

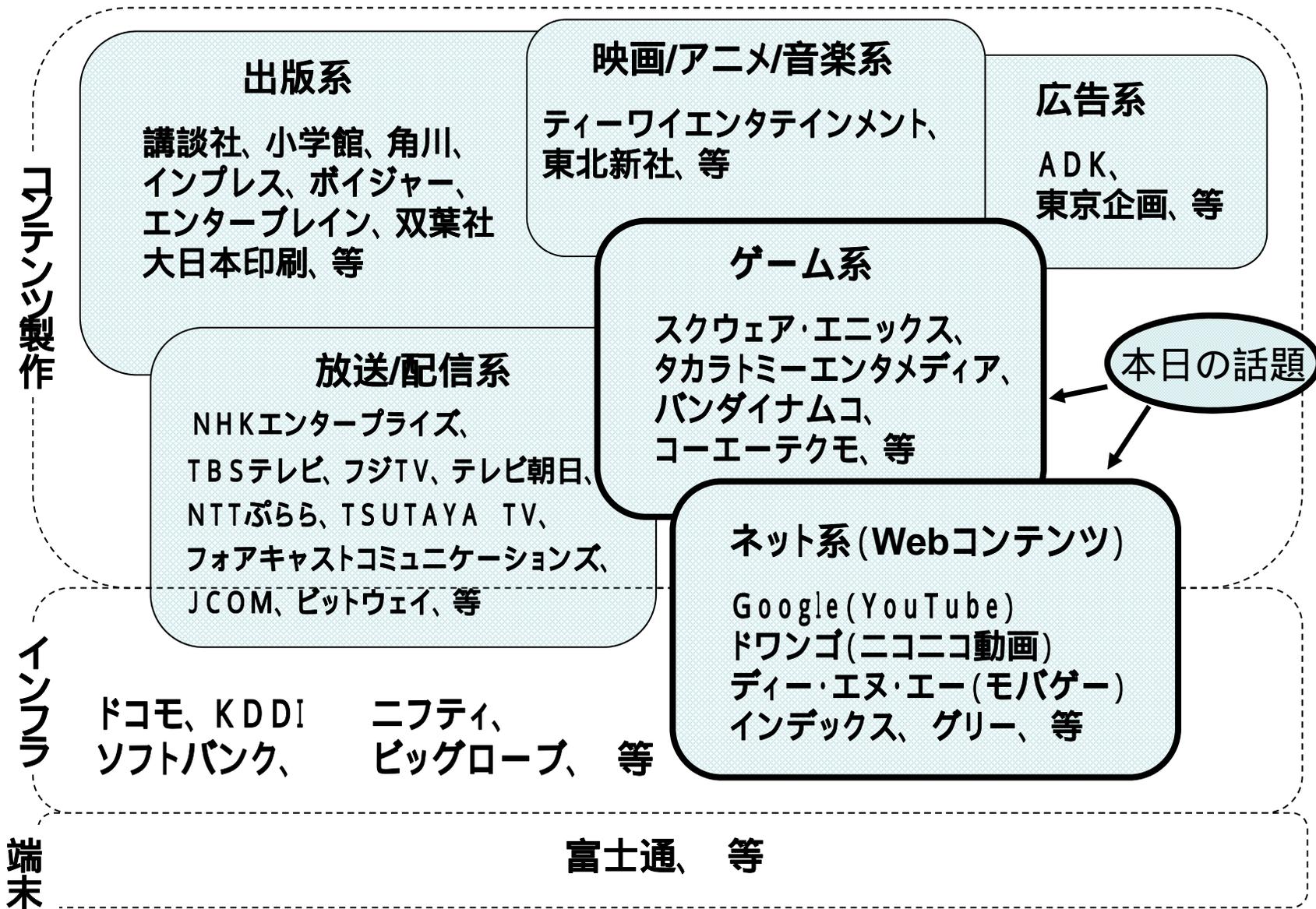
# ネット／ゲームを中心とした コンテンツビジネスについて

2011年4月22日

デジタルメディア協会  
小川善美

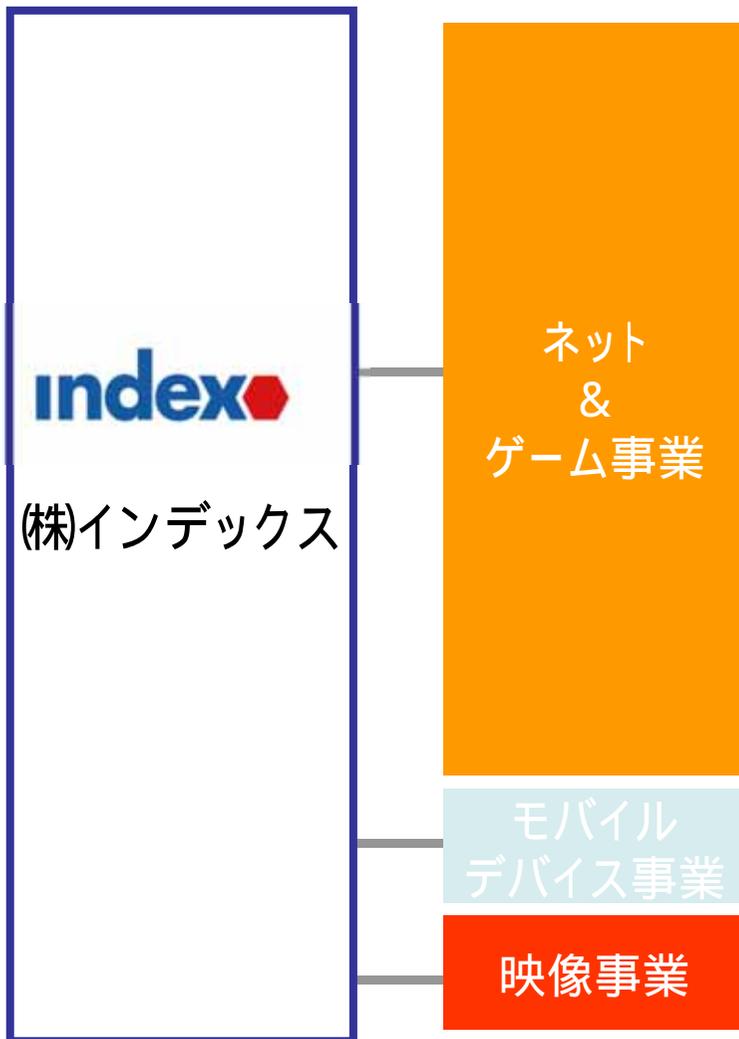
# (社) デジタルメディア協会の会員構成概要

幅広い業界から会員が集まり、デジタルコンテンツ市場の拡大を図る





## インデックスの事業概要



携帯公式サイト運用ノウハウを活かした、  
TV局との連動コンテンツサービスや  
各種ソリューション

急成長市場のソーシャルゲーム



スマートフォン市場に向けたアプリの企画開発  
家庭用ゲーム事業(パッケージソフト)

オンラインゲームの企画・運営事業

モバイル通信端末事業(通信カード等)

映画製作



## 主な海外事業 欧州・中東などに戦略的拠点をもちグローバルに展開

### 戦略拠点

**欧州: インデックス・マルチメディア  
(Index Multimedia)**

フランスで最大級のコンテンツ配信企業  
現在475万ユーザー、月間約5億PVの  
チャットコンテンツが中心のSNSサイト  
「Tchatte.com(チャッチ・ドットコム)」  
を運営





