

# 放送コンテンツの海外展開

---

平成28年11月22日  
総務省 情報流通行政局  
情報通信作品振興課

## 日本再興戦略2016(平成28年6月2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》

「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。」

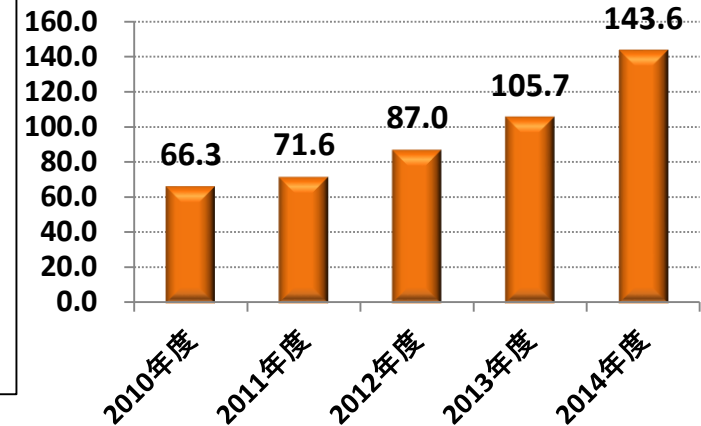
⇒2014年度:143.6億円(2010年度:66.3億円)

#### (2)新たに講ずべき具体的施策

(中略)工業品やインフラシステムの海外展開のみならず、地域の特色をいかした地場産品、農産品や、**放送コンテンツをはじめとするコンテンツ、サービスの海外展開も推進**する。また、**各分野間での相互連携や、観光をはじめとした他産業との連携も強化**し、地域経済の好循環拡大を図る。

(参考)放送コンテンツ関連海外市場売上高推移

(単位:億円)



## 知的財産推進計画2016(平成28年5月9日知的財産戦略本部決定)

### 第3. 1. (2)今後取り組むべき施策

《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、地方の魅力などをわかりやすく伝え、我が国の国家戦略であるビジット・ジャパン、クールジャパン、地方創生等に寄与する観点から、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。(後略)

