

# メディア・ソフトの制作及び流通の実態

平成20年7月

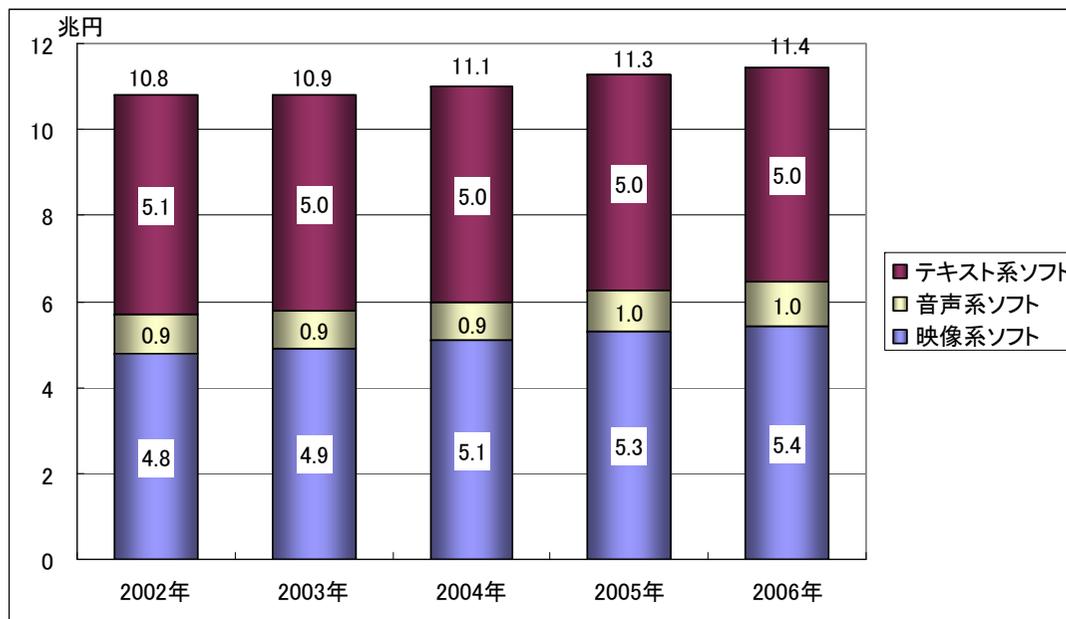
総務省 情報通信政策研究所  
調査研究部

# 1 メディア・ソフト市場全体の動向

## (1) 市場規模

- 2006年のメディア・ソフト市場規模は、11兆4,494億円(対前年比1.4%増)で拡大傾向が継続。
- ソフト別では、映像系ソフト(対前年比2.1%増)、音声系(対前年比7.5%増)がそれぞれ増加。テキスト系は微減。

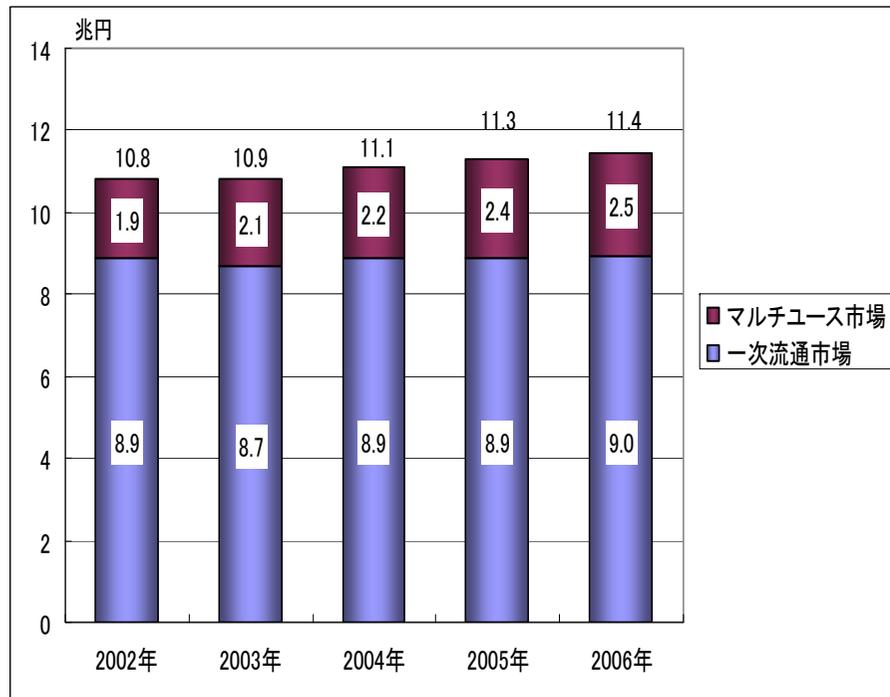
市場規模の推移(ソフト形態別)



