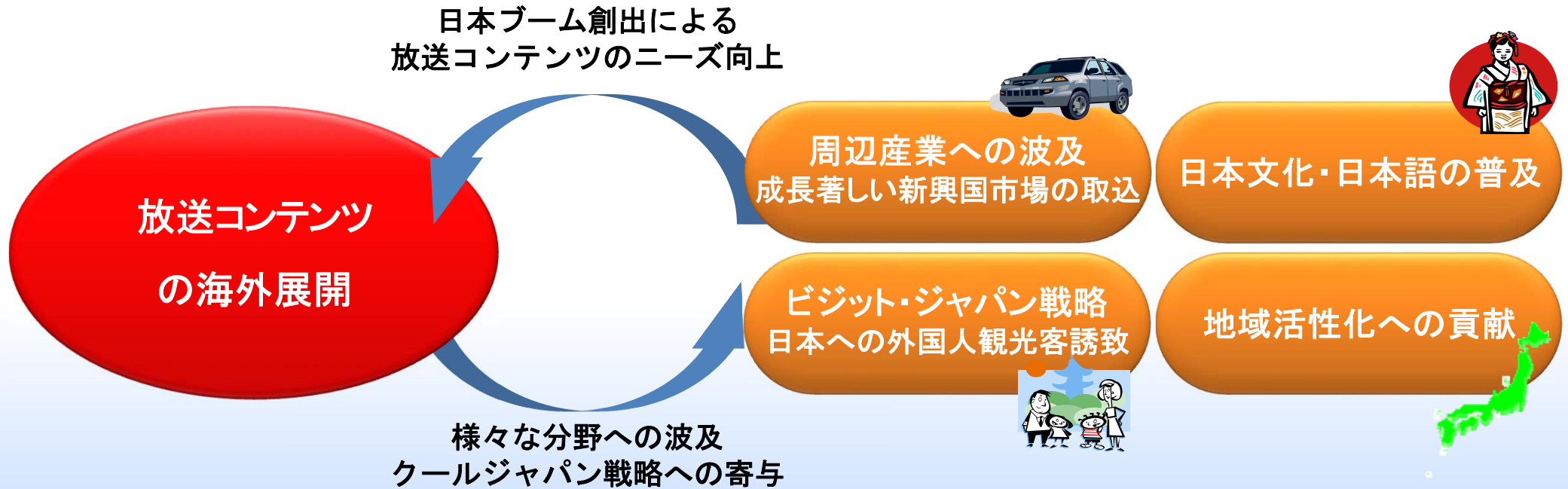


放送コンテンツの海外展開の最新の取組について

平成30年4月

総務省情報流通行政局
情報通信作品振興課



[対象コンテンツ] ドラマ、バラエティ、アニメ、情報番組・・・等

[ターゲット] アジア等の一定の経済波及効果が見込める国・地域

考慮すべきことは・・・

相手国との連携・連動の重要性

ローカライズ

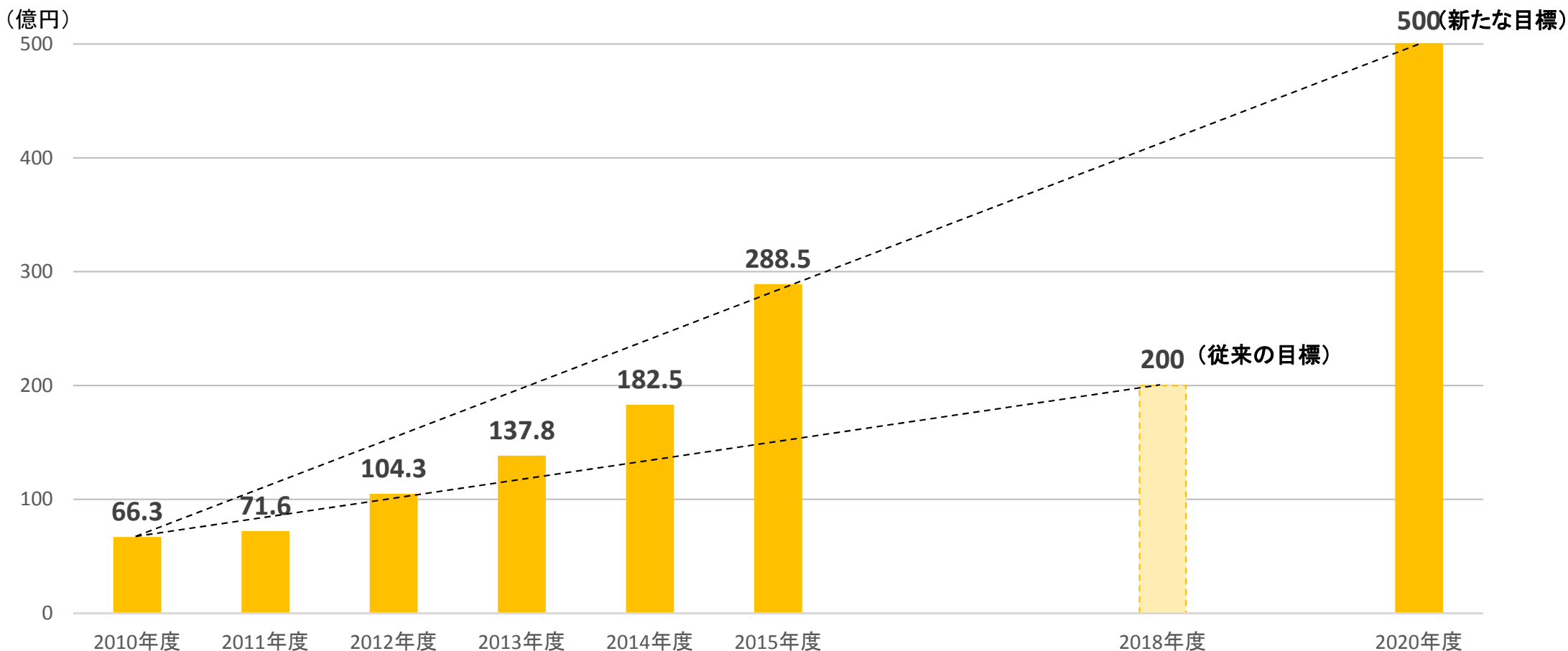
ニーズを踏まえた
番組製作

関係省庁・団体との連携

経済産業省、外務省、観光庁、
農林水産省、国際交流基金など

日本の放送コンテンツ海外輸出額の推移

- 日本の放送コンテンツ海外輸出額は、2010年度以降、毎年増加を続け、2015年度末で288.5億円。
(対前年度比58.0%増、2010年度の約4.4倍)
- 放送コンテンツの海外展開については、従来の目標として、「2018年度までに放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在(2010年度)の約3倍(※約200億円)に増加」としていたが、3年前倒しで達成。
- これを受け、新たな目標として、「2020年度までに放送コンテンツ関連海外売上高を500億円に増加」を設定(未来投資戦略2017(平成29年6月9日閣議決定)のKPIとして設定)。



