

韓国におけるコンテンツ市場の実態

2007年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

免責

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

本報告書に関する問い合わせ先：

**日本貿易振興機構（ジェトロ）
輸出促進課**

〒105-8466 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL：03-3582-5313

FAX：03-5572-7044

©JETRO 2007

本報告書の無断転載を禁ずる

ジェトロ海外マーケティング調査報告書のご利用アンケート ●
～「韓国におけるコンテンツ市場の実態」～

本レポートをご利用頂き、誠にありがとうございました。

ジェトロの今後のサービス向上に向けて、皆様のご意見を伺いたく存じますので、アンケートにご記入下さいますようお願い申し上げます。

質問1： 本報告書は、韓国における日本コンテンツ（映画、テレビ番組、アニメ、マンガ、音楽、ゲーム）市場状況をご紹介し、日本企業の皆様が海外に販売する際の参考資料になることを目的に作成いたしました。が、どの程度満足されましたか？（○をひとつ）

4：満足 3：まあ満足 2：やや不満 1：不満

質問2： 上記のように判断された理由、またその他本報告書に関するご感想をご記入下さい。

■ 質問3： その他、ジェトロへの今後のご希望等がございましたら、ご記入願います。

ふりがな お名前			会社・団体名	
部署			役職	
住所				
TEL			FAX	
e-mail			http://	

★今後、お客様のご関心のあると思われるジェトロおよび関係機関の各種事業、各種アンケート調査等のご案内の可否につき、該当欄に✓をご記入願います

< 送付可 送付不可 >

ご記入頂いたお客様の情報は適切に管理し、ジェトロのサービス向上のために利用します。
お客様の個人情報保護管理者： 輸出促進課長 TEL:03-3582-5313

ご協力ありがとうございました。

日本貿易振興機構(ジェトロ)輸出促進課 〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6階

Eメール： EXA@jetro.go.jp

ウェブ： <http://www.jetro.go.jp/jetro/activities/export/>

目次

はじめに	5
・ 日本文化の韓国開放過程	6
・ 映画	10
1. 2005 韓国映画産業現況の分析	10
2. 韓国映画市場の規模	13
3. 映画の副次利用展開	18
4. 主要会社の現況（最大輸入業者はスポンジ）及び代表映画	19
5. 映画輸入手続き及び規制	21
6. 外国映画を韓国に輸入する過程で通過すべき規制	22
7. 外国 CD 輸入通関時の税金と手続き	27
・ テレビ番組	28
1. 韓国放送の現況	28
2. 販売ルート	32
3. 主要企業	32
4. 輸入作品の現況	33
・ アニメーションと漫画	34
1. 市場規模と展望	34
2. 販売ルート	39
3. 主要業者	40
4. 輸入作品の現況	41
・ 音楽	44
1. 市場規模と将来展望	44
2. 販売ルート	47
3. 主要業者	48
4. 輸入作品の現況	49
・ ゲーム	51
1. 市場規模	51
2. 販売ルート	53
3. 主要業者	54
4. 輸入作品の現況	55
・ 韓国のコンテンツ輸出支援方案と成果	59

付録	：日本製コンテンツを韓国に輸出する際に参考とすべき法案及び規定	-----60
付録	：主要日本製コンテンツ販売業者リスト	-----63
映画		-----63
アニメーション		-----66
オンライン音楽	(音楽レコードについては P48 表 -7 参照)	-----68
モバイルゲーム		-----71
オンラインゲーム		-----74

はじめに

韓国は古くより日本の大衆文化の流入を制限してきましたが、数度に渡る日本大衆文化の開放が行われ、2004年に映画、音楽アルバム、ゲーム分野を全面開放しました。

本報告書では、まず日本文化開放の過程の経緯を説明し、コンテンツを「映画」、「テレビ番組」、「アニメーション・漫画」、「音楽」、「ゲーム」の5分野に分類した上で、各分野の現状と将来展望を現在の市場規模を基に分析しました。また、主な販売ルート及び主要業者をご紹介しますとともに、日本製コンテンツを韓国に輸出する際に参考となる法案及び規定を纏めています。

本報告書が、隣国である韓国市場に向けた日本製コンテンツのさらなる輸出及び現地流通に貢献できれば幸甚に存じます。ご助言やご協力をいただいたコンテンツ関連企業・機関の皆様にご心よりお礼申し上げます。

日本貿易振興機構（ジェトロ）

．日本文化の韓国開放過程

韓国は、1965年の日韓国交正常化の後も、日本の大衆文化に対する正規輸入を拒んできた一方、日本文化の流入を阻む中にも日本の大衆文化のみを対象にした法律は存在しなかった。しかし、「公演法」や「映画法」などの文化政策に関する一般法令を運用し、法制度では考えられない差別待遇を取ってきたのである。例えば、「公演法」第19条には「外国人の公演許可」に関して規定しており、外国人が韓国で公演（音楽・舞踊・演劇・映画等を含む）を行う場合には「文化体育部長官の許可を受けなければならない」とされている。また、許可しない場合として「国家利益または国民感情に悪影響を及ぼす恐れがある場合」等が列挙されており、このような条項を根拠に日本の歌謡等を禁止してきたのである。

日本大衆文化の開放は1998年10月に金大中（キム・デジュン）大統領が日本を訪問して開放方針を表明して以来、1998年10月、1999年9月、2000年6月の3回に渡って段階的に行われた。2001年7月日本の歴史教科書修正問題に対する措置として開放を中断したが、2003年に日本文化開放に対する議論が再開され、2004年から映画、音楽アルバム、ゲーム分野が全面開放された。

1) 第1次日本大衆文化の開放（1998年10月20日）

政府の第1次日本文化の開放方針は映画及びビデオに限定されたものであった。映画の場合は、以下に限って開放された。

- ・共同製作映画（韓国側の20パーセント以上の出資が条件等の場合と韓国映画関係者が監督または主演として参加した場合）
- ・日本の俳優が出演した韓国映画
- ・世界4大映画祭（カンヌ、ベルリン、ベネチア、アカデミー）受賞作

この方針により、黒澤明監督の〈影武者〉、今村昌平監督の〈うなぎ〉、北野武監督の〈花火〉、日韓共同で制作されたパク・チョルス監督の〈家族シネマ〉等が開放された。ビデオについては劇場で上映された映画のビデオのみが許可された。

2) 第2次日本大衆文化の開放（1999年9月10日）

韓国の文化観光部は映画と公演、出版物の開放に関する内容を内容とした日本大衆文化第2次開放方針を発表した。映画は公認された国際映画祭受賞作や全年齢視聴可能な映画に拡大された（アニメーションは除く）。

文化観光部が明らかにした公認国際映画祭とは、映画振興委員会の褒賞金支給対象であ

る 13 の映画祭と国際映画制作者連盟（FIAPF）が認定する 70 余りの映画祭である。これにより、〈榎山節考〉、〈ラブレター〉、〈リング〉、〈ソナチネ〉、〈鉄道員〉、〈絵の中の僕の村〉、〈SF サムライ・フィクション〉、〈愛のコリーダ〉、〈駅〉、〈四月物語〉、〈双生児〉、〈Shall We ダンス?〉及び日韓合作アニメーション〈Gundress（ガンドレス）〉等が封切された。公演は 2000 席以下の室内公演場、室内体育館、観光ホテル等でのライブコンサートが可能となった。出版は日本語版漫画、コミック雑誌が許可された。

3) 第 3 次日本大衆文化の開放（2000 年 6 月 27 日）

第 3 次開放は映画をはじめ、ビデオ、公演、ゲーム、放送等が開放され、第 1 次、第 2 次開放に比べて開放程度が大幅に拡大された。映画の場合、R - 18 指定映画を除く全ての日本映画の国内上映が可能となった。アニメーション分野は国際映画祭受賞作の劇場上映が可能となった。ビデオの場合は、開放対象の日本映画とアニメーションのうち、国内で上映されたものに限り出版が許可された。公演分野の場合は室内外の全ての公演が開放され、音楽アルバムの場合は日本語の曲を除くその他のもの（演奏曲や日本人歌手が英語歌詞を歌う場合）が開放された。ゲーム分野の場合、家庭用ゲーム機用のビデオゲームを除くその他のゲーム（PC ゲーム、オンラインゲーム、業務用ゲーム等）が開放された。放送の場合は、媒体を区分せず、スポーツ、ドキュメンタリー、報道番組が開放された。

4) 開放日程の中断

2001 年 7 月、日本の中学校歴史教科書（出版社：扶桑社）の修正問題に対する韓国政府の要求拒否に対する対抗措置として一部開放日程が中断された。キム・ハンギル文化観光部長官は 2001 年 7 月 12 日の午後に緊急記者会見を開き、追加開放することにしてきた「日本語歌謡アルバム」、「娯楽 TV 番組（ショー、ドラマ）」、「18 歳以上の成人向けビデオ及び映画」、「家庭用ゲーム機」、「アニメーション」、「地上波放送の映画放映」等の開放日程中断を宣言した。

しかし、その後日本のソニー社の家庭用ビデオゲーム機であるプレイステーション 2（PS2）が一定条件（国内販売分に限り、リージョンコードを韓国に対応する 3 番に変えて発売、ゲームタイトルは新しく発売されるものを使用しないという条件；ファイナンシャルニュース 2002 年 01 月 29 日付）の下に、2002 年 2 月に国内販売が許可された。また、2002 年 2 月には、日韓合作ドラマ「フレンズ」が放送され、日本大衆文化放送の基準等に対する新しい論争（日本語を吹き替えにせず字幕で放送したことに対する非難など）が韓国国内で巻き起こった。

2002 年の日韓ワールドカップ当時には、文化観光部がワールドカップ公式アルバムを 2 種類制作し、発売を承認。収録されていた 3 曲の日本語曲の国内放送を 7 月末までに一時

的に許可した。

5) 第4次日本大衆文化の開放(2004年1月1日)

政府は2003年6月の日韓首脳会談で「日本大衆文化開放の拡大」を表明した後、第4次開放計画案を発表した。第4次開放では映画、音楽アルバム、ゲーム分野は全面的に開放するが、ショー・娯楽等の一部放送番組と放送・劇場用の成人向けアニメーションは業界等との協議を経て許可するか否かを決めることにした。

映画、音楽アルバム、ゲーム分野を全面開放し、劇場用アニメーションについては2年間の猶予期間をおき、2006年1月1日全面開放することを発表した。地上波放送の場合は、既に開放されていたスポーツ、ドキュメンタリー、報道番組に加え、生活情報等の教養番組を追加開放した。ドラマは両国共同制作のもののみ放送可能とした。

しかし、劇場用アニメーションとバラエティーショー、トークショー、コメディ等々のその他娯楽番組の開放は次回に延期された。ケーブルテレビと衛星放送の場合、地上波に許可された放送番組の放送が可能になり、ドラマは「全年齢視聴可」、「7歳以上視聴可」、「12歳以上視聴可」までの放送が可能となった。

大衆歌謡は国内で開かれる日本人歌手の公演の中継や日本人歌手が国内放送に出演して歌う場合のみ放送が許可された。

<表1-1> 日本大衆文化開放現況の要約

分野	第1~4次開放範囲	未開放分野
大衆歌謡 公演	- 2,000席以下規模の室内場所での公演(第2次) - 室内外区分せずに全面開放(第3次、全面開放)	
音楽 アルバム	- 日本語歌詞のアルバムを除くアルバム(第3次) - 日本語歌詞のアルバム(第4次、全面開放)	
ゲーム	- ゲーム機用ビデオゲーム物を除くゲーム(第3次) - ゲーム機用ビデオゲーム(PS2等)(第4次、全面開放)	

放送	<ul style="list-style-type: none"> - 媒体を区分せずスポーツ、ドキュメンタリー、報道番組の放送を許可（第3次） - ケーブルテレビ及び衛星放送の場合、公認された国際映画祭受賞作や全年齢視聴可能な映画であり、国内上映作を放映許可（第3次） 	<ul style="list-style-type: none"> - 劇場用アニメーション、バラエティショー、トークショー、コメディ等のその他娯楽番組 - 18歳以上視聴可の成人向け番組
漫画	<ul style="list-style-type: none"> - 日本語版漫画、コミック雑誌（第1次、全面開放） 	
映画	<ul style="list-style-type: none"> - 4大国際映画祭受賞作、日韓共同制作映画、韓国映画の日本人俳優出演許可及び日韓映画週刊の開催（第1次/98年） - 公認された国際映画祭受賞作、映像物等級委員会が認定する全年齢視聴可能な映画（第2次/99年） - 映像物等級委員会が認定する12歳視聴可、15歳視聴可映画（第3次/00年） - 「18歳視聴可」、「制限上映可」映画（第4次、全面開放） 	
劇場用アニメーション	<ul style="list-style-type: none"> - 国際アニメーション映画祭を含む各種国際映画祭受賞作（第3次） - 2006年1月に全面開放 	
ビデオ	<ul style="list-style-type: none"> - 開放対象の日本映画とアニメーションのうち、国内で上映された作品のビデオ - 第1次から第3次の映画（アニメーション含む）開放の際にビデオも開放 - 映画、劇場用アニメーションのうち、国内で上映された作品（第4次） 	

． 映画¹

1. 2005 韓国映画産業現況の分析

(韓国映画市場に関する資料及びインタビュー内容、資料：「2006 年度版韓国映画年鑑」統計資料、「韓国映画の動向と展望」)

韓国 / 外国映画上映編数

2005 年大韓民国映画館では計 298 本の映画が上映された。韓国映画が 83 編、外国映画が 215 編上映された。

韓国映画の平均制作費

韓国映画一本を作る際に必要な制作費は平均 40 億ウォンであり、1996 年の 10 億ウォンに比べ、4 倍増えた。

韓国 / 外国映画全国観客数、観客 (マーケット) シェア

2005 年に韓国映画及び外国映画を観た全国観客数は計 1 億 4,552 万人にのぼり、1 人当りの観覧回数は平均 2.98 回であった。これは 1996 年の総観客数 4,220 万人に比べると、3.4 倍以上増加した数値である。このうち、韓国映画は全国で計 8,544 万名の観客を動員し、観客シェアは 58.71% を占め、外国映画は 6,008 万人の観客を動員し、観客シェアは 41.29% を占めた。

特に韓国映画と外国映画の「観客 (マーケット) シェア」は過去 10 年間で大きな変化をみせた。1996 年度には韓国映画のシェアが 23.1% に留まったのに対し、外国映画は 76.9% の観客シェアを占め、外国映画の方が圧倒的に優位であった。その後韓国映画のシェアは徐々に上昇した。特に 2001 年度には韓国映画が前年に比べて急上昇 (15% 上昇) し、シェア 50.1% (外国映画 49.9%) を記録した。この年に初めてシェアが半分を超え、外国映画より優位に立ち始めた。2004 年度には 59.33% (外国映画 40.67%) までシェアが伸び、外国映画を圧倒した。その後、現在までほぼ同じ水準を維持している。

劇場数、スクリーン数、座席数

2005 年度基準の国内劇場数は 301 館であり、スクリーン数は 1,648 スクリーン、座席数は 322,110 席である。映画上映館のスクリーン数は 1996 年の 511 スクリーンに比べ、3 倍以上に増えた。劇場の形態もマルチプレックス劇場が 158 館であり、マルチプレックスのスクリーン数も 1,269 スクリーン (全体スクリーン数の 77%) に達し、韓国劇場の典型的

¹ 2007 年 3 月現在、100 円 = 約 800 ウォン。以後共通。

な形態となった。

「マルチプレックス (multiplex)」とは複合上映館ともいい、一つの建物の中に5つ以上の映画上映館があり、ショッピングセンター、食堂、カフェ、各種展示場、大型駐車場等の附帯施設がある建物である。

1998年4月にCJのCGVが開館したCGV川辺11が国内最初であり、このCGV川辺11の成功により、全国各地にマルチプレックス劇場が開館されるようになった。メガボックスシネプレックス(ソウル市江南区三成洞)は17の上映館と4,336席の座席数を誇る東洋最大規模のマルチコンプレックスである。

全国劇場売上(韓国映画市場の規模)

