

# 經濟部工業局九十七年度專案計畫 出國報告

計畫名稱：資訊軟體產業領域計畫作業管制計畫

出國主題：台日韓數位內容國際論壇參訪團

出國地區：日本

出國期間：中華民國 97 年 10 月 25 日至 10 月 29 日

報告日期：中華民國 97 年 11 月 20 日

報告人：經濟部工業局副局長 周能傳

主辦單位： 經濟部工業局

# 書背格式

九十七年度出國報告

第五屆台日韓數位內容國際論壇參訪團



經濟部工業局

# 目 錄

	頁次
壹、前言（出國目的） .....	4
貳、組團規劃 .....	6
一、團員及任務分工 .....	6
二、考察行程 .....	6
參、工作內容 .....	7
一、第五屆台日韓數位內容國際論壇 .....	7
二、2008 CoFsta(數位內容嘉年華)考察 .....	18
三、2008 CoFsta(數位內容嘉年華)參訪—數位內容博覽會考察 .....	19
四、富士電視台考察 .....	23
五、東京中城考察 .....	25
六、2008 CoFsta(數位內容嘉年華)參訪—東京數位內容市場考察 .....	27
七、考察東映動畫公司 .....	29
八、考察Production IG動畫製作公司 .....	34
肆、綜合結論 .....	40
一、日本動畫廠商拜訪心得 .....	40
二、「CoFesta2008」(數位內容嘉年華)參訪心得 .....	43
伍、建議 .....	47
一、促成台日韓共構「亞洲內容共同體」，創造共存共榮的發展環境 .....	47
二、促進台日韓共同合作網路侵權查緝技術研究 .....	47
三、參考日本「CoFesta2008」活動模式，整合數位內容與文化創意相關活動，擴大推廣宣導活動能量提高綜效 .....	47
四、引進日本動畫製作委員會概念，健全動畫產業鏈之關鍵環節 .....	48
五、宜加強衍生產品的開發，及電視與網路傳媒的應用普及，以提升動畫產業的收益 .....	49

陸、附錄 .....	50
一、台日韓論壇會議簡報 .....	
二、2008 年度日本內容產業概況 .....	
三、韓國數位內容產業 2008 年度報告 .....	
四、JDC信託模式介紹 .....	

## 圖表目錄

	頁次
圖 1 台日韓論壇官方會議.....	9
圖 2 台日韓論壇業者會議.....	10
圖 3 台日韓論壇促進三方交流合作.....	17
表 4 2008 數位內容嘉年華行程表.....	19
圖 4 《風之谷》中的風力飛行器.....	21
圖 5 人工知能影像辨識設備.....	21
圖 6 再歸性反射原理透視設備.....	22
圖 7 會場展出作品.....	22
圖 8 會場展出作品.....	22
圖 7 台灣參展作品.....	23
圖 9 富士電視台考察.....	24
圖 10 東京中城考察.....	26
圖 11 考察數位內容市場.....	28
圖 12 數位內容市場展出作品.....	28
圖 13 拜訪東映動畫研究所長 有迫 俊彦.....	32
圖 14 拜訪東映顧問 吉岡 修.....	32
圖 15 東映作品展示區.....	33
圖 16 拜訪Production IG 石川光久 社長.....	39
圖 17 與Production IG 石川光久 社長交流討論.....	39
圖 18 JDC信託業務運作模式.....	44
圖 19 TMF製作支援及營收分配模式.....	45

## 壹、前言（出國目的）

數位內容產業近年在全球迅速發展成最具潛力的新興產業，根據 Pricewaterhouse Coopers 研究公司報告顯示，100 年時全球娛樂與媒體市場規模可達 67 兆元，95 年至 100 年間複合年成長率(CAGR)為 6.6%。全球娛樂多媒體產業之各個領域，內容的銷售呈現從傳統通路移轉至數位化通路的發展趨勢，相對於傳統通路銷售比例的下降，未來在網際網路等新形態通路上，將創造出許多新的成長商機。

而電腦動畫與數位遊戲是數位內容的明星，過去台灣在遊戲動畫累積了豐富的代工經驗及技術，展望產業整體升級，數位內容產業發展機會可從原創內容開發、創新營運模式、多媒體娛樂加值應用及跨業合作經營等方向進行。

近年來日本在動畫產業以及韓國在遊戲產業均有亮眼的表現，期藉由台日韓的官方及產業交流，共同策進數位內容產業蓬勃發展。

2003 年 3 月陳局長於訪日時，為推動我國數位內容產業與全球市場接軌，應日本經產省邀請，決議共同舉辦台日韓數位內容產業交流論壇活動。2004 年於臺北舉辦第一屆「台日韓數位內容產業發展趨勢與展望國際論壇」，並與日韓達成共識，往後輪流由各國主辦此論壇活動。今年(2008)台日韓論壇活動，主題為「動畫產業國際合作以及數位內容智慧財產權保護」，由日本數位內容協會主辦，於 10 月 27 日在日本台場舉行。

此次考察活動參團成員包含：頑石創意股份有限公司、春水堂科技娛樂股份有限公司等台灣廠商參與。並參訪日本東映動畫公司、Production IG 動畫製作公司。

本次活動效益：本次會議重點凝聚出二個關鍵議題，其一為亞洲共同製作內容，其二則是採取具體行動保護智慧財產權，台日韓具有共通

的文化背景及價值觀，有利於共同合作創造新的商業環境，而保護智慧財產權為共同合作首要措施，台日韓將攜手合作協力研議具體措施。產業部分，積極拜訪日本數位內容相關協會與廠商，並引介台灣數位內容作品及廠商，確保日韓數位內容組織與廠商等聯繫管道的暢通，積極提升台日韓三方國際交流。

## 貳、 組團規劃

### 一、 團員及任務分工

項次	單位	姓名	職稱
1(團長)	工業局	周能傳	副局長
2	資策會	許清琦	副執行長
3	資策會產業支援處	何文雄	處長
4	經濟部數位內容產業推動辦公室	陳振昌	副主任
5	經濟部數位內容產業推動辦公室	李彩嘉	副研究員
6	頑石創意股份有限公司	林芳吟	總經理
7	春水堂科技娛樂股份有限公司	李西媛	協理
8	資策會產業支援處	李桂芳	經理
9	資策會科技法律中心	陳惠茹	法律研究員

### 二、 考察行程

日期	時間	行程內容
10/25〈六〉	全日	臺北 → 東京
10/26〈日〉	上午	參訪日本數位內容博覽會 DC EXPO
	下午	參訪富士電視台、Tokyo Midtown
10/27〈一〉	全日	台日韓數位內容國際論壇官方會議
	晚上	台日韓論壇交流晚宴
10/28〈二〉	上午	參訪東京數位內容市場
	下午	參訪東映動畫公司、Production IG
	晚上	動畫交流會
10/29〈三〉	全日	東京 → 臺北

## 參、 工作內容

### 一、 第五屆台日韓數位內容國際論壇

(一) 主辦單位 日本經濟產業省、財團法人日本數位內容協會

執行單位 台灣：經濟部工業局、數位內容產業推動辦公室、  
中衛發展中心、資訊工業策進會

韓國：通訊情報部、韓國軟體振興院

(二) 舉辦日期 2008 年 10 月 27 日

(三) 舉辦地點 東京國際交流館（東京都江東區青海 2-79）

(四) 台日韓論壇出席人員

#### 1. 台灣

##### (1) 官方會議

工業局副局長 周能傳

數位內容產業推動辦公室副主任 陳振昌

數位內容產業推動辦公室副研究員 李彩嘉

資策會科技法律中心法律研究員 陳惠茹

##### (2) 業者會議

財團法人資訊工業策進會副執行長 許清琦

財團法人資訊工業策進會處長 何文雄

財團法人資訊工業策進會經理 李桂芳

頑石創意股份有限公司總經理 林芳吟

春水堂科技娛樂股份有限公司協理 李西媛

## 2. 日本

### (1)官方會議

經產省大臣官房審議官 吉崎正弘

經產省商務情報政策局文化情報関連産業課課長輔佐

野澤泰志 高尾啓士

財團法人數位內容協會專務理事 鷺見良彦

財團法人數位內容協會 國際室長 浪越德子

### (2)業者會議

有限責任中間法人日本动画協會 理事長 松谷孝征

株式会社 GONZO 取締役 内田康史

株式会社 Mad House 取締役 伊藤龍太郎

## 3. 韓國

### (1)官方會議

文化體育觀光部(Ministry of Culture, Sports and Tourism)