注: NHK、民放キー局、民放在阪準キー局、ローカル局、衛星放送事業者、プロダクション等へのアンケートにより算出

未来投資戦略2017(平成29年6月9日閣議決定)

第2 IV 海外の成長市場の取り込み

(1) KPIの主な進捗状況

《KPI》2020年度までに放送コンテンツ関連海外売上高を500億円に増加させる。

⇒2015年度:288.5億円

※従来のKPI(「2018年度までに放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在(2010年度)の約3倍に増加させる。」)は、2015年度実績で達成。(2010年度:66.3億円、目標:約200億円)

(2) 新たに講ずべき具体的施策

ii) 日本の魅力をいかす施策

②クールジャパンの推進

・コンテンツの海外展開について、ローカル放送局等への支援策の充実や海外市場を念頭に置いたコンテンツ制作のための資金調達・権利処理スキームの環境整備の検討等を通じて、放送コンテンツに関する新たな海外売上高目標達成など一層の海外展開の促進に向けて取り組む。

知的財産推進計画2017(平成29年5月16日知的財産戦略本部決定)

Ⅲ. 2020年とその先の日本を輝かせるコンテンツ力の強化

1. コンテンツの海外展開促進と産業基盤の強化

(2) 今後取り組むべき施策

①継続的なコンテンツ海外展開に向けた取組

(放送コンテンツの継続的な発信による浸透)

