

## News release

2022年08月03日  
PwC Japan グループ

### PwC、年次調査「グローバル エンタテインメント&メディアアウトロク 2022-2026」を発表

急拡大するエンタテインメント&メディア業界：ゲームやeスポーツが業界全体を牽引する中、  
VR市場の驚異的な成長が見込まれる

※以下の内容は、2022年6月20日にPwCが発表したプレスリリースの翻訳です。英語の原文と翻訳内容に相違がある場合には原文が優先します。

2022年6月20日ー 2021年、世界のエンタテインメント&メディア(E&M)業界は世界経済全体の成長率を大きく上回る急成長を遂げました。2020年は新型コロナウイルスの感染拡大に伴い2.3%減少していたE&M業界の収益は、2021年には2兆1,200億米ドルから2兆3,400億米ドルへと10.4%もの大幅な増加となりました。E&M業界のデジタル化、モバイル化、若者志向が進み、ゲームやeスポーツといったセグメントが業界を牽引する中、バーチャルリアリティ(VR)が驚異的な成長を遂げると見込まれています。また、デジタル広告も業界全体へ拡大を続けています。これらの数値は、PwCの年次調査「[グローバル エンタテインメント&メディア アウトロク 2022-2026](#)」に依拠しています。本調査は今年で23年目を迎え、52の国・地域における消費者および広告のE&M支出に関する分析および予測をまとめたものです。

本年の調査で明らかになったその他の主な結果は以下の通りです。

- 2021年、世界のビデオゲームとeスポーツの収益は総額2,156億米ドルに上り、2026年には8.5%の年平均成長率(CAGR)で以って3,235億米ドルに達すると予想されます。2021年の収益はアジア太平洋地域が1,094億米ドルと圧倒的なシェアを占め、第2位の北米のほぼ2倍になりました。ゲームは今やデータ消費型のE&Mコンテンツの中で、ビデオと通信に次いで3番目に大きな収益を上げるカテゴリーとなっています。
- VRはE&M業界の中では、比較的小規模でありながらも最も継続的に急成長を遂げているセグメントです。世界のVRへの支出は、2021年に前年比で36%増加して26億米ドルとなり、39%の急増を記録した2020年に続く高い伸びとなりました。2021年から2026年までの年平均成長率は24%と予想され、収益は76億米ドルまで増加すると見込まれます。特にゲームコンテンツはVRの収益に大きく貢献し、2021年には19億米ドルとなりました。この分野はさらに、2026年には65億米ドルまで増加してVRセグメントにおける収益総額の85%を占めるようになると予想されます。

- デジタル化が大きく進む広告は、E&M 業界内で大きなシェアを占めるカテゴリーの 1 つです。広告の収益は 2020 年に 7%近く落ち込んだ後、2021 年には 22.6%増と目覚ましい成長を実現し 7,472 億米ドルに上りました。全般的にデジタル化により牽引された広告は、2026 年までに年平均成長率 6.6%で伸びていくと見込まれます。中でもインターネット広告の収益はこれを上回り、年平均 9.1%の成長が予想されます。2026 年には広告が 1 兆米ドル規模の市場となり、消費者支出やインターネットアクセスを抜いて、E&M 業界最大の収益源になると考えられます。
- オーバー・ザ・トップ(OTT)ビデオの収益は 2020 年に 35.4%増加した後、2021 年にも 22.8%増加して 791 億米ドルまで拡大しました。今後、OTT の収益増加ペースは幾分落ちるとみられるものの、2026 年までに年平均 7.6%で増加し、その収益は 1,141 億米ドルまで押し上げられる見通しです。OTT ストリーミングサービスとの競争にさらされている従来のテレビは、今なお大きな収益を伸ばしているものの、その減退は避けがたく、2021 年の 2,310 億米ドルから 2026 年の 2,221 億米ドルに至るまで年平均 0.8%で収益の減少が続くと予想されます。
- 世界の映画館の収益はパンデミックによる大きな損失から回復傾向にあり、2023 年には 464 億米ドルの新記録に達すると見込まれます。興行収益は 2021 年の 208 億米ドルに対し、2026 年には年平均 18.9%で増加して 494 億米ドルになると予想されます。2020 年には米国を抜いて世界最大の映画市場となった中国が、その首位の座を 2026 年まで維持する見通しです。
- ライブ音楽の収益はパンデミック前の水準を 2024 年に超える見込まれます。デジタル音楽の定額配信がレコード音楽部門の伸びを牽引しており、その収益は 2021 年の 361 億米ドルから 2026 年には 458 億米ドルまで増加すると予想されます。
- E&M 業界全体のコンテンツ増加は、データ消費量の増大を助長しています。2021 年には 260 万ペタバイト(PB)であったデータ消費量は、年平均 26%増加して 2026 年には 810 万ペタバイトに達すると見込みです。最も急速にデータ消費量を増加させているのはゲームであり、このセグメントのデータ消費量は年平均 29.6%で増加すると予想されます。モバイル端末は 2021 年から 2026 年までの間に最も成長するデバイスカテゴリーとなり、年平均 28.8%で拡大し、モバイルデータ消費量は 110 万ペタバイトから 380 万ペタバイトまで増加すると見込まれます。

