

基礎資料

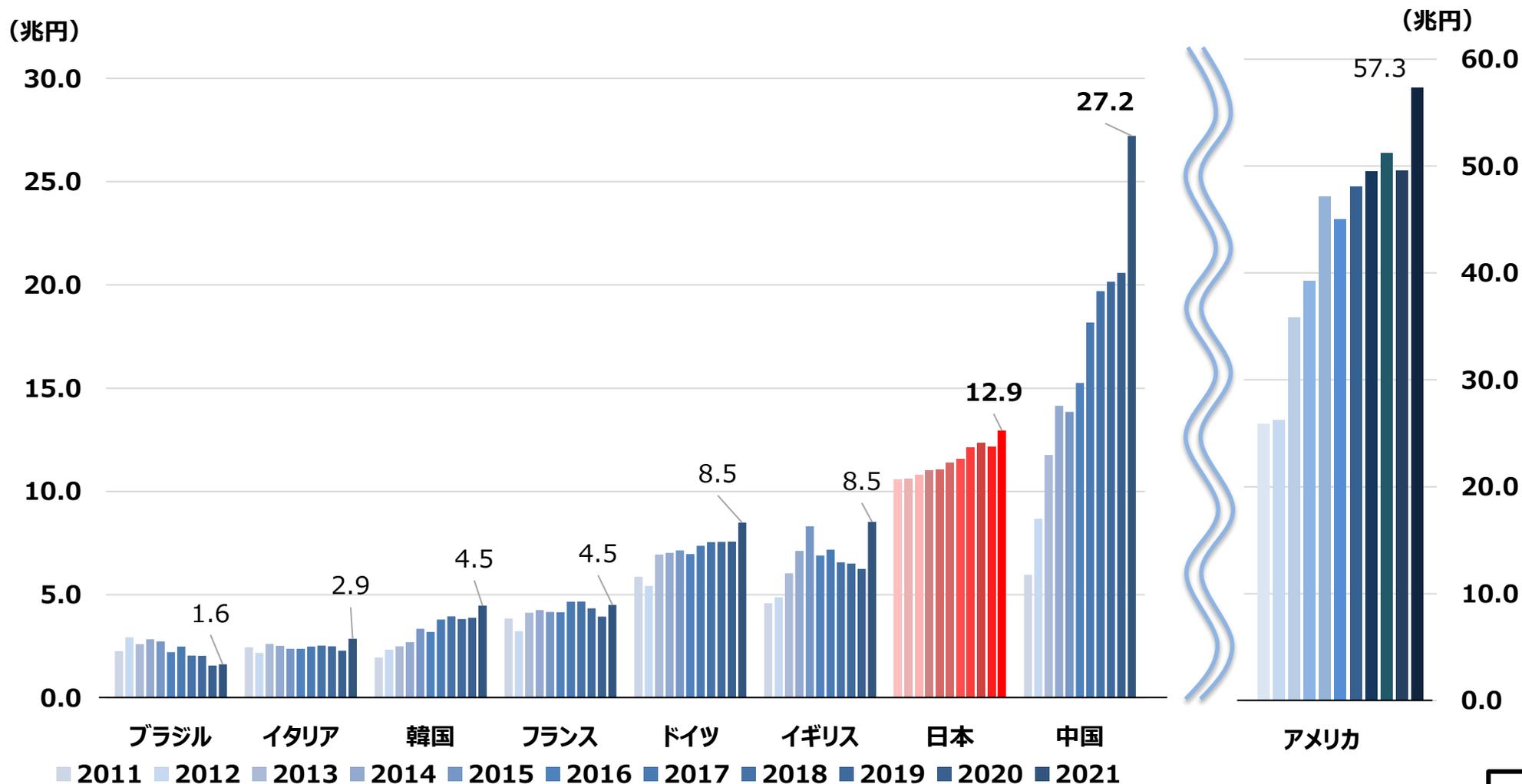
(10月25日の第23回新しい資本主義実現会議
の基礎資料の再編・改訂・追加版)

令和6年4月17日

内閣官房 新しい資本主義実現本部事務局

世界のコンテンツ市場の規模

- 世界のコンテンツ市場規模の推移を見ると、日本は世界第3位。2021年は12.9兆円。
- 中国は、2013年に日本を抜き世界第2位へ。2021年時点で日本の2倍の市場規模（27.2兆円）。

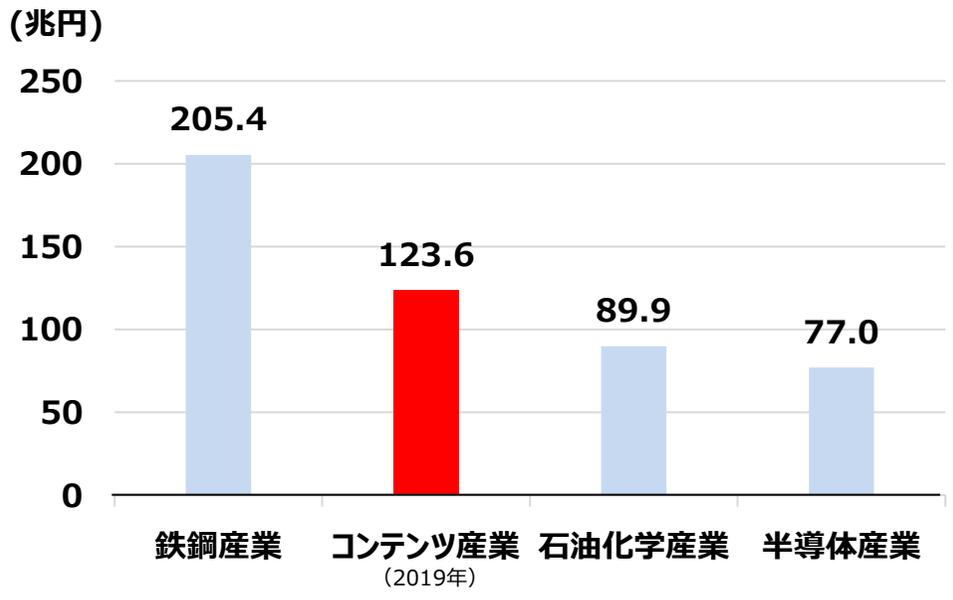


(出所) 株式会社ヒューマンメディア「コンテンツ産業の現状」(2023年3月、経団連委託調査)を基に作成。

コンテンツ産業の世界市場・我が国輸出額規模の相場感

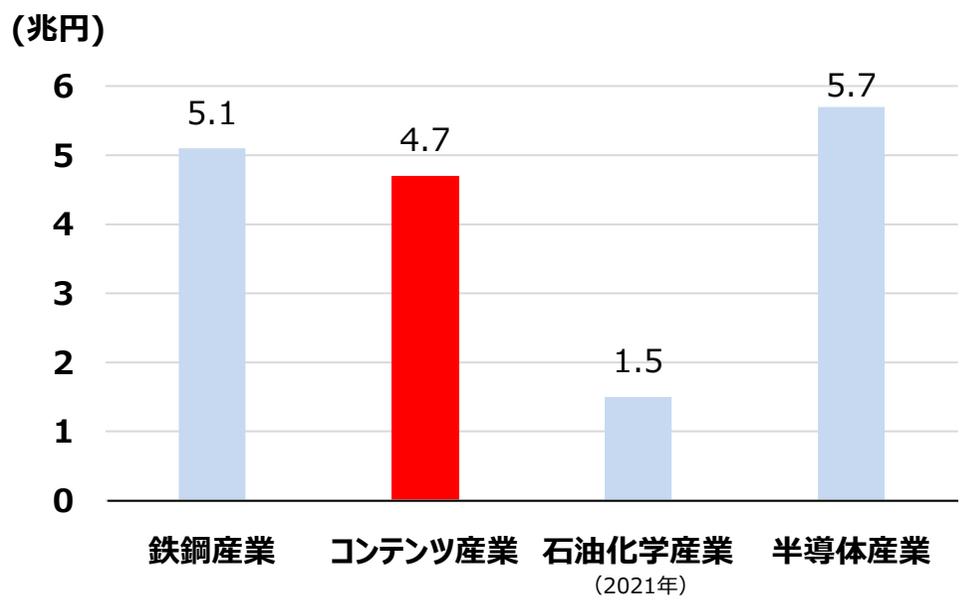
- 世界のコンテンツ市場の規模は、石油化学産業、半導体産業よりも大きい。
- 日本由来コンテンツの海外売上は、鉄鋼産業、半導体産業の輸出額に匹敵する規模。

コンテンツ産業の世界市場規模



(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)

我が国の産業の輸出額等の規模感比較



(注) 2022年のデータ (ただし、石油化学産業のみ2021年のデータ)

(注) 2019年は1ドル = 109.0円、2022は1ドル = 128.4円で算出。

(出所) 以下を基に作成。

鉄鋼 世界市場…株式会社グローバルインフォメーション「鉄鋼の世界規模、2027年に1兆9286億米ドル到達予測」 <https://japan.zdnet.com/release/30847425/>
 輸出額 …一般社団法人日本鉄鋼連盟 鉄鋼輸出入実績概況 <https://www.jisf.or.jp/data/boeki/index.html>

