

無料デジタル生産物の価値に関する調査研究

令和8年8月

内閣府経済社会総合研究所

内容

1. 調査研究の概要	3
2. 2025SNAにおける無料デジタル生産物	6
3. Webアンケート調査	11
4. 無料デジタル生産物の価値推計	29
5. デジタルSUTへの組み込み	43

1 . 調査研究の概要

1. 調査研究の概要

1-1 背景・目的

- 2025年3月の国連統計委員会にて2025SNAが採択
 - ✓主要議題の一つがデジタル化（Digitalization）への対応
- 日本（内閣府）におけるこれまでの研究
 - ✓デジタル経済サテライト勘定
 - 2015年と2018年を対象とするデジタルSUTの作成（令和元年度、令和2年度）
 - 2020年を対象とするデジタルSUTの作成（令和6年度）
 - ✓データの資本化
 - データ資産に関するフロー・ストックの推計（令和4年度、令和5年度）
- 無料デジタル生産物の推計指針
 - ✓2025SNA、ガイダンス・ノート（DZ. 4）等において記録方法が整理される



2020年を対象とする無料デジタル生産物の価値を試算

1. 調査研究の概要

1-2 内容・進め方

● 2つの工程

- ✓ 無料デジタル生産物の価値の推計
- ✓ 無料デジタル生産物のデジタルSUTへの組み込み

● 研究の流れ

- ✓ 先行研究の収集・整理
- ✓ 2025SNAに準拠することを原則としつつ、先行研究を参考に推計手順・推計対象を決定
→ **コスト積み上げ**により推計、特には人件費の推計を起点とする
- ✓ 公的統計の収集・加工
 - 国勢調査
 - 賃金構造基本統計調査 (Basic Survey on Wage Structure: BSWS) etc.
- ✓ **webアンケート調査**の実施・分析
- ✓ 無料デジタル生産物の価値推計 → デジタルSUTへの組み込み
- ✓ 研究会をマイルストーンとする

2. 2025SNAにおける無料デジタル生産物

2. 2025SNAにおける無料デジタル生産物

2-1 DZ.4 ガイダンスノート

●DZ.4 Guidance Note on Recording and Valuing “Free” Digital Products in an SNA Satellite Account

- ✓ ISWGNAデジタル化タスクチーム（DZTT）がとりまとめたサテライト勘定に関する指針
- ✓ 2025SNAに先立ち、2022年9月に承認版が公表される
 - 本調査研究では、2025SNAと一体のものとして扱う※
 - 以下、「DZ.4」とする ※厳密には、2025SNAとDZ.4の間で扱いが異なる点もあるが、その場合は2025SNAに準拠する。

●DZ.4 による無料デジタル生産物の定義

- ✓ （**広義の定義**）「金銭的な対価を支払うことなくユーザーに提供されるが、それと同一または類似した有料の市場が存在する（または存在し得る）財・サービス」（広告付きのテレビ・ラジオ放送などの伝統的メディアも含まれる）
- ✓ （**狭義の定義**）デジタル・プラットフォームを通じて家計に提供されるデジタルコンテンツのうち、ユーザーの観察可能な現象（Observable Phenomena、以下「**OP**」）へのアクセスを得ることを目的として、価値に対する金銭が請求されない形で提供されるもの
- ✓ 本調査研究では**狭義の定義を採用**

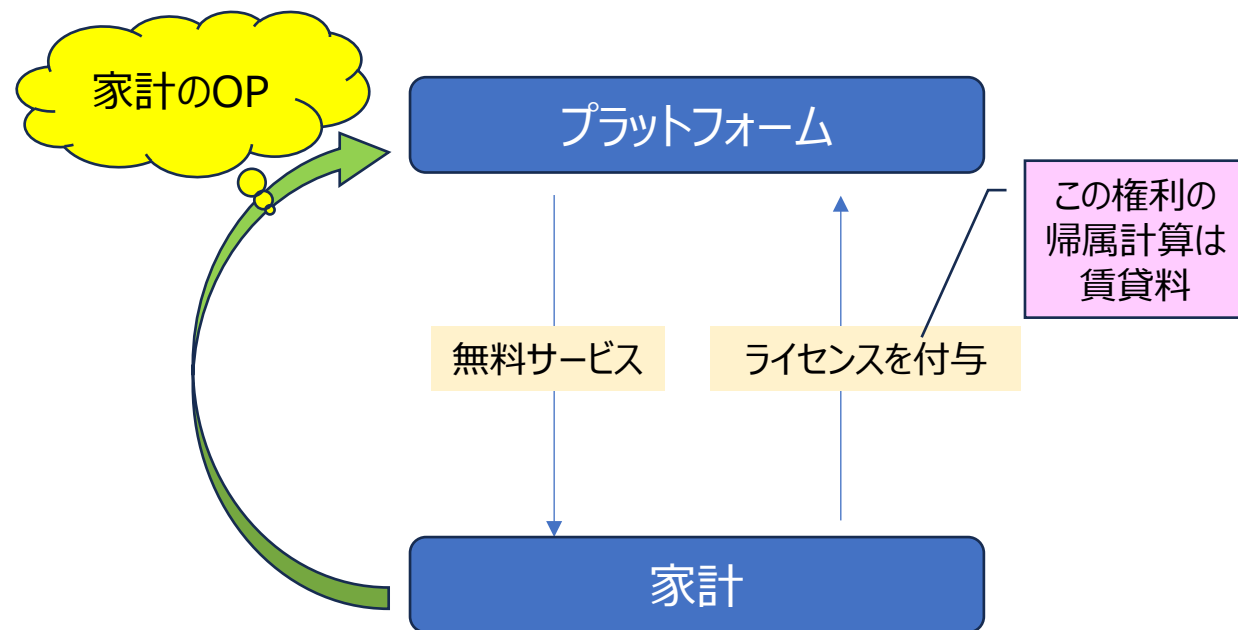
2. 2025SNAにおける無料デジタル生産物

2-2 2025SNA Chapter 22 Digitalization

- デジタル化に係る広範囲なトピックを扱うが、本調査研究と関係が深いのは、無料プラットフォームサービス（**無料PFサービス**）とユーザー生成コンテンツ（User Generated Contents, **UGC**）の2つ
- 無料PFサービスとUGC に関するポイント
 - ✓ 広告やデータによって資金提供されているデジタル・プラットフォームの無料サービスの家計の最終消費に関する情報や生産の境界を拡大する経済活動の情報は「**拡張勘定**」により記述する。

✓ **無料PFサービスについて**

- 家計最終消費の拡張勘定には、家計が自らの行動や特性（OP）に関するデータを収集するライセンスを付与することと引き換えに提供される無料のサービスも含まれる。つまり、無料サービスとデータ収集のライセンスとの物々交換とみなされる。またライセンスの帰属計算は、賃貸料に分類される。



2. 2025SNAにおける無料デジタル生産物

2-2 2025SNA Chapter 22 Digitalization

●無料PFサービスとUGC に関するポイント

✓無料PFサービスについて（続）

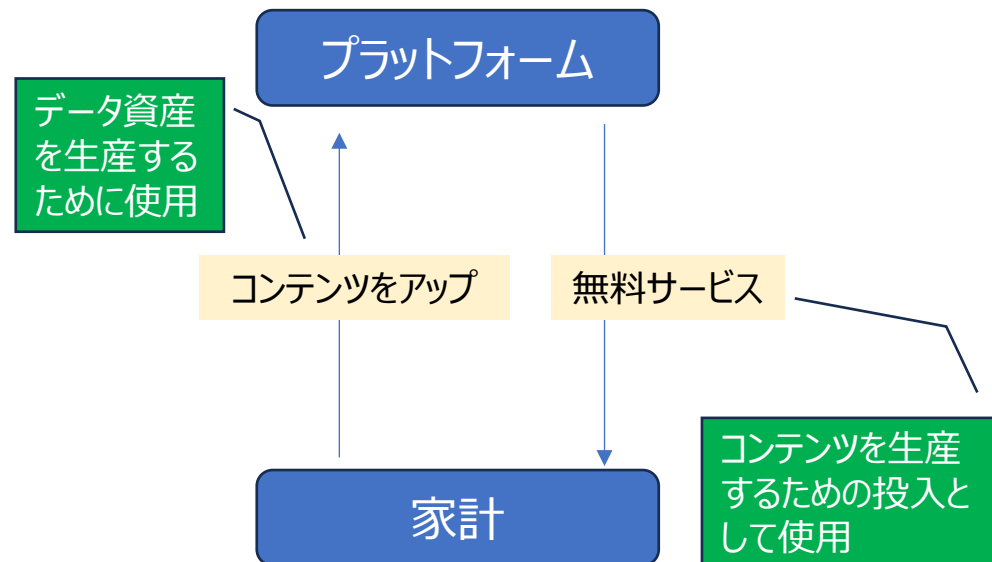
□プラットフォームの無料サービスの評価は、生産コストの積み上げによるアプローチが望ましい

✓UGCについて

□アップロードしたコンテンツの使用について **金銭的報酬を受ける家計は非法人企業**とみなされる

□家計から無償で提供されたコンテンツは生産の境界外となるが、拡張勘定では、金銭的対価を伴わないユーザー生成コンテンツのアップロードを無料のプラットフォームサービスを受け取るための物々交換の一部として扱う

□上記のアプローチでは、**無料PFサービスはコンテンツ作成者がユーザー生成コンテンツを生産するための投入**として扱われる。ユーザー生成コンテンツは、プラットフォームがデータ資産を生産するために使用され、その結果としてプラットフォームの自己勘定の純固定資本形成が増加する。



2. 2025SNAにおける無料デジタル生産物

2-3 2025SNAを踏まえた本調査研究の基本方針

●無料デジタル生産物の推計対象

- ✓ (2025SNAで重点的に扱われている) 無料PFサービスとUGCの2つを対象とする
 - UGCは企業による生産分 (企業UGC) と家計による生産分 (家計UGC) があるが、2025SNAが想定するのは家計UGC
 - 家計UGCは「家計UGC(報酬あり)」と「家計UGC(報酬なし)」に区分
- ✓ 無料PFサービス、家計UGC(報酬あり)、家計UGC(報酬なし)を最優先で推計
- ✓ 企業UGCは優先度を一段下げ、価値の推計は行うがデジタルSUTへの組み込みは見送る

●無料デジタル生産物の推計方針

- ✓ コスト積み上げによる (コストの推計では、webアンケート調査結果を利用)

●デジタルSUTへの組み込み (使用表での産出先)

- ✓ 無料PFサービスは、家計が消費する一方、UGCの中間投入にもなる
 - 無料PFサービスの産出先は、家計消費、UGC(報酬あり)、UGC(報酬なし) の3部門
- ✓ UGC は、プラットフォームがデータ生産のために投入
 - UGC(報酬あり)と UGC(報酬なし) の産出先は、プラットフォーム産業

3. webアンケート調査

3. webアンケート調査

3-1 調査概要

●調査の目的

✓以下の3つのサービスに関する人件費推計等の基礎情報を収集

①無料デジタルプラットフォームサービス(無料PFサービス)

②家計ユーザー生成コンテンツ(家計UGC) / ③企業ユーザー生成コンテンツ(企業UGC)

●調査の構成

✓スクリーニング調査：

□基本属性の確認の他、本調査の回答者を選別する

✓本調査(業務調査)：

□業務で、①のPFサービスと③の企業UGCのいずれかの制作等に従事する者

✓本調査(個人調査)：

□個人で、③のUGCの制作、投稿を行う者(エージェント契約を結んでコンテンツを制作し収入を得るケースも含む)

●実施機関／調査期間

✓株式会社クロスマーケティング社(以下、CM社) / 2025年12月19日(金) ~ 22日(月)

3. webアンケート調査

3-2 調査内容（質問項目）

●スクリーニング調査

質問番号	質問文	質問タイプ※
SC1	あなたの性別についてうかがいます。	SA
SC2	あなたの年齢についてうかがいます。	NU
SC3	あなたは個人の活動として、直近 1 年間に、インターネットに投稿することはありましたか。また、見返りとして金銭を得ることがありましたか。	SA
SC4	あなたの直近 1 年間の就業状態及び勤め先の組織形態についてうかがいます。	SA
SC5	あなたの勤務先（自営を含む）の業種について伺います。	SA
SC6_1	あなたの職業について、国勢調査の大分類で近いもの	SA
SC6_2	あなたの職業について、国勢調査の中分類で近いもの	SA
SC6_3	あなたの職業について、国勢調査の小分類で近いもの	SA
SC7	あなたは、直近 1 年間で従事している仕事において、パソコン、タブレット、スマホなどの情報端末を使用していますか。次の選択肢から近いものを選んでください。	SA
SC8	あなたは直近 1 年間の業務において、web 上でのプラットフォーム（P F）サービスの制作や開発・保守・運用に直接的に従事することがありますか。	SA
SC9	あなたは直近 1 年間の業務において、動画共有サイトなどのプラットフォームに掲載されるコンテンツ制作に直接的に従事することがありますか。または、コンテンツの制作を外注することはありますか。ここでのコンテンツには、自社のwebサイトで公表されるものは含みません。また、広告などで素材として使用されるものは含みません。	MA

※SA：選択肢から単一回答、MA：選択肢から複数回答、NU：数値を入力

3. webアンケート調査

3-2 調査内容（質問項目）

●本調査

質問番号	質問文	質問タイプ
Q1	Q1_1 1 か月間の平均就労日数 / Q1_2仕事をした日に関する 1 日あたりの平均就労時間	SA
Q2	あなたが業務で係わるオンライン上のサービスについて再び確認します。あなたが業務で係わるオンライン上のサービスは、「1. コンテンツそのものの制作」と「2. コンテンツを提供するための場（スペース）の開発・更新・保守・運用」のうちのどちらが主となりますか。	SA
Q3	あなたが Q 2 で回答した、業務で制作等に直接的に携わるサービスを一つ選択してください。	SA
Q4	あなたは Q 2 で「1 コンテンツの制作または外注に従事」、または、Q 3 で「 " ○○○ " の開発・運用等に従事」と回答しました。就業時間全体のうち、この業務に従事する時間の割合は何%程度ですか。直近の 1 年間について回答してください。	SA
Q5	あなたは Q 2 で「1 コンテンツの制作または外注に従事」、または、Q 3 で「 " ○○○ " の開発・運用等に従事」と回答しました。そのサービスは利用者に対して有料で提供されていますか、それとも無料で提供されていますか。	SA
Q5SQ	あなたは前問において「有料の場合と無料の場合がある」と回答しました。無料コンテンツ（または無料サービス）の制作等に従事する時間の割合を教えてください。	SA
Q6	以降、Q 6 から Q 1 2 では、あなたの個人のこについてうかがいます（業務上の活動は含みません）。インターネット上のサービスのうち、直近 1 年間で利用したことがあるものを選択してください。	MA
Q7	あなたが Q 6 で利用したことがあると回答したサービスのうち、投稿をおこなったことがあるものにチェックを入れてください。	MA
Q8	あなたが Q 7 で投稿を行ったことがあると回答したサービスについて伺います。直近 1 年間における、投稿に要した 1 週間あたりの平均時間のうち、最も近いものを選択してください。なおコンテンツなどを制作して投稿した場合は、その制作時間も含めてください。	SA
Q9	あなたが Q 7 で投稿を行ったことがあると回答したサービスについて伺います。投稿の見返りとして直近の 1 年間に金銭を受け取っていますか。金銭を受け取っている場合は、1 ヶ月当たりの受取額に換算して、最も近い金額を選択してください。	SA
Q10	あなたが Q 7 で投稿を行ったことがあると回答したサービスについて伺います。あなたが Q 7 で回答した投稿を行うに際して、直接的な費用は発生していますか。発生している場合、具体的にはどのような費用が発生しているのか、選択肢から選んでください。	MA
Q11	あなたが Q 1 0 で回答した投稿を行うに際して、発生する費用はいくら程度ですか。	SA
Q12	あなたが Q 7 で投稿を行ったことがあると回答したコンテンツについて伺います。あなたが投稿する動画等コンテンツは、閲覧・視聴する人にとって有料で提供される同種のサービスの何割程度の価値を持つ（あるいは仮に販売するとした場合、何割程度の値段で購入される）と思いますか。自己評価をお答えください。	SA

