

# 実写コンテンツ展開力強化官民協議会 一次取りまとめ(案)

---

令和8年2月18日  
総務省  
情報流通行政局  
情報通信作品振興課

## 実写コンテンツ産業の今後の方向性（総論）

- ◆ 我が国発の放送・配信コンテンツを軸とした実写コンテンツの製作力強化と海外展開の促進【産業競争力の強化、製作力の強化】
  - ・海外展開・配信を目指したドラマなどの配信コンテンツの製作促進、配信PF等を活用した海外展開促進、国内配信PFの海外展開支援
  - ・製作力の強化、人材育成の推進、人材育成施設の在り方、先進技術を活用したコンテンツ製作の高度化・効率化
- ◆ **コンテンツ展開モデルの転換：海外展開や配信による国内外への展開を当初から目指すモデルへの転換**
- ◆ **5年間の目標設定と、海外輸出額の目標（2033年に2500億円以上）、官民によるコンテンツ投資額の増加**
- ◆ NHK還元目的積立金も活用した人材育成等を行い、コンテンツ製作力の強化を図る。

## 各論

### ◆ 海外展開・製作・資金調達

- **海外展開・配信を目指すコンテンツに対する製作支援の大規模化**
- 外部資金調達環境の整備
- 配信PFを通じた海外展開の推進
- **我が国事業者が参画する配信PFの海外展開に対する支援**
- 視聴データ等を活用したコンテンツ製作
- 海外のローカル配信PFとの連携
- 国際見本市を通じた展開等の実施

等

### ◆ 人材育成、コンテンツ製作力の強化

- **関係者が連携した人材育成（プロデューサー、VFX技術人材、事業展開人材の育成）**
- 研修施設「**コンテンツ人材育成トレーニングセンター**」の整備
- DX推進を通じたコンテンツ製作効率化
- 生成AI、VFX等を活用したコンテンツ製作の実証

■ 製作力強化のための調査研究 等

### ◆ 地域のコンテンツの製作力・発信力の強化

- ローカル局をはじめとする**地域におけるコンテンツの配信の促進**
- 地域における権利処理やコンテンツビジネス強化に係る人材の育成
- **地域におけるコンテンツの製作支援**
- 地方のロケ地誘致支援、地域におけるアーカイブ化推進の検討等

- 国内外において、グローバルなコンテンツ競争の進展や、配信プラットフォームによる国内外でのコンテンツ展開の普及など視聴環境の変化が生じている。この中で、コンテンツの製作、流通における**国内市場中心、広告放送前提のコンテンツ展開モデルから、海外展開や配信による国内外への展開を当初から目指すモデルへの転換が必要である。**
- コンテンツの企画・開発、製作、権利処理、流通など**各段階において、このモデルへの転換を踏まえた取組を進めるとともに、それを可能とする人材の確保・育成、製作環境のDX化等を進めるべきである。**
- 官による投資（政府の振興策）により、**総務省はこのモデル転換のための民間の投資や取組を後押しする。**民間事業者はこれを踏まえて自由に判断し、事業展開や投資に取り組むべきではないか。



- 官民で**コンテンツ投資額を5年間で大幅に増加させる**ことなどを通じて、放送・配信コンテンツの**2033年の海外輸出額を2500億円以上に増加させる**べきではないか。
- 海外展開や配信を目指すコンテンツ持続的に製作・展開するために、ドラマやバラエティ番組など海外に展開し世界に通用する実写コンテンツを年間40本程度、国内外の配信・放送で広く展開するものを年間100本程度を製作可能な**環境を整備するため、官民が連携して5年間を集中取組期間としてクリエイターや技術者等を育成**すべきではないか。
- 地域のコンテンツを製作し、配信を中心に国内外に展開するため、人材育成や研究開発などの環境整備を進めるべきではないか。

