

令和5年12月22日 第1回コンテンツ戦略ワーキング  
グループ・Create Japan ワーキンググループ合同会議  
資料3 コンテンツ戦略部分抜粋

参考資料 1

# クールジャパン戦略関連基礎資料 ver1.0

2023年12月22日  
内閣府 知的財産戦略推進事務局

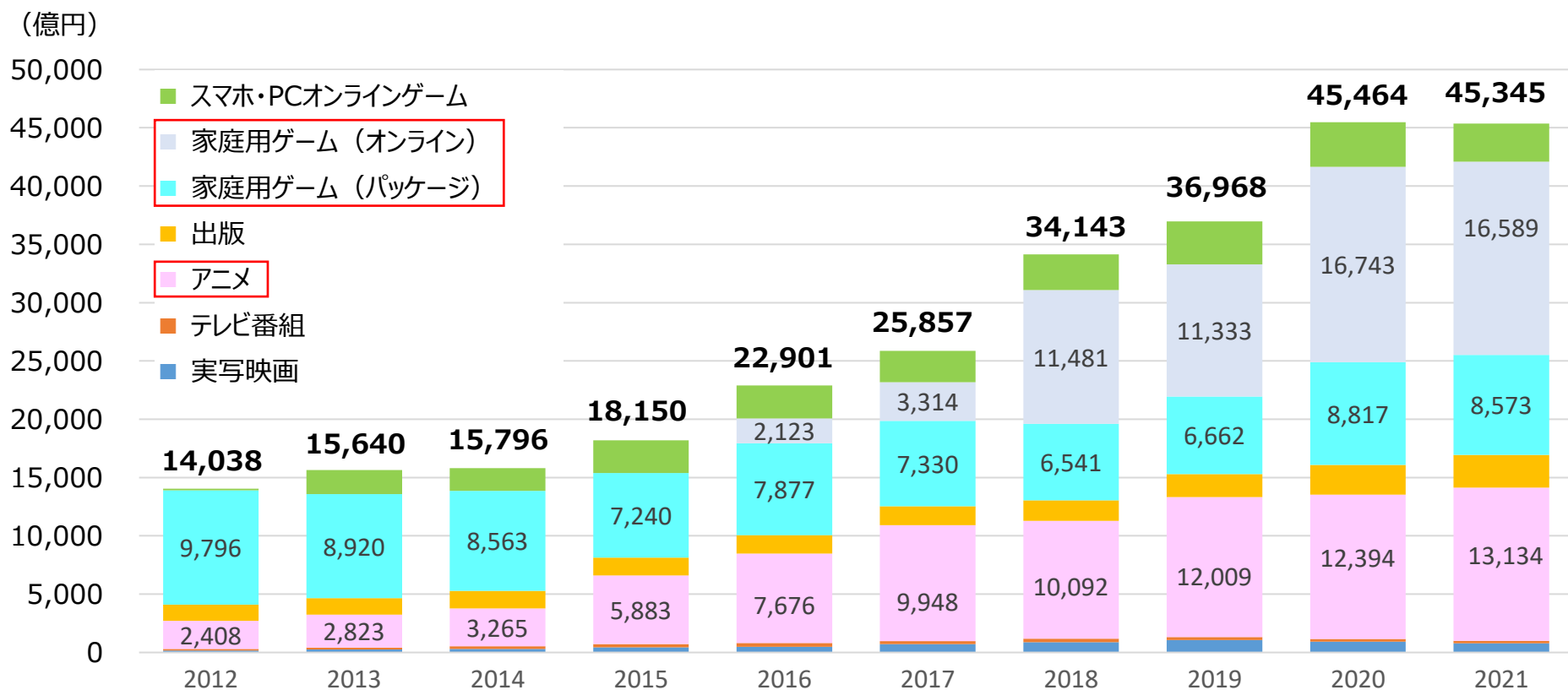
---

# コンテンツ産業関連 小表紙

# 日本のコンテンツ産業の海外展開の市場規模

- 2021年の日本のコンテンツの海外市場の規模は合計4.5兆円と推計。
- 家庭用ゲーム、アニメ等を中心として日本のコンテンツの海外展開は増加傾向。

日本のコンテンツの海外市場規模の推移と分野別内訳

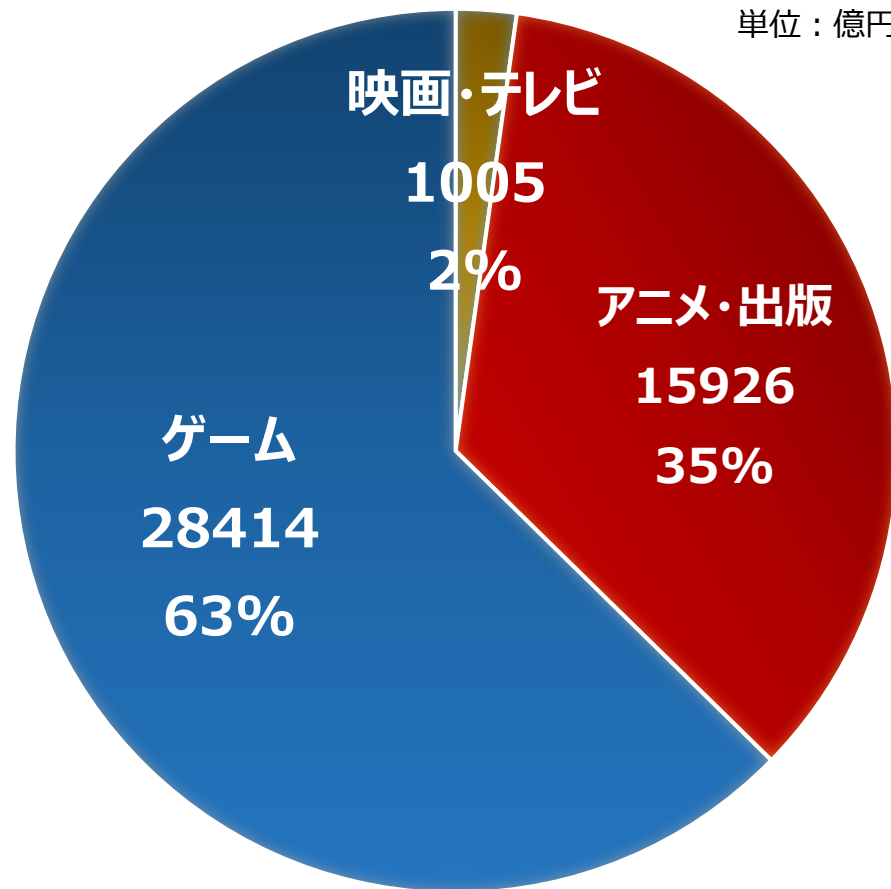


# 日本のコンテンツ産業の海外展開の内訳

- 海外展開の4.5兆円の内訳は、**ゲーム関連が63%、アニメ・出版（マンガ等）が35%、（実写）映画・テレビが2%**（音楽等は含まない。）。

2021年の日本のコンテンツ海外展開の内訳

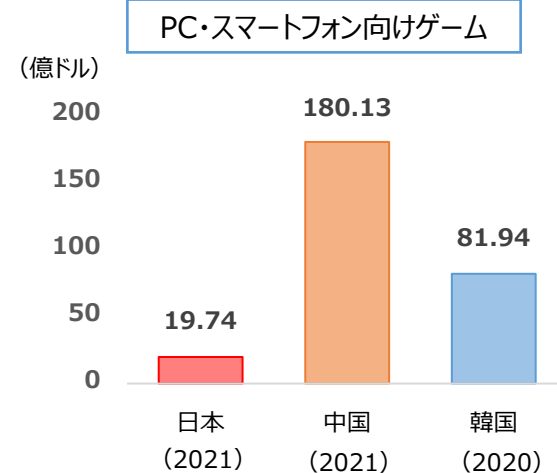
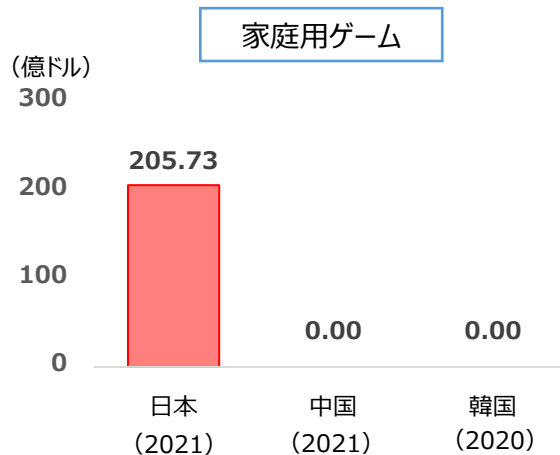
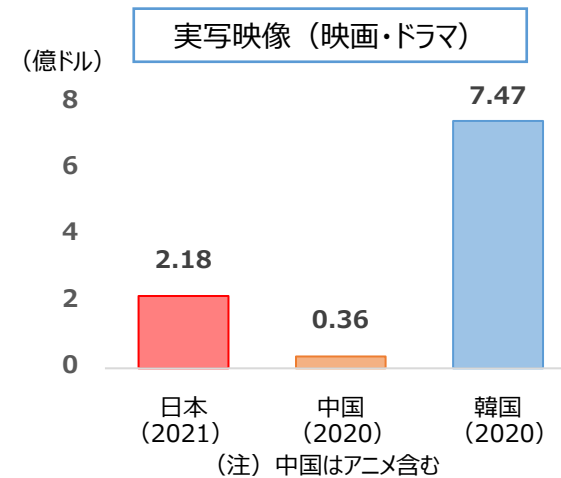
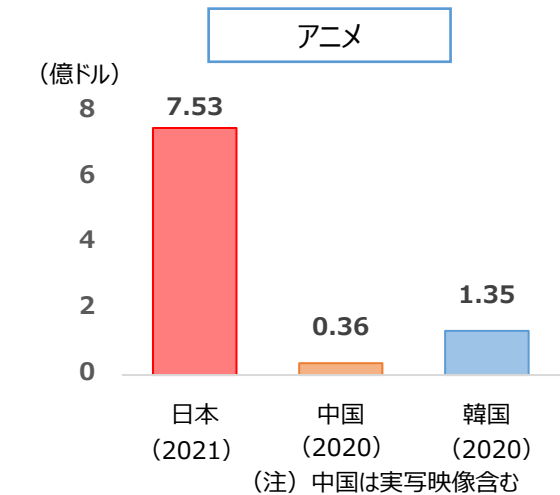
※ 音楽を除く



