

地域情報化促進におけるコンテンツ流通の役割 ーメディア・ソフトの制作及び流通の実態ー

平成25年6月
総務省情報通信政策研究所

1 コンテンツ市場全体の現状分析（p 2～p 11）

- ⇒メディア・ソフトの制作及び流通の実態
- ⇒一次流通市場とマルチユース市場
- ⇒日本国内のコンテンツ市場全体の規模(2011年)……………**11兆1,600億円**

2 放送コンテンツの海外展開（p 12～p 17）

- ⇒日本国内のコンテンツ市場全体の1／3が放送コンテンツ
…………… **3兆6,819億円**
- ⇒地上テレビ番組の輸出金額(2011年) …………… **63.6億円**

3 地域におけるコンテンツ流通の役割（p 18～p 24）

- ⇒日本のコンテンツを広く世界に知ってもらおう！
- ⇒知ってもらったら、ご当地に来てもらおう！

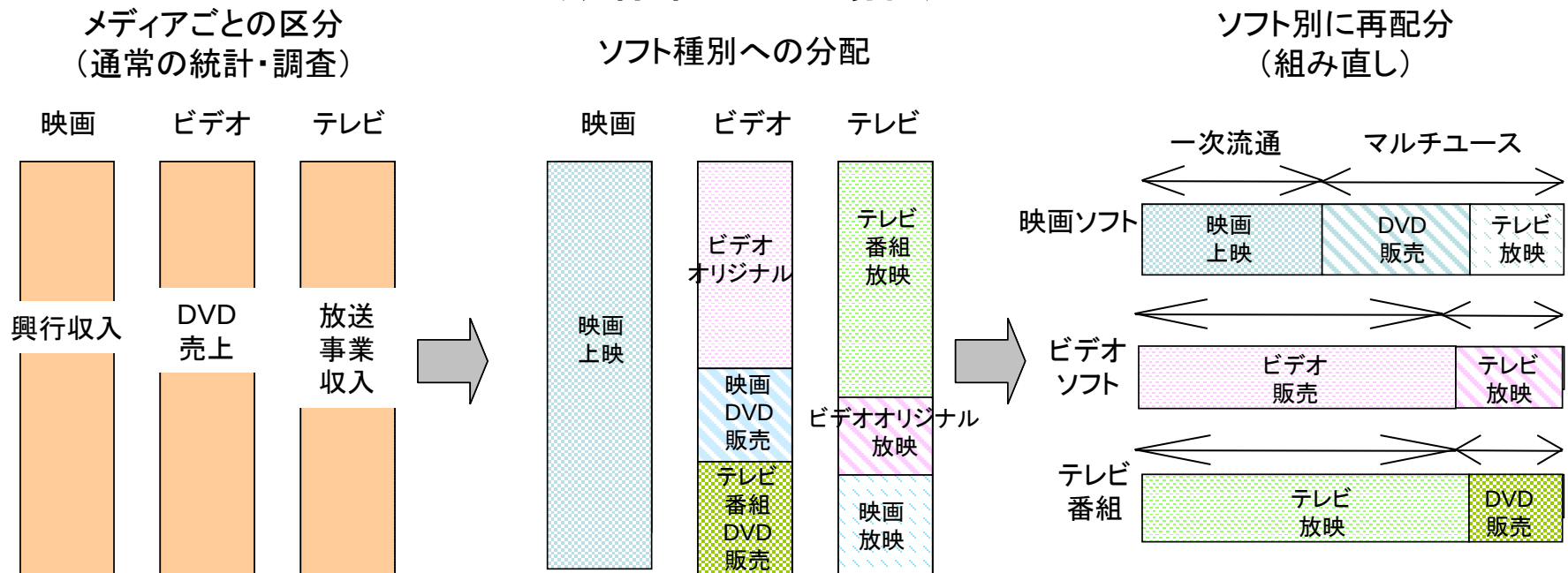
百聞は一見に如かず “Seeing is believing.”

1 メディア・ソフトの制作及び流通の実態

メディア・ソフト市場とは、「一次流通市場」と「マルチユース市場」の総計
 ⇒通常の調査では、メディアごとの売上の単純な集計結果
 ⇒メディア・ソフトの調査の特徴は、

- ・各ソフトがもともと何のソフトとして製作されたかに着目
- ・ソフトのもともとの目的ごとに再集計を行い、コンテンツ市場全体を分析

メディア・ソフトのデータ分析手法のイメージ (映像系ソフトの場合)

