


日本數位內容協會 / DCAJ 

2008 年度

日本內容產業概況

日本數位內容協會 / DCAJ 

2008 年度

日本內容產業概況

前言

數位科技的進步造就了網路的迅速普及與寬頻的蓬勃發展，也讓日本的內容產業出現重大變化。業界需要新的策略，才能因應目前內容的社會與技術環境。

本手冊陳述了日本內容產業在這些情勢下的概況。手冊的大部分內容摘自日本數位內容協會(DCAJ)發行的日文版「2008年數位內容白皮書」，並經過翻譯，其中包括「日本市場 2007 年的規模」、「日本內容產業的政策」以及「日本內容產業的現況」。

希望本手冊能協助您深入了解日本的內容產業。

本手冊引用 2008 年 8 月底前的資料。

版權所有©2008 年 日本數位內容協會

未經許可 不得重製

印刷：大日本印刷公司於日本印製

手冊簡介

本手冊為「2008 年數位內容白皮書」的英文版摘要。

手冊中所謂「內容」的定義

內容	影片、音樂、遊戲與書刊等資訊的內容，包含影片、靜止畫面、聲音、文字與軟體程式等通訊元素，並透過各種方式傳播。
數位內容	以數位格式記錄的內容

市場規模

內容市場的規模

採用貿易組織與相關部會的官方數字*，以估算內容市場的規模。

內容可以依類型區分為：影片，音樂 / 聲音（電台廣播），電動遊戲以及書刊、報紙，影像與文字。接著再依照經銷方式將每種類型細分為 5 大類：(a) 套裝軟體的出版與銷售；(b) 網路存取 / 傳送；(c) 具備網路功能的手機；(d) 戲院、卡拉 OK 與電動遊樂場等服務設施；以及 (e) 地面電視、衛星電視、有線電視與電臺廣播等廣播。將交叉表各欄中的數據加總起來，便可算出市場規模的預估值。

*依照資料來源採用曆年或會計年度的數據。

經銷方式 類型	套裝產品	網際網路	手機	場地服務	廣播
影片					
音樂 / 聲音					
遊戲					
書刊 / 報紙， 影像 / 文字					

數位內容市場的規模

我們依據整個曆年中（內容）終端用戶的銷售淨額，明確算出數位式內容市場的規模。

註：只有在用戶購買時以數位格式記錄的內容才能納入計算。因此在購買時屬於類比格式的產品，例如書刊與報紙，雖然在製作過程中以數位格式記錄，卻不能納入計算。

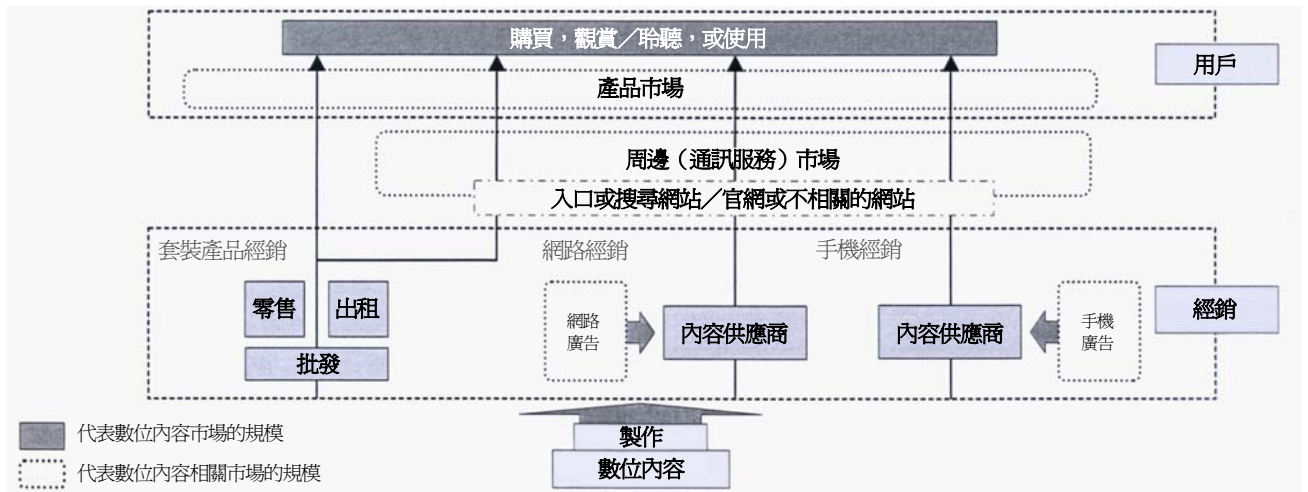
內容可以依類型區分為：影片，音樂，電動遊戲以及書刊、影像與文字。接著再依照經銷方式將每種類型細分為 3 大類：(a) 以套裝產品形式經銷的內容；(b) 透過網路經銷的內容；(c) 具備網路功能的手機所經銷的內容。將交叉表各欄中的數據加總起來，便可算出市場規模的預估值。

經銷方式 類型	套裝產品	網際網路	手機
影片			
音樂 / 聲音			
遊戲			
書刊 / 報紙， 影像 / 文字			

相關產品的市場規模

數位內容的應用硬體屬於「產品市場」，數位內容的經銷服務則屬於「周邊市場」。

數位內容的經銷架構（簡圖）



內容

前言

手冊簡介

1. 日本市場 2007 年的規模	4
• 內容產業 2007 年的市場規模	
• 數位內容 2007 年的市場規模	
2. 日本內容產業的政策	8
• 內容產業振興策略的主要議題	
• 2008 年日本國際影視節 (CoFesta2008)	
3. 日本內容產業的現況	15

1. 日本市場 2007 年的規模

內容產業 2007 年的市場規模

根據貿易組織與相關部會數據（見表 1-1）所算出的預估值，「內容產業的市場規模」在 2007 年成長至 13.818 兆日圓（請見註一），比 2006 年增加 0.3%。

如表 1-2 所示，在 2007 年的「內容類型分析」中，「書刊／報紙與影像／文字」類佔了 42.0%，其中包括書籍銷售、雜誌營收、報社的總營業額、套裝軟體的銷售以及網路經銷的營業額等等；其次為影片類的 35.1%，該類包括影片軟體的銷售、電影的票房收入，以及電視節目與相關服務的營收；接下來是音樂與聲音類（電台廣播）的 13.5% 與遊戲類的 9.4%。

這些百分比數字與順序在過去幾年幾乎沒有改變（見表 1-3）。

如表 1-4 所示，套裝軟體的出版與銷售在「經銷方式分析」中佔了 48.6% 或將近五成的比重，其次為地面、衛星、有線電視與電台廣播的 29.2%，以及戲院、卡拉OK 與電動遊樂場等服務設施的 12.8%，最後才是網路與手機的經銷，這兩類的比重顯然低於套裝產品的經銷與廣播。

雖然這些百分比數字與順序在過去幾年少有改變（見表 1-5），套裝產品與場地服務的比重卻逐漸下降，網路與手機經銷的比重則持續上升，只是幅度相當有限。

內容產業中成長最明顯的，大多是網路與手機等新媒體所經銷的項目。

特別值得一提的是，手機傳播的電子書（以漫畫為主）在 2006 年大幅成長了 320%，可惜市場規模不算大。此外，為消費者提供免費內容並賺取廣告收入的營運模式目前正大行其道，造就了網路與手機廣告的高成長率。

隨著網路電視專用電視機的推出，加上手機傳輸速度的增加與費用的固定化，影片傳播的環境大有改善，今後可望有更多民眾透過網路與手機觀賞影片的內容。

表 1-1：內容產業 2007 年的市場規模

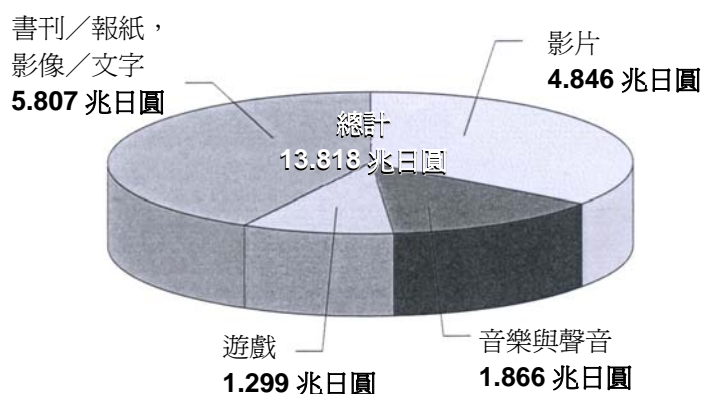


表 1-2：內容類型分析 (2007 年)

