

コンテンツ戦略WG向け資料

PwCコンサルティング合同会社
2025/3/18

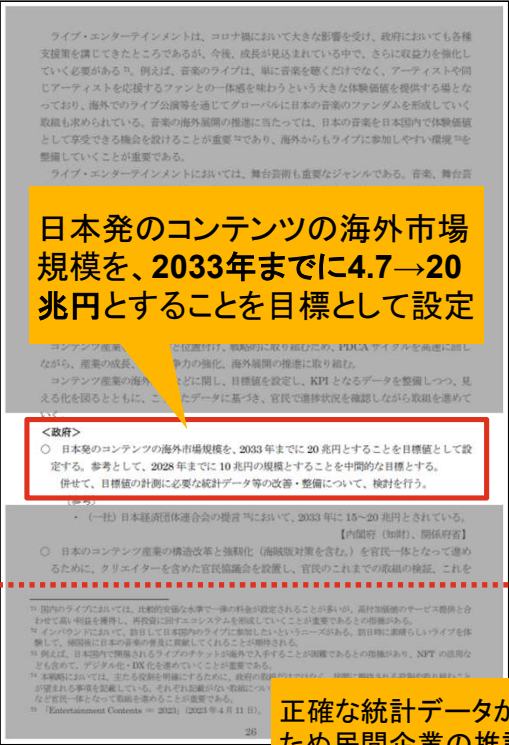
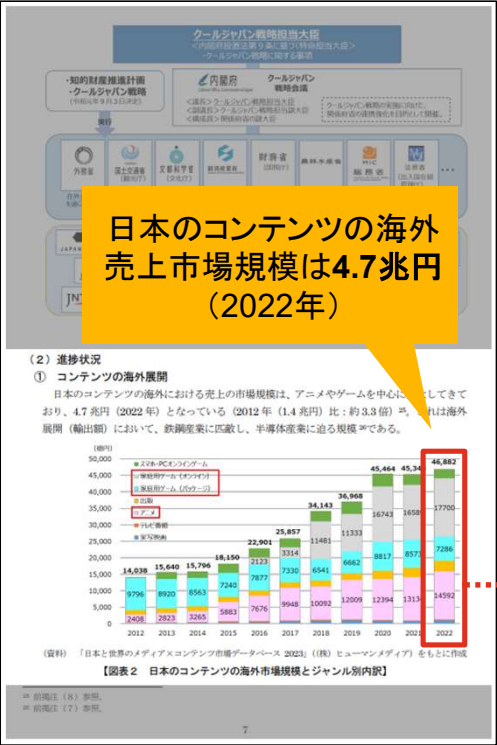


クールジャパン戦略の検証

「新たなクールジャパン戦略」で前提とされている「コンテンツ海外売上4.7兆円」は実態を捉えきれていない可能性があり、PwCコンサルティングにて検証を実施。

知的財産戦略本部「新たなクールジャパン戦略（2024年6月）」でのKGI

引用元の民間企業推計詳細



	海外の日本コンテンツ市場規模
映画（実写） ※映画4社の数値から推計	■ 海外市場売上推計： 1,080 億円（2022 年）
テレビ番組（一般）	■ 海外市場売上推計： 230 億円（2022 年）
アニメ（劇場、放送、配信、商品化等）	■ 海外市場売上推計： 1 兆 4,592 億円（2022 年） ※日本動画協会発表数値 アニメ関連の商品化・ゲーム売上含む
家庭用ゲーム（ソフト販売）	■ 海外市場売上推計： 7,286 億円（2022 年） ※海外の家庭用ゲームソフト市場規模の推移より推計
家庭用ゲーム（オンライン）	■ 海外市場売上推計（右記同）： 17,700 億円（2022 年）
スマホ・PC オンラインゲーム	■ 海外市場売上推計： 2,794 億円（2022 年）
出版	■ 海外市場売上推計： 3,200 億円（2022 年）
	■ 合計約 4 兆 6,882 億円

