

数字で見る

メディア・ソフトの制作・流通の実態

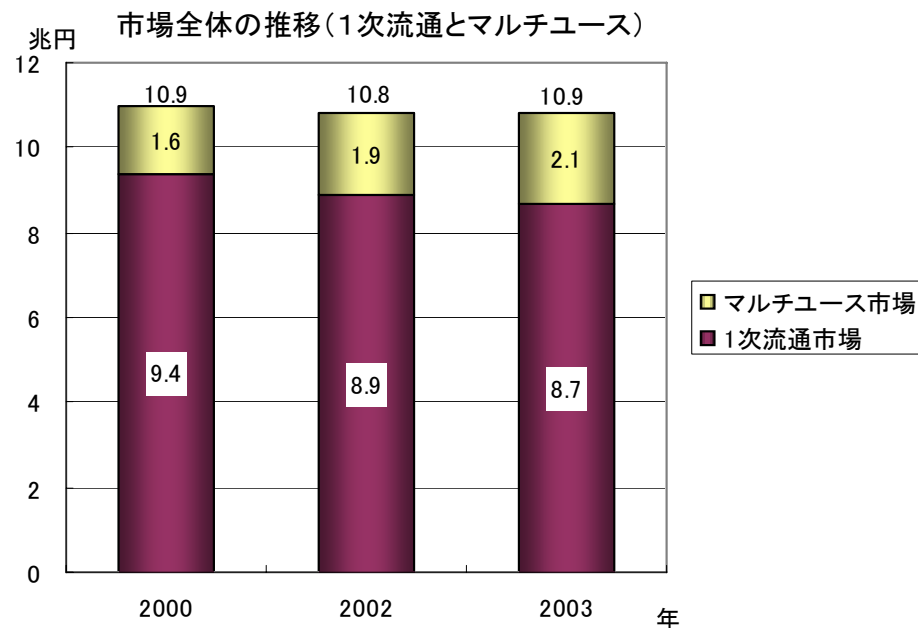
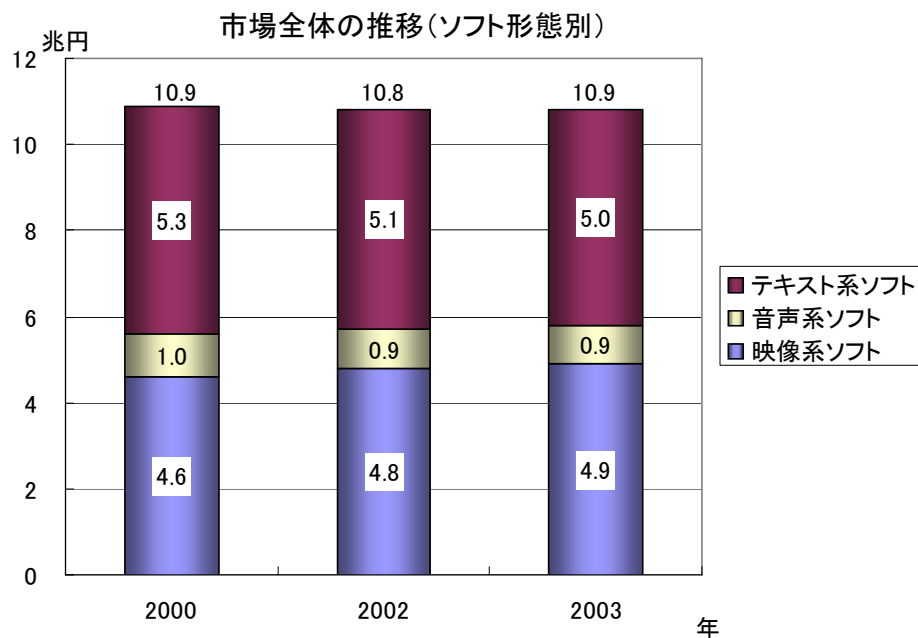
～ 時代はネット配信へ～

平成17年7月

情報通信政策研究所(IICP)調査研究部

1. メディア・ソフト市場の動向(映像系ソフト市場とマルチユース市場の拡大①)

メディア・ソフトの市場全体は約11兆円で停滞しつつも、
2003年は縮小から拡大への兆し(前年比437億円増)。



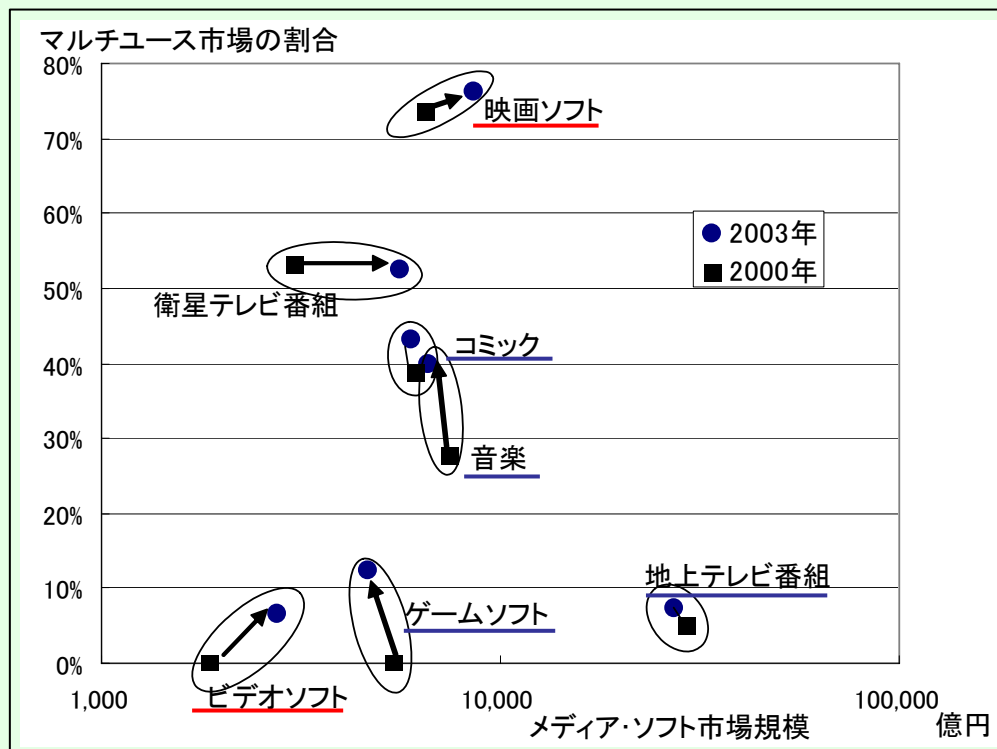
- テキスト系・音声系ソフトが縮小傾向。
- **映像系ソフトの市場は、2003年(4.9兆円)までの3年間、年平均約1千億円ずつ拡大。**

