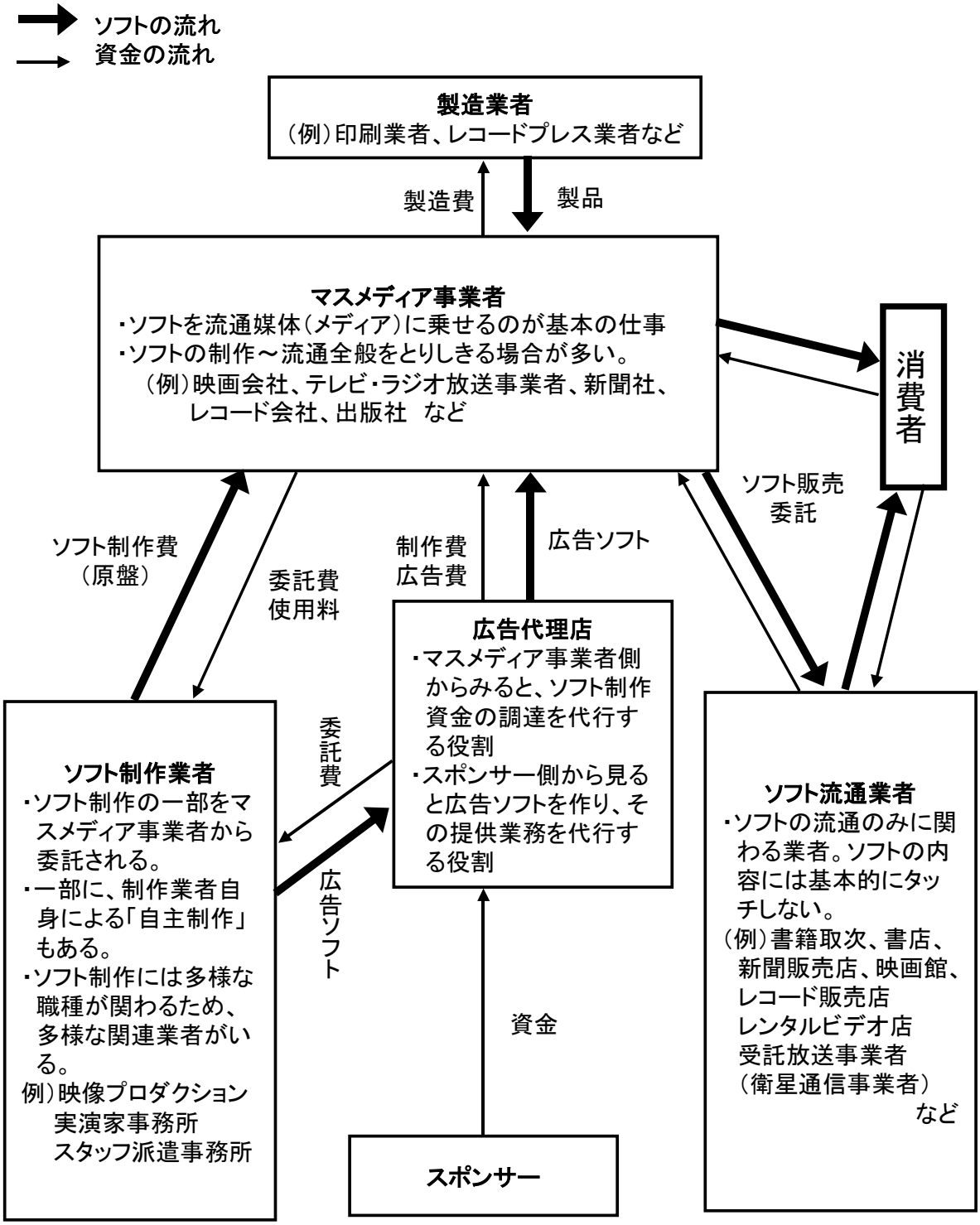
図表３－１　メディア・ソフト業界の構造モデル



各メディア・ソフトに関係する業者を、以下の業界構造に当てはめてみたものが、図表３－２である。ただし、次の点に注意してみる必要がある。

① ワンソース・マルチユースが進んでいる今日では、ソフトは複数のメディアで流通する。したがって、図表３－２のソフト分類と「マスメディア事業者」、「ソフト流通業者」との関係は、あくまでも各ソフトの第１ウィンドウに着目して整理したものに過ぎない。