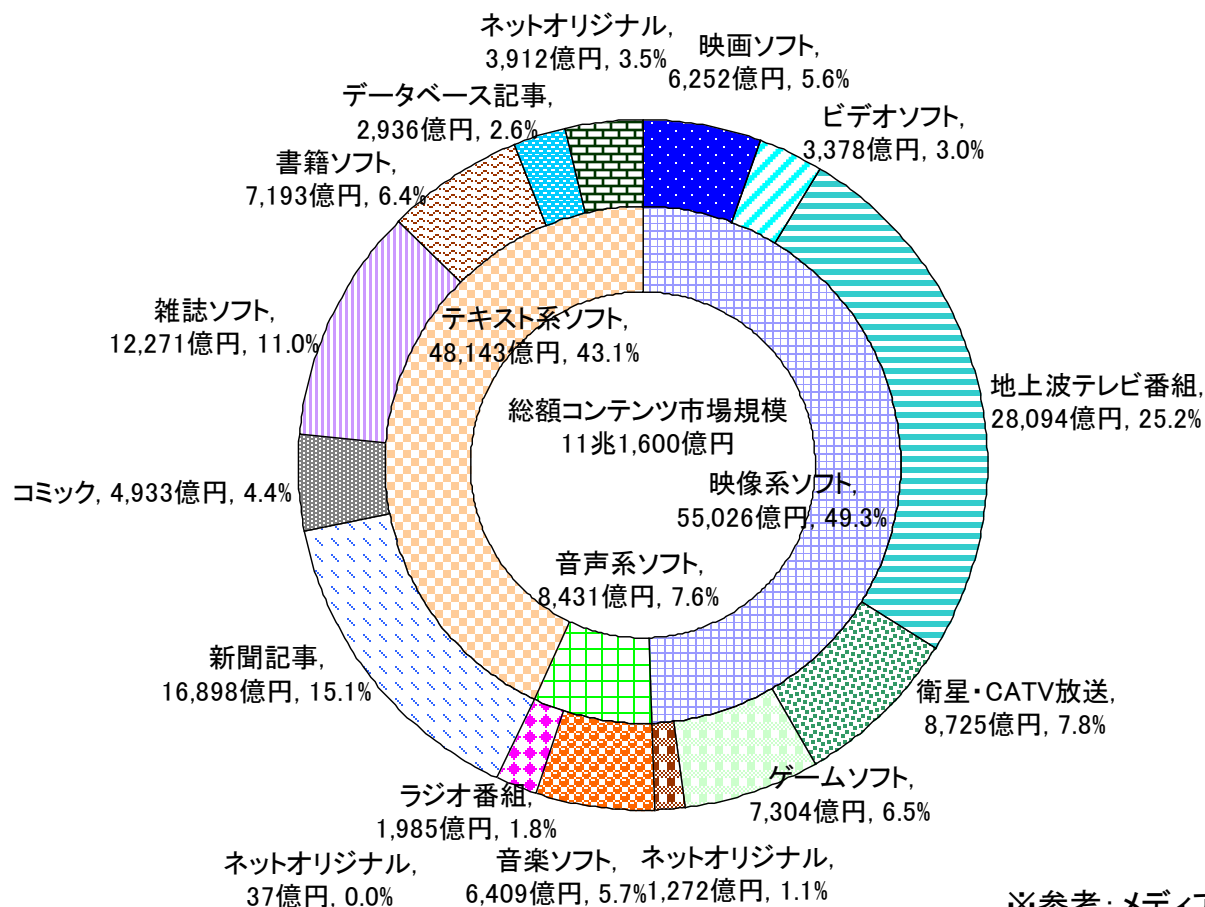


一次流通市場：あるソフトが、当初想定するメディアにおいて流通する場合のこと。

マルチユース市場：あるソフトが、内容の同一性を保ちつつ、当初想定したメディアとは異なるメディアで流通する場合のこと。

2011年のメディア・ソフト市場規模は11兆1,600億円となった。
ソフト別の市場構成比では、映像系ソフトが全体の約5割、テキスト系が4割強、音声系は1割弱をそれぞれ占める。

図 メディア・ソフト市場規模(2011年)



※参考: メディア・ソフト中古市場は1,748億円

メディア・ソフト市場全体は約11.2兆円で横ばい。

⇒2010年と比較して、音声系ソフト市場は微増、映像系ソフト、テキスト系ソフト市場はやや減少

図 ソフト形態別メディア・ソフト市場規模
(2011年)

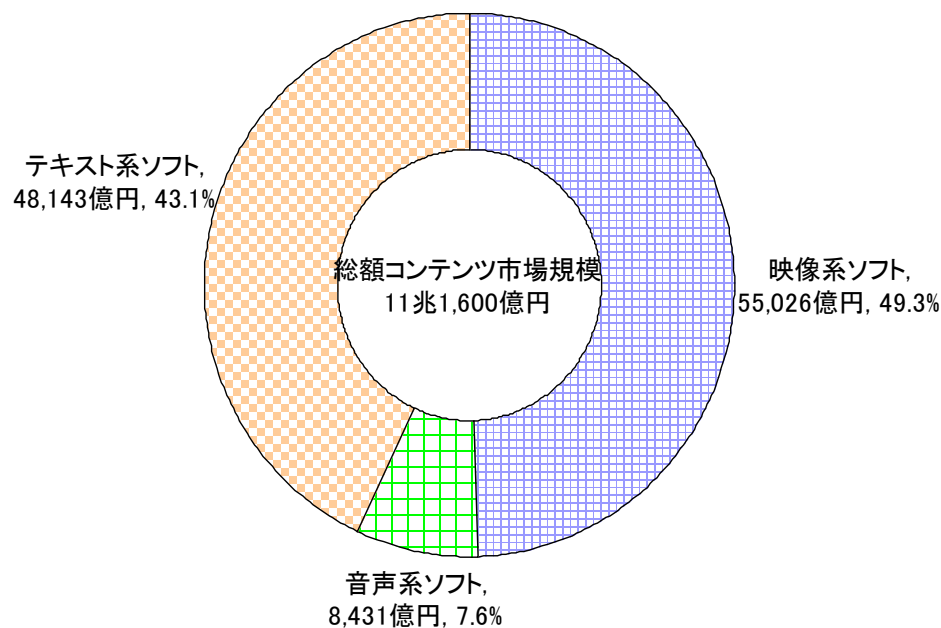
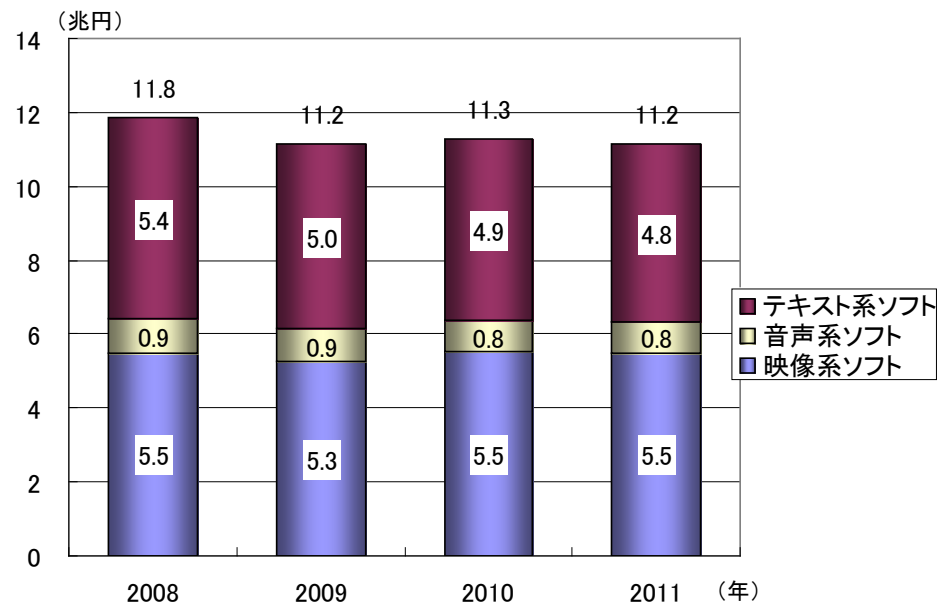


