

数字で見る
メディア・ソフトの制作及び流通の実態
～ ネット配信の普及等を背景に市場は拡大～

平成19年6月

情報通信政策研究所(IICP)調査研究部

調査結果のポイント

2005年のメディア・ソフト市場の全体像(トレンド)

- メディア・ソフト市場全体は拡大傾向が継続。
 - ⇒映像系ソフト市場は拡大、音声系ソフト市場も増加
 - ⇒マルチユース市場は大きく増加し、市場全体の2割超を占める
 - ⇒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)は2桁の高い伸び
- メディア・ソフトの制作金額は横ばい。
- 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

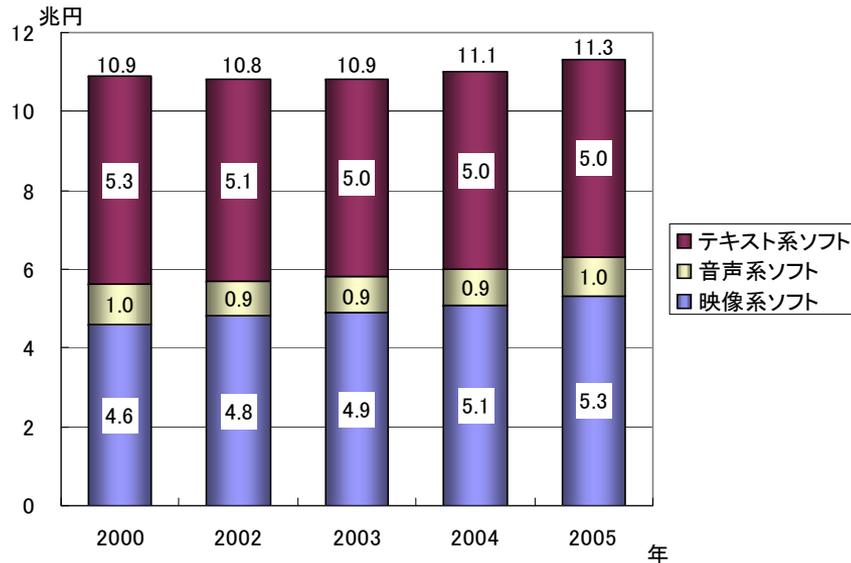
～目次～

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成長)
 3. メディア・ソフトの制作の動向
 4. 有料コンテンツ利用の動向
 5. 地上テレビ番組の輸出金額
- 【付録】 メディア・ソフト市場の考え方

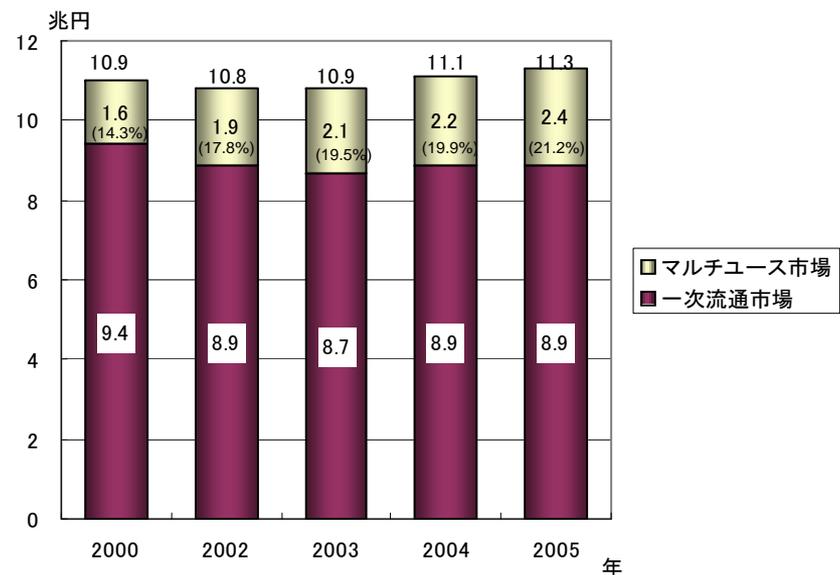
1. メディア・ソフト市場の動向(映像系ソフト市場とマルチユース市場の拡大①)

2005年のメディア・ソフト市場は11.3兆円。
 拡大傾向が継続(前年比2.1%(2,320億円)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)



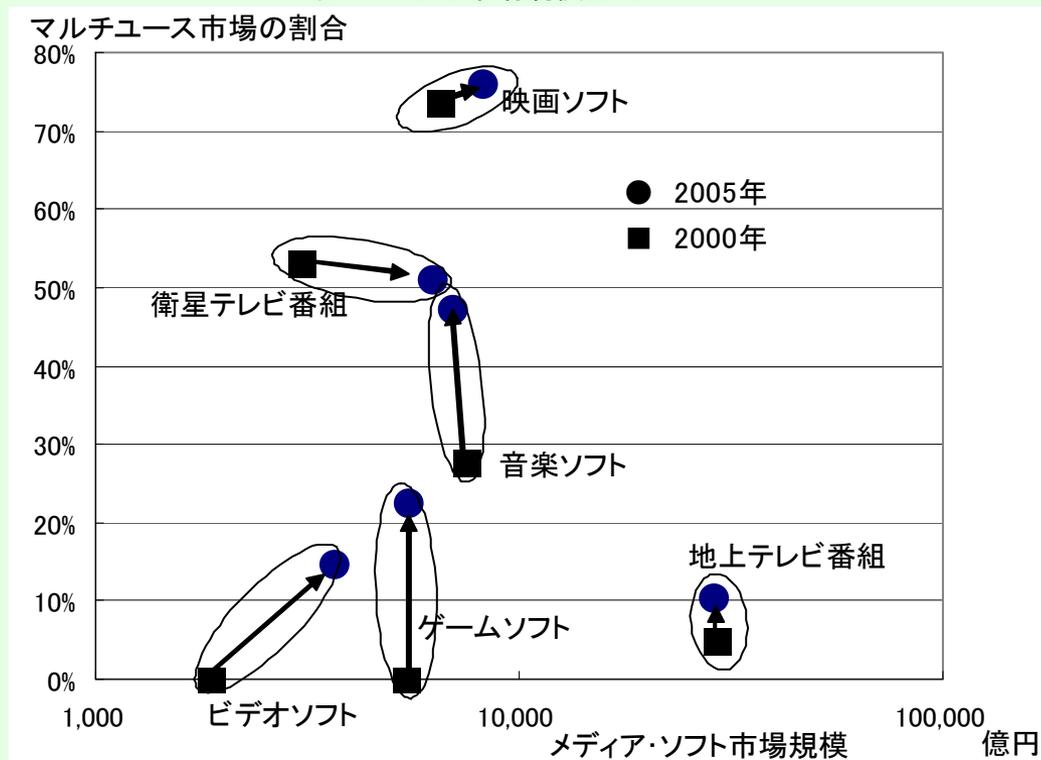
- **映像系ソフトの市場は、2005年も拡大。**前年比4.6%(2,337億円)増。
- 音声系ソフトも増加。テキスト系ソフトは微減。

