

メディア・ソフトの制作及び流通の実態

～マルチユース市場、ネットワーク流通市場は引き続き拡大～

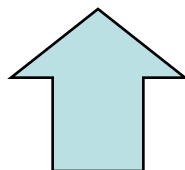
平成21年7月6日

総務省 情報通信政策研究所
調査研究部

調査結果のポイント

2007年のメディア・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11.4兆円で横ばい。
 - ⇒映像系ソフト市場は拡大、音声系ソフト、テキスト系ソフト市場はやや減少
 - ⇒マルチユース市場は引き続き拡大、市場全体の22.3%を占める
 - ⇒ネットワーク流通市場は対前年比約12%の高い伸び、1兆円規模に拡大
- メディア・ソフトの制作金額は、映像系ソフトを中心に増加



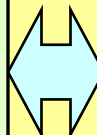
各メディア・ソフト(映画、放送、ゲーム、音楽、新聞、出版など)の市場

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・ソフトの制作金額

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・ソフト市場の考え方①

●本調査におけるメディア・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～

ソフトによっては多数の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の分類

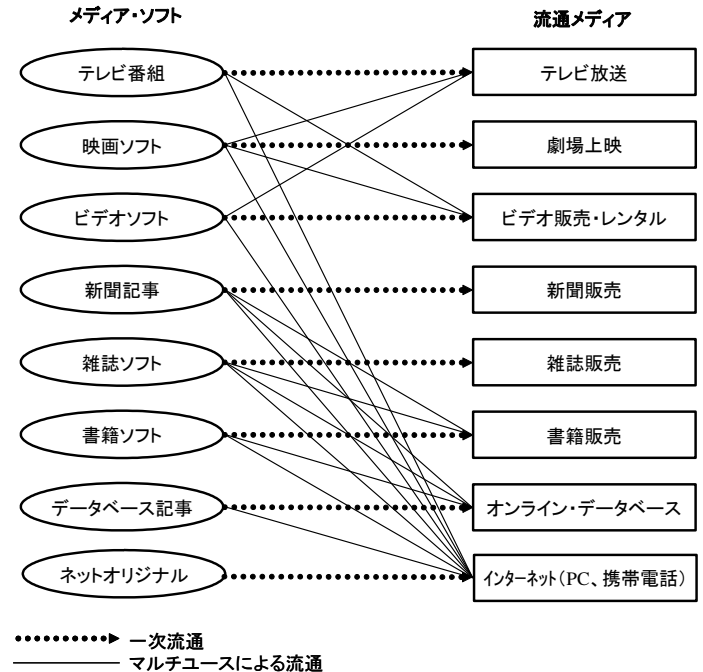
- <パッケージ型>**
 - CD・テープ
 - ビデオ (カセット、DVD)
 - ゲーム (家庭用・PC)
 - 新聞
 - 雑誌
 - 書籍
 - コミック
- <放送ネットワーク型>**
 - 地上テレビ放送
 - BSテレビ放送
 - CSテレビ放送
 - CATV放送
 - ラジオ放送
- <通信ネットワーク型>**
 - PCインターネット
 - 映像 (映画、テレビ番組、ビデオ映像等)
 - 音楽
 - ゲーム
 - オンラインブック
 - メルマガ 等
 - 携帯インターネット
 - 着メロ、着うた
 - ゲーム
 - 待ち受け画面
 - メルマガ 等
 - オンラインデータベース
 - 通信カラオケ
- <シアター型>**
 - 劇場上映
 - アーケードゲーム

対象となるメディア・ソフトの例

	一次流通市場	マルチユース市場	通信系ソフト市場
<映像系ソフト>			
○映画ソフト	劇場	ビデオ・レンタル	ネットワーク配信
○ビデオソフト	ビデオ販売	ビデオオンデマンド	ビデオオンデマンド
○地上テレビ番組	地上波	ビデオ・レンタル	ネットワーク配信
○衛星テレビ番組	衛星放送	CATV・地上放送	ネットワーク配信
○CATV番組	CATV	なし	なし
○ゲームソフト	家庭用・アーケード	オンラインゲーム	オンラインゲーム
<音声系ソフト>			
○音楽ソフト	CD・テープ販売	CDレンタル ・ネットワーク配信	ネットワーク配信
○ラジオ番組	ラジオ	なし	なし
<テキスト系ソフト>			
○新聞記事	新聞販売	新聞データベース	新聞データベース
○コミック	雑誌	単行本	ネットワーク配信
○雑誌ソフト	雑誌	単行本	ネットワーク配信
○書籍ソフト	単行本	文庫本	ネットワーク配信
○データベース記事	ネットワーク配信	オフラインメディア	ネットワーク配信

通信系ソフト市場……一次流通、マルチユース市場のうち、PC、携帯電話等のネットワークで流通するソフトの市場

流通経路の多様化(概念図)