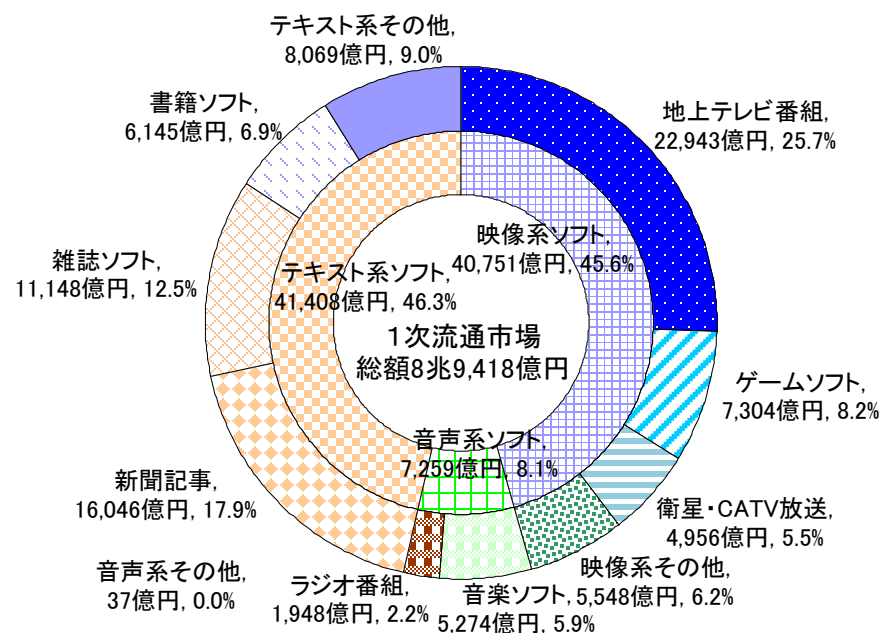
図 ソフト形態別メディア・ソフト市場規模
の推移



2011年の一次流通市場は、8兆9,418億円となり市場全体の約8割を占める。

2011年のマルチユース市場は、2兆2,182億円となり市場全体の約2割を占める。

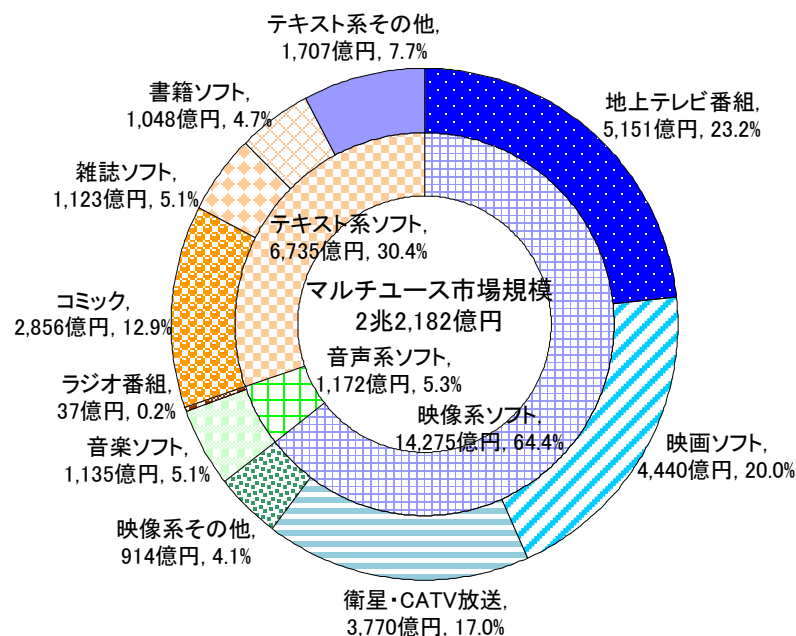
図 一次流通市場 (2011年)



※「映像系その他(一次流通市場)」の内訳
映画: 1,812億円、ビデオ: 2,464億円、ネットオリジナル: 1,272億円

一次流通市場 : あるソフトが、当初想定するメディアにおいて流通する場合のこと。

図 マルチユース市場 (2011年)



※「映像系その他(マルチユース市場)」の内訳
ビデオ: 914億円、ゲーム: 0円、ネットオリジナル: 0円

マルチユース市場 : あるソフトが、内容の同一性を保ちつつ、当初想定したメディアとは異なるメディアで流通する場合のこと。

流通段階別の市場規模は、2009年に特に一次流通市場が減少した後、ほぼ横ばいである。

マルチユース市場の割合は市場全体の2割程度を占めており、2008年以降ほぼ横ばいで推移している。

図 流通段階別メディア・ソフト市場規模の推移

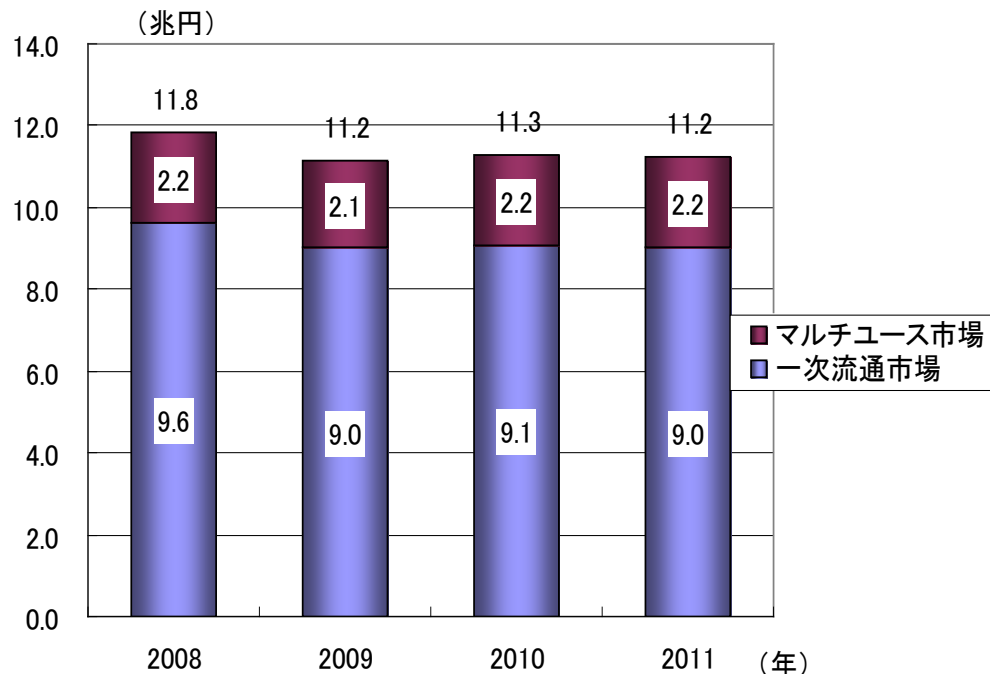
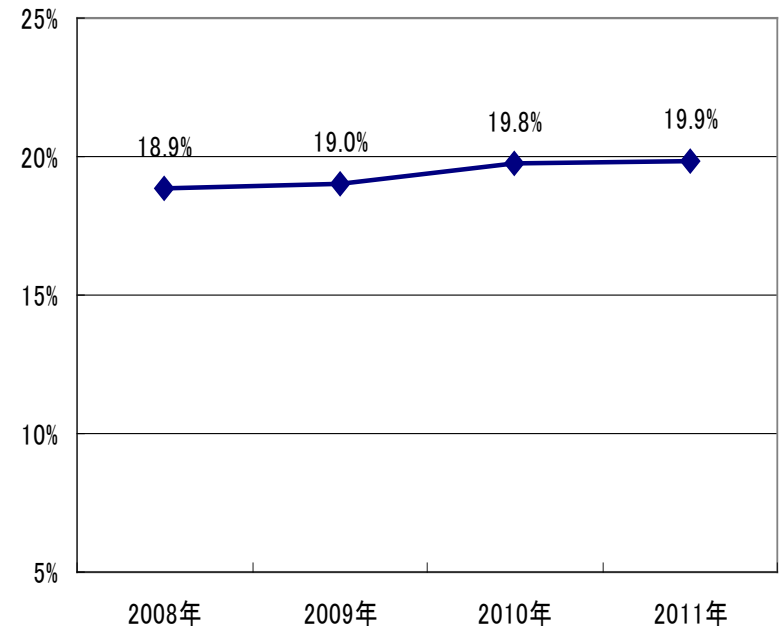


図 マルチユース率の推移



2011年のインターネット等を経由した通信系コンテンツ流通市場の規模は1兆8,341億円となった。

ソフト別の市場構成比では、テキスト系が4割強、映像系が4割弱、音声系が約2割。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 通信系コンテンツ市場(2011年)

