

KADOKAWAに学ぶ IPビジネスの価値最大化戦略

メディアミックスとグローバル展開の全貌

日本のエンタメ産業を牽引するKADOKAWAの軌跡

出版、アニメ、ゲームを横断する独自のIP戦略

世界市場を見据えたグローバル展開の最前線

日本のエンタメ産業の急成長

輸出額第2位のエンタメ産業

📈 15年で5倍以上の成長

かつて1兆円規模だった輸出額が現在5.8兆円規模に拡大
日本の輸出財で自動車に次ぐ第2位の規模

💡 IPビジネスが成長の原動力

出版、アニメ、ゲームがIP（知的財産）を軸に融合
一つのキャラクターを基盤に多角的な展開を推進

📰 コロナ禍以降の注目度向上

エンタメ産業は「金融活況時代」に突入
IP関連の取材が急増し、社会的な関心が高まる

エンタメ業界におけるKADOKAWAの立ち位置

「エンタメ四皇+1」の一角

👑 主要エンタメ企業との比較

バンダイナムコHD（玩具・ゲーム）、ポケモン（ゲーム）、東宝（映画）、SMEJグループ（音楽）が「四皇」
KADOKAWAは出版業界出身ながら、アニメ・ゲームを擁し、このグループに加わる存在

📈 売上高の急伸

2021年以降、売上高が急成長し3000億円に迫る
他の大手エンタメ企業と同等の成長傾斜を示す

★ 独自のIPポートフォリオ

『Re:ゼロから始める異世界生活』、『文豪ストレイドッグス』など多数のヒットIPを保有
出版を起点としたIP創出に強み

KADOKAWAのIPビジネス全体像

多角的な事業展開とIP創出文化

📖 出版を起点としたIP創出

著者、漫画家、小説家と編集者が共にIPを創造
IPの「起点」と「原点」を重視する企業文化

🏢 垂直・水平統合された事業構造

アニメ制作スタジオ7社、ゲームスタジオ（スパイク・チュンソフト、フロム・ソフトウェア）を内包
実写映画、MD、教育など幅広い機能を持つ

👤 チーフアニメオフィサー（CAO）の役割

アニメ事業拡大に伴い新設された役職
ライセンス部門、アニメ制作部門、自社IPを統括し、事業を推進

メディアミックス戦略：歴史と哲学

🏆 メディアミックスのパイオニア

50年近く続く先駆者

- ・角川春樹氏時代：実写映画と出版の融合
- ・角川歴彦氏時代：ゲームやテレビを活用した出版展開
- ・現在はアニメとゲームを本格的な事業の柱に

📖 「読んでから見るか、見てから読むか」

どのメディアからコンテンツに触れても楽しめる多様な入り口を提供
読者・視聴者の体験を最大化する戦略

🚀 チャレンジャー精神

常に新しい産業やメディアに挑戦する企業気質
他社が追随する形でメディアミックスを推進

創設



角川春樹

メディアミックス戦略の先駆者

メディアミックス戦略：実践と成功事例

ヒットを連鎖させるメカニズム

『Re:ゼロから始める異世界生活』の事例

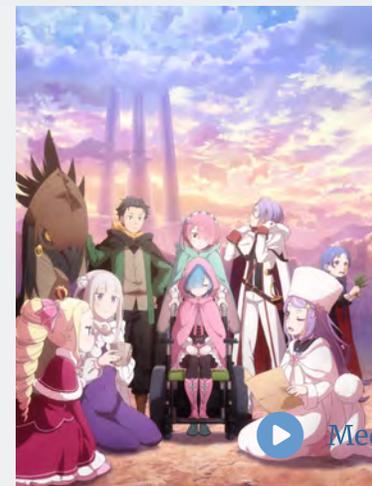
低コストのライトノベルで市場のニーズを検証
成功した作品に数億円を投じてアニメ化を推進
アニメヒット後、漫画、ゲーム、イベントなどマルチ展開へ

アニメ事業の飛躍的成長

20年前の数人規模から現在約1000人規模に拡大
過去10年でIP展開の重要な柱へと発展

データに基づく展開判断

Amazonレビュー、電子コミック評価、出版売上などを参考に展開を決定
デジタルと書籍のタイムラグを考慮し、パートナーと連携



グローバル戦略：海外展開の現状

世界市場を見据えた展開

歴史的な海外進出

台湾での雑誌展開（台北ウォーカー）から開始
ライトノベルの翻訳出版を中国、北米へと拡大

アジアでの現地法人設立

台湾、中国に加え、タイ、マレーシア、インドネシアにも現地法人を設立
現地でのIP出版事業を積極的に展開

北米市場での存在感

『推しの子』海外版など、北米での出版事業も強化
日本のIPを世界に届けるための基盤を構築

グローバル戦略：グローバルライツ局の役割

IP権利のハブ機能

ライツ業務の集約

アニメの二次利用営業（国内外配信サービスへの販売）を統括
原作の翻訳出版権管理、商品化ビジネスを推進

メディアミックス調整機能

社内外のメディアミックス展開を調整する役割
著者への説明や、他社との共同事業（ドラマ、アニメなど）の交渉を担当

講談社モデルからの着想

講談社のライツ部隊に近い設計思想を持つ組織体制
IPの価値を最大化するための戦略的な部門

グローバル戦略：未来の展望と目標

海外IP創出と多様な人材活用



海外発IPへの挑戦

日本市場の少子化・縮小に対応するため、世界に求められるIPを創出
マレーシア発学習漫画『どっちが強いシリーズ』の日本展開実績
タイでのボーイズラブドラマなど、現地クリエイターとの協業を計画

2028年3月期IP創出7000点目標

出版の「数の勝負」スタイルでヒットの確率を向上
海外発の異世界、少年漫画バトルアクションなどのIP増加を目指す



多様な人材によるイノベーション

海外拠点に集まる多様な国籍の人材が新たなIP創出を促進
日本IPへの愛着から生まれる自然発生的なものづくりに期待



KADOKAWAのIP戦略：成功の鍵

持続的成長を支える要因

IP創出の多様性と量

出版を起点に、年間多数のIPを創出する「数の勝負」
多様なジャンルとメディアでの試行錯誤

メディアミックスのノウハウと実行力

50年近い歴史で培われたメディア横断展開の知見
「読んでから見るか、見てから読むか」の哲学の実践

グローバル展開への戦略的投資

海外拠点の拡充とグローバルライツ局による一元管理
未来を見据えた海外発IP創出への意欲