図表4－5　平成12年度のメディア・ソフト制作規模の現状

メディア・ソフト分類		ソフト制作量	制作金額規模	制作金額の内容
映画ソフト	年	352.5 時間	846.0 億円	映画原盤制作費
ビデオソフト	年	5,763.0 時間	1,042.5 億円	ビデオソフト制作費
地上波テレビ番組	年度	296,091.1 時間	20,670.8 億円	放送局番組制作費
衛星テレビ番組	年度	580,531.4 時間	1,725.0 億円	放送局・番組提供事業者制作費
CATV番組	年度	383,260.2 時間	1,330.1 億円	CATV局･番組提供事業者制作費
ゲームソフト	年	1,661.0 時間	1,328.5 億円	ソフトウェア制作費、印税
映像系ソフト合計		126万7659.2 時間	2兆6943.0 億円	
音楽ソフト	年	10,938.0 時間	2,543.0 億円	原盤制作費、印税
ラジオ番組	年度	546,431.5 時間	2,060.9 億円	放送局番組制作費
音声系ソフト合計		55万7369.5 時間	4,603.9 億円	
新聞記事	年	1,450.5 万頁	7,925.5 億円	新聞社制作費
コミック	年	173.5 万頁	513.0 億円	原稿料、印税、キャラクター料
雑誌ソフト	年	1,336.6 万頁	3,385.1 億円	原稿料、印税、編集費等
書籍ソフト	年	1,306.9 万頁	1,299.0 億円	原稿料、印税、編集費等
データベース記事	年	422.6 万頁	374.0 億円	ソフト制作人件費
テキスト系ソフト合計		4,690.1 万頁	1兆3496.6 億円	
ソフト制作金額合計			4兆5043.5 億円	

注：テキスト系ソフトの「頁」とは、B5版書籍1頁分の情報量に換算したもの。（新聞は15倍、雑誌は1.5倍を乗ずる）
　　ゲームソフトは1作品75分として換算

第５章　メディア・ソフト流通の現状

５－１　流通市場構造のモデル化

メディア・ソフト流通の構造は、単一メディアによる単純なものからワンソース・マルチユースという形態に変化してきている。このワンソース・マルチユース型のソフト流通の実態を定量的に把握するためには、一つのソフトが複数の市場に対応するという、図表５－１のようなツリー型の市場構造モデルを設定する必要がある。

