

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33

実写コンテンツ展開力強化アクションプラン（案）

実写コンテンツ展開力強化官民協議会

2026年（令和8年）4月20日

目次

34		
35		
36	1. はじめに	3
37	2. 総論	4
38	(1) 現状と課題	4
39	(2) 方向性	7
40	3. 海外展開・製作・資金調達	10
41	(1) 現状と課題	10
42	(2) 方向性	11
43	(3) 具体的な取組	12
44	4. 人材育成・製作力強化	14
45	(1) 現状と課題	14
46	(2) 方向性	14
47	(3) 具体的な取組	16
48	5. 地域コンテンツ製作力・発信力の強化	20
49	(1) 現状と課題	20
50	(2) 方向性	21
51	(3) 具体的な取組	22
52	6. おわりに	24
53		

54 1. はじめに

55 アニメ・音楽・放送番組・映画・ゲーム・漫画といったコンテンツは、世界の人々を魅了
56 して、世界市場の中でも高く評価されている、我が国の誇るべき財産である¹。我が国とし
57 て、コンテンツ産業を基幹産業と位置付け、戦略的に取り組むこととしており、「経済財政
58 運営と改革の基本方針 2024」（令和6年6月21日閣議決定）においても、「コンテンツ産
59 業活性化戦略」を官民連携して推進することとし、コンテンツ産業の活性化に関する取組が
60 進められている²。

61 コンテンツの主要分野の一つである放送・配信コンテンツなどの実写については、「デジ
62 タル時代における放送制度の在り方に関する検討会」の下に設置された「放送・配信コンテ
63 ンツ産業戦略検討チーム」において放送・配信コンテンツ産業の振興に向けた課題と対応策
64 と官民の連携の在り方が議論され、令和7年8月26日に取りまとめが公表された³。

65 同取りまとめを踏まえ、放送・配信コンテンツを軸とした実写コンテンツの展開力強化に
66 向けて官民の推進体制を整備し、実行計画を策定するとともに、取組状況の把握等を行うこ
67 とを目的とし、「実写コンテンツ展開力強化官民協議会」を令和8年1月30日に設置した。
68 本協議会には、コンテンツの製作・流通を担う放送事業者、番組製作会社、配信事業者、金
69 融機関や商社といった関係事業者・団体が参画し、海外展開・製作・資金調達、人材育成・
70 製作力強化及び地域コンテンツ製作・発信の3分野を中心に、具体的な取組について検討を
71 行った。令和8年2月26日に公表した一次取りまとめ⁴を踏まえ、今般、本協議会での検討
72 の結果をアクションプランとして取りまとめた。

73 本アクションプランは、我が国の実写コンテンツについて、製作力の強化と海外展開の促
74 進を一体的かつ計画的に推進するための具体的な施策を取りまとめたものである。実写コ
75 ンテンツを取り巻く国内外の環境の変化を踏まえて、海外展開や配信による国内外への展
76 開も当初から目指すコンテンツ展開モデルへの転換等が重要であり、そのためには、海外展
77 開・配信を当初から見据えたコンテンツ製作の促進、配信プラットフォームを活用した海外
78 展開の強化、日本企業が参画・主導する配信プラットフォームの海外展開の支援、プロデュ
79 ーサー、脚本家、映像技術者等の体系的な人材育成、生成AI等の先進技術を活用した製作
80 の高度化・効率化を推進することとしている。

81 今般、本協議会での検討の結果を踏まえ、本アクションプランを取りまとめ、公表する。

1 「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 2025 年改訂版」（令和7年6月13日閣議決定）<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/pdf/ap2025.pdf>。

2 「経済財政運営と改革の基本方針 2024」（令和6年6月21日閣議決定）<https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basicpolicies_ja.pdf>。

3 「放送・配信コンテンツ産業戦略検討チーム取りまとめ」（令和7年8月26日公表）<https://www.soumu.go.jp/main_content/001026594.pdf>。

4 「実写コンテンツ展開力強化官民協議会一次取りまとめ」（令和8年2月26日公表）<https://www.soumu.go.jp/main_content/001057474.pdf>。

82 2. 総論

83 (1) 現状と課題

84 <現状>

- 85 ● 実写コンテンツ⁵を取り巻く環境は、近年、国内外において大きく変容している。
86 世界的に映像コンテンツ市場の規模が拡大傾向にあるとともに、視聴環境の変化
87 が市場に影響を及ぼしている。2024年の世界の映像コンテンツ全体の市場規模は
88 4,848億ドル（約72兆円）であり、2020年から2024年にかけて年平均3.6%の
89 成長率で推移し、2029年には5,153億ドル（約77兆円）に達すると予測されて
90 いる。放送コンテンツ市場が年平均1.6%と減少する一方で、配信コンテンツ市場
91 は年平均19.3%での成長が予測されている⁶。世界的に配信プラットフォームが急速
92 に成長する中、その成長が映像コンテンツ市場の拡大を牽引している。このため、
93 このままの成長率で双方が変化した場合、今後、世界の映像コンテンツ市場に
94 において、放送コンテンツ市場と配信コンテンツ市場の規模が逆転する可能性がある。
95
- 96 ● 日本においても世界の市場と同様の傾向が見られる。2020年から2024年にかけて、
97 放送コンテンツ市場の成長が年平均1.8%と減少する一方、配信コンテンツ市場
98 は年平均14.7%で成長している⁷。このうち、定額制動画配信サービス（加入者
99 が月額料金等を支払い、コンテンツを視聴するサービス形態）については、2025
100 年の国内市場規模は6,017億円であり、2021年から年平均約11.7%で成長してい
101 る⁸。
- 102 ● 映像コンテンツ市場の拡大と視聴環境の変化などに伴う競争環境の変化などもあ
103 いまって、世界的なコンテンツの競争が激化している。諸外国におけるドラマやバ
104 ラエティ番組などの放送・配信コンテンツの海外輸出額は、米国が約3兆円、英国
105 は約3,600億円、韓国は約1,800億円となっている。これに対して、日本は2023
106 年度の海外輸出額は853.8億円であり近年増加傾向にあるが、このうちアニメが
107 9割であり、ドラマやバラエティをはじめとした実写コンテンツの海外輸出額は約
108 94億円とアニメと比べて小さい⁹。
- 109 ● 世界的にも実写コンテンツの海外展開が進む中で、諸外国における我が国のコン

⁵ 本協議会において「実写コンテンツ」とは、ドラマ、バラエティ番組、スポーツ番組、ドキュメンタリー番組その他これに類するものをいう。

⁶ PwC Global Entertainment and Media Outlook 2024-2028。

⁷ PwC Global Entertainment and Media Outlook 2024-2028。

⁸ GEM Partners「動画配信（VOD）市場5年間予測（2026-2030年）レポート」。

⁹ 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）」<https://www.soumu.go.jp/main_content/001008582.pdf>。

110 テンツの存在感は大きくはない。定額制動画配信サービスにおける日本のコンテ
111 ンツのシェアに関して、米国においては韓国産が4%である中で日本産は2%、タ
112 イにおいては韓国産が26%である中で日本産は7%となっている¹⁰。

