

# 基礎資料

(第 26 回新しい資本主義実現会議の基礎資料の改訂・再編版)

令和 6 年 9 月 9 日

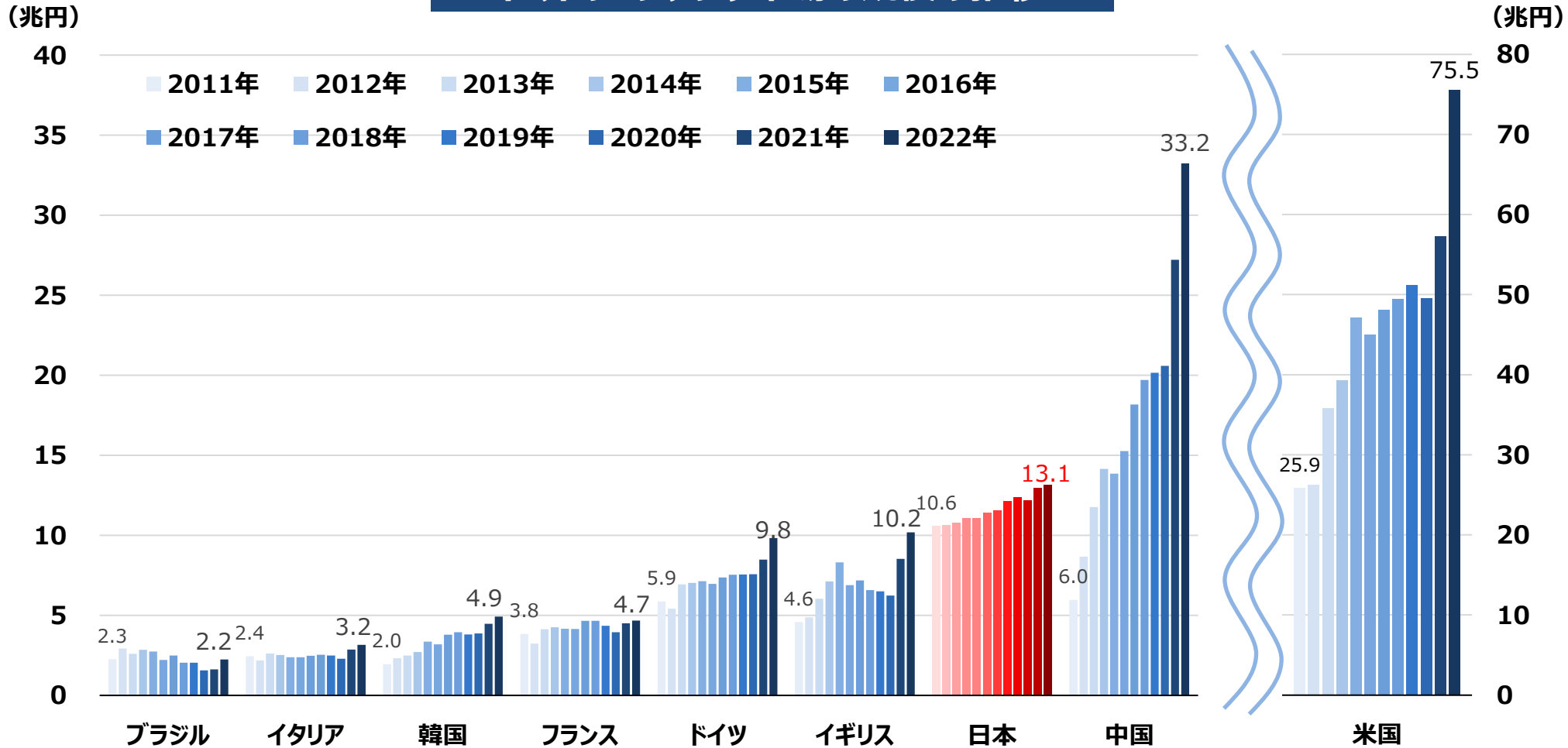
内閣官房 新しい資本主義実現本部事務局

内閣府 知的財産戦略推進事務局

# 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。2022年は13.1兆円。
- 中国は、2013年に日本を抜き世界第2位へ。2022年時点で日本の2.5倍の市場規模（33.2兆円）。

## 世界のコンテンツ市場の規模の推移

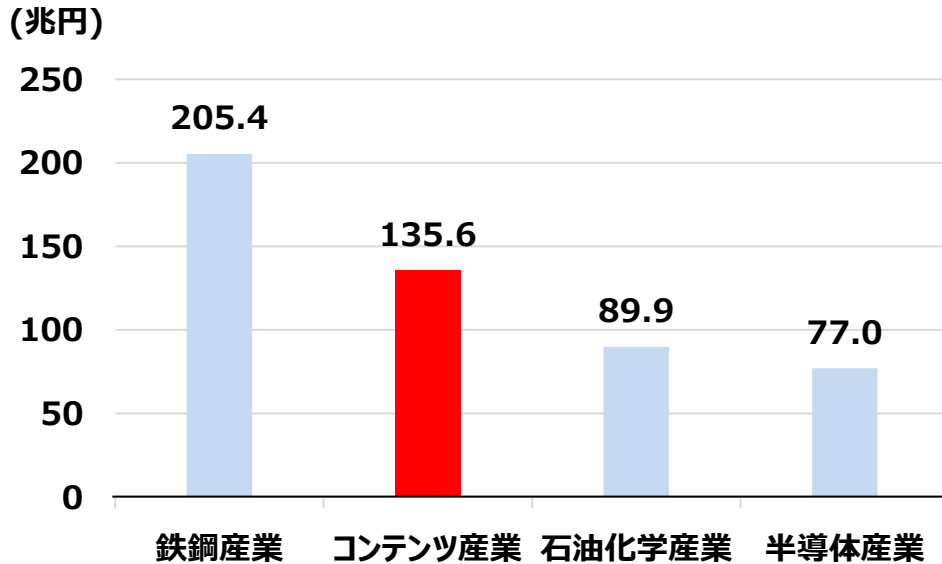


(出所) 株式会社ヒューマンメディア「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2024 速報版」を基に作成。

