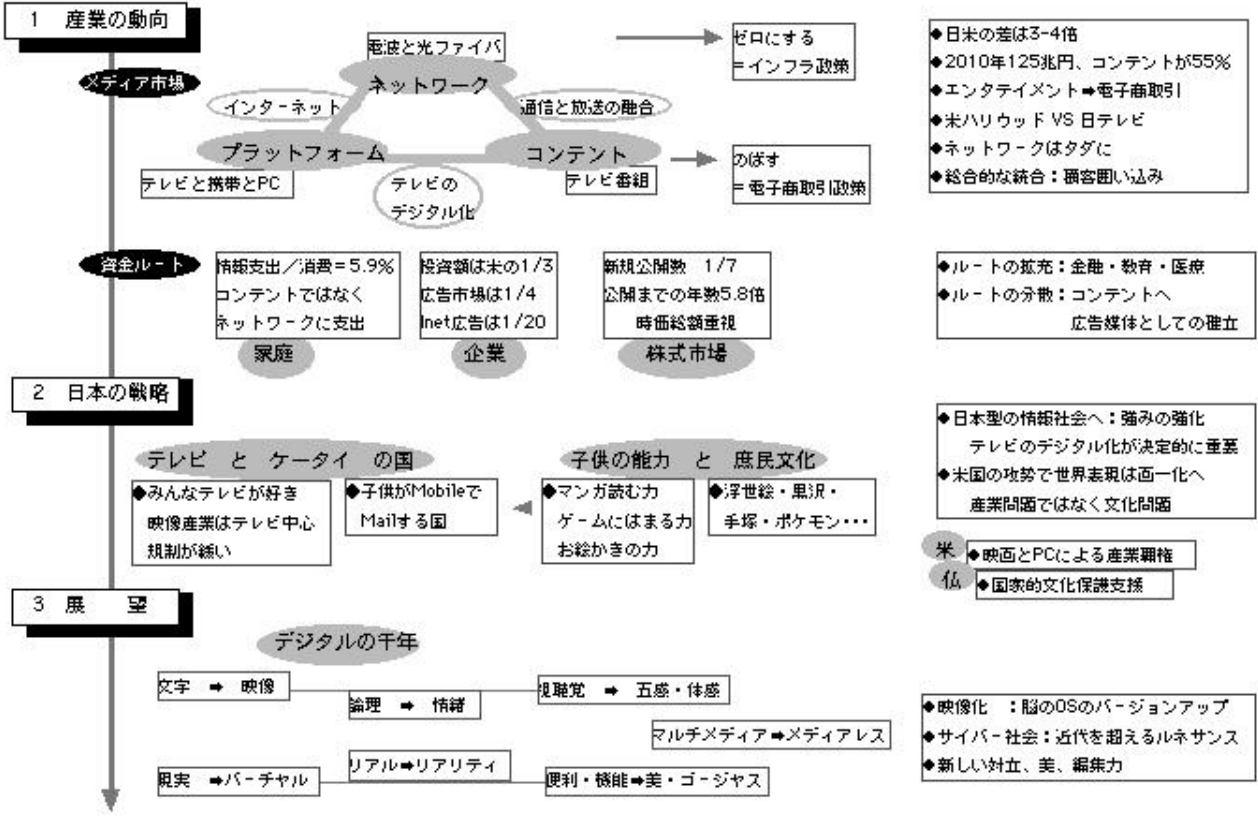
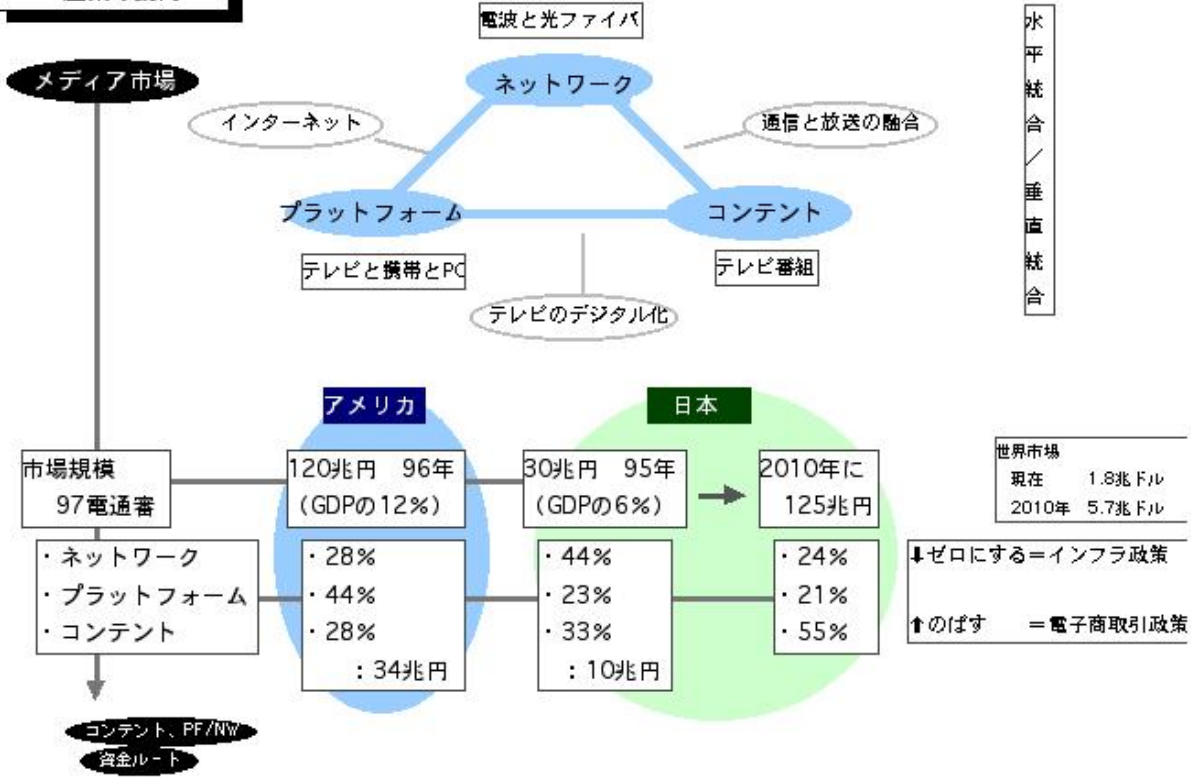