- 113 ● 一方で、ドラマやバラエティ番組などの日本の実写コンテンツには、海外展開や配
114 信などを通じた国内外への展開に関して、大きなポテンシャル（成長可能性）があ
115 る。海外の番組製作会社（スタジオ）が製作した日本をテーマにしたコンテンツや
116 日本の漫画やアニメを元にした実写のコンテンツなど世界で人気を博するものが
117 増えていること、アニメ、ゲーム、漫画をはじめ日本の知的財産（IP）が世界で高
118 く評価され日本のIP自体には魅力があるものが多いこと、近年の日本の実写コン
119 テンツの輸出額が2021年から2023年で1.2倍に増加し成長スピードが速いこと、
120 米国においては日本人を含むアジア人が出演するコンテンツに対する受容度が向
121 上していること、世界的な配信プラットフォームの普及によりアジアのコンテ
122 ツが世界に幅広く視聴される環境が整いつつあることなどが挙げられる。これら
123 の状況から、日本の実写コンテンツには大きなポテンシャルがあると考えられる。
- 124 ● また、コンテンツの供給側を見ても、キー局や準キー局をはじめとした放送事業者
125 や番組製作会社などの実写コンテンツの関連企業の中には、海外の番組製作会社
126 （スタジオ）への出資・提携や、海外での製作拠点の整備を行う企業が現れている
127 他、国際共同制作や配信プラットフォームとの連携も進んでいる。加えて、製作・
128 展開に関しても海外展開を当初から目指すコンテンツの製作の動きが胎動し、海
129 外展開や配信を当初から目指すコンテンツ展開モデルに対応する事業者が現れる
130 など、取組が進み始めている。
- 131 ● さらに、近年では、スマートフォンの普及等により、視聴形態としてショート動
132 画、切り抜き動画、ダイジェスト等の新たなコンテンツ形式が国内外で普及し、若
133 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。
- 134 ● 視点を広くとると、地域からの情報発信の強化や情報空間の多様性確保の観点に
135 加えて、放送を取り巻く環境がグローバル化を強める中で、その対極として地域
136 に根ざしたコンテンツの製作及び配信を促進する重要性が高まっている。

137 138 <課題>

- 139 ● コンテンツをめぐるグローバルな競争の進展や世界的な視聴環境の変化の中で、
140 我が国の実写コンテンツのポテンシャルを十分に発揮していくためには、コンテ
141 ンツ展開モデル、製作費、製作技術、展開方法といった要素に加え、人材育成をは
142 じめとする製作力の強化など、乗り越えるべき課題がある。
- 143 ● ドラマやバラエティ番組を中心とする実写コンテンツに関して、我が国における

¹⁰ Ampere Analysis。

144 その主な担い手は番組製作会社及び放送事業者であるが、実写コンテンツの製作・
145 展開の多くは国内放送市場に集中しており、実写コンテンツの多くが海外展開さ
146 れず国内で消費されている。配信プラットフォームを通じた国内展開も増加して
147 いるが道半ばであり、配信プラットフォーム等を通じた実写コンテンツの海外展
148 開はまだ多いとは言えず、海外展開や配信も当初から目指すコンテンツ展開モデ
149 ルへの転換が進んでいない状況にある。

- 150 ● 世界的な競争環境の進展や視聴環境の変化などを踏まえると、広告収入による国
151 内放送が中心のコンテンツの製作・展開だけでは対応できない課題が生じている。
152 このため、海外展開や配信による国内外への展開も当初から目指すコンテンツの
153 製作・展開モデルへの転換の必要性が出ている。
- 154 ● 海外展開や配信による国内外への展開も当初から目指すコンテンツに関しては、
155 世界的に、製作費の大規模化、製作期間の長期間化、4KやVFX（視聴覚効果技
156 術）などの先進技術の活用が進んでいる。これらのコンテンツの製作を進める場合
157 には、これに必要な製作費、外部資金の調達環境、政府の支援制度（補助金や税制
158 優遇等）などの規模が課題となる。
- 159 ● 配信プラットフォームを通じたコンテンツの国内外への展開の重要性が年々増大
160 する中で、我が国のコンテンツも様々な配信プラットフォームを活用した展開を
161 進めていくことが必要である。その際には、多くの視聴者へのリーチの確保や収入
162 の確保の他、視聴データの取得なども重要となる。また、配信プラットフォームを
163 通じた持続的な展開には、日本企業が参画・主導する配信プラットフォームが重要
164 となるが、現時点では、その海外展開は限定的であり、日本の実写コンテンツを海
165 外に広く届ける足場が十分に整っていない。
- 166 ● 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、同時
167 に配信プラットフォームから還元される視聴データも限定的であるため、世界に
168 通用するコンテンツ展開へのフィードバックが限定的となっている。
- 169 ● コンテンツを配信等で展開するに当たっては、製作現場において権利処理に伴う
170 負担が大きいとの指摘があり、権利処理の円滑化が重要である。同時に、クリエイ
171 ターの有する権利の帰属についても留意が必要である。
- 172 ● 海外展開や配信による国内外への展開も当初から目指すコンテンツの製作・展開
173 に際して、これらのコンテンツの製作を企画するプロデューサー、ストーリーを作
174 る脚本家、VFXなどの映像製作技術を駆使し映像を構想・企画する者や実際に製
175 作する映像製作技術者など実際に直接製作に関わる人材をはじめ、権利処理や展
176 開を行う人材、製作経理を行う人材、視聴データの分析を行う人材等が不足してい
177 る。このため、既存のクリエイターや技術者などの人材を中心にリスキリング（学
178 び直し、新たな知識・スキルの習得）やアップスキリング（知識・スキルの向上・
179 更新）が課題である。

- 180 ● 配信プラットフォーム上において地域のコンテンツの流通量が増加しているもの
181 の、膨大なコンテンツの中に埋没し、十分な視聴の確保や認知拡大に至っておらず、
182 継続的に成果を上げている事例は限定的である。また、配信したコンテンツの周
183 知・広報も十分と言えない。

184

185 (2) 方向性

186 <コンテンツ展開モデルの転換>

- 187 ● 国内外における、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
188 よるコンテンツ展開など視聴環境の変化が生じている中で、コンテンツの製作、流
189 通において広告収入による国内放送を中心とした展開だけでなく、海外展開や配
190 信による国内外への展開も当初から目指すコンテンツ展開モデルへの転換が重要
191 である。
- 192 ● コンテンツの企画・開発、製作、権利処理、流通などの各段階において、このモデ
193 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、
194 製作環境のDX化等を進め、総務省は民間の取組を促進することが重要である。

