

「映像コンテンツを活用した地域情報発信」実証事業 公募要領

1 本事業の目的

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おり、「加速する新しい資本主義～未来への投資の拡大と構造的賃上げの実現～」(令和6年6月16日閣議決定)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。本事業では、総務省調査結果等をふまえ、地方公共団体等の情報発信ニーズが高い欧米等を中心に、高いインバウンド効果等が期待できる国・地域を選定した上で、制作した映像を束ねて一括で情報発信し、効果的な発信(放送・動画配信・SNSとの連携)等についての実証と地方公共団体・地場産業等(以下「情報発信主体」という。)と地域のローカル局・ケーブルテレビ事業者、制作会社等(以下「映像制作者」という。)との案件形成の促進を通じ、映像コンテンツを活用した地域情報発信を推進することを目的とする。

2 全体概要

本事業において、株式会社電通(以下「事務局」という。)は、以下のステップを通じた情報発信主体と映像制作者が提出した映像コンテンツ企画の選定、映像コンテンツのブラッシュアップ、国内外への発信及び効果検証等を行う。

- 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」と、そのニーズをくみ取り、事務局が設定する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「映像制作者」との共同による映像コンテンツ企画を選定する。
- ② 情報発信主体と映像制作者が協働し、映像コンテンツ制作を行う。映像コンテンツ制作については、必要に応じて事務局が選定・確保した情報発信媒体(以下「実証媒体」という。)および有識者等の監修を受け、映像コンテンツのブラッシュアップを行う。
- ③ 情報発信主体と映像制作者との共同で制作した映像コンテンツを実証媒体で発信する。実証媒体はアメリカ合衆国(以下「米国」という。)の Discovery Channel(米国発の世界最大級のドキュメンタリー専門チャンネル)及び旅行専門チャンネルである Travel Channel での放送、及び米国の Discovery 公式 YouTube チャンネルでの配信とする。
 - Discovery Channel の視聴者層は、男性 57%/女性 43%、25-54 歳の割合 31%。うち、マネージャー以上の職位 30%、住宅所有率 79%。
 - Travel Channel の視聴者層は、男性 48%/女性 52%、25-54 歳の割合 32%。うち、マネージャー以上の職位 29%、住宅所有率 73%。

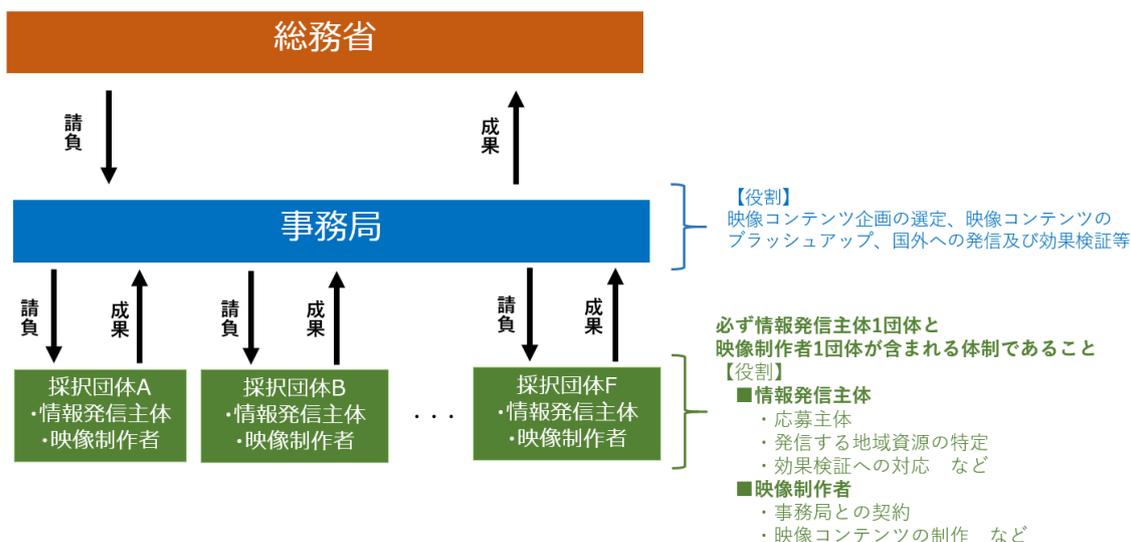
- 配信対象のYouTubeチャンネルは、Discovery channelを中心に配信。
- ④ 実証媒体が事務局と共同で映像コンテンツの監修・指導を行う。
- ⑤ 事務局は国外への情報発信を通じて、映像コンテンツの視聴データや視聴者の心理変容等を分析し、当該地域における効果的な情報発信手法を検証する。また、映像コンテンツで取り上げた観光資源への来客数、食品や工芸品の売上高等の変化、実証国からのwebサイトへのアクセス数・映像再生数を測定し、情報発信による効果を検証する。