コンテンツ 世界市場…独立行政法人日本貿易振興機構「プラットフォーム時代の韓国コンテンツ産業振興策及び事例調査」(注)出版・マンガ・音楽・ゲーム・映画・アニメ・放送・キャラクターを抽出の上、重複排除のため簡易的に補正
 輸出額 …株式会社ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2023 (確定版)」(2023年12月31日) ※海外市場の売上
<http://humanmedia.co.jp/database/PDF/DB2023v3tirashi.pdf>

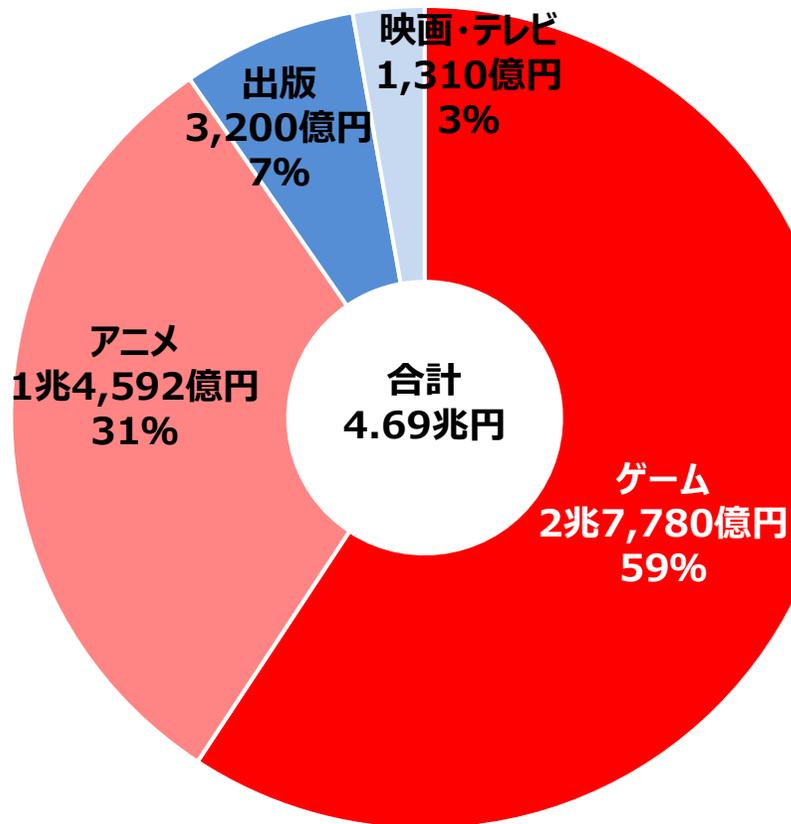
石油化学 世界市場…株式会社グローバルインフォメーション「石油化学製品の市場規模、2027年に7867億4000万米ドル到達予測」 <https://japan.zdnet.com/release/30892496/>
 輸出額 …石油化学工業協会 石油化学製品の国別輸出額 https://www.jpca.or.jp/statistics/annual/kuni_ex_im.html

半導体 世界市場…WORLD SEMICONDUCTOR TRADE STATISTICS (世界半導体市場統計)
 輸出額 …財務省貿易統計 (半導体等電子部品)

○ 日本のコンテンツの海外売上のジャンル別の割合は、ゲームが59%、アニメが31%、出版が7%、映画・テレビが3%。

日本コンテンツの海外売上のジャンル別の割合（2022年）

（単位：億円）

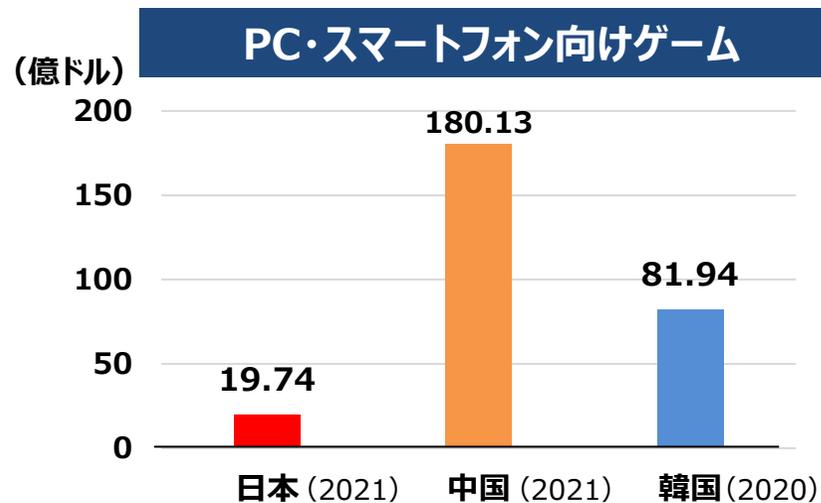
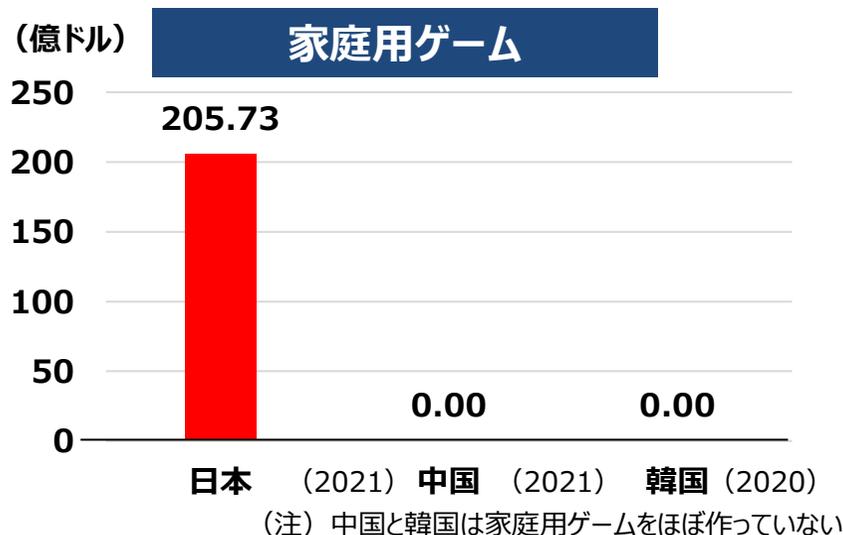
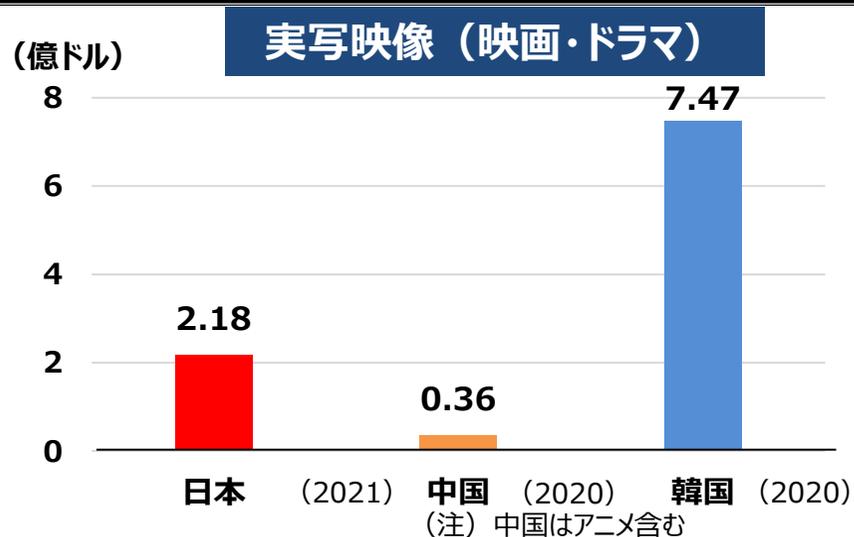
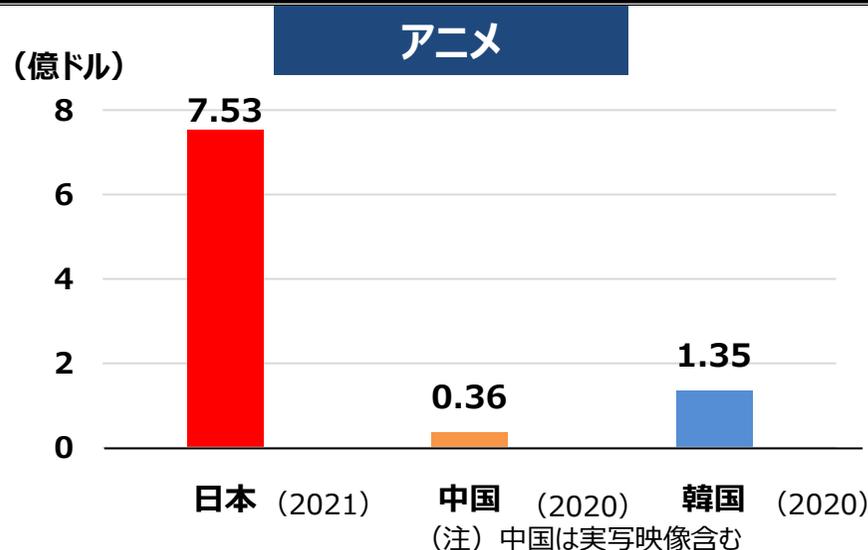


(注) 音楽の海外輸出額は含んでいない。

(出所) 株式会社ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2023」(2023年12月31日)を基に作成。