195

196 <取組の方向性>

- 197 ● 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
198 展開促進の観点から、海外展開・製作・資金調達の分野、人材育成・コンテンツ製
199 作力の分野での取組を検討するとともに、地域コンテンツの製作力・発信力の強化
200 を目指して、目標を設定して、官民が連携した取組を行う。
- 201 ● 具体的には、海外展開に関しては、海外展開・配信を目指すコンテンツの製作支援、
202 これらのコンテンツの製作に資する外部資金調達環境の整備、配信プラットフォ
203 ームを通じた海外展開支援を図るとともに、持続的な海外展開の強化の観点から、
204 日本企業が参画する配信プラットフォームの海外展開支援、市場データや視聴デ
205 ータの活用、海外の現地配信プラットフォームとの連携強化、国際見本市等を活用
206 した展開等を行う。人材育成・コンテンツ製作力に関しては、NHK還元目的積立
207 金を活用して組成される実写コンテンツ製作力強化基金（仮称。以下「基金」とい
208 う。）を用いて、プロデューサーや映像製作技術者、事業展開人材などの育成、研
209 修施設の構築、製作効率化のための実証実験、調査研究などを行う。また、地域コ
210 ンテンツの製作力・発信力の強化の観点から、地域におけるコンテンツ配信の促進、
211 人材育成、地域におけるコンテンツ製作支援、地方のロケ誘致や地域で蓄積された
212 アーカイブの展開に向けた検討を行う。
- 213 ● なお、政府によるコンテンツ分野への支援に当たっては、言論・思想・主義に影響

214 を与えない方法で行うべきである¹¹。

215

216 <海外輸出額の目標>

217 ● 実写コンテンツ分野（放送・配信）の海外売上比率は、他のコンテンツ分野（ゲー
218 ム、アニメ等）と比較して低く、韓国など諸外国との比較においても実写コンテン
219 ツ分野（放送・配信）の海外売上比率は低い。

220 ● 実写コンテンツは海外展開などに関して大きなポテンシャルを有するので、同分
221 野において、海外展開・配信も当初から目指すコンテンツ展開モデルへの転換を図
222 り、2033年に海外輸出額 2500 億円以上を目指し、海外売上比率 20%を目指す。

223 ● 海外展開・配信も当初から目指すコンテンツ展開モデルへの転換を図り、諸外国と
224 同様に海外展開をした場合であっても、海外輸出額 2500 億円以上を達成するに
225 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
226 府は支援策の拡充等を通じて、コンテンツ展開モデルへの転換や民間における投
227 資の増加を促す。

228

229 <重点地域の設定>

230 ● 日本の実写コンテンツの海外展開に当たっては、配信を通じた展開を中心としつ
231 つ、市場の規模や成長性などを踏まえ、特定の国や市場に過度に依存しないように
232 注意を払いながら、売上拡大の可能性のある巨大市場と将来の売上拡大が見込め
233 る成長市場に重点的に展開することが重要であり、総務省も関係省庁・機関とも連
234 携しながら展開を支援する。

235 ● 市場の経済規模、成長性や日本の実写コンテンツの許容度を考慮して、ドラマやバ
236 ラエティ番組（フォーマットを含む。）に関して、配信プラットフォーム等を活用
237 して、北米、欧州や東南アジアを中心に展開を支援する。また、国際見本市を通じ
238 た展開の支援を引き続き行う。

239

240 <実写コンテンツ分野への投資の促進>

241 ● 民間における投資は、各企業が経営判断により自由意思で行うものであるが、官に
242 よる投資（政府の振興策・支援策）を呼び水にして、総務省は民間における実写コ
243 ン텐츠分野への投資の増加を促す。民間事業者はこれを踏まえて自由に判断し、
244 事業展開や投資に取り組む。

245

246 <基金の活用>

¹¹ 「放送・配信コンテンツ産業戦略検討チーム取りまとめ」（2025年8月26日公表）<
https://www.soumu.go.jp/main_content/001026594.pdf>。

- 247 ● 「NHK 経営計画（2024-2026 年度）＜2025 年 1 月修正＞」において、「地域を含
248 むメディア産業全体の多元性の確保に貢献する」として 100 億円をこれに用いる
249 と記載された。また、NHK 令和 8 年度予算においては、良質なコンテンツを視聴
250 者に広く提供する環境を整備するため、人材育成、技術開発、調査研究分野の支援
251 を行い、総務省において設置される官民協議会（実写コンテンツ展開力強化官民協
252 議会）に NHK が参画し、そこで策定される実行計画（アクションプラン）を踏ま
253 えて、還元目的積立金を活用し、基金に 100 億円を拠出するとされている。
- 254 ● NHK 還元目的積立金に関しては、受信料を原資とし、視聴者の将来負担の軽減に
255 繋がる先行支出として支出されるものである。また、広く国民・視聴者に還元され、
256 その用途の公共性・公益性が説明可能であることが必要である。
- 257 ● この趣旨から、特定の個別事業者に対する直接的な補助、個別の成果にとどまり業
258 界全体の持続的な成長や発展につながらないもの、多様な関係者との連携が欠く
259 もの、また取組の成果の共有を前提としない取組については、避けるべきである。
- 260 ● 加えて、多元的な情報流通に資する取組であるとともに、我が国におけるコンテン
261 ツの製作・展開の自律的かつ持続的な成長に資するものであり、放送、配信、製作
262 などの関係者が協働して進めるものであることが重要である。
- 263 ● 基金を活用した人材育成等の取組に関しては、NHK 及び民間放送事業者をはじめ
264 とするコンテンツ製作に携わる企業・団体が協力・連携して、その取組を進める。

265

266 <各分野における検討の方向性>

- 267 ● 放送事業者及び番組製作会社は実写コンテンツに関して海外展開や国内外への配
268 信の取組を進めるとともに、総務省はその取組を促進する。コンテンツの多様性の
269 確保などの観点から、地域で製作・発信されるコンテンツの製作力・発信力の強化
270 を図る。
- 271 ● また、ドラマやバラエティ番組などの実写コンテンツを海外に展開し、世界に通用
272 する実写コンテンツを数多く製作可能な環境を整備して製作力を強化するため、
273 基金を活用して、NHK や民間放送事業者をはじめとする関係者が協力して行う人
274 材育成、技術開発及び調査研究を通じて製作力等の強化を図る。基金を活用した取
275 組に関しては、十分な時間をかけて準備し、2027 年度からの 5 年間で集中取組期
276 間として人材育成などを行い、その後 2 年から 3 年程度の継続支援と効果検証を
277 実施し、その成果を製作力の強化につなげる。
- 278 ● 本協議会では、上述の現状・課題及び方向性に基づき、実写コンテンツの製作力の
279 強化と海外展開の促進に向けて、海外展開・製作・資金調達 WG、人材育成・製作
280 力強化 WG 及び地域コンテンツ製作・発信 WG において検討を行った。