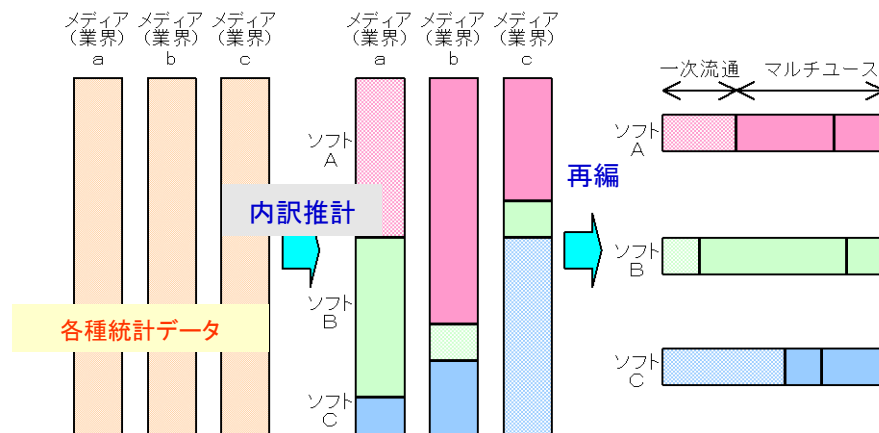


メディア・ソフト市場の考え方②

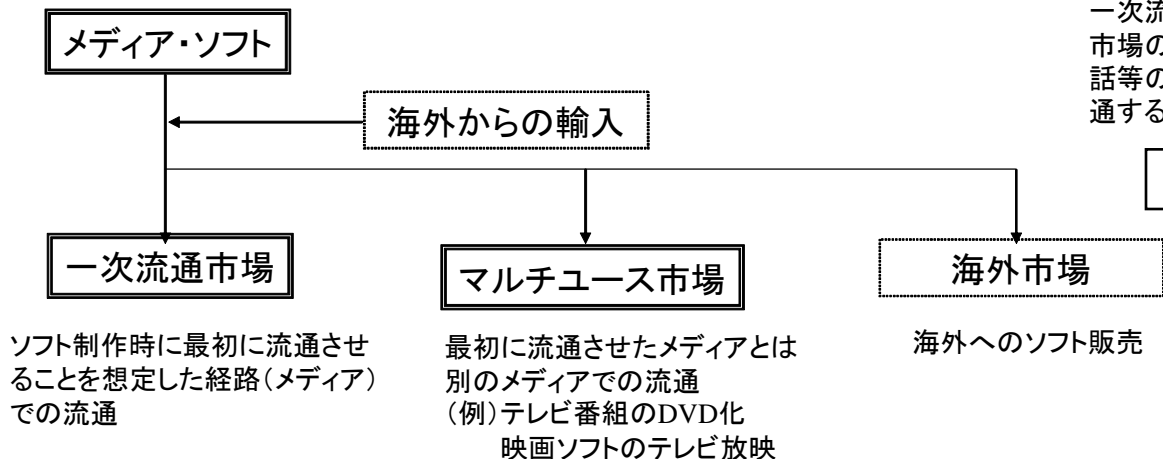
●「メディア・ソフトの市場」の把握

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、これらを再編成。それらの内訳が一次流通のものかマルチユースのものかを区別して、一次流通市場とマルチユース市場を算出。また通信系ソフトの市場を算出。

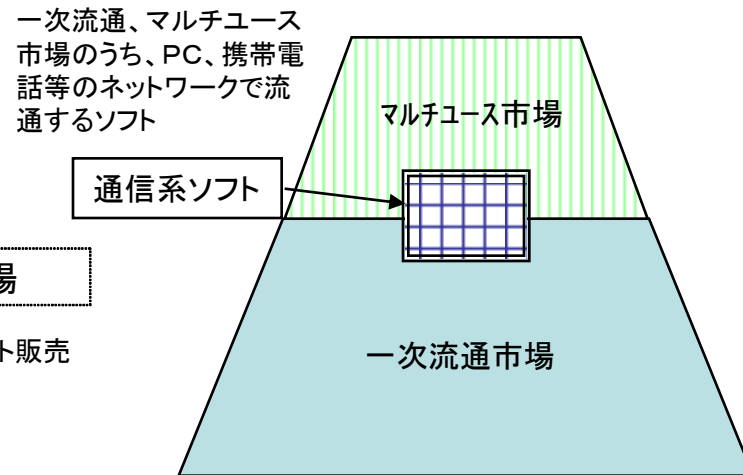
「メディア・ソフトの市場」の把握(概念図)