3. webアンケート調査

3-3 調査の流れ（スクリーニング調査(SC)→本調査）

SC3 ネットへの投稿の有無

1. 投稿をすることはない
2. 投稿をすることがあり、見返りに金銭を受け取ることもある
3. 投稿をすることがあり、見返りに金銭を受け取ることはない

→ 本調査(個人調査)に回答

→ 本調査(個人調査)に回答

SC8 プラットフォームサービス開発等の従事経験

1. ある
2. ない

→ 本調査(業務調査)に回答

SC9 コンテンツ制作または外注の従事経験

1. 自社での利用を目的として、コンテンツ制作に従事したことがある
2. 外部（他社）からの外注により、コンテンツ制作に従事したことがある
3. 外部（他社）にコンテンツの制作の外注作業（外注業者とのやりとり等）に従事したことがある
4. 上記の業務に従事したことはない

→ 本調査(業務調査)に回答

→ 本調査(業務調査)に回答

→ 本調査(業務調査)に回答

3. webアンケート調査

3-4 回収状況

- スクリーニング調査：76,878件
- 本調査（業務調査）：2,997件
- 本調査（個人調査）：10,028件

スクリーニング回答数 76,878 / うち、本調査回答数 10,720



個人のみ
7,723

両方に回答
2,305

業務のみ
692

3. webアンケート調査

3-5 疑わしいレコードの除去作業

●方針

- ✓明らかに正しくない、あるいは、真面目に答えていないとみなされる回答を除去
- ✓特に、報酬額や費用額で、（該当者がごく微小と考えられる）金額の最も高い選択肢を回答しているケースが散見される。これは分析に深刻な影響をもたらすため要精査
- ✓本調査の回答から不良回答と判断されたレコードは、スクリーニング調査結果からも除外する

●不良回答と判定したケース

- ✓自由回答で報酬額が1000億円などありえない数字を入力
- ✓90歳以上（SC2） ※1
- ✓仕事の状況が「5自営業者・家族従業者」（SC4）、業種が「18公務」（SC5） ※2
- ✓費用の回答が不自然／報酬の回答が不自然（後述）

※1 99歳を回答した者が多かった。

※2 選択肢の並びの傾向からも真剣に回答していないと判断される（疑わしい回答は、最後の選択肢を選ぶ傾向にある。SC4の選択肢5、SC5の選択肢18はいずれも最下段に位置する。）

3. webアンケート調査

3-5 疑わしいレコードの除去作業

●疑わしいレコードを段階的に取り除いていく

✓最終的に、スクリーニング調査で 74,594件、本調査で 9,502件を集計・分析の対象とする

		スクリーニング調査		本調査	
	除外対象	除外数	残数	除外数	残数
	<回収レコード数>	—	76,878	—	10,720
1	(本調査) 報酬と費用の自由回答がありえない数字(Q9, Q11)	1	76,877	1	10,719
2	(スクリーニング) 90歳以上 (SC2)	472	76,405	125	10,594
3	(スクリーニング) 自営業者(SC4)であり、業種が公務(SC5)	1,072	75,333	513	10,081
4	(本調査) 投稿時間の合計が週98時間を超える(Q8)	28	75,305	28	10,053
5	(本調査) 費用の合計が月額300万円以上、または、ランニング費用が30万円以上でありかつ報酬の1.5倍以上(Q9,10,11)	147	75,158	147	9,906
6	(本調査) 報酬の月額が200万円以上である一方、ランニング費用はゼロまたは報酬の1/10以下(同上)	3	75,155	3	9,903
7	(本調査) ランニング費用が10万円以上かつ費用が報酬の1.5倍以上または報酬ゼロ (同上)	260	74,895	260	9,643
8	(スクリーニング) 業務においてPFサービスまたはコンテンツ制作のいずれかに従事するが情報端末を全く使用しない (SC7、SC8、SC9)	301	74,594	141	9,502

3. webアンケート調査

3-6 職業に関する設問と回答結果

●スクリーニング調査において国勢調査の分類で選択肢を作成

✓はじめに国勢調査の大分類で職業を問う

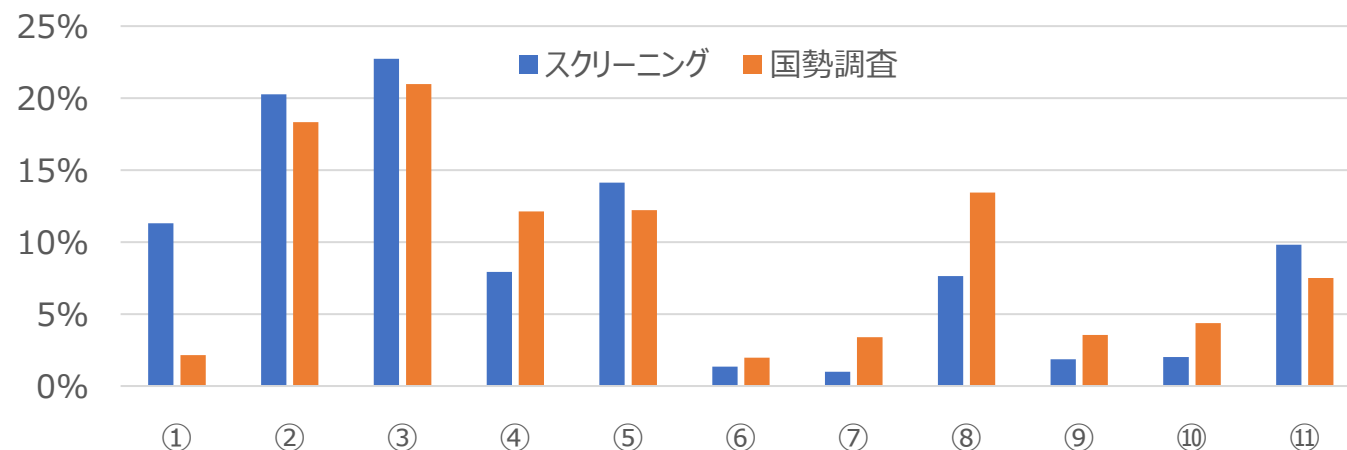
→「B-専門的・技術的職業従事者」を選択した者は、更に内訳の中分類を提示

→「技術者」を選択した者は、更に内訳の小分類を提示

✓特定の職業について詳しく尋ねるのは、企業が生産する無料デジタル生産物の人件費は、職業を限定して定義するため（後述）

●大分類別の職業分布（国勢調査との比較）

大分類	スクリーニング	国勢調査
職業計（人）	43,577	56,035,140
① A－管理的職業従事者	11.3%	2.1%
② B－専門的・技術的職業従事者	20.3%	18.3%
③ C－事務従事者	22.7%	21.0%
④ D－販売従事者	7.9%	12.1%
⑤ E－サービス職業従事者	14.1%	12.2%
⑥ F－保安職業従事者	1.4%	2.0%
⑦ G－農林漁業従事者	1.0%	3.4%
⑧ H－生産工程従事者	7.6%	13.4%
⑨ I－輸送・機械運転従事者	1.8%	3.5%
⑩ J－建設・採掘従事者	2.0%	4.4%
⑪ K－運搬・清掃・包装等従事者	9.8%	7.5%

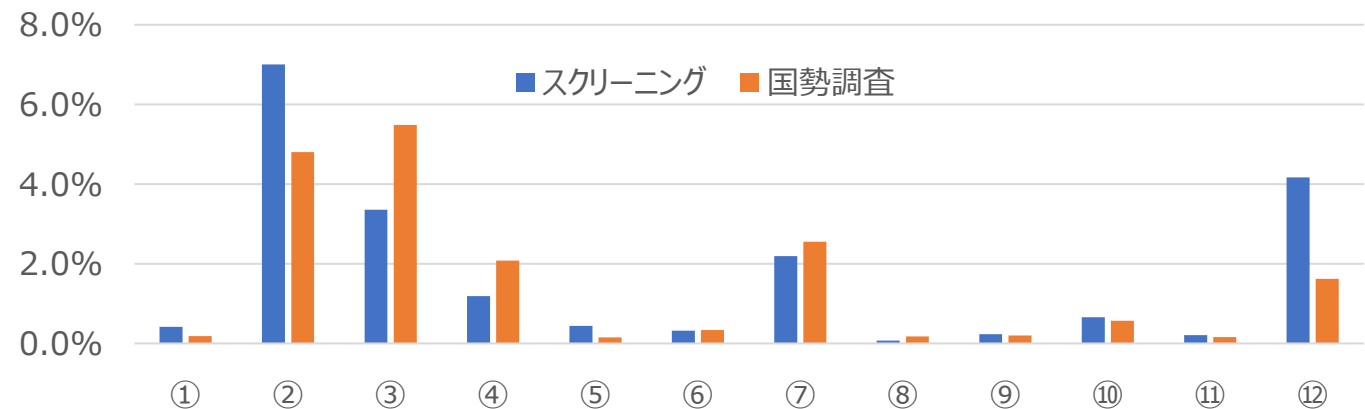


3. webアンケート調査

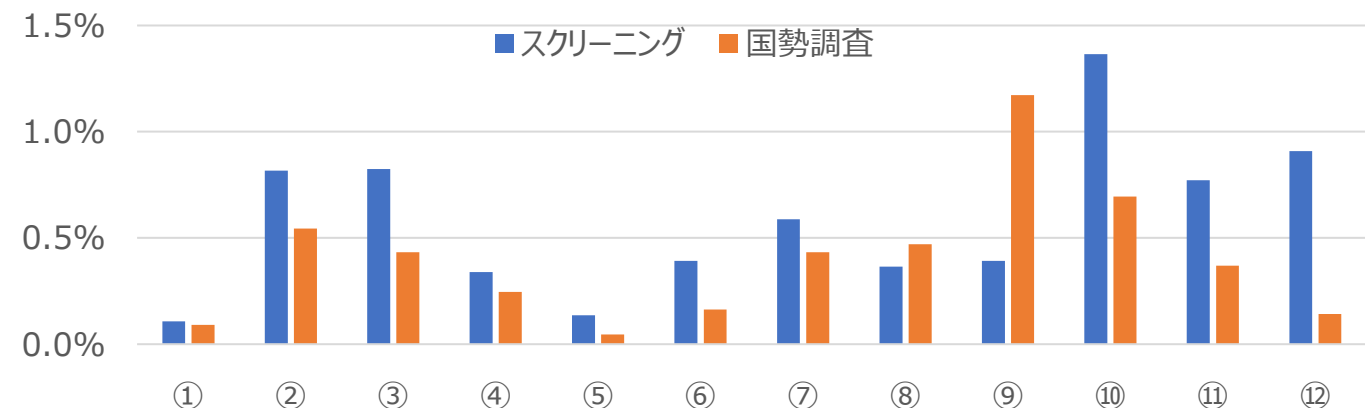
3-6 職業に関する設問と回答結果

●中分類別（上段）と小分類別（下段）の職業分布（国勢調査との比較）

中分類	スクリーニング	国勢調査
B－専門的・技術的職業従事者（人）	8,830	10,270,980
① 研究者	0.4%	0.2%
② 技術者	7.0%	4.8%
③ 保健医療従事者	3.4%	5.5%
④ 社会福祉専門職業従事者	1.2%	2.1%
⑤ 法務従事者	0.4%	0.1%
⑥ 経営・金融・保険専門職従事者	0.3%	0.3%
⑦ 教員	2.2%	2.6%
⑧ 宗教家	0.1%	0.2%
⑨ 著述家，記者，編集者	0.2%	0.2%
⑩ 美術家，デザイナー，写真家，映像撮影者	0.7%	0.6%
⑪ 音楽家，舞台芸術家	0.2%	0.2%
⑫ その他の専門的職業従事者	4.2%	1.6%



小分類	スクリーニング	国勢調査
技術者（人）	3,053	2,693,290
① 農林水産・食品技術者	0.1%	0.1%
② 電気・電子・電気通信技術者※	0.8%	0.5%
③ 機械技術者	0.8%	0.4%
④ 輸送用機器技術者	0.3%	0.2%
⑤ 金属技術者	0.1%	0.0%
⑥ 化学技術者	0.4%	0.2%
⑦ 建築技術者	0.6%	0.4%
⑧ 土木・測量技術者	0.4%	0.5%
⑨ システムコンサルタント・設計者	0.4%	1.2%
⑩ ソフトウェア作成者	1.4%	0.7%
⑪ その他の情報処理・通信技術者	0.8%	0.4%
⑫ その他の技術者	0.9%	0.1%



3. webアンケート調査

3-7 調査結果のポイント1（従事者数・従事者割合）

●従事者割合：就業者に占める無料デジタル生産物の制作等に従事する人の割合

✓企業が生産する無料デジタル生産物（無料PFサービス、企業UGC）

□スクリーニング調査と本調査の両方において、当該無料サービスを生産すると回答した者を当該サービスの従事者とする

□黄色の選択肢が無料PFサービスの制作等に従事、緑色が企業UGCの制作等に従事を意味する

	内容	選択肢
SC8	あなたは直近1年間の業務において、web上でのプラットフォーム（PF）サービスの制作や開発・保守・運用に直接的に従事することがありますか。以下の選択肢のいずれかをお答えください。（SA）	1. ある
		2. ない
SC9	あなたは直近1年間の業務において、動画共有サイトなどのプラットフォームに掲載されるコンテンツ制作に直接的に従事することがありますか。または、コンテンツの制作を外注することはありますか。ここでのコンテンツには、自社のwebサイトで公表されるものは含みません。また、広告などで素材として使用されるものは含みません。（MA）	1. 自社での利用を目的として、コンテンツ制作に従事したことがある
		2. 外部（他社）からの発注により、コンテンツ制作に従事したことがある
		3. 自社で利用するコンテンツの外注作業（外注業者とのやりとり等）に従事したことがある
		4. 上記の業務に従事したことはない
Q2	あなたが業務で係わるオンライン上のサービスについて再び確認します。あなたが業務で係わるオンライン上のサービスは、以下の2つのうちのどちらが主となりますか。 （YouTubeを例に2つの違いを説明すると、YouTubeで流される動画そのものを作成するのが「1. コンテンツそのものの制作」、YouTubeのシステム開発、メンテナンス・管理を行うのが「2. コンテンツを提供するための場（スペース）の開発・更新・保守・運用」となります。）（SA）	1. コンテンツそのものの制作または外注 （例：動画、音声、音楽、ゲーム、イラスト、写真、その他無料配布ソフトウェアなど）
		2. コンテンツを提供するための場（スペース）の開発・更新・保守・運用 （例：YouTube、ニコニコ動画、はてなブログ、アメーバブログ、Instagram、Pixivなどのシステムの開発・更新・保守・運用）