## 明日の日本を支える観光ビジョン(平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定)

### 新たな目標への挑戦

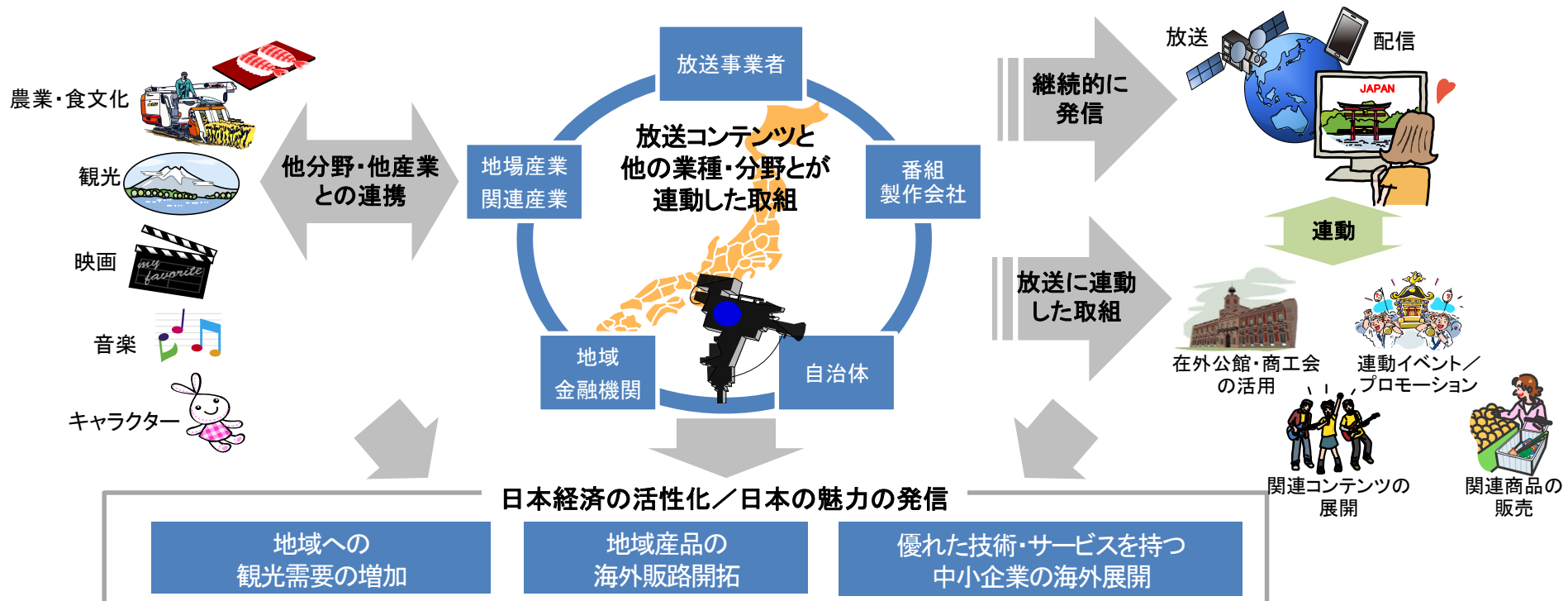
#### 訪日外国人旅行者数

○ 観光先進国という新たなステージへ進むためには、2020年に2000万人という目標に満足することなく、さらなる高みを目指す必要がある。

このため、訪日外国人旅行者数については、**2020年には約2倍となる4000万人、2030年には約3倍となる6000万人**を目指す。

# 総務省における放送コンテンツ海外展開事業について

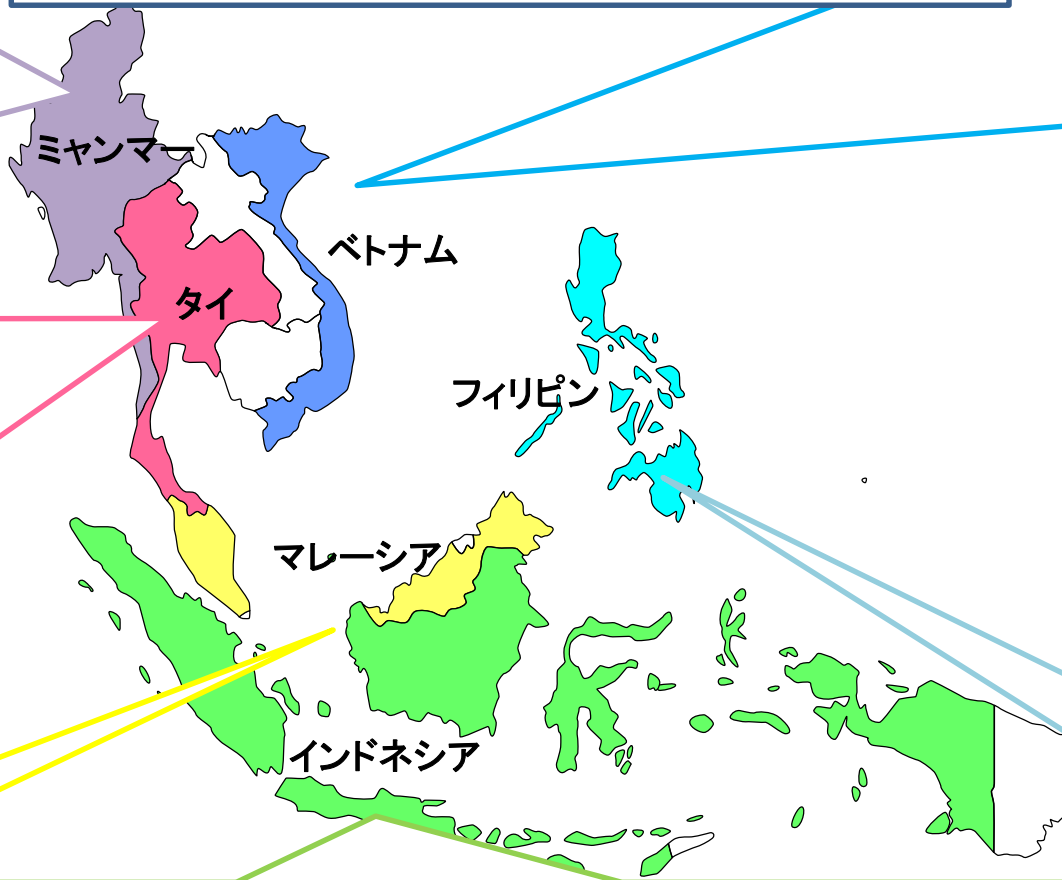
- 放送コンテンツの海外展開に当たっては、海外の放送枠を確保するとともに、共同制作を行うことで、継続的に番組を放送することが重要。
- 平成25年8月、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構 (BEAJ) を設立。オールジャパンでのコンテンツ海外展開の推進体制として、中核的位置付けを担う。
- 総務省においては、放送コンテンツを制作する民間事業者等と、他分野・他産業 (観光業、地場産業、他のコンテンツ等)、地方公共団体等の関係者が幅広く協力し、「クールジャパン戦略」、「ビジットジャパン戦略」及び「地方の創生」等に資する放送コンテンツを制作、発信するとともに、様々な連動プロジェクトを一体的に展開する取組を支援。