2005年度の全国劇場の総売上高は8,981億ウォン(日本円:約1,123億円であり、2004年に比べ5.69%増加した。この数値は世界7~9位水準である。総売上高のうち韓国映画の劇場売上高は5,277億ウォン(日本円:約660億円)であり、2004年に比べ4.53%増加した。外国映画は3,704億ウォン(日本円:約463億円)を記録し、2004年に比べ7.39%増加した。

特に1996年度、韓国映画の劇場売上高の455億ウォン、外国映画の劇場売上高の1,573億ウォンに比べると韓国映画の売上高は11倍以上、外国映画の売上高は2.3倍以上増加した。

外国映画の国家別輸入現況

2005年度に国内に輸入された外国映画は計253編である。このうちアメリカ映画が135編であり、全体53%を占めた。次に日本映画が32編、イギリス映画が17編、フランス映画が11編輸入された。収入の面ではアメリカ映画が3,518万ドル(約330億ウォン)で全体収入額4,683万ドルの75%を占めた。

韓国映画制作、配給体系の内部状況(インタビュー)

韓国映画市場の独・寡占体制が危険なレベルに達した。現在韓国映画界は映画「配給」市場のビッグ4であるCJエンターテインメント、シネマサービス、ショーボックス(株)メディアプレックス、ロッテショッピング(株)ロッテエンターテインメントの4社が全体映画市場の60%、韓国映画のみの場合は90%に近いマーケットシェアを占めている。それに、映画制作市場にはKT・KTF、SKT、ハナロテレコム等の巨大通信社までが進入してきており、大手会社の寡占形態が強まっている。

2005年度<全国基準>「配給社別観客数」の順位

- 第1位 CJエンターテインメント: 全国観客数34,113,901人、全国シェア22.1%
- 第2位 ショーボックス(株)メディアプレックス: 全国観客数34,031,979名、全国シエ

ア 22.0%

- 第3位 シネマサービス：全国観客数 16,609,154 名、全国シェア 10.8%
- 第4位 ワーナーブラザーズコリア：全国観客数 13,148,400 名、全国シェア 8.5%
- 第5位 二十世紀フォックスコリア：全国観客数 10,060,620 名、全国シェア 6.5%
- 第6位 ショーイスト：全国観客数 8,403,092 名、全国シェア 5.4%
- 第7位 ロッテショッピング（株）ロッテエンターテインメント：全国観客数 7,335,941 名、全国シェア 4.7%

ビッグ3 財閥企業の全国シェア合計は 59.6%

2005 年度<全国基準韓国映画>「配給社別観客数」の順位

- 第1位 ショーボックス（株）メディアプレックス：全国観客数 31,098,559 名、全国シェア 36.2%
- 第2位 CJエンターテインメント：全国観客数 25,476,154 名、全国シェア 29.6%
- 第3位 シネマサービス：全国観客数 11,922,209 名、全国シェア 13.9%
- 第4位 ロッテショッピング（株）ロッテエンターテインメント：全国観客数 6,783,124 名、全国シェア 7.9%

ビッグ3 財閥企業の韓国映画全国シェア合計は 87.6%

2006 年度上半期の動向

映画振興委員会が発表した 2006 年 1～9 月までの ソウル基準 韓国映画産業統計資料によると、ビッグ3 財閥企業のマーケットシェアの合計が 60%を記録している。「韓国映画のみ」の場合は 88.6%を占めている。

財閥系列映画配給会社の保有現況

- * CJ グループ系列：国内最高の映画配給会社「CJ エンターテインメント」、国内最大のマルチプレックス劇場チェーン「CJ CGV」（全国 43 館、332 個のスクリーンを保有（2006.10 月基準）、映画制作及び配給会社「シネマサービス」
- * オリオン（旧東洋製菓）グループ系列：映画配給会社「ショーボックス（株）メディアプレックス」、マルチプレックス劇場チェーン「メガボックス」（全国 17 館、141 個のスクリーン保有）
- * ロッテグループ系列：映画配給会社「ロッテショッピング（株）ロッテエンターテインメント」、マルチプレックス劇場チェーン「ロッテシネマ」（全国 34 館、259 個のスクリーン保有）

CJエンターテインメント、シネマサービス、ショーボックス(株)メディアプレックス、ロッテショッピング(株)ロッテエンターテインメントは全て映画制作、投資、配給、上

映に至るまでの全部門を垂直系列化し、総括的に事業を広げている総合エンターテインメント会社である。これらの会社は全てCJ、オリオン、ロッテという映画市場のビッグ3財閥企業系列であり、これらの会社が国内映画市場で確固たる独・寡占体制を築いている。現在CJはCJエンターテインメント、シネマサービス、CJ CGV及びプリマス(primus)シネマを、オリオンはショーボックスとメガボックスを、ロッテはロッテショッピング(株)ロッテエンターテインメントとロッテシネマをそれぞれ制作資本投資、配給会社及び映画上映館であるマルチプレックス劇場チェーンとして保有している。これらのビッグ3財閥所属映画館は2005年度には全体スクリーンの半数に近い48%を掌握し、配給市場でも全体上映映画編数の29%を占めている。また、全体観客の60%を占有し、韓国映画のみの場合は占有率が87.6%にも上る。すなわち、韓国映画のみを対象とした場合、これらのビッグ3財閥企業のマーケットシェアは合計87.6%となり、独・寡占状態になる(市場順位1、2、3位会社のマーケットシェアが75%以上の場合)。したがって、ビッグ3財閥企業は少なくとも韓国映画部門では完全な市場支配的な事業者の地位にあると言える。

* 日本映画輸入業者とのインタビュー内容

日本文化専門ケーブルテレビ「チャンネルJ」を運営するDCNメディアは、映画輸入配給会社であるスポンジと日本映画底辺拡大の為に2006年戦略的な提携を結び、スポンジハウス専用劇場とケーブルテレビを通じて、国内では簡単に接することのできない日本映画を今後とも持続的に提供する計画である。二社は既に10本の日本映画を輸入することを日本の映画会社と契約した状態であり、2006年の下半期からスポンジ専用劇場にて日本映画祭を開催し、これらの映画を一度に紹介した。チャンネルJでは12月から放送を始めた。

日本映画祭を通じて公開された映画は2002年から今年にかけて上映された最新作である。漫画とオタクの世界をコミックタッチに描いた「恋の門」、2005年東京国際映画祭開幕作である「博士の愛した数式」、スパイになることを決心した主婦の話を取り上げた「亀は意外と速く泳ぐ」等、計10編である。DCNメディアは『これから日本映画祭及び日本映画関係者の招待等、様々な行事を通じ、国内で日本映画がきちんとした評価が受けられる機会を提供する予定』であると話した。

2. 韓国映画市場の規模

1) 年度別観客、マーケットシェア、1人当たり観覧回数の現況

韓国映画の観客数は1997年から大幅に増加し始め、1999年には2,000万人を突破し、2005年には8,544万人に達した。

<表 - 1> 1997-2005 映画の観客、マーケットシェア、1人当たりの観覧数の推移

(単位：万人)

年	韓国映画			海外映画			観客 総数	1人当たり 観覧数
	観客	シェア	1人当たり 観覧数	観客	シェア	1人当たり 観覧数		
1997	1,212	25.5%	0.23	3,540	74.5%	0.77	4,752	1.00
1998	1,259	25.1%	0.29	3,759	74.9%	0.81	5,018	1.10
1999	2,172	39.7%	0.50	3,300	60.3%	0.70	5,472	1.20
2000	2,271	35.1%	0.41	4,191	64.9%	0.89	6,462	1.30
2001	4,481	50.1%	0.96	4,455	49.9%	0.94	8,936	1.90
2002	5,082	48.3%	1.07	5,431	51.7%	1.13	10,513	2.20
2003	6,391	53.5%	1.32	5,556	46.5%	1.15	11,947	2.47
2004	8,019	59.3%	1.65	5,498	40.7%	1.13	13,517	2.78
2005	8,544	58.7%	1.78	6,008	41.3%	1.25	14,552	3.03

* 資料：映画振興委員会 (www.kofic.or.kr) から資料を収集した後、再編集

2) 年度別韓国、外国映画劇場売上の現況

韓国劇場の売上は 1997 年の 2,384 億ウォンから 2005 年には 8,982 億ウォンに約 2.8 倍以上増えた。

- 韓国映画は 1997 年の 600 億ウォンから 2005 年には 5,277 億ウォンに増え、外国映画は 1997 年の 1,784 億ウォンから 2005 年には 3,705 億ウォンに増えた。

<表 - 2> 全国映画館の年度別売上高の推移

(単位：億ウォン、%)

区分	劇場売上				
	韓国映画		外国映画		計
1997	600	25.20%	1,784	74.80%	2,384
1998	629	24.30%	1,955	75.70%	2,584
1999	1,128	39.40%	1,734	60.60%	2,862
2000	1,209	34.90%	2,251	65.10%	3,460
2001	2,609	49.80%	2,628	50.20%	5,237
2002	3,068	48.50%	3,259	51.50%	6,327
2003	3,823	53.31%	3,348	46.69%	7,171
2004	5,048	59.40%	3,450	40.60%	8,498
2005	5,277	58.75%	3,705	41.25%	8,982

資料：映画振興委員会 (www.kofic.or.kr)

3) スクリーン数の現況

スクリーン数は1997年の497スクリーンから2005年には1,648スクリーンに大幅に増加した。

- スクリーン数は増加したが、映画館数は減少した。これは複合上映館（マルチプレックス）の増加や巨大資本の進出により、中小規模の映画館が減少した為である。

<表 - 3> 年度別映画館数とスクリーン数の現況

年度	全国人口(万人)	観客数(万人)	映画館	スクリーン数
1997	4,595	4,752	497	497
1999	4,686	5,472	373	588
2001	4,734	8,936	344	818
2003	4,839	11,948	280	1,132
2005	4,901	14,552	301	1,648

資料：映画振興委員会 (www.kofic.or.kr)

4) テレビ放映作品の現況

2005 年現在韓国映画の平均編成比率は 37%であり、韓国映画の義務編成（年 25%以上基準）が定着している。

＜表 - 4＞2004 年 1～12 月の韓国映画編成比率（地上波）							
区分	MBC	KBS1	KBS2	SBS	EBS	iTV	合計
全体（編）	120	104	94	133	156	89	696
海外映画（編）	88	63	64	97	106	58	476
韓国映画（編）	32	41	30	36	50	31	220
韓国映画の比率（%）	28	39	32	29	35	39	33
2005 年 1～12 月の韓国映画編成比率（地上波）							
区分	MBC	KBS1	KBS2	SBS	EBS	iTV	合計
全体（編）	128	102	104	130	160	放送 中止	624
海外映画（編）	79	60	63	85	108		395
韓国映画（編）	49	42	41	45	52		229
韓国映画の比率（%）	38	41	39	35	33		37

資料：映画振興委員会（www.kofic.or.kr）

5) ビデオ、DVD リリースによる映画作品の現況

2005 年のホームエンターテインメント市場は、2004 年同様約 13%以上減少し、5,757 億ウォンとなった（2004 年のホームエンターテインメント市場は 2003 年の 7,390 億ウォンに比べ、10%以上減少した 6,617 億ウォンであった）。

- 更に VHS の対案として浮上してきた DVD 市場も低迷した。

ビデオ市場後退の原因としては、衛星・ケーブル等、多彩な映画専門チャンネルが登場したことと、主要な顧客層である 10～20 代の著作権侵害（不法）ファイルを利用した映画鑑賞等、その他のコンテンツを利用する時間が相対的に増えたことが挙げられる。

- DivX ファイル情報（注：動画像再生プログラムであり、著作権の侵害が多い）と字幕情報は大型ポータルサイトやウェブハード（注：一定容量のハードディスクを確保し、文書やファイルをセーブ・閲覧・編集でき、多数の人とのファイル共有もできるインターネットファイル管理サービス）提供業者のインターネットカフェ、ブログ等を通じて共有されており、学校でも共有されている。

DVD 市場の伸び悩みは、DVD プレーヤーの普及率の低迷や DVD タイトルの販売率の低迷が大きな原因である。

- DVD の流通に関しては割引販売やバンドル販売が各制作会社で主流となっている。こうした販売方法は販売数を増やし、在庫物量を減らせられるメリットがあったが、販売量に対する利益率の低下という悪循環をもたらした。

<表 - 5> 2002 年～2005 年のビデオテープ及び DVD 市場規模の推移

区 分			2002	2003	2004	2005
市場規模（億ウォン）			7,730	7,390	6,617	5,757
VHS	レンタル 市場	制作会社の売上高 （億ウォン）	1,300	1,100	811	699
		リリース本数（本）	450	400	327	300
		販売量（1,000 本）	4,722	4,200	3,242	2,700
		レンタル店（ヶ所）	9,000	8,500	7,500	6,500
		レンタル店の売上高 （億ウォン）	3,240	3,060	2,520	2,073
		ビデオ（DVD）鑑賞室 数（室）	2,400	2,300	2,200	2,100
		鑑賞室の売上高 （億ウォン）	1,440	1,380	1,320	1,260
	販売市場	制作 / 流通会社の売 上高（億ウォン）	約 500	約 450	約 390	約 355
		専門店数（ヶ所）	550	550	500	450
		全体売上高（累計、億 ウォン）	900	850	800	740
DVD	制作会社の売上高（億ウォン）		850	1,000	1,085	1,169
	リリース編数（編）		1,675	1,750	1,585	1,500
	販売量（万枚）		712	850	750	1,000
	取扱店舗数		3,000	5,000	7,000	8,500

- 注1. 全体市場規模は、分野別制作、流通会社及びレンタル店の売上高を合計した額である。
2. VHS 販売市場のうち、その他は独立プロダクション等、正確に算出できない分野における推定値である（地上波、ケーブルテレビが販売するビデオ、企業の広報用ビデオ等は、規模は大きいデータとしての正確な算出は困難である）。
3. ビデオレンタル店の売上高は全国ビデオレンタル店の平均売上である年 3,600 万ウォン（日本円：約 450 万円）を反映させた（この中には出版漫画と単行本レンタル売上が含まれる）。
4. DVD の売上高は、各制作会社が明らかにした市場規模データには割引販売やバンドル販売が多く、売上規模を正確に把握することが困難である為、推算した値を使用している。

資料：映画振興委員会（www.kofic.or.kr）

3. 映画の副次利用展開

映画館の売上高が全体収益の 68% を占めている。その原因は、従来から映画は映画館向けに制作する傾向が強く、観客も映画館で観覧することを好んでいた為である。その結果外国に比べ、劇場収益が多く、他の利用ルートは発展しなかった。

< 図 - 1 > 映画の副次利用展開



劇場収益が映画収益の中で一番多いが、劇場で所要される期間は他の経路に比べ一番短い。

- 劇場で上映する期間は興行と密接な関係がある為、ビッグヒット作は 5 ヶ月以上上映されることもあるが、大抵の場合上映期間は 4 週程度である。

各ルートが次のルートへ移行するまでの期間は、映画館上映後のビデオリリースはおおよそ 3~6 ヶ月、地上波 TV はビデオリリースから約 1 年後である。

しかし、最近ではこのような期間の傾向が崩れ始めてきている。

ビデオ市場の低迷により、劇場公開作のビデオリリースまでの期間が短くなる傾向がでてきている。

また、最近ではビデオに代わる DVD が登場し、ビデオ市場の再編が予想される。

韓国のインターネット文化を考慮し、不法ダウンロードに対する対策を講じなければな

らない。

映画輸入会社のスポンジは(インタビュー内容)年に7~8編の日本映画を配給しており、公開時期が日本とほぼ同じである場合は特に問題はないが、そうではない場合日本映画はほぼ全部不法ダウンロードの方法で配布されるというひどい状態であることを認識すべきであるとしている。

