

楽天モバイルによる日本のコンテンツ産業貢献と成長戦略:現状、あるべき姿、そしてギャップを埋めるシナリオ

Gemini Deep Research

エグゼクティブサマリー

本報告書は、日本が国策として推進するコンテンツ産業の育成において、楽天モバイルがどのように貢献し、成長を遂げ得るかについて、その現状、あるべき姿、そしてそのギャップを埋めるための戦略的なシナリオを提示するものです。日本のコンテンツ産業は世界市場で高い評価を受け、政府の「新たなクールジャパン戦略」や経済産業省の「エンタメ・クリエイティブ産業戦略」により、2033年までに海外売上高20兆円、関連産業規模50兆円を目指す基幹産業へと位置づけられています¹。特にデジタルコンテンツ市場は全体の77%以上を占め、スマートフォンが主要な消費デバイスとなる中で、高速・大容量の通信インフラがその成長を支える基盤となります⁴。

楽天モバイルは、2024年度にグループ全体の黒字化に貢献し、単月EBITDA黒字を達成するなど、財務状況が改善傾向にあります⁷。特に13歳から44歳までの若年層を中心に契約者数を伸ばし、データ利用量の増加に伴いARPUも上昇しています⁷。同社の完全仮想化、Open RAN、5Gネットワークといった先進的な技術的強みは、XR(VR/AR/MR)やクラウドゲーミングといった次世代コンテンツ体験の実現を可能にし、単なる通信事業者を超えたプラットフォーム提供者としての役割を担う基盤となります⁹。

楽天グループの強固な「楽天エコシステム」は、1億以上の会員基盤と70以上の多様なサービスを有機的に連携させ、コンテンツの顧客獲得コストを低減し、ユーザーの生涯価値(LTV)を高める強力な支援となります¹²。既存の「Rakuten TV」「Rakuten Music」「Rakuten Books/Kobo」といったコンテンツサービスに加え、U-NEXTとの提携による「Rakuten最強U-NEXT」のようなバンドル戦略は、通信とコンテンツの相乗効果を最大化し、競争優位性を確立するものです¹⁴。さらに、「Rakuten Content Central」を通じたオリジナルIPの創出は、コンテンツバリューチェーンにおける垂直統合を可能にし、長期的な差別化とグローバル展開の鍵となります¹³。

あるべき姿として、楽天モバイルは「通信×コンテンツ」の融合を深化させ、楽天エコシステムを基盤とした「エンターテインメント・ライフ・プラットフォーム」を構築することを目指します。これにより、ユーザーは通信サービスを通じてシームレスに多様なコンテンツ体験を享受し、楽天ポイント経済圏内でその価値を循環させることが可能となります。このプラットフォームは、コンテンツの流通・収益化を加速させるとともに、IP創出と海外展開を支援し、日本のコンテンツ産業

全体の成長に貢献します。

ギャップを埋めるシナリオとしては、まず通信事業の安定的な黒字化と1,000万回線達成を最優先し、その上で既存コンテンツサービスの強化と戦略的パートナーシップの拡大を図ります。特に5Gを活用した次世代コンテンツ体験の提供、データに基づいたパーソナライズ化、そしてIP創出への継続的な投資が重要です。人材育成と組織体制の強化も不可欠であり、これらを複合的に推進することで、楽天モバイルは日本のコンテンツ産業における中心的な存在となり、持続的な成長を実現できるでしょう。

1. 日本のコンテンツ産業の現状と成長ポテンシャル

1.1. 国策としてのコンテンツ産業育成（「新たなクールジャパン戦略」と「エンタメ・クリエイティブ産業戦略」）

日本のコンテンツ産業は、アニメ、音楽、ゲームといった分野で世界的に高い評価を得ており、政府はこれらの産業を「日本の勝ち筋」と捉え、その育成と海外展開に積極的に注力しています¹。2024年6月に閣議決定された「新たなクールジャパン戦略」では、コンテンツ産業を日本の基幹産業と位置づけ、2033年までにクールジャパン関連産業の規模を50兆円以上に拡大するという野心的な目標が掲げられました²。これは、2023年時点の約19兆円から大幅な成長を目指すものです³。経済産業省もこれを受け、「エンタメ・クリエイティブ産業戦略」の中間取りまとめ案を公表し、2033年までに海外売上高20兆円達成に向けた具体的な促進策、「10分野100のアクション」を打ち出しています¹。

これらのアクションには、アニメ制作現場の就労環境改善（労務費や原材料費の適切な価格転嫁による人材確保）や、邦楽アーティストの海外公演支援、海外ファンとの交流機会創出、デジタル技術を活用した制作プロセスの革新などが含まれます¹。コンテンツ産業へのこのような国家的な注力は、単なる経済的効果に留まらない多面的な波及効果を期待してのものであります。例えば、アニメや漫画は外国人が初めて触れる日本文化の一つであり、作品に登場する場所を巡る「ゆかりの地巡り」は訪日観光の促進に繋がり、観光業への経済波及効果を生み出します¹。さらに、コンテンツを通じて日本の魅力に触れることは、外交における「ソフトパワー」を高め、国際社会における日本の存在感を強化し、安全保障上も意義があるという認識が広がっています¹。

このような政府の強力な推進体制は、楽天モバイルにとって大きな好機をもたらします。国家戦略と連携することで、楽天モバイルは単なる市場競争を超えた公共的な支援や、規制環境の整備、官民連携プロジェクトへの参画といった機会を得られる可能性があります。コンテンツが持つ文化的・外交的な影響力は、長期的な成長基盤を築く上で、純粋な市場原理にのみ依存するよりも安定した投資環境を提供します。

1.2. 主要コンテンツ市場の動向と規模(動画配信、音楽、ゲーム、漫画、アニメ)

世界のコンテンツ市場規模は、石油化学産業や半導体産業をも凌駕する約135兆円に達し、年平均5%の高い成長率が予測される巨大市場です¹。日本国内のコンテンツ市場も堅調に拡大しており、2021年の12兆4,719億円から2023年には13兆3,597億円へと過去最高を更新しました⁴。特にデジタルコンテンツ市場が全体の77.3%(10兆3,270億円)を占め、インターネット経由の通信系コンテンツ市場は5兆4,184億円に上り、そのうち映像系ソフトが61.5%を占めるなど、デジタル化が市場成長の主要な牽引役となっています⁴。

日本の主要コンテンツ市場規模の推移と予測

市場カテゴリ	2021年実績 (億円)	2023年実績 (億円)	2024年予測 (億円)	2025年予測 (億円)	2029年予測 (億円)	前年比成長率 (2023-2024)
コンテンツ市場全体	124,719 ⁴	133,597 ⁵	149,003 ¹⁹	-	-	11.5%
デジタルコンテンツ市場	-	103,270 ⁵	-	-	-	-
通信系コンテンツ市場	54,184 ⁴	-	-	-	-	-
動画配信市場 (VOD)	4,614 ²⁰	-	5,930 ²¹	11,910 ²²	7,873 ²¹	3.3% (VOD全体)
音楽市場	895 ²⁰	-	-	-	-	-
ゲーム市場	-	21,255 ²³	-	-	-	4.6%
漫画市場	6,759 ²⁴	6,937 ²⁵	7,043 ²⁴	-	-	1.5%