メディア・ソフト市場の流通構造モデル



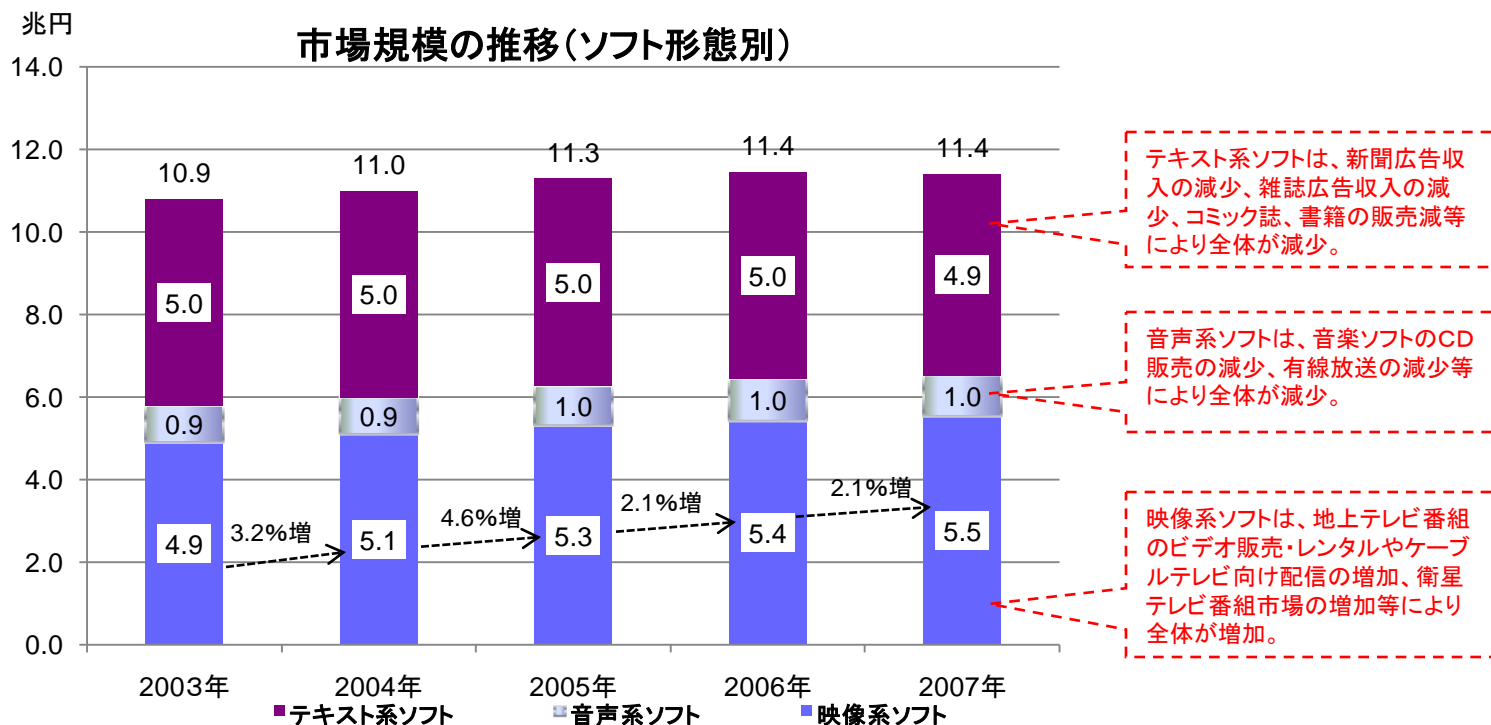
メディア・ソフト市場のイメージ



1 メディア・ソフト市場全体の動向

(1) 市場規模

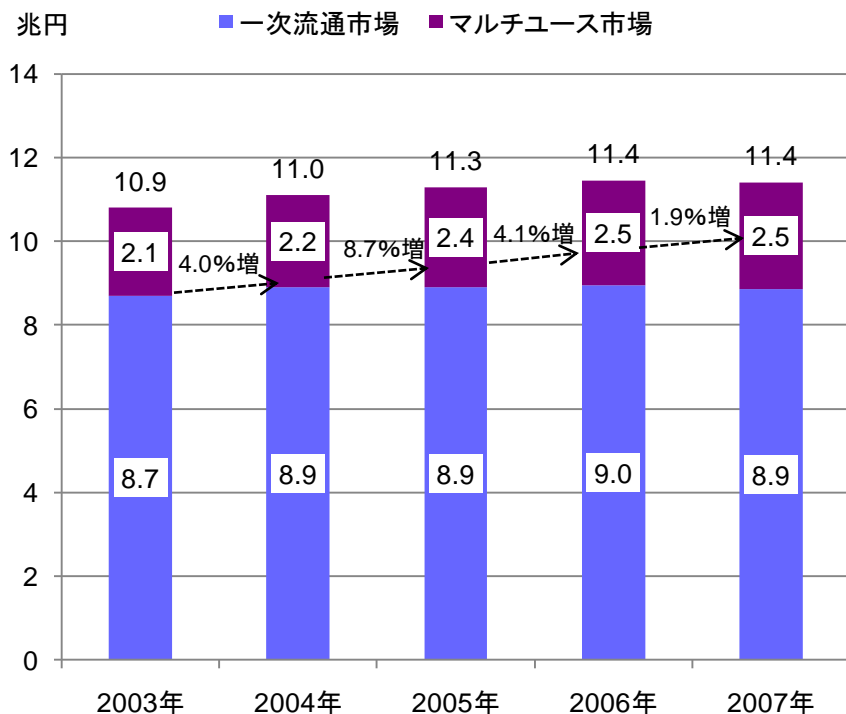
- 2007年のメディア・ソフト市場規模は、11兆4,110億円(対前年比0.3%減)で前年から横ばい。
- ソフト別では、映像系ソフト(対前年比2.1%増)が増加。一方、音声系(対前年比3.2%減)、テキスト系(対前年比2.4%減)はそれぞれ減少。



(2) 流通段階別(一次流通とマルチユース)

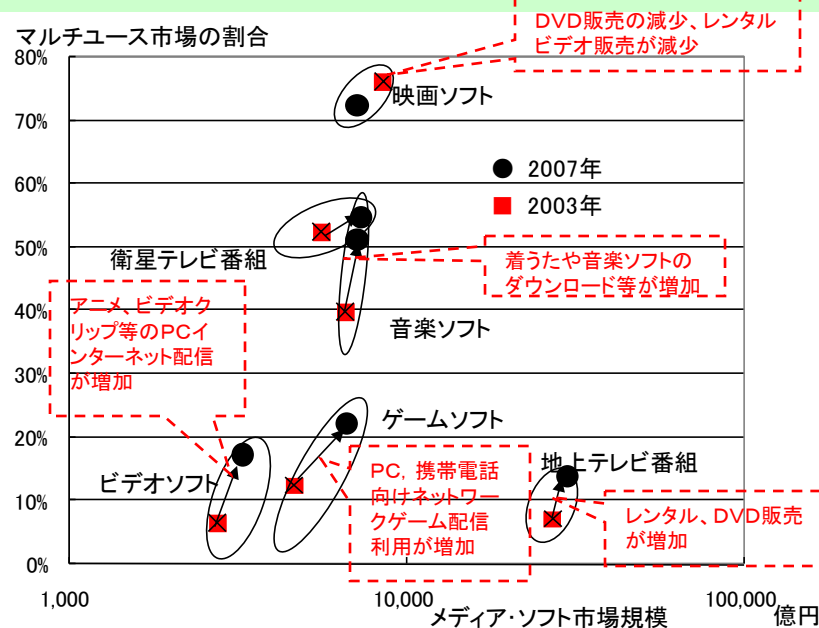
○ 2007年のマルチユース(二次利用)市場は、2兆5,437億円(対前年比1.9%増)で市場全体に占める割合は22.3%と引き続き拡大。

市場規模の推移(一次流通とマルチユース)



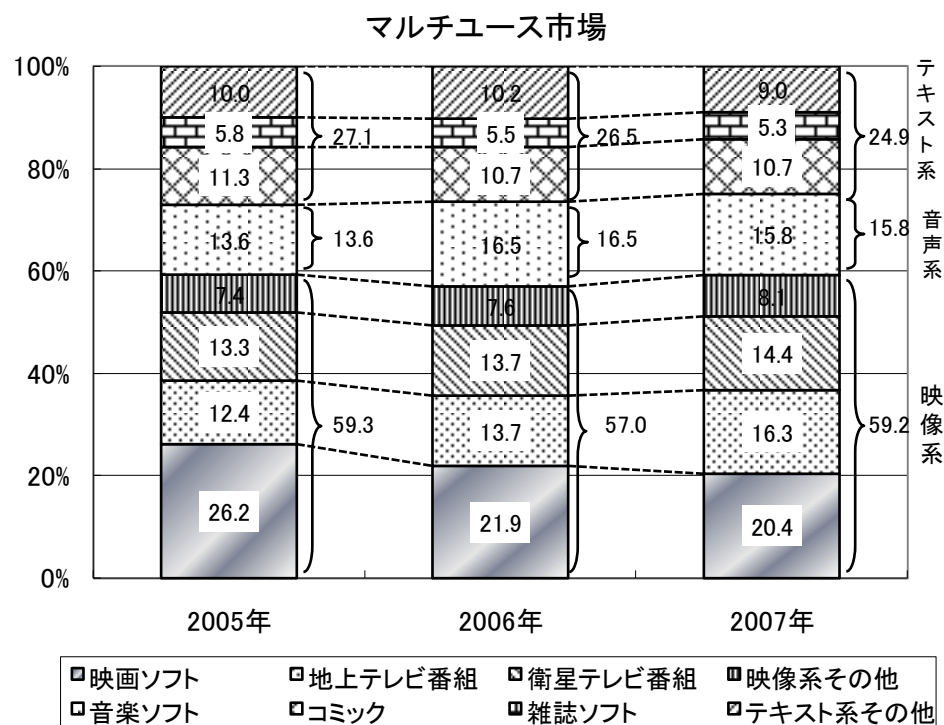
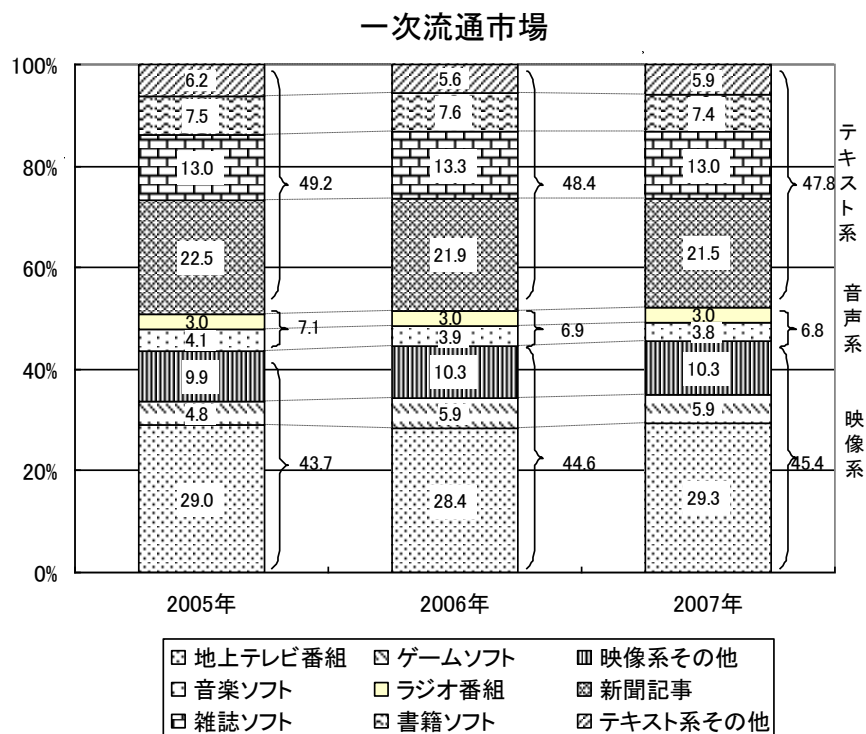
近年、音楽ソフト、ゲームソフト、ビデオソフト等におけるマルチユース市場の割合が大幅に増加。