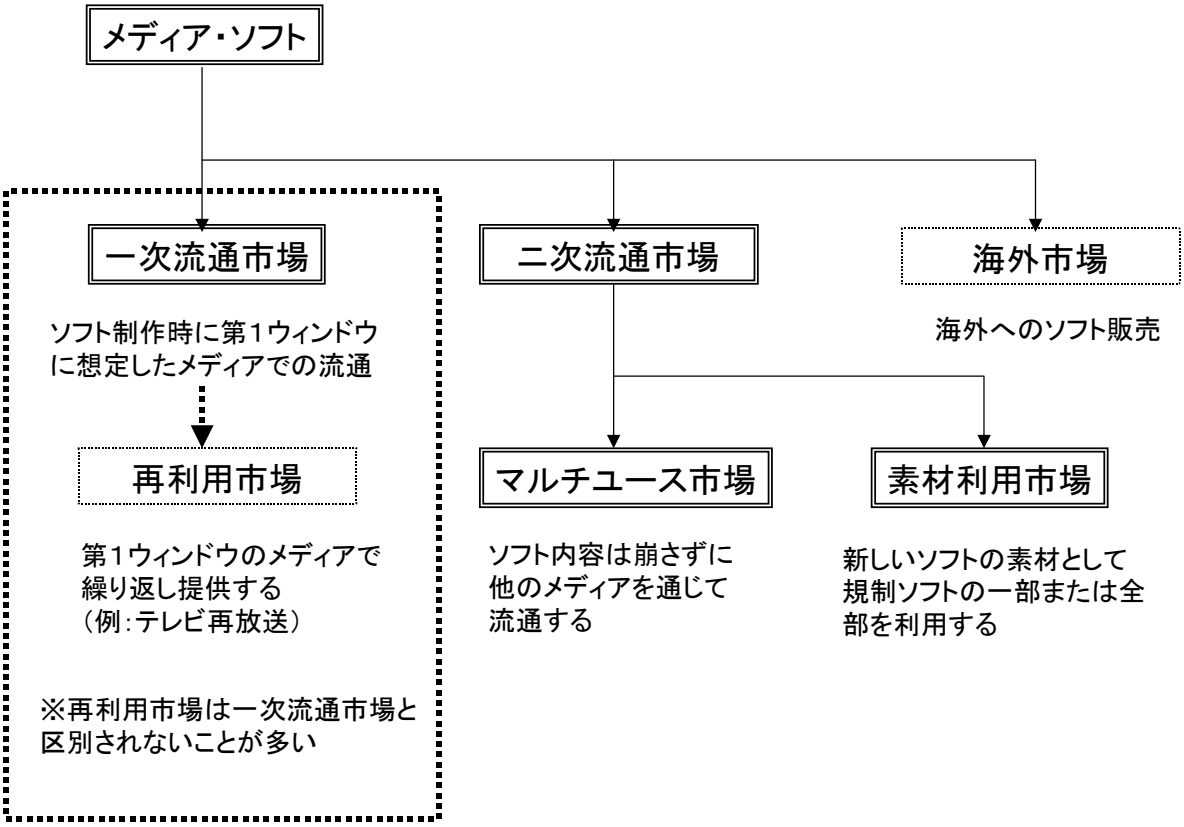
ここでは、各メディア・ソフトの流通市場を次のように整理した。

まず、各メディア・ソフトの第 1 ウィンドウに相当するものを「一次流通市場」、それ以外のものを「二次利用市場」と位置づける。これは、第 2 章で示したメディア・ソフトの定義に対応した考え方である。すなわち、「テレビ番組」というソフトではテレビ放送が第 1 ウィンドウとして設定されており、テレビ放送によるソフトの流通が「一次流通市場」となる。番組がビデオ化されてビデオ市場で流通すれば、それは「二次利用市場」に該当する。

さらに、二次利用市場では性格の異なるいくつかの市場を考えることができる。まず、ソフトの内容自体は変えずに媒体のみを変えて流通させる「マルチユース」（多角利用）市場が考えられる。テレビ番組のビデオ化はマルチユースに相当する。これとは別に、あるソフトの一部又は全部を他のソフトの素材として利用する「素材利用」の形態が考えられる。例えば、テレビ番組の中で、映画の一場面をビデオクリップで紹介するケースは、テレビ放送を通じた映画またはビデオソフトの素材利用と考えることができる。特に音楽ソフトは、ラジオ放送やカラオケなどで素材として利用されるケースが非常に多い。

素材利用については、データ把握のための枠組みが存在しないケースが多く、ソフト流通量や販売金額を特定することは一般に困難である。そこで、ここでは二次利用市場についてはマルチユースを中心に考え、素材利用については特別に二次使用料収入などの実態把握が可能なものについてのみ取り上げることとする。

図表5－1　メディア・ソフトの流通市場構造モデル



以上は、主に国内のメディア・ソフト流通を想定した市場構造モデルであるが、ソフトの種類によっては海外へのソフト輸出が無視できないものもある。海外へのソフト輸出については、完成品のソフトをそのまま輸出する形態と、版権などの権利を海外へ販売する形態がある。今回は国内のメディア・ソフト市場の把握が目的であるので、海外市場については、輸出規模が大きく、実態把握のためのデータが得られるものについてのみ、参考データとして第 2 部に掲載するにとどめる。

５－２　流通市場規模の捉え方

メディア・ソフト流通市場の現状についても、「制作」と同様、金額ベースでの「市場規模」及び「流通量」の二つの視点から捉えることができる。

まず、ソフト流通量については、各流通市場を経て利用者に届いたソフトの量が流通量であると考えられる。しかし、既存の統計データの中では、流通媒体の特性によって把握されている流通量のデータが異なっているため、全体の厳密な整合を取ることは難しい。例えば、同じ映像系ソフトでも、パッケージで流通するビデオソフトと放送という形態をとるテレビ番組とでは、把握されている流通量は次のように概念が異なってい

る。

ビデオソフト――メーカーから出荷又は販売されたパッケージの数、レンタル店からの延べ貸出回数

テレビ番組―――各放送局の延べ放送時間又は視聴者の延べ視聴時間（視聴率）

すなわち、パッケージ流通の場合は、パッケージの正確な流通量が把握されている代わりに末端のソフト利用者レベルでの実際のソフト利用料は把握されていない。一方、放送でのソフト流通の場合は、放送局からの発信量と利用者側の受信料は把握されているが、パッケージ流通量に相当するデータは存在しない。