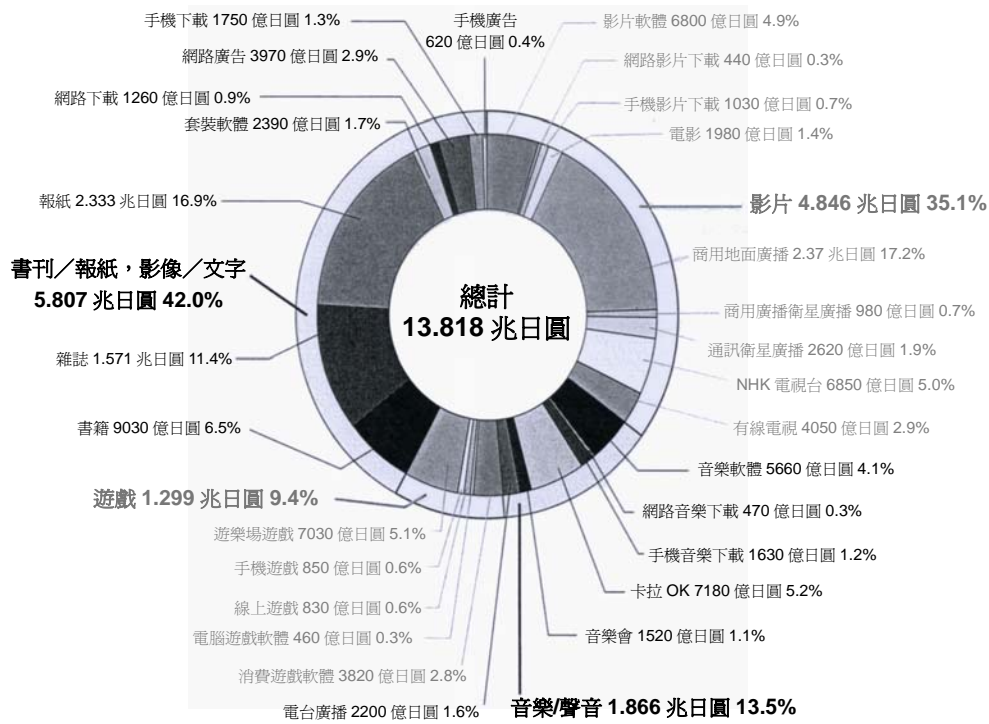
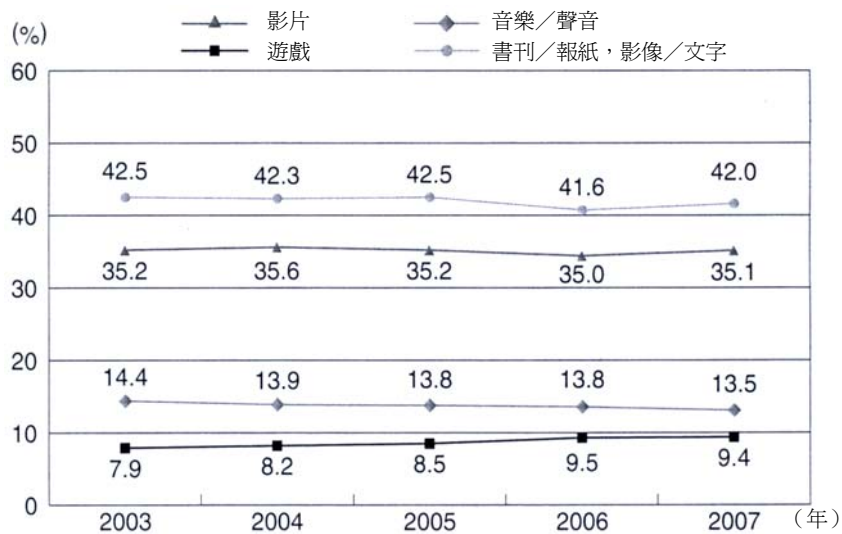


表 1-3：各種內容類型的趨勢



註：所有數據均依計算單位四捨五入。

	2003 年		2004 年		2005 年		2006 年		2007 年		
	10 億日圓	所佔比重 (%)	10 億日圓	所佔比重 (%)	10 億日圓	所佔比重 (%)	10 億日圓 ¹	10 億日圓 ²	所佔比重 (%)	10 億日圓	所佔比重 (%)
影片	4,651	35.2	4,809	35.6	4,873	35.2	4,807	4,830	35.0	4,846	35.1
音樂／聲音	1,908	14.4	1,886	13.9	1,909	13.8	1,900	1,907	13.8	1,866	13.5
遊戲	1,047	7.9	1,104	8.2	1,178	8.5	1,296	1,313	9.5	1,299	9.4
書刊／報紙，影像／文字	5,613	42.5	5,726	42.3	5,873	42.5	5,986	5,734	41.6	5,807	42.0
總計	13,219	100.0	13,525	100.0	13,832	100.0	13,989	13,783	100.0	13,818	100.0
相較於前一年的成長率 (%)			2.3		2.3		1.1	▲0.3		0.3	

※1：「2007 年度日本內容產業簡報」的預估值

※2：2007 年報告出版後經過調整與確認的數據

註一：依照資料來源採用曆年或會計年度的數據。

表 1-4：經銷方式分析 (2007 年)

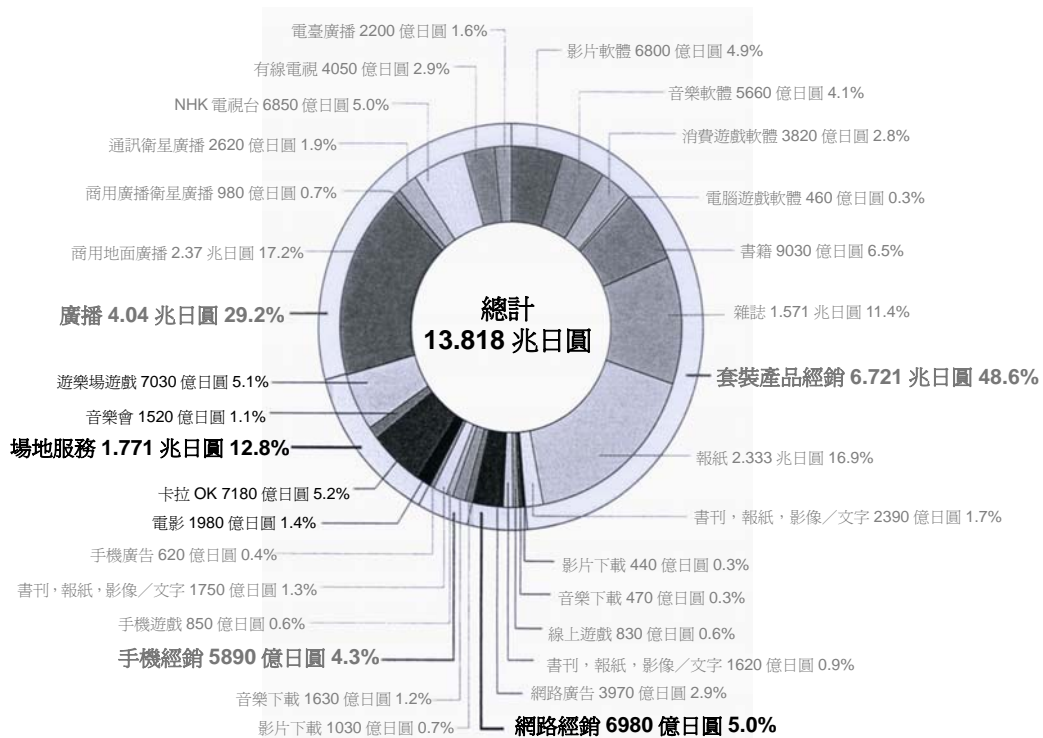
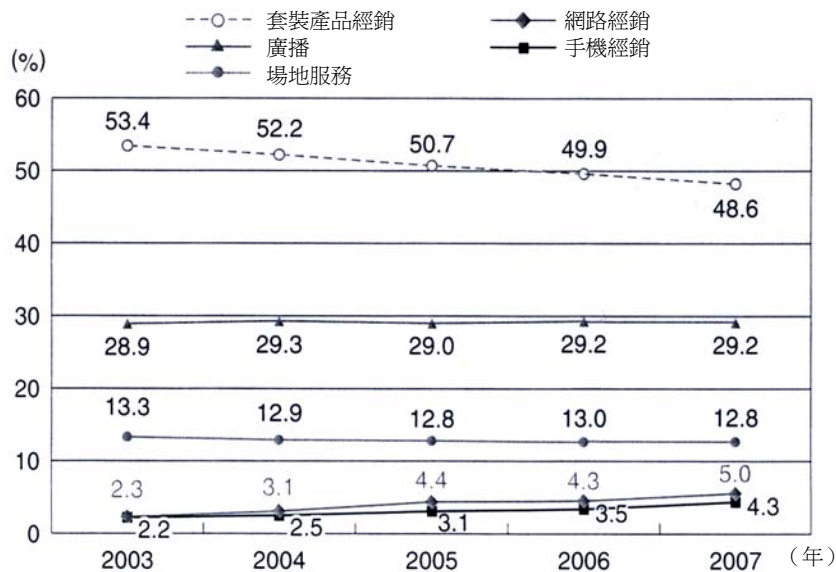


