

数字で見る

メディア・ソフトの制作・流通の実態

平成18年6月

情報通信政策研究所(IICP)調査研究部

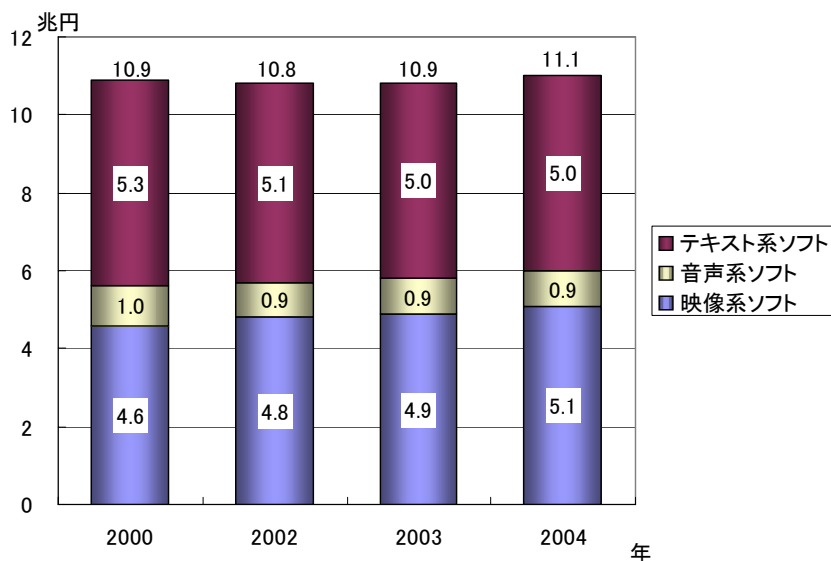
～目次～

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. 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）
3. メディア・ソフトの制作・流通の動向
4. メディア・ソフトの輸出入の動向
5. 資料
 - ・ メディア・ソフトの市場規模
 - ・ 通信系ソフトの市場規模
 - ・ メディア・ソフトの制作金額・制作量
 - ・ メディア・ソフトの流通量

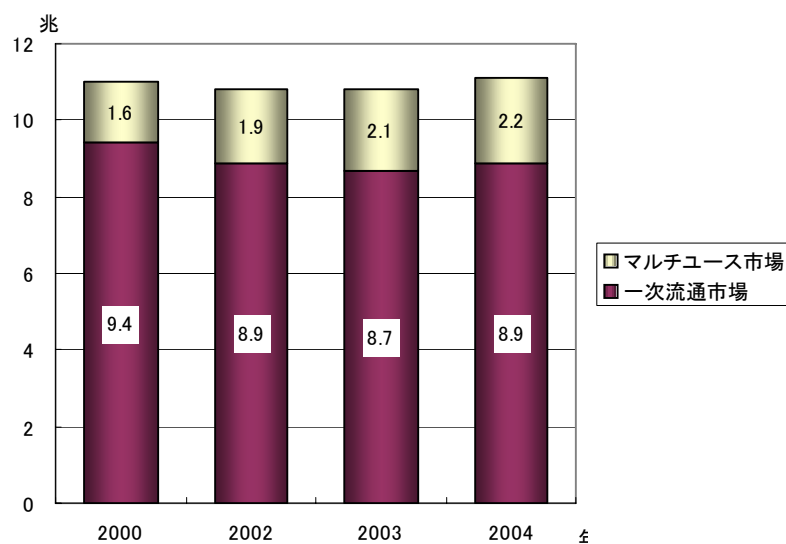
1. メディア・ソフト市場の動向(映像系ソフト市場とマルチユース市場の拡大①)

メディア・ソフトの市場全体は11兆円を突破
市場は拡大基調(前年比1.9%(2,023億円)増)。

市場全体の推移(ソフト形態別)



市場全体の推移(一次流通とマルチユース)



