

寄稿 わが社のコンテンツビジネス

(掲載：社名五十音順)

伊藤忠商事が推進するコンテンツビジネス



伊藤 英介 (いとう えいすけ)

伊藤忠商事株式会社 ネットワーク・コンテンツ部長

1. 出口事業と 企画制作・版權管理事業

伊藤忠商事では、宇宙・情報・マルチメディアカンパニーにおけるネットワーク・コンテンツ部が中心となってコンテンツビジネスを推進している。当部の事業戦略は、次の2つの事業を機軸として両者の相乗効果を追求することにある。2つの事業とは、第一に、放送・通信網（衛星放送、ケーブルテレビ、インターネット）を通じてコンテンツを消費者に届ける「出口事業」であり、第二に、コンテンツそのものの創出と活用に関わる「企画制作・版權管理事業」である。これらの事業を通じて、コンテンツ流通の泉源から河口までを総合的にマネジメントする機能を維持・発展させていくことが当社の戦略における主眼である。

前者の「出口事業」の代表例は、スカイパーフェクTV!やCATV向けの番組供給事業である。音楽専門チャンネル スペースシャワーTV、スポーツ専門チャンネル Sports-i ESPN、アニメ専門チャンネル カー

トゥーン ネットワーク、映画専門チャンネル スター・チャンネル、気象情報専門チャンネル e-天気.netなどはいずれも、当社の子会社あるいは関連会社が、衛星放送およびケーブルテレビに供給する番組である。また、スカイパーフェクTV!を運営するスカイパーフェクト・コミュニケーションズにおいて当社は筆頭株主の一社となっており、同社のスカパー!事業と伊藤忠商事グループの番組供給事業との相乗効果を追求している。

後者の「企画制作・版權管理事業」では一例として、タイムスリップグリコ 青春のメロディーチョコレートがある。これは2003年に第一弾が発売されて全国的な大ヒットとなった江崎グリコのCDつき菓子で、当部のコンテンツ戦略子会社であるエニライツが企画を提案し、複雑な権利関係を処理した後にCDの製造・輸入・納品までを実施した。また、同シリーズで取り上げた楽曲を携帯電話の着うた¹として有料でダウンロードできる携帯電話向けサービスをモバイルコンテンツ戦略子会社であるナノ・メディアを通じて運営するなど、メディアの壁を超えた事業展開を実施している。また、マンガ・アニメーション分野の戦略子会社であるコミックス・ウェブでは、マ



ンガ家、イラストレーター、映像作家とマネジメント契約や商品化権利に関わる契約を締結し、作品やキャラクターの版權管理とプロデュースを実施している。同社がプロデュースしたアニメ映画ほしのこえ（監督：新海誠）は新世紀東京国際アニメフェア21で優秀作品賞を受賞するなど、作家との信頼関係を基盤に同社がプロデュースする作品は各方面から高い評価を得ている。

（注）1. 楽曲を着信音とするもので、「着メロ」と異なり歌唱部分も再現される

2. 企画制作・版權管理事業としてのGP

「企画制作・版權管理事業」については「GP事業」として伊藤忠商事本社での事業遂行に注力している。GPとはGeneral Produceの略で、「グループの総合力を活かし製作投資、コンテンツ制作からプロモーション、商品化までを総合的（General）に企画・実行（Produce）」することを狙うものである。当社は利益の追求と同時に、産業規模での好循環の創出も意図している。その好循環とはすなわち、商品化企画などを通じてコンテンツへの新たな需要を喚起することでコンテンツ市場を拡大、創り手に経済的利益を還元してさらに質の高いコンテンツが生みだされる、というものである。

GP事業の一例としては、映画作品の興行収入増加を実現するプロモーション事業がある。これは、先述のような衛星放送・ケーブルテレビ番組、ファミリーマートをはじめとする全国の各種店舗、exciteなどのウェブサイトなど、伊藤忠商事グループ企業を総動員して映画作品をプロモーションするもので、既に複数の作品について実施を受託している。本事業では映画作品を消費者に対して告知するのみにとどまらず、映画作品をフックにして商品販売促進の機会を小売店に提供すること、また、映画作品とのタイアップ商品を企画して作品の新たな楽しみ方を消費者に提案することも当社の機能となっている。