表 1-5：各種經銷方式的趨勢



註：所有數據均依計算單位四捨五入。

	2003 年		2004 年		2005 年		2006 年		2007 年		
	10 億日圓	所佔比重 (%)	10 億日圓	所佔比重 (%)	10 億日圓	所佔比重 (%)	10 億日圓 ¹	10 億日圓 ²	所佔比重 (%)	10 億日圓	所佔比重 (%)
套裝產品經銷	7,055	53.4	7,060	52.2	7,014	50.7	6,942	6,881	49.9	6,721	48.6
網路經銷	304	2.3	419	3.1	611	4.4	786	597	4.3	698	5.0
手機經銷	286	2.2	340	2.5	426	3.1	478	478	3.5	589	4.3
場地服務	1,759	13.3	1,743	12.9	1,767	12.8	1,768	1,797	13.0	1,771	12.8
廣播	3,815	28.9	3,964	29.3	4,015	29.0	4,016	4,030	29.2	4,040	29.2
總計	13,219	100.0	13,525	100.0	13,832	100.0	13,989	13,783	100.0	13,818	100.0
相較於前一年的成長率 (%)			2.3		2.3		1.1	▲0.3		0.3	

※1：「2007 年度日本內容產業簡報」的預估數據

※2：2007 年報告出版後經過調整與確認的數據

數位內容 2007 年的市場規模

網路與手機已經成為標準的經銷管道，該類媒體的用戶人數亦不斷增加，因此 2007 年「數位內容的市場規模」持續擴大到 2,695 兆日圓（比前一年成長 3.4%，見表 1-6）。整體而言，套裝內容仍有些微成長，但特別針對網路與手機經銷而製作的內容發展得相當順利。

針對發展迅速的數位內容（見表 1-8），我們可以從「經銷方式分析」的趨勢變化中發現，目前套裝軟體的出版與銷售仍佔最大的比重。不過套裝軟體的市場正在萎縮，網路與手機的經銷市場則逐年擴大。

數位內容類別分析（見表 1-7）的趨勢顯示，影片內容的比重每年都在增加。由於寬頻網路與高速手機越來越普遍，民眾使用網路與手機的目的可以說是以影片為主，其他類別居次。

表 1-6：各種數位內容市場規模的趨勢

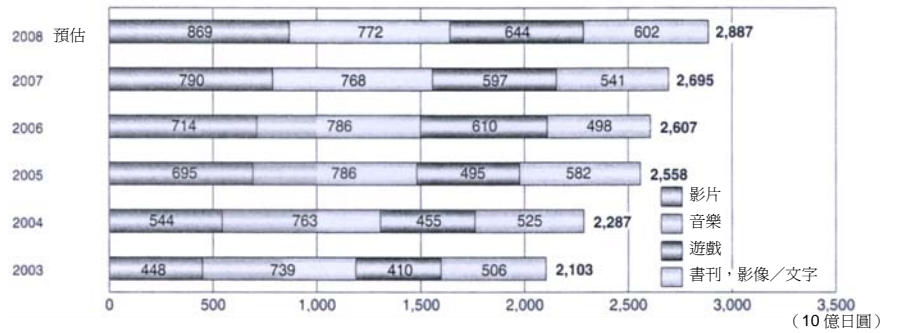


表 1-7：各種數位內容類別的趨勢

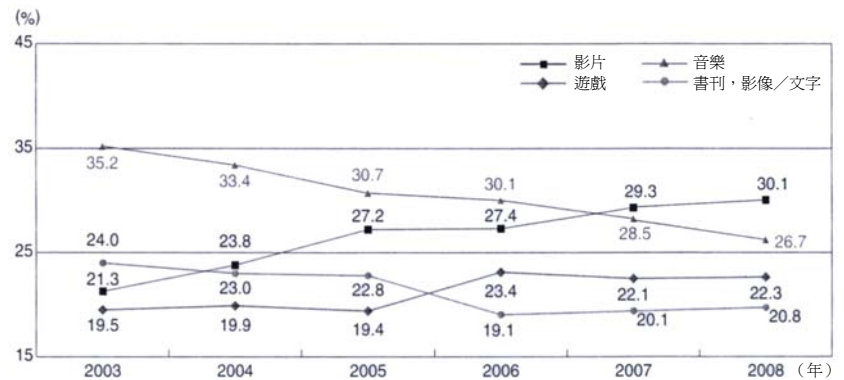
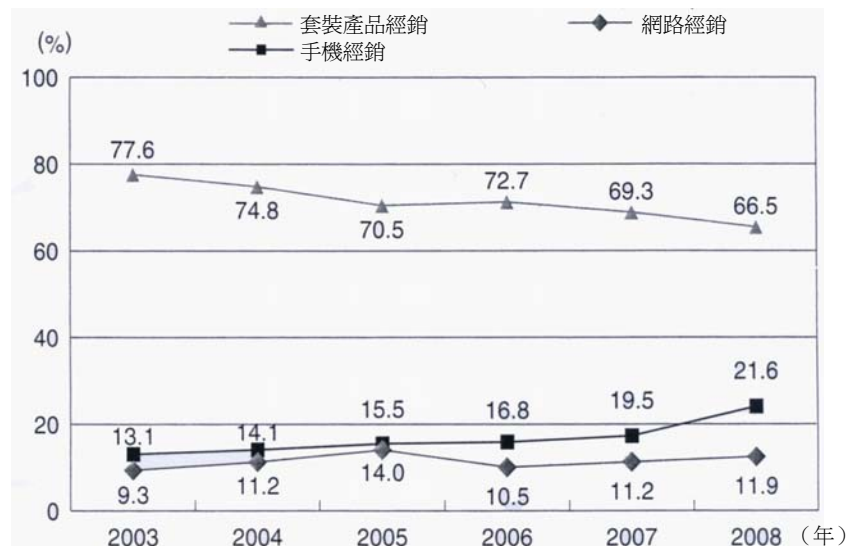


表 1-8：各種經銷方式的趨勢



註：所有數據均依計算單位四捨五入。

	2003 年		2004 年		2005 年		2006 年		2007 年		2008 年預估	
	10 億日圓	所佔比重 (%)	10 億日圓	所佔比重 (%)	10 億日圓	所佔比重 (%)	10 億日圓	所佔比重 (%)	10 億日圓	所佔比重 (%)	10 億日圓	所佔比重 (%)
套裝產品經銷	1,631	77.6	1,709	74.8	1,803	70.5	1,895	72.7	1,868	69.3	1,919	66.5
網路經銷	196	9.3	256	11.2	359	14.0	273	10.5	301	11.2	344	11.9
手機經銷	276	13.1	322	14.1	397	15.5	439	16.8	527	19.5	623	21.6
總計	2,103	100.0	2,287	100.0	2,558	100.0	2,607	100.0	2,695	100.0	2,887	100.0
相較於前一年的成長率 (%)			8.7		11.9		1.9		3.4		7.1	

2. 日本內容產業的政策

內容產業振興策略的 主要議題

日本希望拓展國內外的日本內容經銷事業。針對內銷部分，寬頻市場的發展與地面數位媒體廣播的全面普及是可以預見的，因此務必要建立數位網路環境下的營運模式。另一方面，海外經銷的關鍵在於建立日本內容的適當銷售管道，同時針對盜版與其他非法傳播形式採取因應措施。表 2-1 已列出 2007 年 5 月至 2008 年 7 月間的主要議題，並為各議題提供摘要。

2007 年 5 月 31 日：知的財產戰略推進事務局訂出 2007 年的計畫。

由首相安倍晉三領導的「知的財產戰略推進事務局」，已經訂出該局 2007 年的計畫。該計畫是 2003 年以來的第五項類似計畫，其中第四章的主題談到內容的推廣策略，不但延續 2006 年「運用內容創造文化」的主題，也將「促使日本晉身世界級內容強權」訂為目標。

2007 年 6 月 8 日：海利根達姆高峰會宣揚智慧財產保護的必要性。

八大工業國在德國小鎮海利根達姆 (Heiligendamm) 結束高峰會後，發表了「世界經濟的成長與責任」這項宣言。雖然該屆高峰會的主題是防範氣候變遷，但宣言中也談到智慧財產權的相關問題。為了讓新發明產生的利益得以延續，就必須保護智慧財產權，進而對打擊仿冒與盜版品的工作產生新的認知，同時繼續努力強化智慧財產權保護的國際架構。

表 2-1：2007 年 5 月至 2008 年 7 月的主要議題表

日期	主題
2007 年 5 月 31 日	知的財產戰略推進事務局訂出 2007 年的計畫。
2007 年 6 月 8 日	海利根達姆高峰會宣揚智慧財產保護的必要性。
2007 年 6 月 19 日	總務省 (MIC) 「完善的通訊與廣播法律制度研究小組」作出中期的研究總結。
2007 年 7 月 1 日	2006 年 12 月 15 日頒佈的版權法修訂版正式生效。
2007 年 9 月 19 日至 10 月 28 日	日本舉辦國際影視節。
2007 年 10 月 15 日	經濟產業省 (METI) 發佈「全球內容戰略」的總結報告。
2007 年 12 月 24 日	內閣裁定 2008 會計年度振興內容產業的預算。
2008 年 3 月 6 日	「內容與日本品牌專家小組」發表報告。
2008 年 4 月 18 日	經濟產業省訂出「2008 年策略技術發展計畫」。
2008 年 6 月 13 日	總務省針對完善的通訊與廣播法律制度廣徵意見。
2008 年 6 月 18 日	知的財產戰略推進事務局訂出「2008 年智慧財產戰略計畫」。
2008 年 6 月 27 日	總務省的電信議會針對「全面實施地面數位媒體廣播」提出第五份中期報告。
2008 年 6 月 30 日	總務省的電信議會針對數位內容傳播的振興事宜提出中期報告。
2008 年 7 月 9 日	洞爺湖高峰會的宣言提及仿冒與盜版品的問題。
2008 年 7 月 14 日	經濟產業省制訂「亞洲內容計畫」。