3 事業概要

(1) 概要

本事業において、採択された情報発信主体及び映像制作者（以下「採択団体」という。）は、実証媒体で放送・配信する映像の制作、採択団体webサイトでの映像の配信、効果検証への協力を行う。

<参考> 本事業の全体像イメージ



(2) 実施内容

本事業において、情報発信主体及び映像制作者は以下の①～⑥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。

① 映像コンテンツ企画の提案

- 実施時期：令和6年7月19日～8月23日
- 実施内容

<概要>

情報発信主体と映像制作者が地域資源のPRについて、共同で実証媒体の放映・配信地域（本年度は米国。以下「実証国」という。）の関心が高まる映像コンテンツ企画を提案する。

<詳細>

- 情報発信主体は、映像コンテンツを活用し発信したい地域資源（観光資源、食品や工芸品等）を特定する。
- 対象とする地域資源のPRについて、情報発信主体による海外展開戦略に基づき、現在の展開状況や課題、海外展開に関するニーズを説明するための資料（プレゼン資料に含む）を作成する。
- 映像制作者は、情報発信主体の選定する地域資源を基に、実証国の関心を高めることができ、かつ実証国の視聴者ニーズに適応する映像コンテンツ企画を提案する。

② 事務局との契約

■実施時期：令和6年9月下旬

■実施内容

<概要>

採択団体のうち映像制作者が事務局との契約を行う。

<詳細>

- 映像コンテンツ制作にかかる費用は、事務局と映像制作者間で締結する契約によって負担する。
- 映像制作者と事務局との契約は、総務省と事務局との請負業務の再委託に当たるため、採択決定後、事務局から総務省に対して再委託の申請を実施する。契約手続は当該申請について総務省が承認した後、速やかに進めるものとする。
- ③映像コンテンツ制作の開始は、総務省による再委託の承認が下りた後のみ可能である。
- 映像制作者が制作業務の一部を他の制作会社に委託する（再々委託）場合も、承認申請が必要であり、作業開始にあたっては総務省による承認が下りた後である必要がある。なお、映像制作者が制作業務の一部を他の制作会社に委託する（再々委託）場合、申請し承認を受けた金額を超過することがないようにすること。

③ 映像コンテンツ制作

■実施時期：令和6年10月上旬～11月中旬

■実施内容

<概要>

映像制作者は、情報発信主体と協力し、契約した内容・企画に沿って映像コンテンツを制作する。

<詳細>

- 映像制作者は、事務局の指定する長さ・本数の映像コンテンツを制作する。
(詳細は「4 要件」を参照)
- 映像コンテンツ制作に係る検討事項(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)が生じた場合、情報発信主体及び映像制作者の双方で遅延なく対応する。
- 映像制作者は、実証国の映像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をする。
- 映像コンテンツ制作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(映像制作者が、主に制作体制、映像コンテンツ制作における演出課題等を報告)。また、重要な変更(例えば、題材・演出等)がある場合、速やかに事務局に報告し、承認を得る。
- 映像コンテンツ制作にあたり、外部有識者や実証媒体等の監修を受ける。
納品の約 10 日前に、実証媒体のスタイルリストによる事前チェックを受ける。

④ 採択団体 Web サイトでの情報発信

■実施時期：令和 6 年 12 月中旬～

■実施内容

<概要>

情報発信主体の web サイトにおいて、制作した映像コンテンツのうち、web サイト用映像コンテンツを用いて情報発信を行う。

<詳細>

- 採択団体等の Web サイトでの映像コンテンツ掲載は、実証国での放送・配信開始日に合わせて開始する。
- 映像コンテンツは、英語に対応する。
- 映像コンテンツを掲載する web サイトは英語対応とし、実証国での放送・配信日までに準備する。
- 映像制作者の web サイトへの映像コンテンツ掲載も可能とする。