さまざまな前提が含まれているため補正が必要

PwCコンサルティングにて独自調査・推計を実施

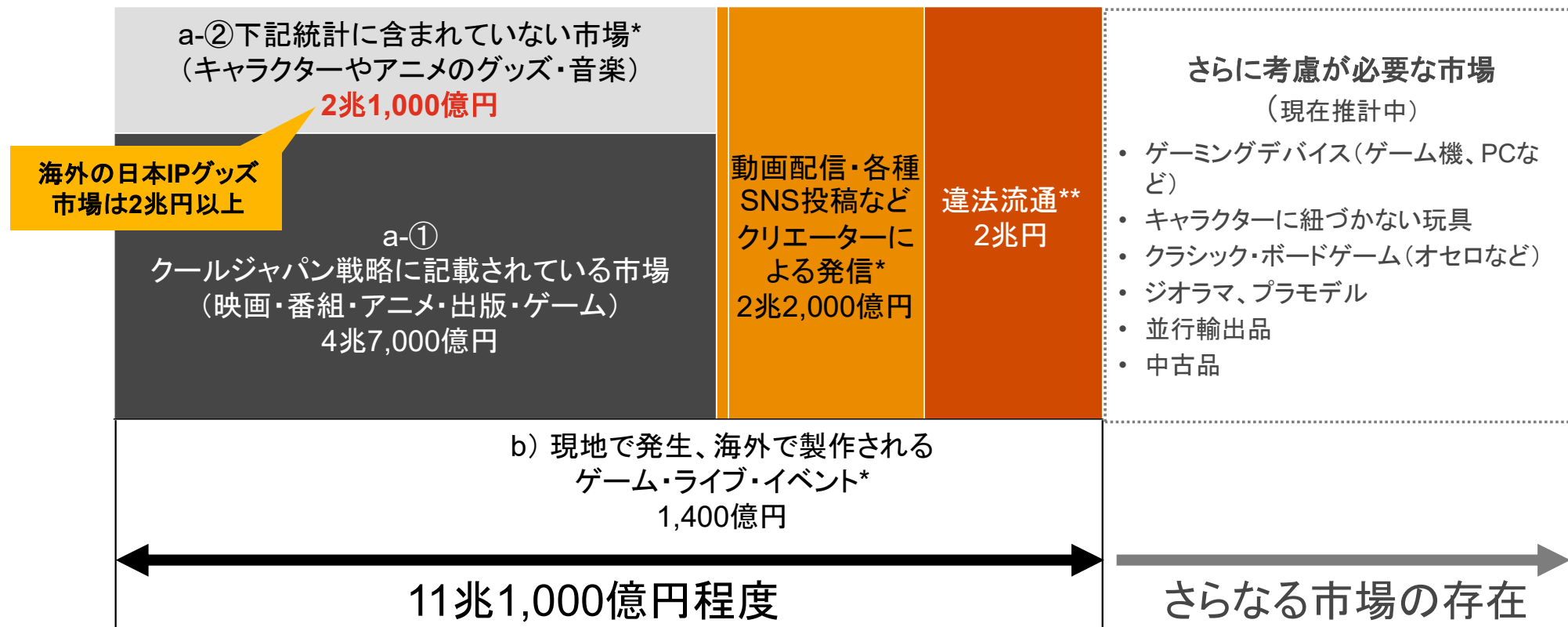
正確な統計データが存在しないため民間企業の推計を引用

出典：株式会社ヒューマンメディア

PwCコンサルティングによる日本コンテンツの海外市場推計

4.7兆円の約2.3倍となる11兆円規模以上の市場※が存在すると推計。

a) 自社直接＋海外事業者を介して c) 日本から直接 d) 違法流通**



* PwCコンサルティング エンタテインメント&メディア・インダストリー・イニシアチブ推計

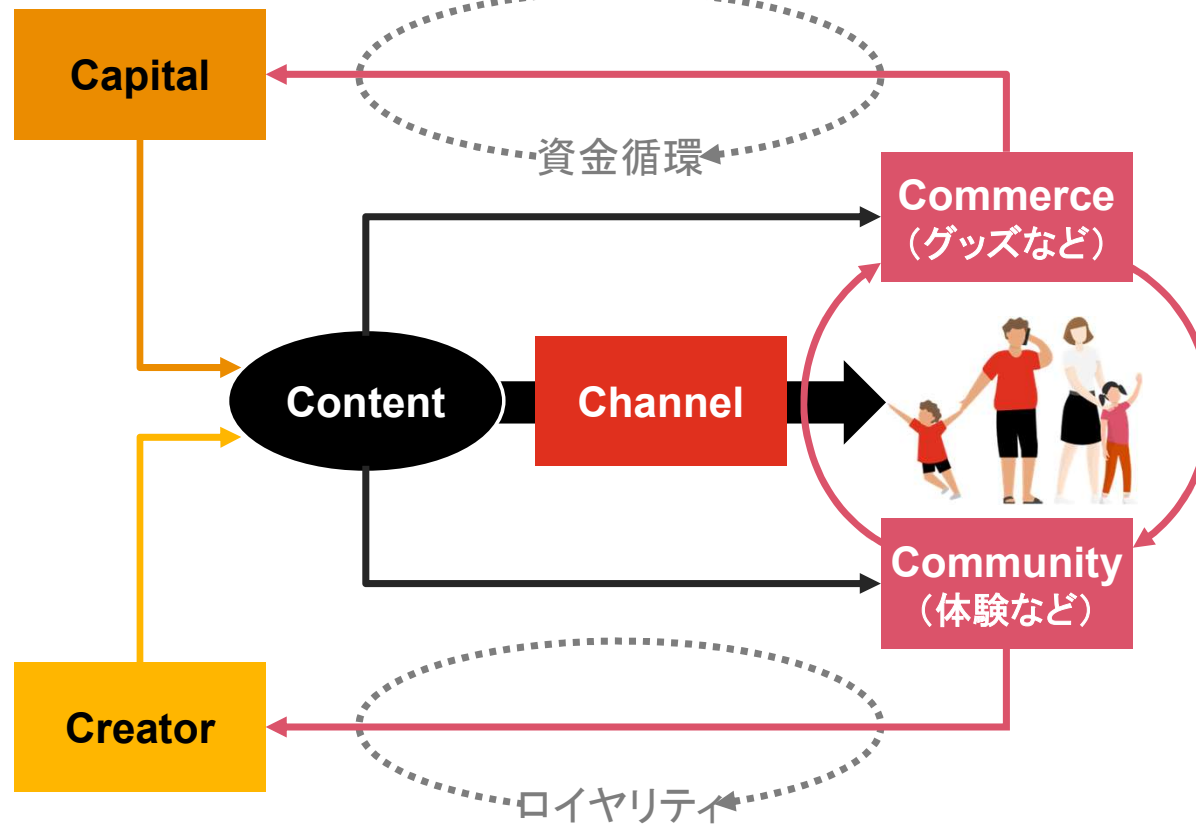
** 一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA)推計

