

「映像コンテンツを活用した地域情報発信」調査事業  
コンテンツ制作・発信者(ローカル局等) 公募実施方針  
【10月22日時点版】

現時点で想定している実施内容等を方針として以下に示すが、募集(11月中～下旬頃を予定)の際に変更となりうるため、申請時の公募要領を確認すること。

## 1 コンテンツ制作・発信者の実施内容

### (1) 映像コンテンツ企画の提案

- 応募者が所在する地域(全国 11 地域<sup>1</sup>)で選定された情報発信主体の「発信ニーズ説明資料」(事務局HPにて掲載)を踏まえ、情報発信先の関心が高まる映像コンテンツ企画を提案する。  
(応募者が所在する地域以外の企画提案は不可とする)
- コンテンツ制作・発信者は、「発信ニーズ説明資料」をもとに対象とする観光資源・産品を選び、情報発信先の関心を高めることができる映像コンテンツ企画を提案する。
- 映像コンテンツ企画とは、制作する映像コンテンツの内容等に加え、情報発信方法(発信媒体、発信期間等)、体制、効果検証内容などの情報、発信先のメディア環境を踏まえた訴求力を高める工夫を含む。

### (2) 一次審査(書面審査)

- 映像コンテンツ企画について、公募要領に示す要件の審査及び有識者評価を行う。
- 審査及び評価の結果、要件を満たし映像コンテンツ企画として上位と判断された映像コンテンツ企画を二次審査(ピッチングコンテスト)の企画として選定する。

### (3) 二次審査(ピッチングコンテスト)

- 二次審査の企画として選定された企画の応募者は、ピッチングコンテストに参加し、「ピッチング用プレゼン資料(絵コンテ等制作する映像コンテンツの内容がわかるものを含む)」に基づきプレゼンする。
- ピッチングコンテストは、応募者から情報発信主体及び有識者への説明(10分程度)及び質疑応答(10分程度)をオンラインで実施する。
- 応募者は、情報発信主体及び有識者によって選定され、内示をうける。

---

<sup>1</sup> 北海道:北海道 / 東北:青森・岩手・宮城・秋田・山形・福島 / 関東:茨城・栃木・群馬・埼玉・千葉・東京・神奈川・山梨 / 信越:新潟・長野 / 北陸:富山・石川・福井 / 東海:岐阜・静岡・愛知・三重 / 近畿:滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山 / 中国:鳥取・島根・岡山・広島・山口 / 四国:徳島・香川・愛媛・高知 / 九州:福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島 / 沖縄:沖縄

#### (4) 企画の採択、事務局との契約

- 選定されたコンテンツ制作・発信者候補(応募者)は、情報発信主体と企画調整を行う。
- 一定の期間内での企画調整が不調となった場合、情報発信主体はコンテンツ制作・発信者候補の再選定について事務局と検討・調整する。
- 企画調整後、事務局での確認等を経て採択するコンテンツ制作・発信者及び映像コンテンツ企画を決定する。
- コンテンツ制作・発信にかかる費用は、事務局とコンテンツ制作・発信者間で締結する契約によって負担する。

#### (5) 映像コンテンツ制作・発信

- コンテンツ制作・発信者は、マッチングした情報発信主体と協力し、(4)で採択された映像コンテンツ企画に沿って映像コンテンツを制作・発信する。
- コンテンツ制作・発信者は、映像コンテンツの本編と短編の双方を制作する。  
本編は取り上げた観光資源・産品について詳細な説明を行う内容とし、短編は視聴者の興味・関心を惹く内容とすることを意図した構成とする。

##### <本編>

- 映像の長さは合計で 15 分以上とし、映像1本の最低の長さを原則 5 分とする。

例①:海外放送局の 30 分番組用として 23 分程度の映像×1本

例②:5 分のミニ番組×3本 等

##### <短編>

- SNS 等での展開、番組宣伝用として 15 秒~2 分程度の映像(本編の本数や展開先の数等に応じて複数制作)

