

第3節 コンテンツ市場の動向

1 我が国のコンテンツ市場の現状¹

(1) 我が国のコンテンツ市場の規模

我が国のコンテンツ市場は、近年着実に拡大しており、平成18年の市場規模は、11兆4,494億円（対前年比1.4%増）と推計される。

また、コンテンツの種類を映像系、音声系、テキス

ト系に分けて市場規模の内訳を見ると、平成18年においては、映像系ソフトが5兆4,195億円、音声系ソフトは1兆354億円、テキスト系ソフトは4兆9,945億円となっている（図表2-3-1-1）。

(2) マルチユースの状況²

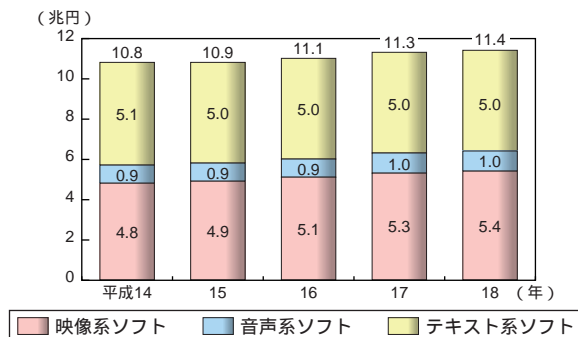
コンテンツのマルチユースについては、年々拡大しており、平成18年において、マルチユース市場は2.5兆円となっている（図表2-3-1-2）。

一次流通市場及びマルチユース市場の内訳を見ると、一次流通市場においては、新聞、雑誌、書籍等のテキスト系ソフトの割合が最も高くなっている一方、マル

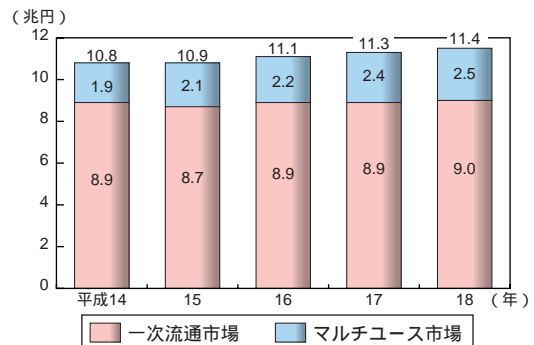
チユース市場においては、映像系ソフトが6割弱を占めている（図表2-3-1-3）。

また、マルチユースの動向をソフト別に見ると、音楽ソフト、ゲームソフト、ビデオソフトにおけるマルチユース市場の割合が大幅に増加している（図表2-3-1-4）。

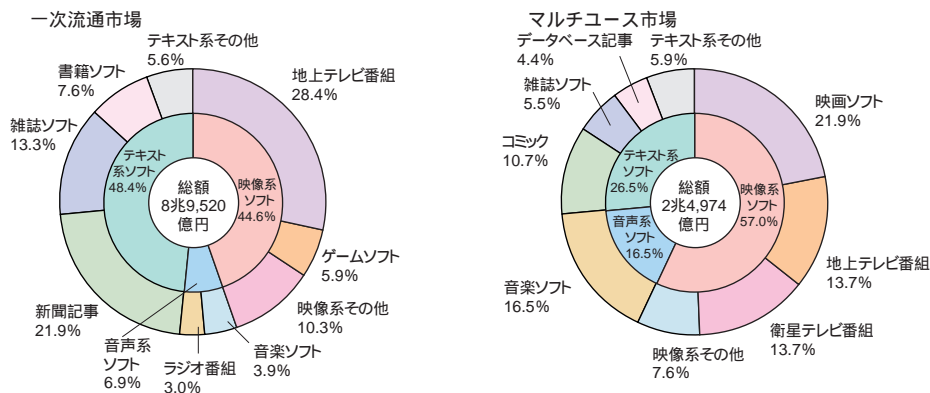
図表2-3-1-1 コンテンツの市場規模の推移



図表2-3-1-2 一次流通とマルチユースの市場規模の推移



図表2-3-1-3 一次流通市場とマルチユース市場のソフト別構成比（平成18年）



¹ 本節「我が国のコンテンツ市場の現状」については、情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態調査」による

