

放送コンテンツ海外展開促進機構 (BEAJ) について

平成27年4月

一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構

1. 概要

日本の放送局や権利者団体、大手商社などが中心となり、日本のテレビ番組の海外展開促進を目的として平成25年8月23日に設立。

2. 設立の目的

定款第2条

（前略）我が国の放送コンテンツの市場拡大、放送文化の発展や我が国に対する理解・関心の向上を図り、もって我が国と外国との経済交流の発展や官民一体となってクール・ジャパン戦略やビジット・ジャパン戦略をはじめとする国家戦略に基づく成長の促進に寄与することを目的とする。

3. 構成

<p>理事長</p>	<p>岡 住友商事・相談役</p>
<p>理事社 (16社)</p>	<p>地上放送 NHK、日本テレビ、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビ 衛星放送 スカパーJSAT、WOWOW 権利者団体 日本音楽事業者協会、日本芸能実演家団体協議会、日本レコード協会 関係業界 住友商事、伊藤忠、電通、博報堂、日本民間放送連盟</p>
<p>その他 会員社 (25社)</p>	<p>九州朝日放送(株)、札幌テレビ放送(株)、(株)Jリーグメディアプロモーション、(一社)日本動画協会、東京メトロポリタンテレビジョン(株)、(一社)日本ケーブルテレビ連盟、北海道テレビ放送(株)、朝日放送(株)、(株)三菱総合研究所、(一財)音楽産業・文化振興財団、読賣テレビ放送(株)、関西テレビ放送(株)、(一社)全日本テレビ番組製作社連盟、東海テレビ放送(株)、北海道放送(株)、ワーナー エンターテイメント ジャパン(株)、中京テレビ放送(株)、(一社)日本音楽出版社協会、(株)IMAGICAティーヴィ、日活(株)、(株)CBCテレビ、ディスカバリー・ジャパン(株)、北海道文化放送(株)、NPO法人ジャパン・フィルムコミッション、(一社)日本音楽制作者連盟</p>

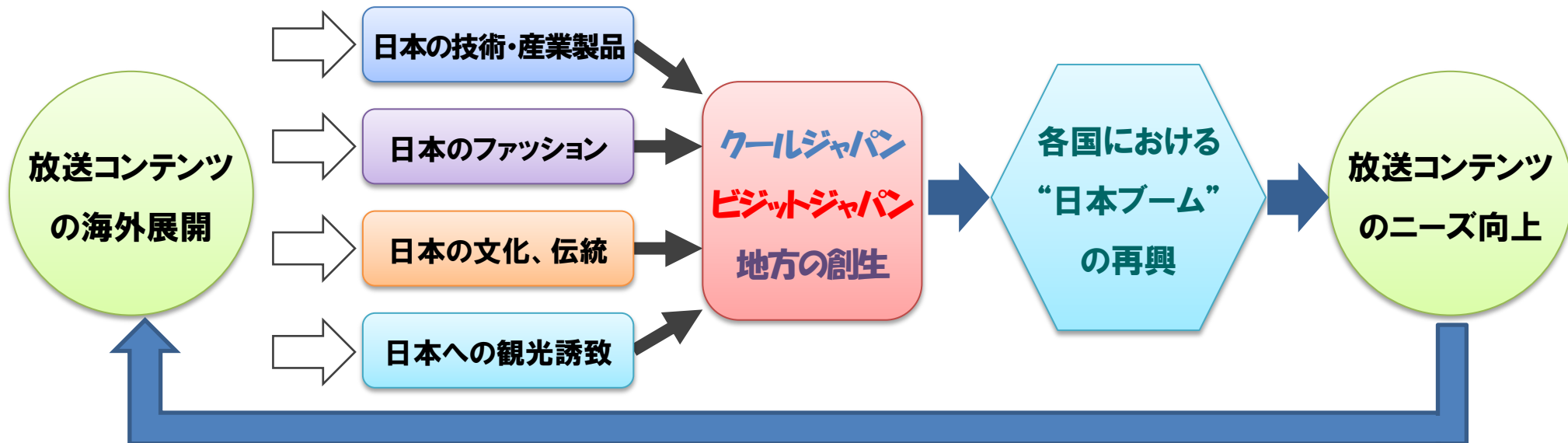
放送コンテンツの海外展開に対して、国の経済的なサポートを受けつつ、日本の放送コンテンツの国際競争力の向上を促進。アジアを中心とする各国での放送枠の大幅拡大を図る。



