

放送番組の海外展開から、
日本の製品・サービスの
ビジネス普及拡大へ

一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構

BEAJ
Broadcast Program
Export Association of Japan

ビジネスと連動した 放送番組の海外発信と今後の展開

一般社団法人
放送コンテンツ海外展開促進機構

理事 運営委員長 重村 一

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2013年8月23日に設立。

2.目的

クールジャパン、ビジットジャパンに放送コンテンツを通じて寄与する。

3.構成

理 事 長	岡 住友商事・相談役 (放送コンテンツ流通の促進方策に関する検討会 座長)
理 事 社	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J SAT、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、伊藤忠商事、電通、博報堂、日本民間放送連盟

放送コンテンツの海外展開



日本の観光地・文化・産業・商品を知ってもらう



経済波及効果

物が動く

人が動く

ビジネスチャンスの拡大

アジア各国でも視聴率競争は厳しい

海外局の時間枠
確保

+

現地の
ニーズ

まだ知られ
ざる魅力

相手国との
共同制作

- ・ 現地人気タレントの起用
- ・ 相手国×日本の合同クルー
- ・ 現地語での番組進行

経済波及効果が沸き起こせるか？

POINT

放送業界×異業種との体制づくり

Logistic

Distribution

Retail

Supply chain

→ 現地の店舗・Eコマースで購入できる

平成25年度補正予算事業の採択案件一覧（大規模型10件）

■ 「地上波テレビジョンを活用した放送コンテンツの海外展開に関するモデル事業」では、フィリピン、マレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム、ミャンマーの6カ国において10のモデル事業を実施し、526話・20,651分の放送が実施された。

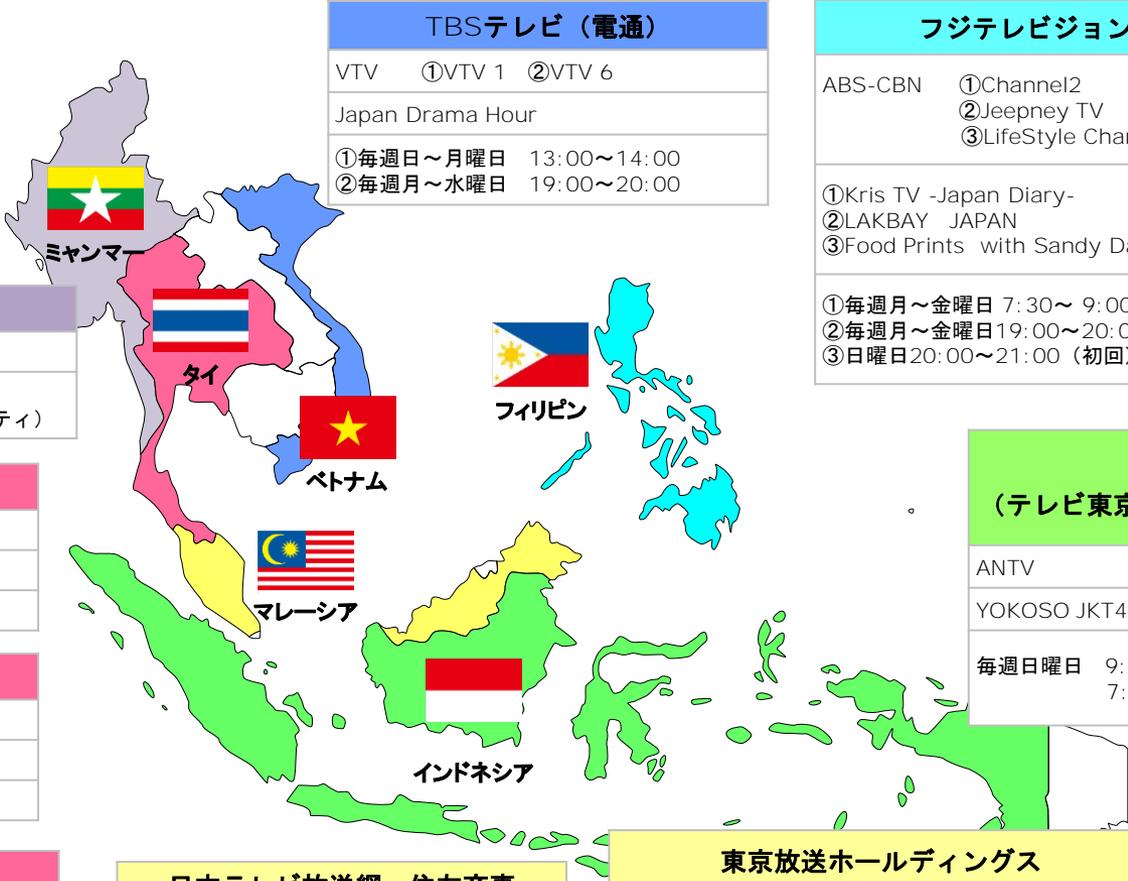
日本国際放送	
MNTV	
Japan hour	
毎週火、木曜日	19:20~19:50