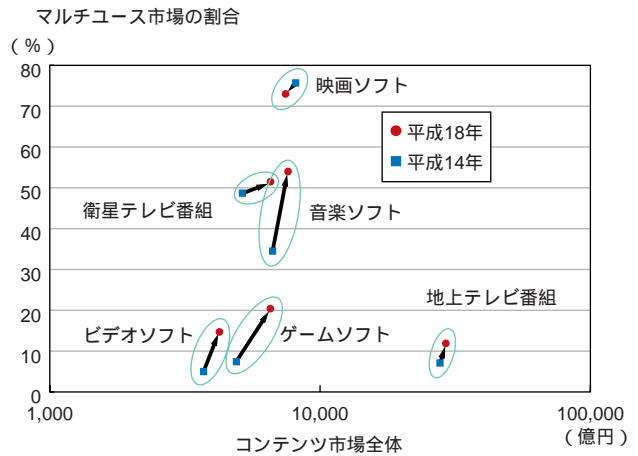
² ソフトの制作に際して最初から流通させることを想定したメディア上での流通を「一次流通」、最初に想定したメディアとは別のメディアを通じた流通を「マルチユース」と定義している

(3) 通信系ソフト市場の動向

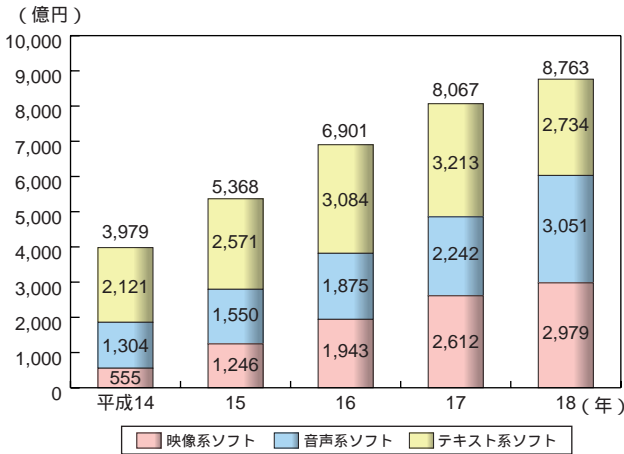
パソコン及び携帯電話等で流通する通信系ソフトの市場規模は、近年のインターネットを利用したコンテンツ流通の大幅な増加等を反映して、平成18年には市場規模が約8,800億円に達している（図表2-3-1-5、図表2-3-1-6）。

流通段階別に見ると、平成18年においては通信系ソフトにおけるマルチユース市場の割合は7割を超えており、コンテンツ市場全体に比べて更にマルチユースが進展していることが分かる。また、ソフト別構成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最も高くなっている（図表2-3-1-7）。

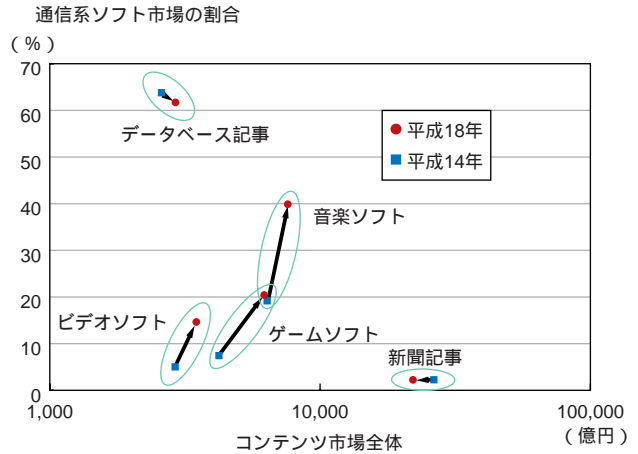
図表2-3-1-4 ソフト別マルチユース市場の動向



図表2-3-1-5 通信系ソフトの市場規模の推移

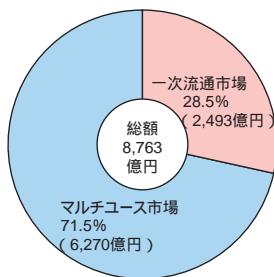


図表2-3-1-6 ソフト別ネットワーク配信市場の動向

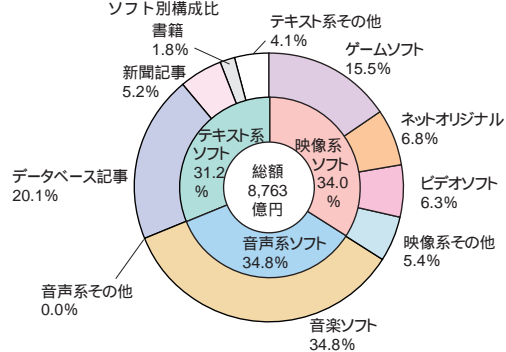


図表2-3-1-7 通信系ソフトの流通段階別・ソフト別構成比 (平成18年)