4. 主要会社の現況(最大輸入業者はスポンジ)及び代表映画

<表 - 6> 2004年の日本映画購買実績

購買業者	会社情報
東亜輸出公社	住所：ソウル市江南区道谷洞 952 電話：+82-2-2008-4700 日本映画購入実績： 新・雪国(4,799人)、バトルロワイアル2：レクイエム(2万488人)、世界の中心で愛をさけぶ(42万8,202人)
ジェイネット イメージ	住所：ソウル市江南区道谷2洞 467-10 宇成リビングテル 505号 電話：+82-2-552-0082 日本映画購入実績：踊る大捜査線2(15万1,823人)
スポンジ	住所：ソウル市江南区新沙洞 600-4 ゲジンビル 6階 電話：+82-2-540-5132 日本映画購入実績：座頭市(12万6,748人)、恋愛写真(1万2,981人)、あずみ(799人)、みんなやってるか(2,128人)、あの夏、いちばん静かな海。(2,657人)、3-4×10月(1,426人)
ミロビジョン	住所：ソウル市江南区大峙洞 997-10 メディアコフビル 5階 電話：+82-2-3443-2573 日本映画購入実績：アカルイミライ(1,228人)、降霊(429人)、地獄甲子園(28人)
チャン エンターテイメント	住所：ソウル市江南区駅三洞 650-3 ドンサンビル 5階 電話：+82-2-565-4340 日本映画購入実績：弟切草(2万199人)、完全なる飼育(161人)、千年狐(6,028人)

購買業者	会社情報
東崇アートセンター	住所：ソウル市鐘路区恵化洞 185 ジュンウォンビル・シアタービル 電話：+82-2-742-3395 日本映画購入実績：赤い橋の下のぬるい水（3,514人）
デウォン C&A ホールディングス	住所：ソウル市龍山区漢江路 3 街 40-456 デウォンビル 4 階 電話：+82-2-792-2339 日本映画購入実績：天空の城ラピュタ（4万9,052人）、イノセンス（3万1,249人）
レクス エンターテインメント	住所：ソウル市江南区論峴洞 94-20 ジンソンビル 2 階 電話：+82-2-546-4313 日本映画購入実績：PERFECT BLUE（634人）
メディアソフト	住所：ソウル市永登浦区汝矣島洞 13-25 ジョンウビル 1103 号 電話：+82-2-780-4690 日本映画購入実績：メトレス・愛人（164人）
アフェクス エンターテインメント	住所：ソウル市江南区論峴洞 229-19 103 号 電話：+82-2-3443-2396 日本映画購入実績：陰陽師 2（1万362人）
CJ エンターテインメント	住所：ソウル市江南区新沙洞 602 狎鷗亭 CGV 3 階 電話：+82-2-2017-1114 日本映画購入実績：ホテルビーナス（4,358人）、ジョゼと虎と魚たち（3万6,513人）
ショーイースト	住所：ソウル市江南区新沙洞 636-18 セファビル 4 階 電話：+82-2-548-3531 日本映画購入実績：花とアリス（12万6,100人）
マーブル エンターテインメント	住所：不明 電話：不明 動員数：六月の蛇（3,500人）

注：カッコの中は 2004 年基準の観客動員数である。

資料：映画振興委員会（www.kofic.or.kr）の担当者とのインタビュー

<表 - 8> 韓国で公開された代表的な日本映画

年度	韓国公開 日本映画編数	韓国公開 外国映画編数	日本映画比重	代表作
2000	25	227	9%	Shall We ダンス?
2001	24	228	10.5%	となりのトトロ
2002	13	192	6.7%	千と千尋の神隠し
2003	18	175	10.2%	仄暗い水の底から
2004	28	194	14.4%	踊る大捜査線 2
2005	25	215	11.6%	いま、会いにゆきます

注：パク・ヨンウン、「日本映画市場研究」の p.271、映画振興委員会

5. 映画輸入手続き及び規制

- 韓国では映画（予告編及び広告映画を含む）及びビデオが商業的目的で上映、配給される為には、上映、配給の前に映像物等級委員会から上映等級を分類してもらわなければならない。（映画鑑賞に際しての規制基準により等級を審査）

1) 映画等級の分類

- 法的根拠：映画及びビデオの振興に関する法律第 29 条及び等級分類小委員会の審議手続き規定第 2 条
- 等級分類審査日：月曜日、火曜日、水曜日、木曜日（週 4 回）、必要時には日程を増やすことが可能
- 等級分類申し込み時の具備書類及び添付事由：映画上映等級分類申込書（当該映画の概括的な内容を確認する為）、輸入約定書のコピー 1 部（外国映画に限る。正確な輸入価格及び契約関係等に対する形式的な要件を確認する為であり、必ず輸入約定書を発行した当該国の公証及び現地領事館の確認を得て提出すること）、輸入免状のコピー 1 部（外国映画に限る。国内搬入可否及び関税納付を確認する為）、録音シナリオ 12 部（筋書、スタッフ含む - 映画予審及び等級分類時映画内容及び台詞一致を確認する為）、修正有無確認書 1 部（申請会社の映画内容の修正事項を確認する為）、映画プリント 1 冊（映画等級分類時の実体資料）。
- 問合せ：映像物等級委員会（Korea Media Rating Board : KMRB）
電話：+82-2 2272 8560

2) ビデオ等級分類及び広告

- 等級分類の手続き

等級分類・複製等の確認申し込み	事務局書類検討 予審内容検討	該当の小委員会 視聴等級・複製確認の決定	結果通知
-----------------	-------------------	-------------------------	------

- 申し込み資格

映画及びビデオの振興に関する法律による“ビデオ製作者または配給業者”等、国内一般人に配布する目的のビデオの製作者

- 等級区分

• 全年齢観覧可：全ての年齢の者が視聴することができるビデオ
• 12歳以上観覧可：満12歳以上の者が視聴することができるビデオ
• 15歳以上観覧可：満15歳以上の者が視聴することができるビデオ
• 青少年観覧不可：青少年は視聴することができないビデオ

- 外国映画等級分類の必要書類：等級分類申込書1部（別添様式）、当該国の公証人が公証し、当該公館の公証を得た契約書と原作者証明書、米国以外の国の場合は在外公館公証法に基づく当該国に駐在する大韓民国公館が確認した書類または正当な権利がある者であることを国の政府やその他権限がある機関が発行する書類と公証された原作者証明書、必要時には契約書等の原本の提出（受付時にコピーと同一内容であることを確認）、内容説明書2部、覚書き1部（別添様式）、審議物（VHS、DVD、VCD、CD ROM等）の見本1枚、オンライン・モバイル動画は同内容が収録された媒体見本1枚（後日方式改善予定）、その他送金領収証及びDHL書類等の配給関係確認の為に委員会が要求する書類。

6. 外国映画を韓国に輸入する過程で通過すべき規制

映像物等級委員会（KMRB）の審議を経て輸入推薦（等級分類を受ければ輸入推薦書が出る）を受けなければ輸入通関ができない。音楽アルバム、映画用フィルム及び映画の収録されたCDに関しては関税が賦課される。関税は海外物品から韓国産業保護する為の対策であり、基本税率（8%）を適用する。特別な国際協約がない限り、全ての外国物品はほぼ同様に適用される。（財政經濟部関税制度課（電話：+82-2-2150-9313）ソ・デソク氏とのインタビュー）簡単な輸入規制内訳の確認は（<http://www.apectariff.org/tdb.cgi/ff3230/apeccgi.cgi?KR>）に接続し、該当欄に映画フィルムのHSコードを入力すれば可能である。

(参考) HS コード表

* 貿易委員会貿易振興チームの映画フィルム HS コード担当者によると、映画フィルムは一般に劇場用商業映画 35mm フィルムである為、HS コードは 3706.10 6020 が付与される。

第 37 類写真用または映画用の材料

HS コード	品名 Description	関税	内国税	単位	輸出入の 要領	税関長確認
3706	Cinematographic film, exposed and developed, whether or not incorporating sound track or consisting only of sound track.					
10	1. Of a width of 35 mm or more			m kg		
1000	A. Consisting only of sound track	240 ウォン / m		m kg	映画振興法	
2000	B. For news	6 ウォン / m		m kg	映画振興法	
30	C. Joint produced cinematography			m kg		
3010	(1) Rush	35 ウォン / m		m kg	映画振興法	
3020	(2) Other negative joint produced cinematography	600 ウォン / m		m kg	映画振興法	

HS コード	品名 Description	関税	内国税	単位	輸出入の 要領	税関長確認
3030	(3) Other positive joint produced cinematography	100 ウォン / m		m kg	映画振興法	
4000	D. Cinematograph film exposed overseas in the working of a motion picture by a republic of Korea producer (only pictured overseas scenery or only appeared actors of republic of Korea in the film) and cinematograph film made by a Korean producer in Korea	35 ウォン / m		m kg	映画振興法	
50	E. 35 mm or more and not more than 40 mm in width			m kg		
5010	(1) Negatives	1160 ウォン / m		m kg	映画振興法	
5020	(2) Positives	240 ウォン / m		m kg	映画振興法	

HS コード	品名 Description	関税	内国税	単位	輸出入の 要領	税関長確認
	60 F. More than 40 mm in width			m kg		
	6010 (1) Negatives	2040 ウォン /m		m kg	映画振興法	
	6020 (2) Positives	340 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
90	2. Other			m kg		
	1000 A. Consisting only of sound track	12 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
	2000 B. For news	6 ウォン/m		m kg	映画振興法	
	30 C. Joint produced cinematography			m kg		
	3010 (1) Rush	35 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
	3020 (2) Other negative joint produced cinematography	600 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
	3030 (3) Other positive joint produced cinematography	100 ウォン/ m		m kg	映画振興法	

HS コード		品名 Description	関税	内国税	単位	輸出入の 要領	税関長確認
	4000	D. Cinematograph film exposed overseas in the working of a motion picture by a republic of Korea producer (only pictured overseas scenery or only appeared actors of republic of Korea in the film) and cinematograph film made by a Korean producer in Korea	35 ウォン / m		m kg	映画振興法	
	50	E. Not more than 20 mm in width			m kg		
	5010	(1) Negatives	60 ウォン / m		m kg	映画振興法	
	5020	(2) Positives	12 ウォン / m		m kg	映画振興法	
	60	F. More than 20 mm and less than 35 mm in width			m kg		
	6010	(1) Negatives	1160 ウォン / m		m kg	映画振興法	

HS コード		品名 Description	関税	内国税	単位	輸出入の 要領	税関長確認
	6020	(2) Positives	240 ウォン / m		m kg	映画振興法	

7. 外国 CD 輸入通関時の税金と手続き

(インタビュー - 産業資源部貿易投資政策本部貿易政策チーム、リ・ウシル主務官)

質問内容

外国から CD を輸入する場合、税金と手続きはどうか。

返事内容 - 産業資源部担当者との通話

音声またはその他の現象が記録された保存媒体は輸出入時の品目分類番号が HS8524 項に分類されるが、次のように細分化され、それによって関税率が変わる。例えば

- 音声のみを再生するもの HS8524.32 0000 関税率 8%
- コンピュータ等で二進法によって運営され、使用者と相互連結 (interactive) になるもの

HS8524.39 1000 関税率 0%

- その他の映像再生用のもの HS8524.39 9000 関税率 8%

輸入する物品に対する関税率は上記の分類により、0%または 8%に決まる。また、分類の如何にかかわらず付加価値税が 10%賦課される(但し、付加価値税施行規則第 11 条の『電子出版物』に該当する時には免税される可能性がある)。

音楽アルバム・ビデオ及びゲームに関する法律第 2 条第 1 号の規定による音楽アルバムは、同法第 35 条の規定により、映像物等級委員会の輸入推薦を受けなければならない。また、音楽アルバム・ビデオ及びゲームに関する法律第 2 条第 2 号ないし第 3 号の規定によるビデオゲームは同法第 20 条の規定により、映像物等級委員会の等級分類を受けなければならない。要件確認対象及び除外対象等に対するより詳しい事項については所管部処に問い合わせなければならない。

- 問合せ：映像物等級委員会 (KMRB) www.kmr.or.kr 電話：+82- 2 2272 8560)

また、関税法第 234 条により、憲法秩序を乱す、或いは公序良俗に反する図書、刊行物、映画、音楽アルバム、ビデオ等は輸出入できない。また、関税法第 269 条第 1 項により、輸入禁止物品を輸出入した者は 10 年以下の懲役または 2 千万ウォン以下の罰金に処すると規定している。

． テレビ番組

1． 韓国放送の現況

韓国の放送産業は 2005 年 6 月時点で、地上波テレビ放送は KBS、MBC、EBS 等の公営放送社と SBS をはじめとする 12 の地域民営放送事業者等、計 32 放送社(地方の MBC19 社含む)、地上波ラジオは 11 の地上波ラジオ放送事業者(公・民営ラジオ放送事業者を含む)から構成されている。

<表 - 1> 韓国有料放送サービス加入世帯の現況

(単位：千世帯)

区分	2001年	2002年	2003年	2004年	2004年	2005年	2005年	2006年
	12月	6月	6月	6月	12月	6月	12月	4月
全国対象世帯数	15,721	16,080	16,489	16,988	17,392	17,656	17,857	18,022
有料全体 (A+B+C)	11,083	11,715	12,504	14,200	13,009	14,039	14,129	14,282
有線放送 (A+B)	10,906	11,414	11,724	12,903	11,357	12,213	12,273	12,379
総合有線(A)	5,844	6,912	9,402	11,724	10,843	11,694	11,973	12,083
有料視聴	5,614	6,614	8,967	11,342	10,520	11,405	11,761	11,867
無料視聴	230	297	435	382	323	290	211	216
中継有線(B)	5,062	4,502	2,323	1,179	514	519	301	296
衛星放送(C)	176	302	779	1,297	1,652	1,826	1,855	1,903

<資料> 放送委員会、「放送産業実態調査報告書」、各年度

- 衛星放送では2002年開局したスカイライフが一般衛星放送事業者として事業展開している。移動マルチメディア事業者は衛星移動マルチメディア事業者と地上波移動マルチメ

ディア事業者に区分される。2005年5月に開局した衛星移動マルチメディア事業者であるTUメディアのほか、地上波移動マルチメディア放送事業者として6社が事業を予定している。

- 一方、有線放送事業は総合有線放送と中継有線放送に区分され、2006年9月現在77の事業区域に111の総合有線放送事業者と247の中継有線放送社が事業を展開している（<表-2>の中継有線放送社事業者数は2005年を基準にした数値であり、2006年より多い）。

- 放送チャンネル使用事業者（PP）は2005年末時点で159ある。

<表-2> 国内放送事業者サービスの売上高

区分	事業者数	総売上高 (億ウォン)	広告売上高 (億ウォン)	広告売上高に 占める割合
地上波放送(テレビ)	43	3兆 1,841億ウォン	2兆 5,030億ウォン	78.0%
地上波放送(ラジオ)		3,607億ウォン		
総合有線放送(SO)	119	1兆 3,479億ウォン	2,900億ウォン	9.0%
中継有線(RO)	299	366億ウォン		
放送チャンネル使用事業(PP)	159	2兆 5,884億ウォン	4,130億ウォン	12.9%
一般衛星放送事業(SkyLife)	1	2,550億ウォン	50億ウォン	0.2%
総計		7兆 7,730億ウォン (前年比8.9%増)	3兆 2,050億ウォン	100%

出処：2005年放送委員会実態調査

* 総合有線放送の広告売上は広告収入にホームショッピング放送手数料を加えた金額

* 事業者数：法人/財団/団体等の事業者基準(但し、中継有線は許可を受けた業者が基準)

* 衛星放送事業は移動マルチメディア事業を含まない。

* 2005年売上高の調査は総額基準のみで発表された為、以下では総売上高のみを扱う。

- 2005年国内放送産業の市場規模は7兆7千億ウォンであり、前年比8.9%の成長を見せた。

- このような成長は地上波放送を除く総合有線放送と放送チャンネル使用事業、衛星放

送事業の売上増加に起因したと分析される。

<表 - 3> 韓国放送分野別の総売上額

分野	2003 (千ウォン)	2004 (千ウォン)	2005 (千ウォン)
地上波放送	3,548,193,470	3,544,816,210	3,542,552,105
有線放送	1,136,489,622	1,384,563,262	1,597,366,217
一般衛星放送	149,630,760	255,035,498	347,274,280
衛星移動マルチメディア放送			21,550,100
放送チャンネル使用事業	2,302,255,244	2,588,390,415	3,126,496,826

