

メディア・ソフトの制作及び流通の実態 調査結果について

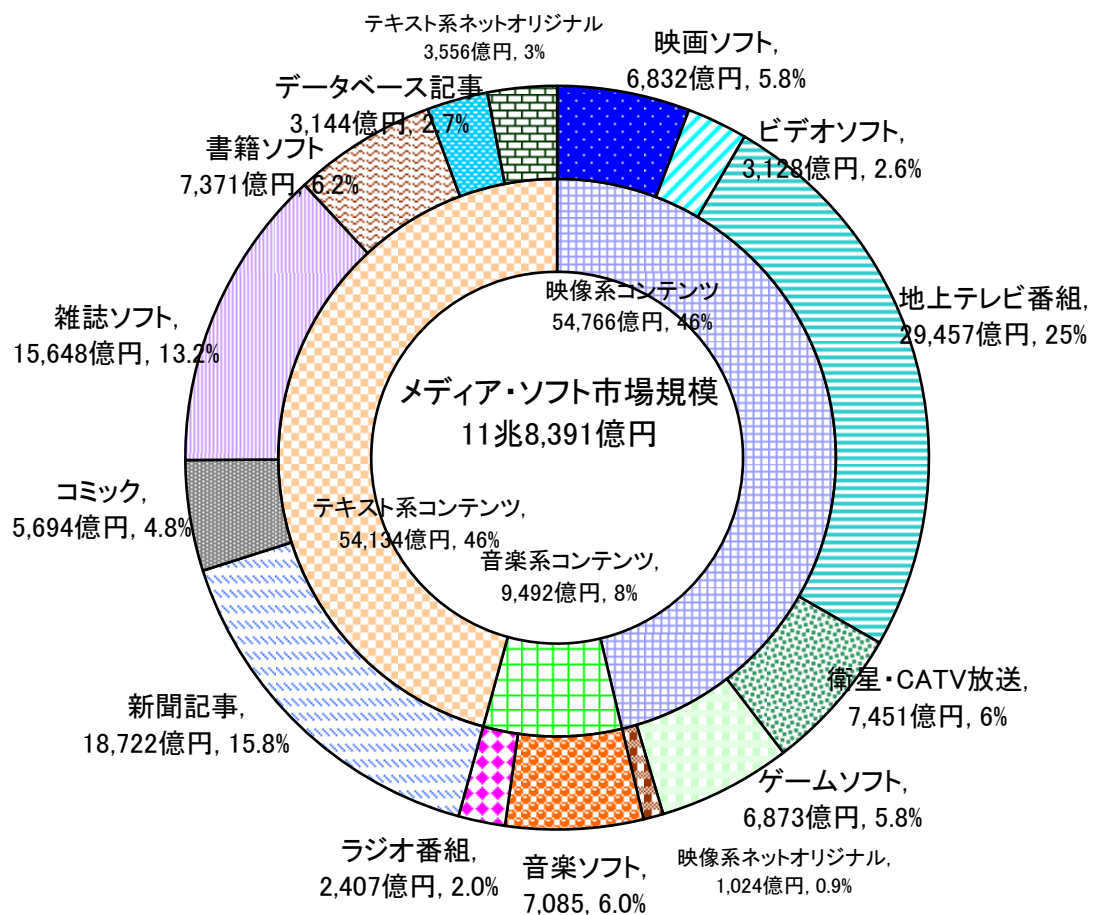
平成22年7月

総務省 情報通信政策研究所 調査研究部

2008年メディア・ソフト市場規模(全体)

- 2008年のメディア・ソフト市場規模は11兆8,391億円となった。
- ソフト別の市場構成比では、映像系ソフト、テキスト系ソフトがそれぞれ全体の約5割を、音声系は約1割を占める。

図1 メディア・ソフト市場規模(全体)(2008年)



※メディア・ソフト中古市場は2,173億円

- 2008年の1次流通市場は、9兆6,057億円となり市場全体の約8割を占める。
- 2008年のマルチユース市場は、2兆2,334億円となり市場全体の約2割を占める。市場構成比では、地上テレビ番組、ビデオソフト、コミック等のマルチユース市場の割合が増加している。

図2 一次流通市場 (2008年)

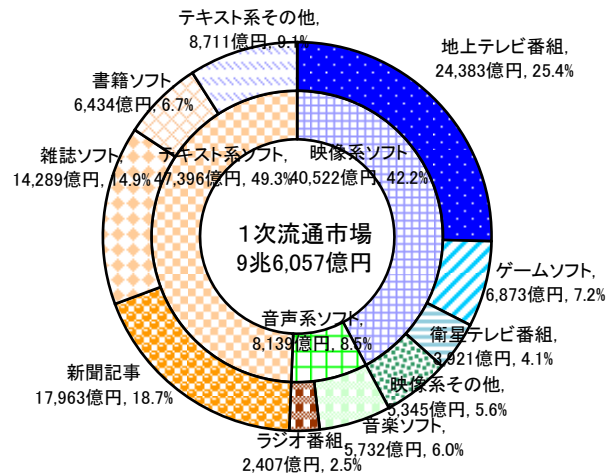


図3 マルチユース市場 (2008年)

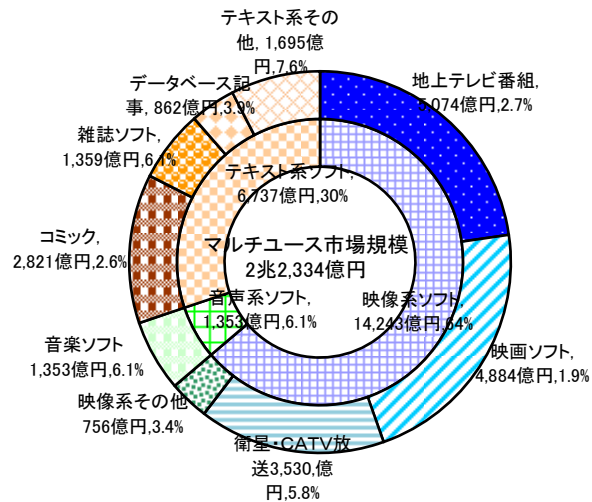
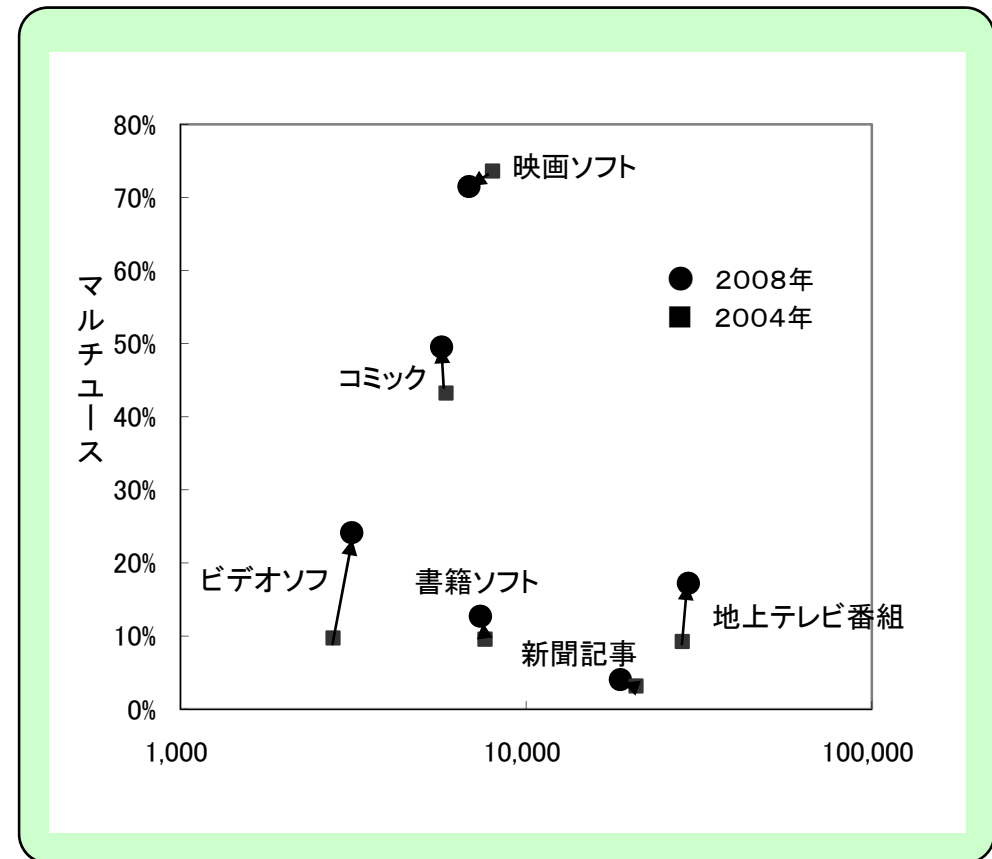


図4 マルチユース市場の進展(2004年—2008年)



- 2008年のインターネット等を経由したネットワーク流通市場の規模は1兆4,855億円となった。
- ソフト別の市場構成比では、テキスト系が約5割、映像系が約3割、音声系が約2割を占める。経年比較では、音楽ソフト、ゲームソフト等において、ネットワーク配信が拡大している。

図5 ネットワーク流通市場(2008年)

