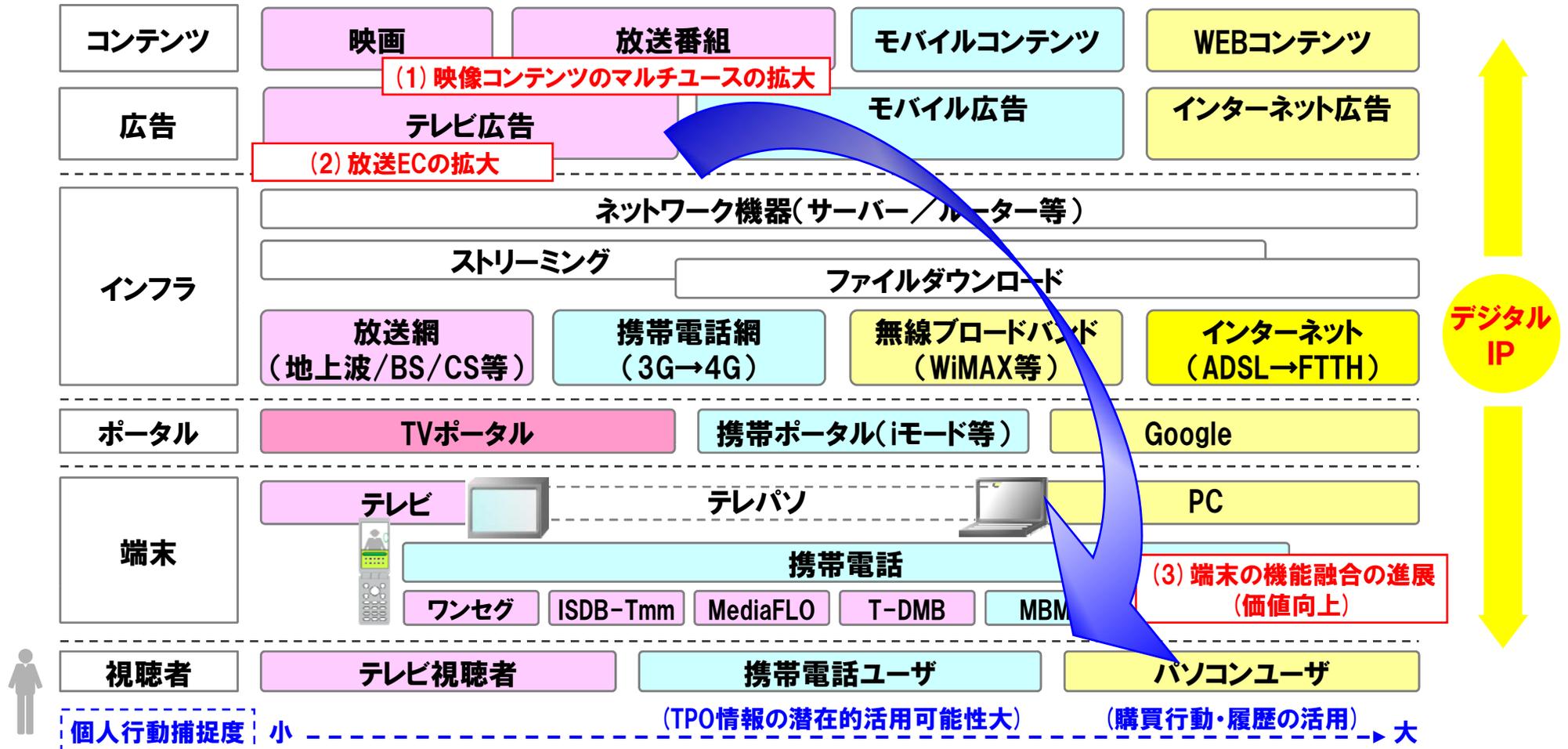


情報通信法制に関する経済効果(試算)