※ここで示す「市場規模」とは日本コンテンツの海外消費額を指す。

PwCの提唱するコンテンツの生態系モデル

Contentとそれを取り巻く5つのC(5C)

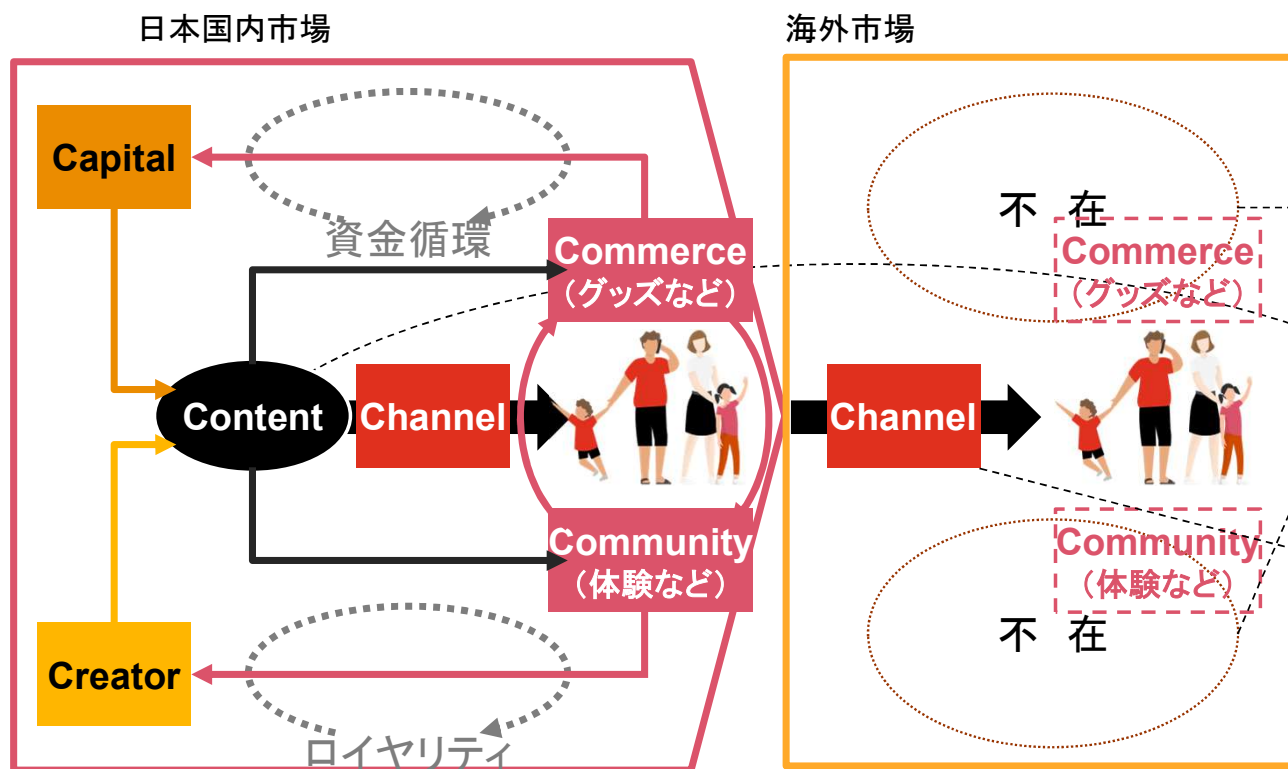
日本では、純粹にコンテンツだけでビジネス・モデルを構成しておらず、周辺産業との連携でより大きな効果を生む「生態系」として、非常に強力な社会装置となっている



コンテンツ業界の課題分析(弊社仮説)