Deputy Director, Man- Sang Yoon

韓國軟體振興會(KIPA) Manager,Sung- Joon Kim

### (2)業者會議

韓國軟體振興會(KIPA) Executive Director, Ki- Hwan Joo

BIG I Entertainment, CEO, Yong- Suk Choi

BIG I Entertainment, Director, Jin- Young Lee

G&G Entertainment,CEO, Geuk- Po Jeong

### (五) 台日韓論壇會議流程

1. 官方會議主要議題方向：數位內容發展現況與相關智慧財產權保護對策。本屆特將「智慧財產權保護」議題列於官方會議中，以期各國在報告數位內容產業推動現況之餘，亦能分享推動智慧財產權保護上的經驗。官方會議議程如下表：

時間	活動內容
10:00~10:05	經濟產業省・DCAj 開幕致詞
10:05~10:35	日本簡報(日本政府代表主講者)
10:35~11:05	韓國簡報(韓國政府代表主講)
11:05~11:35	台灣簡報(官方代表周副局長簡單致詞；經濟部數位內容產業推動辦公室簡報) 內容：數位內容發展現況與相關智慧財產權保護對策
11:35~12:05	自由討論
12:05~13:30	午餐



圖 1 台日韓論壇官方會議

2. 業者會議主要議題方向：動畫產業交流與合作。動畫產業一直是日本數位內容強項，因應台灣及韓國的期望，本屆業者會議將以「動畫」為主軸，除針對各國動畫產業發展狀況進行交流外，並增加商談機會，促進三國業者商務交流。業者會議議程：

時間	活動內容
10:00~10:05	DCAJ 開幕致詞
10:05~10:15	日本業者代表簡報 日本动画協会理事長松谷孝征 株式会社手塚製作公司 代表取締役社長
10:15~10:25	韓國業者代表 KIPA 簡報
10:25~10:35	台灣業者代表 III 簡報 主題：台灣動畫產業發展現況與合作機會
10:35~10:50	日本企業簡報 株式会社 GONZO 取締役内田康史
10:50~11:05	韓國企業 BIGI 簡報
11:05~11:20	台灣企業頑石創意簡報
11:20~11:35	日本企業 Mad HOuse 簡報
11:35~11:50	韓國企業 G&G Entertainment 簡報
11:50~12:05	台灣企業春水堂簡報
12:05~13:30	午餐
13:30~15:30	交流商談會



圖 2 台日韓論壇業者會議

## (六) 台日韓論壇官方會議討論

1. 時 間：97 年 10 月 27 日（星期一）上午 10 時 00 分
2. 地 點：東京國際交流館（東京都江東区青海 2-79）第一會議室
3. 主持人：日本經產省大臣官房審議官 吉崎正弘
4. 出席人員：

台灣：工業局副局長 周能傳、數位內容產業推動辦公室副主任  
陳振昌、數位內容產業推動辦公室副研究員 李彩嘉、  
資策會科技法律中心法律研究員 陳惠茹

日本：經產省商務情報政策局文化情報関連産業課課長輔佐  
野澤泰志、高尾啓士、財團法人數位內容協會專務理事 鷺  
見良彦、財團法人數位內容協會 國際室長 浪越德子

韓國：文化體育觀光部(Ministry of Culture, Sports and Tourism)、  
Deputy Director, Man- Sang Yoon、韓國軟體振興會(KIPA)  
Manager,Sung- Joon Kim

### 5. 會議討論

#### (1) 日方(經產省大臣官房審議官 吉崎正弘)致詞：

日本內容產業近年朝增加附加值方面發展，然內容產業的功能技術評價方式與一般產品迥異，如同對藝術品的審美觀，非常主觀，這些閱聽者進行交流後即會形成特有的文化觀。

亞洲發展出姆指操作手機鍵盤，即因講求「快」的文化，所以強調姆指操作的產品功能，這個文化觀即與美國很不相同。諸如此類的文化觀是在發展內容文化中需特別考慮的問題。建議應該根據亞洲內容產業的特點，打造一個符合亞洲內容發展的有特色的亞洲內容市場，構建「亞洲內容共同體」。

本年度的東京影展中，數位和寬頻是二個重要的關鍵詞，尤其是亞洲數位內容問題，呈現在地作品凌駕好萊塢影片趨勢；此外寬頻發展併隨的盜拷、著作權侵犯亦為重要議題，台日韓寬頻服務均有長足發展，但收費機制尚未健全，希望藉由本次會議進行相關議題的討論。

(2) 韓方(Man- Sang Yoon Deputy Director )致詞：

近來韓國高速網路發展較具優勢，台灣則在半導體產業及音樂產業發展有很好的成績，相信很快就可以超越韓國。

韓國數位內容產業也出現非法盜版問題，希望在發展中可以保護創作人的權益，如此創作者才能持續創作熱情。所以改善版權和盜版問題為當務之急，希望走在前面的日本，和快速發展的台灣可以進一步在這個議題上發展因應之道。

(3) 台灣(周能傳 副局長)致詞：

我參與台灣產業的發展多年，在過去的 6~7 年間，除促進台灣內容產業轉型外，亦在文化創意產業著墨甚深。

台灣甫於今年 5 月完成總統大選，新政府上任後亦有新的政策，對於數位內容產業政策亦會加以檢討，並加強與大陸方面的交流。日韓在數位內容發展比台灣先進，亦希望二位老前輩能在產業發展上多提供意見。

基於地球村的一員，同為筷子文化國家，在 IT 產業發展也非常普及，在相似的發展環境下，希望台日韓能共同攜手努力，開創數位內容產業新契機。

(4)主持人提問「亞洲內容共同體」問題：

A.主持人提問：

關於陳副主任的報告提到，台灣 2010 年外銷比例要成長到 30%，日本明年度的成長目標為 2%，若外銷比例要擴大到 30% 是很不容易的事，共同製作可能是我們的共同課題。

有關亞洲內容產業的合作，日方認為「應該根據亞洲內容產業的特點，打造一個符合亞洲內容發展的有特色的亞洲內容市場」。各國的內容產業、相關企業在面向亞洲市場開展事業的時候，比較多的採用哪些具體的戰略呢？各國有沒有支援這些企業戰略的具體政策和計畫呢？

日方認為，構建「亞洲內容共同體」是非常有意義的。針對「亞洲內容共同體」的提案，協請各國補充說明想法。大家認為目前所推動的政策和計畫在國際業務上的進行推廣如何？對於「亞洲內容共同體」的具體的印象和想法？

B.台灣回應「亞洲內容共同體」問題：

所謂「亞洲內容」涉及各國產業範疇定義的不同，若涵蓋範圍比較廣泛，就台灣而言就可能需要與文化創意產業一起考量，新政府希望朝向韓國方面作法，成立類似文化觀光部這樣的單位來進行整合，建議現階段先擇重要範疇規劃，命題建議加上數位二字為「亞洲數位內容」，以聚焦推動範疇。

支持主辦單位所提出「亞洲內容共同體」之提案，各國以專精的能量(如日本的動畫、韓國的遊戲、台灣的題材及創意等)分工合作，將來可以共同市場的概念，齊力拓展亞洲及全球市場，未來希望能以效益導向，進一步以具體合作方案進行與推動，且應該促進實質產業效益產生。

在初步的想法上，三國可以先行盤點自身的能量，評估各自的優勢，提出可以共同參與投資的「旗艦計畫」為方案，或進行技術合作、人才交流、開放國內市場及協商授權機制、利益分享機制、商務談判、服務平台等實質面的合作專案。至於執行細節部分，則可以針對各個專案分別進行協商。合作方式可採雙邊或多邊模式進行。

另為積極促成日方所提出「亞洲內容共同體」之提案，我方建議由與會三個國家共同簽署「亞洲內容共同體」合作備忘錄（MOU），建議透過三國執行單位的工作層級賡續促成，期於2009年在韓國舉辦之論壇會議中完成MOU簽署。

#### C. 韓國回應「亞洲內容共同體」問題：

關於「亞洲內容共同體」之提案個人方面表示同意，但回國後還要報告上層，再決定我們的對應方針。希望在2009年首爾論壇中再深入討論此議題。

但首先要合作的應是版權、侵權問題，特別是希望日韓合作開發線上動畫搜尋系統，在網路上合作查緝侵權行為。

在合作上大家文化背景有共通之處，但其間仍有微妙的差異，如何正面的融合各國文化，亦為合作上的一個課題。建議分階段進行，將違法查緝列為首先合作要項，希望明年度針對此議題進行深入討論。

#### D. 主持人小結「亞洲內容共同體」問題：

關於「亞洲內容共同體」合作，決議首先就查緝非法盜版上進行合作，其中政府、企業如何參與應做為討論重點。另外台灣希望在下一屆論壇中簽定MOU，韓國希望在論壇中可針對國際盜版合作進行討論，將列入後續工作人員會議進行議題發