平成20年5月13日

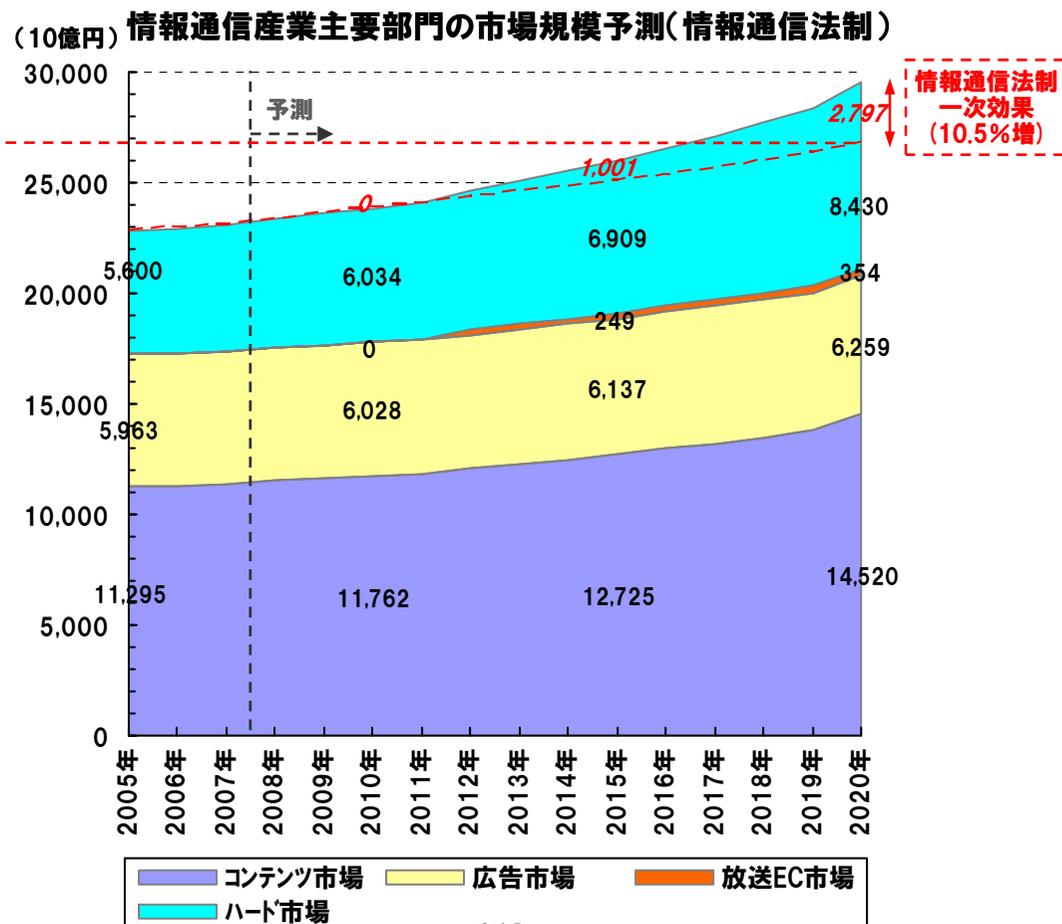
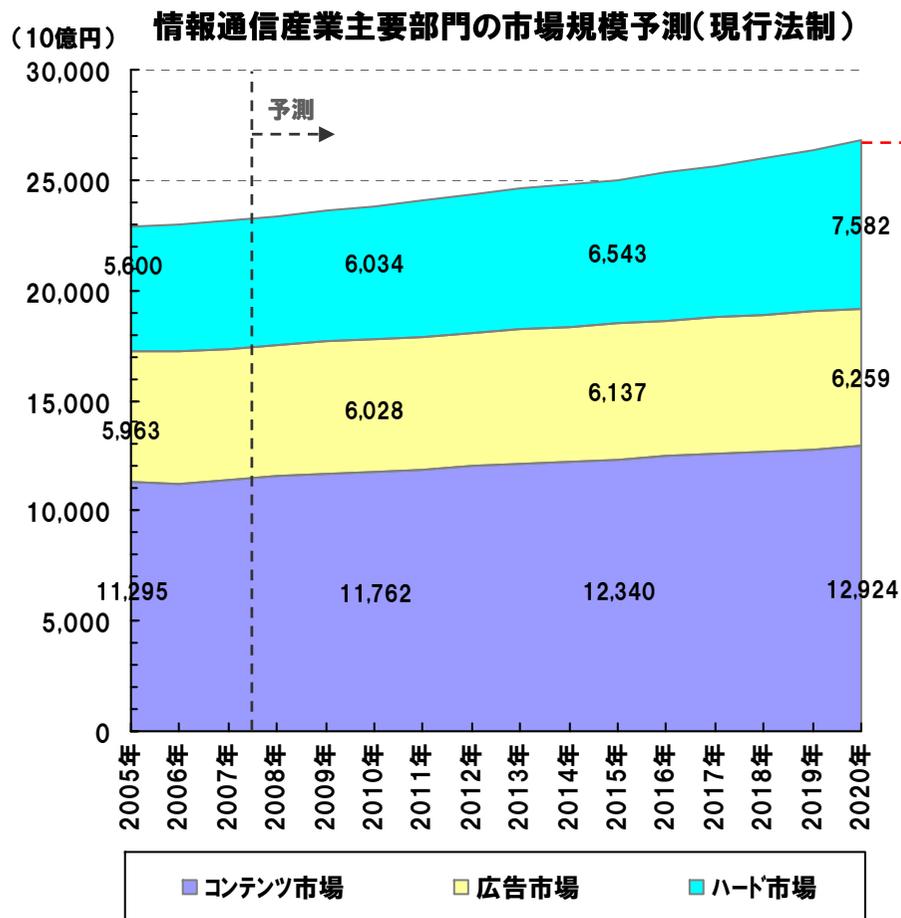
1. 情報通信産業の水平統合進展と情報通信法制導入のインパクト

- 情報通信法制の導入は、通信と放送の融合・連携を加速し、少なくとも以下の波及効果が顕在化。



2. 情報通信法制下における情報通信産業主要部門の経済波及効果(試算)

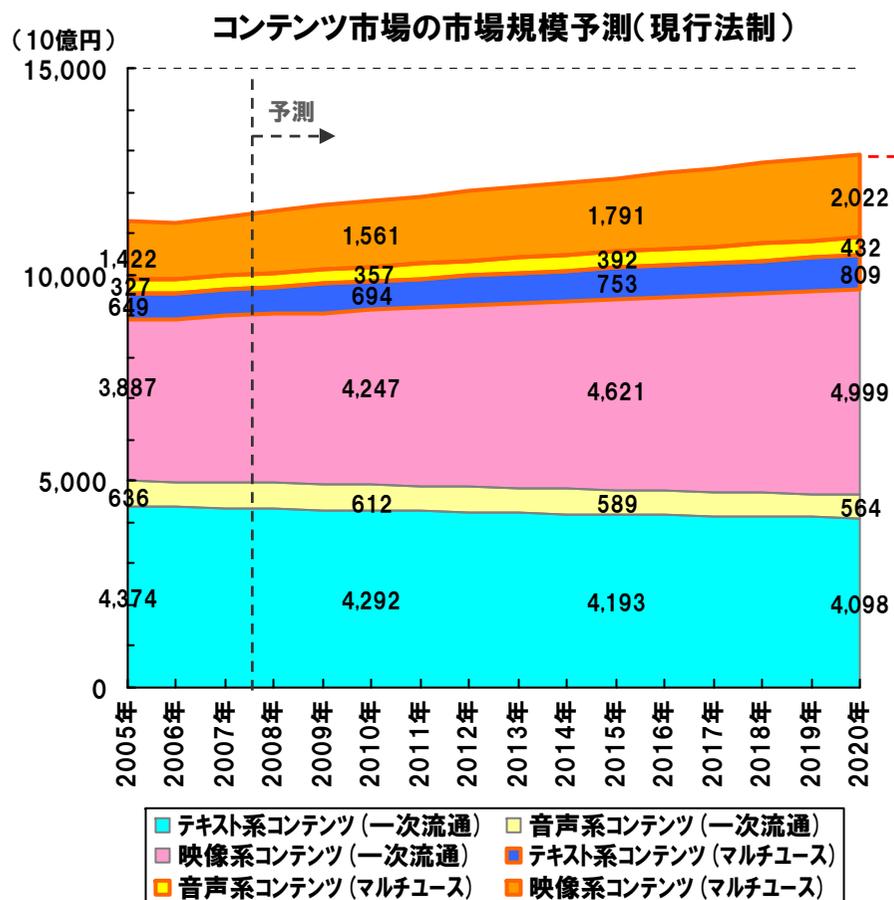
- 情報通信法制導入の場合、2020年の主要部門の市場規模は29.6兆円に拡大。(現行法制維持の場合、26.8兆円。)



