



令和7年度コンテンツ海外展開促進事業(知的財産権侵害対策強化事業)

# 令和7年度 海賊版被害額調査事業 最終報告書

2026.2

PwCコンサルティング合同会社

1. 本調査事業の背景・目的および実施内容	2
2. デジタル海賊版被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	8
2. 広義の被害額	
1. ユーザー起点による推計	15
2. 正規起点による推計	20
3. 狭義の被害額	30
4. 推計結果まとめ	37
5. 2022年被害推計に対する変化分析	39
3. オンライン海賊版グッズ被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	63
2. 被害額推計結果	78
3. 推計結果まとめ	87
4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5. 提言	101

# 1. 本調査事業の背景・目的および実施内容

本調査事業では、世界及び日本のコンテンツ市場規模とその外側で流通する日本コンテンツの海賊版による被害を調査することにより、日本コンテンツの海外展開の拡大の一助とすることを目的とする

## 本調査事業の背景・目的

### ● 本調査事業の背景

- アニメ・マンガ等をはじめとする日本のコンテンツは世界的にも非常に高い評価を受けており、今後一層の国際展開が期待されている。他方で、海外での日本コンテンツに関する権利侵害は深刻な状況となっている
- 特に新型コロナウイルス感染拡大に伴う「巣ごもり需要」の増加に伴い、その被害状況は一層深刻な状況となっている

### ● 本調査事業の目的

- 世界及び日本のコンテンツ市場規模とその外側で流通する日本コンテンツの海賊版による被害を調査することにより、今後の侵害対応のあり方に加え、正規版コンテンツの流通のあり方等を確認し、日本コンテンツの海外展開の拡大の一助とする

## 本調査事業の主要な実施内容

### 1. 海賊版被害額の推計

- 各国アンケート調査：  
主要国における海賊版利用に関する消費者観点でのアンケート調査を実施する
  - 6主要国：日本、アメリカ、フランス、中国、ブラジル、ベトナム（比較可能性を担保するため、前回調査と同様の国を選定）
- 被害額推計：  
上記のアンケート調査結果を踏まえ、「デジタル流通する日本コンテンツの海賊版」および「日本コンテンツのオンライン上の海賊版グッズ」の被害額推計を行う

### 2. 世界のコンテンツ市場規模の推計

- 次の各地域および被害額推計の主要国におけるコンテンツ産業の市場規模および成長率の推計を行う
  - 5地域：アジア太平洋、北米、中南米、欧州、中東・アフリカ
  - 6主要国：日本、アメリカ、フランス、中国、ブラジル、ベトナム

### 3. ワーキング・グループの開催

- 本事業の関連分野に精通した有識者による検討会等を開催し、推計アプローチおよび推計結果に対して意見を招請し、妥当性を検証する

# 1. 本調査事業の背景・目的および実施内容：用語解説

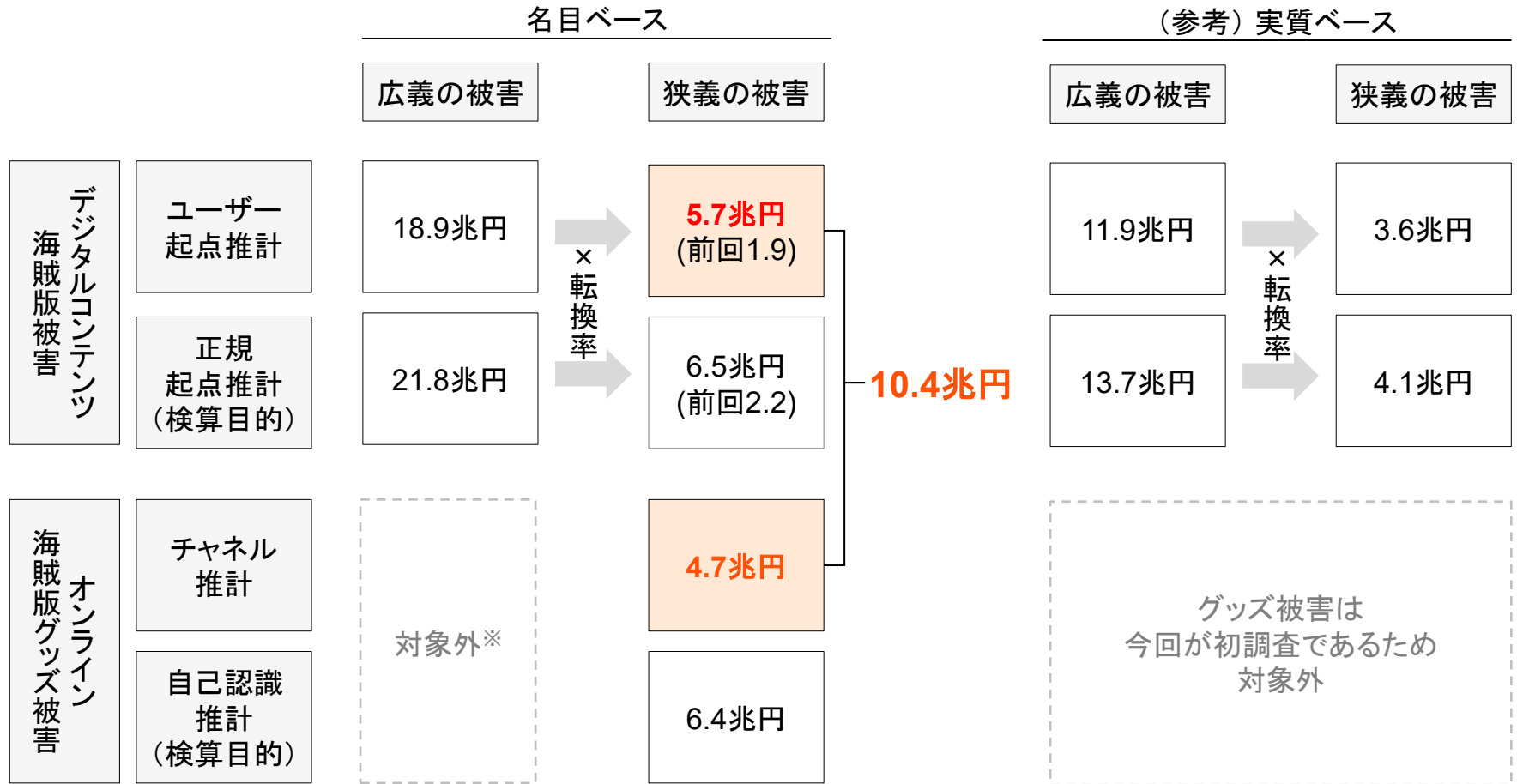
本報告書で使用する用語は、以下のとおり定義する

## 用語の定義

用語	定義
デジタル海賊版被害額	<ul style="list-style-type: none"><li>デジタル上に流通する日本コンテンツ(映像/出版/音楽/ゲームの4分野)の海賊版被害額</li><li>本調査では、海賊版の消費量を正規単価換算した額を「広義の被害」、海賊版により売上を阻害された金額を「狭義の被害」と定義した上で被害額を算出</li></ul>
オンライン海賊版グッズ被害額	<ul style="list-style-type: none"><li>インターネット経由で購入された日本コンテンツに関する海賊版キャラクターグッズの購入被害額</li><li>真正品が存在する模倣品だけでなく、無許諾商品も対象とする</li><li>正規単価ではなく、消費者の支払金額ベースに被害額を算出(デジタル海賊版被害額における「狭義の被害」に該当)。</li></ul>
名目ベースと実質ベースの被害額	<ul style="list-style-type: none"><li>被害額は各国の被害額(現地通貨)を日本円に換算して名目ベースの被害額を算出</li><li>前回調査との比較においては、円為替の変動の影響を避け、海賊版の消費実態の変化を分析するため、GDPのPPPレート(購買力平価)を適用することで実質ベースの被害額も参考値として推計</li></ul>
広義の被害額	<ul style="list-style-type: none"><li>ユーザーに消費されている海賊版コンテンツを正規版単価ベースで集計した総額＝消費額</li></ul>
狭義の被害額	<ul style="list-style-type: none"><li>海賊版流通のせいで本来の権利元に利益が還元されなかったコンテンツの消費総額＝売上阻害額</li><li>「広義の被害額」に下記の「転換率」を乗じて算出</li></ul>
転換率	<ul style="list-style-type: none"><li>アンケートで「無料で流通していなかったとして、お金を払ってでも購入してよい」とする回答の比率</li><li>当該比率を「広義の被害」に乗じることで、「狭義の被害」を算出</li></ul>
ユーザー起点推計	<ul style="list-style-type: none"><li>アンケートの結果を係数化して、想定ユーザ数、消費本数、日本コンテンツ率、海賊版率、単価などから推計</li><li>2022年度調査の「アンケート推計」と同様の推計方法(本年度調査より名称を改訂)</li></ul>
正規起点推計	<ul style="list-style-type: none"><li>正規市場規模を起点とし、アンケート結果から導出される日本コンテンツ率、海賊版率を掛け合わせて推計(検算目的)</li><li>2022年度調査の「トップダウン推計」と同様の推計方法(本年度調査より名称を改訂)</li></ul>

# 1. 本調査事業の背景・目的および実施内容：推計結果の全体像

デジタル海賊版被害額が約5.7兆円、オンライン海賊版グッズ被害額が約4.7兆円、オンライン上の海賊版被害額全体としては約10.4兆円という結果



※今回調査ではアンケート設計上の制約から対象外、次回以降調査を検討

出典：PwC Analysis

PwC

# 1. 本調査事業の背景・目的および実施内容

デジタル海賊版被害額は、前回調査で約1.9兆円であったところ、今回推計では約5.7兆円と約3倍の上振れでの推計結果。オンライン海賊版グッズ被害額は、約4.7兆円という被害結果。

テーマ	デジタル海賊版被害額(サマリー)	オンライン海賊版グッズ被害額(サマリー)
推計の前提	<ul style="list-style-type: none"><li>有効回答のみを抽出するため、アンケート請負企業(GMO社)側および調査チーム側の2段階のデータクレンジングを実施</li><li>有効回答数として、日本243(/499)、中国194(/526)、ベトナム182(/461)、アメリカ205(/440)、フランス188(/487)、ブラジル158(/462)</li><li>消費者アンケートの金額換算に利用した為替レートは、デジタル海賊版の被害額推計に利用した市場規模レポートにおいて利用されていた為替レートに則り、2024年の通年平均レートを採用</li><li>前回調査との比較においては、海賊版の消費実態の変化を分析するため、各国被害額にGDPのPPPLレートを適用することで実質ベースの被害額を推計</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>有効回答のみを抽出するため、アンケート請負企業(GMO社)側および調査チーム側の2段階のデータクレンジングを実施</li><li>有効回答数として、日本314(/328)、中国501(/522)、ベトナム406(/421)、アメリカ413(/428)、フランス380(/393)、ブラジル490(/511)</li><li>消費者アンケートの金額換算に利用した為替レートは、デジタル海賊版の被害額推計に利用した市場規模レポートにおいて利用されていた為替レートに則り、2024年の通年平均レートを採用</li><li>購買力の差異による影響を踏まえ、所得階層別で被害額を推計</li></ul>
推計対象	<ul style="list-style-type: none"><li>推計では、「ユーザー起点」を主としつつ、検算目的として「正規起点」による被害額を推計</li><li>「広義の被害額」と「狭義の被害額」の2項目を推計。「狭義の被害額」は、広義の被害額のうち権利元に利益が還元されなかったコンテンツの総額として算出</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>推計では、「チャネル推計」を主としつつ、検算目的として「自己認識推計」による被害額を推計</li><li>アンケートの設計上、狭義の被害額に限定して被害額を算出</li></ul>
調査対象項目別の推計結果	<ul style="list-style-type: none"><li>世界全体の広義の被害としては、約18.9兆円(ユーザー起点推計)～約21.8兆円(正規起点推計)</li><li>狭義の被害としては、約5.7兆円(ユーザー起点推計)～約6.5兆円(正規起点推計)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>今回調査における対外報告数値である「チャネル推計」については、<b>世界全体の被害額が約4.7兆円という推計結果</b></li></ul>
推計結果の比較	<ul style="list-style-type: none"><li>今回調査における対外報告数値である「狭義の被害」における「ユーザー起点推計」については、<b>前回調査で約1.9兆円であったところ、今回推計では約5.7兆円と、約3倍の上振れでの推計結果</b></li></ul>	—

# 1. 本調査事業の背景・目的および実施内容:ワーキンググループ委員一覧

被害額の変化分析や海賊版グッズ被害額の推計アプローチ等に対してご助言をいただくことを目的に、経済学、法学、IPコンテンツ、消費行動等に関してご知見を有する6名の先生方を、ワーキング・グループ委員として招請

## ワーキング・グループ委員の選定方針

- ワーキング・グループの主たる目的
  - 海賊版被害額の変化分析、海賊版グッズ被害額の推計アプローチ、および各被害額の推計結果に対してご助言を招請
- 委員の選定方針
  - 経済学、法学、インターネット流通、消費行動等に関してご知見を有する方

## ワーキング・グループ委員としてご参加いただいた有識者(五十音順)

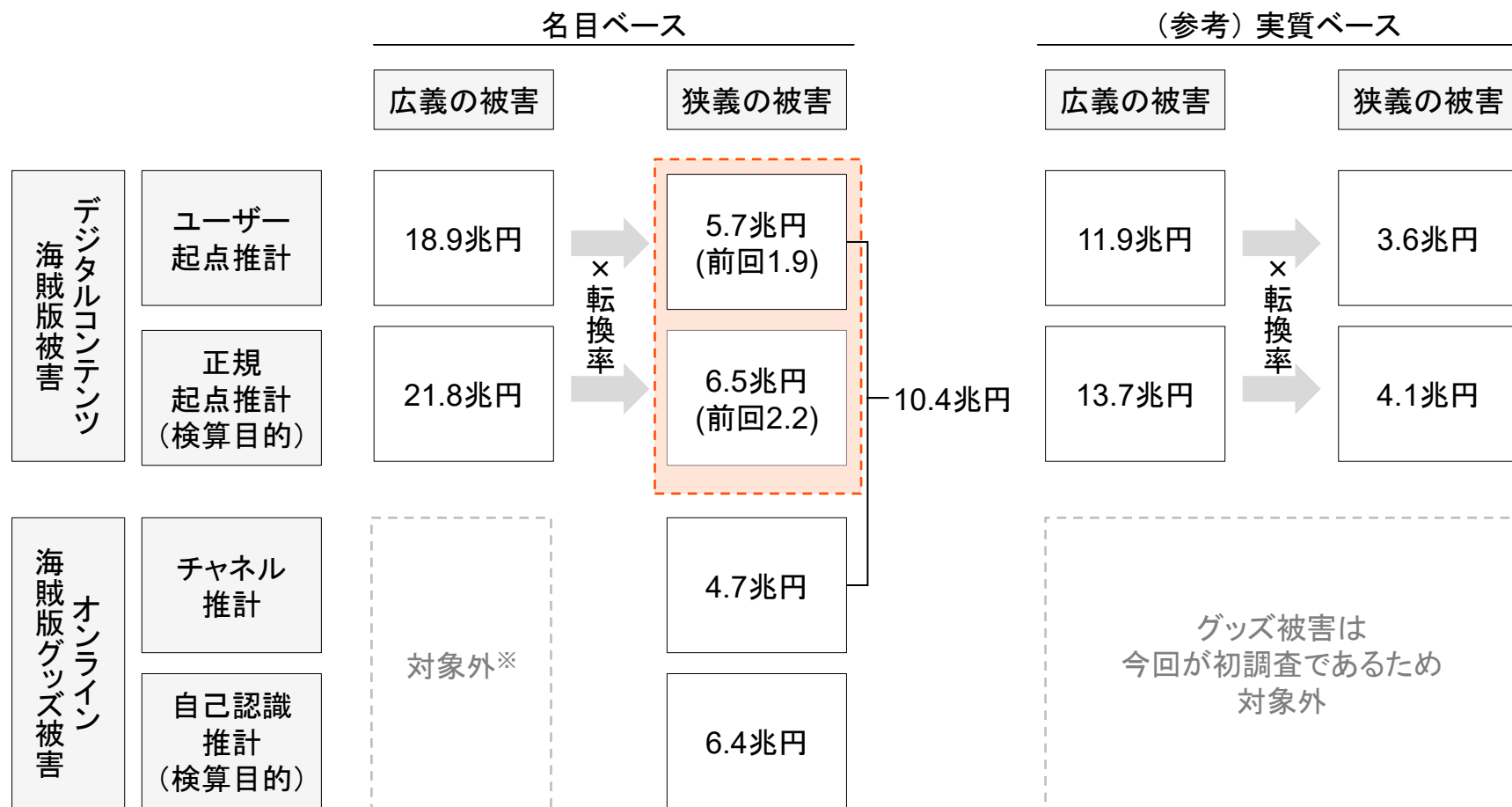
氏名(敬称略)	ご所属
椎名 ゆかり (しいな ゆかり)	文化庁参事官(芸術文化担当)付 芸術文化調査官(メディア芸術担当)
岡崎 高之 (おかざき たかゆき)	株式会社バンダイ法務・知的財産部 マネージャー
田中 辰雄 (たなか たつお)	横浜商科大学商学部 教授
張 睿暎 (ちゃん いえよん)	獨協大学法学部 教授
前田 健 (まえだ たけし)	東京大学大学院法学政治学研究科 教授
渡邊 恵理子 (わたなべ えりこ)	電気通信大学情報理工学研究科 教授

1.	本調査事業の背景・目的および実施内容	3
2.	デジタル海賊版被害額	
1.	被害額の定義と推計アプローチ	8
2.	広義の被害額	
1.	ユーザー起点による推計	15
2.	正規起点による推計	20
3.	狭義の被害額	30
4.	推計結果まとめ	37
5.	2022年被害推計に対する変化分析	39
3.	オンライン海賊版グッズ被害額	
1.	被害額の定義と推計アプローチ	63
2.	被害額推計結果	78
3.	推計結果まとめ	87
4.	世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5.	提言	101

## 2. デジタル海賊版被害額

### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

デジタル海賊版の「広義の被害額」は18.9兆円～21.8兆円、「狭義の被害額」は5.7兆円～6.5兆円  
また、オンライン海賊版グッズの被害額としては4.7兆円～6.4兆円



※今回調査ではアンケート設計上の制約から対象外、次回以降調査を検討

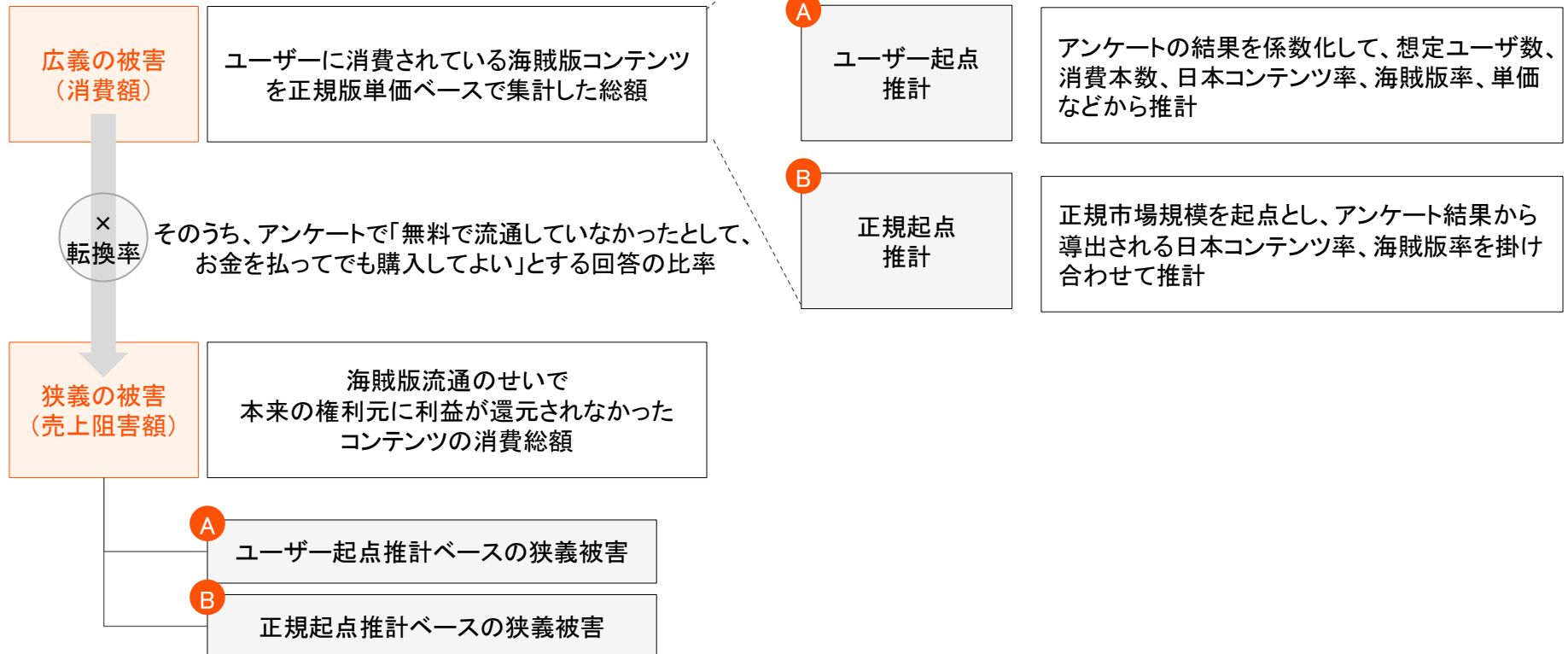
## 2. デジタル海賊版被害額

### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

海賊版消費量を正規単価換算した額を広義の被害とし、海賊版により売上を阻害した金額を狭義の被害と定義  
広義の被害については、ユーザー起点と正規市場規模起点の2つのアプローチで推計を実施

最終的に推計を目指す「被害額」の定義

試算のアプローチ



## 2. デジタル海賊版被害額

### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

世界全体ベースでの推計結果として、前回調査対比で約3倍で上振れ(約5.7兆円)と、世界的な被害の増加が伺われる。

テーマ	サマリ
推計対象	<ul style="list-style-type: none"><li>デジタル海賊版被害額推計では、「広義の被害額」と「狭義の被害額」の2項目を推計</li></ul>
推計の前提	<ul style="list-style-type: none"><li>有効回答のみを抽出するため、アンケート請負企業(GMO社)側および調査チーム側の2段階のデータクレンジングを実施</li><li>有効回答数として、日本243(/499)、中国194(/526)、ベトナム182(/461)、アメリカ205(/440)、フランス188(/487)、ブラジル158(/462)</li><li>消費者アンケートの金額換算に利用した為替レートは、デジタル海賊版の被害額推計に利用した市場規模レポートにおいて利用されていた為替レートに則り、2024年の通年平均レートを採用</li><li>前回調査との比較においては、海賊版の消費実態の変化を分析するため、各国被害額にGDPのPPPレートを適用することで実質ベースの被害額を推計</li></ul>
調査対象項目別の推計結果	<ul style="list-style-type: none"><li>世界全体の広義の被害としては、約18.9兆円(ユーザー起点推計)～約21.8兆円(正規起点推計)</li><li>狭義の被害としては、約5.7兆円(ユーザー起点推計)～約6.5兆円(正規起点推計)</li></ul>
推計結果の比較	<ul style="list-style-type: none"><li>広義の被害額ベースでの前回の2022年調査との比較では、ユーザー起点推計で290%、正規市場起点推計で277%と、ともに上振れでの推計結果</li><li>今回調査における対外報告数値である「狭義の被害」における「ユーザー起点推計」については、前回調査で約1.9兆円であったところ、今回推計では約5.7兆円と、約3倍の上振れでの推計結果</li></ul>
2022年の被害規模に対する変化の考察	<ul style="list-style-type: none"><li>一人あたり海賊版消費本数は減少したが、為替・物価等の変動や、海賊版利用者数やネット接続人口の増加、日本発コンテンツの世界的な浸透の加速等により被害額が増加</li><li>また、間接的な要因としては、大きくは以下の2点が想定される<ul style="list-style-type: none"><li>日本を除く調査対象国において「エンタメ消費にあてる余暇時間」が、2021年頃と比較し約半数が増加していることから、海賊版へのアクセス機会の増加に影響を与えていると史料</li><li>「SNS経由」での無許諾コンテンツへの誘導機会について、約5割が増加したと回答していることから、海賊版へのアクセス機会の増加に影響を与えていると史料</li></ul></li></ul>

## 2. デジタル海賊版被害額

### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

主にユーザー起点推計を目的として実施したアンケートの概要は下記の通り

#### アンケート実査概要

観点	実施内容
対象国	・日本・中国・ベトナム・フランス・アメリカ・ブラジル(計6カ国)
対象者	・年齢層: 15歳～99歳 ・性別: 不問 ・直近1年間でコンテンツのデジタル消費を行った方
サンプル割付条件	・下記の年齢区分ごとに、各60サンプル - 15-18歳 - 19-22歳 - 23-29歳 - 30-39歳 - 40-49歳 - 50-59歳 - 60歳以上
回収期間	・10/10～10/27

#### アンケート回収結果

対象国	回収目標数	回収実績数
日本	420ss	499ss
中国	420ss	526ss
ベトナム	420ss	461ss
フランス	420ss	487ss
アメリカ	420ss	440ss
ブラジル	420ss	462ss

## 2. デジタル海賊版被害額

### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

アンケート委託会社側での明らかな無効解答の除外に加え、調査チームでは月間消費本数/月間消費金額について、データクレンジングを実施

#### 回収実績数

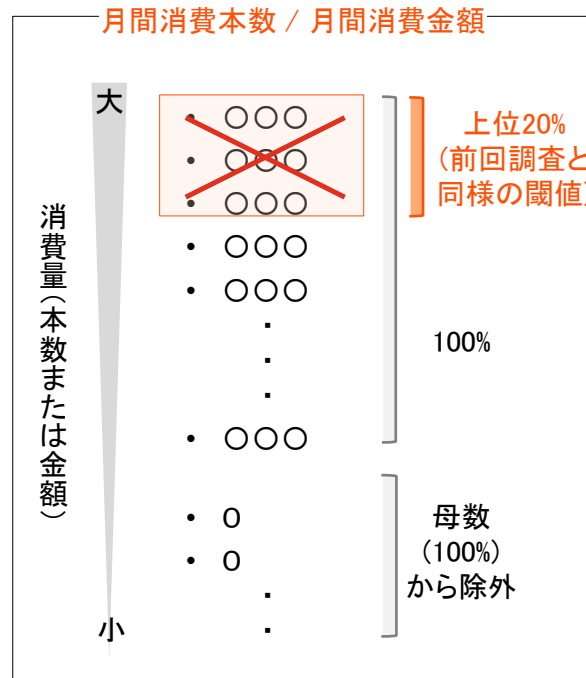
- 前述の回収実績数は、アンケート委託会社側での明らかな無効解答を除外後の数値

対象国	回収実績数
日本	499ss
中国	526ss
ベトナム	461ss
フランス	487ss
アメリカ	440ss
ブラジル	462ss

明らかな無効解答は除外済の数値

#### 調査チームでのデータクレンジング

- 月間消費本数/月間消費金額については、80パーセントを超える本数/金額を消費している回答者は除外



#### 有効回答数

- 有効回答数としては、各国は160~240サンプル

対象国	有効回答数
日本	243ss
中国	194ss
ベトナム	182ss
フランス	188ss
アメリカ	205ss
ブラジル	158ss

## 2. デジタル海賊版被害額

### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

為替レートは対象国全てにおいて大幅に変動しており、前回との変化分析においては、被害額推計への影響を排除する必要があると思料

為替レートの変化

対象国	前回調査*1	今回調査*2	変化(%)
日本	1円	1円	0%
中国	16.73円	20.72円	+23.8%
ベトナム	0.0048円	0.0064円	+34.3%
フランス	128.39円	162.45円	+26.5%
アメリカ	108.80円	150.58円	+38.4%
ブラジル	20.37円	28.2円	+38.4%

影響排除の  
考え方

前回調査時の為替レートを適用する

出典: \*1 2021年の年間平均為替レート

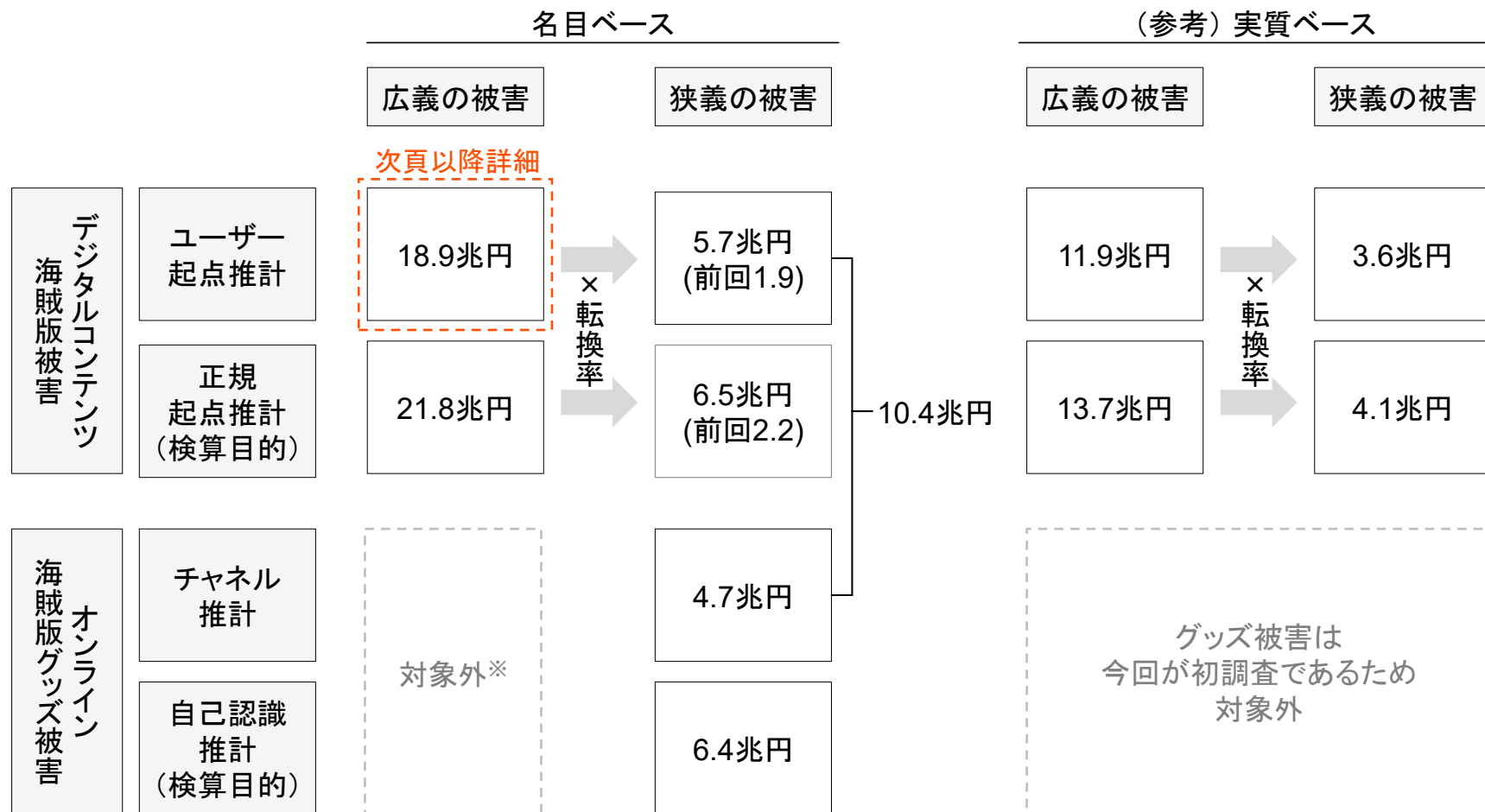
\*2 2024年の年間平均為替レート

1. 本調査事業の背景・目的および実施内容	3
2. デジタル海賊版被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	8
2. 広義の被害額	
1. ユーザー起点による推計	15
2. 正規起点による推計	20
3. 狭義の被害額	30
4. 推計結果まとめ	37
5. 2022年被害推計に対する変化分析	39
3. オンライン海賊版グッズ被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	63
2. 被害額推計結果	78
3. 推計結果まとめ	87
4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5. 提言	101

## 2. デジタル海賊版被害額

### －2. 広義の被害額：1. ユーザー起点による推計

次頁以降、「名目ベース×広義」のデジタル海賊版被害(ユーザー起点推計)について説明



※今回調査ではアンケート設計上の制約から対象外、次回以降調査を検討

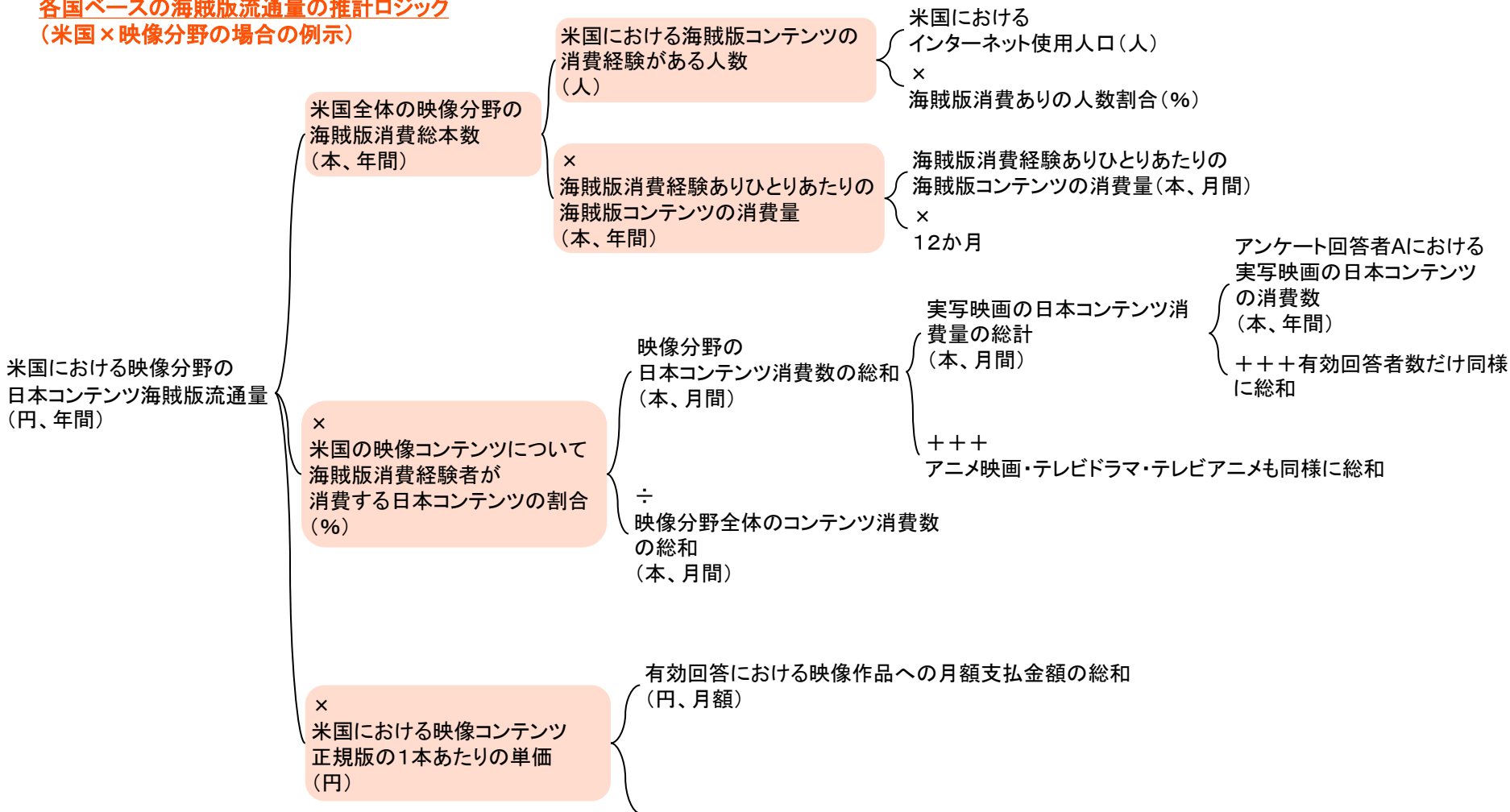
## 2. デジタル海賊版被害額

### -2. 広義の被害額：1. ユーザー起点による推計



対象各国の推計アプローチとしては、各国単位に取得した「海賊版コンテンツ消費経験がある人数」×「海賊版消費経験ありひとりあたりの海賊版コンテンツの消費量」×「日本コンテンツ率」×「1本あたり単価」により推計