マルチユース市場の展開



(3) ソフト別

○ ソフト別の構成比は、一次流通市場では、テキスト系ソフトが映像系ソフトをやや上回っているが、その割合は年々低下。また、マルチユース市場では、映像系ソフトの割合が約6割を占める。



・地上テレビ番組、新聞記事が引き続き大きな割合を占めている。

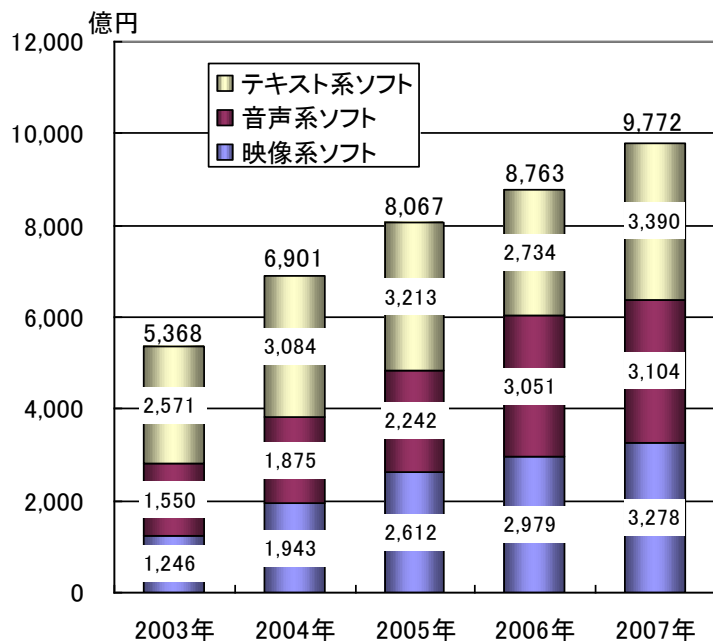
・映画ソフトの割合が減少する一方、地上テレビ番組、衛星テレビ番組の割合が増加している。

2 ネットワーク流通市場の動向

(1) 市場規模

- パソコン、携帯電話等ネットワークで流通する通信系ソフトの市場(ネットワーク流通市場)は9,772億円(対前年比11.5%増)となり、1兆円に近い規模に拡大。
- 2007年の市場は、2003年の1.8倍に成長。映像系は2.6倍、音声系は2.0倍に拡大。

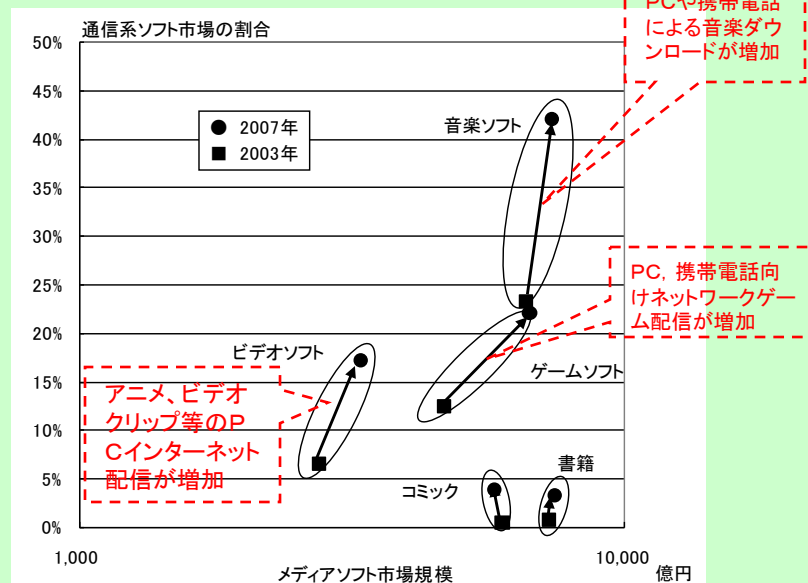
ネットワーク流通市場の推移



通信系ソフト: 一次流通、マルチユース市場のうち、PC、携帯電話等のネットワークで流通するソフト

・ソフト別に見ると、近年、音楽ソフト(ネットワークダウンロードなど)、ゲームソフト(オンラインゲームなど)、ビデオソフト等において、ネットワーク配信が大幅に拡大。