⑤ 効果検証への協力(事業完了時)

■実施時期：令和 7 年 1 月～3 月

■実施内容

<概要>

採択団体は、事務局が実施する効果検証に協力する。

<詳細>

- 情報発信主体は、情報発信後の海外からの反応、それに対する受け皿の対応等や本事業の対象となる地域資源に係るデータ（映像で取上げた施設等の訪問者数や販売数など）を記録し、事務局の求めに応じて提出する。
- 採択団体は、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。

⑥ 効果検証への協力（事業完了以降）

■実施時期：令和7年4月～

■実施内容

<概要>

事業完了後の継続的な効果検証把握として、事業完了後1年程度、採択団体は、総務省が実施する効果検証に協力する。

<詳細>

- 情報発信主体は、情報発信後の海外からの反応、それに対する受け皿の対応等や本事業の対象となる地域資源に係るデータ（映像で取上げた施設等の訪問者数や販売数など）を記録し、総務省の求めに応じて提出する。

(3) 対象となる経費

本事業の映像コンテンツ制作に係る経費は、契約の履行を完了し、検収に合格したのちに、事務局から映像制作者に対して支払う。

なお、映像制作者への支払金額は1映像コンテンツ企画あたり上限4,125,000円（税込）とする。支払いの対象は以下の経費とする。

<本事業で対象となる経費>

対象経費	内容
1.人件費	事業担当者や制作スタッフの人件費 など
2.制作経費	制作企画費、撮影費、出演費、編集費 など
3.委託費	制作業務の一部を外部の制作会社等に委託する経費 ※委託先の人件費はこちらに記載ください
4.その他	1～3に分類出来ない経費
5.一般管理費	—

4 応募要件

(1) 採択団体の要件（応募・体制要件）

応募する情報発信主体及び映像制作者は以下の①～③の要件をすべて満たすこと。要件を満たさない場合は、採択の対象外とする。

① 応募要件

- ✓ 応募主体は情報発信主体とし、必ず情報発信主体 1 団体と映像制作者 1 団体が含まれる体制であること。
- ✓ 情報発信主体として同一団体から複数の応募をしないこと。なお、同一団体から複数の応募がされた場合は、事務局から指摘を行い、いずれか1つの応募となるよう調整する。
＜該当する例＞
 - ・ 同一の情報発信主体と映像制作者が複数企画の応募をする場合
 - ・ 情報発信主体が別々の映像制作者と複数企画の応募をする場合
- ✓ 情報発信主体について、地方公共団体が単独で構成する観光地域づくり法人（DMO）は、当該地方公共団体と同一団体とみなすため、いずれか一方のみの応募とすること。

② 情報発信主体の要件

- ✓ 当該地域に根ざした団体（地方公共団体、観光地域づくり法人（DMO）、観光協会、農協・漁協などの事業者団体等）であること（個人及び民間企業の申請は不可。DMO・DMC に関しても法人格が株式会社の場合は不可とする）。
- ✓ 情報発信主体として複数の地方公共団体等が含まれる場合は、代表する団体を定めること。ただし、代表する1つの団体において本事業に関する責任を持つものとする。
- ✓ 地方公共団体でない場合は、地方公共団体と連携していること。その場合、応募にあたっては以下（ア）～（イ）をふまえること。
 - （ア）応募時に地方公共団体との連携関係を示す確認書（指定フォーマット）を提出すること。
 - （イ）応募主体が法人格を持たない団体である場合は、その活動状況がわかるホームページの URL 等を届け出ること。
- ✓ 体制内に、海外（特に米国向け）に PR したい観光資源・産品を展開する事業者（以下「展開事業者」という。）が含まれること。
- ✓ 観光資源を PR 対象とする場合は、英語を母国語とする訪日観光客への対応（実際の受け入れ体制）が整っていること。産品を PR 対象とする場合は、実証国等への

