

本当はビジネス扱いしなくな  
かったけど必要に迫られ書いた  
本「漫画ビジネス」と、  
データを探す長い旅路になりそ  
うな「IPビジネス」調査の件

# 目次

## 1. 前編：「漫画ビジネス」

1. 自己紹介

2. 本を書いた背景

3. 言いたかったこと

## 2. 後編：「IPリサーチ」

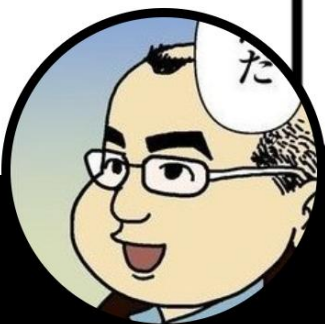
1. 調査の背景

2. 今後の課題

マンガ業界

News

まとめ



プロフィールを編集

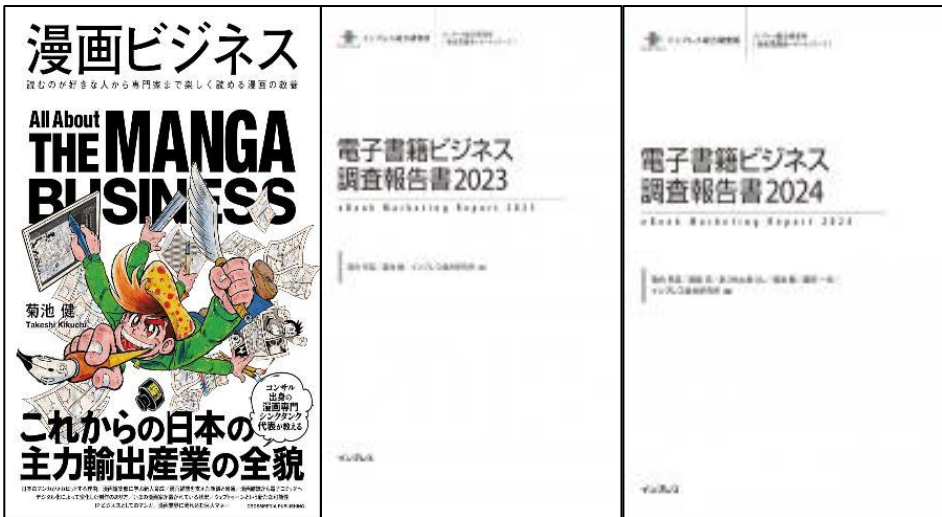
菊池健 - MANGA総研

@t\_kikuchi

一般社団法人MANGA総合研究所 所長 (IMART主催、IP市場調査) /マンガ業界news  
まとめ /単著「漫画ビジネス」 [amzn.to/3AWMkRw](https://amzn.to/3AWMkRw) / 共著「電子書籍ビジネス調査報告書23-4」 / このマン2021-25/ 漫画業界情報ポスト中心 詳細プロフ&お問合せはnote  
へ 絵 = 鈴木みそさん

Tokyo/Japan [note.com/lovebeer73](https://note.com/lovebeer73) 2008年7月からXを利用しています

3,139 フォロー中 8,118 フォロワー



前歴

専門商社→外資コンサル→板前→ITベンチャー→ベンチャー

2010年

漫画家支援  
トキワ荘プロジェクト

- 「漫画家白書」「マンガで食えない人の壁」出版
- 京都国際マンガ・アニメフェア立上げ事務局スタッフ  
「京まふ出張編集部」「京都国際漫画賞」など
- 「編集長の部屋」インタビュー
- 漫画家ポータルサイト「マンナビ」開始

2015年

漫画新聞  
(メディアドゥ)

2020年

とらのあな

スマニュー

コミチ

2019年IMART開始

2024年までに5回開催

IP市場調査開始

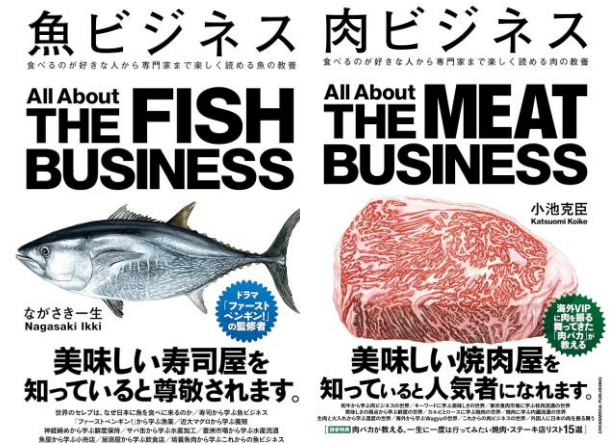
- 「電子書籍ビジネス調査報告書」
- 「漫画ビジネス」

2025年

一般社団法人MANGA総合研究所

顧問業

# 本を書いたきっかけ



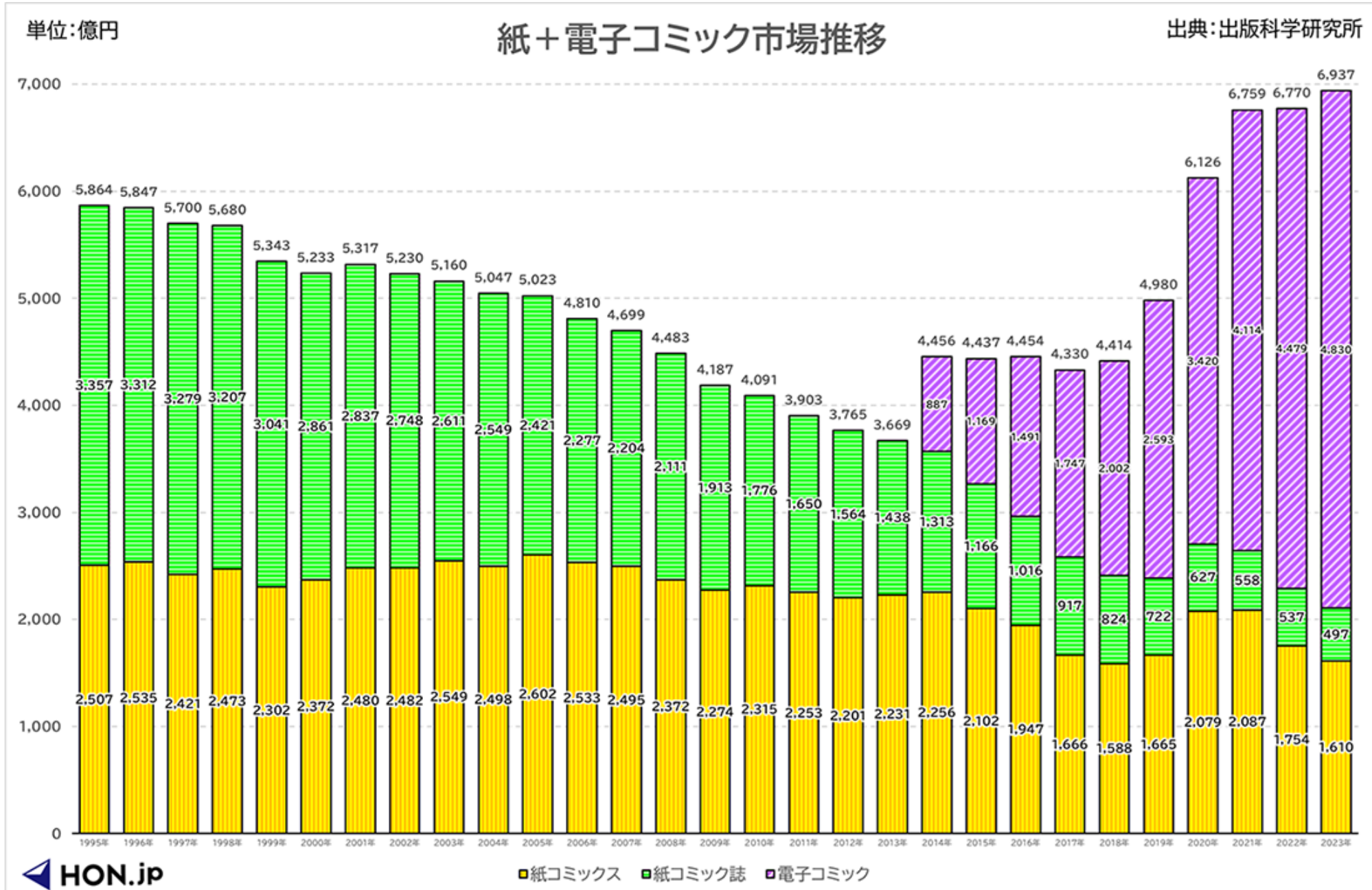
同じシリーズ兄妹本

「裾野広ければ頂き高し」

ちばてつや

# 1.2 本を書いた背景

# 直近約20年の漫画マンガ市場





# 出版大手4社決算

	小学館	集英社	講談社	KADOKAWA
決算期	2024年2月	2023年5月	2023年11月	2024年3月
売上	108,778	209,684	172,002	258,190
コミックス	12,359	31,195	-	42,590
デジタル	45,867	69,810	79,300	-
版權	12,405	74,240	27,700	-
利益	4,867:經常	28,911:税前	17,100:經常	20,236:經常

