

実写コンテンツ展開力強化官民協議会

総会（第3回）

議事要旨

1 日時：令和8年4月20日（月）15:00～16:40

2 場所：総務省内会議室及びオンライン会議

3 出席者：

【構成員・構成員代理】

内山会長、中村会長代理、阿部構成員代理、安部構成員、井川構成員、市井構成員、大谷構成員、大槻構成員代理、大友構成員、岡崎構成員、岡野構成員、音構成員、川端構成員、菊川構成員、久保構成員、クロサカ構成員、小池構成員、齊藤構成員、澤田構成員、嶋田構成員代理、須賀構成員、鈴木構成員、田島構成員、辻構成員、富岡構成員、中澤構成員代理、長澤構成員、中野構成員、中村構成員代理、西村構成員、沼田構成員、長谷川構成員、福田構成員、福屋構成員、古川構成員、星野構成員、兎田構成員、堀内構成員（伊藤忠商事株式会社）、堀内構成員（一般社団法人日本経済団体連合会）、丸山構成員、八田構成員、山崎構成員、山中構成員、山根構成員、山本構成員

【関係省庁】

内閣府知的財産戦略推進事務局

外務省大臣官房文化交流・海外広報課

文化庁参事官（芸術文化担当）

経済産業省商務情報政策局商務・サービスグループ文化創造産業課

【事務局】

総務省情報流通行政局コンテンツ振興課

4 議事要旨

（1）開会

総務省から開会の挨拶が行われた。

（2）実写コンテンツ展開力強化アクションプラン（案）

資料1及び資料2に基づき総務省から説明が行われた。

(3) 総務大臣 挨拶

林総務大臣から以下のとおり挨拶が行われた。

(林総務大臣)：第3回実写コンテンツに関する協議会に参集いただき心より御礼を申し上げます。本協議会には有識者に加え、放送・配信事業者、番組製作会社、金融機関、商社等の幅広い関係者が参加し、海外展開の推進及び人材育成等の製作力強化を中心に議論を重ねていただいた。我が国の実写コンテンツが有するポテンシャルを最大化し、国内市場中心の展開モデルから海外展開や配信を当初から見据えた展開モデルへの転換の必要性が明らかになった。世界に通用する日本の実写コンテンツを制作し展開していくために、海外展開配信を目指すコンテンツの製作支援の大規模化、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、世界に通用する実写コンテンツを製作する人材の育成、スタジオ機能を備えた実写コンテンツ人材育成トレーニングセンターの構築、地域発コンテンツの製作・配信の促進等について具体的な議論を行ってきた。これらの検討結果をアクションプランとして取りまとめ、官民の関係者が相互に連携して、我が国実写コンテンツ産業の国際競争力の強化と持続的な発展の実現を大いに期待するところである。構成員の皆様に対してはコンテンツ展開力強化を通じて我が国経済の成長を実現するため、力添えを重ねてお願いしたい。また、約20数年前にコンテンツに関する議員連盟を立ち上げ、基本法を制定して以降、コンテンツ産業は海外収益を伸ばし、外貨獲得高において自動車に次ぐ基幹産業に育てていただいた。本日は活発な議論をお願いしたい。

内山会長及び中村会長代理から以下のとおり挨拶が行われた。

(内山会長)：第1回総会のキックオフ以降、これまで多くの打合せと会議を重ね、延べ三桁後半に及ぶ人数の関係者が参画し、議論を進めてきた。当初は総花的との指摘もあったが、議論の過程においては前向きかつ建設的な意見が多数示され、あまり削りどころがなく、嬉しい悲鳴のまま今に至っている。また、個別に提示された論点についても、人材育成と海外展開をシームレスにつなぐといった観点など、徐々に有機的・立体的な関係性として整理されてきた。これまでの議論フェーズは一つの区切りを迎え、今後は実行段階に移行し、走りながら考えるフェーズに入る。今後は成果を求められる段階となるが、政府としても海外展開拡充目標を契機に、規制から振興へと政策の軸足を移している。日銀統計によれば、音響映像分野は2020年代に入りわずかながら貿易黒字を計上する分野となっているが、映像コンテンツの価値はそれにとどまらず、国民間・国家間の相互理解や国際的な友好関係の構築、さらには新たな文化の創出に寄与する点にある。こうした質的価値を伴ってこそ持続的な成長が実現されるものであり、本協議