# 日本のコンテンツ産業の海外収入（中国、韓国との比較）

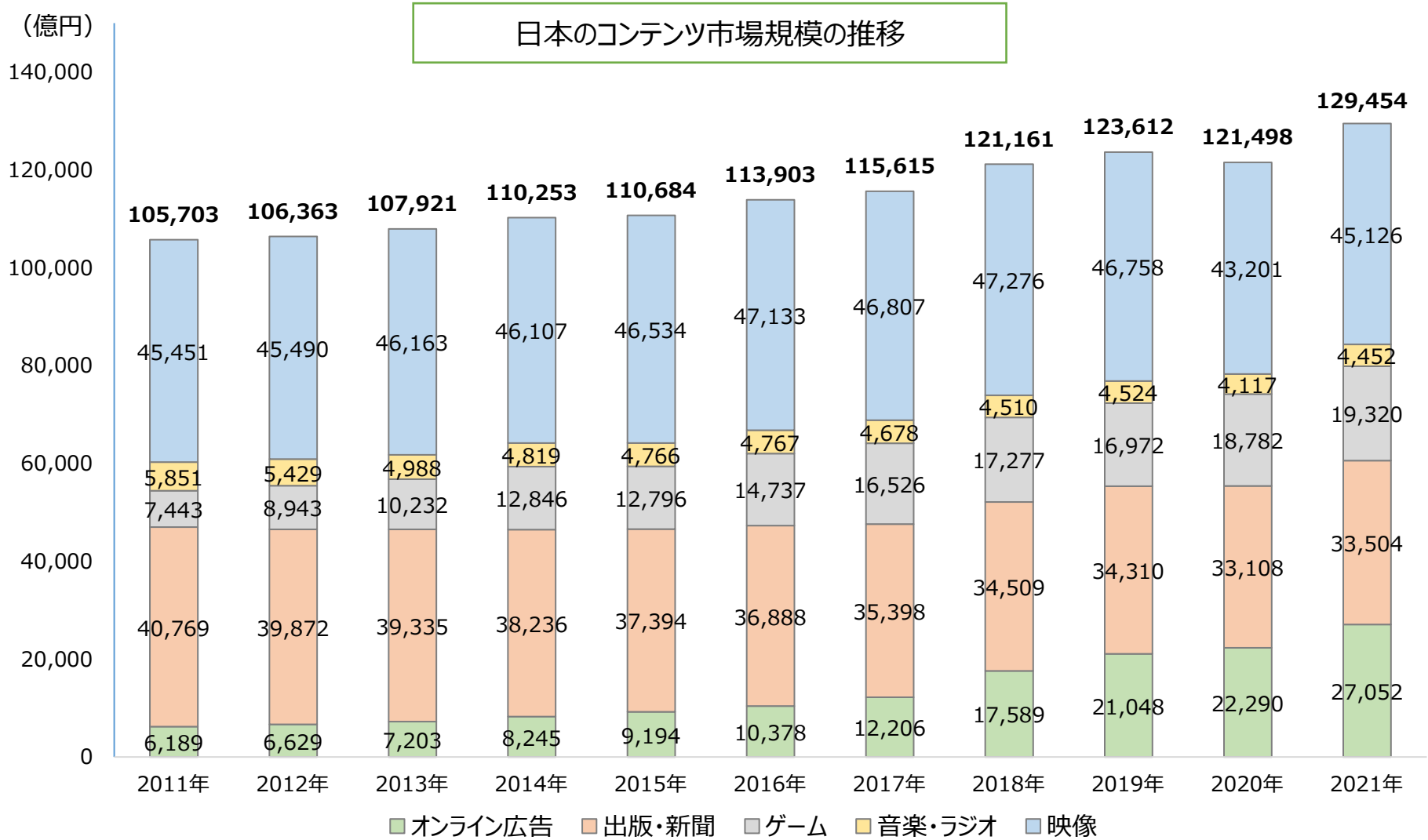
○ 日本はアニメ、家庭用ゲームの海外収入では中国、韓国を上回っているが、実写では韓国を、PC・スマホゲームでは中国、韓国を下回っている。

## コンテンツの海外展開の日中韓比較



# 日本のコンテンツ産業の規模

○ 2021年の日本のコンテンツ市場の規模は、合計約**12.9兆円**であり、**中期的には緩やかに増加**。

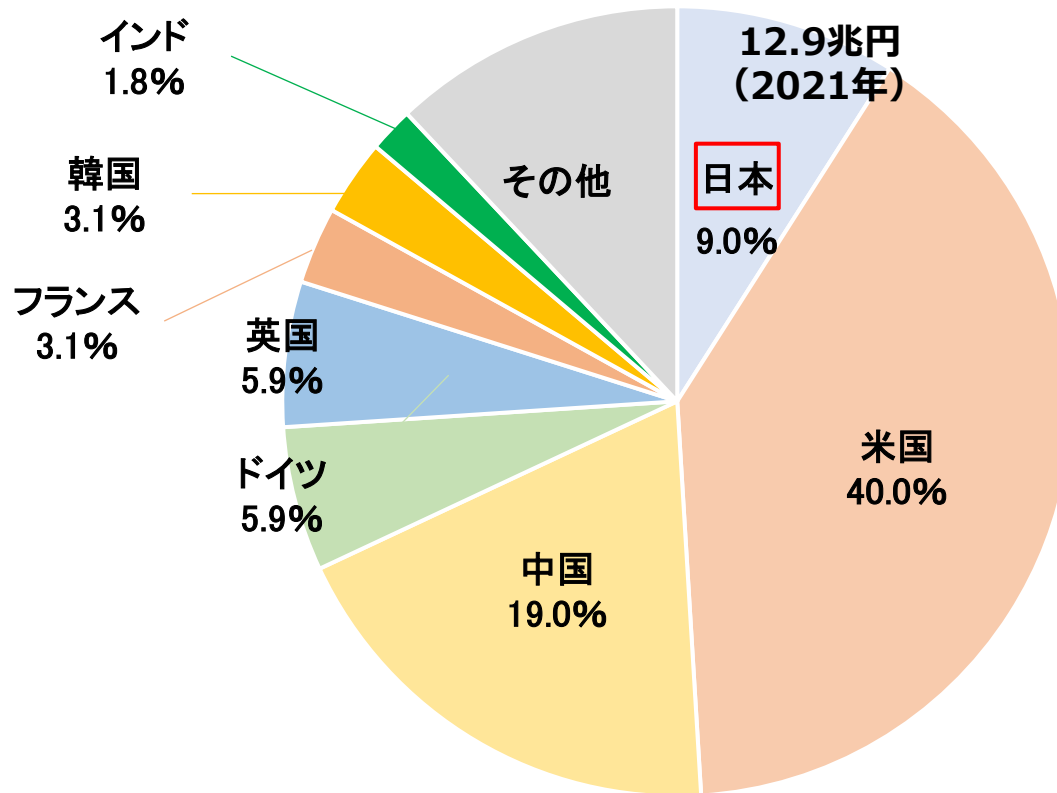


(資料) 「Entertainment Contents ∞ 2023 参考資料集」((一社)日本経済団体連合会)をもとに作成

# 世界のコンテンツ産業の規模

- 世界のコンテンツ市場は、コロナ禍による一時的な縮小から急速に回復。
- 日本のコンテンツ市場の規模は、世界 3 位であるが、**約9.0%の規模**（推計）。

世界のコンテンツ市場の規模（2021年（推計））



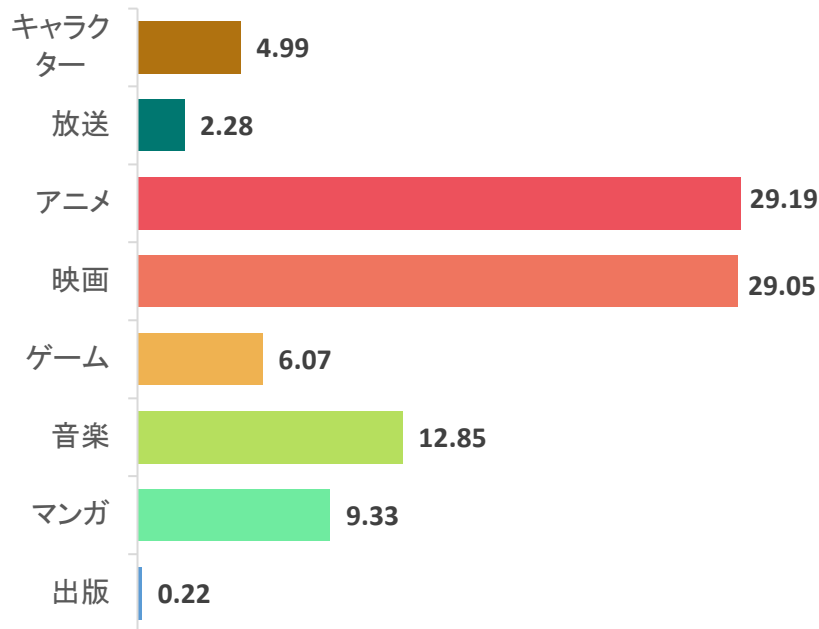
（注）各国・地域の規模感（割合）については、「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース 2023」（（株）ヒューマンメディア）における各国・地域のコンテンツ市場の規模の合計を世界のコンテンツ市場の規模と仮定し、その規模に対する各国・地域のコンテンツ市場の規模の割合を算出したものである。

# 世界のコンテンツ市場の成長率と日本

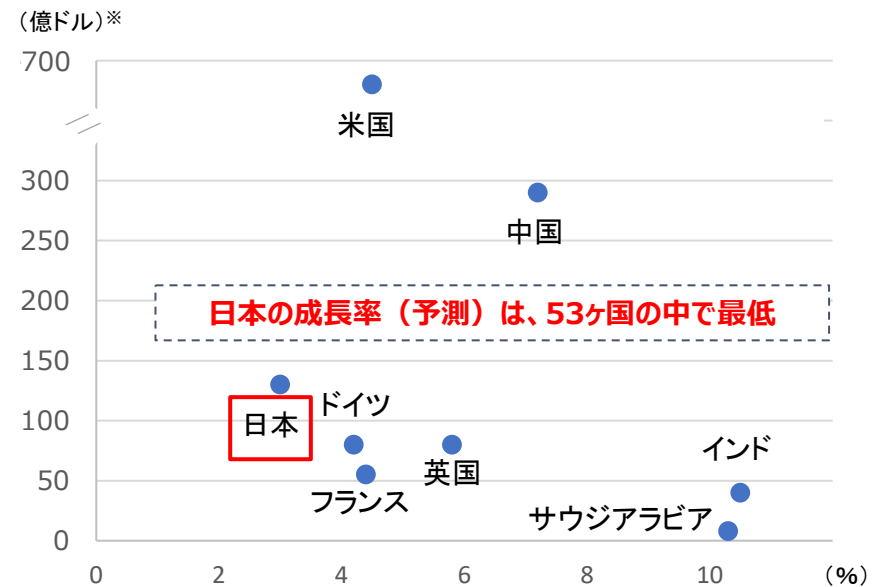
- コンテンツ市場の成長率は、世界のGDP成長率（約3%）を大きく上回っている。
- 日本のコンテンツ市場の成長率は、各国と比べると低位。

