

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

(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規模は11兆8,391億円で、内訳をみるとテキスト系、映像系ともに約46%、音楽系が約8%

我が国の平成20年のコンテンツ市場規模は11兆8,391億円となっている。うち映像系コンテンツ5兆4,766億円（全体の約46%）の主な内訳は、映画が6,832億円、地上テレビ番組が2兆9,457億円、衛星・CATV番組が7,451億円、ゲームソフトが6,873億円、映像系ネットオリジナル²が1,024億円となっている。

音声系コンテンツ9,492億円（全体の約8%）の主な内訳は、音楽ソフトが7,085億円、ラジオ番組2,407億円となっている。

テキスト系コンテンツ5兆4,134億円（全体の約46%）の主な内訳は、新聞記事が1兆8,722億円、コミックが5,694億円、雑誌³が1兆5,648億円、書籍が7,371億円、データベース記事が3,144億円、テキスト系ネットオリジナル⁴が3,556億円となっている（図表4-5-1-1）。

また、平成20年の中古ソフト市場は全体で2,173億円となっている。

(2) マルチユースの状況⁵

●コンテンツ市場のうち、1次流通市場の規模は9兆6,057円（81.2%）、マルチユース市場の規模は2兆2,334億円（18.7%）

平成20年の1次流通市場の規模は、9兆6,057億円（全体の約81%）となっている。

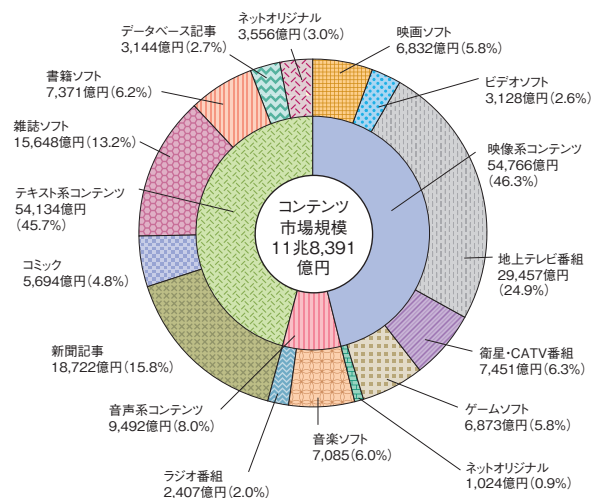
1次流通市場の内訳は、映像系コンテンツ4兆522億円のうち、地上テレビ番組が最も大きく2兆4,383億円、ゲームソフト⁶が6,873億円、衛星・CATV市場が3,921億円となっている。

音声系コンテンツ8,139億円のうち、音楽ソフトが5,732億円、ラジオ番組が2,407億円となっている。

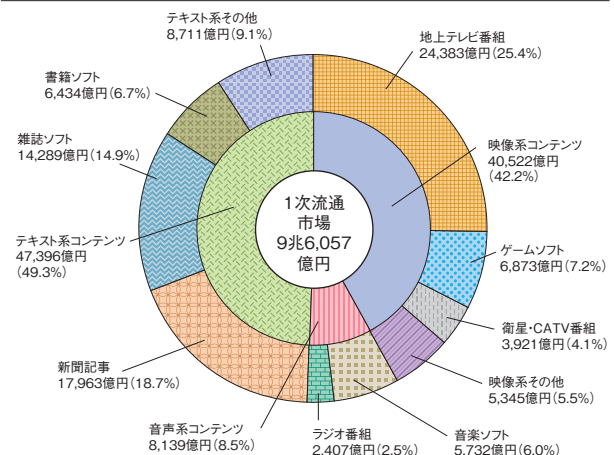
テキスト系コンテンツ4兆7,396億円のうち、新聞記事が1兆7,963億円、雑誌が1兆4,289億円、書籍が6,434億円である（図表4-5-1-2）。

一方、平成20年のマルチユース市場の規模は2兆2,334億円（全体の約19%）となっている。

図表4-5-1-1 我が国のコンテンツ市場規模の内訳（平成20年）



図表4-5-1-2 1次流通市場の内訳（平成20年）



1 本項「1. 我が国のコンテンツ市場の現状」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 インターネット映像コンテンツ、携帯電話映像コンテンツ等を対象

