

「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) 公募要領

<公募実施方針【10月22日時点版】からの主な変更箇所>

- 公募実施方針の内容を単に詳細化・具体化した部分については、水色でマーキングしている。
- 公募・採択・契約に伴う具体的な手続き等について、以下の項目を追加している。
 1. 「4 評価項目と基準コンテンツ制作・発信者の募集(4)申請方法」(p.9)
 2. 「5 留意事項 ■契約」「5 留意事項 ■契約金額」(p.10)
- 公募実施方針の内容からの大きな変更は以下である。
 1. 情報発信先として提案する国・地域
 - 情報発信の要件として、情報発信主体の希望する国・地域が多岐に渡る場合等においては、理由を明らかにしたうえで、情報発信主体の希望と一致しない提案も可とすることとした。(p.7)
 - ただし、原則一致していることが望ましいため、情報発信先の国・地域が情報発信主体の希望と一致するかを評価項目とした。(p.8)
 2. 制作する映像コンテンツ
 - 新たに撮影・編集した映像コンテンツを制作することを要件とした。(p.6)
 - 制作する映像コンテンツの長さが原則(本編5分以上)から外れる場合も、原則から外れる理由を提案時点で明らかにし、マッチング後に情報発信主体と協議し、合意すれば可とすることとした。(p.6)

1 本事業の目的

本事業では、地域情報発信拡大の課題と海外での情報発信の環境の変化を踏まえ、自治体・地場産業等の情報発信主体とローカル局等のコンテンツ制作・発信者のマッチングを通じた映像コンテンツ制作・発信の調査を実施する。

総務省では、地域経済の活性化やソフトパワーの強化に貢献する観点から、放送コンテンツの海外展開を推進している。「成長戦略フォローアップ」(令和2年7月17日閣議決定)、「知的財産推進計画 2020」(令和2年5月27日知的財産戦略本部決定)等の政府戦略においても、積極的推進等を図ることとされている。

これまでの放送コンテンツの海外展開における補助事業等の取組により、ローカル局等を主体とした海外の放送局等の連携(共同制作)が進展し、地域情報発信の有効なチャンネルとして確立されつつあるが、これを自治体・地場産業が主体的に活用するには、

- ① ローカル局等が主導する取組のため、自治体・地場産業から働きかけるにはコネクション・ノウハウが必要
 - ② 「放送番組」として取り上げるには、一定の規模・内容を構成できる題材であることが必要
- といった障壁も存在し、更なる地域情報発信拡大の課題となっている。

他方、海外においても、スマホ等の普及により、放送番組だけではなく SNS 等での動画配信等が情報発信

手段として拡大しており、近年、海外放送局も積極的に活用するなど、海外での情報発信の環境は大きく変化している。

本事業は、情報発信主体とコンテンツ制作・発信者のマッチングを通じた映像コンテンツ制作・発信の有効性と効果的な情報発信手法を検証することを目的として実施する。

2 全体概要

本事業において、株式会社三菱総合研究所(以下、事務局)は、自治体・地場産業等(以下、情報発信主体)を主体とする映像コンテンツ制作・発信の調査を実施する。具体的には、以下のステップを通じた情報発信主体とコンテンツ制作・発信者のマッチング及び映像制作・発信と企画のブラッシュアップを行う。

- ① 地域別に、より高度な地域への誘客・産品展開のステップアップを図る情報発信主体を選定する。
- ② 情報発信主体のニーズをくみ取り、情報発信先の関心が高まる企画を提案することができるローカル局等(以下、コンテンツ制作・発信者)を選定する。
- ③ 情報発信主体、コンテンツ制作・発信者が協働し、映像コンテンツ制作・発信を行う。制作・発信の過程では必要に応じて有識者からアドバイスをうけ、企画のブラッシュアップを行う。