会は映像事業者が次の段階へと進むための基盤を模索する場であると位置付けている。引き続き関係者の協力をお願いする。

(中村会長代理)：政府はコンテンツ産業を成長産業から基幹産業へと位置付け、基幹産業 17 分野の一つとして整理している。また、海外市場 20 兆円規模の目標が掲げられているが、その内訳はゲームとアニメが約 9 割を占める一方で、実写の放送コンテンツは 1%程度にとどまっており、強い危機感を有している。旧郵政省の審議会において、通信と放送の融合について議論されたのは約 35 年前であり、また、コンテンツ産業を国内広告市場中心の構造から海外ネット市場へ転換していく必要性については、政府の知的財産戦略本部において約 15 年前から提起されてきた。コンテンツ産業やデジタル産業のバリューチェーンの中に放送事業者を改めて組み込む、そのための構造改革を促していくことが本アクションプランの目的であると認識している。本協議会には放送関係者のみならず、通信、コンテンツ、商社や金融機関等も参画しており、バリューチェーンを構成する多様なプレーヤーが揃っている。この体制を活かし、今後の事業の成長につなげていきたい。

(4) 意見交換

出席者から以下のとおり発言があった。

(大谷構成員)：アクションプランに記載されている、年間 1,000 人規模の人材育成や国内外に放送・配信で展開するコンテンツを年間 100 本程度、といった数値目標を設定しているが、これらは多くの関係者の思いが込められたものである。今後、基金が呼び水となり、人材育成や技術力強化への投資が進んでいくことは自身の願いであり、多くの方に共通する願いである。そのためには施策の有効性が不可欠であり、WG での議論をとおして知恵を集めた、成果につながる目標設定ができたことを認識している。また、現状の課題についても、何が不足しているのかという点についてステークホルダー間で認識の共有が図られたことは、本 WG の大きな成果である。本分野は伸びしろに恵まれており、世界から注目される実写コンテンツが豊かに生まれる日を期待している。あわせて、クリエイティブの皆様が存分に能力を発揮して、創作活動が十分に報われる、それに対する不安がない環境を整備することが、今後 5 年間で支える上で重要である。WG で寄せられた声には共感しており、育成した人材が育成して終わりではなく、十分に活躍できる場が広がっていくことに期待している。また、世界に挑戦したいという若手の意欲が実現される環境を整備し、その希望につながるアクションプランとしていきたい。

(音構成員)：(地域コンテンツ製作・発信 WG における) この 1 月以降の議論の過程において、WG 参加者が大学の研究室を訪れ、追加のコメントを寄せたことが何度かあり、構

成員の問題意識の強さや本取組への期待の大きさを実感した。今回、資料 2 の 6 ページに示されている内容として取りまとめられたことは意義があり、各構成員の熱意が反映された結果であると受け止めている。地域メディアは個々の規模が小さいことから、連携して取組を進めていく必要があるとの危機感が共有されていると認識している。人材育成については、地域からの発信力強化に直結する重要な要素であり、どのように人材を育成していくかが今後の鍵となる。本取りまとめがジャンピングボードとなり、実りある成果につながるとともに、関係者が協力して具体的な取組を展開していくことを期待する。

(澤田構成員)：資料 2 の 2 ページについて、本アクションプラン案は、日本の実写コンテンツについて、従来の国内放送・広告依存型モデルから、海外展開・配信を当初から見据えたモデルへの転換を打ち出しており、高く評価している。この方向性及び必要性については、資料 1 の 3 ページ 73 行目、6 ページ 150 行目、7 ページ 187 行目にも明確に示されている。次に、資料 2 の 3 ページについて、2033 年に海外輸出額 2,500 億円以上、海外売上比率 20%を目指すという目標は、規模拡大に加え、海外売上比率の向上を明示した前向きな設定であると受け止めている。この点は資料 1 の 8 ページ 220 行目に対応するものである。その上で、資料 2 の 4 ページ「海外展開・製作・資金調達」について、金融の立場からは、民間資金を本格的に呼び込むための制度設計の具体化が重要である。まず、資料 1 の 11 ページ 319 行目にあるとおり、投資家や金融機関が判断可能となるよう、情報の標準化、製作進捗の見える化、完成保証の整備を進める必要がある。次に、資料 1 の 12 ページ 367 行目に記載のとおり、2026 年度に予定されているデットファイナンス、契約雛形、価値評価の検討については、実務で活用可能な標準モデルまで具体化することが重要である。また、資料 1 の 11 ページ 329 行目及び 13 ページ 397 行目に示されているように、視聴データを将来収益の予測や価値評価に活用できる形で整理し、金融機関の審査に耐え得る基盤を整備することも重要である。さらに、資料 2 の 3 ページに関連して、NHK 還元目的積立金については、資料 1 の 9 ページ 254 行目に示されている公共性・公益性、多様な関係者の連携、成果共有の趣旨を踏まえると、個別事業者への直接的な補助ではなく、人材育成、調査研究、実務基盤整備等の市場全体に資する共通インフラへの重点的な配分が望ましい。最後に、資料 2 の 3 ページ「実写コンテンツ分野への投資の促進」に関して、資料 1 の 8 ページ 240 行目及び 11 ページ 319 行目に示されているとおり、本プランが実写コンテンツを「支援対象」から「投融資判断可能な市場」へと転換する契機となることを期待する。