2007年6月19日：總務省（MIC）「完善的通訊與廣播法律制度研究小組」作出中期的研究總結。

總務省「完善的通訊與廣播法律制度研究小組」提出中期研究報告，說明政府應在通訊與廣播整合的時代採用何種適當的新法律制度。該項報告指出，現有的法律制度依媒體作垂直區分，應當重整為水平的體系，並包括內容、平台與傳輸媒體等層面，然後整合成新的法律制度，稱為「資訊與通訊法」（暫名）。

2007年7月1日：2006年12月15日頒佈的版權法修訂版正式生效。

2006年12月15日頒佈的版權法修訂版完全生效。該法在有線廣播方面調高表演者與製作單位的收入，允許業者透過公共網路為視障人士錄製並自動傳輸已有版權的出版品，將任何「刻意進口或持有違反版權或其他智慧財產權的物品作為商業用途」的行為視為侵權，並將侵犯版權或其他權益的罰則提高。（監禁求刑、個人罰金與企業罰金分別由5年改為10年，500萬日圓改為1000萬日圓，以及1500萬改為3000萬日圓）。自2007年1月11日起，該法已將業者決定是否透過網路群播（IP multi-casting）重播表演者與製作單位舊節目的權利，改為針對重播部分接受報酬的權利。

2007年9月19日至10月28日：日本舉辦國際影視節。

經濟產業省主辦的日本國際影視節（縮寫為CoFesta）在9月19日的開幕典禮後正式起跑，東京電玩展也在隔天開幕，整個活動在第廿一屆東京國際影展10月28日的閉幕典禮後劃下句點。為了開拓新的市場，遊戲、動畫、漫畫、音樂、廣播與電影等內容領域的業者通力合作，將各個市場與活動串聯起來，參觀人數將近80萬人。

2007年10月15日：經濟產業省發佈「國際內容戰略報告」的最後版本。

經濟產業省在2006年12月成立國際內容戰略研究小組，同時研究並檢討各項措施與政策，以便讓日本的內容產業繼續提升國際競爭力，並在未來達到全球化的程度。後來該機構發佈了總結報告。

2007年12月24日：內閣裁定2008會計年度振興內容產業的預算。

在2007年12月24日提出的2008年度政府預算草案中，內閣提撥40億日圓作為振興內容產業之用。該筆預算的三大優先事項為：1）透過內容產業的改革建立強健的產業架構，2）在各個新領域中建立市場，以及3）培育內容產業人士，藉以提振製作產業。

2008年3月6日：「日本品牌內容小組」發表報告。

由內閣官房「知的財產戰略推進事務局」成立的日本品牌內容小組整編出一份報告，名為「數位時代推廣內容的完善措施」。

2008年4月18日：經濟產業省訂出「2008年策略技術發展計畫」。

經濟產業省整編公佈2008年版的策略技術發展計畫，該計畫首創於2005年。2005年獲選為目標的技術領域共有20項，2006年增為24項，2007年增為25項，2008年則增為29項。內容領域到了2008年才首度入選。

2008年6月13日：總務省針對完善的通訊與廣播法律制度廣徵意見。

「完善的通訊與廣播法律制度研究小組」與隸屬於總務省（MIC）電信議會的「廣播與電信政策」分會，發表了名為「完善的通訊與廣播法律制度（相關議題中期報告）」的報告，並利用一個月的時間徵求外界的意見，直到7月14號為止。整編該份報告的是「完善的通訊與廣播法律制度」的研究委員會。

2008年6月18日：智慧財產戰略計畫出爐

由首相福田康夫領導的「知的財產戰略推進事務局」，已在2008年6月18日訂出「2008年智慧財產戰略計畫」。該計畫是2003年以來的第六項類似計畫，其中第四章的主題為「運用內容創造文化」，不但談到內容的推廣策略，也是自2006年以來連續三年的主題。

2008年6月27日：總務省的電信議會針對「全面實施地面數位媒體廣播」提出第五份中期報告。

總務省的電信議會針對「全面實施地面數位媒體廣播」與其他資訊提出第五份中期報告，藉以說明相關工作，並向總務大臣增田寬也提交該項報告。報告中提到下列事項：免費發送簡易調頻器給接受救濟的家庭；除了酬金以外，還必須研討其他向創作者提供報償的方式；改善廣播衛星條件式存取系統（B-CAS）的必要性；以及其他事項。

2008年6月30日：總務省的電信議會針對數位內容傳播的振興事宜提出中期報告。

總務省的電信議會提出中期報告，談到數位內容傳播的推廣以及法律制度如何強化內容的競爭力，並向總務大臣提交該項報告。

2008年7月9日：洞爺湖高峰會的宣言提及仿冒與盜版品的問題。

八大工業國在洞爺湖結束高峰會，並在考量氣候變遷、食物危機、油價上漲與其他問題後就全球經濟發表宣言。該項宣言也提到各國應加速進行協商，以便在今年簽署「反仿冒貿易協定」。

2008年7月14日：經濟產業省制訂「亞洲內容計畫」。

經濟產業省草擬了「亞洲內容計畫」的策略綱要（一套政策），說明價值共享的基礎應如何建立，也可稱之為「亞洲內容社群」。

2008 年日本國際影視節 (CoFesta2008)

為期 29 天的 2008 年日本國際影視節 (CoFesta2008) 將在 2008 年 9 月 30 日至 10 月 28 日間舉行，堪稱世上規模最大的影視盛會之一。遊戲、動畫、漫畫角色、音樂、廣播與電影等內容產業的相關活動彼此串連，日本製作的各種內容也將在合作過程中互相影響。CoFesta 的目標在於創造新的機會，然後向世界各國大力推廣，同時配合媒體科技產業促進日本內容的傳播與流通。

2008 年的影視節是第二屆的活動，而今年的主題是「趣味」。主辦單位希望吸引民眾參加 15 項預定的官方活動與 9 項參展單位活動。網址為 <http://www.cofesta.jp/>，官方活動的概述如下：

2008 年日本電子資訊高科技綜合展 (CEATEC)

- 日期：2008 年 9 月 30 日 (週二) 至 10 月 4 日 (週六)
- 地點：幕張國際展覽中心
- 活動綱要：日本 CEATEC 是亞洲最大、最先進的資訊技術與電子展。今年的主題是「讓數位整合邁入新階段」。該活動指出，數位內容的新功能將改變我們的社會與生活方式。
- 贊助單位：日本 CEATEC 籌備委員會，日本情報通訊網路產業協會 (CIAJ)，日本電子情報技術產業協會 (JEITA)，以及日本電腦軟體協會 (CSAJ)
- 網址：<http://www.ceatec.com/>

2008 年東京電玩展

- 日期：2008 年 10 月 9 日 (週四) 至 10 月 12 日 (週日)
- 地點：幕張國際展覽中心
- 活動綱要：最新遊戲裝置、各種遊戲主機的軟體、線上遊

戲、手機內容與掌上遊戲機軟體的最新資訊，都在這場全世界最大型的電腦娛樂展中齊聚一堂。

- 贊助單位：日本電腦娛樂供應商協會 (CESA)
- 網址：<http://tgs.cesa.or.jp/>

2008 年日本遊戲大賞

- 日期：2008 年 10 月 9 日 (週四) 至 10 月 12 日 (週日) (頒獎典禮將於 10 月 9 日、11 日及 12 日舉行)
- 地點：幕張國際展覽中心
- 活動綱要：包含三大項目的頒獎計畫，詳情如下：
 - 1) 針對前一會計年度在日本發行的遊戲頒發年度最佳遊戲獎，
 - 2) 針對東京電玩展中展出但還未上市的遊戲頒發最具潛力遊戲獎，