# コンテンツ産業の世界市場・我が国輸出額規模の相場感

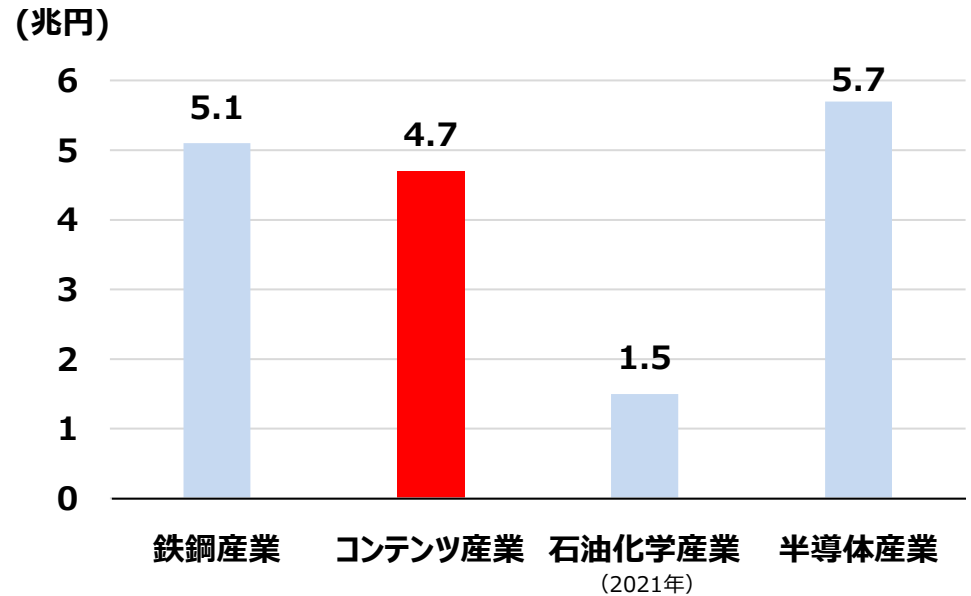
- 世界のコンテンツ市場の規模は、石油化学産業、半導体産業よりも大きい。
- 日本由来コンテンツの海外売上は、鉄鋼産業、半導体産業の輸出額に匹敵する規模。

## コンテンツ産業の世界市場規模



(注) 2022年のデータ

## 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) 2022年は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「鉄鋼の市場規模、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…PwC グローバル エンタテインメント&メディアアウトLOOK2023-2027 (注)映画・ラジオ・ポッドキャスト・新聞・雑誌・本・映像配信・テレビ・ゲーム・eスポーツ・VR・モバイルAR・音楽を抽出

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2024 速報版」※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/>

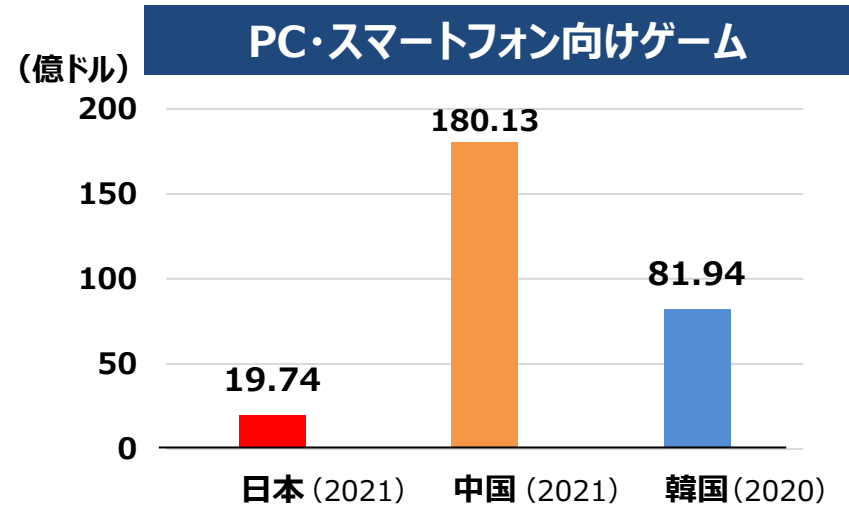
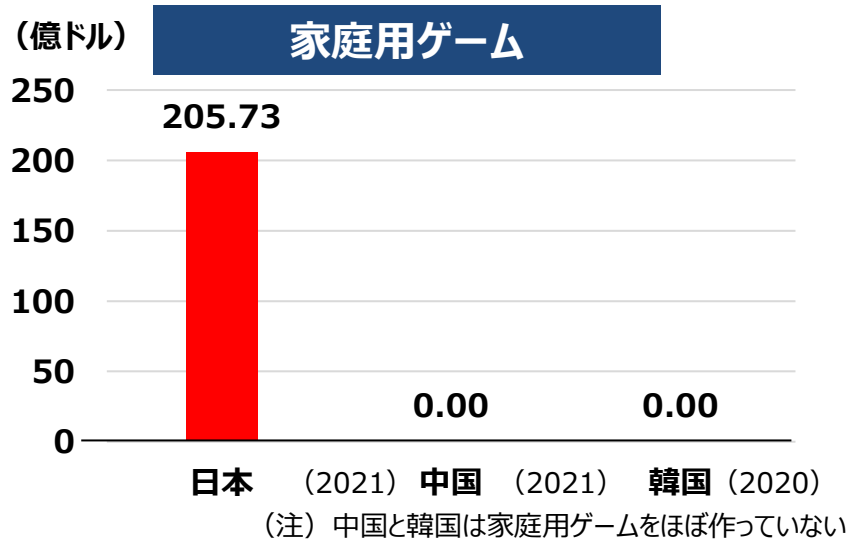
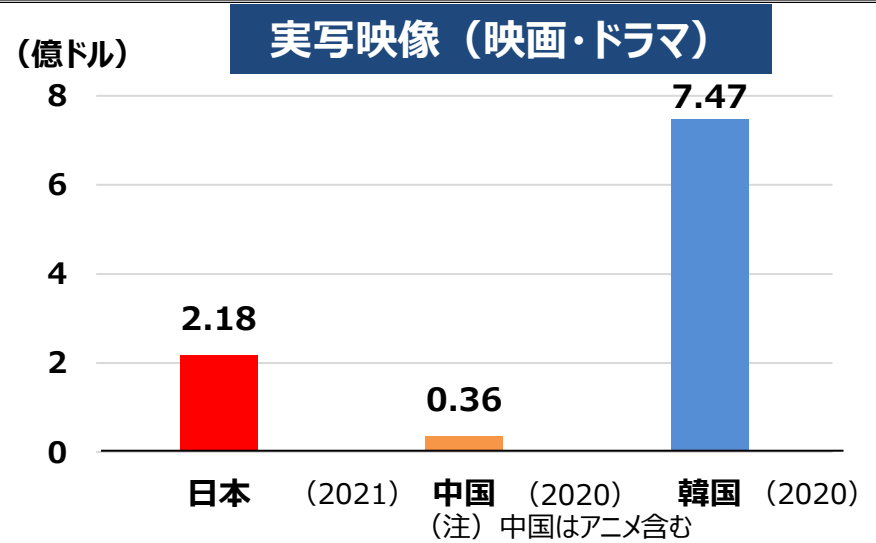
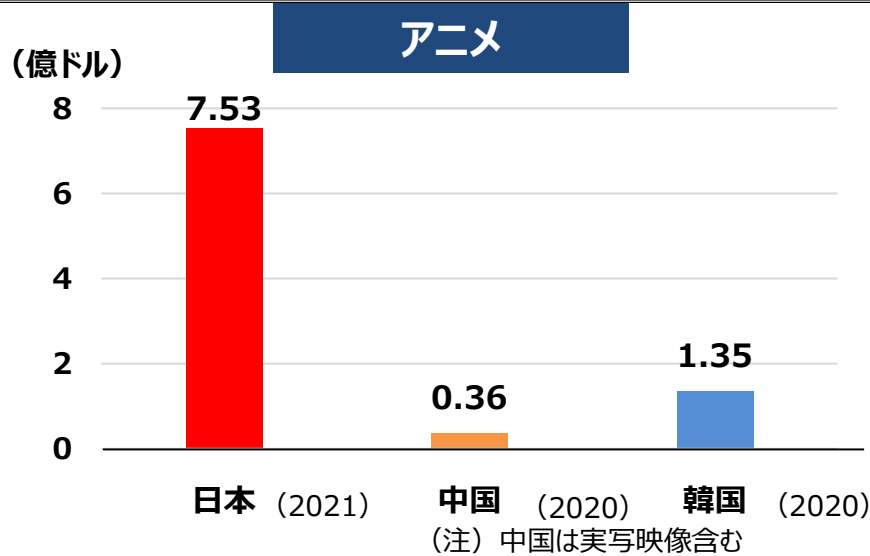
輸出額 …石油化学工業協会 石油化学製品の国別輸出額 [https://www.jpca.or.jp/statistics/annual/kuni\\_ex\\_im.html](https://www.jpca.or.jp/statistics/annual/kuni_ex_im.html)