また、地上波テレビで放送される人気ドラマに関連する商品を企画・製造・販売するなどし、番組から生じる利益を増加させる番組連動型物販事業もGP事業の取り組みの一つである。登場人物の使用する衣装や小物を当社が提供、番組とタイアップして視聴者に販売するもので、放送局には番組宣伝の機会と広告収入以外の収益源を、視聴者には関連グッズを通じたコンテンツ満足度の向上を提供している。

最終的には当社が自ら権利元となるべく制作投資や企画開発を推進しており、コンテンツホルダーとしての収益拡大にも取り組んでいる。具体的には映画CASSHERN（監督：紀里谷和明）やラスト・クォーター（監督：二階健）への制作投資などが該当し、現在公開中の同作品は若年層を中心に支持を集めており、配給収入のほかビデオグラム販売収入、海外への配給権販売収入、関連グッズからのロイヤリティ収入などを見込んでいる。

3. 今後の戦略

以前より当社はコンテンツ分野で長期的視野に立った積極的な投資と、事業分野を横断する多角的な展開を行っており、今後も「出口事業」と「企画制作販売・版權管理事業」の双方における当社の強力な地位を戦略的に維持・強化していく。前者の「出口事業」については、これまでに当社が構築してきた各種事業基盤との相乗効果を最大限実現させることと、最先端技術を積極的に取り込むことでコンテンツ流通市場における地位をより強固にすることを狙う。また、後者の「企画制作販売・版權管理事業」では伊藤忠商事グループの総合力に専門性を加味することでコンテンツホルダーとしての地位強化を図る。具体的な施策として、実績ある外部プロデューサーの起用や、制作会社など有力なコンテンツ関連企業との提携を視野に入れ、組織的なプロデュース機能を戦略的に構築していき、コンテンツ産業における総合的かつ強力なプレイヤーとしての地位確立をめざす。 ■

加速する住友商事のコンテンツビジネス展開

―業界No.1のケーブルテレビ等のインフラを通じて

多チャンネル放送番組等のNo.1コンテンツをお届けする



吉井 伸吾 (よしい しんご)

住友商事(株) 執行役員メディア事業本部長

魅力的なコンテンツをつくる。そのコンテンツを多様なインフラに乗せて視聴者にお届けする。回収した視聴料を使って「さらに魅力的なコンテンツ」をつくる。という拡大の連鎖を加速させていくことが日本のコンテンツ産業発展のために必要不可欠です。住友商事はその拡大の連鎖を実現しつつあります。

当社は、ケーブルテレビ事業で全国シェア32%を占め業界No.1であるジュピターテレコム社(J-COM)を核として、衛星放送やブロードバンドを利用したIP放送、VOD(ビデオオンデマンド)、シネマコンプレックス(シネコン)までさまざまなインフラ分野で事業を展開しています。そしてその強力なインフラ網に乗せるべく、CS放送事業で15チャンネルを傘下に持ち、業界No.1のジュピター・プログラミング社(JPC)を核とし、映画・スポーツからテレビショッピングまで極めて幅広いマルチなジャンルにわたるコンテンツを供給しています。

このようにインフラ展開とコンテンツ供給を垂直的かつ横断的に事業展開することにより、それぞれの分野において競争力をつけ、事業をスピーディーに展開することが可能になってきています。新規事業を立ち上げる場合でも、すでに獲得している事業展開力をバックに、黒字化をいち早く達成できます。現在、技術革新により生まれる新たなニーズを

満たすべく、VODサービス事業や、インターネットによるIP放送・ブロードバンド(BB)コンテンツ配信事業などの新規事業を立ち上げていますが、これらにもこの事業展開力が生かされます。

1. 1,600万世帯(日本の3分の1)にリーチする さまざまな分野における コンテンツ配信/インフラ展開

デジタル化、BB化の進展により、新しいサービスの提供が可能となります。

「見たいときに見たいものを」という視聴者の究極の希望をかなえる、VOD事業を開始しました。またIPベースでコンテンツをお届けするIP放送サービスも開始しました。

当社が取り組んでいるインフラ事業の内容は次のとおりです。

- ケーブルテレビ事業(ジュピターテレコム社)・・・業界首位 国内シェア32%
- VOD事業(ジュピターVOD社)・・・ケーブルテレビ向けVODの提供会社
- インターネットによるIP放送事業(オンラインティーヴィ社)
- BBコンテンツ配信事業(アルファブリッジ社)
- シネコン事業(ユナイテッド・シネマ社)