- **実写コンテンツ分野(放送・配信)の海外売上比率は、他のコンテンツ産業(ゲーム、アニメ等)と比較して、低く、諸外国との比較においても実写コンテンツ(放送・配信)の海外売上比率は低い。**
- 日本の実写コンテンツ(放送・配信)に関して、コンテンツ展開モデルを**海外展開・配信前提のモデルへの転換を図ることで、海外展開を進めて、海外輸出額を増加させる。** ※ 2033年に海外売上比率20%を目指す。
- 実写分野(放送・配信)では、**海外輸出額を2033年に2500億円以上の増加を目指す。**
- 海外展開と配信を前提としたコンテンツ展開モデルへの転換を図り諸外国と同様に海外展開をした場合でも、海外輸出額2500億円以上を達成するには、**コンテンツ投資の増加が必要**であり、**民間企業における増加が期待される。**政府は支援策の拡充等を通じて、コンテンツ展開モデルの転換や民間における投資の増加を促す。

我が国の各コンテンツ分野ごとの海外売上比率

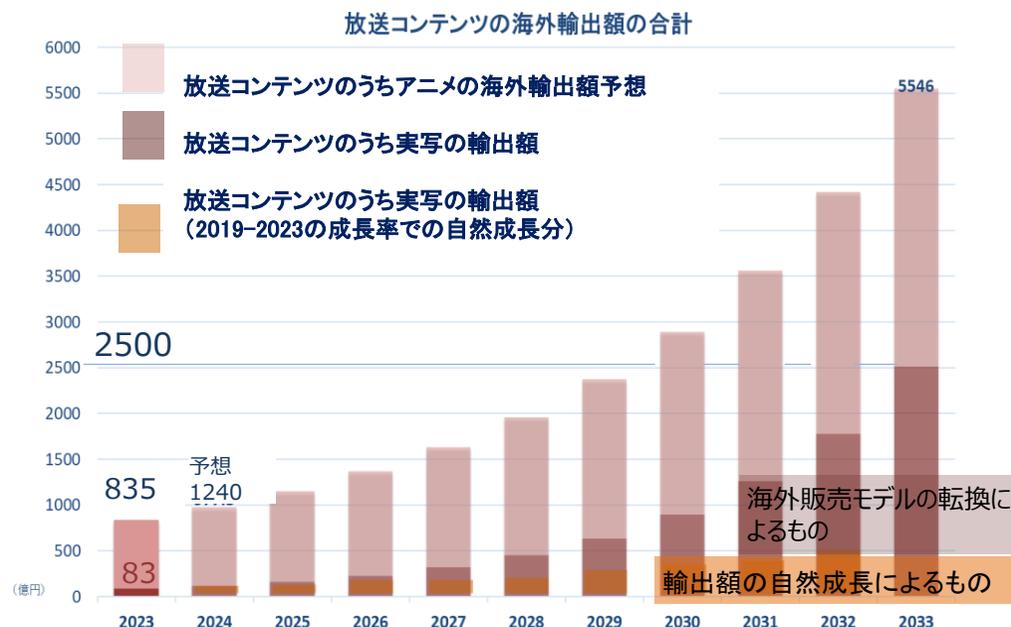
産業ジャンル	海外売上比率
ゲーム	約 60%
アニメ	約 57%
音楽	約 4%
映画	約 20%
放送・配信コンテンツ	約0.8%

出典:調整中

放送配信コンテンツの輸出額と国内製作費との関係

国名	輸出額/製作費
韓国	26.6%
日本	0.8%

出典:総務省「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析(2023年度)他



出典:総務省「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析(2023年度)」を基に作成

# 各論

---

## <現状>

- 世界的に配信プラットフォームが急速に成長する中で、配信プラットフォームの成長がコンテンツ市場の拡大を牽引している。海外展開において配信による展開の重要性が高まっている。
- 国際共同制作や配信プラットフォームとの連携が進み、海外展開を前提にしたコンテンツの製作の動きが広まっており、海外展開や配信を前提にしたコンテンツ展開モデルに対応する事業者が現れている。
- 日本の放送・配信コンテンツの海外輸出額は増加傾向にあるが、ドラマやバラエティをはじめとした放送・配信コンテンツの輸出額はアニメと比べて小さく、加えて諸外国が実写コンテンツの海外展開が進む中で我が国のコンテンツの存在感は低く、実写コンテンツには成長のポテンシャルがある。
- 海外展開や配信を当初から目指したコンテンツの製作費の大規模化、製作期間の長期化、使用する映像技術の高度化等が進んでいる。
- ショート動画、切り抜き動画、ダイジェストなど、新しいコンテンツ形式が国内外で普及し、若年層を中心にファンの獲得の新たな導線として機能している。