(久保構成員)：コンテンツは量より質が重要であり、業界全体の売上を拡大していくためには海外でヒット作品を生み出すことが不可欠である。そのための方策として、まずジャンル戦略が重要であり、推理、制服、歴史といった要素にラブコメ、転生といった要

素を戦略的に組み合わせることが有効であり、特に若年層への訴求力を踏まえたジャンル選定が重要である。また、日本の声優の活用についても有効な手段であり、海外において高い人気を有し、100 万人以上のフォロワーを持つ声優も存在することから、コンテンツの訴求力向上につながる可能性がある。さらに、AI の活用については、韓国や欧州では日本よりも規制が厳しい傾向にあることを踏まえ、制作されたコンテンツがどのように AI と関わっているかを適切に把握・整理する必要がある。特に海外展開時において問題となる可能性があることから、AI とコンテンツの関係についても今後継続的に議論していくことが望ましい。

(クロサカ構成員)：アクションプラン全体については異存なく、本プランを基礎として引き続き取組を推進していくことが重要である。その上で、全体としてメリハリとリーダーシップをより明確にする必要がある。多様な論点が反映されている点は大変好ましい反面、総花的な構成となりがちであるため、重点領域を明確にし、資金投入にとどまらず、必要な領域を見極めたインセンティブ設計を行うことが重要であり、そのためのリーダーシップが協議会に求められる。次に、AI については重要な論点である一方で、短期間のうちにもサービスの終了や提携の解消が見られるなど、不安定な側面がある。このため、単に AI の導入を進めるのではなく、産業として何が必要かを再整理し、持続可能なツールとして位置付けていくかが重要である。さらに、資料 2 の 1 ページに記載の「配信 PF 上の視聴データ等を活用したコンテンツ展開」については、資料が独り歩きする可能性を踏まえ、ここで想定しているのは配信プラットフォームにおけるログデータである点を明確に意識する必要がある。放送における視聴データとは異なる性質を持つものであるため、その前提を関係者間で共有することが重要である。

(山本構成員)：人材育成・製作力強化 WG において議論を行う中で、現役プロデューサーとの意見交換も実施した。海外展開を当初から見据えたコンテンツ製作に対する期待は大きく、新たなチャレンジを志向する声も確認されている。まず、プロデューサーの育成については、現状では海外展開を前提とした実践経験を積む機会が国内で十分に確保されていないことから、米国や英国に海外派遣し実践的な経験を積ませ、そこで得た知見を継続的に還流させていくことが重要である。その際、総合商社、金融機関、広告代理店等のプレーヤーにもピッチ用トレーラーの展開に積極的に関与するなど、海外ビジネスの実務に関わる機会を提供いただくことが実践的な OJT につながる。次に、プロデューサーの数そのものを増やしていく必要がある。コンテンツの企画数が増加することで優れた企画が生まれる確率も高まるため、多様性の確保の観点からも一定規模の人材層を形成することが重要である。大学等の教育機関からの人材供給に加え、海外ビジネスの経験を有する人材がドラマ製作に参画することは、新たな価値創出や産業横断的なエコシステムの形成にも資するものである。本アクションプランには必要

な要素が盛り込まれていると認識しており、今後はこれを具体的な実行につなげ、実効性のある取組として展開していくことが重要である。絵に描いた餅に終わらせられないよう、ロードマップ及び具体的な実行計画の策定・推進に向けて、関係団体としても貢献していきたい。

(阿部構成員代理)：本アクションプランには、これまでの WG における議論や提案が適切に反映されており、内容について異論はない。本アクションプランは、2033 年に海外輸出額 2,500 億円以上という目標に向けた出発点であり、スタートラインに立ったものと認識している。今後は議論段階から実行段階へと移行し、走りながら検討を深めていくフェーズとなる。目標達成に向けて実効性のある取組としていくため、引き続き関係者と連携しながら協力していきたい。

(井川構成員)：衛星放送協会としては、視聴者数の減少に伴い放送収入が減少する中、コンテンツの多角的展開に取り組んでいる立場として、本アクションプランの方向性には賛同している。協会としても、多角的な展開に向けた番組企画のコンペを実施し、新たな番組企画の発掘や人材への投資を進めているところであり、今後の取組について連携していきたい。一方で、協会会員社は規模が小さく、海外展開や配信に対応できる人材やノウハウが十分ではないことから、人材育成の取組に対する期待は大きい。また、海外展開や配信は短期間で成果が出るものではないため、複数年にわたる継続的な支援が必要である。さらに、海賊版対策については、これまでも不正視聴が可能なアプリへの対策を進めてきたが、地上波、CS、BS を含めた業界全体の課題であること、また、正規のコンテンツ流通市場の育成の観点から、行政においても調査を進めるとともに、抜本的な対策を講じていただきたい。引き続き本アクションプランの動向に注目しつつ、関係者と連携して取組に協力していく。

