

■目次■

**第1章 日本のコンテンツ市場(2023年速報)** . . . . . 10

1-1 日本のコンテンツ市場 . . . . . 10

1-1-1 2023年の日本のコンテンツ市場規模の推計 . . . . . 10

1-1-2 2022年の日本のコンテンツ市場の規模 . . . . . 12

1-1-3 日本のコンテンツ市場の推移 . . . . . 14

**第2章 日本のコンテンツ各分野の市場とビジネスモデル** . . . . . 22

2-1 日本のコンテンツ各分野の市場とビジネスモデルの動向 22

2-1-1 日本のオンライン（オンラインコンテンツ・オンライン広告）  
市場と動向 . . . . . 22

2-1-2 日本の映像コンテンツ市場と動向 . . . . . 38

2-1-3 日本のテレビ放送市場と動向 . . . . . 41

2-1-4 日本の映画市場と動向 . . . . . 48

2-1-5 日本のアニメ市場と動向 . . . . . 55

2-1-6 日本の映像ソフト・映像配信市場と動向 . . . . . 65

2-1-7 日本の音楽市場と動向 . . . . . 70

2-1-8 日本のゲーム市場と動向 . . . . . 78

2-1-9 日本の文字系コンテンツ市場と動向 . . . . . 86

2-1-10 日本の新聞市場と動向 . . . . . 89

2-1-11 日本の出版・マンガ市場と動向 . . . . . 91

2-2 日本のコンテンツ関連産業の市場動向 . . . . . 98

2-2-1 コンテンツ関連産業とその波及効果 . . . . . 98

2-2-2 コンテンツ産業と関連産業の動向 . . . . . 100

2-2-3 コミュニケーション市場の動向 . . . . . 102

2-2-4 広告市場の動向 . . . . . 105

2-2-5 キャラクター市場の動向 . . . . . 107

2-2-6 ハード市場の動向 . . . . . 111

2-2-7 ライブ市場の動向 . . . . . 112

**■目次■**

<b>第3章 世界のコンテンツ市場</b>	116
3-1 世界のコンテンツ市場	116
3-1-1 2022年の世界各国・地域のコンテンツ市場の規模	116
3-2 グローバル化する世界のコンテンツ市場の動向	123
3-2-1 グローバル化するコンテンツ産業	123
3-2-2 ハリウッドの映画産業の動向	125
3-2-3 米国等のIT産業の動向	129
3-2-4 中国メディア産業の動向	133
3-3 世界のコンテンツ各分野の市場の動向	135
3-3-1 世界の映画の市場と動向	136
3-3-2 世界のテレビ放送の市場と動向	137
3-3-3 世界の映像ソフト・配信の市場と動向	138
3-3-4 世界の音楽の市場と動向	139
3-3-5 世界のゲームの市場と動向	140
3-3-6 世界の出版の市場と動向	142
3-3-7 世界の新聞の市場と動向	144
3-3-8 世界のオンライン広告の市場と動向	145
<b>第4章 日本のコンテンツの海外市場</b>	146
4-1 日本のコンテンツの海外市場の規模	146
4-1-1 日本のコンテンツの海外市場の分野別細目	146
4-2 日本のコンテンツ各分野の海外市場と進出動向	149
4-2-1 日本の映画の海外市場と進出動向	149
4-2-2 日本のテレビ放送番組の海外市場と進出動向	152
4-2-3 日本のアニメの海外市場と進出動向	154
4-2-4 日本のゲームの海外市場と進出動向	158
4-2-5 日本の出版・マンガの海外市場と進出動向	162