展運作。

(5) 主持人提問線上數位內容流通問題：

A. 主持人提問：

韓國的報告提到今年發展音頻指紋技術，並預計明年開發視頻技術，為促進線上流通，網路上的知識產權保護非常重要，有關網路上的知識產權保護各國有什麼具體政策？網路上的內容跨越國境進行流通。就現階段，在知識產權保護方面，各國有沒有和其他國家進行具體合作？今後將向哪個方向繼續推進這種國際合作？

在日本，作為網絡盜版對策，我們將活用動畫檢索技術，開發能夠防止盜版所在的技術，並使之普及。各國也有相同的做法嗎？如果沒有的話，有沒有可能和日本進行共同研究？

B. 台灣回應線上數位內容流通問題：

台灣目前致力於整備國內智財措施，由報告中看到韓國和我們處於相近的進度，台灣在策政作法上不遺餘力，包括台灣智慧局於 2006-2008 年跨部會推動執行行政院核定之「貫徹保護智慧財產權行動計畫」，在總體智權保護亦有著墨，因應部分網路業者利用 P2P 軟體，透過廣告或其他方式鼓勵使用者下載、分享未經合法授權的音樂檔案，並收取費用，導致著作財產權人的權益受損，或是誤導消費者認為付費下載即為合法。於 96 年 7 月 11 日完成著作權修法。

建議各國先整備好國內推動措施，對外則是共通的課題，跨國部分建議明年放在「亞洲內容共同體」優先討論議題，唯有作品受到充份的保護，才能確保創作源源不絕。

在關於這方面的國際合作議題上因準備未充份，建議今年

先不涉及到跨國議題，後續可透過工作小組再提供相關資料。

台灣目前對於網路上內容防制盜版的技術，如數位浮水印 (watermark)、數位版權管理(Digital Rights Management ; DRM)、創用 CC(公眾創用 creative common)等，目前尚未有動畫檢索技術，如日方願意提供協助，台灣非常樂意以政府政策或透過民間企業進行共同研究，進行具體合作。

#### C. 韓國回應線上數位內容流通問題：

線上網路產業推進，韓國採行措施為 primeside，例如在出版類有推薦圖書，把訊息放到網站，促進正版圖書的銷售。

在電影部分，朝向於戲院放映的非線上電影外，亦推出同步線上上映的數位電影。現在的做法多為電影首先在電影院放映，再做成 DVD 銷售；美國的做法則是 DVD 與電影同步銷售，若採此方式應可降低線上侵權行為。

關於這方面的國際合作因為不太熟悉，就不發表意見。

在國際查緝部分，國內及跨國都必須進行保護，希望在非法查緝上開展國際合作，應對於盜版行為、透過網際網路傳輸色情內容等行為進行處罰。

#### D. 主持人小結線上數位內容流通問題：

在數位時代，著作權很容易受到侵害，在侵權行為上日本政府也難於掌握，故採用科技系統進行檢索。系統方面，希望各國進行合作，台日韓三方可以共同參與。此外，數位內容侵權行為很難查緝，對於搜索後該如何懲罰，希望明年論壇可以行討論，如何認定違法行為。數位內容侵權行為應由三方進行訊息共享，開誠合作，列為優先課題，三方可採具體行動，共同推動數位內容技術、網路、寬頻發展。

## 6. 主席結論

- (1) 本次會議重點凝聚出二個關鍵議題，其一為亞洲共同製作內容，其二則是採取具體行動保護智慧財產權，台日韓具有共通的文化背景及價值觀，有利於共同合作創造新的商業環境，而保護智慧財產權為共同合作首要措施，此二議題需台日韓協力研議具體行動，列為明年論壇討論議題。
- (2) 台灣方面希望可於明年論壇簽定由與會三國共同簽署「亞洲內容共同體」合作備忘錄（MOU），韓國希望可在論壇上針對合作查緝國際盜版問題進行討論，請工作人員會議進行議題前置作業，列為明年論壇討論議題。
- (3) 在亞洲共同製作議題上官方和民間所扮演的角色不同，為尊重市場自由機制，官方通常涉入不深，但建全產業發展環境是官方責任，內容侵權問題及產權保護亦為官方應積極參與的部分。
- (4) 網路侵權問題為各國關切議題，日方利用科技系統—動畫檢索系統進行查緝；韓方利用音頻指紋技術並預計明年開發視頻技術，與會各國同意就科技系統檢索技術進行合作。



圖 3 台日韓論壇促進三方交流合作

## (七) 台日韓論壇業者會議商談追蹤效益

1. 春水堂科技與日本動畫公司 GONZO 洽談動畫內容移植手機平台。
2. 春水堂科技與日本小學館洽談手機內容授權業務，以及自製動畫電影作品「靠岸」日本行銷業務。
3. 頑石創意與日本動畫公司 PIERO 洽談角色授權合作。

## 二、2008 CoFsta(數位內容嘉年華)考察

數位內容嘉年華「CoFesta」為「日本國際文化產品展」(Japan International Contents Festival)的簡稱，它是一個結合了日本遊戲、動畫、漫畫、卡通商品、廣播電視、音樂、電影等文化產品產業的各項活動，是全世界規模最大的綜合型活動。

2008 年為第二屆嘉年華活動。此活動結合各種日本文化產品，並與相關的媒體與單位合作，共同創造出全新的可能性，廣泛地向國際宣傳，讓成為全世界規模最大的文化產品展。

### (一)舉辦 CoFesta 的目的

#### 1.宣揚日本文化力

結合日本各個領域的文化產品，並向全世界宣傳，讓世界各地的文化工作者能夠同時接觸到多種日本的文化產品。

#### 2.提供一個國際數位內容及文創產業合作交流的平臺

提供一個全新的機會和場所，讓亞洲為中心的全球數位內容及文化產品以及相關工作者得以互相交流切磋，並期待藉此促進國際共同製作以及商務交流。

### (二)舉辦期間

自 9 月 30 日(星期二)的 CEATEC JAPAN 2008 起，至 10 月 28 日(星期二)，為期 29 天。

### (三)活動內容

今年度共計有 15 個正式活動，分別在幕張、台場、六本木、品川等東京各地區舉辦。我方共參加 10/23-26 之「日本數位內容博覽會」以及 10/27-28 「日本東京數位內容市場」。

表 4 2008 數位內容嘉年華行程表

Japan International Contents Festival 2008 Schedule		2008.11
		10/28
game	Tokyo Game Show 2008 Japan Game Awards 2008	
anime	JAM 2008	
manga/light novel/entertainment	AKIHABARA Entamatsuri 2008	
music	2008 5th TAM~ Tokyo Asia Music Market	
television &	International Drama Festival in Tokyo 2008 ATV Awards	
film	21th Tokyo International Film Festival Bunko-Cho Film Week 2008 - Here & There Japan Location Market 2008	
all genre	TIFFCOM2008	
education/med	CEATEC JAPAN 2008	
	DIGITAL CONTENT EXPO 2008	

### 三、2008 CoFsta(數位內容嘉年華)參訪—數位內容博覽會考察

- (一) 考察時間 2008 年 10 月 26 日上午 10:00~12:00
- (二) 地址 東京國際交流館 (東京都江東區青海 2-79)
- (三) 背景說明

數位內容博覽會 DC EXPO 為 10 月份日本數位內容嘉年華系列活動之一，本年度博覽會重點為展示日本數位內容新技術以及相關數位元藝術作品。

【會期】 10/23-26

【會場】 日本科學未來館 (東京都江東區青海 2-41)  
東京國際交流館 (東京都江東區青海 2-79)

【主辦單位】 經產省、日本數位內容協會(DCAj)

(四) 考察目的

考察日本政府執行數位嘉年華活動辦理模式以及推動數位元技術提升策略。

(五) 考察情形

1. DIGITAL CONTENT EXPO2008 活動日程

【東京國際交流館】	國際交流會議場	內部展覽會	ASIAGRAPH 最新CG動畫上映	
			ConTEX 最新影像技術上映	
			國際3D Fair 展示	
			第23屆DCG獲獎作品上映	
			第23屆DCG頒獎式	
媒體大廳		e-sports 在線遊戲競技大賽		
門廳		e-sports 在線遊戲相關企業展區		
會議室		e-sports 在線遊戲競技大賽		
		ASIAGRAPH 尖端研討會	ASIAGRAPH兒童研究會	