アニメ制作市場	-	3,000 ²⁶	3,400 ²⁶	-	-	13.3%
アニメ市場全体	-	33,465 ²⁷	-	-	-	14.3%

- **動画配信市場 (VOD/OTT):** 国内市場規模は2024年に5,930億円と成長が鈍化しているものの、2029年には7,873億円規模に達すると予測されています²¹。コロナ禍以降、市場規模は53%増加し、約1.5倍に成長しました²¹。一部の予測では、2024年には1兆円を突破し、2025年には1兆1,910億円に達する見込みです²²。
- **音楽市場:** 日本は世界第2位の音楽市場であり、2022年には20億ドルを超える規模を維持しています²⁸。世界的にストリーミングが収益の67.3%を占める中、日本ではフィジカルメディア（CDなど）が依然として65.5%と異例に高い割合を占めています²⁹。これは、アイドルファンダムによる複数枚購入や特典付き商品、そして高齢層のフィジカルフォーマット嗜好が背景にあります²⁸。しかし、国内市場の成長には限界が見え始めており、海外市場への進出が不可欠とされています²⁹。
- **ゲーム市場:** 国内ゲーム市場は2兆円を超え、2023年には2兆1,255億円で前年比4.6%増と好調です⁶。市場の牽引役はオンラインプラットフォームのゲームであり、大半がスマートフォン経由で消費されています⁶。
- **漫画市場:** 2023年の販売額は過去最高の6,937億円に達し、出版市場全体の4割以上を占めました²⁵。2024年には7,043億円と7年連続のプラス成長を記録しており、電子コミックが売上を牽引しています²⁴。
- **アニメ市場:** アニメ制作市場は2023年に初の3,000億円を突破し、劇場版アニメのヒットや動画配信向けコンテンツの好調が寄与しています²⁶。アニメ市場全体では2023年に前年比14.3%増の3兆3,465億円で過去最大を記録しました²⁷。

これらの市場動向から、コンテンツ消費の主戦場がスマートフォンへと移行していることが明確に示されています。ゲームコンテンツの大半がスマートフォンによるオンラインプラットフォームに移行しており⁶、通信系コンテンツ市場も継続的に増加しています⁴。この事実は、モバイルキャリアである楽天モバイルにとって、コンテンツ産業への参入と成長を考える上で極めて有利な状況を生み出しています。楽天モバイルは、単なる通信インフラの提供者ではなく、デジタルコンテンツエコシステムの根幹を支える存在として、その価値を最大化できる位置にあります。

しかし、市場のデジタル化が進む一方で、日本の音楽市場のようにフィジカルメディアが依然として強い影響力を持つといった特殊性も存在します²⁸。これは、コンテンツ戦略を画一的にデジタルシフトさせるだけでは不十分であり、各コンテンツ分野の特性やユーザー層の嗜好を深く理解した、きめ細やかなアプローチが求められることを示唆しています。例えば、音楽分野では、フィジカルとデジタルを組み合わせたハイブリッド戦略や、日本独自のファンエンゲージメントモデルの取り込みが有効となるでしょう。

2. 楽天モバイルの現状とコンテンツ事業における立ち位置

2.1. 楽天モバイルの事業概況と財務状況（契約者数、ARPU、EBITDA黒字化の進捗）

楽天グループは2024年度通期決算において、売上収益2兆2,792億円、営業利益529億円を達成し、2019年以来5年ぶりの通期黒字化を実現しました⁷。この連結売上成長の34.4%が楽天モバイル事業に起因しており、楽天モバイルがグループ全体の収益改善において戦略的に重要な役割を担っていることが明確に示されています⁷。

楽天モバイル事業単体では、2024年度の売上収益が前年同期比20.9%増の4,407億円に達しました。Non-GAAP営業収益は依然として2,089億円の赤字ですが、前年から1,056億円の大幅な改善を見せています。EBITDAも363億円の赤字から1,199億円改善し、特に2024年12月には単月黒字化（23億円）を達成しました⁷。この財務状況の改善は、楽天モバイルが過去の巨額な先行投資フェーズから、持続可能な事業モデルへの転換期にあることを示唆しており、コンテンツ分野への戦略的投資を行う上での信頼性と安定性が高まっていることを意味します。

契約回線数は、BCP回線を含むMNO、MVNE、MVNOの合計で830万回線に達し、MNO契約数は2024年の1年間で155万回線増加しました⁷。2025年2月28日時点では単体加入者数が850万回線を突破しており、順調な伸びを見せています⁹。しかし、市場シェアは約3%前後に留まっており、早期に1,000万回線の大台に乗せることが依然として重要な課題として認識されています¹²。

ARPU（1ユーザーあたりの平均収入）は2,856円であり、データ利用量の増加やオプションの一部有料化、広告ARPUの向上により上昇傾向にあります⁷。特に13歳から44歳までの若年層の契約が加速しており、これらの層のデータ利用量の多さがARPU上昇に寄与しています⁷。三木谷氏の言及によれば、1ユーザーあたりの月間平均データ使用量は31.2GBに達しており、これはコンテンツ消費に積極的なユーザー層を多く抱えていることを示唆しています³¹。この若年層ユーザーの獲得とデータ利用量の増加は、コンテンツ戦略を進める上で極めて有利な状況です。既存のユーザーベースが既にコンテンツ消費に意欲的であるため、コンテンツ関連サービスの顧客獲得コストを低減し、コンテンツを通じたアップセルやプレミアムバンドルの提供によりARPUをさらに向上させる可能性を秘めています。

通信品質向上に向けては、2025年に約1,500億円の設備投資を見込み、駅構内や地下鉄の電波改善、プラチナバンドの活用、混雑局の容量対策を推進していく方針が示されています⁷。過去には自社回線エリアの限定性やKDDIへのローミング依存による通信品質への不安がユーザー離れを引き起こした経緯があり、地方施設での通信安定性も課題でした¹²。これらの課題への継続的な取り組みは、コンテンツ体験の質を保証し、ユーザー定着率を高める上で不可欠です。

楽天モバイル 主要事業指標 (2024年度)

指標	数値	備考
楽天グループ 売上収益	2兆2,792億円 ⁷	前年同期比 +10.0%
楽天グループ 営業利益	529億円 ⁷	5年ぶりの通期黒字化
楽天モバイル 売上収益	4,407億円 ⁷	前年同期比 +20.9%
楽天モバイル Non-GAAP営業収益	-2,089億円 ⁷	前年から1,056億円改善
楽天モバイル EBITDA (通期)	-363億円 ⁷	前年から1,199億円改善
楽天モバイル EBITDA (2024年12月単月)	23億円 ⁸	単月黒字化達成
楽天モバイル 契約回線数 (2024年度通期)	830万回線 ⁷	MNO純増数 378万回線
楽天モバイル 契約回線数 (2025年2月)	850万回線 ⁹	-
楽天モバイル MNO解約率 (2024年度通期)	1.38% ⁷	市場流動性向上により微増
楽天モバイル ARPU (2024年度通期)	2,856円 ⁷	データ利用量増加、オプション有料化、広告ARPU向上により上昇
楽天モバイル 設備投資額 (2025年予測)	約1,500億円 ⁷	通信品質向上、プラチナバンド活用等

2.2. 楽天モバイルの技術的強み(完全仮想化、Open RAN、5Gネットワーク)

楽天モバイルは、そのネットワークアーキテクチャにおいて、競合他社にはない独自の技術的強みを有しています。最大の特長は、世界の携帯キャリアで唯一、完全仮想化ネットワークを実現している点です⁹。これは、従来の専用ハードウェアに依存する基地局ではなく、汎用コンピュータとソフトウェアを組み合わせることで無線を制御する方式です¹⁰。このアプローチにより、ネットワーク構築と運用におけるコストを大幅に削減できるだけでなく、新機能の実装やサービスの柔軟な展開が可能となります⁹。

さらに、異なるベンダーの機器やソフトウェアを組み合わせることでネットワークを構築するOpen RANにも対応しており、これによりサプライチェーンの多様化とさらなるコスト効率化を実現しています¹⁰。AIや自動化技術の積極的な活用も特徴であり、基地局のデプロイやセキュリティ設定の自動化、さらには通信障害の事前検知などを実現しています¹⁰。これにより、運用コストの削減と通信品質の迅速な改善に寄与し、フィールド訪問のコスト削減やオンエアまでの時間の短縮も可能にしています¹⁰。

楽天モバイルの5Gネットワークは、4Gと比較して桁違いの大容量データを高速で通信する能力を持ち、高画質4K動画を数秒でダウンロードできるほどの性能を誇ります¹¹。同社は「低価格で高品質な5G通信」をモットーに料金設定を抑えつつ5G通信を提供しており¹¹、Sub6（中周波数帯）とミリ波（高周波数帯）の両方の特性を活かして5Gサービスエリアの拡大を進めています³⁴。