## ■目次■

<b>第5章 主要7か国コンテンツ市場と日本のコンテンツの進出</b> . . . . .	164
5-1 アメリカのコンテンツ市場と日本のコンテンツの進出の動向	164
5-1-1 アメリカの市場と動向 . . . . .	164
5-1-2 アメリカへの日本のコンテンツの市場と進出動向 . . . . .	190
5-2 フランスのコンテンツ市場と日本のコンテンツの進出の動向	203
5-2-1 フランスの市場と動向 . . . . .	203
5-2-2 フランスへの日本のコンテンツの市場と進出動向 . . . . .	226
5-3 ドイツのコンテンツ市場と日本のコンテンツの進出の動向 . . .	236
5-3-1 ドイツの市場と動向 . . . . .	236
5-3-2 ドイツへの日本のコンテンツの市場と進出動向 . . . . .	257
5-4 インドのコンテンツ市場と日本のコンテンツの進出の動向 . . .	272
5-4-1 インドの市場と動向 . . . . .	272
5-4-2 インドへの日本のコンテンツの市場と進出動向 . . . . .	293
5-5 タイのコンテンツ市場と日本のコンテンツの進出の動向 . . . . .	300
5-5-1 タイの市場と動向 . . . . .	300
5-5-2 タイへの日本のコンテンツの市場と進出動向 . . . . .	319
5-6 中国のコンテンツ市場と日本のコンテンツの進出の動向 . . . . .	328
5-6-1 中国の市場と動向 . . . . .	328
5-6-2 中国への日本のコンテンツの市場と進出動向 . . . . .	348
5-7 韓国のコンテンツ市場と日本のコンテンツの進出の動向 . . . . .	360
5-7-1 韓国の市場と動向 . . . . .	360
5-7-2 韓国への日本のコンテンツの市場と進出動向 . . . . .	382

