

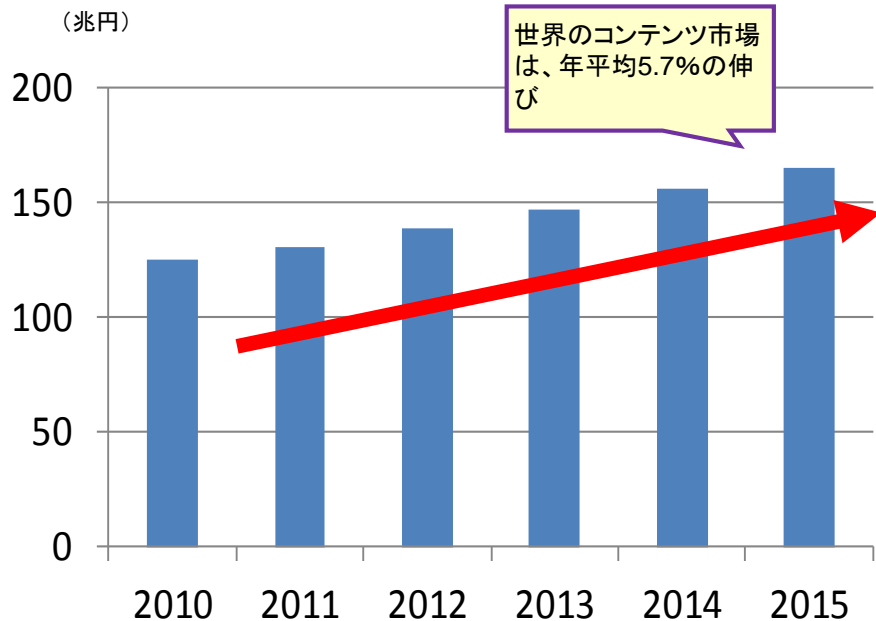
# 知的財産に関する基礎資料

# 1. コンテンツ市場の推移

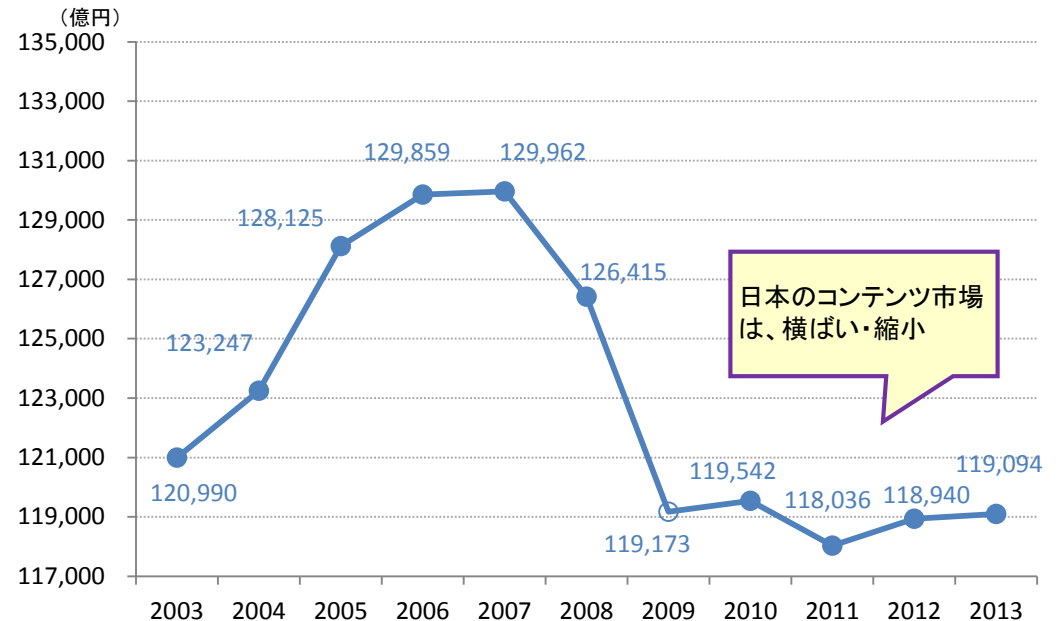
## (1) 国内外のコンテンツ市場規模推移

■ 世界のコンテンツ市場が伸びているのに対し、日本のコンテンツ市場は横ばい・縮小。

【世界のコンテンツ市場】  
(2010年実績、2011年～2015年予測)



【日本のコンテンツ市場】(2003-2013)



データ出典：総務省資料

※上記は全て2010年の平均為替レート(1米ドル=88.09円 財務省貿易統計より)で換算

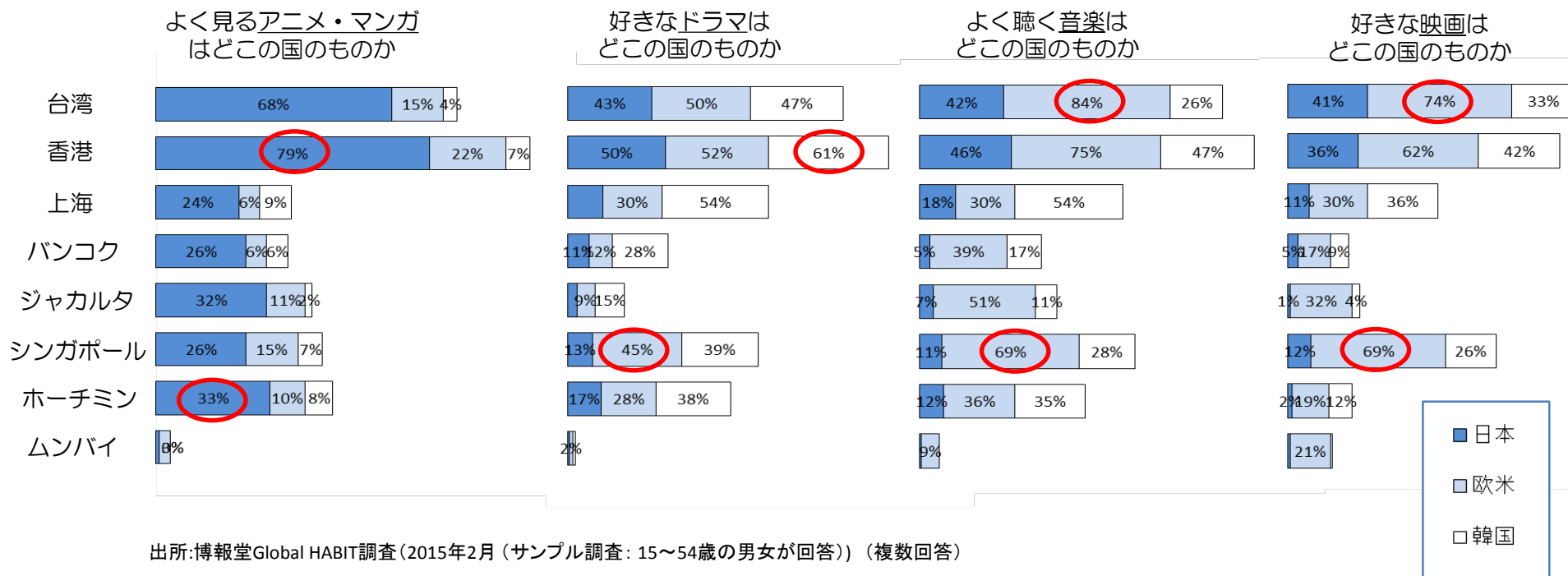
出典：デジタルコンテンツ白書2014

# 1. コンテンツ市場の推移

## (2) 海外主要都市における日本コンテンツの視聴実態

- アニメ・マンガは、中華圏を中心に日本の人気が高く、ドラマは欧米・韓国の人気が高い。
- 音楽、映画については欧米が優勢。日韓がそれを追う形だが、東南アジアにおいては韓国がより浸透。

### 【2014年調査】



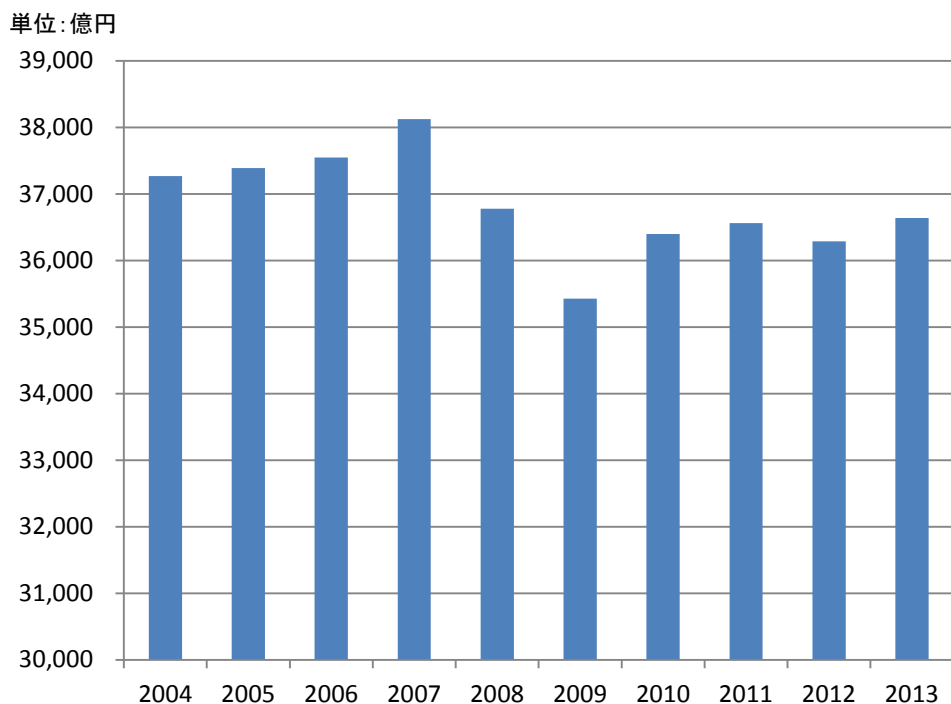
出所:博報堂Global HABIT調査(2015年2月(サンプル調査:15~54歳の男女が回答))(複数回答)