Digital Millennium  Ichiya Nakamura

1999.9



1 産業の動向



コンテンツ

日本の市場（97年）

- ◆映像 4兆円
  - ・テレビ3.1兆円・ゲーム5300億円・ビデオ3900億円・映画興行1800億円
- ◆音楽 2兆円
  - ・カラオケ1.30兆円・レコード5900億円・ラジオ2800億円
- ◆文字 5兆円
  - ・出版2.63兆円（うちマンガ5700億円）・新聞2.53兆円

コンテンツ産業の成長  
 ×多チャンネル化によるエンタテインメントの成長  
 ○金融、レジャー、医療、教育のネットワーク産業化  
 （コンテンツ産業政策=電子商取引の振興）

映像制作流通

テレビが中心 → 映像ソフト制作 → 制作時間の97.5%がテレビ  
 制作金額の89.9%がテレビ 振込しらへ

◆合計	26.5万時間	2.00兆円
●放送	97.5% 25.8万H	89.9% 1.8兆円
	うち地上波75.0%	79.8%
●ビデオ	1.9% 5048H	3.3% 659億円
●ゲーム	0.3% 784H	2.3% 460億円
●映画	0.1% 345H	4.1% 828億円

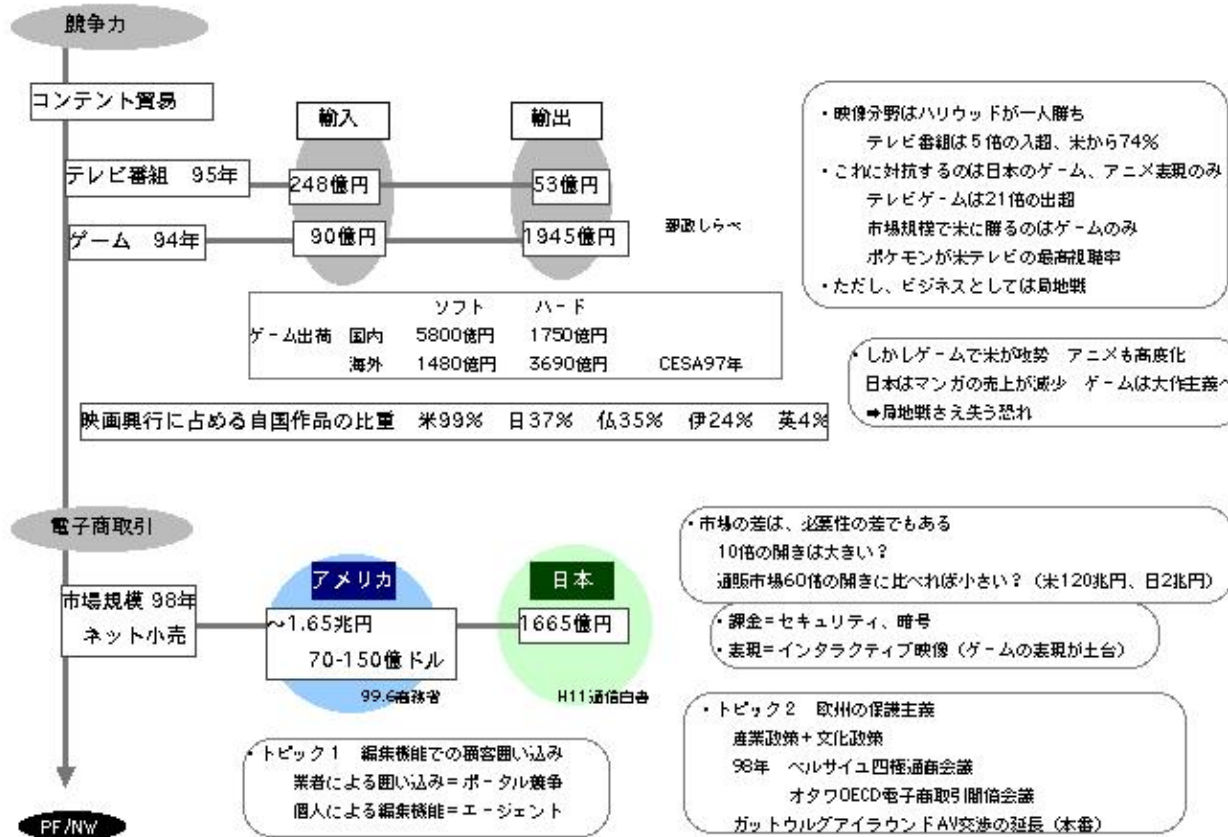
映像ソフト一次流通市場 → 3.9兆円（96年）うち テレビ70%+ゲーム16%+ビデオ8%=テレビ系で94% 振込しらへ