281

282 3. 海外展開・製作・資金調達

283 (1) 現状と課題

284 <現状>

- 285 ● 世界的に配信プラットフォームが急速に成長する中、その拡大がコンテンツ市場
286 の拡大を牽引しており、海外展開においては配信による展開の重要性が一層高ま
287 っている。
- 288 ● また、日本の放送・配信コンテンツ産業の海外売上比率は約 0.5%と低く、ゲーム
289 の約 60%、アニメの約 60%、映画の約 20%と比較しても少ない。また、韓国と比
290 較しても、全体の製作費に占める輸出額の比率が小さく、日本の放送・配信コンテ
291 ンツは国内中心と言える。
- 292 ● 国際共同制作や配信プラットフォームとの連携が進展し、海外展開を当初から目
293 指す実写コンテンツ製作の動きが広がっている。我が国においても海外展開や配
294 信を当初から目指すコンテンツ展開モデルに対応する事業者が現れ始めている。
295 また、番組のリメイク権やフォーマットの販売については、海外展開や海外との共
296 同制作を行う有効な手段の一つとして、ドラマやバラエティ番組について実績の蓄
297 積が進んでいる。
- 298 ● 日本の放送・配信コンテンツの海外輸出額は、特に近年増加傾向にあるものの、ド
299 ラマやバラエティ番組をはじめとした実写コンテンツの海外輸出額は、他のコン
300 テンツ分野やアニメと比較して小さい。配信プラットフォームの普及などに伴い
301 世界的に実写コンテンツの国境を越えた展開やグローバル競争が進む中、諸外国
302 における我が国のコンテンツの存在感は相対的に小さい。他方、放送コンテンツの
303 海外輸出額は、4年で 1.2 倍に増加していること、配信プラットフォーム等を通じ
304 てアジアのコンテンツが北米や欧州、東南アジア等において人気を博しているこ
305 となどから、日本の実写コンテンツの海外展開には大きな成長のポテンシャルが
306 ある。
- 307 ● 海外展開や配信を当初から目指したコンテンツの製作においては、製作費の大規
308 模化、製作期間の長期間化、使用する映像技術の高度化等が進展している。

309

310 <課題>

- 311 ● 実写コンテンツ分野の収益構造は依然として国内放送市場への依存度が高く、海
312 外展開されず国内消費にとどまり、海外番販は事後作業となる傾向が強い。この結
313 果、海外展開や配信も当初から目指し、これらを主な収益源とするコンテンツ展開
314 モデルへの転換が十分に進んでいない状況にある。
- 315 ● 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、諸外国と比較すれば、
316 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

- 317 達環境、政府の補助金などが依然として不十分である。加えて、補助金については
318 複数年度にわたる製作に対応できていない場合がある。
- 319 ● 外部資金調達に関して、投資家や金融機関がその判断の根拠になる情報が標準化
320 されていないこと、コンテンツの製作進捗の可視化がなされていないこと、コンテ
321 ンツ完成リスクを補完する完成保証が普及していないことなど、情報の標準化や
322 環境整備が行われていないことから、実写コンテンツへの投融資が投資家や金融
323 機関にとって審査や判断可能な投融資対象になっていない。
 - 324 ● 世界に通用する実写コンテンツの製作には、VFX 等の先進的な製作設備が不可欠
325 であるものの、国内ではこれらの整備が進んでいない。
 - 326 ● 実写コンテンツのマルチユースが進んでいない。また、日本企業が参画・主導する
327 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
328 届けるための足場が十分に整っていない。
 - 329 ● 視聴データをはじめとしたデータの共有や分析を業界全体で行う環境が十分に整
330 備されておらず、配信プラットフォームから開示される視聴データも限定的であ
331 ることから、データを活用したコンテンツ展開への十分なフィードバックが行わ
332 れていない。また、こうした状況の下で、事業者が配信プラットフォームと対等な
333 交渉を行うことが難しい。
 - 334 ● 海外展開に不可欠な字幕や吹替等のローカライズは手作業が求められる場面が多
335 く、費用面と時間面の双方において海外展開の課題となっている。

336

337 (2) 方向性

- 338 ● こうした環境変化を踏まえ、番組製作会社・放送事業者は広告収入による国内放送
339 が中心のコンテンツ展開モデルのみならず、海外展開・配信も前提としたコンテ
340 ンツ展開モデルに転換していく必要がある。
- 341 ● 海外展開・配信を当初から目指した実写コンテンツの製作を促進する。海外展開を
342 前提とした企画開発や、海外事業者との連携や自社海外拠点におけるコンテンツ
343 製作なども行いつつ、海外展開・配信を見据えた製作においては、製作費の増大や
344 製作期間の長期化が想定されることから、自己資金や広告収入に依存しない製作
345 体制の構築が重要となる。このため、外部資金を含む多様な資金調達手法を活用で
346 きる環境整備を行い、グローバル配信プラットフォームを含む様々な配信プラッ
347 トフォームを通じて実写コンテンツの展開を図り、作品への再投資につながる収
348 益基盤の確保を目指していく。
- 349 ● 並行して、コンテンツ製作者は関連する企業と連携し、企画・開発段階から収益回
350 収を見据えた出口戦略を明確にし、製作したコンテンツの知的財産 (IP) を核とし
351 て、映像にとどまらない多角的な展開 (メディアミックス) を進め、関連事業との
352 連携や二次利用等を通じて付加価値の創出を図りエコシステムの構築を図る。

353 あわせて、コンテンツの配信に関しては、日本企業が参画・主導する配信プラット
354 フォームの海外展開を促進し、日本の実写コンテンツを日本企業が参画・主導する
355 配信プラットフォームや東南アジア等の現地配信プラットフォームを活用した展開
356 を進めることにより、国内に収益と視聴データが還元される持続的かつ安定的な収
357 益の確保とコンテンツが再生産できるエコシステムを目指していく。

358

359 (3) 具体的な取組

360 <海外展開・配信を当初から目指すコンテンツ製作の支援>

361 ① 放送事業者・制作会社は、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
362 進めることが好ましい。

363 ② 総務省は、2026年度に海外展開を前提とした先進的設備等を活用したコンテンツの
364 製作への支援を行うとともに、支援の充実及び事業者の事業予見可能性を高めるた
365 め、2027年度以降は関係省庁と連携し、支援を製作の実態に合った使い勝手のよい
366 ものにするとともに、その大規模化・長期間化を目指す。

367 ③ 総務省は、放送事業者・制作会社が世界に通用するコンテンツを製作するための外部
368 資金を調達できる環境を整備するため、デットファイナンスや完成保証制度等の外
369 部資金調達手法の活用可能性や契約雛形の作成等について、2026年度に関係省庁等
370 と連携して調査研究を実施する。また、コンテンツの価値を評価・把握するための仕
371 組みについても検討を行う。2027年度以降については、前年度の調査研究の成果を
372 踏まえて、総務省の他の支援策とも連携した検証を実施するなど、引き続き完成保証
373 などの外部資金を調達できる環境の整備に向けた検討を行うことを目指す。

374 ④ 総務省は、国際共同制作を拡大するため、2026年度に企画・開発段階での我が国事
375 業者と海外事業者とのマッチング支援を拡充するとともに、2027年度以降は制作も
376 含めてその推進を目指す。

377

378 <配信プラットフォームによる海外展開>

379 ⑤ 放送事業者・制作会社は、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
380 展開を図ることが好ましい。

381

382 <番組フォーマット等の販売による海外展開>

383 ⑥ 放送事業者・制作会社は、海外の放送事業者・番組制作会社・配信プラットフォーム
384 へのリメイク権や番組フォーマット販売や共同製作等により、コンテンツの海外展
385 開を図ることが好ましい。