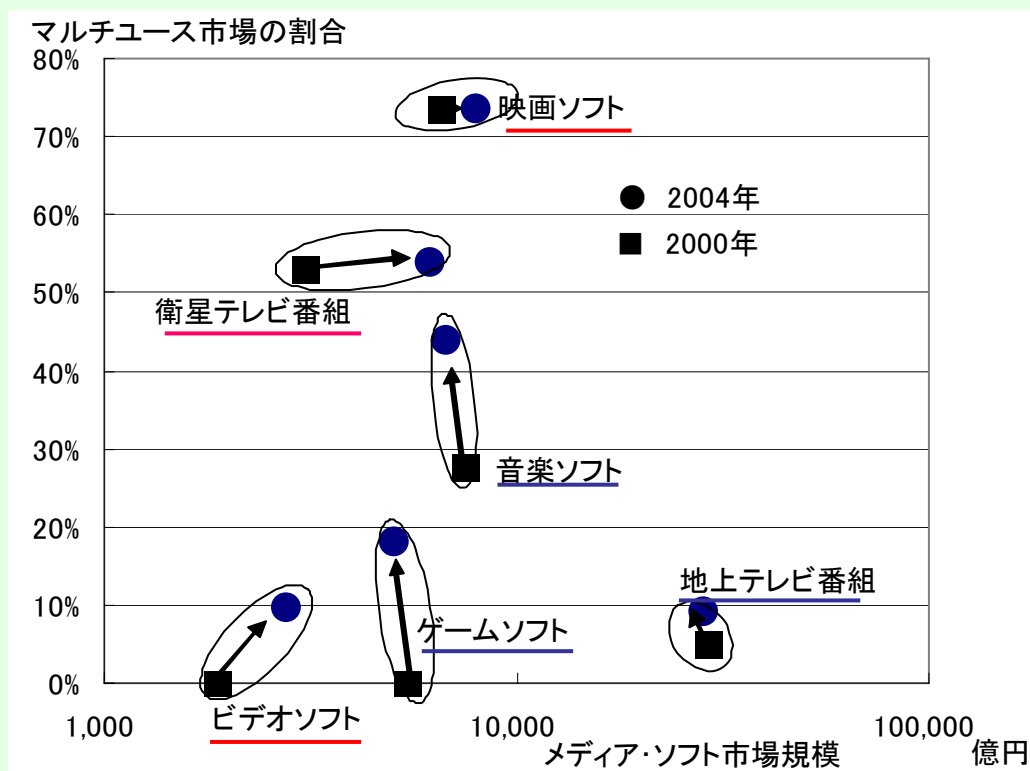
- テキスト系、音声系ソフトは微増。
- **映像系ソフトの市場**は拡大基調。前年比3.2%(1,568億円)増。

- **マルチユース市場**も拡大基調。
- マルチユースの占める割合は約20%(伸びは鈍化)。

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)

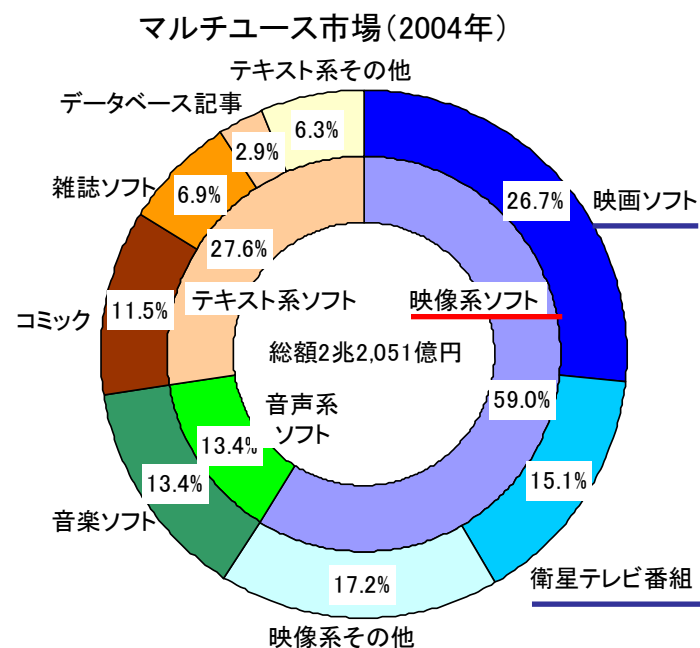
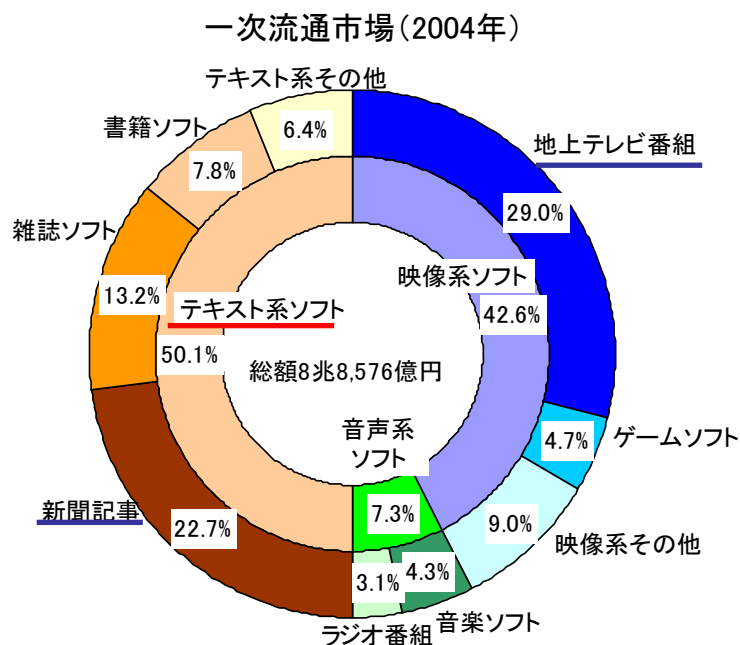
- ビデオソフトなどは、市場規模もマルチユース市場の割合も拡大。
- ゲーム、音楽ソフトなどは市場規模が縮小するも、マルチユース市場の割合は増加。