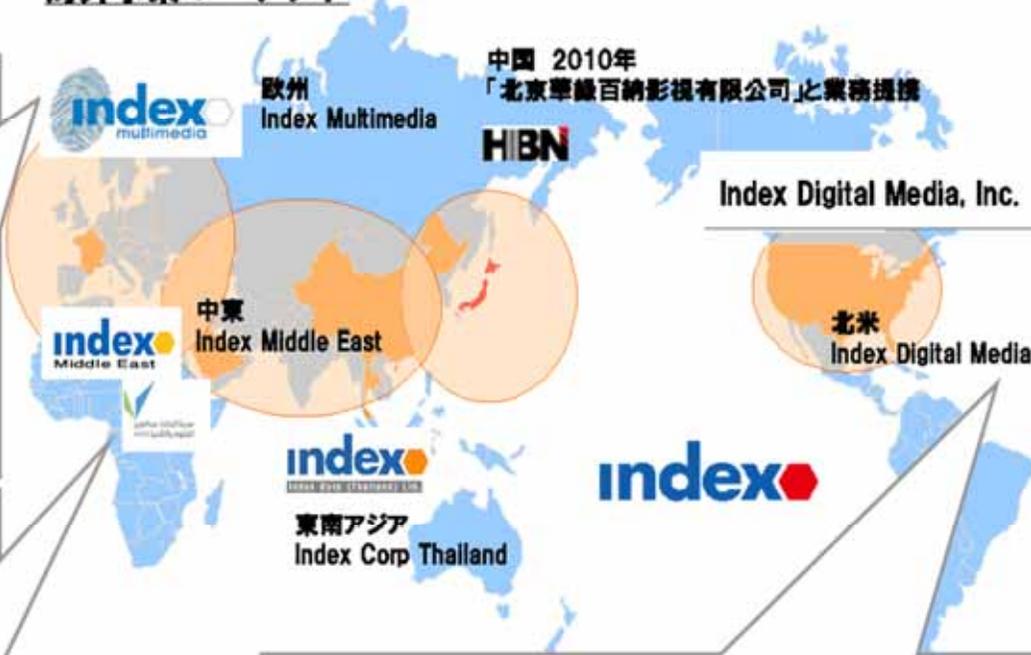
**中東: インデックス・ミドルイースト  
(Index Middle East)**