- **マルチユース市場は、2005年も大きく増加し、市場全体に占める割合は21.2%に拡大。**

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)

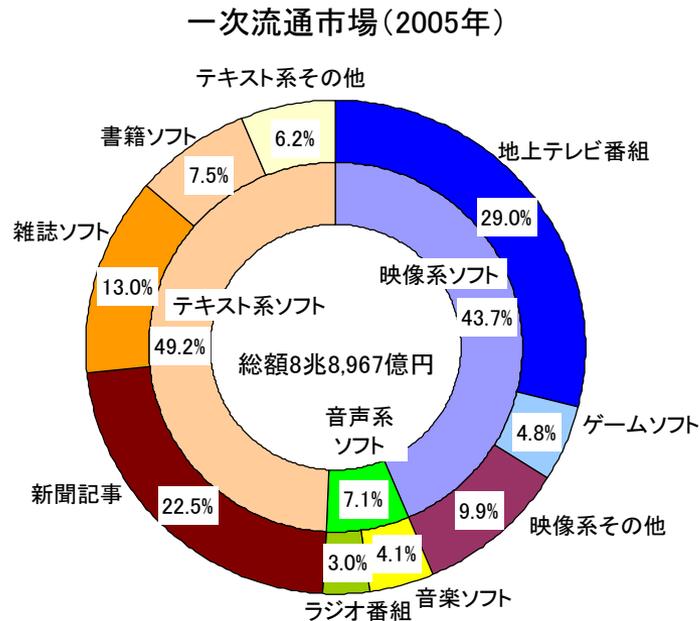
- ビデオソフトなどは、市場規模もマルチユース市場の割合も拡大。
- ゲームソフト、音楽ソフトなどは市場規模が横ばいまたは縮小だが、マルチユース市場の割合は増加。

メディア・ソフトの市場規模とマルチユース

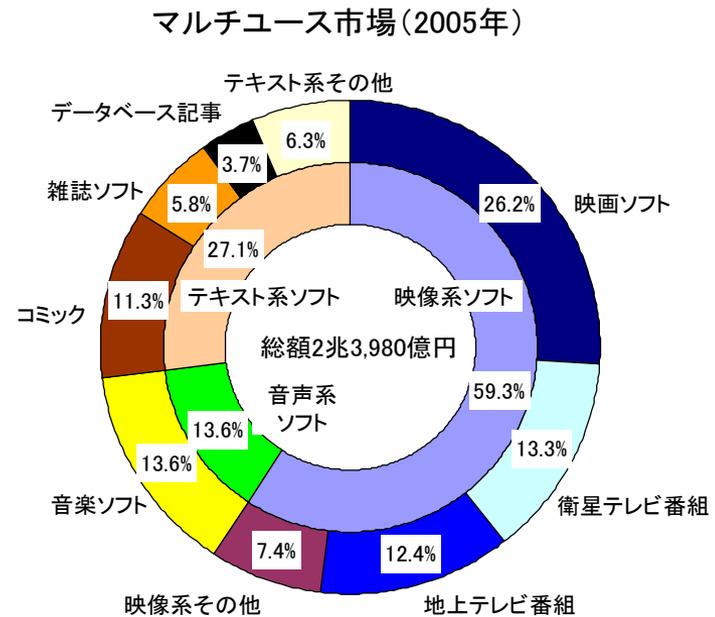


《参考》ソフト別の構成比

一次流通市場では、テキスト系ソフトが約5割を占め依然大きい、マルチユース市場では、映像系ソフトが約6割と最大。



- 一次流通市場では、地上テレビ番組(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26%)、音楽ソフト(約14%)、衛星テレビ番組(約13%)の割合が大きい。

《参考》メディア・ソフトの市場規模(2005年)