・日本の文化、伝統、技術、産業、地方の魅力等をわかりやすく伝え、我が国の国家戦略であるインバウンドの拡大、クールジャパン、地方創生等に寄与する観点から、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)とも連携しつつ、日本の魅力を伝えるコンテンツの制作や、継続的に発信する取組を支援するほか、こうしたコンテンツの制作技術や、発信技術の高度化を支援する。

(参考)「未来投資戦略2017」における観光、農林水産分野のKPI

【観光】

訪日外国人旅行者数を2020年に4,000万人、2030年に6,000万人とすることを目指す。

⇒2016年:2,404万人(2012年:836万人)

【農林水産】

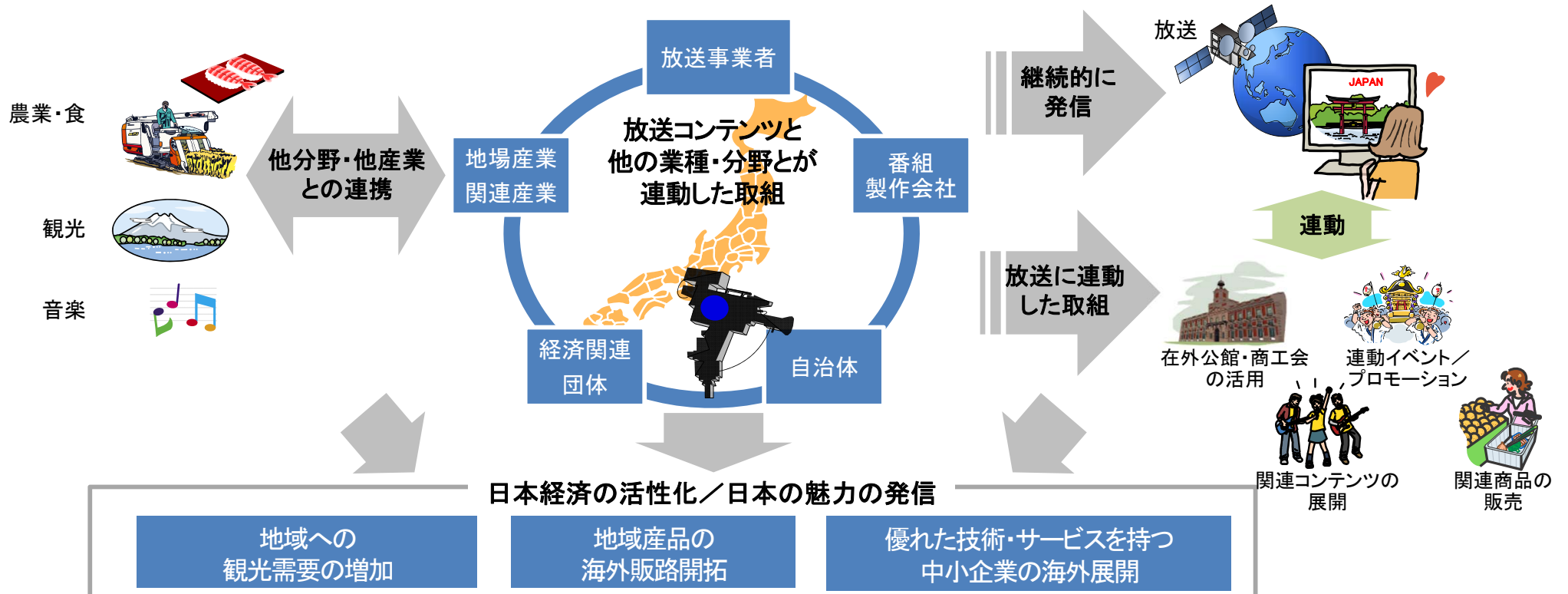
2019年に農林水産物・食品の輸出額1兆円を達成する(2012年:4,497億円)

