

放送コンテンツの海外展開について

平成30年3月19日

総務省 情報流通行政局

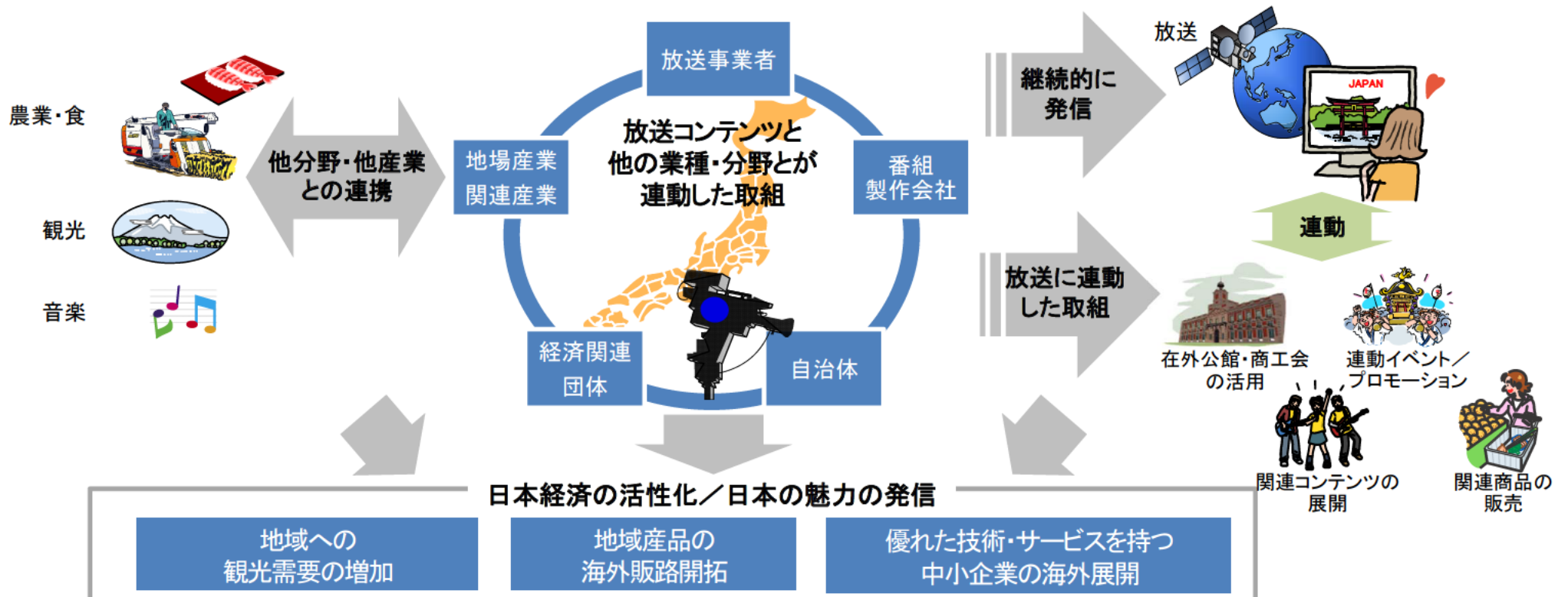
情報通信作品振興課

放送コンテンツの海外展開

<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。

H28	第2次補正予算	放送コンテンツ海外展開基盤総合整備事業	13.4	億円
H29	当初予算	放送コンテンツ海外展開助成事業	2.4	億円
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	当初予算案	放送コンテンツ海外展開強化事業	3.5	億円



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

- 「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、福島の魅力をもつ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)