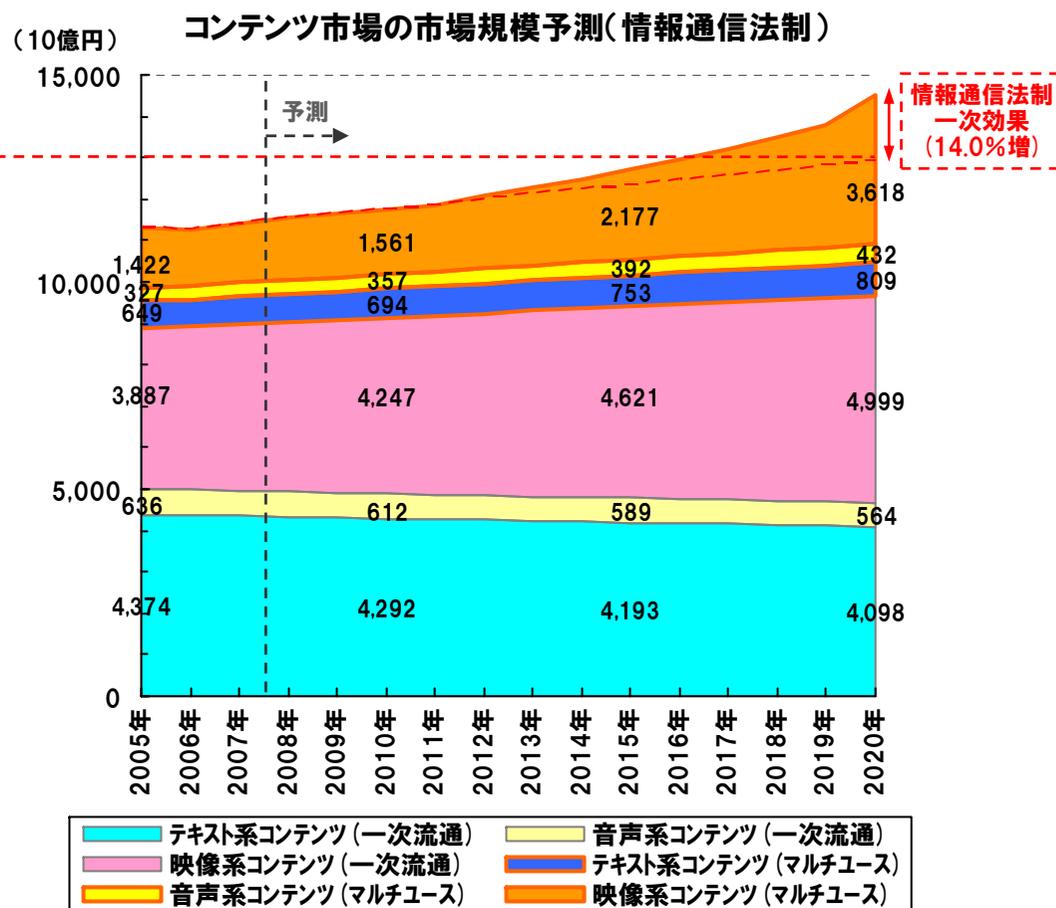
(注)MRI推計

効果①：映像コンテンツのマルチユースによるコンテンツ市場の拡大

- 情報通信法制導入の場合、2020年のコンテンツ市場は14.5兆円に拡大。(現行法制維持の場合、12.9兆円。)