3. webアンケート調査

3-7 調査結果のポイント1（従事者数・従事者割合）

✓企業が生産する無料デジタル生産物（無料PFサービス、企業UGC）

□下の表は、トータル（全職業）と大分類A、B、Cを例示

□黄色がスクリーニングと本調査の両方でPFサービスの制作等に従事と回答

□緑色がスクリーニングと本調査の両方で企業UGCの制作等に従事と回答

□トータルを例にとると、スクリーニング調査の回答総数は、43,577件。このうち、PFサービスの制作等に従事する者が753件であり、従事者割合は 1.7% (=752/43,577)。また企業UGCの制作等に従事する者が1,232件であり、従事者割合は 2.8% (=1,232/43,577)

	スクリーニング SC8、SC9	本調査 Q2	トータル	① A－管理 的職業従事者	② B－専門的・技 術的職業従事者	③ C－事 務従事者	
A	SC8：あり	PFサービスが主	753	131	221	161	SC8で1、Q2で2を選択
B	SC8：なし	PFサービスが主	249	38	66	55	
C	SC9：あり	コンテンツが主	1,232	290	353	237	SC9で1～3のいずれか、Q2で1を選択
D	SC9：なし	コンテンツが主	148	11	36	47	
E	スクリーニング回答者数		43,577	4,925	8,830	9,903	
F	従事者割合（PFサービス）		1.7%	6.8%	2.5%	1.6%	A/E
G	従事者割合（企業UGC）		2.8%	15.1%	4.0%	2.4%	C/E

3. webアンケート調査

3-7 調査結果のポイント1（従事者数・従事者割合）

✓企業が生産する無料デジタル生産物（無料PFサービス、企業UGC）

□推計または説明で使用する職業の従事者割合（推計で利用するのは黄色のセル）

□（推計結果）従事者割合は概ね 5%から10%の間

□（利用方法）無料PFサービス、企業UGCの生産額推計で使用

<大分類>

	就業者数(人)	PFサービス	企業UGC
B – 専門的・技術的職業従事者	8,830	2.5%	4.0%

<小分類>

	就業者数(人)	PFサービス	企業UGC
① 農林水産・食品技術者	47	0.0%	10.6%
...			
⑨ システムコンサルタント・設計者	171	5.8%	7.6%
⑩ ソフトウェア作成者	595	5.7%	3.5%
⑪ その他の情報処理・通信技術者	336	6.5%	2.1%

<中分類>

	就業者数(人)	PFサービス	企業UGC
① 研究者	181	3.9%	5.5%
② 技術者	3,053	4.0%	5.6%
③ 保健医療従事者	1,463	1.2%	1.8%
④ 社会福祉専門職業従事者	518	2.5%	1.7%
⑤ 法務従事者	192	1.6%	4.7%
⑥ 経営・金融・保険専門職従事者	141	4.3%	9.2%
⑦ 教員	955	1.7%	3.1%
⑧ 宗教家	32	3.1%	15.6%
⑨ 著述家, 記者, 編集者	100	1.0%	15.0%
⑩ 美術家, デザイナー, 写真家, 映像撮影者	286	0.7%	9.8%
⑪ 音楽家, 舞台芸術家	92	4.3%	4.3%
⑫ その他の専門的職業従事者	1,817	1.5%	1.8%

3. webアンケート調査

3-7 調査結果のポイント1（従事者数・従事者割合）

- ✓ 家計が生産する無料デジタル生産物（家計UGC）
 - 年齢階層別に従事者割合を算出
 - 黄色がスクリーニングと本調査の両方でUGCの制作等に従事と回答
 - ◆ SC3：あなたは個人の活動として、直近1年間に、インターネットに投稿することはありましたか
 - ・ 選択肢1：投稿することはない
 - ・ 選択肢2：投稿をすることがあり、見返りに金銭を受け取ることがある
 - ・ 選択肢3：投稿をすることがあり、見返りに金銭を受け取ることはない
 - ◆ Q7：あなたがQ6で利用したことがあると回答したサービスのうち、投稿を行ったことがあるものにチェックを入れてください
 - ・ 選択肢1～4：動画等コンテンツ、SNA、情報共有サービス、その他
 - ・ 選択肢5：閲覧またはコメントのみで投稿したことはない
 - （推計結果）年齢階層が低いほど、従事者割合は高い／（利用方法）家計UGCの生産額推計で使用

	SC3	Q7	15～29歳	30～49歳	50～69歳	70～89歳	
A	投稿あり	Q7：1～4	1,150	2,207	1,658	645	SC3で1以外、Q7で5以外を選択
B	投稿あり	Q7：5投稿なし	335	708	526	287	
C	投稿あり	Q7：未回答	306	569	295	162	
D	スクリーニング回答者数		6,036	22,181	26,721	14,230	
E	家計UGC従事者割合		19.1%	9.9%	6.2%	4.5%	A/D

3. webアンケート調査

3-7 調査結果のポイント2（従事時間・従事時間割合）

●従事時間割合：就業時間に占める無料デジタル生産物の制作等に従事する時間の割合

✓企業が生産する無料デジタル生産物（無料PFサービス、企業UGC）

□下表の左が無料PFサービス、右が企業UGC（企業UGCは実際には、Bに該当する中分類ベースで推計）

□ A、B、D はアンケート結果の集計値であり、ひと月あたりの時間

- ◆（使用したアンケート調査）主に本調査のQ1～Q5により作成
- ◆（推計結果）従事時間割合は、職業により異なるが概ね50%前後
- ◆（推計結果）無料従事時間割合も、概ね50%前後
- ◆（利用方法）無料PFサービス、企業UGCの生産額推計で使用

		<小分類>			<大分類>	
		システムコンサル タント・設計者	ソフトウェア 作成者	その他の情報処 理・通信技術者		B－専門的・技術 的職業従事者
A	総労働時間（時間）	21,660	65,592	46,260	総労働時間（時間）	671,592
B	PF従事時間（時間）	13,800	34,543	19,359	企業UGC従事時間（時間）	348,010
C (=B/A)	PF従事時間割合	63.7%	52.7%	41.8%	企業UGC従事時間割合	51.8%
D	無料PF従事時間（時間）	5,789	17,617	10,167	無料企業UGC従事時間（時間）	182,602
E (=D/B)	無料PF従事時間割合	41.9%	51.0%	52.5%	無料企業UGC従事時間割合	52.5%

3. webアンケート調査

3-7 調査結果のポイント2（従事時間・従事時間割合）

✓家計が生産する無料デジタル生産物（家計UGC）

□下表の1段目と2段目はアンケート結果の集計値であり、トータル及び報酬ありと報酬なしの別

◆（使用したアンケート調査）従事時間は、主に本調査のQ8から算出

□最右列の「合計」は、各コンテンツの投稿者数の合計ではなく、いずれかのコンテンツの投稿・制作に従事する者の数

□3段目は2段目と1段目の商（平均時間は従事する者のみから算出）

◆（推計結果）週当たりの平均従事時間は、報酬なしよりも報酬ありの方が高い

◆（利用方法）家計UGCの生産額推計で使用

	報酬の有無	動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	合計
従業者数（人）	トータル	1,795	4,337	1,298	268	7,698
	報酬あり	418	380	221	30	1,049
	報酬なし	1,377	3,957	1,077	238	6,649
従事時間計 （週当たり、時間）	トータル	4,017	5,964	1,254	656	11,890
	報酬あり	1,591	852	518	130	3,091
	報酬なし	2,425	5,112	736	525	8,799
従事者の平均従事時間 （週当たり、時間）	トータル	2.24	1.38	0.97	2.45	7.02
	報酬あり	3.81	2.24	2.34	4.34	12.73
	報酬なし	1.76	1.29	0.68	2.21	5.94

3. webアンケート調査

3-7 調査結果のポイント3（家計UGC の報酬）

●家計UGC が受け取る報酬額

✓ひと月あたり平均報酬額（左表）と報酬受取者数割合（右表）

□（使用したアンケート調査）主に本調査のQ9 から作成

□左表の上段の数値は回答者数、代表値から平均報酬額を算出

□右表の報酬受取者割合は、報酬を受け取る投稿者数をスクリーニング調査の回答数で除して作成

<報酬受取人数とひと月当たり平均報酬額>

代表値（円）			動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他
	合計		1,795	4,337	1,298	268
0	1	金銭は受け取っていない	1,377	3,957	1,077	238
2,000	2	4 0 0 0 円未満	152	164	102	23
5,000	3	4 0 0 0 円以上・6 0 0 0 円未満	102	100	49	2
7,000	4	6 0 0 0 円以上・8 0 0 0 円未満	53	42	24	0
9,000	5	8 0 0 0 円以上・1 万円未満	25	21	12	0
20,000	6	1 万円以上・3 万円未満	26	21	14	3
45,000	7	3 万円以上・6 万円未満	24	13	12	1
80,000	8	6 万円以上・1 0 万円未満	8	6	0	0
150,000	9	1 0 万円以上・2 0 万円未満	8	4	2	1
350,000	10	2 0 万円以上・5 0 万円未満	5	6	3	0
750,000	11	5 0 万円以上・1 0 0 万円未満	15	3	3	0
1,000,000	12	1 0 0 万円以上	0	0	0	0

報酬受取者数（人）	418	380	221	30
報酬受取額（ひと月あたり、円）	17,850,000	7,746,000	5,145,000	311,000
報酬受取者1人ひと月当たり平均報酬額	42,703	20,384	23,281	10,367

	動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他
投稿者数（人）	1,795	4,337	1,298	268
うち、報酬あり（人）	418	380	221	30
うち、報酬なし（人）	1,377	3,957	1,077	238
報酬受取者数割合	0.60%	0.55%	0.32%	0.04%
回答者数	69,168			

- （推計結果）いずれのサービスも報酬なしの方が人数は多い
- （推計結果）平均報酬額は動画コンテンツ等が 42,703円と他のサービスの倍以上
- （推計結果）投稿者数(報酬あり)の全回答者に占める割合は、いずれのサービスも1%に満たない
- （利用方法）家計UGCの生産額推計で使用

3. webアンケート調査

3-7 調査結果のポイント4（家計UGC の費用）

- ✓表の上段・左では、報酬の有無別・費目別にアンケート結果（費用額）を集計
- ✓表の上段・右は従事者数と週当たりの従事時間に関する集計、中段・段右で従事時間を年換算
- ✓表の中段・左では月当たりを年あたりに換算
- ✓表の下段では、1人1回あたり、または、1時間当たりの費用を算出

- （使用したアンケート調査）主に本調査のQ11から作成

	(単位：円)					
	1回あたり 設備購入費	月あたり ソフトウェアサービス	1回あたり ソフト購入費	月あたり 通信費	月あたり 外注費	月あたり その他
トータル	58,425,000	6,690,000	26,170,000	3,745,000	500,000	215,000
報酬あり	42,695,000	5,640,000	23,860,000	1,755,000	355,000	50,000
報酬なし	15,730,000	1,050,000	2,310,000	1,990,000	145,000	165,000

	(人)	(時間)
	従事者数	週当たり 総従事時間
	5,660	11,890
	860	3,275
	4,800	8,615

- 1人1回あたり費用は、1回当たり費用を従事者数で除して算出
- 1時間あたり費用は、年あたり費用を年あたり総従事時間で除して算出
- （推計結果）いずれの費用も報酬ありが報酬なしを大きく上回る

	(単位：円)					
	1回あたり 設備購入費	年あたり ソフトウェアサービス	1回あたり ソフト購入費	年あたり 通信費	年あたり 外注費	年あたり その他
トータル	58,425,000	80,280,000	26,170,000	44,940,000	6,000,000	2,580,000
報酬あり	42,695,000	67,680,000	23,860,000	21,060,000	4,260,000	600,000
報酬なし	15,730,000	12,600,000	2,310,000	23,880,000	1,740,000	1,980,000

	(人)	(時間)
	従事者数	年当たり※ 総従事時間
	5,660	619,966
	860	170,755
	4,800	449,211

※365/7を乗じる

- （利用方法）人件費費以外の家計UGCの費用の推計で使用

	(単位：円)					
	1人1回あたり 設備購入費	1時間あたり ソフトウェアサービス	1人1回あたり ソフト購入費	1時間あたり 通信費	1時間あたり 外注費	1時間あたり その他
トータル	10,322	129.5	4,624	72.5	9.7	4.2
報酬あり	49,645	396.4	27,744	123.3	24.9	3.5
報酬なし	3,277	28.0	481	53.2	3.9	4.4

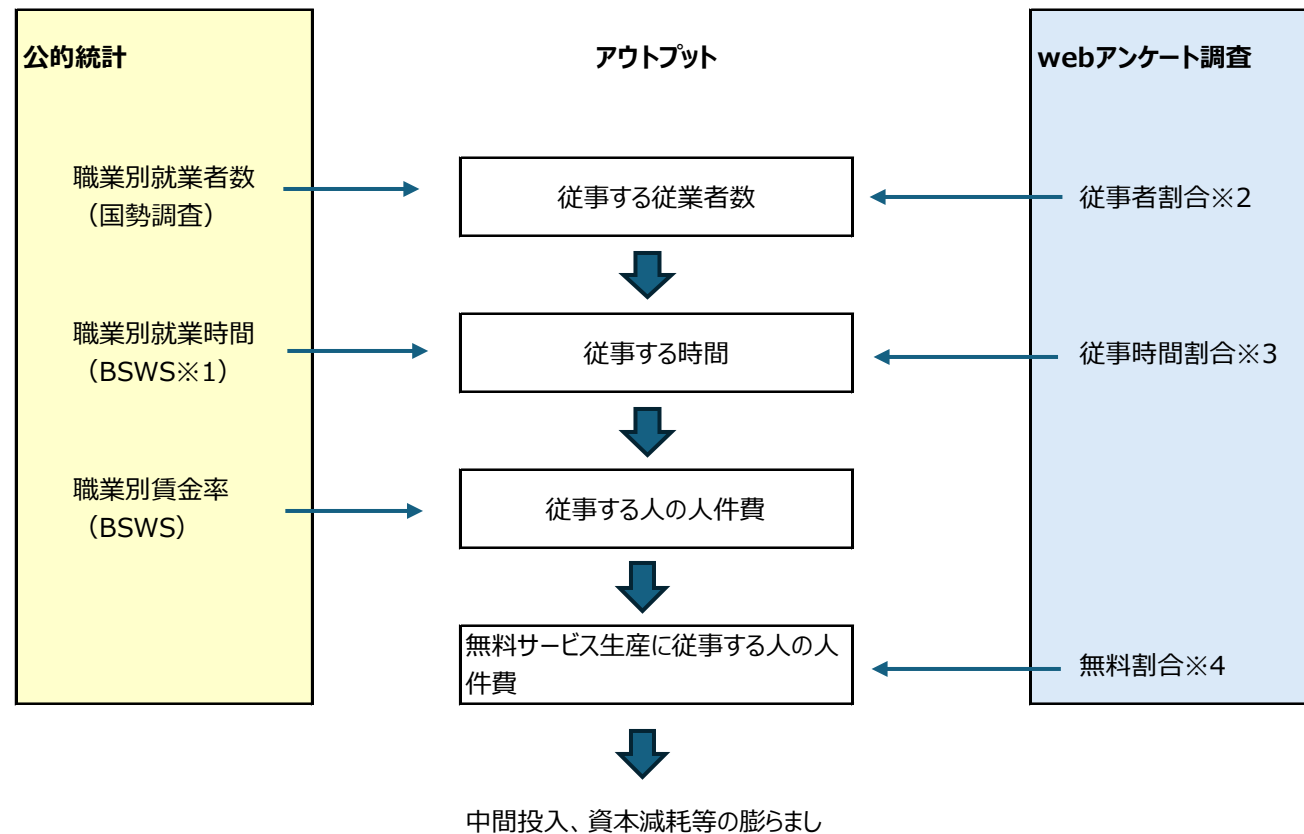
4. 無料デジタル生産物の価値推計

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-1 推計の流れ1：法人企業による生産分（無料PFサービス、企業UGC）

