

放送番組の制作・利用の現状

2006年12月25日
フジテレビ作成

制作形態

A. 局制作番組

ドラマ・バラエティ・キュメンタリー・ニュース・情報番組など

* ニュース・情報番組は生放送。

B. 外部発注番組

1) 制作業務委託番組

2) ATP制作番組

3) 映連(映画製作者連盟)制作番組

4) 放送権購入

* 1)は局に著作権が帰属。2)3)は著作権が制作会社に帰属。4)は、著作権が原権利者(ライセンサー)に帰属。

二次利用の種類

- A. 再放送
- B. 国内番組販売(系列局・系列外局)
- C. 海外番組販売(主としてアジア各国)
- D. CATV番組販売
- E. CS番組販売
- F. BS番組販売
- G. ビデオグラム化(DVD化)＝セル&レンタル
- H. マーチャンダイジング販売(商品化)
 - I. フォーマット販売
 - J. リメイク権販売
 - K. ブロードバンド配信

二次利用における現状①

A. 再放送、ビデオ化、番組販売の各形態は権利団体との協定・協約などの取り決めに則って権利処理のうえ円滑に流通が行なわれている。

* フジテレビの場合、年間でおよそ50から60タイトル(番組)がビデオ化されている。ドラマ・バラエティ・スポーツ(格闘技含む)・アニメなどジャンルは多岐に渡っており、コンテンツの二次利用の大きな柱になっている。特に連続ドラマは、ほぼ、すべてのドラマがビデオ化される。

二次利用における現状②

B. マーチャндаイジングは商品化できるキャラクターの存在が不可欠。したがってバラエティが中心となっている。ライセンスは案件ごとに条件をつめて、個別の契約によって行なわれている。

* フジテレビでは、常時2000点から3000点のグッズの品揃えをしている。内容はステイショナリー、携帯ストラップ、ぬいぐるみなどの玩具、菓子、Tシャツなどの衣類など多岐にわたっており、番組が継続している限り、販売される。最近のヒット商品は、もやっとボール(IQサプリ)=40万個、ハイボタン(トリビアの泉)=20万個、はねるっち(はねるのトびら)=32万個、など。

二次利用における現状③

C. フォーマット販売・リメイク権販売は、個別の案件ごとに条件面の交渉を経て契約を交わすことが不可欠。したがって実現までに相応の時間がかかる場合が多い。国際的な映像見本市で、プロモーションを都度行なっているが、恒常的にマーケットが存在するわけではないので、スポット的な取引となる。

***フォーマット販売実績**

「料理の鉄人」「バイキング」

***リメイク権販売実績**

「101回目のプロポーズ」(3回)

「やまとなでしこ」「恋ノチカラ」

二次利用における現状④

D. ブロードバンド配信に関しては、包括的な使用料率の合意が存在しないこと、収益のあがるビジネスモデルが確立されていないこと、無料で画像が見られる投稿サイトなどが存在することなど、さまざまな要因が複合的に作用して、現在までのところ、ビジネス化の目処がたっていない。

* TBS・フジテレビ・テレビ朝日などの出資による、(株)トレソーラで番組のブロードバンド配信を実施。2002年に1回(PC向け)、2004年に1回(PC, STB向け)に配信実験を行なった。しかしながら、結果的に収益があがらず事業化を断念した経緯がある。現在、フジテレビではCS番組を異時再送信でブロードバンドに流す実験的な番組を制作しているが、実演家に関しては、包括合意ではなく個別契約に基づいたものとなっている。