386

387 <幅広い知的財産（IP）や新形態への対応>

388 ⑦ 放送事業者・制作会社は、日本が有する幅広い知的財産（IP）と連携したコンテンツ

- 389 の製作・海外展開等を進めることが好ましい。
- 390 ⑧ 総務省は、2026年度にショート動画など新形態のコンテンツ製作・海外展開等を支
- 391 援し、2027年度以降も継続的な支援を目指す。
- 392
- 393 <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>
- 394 ⑨ 総務省は、2026年度に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
- 395 援するとともに、2027年度以降は関係省庁と連携し、その支援の拡大を目指す。
- 396 ⑩ 放送事業者・制作会社は、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
- 397 ンツの海外配信を進めることが好ましい。総務省は、2026年度に日本企業が参画す
- 398 る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行うとともに 2027年
- 399 度以降は関係省庁と連携し、支援の拡充を目指す。
- 400 ⑪ 総務省は、日本企業が参画する配信プラットフォーム間の連携を促す。
- 401
- 402 <データの提供>
- 403 ⑫ 放送事業者・番組制作会社は、市場データや配信プラットフォーム上での視聴データ
- 404 に基づくコンテンツ展開を強化することが好ましい。
- 405
- 406 <海外の現地配信事業者等が参加するピッチやスクリーニングを通じた人材育成>
- 407 ⑬ 基金を活用して、海外の現地配信事業者等と日本の放送事業者・制作会社等の若手人
- 408 材による企画や作品に対するピッチやスクリーニングを日本で開催して、フィード
- 409 バックを受講者に行い、人材の持続的な成長に繋げることで世界に通用するコンテ
- 410 ンツを製作する人材や国際共同制作・展開を行う人材を育成する。(4. 人材育成・
- 411 製作力強化にも記載)
- 412
- 413 <国際見本市を通じた展開、海賊版対策等>
- 414 ⑭ これまで国際見本市は放送コンテンツの取引の場、セミナーや国内外の関係者によ
- 415 るネットワーク構築の場として役割を果たしてきた。総務省は、2026年度に国際見
- 416 本市の開催支援をはじめとする取組を行い、2027年度以降もその継続を目指す。
- 417 ⑮ 総務省は、正規版の配信などを含む海賊版対策を引き続き行う。
- 418

419 4. 人材育成・製作力強化

420 (1) 現状と課題

421 <現状>

- 422 ● コンテンツのグローバル競争の進展や世界的な視聴環境の変化に伴い、配信プラ
423 ットフォーム等を通じたコンテンツの国内外への展開が活発化している。海外展
424 開や配信を当初から目指したコンテンツの製作・展開が必要となっており、このよ
425 うな世界に通用するコンテンツを製作・展開するためには、製作力強化が必要であ
426 る。製作力強化に関しては、その中心となる人材育成が重要であるとともに、技術
427 開発・調査研究も必要である。
- 428 ● 配信プラットフォームで国内外に広く展開するコンテンツに関しては、製作規模
429 の大規模化、製作期間の長期化、製作技術の高度化などが進展している。このため、
430 製作に関しても、大規模化・長期間化した作品を企画・運営できるプロデューサー
431 の人材、世界に通用する作品に必要なストーリーを紡ぐ脚本家、VFXや3DCGな
432 どの先進的な映像製作技術や映像製作における生成AIの活用に関して、その企画
433 や製作ができるプロデューサーや技術者が必要となる。加えて、国内外に広く展開
434 するコンテンツに関する権利処理や展開を行う人材も必要となる。

435

436 <課題>

- 437 ● 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である。世界
438 に通用するコンテンツ製作に必要なプロデューサー、脚本家、映像製作やデータ分
439 析における技術者等に関して、必要なスキルや知識を体系的に習得できる取組が
440 これまで乏しく、産業全体を俯瞰して企業横断的に育成する取組も少ない。加えて、
441 配信等を通じた展開に必要な権利処理や事業展開を行う人材の育成も不足してい
442 る。
- 443 ● 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、
444 その技術を担う映像製作技術者が不足している。また、先進技術の習得には実習を
445 伴う研修が必須であるが、スタジオ機能やコンテンツ製作機能を有する人材育成
446 のための実習可能な設備が国内に不足している。
- 447 ● コンテンツ製作のワークフローでは、製作プロセスの効率化の必要性が増してい
448 るが、新技術の導入が不十分である。生成AIなどコンテンツ製作分野における技
449 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
450 い。

451

452 (2) 方向性

453 <目的・実施の必要性>

- 454 ● 現状と課題を踏まえ、国内外に放送・配信で展開するコンテンツが数多く製作され、
455 世界に広く通用するコンテンツが多く生まれる環境¹²を整備するため、基金の活用
456 や総務省予算を通じて、人材育成を中心に、技術開発及び調査研究の取組を進める。
457 ● 特に、人材育成に関しては、これに必要な世界に通用するコンテンツを製作可能な
458 人材、視聴環境や製作環境の変化に対応して製作、展開ができる人材を体系的に育
459 成するために、基金の活用や総務省予算を通じて、官民の関係者が連携して、人材
460 育成等の取組を実施する。
- 461 ● 実写コンテンツの製作力の強化や展開の推進には、様々な役割を果たす専門人材
462 を複合的に育成することが必要となる。海外展開を見据え、作品の製作管理、知的
463 財産（IP）開発・管理、プロモーションなどの全体を見渡し、業務や資金のマネジ
464 メント、対外的な折衝や海外への売り込みを行う「高度専門人材」や実践的な専門
465 知識・技術を身に付け、高度な業務を遂行又はグループや中小規模の組織の中で、
466 製作工程の中核的な役割を果たす「中核的専門人材」の育成を行う。加えて、育成
467 するプロデューサーや脚本家のうちトップ層の人材を国際的活躍が見込まれる人
468 材（「卓越したクリエイター」）に達することを目指して育成する。
- 469 ● 具体的には、コンテンツ製作、企画の骨格策定、展開先との交渉、演出の統括を行
470 う「統括プロデューサー」、コンテンツの企画やフォーマットの製作を行う「プロ
471 デューサー」¹³、コンテンツの核となるストーリーの構造等を構築し脚本を開発す
472 る「脚本家」、配信を行うに当たって必要なグローバルプラットフォームとの交渉
473 や知的財産（IP）の「展開・調整を行う人材」、VFX等の映像製作技術を駆使した
474 「VFX プロデューサー・技術者」「AI プロデューサー・技術者」及び視聴情報等
475 のデータを分析し次のコンテンツの製作・展開の最適化につなげる「データ・視聴
476 行動分析エンジニア」を育成することが必要である。これらの人材は、コンテンツ
477 の製作において、企画力、製作マネジメント力、国際展開力、知的財産・契約管理
478 能力、データ活用能力等が作品の競争力を左右する中核的要素であることから、重
479 点的な育成対象として位置付ける。
- 480 ● また、育成する人材に関しては、他のコンテンツ分野におけるコンテンツ人材育成
481 の対象、類型¹⁴やスキルマップなどの検討を参考に育成に努めていく。

¹² 目指すべき環境として、ドラマやフォーマットを含むバラエティ番組などの実写コンテ
ンツに関して、国内外に配信・放送で展開するコンテンツを年間 100 本程度、このうち世
界に通用するコンテンツを年間 40 本程度、安定的に生み出すことが可能な製作・展開環境
に必要な人材を育成することを目指す。

¹³ プロデューサーの中には脚本開発と製作・演出を横断的に統括し、作品全体の創作及び
製作方針について判断を担う「ショーランナー」と呼ばれる役割も存在するが、それらはプ
ロデューサー出身の者や脚本家出身の者等、出自や経験は多岐にわたる。

