

日本のコンテンツの海外進出による海外市場は2019年に約2兆円。2012年から3倍近くに拡大。分野別ではアニメ、次いで主にスマホ向けのオンラインゲームが大きい。

2019年の日本のコンテンツのうち、映画(実写)、テレビ番組(一般)、アニメ(映画+テレビ、商品化ライセンス含む)、家庭用ゲームソフト、オンラインゲーム、出版の7分野の海外進出による海外市場の規模を調査した結果、合計2兆471.7億円で、前年から2,869.7億円、16.3%増となった。

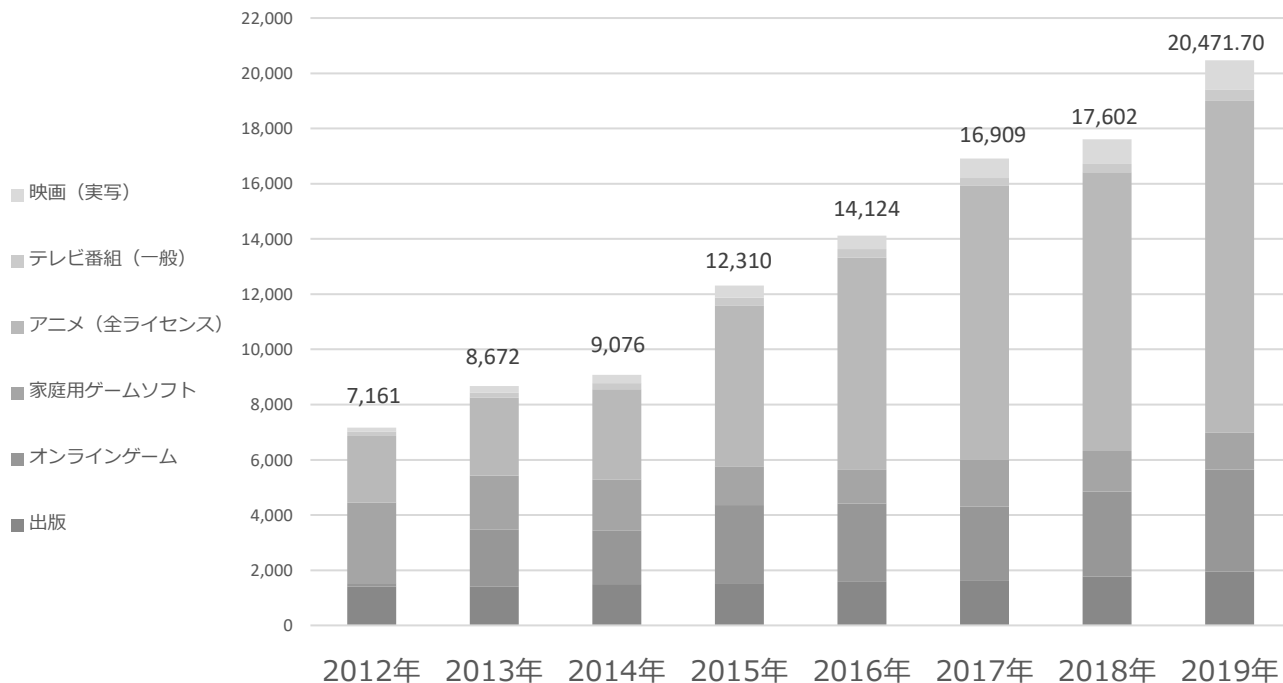
日本のコンテンツの海外取引は、「ライセンスによる権利取引」と、「海外の子会社等の現地での販売・配信、加えて国内から海外向けのEC・配信」という方法がある。海外取引の方法はコンテンツの分野により異なる。映画、テレビ番組、アニメ、印刷出版は、主にライセンスによる権利取引によっているが、家庭用ゲームソフトは海外向け販売によっており、オンラインゲームは、ライセンスと海外からの配信、日本からの配信が併用されている。出版においてもマンガの電子出版では、海外と日本からの配信が行われている。海外市場の規模は、各分野のそれぞれの取引データから、日本から海外に輸出されているコンテンツの消費売上である市場規模を推計した。

2012年以降、日本のコンテンツの海外進出による海外市場の規模は、年々拡大し、2019年は2012年の3倍近くになった。

2013年以降、各国通貨高、円安傾向に転じたことも、円換算の海外からの収入拡大の要因になった。

海外市場の規模が最も大きい分野はアニメで、2018年に1兆円を達成、2019年には1.2兆円を超えた。次いで2013年以降、世界的なスマホの普及で急成長したオンラインゲームが3,689億円となり、続いてマンガを主とする出版も拡大を続けている。それに次ぐ家庭用ゲームは2016年に2012年の半分の規模となり、以降、年により上下している。家庭用ゲームに次ぐ、映画は毎年拡大しており、最も小さいテレビ番組の分野は2017年に縮小したが、以降は増加傾向にある。

2010年代の日本コンテンツの海外市場規模と分野別割合の推移(単位:億円)



出典: 各種統計よりヒューマンメディア推計