これらの先進的なネットワーク技術は、楽天モバイルが次世代コンテンツ体験において差別化を図る上で極めて重要な要素です。高速・大容量・低遅延の5Gインフラと、柔軟でコスト効率の高い仮想化ネットワークは、XR（VR/AR/MR）、クラウドゲーミング、超高精細動画ストリーミングといった、従来のネットワークでは実現が困難だった没入型コンテンツのシームレスな提供を可能にします³⁵。楽天モバイルは、単なる「通信のパイプ」を提供するだけでなく、これらの最先端コンテンツを支える「プラットフォーム」としての役割を担うことで、競合他社との明確な差別化を図り、より付加価値の高いサービスを提供できる立場にあります。これは、ユーザーのデータ利用量をさらに促進し、ARPUの向上にも繋がるでしょう。

2.3. 楽天エコシステムとの連携とシナジー創出

楽天グループは、「楽天市場」をはじめとするEコマース、旅行予約サイト「楽天トラベル」、金融サービス「楽天銀行」など、70以上の多様なサービスを展開し、1億以上の楽天会員を中心とした巨大な「楽天エコシステム（経済圏）」を形成しています¹²。このエコシステムは、楽天モバイルがコンテンツ事業を拡大する上で比類のない強みとなります。

楽天モバイルは、この楽天エコシステムとの連携を戦略的に強化しています。例えば、「楽天カードプレミアムプログラム」との連携による「ギガ割引クーポン」の提供³⁹、そして楽天ポイントの共通利用や特典付与は、ユーザーの利便性を高め、エコシステム内でのクロスユースを強力に促進します⁹。ユーザーは楽天モバイルの利用でポイントを獲得し、そのポイントを楽天市場での買い物や楽天ブックスでのコンテンツ購入に利用できるため、経済圏内での循環が活発化します。また、「楽天ラクマ」と「楽天市場」の連携強化「サーキュレーション・ストラテジー」のような取り組みも推進されており、エコシステム内でのユーザーの回遊性を高めています⁴⁴。

楽天モバイルの契約者数増加は、楽天会員数の着実な増加や、エコシステム内でのクロスユース率の向上に直接的に貢献しています¹²。この深い連携は、楽天モバイルがコンテンツ事業を展開する上で、顧客獲得コストを大幅に削減できることを意味します。既存の楽天会員は、既に楽天グループのサービスに対する信頼とロイヤルティを持っており、新たなコンテンツサービスへの導入障壁が低いと考えられます。さらに、ポイントシステムやクロスサービス特典は、ユーザーの定着率を高め、コンテンツ消費を促進することで、ユーザーの生涯価値（LTV）を向上させる強力なメカニズムとして機能します。この包括的な経済圏は、他社の追随を許さないバンドル戦略やロイヤルティプログラムを可能にし、コンテンツ戦略の成功を強力に後押しします。

2.4. 既存コンテンツ関連サービス(Rakuten TV, Rakuten Music, Rakuten Books/Kobo)の現状と強み

楽天グループは、楽天モバイルの通信事業を補完し、相乗効果を生み出すための多様なコンテンツ関連サービスを既に展開しています。

- **Rakuten TV:** 約25万本の動画を配信する日本国内限定のサービスであり、コンテンツ数はU-NEXT(22万作品以上)と比較しても遜色ないボリュームです⁴⁵。音楽、宝塚、声優などのライブ配信、ドラマやアニメの定額見放題パック、そしてパ・リーグSpecial(楽天モバイル契約者は追加料金なしで視聴可能)を提供しています⁴⁶。映画のレンタル・購入も可能であり、幅広いニーズに対応しています⁴⁶。
- **Rakuten Music:** 楽天モバイル契約者は割引プランが利用可能であり、約1億曲が聴き放題という豊富なライブラリを持つ音楽ストリーミングサービスです⁴⁹。定額制音楽配信サービス利用者数は2022年末に2,770万人、2025年末には3,250万人への増加が予測されており、市場の成長を捉えています⁵³。
- **Rakuten Books/Kobo:** 楽天が運営するオンライン書店であり、書籍、雑誌、CD、DVD、ゲームなどを幅広く取り扱っています⁴⁰。全品送料無料という利便性⁴¹や、楽天ポイントが貯まる・使えるというエコシステム連携の強みがあります⁴⁰。電子書籍サービス「楽天

Kobo」も提供しており、幅広いラインナップと手軽な入手環境が強みです⁴⁰。限定特典やセール、クーポンも豊富に展開し、ユーザーの購買意欲を刺激しています⁴⁰。

- **Rakuten Content Central:** 楽天グループのコンテンツレーベルとして、アニメ、マンガ、スポーツなどのIPコンテンツプロデュース、海外映画の調達、IPを活用したグッズの制作・販売、モバイル縦読みマンガなどを総合的に提供しています¹³。特に「週刊少年ジャンプ」連載漫画『僕とロボコ』のTVアニメをプロデュースした実績は、楽天グループがオリジナルIPを創出し、メディアミックス展開する能力を持つ具体的な証左です¹⁷。

楽天グループの主要コンテンツ関連サービスと連携状況

サービス名	提供コンテンツ/特徴	楽天モバイルとの連携状況/シナジー	市場における立ち位置
Rakuten TV	約25万本の動画(映画、ドラマ、アニメ、ライブ配信、パ・リーグSpecialなど) ⁴⁵	パ・リーグSpecialが楽天モバイル契約者に追加料金なしで提供 ⁴⁷	国内最大級のVODサービスの一つ ⁴⁵
Rakuten Music	約1億曲が聴き放題の音楽ストリーミング ⁴⁹	楽天モバイル契約者向け割引プランあり ⁵¹	定額制音楽配信市場で利用者数増加予測 ⁵³
Rakuten Books/Kobo	書籍、雑誌、CD、DVD、ゲーム、電子書籍(楽天Kobo) ⁴⁰	楽天ポイント連携、SPU対象、送料無料、コンビニ受け取り ⁴⁰	オンライン書店として強固な地位、電子コミック市場成長 ²⁴
Rakuten Content Central	アニメ・実写プロデュース、映像コンテンツ調達・販売、縦スクロールコミック、IPグッズ制作・販売 ¹³	オリジナルIP創出、楽天エコシステムでの流通・販売支援 ¹³	『僕とロボコ』TVアニメプロデュース実績 ¹⁷
U-NEXT連携(楽天最強U-NEXT)	映像見放題、雑誌200誌以上、児童書3000冊以上、ライブ配信、一部サッカーコンテンツ ¹⁵	楽天モバイル「最強プラン」とセットで月額料金割引(1,089円お得) ¹⁶	国内VOD市場で金額ベース2位、ユーザー数466万人超、継続成長 ³¹

これらの既存コンテンツ資産と、楽天コンテンツセントラルによるIP戦略は、楽天モバイルがコンテンツ産業に参入する上で、単なる新規参入者ではないことを示しています。楽天モバイルは、これらの成熟した資産を戦略的なバンドル、クロスプロモーション、そしてエコシステム内の独占コンテンツ創出に直ちに活用できます。特に、楽天コンテンツセントラルを通じてオリジナルIPを制作できる能力は、長期的な差別化とグローバル展開において極めて重要です。これにより、楽天はコンテンツの企画・制作から流通、収益化まで、バリューチェーン全体をより深く制御できる可能性を秘めています。この垂直統合的なアプローチは、日本の知的財産(

IP)のグローバル価値を最大化するという「クールジャパン戦略」の目標とも合致し、これを強化するものです。

2.5. コンテンツ事業における楽天モバイルの課題

楽天モバイルは、コンテンツ事業への本格参入と成長を目指す上で、いくつかの重要な課題に直面しています。

最も顕著なのは、携帯電話事業における巨額の先行投資と収益化の遅れが、長らく楽天グループ全体の財務に大きな負担をかけてきたことです¹²。2022年度には携帯セグメントの営業損失が約4,792億円に達し、楽天グループ全体でも過去最大の最終赤字を記録しました¹²。2023年度には改善が見られたものの、依然として莫大な投資負担と累積損失が財務上の課題として残っています¹²。この財務的な制約は、コンテンツ分野への大規模な独立投資(例えば、Netflixのようなオリジナルシリーズの大量制作)を短期的に行う上での足かせとなる可能性があります。