本事業の全体像と、本公募要領の公募範囲を図 1 に示す。本公募要領はステップ②「コンテンツ制作・発信者選定」の公募を対象範囲とする。

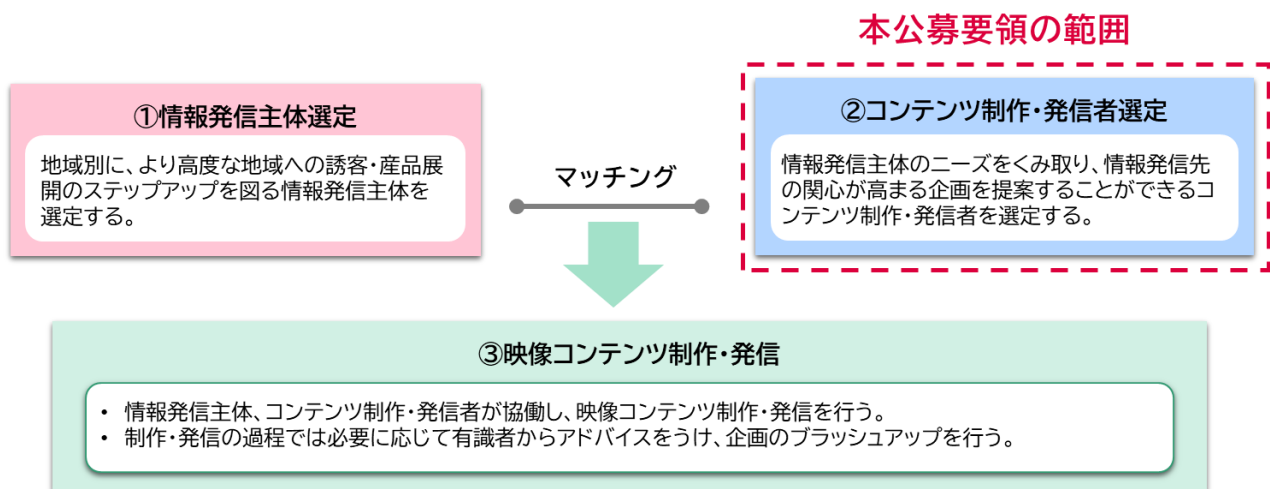


図 1 本事業の全体像と本公募要領で公募する範囲

3 コンテンツ制作・発信者の実施内容

本事業において、コンテンツ制作・発信者は以下の(ア)～(オ)を実施し、その結果を報告書として取りまとめ事務局に提出する。

表 1 情報発信主体の実施事項

実施事項	実施内容	実施時期
(ア) 映像コンテンツ 企画の提案	<p><概要> 地域¹別の情報発信主体の「発信ニーズ説明資料」(https://www.mri.co.jp/news/public_offering/20211022.html)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。</p> <p><詳細></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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、実現可能性の根拠(交渉熟度を含む)、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。 	<p>2021年 11月12日 ～26日</p>
(イ) ピッチングコンテストへの参加	<p><概要> 一次審査の結果、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。</p> <p><詳細></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 地域別に二次審査の企画として選定された応募者によるピッチングコンテストを実施する。 ● 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。 ● ピッチングコンテストの時期は12月6～10日を想定している。応募者の中で必ず1名以上が参加できるよう日程を調整すること。なお、ピッチングコンテストはMicrosoft Teamsを用いたオンライン会議で実施する。コンテスト参加のための環境は各応募者で用意すること。 ● 応募者は、情報発信主体及び有識者等によって選定され、内示をうける。(12月中旬予定) 	<p>2021年 12月6～ 10日 (予定)</p>
(ウ) 企画の採択、 事務局との契約	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 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。 	<p>2021年 12月下旬 ～2022 年1月上</p>

¹ 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:沖縄:福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島・沖縄

実施事項	実施内容	実施時期
	<ul style="list-style-type: none"> ● 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、事務局が指定する期間内(2021年12月下旬予定)に、事務局と検討・調整する。 ● 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。 ● 採択決定後に事務局が総務省に対し、再委託に関する手続きを行う。事務局とコンテンツ制作・発信者との契約は手続き完了後となる。 	旬
(エ) 映像コンテンツ制作・発信	<p><概要> 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、(ウ)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。</p> <p><詳細></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。(詳細は要件を参照) ● 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。 	2022年 1~2月
(オ) 効果検証の実施及び協力	<p><概要> 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。</p> <p><詳細></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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 	2022年 2~3月

実施事項	実施内容	実施時期
	<p>する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● コンテンツ制作・発信者は、情報発信主から PR 対象の観光資源・産品に係るデータ(訪問者数や販売数 など)を受け取り、事務局の求めに応じて提出する。 ● コンテンツ制作・発信者は、本事業において実施した事項に加え、効果や課題などを記録し、事務局による調査(アンケート調査またはインタビュー調査を想定)に回答する。 	

4 コンテンツ制作・発信者の募集

(1) 選定方法

以下の 2 段階での審査を行う。

A) 一次審査(書面審査)

- (2)に示す要件及び(3)に示す評価項目と基準に基づき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。

B) 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。
- 審査はピッチングコンテストでの質疑を踏まえ、情報発信主体及び有識者の評価を取りまとめて内示を受ける。
- 本決定により選定されたコンテンツ制作・発信者が3(ウ)の事務局との契約を実施する。
- **なお、地域別のピッチングコンテスト日程は事務局 HP にて公開予定。オンライン会議用 URL は一次審査通過者にのみ通知する。**