¹⁴ 本類型は、第 1 回コンテンツ産業官民協議会（令和 8 年 1 月 26 日）において文化庁提出
資料<https://www.cao.go.jp/chizai/contents_kyogikai/dai1/pdf/shiryo4.pdf>に記載のも

482

483

<基金を活用した取組の対象>

484

● 前述の基金を活用した人材育成を行い、コンテンツ制作分野全体、メディア産業全体の製作力の強化を図る。同基金を活用した人材育成の実施に当たっては、放送・配信の制作及び展開の現場で働く一定のスキルや経験を有する若手・中堅人材を対象として選考し、これらの人材に対するアップスキリング（能力・技能の向上）やリススキリング（学び直し、新たな能力・技能の獲得）を行い、人材を育成する。

485

486

487

488

489

490

491

492

● その際、研修と実務が分断されることがないように、人材育成の成果が実務において適切に活用・還元するとともに、事業者がその成果を具体的な実案件の組成につながることを好ましい。なお、基金の性質等に考慮しながら、人材育成の取組が確実に成果に結び付くよう配慮する。

493

494

495

● 実写コンテンツを取り巻く環境の変化を踏まえ、プロデューサー、脚本家、事業展開を行う人材、権利処理や制作経理等の業務を行う人材、VFXをはじめとした映像制作技術者等を育成する。

496

497

498

499

500

501

● また、各人材が置かれている状況や制作環境の違いにも留意しつつ、地域を含む全国各地でコンテンツを制作・展開するために必要な人材も育成の対象とする。

● さらに、世界に通用するコンテンツを制作・展開する人材の裾野を拡大するために、実写コンテンツ分野のクリエイターを志す者を対象とした取組も設けて、継続的に人材が育成されるようにする。

502

<体制・運用>

503

504

505

● 基金を活用した取組については、十分な期間をかけて準備を行い、2027年度からの5年間を集中取組期間として人材育成、技術開発及び調査研究を実施し、その後2年から3年程度の継続支援と効果検証を実施する。

506

507

508

509

● 基金を活用した人材育成については、当プランの記載内容に基づき実施するものであるが、技術の進展・ニーズを踏まえて、人数・規模については修正を行う。

● NHK及び民間放送事業者をはじめとするコンテンツ制作に携わる企業・団体が協力・連携して、取組を進める。

510

511

● あわせて、国内外の教育機関と連携を図りながら産学官の枠組を構築し、実践的な育成体制を整備する。

512

513

514

515

● なお、人材育成研修の実施に当たっては、一定の要件を設けた上で公募して選考を行うとともに、研修の効果を最大化し習得した知識や経験を実務に活用・還元を図るため、研修参加者に対するフォローアップを実施する。また、海外研修の実施に当たっては、事前国内研修への参加等の要件を設ける。

のと同じである。

516

517 (3) 具体的な取組

518 <プロデューサーや映像製作技術者等に対する人材育成>

519 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
520 数十名程度育成するため、基金を活用して、米国等への短期派遣や、米国等の現地製
521 作会社（スタジオ）や大学院等への長期派遣を行う。

522 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を年間数十から 100 名程度、
523 脚本家を年間 20 名程度育成するため、基金を活用して、米国や韓国等への短期派遣
524 や国内での研修を行う。

525 ③ 海外展開や配信の促進に必要な権利処理や契約交渉、製作経理等の知識を有す
526 る人材を年間数十名程度育成するため、基金を活用して、国内外での数か月間の研修
527 を行う。

528 ④ コンテンツ展開を行う人材を年間数十名程度育成するため、基金を活用して、国内研
529 修を行う。

530 ⑤ 国内において、権利処理を行うとともに、配信等を起点とする総合的なコンテンツ展開
531 の設計を行う人材を年間 200 名程度育成するため、基金を活用して、国内での数か
532 月間の研修を 1 年間に複数回開催する。

533 ⑥ 新たなコンテンツ製作に対応するため、VFX や AI を駆使して映像製作の企画がで
534 きるプロデューサーや製作できる技術者を年間 250 名程度育成するため、基金を活
535 用して、実習を伴う実践的な研修を行う。また、生成 AI 等を活用したコンテンツ製
536 作の実証を行い、課題や受容性などの検証を行う。

537 ⑦ AI 等の技術を活用して効率的なコンテンツの製作を行う人材を年間 50 名程度育成
538 するため、基金を活用して、国内研修を行う。

539 ⑧ コンテンツの視聴情報等の分析を行うデータ・視聴行動分析エンジニアを育成する
540 ため、基金を活用して、国内での 2 か月程度の研修で年間 100 名程度育成する。

541 ⑨ 実践的な人材育成の観点から、基金を活用して、研修の中で海外展開・配信を前提と
542 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
543 展開の機会を設ける。これをきっかけに製作・展開されるコンテンツに関して、総務
544 省は、製作支援との連携を検討する。

545

546 <実写コンテンツ人材育成トレーニングセンター（仮称）>

547 ⑩ これらの人材の育成のため、基金を用いて、既存のリソースも有効に活用し、VFX や
548 3DCG をはじめとした映像製作技術が実習可能なスタジオも備えた「実写コンテ
549 ツ人材育成トレーニングセンター（仮称）」を構築する。このセンターにおいては、
550 人材育成研修の実施、映像製作手法の研修・試行、事業者や教育機関と連携した取組
551 などを行う。センターに関しては受講対象者や講師の参集の便を考慮した場所に構

552 築し、必要に応じて受講者の多い地域に講師等を派遣する研修等も実施する。

553

554 <人材育成その他>

555 ⑪ 基金を活用して、世界の配信事業者等と日本の放送事業者・製作会社等の若手人材に
556 による企画や作品に対するピッチやスクリーニングを日本で開催して、フィードバッ
557 クを受講者に行い、人材の持続的な成長に繋げることで世界に通用するコンテンツ
558 を製作する人材や国際共同制作・展開を行う人材を育成する。

559 ⑫ 他分野と連携したコンテンツの事業展開や開発を行う人材を年間数十名程度育成す
560 るため、基金を活用して、国内外の教育機関・団体と連携した数か月の国内研修を実
561 施する。

562 ⑬ 幅広い層の人材を育成するため、基金を活用して、オンライン講座等を活用し、コン
563 テンツ業界に携わる人材やクリエイターを志す学生等への講座を設ける。

564 ⑭ 総務省は、人材育成を継続的に実施するため、関係者と連携し、2026年度にプロデ
565 ューサーや映像製作技術者等を対象としたスキル標準の策定に関する調査研究を実
566 施する。加えて、既存の支援策の活用についても検討する。2027年度以降について
567 は、引き続きスキル認定制度の整備等に関する調査研究の実施を目指すとともに、人
568 材育成が継続的に実施される仕組みの構築について検討する。

569

570 <技術開発>

571 ⑮ クラウドを活用した効率的なコンテンツ制作の実現を目指し、従来のハードウェア
572 中心の製作設備でなくクラウド環境も活用したソフトウェア中心の製作環境の実現
573 可能性など検証するため、基金を活用して、クラウド上での番組制作環境とAI制作
574 機能の効率化・高度化に向けた5年程度の技術開発の実証実験を、NHKと民間放送
575 事業者が連携して実施する。

