

報道関係各位

**課金・広告を含めた映像メディア市場規模は
2021年に前年比108.2%の3兆6385億円と推計
2031年には3兆4079億円、2021年比で93.7%と予測**
～「2022-2031 映像市場10年予測」レポート発行～

映像メディア総合研究所合同会社（代表：四方田浩一）は、テレビ放送、映画興行、パッケージソフト、動画配信など、すべての映像コンテンツ視聴市場を対象に、2031年までの予測を立て、12月1日にレポートを発行致しました。

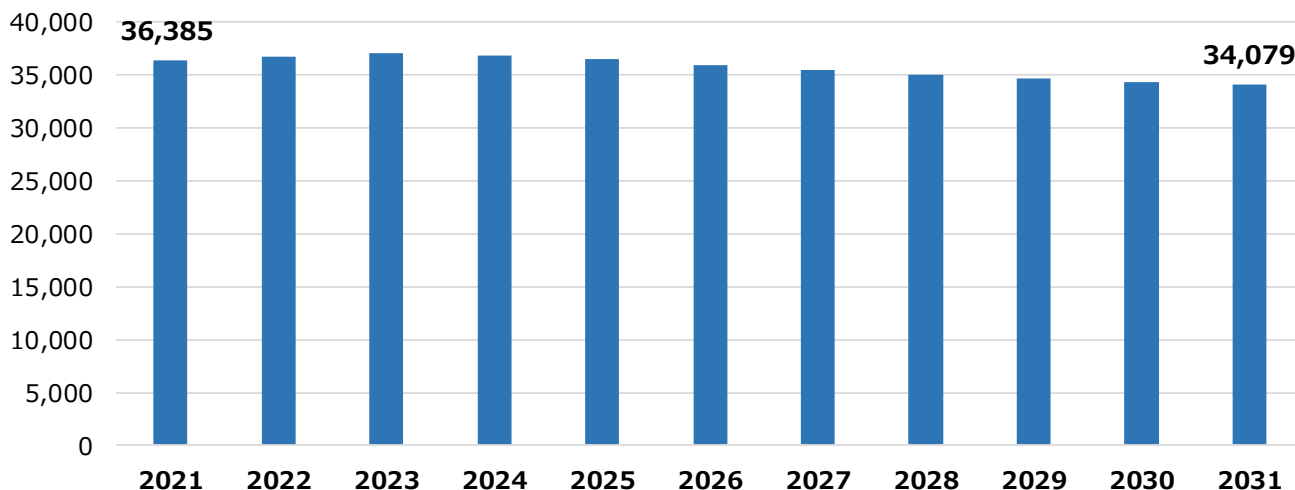
■本レポートについて

本レポートは、テレビ放送、映画興行、パッケージソフト、動画配信など、有料サービス・無料サービス（広告モデル）を含めた、すべての映像視聴メディアの2031年までの市場規模予測です。各メディア業界が発表している2020年までの市場規模実績・推計、各省庁・調査機関・調査会社が公表している市場推計・予測値、コロナ禍の影響、弊社マーケットリサーチ結果、コンテンツ権利者、メディア・流通事業者、メディア研究者などへの取材に基づき、2031年までの詳細なシナリオを構築し、予測値を導き出しました。また、それぞれの映像視聴メディア市場を個別に予測するとともに、有料ビジネス・無料（広告）ビジネス別、ビジネスウインドウ別、既存ビジネス・動画配信ビジネス別など、さまざまなセグメントでの集計により、映像メディア市場全体における各市場の位置づけを明確にしました。このなかにはコロナ禍で2020年にサービスが立ち上がった音楽・演劇などのライブ課金配信や、映画の劇場同時配信（PVOD※）などのサービスも含まれ、今後、映像市場で起こり得る変化を考察し、予測値として反映しています。本レポートは、映像コンテンツの権利者、映像メディア・サービス事業者、そして映像コンテンツ市場の動向にご興味、ご関心のある方々にとって市場を予測する上での一助となり、今後の事業方針策定への材料となることを目的とします。

■市場予測レポート（抜粋）

○テレビ放送、映画館、パッケージソフト、動画配信を合わせたすべての映像メディア市場規模（課金と広告）は、コロナ禍により広告市場、映画館興行市場が大幅に縮小した2020年の3兆3621億円からやや回復し、2021年は前年比108.2%の3兆6385億円と推計した。今後も、動画配信メディアの成長をドライブに映像メディア市場は拡大し、2023年には3兆7020億円でピークを迎える。以降、有料テレビ放送、パッケージメディアが大幅に縮小することで市場全体では縮小傾向となり、2031年には3兆4079億円、2021年比で93.7%、コロナ禍の影響がさらに薄れる2022年比では92.8%と予測した。【図1】。