## <課題>

- 収益構造は依然として国内放送市場への強い依存から脱却できておらず、海外展開されずに国内消費される傾向により、海外展開や配信を当初から目指し主な収益源とするコンテンツ展開モデルへの転換が進んでいない状況。
- 放送事業者の製作費の大半は放送広告収入に依存しており、世界に通用するコンテンツの製作に必要な配信事業者からの収入、外部資金の調達環境、政府の補助金などが依然として不十分である。
- 世界に通用する実写コンテンツの製作には、VFX等の先進的な制作設備が不可欠であるものの、国内ではこれらの整備が進んでいない。
- 日本企業が参画する配信プラットフォームの海外展開は限定的であり、日本の実写コンテンツを広く届ける足場が十分整っていない。
- 視聴データの共有や分析を業界全体で行う環境が十分に整備されておらず、配信プラットフォームから得られる視聴データも限定的であるため、世界に通用するコンテンツ制作への還元が限定的となっている。
- 海外展開に必要な字幕や吹替等のローカライズは手作業が多く、費用と時間が海外展開の障壁となっている。

## <現状>

- 世界に通用するコンテンツを製作・展開するためには製作力強化の中心となるコンテンツの製作を担う人材の育成が必要である。現状、各事業者における育成が中心であるが、産業全体の製作力の強化や人材育成の観点から、人材育成が必要である。
- VFXや3DCGなどの映像制作の発展・普及や、映像制作における生成AIの活用などが進展している。

## <課題>

- 産業横断的に、人材に対する投資の余力が乏しい。
- 人材育成・製作力強化については、各企業の取組だけでは不十分であり、産業全体の底上げや政府による育成策など複合的に対応する必要がある。
- 韓国などの諸外国と比較してコンテンツ分野に関する人材育成の取組が不十分。世界に通用するコンテンツ制作にはプロデューサー及び脚本家から、映像制作やデータ分析における技術者等までを体系的に習得できる育成の取組が必要である。
- コンテンツの質や製作費削減等に効果がある先端技術の需要は増大している一方、技術を担う技術者が不足している。人材育成のための実習可能な設備が国内に不足している。
- コンテンツ制作の現場では、製作プロセスの効率化の必要性が増しているが、新技術の導入が不十分。
- 生成AIなどコンテンツ制作分野における技術が急速に進歩しているが、活用できる人材の育成や使用例の蓄積が十分ではない。

## <現状>

- 地域からの情報の製作・発信強化の観点から、地域での製作の促進と配信の促進が重要。
- 地域の放送事業者による配信や海外展開の取組が始まっているが、成果を出しているところと難航しているところがある。また、地域の情報などのコンテンツを整理して展開する取組なども始まっている。
- 地域の放送事業者をはじめとする放送事業者の製作・保有するコンテンツの活用の可能性がある。
- 地域活性化の方法の一つとして、地域からのコンテンツ発信やロケ誘致も盛んに行われている。

## <課題>

- 配信プラットフォームに配信されている地域のコンテンツは増加しているが、膨大なコンテンツの中に埋没し、十分な視聴を集めづらい。配信したコンテンツの周知広報が不足している。
- 配信でコンテンツが視聴されても収益性を確保しにくい状況にある。よりよいコンテンツを製作・発信するために、コンテンツの視聴動向等のデータを確保・活用できていない。
- 蓄積されている地域のコンテンツについて、検索性・再利用性が低く、配信などの展開や再利用にコストや時間がかかる。
- 地域のコンテンツの配信や展開するための権利処理やコンテンツ展開を行う人材が不足している。
- 地域のコンテンツを配信・海外展開するためには先進技術を活用したコンテンツが必要な場合もあるが、その製作に多額の費用を要する。
- 地域の魅力を活かした実写コンテンツ製作が十分に行われておらず、実写コンテンツの製作が地域の振興に活用されていない。