	10/23 (周四)	10/24 (周五)	10/25 (周六)	10/26 (周日)
【科學未來館】	企劃展區	內部展覽會	ASIAGRAPH 展示	
			ASIAGRAPH CG藝術畫廊	
			ConTEX 展示	
			國際3D Fair 展示	
			DCG 展示	
科學資料室			ASIAGRAPH CG藝術畫廊	
未來CAN大廳			ASIAGRAPH 國際研討會	
		國際3DFair 研討會	DCG 研討會	e-sports 研討會
		ConTEX 研討會		
創新大廳		ASIAGRAPH 學術會議	ConTEX 討論會	DCG 討論會
		國際3DFair 討論會		
會議室			ASIAGRAPH 創作者研究會	
			ASIAGRAPH 學術會場	
		ConTEX 討論會	ASIAGRAPH學生研究會	國際3DFair 討論會
		ASIAGRAPH 動畫學習班	國際3DFair 討論會	人才培訓研討會
			人才培訓研討會	e-sports 討論會
				就業指導會

## 2. 觀摩日本數位內容新技術以及相關數位元藝術作品

DIGITAL CONTENT EXPO 2008 結合了數位硬體設備及內容軟技術最新研究成果的展示，包括究極精神研發動畫《風之谷》中的風力飛行器、以及數位技術和藝術作品巧妙的融合。展現了 CG 和 VR 等數位內容技術將不僅局限於遊戲和電影領域的應用，其更可進一步擴展到醫療、生物學、教育、藝術等領域。特別是在理解環境問題，宇宙探險等無法親眼目睹的世界時，數位內容技術將有助於提升人類的想像力。具體來說，這是一個無論是一般民眾，還是專家都可以通過愉快的體驗達到學習目的的國際盛典。



圖 4 《風之谷》中的風力飛行器



圖 5 人工知能影像辨識設備

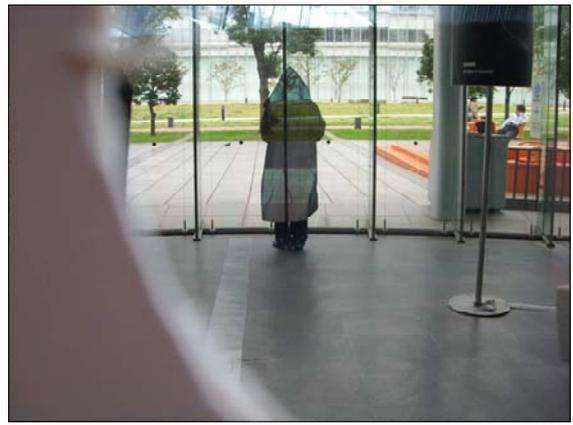
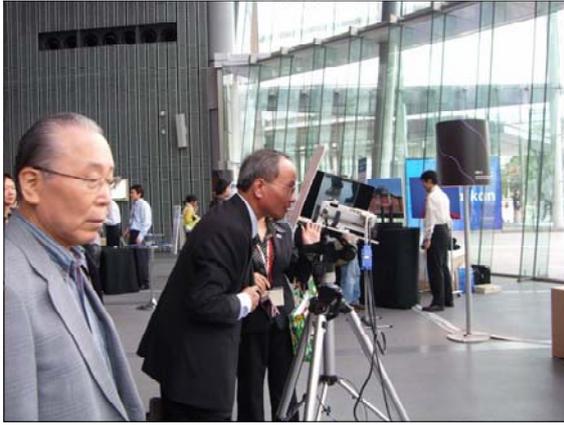


圖 6 再歸性反射原理透視設備



圖 7 會場展出作品



圖 8 會場展出作品

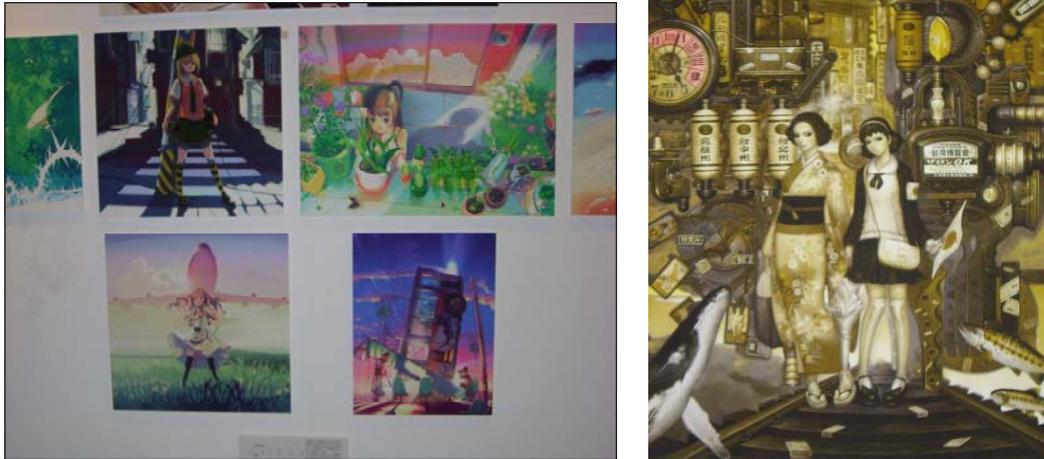


圖 7 台灣參展作品

#### 四、富士電視台考察

(一) 考察時間 10月25日 13:30-14:30

(二) 公司簡介

【設立】1957年11月18日

【資本金】1,462億35万円

【従業員数】1,431名

(三) 背景說明

1. 富士電視台為一間以日本關東地方為主要播放區域的無線電視台，為日本五大電視聯播網的核心台電視台之一，以日本產製偶像劇而聞名。
2. 主要營運範疇為電視，此外也涉及電影製作、外片發行，近來也朝衛星及網路等多媒體發展，並將目標放在全數位化。
3. 座落於台場的富士電視台總部，已成為台場的知名地標。並為台場

帶來大量的觀光客以及企業進入

#### (四) 考察目的

考察富士電視台節目知名動畫與節目製作內部流程以及周邊衍生商品的操作模式

#### (五) 考察重點

1. 富士電視台不僅以其建築本身充滿未來氣氛而吸引大批觀眾，亦是日本知名動畫(如：櫻桃小丸子)及日劇(如：交響情人夢、HERO 等)的生產地。
2. 電視台內部的演播廳，著名電視節目的製作過程等亦對外開放，例如播音現場參觀區、富士電視台廣場、攝影棚參觀步道等。在攝影棚參觀步道裡，可實際瞭解電視台製作節目先進器材與拍攝模式。
3. 富士電視台的經營策略為產製高品質的節目去吸引閱聽眾，並在資訊傳送及家庭娛樂上佔據重要地位，以期許自己成為”數位內容工廠”。富士電視台不但將軟體內容應用在多種平台上以擴大其視聽眾，並經營旗下成功的動畫及日劇，開發周邊衍生商品，追求”一軟體多用途 (one software, multi-use)”多角化經營模式。



圖 9 富士電視台考察

## 五、東京中城考察

(一) 考察時間 10月25日 15:30-18:00

(二) 地址 東京都港区赤坂9-7-1

(三) 背景說明

1. 東京中城 (Tokyo Midtown) 是一個位於日本東京都港區的多用途都市開發計畫區，為近年來日本的各都市再開發計畫中規模最大者。
2. 整項計畫的地標建築「中城大廈」 (Midtown Tower) 是一座地下5層、地上54層的摩天大樓，高度為248公尺，東京都內最高的建築物。東京中城內設有飯店、住宅、辦公室、商業與文化空間、醫院、公園等多種設施。主要的設施是位於中城大廈高層 (45~53樓) 的飯店「東京麗嘉酒店」 (The Ritz-Carlton Tokyo) 和從別處搬遷進來的「三得利美術館」。

(四) 考察目的：考察日本數位內容技術 U 化藝術導覽在觀光發展上之運用狀況。

(五) 考察重點

1. 「U 化藝術導覽」從 2007 年 6 月起，在東京中城提供觀光客租用。這項藝術導覽包括中城內不同主題 (藝術、建築、庭院等)、不同時程 (四十分鐘至兩小時) 的七個導覽行程選項。
2. 這項技術是以 ucode 晶片，透過東京中城五百個收發器，利用紅外線與無線區域網路，讓終端器可以接收相關的資訊，然後使用者以專用的終端器進行藝術導覽。
3. 這項導覽系統還能感測使用者的位置，並引導使用者到藝術品介