- 一次流通市場が縮小。
- **マルチユース市場は、2003年(2.1兆円)までの3年間、年平均約2千億円ずつ拡大。**

1. メディア・ソフト市場の動向(映像系ソフト市場とマルチユース市場の拡大②)

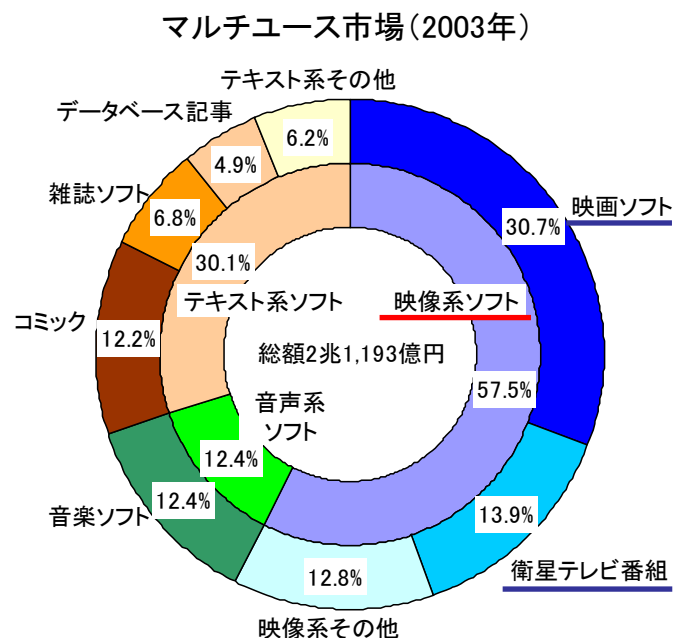
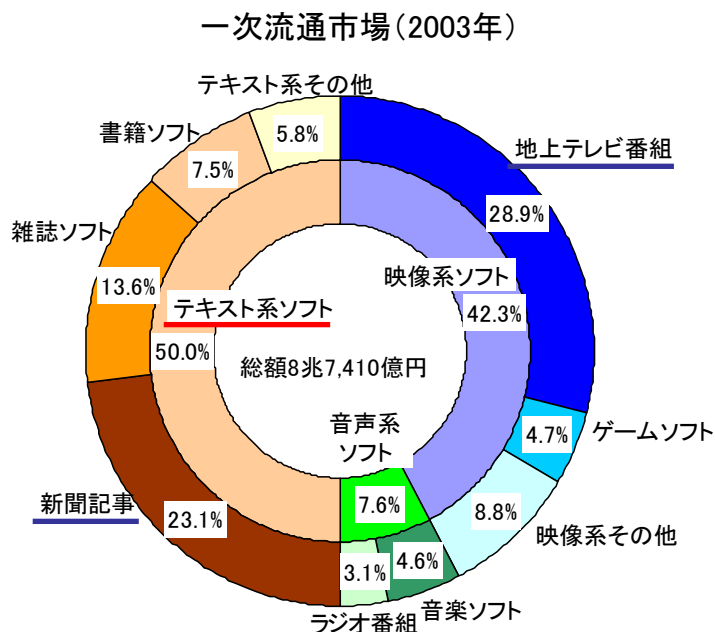
- 映画ソフトなどは、市場規模もマルチユース市場の割合も拡大。
- ゲーム、音楽ソフトなどは市場規模が縮小するも、マルチユース市場の割合は増加。

メディア・ソフトの市場規模とマルチユース



《参考》ソフト別の構成比

一次流通市場では、テキスト系ソフトが5割を占め依然大きい、
 マルチユース市場では、映像系ソフトが6割弱と最大。



- 一次流通市場では、地上テレビ番組 (約29%)、新聞記事 (約23%) の割合が大きい。

- マルチユース市場では、映画ソフト (約31%)、衛星テレビ番組 (約14%) の割合が大きい。

《参考》メディア・ソフトの市場規模(2003年)

