

コンテンツの

取引市場形成に向けて



～取引市場のトライアルの実施～

AMD参与 中村 伊知哉

2007.12

「放送コンテンツ・マルチユース促進」に係るAMDの取組み

AMD※(デジタル・メディア協会)は、自ら「製作資金とリスク」を負担する意欲ある製作者が、放送コンテンツの流通を自ら担う機会を得て、更に創造インセンティブを向上させていくための取組みを実施。

- ① AMDが、放送番組の企画を公募。優れた企画を選定・表彰。条件は、企画内容に加え、「マルチユース」と「制作費の自主調達」。
- ② 選定・表彰された企画の取扱いについて、AMDから関連業界に対し、以下のような協力を要請。
 - 1) 「マルチユース」促進のための放送時間枠を設定し、選定・表彰された企画を提案した製作者に、当該時間帯の放送番組の製作を委ねることの検討を依頼。
(放送事業者等)
 - 2) 選定・表彰された企画を提案した製作者に、製作資金の出資を検討すること、又は、当該番組のいわゆる「スポンサー」となることを検討することを依頼。
(一般企業)
 - 3) 選定・表彰された企画を提案した製作者に対し、いわゆる「番組スポンサー」や「製作資金出資者」を仲介することの検討を依頼。(広告代理店)

※AMD: Association of Media in Digital

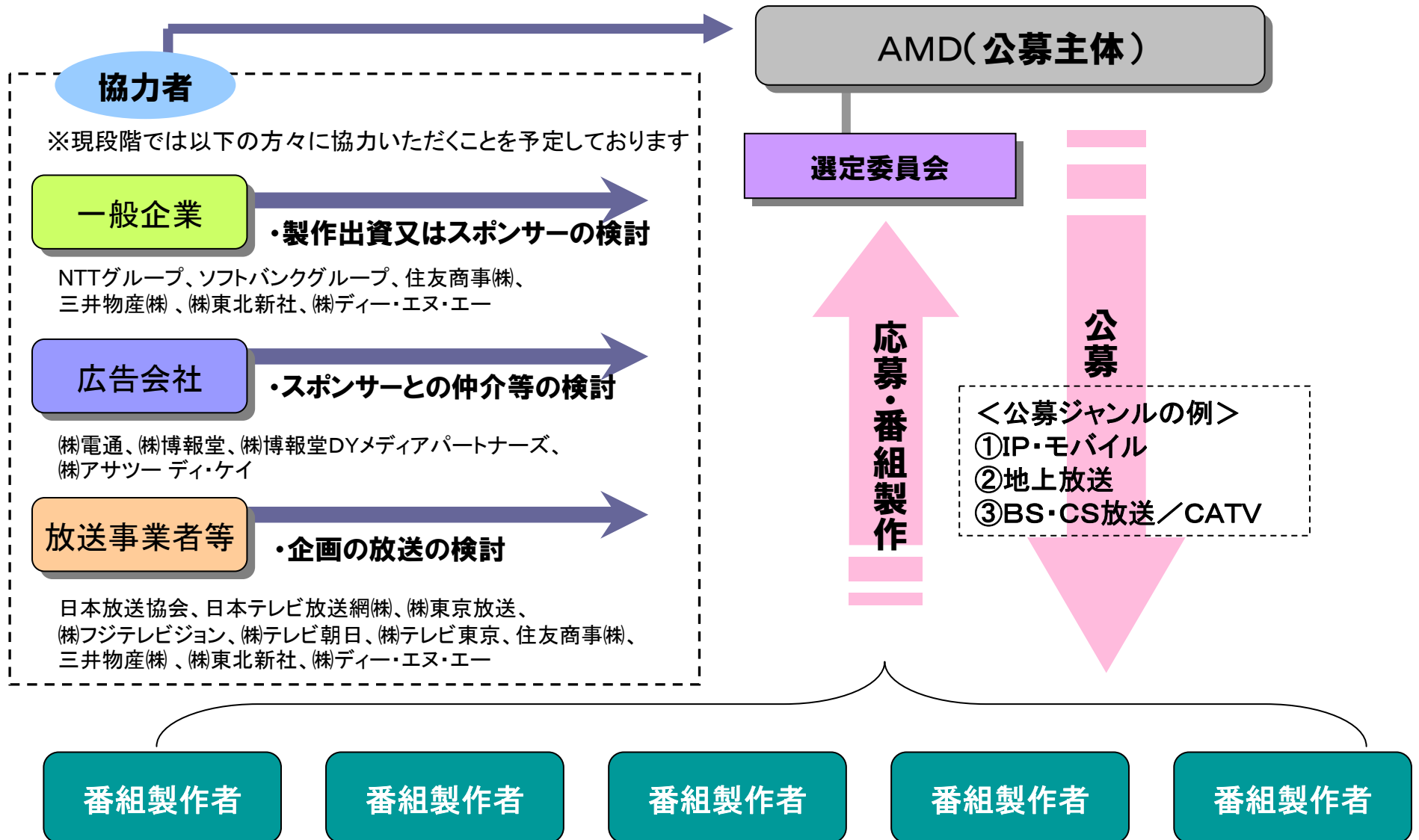
社団法人デジタルメディア協会(AMD)の概要

- デジタルメディアのコンテンツ及びサービスの普及、質的向上、用途拡大を図り、もって高度情報通信社会の健全な発展に寄与することを目的として、平成6年に設立。
- 役員
理事長: 襟川恵子 ((株)コーエーファウンダー取締役名誉会長)
副理事長: 角川歴彦 ((株)角川グループホールディングス代表取締役会長兼CEO)
役員会社: (株)インデックス、(株)インフォシティ、(株)インプレス、(株)ボイジャー他
- 会員数68社(正会員56社、準会員5社、賛助会員7社)