紹定點，到了定點後即將相關資訊顯示在螢幕上，包括聲音、圖片、文字，以及藝術家製作藝術品的情形與專訪的影像等。

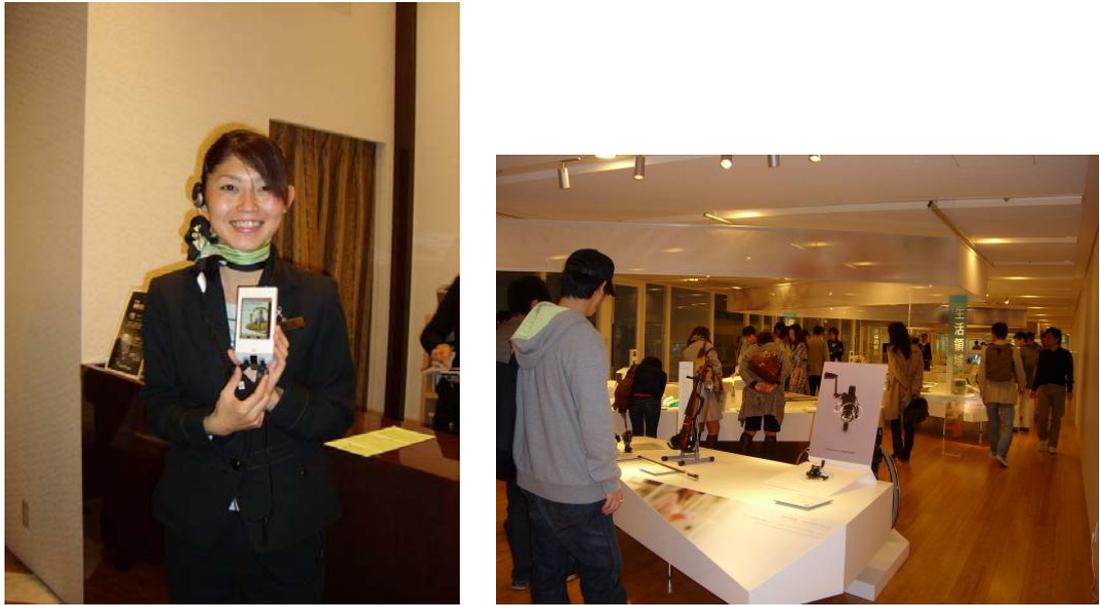


圖 10 東京中城考察

## 六、2008 CoFsta(數位內容嘉年華)參訪—東京數位內容市場考察

(一) 考察時間 2008 年 10 月 28 日 上午 10:00~11:30

(二) 地址 六本木之丘 森 Tower 40F

(三) 背景說明

今年為活動第七屆，本活動主要是協助日本數位內容中小企業以及個別從業人員展示日本數位內容創作者最新數位內容作品。

【會期】10/27-28

【主辦單位】獨立行政法人中小企業基盤整備機構關東支部

【共同舉辦單位】中小企業庁、關東經濟產業局

【後援機關】日本數位內容協會

(四) 考察目的

考察日本數位內容嘉年華活動辦理模式以及日本政府協助個人及中小企業創作者商務拓展辦理方式

(五) 考察重點

1. 東京數位內容市場為十月份日本數位內容嘉年華系列活動之一，結合了日本國內 80 餘件創意人才及中小型動畫公司的動畫作品。
2. 為積極協助提高個人及中小型動畫公司的優秀作品能見度與知名度，主辦單位配合此一活動設置了「Tokyo Content Market Award 2008」競賽活動，針對所有參展作品選拔出特別優秀出眾的作品，於會展中頒獎表揚。
3. 會展期間，展覽區內也邀請了日本知名動畫業者蒞臨會場演講，增加入場人次及提高宣傳。



圖 11 考察數位內容市場



圖 12 數位內容市場展出作品

## 七、考察東映動畫公司

(一) 考察時間 2008 年 10 月 28 日下午 13:30~15:30

(二) 地址 東京都練馬区東大泉二丁目 10 番 5 号

(三) 基本資料

【設立】1948 年 1 月 23 日

【資本金】2867 百万円

【營業額】21,148 百万円

【從業員数】538 名

【事業內容】動畫製作、販售以及相關授權事業經營

(四) 拜訪對象

顧問 吉岡 修

東映動畫研究所長 有迫 俊彦

總務部 上野惠子

(五) 考察目的

1. 促進台日企業高層交流
2. 鼓勵東映來台投資台灣動畫製作

(六) 交流討論

1. 影片觀賞介紹動畫片製作流程：約需 100 個人左右，才能完成一部作品。一部作品製作流程包括：

- (1) 企劃：a.造形； b.故事構成。進行造形設定及故事構成。
- (2) 作畫：a.設計稿； b.作畫； c.電腦製成動畫； d.背景作成；  
e.上色； f.特殊效果； g.CG 製作； h.剪輯。
- (3) 配音：a.錄音； b.效果音； c.音樂； d.音調調整； e.討論  
修改。

2. 問：請問東映的營收情形、主要業務及商業模式為何？

答：東映去年的銷售額為 200 億日幣，其中利潤為 30~35 億日幣，  
從業人員約 300~350 人左右，另外加上大學部等支援人員約  
500 人左右，另外派駐海外美國、歐洲、香港等地約有 20~30  
人，在菲律賓子公司約 300 人。

主要業務以電視作品為主，30 分鐘作品年產約 250 部，  
劇場版年產約 6~8 部。其他的業務包括劇場動畫卡通人物形  
象版權、海外作品授權、衍生性商品、網路銷售。所以在營  
運模式上主要是以電視播映→劇場播映→海外版權銷售→衍  
生商品，近來在手機及寬頻網路業務亦有大幅成長。

資金上，主要由電視台取得資金，東映自己再出一部分。  
歸納起來，公司的三大支柱業務為動畫、線上寬頻、海外版  
權。在營收比例部分，狀況好的話海外版權可達 40%，其次  
為肖像，肖像亦為利潤最大的業務。

東映在製作上並不以利潤率為唯一考量，會儘量多推出  
一些肖像給大眾，不會完全以營利為目標。

3. 問：東映的版權是否屬於東映所有？東映有接受政府輔導補  
助嗎？

答：東映作品有完全自有及與作者共有二種模式。

東映完全沒有接受國家補助，東映最早是做電影製作，其後設立動畫部門，直到動畫部門成立 10 年後才製作出第一部動畫片。

4. 問：東映成立以來遭遇到最大的危機為何？

答：東映成立 50 年來最大的經營危機，是動畫事業剛開始時是首先在電影院放映，結果來觀賞的人很少，後來改變策略改於電視上放映，就漸漸為民眾所接受，初期一年只能做 5~10 部作品，出現業務停滯現象，人員一度由 500 人裁員到 300 人，這是對公司而言最大的痛苦。

#### (六) 考察心得

1. 東映為日本知名動畫公司，製作了許多知名的卡通動畫(如：海賊王、灌籃高手)。東映公司所製作的動畫至今已於全世界 100 多個國家放映，目前除繼續透過電視動畫、錄影帶及 DVD、電影動畫等方式，持續獲利外，近年來更跨足至手機等平台，積極開發新的商業模式。
2. 除動畫製作外，亦成立東映動畫研究所，積極培養日本優秀的動畫製作人材。該研究所提供 2 年的動畫專門訓練，在學學生約 60 名，並且不定期邀請日本知名動畫專家蒞臨指導研究生。畢業生除可直接進入東映動畫公司外，亦多投身於日本各知名數位內容企業中。
3. 東映的收益主要來自動畫的衍生商品，除了電視動畫、電影動畫、DVD 等的國內外收益，衍生商品所產生的收益可佔全年經常營收的七成。整個東映集團範圍龐大，除了既有的動畫製作公司外，另有負責版權宣傳及銷售的公司。在海外部份，目前在菲律賓設有東映動畫製作子公司，香港、上海則設有辦事處，處理相關版權事宜。也因為東映的

關係，許多負責東映案子的日本動畫廠商也陸續進駐練馬區，形成一個動畫產業聚落。



圖 13 拜訪東映動畫研究所長 有迫 俊彦



圖 14 拜訪東映顧問 吉岡 修



圖 15 東映作品展示區

## 八、考察 Production IG 動畫製作公司

(一) 考察時間 2008 年 10 月 28 日下午 17:00~19:00

(二) 地址 東京都国分寺市南町 3-22-31

(三) 基本資料

【設立】1987 年 12 月 25 日

【資本金】701 百万円

【従業員数】211 名

【主要事業内容】動畫企劃與製作、出版品企劃製作與販售、商品授權

【開發作品】攻殼機動隊、機動警察、追殺比爾

(四) 拜訪對象

Production IG 石川光久 社長

(五) 考察目的

1. 促進台日企業高層交流
2. 邀請動畫大師來台擔任台灣大型動畫影片製作顧問

(六) 交流討論

1. 影片簡介：Production IG. 第一部動畫片為《白蛇傳》，早期在 Production IG. 一部劇場動畫至少需 1,200 人完成，幾乎是手工在作畫機上一張一張繪製出來的。在色彩設定上 450 種顏色是靠配色師目測決定顏色，因顏色乾溼時會有色差，故需待一個顏色乾了