576 ⑯ コンテンツ制作・展開を効率化するため、基金を活用して、NHK及び民間放送事業
577 者が連携して、自動翻訳において生成AIを活用等して、技術比較の検証を含む技術
578 実証を行う。

579 ⑰ 多様な放送事業者が保有する番組（既放送番組等）をアーカイブとして簡易に利活
580 用・展開できる技術運用環境を検証するため、NHKと民間放送事業者が連携して、
581 自動でメタデータ付与・編集・字幕付与・翻訳字幕の付与・自動吹替付与、並びに権
582 利処理の知見・ノウハウの共有の自動化に向けて、基金を活用して、2年程度の技術
583 実証を行う。

584 ⑱ 新たなコンテンツ制作に対応するため、実習を伴う研修を行い、生成AIを活用して
585 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制作の実証を
586 行い、課題や受容性などの検証を行う。

587

588 <調査研究>

589 ⑱ 基金を活用して、我が国の実写コンテンツの海外での認知状況、受容度やニーズなど
590 を含むコンテンツの製作力強化に資する調査研究を行う。

591

592 5. 地域コンテンツ制作力・発信力の強化

593 (1) 現状と課題

594 <現状>

- 595 ● 情報空間において、地域から発信されるコンテンツは地域経済の活性化、地域文化
596 の保存・育成、災害時の迅速な情報提供などの役割を持ち、地域社会の維持・発展
597 や地域住民の安全確保にとって重要であるとともに、コンテンツ流通の多様性の
598 確保等の観点から重要な役割を担っている。こうしたコンテンツの制作・展開の担
599 手は地域に根ざした人材であり、その存在は大きな役割を果たしている。
- 600 ● 一方で、近年、実写コンテンツを取り巻く環境は大きく変化している。テレビ離れ
601 が進んでいることもあり、インターネットを通じた配信は急速に拡大している。こ
602 れに伴い、ユーザーの視聴環境や視聴行動も多様化し、多くの者が配信されたコン
603 テンツを享受している。また、デジタル広告費が、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌な
604 どのいわゆる「4マス広告」の規模を超える中、ローカル局やケーブルテレビ局の
605 放送が中心に行われてきた地域におけるコンテンツの展開も影響を受けている。
- 606 ● また、制作機材や制作手法の高度化、制作工程の効率化、視聴データの活用などに
607 より、コンテンツの制作環境自体も変容しつつある。
- 608 ● 地域の放送事業者・番組制作会社による配信や海外展開の取組に加えて、地域の情
609 報や魅力を発信するコンテンツを集約・整理して展開する動きも見られる。
- 610 ● 地域の放送事業者・番組制作会社は、地域に根ざし長年にわたり制作・蓄積してき
611 た多様なコンテンツ資産を有しており、これらを活用した新たな展開の可能性が
612 ある。
- 613 ● 地域の放送事業者・番組制作会社が有する地域情報の展開について、配信により展
614 開が行われてきたところであるが、近年、地域のコンテンツを整理、分類、アーカ
615 イブ化して蓄積し、ネット配信に繋げる取組が始まっている¹⁵。
- 616 ● また、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等の
617 取組も各地で行われており、コンテンツを通じた地域の魅力の発信への期待も高
618 まっている。

619

620 <課題>

¹⁵ LCB (Local Contents Bank) は地域情報コンテンツの流通を促進し、全国各地の地域活性化へつなげることを目的として、2025年度にローカル局など63局が参加した取組等を実施している。また、一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟は、ケーブルテレビ事業者のコンテンツの全国的な制作・流通を促進することを目的としてAJC-CMS(全国ケーブルテレビコンテンツ流通システム)の運用を開始し、NHKを含めた約300事業者が利用している。

- 621 ● 多くの地域の放送事業者・番組製作会社において、配信による成功体験が乏しく、
622 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。加えて、視聴
623 動向等のデータを十分に取得・分析・活用できておらず、コンテンツの改善や次の
624 製作への反映が限定的である。
- 625 ● 蓄積されている地域のコンテンツについて、検索や再利用が容易な形で管理され
626 ていない。配信や二次利用されやすい状態になっていないため、検索性・再利用性
627 が低く、結果として配信などの展開や再利用にコストや時間がかかる。それらを配
628 信するために必要な編集作業にかける人的なりソースも不足している。
- 629 ● 地域においては、コンテンツの製作・展開を担う人材が十分に確保されていると言
630 えない状況にある。ローカル局においては、配信やそれを起点とする総合的なコン
631 テンツ展開を持続的に担う人材が乏しく、また、AIをはじめとする先進的技術を
632 活用し、コンテンツ製作の効率化等を図りながらコンテンツを生み出していくこ
633 とのできる人材の重要性も高まっている中、そのような人材も不足している。
- 634 ● 地域のコンテンツを配信や展開するための権利処理やコンテンツ展開を担う人材
635 が不足している。
- 636 ● 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
637 が、その製作に多額の費用を要する。
- 638 ● 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
639 ンツの製作が地域の振興に活用されていない。

640

641 (2) 方向性

- 642 ● こうした環境下において、地域におけるコンテンツ製作・発信を維持・充実させる
643 ためには、従来の手法にとらわれることなく、時代の変化に対応した製作・展開の
644 在り方を構築していくことが求められている。地域で製作されたコンテンツの展
645 開を促進するためには、コンテンツを放送や配信など様々な経路で各種展開する
646 必要がある。
- 647 ● しかしながら、地域においては、コンテンツの製作・展開を担う人材が十分に確保
648 されていると言えない状況にある。ローカル局においては、配信やそれを起点とす
649 る総合的なコンテンツ展開を持続的に担う人材が乏しく、また、AIをはじめとす
650 る先進的技術を活用し、コンテンツ製作の効率化等を図りながらコンテンツを生
651 み出していくことのできる人材が必要である。
- 652 ● また、地域のコンテンツを配信により地域内外に広く展開するとともに、コンテ
653 ツに関連するイベントの実施等、多様な関連サービス・商品化を通じた事業の多角
654 化を進め、利用者との中長期的にわたる継続的な関係性の構築を図ることにより、安
655 定的かつ継続的な収益の確保を目指していくことが重要である。この収益の確保
656 に向けて、地域における放送事業者・番組製作会社のみならず、コンテンツの流通

- 657 等に関与する事業者も連携して取り組むことも必要である。
- 658 ● さらに、地域で製作されたコンテンツについても、ユーザーの視聴動向等のデータ
- 659 を適切に分析し、コンテンツの製作・展開に活用することも不可欠である。
- 660 ● 地域から発信するコンテンツを持続的に創出し、変化する環境の中で多様な展開
- 661 を進めていくためには、人材育成や製作の効率化等を通じて、基盤を整備していく
- 662 ことが必要である。