●公的統計とwebアンケート調査を組み合わせる推計

- ✓ 国勢調査から産業別・職業別就業者数
を取得し、従事者割合を乗じて従事者
数を算出
- ✓ BSWSから職業別就業時間を取得し、従
事時間割合を乗じて従事時間を算出
- ✓ 従事者数に従事時間を乗じて総従事時
間を求め、職業別賃金率を乗じて、従
事者の人件費を算出
- ✓ 人件費に無料割合を乗じて、無料サー
ビス生産の従事者の人件費を算出
- ✓ 産業連関表及びデジタルSUTの情報か
ら、中間投入や資本減耗等を推計



※1 賃金構造基本統計調査

※2 全就業者数に占める当該サービスの生産に従事する人の割合

※3 全就業時間に占める当該サービスの生産に従事する時間の割合

※4 当該サービスの従事時間に占める無料サービスの生産に従事する時間の割合

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-1 推計の流れ2：家計UGCによる生産分（人件費）

●トータルの人件費推計

- ✓ 国勢調査から年齢階層別人口を取得し、年齢階層別従事者割合を乗じて投稿者数を算出
- ✓ トータル（報酬あり＋報酬なし）の従事時間を投稿者数に乘じる
- ✓ 総投稿時間に**最低賃金**を乗じてトータルの人件費を推計

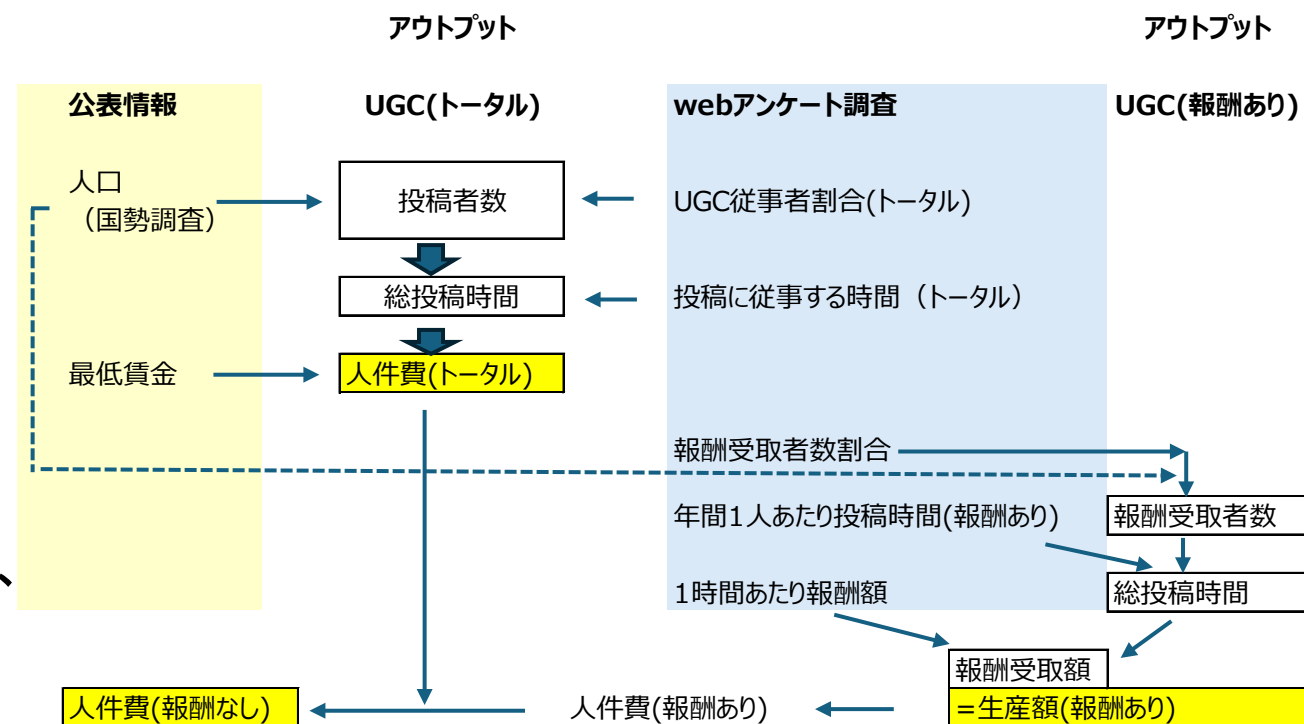
●報酬ありの人件費推計

- ✓ 国勢調査、報酬受取者割合、投稿時間、時間当たり報酬額から報酬受取額を推計（これを報酬ありの生産額とする）
- ✓ 別途推計した中間投入等の他のコストを差し引き、人件費を推計

●報酬なしの人件費推計

- ✓ トータルから報酬ありの人件費を控除し、報酬なしの人件費とする

●（中間投入等の推計は別途説明）



4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-2 法人企業による生産分（無料PFサービス、企業UGC）

- 無料PFサービスと企業UGCの推計手順は同じだが、先行研究を参考に、当該サービスを生産する職業を事前に想定

✓無料PFサービス：小分類の3つの職業

✓企業UGC：大分類「B－専門的・技術的職業従事者」に属する中分類の全職業

生産物の種類	生産を行うと想定する職業
無料PFサービス	(職業小分類) ⑨システムコンサルタント・設計者、⑩ソフトウェア作成者、⑪その他の情報処理・通信技術者
企業UGC	(職業大分類) B－専門的・技術的職業従事者 (実際の計算は内訳となる次の中分類ベースで実施) ①研究者、②技術者、③保健医療従事者、④社会福祉専門職業従事者、⑤法務従事者、⑥経営・金融・保険専門職従事者、⑦教員、⑧宗教家、⑨著述家、記者、編集者、⑩美術家、デザイナー、写真家、映像撮影者、⑪音楽家、舞台芸術家、⑫その他の専門的職業従事者

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-2 法人企業による生産分（無料PFサービス、企業UGC）

●人件費の推計手順

（職業別・産業別）無料PFサービス人件費＝（就業者数×PF従事者割合）
×（1人あたり労働時間×PF時間割合）×PF無料割合×賃金率

（職業別・産業別）企業UGC人件費＝（就業者数×企業UGC従事者割合）
×（1人あたり労働時間×企業UGC時間割合）×企業UGC無料割合×賃金率

出所		⑨ システム コンサルタント・設計者	⑩ ソフト ウェア作成 者	⑪ その他の情 報処理・通信技 術者	計	B－専門的・技 術的職業従事者
国勢調査	就業者数（人）	656,780	389,760	207,390	1,253,930	10,270,960
アンケート	従事者割合	5.8%	5.7%	6.5%	－	4.0%
BSWS	1人あたり労働時間（時間/年）	2,059	2,065	2,007	－	1,723
アンケート	時間割合	63.7%	52.7%	41.8%	－	51.8%
BSWS	賃金率（円/時間）	3,512	2,489	2,744	－	2,792
アンケート	無料割合	41.9%	51.0%	52.5%	－	52.5%
上記6項目の積	人件費（百万円）	74,217	30,753	16,437	121,408	536,985

企業UGCの人件費
は、前頁に示した中
分類で行うが、ここ
では紙幅の都合によ
り大分類を提示

無料PFサービス↑

↑無料企業UGC

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-2 法人企業による生産分（無料PFサービス、企業UGC）

●人件費の推計結果

<無料PFサービス>

(単位：百万円)

⑨ システムコンサルタント・設計者	⑩ ソフトウェア作成者	⑪ その他の情報処理・通信技術者	計
74,217	30,753	16,437	121,408

<企業UGC>

(単位：百万円)

① 研究者	② 技術者	③ 保健医療従事者	④ 社会福祉専門職業従事者
15,348	241,957	64,377	15,766
⑤ 法務従事者	⑥ 経営・金融・保険専門職従事者	⑦ 教員	⑧ 宗教家
8,439	41,053	60,588	15,401
⑨ 著述家, 記者, 編集者	⑩ 美術家, デザイナー, 写真家, 映像撮影者	⑪ 音楽家, 舞台芸術家	⑫ その他の専門的職業従事者
35,612	26,949	3,900	14,347

計：543,739

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-2 法人企業による生産分（無料PFサービス、企業UGC）

●その他の費用の推計（膨らまし）

- ✓ 先に推計した人件費を産業連関表の賃金・俸給とみなす
- ✓ 産業連関表の賃金・俸給と雇用者所得の比率で、**2020年デジタル使用表（10億円）**無料生産物の雇用者所得を推計（左図）

- ✓ デジタル使用表の雇用者所得と中間投入、固定資本減耗等の比率（右図）で無料生産物の当該項目を推計

推計された人件費（百万円）

	無料PFサービス	無料企業UGC
① 人件費	121,408	543,739

2020年産業連関表（百万円）

	インターネット附随サービス	映像・音声・文字情報制作
② 賃金・俸給	1,371,735	689,206
③ 雇用者所得	1,634,884	804,398
④(=③÷②) 賃金・俸給倍率	1.192	1.167

雇用者所得の推計(百万円)

	無料PFサービス	無料企業UGC
⑤(=①×④)	144,698	634,618

2020年デジタル使用表（10億円）

	PFサービス業	映像・音声・文字情報制作サービス産業
内生部門計※	3,204	2,907
家計外消費支出（行）	22	86
雇用者所得	1,005	1,431
営業余剰	803	662
資本減耗引当	577	747
間接税（関税・輸入品商品税を除く。）	164	184
粗付加価値部門計（VA）	2,573	3,110
内生部門計 + VA	5,777	6,017
対雇用者所得比率		
内生部門計	3.19	2.03
家計外消費支出（行）	0.02	0.06
雇用者所得	1.00	1.00
営業余剰	0.80	0.46
資本減耗引当	0.57	0.52
間接税（関税・輸入品商品税を除く。）	0.16	0.13
粗付加価値部門計（VA）	2.56	2.17
内生部門計 + VA	5.75	4.20

※50億円未満は集計対象から除外

PFサービス業 = 「デジタル仲介PF業(課金型)」
+ 「データと広告収入を主とするデジタル仲介PF業」

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-2 法人企業による生産分（無料PFサービス、企業UGC）

●その他の費用の推計（膨らまし）

- ✓ 中間投入、各付加価値項目の合計値を生産額とする
- ✓ 無料PFサービスの生産額は約8,313億円、企業UGCの生産額は約2兆6,683億円

膨らましの結果（10億円）

	無料PFサービス	無料企業UGC
内生部門計	461.1	1,289.0
家計外消費支出（行）	3.2	38.3
雇用者所得	144.7	634.6
営業余剰	115.6	293.6
資本減耗引当	83.1	331.3
間接税（関税・輸入品商品税を除く。）	23.7	81.5
粗付加価値部門計	370.3	1,379.4
国内生産額	831.3	2,668.3

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-3 家計による生産分（家計UGC）

●大まかな手順

- ✓ アンケート調査結果より、報酬ありと報酬なしを混みにして（トータルを）推計し、一方で報酬ありを別途に推計
- ✓ トータルの生産額と報酬ありの人件費は、以下の関係から推計
 - 生産額 = 人件費 + 中間投入 + 固定資本減耗（下表のヨコの関係）
- ✓ 報酬なしは、トータルから報酬ありを控除して算出
 - トータル = 報酬あり + 報酬なし（下表のタテの関係）

	生産額（売上高）	人件費	中間投入	固定資本減耗
トータル	ヨコの関係から推計⑤	アンケート等より推計①	アンケート等より推計③	アンケート等より推計④
報酬あり	アンケート等より推計②	ヨコの関係から推計⑤	アンケート等より推計③	アンケート等より推計④
報酬なし	タテの関係から推計⑥	タテの関係から推計⑥	アンケート等より推計③	アンケート等より推計④

●推計（説明）の流れ

- ✓ トータル人件費① → 報酬あり生産額② → 中間投入③ → 資本減耗④
→ トータル生産額・報酬あり人件費⑤ → 報酬なし生産額・報酬なし人件費⑥

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-3 家計による生産分（家計UGC）

●トータルの人件費(①)

- A) 国勢調査より年齢階層別(4区分)の人口を取得
- B) アンケートより年齢階層別の従事者割合を算出
- C) A×Bにより、年齢階層別のUGC投稿者数を推計し、合算する(約960万人)
- D) アンケートよりコンテンツの種類別に投稿・制作に従事する週当たりの時間を算出
- E) 年間の週数を求める
- F) Cの合計×D×Eにより、年間の総従事時間を推計
- G) 人件費単価として、地域別最低賃金全国加重平均値を取得(1,055円)
- H) F×Gにより人件費を推計(約1.1兆円)

A	●年齢階層別人口（人）					
		15～29	30～49	50～69	70～89	計
		17,580,710	31,737,531	31,679,791	24,909,274	105,907,306
B	●アンケート：UGCの従事者割合					
		15～29	30～49	50～69	70～89	
		19.1%	9.9%	6.2%	4.5%	
C	●UGC投稿者数（人）	A×B				
		15～29	30～49	50～69	70～89	計
		3,349,539	3,157,871	1,965,686	1,129,057	9,602,153
						9.1%
D	●アンケート：制作等に従事する時間（時間/週）					
		動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	
		0.71	1.05	0.22	0.12	
E	○1年の週数	365	7	52.1		
F	●制作等への総従事時間（千時間）	Cの合計×D×52.1				
		動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	計
		355,300	527,598	110,885	57,986	1,051,767
						110
		0	0	0	0	0
G	●時給（円、最低賃金を適用）	1,055	←2024年の最低賃金			
H	●人件費（百万円）	F×G/1000				
		動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	計
		374,841	556,615	116,983	61,175	1,109,615