- 放送事業者・製作会社は、海外展開・配信を当初から目指すモデルに転換すべきではないか。
- そのために総務省は海外展開・配信を当初から目指すコンテンツ製作の支援などを行うべきではないか。

## (海外展開・配信を当初から目指すコンテンツ製作の支援)

1. 放送事業者・製作会社は、海外展開・配信を当初から目指す実写コンテンツの製作を進めるべきではないか。また、政府はそのための支援を大規模・長期間化すべきではないか。
2. 放送事業者・製作会社が世界に通用するコンテンツを製作するため、外部資金を調達できる環境の整備とコンテンツの価値を評価・把握するための仕組みについても検討すべきではないか。
3. 政府は国際共同制作を拡大するために企画・開発段階での我が国事業者と海外事業者とのマッチングの支援を拡充すべきではないか。

## (配信プラットフォームによる海外展開)

4. 放送事業者・製作会社は、様々な配信プラットフォームを活用し、コンテンツの海外展開を図るべきではないか。

## (新しいIPや新形態への対応)

5. 放送事業者・製作会社は、日本が有する幅広いIPと連携したコンテンツの製作・海外展開等を進めるべきではないか。
6. 政府は、ショート動画など新形態のコンテンツ製作・海外展開等に挑む放送事業者・製作会社を、引き続き支援すべきではないか。

- 放送事業者・製作会社は、海外展開・配信を当初から目指すモデルに転換すべきではないか。
- 持続的な海外展開の促進の観点から、日本企業が参画する配信プラットフォームの支援や多様なプラットフォームとの連携等を進めるべきではないか。

### (日本企業が参画する配信プラットフォームの海外展開の支援)

7. 政府は、日本企業が参画する配信プラットフォームの海外展開を支援すべきではないか。
8. 放送事業者・製作会社は、日本企業が参画する配信プラットフォームを通じてコンテンツの海外配信を進めるべきではないか。政府は、配信プラットフォームからの視聴データ提供に係る支援を拡充すべきではないか。

### (データの提供)

9. 放送事業者・製作会社は、市場データや視聴データに基づくコンテンツ製作を強化すべきではないか。

### (ローカル配信事業者等との連携)

10. 東南アジアのローカル配信事業者等と日本の放送事業者・製作会社等による会議を通じて、人材育成・交流を図るべきではないか。

### (国際見本市を通じた展開、海賊版対策等)

11. 政府は、引き続き国際見本市等を活用した取組を行うべきではないか。また、正規版の配信などを含む海賊版対策も引き続き行うべきではないか。

- 放送事業者や番組制作会社が、国内外に配信・放送で展開するコンテンツを数多く製作し、世界に広く通用するコンテンツも多く生まれる環境※整備のため、関係者が連携して人材を育成すべきではないか。
- NHK還元目的積立金を活用して、十分な期間をかけて準備し、5年間で集中取組期間としてプロデューサーや映像製作技術者等の人材育成に取り組み、その後も2～3年程度のフォローアップを行うべきではないか。
- 当該積立金を活用して人材育成のため実習が可能な「コンテンツ人材育成トレーニングセンター」を整備すべきではないか。 ※ 国内外に配信・放送で展開するコンテンツを100本、世界に通用するコンテンツを40本程度の生まれうる環境・体制を想定

