

エンタメ産業のグローバル展開における課題

2024年12月19日

株式会社セガ 代表取締役 副社長執行役員 CO-COO
杉野 行雄

昨今のゲーム市場の成長は圧倒的

\$Billion

60

50

40

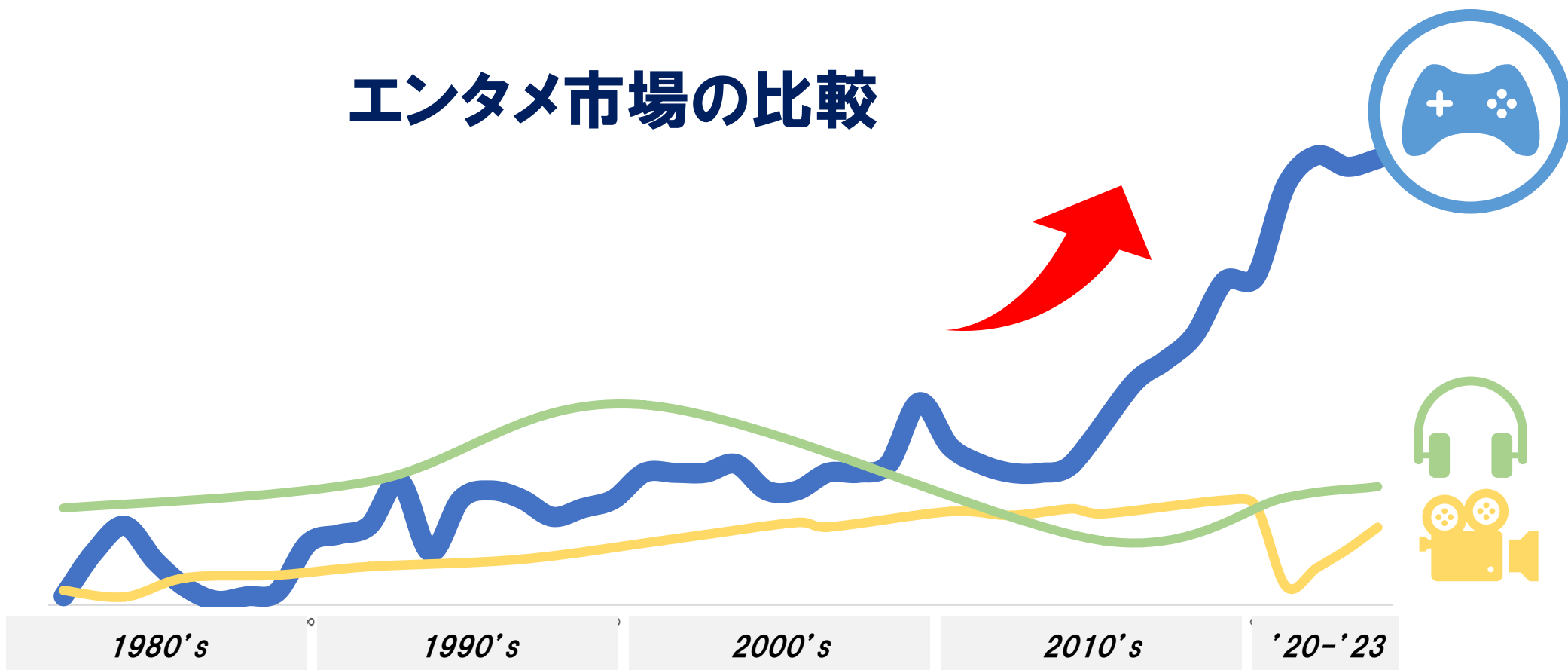
30

20

10

0

エンタメ市場の比較



ゲームは世界30億人にリーチ

IPをエンタメ領域を跨いで多面展開させることが主流に



日本企業の課題感(案)

- デジタルディストリビューションの普及により、ゲームやアニメがグローバル市場にリーチし、消費者の需要が拡大している反面、以下の課題から、ビジネスチャンスを十分に生かし切れていないのではないか？

