

〔平 26 . 4 . 4
際 D 3 - 3〕

税制調査会（国際課税 D G ③）

〔国境を越えた海外電子コンテンツの市場規模について〕

平成 26 年 4 月 4 日（金）

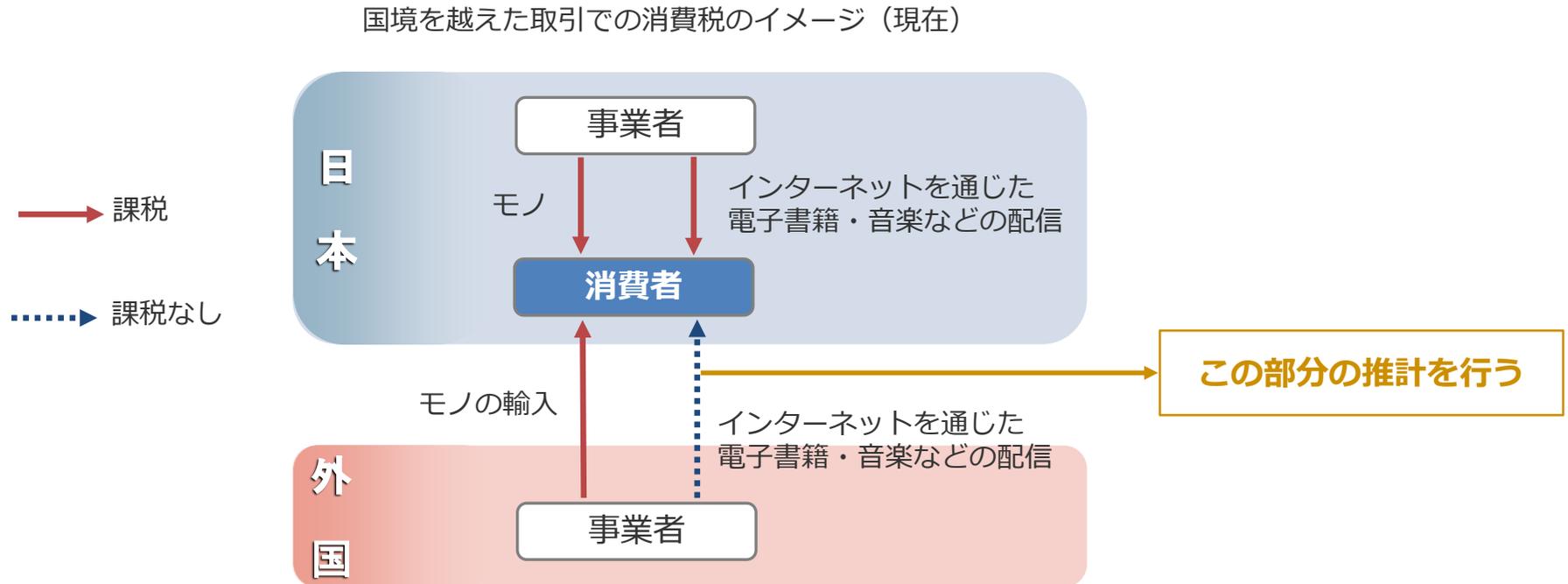
大和総研

主任コンサルタント 米川 誠

調査の概要

- 消費税は国内の取引と物の輸入が対象となっているため、欧米企業などが海外に配信サーバーをおき、日本向けに音楽や電子書籍などをインターネット経由で配信する場合、現行法上では国外取引として課税されない。一方、国内事業者などが国内のサーバーから同様の配信を行う場合は「国内取引」として課税される。
- 本調査では、海外事業者のインターネットを通じた電子書籍・音楽などの配信等に係る市場規模の推計を行うものである。