② 「マスメディア事業者」の欄に挙げている事業者は、ソフト制作やソフト流通にも携わっている場合があるが、このような事業者は、重複を避けるため、「マスメディア事業者」の欄にのみ挙げ、「ソフト制作業者」、「ソフト流通業者」の欄には挙げていない。

図表３－２　主なメディア・ソフト関連業者の位置付け

| | ソフト制作業者 | マスメディア事業部 | ソフト流通業者 |
|---|---|---|---|
| 映画ソフト | 映画プロダクション | 映画制作・配給会社 | 映画館 |
| ビデオソフト | ビデオプロダクション | ビデオソフトメーカー | ﾋﾞﾃﾞｵ販売店､ﾚﾝﾀﾙﾋﾞﾃﾞｵ店 |
| テレビ番組 | テレビ番組プロダクション | テレビ放送局 | なし |
| 衛星テレビ番組 | テレビ番組プロダクション | 衛星テレビ放送局 | なし |
| ＣＡＴＶ番組 | テレビ番組プロダクション | ＣＡＴＶ局 | なし |
| ゲームソフト | ゲームソフトメーカー | ゲーム機器メーカー | 玩具販売店等 |
| 音楽ソフト | 音楽（芸能）ﾌﾟﾛﾀﾞｸｼｮﾝ等 | レコード制作会社 | レコード販売店等 |
| ラジオ番組 | 放送番組プロダクション | ラジオ放送局 | なし |
| 新聞記事 | ニュース通信社 | 新聞社 | 新聞販売店等 |
| コミック | 漫画家 | コミック出版社 | 書店、ｺﾝﾋﾞﾆｴﾝｽｽﾄｱ等 |
| 雑誌ソフト | ライター、編集ﾌﾟﾛﾀﾞｸｼｮﾝ | 雑誌出版社 | 書店、ｺﾝﾋﾞﾆｴﾝｽｽﾄｱ等 |
| 書籍ソフト | 作家、評論家等 | 出版社 | 書店 |
| ＤＢ記事 | データベース・ﾌﾟﾛﾃﾞｭｰｻｰ | ﾃﾞｰﾀﾍﾞｰｽ･ﾃﾞｨｽﾄﾘﾋﾞｭｰﾀｰ | 検索代行業者等 |