■図表一覧■

[図表 1-1-1] 国内コンテンツ市場の流通メディア種類別割合  
(2023年※推計) . . . . . 10

[図表 1-1-2] 国内コンテンツ市場のコンテンツ分野別割合  
(2023年※推計) . . . . . 11

[図表 1-1-3] 国内コンテンツ市場の流通メディア種類別割合  
(2022年) . . . . . 12

[図表 1-1-4] 国内コンテンツ市場のコンテンツ分野別割合  
(2022年) . . . . . 13

[図表 1-1-5] 国内コンテンツ市場の規模・流通メディア別割合と  
GDPに占める割合の推移 . . . . . 14

[図表 1-1-6] 国内コンテンツ市場の流通メディア種類別割合  
(細目) . . . . . 16

[図表 1-1-7] 国内コンテンツ市場のコンテンツ特性別割合  
(細目) . . . . . 18

[図表 2-1-1] 日本のオンライン（オンラインコンテンツ・オンライン広告）  
市場と推移 . . . . . 22

[図表 2-1-2] オンラインコンテンツ販売・広告市場規模（2023年※推計） . . 24

[図表 2-1-3] 2023年のコンテンツ販売のオンライン/パッケージ比率の推計と  
販売方法 . . . . . 24

[図表 2-1-4] 国内オンラインコンテンツ・広告市場のインフラ状況（2022年） 25

[図表 2-1-5] ブロードバンド回線事業者シェア・携帯電話通信事業者シェア  
(2022年) . . . . . 25

[図表 2-1-6] モバイルコンテンツ市場の細目(2012-2022年) . . . . . 25

[図表 2-1-7] サービス別のユーザー数ランキング . . . . . 26

[図表 2-1-8] 国内EC市場規模の推移(2013-2022) . . . . . 26

[図表 2-1-9] iPhone向けアプリのビジネス構造 . . . . . 27

[図表 2-1-10] Androidスマートフォン向けアプリのビジネス構造 . . . . . 28

[図表 2-1-11] 主なVR施設・アトラクション . . . . . 29

[図表 2-1-12] 主なメタバース展開 . . . . . 31

[図表 2-1-13] 2023年YouTubeチャンネル再生数ランキング(国内) . . . . . 32

[図表 2-1-14] 2023年Vtuber再生数ランキング(国内) . . . . . 33

[図表 2-1-15] 2023年VTuberスーパーチャット収益ランキング（国内） . . 33

[図表 2-1-16] AIによるコンテンツ生成サービス . . . . . 35

[図表 2-1-17] インターネット広告（オンライン広告）媒体別の内訳  
(2023年) . . . . . 36

[図表 2-1-18] 日本の映像コンテンツの市場規模と推移 . . . . . 38

[図表 2-1-19] 映像コンテンツのメディア種類別市場規模  
(2023年※推計) . . . . . 40

[図表 2-1-20] 日本のテレビ放送の市場規模と推移 . . . . . 41

[図表 2-1-21] テレビ放送市場規模（2023年※推計） . . . . . 42

■図表一覧■

[図表 2-1-22] 民放地上波キー局の決算結果 . . . . . 42

[図表 2-1-23] 地上波キー局とNHKの映像配信サービス . . . . . 43

[図表 2-1-24] CATVサービス提供数の推移 . . . . . 45

[図表 2-1-25] 民間地上基幹放送事業者のネットワーク  
(テレビ放送・127社) (2015年4月1日現在) . . . . . 45

[図表 2-1-26] 民放テレビ放送のビジネス構造 (2022年) . . . . . 46

[図表 2-1-27] 日本の映画の市場規模と推移 . . . . . 48

[図表 2-1-28] 映画(邦画・洋画ともにアニメ含む)の二次利用映像市場  
(2008-2022年) . . . . . 49

[図表 2-1-29] 実写映画(邦画・洋画ともにアニメ除く)の二次利用映像市場  
(2008-2022年) . . . . . 50

[図表 2-1-30] 2023年映画興行収入ベスト20 (邦画・洋画ともにアニメ含む) 51

[図表 2-1-31] 映画のサイト数・スクリーン数 (2023年) . . . . . 52

[図表 2-1-32] 実写邦画のビジネス構造 (2022年) . . . . . 54

[図表 2-1-33] 日本製アニメの国内市場の内訳 (2022年) . . . . . 55

[図表 2-1-34] 2022年公開のアニメ映画興行収入ベスト10 (洋画含まず) . . 57

[図表 2-1-35] 2022年の日本・海外のアニメBlu-ray売上 上位10位 . . . . . 58

[図表 2-1-36] 2022年の日本・海外のアニメDVD売上 上位10位 . . . . . 58

[図表 2-1-37] 2022年にリリースされたアニメ原作のスマホゲームの主な事例 59

[図表 2-1-38] 2022年のスマホゲームと連動して展開されたアニメの主な事例 60

[図表 2-1-39] テレビアニメのビジネス構造 . . . . . 63

[図表 2-1-40] 劇場アニメのビジネス構造 . . . . . 64

[図表 2-1-41] 日本の映像ソフト・映像配信市場と推移 . . . . . 65

[図表 2-1-42] ビデオソフトのジャンル別出荷金額(2022-2023年) . . . . . 65

[図表 2-1-43] 主要映像配信サービスの概要 . . . . . 68

[図表 2-1-44] 日本の音楽の市場規模と推移 . . . . . 70

[図表 2-1-45] 音楽のメディア種類別市場規模 (2023年※推計) . . . . . 72

[図表 2-1-46] 2023年シングルCDランキング . . . . . 73

[図表 2-1-47] 2023年アルバムCDランキング . . . . . 73

[図表 2-1-48] 2023年音楽配信「mora」年間ランキング . . . . . 74

[図表 2-1-49] 2023年「Spotify」にて日本国内で最も再生された楽曲 . . . . . 75

[図表 2-1-50] DAM年間カラオケランキング2023 . . . . . 75