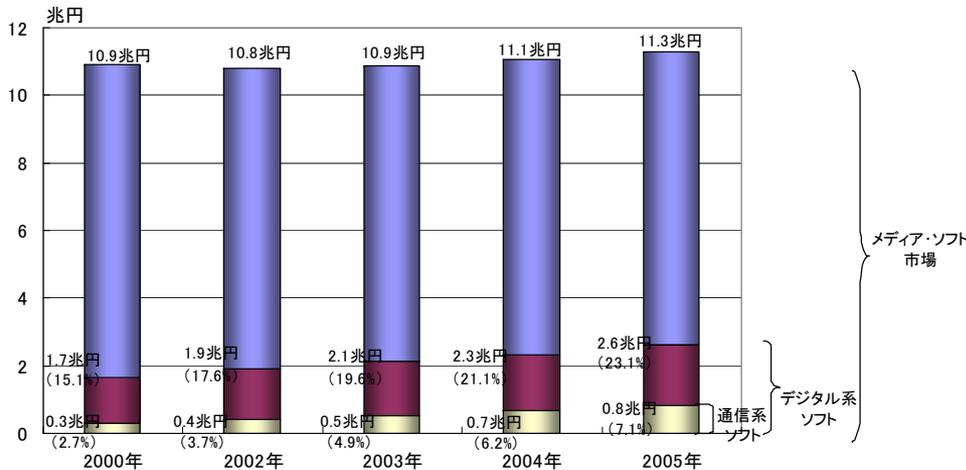
メディア・ソフトの 分類	合 計		一次流通市場		マルチユース市場	
	市場規模(億円)	対2004年増減率	市場規模(億円)	対2004年増減率	市場規模(億円)	対2004年増減率
映像系ソフト	53,090	4.6%	38,872	3.0%	14,218	9.3%
映画ソフト	8,259	3.3%	1,982	-6.0%	6,277	6.7%
ビデオソフト	3,684	33.4%	3,145	26.1%	539	100.3%
地上テレビ番組	28,757	1.7%	25,779	0.5%	2,978	13.8%
衛星テレビ番組	6,247	1.3%	3,054	7.6%	3,192	-4.1%
CATV番組	192	177.9%	192	177.9%	—	—
ゲームソフト	5,486	9.0%	4,254	3.3%	1,231	34.8%
ネットオリジナル	465	3.9%	465	3.9%	—	—
音声系ソフト	9,630	2.0%	6,358	-2.0%	3,272	10.7%
音楽ソフト	6,942	3.2%	3,672	-2.7%	3,270	10.7%
ラジオ番組	2,686	-1.0%	2,683	-1.0%	2	-27.9%
ネットオリジナル	2	-27.9%	2	-27.9%	—	—
テキスト系ソフト	50,227	-0.4%	43,737	-1.4%	6,490	6.7%
新聞記事	20,706	-0.4%	20,002	-0.6%	704	6.8%
コミック	5,872	0.2%	3,169	-4.8%	2,703	6.6%
雑誌ソフト	12,926	-2.3%	11,532	-1.5%	1,393	-8.4%
書籍ソフト	7,506	-1.3%	6,702	-2.5%	804	10.5%
データベース記事	2,969	12.6%	2,085	4.2%	885	39.0%
ネットオリジナル	247	-22.1%	247	-22.1%	—	—
合 計	112,947	2.1%	88,967	0.4%	23,980	8.7%

(注) 四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。

2. メディア・ソフト市場の動向(ネットワーク流通市場の成長①)

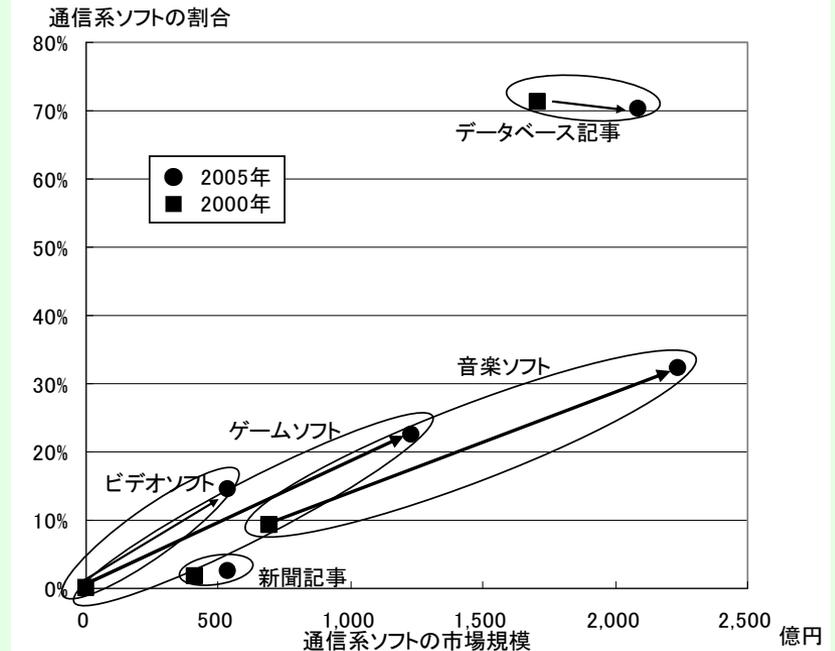
- パソコンや携帯電話などを利用したネットワークで流通する通信系ソフトの市場(ネットワーク流通市場)は8,067億円(2005年)。2004年と比べて1,166億円(16.9%)増加。
- ネットワーク流通市場は急速に拡大しており、市場全体の約7%を占める。

市場全体に占めるネットワーク流通市場の割合



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: インターネット、携帯電話、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

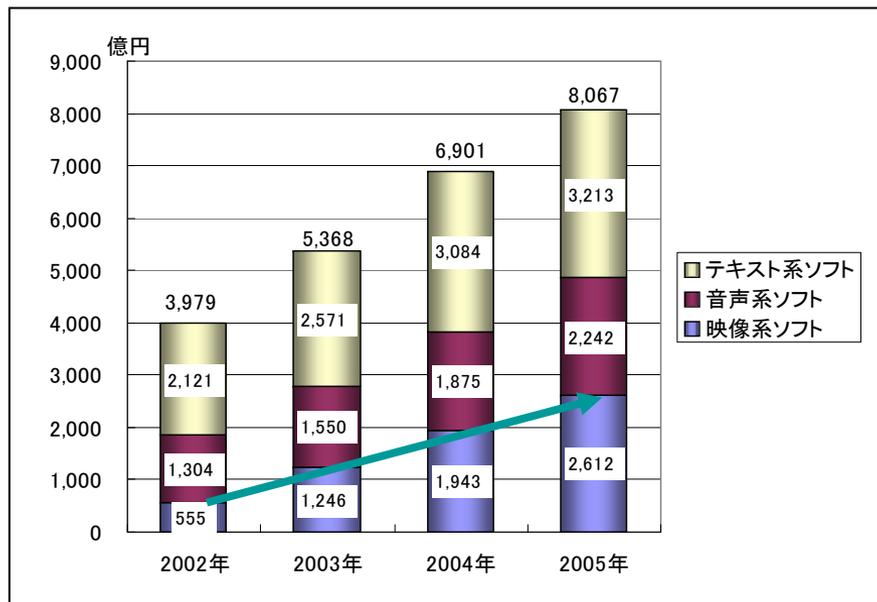


音楽ソフト(着メロ・着うたなど)、ゲームソフト(オンラインゲームなど)、ビデオソフトなどが拡大。

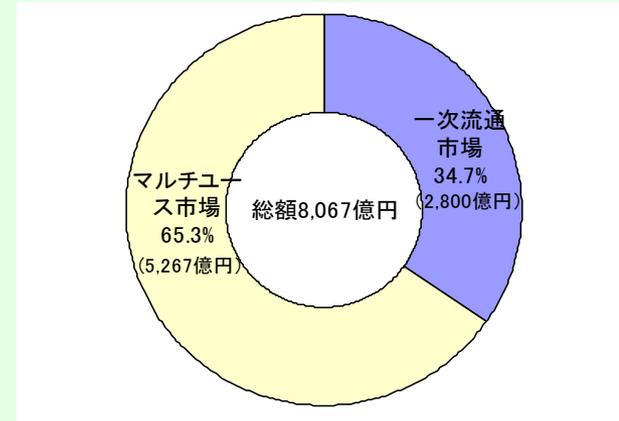
2. メディア・ソフト市場の動向(ネットワーク流通市場の成長②)