## (2) 流通段階別（一次流通とマルチユース）

○ 2006年のマルチユース（二次利用）市場は、2兆4,974億円（対前年比4.1%増）で市場全体に占める割合は21.8%に拡大。

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

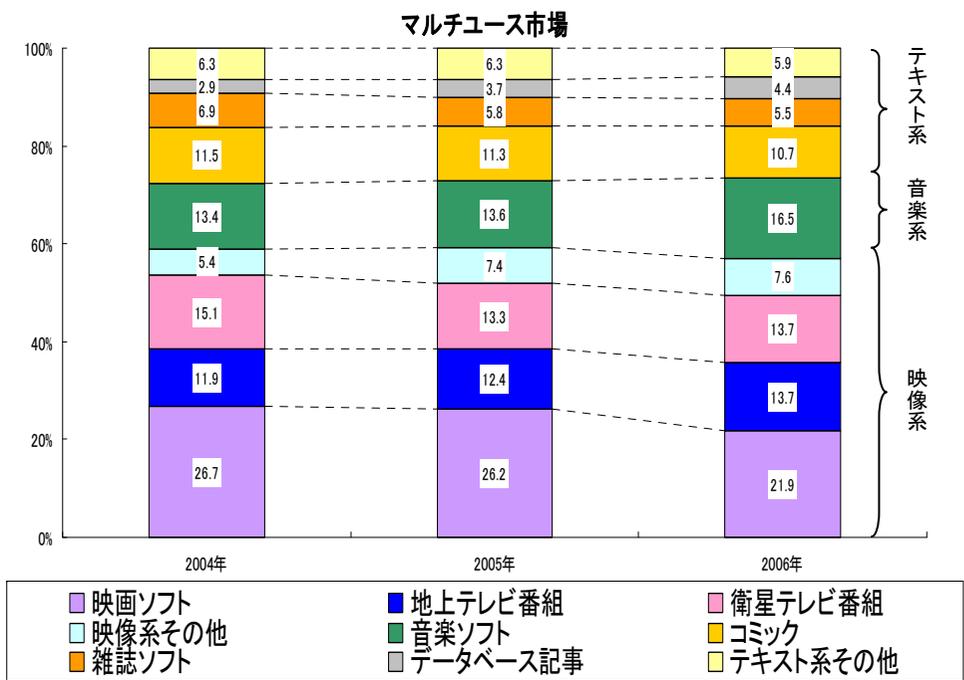
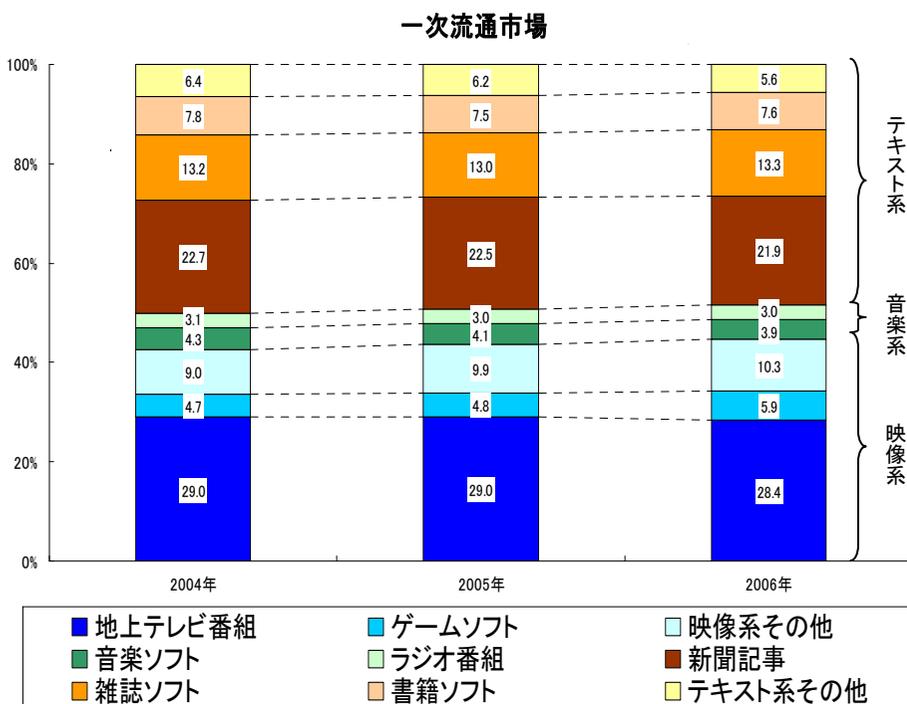
マルチユース市場の割合

メディア・ソフト	2002年 (割合)	2006年 (割合)
映画ソフト	~75%	~75%
衛星テレビ番組	~45%	~55%
音楽ソフト	~35%	~55%
ゲームソフト	~15%	~25%
ビデオソフト	~10%	~15%
地上テレビ番組	~10%	~10%

メディア・ソフトの市場規模 (億円)

### (3) ソフト別

○ ソフト別の構成比(2006年)は、一次流通市場では、テキスト系ソフトが約5割を占める。また、マルチユース市場では、映像系ソフトの占める割合が6割弱で最大。



・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。

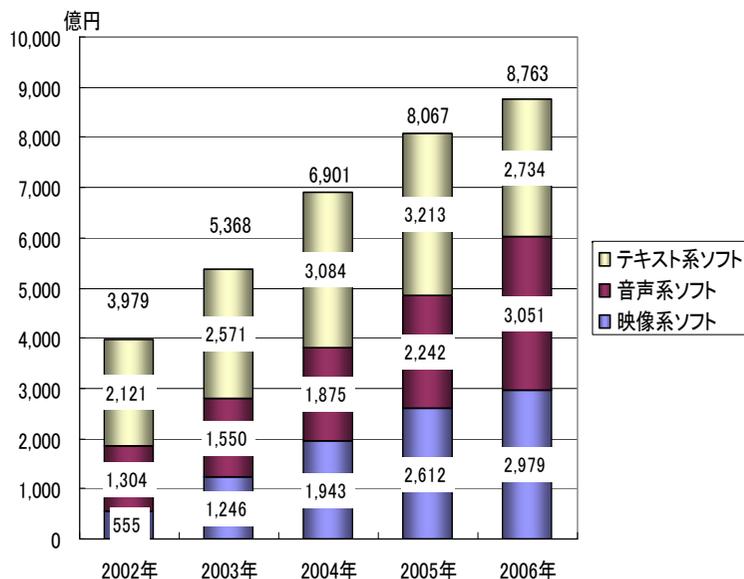
・映画ソフトの割合が減少する一方、音楽ソフトの割合が増加している。

## 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8,763億円で対前年比8.6%増。
- 2006年の市場は、2002年の2.2倍に成長。映像系は5.4倍、音声系は2.3倍に拡大。