サウジアラビア王国科学技術機関  
「KACST(カクスト)」と業務提携。  
中東地域のアニメ、ゲーム、  
CGにおける人材・産業育成の  
コンサルを実施





### 海外事業マーケット



**中国 2010年**  
「北京華線百納影視有限公司」と業務提携

**中国**  
HIBN

**Index Digital Media, Inc.**

**北米**  
Index Digital Media

**東南アジア**  
Index Corp Thailand

**index**

**北米: インデックス・デジタルメディア  
(Index Digital Media)** Index Digital Media, Inc.

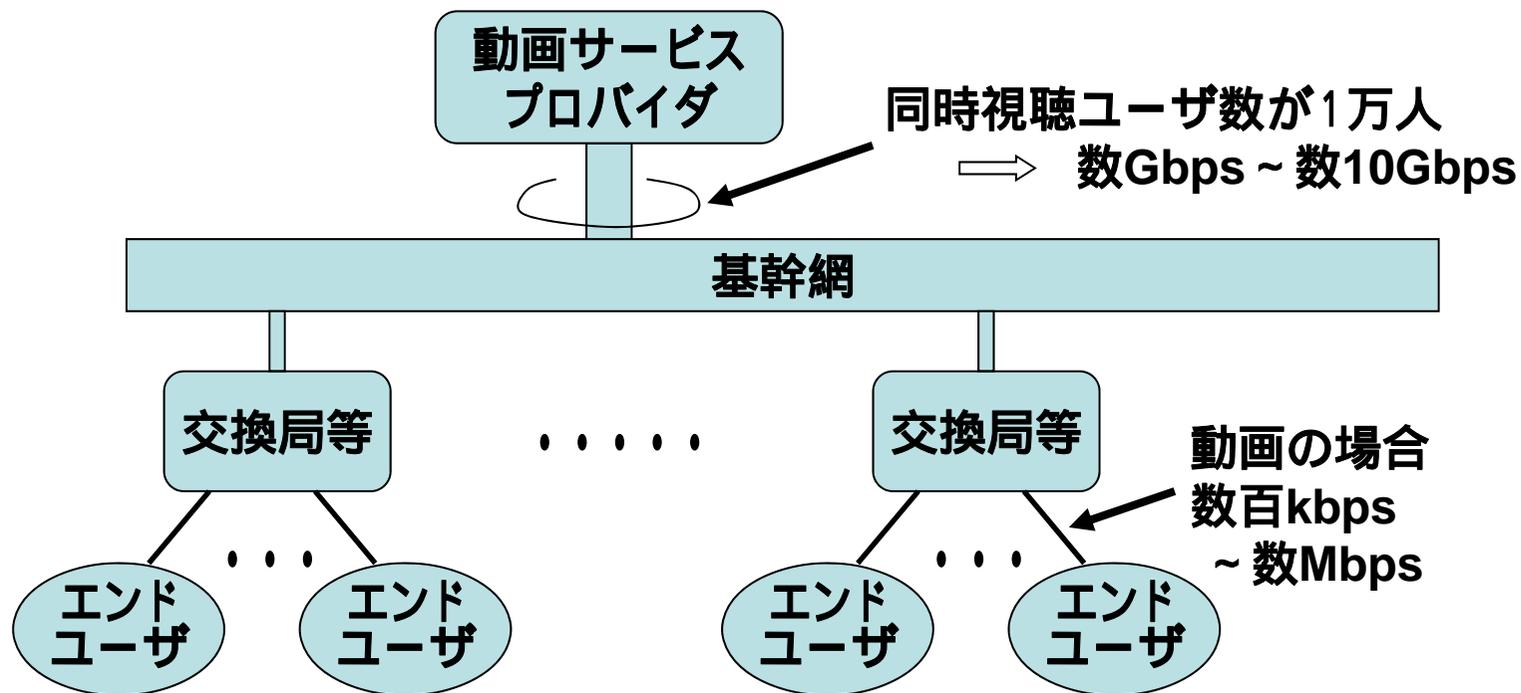
旧アトラスUSAとして、家庭用  
ゲーム事業を北米で展開。  
オンラインゲーム事業にも着手



# ネット / ゲームコンテンツ・ビジネスの課題の例

## 1. 動画サービスプロバイダ側の通信費用負担

- ・ 今回の震災で、TV放送の同時IP送信、および、記者会見の生中継により、完全に市民権を得た、インターネットによる動画放送
- ・ 同時視聴者数が増えると、プロバイダ側の通信費用負担が大
- ・ 通信料金の値下げまたはマルチキャスト機能の確立が望まれる



## 2 . Androidなどの海外からのプラットフォーム

オープンなのは歓迎すべきだが：

- ・ 10年に亘って築いてきたモバイルコンテンツ、サービス資産をもっと有効活用できないか。
- ・ 端末の仕様にばらつきがあり、アプリケーションの個別作り込みが必要
- ・ ドコモやauの課金システム手数料は約10%であったが、Google (Androidマーケット)では30%
- ・ Appleの課金手数料も同様
- ・ GoogleやAppleのビジネスポリシーに左右されやすい