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。



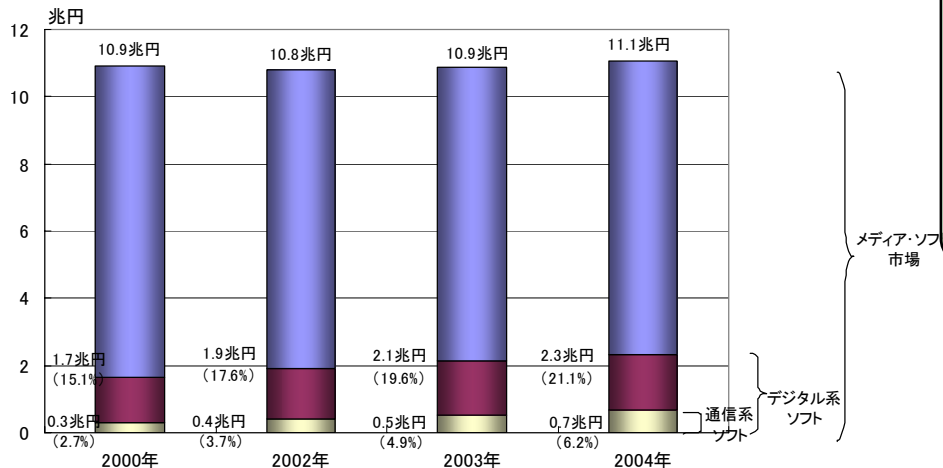
- 一次流通市場では、地上テレビ番組 (約29%)、新聞記事 (約23%) の割合が大きい。

- マルチユース市場では、映画ソフト (約27%)、衛星テレビ番組 (約15%) の割合が大きい。

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)

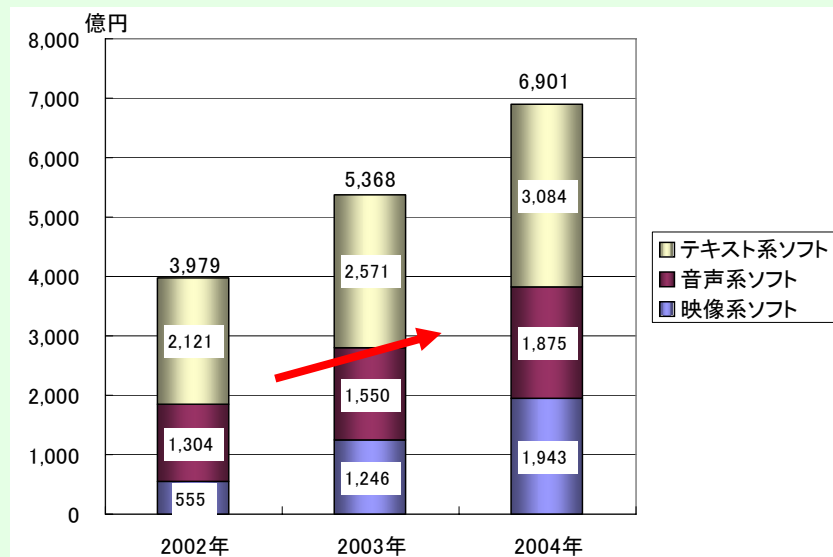
- PCインターネットや携帯インターネットなどネットワークで流通する通信系ソフトの2004年の市場(約6,900億円)は、2003年比28.6%(1,500億円)増加。2002年比73%(2,922億円)増加。
- 市場全体の約6%だが、順調に拡大。

市場全体に占める通信系ソフト市場の割合



デジタル系ソフト: CD、DVD、ゲームソフト、デジタル衛星放送番組、オフラインDB及び次の通信系ソフト
 通信系ソフト: PCインターネット、携帯インターネット、通信カラオケ、オンラインDBを通じて流通するソフト

