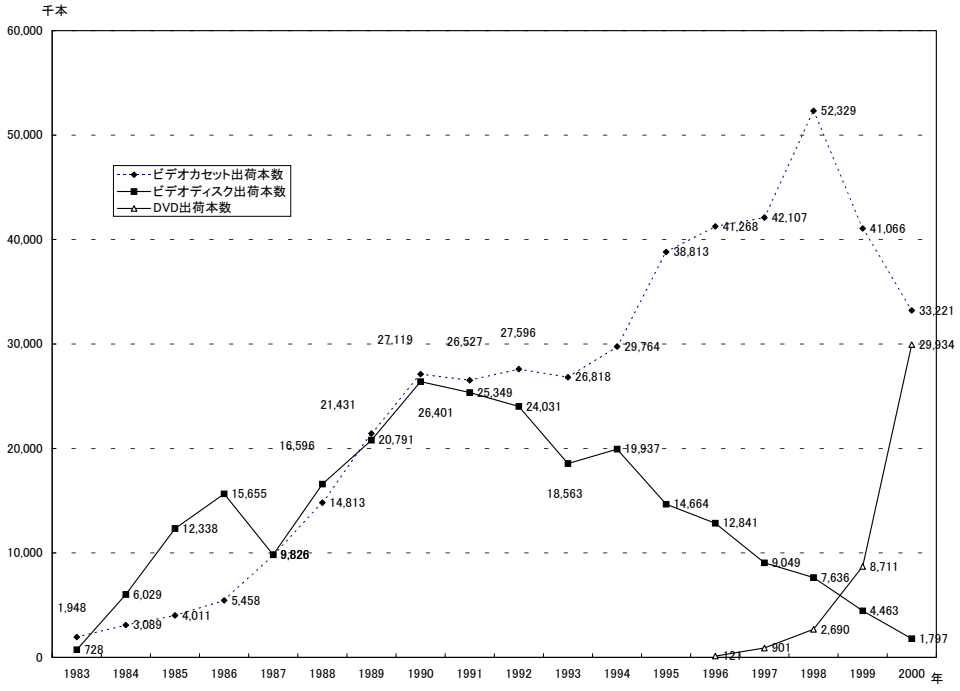
りレコード店ルートが半数以上を占めているものの、家電店ルートが 1/4 を占めるなど傾向は若干異なる。

図表1-2-2ビデオソフト出荷本数の推移



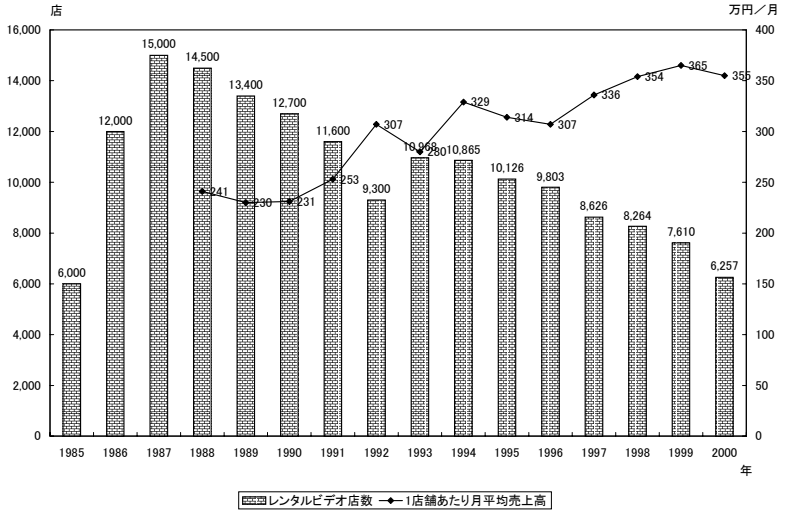
※メーカー売上額ベースのデータであり、映画等も含む

出典：社団法人日本映像ソフト協会統計調査

○一次流通市場の動向（レンタルビデオ）

- レンタルビデオの市場は縮小傾向にあり、特にレンタルビデオ店数の減少が著しい。セルビデオの低価格化やＢＳ、ＣＳの普及の影響が考えられる。（図表 1-2-3）
  一方、一店舗あたりの平均売上高は増加傾向にあり、店舗の大規模化が進んでいることがうかがえる。
- こうしたなか、DVD ソフトの成長が著しい。現状では、DVD レンタルを実施している店舗は、3 割程度であるが、現在実施していない店舗のうち 3 割弱が今後実施意向を示している。