伊藤忠商事	
MRTV-4	
毎週土、日曜日	17:00~18:00 (ドラマ)
毎週月~金曜日	22:30~23:00 (バラエティ)

日本音楽事業者協会	
Workpoint Creative TV : Channel23	
ANISONG NIPPON	
毎週日曜日	8:30~9:00

テレビ朝日 (博報堂DYMP)	
MCOT : Channel 9	
Doki Doki Japan!!	
毎週土曜日	16:00~16:30

伊藤忠商事	
BBTV : Channel 7	
BEAUTY VERSUS สวยสั่งได้	
毎週土曜日	11:45~12:00



TBSテレビ (電通)	
VTV	①VTV 1 ②VTV 6
Japan Drama Hour	
①毎週日~月曜日	13:00~14:00
②毎週月~水曜日	19:00~20:00

フジテレビジョン・住友商事	
ABS-CBN	①Channel2 ②Jeepney TV ③LifeStyle Channel
①Kris TV -Japan Diary-	
②LAKBAY JAPAN	
③Food Prints with Sandy Daza- Sake Special	
①毎週月~金曜日	7:30~9:00
②毎週月~金曜日	19:00~20:00等
③日曜日	20:00~21:00 (初回)

電通 (テレビ東京、ほか地方民放局)	
ANTV	
YOKOSO JKT48	
毎週日曜日	9:00~9:30 (#01-09) 7:30~8:00 (#10-13)

日本テレビ放送網・住友商事	
Media Prima : 8TV	
Welcome To The Railworld JAPAN	
毎週木曜日	21:30~22:00

東京放送ホールディングス	
Media Prima : NTV7	
Find the WASABI! -NORIKA's HUNTERS-	
毎週金曜日	22:00~22:30
(毎週月曜日	7:30~8:00 (Season1再放送))

一段目：担当社（色は対象国）
二段目：放送局
三段目：番組名
四段目：放送枠

日本テレビ・住友商事@マレーシア (Media Prima)