- 2005年のネットワーク流通市場は、2002年と比べて2倍以上に拡大。
- なかでも、映像系ソフトの増加が最も大きい(2005年は2002年の4.7倍)。

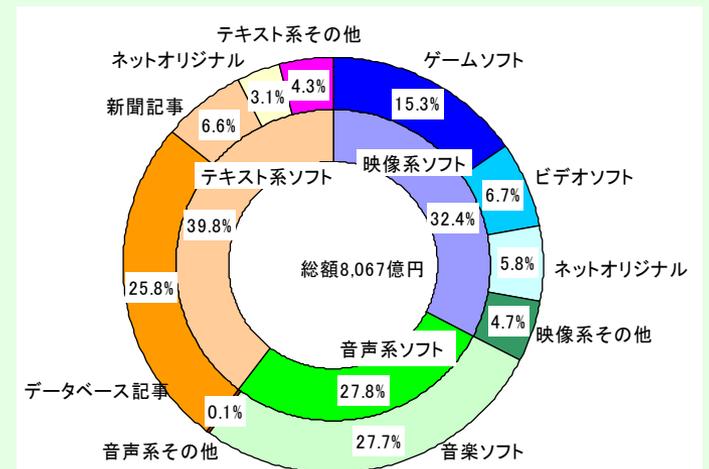
ネットワーク流通市場の推移



流通段階別の構成比(2005年)



ソフト形態別の構成比(2005年)



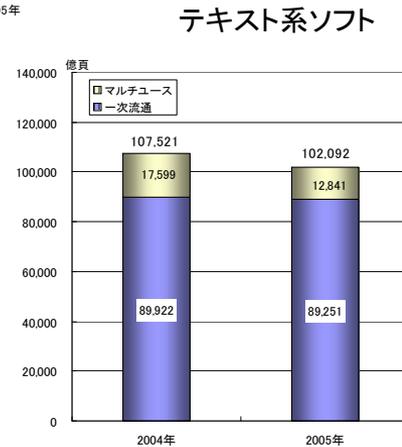
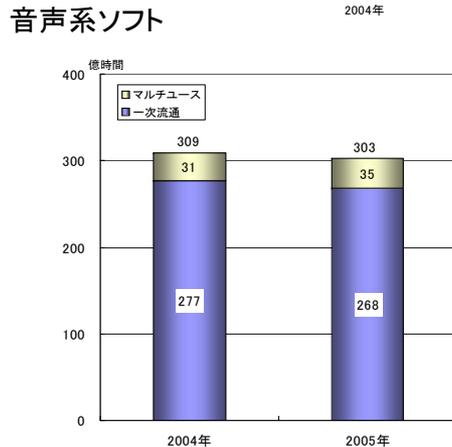
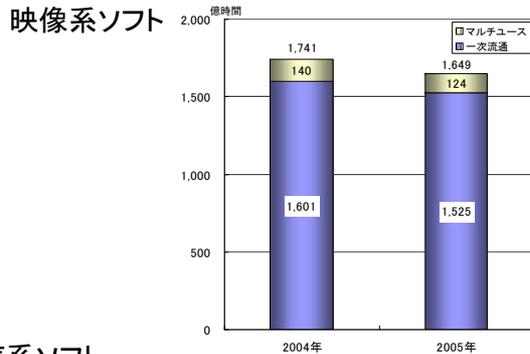
《参考》通信系ソフトの市場規模(2005年)

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2004年増減率	市場規模(億円)	対2004年増減率	市場規模(億円)	対2004年増減率
映像系ソフト	2,612	34.4%	465	3.9%	2,147	43.6%
映画ソフト	216	21.4%	—	—	216	21.4%
ビデオソフト	539	100.2%	—	—	539	100.2%
地上テレビ番組	124	14.7%	—	—	124	14.7%
衛星テレビ番組	37	37.2%	—	—	37	37.2%
CATV番組	—	—	—	—	—	—
ゲームソフト	1,231	34.8%	—	—	1,231	34.8%
ネットオリジナル	465	3.9%	465	3.9%	—	—
音声系ソフト	2,242	19.6%	2	-28.0%	2,240	19.7%
音楽ソフト	2,237	19.8%	—	—	2,237	19.8%
ラジオ番組	2	-28.0%	—	—	2	-28.0%
ネットオリジナル	2	-28.0%	2	-28.0%	—	—
テキスト系ソフト	3,213	4.2%	2,332	0.6%	881	15.1%
新聞記事	534	4.3%	—	—	534	4.3%
コミック	101	174.7%	—	—	101	174.7%
雑誌ソフト	110	-23.5%	—	—	110	-23.5%
書籍ソフト	135	88.5%	—	—	135	88.5%
データベース記事	2,085	4.2%	2,085	4.2%	—	—
ネットオリジナル	247	-22.1%	247	-22.1%	—	—
合 計	8,067	16.9%	2,800	1.1%	5,267	27.5%

(注) 四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。

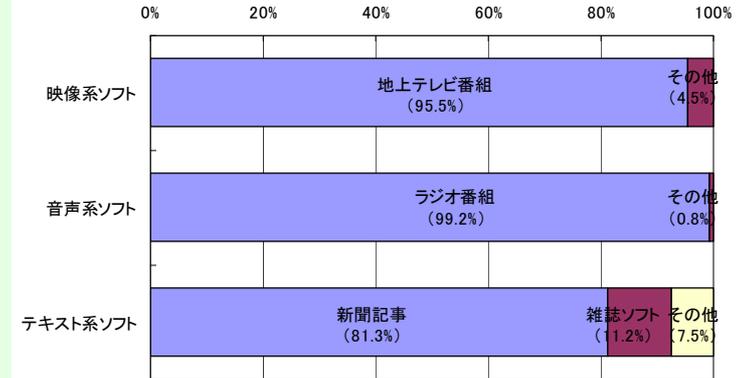
《参考》メディア・ソフトの流通量の動向

- メディア・ソフトの流通量は、2004年から2005年で、映像系、音声系、テキスト系ともに減少。
- 流通量の構成比では地上テレビ番組、新聞記事などが大半を占めている。