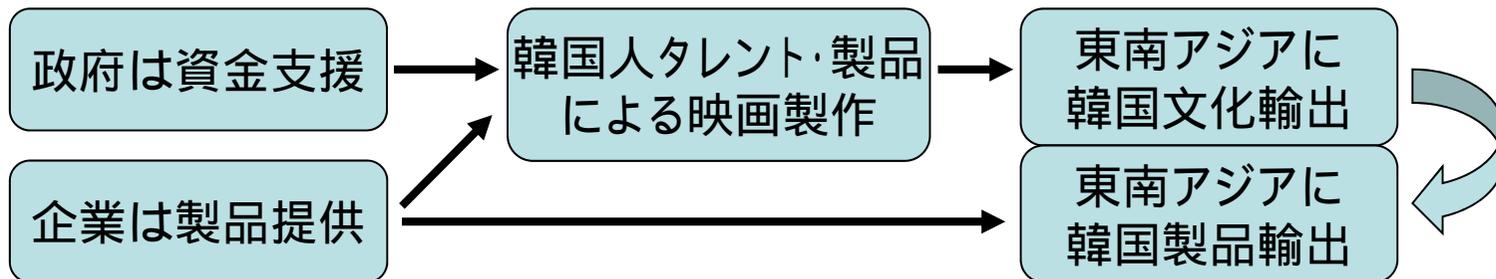
### 3. 人材育成、ファイナンス

#### 【人材】

- ・ 将来に夢を持てる環境が人材確保には必要。
- ・ 「人材育成→ビジネスで利益→人材育成」のループが産業としては必要。
- ・ 例えば、南カリフォルニア大学はハリウッドと連携して演劇理論から最先端映像技術まで幅広く教育。
- ・ 国の支援の手始めに英語教科書の日本語化など。

#### 【ファイナンス】

- ・ 韓国では：



- ・ 米国が国策としてハリウッド映画を使って米国文化・米国製品を世界に広げたのと同じ事を韓国が行なっている。このままでは東南アジア市場は韓国に席卷される可能性。
- ・ コンテンツビジネスは、アイデアや感性だけではなく、ファイナンスも重要。この全体を扱えるプロデューサの育成が必要。

## 「コミュニティFM運営等情報交流支援」 のための募金

- ・社会福祉法人中央共同募金会が創設した『赤い羽根「震災ボランティア・NPO活動サポート募金」』に賛同
- ・助成事業のうち、「復興支援と新たなコミュニティづくりの活動への助成(復興支援・コミュニティ活動プログラム)」を対象とした助成を指定した募金
- ・コミュニティFM, Webサイトの運営資金を援助
- ・募金期間 = 2年間
- ・理事長会社(コーエーテクモホールディングス)は2年間で1億円を拠出
- ・AMD会員以外にも広く呼びかけ

# I. Introduction

## Program Outline | プログラムの概要



タイトル	Strangers 6(6人の異邦人)
製作	中国の北京華録百納影視股份有限公司、フジテレビジョン、WOWOW、インデックス・プロダクション
制作	北京華録百納影視股份有限公司、BASARA PICTURES INC.
クランクイン	2011年3月予定
ジャンル	ドラマ/ 災害サスペンス・アクション
脚本	飯田譲治
감독	北村龍平/馬進
放送形式	韓国: 1話 X 61分 X 22話/ 日本: 1話 X 59分 X 22話/ 中国: 1話 X 43分 X 30話
放送(予定)	[日本] WOWOW 2011年秋放送、フジテレビ [韓国] 文化放送(MBC) 2011年秋放送 [中国] 北京放送(BTV)をはじめ、中国全土のテレビ局で放映、中国中央放送(CCTV)他 [その他] 台湾、香港を含めたアジア地域、欧州、南米、世界30カ国以上で放送予定
制作方式	HD/ STEREO/ COLOUR
制作費用	6.6億円(ウォン:85億ウォン)