2. ジャンル別でも多くのNo.1を有する極めてマルチな 番組提供・コンテンツ制作

多チャンネル放送分野では、多様なジャンルにおいてNo.1の番組を提供しています。BB分野では魅力的かつ強力なコンテンツ制作力を持っています。また映画分野における展開力も群を抜いています。

この3つの分野における事業の内容は次のとおりです。

●CSによる衛星放送事業（ジュピター・プログラミング社）…業界首位 15チャンネル
主要チャンネルとしてはムービープラス（映画）、ショッピングチャンネル（TVショッピング）、ジェイ・スポーツ1～3（スポーツ）、ゴルフネットワーク（ゴルフ）、ディスカバリーチャンネル（ドキュメンタリー）などで、それぞれが、映画、TVショッピング、スポーツ、ゴルフ、ドキュメンタリーといった主要なコンテンツジャンルでNo.1の実績を誇っています。

ショッピングチャンネルは全国のほぼ3分の1の1,660万世帯で視聴可能となり、今秋からは24時間生放送を行います。2003年12月期の売上高は390億円と、高成長を続ける日本のテレビショッピング事業の先駆者として2,000億円規模となった業界をリードしています。

●ケーブルインターネット・サービス・プロバイダー事業（アットネットホーム社）

ケーブルISPとして日本最大で170万人のユーザーにあらゆるジャンルのBBコンテンツを提供しています。

●BBコンテンツマーケティング事業（アルファブリッジ社）

BBコンテンツ総合マーケティング事業会社として、企画・制作、販売支援、配信サービスを行っています。このサービスは、ブロードバンドの常時接続性を生かしたプッシュ型のマーケティング支援サービスで、コンテンツ企画・制作分野では、既存の印刷物のブロードバンド閲覧を実現するサービスおよび大手通販会社のカタログを一同

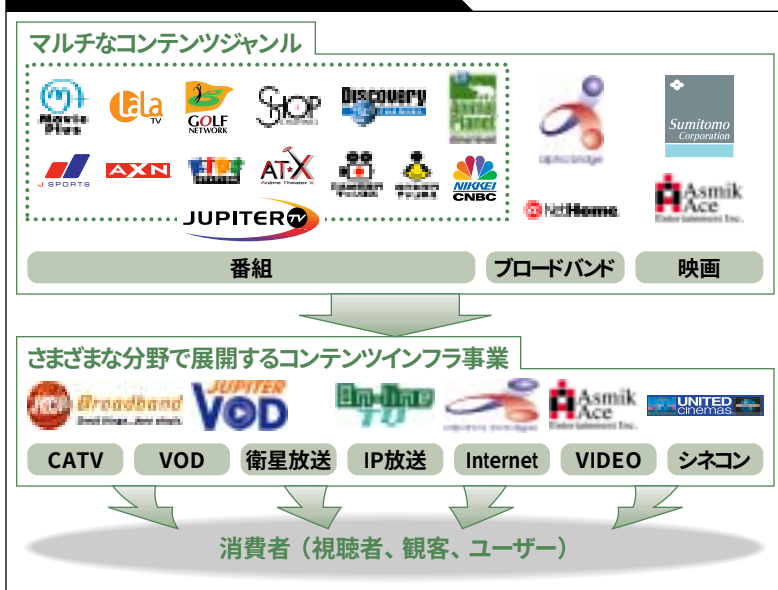
に集めた日本初のブロードバンド通販カタログサイトを立ち上げています。

●映画製作・買付・配給事業
（当社およびアスミック・エース社）

当社では良質な映画作品に厳選し製作出資を行っています。一昨年の日本アカデミー賞最優秀作品賞を受賞し、今年の米国アカデミー賞で外国語映画賞にノミネートされたたそがれ清兵衛もその一つです。山田洋次監督の新作隠し剣 鬼の爪（今秋公開予定）にも製作参加しています。またアスミック・エースエンタテインメントが、邦画の製作、洋画の買付、劇場配給、ビデオ・DVDの発売を手掛けています。邦画製作ではピンポン、突入せよ！あさま山荘事件、木更津キャッツアイ等製作のペースが上がってきており、日本発コンテンツの拡大に寄与しています。さらに、フランスの人気監督リュック・ベッソン氏と合弁会社ヨーロッパ・コープ ジャパンを設立し有力作品の安定的確保を行うなど、独立系の総合映画会社として、業界での確固たる地位を確立しています。これら事業は、映画興行分野でシネコン展開をしているユナイテッド・シネマ社またJPC傘下の映画チャンネルであるムービープラスへとシナジーを発揮しつつ、つながっていきます。