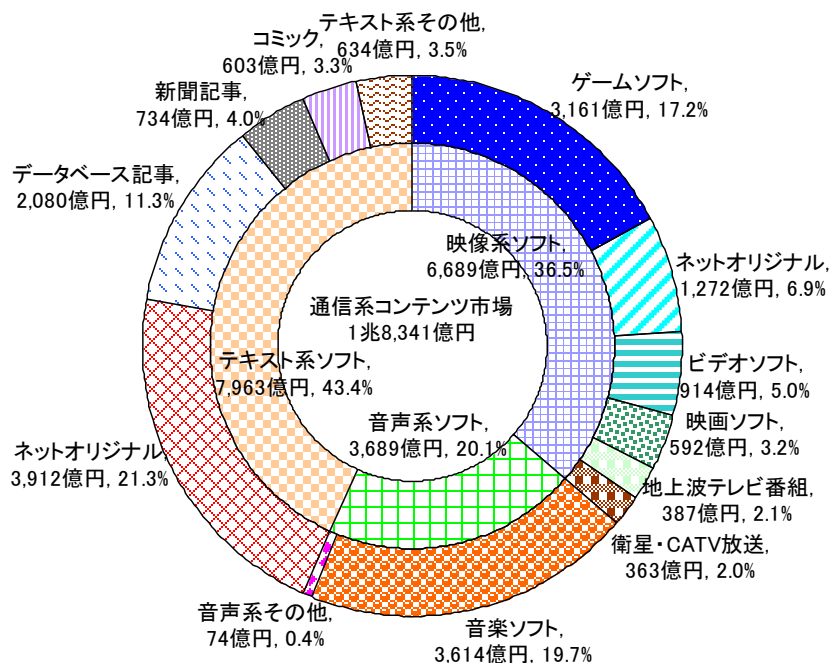
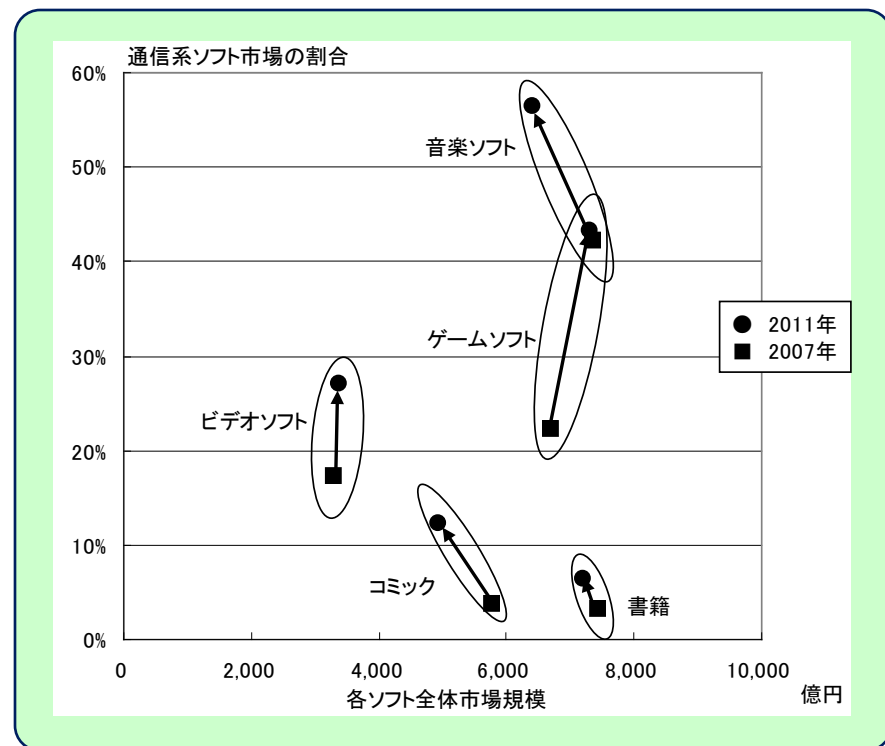


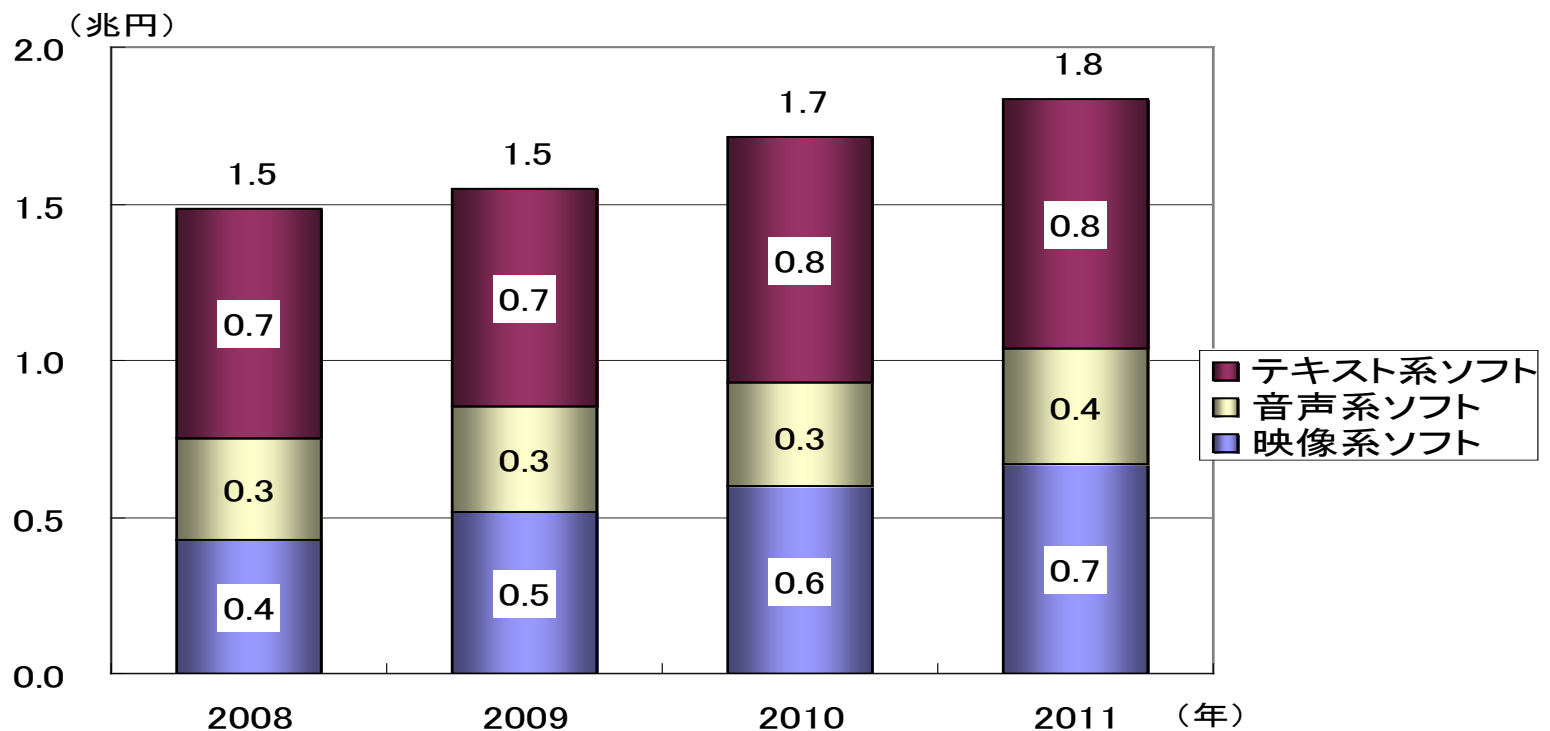
図 ネットワーク配信の進展
(2007年ー2011年)