**集英社**  
版權收入30%

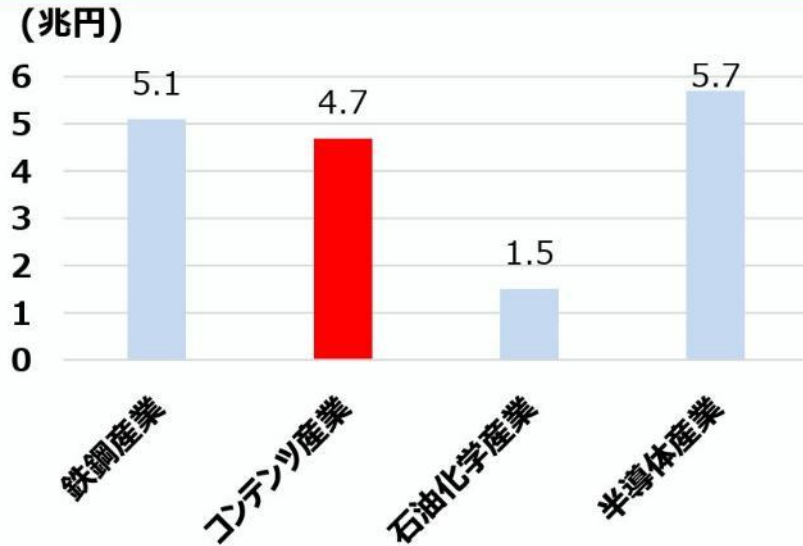
**小学館**  
SHOGAKUKAN  
增收增益

 KODANSHA  
デジタル約半分

 **KADOKAWA**  
營業利益30%増

- **日本発コンテンツの海外売上は4.7兆円と半導体、鉄鋼の輸出額に匹敵する規模であり「基幹産業（「新たなクールジャパン戦略」）」**。国内市場規模も13兆円。
- **政府の戦略としては、「海外売り上げを2033年までに20兆円」**（知財本部決定：本部長内閣総理大臣）。例えばデジタル赤字6兆円を相殺する産業に育てる。
- 継続的にIP（知的財産）が生まれるためには、**クリエイターの育成や利益配分**が重要であり、**原資の確保の観点**からも、**海外市場の獲得**は急務。