## 世界のコンテンツ市場の成長率

<2020～25年の年平均成長率（%）>



<2021～25年の年平均成長率（横軸）>



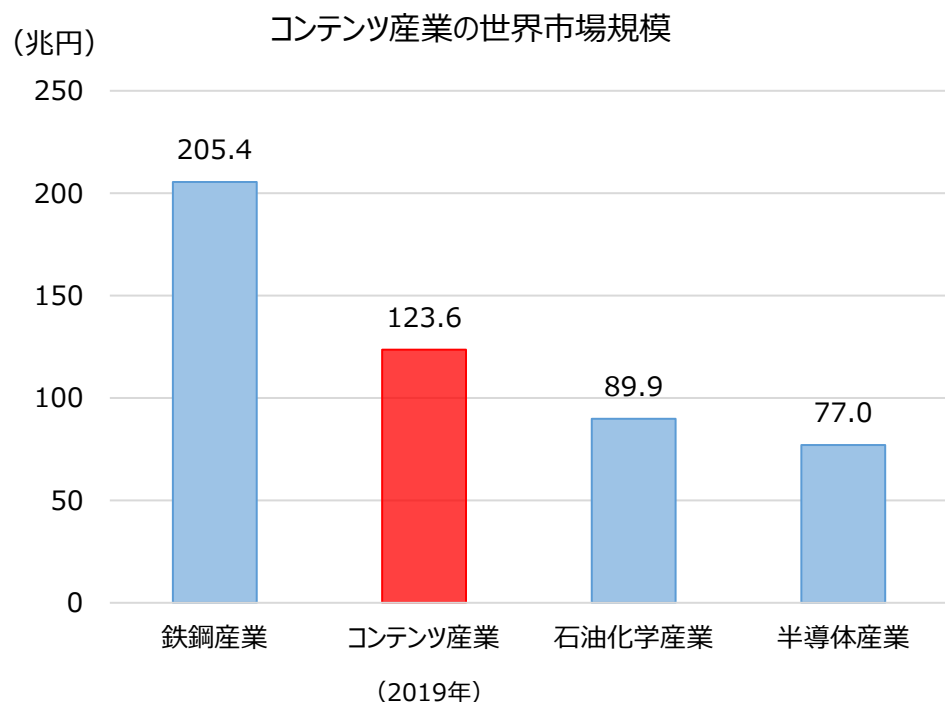
※ 縦軸は、エンタテインメント&メディア業界の2025年の収益予測（インターネットアクセスを除く）



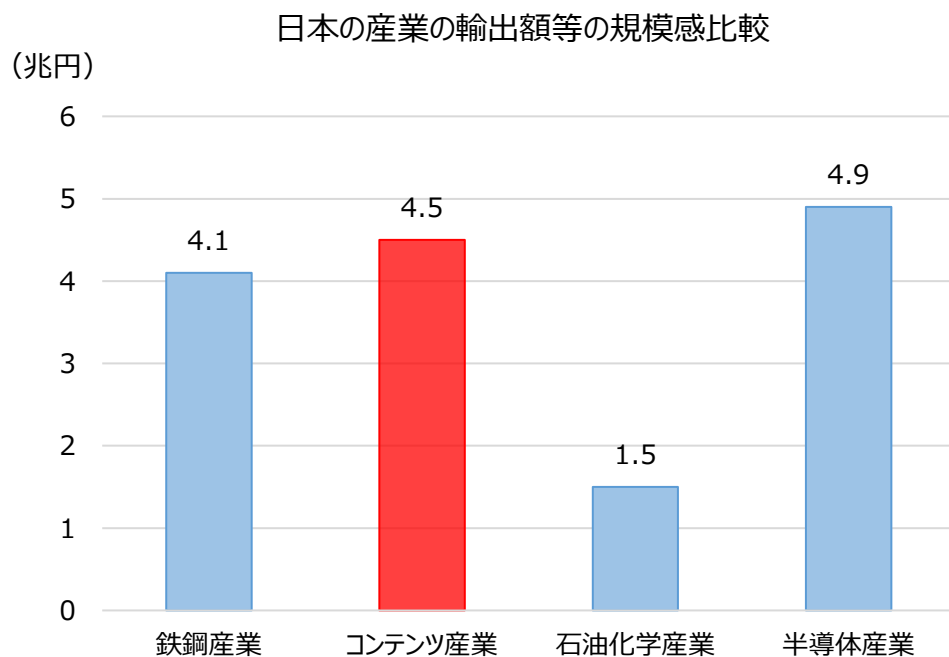
# 世界のコンテンツ産業の市場規模と日本のコンテンツ産業の輸出規模

- 世界のコンテンツ市場の規模は、石油化学産業、半導体産業よりも大きい。
- 日本由来コンテンツの海外売上高は、鉄鋼産業の輸出額より大きく、半導体産業の輸出額に迫る規模。

## コンテンツ産業の世界市場・日本の輸出規模の相場観



(注) 2022年のデータ  
(ただし、コンテンツ産業のみ2019年のデータ)