#### 各国ベースの海賊版流通量の推計ロジック (米国×映像分野の場合の例示)

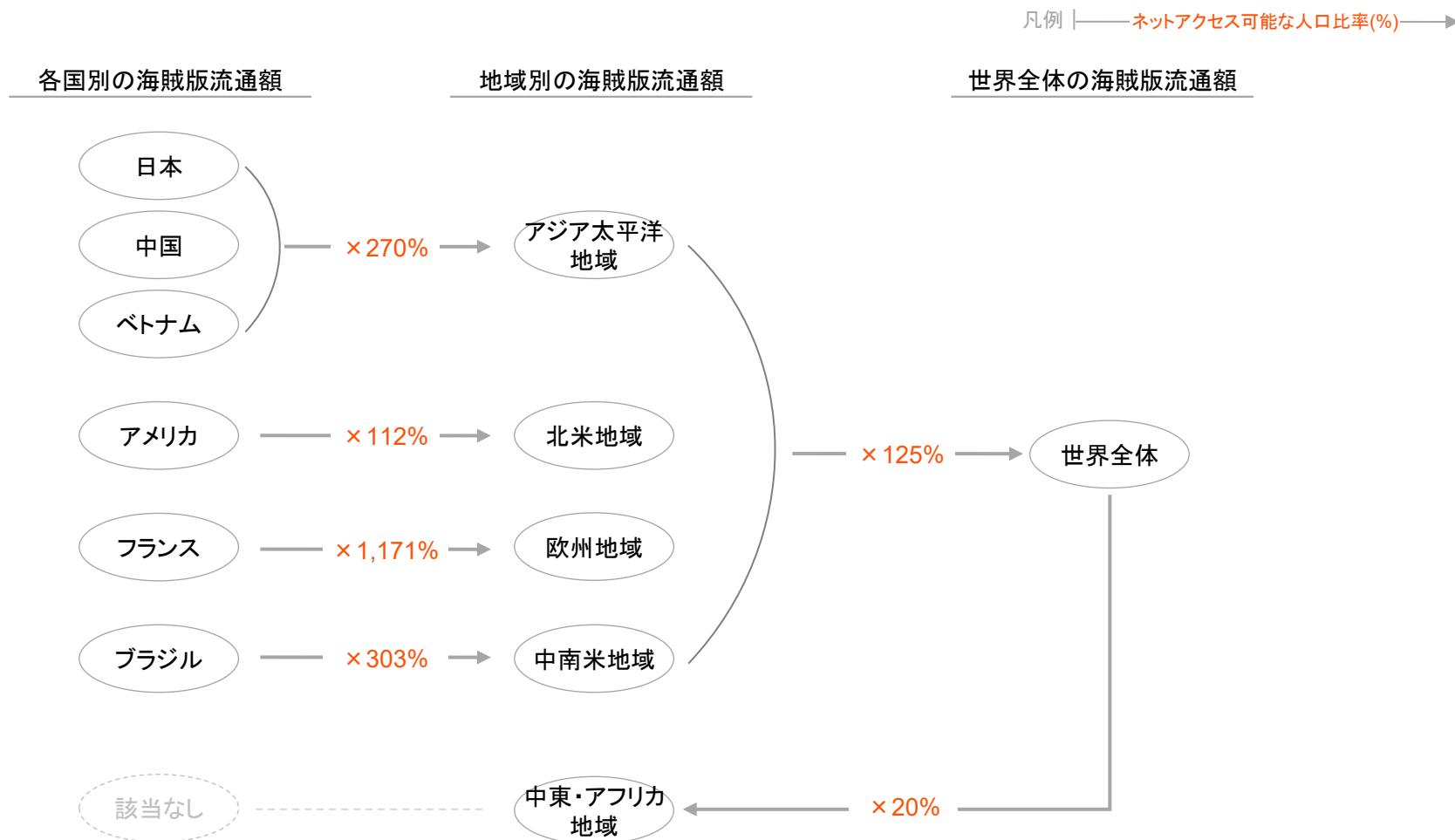


## 2. デジタル海賊版被害額

### －2. 広義の被害額：1. ユーザー起点による推計



各地域・世界全体の海賊版流通額は、対象6ヶ国の推計結果から、各国が紐づく地域に対する人口比率(インターネット接続可能人口)に基づき推計



出典: United Nations "World Population Prospects 2025", Our World in Data

脚注: 人口比率は「デジタルコンテンツへのアクセスが可能な生産年齢人口」をベースとし推計(該当国/該当エリアそれぞれの「生産年齢人口 × インターネット使用率」により算出)

## 2. デジタル海賊版被害額

### －2. 広義の被害額：1. ユーザー起点による推計



ユーザー起点推計による広義の被害額(名目)は、世界全体ベースで、映像約8.4兆円、出版約8兆円、音楽約9,500億円、ゲーム約1.3兆円の、総計約18.9兆円の推計結果

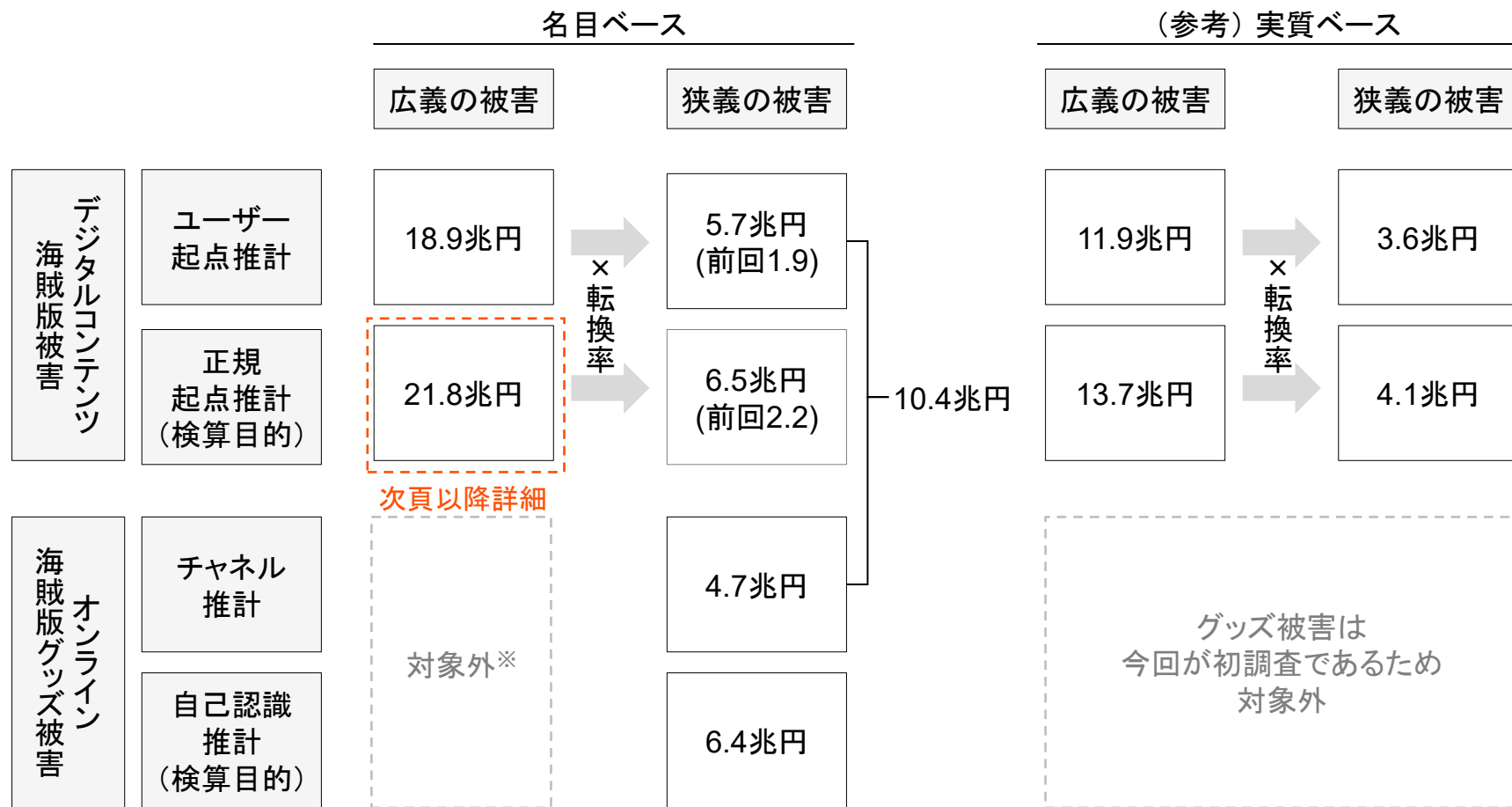
名目		実質	世界												
ユーザー起点推計			アジア太平洋			欧州			北米		中南米			中東・アフリカ	
Lv.1	Lv.2	Lv.3	単位	日本	中国	ベトナム	フランス	アメリカ	ブラジル	その他	その他	その他	その他	その他	
広義の被害額	4分野	合計	十億円	18,913.5	7,703.8	146.9	2,450.6	250.9	2,537.6	216.8	2,640.0	2,364.4	2,276.7	752.1	3,755.4
映像			十億円	8,494.5	2,973.1	110.8	893.7	94.8	1,117.4	95.4	1,390.1	1,244.9	1,327.2	438.4	1,686.6
		エリア全体の海賊版消費総本数	百万本、年間	N/D	N/D	716	27488	1950	N/D	1161	N/D	5981	N/D	5832	N/D
		日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	79%	17%	29%	N/D	18%	N/D	25%	N/D	32%	N/D
		1本あたり単価	円	N/D	N/D	196	188	167	N/D	456	N/D	833	N/D	233	N/D
出版			十億円	8,069.1	3,149.1	13.9	1,028.0	122.5	1,358.8	116.1	1,156.3	1,035.5	802.7	265.2	1,602.2
		エリア全体の海賊版消費総本数	百万本、年間	N/D	N/D	180	19570	1320	N/D	368	N/D	3031	N/D	4096	N/D
		日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	91%	31%	37%	N/D	35%	N/D	31%	N/D	27%	N/D
		1本あたり単価	円	N/D	N/D	85	170	250	N/D	913	N/D	1088	N/D	236	N/D
音楽			十億円	951.5	633.3	16.8	197.0	20.4	15.1	1.3	39.4	35.3	74.8	24.7	188.9
		エリア全体の海賊版消費総本数	百万本、年間	N/D	N/D	1642	34833	1468	N/D	1427	N/D	13807	N/D	10802	N/D
		日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	74%	19%	17%	N/D	2%	N/D	4%	N/D	9%	N/D
		1本あたり単価	円	N/D	N/D	14	30	81	N/D	49	N/D	68	N/D	26	N/D
ゲーム			十億円	1398.5	948.2	5.4	332.0	13.2	46.3	4.0	54.3	48.6	72.0	23.8	277.7
		エリア全体の海賊版消費総本数	百万本、年間	N/D	N/D	29	4133	176	N/D	64	N/D	817	N/D	824	N/D
		日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	59%	16%	26%	N/D	13%	N/D	12%	N/D	11%	N/D
		1本あたり単価	円	N/D	N/D	315	509	286	N/D	483	N/D	483	N/D	260	N/D

1. 本調査事業の背景・目的および実施内容	3
2. デジタル海賊版被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	8
2. 広義の被害額	
1. ユーザー起点による推計	15
2. 正規起点による推計	20
3. 狭義の被害額	30
4. 推計結果まとめ	37
5. 2022年被害推計に対する変化分析	39
3. オンライン海賊版グッズ被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	63
2. 被害額推計結果	78
3. 推計結果まとめ	87
4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5. 提言	101

## 2. デジタル海賊版被害額

### －2. 広義の被害額：2. 正規起点による推計

次頁以降、「名目ベース×広義」のデジタル海賊版被害(正規起点推計)について説明



※今回調査ではアンケート設計上の制約から対象外、次回以降調査を検討

## 2. デジタル海賊版被害額

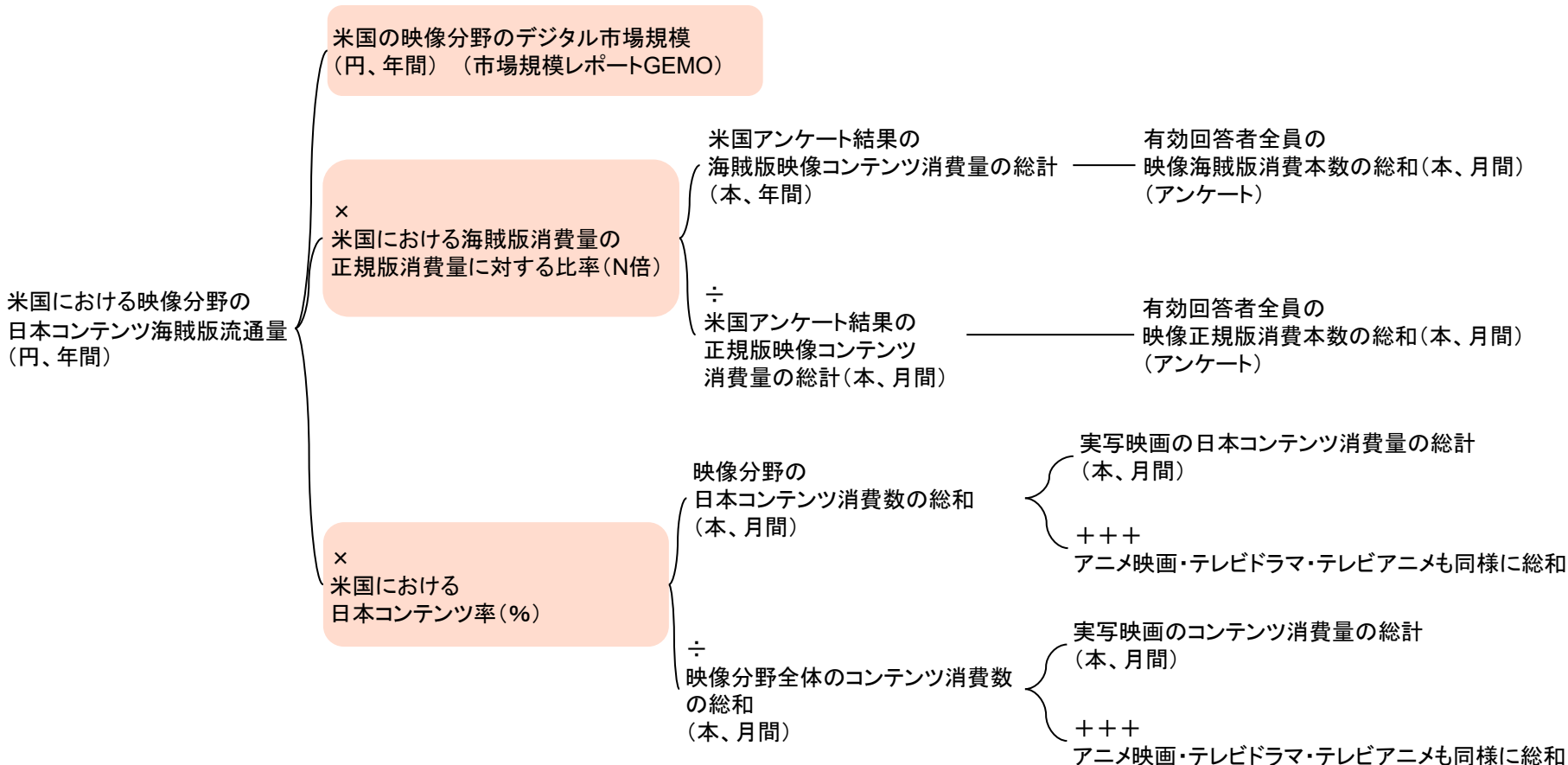
### －2. 広義の被害額：2. 正規起点による推計



対象各国の推計アプローチとしては、各国・各分野別で「正規市場規模」×「正規版消費量に対する海賊版消費量の比率」×「日本コンテンツ率」により推計

#### 各国ベースの海賊版流通量の推計ロジック

(米国×映像分野の場合の例示)



出典:PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害額

### －2. 広義の被害額：2. 正規起点による推計



正規起点推計に利用する各国別のコンテンツ市場規模としては、GEMOレポート(Global Entertainment & Media Outlook)において報告されている2024年ベースの市場規模のうちデジタル流通に関する市場規模のデータを利用

#### GEMOレポートとは

- PwCグループが20年間に亘りメディア・エンタメ業界の市場規模とトレンドを追跡し、毎年発行している市場レポート



消費者支出 & 広告支出



過去5年間の実績 & 今後5年間の予測データ



53の国と地域 & 16のセグメント  
デジタル分野 & 非デジタル分野



国際的な注目度 & 高い信頼性

※The Economic Times, Bloomberg, Forbes, Adweek, 日経新聞など、豊富なメディアでの活用実績

➤ データ消費  
➤ インターネットアクセス

➤ 書籍  
➤ 雑誌、新聞  
➤ B2B

➤ インターネット広告  
➤ テレビ広告  
➤ 屋外広告(OOH)  
➤ テレビとホームビデオ  
➤ 映画  
➤ OTTビデオ

➤ ビデオゲーム、eスポーツ  
➤ バーチャルリアリティ(VR)  
➤ NFT、メタバース

➤ 音楽、ラジオ、ポッドキャスト

#### トップダウン推計に利用する市場規模

- 「デジタル消費される海賊版の被害を調査する」という本調査事業に趣旨に照らし、対象各国・対象各分野について、デジタル流通の市場規模を採用
- なお、ベトナムのデータはGEMOレポートにて欠損しているためStatistaで補完

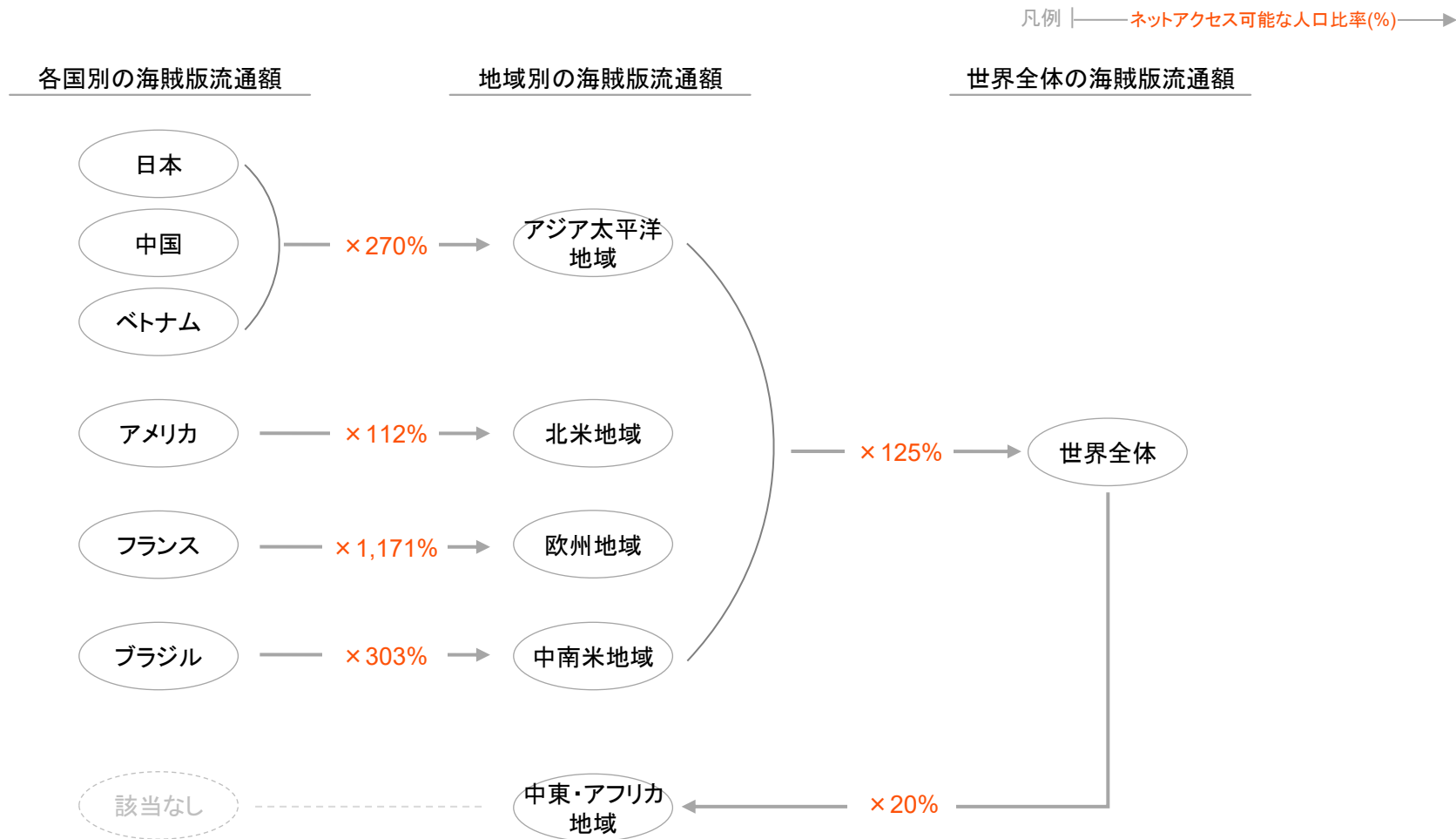
Target	Genre	GEMO市場規模 (million USD) デジタル市場規模
日本	映像	12,416.00
	出版	14,073.00
	音楽	6,718.00
	ゲーム	12,776.00
中国	映像	34,823.00
	出版	26,398.00
	音楽	3,120.00
	ゲーム	36,419.00
ベトナム	映像	1,491.00
	出版	249.00
	音楽	89.00
	ゲーム	1,374.00
フランス	映像	8,296.00
	出版	7,491.00
	音楽	2,243.00
	ゲーム	5,027.00
アメリカ	映像	135,202.00
	出版	39,029.00
	音楽	38,805.00
	ゲーム	48,881.00
ブラジル	映像	6,917.00
	出版	1,577.00
	音楽	759.00
	ゲーム	1,055.00

## 2. デジタル海賊版被害額

### －2. 広義の被害額：2. 正規起点による推計



各地域・世界全体の海賊版流通額は、対象6ヶ国の推計結果から、各国が紐づく地域に対する人口比率(インターネット接続可能人口)に基づき推計



出典: United Nations "World Population Prospects 2025", Our World in Data

脚注: 人口比率は「デジタルコンテンツへのアクセスが可能な生産年齢人口」をベースとし推計(該当国/該当エリアそれぞれの「生産年齢人口 × インターネット使用率」により算出)

## 2. デジタル海賊版被害額

### －2. 広義の被害額：2. 正規起点による推計

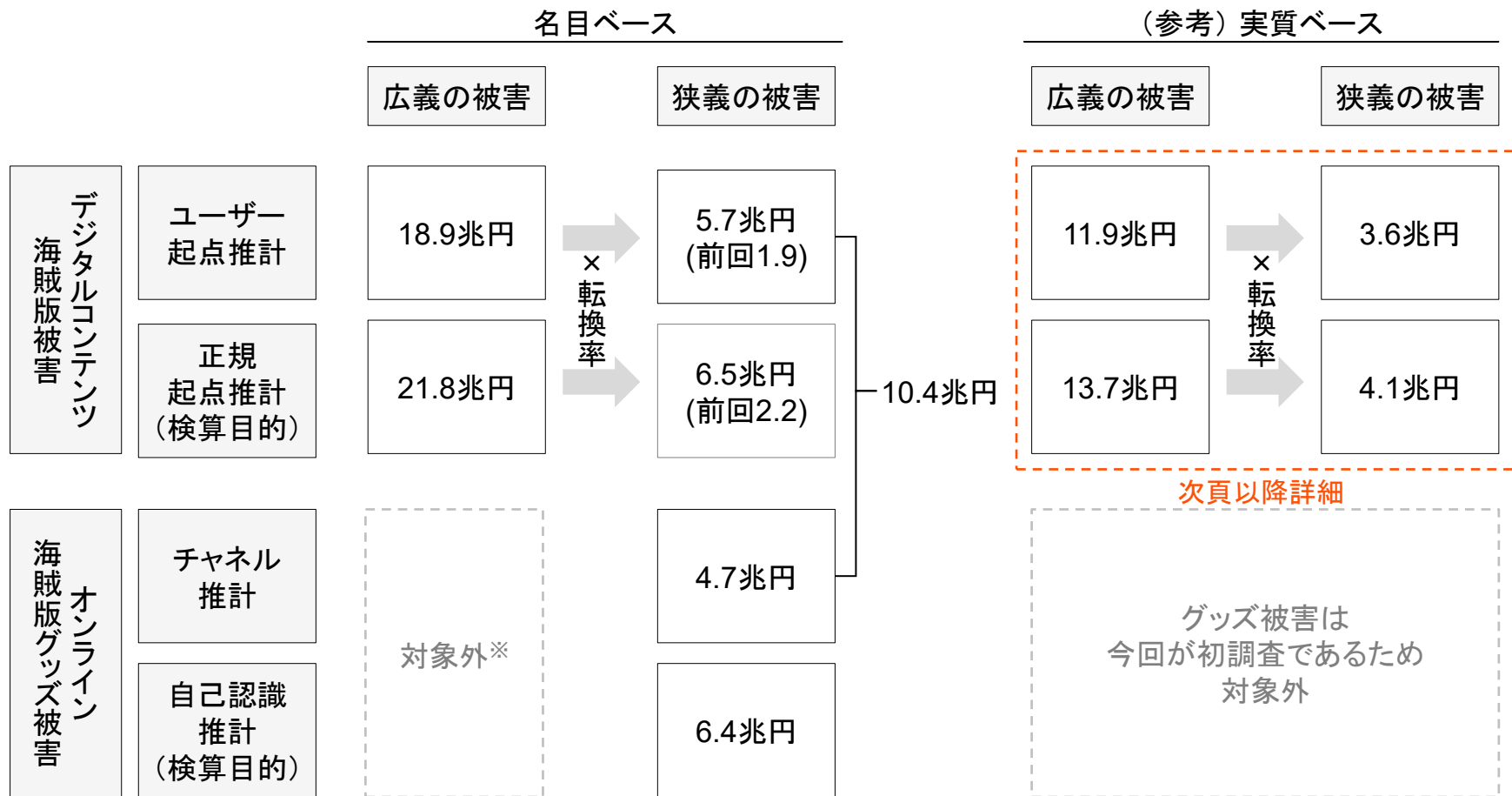


正規起点推計による広義の被害額(名目)は、世界全体ベースで、映像約9.9兆円、出版約9.1兆円、音楽約6,700億円、ゲーム約1.9兆円の、総計約21.8兆円の推計結果

名目		実質		世界											
正規起点推計		中東・アフリカ													
Lv.1	Lv.2	Lv.3	単位	アジア太平洋			欧州		北米		中南米		ブラジル		
				日本	中国	ベトナム	フランス	アメリカ							
広義の被害額	4分野	合計	十億円	21,754.5	7,094.6	846.0	1,705.3	71.8	4,313.7	368.5	5,163.6	4,624.4	863.2	285.2	4,319.5
映像			十億円	9,974.0	2,896.8	486.6	538.4	46.1	1,418.8	121.2	3,000.2	2,687.0	677.8	223.9	1,980.4
	市場規模	(推計用調整済)	十億円	N/D	N/D	1,869.6	5,243.6	224.5	N/D	1,249.2	N/D	20,358.7	N/D	1,041.6	N/D
	海賊版消費量比率	(vs正規版消費量)	%	N/D	N/D	33.0%	59.5%	70.4%	N/D	53.8%	N/D	52.8%	N/D	66.8%	N/D
	日本コンテンツ割合		%	N/D	N/D	78.9%	17.3%	29.1%	N/D	18.0%	N/D	25.0%	N/D	32.2%	N/D
出版			十億円	9,147.7	2,520.6	175.3	744.1	12.6	2,754.6	235.3	1,898.2	1,700.0	158.0	52.2	1,816.3
	市場規模	(推計用調整済)	十億円	N/D	N/D	2,119.1	3,975.0	37.5	N/D	1,128.0	N/D	5,877.0	N/D	237.5	N/D
	海賊版消費量比率	(vs正規版消費量)	%	N/D	N/D	9.1%	60.7%	90.2%	N/D	60.3%	N/D	92.1%	N/D	80.1%	N/D
	日本コンテンツ割合		%	N/D	N/D	90.5%	30.8%	37.2%	N/D	34.6%	N/D	31.4%	N/D	27.4%	N/D
音楽			十億円	679.1	422.5	119.5	35.5	1.2	13.2	1.1	94.3	84.5	14.2	4.7	134.8
	市場規模	(推計用調整済)	十億円	N/D	N/D	1,011.6	469.8	13.4	N/D	337.8	N/D	5,843.3	N/D	114.3	N/D
	海賊版消費量比率	(vs正規版消費量)	%	N/D	N/D	16.1%	39.9%	50.2%	N/D	18.1%	N/D	38.6%	N/D	45.9%	N/D
	日本コンテンツ割合		%	N/D	N/D	73.5%	19.0%	17.3%	N/D	1.8%	N/D	3.7%	N/D	8.9%	N/D
ゲーム			十億円	1,953.8	1,254.7	64.6	387.3	12.1	127.1	10.9	170.8	153.0	13.3	4.4	387.9
	市場規模	(推計用調整済)	十億円	N/D	N/D	1,923.8	5,484.0	206.9	N/D	757.0	N/D	7,360.5	N/D	158.9	N/D
	海賊版消費量比率	(vs正規版消費量)	%	N/D	N/D	5.7%	44.7%	22.2%	N/D	11.3%	N/D	16.9%	N/D	24.9%	N/D
	日本コンテンツ割合		%	N/D	N/D	59.0%	15.8%	26.2%	N/D	12.7%	N/D	12.3%	N/D	11.1%	N/D

# 【参考】デジタル海賊版における実質ベースでの推計結果：全体像

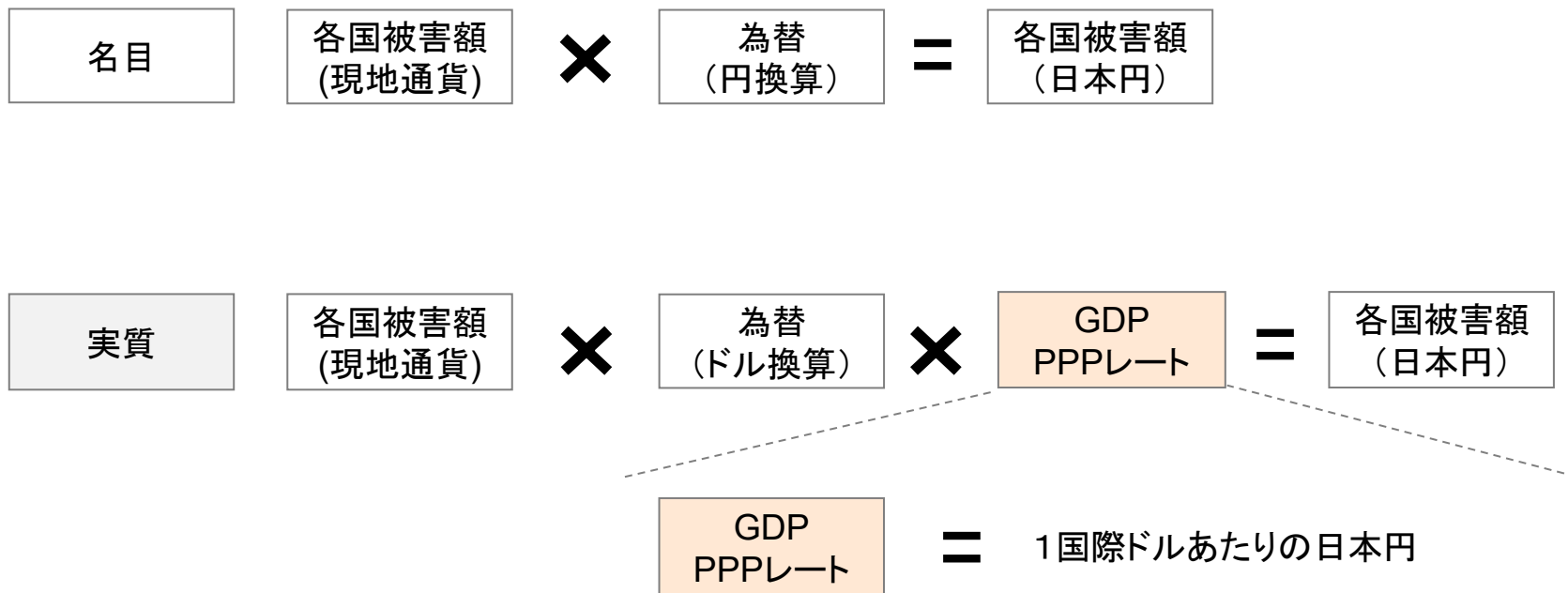
次頁以降、デジタル海賊版における実質ベースの被害額について説明



※今回調査ではアンケート設計上の制約から対象外、次回以降調査を検討

## 【参考】デジタル海賊版における実質ベースでの推計結果：推計ロジック

実質値は、現地通貨の各国被害額にGDPのPPPLレートを活用することで推計



# 【参考】デジタル海賊版における実質ベースでの推計結果



ユーザー起点推計による広義の被害額(実質)は、世界全体ベースで、映像約5.4兆円、出版約5.1兆円、音楽約6,000億円、ゲーム約8,800億円の、総計約11.9兆円の推計結果

名目 **実質**  
**ユーザー起点推計**

Lv.1	Lv.2	Lv.3	単位	世界											中東・アフリカ
				アジア太平洋			欧州			北米		中南米		ブラジル	
				日本	中国	ベトナム	フランス	アメリカ							
広義の被害額	4分野合計		十億円	11,946.2	4,865.9	92.8	1,547.9	158.5	1,602.8	136.9	1,667.5	1,493.4	1,438.0	475.0	2,372.0
	映像		十億円	5,365.3	1,877.9	70.0	564.5	59.8	705.8	60.3	878.0	786.3	838.3	276.9	1,065.3
		エリア全体の海賊版消費総本数	百万本	N/D	N/D	716.4	27,488.3	1,950.4	N/D	1,160.6	N/D	5,980.9	N/D	5,831.7	N/D
		日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	78.9%	17.3%	29.1%	N/D	18.0%	N/D	25.0%	N/D	32.2%	N/D
		1本あたり単価	円	N/D	N/D	123.9	119.0	105.4	N/D	287.9	N/D	526.0	N/D	147.5	N/D
	出版		十億円	5,096.6	1,989.1	8.8	649.3	77.4	858.3	73.3	730.3	654.1	507.0	167.5	1,012.0
		エリア全体の海賊版消費総本数	百万本	N/D	N/D	180.0	19,570.3	1,319.6	N/D	367.7	N/D	3,031.0	N/D	4,095.5	N/D
		日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	90.5%	30.8%	37.2%	N/D	34.6%	N/D	31.4%	N/D	27.4%	N/D
		1本あたり単価	円	N/D	N/D	54.0	107.6	157.7	N/D	576.7	N/D	687.2	N/D	149.1	N/D
	音楽		十億円	601.0	400.0	10.6	124.4	12.9	9.5	0.8	24.9	22.3	47.2	15.6	119.3
		エリア全体の海賊版消費総本数	百万本	N/D	N/D	1,642.0	34,832.7	1,467.7	N/D	1,426.6	N/D	13,807.3	N/D	10,802.2	N/D
		日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	73.5%	19.0%	17.3%	N/D	1.8%	N/D	3.7%	N/D	8.9%	N/D
		1本あたり単価	円	N/D	N/D	8.8	18.8	50.9	N/D	30.9	N/D	43.1	N/D	16.2	N/D
	ゲーム		十億円	883.3	598.9	3.4	209.7	8.4	29.2	2.5	34.3	30.7	45.5	15.0	175.4
		エリア全体の海賊版消費総本数	百万本	N/D	N/D	28.8	4,133.1	176.3	N/D	64.3	N/D	816.5	N/D	824.0	N/D
		日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	59.0%	15.8%	26.2%	N/D	12.7%	N/D	12.3%	N/D	11.1%	N/D
		1本あたり単価	円	N/D	N/D	199.1	321.5	180.7	N/D	305.4	N/D	305.1	N/D	164.2	N/D

# 【参考】デジタル海賊版における実質ベースでの推計結果



正規起点推計による広義の被害額(実質)は、世界全体ベースで、映像約6.3兆円、出版約5.8兆円、音楽約4,300億円、ゲーム約1.2兆円の、総計約13.7兆円の推計結果