之後再上另一個顏色，工作效率較低，在特殊效果的製作上則是倚賴一張一張的賽璐璐片覆疊而成，一個場景最多亦有覆疊到 10 層賽璐璐片。動畫工作需投入大量的勞動力，但薪資卻又很低，是動畫發展的一個隱憂。

《人狼》是 Production IG 最後一部手工作業動畫片，2000 年是動畫界的變革年代，賽璐璐片的停用，開始進入電腦動畫時代。

2. 問：請問 Production IG 的營收情形、主要業務為何、商業模式？

答：Production IG 三大經營方向為：動畫、出版漫畫、版權事業。

日本 80% 動畫公司主力在動畫製作，另 20% 為版權事業，版權部分包括原作者對作品的擁有權和出資者的權利。

在出版業務上，創下和出版公司等三個公司合資合作成立「IG Port. Inc」漫畫出版的首例，將漫畫作品製成動畫，三個控股公司加起來年銷售額為 80 億元。IG Port 有自己的社長，各個控股公司仍有各自發展的權利，核心能力上，Production IG 在高品質製作有其優勢，另外一個控股公司則專注於小眾市場的動畫公司。合作上根據每個作品的特色，通過製作委員會發行、流通、銷售，透過合作系統使作品得到更好的銷售。

在所有的產業而言，動畫發行是個複雜度很高的事業。舉例而言汽車有個實體，很容易估價，但動畫在看不到形體時就要投入資本，看不見的無形資產的投資是較困難的部分。

在經營難度這麼高的情形下還堅持作動畫，主要是因為興趣所在，其次就是對於人才的發掘很有幫助，在動畫作品中，企劃非常重要，關係到創作者的才能，如何發掘到好的創作者，是公司的重點目標。

3. 問：請問對台日韓發展動畫產業的建議？

答：引導動畫發展的還是美國，應該要了解美國對亞洲方面的要求。在我去美國華納公司時，感到非常的驚訝，華納中竟然沒有任何的動畫師，為什麼會有這樣的情形，因為美國公會很嚴格，動畫師要求的工資很高，所以好的動畫師都被挖去好萊塢了。

美國核心的部分在設計，在美國本部其他如動畫師，就外包給海外。美國外包給台韓的工作，覺得台灣在交期上非常守時，很有優勢。

在資金上，因為日本經濟實力較強，日本在製作上從最初到終可以自己完成，台韓則可能較缺資金，故以交貨準時來爭取訂單。此外，日本市場對動畫有特殊的渴望精神，因讀者高度的渴求，故市場較大。

在外包合作的弱勢上，華納得台韓對工作的完成僅限於要求的範圍內，若要求的標準為 80%，多半能做到 70%，無法超越要求。可能在這方面日本較具有優勢，因為對產品的渴望精神，又有自主企劃能力，故可以提供更多原創想法和創意，甚至可以超越客戶的要求標準。

人才培養很重要，找有興趣的人給予機會現的平台，給機會的同時也須注入資金。投入錢成功後，則版權費的循環機制也很重要。

在與海外合作方面，有協力合作機制。這次和喬治盧卡斯和 CG、韓國有個合作、吉卜力和韓國也有良好的合作關係，日本現在做動畫的人非常少，吉卜力與韓國合作最大的原因，是因為韓國可以在短時間做出高品質動畫。

美韓合作上，美國對韓國創作力的要求不多，日本對韓國合作要求都非常高，甚至是以員工規格做出要求，所以韓國可以做出高品質的原因。

## (七) 考察心得

### 1. 公司組織與經營模式

Production IG 為日本知名頂尖動畫製作公司，執行電影動畫、電視動畫、遊戲動畫等各式影像製作。除製作知名動畫電影系列「攻殼機動隊」為該公司作品外，知名好萊塢電影「追殺比爾 1」劇中的動漫畫呈現，亦出自 Production IG 製作團隊之手。

動畫製作公司 Production IG 於今年(2008)結合動畫公司 XEBEC、漫畫出版公司 Mag Garden，共組成 IG Port 集團，全力發展動畫事業。

長期以來，動畫製作公司 Production IG 以電影動畫、電視動畫、遊戲動畫、電視廣告聞名，累積了相當高的動畫製作經驗及高格調的評價與風格。為了擴大顧客層，Production IG 與以製作年輕族群另類動畫(如萌類作品)見長的 XEBEC 合作，以掌握更廣大的顧客族群。

至於與漫畫出版公司 Mag Garden 的結合，主要是因應日本向來習慣將暢銷漫畫改製成動畫的產業生態，以確保動畫製作上游的劇本供應源源不斷。

## 2. 日本動漫商務模式介紹

目前在日本，製作一部 30 分鐘的動畫，至少需要 1,000~1,300 萬日幣的製作資金，如果要製作電影，更是需要億以上的成本。

考慮到這樣龐大資金的籌措問題，日本目前是以「製作委員會」的模式來營運動畫製作。一部動畫案的製作委員會中，包含出版社、影帶製作商、通路商、玩具製造業者、動畫製作公司等，各個企業以比例出資的方式各自出一部分的資金，並推出各家代表擔任委員會中的委員，協調所有該動畫專案中所發生的所有事情與相關責任歸屬。

作品的收益上，也是按委員會中各家當時的出資比來進行分配。只是，關於作品的著作權方面，也是以各家當時的出資比來進行分配。這與美國的單家買斷權利的方式有著極大的不同。

## 3. 對於台灣動畫廠商的建言

石川社長本人表示迄今已訪問過台灣 3 次，本人對於台灣的動畫技術與動畫廠商對於動畫作品開發執著印象深刻。對於台灣的動畫產業發展，石川社長建議不妨往 OEM/ODM 方向發展，因為根據他個人與同業的觀察，台灣在執行這類動畫代工方面不但成本低且完成度高，相當具競爭力。

至於台灣動畫產業可以再謀求突破的部份，社長則建議未來動畫廠商在接案時，除了要如期完成業主所委託的案子外，應再追求完成品上的突破，以提出超乎業主期待的作品，進而追求自我能力的提升與成長。

由於社長對於台灣的好感度非常高，他個人也表示過去雖然並沒有直接與台灣動畫廠商合作，但也曾經協助引介相關專業人士給台灣廠商(如西基)以促成合作，未來，也非常樂於擔任這樣

居中引介的角色，促進台日間的業者交流往來。



圖 16 拜訪 Production IG 石川光久 社長



圖 17 與 Production IG 石川光久 社長交流討論

## 肆、 綜合結論

本次除了參加台日韓數位內容國際論壇外，亦拜訪了日本知名的數位內容廠商，尤其是日本動畫產業的發展獲得許多產業情報。

### 一、 日本動畫廠商拜訪心得

#### (一)日本動畫國內外市場

##### 1.日本國內市場

日本動畫市場可以大體上劃分為三大塊：電影市場、電視節目和錄像帶、DVD 版的動畫市場。

2001、2002 年的市場規模擴張非常快，2002 年的總收入達到了 2135 億日元，這主要是得益於影片《神影少女》的影響。2003 年日本動畫市場因沒有具有衝擊力的作品出現，規模萎縮到 1912 億日元，下降了 10.4%。到 2004 年，日本國內電影院上映的動畫片約為 81 部，由於《霍爾的移動城堡》轟動性的成功，電影票房、電視動畫和錄像帶等的總收入又重拾上升趨勢。

日本電視台動畫片的播出數量在逐年上升，2001 年是 2454 集，2002 年是 2748 集，2003 年是 2850 集，2003 年比 2002 年增加播出 102 集。

錄像帶、DVD 方面，據日本數位內容協會對會員公司的一項調查，2004 年販賣動畫錄影帶、DVD 的收入為 925.9 億日元。其中，本土動畫佔 28%，進口動畫佔 22%；成人動畫佔 82.1%，兒童動畫佔 17.9%。日本本土動畫和成人動畫佔有了錄影帶、DVD 市場的絕大部分份額。