⇒ 国内展開では出来ていることがグローバル展開となると、一気に実行のハードルが上がる

① 国内と異なり、グローバルでIPを多面的に展開する為のビジネスインフラが整っていないこと

- アニメやJ-RPG等、高い評価を受ける反面、グローバル市場に適切なタイミングで、ファンアイテム(コミックやMD等)を届けるサプライチェーンが整っていないこと

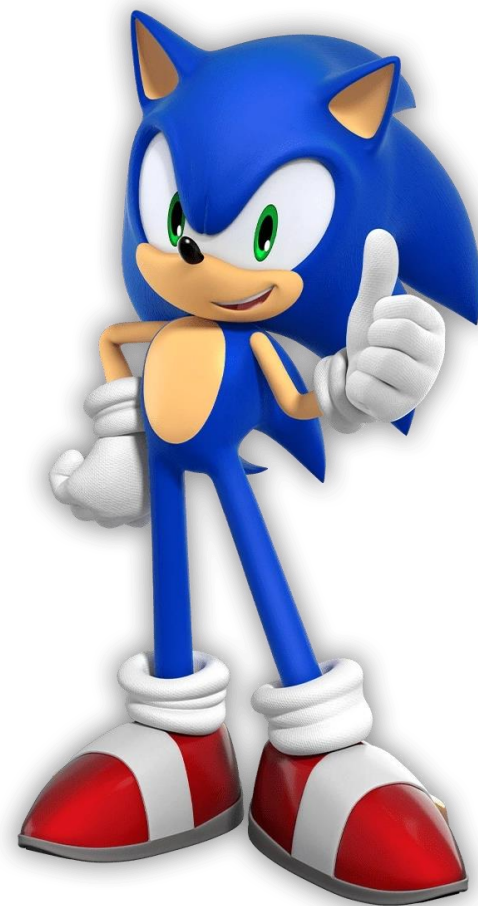
② 上記を実行するグローバルビジネス人材が圧倒的に不足していること

- 例えば、
 - グローバル市場を俯瞰してIP戦略を立案できるビジネスプロデューサー
 - 映画製作等においてハリウッドと対等に交渉を出来るビジネスプロデューサー