流通網が確保されていること。

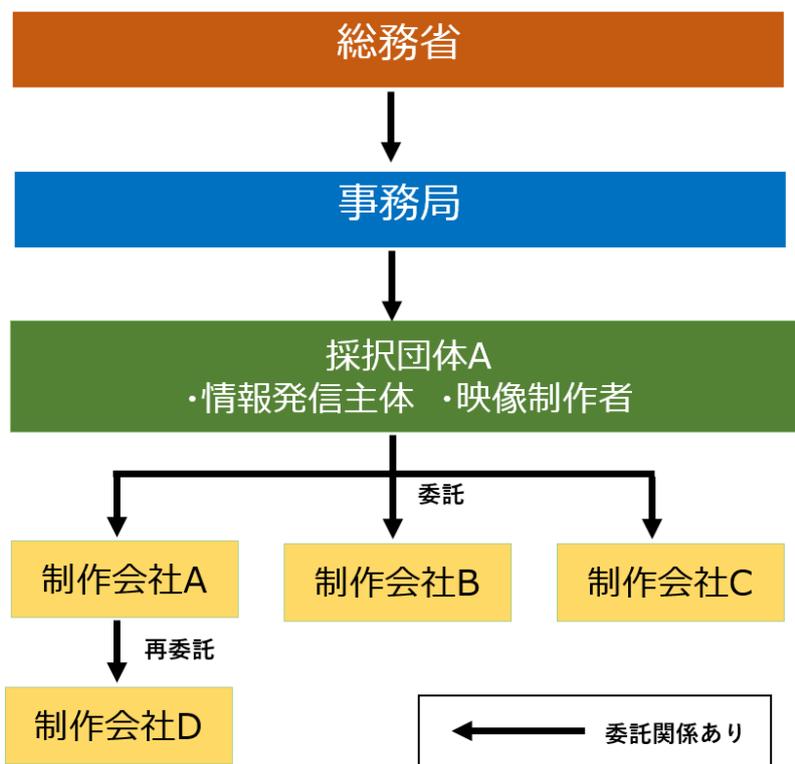
- ✓ 制作した映像コンテンツを公開する情報発信主体のホームページや観光資源・産品の展開に係るウェブサイトは、事前に実証国からのアクセスに耐えられるローカライズ（英語対応）がされていること。又は、実証国での放送・配信開始となる11月末までにローカライズ（英語対応）を行う具体的な計画があること。なお、ローカライズにあたっては以下の（ア）～（ウ）をふまえること。
 - （ア）映像コンテンツの掲載ページのローカライズを必須とする。
 - （イ）観光資源をPR対象とする場合は、観光案内のページもローカライズを行うこと。
 - （ウ）産品をPR対象とする場合は、ECサイトの商品閲覧から購入手続き完了までに表示されるページもローカライズを行うこと。

③ 映像制作者の要件

- ✓ 法人であること（個人での応募は不可）。
- ✓ 情報発信主体と同一の地域ブロック¹に本社又は自社の映像コンテンツ制作の拠点を有していること（ただし、情報発信主体が所在する都道府県と隣接する都道府県にあり、歴史的に深いつながりがあるなど地域特有の事情を明示できる場合に限り、例外として地域ブロックを超えた体制も認める場合もある）。
- ✓ 映像制作者が制作業務の一部を他の制作会社に委託することを妨げない。ただし、委託先等の役割が映像制作者を超えないこと（「丸投げ」の禁止）。
- ✓ 映像制作者のグループ内の複数の法人が、同一地域ブロックで複数企画を応募してきた場合、採択の対象は1企画を上限とする。同一法人の複数支社の応募に関しては異なる地域ブロックであっても採択の対象は1企画を上限とする。

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：福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島 / 沖縄：沖縄

<本事業における委託先等のイメージ>



- ✓ 映像制作者・委託先等は地域での持続的な事業継続を目指す観点から、同一の地域ブロック内の事業者とすること（但し委託先からの再委託先は除く）。
- ✓ 上記、再委託は委託元の業務役割を越えないことを前提とする（委託元から再委託先への丸投げ禁止）。
- ✓ 映像制作の委託先等として、複数案件に重複している場合、いずれか1企画の採択とする（ただし、同一の地域ブロック内に制作可能な映像制作者がいないなど、特段の理由を明示できる場合に限り、例外として認める場合もある）。
- ✓ 映像制作者は、本事業の実施で得られる海外向け映像の制作ノウハウ※を地域に確保する任を担うことが事業の目的であるため、「映像制作ノウハウ確保者」を申請書に明記する。その確保者は、当該地域ブロック内の者とする。