(市井構成員)：コンテンツ業界において、海外展開と人材育成の 2 本柱で活動してきた立場から、今回のアクションプランについて 4 点述べる。1 点目として、単年度ではなく複数年にわたるアクションプランとして整理された点は評価でき、これまでの取組と比較して継続性の観点で意義がある。2 点目として、本プランは内容が幅広いため、今後は具体的なタイムラインを明確化していく必要がある。3 点目として、人材育成に係る資金については 100 億円が措置されているが、7～8 年程度の期間で見ると年間規模は限定的であり、必ずしも大きな金額とは言えない。そのため、重点分野を明確にし、的を絞った投資が重要である。4 点目として、当該基金以外の施策についても、総務省において別途予算を確保し、全体として実効性のある取組とすることが求められる。

(大槻構成員代理)：本アクションプランの取りまとめに当たり、関係者の尽力に感謝する。

現時点で特段の追加意見はないが、アクションプランについては、今後その実行がどのように具体化され、実現していくか注目していきたい。引き続き、本取組の推進に向けて協力していきたい。

(大友構成員)：海外展開・製作・資金調達 WG に参加し、当社として課題や意見を述べてきたが、それらを踏まえてアクションプランに反映いただいたことに感謝する。今後はアクションプランの後押しを受けながら、海外展開を着実に進めていきたい。その上で、本アクションプランは評価できる内容であるが、優秀なクリエイターが海外に流出したり、海外の下請け的な立場にとどまったりすることがないように留意が必要である。人材育成においては、育成の場の確保やスキルの向上に加え、継続的に業界で活躍できる環境を整備することが重要である。育成した人材が海外に流出するのではなく、国内において魅力的なキャリアを築ける環境を整え、業界として持続的に人材を育成・活用できる構造を構築する必要がある。

(岡崎構成員)：アクションプランについては賛同するが、地方の観点から 2 点述べる。まず、人材育成・製作力強化に関して、統括プロデューサーや企画開発プロデューサーの研修については、ローカル局からの参加も可能とするよう配慮が必要である。地方局においても人材育成のニーズは高く、参画機会を確保することが重要である。次に、地域コンテンツの発信力強化に関して、切り抜きやダイジェストにとどまらず、情報番組、ドキュメンタリー、バラエティやドラマといったコンテンツについても海外発信の知見やトレンド、マーケット情報を地方局に還元する仕組みが必要である。ローカル局が有するコンテンツを活かし、海外展開に結び付けていくための実践的な枠組みの構築が求められる。

(岡野構成員)：プラットフォームの立場として、本取組に対して協力できる領域は多いと認識している。特に海外展開に関しては、引き続き検討すべき課題が存在しており、関係者と連携しながら具体化を進めていく必要がある。また、視聴データについては、コンテンツ制作者にどのように還元していくかが重要な課題である。こうしたデータの活用を通じて、コンテンツ製作や展開に資する形でのフィードバックを実現することが求められる。プラットフォームとして、コンテンツ産業のエコシステムの構築に資する形で積極的に関与し、関係者と協力しながら取組を推進していきたい。

(川端構成員)：WG において十分に検討が進められていると理解しているが、地方局は地域情報の担い手としての役割を担う一方で、人員体制に制約があり、新たな取組を進めることが容易ではない状況にある。このため、人材育成をはじめとするアクションプランの各施策については、地方局にとっても参加しやすい制度設計や運用上の工夫を講じ

ることが重要である。

(小池構成員)：アクションプランは、日本の実写コンテンツが持つ可能性を踏まえ、海外展開と人材育成を一体的に推進する方向性を示したものであり、全体として評価できる内容である。その上で、還元目的積立金については受信料を財源としていることから、視聴者の利益につながる実効性のある使途であることが重要であり、広く国民・視聴者に還元されるとともに、その公共性・公益性について十分に説明可能であることが不可欠である。また、コンテンツ業界を取り巻く環境は急速に変化しており、こうした変化に柔軟に対応できる人材育成や運用体制の整備が重要である。そのためにも、事業主体を早期に明確化し、具体的な実施体制を構築していくことが求められる。関係者が連携・協力しながら、本アクションプランを実効性のあるものとして着実に推進していくことが重要である。

(齊藤構成員)：実写コンテンツは大きく二つの類型に整理できる。一つは視聴して楽しむことを主目的としたプレミアム性の高いコンテンツであり、もう一つは全国各地の放送局やケーブルテレビ局が製作し、視聴者の行動喚起につながる地域情報のコンテンツである。前者は産業としてのトップラインの拡大に寄与するものであり、後者は裾野の拡大を担うものであるため、それぞれに応じた施策が必要である。地域情報コンテンツについては、海外展開においてはFAST チャンネルのように束ねて提供する形式が適していると考えられる。また、地域情報コンテンツは求められる技術も必ずしも高度なクリエイティビティに依存するだけでなく、メタデータ付与や切り抜き動画の生成、権利処理といった工程をAIにより自動化することで、人的リソースが限られる地方局でも対応可能な形とすることが重要である。こうした取組により、地域コンテンツの配信・展開を効率化し、裾野の拡大と産業全体の底上げにつなげていくことが求められる。