3 フリーペーパーを含む

4 一般WEBサイト、ブログ、SNS、メールマガジン等を対象

5 コンテンツが2次利用、3次利用される市場をマルチユース市場と定義している

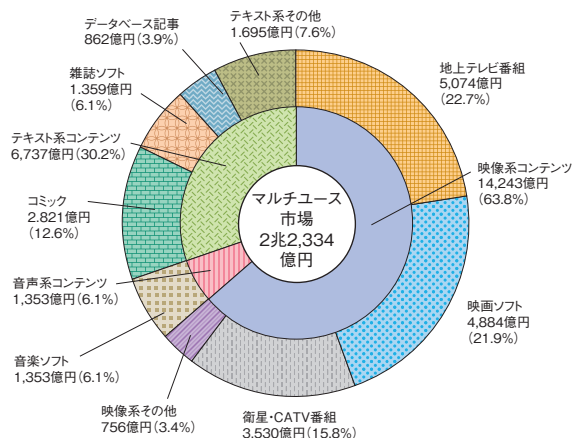
6 なお、音楽ソフトとゲームソフトのインターネット配信市場の規模は、大きく進展していることから、1次流通市場として算出

マルチユース市場の内訳をみると、映像系コンテンツ 1 兆 4,243 億円の主な内訳は、地上テレビ番組が 5,074 億円、映画ソフトが 4,884 億円、衛星・CATV 番組が 3,530 億円となっている。

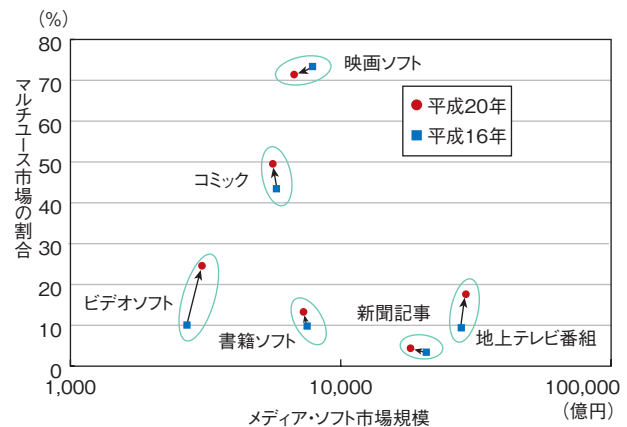
音声系コンテンツの内訳は、音楽ソフトであり 1,353 億円である。テキスト系コンテンツ 6,737 億円の内訳は、コミックが 2,821 億円、雑誌が 1,359 億円、データベース記事が 862 億円となっている。マルチユース市場においては、映画ソフト、地上テレビ番組等の映像系ソフトが約 6 割を占めている（図表 4-5-1-3）。

また、マルチユースの動向をソフト別にみると、平成 20 年のマルチユース市場の割合は、地上テレビ番組が 17.2% と増え、ビデオソフトも 24.2% へと上昇している（図表 4-5-1-4）。

図表4-5-1-3 マルチユース市場の内訳（平成20年）



図表4-5-1-4 ソフト別マルチユース市場の動向



(3) 通信系コンテンツ市場の動向

●パソコン及び携帯電話向けコンテンツの市場規模は、平成20年時点で市場全体の12.5%となる1兆4,855億円

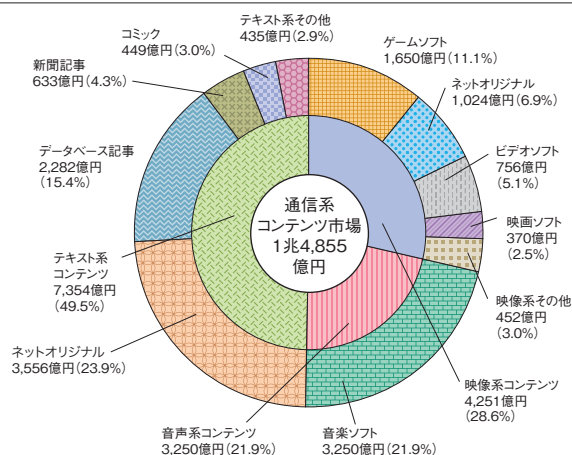
パソコンや携帯電話などで流通する通信系コンテンツの市場規模については、近年のインターネットを利用したコンテンツ流通の大幅な増加等を反映して、平成20年の市場規模は1兆4,855億円（市場全体の約12.5%）となった（図表 4-5-1-5）。