これにより、日本の技術、産業製品やファッション、文化、伝統、日本語などへの関心を向上させ、「クールジャパン戦略」に貢献するとともに、観光客の誘致への波及効果等を引き出し、「ビジットジャパン戦略」や「地方の創生」にも寄与する。



これにより“日本ブーム”を創出させ、それによって日本の放送コンテンツへのニーズが高まるような『好循環構造』を構築する。



(参考1) 放送コンテンツが地域活性化にもたらす効果

北海道アワー（HTB北海道テレビ放送）

台湾のケーブルテレビ（JET-TV）を通じて、北海道紹介番組「北海道アワー」を台湾など東アジア向けに毎週放送。



観光客 増加

97年の放送開始後、2年間で台湾からの観光客が2倍に増加。10年後には5倍超に増加。

(出典:北海道観光局「北海道観光入込客数調査」)

新千歳空港で外国人観光客に調査したところ、約8割がJET-TVを見て北海道を訪問。

(出典:東アジアメディアプロモーション北海道推進協議会による調査)

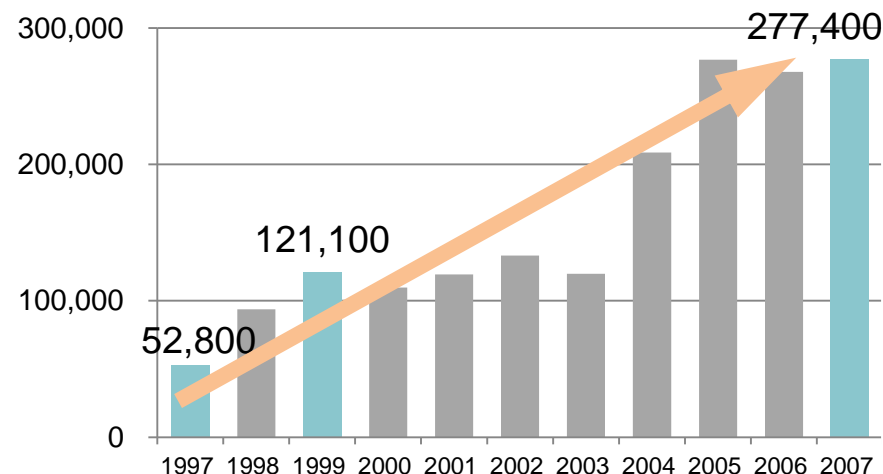
経済効果

北海道の地域経済、特に観光や周辺産業に7,000億円(2.6兆円(H6)→3.3兆円(H17))の経済効果。

これにより、約3万人(推計)の雇用を新たに創出。

(出典:北海道観光局「北海道観光産業経済効果調査」)

台湾からの来道者数



(出典:北海道庁観光局「北海道観光入込客数調査報告書」)

(参考2) NHK大河ドラマの経済効果

放送年	番組名	主な舞台の所在県	経済波及効果 (事前予測)	平均視聴率 (%)
2002	利家とまつ～加賀百万石物語～	石川県	786億円	22.1
2003	武蔵MUSASHI	山口県・福岡県	148億円	16.7
2004	新選組！	京都府	203億円	17.4
2005	義経	山口県	179億円	19.5
2006	功名が辻	高知県	135億円	20.9
2007	風林火山	長野県	109億円	18.7
2008	篤姫	鹿児島県	296億円	24.5
2009	天地人	新潟県	204億円	21.2
2010	龍馬伝	長崎県・高知県	234億円(*)	18.7
2011	江 ～姫たちの戦国～	福井県	162億円	17.7
2012	平清盛	広島県	202億円	12.0

(注) 平均視聴率は関東地区の数字、*は高知県当初分のみ、経済効果は事前予測の数字であり、事後的に公表されたものとは異なる
(出所) 筒井隆志(2013)「コンテンツツーリズムの新たな方向性～地域活性化の手法として～」