1) 地上波放送

2005年の総売上高は約3兆5425億ウォン(非営利収益を含む、日本円約4,428億円)であり、2003年より約56億ウォン減少した。

媒体別ではラジオよりテレビ部分で約67億ウォンが減少した。特に、テレビ売上の重要な部分を占める広告収入は前年比で1,574億ウォン減少したと分析される。

2) 有線放送 (SO: system operator (有線放送事業者))

一般的に、有線放送とは各地域別にケーブルテレビ局を所有・運営する事業者である。

2005年総売上高は1兆5,973億ウォン(日本円:約1,997億円)であり、2003年の1兆1,364億ウォンより約21.8%増加した。

- 有線放送の総売上高のうち、総合有線放送の占める割合は97.4%である一方、中継有線放送は2.6%に過ぎない。
- 総合有線放送の2005年全体売上高は1兆3,479億ウォンであり、前年比で25.4%増加している。このようなサービス売上高の増加は中継有線の吸収合併による売上増加と受信料収入、施設設置収入、インターネット接続事業収益(有線放送局はそのほとんどがケーブルによるインターネット接続事業を行っている)等の複合的要因に起因している。
- ケーブルテレビ Multiple system operator (複数システム事業者: MSO) とは、複数のケーブルテレビシステムを所有、運営する会社のこと。スポーツ、映画、ショッピング等の多くのチャンネルを所有している会社)はテグァン、CJ、シーアンドエム、CMB、オンメディア、現代デパート、キューリックス、ジーエスホームショッピングの8社である。これら8つのMSOが確保している総合有線放送社は計88社、加入世帯数は計972万世帯、総売上高は9,840億ウォンに上っている。総合有線放送市場においてMSOの占有割合は加入者数、売上高でそれぞれ72.1%、72.8%であると分析される。

3) 放送チャンネル使用事業

番組供給業者（PP：Program provider（放送チャンネル使用事業者、プログラム供給者）のこと。ケーブルTVや衛星放送に固有のチャンネルを持ち、プログラムを製作・編成した上で総合有線放送局（SO）または衛星放送事業者に提供する。

- 2005年の総売上高は3兆1,264億ウォン（日本円：約3,908億円）であり、2003年の2兆3,022億ウォンより約74%増加した。

4) 一般衛星放送

衛星を利用した新規放送会社。SKYなどが代表的な企業。

2005年の総売上高は3,472億ウォン（約434億円）であり、前年比約73%増加した。

加入者は2004年6月の129万7,214人から2005年6月には182万5,538人に約40.7%増加した。

- 地域別ではソウルと京畿地方が40%台を維持しており、需要が人口分布と文化環境によって変わることが分かる。

<表 - 4> 一般衛星放送加入者の現況

区分	2004年6月	2004年12月	2005年6月
ソウル（A/C）	221,510（17.0%）	275,028（16.6%）	308,482（16.8%）
京畿（B/C）	339,011（26.1%）	432,678（26.1%）	475,042（26.0%）
全国（C）	1,297,214	1,652,255	1,825,538

単位：世帯

資料：放送委員会、「放送産業実態調査」、2005、p. 290

5) インターネット放送

売上高は1997年の7,200万ウォンから2004年には473億5,500万ウォン（日本円：約59億円）に大幅に増加した。加入者数も1,000人から12万3,503人に増加。

- インターネット放送の加入者が、他の放送分野より視聴者数が少ない理由は、競争媒体が多く、コンテンツの種類もあまり多くないためである。

<表 - 5> インターネット放送の売上高と加入者の現況

区分	2000	2001	2002	2003	2004
売上高 （百万ウォン）	800	31,506	25,458	50,572	47,355
加入者数（人）	547,305	715,582	1,209,732	1,318,931	1,235,030

資料：情報通信部（www.mic.go.kr）

A . テレビ番組の DVD ・ ビデオ販売

テレビ番組は DVD やビデオテープの媒体に録画され、流通しており、放送中の番組はもちろん過去の放送分も提供されている。

- 販売ルートとしては放送会社の直接販売とビデオ販売会社経由の販売等があるが、正確な統計を取ることは難しい。
- 全体売上高に占める比重も僅かで様々なルートで販売される為、販売金額を把握しにくい。
- 更に、各放送会社のウェブサイトで再放送サービスを利用できることもあり、市場規模は縮小する可能性がある。

B . 市場の見通し

テレビ番組市場は DMB (Digital Multimedia Broadcasting) の実施、広告販売制度の変化 (注: 韓国放送広告公社が独占していた放送広告販売制度に競争体制を導入し、複数競争体制を構築したこと)、デジタルケーブルテレビの登場、地域放送の広域化等により、その規模が 2010 年に 9 兆 9,657 億ウォンに拡大されると予想している。

区分	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年
市場規模 (億ウォン)	8 兆 7,778	9 兆 1,974	9 兆 6,120	9 兆 9,657
成長率 (%)	4.0	4.7	4.5	3.6

注: 成長率は前年対比の数値である。

資料: 放送委員会 (www.kbc.go.kr)

2 . 販売ルート

テレビ番組は市場で流通しているが、放送会社の直接販売、出版社やビデオ番組製作会社等による販売に分かれている為、販売ルートは複雑である。

- 更に、金額や数量が他のジャンル (映画やアニメなど) に比べ少ない為、明確な流通ルートを提示することは難しいが、代表的な流通ルートは以下の通り。

放送会社及び製作会社から中間流通業者を経て消費者に販売されるルート

小売店から消費者に販売されるルート

小売店から消費者にレンタルされるルート

3 . 主要企業

日本のテレビ番組を放送している代表的なケーブルテレビ事業者としてチャンネル J と MBC ドラマネットが挙げられる。チャンネル J は主に日本のドラマを放送している。MBC ド

ラマネットは主に自社ドラマを放送し、時々日本のドラマを放送している。

<表 - 6> 日本のテレビ番組を放送するケーブルテレビ事業者（2006年7月現在）

企業名	企業情報
チャンネルJ	住所:ソウル市陽川区木洞 923-14 ドリームタワー20階 電話:+82-2-547-7344 日本映画の購入実績:1 リトルの涙、大奥 - 将軍の女たち、利家とまつ、エコエコアザラク、笑顔の法則、座頭市
MBC ドラマネット	住所:ソウル市 永登浦区汝矣島洞 34-1 電話:+82-2-368-2500 日本映画の購入実績:ごくせん

資料:放送委員会 (www.kbc.go.kr)

4. 輸入作品の現況

日本のテレビ番組は、チャンネルJとMBCドラマネットで主にドラマが放映されているが、インターネットでも違法な方法によって共有されており、正規の輸入作品を正確に把握することは難しい。インターネットで違法に共有されているものの中で人気がある作品は次の通りである。

<表 - 7> 人気ある日本ドラマ（2006年7月現在）

サクセスドラマ	家族ドラマ	刑事ドラマ
1.幸せになりたい!	1.おとうさん	1.ルーキー!
2.私を旅館に連れてって	2.オヤジい。	2.リモート
3.美女か野獣	3.ホットマン 1, 2	3.顔
4.アテンションプリーズ	4.僕と彼女と彼女の生きる道	4.ケイゾク
5.Ns'あおい	5.世界で一番パパが好き	
6.エースをねらえ!	6.優しい時間	
7.アタック No.1	7.未っ子長男姉三人	
8.ソムリエ	8.光とともに... ~自閉症児を抱えて~	

資料:放送委員会 (www.kbc.go.kr) の海外放映物の視聴率基準調査

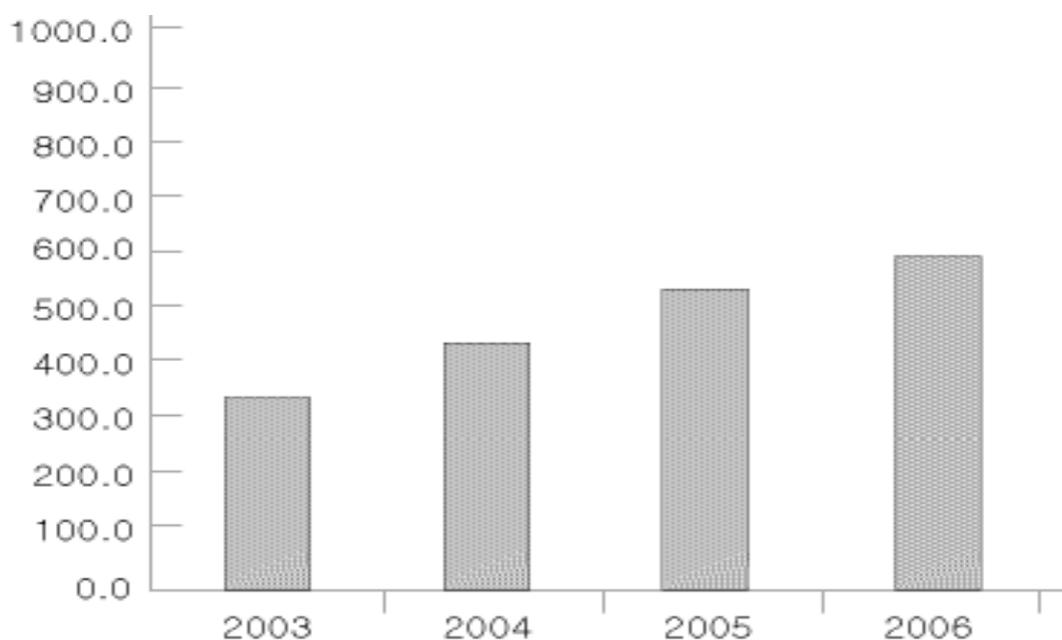
．アニメーションと漫画

1．市場規模と展望

A．市場規模

- 次の図 -1 はアニメーションの売上高と関連キャラクター産業やライセンス販売の売上高を合わせた金額であり、2003年の3億5千万ドルから2005年には5億5千万ドル（推算）に成長した。

<図 -1> 韓国アニメーション産業の規模（単位：百万ドル）



出典：Digital Vector（2005）『Global Animation Industry』（注：Digital Vector社は全世界の顧客要求に応じる比較的信頼できる研究調査、コンサルティング会社であり、ホームページ資料は次の通りである。）

HP: http://www.marketresearch.com/vendors/viewvendor.asp?SID=48466496_355863079_399868007&VendorID=2719

しかし、2004年のアニメーション市場の規模は、創作と著作権取引の不振により、2003年の2,698億ウォンから1.8%減少した2,648億ウォン（日本円：約331億円）に留まった。

- 全体市場規模で占める割合は創作と著作権取引がほとんどであり、劇場売上と放送社売上がその後が続いている。

<表 - 1> アニメーション市場の規模

(単位：億ウォン)

区分	2002 年	2003 年	2004 年
制作	1,915	2,578	2,448
劇場の売上	227	115	183
放送社の輸出	7	5	17
合計	2,149	2,698	2,648

注：制作は制作業者に作業を依頼した時に生じる売上を意味する。放送社の輸出は地上波放送局が制作したアニメーションを外国に輸出した時の金額を意味する。

資料：文化観光部、「文化産業白書」、各年号、2005 年の公式資料は 2007 年 3 月現在、まだ発表されていない。

アニメーション制作の売上額で制作と著作権取引が 86.0%を占め、これまでに制作努力した結果が現れている。すなわち、市場は制作を中心に変化しているとみなせる。

<表 - 2> アニメ制作業売上額の構成要素

区分	売上額（百万ウォン）	比率（%）
制作と著作権	210,608	86.0
投資収入	578	0.2
制作サービス	6,112	2.5
単純複製		
流通と配給	8,816	3.6
マーケティングと広報		
その他	18,783	7.7
合計	244,897	100.0

資料：文化観光部、「2004 文化産業白書」、2005 年、p. 241.

B. テレビ放送の現況

地上波テレビ放送におけるアニメーション放送時間は 2004 年には約 470 時間となり、2003 年の約 520 時間より 50 時間減少した。これは様々な階層と文化的な欲求を充足させる為に番組が増え、アニメーション番組枠が減少したからである。

- 放送社では韓国アニメーションを育成し、その結果韓国アニメーションの創作力が強化され、放送時間が約 16 時間増加した。

<表 - 3> 地上波テレビ放送におけるアニメーション放送の現況

年度	単位	全体放送時間	国産作品放送時間	外国作品放送時間
2003	時、分、秒	520:12:23 (100%)	250:04:03 (48.1%)	270:08:20 (54.5%)
2004	時、分、秒	470:51:18 (100%)	266:08:06 (56.5%)	204:43:12 (43.5%)

資料：文化観光部、「2004 文化産業白書」、2005、p. 245.

アニメーション専門放送の場合、トゥーニバスとアニウオンでそれぞれ 5,194 時間と 6,742 時間放映したが、2 つのチャンネルとも全体放送時間における外国作品の割合は 70% 以上に上った。

- 外国作品が放送時間の多くを占めているのは、全体の放送時間に比べ韓国作品の量が不足していたからである。

<表 - 4> アニメーション専門放送の現況

チャンネル	単位	全体放送時間	国産作品放送時間	外国作品放送時間
トゥーニバス	時、分、秒	5,194:21:24 (100%)	1,492:21:48 (28.7%)	3,700:47:09 (71.2%)
アニウオン	時、分、秒	6,742:30:00 (100%)	773:45:00 (11.5%)	5,980:45:00 (88.5%)

資料：文化観光部、「2004 文化産業白書」、2005、p. 245.

C . 劇場上映の現況

<表 - 5> 韓国で公開された全体アニメーション中の日本アニメーションの割合

年度	劇場公開編数による日本アニメーションの割合	観客数による日本アニメーションの割合	その他
2000	33.3% (12 編中の 4 編)	12.53%	韓国アニメーション 1 編
2001	20.0% (10 編中の 2 編)	8.5%	韓国アニメーション 3 編
2002	20.0% (10 編中の 2 編)	62.0%	韓国アニメーション 1 編
2003	45.5% (11 編中の 5 編)	22.0%	韓国アニメーション 3 編

資料：映画振興委員会、「日本劇場アニメーション開放効果及び対応方案」、2005

<表 - 6> 韓国で公開された代表的な日本アニメーションに関する資料

年度	作品名	公開日	観客数 (ソウル基準/人)	韓国アニメーション
2000	獣兵衛忍風帖	9.30	12,000	ゴンドレス(日韓合作) 9,100人
	人狼(JIN-ROH)	12.9	29,000	
	ポケットモンスター - ミュ	12.23	50,868	
	ウツアの逆襲	12.30	53,197	
	風の谷のナウシカ			
2001	となりのトトロ	7.27	133,862	ザキング 10,807人
	ポケットモンスター2	8.11	20,280	ビョルジュブヘロ 7,580人 ランディム 31,185人
2002	攻殻機動隊	4.12	12,609	マリイヤギ 54,404人
	千と千尋の神隠し	6.28	1,951,332	
2003	メトロポリス	1.17	2,796	オセアム 25,574人
	猫の恩返し	8.8	243,220	ワンドフルデイズ 140,080人
	もののけ姫	4.25	92,284	
	カウボーイビバップ	10.3	3,976	エリシウム 1,400人
	紅の豚	12.19	26,341	
2004	天空の城ラピュタ	4.30	24,173	ナルヌンドエジ 102人
	PERFECT BLUE	5.26	103	マンチ 24,391人
	千年女優	7.9	2,913	
	イノセンス	10.8	19,493	

資料：映画振興委員会、「日本劇場アニメーション開放効果及び対応方案」、2005

D. 漫画出版の現況

漫画出版は2004年には7,867種の2,686万2,030冊であり、2000年以降減少傾向にある。

- 全体出版図書における漫画の比率も2000年の26.6%から2004年には22.2%に減少し、発行部数も39.4%から24.6%に減少した。
- これは様々な媒体が登場し、オンライン上で違法にスキャンした漫画が配布されたからである。このような違法スキャン及び配布の傾向は今後も絶えず行われると考えられる。

<表 - 7> 漫画図書の発行推移 (1999年～2004年)

年度	発行作品数			発行部数		
	全体	漫画	比率 (%)	全体	漫画	比率 (%)
1999年	35,044	9,134	26.0	112,506,184	36,665,233	32.5
2000年	34,961	9,329	26.6	112,945,032	44,537,041	39.4
2001年	34,279	9,117	26.5	117,172,347	42,151,591	35.9
2002年	36,185	9,060	25.0	117,498,447	35,944,520	30.5
2003年	35,371	9,081	25.6	111,450,224	33,359,330	29.9
2004年	35,394	7,867	22.2	108,958,550	26,862,030	24.6

資料：文化観光部、「2004文化産業白書」、2005年、p.297.