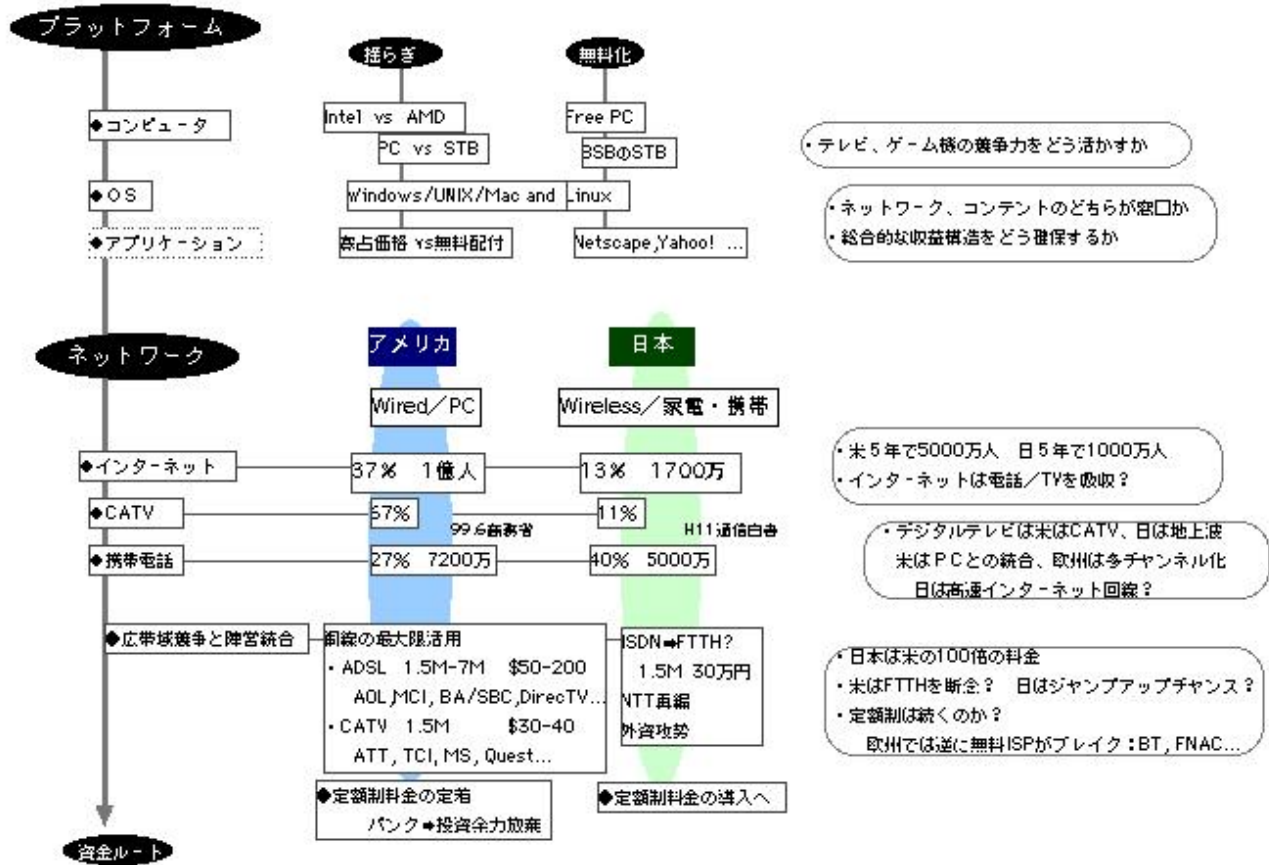
東京に集中 → アニメ制作84% ゲーム67% 映画66%  
 映像プロダクション61% テレビ売上49%  
 雑誌98% 出版社79% 新聞発行41%  