# (参考)平成28年度 採択案件一覧(大規模型 15件)

- <インドネシア・ミャンマー・タイ・シンガポール>
  - ・ 大学街の魅力を留学生目線で取材し紹介する番組。(WAKUWAKU JAPAN)
- <ベトナム・ミャンマー>
  - ・ ベトナム向けの幼児教育番組、およびミャンマー人料理人が日本各地の食材を取材し、自国風に調理する番組。(日本国際放送)

- ・ 日・ベトナムの料理人が日本食材を使った料理を創作する食文化交流番組。(博報堂DYメディアパートナーズ(及び日本テレビ系ローカル局))
- ・ 在日ベトナム人の元を訪ね、その暮らしぶりに住んでいる地域を紹介する過程で日本の魅力を伝える番組。(朝日放送)
- ・ ベトナム人リポーターが地域の食材を求めて日本を訪ねる料理バラエティ番組。(TBSテレビ)
- ・ ベトナム人ナビゲーターが来日し、毎回のテーマに沿って「発見」「驚き」「学び」ながら日本の魅力を伝える体験型文化情報番組。(杉友)



- ・ 元ミスユニバース・ミャンマー代表が日本の文化や農業、最新技術などを体験し紹介する番組。(テレビ朝日)
- ・ 日本海に面する各地の身近な日本食を中心に地域産品・文化などを紹介する番組。(山形テレビ(テレビ朝日系列日本海5局海外発信コンソーシアム))

- ・ タイからの家族旅行を促進するファミリー紀行番組。着ぐるみの体当たりロケやアニメを交え、観光地、玩具、グルメやスイーツ等を紹介。(東京放送ホールディングス、博報堂DYメディアパートナーズ)
- ・ 日本の食材を用いた料理を披露するフードバラエティ番組。(日活)
- ・ ローカル局と連携し、各地の観光スポットや地域産品などを紹介する番組。(未来のテレビを考える会)

- ・ 現地の人気コメディドラマ内で、新たに日本人キャストを登場させ、ドラマの展開に沿って、毎回日本産品を紹介する番組。(日本テレビ放送網、住友商事)

