

本書抜粋：アメリカの市場と動向

本書における2022・2023年現地レポートの各国ごとの構成

市場と動向＝コンテンツ市場の概要と推移、オンライン市場の動向、映像市場、音楽市場、ゲーム市場、出版市場
日本のコンテンツの市場と進出＝映像市場への進出音楽市場への進出、ゲーム市場への進出、出版市場への進出、
日本に関する情報サービス、キャラクター市場への進出

オンライン市場の動向

■ オンライン市場売上の推移

(億円)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
オンラインコンテンツ※売上												142,208
オンライン広告収入												301,004
オンライン合計												443,212
オンラインがコンテンツ市場全体に占める割合												58.67

本書にて記載

※オンラインコンテンツ＝映像配信、音楽配信、家庭用ゲーム(オンライン)、PCオンラインゲーム、携帯・スマホゲーム、電子書籍の合計
出典：各種統計よりヒューマンメディア作成

■ オンライン市場のインフラ状況（2022年）

インターネット加入件数(1)	3億1130万人	インターネット普及率(人口比)(1)	91.8%
固定ブロードバンド加入件数(2)	1億2,782万	固定ブロードバンド普及率(世帯比)(3)	25%
携帯電話加入数(スマートフォン含む)	—	携帯電話加入率(スマートフォン含む人口比)(3)	109%
スマートフォン契約数(4)	3億2,500万件	携帯電話占めるスマートフォン率(4)	92%
スマートフォンに占めるOSの比率(5)		Android：47% iOS：53%	

出典：(1)Data Portal.com「The state of digital in the United States of America in 2023」、
(2)OECD 2022年、(3)ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database2022年(カナダ含む)、
(4)Consumer Affaires、(5)CounterPoint2023年

■ 代表的な固定電話通信事業者

事業社名
Verizon
AT & T
Comcast Corporation

出典：総務省「世界情報通信事情」

■ 代表的な携帯電話通信事業者

事業社名	市場シェア
AT&T	46.91%
Verizon Wireless	28.6%
T-Mobile	23.5%
US Cellular	0.92%

上記は複数州をカバーしている通信事業者
出典：Statista

■ モバイル端末（スマートフォン・タブレット）の普及状況

2023年9月の時点では、Apple (iOS) のシェアが最も高く53%、次いでSamsung (Android) 25%、LG (Android) 9%、そのほか(Motorola、Google、ZTE) 13%。

出典：Data Portal.com「The state of digital in the United States of America in 2023」

■ コロナ禍と対策によるインターネット、スマートフォン利用の変化

大都市圏の大規模な長期間に渡るロックダウンの実施で、ZoomやMicrosoft Teams、Ring Centralなどオンライン会議システムの利用者が増加。様々な娯楽や生活の手続きにインターネットやスマホが多く使われるようになった。政府発行のID更新、予防接種の手続きなど各機関がアプリやサイトを通じてできるようになり、スマホは必需品になっている。銀行や医療機関受診の手続きなどはウェブサイトやアプリを通して行うスタイルが定着した。パンデミックは過去のものとなった2023年になっても、オフィスへ週2から3日のみ出勤し、あとは在宅という人が大多数を占める。勤め先に個人のモバイルを持ち込むBYOD (Bring Your Own Device) を認めている企業も多く、Microsoft TeamsやOutlookを個人の端末に入れている人も多い。