注) 赤丸は、中華圏(台湾、香港、上海)と、東南アジア(バンコク、ジャカルタ、シンガポール、ホーチミン)で、分野ごとに最も数字の高いものを示す。

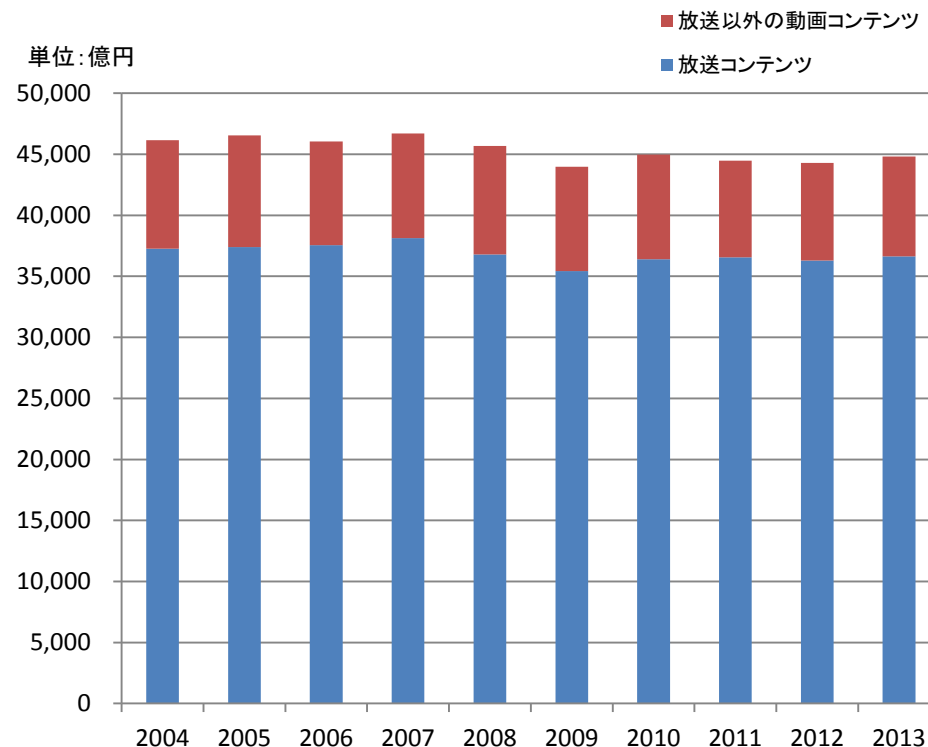
## 2. 各分野におけるコンテンツの市場状況

### (1) 放送における市場状況

【国内における放送コンテンツ市場規模の推移】



【国内における動画コンテンツ市場規模の推移】



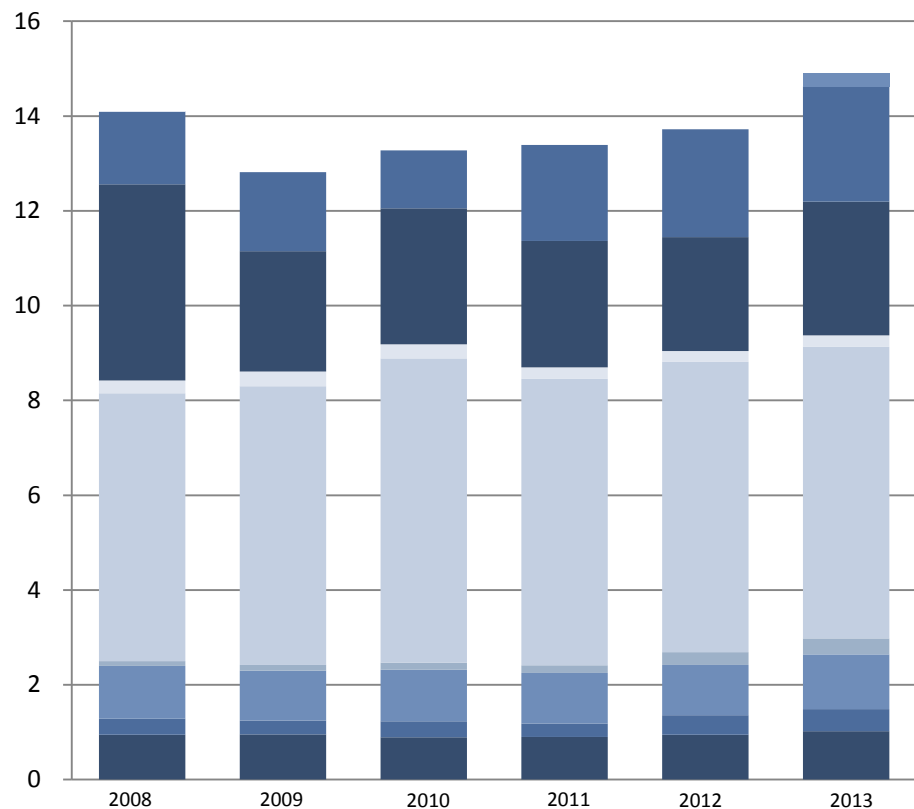
※放送以外の動画コンテンツには、映画、DVD等のパッケージソフト、オンライン配信動画等が含まれる

