

メディア・ソフト研究会（第2回）の
議論の流れ及び議論のポイントについて

平成21年12月15日

総務省 情報通信政策研究所

論点1 メディア・ソフトを取り巻く環境変化と市場の範囲

○ 議論の流れ ～全体を俯瞰し、各論を分析～

全体議論

■ メディア・ソフトを取り巻く環境変化について

- ・ 経済環境の変化
- ・ 広告市場の変化
- ・ 少子高齢化
- ・ 国際市場の変化

■ メディア・ソフト業界の変化について

- ・ 制作段階のコストやデジタル化
- ・ 流通段階のネットワークの発達
- ・ 消費段階におけるメディアの変遷
- ・ ユーザー側からの発信、裾野の拡がり

■ 新たなメディア・ソフト市場の形成

- ・ 新たな市場誕生の背景と要因
- ・ 新たな市場の成長性

個別議論

■ メディア・ソフト市場の調査枠組みの決定

- ・ 従来のメディア・ソフトとの整合性
- ・ 新たな市場をどのように取り込むか
 - － 消費者生成型メディア
(ブログ、SNS、動画共有サービス)
 - － インターネット映像配信 (IPTV)
(映画、テレビ、衛星放送等)
 - － デジタルサイネージ
 - － インターネット、移動端末向けサイト
(ポータルサイト、情報サイト等)
 - － フリーペーパー
等々

論点1 メディア・ソフトを取り巻く環境変化と市場の範囲

○ 議論のポイント

■ メディア・ソフトを取り巻く環境変化について

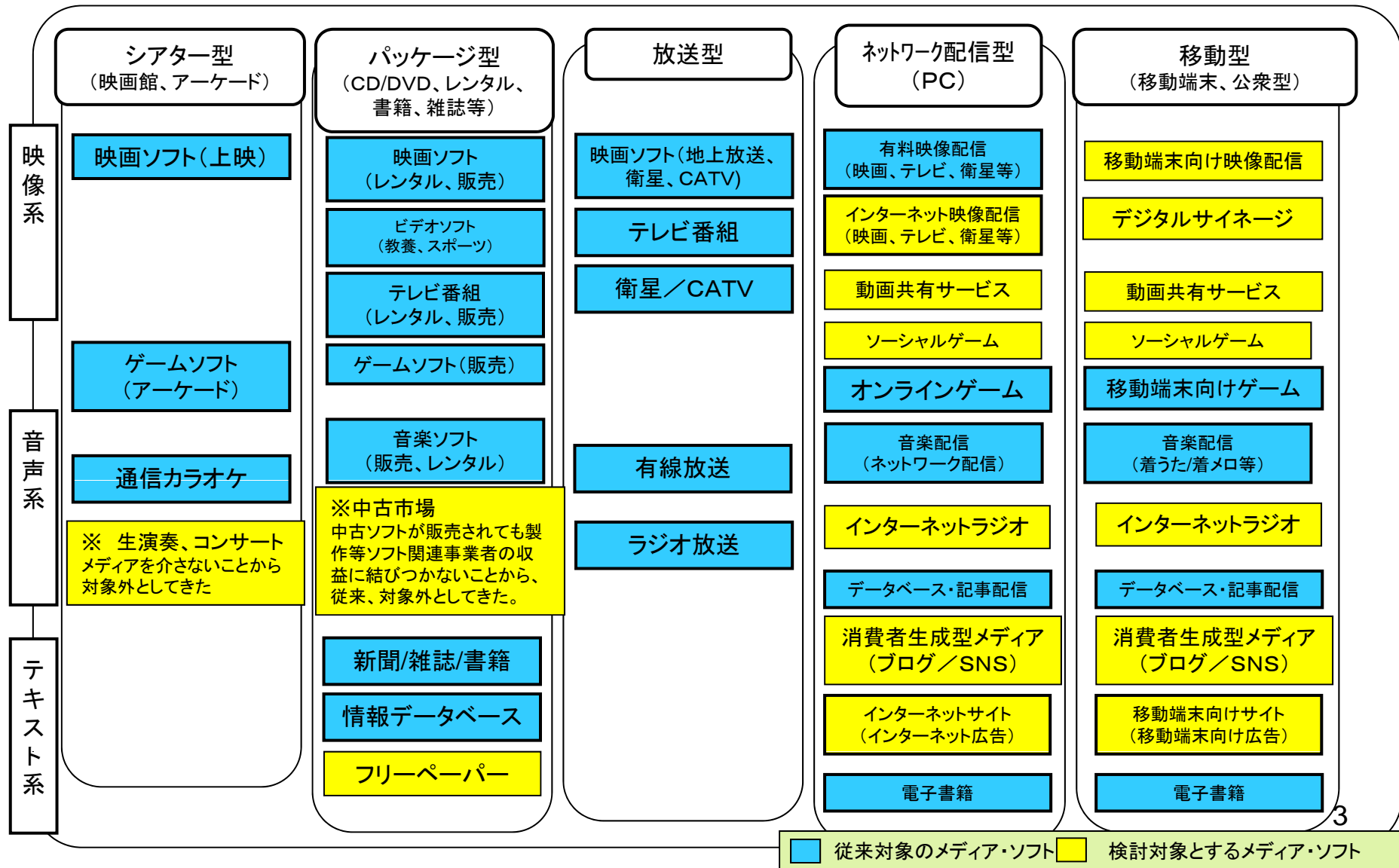
- メディアソフトを取り巻く環境変化
 - 経済環境の変化と広告費の減少
 - 国内ユーザーの減少
 - グローバルなメディア・ソフトの取引・流通の活発化
- メディア・ソフト業界の変化について
 - メディア・ソフト制作に掛るコスト、デジタル化など
 - メディア・ソフトの流通におけるネットワーク化
 - パッケージメディアの縮小、データダウンロードの増加などメディアの変遷
 - メディア・ソフトを発信、利用するユーザー側の変化