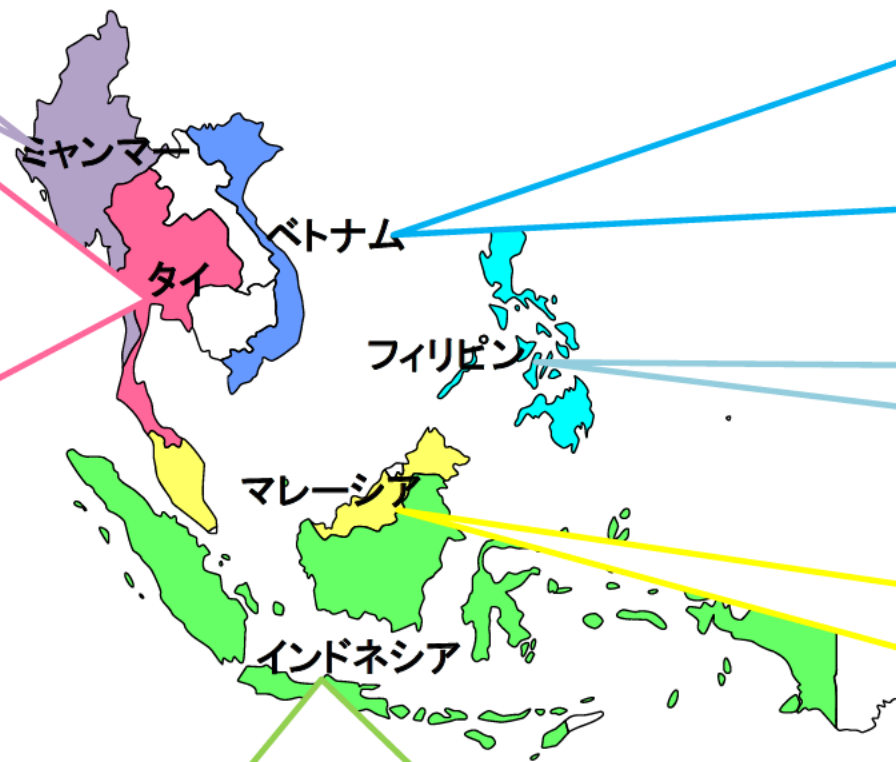
- 日本を代表する料理人監修の下、和食を科学的に分析し、タイの食文化と和える番組。(毎日放送)

- 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)



- 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))

- 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)

- 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)

【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)

【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)

【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)

【インドネシア】

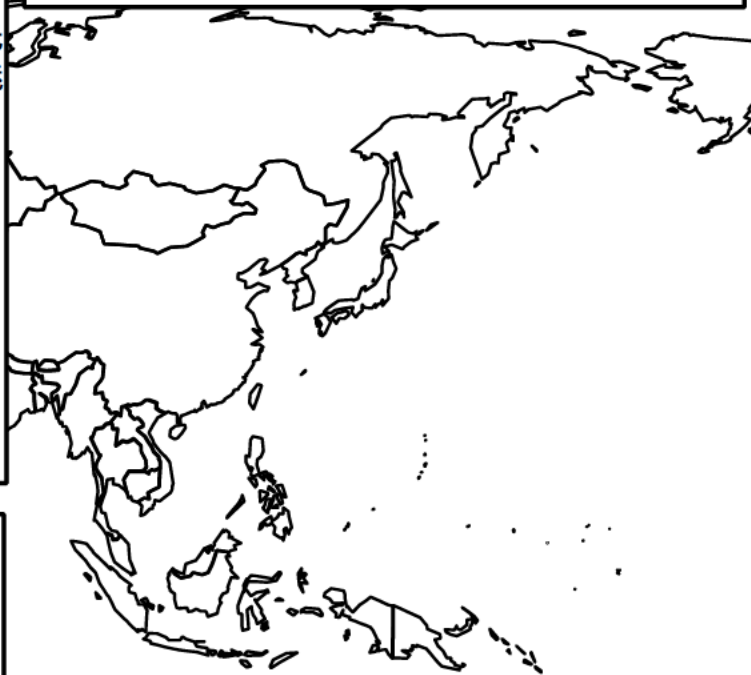
- インドネシア人女優が関東地方の様々な地域へ赴き、ムスリム視点で旅行先としての関東の魅力を紹介。(テレビ神奈川)
- 日本の農業・農産品・食の魅力を発信する番組を共同制作。(東京メトロポリタンテレビジョン)