## ３－２　業界構造にみられる変化

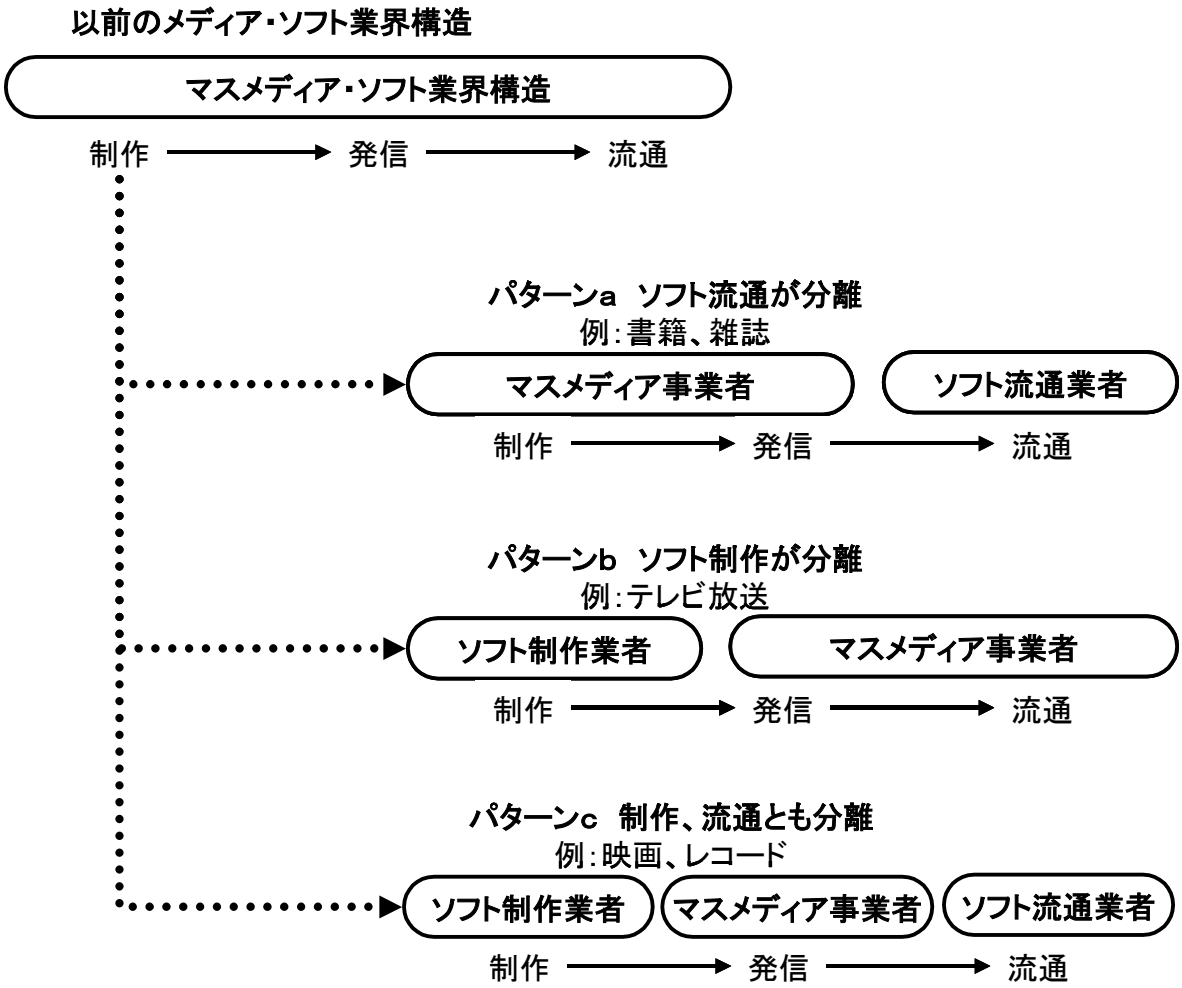
各メディア・ソフト業界の構造は、それぞれの歴史的経緯などから微妙に異なっているが、最近の変化として、「メディア・ソフトの制作と流通の分離」が挙げられる。具体的には、図表３－３に示すような 3 つのケースがみられる。なお、図表中の「発信」は、制作されたソフトをうまく流通段階にのせることをいう。

すなわち、従来マスメディアの多くではソフトの制作と流通が一体となり、マスメディア事業者が制作・流通の両方を行っている場合が多かったが、最近の傾向として、マスメディア事業者はパッケージの製造あるいはネットワークの運用のみを行い、ソフト制作を外部のソフト制作業者に依存する割合が増加している。

例えば、映画、テレビ番組、音楽ソフトなどは、かつてはソフト制作をマスメディア事業者である映画会社、テレビ放送局、レコード会社自らが行っていたが、次第に外部でのソフト制作比率が高まっている。特に映画や音楽の分野では、外部のソフト制作業者がソフトの原盤を制作し、マスメディア事業者に持ち込む形態が中心になりつつある。