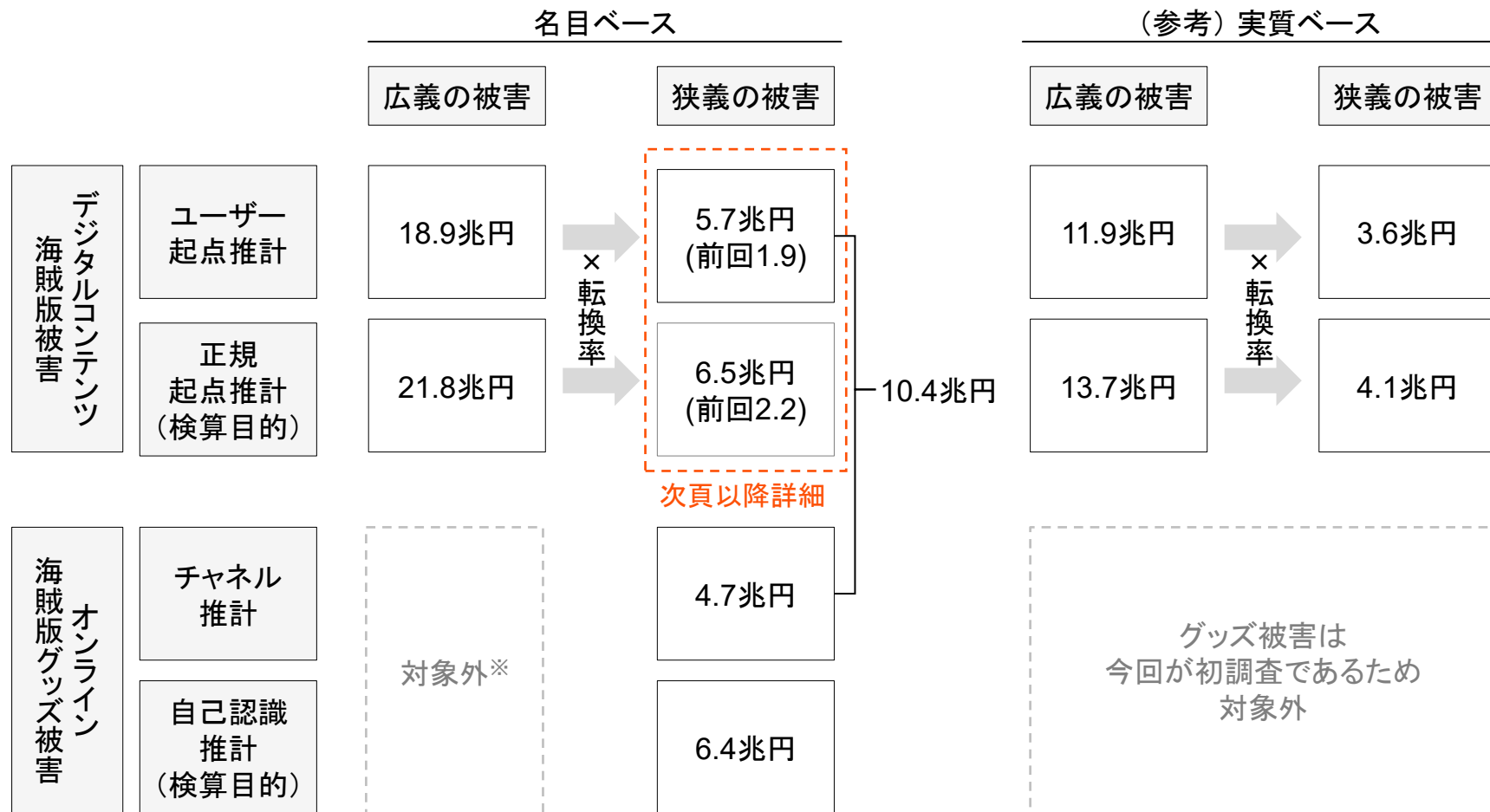
名目			実質												
正規起点推計			世界												
			アジア太平洋				欧州		北米		中南米		中東・アフリカ		
Lv.1	Lv.2	Lv.3	単位	日本	中国	ベトナム	フランス	アメリカ	ブラジル						
広義の被害額	4分野合計		十億円	13,740.7	4,481.1	534.3	1,077.1	45.4	2,724.6	232.7	3,261.5	2,920.9	545.2	180.1	2,728.3
	映像		十億円	6,299.8	1,829.7	307.3	340.1	29.1	896.1	76.5	1,895.0	1,697.1	428.1	141.4	1,250.9
	市場規模(推計用調整済)		十億円	N/D	N/D	1,180.9	3,312.0	141.8	N/D	789.0	N/D	12,859.0	N/D	657.9	N/D
	海賊版消費量比率(vs正規版消費量)		%	N/D	N/D	33.0%	59.5%	70.4%	N/D	53.8%	N/D	52.8%	N/D	66.8%	N/D
	日本コンテンツ割合		%	N/D	N/D	78.9%	17.3%	29.1%	N/D	18.0%	N/D	25.0%	N/D	32.2%	N/D
	出版		十億円	5,777.9	1,592.0	110.7	470.0	7.9	1,739.9	148.6	1,199.0	1,073.8	99.8	33.0	1,147.2
	市場規模(推計用調整済)		十億円	N/D	N/D	1,338.5	2,510.7	23.7	N/D	712.5	N/D	3,712.0	N/D	150.0	N/D
	海賊版消費量比率(vs正規版消費量)		%	N/D	N/D	9.1%	60.7%	90.2%	N/D	60.3%	N/D	92.1%	N/D	80.1%	N/D
	日本コンテンツ割合		%	N/D	N/D	90.5%	30.8%	37.2%	N/D	34.6%	N/D	31.4%	N/D	27.4%	N/D
	音楽		十億円	428.9	266.9	75.5	22.4	0.7	8.3	0.7	59.6	53.4	8.9	3.0	85.2
	市場規模(推計用調整済)		十億円	N/D	N/D	638.9	296.7	8.5	N/D	213.3	N/D	3,690.7	N/D	72.2	N/D
	海賊版消費量比率(vs正規版消費量)		%	N/D	N/D	16.1%	39.9%	50.2%	N/D	18.1%	N/D	38.6%	N/D	45.9%	N/D
	日本コンテンツ割合		%	N/D	N/D	73.5%	19.0%	17.3%	N/D	1.8%	N/D	3.7%	N/D	8.9%	N/D
	ゲーム		十億円	1,234.1	792.5	40.8	244.6	7.6	80.3	6.9	107.9	96.6	8.4	2.8	245.0
	市場規模(推計用調整済)		十億円	N/D	N/D	1,215.1	3,463.8	130.7	N/D	478.1	N/D	4,649.1	N/D	100.3	N/D
	海賊版消費量比率(vs正規版消費量)		%	N/D	N/D	5.7%	44.7%	22.2%	N/D	11.3%	N/D	16.9%	N/D	24.9%	N/D
	日本コンテンツ割合		%	N/D	N/D	59.0%	15.8%	26.2%	N/D	12.7%	N/D	12.3%	N/D	11.1%	N/D

1. 本調査事業の背景・目的および実施内容	3
2. デジタル海賊版被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	8
2. 広義の被害額	
1. ユーザー起点による推計	15
2. 正規起点による推計	20
3. 狭義の被害額	30
4. 推計結果まとめ	37
5. 2022年被害推計に対する変化分析	39
3. オンライン海賊版グッズ被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	63
2. 被害額推計結果	78
3. 推計結果まとめ	87
4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5. 提言	101

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －3. 狭義の被害額

次頁以降、「名目ベース×狭義」のデジタル海賊版被害推計について説明



※今回調査ではアンケート設計上の制約から対象外、次回以降調査を検討

出典:PwC Analysis

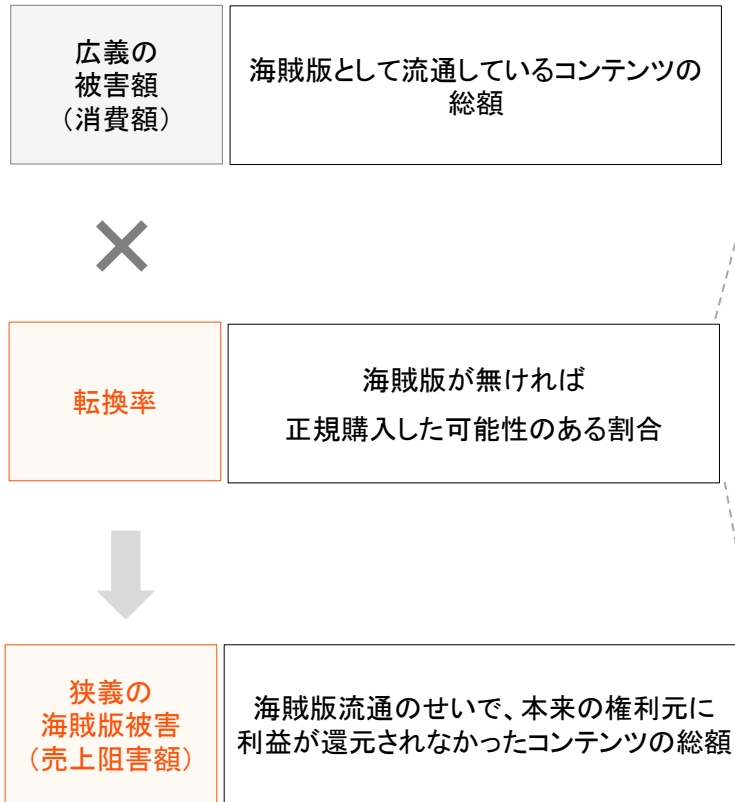
## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －3. 狭義の被害額

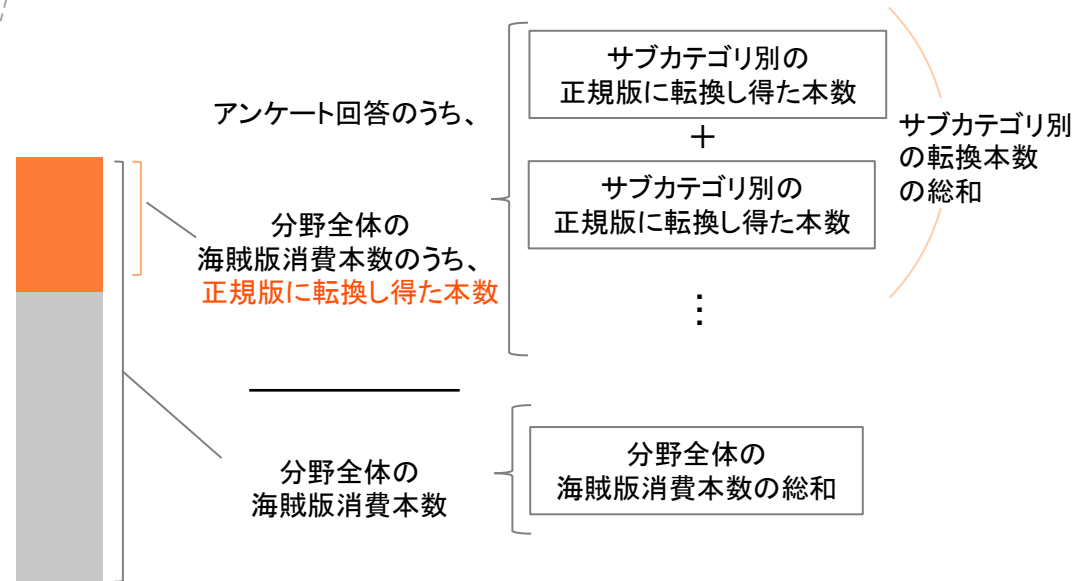


2つのアプローチで推計した広義の被害額に対し、「海賊版が無ければ正規購入した可能性のある割合」である転換率を掛けることで推計

被害額の算出方法



転換率の算定方法



## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －3. 狭義の被害額



転換率に関しては、全体として25%～35%が多く、最も高いのはブラジルにおける音楽分野。2022年調査との比較においては、フランスが全分野において減少傾向

		日本	中国	ベトナム	フランス	アメリカ	ブラジル
映像	<b>転換率</b>	<b>26%</b>	<b>25%</b>	<b>25%</b>	<b>26%</b>	<b>29%</b>	<b>31%</b>
	2022年調査との差(pt.)	8.2	-4.9	-1.9	-7.6	2.1	2.0
出版	<b>転換率</b>	<b>37%</b>	<b>30%</b>	<b>32%</b>	<b>31%</b>	<b>35%</b>	<b>34%</b>
	2022年調査との差(pt.)	4.5	7.2	2.6	10.5	7.9	2.9
音楽	<b>転換率</b>	<b>36%</b>	<b>35%</b>	<b>30%</b>	<b>21%</b>	<b>16%</b>	<b>44%</b>
	2022年調査との差(pt.)	17.8	11.3	5.4	-0.7	10.5	7.8
ゲーム	<b>転換率</b>	<b>25%</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>24%</b>	<b>26%</b>	<b>33%</b>
	2022年調査との差(pt.)	12.2	11.9	3.5	22.1	10.4	-2.2

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －3. 狭義の被害額



ユーザー起点推計による狭義の被害額(名目)は、世界全体ベースで、映像約2.3兆円、出版約2.5兆円、音楽約3,200億円、ゲーム約4,500億円の、総計約5.7兆円の推計結果

名目 実質

ユーザー起点推計

Lv.1	Lv.2	Lv.3	単位	世界										中東・アフリカ	
				アジア太平洋	欧州			北米		中南米		ブラジル			
				日本	中国	ベトナム	フランス	アメリカ							
狭義の被害額	4分野	合計	十億円	5,682.4	2,247.0	41.4	715.9	73.5	734.6	62.7	826.2	739.9	746.2	246.5	1,128.3
	映像		十億円	2,322.8	752.3	28.8	225.3	24.1	295.0	25.2	399.1	357.4	415.2	137.2	461.2
		広義の被害額	十億円	N/D	N/D	110.8	893.7	94.8	N/D	95.4	N/D	1,244.9	N/D	438.4	N/D
		転換率	%	N/D	N/D	26.0%	25.2%	25.4%	N/D	26.4%	N/D	28.7%	N/D	31.3%	N/D
	出版		十億円	2,584.3	964.8	5.2	312.6	39.0	425.1	36.3	406.6	364.2	274.7	90.7	513.1
		広義の被害額	十億円	N/D	N/D	13.9	1,028.0	122.5	N/D	116.1	N/D	1,035.5	N/D	265.2	N/D
		転換率	%	N/D	N/D	37.2%	30.4%	31.8%	N/D	31.3%	N/D	35.2%	N/D	34.2%	N/D
	音楽		十億円	323.4	216.9	6.1	68.0	6.1	3.2	0.3	6.4	5.7	32.8	10.8	64.2
		広義の被害額	十億円	N/D	N/D	16.8	197.0	20.4	N/D	1.3	N/D	35.3	N/D	24.7	N/D
		転換率	%	N/D	N/D	36.3%	34.5%	29.8%	N/D	21.1%	N/D	16.1%	N/D	43.8%	N/D
	ゲーム		十億円	451.8	313.1	1.3	110.0	4.4	11.3	1.0	14.1	12.7	23.6	7.8	89.7
		広義の被害額	十億円	N/D	N/D	5.4	332.0	13.2	N/D	4.0	N/D	48.6	N/D	23.8	N/D
		転換率	%	N/D	N/D	24.6%	33.1%	33.5%	N/D	24.5%	N/D	26.0%	N/D	32.8%	N/D

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －3. 狭義の被害額



正規起点推計による狭義の被害額(名目)は、世界全体ベースで、映像約2.7兆円、出版約2.9兆円、音楽約2,100億円、ゲーム約5,900億円の、総計約6.5兆円の推計結果

名目 実質

正規起点推計

Lv.1	Lv.2	Lv.3	単位	世界													
				アジア太平洋			欧州			北米		中南米		中東・アフリカ			
				日本	中国	ベトナム	フランス	アメリカ	ブラジル								
狭義の被害額	4分野合計		十億円	6,523.0	2,092.4	251.0	502.6	20.1	1,270.2	108.5	1,588.6	1,422.7	276.7	91.4	1,295.2		
	映像		十億円	2,731.0	740.8	126.5	135.7	11.7	374.6	32.0	861.3	771.4	212.0	70.0	542.3		
		広義の被害額	十億円	N/D	N/D	486.6	538.4	46.1	N/D	121.2	N/D	2,687.0	N/D	223.9	N/D		
		転換率	%	N/D	N/D	26.0%	25.2%	25.4%	N/D	26.4%	N/D	28.7%	N/D	31.3%	N/D		
	出版		十億円	2,972.6	799.1	65.2	226.2	4.0	861.7	73.6	667.6	597.9	54.1	17.9	590.2		
		広義の被害額	十億円	N/D	N/D	175.3	744.1	12.6	N/D	235.3	N/D	1,700.0	N/D	52.2	N/D		
		転換率	%	N/D	N/D	37.2%	30.4%	31.8%	N/D	31.3%	N/D	35.2%	N/D	34.2%	N/D		
	音楽		十億円	219.4	151.6	43.4	12.3	0.3	2.8	0.2	15.2	13.6	6.2	2.1	43.6		
		広義の被害額	十億円	N/D	N/D	119.5	35.5	1.2	N/D	1.1	N/D	84.5	N/D	4.7	N/D		
		転換率	%	N/D	N/D	36.3%	34.5%	29.8%	N/D	21.1%	N/D	16.1%	N/D	43.8%	N/D		
	ゲーム		十億円	599.9	400.9	15.9	128.3	4.0	31.1	2.7	44.5	39.8	4.4	1.4	119.1		
		広義の被害額	十億円	N/D	N/D	64.6	387.3	12.1	N/D	10.9	N/D	153.0	N/D	4.4	N/D		
		転換率	%	N/D	N/D	24.6%	33.1%	33.5%	N/D	24.5%	N/D	26.0%	N/D	32.8%	N/D		


出典:PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトルック2025-2029」、Statista「Entertainment and Media in Vietnam」、今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 【参考】正規市場の成長率との比較

各分野の「市場規模の前回調査比」と「狭義の海賊版被害額の前回調査比」を比較した場合、音楽分野では複数国において市場規模と海賊版が連動して増加しているが、他分野では海賊版のみが大幅に増加している国もある

		日本	中国	アメリカ	フランス	ブラジル	ベトナム
映像	市場規模前回比	99%	101%	109%	85%	129%	130%
	海賊版前回比(狭義)	461%	218%	360%	228%	240%	208%
出版	市場規模前回比	93%	96%	94%	95%	101%	95%
	海賊版前回比(狭義)	213%	862%	494%	212%	111%	248%
音楽	市場規模前回比	153%	275%	164%	118%	188%	287%
	海賊版前回比(狭義)	327%	578%	93%	147%	128%	375%
ゲーム	市場規模前回比	92%	106%	100%	105%	104%	138%
	海賊版前回比(狭義)	475%	648%	65%	92%	156%	560%

 : 市場規模と海賊版が連動して増加傾向あり

 : 海賊版のみが大幅に増加している

1. 本調査事業の背景・目的および実施内容	3
2. デジタル海賊版被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	8
2. 広義の被害額	
1. ユーザー起点による推計	15
2. 正規起点による推計	20
3. 狭義の被害額	30
4. 推計結果まとめ	37
5. 2022年被害推計に対する変化分析	39
3. オンライン海賊版グッズ被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	63
2. 被害額推計結果	78
3. 推計結果まとめ	87
4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5. 提言	101

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### ー4. 推計結果まとめ

今回調査における対外報告数値である「狭義の被害」における「ユーザー起点推計」については、前回調査で約1.9兆円であったところ、今回推計では約5.7兆円と、約3倍の上振れでの推計結果

Target Lv.1	Lv.2	Lv.3	単位	世界全体			世界全体			
				2025ユーザー起点推計	VS 2025正規市場起点	VS 2022ユーザー起点	2025正規市場起点推計	VS 2022正規市場起点	(参考)前回結果	(参考)前回結果
狭義の被害額	4分野 合計		十億円	5,682	87%	291%	6,523	296%	1,950	2,202
		映像	十億円	2,323	85%	256%	2,731	191%	907	1,430
		出版	十億円	2,584	87%	311%	2,973	752%	831	395
		音楽	十億円	323	147%	351%	219	980%	92	22
		ゲーム	十億円	452	75%	375%	600	169%	120	355
広義の被害額	4分野 合計		十億円	18,914	87%	290%	21,755	277%	6,512	7,851
		映像	十億円	8,494	85%	275%	9,974	193%	3,086	5,169
		出版	十億円	8,069	88%	306%	9,148	763%	2,640	1,200
		音楽	十億円	952	140%	271%	679	678%	352	100
		ゲーム	十億円	1,398	72%	322%	1,954	141%	434	1,382

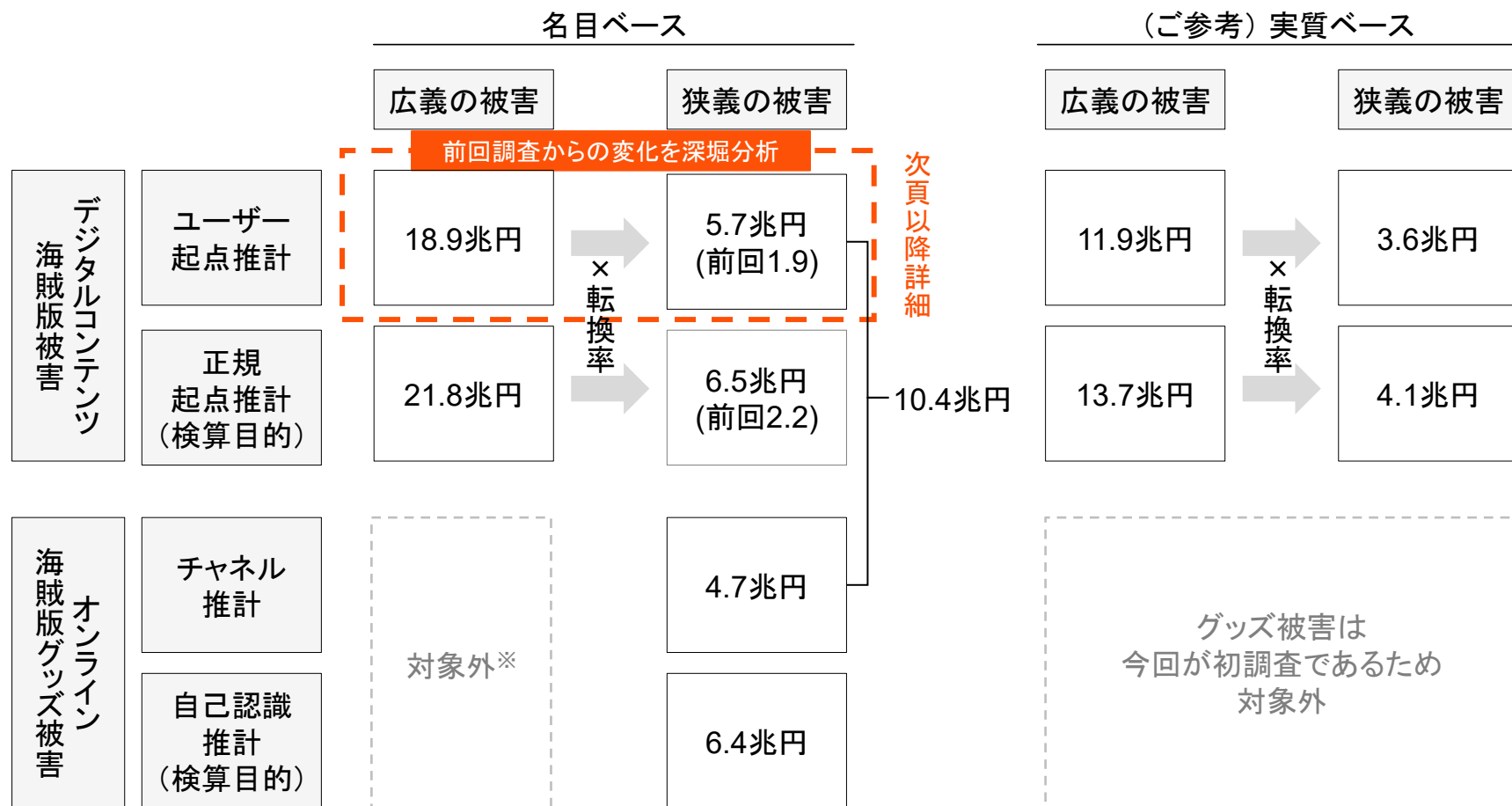
出典:PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトロックス2025-2029」、Statista「Entertainment and Media in Vietnam」、今回消費者アンケート、PwC Analysis

1. 本調査事業の背景・目的および実施内容	3
2. デジタル海賊版被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	8
2. 広義の被害額	
1. ユーザー起点による推計	15
2. 正規起点による推計	20
3. 狭義の被害額	30
4. 推計結果まとめ	37
5. 2022年被害推計に対する変化分析	39
3. オンライン海賊版グッズ被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	63
2. 被害額推計結果	78
3. 推計結果まとめ	87
4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5. 提言	101

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

「実質 × ユーザー起点」の数値について、前回調査からの変化に関する深堀分析を実施



※今回調査ではアンケート設計上の制約から対象外、次回以降調査を検討

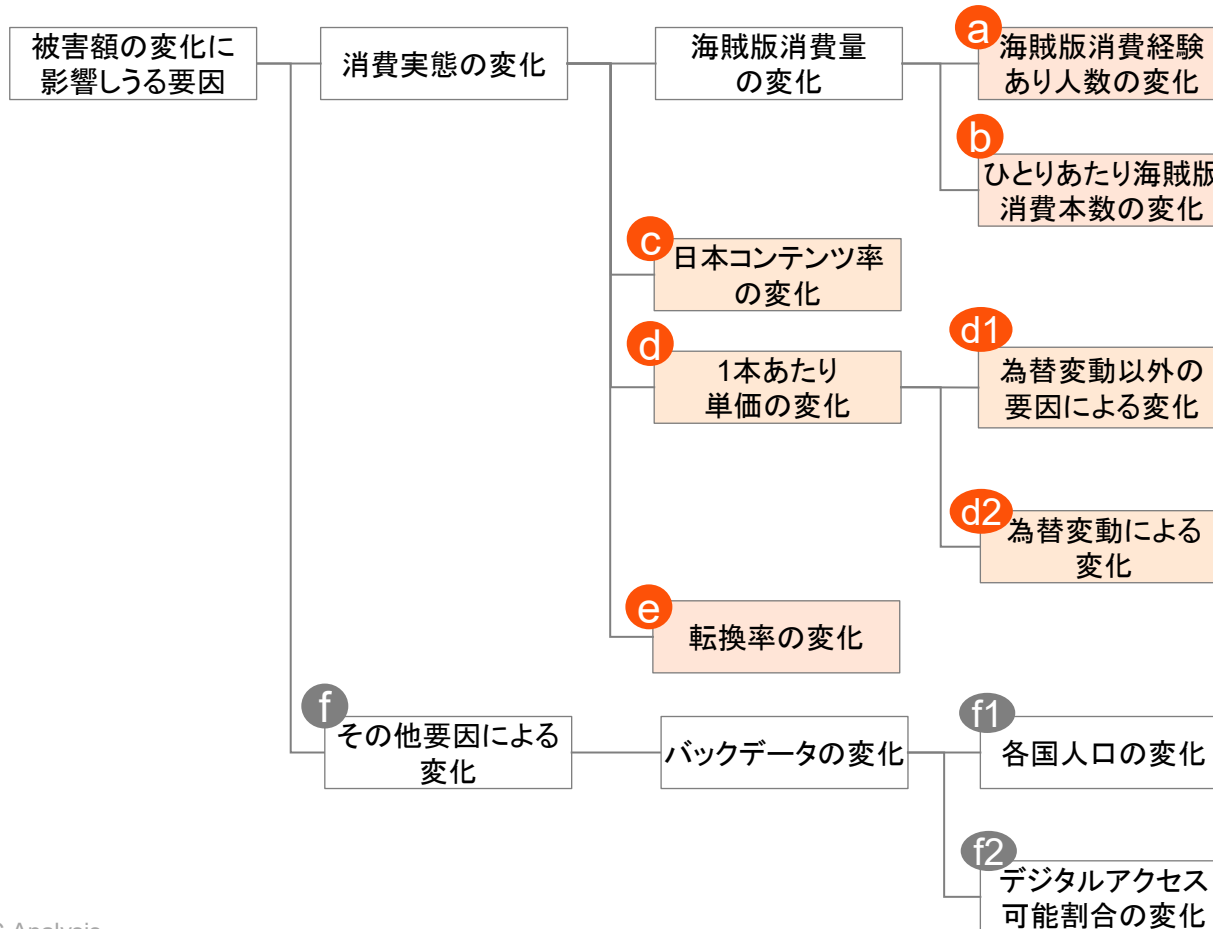
## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

前回調査時からの被害額変化について、消費実態に関する係数の変動やその他の要因を踏まえた変化要因分析を実施。

a ~ f : 消費実態の係数の変化分析

#### 被害額の変化に影響しうる要因の要素分解



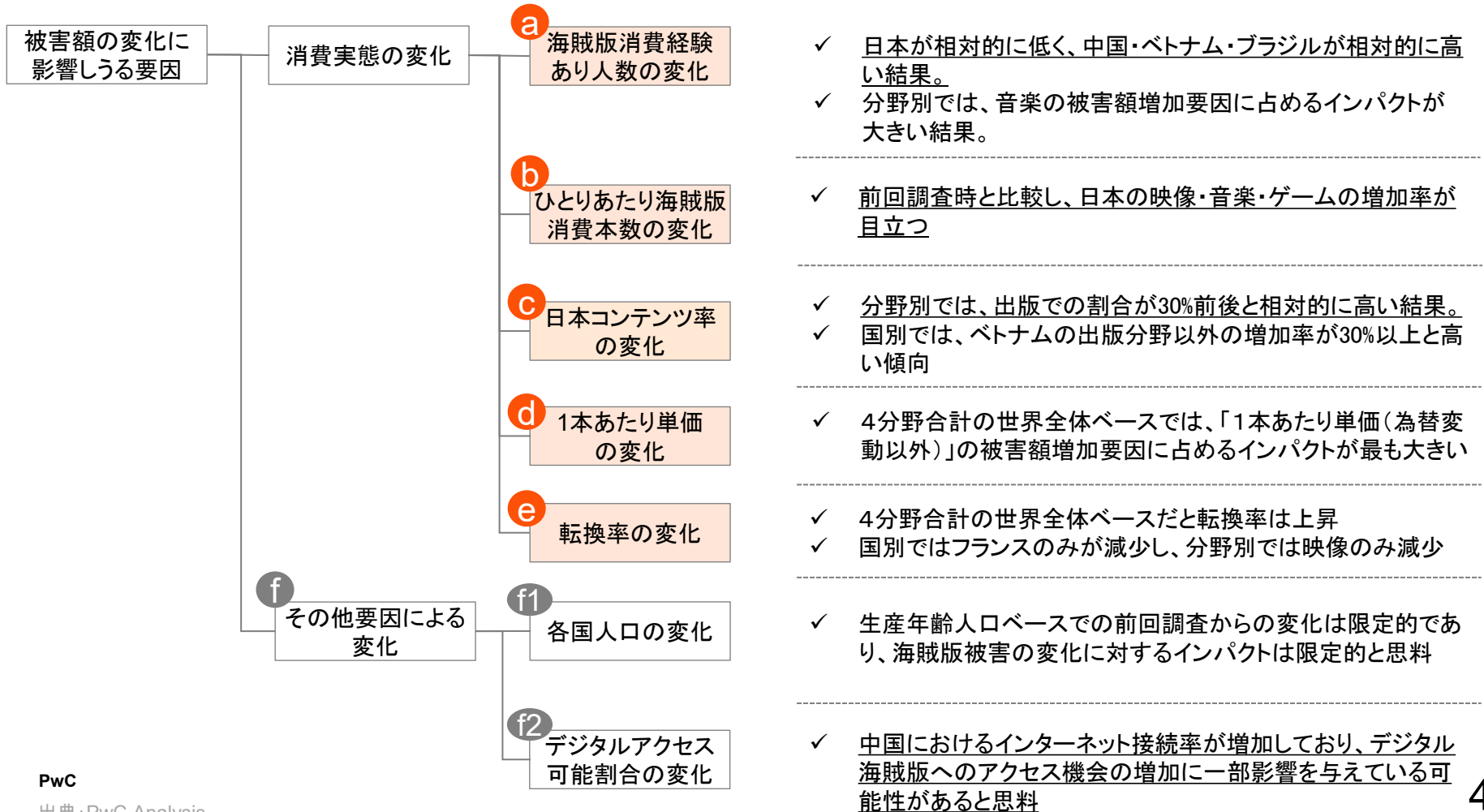
## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

4分野合計の世界全体ベースでは、「1本あたり単価(為替変動以外)」のインパクトが最も大きく、次いで「為替レート」の増加影響が多い結果。

#### 被害額の変化に影響しうる要因の要素分解

#### 分析結果



## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

海賊版消費の経験がある人数の割合に関しては、日本は相対的に低く、中国・ベトナム・ブラジルが相対的に高い結果。2022年調査との比較においては、中国が全分野での増加率平均が約6割と高い結果

a 海賊版消費経験  
あり人数の変化

		日本	中国	ベトナム	アメリカ	フランス	ブラジル
映像	海賊版経験人数割合	% 28.4%	80.4%	74.2%	58.5%	62.0%	74.7%
	2022年調査からの増減率	% 4%	33%	-4%	41%	0%	-13%
出版	海賊版経験人数割合	% 7.0%	61.3%	57.1%	31.9%	32.7%	56.3%
	2022年調査からの増減率	% 4%	64%	-1%	26%	19%	-16%
音楽	海賊版経験人数割合	% 19.8%	55.2%	49.5%	46.8%	31.2%	58.2%
	2022年調査からの増減率	% 39%	81%	-21%	45%	-23%	-17%
ゲーム	海賊版経験人数割合	% 2.1%	35.6%	26.4%	20.2%	11.7%	31.6%
	2022年調査からの増減率	% 91%	73%	39%	22%	5%	-23%
平均	海賊版経験人数割合	% 14%	58%	52%	39%	34%	55%
	2022年調査からの増減率	% 34%	63%	3%	33%	0%	-17%

出典：今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

ひとりあたり海賊版消費本数に関して、2022年調査との比較においては、日本の映像・音楽・ゲームの増加率が目立つ。特に、日本のゲームの海賊版消費本数が約3倍と大幅に増加している。

**b** ひとりあたり海賊版消費本数の変化

30%以上の変動あり

		日本	中国	ベトナム	アメリカ	フランス	ブラジル
映像	ひとりあたり海賊版消費本数 本、月間	3.31	3.15	3.83	4.10	4.29	5.24
	2022年調査からの増減率 %	45%	3%	-21%	12%	2%	-6%
出版	ひとりあたり海賊版消費本数 本、月間	3.38	2.94	3.36	3.81	2.58	4.88
	2022年調査からの増減率 %	0%	3%	2%	0%	-14%	-29%
音楽	ひとりあたり海賊版消費本数 本、月間	10.92	5.82	4.32	11.84	10.47	12.45
	2022年調査からの増減率 %	43%	18%	-7%	20%	46%	0%
ゲーム	ひとりあたり海賊版消費本数 本、月間	1.84	1.07	0.97	1.62	1.26	1.75
	2022年調査からの増減率 %	217%	-23%	1%	-9%	7%	-20%

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

日本コンテンツ率に関しては、割合が当然高い日本を除くと、出版分野での割合が30%前後と相対的に高い。2022年調査との比較においては、ベトナムの出版分野以外の増加率が30%以上と高い傾向がある。

C 日本コンテンツ率  
の変化

30%以上の変動あり

	日本	中国	ベトナム	アメリカ	フランス	ブラジル	
映像	日本コンテンツ率(%)	78.9%	17.3%	29.1%	25.0%	18.0%	32.2%
	2022年調査からの増減率(%)	14%	-20%	36%	14%	37%	51%
出版	日本コンテンツ率(%)	90.5%	30.8%	37.2%	31.4%	34.6%	27.4%
	2022年調査からの増減率(%)	7%	44%	-1%	26%	22%	-9%
音楽	日本コンテンツ率(%)	73.5%	19.0%	17.3%	3.7%	1.8%	8.9%
	2022年調査からの増減率(%)	7%	33%	70%	-41%	-13%	-17%
ゲーム	日本コンテンツ率(%)	59.0%	15.8%	26.2%	12.3%	12.7%	11.1%
	2022年調査からの増減率(%)	-12%	-18%	48%	-36%	-1%	-13%

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

1本あたり単価(為替変動以外の要因)の変化は、2022年調査との比較において、中国およびブラジルのゲーム分野が大きく増加

d1 為替変動以外の  
要因による変化

		日本	中国	ベトナム	アメリカ	フランス	ブラジル
映像	<b>1本あたり単価</b>	<b>196.08</b>	<b>152.16</b>	<b>124.26</b>	<b>601.75</b>	<b>360.30</b>	<b>168.66</b>
	2022年との変化割合 (%)	92%	47%	32%	28%	54%	28%
出版	<b>1本あたり単価</b>	<b>85.42</b>	<b>137.58</b>	<b>185.97</b>	<b>786.16</b>	<b>721.64</b>	<b>170.52</b>
	2022年との変化割合 (%)	74%	67%	40%	66%	68%	32%
音楽	<b>1本あたり単価</b>	<b>13.89</b>	<b>24.09</b>	<b>60.03</b>	<b>49.36</b>	<b>38.72</b>	<b>18.49</b>
	2022年との変化割合 (%)	-17%	-15%	50%	4%	4%	8%
ゲーム*1	<b>1本あたり単価</b>	<b>315.25</b>	<b>410.97</b>	<b>212.99</b>	<b>348.99</b>	<b>382.10</b>	<b>187.81</b>
	2022年との変化割合 (%)	42%	135%	47%	-12%	12%	117%

脚注:\*1 ゲームの1本あたり単価は、ゲーム本体価格だけではなくゲーム内課金も踏む

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

為替変動による1本単価の増加に関しては、各国20～40%の範囲で増加傾向

d2

為替変動による変化

		日本	中国	ベトナム	アメリカ	フランス	ブラジル
映像	<b>1本あたり単価</b>	<b>101.97</b>	<b>128.22</b>	<b>126.47</b>	<b>648.34</b>	<b>296.22</b>	<b>182.49</b>
	2022年との変化割合 (%)	0%	24%	34%	38%	27%	38%
出版	<b>1本あたり単価</b>	<b>49.07</b>	<b>101.84</b>	<b>178.94</b>	<b>655.08</b>	<b>543.07</b>	<b>179.13</b>
	2022年との変化割合 (%)	0%	24%	34%	38%	27%	38%
音楽	<b>1本あたり単価</b>	<b>16.83</b>	<b>35.02</b>	<b>53.87</b>	<b>65.56</b>	<b>47.19</b>	<b>23.77</b>
	2022年との変化割合 (%)	0%	24%	34%	38%	27%	38%
ゲーム	<b>1本あたり単価</b>	<b>222.16</b>	<b>216.44</b>	<b>194.56</b>	<b>545.85</b>	<b>432.48</b>	<b>119.75</b>
	2022年との変化割合 (%)	0%	24%	34%	38%	27%	38%