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-3 家計による生産分（無料家計UGC）

●報酬ありの生産額(②)

- A) B) アンケート結果より、報酬ありのUGC投稿者数をコンテンツ別に推計
- C) D), E) アンケート結果より、1人当たり年間の制作等に従事する時間を推計
- F) B×E により、制作等への総従事時間を推計(約2.46億時間)
- G) G1とG2 は報酬総額(月あたり)と従事時間(週あたり)の集計結果、G3とG4でこれらを年換算
- H) G3÷G4により、時間当たりの報酬額を算出
- I) F×H により生産額を推計(約5,705億円)

A ●アンケート：報酬受取者数比率				
動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	
0.60%	0.55%	0.32%	0.04%	←報酬あり
B ●UGC投稿者数（人） 総人口105,907,306 にAの比率を乗じる				
動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	計
640,025	581,841	338,386	45,935	1,606,187 ←報酬あり
C ●制作等に従事する時間（時間/週）				
動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	
3.81	2.24	2.34	4.34	←報酬あり
D ○年週数				
365	7	52.1		
E ●制作等に従事する時間（時間/年） C×52.1				
動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	
198.50	116.94	122.10	226.39	←報酬あり
F ●制作等への総従事時間（千時間） B×E				
動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	計
127,044	68,043	41,317	10,399	246,803 ←報酬あり
G ●アンケート結果				
動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	(参考) 計
G1 17,850,000	7,746,000	5,145,000	311,000	←月・報酬総額
G2 1,591	852	518	130	←週・投稿時間(報酬あり)
G3 214,200,000	92,952,000	61,740,000	3,732,000	375,624,000 ←年・報酬総額
G4 82,972	44,439	26,984	6,792	161,187 ←年・投稿時間(報酬あり)
H ●時間当たり報酬額（円/時間） G3÷G4				
動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	計
2,582	2,092	2,288	550	2,312 ←報酬あり
I ●生産額（百万円）				
動画コンテンツ等	SNS	情報共有	その他	計
327,975	142,324	94,534	5,714	570,547 ←報酬あり

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-3 家計による生産分（無料家計UGC）

●中間投入(③)・資本減耗(④)

- ✓ 中間投入(左)：アンケート結果から求めた時間あたり費用額に年間総従事時間を乗じる
 - ✓ 資本形成(右)：アンケート結果から求めた1人あたり費用額に投稿者数を乗じ、耐用年数で除す
- 多くの部門で資本形成と資本減耗は近似することから、**資本減耗＝資本形成**と仮定する

A. 1時間あたり費用額（アンケート調査より）

(単位：円)

	ソフトウェアサービス	通信費	外注費	その他
トータル	129.5	72.5	9.7	4.2
報酬あり	396.4	123.3	24.9	3.5
報酬なし	28.0	53.2	3.9	4.4

B. 年間総従事時間

(単位：千時間)

トータル	1,051,767
報酬あり※	289,684
報酬なし※	762,083

C. 中間投入額（A×B/1000）

(単位：百万円)

	ソフトウェアサービス	通信費	外注費	その他	合計
トータル	136,194	76,240	10,179	4,377	226,990
報酬あり	114,819	35,728	7,227	1,018	158,792
報酬なし	21,376	40,512	2,952	3,359	68,199

A. 1人あたり費用額（アンケート調査より）

(単位：円)

	設備購入費	ソフト購入費
トータル	10,322	4,624
報酬あり	49,645	27,744
報酬なし	3,277	481

B. 投稿者数

(単位：人)

トータル	9,602,153
報酬あり	1,458,984
報酬なし	8,143,169

C. 耐用年数

設備購入費	ソフト購入費
4	3

D. 固定資本形成額（A×B/C/1,000,000）

(単位：百万円)

	設備購入費	ソフト購入費	合計
トータル	24,779	14,799	39,578
報酬あり	18,108	13,493	31,601
報酬なし	6,671	1,306	7,977

※アンケート調査結果を集計すると、年換算した報酬ありの従事時間の総計が170,755時間、報酬なしの総計が449,211時間となる。シェアを計算すると報酬ありは27.54%、報酬なしは72.46%となる。この比率でトータルの従事時間を分割する。

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-3 家計による生産分（無料家計UGC）

●中間投入(③)・資本減耗(④)

✓ 推計結果のまとめ

(単位：百万円)

	設備購入費	ソフトウェアサービス	ソフト購入費	通信費	外注費	その他	中間投入	固定資本減耗
トータル	24,779	136,194	14,799	76,240	10,179	4,377	226,990	39,578
報酬あり	18,108	114,819	13,493	35,728	7,227	1,018	158,792	31,601
報酬なし	6,671	21,376	1,306	40,512	2,952	3,359	68,199	7,977

●その他の項目の推計

	生産額 (売上高)	人件費	中間投入	固定資本 減耗
トータル	⑤A	1,109,615	226,990	39,578
報酬あり	570,547	⑤B	158,792	31,601
報酬なし	⑥A	⑥B	68,199	7,977

③④の関係を利用

⑤A = 1,109,615 + 226,990 + 39,578 = 1,376,183

⑤B = 570,547 - (158,792 + 31,601) = 380,154

⑤⑥の関係を利用

⑥A = 1,376,183 - 570,547 = 805, 636

⑥B = 1,109,615 - 380,154 = 729,461

＜最終推計結果＞

	生産額 (売上高)	人件費	中間投入	固定資本 減耗
トータル	1,376,183	1,109,615	226,990	39,578
報酬あり	570,547	380,154	158,792	31,601
報酬なし	805,636	729,461	68,199	7,977

4. 無料デジタル生産物の価値推計

4-4 補足

●家計UGCの推計で2020年の最低賃金を使用するケース

- ✓ デジタルSUTは2020年を対象にしていることから、デジタルSUTへの組み込みは2020年の最低賃金（902円）を用いた推計結果を使用する（下表はその結果）

	生産額（売上高）	人件費	中間投入	固定資本減耗
トータル	1,215,262	948,694	226,990	39,578
報酬あり	570,547	380,154	158,792	31,601
報酬なし	644,715	568,540	68,199	7,977

●トータルの人件費単価に関する検討（最低賃金(1,055円)を使用した理由)

- ✓ 保守的な推計を行う観点から、トータルの単価は最低賃金を使用
- ✓ （参考として事後的に計算した）人件費単価
□ 報酬あり：1,540円 報酬なし：906円
- ✓ 報酬なしがやや過大な可能性もあるが、両者の間で明確な差が生じていることから、結果に大きな違和感はない

5. デジタルSUTへの組み込み

5. デジタルSUTへの組み込み

5-1 基本方針

●デジタルSUTへの組み込み対象

- ✓ 無料PFサービス、家計UGC(報酬あり)、家計UGC(報酬なし)の3つとする※

※ 企業UGCは、2025SNAに明示的な記載が必ずしもないことから本年度は組み込みを見送る。
以下、家計UGC は単に UGC と記す。

●無料デジタル生産物の産出先（使用表）

- ✓ 無料PFサービスは、UGC(報酬あり)、UGC(報酬なし)、家計消費に産出

- ✓ UGCは、プラットフォーム業(※)に産出

- ✓ UGCによる投入は、もともとは家計消費に計上されていることから、家計消費から

UGCによる中間投入、UGCによる資本形成に移し替えを行う

○は当該列部門に産出することを示す、●は家計消費からの移動

※デジタル仲介PF業(課金型)、データと広告収入を主とするデジタル仲介PF業を指す

	PF業 (課金型)	PF業 (データ・広告収入型)	UGC (報酬あり)	UGC (報酬なし)	家計消費	資本形成
その他			●	●	○	●
無料PFサービス			○	○	○	
UGC(報酬あり)	○	○				
UGC(報酬なし)	○	○				

●UGC における生産額の調整

- ✓ UGCは無料PFサービスを中間投入する分だけ、そのままでは付加価値が減少する

→ UGC(報酬なし)については、これを避けるために、中間投入分だけ生産額を上積み

→ UGC(報酬あり)については、実際の取引額をアンケート調査により収集したことから、その結果を尊重し、付加価値の減少を許容する

5. デジタルSUTへの組み込み

5-2 論点：UGC（報酬あり）の産業連関表等での扱い

●UGC（報酬あり）の供給額・使用額

✓ 実際の金銭の授受が行われている以上、産業連関表やSUTのどこかに含まれているはず（とも考えられる）が、それがどこに含まれているのかは明らかではない

□ 最も性格の近いと考えられる「映像・音声・文字情報制作サービス」（左下表の「映像等制作」）の PF 産業による投入額は約460億円であり、UGC（報酬あり）の生産額に及ばない

□ インターネット附随サービス業の投入調査の調査表（右下図）には、家計UGCへの支払分は明示的に費用として扱われていない

＜デジタル使用表におけるプラットフォーム産業の投入額＞

...	PF産業	...
...		
デジタル広告	109	
映像等制作	46	
広告(除、デジタル広告)	170	
その他の対事業所サービス	839	
分類不明	91	
...		
国内生産額	5,850	

＜通信・放送業等投入調査の調査票抜粋＞

メディア・興行関連										「調査票の記入の手引」で詳細をご参照ください。	
244	広告・宣伝への支払									0,000	【対象事業が公共放送業、民間放送業、有線放送業の方々】 広告代理店、各種制作会社、興行関連会社への支払額を左記の項目ごとにそれぞれ合算して記入してください。 【上記以外の方々】 一般の広告宣伝費のほか、関連する取引があればその額を含めて記入してください。
245	映像、音声、文字情報制作への支払									0,000	
246	興行場・興行団への支払									0,000	
247	上記以外 ()									0,000	ほかに費用として記入できる項目があれば、その支払額を記入してください。() に具体的な内容を記入してください。
248	上記以外 ()									0,000	
249	上記以外 ()									0,000	

5. デジタルSUTへの組み込み

5-2 論点：UGC（報酬あり）の産業連関表等での扱い

●UGC（報酬あり）の供給額・使用額

- ✓ 国税庁「令和2年度国税庁統計年報書」によれば、事業所得のある人員は4,739,035人となっており、これはセンサスの個人業主よりも相当に多い



- ✓ 経済センサスやこれを基とする産業連関表においては、報酬が微小なUGC制作者は捕捉されていない可能性を示唆
- ✓ その他、分類不明やその他の対事業所サービスに混入している可能性も検討したが
 - 分類不明：UGC（報酬あり）が混入していると考えるほどには額は大きくない
 - その他の対事業所サービス：経済センサスを基礎資料としており、他のものが紛れ込む余地は小さい

●本年度調査研究での扱い

- ✓ 混入している可能性がゼロとは言えないものの部門が特定できない
 - UGC（報酬あり）は産業連関表やSUTには含まれていないものとして扱う

●留意点

- ✓ デジタル使用表の投入構造は、十分な精度を有しているとは考え難い

5. デジタルSUTへの組み込み

5-3 集約表による組み込み手順の説明

●組み込み手順の説明

- ✓ 集約表により説明（左図、無料PFサービスとUGCの行、UGCの列を挿入）
- ✓ 4. で推計した実際の値ではなく、キリのよい数字に丸めた値を使用（右図）

デジタル供給表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	デジタル基盤産業(製造業)	デジタル基盤産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-タイラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	国内生産額	輸入	運賃・マージン	総供給(購入者価格)
1 ICT財	16,285	1	0	0	0	0	0	0	10	0	1,530	17,825	10,762	4,567	33,153
2 デジタルサービス	446	36,972	610	834	0	0	0	36	92	1	4,588	43,580	2,731	930	47,241
3 CCS	0	1,253	798	26	0	0	0	0	4	0	134	2,215	16	0	2,232
4 DIS	0	47	1,506	138	0	0	0	0	0	0	57	1,749	13	0	1,762
5 デジタル広告	0	48	298	1,452	0	0	0	0	5	0	111	1,914	15	7	1,937
6 無料PFサービス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7 UGC(報酬あり)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8 UGC(報酬なし)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9 準デジタル生産物	3	6,841	16	116	0	0	0	2	9	0	340	7,329	667	235	8,231
10 映像等制作サービス	0	165	8	8	0	0	0	4	362	61	6,286	6,895	263	1,655	8,813
11 その他の非デジタル	1,472	1,562	3	36	0	0	1,545	2,927	17,944	0	920,618	946,108	78,731	-7,394	1,017,446
12 産出	18,206	46,890	3,241	2,610	0	0	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,027,615	93,199	0	1,120,814

(単位：10億円)

	国内生産額	粗付加価値額	中間投入
無料PFサービス	800	350	450

手順の説明
ではこの値を
使用する

	国内生産額	粗付加価値額		中間投入
		人件費(営業余剰)	資本減耗	
家計UGC(報酬あり)	600	350	50	200
家計UGC(報酬なし)	900	820	10	70

固定資本 形成
50
10

デジタル使用表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	デジタル基盤産業(製造業)	デジタル基盤産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-タイラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	内生部門計	家計外消費支出(列)	家計消費支出	非営利団体消費支出	一般政府消費支出	国内総固定資本形成	在庫純増	輸出	総使用(購入者価格)
1 ICT財	5,504	48	2	1	0	0	0	32	53	0	6,315	11,955	63	5,050	0	0	8,210	78	7,797	33,153
2 デジタルサービス	349	5,411	430	346	0	0	51	119	276	1	11,520	18,505	111	12,559	0	0	14,748	-14	1,331	47,241
3 CCS	2	406	61	49	0	0	2	16	27	0	1,058	1,619	9	592	0	0	0	0	11	2,232
4 DIS	2	289	56	45	0	0	1	15	23	0	937	1,367	6	379	0	0	0	0	9	1,762
5 デジタル広告	2	312	60	49	0	0	1	16	25	0	1,033	1,499	7	418	0	0	3	-0	11	1,937
6 無料PFサービス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7 UGC(報酬あり)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8 UGC(報酬なし)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9 準デジタル生産物	45	689	109	88	0	0	27	33	92	1	3,813	4,897	7	925	0	0	2,251	-2	153	8,231
10 映像等制作サービス	23	291	26	21	0	0	6	14	105	4	5,382	5,871	59	2,051	0	46	596	-21	211	8,813
11 その他の非デジタル	5,874	13,397	1,073	864	0	0	483	1,502	7,169	24	390,009	420,395	9,067	260,537	10,857	114,134	130,515	-1,007	72,948	1,017,446
12 内生部門計	11,802	20,844	1,815	1,462	0	0	572	1,746	7,770	31	420,067	466,109	9,329	282,511	10,857	114,180	156,322	-967	82,473	1,120,814
13 雇用者所得	3,741	11,559	557	448	0	0	473	615	5,967	15	260,508	283,883								
14 営業余剰	-392	6,506	445	358	0	0	334	189	1,470	7	83,882	92,799								
15 資本減耗引当	3,481	5,830	320	258	0	0	122	173	2,205	8	108,806	121,203								
16 その他のVA	-427	2,151	103	83	0	0	45	246	1,016	3	60,402	63,622								
17 粗付加価値部門計	6,404	26,046	1,425	1,148	0	0	973	1,223	10,657	32	513,598	561,506								
18 産出	18,206	46,890	3,241	2,610	0	0	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,027,615								