ネットワーク配信の進展



・音楽ソフト(着メロ・着うたなど)、ゲームソフト(オンラインゲームなど)、ビデオソフトなどが拡大。

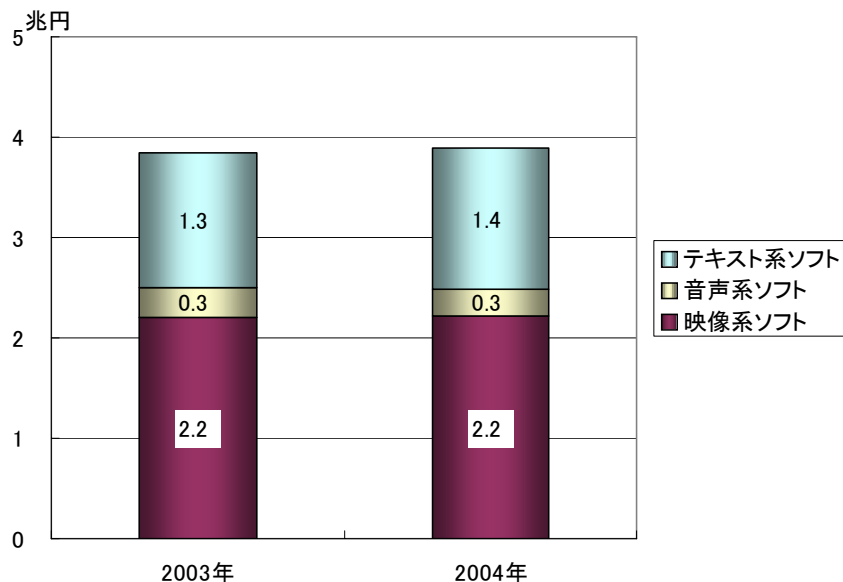
・映像系ソフトの増加率が最も大きい(2004年は2002年の3.5倍)。

3. メディア・ソフトの制作・流通の動向

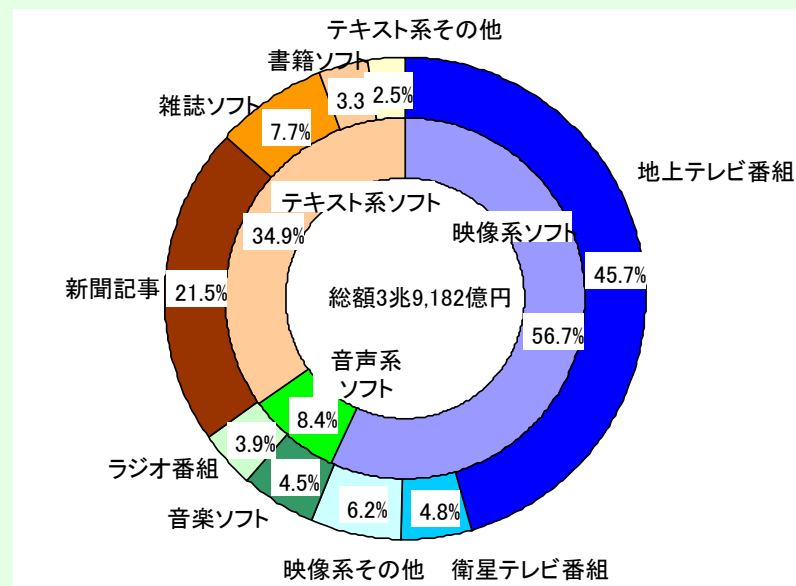
- 2004年のメディア・ソフト全体の制作金額は3.9兆円で前年から微増。
- 映像系、テキスト系とも微増。音声系は微減。

- 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(22%)が大きい。

メディア・ソフト全体の制作金額の推移

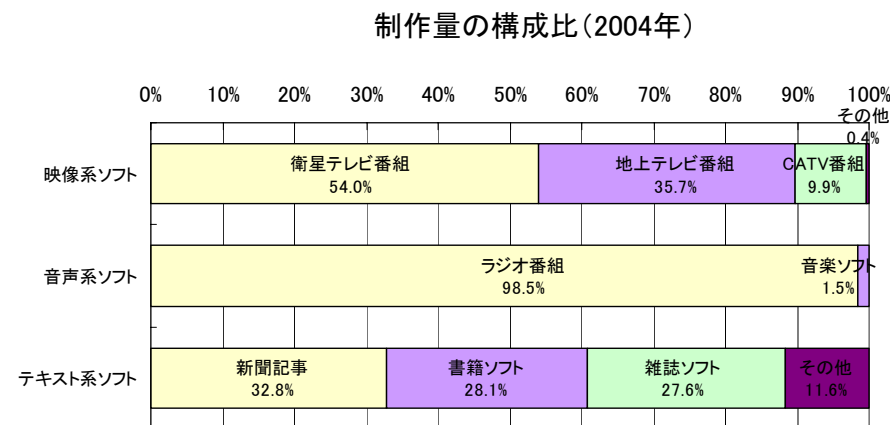
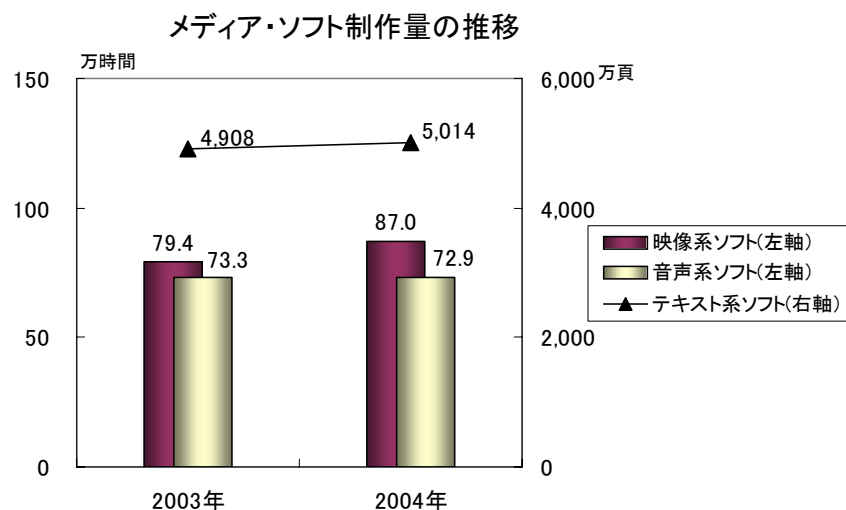