# I. Introduction

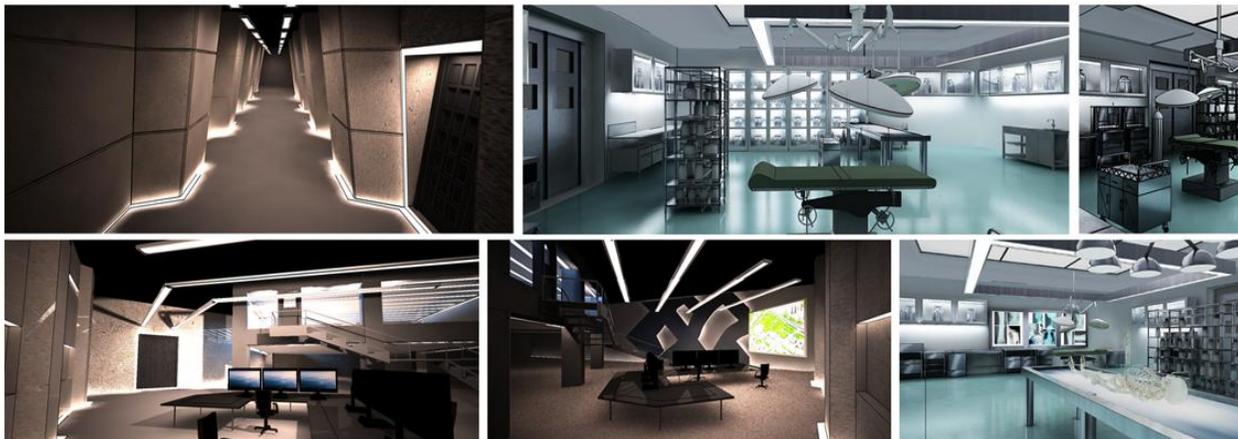
## Location I 撮影地

中国(60%)、韓国(30%)、日本(10%)の割合で撮影計画

▶ China\_ 広東省深圳/Shenzhen

▶ Japan\_ 石川県/Ishikawa

▶ Korea\_ 協議中



### ▶ Location Plan

中国の広東省の深圳地域に主なセット場を設置  
韓国、日本の場合、主な観光地・名所、市街地  
を中心に撮影予定

# II. Success Point

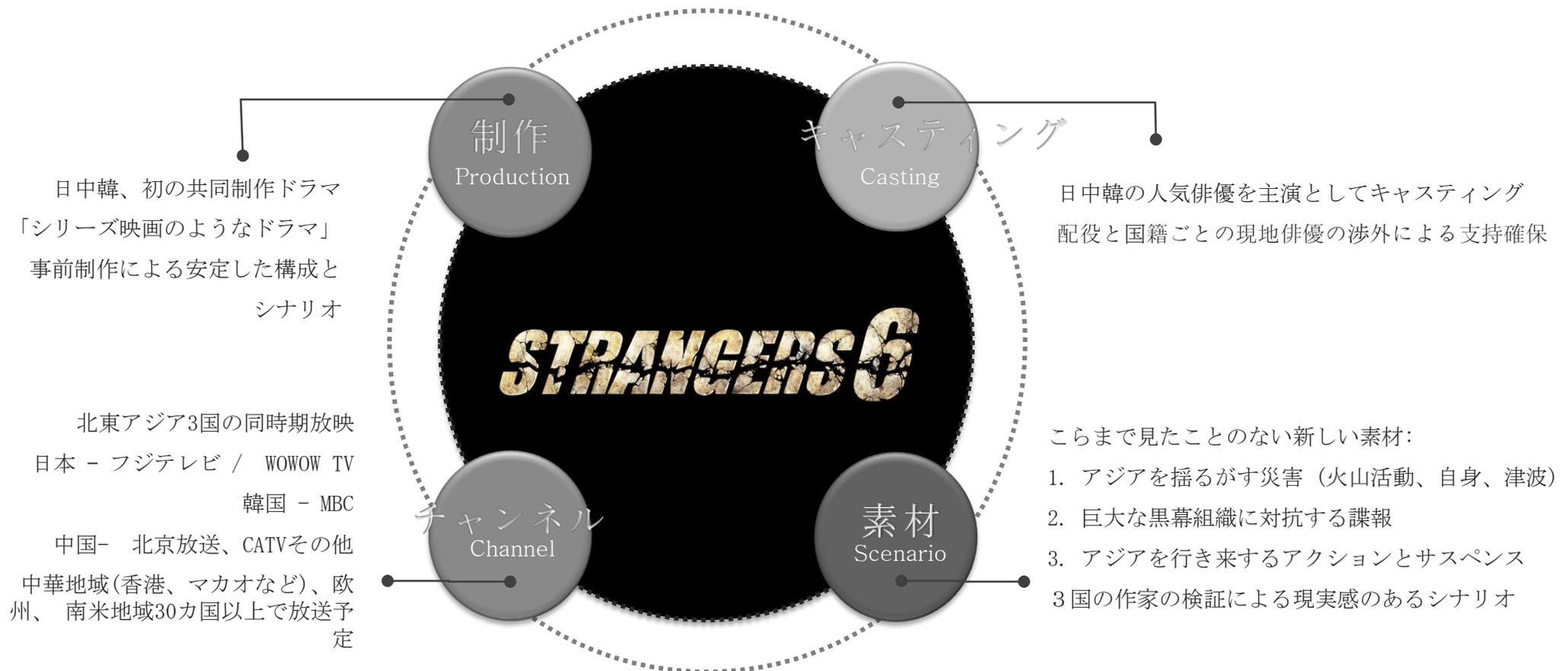
## Program Difference I ドラマ制作の差別性

区 分	制作費調達の側面	制作の側面	配給マーケティングの側面
従来の国内ドラマ	放送局の編成を前提に制作費を当てる + 一部の産業資本の調達	独立制作会社独自のスタッフを中心に制作 (単純下請け or 共同制作方式)	国内市場にとどまる 放送/協賛/VOD/OST/韓流ブーム以来、海外販売を進める
Strangers 6	日中韓3国の放送局が共同制作 産業資金、独自の資金で調達	SPCを設立して独立事業を行う(透明性の確保) - 日中韓の有名制作陣、世界的な標準制作システムとスタッフの参加	北東アジアを中心に放送市場の拡大/ プログラムの付加価値の極大化を図る
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 放送会社がコンテンツの権利を保有&lt;初期投資による区分&gt;</li> <li>- プロジェクト性の構造的な限界で、制作以外の進行には不備がある。</li> <li>- 本格的な産業化が難しい構造</li> <li>- ページシナリオ・シナリオの流れの不安さ(状況によってシナリオ変更)</li> <li>- 海外配給に対する問題点の保有</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 