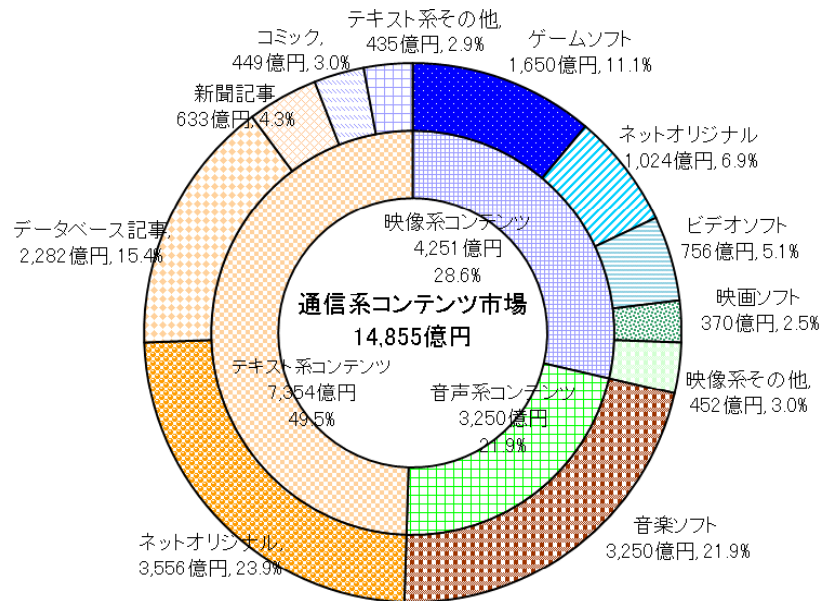
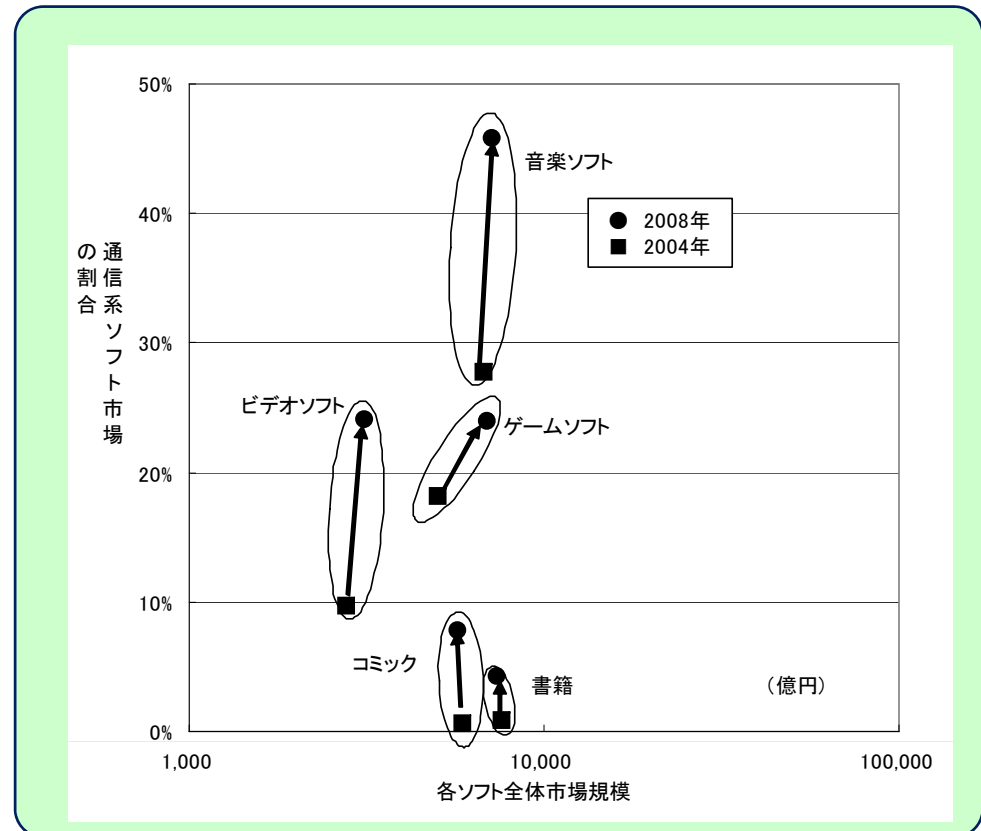


図6 ネットワーク配信の進展(2004年—2008年)



- 2008年のメディア・ソフトの流通量は、映像系ソフトで地上波テレビ番組、音声系ソフトでラジオ番組がそれぞれ約9割、テキスト系ソフトでは新聞記事が約7割を占める。
- 流通量をビット換算すると、映像系ソフトでは地上波テレビ番組が全体の約8割強、音声系ソフトではラジオ番組が約7割を占める。

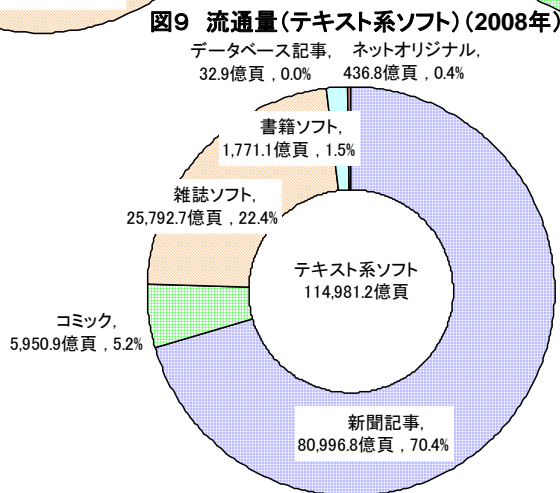
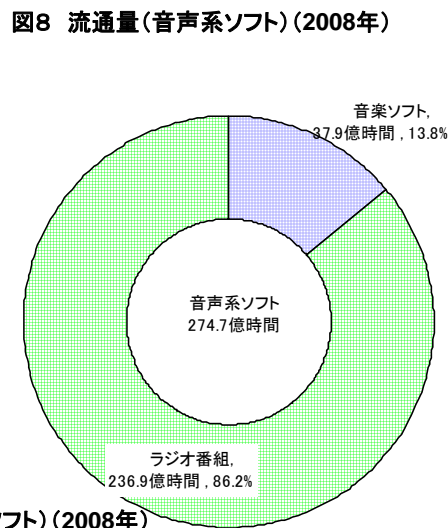
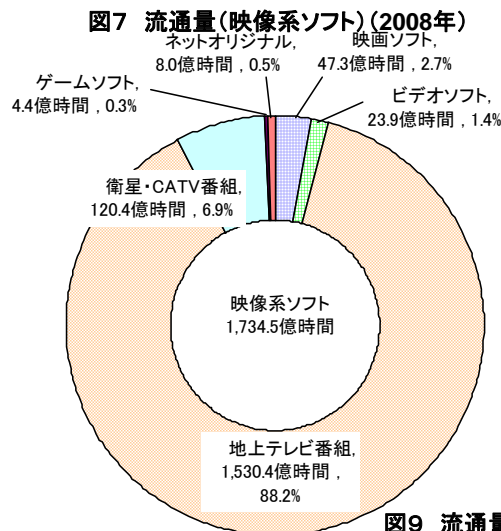


図10 bit流通量(映像系ソフト)(2008年)

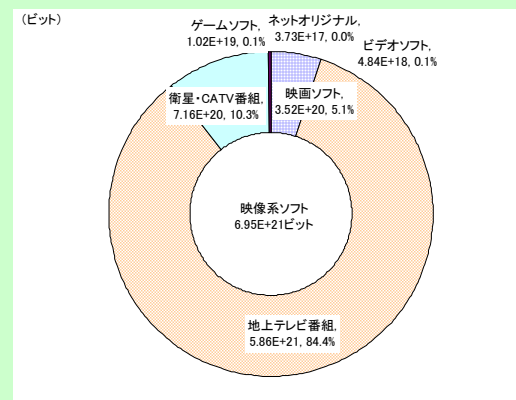
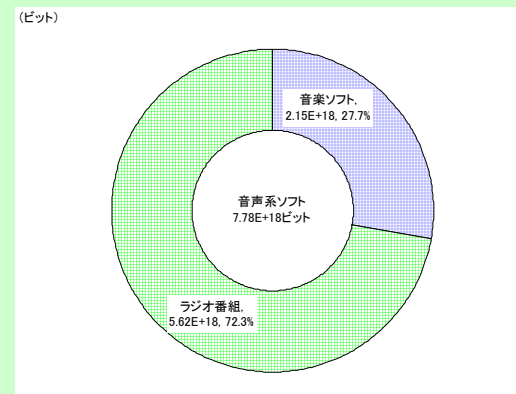


図11 bit流通量(音声系ソフト)(2008年)



注: 流通量 (bit) の算出方法
 各メディア・ソフトの流通量 (時間) × 情報量原単位 (単位時間当たりbit量) パッケージ・ソフトについては、流通本数 × 記録メディア容量

- 2008年のメディア・ソフト全体の制作報酬は4兆70億円。ソフト別構成比では、映像系ソフトが約6割と最大。個別市場では、地上テレビ番組、新聞記事の割合が大きい。
- メディア・ソフトの制作量は、映像系ソフトで衛星テレビ番組が約7割、音声系ソフトでラジオ番組が約9割強、テキスト系ソフトでは新聞記事、雑誌、書籍がそれぞれ約3割を占める。

図11 制作報酬(全体)(2008年)

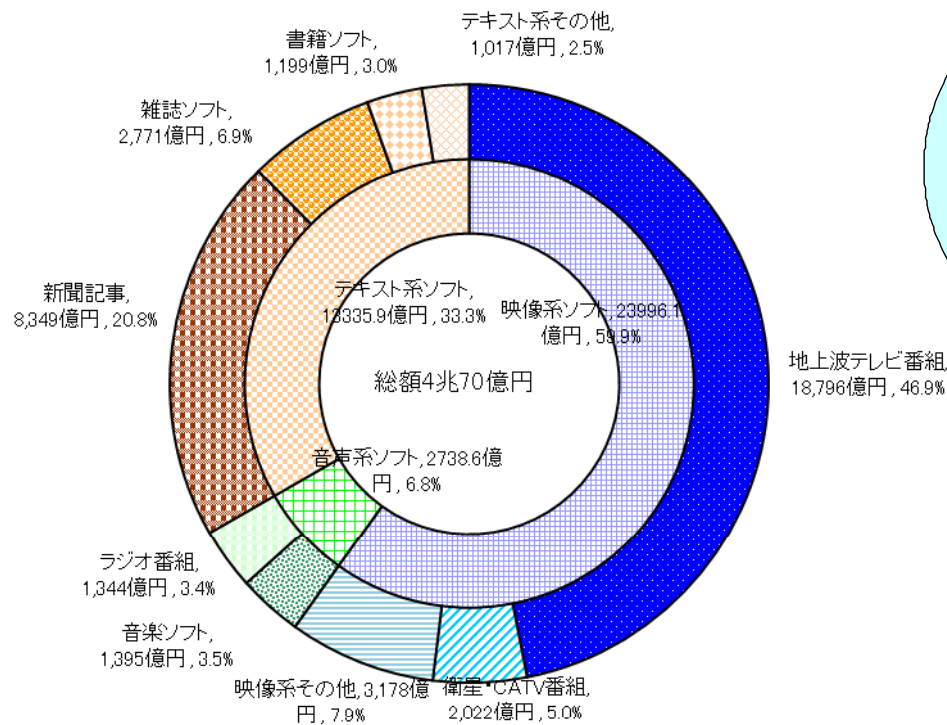


図12 制作量(映像系ソフト)(2008年)

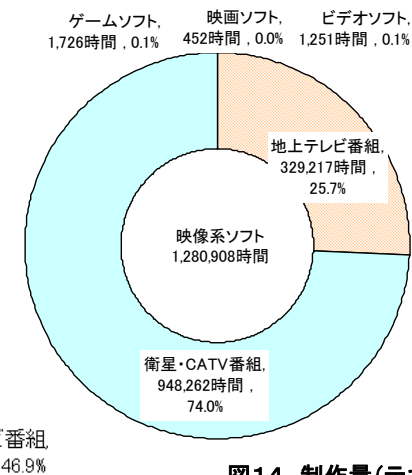


図13 制作量(音声系ソフト)(2008年)