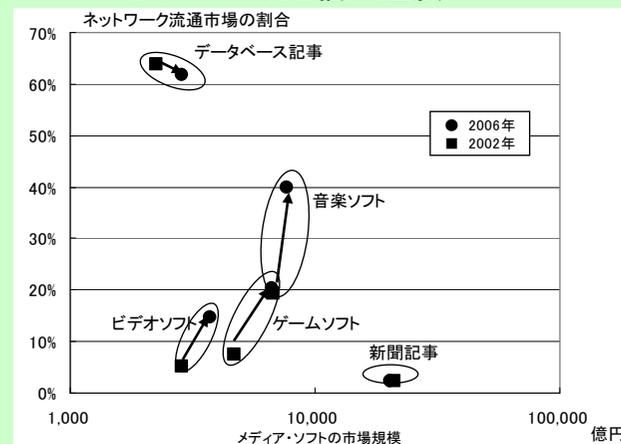
ネットワーク流通市場の推移



通信系ソフト: パソコン、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

・ソフト別に見ると、近年、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。

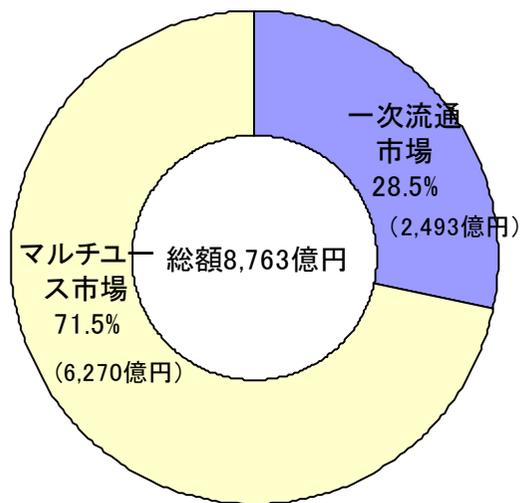
ネットワーク配信の進展



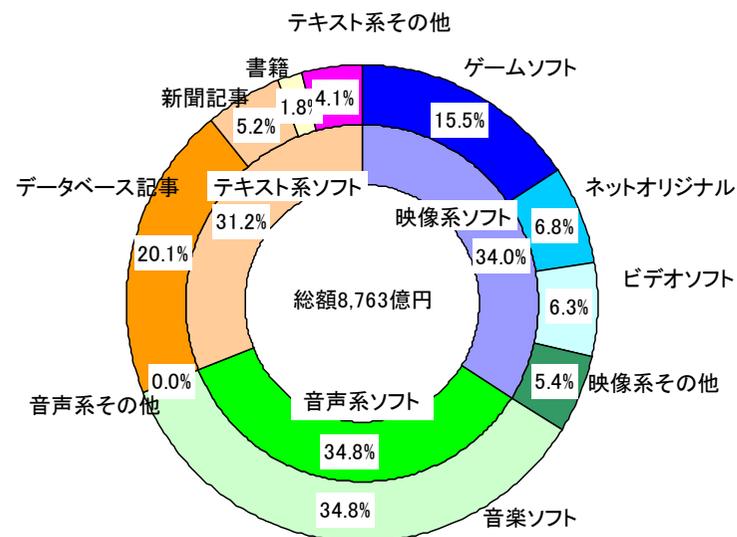
## (2) 流通段階別及びソフト別

- 通信系ソフトにおけるマルチユース市場の割合は7割を超えている。
- ソフト別構成比ではインターネットを通じた音楽配信の拡大を反映して、音声系ソフトの割合が約35%と最も高くなっている。

流通段階別の構成比(2006年)



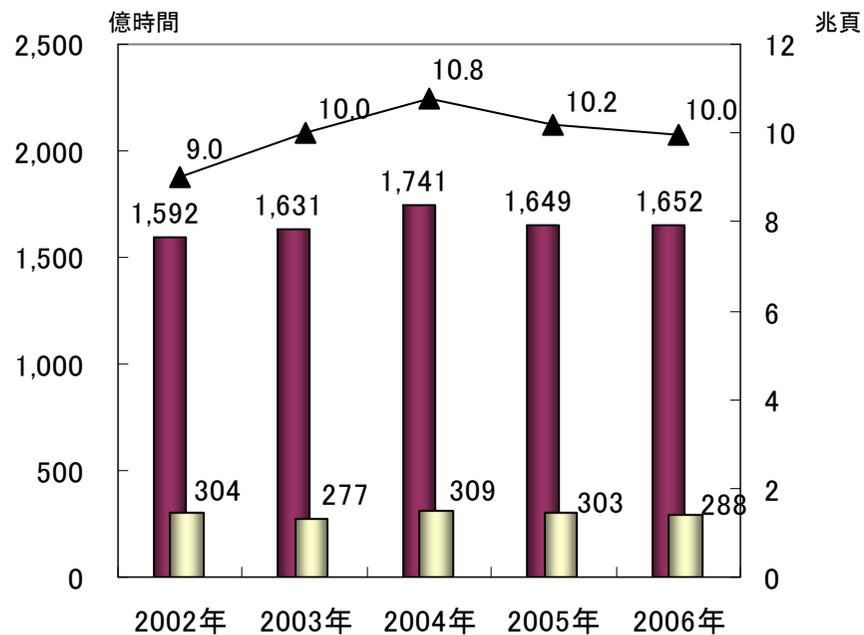
ソフト別の構成比(2006年)