## 我が国の産業の海外売上比較



(注) 2022年のデータ（石油化学産業のみ2021年）

経済産業省 商務・サービスグループ 文化創造産業課  
「エンタメ・コンテンツ政策について」より

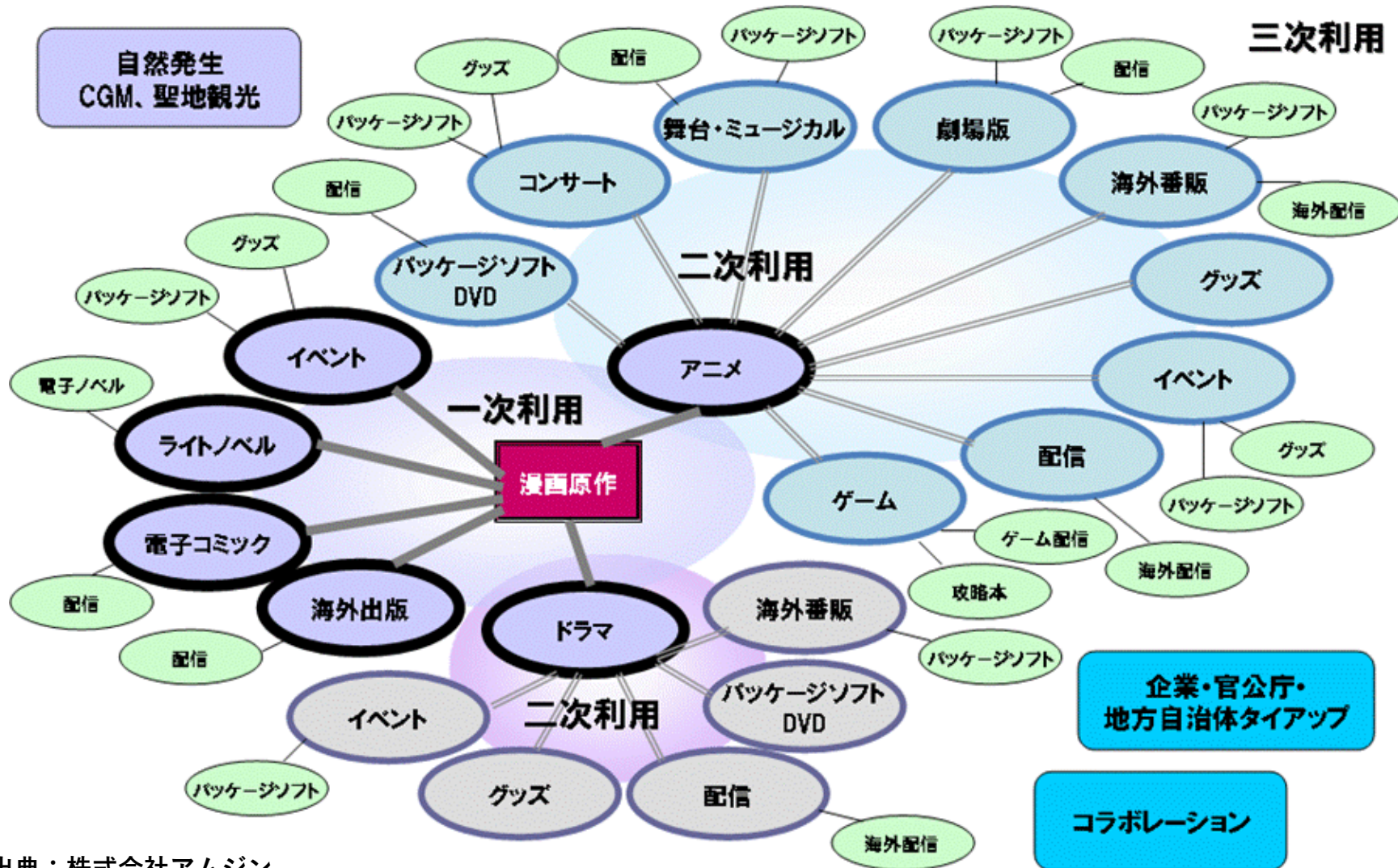
## コンテンツ産業の海外売上の構成



(注) 音楽の海外輸出額はデータがないため掲載していない。

出展：ヒューマンメディア

# マンガの著作権展開は、アニメを主軸に多岐にわたる。

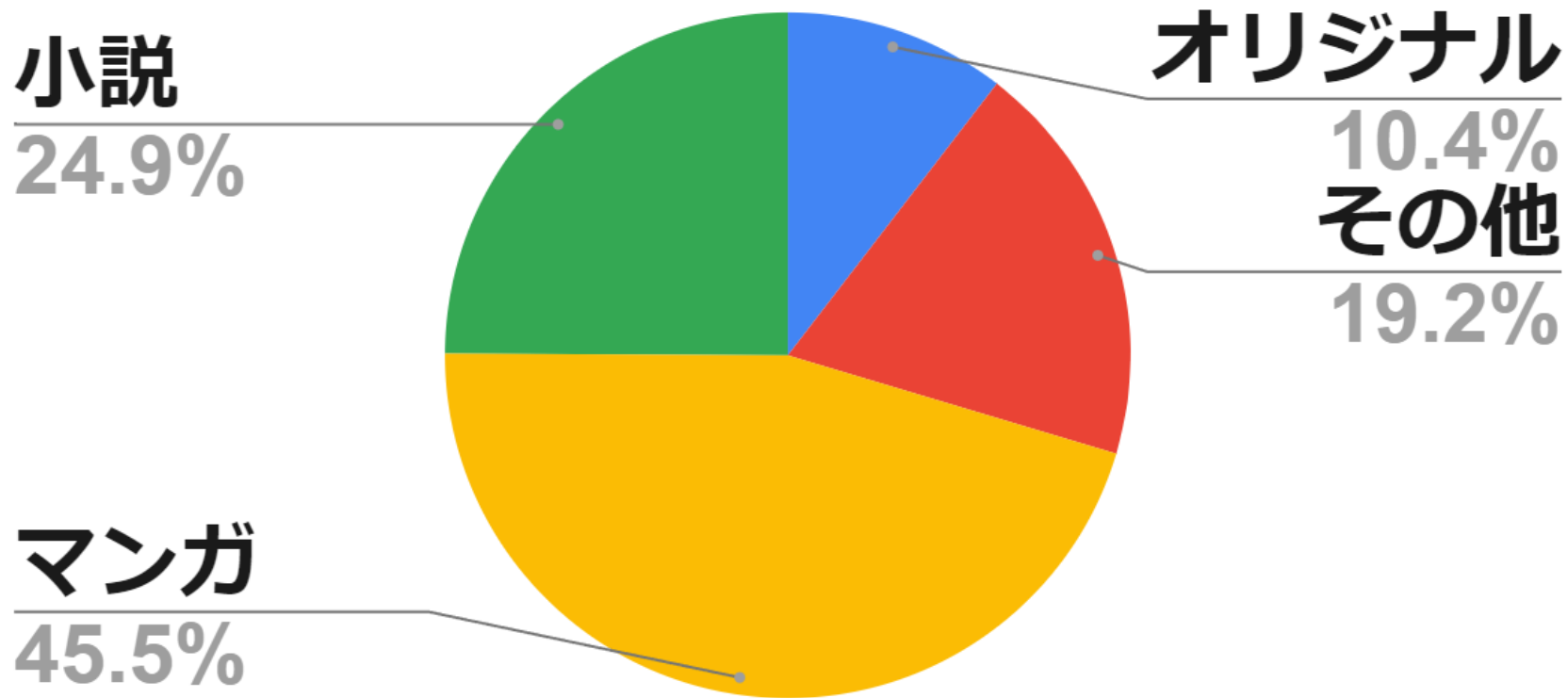


2023年  
アニメ産業  
市場規模  
3兆円強

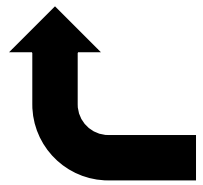
うち海外比率  
50%強

日本動画協会  
アニメ産業レポートより

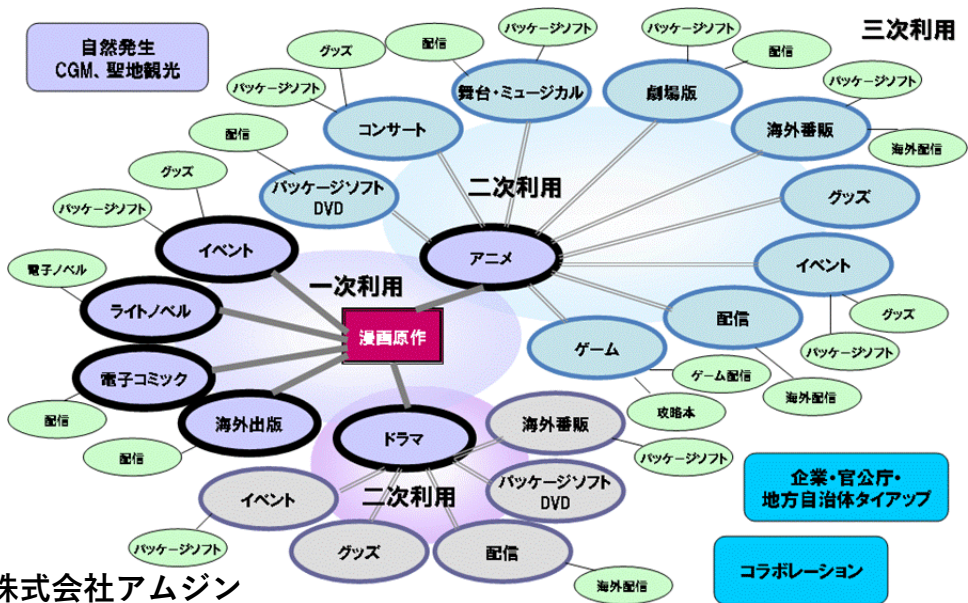
# アニメの原作は、マンガが約半数



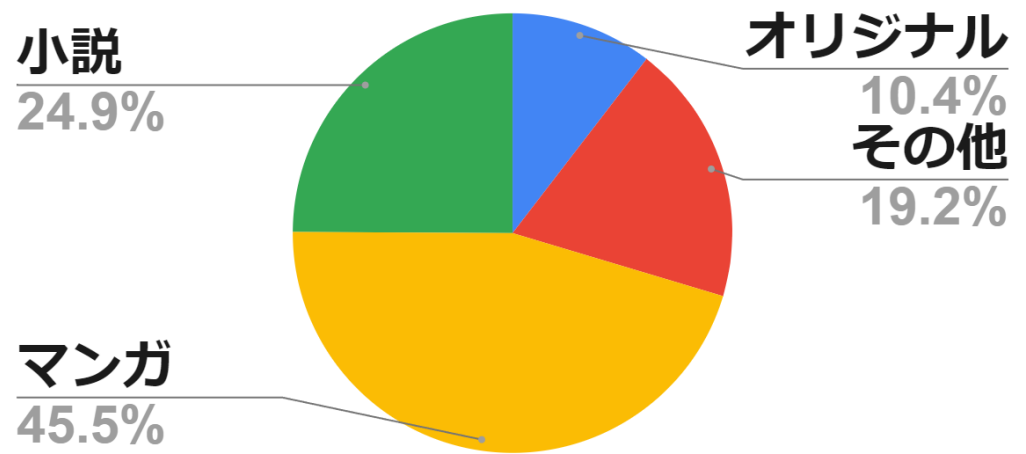
2023年アニメの原作由来（筆者作成）



マザーマシン



出典：株式会社アムジン



2023年アニメの原作由来 (筆者作成)

# マンガは、マザーコンテンツ

# 業界再編と資本の流れ

## 「めちゃコミ」、ブラックストーンが買収へ 帝人が売却

M&Aニュース

+ フォローする

2024年5月31日 20:38 (2024年6月1日 0:04更新) [会員限定記事]

保存

あらA 印刷 送信 印刷 X Facebook 共有

Think! 多様な観点からニュースを考える

天野彬さんの投書



帝人は「めちゃコミック」を運営するインフォコム株を売却する

Reuters

ワールド▼ マーケット▼ 経済▼ ビジネス▼ オピニオン▼ ライフ▼

## (19日配信記事) EXCLUSIVE ソニー、KADOKAWA買収へ協議=関係筋

By Anirban Sen, Sam Nussey

2024年11月20日 午後 5:35 GMT+9・1ヶ月前更新

Aa

共有



11月19日、ソニーがKADOKAWA買収に向け協議をしている。2人の関係者が明らかにした。交渉が成立すれば数週間以内に契約になるという。2023年2月撮影 (2024年 ロイター/Issei Kato)