図表1-2-3 レンタルビデオ店数と平均売上高の推移

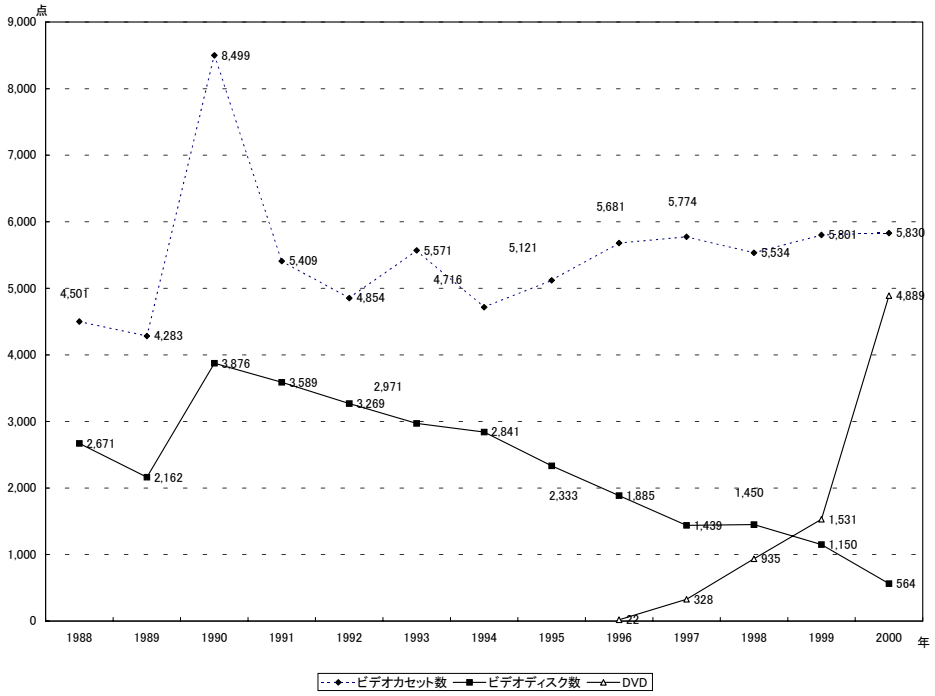


出典：社団法人日本映像ソフト協会「ビデオレンタル店実態調査」

○ソフト制作の動向

・ ビデオソフトの新作販売点数は、90 年をピークに大きく減少したが、セルビデオの低価格化の影響もあって、近年増加傾向にある。（図表 1-2-4）また、DVD 新作販売点数の伸びが著しい。

図表1-2-4 ビデオソフト新作販売点数の推移



出典：社団法人日本映像ソフト協会統計調査

１－３　地上波テレビ番組

地上波テレビ番組の定義

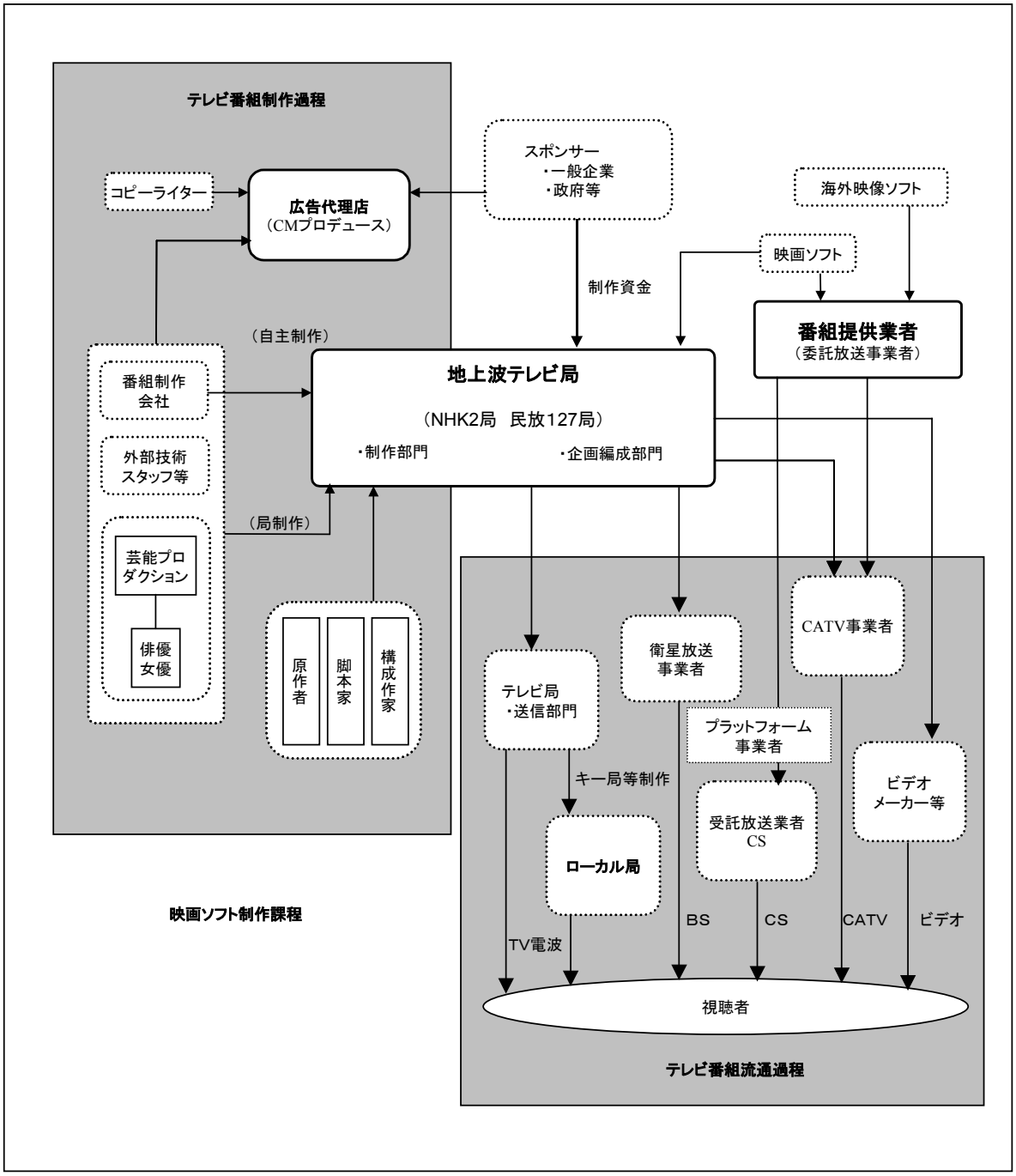
○「地上波テレビ番組」（以下テレビ番組）とは、地上波テレビ放送用に制作された映像ソフトを指す。したがって、他メディア用に制作されたソフトである映画・ビデオソフト等がテレビで放送された場合には、映画ソフト等の二次利用とみなし、「テレビ番組」とは区別する。