制作金額の構成比(2004年)



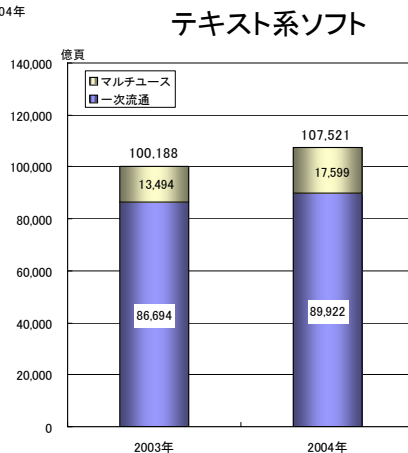
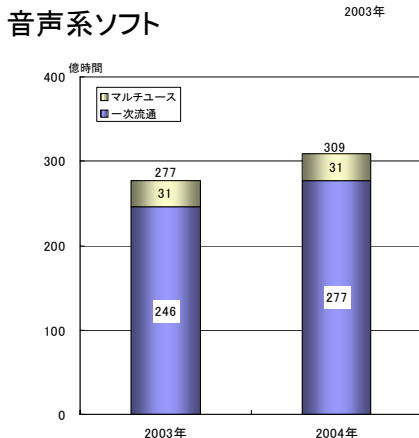
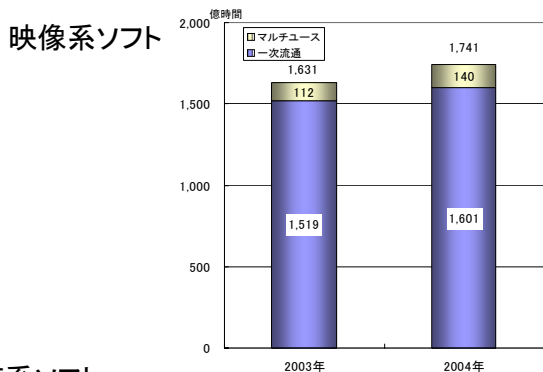
《参考》メディア・ソフトの制作量の推移

- メディア・ソフトの制作量は、映像系、テキスト系ソフトが増加。音声系ソフトが微減。
- 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。



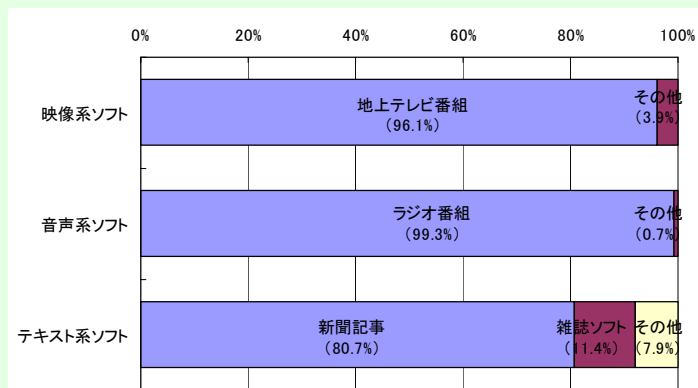
《参考》メディア・ソフトの流通量の推移

- メディア・ソフトの流通量は、2003年から2004年で、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、音声系、テキスト系とも増加。

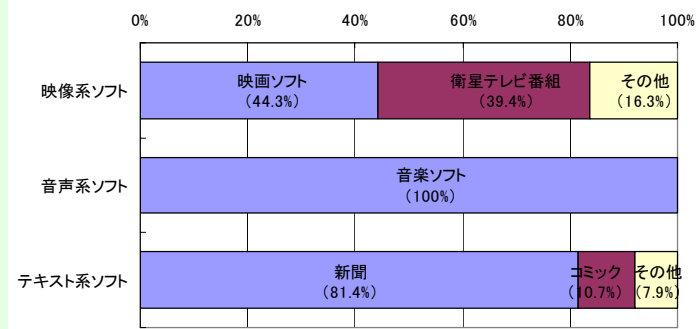


流通量の構成比

●一次流通市場(2004年)



●マルチユース市場(2004年)