2008年以降の通信系コンテンツ市場規模をソフト形態別に見ると、映像系、音声系、テキスト系のいずれにおいても増加傾向である。

特に、映像系ソフトの増加幅が大きくなっており、2008年の0.4兆円から2011年には0.7兆円に達している。

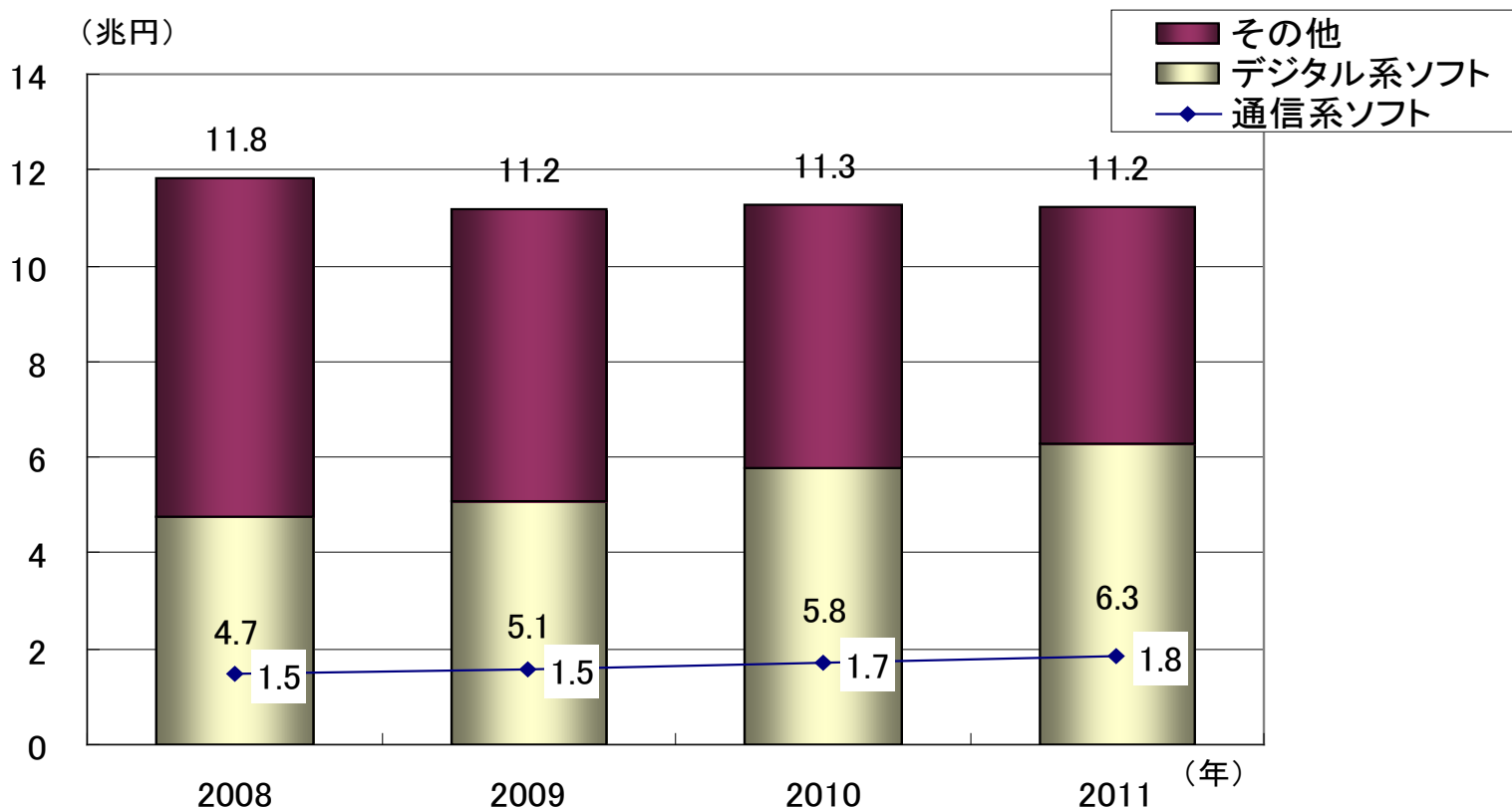
図 通信系コンテンツ市場規模の推移(ソフト形態別)