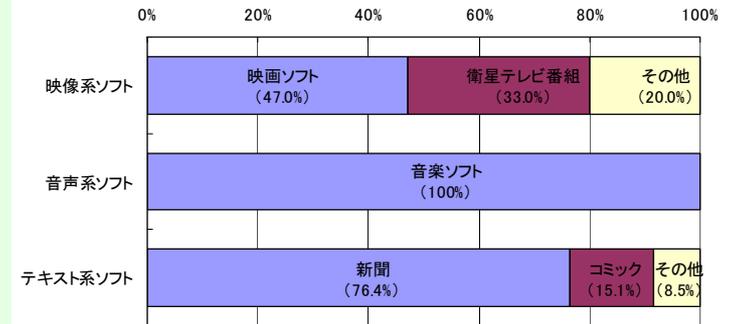


流通量の構成比

●一次流通市場(2005年)



●マルチユース市場(2005年)



《参考》メディア・ソフトの流通量(2005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2004年増減率	流通量	対2004年増減率	流通量	対2004年増減率
映像系ソフト	1,648.7	-5.3%	1,524.7	-4.7%	124.0	-11.5%
映画ソフト	60.7	-6.0%	2.4	-5.7%	58.3	-6.1%
ビデオソフト	5.4	49.9%	4.0	44.8%	1.4	66.2%
地上テレビ番組	1,477.7	-5.2%	1,456.6	-5.3%	21.1	2.4%
衛星テレビ番組	99.8	-9.8%	58.9	6.0%	40.9	-25.8%
CATV番組	0.8	170.1%	0.8	170.1%	-	-
ゲームソフト	3.8	30.0%	1.6	6.0%	2.2	55.1%
ネットオリジナル	0.4	9.8%	0.4	9.8%	-	-
音声系ソフト	302.6	-1.9%	267.8	-3.4%	34.8	10.9%
音楽ソフト	37.0	10.5%	2.1	4.5%	34.8	10.9%
ラジオ番組	265.6	-3.5%	265.6	-3.4%	0.0	-29.9%
ネットオリジナル	0.0	-29.9%	0.0	-29.9%	-	-
テキスト系ソフト	102,091.8	-5.0%	89,250.6	-0.7%	12,841.2	-27.0%
新聞記事	82,362.9	-5.2%	72,554.1	0.0%	9,808.8	-31.5%
コミック	7,607.1	-4.3%	5,664.5	-6.6%	1,942.6	3.5%
雑誌ソフト	10,528.6	-6.1%	9,985.0	-2.6%	543.7	-43.4%
書籍ソフト	1,559.7	5.5%	1,037.8	-2.5%	521.9	26.2%
データベース記事	31.1	25.0%	6.9	4.2%	24.2	32.6%
ネットオリジナル	2.3	-78.4%	2.3	-78.4%	-	-

(注) 流通量とは、最終利用者が視聴・消費した量。

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)

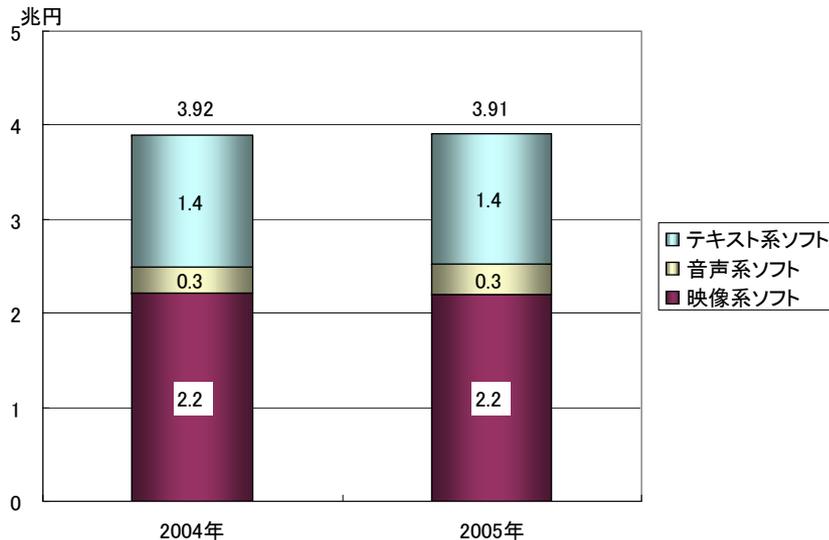
地上・衛星テレビ、CATV、ラジオ番組、データベース記事、ネットオリジナルの数値は年度、その他は年ベース。

四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。

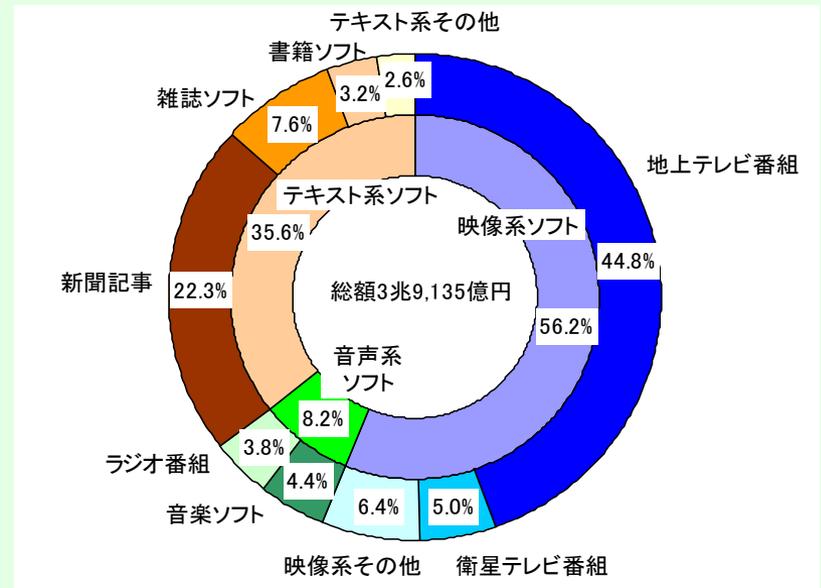
3. メディア・ソフトの制作の動向

- 2005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横ばい(0.1%減)。
- 制作金額の構成比では、地上テレビ番組(45%)、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