このようなメディア・ソフト業界構造の変化は、ソフト流通形態の多様化、ソフトの重要性の増大に対応した必然的な変化とみることもできる。また、メディア・ソフトをインターネット上で流通させる場合、その流通ビジネスへの参入コストは比較的低い。このため、インターネット上で流通するメディア・ソフトが増えるにつれ、ソフト流通がマスメディア事業者から分離していく傾向が予想される。

図表３－３　メディア・ソフト業界構造の変化



# 第４章　メディア・ソフト制作の現状

## ４－１　制作及び制作者の定義

メディア・ソフト制作の現状を把握するためには、「ソフト制作」という業務及び「ソフト制作者」の範囲を明確にする必要がある。実際には、ソフト制作は非定型作業であり、関わる人材も様々である上、ソフトの形態によって制作業務の内容が大きく異なっているため、その制作実態を正確に把握することは非常に難しいと言える。

### 4.1.1　ソフト制作の定義

ソフト制作から流通までの業務の流れを大まかに整理すると、①著作物制作－②ソフト制作－③製造－④流通　という工程に分けることができる。その内容は概ね次のようなものである。

**著作物制作**　ソフトの原作となる小説や脚本、楽曲などの執筆を指す。

**ソフト制作**　著作物に従って、演技や演奏を行い、その様子を記録してソフトの「原盤」を作成することを指す。

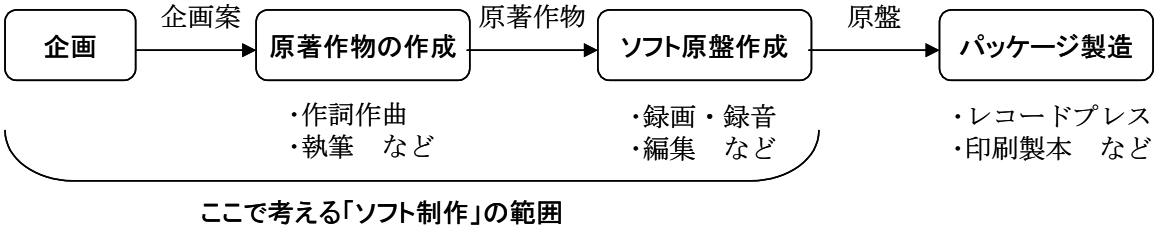
**製造**　作成されたソフト原盤を基に、印刷やレコードプレスなどを行い、商品としてのソフトを製造することを指す。

**流通**　制作・製造されたソフトをそれぞれのメディアに乗せることを指す。

流通メディアの性格によっては、これらの工程の一部が省略されることがある。例えば、音楽や映像ソフトでは演技・演奏が必要であるが、出版の場合は原著作物がそのままソフト原盤となるため、ソフト制作の工程は編集作業が中心になる。また、放送系メディアでは、CD 等の音楽メディアのようにパッケージを製造することはないので、「製造」工程は必要がない。

以上のようなソフト制作・流通工程のうち、ここでは「ソフト制作」を「メディア・ソフトの原盤が完成するまでの工程を指すもの」と定義する。したがって、ソフト流通はもちろん、印刷やレコードプレスなどの商品としての「製造」工程は「ソフト制作」から除外する。「ソフト制作」工程の範囲を図示したものが図表 4－1 である。制作の本質はソフトの原盤を作成する創造的活動にあり、原盤を印刷製本やパッケージにする機械的作業ではないとの考えから、このような範囲で「ソフト制作」を定義した。

