

第5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) 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平成15年以降拡大基調にあったが、平成19年の市場規模は11兆4,110億円（対前年比0.3%減）と横ばいとなった¹。

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みると、平成19年にお

いては、映像系ソフトが5兆5,342億円（対前年比2.1%増）、音声系ソフトは1兆20億円（対前年比3.2%減）、テキスト系ソフトは4兆8,748億円（対前年比2.4%減）となっている（図表4-5-1-1）。

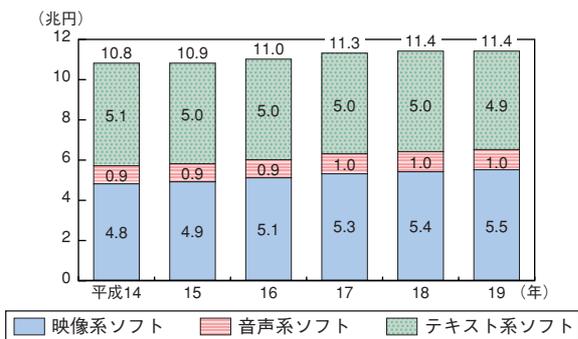
(2) マルチユースの状況²

コンテンツのマルチユースについては、引き続き拡大基調にある。平成19年において、マルチユース市場の規模は2兆5,437億円（対前年比1.9%増）となっている（図表4-5-1-2）。

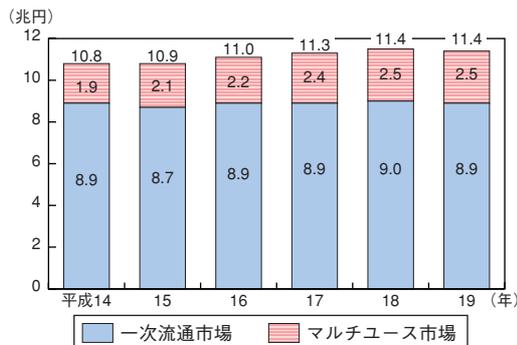
一次流通市場及びマルチユース市場の内訳をみると、

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が引き続き映像系ソフトをやや上回っているが、マルチユース市場においては、映画ソフト、地上テレビ番組等の映像系ソフトが6割弱を占めている（図表4-5-1-3）。