# 1.3 一番言いたいこと

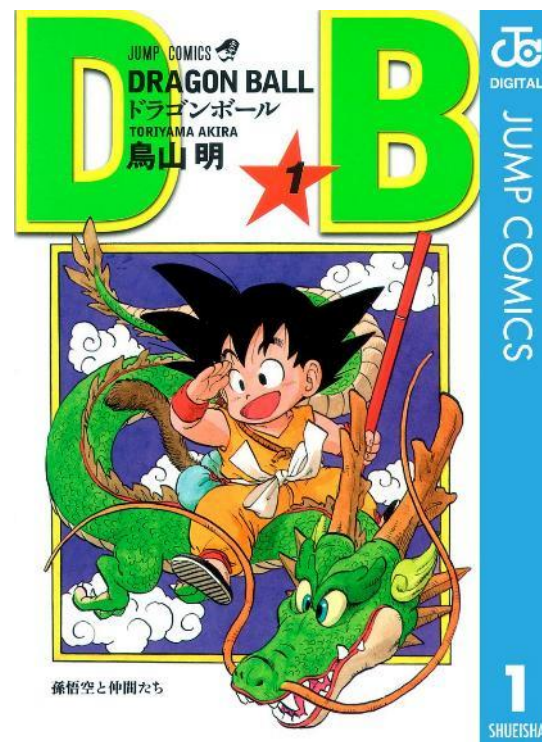


大ヒット作品とは、作家性重視の  
プロダクトアウトである。

ただ、それを作る環境は、経済合  
理性だけではたどりつかない。

なので、どうやって作品が作られ、  
売られているか全部書いてみた。

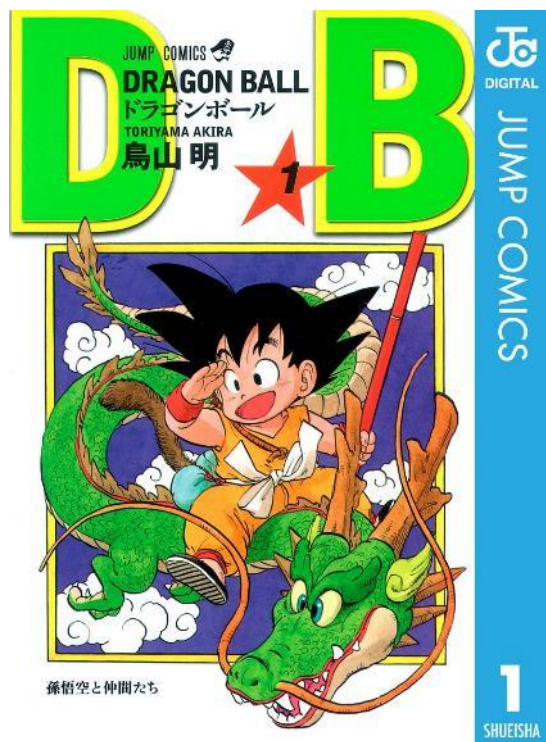
# 大ヒット作品とは



単行本全世界2億6千万部

ゲーム：5000万本

総売上：3兆4千億円超



世界中で吊意



マクロン大統領も吊意

どうやればドラゴンボール作れるの？

わからないけど、  
事実を全部書いてみよう

財務

購買

製造

販売

購買

新人・ベテラン  
漫画家獲得

製造

深淵なる  
漫画編集部業務

販売

紙書籍販売  
電子書籍販売  
ライセンス

プロモーション

# 購買

## 持ち込み



## 投稿(ネット)

# DAYS デイズ ネット NEO



# マンガナビ

## 投稿(漫画賞)



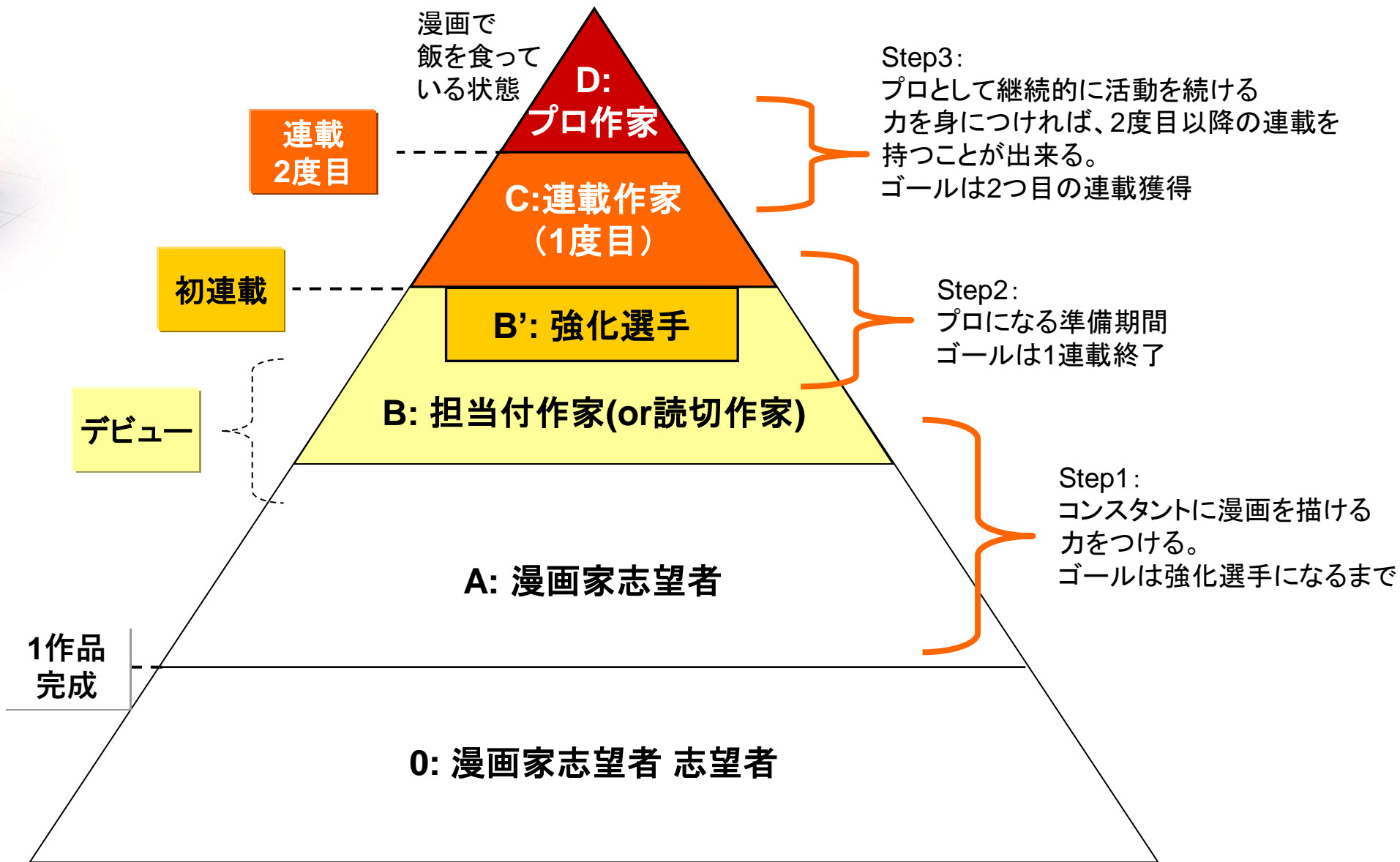
# 購買





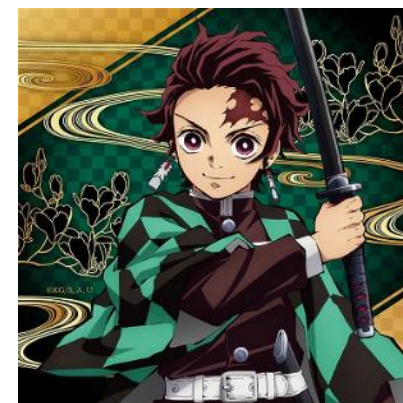
# 製造

## 漫画雑誌 連載作家へ3ステップ



製造

# 週刊少年ジャンプのすごさ



# マンガ業界デジタル進出

ガラケー期  
2000年～2010年



2004.8



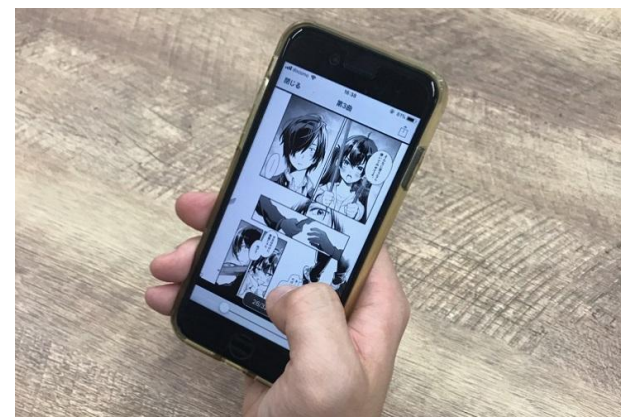
2006.4



2010.12



黒船上陸  
2012年



マンガアプリ始動  
2013年



2013.4



2013.10



2013.12

出版社アプリ始動  
2014年～2015年



2014.9



2014.12



2015.7

後発アプリ  
2016年～



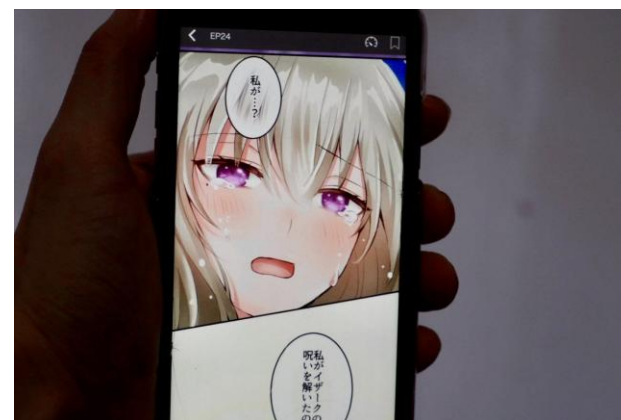
2016.4



2018.3