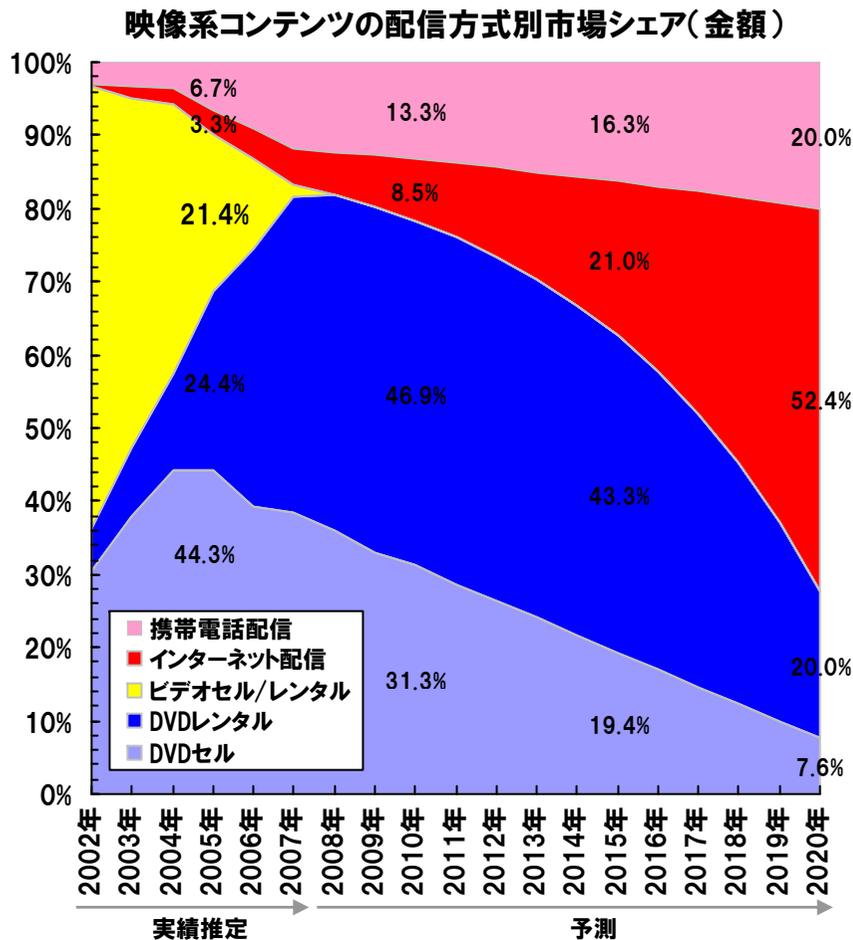


(注)総務省「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」を基にMRI推計

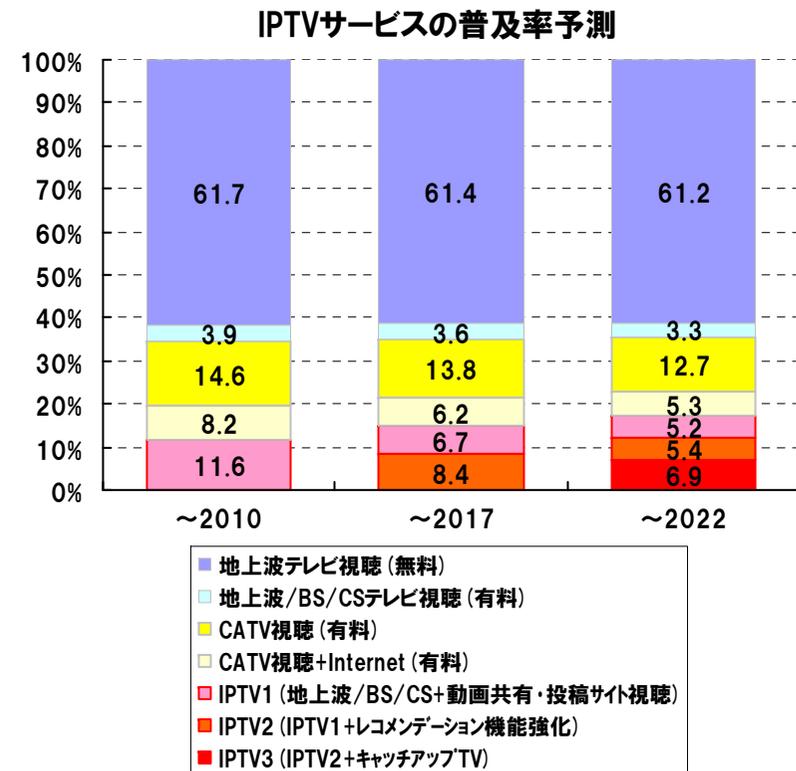


(参考) コンテンツ市場拡大の背景

- ネットワーク・メディアを自由に選択してコンテンツを自在に流通させることにより、特に映像系コンテンツを中心にマルチユース化比率が高まり、IPTVサービスをはじめとするインターネット配信や携帯電話配信への移行が急速に進展。