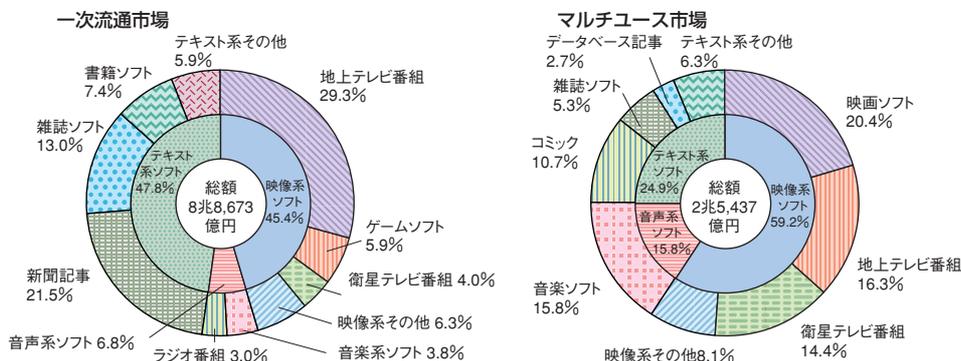
図表4-5-1-1 コンテンツの市場規模の推移



図表4-5-1-2 一次流通とマルチユースの市場規模の推移



図表4-5-1-3 一次流通市場とマルチユース市場の構成比（平成19年）

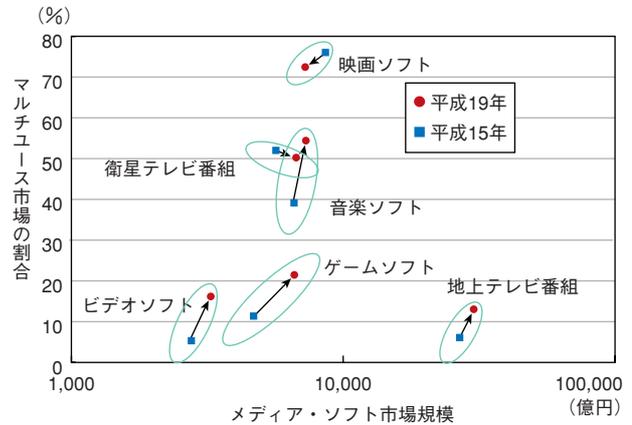


1 本項「1.我が国のコンテンツ市場の現状」については、情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態調査」(<http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/seika/houkoku.html>)による

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

また、マルチユースの動向をソフト別にみると、マルチユース市場の割合は、平成15年に比べて、音楽ソフト、ゲームソフト、ビデオソフト、地上テレビ番組において上昇している（図表4-5-1-4）。

図表4-5-1-4 ソフト別マルチユース市場の動向

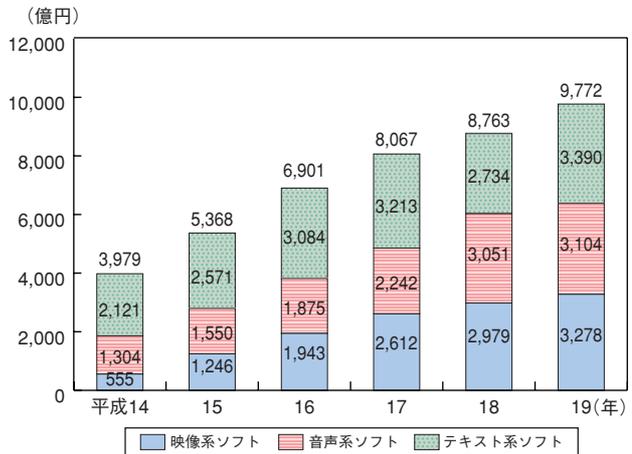


(3) 通信系ソフト市場の動向

パソコン、携帯電話等で流通する通信系ソフトの市場規模については、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19年の市場規模は9,772億円（対前年比11.5%増）となり、1兆円に近い規模になっている（図表4-5-1-5）。

図表4-5-1-5 通信系ソフトの市場規模の推移

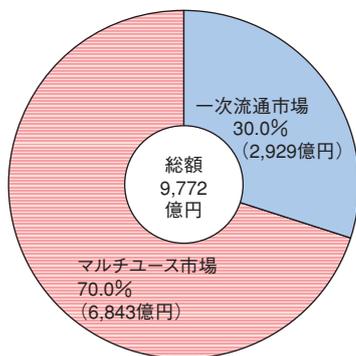
流通段階別にみると、平成19年においては、通信系ソフトにおける1次流通市場は2,929億円（対前年比17.5%増）、マルチユース市場は6,843億円（対前年比9.1%増）とそれぞれ伸びており、マルチユース市場の割合は70.0%となっている。



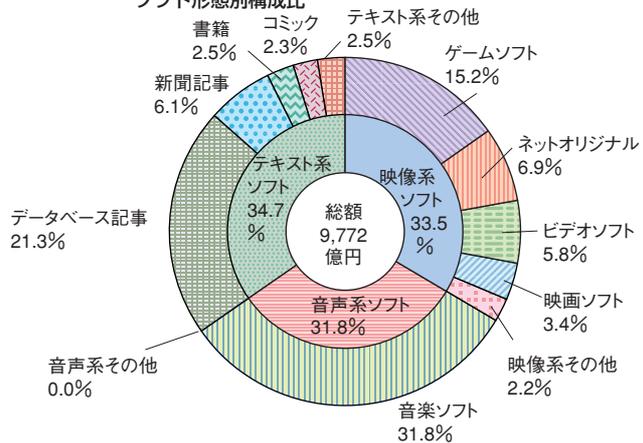
ソフト別構成では、平成19年においては、テキスト系ソフトの割合が最も大きくなっているものの、映像系ソフト、音声系ソフトと拮抗している（図表4-5-1-6）。