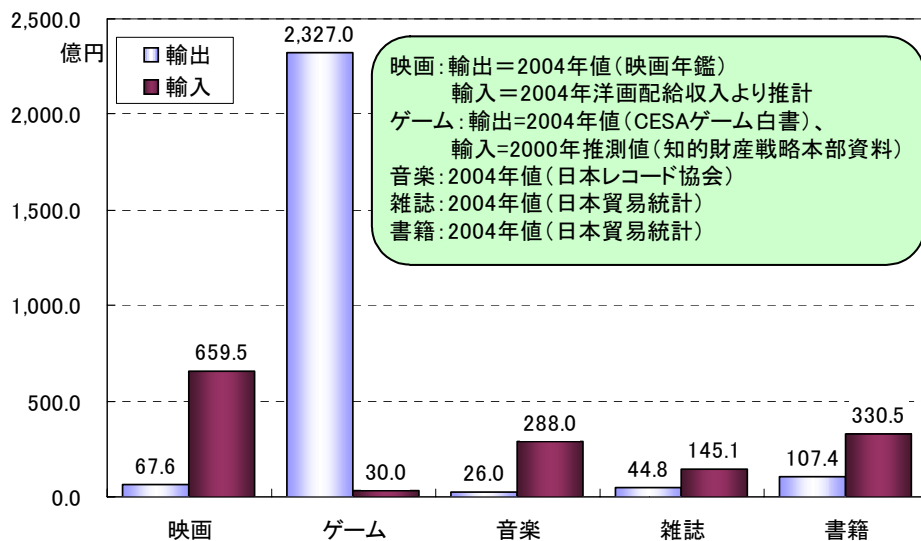


4. メディア・ソフトの輸出入の動向

海外収支

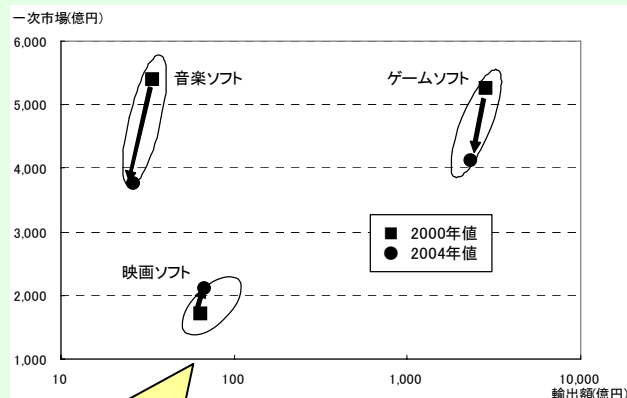
- ゲームソフトは約80倍の輸出超過。
- 映画(約10倍)、音楽(約10倍)は輸入超過。
- これら全体では輸出超過。
⇒日本はゲームソフト主導のソフト輸出国。

メディア・ソフト別輸出入の状況



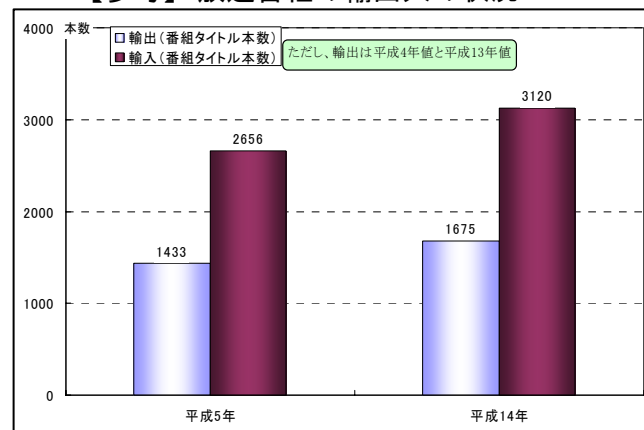
輸出の動向

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。

【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

5. 資料－メディア・ソフトの市場規模(2004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2003年増減率	市場規模(億円)	対2003年増減率	市場規模(億円)	対2003年増減率
映像系ソフト	50,752	3.2%	37,739	2.0%	13,013	6.8%
映画ソフト	7,993	-6.4%	2,109	3.8%	5,884	-9.6%
ビデオソフト	2,762	0.1%	2,493	-3.4%	269	49.8%
地上テレビ番組	28,279	4.0%	25,662	1.7%	2,617	33.6%
衛星テレビ番組	6,169	9.7%	2,838	6.2%	3,330	12.8%
CATV番組	69	4.0%	69	4.0%	—	—
ゲームソフト	5,033	7.6%	4,120	0.7%	913	56.6%
ネットオリジナル	448	44.4%	448	44.4%	—	—
音声系ソフト	9,444	1.4%	6,487	-2.9%	2,957	12.1%
音楽ソフト	6,727	1.6%	3,774	-5.3%	2,954	12.1%
ラジオ番組	2,713	0.7%	2,709	0.7%	3	11.4%
ネットオリジナル	3	11.4%	3	11.4%	—	—
テキスト系ソフト	50,431	0.7%	44,350	1.4%	6,080	-4.6%
新聞記事	20,784	-0.1%	20,124	-0.3%	660	7.5%
コミック	5,862	-2.0%	3,328	-2.4%	2,535	-1.6%
雑誌ソフト	13,228	-0.5%	11,707	-1.2%	1,521	5.0%
書籍ソフト	7,601	4.4%	6,873	4.4%	728	4.3%
データベース記事	2,638	3.8%	2,001	33.0%	637	-38.5%
ネットオリジナル	318	59.1%	318	59.1%	—	—
合 計	110,627	1.9%	88,576	1.3%	22,051	4.0%