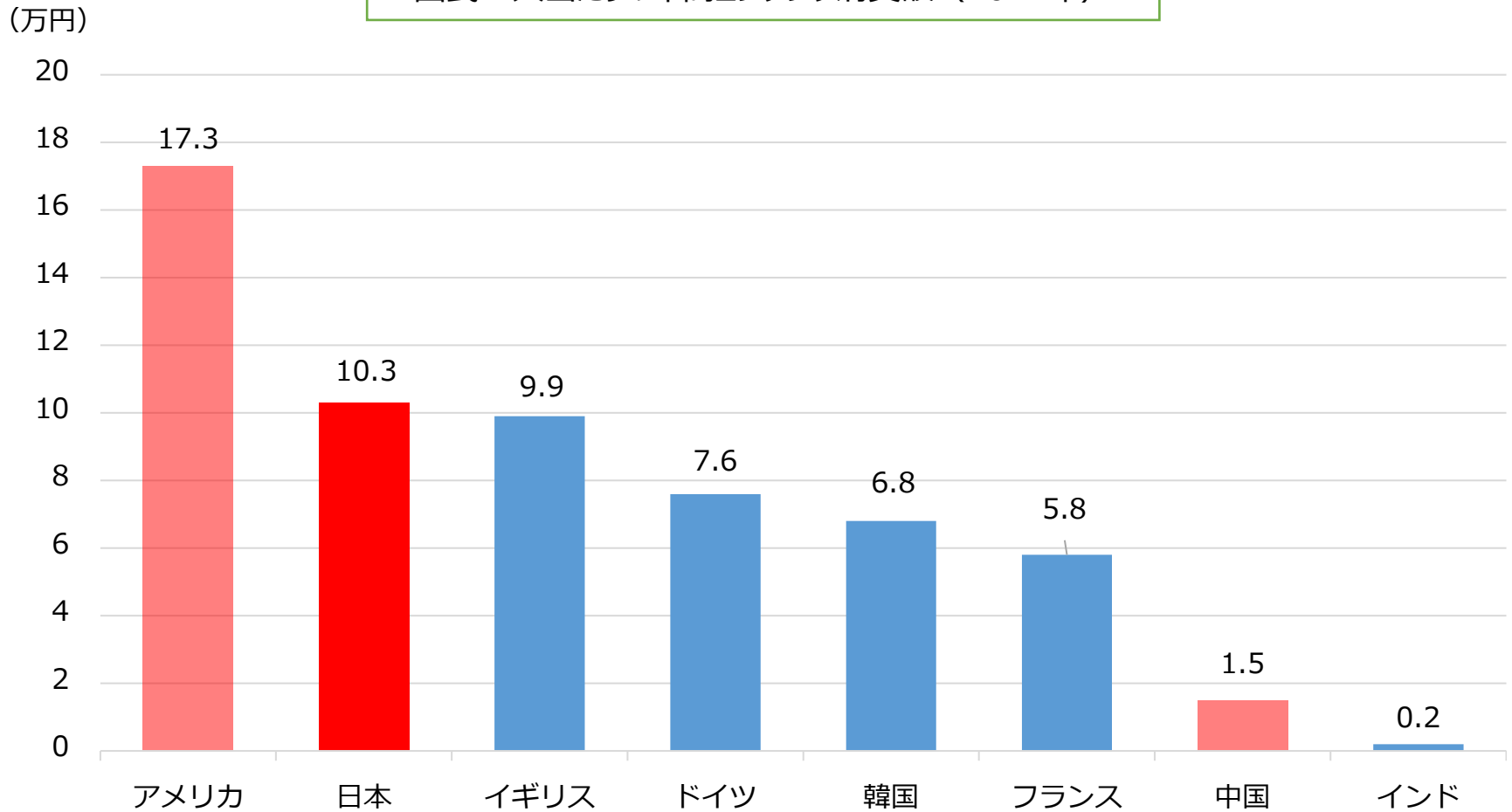


(注) 2021年のデータ

# コンテンツ消費額

○ 1人当たりの年間コンテンツ消費額は、日本は10.3万円、米国（17.3万円）に次いで世界2位。

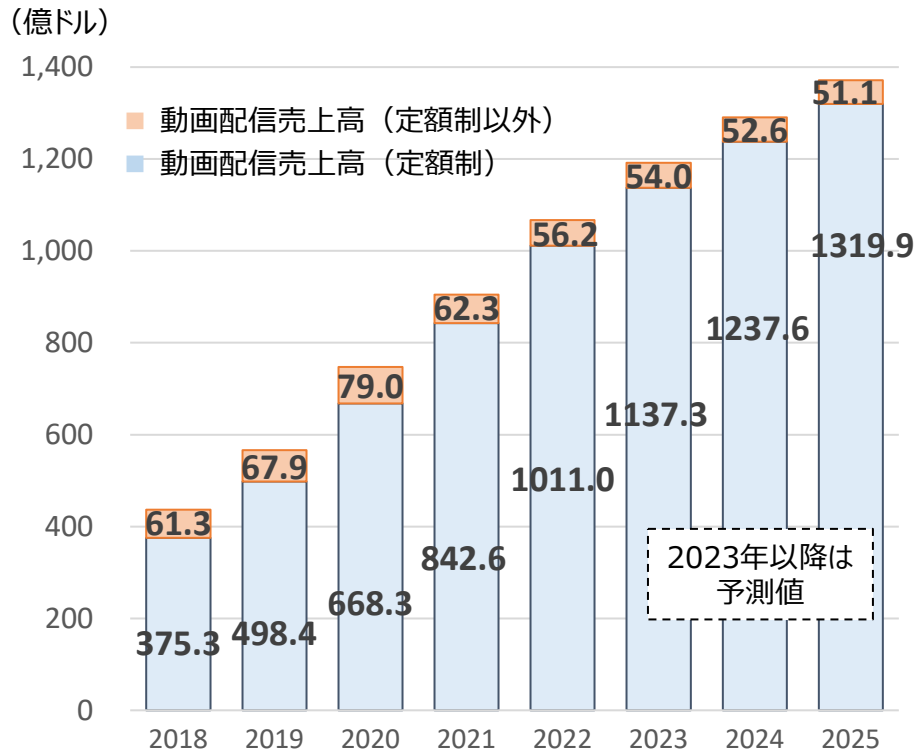
国民1人当たりの年間コンテンツ消費額（2021年）



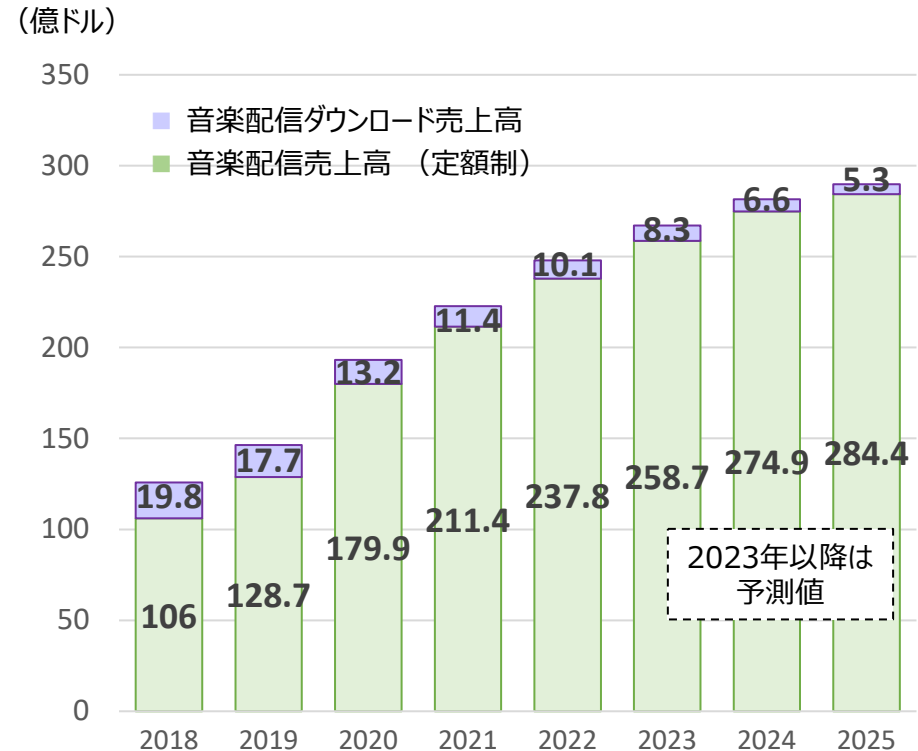
# 増加するデジタル配信の市場規模

○ 世界の動画配信市場規模及び音楽配信市場規模は、いずれも増加傾向。2023年以降も成長は続くと予測されている。

## 世界の動画配信市場規模の推移・予測



## 世界の音楽配信市場規模の推移・予測



# デジタルコンテンツの成長と日本のデジタル化率

- 世界のコンテンツ市場は、今後もデジタルコンテンツが成長をけん引する見通し。
- 日本は、分野により、デジタル化が遅れ気味。

## 世界のコンテンツ産業におけるデジタル化の状況

### 映像のデジタル化率（2021年）

映像配信／市場全体

- 中国 99.4%
- 米国 90.6%
- **日本 64.1%**

### 音楽のデジタル化率（2021年）

音楽配信／市場全体

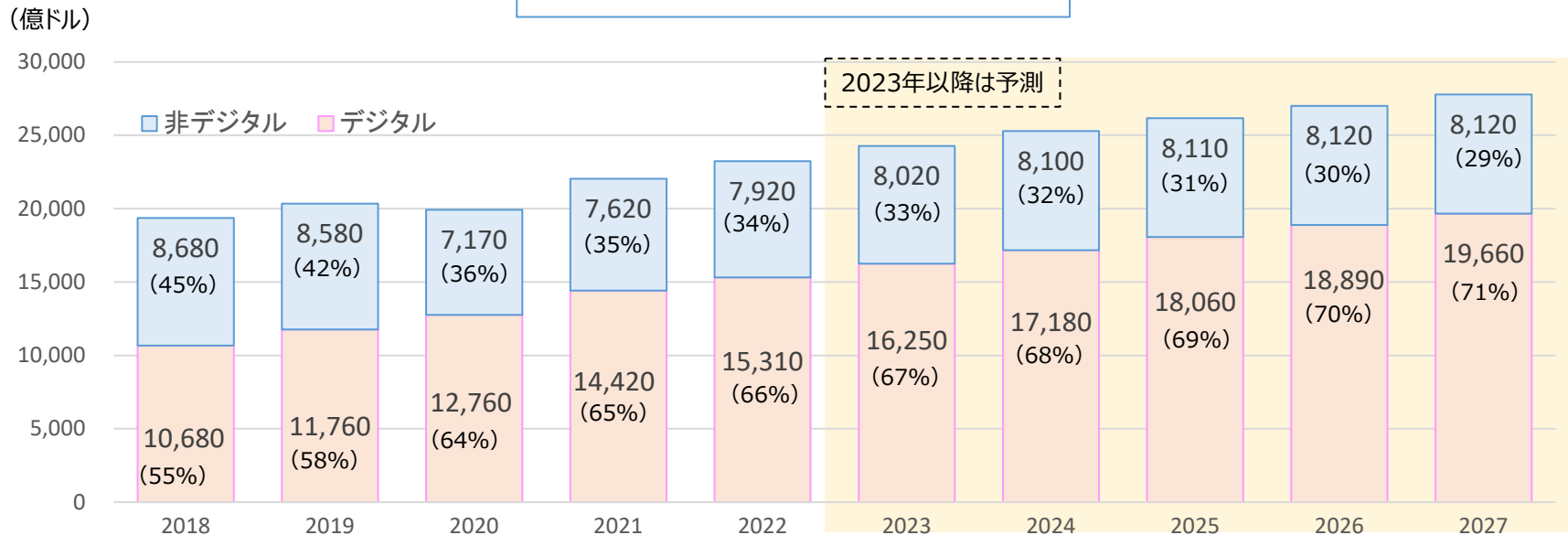
- 中国 99.9%
- 米国 88.7%
- **日本 49.3%**

### ゲームのデジタル化率（2021年）

家庭用オンライン+PCスマホ／市場全体

- 中国 99.3%
- **日本 91.2%**
- 米国 86.4%

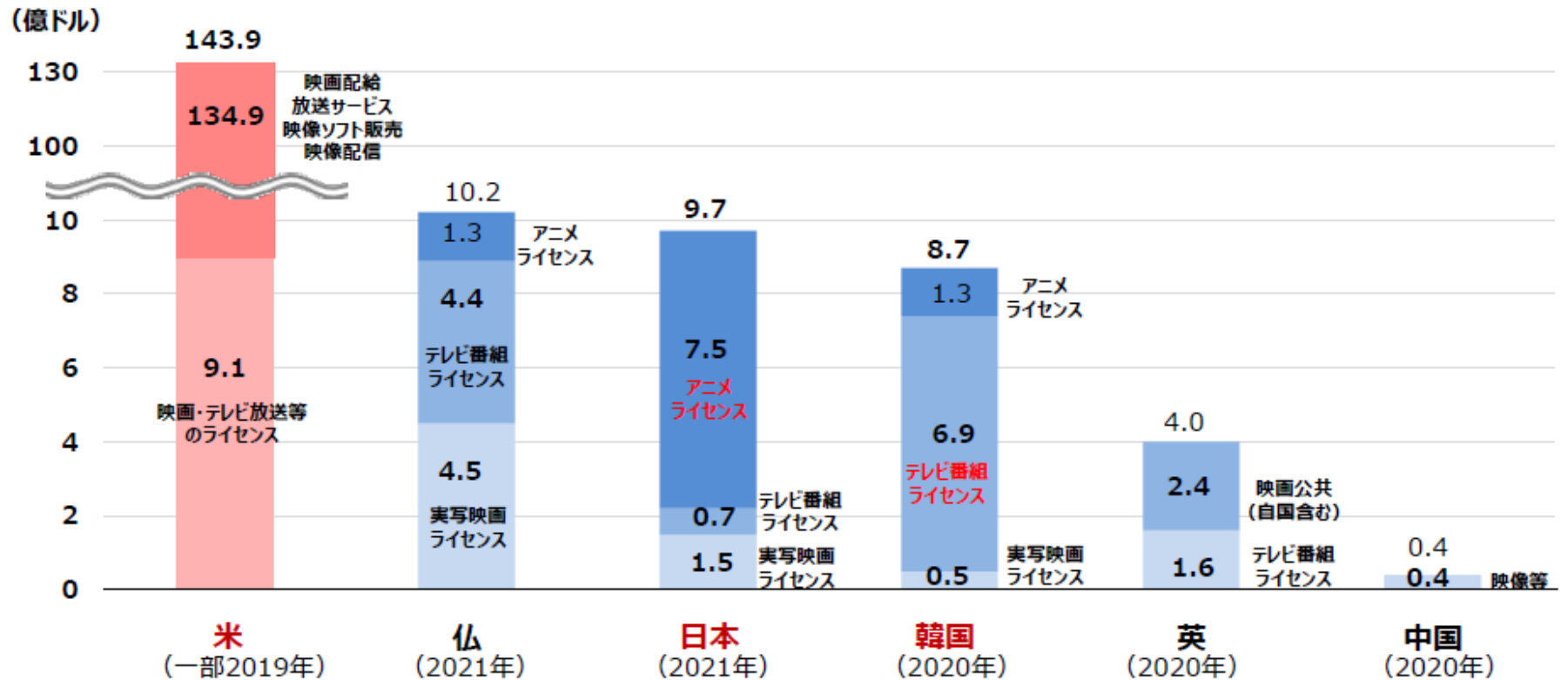
## 世界のエンターテインメント&メディアの収益



# 映像の海外収入の比較

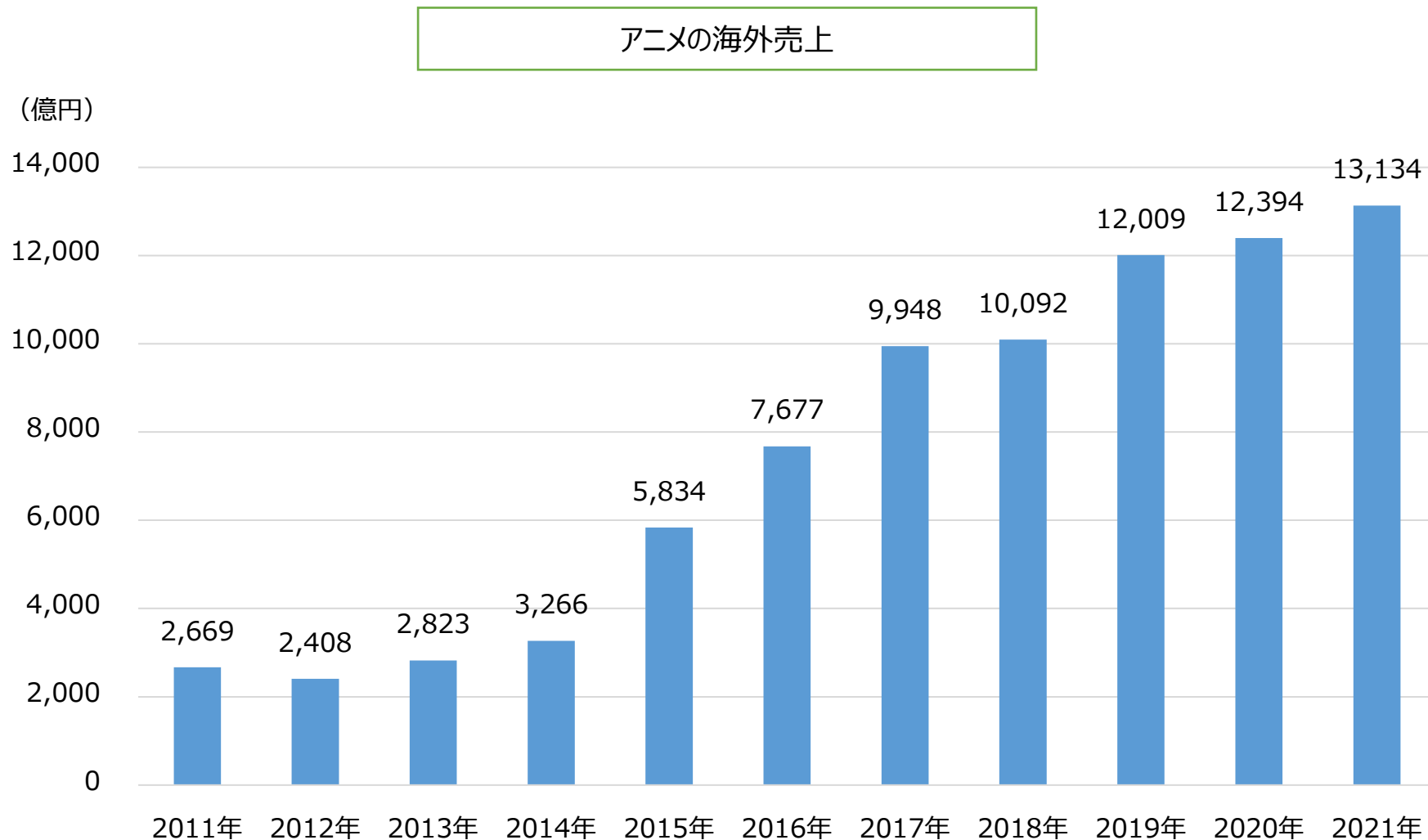
- 映像による海外収入は、米国が一番大きく、144億ドル。
- 日本の映像による海外収入は、9.7億ドルでアニメが8割を占めている。
- 韓国の映像による海外収入は、8.7億ドルでテレビ番組が8割を占めている。

各国の映像コンテンツによる海外収入



# 日本のアニメの海外売上

○ 2021年のアニメの海外売上合計は、過去最高の1兆3,134億円となり、前年比6.0%増加している。



# 世界の映画興行収入の年間100位に占める日本の映画(2022-2023)

- 世界の映画興行収入の年間100位に、2023年（12.18の集計時点）に占める日本関連の映画は10本、2022年は9本がランクイン（ただし、日本国内中心の売上の作品も含む。）。

2023 Box Office Mojo by IMDbPro

2023 Worldwide Box Office - Box Office Mojo  
(~2023.12.18)

(百万ドル)

順位	制作	タイトル	世界全体	米国内	米国外	日本	日本比率
1	米	(Barbie)	1,442	636	806	4	0%
2	米	The Super Mario Bros. Movie	1,361	575	786	102	7%
12	米	Transformers: Rise of the Beasts	439	157	282	9	2%
40	米	Gran Turismo	122	44	77	4	3%
44	日	Detective Conan:Black Iron Submarine	107	0	106	96	90%
55	日	Godzilla Minus One	64	34	30	29	45%
59	日	Demon Slayer: Kimetsu No Yaiba - To the Swordsmith Village	56	10	46	30	54%
75	日	Doraemon the Movie: Nobita's Sky Utopia	37	0	37	32	84%
77	日	Kingdom3	36	0	36	36	100%
81	日	Don't call it Mystery:The Movie	32	0	32	32	99%
84	日	Tokyo MER	30	0	30	30	100%

2022 Box Office Mojo by IMDbPro