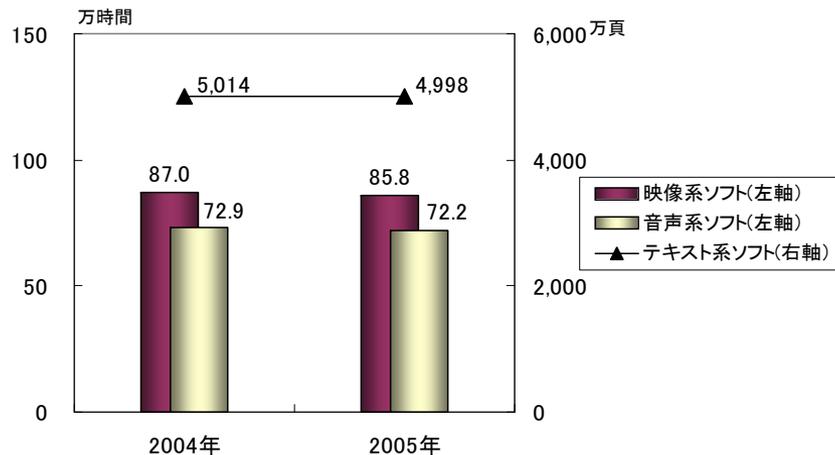
制作金額の構成比(2005年)



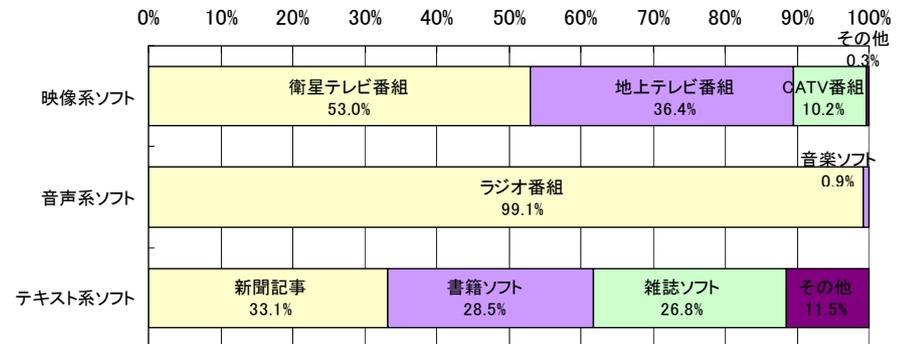
《参考》メディア・ソフトの制作量の動向

- メディア・ソフトの制作量は、映像系、音声系、テキスト系ソフトともにほぼ横ばい。
- 制作量の構成比では、映像系ではテレビ番組(衛星、地上)、音声系ではラジオ番組が大きい。

メディア・ソフト制作量の推移



制作量の構成比(2005年)



《参考》メディア・ソフトの制作金額・制作量(2005年)

メディア・ソフトの分類	制作金額(億円)	対2004年増減率	制作量	対2004年増減率
映像系ソフト	21,991	-1.0%	857,795	-1.4%
映画ソフト	1,051	9.0%	438	9.0%
ビデオソフト	241	-24.8%	1,204	-24.8%
地上テレビ番組	17,521	-2.2%	312,268	0.6%
衛星テレビ番組	1,955	4.7%	454,813	-3.2%
CATV番組	160	21.2%	87,715	1.8%
ゲームソフト	1,063	4.0%	1,356	-6.1%
音声系ソフト	3,207	-2.5%	722,451	-0.8%
音楽ソフト	1,730	-2.7%	6,301	-42.5%
ラジオ番組	1,477	-2.3%	716,150	-0.2%
テキスト系ソフト	13,938	1.9%	4,998	-0.3%
新聞記事	8,708	3.6%	1,656	0.8%
コミック	555	0.9%	187	-0.6%
雑誌ソフト	2,970	-1.7%	1,341	-3.1%
書籍ソフト	1,253	-2.1%	1,427	1.4%
データベース記事	452	7.8%	388	-1.1%
合計	39,135	-0.1%	—	—

(注) 制作量の単位:映像系・音声系ソフト(時間)、テキスト系ソフト(万頁)

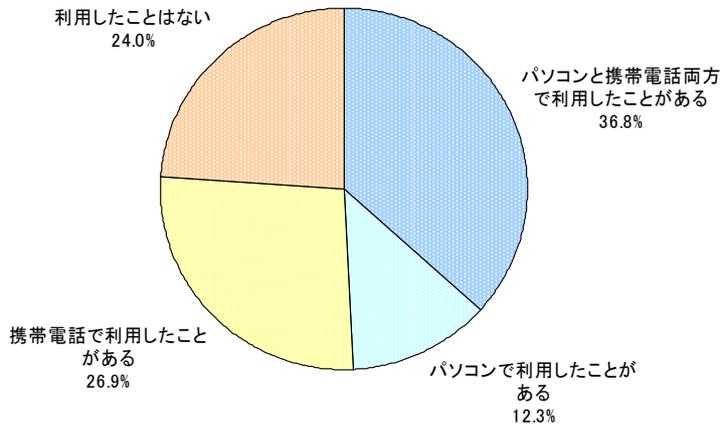
地上・衛星テレビ, CATV, ラジオ番組、データベース記事の数値は年度、その他は年ベース。

