

番組コンテンツマルチユースについて 番組制作者の意見

VER.1.0

株式会社イメージクエストインタラクティブ

番組コンテンツマルチユースの前提:

<制作会社>

- ■リスクを取って制作会社も<製作>に参入
- ■制作会社自らが製作ビークルの幹事会社になる選択肢
- ■創作機会の拡大において多くの作品が市場へ供給可能に
- ■2次利用を前提でのコンテンツウインドウ戦略の立案が必要に
-

<権利者>

- ■新しい産業構造が生まれることは大歓迎
- ■許諾権が行使され、権利が担保されたコンテンツが流通することに異論は無い
- ■使用の都度分配が可能となることにより多くの実演家が参加可能に
- ■制作者の創出機会は実演家の出演機会の拡大に
-

<愛好家>

- ■新規参入者の増大において作品も多様化
- ■収益性が見込まれればより作品の高品質化に
- ■タイムシフト・プレイスシフト・メディアシフトにて作品にふれ、楽しむ環境が増大

<資金調達>

- ■放送局は該当する番組枠を決め、番組の製作著作を外部移譲
- ■提供スポンサー提供料の制作費部分を制作者は収入の一部に
- ■コンテンツファンド投資・ノンリコースローンなど資金調達が多様化
- ■製作方式のビークルも自由選択に（製作委員会方式・SPC方式・信託方式など）



今後の制作者として:

従来の制作プロダクションは

- ■プロダクトマネジメント観点で完成リスク負担
- ■P&Aマネジメント観点で事業リスクの軽減

新たな選択肢

- マーケティングマネジメントの観点を持った上で、全体のマーケティングの判断を行い
マルチユースに作品の活用(販売を含む)を行うことで、運用リスクを負担
- ファイナンシャルマネジメントの観点を持った上で、目論見書・フィジビリティ・スタディ等を
策定し、ファイナンシャルマネジメントの観点を持ち信用リスクを補完

※制作プロダクションが幹事企業とし調整役となった場合でも放送局・広告会社側との関係は従来のモデルと大きく異なるわけではない。しかしながら、新しいビジネスチャンスが数多く放送業界・エンタテインメント産業界に派生すると考える。

- 金融商品取引法成立は、企業の大小で無くエンタテインメント産業界にとっても必要な
 - 透明性の追求というチャンス
- ファイナンシャル・プロダクション・PR&AD・マーケティングの各マネジメントを
 - <プロデューサー>方式でビジネスコンテクストを形成
- 作品の発案者、プロジェクトリスクを取った企業が幹事として活動できるビークルを



まとめ

社会全体でのエンタテインメント産業の役割とは、人と人、人と企業の潤滑油の役割であり<コミュニケーション>においての重要な役割を果たすものであると考えます。エンタテインメントはそのような意味において、愛好家にとっても、そして企業にとっても、無くてはならない大切なものだと考えます。

- 番組マルチユースのビジョンは、作品もさることながら資金調達も、製作方式も、選択肢が多様化することで今以上に制作する人、実演する人のモチベーションが高まり、質の高い作品が数多く産出されていくと考えます。愛好家の方々も、より多く楽しむ手段を得る構図を生み出すことができると考えます。
-
- 12兆円のコンテンツ産業が大きく右肩上がりに成長するなかで、コンテンツの製作過程の透明性を確保し、資産評価を進めることで大規模な金融商品を創り上げることも可能なはずで、これは政府として目標に掲げている5兆円に含まれない新たな成長産業です。制作者はその資金を活用し、また新たな作品作りに臨みます。
- 産業界全体でそのような新しい産業の育成支援について理解を望むものです。