**PwC ドイツのグローバル エンタテインメント&メディア・インダストリーのリード・パートナーであるヴェルナー・バルハウス(Werner Ballhaus)**は次のように述べています。

「業界メディアは E&M 業界の有力企業に焦点を当てる傾向があります。しかし、何十億人もの消費者が自分たちの時間、関心、お金をどこに投じるかという選択によって、業界の変容に拍車がかかり、新たなトレンドが作り出されているのです。今後数年間で、より若くデジタルに精通し、ストリーミングやゲームに一段と関心のある消費者層が世界の E&M 業界に登場すると考えられます。こうした状況が業界の将来を形作っていくのです。」

**地域別に見た一人当たりの E&M 業界支出は北米が圧倒的に多いもののそれ以外の地域でより加速的に支出が伸びている**

地域別にみると、一人当たりの E&M 支出は北米が 2,229 米ドルと圧倒的に多く、西欧の 1,158 米ドルの約 2 倍に上っています。これに対し、2021 年には地域別の収益が E&M 市場の中で最も大きい 8,447 億米ドルに上ったアジア太平洋地域ですが、一人当たりの支出では 224 米ドルにとどまる結果となりました。また中東およびアフリカにおける一人当たりの支出は世界最低水準の 82 米ドルでした。

一方、年平均成長率でみると、成長市場の上位 10 地域は、中南米、中東、アフリカ、アジアに集中しています。特に、OTT ビデオとゲームがこれら地域の収益拡大の大部分を占めており、同様に e スポーツと映画も急速に成長しています。今後 5 年間における、E&M 業界に対する消費者支出の成長見通しで上位にランクインしているのは、トルコ(推定年平均成長率 14.2%)、アルゼンチン(同 10.4%)、インド(同 9.1%)、ナイジェリア(同 8.8%) です。

### メタバースが待ち受ける

そう遠くない未来、メタバースは驚くほど現実的な世界となり、その中で消費者は VR ヘッドセットやその他の接続デバイスを介して没入型の仮想体験にアクセスできるようになります。メタバースは企業や消費者が製品やサービス、そしてお互いのコミュニケーションの方法を大きく変えかねない進化であるため、メタバースの持つ潜在的な金銭的・経済的価値は VR をはるかに超えています。やがて、ビデオゲーム、音楽公演、広告、さらには e コマースでさえ関連する収益の多くが、メタバースに移行する可能性があります。

メタバースにおける E&M 業界のチャンスの大さを考える出発点となるのが、急成長している VR の市場です。現在、この市場は小規模なセグメントの 1 つに過ぎませんが、過去 1 年間で世界の支出が 36%増加したことは長期的な可能性を示唆していると言えます。スタンドアロン型およびテザー型の VR ヘッドセットの全世界設置台数は、2021 年の 2,160 万台に対し、2026 年には 6,590 万台まで増加すると予測されています。

**ヴェルナー・バルハウスはさらに次のように締めくくっています。**

「E&M 業界の目覚ましい成長と可能性に伴い、驚異的な変動が起きると共に、企業間、セクター内、地域間、世代間での分断や破壊的変化と呼ばれるものが生じます。企業にとっては、熾烈な争いや絶え間ない混乱が今後も続くでしょう。このアウトルックのデータは、収益と支出の構成が急速に変化していることを示しています。この分断が急増・拡大するに従い、E&M 業界におけるすべてのビジネスは破壊的変化を迎える可能性があります。今後 E&M 業界で立てられる課題や目標は、消費者を理解することでこうした破壊的変化を正しい着地点に導くものでなければなりません。」

### [グローバル エンタテインメント&メディア アウトルック 2022-2026](#)について

PwC の年次調査「グローバル エンタテインメント&メディア アウトルック」とそれに付随する「Fault Lines and Fractures: Innovation and Growth in a New Competitive Landscape」は、世界のエンタテインメント&メディアの消費者および広告の支出に関し詳細な分析を行ったものです。このアウトルックには、52 の国・地域における 16 の E&M 業界のセグメントに関する過去 5 年間のデータと今後 5 年間の予測が盛り込まれています。これらのセグメントには、広告(テレビ、インターネット、屋外広告)、書籍、B2B、映画、データ消費、インターネットアクセス、音楽・ラジオ・ポッドキャスト、新聞と一般雑誌、OTT ビデオ、テレビやホームビデオに加えて、今年初めてメタバースと非代替性トークン(NFT)が含まれました。

以上



---

## PwCについて

[www.pwc.com](http://www.pwc.com)

PwCは、社会における信頼を構築し、重要な課題を解決することをPurpose(存在意義)としています。私たちは、世界154カ国に及ぶグローバルネットワークに295,000人以上のスタッフを擁し、高品質な監査、税務、アドバイザリーサービスを提供しています。詳細は[www.pwc.com](http://www.pwc.com) をご覧ください。

## PwC Japanグループについて

[www.pwc.com/jp](http://www.pwc.com/jp)

PwC Japan グループは、日本における PwC グローバルネットワークのメンバーファームおよびそれらの関連会社の総称です。各法人は独立した別法人として事業を行っています。

複雑化・多様化する企業の経営課題に対し、PwC Japan グループでは、監査およびアシュアランス、コンサルティング、ディールアドバイザリー、税務、そして法務における卓越した専門性を結集し、それらを有機的に協働させる体制を整えています。また、公認会計士、税理士、弁護士、その他専門スタッフ約 10,200 人を擁するプロフェッショナル・サービス・ネットワークとして、クライアントニーズにより的確に対応したサービスの提供に努めています。

© 2022 PwC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network member firms and/or their specified subsidiaries in Japan, and may sometimes refer to the PwC network. Each of such firms and subsidiaries is a separate legal entity. Please see [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure) for further details.