(参考3) 韓国政府の取組

アジア通貨経済危機に直面した90年代末より、韓国政府は歴代政権が一貫してコンテンツ産業の育成に注力

■ 韓国のコンテンツ戦略

98 金大中大統領による「文化大統領宣言」

－ 21世紀の国家基幹産業として文化産業を育成するとの宣言を行い、コンテンツ振興策を加速

※コンテンツ振興予算(1999年)を**6倍**に増額
(98年:168億ウォン→99年1,000億ウォン)

03 盧武鉉大統領による「世界文化産業五大強国宣言」

－ 2008年までの市場規模、世界シェア、海外輸出規模等の**数値目標を設定**

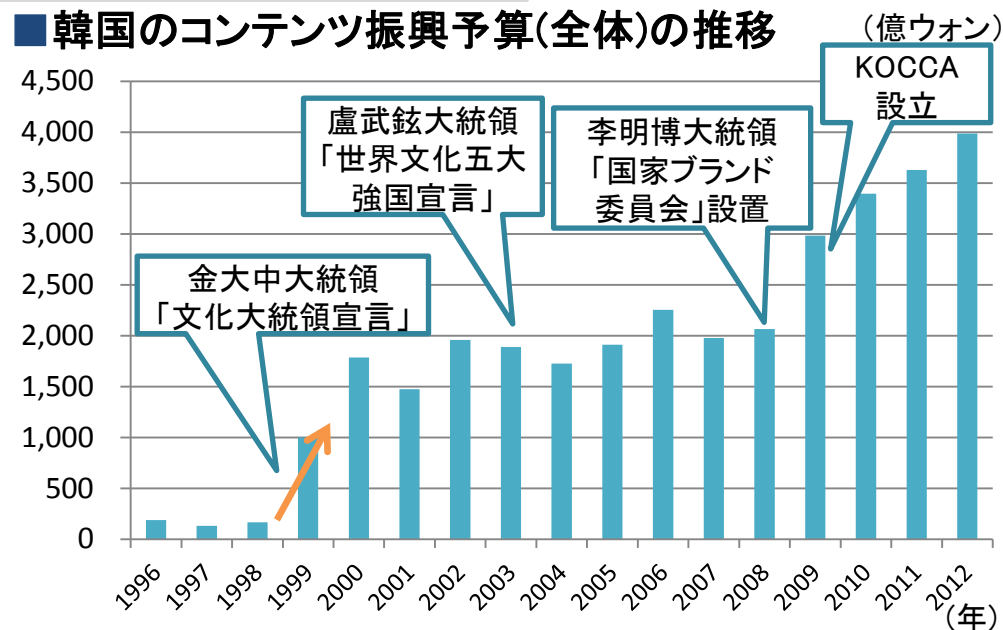
08 李明博大統領による「国家ブランド委員会」設置

－ 韓国の「地位」「イメージ」「国格」を向上させるための大統領直属機関。

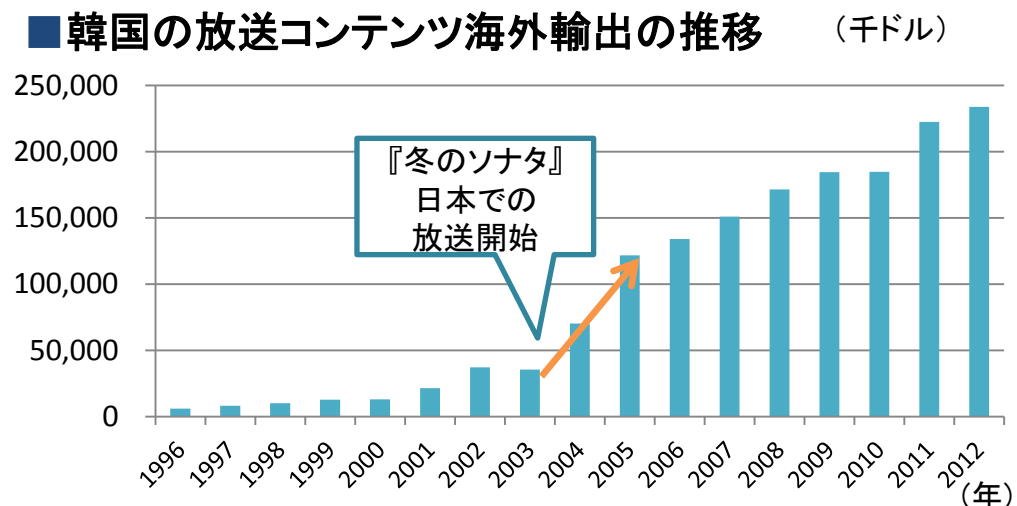
09 コンテンツ振興院 (KOCCA) の設置

－ 各コンテンツ分野に分かれていた5つの独立行政機関を統合し、人材育成事業や海外進出サポート事業等を支援。

■ 韓国のコンテンツ振興予算(全体)の推移



■ 韓国の放送コンテンツ海外輸出の推移



出典: コンテンツ振興予算については韓国文化体育観光部『2012コンテンツ産業白書』、『2005文化産業白書』、コンテンツ海外輸出額の推移については、(2000年以前)文化観光部「放送番組の輸出入統計」(2007年以前)未来想像科学部、放送通信委員会「2013年放送産業実態調査報告書」、(2008年以降)文化体育観光部「2013コンテンツ産業統計」をもとに作成

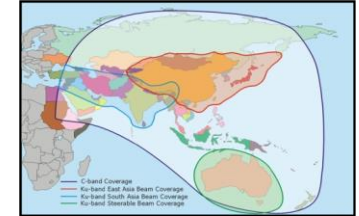
1. 沿革

1991年12月

シンガポール地上波放送にて放送開始。

2007年11月

放送チャンネル『Channel News Asia』の国際放送での配信を開始。
シンガポール地上波放送に加え、アジア・オセアニア・中近東の25カ国/地域48百万世帯に発信中。



【アジア】	香港	【中近東】
シンガポール	台湾	UAE
フィリピン	マカオ	カタール
タイ	モンゴル	【オセアニア】
インドネシア	インド	オーストラリア