## (プロデューサーや映像製作技術者等に対する人材育成)

1. 企画の骨格や採算の設計、展開先との交渉、演出統括等を行うプロデューサーを年間数十名程度育成するため、米国への短期派遣や、米国の現地製作会社(スタジオ)及び大学院等への長期派遣を行うべきではないか。
2. 世界に通用するコンテンツを製作するプロデューサーや脚本家を年間各100名程度育成するため、米国や韓国等への短期派遣や国内での研修を行うべきではないか。
3. 海外展開や配信を促進するため、権利処理及び契約交渉等の知識を有する人材を数ヶ月の研修で年間数十名程度育成すべきではないか。事業展開を行う人材を数ヶ月の研修で年間数十名程度育成すべきではないか。
4. 地域において権利処理等を行える人材を、数ヶ月の研修で年間100名程度育成すべきではないか。
5. VFXを駆使するプロデューサーや技術者を年間各100名程度育成するため、実践的な研修を行うべきではないか。
6. コンテンツの視聴情報等の分析を行う人材を2ヶ月程度の研修で年間数十名程度育成すべきではないか。
7. 実践的な人材育成の観点から、研修の中で海外展開・配信を前提としたコンテンツの試作や企画の精緻化・マッチング等を支援し、放送・配信事業者は展開の機会を設けるべきではないか。

### (コンテンツ人材育成トレーニングセンター)

9. これらの人材の育成のため、VFXや3DCG等が実習可能なスタジオも備えた「コンテンツ人材育成トレーニングセンター」を整備すべきではないか。

### (その他)

10. 東南アジアのローカル配信事業者等と日本の放送事業者・製作会社等による会議を通じて、人材育成・交流を図るべきではないか。
11. 他分野と連携したコンテンツの事業展開を行う人材を年間40名程度育成するため、国内外の教育機関が連携した3ヶ月の国内研修を実施すべきではないか。
12. 人材育成の継続的实施のため、スキル標準、スキル認定制度の整備や既存支援策も活用すべきではないか。

- 生成AI等の新技術の実証を実施し、コンテンツの製作・流通の効率化を図るべきではないか。
- NHK還元目的積立金を活用して、コンテンツ製作における効率化や生成AI等の技術検証を行うべきではないか。

### (技術開発)

13. コンテンツ製作における効率化に向けた実証を実施すべきではないか。
14. コンテンツ製作・展開を効率化するため、コンテンツ・番組へのメタデータ付与、自動翻訳において生成AIの活用等に関する技術の開発・実証を行うべきではないか。
15. 新たなコンテンツ製作に対応するため、実習を伴う研修を行い生成AIを活用してコンテンツを製作できる人材の育成や生成AI等を活用したコンテンツ製作の実証を行い、課題や受容性などを検証を行うべきではないか。

- 地域の放送事業者・製作会社は、自らのコンテンツの配信による展開を促進すべきではないか。
  - 地域の放送事業者・製作会社は、そのコンテンツを集約・分類したアーカイブを通じた地域情報の国内外への展開を進めるべきではないか、総務省はその支援を検討すべきではないか。
1. 総務省は、地域の放送事業者・製作会社による海外展開・配信を目指したコンテンツ製作を引き続き支援すべきではないか。
  2. 地域の放送事業者・製作会社は、そのコンテンツを集約したアーカイブを通じた地域情報の国内外への展開等を図るべきではないか。関係者は、編集、字幕付与や翻訳の自動化への支援を検討すべきではないか。
  3. 地域の放送事業者・製作会社は、関係者と連携して自らのコンテンツのFASTチャンネル等を通じた海外展開等について検討をすべきではないか。
  4. 地域の放送事業者・製作会社は、自らのコンテンツの切り抜きやダイジェスト版などを国内外の動画共有プラットフォーム等で配信し、幅広い層への展開や視聴データの分析などを実施すべきではないか。
  5. 地域において権利処理や展開を行える人材を年間100名程度育成するとともに、権利処理に関する知見の共有の仕組みの構築への支援を検討すべきではないか。加えて、AI等の技術を活用してコンテンツ製作を行う人材を育成すべきではないか。
  6. 総務省は、国内の実写コンテンツのロケ誘致への支援について関係省庁と連携し、検討すべきではないか。
  7. 関係者は、放送事業者の有するコンテンツのアーカイブ化推進に向けて、調査研究や技術実証等を検討すべきではないか。