今回の推計の概念図



推計手法の検討

主な海外事業者の日本で売上の記載について

	アニュアルレポート、有価証券報告書等における 日本での売上高の記載	海外からの電子コンテンツの 売上推計について
A社	日本での売上は78億ドル（2012年）。ただし、これは日本国内での物品取引、電子取引を含んだ数字。	海外から日本への電子コンテンツの売上のみを抽出することは困難。
B社	アメリカ、イギリス以外の「Rest of the world」の売上は218億ドル(2012年)	日本だけの売上の記載はない。
C社	アジアでの売上は広告が5億ドル、その他が1億ドル(2012年)	日本だけの売上の記載はない。
D社	セグメント情報では、「インターネットサービス」の売上は2286億円(2012年)であり、日本における電子コンテンツの売上もここに含まれている模様。	海外から日本への電子コンテンツの売上のみを抽出することは困難。

主な海外事業者の日本での売上の推計に当たっては間接的な方法を用いることとする。

推計の対象

- 今回、海外からの電子コンテンツの売り上げの推計対象品目は、以下の電子コンテンツとする。
- また、推計年は各社開示資料等の関係より2012年とする。

(1) 広告



(4) 音楽



(7) ゲーム



(2) 電子書籍



(5) ソフトウェア



(8) 有料メールマガジン



(3) クラウド



(6) 映像



広告の推計手法の概要

(1) 広告の推計

日本国内での海外事業者による国内インターネット広告売上のほとんどは大手海外事業者2社で占められていると思われる。よって、この2社について広告売上を推計する。

● A社

A社は地域別売上データは米国、英国、その他地域としか開示しておらず、日本はその他地域に含まれる。よって、広告売り上げはA社利用者数に比例すると考え、日本のA社利用者のデータより、その他地域に含まれる日本での売上を推計する。

● B社

B社の開示書類では広告売上のデータはアメリカ&カナダ、ヨーロッパ、アジア、その他地域となっており、日本はアジアに含まれる。したがって、A社と同様に広告売り上げは利用者数に比例すると考え、欧米と日本のB社利用人口を元に日本での広告売り上げを推計する。

電子書籍の推計手法の概要

(2) 電子書籍の推計

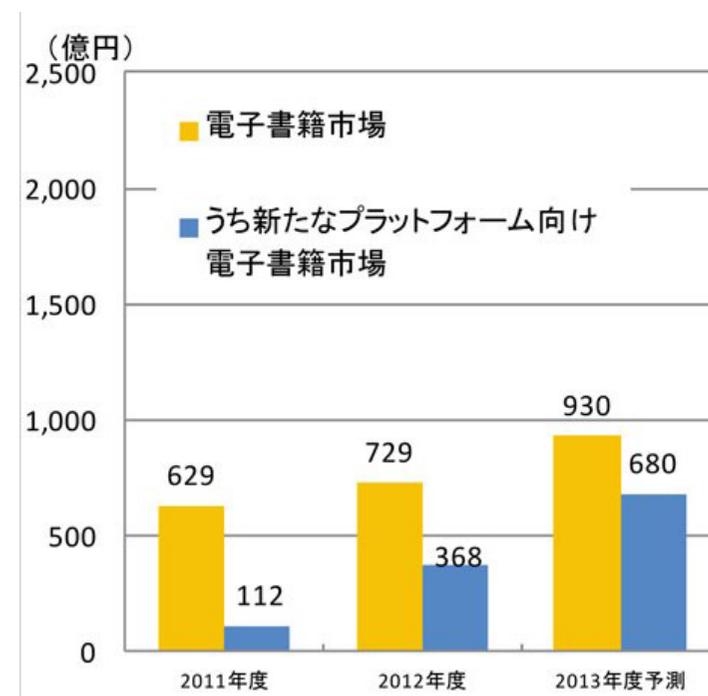
電子書籍については、電子書籍のストア別の利用状況より、まず、2012年の消費税が不課税と思われる海外事業者の利用状況を把握する。その上で、この利用状況と電子書籍市場規模額を用いることで海外事業者の国内売上額の推計を行う。