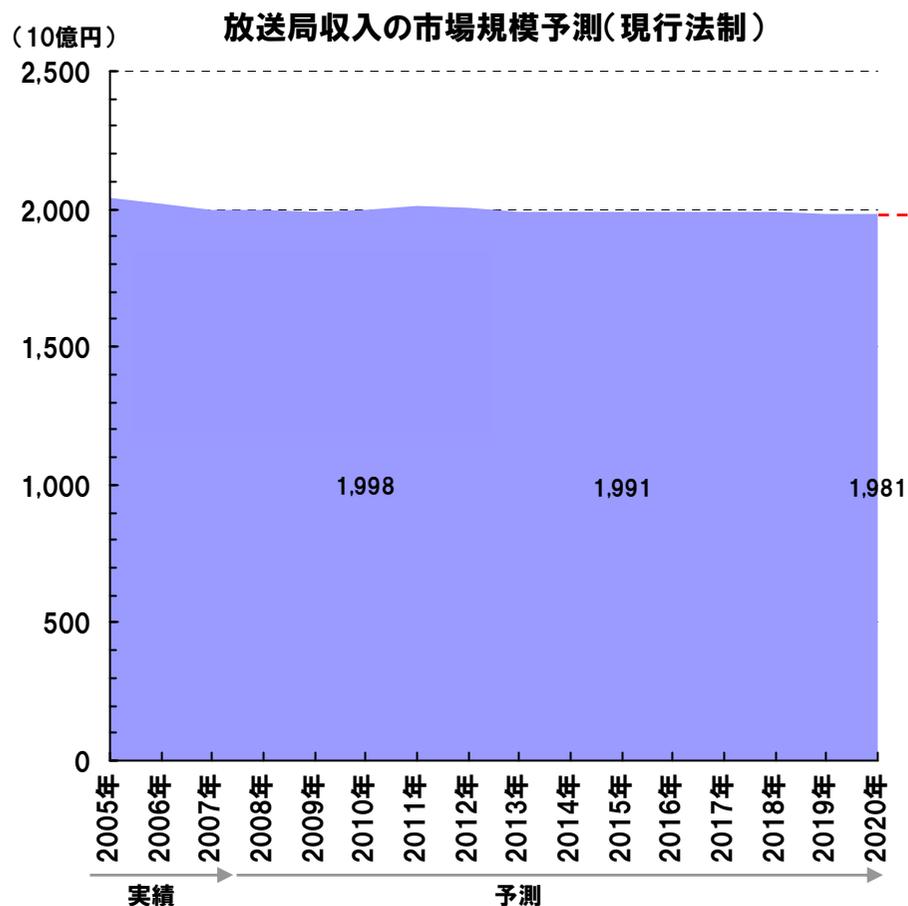
(注)DCAJ「デジタルコンテンツ白書2007」を基にMRI推計



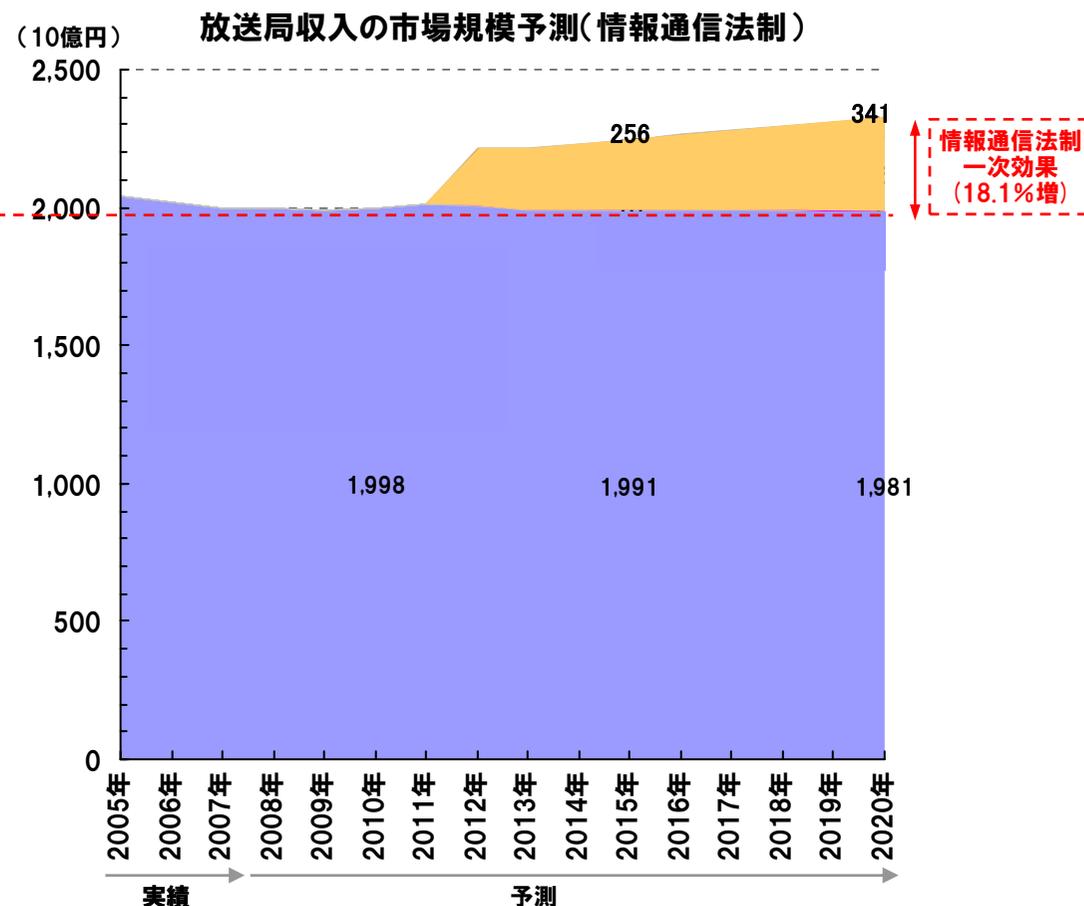
(注)MRI推計

効果②： 放送ECによる放送市場の拡大

- 情報通信法制導入の場合、2020年の放送局収入は2.3兆円に拡大。(現行法制維持の場合、約2兆円。)



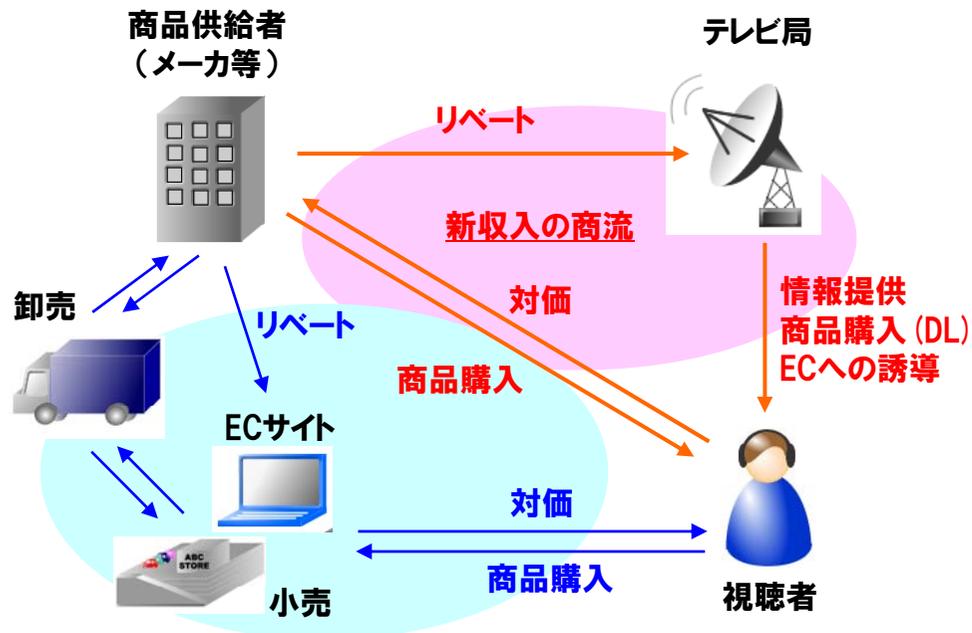
(注)電通「2007年 日本の広告費」を基にMRI推計



(参考) 放送EC市場創出の背景

- 放送市場では広告収入が頭打ちになる一方、通信と放送の融合・連携を背景として視聴者の購買行動・履歴を捕捉可能に。
- 今後の新たな収入として、視聴者の購買行動・履歴に基づき、アフィリエイトやリベートといった従来の企業の販売促進費を取り込む新しいビジネスモデルが出現。

