

韓国における番組流通市場の 現状と政策的動向



金正勲

慶應義塾大学デジタルメディア・
コンテンツ統合研究機構 准教授



番組流通の重要性

- 既存の地上波中心の放送産業構造改善
- 独立制作会社の育成
- 多チャンネル・多メディア時代の番組の需給不均衡の解消
- 番組の貿易収支改善に直接的な影響



放送番組流通市場の現状

- 地上波の垂直的統合による規模の経済性発揮とそれによる市場支配力生成
- 独立した配給網が構築されず、地上波が番組配給においても圧倒的な影響力保持
- 需要者独占構造から制作会社の弱い交渉力
- 実質的な流通市場不在による流通人材不足
- 番組流通市場は活性化せず
- シンジケーションによる番組供給／流通市場が活性化されている米国とは対照的



韓国の番組流通市場の特徴

- 1995年にケーブルTVが登場することで番組流通がスタート。当初はチャンネル数の増加により、番組流通市場に対する期待が大きかったが、地上波の垂直的統合や流通市場の支配から競争は進展せず
- 独立制作会社は制作費を地上波に全面依存している状態から抜け出すことができず、その結果、独立制作会社制作の番組の著作権が地上波に帰属される現状(約8割)

⇒ マルチユースからの収益は地上波へ帰属



制作支援から流通支援へ

- 今までの韓国の放送産業支援政策は、「制作への集中支援政策」
- 放送産業持続可能な発展のため、独立制作会社育成を通じた制作基盤強化に重点
- ただ、政策的実効性に対する疑問
- 代案として、流通を中心とした政策展開で放送産業の再編が検討中



制作支援策の実効性に疑問

- 91年以降、独立制作者育成のために外注制作比率規制導入
- 外注比率は継続して増加という量的成果に対し、番組供給市場における競争促進という当初の政策目標達成には力不足
- PTARも同様。地上波放送局の市場支配力を緩和することは出来ず
- 独立制作会社は、メジャーとマイナーに両分化



流通促進による制作基盤強化

- 現状、番組流通部門による番組制作部門の支配構造が加速
- 放送番組は流通窓口の拡大、マルチユースの推進により、その価値や収益が最大化するという点で、流通中心の支援政策に中心をおくべき。その際に、適正な代価が制作側に還元される仕組み構築が大事



番組流通専門会社設立(案)

- 独立制作会社への直接的支援よりは、流通会社を通じた支援の形式に変更
- 番組の安定的な購入に投資する政策が、制作集中支援より効果的であるという判断
- 番組流通専門会社の設立を通じて、番組流通市場の活性化、地上波支配の産業構造の変化を促す



番組流通専門会社設立(案)

