

# 「放送コンテンツを活用した海外への情報発信事業（地域連携発信型）」公募要領

## 1 本事業の目的

新型コロナウイルスの影響による地域経済への打撃が深刻化する中で、各国において信頼性の高いメディアである放送を活用し、国外への正確な情報発信や新型コロナウイルスの感染拡大に伴う人々の消費志向・行動様式の変化、心理変容等を踏まえた日本の魅力や日本産品（農林水産品や工芸・工業製品等）等の情報発信を行うことで、販路拡大等を通じた地域経済の活性化と対日イメージ・対日理解の向上を実現することは重要な課題となっている。

また、放送コンテンツの海外展開は、「新型コロナウイルス感染症緊急経済対策～国民の命と生活を守り抜き、経済再生へ～」（令和2年4月20日閣議決定）、「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）等の各種の政府戦略や計画においても、積極的推進等を図ることとされている。

上記の政府方針を踏まえ、本事業は信頼性の高いメディアである放送を活用し、東南アジア・東アジアを対象に、国内の現状や地域の魅力を情報発信することによる販路拡大・インバウンド促進等を通じた地域経済の活性化及び対日イメージ・対日理解の向上の実現に資することを目的とする。

## 2 実施概要

### （1）事業方針

新型コロナウイルスの感染拡大に伴う対象国での消費志向・行動様式の変化（巣ごもり消費など）、心理変容（不安から癒しを求める心理の増大や、「清潔」「衛生的」といったイメージの重視など）等を踏まえたコンセプトのもと、日本の地域の観光地や特産品（農林水産品や工芸・工業製品等）等を取り扱う短時間の放送コンテンツによる情報発信を行う（下表参照）。

なお、短時間番組によることから、情報発信は総花的な地域紹介ではなく、記憶に残る表現やメッセージ等を工夫し、より明確にコンセプトが伝わるような事業組成・番組制作を行う。

情報発信の主眼	観点	具体例
インバウンド促進	ポスト・コロナでの訪日観光客の回復・拡大に向けて、観光地としての魅力を伝える情報発信	<ul style="list-style-type: none"><li>● コンセプトを「癒やし」とし、少人数での個人旅行に対応した個室型温泉の「癒やし」を発信</li><li>● コンセプトを「自然」とし、雄大な「自然」と、その中で楽しめるアクティビティを取り上げ、テレワーク等のデジタル中心の生活の中でも「自然」を感じられる発信</li><li>● コンセプトを「心配り」とし、宿泊施設や飲食店でのサービスを取り上げつつ、取り分けの割り箸や小皿料理などの衛生面での「心配り」も発信</li></ul>

アウトバウンド 促進 (販路拡大)	EC 等による販路拡大に 資するよう、地域での日 本製品の魅力を伝える情 報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンセプトを「気遣い」とし、日本酒のおいしさだ けでなく、生産過程において品質を保つための細か な「気遣い」も合わせて発信</li> <li>● コンセプトを「こだわり」とし、日本製品の機能性 など、わかりやすい魅力だけではなく、普通に使っ ていてはわからない細部への「こだわり」も合わせ て発信</li> </ul>
-------------------------	---	--

## (2) 実施内容

本事業では、以下を実施すること。

- 日本の地域の魅力を発信することを目的にした短時間番組の制作
- 放送枠の確保、東アジア・東南アジア向けに放送による情報発信等
- 実施事業についての調査（リーチの評価、心理的な変化の分析、経済効果）
- 実施事業の結果の整理

## 3 募集概要

### (1) 事業企画の申請者（以下、「国内事業主体」という。）の要件

以下のア及びイのいずれをも満たすこと。

- ア 法人であること（個人での申請は不可）
- イ 地方公共団体や観光又は地場産業の事業者等と連携して事業を実施すること

### (2) 事業企画の要件

下記の要件を満たす事業企画を募集する。

項目	要件
事業の目的・構成	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 販路拡大・インバウンド促進等を通じた地域経済の活性化及び対日イメージ・対日理解の向上の実現に資することを目的とする事業であること。</li> <li>• 日本製品の輸出・販路拡大やインバウンド促進等地域経済活性化に資する取組を実施することが可能な連携体制が組成されていること。</li> <li>• 2(1)に示した事業方針に沿っており、情報発信のコンセプトや情報発信により得ようとする経済効果が定められていること。</li> </ul>
短時間番組の制作	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1番組が15秒から2分程度であること。</li> <li>• 情報発信元の地域の情報が含まれていること（特定の企業名・ブランドのみの露出は不可）。</li> <li>• 新たに撮影したコンテンツや既存の素材を活用して新たに制作された番組であること（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））。</li> </ul>