図表4－1　ソフト制作の範囲

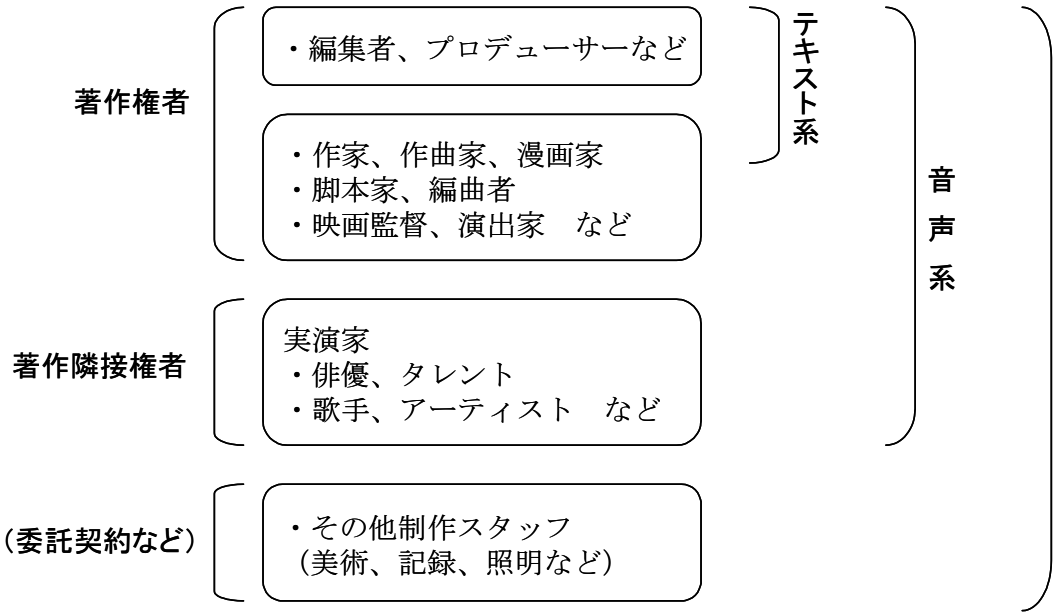



### 4.1.2　ソフト制作者の定義

一般にメディア・ソフトが制作される過程は、多様な業種の人々が協力して進めていくケースが多い。ソフト制作の関係者を「ソフト原盤の制作に携わる人々」と考えるならば、概ね作家や作曲家などの原著作者、原著作物をメディア・ソフト用に脚色する脚本家や編曲者、演技や演奏を行う実演家、それらを指揮する監督や演出家、ソフト制作全体の進行を行う編集者・プロデューサーなどをソフト制作者とみなすことができる。これを図示したものが図表 4－2 である。

なお、これらのソフト制作者は、必ずしも一つのメディア・ソフトの制作だけに専属している訳ではない点に留意する必要がある。例えば、音楽家は、音楽ソフトの制作を当然行うが、各種映像ソフトの音楽担当として制作に関わることもある。したがって、ソフト制作者をソフト種別に厳密に切り分けることは、実際には難しい。

図表4－2　ソフト制作者の範囲



## ４－２　制作規模の捉え方

ソフト制作者を各ソフト別に明確に切り分けることは困難である。しかし、ソフト制作者が複数のソフト制作を「兼業」している場合でも、各ソフト分野でのソフト制作量やソフト制作者が得た報酬額については、各業界資料等からマクロ的に把握することが可能である。本書では、このような考え方により、各メディア・ソフト制作規模をソフト制作量（原盤量）と、ソフト制作者に支払われた対価によって把握している。

ソフト制作をメディア事業者以外のソフト制作者が行う場合、その報酬形態は大きく分けて 2 つあると考えられる。

**業務報酬（ソフト制作費用）**

業務委託、原稿料などの形で、制作業務あるいはその成果物（原盤）に対して報酬が支払われるもの

**権利報酬（印税、二次使用料等）**

ソフト制作者が有する著作権、著作隣接権等に対して、ソフトの利用に応じて報酬が支払われるもの

外部制作者の報酬がどちらかの形態になっているかは、ソフト制作時の契約によって決まるが、ソフトの種類によってもある程度決まっていることが多い。例えば、映像系ソフトでは、実演家の報酬は出演料であり、二次使用料などの権利報酬はない場合が多いが、音楽ソフトでは、実演家の報酬は権利報酬が中心になっている。書籍ソフトの場合も同様であり、作家に原稿料が支払われる場合でも、それは「最低報酬額」に相当するものであり、ソフト制作者にとっての収入の中心は印税などの権利報酬である。