### 3 メディア・ソフトの流通量の動向

○ メディア・ソフトの流通量は、映像系ソフトは微増しているが、音声系、テキスト系はともに減少。

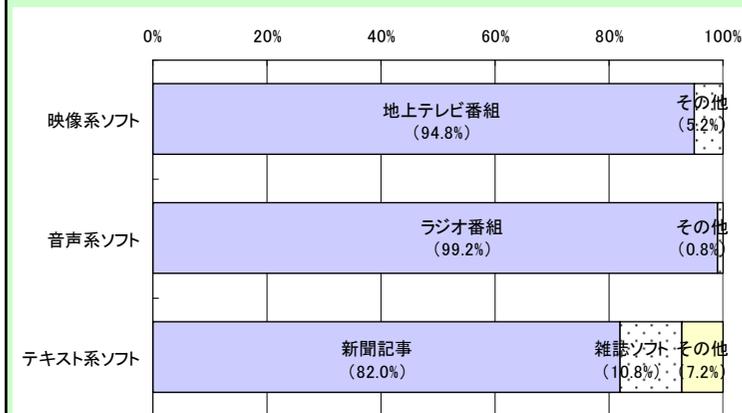
流通量の推移(ソフト形態別)



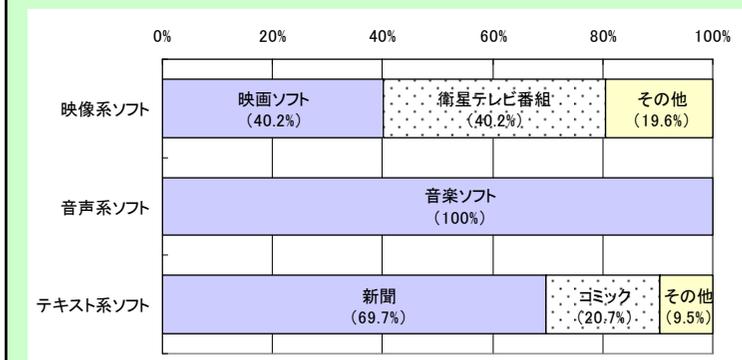
■ 映像系ソフト(左軸) ■ 音声系ソフト(左軸) ▲ テキスト系ソフト(右軸)

