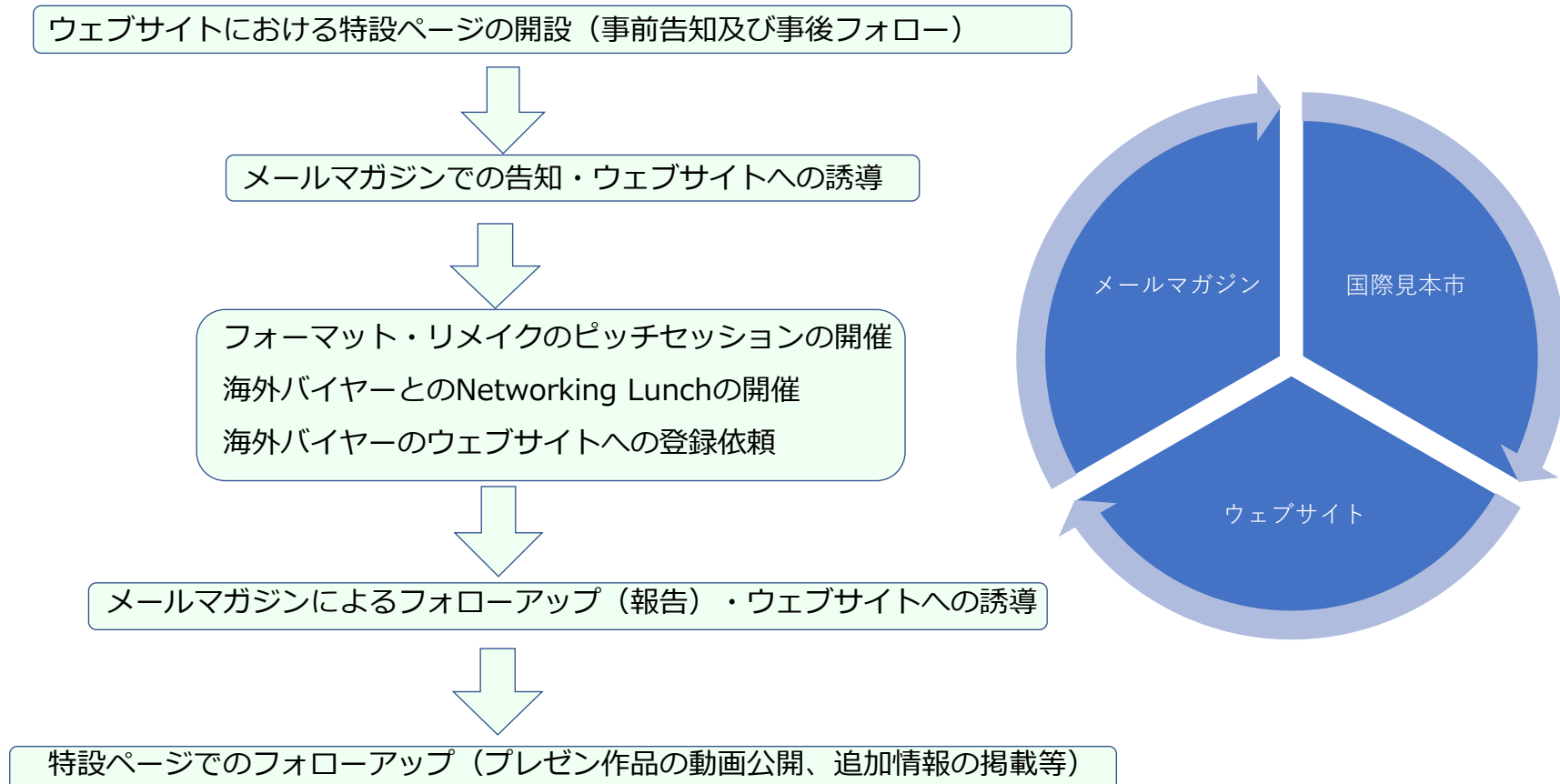
- 2022年にMIPCOM等の国際見本市が3年ぶりにリアル開催となった。
久しぶりにリアルにバイヤーと会え、彼らを目の前にプレゼンすると感触もわかる。
フォーマットセッション「TRESUARE BOX JAPAN」(TBJ)は、好評だった。

一方で課題も見えた。
リアルイベントでは、一人のバイヤーが出席できるセッションには限りがある。
どこにいても参加できるオンラインセッションとは違い、リアル開催のイベントでは同時に複数のイベントに参加はできず、バイヤーの奪い合いになる。
 - 今回のTBJではMIPCOMの登録バイヤーに招待メールを送付。
その後も3回にわたりメールでフォローを行った結果、バイヤーに周知することができた。
リアルイベントに足を運んでもらうためには魅力的&積極的なプロモーション(声掛け)が不可欠。
 - TBJで紹介した8作品を一本化し、BEAJのシニアアドバイザーのベジョー氏が概要を説明した
オンラインセッション「Precious Formats Return to TIFFCOM」をTIFFCOMで展開した。
- ➡ 今後はリアルとオンライン、それぞれのアドバンテージを有効に活用し、補完していくことで、プロモーションの訴求効果を上げていく工夫が必須になる。

3. 課題と今後の取り組み

コンテンツの訴求が可能な**国際見本市**、**ウェブサイト**、**メールマガジン**等は各々**単独で実施するのではなく、それらを組み合わせることで**コンテンツの訴求力がより増すことが考えられる。

例 MIPCOM（国際見本市）に参加する。



BEAJの取り組み

コンテンツ国際見本市に出展（参加）し、効果的な方法でバイヤーにプロモーションするために、国際見本市におけるプロモーションイベント・セッションの企画・運営のみならず、下記のサポートも行う。

- トレーラーワーキング（トレーラー制作の支援）
海外バイヤー向けのトレーラーを海外の制作会社に制作依頼し、新たなトレーラーを制作
国際見本市などで利用しバイヤー等の反応を確認
- ビジネス交渉・契約ワーキング
国際見本市における交渉方法や契約交渉のノウハウの情報共有
- デジタルを活用し、コンテンツを海外のバイヤーに向けてアピール