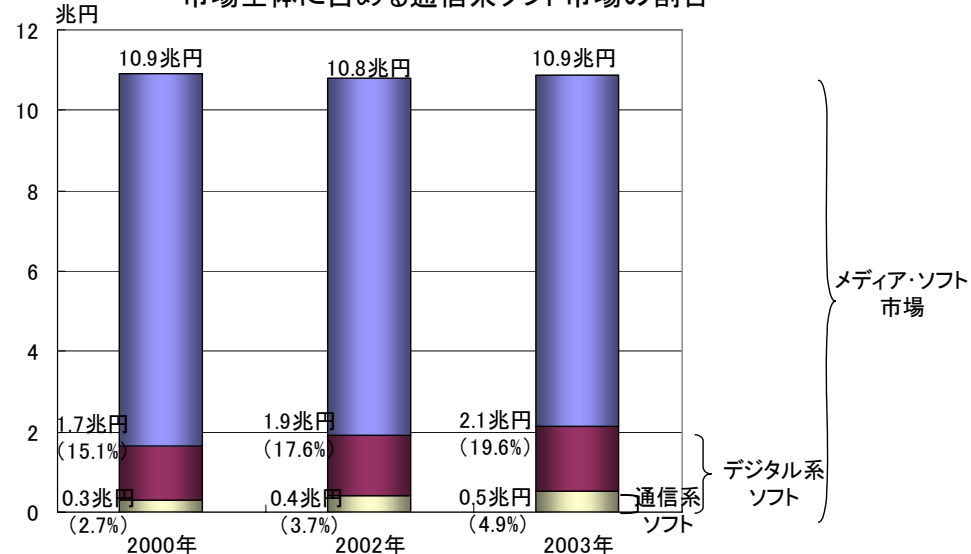
メディア・ソフトの 分類	合 計		一次流通市場		マルチユース市場	
	市場規模(億円)	対2002年増減率	市場規模(億円)	対2002年増減率	市場規模(億円)	対2002年増減率
映像系ソフト	49,184	2.5%	37,000	0.1%	12,183	10.6%
映画ソフト	8,543	5.7%	2,033	3.3%	6,510	6.4%
ビデオソフト	2,760	-2.9%	2,581	-4.4%	180	25.8%
地上テレビ番組	27,203	-0.1%	25,245	-0.2%	1,959	0.8%
衛星テレビ番組	5,625	11.4%	2,673	3.2%	2,952	20.0%
CATV番組	67	8.3%	67	8.3%	-	-
ゲームソフト	4,676	-0.7%	4,092	-6.1%	583	66.4%
ネットオリジナル	310	※	310	※	-	-
音声系ソフト	9,317	-1.5%	6,679	-6.1%	2,638	12.6%
音楽ソフト	6,620	-2.2%	3,985	-10.1%	2,635	12.7%
ラジオ番組	2,694	0.2%	2,691	0.3%	3	-43.5%
ネットオリジナル	3	※	3	※	-	-
テキスト系ソフト	50,103	-1.2%	43,731	-2.4%	6,372	7.7%
新聞記事	20,798	-1.5%	20,184	-2.2%	614	28.9%
コミック	5,985	-1.4%	3,408	-4.4%	2,577	2.9%
雑誌ソフト	13,299	-2.5%	11,851	-3.0%	1,448	1.8%
書籍ソフト	7,281	-4.8%	6,584	-5.2%	698	-0.1%
データベース記事	2,540	12.5%	1,505	4.5%	1,035	26.6%
ネットオリジナル	200	※	200	※	-	-
合 計	108,604	0.4%	87,410	-1.7%	21,194	10.0%

(注) 地上・衛星テレビ、CATV、ラジオ番組、データベース記事、ネットオリジナルの数値は年度、その他は年ベース。
四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。「※」は2002年のデータがない新市場。

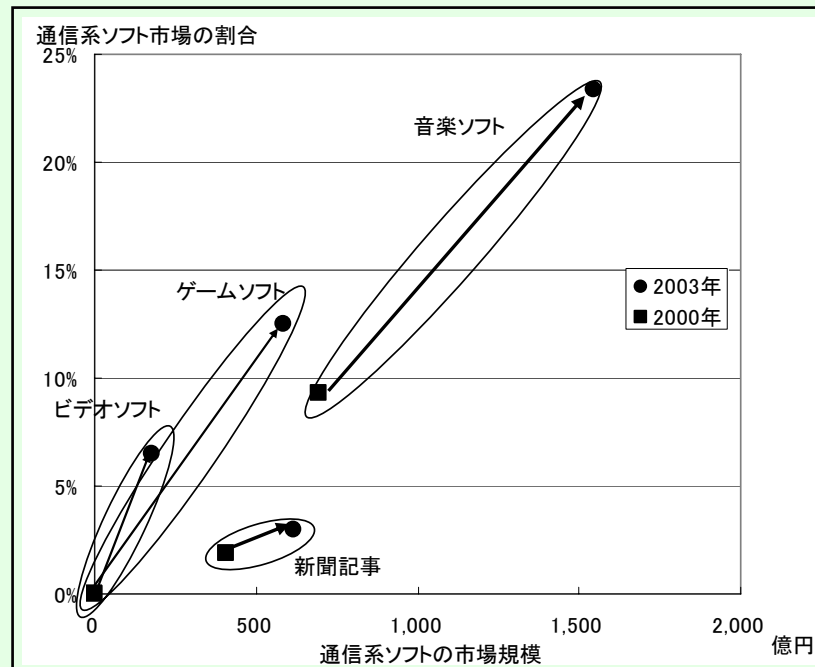
2. メディア・ソフト市場の動向(ネットワーク流通市場の立ち上がり)

- インターネットや携帯電話などネットワークで流通する通信系ソフトの2003年の市場(約5,400億円)は、2000年と比べ2,400億円増加。
- 市場全体の約5%だが、急速に立ち上がり。