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)

# 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。



# コンテンツ産業のデジタル化

○ 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（配信）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)

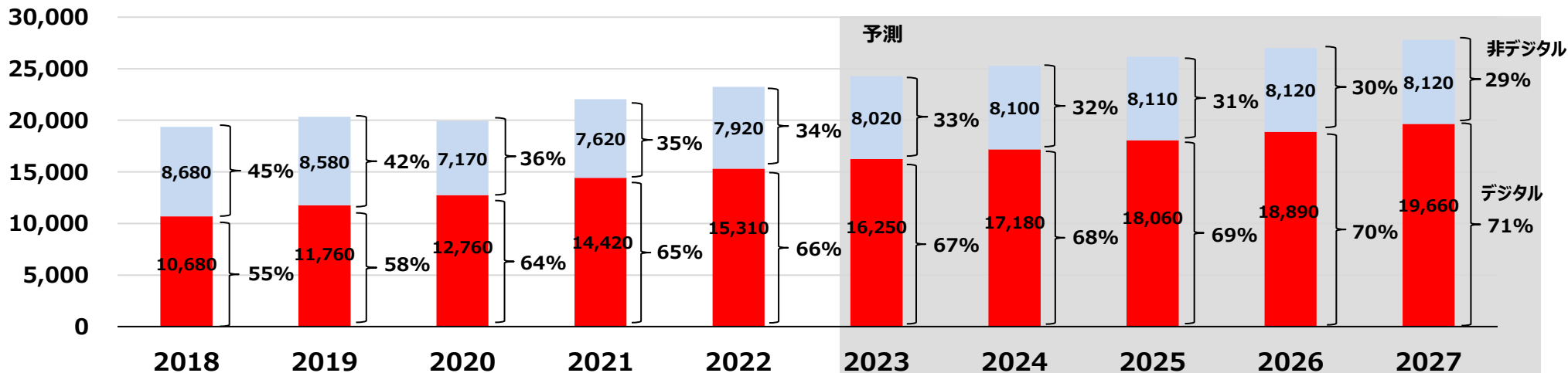
### 家庭用オンライン+PC+スマホ/市場全体

- 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2024 速報版」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