2022 Worldwide Box Office - Box Office Mojo

(百万ドル)

順位	制作	タイトル	世界全体	米国内	米国外	日本	日本比率
1	米	(Avatar: The Way of Water)	2,320	684	1,636	33	1%
14	米	Sonic the Hedgehog 2	405	191	215	1	0%
26	日	Suzume	175	11	165	105	60%
27	日	One Piece Film: Red	171	13	159	136	79%
33	日	The First Slum Dunk	152	1	151	106	70%
46	日	Dragon Ball Super: Super Hero	87	38	48	19	21%
54	日	Detective Conan: The Bride of Halloween	73	0	73	66	91%
72	日	Kingdom II	35	0	35	35	100%
79	日	Shin Urtraman	32	1	32	31	97%
99	日	Doraemon the Movie Nobita's Little Star Wars 2021	22	0	22	20	91%

# 動画配信に占める日本の映像コンテンツ

○ NETFLIX社が公表した2023年1月から6月の同社の配信作品別の全世界視聴数ランキングによると、**上位100作品にランクインした日本作品は2作品のみ**。これに対し、**韓国は少なくとも15作品がランクイン**。

NETFLIX (2023.1-6月までの視聴時間数の作品別順位の中の日韓作品)

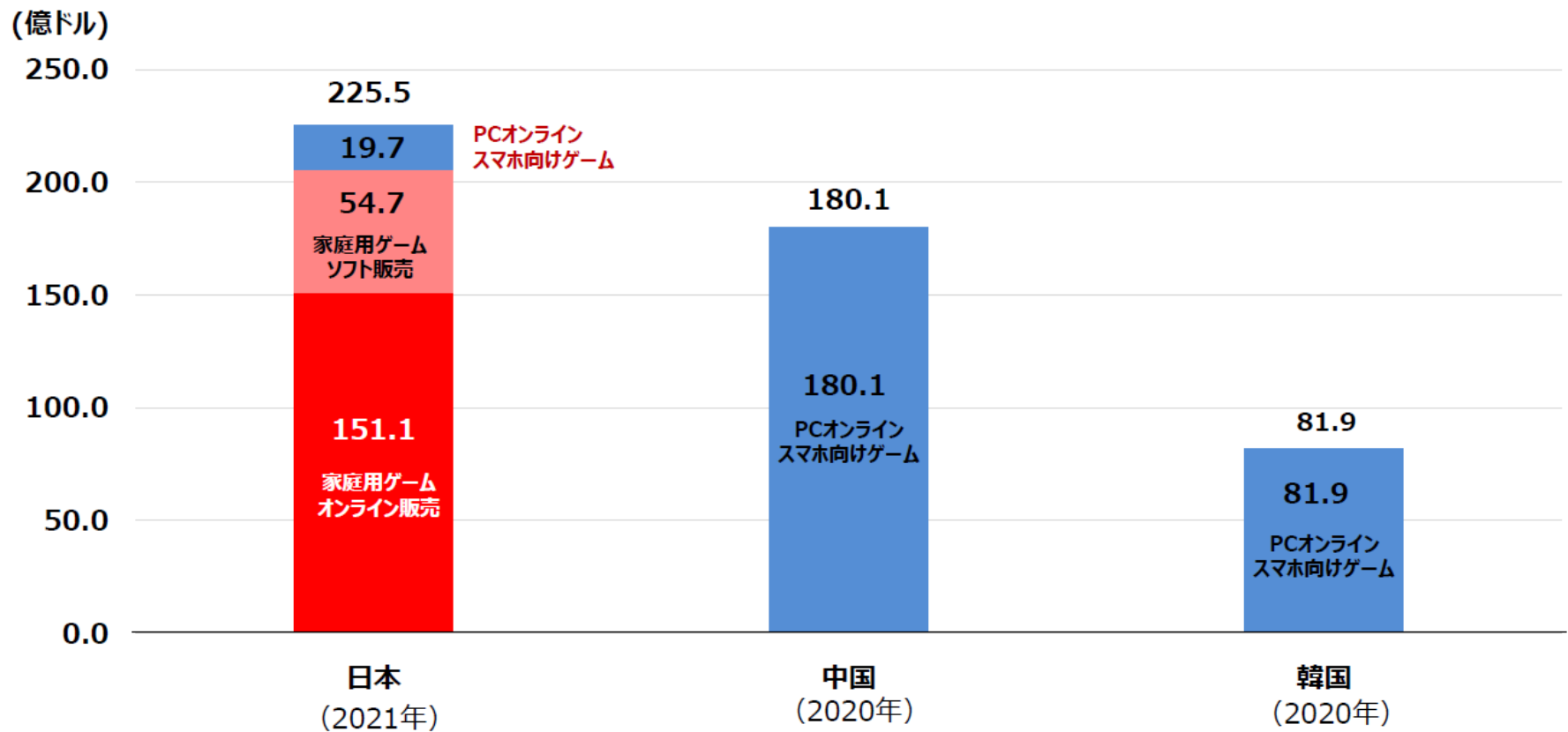
Ranking	Title	Hours Viewed
3	The Glory: Season 1 // 더 글로리: 시즌 1	622,800,000
15	Physical: 100: Season 1 // 피지컬: 100: 시즌 1	235,000,000
16	Crash Course in Romance: Limited Series // 일타 스캔들: 리미티드 시리즈	234,800,000
25	Doctor Cha: Limited Series // 닥터 차정숙: 리미티드 시리즈	194,700,000
<b>40</b>	<b>Alice in Borderland: Season 2 // 今際の国のアリス: シーズン2</b>	<b>157,600,000</b>
41	Alchemy of Souls: Part 1 // 환혼: 파트 1	155,300,000
45	Mr. Queen // 철인왕후	151,500,000
47	Alchemy of Souls: Part 2 // 환혼: 파트 2	150,200,000
49	The Good Bad Mother: Limited Series // 나쁜엄마: 리미티드 시리즈	148,600,000
51	Bloodhounds: Season 1 // 사냥개들: 시즌 1	146,700,000
59	Extraordinary Attorney Woo: Season 1 // 이상한 변호사 우영우: 시즌 1	135,900,000
71	Business Proposal: Season 1 // 사내맞선: 시즌 1	120,700,000
73	Crash Landing on You: Season 1 // 사랑의 불시착: 시즌 1	120,300,000
76	Queenmaker: Season 1 // 퀸메이커: 시즌 1	118,600,000
90	Love to Hate You: Season 1 // 연애대전: 시즌 1	99,900,000
95	The Interest of Love: Limited Series // 사랑의 이해: 리미티드 시리즈	97,800,000
<b>98</b>	<b>Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba: Tanjiro Kamado, Unwavering Resolve Arc // 鬼滅の刃: 竈門炭治郎 立志編</b>	<b>95,800,000</b>