(嶋田構成員代理)：日本コンテンツの海外展開に当たっては、デジタルとリアルを融合させ、世界中のエンドユーザーの心を捉えることが重要であると認識している。当社としても、リアルコンテンツを中心に日本コンテンツの海外展開に貢献していく考えであり、引き続き本取組に協力していく。

(須賀構成員)：3点述べる。1点目として、この領域についてはこれまで放送事業者が中心となって産業を支えてきたと認識している。本アクションプランの実行に当たっても、放送事業者が中心的な役割を担っていくことを期待する。また、総務省においても国全体の施策の中で放送コンテンツが後れを取ることをのこさないよう、適切に推進していく必要がある。2点目として、人材育成は極めて重要であるが、単なるスキルアップの枠にとどまらず、業界全体としての魅力を高める観点にも留意する必要がある。育成された

人材が業界外へ流出することなく、業界内で活躍し続けられる環境整備が求められる。3点目として、地域の観点では、経営基盤が脆弱な地方局に対する配慮が重要である。還元目的積立金の使途には一定の制約があるものの、ローカル局が連携して編集や字幕付与等の効率化を図る技術開発の取組については、個別事業者への支援にとどまらず業界全体に資するものと考えられる。このため、公共性・公益性について本質的な観点から検討した上で判断することが求められる。

(鈴木構成員)：本アクションプランにおいて、コンテンツを個別作品の販売にとどめず、流通の仕組みや海外展開まで含めて位置付けている点は重要である。これは、収益の国内還元や再投資、人材育成にもつながる観点として評価できる。また、視聴者がどのようなコンテンツを好むのかについて、配信プラットフォームを通じた視聴データを活用し、コンテンツ製作側に還元していくことが重要である。こうしたデータの活用が、今後のコンテンツ展開の高度化に資する。さらに、海外展開に当たっては、巨大市場と成長市場をバランスよく狙い、特定の国・地域に偏らないバランスの取れた展開が現実的かつ持続性のある整理である。これまでのタイにおける取組の実績も踏まえつつ、成長市場や北米や欧州といった巨大市場も視野に入れ、コンテンツ流通に最適な配信プラットフォームの在り方を整理・取りまとめた上で日本の実写コンテンツの展開を進めていくことが重要である。

(田島構成員)：アクションプランの方向性には賛同している。これまで全国ネットでの展開や一部の海外展開の実績も踏まえ、今後の取組に期待している。その上で、製作や配信にとどまらず、制度や仕組みについては公開性・公平性・中立性の観点から分かりやすく、関係者が安心して参加できる設計とすることが重要である。業界横断的な基盤や共通的な取組については、特定の枠組みに依拠するのではなく、情報や機能が共有され、幅広い関係者が関与できる形とすることが望ましい。また、地域には制約がある中でも創意工夫を重ね、高い志を持つ優れた制作者が存在している。こうした人材が活躍できるよう、情報やノウハウの共有を進めるとともに、地域の制作者が主体的に関与できる枠組みとすることが重要である。ローカルプロミナンスの観点も踏まえ、本取組が夢のある施策として実効性を持って展開されることを期待する。

(辻構成員)：これまで海外コンテンツに関わってきたが、国内とは異なる市場環境であり、別の競技に臨んでいるような感覚がある。賞を獲得するなど一定の評価は得られたものの、必ずしも売上には直結していない状況である。こうした中で、海外展開は初期段階から意識して取り組むべき時代に入っている。今回の取組はパラダイムシフトに相当するものであり、スタッフの意識改革、新たな人的リソースの確保も含めて対応していく必要がある。大阪局としても、どこまで対応できるかを模索していきたい。

(富岡構成員)：アクションプラン 1 ページに記載のとおり、金融の観点から重要な点は 3 点ある。1 点目として、製作費の回収可能性をいかに高めるかである。従来の広告収入に加え、IP 活用等を通じて収益の見通しを明確化することが重要である。2 点目として、製作進捗の見える化及び情報の標準化である。投資判断に資する情報が適切に整理・共有されることが求められる。3 点目として、リスク分担の在り方であり、官民の適切な役割分担の下でリスクを分散させることが重要である。官民ファンド等の活用も含め、民間資金の参入を促進していく必要がある。これらの要素が整うことで、現在弊行が受託している経済産業省の調査事業とも連携しつつ、より一層の取組強化が可能になると考える。