※映像制作ノウハウ：地域資源を最大限海外に伝えるための映像制作手法等の知識・技能

- 映像制作ノウハウ確保者は、原則として、映像制作者の制作担当者とする。企業の体制として制作会社を別法人としている場合、制作会社の担当者とする可とする。
- 地域資源、地域のニーズを理解し、映像制作会社に制作すべき映像内容のディレクションをできる機能を保持する場合も可とする。
- 映像制作ノウハウ確保者の実績は、提出書類「映像制作実績」に記載すること。

(2) 実施要件

① 情報発信主体の実施要件

情報発信主体は以下（ア）～（ウ）に示す実施要件を全て満たすこと。

(ア) 海外展開戦略

- ターゲットとする国・地域を定めた海外展開の事業計画があり、米国が含まれていること。
- 海外展開に関する事業計画に対し、本事業（映像の制作及び米国での情報発信）がどのように位置づけられるか明示的に示すことができること。
- 今までの取組内容とその課題の分析が行われていること。
- 課題を解決するために必要な方策が検討されていること。

(イ) PR 対象

- 海外に PR したい地域資源が具体的に定まっていること。
- 海外に PR したい地域資源が公序良俗に反しないこと。

(ウ) 実証事業への協力

映像コンテンツの企画作成・制作・発信にあたり、以下の協力が可能であること。

- 映像制作者との企画作成・制作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、情報発信主体及び映像制作者の利活用（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。
- 情報発信主体等の web サイトに掲載した映像コンテンツの再生数や、掲載サイト・SNS へのアクセス数等を取得し、本事業の成果として事務局に提出すること。
- 取り上げた地域資源について、実証国からの来訪者数や売上高等について測定し、事務局に提出すること。
- 本事業を実施したことによる効果について事業終了後（1年程度）も継続的に報告すること。

② 映像制作者の実施要件

映像制作者は以下（ア）～（イ）に示す実施要件を全て満たすこと。

(ア) 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))。

- 映像制作者は、指定された複数の映像尺のものを制作すること。
長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こと。
- 制作する映像には、全体のトーンコントロールのため、全企画共通のオープニング・エンディングを挿入することとする。それらを含めた総尺がそれぞれ30秒、2～3分となることに注意。詳細については事務局からの指示に従うこと。

種類	長さ (尺)	媒体	種類
長編	2～3分	採択団体の web サイト用	1種
短編	30秒	実証国での放送用 (Discovery Channel、Travel Channel)	1種
	30秒	動画配信サービス用 (Discovery Networks YouTube channels)	

- 実証国での放送用映像と配信用映像は審査基準が異なるため、別素材として分けて制作することも可能。
- 挿入するオープニング、エンディングについては、事務局から共通フォーマットを配布するので、それを使用すること
 - 全映像共通：オープニング1秒OL、エンディング2秒
- 映像の継続的な使用の観点から、出演者及びBGMについては権利の許諾期間が発生しないものの使用が望ましい。BGMに関しては原則として Discovery から提供するフリー音源を使用すること。但し自社で用意する場合、著作権処理は、制作予算内で行うこと（追加供与はしない）。
- 映像のナレーションやテロップは英語で制作すること。なお、インタビュー音声（生音表現）は英語テロップとする演出も可能。
- 制作する映像コンテンツは実証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。
 - 実証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：アルコールの露出、飲酒シーン、医薬品、電子タバコ、たばこ喫煙、医療専門職の露出等）。
※実証国ではアルコールを扱う場合は、放送時間帯が午後3時～午前5時に限定される。
 - 成人向けコンテンツ（いわゆるアダルト表現）。

- 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、宗教的立場を誹訪中傷するコンテンツ及びこれに準じるもの。
- 上記禁止分野を促進する書籍、Web サイト等の露出。
- 健康・安全・環境保護に有害な行為を助長するもの。
- 未成年者に身体的、精神的な危害を与えるもの。
- サブリミナル方式を使用したもの。
- 緊急性を伝えるような効果音や表現。
- 知的財産権、肖像権（肖像/音声）を侵害するもの。
- 入浴シーンなどは要相談（現地審査機関を通して事前審査を行う）。
- “Sustainable”という表現に関しては、審査に関し、厳格に第三者が継続的に測定した定量的・定性的エビデンスを提出することが要請されるため、（提出するエビデンスの基準は、当該国の審査機関による）、使用に関してはできる限り回避することが望ましい。