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

転換率に関しては、全体として25%～35%が多く、最も高いのはブラジルにおける音楽分野。2022年調査との比較においては、フランスが全分野において減少傾向

e

転換率の変化

		日本	中国	ベトナム	フランス	アメリカ	ブラジル
映像	転換率	26%	25%	25%	26%	29%	31%
	2022年調査との差(pt.)	8.2	-4.9	-1.9	-7.6	2.1	2.0
出版	転換率	37%	30%	32%	31%	35%	34%
	2022年調査との差(pt.)	4.5	7.2	2.6	10.5	7.9	2.9
音楽	転換率	36%	35%	30%	21%	16%	44%
	2022年調査との差(pt.)	17.8	11.3	5.4	-0.7	10.5	7.8
ゲーム	転換率	25%	33%	33%	24%	26%	33%
	2022年調査との差(pt.)	12.2	11.9	3.5	22.1	10.4	-2.2

出典：今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

生産年齢人口ベースでの前回調査からの変化は限定的であり、海賊版被害の変化に対するインパクトは限定的と  
思料

#### 本推計で利用する「人口」の考え方

- 前回調査(2022)において、各国総人口のうち、コンテンツ消費あるいは購入対象と想定される生産年齢人口を用いて推計
- 今回調査でも同様に生産年齢人口をベースとして推計

#### f1 生産年齢人口の前回調査からの変化

対象国	前回調査	今回調査 <sup>*1</sup>	変化(%)
日本	73.0	73.0	0%
中国	986.0	983.0	-0.3%
ベトナム	67.0	68.0	+1.5%
フランス	40.0	41.0	+2.5%
アメリカ	219.0	223.0	+1.8%
ブラジル	150.0	147.0	-2.0%
世界全体	5,133.0	5,258.0	+2.4%

出典: \*1 United Nations “World Population Prospects 2025”

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

中国におけるインターネット接続率が増加しており、デジタル海賊版へのアクセス機会の増加に一部影響を与えている可能性があると思料

#### デジタルアクセス可能割合の考え方

- 前回調査(2022)において、人口のうちインターネットにアクセスが可能な割合である「インターネット接続率」を用いて推計
- 今回調査でも同様に「インターネット接続率」をベースとして推計

#### f2 デジタルアクセス可能割合の変化

対象国	前回調査	今回調査 <sup>*1</sup>	変化(pt)
日本	90.7%	86.9%	-3.8
中国	70.1%	92.0%	+21.9
ベトナム	69.7%	84.2%	+14.5
フランス	84.7%	88.7%	+4.0
アメリカ	90.6%	93.1%	+2.5
ブラジル	80.9%	84.5%	+3.6

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

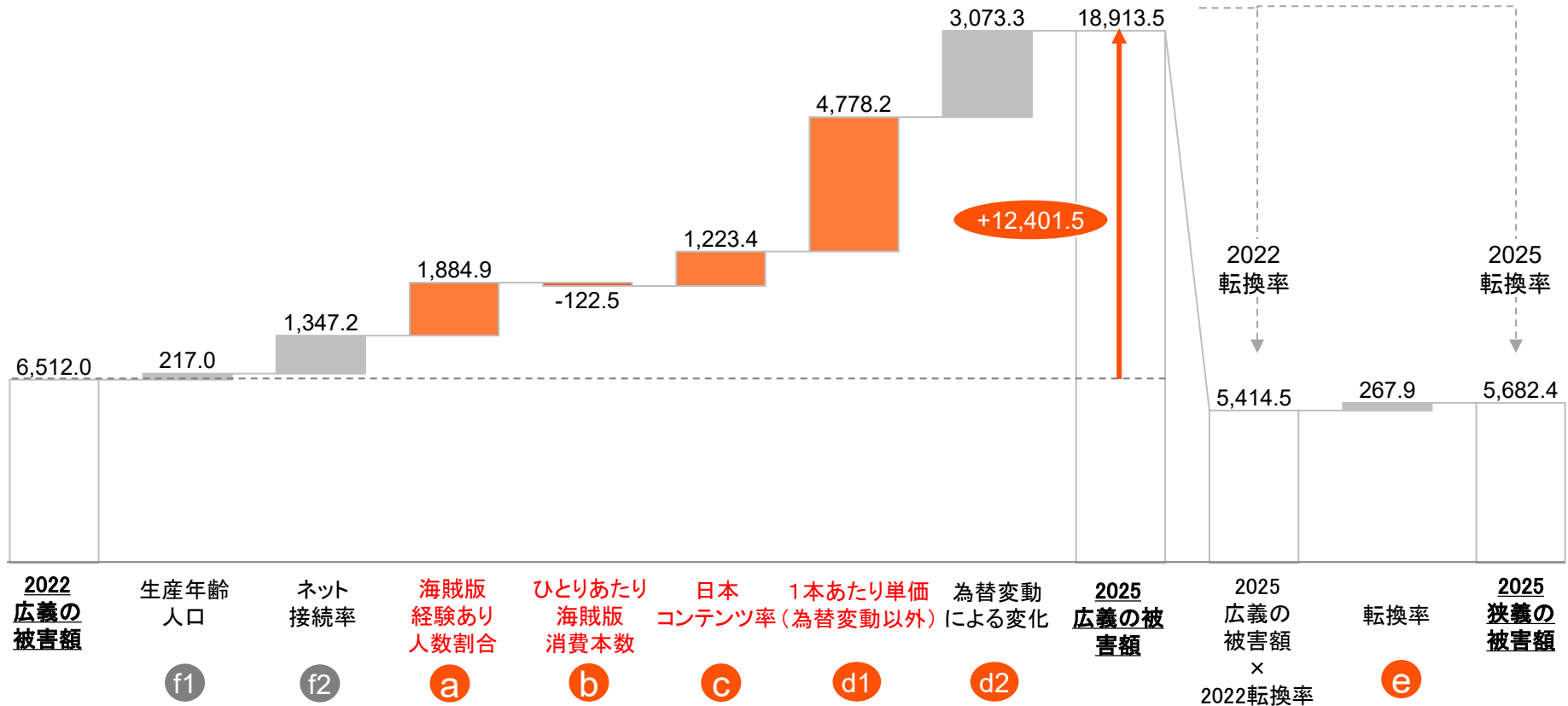
### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

全世界においては、広義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約12兆円増加し、被害規模は約18.9兆円。要因ごとのインパクトについては、1本あたり単価の増加インパクトが大きい

#### 全世界(広義の被害)

2022年調査に対する要因ごとの変化インパクト(4分野合計)  
単位: 10億円

#### ユーザー起点推計



※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

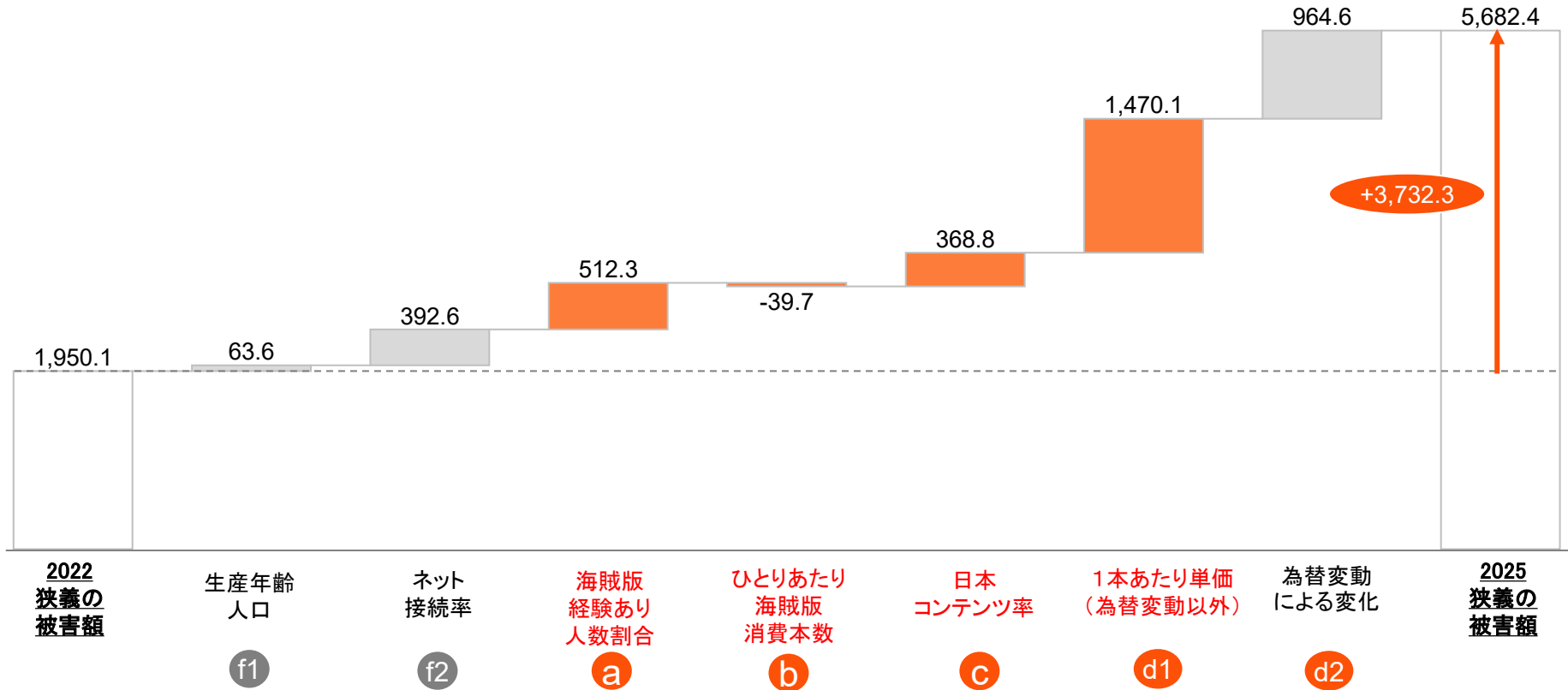
### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

全世界においては、狭義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約3.7兆円増加し、被害規模は約5.7兆円。要因ごとのインパクトについては、1本あたり単価の増加インパクトが大きい

#### 全世界(狭義の被害)

2022年調査に対する要因ごとの変化インパクト(4分野合計)  
単位: 10億円

#### ユーザー起点推計



※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

PwC

また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

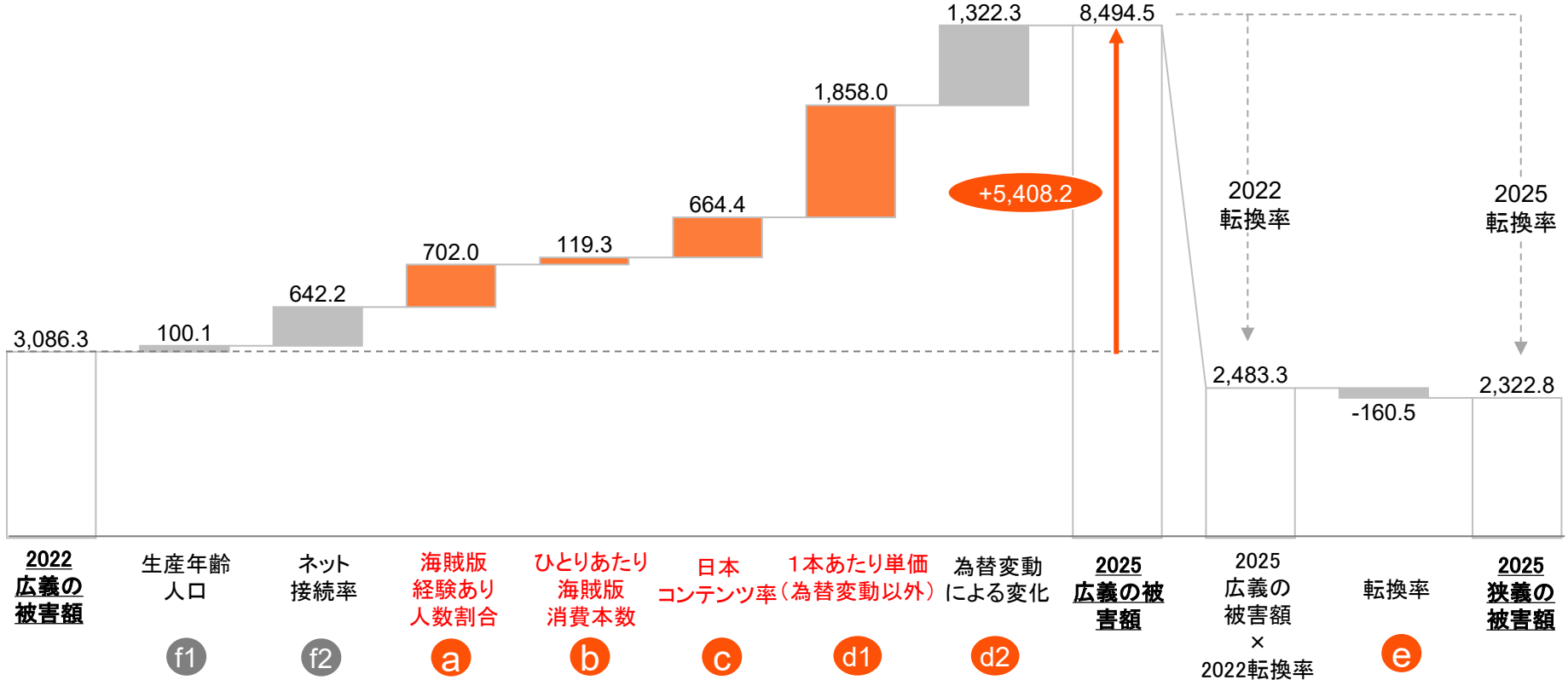
### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

映像分野においては、広義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約5兆円増加し、被害規模は約8.5兆円。要因ごとのインパクトについては、1本あたり単価および為替レートの増加が同等程度の規模

映像 出版 音楽 ゲーム

2022年調査に対する要因ごとの変化インパクト(分野別世界全体)  
単位: 10億円

ユーザー起点推計



※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

PwC

また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

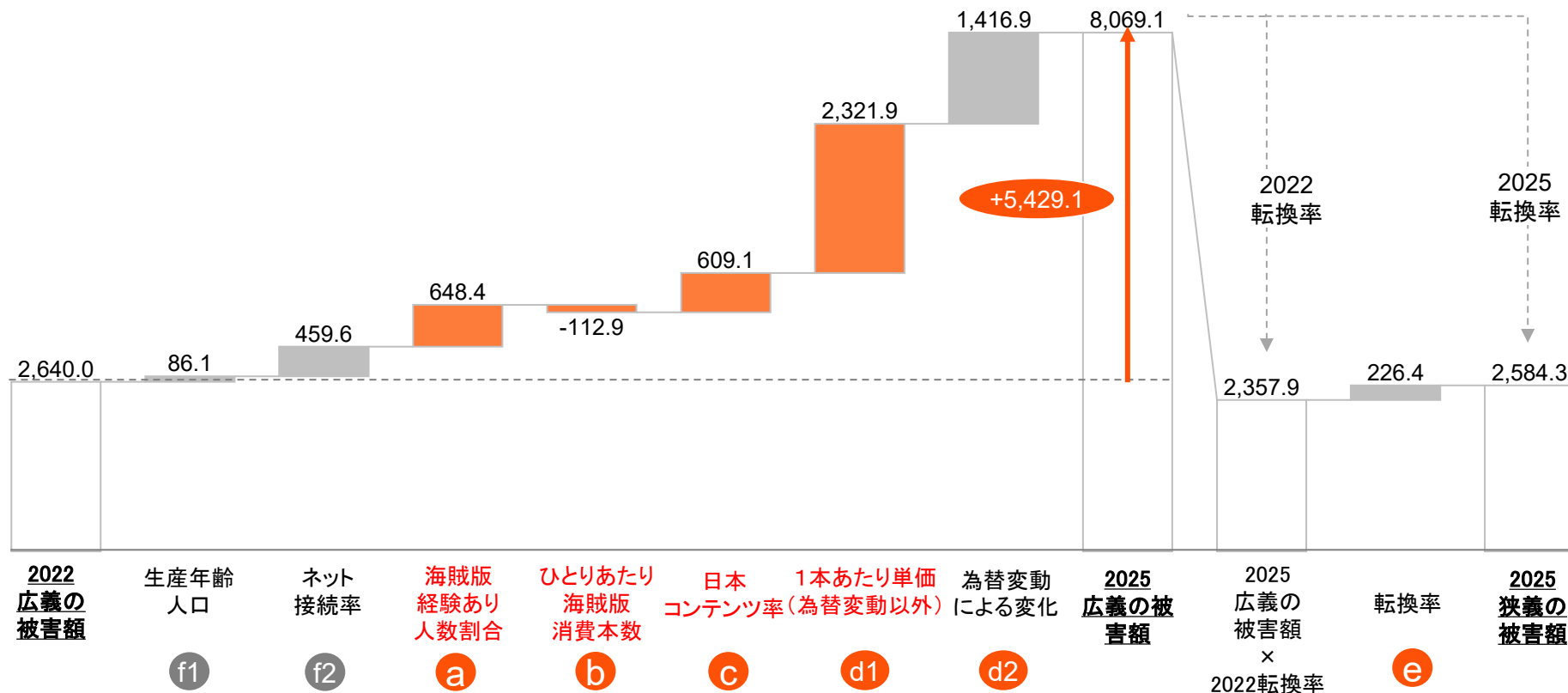
出版分野においては、広義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約5.4兆円増加し、被害規模は約8.1兆円。要因ごとのインパクトについては、1本あたり単価の増加インパクトが大きい

映像 出版 音楽 ゲーム

2022年調査に対する要因ごとの変化インパクト(分野別世界全体)

単位: 10億円

ユーザー起点推計



※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

PwC

また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

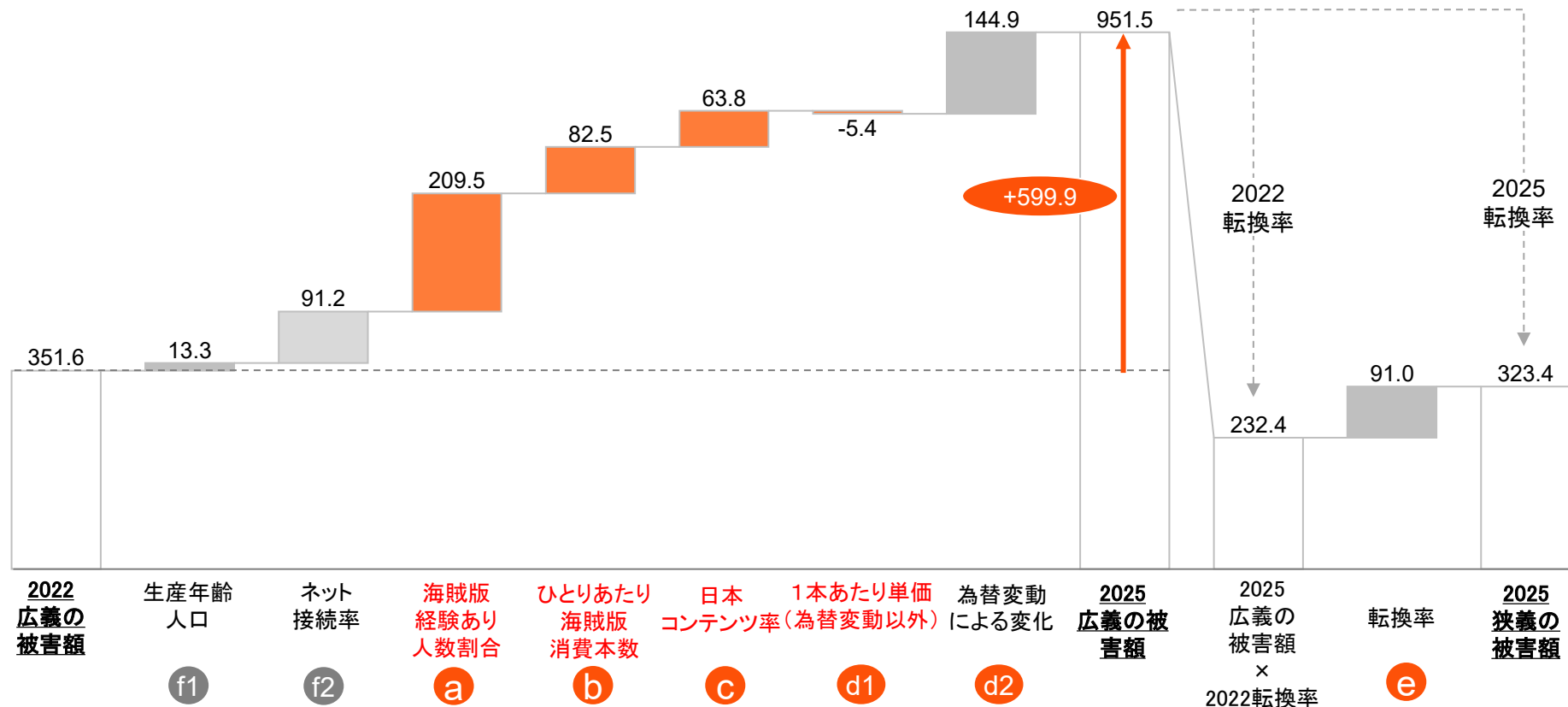
音楽分野においては、広義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約6,000億円増加し、被害規模は約9,500億円。要因ごとのインパクトについては、海賊版経験あり人数割合の増加の規模が大きい

映像 出版 **音楽** ゲーム

2022年調査に対する要因ごとの変化インパクト(分野別世界全体)

単位: 10億円

ユーザー起点推計



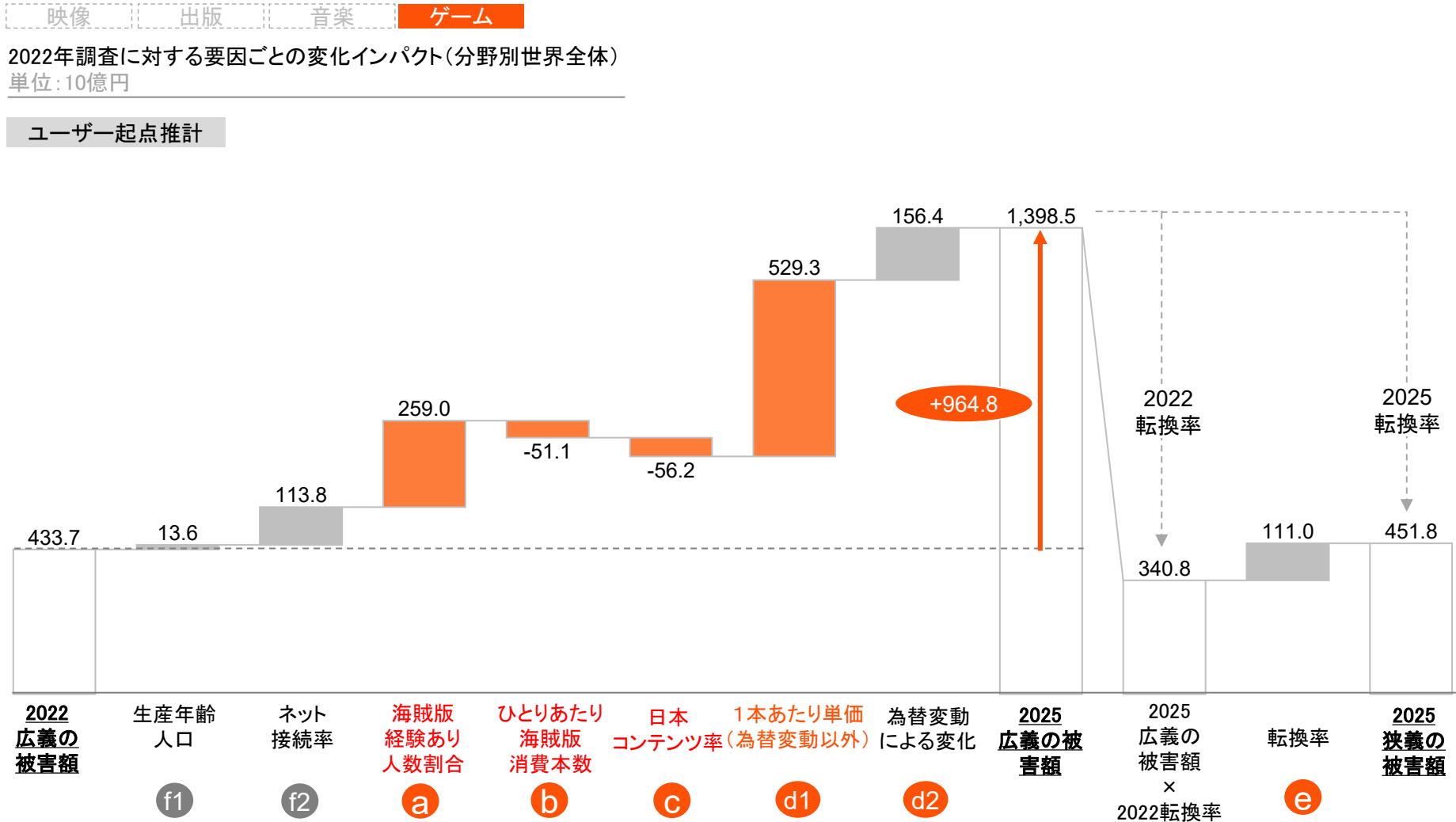
※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

ゲーム分野においては、広義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約9,600億円増加し、被害規模は約1.4兆円。要因ごとのインパクトについては、1本あたり単価の増加インパクトが大きい



※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

PwC

また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

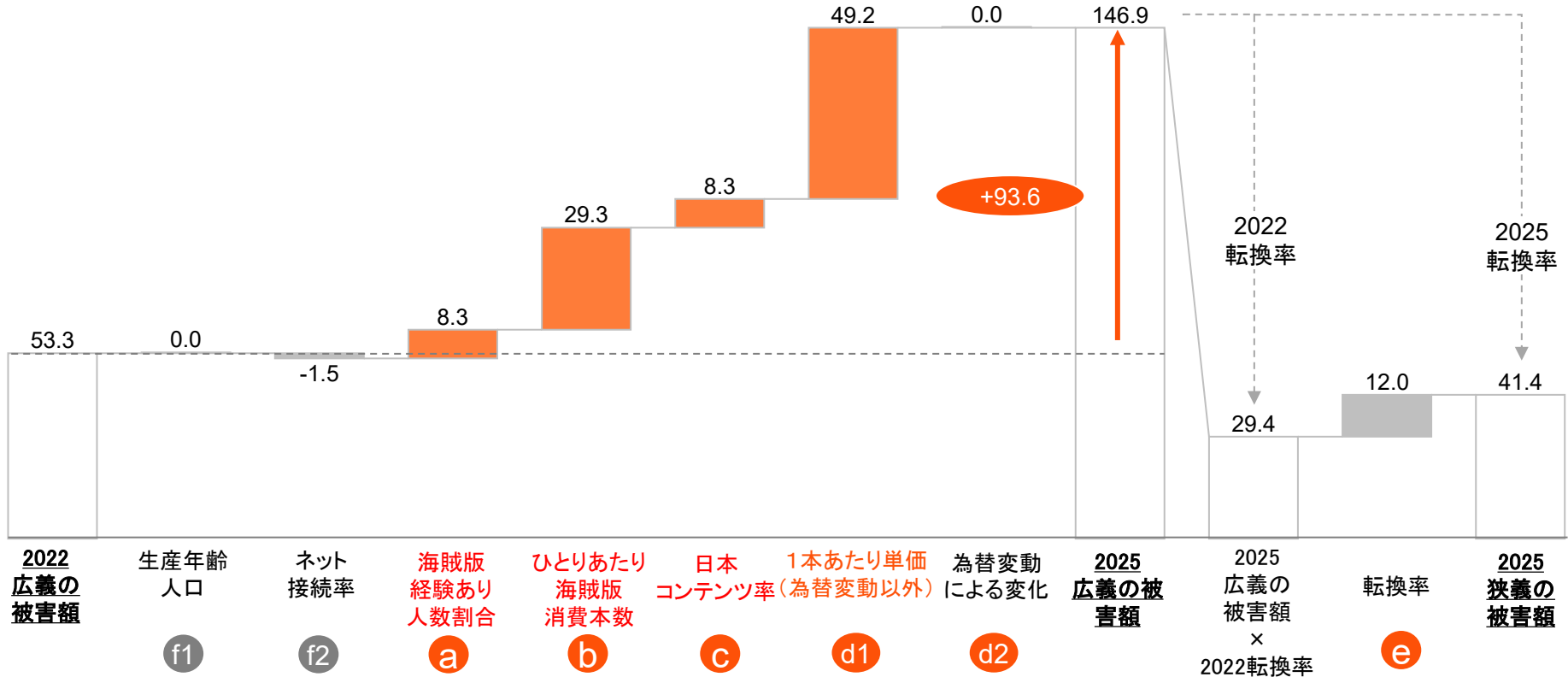
### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

日本においては、広義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約940億円増加し、被害規模は約1,500億円。要因ごとのインパクトについては、1本あたり単価の増加インパクトが大きい

日本 中国 ベトナム アメリカ フランス ブラジル

2022年調査に対する要因ごとの変化インパクト(4分野合計)  
単位: 10億円

ユーザー起点推計



※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

PwC

また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

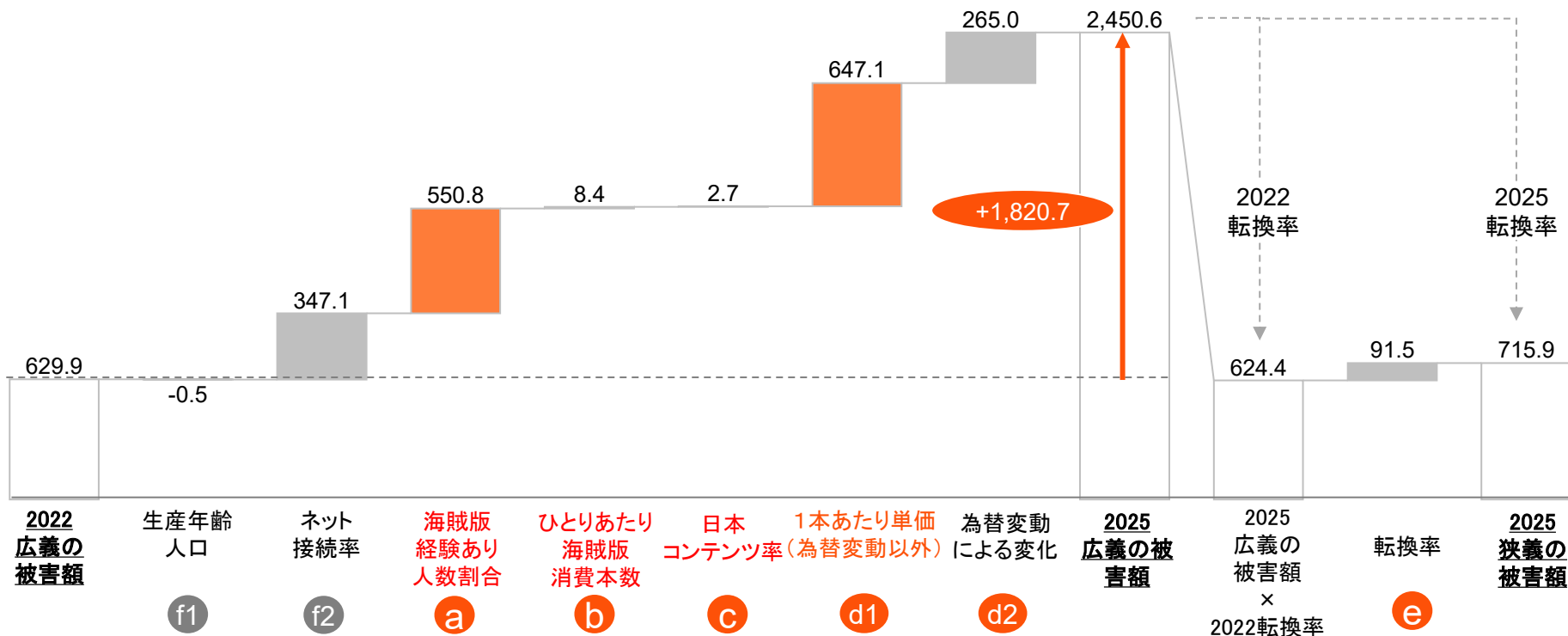
中国においては、広義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約1.8兆円増加し、被害規模は約2.5兆円。要因ごとのインパクトについては、海賊版経験あり人数割合および1本あたり単価の増加が同等規模

日本 中国 ベトナム アメリカ フランス ブラジル

2022年調査に対する要因ごとの変化インパクト(4分野合計)

単位: 10億円

ユーザー起点推計



※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

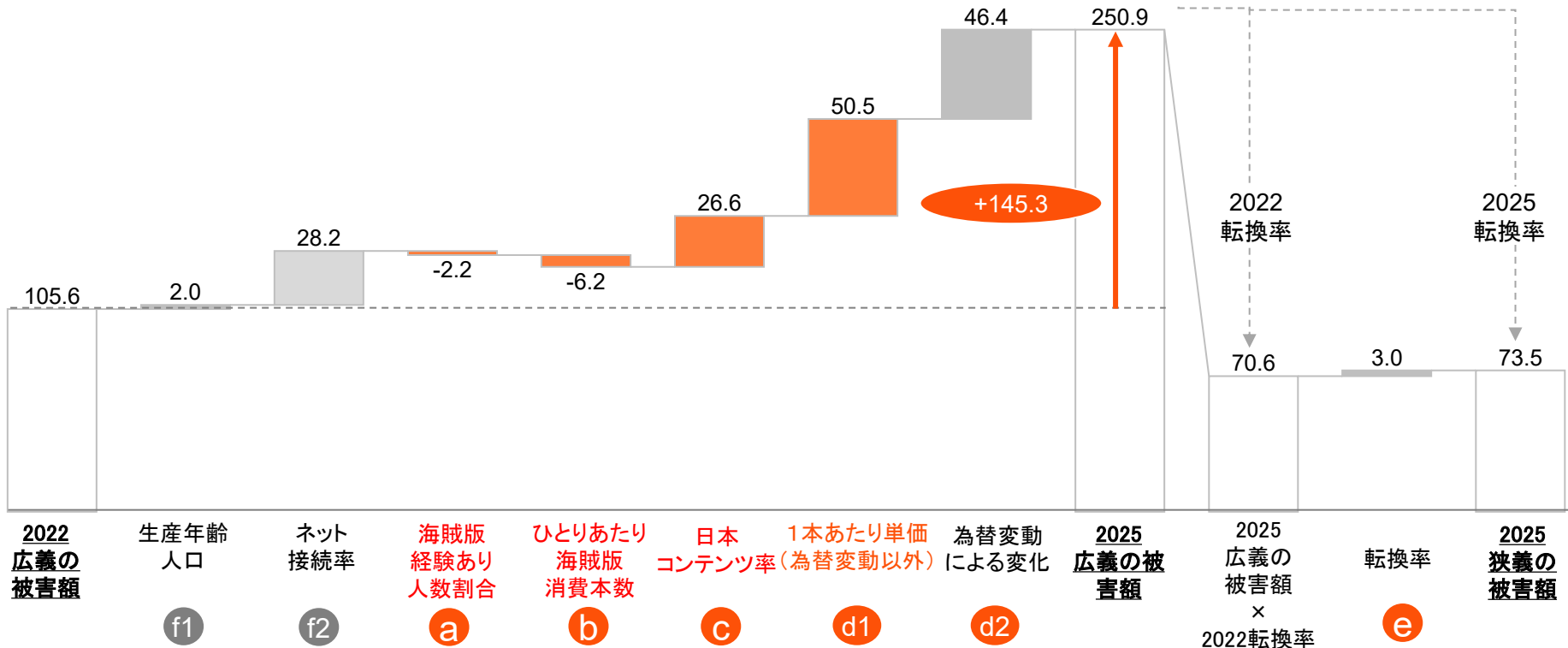
### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

ベトナムにおいては、広義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約1,500億円増加し、被害規模は約2,500億円。要因ごとのインパクトについては、1本あたり単価および為替レートの増加インパクトが大きい