表 2-2：官方活動表

1	2008 年日本 CEATEC	9 月 30 日 (週二) - 10 月 4 日 (週六)	幕張國際展覽中心
2	2008 年東京電玩展	10 月 9 日 (週四) - 10 月 12 日 (週日)	幕張國際展覽中心
3	2008 年日本遊戲大賞	10 月 9 日 (週四) - 10 月 12 日 (週日)	幕張國際展覽中心
4	2008 年日本動畫聯合市場 (JAM2008)	10 月 16 日 (週四) - 10 月 18 日 (週六)	秋葉原 UDX 大樓
5	2008 年數位內容博覽會	10 月 23 日 (週四) - 10 月 26 日 (週日)	國立新興科學與創新展覽館 / 東京國際交流館
6	2008 年東京國際電視劇展	10 月 22 日 (週三) - 10 月 24 日 (週五)	明治紀念館，六本木之丘
7	第五屆 TAM-東京亞洲音樂市場	10 月 14 日 (週二) 至 10 月 17 日 (週五)	品川王子飯店，Stella Ball 表演廳，Club eX 表演廳，代官山 UNIT 中心
8	第廿一屆東京國際影展	10 月 18 日 (週六) 至 10 月 26 日 (週日)	六本木之丘 / Bunkamura 展覽館
9	2008 年東京國際影展內容市場，包含亞太娛樂市場	10 月 22 日 (週三) 至 10 月 24 日 (週五)	六本木之丘森塔，學院新城，40 與 49 樓
10	2008 年秋葉原娛樂節	10 月 18 日 (週六) 至 10 月 26 日 (週日)	UDX 藝廊
11	第五屆 2008 年文化廳電影週 — 這裡那裡	10 月 18 日 (週六) 至 10 月 25 日 (週六)	六本木之丘，秋葉原
12	2008 年日本景點市場	10 月 21 日 (週二) 至 10 月 24 日 (週五)	六本木之丘森塔
13	2008 年電視節目製作工會獎電視大賞	10 月 21 日 (週二)	六本木好萊塢廳
14	2008 年國際教育媒體競賽 — 日本獎	10 月 22 日 (週三) 至 10 月 28 日 (週二)	NHK 電視台廣播中心
15	2008 年東京內容市場	10 月 27 日 (週一) 至 10 月 28 日 (週二)	六本木之丘森塔

(3) 針對非專業組織或個人製作的原創遊戲頒發最佳業餘遊戲獎。

- 贊助單位：日本電腦娛樂供應商協會 (CESA)
- 網址：<http://awards.cesa.or.jp/>

2008 年日本動畫聯合市場

- 日期：2008 年 10 月 16 日(週四)至 10 月 18 日(週六)
- 地點：秋葉原 UDX 大樓
- 活動綱要：以動畫作品二次利用作為主軸的聯展，在日本動畫作品的運用上發掘並介紹各種新穎、創新的商品概念、計畫與技巧。
- 贊助單位：日本動畫協會 / 經濟產業省
- 網址：<http://www.jam-anime.jp/>

2008 年數位內容博覽會

- 日期：2008 年 10 月 23 日(週四)至 10 月 26 日(週日)
- 地點：科學未來館 (國立新興科學與創新展覽館) / 東京國際交流館
- 活動綱要：2008 年數位內容博覽會是國際性的商展，目標在於創造新一代的內容產業，同時展出對該產業有幫助的先進科技與創作者可以運用的特別技術。去年舉行的 ASIAGRHPH (一項內容包羅萬象的電腦繪圖作品活動)也在今年擴大規模。為期 4 天的博覽會中有各項活動，例如協助參觀者了解內容產業特色的技術介紹、國際知名人士受邀出席的座談會、作品展、研討會、工作坊與頒獎典禮。

- 贊助單位：經濟產業省 / 日本數位內容協會 (DCAJ)
- 網址：<http://www.dcexpo.jp/>

2008 年東京國際電視劇展

- 日期：2008 年 10 月 22 日(週三)至 10 月 24 日(週五)
- 地點：明治紀念館 / 六本木之丘
- 活動綱要：該劇展是國際電視劇界的頒獎活動，不但在活動中介紹中國、韓國與其他亞洲國家的最新電視劇，也針對具有商業潛力的日本電影設立一系列新的獎項。世界各地的購片商與製片商將齊聚一堂、發表演說並提介紹作品。
- 贊助單位：東京國際影劇節執行委員會

第五屆東京亞洲音樂市場 (TAM)

- 日期：2008 年 10 月 14 日(週二)至 10 月 17 日(週五)
- 地點：品川王子飯店，品川 Stella Ball 表演廳，代官山 UNIT 中心
- 活動綱要：該活動將廣邀各國音樂產業的相關人士出席，並透過商務會議與現場演出向全世界介紹有魅力的日本藝人與音樂內容，以促進音樂產業的發展。商務研討會與介紹國外藝人的現場演出也將同時舉行。
- 贊助單位：經濟產業省 / 音樂產業與文化基金會 / 視像產業振興組織
- 網址：<http://tamm.jp/>

第廿一屆東京國際影展 (TIFF)

- 日期：2008 年 10 月 18 日(週六)至 10 月 26 日(週日)
- 地點：六本木之丘 / Bunkamura 展覽館
- 活動綱要：自 1985 年起年年舉辦的 TIFF 是日本最大的國際影展之一，也是唯一獲得國際電影製片協會授權的影展。影展由多種類別組成，包括「競賽片」、「大眾矚目的焦點」、「特殊映演」、「亞洲之風—中東影片」、發掘日本電影新魅力的「日本之眼」，以及在第廿屆影展中設立的「世界大觀」單元。這些類別中的影片大多數都會在影展中放映，而主辦單位除了放映電影之外也將舉辦各項活動。
- 贊助單位：UNIJAPAN (日本映像國際振興協會)
- 網址：<http://www.tiff-jp.net/ja/>

2008 年東京國際影展內容市場 (TIFFCOM)，亞太娛樂市場

- 日期：2008 年 10 月 22 日(週三)至 10 月 24 日(週五)
- 地點：六本木之丘森塔，學院新城，40 與 49 樓
- 活動綱要：TIFFCOM 與東京國際影展同時舉行，讓每位參展者有機會宣傳自己的內容並參與商展。2008 年的 TIFFCOM 亦包括促進跨國製作的東京計畫論壇 (Tokyo Project Gathering)，製片商與投資人可以藉此機會洽談合作事宜。TIFFCOM 希望在未來成為亞洲最大的商展。

- 贊助單位：經濟產業省 / 日本映像國際振興協會(預定贊助)
- 網址：
<http://www.tiffcom.jp/2008/>

2008 年秋葉原娛樂節

- 日期：2008 年 10 月 18 日(週六) 至 10 月 26 日 (週日)
- 地點：秋葉原廣場，東京動畫中心，UDX 戲院，秋葉原地區的商店
- 活動簡介：2008 年秋葉原娛樂節是與秋葉原市合辦的娛樂內容活動，秋葉原是漫畫、日本動畫 (anime)、遊戲與其他娛樂形態聚集的地區。該項活動到 2008 年為止已經邁入第四年，除了動畫與遊戲的展出之外，漫畫是日本內容之一，自然不會缺席；藍光技術與虛擬媒體等新發展也在展出之列。

- 贊助單位：經濟產業省 / 秋葉原活動促進會

第五屆 2008 年文化廳電影週 — 這裡那裡

- 日期：2008 年 10 月 18 日(週六) 至 10 月 25 日 (週六)
- 地點：六本木之丘與其他地點 (未定)
- 活動綱要：文化廳將舉行電影的頒獎典禮並放映得獎影片，同時計劃邀請國內外的電影專家參加座談會。
- 贊助單位：文化廳

2008 年日本景點市場

- 日期：2008 年 10 月 21 日(週二) 至 10 月 24 日 (週五)
- 地點：六本木之丘森塔

- 活動綱要：2008 年日本景點市場籌辦了各項研討會與座談會，討論各項吸引業者來日本取景拍片的措施，以及為了協助業者在日本製作影片而改善制度的措施。該活動的用意亦在於推動觀光事業與當地的經濟發展。
- 贊助單位：經濟產業省 (METI) / UNIJAPAN
- 網址：
<http://www.jilm.com/index.htm>

2008 年電視節目製作工會獎電視大賞

- 日期：2008 年 10 月 21 日(週二)
- 地點：六本木好萊塢廳

表 2-3：官方活動行事曆

日本國際影視節 2008 年 行程表

2008 年 8 月 1 日

	9/30	10/1	10/2	10/3	10/4	10/5	10/6	10/7	10/8	10/9	10/10	10/11	10/12	10/13	10/14	10/15	10/16	10/17	10/18	10/19	10/20	10/21	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27	10/28
	週二	週三	週四	週五	週六	週日	週一	週二	週三	週四	週五	週六	週日	週一	週二	週三	週四	週五	週六	週日	週一	週二	週三	週四	週五	週六	週日	週一	週二
遊戲										2008 年東京電玩展																			
										2008 年日本遊戲大賞																			
動畫															JAM 2008														
漫畫 / 角色																													
音樂															第五屆 TAM - 東京亞洲音樂市場														
廣播																													
電影																													
所有類型																													
產業合作																													

- 活動綱要：這是日本唯一由製作公司評選得獎者的活動。業者與導演共同選出卓越的作品，以提升製作公司的社會地位，同時對電視節目製作產業的所有工作者表示鼓勵。
- 贊助單位：日本電視節目製作工會 (ATP)
- 網址：
<http://www.atp.or.jp/modules/award/>

2008 年國際教育媒體競賽 — 日本獎

- 日期：2008 年 10 月 22 日(週三) 至 10 月 28 日 (週二)