- コンテンツ制作・発信者は、情報発信主体から映像コンテンツ制作・発信に関する期待やニーズを聞き取るとともに情報発信先のコンテンツ視聴の動向を把握し、関心が高まるよう工夫しながら映像コンテンツの制作・発信をする。
- コンテンツ制作・発信者は、映像コンテンツ制作・発信に関して情報発信主体に依頼が必要な事項(映像コンテンツの内容確認依頼や、撮影用サンプルや撮影場所の提案・確保依頼、イベントや SNS での発信への協力依頼 など)が発生した場合は、遅滞なく情報発信主体に相談・依頼する。
- 映像コンテンツ制作・発信の状況について事務局の求めに応じて進捗や取組内容を報告する。重要な変更(例えば、発信先・尺・題材・演出等)がある場合、情報発信主体と合意のうえ、速やかに事務局に報告し、承認を得る。
- 取組み内容について、有識者等よりアドバイスを受ける場合がある。

#### (6) 効果検証の実施及び協力

- コンテンツ制作・発信者は、自身が制作・発信した映像コンテンツの効果を検証するとともに、事務局が実施する効果検証に協力する。

- コンテンツ制作・発信者は、映像コンテンツのリーチ(視聴率や視聴者数、再生数等の指標)を取得し、事務局の求める形式にて提出する。
- 事務局は、コンテンツ制作・発信者の制作した映像を事業共通の SNS ページに掲載し再生傾向を分析する予定である。コンテンツ制作・発信者はこの調査に協力(映像コンテンツの提供・必要な権利処理含む)する。

## 2 コンテンツ制作・発信者の要件

### (1) 体制

- 法人であること(個人での申請は不可)。
- マッチングを希望する情報発信主体と同一の地域に拠点を置いていること(本社か否かは問わない)。

### (2) 映像コンテンツ制作

- 新たに撮影・編集した映像コンテンツを制作すること(既存番組を素材として再編集することは可とするが編集を加えない既存番組は認めない(ローカライズのみも不可))。
- 映像コンテンツは放送・動画配信の双方での活用を前提にしたマルチユースコンテンツとし、放送・動画配信でのいずれでもそのまま利用可能なものを制作すること。
- 制作した映像コンテンツが以下に抵触しないこと。
  - 展開国の法令などに合わせてふさわしくないコンテンツ及びこれに準じるもの(例:飲酒シーン等)。
  - 成人向けコンテンツ(日本国内では成人向けコンテンツとされていなくても、展開国の基準により成人向けコンテンツ とされるものも含む)。
  - 政治的、宗教的宣伝意図を有するコンテンツ及びこれに準じるもの。
  - 特定の政治的、宗教的立場を誹謗中傷するコンテンツ及びこれに準じるもの。

### (3) 情報発信

- 情報発信されたことが客観的に証明可能な媒体で情報発信すること。
- 展開先の国・地域におけるメディアの状況・特性を踏まえ、展開先の国・地域で視聴できる放送、動画配信(※)を媒体として使用し、映像コンテンツを露出するため SNS 等を効果的に組み合わせた情報発信をすること。
 

(※)放送のみ、動画配信のみ、放送+動画配信のいずれも可とする。ただし、動画配信のみの場合、YouTube 等のユーザ投稿型動画共有サービスは不可とする。
- マッチングを希望する情報発信主体が PR したいと考えている国・地域に対する情報発信であること。

### 3 その他

現時点で想定する評価のポイントは以下のとおり。

- 情報発信主体が海外に PR したい観光資源・産品を魅力的に見せる工夫
- 情報発信主体が展開したい国・地域のニーズ等を十分に理解した映像コンテンツ
- 展開先の情報発信媒体が発信体制の構築に協力している企画
- より信頼性が高く広いリーチが期待できる情報発信媒体
- より多くの露出をするための効果的なプロモーション手法(WEB、SNS 等)
- 企画の実現可能性、事業実施スキームの具体性
- 情報発信主体の地域・産業における持続的な取組を視野に入れた提案

