

図表1: 国内市場の規模と推移

国内メディア・コンテンツ市場の規模と推移 (2015年: 単位億円)

メディア・コンテンツの市場を「メディアを通じ販売や広告など対価を得て流通する情報」の市場と定義し、2015年の日本国内市場規模の集計は12兆3067億円となった。前年比271億円減=0.2%マイナスで、急拡大のスマホ向けアプリゲーム等が伸び止まり、映像・音楽・ゲームソフトの落ち込みをカバーできなかった。

コンテンツの流通はメディア別に、4分野に分類され、そのシェアと推移は下記のとおり。

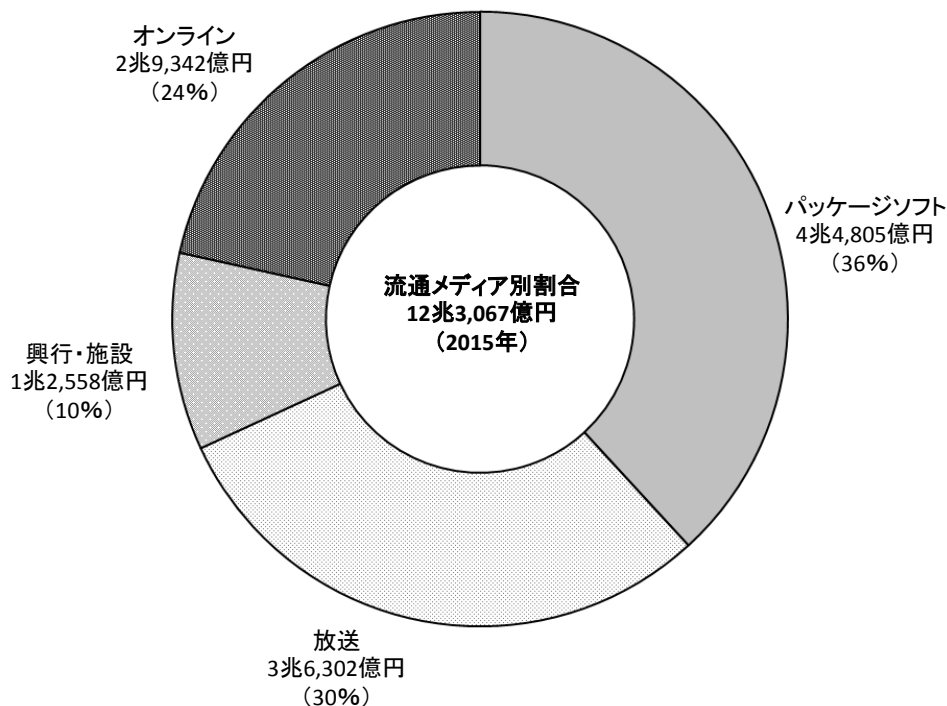
・映像ソフト・音楽ソフト・ゲームソフト・新聞・図書など  
パッケージソフト 4兆4,805億円 (36%)、前年比2,264億円減=4.2%マイナス

・テレビ・ラジオなど  
放送 3兆6,302億円 (30%)、636億円減=1.7%マイナス

・映画館・カラオケ・ゲームセンターなど  
興行・施設 1兆2,558億円 (10%)、220億円減=1.7%マイナス

・PC及び携帯電話向けの映像・音楽コンテンツや広告など  
オンライン 2兆9,342億円 (24%)、2,789億円増=10.5%プラス

パッケージソフトは大きく落ち込み、放送と興行も減少傾向に。  
スマホ需要がけん引するオンラインは増加を続け、市場の1/4のシェアに。



(億円)	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
パッケージソフト	51,812	50,545	48,889	47,069	44,865
放送	36,629	36,324	36,405	36,938	36,302
興行・施設	12,824	12,973	12,756	12,778	12,558
オンライン	16,566	18,634	21,535	26,553	29,342
合計	117,831	118,476	119,585	123,338	123,067