日本 中国 **ベトナム** アメリカ フランス ブラジル

2022年調査に対する要因ごとの変化インパクト(4分野合計)  
単位: 10億円

ユーザー起点推計



※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

PwC

また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

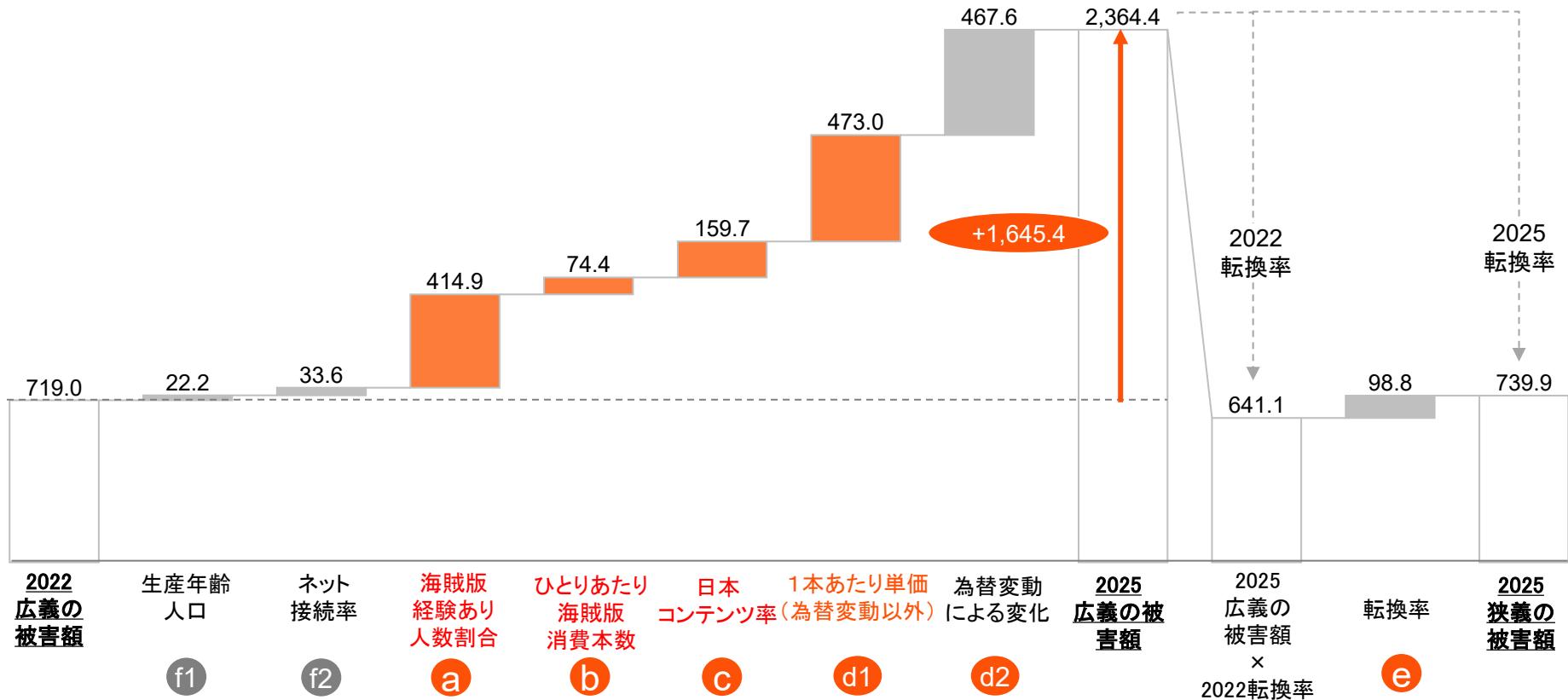
### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

アメリカにおいては、広義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約1.6兆円増加し、被害規模は約2.4兆円。要因ごとのインパクトについては、1本あたり単価および為替レートが増加が同等程度の規模

日本 中国 ベトナム **アメリカ** フランス ブラジル

2022年調査に対する要因ごとの変化インパクト(4分野合計)  
単位: 10億円

ユーザー起点推計



※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

PwC

また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

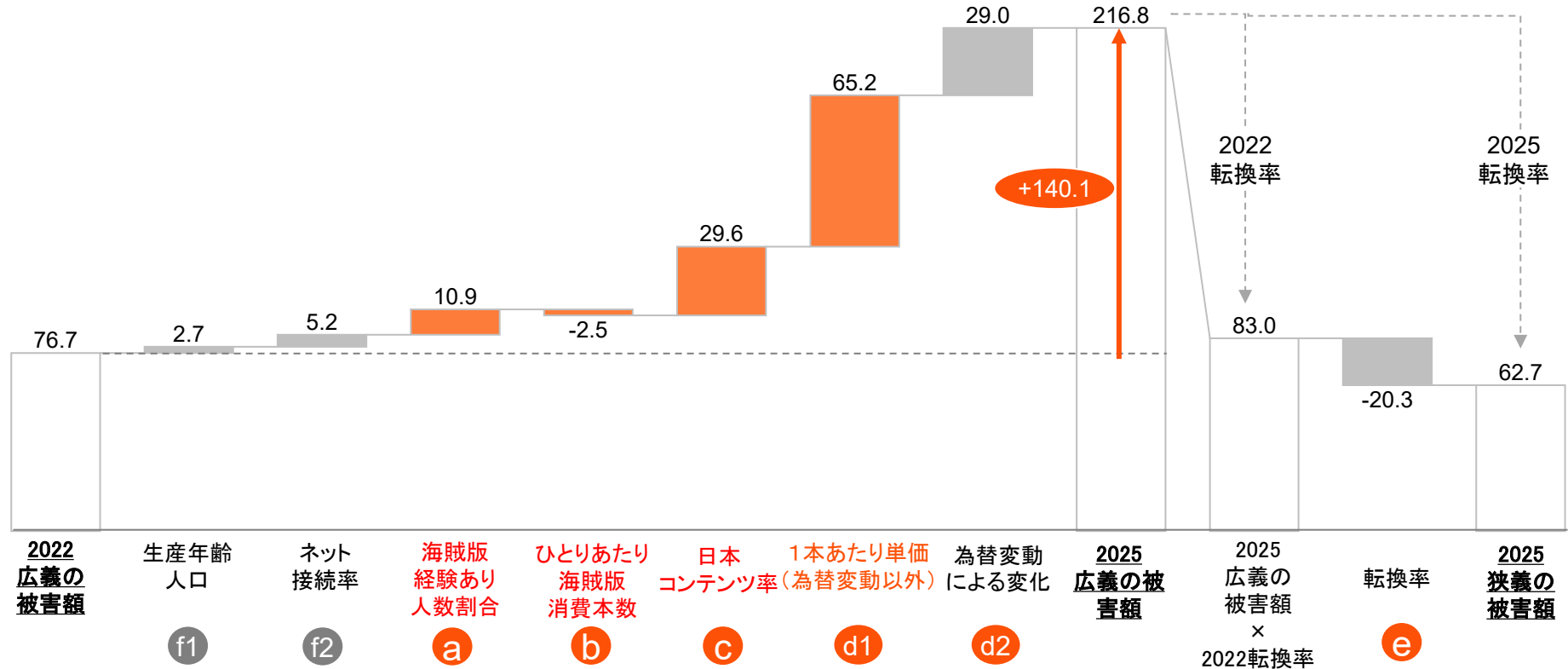
### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

フランスにおいては、広義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約1,400億円増加し、被害規模は約2,200億円。要因ごとのインパクトについては、1本あたり単価の増加インパクトが大きい

日本 中国 ベトナム アメリカ フランス ブラジル

2022年調査に対する要因ごとの変化インパクト(4分野合計)  
単位: 10億円

ユーザー起点推計



※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

PwC

また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

## 2. デジタル海賊版被害規模の推計結果

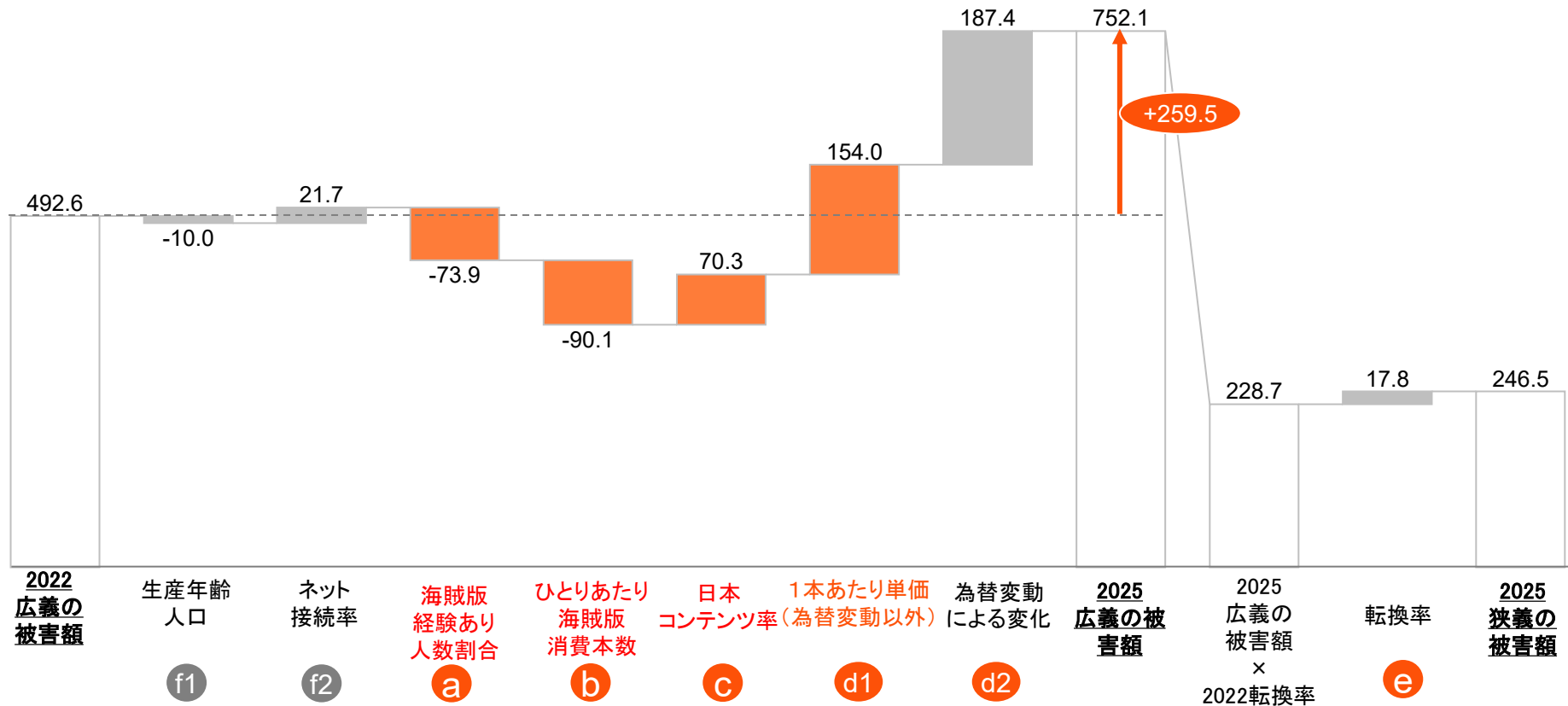
### －5. 2022年被害推計に対する変化分析

ブラジルにおいては、広義の被害額をベースとした場合、2022年調査と比較して約2,600億円増加し、被害規模は約7,500億円。要因ごとのインパクトについては、為替レートの増加インパクトが大きい

日本 中国 ベトナム アメリカ フランス **ブラジル**

2022年調査に対する要因ごとの変化インパクト(4分野合計)  
単位: 10億円

ユーザー起点推計



※各係数の寄与は、他の係数を前回水準に固定して算出。

PwC

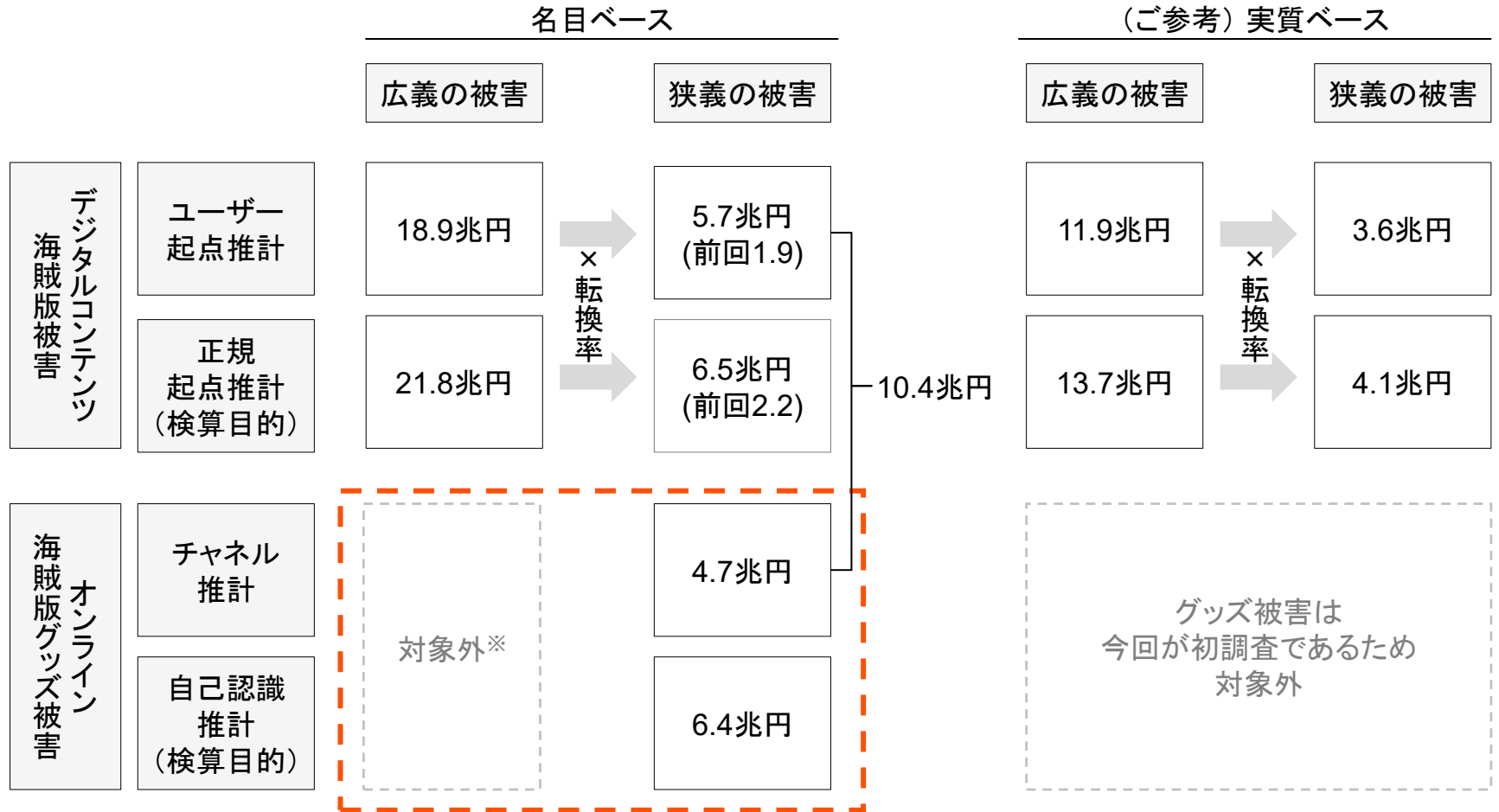
また、各係数が同時に変化することにより生じる単独変化以上の差分は、各係数の単独変化の大きさの比率に応じて各係数の変化に織り込み済

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

1.	本調査事業の背景・目的および実施内容	3
2.	デジタル海賊版被害額	
1.	被害額の定義と推計アプローチ	8
2.	広義の被害額	
1.	ユーザー起点による推計	15
2.	正規起点による推計	20
3.	狭義の被害額	30
4.	推計結果まとめ	37
5.	2022年被害推計に対する変化分析	39
3.	オンライン海賊版グッズ被害額	
1.	被害額の定義と推計アプローチ	63
2.	被害額推計結果	78
3.	推計結果まとめ	87
4.	世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5.	提言	101

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額 -1. 被害額の定義と推計アプローチ

オンライン海賊版グッズの被害額は、世界全体でベースで約4.7兆円～約6.4兆円という推計結果

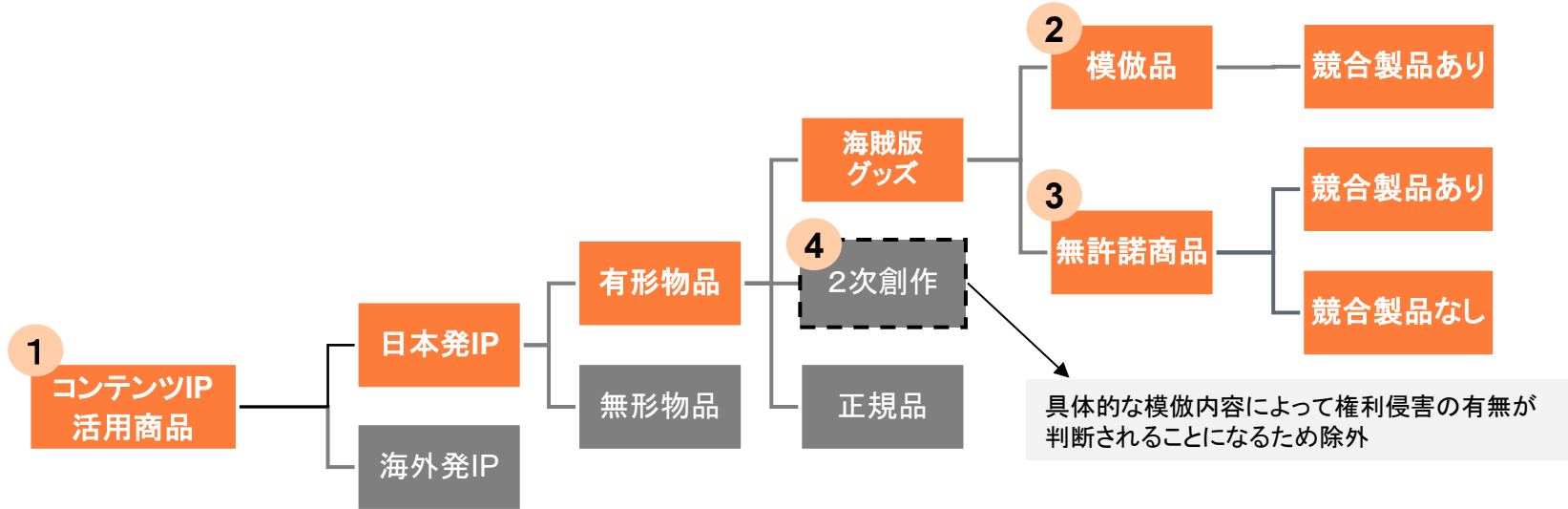


※今回調査ではアンケート設計上の制約から対象外、次回以降調査を検討

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額 -1. 被害額の定義と推計アプローチ

本調査における海賊版グッズとは、コンテンツIP活用商品うち日本発のIP(知的財産)に基づく商品であり、著作権法、商標法、意匠法等などの知的財産権を侵害して、権利者の許諾なく製造・販売されている商品を指す

本調査における海賊版グッズの位置づけ



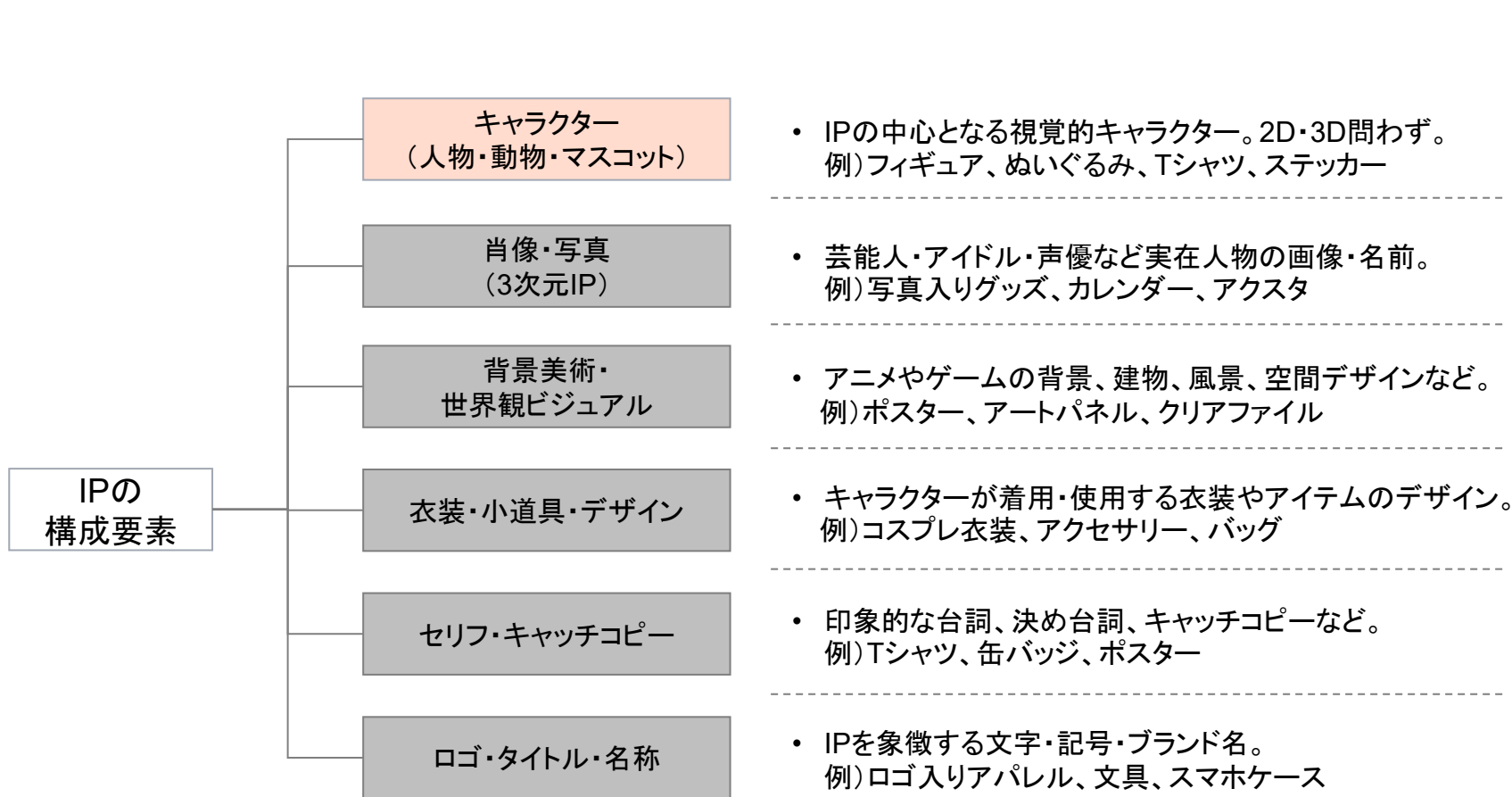
本調査における定義

本調査における定義		
1	コンテンツIP活用商品	✓ 特定の知的財産を活用して企画・開発・販売される商品であり、IPの世界観・キャラクター・ストーリーなどを商品価値の中核に据えたものを指す
2	模倣品	✓ 既に存在している商品の正規品のコピーを指す 例)ガンダムのプラモデル(正規品)のコピー製品
3	無許諾商品	✓ 無許諾で商品化(正規品は存在しない)。 例)ポケモンのキャラクターの絵柄を使った非公式Tシャツ
4	2次創作	✓ 既存のキャラクターや作品をもとに、ファンや個人が独自に制作した創作物 例)ファン制作の漫画・小説、イラストやポスターなどのファンアート等

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

IPの校正要素は、知的財産権の保護対象範囲が明確でない背景美術や衣装等や、著作権と比較し侵害内容が曖昧である肖像・写真は除外し、キャラクターに限定



調査スコープに  
含める

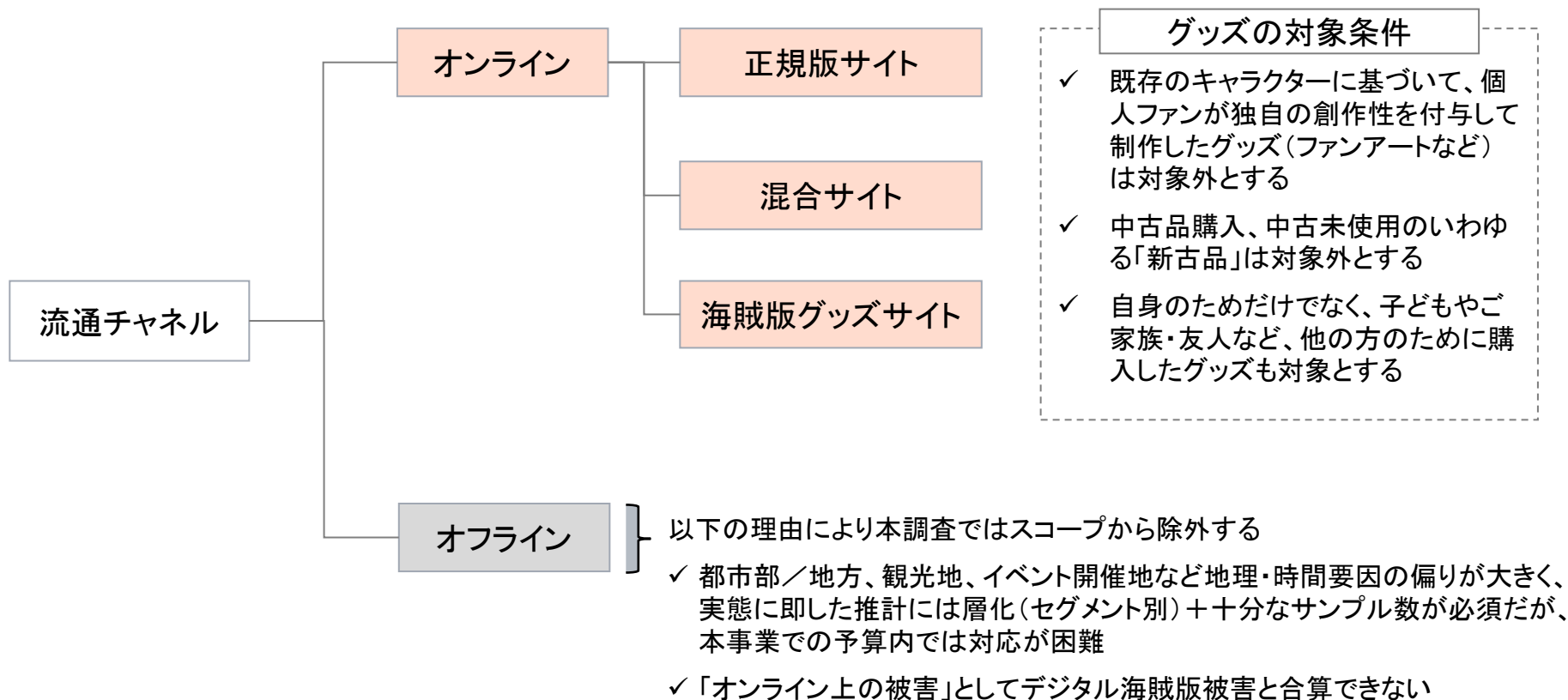
知的財産権の保護対象範囲や  
侵害内容が明確でないため除外

商標権の登録の有無まで  
確認が必要であり、判定が  
煩雑になるため除外

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額 -1. 被害額の定義と推計アプローチ

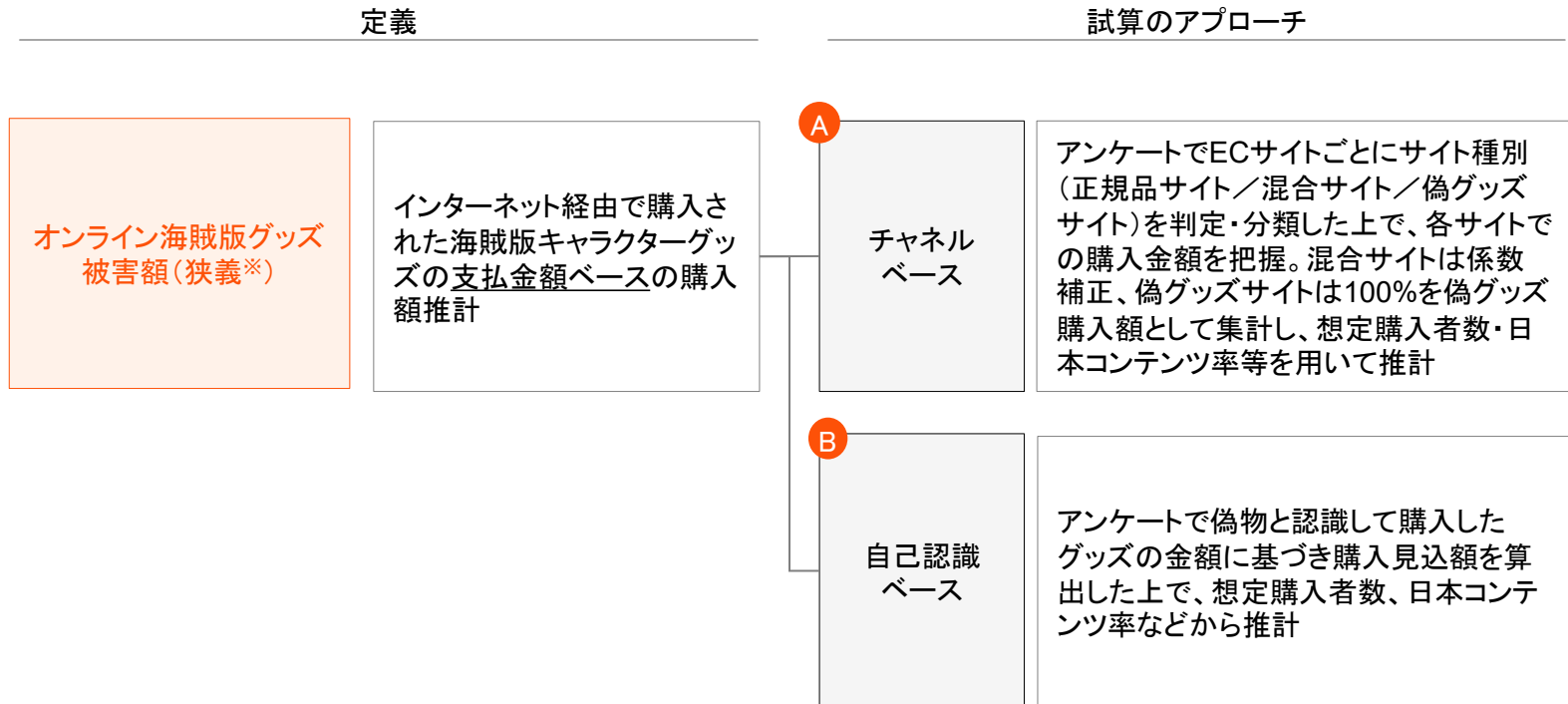
流通チャネルは、オフライン販売では都市部／地方など販売実態に即したセグメント別サンプリングが必要だが、サンプル数拡大が予算上困難なため、ECサイト／フリーマーケットアプリ等のオンライン販売に限定して実施する。

流通チャネルの全体像



### 3. オンライン海賊版グッズ被害額 -1. 被害額の定義と推計アプローチ

オンライン海賊版グッズの被害額の算出には、チャンネルベースと自己認識ベースの2つのアプローチにより推計を実施。また、企業サンプリング調査を活用し、ECサイト上の海賊版グッズの流通額の推計も実施。



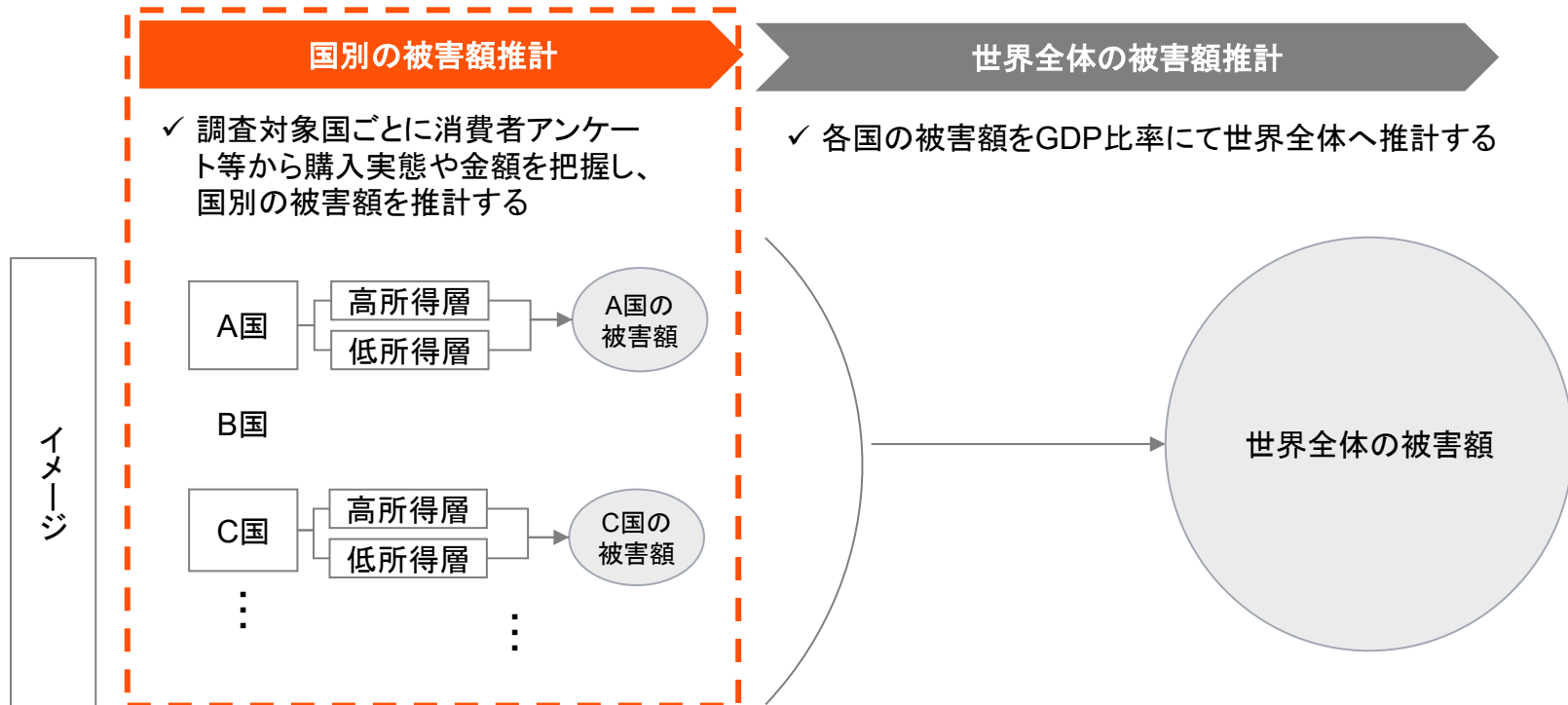
※「広義」の被害については、本事業のアンケートでは正規品および海賊版グッズともに「個数」を把握しておらず、正規品単価を推定できないため見送り

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額 -1. 被害額の定義と推計アプローチ

被害額の推計は、「国別の被害額推計」、「世界全体の被害額推計」の2つのプロセスにて実施

#### オンライン海賊版グッズ被害額の推計イメージ

次頁以降詳述



## 【参考】所得階層の考え方

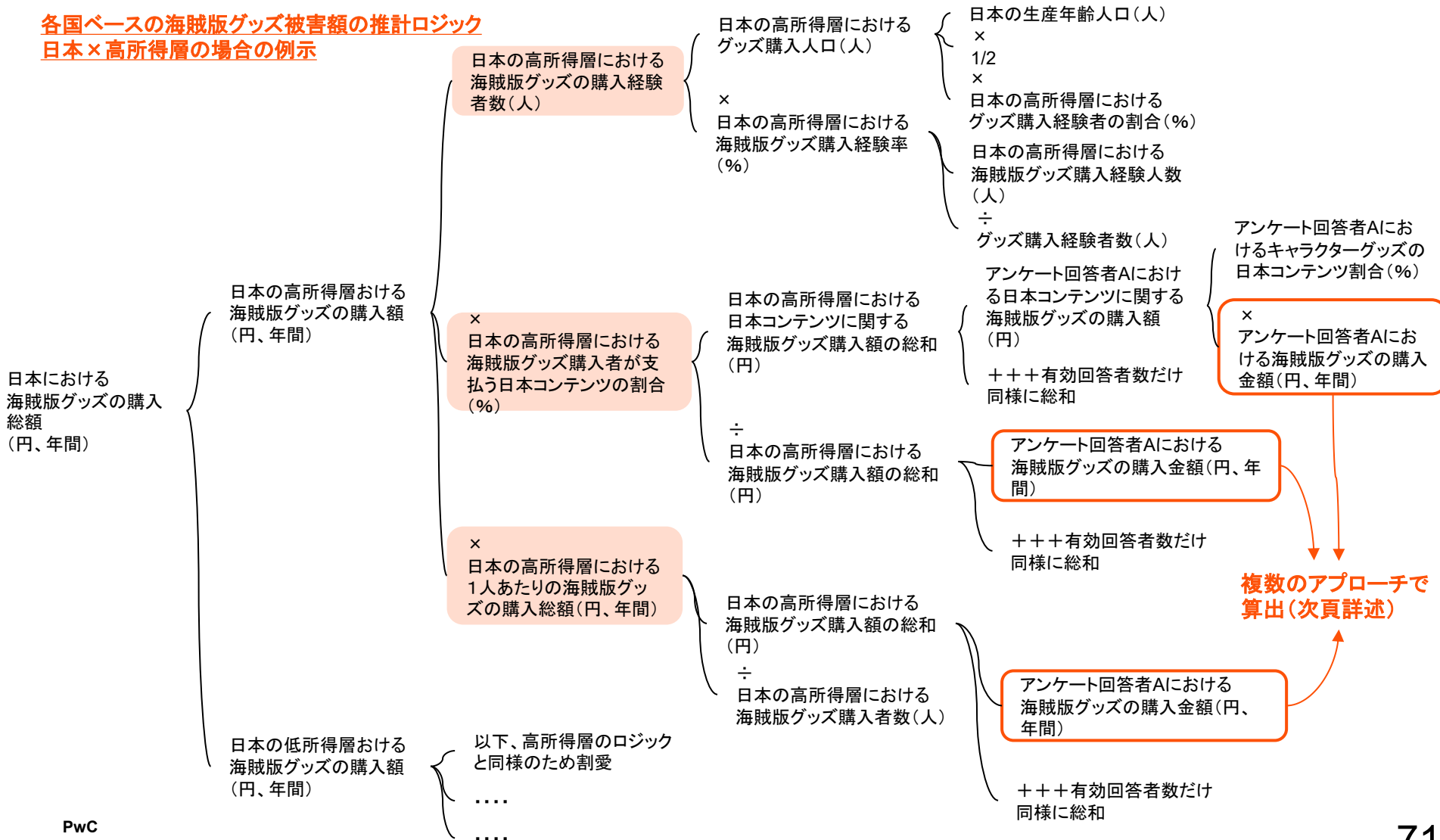
各調査対象国の世帯年収の中央値は、日本・米国以外は異なる統計指標から推計により算出