国内では資金とロイヤリティの循環による生態系が成立しているものの、海外市場では、生態系事業(商品、イベント等)が未整備であり、そこからの還元がなされていない

コンテンツを巡る経済生態系: Content+5Cモデル



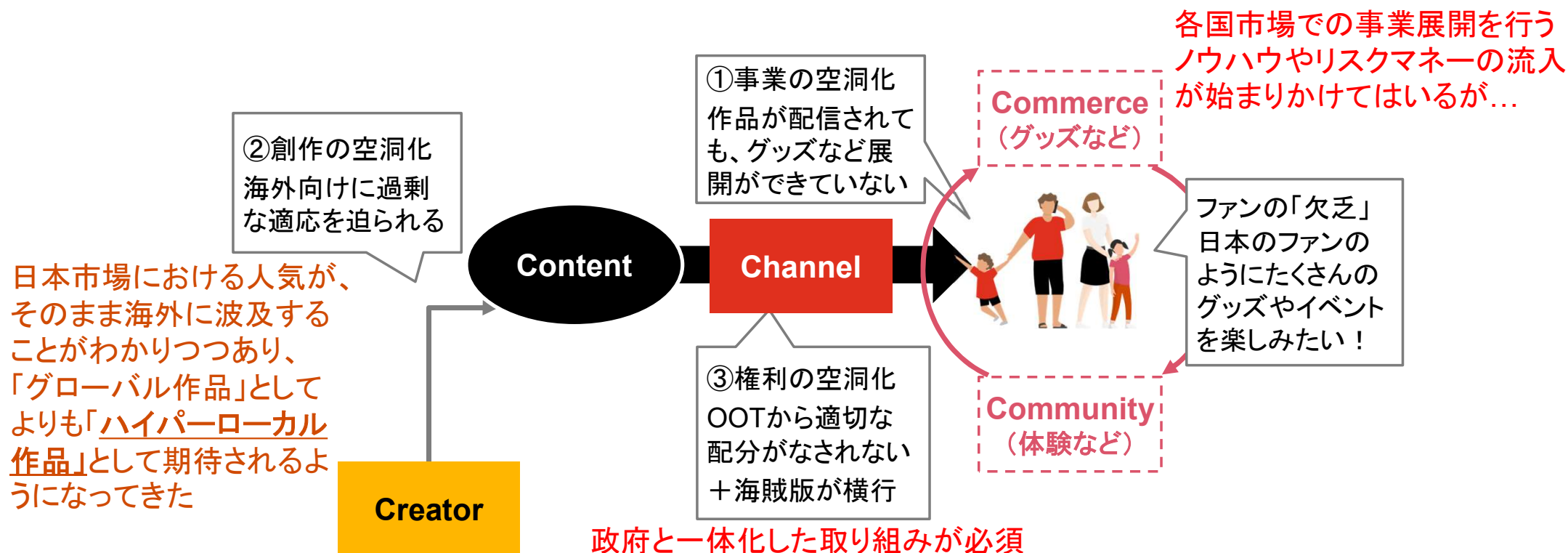
コンテンツ業界の課題分析

コンテンツ業界のペインポイントとして、以下の三点が挙げられる:

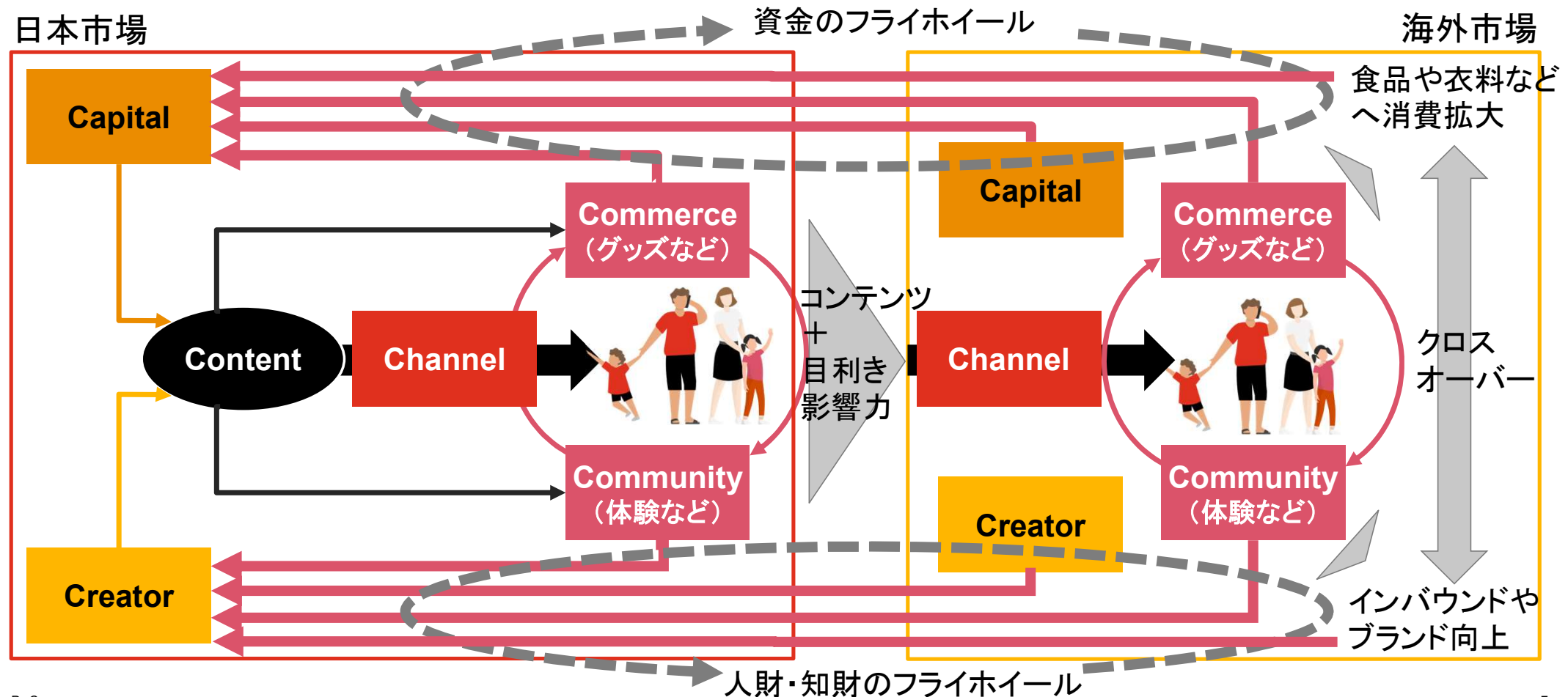
- ① コンテンツそのものの流通はグローバルOTTを経由して実現し、人気を得ているが、事業生態系(関連グッズ等の販売、イベントなどの展開)が未整備
- ② グローバルOTTから海外市場向けにクリエイティブの変更を求められるが、国内市場との一貫性や対象市場の多様性への対応に窮する
- ③ 視聴量に応じてグローバルOTTから適切な分配がなされているかははっきりしない。また、海賊版などが依然存在し、権利を脅かされている