図表4-5-1-6 通信系ソフトの流通段階別・ソフト形態別構成比（平成19年）

流通段階別構成比

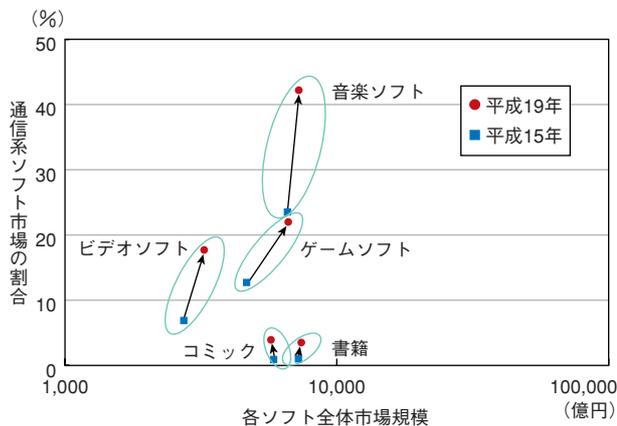


ソフト形態別構成比



また、マルチユースの動向をソフト別にみると、マルチユース市場の割合は、平成15年に比べて、音楽ソフトが大幅に伸びており、ゲームソフト、ビデオソフトも上昇している（図表4-5-1-7）。

図表4-5-1-7 ソフト別ネットワーク配信市場の動向



(4) 放送番組ソフトの国際流通の状況

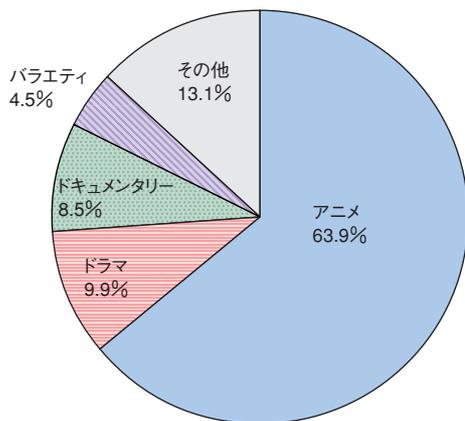
我が国の地上テレビ番組の輸出金額について、主な放送局及び製作会社へのアンケート調査により推計を行った。その結果、平成19年度の輸出金額は91.8億円となっており平成18年度に比べ増加した（図表4-5-1-8）。

図表4-5-1-8 我が国の地上テレビ番組の輸出金額（推計値）

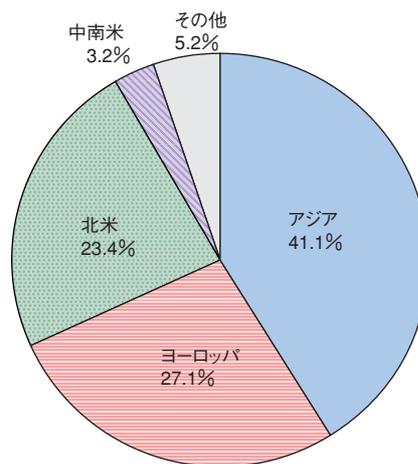
	平成18年度	平成19年度
輸出金額	88.9億円	91.8億円

平成19年度に輸出された地上テレビ番組のうち最も多いジャンルはアニメであり、63.9%と大半を占めている。次いで、ドラマ、ドキュメンタリーとなっている（図表4-5-1-9）。番組の輸出先を見てみると、最も多い地域はアジアで全体の41.1%を占めており、これにヨーロッパ、北米が続いている（図表4-5-1-10）。