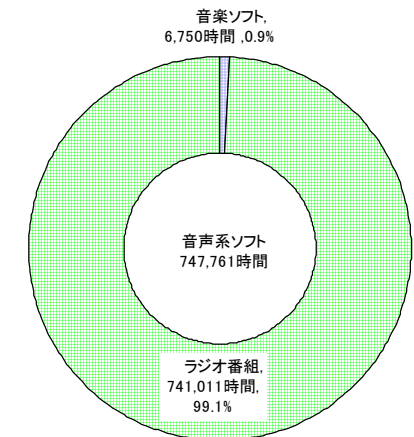
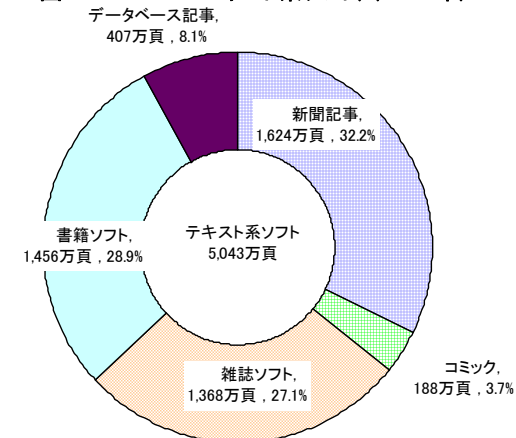


図14 制作量(テキスト系ソフト)(2008年)



注 メディアソフト制作報酬は、制作業務及び成果物に対する報酬と権利報酬を対象としている。

メディア・ソフト個別市場

- 2008年の映画ソフト市場規模は6,832億円。市場別構成比では、レンタルビデオ、映画がそれぞれ約3割、衛星・CATV放送が約2割を占める。
- 2008年の映画ソフト流通量は47.3億時間。市場別構成比では、地上テレビ番組の割合が約6割と大きく、次いでレンタルビデオの割合が約2割を占める。

図15 映画ソフト市場規模(2008年)

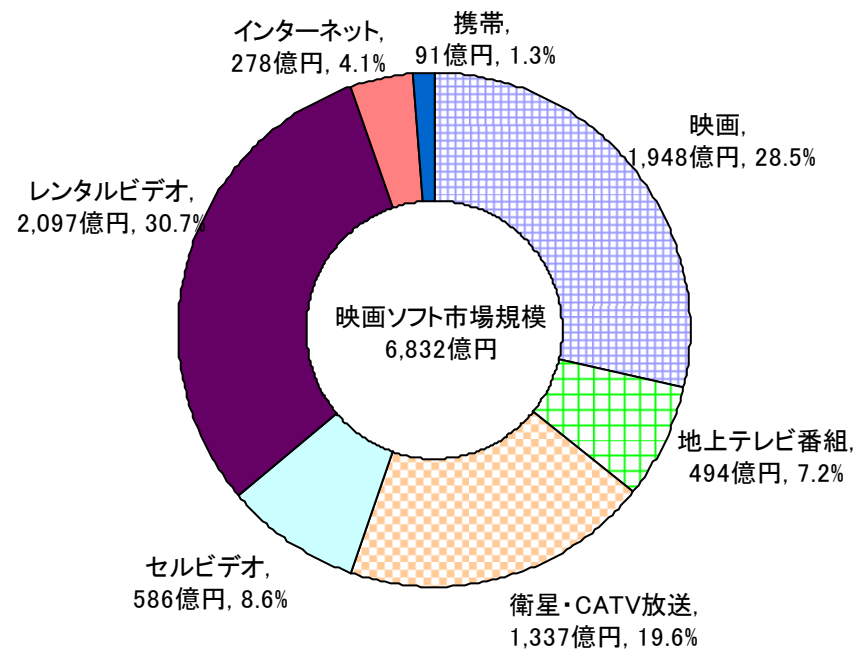
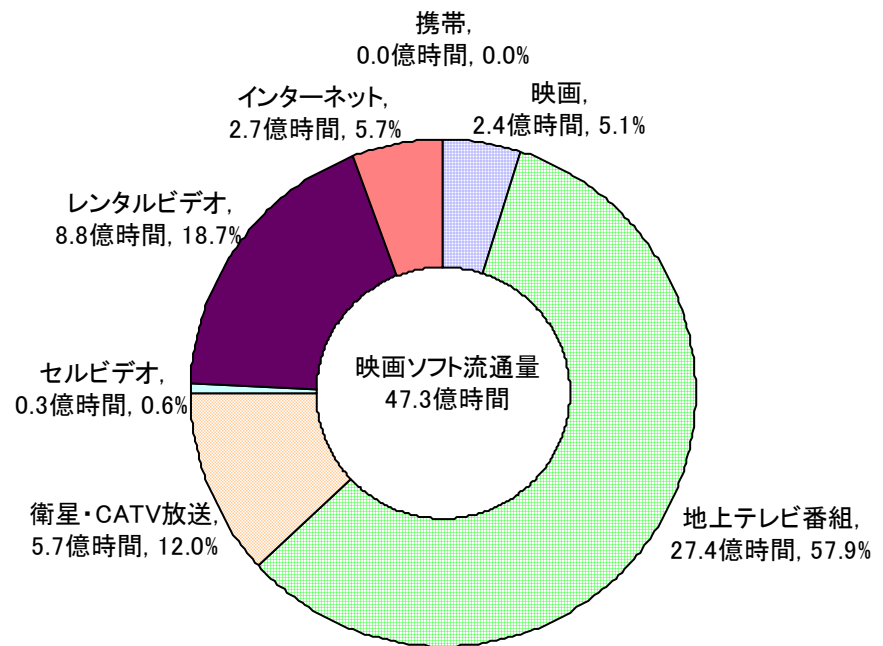


図16 映画ソフト流通量(2008年)



- 2008年のビデオソフト市場規模は3,128億円。市場別構成比では、セルビデオが約5割弱、レンタルビデオが約3割、インターネットが約2割強を占める。
- 2008年のビデオソフト流通量は23.9億時間。市場別構成比では、インターネットの割合が約9割と大きく、次いでレンタルビデオの割合が約1割を占める。

図17 ビデオソフト市場規模(2008年)

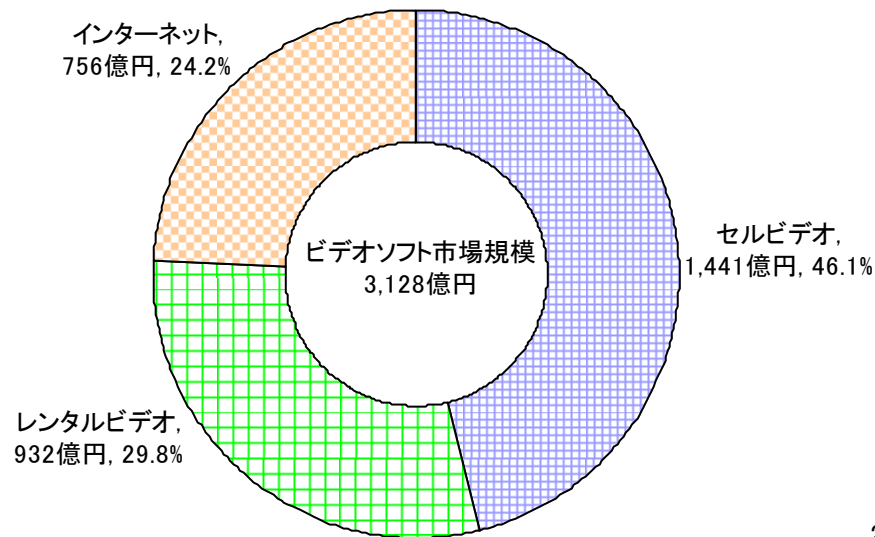
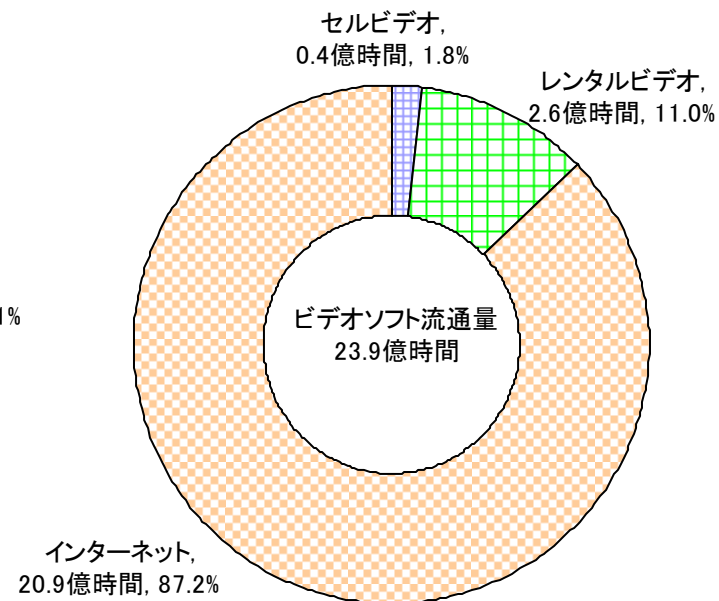


図18 ビデオソフト流通量(2008年)



- 2008年の地上テレビ番組市場規模は2兆9,457億円。市場別構成比では、地上テレビ番組が全体の約8割と大きく、次いでレンタルビデオの割合が約1割を占める。
- 2008年の地上テレビ番組流通量は1530.4億時間。市場別構成比では、地上テレビ番組の割合が全体の約9割強を占める。

図19 地上テレビ番組市場規模(2008年)