したがって、ソフト制作の経済的な規模を「ソフト制作によってソフト制作者が得た報酬の規模」と考えるならば、ソフト制作者に対する業務報酬金額を捉えるだけでは不十分であり、権利報酬と合わせて把握する必要がある。

ここでは、ソフト制作規模を表す金額（ソフト制作金額）として、業務報酬（ソフト制作費用）だけでなく、ソフトの売上額からソフト制作者へ配分された権利報酬分を含めて推計することとする。

## 4－3　制作規模の現状

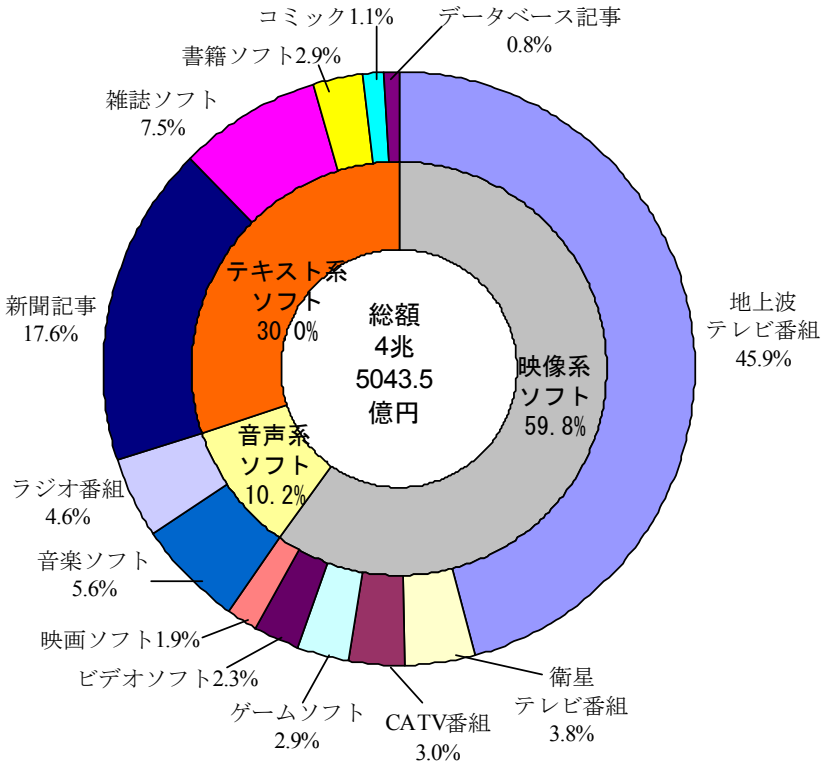
前項の考え方に基づき推計した平成 12 年度のメディア・ソフト制作規模の推計結果を図表 4－3 に示す。数値は前述の通り、平成 12 年度（2000 年度）1 年間を原則としているが、基にした統計資料は「年度」と「暦年」がある。また、ソフト制作量については各系統（映像系ソフト、音声系ソフト、テキスト系ソフト）では単位の統一を図ったが、情報形態が全く異なるのでソフト相互での単位統一は行っていない。