公募の条件例

- 企画は基本として単発番組(30分~1時間)。連続もの場合は回数明記。
- 企画についての放送の可否、放送時間帯などについては、放送事業者の編成方針に従って判断。
- 番組製作者のみならず、「提案企画を製作可能な者」であれば応募可。

(参考)トライアルスキーム図



情報通信審議会第四次中間答申～ デジタル・コンテンツの流通の促進 ～(平成19年8月)(抜粋)

iii) 放送コンテンツと、その製作主体の多様化に関する考え方

- ① 現在、放送コンテンツの製作資金及び製作に関わるリスクは、基本的に放送事業者が負担している。これは、放送コンテンツを、常時、適正な対価で安定的に供給するために構築された製作スキームであるが、その枠組みの中でも、放送事業者による積極的なマルチユースは実施されている。
- ② 映像コンテンツ市場の成長を牽引することが期待されている放送コンテンツのマルチユースを更に促進し、その市場を拡大する観点から、放送事業者に加え、自ら資金とリスクを負担する意思のある多様なコンテンツ製作者が、マルチユースを想定しながら製作に取り組み、自己判断で積極的にマルチユースを展開し得る新たな製作枠組みを検討することが必要と考えられる。
- ③ 具体的には、放送事業者が、その編成責任の範囲内で新たな枠組みを想定した放送時間帯を設定し、当該時間帯の放送コンテンツ製作を希望する製作者を募った上、当該製作者に対し製作資金とリスクの負担を求め、その負担に応じて、その後のマルチユースに係る一定の権利を付与することが考えられる。
- ④ 前記 ii) のコンテンツの評価情報のデータベース化や、当該情報に係るルールを検討するに際し、まずは「試行的」に、マルチユースを前提としたコンテンツの取引実態を形成し、その取引に即したデータの抽出と検証を行うことが有効。従って、前記③に提案した新たな製作手法の試行にあたっては、コンテンツの新たな評価手法の開拓に向けた、データの収集と検討をあわせて実施することが望ましい。
- ⑤ 実証実験実施のための基本的なルールについては、放送事業者を中心に、「コンテンツ取引市場の形成に関する検討会」の構成員の協力も得て検討を進め、具体案が公表されることが望ましい。

iv) 当審議会としては、これまでに示した検討経緯と、各委員の意見にかんがみ、放送コンテンツのマルチユースは、放送事業者、権利者団体等関係者が現在の努力を継続することによって、民間主導で確実に進捗するものとする。また、前項までに提案した実証実験により、これを更に加速・推進する新たな手法が開拓されることを期待するものである。

(参考)コンテンツ取引市場の形成に関する検討会

1. 背景・目的

デジタル化、ネットワーク化の進展に伴い、放送番組、アニメその他のコンテンツについて、DVD等のデジタルメディア、インターネット等のネットワークなど、様々な形態の二次利用が進んでいる。

こうした二次利用に係る取引についてルールを整備し、コンテンツに係る取引を促進することによって、コンテンツがより多くの付加価値を生む可能性が指摘されている。実際、信託業法の改正を始め、コンテンツ取引に関して、新たな制度環境も整備されつつある。

以上の状況の中で、コンテンツの取引対象としての透明性や流動性の向上と、これらに係るルールを整備等が重要な課題となると考えられる。そこで、これらの課題への対応のあり方を検討し、コンテンツの取引の促進と、その取引市場の形成に資するため、表記検討会を開催する。

2. 検討事項

以下の事項に関する調査研究を行う。

- (1) コンテンツの取引と、関連するルールの現状
- (2) コンテンツの取引の促進に関する諸課題とその解決方策
- (3) その他、必要事項

3. 開催期間

平成18年11月から平成19年10月までに計9回開催。

構成員

(五十音順)

飯島 一暢	株式会社フジテレビジョン 取締役 経営企画局長
伊藤 雅之	公認会計士(監査法人トーマツ 社員)
大路 幹生	日本放送協会 総合企画室[関連事業]統括担当部長
大寺 廣幸	社団法人日本民間放送連盟 事務局次長
音 好宏	上智大学教授
川原 和彦	株式会社博報堂 i-事業推進室 マネジメントプランニングディレクター
吉川 治宏	三井物産株式会社 情報産業本部 チーフストラテジスト
高村 裕	社団法人全日本テレビ番組製作社連盟 理事 株式会社エクスプレス・シー・アール 代表取締役社長
中村伊知哉	慶応義塾大学教授
林 繁樹	みずほ証券株式会社 インベストメントバンキング プロダクツグループ 財務商品開発部 部長
平本 和生	株式会社東京放送 常務取締役
(座長)舟田 正之	立教大学教授
水野 雄司	日本政策投資銀行 情報通信部 次長
村上 寛	株式会社サーベラスジャパン 常務執行役員
森田 貴英	弁護士(BDJ法律会計事務所)