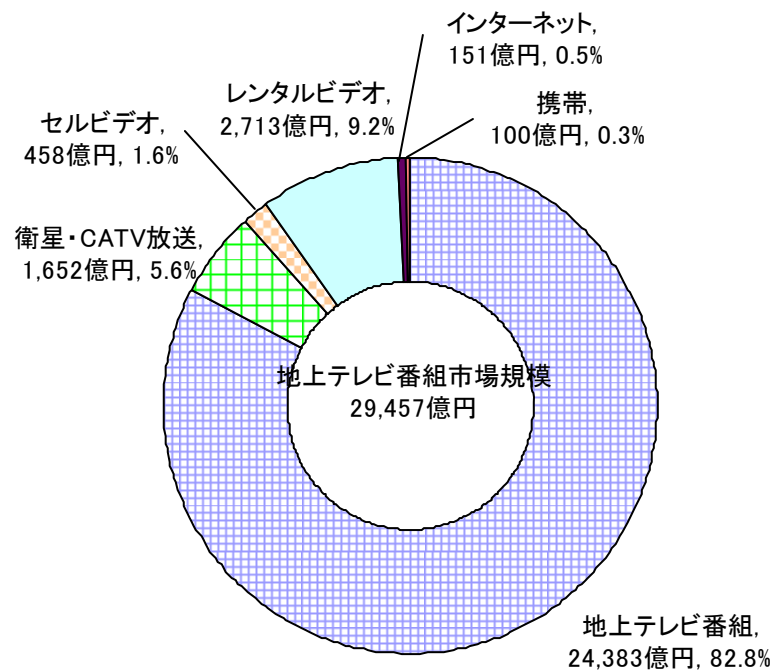
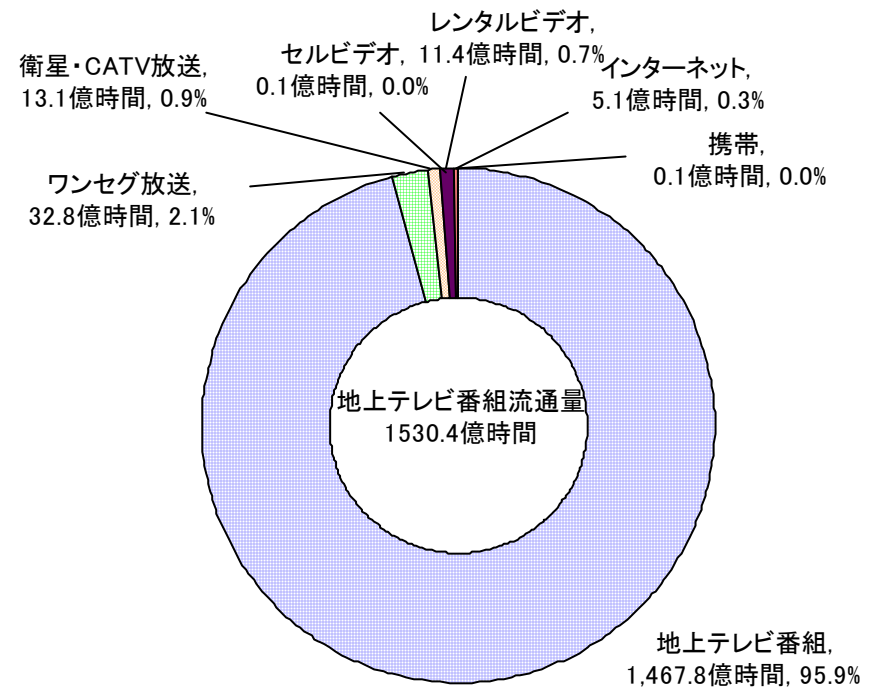


図20 地上テレビ番組流通量(2008年)



- 2008年の衛星・CATV放送市場規模は7,451億円。市場別構成比では、衛星テレビ番組が約5割、CATV番組が約4割を占める。
- 2008年の衛星・CATV放送流通量は120.4億時間。市場別構成比では、衛星テレビ番組の割合が約6割と大きく、次いで地上テレビ番組の割合が約3割を占める。

図21 衛星・CATV放送市場規模(2008年)

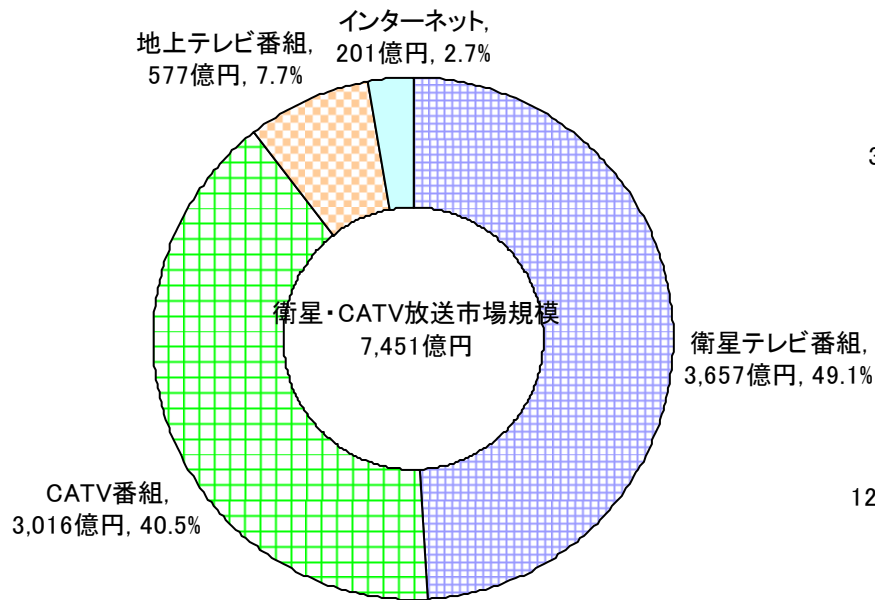
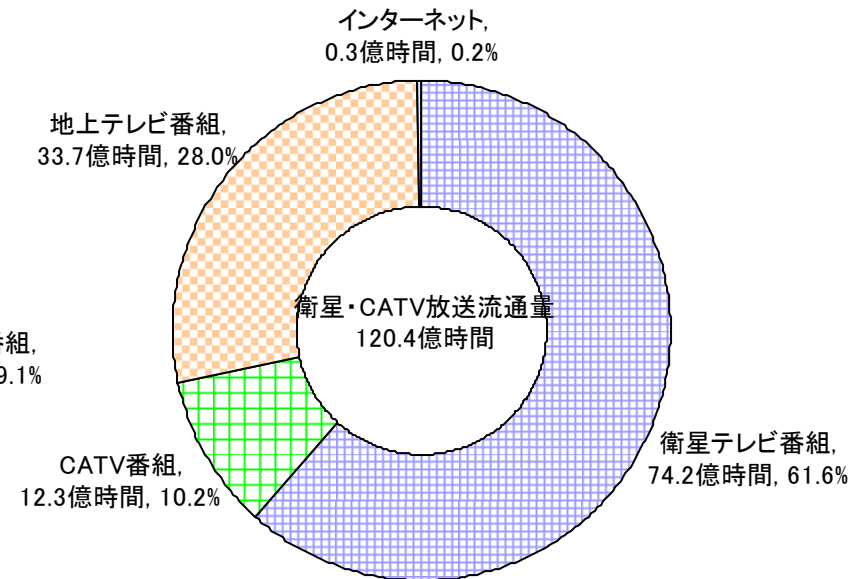


図22 衛星・CATV放送流通量(2008年)



- 2008年のゲームソフト市場規模は6,873億円。市場別構成比では、家庭用ゲームの割合が約6割と大きく、次いでアーケードゲームが約2割弱を占める。
- 2008年のゲームソフト流通量は4.4億時間。市場別構成比では、インターネットの割合が約3割、携帯、家庭用ゲーム、アーケードゲームの割合がそれぞれ約2割を占める。

図23 ゲームソフト市場規模(2008年)

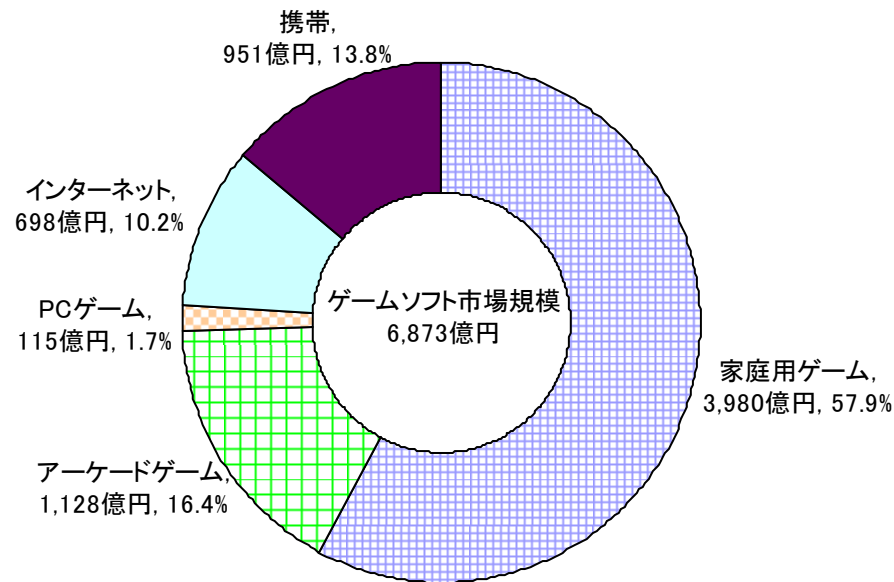
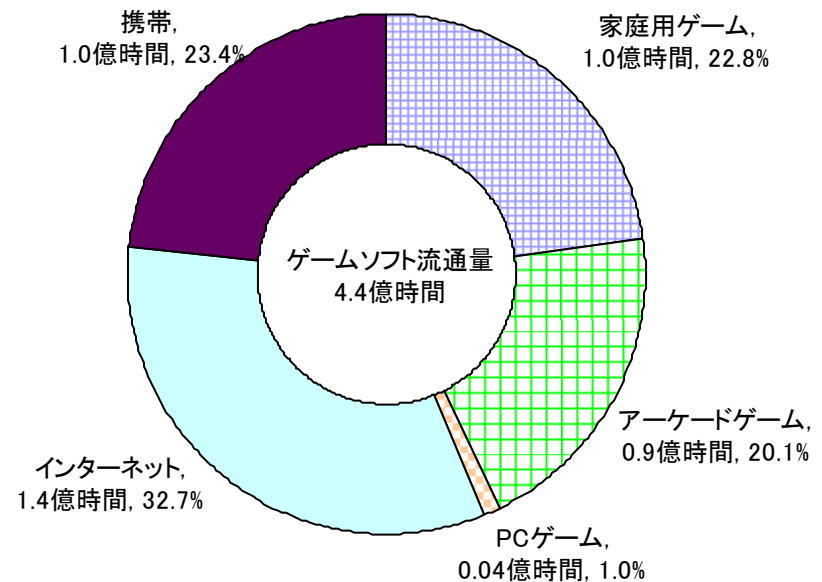


図24 ゲームソフト流通量(2008年)



- 2008年の映像系ネットオリジナル市場規模は1,024億円。市場別構成比では、携帯が全体の約6割強、デジタルサイネージが全体の約2割強を占める。
- 2008年の映像系ネットオリジナル流通量は8.0億時間。市場別構成比では、動画共有が約9割と大半を占めている。

図25 映像系ネットオリジナル市場規模(2008年)