#### 流通段階別・ソフト別構成

##### ● 一次流通市場(2006年)



##### ● マルチユース市場(2006年)

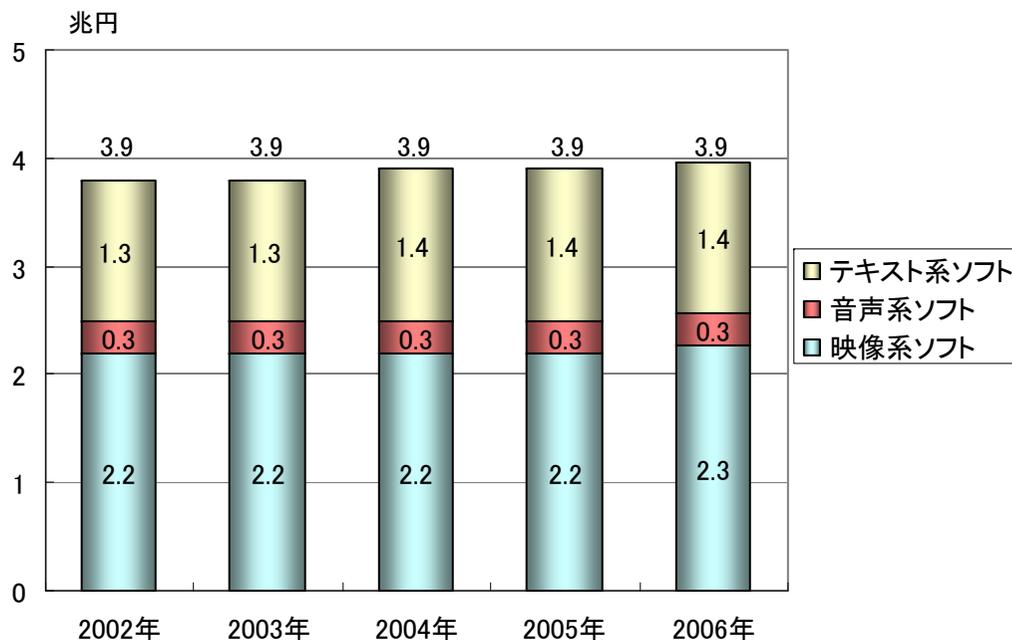


## 4 メディア・ソフトの制作の動向

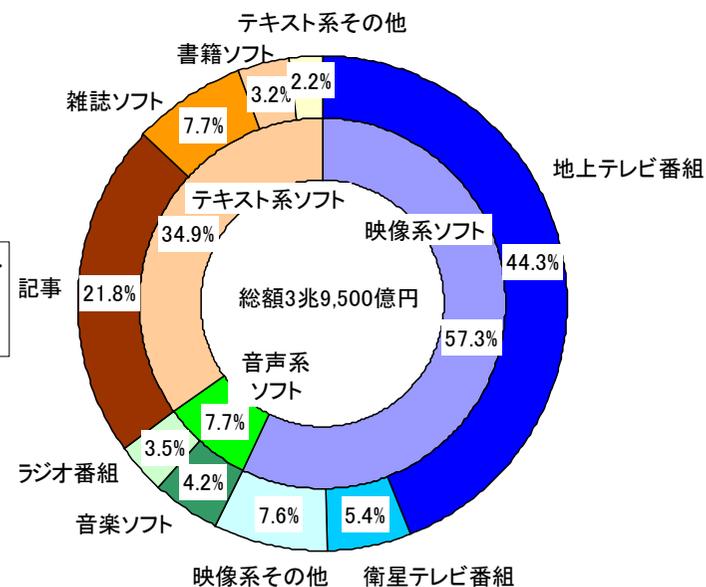
### (1) 制作金額

- 2006年のメディア・ソフト全体の制作金額は3兆9,500億円(対前年比0.9%増)で微増。
- 映像系ソフトが6割弱と最大。地上テレビ番組(約44%)、新聞記事(約22%)が大きい。

制作金額の推移



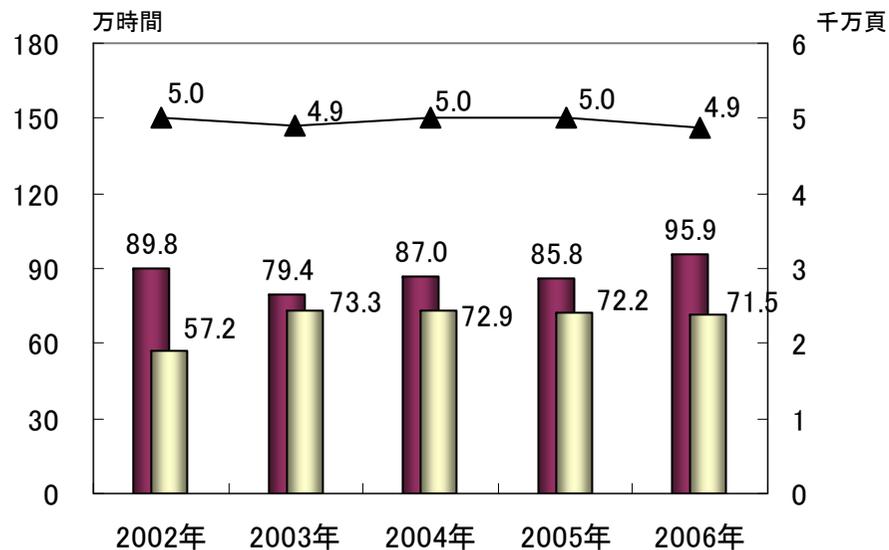
制作金額のソフト別構成比(2006年)



## (2) 制作量

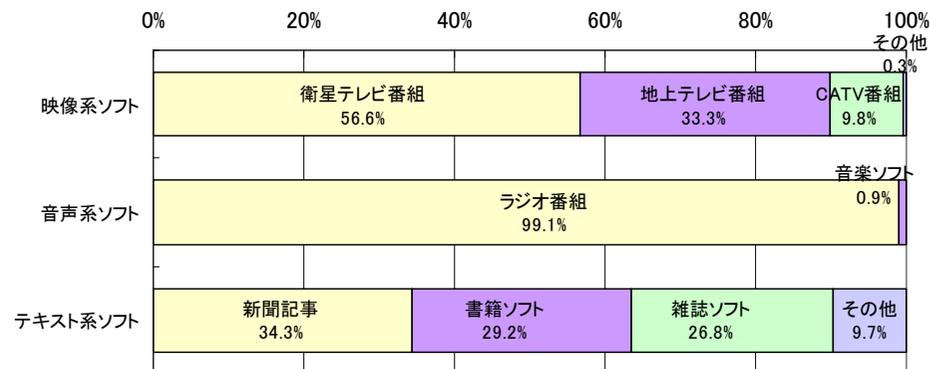
- メディア・ソフトの制作量は、映像系ソフトで増加傾向にあるが、音声系、テキスト系は微減。
- 制作量のソフト別構成比を見ると、映像系ソフトにおいては衛星テレビ番組の割合が最も大きい。

制作量の推移



■ 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)

制作量のソフト別構成比(2006年)