また、契約者数の伸び悩みと市場シェアの低さ(約3%)も課題です。楽天モバイルは2024年末時点でMNOサービス利用者が746万人に伸びたものの、早期に1,000万回線の大台に乗せることが急務とされています¹²。市場シェアが低い状態では、コンテンツ提供による規模の経済効果を得にくく、コンテンツを通じた新規顧客獲得のインパクトも限定的になる可能性があります。

過去には、自社回線エリアが限定的でKDDIへのローミングに依存していたため、通信品質への不安が一部ユーザー離れを引き起こした経緯があります¹²。地方の宿泊施設などでは通信の安定性に課題があったとの指摘も存在し、コンテンツ体験の質を保証するためには、これらの通信品質の課題に継続的に取り組む必要があります³²。

さらに、政府主導の料金値下げや大手キャリアによる廉価プラン(例:NTTドコモの“ahamo”)の投入により、楽天の低価格戦略による新規契約者獲得が当初の想定ほど伸びなかったという競争環境の厳しさも抱えています¹²。

これらの課題を考慮すると、楽天モバイルのコンテンツ戦略は、大規模な単独コンテンツ制作に多額の資金を投じるよりも、既存のコンテンツ資産を最大限に活用し、U-NEXTのような強力なパートナーシップを追求し、費用対効果の高いコンテンツ制作(例:縦読みコミック)に注力する方向性が現実的です。これらのアプローチは、即座に価値を生み出し、楽天エコシステム内でのクロスサービスシナジーを加速させることを目的としています。低い市場シェアを鑑みると、コンテンツ提供は既存のモバイル加入者を維持するだけでなく、積極的に新規加入者を惹きつけ、1,000万回線達成という重要な目標に貢献するほど魅力的なものである必要があります。

ます。

3. 楽天モバイルがコンテンツ産業に貢献できる可能性

3.1. 高品質・大容量通信インフラによるコンテンツ体験の革新(5G/XR/クラウドゲーミング)

楽天モバイルの先進的なネットワーク技術は、コンテンツ体験の質を飛躍的に向上させる可能性を秘めています。同社の5Gネットワークは、4Gとは比較にならないほど大容量データを高速で通信可能であり、高画質4K動画を数秒でダウンロードできる能力を持ちます¹¹。これは、高精細な動画配信やライブストリーミングの品質を劇的に向上させる基盤となります。

楽天モバイルのネットワークは、完全仮想化、Open RAN、AI・自動化を特徴としており、これによりコスト効率と柔軟性を高め、次世代コンテンツの安定的な提供を可能にします¹⁰。この技術的優位性は、特に以下の分野で顕著な貢献が期待されます。

- **XR (VR/AR/MR) コンテンツ:** 5Gの低遅延・大容量通信は、VRゲーム、バーチャルライブイベント、ARガイド、インタラクティブなライブ演出など、没入感の高いXRコンテンツの普及を加速させます³⁵。楽天モバイルは既に5Gを活用したモータースポーツの実証実験⁵⁷や、サッカー観戦におけるARを用いた統計データ表示、多人数参加型ゲーム、マルチアングル視聴の実証実験に成功しており、これらの次世代体験の商用化に向けた具体的な道筋を示しています⁵⁸。例えば、鏡に映し出されたアバターと自分自身が重なるデジタルアートでは、5Gとクラウドレンダリングによる高速処理が、より高度な体験型アートを実現しています⁵⁶。
- **クラウドゲーミング:** 5Gの登場により、クラウドゲーミング市場は2019年から2025年にかけて年平均30%以上の成長が予測されており、2030年には391億ドル規模に達する見込みです³⁶。クラウドゲーミングは、高性能なPCやゲーム機を必要とせず、スマートフォンなどのポータブルデバイスで高品質なゲームを楽しめるようになるため、楽天モバイルの低遅延ネットワークは、この分野での強力な優位性を確立できます³⁷。
- **インタラクティブコンテンツ:** 5Gは、8K高精細動画や360度動画、VR動画などのインタラクティブコンテンツの配信に最適であり、ショールーム紹介や観光地のプロモーションなど、多様な分野での活用が期待されます³⁸。ソフトバンクとの共同制作事例のように、人の動きとアバターを連動させたデジタルアートなど、インタラクティブな動作の実現に5Gが活用されています⁵⁶。

楽天モバイルのネットワーク技術は、単に通信速度を向上させるだけでなく、コンテンツ消費の「質的向上」を牽引する可能性を秘めています。この強みを活かすことで、楽天モバイルはユーザーにこれまでにない没入型でインタラクティブなコンテンツ体験を提供し、プレミアムユーザーを惹きつけ、データ利用量をさらに促進することでARPUを向上させることができます。これは、単に「安価なデータ」を提供するプロバイダーから、「プレミアムな次世代コンテンツ体験」を提供するプラットフォームへと、楽天モバイルの価値提案を大きく転換させるものです。

3.2. 楽天エコシステムを通じたコンテンツの流通・収益化支援

楽天エコシステムは、コンテンツの流通と収益化を強力に支援する基盤となります。1億以上の楽天会員という巨大な顧客基盤は、コンテンツを流通させるための既存チャネルとして活用でき、楽天モバイルの契約者数増加は、このエコシステム全体のユーザー接点拡大に貢献し、コンテンツへのリーチを広げています¹²。

楽天ポイントは、コンテンツの購入や利用に対する強力なインセンティブとなり、ユーザーの囲い込みとロイヤルティ向上に寄与します。このポイントは楽天モバイルの通信料金支払いにも利用できるため、経済圏内での循環を促進します⁹。

- 「通信×コンテンツ」バンドル戦略: U-NEXTとの提携による「Rakuten最強U-NEXT」は、通信サービスと映像配信サービスをセットで提供し、単体契約よりも大幅な割引を実現しています¹⁴。この戦略は、データ使用量の多い若年層ユーザーのニーズに応え、ARPU向上と契約者数増加に直接的に繋がる可能性が高いです²。通信とコンテンツを組み合わせることで、ユーザーはよりお得にサービスを享受でき、楽天モバイルは顧客の定着とデータ利用の活性化を図ることができます。
- 既存コンテンツサービスとの連携強化: 楽天TVのパ・リーグSpecialや楽天ミュージックの割引プランなど、既存の楽天グループ内コンテンツサービスとの連携も強化されており、モバイル回線を起点としたコンテンツ消費を促進しています¹⁴。これにより、ユーザーは楽天モバイルの契約を通じて、多様なコンテンツをシームレスに利用できるようになります。
- デジタルサイネージを通じた新たな収益モデル: 法人顧客向けのデジタルサイネージサービスを通じて、AIカメラによるユーザー分析に基づいたパーソナライズされたコンテンツ配信と広告収益化を支援しています⁵⁹。これは、コンテンツの新たな流通チャネルと収益モデルを創出する可能性を秘めています。例えば、スーパーマーケットの商品棚に設置されたサイネージが、ユーザーが手に取った商品をセンサーで読み取り、最適なレシピや広告を自動で配信するといった活用事例が挙げられます⁵⁹。

楽天エコシステム内での顧客データ統合は、コンテンツ戦略の精度を格段に高めるものです。

楽天モバイル、Eコマース、金融、既存コンテンツサービスなど、エコシステム内の多様なタッチポイントから得られる顧客行動データを集約・分析することで、ユーザーのモバイル利用パターン、購買履歴、読書傾向、コンテンツ視聴履歴などを包括的に把握できます⁵⁹。この豊富なデータに基づいて、楽天モバイルは一般的なコンテンツ配信を超え、高度にパーソナライズされたコンテンツ推薦、精密なターゲット広告、そして動的な価格設定戦略を展開できます。これにより、ユーザー体験が大幅に向上し、エンゲージメントとロイヤルティが強化されるとともに、コンテンツ収益化の効率が最大化されます。コンテンツ配信が単なるブロードキャストモデルから、洗練された個別最適化された体験へと進化し、ユーザー満足度と広告収益の両方を最大化することが可能になります。

