

調査の対象と調査手法の要件

1. 調査の対象

(1) 対象とするコンテンツ

コンテンツ	様々なメディア上で流通する〔映像、音楽、ゲーム、図書〕など、動画・静止画・音声・文字・プログラムなどの表現要素によって構成される“情報の内容”
デジタルコンテンツ	デジタル形式で記録されたコンテンツ

(2) 市場規模の枠組み

① デジタルコンテンツの市場規模

デジタル形式で記録されたコンテンツを対象とし、コンテンツの利用者に対する暦年1年間の売上金額を市場規模として把握します。

※コンテンツの利用者がデジタルコンテンツの消費（購入）の際に、ディストリビューター（流通の最終段階に位置する事業者）に対して暦年1年間に支払った金額（ディストリビューターが暦年1年間に得る収入）。

※利用者がコンテンツを消費（購入）する段階でデジタルデータとして表現されているものを対象とします。従って、制作段階ではデジタル形式（電子媒体）であっても、利用者にはアナログ形式（紙媒体）で提供される書籍・新聞などは対象としません。

② デジタルコンテンツ関連市場規模

本調査におけるデジタルコンテンツを利用するためのプラットフォームやアプリケーションとなる製品を「プロダクツ市場」、デジタルコンテンツの流通と連動する各種サービスは「周辺市場」とします。原則として、プロダクツ市場はその出荷数量、周辺市場はサービスの利用契約者数や利用金額を市場規模として把握します。

③ コンテンツ産業の市場規模

メディアで流通しているコンテンツの市場規模を、産業団体・関連省庁等の公表値に基づいて産業形態（産業規模）として把握します。

(3) 調査品目（市場を推計する際の推計単位）

①デジタルコンテンツの市場規模

コンテンツを「映像」「音楽」「ゲーム」「図書、画像・テキスト」に分類し、これとクロスする形でコンテンツを流通させるメディアとして、①パッケージソフトの出版・発行・販売による流通 ②インターネット配信による流通 ③インターネット対応の携帯電話による流通と分類し、コンテンツビジネスの実態に応じた調査品目を各々設定してください。

例： インターネット音楽配信 ⇒ i. 音楽配信 ii. MIDI・DTMデータ配信

	パッケージソフト	インターネット配信	携帯電話配信
映像	□□□□□	□□□□□	□□□□□
音楽	□□□□□	i. 音楽配信 ii. MIDI・DTMデータ配信	□□□□□
ゲーム	□□□□□	□□□□□	□□□□□
図書、画像・ テキスト	□□□□□	□□□□□	□□□□□

②デジタルコンテンツ関連市場規模

◇デジタルコンテンツ関連市場（プロダクツ市場）

上記のデジタルコンテンツの利用に不可欠な製品を設定してください。

例： 汎用機器－パーソナルコンピュータ、携帯電話機等

◇デジタルコンテンツ関連市場（周辺市場）

デジタルコンテンツの流通と連動する各種サービスを設定してください。

例： 広告（インターネット広告、モバイル広告等）

◇コンテンツ産業

コンテンツを「映像」「音楽・音声（ラジオ放送）」「ゲーム」「図書・新聞、画像・テキスト」に分類し、これとクロスする形でコンテンツを流通させるメディアとして、①パッケージソフトの出版・発行・販売による流通 ②インターネット配信による流通 ③インターネット対応の携帯電話による流通 ④映画館・カラオケ・アーケードゲームなどの拠点サービスによる流通 ⑤テレビの地上波・衛星・CATVやラジオによる放送と分類し、コンテンツビジネスの実態に応じた調査品目を各々設定してください。なお、先述のデジタルコンテンツ市場で設定した調査品目も位置付けてください。

例： 映像の拠点サービス流通 ⇒ 映画興行収入（i. 邦画 ii. 洋画）

	パッケージ 流通	インター ネット流通	携帯電話 流通	拠点サービス 流通	放送
映像	□□□□□	□□□□□	□□□□□	映画興行収入 i. 邦画 ii. 洋画	□□□□□
音楽・音声	□□□□□	□□□□□	□□□□□	□□□□□	□□□□□
ゲーム	□□□□□	□□□□□	□□□□□	□□□□□	□□□□□
図書・新聞、 画像・テキスト	□□□□□	□□□□□	□□□□□	□□□□□	□□□□□

(4) 経済波及効果

[デジタルコンテンツ市場、デジタルコンテンツ関連市場、コンテンツ産業]の市場規模の推計と各市場の動向を基に、代表的なビジネスモデルの定量的な検証を行うものとします。

2. 調査手法の要件

(1)

推計の基となるデータは、原則として業界団体の公表値とし、「年度」と「暦年」のいずれかを明らかにしてください。

(2)

B to Cの市場規模の公表値の場合は採用してください。ない場合は、原価と売値との比率（マージン率）や市場カバー率等により推計するとともに、その根拠を明らかにしてください。

(3)

業界団体の公表値が存在しない場合は、主要事業者の公表値、ヒアリング調査等により推計するとともに、その根拠を明らかにしてください。

以上