ジャンル別には、コミックが33.7%で1位であり、続いて武侠アクションと少女漫画がそれぞれ15.9%、15.6%占めている。

- 主要流通ルートは漫画本レンタルである。

<表 - 8> 2004年の漫画産業ジャンル別売上高 (単位：百万ウォン)

区分	オンライン 漫画流通	漫画本 レンタル	漫画専門 卸・小売	合計	構成比
武侠 アクション	-	34,649	7,283	41,933	15.9
少女漫画	646	23,467	16,840	40,954	15.6
コミック	807	50,124	37,742	88,673	33.7
ファンタジー/SF	-	16,680	8,394	25,075	9.5
アダルト	161	15,698	7,845	23,704	9.0
雑誌	-	794	3,421	4,215	1.6
連載	-	13,450	5,766	19,216	7.3
その他	2,208	1,035	16,175	19,417	7.4
合計	3,823	155,897	103,467	263,186	100.0

資料：文化観光部、「2004文化産業白書」、2005年、p.296.

E. 市場展望

○ アニメーションは劇場やテレビで頻繁に接することのできる身近なジャンルに発展した。派生キャラクターは学習道具、広告、広報等、その使い方が多様化してきている為、市場規模は2010年には4,890億ウォン(日本円約611億円)に拡大されると予想している。

<表 - 9> 韓国アニメーション市場の展望 (単位: 億ウォン)

区分	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
制作	2,799	2,985	3,267	3,852	4,505
劇場の売上	205	245	280	295	320
放送社の輸出	20	28	38	50	65
合計	3,024	3,258	3,585	4,197	4,890

注: 制作は制作業者に作業を依頼した時の売上

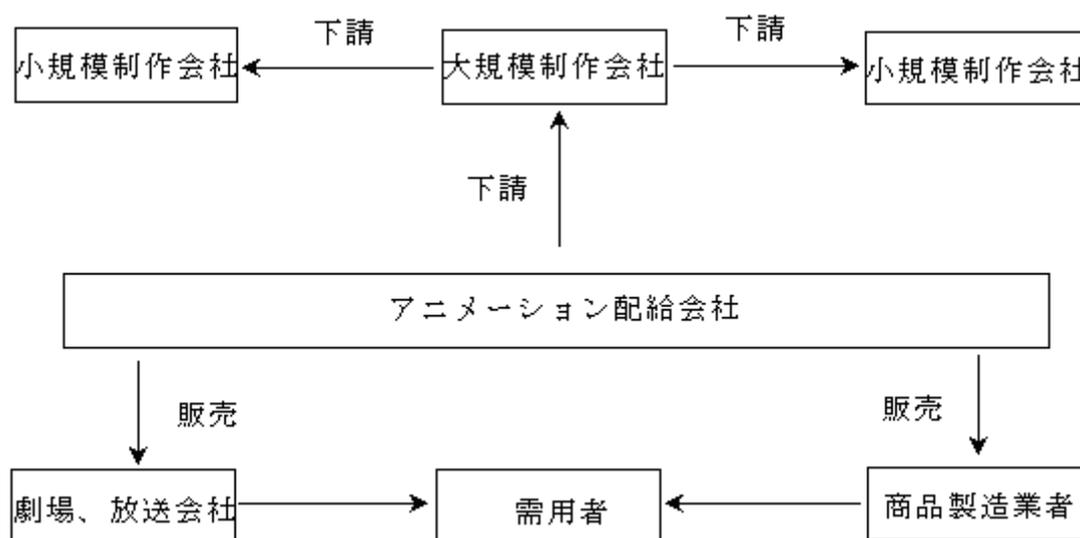
資料: 文化観光部 (www.mct.go.kr)

2. 販売ルート

A. アニメーション

アニメーション作品は配給会社を経て映画館で上映(販売)されたり、ビデオテープやDVDで販売される。

<図 - 2> アニメーションの流通構造 (ジェトロソウルセンター調べ)

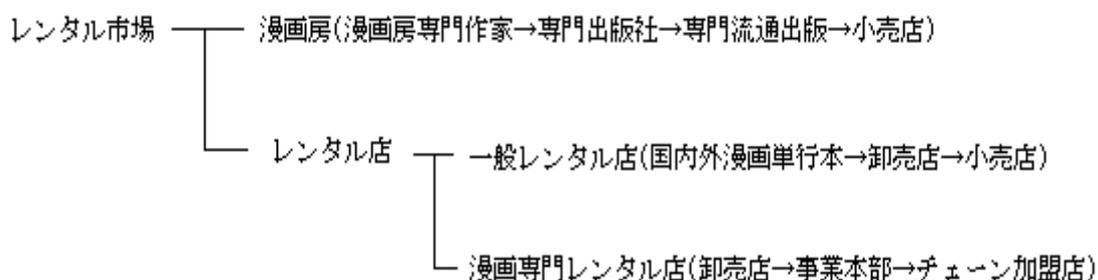


B. 漫画

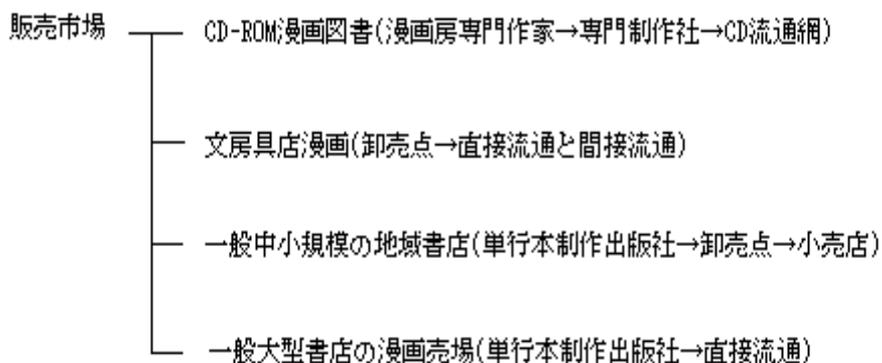
販売ルートはレンタル市場、サイバー市場、販売市場に分けることができる。

- 以前からレンタルが好まれていた為、レンタル市場が発達している。
- レンタル市場、サイバー市場、販売市場で考えられる販売ルートは次の通りである。

<図 - 3> 韓国の漫画流通構造 (ジェトロソウルセンター調べ)



サイバー市場 — サイバー漫画房(PC通信とネットワーク漫画房)



3. 主要業者

アニメーションの輸入業者は 2004 年現在 5 社あり、このうちデウォン C&A ホールディングズのみが日本のアニメーションを多く輸入している。

- デウォン C&A ホールディングズはアニメーションと漫画を制作、普及する専門企業として有名である。

<表 - 10> アニメーション輸入業者の現況（2004年現在）

輸入業者	企業情報
デウォン C&A ホールディングズ	住所:ソウル特別市龍山区漢江路 3 街 40-456 電話番号:+82-2-3785-0100 日本アニメーションの輸入実績:天空の城ラピュタ(4万9,052人)、 イノセンス(3万1,249人)、ハウルの動く城(126万9,000人)
CJ エンターテインメント	住所:ソウル特別市江南区新沙洞 602 電話番号: +82-2-2017-1114 アニメーションの輸入実績:シュレック 2(330万533人)
ブエナビスタ インターナショナル 코리아	住所:ソウル特別市江南区駅三 1 洞 676 サンプビル 4 階 電話番号:+82-2-527-0260 アニメーションの輸入実績:ブラザーベア(35万2,691人)、COW 三銃士(1万4千396人)
20世紀フォックスコリア	住所:ソウル特別市江南区駅三洞 726 アセアシメントビル 8 階 電話番号:+82-2-2188-0100 アニメーションの輸入実績:ガーフィールド(33万380人)
スポンジ	住所:ソウル特別市江南区新沙洞 600-4 ゲジンビル 6 階 電話番号:+82-2-540-5132 アニメーションの輸入実績:マクダール(2,807人)

出典:韓国アニメーション協会

4. 輸入作品の現況

2004年に映画館で上映された輸入作品は計8本で、米国作品が4本、日本作品が2本、デンマーク作品が1本、香港作品が1本である。

- 米国作品がかなりの人気を得ていたが、それはシナリオ、編集等が韓国観客の感性にぴったり合っていたと言われている。

<表 11> 映画館で上映されたアニメーションの現状 (2004 年)

映画名	映画名 (原作名)	公開日	国籍	配給会社	輸入会社	全国観客 動員数 (人)
ブラザーベア	Brother Bear	2004-01-16	米国	ブエナビスタ インターナショナル ルコリア	ブエナビスタ インターナショナル ルコリア	352,691
白くまになり たかった子ども	L'Enfant Qui Voulait Etre un Ours	2004-01-30	デン マ ク	フィルムバンク	フィルムバンク	24,339
天空の城 ラピュタ	Laputa Castle in the Sky	2004-04-30	日本	デウォン C&A ホールディング ズ	デウォン C&A ホールディング ズ	49,052
シュレック 2	Shrek 2	2004-06-18	米国	CJ エンターテ インメント	CJ エンターテ インメント	3,300,533
イノセンス	Ghost in the Shell 2 : Innocence	2004-10-08	日本	シネマサービス	デウォン C&A ホールディング ズ	31,249
ホーム・オン・ ザ・レンジ	Home on the Range	2004-08-06	米国	ブエナビスタ インターナショ ナルコリア	ブエナビスタ インターナショ ナルコリア	14,396
ガーフィールド ド	Garfield : The Movie	2004-08-19	米国	20 世紀フォッ クスコリア	20 世紀フォッ クスコリア	330,380
マクダール	My Life as Mcdull	2004-09-03	香港	スポンジ	スポンジ	2,807

資料：映画振興委員会 (www.kofic.or.kr)

地上波放送社が 2004 年に放映したアニメーションは全部で 18 本であり、そのほとんどが韓国で制作されたものである。

- 主に制作会社と放送社が共同で制作し、放映する構造になっている。

<表 12> 地上波放送社のアニメーション放映現況(2004年)

作品名	制作会社	放送社
世界名作童話	ドンウアニメーション、 ギョウォン情報映像振興院	SBS
TV 童話、幸せな世の中	KBS、午後メディア等	KBS
ロボチャン・キュービックス	シネフィクス、デウォン	KBS2
黒いゴム靴3	KBS、セハンプロダクション	KBS2
私たち、仲良しだよ	KBS、ソウル障害人総合福祉館	KBS
バンパーキング・ジェパー	SBS プロダクション、デウォン C&A、孫悟空、 エベックスデジタル	SBS
ダルマの時間旅行	カルマエンターテインメント	SBS
ネティビ	サムエンターメディア	KBS2
アップルキャンディガール	トンコムアニメーション	KBS2
ビーダマ対戦 バトルビードマン	KBS、孫悟空、ディライツ	KBS2
アクアキッズ	SBS プロダクション、シネフィクス	SBS
レカ三国誌	ドリームピクチャース 21	MBC
星の国スーパーチュリ	SR アニメーション	MBC
出勤ロボット	ジョイスクエア	MBC
トゥルトゥルナロンイ	スタジオカブ	MBC
賢い狸	(北朝鮮作品)	EBS
リトル・トミ	(株)バルンソン	EBS
私の友達ドラゴン	イメージプラス	EBS

資料：文化観光部、「2005 文化産業白書」、2006年、p.243~244

・ 音楽

1. 市場規模と将来展望

A. レコード市場の現況

2005年レコード市場の規模は1,066億ウォン（日本円、約133億円）であり、2002年以降減少が続いている。全体音楽関連市場で占める割合も2002年の68.0%から2005年には33.7%に低下した。

- 2000年以降レコード産業は徐々に衰退し始め、2004年にはデジタル音楽産業がレコード産業を追い抜いた。

<表 - 1> 音楽市場の現況

区分	2002年	2003年	2004年	2005年
レコード産業	2,861億ウォン	1,833億ウォン	1,338億ウォン	1,066億ウォン
デジタル音楽産業	1,345億ウォン	1,850億ウォン	2,014億ウォン	2,101億ウォン
合計	4,206億ウォン	3,683億ウォン	3,352億ウォン	3,167億ウォン

資料：韓国レコード産業協会（www.miak.or.kr）

レコード制作会社は2000年の568社から2005年には1,201社に約2.3倍に増加したが、これは文化を楽しもうとする欲求に合わせ、若い世代の多様なニーズを利用し事業チャンスを掴もうとする会社が増えたためと考えられる。

- レコード販売は伸び悩んだが、レコード制作会社は持続的に増えた。これによって小規模零細事業者が乱立する形となり、競争が益々激しくなり、収益性も悪化した。

<表 - 2> 国内レコード制作会社の現況

年度	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年
製作会社	568社	812社	955社	1,053社	1,163社	1,201社

資料：韓国レコード産業協会（www.miak.or.kr）

レコード流通業者（小売業者）は2000年の5,832社から2005年には288社に大幅減少した。これは音楽産業がデジタル音楽を中心に再編され、インターネットで流通するようになったからである。

<表 - 3>レコード流通業者の推移

年度	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年
卸業者	32社	25社	15社	5社	5社	5社
小売業者	5,800社	約2,000社	約1,100社	約600社	約350社	288社

注：5年毎に調査を実施。2001年～2004年は推定値

資料：韓国レコード産業協会（www.miak.or.kr）

韓国内代表的オンライン音楽業者は表 V-4 ような企業であり、企業により商品、料金体制および利用価格に差があるものの、mp3 一曲をダウンロードする平均単価は約 500 ウォン位で 1 ヶ月間自由に利用することができる平均単価は 10,000 ウォン内外である。

<表 - 4>韓国国内の代表的オンライン音楽業者

サイト	住所	運営業者	特徴
バグズミュージック	www.bugs.co.kr	(株)バグズ	2006年6月現在有料利用会員数 100 万以上の最大手企業
ソリバタ	www.soribada.com	(株)ソリバタ	2006年6月現在有料利用会員数 10 万以上
マイリスンダッコム	www.mylisten.com	ウィズマックス	有 / 無線音楽サービス専門
フィールミュージックドットコム	www.ifeelmusic.net /	フィールミュージック	海外音楽のライセンスングとマーケティング、音楽著作権事業
アイライクポップ	www.ilikepop.com /	SM エンターテインメント	音楽コンテンツを携帯用機器に転送できる ネットワークソリューション を供給
クリックボックス	www.clickbox.co.kr	礼堂エンターテインメント	有料音楽関連ポータルサイト

サイト	住所	運営業者	特徴
チューブ	www.tubemusic.com /	ポイポス	ジャンル別アルバムの紹介、歌手名別検索サービスを通じ、アルバム購入及びRM ファイルによる試し聞きサービスを提供
コリアリズム	www.corealism.com /	コリアリズム	モバイル連動有線ウェブ音楽専門、音楽を中心とするマルチメディアコンテンツサービス

資料：韓国レコード産業協会（www.miak.or.kr）と自体資料を再編したものである。

B．音楽送信サービスの現状

音楽送信サービスは移動通信機器、個人用コンピューター等で利用され、その市場規模は2002年の1,330億ウォンから2005年には2,170億ウォン（日本円：約271億円）に約61.9%増加した。

- 特に着メロ／呼出音が90%以上を占め、不法な共有や使用ができないシステムによりモバイル文化を反映している。しかし、ストリーミングとダウンロード市場にはまだ違法サイトが存在しており、有料サイトが活性化されなく、成長速度は遅い。

<表V - 5> 類型別デジタル音楽産業の規模

区分	2002年	2003年	2004年	2005年
携帯着メロ／呼出音	1,291億ウォン	1,767億ウォン	1,840億ウォン	1,912億ウォン
PCストリーミング／ダウンロード	39億ウォン	45億ウォン	173億ウォン	258億ウォン