ベトナム	スリランカ	パプアニューギニア
カンボジア	バングラデシュ	
マレーシア	パキスタン	
ブルネイ	ネパール	
ミャンマー	ブータン	
中国	モルジブ	

2. ビジネスモデル

住友商事が放送枠を買取り、現地日系企業を中心にスポンサーを確保。
番組は日本の民放キー局等から調達した既存のテレビ番組を放送している。

3. 現状

- ・番組内容：日本の各地の観光名所、名物料理などを紹介（現在はテレビ東京制作の「土曜スペシャル」を放送）
※ガイドブックには無い観光地が紹介されシンガポール人視聴者に好評を得ている。
※リーシェンロン首相が当番組で紹介された北海道登別温泉を家族旅行で訪問(07年訪日時のコメント)

- ・スポンサー企業9社(日系企業)

ANA、SMBC、MSIG、BEST電器、ダイキン、カルビー、JTB、ヤクルト、パイロットペン(14年実績)

- ・放送時間帯(計3回放送)

初回放送	土曜	19:30-20:30
再放送	土曜	23:30-24:30
	日曜	13:00-14:00

- ・月間接触率 total(延べ接触率)： 11~12%



《参考》訪日シンガポール人数の推移

年	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
人数	76,688	76,896	90,001	94,161	115,870	151,860	167,894	145,224	180,960	111,354	142,201

<①ASEAN主要国における日本コンテンツの継続的放送>

- ASEAN主要国で地上波等の効果的なメディアで放送枠を確保し、魅力ある日本の放送コンテンツを継続的に放送。
- 当面のターゲットとして、ASEAN6か国(フィリピン、インドネシア、マレーシア、タイ、ベトナム、ミャンマー)を重点的に諸活動を展開

<②官民連携オールジャパン・ワンチーム体制の構築>

- 国家予算も最大限活用しつつ、官民連携オールジャパン・ワンチーム体制で取り組む

<③他の関係機関との積極的連携>

<連携の例>

- クールジャパン機構との間で業務連携に関する覚書を締結(2014年3月24日)
- 日本政府観光局(JNTO)や日本貿易振興機構(JETRO)との協力
(取材地の選定協力、連携イベントの実施 等)