平成20年の通信系ソフトの内訳は、映像系コンテンツ 4,251 億円の主な内訳は、主なものでは映画が 370 億円、地上テレビ番組が 251 億円、ゲームソフトが 1,650 億円、ネットオリジナルが 1,024 億円となっている。音声系コンテンツの内訳は、音楽ソフト 3,250 億円が全てを占めている。

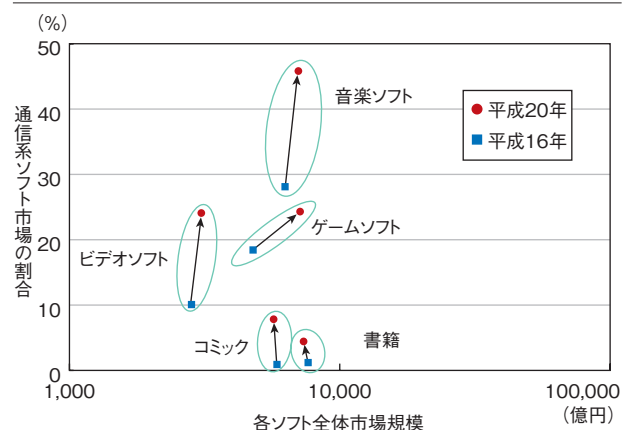
テキスト系コンテンツ 7,354 億円の主な内訳は、主なものでは新聞記事が 633 億円、コミックが 449 億円、雑誌が 116 億円、書籍が 319 億円、データベース記事が 2,282 億円、ネットオリジナルが 3,556 億円となっている。

また、通信系コンテンツの動向をソフト別にみると、平成20年の通信系コンテンツ市場の割合は、音楽ソフトが 45.9% まで上昇し、ゲームソフトも 24% へと増えている（図表 4-5-1-6）。

図表4-5-1-5 通信系コンテンツ市場の内訳（平成20年）



図表4-5-1-6 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

- 平成20年度の地上テレビ番組の輸出をみると、ジャンルの約5割はアニメであり、輸出先はアジアが約4割と最大を占めている

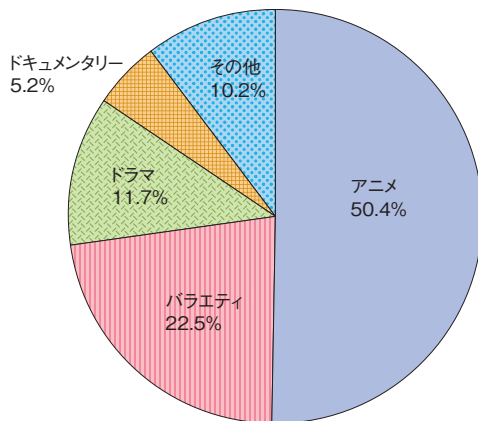
我が国の地上テレビ番組の輸出金額について、主な放送局及び製作会社へのアンケート調査により推計を行った。その結果、平成20年度の輸出金額は92.5億円となっており平成19年度に比べ増加した（図表4-5-1-7）。

図表4-5-1-7 我が国の地上テレビ番組の輸出金額（推計値）

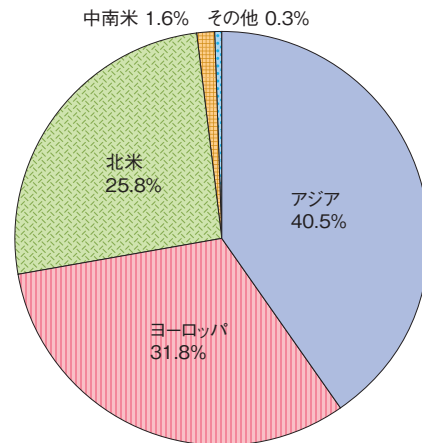
	平成19年度	平成20年度
輸出金額	91.8億円	92.5億円

平成20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、50.4%と大半を占めている。次いで、バラエティ、ドラマ、となっている（図表4-5-1-8）。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40.5%を占めており、これにヨーロッパ、北米が続いている（図表4-5-1-9）。

