

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  
2022年に前年比100.9%の3兆7737億円と推計  
2032年には3兆4158億円、2022年比で97.9%と予測  
～「2023-2032 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、2032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、映画館、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2032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2021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、弊社マーケットリサーチ結果を基に、人口推移、コロナ禍の状況、ウインドウの変化などを考慮し、コンテンツ権利者、メディア・流通事業者などへの綿密な取材を実施し、2032年までの詳細なシナリオを構築、予測値を導き出しました。

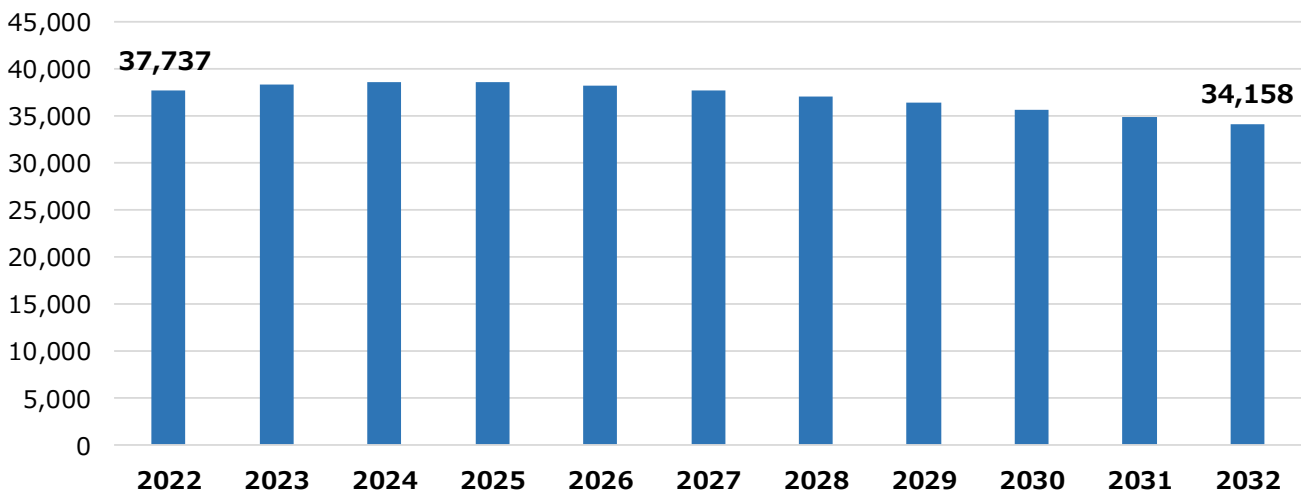
また、それぞれの映像メディア市場を個別に予測するとともに、有料ビジネス・無料〈広告〉ビジネス別、ビジネスウインドウ別、既存ビジネス・動画配信ビジネス別など、さまざまなセグメントでの集計により、映像メディア市場全体における各市場の位置づけを明確にしました。

ほか、今回のレポートでは、音楽・舞台などのリアルライブ市場、映画館での ODS ライブ（※）市場、ライブ配信〈課金〉市場をまとめた「ライブ市場」についても予測の対象としています。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金額〈課金と広告〉は、コロナ禍により広告市場、映画館市場が大幅に縮小した2020年の3兆3659億円から2021年は前年比111.1%の3兆7384億円と回復、2022年は前年比100.9%となる3兆7737億円と推計した。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、2024年には3兆8652億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、テレビ放送広告が減少することで市場全体では縮小傾向となり、2032年には3兆4158億円、2022年比で97.9%と予測した。【図1】。

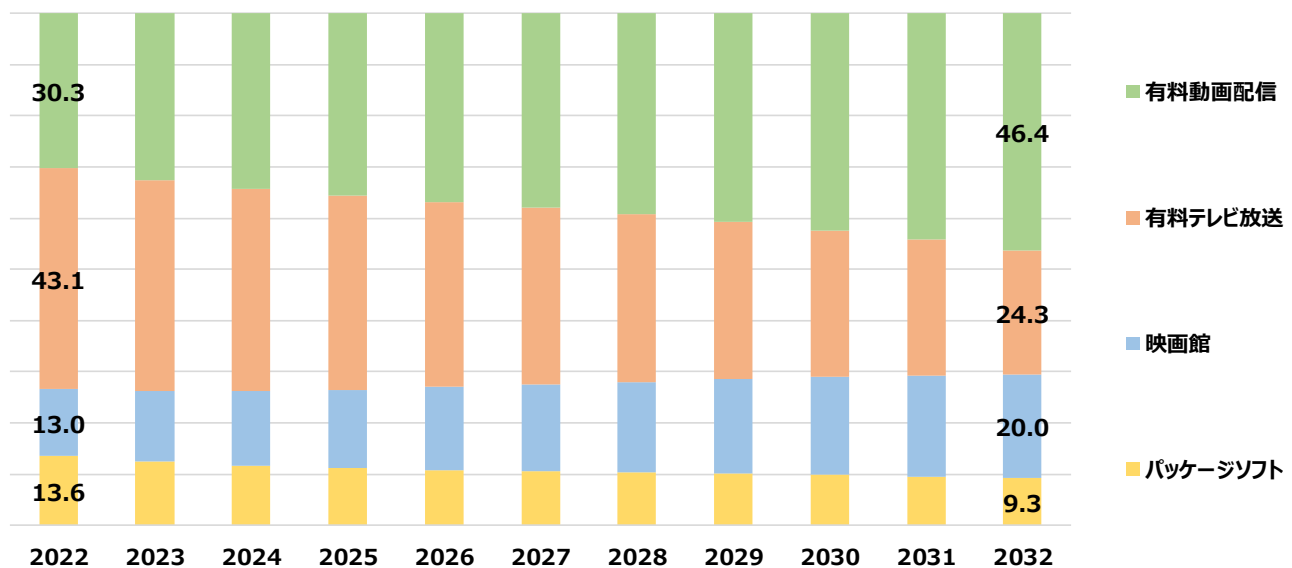
【図1】映像市場全体の推計・予測（億円）



○広告モデルの無料映像サービス市場〈テレビ放送広告と動画広告〉を除いた、課金モデルの有料映像市場の構成比は、2022年に有料テレビ放送 43.1%、有料動画配信 30.3%、パッケージソフト 13.6%、映画館 13.0%、と推計。これが2032年には有料テレビ放送 24.3%、有料動画配信 46.4%、パッケージソフト 9.3%、映画館 20.0%へ構成比が推移すると予測した。有料動画配信が2022年より16.1ポイントと比率を伸ばすが、その内訳ではSVODが2020年代後半から縮小へと転じ、これに代わりレンタル型のTVODを始め、都度課金ビジネスが拡大していくことを想定している。【図2】。

※ODSライブ…映画館での音楽・舞台などのライブストリーミング上映

【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（映画興行、ODSライブ※）、パッケージソフト（セル、レンタル）、有料動画配信（定額制〈SVOD〉、都度課金レンタル制〈TVOD〉、デジタルセル〈EST〉、ライブ課金）
  - [無料映像（広告）市場] テレビ放送広告、動画広告〈AVOD〉（インストリーミング広告のみ）
- 調査・制作期間：2022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