# 日本のゲームの海外展開（中国、韓国との比較）

- 日本のゲームは、**225億ドルの海外収入**があり、中国、韓国を上回っている。
- PCオンライン、スマホ向けゲームにおいては、韓国は82億ドル、日本は韓国の4分の1の20億ドルとなっており、**成長しているPCオンライン、スマホ向けゲームで下回っている。**

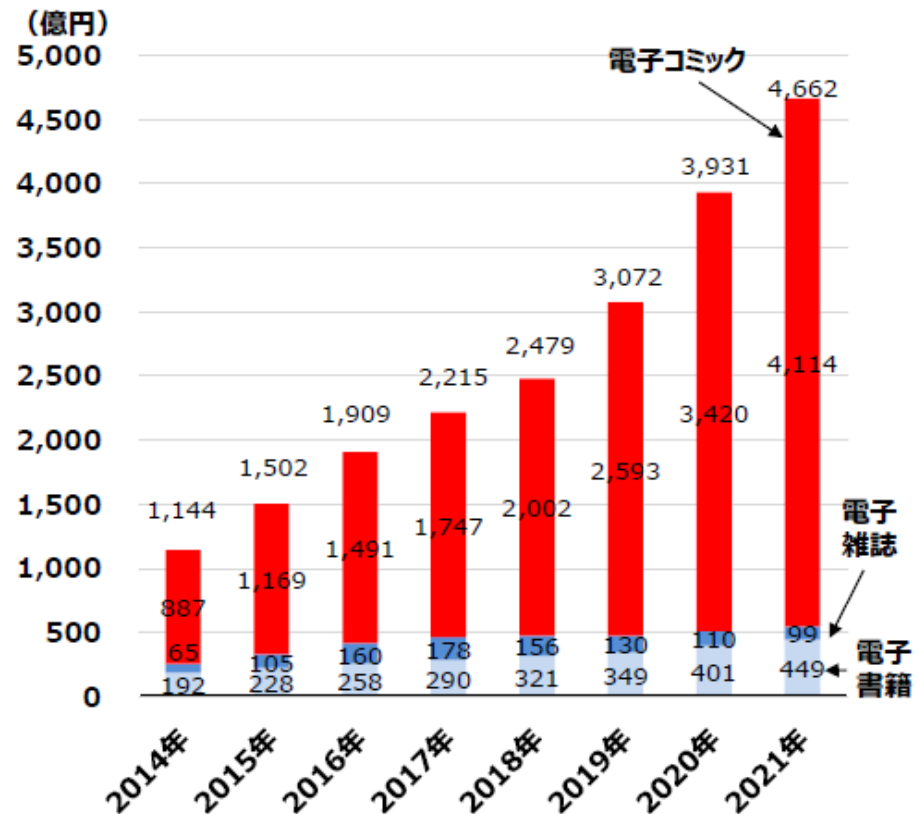
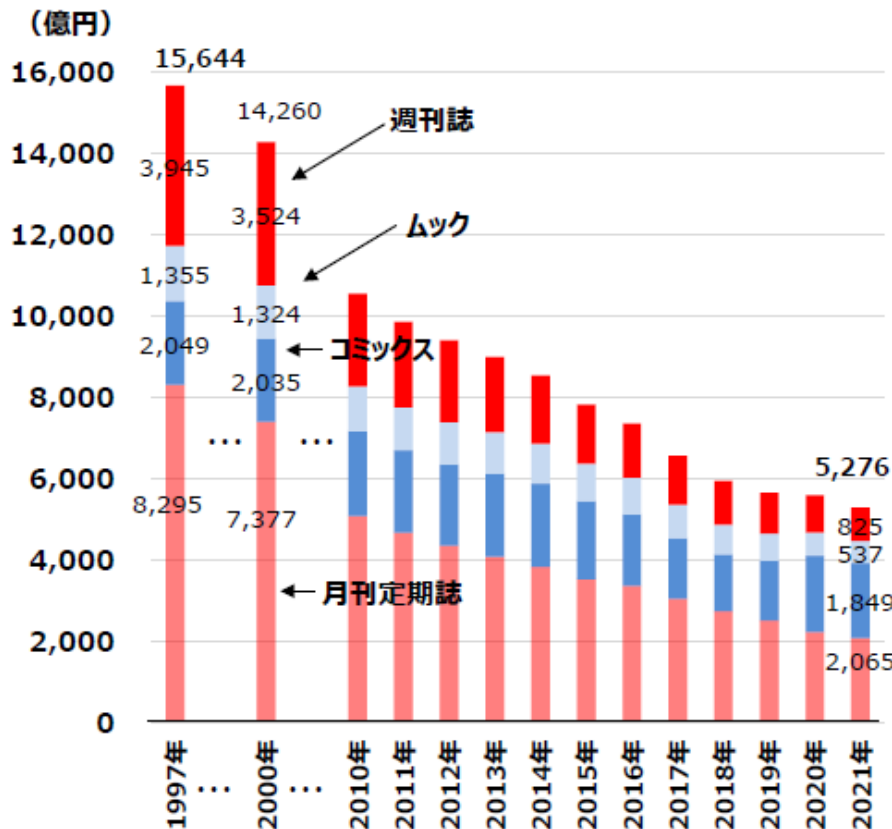
ゲーム分野における日本・中国・韓国の海外収入合計



# 日本の出版市場の推移と成長するデジタル配信

- 雑誌の販売金額は、1997年以降右肩下がり、2021年には3分の1まで縮小。
- 一方、電子出版の市場規模は、大きく増加。スマートフォンで読める等の電子コミックの増加分が大半。

日本の雑誌販売額と電子出版の市場規模



# 世界のキャラクター市場（累積収入）

- キャラクターが誕生してからの累積収入（USドルベース）ランキングでは、世界のTOP25の約半分にポケモン、ハローキティ、マリオ等の日本発コンテンツがランクインしている。

キャラクターに紐づく累積収入（2018年まで）

## 【1位から10位】

キャラクター	累積収入
<b>1. Pokémon（ポケモン）</b>	<b>921億ドル</b>
<b>2. Hello Kitty（ハローキティ）</b>	<b>800億ドル</b>
3. Winnie the Pooh	750億ドル
4. Mickey Mouse & Friends 3. Winnie the Pooh	706億ドル
5. Star Wars	656億ドル
<b>6. Anpanman（それいけ！アンパンマン）</b>	<b>603億ドル</b>
7. Disney Princess	452億ドル
<b>8. Mario（マリオ）</b>	<b>361億ドル</b>
<b>9. Shōnen Jump / Jump Comics（少年ジャンプ/ ジャンプコミックス）</b>	<b>341億ドル</b>
10. Harry Potter	309億ドル