2018.8



販売

# 紙の雑誌が無くなると思いきや、媒体は増える！？



SQUARE ENIX WEB MAGAZINE  
**ガンガンONLINE**  
オンライン

**カドコミ**  
ORIGINAL

少年ジャンプ+  
+

**マンガワン**

くらげバンチ  
コミック  
**バンチ Kai**

**ヤングチャンWeb**  
YOUNG CHAMPION WEB

**ヤングアニマル** Web

**ピッコミ**

**HAYA** ハヤコミ  
comic

マンガ **BANG**  
コミックス



『普通の恋じゃ、満足できない。』

**urakoi**

echo

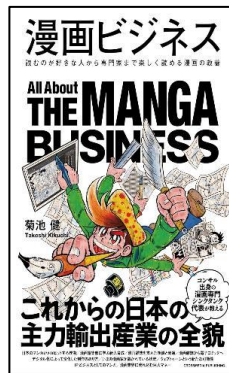
comic  
**ポタージュ**

**TOMO**  
COMICS

comic  
**フローリア**

# ヒットマンガが作られてくる体系

- マーケットイン（インパクト重視）
- プロダクトアウト（耐久性重視）



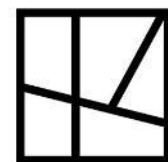
# 上場



# 非上場

小学館  
SHOGAKUKAN

集英社



KODANSHA

50<sup>th</sup> 白泉社

秋田書店  
AKITASHOTEN

新潮社



Futabasha

芳文社  
HOUBUNSHA CO., LTD

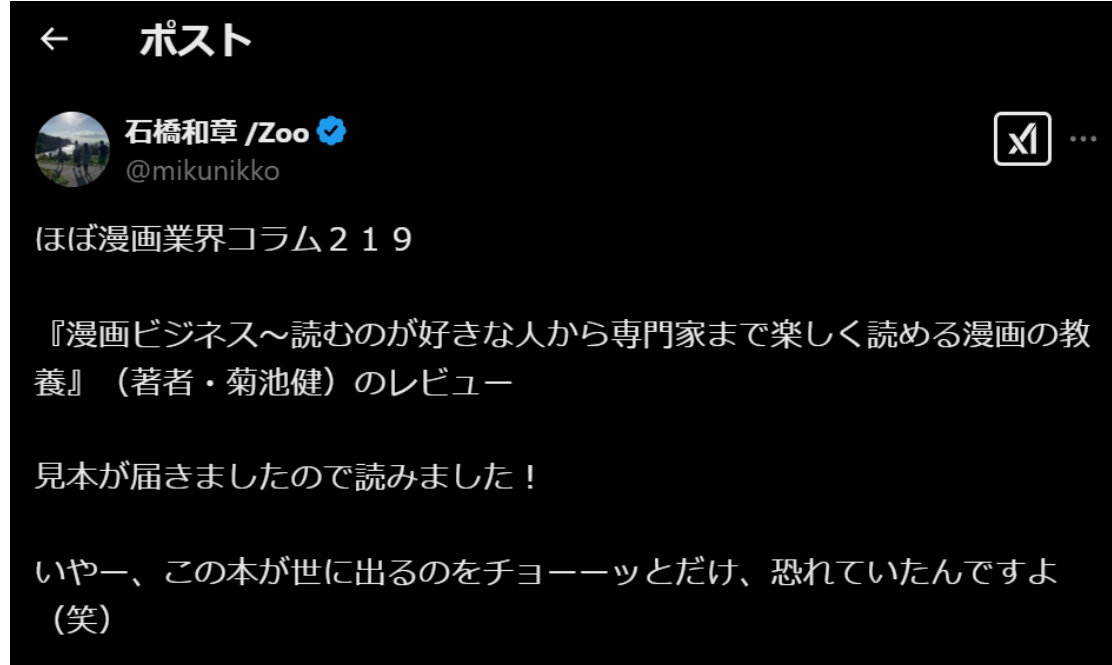
# 結論

裾野の広さを表すためには、  
本一冊分かかりました。

是非お読みください。

また、業界にこれから入る方にお  
すすめください。

# 用例



この本には「不合理ゆえの合理」と表現されていますが、まさに漫画ビジネスとはこの追求に尽きます。

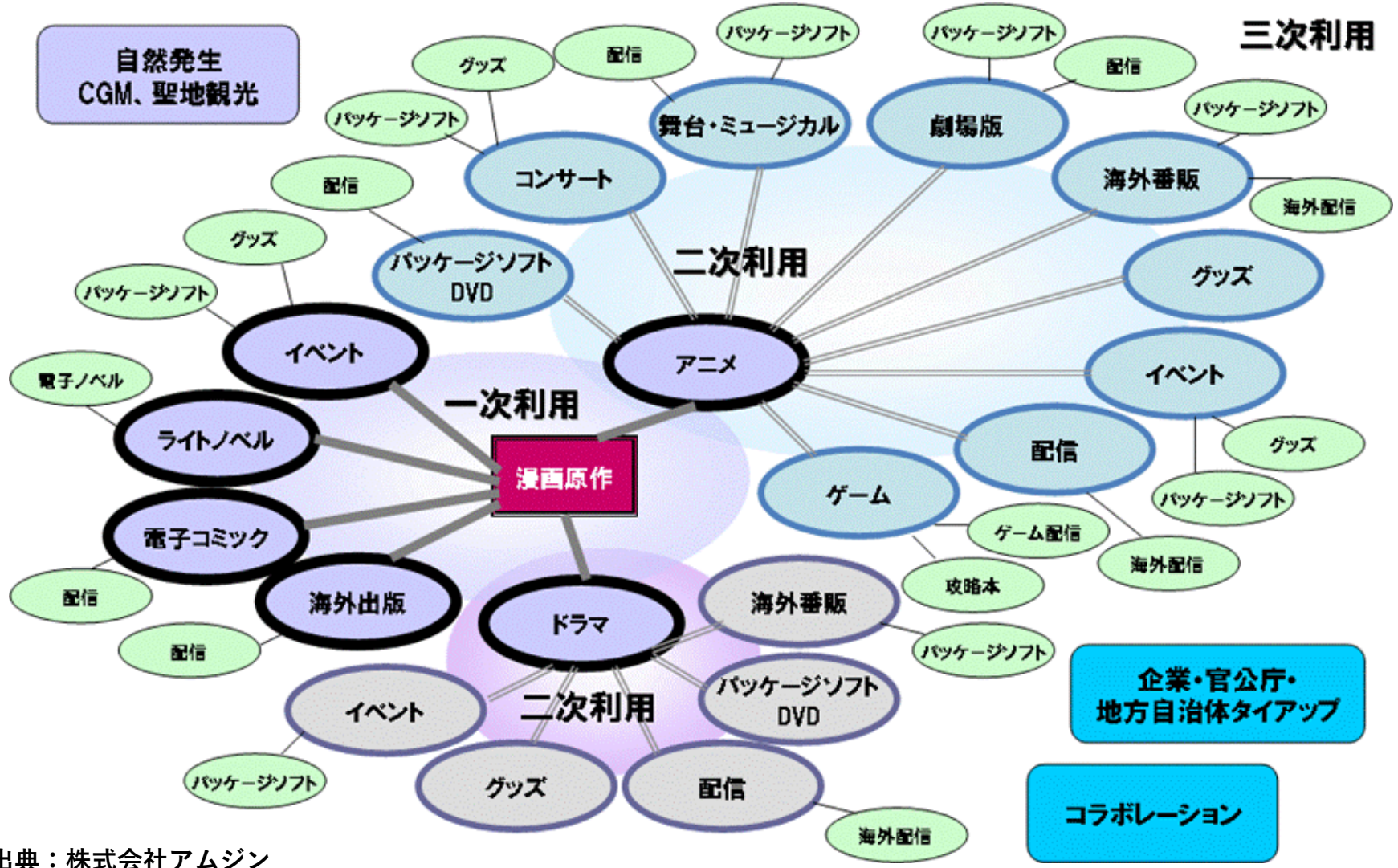
この本を読んで、それでも漫画をこれから本気でビジネスにしたいと思う方は是非、挑戦したらいいと思います。むしろ、参入するなら必ず読むべきです。