16

住友商事のコンテンツ事業展開図



双日のITサービスとアニメコンテンツビジネス



安部 一郎 (あべ いちろう)

双日株式会社 新規事業開発グループ
ITコンテンツ事業部 部長補佐

双日では新規事業開発グループの中にITコンテンツ事業部を設け、ITサービスとITコンテンツをカバーしていますが、当社が取り組んでいるコンテンツ関連ビジネスの一部をご紹介します。

1. しゃべるねっと、Live China!

ブロードバンドインターネットによる中国語学習サービスです。すでに「お〇の間留学」など同期型eラーニングによる語学学習は普及しつつありますが、Live China!は北京にPC数十台を並べたスタジオを設営し、北京から直接ライブレッスンをを行うことに特色があります。語学学習はネイティブの発言が聞け、質問機会の多い対一のレッスンが最も効果的ですが、人件費の関係で、個人レッスンは非常に高価なものでした。そこで、物価の低い中国に住む講師を採用することにより、日本に比べると人件費を抑えることができ、結果として他社に比べて大幅な低価格で個人レッスンを提供しています。

またNHKテレビ中国語会話でも著名な、お

茶の水女子大学の相原茂先生にカリキュラム、テキスト、シラブル、講師トレーニングとプログラムの総監修をお願いしています。商社として培った「文化背景の違いを認識しながら語学を学ぶ」というコンセプトが相原先生のユニークで楽しいテキストとうまく調和したプログラムになっています。

講師に関しては、外交官を多く輩出している北京外国語大学の汪先生に選抜していただいた、日本語が堪能で、教養の高い講師陣(同大学の学生・院生)がLive China!のもう一つの特徴です。これまで延べ700人ほどの一般ユーザーにレッスンをお楽しみいただきましたが、皆様、一様に講師のレベルが非常に高いと感想を寄せていただいております。

ITコンテンツ事業部のミッションは、端的に言いますと、ITを活用した新規事業の構築ということになります。そこでブロードバンドの急速な普及に着目し、大容量、双方向性に特色のあるブロードバンドに則したコンテンツを模索し、語学学習に行きつきました。またわが国における語学市場は60~70%が英語と言われておりますが、成長性という観点から中国語を選択しました。これが決して間違っていないかと思えますのは、ブロードバンドユーザー数がすでに1,500万人を越え、また現在、学生の多くがドイツ語、フランス語ではなく中国語を第二語学として履修している現実です。



もちろんブロードバンド時代の大きな可能性として、エンターテインメント系のコンテンツもありますが、特に双方向性に着目したものが若年層をターゲットにしたゲーム以外になく、今後ますます教育系、学習支援系のコンテンツが重要になるのではないかと考えています。

時間と場所を選ばないeラーニングは企業研修において、その特色が発揮できますが、非同期型のeラーニングは、正直、人間性に欠ける部分があり退屈なものであったことは否めません。非同期型は自習の意味合いが強く、インプット指向であり、特に語学においては、アウトプットを試す機会がありません。ウェブカメラ経由、リアルタイムで講師の笑顔を見ながらコミュニケーションができるLive China!のような同期型eラーニングであれば、お好みの時間にオフィスまたは自宅で、楽しく学習できますので、企業にとっては機会ロスの削減、受講者にとってはオフの時間の有効活用が可能となります。

中国と接続し、日本人が中国に住んでいる中国人から中国語を学習するというサービスは前例がなく、新しい試みではありましたが、中国語だけではなく、中国文化を理解するうえでも有効であると言っています。読者の皆さんも、ご興味をお持ちいただけましたら、URL (<http://www.shaberunet.com>) を参照いただき、ご連絡いただければ幸いです。