- ・ JKT48が九州を中心に日本の地方の魅力を紹介等する番組、及び、日本の地方を日尼の俳優がめぐり日本産品を取上げながら日本の文化・観光を紹介する番組。(東京メトロポリタンテレビジョン、電通)
- ・ インドネシアのモデルが、日本のファッションショーへの出場を目指す過程で、日本のファッション等を紹介する番組。(フジクリエイティブコーポレーション)

# (参考)平成28年度 採択案件一覧(小規模型 21件)

## 【台湾・香港・タイ】

- 自治体等に対するアンケート結果を基に、九州の魅力をテーマ別にランキング形式で紹介(大分朝日放送)

## 【ドイツ・マレーシア】

- 福島の高品質な医療機器の開発過程に携わる人々を紹介するドキュメンタリー(テレビユー福島)

## 【香港】

- 香港人リポーターが新鮮な水産物や農産物などの食材を求めて北海道内を旅する番組(札幌テレビ放送)
- 香港人タレントが中部地方を旅し、地元の人に魅力やおすそめを聞いて旅するバラエティ(CBCテレビ)

## 【台湾】

- 鹿児島県の観光スポットをアポなしで巡って泊めてもらう旅をしながら、県内の観光スポットや食の豊かさを紹介(南日本放送)
- 九州にまつわる歴史上の人物を取り上げ、出演者がその人物にふんして九州をまわる歴史バラエティ(RKB毎日放送)
- 健康で長生きの老人が多い高山村の秘密とその生活ぶりを4Kも活用して発信(須高ケーブル)

## 【アメリカ】

- 愛媛の偉人を取り上げたミュージカル作品にまつわる番組(愛媛ケーブル)

## 【シンガポール・フィリピン】

- 日本をゆっくりと巡る旅をコンセプトに山陰の自然や文化、歴史を紹介(山陰中央テレビ)

## 【インドネシア・シンガポール・ミャンマー】

- 復旧・復興する熊本をインドネシア人の目線でレポートする番組(テレビ熊本)

## 【ベトナム】

- 日ベトナムのモデルが関西を巡り、美容関連商品や美容関連の高い技術を紹介(毎日放送)
- ベトナム人タレントが福島を旅しながら、地域により異なる福島の魅力を紹介(福島テレビ)
- ドラマの要素を絡めながら、ベトナム人タレントが三重・和歌山・滋賀の食・景観・伝統文化等の魅力を紹介(ブレイン)
- 様々な東北の地域を取り上げ、重工業テクノロジー、職人の匠の技、定番の観光地など、多様な東北地方の魅力を紹介(東北映像社協会)