電子書籍ストアの利用状況（2012年12月）

2012年12月調査 (n=582)	現在、利用している	過去に購入したことがある	試した程度	利用したことがない
Kindleストア	40.0%	9.0%	18.2%	31.7%
紀伊國屋書店BookWebPlus	13.4%	10.2%	27.2%	48.1%
Reader Store	10.1%	6.2%	11.5%	69.5%
楽天kobo	7.4%	8.6%	13.9%	68.8%
BookLive!	6.7%	9.0%	19.2%	62.8%
BOOK☆WALKER	6.5%	6.9%	17.1%	66.0%
eBookJapan	5.8%	12.0%	21.2%	58.2%
honto	6.0%	12.3%	23.5%	55.4%
Google Play Books	3.2%	7.2%	23.1%	64.7%
GALAPAGOS STORE	2.3%	5.6%	13.1%	76.0%
パピレス	1.6%	10.8%	20.1%	65.1%
Yahoo!ブックストア	1.9%	1.9%	15.0%	79.2%
TSUTAYA.com eBOOKS	0.0%	1.1%	7.6%	88.5%

出典：インプレスR&D「電子ストア利用動向調査」

電子書籍市場規模の推移

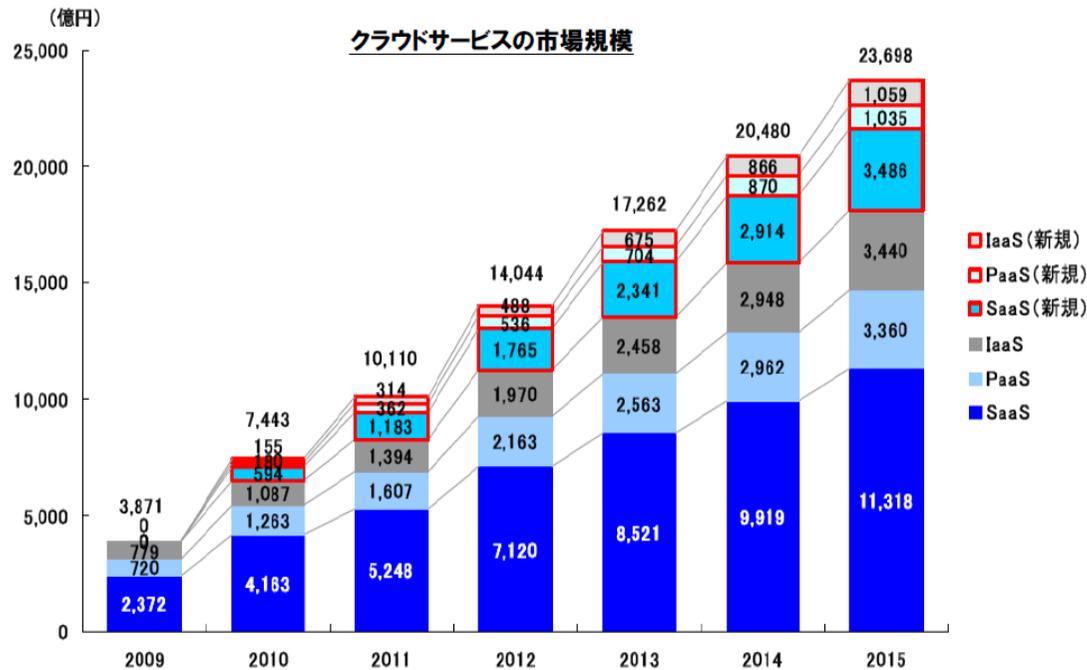


出典：インプレスビジネスメディア「電子書籍ビジネス調査報告書2013」

クラウドの推計手法の概要

(3) クラウドの推計

クラウドについては、2012年不課税事業者と思われる海外事業者を抜き出した上で、各事業者の推定市場シェアをかけることによって売上を推計する。



出典：総務省「スマート・クラウド研究会報告書」(2010年)

PaaS/IaaS分野の海外事業者の推定市場シェア (2012年)

事業者	2012年推定市場シェア
E社	9.6%
F社	6.2%
G社	2.3%

SaaS分野の海外事業者の推定シェア (2012年)