出典：デジタルコンテンツ白書2014

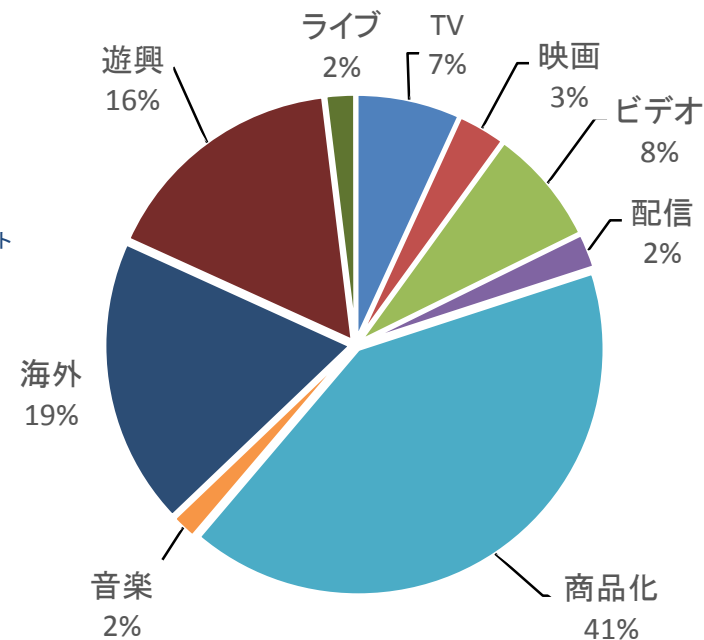
## 2. 各分野におけるコンテンツの市場状況 (2) アニメにおける市場状況

【アニメ産業市場の推移】

千億円 1兆4,086億円 1兆2,826億円 1兆3,278億円 1兆3,393億円 1兆3,721億円 1兆4,913億円



【ジャンル別産業市場シェア(2013)】



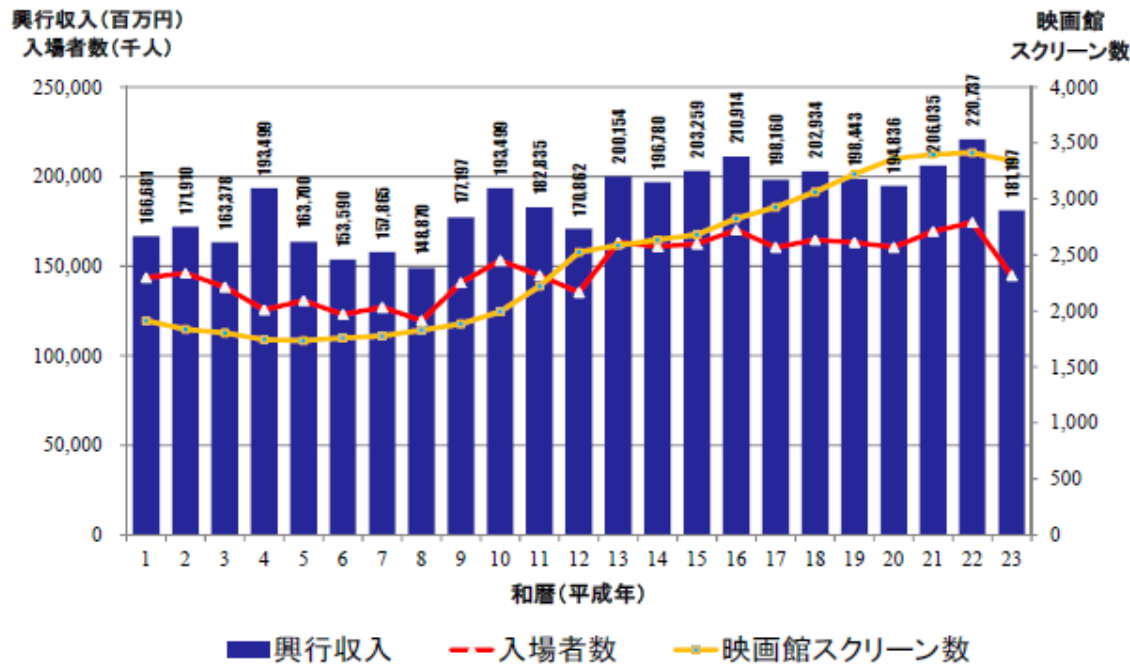
出典: 日本動画協会

## 2. 各分野におけるコンテンツの市場状況

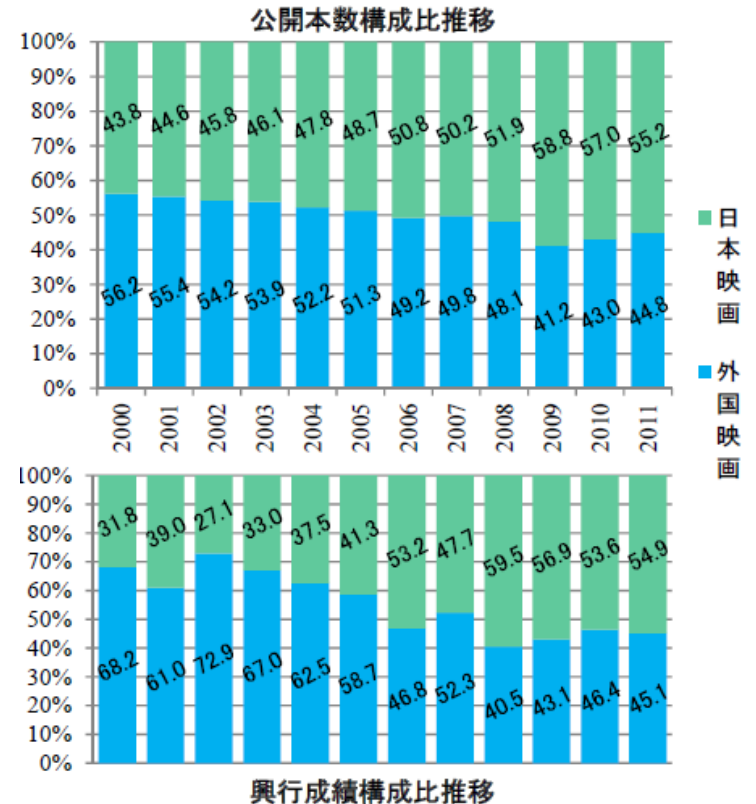
### (3) 映画における市場状況

■ 映画興行収入については横ばい。スクリーン数は増加。

【映画興行収入、入場者数映画館数の推移(国内)】



【洋画と邦画のシェア推移(国内)】



出典：日本映画産業統計

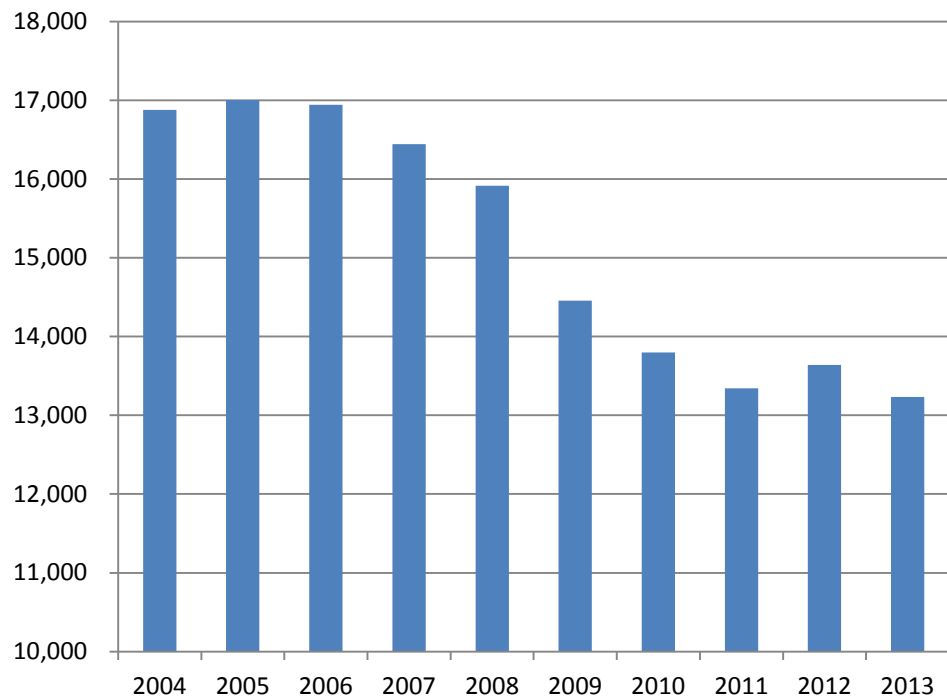
## 2. 各分野におけるコンテンツの市場状況

### (4) 音楽における市場状況①

■ 日本市場、世界市場ともに減少傾向

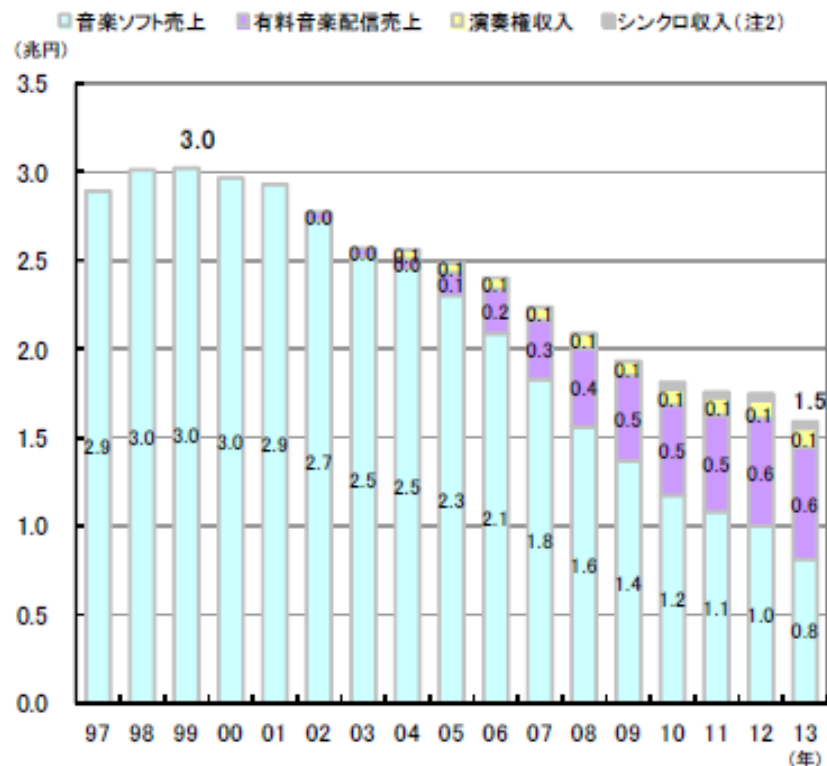
【国内における音楽・音声産業市場規模の推移】

単位：億円



出典：デジタルコンテンツ白書2014

【世界の音楽市場推移】

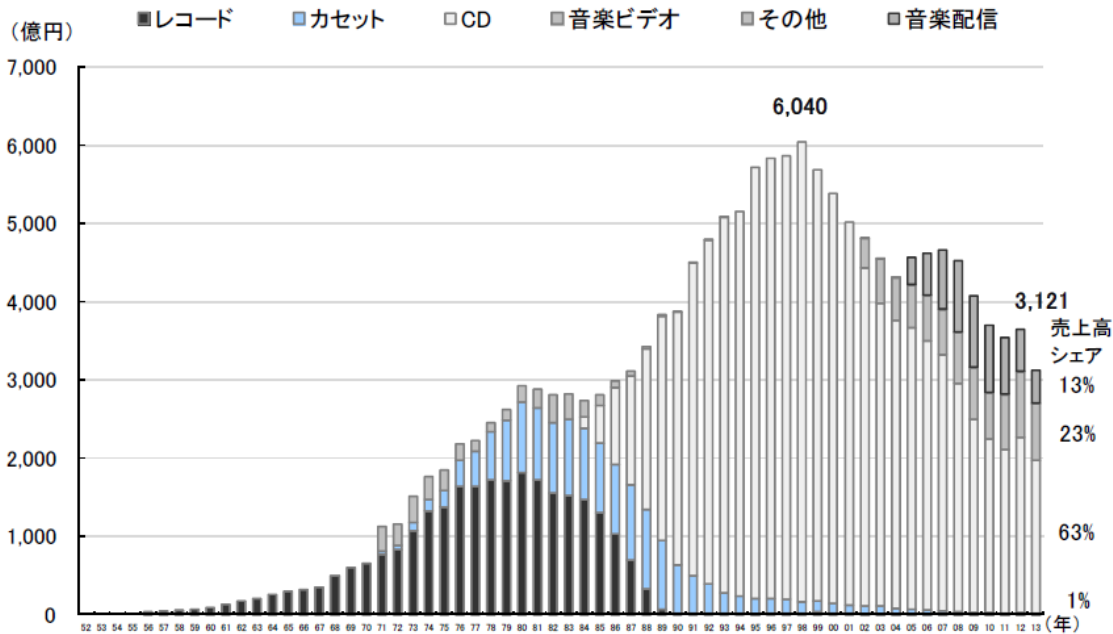


(出所)日本レコード協会「日本のレコード産業2014年版」  
を基にみずほ銀行産業調査部作成】