(単位：10億円)

最終需要の変化を確認するためにここに表示

最終需要計=(使用表)最終需要-(供給表)輸入 561,506

5. デジタルSUTへの組み込み

5-3 集約表による組み込み手順の説明

●無料PFサービスの組み込み

- ✓ 供給表：PF産業(課金型)とPF産業(データ・広告収入型)が生産、生産比率はデジタル広告の生産額に近似するとして、2：8とする
- ✓ 使用表：家計に8割、UGC(報酬あり)とUGC(報酬なし)に1割ずつ産出とする※

デジタル供給表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	デジタル基礎産業(製造業)	デジタル基礎産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-タイラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	国内生産額	輸入	運賃・マージン	総供給(購入者価格)
1 ICT財	16,285	1	0	0	0	0	0	0	10	0	1,530	17,825	10,762	4,567	33,153
2 デジタルサービス	446	36,972	610	834	0	0	0	36	92	1	4,588	43,580	2,731	930	47,241
3 CCS	0	1,253	798	26	0	0	0	0	4	0	134	2,215	16	0	2,232
4 DIS	0	47	1,506	138	0	0	0	0	0	0	57	1,749	13	0	1,762
5 デジタル広告	0	48	298	1,452	0	0	0	0	5	0	111	1,914	15	7	1,937
6 無料PFサービス	0	0	160	640	0	0	0	0	0	0	0	800	0	0	800
7 UGC(報酬あり)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8 UGC(報酬なし)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9 準デジタル生産物	3	6,841	16	116	0	0	0	2	9	0	340	7,329	667	235	8,231
10 映像等制作サービス	0	165	8	8	0	0	0	4	362	61	6,286	6,895	263	1,655	8,813
11 その他の非デジタル	1,472	1,562	3	36	0	0	1,545	2,927	17,944	0	920,618	946,108	78,731	-7,394	1,017,446
12 産出	18,206	46,890	3,401	3,250	0	0	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,028,415	93,199	0	1,121,614

(単位：10億円)

※ ただし、この段階では、UGCはカウントしていないため、一旦、非デジタル産業に仮置きとして産出させておく

デジタル使用表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	デジタル基礎産業 (製造業)	デジタル基礎産業 (サービス業)	PF産業(課 金型)	PF産業(データ・ 広告収入型)	UGC(報酬 あり)	UGC(報酬 なし)	デジタル金融 保険	E-ティ ラー	依存する企 業	その他のデジ タル専業	非デジタル産 業	内生部門計	家計外消費支 出(列)	家計消費支 出	非営利団体消 費支出	一般政府消 費支出	国内総固定 資本形成	在庫純増	輸出	総使用 (購入者価格)
1 ICT財	5,504	48	2	1	0	0	0	32	53	0	6,315	11,955	63	5,050	0	0	8,210	78	7,797	33,153
2 デジタルサービス	349	5,411	430	346	0	0	51	119	276	1	11,520	18,505	111	12,559	0	0	14,748	-14	1,331	47,241
3 CCS	2	406	61	49	0	0	2	16	27	0	1,058	1,619	9	592	0	0	0	0	11	2,232
4 DIS	2	289	56	45	0	0	1	15	23	0	937	1,367	6	379	0	0	0	0	9	1,762
5 デジタル広告	2	312	60	49	0	0	1	16	25	0	1,033	1,499	7	418	0	0	3	-0	11	1,937
6 無料PFサービス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	160	160	0	640	0	0	0	0	0	800
7 UGC(報酬あり)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8 UGC(報酬なし)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9 準デジタル生産物	45	689	109	88	0	0	27	33	92	1	3,813	4,897	7	925	0	0	2,251	-2	153	8,231
10 映像等制作サービス	23	291	26	21	0	0	6	14	105	4	5,382	5,871	59	2,051	0	46	596	-21	211	8,813
11 その他の非デジタル	5,874	13,397	1,073	864	0	0	483	1,502	7,169	24	390,009	420,395	9,067	260,537	10,857	114,134	130,515	-1,007	72,948	1,017,446
12 内生部門計	11,802	20,844	1,815	1,462	0	0	572	1,746	7,770	31	420,227	466,269	9,329	283,151	10,857	114,180	156,322	-967	82,473	1,121,614
13 雇用者所得	3,741	11,559	557	448	0	0	473	615	5,967	15	260,508	283,883	(供給表)		無料PFサービスの生産額		800			
14 営業余剰	-392	6,506	605	998	0	0	334	189	1,470	7	83,722	93,439			PF産業(課金型)と同(データ・広告収入型)がこれを生産する。					
15 資本減耗引当	3,481	5,830	320	258	0	0	122	173	2,205	8	108,806	121,203			両産業におけるデジタル広告生産額に比例して、2:8で生産を行うと想定。					
16 その他のVA	-427	2,151	103	83	0	0	45	246	1,016	3	60,402	63,622	(使用表)		家計消費に80%、UGCの報酬ありと報酬なしにそれぞれ10%ずつ産出すると想定。					
17 粗付加価値部門計	6,404	26,046	1,585	1,788	0	0	973	1,223	10,657	32	513,438	562,146			最終需要計=(使用表)最終需要-(供給表)輸入				562,146	
18 産出	18,206	46,890	3,401	3,250	0	0	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,028,415								

(単位：10億円)

5. デジタルSUTへの組み込み

5-3 集約表による組み込み手順の説明

●UGC(報酬なし)の組み込み

- ✓供給表：UGC(報酬なし)が自交点に生産、生産額は無料PFサービスの投入分(80)だけ増加
- ✓使用表：UGC(報酬なし)は PF産業(課金型)とPF産業(データ・広告収入型)に産出※
- ✓使用表：無料PFサービスの1割である800億円をUGC(報酬なし)が投入

デジタル供給表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	デジタル基盤産業(製造業)	デジタル基盤産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-テラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	国内生産額	輸入	運賃・マージン	総供給(購入者価格)
1 ICT財	16,285	1	0	0	0	0	0	0	10	0	1,530	17,825	10,762	4,567	33,153
2 デジタルサービス	446	36,972	610	834	0	0	0	36	92	1	4,588	43,580	2,731	930	47,241
3 CCS	0	1,253	798	26	0	0	0	0	4	0	134	2,215	16	0	2,232
4 DIS	0	47	1,506	138	0	0	0	0	0	0	57	1,749	13	0	1,762
5 デジタル広告	0	48	298	1,452	0	0	0	0	5	0	111	1,914	15	7	1,937
6 無料PFサービス	0	0	160	640	0	0	0	0	0	0	0	800	0	0	800
7 UGC(報酬あり)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8 UGC(報酬なし)	0	0	0	0	0	980	0	0	0	0	0	980	0	0	980
9 準デジタル生産物	3	6,841	16	116	0	0	0	2	9	0	340	7,329	667	235	8,231
10 映像等制作サービス	0	165	8	8	0	0	0	4	362	61	6,286	6,895	263	1,655	8,813
11 その他の非デジタル	1,472	1,562	3	36	0	0	1,545	2,927	17,944	0	920,618	946,108	78,731	-7,394	1,017,446
12 産出	18,206	46,890	3,401	3,250	0	980	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,029,395	93,199	0	1,122,594

(単位：10億円)

※ 産出比率はデジタル広告の生産額に準拠し、2対8とする。
産出額はそれぞれ、196と781。

UGC(報酬なし)の中間投入70と資本形成10は、その他のデジタル生産物への支出とする。家計消費は283,151から283,071へと80だけ減少する。

デジタル使用表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	デジタル基盤産業(製造業)	デジタル基盤産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-テラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	内生部門計	家計外消費支出(列)	家計消費支出	非営利団体消費支出	一般政府消費支出	国内総固定資本形成	在庫純増	輸出	総使用(購入者価格)
1 ICT財	5,504	48	2	1	0	0	0	32	53	0	6,315	11,955	63	5,050	0	0	8,210	78	7,797	33,153
2 デジタルサービス	349	5,411	430	346	0	0	51	119	276	1	11,520	18,505	111	12,559	0	0	14,748	-14	1,331	47,241
3 CCS	2	406	61	49	0	0	2	16	27	0	1,058	1,619	9	592	0	0	0	0	11	2,232
4 DIS	2	289	56	45	0	0	1	15	23	0	937	1,367	6	379	0	0	0	0	9	1,762
5 デジタル広告	2	312	60	49	0	0	1	16	25	0	1,033	1,499	7	418	0	0	3	-0	11	1,937
6 無料PFサービス	0	0	0	0	0	80	0	0	0	0	80	160	0	640	0	0	0	0	0	800
7 UGC(報酬あり)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8 UGC(報酬なし)	0	0	196	784	0	0	0	0	0	0	0	980	0	0	0	0	0	0	0	980
9 準デジタル生産物	45	689	109	88	0	0	27	33	92	1	3,813	4,897	7	925	0	0	2,251	-2	153	8,231
10 映像等制作サービス	23	291	26	21	0	0	6	14	105	4	5,382	5,871	59	2,051	0	46	596	-21	211	8,813
11 その他の非デジタル	5,874	13,397	1,073	864	0	70	483	1,502	7,169	24	390,009	420,465	9,067	260,457	10,857	114,134	130,525	-1,007	72,948	1,017,446
12 内生部門計	11,802	20,844	2,011	2,246	0	150	572	1,746	7,770	31	420,147	467,319	9,329	283,071	10,857	114,180	156,332	-967	82,473	1,122,594
13 雇用者所得	3,741	11,559	557	448	0	0	473	615	5,967	15	260,508	283,883	(供給表)		UGC(報酬なし)の生産額		900			
14 営業余剰	-392	6,506	409	214	0	820	334	189	1,470	7	83,802	93,359	(使用表)		無料PFサービスの10%を投入する。					
15 資本減耗引当	3,481	5,830	320	258	0	10	122	173	2,205	8	108,806	121,213			無料PFサービスの生産分だけ、UGC(報酬なし)の国内生産額が増加する。					
16 その他のVA	-427	2,151	103	83	0	0	45	246	1,016	3	60,402	63,622			中間投入と資本形成分は、家計消費ベクトルから控除。					
17 粗付加価値部門計	6,404	26,046	1,389	1,004	0	830	973	1,223	10,657	32	513,518	562,076			産出先：PF業(課金型)に20%、PF業(データ・広告収入型)に80%。					
18 産出	18,206	46,890	3,401	3,250	0	980	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,029,395			最終需要計=(使用表)最終需要-(供給表)輸入				562,076	

5. デジタルSUTへの組み込み

5-3 集約表による組み込み手順の説明

●UGC(報酬あり)の組み込み

- ✓供給表：UGC(報酬あり)が自交点に生産、生産額は当初の想定通り
- ✓使用表：UGC(報酬あり)は PF産業(課金型)とPF産業(データ・広告収入型)に産出✕
- ✓使用表：無料PFサービスの1割である800億円をUGC(報酬なし)が投入

デジタル供給表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	デジタル基礎産業(製造業)	デジタル基礎産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-テラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	国内生産額	輸入	運賃・マージン	総供給(購入者価格)
1 ICT財	16,285	1	0	0	0	0	0	0	10	0	1,530	17,825	10,762	4,567	33,153
2 デジタルサービス	446	36,972	610	834	0	0	0	36	92	1	4,588	43,580	2,731	930	47,241
3 CCS	0	1,253	798	26	0	0	0	0	4	0	134	2,215	16	0	2,232
4 DIS	0	47	1,506	138	0	0	0	0	0	0	57	1,749	13	0	1,762
5 デジタル広告	0	48	298	1,452	0	0	0	0	5	0	111	1,914	15	7	1,937
6 無料PFサービス	0	0	160	640	0	0	0	0	0	0	0	800	0	0	800
7 UGC(報酬あり)	0	0	0	0	600	0	0	0	0	0	0	600	0	0	600
8 UGC(報酬なし)	0	0	0	0	0	980	0	0	0	0	0	980	0	0	980
9 準デジタル生産物	3	6,841	16	116	0	0	0	2	9	0	340	7,329	667	235	8,231
10 映像等制作サービス	0	165	8	8	0	0	0	4	362	61	6,286	6,895	263	1,655	8,813
11 その他の非デジタル	1,472	1,562	3	36	0	0	1,545	2,927	17,944	0	920,618	946,108	78,731	-7,394	1,017,446
12 産出	18,206	46,890	3,401	3,250	600	980	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,029,995	93,199	0	1,123,194

(単位：10億円)

UGC(報酬なし)の中間投入200と資本形成 50 は、その他のデジタル生産物への支出とする。家計消費は 283,071 から 282,821 へと 250 だけ減少する。

デジタル使用表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	デジタル基礎産業(製造業)	デジタル基礎産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-テラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	内生部門計	家計外消費支出(列)	家計消費支出	非営利団体消費支出	一般政府消費支出	国内総固定資本形成	在庫純増	輸出	総使用(購入者価格)
1 ICT財	5,504	48	2	1	0	0	0	32	53	0	6,315	11,955	63	5,050	0	0	8,210	78	7,797	33,153
2 デジタルサービス	349	5,411	430	346	0	0	51	119	276	1	11,520	18,505	111	12,559	0	0	14,748	-14	1,331	47,241
3 CCS	2	406	61	49	0	0	2	16	27	0	1,058	1,619	9	592	0	0	0	0	11	2,232
4 DIS	2	289	56	45	0	0	1	15	23	0	937	1,367	6	379	0	0	0	0	9	1,762
5 デジタル広告	2	312	60	49	0	0	1	16	25	0	1,033	1,499	7	418	0	0	3	-0	11	1,937
6 無料PFサービス	0	0	0	0	80	80	0	0	0	0	0	160	0	640	0	0	0	0	0	800
7 UGC(報酬あり)	0	0	120	480	0	0	0	0	0	0	0	600	0	0	0	0	0	0	0	600
8 UGC(報酬なし)	0	0	196	784	0	0	0	0	0	0	0	980	0	0	0	0	0	0	0	980
9 準デジタル生産物	45	689	109	88	0	0	27	33	92	1	3,813	4,897	7	925	0	0	2,251	-2	153	8,231
10 映像等制作サービス	23	291	26	21	0	0	6	14	105	4	5,382	5,871	59	2,051	0	46	596	-21	211	8,813
11 その他の非デジタル	5,874	13,397	1,073	864	200	70	483	1,502	7,169	24	390,009	420,665	9,067	260,207	10,857	114,134	130,575	-1,007	72,948	1,017,446
12 内生部門計	11,802	20,844	2,131	2,726	280	150	572	1,746	7,770	31	420,067	468,119	9,329	282,821	10,857	114,180	156,382	-967	82,473	1,123,194
13 雇用者所得	3,741	11,559	557	448	0	0	473	615	5,967	15	260,508	283,883								
14 営業余剰	-392	6,506	289	-266	270	820	334	189	1,470	7	83,882	93,109	(供給表)		UGC(報酬あり)の生産額		600			
15 資本減耗引当	3,481	5,830	320	258	50	10	122	173	2,205	8	108,806	121,263	(使用表)		無料PFサービスの10%を投入する。					
16 その他のVA	-427	2,151	103	83	0	0	45	246	1,016	3	60,402	63,622			中間投入と資本形成分は、家計消費ベクトルから控除。					
17 粗付加価値部門計	6,404	26,046	1,269	524	320	830	973	1,223	10,657	32	513,598	561,876			産出先：PF業(課金型)に20%、PF業(データ・広告収入型)に80%。					
18 産出	18,206	46,890	3,401	3,250	600	980	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,029,995			最終需要計=(使用表)最終需要-(供給表)輸入				561,876	

