

EL MERCADO DEL VIDEOJUEGO EN JAPÓN

2026

Definición del sector

Videojuegos Formas de entretenimiento basadas en *software* de computadora, diseñadas para funcionar en diversas plataformas de *hardware*.

Principales
ecosistemas

Consola
Dispositivos móviles
PC

Segmentación por
modelo de
distribución y
monetización

Formato físico

Formato online y digital

Software comercializado en cartuchos o discos ópticos a través del canal minorista tradicional (*retail*).

Descargas de contenido completo (*Full games*)

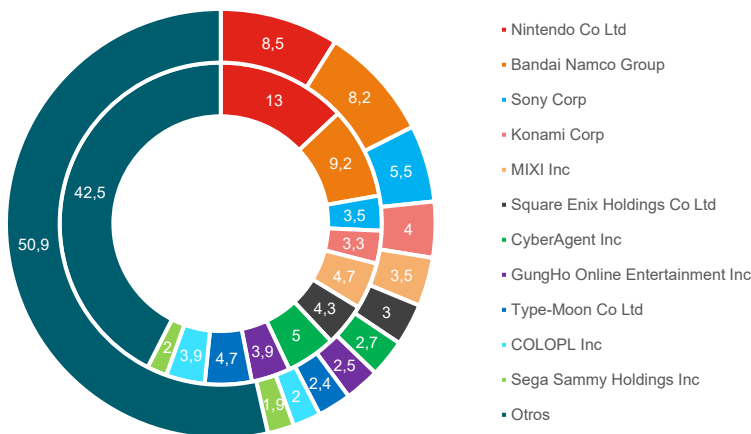
Microtransacciones y contenido adicional (DLC)

Servicios de suscripción

Tamaño del mercado y producción local

Cuotas de mercado de las principales empresas de videojuego en japon 2019 (interior) y 2024 (exterior)

En porcentaje (%) sobre el valor de ventas minoristas



- El valor total del mercado doméstico japonés (que integra el gasto de *software* de todas las plataformas) se sitúa en **2,4 billones de yenes** (14.198 millones de euros) con un **crecimiento interanual del 3,4 %** y un nuevo máximo histórico.
- Transformación estructural** marcada por **tres tendencias principales**: la **consolidación del móvil como principal fuente de ingresos**, la **transición del *software* hacia modelos online y de servicios**, y el **crecimiento sostenido del segmento de PC**.
- Mercado competitivo y cada vez más fragmentado**: las principales compañías japonesas mantienen el liderazgo, pero el peso de actores de menor tamaño aumenta del **42,5 %** en 2019 al **50,9 %** en 2024, lo que refleja una mayor automatización del sector y la entrada de nuevos operadores digitales (estudios *indies*, desarrolladores móviles y *publishers* especializados).

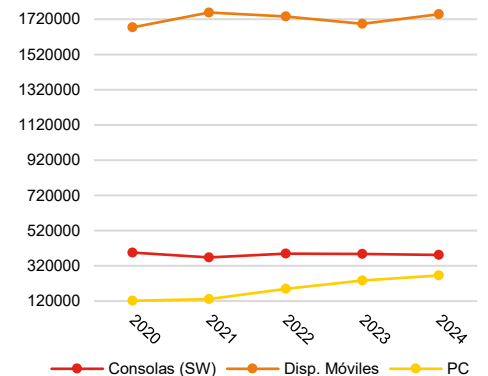
Valor de los segmentos

En billones de JPY

Segmentos del mercado	Valor	%
Mercado de dispositivos móviles	1,75	73
Mercado de consolas	0,38	16
Mercado de PC	0,26	11
TOTAL	2,4	

Evolución del mercado doméstico

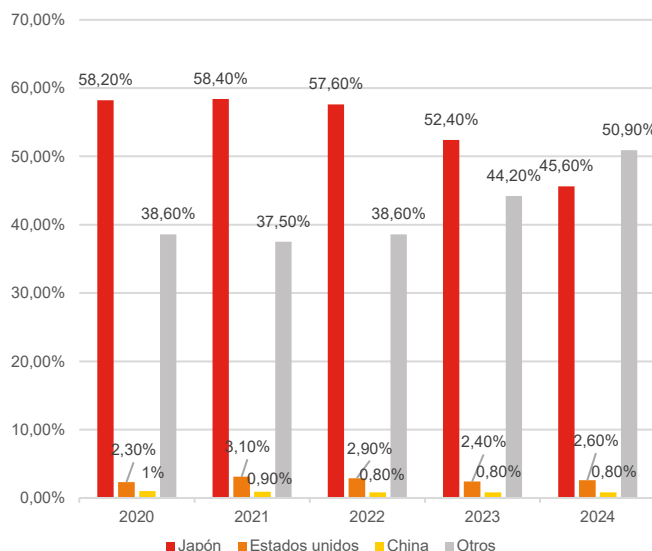
En millones de JPY



Comercio exterior

Cuota de mercado por país de origen de la empresa 2020-2024

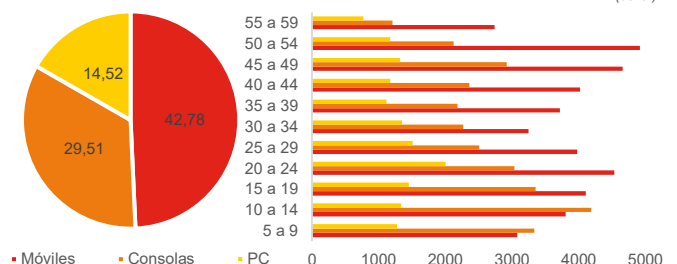
En porcentaje (%) sobre el valor de ventas minoristas



Demanda

Segmentación de usuarios de videojuegos en japon por plataforma y por edad 2024

En millones de usuarios (izq.) y en miles de usuarios (dcha.)