## 2. 各分野におけるコンテンツの市場状況 (4) 音楽における市場状況②

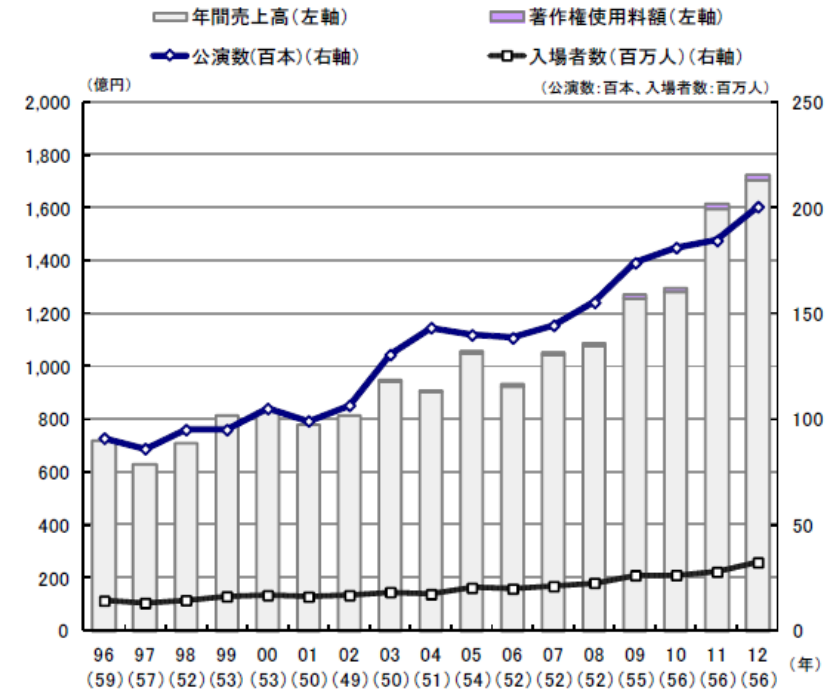
### ■コンサート市場規模が増加

【音楽市場の推移(国内)】



(出所) 日本レコード協会公表資料を基にみずほ銀行産業調査部作成

【コンサート市場規模推移(国内)】



(出所) コンサートプロモーターズ協会「基礎調査」を基にみずほ銀行産業調査部作成

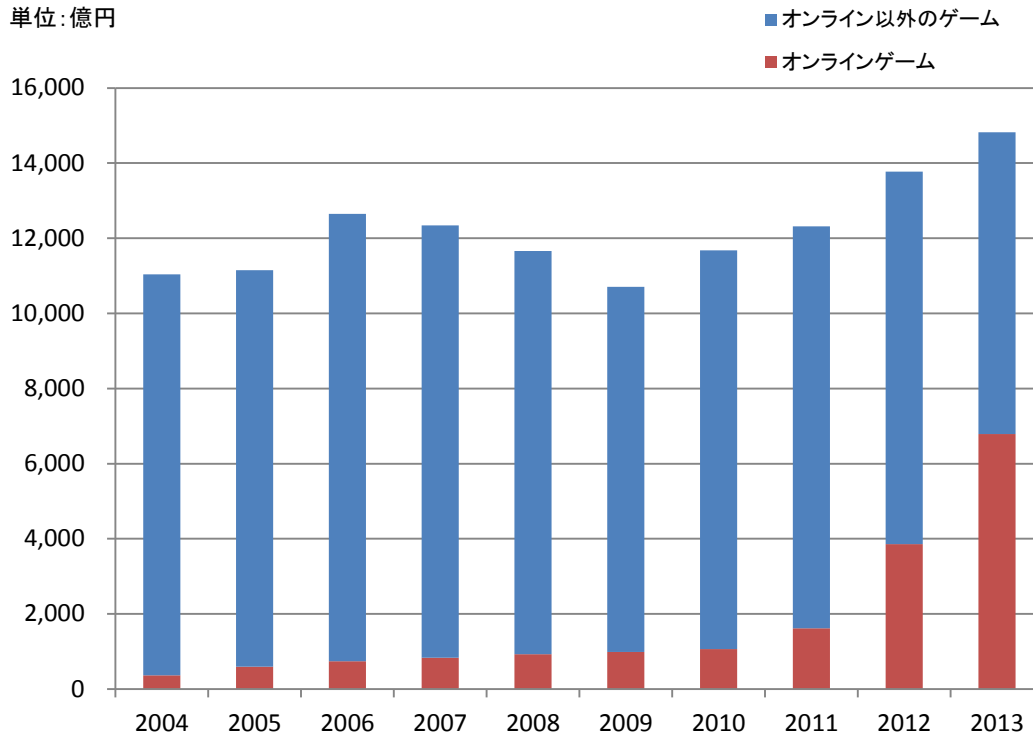


## 2. 各分野におけるコンテンツの市場状況

### (5) ゲームにおける市場状況

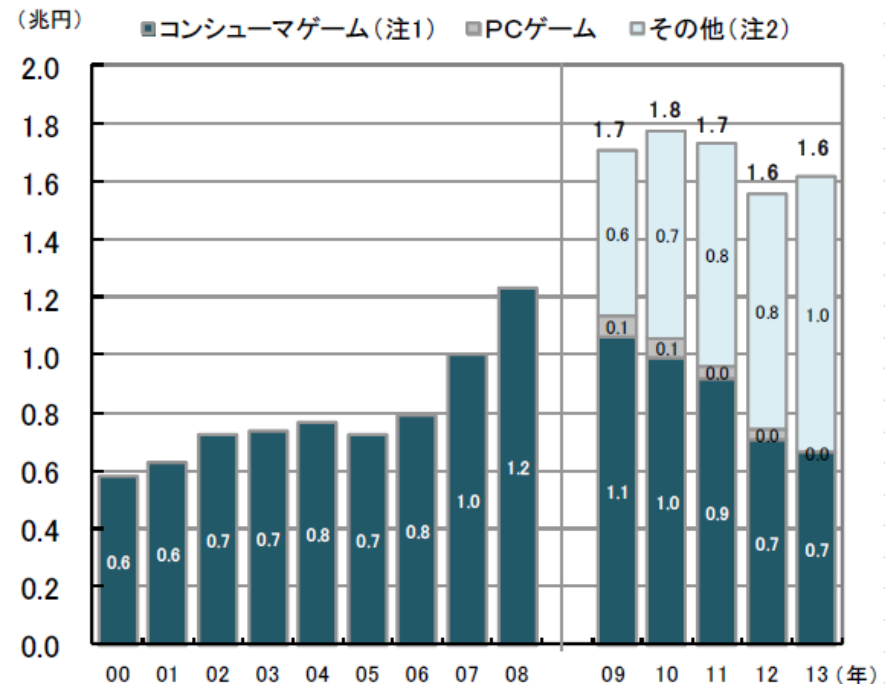
■ 日本、米国市場において、オンラインゲームの割合が増加。

【国内におけるゲーム市場規模の推移】



出典：デジタルコンテンツ白書2014

【米国ゲーム市場の推移】



(出所) Entertainment Software Association, 2013, 2014 Essential Facts About the Computer and Video Game Industry を基にみずほ銀行産業調査部作成

(注1) 2013年はコンシューマゲーム売上にPCゲーム含む

(注2) 「その他」の売上構成は定額会費、ダウンロード販売、携帯アプリ、ソーシャルゲーム、中古・レンタル等

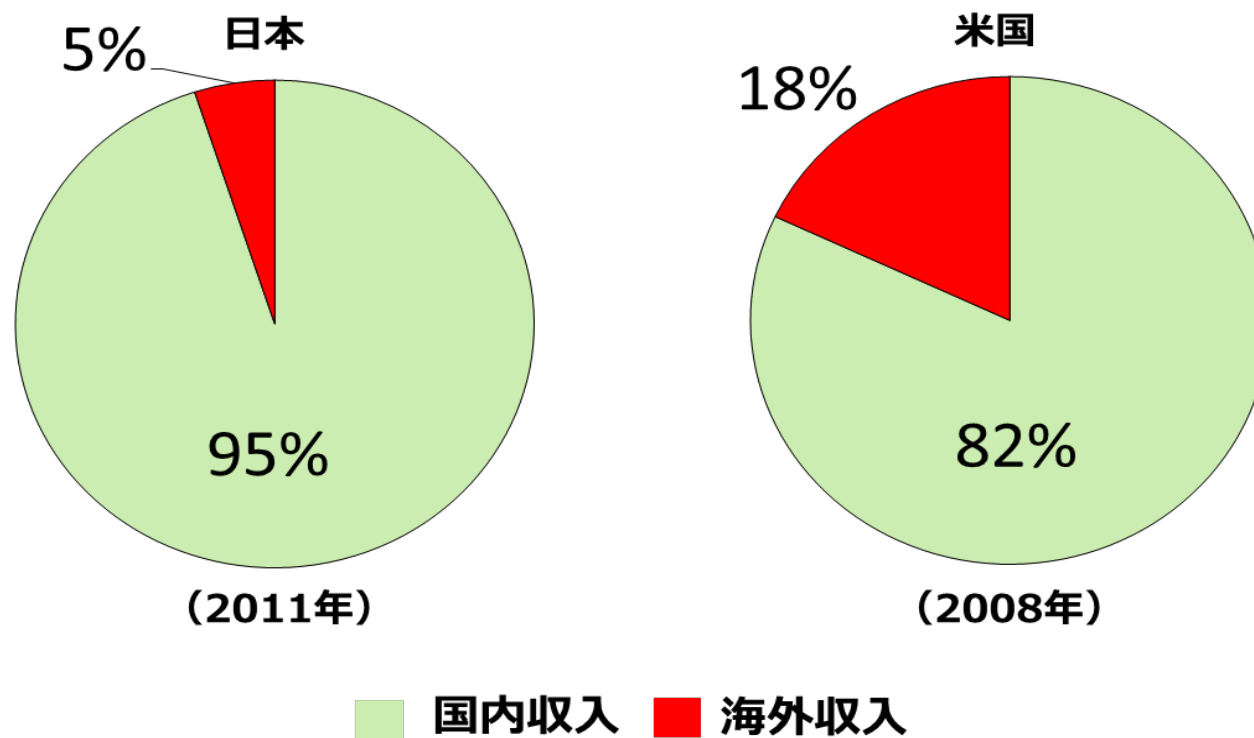
(注3) 米国ゲームユーザー構成についてEntertainment software Associationの調査に基づく推計値