（イ）その他

- 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・制作にあたり以下の協力が可能であること。
 - 情報発信主体と企画作成・制作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、採択団体の利活用（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。
- コンテンツ制作期間は、10月初旬から11月中旬程度を想定しているが、早期に納品できたところから、放送及び配信を開始する。
 短期間での制作となるため、事前のリサーチや映像素材収集などが可能な体制が望ましい。
 - 国内の審査のための MA 前白素材納品が 11 月 11 日、最終完パケ納品が 11 月 22 日を予定。その後米国での審査があり、12 月初旬から送稿を予定。なお、審査等で修正指示が入る可能性がある。

5 採択団体の選定など

(1) 選定方法

以下の3段階(①～③)の審査による総合評価を以て映像コンテンツ企画を選定する。なお、地域誘客・産品展開等のバランスを考慮しながら、全18件程度を選定する予定としている。

ただし、情報発信主体・映像制作者とも、1団体1企画のみの選定とする。

① 書面審査

以下の観点で審査を行う。

- 「4(1) 採択団体の要件(応募・体制要件)」に示した必須要件の審査。
- 「4(2) 実施要件」に示した必須要件の審査。
- 「5(2) 評価項目と基準」で定めた評価項目(加点項目)の審査。
- 書類審査にあたっては以下の点を特に重視する。
 - 情報発信主体と映像制作者との連携度合い(海外展開の体制等)
 - 情報発信主体の実証国への海外展開に係る取組(主体性)とその整合性
 - ◇ インバウンドにおける受け入れ態勢の整備や、効果測定の実体性・継続性等

② ヒアリング

書類審査の結果、映像コンテンツ企画の詳細について確認が必要と判断された場合は、ヒアリングを実施する。

- ヒアリング実施期間は、令和6年9月3日(火)～9月12日(木)とする。
- 映像コンテンツ企画の詳細について確認が必要と判断された応募団体はヒアリングに参加し、映像コンテンツ企画(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)についてプレゼンを行うこと。
- ヒアリングは、応募団体から事務局へのプレゼン及び質疑応答(合計で20分程度)をオンラインで実施する。
- ヒアリング日程等は事務局より該当団体に対して個別にメール等で連絡する。
なお、ヒアリング事項がない団体に対しては連絡を行わないので留意すること。
- ヒアリングは、応募団体から情報発信主体1名以上、映像制作者1名以上が参加すること。なお、ヒアリングは事務局が指定したオンライン形式で実施する。参加のための環境は各応募者で用意すること。

③ 有識者審査

上記①、②の結果を踏まえた上で、有識者(外部有識者及び実証媒体)による審査

を行う。

- 有識者は、公募要領と審査基準を踏まえた上で、応募書類を基に審査を行う。
- 有識者審査にあたっては以下の点を特に重視する。
 - 情報発信主体と映像制作者との連携度合い（海外展開の体制等）
 - 情報発信主体の実証国への海外展開に係る取組（主体性）とその整合性
 - 映像コンテンツ企画の絵コンテ等（日本語絵コンテ及び英語絵コンテを用意すること）。英語の絵コンテは Google 翻訳などの使用も可能だが、精度の高い英語表現となっていることが望ましい（短編、長編いずれも）。

（２） 評価項目と基準

選定にあたっては以下の評価項目（加点項目）で審査を実施する。

評価項目	基準
体制	<ul style="list-style-type: none"> ● 実施体制に含まれる団体（情報発信主体、映像制作者、委託先等の制作関連会社及び展開事業者等）は、実効的な体制になっているか。実施体制に含まれる団体から、具体的な協力が得られる体制になっているか。 ● PR する地域資源が食品や工芸品等である場合、実証国等への流通網が確保されており、実効的なものとなっているか。 ● 国内での受け入れ体制が実効的な体制（多言語対応等）になっているか。 ● 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や体制となっているか。 ※<u>持続的な取組を視野に入れた企画とは、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する各団体の役割、また今後の海外展開の計画が明確である企画を指す。</u> ● 映像を掲載する情報発信主体等の web サイトがどの程度英語に対応しているか。 ● 地域の映像コンテンツ制作の担い手が映像コンテンツ制作体制に参画するなど、地域の映像コンテンツ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か。 ● 映像コンテンツ企画を活用した地域情報発信による収益化の仕組みが構築されるなど、自主的かつ持続的な地域情報の発信につながるものか。
海外展開戦略	<ul style="list-style-type: none"> ● 情報発信主体における海外展開戦略が具体的か。 ● 海外展開戦略について情報発信主体としての意欲や中長期的な目標設定がみられるか。 ※対象国に米国が含まれているか。