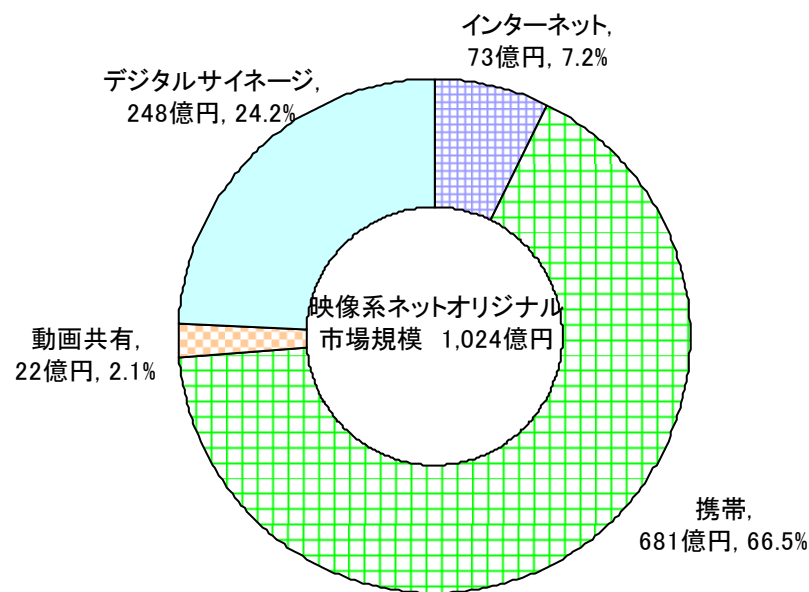
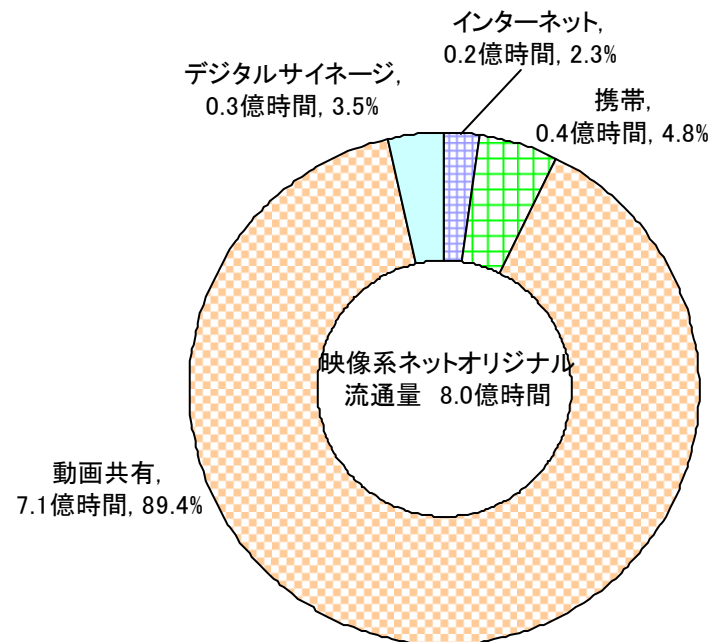


図26 映像系ネットオリジナル流通量(2008年)



- 2008年の音楽ソフト市場規模は7,085億円。市場別構成比では、CD(テープ、レコード含む)が約4割、携帯が約3割を占める。
- 2008年の音楽ソフト流通量は37.9億時間。市場別構成比では、有線放送の割合が約9割と大半を占めている。

図27 音楽ソフト市場規模(2008年)

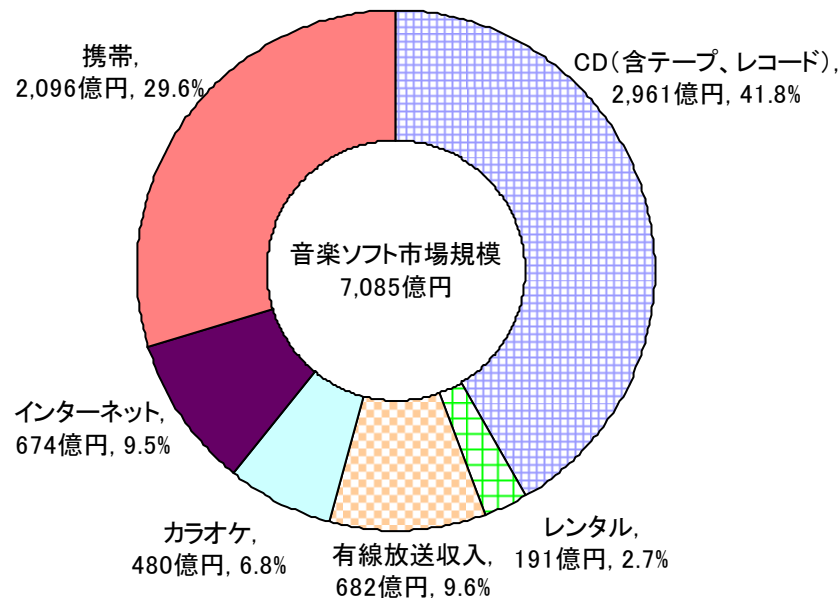
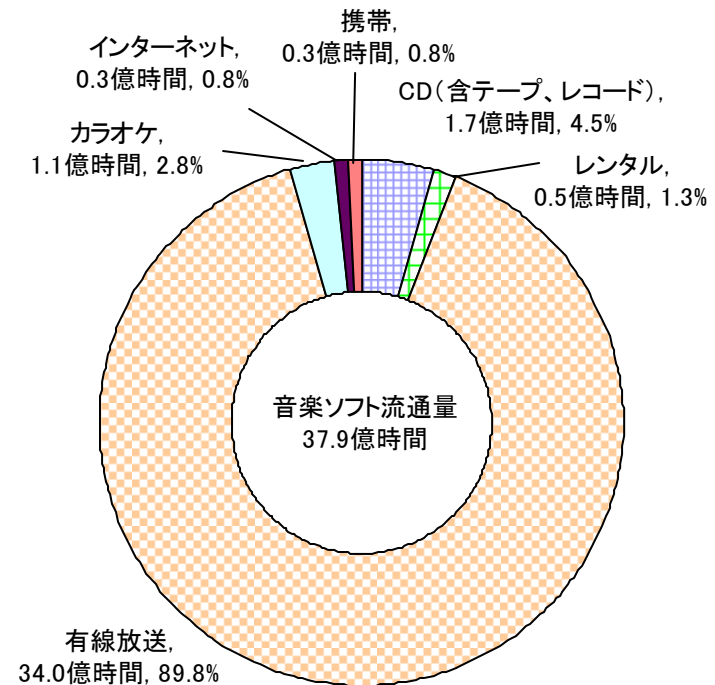


図28 音楽ソフト流通量(2008年)



- 2008年のラジオ番組の市場規模は2,407億円となっている。
- 2008年のラジオ番組の流通量は236.9億時間となっている。

図29 ラジオ番組市場規模(2008年)

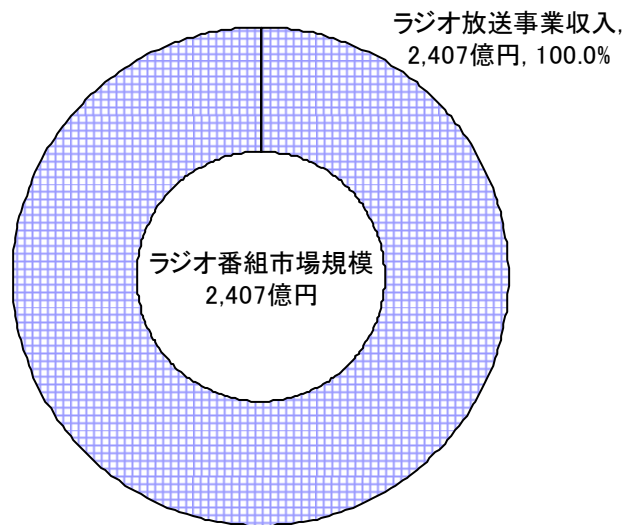
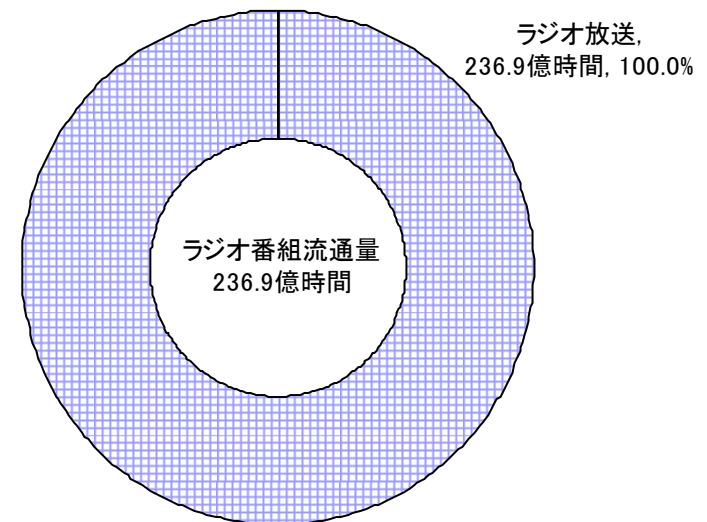


図30 ラジオ番組流通量(2008年)



- 2008年の新聞記事市場規模は1兆8,722億円。市場別構成比では、新聞社販売収入が全体の約6割、新聞社広告収入が約3割を占める。
- 2008年の新聞記事流通量は8兆996.8億頁。市場別構成比では、新聞社販売の割合が全体の約9割弱と大きく、次いで携帯の割合が全体の約1割を占める。

図31 新聞記事市場規模(2008年)