資料：韓国レコード産業協会（www.miak.or.kr）

有料音楽サイトと違法著作権侵害サイトにアクセスした人数は2005年3月現在135万1,825人であり、2004年10月より20万7,360人減少した。（出典：韓国レコード産業協会）これは音楽団体と著作権保護団体がダウンロードサービスを有料化する動きがあった為、脱退する人やサービスを利用しなくなった人が増えたからである。しかし、有料音

楽サイトの利用者は持続的に増加しており、2004年10月の40万8,211名から2005年3月には68万8,011名に増加している。

C. 将来展望

音楽市場はデジタル技術の発展や各種デジタル機器の普及に伴い、2010年には3,296億ウォン（日本円：412億円）に規模が拡大されると予想される。

- レコード産業市場は様々な代替メディアの登場によって縮小されるが、デジタル音楽産業はサービスの多様化やデジタル器機の普及によって持続的に増加すると考えられる。

<表V - 6> 韓国レコードの将来展望

区分	2007年	2008年	2009年	2010年
レコード産業	1,147億ウォン	1,123億ウォン	1,109億ウォン	1,089億ウォン
デジタル音楽産業	2,055億ウォン	2,097億ウォン	2,135億ウォン	2,207億ウォン
合計	3,202億ウォン	3,220億ウォン	3,244億ウォン	3,296億ウォン

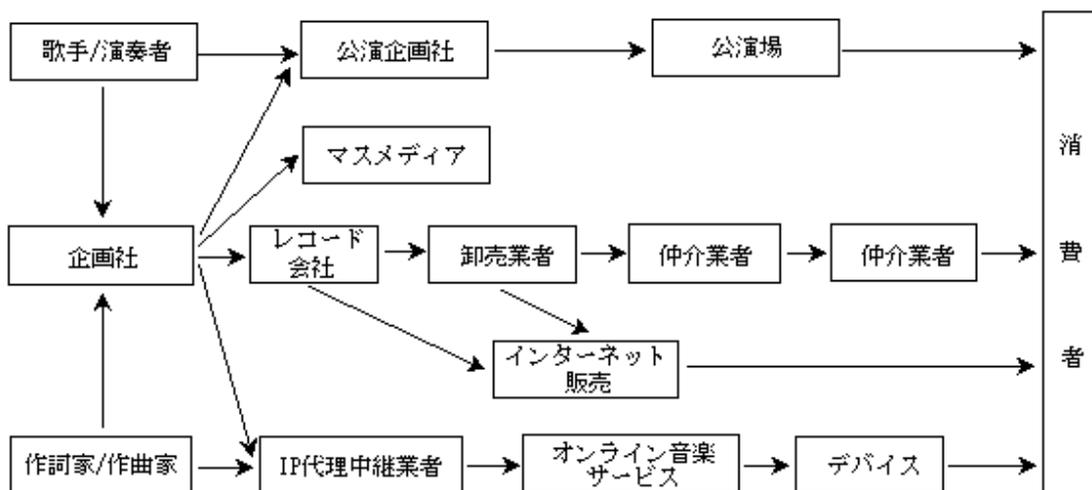
資料：韓国レコード産業協会（www.miak.or.kr）

2. 販売ルート

デジタル音源の登場により、音楽産業の構造が変わってきている。特に卸・小売流通が大きく縮小した。

- 新しい流通ルートの出現し、デジタル音源を流通させており、端末事業者は消費者にこのデジタル音源に接近できるルートを提供する。

<図V - 1> 音楽産業の構造（ジェトロソウルセンター調べ）



<図V - 1>

注：IP 代理中継業者とは大型インターネット連結網サービス会社を意味する。

注：デバイスとはコンピューター上で音楽を聞く為の装置であり、ウィンドズウメディアプレイヤーのような装置である。

3. 主要業者

日本の音楽アルバムを専門的に紹介、販売する業者はそのほとんどがオフラインとオンラインで活動している。その中で有名なところを紹介する。

<表 - 7> 主要な日本の音楽アルバム販売業者

購買業者	企業情報
J&J24 www.jnj24.co.kr	住所：ソウル市広津区老幼 1 洞 9-3 電話：+82 2 466 9557 ファックス：02 466 9558 日本音楽の購入実績： 嵐、KAT-TUN 等の日本音楽の紹介と収入・販売 特徴： 日本の芸能人専門仮想共同体として雑誌、CD、DVD 等を販売
ジェイエンター www.j enter.co.kr	住所：ソウル市麻浦区大興洞 12-33 キャンプ 21 オフィステル 1012 号 電話：+82 2 703 8589 ファックス：02 703 8589 日本音楽の購入実績： 堂本光一、Berryz 工房等の日本文化と商品を紹介、販売
ワラワラ www.j4life.com	住所：京畿道城南市盆唐区数内洞 16-7 ハンソルインフィニティ 329 号 電話：+82 31 716 2929 日本音楽の購入実績：堂本光一、Berryz 工房の外多数 特徴： 音楽、アニメーション、映画等を販売する総合ショッピングモール
みんなのジェイ www.minnanoj.com	住所：ソウル江南区鴨鵝亭洞旧現台 72-403 電話：+82 2 3445 1747 日本音楽の購入実績：日本音楽を紹介、購買代行

4. 輸入作品の現況

2005 年に輸入された音楽アルバムの中で一番多く売れたものは SWEETBOX の BEST OF 1995～2005 で、6万5,742枚が売れた。

- なお、韓国では、国内よりも制作コストの低い外国でアルバムを制作するケースも多く、制作と流通は海外企業が行っている場合がある。

<表 - 8> 2005 年輸入音楽アルバムの販売順位（上位 30 位）

アルバム タイトル	アーティスト	総決算			アルバム 制作・ 流通会社
		CD 販売量	MC 販売量	CD+MC 販売量	
BEST OF 1995～2005	SWEETBOX	52,368	13,374	65,742	SONYBMG
THE PHANTOM OF THE OPERA	VARIOUS	53,416		53,416	SONYBMG
MY PREROGATIVE:THE GREATEST HITS	BRITNEY SPEARS	28,317	11,644	39,961	SONYBMG
BOA / BEST OF SOUL	BOA	37,604		37,604	SM
MISTY MOON	イム・ヒョンジュ	31,853		31,853	SONYBMG
AT LAST...THE DUETS ALBUM	KENNY G	26,712	4,365	31,077	SONYBMG
東方神起[Stay With Me Tonight]	東方神起	28,298		28,298	SM
The Best of ABBA	ABBA	15,557	10,012	25,569	Universal
東方神起 [Somebody To Love]	東方神起	24,413		24,413	SM
ハウルの動く城	JOE HISAISHI	24,147		24,147	ポニーキャニ オンコリア
東方神起[My Destiny]	東方神起	23,362		23,362	SM
DESTINY OF LOVE	イルマ	23,353		23,353	EMI
Salley Garden	イム・ヒョンジュ	13,961	7,824	21,785	シンナラ ミュージック
NEVER GONE	BACKSTREET BOYS	18,348	3,304	21,652	SONYBMG
The Emancipation of Mini	Mariah Carey	16,849	3,384	20,233	Universal

RAY (CD+DVD)	VARIOUS	20,189		20,189	WM Korea
NOW DANCE 2005	VARIOUS	14,505	4,917	19,422	EMI
YO YO MA PLAYS ENNIO MORRICONE	YO YO MA	17,515	292	17,807	SONYBMG
POEMUSIC	イルマ	17,645		17,645	EMI
Monkey Business	Black Eyed Peas	15,914	1,520	17,434	Universal
THE STORY GOES...	CRAIG DAVID	15,660	1,149	17,074	WM Korea
NOTRE DAME DE PARIS	ORIGINAL BROADWAY CAST	16,559		16,559	SONYBMG
The definitive collection	ABBA	11,333	5,205	16,538	Universal
The Very Best of Musicals	VARIOUS	14,260	1,361	15,621	Universal
X&Y	COLDPLAY	14,852	280	15,132	EMI
LIVE ALBUM	イム・ヒョンジュ	14,864		14,864	SONYBMG
JAZZ 100	VARIOUS	14,454		14,454	EMI
2Hot	Various	9,165	4,020	13,185	Universal
GREATEST LOVE OF ALL	VARIOUS	9,326	3,605	13,161	WM Korea
MUSIC	NAKASHIMA MIKA	11,656	1,333	12,989	SONYBMG

注：MC とはカセットテープを意味する。

資料：韓国レコード産業協会（www.miak.or.kr）

インターネットで音楽をダウンロードする場合もあるが、その数値はまだ集計しておらず、把握するのは難しい。

輸入手続き：音楽アルバムの場合、古典音楽、歌曲、宗教音楽ではなければ映像物等級委員会（+82 2 2272 8650）の搬入推薦を受けなければならない。貿易業の固有番号を付与されれば別途の資格要件や輸入承認が不要になる。

ゲーム

1. 市場規模

A. 市場現況

2005年ゲーム市場の規模は4兆8,927億ウォン(日本円 約6,116億円)であり、2004年より13.0%増加したが、これは若者達を中心にゲームがスポーツでもあり、文化でもあることによりひろく広まったからである。

- 地上波放送で毎週固定的なゲーム関連プログラムが放映されており、24時間ゲーム専用ケーブル放送が固定的な視聴者を確保している程である。
- オンラインゲームをE-スポーツという名称でスポーツ化し、各種大会の開催やプロゲームチームが結成され、10~20代を中心に非常に高い人気を集めている。
- X-Box やプレイステーションに使うゲームソフト、ビデオゲームの規模は2003年の2,229億ウォンから2005年には2,146億ウォン(日本円:約268億円)に減少したが、これはオンラインゲームとモバイルゲームの登場が反映されたからである。

<表 - 1> ゲーム市場の規模

(単位: 億ウォン)

年度	オンラインゲーム	モバイルゲーム	ビデオゲーム	PCゲーム	アーケードゲーム	PC房	アーケードゲーム場	ビデオゲーム場	合計
2003	7,541	1,458	2,229	934	3,118	16,912	6,542	650	39,387
2004	10,186	1,617	1,866	537	2,247	16,772	9,351	583	43,156
成長率	35.1%	10.9%	16.3%	43.0%	27.9%	0.8%	42.9%	10.3%	9.6%
2005	13,242	1,989	2,146	427	2,135	17,611	10,754	624	48,927
成長率	30.0%	23.0%	15.0%	20.0%	5.0%	5.0%	15.0%	7.0%	13.0%

資料: 文化観光部、「2004 文化産業百書」、2005、p. 270.

オンラインゲームの規模は2003年の7,541億から毎年約30%ずつ増加し、2005年には1兆3,242億ウォン(日本円:約1,655億円)に増加した。

- これはインターネット環境の改善やスポーツ、アクション等のジャンルの多様化により、使用者が大幅に増加したからである。
- 主要なオンラインゲーム業者の売上高を調べてみると、2004年には2003年に比べ多少増加していることが分かる。また、株式市場に上場した業者が全体売上高の約70%を占

めており、オンラインゲームの売上は未だに主要企業に集中されていることが分かる。

- PCゲームの売れ行きが伸び悩む理由は韓国ではゲームCDを違法にコピーし、使用するケースが多いからである

<表 - 2> 主要なオンラインゲーム業者の2003年及び2004年の売上高

業者	売上高(億ウォン)		業者	売上高(億ウォン)	
	2003	2004		2003	2004
エヌシーソフト	1,665	2,469	グラビティ (GRAVITY)	372	582
ネクソン (NEXON)	657	1,112	ウェブジン	570	532
NHN (ハンゲーム)	767	870	ネオウィズ (NEOWIZ)	421	530
CJ インターネット	702	746	エムゲーム	189	198

資料：文化観光部、韓国ゲーム産業開発院、「2005大韓民国ゲーム白書」、韓国ゲーム産業開発院、2005. 6、p. 57.

モバイルゲームの売上高は2003年の1,458億ウォンから2005年には2,101億ウォン(日本円：約263円)に増加した。これは移動通信加入者が持続的に増加し、性能の良い端末が多く普及されたからである。

<表 - 3> モバイルゲームの売上現況

(単位：億ウォン)

年度	2003	2004	2005
売上高(億ウォン)	1,458	1,785	2,101
成長率(%)		22.4%	17.7%

資料：ワイズインフォ、 「2005年国内モバイル産業の現況と展望」、韓国ソフトウェア振興院、2006. 1、 p. 135.

B. 将来の展望

今後様々なコンテンツと大作が数多くリリースされ、輸出対象国も日本、台湾、東南アジア、ヨーロッパ等に拡大すると予想される為、2010年には9兆6,124億ウォンに規模が増加すると考えられる。

- ビデオゲームは5,672億ウォン(709億円)に、オンラインゲームは3兆5,250億ウォン

ン（4,406 億円）に、そしてモバイルゲームは4,682 億ウォン（585 億円）にそれぞれ規模が増加すると予想される。

- 特にオンラインゲームは現在の人気が反映され、他のゲーム分野を圧倒すると考えられる。

<表 - 4> ゲーム市場規模の予測

（単位：億ウォン）

年度	オンラインゲーム	モバイルゲーム	ビデオゲーム	PCゲーム	アーケードゲーム	インターネットカフェ	アーケードゲーム場	ビデオゲーム場	合計
2007	19,863	2,816	3,219	365	2,286	20,340	12,420	721	62,030
2008	23,394	3,479	3,984	343	2,439	22,775	13,684	756	70,854
2009	28,675	3,973	4,705	306	2,765	26,432	15,045	788	82,689
2010	35,250	4,682	5,672	279	3,193	30,548	15,695	805	96,124

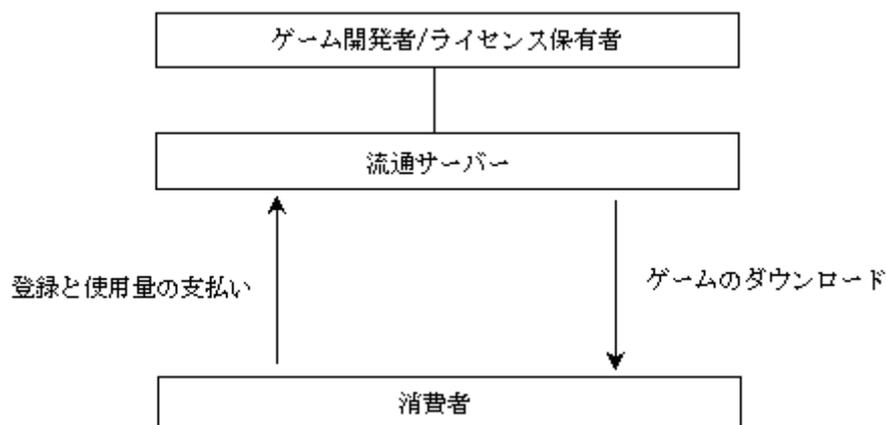
資料：韓国ゲーム産業開発院（www.gitiss.org）

2. 販売ルート

オンライン流通は開発者/ライセンス保有者、流通サーバー、消費者に構成されており、消費者が流通サーバーに接続して使用料を支払えばゲームが楽しめるようになっている。

- これはパッケージゲームとオンラインゲームの融合により、流通費用を節減すると共に著作権を保護することができるというメリットがある。

<図 - 1> オンラインゲームの販売ルート



資料：キム・ゼウォン、“インターネットが韓国ゲーム産業に与える影響の分析”、延世大学経済大学院修士課程学位論文、2003、p. 53.