(注4) 2013年12月30日時点の公示仲値105.40円/USドルにて換算

### 3. 日本のコンテンツの海外展開状況

■コンテンツ分野における我が国の海外収入比率は低い。

【日・米におけるコンテンツ収入の割合】

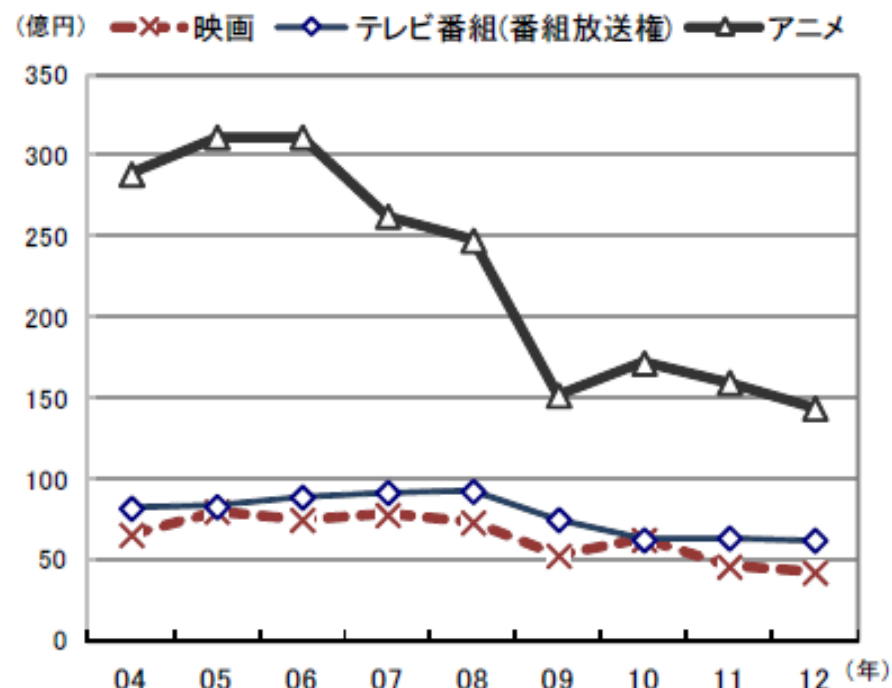
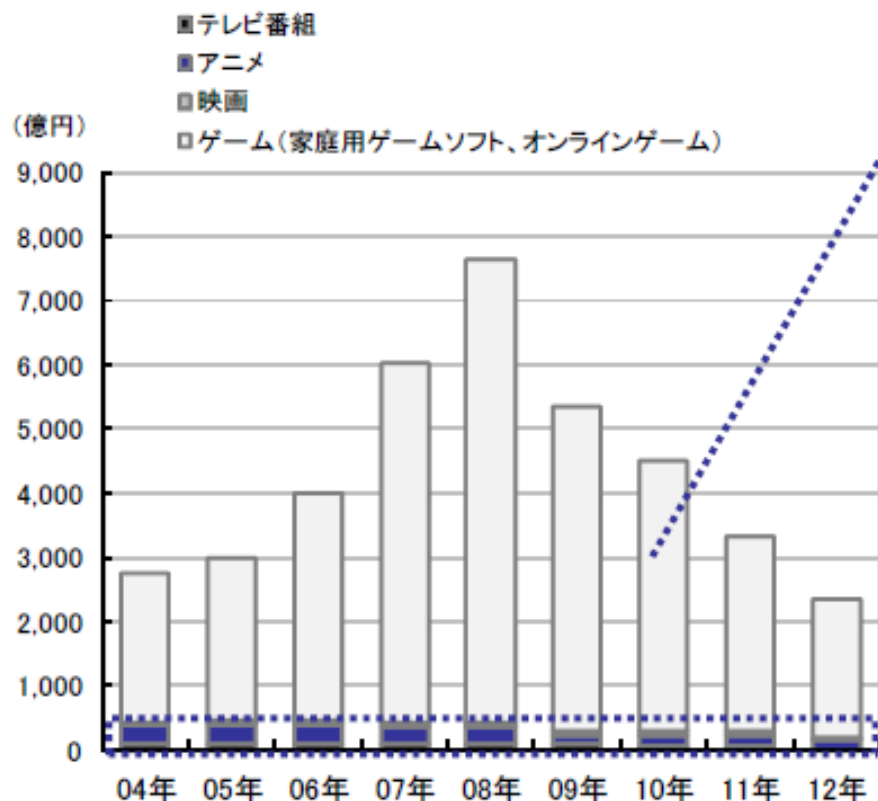


出典 (日本) 経済産業省「コンテンツ産業の成長戦略に関する研究会」  
(米国) デジタルコンテンツ白書2009

### 3. 日本のコンテンツの海外展開状況 (1)コンテンツ各分野における海外展開状況

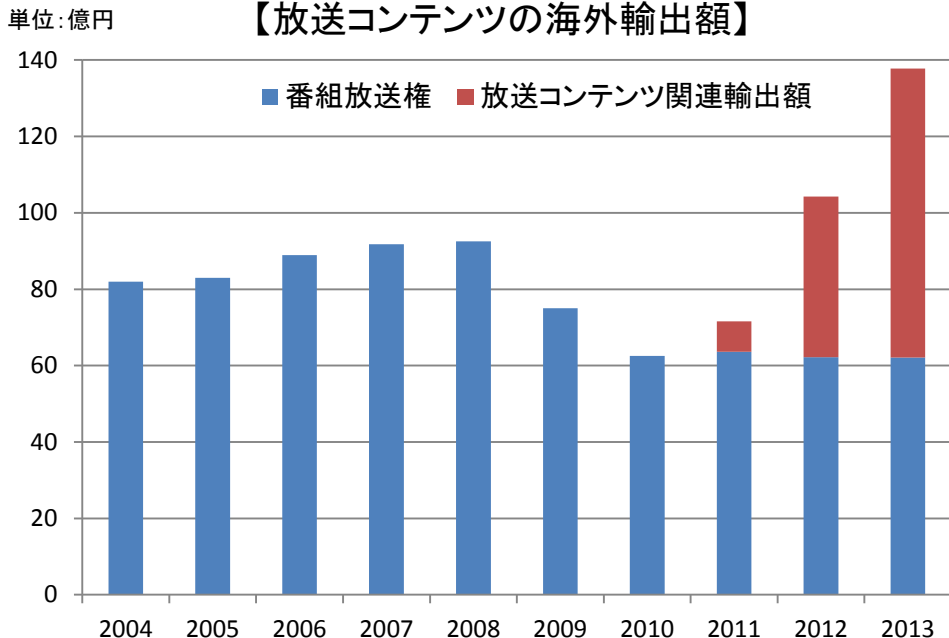
■海外輸出額のうち、ゲームがほとんどの割合を占める。

【コンテンツ海外輸出の状況】



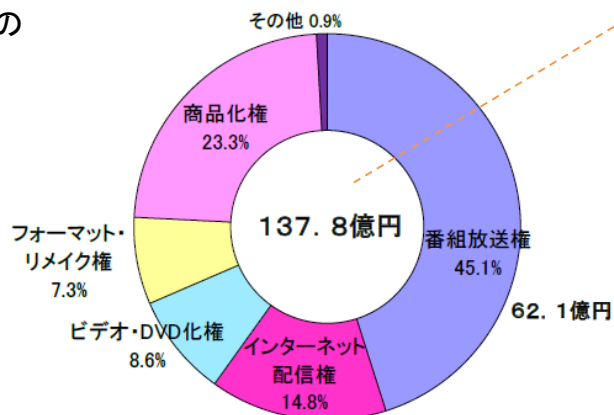
### 3. 日本のコンテンツの海外展開状況 (2)放送における海外展開状況①

【放送コンテンツの海外輸出額】



※2011年度までは、番組放送権の輸出額のみ。

【放送コンテンツ輸出額の構成比率 (2013年度)】



出典: 総務省情報通信政策研究所

【放送コンテンツ海外輸出の構成】

#### ・番組放送権 (45.1%)

→ 番組放送権の販売による番組の「完成パッケージ(完パケ)」の販売は、海外展開の伝統的な方法であり、翻訳(字幕や吹き替え)などにより販売先の国に対応(ローカライズ)させて海外で放送。

#### ＜放送コンテンツ関連輸出＞

#### ・インターネット配信権 (14.8%)

→ 海外の動画配信サイトが、放送番組を現地の国に対応(ローカライズ)させてネット配信する権利。

#### ・ビデオ・DVD化権 (8.6%)

→ 放送番組をビデオ・DVD化して海外で販売する権利。

#### ・フォーマット権・リメイク権 (7.3%)

→ バラエティ番組などのコンセプトや制作手法をフォーマット権として海外へ販売、またはドラマなどの舞台設定や登場人物などの構成要素を取り出してリメイク権として販売し、それに基づいて海外の放送局・制作会社が現地の出演者やスタッフを活用して番組を制作・放送。

#### ・商品化権 (23.3%)

→ 例: アニメなどの放送番組のキャラクターを商品化して海外で販売する権利。

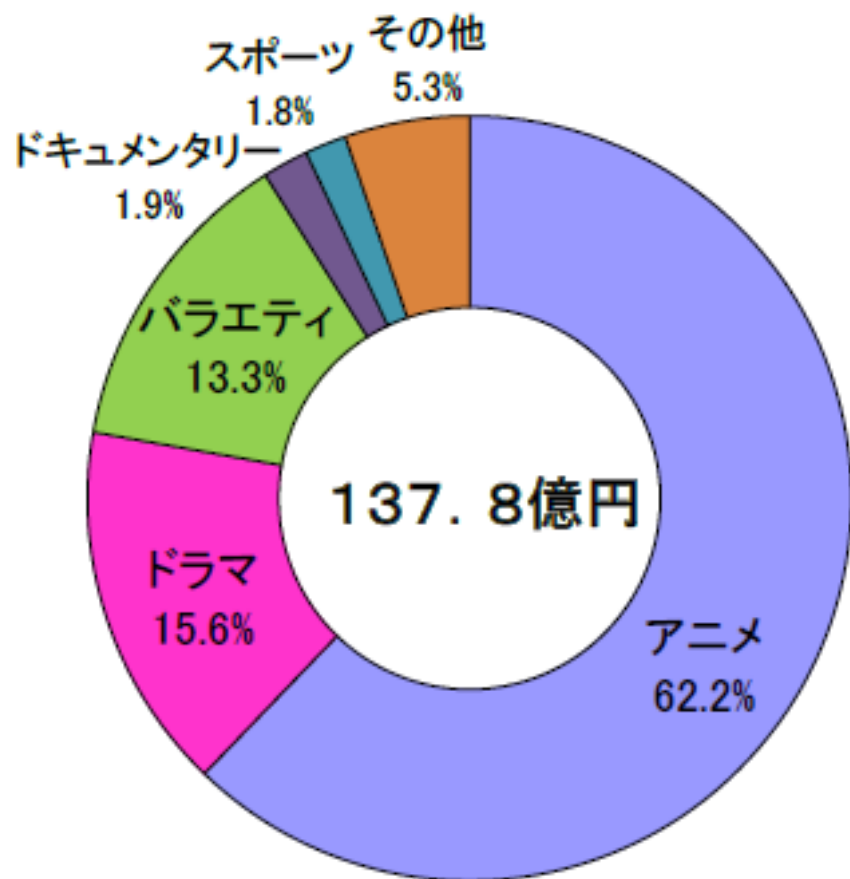
#### ・その他 (0.9%)