##### 2.日本國際市場拓展

19 世紀 70 年代，日本動畫開始羽翼豐滿進軍國際市場。開路先鋒當屬手塚治虫，60 年代他的《原子小金剛》在美國和亞洲市場上的熱播，讓世界

上開始認識日本動畫；90年代的《七龍珠》和《神奇寶貝》沖擊了美國市場，日本動畫的出口大幅度上升。《神奇寶貝》是日本第一部在海外獲得商業性成功的動畫片。1999年底電影版的《神奇寶貝》在美國上映，創造了票房的第一；電視版的《神奇寶貝》在世界上60個以上的國家播放，從海外給日本帶來了380億日元的收入，是日本國內收入的兩倍；另外，《神奇寶貝》價值12億日元的遊戲卡遍及世界各地；小精靈動畫人物使用授權又分別在日本國內市場和海外市場上創造了1萬億日元和2萬億日元的收益。

20世紀90年代，在海外市場上獲得良好業績的大多是日本的電視動畫，而2001年《神隱少女》的轟動，成功地打造了日本電影動畫的聲譽，使更多的日本動畫電影在國際市場上取得輝煌。

2004年到2005年期間日本在海外發行的主要動畫電影，其中有《霍爾的移動城堡》、《蒸汽男孩》等大手筆製作，它們都是在日本發行成功後轉戰海外市場，《霍爾的移動城堡》已經在世界上50個國家發行。

日本大部分動畫產品的出口地首選是美國，僅2003年3月，就有20部動畫片在美國電視台上播放。2003年銷往美國的日本動畫片以及相關產品的總收入為43.59億美元，是日本出口到美國的鋼鐵總收入的四倍。

日本正處於從產品制造大國成為文化輸出大國的轉型中，動漫產業已經成為日本的第三大產業，預計2010年動漫產品出口將佔到日本出口總額的10%。

## (二)日本動漫產業成功的原因分析

### 1、動漫作品在日本具有相當廣泛的社會基礎

日本國民十分喜愛漫畫，漫畫文化非常發達。日本的社會環境也是動漫藝術極易生存的土壤。日本孩子被沉重的考試系統所淹沒和隔絕，很少有機會與他人交往，於是他們在漫畫書中尋找自己的朋友。同樣的情景也發生在

成年人身上。日本人崇尚團隊精神，強調在組織中的紀律，不鼓勵個人主義，因此，他們只能在動漫作品中去實現他們的冒險、刺激和張揚個性的夢想。動漫是在日本人強烈的逃避現實的需要下，催生成的一種精美藝術。

## 2、運行良好的動畫製作委員會

產品開發的投資聯盟體系是日本動漫走向成功的又一關鍵因素。在日本，一部動畫作品往往是由幾個方面來共同投資的，這其中包括：電視台或電影公司、廣告公司、玩具商、遊戲軟體公司、動漫作品原創的出版商等。通過各方的共同投資，一方面分散了新產品開發的風險，另一方面拓寬了資金的籌集管道。

## 3、擁有國際頂尖級的動漫大師和大量動漫制作人才和機構

擁有一批國際頂尖級的漫畫大師是日本動漫近年來在世界上揚名的一個主要原因。日本大量優秀的動漫導演和兢兢業業工作在第一線的動畫人才以及動漫制作公司，是打造成功動漫產業的根本保證。目前，全日本有 430 多家動漫製作公司，其中的 264 家，即 61.4% 集中在東京，產業群的地理位置相對集中。在動漫人才的培養方面，日本有專門的動畫制作學校，一些高校比如東京大學也設立有動畫專業。

## 4、政府的支持

作為內容產業的重要組成部分，動漫產業獲得了來自政府的支持。日本每年都有文化勳章，頒予對日本文化有貢獻的人，不少漫畫家、動畫家都獲此殊榮。日本動漫大師可以把作品陳設在國立美術館和博物館，有時官方甚至出資在海外進行展覽。

日本動漫之能夠領先於國際市場，除了以上原因外，衍生產品的成功開發，電視和網絡傳媒的普及和發展，傳播手段的完善等等，都是日本動漫產業不斷發展和壯大動因。

## 二、「CoFesta2008」(數位內容嘉年華)參訪心得

### 1. 日本中小型數位內容產業扶植計畫推動背景

日本內容事業的市場規模推估在 15 兆日圓以上，隨著寬頻化和數位化的發展，今後市場可望逐漸擴大。日本政府的智慧財產立國構想中，亦將內容產業振興對策列為重點項目，內容產業可說是下一代備受矚目的明星領域。然而，支撐內容產業的製作公司，多半企業規模都很小，且資金供給環境・流通行銷環境・相關人士間的權利關係等尚未臻完備，該業界仍有不少問題亟待解決。

為了解決上述內容市場面臨的問題，1998 年時，日本經產省有鑑於數位內容產業技術發展成熟，但確未能引發市場效應，1996 年 4 月舉行「多媒體數位內容流通研究會」，邀請製作公司、出版公司 (publisher)、流通／傳送公司等共 14 家與數位內容有關的公司齊聚一堂，討論阻礙此業界發展的要因等，歸納出三個重要阻礙要因：(1)未整頓資金供給環境；(2)未整頓流通／行銷環境；(3)權利關係不明確。

在通產省的斡旋下設立了株式會社 Japan Digital Contents (當時)，在設立公司的同時，為了讓具創意卻缺乏資金力的中小型製作公司可一面保有著作權，一面接受適當的收益分配，而設立了東京多媒體基金 (TMF)。Japan Digital Contents 信託株式會社 (JDC 信託) 將向投資人募集而來的資金，針對內容製作專案進行投資，亦計畫支援行銷和著作權管理等。

後由業界新手、金融／法律／稅務等專家提出 JDC 模式的構想企劃案，1996 年 12 月以後，由民間企業進行檢討，贊同企劃者擬定具體的事業計劃，1997 年 11 月取得由 TOYOTA 自動車、日本 VICTOR、NTT DATA、伊藤忠、丸紅 5 家公司出資之共識，1998 年 3 月以協助數位內容業界之發展，以整頓資金供給環境、流通／行銷環境等為目的，設立 JDC，TMF 開始營運。

### 2. 事業概要說明

該公司為主要處理著作權等智慧財產權的信託公司，負責安排對內容（Contents）製作的投資和建構事業相關業務。業務內容可大分為信託業務和兼營業務。

### (1)信託業務

2004年12月，日本信託業法82年來首次進行了修訂，除了使著作權和專利權等智慧財權可以全新進行信託外，金融機構以外的一般事業公司亦可參與信託業。該公司依據修訂後的信託業法，於2005年5月取得一般事業公司的第1張執照，並自同年6月起，展開信託業務。為了發揮創業以來培育的內容（Contents）評估和管理、運用相關經驗技術，以扮演資金市場的核心角色，投入智慧財產權信託業務。

### (2)兼營業務

此為該公司展開信託業務前即從事的業務，除了針對內容事業（Contents Business）之事業化提供諮詢、以及針對經營模式（Business Model）之建構提供支援外，尚包括向動畫內容權利持有人收取作品，再針對寬頻傳輸業者提供作品之內容整合（Aggregation）業務、以及常設的內容投資基金「東京多媒體基金（TMF）」之營運、管理等業務。