地上波テレビ放送枠を活用したコンテンツの発信

○BEAJ協力の下、ASEAN6か国において以下の10のプロジェクトを採択。

対象国	担当社	概要
フィリピン	フジテレビジョン 住友商事	現地有名タレントを起用した人気情報番組中に日本紹介枠を継続的に放送 (新規製作)
マレーシア	東京放送ホールディングス	アジア3カ国の人気タレントが日本文化を体験する情報番組(新規製作)
	日本テレビ放送網 住友商事	現地有名タレントが日本国内を旅する鉄道紀行番組(新規製作)
インドネシア	電通(テレビ東京ホールディングスほか地方民放各局)	地方民放各局と連携してアジアの人気タレントが日本各地を紹介する旅・情報番組(新規製作)
タイ	伊藤忠商事	日本ポップカルチャーをテーマとした情報番組(新規製作)
	日本音楽事業者協会	アニメソングによるクールジャパン・ビジットジャパンを効果的にアピールする番組 (新規製作)
	テレビ朝日 (博報堂DYMP)	タイの若者から見た日本の魅力をオムニバス形式で紹介する番組(新規製作)
ベトナム	TBSテレビ(電通)	「ジャパンドラマアワー」として、現地の有力地上波局にて日本放送局の有名ドラマをまとめて継続的に放送
ミャンマー	日本国際放送 (NHKグループ)	地方局と連携し、コンテンツを継続的に放送
	伊藤忠商事(民放各局)	日本放送局の有名コンテンツを継続的に放送

フィリピンに対する官民合同ミッション

○日時:

平成26年1月13日(月)～14日(火)

○概要:

- 新藤総務大臣(当時)のフィリピン訪問にあわせて派遣された「地デジ・ICT分野の官民合同ミッション」の一環として実施。
- 日本側からは、放送局やベンダー等の幹部が同行し、先方の主要地上波放送局2社(ABS-CBN、GMA)幹部への表敬訪問及びラウンドテーブルを開催。



エクアドル地デジセミナーにおけるコンテンツブース

○日時:

平成26年4月28日(月)～29日(火)

○場所:エクアドル

○概要

- 上川総務副大臣(当時)のエクアドル訪問にあわせて開催された地デジ国際ビジネスセミナーにおいて、日本の放送コンテンツを紹介するブースを出展。



コスタリカ地デジセミナーにおける コンテンツブース

- 日時:平成26年9月10日(水)
- 場所:コスタリカ
- 概要
 - ・中南米地域での地デジ分野への協力強化のため、地デジフォーラムを開催。
 - ・日本の放送コンテンツを展示するコンテンツブースも設置され、ソリス大統領、ルイス通信次官等も来場。



日本の放送コンテンツ
の展示



ソリス大統領(左)、
ルイス通信次官(右)
展示視察

タイにおける 「 J Series Festival 」

- 日時:
平成26年11月15日(土)
- 場所:タイ・バンコク
- 概要
 - ・日本のドラマ出演者やミュージシャン、アニソン歌手、タイの有名タレント等が参加する日本コンテンツのPRイベントを実施。
 - ・観光庁・JNTOが主催する観光イベントや、ジェトロ・音楽業界団体が主催する音楽イベントも同時期・同一場所で開催し、「放送コンテンツ」「観光」「音楽」のプロモーションとも連携。



日越ICTフォーラムにおける コンテンツブース

- 日時:平成27年1月15日(木)
- 場所:ベトナム・ハノイ
- 概要
 - ・西銘総務副大臣のベトナム訪問にあわせて開催された日越ICTフォーラムにおいて、4Kを含む日本の放送コンテンツを紹介するブースを出展。



マレーシアにおける 放送コンテンツイベント

- 日時:平成27年3月9日(月)
- 場所:マレーシア・クアラルンプール
- 概要
 - ・マレーシアにおいて、日本とマレーシアの共同製作番組(※)の紹介を目的とする放送コンテンツイベントを開催。
 - ※「Find the WASABI」や「Welcome to the Railworld」等
 - ・共同製作番組の上映や4Kを含む放送コンテンツの展示とともに、伊勢丹で実施した番組関連イベントについて紹介。



共同製作番組の上映



展示内容の説明模様