あ、その上で、僕の会社とも仕事したいと思ってくれる方は、ぜひお声がけください。多分、話がスムーズに進むと思います（笑）



# 2.1 IP調査の背景

# IPビジネスの具体例



2023年  
アニメ産業  
市場規模  
3兆円強

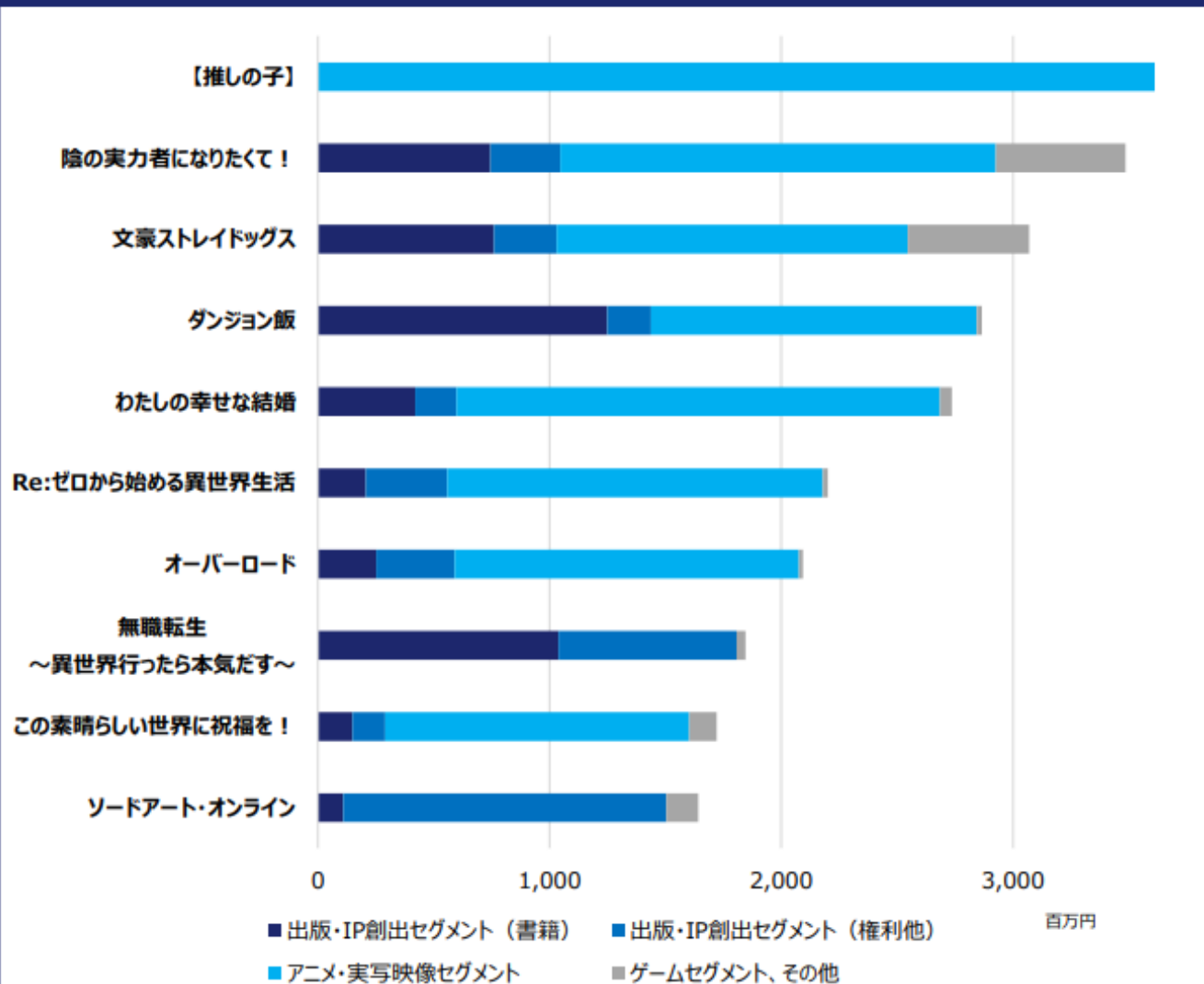
うち海外比率  
50%強

日本動画協会  
アニメ産業レポートより

出典：株式会社アムジン

# 売上上位10タイトルの売上高 (ライセンス収入含む、KADOKAWA単体の上位10タイトルのみ)

2024年3月期



## 出版・IP創出

※発行開始年から直近の新巻に至るまでの全シリーズを対象とする

順位	タイトル名 (シリーズ)	発行開始年
1	無職転生～異世界行ったら本気だす～	2014
2	パンドロぼう	2020
3	ソードアート・オンライン	2009
4	ダンジョン飯	2015
5	陰の実力者になりたくて！	2018
6	文豪ストレイドッグス	2013
7	山田さんとLv999の恋をする	2020
8	とある科学の超電磁砲	2007
9	角川まんが学習シリーズ	2015
10	わたしの幸せな結婚	2019

## アニメ・実写映像

※放映開始年から直近のシリーズ新作に至るまでの全作品を対象とする

順位	タイトル名 (シリーズ)	放映開始年
1	【推しの子】	2023
2	わたしの幸せな結婚	2023
3	陰の実力者になりたくて！	2022
4	Re:ゼロから始める異世界生活	2016
5	文豪ストレイドッグス	2016
6	オーバーロード	2015
7	ダンジョン飯	2023
8	この素晴らしい世界に祝福を！	2016
9	盾の勇者の成り上がり	2019
10	異修羅	2024