- 地點：NHK 電視台廣播中心
- 活動綱要：「日本獎」這項教育節目競賽創於 1965 年，對全世界的教育廣播發展頗有貢獻。如今該項競賽跨出新的一步，成為一般視聽教育內容的競賽，而不限於電視節目。
- 贊助單位：NHK 電視台 (日本放送協會)
- 網址：
http://www.nhk.or.jp/jpprize/index_j.html

2008 年東京內容市場

- 日期：2008 年 10 月 27 日(週一) 至 10 月 28 日 (週二)

- 地點：六本木之丘森塔
- 活動綱要：該項活動為日本新成立的中小企業提供商機。讓具備傑出創意、技術與其他能力卻苦無機會開拓銷路的業者得以取得製作的資金，或是建立技術合作的關係，同時與製作公司、商業公司與創投人士產生連結，是該項活動的宗旨。
- 贊助單位：日本中小企業基盤整備機構 (SMRJ) 的關東支部
- 網址：
<http://tcm2008.smrj.go.jp/>

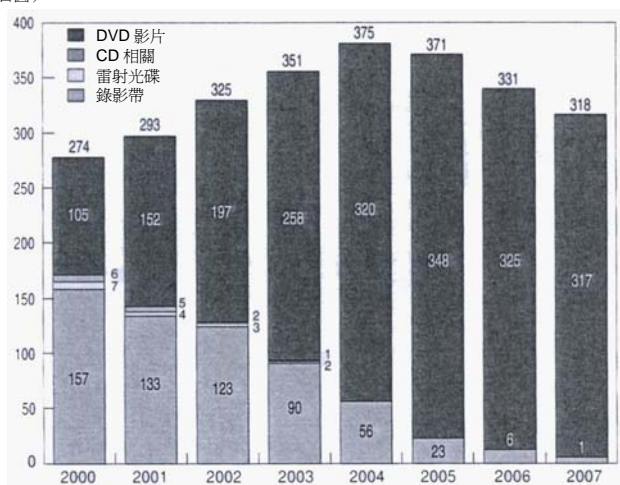
3. 日本內容產業的現況

註：所有數據均依計算單位四捨五入。

影片

影片軟體的銷售趨勢

(10 億日圓)

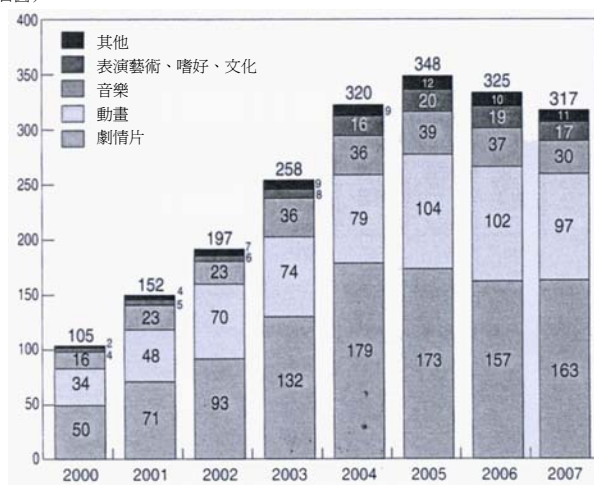


資料來源：日本映像軟體協會「產業調查報告」

註：不包括 DVD-ROM 與其他格式。
錄影帶：包括 1/2 吋與 8 釐米影帶
雷射光碟：LD、虛擬硬碟、LD 單曲、LD-ROM、MUSE-LD 與 VSD 等
CD 相關：VCD、CD-G、CD-ROM 等附有影像的格式（靜態與動態）
2004 年的調查數據僅限於錄影帶與 DVD 影片

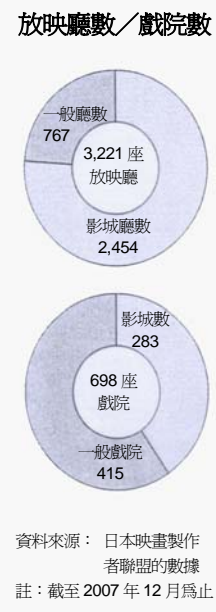
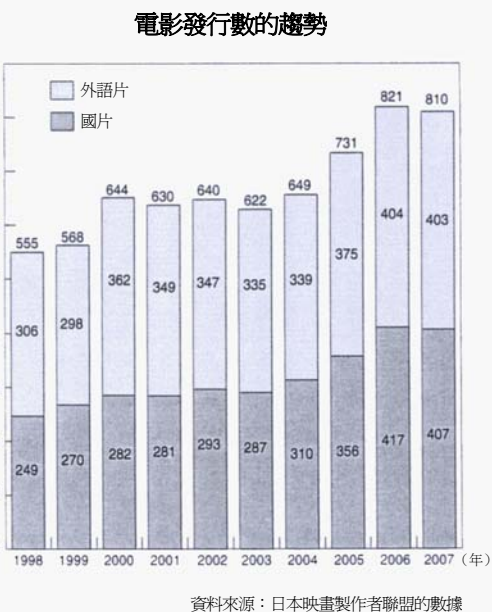
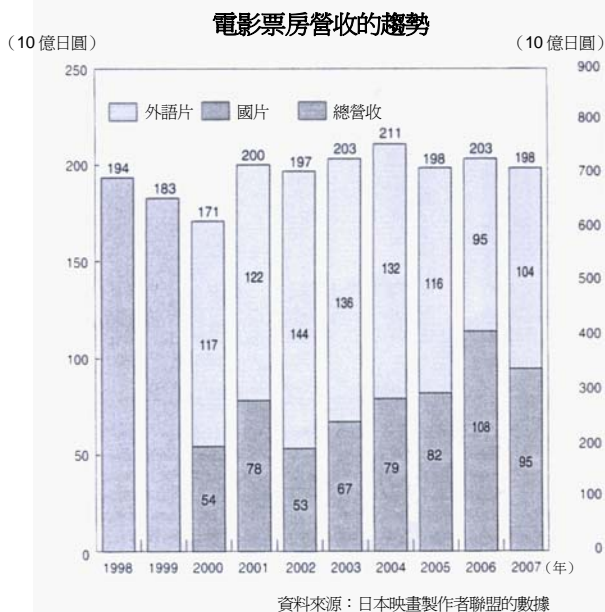
各種 DVD 類型的銷售趨勢

(10 億日圓)



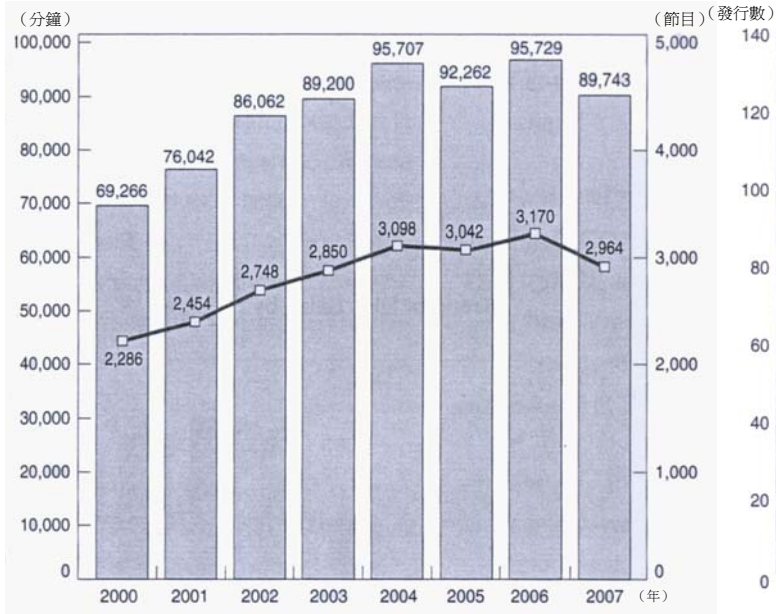
資料來源：日本映像軟體協會「產業調查報告」

註：劇情片：日本電影、西片、日本與國外的電視影集
動畫：包括日本、國外與兒童動畫
音樂：日本、國外與電視伴唱帶
其他：兒童節目、遊戲、體育、學校／公司／語言教學、成人與其他。