## 【タイ】

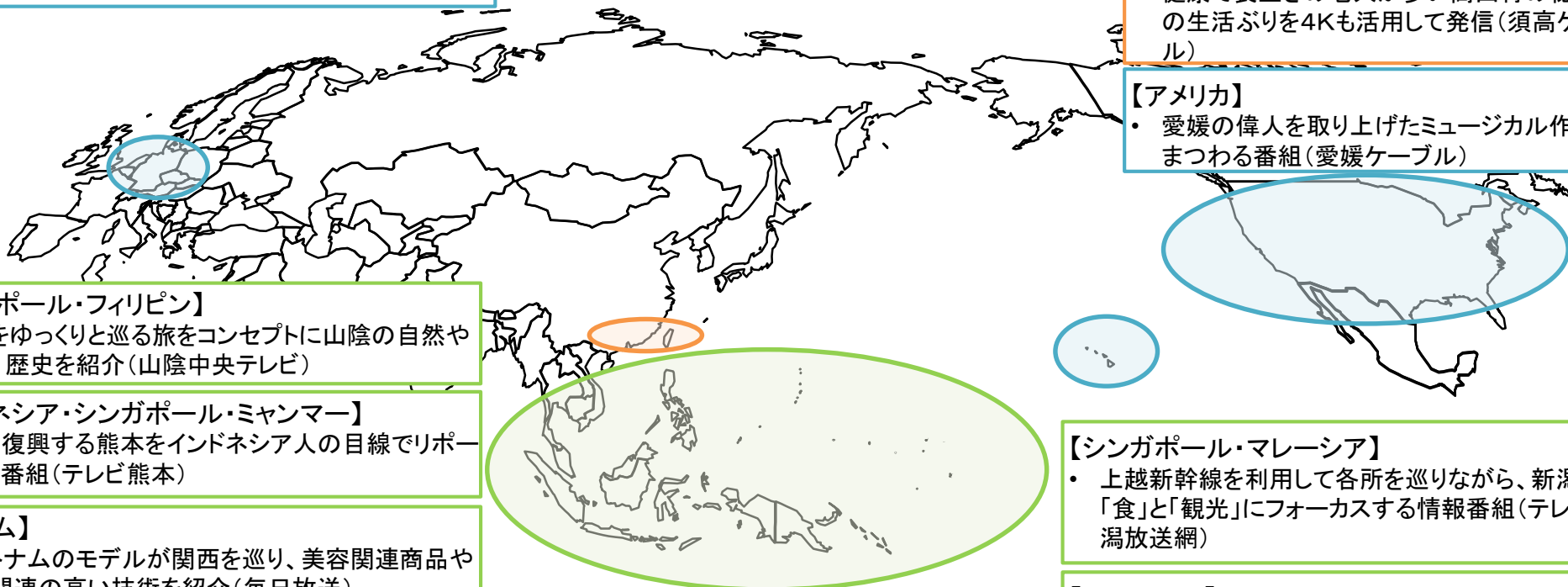
- タイ人タレントが長崎を旅行しながら、観光地や穴場スポットなどを紹介(長崎国際テレビ)
- タイの人気歌手が、鳥取の人たちと触れ合いながら食や自然等に触れる旅番組(日本海テレビ)
- 現地人気番組を活用し、タイの有名人が秋田の文化、田舎暮らしなどを体験(秋田ケーブル)

## 【シンガポール・マレーシア】

- 上越新幹線を利用して各所を巡りながら、新潟の「食」と「観光」にフォーカスする情報番組(テレビ新潟放送網)

## 【マレーシア】

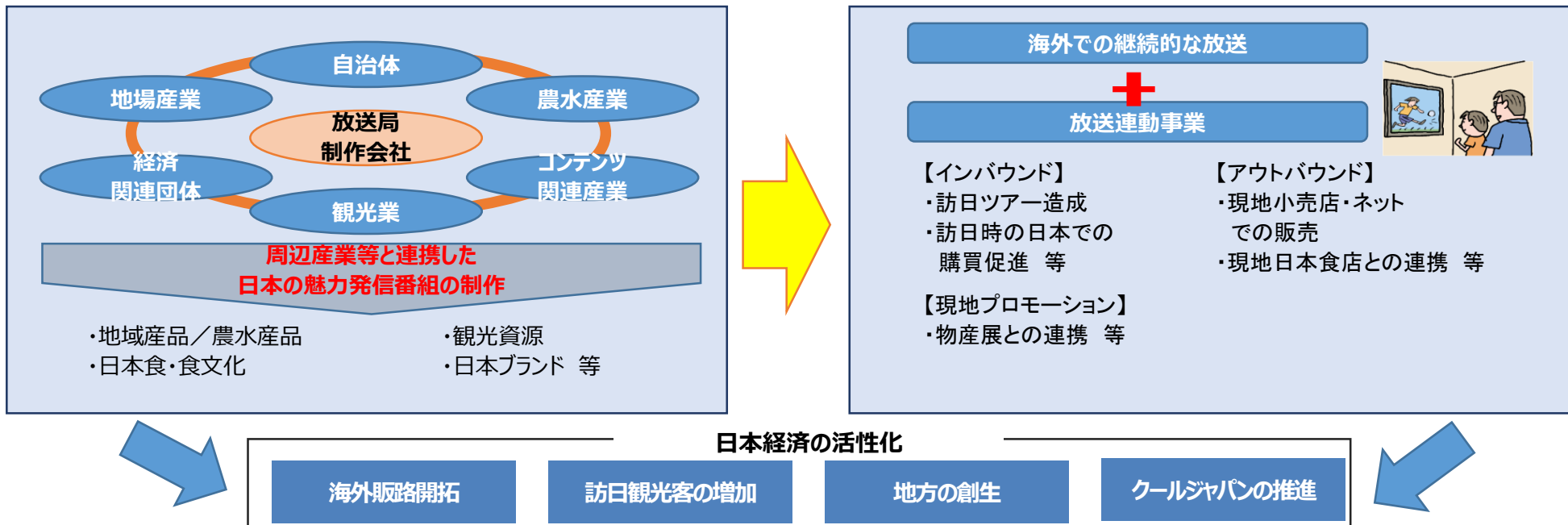
- さいたま市で開催される世界盆栽大会を軸に、世界に向け盆栽の魅力の発信を続けるカリスマ盆栽師の姿を追ったドキュメンタリー(テレビ東京)
- 現地レギュラー番組の北海道版として、現地に進出している日本企業の魅力を紹介する番組を共同制作(北海道文化放送)
- 医療ツーリズムを切り口に岡山の観光の魅力を発信する番組を共同制作(岡山放送)