【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・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)



【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)

【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)

【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)

【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)

【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)

①大規模型

放送コンテンツ海外展開総合強化事業 （平成29年度補正予算）

- 我が国の魅力を発信するコンテンツを制作し、海外において放送するとともに、連動した事業を開催。
- 他分野・他産業、地方公共団体等と幅広く連携し、訪日観光客の増加、地域製品の販路拡大、TPP/日EU・EPAの活用又は平成30年度に予定されている周年事業※に関する情報発信等の促進を図る事業企画を募集

※ 「ジャポニスム2018」、「『ロシアにおける日本年』及び『日本におけるロシア年』」、「明治150年」

- 事業費の一部を国から補助（定額補助を認める場合もある）

【間接補助事業のスケジュール】

2018年3月末～4月初旬 事業の公募開始
4月末～5月初旬 事業の公募締切
6月 事業の交付決定

（参考）直接補助事業のスケジュール

2018年2月16日～3月9日 直接補助事業の公募
3月下旬 直接補助事業の交付決定

②小規模型

放送コンテンツ海外展開強化事業 （平成30年度当初予算（案））

- 我が国の魅力を発信するコンテンツを制作し、海外において放送するとともに、連動した事業を開催。
- 他分野・他産業、地方公共団体等と連携し、訪日観光客の増加、地域製品の販路拡大等の促進を図る事業企画を募集
- 事業費の一部を国から補助（定額補助を認める場合もある）

【間接補助事業のスケジュール】

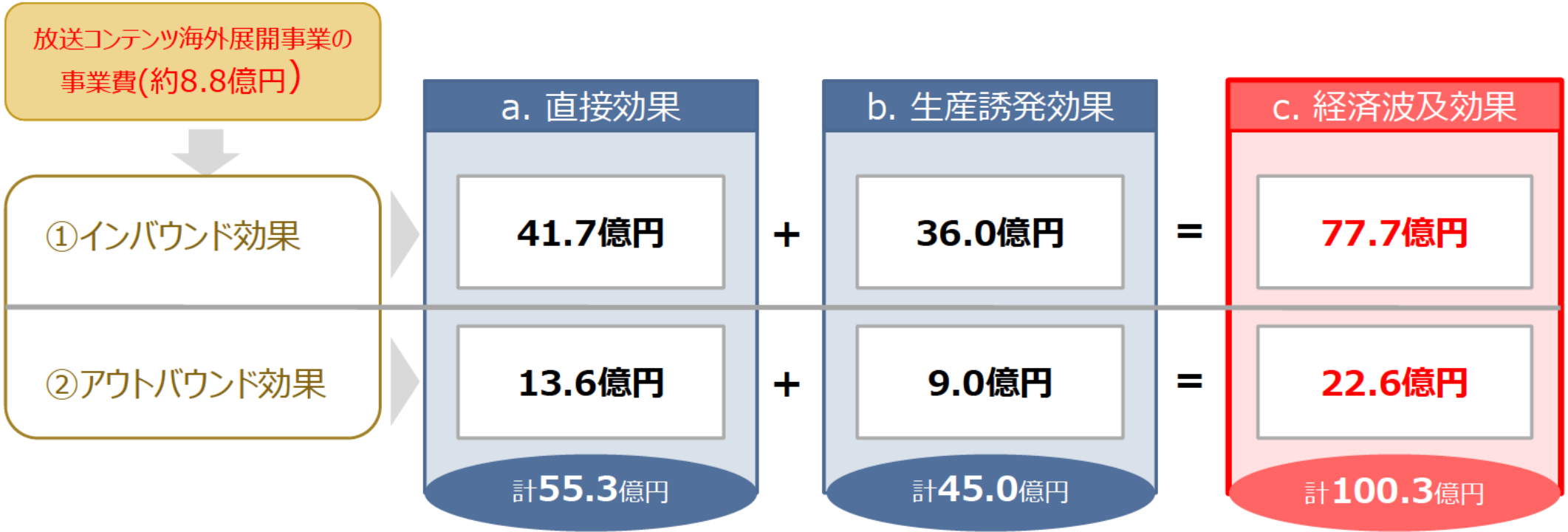
2018年4月～5月 事業の公募開始
5月～6月 事業の公募締切
7月 事業の交付決定