## 【11位から25位】

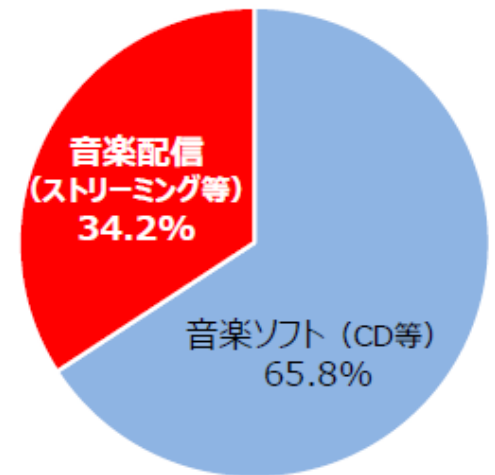
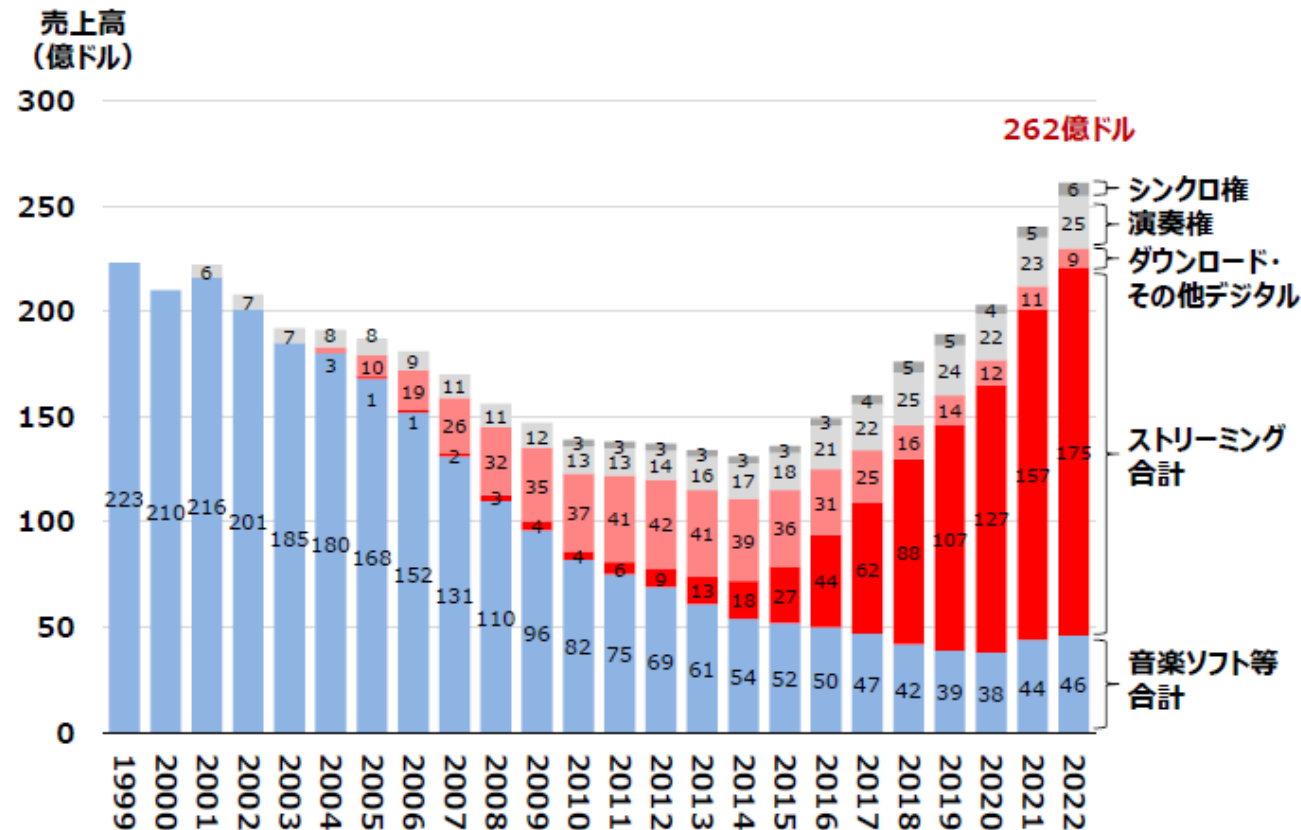
キャラクター	累積収入
11. Marvel Cinematic Universe	291億ドル
12. Spider-Man	271億ドル
<b>13. Gundam（機動戦士ガンダム）</b>	<b>265億ドル</b>
14. Batman	264億ドル
<b>15. Dragon Ball（ドラゴンボール）</b>	<b>240億ドル</b>
16. Barbie	240億ドル
<b>17. Fist of the North Star（北斗の拳）</b>	<b>218億ドル</b>
18. Cars	218億ドル
19. Toy Story	207億ドル
<b>20. One Piece（ワンピース）</b>	<b>205億ドル</b>
21. Lord of the Rings	199億ドル
22. James Bond	199億ドル
<b>23. Yu-Gi-Oh!（遊☆戯☆王）</b>	<b>240億ドル</b>
24. Peanuts	174億ドル
25. Transformers	172億ドル

# 世界の音楽市場のデジタル化と日本

- 世界の音楽市場は、縮小から**2015年以降デジタル化（特にストリーミング）**により反転し、**260億ドル規模**に。
- 日本の音楽市場は、音楽ソフト（CD等）が66%、音楽配信（ストリーミング等）が34%であり、**デジタル化が遅れている**。

世界のレコード音楽産業の売上高

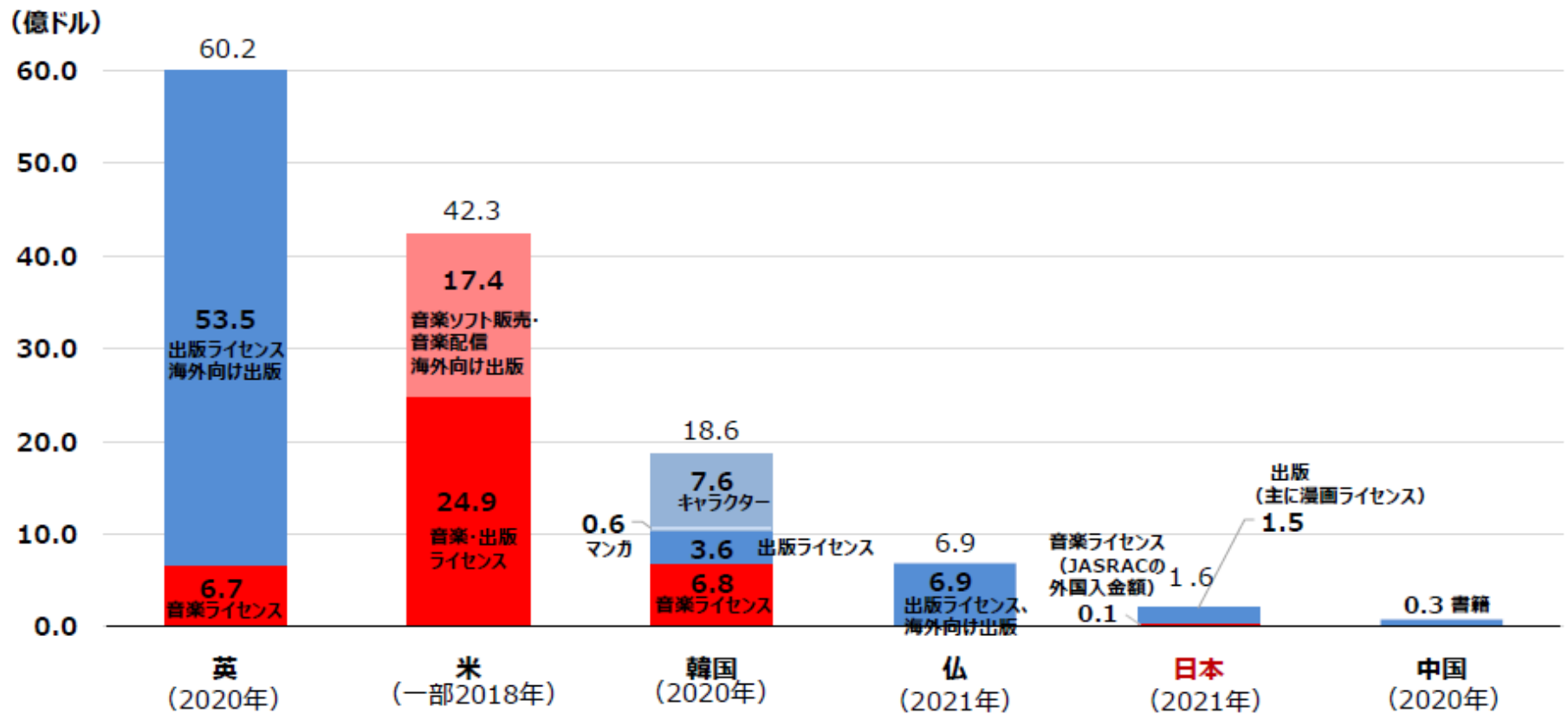
日本音楽ソフト・音楽配信の金額比率



# 音楽・出版の海外収入の比較

○ 音楽・出版による海外収入は、英国、米国が大きく、日本は1.6億ドルと小さい。

各国の音楽・出版コンテンツによる海外収入



# 世界のヒットに占める日本の楽曲

- Billboardが公表する世界200国・地域の**200位までに日本の楽曲は2～3曲がランクイン**。ただし、これは**日本市場を含めたもの**。
  - 同社の集計によると、**日本市場を除く世界200国・地域のチャート上位25万曲(注)にランキングしている日本の楽曲は約250曲と全体の0.4%。韓国は4%、米国は53%と比較するとシェアは低い**。
- (注) バージョン違い等を考慮すると、5万曲程度に集約できるとしている。

## 日本市場を含めたグローバル200位(年末チャート)にランクインした日本関連楽曲

2023 billboard Global 200(YEAR-END CHARTS)

順位	曲名	アーティスト
42	Idol	YOASOBI
149	Kick Back	Kenshi Yonezu
192	Glimpse Of US	Joji

2022 billboard Global 200(YEAR-END CHARTS)