図表4-5-1-9 輸出番組のジャンル（輸出金額ベース、平成19年度）



図表4-5-1-10 番組の輸出先（輸出金額ベース、平成19年度）



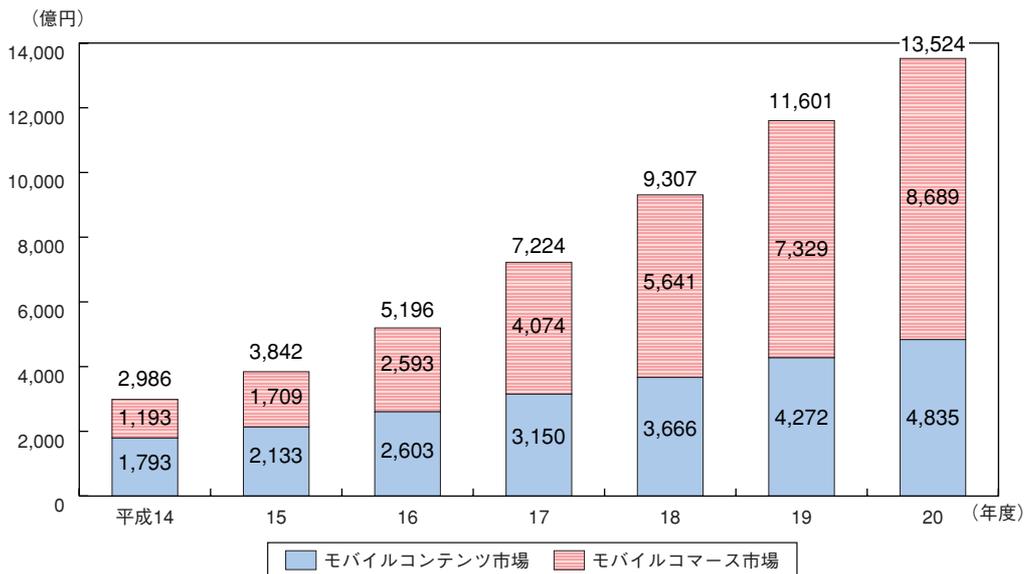
2 モバイルコンテンツ産業の市場規模

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20年に1兆3,524億円（対前年比16.6%増）となっている。この内訳を市場別にみると、モバイルコンテンツ市場が4,835億円（同13.2%増）、モバイルコマース市場が8,689億円（同16.6%増）となっており、平成19年に引き続き大幅に増加している（図表4-5-2-1）。

図表4-5-2-1 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係わる事業所は、平成18年時点で1万5,537か所、従業員数は26万5,190人となっている。事業所数、従業者数ともに新聞業・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4-5-3-1）。また、従業者数においても、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4-5-3-1 コンテンツ制作事業者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 附帯するサービス業	3,418	3,608	4,021	映像等情報制作に 附帯するサービス業	26,296	28,327	32,310
合計	14,448	14,404	15,537	合計	254,910	252,911	265,190

総務省「事業所・企業統計調査」により作成
<http://www.stat.go.jp/data/jigyoku/2006/index.htm>

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

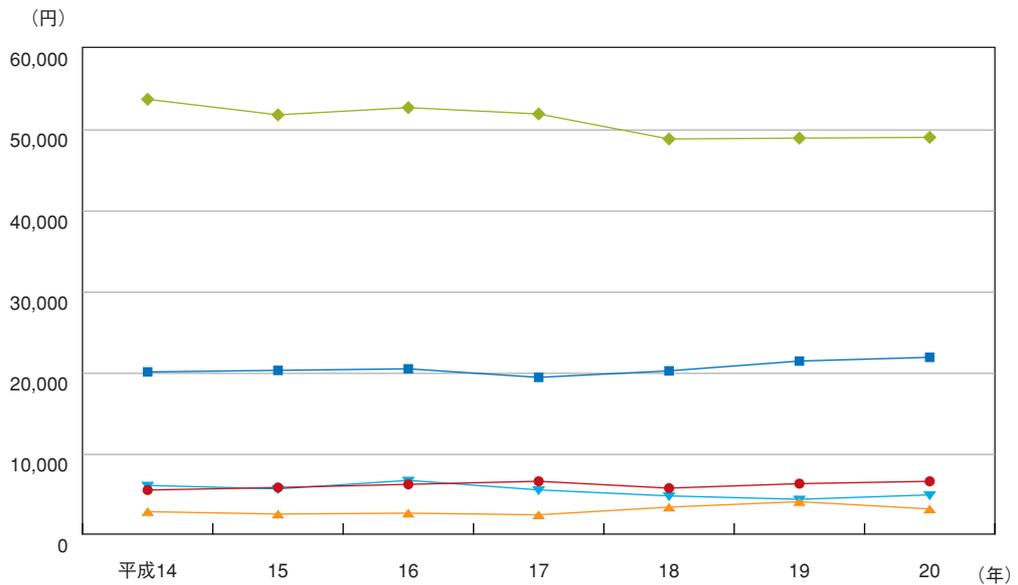
総務省「家計調査」によると、平成20年の家計のコンテンツ関連の年間支出総額は、8万5,783円（対前年比0.6%増）となっている（図表4-5-4-1）。内訳としては、書籍、新聞等の印刷物が4万8,939円と最も大きく、放送受信料が2万1,907円で続いている。支出額の対前年比を見てみると、音楽・映像メディアが増加、書籍・新聞等の印刷物がほぼ横ばい、放送受信料は増加、テレビゲームは大幅な減少となった。

