

報道関係各位

**定額制・都度課金・広告を含めたすべての映像メディア市場規模は
2024年に前年比101.3%の3兆8307億円と推計
2034年には3兆4554億円、2024年比で90.2%と予測**
～「2025-2034 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、2034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2033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2023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、ウインドウの変化、新形態のサービスなどを考慮し、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、2034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。

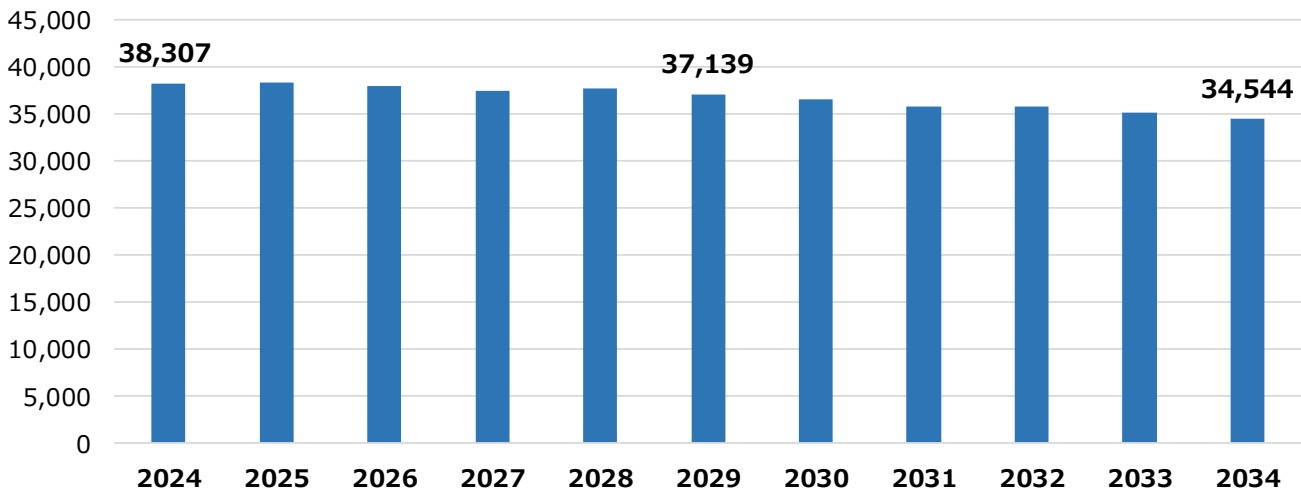
また、それぞれの映像メディア市場を個別に予測するとともに、有料ビジネス・無料〈広告〉ビジネス別、ビジネスウインドウ別、既存ビジネス・動画配信ビジネス別など、さまざまなセグメントでの集計により、映像メディア市場全体における各市場の位置づけを明確にしました。

なお、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）

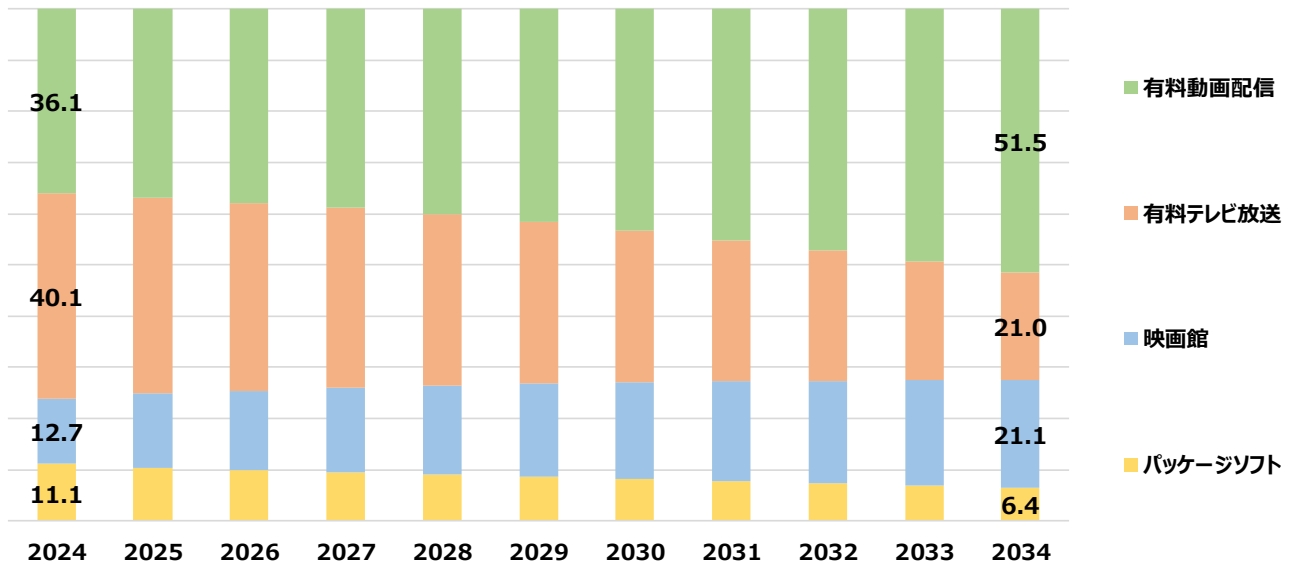
○テレビ放送、映画館、パッケージソフト、動画配信を合わせたすべての映像メディア市場金額（広告含む）は、2024年に前年比101.3%となる3兆8307億円と推計。5年後の2029年には3兆7139億円（2024年比96.9%）へ、10年後の2034年には3兆4544億円（同90.2%）へ縮小すると予測した。有料市場、広告市場ともに、動画配信メディアの成長をドライブに2025年まではプラス成長が続くが、その後は、テレビ放送広告、有料テレビ放送、パッケージソフトの減少金額を動画配信メディアの増加金額が上回ることができず、また、人口の減少も伴い市場は縮小。2024年から2034年にかけての年平均成長率はマイナス1.0%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 AVOD>を除いた、有料モデルの映像市場の構成比は、2024 年に有料動画配信 36.1%、有料テレビ放送 40.1%、映画館 12.7%、パッケージソフト 11.1%と推計。これが 2034 年には有料動画配信 51.5%、有料テレビ放送 21.0%、映画館 21.1%、パッケージソフト 6.4%へ構成比が推移すると予測した。有料動画配信は 2024 年より 15.4 ポイントと大幅に比率を伸ばすが、その内訳では SVOD が 2027 年以降で縮小へと転じ、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】。

【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：2024年8月～11月15日
- 発行元：映像メディア総合研究所合同会社

※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

<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