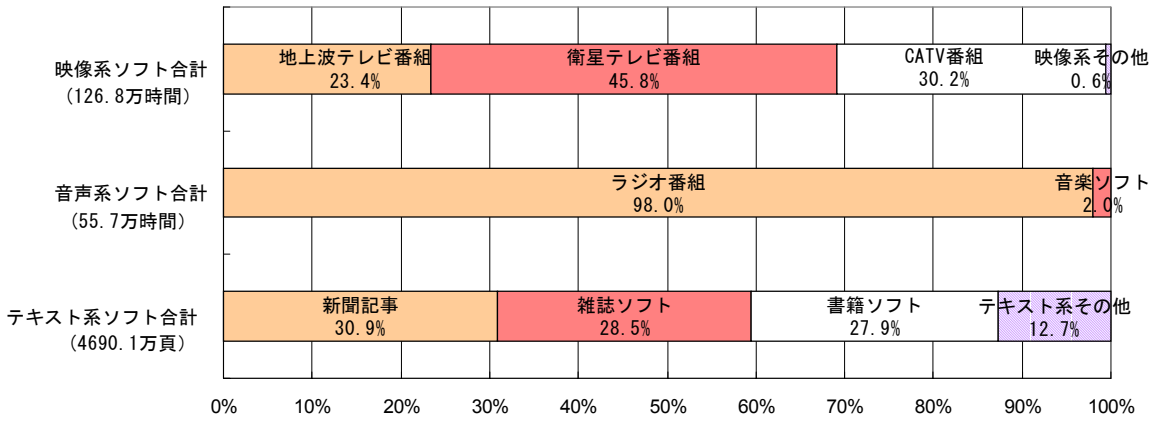
平成 12 年度のメディア・ソフト制作金額規模は、全体で 4 兆 5043.5 億円（平成 8 年度比 13.8%増）であった。ソフトの形態別に見ると映像系ソフトが 2 兆 6943.0 億円であり、制作金額全体の 59.8%（平成 8 年度 57.8%）を占める。音声系ソフトは 4603.9 億円で全体の 10.2%（平成 8 年度 10.4%）と最もシェアが小さい。テキスト系ソフトは 1 兆 3496.6 億円で、全体の 30.0%（平成 8 年度 31.9%）であった。

制作金額のメディア構成を見ると、映像系ソフトでは地上波テレビ番組が最もシェアが大きく、2 兆 670.8 億円で全体の 45.9%（平成 8 年度 40.1%）を占めている。次に衛星テレビ番組が 3.8%（平成 8 年度 4.6%）、CATV 番組が 3.0%（平成 8 年度 CATV 番組 2.5%）と放送系のメディアが続く。音声系ソフトでは、音楽ソフトが全体の 5.6%（平成 8 年度 4.1%）であり、ラジオ番組が 4.6%（平成 8 年度 6.3%）を占めている。テキスト系ソフトでは新聞記事が最も大きく、制作金額全体の 17.6%（平成 8 年度 14.4%）を占めており、次に雑誌ソフトが 7.5%（平成 8 年度 8.4%）、書籍ソフトが 2.9%（平成 8 年度 3.1%）と続く。

次に、メディア・ソフト制作量は、映像系ソフトが 126.8 万時間、音声系ソフトが 55.7 万時間、テキスト系ソフトが B5 版書籍換算で 4690.1 万頁であった。ソフトの情報形態別に制作量のメディア構成を見ると、映像系ソフトでは衛星テレビ番組が映像系ソフト全体の 45.8%と過半数近くを占めている。衛星テレビ番組は、制作金額では地上波テレビ番組のおよそ 1/12 であるのにもかかわらず、制作量では地上波テレビ番組の 2 倍近くであるのは、CS デジタル放送の普及に伴い衛星テレビ番組のチャンネル数が増えたことが原因と考えられる。CATV 番組でも多チャンネル化が進んでおり、制作金額では地上波テレビ番組の 1/15 であるが、制作量では CATV 番組が映像系ソフトの 30.2%を占め、地上波テレビ番組のおよそ 1.3 倍である。この放送系メディアだけで映像系ソフトの 99%以上を占める。音声系ソフトでは、ラジオ番組が 98.0%と音声系ソフトの大部分を占めている。テキスト系ソフトでは、比較的各ソフトに分散しており、制作金額が最も大きい新聞記事でも、テキスト系ソフト全体の 30.9%にとどまっている。次に雑誌ソフトが 28.5%、書籍ソフトが 27.9%と続く。

図表4－3　メディア・ソフト制作金額規模の内訳（平成12年度）




図表4－4　ソフト形態別のメディア・ソフト制作量の内訳（平成12年度）