安定した投資、効率的なシステムとがっちりとした構造で、ブロックバスター急の演出・撮影可能</li> <li>- 企画段階からシーズン制を念頭に制作で、アジア、欧州、中華圏、南米圏域で放送</li> <li>- 日中韓をもとに、仮視聴圏域の対象約 2.4億人</li> <li>- 本格的な「産業化と国際化」のビジネスモデルを志向</li> <li>- 海外配給に対する困難さを解決(同時期放映: 編成)</li> </ul>		

# II. Success Point

## Program Feature I ドラマの特徴

北東アジアを素材として世界市場を狙う日中韓3国の初の共同制作ドラマ



# II. Success Point

## Feature & Success Point I プログラムの特徴と興行要素

### 一番目の要素

立証された制作能力 - 興行、認知度、作品製を揃えた制作者らの参加

日本と中国を代表する映画、ドラマ監督と日中韓スタッフらの参加で高い完成度と興行性を保証



### 二番目の要素

作品性 - 徹底した事前制作による構成

国内ドラマの完成度を阻害する要因として指摘されているページシナリオ・全体シナリオの無理な設定を排除!!

脚本家飯田譲治の膨大な想像力をもとに、pre-productionからpostproductionに至るまで計画的に全ての制作を行うことにより、シナリオに対する不安を解消することができ、一つの大きな枠で全体のシナリオが完成する形態

# II. Success Point

## Feature & Success Point I プログラムの特徴と興行要素

### 三番目の要素

キャスティングの話題性 - 各国を代表する俳優の参加で支持基盤の確保

災害諜報アクションという素材にあわせて国別に最適のキャスティングを行い、作品に対する没入効果の強化と認知度のある俳優の参加で該当国の視聴率を保証



### 四番目の要素

素材の斬新性 - 規模と独特な設定による興行の保証

地震災難という素材を選択することで全世界的な関心と興味を誘発できる上、3国に渡る大きな規模で視覚的な充実感を形成