把握されているデータがこのように異なっているのは、一つには各メディアの市場メカニズムの違いが原因になっていると考えられる。例えば、上記のテレビとビデオの違いは、テレビ放送は広告収入に頼るメディア（NHK や有料放送は除く）であり、「視聴者がどれくらい番組を見ているか」のデータが広告枠の販売単価決定の重要な要素になる。一方、ビデオソフトはパッケージの販売単価が決まっており、販売量が売上に直結している。つまり、当然のこととも言えるが、それぞれのソフト流通市場において、「売上に最も直接結びついている流通量」のデータが、最もよく把握されているということである。

以上のような事情を踏まえて、本書では、メディア相互の厳密な流通量概念の整合性よりも、統計データとして把握されている「売上に直結する流通量」をベースに、各メディアにおけるソフト流通量を次のように計量することとした。

放送系メディアでの流通量――――――視聴者が実際に接触したソフト量（テレビ視聴時間、ラジオ聴取時間など）

パッケージ系メディアでの流通量――市場に出荷（販売）されたパッケージの量（ビデオソフト、CD、書籍などの出荷・販売数）に、1 本当たりの平均収録情報量（時間、頁数等）を掛けた量

空間系メディア（映画）での流通量―映画館入場者が接触したソフト量（入場者数×平均上映時間）

次に、各市場の市場規模を考えると、ここでも一次流通市場、マルチユース市場、素材利用市場それぞれで把握できる数字の正確が異なっている。

一次流通市場――――いわば正規の流通ルートであり、販売収入あるいは広告収入という形で市場規模が直接把握できる。

マルチユース市場――それぞれの流通メディアにおける販売金額あるいは広告収入が考えられるが、それだけでなく、ソフトの権利所有者に対する二次使用料支払いが生じる（例：映画の放映権料など）。

素材利用市場――――販売収入や広告収入のうち素材として利用されたソフトの部分を切り分けることは難しく、権利所有者に対する二次使用料支払額のみが把握できる。

このようにソフト流通の「対価」が多様な形態を持つのは、メディア・ソフトがいわば無形の商品であること、著作権等の知的財産権を伴うものであること、流通形態が多様であることなどによる。ここでは、次のような原則に基づき、各市場の規模を表すに相応しいと考えられる金額データを選択し把握することとした。

一次流通市場――――それぞれの流通メディアにおけるソフト販売金額、広告収入を市場規模とみなす。

マルチユース市場――一次流通市場と同様の考え方に立ち、流通したメディアでのソフト販売金額、広告収入を市場規模とみなす。

素材利用市場――――権利者に支払われた二次使用料のみを把握する。

なお、マルチユースに伴う二次使用料支払額については、把握可能なものは各ソフト別の項で記述することとする。

５－３　流通市場規模の現状

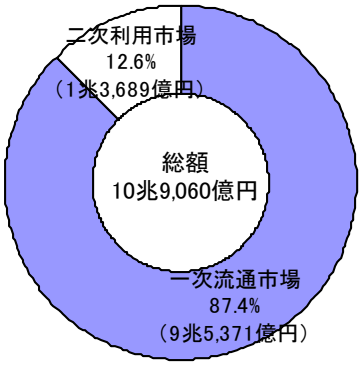
平成 12 年度のメディア・ソフト流通市場規模の推計結果を図表 5－2、及び、図表 5－3 に示す。平成 12 年度のメディア・ソフト市場規模は、全体で 10 兆 9,060 億円であった。これを流通段階別に見ると、一次流通市場が 9 兆 5,371 億円であり、市場規模全体の 87.4%を占める。マルチユース・素材利用を合わせた二次利用市場は 1 兆 3,689 億円で、全体の 12.6%となった。ソフトの形態別にみると、映像系ソフトは 4 兆 5,708 億円

（41.9%）、音声系ソフトは 9,976 億円（9.1%）、テキスト系ソフトは 5 兆 3,376 億円（48.9%）となっており、制作規模の場合と異なり、テキスト系ソフトの市場の大きさが目立っている。