3.3. IPプロデュース・育成への貢献(Rakuten Content Centralの役割)

楽天モバイルは、楽天グループの「Rakuten Content Central」を通じて、日本のコンテンツ産業におけるIP(知的財産)の創出と育成に直接的に貢献できます。Rakuten Content Centralは、アニメ、マンガ、スポーツなどのIPコンテンツのプロデュース、海外映画の調達、IPを活用したグッズの制作・販売、そしてモバイル縦読みマンガなどを総合的に提供するコンテンツレベルです¹³。

「週刊少年ジャンプ」連載漫画『僕とロボコ』のTVアニメをプロデュースした実績は¹⁷、楽天グループがオリジナルIPを創出し、それを多様なメディアで展開する能力を持つ具体的な証左です。IPホルダーにとって、楽天エコシステムは1億以上のユーザーに直接アプローチできる強力なプラットフォームであり、IPを活用した多様なエンターテインメント体験をユーザーに提供できるという大きな強みがあります¹³。

映像作品の原作を確保するためには、自社で電子書籍を展開することが重要であるという観点も示されており、楽天Koboとの連携がIP戦略において重要であることを示唆しています⁶¹。これにより、漫画などの原作コンテンツからアニメや実写映像へのメディアミックス展開をシームレスに行うことが可能となり、IPの価値を最大化できます。

日本の音楽・アニメIPは世界市場で高い人気を誇り、さらなる浸透の可能性を秘めています¹。このため、海外市場向けのマーケティングとアーティストブランディングの強化が、IP価値最大化の鍵となります²⁹。楽天グループは、グローバルに展開するサービス(例: Rakuten Viki)を通じて、日本のIPを世界に発信するチャンネルを持っています⁶²。

Rakuten Content CentralによるIP創出と、楽天エコシステム全体との連携は、コンテンツバリューチェーンにおける強力な垂直統合戦略を示唆しています。IPの企画段階から(上流)、楽天モバイルの通信インフラ、Rakuten TVやRakuten Musicなどの配信プラットフォーム、楽天

市場でのグッズ販売、楽天Koboでの電子書籍展開といった多様な楽天サービスを通じて(下流)IPを管理・展開することで、楽天モバイルは独占的で深く統合されたコンテンツ体験を提供できます。この戦略は、競争の激しい市場において強力な差別化要因となるだけでなく、IPの価値を最大限に引き出し、日本のコンテンツを世界に広めるという国家戦略にも貢献します。

4. 楽天モバイルの「あるべき姿」: エンターテインメント・ライフ・プラットフォーム

楽天モバイルの「あるべき姿」は、単なるモバイル通信事業者ではなく、楽天エコシステムの中核を担う「エンターテインメント・ライフ・プラットフォーム」となることです。このプラットフォームは、高品質な通信インフラを基盤とし、楽天グループの多様なコンテンツ資産とサービスをシームレスに統合することで、ユーザーにこれまでにない豊かでパーソナライズされたエンターテインメント体験を提供します。

この「あるべき姿」は、以下の3つの柱で構成されます。

1. 次世代コンテンツ体験のゲートウェイ:

- 楽天モバイルの5Gネットワークと仮想化技術を最大限に活用し、XR(VR/AR/MR)コンテンツ、クラウドゲーミング、超高精細ライブストリーミングといった、高帯域・低遅延を要求する次世代コンテンツの最適な提供環境を構築します。ユーザーはスマートフォンや対応デバイスを通じて、いつでもどこでも没入感の高いエンターテインメントを享受できるようになります。これは、単にコンテンツを「見る」だけでなく、「体験する」という新たな価値を提供します。

2. エコシステム統合型コンテンツハブ:

- Rakuten TV、Rakuten Music、Rakuten Books/Koboといった既存のコンテンツサービスを楽天モバイルの契約と深く連携させ、ユーザーにとって最もお得で便利な「通信×コンテンツ」のバンドルプランを標準化します。U-NEXTとの提携はその先駆けであり、今後も多様なパートナーシップを拡大し、楽天エコシステム内でコンテンツを横断的に利用できるシームレスな体験を提供します。楽天ポイントをコンテンツ消費の強力なインセンティブとして活用し、ユーザーのロイヤリティを高め、楽天経済圏内でのコンテンツ消費を活性化させます。

3. IP創出とグローバル展開の推進者:

- Rakuten Content Centralの機能を強化し、アニメ、マンガ、ゲームといった日本の強みであるIPの企画・制作・プロデュースに積極的に投資します。オリジナルIPの創出だけでなく、既存の有力IPとの提携を強化し、楽天エコシステムを通じて国内外に展開します。特に、海外市場向けのマーケティングと流通チャネルを強化し、日本のコ

コンテンツのグローバル展開を加速させます。これにより、楽天モバイルはコンテンツの「作り手」としても、その価値を最大化する「届け手」としても、日本のコンテンツ産業の成長に貢献します。

この「エンターテインメント・ライフ・プラットフォーム」は、楽天モバイルの通信事業の収益性を高めるだけでなく、楽天グループ全体の顧客エンゲージメントを深化させ、新たな収益源を創出します。ユーザーは楽天モバイルを契約することで、通信の利便性だけでなく、楽天経済圏全体で提供される高品質なエンターテインメント体験を享受できるという、他に類を見ない価値提案を受け取ることになります。

5. ギャップを埋めるシナリオ：あるべき姿への戦略的ロードマップ

楽天モバイルが「エンターテインメント・ライフ・プラットフォーム」というあるべき姿を実現するためには、現在の課題を克服し、強みを最大限に活かすための多角的な戦略ロードマップが必要です。

5.1. 通信事業基盤の強化と収益化の加速

コンテンツ戦略を支える強固な基盤として、通信事業の安定化と収益化を最優先します。

- **1,000万回線達成とARPU向上：**早期にMNO契約者数1,000万回線の大台を達成し、市場シェアを拡大することが不可欠です¹²。そのためには、若年層を中心としたデータ利用量の多い層へのターゲティングを継続し、データ無制限プランの魅力を訴求します。ARPU向上に向けては、5G利用率の向上によるデータ利用促進に加え、広告ARPUの向上、オプションの拡充、そして楽天エコシステムを組み合わせた施策を強化します⁷。
- **通信品質の継続的改善：**2025年に約1,500億円の設備投資を見込み、駅構内や地下鉄の電波改善、プラチナバンドの活用、混雑局の容量対策を推進します⁷。通信品質への不安払拭は、ユーザー定着率向上と新規獲得に直結し、特に高画質コンテンツやXR体験の提供において不可欠です。
- **コスト構造の最適化：**完全仮想化ネットワークとOpen RANの利点を最大限に活かし、基地局の簡素化やAI・自動化による運用コスト削減を継続します¹⁰。これにより、財務負担を軽減し、コンテンツ投資への資源配分を可能にします。

5.2. コンテンツサービス戦略の深化とエコシステム連携の最大化

既存のコンテンツ資産を最大限に活用し、楽天エコシステムとの連携を深化させることで、コンテンツ事業の競争力を高めます。

- 「通信×コンテンツ」バンドル戦略の拡大: U-NEXTとの提携「Rakuten最強U-NEXT」を成功モデルとし、今後も他の有力コンテンツプロバイダーとの提携を積極的に検討します¹⁴。特に、データ利用量の多いユーザー層に響く、魅力的な価格設定とコンテンツラインナップの提供が重要です。
- 楽天エコシステム内コンテンツの強化とクロスプロモーション: Rakuten TV、Rakuten Music、Rakuten Books/Koboといった既存サービスをさらに強化し、楽天モバイルユーザーへの特典やシームレスな利用体験を提供します¹⁴。楽天ポイントを核としたロイヤルティプログラムを深化させ、コンテンツ消費と他の楽天サービス利用の相乗効果を最大化します⁴⁰。
- データ駆動型パーソナライズの推進: 楽天エコシステム全体で蓄積される顧客データを統合・分析し、AIを活用したパーソナライズされたコンテンツ推薦や広告配信を強化します⁵⁹。これにより、ユーザーエンゲージメントとコンテンツ収益化の効率を向上させます。法人向けデジタルサイネージサービスで培ったAIカメラによるユーザー分析技術を、消費者向けコンテンツにも応用する可能性を探ります⁵⁹。