⇒2016年:7,502億円

<概要>

放送コンテンツを制作する民間事業者等と、他分野・他産業（観光業、地場産業、他のコンテンツ等）、地方公共団体等の関係者が幅広く協力し、「クールジャパン戦略」、「ビジットジャパン戦略」及び「地方の創生」等に資する放送コンテンツを制作、発信するとともに、様々な連動プロジェクトを一体的に展開する取組等を支援。

H29 補正予算	放送コンテンツ海外展開総合強化事業	12.8億円
H30 当初予算	放送コンテンツ海外展開強化事業	3.5億円



放送コンテンツ海外展開強化事業（平成30年度当初予算）（小規模事業）

下表のとおり、補助対象経費に応じて3つの事業類型を定めます。交付決定額は、補助対象経費の2分の1に相当する額を上限額として定めます。本事業の目的に照らし、特に高い効果が期待されると認められる企画については、定額補助を認めることがあり、その際には、放送コンテンツの海外展開に参画する事業者の裾野を拡大する観点から、過去の総務省事業の採択件数を考慮します。

	補助対象経費	補助率等	(参考) 平成29年度実績
ア	2,000万1円以上 4,000万円以下	2分の1以内。ただし、4,000万円以下の定額補助を認めることがある。	2分の1 : 5件 3分の2 : 0件
イ	1,000万1円以上 2,000万円以下	2分の1以内。ただし、2,000万円以下の定額補助を認めることがある。	2分の1 : 12件 3分の2 : 1件
ウ	1,000万円以下	2分の1以内。ただし、1,000万円以下の定額補助を認めることがある。	2分の1 : 3件 3分の2 : 1件

※ 特に高い効果が期待されるものについては、定額補助を認めることがある。定額補助を認めるか否かの判断に当たっては、放送コンテンツの海外展開の裾野拡大の観点から、過去の採択件数も考慮。

☆ 大規模型では、小規模型よりも比較的事業費の大きい企画が多く応募されることを想定している。ただし、大規模型において比較的事業規模が小さい企画が採択されることもあり得る。

※ 申請にあたって、希望する補助率を、「2分の1以内」、「定額」又は「どちらでも可」から選択することができます。「定額」を希望する場合、該当の審査枠において選定対象外となった事業は、補助率「2分の1以内」の審査枠において審査の対象とはなりません。

<申請イメージ>

2分の1 定額 どちらでも可

○ 対象となる経費の詳細【共通】

対象となる経費は以下の4種類。

対象経費	費目の例
コンテンツの制作に係る費用	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企画費（企画調査費、取材費、脚本料、印刷製本費） ・ 人件費（人件費、出演料） ・ 制作費（撮影費、旅費（宿泊費含む）、編集費、翻訳料、通訳料） ・ その他（広告宣伝費、視聴率測定等にかかる費用）
海外放送枠の確保等に係る費用	<ul style="list-style-type: none"> ・ 放送枠の確保にかかる費用 ・ その他
連動事業に係る費用	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企画費（企画調査費） ・ 人件費（人件費、出演料） ・ 運営費（会場費、出展費、施工費、整備費、音響照明費、翻訳料、通訳料、旅費（宿泊費含む）） ・ その他（広告宣伝費、効果測定等にかかる費用）
その他費用	<ul style="list-style-type: none"> ・ その他事業を実施するために必要な経費

※留意事項

同じ事業企画の費目に対し、他官公庁等からの支援を受けることは認められません。

○その他採択に当たって考慮する要素の例

<放送の形態等>

- ・原則として、海外の有力なメディアにおいて、適切な時間に、長期間定期的に放送すること。

<実施体制・連動事業等>

- ・他分野・他産業、地方公共団体等と連携するとともに、放送と連動した事業を展開すること。
- ・放送コンテンツの効果的な発信のため、関係省庁（経済産業省、外務省、観光庁、農林水産省等）の事業との連携に努めること。

<自走化の計画>

- ・事業の具体的な自走化計画を有すること（特に、総務省の過去の同旨の事業において採択されたことのある事業者においては、過去の採択事業の経験を踏まえた一層具体的な計画を有すること。）。

<効果検証>

- ・放送及び連動事業の効果検証を効果的に行うことが予定されていること。
 - 定量的調査の例：コンテンツの総放送時間、放送時間帯、放送地域、視聴者数、視聴可能世帯数、視聴率及びその放送時間帯における視聴占有率等。
 - 定性的調査の例：視聴者及び放送した海外の放送局の反応や評価等についてのヒアリング、アンケート等。継続的な効果検証のためのSNSの活用。