3. 主要業者

日本のゲーム業者と取引または提携をしているオンラインゲーム業者としてはデウォン C&A ホールディングズ、エヌシーソフト、イオンソフトがある。

- これらの業者は日本で人気のあるゲームを韓国市場に合うように改良を重ね、オンラインゲームとして作り上げる。
- イオンソフトは日本のガーラとの提携交渉の進行中に株式 100%をガーラ側に売却し、日本のゲーム業者が韓国市場に進出する道を開いた。

<表 - 5> 主要なオンラインゲーム業者 (2005.1. ~ 2006.7)

購買業者	企業情報
デウォン C&A ホールディングズ www.daiwoncna.com	住所：ソウル市竜山区漢江路 3 街 40 456 電話：+82 2 796 7131 日本ゲームの事業実績：遊戯王、韓国で発売 事業方案：他の系列業者と共にゲーム業者を支援
エヌシーソフト www.ncsoft.com	住所：ソウル市江南区三星 2 洞 143 8 スングァンビル 6 階 電話：+82 2 2186 3300 日本ゲームの事業実績：The king of fighters、サムライ ショーダウン、メタルスラッグ、ティンクルスターズスプライツ 等をオンラインゲームとして開発
イオンソフト www.aeonsoft.com	住所：ソウル市江南区駅三洞 637-17 ソクホビル 3、4 階 電話：+82 2 563 6170 日本ゲームの事業実績：日本のゲーム業者 ガーラ に売却され、 日本のゲーム業者が韓国市場に直接進出するきっかけとなった。

日本のゲーム業者と取引する主要なモバイルゲームの業者としてはゲームビル、デウォンデジタルエンタテインメント、韓国富士通、KTF、SK テレコム等がある。

- デウォンデジタルエンタテインメントはアニメーション事業に加え、モバイルゲームへの適用を試み、KTF と SK テレコムは移動通信サービスを強化し、加入者の維持・確保に努力している。

<表 - 6> 主要なモバイルゲーム業者 (2005.1. ~ 2006.7)

購買業者	企業情報
ゲームビル www.gamevil.com	住所：ソウル市冠岳区奉天 11 洞 1659-5 ザティ電子ベンチャービル 5 階 電話：+82 2 1588 4263 日本ゲームの事業実績：バーニングストーム 事業方案：オンラインゲームやモバイルゲームの同時展開
デウォンデジタル エンタテインメン ト	住所：ソウル市江南区清潭洞 84 7 電話：+82 2 517 2331 日本ゲームの事業実績：犬夜叉 事業方案：アニメーション、キャラクター等をモバイルゲームに応用
韓国富士通	住所：ソウル市鍾路区寿松洞 83 1 電話：+82 2 3787 6000 日本ゲームの事業実績：プリンセスメーカー4 事業方案：モバイル事業の強化
KTF	住所：ソウル市松坡区新川洞 7 18 電話：+82 2 1588 0010 日本ゲームの事業実績：バーニングフォートレス 事業方案：モバイルコンテンツ確保
SK テレコム	住所：ソウル市中区乙支路 2 街 11 電話：+82 2 1599 0011 日本ゲームの事業実績：バーニングフォートレス 事業方案：選抜業者としてゲームサービス強化

4. 輸入作品の現況

A. ゲーム機用ゲームソフトウェアの輸入作品現況

主要なショッピングモールで 2006 年 7 月 28 日から 8 月 3 日までに販売されたゲーム機用ゲームソフトウェアをゲーム機別に分類すると表 -7 のようになる。

PSP 用ゲームの上位 5 位には鉄拳、真三国無双 2、ナルティメットポータブル無限城の巻、2006FIFA ワールドカップ、ロコロコが入っている。

- このうち日本のゲームソフトウェアは 4 タイトルであった。

<表 - 7> PSP 用ゲームの販売量 (2006 年 7 月 28 日 ~ 2006 年 8 月 3 日)

順位	製品	制作会社	配給会社
1	鉄拳 Dark Resurrection	ナムコ (日)	SCEK
2	真三國無双 2 エボリューション	コーエー (日)	コーエーコリア
3	ナルティメットポータブル 無限城の巻	バンダイ (日)	バンダイコリア
4	2006FIFA ワールドカップ	EA (米)	EA コリア
5	ロコロコ	SCE (日)	SCEK

資料：韓国ゲーム産業開発院 (www.gitiss.org/index.jsp)

PS2 用ゲームの上位 5 位にはワールドサッカーウィニングイレブン 10、2006 FIFA ワールドカップ、ビックヒット - God of War、カーズ、ファイナルファンタジー 12 が入っている。

<表 - 8> PS2 用ゲームの販売量 (2006 年 7 月 28 日 ~ 2006 年 8 月 3 日)

順位	製品	制作会社	配給会社
1	ワールドサッカーウィニングイレブン 10	コナミ (日)	ユニアナ
2	2006FIFA ワールドカップドイツ大会	EA (米)	EA コリア
3	God of War	SCEK (日)	SCEK
4	カーズ	SCEK (日)	SCEK
5	ファイナルファンタジー 12	SCEK (日)	SCEK

資料：韓国ゲーム産業開発院 (www.gitiss.org/index.jsp)

PC 用ゲームの上位 5 位には三国志 11、バトルフィールド 2 拡張パックーアモドピュリ、シムズ 2 拡張パックー私も社長、StarCraftーバトルチェストが入っている。

<表 9> PS2 用ゲーム販売量 (2006 年 7 月 28 日 ~ 2006 年 8 月 3 日)

順位	製品	制作会社	配給会社
1	三国志 11	コーエーコリア (日)	SCEK
2	BATTLE FIELD 2 Expansion Pack-ARMOREDFURY	EA コリア (米)	コーエーコリア
3	Heroes of Might & Magic 5	Intralinks (韓)	バンダイコリア
4	THE SIMS 2 私も社長	EA コリア (米)	EA コリア
5	STARCRAFT BATTLE CHEST	Hanbitsoft (韓)	SCEK

資料：韓国ゲーム産業開発院 (www.gitiss.org/index.jsp)

X-Box 360 用ゲームの上位 5 位には Condemned:Criminal Origins、N3、ゴーストリコンアドバンスウォーファイター、DOA4、トップスピン 2 が入っている。

<表 - 10> X-Box 360 用ゲームの販売量 (2006.7.28 ~ 2006.8.3)

順位	製品	制作会社	配給会社
1	Condemned: Criminal Origins	SEGA (日)	SEGA コリア
2	N3	MS (米)	MS コリア
3	ゴーストリコン アドバンスウォーファイター	blueinteractive (韓)	blueinteractive
4	DOA4	MS (米)	MS コリア
5	トップスピン 2	MS (米)	MS コリア

資料：韓国ゲーム産業開発院 (www.gitiss.org/index.jsp)

B. オンラインゲームの輸入作品現況

オンラインゲームは 2006 年 8 月 10 日現在、上位 5 位のうち FIFA オンラインを除くスペシャルフォース、サドンアタック、スタークラフト、リネージ 2 は全て韓国で制作されたゲームである。

- 特にスペシャルフォースは唯一占有率 10%を超えた。

<表 - 11> オンラインゲームの使用時間 (2006 年 8 月 10 日現在)

順位	ジャンル	ゲームタイトル	制作会社	占有率 (%)	使用時間 (時間)	インター ネットカ フェ使用 時間(分)	平均滞在 時間(分)
1	FPS	スペシャルポス	ドラゴンプライ (韓)	12.39%	651,348	2068	48
2	FPS	サドンアタック	ゲームハイ (韓)	7.85%	412,679	1291	42
3	RTS	スタークラフト	ブリザード (韓)	7.65%	402,206	1287	53
4	スポーツ	FIFA オンライン	NEOWIZ (米)	6.66%	350,061	1069	42
5	RPG	リネージ 2	エヌシーソフト (韓)	6.59%	346,289	1233	107

資料：韓国ゲーム産業開発院 (www.gitiss.org/index.jsp)

C. モバイルゲームの輸入作品現況

モバイルゲームは全ての移動通信業者で韓国産ゲームを一番多くダウンロードしていることが分かった。

- KTF (106,018) では日本産プリンセスメーカー4 が第5位を占めた。

<表 - 12> モバイルゲームのダウンロード順位 (2006年8月4日現在)

順位	KTF (016,018)	制作会社	LG テレコム (019)	制作会社
1	Super Action Hero	Com2us (韓)	Dragon Heart	Funtory (韓)
2	Super Action Hero	Com2us (韓)	Mini Game Alice	GNC Interractive (韓)
3	MUSIC 花札 2	Entaz (韓)	Shin 花札 2006	JOYMOBILE (韓)
4	激闘 2006	Entaz (韓)	Blazemercenary	EFUSION (韓)
5	Princess Maker 4	GAINAX (日)	TETRIS2006	Com2us (韓)

注：SK テレコムは発表しなかった。

資料：韓国ゲーム産業開発院 (www.gitiss.org/index.jsp)

・ 韓国のコンテンツ輸出支援方案と成果

韓国は文化コンテンツ産業を積極的に育成する為の方案として金融支援の為の法律制定等に対する努力を注いでいる。

財政經濟部は輸出入金融の支援対象を「商品・技術用役」から「法律・金融・文化コンテンツ」等のサービスまで大幅に拡大することを目的とした「輸出入銀行法改正案」を2007年3月に立法を予告した。このような動きは2007年2月に政府が発表した海外投資活性化方案の一環であり、4月の臨時国会の時に通過されると予想される。

特にこれから韓国輸出入銀行が文化コンテンツ支援事業に積極的になると展望され、商品・技術用役のみならず文化コンテンツ等の各種サービス分野まで支援対象が拡大されると考えられる。一般銀行も文化コンテンツ支援を積極検討中である。

例えば、国民銀行は去年から自社クレジットカードの広告モデルとして韓国の代表的な歌手と、ビーボーイ等を使った。韓流スターを利用し、海外市場確保の基礎を磨きながら、彼らの活動を間接的に支援することを目的としている。ウリ銀行も2006年に外注制作社を通じ、「ドラマファンド」に50億ウォンを投資、タイと香港等に輸出される史劇「朱蒙(ジユモン)」と「ファンジニ」の制作に寄与した。

現在 輸出入銀行法 上の輸出入銀行は、商品と技術用役にしか資金支援ができないが、法が改定されればドラマや映画のような文化コンテンツや法律諮問、コンサルティング等に支援対象が拡大される。

対外貿易法は2005年改定され、文化産業振興基本法第2条第1項に明示された文化コンテンツ産業分野も輸出入実績として認めている。映画、音楽アルバム、ビデオ、出版物、放送映像物、アニメーション産業等がコンテンツ産業分野に属する。韓国貿易協会によると、2006年韓国の文化産業輸出額は5,768万ドル程度であるが、輸出入銀行の文化コンテンツ産業支援により、今後輸出額が大きく増えると展望されている。

付録 : 日本製コンテンツを韓国に輸出する際に参考とすべき法案及び規定

考慮しなければならない代表的な法律案及び規定としては

1. 映画及びビデオ物の振興に関する法律（略称：映ビ法）
2. 青少年保護法
3. 出版及び印刷振興法
4. 著作権法
5. 音楽産業振興に関する法律（略称：音産法）
6. ゲーム産業振興法（略称：ゲーム法）

等がある。

この他にも映画及びビデオ等級分類、外国人国内公演推薦、広告・宣伝、審議手続きに関する規定で詳細事項は参考できる。（参考資料：韓国におけるコンテンツ関連「法案及び規定」を参照）

また、放送法や関税法等の諸般規定には文化コンテンツの輸出入に関する内容があるが、これに対する項目は上記の法律や規定と重複する場合が多い。また、法律案や規定のうち、輸出入に関する事項のみをまとめておいたものはない。したがって、一般貿易に関する法律事項を参考にしながら、著作権法や青少年保護法等も参考にするのが良いと考えられる。更に、該当コンテンツに関わる委員会を通る場合が多い為、関連委員会についても調べておいた方が良い。

以下に、法律や規定に対する意義を簡略に定義する。（詳細な文面については、参考資料：韓国におけるコンテンツ関連「法案及び規定」を参照願う。）

1. 映画及びビデオの振興に関する法律

映画及びビデオの振興に関する法律は映画上映等級の分類、異議がある作品に対する再分類、映画フィルムに関する提出規定やその規定を違反した場合の罰則内容をその中心としている。また、ビデオに関する規定も映画の場合と類似しており、ビデオ製作業等に関する申告及び登録等が追加されている。

2. 青少年保護法

青少年保護法の目的は、青少年に有害な媒体物と薬物等が青少年に流通されることや青少年が有害な店舗に出入りすること等を規制し、青少年を青少年暴力・虐待等の青少年有害行為を含む各種有害な環境から保護・救済することによって青少年が健全な人格を持った大人に成長することを目的としている。ここで青少年とは満19歳未満の者をいう（但し、

満 19 歳になる年の 1 月 1 日を迎えた者を除く)

この法は輸出入に関する直接的な規定ではないが、流通過程等において考慮すべき事項が多い為、詳しく知っておく必要がある。特に第 2 章は青少年有害媒体物の青少年対象流通規制に関する事項を明示している。

3. 出版及び印刷振興法

出版及び印刷振興法は第 6 条で国際交流の支援に関する事項を明示している。また、第 12 条の外国刊行物の輸入推薦及び第 13 条の外国刊行物の刊行、提出に関する規定を設け、輸出入に関する基準を設定している。第 14 条は外国刊行物の配布中止に関して言及しているが、具体的な基準は大統領令で規定されている。

特に第 5 章では韓国刊行物倫理委員会の設置規定を通じ、委員会の基本機能 (第 18 条) だけでなく、第 19 条に刊行物の有害性審議を規定している。詳細な内容の多くは青少年保護法等と類似している。第 6 章は刊行物の流通に対する規定であり、特に第 23 条は刊行物の流通秩序に関して言及すると共に、出版流通審議委員会 (第 24 条) 設置に関する事項を明示している。この出版流通審議委員会を通じ、第 25 条の違法複製刊行物等の回収・廃棄等に関する事項と罰則に関する規定を実施している。

4. 著作権法

著作権法は全てのコンテンツの場合において特に気をつけて考慮すべき事項である。第 3 条の外国人の著作物規定、第 51 条の著作権の登録規定、第 3 章第 54 条の出版権の規定、第 4 章の著作隣接権、第 8 章の権利の侵害に対する救済事項が輸出入に関する主要な内容と言える。著作権法も施行規則を通じ、詳細な事項を定義しているが、輸出入に関する規定はそれ程多くない。

5. 音楽産業振興に関する法律

音楽産業振興に関する法律案は配給業者 (サービス業者) に対する定義から音楽産業資料の管理、国際協力及び海外進出の支援、音楽レコード・音楽映像物制作業等の申告、音楽映像物等の等級分類、相互表示義務規定、登録取消、営業所閉鎖及びレコード等の回収・廃棄に関する規定が主要内容である。

そして具体的な事項は施行令と施行規則を通じて詳細な基準を規定している。したがって詳細な事項は施行令と規則などがさらに助けになることと判断される

6. ゲーム産業振興法

ゲーム産業振興法は 2006 年 4 月に国会で通過した新生法案である。その主要内容を調べてみると、文化観光部長官は関係中央行政機関の長と協議し、ゲーム産業総合計画の基本方向、制度と法令の改善、ゲーム文化及び創作活動活性化、産業基盤造成、国際協力及び

海外市場進出等、ゲーム産業振興の為の総合計画を樹立、施行するようにする（第 3 条）、また、ゲーム産業振興の為に政府が創業の活性化、専門人材の養成、技術開発の推進、共同開発及び研究、標準化の推進、流通秩序の確立、国際協力、海外進出の支援及び実態調査等を実施し、これを支援するようにし（第 4 条ないし第 11 条）、国際オンラインゲーム関連研究活動、標準化、国際協力及び交流、オンラインゲーム産業活性化及びオンラインゲームプロ選手の権益向上等の為の事業を推進するようにする。（第 15 条）

また、ゲーム等級分類の為に、ゲーム産業に対する専門性と経験がある者の中から大統領令が定める団体の長の推薦により、文化観光部長官が委嘱する委員で構成されたゲーム等級委員会を設け、ゲームの等級分類及びそれによる制作、流通または利用提供の有無確認等、等級分類の事後管理に関する事項等を審議、議決するという規定を（第 16 条ないし第 24 条）設けている。