四捨五入のため、内訳の和は計に必ずしも一致しない。

4. 有料コンテンツ利用の動向

- インターネット(パソコン、携帯電話)利用者の約3/4が有料コンテンツの利用を経験。

インターネット利用者の有料コンテンツ利用経験

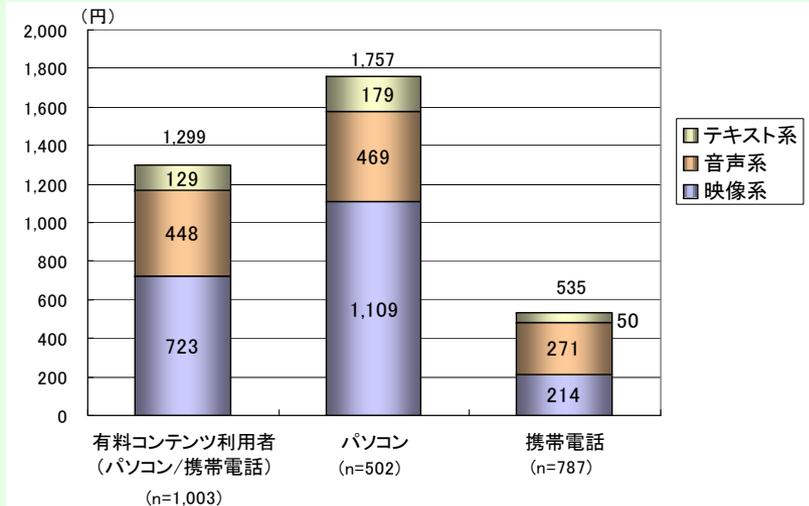


<アンケート調査の概要>

- 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2007年2月に実施。有料コンテンツ等インターネットの利用状況を調査。

- インターネットの有料コンテンツ利用者における月平均利用金額は1,299円で、映像系、音声系、テキスト系の順。
- パソコンでは映像系(1,109円)、携帯電話では着うた等の音声系(271円)の金額が大きい。

ソフト種別の平均利用金額



5. 地上テレビ番組の輸出金額

- 地上テレビ番組の輸出金額（2006年度推計値）は、100億円近くになる見込み。
- 輸出の多い番組ジャンルは、アニメ、ドラマ、バラエティ。
- 輸出先は、アジアが6割を占める。

我が国の地上テレビ番組の輸出金額(推計値)

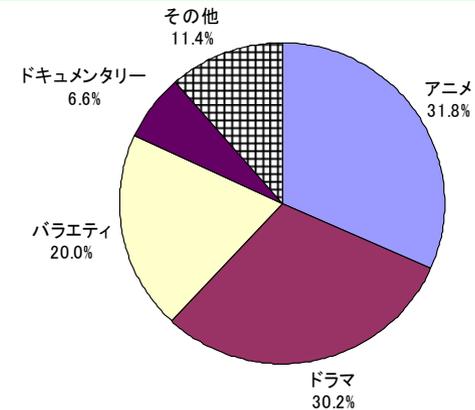
2004年度	82～87億円
2005年度	83～88億円
2006年度 (見込値)	95～100億円

参考：地上テレビ番組の国内市場 2兆8,757億円(2005年)

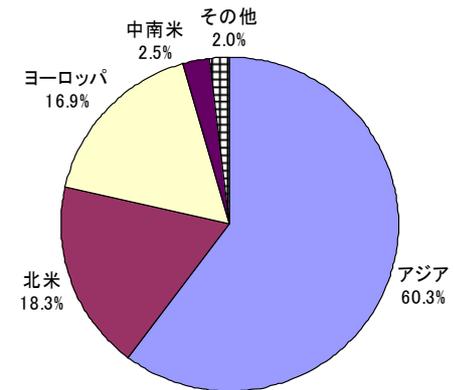
<地上テレビ番組の輸出金額調査の概要>

- 地上テレビ局やプロダクションへのアンケート及びインタビュー調査の結果等をもとに推計

2005年度の地上テレビ番組の輸出金額に占める割合
ジャンル別(2005年)



輸出先地域別(2005年)

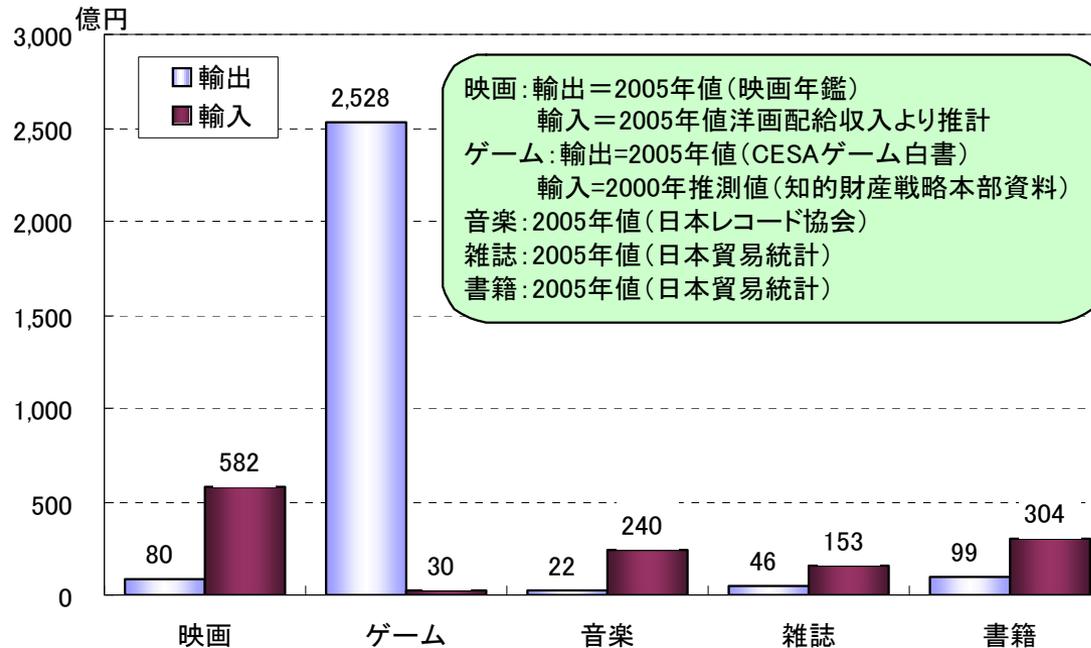


《参考》メディア・ソフトの輸出入の動向

海外収支

- ゲームソフトは80倍以上の輸出超過。
- 映画、音楽、雑誌、書籍は大幅な輸入超過。
- 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