	中央値等	円換算(R7.9/18時点)	参照元	備考
日本	410万	4,100,000円	厚労省「国民生活基礎調査(2024年)」	世帯年収の中央値
アメリカ	83,730\$	12,330,000円	米国勢調査局「Income in the United States: 2024」	世帯年収の中央値
フランス	48,636€ (推計)	8,470,000円	フランス国立統計経済研究所(INSEE)「Statistics on income and living conditions 2023」	生活水準の中央値のみ公表のため、消費単位で世帯換算
中国	90,932元 (推計)	1,890,000円	国家統計局プレスリリース「Households' Income and Consumption Expenditure in 2024」	1人あたりの可処分所得の中央値から世帯換算
ブラジル	67,629リアル (推計)	1,880,000円	ブラジル地理統計ウェブサイト「Per capita earnings hit record and inequalities fall to the lowest level since 2012」	1人あたりの世帯所得から世帯換算(中央値未公表)
ベトナム	22,373万ドン (推計)	1,250,000円	ベトナム統計総局「家計生活水準調査(2024)」	1人あたりの月間平均所得から世帯換算(中央値未公表)

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額 -1. 被害額の定義と推計アプローチ

対象各国の推計アプローチとしては、各国単位に取得した「海賊版グッズの購入経験がある人数」×「日本コンテンツ率」×「1本あたりの海賊版グッズ購入金額の総和」により推計

#### 各国ベースの海賊版グッズ被害額の推計ロジック 日本×高所得層の場合の例示



### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

チャンネルベースでは、リスト化したECサイトやフリマサイト等において、IPコンテンツグッズの販売サイトにおける被害額を回答していただき、混合サイトは企業サンプリングに基づく海賊版グッズ割合を乗じた上で加算

A

チャンネルベース

#### アンケート調査内容

Q.1

以下のECサイトでIPコンテンツに関するグッズをどれくらい購入したか(1年あたり)。

	ECサイト	IPコンテンツ グッズ購入金額	
正規版サイト	公式オンラインストア(サンリオオンライン等)	5,000円	正規品と判定(0%)
	グッズ専門サイト(アニメイトオンライン等)	7,000円	
	玩具全般を取り扱うサイト(トイザラスオンライン等)	2,000円	
	百貨店等の小売り店のサイト(三越伊勢丹オンライン等)	3,000円	
	公式ライセンスを受けてコラボした商品サイト(アパレルECサイト等)	6,000円	
混合サイト	マーケットプレイス(Amazon、楽天等)	10,000円	正規品と海賊版グッズが混合 ( <u>企業サンプリングに基づく海賊版グッズ割合を乗じる</u> ) →次頁詳述
	フリマアプリ(メルカリ、ラクマ等)	5,000円	
海賊版サイト	コピー品専門オンラインショップ(Bibicopy、hacopy等)	2,000円	海賊版グッズと判定(100%)
	正規品が存在しない無許諾商品の専門オンラインショップ	2,000円	
	その他( )	3,000円	集計対象外

※マーケットプレイス内の正規の販売元で購入した商品は、当該マーケットプレイスの購入金額として計上

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

世界的に人気の高い日本のIPコンテンツに関するグッズを販売する企業を複数選定し、サンプリング調査を実施、主要プラットフォームにおける出品ベースでの海賊版グッズ割合を算出

#### サンプリング調査の目的・概要

目的	購入チャネルベースにおける混合サイト(マーケットプレイスやフリマ)上の海賊版グッズの割合、及び自己認識ベースにおける誤認購入割合を推定するために、特定のIPコンテンツの海賊版グッズの出品割合を調査する
調査概要	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 調査協力企業(IP権利元または製造販売ライセンシー)<ul style="list-style-type: none"><li>・ 日本の主要IPを複数保有し、グッズ展開が多様であり、混合サイトで流通が確認が可能な企業</li></ul></li><li>2. 対象IPコンテンツ<ul style="list-style-type: none"><li>・ 各企業あたり2作品(人気度・グッズ展開規模・調査負担度合い等のバランスを踏まえ選定)</li></ul></li><li>3. 調査プラットフォーム(混合サイト)<ul style="list-style-type: none"><li>・ マーケットプレイス、フリマ等</li></ul></li><li>4. サンプリング方法<ul style="list-style-type: none"><li>・ 各プラットフォーム内で「IP名」で検索し、一定の件数を抽出した上で、海賊版グッズの商品数を記録する</li></ul></li></ol>

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

判定基準は原則として協力企業側に一任しつつ、グレー(判定不能)を除外して50件を、IPひとつあたりのサンプリング抽出件数として調査

#### サンプリング方法

サンプリング方法	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 検索条件<ul style="list-style-type: none"><li>• 各プラットフォーム内で「IP名+グッズ」で検索</li><li>• 並び順は「関連度順」または「おすすめ順」※多くのユーザーが利用と考えられる並び順</li><li>• 購入ベースではなく、あくまで出品ベースでの海賊版グッズを対象とする</li></ul></li><li>2. 抽出件数<ul style="list-style-type: none"><li>• 各IPにつき原則50件 ※先方負担の観点で一部、50件に満たなかったIPあり</li><li>• 正規/グレー(判定不能)/非正規の3判定のうち、グレー(判定不能)はカウントせず50件</li></ul></li><li>3. 判定基準<ul style="list-style-type: none"><li>• 原則として協力企業側に一任</li><li>• 例) 価格差、公式タグ/著作権表記の有無、出品者属性、画像出所、発送元等 など</li></ul></li></ol>
----------	--

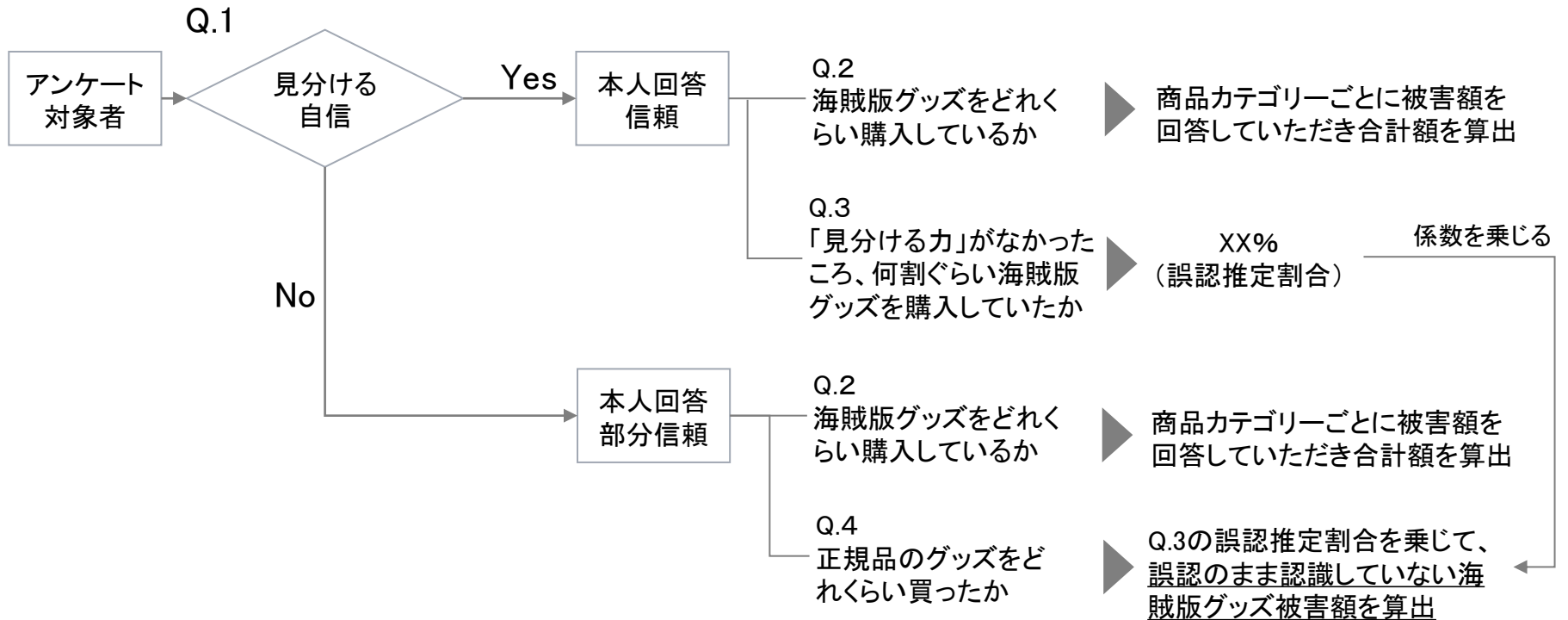
### 3. オンライン海賊版グッズ被害額 -1. 被害額の定義と推計アプローチ

自己認識ベースでは、アンケートにてオンライン海賊版グッズの購入額を商品別に回答。また、回答金額は意図的な購入額であるため、誤認したまま認識していない潜在的な被害額も推計し加算

B

自己認識ベース

アンケート項目の全体像

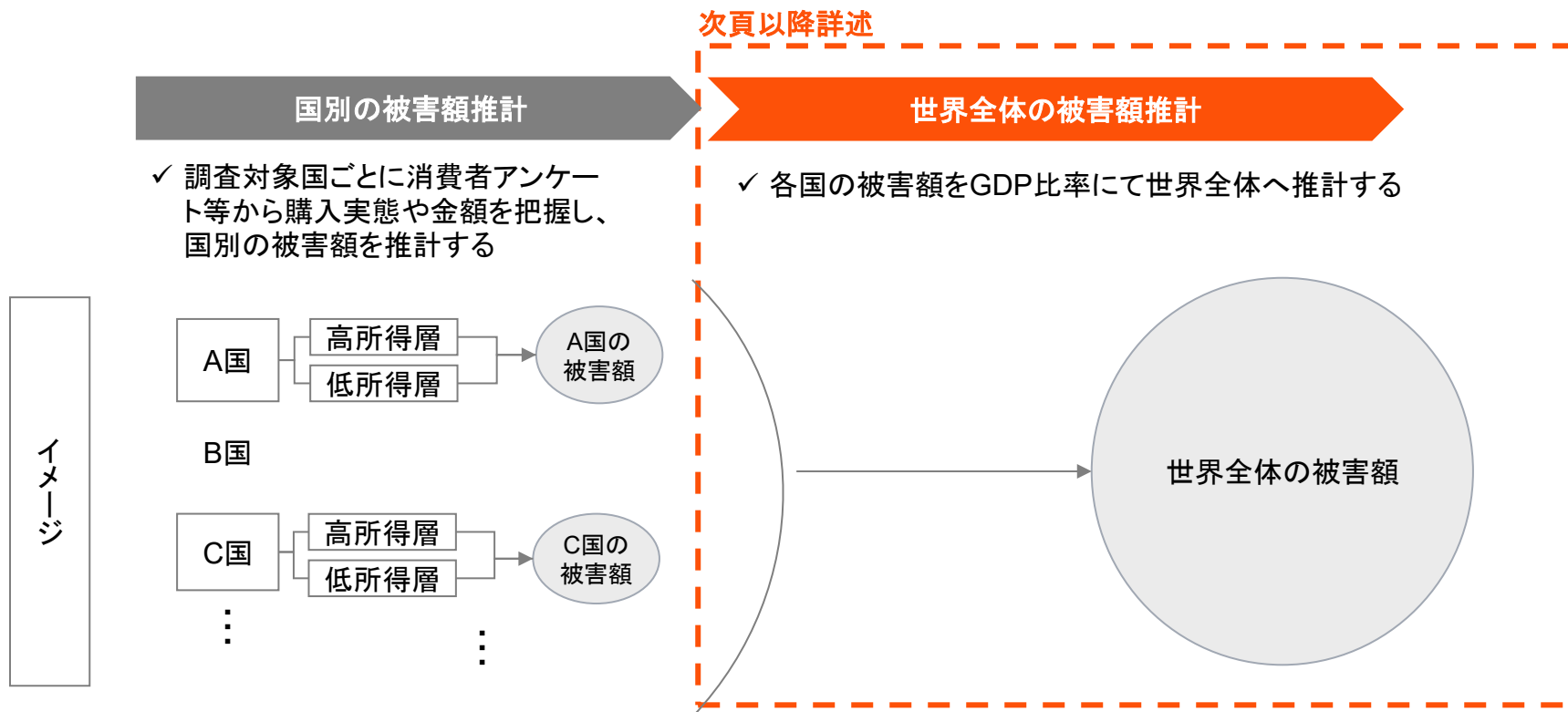


### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

被害額の推計は、「国別の被害額推計」、「世界全体の被害額推計」の2つのプロセスにて実施

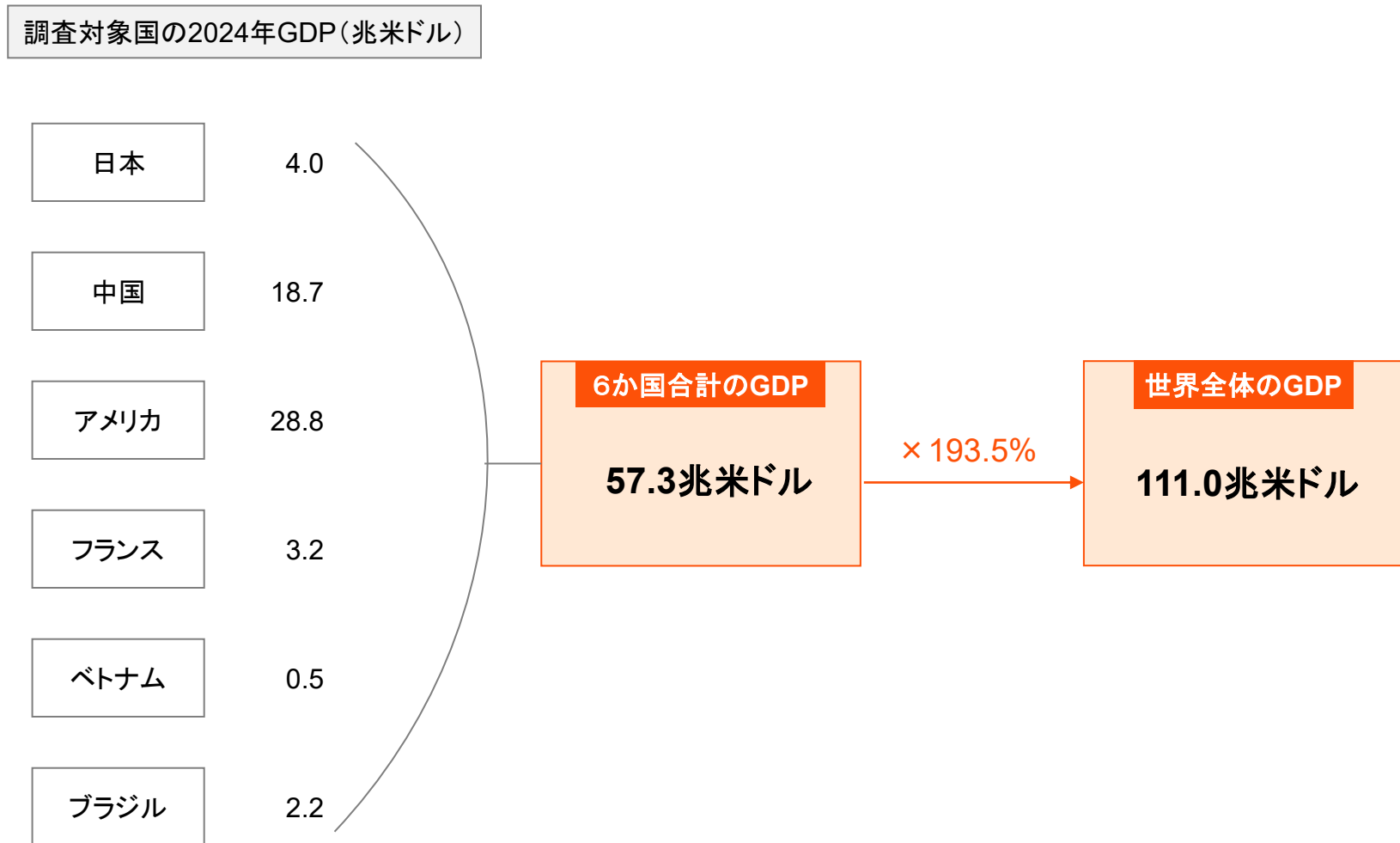
#### オンライン海賊版グッズ被害額の推計イメージ



### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー1. 被害額の定義と推計アプローチ

「世界全体のGDP総額」を分母、「調査対象国のGDP合計」を分子として、世界全体GDPに対する構成比(GDP比率)を算出



1. 本調査事業の背景・目的および実施内容	3
2. デジタル海賊版被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	8
2. 広義の被害額	
1. ユーザー起点による推計	15
2. 正規起点による推計	20
3. 狭義の被害額	30
4. 推計結果まとめ	37
5. 2022年被害推計に対する変化分析	39
3. オンライン海賊版グッズ被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	63
2. 被害額推計結果	78
3. 推計結果まとめ	87
4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5. 提言	101

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー2. 被害額推計結果

アンケート推計を目的として実施したアンケートの概要は下記の通り

##### アンケート実査概要

観点	実施内容
対象国	・日本・中国・ベトナム・フランス・アメリカ・ブラジル(計6カ国)
対象者	・年齢層: 15歳～99歳 ・性別: 不問 ・直近1年間でインターネット上でキャラクターグッズを購入した方
サンプル割付条件	・下記の年齢区分ごとに、各60サンプル - 15-18歳 - 19-22歳 - 23-29歳 - 30-39歳 - 40-49歳 - 50-59歳 - 60歳以上  ・各国における世帯年収の中央値(一部推計)を閾値に「高所得層」と「低所得層」の2区分ごとに、最低90サンプル数を回収
回収期間	・10/10～10/27

##### アンケート回収結果

対象国	回収目標数 (対デジタル)	回収実績数 デジタル	海賊版グッズ		
			高所得層	低所得層	
日本	420ss	499ss	328ss	179ss	149ss
中国	420ss	526ss	522ss	413ss	109ss
ベトナム	420ss	461ss	421ss	166ss	255ss
フランス	420ss	487ss	393ss	94ss	299ss
アメリカ	420ss	440ss	428ss	101ss	327ss
ブラジル	420ss	462ss	511ss	229ss	282ss

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー2. 被害額推計結果

アンケート委託会社側での明らかな無効解答の除外に加え、調査チームでは年間購入金額について、データクレンジングを実施

#### 回収実績数

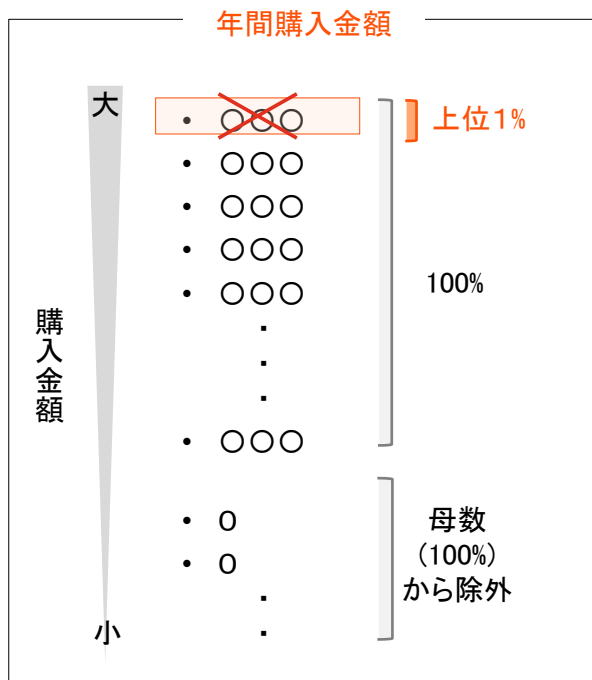
- 前述の回収実績数は、アンケート委託会社側での明らかな無効解答を除外後の数値

対象国	回収実績数
日本	328ss
中国	522ss
ベトナム	421ss
フランス	393ss
アメリカ	428ss
ブラジル	511ss

明らかな無効解答は除外済の数値

#### 調査チームでのデータクレンジング

- 年間購入金額については、99パーセンタイルを超える金額を消費している回答者は除外



#### 有効回答数

- 有効回答数としては、各国314～501サンプル

対象国	有効回答数
日本	314ss
中国	501ss
ベトナム	406ss
フランス	380ss
アメリカ	413ss
ブラジル	490ss

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー2. 被害額推計結果

チャンネルアプローチによる世界全体のオンライン海賊版グッズ被害額は、約4.7兆円という推計結果

チャンネル

自己認識

Lv.2	Lv.3	単位	世界全体							
			6か国合計	中国	アメリカ	フランス	ブラジル	ベトナム	日本	
	海賊版グッズ被害額	十億円	4,680.7	2,418.5	1,869.4	300.4	12.6	111.2	117.4	7.6
	高所得層	十億円	N/D	N/D	1,262.9	196.5	5.5	87.2	76.9	5.6
	海賊版グッズ購入経験者人数	百万人	N/D	N/D	46.9	8.9	0.5	7.6	3.4	0.2
	日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	43.1%	32.7%	37.5%	40.9%	49.2%	77.1%
	1人あたりの海賊版グッズ購入金額	円/年間	N/D	N/D	62,501.5	67,379.3	27,509.7	28,251.6	46,069.6	48,324.0
	低所得層	十億円	N/D	N/D	606.5	104.0	7.1	23.9	40.5	2.0
	海賊版グッズ購入経験者人数	百万人	N/D	N/D	42.5	5.5	0.7	5.1	3.1	0.1
	日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	35.6%	35.3%	32.7%	30.7%	47.6%	72.2%
	1人あたりの海賊版グッズ購入金額	円/年間	N/D	N/D	40,094.4	53,747.8	30,178.1	15,244.8	27,062.3	25,902.1

出典：今回消費者アンケート、PwC Analysis

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー2. 被害額推計結果

自己認識アプローチによる世界全体のオンライン海賊版グッズ被害額は、約6.4兆円という推計結果

チャンネル

自己認識

		世界全体								
		6か国合計								-
Lv.2	Lv.3	単位		中国	アメリカ	フランス	ブラジル	ベトナム	日本	
海賊版グッズ被害額		十億円	6,429.3	3,322.0	2,284.2	603.4	58.3	195.6	151.2	29.3
	高所得層	十億円	N/D	N/D	1,565.9	380.4	28.3	140.9	98.9	21.5
	海賊版グッズ購入経験者人数	百万人	N/D	N/D	81.8	17.8	2.3	15.9	7.1	0.6
	日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	45.6%	36.0%	33.5%	39.1%	51.9%	80.5%
	1人あたりの海賊版グッズ購入金額	円/年間	N/D	N/D	41,979.9	59,263.0	36,877.1	22,602.7	26,726.1	48,244.3
	低所得層	十億円	N/D	N/D	718.2	223.0	30.0	54.7	52.3	7.8
	海賊版グッズ購入経験者人数	百万人	N/D	N/D	70.9	12.2	2.0	14.8	6.6	0.5
	日本コンテンツ割合	%	N/D	N/D	39.0%	39.8%	40.4%	32.2%	51.5%	72.5%
	1人あたりの海賊版グッズ購入金額	円/年間	N/D	N/D	25,943.8	45,945.7	37,966.5	11,461.5	15,458.7	20,146.3

出典：今回消費者アンケート、PwC Analysis

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー2. 被害額推計結果

チャンネル推計における海賊版グッズ購入経験率は、中国の低所得層およびアメリカの高所得層が30%以上と相対的に高い結果

#### 海賊版グッズ購入経験率(チャンネル)

	中国	ブラジル	ベトナム	アメリカ	フランス	日本
高所得層の海賊版グッズ購入経験率 %	23.8%	25.6%	25.2%	30.1%	11.1%	3.5%
低所得層の海賊版グッズ購入経験率 %	31.1%	24.4%	25.9%	24.7%	15.9%	3.5%

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー2. 被害額推計結果

日本コンテンツ率は、当然高い日本を除くと中国・ブラジル・ベトナムの高所得層では、アメリカ・フランスといった先進国の高所得層と比較し、約4割以上と相対的に高い結果

#### 日本コンテンツ率(チャンネル)

推計Lv.1Lv.2	単位	中国		ブラジル		ベトナム		アメリカ		フランス		日本	
		高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層
日本コンテンツ率 (チャンネルベース)	%	43%	36%	41%	31%	49%	48%	33%	35%	37%	33%	77%	72%

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー2. 被害額推計結果

1人あたりの海賊版グッズ購入額は、フランスを除いて各国高所得層の方が低所得層より高い結果

#### 1人あたりの海賊版グッズ購入額 (チャンネル)

推計Lv.1	単位	中国		ブラジル		ベトナム		アメリカ		フランス		日本	
		高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層
1人あたりの海賊版グッズの購入総額 (チャンネルベース)	円	62,502	40,094	28,252	15,245	46,070	27,062	67,379	53,748	27,510	30,178	48,324	25,902

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー2. 被害額推計結果

正規品購入額に対する海賊版グッズ購入額の比率は、チャンネルベースだと、中国およびベトナムの低所得層が4割以上と相対的に高い結果

#### 海賊版グッズ購入比率(チャンネル)

推計Lv.1	Lv.2	Lv.3	中国		ブラジル		ベトナム		アメリカ		フランス		日本	
			高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層	高所得層	低所得層
正規品購入額に対する海賊版グッズ購入額の比率 (チャンネルベース)	%		38%	43%	22%	25%	35%	42%	20%	23%	7%	10%	8%	8%

出典: 今回消費者アンケート、PwC Analysis

1. 本調査事業の背景・目的および実施内容	3
2. デジタル海賊版被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	8
2. 広義の被害額	
1. ユーザー起点による推計	15
2. 正規起点による推計	20
3. 狭義の被害額	30
4. 推計結果まとめ	37
5. 2022年被害推計に対する変化分析	39
3. オンライン海賊版グッズ被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	63
2. 被害額推計結果	78
3. 推計結果まとめ	87
4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5. 提言	101

### 3. オンライン海賊版グッズ被害額

#### ー3. 推計結果まとめ

世界全体のオンライン海賊版グッズ被害額は、約4.7兆円～約6.4兆円という結果

Target Lv.1	Lv.2	単位	世界全体						
			中国	アメリカ	フランス	ブラジル	ベトナム	日本	
海賊版グッズ被害額	チャンネルベース	十億円	4,680.7	1,869.4	300.4	12.6	111.2	117.4	7.6
	自己認識ベース	十億円	6,429.3	2,284.2	603.4	58.3	195.6	151.2	29.3

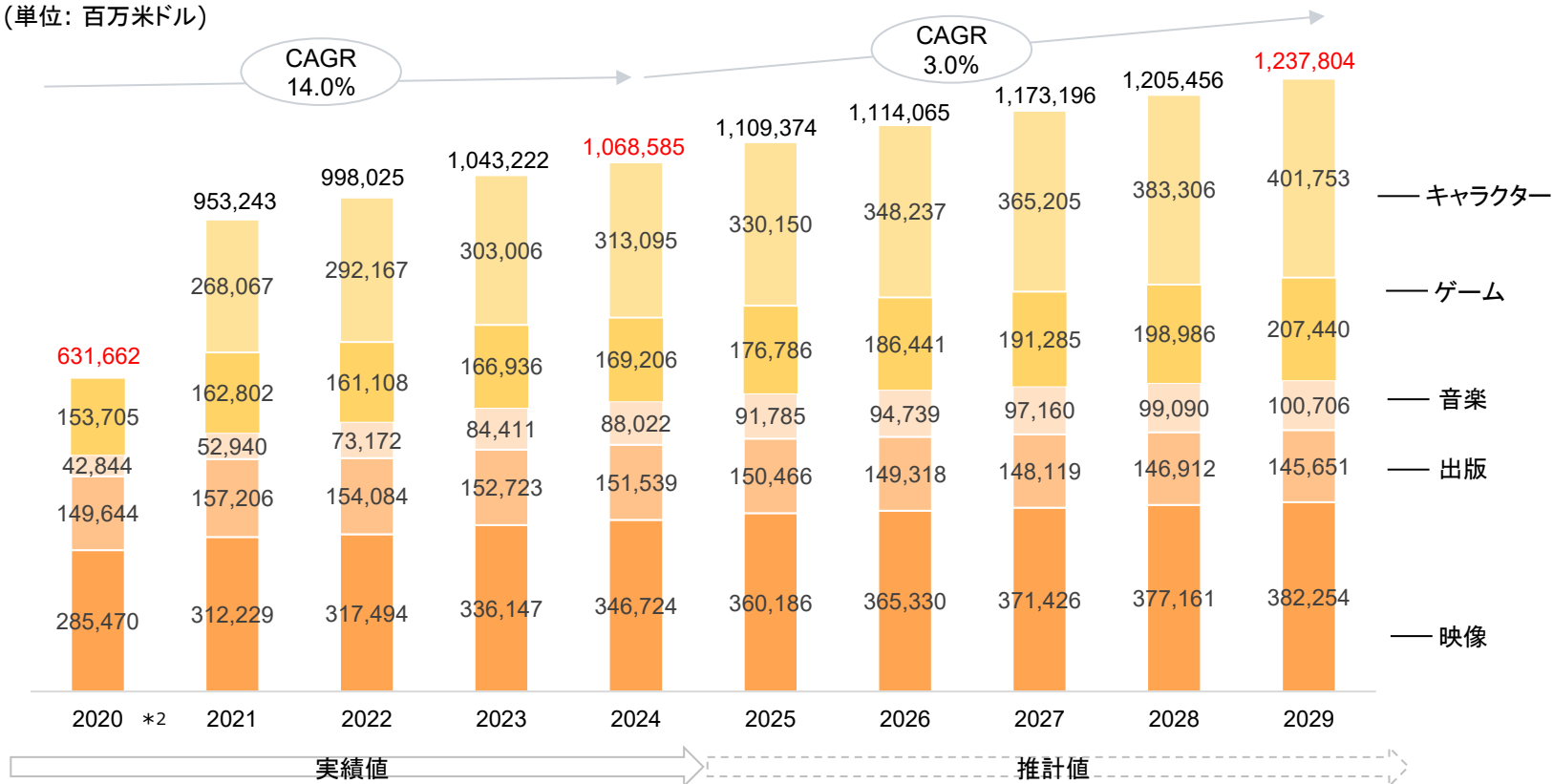
1.	本調査事業の背景・目的および実施内容	3
2.	デジタル海賊版被害額	
1.	被害額の定義と推計アプローチ	8
2.	広義の被害額	
1.	ユーザー起点による推計	15
2.	正規起点による推計	20
3.	狭義の被害額	30
4.	推計結果まとめ	37
5.	2022年被害推計に対する変化分析	39
3.	オンライン海賊版グッズ被害額	
1.	被害額の定義と推計アプローチ	63
2.	被害額推計結果	78
3.	推計結果まとめ	87
4.	世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5.	提言	101

## 4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果：世界全体

世界全体では2020年時点の約630億米ドル(約9.5兆円)に対して、2024年時点で約1,068億米ドル(約160兆円※1)と、14.0%の成長。今後は、2029年時点では約1,237億米ドル(約186兆円)と推計され、2024年を起点として年平均約3.0%の成長見込み

世界全体でのコンテンツ市場規模の推移

(単位：百万米ドル)



出典：PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトルック2025-2029」、Licensing International「グローバルライセンス調査」(2021-2025)、IMF「World Economic Outlook Database, April 2022」

脚注：\*1 1米ドル=150.58円で算出。

\*2 2020年はLicensing Internationalよりキャラクター分野のレポートは発刊されず、今回参照した最新レポートにおいても2020年は欠損値として数値公表なし

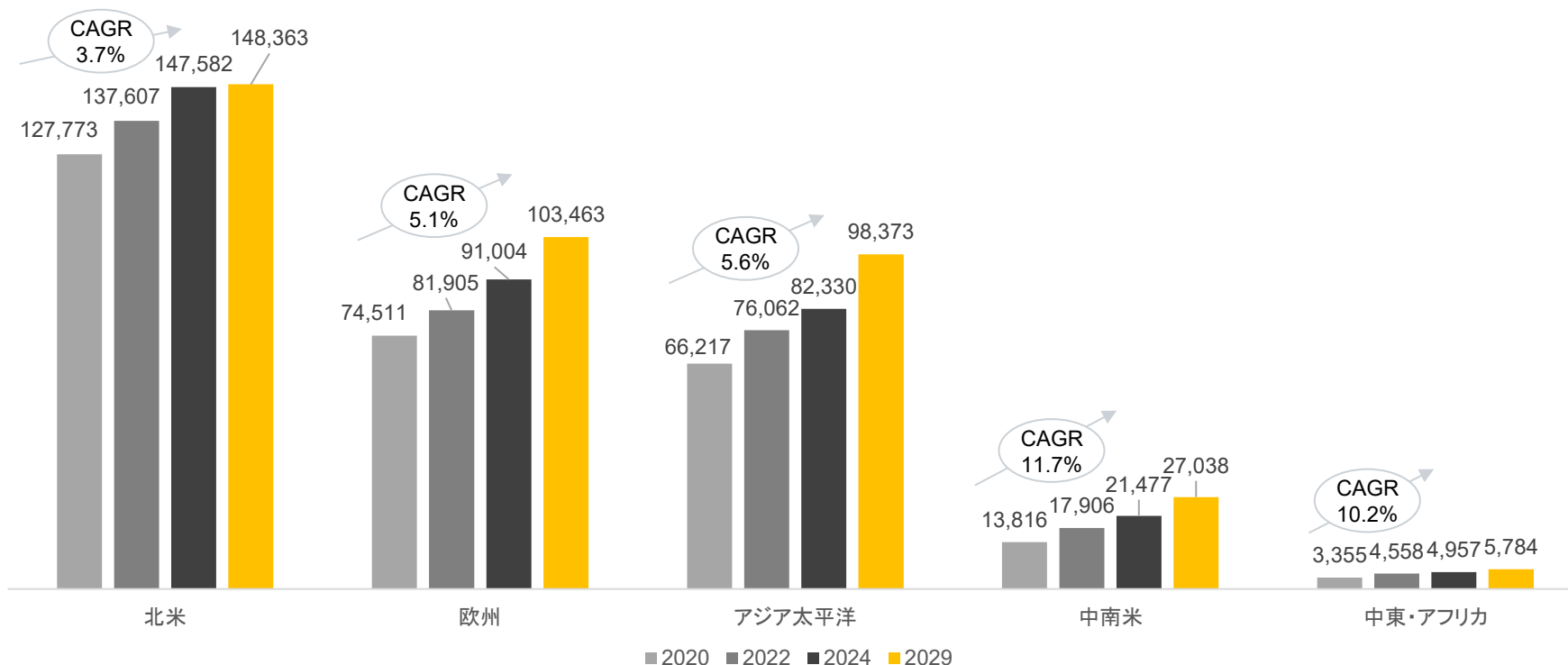
## 4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果：地域別（映像市場）

地域別の映像市場では、北米の市場規模が最も大きく、今後も世界最大の市場規模である見込み  
一方、実績ベースの年成長率は中南米が約11.7%と最も高く、次いで中東・アフリカも約10.2%と同等に高い

地域別での映像市場規模の推移

(単位: 百万米ドル)

■ 推計値



出典: PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトルック2025-2029」、IMF「World Economic Outlook Database, April 2022」