しゃべるなつと事務局
e-mail: support@shaberunet.com



リアルタイムレッスンにて使用するWeb教材のイメージ。
口の動きを確認することもできます。ホワイトボード上にて、教材を共有しながら学習できるとともに、自由な書き込みなどにより、より実際の教室形式での学習に近い形でのレッスンを実現します。

2. アニメコンテンツの製作、輸出、輸入

エンターテインメント系コンテンツの中でも、世界的に評価の高い日本製アニメに着目し、商社機能を活かした海外向けコンテンツ流通事業への参画を図り、現在、日韓初の合作劇場アニメ作品新暗行御史^{しんあんぎょうおんし}の製作に取り組んでいます。

小学館などととともに共同出資しているこの作品は、今秋、日本と韓国で同時公開が予定されています。原作は小学館発行のコミック誌「月間少年サンデーGX」に連載中の新暗行御史で、韓国の古典をベースにした物語です。原作、作画ともに韓国人ですが、映画は日本人総監督のもとで製作が進んでいます。日本文化の解禁が進む韓国ですが、アニメだけは自国産業の保護という国家戦略によってまだ完全には解禁されていません。今回の作品は韓国企業も出資に参加しており、日韓合作という点で韓国製とも見なされ、韓国国内での劇場公開も予定されています。こういう意味では、画期的かつ象徴的な作品です。テーマ曲は日本でも人気の高い韓国出身の歌手BoAを起用、ナレーターには同じくユンソナを起用することが決まっています。

当社は、これまでテレビアニメ製作に参画してきましたが、今回初めて劇場用アニメ作品を手がけるという新たな挑戦となります。当社の主な役割は出資および商社機能としての海外展開ですが、世界各地で開催される映画祭への働きかけも大事な役割で、出品がかなえば大きなPR効果が期待されます。作品に関連した商品企画も視野に入れています。菓子や衣類、文房具などのキャラクター商品化です。こういった派生ビジネスの分野については双日本体の関連部署やグループ会社とも連携しながら積極的に取り組んでいます。



丸紅テレコムの内容コンテンツへの取り組み



要 博 明 (かなめ ひろあき)

丸紅テレコム(株) 社長

丸紅テレコムは、携帯電話を中心とした通信関係を基本的な事業ドメインとする丸紅のグループ会社です。携帯端末の販売事業のほか、携帯電話に関するコンテンツ事業を行っています。

1. 音声コンテンツ

当社では、会社設立当初から携帯電話を一つのメディアと捉え、携帯インターネットが普及する以前より携帯事業者向けに音声コンテンツの制作・供給を行ってきました。自社で録音スタジオを持ち、専門のアナウンサーによるクオリティの高い音声コンテンツの制作が可能な体制を整えており、10年以上前か

ら現在に至るまで、国内すべての携帯事業者に対して、下記のような音声コンテンツを供給しています。

- NTTドコモ向け：プロ野球速報、相性診断
- au (KDDI) 向け：情報ダイヤル
- Vodafone向け：Vodafone Topics、スポーツワイド、占いぱ〜く、チャリティダイヤル、キャンペーンダイヤル
- ツーカー向け：情報ダイヤル、プレゼントダイヤル

このような携帯事業者向けの情報ダイヤルだけではなく、期間限定のキャンペーンや一般企業向け音声サービスや音声自動応答システム (IVR) の企画・作成も行っており、音声関連のサービスプロバイダとしては国内有数の規模を誇ります。

2. サイト運営

携帯電話でのインターネットの普及に対応し、各携帯電話事業者の公式サイト of the 企画運営も行っています。

その他にも携帯電話向けストレージ (データ保管) サービスPandoru、携帯メール向けフィルター (閲覧制限) サービスTel Method

丸紅テレコムが運営している公式サイト

サイト名	ぎやらスタ	まるごと! コスチューム	Piaキャロット!	エンジェリックタウン
事業者名	NTTドコモ、au	NTTドコモ、au、Vodafone	NTTドコモ、au	NTTドコモ
内 容	キャラクター待ち受けサイト。人気アニメ最遊記や十二国記、天才バカボンをはじめ人間ゴンなどのキャラクターの待受画像を配信しています。 また、最遊記の最新シリーズ最遊記reloadのjavaゲームも開始しました。	アイドルコスプレサイト。グラビア等で活躍しているアイドルの、スクール系、ナース系、グラビア系などのコスチュームが楽しめる、新感覚のアイドル着せ替えサイトです。	美少女メールシミュレーションゲーム。 人気ゲームPiaキャロットへようこそ! のキャラクターとの、メールのやりとりによるバーチャル恋愛シミュレーションゲームです。メールの返事を選択によってエンディングが変化する、マルチエンディングゲームです。	美少女アドベンチャーゲーム。 人気PCゲームエンジェリックセレナーデ等をモチーフにしたアドベンチャーゲームです。