（参考）直接補助事業のスケジュール

2018年3月1日～3月22日 直接補助事業の公募
4月 直接補助事業の交付決定

- ASEAN6か国※を対象とした放送コンテンツ海外展開事業(H27補正事業)を通じてもたらされる経済波及効果は、**総額で100.3億円(直接効果:55.3億円 / 生産誘発効果:45.0億円)**
- 事業費約8.8億円に対し、100.3億円の経済波及効果**(約11.5倍)**

※:インドネシア、タイ、フィリピン、ベトナム、マレーシア、ミャンマー



<注記>

効果の対象

- ①: 放送コンテンツ海外展開事業で制作した番組の放送によって訪日等インバウンドに寄与して関連産業にもたらした経済効果
- ②: 放送コンテンツ海外展開事業で制作した番組の放送によって日本製品の輸出等アウトバウンドに寄与して関連産業にもたらした経済効果

算出方法

- a: 放送コンテンツ海外展開事業で制作した番組の視聴者へのアンケート調査結果及び関連統計に基づき推計
- b: 直接効果を最終需要と捉え、それぞれ内訳の費目の性質に応じて、総務省『H26年度情報通信産業連関表』の対応する産業へ投入し、誘発される生産額(一次波及効果)及び雇用者所得増加に伴う誘発効果(二次波及効果)を推計
- c: a及びbの合計

- 東京ドラマアワード2017※において、日本のドラマを基にリメイクされたトルコのドラマ「マザー」が海外作品特別賞を受賞。リメイク版「マザー」はトルコでの放送のみならず、トルコ経由で海外第三国(26ヶ国)でも放送予定。
※東京ドラマアワード:民放連及びNHKが中心となり、様々な放送関係者が参加する形で、日本のテレビドラマの更なる海外発信を目標に、2008年より開催(2017年で10周年)。日本人として“海外にみせたい”と思う魅力あるドラマ作品を表彰するイベント。
- トルコ及び第三国の新規市場開拓のため、日本の放送局とトルコの放送局・制作会社とのビジネスマッチングの場を設けたもの。

○ 概要

- 日程:2018年3月1日(木)~2日(金)
 - 場所:トルコ・イスタンブール
 - 参加者:
【日本側】政府関係者(総務省、在トルコ日本国大使館、JETRO)、NHK、地上波民間放送事業者(キー局、準キー局等)、衛星放送事業者(スカパーJSAT、WOWOW等)
【トルコ側】政府関係者(ラジオ・テレビ最高評議会(RTUK)、文化観光省、経済省)、放送局、制作会社
- ※事業者数と参加者数(セラー、バイヤーとで重複あり)
日本側:バイヤー 8社(10名)／セラー16社(21名)
トルコ側:バイヤー 20社(33名)／セラー20社(33名)

○ スクリーニング・マッチング

- 日本から、NHK、地上波民間事業者等のセラー16社がドラマのリメイク販売を視野に入れたスクリーニングを実施。「家売るオンナ」、「深夜食堂」、「弱虫ペダル」等の多彩な日本のドラマコンテンツの魅力をアピールした。
- トルコ側は、日本のドラマリメイク権への関心が高い一方、トルコのコンテンツを売り込みたいという意向もあり、双方向でのビジネスマッチングとなった。



RTUK
総裁代理
による挨拶



スクリーニング
冒頭の日本側
からの挨拶



マッチングの様相