

	課題認識
番組製作者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 放送枠や資金調達に関して、事前にある程度の確約があると想定していた等本トライアルの趣旨を正しく理解していなかった面もあるが、現実には、アワードを受けたらからといって何も進まなかった。 ・ 事務局に、放送事業者、スポンサーとの橋渡し役を担っていただきたかった。
放送事業者	<p>【企画内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ マルチユース展開の計画が不十分。 ・ ドラマ以外は、ネットを1次ウィンドウとしたマルチユース展開は難しいのではないかと。 ・ 新しいマルチユース展開のアイデアが必要。 ・ 採用の可否を判断するために、企画書だけでなく映像のパイロット版が必要。 <p>【地上波放送枠の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 枠を確保するか否かは、企画の内容により判断せざるを得ない。 ・ 地上波だけに頼るのは、本トライアルの趣旨に沿っていないのではないかと。 <p>【資金調達】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 出資者がリスクをとるかどうかの問題。
広告代理店	<p>【企画内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 企画の詰めが不十分。放送事業者等と共同で企画を練り上げていくことが必要。 ・ 先に番組内容が決まっているので、スポンサー企業のブランドを具現化するに当たってニーズに対するマッチングが困難な場合もある。 <p>【資金調達】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 出資する側とコンテンツを製作する側のニーズのマッチングがスムーズに進まなかった。もっと機能的に動き出す仕組みが必要。
スポンサー	<p>【企画内容等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 我が国のマーケットでの評価を得られる番組(企画)なのか、懸念があった。 ・ 提案者の番組制作能力、経験について不安があり、実現可能性に懸念があった。 <p>【地上波放送枠の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地上波での放送についての検討が十分されていなかった。 <p>【資金調達】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ビジネスモデルが十分でなく、出資者の視点から、相応のリターンを期待することができなかった。 ・ 関東ローカルではなく、地上波の全国ネットでないと資金の拠出は難しい。 ・ 作品が出来上がっていない段階では、コンテンツとしての価値が不透明であり、出資に躊躇する面もある。
AMD事務局	<ul style="list-style-type: none"> ・ 色々な見方があるので、継続してトライアルを実施し、効果検証を続ける段階ではないかと。