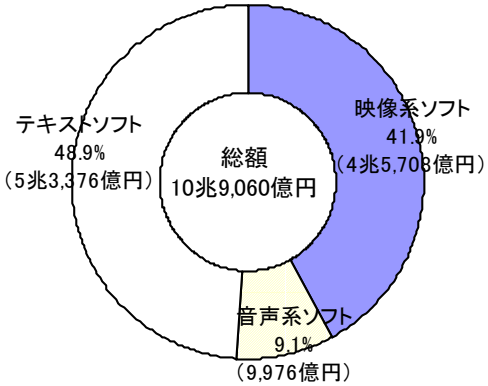
メディア・ソフト流通量は、映像系ソフトが 1,550 億時間、音声系ソフトが 215 億時間、テキスト系ソフトが B5 版書籍換算で 9 兆 1,472 億頁であった。なお、流通量は制作量と同様、映像系ソフト、音声系ソフト、テキスト系ソフトそれぞれで単位の統一を図っているが、情報形態が全く異なるこれらのソフト相互での単位の統一は行っていない。

図表5－2　メディア・ソフト市場規模（平成12年度）

流通段階別



ソフト形態別



図表5－3　メディア・ソフト流通量・市場規模（平成12年度）

メディア・ソフト分類	期間	一次流通市場		マルチユース市場		素材利用市場規模
		流通量	市場規模	流通量	市場規模	
映画ソフト	年	2.0 億時	1,708 億円	64.6 億時	5,034 億円	——
ビデオソフト	年	1.7 億時	1,877 億円	——	——	——
地上波テレビ番組	年度	1,454.6 億時	27,544 億円	3.5 億時	884 億円	——
衛星テレビ番組	年度	9.5 億時	1,421 億円	——	——	——
ＣＡＴＶ番組	年	12.5 億時	1,970 億円	——	——	——
ゲームソフト	年	1.8 億時	5,270 億円	——	——	——
映像系ソフト合計		1,482.1 億時	39,790 億円	68.1 億時	5,918 億円	——
音楽ソフト	年	2.7 億時	5,402 億円	47.8 億時	1,389 億円	335 億円
ラジオ番組	年度	159.7 億時	2,850 億円	5.2 億時	——	——
音声系ソフト合計		162.4 億時	8,252 億円	53 億時	1,389 億円	335 億円
新聞記事	年	70,111.5 億頁	21,768 億円	1.4 億頁	410 億円	——
コミック	年	6,646.1 億頁	3,738 億円	1617.2 億頁	2,372 億円	315 億円
雑誌ソフト	年	11,333.6 億頁	13,134 億円	306.7 億頁	1,559 億円	——
書籍ソフト	年	1,086.1 億頁	6,978 億円	358.2 億頁	705 億円	——
データベース記事	年度	5.7 億頁	1,711 億円	5.2 億頁	686 億円	——
テキスト系ソフト合計		89,183 億頁	47,329 億円	2,288.7 億頁	5,732 億円	315 億円
合　計		——	95,371 億円	——	13,039 億円	650 億円

注：テキスト系のソフト「頁」とは、B5 版書籍 1 頁分の情報量に換算したもの。（新聞は 15 倍、雑誌は 1.5 倍を乗ずる）

ゲームソフトは 1 作品 75 分として換算。

次に、メディア・ソフトの平成 12 年度の市場規模を流通段階別にみる。

一次流通市場についてソフトの形態別に見ると、映像系ソフトは一次流通市場全体の 41.7%であり、その中では地上波テレビ番組のシェアが際立って大きく、一次流通市場全体の 28.9%を占めている。次にゲームソフトが 5.5%と続く。音声系ソフトは一次流通市場全体の 8.7%とシェアが小さく、音楽ソフト、ラジオ番組はそれぞれ 5.7%、3.0%に留まっている。テキスト系ソフトは一次流通市場全体の 49.6%で最も大きい。その中では新聞記事のシェアが最も大きく、一次流通市場全体の 22.8%を占めている。次に雑誌ソフトが 13.8%、書籍ソフトが 7.3%と続く。