順位	曲名	アーティスト
50	Glimpse Of US	Joji
194	Zankynosanka	Aimer

出典: [Billboard Global 200 - Billboard](#) から日本関連部分を抽出

(注) 上記Glimpse Of US / Jojiは、billboard上の右記ランキングでは米国楽曲としてカウントされていると思われる。

## 日本市場を除いた世界市場で聴かれている日本楽曲のランキング

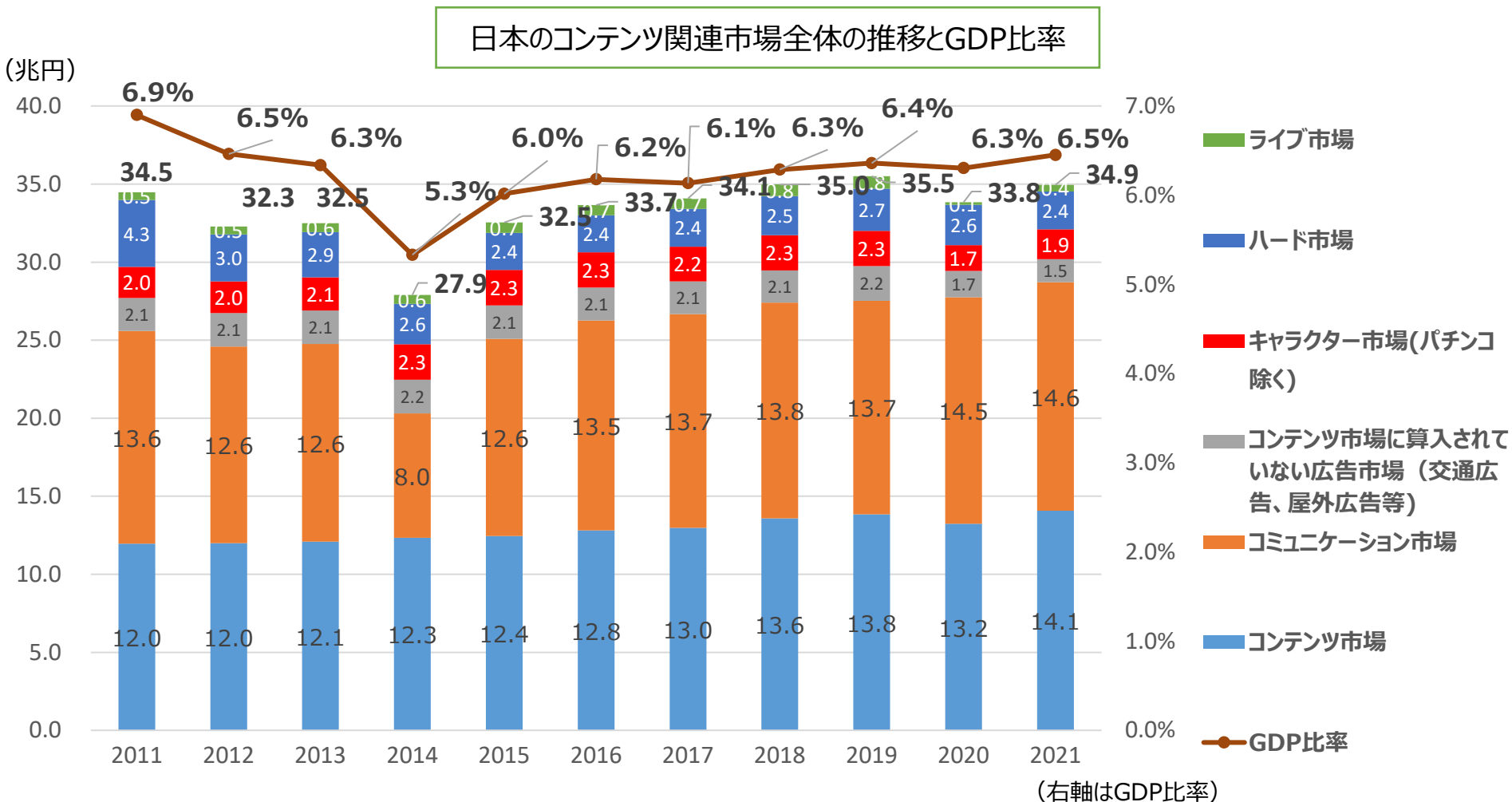
グローバル ジャパン ソングス エクスクルーディング ジャパン  
(2023年9月14日公開)

順位	曲名/アーティスト
1	アイドル/YOASOBI
2	NIGHT DANCER/imase
3	SPECIALZ/King Gnu
4	死ぬのがいいわ/藤井 風
5	青のすみか/キタニタツヤ
6	KICK BACK/米津玄師
7	夜に駆ける/YOASOBI
8	少女A/椎名もた
9	NEW DANCE/XG
10	真夜中のドア~stay with me/松原みき

当チャートとは：日本の楽曲を対象に、Luminate Data LLCが集計した、日本を除く(excluding)世界200以上の国と地域における主要デジタル・プラットフォームの定額課金型(サブスクリプション)と広告支援型の公式ストリーミング、ダウンロードにそれぞれ比重をつけて算出し、ランク付けしたチャート。

# 日本のコンテンツ関連産業の推移

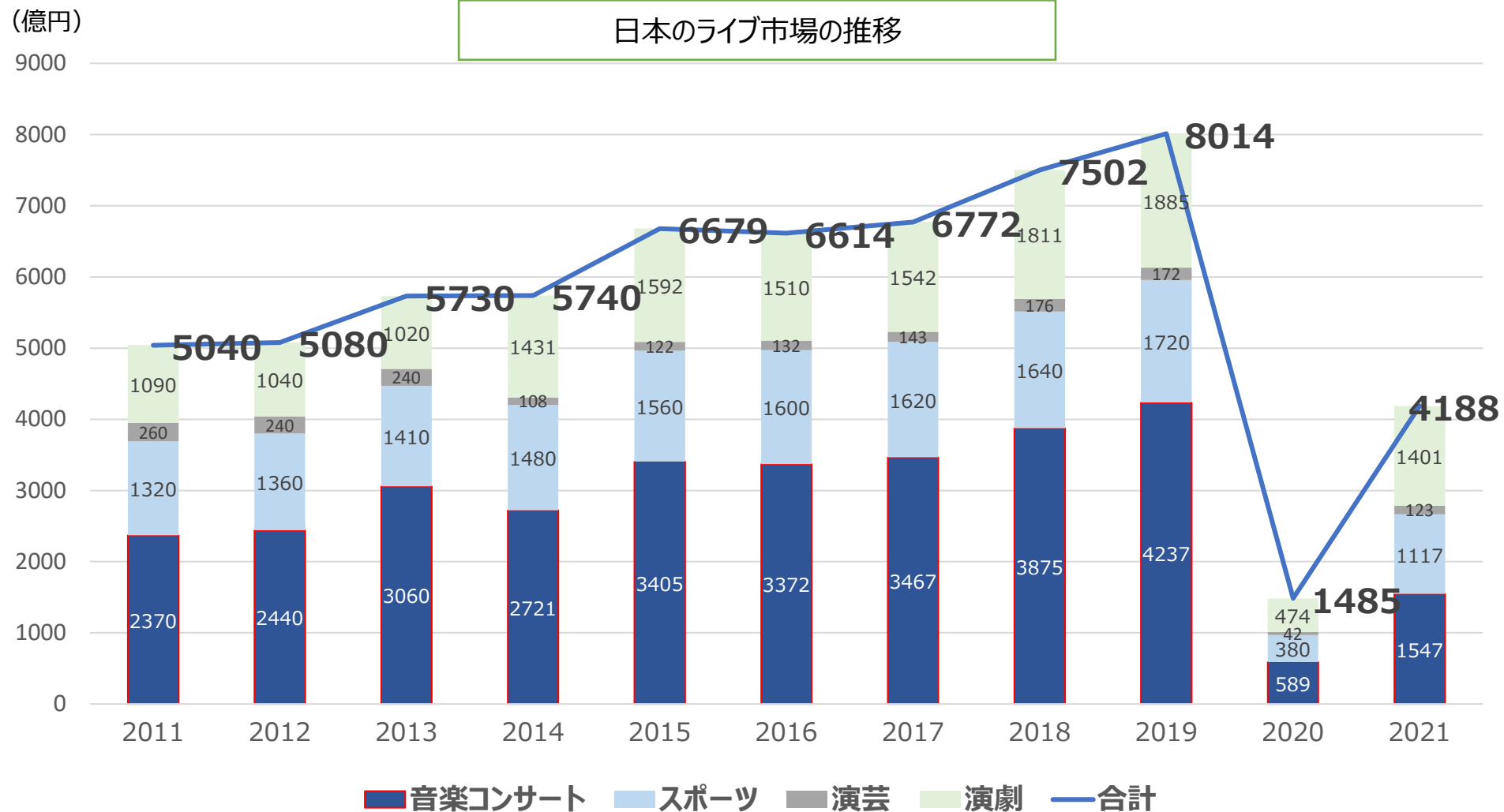
○ コンテンツに関連する産業として、コンサート等のライブ市場、音声・映像・ゲーム機器等のハード市場、キャラクター市場(パチンコ除く)、携帯電話等のコミュニケーション市場等があり、これらを含めると35兆円規模でGDP比率の6%程度。



(注) 2014年のコミュニケーション市場は一部会社のデータが不明なことから、低くなっている。

# 日本のライブ市場

○ コロナ禍で落ち込んだものの、2019年までは音楽コンサートやスポーツ等でライブ市場自体は成長基調。音楽ライブの海外展開やインバウンドでのライブエンタメは重要。





# コンテンツ関連トピック①

## 【日本映画の海外展開】

- 中国や韓国において、バスケットボールの人気漫画「スラムダンク」の映画版「THE FIRST SLAM DUNK」や新海誠監督の『すずめの戸締まり』が人気を博している。米国では、『ゴジラ-1.0』邦画実写作品の中で全米興収ランキング歴代1位となった。
- プラットフォーマーの配信により、日本の映画が海外で簡単に視聴できる環境が整備されている。

### <出典>

日本経済新聞：スラムダンク人気、アジア席卷 韓国では観客285万人超【2023年2月16日】

(<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC014T80R00C23A2000000/>)

NHK NEWSWEB：「すずめの戸締まり」中国での興行収入 日本アニメで歴代1位に【2023年4月18日】

(<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20230418/k10014041381000.html>)

日本経済新聞：スラムダンク映画、中国が大熱狂 日本アニメ最高の初日動員【2023年4月21日】

(<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGM217860R20C23A4000000/>)

映画『ゴジラ-1.0』公式サイト INFORMATION：全米での歴代邦画実写作品で興収No.1に！【2023年12月7日】 (<https://godzilla-movie2023.toho.co.jp/news/10qu3to-8-7/>)

## 【人気漫画の実写化・海外展開】

- 米Netflixは、2023年8月の「ONE PIECE（ワンピース）」に続き、同年12月に「幽☆遊☆白書」を世界で配信した。ハリウッドでは日本のマンガ原作の実写化が相次いで行われおり、今後も、このような傾向が続くものと期待される。

### <出典>

NETFLIX ニュースルーム：「週刊少年ジャンプ」の伝説的大ヒット漫画が 遂に世界初実写化！Netflixシリーズ「幽☆遊☆白書」の世界配信日が決定！【2023年10月12日】

(<https://about.netflix.com/ja/news/live-action-series-yu-yu-hakusho-premieres-worldwide-on-december-14>)

### 【複数出版社の合同出資によるインドでの日本発アニメ専門チャンネル開設】

- Amazonが運営するインドの動画配信サービス「Prime Video（プライムビデオ）」で、日本発のアニメ専門チャンネル「アニメタイムズ」が開設された。エイベックス・ピクチャーズ、講談社、集英社、小学館などからなるアニメタイムズ社のチャンネルで、「HUNTER×HUNTER」、「SPY×FAMILY」、「東京リベンジャーズ」などの人気作を英語字幕で配信する。インドのPrime Videoで日本発のアニメ専門チャンネルが開設されるのは初めて。

<出典>

株式会社アニメタイムズ社：「インドAmazon Prime Videoチャンネルで初めて日本発アニメ専門チャンネルの配信を開始！「SPY×FAMILY」「東京リベンジャーズ」など人気作品多数！『アニメタイムズ』12月12日開設【2023年12月13日】  
(<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000022.000085059.html>)