(注) 四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。

5. 資料－通信系ソフトの市場規模(2004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2003年増減率	市場規模(億円)	対2003年増減率	市場規模(億円)	対2003年増減率
映像系ソフト	1,943	55.9%	448	44.4%	1,495	59.7%
映画ソフト	178	87.0%	—	—	178	87.0%
ビデオソフト	269	49.8%	—	—	269	49.8%
地上テレビ番組	108	66.0%	—	—	108	66.0%
衛星テレビ番組	27	99.9%	—	—	27	99.9%
CATV番組	—	—	—	—	—	—
ゲームソフト	913	56.6%	—	—	913	56.6%
ネットオリジナル	448	44.4%	448	44.4%	—	—
音声系ソフト	1,875	20.9%	3	11.5%	1,871	21.0%
音楽ソフト	1,868	21.0%	—	—	1,868	21.0%
ラジオ番組	3	11.5%	—	—	3	11.5%
ネットオリジナル	3	11.5%	3	11.5%	—	—
テキスト系ソフト	3,084	19.9%	2,319	36.0%	765	-11.7%
新聞記事	512	-16.5%	—	—	512	-16.5%
コミック	37	31.6%	—	—	37	31.6%
雑誌ソフト	144	-13.5%	—	—	144	-13.5%
書籍ソフト	72	24.8%	—	—	72	24.8%
データベース記事	2,001	33.0%	2,001	33.0%	—	—
ネットオリジナル	318	59.0%	318	59.0%	—	—
合 計	6,901	28.6%	2,770	37.3%	4,132	23.3%

(注) 四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。

5. 資料－メディア・ソフトの制作金額・制作量(2004年)

メディア・ソフトの分類	制作金額(億円)	対2003年増減率	制作量	対2003年増減率
映像系ソフト	22,218	0.2%	870,043	9.5%
映画ソフト	965	-8.8%	402	-8.8%
ビデオソフト	320	-42.8%	1,600	-44.4%
地上テレビ番組	17,912	0.9%	310,514	2.1%
衛星テレビ番組	1,867	6.7%	469,931	18.8%
CATV番組	132	12.6%	86,153	-4.2%
ゲームソフト	1,022	9.0%	1,444	6.5%
音声系ソフト	3,289	-3.8%	728,521	-0.6%
音楽ソフト	1,777	-5.6%	10,952	3.0%
ラジオ番組	1,511	-1.5%	717,569	-0.7%
テキスト系ソフト	13,676	4.2%	5,014	2.2%
新聞記事	8,406	4.7%	1,643	1.3%
コミック	550	2.2%	188	4.3%
雑誌ソフト	3,020	-1.1%	1,384	3.6%
書籍ソフト	1,280	4.2%	1,407	0.5%
データベース記事	420	54.1%	392	5.8%
合計	39,182	1.2%	—	—

(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。

5. 資料－メディア・ソフトの流通量(2004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2003年増減率	流通量	対2003年増減率	流通量	対2003年増減率
映像系ソフト	1,740.7	6.7%	1,600.6	5.4%	140.1	25.4%
映画ソフト	64.6	5.7%	2.6	4.8%	62.0	5.7%
ビデオソフト	3.6	8.3%	2.8	0.2%	0.9	45.6%
地上テレビ番組	1,558.2	5.0%	1,537.6	4.7%	20.6	31.5%
衛星テレビ番組	110.7	38.9%	55.5	26.8%	55.2	53.8%
CATV番組	0.3	25.7%	0.3	25.7%	-	-
ゲームソフト	2.9	18.3%	1.5	-4.5%	1.4	57.7%
ネットオリジナル	0.4	41.0%	0.4	41.0%	-	-
音声系ソフト	308.5	11.2%	277.1	12.6%	31.4	0.5%
音楽ソフト	33.4	0.2%	2.1	-4.0%	31.4	0.5%
ラジオ番組	275.1	12.7%	275.1	12.7%	0.0	12.3%
ネットオリジナル	0.0	12.3%	0.0	12.3%	-	-
テキスト系ソフト	107,520.9	7.3%	89,921.5	3.7%	17,599.4	30.4%
新聞記事	86,851.4	9.1%	72,522.3	4.9%	14,329.1	37.4%
コミック	7,945.4	-2.0%	6,068.0	-2.4%	1,877.4	-0.6%
雑誌ソフト	11,210.2	1.4%	10,249.1	-0.5%	961.1	27.2%
書籍ソフト	1,478.2	4.8%	1,064.6	4.4%	413.6	5.9%
データベース記事	24.9	-25.7%	6.7	33.4%	18.2	-36.0%
ネットオリジナル	10.9	95.6%	10.9	95.6%	-	-