 音楽プロダクション97% 振込しらへ

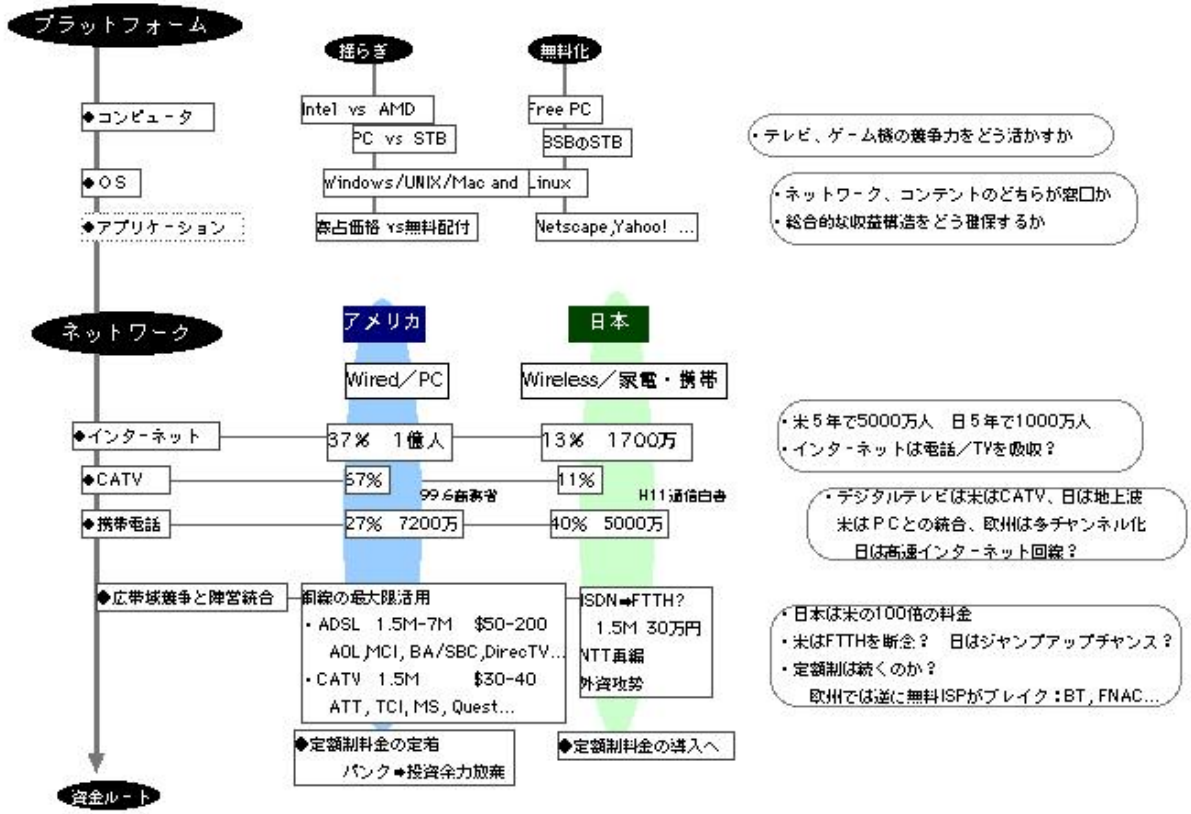
行っけはコストベース → C Dの別  
 小売り30% プレス20% 物産30%  
 制作12% 著作権・アーティスト8% 三浦さん