5.3. 次世代コンテンツ体験への先行投資とIP戦略の強化

将来的な成長ドライバーとなる次世代コンテンツ領域への戦略的な投資と、IP創出能力の強化を進めます。

- 5Gを活用したXR・クラウドゲーミングの商用化: 既存の実証実験の成果を活かし、5Gの特性を最大限に引き出すXRコンテンツ(VRゲーム、バーチャルライブ、ARガイドなど)やクラウドゲーミングサービスの商用化を加速させます³⁵。これにより、楽天モバイルのネットワークが提供する「体験価値」を明確に打ち出します。
- Rakuten Content CentralによるIP創出とメディアミックス: アニメ、マンガ、ゲームといった日本の強みであるIPのプロデュースに継続的に投資し、オリジナルIPの創出を推進します¹³。楽天Koboとの連携を強化し、電子書籍を原作とした映像化作品の制作を加速させるなど、メディアミックス展開を積極的に行い、IP価値を最大化します⁶¹。
- グローバル展開と海外IPの取り込み: 日本のコンテンツの海外展開を支援するとともに、Rakuten Vikiなどのグローバルサービスを通じて海外の有力コンテンツを取り込み、多様なコンテンツラインナップを構築します⁶²。これにより、国内外のコンテンツファンを楽天エ

システムに引き込みます。

5.4. 人材育成と組織体制の強化

コンテンツ事業の成長を支える専門人材の確保と育成、そして柔軟な組織体制の構築が不可欠です。

- コンテンツ専門人材の採用と育成: IPプロデュース、コンテンツ制作、デジタルマーケティング、データサイエンス、XR技術開発など、コンテンツ事業に必要な専門スキルを持つ人材を積極的に採用します⁶³。社内公用語を英語とすることで、多様なバックグラウンドを持つグローバル人材の獲得を促進します⁶⁸。
- 「学び続ける組織」の実現: 従業員が継続的に成長できるような研修制度やキャリア開発プログラムを充実させます⁶⁹。特に、アクセシビリティやデジタル広告品質に関する教育を通じて、公正で信頼性の高いコンテンツ提供を担保します⁷⁰。
- 柔軟な働き方と組織連携の促進: フレックスタイム制の導入など、従業員が働きやすい環境を整備し、生産性向上を図ります⁷⁴。また、コンテンツ関連部門と楽天モバイル、その他の楽天グループサービスとの連携を強化し、部門横断的なプロジェクト推進を加速させます。

これらの戦略を複合的に推進することで、楽天モバイルは通信事業の安定化と収益化を図りながら、楽天エコシステムの強みを最大限に活かしたコンテンツ事業を確立し、日本のコンテンツ産業の成長に中心的な役割を果たす「エンターテインメント・ライフ・プラットフォーム」へと進化できるでしょう。

結論と提言

日本のコンテンツ産業は、政府の強力な支援とデジタル化の進展により、今後も高い成長が期待される基幹産業です。この巨大な市場において、楽天モバイルは、その先進的な5Gネットワークと完全仮想化技術、そして1億以上の楽天会員を擁する強固な楽天エコシステムを背景に、極めて有利な立ち位置にあります。

主要な結論:

1. 国家戦略との強力な連携: 日本政府の「クールジャパン戦略」は、コンテンツ産業の成長を国策として推進しており、楽天モバイルがこの戦略と連携することで、公共的な支援や

有利な事業環境を享受できる可能性が高いです。

2. 通信インフラがコンテンツ体験の質を規定: 楽天モバイルの5Gネットワークと仮想化技術は、XRやクラウドゲーミングといった次世代の没入型コンテンツ体験を可能にする基盤であり、単なるデータ提供者ではなく、コンテンツ体験の「質的向上」を牽引する存在となり得ます。
3. エコシステムの圧倒的優位性: 楽天エコシステムは、コンテンツサービスの顧客獲得コストを大幅に削減し、楽天ポイントを通じたユーザーのLTV向上に貢献します。統合された顧客データは、パーソナライズされたコンテンツ提供と効率的な収益化を可能にする強力な武器となります。
4. 既存コンテンツ資産とIP戦略の潜在力: Rakuten TV、Rakuten Music、Rakuten Books/Koboといった既存サービスと、Rakuten Content CentralによるIPプロデュース能力は、楽天モバイルがコンテンツバリューチェーンにおいて垂直統合的な戦略を展開し、独占的なコンテンツ体験を創出する基盤となります。
5. 財務的安定化と市場シェア拡大が鍵: 楽天モバイルの財務状況は改善傾向にあるものの、コンテンツへの大規模投資には通信事業の安定的な黒字化と、早期の1,000万回線達成が不可欠です。

戦略的提言:

楽天モバイルが「エンターテインメント・ライフ・プラットフォーム」として日本のコンテンツ産業を牽引するためには、以下の戦略を複合的に推進することを提言します。

1. 「通信×コンテンツ」の価値最大化:
 - バンドルプランの標準化と拡大: U-NEXTとの提携を皮切りに、多様なコンテンツプロバイダーとの戦略的パートナーシップを積極的に模索し、「Rakuten最強U-NEXT」のような通信とコンテンツのバンドルプランを楽天モバイルの主要な価値提案として標準化するべきです。これにより、データ消費量の多い若年層の獲得とARPU向上を同時に図ります。
 - エコシステム内コンテンツのシームレスな統合: Rakuten TV、Rakuten Music、Rakuten Books/Koboなどの既存コンテンツサービスを楽天モバイルユーザー向けにさらに最適化し、楽天ポイントを核とした共通のユーザー体験を強化します。
2. 次世代コンテンツ体験への先行投資と差別化:
 - **5G/XR/クラウドゲーミングの商用化加速:** 楽天モバイルの技術的優位性を活かし、5Gを活用したXRコンテンツやクラウドゲーミングの商用サービス化を加速させます。これにより、競合他社にはない「体験」という差別化要因を確立し、プレミアムユーザー層を惹きつけます。
 - **データ駆動型パーソナライズの徹底:** 楽天エコシステム全体から得られる顧客データを活用し、AIによる高度なパーソナライズ推薦システムを構築・強化します。これにより、ユーザーは自分に最適なコンテンツと出会い、エンゲージメントが深化します。
3. IP創出とグローバル展開への注力:

- **Rakuten Content Central**の戦略的強化: オリジナルIPの企画・制作に継続的に投資し、特にアニメや縦読みマンガなど、グローバル展開の可能性が高い分野に注力します。楽天Koboとの連携を深め、電子書籍から映像化へのメディアミックスを推進します。
 - 海外市場への積極的なアプローチ: 日本のIPのグローバル人気を背景に、海外市場向けのマーケティングと流通チャネルを強化し、楽天グループのグローバルネットワークを最大限に活用してIP価値の最大化を図ります。
4. 組織と人材の戦略的再編:
- コンテンツ専門人材の確保と育成: IPプロデュース、XR技術、データサイエンス、グローバルマーケティングなど、コンテンツ事業の成長に必要な専門人材の採用と育成に重点を置きます。社内公用語英語の強みを活かし、多様なバックグラウンドを持つグローバル人材を積極的に登用します。
 - 部門横断型連携の強化: 楽天モバイル、Rakuten Content Central、各コンテンツサービス、そして他の楽天エコシステムサービス間の連携を強化し、コンテンツ戦略をグループ全体で推進する体制を構築します。

