

コンテンツ産業overview

社情研教育部授業
「情報と経済・産業」(1)



コンテンツ産業とは

- 映像産業

映画産業、テレビ産業、アニメ産業

- 音楽産業

- ゲーム産業

- 出版産業

(この分類は、経済産業省資料にもとづく)

映画産業の現状

- 世界第二位の映画消費大国 (by経済産業省)

映画興行収入: 1709億円 (2000年)

98年 (1935億円) ピークに2年連続減少

01年は「千と千尋」ヒットで2千億円超見込み

ビデオソフト売上高: 2332億円 (2000年)

(参考) 経済規模比較 

- 90年代以降は、シネコンの普及によりスクリーン数が大幅に増加 (シネコン: 45%)
- 邦画大手はリスク分散のために、共同製作やプロジェクト製作導入

テレビ産業の現状

- 地上波番組市場規模(FY00): 約3兆円
(NHK0.7兆円、民放キー局1.2兆円、民放
地方局1.1兆円) < 営業収入ベース >
- 映像産業の中核
- CS, BSは苦しい経営状況: 赤字の当期
損益(2・8の法則、タイニー・コンテンツ)
- コンテンツはアジアを中心に市場拡大

アニメ産業の現状

- 市場規模: 1,593億円(CY00)(DVD普及でアニメタイトルの堅調な売り上げ増)
キャラクターライセンス対象製品の総生産額は約2兆円(by経済産業省)
- デジタル化や海外作業委託により大幅コスト削減(制作機能のアジア拡大も)
- ポケモンのヒット以来、ビジネス拡大傾向

音楽産業の現状

- 世界第二位の音楽消費大国(by経済産業省)
生産額:5,031億円(CY2001)(98年ピーク
に3年連続減少)
- メガヒットと売れない商品の二極分化
- オンライン配信への期待
- 他方、音楽ファイル交換問題(Napster,
Gnutella)

ゲーム産業の現状

- 世界第二位のゲーム消費大国(by経済産業省)
- 市場規模は97年をピークに減少傾向
(4,143億円:CY2000)
- 制作費の高騰(映画並みと言われる作品も)
- 中古ソフト販売問題(02年4月最高裁判断:
頒布権は有るが、譲渡されたら消滅する)

出版産業

- 市場規模は97年以来減少傾向(今や10年前の水準にまで落ち込んでいる)
- 新刊発行点数の増加と返本率の急増(書籍の返本率は40%！)
- 書店の構造変化(中小書店の減少、新古書店・マンガ喫茶の出現)
- オンデマンド出版・デジタル出版
(ところで、みなさんはマンガを読みますか？どこで読みますか？)



IT・ブロードバンド時代のコンテンツ

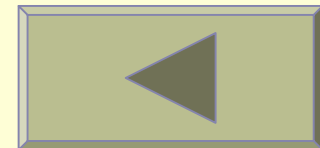
- 流通チャネルの増加・多様化 (Vehicle (物) の制約がなくなる。双方向性)
 - コピー・コントロール (使用毎課金)
 - 融合型コンテンツ
 - 国境に関係のないコンテンツ制作・流通
-

情報財の特徴

- ゼロの社会的限界費用
- 取引の不可逆性
- 強い外部効果
- 不可分性
- 生産の不確実性
- 消費の不確実性
- 情報生産投入物としての個人
- 不均一な投入コスト

経済規模の比較

- 個人消費支出：287兆円 (FY00)
- 自動車小売業販売額：17兆円 (FY01)
- コンビニ・ファーストフード：2.4兆円 (FY01)
- コンビニ・サービス売上高：3300億円 (FY01)



参考文献・サイト

- 経済産業省，「コンテンツ産業政策」
http://www.meti.go.jp/policy/media_contents/main_01.html
- 日本レコード協会，「日本のレコード産業」
http://www.riaaj.or.jp/main_sangyou.html
- 電通総研『情報メディア白書』電通総研．
- Arrow, Kenneth J.[1974]The Limits of Organization, New York : Norton (村上泰亮訳[1999]『組織の限界』岩波書店．)．
- 国領二郎[1999]『オープンアーキテクチャ戦略』東洋経済新報社．
- 野口悠紀雄[1974]『情報の経済理論』東京経済新報社．