2008年以降のデジタル系ソフトの市場規模は増加傾向にあり、2011年には6.3兆円に達している。

2008年以降の通信系ソフトの市場規模についても同様に増加傾向にあり、2011年には1.8兆円に達している。

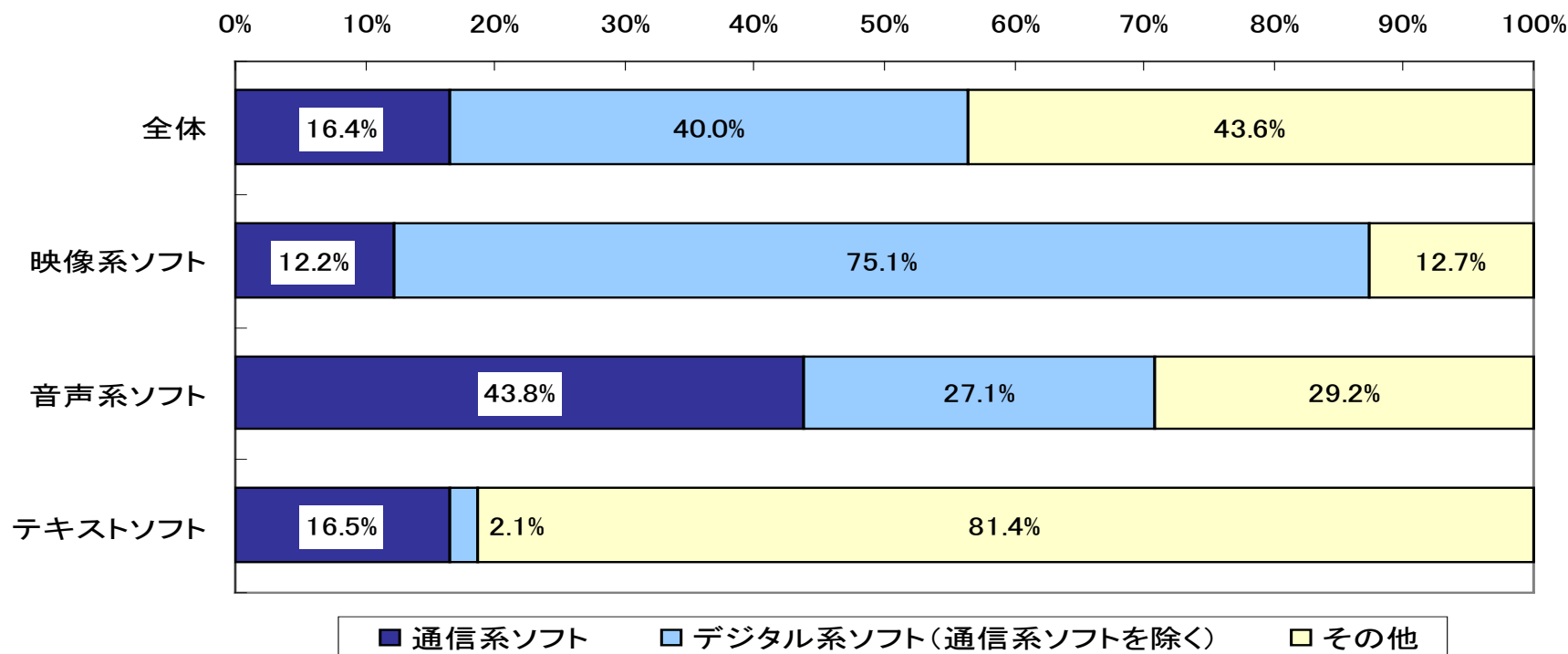
図 デジタル系ソフト・通信系ソフトの市場規模の推移



デジタル化とネットワーク化の状況を見ると、デジタル系ソフト(通信系ソフト含む)は全体の5割以上を占めている。そのうち、通信系ソフトは全体の2割弱となっている。

ソフト形態別に見ると、デジタル化が最も進んでいるのは映像系ソフトであり、通信系ソフトを含むデジタル系ソフトの割合が全体の9割近くとなっている。ネットワーク化が最も進んでいるのは音声系ソフトであり、通信系ソフトが全体の4割強を占めている。

図 ソフト形態別デジタル化・ネットワーク化の状況(2011年)

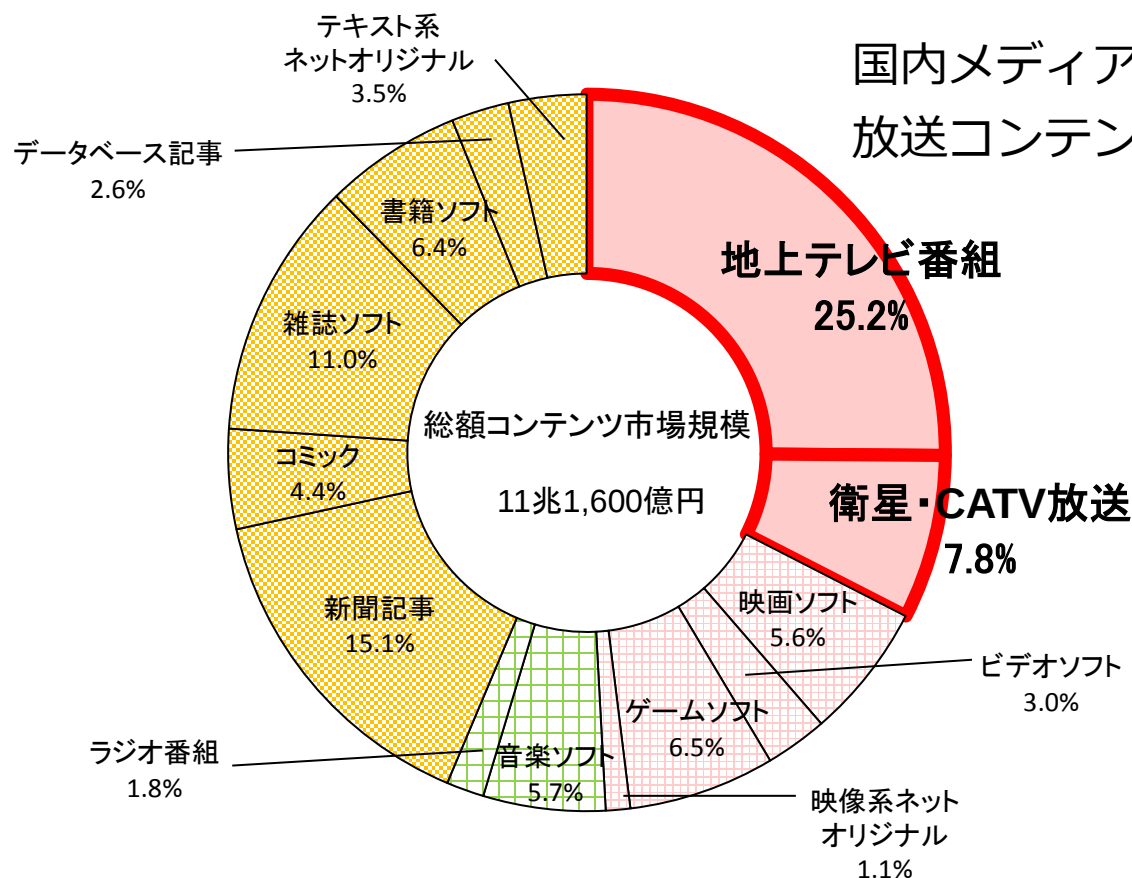


2 放送コンテンツの海外展開

2011年の国内におけるメディアソフト市場規模11兆1,600億円のうち、約3分の1を放送コンテンツが占める。

⇒「地上波テレビ番組」と「衛星・CATV放送」のメディア・ソフト市場規模は、3兆6,819億円

図 メディア・ソフトにおける放送コンテンツ市場規模

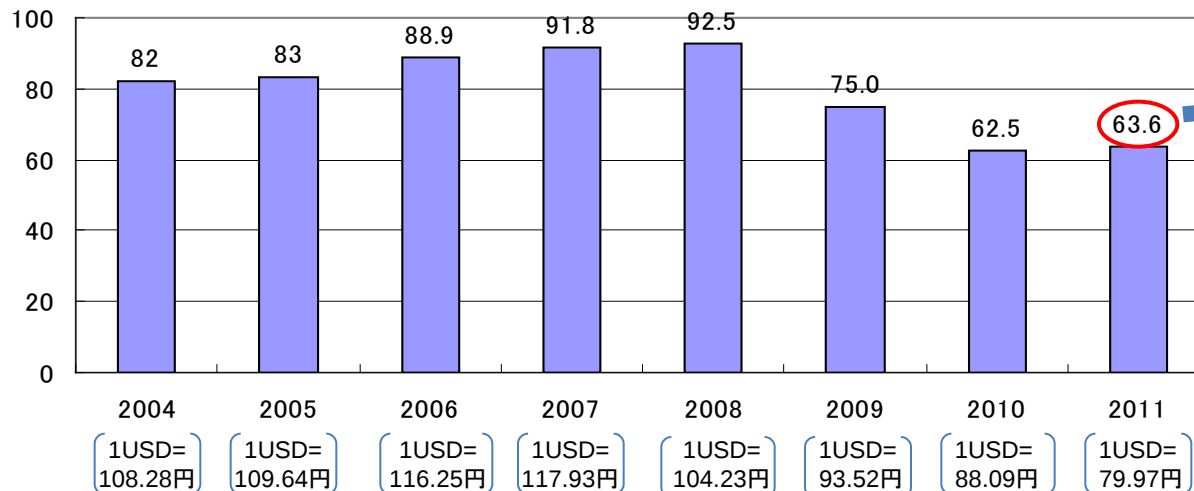


地上テレビ番組の輸出金額は近年減少傾向にあり、直近ではほぼ横ばいで推移。
ジャンル別に見ると、アニメが5割程度、次いでバラエティ、ドラマがそれぞれ2割弱。
地域別に見ると、アジアが5割以上、次いで北米が約4分の1、ヨーロッパが約2割。