これらの戦略を着実に実行することで、楽天モバイルは通信事業の安定化と収益化を達成しつつ、日本のコンテンツ産業の成長に不可欠な「エンターテインメント・ライフ・プラットフォーム」としての地位を確立し、持続的な企業価値向上を実現できるでしょう。

引用文献

1. 【主張】日本のアニメや音楽 コンテンツ産業の海外展開さらに | ニュース - 公明党, 7月 2, 2025にアクセス、<https://www.komei.or.jp/komeinews/p407327/>
2. www.cao.go.jp, 7月 2, 2025にアクセス、
https://www.cao.go.jp/press/new_wave/20240806.html#:~:text=%E5%85%B7%E4%BD%93%E7%9A%84%E3%81%AB%E3%81%AF%E3%80%81%E3%82%AF%E3%83%BC%E3%83%AB.%E3%81%95%E3%81%9B%E3%82%8B%E3%81%93%E3%81%A8%E3%82%92%E7%9B%AE%E6%8C%87%E3%81%97%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82
3. 新たなクールジャパン戦略2024: 日本の魅力を世界に発信し、経済成長を加速する | yo4shi80, 7月 2, 2025にアクセス、<https://note.com/yo4shi80/n/n551e0fed4c2f>
4. 令和5年版 情報通信白書 | 我が国のコンテンツ市場の規模 - 総務省, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r05/html/nd243210.html>
5. デジタルコンテンツ白書2024発刊、コンテンツ産業の市場規模13兆円超え - Media Innovation, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://media-innovation.jp/article/2024/08/31/141726.html>
6. ゲーム産業は依然高水準！ | その他の研究・分析レポート, 7月 2, 2025にアクセス、
https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikaisetsu/hitokoto_kako/2023_1006hitokoto.html
7. 楽天グループ2024年度決算は通期で営業黒字、モバイルも単月黒字化を達成し連結黒字化を目指す - ケータイ Watch, 7月 2, 2025にアクセス、

- <https://k-tai.watch.impress.co.jp/docs/news/1663109.html>
8. 三木谷社長、2025年度の楽天モバイル通期黒字化は「実現可能」通信品質改善に向けて1500億円の設備投資 - ビジネスネットワーク, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://businessnetwork.jp/article/25867/>
 9. 【2025年6月最新】楽天モバイルの評判とデメリットを徹底調査！乗り換えしても後悔しないのか本音で解説 - 株式会社スタークラフト, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://starcraft-n.co.jp/erisgood/mobile/sim/rakuten-mobile-reputation/>
 10. 楽天モバイルの通信品質が改善したワケ 5Gやプラチナバンドの現状、ネットワーク戦略を竹下副CTOが解説(1/3 ページ) - ITmedia Mobile, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.itmedia.co.jp/mobile/articles/2411/28/news115.html>
 11. 楽天モバイルの5G回線を徹底解説！通信エリアの確認方法や料金・端末情報, 7月 2, 2025にアクセス、https://xn--wimax-lu8k074r.com/rakuten_mobile_5g.html
 12. 楽天グループの経営課題と経営戦略(2023～2025年)by Deep Research | IT navi - note, 7月 2, 2025にアクセス、https://note.com/it_navi/n/n4c9b5897a099
 13. 事業概要 - Rakuten Content Central, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://content-central.rakuten.net/about/>
 14. 月額3,880円でギガ・通話無制限とU-NEXT見放題、日本企業の最強タッグが実現？(楽天モバイル)| ペイメントナビ, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://paymentnavi.com/paymentnews/162704.html>
 15. 楽天モバイル、U-NEXT見放題の新プラン データ無制限などもセットで月4378円 - ITmedia NEWS, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2506/23/news099.html>
 16. 楽天の新プラン「Rakuten最強U-NEXT」登場！ 実際オトク？ 徹底解剖で分かったコト, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://k-tai.watch.impress.co.jp/docs/column/value/2025647.html>
 17. 楽天、国内外でIPを包括的にプロデュースするコンテンツレーベル「Rakuten Content Central」を設立, 7月 2, 2025にアクセス、
https://corp.rakuten.co.jp/news/update/2022/0926_01.html
 18. 経産省、コンテンツ海外売上20兆円へ新戦略を発表 - 8つの課題と解決に向けたアクションプラン【実写編】 | Branc(ブラン)-Brand New Creativity-, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://branc.jp/article/2025/06/27/1702.html>
 19. 2024年の日本のコンテンツ市場は14兆9003億円に - CREATIVE VILLAGE, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.creativevillage.ne.jp/category/news/159461/>
 20. 令和4年版 情報通信白書 | 動画配信・音楽配信・電子書籍 - 総務省, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r04/html/nd236600.html>
 21. 動画配信の国内市場規模は5930億円(24年、前年比3.3%増) - GEM Standard, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.gem-standard.com/columns/1029>
 22. 【2025年最新】動画コンテンツの市場規模は？今後の展望についても解説, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://mvsk.jp/column/190139>
 23. ゲーム業界データ年鑑『ファミ通ゲーム白書 2024』発刊 創刊20号記念！過去20年の国内市況推移を紹介 - PR TIMES, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://prt-times.jp/main/html/rd/p/000000133.000017610.html>
 24. 日本のコミック市場: 2024 年の販売額(推定)は過去最高の7043 億円 7年連続のプラス成長, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.nippon.com/ja/japan-data/h02328/>

25. 日本のコミック市場：2023年の販売額は過去最高の6937億円、出版市場全体の4割以上、7月 2, 2025にアクセス、<https://www.nippon.com/ja/japan-data/h01940/>
26. 「アニメ制作市場」動向調査2024 | 株式会社 帝国データバンク[TDB], 7月 2, 2025にアクセス、https://www.tdb.co.jp/report/industry/j4_7almgnr8w/
27. アニメ市場2023年は前年比14.3%増で過去最大 3兆3465億円に、7月 2, 2025にアクセス、<http://animationbusiness.info/archives/16446>
28. 日本のデジタル音楽市場について知っておくべき5つのこと - Believe, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.believe.com/newsroom/nippon-ongaku-shijo-nitsuite-tsu-koto>
29. 日本の音楽市場が世界第2位である理由とは？ | 株式会社BabyJam - Wantedly, 7月 2, 2025にアクセス、
https://www.wantedly.com/companies/company_6372603/post_articles/931625
30. 楽天グループが5年ぶりの黒字化。収益改善した楽天モバイルに残された課題は？(石野純也), 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.techno-edge.net/article/2024/11/18/3836.html>
31. 楽天モバイルとU-NEXTが挑む「最強プラン」の狙い。相思相愛で ..., 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.businessinsider.jp/article/2506-rakuten-mobile-u-next-strategy/>
32. 楽天モバイルで客室のネットワークの課題を解決 法人サービス18000社突破, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.kankokeizai.com/%E6%A5%BD%E5%A4%A9%E3%83%A2%E3%83%90%E3%82%A4%E3%83%AB%E3%81%A7%E5%AE%A2%E5%AE%A4%E3%81%AE%E3%83%8D%E3%83%83%E3%83%88%E3%83%AF%E3%83%BC%E3%82%AF%E3%81%AE%E8%AA%B2%E9%A1%8C%E3%82%92%E8%A7%A3%E6%B1%BA/>
33. 完全仮想化クラウドネイティブモバイルネットワーク, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://corp.mobile.rakuten.co.jp/innovation/technology/cloud-network/>
34. 通信・エリア | 楽天モバイル, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://network.mobile.rakuten.co.jp/area/>
35. XR、VR、AR、MRとは何？ XRの活用事例、現状の課題と今後を解説！ - シヤノン, 7月 2, 2025にアクセス、<https://www.shanon.co.jp/blog/entry/xr/>
36. クラウドゲーム市場シェア予測 2025 | 業界規模レポート - Global Market Insights, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.gminsights.com/ja/industry-analysis/cloud-gaming-market>
37. クラウドゲーム市場規模、トレンド、予測 2021-2030 - Spherical Insights, 7月 2, 2025にアクセス、<https://www.sphericalinsights.com/jp/reports/cloud-gaming-market>
38. 5Gの普及で動画マーケティングはどう変わる？3つのポイントを解説 - サムシングファン, 7月 2, 2025にアクセス、
https://www.somethingfun.co.jp/video_tips/5g-marketing
39. 楽天モバイルがU-NEXTの“特例プラン”で見据える黒字化 楽天カードのデータ増量でエコシステムも強化: 石野純也のMobile Eye (2/2 ページ) - ITmedia, 7月 2, 2025にアクセス、https://www.itmedia.co.jp/mobile/articles/2506/28/news033_2.html
40. 楽天ブックスの魅力は？特徴やメリットデメリットをご紹介 - エキサイト, 7月 2, 2025にアクセス、<https://www.excite.co.jp/comic/books-rakuten/>
41. 楽天ブックスはメリットがいっぱい！賢い使い方とデメリットもご紹介 | クラシル比較, 7月 2, 2025にアクセス、