コンテンツの海外進出の日中韓比較

- 日本はアニメ、家庭用ゲームの海外収入では中国、韓国に勝り、実写映像の海外収入では韓国を下回る。
- PC・スマートフォン向けゲームでは中国・韓国を下回る。



(出所) 株式会社ヒューマンメディア「コンテンツ産業の現状」(2023年3月、経団連委託調査)を基に作成。

- **創造性**の研究で高名な米国のペリー・スミス教授（エモリー大学ビジネススクール）の研究では、アイデアの源を生み出す段階では、他者とのつながりにおいて、**オープンで接触回数の少ない「弱いつながり」が有効**。他方で、アイデアを**作り込む段階**では、組織内で接触回数の多い**「強いつながり」が有効**としている。
- 我が国では、会社を中心とした「強いネットワーク」の人間関係には秀でているが、今後、革新的なコンテンツの創造活動を行っていくためには、我が国でも、**オープンで広い人的ネットワークのエコシステムを形成**する必要がある。

アイデアジャーニーの概要

フェーズ	フェーズの例 (映画脚本家の場合)	フェーズを成功に導く要素	フェーズを成功に導く ソーシャルネットワークの特性
アイデアの創出	脚本アイデアの考案、コンセプトの決定	認知の 柔軟性	多様で効率的な情報伝播をもたらす 「 弱い（人的）つながり 」
アイデアの作り込み	ストーリーの詳細化、原稿執筆	励ましやフィードバックによる 支援	組織内の「 強い（人的）つながり 」
実現に向けた支持集め	映画スタジオへの売込み	影響力と正当性	媒介者の利用
アイデアの実現	映画化とその成功	ビジョンの共有と理解	関係者の結束

(注1) スタンフォード大学のGranovetter教授は、「弱いつながり」こそが、多様で効率的な情報伝播をもたらす、革新を引き起こすという、「弱いつながりの強さ」を提唱。

(注2) シカゴ大学のBart教授は、弱いつながりにおいてつながっていない者同士を媒介する者が情報獲得・伝播に貢献すると主張。

(出所) Perry-Smith, J. E., & Mannucci, P. V. (2017). From Creativity to Innovation: The Social Network Drivers of the Four Phases of the Idea Journey. The Academy of Management Review, 42, 53-79.

○ 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牽引する見通し。日本は、分野により、デジタル化に遅れ気味。

映像のデジタル化率

(2022年)

映像配信/市場全体

- 中国 100%
- 米国 94.3%
- 日本 71.0%

音楽のデジタル化率

(2022年)

音楽配信/市場全体

- 中国 100%
- 米国 87.1%
- 日本 52.5%

ゲームのデジタル化率

(2022年)

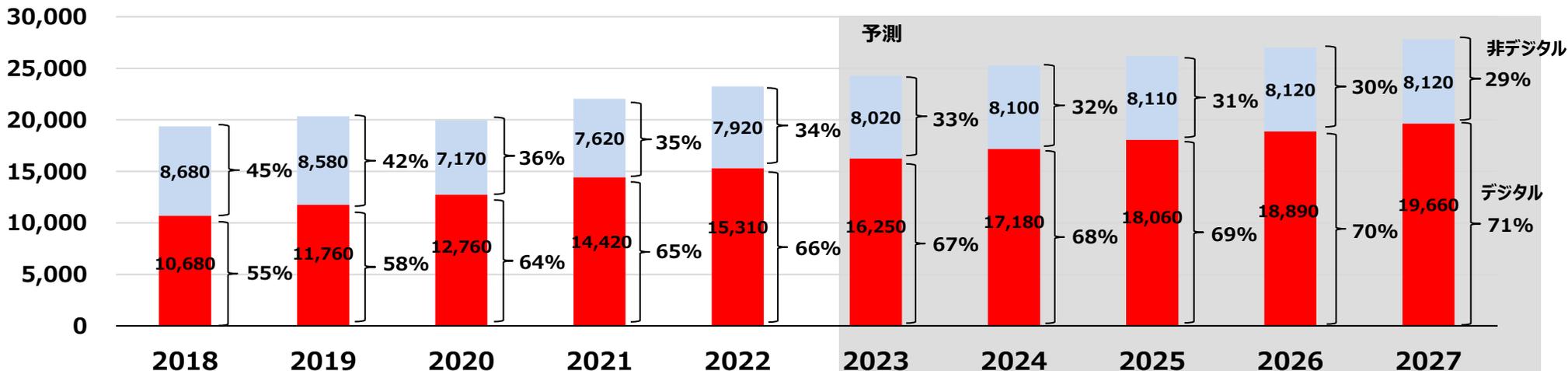
家庭用オンライン+PC+スマホ/市場全体

- 中国 99.3%
- 日本 90.9%
- 米国 91.9%

(出所) 株式会社ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2023」(2023年12月31日)を基に作成。

世界のエンターテイメント&
メディアの収益
(億ドル)

世界のコンテンツ産業におけるデジタル化の見込み

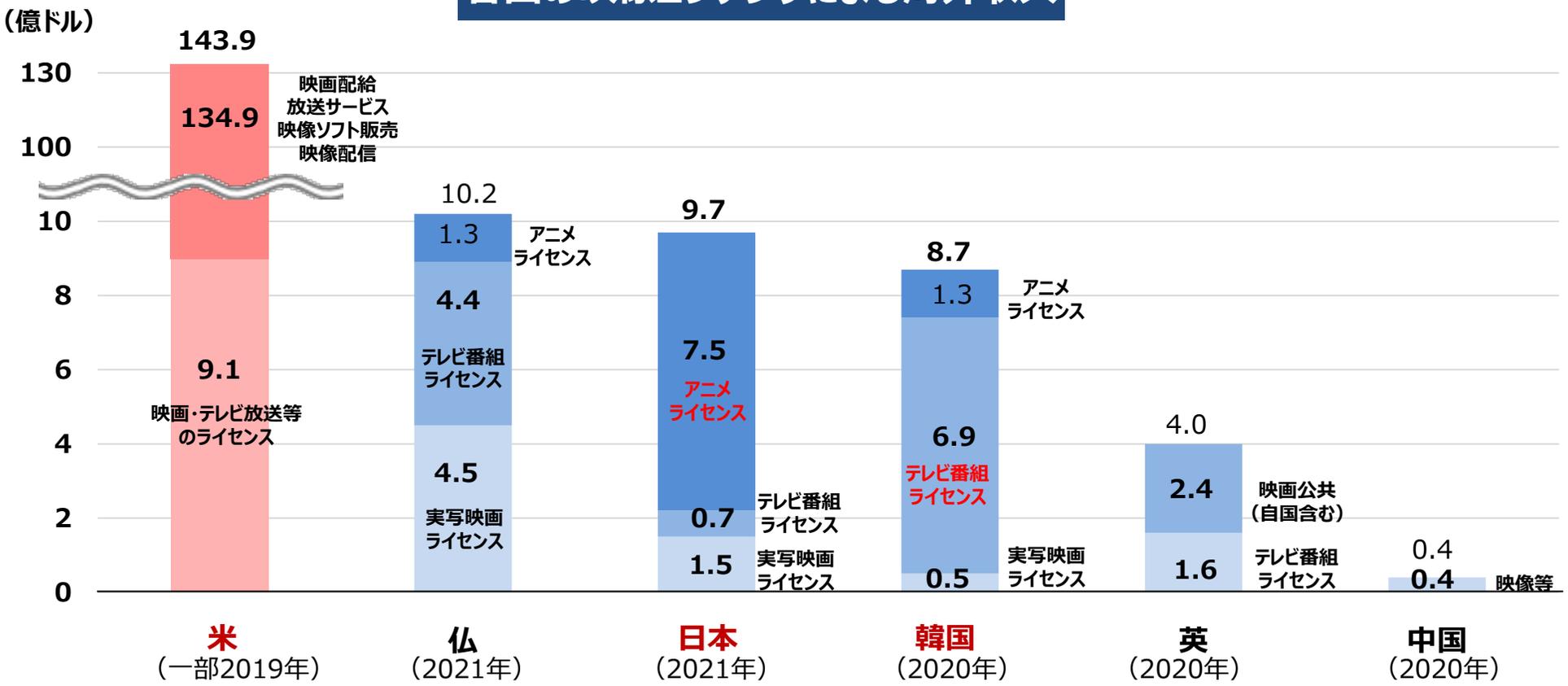


(出所) PwC「Resetting expectations, refocusing inward and recharging growth」を基に作成。

映像コンテンツによる海外収入

- 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。
- **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。