Precios

Datos en JPY

Storecheck (mayo 2026)

Nintendo Switch 2	49.980
PS5 con lector	97.980
PS5 Digital Edition	89.980
Mario Kart World físico	9.980
Mario Kart World digital	8.980
Monster Hunter Wilds digital	8.990
Palworld	3.400
Nintendo Switch Online (1 año)	2.400
PC Game Pass (mensual)	1.300

EL MERCADO DEL VIDEOJUEGO EN JAPÓN

2026

Percepción del producto español

- La **presencia española en Japón** sigue siendo **reducida** y no existe todavía una imagen de marca consolidada del videojuego español frente al peso de los grandes *publishers* japoneses.
- Existen **referentes positivos**: el caso de **MercurySteam**, responsable de *Metroid: Samus Returns* y *Metroid Dread* para Nintendo, demuestra la **capacidad técnica de los estudios españoles** para colaborar con empresas japonesas de primer nivel.
- La **distribución digital y las plataformas globales** han facilitado la entrada de estudios independientes españoles, especialmente en títulos con estética japonesa, narrativa diferenciada o buena adaptación a consola y PC.
- Para ganar **visibilidad** resulta clave la **localización al japonés**, la participación en **ferias** como Tokyo Game Show y BitSummit, y el **uso de iniciativas de promoción** como Games from Spain.

Canales de distribución

Retail físico y especializado	El hardware , las consolas y parte del software físico siguen apoyándose en tiendas especializadas, grandes superficies de electrónica y cadenas con fuerte implantación local
Plataformas digitales	Steam, Nintendo eDshop, PlayStation Store, Xbox Store, App Store y Google Play son canales clave para software , PC , móvil e indie , reduciendo barreras de entrada para estudios extranjeros.
Publishers, ferias y promoción online	La entrada comercial suele apoyarse en <i>publishers</i> locales, acuerdos B2B, participación en ferias profesionales, medios especializados, <i>streamers</i> e <i>influencers</i> .

Perspectivas del sector

- El **mercado japonés crecerá de forma moderada**, con previsión de avance hasta 2029 impulsado principalmente por el **software**, las **compras recurrentes**, el **online** y las **suscripciones**.
- El **móvil seguirá siendo el segmento dominante**, aunque con presión por inflación, privacidad, costes de adquisición de usuarios y dificultad creciente para generar grandes éxitos.
- La **Nintendo Switch 2**, el **peso de las IP consolidadas** y el **avance del PC/Steam** reforzarán la **competencia multiplataforma** y la **digitalización del consumo**.

Acceso al mercado

Fiscalidad	No presenta aranceles en las principales partidas; se aplica el impuesto japonés sobre el consumo (10 %).
Barreras	Las principales barreras son no arancelarias .
Normativa	Clasificación por edades , contenidos sensibles, restricciones sobre mecánicas de azar y propiedad intelectual .
Adaptación	Reglamento 2
Monetización	Reglamento 3

Oportunidades

- Juegos móviles y F2P**: Japón mantiene uno de los **mayores mercados móviles per cápita**, con fuerte cultura de IP, *anime*, *manga* y monetización recurrente.
- Indie, PC y consola digital**: Steam, Nintendo eShop y PlayStation Store abren vías de entrada para estudios españoles sin necesidad de una estructura física local. **Spain Game Matsuri** organizado por ICEX.
- Outsourcing y servicios B2B**: arte, programación, *porting*, QA, localización, música, sonido y apoyo técnico son **nichos relevantes para colaborar** con estudios japoneses.
- Títulos con identidad diferenciada**: existe margen para propuestas españolas con calidad artística, narrativa, estética japonesa o enfoque de nicho bien localizado.

Información práctica

Ferias	Asociaciones	Otras direcciones de interés
Tokyo Game show https://events.nikkeibp.co.jp/tgs/2026/en/exhibitor/	Computer Entertainment Supplier's Association (CESA) http://www.cesa.or.jp	Oficina Económica y Comercial de España en Tokio http://japon.oficinascomerciales.es
BitSummit https://bitsummit.org/en/	Japan Online Game Association (JOGA) https://japanonlinegame.org	Ministry of Economy, Trade and Industry http://www.meti.go.jp/english/
Tokyo Indiegame Summit https://indiegamessummit.tokyo/	Japan E-Sports Union (JESU) https://jcga.org/	

Más info [Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

Realización
Álvaro Fernández Martínez

09 de junio de 2026
Tokio

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio

<https://www.icex.es/es/explora-por-pais/japon>

Editado
ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso. ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Información y atención al cliente
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
www.icex.es/es/contacto
www.icex.es

JUNIO, 2026 · NIPO 224260160