- <https://hikaku.kurashiru.com/articles/01HPJVT3FJ6ZKVHW5CZ8TYQKS7>
42. 楽天グループ2024年上期の挑戦: 通信事業の収益化と新たな成長 ..., 7月 2, 2025にアクセス、https://note.com/career_marke/n/n43ffcb30a32a
 43. 楽天の2024年決算を分析！収益改善と今後の成長戦略のカギは？ - note, 7月 2, 2025にアクセス、https://note.com/career_marke/n/necbab925c699
 44. 楽天市場と楽天ラクマの3つの連携施策とは？楽天エコシステムを有効活用 | ペイメントナビ, 7月 2, 2025にアクセス、<https://paymentnavi.com/paymentnews/134513.html>
 45. 楽天TV(Rakuten TV)の料金プランや評判を解説【2024年最新】, 7月 2, 2025にアクセス、https://tsunagu-it.com/tv/vod/rakutentv_price/
 46. Rakuten TV はどのようなサービスですか？ | Rakuten TV ヘルプ・お問い合わせ, 7月 2, 2025にアクセス、<https://tv.faq.rakuten.net/s/detail/000001724>
 47. パ・リーグ主催試合が追加料金ゼロ: 楽天モバイル契約者限定特典【2025年シーズン】, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://jp.rmobileouen.net/entry/rakuten-mobile-pacificleague-free/>
 48. Rakuten パ・リーグ Special for 楽天モバイル【Q&A】 | Rakuten TV ヘルプ・お問い合わせ, 7月 2, 2025にアクセス、<https://tv.faq.rakuten.net/s/detail/000007316>
 49. 楽天ミュージック: 約1億曲が聴き放題！楽天の音楽アプリ - Google Play のアプリ, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.co.rakuten.music&hl=ja>
 50. 楽天ミュージックは聞けないアーティストもいる？60日間無料のキャンペーンコードはこれ！ - note, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://note.com/sayakablog/n/n86a30235b9a5>
 51. バンドルプラン ずっと音楽が無料 - 楽天ミュージック, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://music.rakuten.co.jp/plan/bundle/>
 52. Rakuten Musicをすでに利用中なのですが、楽天カード/モバイル会員対象プランを利用したいです。どうすればよいですか？ | Rakuten Music ヘルプ・お問い合わせ, 7月 2, 2025にアクセス、<https://music.faq.rakuten.net/s/detail/000005975>
 53. 2022年 定額制音楽配信サービス利用動向に関する調査 - ICT総研, 7月 2, 2025にアクセス、<https://ictr.co.jp/report/20221111.html/>
 54. 楽天モバイル新料金プラン「Rakuten最強U-NEXT」、U-NEXTとの「最強タッグ」でもたらず価値とは, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://k-tai.watch.impress.co.jp/docs/news/2025055.html>
 55. 5G時代本格到来！いま知っておくべき「VR」を徹底解説 ～2020年、エンターテインメントの鍵は「没入感」～ | Supership, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://supership.jp/magazine/column/4276/>
 56. 人の動きとアバターを連動させたデジタルアート。インタラクティブな動作の実現に5Gを活用, 7月 2, 2025にアクセス、https://www.softbank.jp/sbnews/entry/20210528_01
 57. 楽天モバイルが5Gを活用したモータースポーツの実証実験に成功！ | 楽天グループ株式会社, 7月 2, 2025にアクセス、
https://corp.rakuten.co.jp/innovation/rnn/2022/2210_028/
 58. 楽天モバイルとヴィッセル神戸、5Gミリ波とARで試合中の選手情報をリアルタイム表示, 7月 2, 2025にアクセス、<https://www.watch.impress.co.jp/docs/news/1292843.html>
 59. 楽天モバイル、法人のお客様向けに回線とともに利用可能な ..., 7月 2, 2025にアクセス、
https://corp.mobile.rakuten.co.jp/news/media/2024/0731_01/
 60. プライバシーポリシー - 楽天銀行, 7月 2, 2025にアクセス、

- <https://www.rakuten-bank.co.jp/policy/privacy/>
61. 「Rakuten最強U-NEXT」の必然 映像配信の今【西田宗千佳のイマトミライ】 - Impress Watch, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.watch.impress.co.jp/docs/series/nishida/2026733.html>
 62. 楽天グループが2024年度第3四半期決算を発表 広告事業は前年同期比で4.3%増, 7月 2, 2025にアクセス、<https://www.advertimes.com/20241114/article480607/>
 63. 楽天グループ株式会社 / グループ人事統括部 モバイル・RTS 人事部採用・組織人材開発課: 採用担当(東京本社)(1020778) - ウィンスリー, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://w3hr.jp/job/31835/>
 64. 職種紹介 エンジニア (プロダクト開発含む)|楽天グループ株式会社, 7月 2, 2025にアクセス、<https://corp.rakuten.co.jp/careers/engineer/>
 65. 楽天 IPコンテンツ事業部営業アシスタント(Webtoon) - タレントスクエア, 7月 2, 2025にアクセス、<https://talentsquare.co.jp/job/1042-11264/>
 66. 【楽天デジタルコンテンツ部門】UXリサーチャー | IT/Web業界の求人・中途採用情報に強い転職サイトGreen(グリーン), 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.green-japan.com/company/1067/job/179561>
 67. 楽天グループ株式会社 / Koboジャパン事業部 セールス課: オペレーションスタッフ (1010626), 7月 2, 2025にアクセス、<https://w3hr.jp/job/31627/>
 68. 楽天グループ株式会社 | 外資系・日系グローバル企業への転職・英語求人ならキャリアアクロス, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://www.careercross.com/company/detail-175456>
 69. Pathways to Growth - 楽天グループ, 7月 2, 2025にアクセス、
https://corp.rakuten.co.jp/investors/assets/doc/documents/ar_2023_all_jp.pdf
 70. 責任ある広告・マーケティング・機能表示 | 楽天グループ株式会社, 7月 2, 2025にアクセス、<https://corp.rakuten.co.jp/sustainability/ethicalmarketing/>
 71. 楽天グループ株式会社 / グループ人事統括部 採用育成部 新卒採用課: 新卒採用担当 (GHRD)(00002567) - ウィンスリー, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://w3hr.jp/job/16855/>
 72. 採用育成部: グループ本社 人材育成プログラムの企画／開発リーダー候補(RLDD) (00006566), 7月 2, 2025にアクセス、<https://en-ambi.com/job/j-11489580/>
 73. キャリア開発 | 楽天グループ株式会社, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://corp.rakuten.co.jp/careers/career-development/>
 74. 人材マネジメント | 楽天グループ株式会社, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://corp.rakuten.co.jp/sustainability/employees/>
 75. 楽天とサステナビリティ | 楽天グループ株式会社 - 楽天市場, 7月 2, 2025にアクセス、
<https://corp.rakuten.co.jp/sustainability/strategy/>
 76. 楽天の人材育成の秘密とは? 具体的にご紹介 - 株式会社PDCAの学校コラム, 7月 2, 2025にアクセス、<https://pdca-school.jp/column/3194>