図表4-5-1-8 輸出番組のジャンル（輸出金額ベース、平成20年度）



図表4-5-1-9 番組の輸出先（輸出金額ベース、平成20年度）



2 モバイルコンテンツ産業の市場規模

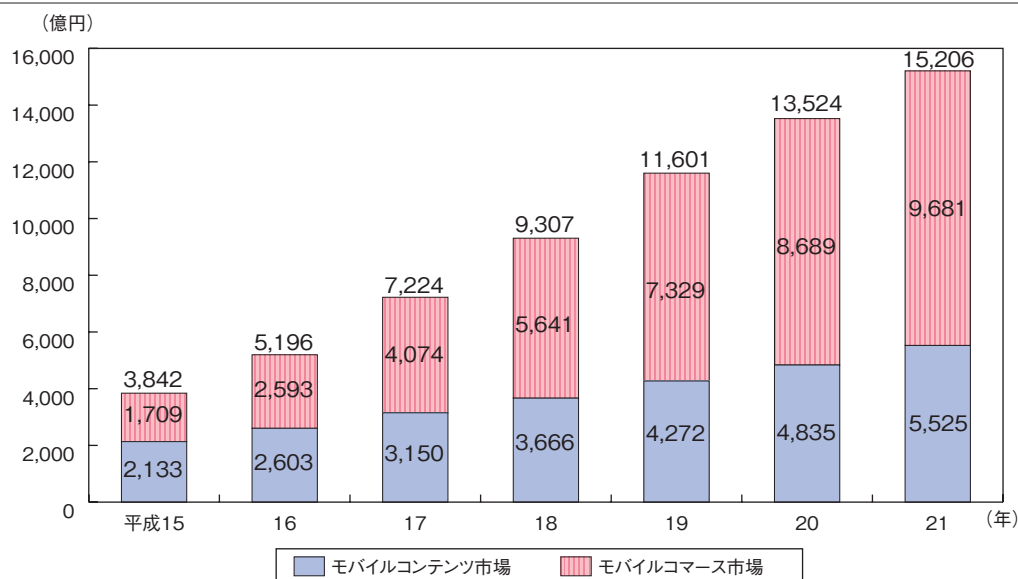
- 平成21年のモバイルコンテンツ産業の市場規模は対前年比12.4%増の1兆5,206億円

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⁷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21年に1兆5,206億円（対前年比12.4%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5,525億円（同14.3%増）、モバイルコマース市場が9,681億円（同11.4%増）となっており、平成20年に引き続き大幅に増加している（図表4-5-2-1）。

⁷ 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

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⁸

- 平成18年時点のコンテンツ制作事業者及び従業員数をみると、両方とも全体の約半数を新聞業・出版業が占めており、かつ音声情報制作業の伸びが一番大きくなっている

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事業所、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

(単位:事業所)				(単位:人)			
事業所	平成13年	16年	18年	従業員	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>

⁸ 事業所・企業統計調査は、平成18年の調査を持って終了し、平成21年経済センサス基礎調査として事業所数、従業員数を把握している。同調査の集計結果については、平成22年5月現在集計中である