等の、携帯電話に特化したツール系のサービスも手がけています。

3. 顧客データベース

このようなコンテンツやサービスの経験を活かし、携帯ホームページを簡単に作成でき、顧客データベースを構築できるカスタマー・リレーションシップ・マネジメント（CRM）ツールのケータイ@というサービスをこの6月に開始しました。このサービスは、携帯サイトを通じて収集したお客様のデータベースを利用し、クーポン発行やお知らせメールを携帯電話に送る機能を持っています。加えてショッピング機能やアンケート機能も備えており、個人のお客様を持つレストランや美容室などのお店に多くご利用いただいています。

消費者に最も近いメディアである携帯電話に直接アプローチすることにより、顧客の囲い込みや集客率を高めるのに効果的なサービスです。

ケータイ@ URL : <http://www.ktai.at>

4. 海外配信

総合商社のネットワークを活用し、海外での携帯コンテンツ配信事業を行っています。海外の携帯電話のネットワークは、多くが「GSM方式」と呼ばれるシステムを採用しており、日本のPDCやCDMAとは異なったシステムです。携帯端末の仕様も日本とは全く違ったものですが、当社の海外での経験を活かし、各国の状況に応じた魅力的なコンテンツを配信しています。

シンガポール、マレーシア、タイの携帯事業者やコンテンツプロバイダに対しては、英国MacroSpace社のゲームを供給しています。同社は全世界で80社以上の携帯事業者、70社

MacroSpace社のゲームの例



Dragon Island



Gold Miner



Caveman



Detonate !

以上のコンテンツプロバイダにゲームを供給しています。また、香港、台湾、中国での日本の芸能人の人気の高さに注目し、これらの地域で、香港のパートナーであるinfoislive社を通じてグラビアアイドルの待受画面配信を予定しています。さらにコスプレアイドルを起用したシミュレーションゲームの海外展開も予定しており、今後も海外でのコンテンツ事業を積極的に推進していく方針です。

また、日本-フィリピン間での、日本の携帯eメールとフィリピン（GSM方式）のショートメッセージサービス（SMS）の変換サービス「Pinoy World Text」を2003年12月より開始しました。前述のように、GSM方式は日本のシステムと異なり、もともとテキストサービスでの互換性はないのですが、変換サーバーを経由することでやりとりができるようになりました。フィリピンは世界でも有数のSMS大国であり、全世界でやりとりされている月間240億通のSMSのうち6分の1、すなわち40億通がフィリピンで生成されている、と言われています。また、日本には約16万人のフィリピンの方が居住しており、この数は在日外国人の中では第4位です。このような状況下、本サービスは日本とフィリピンで多くの方にご利用いただいております。

今後の携帯コンテンツは、動画や新技術によりますます高度化していくと思われますが、当社としてはこれまでのノウハウや技術の蓄積を活かし、国内・海外を問わず市場の変化に素早く対応していこうと考えております。 ㊦

コンテンツ事業

―消費者起点のサービス事業としての三井物産の取り組み



森内 譲 (もりうち ゆずる)

三井物産株式会社
メディア事業部コンテンツ事業室
IPRチームリーダー

1. コンシューマーサービス事業強化のための新組織

三井物産では、本年4月、コンシューマーサービス事業本部を設置しました。当本部は、コンシューマー向け事業の強化を目的に、旧サービス事業本部と、旧情報産業本部にあったメディア事業部が合体して新設されました。新本部のミッションは、「消費者起点のサービス事業の展開をめざし、従来の発想にとらわれない、かつ、IT等先端技術を活用した、新しいビジネスモデルを逐次開発、事業化し、次世代の当社の収益の柱とする」です。