流通段階別構成比



ソフト別構成比



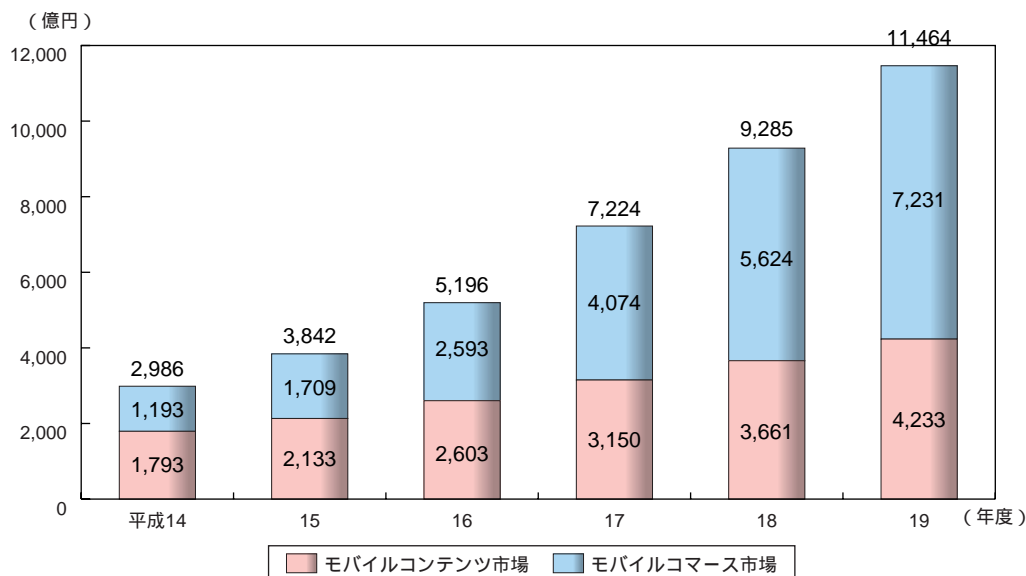
2 モバイルコンテンツ産業の市場規模

携帯電話の普及、端末の高機能の進展等により、モバイルコンテンツ産業（携帯インターネットビジネス）の市場規模³が急速に拡大しつつある。

モバイルコンテンツ市場とモバイルコマース市場からなる我が国のモバイルコンテンツ産業の市場規模は、平成19年に1兆1,464億円（対前年比23.5%増）と

なっており、初めて1兆円を超えた。この内訳を市場別に見ると、モバイルコンテンツ市場が4,233億円（同15.6%増）、モバイルコマース市場が7,231億円（同28.6%増）となっており、前年に引き続き大幅に増加している（図表2-3-2-1）。

図表2-3-2-1 モバイルコンテンツ産業の市場規模



（出典）総務省「モバイルコンテンツ産業の現状と課題等に関する調査研究」

3 コンテンツ制作事業者

総務省「平成18年事業所・企業統計調査」によると、我が国のコンテンツ制作にかかわる事業所は、平成18年時点で1万5,538箇所、従業員数は26万5,191人となっている。事業所数、従業員数ともに新聞業・出版業が全体の約半数を占めている。

事業所数を前回調査（平成16年）結果と比べると、全体的に増加しており、中でも音声情報制作業が最も伸びている（図表2-3-3-1）。また、従業員数においても、音声情報制作業が対前回調査比47.1%増と伸びている。

図表2-3-3-1 コンテンツ制作事業所数と従業員数の推移

事業所	(単位：社)			従業員	(単位：人)		
	平成13年	16年	18年		平成13年	16年	18年
映像情報制作・配給業	3,588	3,467	3,801	映像情報制作・配給業	54,667	56,866	61,750
音声情報制作業	137	233	336	音声情報制作業	4,552	4,317	6,349
新聞業・出版業	7,305	7,096	7,379	新聞業・出版業	169,395	163,401	164,781
映像等情報制作に 付随するサービス業	3,419	3,608	4,022	映像等情報制作に 付随するサービス業	26,298	28,327	32,311
合計	14,449	14,404	15,538	合計	254,912	252,911	265,191

総務省「事業所・企業統計調査」により作成

³ モバイルコンテンツ市場は、携帯インターネットを通じて取引されるデジタルコンテンツ（着信メロディ、静止画、動画、ゲーム、占い等）の市場を指し、モバイルコマース市場は、携帯インターネットを利用したモバイルコンテンツ以外の、物販系（通信販売等）、サービス系（チケット販売等）及びトランザクション系（株式売買手数料、オークション手数料等）の市場を指す

