

世界のメディア・コンテンツ市場の規模は、米・中・日・英・独・仏の順。2020年には米が1.6%減、中国が11.8%減、独は微増、仏は7.4%減となった。

世界20か国・地域のメディア・コンテンツ市場の統計調査の結果、2018年から2020年まで、その規模は円建てで米、中、日、独、英、仏の順となった。このうち英を除いた4国とインド、インドネシアは現地調査を行い、コロナ禍の影響を受けた2020年の市場規模を円建てで算出した。市場規模の前年比は、インドが最も大きな減少幅となり16.5%減、次いで中国は11.8%減、仏は7.4%減、米は1.6%減、独・インドネシアは微増となった。

日本の2020年度の市場規模は、国内集計では13兆1,898億円、前年比4.4%の減少となったが、世界の国・地域との比較では、海外統計が存在しないカラオケ、アーケードゲーム等を除いた金額としたため、前年比1.8%減の12兆714億円となった。

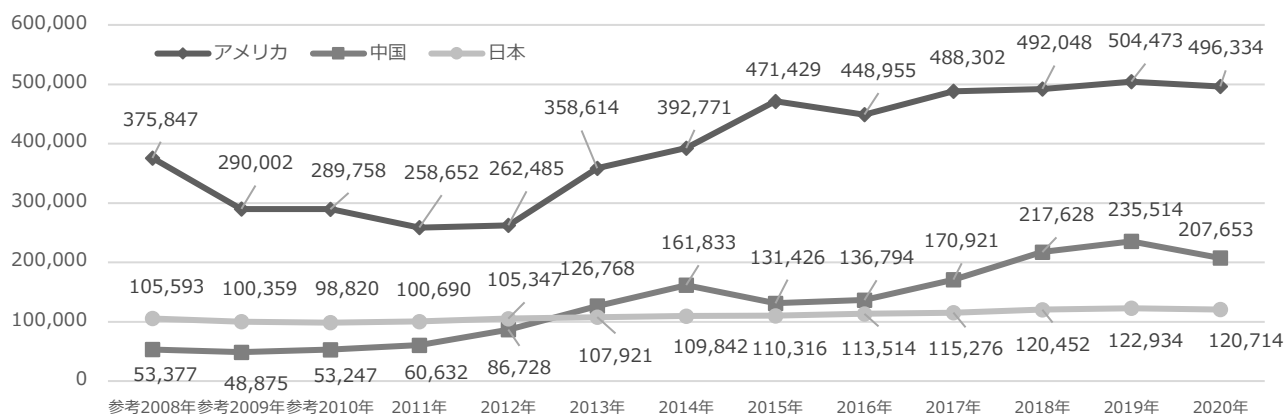
2020年の通貨レートでは、インドは前年の86.67%のルピー安となったため、円建ての市場規模はこれを反映した減少率となった。

中国は前年比95.57%の元安であったが、これを上回る減少率であった。仏・独のユーロは横ばいであるため、独の微増、仏の減少はユーロ建てでも同じになる。米は97.89%のわずかなドル安で、減少規模はこれより少ない。インドネシアは80.52%の大幅ルピア安となったが、市場規模は微増となったので、ルピア建てでは大幅増となった。

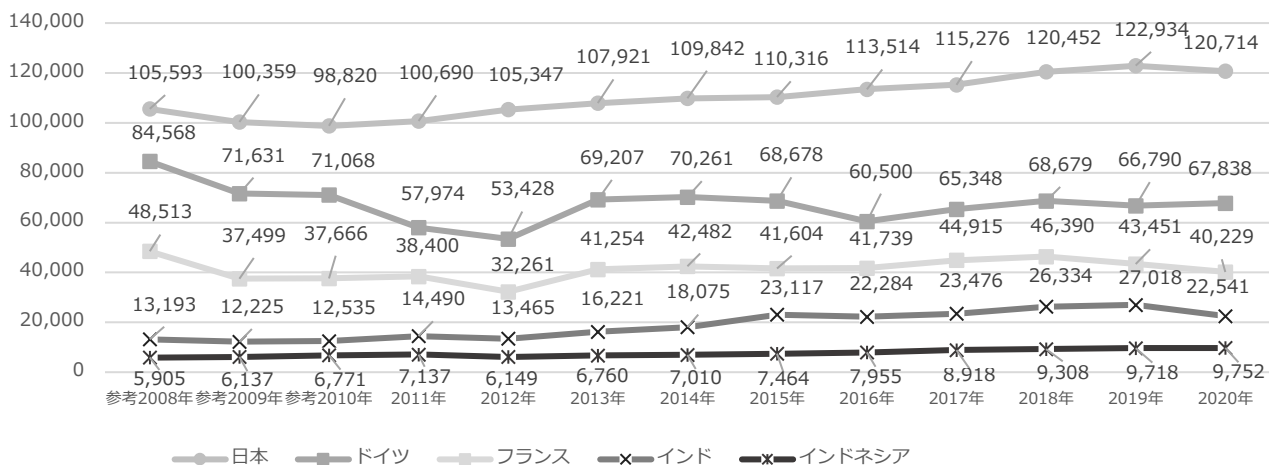
各国の円建てに換算したGDPの減少率と比較すると、インドのGDPが最大の10.4%減で、メディア・コンテンツ市場の減少も準じている。

仏もGDPが5.4%減で、市場減少も準じている。米のGDPの減少は、ドル安相当で、市場の減少もこれに準じている。一方、中国のGDPは円建てで4.5%増になっているが、市場規模は大きな減少となった。逆に、独のGDPは3%減、インドネシアは8%減だが、両国とも市場は微増となった。

2008～2020年の米・日・中のメディア・コンテンツ市場規模の推移（単位：億円）



2010年代の日・独・仏・インド・インドネシアのメディア・コンテンツ市場規模の推移と2020年の推計値（単位：億円）



出典：各種統計よりヒューマンメディア推計