(2) コンテンツ制作・発信者の要件

下記の要件を満たすコンテンツ制作・発信者を募集する。

表 2 コンテンツ制作・発信者の要件

項目	要件
体制	<ul style="list-style-type: none"> ● 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本社又は自社の映像制作の拠点を有していること。
映像コンテンツ制作	<ul style="list-style-type: none"> ● 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))。 ● 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。なお、構成は以下を原則とするが、より効果的な情報発信を行うために独自の映像の長さを設定する場合には「3(ア)映像コンテンツ企画の提案」の段階でその意図を明確に示し、3(ウ)の企画採択前に情報発信主体と協議のうえ情報発信計画を事務局に提出すること。 <ul style="list-style-type: none"> <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) ● 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コ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。 ● 制作するコンテンツは発信対象とする国及びターゲットに応じてより訴求力を持つよう現地ニーズを踏まえた工夫を施すこと。 ● 制作した映像コンテンツが以下に抵触しないこと。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 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。
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ● 情報発信主体のニーズにあわせて効果的な映像コンテンツ企画(利用するメディア、発信期間、頻度等)を提案すること。 ● 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。

項目	要件
	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 (※)動画配信は以下の2種類を含む。 <ul style="list-style-type: none"> 1)視聴型の動画配信サービス(Netflix、Amazon Prime 等): サービス提供者のみがコンテンツを提供することができるもの 2) ユーザ投稿型動画共有サービス(YouTube 等): サービス利用者がコンテンツを提供することができるもの 情報発信媒体は、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、2)ユーザ投稿型動画共有サービスのみでの配信は不可とする(併用は可)。 ● なお、映像コンテンツはマルチユースコンテンツであることを求めるが、本事業での発信方法は規定しない。 ● 以下の場合、情報発信主体が希望する対象国・地域から絞った提案とすることや、異なる対象国・地域を対象とした提案とすることを可とする。この場合、提案時に理由を付すること。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 情報発信主体が対象とする国・地域が多岐にわたる場合 ➢ 情報発信主体がPRを希望する観光資源・製品の展開に関して、コンテンツ制作・発信者が強みを有する国・地域が他にある場合
その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 公募開始時に提示される契約条件・契約内容に同意すること(個別の変更は認めない)。 ● 映像コンテンツの企画作成・制作・発信にあたり以下に協力が可能であること。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 情報発信主体とのマッチング及びその後の企画作成・制作・発信にあたり担当者を設置し、迅速にやり取りすること。 ➢ 制作された映像コンテンツについて、情報発信主体及びコンテンツ制作・発信者の利活用(本事業以外での利活用を含む)における課題の調査に協力すること。 ➢ 事業の遂行に関する進捗状況を事務局の求めに応じて指定の書式で報告すること。

(3) 評価項目と基準

選定にあたっては、主に以下の観点から評価を実施する。

以下の観点を満たしている企画を高く評価する。

表 3 評価項目と基準

項目	基準
体制	<ul style="list-style-type: none"> ● 情報発信主体が展開したいと考えている国・地域において情報を発信する事業者との協議ができていること。 ● 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こと。 ● 情報発信主体が持続的な取組をしていくことを視野に入れた企画となっていること。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。 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 地域の映像制作の担い手が映像制作体制に参画するなど、地域の映像制作能力の向上や情報発信主体の持続的な情報発信につながるもの ▶ 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）
映像コンテンツ制作	<ul style="list-style-type: none"> ● 情報発信主体のニーズ等を十分に理解した映像コンテンツを提案していること。 ● 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がなされているか。 ● 情報発信主体が展開したいと考えている国・地域のニーズ等を十分に理解し、情報発信先の関心を高めることができる工夫をした映像コンテンツを提案していること。
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 情報発信主体のニーズ等に照らして、望ましい情報発信媒体、情報発信期間を提案していること。 ● 展開したい国・地域のメディア環境を考慮し、効果的な発信方法が提案されていること。 ● 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を提案していること。 ● 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 など）が提案されているか。 ● 映像コンテンツ企画の熟度が高いこと。
効果検証	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業における効果の検証が具体的に計画されているか。 ● 本事業における効果の検証に合理性があるか。

(4) 申請方法

期間内に以下のフォームから申請を行うこと。

なお、期限を超過した申請は一切受け付けない。入力の不具合、アップロード用 URL にアクセスできないなどの理由による提出の遅延は認められないため、時間に余裕を持った申請をおこなうこと。