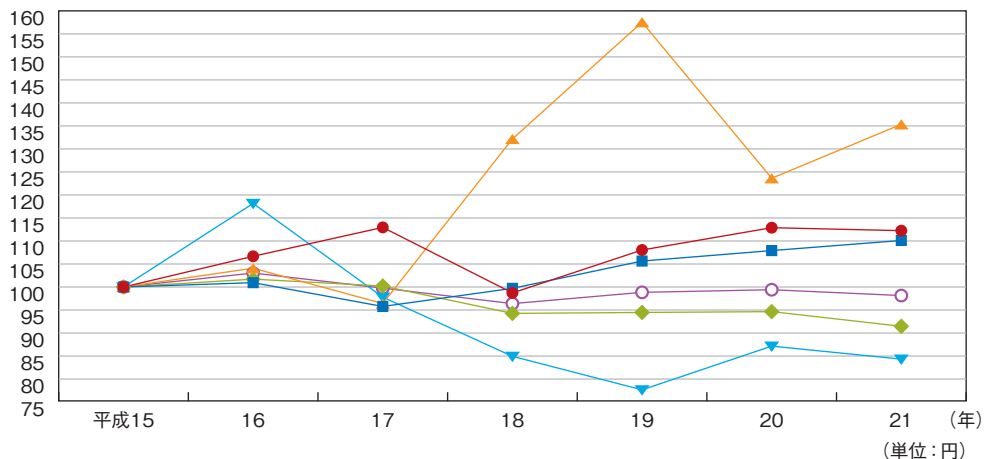
4 家計におけるコンテンツ利用状況

●家計におけるコンテンツ関連支出は、書籍、新聞等の印刷物、放送受信料の順に大きく、対前年比では放送受信料とテレビゲームが増加

総務省「家計調査」によると、平成21年の家計のコンテンツ関連の年間支出総額は、8万4,692円（対前年比1.3%減）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4万7,292円と最も大きく、放送受信料が2万2,353円で続いている。支出額の対前年比を見てみると、音楽・映像メディアと書籍・新聞等の印刷物が減少、放送受信料は増加、テレビゲームは大幅な増加となった。

図表4-5-4-1 コンテンツ関連の年間消費支出額

平成15年を100とした指数



● 映画・演劇等入場料	5,905	6,299	6,670	5,829	6,380	6,666	6,628
■ 放送受信料	20,300	20,492	19,442	20,241	21,445	21,907	22,353
▲ テレビゲーム	2,645	2,753	2,550	3,496	4,167	3,270	3,580
◆ 書籍・他の印刷物	51,705	52,591	51,813	48,740	48,846	48,939	47,292
▼ 音楽・映像収録メディア	5,738	6,780	5,612	4,874	4,456	5,001	4,839
○ 合計	86,293	88,915	86,087	83,180	85,294	85,783	84,692

※ 「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
<http://www.stat.go.jp/data/kakei/index.htm>

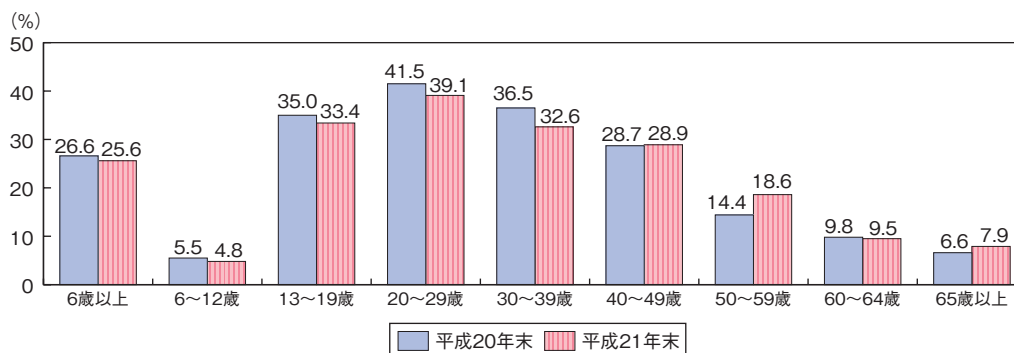
●インターネット利用者のうちデジタルコンテンツ購入経験がある人の割合は、パソコンでは13.7%、携帯電話では23.5%であり、購入金額は両方とも「2,001円から5,000円」が最も多い

総務省「平成21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25.6%（前年から1.0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）の別にみると、パソコンではインターネット利用者の13.7%が購入しているのに対し、携帯電話（PHS・PDAを含む）では23.5%が購入している（図表4-5-4-2）。