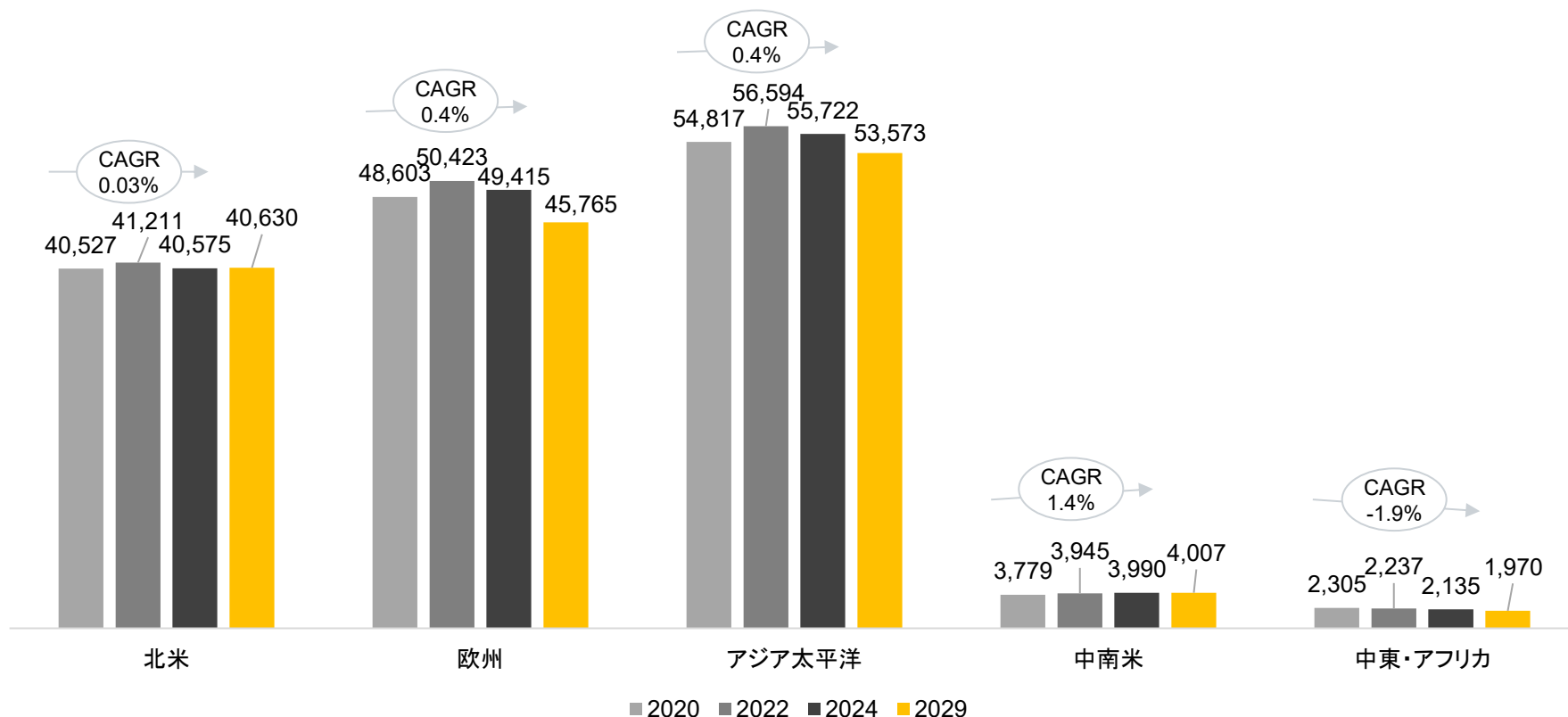
## 4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果：地域別（出版市場）

地域別の出版市場では、アジア太平洋の市場規模が最も大きく、今後も世界最大の市場規模である見込み  
一方、実績ベースの年成長率は他分野と比べ全体として低く、中南米地域が約1.4%と最も高い

地域別での出版市場規模の推移

(単位：百万米ドル)

■ 推計値



出典：PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトルック2025-2029」、IMF「World Economic Outlook Database, April 2022」

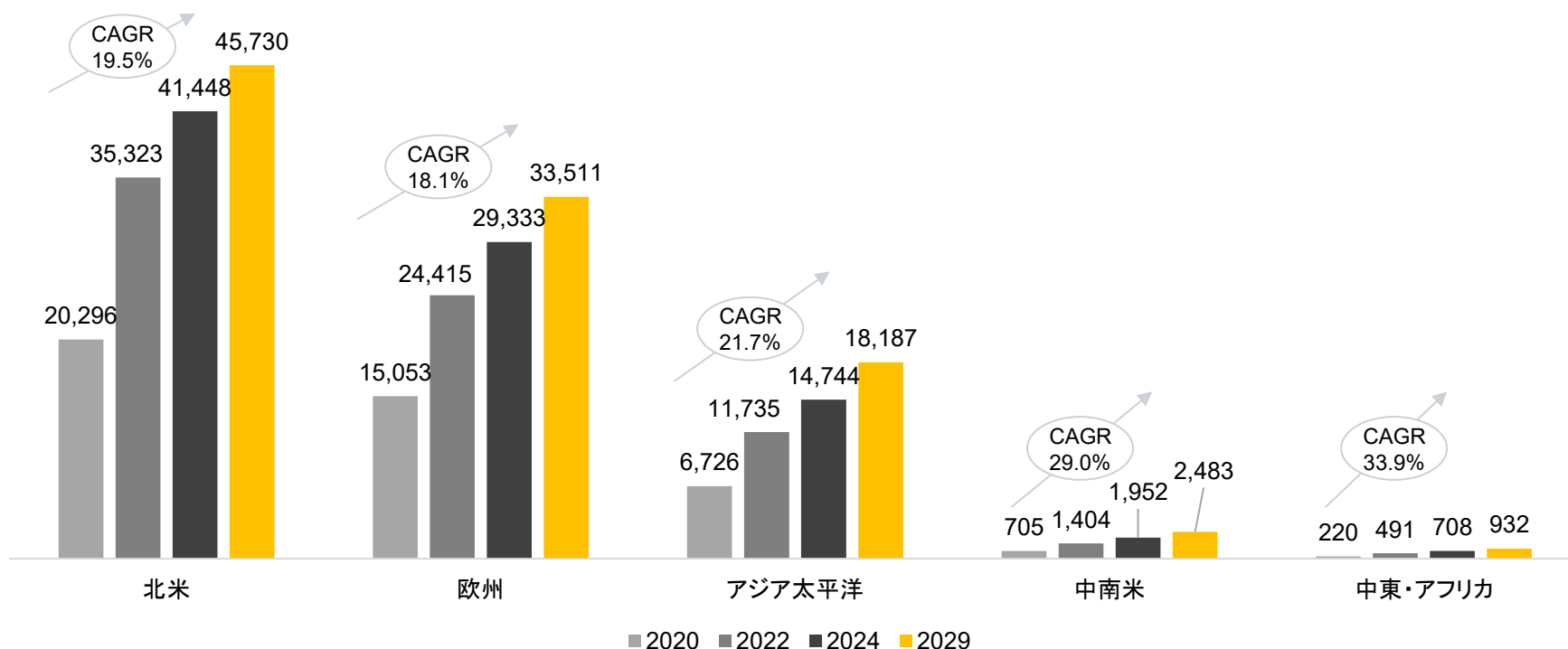
## 4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果：地域別（音楽市場）

地域別の音楽市場では、北米の市場規模が最も大きく、今後も世界最大の市場規模である見込み  
一方、実績ベースの年成長率は他分野と比べ全体として高く、中でも中東・アフリカが約33.9%と最も高い

地域別での音楽市場規模の推移

(単位：百万米ドル)

■ 推計値



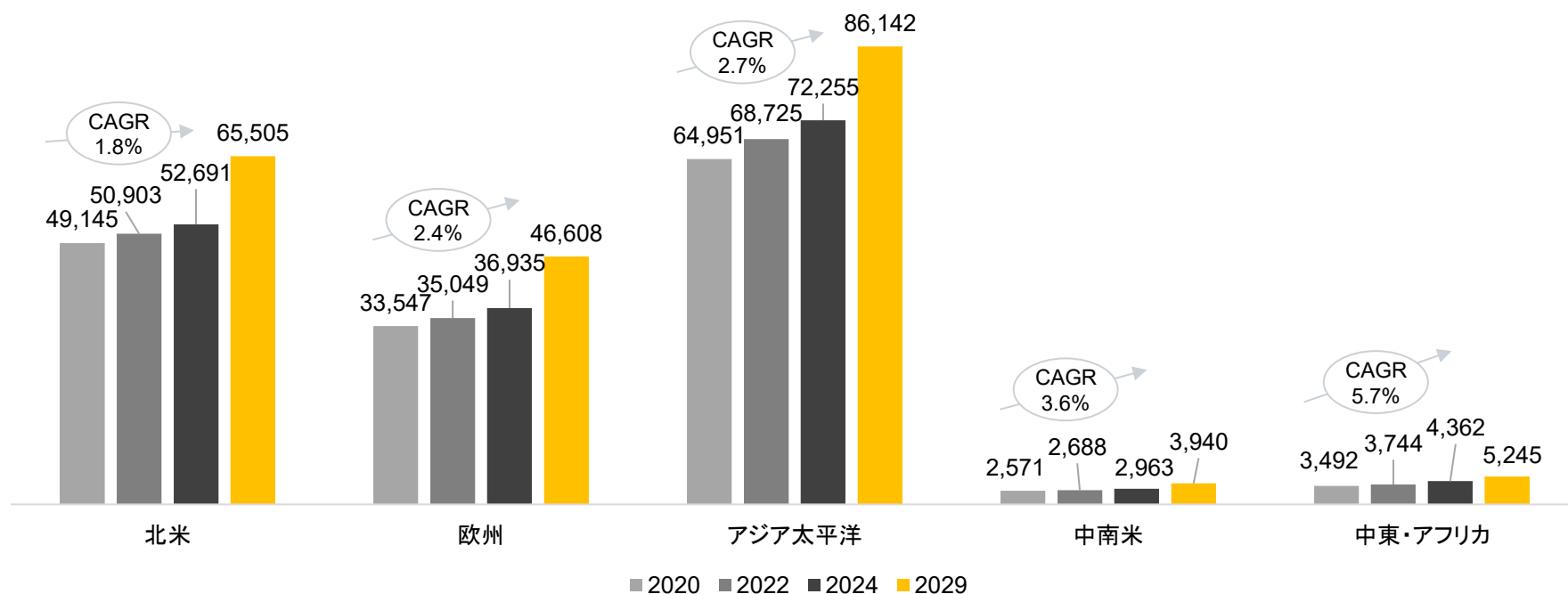
## 4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果：地域別（ゲーム市場）

地域別のゲーム市場では、アジア太平洋の市場規模が最も大きく、今後も世界最大の市場規模である見込み  
一方、実績ベースの年成長率は、中東・アフリカが約5.7%と最も高い

地域別でのゲーム市場規模の推移

(単位：百万米ドル)

■ 推計値



出典：PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトルック2025-2029」、IMF「World Economic Outlook Database, April 2022」

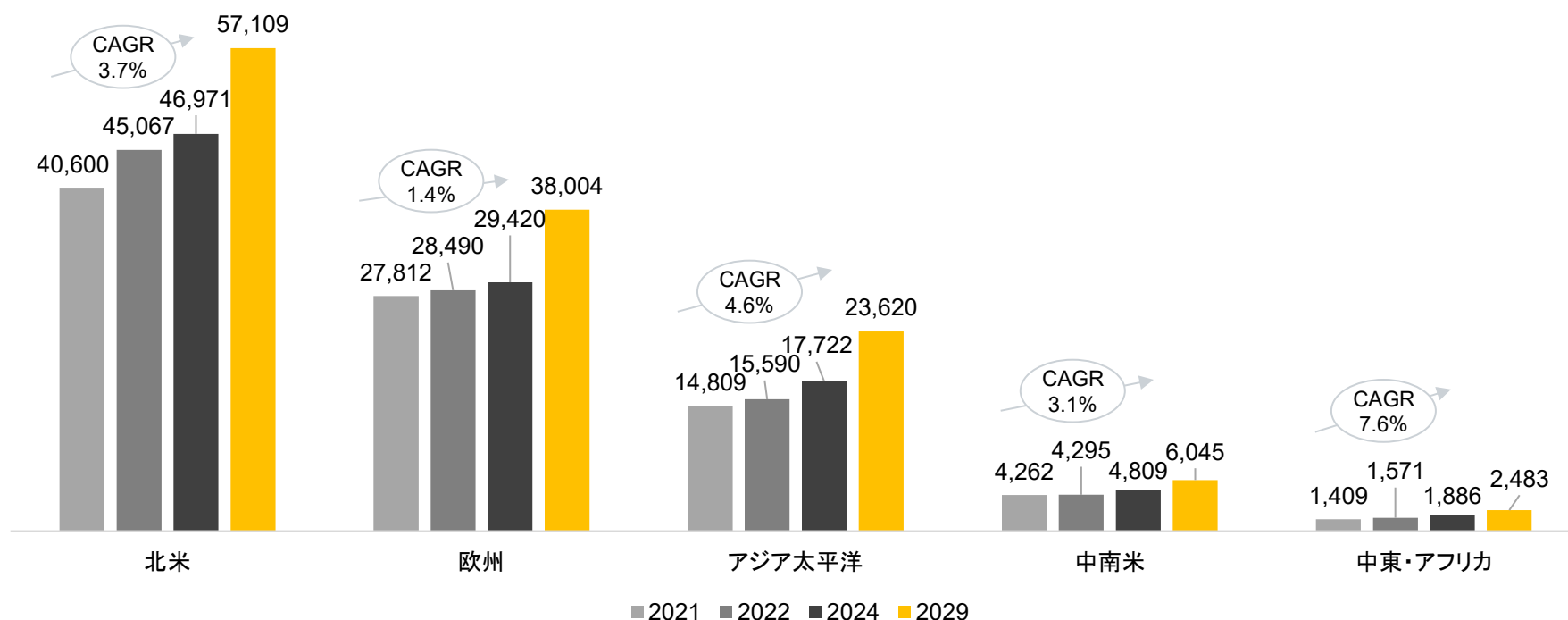
## 4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果：地域別（キャラクター市場）

地域別のキャラクター市場では、北米の市場規模が最も大きく、今後も世界最大の市場規模である見込み  
一方、実績ベースの年成長率は、中東・アフリカが約7.6%と最も高い

地域別でのキャラクター市場規模の推移

(単位：百万米ドル)

■ 推計値



出典：PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトルック2025-2029」、IMF「World Economic Outlook Database, April 2022」

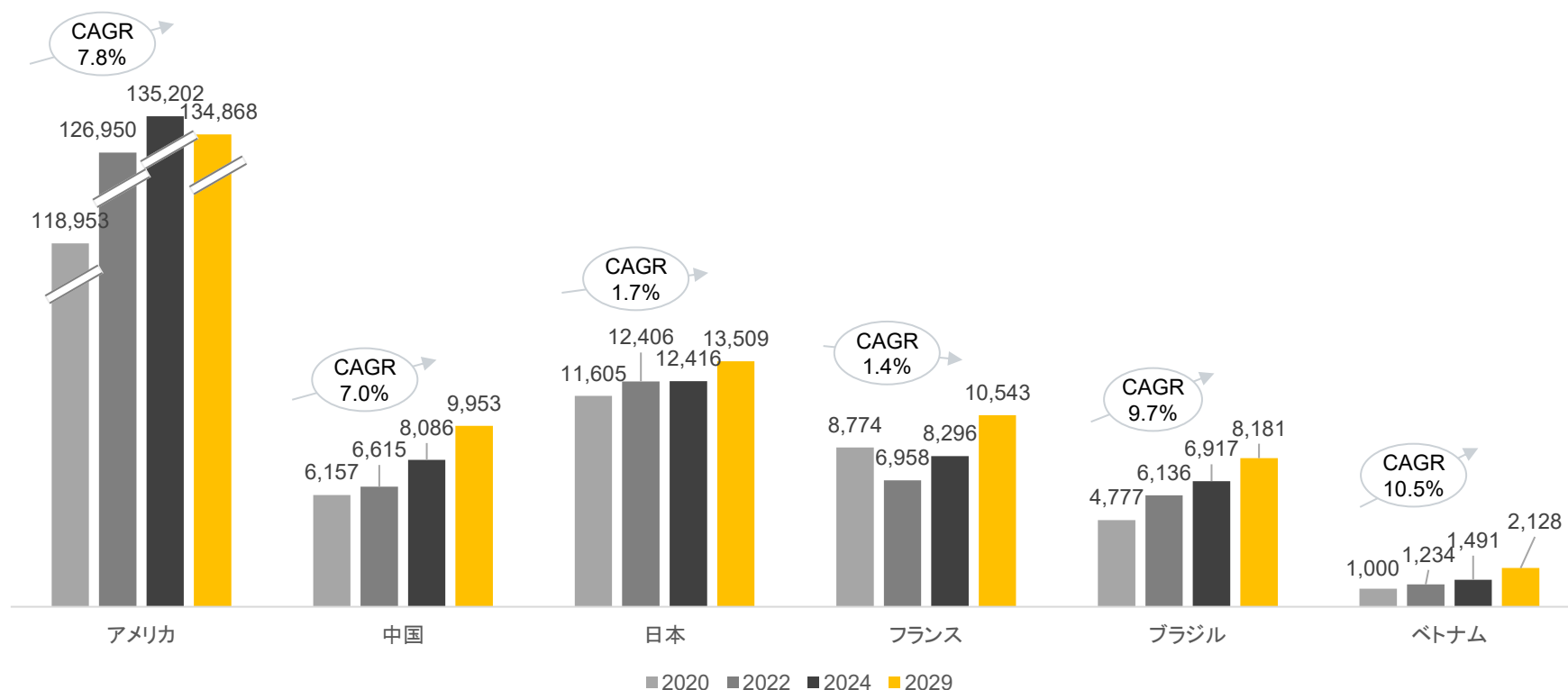
## 4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果：国別（映像市場）

本調査の対象国においては、2024年時点でアメリカの映像市場規模は最大であり、今後も最大の市場規模である見込み。一方、実績ベースの年成長率は中東・アフリカが約10.5%と最も高く、次いでブラジルが約9.7%という状況

国別での映像市場規模の推移

(単位：百万米ドル)

■ 推計値



出典：PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトルック2025-2029」、IMF「World Economic Outlook Database, April 2022」、Statista

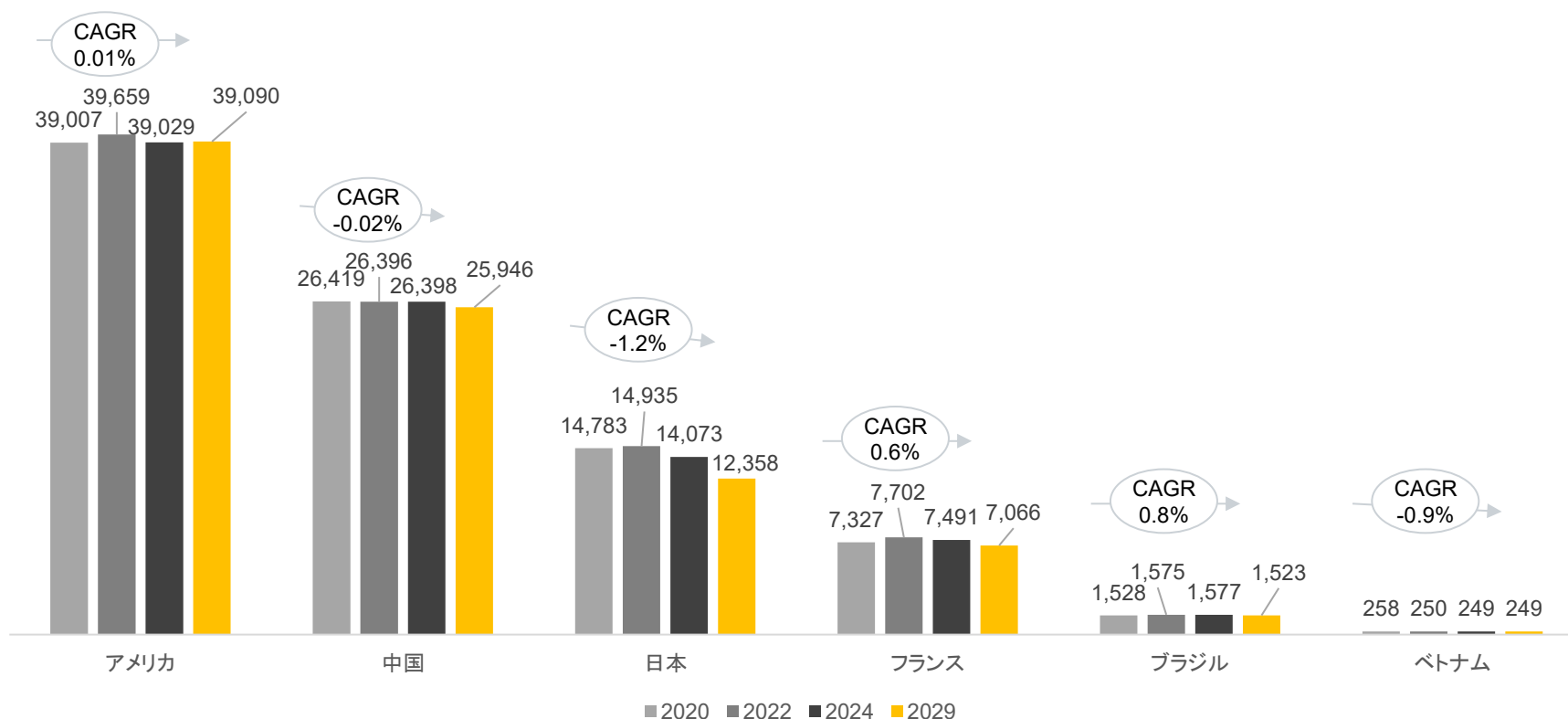
## 4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果：国別（出版市場）

本調査の対象国においては、アメリカ、中国の出版市場規模が他国と比較して大きく、今後も市場規模が大きい見込み。一方、実績ベースの年成長率は他分野と比べ全体として低く、各対象国横ばいの状況

国別での出版市場規模の推移

(単位: 百万米ドル)

■ 推計値



出典: PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトック2025-2029」、IMF「World Economic Outlook Database, April 2022」、Statista

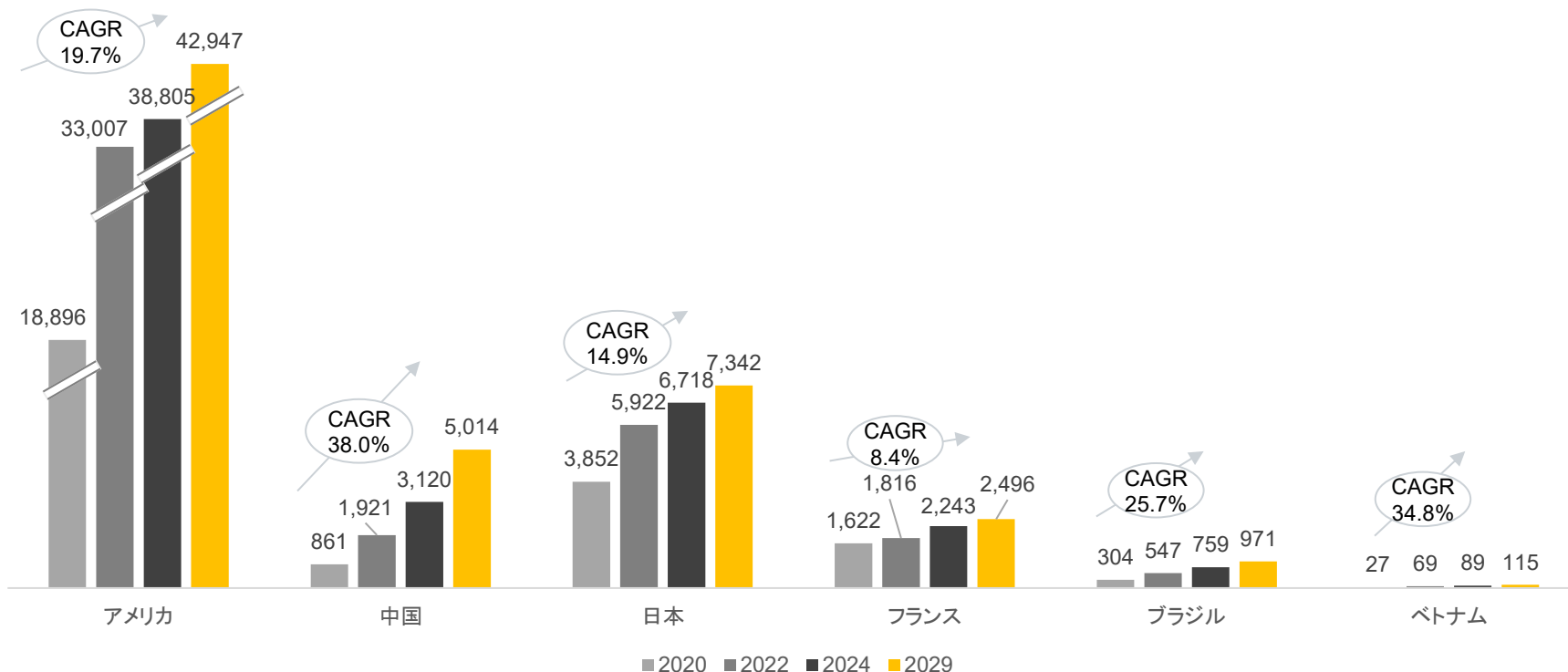
## 4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果：国別（音楽市場）

本調査の対象国においては、アメリカの音楽市場規模が最も大きく、今後も世界最大の市場規模である見込み。一方、実績ベースの年成長率は他分野と比べ全体として高く、国別では中国の約38%が最も高い

国別での音楽市場規模の推移

(単位: 百万米ドル)

■ 推計値



出典: PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトlook2025-2029」、IMF「World Economic Outlook Database, April 2022」、Statista

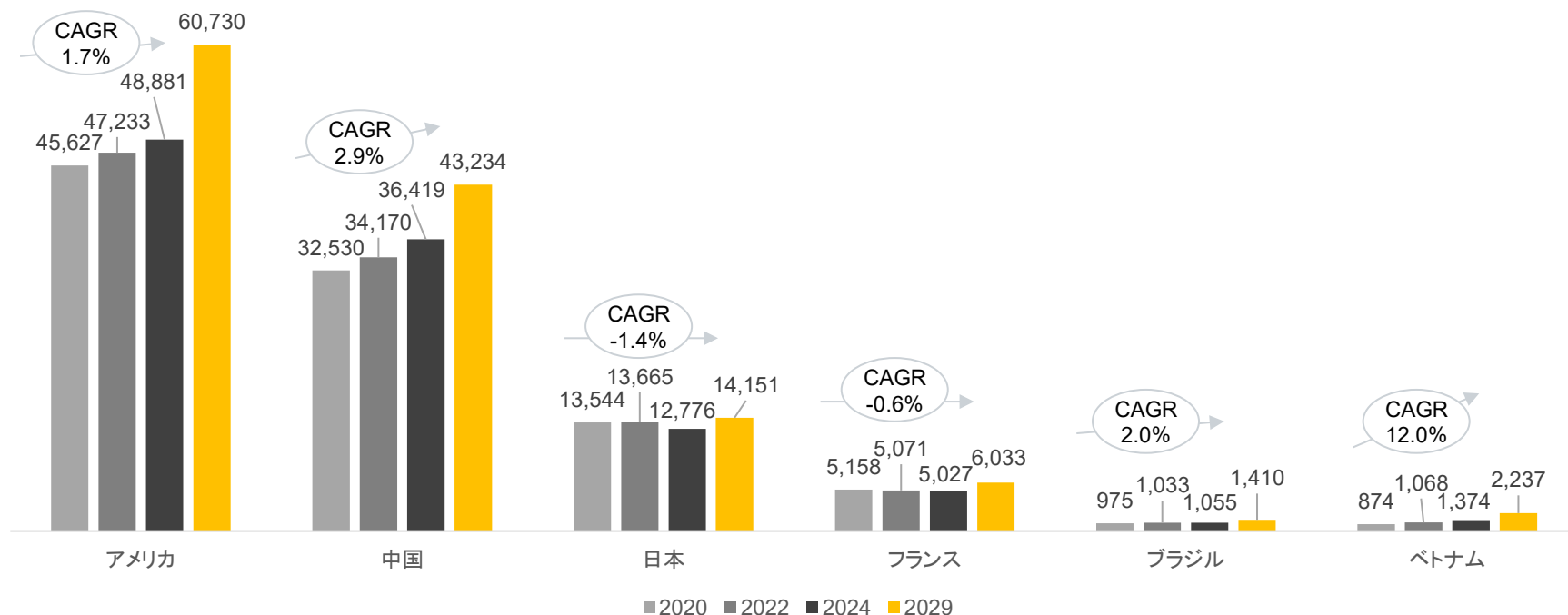
## 4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果：国別（ゲーム市場）

本調査の対象国においては、中国やアメリカのゲーム市場規模が他国と比較して大きく、今後も市場規模が大きい見込み。一方、実績ベースの年成長率は、国別ではベトナムの約12%が最も高い

国別でのゲーム市場規模の推移

(単位: 百万米ドル)

■ 推計値



出典: PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトルック2025-2029」、IMF「World Economic Outlook Database, April 2022」、Statista

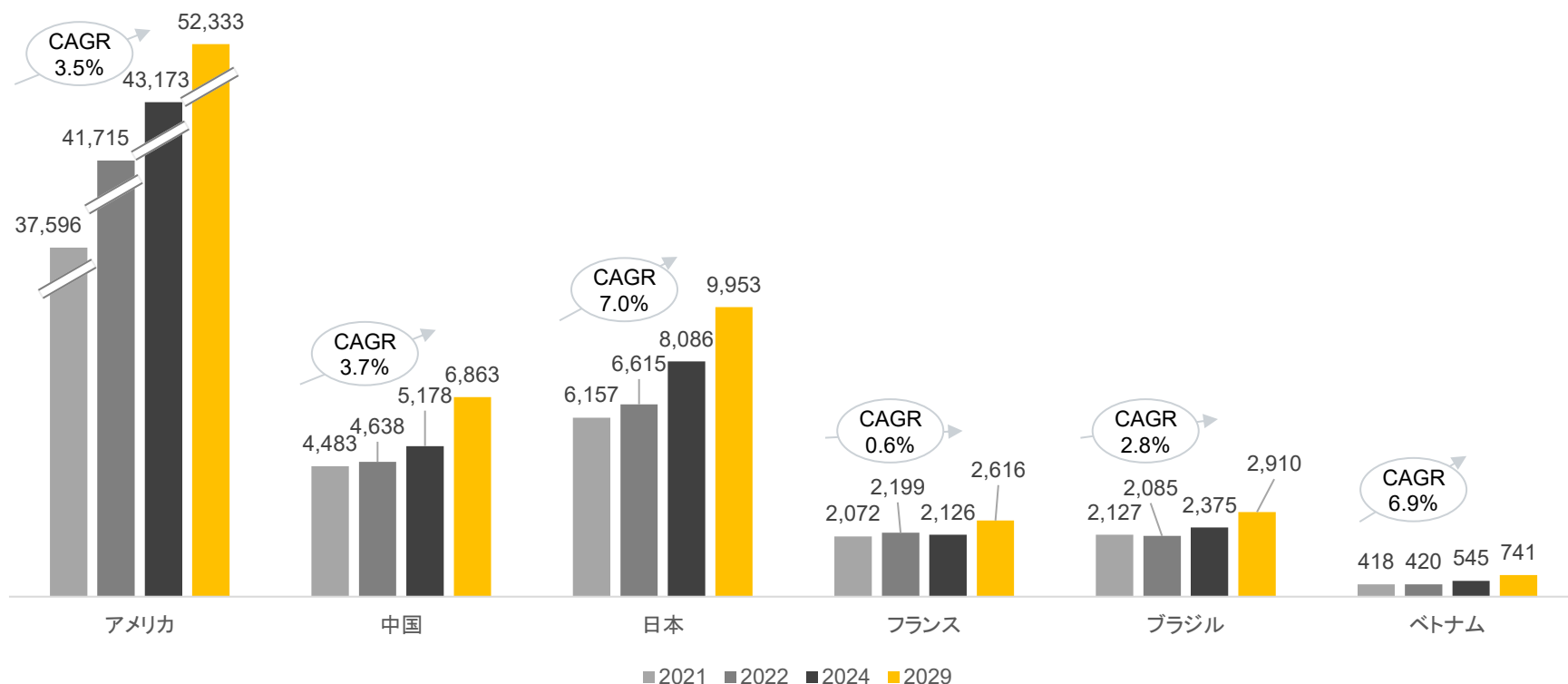
## 4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果：国別（キャラクター市場）

本調査の対象国においては、アメリカのキャラクター市場規模が最も大きく、今後も大きな市場規模を誇る見込み。一方、実績ベースの年成長率は、日本およびベトナムが同等程度に高い状況

国別でのキャラクター市場規模の推移

(単位：百万米ドル)

■ 推計値



出典：PwC「グローバルエンタテインメント&メディアアウトック2025-2029」、IMF「World Economic Outlook Database, April 2022」、Statista

1. 本調査事業の背景・目的および実施内容	3
2. デジタル海賊版被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	8
2. 広義の被害額	
1. ユーザー起点による推計	15
2. 正規起点による推計	20
3. 狭義の被害額	30
4. 推計結果まとめ	37
5. 2022年被害推計に対する変化分析	39
3. オンライン海賊版グッズ被害額	
1. 被害額の定義と推計アプローチ	63
2. 被害額推計結果	78
3. 推計結果まとめ	87
4. 世界のコンテンツ市場規模の推計結果	89
5. 提言	101

## 5. 提言

今後、調査サンプル数の拡大や推計ロジックの精緻化により、より精度の高い被害額推計が可能と思料

該当箇所	#	項目	今後の方向性
全体	1	調査対象国の拡大	本事業では、調査対象国を6か国(日本、中国、アメリカ、フランス、ブラジル、ベトナム)を対象としていたが、世界推計の精度と説明力を一段高める観点から、6か国以外の国・地域も段階的に調査対象へ追加することでさらに精緻化される
デジタル 海賊版被害	2	所得層を踏まえた推計ロジックの導入	「狭義の被害額」を算出するプロセスにおいて、「有料の正規版が購入可能」という前提に立つことになるため、より精緻化された被害額推計とするためには、オンライン海賊版グッズと同様に所得層の差を踏まえた推計ロジックを導入することが有効
オンライン 海賊版グッズ 被害	3	「広義の被害額」の算出	本事業のアンケートでは、正規品および海賊版グッズともに「個数」を把握していないことから、正規品と海賊版の比率が算出できないため対象外としたが、購入数も把握することで、「広義の被害額」も算出が可能と思料
	4	チャネル推計の精緻化	チャネル推計の係数の算出に活用した企業サンプリング調査については、対象企業やコンテンツの範囲を拡大することで、より精度の高い海賊版グッズの出品比率が取得可能となる
	5	オフライン調査の実施	本事業で対象したオンラインでの被害額のみならず、アンケートでの回答サンプル数を増加し、オフラインの購入特性を踏まえた割付(比較的偽グッズを購入しやすい都市部と地方での割付など)を行うことで、オフラインでの被害額も反映させることが可能と思料

# Thank you

© 2025 PricewaterhouseCoopers Japan 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](http://www.pwc.com/structure) for further details.

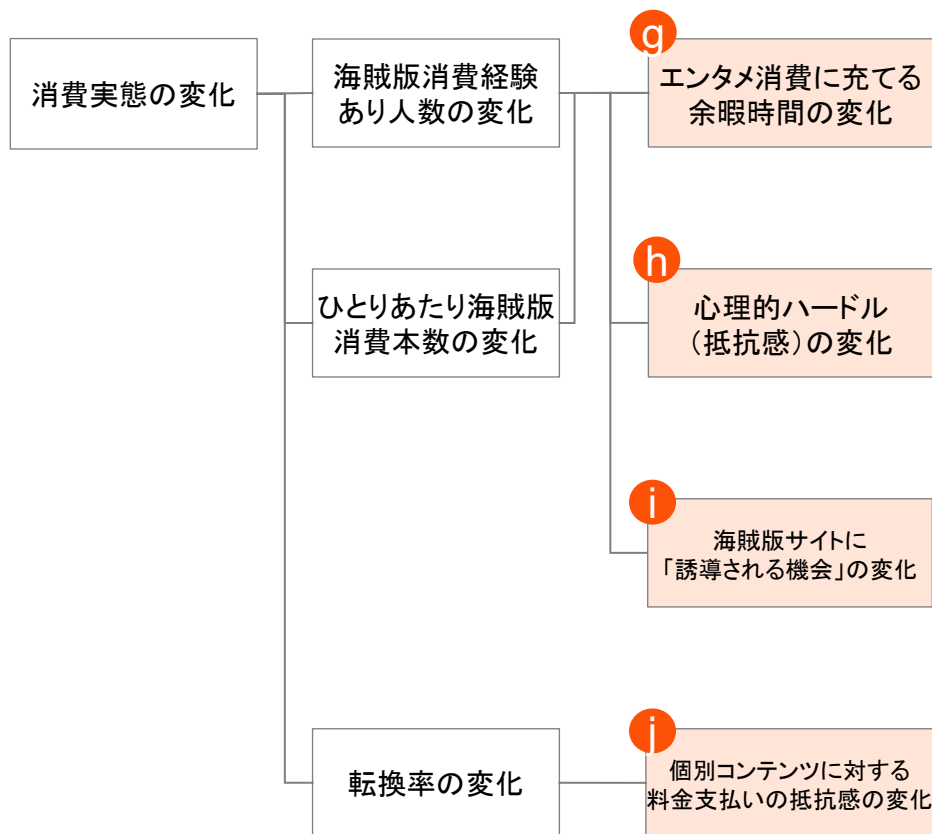
This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.