通信・放送の連携・融合による新たな販売促進の可能性



(注)MRI推計

新たなビジネスモデル予測(例)

①SP市場獲得

インターネット広告市場のアフィリエイト比率は、2005年の11.2%が2020年に25%に成長。アフィリエイト広告単価3%を乗じて、SP広告費の0.075%をテレビ局が獲得すると想定。

②コマース市場獲得

B2CEC市場の約1割がテレビ局経由になり、その約1割がテレビ局収入になると想定。

③PCダウンロード市場獲得

PCダウンロード市場の約3割がテレビ局経由になり、その約2割がテレビ局収入になると想定。

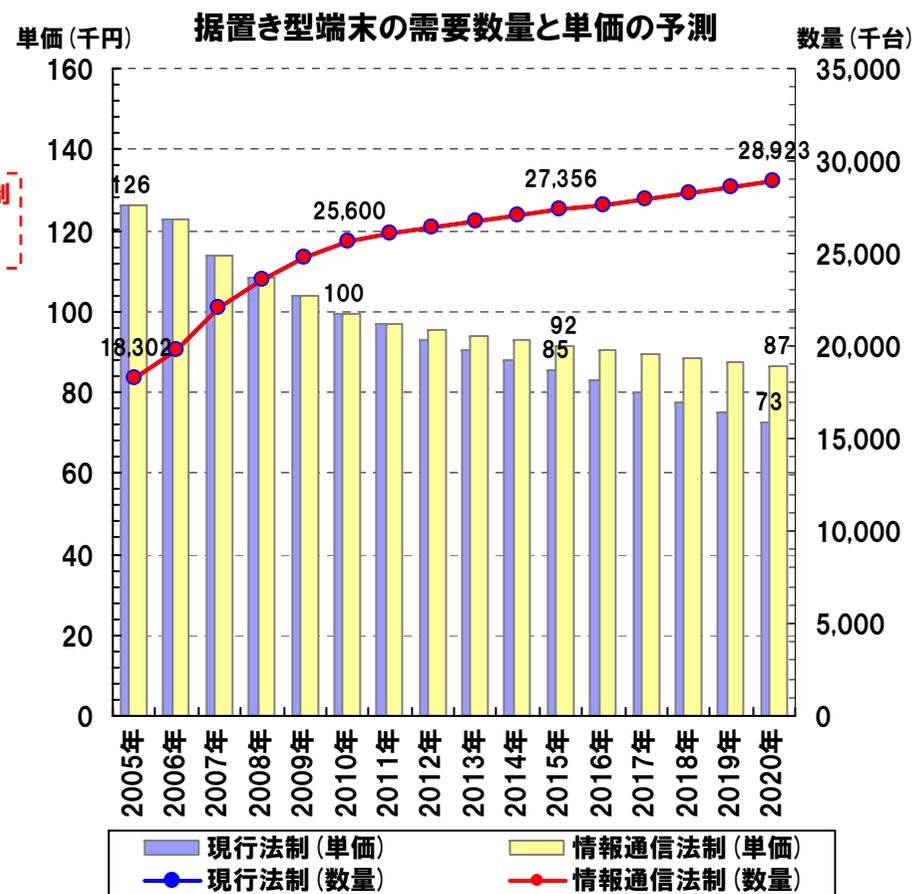
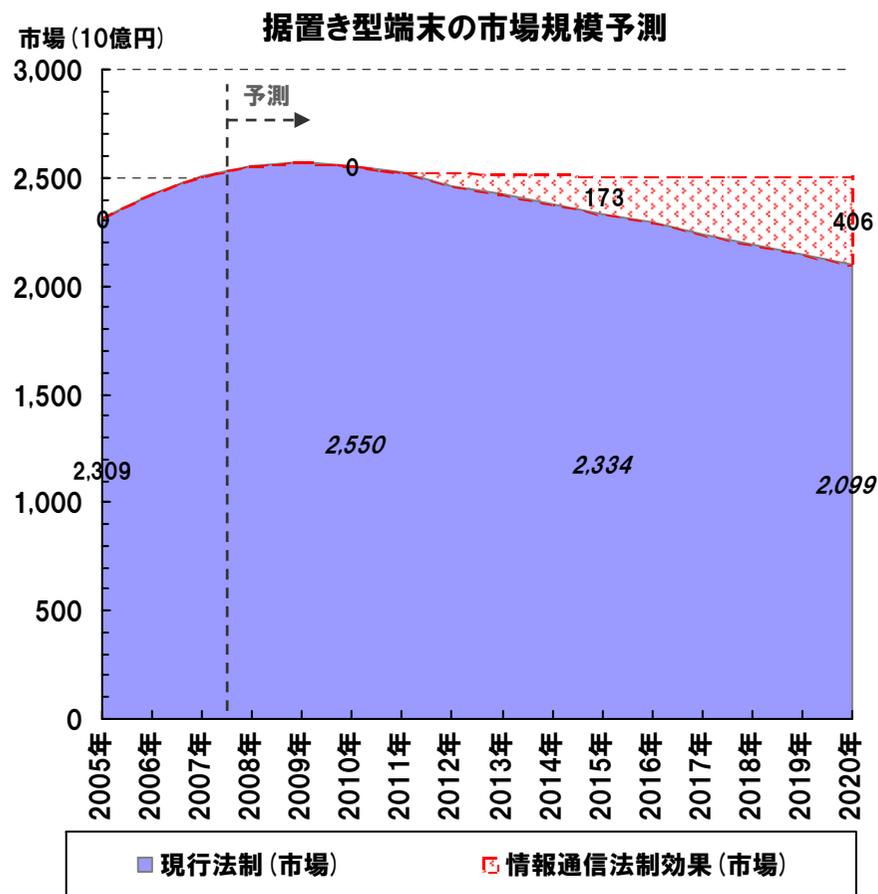
④携帯ダウンロード市場獲得