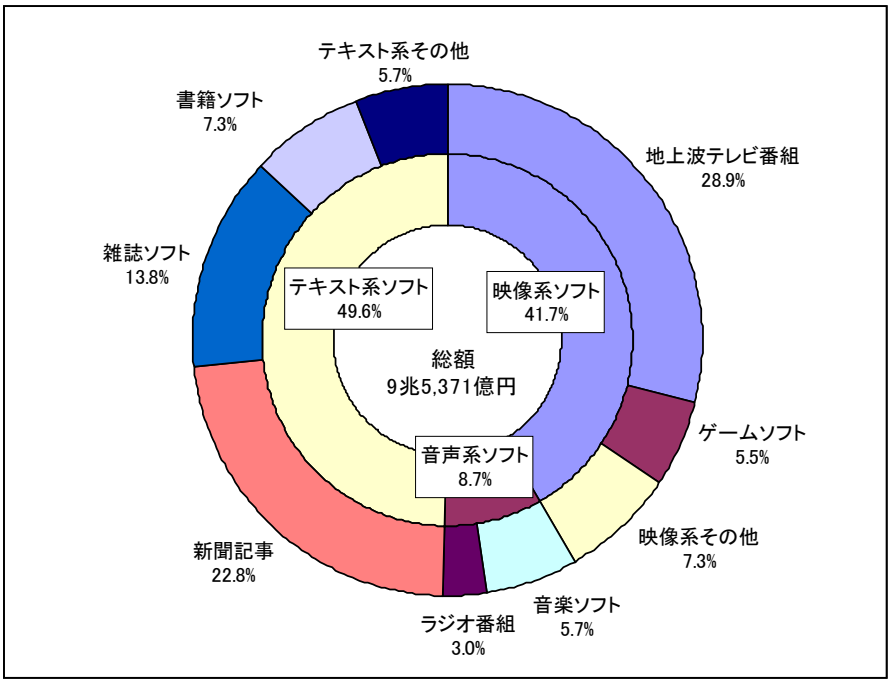
二次利用市場についてみると、映像系ソフトは二次利用市場全体の 43.2%であり、その中では映画ソフトのシェアが際立って大きく、二次利用市場全体の 36.8%を占めている。一方の地上波テレビ放送は 6.5%である。音声系ソフトは、推計対象が音楽ソフトのみであり、二次利用市場全体の 12.6%となっている。テキスト系ソフトは二次利用市場全体の 44.2%であり、一次流通市場と異なり、シェアは映像系ソフトと同程度となっている。その中では、コミックが最も大きく、二次利用市場全体の 19.6%を占めている。次に雑誌ソフトが 11.4%、書籍ソフトが 5.2%と続く。二次利用市場はテレビ放送、ビデオなどへのマルチユース化が進んでいる映画ソフトが最も大きく、次にコミック、雑誌ソフトが続いており、一次流通市場とは全く異なったメディア構成となっている。

また、メディア・ソフトの平成 12 年度の流通量について流通段階別にみると、一次流通市場では、映像系ソフトが 1,482 億時間、音声系ソフトが 162 億時間、テキスト系ソフトが B５版書籍換算で 89,183 億頁であった。これを情報形態別にみると、映像系ソフトでは地上波テレビ番組が 98.1%と映像系ソフトの大部分を占めている。音声系ソフトではラジオ番組が 98.3%とシェアのほとんどを占めている。テキスト系ソフトでは新聞記事が 78.6%で最も大きく、次に雑誌ソフトが 12.7%と続く。

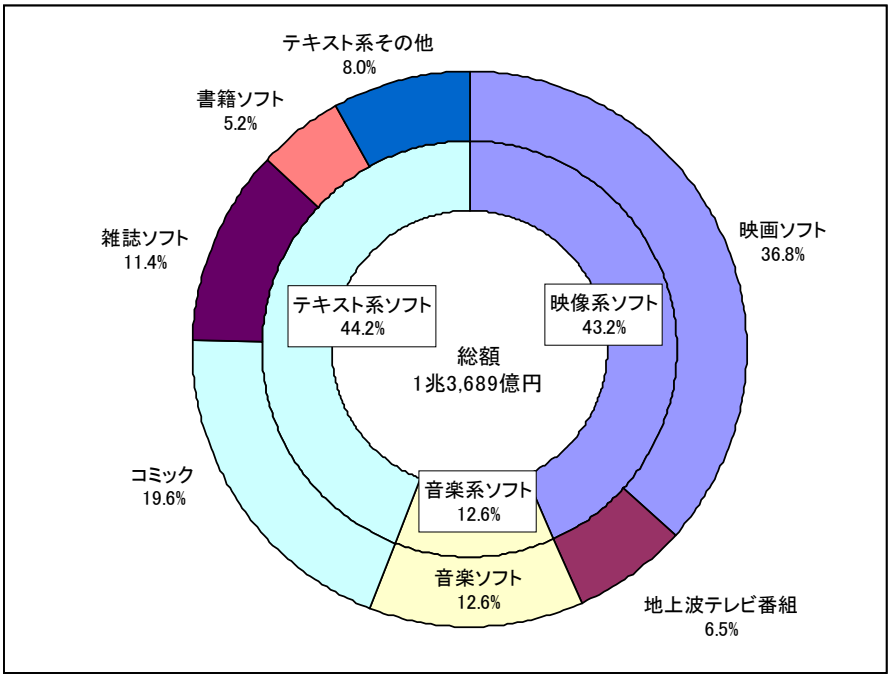
マルチユース市場では、映像系ソフトが 68 億時間、音声系ソフトが 53 億時間、テキスト系ソフトが B５版書籍換算で 2,289 億頁であった。これを情報形態別にみると、映像系ソフトでは映画ソフトが 94.9%と映像系ソフトの大部分を占める。音声系ソフトでは音楽ソフトが 90.2%とシェアのほとんどを占めている。テキスト系ソフトではコミックが 70.7%で最も大きく、次に書籍ソフトが 15.7%、雑誌ソフトが 13.4%と続く。先に示した市場規模同様、二次利用市場はマルチユース化が進んでいるメディアが大きく、一次流通市場とは全く異なった構成となっていることがわかる。