663

664 (3) 具体的な取組

665 <地域コンテンツの展開>

- 666 ① 地域の放送事業者をはじめとする多様な放送事業者・番組製作会社が業種を超えて
- 667 連携して、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を含めた多様な
- 668 コンテンツを国内外への展開することが好ましい。
- 669 ② 多様な放送事業者・番組製作会社が保有する番組（既放送番組等）をアーカイブとし
- 670 て簡易に利活用・展開できる技術運用環境を検証するため、NHKをはじめ多様な放
- 671 送事業者が連携して、自動でメタデータ付与・編集・字幕付与・翻訳字幕の付与・自
- 672 動吹替付与、並びに権利処理の知見・ノウハウの共有の自動化に向けて、基金を活用
- 673 して、2年程度の技術実証を行う。（4. 人材育成・製作力強化にも記載）
- 674 ③ 地域の放送事業者・番組製作会社は、関係者と連携して自らのコンテンツの FAST¹⁶
- 675 チャンネル等を通じた海外展開等を図っていくことが好ましい。
- 676 ④ 地域の放送事業者・番組製作会社は、自らのコンテンツの切り抜きやダイジェスト版
- 677 などを国内外の動画共有プラットフォーム等で配信していくことが好ましい。

678

679 <人材育成・知見の共有の仕組みの構築>

- 680 ⑤ 国内において、権利処理を行うとともに、配信等を起点とする総合的なコンテンツ展
- 681 開の設計を行う人材を年間 200 名程度育成するため、基金を活用して、国内での数
- 682 か月間の研修を1年間に複数回開催する。（4. 人材育成・製作力強化にも記載）
- 683 ⑥ AI 等の技術を活用して効率的なコンテンツの製作を行う人材を年間 50 名程度育成
- 684 するため、基金を活用して、国内研修を行う。（4. 人材育成・製作力強化にも記載）

685

686 <地域コンテンツの製作>

- 687 ⑦ 総務省は、2026 年度に地域の放送事業者・番組製作会社による海外展開を目指した
- 688 コンテンツ製作への支援を行う。2027 年度以降も継続して実施することを目指す。

689

¹⁶ 「FAST (Free Ad-supported Streaming TV)」とは、無料型ストリーミング動画配信サービスをいう。

690 <実写コンテンツのロケ誘致>

691 ⑧ 総務省は、実写コンテンツを活用した地方創生に向けて、国内の実写コンテンツロケ
692 誘致への支援について、関係省庁と連携する。

693

694 <実写コンテンツのアーカイブ化の推進>

695 ⑨ 総務省は、放送事業者・番組制作会社が有するコンテンツのアーカイブ化の推進に向
696 けて、2027年度以降に調査研究の実施を目指す。

697

698 6. おわりに

699 本アクションプランは、実写コンテンツの製作力の強化及び海外展開の促進に向け、海外
700 展開・配信も当初から見据えたコンテンツ展開モデルへの転換を基本的な方向性として、そ
701 の実現に向けて官民が連携して取り組むべき具体的施策を取りまとめたものである。

702 実写コンテンツ（放送・配信）の海外輸出額について 2033 年に 2,500 億円以上とする目
703 標の達成に向けて、コンテンツ投資の拡大、外部資金の活用、配信プラットフォームの活用
704 による海外展開の強化、人材育成及び技術基盤の整備等を一体的に推進していくことが重
705 要である。

706 また、海外展開や配信を前提としたコンテンツを継続的に創出するため、5 年間で集中取
707 組期間として、官民が連携した取組を進めることが求められる。今後は、本アクションプラ
708 ンに基づき、関係者が相互に連携しつつ、各施策を着実に実施するとともに、その進捗状況
709 について定期的に把握・検証を行い、必要に応じて見直しを行うことが適当である。

710 これらの取組を通じて、我が国の実写コンテンツが国内外において広く展開され、世界に
711 通用するコンテンツが持続的に創出される環境が整備されるとともに、我が国のコンテン
712 ツ産業の国際競争力の強化及び持続的な発展が図られることを期待する。

713

(別表) 基金を活用した取組の細目 (案)

	取組の内容	概要	金額 (億円)	具体的な取組	
人材 育成	製作	プロデューサー (統括プロデューサー)	・世界で通用するコンテンツをプロデュースできる人材を育成する海外研修	76.5	人材育成・製作力強化①
		プロデューサー (企画、ショーランナー、 フォーマット開発)	・世界で通用するコンテンツの企画開発が担える人材を育成する国内研修 ・海外展開や配信を前提としたコンテンツの製作現場を体験し、必要な知識を習得する海外研修		人材育成・製作力強化②、⑨
		脚本家	・海外ドラマの脚本分析等を通して、世界に通用する脚本に必要な知識を習得する国内研修		
	展開	展開・権利処理・製作経理 などを行う人材	・国際契約・著作権・二次利用の基礎や配信 PF 契約等の構造など必要な知見を習得する国内研修 ・コンテンツに関する事業展開・海外展開の方法を習得する国内研修 ・企画の採算の設計、製作経理に必要な知識を習得する国内研修		人材育成・製作力強化③
		国内における 権利処理人材	・実在作品を題材にした演習を通じて、権利処理の基礎等を習得する国内研修		人材育成・製作力強化⑤
		事業展開等の人材	・国内外の教育機関・団体と連携し、他分野と連携したコンテンツの開発や流通促進などの事業展開を構築するために必要な知識を習得する国内研修		人材育成・製作力強化 ④、⑪、⑫
	技術	VFX等の映像製作統括技術者 (VFXプロデューサー)	・バーチャルプロダクションの導入により変化する製作工程を学ぶとともに、実際の技術を活用する演習を実施する国内研修		人材育成・製作力強化⑥
		VFX等の映像製作技術者	・バーチャルプロダクション導入の基礎を習得する国内研修		

	データ・視聴行動分析技術者	・データ分析スキル、コンテンツの製作・展開への反映手法等を習得する国内研修		人材育成・製作力強化⑧
	AI等の技術を活用する人材	・AIを活用したコンテンツ製作、効率化等に関する手法を習得する国内研修		人材育成・製作力強化⑦、⑧
その他	クリエイターを志す人材	・コンテンツを製作・展開する人材の裾野を拡大するために、オンライン講座等を活用した研修		人材育成・製作力強化⑩
	実写コンテンツ人材育成 トレーニングセンター (仮称)	・実写コンテンツ分野全体で体系的に人材を育成するために、VFXや3DCG設備を備えた研修施設を設置し、上記の人材育成研修等に活用		人材育成・製作力強化⑩
技術開発	クラウド化を通じた 制作工程の効率化・高度化 に関する技術実証	・クラウド上での番組制作環境の効率化・高度化に関する技術開発	21	人材育成・製作力強化⑬
	生成AI等の活用に 関する技術実証	・実写コンテンツの翻訳に最適化した自動翻訳等に関する技術実証		人材育成・製作力強化⑭
	アーカイブを通じた コンテンツの展開に関する 技術実証	・コンテンツを集約したアーカイブを通じた国内外への展開における編集、字幕付与及び翻訳等の作業を自動化する技術の実証		人材育成・製作力強化⑰
調査研究	海外市場調査をはじめとした コンテンツに関する調査研究	・海外市場における日本の実写コンテンツの視聴動向の分析等を実施	2.5	人材育成・製作力強化⑱
合計			100	

15 ※本表に掲げる取組の内容等については、今後変更される可能性がある。