

番組国際見本市への戦略 -韓国の場合-

金正勲

慶應義塾大学DMC機構 准教授

2007年11月27日 @総務省

番組国際見本市

- 文化商品輸出による経済的・文化的価値実現
- 国内市場が小さい韓国にとって番組輸出は重要
- 番組輸出の主要な手段としての番組国際見本市
- 国庫支援金を基本に海外見本市(MIP-TV, MIPCOM, NATPE)に参加
- 単なる市場を越え、業界のアジェンダ設定機能を担う国際見本市
- 中国、香港、台湾、シンガポール等への警戒
- 2001年からBCWW(Broadcast WorldWide)開催

主要番組国際見本市 MIP-TV(仏)

- 毎年4月カンヌ(仏)開催。世界97国4201社参加。2004年からデジタルコンテンツ専門会議Miliaと共同開催
- バイヤー3565人。参加登録者12000人
- 韓国は1999年から参加し、2006年には26社参加

主要番組国際見本市 MIP-TV(仏)

- 2006年番組販売が1000万ドルで前年比23.1%上昇(cf: 2004年280万ドル)
- 地上波販売率が34.5%上昇で、輸出額シェア84.5%
- ケーブルや独立プロダクションの販売比率は縮小傾向
- 地上波はドラマ中心、ケーブル等は非ドラマ中心の輸出傾向
- IPTVやモバイル放送への需要上昇期待大

主要番組国際見本市 MIPCOM(仏)

- 2006年で22回目。ブロードバンド、モバイル等ニューメディア関連ビジネスで強み
- 毎年10月頃カンヌ開催。Reed Midem主管
- 2006年韓国からは96社参加。60社展示
- 販売額は560万ドル。同時期開催のBCWW(8月)、TIFFCOM(10月)により、販売実績の分散が原因
- 全体輸出の8割がアジアに偏重

主要番組国際見本市 NATPE(米)

- 全米TV放送製作者連盟
- 毎年1月にラスベガス開催
- 2006年は展示365社、参加者7515名
- 参加者の8割はアメリカ大陸
- 韓国からは7社22名
- メジャーStudioが2004年以降進出。参加者増加
- 世界映像市場の8割を占めるシェアを持つ米国市場参入の入り口
- (北米市場のアジア民族狙いの放送局増加)
- 南米バイヤーとの出会いの場としての機能

主要番組国際見本市 ATF(シンガポール)

- 毎年11月末から12月初開催
- Reed Midemのアジア進出の意味
- 2000年からのMIP-Asiaが前身
- 2年間の停滞期を経て、メディア振興機構MDAの全面支援の下、名称をATFに変更。Reed Exhibitionsが主管社に
- 販売者よりバイヤー中心。7割がバイヤー
- 韓国からは8社参加(2005年)
- 韓国にとってはベンチマーキング対象

韓国発国際見本市 BCWW

- 90年末からの韓流ブームを受け、2001年から、`民間資本`でBCWWスタート
- 2002年から主催が民間から政府へ
- 単なる番組の展示／販売を越えたメディア産業の方向付けの役割
- 韓国番組の最大販売市場。しかし、韓国番組以外の市場の成長には至っていない
- アジア中心市場からの脱却も課題

BCWW 2001

- 民間資本で開催
- (株)Group 8, KTCA開催@釜山
- 国内外25カ国、110社が展示参加。参加者数1000名
- 展示社比率でアジア諸国が31.8%
- 欧州が8.2%、北米が5.5%

BCWW 2002

- 文化観光部主催/運営開催@ソウル
- 政府主導下で多様な団体参加による質向上
- 国内外25カ国、250社が展示参加。参加者数3000名
- デジタルコンテンツイベントのDICONと連携開催
- デジタルメディアとデジタルコンテンツにも焦点
- バイヤーの混乱や主管部署同士の協調に問題

BCWW 2003

- 文化観光部主催。DICONと分離開催
- 国内外25カ国、151社が展示参加。参加者数3000名
- 衛星放送事業者や通信事業者(SKT)が大型ブースで参加
- 地上波中心で、ケーブル等ニューメディアの消極的参加

BCWW 2004

- 文化観光部主催
- 国内外26カ国、156社が展示参加。参加者数4800名
- 海外参加73社の内、日本企業が24社
- 「冬のソナタ」ブームによるもの

BCWW 2005

- 文化観光部、放送委員会共同主催
- 国内外32カ国、180社が展示参加。参加者数3800名。全体契約実績：1500万ドル
- アジア・中東から17カ国、欧米から14カ国参加
- MBC/KBS/SBS、それぞれ300万ドル以上の販売契約実績

BCWW 2006

- 文化観光部、放送委員会共同主催
- 国内外31カ国、147社が展示参加。参加者数5000名。全体契約実績：1700万ドル
- 展示会以外にコンファランスでは、世界20カ国から80名の講演者が参加。融合時代の放送の可能性や政策的役割についてギロン。

今後の課題

- 政府主導による財源の安定性と組織力により、2001年以降、持続的に成長
- 更なる国際的広報とそれによる海外参加国の拡大が必要。国際広報会社との契約も視野に[ATF]
- アジア諸国、特に中国、シンガポールの見本市との差別化戦略を通じた競争力確保がキー