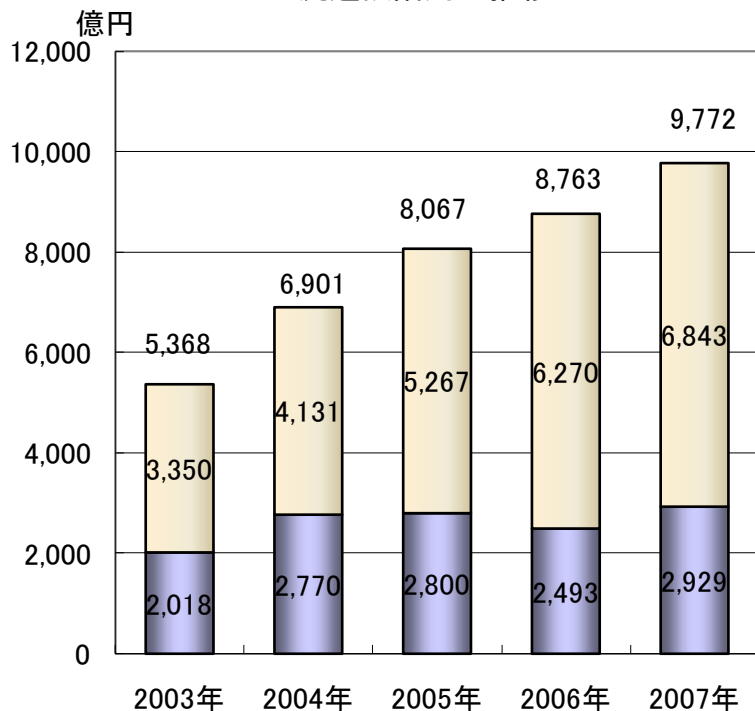
ネットワーク配信の進展



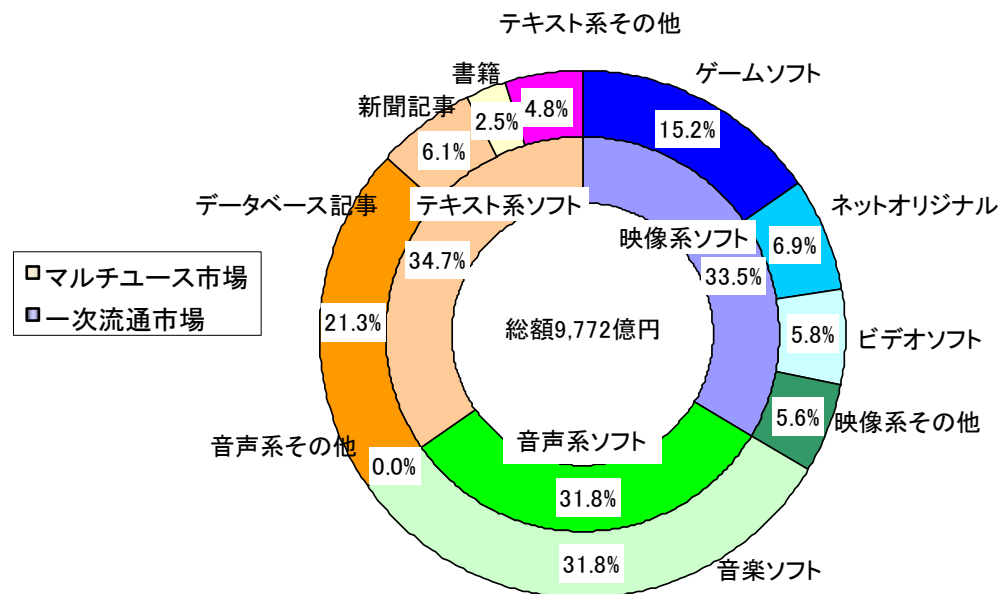
(2) 流通段階別及びソフト別

- 通信系ソフトにおけるマルチユース市場の割合は7割となっている。
- ソフト別構成比では、音楽ソフトの割合が最も多く、続いてデータベース記事、ゲームソフトの割合が多くなっている。

流通段階別の推移



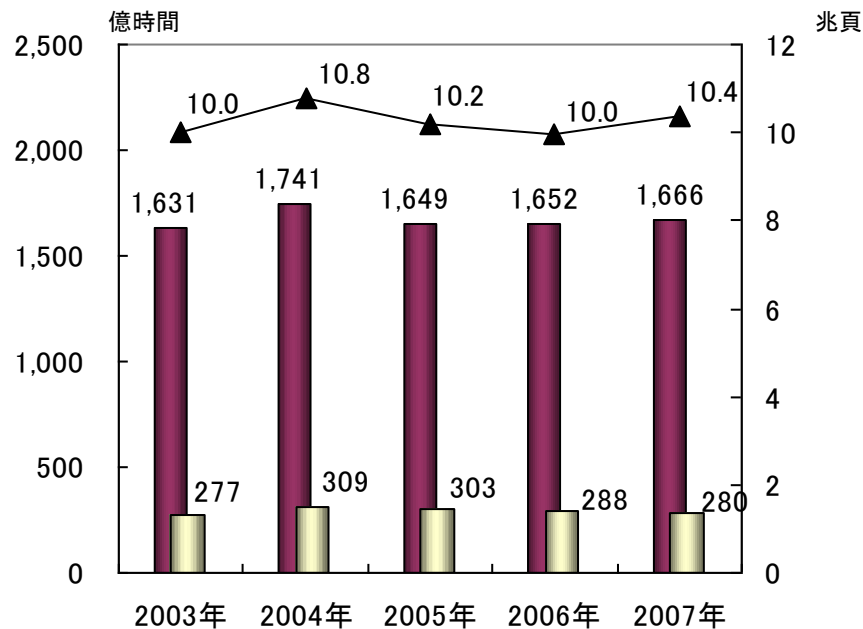
ソフト別の構成比(2007年)



3 メディア・ソフトの流通量の動向

○ メディア・ソフトの流通量(2007年)は、映像系ソフト、テキスト系ソフトで増加しているが、音声系ソフトは減少。

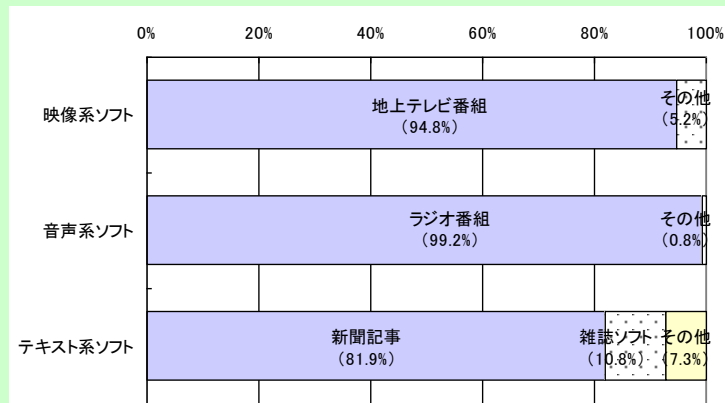
流通量の推移(ソフト形態別)



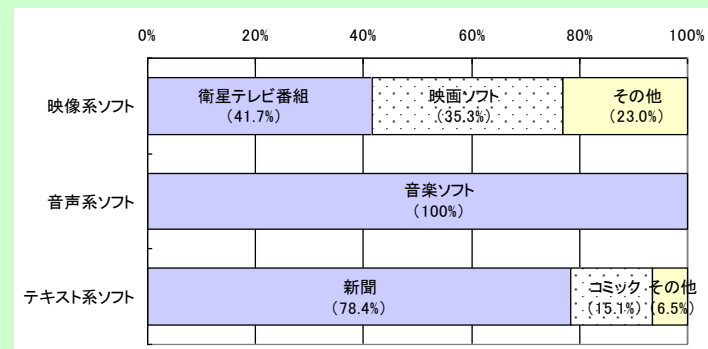
■ 映像系ソフト(左軸) ■ 音声系ソフト(左軸) ▲ テキスト系ソフト(右軸)

流通段階別・ソフト別構成

●一次流通市場(2007年)