市場全体に占める通信系ソフト市場の割合



ネットワーク配信の進展

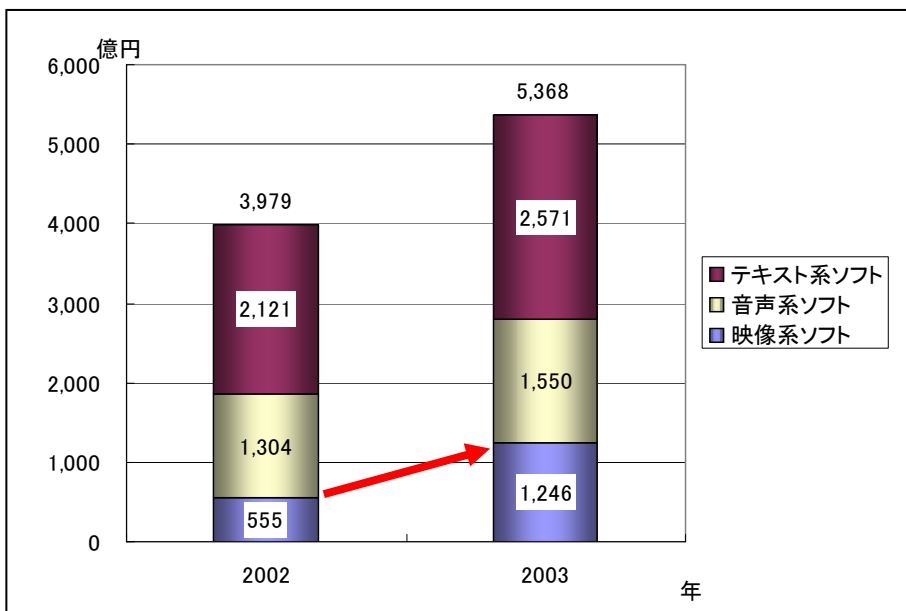


この3年間で、音楽ソフト(着メロ・着うたなど850億円増)、ゲームソフト(オンラインゲームなど580億円増)が拡大。

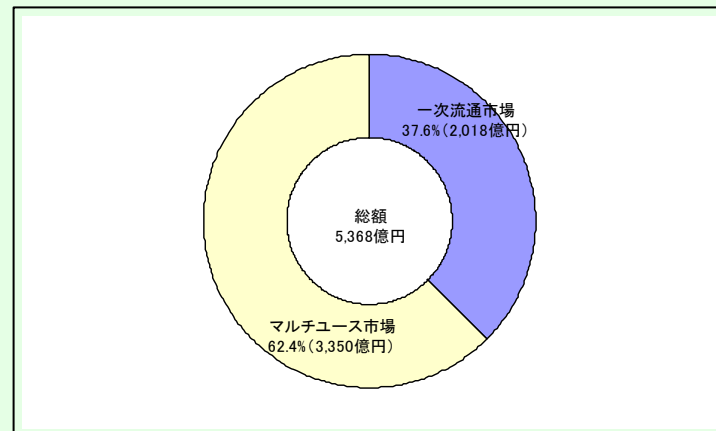
《参考》通信系ソフトの市場規模

- 通信系ソフトの2003年の市場(約5,400億円)は、2002年と比べ1,400億円増加。
- なかでも、映像系ソフトの増加率が最も大きい(2003年は2002年の2.2倍)。
- ネット配信オリジナルのソフトの市場も。

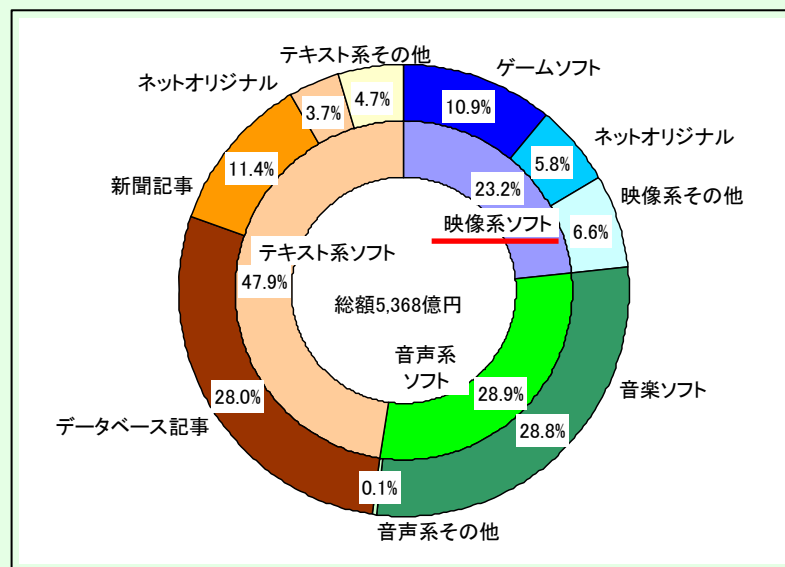
通信系ソフトの市場規模の推移



流通段階別の構成比(2003年)



ソフト形態別の構成比(2003年)



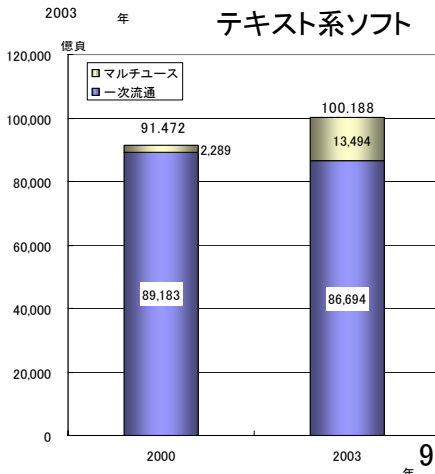
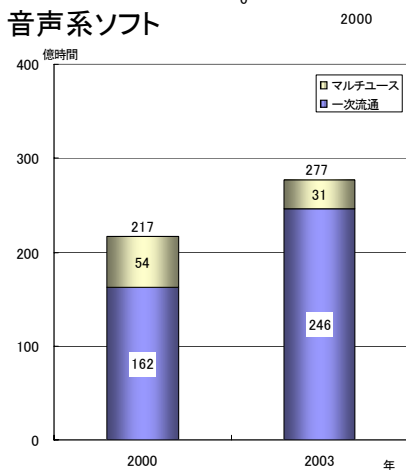
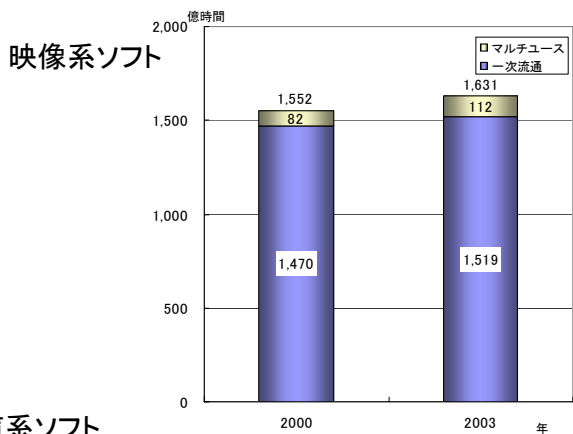
《参考》通信系ソフトの市場規模(2003年)