PCダウンロード市場の約3割がテレビ局経由になり、その約2割がテレビ局収入になると想定。

効果③： 端末の高機能・高付加価値化によるハード市場の拡大

(1) 据置き型端末(パソコン、テレビ(LCD、PDP))市場

- 情報通信法制導入の場合、ネット機能等強化による付加価値向上により、2020年の据置き型端末市場は約2.5兆円を確保。(現行法制維持の場合、約2.1兆円。)

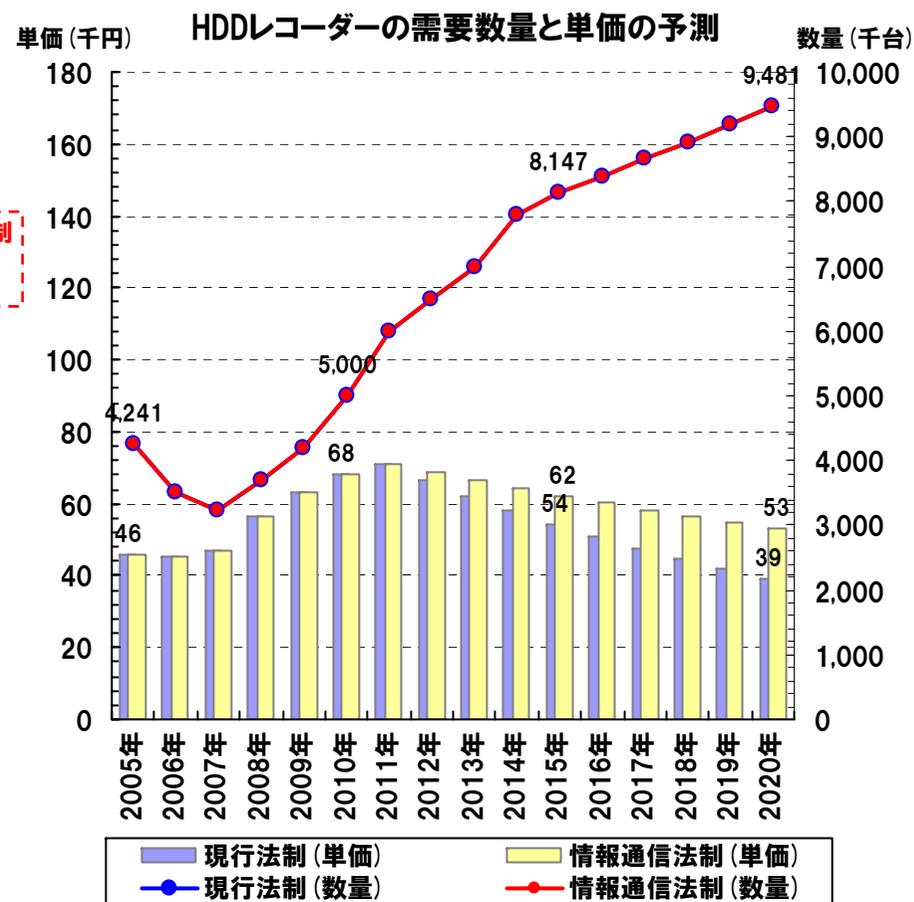
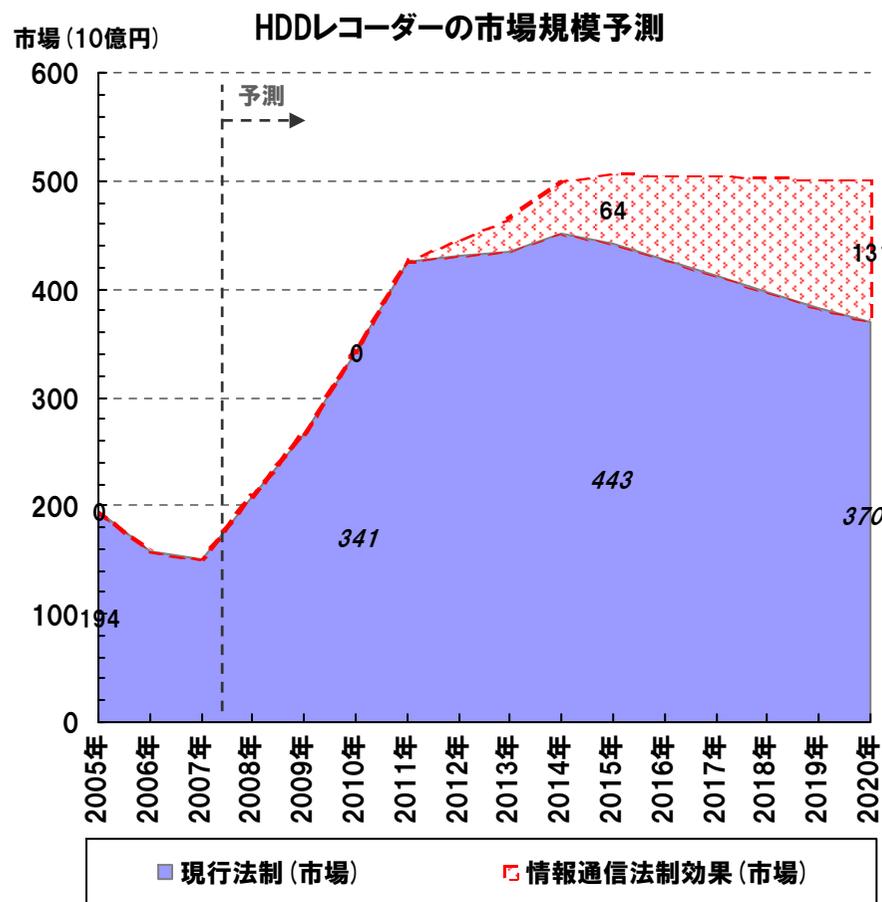


(注)JEITA、FCR統計資料を基にMRI推計

効果③： 端末の高機能・高付加価値化によるハード市場の拡大

(2) HDDレコーダー市場

- 情報通信法制導入の場合、自動ダウンロードサービス等による付加価値向上により、2020年のHDDレコーダー市場は約5,009億円に拡大。(現行法制維持の場合、約3,699億円。)

