

# 韓国における 放送番組のネット配信

金正勲

慶應義塾大学デジタルメディア・コンテンツ(DMC)  
統合研究機構 准教授

2005年5月15日

# 韓国放送産業の概観

- 多公営・一商業：公営4社＋商業1社
- 制作-編成-伝送の垂直統合構造
- 地上波の広告収入への依存度は90%前後（KBS1や教育放送EBSを除く）
- 広告公社による放送広告市場独占（1981-）
- ケーブル放送や衛星放送など有料放送の高いプレゼンス：普及率は全世帯の80%以上
- 新規放送メディアの世界的テストベット

# 放送産業を取り巻く環境の変化


- 新規メディアの躍進と視聴形態の多様化による視聴率低下とそれに伴う広告収入の下落
- 地上波以外の新規メディアへのコンテンツ流通を通じた収益拡大のチャンス  
(→地方放送局による反発)
- 圧倒的な資本力を持つ通信事業者の映像コンテンツ配信部門への参入(例: KTのIPTV)

# メディア環境の変化に対する 地上波放送局の基本戦略

- ① 広告収入に基づく無料放送というコアビジネスへのマイナス効果を最小限にしながら、  
② ネット配信など所有するコンテンツのマルチユースを通じてコンテンツ流通収入を最大化すること
- ①と②のoptimal balanceのための戦略ツールとしての「Windowing戦略」+「Holdback戦略」+「Pricing戦略」



# 事例研究:MBC -Windowing戦略-

- 6つのWindows
    - ①iMBCのVODサービス(≒catch-up TV)
    - ②3G携帯へのVODサービス
    - ③Internet PortalへのVODサービス
    - ④CableTVへの放送
    - ⑤DVDでの販売
    - ⑥アーカイブ的放送
- 



# 事例研究:MBC -Holdback戦略-

- ①iMBC VOD→30分後
- ②3G VOD→次の日の正午
- ③Internet Portal VOD→24時間後
- ④CableTV→1週間後(～2006年は24h後)
- ⑤DVD→1ヶ月後
- ⑥アーカイブ的放送→



# 事例研究:MBC -Pricing戦略-

①iMBC VOD→500Won~1000Won

②3G VOD→900Won ~ 1300Won

# 放送局による 映像コンテンツの権利処理

- 映像コンテンツの帰属問題を正面から規定した法律はないが、利用権は制作者に譲渡されたとする推定規定(著作権法75条)が存在
- 実演家を含むリソースの内部化度が高い→放送局の優越な立場→円滑な著作権処理
- メディア競争の激化によるコンテンツの相対的重要度増大で、実演家の権利は強化傾向