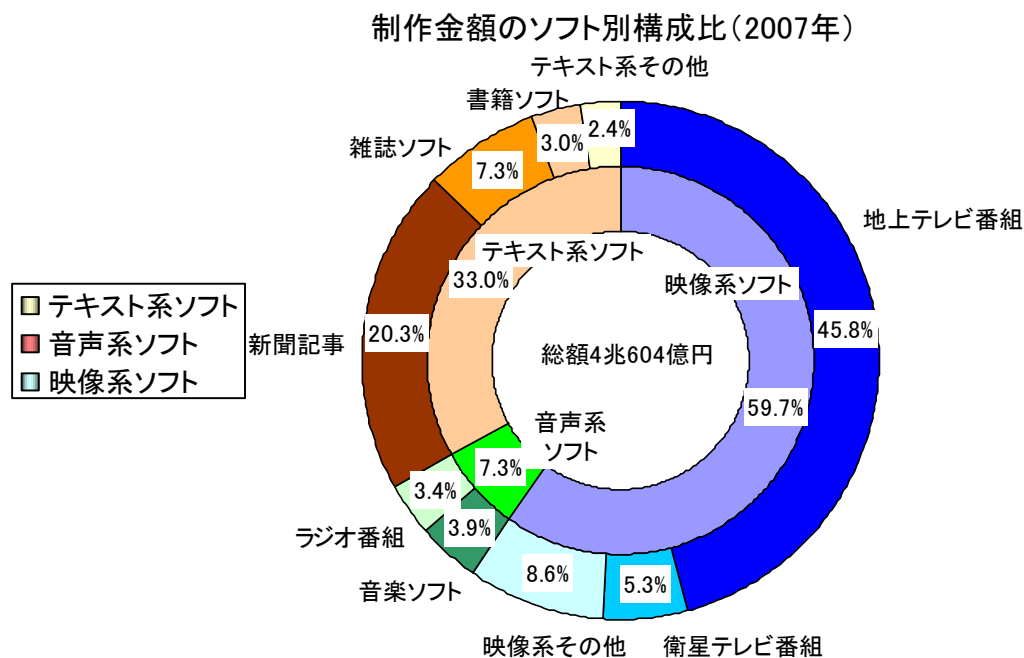
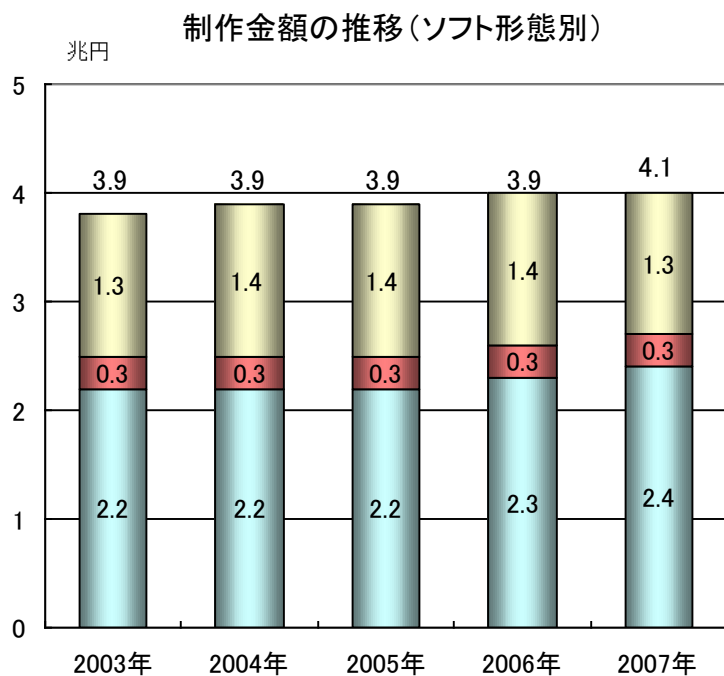
●マルチユース市場(2007年)



4 メディア・ソフトの制作の動向

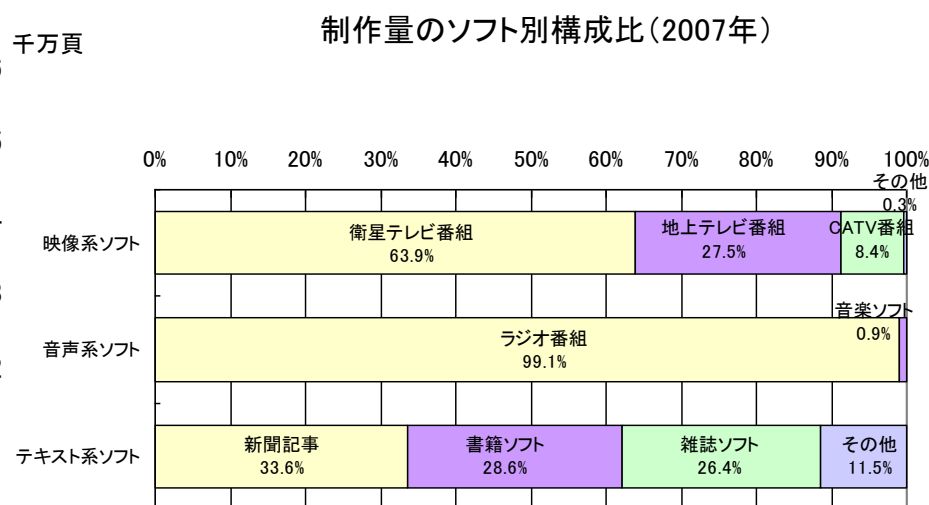
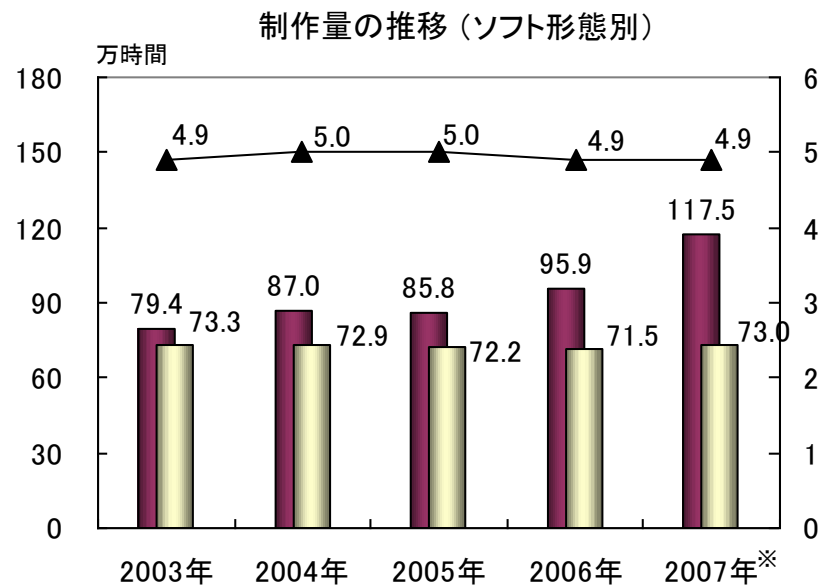
(1) 制作金額

- 2007年のメディア・ソフト全体の制作金額は4兆604億円(対前年比2.8%増)に増加。
- 映像系ソフトは大きく増加(対前年比7.0%増)。音声系ソフト(対前年比2.9%減)、テキスト系ソフト(対前年比2.8%減)は減少。
- ソフト別構成比では、映像系ソフトが約6割と最大。地上テレビ番組(約46%)、新聞記事(約20%)の割合が大きい。



(2) 制作量

- メディア・ソフトの制作量は、映像系ソフト、音声系ソフト、テキスト系ソフトのいずれも増加。
- ソフト別構成比を見ると、映像系ソフトにおいては衛星テレビ番組の割合が最も大きい。