産出比率UGC(報酬あり)の粗付加価値は、320であり、当初の想定 400よりも80 だけ減少する。

5. デジタルSUTへの組み込み

5-4 実際の組み込み作業

●必要な準備

✓UGC による中間投入と資本形成のデジタルSUTとの部門対応

□中間投入：通信費、ソフトウェアサービス、外注費、その他

□資本形成：設備購入費、ソフト購入費

✓無料PFサービスの産出比率

□家計消費、UGC(報酬あり)、UGC(報酬なし)への産出比率を利用時間をもとに推計

✓組み込み対象とするパーツの確定

□生産元の産業、産出先の産業、投入ベクトル、固定資本形成ベクトルなど

5. デジタルSUTへの組み込み

5-4 実際の組み込み作業

●UGC による中間投入の部門対応

- ✓ 通信費は固定伝送サービスと移動伝送サービス、ソフトウェアサービスは事業用ICTアプリケーション共用サービスと家庭用ICTアプリケーション共用サービス、外注費は映像・音声・文字情報制作サービス、その他(※)は運輸サービス、その他の対事業所サービス、飲食サービスに対応させる
- ✓ 配分比率はデジタル使用表の家計消費ベクトルから計算（報酬ありと報酬なしで構成比は同じとする）

※その他は回答者が費目を自由記述で回答するが、交通費、移動費、飲食費が散見されたことから、運輸サービスと飲食サービスを加えた。

<通信費>

(構成比以外の単位は10億円)

		家計消費支出 ベクトル	費目内 構成比	消費ベクトル作成	
				報酬あり	報酬なし
17-02_固定データ伝送サービス	D	128	0.029	1.0	1.2
	ND	781	0.178	6.4	7.2
17-04_移動データ伝送サービス	D	3,300	0.751	26.8	30.4
	ND	185	0.042	1.5	1.7
合計		4,394	1.000	35.7	40.5

<ソフトウェアサービス>

(構成比以外の単位は10億円)

		家計消費支出 ベクトル	費目内 構成比	消費ベクトル作成	
				報酬あり	報酬なし
17-40_事業用 I C T アプリケーション共用サービス	D	286	0.992	113.9	21.2
	ND	0	0.000	0.0	0.0
17-41_家庭用 I C T アプリケーション共用サービス (ゲームアプリケーションを除く)	D	2	0.008	1.0	0.2
	ND	0	0.000	0.0	0.0
合計		288	1.000	114.8	21.4

<外注費>

(構成比以外の単位は10億円)

		家計消費支出 ベクトル	費目内 構成比	消費ベクトル作成	
				報酬あり	報酬なし
映像・音声・文字情報制作サービス (オンライン新聞・広告収入、オンライン雑誌・広告収入を除く)	D	2,051	1.000	7.2	3.0
	ND	0	0.000	0.0	0.0
合計		2,051	1.000	7.2	3.0

<その他>

(構成比以外の単位は10億円)

		家計消費支出 ベクトル	費目内 構成比	消費ベクトル作成	
				報酬あり	報酬なし
運輸サービス	D	534	0.025	0.0	0.1
	ND	7,180	0.340	0.3	1.1
その他の対事業所サービス	D	734	0.035	0.0	0.1
	ND	276	0.013	0.0	0.0
飲食サービス	D	4,432	0.210	0.2	0.7
	ND	7,960	0.377	0.4	1.3
合計		21,116	1.000	1.0	3.4

Dはデジタル注文、NDは非デジタル注文をあらわす

5. デジタルSUTへの組み込み

5-4 実際の組み込み作業

●UGC による資本形成の部門対応※

✓設備購入費

□携帯電話機・PHS電話機、デジタルカメラ、電気音響機械器具、電子計算機、パーソナルコンピュータ、外部記憶装置、印刷装置、表示装置、その他の付属装置

✓ソフト購入費

□事業用パッケージソフトウェア（物理的媒体）、事業用パッケージソフトウェア（配信用）、家庭用送付ウェア（ゲームソフトウェアを除く）（物理的媒体）、家庭用送付ウェア（ゲームソフトウェアを除く）（配信用）

※部分品・取付具・附属品は記載を割愛

<設備購入費>

（構成比以外の単位は10億円）

		家計消費支出 ベクトル	費目内 構成比	消費ベクトル作成	
				報酬あり	報酬なし
携帯電話機・PHS電話機	D	117	0.043	0.8	0.3
	ND	1,048	0.388	7.0	2.6
デジタルカメラ・同部分品・取付具・附属品	D	11	0.004	0.1	0.0
	ND	184	0.068	1.2	0.5
電気音響機械器具・同部分品・取付具・付属	D	14	0.005	0.1	0.0
	ND	202	0.075	1.4	0.5
電子計算機・同部分品・取付具・附属品	D	189	0.070	1.3	0.5
	ND	0	0.000	0.0	0.0
パーソナルコンピュータ・同部分品・取付具・附属品	D	169	0.063	1.1	0.4
	ND	399	0.148	2.7	1.0
外部記憶装置・同部分品・取付具・附属品	D	96	0.036	0.6	0.2
	ND	0	0.000	0.0	0.0
印刷装置・同部分品・取付具・附属品	D	92	0.034	0.6	0.2
	ND	0	0.000	0.0	0.0
表示装置・同部分品・取付具・附属品	D	53	0.020	0.4	0.1
	ND	0	0.000	0.0	0.0
その他の附属装置・同部分品・取付具・附属品	D	127	0.047	0.8	0.3
	ND	0	0.000	0.0	0.0
合計		2,702	1.000	18.1	6.7

<ソフト購入費>

（構成比以外の単位は10億円）

		家計消費支出 ベクトル	費目内 構成比	消費ベクトル作成	
				報酬あり	報酬なし
17-21_事業用パッケージソフトウェア（物理的媒体）	D	33	0.128	1.7	0.2
	ND	75	0.286	3.9	0.4
17-22_事業用パッケージソフトウェア（配信用）	D	120	0.460	6.2	0.6
	ND	0	0.000	0.0	0.0
17-23_家庭用ソフトウェア（ゲームソフトウェアを除く）（物理的媒体）	D	1	0.004	0.0	0.0
	ND	2	0.008	0.1	0.0
17-24_家庭用ソフトウェア（ゲームソフトウェアを除く）（配信用）	D	30	0.115	1.5	0.2
	ND	0	0.000	0.0	0.0
		262	1.000	13.5	1.3

Dはデジタル注文、NDは非デジタル注文をあらわす

5. デジタルSUTへの組み込み

5-4 実際の組み込み作業

●無料PFサービスの産出比率

✓全体概要

□無料PFサービスは、家計消費及びUGC(報酬あり)、UGC(報酬なし)の3つの列部門に産出

□その産出比率には、投稿、視聴・閲覧に要した時間の割合を採用する

◆具体的には、「令和6年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」(以下、「利用時間に関する調査」)とwebアンケート調査の結果を組み合わせ、視聴・閲覧、報酬ありの投稿・制作、報酬なしの投稿・制作に要する時間を推計し、従事する時間のシェアを計算する

✓推計の流れ

□「利用時間に関する調査」とwebアンケート調査の結果より、UGC(報酬あり+報酬なし)と家計消費への産出比率を推計

□次に、webアンケート調査から得られる従事時間の比率により、報酬ありと報酬なしの産出比率を分割

赤枠内の産出
比率を推計

	PF業 (課金型)	PF業 (データ・広告収入型)	UGC (報酬あり)	UGC (報酬なし)	家計消費	資本形成
その他			●	●	○	●
無料PFサービス			○	○	○	
UGC(報酬あり)	○	○				
UGC(報酬なし)	○	○				

5. デジタルSUTへの組み込み

5-4 実際の組み込み作業

●無料PFサービスの産出比率

✓UGCと家計消費の産出比率の推計

□「書く時間」をUGCの生産に従事する時間、「見る時間」を家計消費に従事する時間とする

□UGCへの産出比率＝「書く時間」／（「書く時間」＋「見る時間」）

□この比率を計算するために、1人当たりの時間と従事者数を推計する

＜利用時間調査による行為者平均時間＞

行為	行為者平均時間（分）		週当たり行為者時間	
	平日	休日	（分）※	（時間）
ブログやウェブサイトを見る・書く	80.0	90.1	580.2	9.7
ソーシャルメディアを見る・書く	85.2	105.4	636.8	10.6
動画投稿・共有サービスを見る	124.6	171.6	966.2	16.1

※平日×5＋休日×2 により算出

（出所）「令和6年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

表2-1-3（平日）、表2-1-4（休日）

行為者平均時間とは、調査日1日あたりのある情報行動（例：ソーシャルメディアを見る・書く）を行為者数で割った数値であり、その情報行動をとった者に限定した平均時間。

＜利用時間調査による利用者数と投稿者数の算出＞

N=1800

	利用率	投稿率	利用者（人）	投稿者（人）
1.LINE	0.911	0.510	1,640	918
2.X	0.433	0.107	779	193
3.Facebook	0.268	0.066	482	119
4.Instagram	0.526	0.183	947	329
5.YouTube	0.808	0.036	1,454	65
6.ニコニコ動画	0.108	0.004	194	7
7.TikTok	0.332	0.023	598	41
動画等（5～7）	—	—	2,246	113
SNS（1～4）	—	—	2,209	641

利用率とは、アンケート調査において「自分が利用している」と回答した割合。ここでの比率の分母には、利用していない者も含まれる。投稿率は、「書き込む・投稿する」と回答した者の割合。調査対象数が1,800であることから、これにそれぞれ利用率と投稿率を乗じることにより、調査対象者における利用者数と投稿者数が算出される。表の下2行は、計算された人数を動画共有等とSNSに集計した結果。

5. デジタルSUTへの組み込み

5-4 実際の組み込み作業

●無料PFサービスの産出比率

✓UGCと家計消費の産出比率の推計

□UGC(報酬あり) と UGC(報酬なし) への産出比率

- ◆ 下表 オレンジのセル：動画投稿・共有サービスについては、「見る」だけしか調査されていないため、webアンケート調査から算出した動画コンテンツ等の制作・投稿時間である2.2時間（右上表）を「書く時間」とした上で、これを利用時間に関する調査の「見る時間」の16.1時間と合算して「見る・書く時間」（18.3時間）とする。
- ◆ 下表 緑色のセル：「ブログやウェブサイトを見る・書く」人の数については対応する人数情報を推計できないことから、やむを得ず「ソーシャルメディアを見る・書く」と「動画投稿・共有サービスを見る」の平均値をとる。
- ◆ 下表 黄色のセル：

$$\text{見る・書く(平均)時間} = (\text{見る(平均)時間} \times \text{見る人数} + \text{書く(平均)時間} \times \text{書く人数}) / (\text{見る人数} + \text{書く人数})$$
の係より、

$$\text{見る(平均)時間} = (\text{見る人数} + \text{書く人数}) \times \text{見る・書く(平均)時間} - \text{書く(平均)時間} \times \text{書く人数} / \text{見る人数}$$
により推計

□見る時間＋書く時間 に占める書く時間の割合をUGCへの産出比率とする

トータルでは、UGCへの産出比率は10.0%（水色のセル）、家計消費への産出比率は90.0%となる

＜webアンケート調査による週当たりの制作・投稿に係る従事時間＞

	トータル	報酬あり	報酬なし
SNS（時間）	1.4	2.2	1.3
情報共有＋その他（時間）	1.2	2.6	1.0
動画コンテンツ等（時間）	2.2	3.8	1.8

＜利用時間調査による行為者平均時間＞

	①見る・書く時間	②見る人の数	③見る時間	④書く人の数	⑤書く時間	⑥(=③+⑤)	⑤/⑥
ブログやウェブサイトを見る・書く	9.7	2,228	11.1	377	1.2	12.3	9.9%
ソーシャルメディアを見る・書く	10.6	2,209	13.3	641	1.4	14.7	9.4%
動画投稿・共有サービスを見る	18.3	2,246	19.2	113	2.2	21.4	10.5%
計	—	—	43.5	—	4.8	48.4	10.0%

5. デジタルSUTへの組み込み

5-4 実際の組み込み作業

●無料PFサービスの産出比率

✓UGCと家計消費の産出比率の推計

□UGC(報酬あり) と UGC(報酬なし) への産出比率

◆webアンケート調査による従事時間(右表)より、配分を決定

◆報酬ありが26%、報酬なしが74%

✓まとめ

□無料PFサービスの産出率は、家計消費に90%、UGC(報酬あり)に 2.6%、UGC(報酬なし)に 7.4%

□生産額 8,313億円はこの率で産出

	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	家計消費
産出率	2.6%	7.4%	90.0%
産出額(10億円)	21.6	61.4	748.3

●無料PFサービスの産出に応じたUGC生産額の修正

✓UGC(報酬なし)は中間投入分だけ生産額が増える

✓UGC(報酬あり)は生産額は当初の推計から変わらない

＜webアンケート調査による報酬ありと報酬なしの従事時間比率＞

	従事時間(週当たり)	構成比
報酬あり	3,091	0.260
報酬なし	8,799	0.740
トータル	11,890	1.000

生産額は変わらず、付加価値は同額だけ減少

生産額は同額だけ増加し、付加価値は変わらない

5. デジタルSUTへの組み込み

5-4 実際の組み込み作業

●組み込み対象と額の確認 1：無料PFサービス

✓生産元

□国内生産額は約8,313億円

□PF業(課金型)とPF業(データ・広告収入型)が生産

□生産比率は、両者によるデジタル広告の生産額(約2,983億円と1兆4,518億円)に比例とする

□無料デジタルPFサービスの生産額(約8,313億円)のうち、PF業(課金型)が約1,420億円、PF業(データ・広告収入型)が約6,893億円生産する

✓産出先

□前頁に提示の通り

	PF業(課金型)	PF業(データ・広告収入型)	計
デジタル広告の生産額(10億円)	298.3	1,451.8	1,750.1
構成比	17.0%	83.0%	100.0%
無料デジタルPFの生産額(10億円)	142.0	689.3	831.3

5. デジタルSUTへの組み込み

5-4 実際の組み込み作業

●組み込み対象と額の確認 2 : UGC (報酬あり)

✓生産元

□国内生産額は約5,705億円、供給表における産業UGC (報酬あり) が全額を生産

✓産出先

□使用表における産出先は、PF業(課金型) とPF業(データ・広告収入型) の2つの産業

□両者への産出額は、無料デジタルPFサービスの生産元と同様に、両部門によるデジタル広告の生産額 (約2,983億円と1兆4,518億円) に比例するものとし、17%と83%ずつ産出される