→ 例: 放送番組の一部を海外の番組の中で番組素材(フッター)として活用する権利。

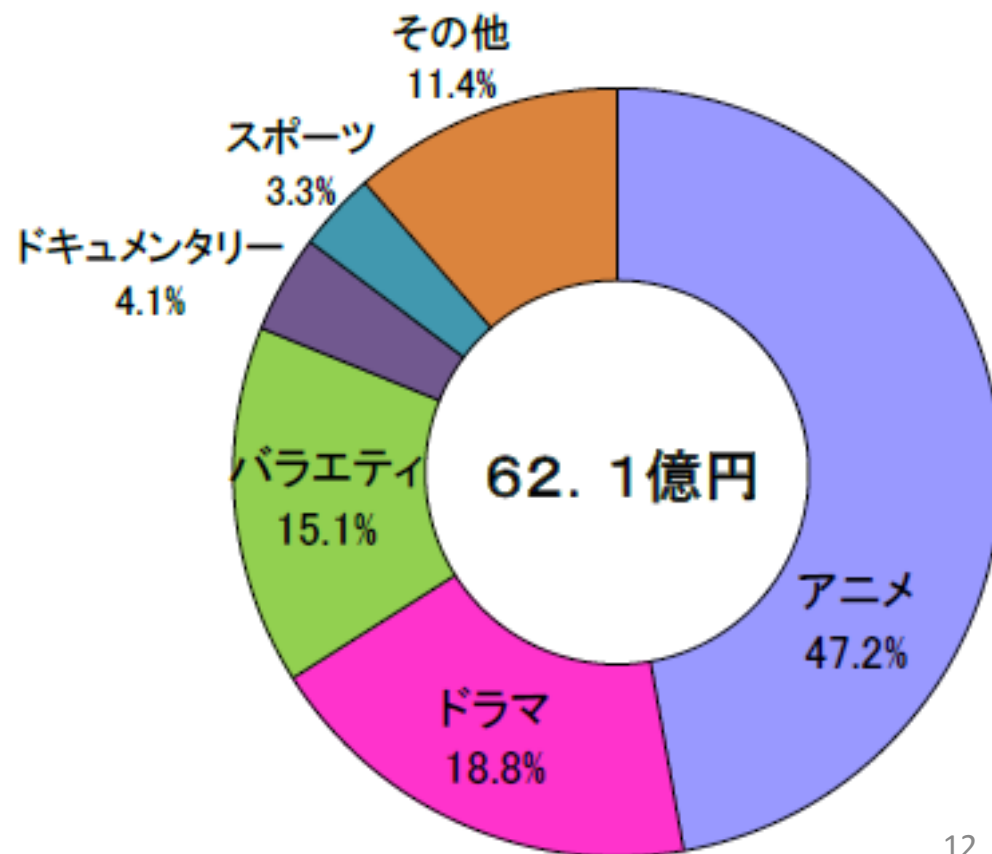
### 3. 日本のコンテンツの海外展開状況 (2)放送における海外展開状況②

■海外輸出額でみると、アニメの占める割合が高い。

【放送コンテンツ輸出額(ジャンル別)2013年】



【番組放送権の輸出額(ジャンル別)2013年】



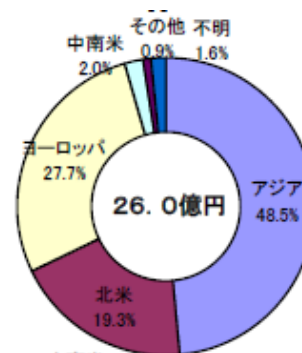
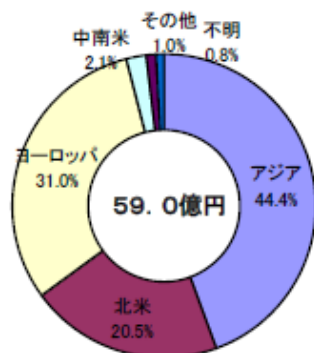
### 3. 日本のコンテンツの海外展開状況 (2)放送における海外展開状況③

【主要ジャンル別の輸出先(2012年度)】

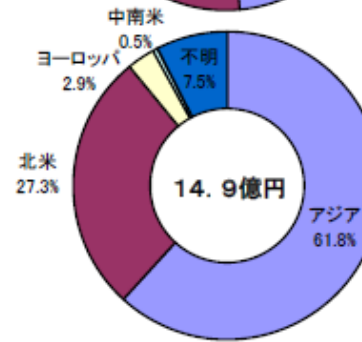
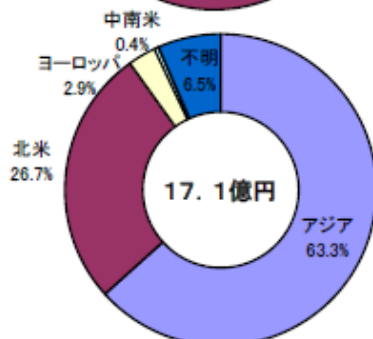
【放送コンテンツ輸出額】

【番組放送権の輸出額】

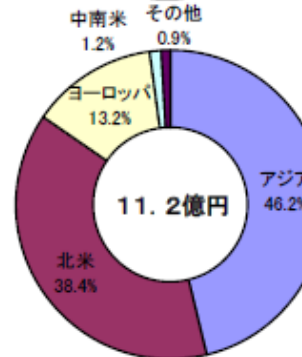
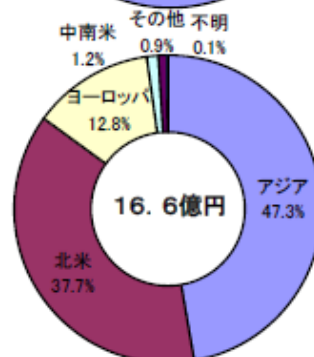
アニメ