受付期間	2021年11月12日(金)～11月26日(金)12:00
申請フォーム	https://questant.jp/q/contents_local_2021_application_cad
提出書類等	<ul style="list-style-type: none"> ① 申請フォーム <ul style="list-style-type: none"> ➤ 上記の申請フォーム URL にアクセスし、必要な情報を入力すること。 ➤ 入力内容は予め申請フォーム記載事項を確認のうえ、検討すること。 ② ピッチング用プレゼン資料 <ul style="list-style-type: none"> ➤ ピッチング用プレゼン資料は、「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・発信者の公募ページ」に掲載されたひな形を参考にすること。 ➤ 絵コンテ等を含むなど、制作する映像コンテンツの内容がわかる資料とすること。 ➤ ピッチング前の資料の差し替えは認めない。 ③ 支出計画書 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 支出計画書は、「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・発信者の公募ページ」に掲載された指定のフォーマットを利用すること。 ➤ 5「留意事項」「■契約」に記載の支払金額の上限範囲内で作成すること。 ④ 再委託等に関する資料 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 再委託等に関する資料は、「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・発信者の公募ページ」に掲載された指定のフォーマットを利用すること。 ➤ 申請時点で想定している再委託(再々委託以降も含む)の状況について可能な限り詳細に記載すること。
留意事項	<ul style="list-style-type: none"> ● ②、③、④のファイルは、①申請フォームの最終ページから遷移する資料アップロードページより提出すること。 ● 資料アップロード提出時は、②ピッチング用プレゼン資料は POWER POINT 形式、③支出計画書、④再委託に関する資料は Excel 形式とすること(PDF 等での提出は認めない)。

5 留意事項

■ 契約

- 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。
- 体制に複数のコンテンツ制作・発信者が含まれることを妨げない。その場合、コンテンツ制作・発信者の代表(事務局と契約を締結し、責任を一義的に負う事業者)を特定して応募すること。
- 事務局がコンテンツ制作・発信者間で締結する契約は、仕事を完成させることを約束し、その結果に対して報酬を支払う請負契約で実施する。
- 本事業における契約条件、実施内容及び納入成果物については別添の注文条件書及び仕様書に定める。応募前に内容を確認し、同意する(個別の変更は認めない)。

■ 契約金額

- 本事業の代金は、契約の履行を完了した場合に検収に合格したのちに、事務局からコンテンツ制作・発信者に対して支払う。なお、コンテンツ制作・発信者への支払金額は 1 企画あたり上限 13,300,000 円(税込み)とする。
- コンテンツ制作・発信にかかる費用が事務局との契約額を超過した場合でも契約変更を行うことはない。
- 支出計画書に基づき、事務局がコンテンツ制作・発信者に確認し、総務省と協議のうえ、本事業の納入成果物に対する対価として契約額を決定する。
- ただし、選定時点から、コンテンツ制作・発信の内容に大幅な変更等があった場合には、支払金額を減額する可能性がある。

■ 著作権の扱い

<本応募に係る提出資料>

- 本募集において提出した資料(以下、提出資料)は、資料提出の時点をもって著作権法第 27 条及び第 28 条に定める権利を含むすべての著作権及びノウハウ(営業秘密)は事務局に帰属するものとする。
- 提出資料に、第三者が権利を有する著作物(以下「既存著作物」という。)が含まれる場合は、事務局が特に使用を指示した場合を除き、当該著作物の使用に必要な費用の負担及び使用承諾契約に係る一切の手続きを行うこと。
- 提出資料はピッチングで利用する。ピッチングにあたって差し支えないよう作成すること。なお、応募にあたって、コンテンツ制作・発信者は、必要と判断される場合には自身の責任で提出資料の公開に係る権利処理等の手続きを行うこととする。提出資料の著作権に関して発生した問題について、事務局は一切の責任を負わない。
- 提出資料が第三者の著作権を侵害していることが判明した場合、選定後であっても、選定結果を取り消す場合がある。

<本事業で制作・編集する映像コンテンツ>

- 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。
- 情報発信主体への問い合わせ
- 公募の公平性を保つため、個別の情報発信主体への問合せは禁止する。
 - 個別の情報発信主体に確認が必要な事項は、「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・発信者の公募ページ」の質問受付フォームから 11 月 17 日(水)12:00 まで受け付けたものを事務局でとりまとめて情報発信主体に確認する。確認結果は、11 月 19 日(金)に、質問者が特定できる情報を伏せたうえで、上記ページ上に公開する。

6 スケジュール(予定)

2021 年 11 月 12 日(金)	「発信ニーズ説明資料」の公開
2021 年 11 月 12 日(金)~11 月 22 日(月)12:00	質問受付期間
2021 年 11 月 12 日(金)~11 月 26 日(金)12:00	映像コンテンツ企画提出期間
2021 年 12 月上旬(予定)	審査(書面)
2021 年 12 月 6 日(月)~10 日(金)(予定)	審査(ピッチング)
2021 年 12 月中旬(予定)	マッチング結果内示
2021 年 12 月下旬(予定)	コンテンツ制作・発信者の確定