【付録】

メディア・ソフト市場の考え方

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)。

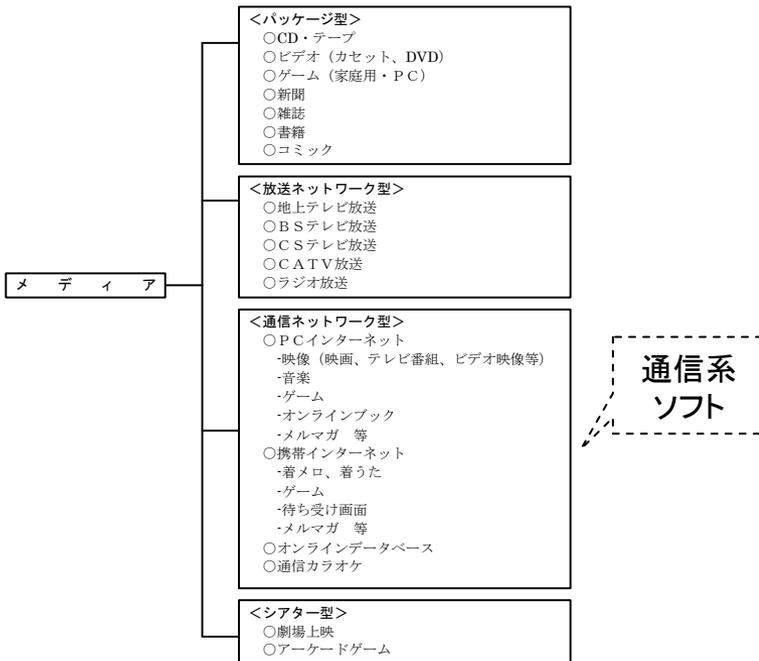
●流通経路の多様化 ~マルチユース~

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。

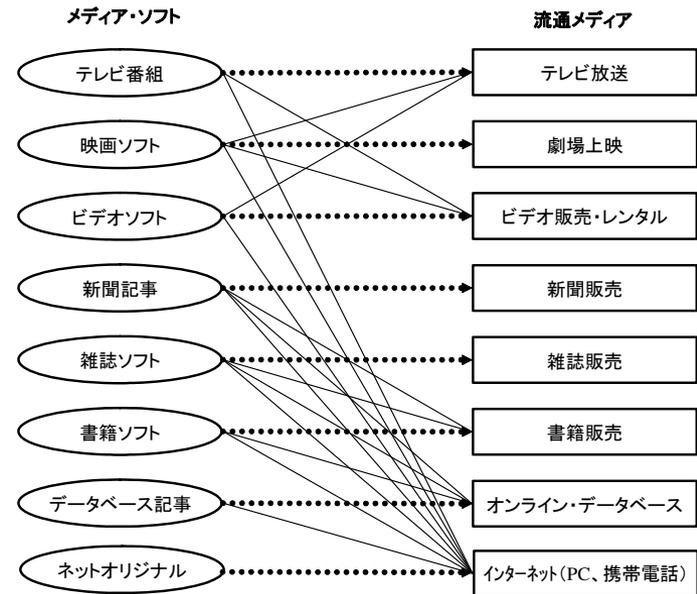
一次流通: ソフト制作時に最初に流通させることを想定した経路(メディア)での流通。

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

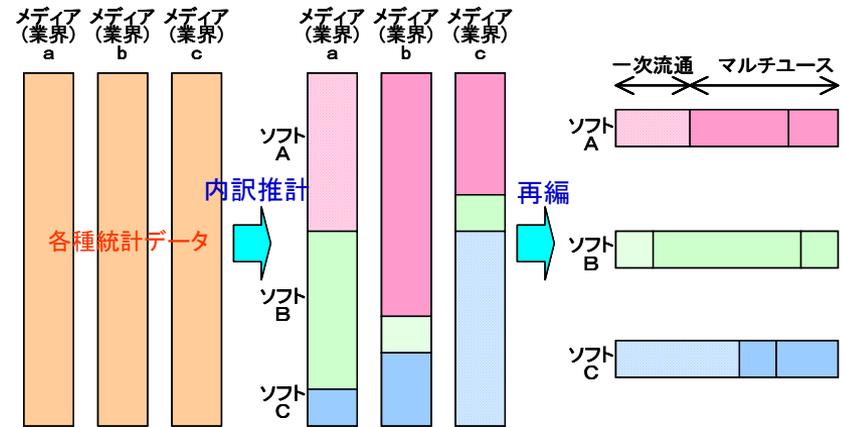
メディア・ソフト市場の考え方②

●メディア・ソフト市場について

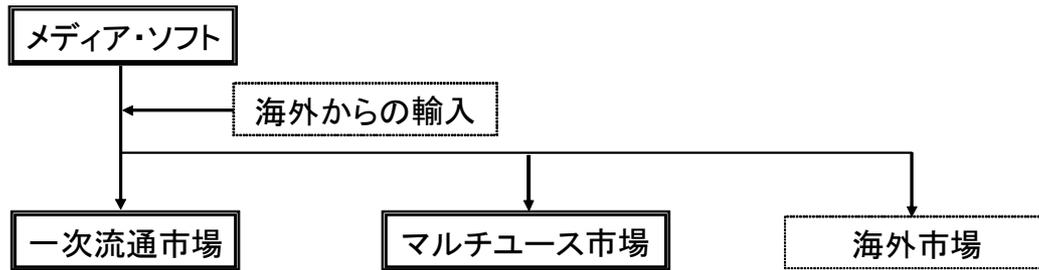
各メディア(業界)の統計データ(販売収入や広告収入など)のソフト別内訳を推計、これらをソフト別に再編成(ソフトの市場)。同時に、それら内訳が一次流通分か他メディアからのマルチユース分か区別しておくことで、再編された各ソフトの市場において、一次流通市場とマルチユース市場を算出。

ソフトの制作金額/制作量については、一次流通市場を対象として、ソフト制作者が得た報酬額(ソフト制作費用、権利報酬等)及びソフト制作量を推計。

「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



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

最初に流通させたメディアとは別のメディアでの流通
(例)テレビ番組のDVD化
映画ソフトのテレビ放映

海外へのソフト販売

(注)本調査でのメディア・ソフト市場では国内市場を対象としている

メディア・ソフト市場のイメージ