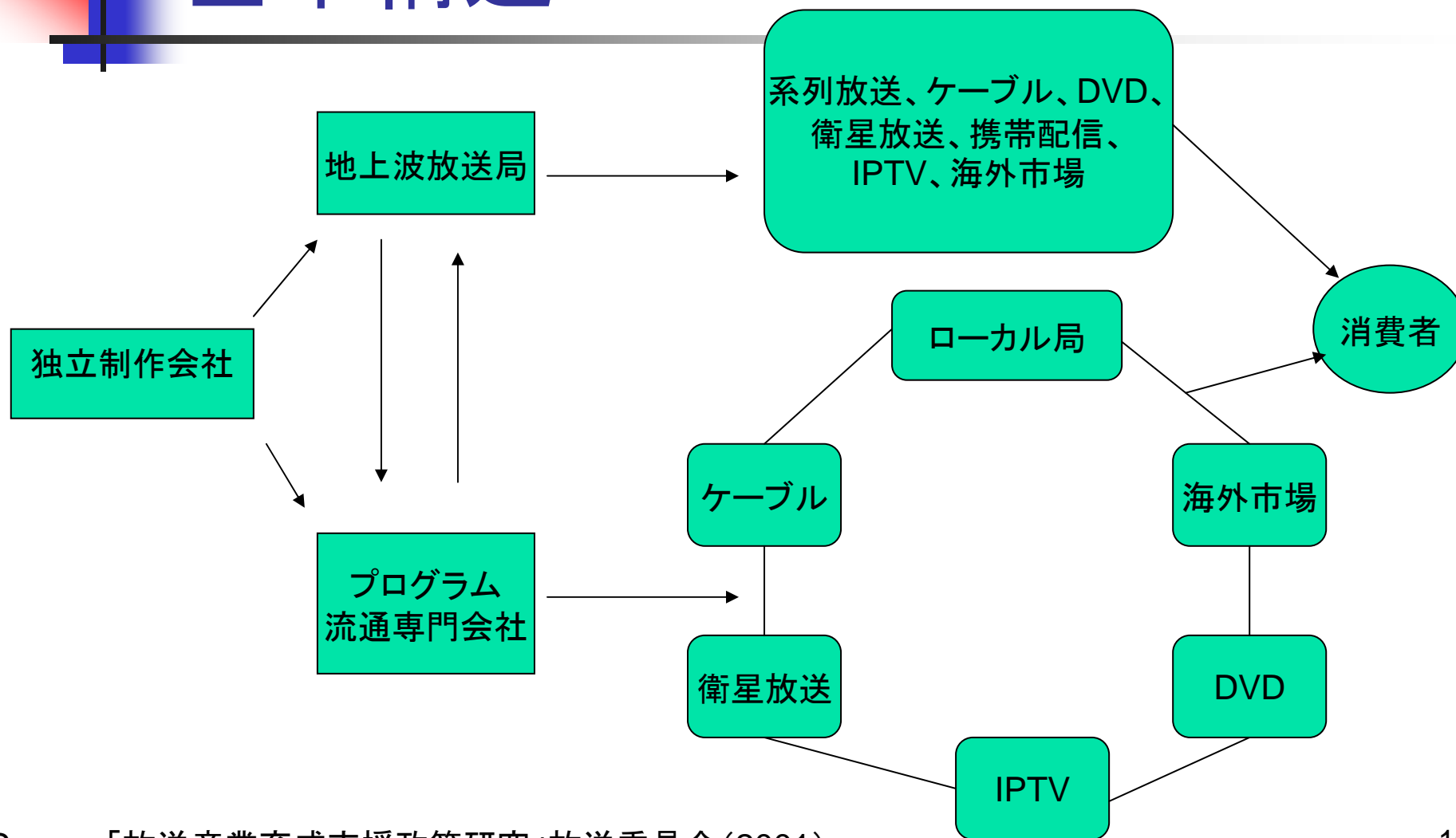
- 現状は、番組流通市場は地上波が支配している構造。地上波が持つ番組の影響力は大きく、新規メディアへの支配力の転移が見られる
- 制作会社制作の番組の著作権帰属において圧倒的な交渉力を持つ地上波と、制作資金の地上波依存により対地上波に対する交渉力が低く、下請化している独立制作会社。直接取引では圧倒的に不利



番組流通専門会社設立(案)

- 番組流通専門会社設立を通じて、独立制作会社と地上波との力のバランス
- 新会社設立を通じて、個々の独立制作会社を育成するよりは、番組の需給に直接的に影響を与える戦略
- 独立制作会社が地上波と直接取引するよりは、流通専門会社と取引。地上波は流通専門会社と取引させる。そのためにも新会社がある程度の番組の量を確保することが先決

番組流通専門会社 基本構造





新会社設立における基本原則

- 独立制作会社の番組購入及びウィンドウ配給業務を中心
- 海外市場での番組流通も担当
- 独立制作会社を支援はできるが、直接制作会社を所有又は運営への参加はできない
- 設立時は独占形態でスタートし、一定期間経過後、自立可能な時期に競争体制を導入



新会社設立の財源調達と役割

- 設立時には公的資金投入。しかし、公営企業が持つ運営上の硬直性や非効率性を避ける必要有り
- 主要活動としては、独立制作会社へのファイナンス、マネジメント、企画、編成諮問、番組収集保管



番組取引方式

- Pre-sale
- Step-deal
- Minimum guarantee



著作権関連方策

- 新会社設立以前に、番組の権利分割及び著作権の集合的利用契約 (collective licensing) 制度等による番組著作権制度を改善する必要有り
- 著作権委託管理制度を活用し、著作権の窓口役割を流通専門会社で担当するようにし、それによって、地上波放送局に従属していた独立制作会社の経済的権利を守り、著作権や著作権情報の集約・告知を通じて、著作物の流通仲介機能を遂行出来る
- その結果、著作権者、独立制作会社、放送事業者全てに利益をもたらす



期待される効果

- 流通の専門化を実現し、既存の非合理的で非効率的な番組取引を正常化
- 急増するチャンネルによる番組需給の不均衡問題を安定化
- 多段階流通を通じた番組付加価値最大化
- 流通の安定は制作会社が制作に専念出来るようにすることによる番組の質の向上



流通専門人材の養成

- 番組流通には、流通専門人材が必要
- 現行の番組の取引は地上波の内部人材が主導
- 流通専門人材育成は長期的な育成対策が必要
- 具体的な取組の例：
 - 「KIPA放送映像ディレクタースクール」
 - 文化観光部が2001年設立
 - 委託を受けた「独立製作社協会」が運営
 - 海外への番組流通を専門とするマーケティングディレクターを毎年10名輩出