メディア・ソフトの 分類	合 計		一次流通市場		マルチユース市場	
	市場規模(億円)	対2002年増減率	市場規模(億円)	対2002年増減率	市場規模(億円)	対2002年増減率
映像系ソフト	1,246	124.7%	310	※	936	68.8%
映画ソフト	95	216.5%	-	-	95	216.5%
ビデオソフト	180	25.8%	-	-	180	25.8%
地上テレビ番組	65	106.1%	-	-	65	106.1%
衛星テレビ番組	14	※	-	-	14	※
CATV番組	-	-	-	-	-	-
ゲームソフト	583	66.4%	-	-	583	66.4%
ネットオリジナル	310	※	310	※	-	-
音声系ソフト	1,550	18.9%	3	※	1,547	18.7%
音楽ソフト	1,544	18.9%	-	-	1,544	18.9%
ラジオ番組	3	-43.5%	-	-	3	-43.5%
ネットオリジナル	3	※	3	※	-	-
テキスト系ソフト	2,571	21.2%	1,705	18.4%	866	27.2%
新聞記事	614	28.9%	-	-	614	28.9%
コミック	28	27.5%	-	-	28	27.5%
雑誌ソフト	167	27.5%	-	-	167	27.5%
書籍ソフト	57	10.8%	-	-	57	10.8%
データベース記事	1,505	4.5%	1,505	4.5%	-	-
ネットオリジナル	200	※	200	※	-	-
合 計	5,368	34.9%	2,018	40.1%	3,350	31.9%

(注) 四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。「※」は2002年のデータがない新市場。

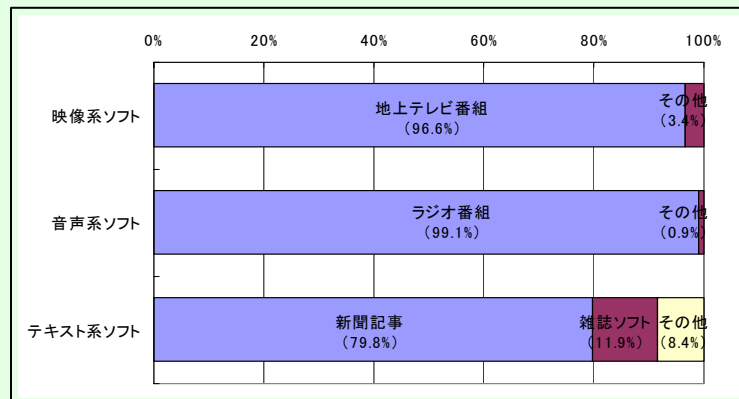
《参考》メディア・ソフトの流通量の推移

- メディア・ソフトの流通量は、2000年から2003年の間、映像系、音声系、テキスト系とも増加。
- マルチユース市場は、映像系、テキスト系ソフトが増加。音声系ソフトは減少。

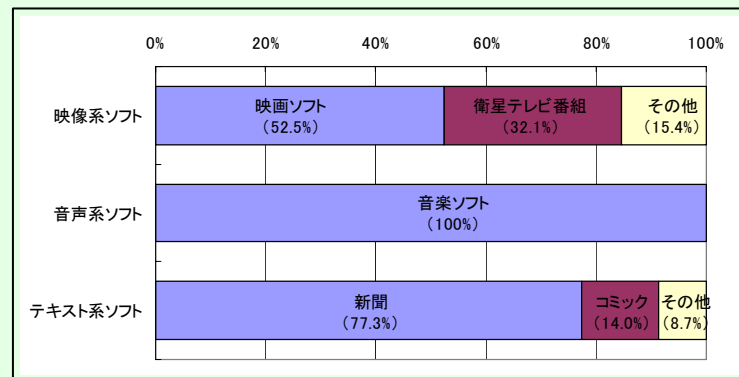


流通量の構成比

●一次流通市場(2003年)



●マルチユース市場(2003年)



《参考》メディア・ソフトの流通量(2003年)

メディア・ソフトの 分類	合 計		一次流通市場		マルチユース市場	
	流通量	対2002年増減率	流通量	対2002年増減率	流通量	対2002年増減率
映像系ソフト	1,630.6	2.4%	1,518.9	1.3%	111.7	19.4%
映画ソフト	61.1	-2.5%	2.4	1.0%	58.7	-2.7%
ビデオソフト	3.4	9.0%	2.8	-10.4%	0.6	※
地上テレビ番組	1,483.5	1.3%	1,467.8	1.2%	15.7	8.1%
衛星テレビ番組	79.7	33.5%	43.8	7.1%	35.9	90.9%
CATV番組	0.2	6.6%	0.2	6.6%	-	-
ゲームソフト	2.4	50.4%	1.5	-4.7%	0.9	※
ネットオリジナル	0.3	※	0.3	※	-	-
音声系ソフト	277.4	-8.8%	246.2	-5.6%	31.2	-28.0%
音楽ソフト	33.4	-27.0%	2.1	-6.7%	31.2	-28.0%
ラジオ番組	244.1	-5.6%	244.1	-5.6%	0.0	※
ネットオリジナル	0.0	※	0.0	※	-	-
テキスト系ソフト	100,188.3	11.1%	86,694.1	-1.2%	13,494.1	453.5%
新聞記事	79,574.4	14.3%	69,143.4	-0.7%	10,431.0	※
コミック	8,106.8	-2.5%	6,218.6	-4.7%	1,888.2	5.4%
雑誌ソフト	11,057.3	2.3%	10,301.5	-2.2%	755.8	178.9%
書籍ソフト	1,410.7	0.6%	1,020.1	-3.0%	390.6	11.3%
データベース記事	33.5	20.9%	5.0	4.2%	28.5	24.5%
ネットオリジナル	5.5	※	5.5	※	-	-

(注) 流通量の単位: 映像系・音声系ソフト(億時間)、テキスト系ソフト(億頁)