・映像は、テレビが作り、テレビで見る  
 ・映画の長期調落をテレビ・アニメが支え、クリエイティブな人材はゲームへ  
 ・テレビ局が権利保有し、プロダクションは下請け構造  
 ・東京集中は強み  
 ・コンテンツの価格はコストベース  
 ・モノがないと値段がつかない  
 ⇒電子商取引は広告依存  
 ネットワークゲーム不成立

競争力、電子商取引↑









◆ 弱点の克服 → 強みの強化  
 ◆ 米型追従 → 土着の普遍性  
 米の攻勢：ネットワークゲーム、3Dアニメ、中国市場 → 世界表現の画一化（産業問題ではない）  
 英語は本質問題か？ インターネットと中国、イスラム、ヒンズー （日本語は世界の2%）

政策含意

① 作らせること

◆ 子供を信じること

・マンガを読ませてゲームをさせること、そして作らせること  
 ・1万人の中から10人天才ができれば食える  
 ・アーティスト保護は著作権政策で

人材育成（欧米）  
 アーティスト保護  
 のアメリカ、  
 流通重視の欧州

◆ ベンチャーを増やすこと

・ただしコンテンツ・ベンチャーの育成補助ではなく、一般的なオーナー企業の奨励  
 ・産業政策というより、旦那衆が支えてきた日本文化を維持強化するための政策

◆ 放送のハード・ソフト分離

・コンテンツ制作をネットワークから開放すること  
 ・過去最大のコンテンツ政策 = CS放送

欧州の分離政策  
 放送局の番組所有制限（欧米）

◆ コンテンツ領域を広げること

・行政情報化、電子政府  
 ・遠隔教育、遠隔医療  
 ・電子商取引  
 ・制作者への補助・奨励は効果的か？  
 ※ 卸売が生む表現 米ジャズ 英パンク 日マンガ

各国のインターネット政策  
 制作への資金援助（EU、仏）  
 仏 INA: テレビアーカイブとデジタル利用  
 欧州の図書館・博物館データベース  
 米 AFI: 映像アーカイブ

◆ 貯める：テレビのアーカイブ

② つなぐこと

◆ テレビ・携帯中心のネットワークづくり

・放送デジタル化（インターネット化）：日本の場合、決定的に重要  
 ・定額制料金：つなぐほど安くなる制作奨励型の料金体系

◆ 国際流通政策

・国際文化融和、国際バックボーン整備  
 ・アジアの放送ルール化、国際放送は最重要施策

○ 通信と放送の融合

= 「作ること」と「つなぐこと」の結合  
 = テレビ番組を通信ネットワークで伝送すること

・表現規制は日本にとって得策か？  
 文化自由度が産業競争力を左右

各国の放送規制  
 EUテレビ指令  
 Canal+ と BskyB の合併挫折



3 展 望