各国の映像コンテンツによる海外収入



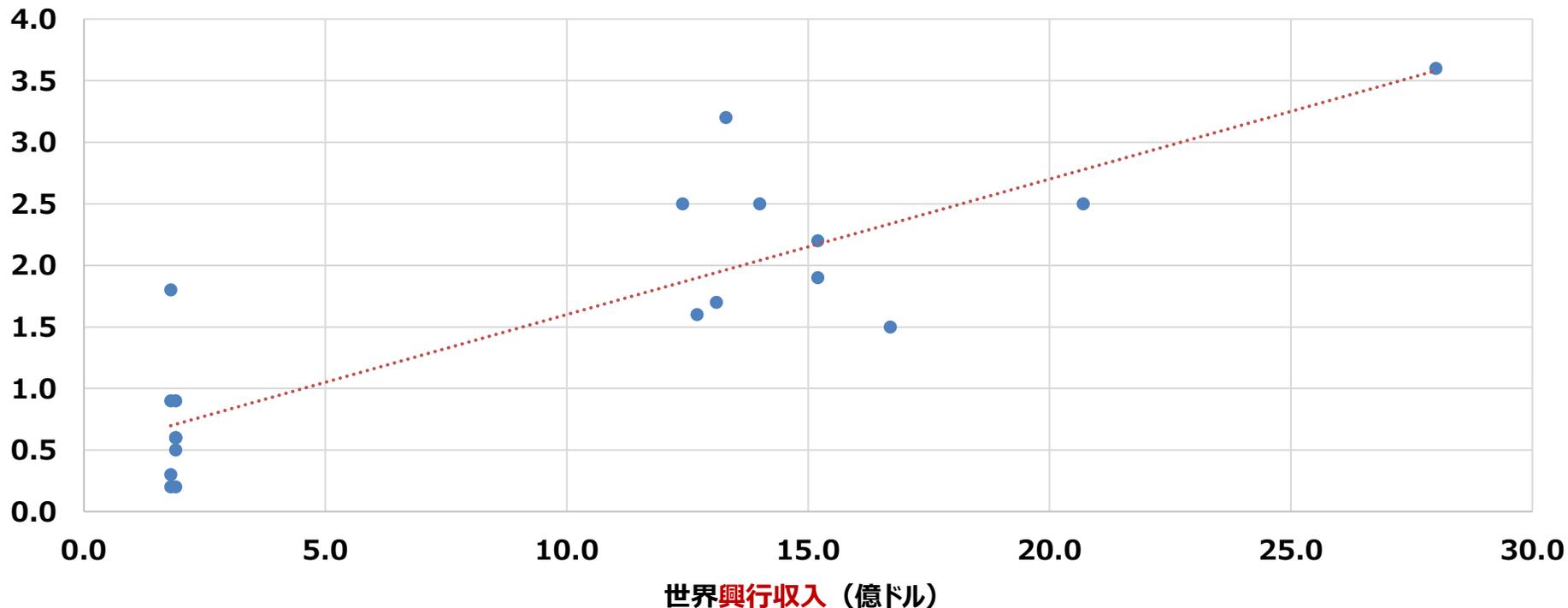
(注) 海外展開の手法の内訳が不明な統計もあるため、単純には比較できないことに留意。
 米・中国・英の映像の海外からの収入のうち、アニメーションによるものを分けた統計は入手できなかった。

(出所) 株式会社ヒューマンメディア「コンテンツ産業の現状」(2023年3月、経団連委託調査)を基に作成。

○ 世界興行収入が高い作品ほど、制作費が高い傾向が見られる。

実写映画の制作費と世界興行収入の相関

制作費
(億ドル)

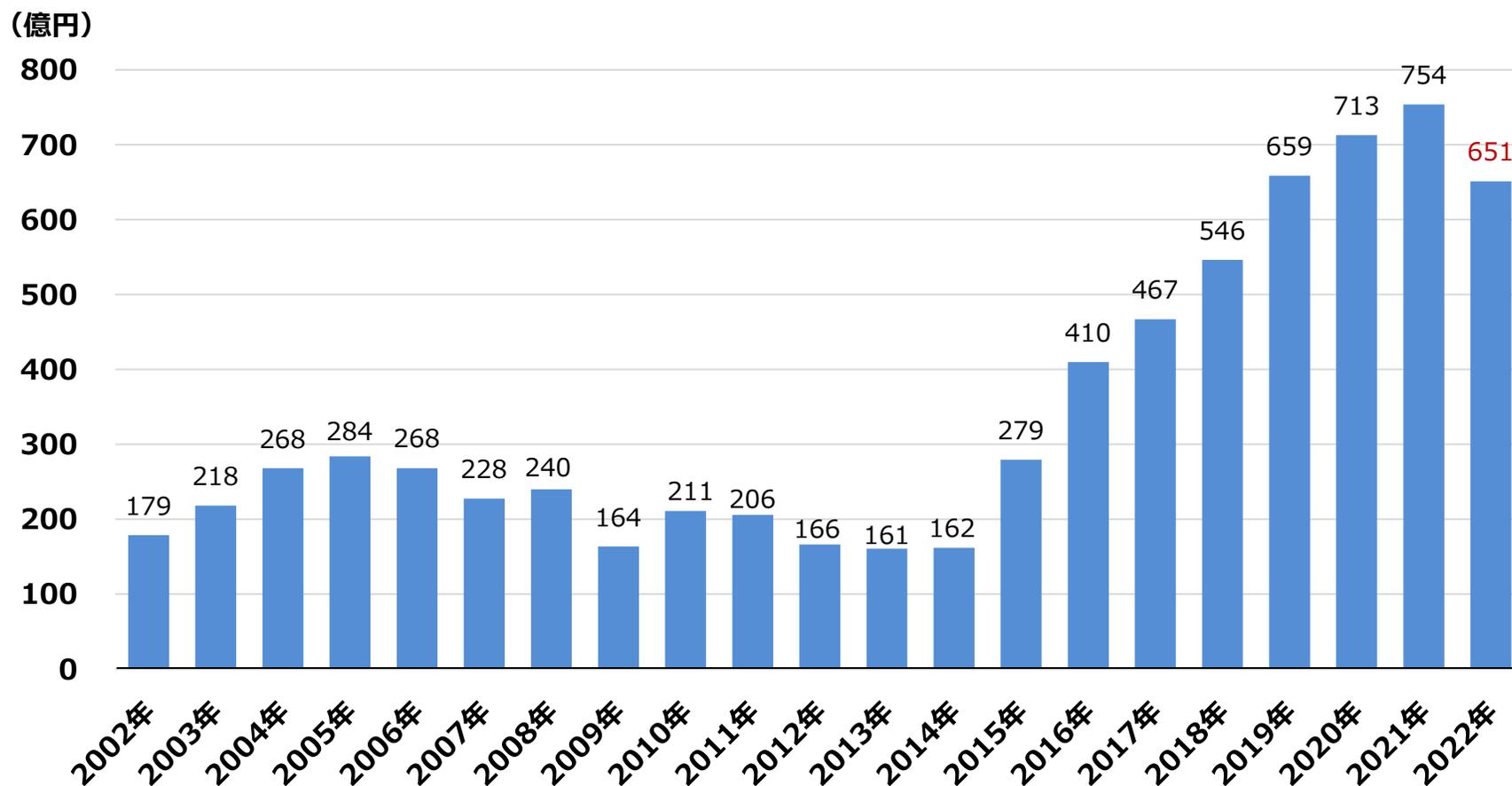


(注) 2010年以降に世界的に公開された実写映画のうち、制作費のデータがある 世界興行収入TOP1000作品から上位10作および下位10作を抽出。

(出所) Box Office Mojo 「Top Lifetime Grosses」を基に作成。

- アニメ制作会社の海外売上高は、増加傾向（651億円）。海外の地上波放送や有料チャンネル放送において、「ドラゴンボール」、「ポケットモンスター」等が継続して放送されていることが理由。

アニメ制作会社の海外売上高合計

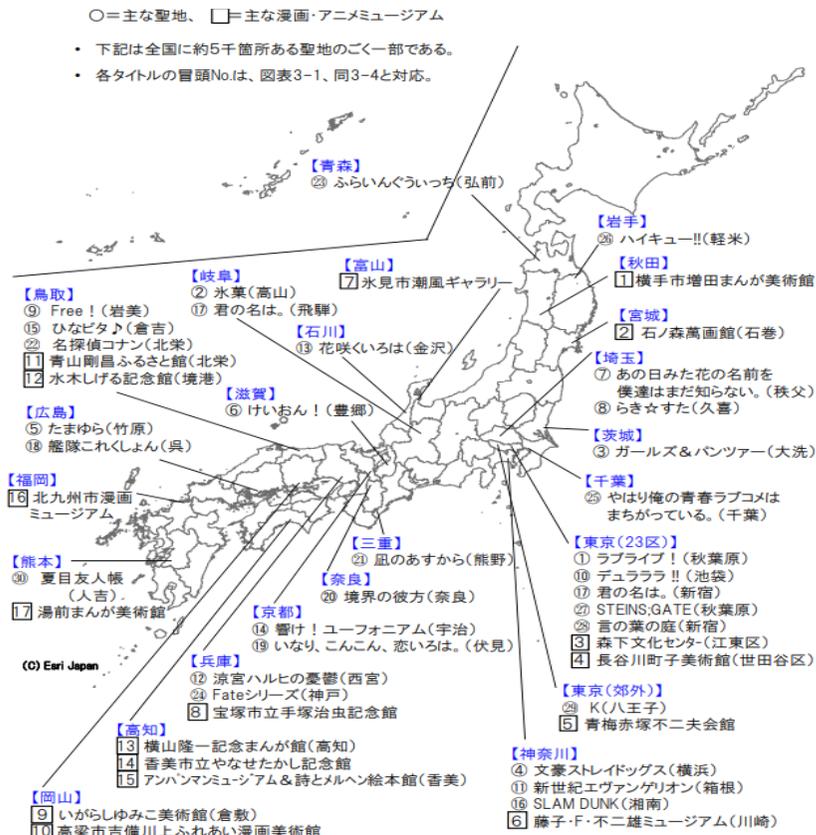


(出所) 日本動画協会「アニメ産業レポート2023」を基に作成。

聖地巡礼による経済効果

- 日本各地にアニメの聖地巡礼地が存在。インバウンド観光客のうち聖地巡礼者数は115万人、アニメ関連グッズの購入額は350億円。
- 潜在的な聖地巡礼者の需要は260万人と見込まれ、4,000億円の国内消費支出が期待されている。