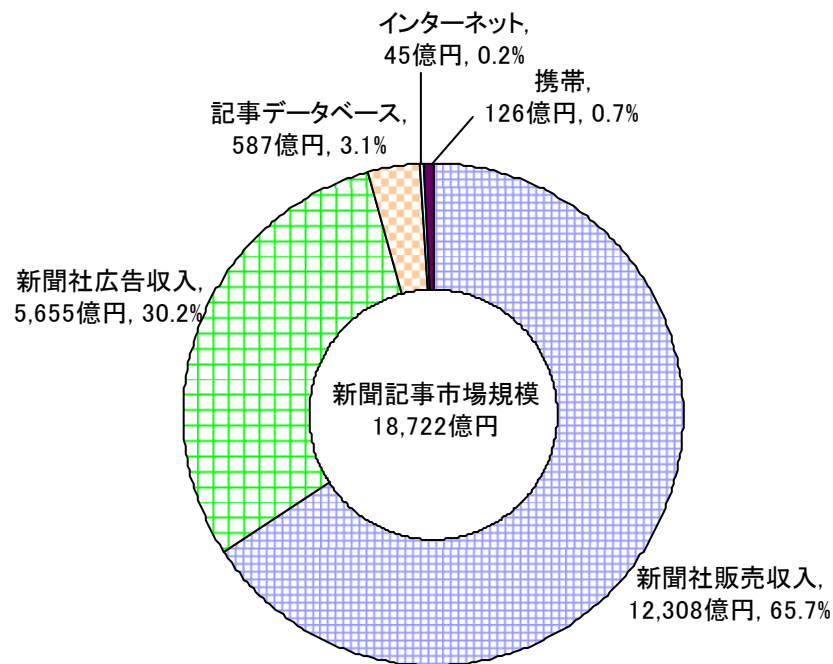
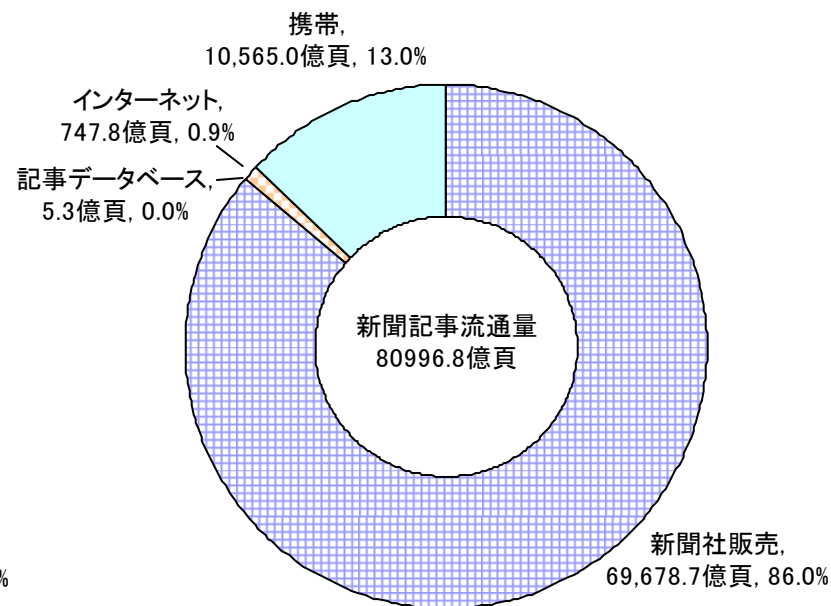


図32 新聞記事流通量(2008年)



- 2008年のコミック市場規模は5,694億円。市場別構成比では、コミック本、コミック誌がそれぞれ約4割、広告収入が約1割強を占める。
- 2008年のコミック流通量は5,950.9億頁。市場別構成比では、コミック誌の割合が約6割と大きく、次いでコミック本、携帯の割合がそれぞれ約2割を占める。

図33 コミック市場規模(2008年)

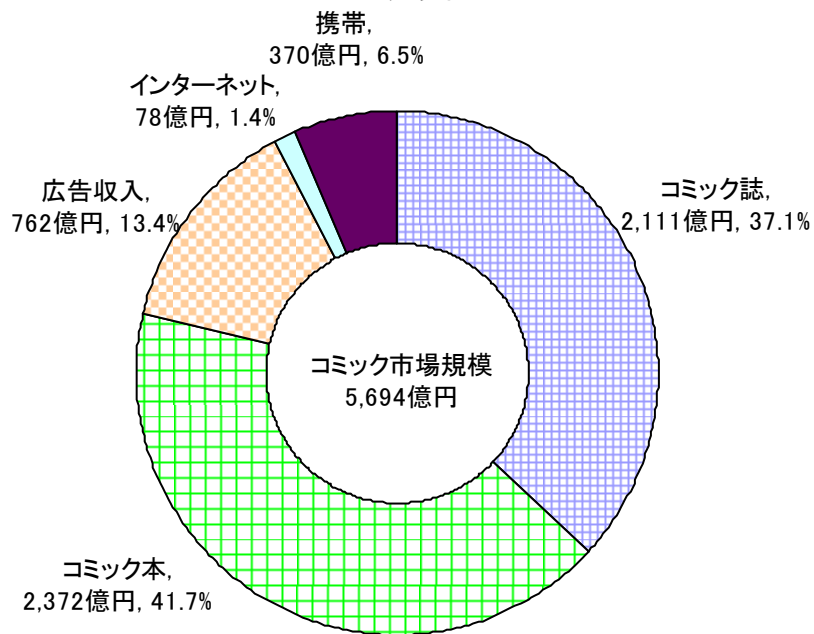
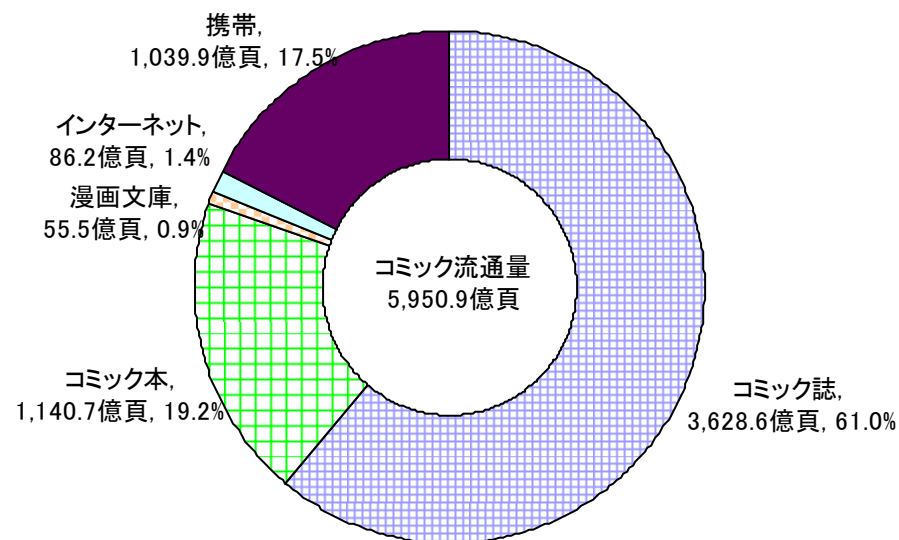


図34 コミック流通量(2008年)



- 2008年の雑誌ソフト市場規模は1兆5,648億円。市場別構成比では、月刊誌が全体の約4割、フリーペーパー、広告収入がそれぞれ約2割を占める。
- 2008年の雑誌ソフト流通量は2兆5,792.7億頁。市場別構成比では、フリーペーパーの割合が全体の約8割と大きく、次いで月刊誌の割合が1割強を占める。

図35 雑誌ソフト市場規模(2008年)

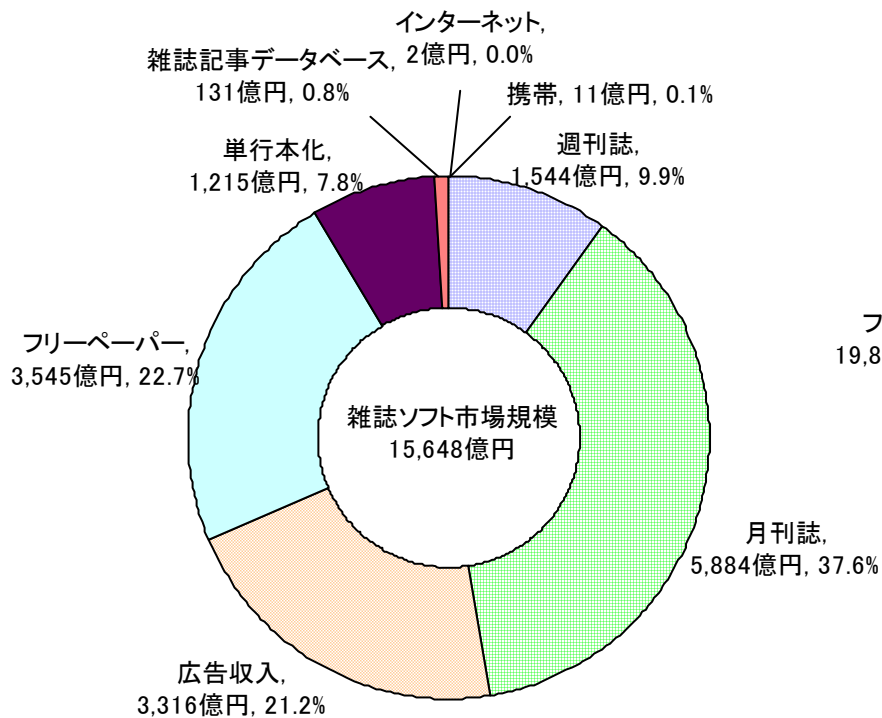
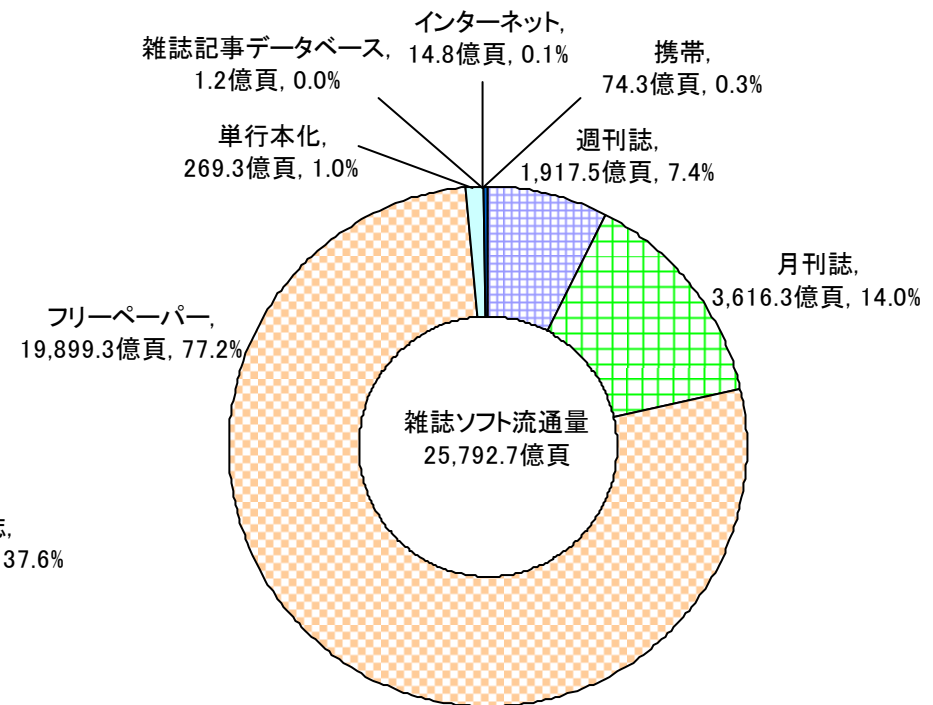


図36 雑誌ソフト流通量(2008年)



- 2008年の書籍ソフト市場規模は7,371億円。市場別構成比では、単行本の割合が約8割と大きく、次いで文庫本が約2割を占める。
- 2008年の書籍ソフト流通量は1,771.1億頁。市場別構成比では、単行本、文庫本の割合がそれぞれ約4割、携帯の割合が約2割を占める。