[図表 2-1-51] 音楽コンテンツのビジネス構造 . . . . . 77

[図表 2-1-52] ゲームの市場規模と推移 . . . . . 78

[図表 2-1-53] ゲームの種類別市場規模 (2023年※推計) . . . . . 80

[図表 2-1-54] ゲームソフトパッケージ売上ランキングTOP10 (2023年) . . 81

[図表 2-1-55] 家庭用ゲームのビジネス構造 . . . . . 82

[図表 2-1-56] 2023年のスマホゲーム売上 TOP10アプリ . . . . . 83

[図表 2-1-57] スマホゲームのビジネス構造 . . . . . 84

[図表 2-1-58] 日本の文字系コンテンツの市場規模と推移 . . . . . 86

[図表 2-1-59] 文字系コンテンツの種類別市場規模 (2023年※推計) . . . . . 88

■図表一覧■

[図表 2-1-60]	日本の新聞市場と推移	89
[図表 2-1-61]	日本の出版市場と推移	91
[図表 2-1-62]	マンガ市場の内訳（2008-2022年）	94
[図表 2-1-63]	2022年コミックス最新刊年間累計刷部数上位10作品 （秋田書店・白泉社除く）	95
[図表 2-1-64]	マンガのビジネス構造	97
[図表 2-2-1]	国内コンテンツ産業と関連産業の関係（2022年）	99
[図表 2-2-2]	国内コンテンツ産業と関連産業の市場規模の推移	100
[図表 2-2-3]	2022年のコミュニケーションとコンテンツの市場の合計の推計	103
[図表 2-2-4]	コミュニケーションとコンテンツの市場規模の推移	103
[図表 2-2-5]	既存サービスとオンラインの推移	104
[図表 2-2-6]	メディア別広告費の構成と推移	105
[図表 2-2-7]	2022年のキャラクター市場の構成	107
[図表 2-2-8]	キャラクター市場の推移	107
[図表 2-2-9]	シェア上位中の日本のキャラクターのランキング	108
[図表 2-2-10]	コンテンツとタイアップしたパチンコ・パチスロ台の 機種数の推移	110
[図表 2-2-11]	パチンコ・パチスロのタイアップ台のコンテンツジャンル別 機種数の推移	110
[図表 2-2-12]	メディアハード市場の構成と推移	111
[図表 2-2-13]	2022年のライブ市場の構成	112
[図表 2-2-14]	ライブ市場の推移	112
[図表 2-2-15]	ライブエンタテインメント市場 公演回数の推移（回）	113
[図表 2-2-16]	ライブエンタテインメント市場 動員数の推移（万人）	113
[図表 3-1-1]	各国・地域の分野別及び合計市場規模（2022年）	116
[図表 3-1-2]	各国・地域の通貨レートの変化（2021/2022年）	118
[図表 3-1-3]	各国のGDPに占めるコンテンツ市場の割合（2022年）	119
[図表 3-1-4]	各国の1人あたりの年間コンテンツ消費額（2022年）	119
[図表 3-1-5]	主な8か国のコンテンツ市場規模の推移（2008～2022年）	120
[図表 3-2-1]	ハリウッド、米国等IT産業、中国メディア産業の競合の模式図	123
[図表 3-2-2]	ハリウッド、米等IT産業、中国メディア企業の規模の比較 （売上：円）	124
[図表 3-3-1]	世界8か国の映画市場（2019・2020・2022年）	136
[図表 3-3-2]	世界8か国のテレビ放送市場（2019・2020・2022年）	137
[図表 3-3-3]	世界8か国の映像ソフト・配信市場（2019・2020・2022年）	138
[図表 3-3-4]	世界8か国の音楽市場（2019・2020・2022年）	139
[図表 3-3-5]	世界8か国のゲーム市場（2019・2020・2022年）	140
[図表 3-3-6]	世界8か国の出版市場（2019・2020・2022年）	142
[図表 3-3-7]	世界8か国の新聞市場（2019・2020・2022年）	144
[図表 3-3-8]	世界8か国のオンライン広告市場（2019・2020・2022年）	145

■図表一覧■

[図表 4-1-1] 日本のコンテンツの海外市場規模の推移と分野別内訳 . . . . . 146

[図表 4-1-2] 日本のコンテンツの海外市場における分野別割合  
(2022年) . . . . . 147

[図表 4-1-3] 日本のコンテンツの海外売上の種類と収入・売上の規模  
(2022年) . . . . . 148

[図表 4-2-1] 日本映画(日本映画製作者連盟加盟4社)の海外への  
輸出実績の推移 . . . . . 149

[図表 4-2-2] 主な日本の海外公開実写・特撮映画の国内・全世界興行収入  
(2018~2022年) . . . . . 150

[図表 4-2-3] 主な日本コンテンツのリメイクによるハリウッド製作映画の  
興行収入 (2017~2022年) . . . . . 151

[図表 4-2-4] テレビ番組輸出金額 (2012~2021年度 単位:億円) . . . . . 152

[図表 4-2-5] 放送コンテンツのジャンル別海外輸出金額の割合  
(2021年度) . . . . . 152

[図表 4-2-6] 日本のアニメの海外の市場規模と製作会社の  
海外からの収入 . . . . . 154

[図表 4-2-7] 日本のアニメの海外の市場規模と配信へのシフト . . . . . 155

[図表 4-2-8] 2018年以降に北米で公開された主な日本の劇場アニメ . . . . . 156

[図表 4-2-9] 任天堂・ソニーの家庭用ゲームソフト(販売/オンライン)の  
日本含む全世界売上 . . . . . 158

[図表 4-2-10] 任天堂発売・販売数上位ソフトの年間国内・海外出荷数  
(販売/オンラインDL) (2022年) . . . . . 158

[図表 4-2-11] 日本からのオンラインゲームの海外輸出  
(ライセンスアウト) . . . . . 160

[図表 4-2-12] 日本から海外向けにサービスされている  
オンラインゲームの売上 . . . . . 160

[図表 4-2-13] 日本企業の海外拠点によるオンラインゲームの売上 . . . . . 160

[図表 4-2-14] 2022年12月の全世界のスマホゲームアプリのOS別売上  
TOP1 . . . . . 161