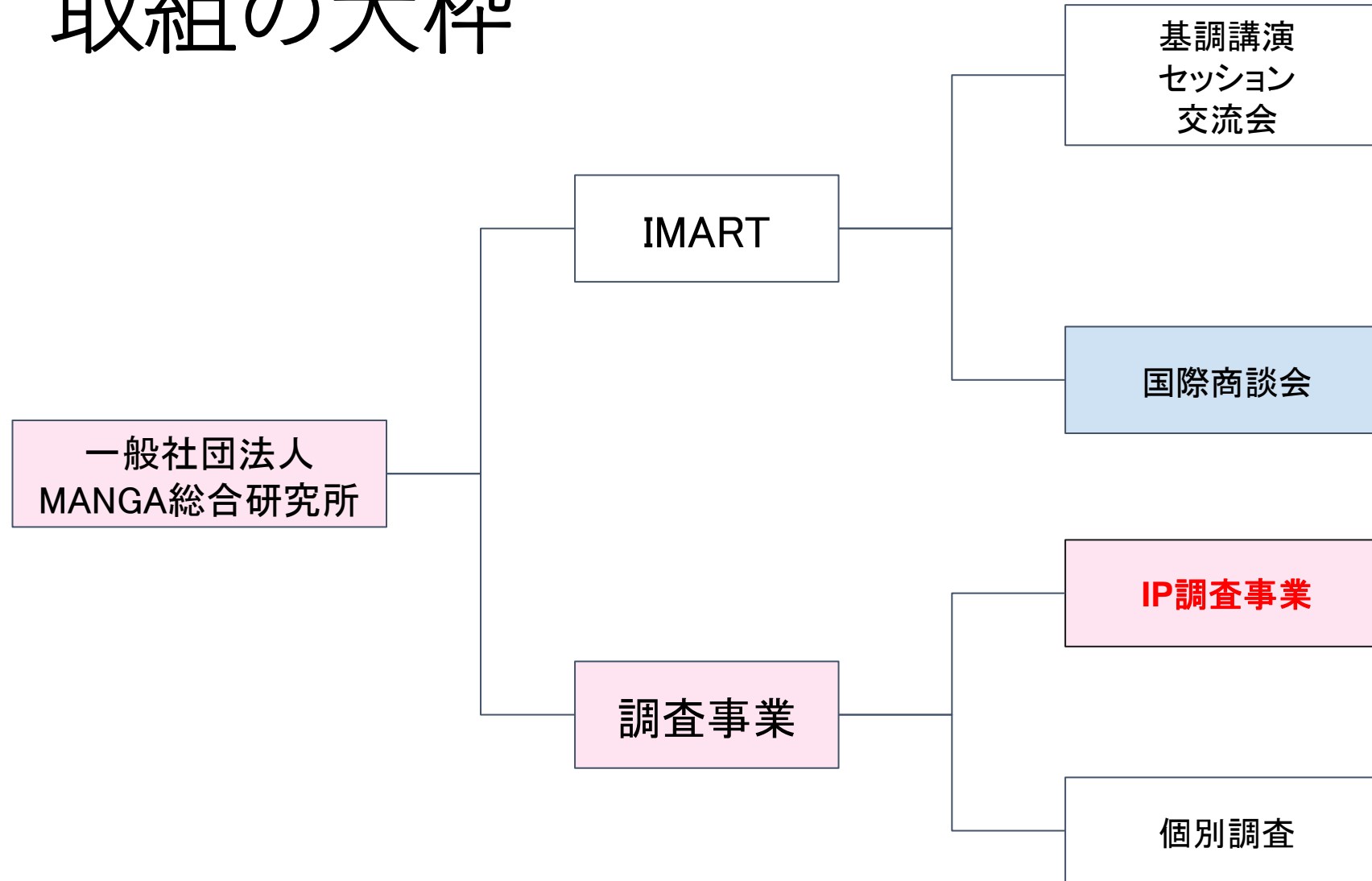
第5回 国際マンガ・アニメ祭  
Reiwa Toshima  
**IMART**  
**2024**  
November.  
12 [Tue] — 15 [Fri]



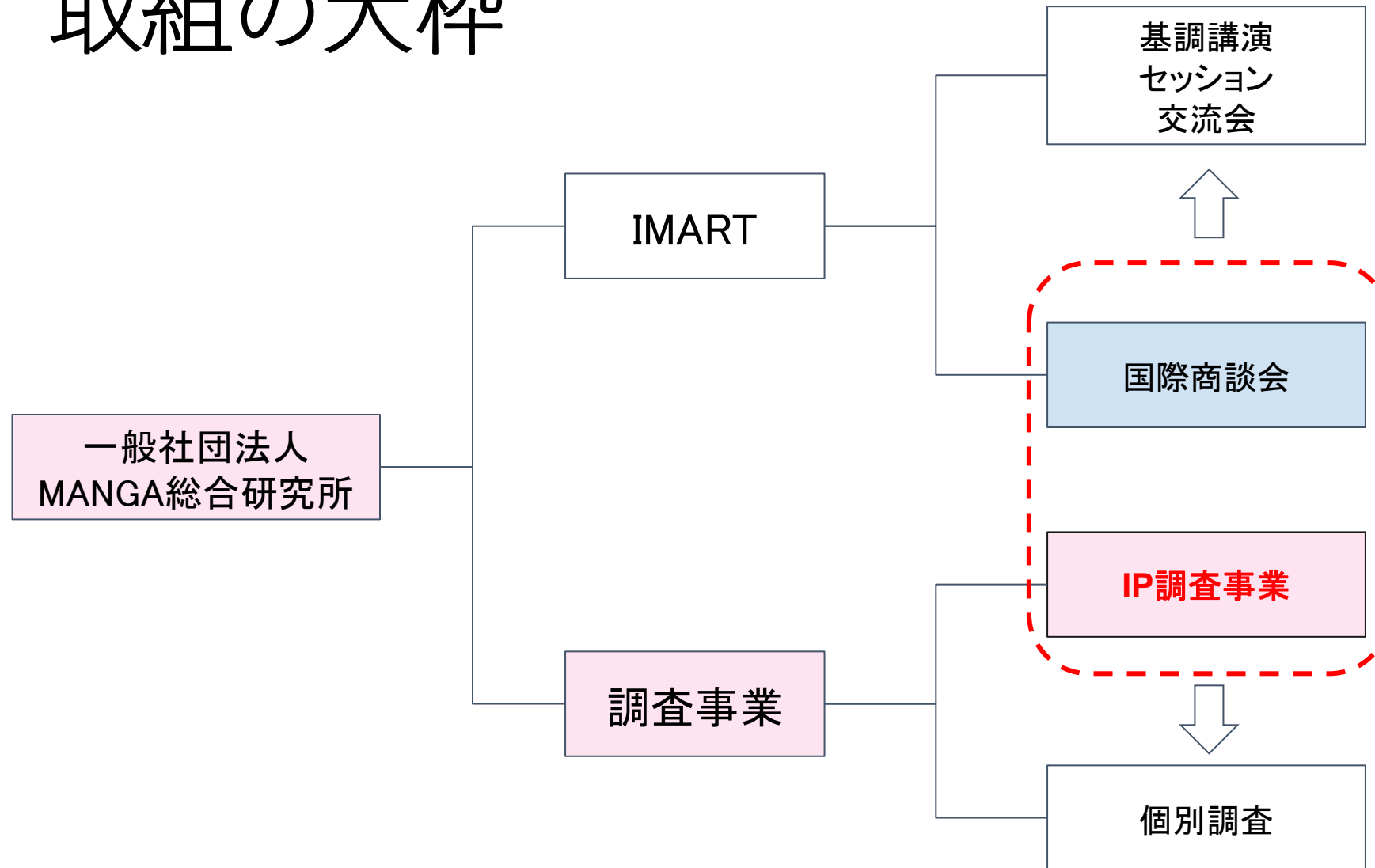
IMART2024 Key Picture Illustrated by Tsuyoshi Takaki