全国の主なアニメの聖地巡礼地及び主な作者ゆかりの地にある漫画・アニメミュージアム



訪日外国人 聖地巡礼等の状況 (2016年の数値を基にした試算)

項目	全体	欧州	米国	オーストラリア	ロシア
A: 訪日來訪者数 (2016年実績: 千人)	24,039	940	1,243	445	55
B: 今回したこと (選択率: %・複数回答) 「映画・アニメゆかりの地を訪問」	4.8	10.3	8	8.3	9.5
C: 聖地巡礼者数 (試算: 千人) [C=A×B]	1,148	97	99	37	5
D: 買い物代 (購入率: %) 「マンガ・アニメ・キャラクター関連商品」	13.6	21.2	14.5	16.3	12.7
E: アニメ関連グッズ購入者 (試算: 千人) [E=A×D]	3,272	199	181	72	7
F: 買い物代 (購入者単価: 千円/人) 「マンガ・アニメ・キャラクター関連商品」	10.9	9.6	8.8	11.3	9.8
G: アニメ関連グッズ購入額 (試算: 億円) [G=E×F]	356.4	19.2	15.9	8.2	0.7
H: 「映画・アニメ縁の地を訪問」した人のうち満足した人の割合 (%・複数回答)	90	89.7	94.9	82.7	87.3
I: 次回したいこと (選択率: %・複数回答) 「映画・アニメ縁の地を訪問」	11	14.1	13.6	13.2	15.6
J: 聖地巡礼者 滞在数 (試算: 千人) [J=A×I]	2,637	132	169	59	9
K: 旅行支出額 (2016年実績: 千円/人)	155.9	190.5	171.4	246.9	190.9
L: 聖地巡礼者の国内消費支出 期待値 (試算: 億円) [L=J×K]	4,112	252	290	146	16

(注1) 欧州: 英国、フランス、スペイン、ドイツ、イタリア
 (注2) K「旅行支出額」は日本滞在中の支出 (宿泊、飲食、交通、買物、娯楽等) に加えパッケージツアー参加費のうち日本国内に支払われる支出
 (注3) B「今回したこと」および「次回したいこと」の回答者数及び選択率延べ合計は各々「32,365人、572.1%」、「31,285人、487.8%」
 (出所) 観光庁「訪日外国人 消費動向調査 平成28年 (2016年) 年間値 (確報)」および日本政府観光局「訪日外客数」よりDBJ作成

○ テレビの東京キー局すべてにおいて、過去6年間で、**広告収入が減少**し、これと相関して、**番組制作費も減少**。

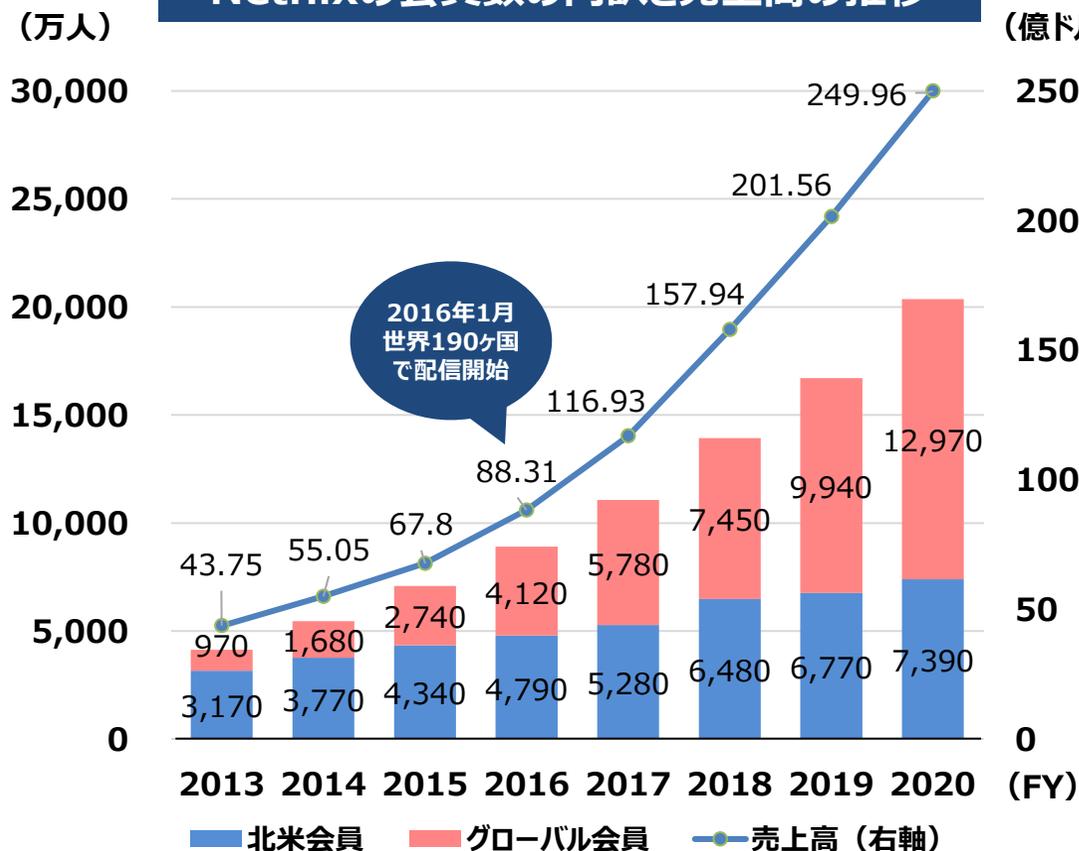
広告収入、番組制作費の推移 (単位：億円)

	2016年度		2022年度	
	広告収入	番組制作費	広告収入	番組制作費
日本テレビ	2,558	980	2,369 (▲189)	875 (▲105)
テレビ朝日	1,956	908	1,720 (▲236)	773 (▲135)
TBSテレビ	1,716	982	1,629 (▲87)	952 (▲30)
テレビ東京	810	403	730 (▲80)	334 (▲69)
フジテレビ	2,015	882	1,604 (▲411)	721 (▲161)

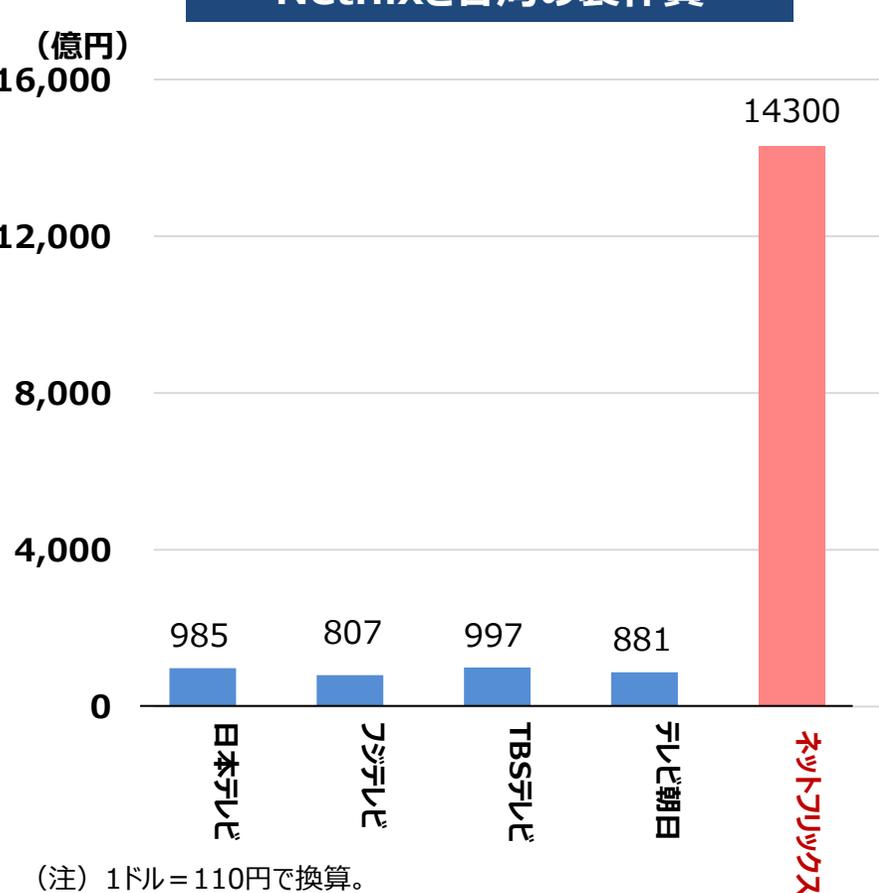
世界のNetflixの会員数と売上高の伸長

- 世界のNetflixの会員数と売上高は年々拡大。2020年時点で世界売上は250億ドル。
- 日本のテレビ局4局の制作費を合計しても、Netflixの制作費の4分の1。