<p>放送枠の確保 放送による情報発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>東アジア・東南アジア向けに放送枠を確保すること。</li> <li>放送回数を原則 100 回以上（50 回未満の場合は選定の対象外とする）とし、インバウンド・アウトバウンドの拡大に効果が期待できる視聴者層へ十分に到達可能であること。例外として放送回数が 50 回以上 100 回未満の場合であっても、放送内容、効果的な視聴者層のチャンネル、時間帯、のべ視聴予定数などを勘案し、十分な効果が認められる場合は選定の対象とする。</li> <li>放送が実施されたことを証明することができる放送枠を確保すること。</li> </ul>
<p>実施事業についての調査</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>放送回ごとに視聴率等の視聴者への到達を確認することができる指標を取得できること。提案時に、指標の想定値と、想定の根拠が明示されていること。</li> <li>映像視聴者の日本製品に対する購買意欲の変化に関する分析を行うため、三菱総合研究所（以下、「請負事業者」という）と相談のうえ、映像視聴者 100 名以上に対する 15 問程度のアンケート調査を実施すること。</li> <li>日本製品の輸出・販路拡大やインバウンド促進等経済効果の分析に資する情報を収集すること。</li> </ul>
<p>実施事業の結果の整理</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業の遂行に関する進捗状況を月に 1 回程度請負事業者指定の書式で報告すること。</li> <li>事業の成果について整理分析を行い、効果的な放送コンテンツの海外展開方策を提示した上で、請負事業者指定の書式で事業の成果として報告書にまとめること。</li> </ul>
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公募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）。</li> <li>請負事業者にて実施する効果検証のため、請負事業者が指定する共通キーワードやハッシュタグを含む発信（放送、WEB とともに可）に協力すること。</li> </ul>

### (3) 事業規模及び採択件数

事業規模：一事業あたり上限 22,000,000 円（税込）

採択予定件数：20 件程度

## 4 事業企画選定方法・選定基準

「3. 事業企画の要件」を満たし、より効果的に販路拡大・インバウンド促進等を通じた地域経済の活性化及び対日イメージ・対日理解の向上の実現が期待される事業企画を選定する。評価は主に以下の観点から実施する。なお、評価にあたっては、情報発信先の国及び情報発信元の国内地域が偏らないよう、バランスを考慮して選定する。

項目	基準
事業の目的・構成	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 情報発信元のニーズに合った実施事業の具体的な目的が設定されている。</li> <li>• 日本製品の輸出・販路拡大による地域経済活性化やインバウンド促進等に資する取組が効果的である。</li> <li>• 日本製品の輸出・販路拡大による地域経済活性化と、インバウンド促進等に資する取組が相互に作用しており、相乗効果が期待できる。</li> <li>• 情報発信先の国のニーズ等を十分に理解している</li> <li>• 2（1）に示した事業方針に沿った内容であり、情報発信のコンセプトや得ようとする経済効果が具体的かつ明確であり、実現可能なものとなっている。</li> </ul>
短時間番組の制作	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 情報発信元の地域の情報を魅力的に見せる工夫がなされている。</li> <li>• 新型コロナウイルスの感染拡大に伴う人々の消費志向・行動様式の変化、心理変容等を踏まえた情報が含まれている。</li> <li>• コンセプトが明確であり、かつコンセプトを端的に表現するキービジュアルやメッセージが設定されている。</li> <li>• 日本製品の輸出・販路拡大や地域経済活性化やインバウンド促進等が期待できるようにするための工夫がなされている。</li> </ul>
放送枠の確保 放送による情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>• インバウンド・アウトバウンドの拡大に効果が期待できる視聴者層である。</li> <li>• 1チャンネルあたりのべ視聴率（GRP：到達率×頻度）が高くなると期待されるチャンネル、時間帯の放送が予定されており、のべ視聴予定数が明示されており、インバウンド・アウトバウンドの拡大に効果が期待できる視聴者層へ十分に到達可能である。</li> <li>• 放送枠確保に対する現地放送事業者との交渉の熟度が高い。</li> <li>• 訴求したい内容と放送を予定しているチャンネル、時間帯等の親和性が高い。</li> <li>• 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）が提案されている。</li> </ul>
実施事業についての調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 映像視聴者の日本製品に対する購買意欲の変化に関する分析を行うための調査設計が効果的である。</li> <li>• 日本製品の輸出・販路拡大やインバウンド促進等経済効果の分析において定量的な情報を効果的に取得可能である。</li> </ul>

## 5 事業企画等に関する留意事項

### ■ 契約

- 本事業は国内事業主体が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請負事業者が実施する検査の合格したのちに支払いが行われる。
- 別添3\_支出計画書に基づき、請負事業者が国内事業主体に確認し、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、放送枠の確保、短時間番組の制作に大幅な変更等があった場合には、事業費を減額する可能性がある。

### ■ 本事業で放送した短時間番組の著作権の扱い

- 本事業で新規に制作・編集した短時間番組の著作権（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、最終的には請負事業者の顧客である総務省に帰属する。
- 制作・編集した短時間番組の中に、国内事業主体及び第三者が従来権利を有する著作物が含まれている場合は、使用許諾契約に係わる一切の手続きを行い、総務省に対する一切の使用許諾を行うこと。なお、本使用許諾内容については、事前に請負事業者及び総務省の承認を得ること。
- 詳細は、注文条件書別紙「2 知的財産権等（2）著作権の扱い」を参照すること。

## 6 スケジュール（想定）

2020年12月7日（月）～12月18日（金）正午	事業企画募集に係る質問受付期間
2020年12月7日（月）～12月25日（金）正午	申請書類提出期間
2020年12月下旬～2021年1月上旬（想定）	審査
2021年1月中旬・下旬（想定）	採択結果通知*
2021年2月上旬	実施事業の開始**
2021年3月下旬	請負事業者との契約期間終了

\*採択結果通知の日程については、詳細が決まり次第、別途三菱総合研究所のHPで発表予定。

\*\*採択結果決定後、請負事業者が再委託に関する手続きを行う。請負事業者と国内事業主体との契約は手続き完了後になる予定。