# 取組の大枠



# 取組の大枠



# 第0回調査報告-はじめに

- わが国において、5年ぶりに「クールジャパン戦略」が改定され、コンテンツ産業の海外展開規模を2033年までに現在の4倍以上の20兆円に引き上げるという目標が掲げられるなど、IPの注目度が高まっている。
- IPの市場規模を測る既存調査としては、これまでヒューマンメディア社による『日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース』、一般社団法人日本動画協会による『アニメ産業レポート2023』や、出版科学研究所の『出版指標』などが存在しているが、海外市場部分においては解像度向上の余地があった。また、多くの調査では、特に商品化などの領域で『ポケットモンスター』（以下『ポケモン』）、『スーパーマリオ』（以下『マリオ』）や『ハローキティ』（以下『キティ』）など、非マンガ・アニメ原作のIPが大きな規模を占めており、マンガ・アニメ原作のIP（以下、「マンガ・アニメIP」）のみの内訳を観測したいというニーズがあった。
- さらに、IP個別の分析についても、これまで週刊誌等の特集でそれぞれの市場規模または「経済圏」が特集されることがあったものの、定性的な分析が中心であり、統一的な基準での比較や経年での定量的な評価はあまり実施されてこなかった。
- そのため本分析では、以上のような既存の調査・研究を基礎として、三章に渡りマンガ・アニメIPの市場分析を試みる。第一章「マンガ・アニメIPのグローバル市場規模」では、対象をマンガ・アニメIPに絞った上で国内・海外を統合した、グローバルでの市場規模を算出、特に海外市場の解像度向上を試みた。第二章「IPパワーランキング」では、マンガ・アニメIPを対象に、独自のロジックでそのグローバルな人気を機械的に測定したランキングを発表する。最後に、第三章「個別IP調査」では、『呪術廻戦』『名探偵コナン』など5つのタイトルについて、なるべく統一的な基準で、単年の市場規模を算出した。
- 初回のため荒削りな部分も多いが、マンガ・アニメ業界の方々にとって、本報告が今後のIPの世界展開を考える上での一助となれば幸いである。

# 分析の全体像

	主な取組み
I. マンガ・アニメIPの グローバル市場規模	<ul style="list-style-type: none"><li>・先行研究では、「日本のコンテンツの海外市場規模は4兆6,882億円」(ヒューマンメディア社)</li><li>・「マンガ・アニメIP」について国内・海外市場の合算値を算出</li><li>・特に、海外市場規模の解像度向上を図る</li><li>・『ポケモン』『マリオ』や『キティ』など、キャラクターものの市場規模は除いて算出</li></ul>
II. IPパワーランキング	<ul style="list-style-type: none"><li>・グローバル全体での個々のマンガ・アニメIPの機械的な評価</li><li>・認知度・ファン数・SNS人気・原作人気・収益力という5つの軸から多面的に評価、ランキングを作成</li><li>・総合TOP20及び、部門別TOP20をリスト化</li></ul>
III. 個別IP調査	<ul style="list-style-type: none"><li>・5つのIP『呪術廻戦』『ONE PIECE』『進撃の巨人』『名探偵コナン』(以下『コナン』)『俺だけレベルアップな件』(以下『俺レベ』)については、個別の調査・分析を実施</li><li>・単年ベースのグローバル市場規模を、媒体別の単価×数量を積み上げて算出</li><li>・国別の傾向分析を実施</li></ul>



# マンガ・アニメのIP市場調査

調査：  **MANGA総研**  
Manga, Animation, Novel, Game Association

日本コンテンツのうちマンガ・アニメIPの市場規模は、2022年時点で国内約2.2兆円、海外約1.5兆円の合計3.7兆円超ほどの規模と考えられる。


	国内	海外	合計	備考
マンガ	6,770億円	2,240億円	9,010億円	国内データは出版科学研究所『出版指標』。海外はHM社調査*を参照し、日本の出版物の海外市場3,200億円（2022）の7割と仮定して算出。
映像 （配信・映画・TV・VP）	3,965億円	4,561億円	8,526億円	国内は日本動画協会調査のTV+映画+ビデオ+配信の合計。海外は配信・映画・TV・VPをそれぞれ推計して算出、詳細は後述参照。
ゲーム （モバイル・PC・コンソール）	3,869億円	1,136億円	5,005億円	国内データはHM社調査*にマンガ・アニメIPの占める推定割合を掛けて算出。海外データも同様に計算。詳細は後述参照。
グッズ	6,693億円	5,268億円	1兆1961億円	国内は日本動画協会の数値を引用。海外はGrand View Research 等複数ソースをもとに推計、詳細は後述参照。
その他 （イベント・舞台等）	972億円	1,391億円	2,363億円	国内は日本動画協会の数値を引用。海外はJETRO(GrandViewResearch) 他複数データから全世界の市場規模を算出、詳細は後述参照。
合計	<b>2.23兆円</b>	<b>1.46兆円</b>	<b>3.69兆円</b>	

# 1. マンガ・アニメIPのグローバル市場規模

- 先行研究では、「日本のコンテンツの海外市場規模は4兆6,882億円」  
(ヒューマンメディア社)
- 「マンガ・アニメIP」について国内・海外市場の合算値を算出
- 特に、海外市場規模の解像度向上を図る
- 『ポケモン』『マリオ』や『キティ』など、キャラクターものの市場規模は除いて算出

## II. IPパワーランキング

- グローバル全体での個々のマンガ・アニメIPの機械的な評価
- 認知度・ファン人数・熱量・原作人気・収益性という5つの軸から多面的に評価
- 総合TOP25及び、部門別TOP25をリスト化

順位	Title	総合スコア
1	ONE PIECE	
2	NARUTO-ナルト-	
3	呪術廻戦	

取得軸：

- ① 認知度
- ② ファン数
- ③ SNS人気
- ④ 原作人気
- ⑤ 収益力

# III. 個別IP調査

- 5つのIP『呪術廻戦』『ONE PIECE』『進撃の巨人』『名探偵コナン』（以下『コナン』）『俺だけレベルアップな件』（以下『俺レベ』）については、個別の調査・分析を実施
- 単年ベースのグローバル市場規模を、媒体別の単価×数量を積み上げて算出
- 国別の傾向分析を実施

# 2.2 今後の課題

# IP調査事業今後の課題

- 根本的な話として、判らない情報が多すぎる

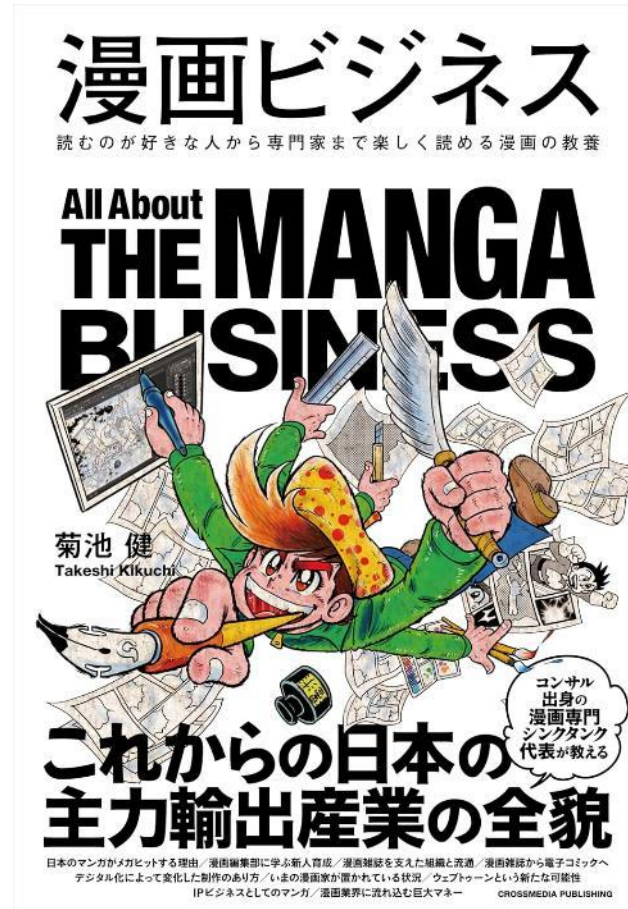
	マンガ	マンガIP
国内	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 紙 ○</li><li>▪ 電子 ○</li><li>▪ 広告 ×</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 一部のみ把握</li></ul>
海外	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 紙 △(米・仏・韓一部のみ)</li><li>▪ 電子 ×</li><li>▪ 広告 ×</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ ごく一部のみ把握</li></ul>

# IP調査事業今後の取組の方向性

テーマ	課題など
既存調査の精査 特に海外各国や私企業調査の把握	海外でも「日本マンガ」「日本IP」という調査は実際それほど行われてはいない
内外に、実際に調査を行う	丹念な調査に手間が伴う 教えてもらえないことも多く考えられる
SNS等のネットから推定調査	方法論の確立が課題
海賊版をどう見極めるか？	人気と実売のGAP把握から市場性を探る

これを毎年何某か行います。ご協力のほどお願いいたします。

# ご視聴、ありがとうございました



End of file