日本の新幹線の素晴らしさを体験・紹介

POINT

1. 魅力的な地方にスポットを当てる

2. 地方局の参加・協力

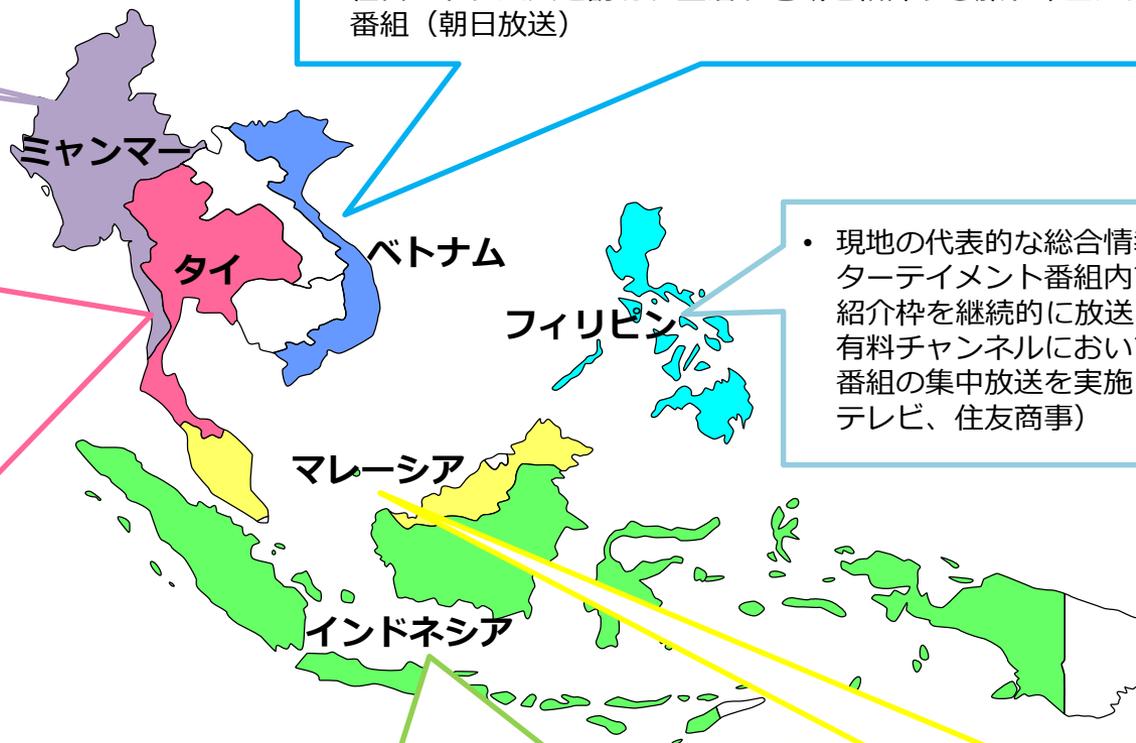
3. アジアの局×日本の局と一緒に番組を作る

平成26年度補正予算事業の採択案件一覧（大規模型 13件）

- NHK・民放地方局等の番組に解説を加え、帯番組として継続的に放送（日本国際放送）

- 地方系列局の番組を活用し、地域情報を発信するドキュメンタリー番組（TBSテレビ）
- 在日ベトナム人を訪ね、生活や地域を紹介する旅ドキュメンタリー番組（朝日放送）

- 日本の美容法・メイク法や、美容目線で日本を紹介するバラエティ番組（伊藤忠商事）
- 東北6県の協力でグルメ、温泉などを紹介し、復興支援に繋げる旅番組（テレビ朝日（博報堂DYメディアパートナーズ））
- 情報ワイド番組内で日本紹介コーナーを継続的に放送（東京放送ホールディングス）
- 北海道5局の民放局等が連携し、道内6圏域を紹介する旅・情報番組（HARP）
- 日本の文化風習、及び地域の名所や産品などを紹介するクイズ番組（日活）
- ローカル局5局がタイで人気の「日本生まれ」の商品等の秘密を紹介する情報バラエティ番組（未来のテレビを考える会）



- 現地の代表的な総合情報エンターテインメント番組内で日本紹介枠を継続的に放送。また、有料チャンネルにおいて日本番組の集中放送を実施（フジテレビ、住友商事）

- 地方民放各局と連携し、日本の魅力を紹介する旅・情報番組。（電通（テレビ東京他地方民放各局））

- 現地の人気番組フォーマットを活用したグルメ紀行番組。（日本テレビ）
- J-POPソングのふるさとをマレーシア人気歌手が探訪する音楽情報番組（音事協）

- タイ-青森観光が企画され、チャーター便が就航。
280人のツアーが実現。
(テレビ朝日・博報堂DYMP@タイ)
- 放送内でハウステンボスを紹介。
タイでの入場前売り券販売枚数が前年比140%に。
(TBSホールディングス@タイ)
- 番組で募集のツアーに120名の定員を超える応募。
(朝日放送@ベトナム)