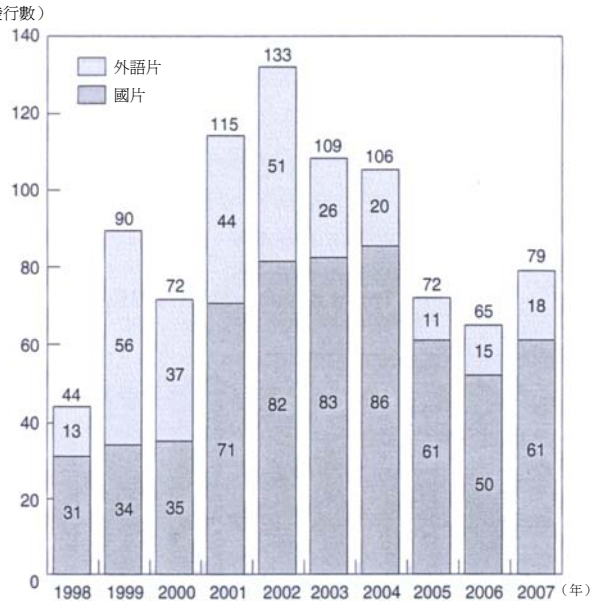
動畫

電視動畫每年播映分鐘數的趨勢（關東地區）



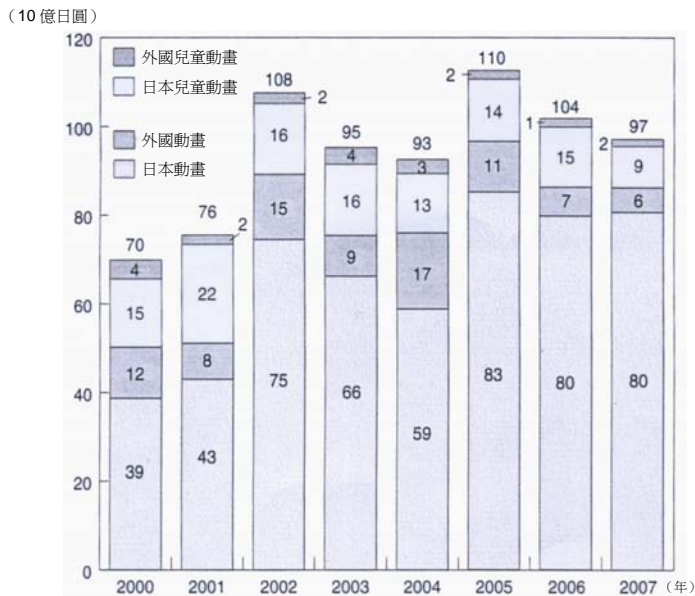
資料來源：Video Research 公司「電視觀眾報告（關東地區）」的數據
 註：常態節目（15分鐘以上）的總和，不包括 NHK 教育台

動畫電影發行數的趨勢



資料來源：電影旬報公司「電影旬報」雜誌的數據

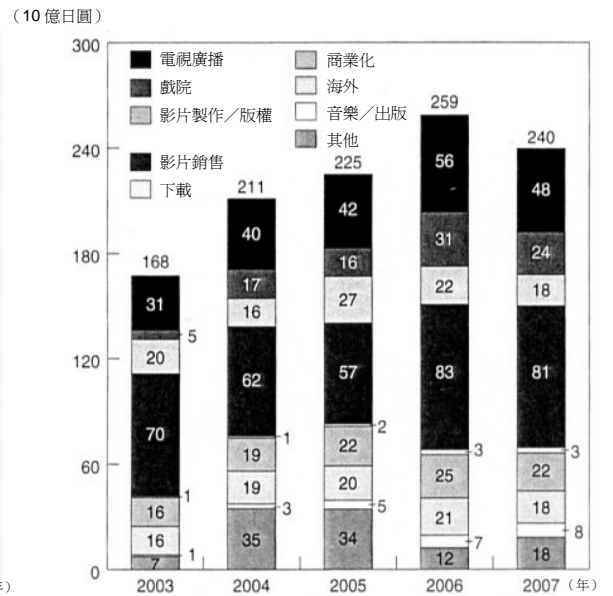
動畫影片軟體的銷售趨勢



資料來源：日本映像軟體協會「產業調查報告」

註：不包括錄影帶、雷射光碟、CD 與 DVD 影片
 2004 年的調查數據僅限於錄影帶與 DVD 影片，
 2007 年則僅限於 DVD 影片

動畫產業營業額的趨勢

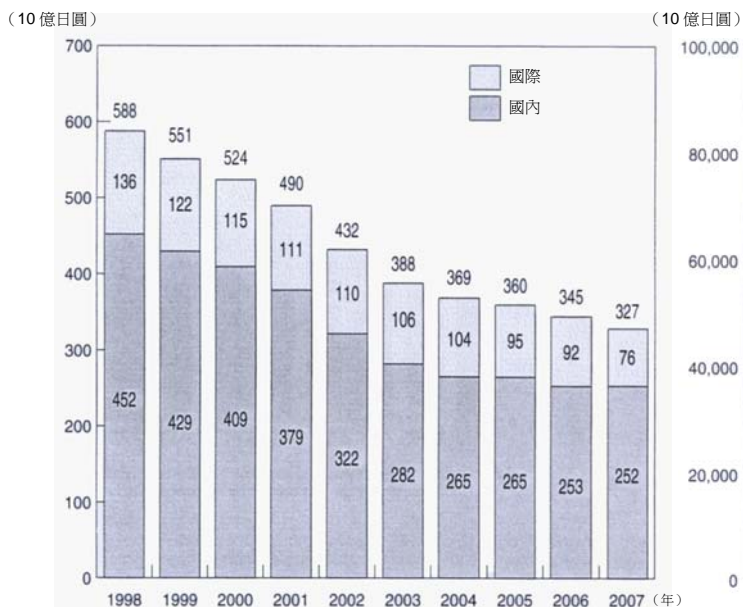


資料來源：日本動畫協會 (AJA) 的數據

註：動畫產業是由直接與電視台簽訂製作合約的主要承包商、廣告商、經銷商，以及主要承包商在國內外的轉包商所組成。營業額是指整個動畫產業營業額的預估值，並以 AJA 調查會員公司營業額所得的數據為基礎。營業額包括電視台與其他公司（企業對企業）付給主要承包商的製作費，作品二次利用（影片銷售與商業化等行銷業務、海外銷售以及網路經銷）的收入與其他營收。