4

家計におけるコンテンツ利用状況

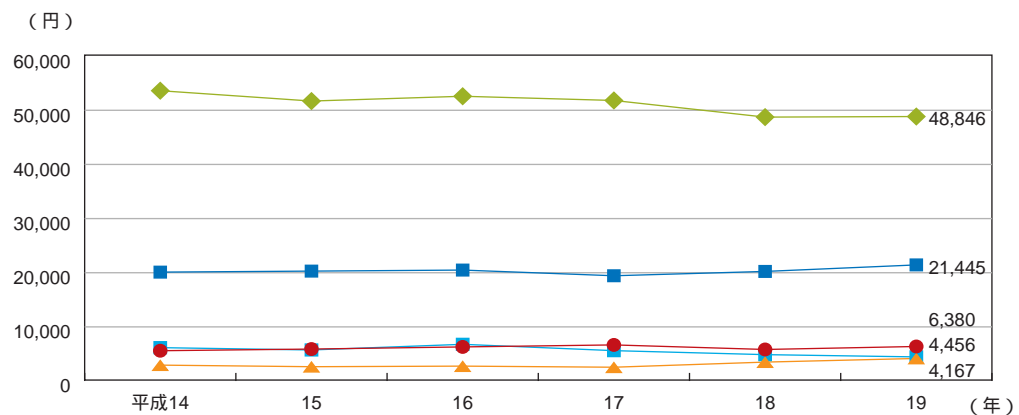
総務省「家計調査」によると、平成19年の家計のコンテンツ関連の年間支出総額は、8万5,294円（対前年比2.5%増）となっている（図表2-3-4-1）。内訳としては、書籍・新聞等の印刷物が4万8,846円と最も大きく、放送受信料が2万1,445円で続いている。支出額の対前年比を見てみると、音楽・映像メディアが減少、書籍・新聞等の印刷物がほぼ横ばい、放送受信料は増加、テレビゲームは大幅な増加となった。

総務省「平成19年通信利用動向調査」によると、過去1年間にパソコン又は携帯電話（PHS・PDAを含む）からインターネットによりデジタルコンテンツを購入した人は23.4%（対前年度2.5ポイント減）となっ

ている。これをパソコンと携帯電話（PHS・PDAを含む）別に見ると、パソコンではインターネット利用者の11.6%が購入しているのに対し、携帯電話（PHS・PDAを含む）では24.5%が購入している（図表2-3-4-2）。

また、ネットワークを通じたコンテンツの購入金額を見ると、パソコンインターネットによるデジタルコンテンツ購入経験者の平均年間購入金額は8,312円（前年9,011円）、携帯（PHS・PDAを含む）インターネットによる平均年間購入金額は4,263円（前年4,925円）となっており、いずれも前年に比べ減少となっている（図表2-3-4-3）。

図表2-3-4-1 コンテンツ関連の年間消費支出額



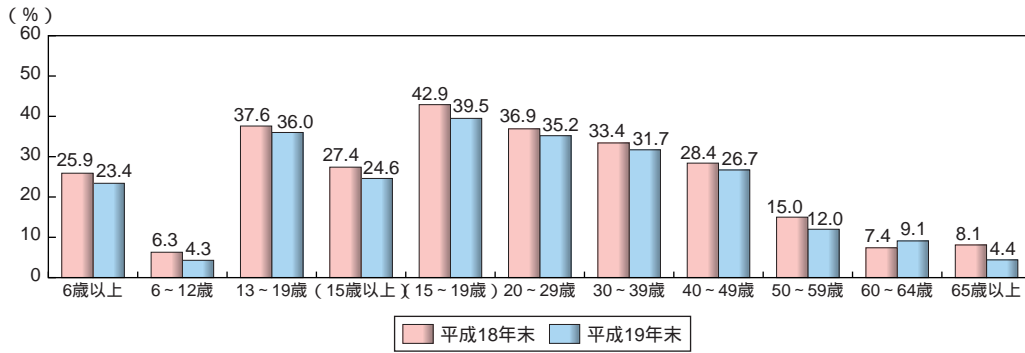
● 映画・演劇等入場料	5,596	5,905	6,299	6,670	5,829	6,380
■ 放送受信料	20,113	20,300	20,492	19,442	20,241	21,445
▲ テレビゲーム	2,937	2,645	2,753	2,550	3,496	4,167
◆ 書籍他の印刷物	53,615	51,705	52,591	51,813	48,740	48,846
■ 音楽・映像収録メディア	6,165	5,738	6,780	5,612	4,874	4,456
合計	88,426	86,293	88,915	86,087	83,180	85,294

「音楽・映像収録メディア」について、平成16年までは「オーディオ・ビデオディスク」「オーディオ・ビデオ収録テープ」の合計であり、平成17年以降は「音楽・映像収録メディア」の値となっている