持続的な取組を視野に入れた提案とは、次年度以降、地域で自立した海外展開が行えるような仕組みや参画事業者の役割、また今後の計画が明確である提案を指す。

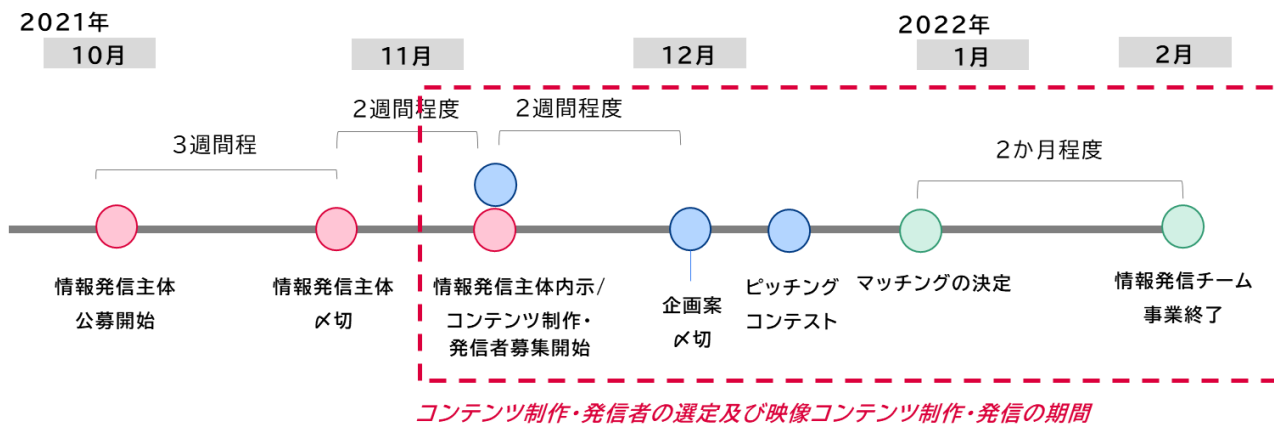
- 地上波放送事業者の場合、情報発信主体の所在地(近接エリアを含む)の映像制作者(ケーブルテレビ、WebTV、地域の制作会社、映像制作関係者等)の参画
- 適切な映像コンテンツ制作コスト、コスト管理等  
(映像コンテンツ制作費用や発信先での放送、動画配信に伴う費用等が合理的、効率的に計上されていること 等)

以下について留意すること。

- 第三者の権利を侵害しないよう、コンテンツ制作・発信者は映像コンテンツに関わる著作権等の知的財産権の権利処理を行う。
- 本事業で新規に制作・編集した映像コンテンツの著作権(著作権法第 27 条及び 28 条に定める権利を含めてすべての著作権)は、最終的には総務省に帰属する。ただし、本事業終了後も、総務省と協議のうえ情報発信主体及びコンテンツ制作・発信者による活用は可能である。
- 本事業で新規に制作・編集した映像コンテンツに自社または第三者が従来権利を有する著作物(以下、「既存著作物」)が含まれている場合は、総務省に対し一切の使用許諾を行うこと。第三者の既存著作物について、当該著作物の使用に必要な費用の負担及び使用許諾契約に係わる一切の手続きを行うこと。なお、この場合については、コンテンツ制作・発信者は当該契約等の内容について事前に総務省の承認を得ることとし、総務省は第三者の既存著作物について当該許諾条件の範囲内で使用する。

## 4 本事業のフロー

現時点で想定する本事業のフローを図 1 に示す。



### 凡例:

- 情報発信主体の選定に係る事項
- コンテンツ制作・発信者の選定に係る事項
- 情報発信主体とコンテンツ制作者のチーム(情報発信チーム)に係る事項

※図中の企画案とは、映像コンテンツ企画のことを表す。

図 1 選定のフロー