(長澤構成員)：実写コンテンツを IP として中長期的に事業資産として捉え、二次利用の展開を前提とした設計が重要である。フォーマット展開や再配信に加え、商品化や体験価値への展開を見据えた IP 戦略が、アクションプランの実効性を高める鍵となる。アニメ分野と比較して物販展開が難しい側面はあるものの、だからこそ、アクションプランに掲げられている、権利設計の整備や完成保証、契約の標準化、そのような知見を有する人材の育成を進めることが、将来的に民間資金を呼び込みやすくする重要な基盤になると期待する。さらに、日本企業が参画する配信プラットフォームへの支援は重要であるが、同時に海外プラットフォームにおける枠の確保についても戦略的に取り組む必要がある。今後も関係者と連携しながら取組に協力していきたい。

(中澤構成員代理)：業界や日本政府からのニーズを受け、JETRO の海外事務所 7 か所にコンテンツ支援拠点を設置してネットワーク構築や情報収集・発信を行っている。実写コンテンツについては、2026 年のカンヌ映画祭のマルシェ・デュ・フィルムにおいてカントリーオブオナー（栄誉国）となり、日本が注目を集める機会を捉え、日本の映像コンテンツのプロモーションを進めている。また、フォーマットやリメイクによる展開も視野に入れ、ドラマ制作が盛んなトルコや中南米のテレビ局関係のバイヤーとマッチングする等、新たな市場の開拓に取り組んでいる。今後も民放連等業界との連携を図りつつ、アクションプランの推進に資する形で、日本コンテンツの海外展開を支援していく。

(中村構成員代理)：官民一体での取組は画期的であり、本アクションプランの策定は大きな意義を有する。日本テレビグループを含め、我が国の実写コンテンツが持つポテンシャルをグローバル市場で発揮していくことを期待している。また、権利処理や違法動画対策については、個別事業者では対応が困難であった領域であり、官民連携による取組の進展に期待する。人材育成についても大きな期待を寄せている。クリエイティブの根

幹は人材であり、還元目的積立金を活用した取組が有効に機能することが重要である。単年度ではなく複数年にわたる取組となることから、柔軟な制度運用が求められる。さらに、施策は活用する側にとって分かりやすく、参加しやすいものであることが重要であり、系列のローカル局も含めて十分に周知を図る必要がある。引き続き、実効性のある取組となるよう検討を進めていく。

（西村構成員）：活発な議論を経て丁寧に取りまとめられたアクションプランであり、総論に賛同する。広告会社の立場としては、ビジネスサイドからの貢献が求められると認識している。海外展開・製作・資金調達 WG においては、コンテンツの海外展開に向けたデータ活用の重要性を踏まえ、SoDA の対象を ASEAN 地域へ拡大するなど、データ基盤の強化について議論を行ってきた。また、地域コンテンツ製作・発信 WG においては、地域コンテンツの在り方について、事業目的に基づき一貫した方針で取り組むことの重要性を共有した。今後はアクションプランの実行段階において、関係者と連携しながら積極的に協力していく。

（菊川構成員）：これまでの議論を通じて多くの学びがあり、今後の取組に大きな期待を持っている。当社としてはアニメ分野では海外展開の実績があるものの、実写コンテンツにおいては十分な展開ができていなかった。近年、海外展開を見据えて展示会への参加やカンヌの MIP Cancun 等への参加を進めており、一定の手応えを感じている。北米市場を含め、今後も展開の可能性は十分にあると認識しており、これらの経験を契機として知見を蓄積し、日本コンテンツの海外発信につなげていきたい。また、人材育成については特に重要な分野であるため、重点的に参画していきたい。

（沼田構成員）：内閣府の知的財産戦略本部のコンテンツ戦略 WG にも参加する中で、実写コンテンツ分野には大きな伸びしろがあると認識している。本アクションプランを取りまとめたことに感謝する。製作会社の立場として人材育成・製作力強化 WG に参加し、クリエイティブとビジネスの両面から検討を行ってきたが、実効性のある内容として整理されたと評価している。今後、バリューチェーンやエコシステムが機能していくためには、各ステークホルダーがそれぞれの役割や権利関係を適切に理解した上で取組を進めていくことが重要である。これらを踏まえ、アクションプランが着実に実行されることを期待する。

（長谷川構成員）：東海エリアに所在する地方局として、人材育成に注力するとともに、これまで国内市場中心であった事業構造から、世界市場を見据えた意識改革を進めていく必要がある。一方で、地方局においては情報格差が大きな課題となっているため、海外展開や市場動向に関する情報の共有を引き続き進めていくことが重要である。

(福田構成員)：アクションプランには全面的に賛同する。小規模な地方局の立場からは、資料2の6ページに示されている地域コンテンツの多角的展開が今後の方向性であり、事業の多角化を進めていくことが重要である。そのため、基金の活用や総務省の支援策の拡充を着実に進め、人材育成を具体的に推進していくことが必要である。地方局が主体的にチャレンジできる環境整備を期待する。