図37 書籍ソフト市場規模(2008年)

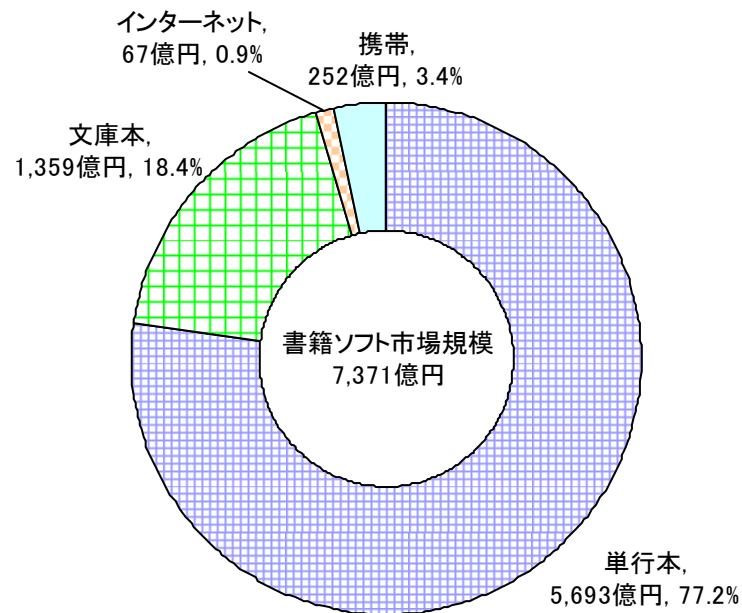
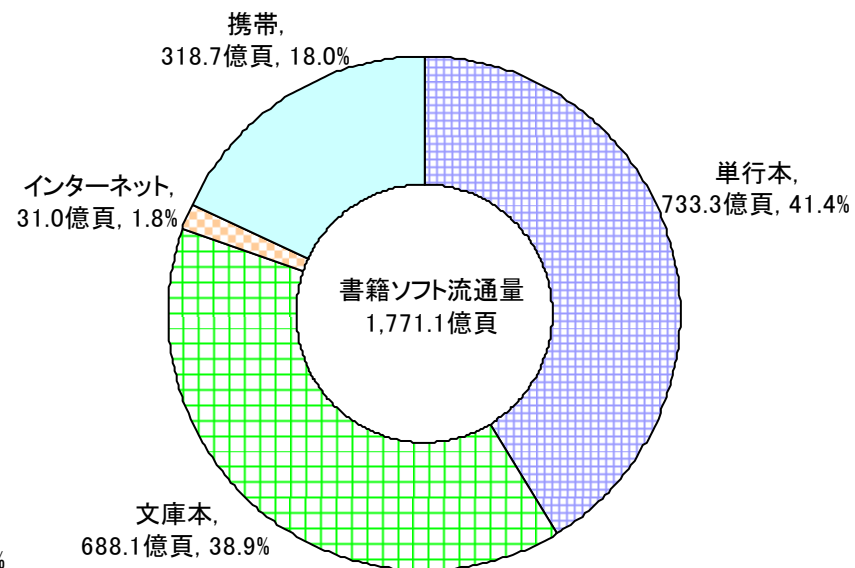


図38 書籍ソフト流通量(2008年)



- 2008年のデータベース記事市場規模は3,144億円。市場別構成比では、国産オンラインデータベースが全体の約5割、オフラインデータベースが約3割を占める。
- 2008年のデータベース記事流通量は32.9億頁。市場別構成比では、オフラインデータベースの割合が全体の約8割弱と大きく、次いで国産オンラインデータベースの割合が約2割を占める。

図39 データベース記事市場規模(2008年)

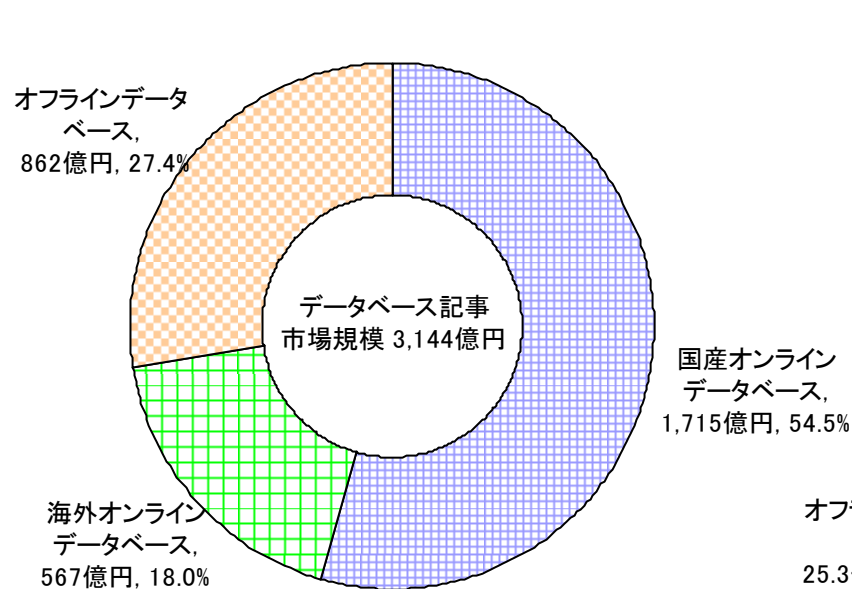
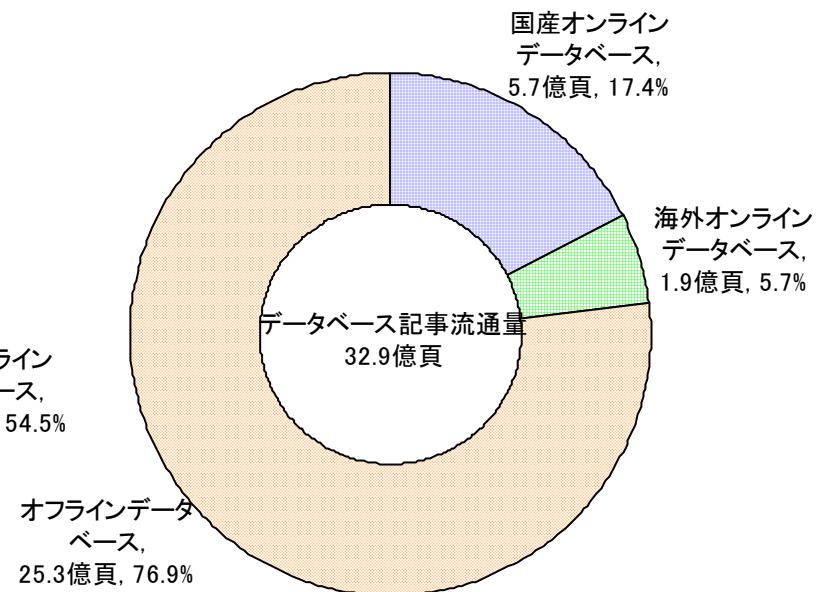


図40 データベース記事流通量(2008年)



- 2008年のテキスト系ネットオリジナル市場規模は3,556億円。市場別構成比では、無料配信の割合が約9割と大きく、次いでSNSが約1割を占める。
- 2008年のテキスト系ネットオリジナル流通量は436.8億頁。市場別構成比では、SNSの割合が約5割、無料配信が約3割弱、ブログが約2割強をそれぞれ占める。

図41 テキスト系ネットオリジナル市場規模(2008年)

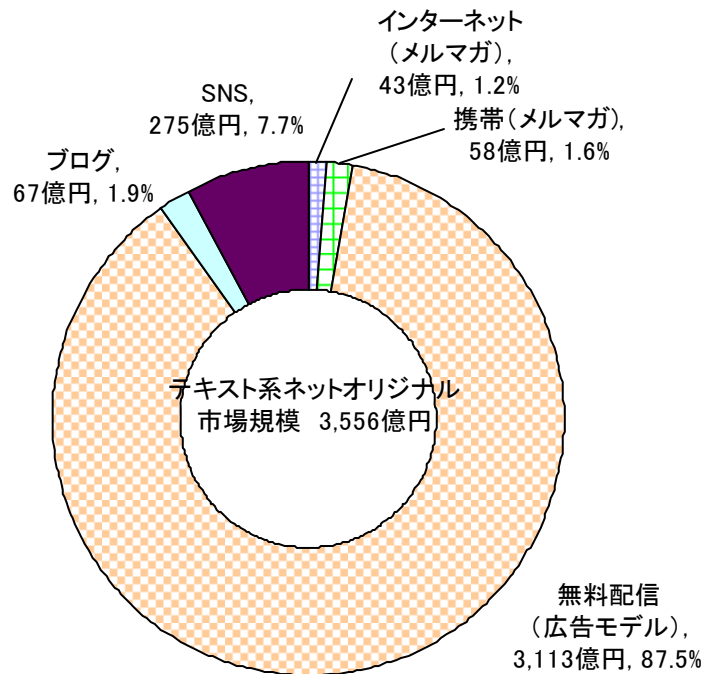
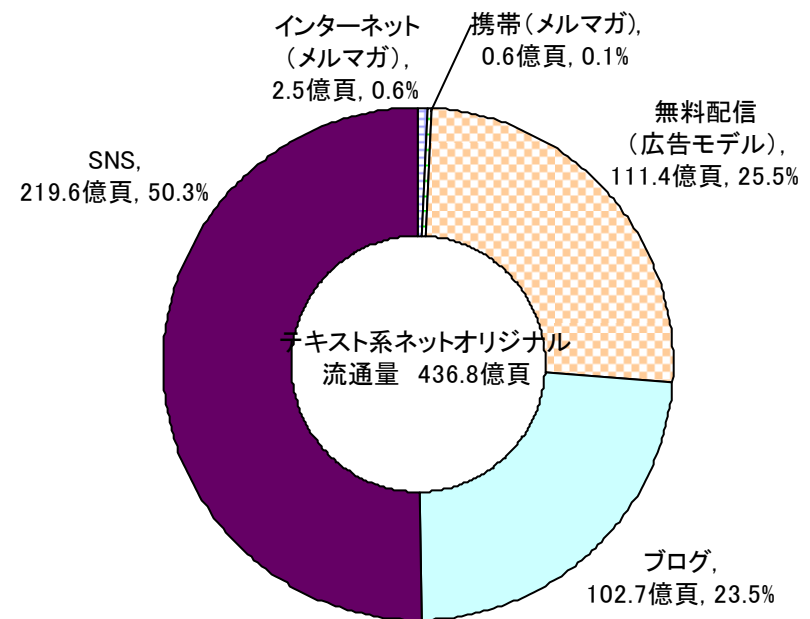