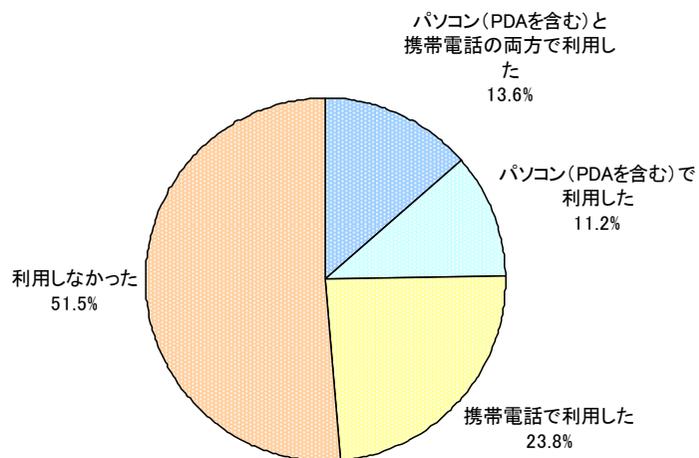


## 5 ネットコンテンツ利用の動向

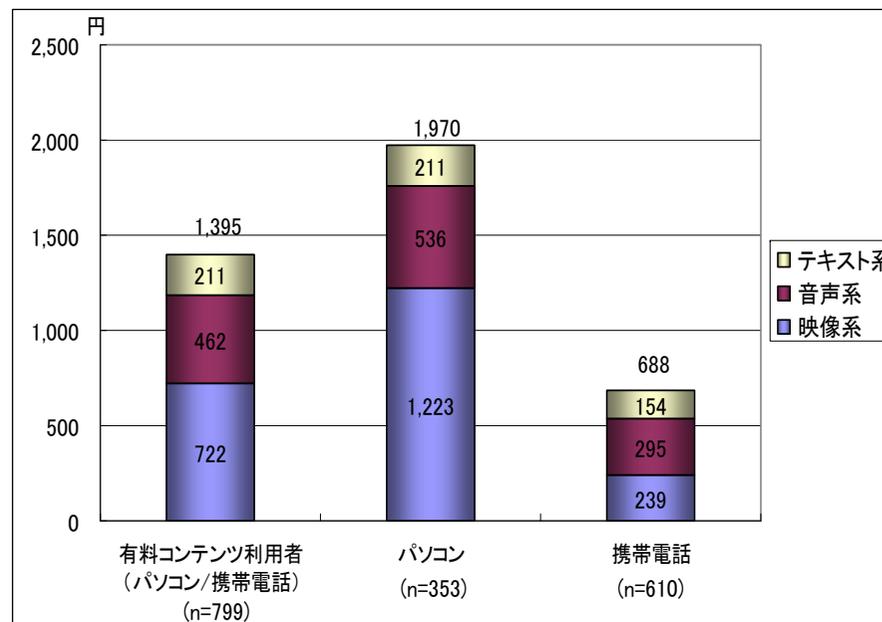
### (1) 有料コンテンツ

- 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利用金額(1ヶ月)は、1,395円。
- パソコンでは映画・ビデオソフトやオンラインゲーム等映像系の割合が大きい。携帯電話では着うた、着メロ等の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)



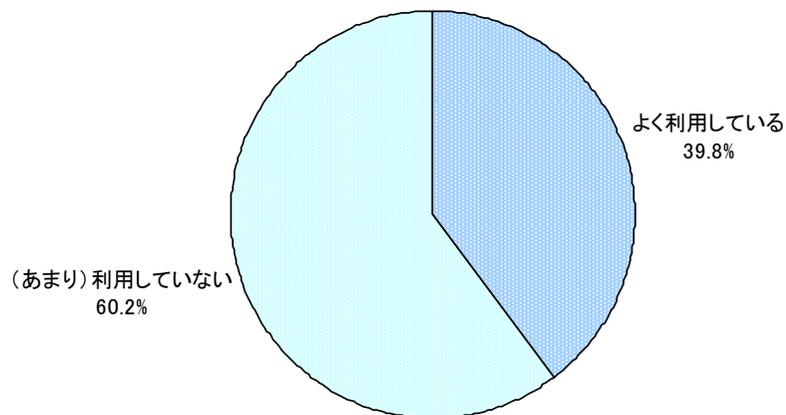
#### <アンケート調査の概要>

- 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2008年3月に実施。ネットでのコンテンツの利用状況(直近1ヶ月)等を回答。

## (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4割。

無料映像配信サービスの利用状況(パソコン)  
(n=2,000)



・音楽、アニメ、映画等の利用が多い。

よく利用している無料映像のジャンル  
(n=796、MA)



《参考1》メディア・ソフトの市場規模(2006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	54,195	2.1%	39,961	2.8%	14,234	0.1%
映画ソフト	7,509	-9.1%	2,029	2.4%	5,480	-12.7%
ビデオソフト	3,744	1.6%	3,196	1.6%	549	1.8%
地上テレビ番組	28,844	0.3%	25,418	-1.4%	3,426	15.0%
衛星テレビ番組	6,651	6.5%	3,228	5.7%	3,424	7.3%
CATV番組	209	8.8%	209	8.8%	—	—
ゲームソフト	6,640	21.0%	5,284	24.2%	1,356	10.2%
ネットオリジナル	597	28.3%	597	28.3%	—	—
音声系ソフト	10,354	7.5%	6,221	-2.2%	4,133	26.3%
音楽ソフト	7,649	10.2%	3,516	-4.3%	4,133	26.4%
ラジオ番組	2,705	0.7%	2,705	0.8%	0	—
ネットオリジナル	0	—	0	—	—	—
テキスト系ソフト	49,945	-0.6%	43,338	-0.9%	6,607	1.8%
新聞記事	20,223	-2.3%	19,606	-2.0%	617	-12.4%
コミック	5,836	-0.6%	3,169	0.0%	2,667	-1.3%
雑誌ソフト	13,268	2.7%	11,887	3.1%	1,382	-0.9%
書籍ソフト	7,644	1.8%	6,796	1.4%	848	5.5%
データベース記事	2,854	-3.9%	1,761	-15.5%	1,093	23.6%
ネットオリジナル	119	-52.0%	119	-52.0%	—	—
合 計	114,494	1.4%	89,520	0.6%	24,974	4.1%