総務省「平成20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26.6%（前年から3.2ポイント増）となっている。これをパソコンと携帯電話（PHS・PDAを含む）の別にみると、パソコンではインターネット利用者の11.9%が購入しているのに対し、携帯電話（PHS・PDAを含む）では25.8%が購入している（図表4-5-4-2）。

また、インターネットを通じたコンテンツの購入金額をみると、購入した金額で最も割合が多いのは、パソコンから「2,001円から5,000円」で21.6%、携帯電話が「501円から1,000円」で19.9%となっている（図表4-5-4-3）。

図表4-5-4-1 コンテンツ関連の年間消費支出額



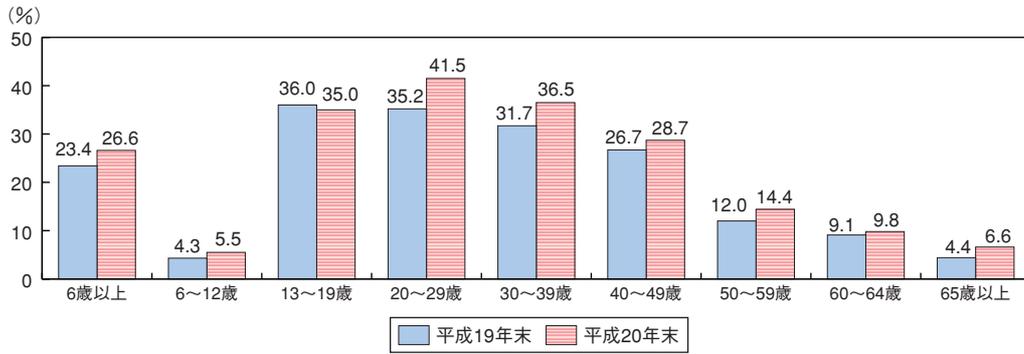
年	映画・演劇等入場料	放送受信料	テレビゲーム	書籍・他の印刷物	音楽・映像収録済メディア	合計
平成14	5,596	20,113	2,937	53,615	6,165	88,426
15	5,905	20,300	2,645	51,705	5,738	86,293
16	6,299	20,492	2,753	52,591	6,780	88,915
17	6,670	19,442	2,550	51,813	5,612	86,087
18	5,829	20,241	3,496	48,740	4,874	83,180
19	6,380	21,445	4,167	48,846	4,456	85,294
20	6,666	21,907	3,270	48,939	5,001	85,783

※ 「音楽・映像収録済メディア」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・ビデオ収録済テープ」の合計であり、平成17年以降は「音楽・映像収録済メディア」の値となっている