業界の概要

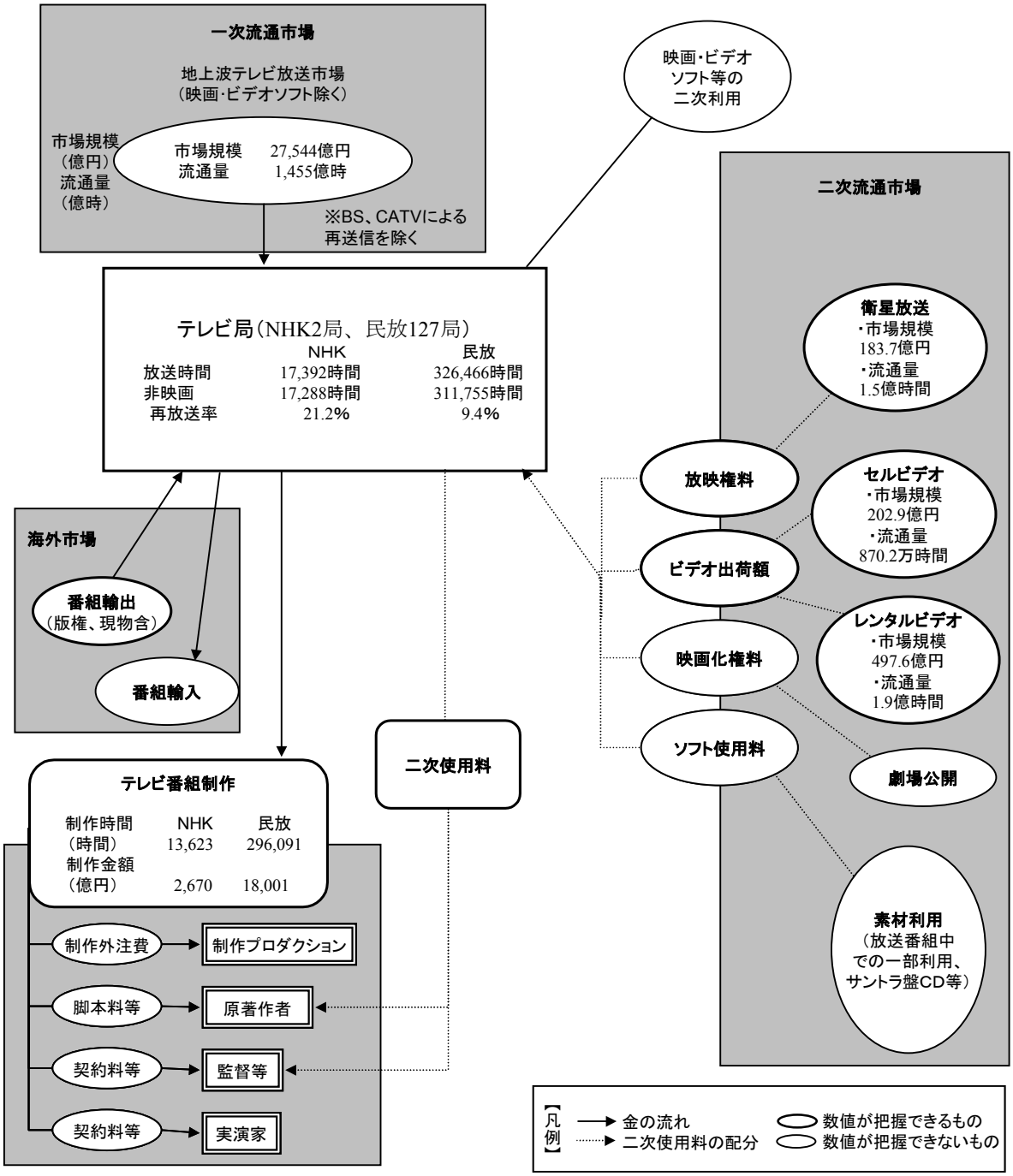
○テレビ番組は、基本的にはテレビ局を中心に制作・流通する。流通における大部分は、地上波によりテレビ局から直接視聴者に届くため、中間の流通事業者は存在しない。しかし、近年 CATV によりテレビ番組が再送信されるケースや、過去の番組ソフトが CS 放送で再放送されるケースが増えている。