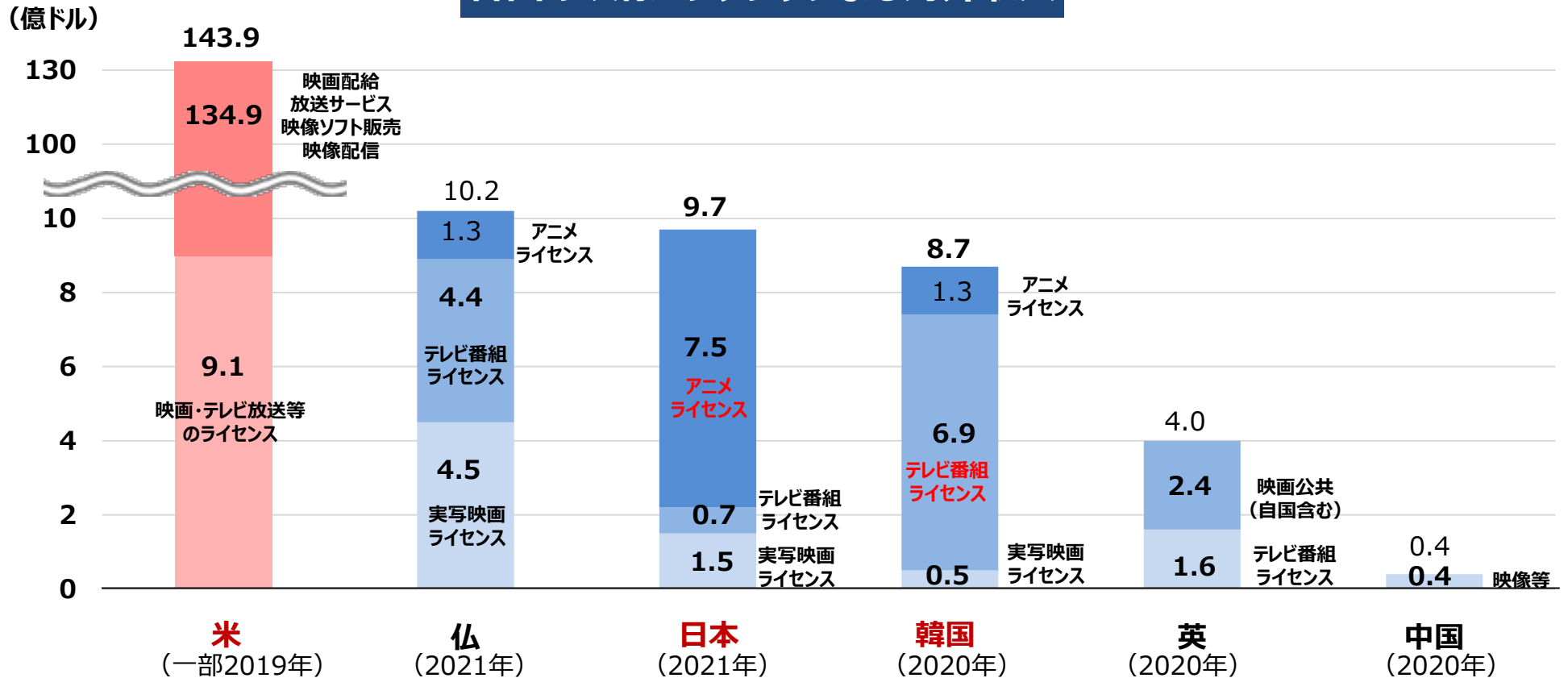


(出所) PwC「Resetting expectations, refocusing inward and recharging growth」を基に作成。

# 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。

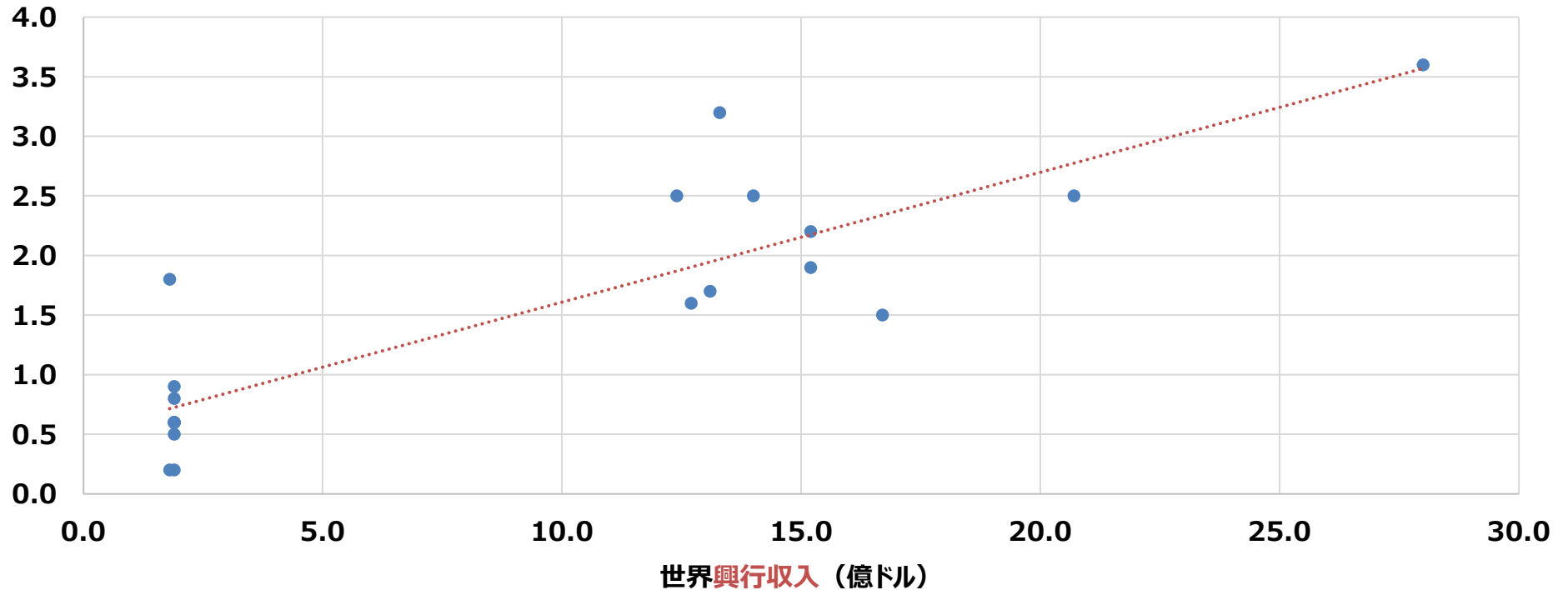
(出所) 株式会社ヒューマンメディア「コンテンツ産業の現状」(2023年3月、経団連委託調査)を基に作成。

# 実写映画の興業収入と制作費との相関関係

○ 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)



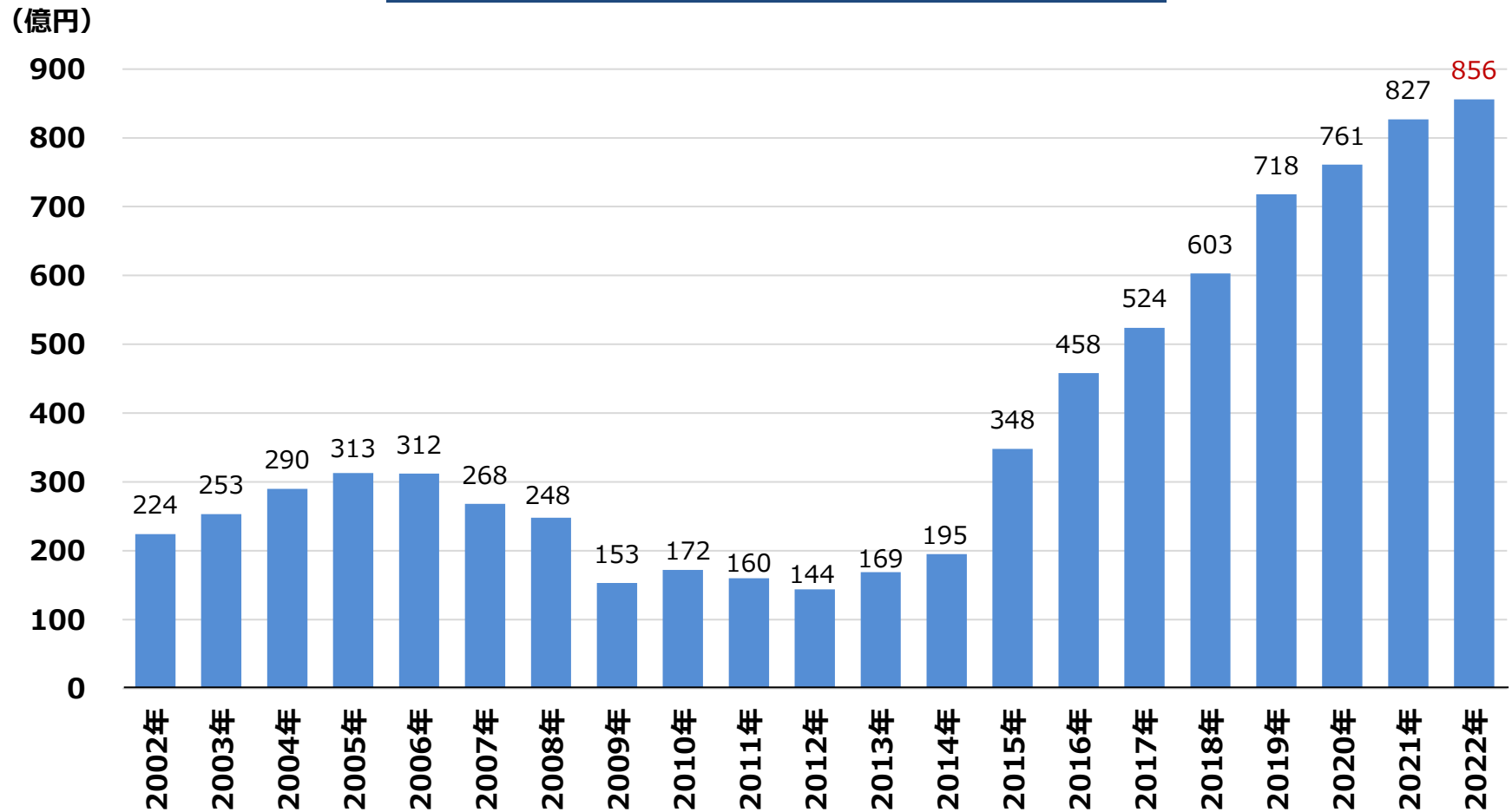
(注) 2010年以降に世界的に公開された実写映画のうち、制作費のデータがある 世界興行収入TOP1000作品から上位10作および下位10作を抽出。