	<p>※具体的な対象国・地域の設定、定量的・定性的数値目標や、その達成に向けた計画等</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 海外展開に関する事業計画における本事業の位置づけ（映像の制作及び米国での情報発信）が合理的であるか（事業計画が未作成の場合は、中長期の観点から本事業で達成したいものが合理的であるか）。 ● 海外展開における課題の解決に向けて具体的な検討をしているか。
PR 対象	<ul style="list-style-type: none"> ● 実証国に PR したい地域資源の選定理由が合理的か。 ● 実証国に PR したい地域資源にテーマ性・一貫性があるか。 ● 実証国に PR したい地域資源の独自性を認識しているか。 ● 実証国に PR したい地域資源の情報発信について、実施体制に含まれる展開事業者との協議状況の熟度や深度は高いか。 ● 情報発信主体の所在地が、令和 6 年能登半島地震により災害救助法が適用された地域（特に富山県、石川県、福井県）であって、現地の観光復興として資する内容であるか。
映像コンテンツ制作	<ul style="list-style-type: none"> ● 情報発信主体の事業戦略と客観的に整合した映像コンテンツの提案となっているか。 ● 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。 ● 実証国の視聴者ニーズや特性を理解した上で、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か。 ● 映像コンテンツ企画の熟度が高いか。 ● ナレーション、テロップ等が英語に対応し、実証国での活用を前提とした映像となっているか。 <p>※テロップとは、場所の固有名詞や個人の肩書など、地域にかかわる特定名称の表記を指す。</p>
効果検証	<ul style="list-style-type: none"> ● 取り上げた地域資源について、米国からの来訪者数や売上等、本事業の効果（定量的・定性的データ）の取得について、取得方法や指標、目標値等が具体的かつ現実的か。 ● 情報発信主体として、効果検証を継続的に行っていく体制・方策が示されているか。 ● 採択団体の web サイト用で公開する 2～3 分程度の映像コンテンツに対する海外からのアクセス数を取得する準備などができているか。

(3) 選定結果

採択団体及び企画内容は、9 月下旬に総務省より公表予定。また、採択団体には事務局より個別に連絡を行う。なお、採択／不採択の理由については、公表しない。

6 申請方法

(1) 申請方法

期間内に大容量ファイル転送サービス等を利用して申請を行うこと。

なお、期限を超過した申請は一切受け付けない。大容量ファイル転送サービス等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行うこと。

受付期間	令和6年7月19日(金)～8月23日(金) 正午
提出書類等	<p>① 申請書</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 申請書は、「映像コンテンツを活用した地域情報発信」実証事業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。 ➤ 総務省による採択団体公表の際の資料として、原則として「企画概要の説明」に記載の内容を原文のまま引用するため(ただし、内容を簡略化することがある)、取り上げる地域資源と目的が明確にわかるよう簡潔に記載するとともに、一般公表して問題がない記載及び内容とすること。 <p>② プレゼン資料(発信ニーズの説明資料及び絵コンテ等を含む)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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」実証事業の公募ページに掲載されたひな形を参考にする。 ➤ 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(絵コンテは、日本語版・英語版を用意すること)。 ➤ ヒアリング前の資料の差し替えは認めない。 <p>③ 支出計画書</p> <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」実証事業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。 ➤ 「8 留意事項(2) 契約」に記載の支払金額の上限範囲内で作成すること。 <p>④ 委託等に関する資料</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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」実証事業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。 ➤ <u>申請時点で想定している委託先等(再委託以降も含む)の状況について、金額も含めて可能な限り詳細に記載すること。</u> <p>⑤ 制作体制図</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 制作体制図は、「映像コンテンツを活用した地域情報発信」実証