アニメなど日本コンテンツ海外市場の課題： 解決の方向性

海外市場への到達はグローバルOTTなどのChannelによって実現したものの、日本と同様の事業環境成立には程遠い

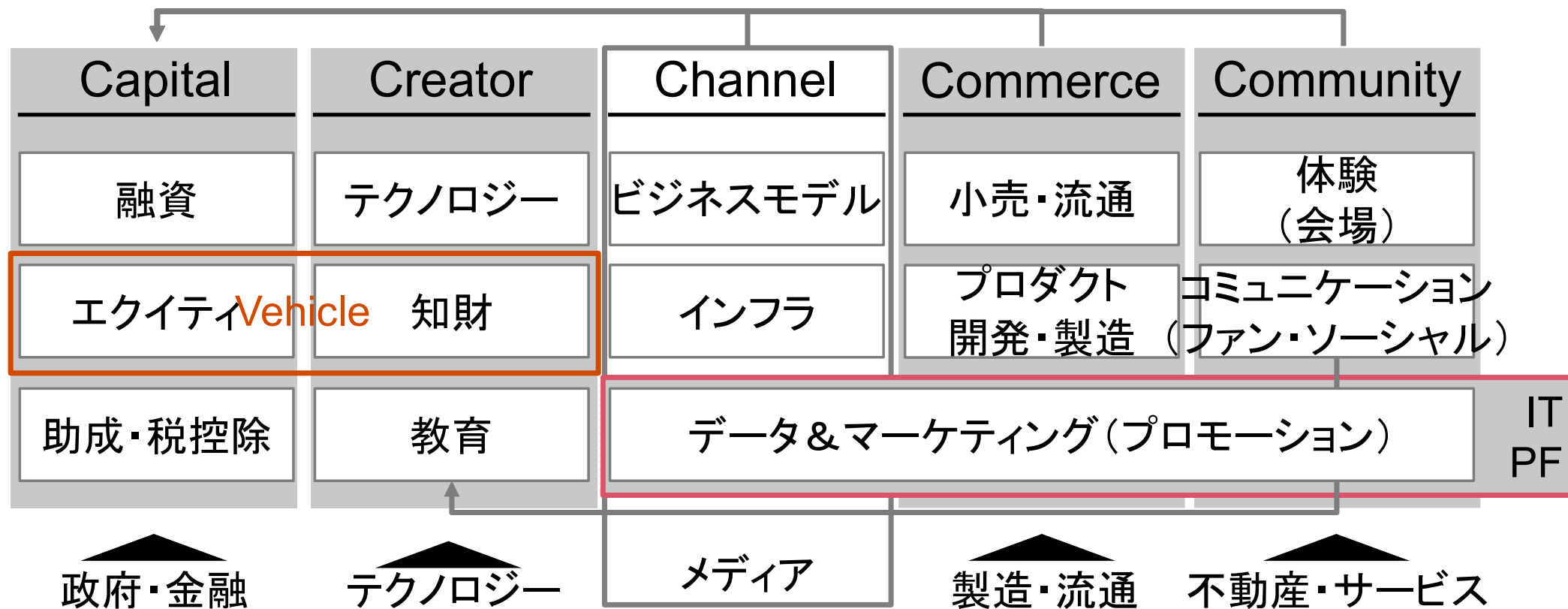


Contentを起点とする海外市場におけるクロスオーバーと資金・人材・知財の加速循環(フライホイール)の実現へ



5Cエコシステムを構成するレイヤごとの要素

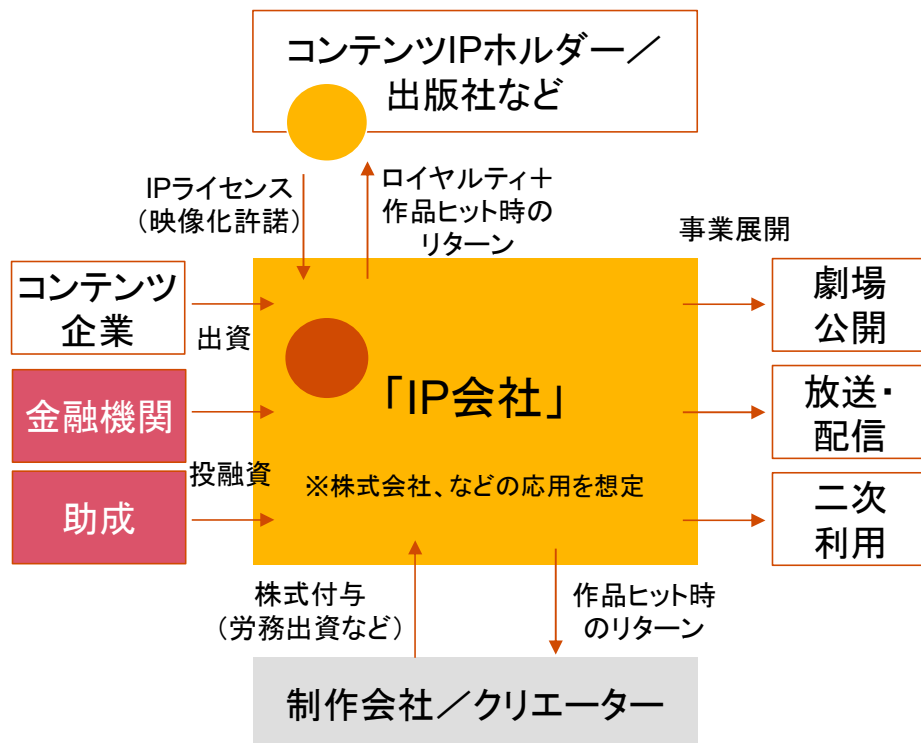
さまざまな領域のビジネスがコンテンツの周囲で連携していくことで、多重的な経済波及効果が生じる