○テレビ番組は、近年、外部の制作プロダクションによる制作割合が高く、「制作と流通の分離」が実質的に進んでいると言える。番組制作プロダクションは、映画、ビデオなど他の映像系ソフトの制作と兼業している例が多く、必ずしも「テレビ番組制作者」として特定できない業界構造になっている。

テレビ業界構造


テレビ番組制作過程
コピーライター
広告代理店
（CMプロデュース）
スポンサー
・一般企業
・政府等
海外映像ソフト
映画ソフト
制作資金
番組提供業者
（委託放送事業者）
（自主制作）
番組制作
会社
外部技術
スタッフ等
芸能プロ
ダクション
俳優
女優
地上波テレビ局
（NHK2局　民放127局）
・制作部門
・企画編成部門
（局制作）
原作者
脚本家
構成作家
CATV事業者
衛星放送
事業者
テレビ局
・送信部門
プラットフォーム
事業者
キー局等制作
ビデオ
メーカー等
受託放送業者
CS
ローカル局
BS
CS
CATV
ビデオ
TV電波
視聴者
テレビ番組流通過程
映画ソフト制作課程

テレビ番組市場の構造と規模（平成12年度）



※放映権料については不明だが、二次利用料配分は、テレビ番組を衛星放送で流す場合、
脚本料の25%及び実演家に対して15%と決められている（推定2億円）

テレビ番組市場規模、流通量数値算出の基準

基本的な考え方

○テレビ番組の一次流通市場とは、テレビによる放送であり、その市場規模は、放送による収入、すなわち、民放においては広告料収入、NHK においては受信料収入によって把握することができる。流通量は、NHK が毎年（6、11 月）調査している国民の平均年間テレビ視聴時間をもとに推計する。

○CATV におけるテレビ番組の再送信については、CATV によるテレビ番組ソフトの二次利用と考えることもできるが、CATV 局が地上波テレビ局に番組ソフトを有償で購入している訳ではないので、ここではテレビ番組の一次流通市場として捉える。

○ビデオ、映画化などの二次利用に当たっては、放映権料がテレビ局に支払われるが、当該メディアの収入におけるテレビ番組ソフトの占める割合を二次利用の市場規模と捉える。

○番組の素材としての一部利用の場合、二次利用料については、制作者の承諾を得た上で、互いに無料あるいは安価に融通しているものとみられるので、当面市場とは考えない。

○映画・ビデオ放送率及び再放送率は、ランダムに抽出した 14 日間のキー局の全日放送時間に占める映画・ビデオ及び再放送番組の時間比率から算出する。

テレビ番組市場規模、流通量の算出方法

市場別		規模・量の考え方		算出方法・推定方法	典拠
一次流通市場	地上波によるテレビ放送（映画ソフト・ビデオソフトを除く）	市場規模	テレビ番組の放送によって放送局が得る広告料収入、受信料収入の合計	放送局の収入（営業収入、受信料収入）×（１－映画放送率）（NHK99.4%,民放95.5%）	日本民間放送年鑑、ＮＨＫ年鑑
		流通量	1 年間に視聴されたテレビ番組の延べ時間	１人あたり年間平均テレビ視聴時間×テレビ視聴人口(1.1 億人)×非映画放送率	同上
二次利用市場	衛星放送での流通	市場規模	衛星放送で放送されたテレビ番組による収入	衛星付加収入×テレビ番組放送率(16.0%)	同上
		流通量	衛星放送で放送されたテレビ番組が視聴された延べ時間	年間衛星放送視聴時間×衛星放送視聴者数×テレビ番組放送率	同上