(安部構成員)：実写コンテンツ人材育成トレーニングセンターを通じた人材育成の取組は意義があるが、そのみで実写コンテンツの海外展開が進むと考えるのは早計である。海外展開についてはこれまで十分に進んでこなかった側面がある。今後は、外部資金調達の在り方や配信プラットフォームを通じた展開手法について具体的に検討していく必要がある。特に、政府がどのような役割を果たすかが重要な論点である。本アクションプランにおいては調査研究が盛り込まれているものの、これらの論点については一部先送りされている側面もあるため、情報収集を進めながら検討を深化させる必要がある。また、配信プラットフォーム上での展開手法や収益化の在り方について複数のパターンを検討し、新たな海外展開の枠組みを構築していくことが求められる。

(福屋構成員)：地方局が日々制作している生活情報番組の価値に着目する必要がある。こうしたコンテンツは、日本の生活そのものへの関心が海外で高まっている状況を踏まえば、国内にとどまらず、束ねて配信することで海外展開を図り、ビジネス化につなげていくことが可能であると考え。これは地域観光経済への波及効果も期待できる取組である。また、ローカルテレビ局の経営環境は厳しい状況にあることから、単なる製作費(番組支援金)の支援にとどまらず、一定の地域(例 ブラジル インドなど)やエリアを設定した上でコンテンツを集約・展開する仕組みを構築することが有効である。ライツ処理や展開する海外マーケットの調査などを中心的に行う機関が必要であり、ローカル局はこのフォーマットにコンテンツを投げ込めるシステムが構築されれば、日々の制作にも新たな地域貢献目線の目的ができてくる。こうした形でコンテンツをパッケージ化することにより、効率的に発信できるモデルを構築していくことが重要である。

(古川構成員)：規模の小さい地方局において、国内他地域や海外に向けてコンテンツを発信していくためには、埋没しない形で競争力を高めていく必要がある。そのためには、人材と製作資金の確保が重要な要素となる。本アクションプランについては、地方局にとっても活用しやすい形で実行されることが重要であり、実務上の負担や制約を踏まえた制度設計が求められる。

(星野構成員)：アクションプランの内容については大いに賛同する。日頃は経済産業省の会合に参加しているが、本会合にも参加し、異なる視点からの議論の重要性を認識している。映連の立場からは2点述べる。1点目として、ロケ誘致については映連を中心に海外の作品誘致を進めており、ハリウッドのMPAとも連携している。本協議会の取組とも連携を図り、実写コンテンツ分野における国際的な連携を一層強化していきたい。2点目として、スタッフの就業環境の改善が重要である。アクションプランでは踏み込みが限定的であったが、テレビと映画の制作はウィンドウに関係なく連続的に行われていることから、業界横断的に就業環境の改善を進めていく必要がある。今後、本協議会においても引き続き議論を深めていきたい。

(発田構成員)：実写コンテンツの展開力強化に当たっては、魅力あるコンテンツの創出が最も重要である。製作人材をてことして、海外輸出額2,500億円を上回る仕組みを構築していくという目標設定は妥当である。今後は実行段階に移行するに当たり、配信プラットフォームに関する議論を一層深める必要がある。海外展開においては、日本コンテンツの価値を適切に評価し活用するプラットフォームを見極めること、あるいは構築していくことが重要である。また、ローカルコンテンツについては、国内配信サービスにおいて埋没しやすい状況があるため、優れたコンテンツが適切な場で展開されるよう、目利き力やキュレーション機能の強化が重要である。当社のデジタル展開の経験からも、この点の重要性を認識している。

(堀内構成員(伊藤忠商事))：アクションプランには全面的に賛同する。日本コンテンツの新たな出口として、海外展開や二次利用に改めて挑戦していくことが重要である。特に、海外市場に対応できる人材の育成は最重要課題であり、官民が一体となって取組を推進していく必要がある。

(堀内構成員(日本経済団体連合会))：コンテンツ産業における17分野のロードマップ策定が進められている中で、本アクションプランが取りまとめられたことを歓迎する。海外市場20兆円の実現に向けては、実写コンテンツ分野でも海外展開を当初から見据えたコンテンツ育成が重要であり、そのための人材育成と技術基盤の整備が進むことを期待する。あわせて、関係省庁が従来以上に連携し、施策を一体的かつ着実に推進していくことが求められる。

(丸山構成員)：アクションプランの取りまとめについては前向きに評価している。全国340社が加盟する連盟として、地域コンテンツの強化に注力していきたい。資料2の6ページの「具体的な取組」の2ポツ目に示されている基金を活用したアーカイブの技術検証については、既に保有しているケーブルテレビ業界のコンテンツ流通網であるAJC-

CMS（オールジャパンケーブル・コンテンツマネジメントシステム）を活用しながら連携していくことが可能であり、基金の活用に期待している。また、地域コンテンツの展開は観光振興にも資するものであり、地域の魅力発信につながるコンテンツ製作・展開を進めていきたい。

（八田構成員）：海外輸出額 2,500 億円という目標は野心的であるが、全体の方向性は賛同する。現時点ではノウハウや勝ち筋については模索段階にあるため、成功事例や必勝パターンについて関係者間で共有できる機会を設けることが重要である。