2. 新本部におけるメディア事業部の位置付け

新本部におけるメディア事業部のビジネスドメインは、「メディアリテール、コンテンツ、

および放送プラットフォームに関する事業推進」です。メディア事業部のミッションは、「メディアを使って、コンシューマー（生活者）のために、価値ある（意味ある）サービスを提供。変化を先取りする、プロの戦闘集団」です。

3. メディア事業部におけるコンテンツ事業の位置付け

当社コンテンツ事業はメディア事業部の柱の一つとして推進されています。コンテンツ事業のミッションは、「アニメや映画を通じ良質で価値あるサービスと商品を提供し、わが国の文化産業の発展に寄与する」ことです。知財立国としても意識が高まる中、アニメやゲームを中心としたわが国コンテンツ産業は世界に通じる一大産業となっています。かかる環境のもと、当社メディア事業部では「生活者に対して良質な遊び、文化、ライフスタイルを提案するプロ集団」をビジョンに、知的財産権、すなわちオリジナルコンテンツの企画開発に注力しています。国内外のパートナーと共同で開発したオリジナルコンテンツをテレビメディアなどによるマーケティングで国内外に幅広く展開をしています。当社のコンテンツ事業の内容は以下の通りです。

- オリジナルコンテンツの企画開発
- テレビアニメ、映画への製作出資
- 商品化権のライセンス
- ゲーム、ビデオ・DVDの製造販売

(1) キッズステーション

当社における国内
コンテンツ事業の中
核にあるのがキッズ



ステーションです。同社は、CS放送およびCATV向け子供専門チャンネルを運営する当社の連結子会社です。同社の中核事業は、専門チャンネルの運営とコンテンツ事業で、コンテンツ事業は同社と当社が一体となって推進しています。

(株)キッズステーション

- 設立年月日：1993年4月
- 株主：三井物産(株)、(株)東京放送、
(株)ジュピター・プログラミング、
(株)ホリプロ
- 当社出資比率：約67%
- 事業概要：全国のCATV局ならびにSKY
PerfecTV!で放映する子供向け
専門チャンネルの運営および、
キャラクター商品の企画・制作

(2) デュエル・マスターズ

デュエル・マスタ
ーズは当社とキッズ
ステーションが展開



するオリジナルコンテンツ事業の事例です。両社が、小学館、米国Wizards of The Coast Inc.と共同で開発したトレーディングカードゲームで、国内総出荷数は1億個を超え、小学生に人気のゲームに成長しています。大手

玩具メーカーのHasbro社により本年3月には北米での発売が開始され、同8月には欧州での発売が予定されています。

Wizards of the Coast, Inc.

米国大手玩具メーカーであるHasbro, Inc.の
100%子会社

(3) タカラとの業務提携

デュエル・マスターズのトレーディングカードゲームの国内販売は、タカラが行っています。これをきっかけに、当社と同社の協業関係構築がスタート致しました。今般、既存のオリジナルキャラクター開発・販売事業に



TM and © 2004 Wizards of the Coast / Shogakukan / Mitsui-Kids

加え、中国市場等への海外展開、インターネットおよび通信販売、コンビニ向け販売、調達SCM等の新規分野においても協業することにより、双方の事業収益の拡大につながると判断したため、本年5月、包括的な業務提携を決定し業務を推進しています。 ㊦

三菱商事のコンテンツビジネス



山本 哲也 (やまもと てつや)

三菱商事株式会社
メディア・コンテンツ事業ユニットマネージャー
兼 株式会社ディーライツ代表取締役

1. はじめに

日本のコンテンツ産業は、国内外で注目される分野に成長してきた。国内では、国内製作のアニメ・実写映画興行収入の増加とともにDVDが好調に販売されており、またモバイルコンテンツ市場が拡大しているのもその象徴だと言える。海外においては、三菱商事も出資参加している千と千尋の神隠しが米国アカデミー賞を受賞した。経済産業省が主催しているコンテンツ産業国際戦略研究会により、日本のコンテンツの海外進出について活発に議論がなされているのも、その流れを汲んでいる。

今までのコンテンツ産業は、地上波テレビを中心に発達してきたが、インターネットのブロードバンド化、携帯電話等のニューメディアの出現、DVDレコーダー（CMを飛ばして録画番組を見ることが可能）の普及によるテレビ視聴方法の変化により、今までの流れと異なった構造変化が起きている。当社では、これをビジネスチャンスと捉え、コンテンツビジネスに携わっていきたいと思っている。