事業者	2012年推定市場シェア
F社	6.3%
G社	0.7%

出典：ITR「ITR MARKET VIEW クラウドコンピューティング市場2012」

より大和総研作成

音楽、ソフトウェア、映像、ゲーム、有料メールマガジンの推計手法の概要1

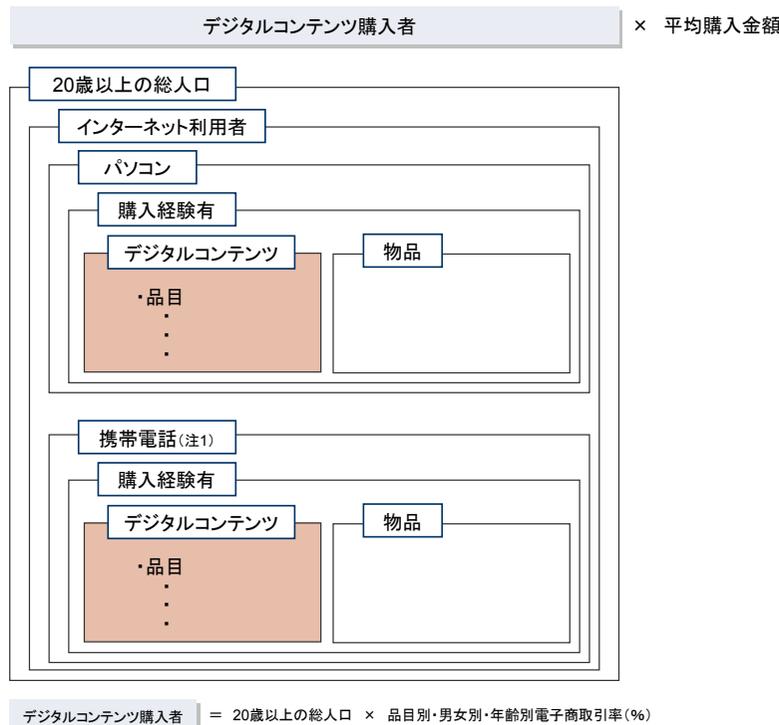
(4) 音楽 (5) ソフトウェア (6) 映像 (7) ゲーム (8) 有料メールマガジンの推計

- 音楽、ソフトウェア、映像、ゲーム、有料メールマガジンについては、同一の手法で推計を行う。
- これらの越境BtoC取引にかかる輸入取引の規模を算出したマクロデータは存在しないため、これらデジタルコンテンツに係る電子商取引を間接的に推計する。

第一段階・・・電子商取引による国内消費者の品目別年間消費金額の推計

個人が過去一年間に電子商取引によって購入した平均購入額にその電子商取引の利用者数を乗じて購入総額を推計する。

品目別市場規模



$$X_{btoc} = \sum_k \sum_j \sum_i P_{i,j} \cdot u_{i,j,k} \cdot r_{i,j,k} \cdot C_{i,j,k}$$

$$k \in \{1,2\}, j \in \{1,2\}, i \in \{1,2,\dots,7\}$$

X_{btoc} : 企業から家計への品目別の販売額(購入者価格)