■ 映像系ソフト(左軸) ■ 音声系ソフト(左軸) ▲ テキスト系ソフト(右軸)

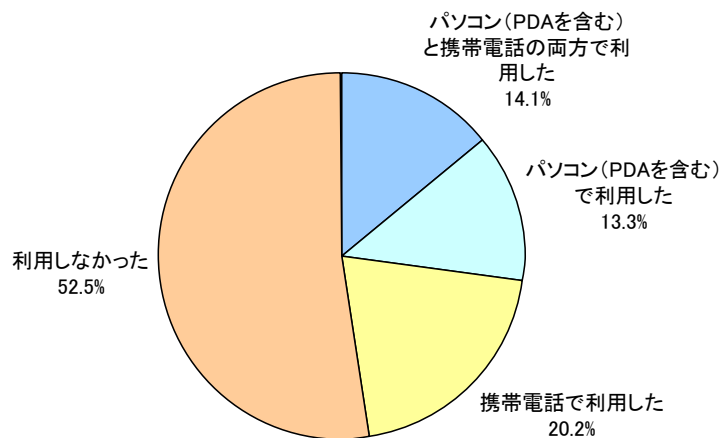
※ 2007年調査より地上デジタル番組の制作量を新たに追加

5 インターネットコンテンツ利用の動向

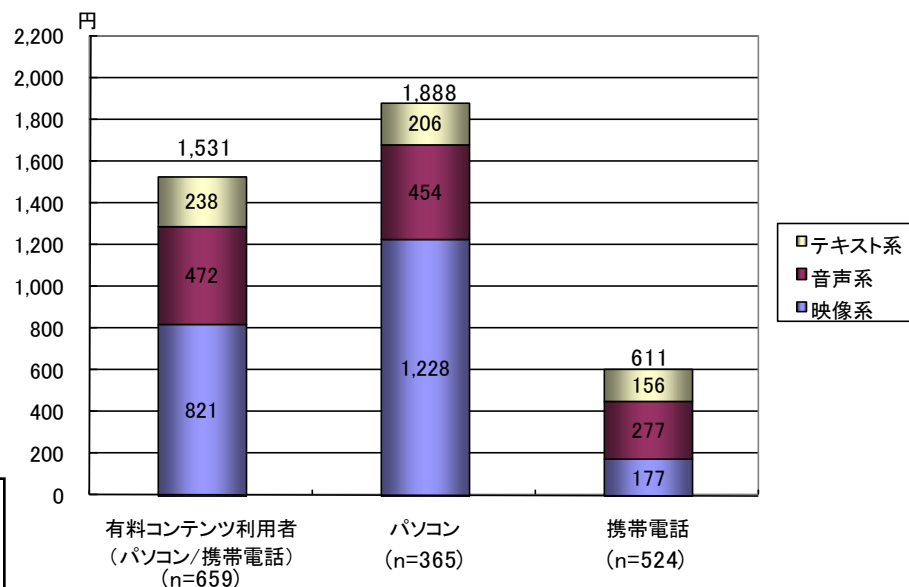
(1) 有料コンテンツ

- インターネット(パソコン、携帯電話)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)は、1,531円。
- パソコンではオンラインゲーム、ビデオソフト、映画等映像系の割合が大きい。携帯電話では着うた、着メロ等音声系の割合が大きい。

インターネット利用者の有料コンテンツ利用状況(直近1ヶ月)



一人当たり有料コンテンツ平均利用金額(1ヶ月)



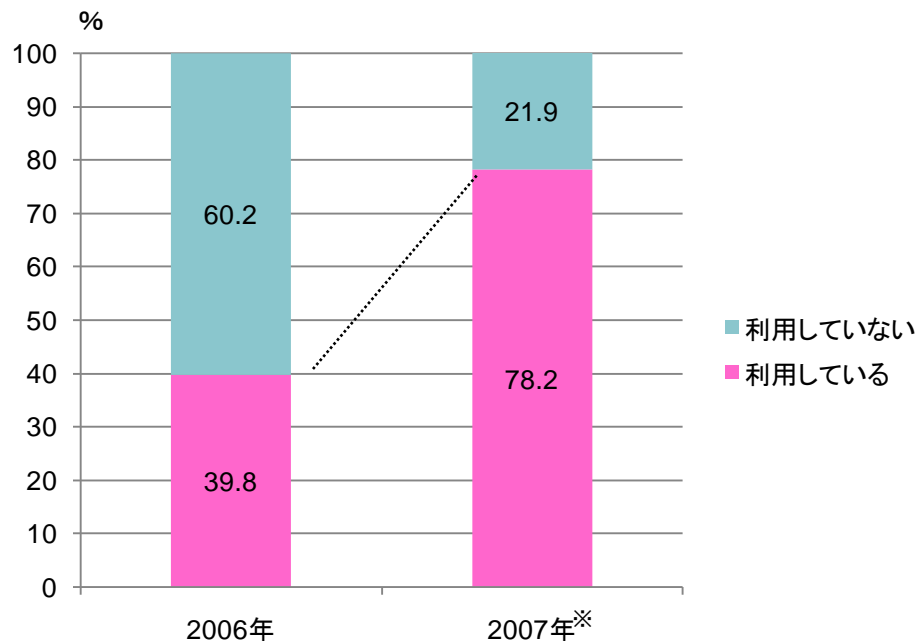
<アンケート調査の概要>

- ネットアンケート会社のモニター2,000人に対するWebアンケート調査を2009年3月に実施。
- 有料コンテンツ利用金額は回答者についてのデータ。

(2) 無料映像系コンテンツ

○ 無料の映像配信サービスをよく利用しているのは、インターネット利用者の約8割。昨年(約4割)から大幅に増加。

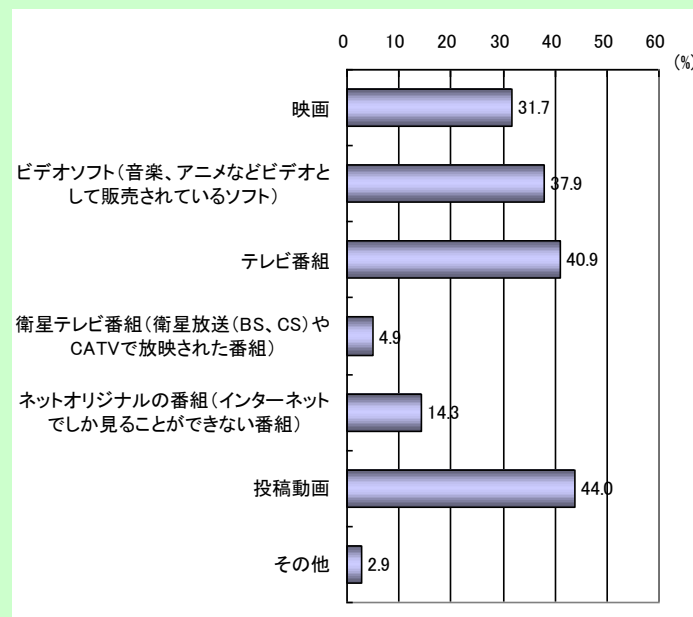
無料映像配信サービスの利用状況(パソコン)
(n=2,000)



