

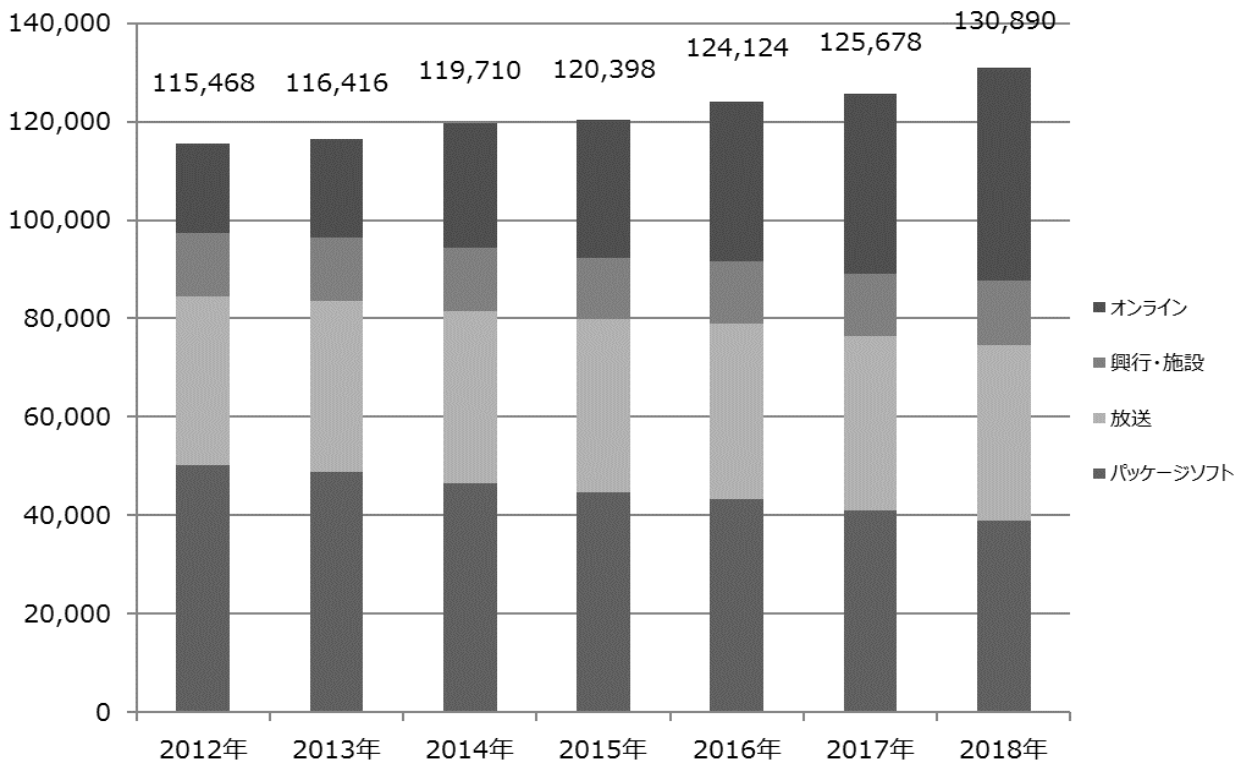
国内市場は2018年に13兆890億円、前年比5,212億円増＝4.1%の拡大。

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、コンテンツの流通メディアを4分野に大分類した。その規模と割合は下記のとおり。

スマホの普及、PC兼用の配信等サービスがけん引する「オンライン」が市場の1/3の規模となり、2017年に放送を超え、2018年には「パッケージソフト」を超えて、No1メディアとなった。
「放送」は微増、「興行・施設」は横ばい、「パッケージソフト」は減少が続いている。

- 映像ソフト・音楽ソフト・家庭用ゲームソフト・新聞・印刷出版など
「パッケージソフト」：3兆9,061億円（29.8%）、前年比1,944億円減＝4.7%マイナス
- 地上波・BS・CS・ケーブルテレビ・ラジオなど
「放送」：3兆5,616億円（27.2%）、287億円増＝0.8%プラス
- 映画館・カラオケ・ゲームセンターなど
「興行・施設」：1兆2,937億円（9.9%）、78億円増＝0.6%プラス
- PC及び携帯電話向けの映像・音楽配信、スマホ向けゲームや電子出版、オンライン広告など
「オンライン」：4兆3,276億円（33.1%）、6,791億円増＝約18.6%プラス

日本国内のコンテンツ市場 2012～2018年の流通メディア別割合の推移（単位：億円）



出典：各種統計よりヒューマンメディア推計