P : 人口

u : 人口に対するインターネット利用者の割合

r : インターネット利用者に対する品目別の電子商取引利用者の割合

C : 電子商取引利用者の品目別の年間平均購入額

j : 男女

i : 年齢階層

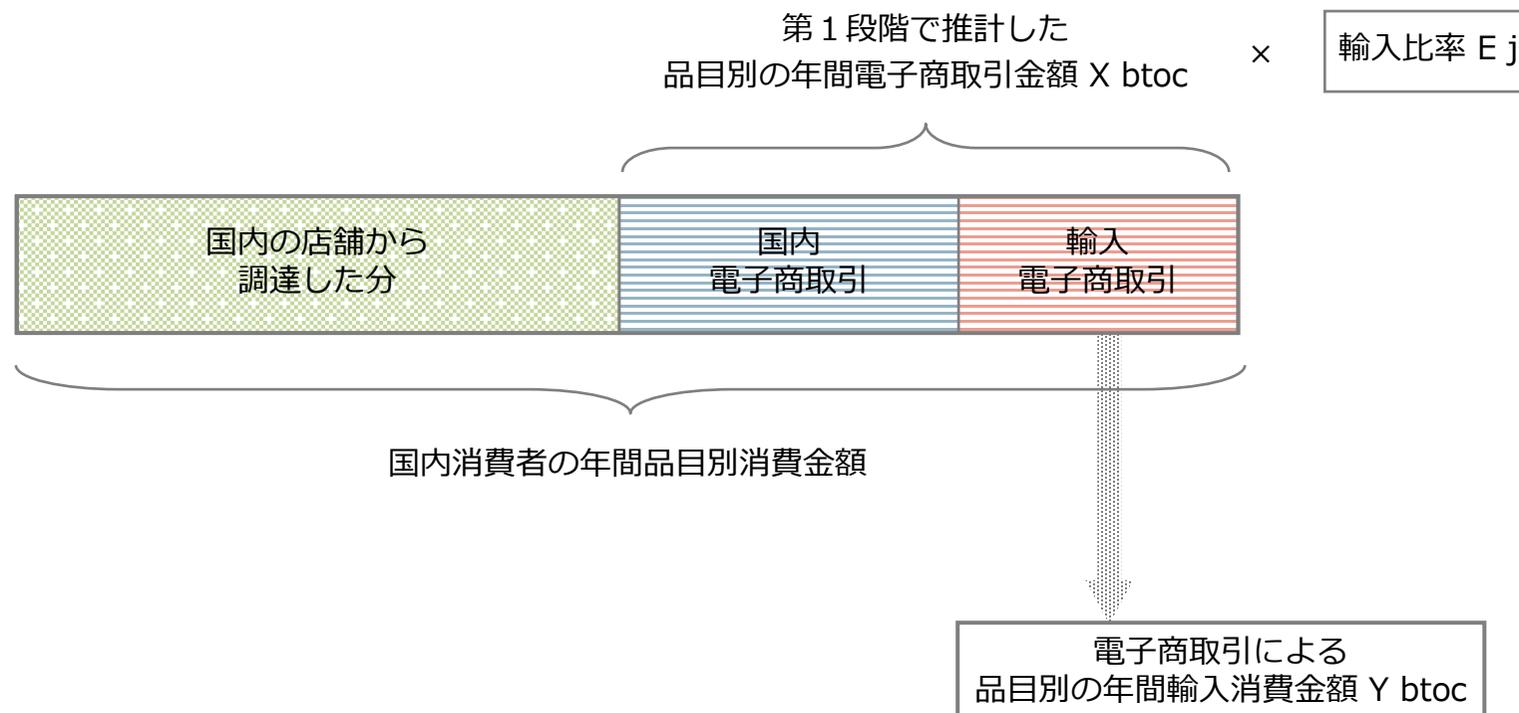
k : パソコンまたは携帯電話(スマートフォン、タブレット端末)

音楽、ソフトウェア、映像、ゲーム、有料メールマガジンの推計手法の概要2

第二段階・・・デジタルコンテンツの電子商取引による国内消費者の年間輸入金額の推計

- 第二段階では、第一段階で推計したデジタルコンテンツの品目別の年間電子商取引に、越境BtoC取引を行っていると考えられる最大の輸入割合を乗じることにより、越境BtoCの規模を算出する。
- 輸入割合については、経済産業省「電子商取引に関する市場調査」における「越境EC利用率」のデータ等から推計を行う。

推計第二段階の概念図



推計結果

2012年の国境を越えた海外電子コンテンツの市場規模をまとめると以下の表のようになった。総額では5,119億円となり、そのうち約5割が広告となっている。

国境を越えた海外電子コンテンツの市場規模（2012年）

	国境を越えた海外電子コンテンツの市場規模推計値 (億円)	構成比
広告	2,668	52.1%
電子書籍	352	6.9%
クラウド	1,482	29.0%
音楽	231	4.5%
ソフトウェア	133	2.6%
映像	105	2.1%
ゲーム	126	2.5%
有料メールマガジン	22	0.4%
合計	5,119	100%