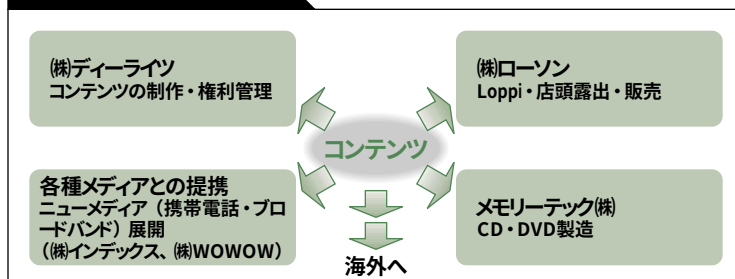
2. 「コンテンツ+α」戦略

当社では、コンテンツ事業者が所有するコンテンツの価値を最大化させることを目的に、商社機能を活かした「コンテンツ+α」戦略を据えてコンテンツビジネスに取り組んでいる。「コンテンツ+α」戦略とは、コンテンツを流通させる際に商社ならではの付加価値付けをしていくことである。以下、現在注力しているアニメ分野を中心に、当社の「コンテンツ+α」活動について具体的に紹介する。

- コンテンツ事業者からコンテンツ制作・宣伝（テレビ露出含む）・版權管理を一括で請け負い、機能提供していくもの。これは、当社100%子会社であるディーライツの主要業務にあたる。同社は、タカラよりベイブレードや、バトルビーダマンを預かることにより、アニメの制作から玩具の權利管理、海外への權利販売・管理まで幅広く対応している。



- グループ企業を最大限に活用したコンテンツ流通および露出機能。これは、系列のコンビニエンスストアのローソンや、外食産業のケンタッキーフライドチキン、ピザハットといった店頭でのコンテンツの露出や



商材の販売を行うものである。最近では、当社が出資した映画イノセンスの共同キャンペーンを行った。全国レベルの数が多いチェーンストアを活用することにより、反応の高い消費者リーチが可能で、強い販売力と露出効果が確保できる。

- コンテンツをCD、DVDというメディア（流通媒体）に落とし込む製造工場を運営するメモリーテックもグループ会社として活躍している。
- 注目されているモバイル分野、ブロードバンド分野では、携帯電話向け情報提供を行うインデックスと協力しコンテンツ流通事業を模索している。こうした国内業務に従事することにより、海外において、日本のコンテンツビジネスを展開する機会を得ている。

3. コンテンツを “ビジネスとして整理する”

このように、当社はコンテンツ価値をいかに最大化させるかという課題を、グループ会社や出資先との連携により実現してきた。コンテンツ業界のビジネスは、もっぱら“人”と“人”の関係が主軸で成り立つが、当社は、コンテンツをビジネスのワークフレームで捉え、個々の商談の権利・義務を明確化することで、「+α」の付加価値付けを行いやすい環境を作ることを重点的に行ってきた。これに

よりクリエイターサイドの価値を最大限に引き出すことができると考えている。特に、コンテンツ業界から、「小売」という産業へまたいで拡大していく場合や、「海外」へ事業を展開するに際しては、よりビジネスのフレームワークに当てはめていくことが重要だと考えている。ここに商社としての存在価値が産み出されるのではないかな。

4. コンテンツ業界に期待すること

日本のコンテンツ業界は、今後とも高成長が期待される分野である。特に輸出に関しては、すでに欧米だけでなく、アジア（中国）市場も加わっている。コンテンツ業界の整備や、ビジネスとして整理していくことをさらに進めていけば、成長度は増していくと考えられる。今後とも当社では、ディーライツという戦略子会社を中核に、グループ企業と共同で、本分野における機能提供の領域を拡大させていきたいと考えている。また、こうした取り組みにより、日本のコンテンツを世界各国へ、グローバルフロンティアとして拡大させていくことに挑戦していきたいと考えている。

最後に、このように日本コンテンツ産業・アニメ業界への仲間入りができたことに対して感謝の気持ちを述べると同時に、今後のコンテンツ業界の発展に貢献できるよう、公明正大に事業展開していく所存である。 ■