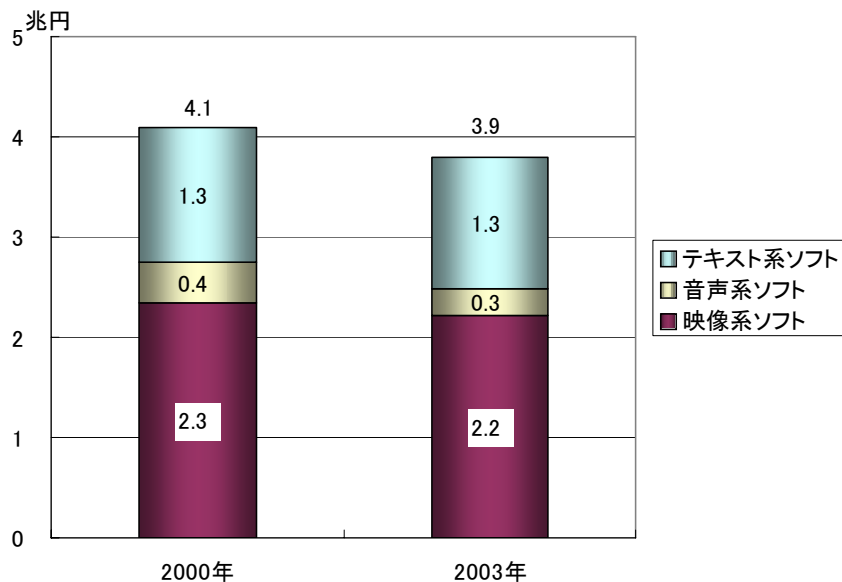
地上・衛星テレビ、CATV、ラジオ番組、データベース記事、ネットオリジナルの数値は年度、その他は年ベース。

四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。「※」は2002年の流通量が極めて小さいか、2002年のデータがないもの。

3. メディア・ソフトの制作の動向

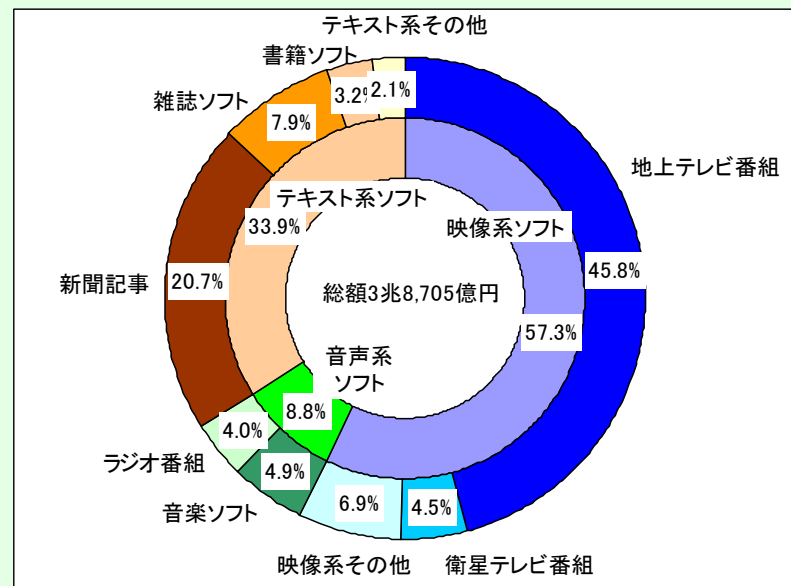
- メディア・ソフト全体の制作金額は2003年(3.9兆円)までの3年間で、約3,000億円減少。
- 映像系、音声系、テキスト系とも微減。

メディア・ソフト全体の制作金額の推移



- 映像系ソフトが6割弱と最大。
- 地上テレビ番組(46%)、新聞記事(21%)が大きい。

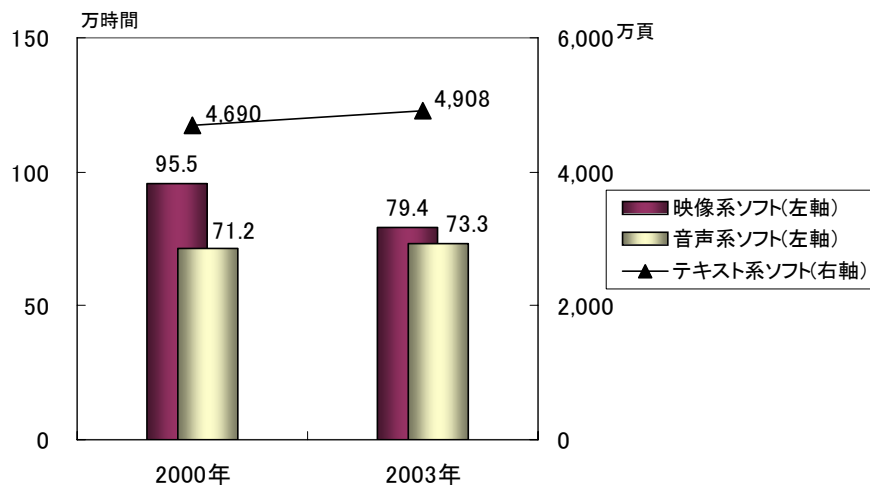
制作金額の構成比(2003年)



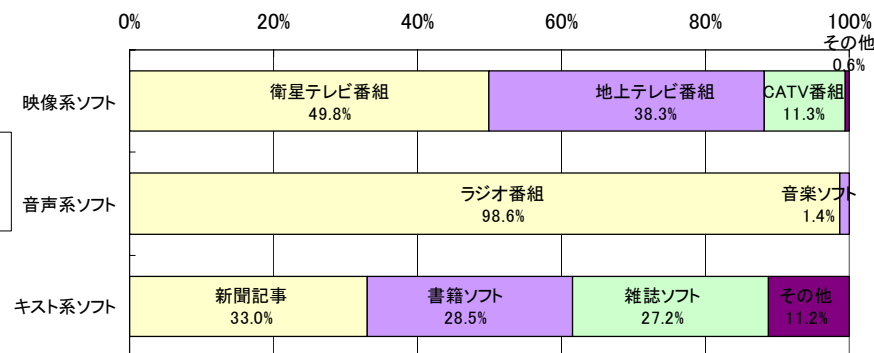
《参考》メディア・ソフトの制作量の推移

- メディア・ソフトの制作量は、音声系、テキスト系ソフトが増加。映像系ソフトが減少。
- 制作量の構成比では、ラジオ番組や衛星テレビ番組が大きい。

メディア・ソフト制作量の推移



制作量の構成比(2003年)