(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。

【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、拡大傾向が継続。
 - ⇒ マルチユース市場の拡大傾向(伸びは鈍化)
 - ⇒ テキスト系・音声系ソフト市場は微増、映像系ソフト市場は拡大
 - ⇒ ネットワーク流通市場(PCインターネット、携帯インターネット)の拡大
- メディア・ソフトの制作金額は微増。
 - ⇒ 映像系、テキスト系は増加。音声系は微減
- 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

『メディアを通じて広く人々に利用されることを目的として流通する情報ソフトであって、その流通が経済活動として行われ、市場を形成しているもの』

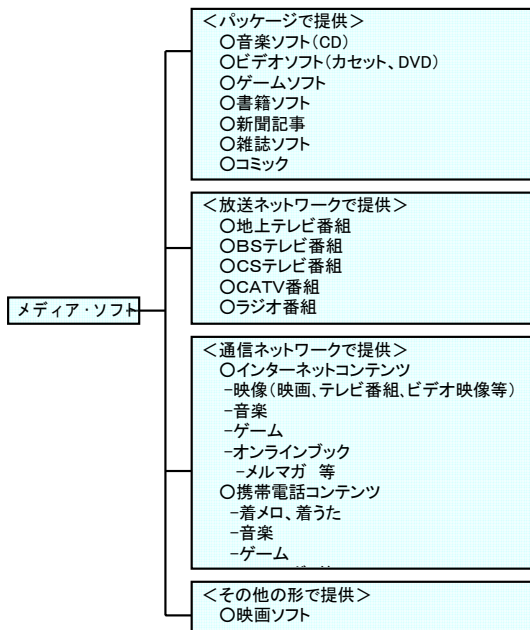
●流通経路の多様化 ～マルチユース～

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。

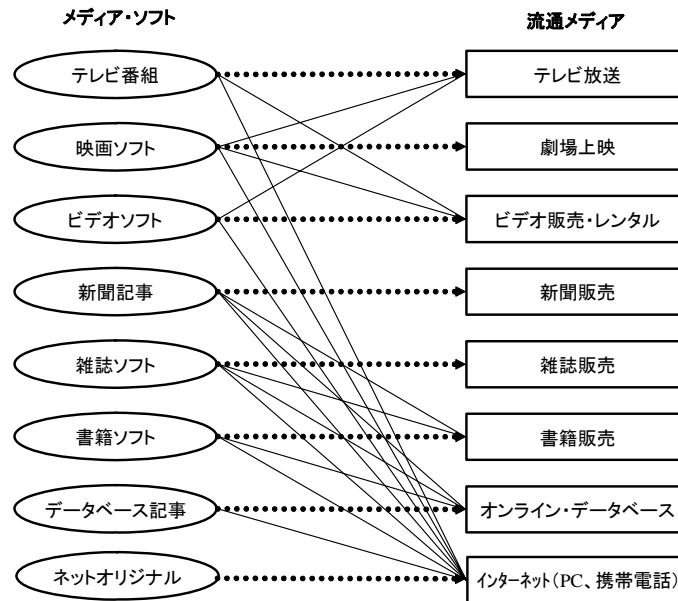
一次流通: ソフト制作時に最初に流通させることを想定した経路(メディア)での流通。

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)



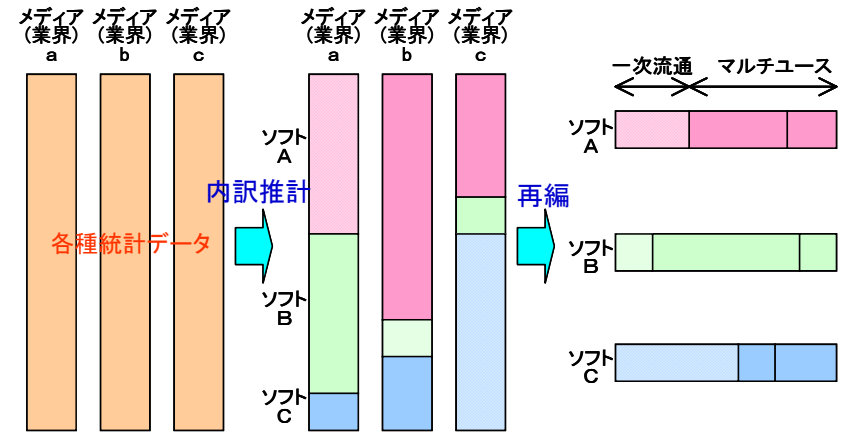
.....▶ 一次流通
————▶ マルチユースによる流通

《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