(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2》通信系ソフトの市場規模(2006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	2,979	14.0%	597	28.3%	2,382	10.9%
映画ソフト	289	33.6%	—	—	289	33.6%
ビデオソフト	549	1.8%	—	—	549	1.8%
地上テレビ番組	150	21.7%	—	—	150	21.7%
衛星テレビ番組	37	0.5%	—	—	37	0.5%
CATV番組	—	—	—	—	—	—
ゲームソフト	1,356	10.2%	—	—	1,356	10.2%
ネットオリジナル	597	28.3%	597	28.3%	—	—
音声系ソフト	3,051	36.1%	0	—	3,051	36.2%
音楽ソフト	3,051	36.4%	—	—	3,051	36.4%
ラジオ番組	0	—	—	—	0	—
ネットオリジナル	0	—	0	—	—	—
テキスト系ソフト	2,734	-14.9%	1,896	-18.7%	837	-4.9%
新聞記事	454	-15.1%	—	—	454	-15.1%
コミック	134	32.4%	—	—	134	32.4%
雑誌ソフト	109	-1.0%	—	—	109	-1.0%
書籍ソフト	156	16.0%	16	—	140	4.0%
データベース記事	1,761	-15.5%	1,761	-15.5%	—	—
ネットオリジナル	119	-52.0%	119	-52.0%	—	—
合 計	8,763	8.6%	2,493	-10.9%	6,270	19.0%

(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(2006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	1,652.0	0.2%	1,520.2	-0.3%	131.8	6.3%
映画ソフト	55.5	-8.5%	2.5	2.6%	53.0	-9.0%
ビデオソフト	6.9	27.1%	4.6	14.9%	2.3	60.9%
地上テレビ番組	1,462.2	-1.0%	1,441.7	-1.0%	20.6	-2.6%
衛星テレビ番組	121.4	21.6%	68.4	16.1%	53.0	29.4%
CATV番組	0.9	9.7%	0.9	9.7%	-	-
ゲームソフト	4.7	26.0%	1.8	15.5%	2.9	33.5%
ネットオリジナル	0.3	-18.3%	0.3	-18.3%	-	-
音声系ソフト	287.8	-4.9%	246.1	-8.1%	41.6	19.5%
音楽ソフト	43.7	18.2%	2.1	-3.0%	41.6	19.6%
ラジオ番組	244.1	-8.1%	244.1	-8.1%	0.0	-
ネットオリジナル	0.0	-	0.0	-	-	-
テキスト系ソフト	99,558.4	-2.5%	88,752.1	-0.6%	10,806.3	-15.8%
新聞記事	80,314.7	-2.5%	72,778.7	0.3%	7,536.0	-23.2%
コミック	7,555.7	-0.7%	5,314.3	-6.2%	2,241.4	15.4%
雑誌ソフト	10,054.1	-4.5%	9,588.6	-4.0%	465.5	-14.4%
書籍ソフト	1,596.0	2.3%	1,062.5	2.4%	533.5	2.2%
データベース記事	35.7	14.8%	5.9	-15.5%	29.9	23.6%
ネットオリジナル	2.1	-8.9%	2.1	-8.9%	-	-

(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(2006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
<b>映像系ソフト</b>	<b>22,649</b>	<b>3.0%</b>	<b>958,846</b>	<b>11.8%</b>
映画ソフト	1,102	4.8%	459	4.8%
ビデオソフト	253	4.9%	1,263	4.9%
地上テレビ番組	17,497	-0.1%	318,849	2.1%
衛星テレビ番組	2,144	9.7%	542,750	19.3%
CATV番組	183	14.3%	93,975	7.1%
ゲームソフト	1,471	38.4%	1,550	14.3%
<b>音声系ソフト</b>	<b>3,048</b>	<b>-4.9%</b>	<b>715,260</b>	<b>-1.0%</b>
音楽ソフト	1,656	-4.3%	6,390	1.4%
ラジオ番組	1,392	-5.7%	708,870	-1.0%
<b>テキスト系ソフト</b>	<b>13,803</b>	<b>-1.0%</b>	<b>4,863</b>	<b>-2.7%</b>
新聞記事	8,595	-1.3%	1,670	0.8%
コミック	540	-2.8%	181	-2.9%
雑誌ソフト	3,058	3.0%	1,303	-2.8%
書籍ソフト	1,273	1.6%	1,420	-0.5%
データベース記事	337	-25.4%	290	-25.4%
<b>合計</b>	<b>39,500</b>	<b>0.9%</b>	<b>—</b>	<b>—</b>

(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。

**【別添】**

**調査手法**

# 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(コンテンツ)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

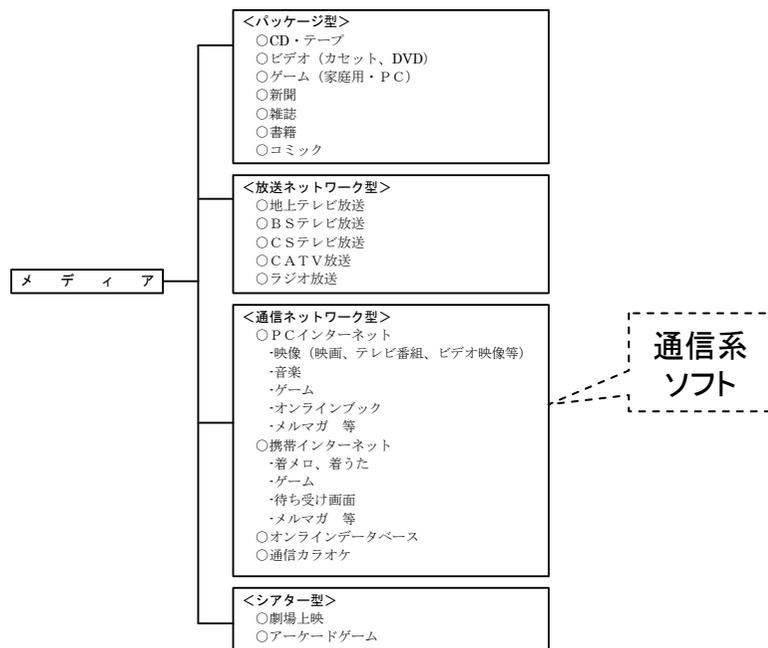
利用者一般に向け流通され、経済活動として市場を形成しているもの(特定の者・個人の間で流通、明確な市場を形成しないものを除く)。