Capital(資金) + Creator(創作) - 「IP会社」制度導入の構想

国内で主流の製作委員会方式を代替する資金調達スキームとして、IP作品製作・事業展開に当たって法人格を付与して外部資金を調達。クリエイター還元の仕組みも導入

「IP会社」構想のスキーム案



検討事項

メリット

- IPごとに法人格が付与されることによって外部資金を調達することが可能
 - ・ 銀行等からのローン
 - ・ ファンドなどからの投資・出資
- 株式を付与するなどの仕組みを導入することにより、クリエイターへの利益還元も可能

事例

- 韓国では2005年から「文化産業特別会社」として制度導入済み
 - ・ 一定条件を満たす場合に税額控除
 - ・ 助成などの優先活用

検討課題

- 税制(二重課税の回避)
- 制作経理、監査などの透明性確保
- 外国資本による買収リスク(「IP安保」)対策

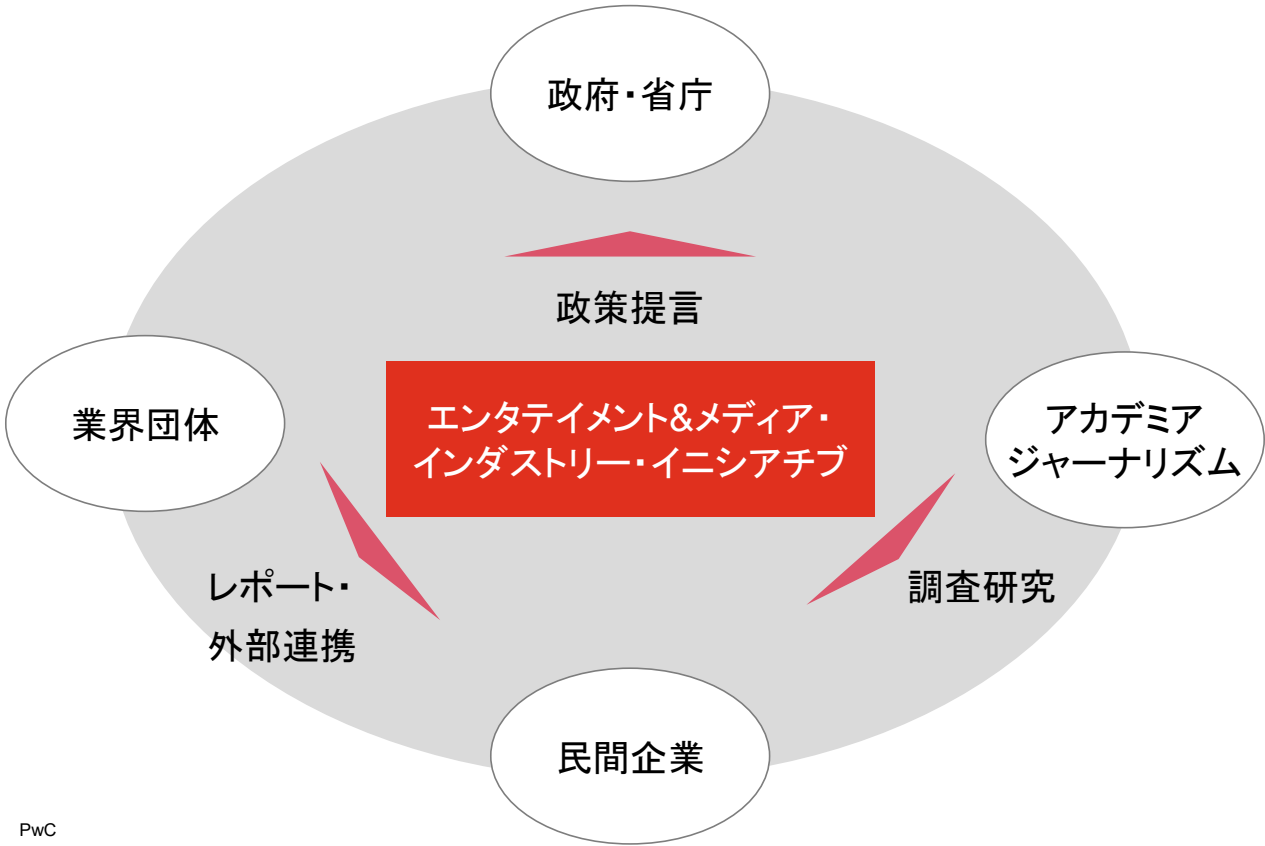
APPENDIX:

E&M産官学連携専門組織の発足

業界の国際競争力強化・経営高度化を目指し、産官学連携を推進する専門組織「エンタテインメント&メディア・インダストリー・イニシアチブ」を2024年3月1日付けで発足。

産官学連携組織の活動イメージ

組織発足に関するプレスリリース発信



pwc

News release

2024年2月29日
PwC コンサルティング合同会社

PwC コンサルティング、エンタテインメント&メディア業界の国際競争力強化・経営高度化を目指し、産官学連携を推進する専門組織を発足
コンテンツ領域の経済波及効果を推計したレポートを公開

PwC コンサルティング合同会社（東京都千代田区、代表執行役 CEO: 大竹 伸明、以下「PwC コンサルティング」）は 2024 年 3 月 1 日に、新しい組織として「エンタテインメント&メディア・インダストリー・イニシアチブ」（以下「本組織」）を発足します。

また、これに先立ち PwC コンサルティングは、本組織メンバーが執筆した調査レポート「[メディアミックスのバリューと可能性](#)」を本日公開しました。同調査レポートでは、日本のコンテンツ産業が強みとする「メディアミックス」の経済波及効果は国内で 6.5 兆円に上り、漫画やゲームなど主要 4 分野の市場規模の約 2 倍となることを明らかにするとともに、メディアミックスは海外市場の開拓に役立つとみています。

世界のエンタテインメント&メディア（以下「E&M」）市場は引き続き成長を続け、2027 年には業界全体の収益が 2 兆 8,000 億米ドル規模に達する見込みです¹。少子高齢化などを背景に、日本におけるその成長率は世界平均より低いと予測されますが、一方で、グローバルな視点として捉えたと、良質なコンテンツを生み続けている日本の E&M 業界にとってはまだ大きな成長余地があります。こうした状況下で日本の E&M 業界の国際的な競争力向上や経営高度化に貢献することが、本組織の目的です。

具体的には、PwC コンサルティングおよび PwC Japan グループ内法人横断の知見を活用して、各種の制度設計やコンテンツの海外展開、国際ビジネスを推進する政府や官公庁、学術関係者、業界・経済団体などへの情報発信を強化します。その他、産官学が参画する研究会やコンソーシアムを形成するなど、日本の E&M 業界が海外市場でそのポテンシャルを発揮できる環境の構築に取り組みます。

【本組織の概要】

名称	エンタテインメント&メディア・インダストリー・イニシアチブ
ウェブサイト	https://www.pwc.com/jp/ja/industries/em/em-consulting/entertainment-media-initiative.html
発足日	2024 年 3 月 1 日
主要メンバーおよび体制	PwC コンサルティング パートナー 森 祐治 https://www.strategyand.pwc.com/jp/ja/contacts/y/yuji-mori.html PwC コンサルティング 上席執行役員 パートナー 原田 雄輔 https://www.pwc.com/jp/ja/contacts/h/yusuke-harada.html PwC コンサルティング ディレクター 岩崎 明彦 https://www.pwc.com/jp/ja/contacts/i/akihiko-iwasaki.html 今後、PwC Japan グループ横断組織として、段階的に陣容を拡大していく予定です。

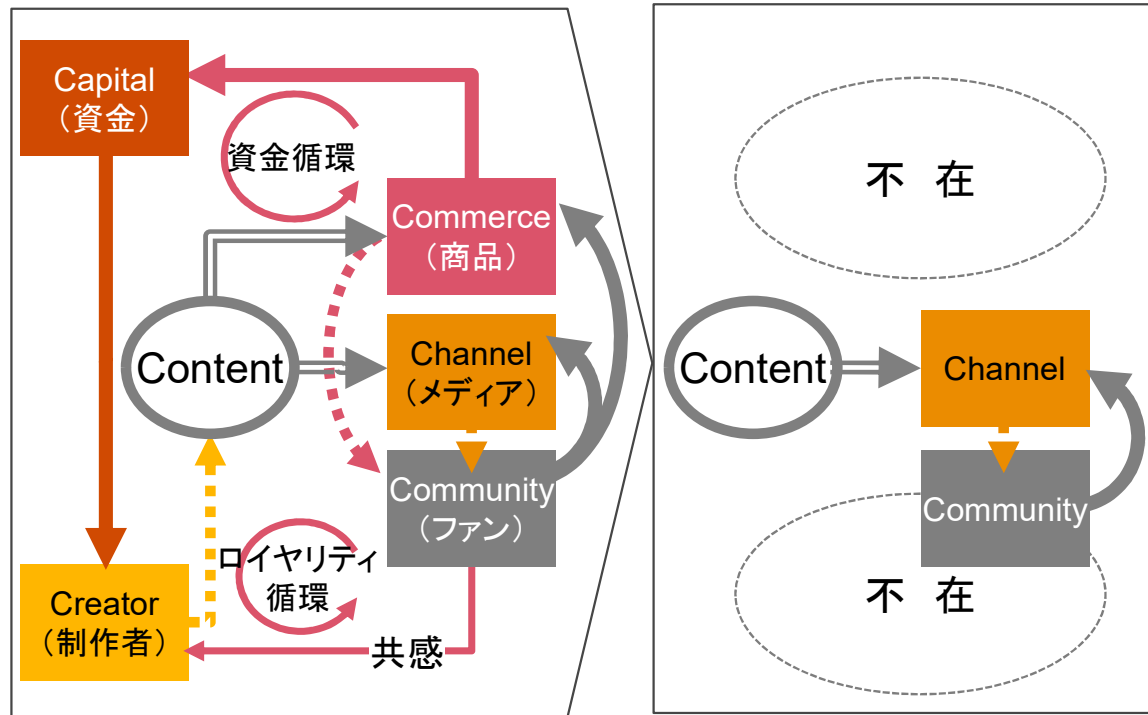
コンテンツ業界の課題分析(PwCコンサルティング仮説)