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

# アニメの海外売上高

- アニメ制作会社の海外売上高は、増加傾向（856億円）。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



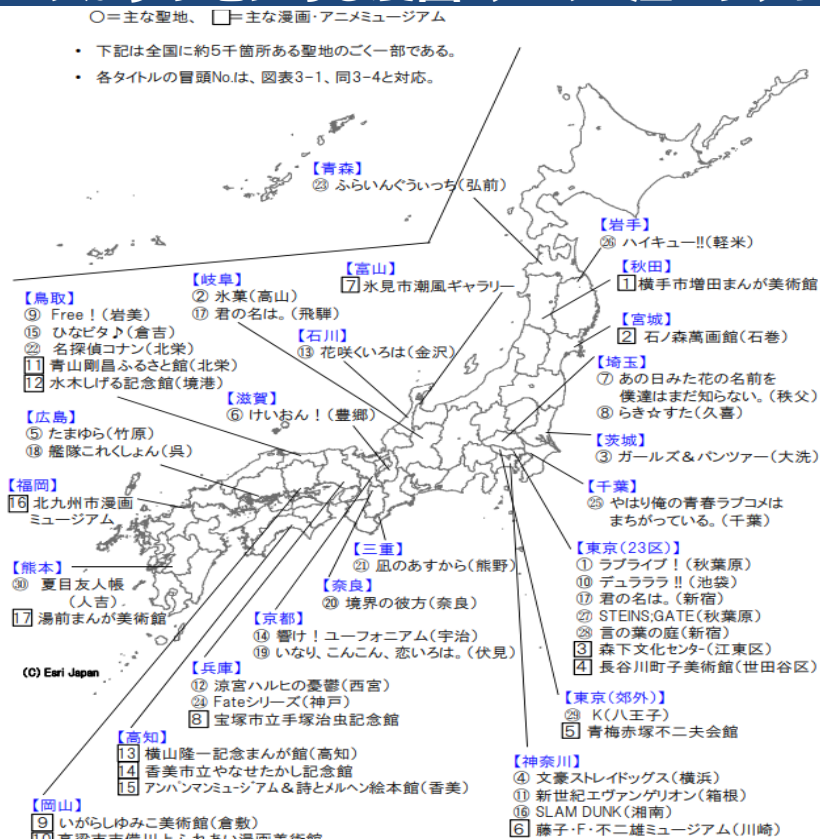
(出所) 日本動画協会「アニメ産業レポート2023」を基に作成。



# 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140万人、アニメ関連グッズの購入額は380億円。
- 潜在的な聖地巡礼者の需要は310万人と見込まれ、4,700億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 (2017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: 訪日訪来者数 (2017年実績: 千人)	28,691	1,000	2,046	613	42
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」	4.9	8.8	7.9	9.3	12
C: 聖地巡礼者数 (試算: 千人) [C=A×B]	<b>1,406</b>	88	162	57	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」	14.0	22.2	16.9	17.5	14.4
E: アニメ関連グッズ購入者 (試算: 千人) [E=A×D]	4,017	222	346	107	6
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」	9.5	9.8	10.5	8.5	13.6
G: アニメ関連グッズ購入額 (試算: 億円) [G=E×F]	<b>381.6</b>	21.8	36.3	9.1	0.8
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)	88.3	93.8	95.1	97.7	85.7
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」	10.8	14.4	14.0	16.5	20.3
J: 聖地巡礼者 滞在数 (試算: 千人) [J=A×I]	<b>3,099</b>	144	286	66	9
K: 旅行支出額 (2017年実績: 千円/人)	153.9	202.8	182.1	225.8	199.2
L: 聖地巡礼者の国内消費支出 期待値 (試算: 億円) [L=J×K]	<b>4,769</b>	292	521	149	18

(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%」

# キャラクターの累積収入の世界ランキング

○ 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TOP17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（2023年まで）

### 【1位～8位】

メディア・フランチャイズ	累積収入
1. Pokémon（ポケモン）	1470億ドル
2. Hello Kitty（ハローキティ）	890億ドル
3. Winnie the Pooh	760億ドル
4. Mickey Mouse & Friends	740億ドル
5. Star Wars	700億ドル
6. Anpanman（それいけ！アンパンマン）	560億ドル
7. Disney Princess	460億ドル
8. Shōnen Jump / Jump Comics （少年ジャンプ / ジャンプコミックス）	400億ドル

### 【9位～17位】

メディア・フランチャイズ	累積収入
9. Mario（マリオ）	380億ドル
10. Marvel Cinematic Universe	350億ドル
11. Harry Potter	320億ドル
12. Transformers	300億ドル
13. Spider-Man	290億ドル
14. Batman	280億ドル
15. Dragon Ball（ドラゴンボール）	270億ドル
16. Gundam（機動戦士ガンダム）	269億ドル
17. Barbie	247億ドル

（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）Visual Capitalist “The World’s Top Media Franchises by All-Time Revenue”