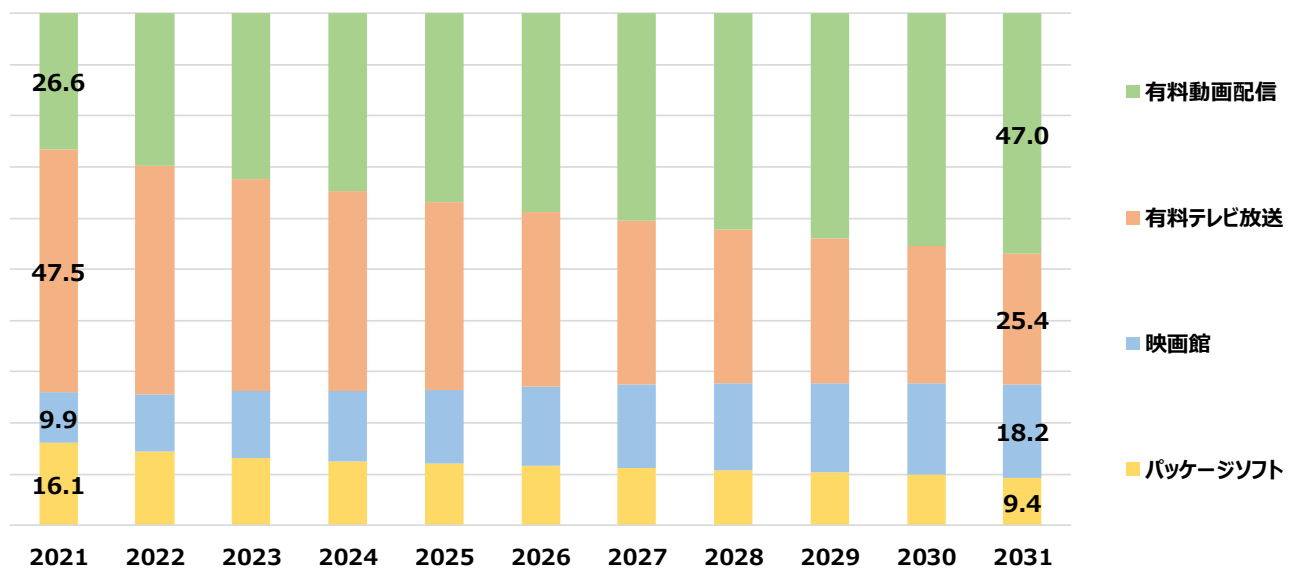
【図1】映像市場全体の推計・予測（億円）



○広告モデルの無料映像サービス市場（地上波テレビ広告と動画広告）を除いた、課金モデルの有料映像市場の構成比は、2021 年に有料テレビ放送 47.5%、有料動画配信 26.6%、パッケージソフト 16.1%、映画館 9.9%、と推計。これが 2031 年には有料テレビ放送 25.4%、有料動画配信 47.0%、パッケージソフト 9.4%、映画館 18.2%へ構成比が推移すると予測した。有料動画配信が 2021 年より 20.4 ポイントと比率を大幅に伸ばすが、このなかには今後の市場成長が見込まれる音楽などの「ライブ課金」も含まれ、既存メディアから動画配信メディアへと、大きくメディアがシフトすることを想定している【図 2】。

※「劇場同時配信（PVOD）」・・・劇場同時配信または劇場興行終了直後の配信。

【図2】 有料映像市場におけるメディア別構成比予測（%） ※無料映像（広告）市場を除く



【レポート概要】

- 目的：各映像メディア市場、および映像市場全体の長期予測の提示
- 予測対象メディア・サービス：
 - [有料映像市場] 有料テレビ放送（衛星放送、ケーブルテレビ）、映画館興行、パッケージソフト（セル、レンタル）、有料動画配信（定額制<SVOD>、都度課金制<TVOD>、デジタルセル<EST>、劇場同時配信<PVOD>、ライブ課金）
 - [無料映像（広告）市場] 地上波テレビ広告、動画広告<AVOD>（インストリーミング広告のみ）
- 調査・制作期間：2021年9月～11月15日
- 発行元：映像メディア総合研究所合同会社

＜本件に関するお問い合わせ先＞
映像メディア総合研究所合同会社
mail : info@eizomedia.jp