□産出額はPF業(課金型) に 972億円、 PF業(データ・広告収入型)に 4,733億円

✓中間投入ベクトルと固定資本形成

□5-4「UGC による中間投入の部門対応」、同「UGC による資本形成の部門対応」の頁に記載

✓留意事項

□中間投入ベクトルと固定資本形成ベクトルの計数は、同額を家計消費ベクトルから控除する

□無料デジタルPFサービスを中間投入することにより、粗付加価値額はもとの推計値を下回る
国内生産額は当初の推計値から変更しない

5. デジタルSUTへの組み込み

5-4 実際の組み込み作業

●組み込み対象と額の確認 3 : UGC (報酬なし)

✓生産元

□国内生産額は約6,447億円、供給表における産業UGC (報酬なし) が全額を生産

✓産出先

□使用表における産出先と産出比率は報酬ありと同様であり、PF業 (課金型) に 1,099億円、PF業 (データ・広告収入型) に 5,348億円

✓中間投入ベクトルと固定資本形成

□5-4「UGC による中間投入の部門対応」、同「UGC による資本形成の部門対応」の頁に記載

✓留意事項

□中間投入ベクトルと固定資本形成ベクトルの計数は、同額を家計消費ベクトルから控除する

□無料デジタルPFサービスの中間投入に等しい値を生産額に上積み
これにより、粗付加価値額は当初の推計値が維持される

5. デジタルSUTへの組み込み

5-5 実際の組み込み作業

●組み込み前のデジタル供給表（上段）とデジタル使用表（下段）

(単位：10億円)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	デジタル基盤産業(製造業)	デジタル基盤産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-テラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	国内生産額	輸入	運賃・マージン	総供給(購入者価格)
1 ICT財	16,285	1	0	0	0	0	0	0	10	0	1,530	17,825	10,762	4,567	33,153
2 デジタルサービス	446	36,972	610	834	0	0	0	36	92	1	4,588	43,580	2,731	930	47,241
3 CCS	0	1,253	798	26	0	0	0	0	4	0	134	2,215	16	0	2,232
4 DIS	0	47	1,506	138	0	0	0	0	0	0	57	1,749	13	0	1,762
5 デジタル広告	0	48	298	1,452	0	0	0	0	5	0	111	1,914	15	7	1,937
6 無料PFサービス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7 UGC(報酬あり)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8 UGC(報酬なし)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9 準デジタル生産物	3	6,841	16	116	0	0	0	2	9	0	340	7,329	667	235	8,231
10 映像等制作サービス	0	165	8	8	0	0	0	4	362	61	6,286	6,895	263	1,655	8,813
11 その他の非デジタル	1,472	1,562	3	36	0	0	1,545	2,927	17,944	0	920,618	946,108	78,731	-7,394	1,017,446
12 産出	18,206	46,890	3,241	2,610	0	0	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,027,615	93,199	0	1,120,814

紙幅の都合により、
5-3と同様の集約表
を示す

(単位：10億円)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	デジタル基盤産業(製造業)	デジタル基盤産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-テラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	内生部門計	家計外消費支出(列)	家計消費支出	非営利団体消費支出	一般政府消費支出	国内総固定資本形成	在庫純増	輸出	総使用(購入者価格)
1 ICT財	5,504	48	2	1	0	0	0	32	53	0	6,315	11,955	63	5,050	0	0	8,210	78	7,797	33,153
2 デジタルサービス	349	5,411	430	346	0	0	51	119	276	1	11,520	18,505	111	12,559	0	0	14,748	-14	1,331	47,241
3 CCS	2	406	61	49	0	0	2	16	27	0	1,058	1,619	9	592	0	0	0	0	11	2,232
4 DIS	2	289	56	45	0	0	1	15	23	0	937	1,367	6	379	0	0	0	0	9	1,762
5 デジタル広告	2	312	60	49	0	0	1	16	25	0	1,033	1,499	7	418	0	0	3	-0	11	1,937
6 無料PFサービス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7 UGC(報酬あり)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8 UGC(報酬なし)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9 準デジタル生産物	45	689	109	88	0	0	27	33	92	1	3,813	4,897	7	925	0	0	2,251	-2	153	8,231
10 映像等制作サービス	23	291	26	21	0	0	6	14	105	4	5,382	5,871	59	2,051	0	46	596	-21	211	8,813
11 その他の非デジタル	5,874	13,397	1,073	864	0	0	483	1,502	7,169	24	390,009	420,395	9,067	260,537	10,857	114,134	130,515	-1,007	72,948	1,017,446
12 内生部門計	11,802	20,844	1,815	1,462	0	0	572	1,746	7,770	31	420,067	466,109	9,329	282,511	10,857	114,180	156,322	-967	82,473	1,120,814
13 雇用者所得	3,741	11,559	557	448	0	0	473	615	5,967	15	260,508	283,883								
14 営業余剰	-392	6,506	445	358	0	0	334	189	1,470	7	83,882	92,799								
15 資本減耗引当	3,481	5,830	320	258	0	0	122	173	2,205	8	108,806	121,203								
16 その他のVA	-427	2,151	103	83	0	0	45	246	1,016	3	60,402	63,622								
17 粗付加価値部門計	6,404	26,046	1,425	1,148	0	0	973	1,223	10,657	32	513,598	561,506								
18 産出	18,206	46,890	3,241	2,610	0	0	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,027,615								

5. デジタルSUTへの組み込み

5-5 実際の組み込み作業

＜組み込み後のデジタル供給表＞

	(単位：10億円)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	デジタル基盤産業(製造業)	デジタル基盤産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-テラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	国内生産額	輸入	運賃・マージン	総供給(購入者価格)
1 ICT財	16,285	1	0	0	0	0	0	0	10	0	1,530	17,825	10,762	4,567	33,153
2 デジタルサービス	446	36,972	610	834	0	0	0	36	92	1	4,588	43,580	2,731	930	47,241
3 CCS	0	1,253	798	26	0	0	0	0	4	0	134	2,215	16	0	2,232
4 DIS	0	47	1,506	138	0	0	0	0	0	0	57	1,749	13	0	1,762
5 デジタル広告	0	48	298	1,452	0	0	0	0	5	0	111	1,914	15	7	1,937
6 無料PFサービス	0	0	142	689	0	0	0	0	0	0	0	831	0	0	831
7 UGC(報酬あり)	0	0	0	0	571	0	0	0	0	0	0	571	0	0	571
8 UGC(報酬なし)	0	0	0	0	0	706	0	0	0	0	0	706	0	0	706
9 準デジタル生産物	3	6,841	16	116	0	0	0	2	9	0	340	7,329	667	235	8,231
10 映像等制作サービス	0	165	8	8	0	0	0	4	362	61	6,286	6,895	263	1,655	8,813
11 その他の非デジタル	1,472	1,562	3	36	0	0	1,545	2,927	17,944	0	920,618	946,108	78,731	-7,394	1,017,446
12 産出	18,206	46,890	3,383	3,299	571	706	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,029,723	93,199	0	1,122,922

＜差分：組み込み後－組み込み前＞

	(単位：10億円)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	デジタル基盤産業(製造業)	デジタル基盤産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-テラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	国内生産額	輸入	運賃・マージン	総供給(購入者価格)
1 ICT財	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2 デジタルサービス	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
3 CCS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4 DIS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
5 デジタル広告	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
6 無料PFサービス	0.0	0.0	142.0	689.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	831.3	0.0	0.0	831.3
7 UGC(報酬あり)	0.0	0.0	0.0	0.0	570.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	570.5	0.0	0.0	570.5
8 UGC(報酬なし)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	706.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	706.2	0.0	0.0	706.2
9 準デジタル生産物	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10 映像等制作サービス	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
11 その他の非デジタル	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
12 産出	0.0	0.0	142.0	689.3	570.5	706.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2,108.0	0.0	0.0	2,108.0

PF産業(課金型)とPF産業(データ・広告収入型)の生産額はそれぞれ1,420億円と6,893億円ずつ、合計では8,313億円増加している。これは無料PFサービスの生産分である。

UGC(報酬あり)は5,705億円、UGC(報酬なし)は7,062億円増加している。UGC(報酬なし)の生産額は、もともとは約6,447億円であったが、無料デジタルPFサービスの投入分を上乗せすることにより当初の推計値よりも膨らんでいる。

国内生産額と総供給は、トータルでは2兆1,080億円増加する。

5. デジタルSUTへの組み込み

5-5 実際の組み込み作業

＜組み込み後のデジタル使用表＞

(単位：10億円)																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	デジタル基盤産業(製造業)	デジタル基盤産業(サービス業)	PF産業(課金型)	PF産業(データ・広告収入型)	UGC(報酬あり)	UGC(報酬なし)	デジタル金融保険	E-ティラー	依存する企業	その他のデジタル専業	非デジタル産業	内生部門計	家計外消費支出(列)	家計消費支出	非営利団体消費支出	一般政府消費支出	国内総固定資本形成	在庫純増	輸出	総使用(購入者価格)
1 ICT財	5,504	48	2	1	0	0	0	32	53	0	6,315	11,955	63	5,025	0	0	8,235	78	7,797	33,153
2 デジタルサービス	349	5,411	430	346	36	41	51	119	276	1	11,520	18,581	111	12,468	0	0	14,763	-14	1,331	47,241
3 CCS	2	406	61	49	115	21	2	16	27	0	1,058	1,755	9	456	0	0	0	0	11	2,232
4 DIS	2	289	56	45	0	0	1	15	23	0	937	1,367	6	379	0	0	0	0	9	1,762
5 デジタル広告	2	312	60	49	0	0	1	16	25	0	1,033	1,499	7	418	0	0	3	-0	11	1,937
6 無料PFサービス	0	0	0	0	22	61	0	0	0	0	0	83	0	748	0	0	0	0	0	831
7 UGC(報酬あり)	0	0	97	473	0	0	0	0	0	0	0	571	0	0	0	0	0	0	0	571
8 UGC(報酬なし)	0	0	120	586	0	0	0	0	0	0	0	706	0	0	0	0	0	0	0	706
9 準デジタル生産物	45	689	109	88	0	0	27	33	92	1	3,813	4,897	7	925	0	0	2,251	-2	153	8,231
10 映像等制作サービス	23	291	26	21	7	3	6	14	105	4	5,382	5,882	59	2,040	0	46	596	-21	211	8,813
11 その他の非デジタル	5,874	13,397	1,073	864	1	3	483	1,502	7,169	24	390,009	420,399	9,067	260,532	10,857	114,134	130,515	-1,007	72,948	1,017,446
12 内生部門計	11,802	20,844	2,033	2,521	180	130	572	1,746	7,770	31	420,067	467,696	9,329	282,993	10,857	114,180	156,362	-967	82,473	1,122,922
13 雇用者所得	3,741	11,559	557	448	380	569	473	615	5,967	15	260,508	284,831								
14 営業余剰	-392	6,506	369	-11	-22	-0	334	189	1,470	7	83,882	92,332								
15 資本減耗引当	3,481	5,830	320	258	32	8	122	173	2,205	8	108,806	121,242								
16 その他のVA	-427	2,151	103	83	0	0	45	246	1,016	3	60,402	63,622								
17 粗付加価値部門計	6,404	26,046	1,350	778	390	577	973	1,223	10,657	32	513,598	562,028								
18 産出	18,206	46,890	3,383	3,299	571	706	1,545	2,969	18,427	63	933,665	1,029,723								

＜差分：組み込み後－組み込み前＞

(単位：10億円)																				
	1 デジタル基盤産業 (製造業)	2 デジタル基盤産業 (サービス業)	3 PF産業(課金型)	4 PF産業(データ・ 広告収入型)	5 UGC(報酬あり)	6 UGC(報酬なし)	7 デジタル金融保険	8 E-ティラー	9 依存する企業	10 その他のデジタル専業	11 非デジタル産業	12 内生部門計	13 家計外消費支出 (列)	14 家計消費支出	15 非営利団体消費支出	16 一般政府消費支出	17 国内総固定資本形成	18 在庫純増	19 輸出	20 総使用 (購入者価格)
1 ICT財	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-24.8	0.0	0.0	24.8	0.0	0.0	0.0
2 デジタルサービス	0.0	0.0	0.0	0.0	35.7	40.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	76.2	0.0	-91.0	0.0	0.0	14.8	0.0	0.0	0.0
3 CCS	0.0	0.0	0.0	0.0	114.8	21.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	136.2	0.0	-136.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4 DIS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
5 デジタル広告	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
6 無料PFサービス	0.0	0.0	0.0	0.0	21.6	61.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	83.0	0.0	748.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	831.3
7 UGC(報酬あり)	0.0	0.0	97.2	473.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	570.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	570.5
8 UGC(報酬なし)	0.0	0.0	120.4	585.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	706.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	706.2
9 準デジタル生産物	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10 映像等制作サービス	0.0	0.0	0.0	0.0	7.2	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.2	0.0	-10.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
11 その他の非デジタル	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.4	0.0	-4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
12 内生部門計	0.0	0.0	217.6	1,059.1	180.4	129.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1,586.7	0.0	481.7	0.0	0.0	39.6	0.0	0.0	2,108.0
13 雇用者所得	0.0	0.0	0.0	0.0	380.2	568.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	948.7								
14 営業余剰	-0.0	0.0	-75.6	-369.8	-21.6	-0.0	0.0	0.0	-0.0	0.0	0.0	-466.9								
15 資本減耗引当	0.0	0.0	0.0	0.0	31.6	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	39.6								
16 その他のVA	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0								
17 粗付加価値部門計	0.0	0.0	-75.6	-369.8	390.2	576.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	521.3								
18 産出	0.0	0.0	142.0	689.3	570.5	706.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2,108.0								

- PF産業(課金型) とPF産業(データ・広告収入型) の生産額は増加する一方で、粗付加価値額は減少。これは、UGCを投入することによる中間投入の増加が原因である。
- 家計消費支出は、無料PFサービスの消費が増加している他は、いずれも減少している。これは、UGC(報酬あり) 及び UGC(報酬なし) による中間投入及び固定資本形成をカウントすることに伴い、同額の家計消費を減じたためである。
- UGCの列からは、UGC(報酬なし) の粗付加価値は5,765億円増加しており、これは4. で推計した人件費(約5,685億円)と資本減耗(約79.8億円)の合計に一致している。これに対して、UGC(報酬あり) の粗付加価値の増加は3,902億円であり、これは4. で提示した人件費(約3,802億円)と資本減耗(約316億円)の合計を216億円下回る。報酬なしは生産額に無料PFサービスからの投入分を上乗せするのに対して、報酬ありはそれをしないことが、上記のような相違を生んでいる。
- 横方向の関係に注目すると、無料PFサービスはUGC(報酬あり)、UGC(報酬なし)、家計消費にそれぞれ216億円、614億円、7,483億円ずつ産出している。またUGC(報酬あり) は、PF産業(課金型) に972億円、PF産業(データ・広告収入型) に4,733億円産出している。
- UGC(報酬なし) はそれぞれの産業に1,204億円と5,858億円ずつ産出している。4. で推計した生産額より産出額が増加しているが、これは無料PFサービスの投入分を生産額に加算したことにより、産出額も増加したことによる。