地上テレビ番組の輸出金額

- ・地上テレビ番組の輸出金額は、為替レートによる影響が大きい
- ・韓国作品等との競争激化
- ・一方で、販売方法の多様化(例:各種番組展示会への出展等の取組)により下げ止まり

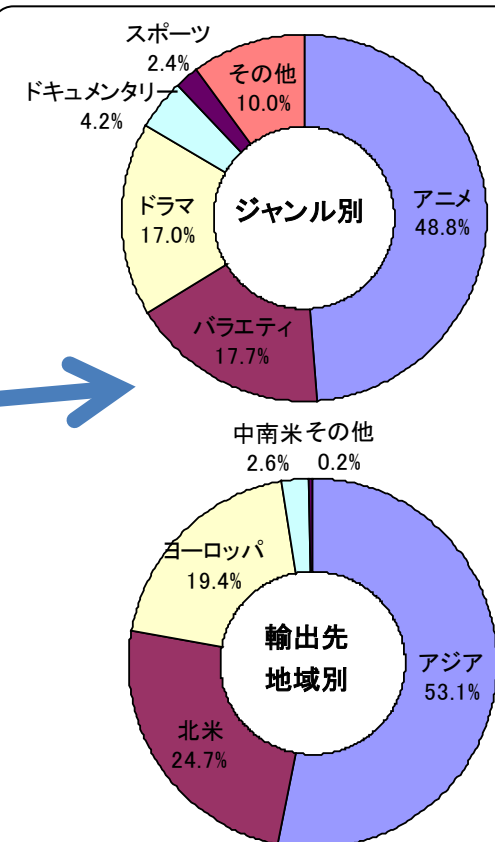
(単位:億円)



※NHK、民放キー局、在阪準キー局等へのアンケートによる推計値

※為替レート(出典:財務省貿易統計、各年平均)

輸出テレビ番組のジャンル・輸出先 (2011年度)



海外に販売した地上テレビ番組の例

タイトル	放送局
・「ワイルドライフ」 ・大河ドラマ	NHK
・DEATH NOTE (アニメ) ・HUNTER×HUNTER (アニメ)	日本テレビ
・ドラえもん (アニメ) ・ミュージックステーション	テレビ朝日
・99年の愛～JAPANESE AMERICANS～ ・JIN-仁-完結編	TBS
・NARUTO (アニメ) ・BLEACH (アニメ)	テレビ東京
・マルモのおきて ・ストロベリーナイト	フジテレビ
・深夜食堂	毎日放送
・みんなの家庭の医学	朝日放送
・三菱ダイヤモンドカップゴルフ 2011	関西テレビ
・名探偵コナン (アニメ)	読売テレビ
・おにぎりあたためますか	北海道テレビ放送

【NHK、民放キー局、在阪準キー局等へのインタビュー結果】

○輸出金額が伸びない要因

- ⇒為替の影響
- ⇒韓国との競争の激化
- ⇒権利処理上の問題があり、ネットワーク配信できない

○輸出先

- ⇒欧州の景気低迷の影響で欧州向けの売上が落ちている
- ⇒アジアは好調だが、単価が安い
- ⇒ドラマは欧米では不利

○ジャンル

- ⇒アニメは世界共通で言語だけ変えればよいので増加傾向
- ⇒ドラマ・バラエティは音楽の権利処理が課題

○日本の放送番組の海外進出の特徴

- ⇒番組フォーマット権の販売増加
- ⇒音楽の権利処理の課題
- ⇒変則的な番組枠の存在（例えば初回のみ75分拡大版など）

○海外での放送本数、放送時間の把握の困難性

- ⇒複数年契約が主流、年間での把握は困難
- ⇒メインとなる番組に複数の番組をセットにして販売するケースがある
- ⇒放送時間を限定せず無制限で販売するケースがある

①国際ドラマフェスティバル

日本のドラマの海外発信機会の拡大、国際競争力の向上を目的として、民放連、民放キー局、NHK等が参加し、「東京ドラマアウォード」の開催、海外番組見本市への出展等の取組を実施。今年度より、海外において“日本ブーム”を巻き起こすための第一歩として、海外での日本ドラマの集中的な放映及び現地でのプロモーション「J series Festival」を実施（今年度はタイ）。（社）国際ドラマフェスティバル協議会が主催。

【スケジュール】

東京ドラマアウォード：平成24年10月22日(月) 東京プリンスホテル

タイでの日本ドラマ放映：平成25年3月以降

※現地プロモーションイベントは平成25年3月17日（日）に実施

【総務省】共催

②東京TVフォーラム

全日本テレビ番組製作社連盟(ATP)が、ドキュメンタリーの国際共同製作のためのビジネスマッチングイベントを開催。世界各国の主要テレビ局のプロデューサー等を招聘し、シンポジウム、ピッチング・セッション（企画提案会議）、ワークショップを実施。

2011年より開催（今回で2回目）。今年はATP賞テレビグランプリと同時開催。

【スケジュール】

平成24年12月10日(月)～12日(水) 都市センターホテル

【総務省】後援

③MIPCOM合同イベント

世界最大の番組見本市「MIPCOM」における中韓のプレゼンスの向上に対抗するため、NHK及びキー局等が合同で日本コンテンツの国際プレゼンス向上を目指す初イベント「Treasure Box Japan New Formats Dinner」を開催。

世界各国の主要フォーマットバイヤーを招待し、フォーマット販売促進に関する映像のプレゼン等を実施。

【スケジュール】

平成24年10月7日(日) フランス・カンヌ ※MIPCOMは10月8日(月)～11日(木)で開催

【総務省】共催

3 地域におけるコンテンツ流通の役割

上田市はサマーウォーズを応援しています。

上田市はサマーウォーズを応援しています。

429470



日本語 English 中文简体

新着情報

【サマーウォーズノートにNo.6とNo.7が登場！！】

サマーウォーズのロケ地めぐりで上田市を訪れる皆さんのために、細田監督が新たにナンバー6と7の記帳用ノートの表紙を描いてくださいました。なんと！2011年8月1日に監督が書いたものです。上田市観光会館で記帳できますので、上田へお越しの際はぜひお立ち寄りください。

→[サマーウォーズ聖地巡礼ノート](#)

【スーパーこいこいマップのダウンロードができます】

3月3日発売のサマーウォーズBD&DVDに数量限定で封入されている「スーパーこいこいマップ」のPDFファイルをアップしました。

→[信州上田スーパーこいこいマップ](#)