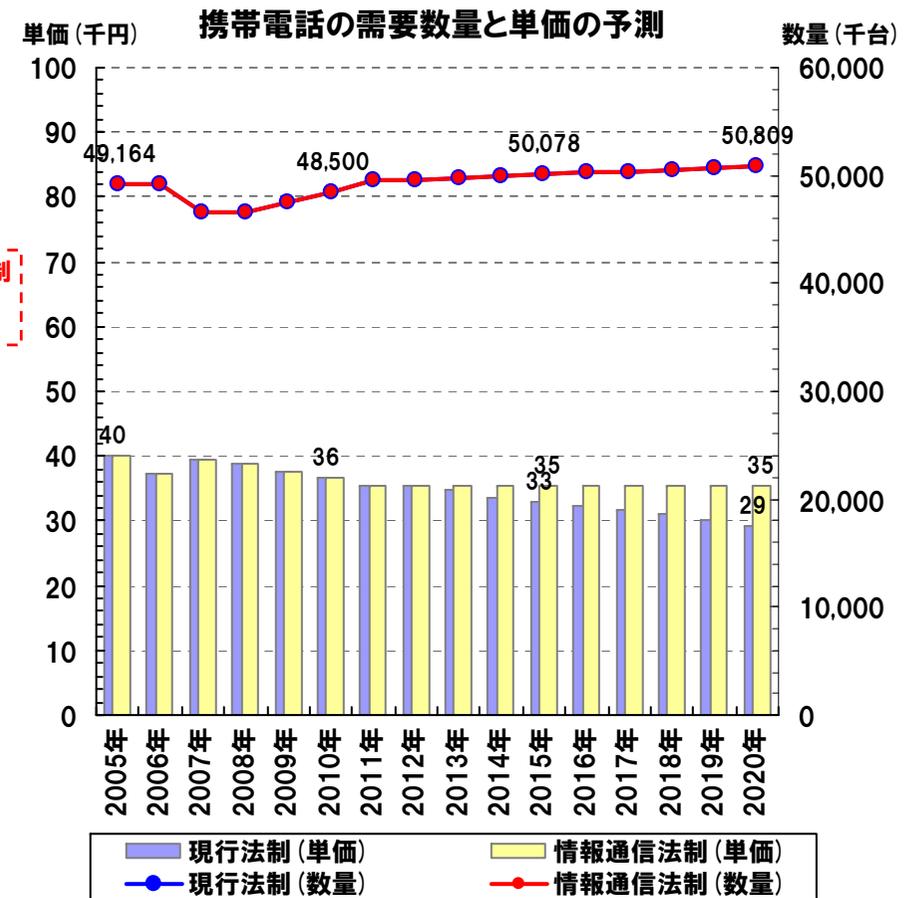
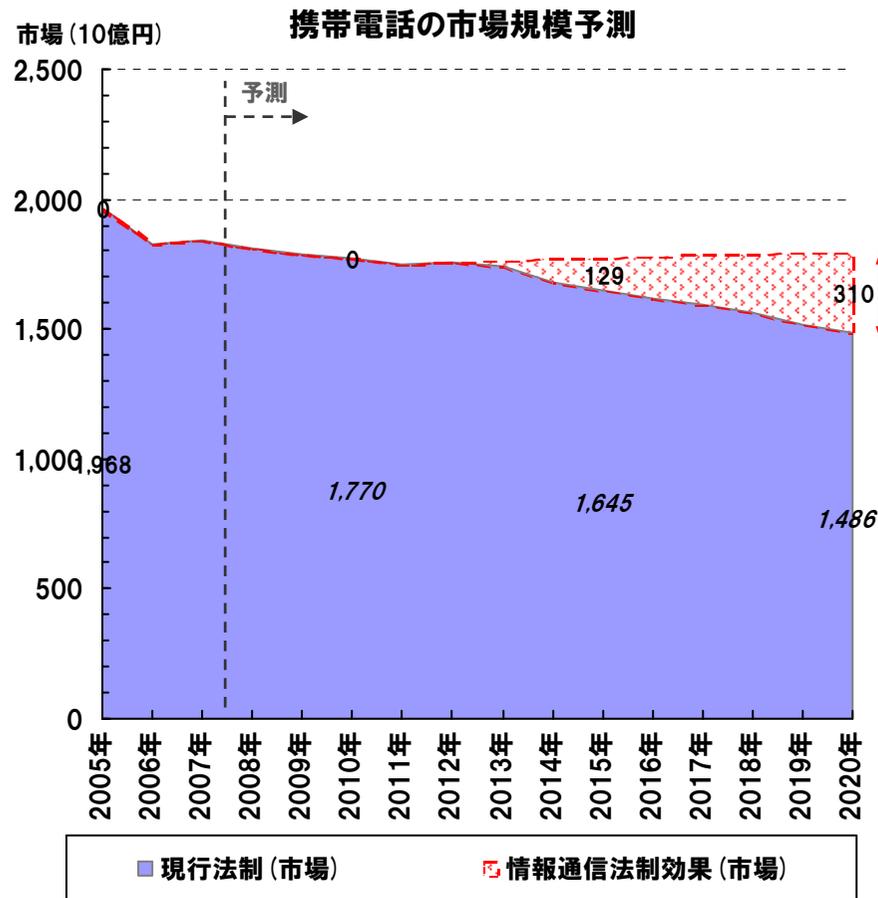


(注) JEITA、FCR統計資料を基にMRI推計

効果③： 端末の高機能・高付加価値化によるハード市場の拡大

(3) 携帯電話市場

- 情報通信法制導入の場合、AV機能や無線機能の強化による付加価値向上により、2020年の携帯電話市場は約1.8兆円を確保。(現行法制維持の場合、約1.5兆円。)



(注)JEITA、FCR統計資料を基にMRI推計