

JAPAN

2026年4月



人口と経済

1億2,270万人 人口
50.2歳 年齢中央値

GDP (購買力平価)



6兆9,200億ドル

一人当たりGDP (購買力平価)

56,440ドル

デジタル普及率

86% インターネット利用率



178件 携帯電話契約数 (100人当たり)



\$67.54 (約¥10,730) 一人当たりデジタル音楽支出額



ストリーミング消費



31.7%

週間音楽ストリーミング利用率



13%

月間有料ストリーミング登録者率

1時間52分

週間平均音楽ストリーミング時間



主要SNSトップ5



主要ストリーミングプラットフォーム (アルファベット順)



Spotify サブスクリプション料金

1,080円 / 6.79ドル

(レポート作成時点の換算レート)

録音音楽の収益

2位 世界順位



25億600万ドル
3,988億円



8.9% 前年比



40% ストリーミング比率

独立系音楽団体

IMCJ
Independent Music Coalition Japan
一般社団法人
Independent Music Coalition Japan

著作権管理団体



制作



実演家



作詞・作曲家

8億8,500万

ユニ
コ
ロ
音楽出版徴収額

著作権法

著作権法 (昭和45年法律第48号)、
2024年7月19日改正分まで
反映

インディーズレーベル (アルファベット順)

Aves
B ZONE
Bandai Namco Music Live
King Records
Nippon Columbia
Pony Canyon
SDR
Toy's Factory
Victor Entertainment
Vap

その他

日本は世界第2位の音楽市場であり、多くの市場がストリーミングへと完全移行後も、CD等のパッケージ商品・フィジカル商品の需要が依然として強い市場を維持していることから世界の注目を集めています。日本市場の最大の魅力は、一人当たりの支出額の高さです。ファンはアーティストへの忠誠心が非常に強く、楽曲を聴くだけに留まらず、高単価な限定版CD等のパッケージ商品、ライブ、グッズなど、あらゆるチャネルで積極的に投資してくれるため、極めて収益性が高い市場となっています。国際展開には、「東京国際ミュージック・マーケット (TIMM)」が、日本音楽をグローバル市場へとつなぐ、国内随一の音楽輸出イベントです。

J-POPは、ポップ、ロック、ラップなどを含む日本の大衆音楽を広く指す用語であり、伝統的な演歌やクラシックとは区別されます。指標としては、伝統的な「オリコン」に加え、近年は「Billboard Japan Hot 100」の影響力が急増しています。

市場環境では、LINE MUSICやAWAといった強力な国内サービスと、レコチョクのようなダウンロードプラットフォームが、グローバルなDSP (デジタル・サービス・プロバイダー) と共存しています。

出典: IMF, UN, ITU, Data Reportal, Spotify, IFPI, RIAJ, WIN, IMCJ, Chartmetric, WIPO. 入手可能な最新の年度/期間.