<https://www.visualcapitalist.com/the-worlds-top-media-franchises-by-all-time-revenue/>（2024年4月27日公開）を基に作成。

# テレビ局の広告収入と番組制作費

○ テレビの東京キー局すべてにおいて、過去7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**。

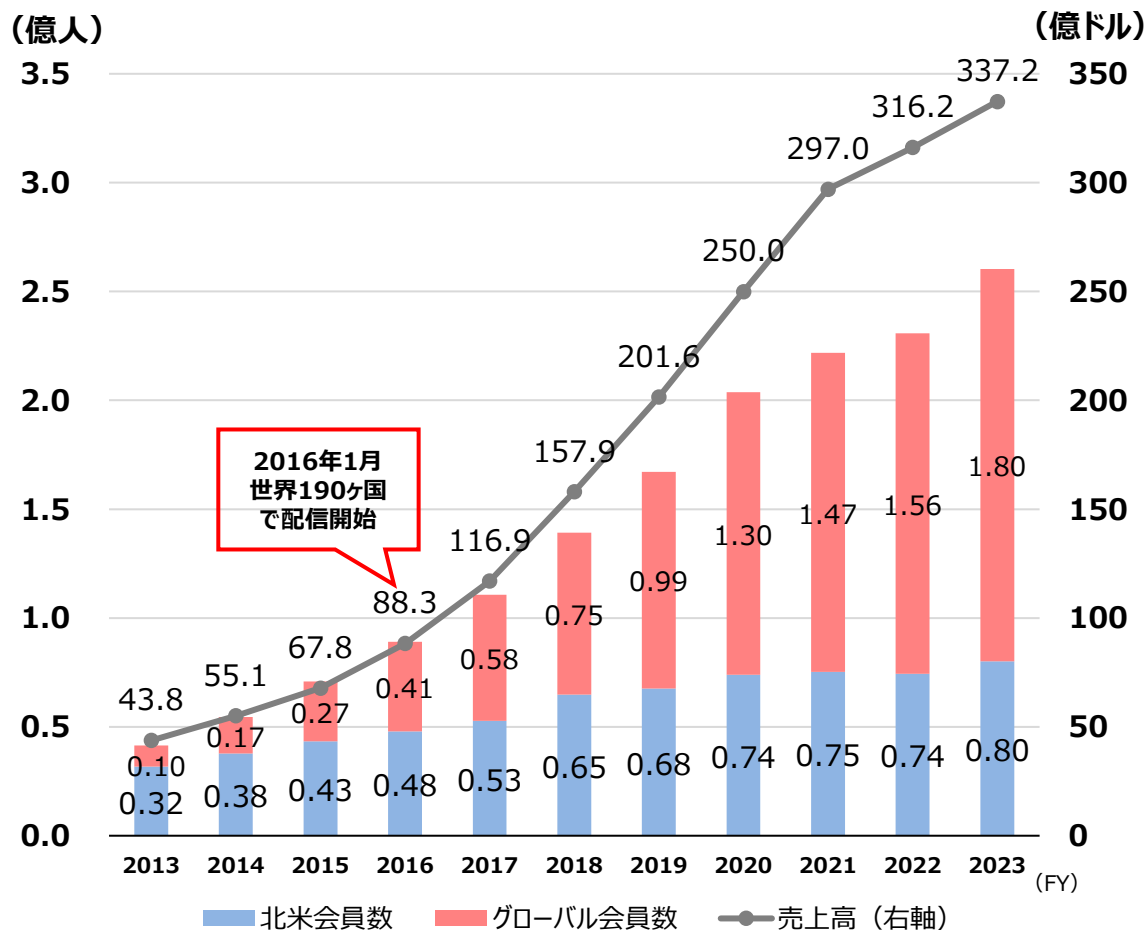
## 広告収入、番組制作費の推移 (単位：億円)

	2016年度		2023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	2,261 (▲297)	893 (▲87)
テレビ朝日	1,956	908	1,669 (▲287)	791 (▲117)
TBSテレビ	1,716	982	1,594 (▲122)	974 (▲8)
テレビ東京	810	403	695 (▲115)	328 (▲75)
フジテレビ	2,015	882	1,473 (▲542)	683 (▲199)

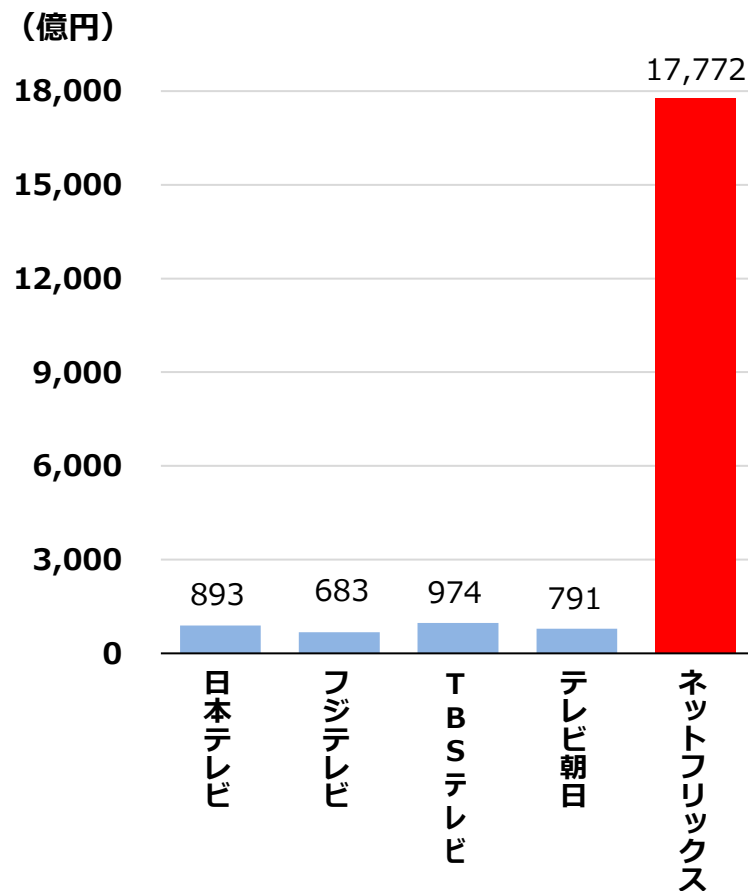
# 世界のNetflixの会員数と売上高の伸長

- 世界のNetflixの会員数と売上高は年々拡大。2023年時点で世界売上は337億ドル。
- 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5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)、Netflix決算資料を基に作成。

(出所) 日本の各局は2024年3月期、Netflixは23年12月期決算資料より作成。Netflixについてはコンテンツの取得費等も含む。1ドル = 141.56円で算出。