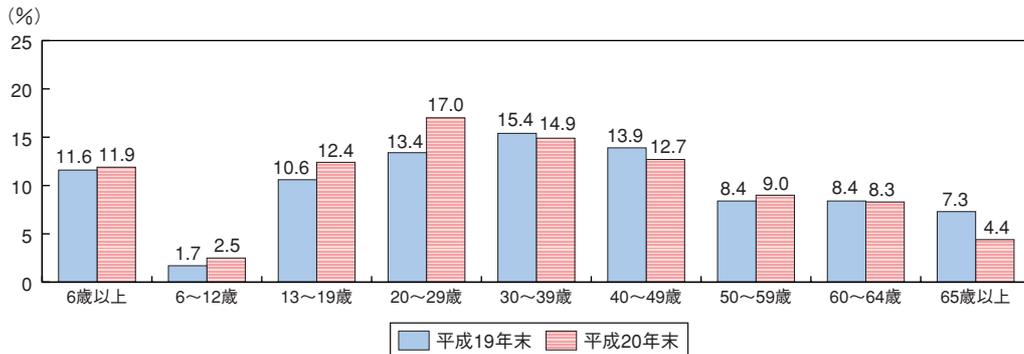
総務省「家計調査」（総世帯）により作成
<http://www.stat.go.jp/data/kakei/index.htm>

図表4-5-4-2 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

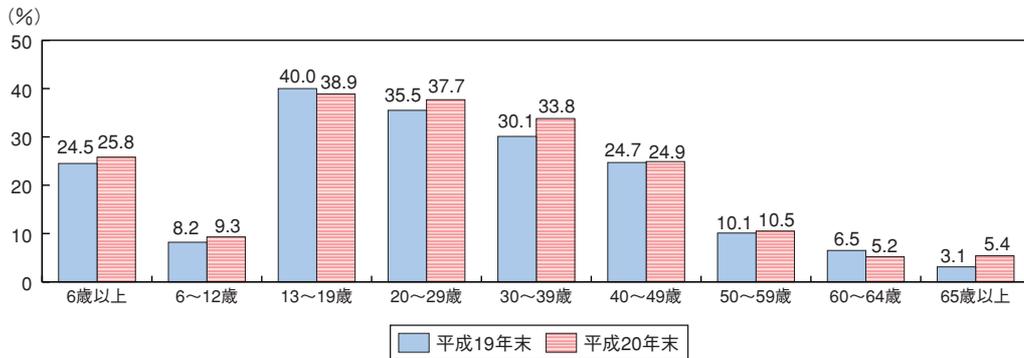
①パソコン又は携帯電話（PHS・PDAを含む）からの購入経験



②パソコンからの購入経験

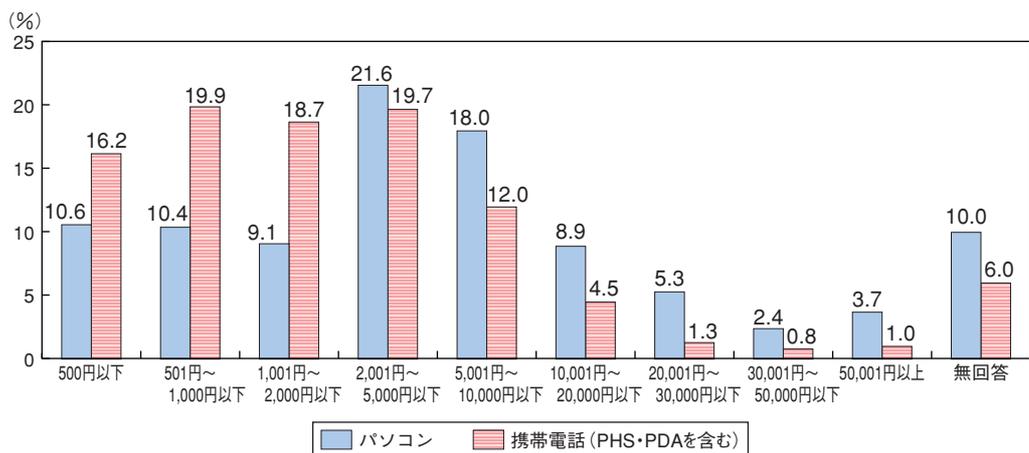


③携帯電話（PHS・PDAを含む）からの購入経験



(出典) 総務省「平成20年通信利用動向調査」
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05.html>

図表4-5-4-3 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20年末）



(出典) 総務省「平成20年通信利用動向調査」
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05.html>