# Appendix

## (ご参考)2022年被害推計に対する変化分析

消費実態の変化の深掘り分析の結果、海賊版被害額の増加要因として、コンテンツの魅力向上によるエンタメ消費時間の拡大や、海賊版サイトへの誘導機会が構造的に維持・拡大していることが寄与していると思料

### 深掘りの観点



### 分析結果

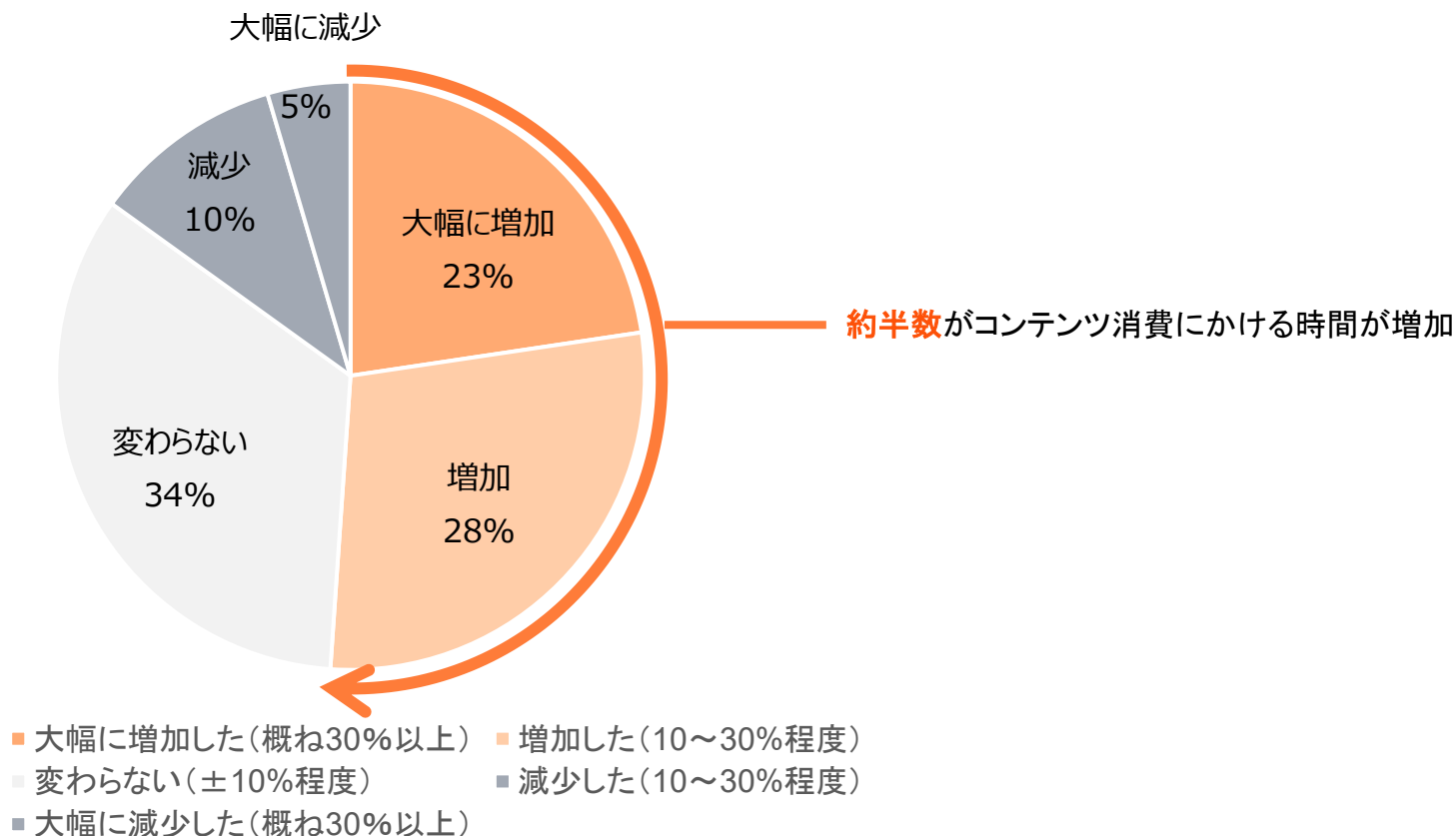
- ✓ 日本を除く調査対象国で2021年頃と比較し約半数が増加
  - ✓ 増加要因は、生活時間配分の変化が主因(5~6割)で、興味あるコンテンツの増加(約3割)が補助要因
  - ✓ 一方、サブスクの多様化は限定的であるため、サービス構造よりコンテンツの魅力向上が時間の増加に寄与していると思料
- 
- ✓ 無許諾コンテンツ利用に対する抵抗感は、各国で3~4割は高まっているが、半数以上は変化がなく、1~2割は低下
  - ✓ 一方、ブラジルは抵抗感が上昇しており、2023年からの大規模摘発が消費者心理にも効果をもたらした可能性もある。
- 
- ✓ 無許諾コンテンツへの誘導機会の増加は、「SNS経由」が約5割で最多。
  - ✓ 一方、いずれの誘導経路でも減少は約2割にとどまっている
- 
- ✓ 各国でサブスク以外の個別コンテンツ購入に対する抵抗感は、増加が減少を上回っていることから、サブスク普及により個別購入に対する抵抗感が増加し、転換率の減少に影響を及ぼしている可能性がある

調査対象国におけるコンテンツ消費にかかる時間については、2021年頃と比較し半数以上が増加

g

エンタメ消費に充てる  
余暇時間の変化

2021年頃と比較したコンテンツ消費にかかる時間の変化 (N=2,875)

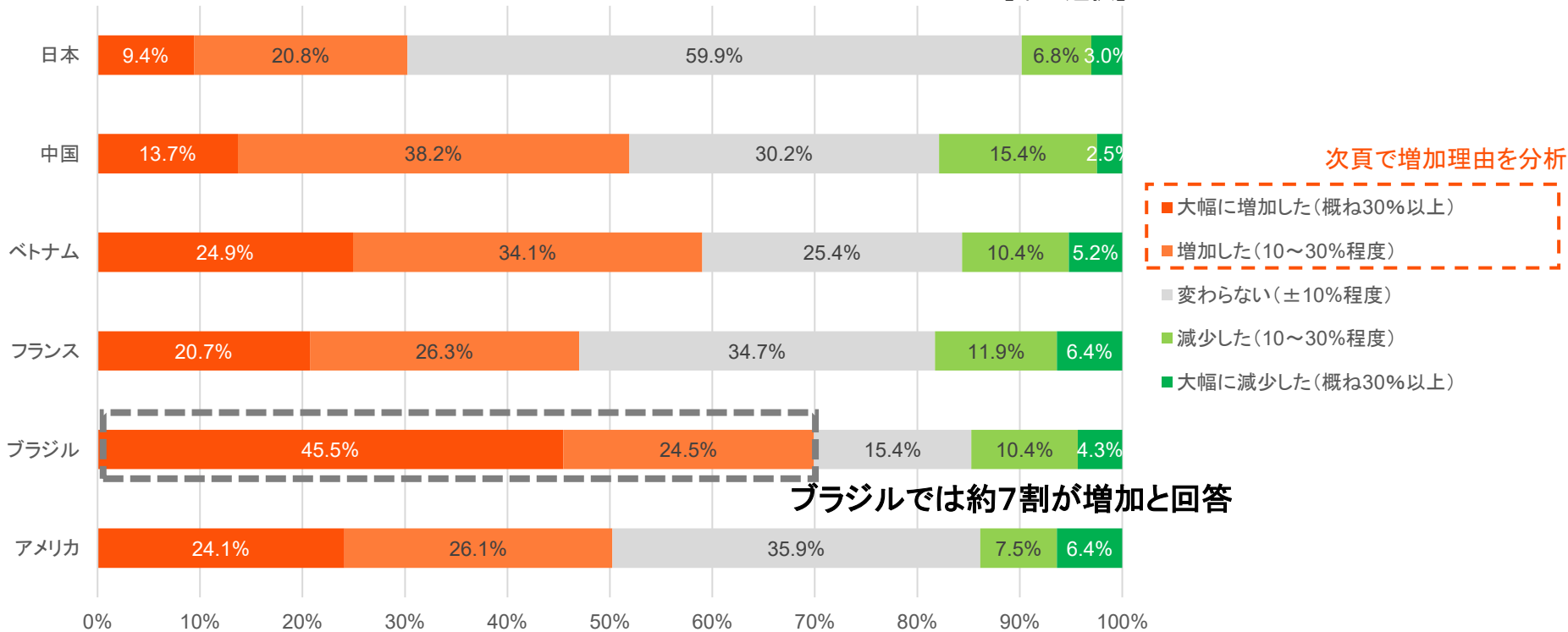


コンテンツ消費に係る時間の各国比較においては、ブラジルが約7割と最も増加割合が多く、次いでベトナム・中国が相対的に多くなっている

g エンタメ消費に充てる  
余暇時間の変化

2021年頃と比較したコンテンツ消費にける時間の変化(国別)

【単一選択】



次頁で増加理由を分析

- 大幅に増加した(概ね30%以上)
- 増加した(10~30%程度)
- 変わらない(±10%程度)
- 減少した(10~30%程度)
- 大幅に減少した(概ね30%以上)

ブラジルでは約7割が増加と回答

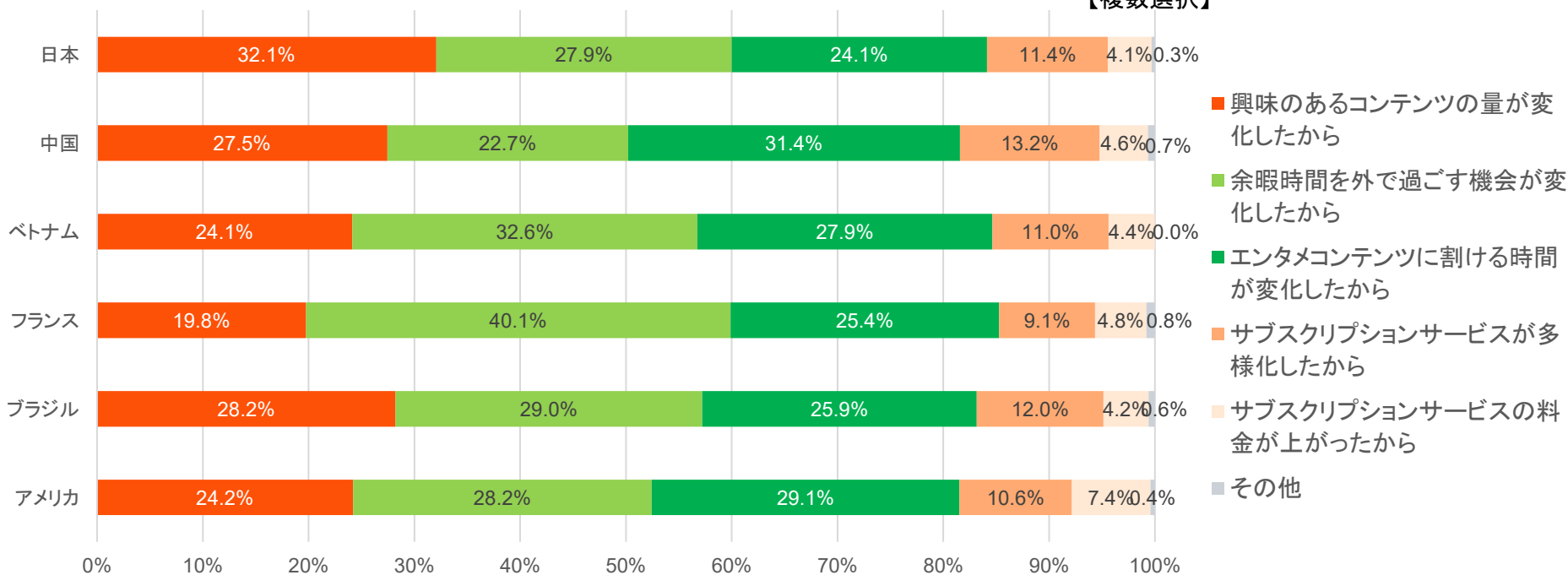
N(サンプル数): 日本=499、中国=526、ベトナム=461、フランス=487、ブラジル=462、アメリカ=440

消費時間の増加は、生活時間配分の変化が主因(5~6割)で、興味あるコンテンツの増加(約3割)が補助要因。一方、サブスクの多様化は限定的であるため、サービス構造よりコンテンツの魅力向上が寄与していると思料

g エンタメ消費に充てる  
余暇時間の変化

2021年頃と比較したコンテンツ消費に係る時間の変化理由(時間が増加した人)

【複数選択】



N(サンプル数): 日本=315、中国=765、ベトナム=638、フランス=496、ブラジル=659、アメリカ=471

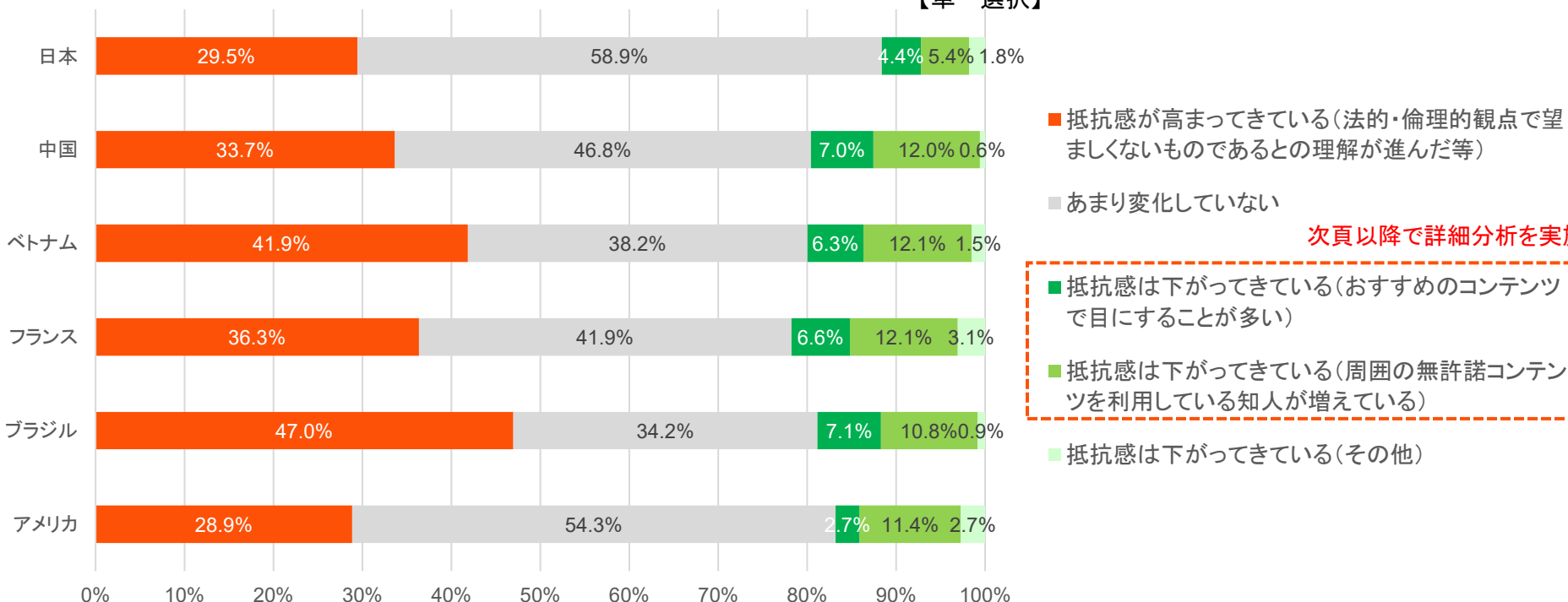
抵抗感は各国で3~4割は高まっているが、半数以上は変化がなく、1~2割は低下。一方、ブラジルは抵抗感が上昇しており、2023年からの大規模摘発が消費者心理にも効果をもたらした可能性もある。

h

心理的ハードル  
(抵抗感)の変化

直近2、3年における無許諾コンテンツの利用に対する抵抗感の変化(国別)

【単一選択】



次頁以降で詳細分析を実施

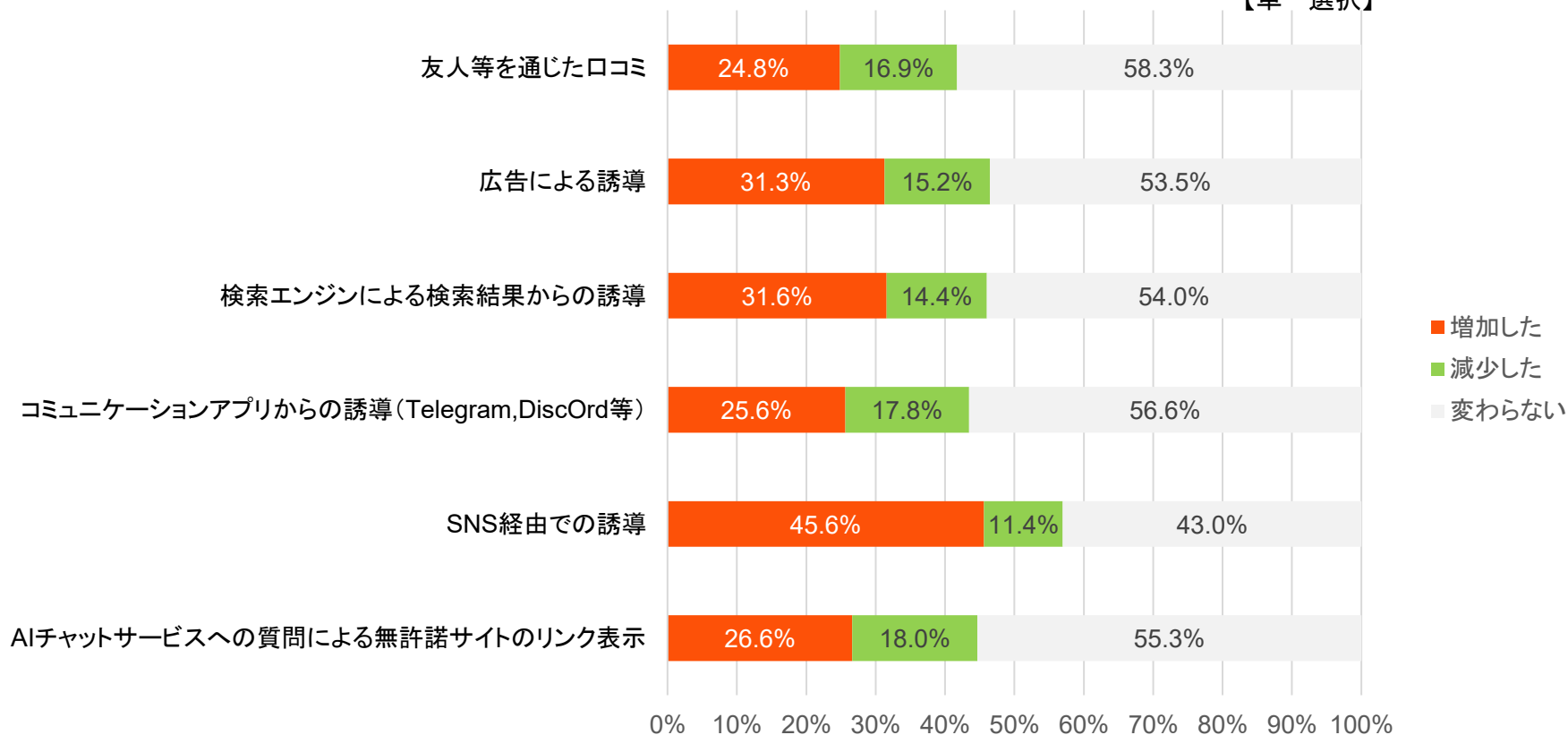
N(サンプル数): 日本=499、中国=526、ベトナム=461、フランス=487、ブラジル=462、アメリカ=440

無許諾コンテンツへの誘導機会の増加は、「SNS経由」が約5割で最多。一方、いずれの誘導経路でも減少は約2割にとどまっている。

i 海賊版サイトに「誘導される機会」の変化

直近2, 3年における無許諾コンテンツサイトへ誘導される機会の変化 (N=2,875)

【単一選択】

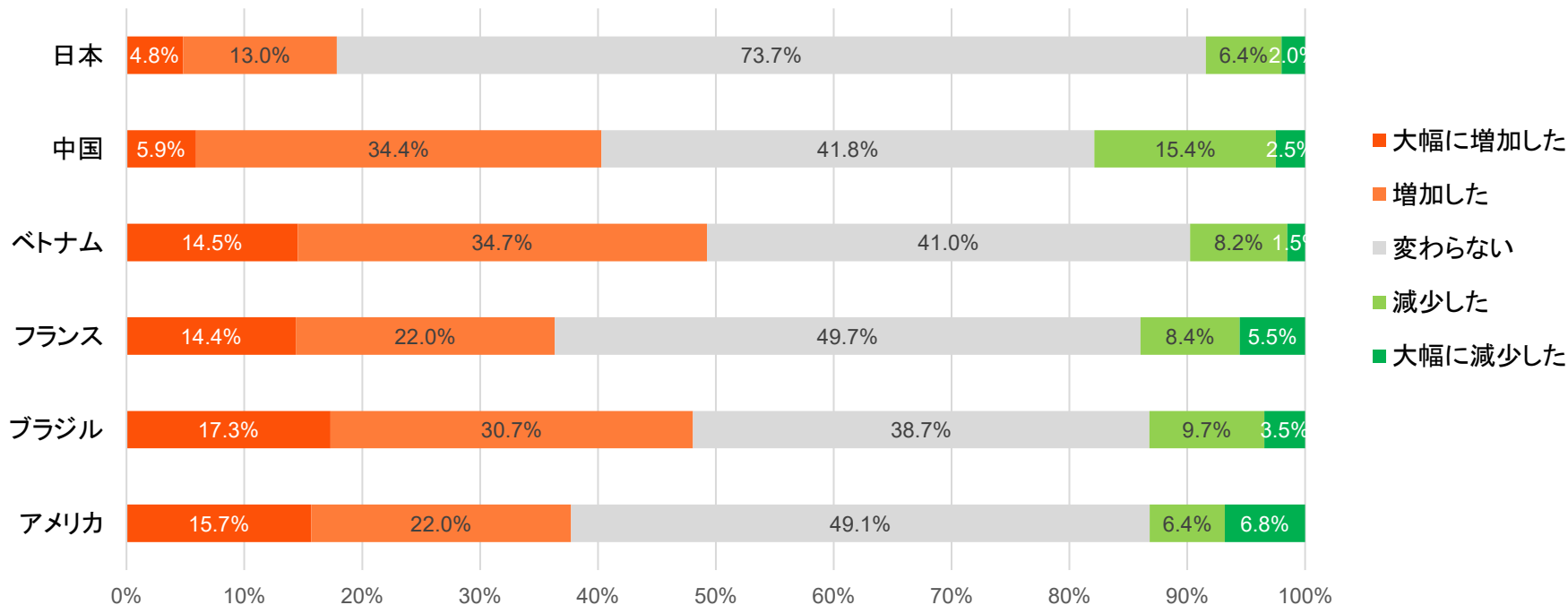


各国でサブスク以外の個別コンテンツ購入に対する抵抗感は、増加が減少を上回っていることから、サブスク普及により個別購入に対する抵抗感が増加し、転換率の減少に影響を及ぼしている可能性がある

j  
個別コンテンツに対する  
料金支払いの抵抗感の変化

サブスク以外の個別コンテンツの購入に対する抵抗感の変化(各国)

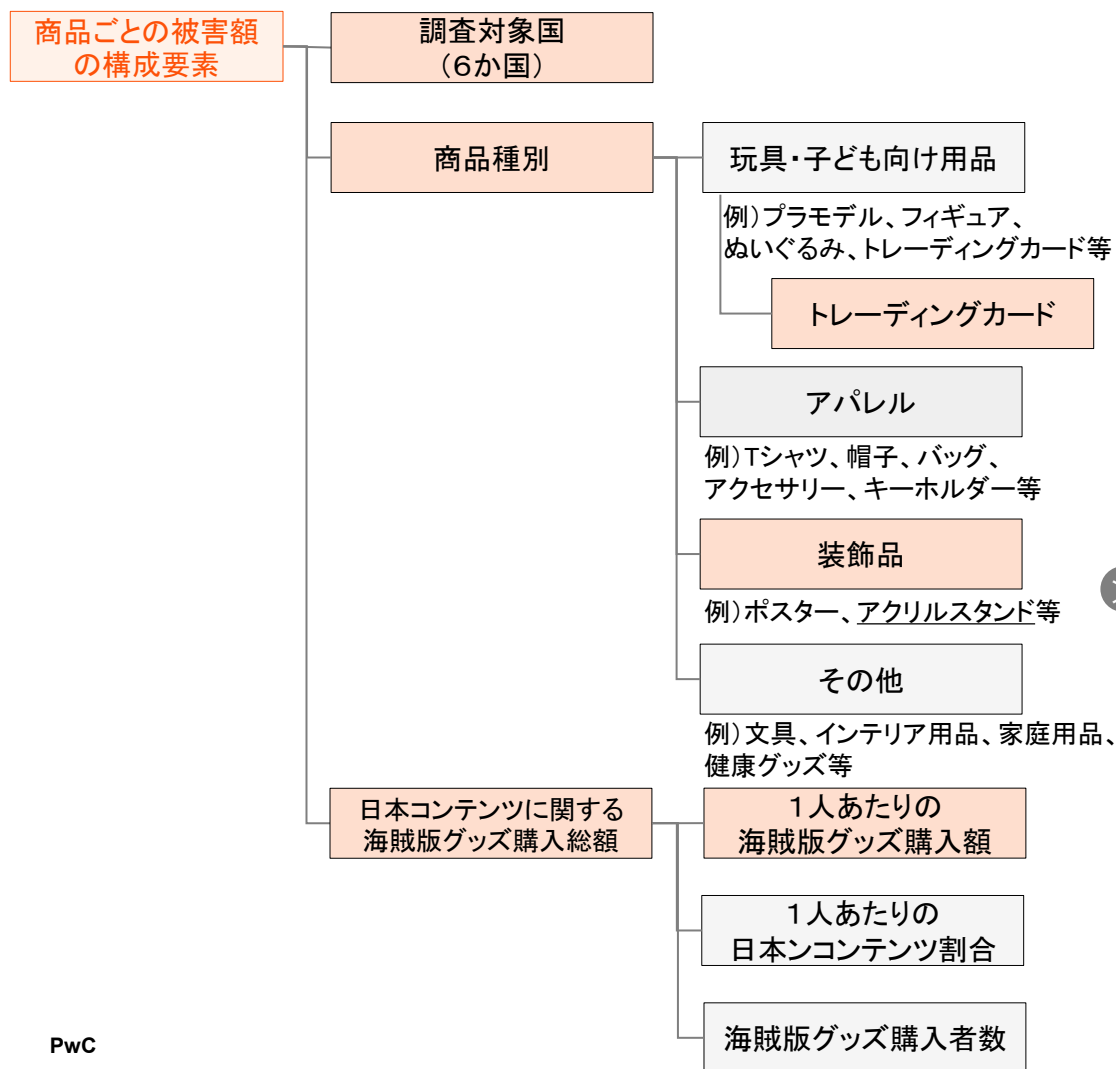
【単一選択】



N(サンプル数): 日本=499、中国=526、ベトナム=461、フランス=487、ブラジル=462、アメリカ=440

## (ご参考)オンライン海賊版グッズ被害額の推計結果

商品ごとの被害額は、「調査対象国」、「商品種別」、「日本コンテンツに関する海賊版グッズ購入総額」の3つ要素から構成される。複数の要素を組み合わせることで、被害実態を多角的に分析



複数の要素を組み合わせることで、下記2点について分析を実施。

1. **国 × 商品 × 1人あたりの海賊版グッズ購入者経験率:**  
商品種別ごとの海賊版グッズ購入者経験率を国別で比較することで、各国における**商品別の海賊版グッズの潜在規模**を分析する
2. **国 × (トレカor装飾品) × 年齢:**  
有識者WG等にて被害の大きいと指摘のあった「トレーディングカード」及び「装飾品(アクスタ)」については、海賊版グッズ購入者の年齢割合も集計することで、年齢による特徴を分析する。

## (ご参考)オンライン海賊版グッズ被害額の推計結果

1人あたりの海賊版グッズ購入者経験率は、国別で比較するとブラジル・ベトナム・アメリカが各商品平均より上振れの結果

国 × 商品 × 1人あたりの海賊版グッズ購入者経験率

推計Lv.1Lv.2	単位	中国	ブラジル	ベトナム	アメリカ	フランス	日本	平均
玩具・子ども向け用品	%	34%	53%	49%	57%	31%	13%	41%
トレーディングカード	%	31%	60%	42%	62%	33%	8%	42%
アパレル	%	31%	54%	50%	56%	41%	10%	43%
装飾品	%	29%	66%	51%	63%	40%	8%	44%
その他	%	32%	56%	47%	64%	44%	14%	44%

## (ご参考)オンライン海賊版グッズ被害額の推計結果

商品ごとの海賊版グッズ比率(購入総額に占める海賊版グッズ購入額の割合)は、国別で比較するとアメリカが全ての商品において平均より上振れの結果。また、商品ごとの海賊版グッズ比率は、装飾品が相対的に多い

### 国×商品×海賊版グッズ比率

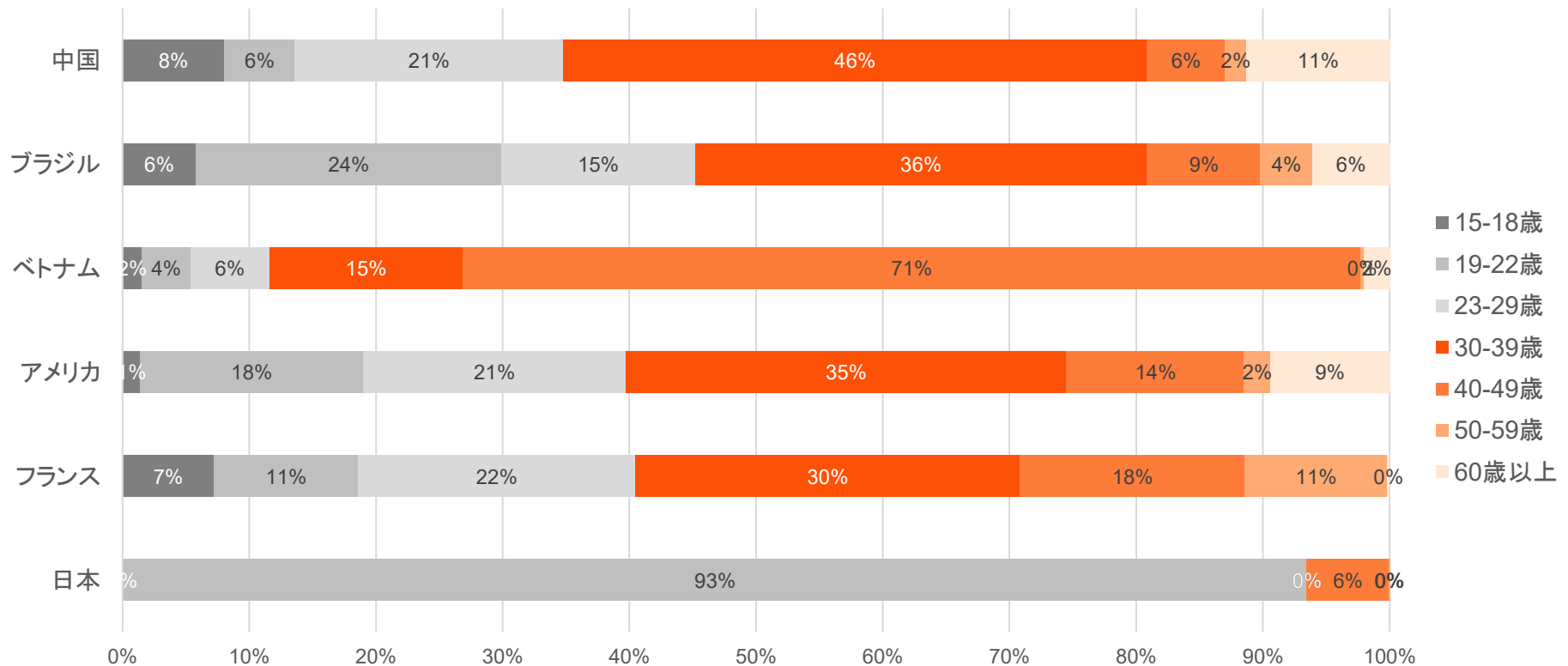
推計Lv.1Lv.2	単位	中国	ブラジル	ベトナム	アメリカ	フランス	日本	平均
玩具・子ども向け用品	%	9%	17%	19%	21%	16%	4%	16%
トレーディングカード	%	10%	20%	20%	25%	9%	0%	17%
アパレル	%	8%	21%	24%	24%	22%	2%	20%
装飾品	%	9%	27%	19%	29%	33%	1%	26%
その他	%	8%	29%	17%	29%	29%	4%	23%

## (ご参考)オンライン海賊版グッズ被害額の推計結果

トレーディングカードの海賊版グッズは、日本を除く各国は30代以上が多く、特にベトナムは約9割と高い結果

国×トレーディングカード×年齢

商品別の海賊版グッズ購入額(トレーディングカード)



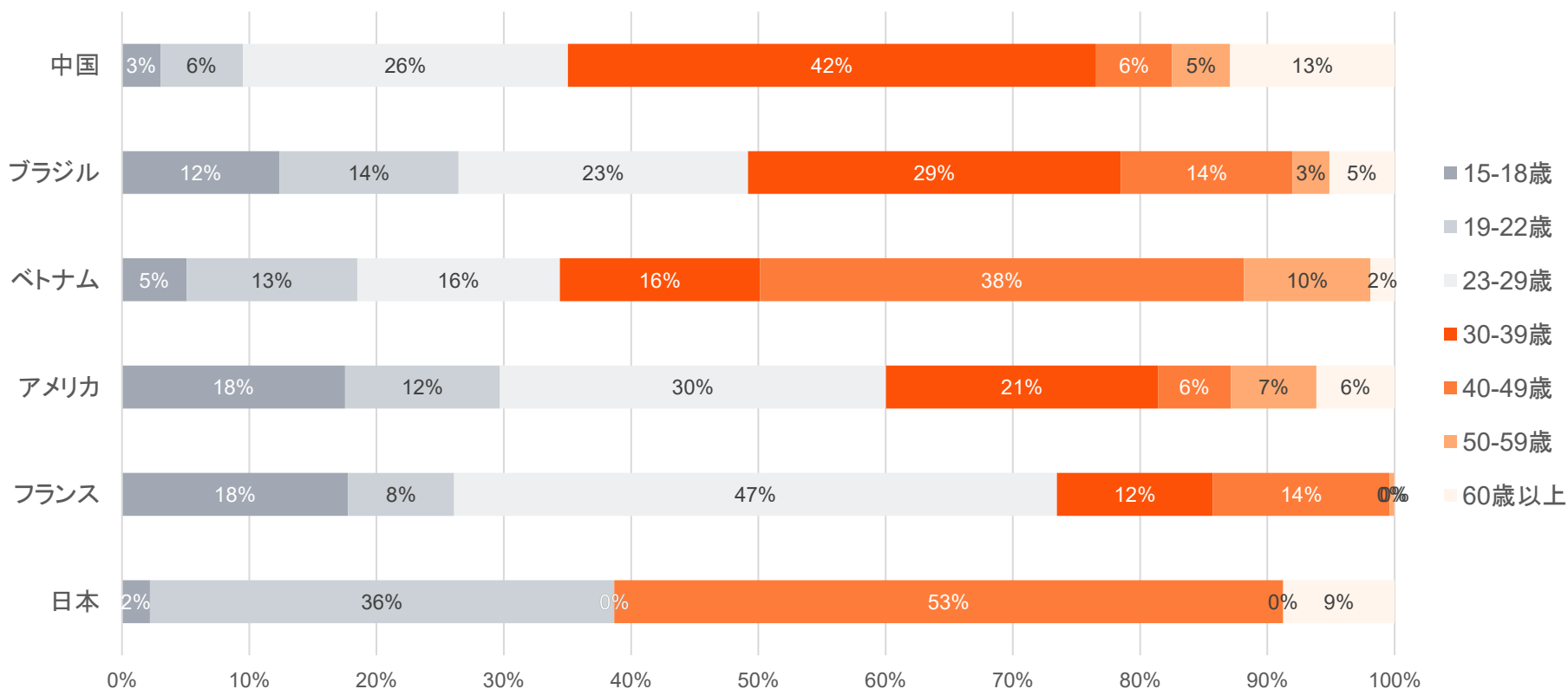
N(サンプル数): 中国=84、ブラジル=108、ベトナム=76、アメリカ=88、フランス48、日本=5

## (ご参考)オンライン海賊版グッズ被害額の推計結果

装飾品の海賊版グッズ購入は、日本を除くアメリカやフランスでは10～20代の購入者が目立つが、中国・ブラジル・ベトナムといった途上国では、30代以上の年齢層が購入額全体の約半数を占めている。

国×装飾品×年齢

商品別の海賊版グッズ購入額(装飾品)



N(サンプル数): 中国=124、ブラジル=194、ベトナム=141、アメリカ=149、フランス93、日本=13