Netflixの会員数の内訳と売上高の推移



Netflixと各局の制作費



(出所) みずほ銀行「みずほ産業調査 コンテンツ産業の展望2022～日本企業の勝ち筋～」(2022年3月24日)を基に作成。

(注) 1ドル=110円で換算。
日本の各局は2018年3月期、Netflixは18年12月期
(出所) 週刊ダイヤモンド2019年4月20日

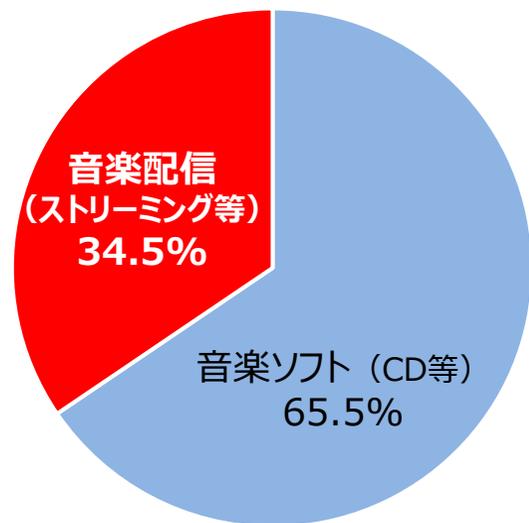
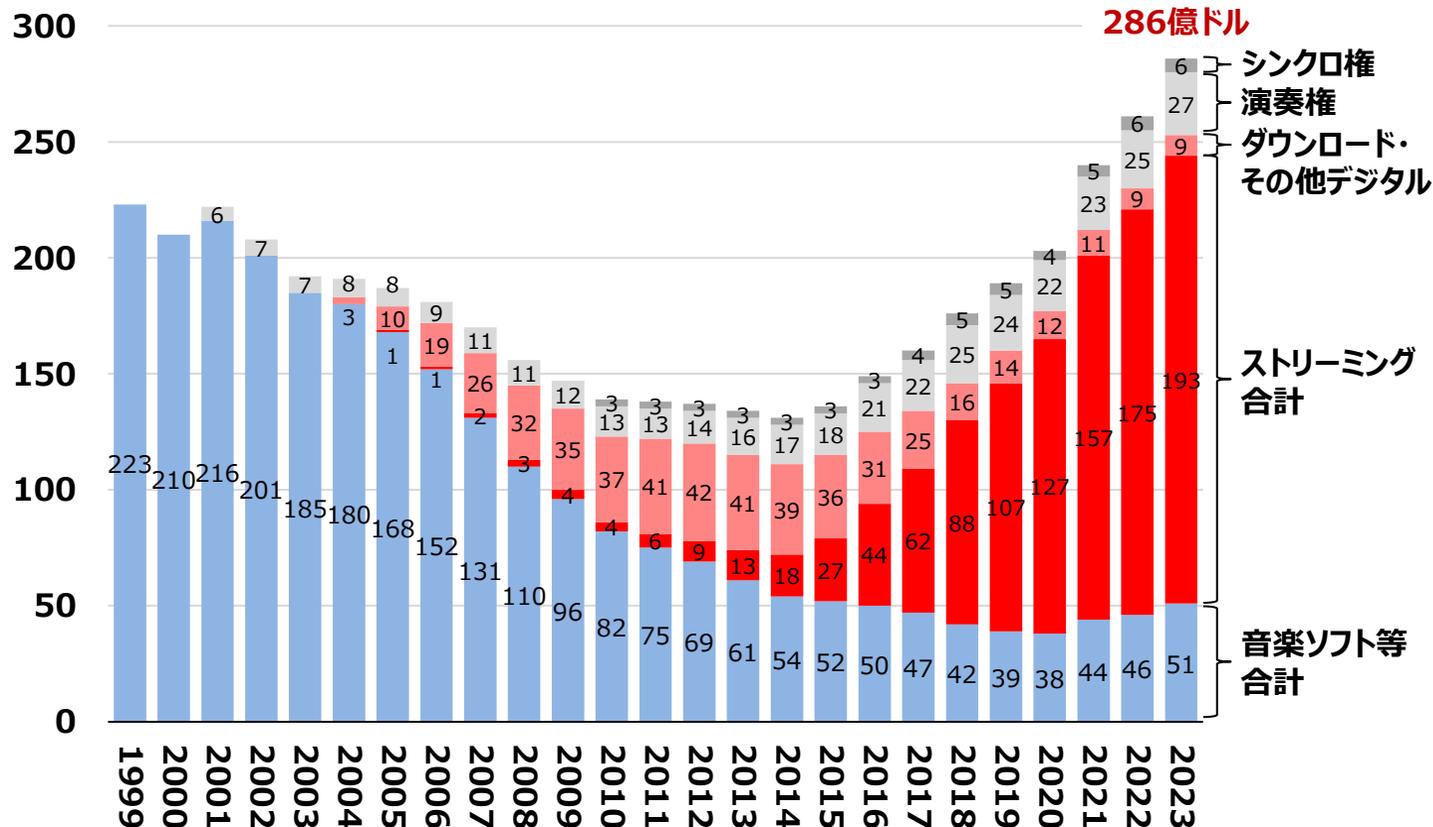
世界の音楽市場の推移

- **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、**286億ドル**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**35%**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
(1999年-2023年)

日本音楽ソフト・音楽配信
金額比率 (2023年)

売上高
(億ドル)

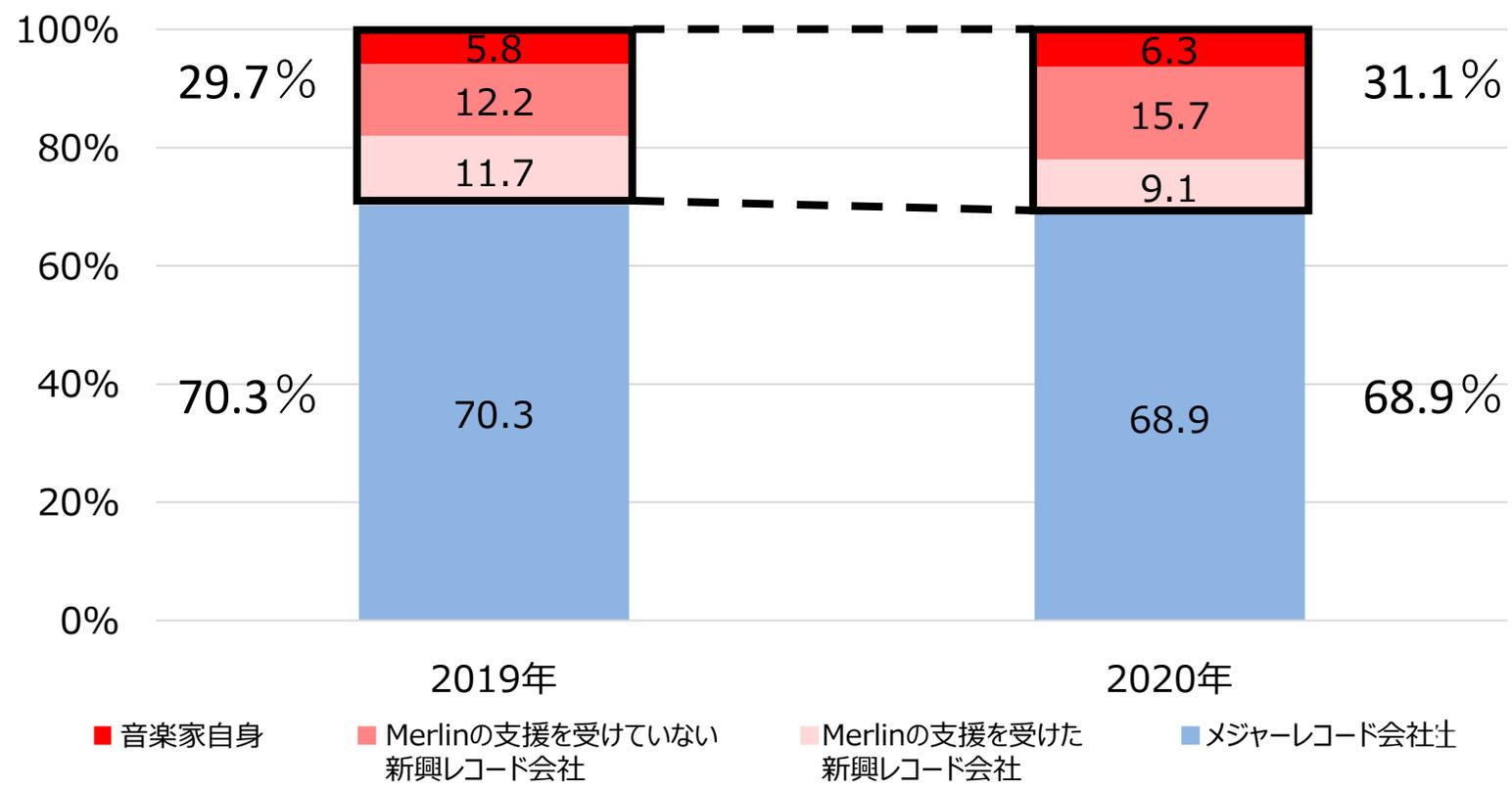


(出所) 国際レコード産業連盟 (IFPI) 「IFPI Global Music Report 2024」、一般社団法人日本レコード協会「日本のレコード産業 2024」を基に作成。