## ●流通経路の多様化 ~マルチユース~

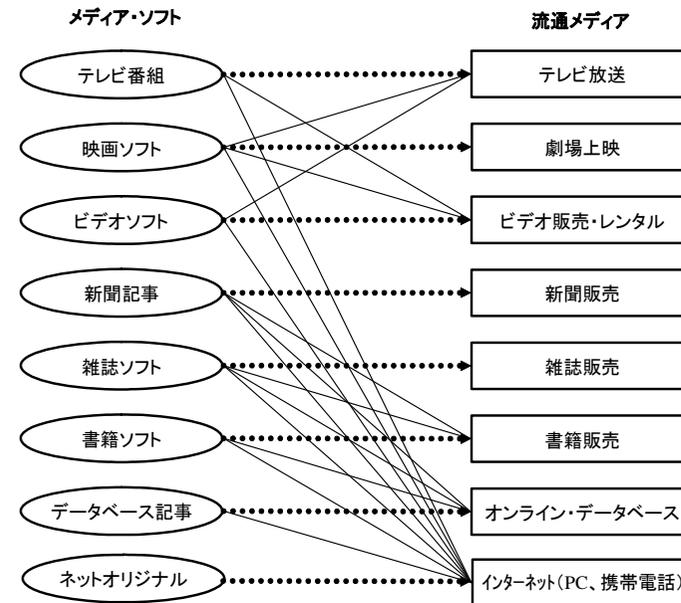
ソフトによっては多数の経路(メディア)を使って流通。

- 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・ソフトの例



流通経路の多様化(概念図)



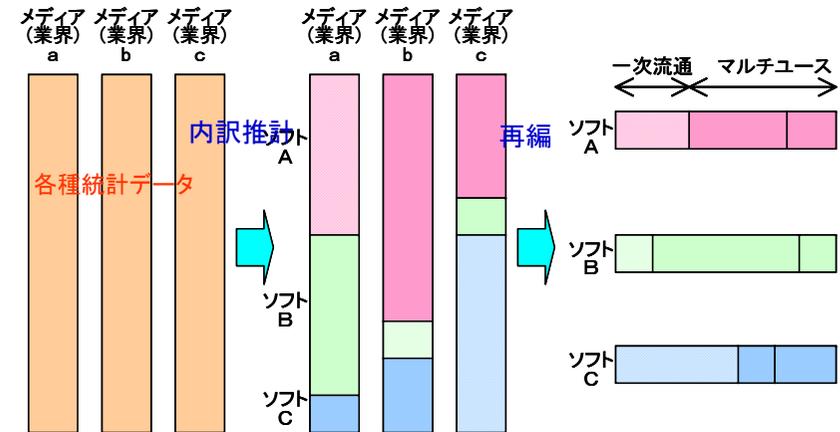
..... 一次流通  
 ——— マルチユースによる流通

## メディア・ソフト市場の考え方②

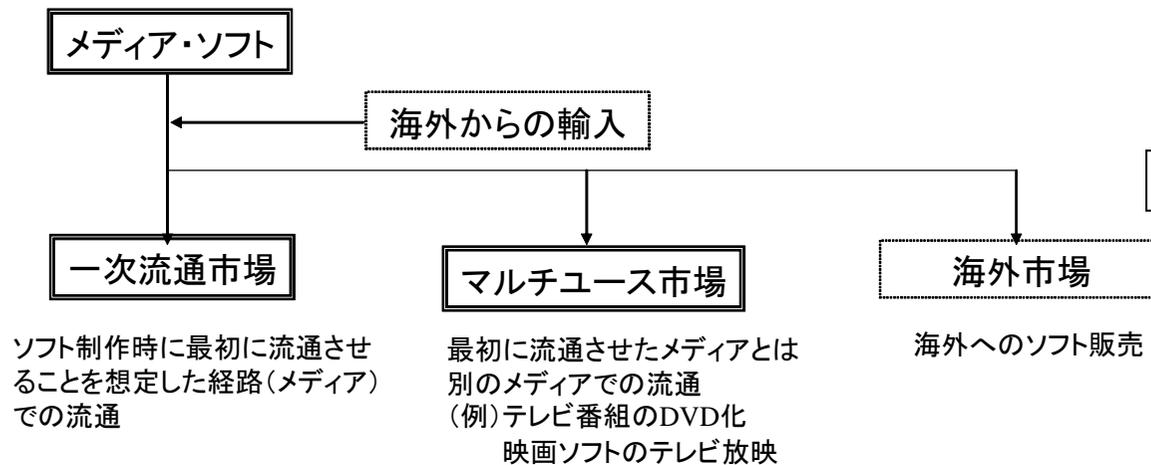
### ●「ソフトの市場」の把握

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。(ソフトの市場)同時に、それら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。

「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