（山崎構成員）：配信プラットフォームに関連して、2024 年 8 月から専門的な配信プラットフォームである JFF Theater を立ち上げ、多言語字幕を付したコンテンツを無料で配信している。これまで映画を中心に展開してきたが、オンライン日本映画祭として世界 24 か国に向けてテレビドラマシリーズを一定期間配信した経験もあり、今後はより多様なコンテンツの展開を進めていきたいと考えているので、関係機関にご協力願いたい。さらに、JFF Theater ではコンテンツごとに国・地域別の視聴データを収集しており、こうしたデータは今後の海外展開に資する情報として活用可能である。

（山中構成員）：アクションプランに関して、当社の意見も反映されており評価している。これまで個社では十分に対応が難しかった資金調達や優秀な人材の育成といった領域について、踏み込んだ形で整理されている点は意義がある。大阪局として長年ドラマ製作に携わってきた立場からも、本アクションプランは現場の課題に対応した内容となっていると認識している。今後の課題としては、人材育成の取組をどのように具体化していくかに加え、実際に製作されたコンテンツをどのようにビジネスにつなげていくかについて、引き続き検討を進めていく必要がある。

（山根構成員）：全体的な方向性について、異存はない。その上で、本文において補助金や税制優遇の規模に言及があるが、今後は省庁の垣根を越えて、よりインパクトのある規模での支援を検討することが重要である。韓国においては 600 億円規模の支援が行われている例もあり、重点分野に対してメリハリのある投資が求められる。また、人材育成については研修のみで完結するものではなく、例えば「研修⇒実地の制作⇒成果検証」といった明確なサイクルを前提とした制度設計と予算配分が必要である。本アクションプランが複数年度での取組を前提としている点については評価しており、継続的かつ実効性のある施策として推進されることを期待する。

（岩波構成員代理）：私から構成員の中野の発言を代読する。本プランの中では、配信プラットフォームの活用や海外展開の推進、特に第 3 章及び総論の方向性部分において、グ

ローバルプラットフォームとの連携強化が示されている。一方で、現実にはNetflixなどの欧米プラットフォームが市場を席巻しており、契約条件やルール変更があった場合、日本側は従わざるを得ない構造にある。また、視聴データもプラットフォーム側に偏在しており、交渉力の非対称性が大きな課題である。こうした状況を踏まえ、アクションプランにおいても単なる連携強化にとどまらず、総務省が主体的に関与し、プラットフォームとの適正な関係構築や交渉力確保に取り組む旨の文言追加をぜひ検討いただきたいと考える。

(中村会長代理)：アクションプランについて特段の異論はなかったと認識している。人材育成を取り組んでいく上で、前提として業界全体の認識を共有することが重要である。資料2の3ページに示されているコンテンツ展開モデルの転換については、コンテンツ産業全体の観点から見れば既に時代の要請であり、実写コンテンツ分野が遅れている状況にある。海外展開比率が1%程度にとどまっている現状は大きな課題である。また、資料1の4ページにあるように、配信コンテンツは年率15%で成長する一方、放送は減少傾向にあるが、放送と配信を二項対立的に捉えるのではなく、成長市場の中でどのように戦略を構築するかが重要である。ゲームやアニメが海外売上比率約60%に達していることも踏まえ、実写コンテンツについても同様の視点で取り組む必要がある。知的財産戦略の観点では、漫画、アニメ、音楽、ゲーム、マーチャンダイズ、実写を一体的に展開する「IP360」という戦略が示されており、そのバリューチェーンの中に放送事業者をどのように位置付けるかが重要な課題である。さらに、本アクションプランは従来のように政府の取組を促すだけでなく、民間の経営層に対しても方向性を示すものであり、その点において意義がある。今後は具体的なアクションにつなげ、関係業界が相互に刺激し合いながら発展していくことが重要である。

(内山会長)：年度末の多忙な時期において、本アクションプランの取りまとめに尽力いただいた関係者に感謝する。議論の場においては必ずしも十分に意見が出し切れなかった面もあると認識しているが、本取組に対する期待は非常に大きい。今後は議論段階から実行段階へと移行し、走りながら検討を深めていくフェーズに入る。少なくとも今後5年間にわたる継続的な取組となることが想定されるため、関係者の理解と協力を得ながら、着実に推進していく必要がある。

(5) 閉会

内山会長より実写コンテンツ展開力強化アクションプラン(案)に添付されている基金を活用した取組の細目を記載した別表についてはアクションプラン策定後にこれを踏まえて細目を決定すること、また、本日の御意見を踏まえた「実写コンテンツ展開力強

化アクションプラン（案）」の修正については、内山会長に一任させてほしいとの提案があり、出席者から異議はなく、内山会長に一任することが決定された。

事務局から今後のスケジュール等、伝達事項の連絡があった。

以上