[新着情報一覧](#)

トップに戻る

サマーウォーズの里

[まるまど電車編](#)

[上田わっしょい編](#)

[新名所](#)

[上田市までのアクセス](#)

ロケ地マップ

[映画に登場する風景](#)

[信州上田こいこいマップ](#)

サマーウォーズの里「信州上田」へようこそ！

上田市はサマーウォーズを応援しています。

サマーウォーズの里「信州上田」へようこそ！

真田一族の里「信州上田」は、映画「サマーウォーズ」の舞台となった理想の田舎です。東京から新幹線で1時間30分。信州上田には、私たちが大切にしていた普通の風景があります。この信州上田がサマーウォーズの舞台になったのはなぜでしょうか。ここではその理由の一端をご紹介します。

陣内家の信州上田

篠原夏希の曾祖母、栄おばあちゃんは、室町時代から続く戦国一家、陣内家の大黒柱。この栄おばあちゃんのお屋敷の門は、真田一族の居城「上田城」の東虎口櫓門(ひがしこぐちやぐらもん)とそっくり。



映画に登場する風景

信州上田こいこいマップ

動画

特報・予告

上田市行政チャンネル

真田グッズ

真田グッズ

リンク集

サマーウォーズ公式サイト

上田市公式ホームページ

上田観光コンベンション協会

信州上田フィルムコミッション

池波正太郎真田太平記館

上田電鉄別所線

長野大学

うえた城下町映画祭

うえたNavi

長野県上田市観光課内

上田観光コンベンション協会ホームページ

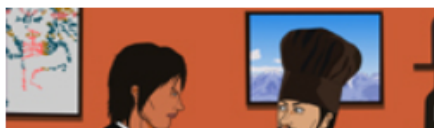
<http://www.ueda-cb.gr.jp/s-wars/>

「富山観光アニメプロジェクト『泣かせる空に会いたい』」

PROJECT

プロジェクト概要

富山観光アニメプロジェクトについて



「富山観光アニメプロジェクト」は、富山南砺市のアニメ制作会社P.A.WORKS(ピーエーワークス)と魚津市在住のFLASHアニメクリエイターユニットThe BERICH(ベリッチ)が、富山観光の三大ブランド、立山・黒部アルペンルート、不思議の海富山湾・滑川のホタルイカ、世界遺産合掌づくり五箇山をアニメ化、これに、デジタルハイビジョンの美しい映像と解説を加え、「富山の魅力」を国内及び海外に発信するプロジェクトです。また、音楽も地元若手音楽チームが担当、ポップ感覚の中にも、爽やかな仕上がりになっています。

富山観光アニメプロジェクト ホームページ

<http://www.bbt.co.jp/cooltoyama/animation/index.html>



南砺舞台の短編アニメ 「恋旅～True Tours Nanto」

最終更新日：2013年3月19日（火曜日） 17時30分 ID：2-4-12-10431

キミに見せたいものがあるんだ。恋旅～True Tours Nanto がもうすぐ公開！

オリジナル・ショートアニメ南砺市地区限定エリアで放送・配信スタート！



©KOITABI～True Tours Nanto

現在、南砺市および南砺市観光協会では、当市を舞台としたオリジナル・ショートアニメーション（前・後篇各本編約5分×3話）を企画いたしております。

アニメーション制作は当市に拠点を置くアニメーション制作スタジオP.A.WORKSが担当。携帯・スマートフォン等による視聴方法は、「エリアワンセグ」と「AR（拡張現実）アプリ」を使用し、『南砺市内 各地区限定』の放送・配信となります。ARアプリをダウンロードすることにより、登場人物とともに写真撮影が可能で、各スポットでの観光案内をキャラクターの声で聞くことができます。本作の放送および配信を下記の日程にて開始予定です。

○恋旅専用ARアプリダウンロード開始 4月21日（日）

○エリアワンセグ放送開始およびARアプリによる配信スタート 4月28日（日）

富山県南砺市観光課 ホームページ

http://www.city.nanto.toyama.jp/cmssypher/www/info/detail_print.jsp?id=10431

このオリジナル・ショートアニメ「恋旅～True Tours Nanto」のモとは、
「True tears」

2008年から2009年にかけて、

地上波放送では、テレビ神奈川、関西テレビ、チバテレビ、テレ玉、東海テレビ、富山テレビ、
衛星放送では、BS11、キッズステーション、AT-X にて放送されていた放送番組

人 自然 食を未来につなぐ交流都市 ひみ

氷見市 HIMI-CITY

▶ 文字サイズ変更 / 閲覧支援ソフト ▶ English

検索 Google

▶ テーマで選ぶ ▶ 市の紹介 ▶ 暮らしの情報 ▶ 福祉と健康 ▶ 観光と食 ▶ 教育・文化・スポーツ ▶ 市民の広場 ▶ 便利ツール

[トップページ](#) > [便利ツール](#) > [組織別案内](#) > [企画振興部](#) > [商工観光戦略課](#) > [お知らせ](#) > 「忍者ハットリくん列車」について

■ 「忍者ハットリくん列車」について

JR氷見線・城端線に「忍者ハットリくん列車」が走っています。松林の中を、富山湾沿いを、町の中を、忍者ハットリくん列車が走ります。車内にもハットリくんやその仲間たちがいっぱいいます。

「忍者ハットリくん」が車内案内放送を実施中！楽しいアナウンスをぜひ乗車してお楽しみください。

※ 忍者ハットリくん列車で運転する列車は日によって異なります。

ご出発前にご確認ください。

※ 忍者ハットリくんの声による案内放送は氷見線のみとなります。

※ お問い合わせ先：JR西日本北陸案内センター(TEL 076-251-5655)まで (受付時間 7:00~21:00 年中無休)



富山県氷見市商工観光戦略課 ホームページ

<http://www.city.himi.toyama.jp/hp/page000002100/hpg000002065.htm>

日本発アニメの逆輸入(例)

- ・「インドで製作した『忍者ハットリくん』を韓国を皮切りにイタリア、スペイン、タイ、マレーシアなどの放送会社に販売。各地域の習慣を盛り込むなど、番組内容を若干修正」日本経済新聞2013.3.25(夕刊1面)
- ・「日本のアニメ専門チャンネル『アニマックス』でインド版を5月から放送。ハットリくんの新作放送は約25年ぶり。」日経産業新聞2013.3.21(20面)

1 コンテンツ市場全体の現状分析（p 2～p 11）

⇒メディア・ソフトの制作及び流通の実態

⇒一次流通市場とマルチユース市場

⇒日本国内のコンテンツ市場全体の規模(2011年)……………**11兆1,600億円**

2 放送コンテンツの海外展開（p 12～p 17）

⇒日本国内のコンテンツ市場全体の1／3が放送コンテンツ

…………… **3兆6,819億円**

⇒地上テレビ番組の輸出金額(2011年) …………… **63.6億円**

3 地域におけるコンテンツ流通の役割（p 18～p 24）

⇒日本のコンテンツを広く世界に知ってもらおう！

⇒知ってもらったら、ご当地に来てもらおう！

百聞は一見に如かず “Seeing is believing.”