《参考》メディア・ソフトの制作金額・制作量(2003年)

メディア・ソフトの分類	制作金額(億円)	対2002年増減率	制作量	対2002年増減率
映像系ソフト	22,168	-0.1%	794,473	-11.5%
映画ソフト	1,058	0.7%	441	0.7%
ビデオソフト	560	-39.5%	2,880	-40.3%
地上テレビ番組	17,746	2.8%	304,134	5.3%
衛星テレビ番組	1,749	-1.8%	395,729	-23.0%
CATV番組	117	7.4%	89,933	1.4%
ゲームソフト	938	-12.1%	1,356	3.2%
音声系ソフト	3,417	-6.5%	733,214	2.9%
音楽ソフト	1,883	-9.8%	10,631	3.7%
ラジオ番組	1,535	-2.2%	722,582	2.9%
テキスト系ソフト	13,120	-0.9%	4,908	-1.5%
新聞記事	8,029	0.3%	1,622	-0.1%
コミック	538	2.5%	180	2.3%
雑誌ソフト	3,052	-3.0%	1,336	1.2%
書籍ソフト	1,228	-4.9%	1,400	-0.2%
データベース記事	272	-2.6%	371	-19.6%
合計	38,705	-1.0%	—	—

(注) 制作量の単位: 時間(テキスト系ソフトのみ万頁)

地上・衛星テレビ, CATV, ラジオ番組、データベース記事の数値は年度、その他は年ベース。

四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。

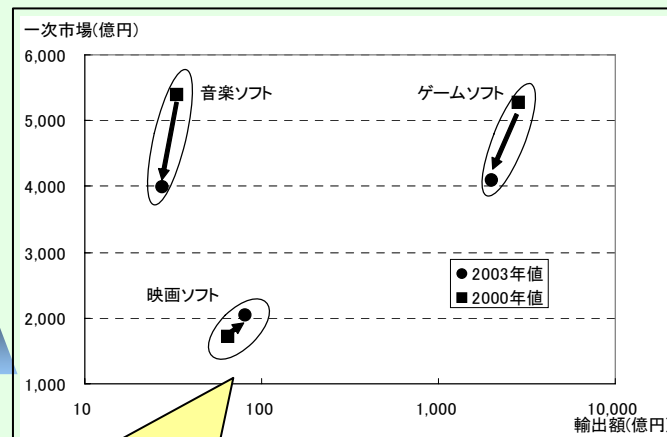
4. メディア・ソフトの輸出入の動向

海外収支

- ゲームソフトは約66倍の輸出超過。
- 映画(約8倍)、音楽(約10倍)は輸入超過。
- これら全体では、約750億円の輸出超過。
⇒日本はゲームソフト主導のソフト輸出国。

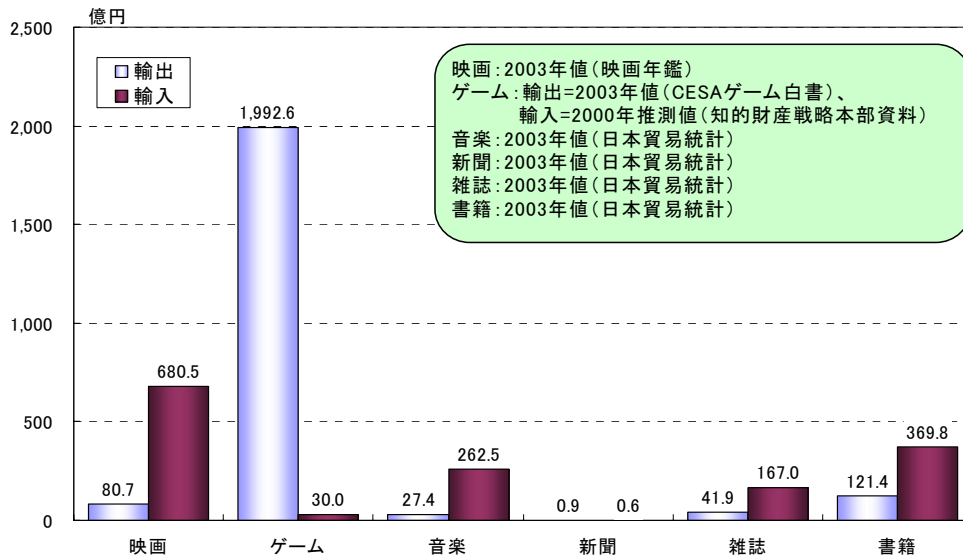
輸出の動向

主なソフトの一次流通市場規模と輸出額の推移

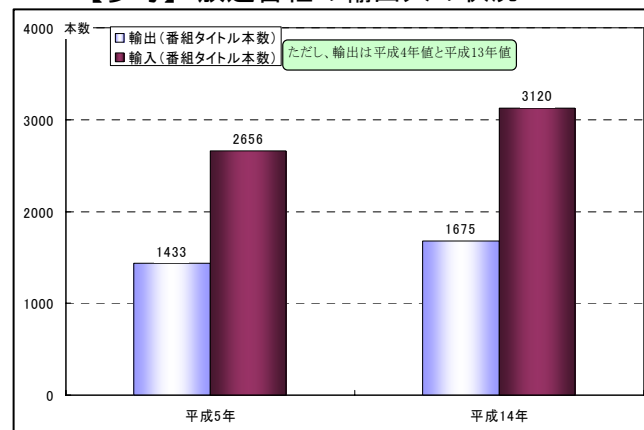


音楽、ゲームは一次流通、輸出とも縮小傾向。
映画は一次流通、輸出とも拡大傾向。

メディア・ソフト別輸出入の状況



【参考】放送番組の輸出入の状況



NHK放送文化研究所年報より作成

【付録】

調査手法

調査の枠組み

メディア・ソフト市場の全体像(トレンド)