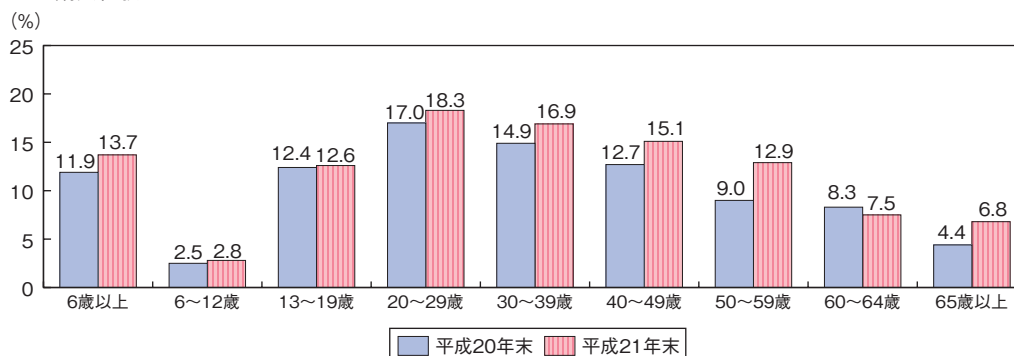
また、インターネットを通じたコンテンツの購入金額をみると、購入した金額で最も多いのは、パソコンから「2,001円から5,000円」で17.6%、携帯電話も同様に「2,001円から5,000円」で22.2%となっている（図表4-5-4-3）。

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

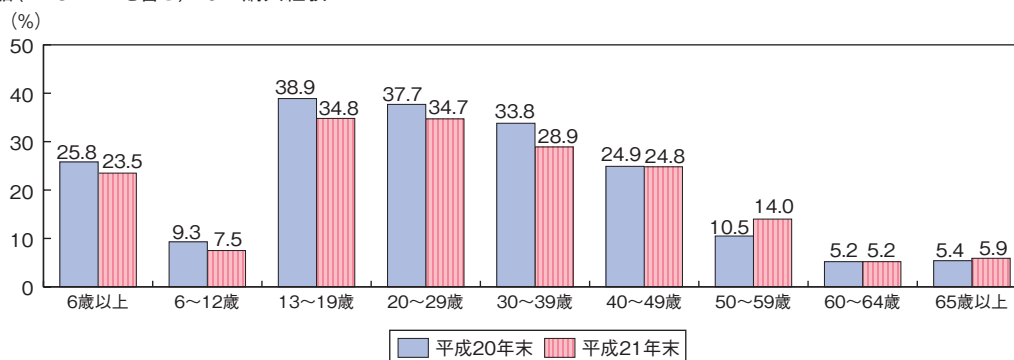
①パソコン又は携帯電話（PHS・PDAを含む）からの購入経験



②パソコンからの購入経験

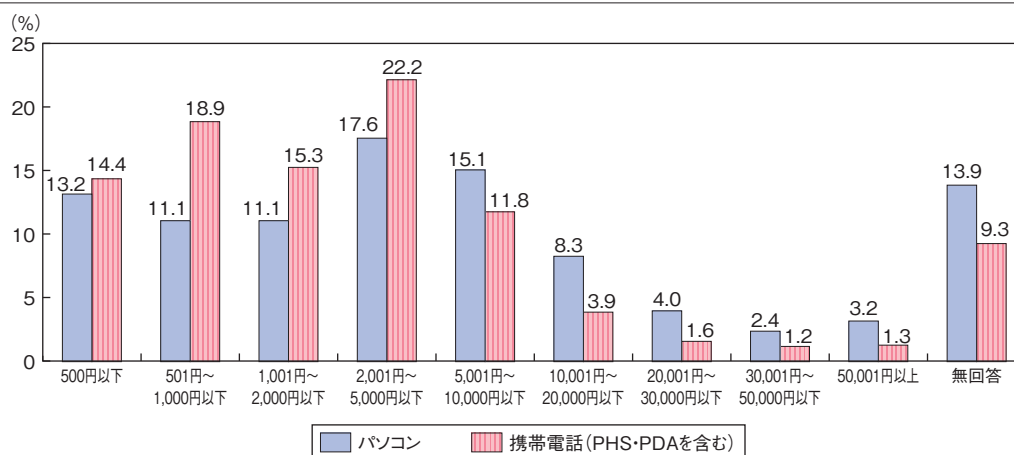


③携帯電話（PHS・PDAを含む）からの購入経験



(出典)総務省「平成21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21年末）



(出典)総務省「平成21年通信利用動向調査」
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05.html>