## <概要>

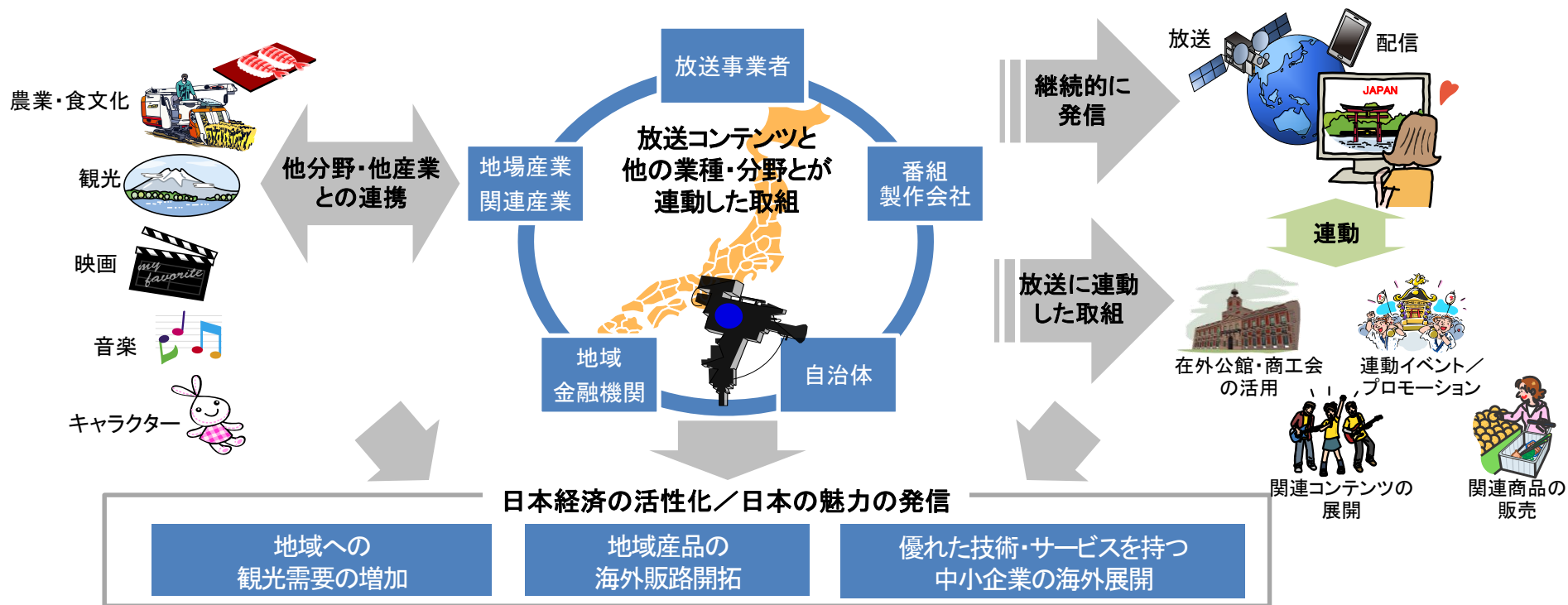
- 放送コンテンツの海外展開を通じて、観光地や地域産品といった日本の魅力の海外発信を強化し、訪日誘客の促進や地域産品の販路開拓等を後押しすることにより、観光先進国の実現、地方の創生、クールジャパンの推進を図り、日本経済の活性化に貢献。
- 具体的には、放送事業者等と、他分野・他産業（観光業、地場産業等）、地方公共団体等の関係者が幅広く協力し、「ビジット・ジャパン戦略」、「地方の創生」、「クールジャパン戦略」等に資する放送コンテンツを制作、海外発信するとともに、様々な連動プロジェクトを一体的に展開する取組等を支援。