ドラマ



バラエティ

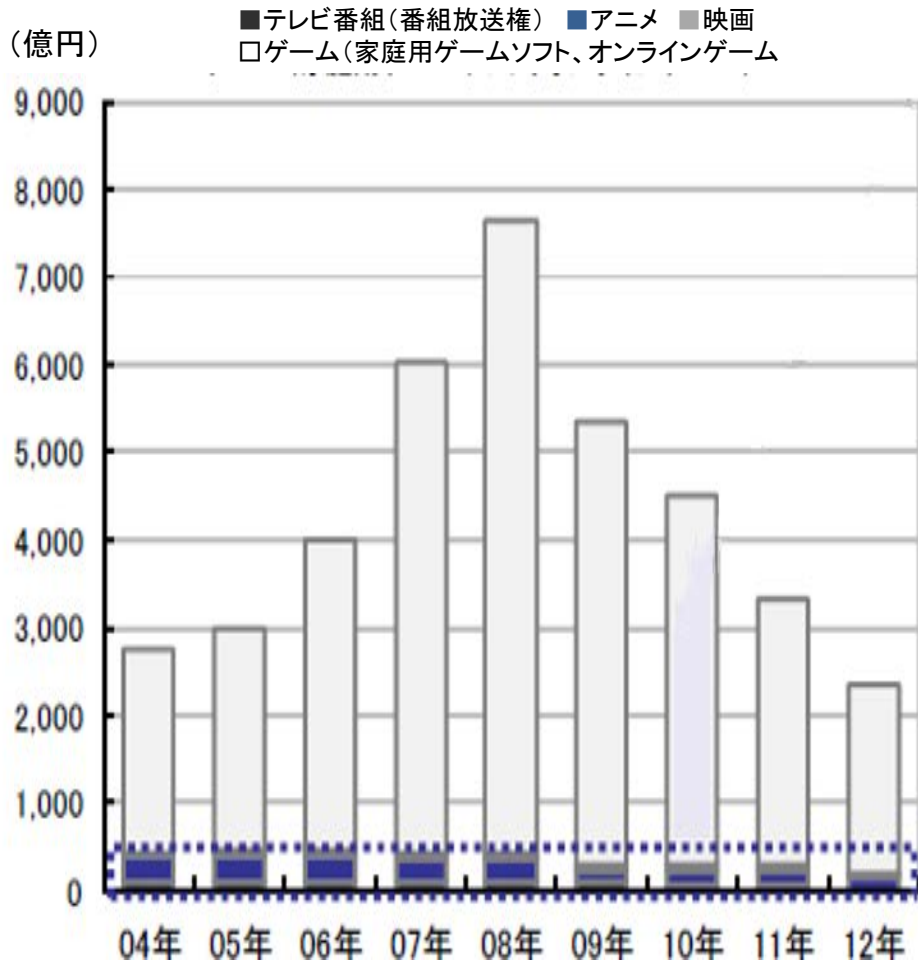


# 4. コンテンツの海外展開に関する日韓比較 ~全体~

■ 日本のコンテンツ輸出額が減少している中、韓国の輸出額は毎年増加している。

※注 日韓で対象とするコンテンツの種類に違いがあることに留意が必要

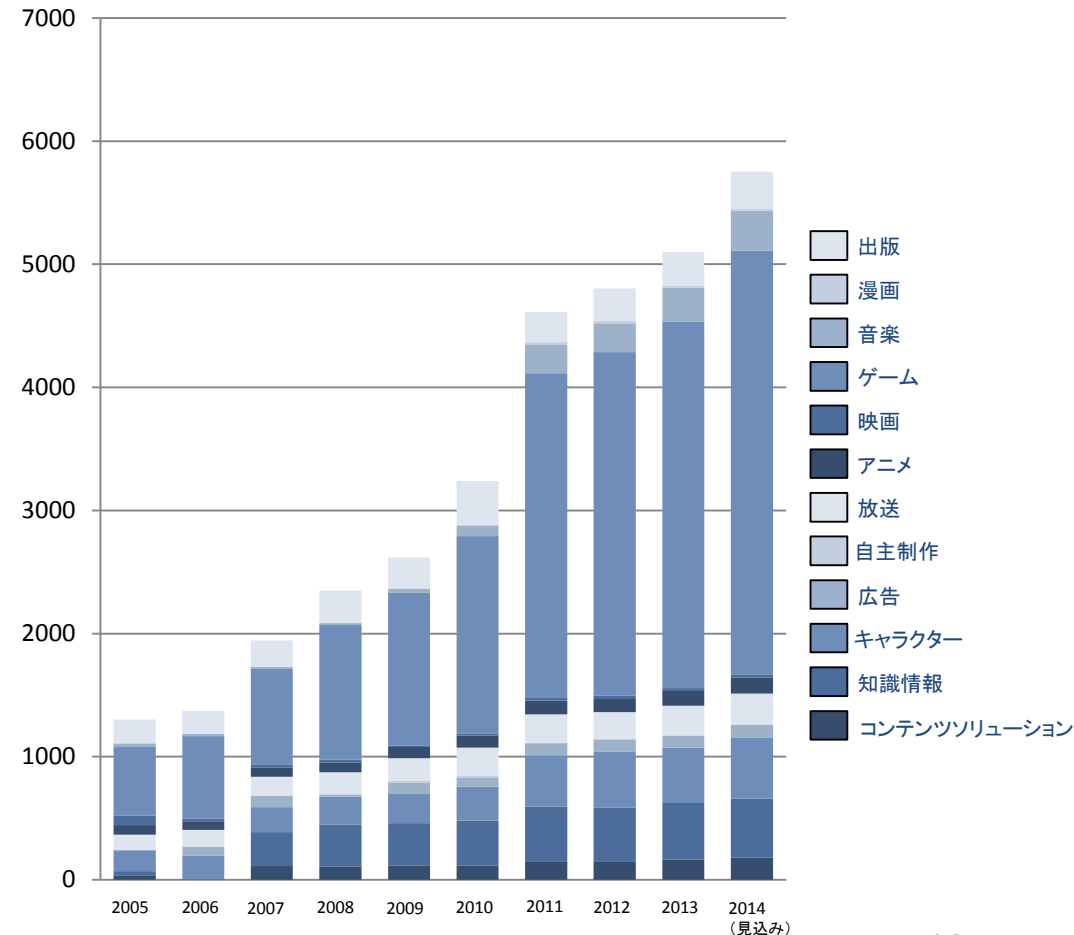
【日本コンテンツ輸出額の推移】



出所:「デジタルコンテンツ白書2013」を基にみずほ銀行産業調査部作成

【韓国コンテンツ輸出額の推移】

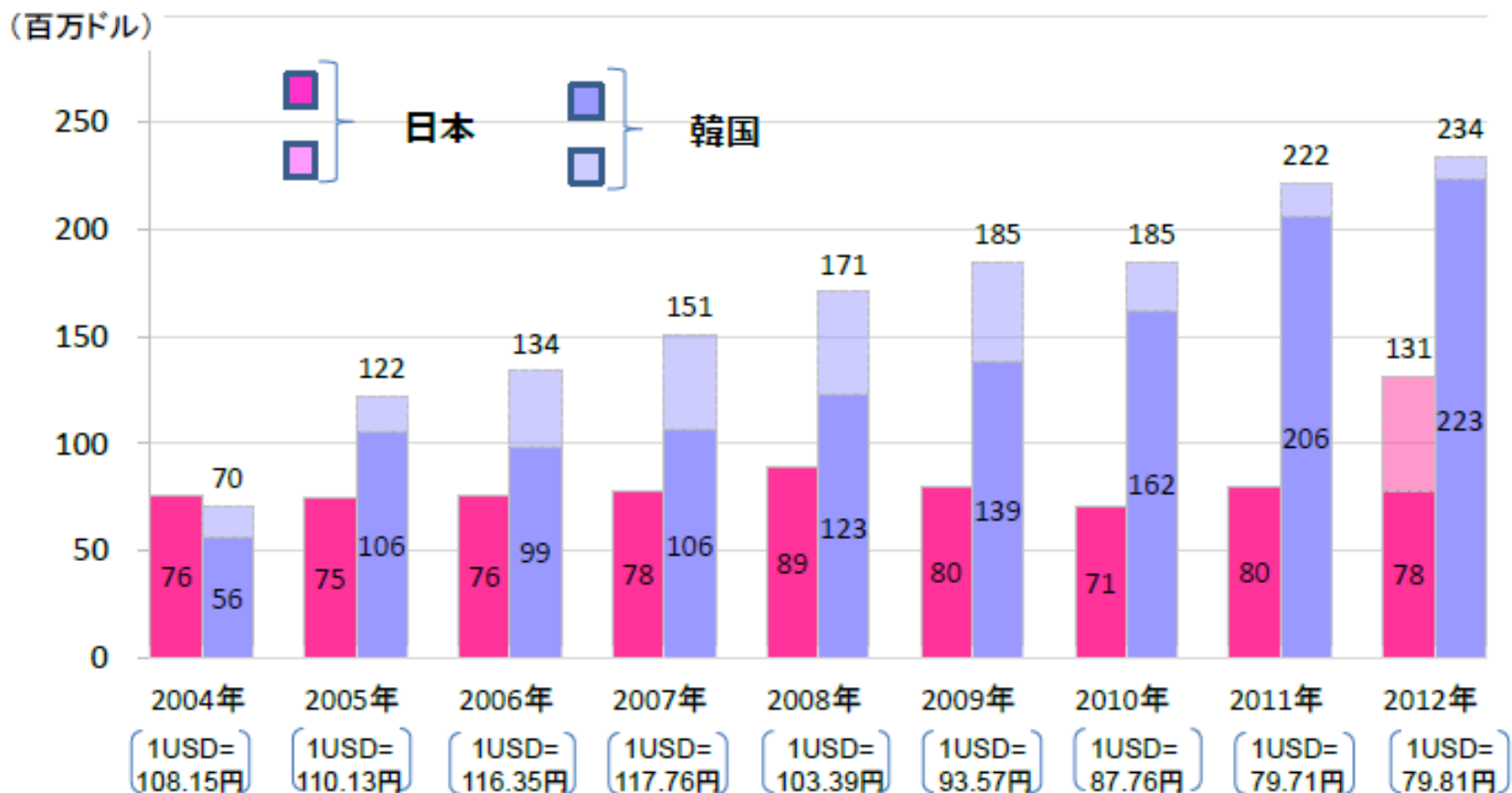
(million \$)



出所: KOCCA Reports

## 4. コンテンツの海外展開に関する日韓比較 ～放送～

■ 日本と比較して韓国の放送コンテンツ輸出額が大きい。



※グラフの濃い色(実線部分)は、番組放送権の輸出額。

※グラフの薄い色(点線部分)は、商品化権、ビデオ・DVD化権、フォーマット権・リメイク権、インターネット配信権等の輸出額。

※為替レート:財務省貿易統計、各年平均による。

出典:日本は、総務省情報通信政策研究所「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析」(2014.4) p1