	<p>事業の公募ページ」に掲載された指定のフォーマットを利用すること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>申請時点で想定している委託先等（再委託以降も含む）の状況について金額も含めて可能な限り詳細に記載すること。</u> <p>⑥ 地方公共団体との連携に関する確認書（情報発信主体が地方公共団体でない場合にのみ提出）</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 地方公共団体との連携に関する確認書は、「映像コンテンツを活用した地域情報発信」実証事業の公募ページ」に掲載された指定のフォーマットを利用すること。 <p>⑦ 映像制作実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 映像制作実績は、「映像コンテンツを活用した地域情報発信」実証事業の公募ページ」に掲載された指定のフォーマットを利用すること。 ➤ 本事業における映像を制作する能力を有することを示すため、過去の映像制作の実績について記述すること。 <p>⑧ 制作スケジュール</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 制作スケジュールは、「映像コンテンツを活用した地域情報発信」実証事業の公募ページ」に掲載された指定のフォーマットを利用すること。 ➤ 映像制作のスケジュールだけでなく、映像を掲載する web サイトの制作スケジュールも含めて記載すること。 <p>⑨ ヒアリング日程表</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ヒアリング日程表は、「映像コンテンツを活用した地域情報発信」実証事業の公募ページ」に掲載された指定のフォーマットを利用すること。 ➤ 情報発信主体、映像制作者で日程調整を行い、質疑応答に対応可能な体制を整えること。 <p>⑩ 応募書類チェックシート</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 提出書類をチェックし、必要書類及び記載事項に漏れがないことを確認してから、①～⑨と併せて提出すること。
提出書類送付先	contents_local_2024@mdri.co.jp
留意事項	<ul style="list-style-type: none"> ● 申請書及び提出書類は日本語で記載すること。 ● ①～⑩のファイルは、大容量ファイル転送サービス等を利用し、事務局の指定する送付先に提出すること。その際、応募者がわかるよう応募の文面を添えること。 ● 資料アップロード提出時は、①申請書、③支出計画書、④再委託に関する資料は Excel 形式、②プレゼン資料は PowerPoint 形式とすること（PDF 等での提出は認めない）。 ● 提出書類及び記載事項の不足等、不備がある場合は評価の対象外と

	なる。なお、書類不備については事務局から連絡しないため、提出前に必ず各団体で確認を行うこと。
--	--

7 スケジュール（予定）

スケジュールは下記を予定する。なお、業務に当たっては、社会情勢等を考慮しつつ、柔軟な対応を行うこと。

令和6年7月～8月	映像コンテンツ企画の公募
8月～9月	映像コンテンツ企画の審査・選定 (ヒアリング※予定9月3日～12日の間) <u>※ヒアリング対象者のみ</u>
10月初旬～	映像コンテンツ制作
12月中旬～令和7年2月（予定）	実証国での放送・動画配信
令和7年1月～3月	効果検証

8 留意事項

(1) 契約

- 映像コンテンツ制作にかかる費用は、事務局と映像制作者間で締結する契約によって負担する。
- 事務局が映像制作者間で締結する契約は、業務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、同意すること（個別の変更は認めない）。

(2) 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、事務局から映像制作者に対して支払う。なお、映像制作者への支払金額は1映像コンテンツ企画あたり上限4,125,000円（税込）とする。
- 映像コンテンツ制作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。効率的に予算の執行を行うこと。
- 支出計画書に基づき、事務局が映像制作者に確認し、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、映像コンテンツ制作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。

- ▶ 映像制作者が業務の一部を他の制作会社等に委託する場合（再委託）の委託額は、事務局を通じて総務省から承認された再委託申請金額から無断で変更しないこと。変更が生じる場合は必ず事務局へ事前相談を行うこと。
- ▶ 再委託先に対する見積について整合性があるか、事務局から確認を行う可能性があるため、証憑等を保持しておくこと。

（３） 著作権の扱い

① 本応募に係る提出資料

- 本募集において提出した資料は、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。
- 提出資料はヒアリングで利用する。ヒアリ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、映像制作者は、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。

② 本事業で制作・編集する映像

- 第三者の権利を侵害しないよう、映像制作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 条及び第 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採択団体による活用は可能とする。活用にあたり映像の改編を行う場合には、事前に総務省に申請書を提出し、許諾を得るものとする。
- 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の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る一切の手続きを行うこと。なお、この場合については、映像制作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。出演者の肖像権等、それ以外の

権利についても同様に処理を行うこと。

- 出演者、特にタレントの肖像権に関しては使用期間の限定及びギャランティが多くなる傾向になるため、奨励しない。

9 問い合わせ

本事業への問い合わせは、下記フォームにて受け付ける。

映像コンテンツを活用した地域情報発信（実証事業）事務局

問い合わせフォーム <https://questant.jp/q/64I1MDRO>