<その他>

- ・事業をより効果的に実施するため、SNSの活用に努めること。

○スケジュールの想定

事業の公募期間 平成30年4月下旬～同年5月下旬

事業採択の内示 平成30年6月下旬～同年7月上旬目処

(参考) 2017年度 採択案件一覧 (平成28年度第2次補正予算)

- 「祭り」、「テクノロジー」などをテーマに日本海エリアの様々な文化・魅力を紹介する番組。(山形テレビ・テレビ朝日系列日本海側4局)
- 東京近郊地域である静岡、長野、福島の魅力をミャンマーとの絆をテーマに伝える番組。(静岡朝日テレビ)

<ベトナム・ミャンマー>

- 日本で人気の幼児番組のベトナム版及び日本を舞台にしたミャンマー人家族のドラマ。(日本国際放送)

<インドネシア・タイ・ベトナム・ミャンマー>

- 日本や日本語に対する興味喚起を目的とした親子で楽しく学べる日本語教育番組。(WAKUWAKU JAPAN)

- 日本各地を豪華と質素の2通りの旅で巡り、文化・歴史などを紹介する情報番組。(関西テレビ・石川テレビ・新潟総合テレビ)

- 「ニッポン体験」をテーマに在日ベトナム人が「旅」を通じて日本各地の魅力を紹介する番組。(TBSテレビ)

- 「国際結婚夫婦」をテーマに、日本人への信頼感、日本の環境の良さなどを紹介する番組。(朝日放送・大分朝日放送)

- 日本のローカルエリアの魅力をクイズ形式で紹介していく番組。(Journal Entertainment Tribute(およびJNN系ローカル8局コンソーシアム))

- 日本のソウルフード「おにぎり」をテーマに、各地の具材や観光情報を紹介する番組。(北海道文化放送・フジテレビ系列ローカル局連合)

- プミポン前国王の訪日時の足跡を辿り、エピソードを通じて日本の魅力を紹介する番組。(テレビ朝日)

- 「日本の食材」をテーマに「調理や生産の技術」を紹介し、日本の魅力を伝える料理番組。(日本テレビ系列四国連合・日活)

- 日本を代表する料理人監修の下、和食を科学的に分析し、タイの食文化と和える番組。(毎日放送)

- 広域観光周遊ルート「昇龍道」の「通」なスポット・食・土産・文化などを紹介する番組。(CBCテレビ・TBS-HD)

- 日本人とタイ人パティシエの交流を通して、スイーツカルチャーの本質を描く番組。(テレビ金沢・日本テレビ系列ローカル局連合)

- 「日本のアニメ聖地88」を巡り、日本ならではの文化、地域の魅力を紹介する番組。(アニメツーリズム協会)