図42 テキスト系ネットオリジナル流通量(2008年)



参 考

- インターネット利用者の約半数が有料コンテンツを利用。
- インターネットの有料コンテンツ利用者一人当たりの平均利用金額(1ヶ月間)は2,034円となり、昨年調査(1,531円)よりも増加。
- パソコンではオンラインゲーム等の映像系の利用割合が大きく、携帯電話では着うた、着メロ等の音声系の利用割合が大きい。

図1 インターネット利用者の有料コンテンツ利用状況(2010年)

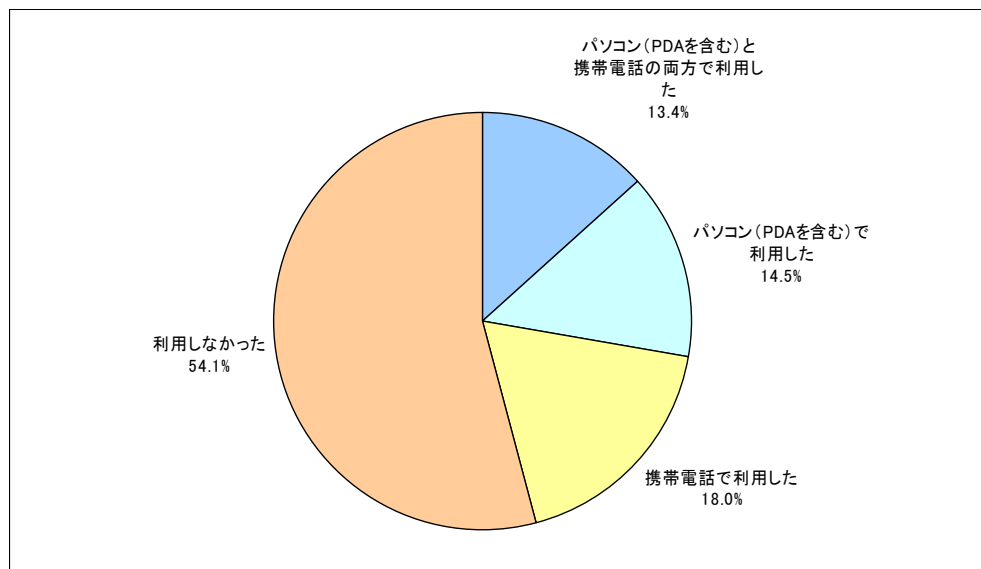
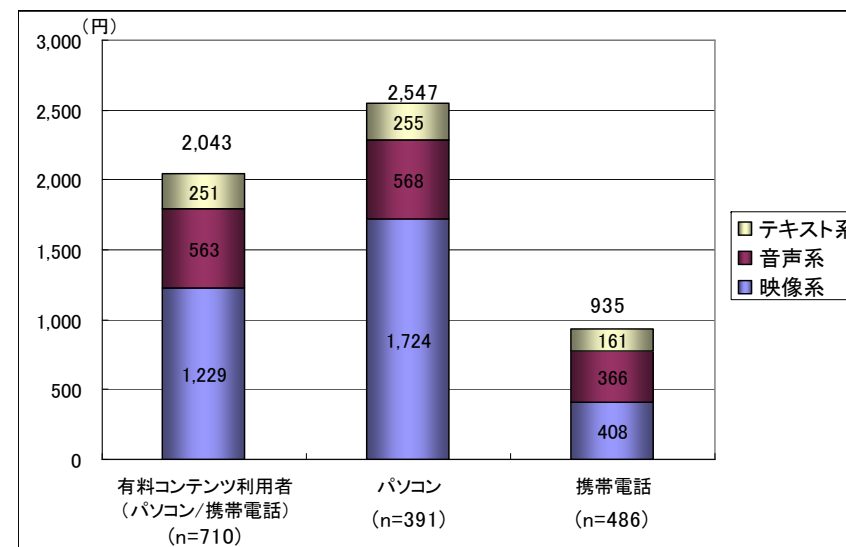


図2 一人当たり有料コンテンツ平均利用金額(1ヶ月間)



<アンケート調査の概要>

- 2,000人に対するWebアンケート調査を2010年3月に実施。
- 有料コンテンツ利用金額は有料コンテンツを利用している回答者についてのデータ。

○ 無料の映像系サービスは、インターネット利用者の約8割が利用しており、YouTubeの割合が大きくなっている。また、ジャンル別では、投稿動画、テレビ番組、ビデオソフトの順が多い。

図3 無料映像系サービスの利用状況(2010年)

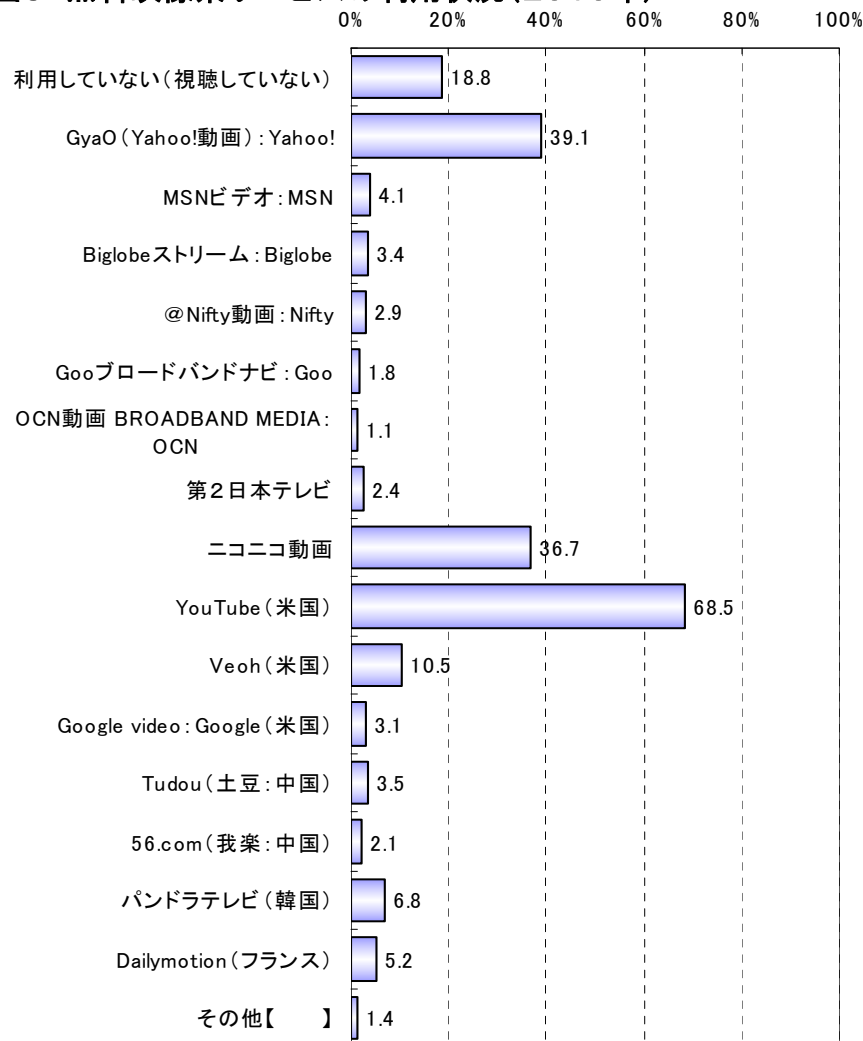
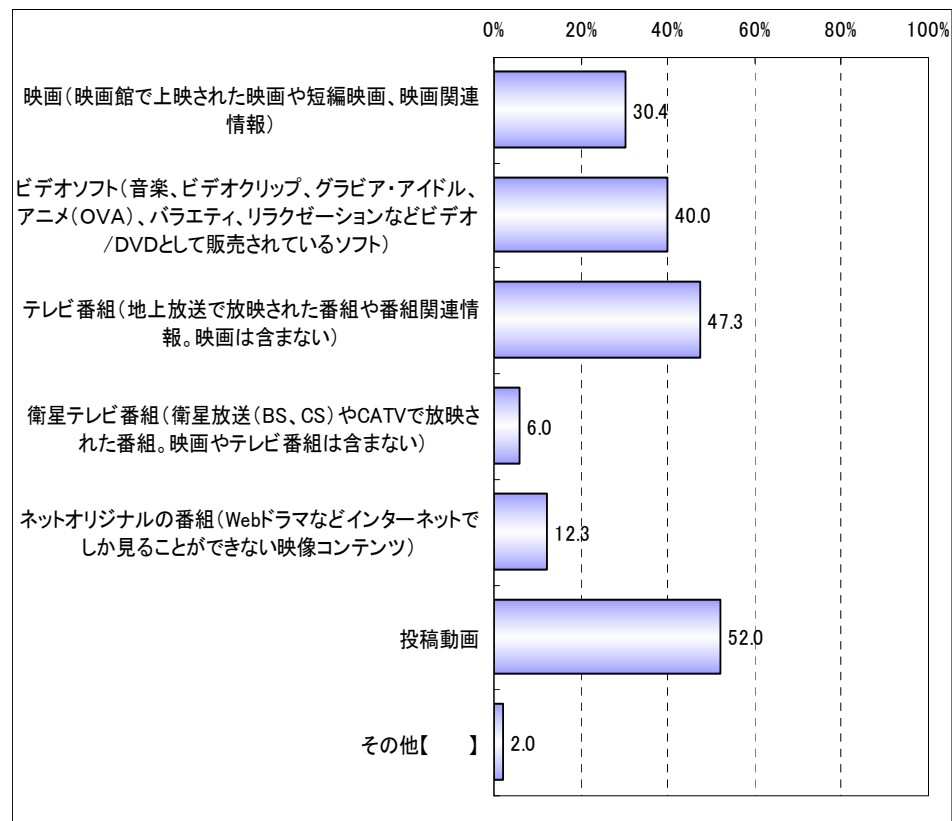


図4 無料映像系コンテンツのジャンル別利用状況(2010年)



＜アンケート調査の概要＞

- 2,000人に対するWebアンケート調査を2010年3月に実施。
- 有料コンテンツ利用金額は有料コンテンツを利用している回答者についてのデータ。

本年度の調査計測は、2009年11月から2010年3月まで開催した「メディア・ソフト研究会」の検討結果を踏まえて実施している。※詳細は「メディア・ソフト研究会報告書」を参照。

- ①ソーシャルメディア、インターネット映像配信等の新市場を調査対象に追加(下記図5を参照)。
- ②ゲームソフト及び音楽ソフトのネットワーク流通市場は一次流通市場に分類。
- ③映像系、音声系ソフトは「時間」を単位とする流通量に加えて、補完的に「情報量(ビット)」を用いて計測を実施。

図5 メディア・ソフト市場全体の調査範囲(新規市場を加えたもの)