図表5－4　流通段階別のメディア・ソフト市場規模（平成12年度）

一次流通市場

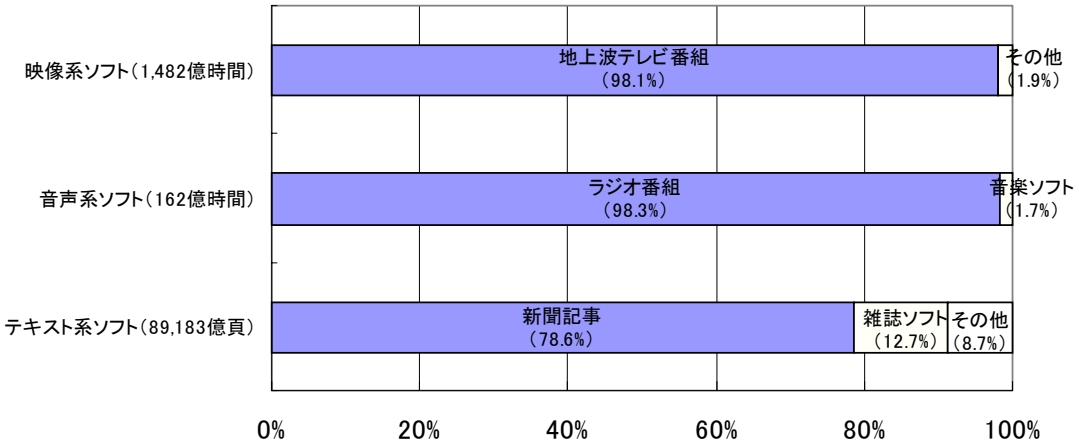
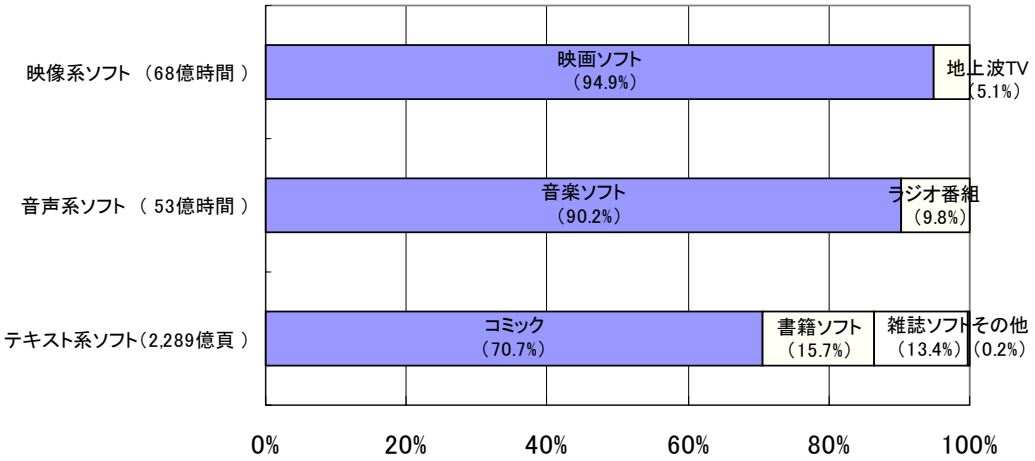


二次利用市場



図表5－5　流通段階別のメディア・ソフト流通量（平成12年度）

一次流通市場



マルチユース市場