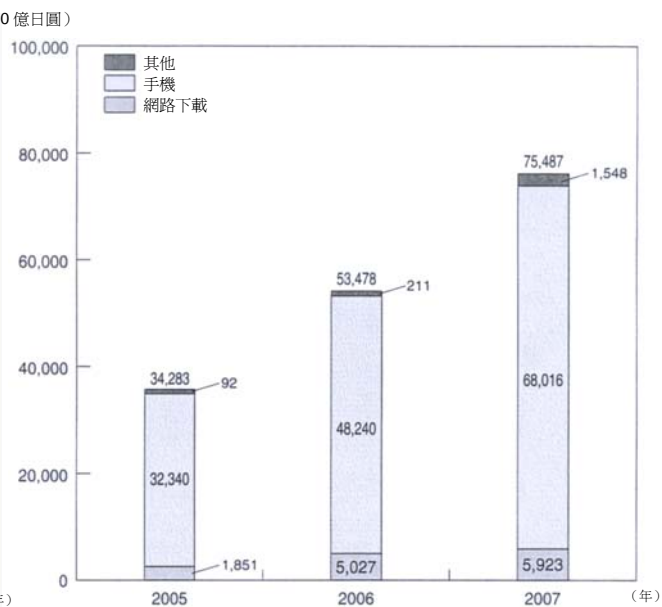
音樂

CD 產量的趨勢



資料來源：日本唱片業工會「日本的唱片業」

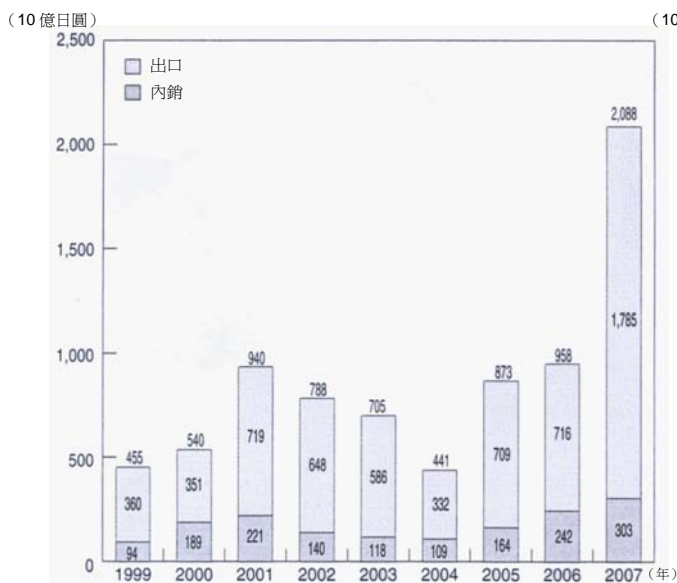
音樂下載的銷售趨勢



資料來源：日本唱片業工會「日本的唱片業」

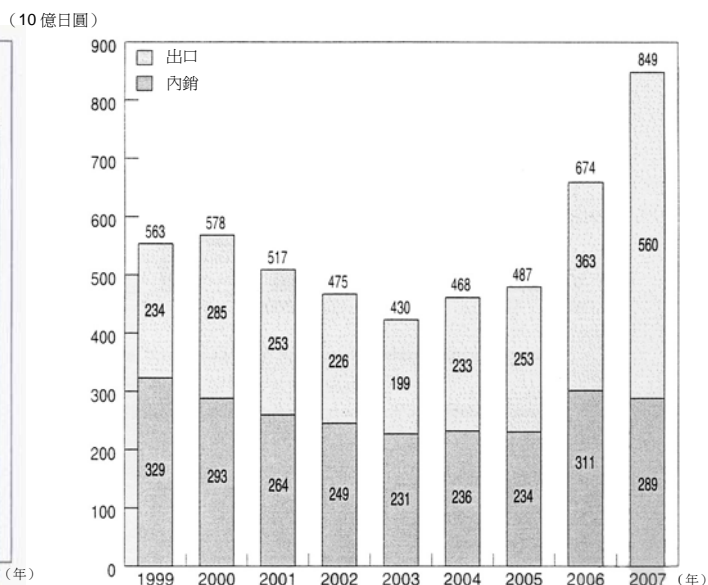
遊戲

家用遊戲主機的銷售趨勢



資料來源：電腦娛樂供應商協會「CESA 遊戲白皮書」

家用遊戲軟體的銷售趨勢

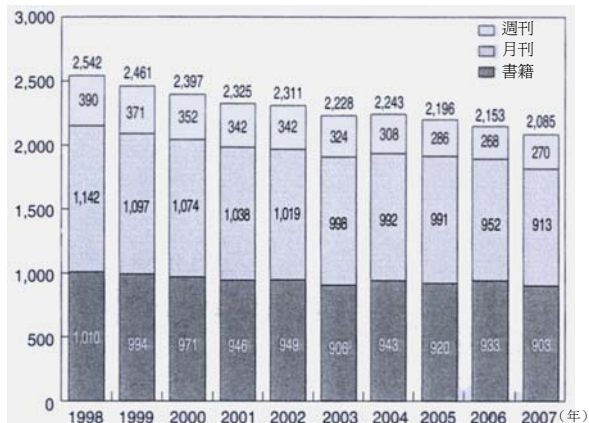


資料來源：電腦娛樂供應商協會「CESA 遊戲白皮書」

出版

出版品預計銷售額的趨勢

(10 億日圓)



資料來源：全國出版協會-出版科學研究所的「出版品報告」
 註：預計銷售額是以不含稅的建議零售價為計算基礎。計算方式=出貨金額-零售商退貨金額

家漫畫書與漫畫雜誌預計銷售額的趨勢

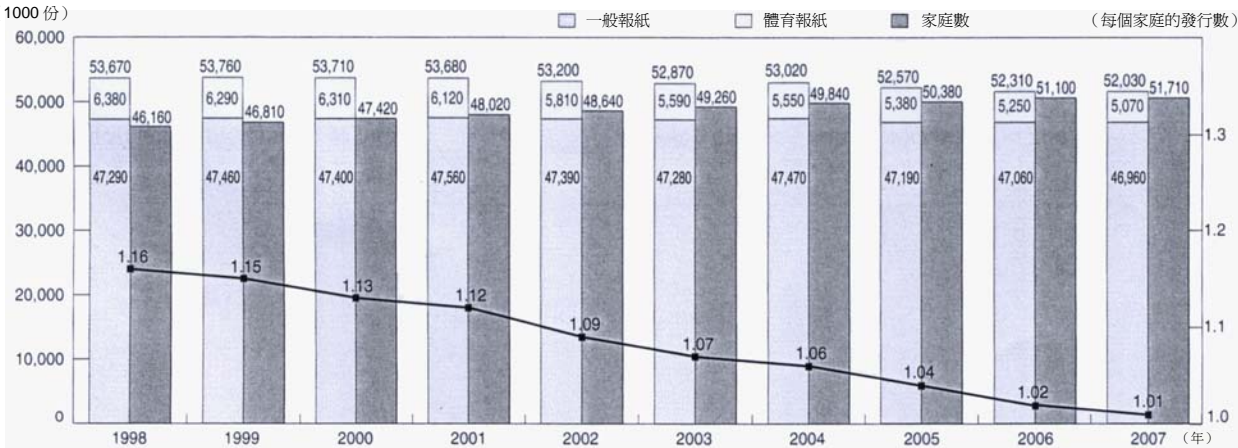
(10 億日圓)



資料來源：全國出版協會 - 出版科學研究所的「出版品報告」

報紙發行與家庭數的趨勢

(1000 份)

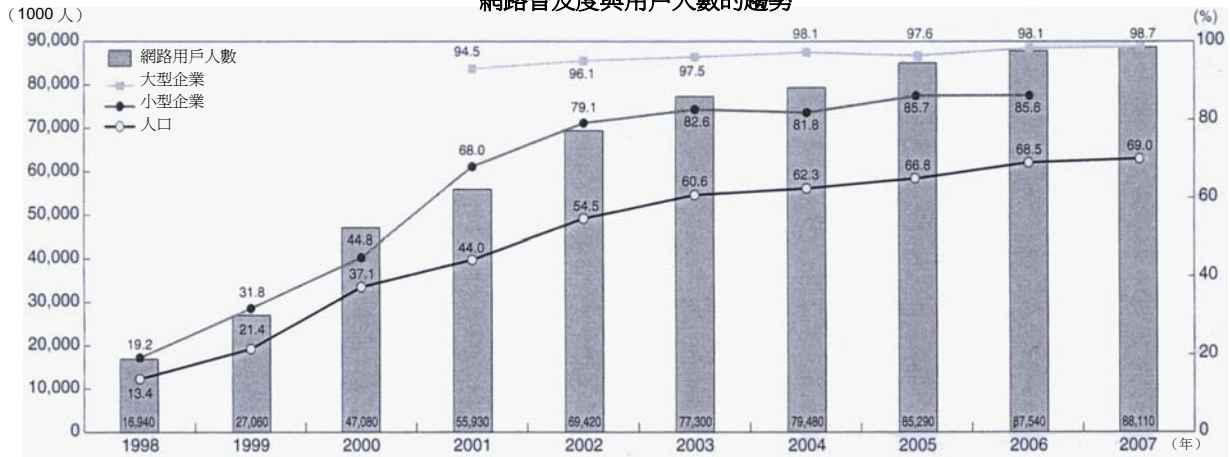


資料來源：日本新聞協會的數據

註：報紙發行量是以每年 10 月的調查結果為基礎。
 家庭數是以總務省的「住民基本人口登記總錄」與各地行政單位的資料為基礎（截至 3 月 31 日為止）。

通訊

網路普及度與用戶人數的趨勢



資料來源：總務省的「通訊用途趨勢調查」

註：每年年底的資料

用戶與人口類型部分，1999年選取的年齡層為15至69歲，2000年為15至79歲，2001年以後則為6歲以上。

大型企業是指全國員工達100人以上的公司（不包括農林漁礦、通訊服務與公共服務等基礎產業）。

小型企業是指員工達5人以上的公司（不包括通訊服務業）。

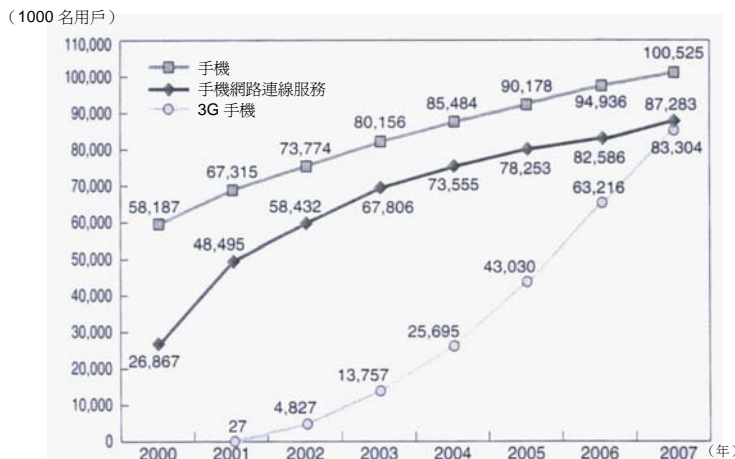
寬頻用戶人數的趨勢



資料來源：總務省的數據

註：每年年底的資料

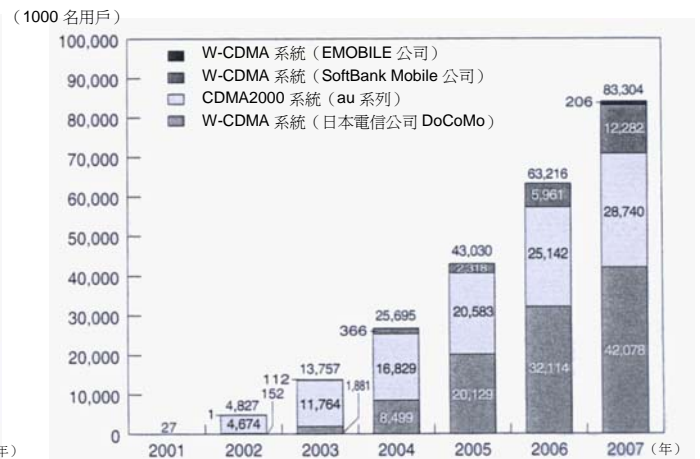
手機用戶人數的趨勢



資料來源：電氣通信事業者協會的數據

註：每年年底的資料

3G 手機用戶人數的趨勢



資料來源：電氣通信事業者協會的數據

註：每年年底的資料

2001年的市場上僅有 W-CDMA 系統（日本電信公司 DoCoMo）