付録 : 主要日本製コンテンツ販売業者リスト

映画

1. 東亜輸出公社

代表	Lee Ho-sung				
住所	ソウル特別市江南区道谷 1 洞 952 Yangjae DIOVIL 3 階				
電話番号	+82-2-3451-4711	FAX	+82-2-569-5780		
ホームページ					
会社設立日	1970 年 08 月 29 日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人				
輸出入形態	輸入	一般交易国家			
主業種	一般の映画及びビデオ製作業				
主要取り扱い品目	映画, ビデオ, 映画配給, 映画上映, ゲームセンター運営				
主要事業内容	映画製作及び販売, 外国映画配給, 映画上映及びゲームセンター運営				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004 年	6 月	3,500	14,479	21
	2005 年	6 月	3,500	14,736	22
	2006 年	12 月	3,500	5,943	21

2. Miro Vision

代表	Che Hui-Sung				
住所	ソウル特別市 江南区 新沙洞 528 Boam Building 504 号				
電話番号	+82-2-3443-2573	FAX	+82-2-3443-4841		
ホームページ	www.mirovision.com				
会社設立日	1998 年 08 月 24 日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人				
輸出入形態	輸出入	一般交易国家	日本		
主業種	映画配給業				
主要取り扱い品目	映画配給				
主要事業内容	興行収入及び 販売, 配給, 映画製作				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2003	3	700	1,605	
	2005	3			20
	2006	3			20

3. Dong Sung Art Center

代表	Kim Ok-Rang				
住所	ソウル特別市 鍾路区 東崇洞 1-5				
電話番号	+82-2-766-3390	FAX	+82-2-741-5227		
ホームページ	www.dsartcenter.co.kr				
会社設立日	1972年06月16日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人				
輸出入形態	輸入	一般取引国家			
主業種	公演施設運営業				
主要取り扱い品目	公演場大観, 映画収入, 映画配給, 賃貸				
主要事業内容	文化芸術振興, 作品展示活動とその普及及び賃貸				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2000	6	2,552	2,482	34
	2005	12	2,552	2,238	35
	2006	12	2,552	2,493	33

4. Daewon C&A Holdings

代表	Ahn Hyun-Dong				
住所	ソウル特別市 竜山区 漢江路 3 街 40-456				
電話番号	+82-2-796-7131	FAX	+82-2-3785-0105		
ホームページ	www.daiwoncna.com				
会社設立日	1977年12月06日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人, KOSDAQ				
輸出入形態	輸出	一般取引国家	アメリカ, ヨーロッパ, 日本		
主業種	アニメーション(マンガ)映画及びビデオ製作業				
主要取り扱い品目	アニメーション, キャラクター商品				
主要事業内容	アニメーション製作と配給, 輸出入, キャラクターライセンス事業				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	12	2,860	25,525	50
	2005	12	2,860	24,429	63
	2006	12	2,860	30,465	70

5. CJ Entertainment

代表	Kim Ju-Sung				
住所	ソウル特別市 江南区 新沙洞 602,2 階				
電話番号	+82-2-2017-1114	FAX	+82-2-2017-1240		
ホームページ	www.cjent.co.kr				
会社設立日	2006 年 04 月 10 日	グループ会社	CJ		
企業形態					
輸出入形態		一般交易国家			
主業種	映画配給業				
主要取り扱い品目	映画, アルバム, ビデオ				
主要事業内容	映画製作, 映画の国内外版權購入と上映及び販売				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004				
	2005				
	2006	12	15,000	118,381	123

6. Showeast

代表	Kim Dong-Ju				
住所	ソウル特別市 江南区 新沙洞 618-3 New Seoul Building 1006 号				
電話番号	+82-2-3446-9621	FAX	+82-2-3446-9620		
ホームページ	www.showeast.co.kr				
会社設立日	2002 年 11 月 13 日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人				
輸出入形態	輸入	一般交易国家			
主業種	一般 映画 及びビデオ製作業				
主要取り扱い品目	映画				
主要事業内容	映画製作, 投資, 配給				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	12	50	16,432	
	2005	12	500	42,293	4
	2006	12	1,100	13,980	22

アニメーション

1. Daewon C&A Holdings

代表	Ahn Hyun-Dong				
住所	ソウル特別市 竜山区 漢江路 3 街 40-456				
電話番号	+82-2-796-7131	FAX	+82-2-3785-0105		
ホームページ	www.daiwoncna.com				
会社設立日	1977 年 12 月 06 日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人, KOSDAQ				
輸出入形態	輸出	一般交易国家	アメリカ, ヨーロッパ, 日本		
主業種	アニメーション(マンガ)映画及びビデオ製作業				
主要取り扱い品目	アニメーション, キャラクター商品				
主要事業内容	アニメーション製作と配給, 輸出入, キャラクターライセンス事業				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	12	2,860	25,525	50
	2005	12	2,860	24,429	63
	2006	12	2,860	30,465	70

2. CJ Entertainment

代表	Kim Ju-Sung				
住所	ソウル特別市 江南区 新沙洞 602,2 階				
電話番号	+82-2-2017-1114	FAX	+82-2-2017-1240		
ホームページ	www.cjent.co.kr				
会社設立日	2006 年 04 月 10 日	グループ会社	CJ		
企業形態					
輸出入形態		一般交易国家			
主業種	映画配給業				
主要取り扱い品目	映画, アルバム, ビデオ				
主要事業内容	映画製作, 映画の国内外版權購入と上映及び販売				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004				
	2005				
	2006	12	15,000	118,381	123

3. 20th FOX Home Entertainment Korea

代表	Lee Ju-Sung				
住所	ソウル特別市 江南区 駅三 2 洞 726 ASEA Tower Building 8 階				
電話番号	+82-2-2188-0100	FAX	+82-2-3542-7223		
ホームページ	www.foxkorea.co.kr				
会社設立日	1993 年 03 月 01 日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人, 外国投資企業				
輸出入形態	輸出入	一般取引国家	アメリカ, ハンガリー		
主業種	映画配給業				
主要取り扱い品目	ビデオ映画, DVD 映画				
主要事業内容	ビデオ, DVD 映画配給及び販売				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	6	50	10,823	11
	2005	6	50	9,154	11
	2006	6	50		

オンライン音楽（音楽レコードについては P48 表 -7 参照）

1. BUGS

代表	Kim Kyung-Nam				
住所	ソウル特別市 瑞草区 瑞草 4 洞 1303-22 Kyobo Tower 8 階				
電話番号	+82-2-2193-0524	FAX	+82-2-3452-5074		
ホームページ	www.bugsmusic.co.kr				
会社設立日	2000 年 02 月 07 日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人				
輸出入形態		一般交易国家			
主業種	データベース及びオンライン情報提供業				
主要取り扱い品目	インターネットサイト運営				
主要事業内容	有無線事業を通じる音楽サービス及びインターネットコンテンツ開発, 供給				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	12	100	5,442	85
	2005	12	261	5,751	94
	2006	9	8,689	9,774	125

2. SORIBADA

代表	Yang Syun Jung Hwan				
住所	ソウル特別市 江南区 駅三 2 洞 706-1 LG DACOM Building 8 階				
電話番号	+82-2-562-7188	FAX	+82-2-562-7226		
ホームページ	www.soribada.com				
会社設立日	1998 年 07 月 01 日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人, ベンチャー企業, KOSDAQ				
輸出入形態		一般交易国家			
主業種	データベース及びオンライン情報提供業				
主要取り扱い品目	音楽ファイル, 首都用上土, 園芸用上土, 微生物制裁, 植物活性化制, 栽培促進剤,				
主要事業内容	音楽 P2P 検索ポータルサイト運営				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	12	2,968	8,021	42
	2005	12	6,269	9,004	47
	2006	12	7,853	10,672	105

3. WIZMAX

代表	Jung Duk Ryang				
住所	ソウル特別市 江南区 対置 4 洞 890-16 Hi Living Building 14 階				
電話番号	+82-2-552-3554	FAX	+82-2-552-3579		
ホームページ	www.mylisten.com				
会社設立日	1999 年 12 月 18 日	グループ会社			
企業形態	ベンチャー企業				
輸出入形態		一般交易国家			
主業種	データベース及びオンライン情報提供業				
主要取り扱い品目	オンラインマルチメディアサービス, カラリング, ベル音, オンライン音楽サイト運営				
主要事業内容	オンラインマルチメディアサービス, オンライン音楽サイト マイリスンダッコム(www.mylisten.com) 運営				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	12	2,001		40
	2005	12	2,001		40
	2006	12	2,122		50

4. SM Entertainment

代表	Kim Young-Min				
住所	ソウル特別市 江南区鴨鳴亭 2 洞 521				
電話番号	+82-2-6240-9800	FAX	+82-2-545-9976		
ホームページ	www.smtown.com				
会社設立日	1995 年 02 月 14 日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人, ベンチャー企業, KOSDAQ				
輸出入形態	輸出入	一般交易国家	台湾, 日本, 中国		
主業種	アルバム及びその他音楽記録媒体出版業				
主要取り扱い品目	アルバム, マネジメント				
主要事業内容	アルバム企画, レコーディング事業及びコンイェメジニメント事業				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	12	2,337	19,973	68
	2005	12	5,324	22,141	89
	2006	12	6,789	29,937	137

5. Ye Dang Entertainment

代表	Yang Hui-Jung				
住所	ソウル特別市 瑞草区瑞草 3 洞 1563-10 Ye Dang Building				
電話番号	+82-2-2103-2500	FAX	+82-2-597-4821		
ホームページ	www.yedang.co.kr				
会社設立日	1992 年 10 月 28 日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人, KOSDAQ				
輸出入形態	輸出入	一般交易国家			
主業種	アルバム及びその他音楽記録媒体出版業				
主要取り扱い品目	アルバム, ドラマ, 映像物, 映画				
主要事業内容	アルバム企画, 製作及び販売, 映像物事業				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	12	7,431	24,543	31
	2005	12	9,606	35,101	35
	2006	12	10,051	30,973	

6. Coreanlism

代表	Shin Yong-Hyun				
住所	ソウル特別市 江南区対置 3 洞 960-5 TIA Building 6 階				
電話番号	+82-2-3452-9222	FAX	+82-2-3452-4118		
ホームページ	www.coreanlism.com				
会社設立日	2002 年 06 月 17 日	グループ会社			
企業形態	ベンチャー企業				
輸出入形態		一般交易国家			
主業種	データベース及びオンライン情報提供業				
主要取り扱い品目	オンライン音楽サービス				
主要事業内容					
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004				
	2005				
	2006				60

モバイルゲーム

1. Gamevil

代表	Song Byung-Jun				
住所	ソウル特別市 冠岳区奉天 11 洞 1659-5 ジャチ電子 Venture Building 6 階				
電話番号	+82-2-876-5252	FAX	+82-2-874-6729		
ホームページ	www.gamevil.com				
会社設立日	2000 年 01 月 10 日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人, ベンチャー企業, 兵役特例指定企業 (2 人)				
輸出入形態		一般交易国家			
主業種	ゲームソフトウェア製作業				
主要取り扱い品目	ゲームソフトウェア				
主要事業内容	モバイルゲーム, オンラインゲーム開発及びサービス				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2003	12	600	2,370	65
	2004	12	1,000	5,265	68
	2005	12	1,150	8,173	110

2. Daewon Digital Entertainment

代表	Kim Seung-Uk				
住所	ソウル特別市 江南区清潭 2 洞 84-7 Kong-Shin Jin Heung Building 7 階				
電話番号	+82-2-517-2331	FAX	+82-2-512-6331		
ホームページ	www.candy33.co.kr				
会社設立日	2000 年 06 月 22 日	グループ会社			
企業形態					
輸出入形態	輸入	一般交易国家	日本		
主業種	データベース及びオンライン情報提供業				
主要取り扱い品目	フラッシュアニメーション, アバタケリックト, モバイルコンテンツ				
主要事業内容	マンガ, キャラクター, アバタなど有無線コンテンツ開発及び電子商取引				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	12	1,000	6,479	25
	2005	12	1,000	5,897	25
	2006	12	1,000		28

3. 韓国 Fujitsu

代表	Park Hyung-Gyu, Kim Byung-Won				
住所	ソウル特別市 鍾路区寿松洞 83-1 寿松 Tower Building				
電話番号	+82-2-3787-6000	FAX	+82-2-3787-6067		
ホームページ	Kr.fujitsu.com				
会社設立日	1974年02月06日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人, 外国投資企業				
輸出入形態	輸出入	一般取引国家	日本		
主業種	コンピューター及びソフトウェア小売り業				
主要取り扱い品目	サーバー, ノート型パソコン, ソフトウェア				
主要事業内容	コンピューター器機及び装置などの貸し下げ, 販売 OS 開発				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	3	8,407	351,681	601
	2005	3	8,407	308,456	547
	2006	3	8,407	329,173	454

4. KTF

代表	Cho Young-Ju				
住所	ソウル特別市 松坡区新川洞 7-18 Lotte Castle Building 3階				
電話番号	+82-2-2010-0114	FAX	+82-2-2016-1064		
ホームページ	www.ktf.com				
会社設立日	1997年01月03日	グループ会社	KTF		
企業形態	外部監査法人, 去來所, 外国投資企業				
輸出入形態	輸出入	一般取引国家	インド, インドネシア, 中国		
主業種	無線 電話業				
主要取り扱い品目	個人携帯通信, 無線インターネット				
主要事業内容	個人携帯通信サービス, データ及び付加価値サービス, 個人携帯通信装備の 販売及び賃貸				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2003	12	955,703	5,076,345	2,446
	2004	12	955,703	5,830,818	2,441
	2005	12	1,011,181	6,051,789	2,492

5. SK Telecom

代表	Kim Shin-Bae, Cho Jung-Nam				
住所	ソウル特別市 中区乙支路 2 街 11				
電話番号	+82-2-3100-2114	FAX	+82-2-6100-7950		
ホームページ	www.sktelecom.com				
会社設立日	1984 年 03 月 29 日	グループ会社	SK		
企業形態	外部監査法人, 去來所				
輸出入形態	輸出入	一般交易国家	カザフスタン		
主業種	無線 電話業				
主要取り扱い品目	移動電話, ローミング, モバイルマルチメディア				
主要事業内容	移動電話, 有無線統合ポータル, モバイルマルチメディア, m-commerce, グローバルローミング, ネットワーク関連サービス				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員 数 (人)
	2004	12	44,639	9,703,681	4,249
	2005	12	44,639	10,161,1269	4,308
	2006	12	44,639	10,650,952	

オンラインゲーム

1. Daewon C&A Holdings

代表	Ahn Hyun-Dong				
住所	ソウル特別市 竜山区 漢江路 3 街 40-456				
電話番号	+82-2-796-7131	FAX	+82-2-3785-0105		
ホームページ	www.daiwoncna.com				
会社設立日	1977 年 12 月 06 日	グループ会社			
企業形態	外部監査法人, KOSDAQ				
輸出入形態	輸出	一般交易国家	アメリカ, ヨーロッパ, 日本		
主業種	アニメーション(マンガ)映画及びビデオ製作業				
主要取り扱い品目	アニメーション, キャラクター商品				
主要事業内容	アニメーション製作と配給, 輸出入, キャラクターライセンス事業				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004	12	2,860	25,525	50
	2005	12	2,860	24,429	63
	2006	12	2,860	30,465	70

2. NC Soft

代表	Kim Tak-Jin				
住所	ソウル特別市 江南区三成洞 157-33 Ok San Building				
電話番号	+82-2-2186-3300	FAX			
ホームページ					
会社設立日	1997 年 03 月 11 日	グループ会社			
企業形態					
輸出入形態		一般交易国家			
主業種	オンラインゲーム				
主要取り扱い品目					
主要事業内容					
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004				
	2005				
	2006				

3. E-on soft

代表	Kim. Kwang-yul				
住所	ソウル特別市 江南区 驛三 1 洞 637-17				
電話番号	+82-2-563-6170	FAX	+82-2-563-6559		
ホームページ	www.aeonsoft.co.kr				
会社設立日	2002 年 05 月 04 日	グループ会社			
企業形態	開発企業, 外国投資企業				
輸出入形態	輸出	一般交易国家	台湾、米国、日本、中国、タイ		
主業種	Game-software 制作業				
主要取り扱い品目	オンラインゲーム				
主要事業内容	Pc, アニメーション制作と配給, キャラクターライセンス事業, 販賣				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2004 年	12 月	200	1,252	32
	2005 年	12 月	200		24
	2006 年	12 月			48