

世界のメディア・コンテンツ市場規模は、米・中・日・英・独・仏・韓・インドの順。 2020年には米が6%以上、独が約8%、仏が11%以上縮小。

2019年の世界20か国・地域のメディア・コンテンツ市場規模を調査した結果、円建てで米、中、日、独、英、仏の順となり、前年と変わらない。世界最大の米国の市場規模は日本の約4倍で、2位の中国は約2倍、4・5位の独・英は約1/2、仏は約1/3である。これ以下は、韓国、インドと続き、人口の多いインドの市場の規模は未だ韓国に及ばないが、今後の成長の余地は大きい。

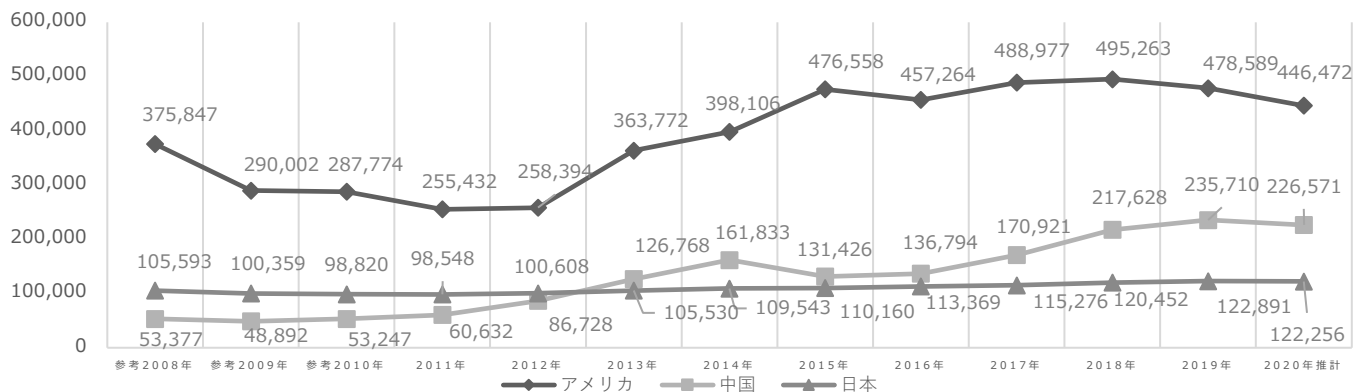
2010年代の世界各国・地域の市場規模の推移は、リーマンショックの影響により、2008年から2009年に、米が22.9%、中国が8.4%、他の国・地域も全て縮小した。これは実際の市場の縮小に加え、ドル、ユーロ、中国元はじめ、全ての通貨レートが円高になったことによる。

米国の市場規模は、円高・ドル安傾向が、2011年をピークに2012年まで続く間、円建てでは2008年の3/4程度の水準になったが、2013年以降、ドル高傾向とともに市場規模数値も拡大し、2014年に2008年規模に回復、2015年に急激なドル高とともに市場規模を大きく拡大し、以降、2019年まで47兆円以上、日本の約4倍の市場規模を維持している。中国の市場は、2012年まで元安・円高が続く中、2010年から円建てでも拡大に転じ、元高・円安の傾向となった2013～2015年には、大きく伸びて日本の規模と逆転、2019年まで元・円のレートが安定する中で市場の規模は拡大を続け、2008年の4倍の規模となった。

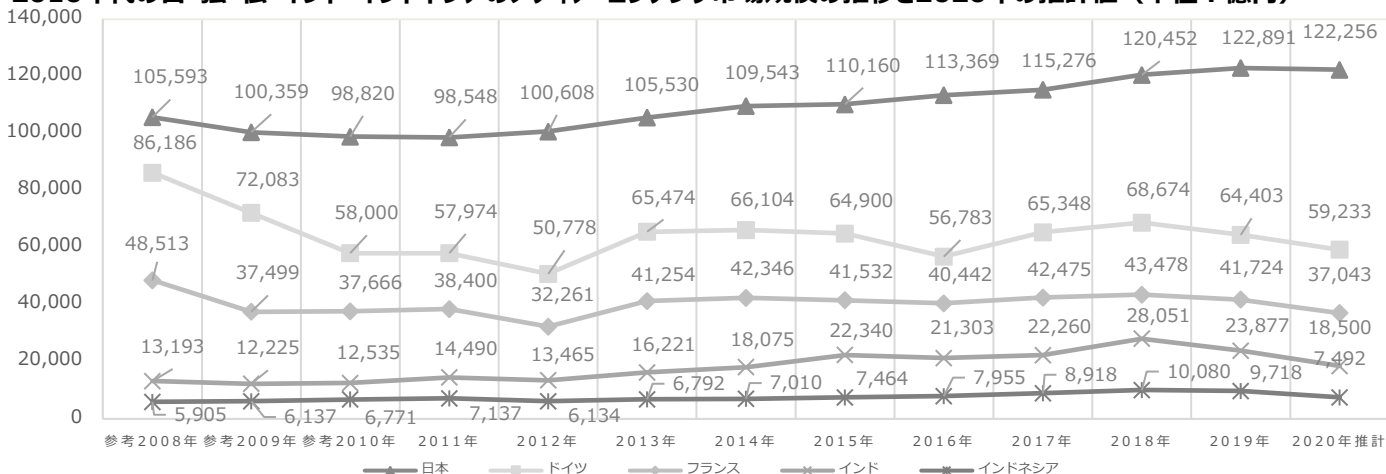
2020年のコロナ禍による影響を、米・中・独・仏・インド・インドネシアの6か国について推計した結果、円建てで米が6%以上、独が約8%、仏が11%以上、インド、インドネシアが22%以上の縮小となった。中国は円建てでは4%程度縮小となったが、通貨安の影響が反映されたもので、自国通貨換算ではコンテンツ市場の規模は微増と推計される。

日本の2020年の市場は13兆1,076億円、前年比4.8%、6,612億円の減少と推計したが、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、2019年とほぼ同じ規模になると推計される。

2010年代の米・日・中のメディア・コンテンツ市場規模の推移と2020年の推計値（単位：億円）



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