

コンテンツ取引市場研究会（第5回）資料

放送コンテンツへの投融資に向けて
～2次利用に必要な仕組みと情報～

平成19年2月28日
日本政策投資銀行
情報通信部 水野雄司

◎ 放送番組の2次利用のファイナンススキーム構築に向けて

外部より投資家を引き入れるためには、権利関係も含めて、投資判断に必要な情報の開示が必要である。

映画やアニメにおける2次利用の状況を勘案して、以下のような整理を行った。

(1) 2次利用スキームの構築に必要な前提

- 2次利用に関するライセンスをSPVに集約させることが前提。

(2) コンテンツ評価に必要な情報

◆ 作品情報 【投資対象コンテンツ】

- 例・タイトル
 - ・ジャンル
 - ・脚本家
 - ・プロデューサー
 - ・監督
 - ・出演者
 - ・制作会社
 - ・尺、総話数
 - ・放送時間帯
 - (・放送時の視聴率)
 - …………etc.

◆ 類似作品情報 【比較対象】

- 例・作品情報
 - ・2次利用実績
 - ・他伝送路での放映実績
 - ・DVD販売実績
 - ・キャラクターグッズ販売実績
 - …………etc.

◆ 2次利用計画 【投資対象コンテンツ】

- 例・販売計画・マネジメント体制
 - 再放送予定時期、放送局、放送時間帯、価格
 - ビデオ発売時期、発売元、販売元、セル・レンタル・PPT 各本数・価格
 - ブロードバンド配信時期、配信期間、配信元、価格
 - ・リスク分担表
 - ・資金調達計画
 - ・収支シミュレーション（複数ケース）
 - …………etc.

過去の放送コンテンツの利用実績等の情報を含むデータベースの構築が必要
→手間はかかるが、投資家による投資対象としての評価を可能にする

○外部から投資家を引き入れるためには、権利関係も含めて、投資判断に必要な情報の入手・開示が必要。過去の放送コンテンツは、類似作品と比較し、評価するための指標を整備することが可能であり、投資家サイドにとっても取り組みやすいと考えられる。