ASEAN6か国※を対象としたモデル事業(H25補正事業)を通じてもたらされる
 経済波及効果は総額で**93.3億円(直接効果:50.7億円/生産誘発効果:42.6億円)**

※:フィリピン、マレーシア、タイ、インドネシア、ベトナム、ミャンマー



<注記>

- 効果の対象
- ①: モデル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: モデル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: 次頁参照
 - 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『H25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

平成27年度補正予算事業の採択案件一覧（大規模型 15件）

<ミャンマー>

- 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））

<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）

<ベトナム>

- 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DYMP（および日本テレビ系ローカル局））
- 在日ベトナム人の元を訪ね、その暮らしと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文化型情報番組（杉友）

<タイ>

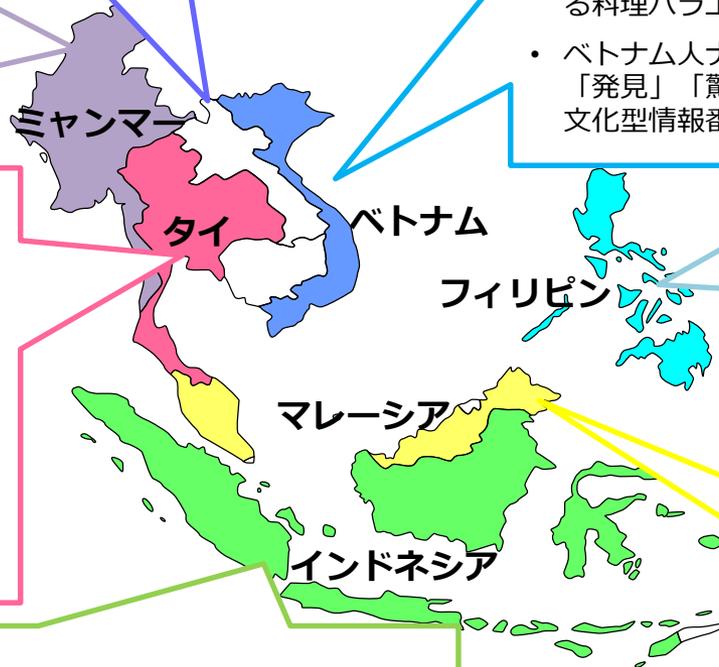
- タイからの家族旅行を促進するファミリー紀行番組。着ぐるみの体当たりロケやアニメを交え、観光地、玩具、グルメやスイーツ等を紹介（東京放送ホールディングス/博報堂DYMP）
- 日本の食材を用いた料理を披露するフードバラエティ番組（日活）
- ローカル局と連携し、各地の観光スポットや地域産品などを紹介する番組（未来のテレビを考える会）

<インドネシア>

- JKT48が九州を中心に日本の地方の魅力を紹介する番組、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MX/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（ワグワグジャパン）

<インドネシア/タイ/ミャンマー/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株式会社）



<フィリピン>

- 現地の代表的な総合情報エンターテイメント番組内で日本のファッション、グルメ、テクノロジーなどを紹介する番組（フジテレビジョン）

<マレーシア>

- 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/住友商事）

NHK「いないいないばあっ！」の
番組フォーマットを活用。

- 高い水準にある、日本の幼児教育番組をアピール。
- NHKがベトナム国営放送を指導し共同制作。
- 幼児期から日本に親近感を持ってもらう。

大学のある街を紹介 留学の不安感を一掃

- 少子化により、大学の生徒数減少。
- 留学生受け入れに熱心な、特に地方の大学にスポットを当てる。
- 近辺の観光地・企業・エンターテインメントスポットを紹介。

海外での日本コンテンツ紹介イベント

- ⑩ 日ASEANテレビ祭（2015年9月@マレーシア）
- ⑩ MIPCOM 2016 Country of Honour
（2016年10月17～20日@カンヌ）

展示見本市でのローカル局パビリオン運営協力

- ⑩ 2015年10月 MIPCOM 2015（フランス・カンヌ）
- ⑩ 2015年12月 ATF 2015（シンガポール）