個人中心の音楽製作・販売への変化

- 音楽は、**個人が製作・販売**が可能な状況に変化しつつある。
- Spotifyで再生される音楽のうち、**メジャーレコード会社の比率は減少**しつつあり、音楽家個人による流通やこれに準ずる流通経路が拡大している。

Spotifyで再生される音楽の制作・販売主体



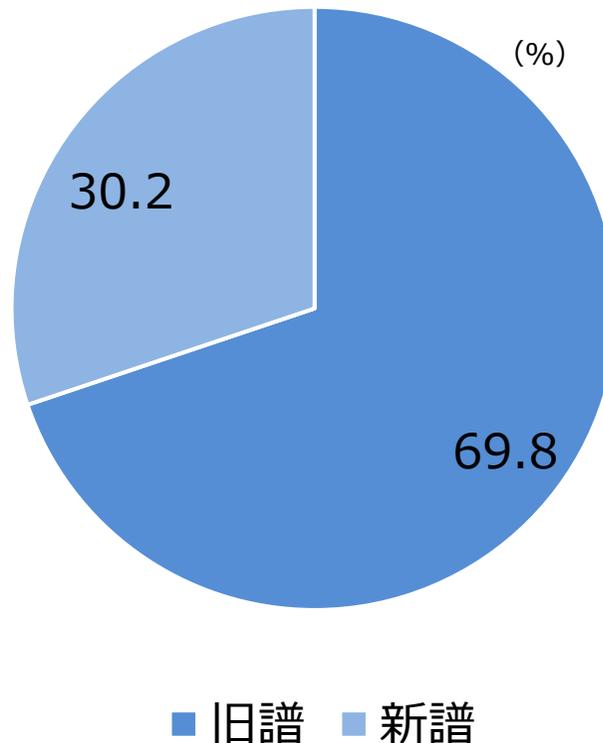
(注) Merlin : 新興レコード会社がメジャーレコード会社とも競合できるようにサポートする支援団体

(出所) MIDiA Research 「Smaller independents and artists direct grew fastest in 2020」を基に作成。

音楽業界は、旧譜が中心の市場に

- 検索が可能なサブスクリプションサービス（月単位または年単位で定期的に料金を支払い利用するサービスの形式）の増加に伴い、発表日が意味をなさなくなっている。CD自体は新譜が売上げの大半だったが、現在は旧譜（18か月以上前発表）が7割を占める状況（米国の場合）。
- 旧譜が充実した日本には有利であり、「日本ブランド」の確立の契機。
- 他方で、旧譜については、我が国の慣行から、利用が難しいとの議論があり、契約の適正化が課題。

米国における音楽作品の新譜・旧譜比率（2021年）

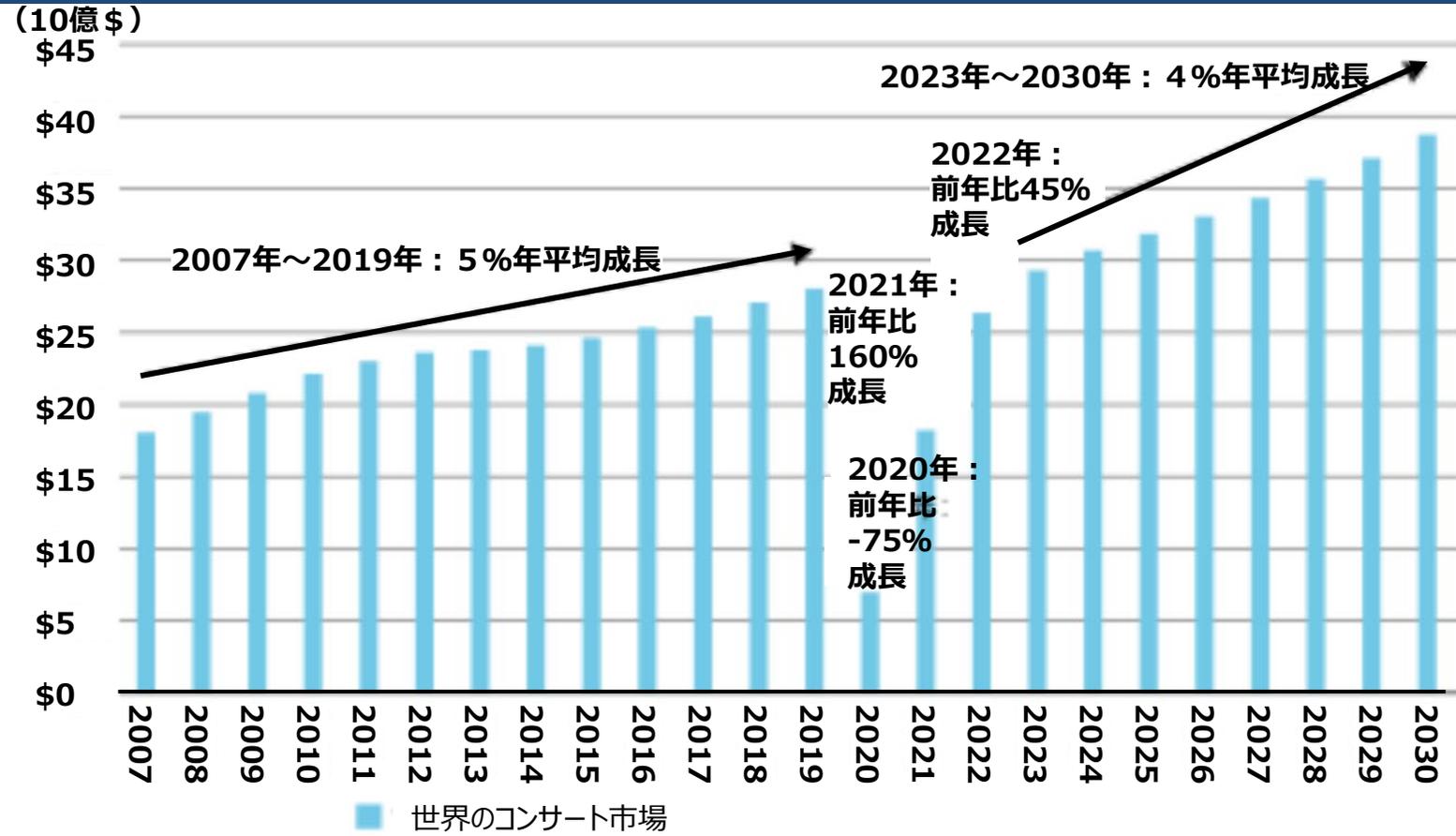


(出所) MRC Data「2021U.S. Year-End Report」を基に作成。

世界のコンサート市場の動向

- 音楽市場のストリーミング化の裏側で、リアルな接触を求めて、世界の**コンサート収益**（スポンサー権利+チケット売上）は、**コロナ期を除き年々増加**。
- 2023年～2030年の**年平均成長率は4%**と分析。