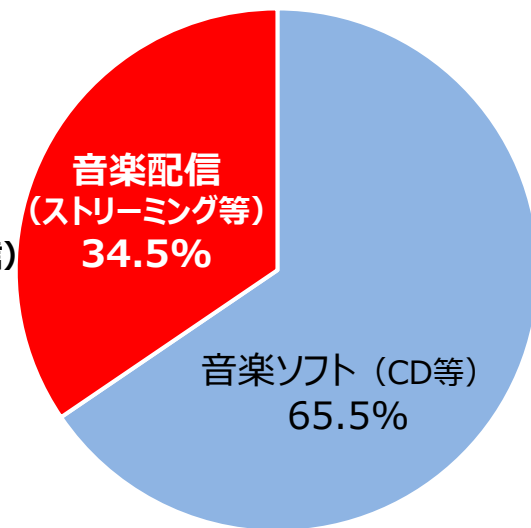
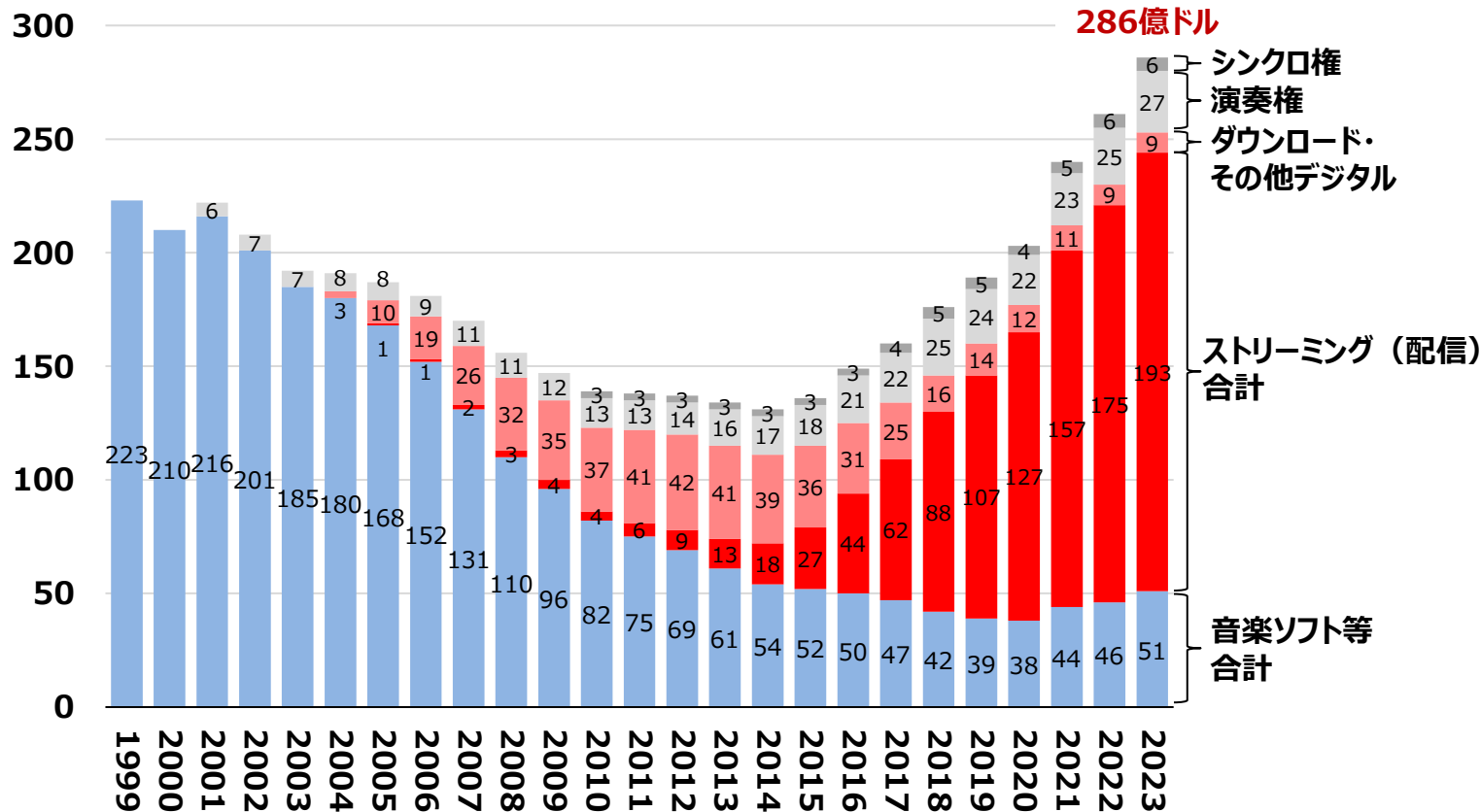
# 世界の音楽市場の推移

- 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)

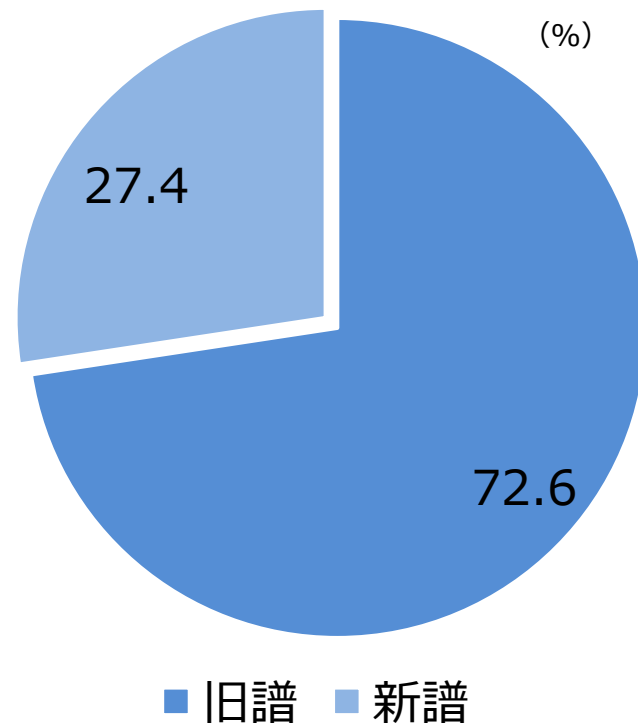


(出所) 国際レコード産業連盟 (IFPI) 「IFPI Global Music Report 2024」、一般社団法人日本レコード協会「日本のレコード産業 2024」を基に作成。