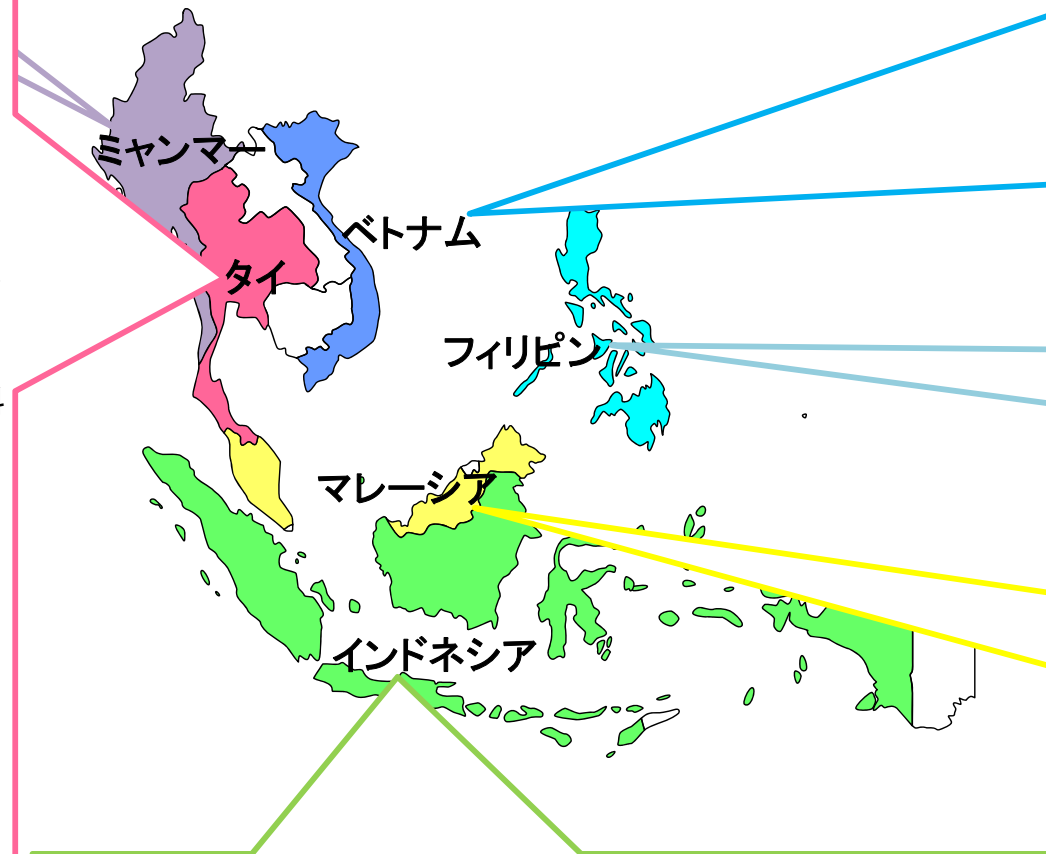
- タイ出身のJリーグ選手を取材し、Jリーグの各クラブのホームタウンを紹介する番組。(伊藤忠商事)

- スタジオジブリの様々な作品世界を入り口に、イメージとなった地域に誘う旅行番組。(博報堂)
- 鉄道で巡る「東北・北海道」旅行の魅力・日本が誇る新幹線の技術を伝える番組。(ジェイアール東日本企画・IVSテレビ・北海道テレビ)

- 富裕層・知識人層および若年層をターゲットに、観光・ビジネス情報を発信する番組。(フジテレビジョン・テレビ熊本)

- 華僑をターゲットにしたSNS連動型食バラエティ番組「日本編」。(日本テレビ放送網)

- ドローン映像を駆使して、クルーズ船寄港地などの日本海地域の観光資源を紹介する番組。(山陰中央テレビジョン)



【インドネシア・シンガポール・マレーシア】

- 日本へのインバウンドに寄与するよう、地方の魅力と、アニメ・マンガなどのポップカルチャーや日本の音楽などを紹介。(JCTV)

【インドネシア・シンガポール】

- アニメゆかりの地域を巡り、アニメのシーンを交えながら、佐賀の魅力を発信する旅番組。(サガテレビ)

【台湾】

- 福岡市「天神」を舞台とした恋愛ドラマを日台共同制作。(RKB毎日放送)
- 北海道スイーツの原料の良さに注目しながら、各地のとおきのスイーツを紹介。(札幌テレビ放送)
- 長野県の北信濃の魅力を、「ワイン」と「アート」をキーワードに紹介。(須高ケーブルテレビ)
- 台湾人リポーターと地元タレントが熊本の食や、伝統文化、雄大な自然を紹介していく観光PR番組。(テレビ熊本)
- 広島県内の恋人の聖地を紹介すると共に、現地視聴者の投票でストーリー展開が決まる恋愛ドラマ。(広島ホームテレビ)

【タイ】

- タイのレギュラー旅行番組において、タイ人の目線で岩手の魅力を紹介する番組を共同制作。(IBC岩手放送)
- タイの国際的トップアスリートが秋田を訪れ、地元の人々とスポーツ交流を行う姿を通して、秋田の魅力を紹介。(秋田ケーブルテレビ)
- タイで人気の日本人タレントがとんこつラーメンを切り口に九州を旅しながら、食と観光の魅力を紹介。(九州朝日放送)
- タイの人気女性タレントが長崎県の島々を巡り、島の歴史と文化に触れ、漁業や農業、伝統工芸や食などを体験。(長崎国際テレビ)
- 探偵もののドラマを通して、日本各地の観光スポット及び特産品の魅力を紹介。(福島中央テレビ)