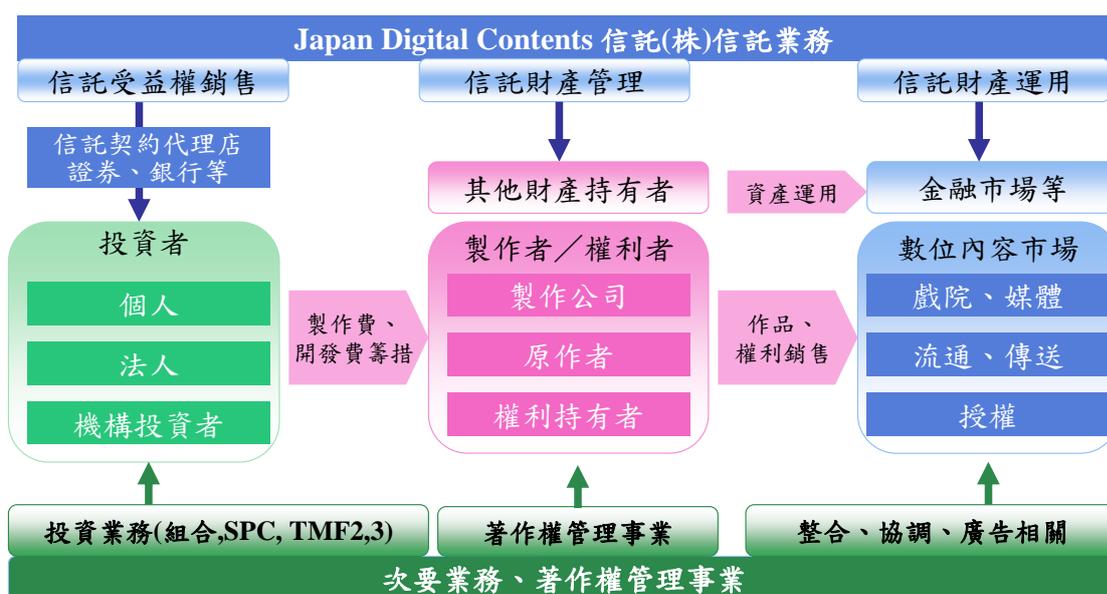


圖 18 JDC 信託業務運作模式

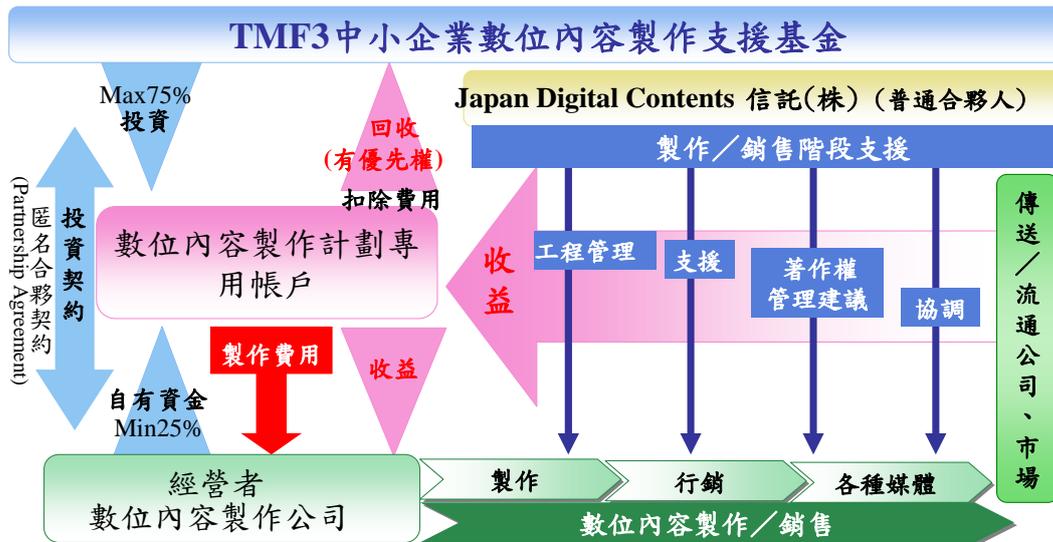


圖 19 TMF 製作支援及營收分配模式

### 3. 投融資對象：

投融資對象為所有數位內容，不限領域。對象包含娛樂用、商業用、教育用等所有用途，不論目標對象是一般消費者或專家，也不管流通形態是盒裝銷售、上映、播送或傳送等。

### 4. 投融資金額：

總事業費用 75% 以下，上限為 1 億日元（惟融資原則上僅承做過渡性貸款 (Bridge Loan)，並以證明文件上記載的金額為上限）。此外，每家公司(集團)的投資餘額上限亦為 1 億日元。

### 5. 回收條件：

- (1) 選定之被投資企業應與 TMF3 締結匿名合夥契約 (Partnership Agreement)，並開立計劃專用的銀行帳戶。
- (2) 有關製作物之著作權等權利，原則上歸製作者所有。
- (3) 投資後進度狀況，應依照契約規定，定期提出報告，由 TMF3 檢查。
- (4) 投資資金經由以下方法，由成果物之銷售收益等回收。

①在達到 TMF3 投資額 100% 為止，收益由 TMF3 優先回收。

②之後參考下表比率，分配給 TMF3 及製作者。

TMF3 投資比率	~10%	~20%	~30%	~40%	~50%	~60%	~70%	~75%
TMF3 分配比率	10%	20%	30%	34%	38%	43%	50%	55%
製作者分配比率	90%	80%	70%	66%	62%	57%	50%	45%

③TMF3 的回收上限為投資額的 3 倍，之後由製作者 100% 回收。

#### 6. 融資條件：

融資期間：1 個月以上 12 個月以下，融資利率：年息 5 ~ 15%，資金用途：原則上僅承做與案件相關之 Bridge Loan，公司營運週轉金非承做對象，還款：根據簽約時協議之還款計畫還款。

#### 7. 營運績效：

1998 年創設第 1 基金 (TMF1) 以後，2001 年又創設第 2 基金 (TMF2)，2005 年再創設第 3 基金 (TMF3)，在過去 10 年間總共投資了 88 個案件/29 億日元以上，累積了一定的投資績效。

## 伍、 建議

### 一、 促成台日韓共構「亞洲內容共同體」，創造共存共榮的發展環境

台日韓具有共通的文化背景及價值觀，有利於共同合作創造新的商業環境，會後擬透過三國執行單位的工作層級賡續促成，期於 2009 年在韓國舉辦之論壇會議中完成 MOU 簽署，成為第一波創始會員國。

綜整業產業關切議題，2009 年首爾會議在亞洲數位內容共同體之下，共同議題包括：(1)智財權保護、(2)共同研究開發(含拓展市場)、(3)共同研究數位科技保護智財權。

### 二、 促進台日韓共同合作網路侵權查緝技術研究

在亞洲共同製作議題上官方和民間所扮演的角色不同，為尊重市場自由機制，官方通常涉入不深，但建全產業發展環境是官方責任，內容侵權問題及產權保護亦為官方應積極參與的部分。網路侵權問題為各國關切議題，日方利用科技系統—動畫檢索系統進行查緝；韓方利用音頻指紋技術並預計明年開發視頻技術，透過論壇促成與會各國同意就科技系統檢索技術進行合作。

### 三、 參考日本「CoFesta2008」活動模式，整合數位內容與文化創意相關活動，擴大推廣宣導活動能量提高綜效

日本於今年度首度推出「CoFesta2008」活動型態，在各地陸續推展數位內容相關活動，營造出連續性遍地開花的嘉年華會氛圍，擴大民眾參與度及參與深度。

建請未來台灣數位內容相關活動時，可參考此策略性做法，即如：2010

年由台灣主辦論壇活動時，可結合數位內容產業直接活動，如台北國際電玩展(Taipei Game Show)、數位內容產品獎等活動辦理，外圍單位則可與數位臺北市政府主辦 2010 台北國際花博、國貿局委辦、貿協與台創主辦的「台灣國際文化創意產業展覽會」合作規劃國際廣宣，創造「數位、文化、創意台灣」的嶄新意象，以吸引多領域海外業者參與，擴大活動的能量，提升數位內容廠商跨業合作商機。

日本配合「CoFesta2008」活動設有專屬網站，建請 2010 年由台灣主辦論壇活動時，可結合實體現場展覽，以及網路虛擬展，延伸擴大遞延效應，提高綜效。

#### **四、引進日本動畫製作委員會概念，健全動畫產業鏈之關鍵環節**

日本的動畫製作委員會的形成，主要是基於降低風險的概念。一部動畫作品透過電視台或電影公司、廣告公司、玩具商、遊戲軟體公司、動漫作品原創的出版商等共同投資，一方面分散了新產品開發的風險，另一方面拓寬了資金的籌集渠道。

以台灣動畫業者普遍為中小企業的現狀來看，師法日本的動畫製作委員會不啻為降低風險、籌措資金的好方法。台灣動畫業者對於這樣的商務模式雖然表示認同，也希望未來可以朝此方面進展，但截至目前，業者之間因為彼此的互信度，還有對於產品的認同度、市場的認同、利益分配等等問題，動畫製作委員會的想法一直在台灣未能形成。

因此，建議我方未來在輔導動畫廠商，推動動畫產業進步的同時，亦也要重視動畫周邊其他產業的反應，加強異業間的聯繫與合作，以增加異業間的信任感，繼以推動異業結盟的動畫製作委員會成立，健全動畫產業鏈之關鍵環節。

## 五、宜加強衍生產品的開發，及電視與網路傳媒的應用普及，以提升動畫產業的收益

電視與網路傳媒的應用普及將會帶動動畫作品放映管道選擇的多元，衍生產品的開發成功更將帶來豐渥的收益，有助於動畫業者的成本回收，甚至進而推動下一部作品的開發。

如東映動畫公司所表示，一個作品的收益，有七至八成來自衍生產品成功運作。因此，未來我方在輔導動畫業者時，應多建議廠商需將衍生產品的發展併入整個動畫開發計畫執行中，甚至應提醒業者，在進行動畫作品開發之際，必須考量到角色人物的衍生性與商業性，以確保衍生事業的成功。

## 陸、 附錄

一、 台日韓論壇會議簡報

二、 2008 年度日本內容產業概況

三、 韓國數位內容產業 2008 年度報告

四、 JDC 信託模式介紹