韓国の2007年以前は、未来創造科学部、放送通信委員会「2013年放送産業実態調査報告書」(2013.11) p393をもとに作成。

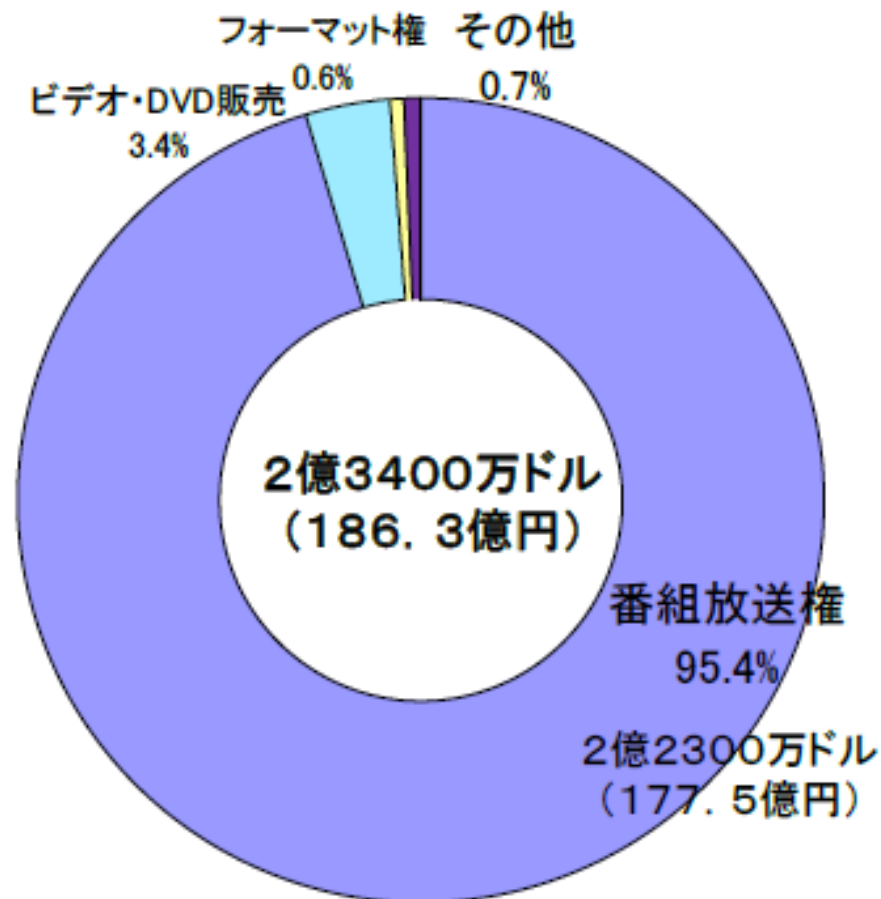
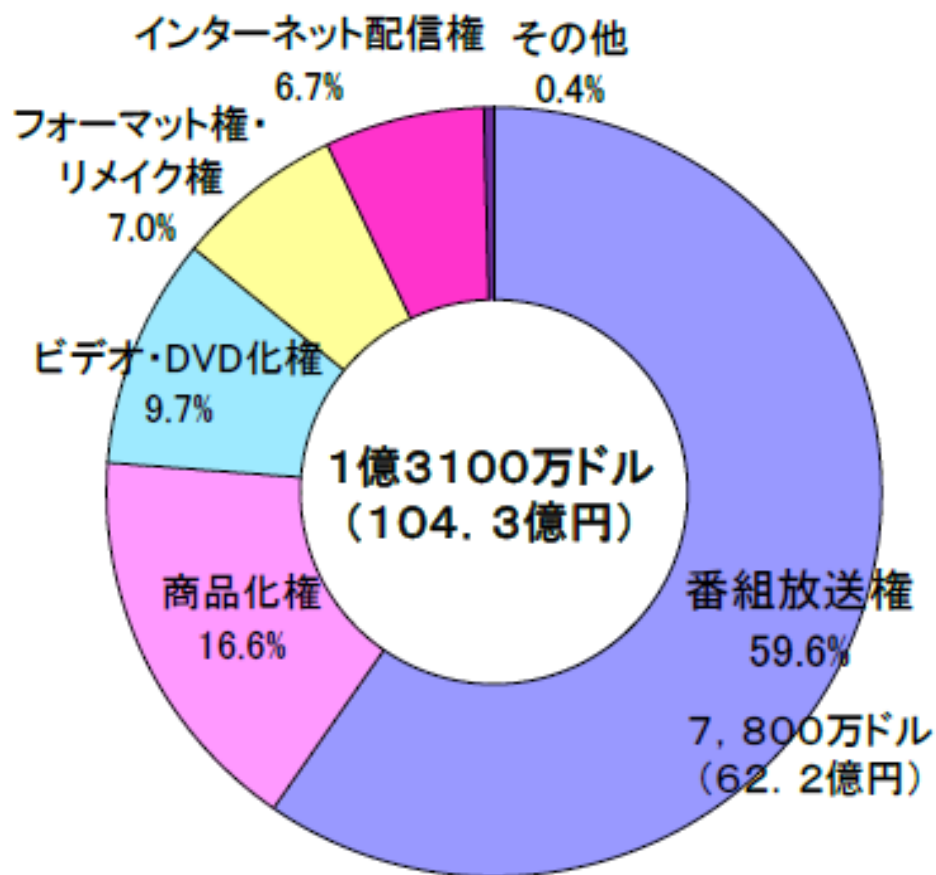
韓国の2008年以降は、文化体育観光部「2013コンテンツ産業統計(2012年データ)」(2013.12) p200 表4-7-30等をもとに作成。



## 4. コンテンツの海外展開に関する日韓比較 ～放送～

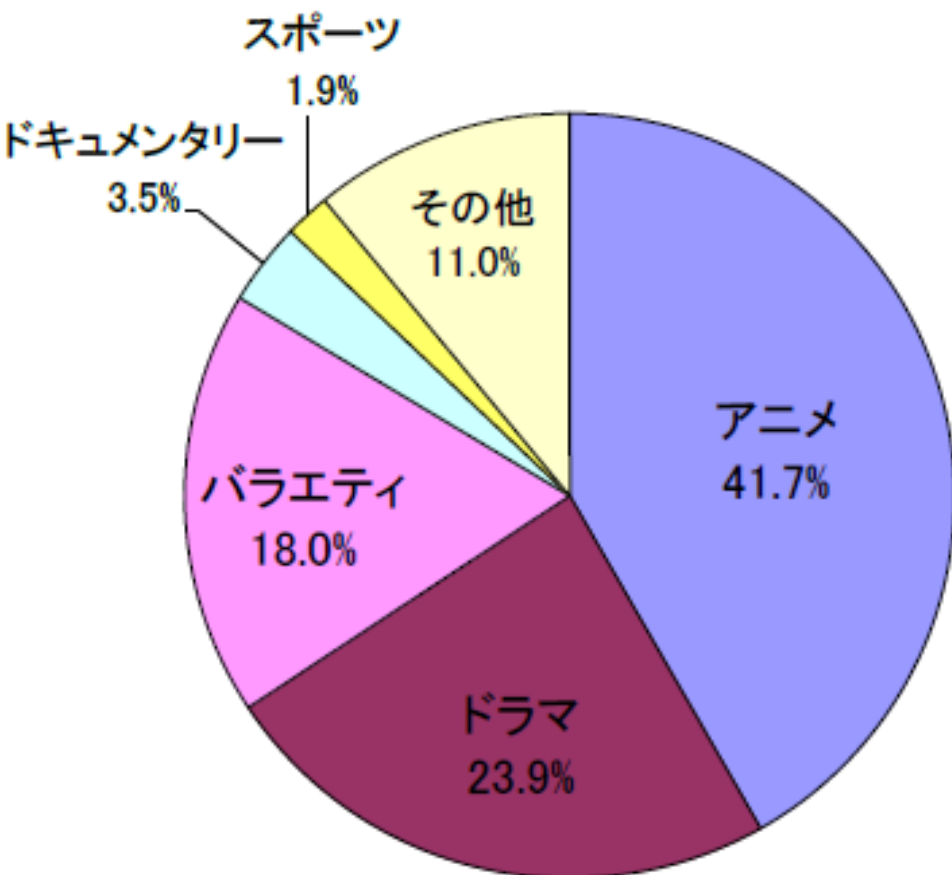
【日本の放送コンテンツ輸出額の構成(2012年度)】

【韓国の放送コンテンツ輸出額の構成(2012年度)】

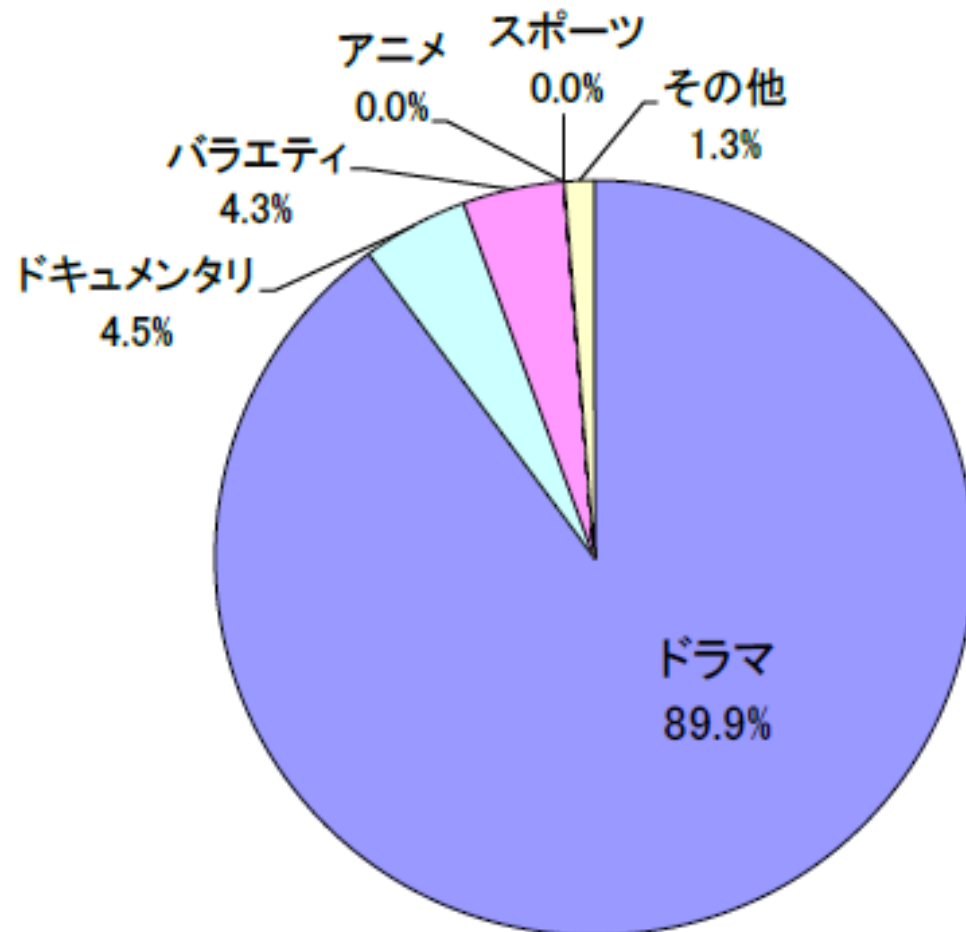


## 4. コンテンツの海外展開に関する日韓比較 ～放送～

【日本の番組放送権の輸出額に占めるジャンル別の割合  
(2012年度)】



【韓国の番組放送権の輸出額に占めるジャンル別の割合  
(2012年度)】



## 4. コンテンツの海外展開に関する日韓比較 ～放送～

【日本の番組放送権の輸出先(2012年度)】

【韓国の番組放送権の輸出先(2012年度)】