# 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。

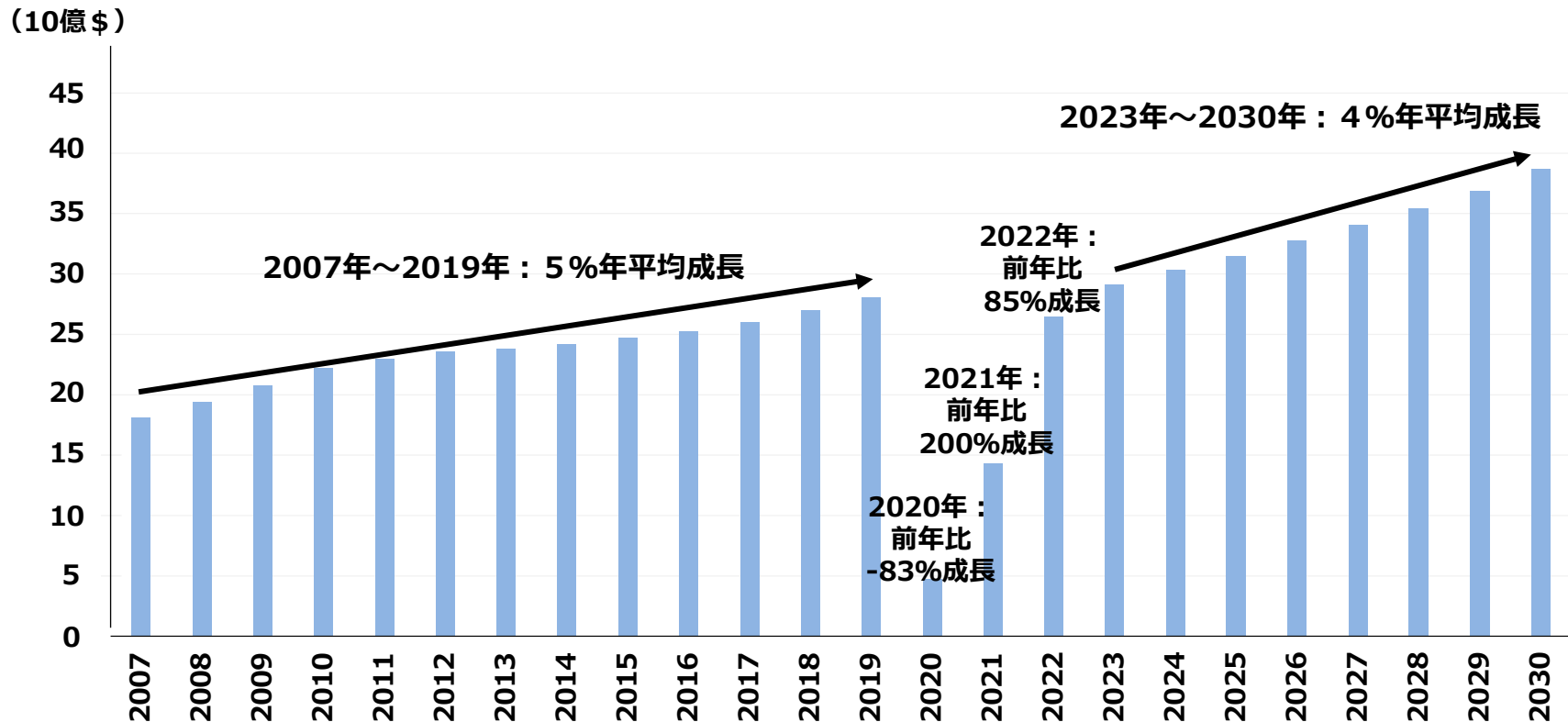
## 米国における音楽作品の新譜・旧譜比率（2023年）



# 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。

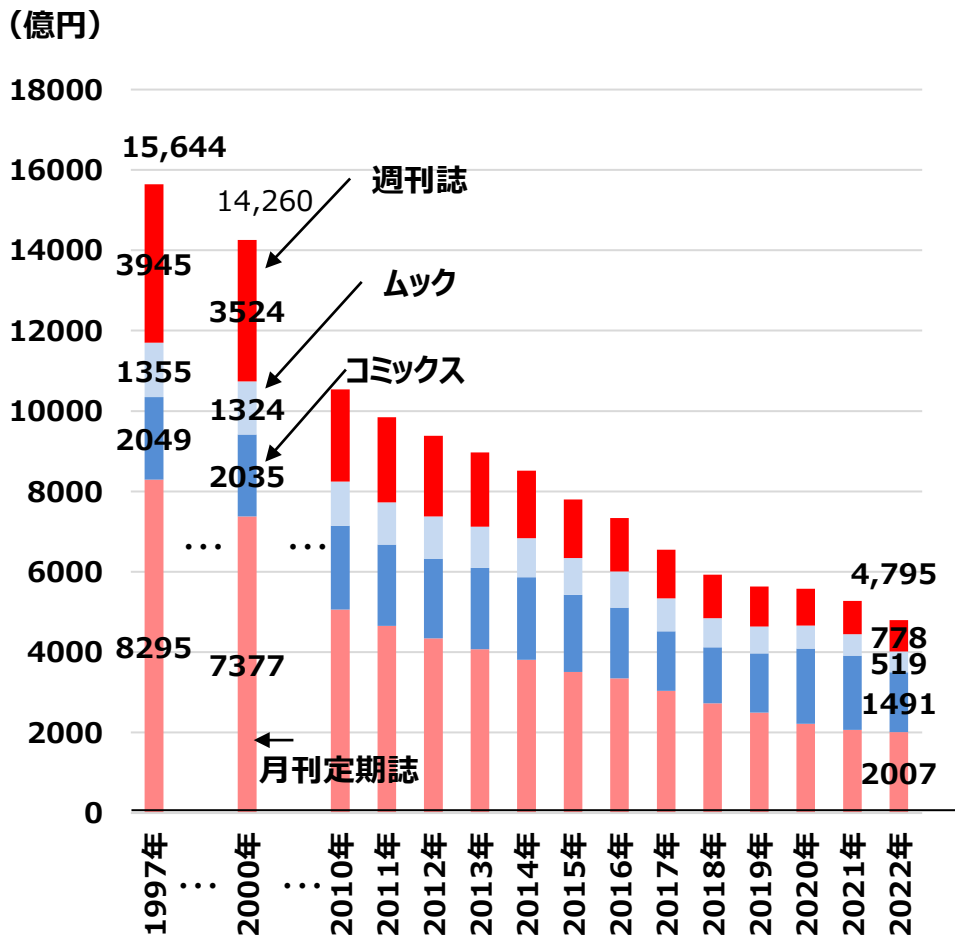
## 世界のコンサート市場の成長率



# 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