※ 2007年よりYoutube等の投稿動画の利用者も加えている。

・投稿動画の割合が最も多くなっている。次いでテレビ番組、ビデオソフト、映画の利用が多い。

よく利用している無料映像のジャンル
(n=1,563、MA)



参 考

《参考1》メディア・ソフトの市場規模(2007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)	対前年増減率	市場規模(億円)	対前年増減率	市場規模(億円)	対前年増減率
映像系ソフト	55,342	2.1%	40,279	0.8%	15,063	5.8%
映画ソフト	7,173	-4.5%	1,984	-2.2%	5,189	-5.3%
ビデオソフト	3,299	-11.9%	2,731	-14.5%	567	3.4%
地上テレビ番組	30,095	4.3%	25,940	2.1%	4,154	21.3%
衛星テレビ番組	7,176	7.9%	3,508	8.7%	3,668	7.1%
CATV番組	226	7.9%	226	7.9%	-	-
ゲームソフト	6,695	0.8%	5,211	-1.4%	1,484	9.4%
ネットオリジナル	678	13.6%	678	13.6%	-	-
音声系ソフト	10,020	-3.2%	5,989	-3.7%	4,031	-2.5%
音楽ソフト	7,364	-3.7%	3,333	-5.2%	4,031	-2.5%
ラジオ番組	2,656	-1.8%	2,656	-1.8%	-	-
テキスト系ソフト	48,748	-2.4%	42,405	-2.2%	6,343	-4.0%
新聞記事	19,799	-2.1%	19,091	-2.6%	708	14.7%
コミック	5,774	-1.1%	3,058	-3.5%	2,715	1.8%
雑誌ソフト	12,835	-3.3%	11,492	-3.3%	1,342	-2.8%
書籍ソフト	7,442	-2.6%	6,556	-3.5%	886	4.5%
データベース記事	2,772	-2.9%	2,081	18.1%	692	-36.7%
ネットオリジナル	127	6.7%	127	6.7%	-	-
合 計	114,110	-0.3%	88,673	-0.9%	25,437	1.9%

(注) 四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。

《参考2》通信系ソフトの市場規模(2007年)

メディア・ソフトの 分類	全 体		一次流通市場		マルチユース市場	
	市場規模(億円)	対前年増減率	市場規模(億円)	対前年増減率	市場規模(億円)	対前年増減率
映像系ソフト	3,278	10.0%	678	13.6%	2,599	9.1%
映画ソフト	336	16.2%	-	-	336	16.2%
ビデオソフト	567	3.4%	-	-	567	3.4%
地上テレビ番組	163	8.1%	-	-	163	8.1%
衛星テレビ番組	49	32.6%	-	-	49	32.6%
CATV番組	-	-	-	-	-	-
ゲームソフト	1,484	9.4%	-	-	1,484	9.4%
ネットオリジナル	678	13.6%	678	13.6%	-	-
音声系ソフト	3,104	1.7%	-	-	3,104	1.7%
音楽ソフト	3,104	1.7%	-	-	3,104	1.7%
ラジオ番組	-	-	-	-	-	-
テキスト系ソフト	3,390	24.0%	2,251	18.7%	1,140	36.1%
新聞記事	597	31.5%	-	-	597	31.5%
コミック	220	64.0%	-	-	220	64.0%
雑誌ソフト	122	11.6%	-	-	122	11.6%
書籍ソフト	244	56.1%	43	167.3%	201	43.2%
データベース記事	2,081	18.1%	2,081	18.1%	-	-
ネットオリジナル	127	6.7%	127	6.7%	-	-
	9,772	11.5%	2,929	17.5%	6,843	9.1%

(注) 四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。

《参考3》メディア・ソフトの流通量(2007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	対前年増減率	流通量	対前年増減率	流通量	対前年増減率
映像系ソフト	1,665.7	0.8%	1,549.4	1.9%	116.3	-11.8%
映画ソフト	43.5	-21.5%	2.4	-0.8%	41.1	-22.5%
ビデオソフト	6.1	-12.0%	3.7	-18.6%	2.4	1.2%
地上テレビ番組	1,490.6	1.9%	1,469.0	1.9%	21.6	5.0%
衛星テレビ番組	119.5	-1.6%	71.0	3.8%	48.5	-8.5%
CATV番組	0.9	-3.7%	0.9	-3.7%	-	-
ゲームソフト	4.7	-0.5%	2.0	8.7%	2.7	-6.2%
ネットオリジナル	0.5	40.4%	0.5	40.4%	-	-
音声系ソフト	279.6	-2.8%	238.7	-3.0%	40.9	-1.6%
音楽ソフト	42.7	-2.2%	1.8	-13.3%	40.9	-1.6%
ラジオ番組	236.9	-2.9%	236.9	-2.9%	0.0	-
ネットオリジナル	0.0	-	0.0	-	-	-
テキスト系ソフト	103,716.1	4.2%	86,957.2	-2.0%	16,758.9	55.1%
新聞記事	84,381.5	5.1%	71,250.6	-2.1%	13,130.9	74.2%
コミック	7,780.3	3.0%	5,245.3	-1.3%	2,534.9	13.1%
雑誌ソフト	9,806.3	-2.5%	9,361.4	-2.4%	444.9	-4.4%
書籍ソフト	1,716.8	7.6%	1,089.0	2.5%	627.8	17.7%
データベース記事	27.2	-23.8%	6.9	18.1%	20.3	-32.0%
ネットオリジナル	4.0	87.3%	4.0	87.3%	-	-

(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)
四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。

《参考4》メディア・ソフトの制作金額及び制作量(2007年)

メディア・ソフトの分類	制作金額(億円)	対前年増減率	制作量	対前年増減率
映像系ソフト	24,232	7.0%	1,174,820	22.5%
映画ソフト	1,073	-2.6%	447	-2.6%
ビデオソフト	294	16.4%	1,471	16.4%
地上テレビ番組	18,609	6.4%	322,511	1.1%
衛星テレビ番組	2,145	0.0%	750,152	38.2%
CATV番組	260	41.7%	98,593	4.9%
ゲームソフト	1,851	25.9%	1,648	6.3%
音声系ソフト	2,961	-2.9%	729,523	2.0%
音楽ソフト	1,570	-5.2%	6,645	4.0%
ラジオ番組	1,391	-0.1%	722,878	2.0%
テキスト系ソフト	13,411	-2.8%	4,937	1.5%
新聞記事	8,239	-4.1%	1,657	-0.7%
コミック	549	1.8%	187	3.3%
雑誌ソフト	2,957	-3.3%	1,302	0.0%
書籍ソフト	1,224	-3.9%	1,411	-0.6%
データベース記事	443	31.3%	380	31.3%
合計	40,604	2.8%	—	—

(注) 制作量の単位: 時間(テキスト系ソフトは万頁)
四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。