世界のコンサート市場の成長率

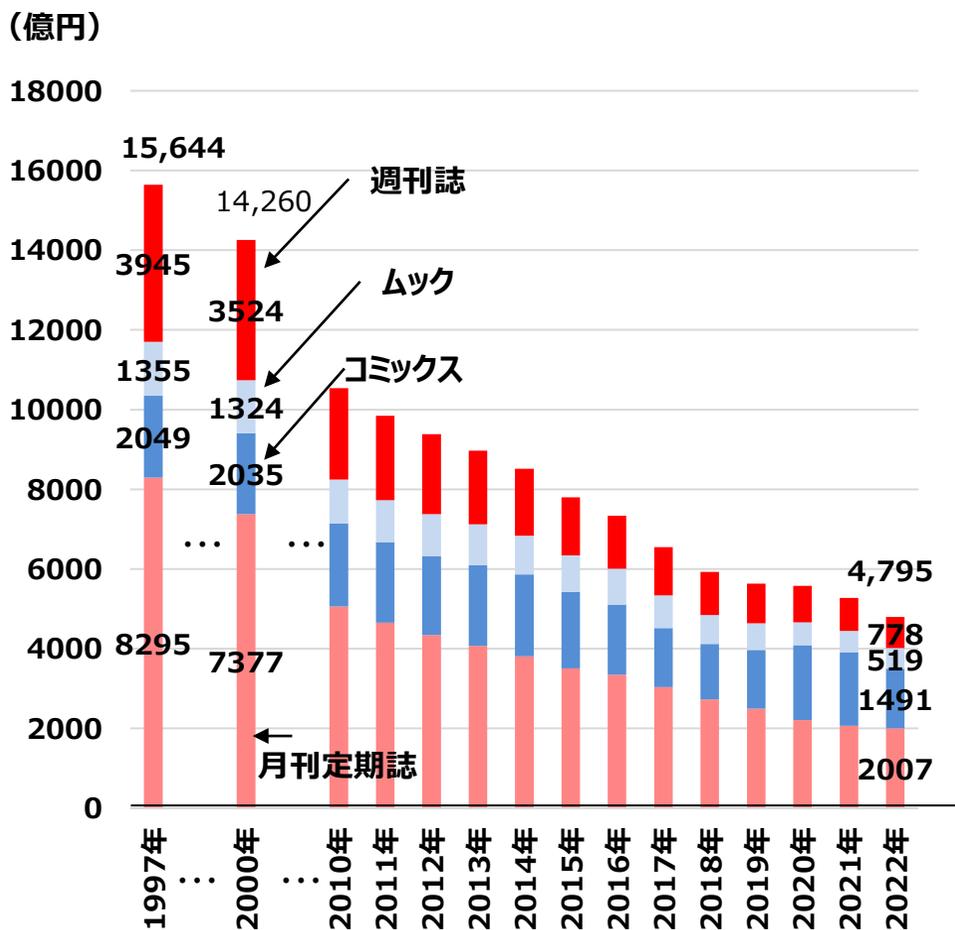


(出所) GoldmanSachs「Music in the Air (2020)」を基に作成。

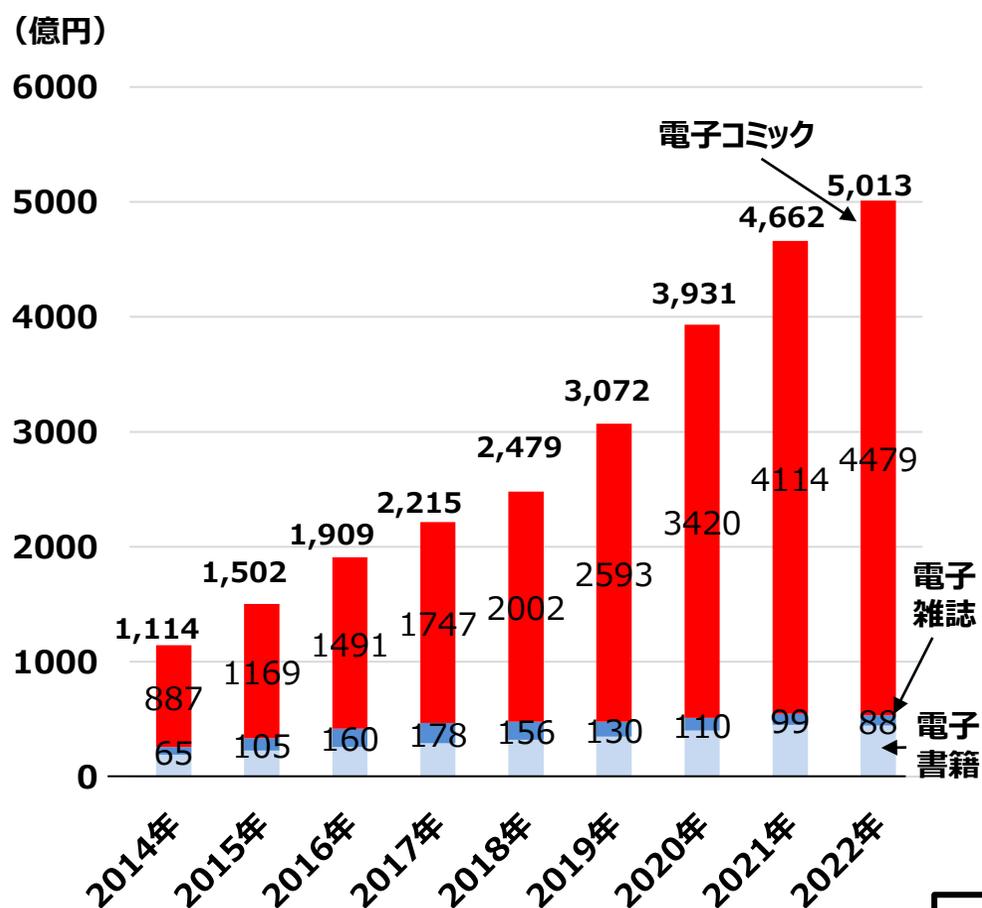
日本の雑誌販売額と電子出版の市場規模

- 雑誌の販売金額は、1997年以降右肩下がり、2022年には3分の1まで縮小。
- 一方で電子出版の市場規模は、大きく増加。スマホで読める等の電子コミックの増加分が大半。

雑誌販売金額推移



電子出版の市場規模

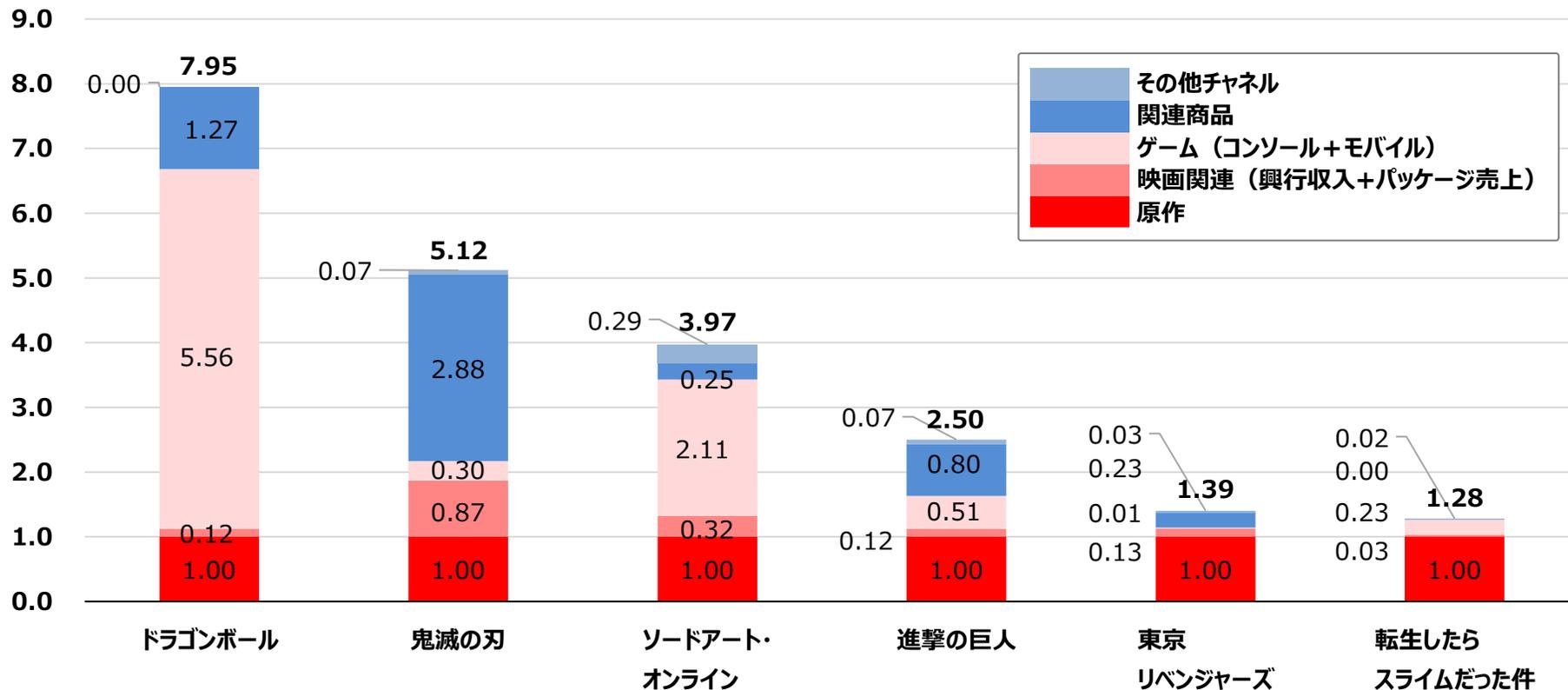


メディアミックス展開の状況

○ **メディアミックス**展開がなされた原作の売上総合計は、日本の国内市場で、**原作売上を1とした場合、最大7.95倍**に達する。

原作売上を1とした場合の他チャンネルからの売上

(原作=1.00)



出自	漫画	漫画	ライトノベル	漫画	漫画	ライトノベル
展開開始年	2009	2019	2012	2013	2021	2015

(注) 「ドラゴンボール」の原作以外の売上は「ドラゴンボール改」のレポート展開以降（2009年～）を集計。

(出所) PwC Strategy& 「メディアミックスのパワーと可能性 海外市場攻略のカギ握る投資流入 コンテンツ経済波及の可視化が呼び水に」(2024年)を基に作成。

○ 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～10位】

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

【11位～25位】

メディア・フランチャイズ	累積収入
11. Marvel Cinematic Universe	291億ドル
12. Spider-Man	271億ドル
13. Gundam (機動戦士ガンダム)	265億ドル
14. Batman	264億ドル
15. Dragon Ball (ドラゴンボール)	240億ドル
16. Barbie	240億ドル
17. Fist of the North Star (北斗の拳)	218億ドル
18. Cars	218億ドル
19. Toy Story	207億ドル
20. One Piece (ワンピース)	205億ドル
21. Lord of the Rings	199億ドル
22. James Bond	199億ドル
23. Yu-Gi-Oh! (遊☆戯☆王)	198億ドル
24. Peanuts	174億ドル
25. Transformers	172億ドル

(注) 数字は各社HP等から集めて推定された参考値であり、現在情報確認できない箇所があるため、最新情報は更新されている可能性がある。

(出所) TITLMAX "The 25 Highest-Grossing Media Franchises of All Time"

<https://www.titlmax.com/discovery-center/money-finance/the-25-highest-grossing-media-franchises-of-all-time/> (2023年10月13日閲覧) を基に作成。