【台湾・香港】

- 各国のタレントが、各国の入浴習慣を踏まえて温泉を体験し、九州の温泉の魅力を紹介。(大分朝日放送)

【香港】

- 日本人タレントと香港人タレントと一緒に高知を旅しながら、高知ならではの自然、文化、食を紹介。(高知さんさんテレビ)
- 香港の人気俳優とタレントが、アクティビティの聖地としての鳥取の魅力をPRする番組。(日本海テレビジョン放送)

【ベトナム】

- 奈良の食・歴史・文化・最新技術・自然など、様々な視点から奈良の魅力を探る情報ドキュメンタリー番組。(奈良テレビ)

【シンガポール・ベトナム】

- 「茶の湯文化でのおもてなし」をテーマに、シンガポール人出演者が城下町・金沢に根付く和文化を紹介。(北陸放送)

【インドネシア】

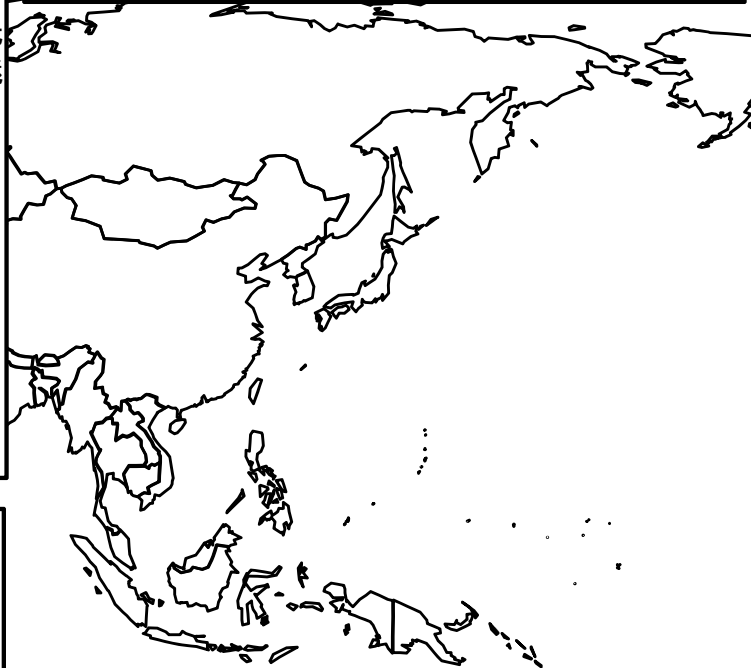
- インドネシア人女優が関東地方の様々な地域へ赴き、ムスリム視点で旅行先としての関東の魅力を紹介。(テレビ神奈川)
- 日本の農業・農産品・食の魅力を発信する番組を共同制作。(東京メトロポリタンテレビジョン)

【フィリピン】

- フィリピンの人気TVタレントと日本人俳優が北海道及び熊本の潜伏キリシタンの足跡をたどりながら、各地の魅力を紹介。(HBCフレックス)

【シンガポール】

- 新潟の「食」を軸に、新潟ならではの風景や地域の文化に触れる旅番組。(テレビ新潟放送網)
- 鹿児島県の観光スポットや食の豊かさをPRし、シンガポールで開催される「鹿児島フェア」の内容なども紹介。(南日本放送)



- 関係省庁（総務省・経産省・外務省・観光庁・農水省）が連携して、コンテンツ製作・現地化から発信・プロモーションまで、一体的、総合的かつ切れ目なく戦略的に展開。
- 我が国コンテンツの海外展開を総合的に支援するとともに、コンテンツ事業者と他分野・他産業等の関係者が協力したコンテンツの発信を通じて、農産品を含む地域産品の販路拡大、質の高いインフラシステムの輸出促進や日本各地への外国人観光客の誘致促進（ビジット・ジャパン）等を図ることにより、経済活性化、地方創生等の実現に貢献する。

< 事業概要 >