③ 各日系エンタメプレイヤーの足並みが揃っていないこと

- 海外展示会への出展(ゲーム・アニメ等)に際し、業界を跨いだ協力体制が築けていない

弊社事例
ソニックザヘッジホッグ



(事例) ソニックIPの多面展開



ソニックIPの成長は、ハリウッド映画の世界的ヒットの恩恵が大きいですが、
IPの多面展開を中長期軸で戦略的に実行した

ソニックIPの
誕生と拡大



雌伏の時・
復活の兆し



新作ゲームの
ヒット



PC/コンソール
ゲーム



映画



MB
ゲーム



**FEARLESS
YEAR OF SHADOW**

ロケーションビジネス

マーチャンダイズ

グローバルの様々なパートナーとの協業

FY1991~
FY2010

FY2010~
FY2017

FY2020~
FY2024

FY2025

FY2026~

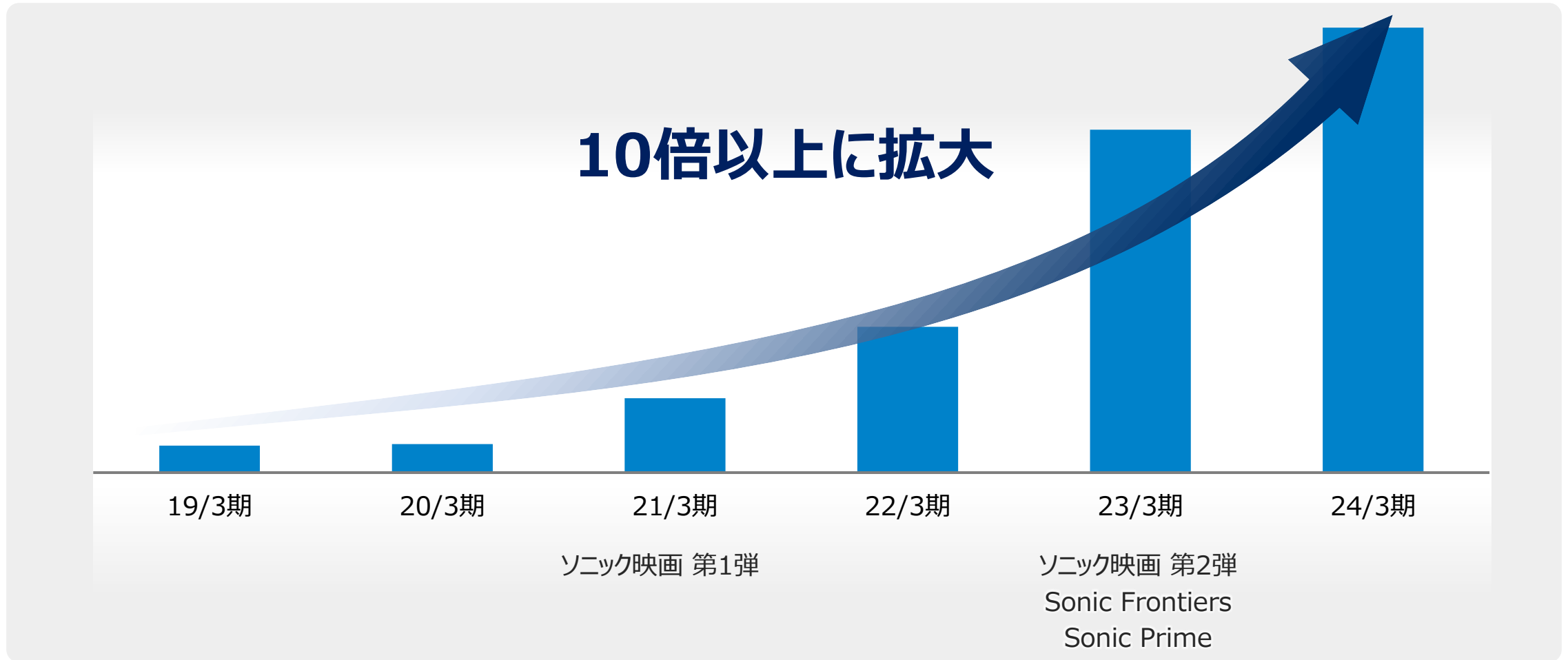
IP低迷期

映画による復活
と多面展開推進

映画3作目にしてようやくIP多面展開の一つの形が整う
(映画のリリースに合わせてゲーム、MD等を一気にグローバル展開)

足掛け約10年の年月を経てグローバルIPとして大復活

ソニックIPライセンス収入(MD等のライセンスアウト収入)の推移



リテール市場ベースで1,000億円超のIP経済圏に成長

※ゲーム売上除く

ソニック映画2によるモバイルタイトルへの好影響

映画のリリースにより一気にモバイルゲームのDAUが増加(相乗効果あり)



Daily Active Users - Sonic Dash

ソニックを通しての学びと課題感

(学び)

- ソニックの場合は、元々欧米での人気が高いIPであったことから、米国拠点にIP展開の主導権を持たせたことが結果として功を奏した
- 映画1の炎上騒動(ソニックのルックにファンダムが声をあげた) の経験を通じて、コミュニティマネジメントの重要性を弊社及びハリウッドのパートナーが認識したことで、その後が非常にスムーズになったこと
- ハリウッドと対等に交渉が出来る人材が存在し、シリーズを追うたびにノウハウと信頼関係を蓄積できたこと
- 映画のヒットに合わせて、段階的に、IPの多面展開を、着実にステップを踏んで実行して行ったこと
(一足飛びに成功した訳ではない)

(課題感)

- ソニックで成功した事例を他のIPに展開していくことのハードルをどうクリアして行くか？
 - ・ ソニックとファンベースが異なるJ-IPは、例えばMD展開のビジネスインフラをそのまま使うことは難しい
 - ・ まだメインストリームではない(グローバルニッチ)J-IPを一段上のステージに上げる為には、資本の投下も含めたバックアップが必要ではないか？ (韓国のK-POP、K-DRAMAの例)

日本IPの海外展開にあたっての官・民のアクション(案)

■ 以下の課題を踏まえて、官・民が協力して課題解決に向けたアクションを進めるべきではないか？

① 市場環境の変化に対応できるグローバルビジネス人材の育成

- ・ エンタメ領域においては、国境のみならず事業領域間の垣根もなくなって来ている
- ・ 各事業のスペシャリストではなく、エンタメ全般に精通をしたグローバルビジネス人材の育成が急務
- ・ こうした人材を育成する為には、戦略的な学習・経験の場を提供して行くことが不可欠

② エンタメ(ゲーム)産業の社会的地位の向上に向けたPR

- ・ 昨今、産業の社会的地位の向上は図られつつあるが、①に資するような優秀な人材を確保・育成して行く為には、インセンティブ（やりがい）につながるようなもう一段のレベルアップが必要
(例えば、一つのアイデアとして、社会的な権威がある褒章などがあっても良いのでは？)

③ 事業領域縦割りではなく、オールエンタメ視点での海外大型イベントへの出展及びサポート

- ・ 前述の通り、国境・事業領域の垣根が限りなく低くなって来ている中において、事業領域間の横ぐしを刺したALL JAPAN軸での出展サポート等があった方が良いのではないか