- メディア・ソフト市場全体は、縮小傾向(その中で明るい兆し)。
 - ⇒ 一次流通市場の縮小とマルチユース市場の拡大
 - ⇒ 音声系・テキスト系ソフト市場の縮小と映像系ソフト市場の拡大
 - ⇒ ネットワーク流通市場の立ち上がり
- メディア・ソフトの制作金額は、減少傾向。
 - ⇒ 音声系、映像系、テキスト系とも微減(ただし、制作量では音声系、テキスト系で増加)
- メディア・ソフトの輸出入は、ゲームソフトが牽引する輸出超過。

各メディア・ソフト(映画、放送、ゲーム、音楽、出版など)の市場

金額単位

- メディア・ソフトの市場規模
一次流通市場とマルチユース市場の総計
- メディア・ソフト制作の規模
- メディア・ソフト輸出入の規模

時間/頁単位

- メディア・ソフトの流通量
一次流通とマルチユースの総計
- メディア・ソフトの制作量
- メディア・ソフトの輸出入量

【特徴】各業界での収益(業界の市場)ではなく、各ソフトの流通により発生する収益(ソフトの市場)を推計

《参考》メディア・ソフト市場の考え方①

●メディア・ソフトの定義

『メディア上で利用されることを目的として流通される情報ソフト』

●調査対象

利用者一般に向け流通され、経済活動として市場を形成しているもの(特定の者・個人の間で流通、明確な市場を形成しないものを除く)。

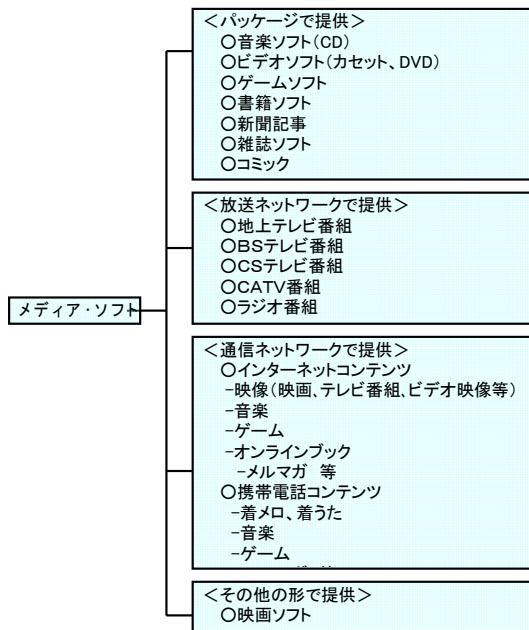
●流通経路の多様化 ～マルチユース～

メディア・ソフトは、ソフトによっては多数の経路(メディア)を使って流通。

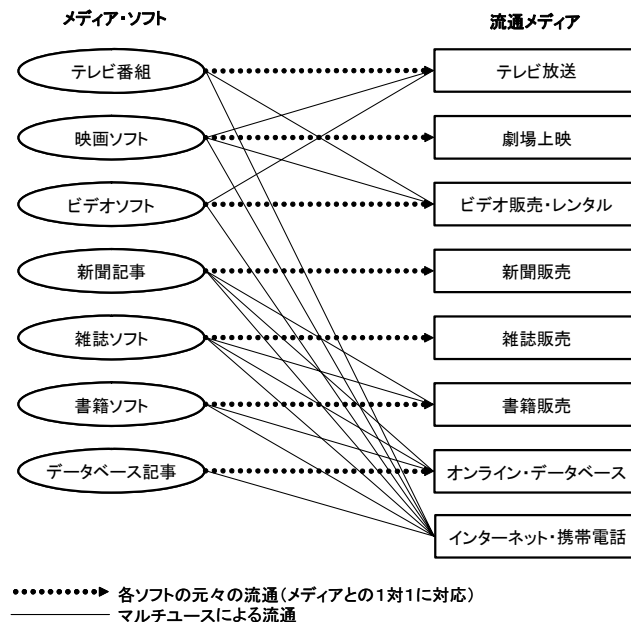
一次流通: ソフト制作時に最初に流通させることを想定した経路(メディア)での流通。

マルチユース: 最初に流通させたメディアとは別のメディアでの流通。

対象とするメディア・ソフトの例



流通経路の多様化(概念図)

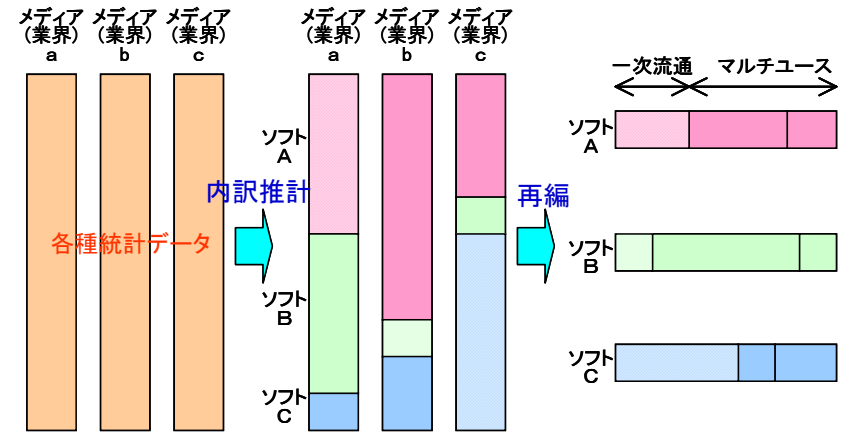


《参考》メディア・ソフト市場の考え方②

●「ソフトの市場」の把握

各メディア(業界)の統計データ(販売収入や広告収入など)のソフト別内訳を推計、これらをソフト別に再編成(ソフトの市場)。同時に、それら内訳が一次流通分か他メディアからのマルチユース分か区別しておくことで、再編された各ソフトの市場において、一次流通市場とマルチユース市場を算出。

「ソフトの市場」の把握(概念図)



メディア・ソフト市場の流通構造モデル