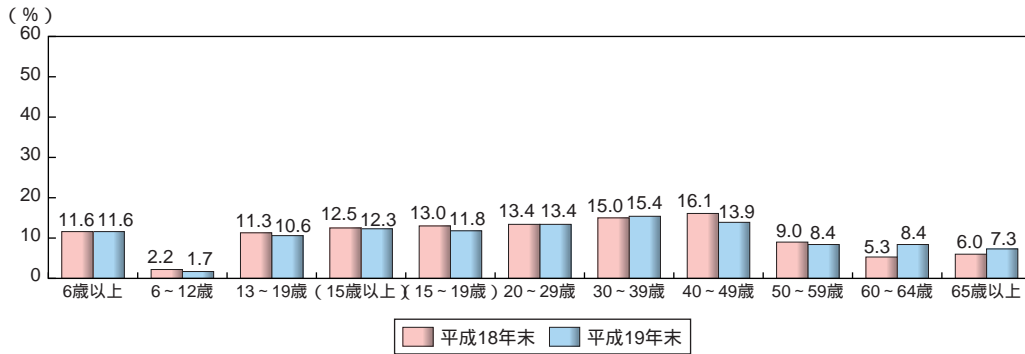
総務省「家計調査」（総世帯）により作成

図表2-3-4-2 インターネットによるデジタルコンテンツの購入経験者の割合

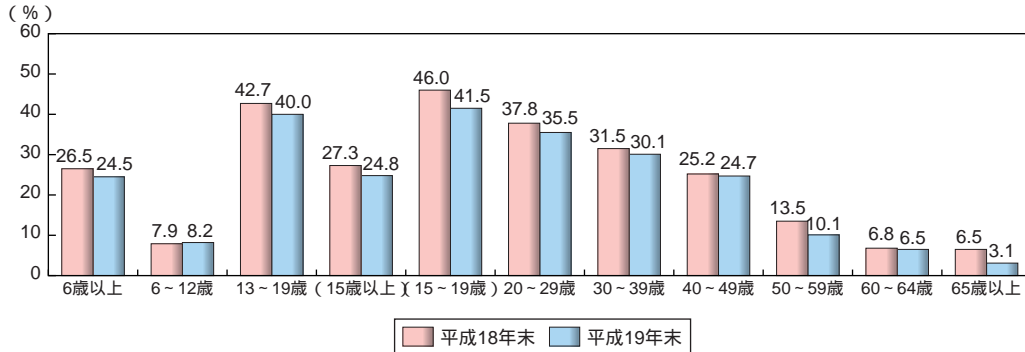
パソコン又は携帯電話(PHS・PDAを含む)からの購入経験



パソコンからの購入経験

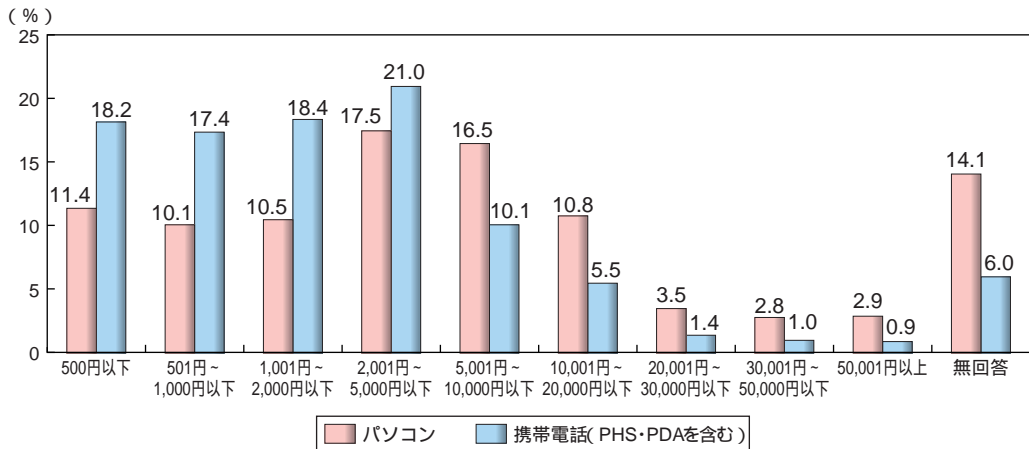


携帯電話(PHS・PDAを含む)からの購入経験



総務省「通信利用動向調査(世帯編)」により作成

図表2-3-4-3 インターネットによるデジタルコンテンツの購入金額(平成19年末)



(出典)総務省「平成19年通信利用動向調査(世帯編)」