国内では資金とロイヤリティの循環による生態系が成立。海外市場では関連グッズ販売やイベント展開などの事業が未完成のままであり、日本企業にとっての参入チャンス。

PwCコンサルティングが提唱するコンテンツ生態系モデル:コンテンツと5C※

日本国内市場

海外市場



PwC

← ライセンス供与

← 資金提供/購入

← 製品・サービス

ペインポイント

日本のようなコンテンツ生態系が海外にはない

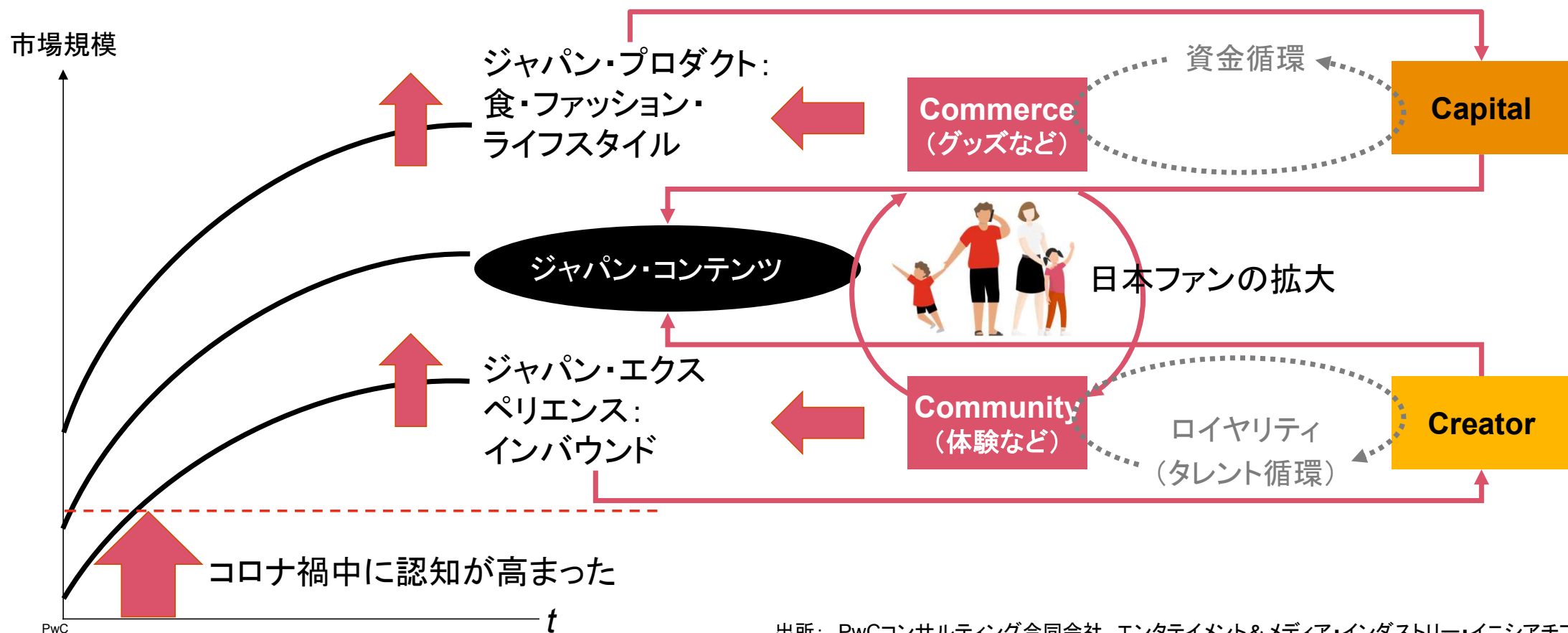
- ・ グローバルOTTを中心とした配信を通じて日本コンテンツが海外で視聴者数を獲得するも、海外ではCommerce/Community事業が不在

日本企業にとっての参入領域と業種

- ・ 総合商社: Commerce
- ・ 通信キャリア: Channel
- ・ 金融、投資家など: Capital
- ・ コンテンツIP企業、出版社など: Content/Creator

※コンテンツ(Content)とそれを取り巻くCapital/Creator/Channel/Commerce/Community

コンテンツ、食・ファッション・ライフスタイル、インバウンドが相互に好影響を生み、資本やロイヤリティ・タレントを呼び込む好循環創る



出所: PwCコンサルティング合同会社 エンタテインメント&メディア・インダストリー・イニシアチブ

Thank you

www.pwc.com/jp

© 2025 PwC Consulting LLC. 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 for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.