## 事業イメージ



## <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を支援する。



# MIPCOM2016における日本コンテンツのPR

- MIPCOMとは、毎年秋フランス・カンヌにおいて開催される世界最大級のコンテンツ見本市。
  - ※ 主催は、リード・ミデム社(仏民間企業)。1985年より開催。ワーナーブラザーズ、FOX、ディスカバリー、ディズニー等の世界のトップメディア企業が参加。
- MIPCOMでは、イベント全体をリードする位置付けとして毎年一カ国が「主賓国」(Country of Honour)となるが、本年、日本が「主賓国」に選定。
  - ※ 過去の主賓国は、2011:ロシア、2012:カナダ、2013:アルゼンチン、2014:メキシコ、2015:トルコ
- 本年は主賓国として、官民一体となったオールジャパンの体制で、各種イベントを実施し、日本のコンテンツ等をPR。

mipcom®

## 1. MIPCOM2016概要

- 日程:2016年10月17日(月)~20日(木) 於 Palais des Festivals(仏国・カンヌ)
- 規模:①参加者:約14,000人、②出展社:約2,000(うち日本からは50社程度)、③パイヤー:約4,900人  
※日本からの参加者は昨年の350人から、500人に増加。
- 主な参加団体: NHK、民間放送局、関連団体(放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ)等)など



## 2. 関連イベント等

### ① Press Breakfast(記者会見)(10/17)

- ・ 総理ビデオメッセージを上映するとともに、総務省から挨拶。

### ② カンファレンス(10/17・18)

- ・ キーノートスピーチ(ソニー株式会社 平井代表執行役社長兼CEO)のほか、日本カンファレンスを開催。

### ③ Japan Plaza(展示)(10/17~20)

- ・ 8Kシアターを展示し、NHKとルーブル美術館の共同制作コンテンツを上映したほか、日本酒・日本茶を提供。8Kシアターには、3日間で約800人が訪問。

### ④ レセプション(10/17)

- ・ VIPルームにて、総理ビデオメッセージを上映するとともに、総務省から挨拶。
- ・ 農林水産省・国税庁と連携し、日本食・日本産酒類を提供。
- ・ 「コールド・ケース~真実の扉~」(WOWOW)及び「精霊の守り人」(NHK)のスクリーニングを実施。
- ・ 精霊の守り人のスクリーニングにあわせ、林遣都氏がレッドカーペット登場。

### ⑤ ジャパンリージョナルパビリオン(10/17~20)

- ・ 日本のローカル局等20社以上が参加するジャパンブースを出展。



総理ビデオメッセージ(於レセプション)



日本カンファレンス



日本食提供(農林水産省との連携)



ジャパンリージョナルパビリオン