■ 新たなメディア・ソフト市場の形成

- 新たな市場誕生の背景と要因
 - 消費者生成型メディアの発達、課金プラットフォームの発達 など
- 新たな市場が登場する中、これまでのメディア・ソフト市場の枠組みで十分か。
 - メディア・ソフト市場の基準
 - ①広く一般に利用者されていること、②メディアを経由していること、③情報ソフトであること
- 新たな市場をどのようにメディア・ソフト市場へ取り込んでいくか
 - ①メディア（媒体）の役割の重要性、②広く人々に利用される目的を有するか、③市場の成長性 など

論点1 メディア・ソフトを取り巻く環境変化と市場の範囲(続き)

- メディア・ソフト市場の調査全体の枠組みについて
- 個々の新たなメディア・ソフト市場を調査対象とすることについて



論点2 1次流通、マルチユース市場の流通構造及び分類の見直し

○ 議論のポイント

■ メディア・ソフトの流通構造の変化

- 1次流通市場とマルチユース市場の時間軸の変化
 - － 映画やテレビ番組は従来の流通構造を維持しているのか？
 - － 音楽、ゲームソフト、新聞、書籍等の配信のタイミング
- メディア・ソフトの流通構造の変化の背景や要因について
 - － 配信メディア／チャンネルの増加

■ メディア・ソフトの収益構造の変化

- 1次流通市場とマルチユース市場の収益の変化
 - － 映画、音楽やゲームソフトにおけるマルチユース市場の成長
- マルチユース市場の位置付けや取組みについて
 - － マルチウインドウ戦略など

■ 新たな1次流通、マルチユースの考え方

- 上記の流通構造、収益構造の変化を受けた、新たな1次流通、マルチユースの考え方について

* 従来の1次流通、マルチユースの考え方

- ① 同一ソフトが最初に流通するメディアを1次流通市場、それ以降の2次流通等をマルチユース市場
- ② 時間的に先行している市場が1次流通
- ③ 1次流通市場はマルチユース市場よりも大きい

論点3 メディア・ソフトの利用量に関する計測単位の見直し

○ 議論のポイント

■ メディア・ソフトの質、量の変化

- メディア・ソフトの質や量の変化の背景とその要因について
 - － 地上デジタル放送の普及
 - － ブルーレイ等の大容量・高画質なメディアの発達
 - － ブロードバンド化の進展
 - － デバイスの高度化

■ メディア・ソフトの利用動向の変化

- メディア・ソフトにおける流通量と利用量の明確化
 - － 流通の総量把握と視聴、購読される量の把握について
- メディア・ソフトの利用動向の変化
 - － テレビ番組におけるレコーダー視聴などの存在
 - － ネットワークや携帯電話を経由したユニークユーザー数の変化

■ 上記の変化を把握できる計測単位(bit数の導入等)について

- －メディア・ソフトの種類に応じた計測単位について

論点4 メディア・ソフト市場の将来展望(予測)について

○ 議論のポイント

■ 論点1～3を踏まえた、メディア・ソフト市場の将来展望(予測)について

- 将来展望において考慮すべき外部要因について
 - 経済環境の変化が与える影響
 - 少子高齢化が与える影響
 - 地上デジタル放送への移行(2011年)が与える影響
 - ブロードバンドの一層の普及と低廉化が与える影響

- 今後予測されるビジネスモデルの変化について
 - ウィンドウ戦略の変化(1次/マルチユースの変化)
 - ネットの位置づけの変化(プロモーション/マーケットリサーチ/流通チャネル)
 - メディア・ソフトの国際競争力
 - 広告モデルから有料モデルへ収益構造の変化
 - コンテンツ配信における業界横断的な取り組み(テレビ局と動画サイト、ゲームとSNS等)
 - 課金可能なネット端末普及の可能性(kindle、iphone)

- 消費者がソフト購入に至る動機、購入を促すメディアの役割など